

# 한국 에스닉 집거지 경제의 조직과 활동 및 변화 연구\*

## - 조선족 자영업자를 중심으로 -

김 영 술\*\*

1. 머리말
2. 이론적 배경
  - 1) 에스닉 집거지 경제와 창업자본
  - 2) 한국의 조선족 집거지 경제 특성
  - 3) 연구방법
3. 조선족 집거지 경제 조직
  - 1) 경제자본
  - 2) 인적자본
  - 3) 문화자본
  - 4) 사회자본
4. 조선족 집거지 경제활동 및 변화
  - 1) 조선족 집거지 경제활동
  - 2) 조선족 집거지 경제활동 변화
5. 맺음말

### <국문초록>

이 연구는 국내의 집거지 조선족 자영업자의 창업에서 에스닉 자원 동원 과정 및 경제활동과 변화에서 나타나는 에스닉 집거지 경제 특성들을 고찰하는 것이다. 이를 위해서 이 연구는 서울특별시 대림동, 가리봉동, 자양동, 경기도 부천시, 수원시, 시흥시, 안산시, 화성시 등 8개 지역에서 인터뷰 조사를 하였다. 조사 내용은 창업과정(경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계

\* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2022S1A5A2A01044021)

\*\* 전남대학교 글로벌디아스포라연구소 연구교수(eurasia12@hanmail.net)

자본), 조선족 집거지 경제활동 분석, 조선족 집거지 경제활동 변화에 대한 것이었다.

이 연구를 통해 나타난 조선족 집거지 경제의 주요 특성은 다음과 같다. 한국에서 조선족 창업자의 비율은 한국 국민에 비해 낮은 편은 아니며 외국인 창업자 비율보다는 훨씬 높다. 자영업 창업에서 성별은 여성이 남성보다 절반 이상을 차지하고 있다. 조선족들도 한국에서 집거지를 형성하며 살아가면서도 중국 한족과 같은 상업적 특성을 보이고 있다.

또한 조선족 자영업자 중에는 자신이 거주하는 에스닉 공동체를 넘어 확장되는 사회적 및 비즈니스 네트워크를 개발하기도 하였다. 조선족 자영업체들의 두드러진 경제활동 변화는 타 수도권 지역으로 사업 확장에 있으며, 이는 이들의 거주지 분화의 계기가 되고 있다. 그런 점에서 조선족 집거지 경제는 그동안 어느 정도까지는 조선족 집거지 규모와 관련이 되어 성장해 왔지만, 시간이 지날수록 마을 환경이나 구조, 일자리, 임대료 등에 따라 한계를 보이게 될 것이다.

\* 주요어: 조선족, 에스닉 집거지, 집거지 경제, 사업 확장, 거주지 분화

## 1. 머리말

한국 사회에서 조선족들의 증가로 인해 집거지가 형성되고 그들을 주요 고객으로 하는 새로운 자영업체들이 생겨나면서 상권이 형성되고 있다. 조선족들은 주로 요식업, 식품점, 유통업, 여행업, 판매업 등에 분포되어 있으며, 이들은 동족 노동력을 고용하고 있으며 규모도 다양하다. 이러한 에스닉 집거지는 수도권을 포함하여 전국적으로 여러 지역에 분산되어 형성되고 있다. 예를 들면, 조선족 집거지는 서울특별시 영등포구 대림동, 구로구 가리봉동, 광진구 자양동, 경기도 안산시 원곡동(안산역 부근), 부천시 심곡본동(부천역 부근), 수원시 고등동(수원역 부근) 등에 형성되었다.

한국에서 활동하는 조선족은 2002년경에는 국제결혼으로 한국에 와서 귀

화한 조선족 여성들이 고향 사람들을 주 대상으로 주로 소규모 식당 중심의 자영업을 시작하였다. 조선족은 2004년 재외동포법 개정과 2007년 방문취업제 시행이 이루어지면서 한국 체류가 가능해졌고, 2010년대에 서울 가리봉동을 시작으로 여러 곳에서 조선족 동포 특색의 집거지가 형성되었다. 본격적으로는 법무부가 조선족에게 재외동포 체류자격(F-4)을 부여해주고 영주자격 체류자도 늘어나면서 한국에 나와 일해서 자본을 축적한 이들이 요식업, 식품업 등 창업 붐이 일어났다.

이처럼 초국적인 시대가 되면서 다원주의적인 사회 속에서 에스닉 집거지(ethnic enclave)<sup>1)</sup>, 에스닉 기업(ethnic enterprise) 또는 이주민 사업가(immigrant entrepreneur)<sup>2)</sup> 등의 출현은 보편적인 현상이 되었다. 특히 에스닉 집거지는 단순히 이주자들이 특정 지역에 밀집해서 거주만 하는 것이 아니라, 그곳에 이주자들에 의해 운영되는 사업체가 상당히 모여 있다는 것을 의미한다. 이러한 사업체는 운영자가 이주자일 뿐만 아니라 피고용인도 같은 문화권 출신 이주자인 것이 대부분이다.<sup>3)</sup> 그 결과 이주민들이 주로 가족을 동반하거나 추후 가족을 초청하는 형식으로 대거 이주하여 특정 지역에 정착하면서 에스닉 집거지를 형성한다.

에스닉 집거지는 이주자들에 의해 형성된 밀집 거주지역이다. 이는 공간적 근접성을 통해 사업(business)의 성장을 촉진하는 에스닉의 사회적 구성물로서, 이주자들의 주요 거주지이자 사업의 주요 입지<sup>4)</sup>와 같이 상당히 포괄적인 의미로 받아들여지고 있다. 에스닉 집단은 일반적으로 출신지역의 언어, 문화, 종교, 등을 공유한다. 동족(co-ethnics)내 물리적 근접성은 에스닉 집거지의 주요 요소가 된다.

1) Alejandro Portes, Robert D. Manning, "The immigrant enclave: Theory and empirical examples", *Competitive ethnic relations*, 1986, pp.47~68.

2) Ivan Light, Edna Bonacich, *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles, 1965~1982*, Riverside: University of California Press, 1991, pp.1~506.

3) Alejandro Portes, Leif Jensen, "The Enclave and the Entrants: Patterns of Ethnic Enterprise in Miami Before and After Mariel", *American Sociological Review*, Vol. 54, No. 6, 1989, pp.929~949.

4) Yu Zhou, "Beyond ethnic enclaves: Location strategies of Chinese producer service firms in Los Angeles", *Economic Geography*, Vol. 74, No. 3, 1998, pp.228~251.

따라서 이러한 집거지에서 조선족들이 에스닉 자원을 동원하여 경제 조직 및 활동을 하고 있는지, 그리고 한국 사회의 다양한 조건과 상황이 바뀌면서 집거지 경제활동에 어떠한 변화가 있는지에 연구 필요성이 제기되고 있다. 특히 집거지는 에스닉 자원을 가장 잘 동원할 수 있는 곳이며, 그리고 에스닉 집거지 경제(enclave economy)의 핵심은 자영업이라 할 수 있다. 에스닉 이주민들이 자영업을 창업하는 이유로는 주로 에스닉 집거지 거주 평균 연도, 사업 소득(임금 고용과 자영업 소득 차이)뿐만 아니라 동족의 수와 집거지 내 자원의 양에도 차이가 있다.<sup>5)</sup> 그밖에 에스닉 자본으로 에스닉 집중과 에스닉 네트워크는 이주자를 위한 틈새시장을 제공한다.<sup>6)</sup> 또한 현지 시장에서 수요 효과에 의해 자영업 창업이 촉진될 수 있다. 그러나 에스닉 집거지에서 경제 조직과 활동 및 변화를 고찰하려면 집거지와 경제활동 간의 관계를 이해하는 것이 중요하다.

한편, 국내로 해외 이주자들의 유입되고 집거지가 형성되면서 이들의 자영업 창업도 활발해지면서 에스닉 집거지 경제에 관한 연구도 이루어지고 있다. 에스닉 집거지 조선족 자영업 연구로 정선주는 경기도 부천시 조선족 자영업자의 한국 정착과 창업 과정을 살폈다. 창업 이유로는 주로 안정적인 정착을 위한 것이었다.<sup>7)</sup> 박위준은 조선족이 원 정착지에서 다른 곳에 분점을 열거나 사업을 확장하고 있다고 하였다. 이들은 상당한 경제력을 갖추었으며 원주민 집단인 한국인과 교류하며 더 큰 시장에서 자영업을 통해 그들의 공간적 확장을 이끌고 있다고 보았다.<sup>8)</sup> 박우는 집거지 사업가는 집거지 내, 집거지와 한국사회, 나아가 중국시장까지 잇는 경제적 연결망을 구축하

5) George J. Borjas, "The Self-employment Experience of Immigrants", *The Journal of Human Resources*, Vol. 21, No. 4, 1986, pp.485~506.

6) Magnus Lofstrom, "Labor market assimilation and the self-Employment decision of immigrant entrepreneurs", *Journal of Population Economics*, Vol. 15, No. 1, 2002, pp.83~114.

7) 정선주, 「재한 조선족 자영업자의 한국 정착과 창업에 관한 현상학적 연구: 경기도 부천시 사례를 중심으로」, 『현대사회와 다문화』 11(4), 대구대학교 다문화사회정책연구소, 2021, 191~225쪽.

8) 박위준, 「귀환 중국 동포의 기존 밀집 지역을 벗어난 곳에서의 자영업 창시」, 서울대학교 석사학위논문, 2014, 85~87쪽.

