

---

# 입법영향분석모형 개발: 「유통산업발전법」에 따른 영업시간 제한 사례를 중심으로

---

이 해 춘(연구책임자)

2015. 12.





**입법영향분석모형 개발: 「유통산업발전법」에 따른  
영업시간 제한 사례를 중심으로**

2015. 12.

연구책임자: 이해춘 (성균관대학교)

참여연구원: 박경영 (성균관대학교)

김남현 (성균관대학교)

이은지 (성균관대학교)



# 제 출 문

국회 입법조사처장 귀하

본 보고서를 「입법영향분석모형 개발: 『유통산업발전법』에 따른 영업시간 제한 사례를 중심으로」 연구용역의 최종보고서로 제출합니다.

2015년 12월

이 해 춘



# 차 례

## □ 요약

### I. 연구 배경 및 목적 / 1

- 1. 연구의 배경 ..... 1
- 2. 연구의 목적 ..... 2

### II. 선행연구 / 4

- 1. 입법영향평가의 논의 ..... 4
- 2. 관련 영향평가 제도 ..... 5
- 3. 영업시간 제한 관련 연구 ..... 8

### III. 입법영향분석 모형 / 12

- 1. 분석모형의 개요 ..... 12
- 2. 입법영향의 분석 기법 ..... 14

### IV. 사례연구: 유통산업발전법 / 24

- 1. 유통산업발전법의 영업시간 제한 내용 ..... 24
- 2. 유통산업 현황 ..... 25
- 3. CVM 추정 방법론 ..... 34
- 4. 조사방법과 설문 설계 ..... 40

5. 분석 결과 .....	44
6. 사례분석의 함의와 이론적 검정 .....	61

V. 결론 및 정책적 함의 / 66

1. 영업시간 제한 전후의 유통산업 환경 변화 .....	66
2. 법 개정의 긍정적인 측면 .....	67
3. 법 개정의 부정적인 측면: 사회적 효율성 저하 가능성 .....	69
4. 제도적 보완의 필요성 .....	69

참고문헌

부록



## 표 차례

[표 4-1] 유통산업발전법의 영업시간 제한 주요 내용 .....	25
[표 4-2] 대규모점포 및 전통시장의 매출액 및 점포수 .....	27
[표 4-3] 대규모점포 및 전통시장의 매출액 단위 당 종사자 수 .....	28
[표 4-4] 대규모점포 주요 3사 매출 증감률 .....	28
[표 4-5] 주요 대규모점포의 매출액과 점포 수 .....	29
[표 4-6] SSM의 시장규모 .....	30
[표 4-7] SSM의 사업체수 및 종사자 수 .....	30
[표 4-8] 주요 SSM의 매출액과 점포수 .....	31
[표 4-9] 전통시장 현황 .....	31
[표 4-10] 전통시장 종사자 수 .....	32
[표 4-11] 전통시장 일평균 매출액 .....	33
[표 4-12] 전통시장 고객 수 .....	33
[표 4-13] 응답업체의 구성 .....	40
[표 4-14] 제시액과 응답자 수 .....	43
[표 4-15] 월평균 영업일 수 .....	44
[표 4-16] 규제로 인한 고객 수의 증감 .....	45
[표 4-17] 규제로 인한 종업원의 증감 .....	45
[표 4-18] 규제 전 후의 경쟁-보완 관계 인식 .....	46
[표 4-19] 규제 전 후의 상생가능성 인식 .....	47
[표 4-20] 규제강화의 전통시장 매출액 증가율 추정 결과 .....	50
[표 4-21] 규제강화로 인한 전통시장 매출 증가율의 기댓값과 신뢰구간 .....	50
[표 4-22] 규제폐지의 전통시장 매출액 감소율 추정 결과 .....	52
[표 4-23] 규제폐지의 전통시장 매출 감소율의 기댓값과 신뢰구간 .....	52

[표 4-24] 규제강화의 대규모점포 매출액 감소율 추정 결과 .....	53
[표 4-25] 규제강화에 대한 대규모점포 매출 감소율의 기댓값과 신뢰구간 ....	54
[표 4-26] 규제폐지의 대규모점포 매출액 증가율 추정 결과 .....	55
[표 4-27] 규제폐지에 대한 대규모점포 매출 증가율의 기댓값과 신뢰구간 ....	55
[표 4-28] 규제강화/폐지에 따른 이해당사자의 매출 변동 .....	56
[표 4-29] 규제강화/폐지에 따른 유통산업 매출액 변동 .....	59
[표 4-30] 상생발전 가능 그룹의 매출액 증감률 추정 결과 .....	60
[표 4-31] 대규모점포 영업시간 규제 전후 비교 .....	64

## 그림 차례

[그림 3-1] 입법영향평가의 계량화 과정 .....	13
[그림 4-1] 종합소매업의 사업체 수, 종사자 수, 매출액 추이 .....	26
[그림 4-2] DBDC CV 질문형식 .....	41