고 있으며, 특히 조선족 집거지는 서비스업 경제를 태동시켰고 그들의 법적 지위가 집거지 사업가의 출현이라는 역설을 낳았다고 보았다.<sup>9)</sup>

그리고 그동안 이주로 인한 에스닉 집거지 연구는 미국과 같은 선진 산업 국가를 중심으로 진행되었다. 미국의 한국인 기업가의 연구로는 라이트와 보나시치는 한국인이 미국 원주민보다 자영업을 하는 경우가 더 많은 이유로 한인 이민자들은 새로운 소규모 사업을 시작할 수 있는 자금, 교육, 민족 자원 및 동기를 갖고 있었다고 보았다.<sup>10)</sup> 민병갑은 미국 조지아주 애틀랜타 지역에서 한인 이민자들이 경제적 생계를 위해 중소기업과 자영업에 종사하는 경향을 설명하고 있다.<sup>11)</sup> 윤인진은 중소기업이 한인 이민자들의 주요 경제 활동이 된 과정과 소수 민족 지역의 한인 기업이 어떻게 한인과 흑인 및 라틴 소수 민족 간의 인종적 긴장을 심화시켰는지 설명하였다.<sup>12)</sup> 박계영은 많은 한국인이 뉴욕 지역에서 사업을 시작하는 데 가족 구성원, 기술, 정보 및 자본이 필요하며, 꿈을 달성하기 위해 기업가뿐만 아니라 가족, 때로는 친족 모두가 얼마나 오랜 시간과 많은 희생을 하는지 보여주고 있다.<sup>13)</sup> 유진경은 주류 노동시장에서 한인 이민자 기업가의 장단점을 살펴본다. 특히 한인 이민자들이 창업을 위해 활용하는 가장 중요한 자원은 네트워크인 것으로 나타났다으며, 또한 민족자원은 창업 후에 유용하게 활용되는 것으로 보았다.<sup>14)</sup> 임석희는 한국인의 자영업 종사를 결정하는 중요 변수는 연령, 이주시기, 영어 구사능력이라고 보았다.<sup>15)</sup> 정수열은 이민자의 사업 활동에 영향을 미치는

9) 박 우, 「재한 조선족 집거지 사업가에 대한 사회학적 연구: 시민(권)적 지위와 계급적 지위의 상호작용을 중심으로」, 서울대학교 박사학위논문, 2017, 302~304쪽.

10) Ivan Light, Edna Bonacich, *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles, 1965~1982*, Riverside: University of California Press, 1991, pp.1~506.

11) Pyong Gap Min, *Ethnic Business Enterprise: Korean Small Business in Atlanta*, New York: Center Migration Studies, 1988, pp.1~180.

12) In Jin Yoon, *On My Own: Korean Businesses and Race Relations in America*, Cambridge: Cambridge University Press, 1997, pp.1~274.

13) Kye Young Park, *The Korean American Dream: Immigrants and Small Business in New York City*, New York: Cornell University Press, 1997, pp.1~228.

14) Jin-Kyung Yoo, *Korean Immigrant Entrepreneurs: Network and Ethnic Resources*, New York: Routledge, 1998, pp.1~208.

15) 임석희, 「미국 시카고 대도시권의 한국인 자영업특성과 성격 변화」, 『국토지리학회지』

것으로 연령, 성, 동료집단, 그리고 언어능력이라고 보았다.<sup>16)</sup> 정수열·임석회는 이민자 기업가주의의 발흥에 있어 주거 집중의 중요성은 해당 자영업의 민족적 네트워크의 의존도와 활용방법에 달려있다는 점을 고찰하였다.<sup>17)</sup> 이들 연구는 주로 기업가들의 창업요인, 창업자본, 특히 에스닉 자원과 가족자원이 한국인 기업가의 에스닉 기업형성과 발전에의 역할, 집거지 기업의 에스닉 네트워크 의존도와 활용 등을 고찰하였다. 하지만 국내의 자영업 창업 특성(자영업체 수, 창업동기, 창업 진입 유형, 업종별 특성, 자영업체의 기본 특성, 엔클레이브 전략 및 에스닉 네트워크 효과 등)을 보면 이들 선해 연구와 차이를 보이고 있다. 특히 국내 조선족의 경제활동 및 변화 등에서 보인 특징은 다른 해외 한인과는 다른 집거지 경제 특징을 보일 수 있다. 따라서 이에 대한 보다 체계 있고 심도 있는 연구가 필요해 보인다.

그렇다면 같은 민족으로 조선족들은 한국에서 어떻게 창업을 하며, 한국 거주 조선족 집거지의 자영업의 현주소는 어떠한가? 또한 에스닉 조선족들이 거주국이 아닌 모국에서 보인 집거지 경제 특성은 무엇인가? 그런 점에서 국내의 집거지 조선족 자영업자의 창업에서 에스닉 자원 동원 과정, 활동 및 변화 등에서 나타나는 이들의 에스닉 집거지 경제 특징들이 고찰될 필요성이 있다.

## 2. 이론적 배경

### 1) 에스닉 집거지 경제와 창업자본

에스닉 집거지(ethnic enclave)는 동일 종족의 이주자들이 특정 지역에 집중해서 있는 곳으로 동일한 정체성과 경제활동이 함께 이루어지는 지리적으로 제한된 공간이다. 이곳에서는 필요한 노동력, 자본, 정보 교환 및 신용 접근, 그리

43(2), 국토지리학회, 2009, 221쪽.

16) 정수열, 「이민자의 주거 집중이 자영업 활동에 미치는 영향」, 『국토지리학회지』 44(1), 국토지리학회, 2010, 25쪽.

17) 정수열·임석회, 「도시 내 이민자 자영업의 시공간적 역동성: 시카고 거주 한국인 이민자를 사례로」, 『한국경제지리학회지』 15(3), 한국경제지리학회, 2013, 376쪽.

고 사업체 확장과 더 넓은 시장으로의 진입을 위한 기회를 제공할 수 있다.<sup>18)</sup>

에스닉 집거지 경제(ethnic enclave economy)는 자영업자와 그들의 동족 피고용인으로 정의되는 에스닉 경제의 한 종류로서, 특히 이는 에스닉 자영업자가 핵심 역할을 한다. 에스닉 자영업자는 창업을 하기 경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계자본과 같은 자본을 활용한다. 이러한 개념은 에스닉 집거지 경제를 논의하는데 유용한 관계를 맺고 있다.

경제자본(Economic capital)은 즉각적이고 직접적으로 화폐로 전환될 수 있으며 재산권의 형태로 제도화될 수 있다. 따라서 경제적 자본은 토지 소유권을 포함하여 이용 가능한 재정적, 물질적 자원이다. 경제적 소유는 사회에서 개인의 능력, 이동성 및 권력을 증가시키며, 특히 경제적 자본은 계급 위계의 사회적 주체를 식별하는 데 있어 가장 중요하다.<sup>19)</sup> 인적자본(Human capital)은 교육, 업무 경험, 기술에 대한 투자를 통해 개발된다. 인적자본에 대한 투자가 개인의 잠재적 소득과 정신적 소득에 영향을 미친다. 인적자본에 대한 투자에는 교육 수준, 현장 기술 훈련, 의료, 이주, 지역 물가 및 소득 문제 고려 등의 요소가 포함된다. 경제적 소득은 교육 및 기술 수준과 양의 상관관계를 갖는 경향이 있다.<sup>20)</sup> 문화자본(Cultural capital)은 사업 성공에 영향을 미치는 가족 배경, 사회 계층, 교육 투자 및 헌신, 다양한 자원 등과 같은 비경제적 요인의 집합을 나타낸다. 문화자본은 시기, 사회, 사회 계층에 따라 다양한 범위에서 고의적인 주입 없이 무의식적으로 획득될 수 있다. 문화자본의 축적은 반드시 필요한 시간이 필요하다. 투자자가 개인적으로 투자해야 한다.<sup>21)</sup> 사회적 자본(Social capital) 또는 사회관계자본은 상호 지인 및 인정의 다소 제도화된 관계의 내구성 있는 네트워크의 소유, 즉 그룹의 멤버십과 연

18) Alejandro Portes, Robert D. Manning, "The immigrant enclave: Theory and empirical examples", *Competitive ethnic relations*, 1986, pp.47~68.

19) Pierre Bourdieu, *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: New York: Greenwood, 1986, pp.241~258.

20) Gary S. Becker, *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*, National Bureau of Economic Research, New York: Columbia University Press, 1964, pp.1~159.

21) Pierre Bourdieu, *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: New York: Greenwood, 1986, pp.241~258.

결된 실제 또는 잠재적 자원의 집합체이다. 관계의 네트워크는 단기 또는 장기적으로 직접적으로 사용할 수 있는 사회적 관계를 구축하거나 재생산하는 것을 목표로 하는 개인 또는 집단의 투자 전략의 산물이다. 22) 사회적 자본은 내부(긴밀한 유대) 및 외부 유대(가교 형태의 유대)의 두 가지 유형이 있다. 23)

이러한 에스닉 자원이란 특정의 민족성을 공유한 사람들이 보유하는 자원이다. 에스닉 기업가는 창업 시에 에스닉 자원을 활용하고 계급자원이 형성되면 계급자원을 활용하는 것이 에스닉 집단의 특징이지만 에스닉 경제는 시간이 지남에 따라 변하고 있다.

그렇다면 조선족 자영업자는 창업 과정에서 자원을 누구로부터(어디에서) 어떻게 확보하는가? 구체적으로 조선족 자영업자는 직업경력을 통하여 경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계자본을 형성하여 축적해 가는가? 또한 에스닉 집거지 자영업자의 경제활동과 변화에 따라 자원 활용은 어떻게 하는지 고찰을 할 필요가 있다.

## 2) 한국의 조선족 집거지 경제 특성

한국의 조선족 주요 집거지는 서울특별시(영등포구 대림동, 구로구 가리봉동, 광진구 자양동), 경기도(부천시, 수원시, 시흥시, 안산시, 평택시), 인천광역시(부평구) 등이다. 하지만 조선족 집거지는 국내의 여러 지역으로 분화되고 있다.

2024년 3월 31일 기준 대한민국에 체류하는 한국계 중국동포는 659,322명이다. 서울특별시의 한국계 중국동포는 179,356명이며 이중에서 구로구 40,157명, 영등포구 39,168명, 금천구 23,862명, 광진구 21,270명이다. 경기도의 한국계 중국동포는 292,720명이며 이중에서 안산시 48,365명, 시흥시 44,937명, 수원시 39,638명, 부천시 23,823명, 평택시 18,660명이다. 인천광역시시의 한국계 중국동포는 46,657명이며 이중에서 부평구 19,824명이다. 24)

22) *ibid.*

23) Mark S. Granovetter, "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6, 1973, pp.1360~1380.

24) 법무부 출입국·외국인정책본부, 「외국국적동포 거소신고 현황(2024년 3월 말 기준)」, 법무부, 2024.



이들 지역은 공단에 가까우며 집값이 저렴한 주거지역들이었다.

이들 조선족 집거지 중에서 대표적인 곳은 서울특별시 구로구 가리봉동, 영등포구 대림동, 광진구 자양동, 경기도 부천시, 수원시, 안산시 등이다. 이들 지역의 조선족 집거지 경제의 특성은 다음과 같다.

첫째, 한국에서 조선족 자영업체 수는 수도권에만 3~4천여 개 정도로 추산되고 있다. 이는 조선족 체류 인구 대비로 보면 4~6%에 해당된다(재한동포총연합회 전이사장 인터뷰). 이는 한국 전체의 창업에서 조선족 창업자의 비율은 한국 국민에 비해 낮은 편은 아니며 외국인 창업자 비율보다는 훨씬 높다. 2021년 기준 결혼이민자·귀화자의 종사상 지위를 보면 고용원이 있는 자영업자 3.2%(한국 국민 4.8%), 고용원이 없는 자영업자는 8.2%, 무급가족 종사자는 5.1%(한국 국민 3.7%)이었다.<sup>25)</sup>

가리봉동 우마길에는 80~90%는 중국동포가 하고 있다. 100개가 훨씬 넘는다. 대림동도 거의 대부분은 중국동포가 운영한다. 한족들은 비자가 제한되어 있어 자영업이 일반적으로는 어렵다. 이곳에 화교는 없다. 대림동은 대림중앙시장만 자영업체가 약 120여 개 정도다. 그리고 대림동 일대 전체 수는 엄청나다. 자양3-4동만 중국동포 수는 2,000여 명으로 자영업체 수는 150~200여 개 정도다. (재한동포총연합회 전 이사장 인터뷰)

둘째, 조선족 집거지 경제에서 창업 동기는 다양하다. 조선족들은 경제적 차원에서 잘 살기 위해서가 가장 많았다. 그 외에 자신의 사업 꿈 실현 욕구, 취업보다는 더 나은 소득 추구, 사회적 성공, 출생국에서 사업 경험, 부모님 사업 이어받아 창업 등을 꼽았다.

대부분이 생계유지 목적이나 좋아하는 업종이어서와 같은 개인의 직업특성에 따라 선택하였다. 또한 취업의 대안으로 자영업을 선택하거나 가족 직업력도 인적자본 차원에서 전이 가능함을 알 수 있었다. 즉, 자영업 선택 시 부모의 직업이 업종 선택에 영향을 주었다.

25) 여성가족부, 「2021년 전국다문화가족실태조사」, 한국여성정책연구원, 2022, 273쪽.

셋째, 조선족 자영업자의 창업 진입 유형은 주로 다음의 형태로 나타났다. 중국에서 비즈니스 경험이 한국에서 유관 비즈니스 창업으로 이어진 경우는 인터뷰 대상 중에서 4명이었다. 이들은 주로 음식점이나 시장에서 음식 장사를 했다. 인터뷰 대상 중에서 99%는 한국에서 공장 노동자, 식당 종업원, 간병인 등으로 노동자 경험이 있었다. 그들은 한국에 입국한 후 돈을 모아서 자영업 창업을 한다. 따라서 조선족 자영업자 창업 진입 유형은 제1 유형은 임금노동자 경험 후 이것과 전혀 관련 없는 자영업 창업이고, 제2 유형은 임금노동자 경험 후 유관 분야 자영업 창업이었다. 유관 분야는 요식업이 가장 많다.

넷째, 조선족 업종별 특성을 보면 음식문화와 깊은 관련이 있다. 조선족들은 한국의 음식문화와는 차이가 난다. 이들은 그들만의 취향, 음식 특성을 가지고 있다. 입맛은 쉽게 바뀌지 않는다. 고향 음식을 찾는 사람들이 많아지면서 관련 사업이 증가하였다. 조선족 음식은 중국식과 융합된 음식문화의 형태를 보이고 있다. 따라서 조선족 음식문화가 한족과도 다르고 한인들과도 다른 조선족의 복합 문화를 가지고 있다. 특히 한족 음식과 조선족 음식이 서로 융합하면서 조선족 나름의 특색 음식이 다양하게 출현하고 있다. 따라서 특별하게 에스닉 조선족들이 자영업을 창업 하는 배경 중에서 주요한 것으로는 조선족들의 음식문화에 있다고 할 수 있다.

다섯째, 조선족 자영업체의 기본 특성은 다음과 같다. 자영업 창업에서 성별은 여성이 남성보다 절반 이상을 차지하는 것으로 나타났다. 서울시 자양동의 경우 연령은 50대가 다수를 차지하였다. 구체적으로 연령은 30대 20%, 40대 30%, 50대 50%이었다. 창업자 중에서 젊은층도 사업에 도전하는 모습이 보이기 시작했다는 점이다(자양동 양꼬치거리상인협회 임원 인터뷰). 부천시 심곡본동 조선족은 30, 40대 사장들이 많고, 50대, 60대도 있다. 30대 사장들이 이곳에 식당 등 창업을 해 빠른 속도로 성장하고 있다(부천시2 인터뷰).

그리고 조선족 창업자 대부분은 한국 거주는 귀화나 장기거주자들이 많았다. 창업자의 입국 연도는 자영업 창업 연도보다 훨씬 더 길었다. 조선족 자영업자 대표들은 조선족끼리 결혼했거나 한국인과 결혼한 자들도 많았다. 결혼 상태는 안정성의 지표이므로 위험한 자영업 상태에 대한 함의와 배경을 제공한다.

조선족 자영업체 종업원 수는 평균 3~4명 정도다. 작업시간은 자영업체에 따라 다르지만 하루 12시간 정도였다. 자영업체는 친인척들이 손님이 많고 적음에 따라 탄력적으로 인력을 대체하고 있기도 했다.

여섯째, 조선족 자영업체들은 서울특별시 가리봉동, 대림동 지역은 엔클레이브 전략과 에스닉 네트워크 효과를 활용하고 있었지만, 다른 지역들은 그것을 넘어서고 있었다. 서울특별시 자양동의 경우 한국인 손님과 조선족 동포 손님의 비율이 주말과 평일 비슷하게 50:50 정도였다. 나머지 수도권은 영업을 한국인 손님 중심으로 이루어지고 있었다.

일부는 서울에서도 한국인을 주 고객을 목표로 영업을 하고 있다. 이들은 중국 음식 특유의 향은 없애고 한국인이 선호하는 고소함과 단맛으로 바꾸었다. 이들은 한국 사회에서 정면 대결하고 있다. 그래서 이곳은 고객의 99%가 한국인이었다. 따라서 동향, 가족, 지인이라는 네트워크 요인보다 창업에 있어 가장 핵심적인 것은 맛과 신뢰와 같은 것으로 나타났다.

### 3) 연구방법

이 연구의 연구 대상은 국내의 집거지 조선족들이었다. 현장 조사는 서울특별시(가리봉동, 대림동, 자양동), 경기도 부천시, 수원시, 안산시, 시흥시, 화성시 등 8개 지역에서 실시하였다.

질문 내용은 다음과 같다. 첫째는 기본사항과 창업 과정, 둘째는 조선족 집거지 경제활동 분석, 셋째는 조선족 집거지 경제활동 변화에 대한 것이다.

인터뷰 조사는 1차는 2023년 10월 5~12일, 2차는 2024년 4월 18~25일까지 이루어졌다. 인터뷰 대상자는 서울특별시(13명), 부천시(3명), 수원시(1명), 시흥시(1명), 안산시(4명), 화성시(2명)으로 24명이었다. 그밖에 아동센터 대표, 신문사 대표, 초등학교 교사, 재한동포연합회 및 양꼬치거리상인협회 임원 등 5명과 인터뷰가 진행되었다. 총 인터뷰 대상자는 29명이었다. 업종은 요식업, 식품업, 여행사, 물류업 등 다양하게 이루어졌다. 인터뷰 대상자의 기본정보는 지역별, 성별, 연령, 창업년도, 종업원, 업종으로 분류하여 표기하였다. 인터뷰에 참여한 조선족 자영업체 대표의 기본사항은 아래와 같으며, 개인정보 보호 차원에서 업체명과 대표자 이름은 포함하지 않았다.