## I. 연구 배경 및 목적

### 1. 연구의 배경

- 국회는 법률의 제정으로 발생할 수 있는 경제 사회적 비용과 부담을 최소화하고 입법의 목적을 효과적으로 달성하기 위해 다단계적인 입법과정을 거치고 있음
- 정부입법안이나 의원입법안 모두 ‘국회상임위의 심사 → 법제사법위원회의 자구심사 → 전원위원회의 심사 → 본회의 심사 → 법률안 공포’의 다단계적인 과정을 거치고 있음
  - 이 과정에서 정부입법안은 규제영향분석을 통해 규제의 필요성, 규제의 대안 검토 및 비용편익 분석, 규제의 적절성과 실효성 등을 검토하고 있음
  - 그러나 정부입법안에서 실시하고 있는 규제영향분석은 규제의 적절성과 단기적인 비용-편익 분석에 그치고 있어, 법안이 장단기적으로 국민생활에 어떤 영향을 미칠 것인가를 사전적으로 파악하지 못하고 있음
- 특히 국민경제에 큰 영향을 미치는 법과 제도는 시행 후 조정하기 보다는 제도 시행 이전에 사회경제적으로 어떠한 영향을 미칠 것인가를 사전적으로 평가할 수 있는 사전적 평가시스템을 갖출 필요가 있음
  - 즉, 사전적 영향 평가를 통해 이해 당사자 혹은 국민경제에 미칠 영향을 면밀히 분석하고, 이를 통해 국민적 합의를 도출할 필요가 있음
  - 이를 위해 국민경제와 관련된 사회경제적 법률은 입법 목적을 효과적으로

로 달성하고 사회적 합의를 도출하기 위해 입법영향의 효과를 계량적으로 평가할 필요성이 있음

## 2. 연구의 목적

- 본 연구에서는 법 제정의 효과를 계량적으로 파악할 있는 방법론을 개관하고 입법영향 평가에 대한 적용 가능성을 높이기 위한 사례연구를 실시함
- 유통산업발전법에 의한 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정 등의 규제는 유통산업에 영향을 미침
  - 최근 소매유통시장에서는 대규모점포와 기업형 슈퍼마켓의 급성장으로 인해 해당 지역에서 상권을 공유하는 중소유통업체(전통시장의 상권 등)가 쇠락하는 부정적인 양상이 전개되고 있음
  - 국회는 전통시장과 지역상권의 경쟁력을 제고시키기 위해 대규모점포와 준대규모점포에 대한 영업시간을 제한하고 의무휴업일을 지정하는 규제를 도입하였음
    - 2012년과 2013년 두 차례에 걸쳐 개정된 유통산업발전법에서는 대규모점포 등의 영업시간을 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 제한하고, 의무 휴업일을 매월 2일로 확대하였음
  - 이러한 규제의 도입은 이해 당사자인 대규모점포 등과 전통시장의 시장 경쟁력을 변화시켜 유통산업의 생산 및 매출에 영향을 미침

- 본 연구에서는 사례연구로서 대규모점포 등에 대한 영업시간 제한과 의 무휴업일 지정 제도의 경제·사회적 효과를 계량적으로 분석하여, 동 제도의 입법 목적이 어느 정도 달성되고 있는지를 파악하고자 함
- 이를 위해, 입법영향 평가에 이용할 수 있는 계량화 기법들을 개관한 후, 실태조사를 통해 구득한 자료를 비용-편익적 관점에서 분석함

## II. 선행연구

### 1. 입법영향평가의 논의

- 입법관련 영향평가는 주로 제도연구의 관점에서 전통적인 법 이론적 접근을 시도하여 왔음
  - 특히, 규범적 연구의 관점에서 볼 때 특정한 법의 평가는 입법 목적인 정의의 원리에 대한 평가와 법 조항들이 정의의 원리를 실제로 구현하고 있는가에 대한 평가임
    - 평가의 핵심은 법에 의해 불법으로 규정되는 행위들이 실제로 부정의한 행위인가의 문제와 부정의한 정도에 따라 비례적인 처벌이 가해지는가의 문제라고 할 수 있음
  - 최유진(2011)은 입법과정상의 영향평가제도에 전반적인 틀과 체계를 제도적 관점에서 분석하고, 통합적 영향평가를 주장함
  - 정창화(2003)는 규제영향분석의 분석기법으로 비용편익분석, 헤도닉가격 분석법, 조건부가치측정법 등을 소개하고 적용방안을 제시함
- 다른 한편으로, 법이 개인 혹은 사회적인 미래의 행위에 미치는 영향을 파악하기 위해 법 경제적 접근이 시도되어 왔음
  - 법이 제정되거나 개정되면, 개인들의 특정한 행위가 낳을 결과가 달라지며, 이는 개인의 각 행위에 대한 인센티브를 변화시키고, 그에 따라 합리적 개인의 최종적 선택이 달라지며 이는 결국 사회적, 집합적 결과들을 변화시키게 됨



- 특히 경제나 산업영역을 규제하는 법의 경우, 본래 그 법이 규제하고자 하는 산업영역이나 이해 당사자만을 대상으로 하는 부분 균형적 평가와 경제 전체의 영역을 고려한 일반 균형적 평가로 구분할 수 있음
  - 부분 균형적 입법영향 평가는 규제가 적용되는 산업영역이나 이해 당사자의 기대이익과 기대비용을 적절히 비교하여 법의 적절성을 평가하는 방법임
  - 일반 균형적 입법영향 평가는 규제의 도입으로 특정 산업에서 발생하는 영향이 다른 시장 및 국민경제에 미치는 효과를 포괄적으로 고려한 평가라고 할 수 있음
- 이러한 방식의 연구들은 매우 유용함에도 불구하고, 입법 영향에 대한 사전평가로서 일정하게 한계를 가짐
  - 부분균형이나 일반균형 모델을 통해 법률의 영향을 평가하려면 법률의 내용들이 일정하게 모형의 모수로 포착될 수 있어야 하며, 또한 법률의 내용이 구체적으로 주어져 있어야 함