〈표 1〉 조선족 자영업체 대표 인터뷰 기본정보

지역별	성별	연령	창업년도	종업원	업종
서울 가리봉동1	여	63	2005	3	요식업
서울 가리봉동2	여	70	2006	2	요식업
서울 가리봉동3	여	68	2006	8	요식업/웨딩홀
서울 가리봉동4	남	40	2016	3	요식업
서울 가리봉동5	남	51	2005	3	요식업
서울 대림동1	남	45	2021	3	요식업
서울 대림동2	여	53	2003	2	요식업
서울 대림동3	여	63	2001	7	요식업/웨딩홀
서울 대림동4	남	50	2018	3	중국기업 한국사무소대표
서울 대림동5	여	46	2017	10	○○행정사무소
서울 자양동1	여	64	2006	3	식품업
서울 자양동2	남	39	2022	4	요식업
서울 자양동3	여	48	2010	3	요식업
서울 자양동4	여	49	2019	3	요식업
서울 종로	남	50	2010	6	요식업
부천시1	여	52	2021	2	요식업
부천시2	여	45	2008	2	여행사
수원시	여	54	2018	3	요식업
시흥시	여	55	2011	25	식품/유통업
안산시1	여	51	2004	3	요식업
안산시2	여	58	2003	6	식품업
안산시3	여	53	2012	5	요식업
화성시1	여	56	2016	2	요식업
화성시2	남	39	2019	2	요식업
서울 자양동	여	53	-	-	○○아동센터 대표
서울 가리봉동	남	65	-	-	○○신문사 대표
서울 대림동	여	45	-	-	○○초등학교 교사
서울 대림동	남	67	-	-	재한동포연합회 전 이사장
서울 자양동	남	38	-	-	양꼬치거리상인협회 임원

### 3. 조선족 집거지 경제 조직

#### 1) 경제자본

경제자본(Economic capital/Financial capital)은 개인 자산과 외부에서 얻을 수 있는 자본 또는 부채 자금이다. 여기서 핵심은 조선족이 자신의 자영업을 창업할 때 어떻게 자본을 동원했는지 이다. 여기에는 창업자금 조성, 대출, 상품구입, 동업 등이 포함된다.

첫째, 창업자금 조성은 조선족들이 한국에 노동자로 와서 돈을 벌어서 가게를 열거나 돈이 부족한 경우는 가족, 형제에게서 일부 돈을 빌려서 창업하는 경우가 일반적이다. 극소수이긴 하지만 중국에서 돈을 가져와서 하는 창업하는 경우도 있다. 15~20년 전에 투자자 자금을 중국에서 가져와 창업하는 것은 일종의 편법으로 가능했다. 지금 중국인 경우는 합법적으로 투자 창업을 하고 합법적 체류를 하면서 돈을 벌기도 한다.

창업자금은 한국에서 돈을 벌어서 마련하였다. 초기 자본투자는 최소 1억 5천만 원 이상이 들었다. 한국에는 부모님, 형제뿐만 아니라 많은 친척이 먼저 들어왔다. 창업은 부모님이 번 돈과 형제, 친척들이 번 돈을 모아서 하게 되었다. (서울 자양동2 인터뷰)

2001년 동대문 장안동에서 냉면집을 창업했다. 이는 국내 연변 냉면 1호였다. 이 당시 창업자금은 중국에서 가져왔다. 냉면 기술자는 중국에서 초대했다. 창업자금은 7천 500만 원이었다. 이 돈은 중국은행에서 대출을 받았다. 직원은 총 6명이었다. 주방에 3명, 홀에 3명이었다. 동포들이 불법체류 신분으로 쫓겨 다니던 시절에 조선족들은 고향 음식으로 냉면을 매우 선호했다. 하루에 손님은 몇백 명 모였다. 자리가 없을 정도였다. 여기서 자본 축적을 상당히 했다. 2002년 대림동으로 이동했다. 이 당시 가리봉동에 조선족 집거지가 생기던 시절이었다. 창업할 때 권리금 1억 7천만을 주고 인수했다. (서울 대림동3 인터뷰)

둘째, 조선족들은 국내의 은행 등에서 대출을 받아서 창업하지는 않았다. 은행 대출은 하고 싶었지만 받기가 어려웠고 이용을 못 하는 위치에 있기도

했다. 1997년 F-4 비자가 생기기 이전에는 자격이 되지 않아서 대출을 받을 수 없었다. 그리고 조선족은 대출받는 것을 선호하지 않는 편이다.

2000년 초 당시에 조선족에게 대출은 해주지 않았다. 요즘에도 조선족이나 한족은 대출을 잘 받지 않으나 받으려고 하면 큰 문제가 없다.  
(서울 가리봉동1 인터뷰)

셋째, 조선족은 창업자금 이외에 상품구매 같은 것은 유통 업체에서 물건을 먼저 받고 월말에 정산하고 있었다. 이것은 외상거래라고 말할 수도 있지만, 유통 시스템이라는 차원에서 접근하는 것이 좋을 것 같다.

넷째, 조선족은 창업자금이 부족하더라도 동업은 선호하지 않았다. 원래 조선족들은 동업 문화를 그리 좋아하지 않았다. 그러나 그것을 일반화하기에는 문제가 있다. 동업하는 사람이 있기도 하기 때문이다. 그중에는 어떠한 사람의 탐욕 때문에 문제가 생겨 파탄이 나기도 했고, 지속해서 동업을 유지하고 있는 경우도 있었다.

돈이 없는 사람들이 동업하는데, 자양동에서는 동업은 거의 없다. 요즘에는 CCTV가 있고 카드 사용이 많기 때문에 상당히 투명한 점이 많다. 한국인과 중국동포가 동업을 하는 경우가 있는데, 서로 믿음이 있기에 잘 되고 있다. 동업은 서로 신뢰하고 해야 하는데 중국동포는 잘 하지 않는다. 친한 사람일수록 돈거래나 동업은 하지 말라고 들었다. (서울 자양동3 인터뷰)

우리는 10명이 협업을 해서 사무실을 오픈했다. 모두 중국에서 한국으로 귀화한 중국동포 여성들이다. 30~40대 아이 엄마들이다. 협업이 쉽지 않은데 방향을 잘 잡고 나가니 괜찮다. 그것은 한국에 온 외국인들을 위해 뭔가 함께 해보자는 뜻을 가지고 있어서다. (○○행정사무소 대표 인터뷰).

## 2) 인적자본

인적자본(Human capital)은 창업 과정에서 중요한 자본으로 인식되어 왔다. 여기서는 한국에서 장기체류가 가능한 조선족으로서 민족적 특성, 학력

보다는 사업 운영 능력, 입국 전 비즈니스 경험과 기술 배양, 가족자원의 활용 등도 인적자본으로 포함하였다.

첫째, 조선족 집거지에서 자영업은 조선족 동포, 한국 귀화자, 한국인과 국제결혼을 한 사람들이 대부분을 차지하였다. 한족이 자영업을 하는 경우는 극히 소수다. 이들은 화교는 아니고 한국에서 장기 체류할 수 있는 비자를 가진 자들로 보면 된다. 물론 한국인과 결혼한 중국인도 있고, 유학생으로 왔다가 사업하는 사람도 있을 수 있다.

둘째, 조선족 자영업자의 학력은 높지 않았다. 대학을 졸업하지 않은 중·고졸 졸업자가 가장 많았다. 전문직을 가졌던 사람들은 많지 않다. 대부분이 시골이나 도시 하층에 있었던 사람들이다. 또한 조선족들의 교육정도는 창업에 크게 영향을 주지 않았다. 학력보다는 개인의 능력, 특히 사업을 운영할 수 있는 관리 능력이 중요하였다. 교육 수준은 자영업 창업과는 별로 상관이 없는 것으로 보인다.

고향은 연길이다. 한국어는 잘 구사하는 편이다. 학력은 고졸이다. 학교 졸업하고는 바로 생활전선에 뛰어들었다. 중국과 월급 차이가 너무 커서 한국에 들어왔다. 한국에 계신 부모님 때문에 이곳으로 왔다. (화성시2 인터뷰)

부모님 교육수준이 그리 높지는 않다. 교육수준, 생활수준이 아이들에게 영향을 미친다. 주로 중·고졸 정도이다. 전문직종인 사람은 거의 없다. 경제적으로 좀 괜찮은 분들은 거의 식당을 한다. 대부분은 아주 영세하며, 양꼬치거리 말고 다른 곳 아주 후미진 곳에서 장사하고 있다. 식당에서 요리는 부모에게서 습득했거나 자신이 배워서 하고 있다. 이 분들은 10~15년 한국에서 장기체류한 사람들이 많다. 그밖에 화장품 판매(다단계 판매)도 하고 있는데 중국동포 대상 판매다. 화장품 회사는 중국회사이며 중국 화장품이다. 한국에서는 못 본 화장품이다. (00아동센터 대표 인터뷰)

셋째, 조선족의 한국 입국 전 비즈니스 경험이 국내에서 자영업 창업을 할 때 직종선택에 영향을 주기도 했다. 경험이 부재하더라도 기술 배양은 자영

업자의 창업 진입에 있어 중요한 과정이었다. 대체로 중국에서 무엇을 했던 사람들이 한국에 와서도 그 무엇을 한다는 점이다. 중국에서 비즈니스를 하다가 한국으로 온 사람들이 있었다. 이런 조선족들도 처음에는 곧바로 자영업을 하기보다는 한국을 잘 모르니 한국문화를 익히고 난 후에 사업을 시작한다. 사업 경험이 있다 하더라도 자금이 부족해서 창업자금을 마련해서 사업을 시작해야 하기 때문이었다. 부모에게서 기본적인 기술은 물려받기도 했다. 특히 기술이 필요한 사업은 중국에서 했던 것을 하는 경향이 있다. 단순한 것은 한국에서 배워서 창업하기도 한다.