## 2. 관련 영향평가 제도

### 가. 예비타당성조사

- 예비타당성조사 제도는 대규모 개발 사업에 대한 개괄적인 조사를 통하여 경제성 분석, 정책적 분석, 투자우선순위, 적정투자시기, 재원조달 방법 등 사업의 타당성을 검증함으로써 대형신규사업의 신중한 착수와 재정투자의 효율성을 높이기 위한 제도임

- 예비타당성조사에서는 정부정책 등의 영향 평가에서 결과의 객관성을 담보하고자 계량적 접근을 시도하고 있음
- 정부의 공공정책에 대한 예비타당성조사는 정부의 주요 사업에 대해 비용-편익 분석을 실시하고, 사업의 경제성, 정책성 및 지역균형발전에 대한 정책 제언을 시도하고 있음
  - 동 제도에서는 제도 시행의 국민경제적 영향을 파악하기 위해 가능한 비용-편익분석을 주로 시행하고 있음
  - 예비타당성조사에서는 법령에 의해 표준지침을 만들고 평가 대상부문에 따라 비용-편익 분석의 공통적인 계량화 지침을 제시하고 있음

#### 나. 고용영향평가<sup>1)</sup>

- 고용영향평가란 정부의 다양한 미시적·거시적 정책이나, 포괄적 재정사업 및 대내외적인 사회경제적 환경 변화가 국민경제상 고용에 미치는 영향, 즉 고용창출, 고용유지, 고용안정 등 고용에 관련된 제 영향을 사전적 사후적으로 평가·분석함과 동시에 이를 기초로 고용 친화적 선순환 경제 구조를 지향하기 위한 정책적 대안들을 마련하는 것이라고 규정할 수 있음
- 고용영향평가는 구체적인 특정 제도나 정부 사업이 고용에 미치는 효과를 계량화하기 위해 정량적 분석과 정성적 분석을 병행하고 있음
- 정량적 평가란 객관적인 통계자료를 이용하여 수량적으로 평가지표(혹은 지수)를 구성하여 객관적인 평가를 실시하는 것으로, 정량지표를 이

1) 주무현·이해춘 등(2010)에서 발췌, 정리함

용하여 고용영향을 평가하는 것임

- 정부정책의 변화나 재정사업 등으로 인한 일자리 창출량, 소멸량, 순  
일자리 창출량, 상시 근로자 수 등의 변동량인 정량적 지표로 측정될  
수 있음
  - 정량적 지표는 고용보험 데이터베이스나 행정통계, 실태조사 등을 통  
해 구축된 통계자료로 구성할 수 있음
  - 정량적 평가에는 미시적, 거시적, 계량경제학적 방법론을 동원하여 분  
석한 결과를 포함하고 있음
- 정성적 평가란 객관적인 정량적 지표로 반영할 수 없는 질적인 요소를  
반영하는 것으로, 질적인 요소는 고용환경을 의미하는 근무조건, 근무환  
경, 고용 안정성 및 지속성 등 정량적이고 객관적인 수치로 표현될 수  
없는 것을 의미함
- 정성적 평가의 질적 요소는 구조화된 설문지나 체크리스트 등을 이용  
한 이해당사자나 전문가를 대상으로 하는 실태조사, 면담조사(혹은  
FGI) 등을 통해 추출하는 것이 일반적이며, 정성적 평가 결과는 서술  
적 형태로 표현하거나 일정한 조건을 부여하고 숫자로 표현함으로써  
지수화 할 수 있음
- 고용영향평가의 계량화 기법에는 경제학적 분석 틀이 활용되는데, 구체  
적으로 거시적 접근에는 국민경제모형, 미시적 접근에는 각종 회귀분석  
모형 등이 이용되고 있음
- 미시적 분석이란 행정통계나 실태조사를 이용하여 추출한 통계 데이터  
혹은 경제 사회적 통계자료를 이용하여 정부정책(혹은 재정사업)의 고용  
영향을 분석하는 것임

- 미시적 분석은 단위 사업별 수혜 그룹을 목표 집단으로 하고 미수혜 그룹의 비교집단을 선정하여 통계 데이터를 수집하고, 정부정책으로 인한 고용량, 순고용 창출량, 고용기간, 임금 등의 변화를 측정함
- 분석 방법에는 회귀분석, 이중차감법, 매칭기법 등이 동원될 수 있고, 결과는 단일 지표(지수) 혹은 복수의 지표(지수)로 표시할 수 있음
- 거시적 분석이란 국민경제적 차원에서 정부정책이 경제전체의 고용에 미치는 장단기적 영향(주로 고용량, 순고용 창출량의 변화)을 파악하는 기법임
- 거시적 분석에 사용된 국민경제모형은 투입산출모형과 연산가능일반균형모형 등이 있음

### 3. 영업시간 제한 관련 연구

- 대규모점포 등의 영업시간 규제에 대한 제도적 연구에서는 규제 입법 논리의 타당성을 논하고, 중소기업의 상생발전을 위한 제도적 보완을 주장하고 있음
- 마성열(2012)은 대규모점포 등의 영업규제가 갖는 제도적, 경쟁적 의미를 밝히고, 중소기업의 상생발전 방안을 제시함
- 대규모점포 등과 중소기업의 상생발전을 위한 방안으로 대형소매점 입지규제, 보편가치에 입각한 진입 및 영업 규제, 동반 관계를 통한 자영소매점 및 지역상권의 경쟁력 강화, 전문화·차별화를 통한 중소기업의 생존기반 강화 등을 주장하였음

- 신석훈(2009)은 기업형 슈퍼마켓 규제 입법이 위헌 소지, WTO 협정 위반 소지, 경제적 손실 야기 우려 등이 있음을 주장하고, 영세상인들이 차별화된 경쟁을 통해 소비자들에게 다양한 선택의 기회를 제공할 수 있도록 지역상권 활성화제도 도입의 필요성을 강조함
- 대규모점포 등의 영업시간 규제에 대한 우려로는 제품을 공급하는 제조업체들의 매출을 감소시킬 가능성을 들 수 있음
  - 박명무 외(2013)는 대규모점포 등의 영업시간 규제는 현대적 업체에서 전통적 업체로 소비자의 채널 간 전환을 유도함으로써 제품을 공급하는 제조업체들의 매출에 부정적인 영향을 미친다고 주장함
    - 분석 결과, 제품 속성에 따라 규제의 영향이 다르게 나타났지만 61개 제품 중 20개 품목의 매출이 감소한 것으로 나타남
- 일반적으로 대규모점포에 비해 전통시장이나 소규모유통업체에 대한 소비자 만족도는 낮은 것으로 나타남
  - 김준환·김현순(2013)은 대규모점포와 전통시장의 소비자 이용행태, 구매 상품 및 선택요인에 대해 실증 분석한 결과, 전통시장은 소비자가 업태를 선택하고 이용할 때 고려하는 모든 요인에서 대형마트에 비해 경쟁 열위에 있으며, 소비자 만족을 주지 못하고 있음을 주장하였음
  - 박주영·신기동(2010)은 기업형 슈퍼마켓(SSM: Super Supermarket) 분쟁 상권의 소비자 1,700명을 대상으로 한 조사를 통해 중소 슈퍼마켓이 소비자의 만족도를 제고하는 것이 기업형 슈퍼마켓과의 경쟁에서 살아남는 길이라고 파악하고, 이를 위한 해법으로 상권 소비자가 즐겨 찾는 상품의 구성과 서비스 제고 방안을 제시함

- 대규모점포 등의 영향으로 중소유통업체 및 전통시장의 경쟁력이 약화되고 있음을 주장하고 대규모점포 등의 영업시간 제한은 물론 제도적 보완을 주장하고 있음
- 중소기업중앙회(2007)는 대형마트 영업시간 및 일수 제한에 관한 설문 조사를 실시한 결과, 대형마트의 영향으로 중소유통업체의 개수, 종사자 수, 매출액이 감소하고, 전통시장의 매출액 및 고객 수가 감소함
  - 연구에서는 제도 개선과제로서 중소 유통업 및 전통시장의 사업영역 확충, 대규모 점포 입점관련 지자체의 심의 강화, 대규모점포와 협력 증진 및 공정경제 여건 조성, 중소유통 경쟁력 강화 지원책 등을 제시하고 있음
- 중소기업중앙회(2014)는 대형마트와 거래중인 중소기업 300개를 대상으로 PB제품, 판매 장려금, 동반성장협약 및 불공정거래행위에 대해 실태 조사를 실시한 결과, 부정적인 영향이 상존하고 있음을 확인하고 적절한 마진율의 보장, 광고나 판촉비의 자제, 상생협력을 위한 세제혜택 및 정부의 관리감독 강화 등을 주장하였음
- 서울연구원(2012)은 설문조사를 통해 대형마트의 영업제한과 전통시장의 매출은 상관성이 크다는 점을 확인하고, 전통시장의 활성화를 위해 최소한의 현행 규제를 유지할 것과 전통시장의 자생력 강화를 위한 조치를 적극 추진할 것을 주장하였음
- 류인철·강한수·최용석(2012)은 기업형 슈퍼마켓과 중소상인 상생을 위해서는 법률적 보호 장치와 지역상권의 자구적 노력, 대형마트의 자발적 휴무 및 지역사회 공헌 등이 필요하다고 주장하였음
- 정수용(2015)는 이중차감법을 통해 대형마트 의무휴업제 시행으로 전통

시장 내 마트형 점포의 매출액이 증가하였다고 주장하였음

- 조규호(2014)는 전통시장의 생존을 위해서는 상품 저렴성, 거리 근접성, 상품 다양성 등을 통한 전문시장 형태의 전략이 필요하다고 주장하였음
- 상기의 연구들은 주로 대규모점포 등의 영업시간 규제와 관련하여 주변 상권 및 전통시장의 매출 및 소비자 만족도 등을 조사하거나, 관련사례를 조사하여 정책 대안을 마련하는 것에 집중하고 있음
- 상기 연구들은 입법영향평가의 관점에서 영업시간 규제에 대한 이해 당사자 및 사회적 영향을 계량화하는 데는 한계가 있음