식당 종업원은 4명이다. 지금은 주방장이지만, 그전에 비즈니스 경험은 없었다. 요리 기술은 전문 요리사한테 혹독하게 2년 동안 기술을 배웠다. 오리지널 맛을 내야 하는 경우의 기술은 중국에서 배워온다. 요즈음 핫(hot)한 것으로 물고기요 하는 메뉴나 마라 메뉴도 중국에서 배워왔다. (화성1 인터뷰)

부모님이 중국에서 식당을 했었다. 부모님은 '음식은 진심이다'라고 했다. 기본적인 것은 부모님한테서 배운 것이 크게 도움이 되었다. 추가로 한국에 와서 중국인 요리사로부터 요리를 배웠다. 부모님 한국으로 이주하여 한국식당에서 한식을 배웠다. 아버지는 한식 주방장도 했다. 그래서 돈도 더 많이 벌었다. (서울 대림동1 인터뷰)

1997년 길림에서 왔으며, 당시는 IMF 시절이라 모두가 힘들었다. 최근까지 공장에서 일해서 돈을 모아 이제 가게 문을 연 지 얼마 되지 않았다. 요식업 경험이 없었다. 요리에는 한약재가 들어가고 전문 기술이 필요하다. 기술은 중국에서 배워왔다. 아들과 며느리도 함께 하고 있다. 식당 종업원 3명 모두 가족이다. (서울 대림동2 인터뷰)

나는 관련 비즈니스 경험이 있는 편이다. 1998년에는 하얼빈에서 한 식당 개업, 2001년 서울에서 배달 전문 중화요리 전문점 창업, 2009년 매운 짜장·짬뽕을 주요리로 한 중화요리점 개업, 2016년부터는 양꼬치 집을 하고 있다. (서울 종로 요식업 대표 인터뷰)



넷째, 조선족 자영업자들은 가족자원을 주로 활용한다. 부모님과 자녀들이 하는 경우도 많다. 조선족들은 이익이 남은 것은 투명하게 잘 분배하는 편이었다. 가족이라 해서 임금을 적게 아니면 잘 분배하지 않는 것은 문화적인 것보다는 개별적인 문제로 보고 있기도 했다.

일손이 필요하면 인력을 서로 활용하고 있다. 예를 들면 친척 김밥집은 점심때에 일손이 많이 필요하고 저녁 장사는 별로다. 나의 양꼬치집은 점심에는 잘 먹지 않고 저녁에 장사가 잘된다. 양꼬치집은 늦은 시간에도 손님이 많다. 김밥집은 저녁 8시 이후에 들어가는 사람이 별로 없다. 소위 초저녁 장사다. (서울자양동4 인터뷰)

### 3) 문화자본

문화자본(Cultural capital)은 창업자가 살아가는 문화적 배경이다. 여기에는 상업적인 한족의 영향, 근면과 일에 의지와 열정, 한국어 구사 능력, 창업을 통한 차별 극복 노력, 정보력 등이 포함되었다.

첫째, 조선족들이 한국에서 집거지를 형성하며 살아가면서 중국 한족과 같은 특성을 보이기도 한다. 조선족들은 중국에서 살면서 상업적인 측면에서 한족의 영향을 많이 받아서 그렇다고 한다. 그리고 조선족들은 중국에서 개혁 개방 시기를 경험했기에 한국에 들어올 때 치열하게 살아야겠다는 생각을 가지고 들어왔다고 한다. 그것이 그들이 비즈니스에 성공하고 확장하는 요인이 되는 것으로 볼 수도 있다.

한족들은 철저히 상업 민족이다. 한족들은 매우 강한 상업적인 마인드를 가졌다. 또한 오랫동안 중국인들은 국가보다는 자신의 살길은 스스로 찾아야 한다는 생각을 가지고 살아왔다. 그러다 보니 장사에 앞장설 수밖에 없게 되는 것이다. 조선족들은 이런 점을 한족들에게서 영향을 많이 받았다. (00신문사 대표 인터뷰)

저의 중학교 때 한족 친구들은 집에 키운 과일들을 가져다 밖에서 팔기도 했다. 중국동포 부모들은 그런 것을 보고 깜짝 놀랐다. 공부해야지, 왜 저런 것을 하나 하면서 걱정했다. 그리고 한족들은 밖에서 집에 들어

을 때 무어라도 들고 들어온다. 중국동포들이 이런 한족들과 섞어 살면서 배운 것이다. (00신문사 대표 인터뷰)

둘째, 오늘날 한국 거주 조선족 자영업자의 실제적인 문화자본은 교육보다는 근면과 일에 대한 태도로 조선족의 성취 현상에 있다고 할 수 있다. 중국에서 조선족들은 여러 분야에서 성과를 거두기 위해서 교육이 필요했다. 아이들에게 좋은 교육을 받게 하는 것은 조선족의 전통적인 꿈이었다. 중국에서 조선족은 타민족과의 경쟁에서 인정을 받기 위해 더 나은 결과를 달성해야 했다. 하지만 한국의 조선족 자영업자들은 교육 수준이 높지 않다는 점에서 교육 활동 투자나 축적된 자본인 문화자본에 크게 달려 있는 것은 아니었다.

나는 식당 개업을 하기 위해서 공장에서 열심히 일했다. 공장에서는 1달에 한 번 정도 쉬었다. 돈을 벌기 위해서 잔업을 최대한 많이 하였다. 부지런하고 성실하고, 강한 신념은 나의 삶의 기본이다. (서울 가리봉동 4 인터뷰)

셋째, 한국에서 조선족이 가진 문화자본으로 중요한 것은 한국어 구사 능력이다. 조선족들은 한국말을 잘한다. 언어가 서로 통한다는 것은 큰 장점이다. 그것이 한국사회에 나가 사업을 시도할 수 있는 원천이다. 사업 성공을 하려면 가장 먼저 언어부터 배워야 한다. 조선족들은 처음에는 외래어 때문에 힘들었다. 특히 자양동에서는 한국 손님이 절반 정도가 된다. 한국어 사용이 사업에 큰 도움이 된다. 말투가 어떻다 하더라도 이곳에서는 한국어로 소통할 수 있는 것이 중요하다. 언어는 생활문화 적응에도 큰 도움을 준다.

또한 중요한 것은 정보력이다. 한국어가 가능한 조선족은 타민족 이주민보다는 유리한 조건을 가지고 있다고 할 수 있다. 언어는 바로 정보력과 연결된다.

조선족 중에는 문화적응을 잘하는 사람들이 있다. 건설현장에서 나중엔 반장, 팀장이 된다. 이러한 위계 관계를 빨리 터득하면서 직책을 맡으

면서 위로 올라간다. 중국동포들이 한족들을 밑에 두고 일을 한다. 물론 그것은 인건비 때문이다. 중국동포는 15만 원이라면 한족과 같은 경우는 10만 원만 주면 되기 때문이다. 하지만 조선족이 한족보다 언어적인 측면에서 한국어 능력을 가졌다는 것을 무시할 수 없다. (재한동포연합회 전 이사장 인터뷰)

넷째, 조선족들은 아래의 계층에서 중산층으로의 위치를 확보해 가고 있다. 특히 한국의 많은 집거지에서 조선족들은 창업을 해나가고 있다. 창업은 차별을 극복하려는 방편이 되고 있다. 이처럼 조선족은 자신들이 가진 문화 자본에 정보력, 근면함으로 일어서고 있다.

#### 4) 사회자본

사회적 자본(Social capital) 또는 사회관계자본은 이른바 인맥이다. 여기에는 내부와 외부 유대 활용, 새로운 사회적 및 비즈니스 확장을 네트워크 개발, 지역민과 소통 및 유대관계, 홍보 및 다양한 활동 등이 포함되었다.

첫째, 조선족은 집거지에서 창업 시에 내부 유대를 활용한다. 한국에 있는 내부 연대를 떠난 외부 연대도 활발하다. 한국에는 중국에서 들어오는 물건들이 아주 많다. 요식업이나 식품업을 하는 사람들은 외부 연대를 활용한다.

대림동에는 서탑 냉면집이 있다. 심양의 서탑 사람들은 엄청 많이 간다. 연변에서 온 사람들은 잘 가지 않는다. 연변 출신들은 연변 냉면을 먹는다. 자기 살던 지역의 식당에 가는 것으로 한국에서 보면 지연이라고 할 수 있다. 또한 중국식품 유통업을 하는 동북아체인본부라는 것이 있다. 이 기업은 2014년에 설립하여 다양한 중국식품, 주류 제품을 유통하고 있다. 수입품은 매우 다양하다. 우리가 필요한 냉면가루 등 식재료는 한국에 다 있다. 한국에 없는 재료로 마라 소스 등은 수입품을 사용한다. 중국에서 수입해서 식품을 파는 업체들이 많다. 한국에서 중국제품에 수입제한을 하지는 않는다. 모두 제품이 정상적인 통관절차를 통해서 들어온다. (재한동포연합회 전 이사장 인터뷰)

둘째, 조선족 자영업자 중에는 자신이 거주하는 에스닉 집거지를 넘어 확

장되는 사회적 및 비즈니스 네트워크를 개발하기도 한다. 경쟁이 매우 심하기 때문이다. 그래서 조선족 서울 집거지에서 빠져나간 자영업자들이 많다. 조선족 중에는 동포사회 중심에서 한국인을 상대로 해서 장사하는 사람들이 증가하고 있다. 임대료 상승으로 인해 다른 지역으로 이동도 하기도 한다. 경쟁 심화 요인이 아닌 새로운 시장에 진출하기 위한 다른 원인도 있다.