### Ⅲ. 입법영향분석 모형

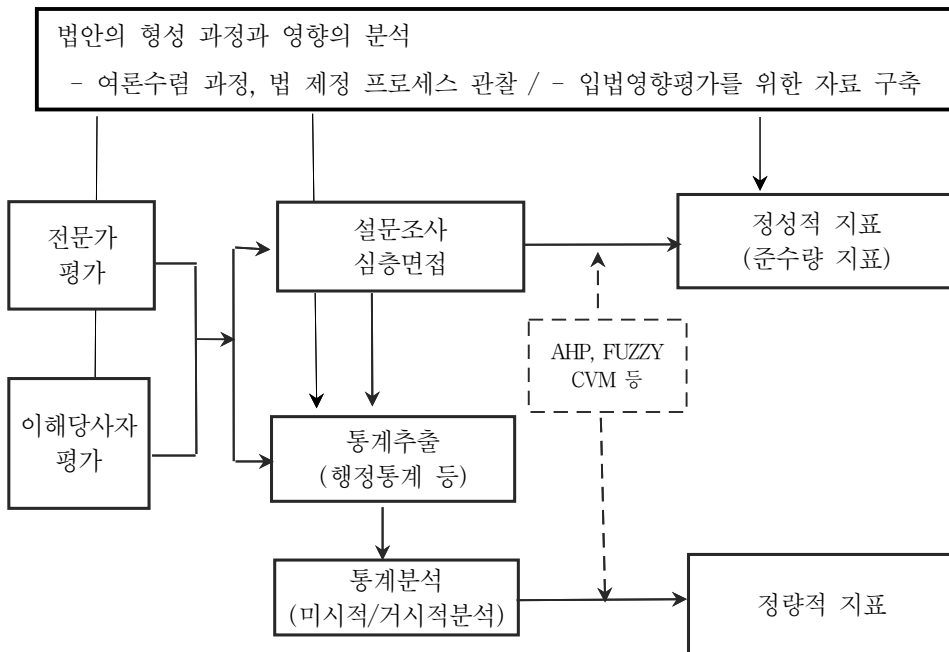
#### 1. 분석모형의 개요

- 입법영향평가는 입법이 이해당사자 및 경제사회적으로 미칠 영향을 사전적으로 파악하는 것으로 영향의 결과를 가능한 계량화하기 위한 모형을 설정함
- 본질적으로 영향평가는 비용-편익 분석과 비용-효과 분석 방법을 병행하는 것이 일반적임
  - 비용-편익 분석 방법은 입법으로 인해 손실이 발생하는 집단의 비용적 요소와 수혜집단의 편익적 요소 및 사회경제적 효과를 가능한 수치적(계량적)으로 표현하려는 시도임
  - 그러나 법 제정의 효과를 수치적으로 표현하기에는 한계가 있는 질적, 구조적 요소 및 장기적인 효과 등을 분석하기 위해서는 비용-효과적 분석이 고려되어야 함
- 여기서는 가능한 비용-편익적 관점에서 법 제정의 효과를 계량화하는 방법에 주안점을 두고 평가모형을 구성하고자 함
- 평가의 객관성을 유지하고 이해 당사자의 의견을 수렴하기 위해 객관적인 전문가 집단의 평가와 이해 당사자 평가를 종합적으로 고려해야 함
- 입법영향평가에 필요한 자료를 충분히 확보하고 입법이 미치는 효과를 종합적으로 파악하기 위해서는 입법 동기, 여론수렴, 법안 제출과 입법 과정을 관찰하여 자료화하는 과정이 요구됨



- 법 제정 효과 분석을 위한 자료는 법안의 형성과정 관찰, 이해당사자 및 전문가 대상 설문조사(심층면접), 관련 행정통계 등을 활용하여 추출함

[그림 3-1] 입법영향평가의 계량화 과정



- 정성적 분석은 입법영향의 결과가 수량화될 수 없는 구조적, 질적 문제를 포함하는 것임
- 정성적 분석 결과를 수치화할 수 있는 기법으로 계층화분석과정(AHP: Analytic Hierarchy Process), Fuzzy 의사결정 기법, 가상가치측정법 (CVM: Contingent Valuation Method) 등을 들 수 있음

- 제시된 분석 기법은 통계자료의 추출이 불가능하여 미시적/거시적 분석이 어려울 경우, 정량적 분석의 대안이 될 수 있음
- 정량적 분석은 통계자료를 활용하여 입법영향에 따른 이해당사자 및 사회경제적 영향을 수치화하는 것임
- 이 분석에는 다양한 통계적 기법이 활용되며, 산업 및 이해당사자의 영향을 표현하는 미시적 분석과 사회경제적 효과를 나타내는 거시적 분석으로 구분됨
- 분석을 통해 구축된 정성적 지표와 정량적 지표를 통해 입법이 이해당사자는 물론 사회경제적으로 미치는 장단기적인 수량적, 구조적 효과를 종합적으로 판단할 수 있음

## 2. 입법영향의 분석 기법<sup>2)</sup>

### 가. 거시적 분석

#### (1) 투입산출모형

- 투입산출모형은 산업부문의 연관관계를 통해 국민경제 효과를 폭넓게 분석할 수 있는 경제모형으로, 경제·산업에 관련된 입법의 국민경제적 영향을 파악할 수 있는 기법임
- 이 모형은 완전고용을 전제로 한 것으로 경제내의 총수요와 총공급이

---

2) 이해춘 등(2012)에서 발췌, 정리함

일치하고, 본원적 생산요소인 노동과 자본이 모두 사용된다는 것임

- 즉, 현재 상태에서 실업이나 초과고용이 존재하지 않는다고 전제함 따라서 불완전고용이 있는 현실 경제를 왜곡시킬 수 있음
- 가장 큰 특징인 고정투입계수 생산함수는 노동과 자본 혹은 중간투입물 상호간의 대체관계를 인정하지 않음
  - 따라서 임금이나 이자율 변동 등으로 발생하는 노동-자본-기술 등간의 대체관계를 파악할 수 없다는 한계가 있음
- 투입산출모형은 국가의 공식 통계를 사용함으로써 정책평가에서 분석 결과의 왜곡이 적고, 모형의 정합성과 한계가 수십 년 동안 수많은 학자들 사이에 충분히 논의되어 왔으며, 지속적으로 발전되어 왔음
  - 투입산출모형은 그 한계에도 불구하고 정책 효과를 산업부문별로 파악할 수 있는 가장 널리 알려진 분석기법이라 할 수 있음

## (2) 연산가능일반균형모형

- 연산가능일반균형모형(CGE: Computable general equilibrium)은 투입산출 모형의 한계로 지적되고 있는 고정투입계수를 극복한 일반균형모형임
  - CGE 모형은 각 산업 생산물의 투입과 노동 및 자본으로 구성된 생산함수에서 생산요소의 대체성을 인정하고, 소비함수 역시 국산품과 수입품 및 각 상품의 구성요소 간 대체성을 고려한다는 점이 가장 큰 특징이라고 할 수 있음
- CGE 모형은 현재 세계적으로 GEMPACK program과 GEMS program이 이용되고 있음

- CGE 모형이 이론적으로 투입산출모형에 비해 발전된 모형이기는 하나 입법영향평가에 이용하기에는 현실적 한계가 있음
  - 각종 파라미터를 개인 연구자 차원에서 추정하여 사용하거나, 외국자료를 인용하고 있어 모형의 안전성, 현실 적용 가능성, 결과의 신뢰성 등의 면에서 robust되지 못한 측면이 있음
  - 모형이 내부구조가 매우 복잡하고 어려워 방정식 체계를 변경하거나, 사용하는 데이터를 업그레이드하는데 장시간이 소요됨으로써 모형에서 현실적인 정책효과를 측정하는 데는 한계가 있음

#### 나. 미시적 분석

- 미시적 분석 기법에는 회귀분석, 시계열분석 등 다양한 기법이 있으나, 입법영향의 수혜집단과 비수혜집단간의 효과를 측정할 수 있는 성향점수 매칭(PSM: Propensity Score Matching)과 이중차감법(DID: Difference in Difference)을 개관함

##### (1) PSM

- PSM은 수혜집단과 비수혜집단의 성과를 비교하는 기법으로 경제·산업법률의 수혜집단의 편익 크기를 측정할 수 있는 기법임
- PSM은 해당 정책에 참여한 집단의 성과와 유사한 특성을 가지는 비참여 집단의 성과를 비교하는 방법임

- 즉, 이상적인 영향의 효과는 법률 수혜집단의 성과에서 동일한 참여자가 법률의 혜택을 받지 않았더라면 얻었을 성과를 차감하여 계산함
- PSM은 다른 효과를 배제하고 법 집행으로 인한 효과만을 계측하므로 다른 기법에 비해 선택 편의를 줄이는데 효과적인데 반해, 측정 방법 상 한계도 노정됨
- 즉, 해당 법의 수혜집단과 유사한 특징을 가진 비수혜집단을 규정하는데 한계가 있음

## (2) DID

- DID는 법 집행으로 인한 수혜집단의 이득에서 비수혜집단의 이득을 차감하여 순수한 효과를 측정할 수 있는 기법임
- 즉, 법률 도입 전 수혜집단과 비교집단의 성과 차이를 계산하고, 이것을 다시 도입 후의 수혜집단과 비교집단 사이의 성과 차이에서 빼주는 방법임
- DID를 적용하기 위해서는 정책이 실시되기 전에 참가자와 비참가자 모두를 포함하는 기초조사를 실시한 후, 법 집행 이후를 추적 조사할 필요가 있음
- DID는 수혜집단-비수혜집단 간의 순수한 성과를 가장 엄밀히 추정할 수 있는 기법이지만, 법이 실시되기 전과 후의 수혜집단과 비수혜집단의 성과를 추적하고 그 결정요인에 대한 자료를 수집할 필요가 있음

#### 다. 조사 결과의 계량화

- 미시적 의사결정(예를 들어, 법제도 효과에 관한 전문가 집단의 의견 수렴)을 합리적으로 도출하는 방법으로는 주로 계층분석과정(AHP: Analytic Hierarchy Process), Fuzzy 의사결정 기법, 자료포락분석(DEA: Data Envelopment Analysis) 등을 들 수 있음