어떤 지역에는 중국동포들이 거의 없다. 5시 반 이후에 손님들이 많은데 대부분이 한국 사람들이다. 특히 마라탕 집들은 대부분이 한국인을 상대로 해서 장사하고 있다. 대림동 쪽에서는 마라탕 집이 많지 않다. 한국 사람들이 마라탕을 좋아한다. 강남이나 이대 쪽, 백화점 등에서는 한국인들을 상대로 장사한다. 중국인들은 손님으로는 거의 없다. 이들은 한국인들을 상대로 승부를 보겠다는 마음을 먹고 한국 사회에 진출하고 있다. (00신문사 대표 인터뷰)

셋째, 조선족의 사회적 자본으로 다양한 네트워크는 자영업자에게 이익과 기회를 주고 있다. 최근 이민자들은 자신의 에스닉 네트워크와 유대관계뿐만 아니라 지역민과 소통하고 유대하는 경향이 있다. 서울시 자양동 조선족 동포 상인들도 해마다 양꼬치 문화축제를 통해 지역주민을 초청해 조선족 동포 문화교류 행사를 갖고 지역경제 활성화에도 기여하고 있다.

자양동 양꼬치거리상인협회는 양꼬치거리 축제가 있으면 가수를 섭외하거나 축제를 지원하고 후원한다. 중국음식 무료 시식행사에는 음식을 준비해서 온다. 지역구청에서도 보조금을 받기도 한다. 장사가 잘되는 자영업체에서는 경품 구입을 위해 돈을 낸다. 대림동 조선족 집거지의 경우 한국인과 접촉은 거의 없다. 자양동에서는 한국인과 이웃과의 교류가 있다. 단골들과는 친해진다. 새로운 네트워크가 만들어진다. 손님들이 블로그에 글을 올려주거나 소개를 해주기도 한다. 우리는 조선족 상인공동체 모임을 통해서 사회적, 사업적인 역할을 하고자 노력하고 있다. (양꼬치거리상인협회 임원 인터뷰)

반면에 문제는 영업에 있어 경쟁이 심해지기도 한다. 동종 업체들끼리 경쟁하기도 하고, 맛, 가격, 홍보 및 다양한 활동으로 경쟁력을 갖기 위해 노력한다.

비슷한 가게가 많고 경쟁이 심하다. 더불어 문제는 가게에 손님이 많이 줄었다는 점이다. 그 이유는 2차가 없어졌기 때문이다. 1차에서 사람들이 마무리한다. 요즘은 이 지역은 몹시 어려운 편이다. (안산시1 인터뷰)

한국인 손님과 중국동포 손님 주말과 평일 비슷하게 50:50 정도다. 경쟁을 극복하는 노하우가 있다. 단체특도 가지고 있다. 회식이나 식사 예약이 이루어진다. 얼마 전에 홍보영상도 만들어 유튜브 등에 올렸다. 그밖에 다양한 모임 활동을 하기도 한다. 초창기에는 축구모임을 했다. 여기에는 한국인도 포함되어 있었다. 또 독고노인들을 지원하는 봉사활동도 하고 있다. 이곳에 노인 세대들이 많아지고 있다. (서울 가리봉동5 인터뷰)

## 4. 조선족 집거지 경제활동 및 변화

### 1) 조선족 집거지 경제활동

첫째, 조선족 자영업 상황은 다음과 같다. 조선족 자영업자의 공간은 거의 대부분이 임대해서 사용하고 있다. 임대료 상승은 자영업자에게 가장 큰 부담이 되고 있다. 매출액은 물가상승으로 감소하고 있었다.

손님들은 낮에는 적다. 오후 퇴근 시간 이후에 손님들이 많아진다. 평균 하루에 예전에는 70명 정도 왔다. 지금은 40~50명 정도다. 물가상승이 식자재 인상과 음식값 부담으로 이어지고 있다. 요일별로 차이가 있다. 휴일에는 손님이 더 많다. 난감한 때도 있다. (안산시3 인터뷰)

초기 자본금 투자는 적게는 1억 원 이상이 가장 많았다. 그 외에 권리금과 보증금, 인테리어, 도구 준비 등도 큰 부담이 되었다. 하지만 어렵다고 말하는 자영업자는 하나도 없었다. 사업을 한 지가 오래된 사람들은 소위 투자 자금을 회수한 경우가 많았다. 대체로 사업 자금 사정은 나쁘지 않았다.

조선족 자영업자들의 일일 영업시간은 평균 12시간 정도로 매우 긴 편이라고 할 수 있다. 쉬는 날은 거의 없었다. 특별한 날이나 일이 있으면 물론 쉬는다고 한다.

둘째, 조선족 집거지 경제활동 실태는 다음과 같다. 경제활동은 지역별로 차이가 있기도 한다. 서울시 대림동과 가리봉동은 조선족 집거지 경제의 중심이라면 서울시 자양동이나 다른 수도권 조선족 집거지 경제는 한국인 중심의 영업으로 경쟁을 극복해 가고 있었다. 하지만 동족으로 인해 동족이 유사 사업 부문에 종사하는 경우 소득이 감소시킬 수 있다.<sup>26)</sup> 조선족들은 이러한 어려운 환경과 조건 속에서도 모든 문제를 개인적인 요인으로 보고자 했다.

자양동 꼬치구이거리상인협회 구성은 자영업 업종에 상관없이 130여 명 정도다. 꼬치구이 비율 50%, 나머지 샤부샤부, 냉면, 요리(중국음식의 볶음요리) 50% 정도다. 업종이 유사하여 경쟁이 되기도 한다. 특히 여성분들이 많이 나와서 일을 하고 있다. (양꼬치거리상인협회 임원 인터뷰)

종업원은 4명이며 여기에는 가족들이 참여하고 있다. 다른 업종 자영업자들도 평균 3~4명의 종업원이 일하고 있다. 손님들이 많아 장사가 잘 되면 중국 출신 아르바이트 유학생들을 활용한다. 이들은 학비를 벌기 위해서 일한다. 그렇다 하더라도 추가 종업원은 부담이 된다. 주방장 월급은 평균 월 400만 원 정도다. 매출도 참고한다. (서울 자양동1 인터뷰)

집거지의 조선족 수 감소, 업체의 경쟁이 치열하면 경제활동이 어려울 수밖에 없다. 특히 물가, 가스, 전기료, 임대료 인상, 지역 재개발 계획 등으로 음식 가격이 오르다 보니 더 어려움이 많다.

코로나 19로 떠나고 자양동 대단지 아파트 조성 계획이 수립되면서 많이 떠났다. 더욱이 물가, 전기세, 임대료, 음식값 상승은 영업에 지장을 주고 있다. 음식 재료를 사다가 집에서 먹는 경우가 늘어나 밀키트(meal kit)가 요즈음 잘 나간다. (서울 자양동3 인터뷰)

그리고 회사의 자발적 폐업 신청도 이루어지고 있다. 폐업 원인은 코로나

---

26) William R. Kerr, Martin Mandorff, "Social Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship", *Harvard Business School Working Paper*, Vol. 16, 2016, pp.1~17.

19 시기를 제외하고는 환경변화보다는 개인적인 요인이 오히려 크다.

폐업하는 사람들은 많은 이유는 경기 때문이다. 코로나19 때도 많았다. 그밖에 여러 원인이 있다. 월세 부담도 그 요인이다. 대림동만 보더라도 건물을 가지고 있는 한국인은 갑질을 많이 한다. 월세를 마음대로 올린다. 주택임대차보호법에 따라서 하는 것이 아니라 텃세를 많이 해서 피곤하다. 임대료 외에 또 다른 것을 상납하기를 원하기도 한다. 명절 등에는 선물 같은 것을 가져다주어야 한다. 그래서 거주지 변경이나 이동하는 경향이 있다. 여기서 살기 힘드니까! (서울 대림동3 인터뷰)

셋째, 조선족 자영업자가 한국인과 비교해 창업이나 운영에 있어 법적·제도적인 차별은 없었다. 외국인이라서 더 과한 문제는 없다.

자영업 운영에 있어 중국동포에 대해서만 특별히 어려운 점은 없다. 체류 보장이 보다 더 잘 되었으면 한다. 같은 민족으로 조국 땅에 왔다는 인식이 필요하다. 외국인 취급하는 것이 마음이 아프다. F-4 비자도 제한적인 점이 있다. 한국 정부는 중국동포가 체류를 원하면 체류하게 했으면 한다. 동포들은 귀화시험을 보아야 한다. 때로는 자격시험을 보아야 한다. 최대한 편하게 체류할 수 있어야 사업도 편하게 할 수 있다. 혹시 교통사고나 잘못하여 사고가 나면 중국으로 돌아가야 하는 상황도 벌어진다. 중국 눈치 보지 말고 동포 문제는 당당하게 접근하면 좋을 것 같다. 한중 관계도 지금 최악이다. 중국과 갈등이 심해지면 중국동포가 피해 본다. 한국 정부에서는 사업상 지원을 받아보지 못했다. 물론 코로나 시기 일부 지원을 받기도 했다. 세금은 제대로 내고 있다. (부천시1 인터뷰)

한국 사업에서 법적, 제도적 어려움은 없다. 행정기관 규제는 특별히 없다. 은행 이용도 문제없다. 대출도 이제는 문제없다. 세금 문제는 세무사를 활용한다. 구청에서 필요한 정보를 받기도 하고 지원이 있다고 해서 이용한 적이 있다. 소상공인에게 지원하는 주방개선환경사업이었다. 신청하면 대응자금으로 해서 지원받는다. 덕트(duct, 오염된 공기를 외부로 내보내는 공기조화설비)같은 것도 할 수 있도록 지원하기도 했다. (서울 자양동4 인터뷰)

## 2) 조선족 집거지 경제활동 변화

첫째, 조선족 자영업체들이 업종을 변경하고 있지만 많지는 않다. 장사가 안돼서 가능성이 있는 업종으로 변경하거나. 자신이 선택한 것이 안 되어 다른 것으로 시도한 경우다. 자기 아이디어, 자신이 보유한 기술을 가지고 하다 보니 그렇기도 하고 보통 자기 하고 싶은 것을 하다 보니 그렇기도 하다. 양꼬치하다가 사부사부, 마라탕 등 다른 업종으로 하는 것은 경우다.