##### (1) AHP

- AHP는 입법 영향에 대한 평가자의 의견을 수렴하여 최적의 정책대안을 찾는 데 용이한 분석 방법임
- AHP는 의사결정의 모든 과정을 여러 단계로 나눈 후에 이들을 단계별로 분석함으로써 최종적인 의사결정에 이르게 하는 방법으로서, ‘의사결정의 계층화 → 평가기준과 대안의 중요도(가중값) 추정 → 의사결정자의 전체효용 도출’의 과정을 거침
- 이 방법론의 특징은 ① 정량적 요소와 정성적 요소의 통합, ② 상이한 척도를 가진 요소들의 비교·통합, ③ 평가의 일관성 파악 및 개선, ④ 의사결정 참가자의 의견 통합 및 집단적의사결정 도출 등임
- AHP는 평가자의 의견 수렴을 계량화할 수 있다는 장점이 있는 반면에 이론적인 분석 틀이 명확하지 않아 결과가 왜곡될 가능성이 있다는 한계도 있음
  - 이 기법의 장점을 보면, 정보 처리 능력의 제고, 통일된 척도, 다양한 성격의 정보, 상대척도 및 연산절차의 용이성 등을 들 수 있음
  - 반면에 한계점으로는 부적절한 계층구조를 구성하거나, 계층 내 평가

요소들 간의 독립성이 결여될 가능성이 있음

- AHP는 공공정책 부문의 자원 배분 및 정책결정, 정책의 평가 등 많은 연구에서 사용되는 실용적인 방법으로 인정받고 있으므로, 입법영향에 대한 평가자의 의견을 계량화하는데 원용할 수 있는 기법임

## (2) Fuzzy기법

- Fuzzy기법은 다양한 정책사업의 효과를 나타내는 개별적 지표를 하나의 통합 지표로 만드는데 유리한 방법론임
  - 이 방법론의 평가자의 평가 과정에서 모호성에 의해 발생하는 불확실성(uncertainty)이나 부정확성(inaccuracy)을 해결할 수 있는 이론으로서, 구체적으로 숫자로 표현되기 어려운 언어적 변수(linguistic variable)를 명백한(crisp) 수치보다는 연속적인 수치의 범위로 표현함으로써 언어의 모호성을 수치화할 수 있다는 특징이 있음
  - Fuzzy 방법론은 리커트 척도(Likert Scale) 등을 이용하는 AHP에 사용하거나, 다속성효용이론(MAUT: Multi-attribute Utility Theory)을 이용한 정책 평가에 적용하여, 정책 목표 달성 효과를 판단하는데 정확성을 기할 수 있음
- Fuzzy 방법론은 설문조사에 의해 의견을 수렴하는 과정에서 평가자의 왜곡을 최소화할 수 있음
  - 이 기법은 평가자의 평가에 임하는 행동적 태도(behavioral attitude), 즉 낙관적, 중립적 혹은 비관적인 태도를 평가 점수에 반영할 수 있음
    - 따라서 평가 대상 법률에 대한 사회적 분위기 혹은 평가자의 전문성

결여 등으로 발생할 수 있는 왜곡을 줄일 수 있다는 것임

### (3) DEA

- DEA란 다투입-다산출의 의사결정단위에 대한 효율성을 측정할 수 있는 기법임
  - DEA모형은 의사결정단위(DMU: Decision Making Unit)의 투입물 및 산출물에 대해 선형계획법을 적용하여 가장 효율적인 DMU의 투입물 및 산출물의 Frontier를 구축한 후, 이 Frontier와 특정 DMU의 투입 및 산출물 간의 거리함수(Distance Function)를 계산하여 상대적 효율성을 측정하는 것임
  - DEA모형은 투입-산출의 과정에서 투입기준(input-oriented)모형과 산출기준(output-oriented)모형으로 구분할 수 있음
- DEA를 이용하여 경제나 특정 산업 혹은 집단의 지원을 위한 법 시행에서 투입되는 예산 등의 인적, 물적 자원의 투입에 대해 법률의 목적과 성과라는 산출의 효과를 측정할 수 있음

### 라. 가상가치측정법

- 상기의 방법과는 별개로 법, 제도의 효과에 대한 설문조사를 통해 법 제정의 가치를 측정할 수 있는 방법으로 가상가치측정법(CVM: Contingent Valuation Method)을 고려할 수 있음
  - CVM은 가상적 거래를 통해 이해 당사자들의 비용-편익을 측정함으로써



써 입법영향을 평가할 수 있는 대안적 기법임

- CVM에서는 설문조사를 통해 가상시장을 설정하고 법률 시행에 따른 이해 당사자의 지불의사(WTP: Willingness to Pay) 혹은 수용의사(WTA: Willing to Accept)의 금전적 가치를 평가할 수 있음
  - 법 시행을 통해 손실을 보는 집단이 이 피해를 회피하기 위해 지불하고자 하는 금액(WTP) 혹은 이 손실 집단이 피해를 감내하고 보상받고자 하는 금액(WTA)을 측정할 수 있음
  - 또한 법 시행을 통해 이익을 보는 집단이 피해 보상을 위해 지불하고자 하는 금액(WTP) 혹은 이 집단이 이익을 포기하고 보상받고자 하는 금액(WTA)을 측정할 수 있음

□ CVM의 이론적 과정을 간단히 소개하면 다음과 같음

- 개인의 효용함수는 일반재화의 소비와 법이 보장하는 내용에서 오는 효용 등으로 가정함

$$U = U(X, Q), \quad \frac{\partial U}{\partial X} > 0, \frac{\partial U}{\partial Q} > 0$$