서울 자양동에서 업종 변경(폐업 포함)한 사람들은 10% 정도 추산된다. 요즈음 유행한 메뉴는 중국 가서 기술을 배워오기도 한다. 한국에서 인기를 끄는 중국식품들이 있다. 처음에 양꼬치, 휘귀, 마라탕, 그리고 최근에는 탕후루, 딤섬이 있는 도삭면 등이 인기가 높다. (양꼬치거리상 인협회 임원 인터뷰)

중국동포들이 김밥집에서 근무한다. 여기서 몇 년 하면 노하우가 생긴다. 그러면 창업을 한다. 전철역 근처 등에서는 장사가 잘된다. 그래서 가게를 내어서 사업을 한다. 서울 전철역 주변에 김밥집은 동포들이 많이 하고 있다. 밀집지역이 아닌 지역으로도 확산되고 있다. 여성분들은 가게 차리게 되면 말투도 한국식으로 바꾸기도 한다. (00신문사 대표 인터뷰)

하지만 조선족 자영업체들의 두드러진 경제활동 변화는 업종 변경보다는 사업 확장에 있다. 다른 지역에 체인점을 가지고 있거나 물류업체를 가진 업체는 중국식당과 식품점에 제품을 납품하였다. 더욱 놀라운 점은 조선족이 없는 곳에도 과감하게 투자를 하고 있는 것이다.

2007년 냉면집이 잘되어서 안산시, 가리봉동, 자양동, 대림동 등 인근 지역으로 체인점을 열었다. 그 외에도 양꼬치 등도 메뉴에 추가해 판매하고 있다. 음식점 2층에 소규모 웨딩홀을 운영하고 있다. 이는 결혼식, 칠순 잔치 등 웨딩홀의 필요성을 느꼈고, 음식점과 시너지를 내는데 적합한 사업이라고 생각했다. (서울 가리봉동3 인터뷰)

전국에 중국 식품을 파는 마트나 중국식당 가운데 우리 회사 제품을



많이 사용하고 있다. 서울과 경기지역의 업체에는 냉동탑차로 직접 납품하고 나머지 지역의 업체는 대형회사를 통해서 한다. 경기도 광주에 물류센터도 세웠다. (시흥시 00식품 대표 인터뷰)

서울 종로에 양꼬치 집을 열었다. 손님 중에 조선족은 거의 없다. 우리 매장은 고객의 99%가 한국인이다. 이후 수도권에도 직영점과 가맹점을 냈다. 이들 사장은 나의 친인척과 지인이다. (서울 종로 요식업 대표 인터뷰)

둘째, 조선족 자영업자 중에는 여성 창업자가 절반 이상을 차지하고 있다. 여성 창업(여성 사업자 명의) 여성인 명의 비율이 높다.

한국의 정착 과정은 중국동포의 여성들로부터 출발했다. 현재 약 66만 명 중에서 여성이 훨씬 많다. 재산권도 여성들이 많이 가지고 있다. 정확히 말하기가 그렇지만 과반수 이상은 여성 사업자 명의로 추산되고 있다. 한국은 남성과 여성이 구분되어 있지만, 조선족은 그렇지 않다. 남녀가 같이 일을 한다. (안산시2 인터뷰)

이번 인터뷰 조사를 분석한 결과, 총 24개 업체 중에서 여성이 17개 업체였다. 이는 관련된 창업이 아무래도 여성과 긴밀한 음식문화와 관계를 맺고 있기 때문일 것이다.

셋째, 조선족 집거지가 차츰 전국단위로 분화되고 있다. 조선족들은 대도시를 선호하는 경향이 있다. 놀라운 점은 거주지 분화가 자영업 공간 임대료 상승에 기인하고 있다는 점이며, 이것은 자녀교육보다도 우선순위가 되고 있기도 했다.

임대료가 매우 비싸고 강남 수준이다. 폐업도 일어난다. 임대료는 같은 평수라고 할 때 대림동보다 자양동은 100만 원 정도 더 추가가 될 것이다. 자양동 우리 가게는 80평 기준으로 해서 350~450만 원 정도다. 집주인마다 조금씩 다르다. 권리금도 많이 났다. 월세가 비싸서 중국동포들이 자양동에서 부친과 같은 쪽으로 떠났다. 특히 자양동 주택 대단지 사업이 진행되면서 임대료가 상승하면서 떠났다. 코로나19 시기에는

어려움이 있었다. 그때는 현상 유지가 중요했다. 자기 돈이 나가기도 했다. 여럿이 폐업을 하기도 했다. (양꼬치거리상인협회 임원 인터뷰)

사실 서울 영등포구 대림동, 구로구 구로동의 중국동포들이 부천, 부평, 수원 등으로 수도권 지역 내 타 도시로 많이 이동하고 있다. 그것은 가족 단위로 거주하다 보니 빌라 아파트 등을 구매해 이동하거나, 주거 비용이 적게 들어가는 곳, 또는 주차가 용이한 곳을 찾아 이동하고 있다. 과거에는 지하철 등 교통이 편리한 곳을 찾았다. 지금은 자동차 자가용 시대, 가족단위 거주 시대, 내집 마련 시대를 맞다 보니 서울 지역을 벗어나 보다 저렴한 곳으로 이주하는 중국동포 사회의 변화상이 뚜렷이 나타나고 있다. (수원시 요식업 대표 인터뷰)

서울 대림동의 상권에 인구변화가 나타나고 있다. 이곳의 초등학교 학생들의 수가 줄어들고 있다. 이는 이곳에서 젊은층이 살지 않고 다른 지역으로 떠난다는 것이다. 이곳 00초등학교 학급 학생 17~18명 정도이고, 학급도 2~3개 반 정도로 줄어들었다. (00초등학교 교사 인터뷰)

이처럼 조선족 자영업자들의 지역 분화와 사업 확장이 늘어나고 있다. 반면 자영업체의 수는 어느 정도까지는 조선족 집거지 규모와 관련이 되어 있지만 시간이 지날수록 마을 환경이나 구조, 일자리, 임대료 등에 따라 한계를 보이게 될 것이다.

한편, 조선족 자영업체로 인해 조선족 사회에서 그들 간에 사회경제적 차원의 계층분화가 나타나고 있다. 하지만 사회적으로 주류사회에 진출하기보다는 경제적으로 계층이동 하는 경향이 강하게 나타나고 있다. 그 근거로 국토교통부가 발표한 통계자료를 보면 잘 알 수 있다. 2023년 6월 말 기준 국내 주택을 보유한 외국인인 모두 8만5358명으로 집계됐는데, 이 중에서 중국인이 4만7327명으로 전체의 54.3%로 절반 이상을 차지했다. 주로 주택은 부천시, 안산단원구, 시흥시, 평택시, 서울강남구 등 보유한 주택 73.3%는 수도권에 있었다.<sup>27)</sup>

---

27) 국토교통부 보도자료, 「2023년 6월 말 기준 외국인 주택·토지 보유 통계 공표」, 국토교통부, 2023.

동포 중에서 경제적 측면에서 주류로 이동하는 사람이 있다. 전체 동포 중에서 사회적 계층 이동(규모)은 그리 많지 않은 편이다. 대림동만 하더라도 100억 대 재산을 소유하고 있는 동포들이 10여 명 이상 된다. 그들은 빌딩을 소유하고 있다. 이런 사람들은 임대업 사업, 요식업 등 사업을 하고 있다. 빈손으로 와서 이런 재산을 소유하게 된 것만으로도 대단한 일이다. 그야말로 이들은 무에서 유를 창조한 성공하신 분들이다. (서울 대림동3 인터뷰)

사업을 한 지가 오래된 사람은 아파트를 소유하고 있다. 지인 중에 40대 중국 흑룡강성 동포가 있다. 한국에서 유통 사업을 해서 서울에 아파트 2채를 샀다. 아파트 1채가 20억이 넘는다. 그는 장인, 장모를 모시고 살고 있다. 자동차 벤츠를 타고 다닌다. 이렇게 잘사는 사람도 있다. 이런 사람들이 상당히 많아지고 있다. 부자들은 대림동이나 가리봉동이 아닌 강남이나 다른 곳에서 살고 있다. 하지만 아직 주류사회 진출은 이른다. 하층에서 중상층 이상으로 계층 상승이 되고 있는 것은 분명하다. (서울 가리봉동2 인터뷰)

조선족 동포사회도 초창기보다는 많이 향상되고 있다. 하지만 한국 사회에서 조선족들의 계층이동이 단기간에 이루어지는 것은 어려울 수 있다. 창업은 사회적 계층이동을 이룰 수 있는 중요한 수단 중 하나이다.

그리고 조선족 사회에서 새로운 계층 형성 조짐이 있다는 점이다. 초창기에는 조선족들은 기피 직종에서 일을 했다. 2005년 전후 입국한 조선족은 무역, 관광 등 다양한 업종에서 일하고 있다. 2008년 이후부터 법적 지위가 개선되면서 엘리트들, 경제인들, 젊은이들이 한국에 많이 오면서 다양한 분야에서 활동하고 있다. 이들은 한국제품을 중국에다 파는 거 훨씬 쉽다. 왜냐하면 그들의 인적 네트워크나 판로가 중국에 있기 때문이다. 이들 중에는 중국 기업 한국 대표를 하고 있는 경우도 있다.

이들은 한국에서 잘살고 있다. 중국에서 상당한 밑천을 가지고 오기도 한다. 30대 후반 정도 되는 젊은이들이다. 중국기업 한국대표들은 중국 기업에서 파견한 자들이다. 이들은 한국에서 살고 사업하는 그룹이다. 또 다양한 그룹이 있다. 이들도 대표로 나와서 중개 역할을 주로

하고 있다. 물론 아주 큰 부자는 아니다. 이들은 한국 상품을 중국에 보내고 중국 상품을 한국에 가져오고 그런 중간 역할을 한다. 사업 투자도 하기도 한다. 이들은 한국의 중소기업체 내에 중국시장과 전자상거래에 대해 이해하고 대응하는 전문인력이 부족한 틈새시장을 노리고 있다. (중국기업 한국사무소대표 인터뷰)

조선족 집거지 상권에서 일어나는 다른 변화로는 조선족 동포 유학생들이 자영업에 도전을 시도하고 있다는 점이다. 규모가 작은 가게에 나이 젊은 층이 친구들과끼리 힘을 합쳐 동업하는 모습이 보인다. 기존의 창업과는 다른 모습이다. 하지만 이것이 조선족 청년들의 노동시장 분화로 작용할지는 아직 불분명하지만, 중국사회로의 진출과 한국 주류사회로의 진출을 두고 고민하는 여러 갈래 중의 하나로 보인다.

## 5. 맺음말

이 연구는 국내의 집거지 조선족 자영업자의 창업에서 에스닉 자원 동원 과정 및 경제활동과 변화에서 나타나는 에스닉 집거지 경제 특성들을 고찰하는 것이다. 첫째, 조선족 집거지 경제 조직(창업과정)에 대한 정리는 다음과 같다.

조선족의 창업 시 경제자본은 한국에서 자체적으로 벌어서 저축한 돈으로 창업하거나 가족, 형제에게서 일부 돈을 빌려서 창업하였다. 은행 대출이나 동업은 선호하지 않았다. 조선족 자영업자의 학력은 높지 않았다. 조선족의 이전 비즈니스 경험은 한국에서 자영업 창업 직종선택에 영향을 주고 있었다. 문화자본으로는 조선족에게는 상업적인 한족의 영향, 근면과 일에 의지와 열정, 한국어 구사 능력, 창업을 통한 차별 극복 노력, 정보력 등이 도움이 되었다. 사회적 자본으로는 조선족은 집거지에서 창업 시에 내부 유대(가족, 친족)를 가장 많이 활용한다. 더불어 그들은 새로운 사회적 및 비즈니스 확장을 네트워크 개발, 지역민과 소통 및 유대관계, 홍보 및 다양한 활동 등을 하고 있었다.

둘째, 조선족 집거지 경제활동은 다음과 같다. 월 매출액은 코로나 이전에 비해 물가상승으로 매출액이 약간 감소하고 있었다. 집거지 자영업자들은 경쟁을 유발하기도 한다. 조선족의 폐업은 불경기와 임대료 상승이 주된 요인이었다. 하지만 조선족들은 이러한 어려운 환경과 조건 속에서도 모든 문제를 개인적인 요인으로 보고자 했다.

셋째, 조선족 집거지 경제활동 변화는 다음과 같다. 조선족 자영업체들이 업종을 변경하는 것은 많지 않으며, 오히려 새로운 유행 메뉴를 도입도 하며 사업 확장을 진행해 오고 있다는 점이다. 조선족들은 다른 지역에 체인점을 가지고 있거나 물류업체를 가진 업체는 중국식당과 식품점에 제품을 납품하였다. 또한 조선족이 없는 곳에도 과감하게 투자를 하고 있는 것이다. 이제 조선족 집거지는 차츰 전국단위로 분화되고 있다. 놀라운 점은 거주지 분화가 자영업 공간 임대료 상승에 기인하고 있다는 점이며, 이것은 자녀교육보다도 우선순위가 되고 있기도 했다.

이를 통해 볼 때 조선족 집거지 경제는 그동안 어느 정도까지는 조선족 집거지 규모와 관련이 되어 성장해 왔지만, 시간이 지날수록 마을 환경이나 구조, 일자리, 임대료 등에 따라 한계를 보이게 될 것이다.

## 참고문헌

- 국토교통부 보도자료, 「2023년 6월 말 기준 외국인 주택·토지 보유 통계 공표」, 국토교통부, 2023.
- 박 우, 「재한 조선족 집거지 사업가에 대한 사회학적 연구: 시민(권)적 지위와 계급적 지위의 상호작용을 중심으로」 서울대학교 박사학위논문, 2017.
- 박위준, 「귀한 중국 동포의 기존 밀집 지역을 벗어난 곳에서의 자영업 창시」 서울대학교 석사학위논문, 2014.
- 법무부 출입국·외국인정책본부, 「외국국적동포 거소신고 현황(2024년 3월 말 기준)」, 법무부, 2024.
- 여성가족부, 「2021년 전국다문화가족실태조사」 한국여성정책연구원, 2022.
- 임석희, 「미국 시카고 대도시권의 한국인 자영업특성과 성격 변화」, 『국토지리학회지』 43(2), 국토지리학회, 2009.
- 정선주, 「재한 조선족 자영업자의 한국 정착과 창업에 관한 현상학적 연구: 경기도 부천시 사례를 중심으로」, 『현대사회와 다문화』 11(4), 대구대학교 다문화사회정책연구소, 2021.
- 정수열, 「이민자의 주거 집중이 자영업 활동에 미치는 영향」, 『국토지리학회지』 44(1), 국토지리학회, 2010.
- 정수열·임석희, 「도시 내 이민자 자영업의 시공간적 역동성: 시카고 거주 한국인 이민자를 사례로」, 『한국경제지리학회지』 15(3), 한국경제지리학회, 2013.
- Alejandro Portes, Leif Jensen, “The Enclave and the Entrants: Patterns of Ethnic Enterprise in Miami Before and After Mariel”, *American Sociological Review*, Vol. 54, No. 6, 1989.
- Alejandro Portes, Robert D. Manning, “The immigrant enclave: Theory and empirical examples”, *Competitive ethnic relations*, 1986.
- Gary S. Becker, *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*, National Bureau of Economic Research, New York: Columbia University Press, 1964.
- George J. Borjas, “The Self-employment Experience of Immigrants”, *The*

- Journal of Human Resources*, Vol. 21, No. 4, 1986.
- In-Jin Yoon, *On My Own: Korean Businesses and Race Relations in America*, Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Ivan Light, Edna Bonacich, *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles, 1965~1982*, Riverside: University of California Press, 1991.
- Jin-Kyung Yoo, *Korean Immigrant Entrepreneurs: Network and Ethnic Resources*, New York: Routledge, 1998.
- Kye Young Park, *The Korean American Dream: Immigrants and Small Business in New York City*, New York: Cornell University Press, 1997.
- Magnus Lofstrom, "Labor market assimilation and the self-Employment decision of immigrant entrepreneurs", *Journal of Population Economics*, Vol. 15, No. 1, 2002.
- Mark S. Granovetter, "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6, 1973.
- Pierre Bourdieu, *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: New York: Greenwood, 1986.
- Pyong Gap Min, *Ethnic Business Enterprise: Korean Small Business in Atlanta*, New York: Center Migration Studies, 1988.
- William R. Kerr, Martin Mandorff, "Social Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship", *Harvard Business School Working Paper*, Vol. 16, 2016.
- Yu Zhou, "Beyond ethnic enclaves: Location strategies of Chinese producer service firms in Los Angeles", *Economic Geography*, Vol. 74, No. 3, 1998.

<Abstract>

**A study on the organization, activities and changes  
of the ethnic enclave economy in Korea  
- Focusing on Korean-Chinese self-employed -**

Kim, Young-Sool

This study examines the economic characteristics of ethnic enclaves in the process of mobilizing ethnic resources and their activities and changes in the start-ups of Korean-Chinese self-employed in domestic enclaves. For this, this study conducted interviews in eight regions, including Daerim-dong, Garibong-dong, and Jayang-dong in Seoul, Bucheon-si, Suwon-si, Siheung-si, Ansan-si, and Hwaseong-si in Gyeonggi-do.

The main characteristics of the Korean-Chinese enclave economy revealed through this study are as follows. The ratio of Korean-Chinese self-employment startups in Korea is not lower than that of Korean people, but is much higher than the ratio of foreign founders. When it comes to gender, women account for more than half of the self-employment startups than men. Even though Korean-Chinese live in Korea, they show the same commercial characteristics as Han Chinese people.

Additionally, some Korean-Chinese business owners have developed social and business networks that extend beyond the ethnic community in which they live. A notable change in the economic activities of Korean-Chinese self-employed people is the expansion of their business into other regions, which is serving as an opportunity to differentiate their residences. In that respect, the Korean-Chinese enclave economy has grown in relation to the size of the Korean-Chinese enclave to some extent, but as time goes by, it will show limitations depending on the village environment, structure, jobs, rent, etc.

\* Key Words: Korean-Chinese, ethnic enclave, enclave economy, business expansion, residential differentiation

· 논문투고일: 2024년 06월 04일 · 심사완료일: 2024년 07월 22일 · 게재결정일: 2024년 07월 25일