- X는 개인이 소비하는 일반재화, Q는 법 시행으로 얻는 편익
- 개인의 효용은 일반적인 재화의 소비가 증가할수록, 법 시행으로 오는 이익이 클수록 증가함
- Q는 법 시행이라는 외생적으로 주어진 편익이므로 개인은 이에 대해 가격을 지불할 필요가 없음
- 법 시행으로 이익을 보는 개인이 직면한 경제상태를  $S^0 = (P_x^0, Q^0)$ 로 표현하면, 개인은 주어진 경제상태  $S^0$ 에서  $u^0$ 의 효용수준을 갖기 위한 최소한의 지출은 다음과 같이 나타낼 수 있음

$$E(P_x^0, Q^0, u^0) = \text{Min}[P_x^0 \cdot X \mid U(X, Q)] = u^0$$

○ 법의 개정을 통해 개인의 이익이 감소한다면, 개인은 법 개정 이전의 효용수준을 유지하기 위해 더 많은 지출을 감수해야 함

- 즉, 동일한 가격조건인  $P = P(P_x^0)$  수준 하에서 외생적인 효용은  $Q^0$ 에서  $Q^1$  수준으로 감소되고, 개인이 직면하는 경제 상태(S) 역시  $S^0$ 에서 새로운 경제 상태인  $S^1 = (P_x^0, Q^1)$ 으로 변화하게 됨

- 개인이 새로운 경제상태  $S^1$ 에서 이전의 효용수준  $u^0$ 를 유지하기 위해 지출을 증가해야 함

- 따라서 법 개정 이후의 지출이 법 개정 이전의 지출보다 크게 될 것임

$$E(P_x^0, Q^1, u^0) > E(P_x^0, P_z^0, Q^0, u^0)$$

○ 따라서 법 개정 이전과 이후를 비교할 때, 개인의 지출 변화는 다음과 같은 화폐적 가치(두 경우의 지출액 차이)로 나타낼 수 있음

$$ES = |E(P_x^0, Q^1, u^0) - E(P_x^0, Q^0, u^0)|$$

- ES는 동등잉여를 나타내며, 개인이 법 개정 이후에 오는 손실에 대해 보상받고자 하는 최대 WTA를 의미함

○ 상기의 방식을 통해 법 개정으로 손실을 보는 집단이 보상받고자 원하는 금액과 이익을 보는 집단이 법 개정을 위해 기꺼이 지불하고자 하는 금액을 측정하여 입법영향의 가치를 측정할 수 있음

□ CVM은 통계적 자료가 부족할 때, 실태조사를 통해 법 제정의 효과를 가상적 시장에서 거래하게 함으로써 영향을 파악할 수 있는 대안적 기법임

마. 사례분석을 위한 방법론들의 검토

- 본 연구에서는 후술하는 유통산업발전법에 규정된 대규모점포 등의 영업시간 제한 등에 대한 입법영향을 계량적으로 분석하기 위해 상기에서 서술된 방법론들을 검토함
- 먼저 영업시간 규제는 이익집단과 손실집단이 비교적 명확하게 구분되고 있어, 이해 당사자들의 비용-편익 분석이 가능할 것으로 판단됨
- 비용-편익 분석에 용이한 방법론은 미시적 방법론으로 DID 혹은 PSM 등을 이용할 수 있으나, 규제 이전과 이후의 현상을 알 수 있는 이해 당사자들의 객관적인 통계자료를 구득하는데 한계가 있음
- 대안적으로 실태조사를 이용하여 자료를 구축한다면, 미시적 방법보다는 CVM을 이용하여 이해 당사자들의 비용-편익을 측정하는 것이 바람직함

## IV. 사례연구: 유통산업발전법

### 1. 유통산업발전법의 영업시간 제한 내용

- 18대 국회에서는 대규모점포 및 준대규모점포(이하 SSM(Super Supermarket)으로 표현)에 대한 영업시간 제한과 의무휴업일 지정 등에 관한 규제가 도입됨
  - 유통산업발전법에서 대규모점포 및 SSM의 영업시간을 규제한 배경은 대·중소 유통업의 상생발전 및 지역상권의 활성화와 대규모점포 등에 종사하는 근로자들의 건강권을 보호하려는 목적에 의함
  - 이와 동시에 유통산업발전법에서는 대규모점포 등에 대한 영업시간 제한 및 의무휴업일 범위를 확대하고, 영업시간 제한 등의 의무위반에 대한 제재강화, 대규모점포 등의 개설 시 지역협력계획서 및 상권영향평가서의 첨부 등을 통한 등록요건 강화, 시·군·구에 유통업상생발전 협의기구의 설치근거를 마련함
- 유통산업발전법의 영업시간 제한 등의 개정 내용을 보면 다음과 같음
  - 2012년 1월에 개정된 유통산업발전법에서는 지방자치단체는 조례를 통해 대규모점포와 SSM에 대해 오전 0시부터 오전 8시까지의 범위에서 영업시간 제한을 명하거나 매월 1일 이상 2일 이내의 범위에서 의무휴업을 명할 수 있도록 함
  - 2013년 1월 유통산업발전법 개정에서는 영업시간 제한 범위를 오전 0시부터 오전 10시까지로 확대하고, 대규모점포 등의 의무휴업일도 공휴일을 포함해 월 2회로 규정함

[표 4-1] 유통산업발전법의 영업시간 제한 주요 내용

연도	주요 개정 내용
2012년	<p>1차 유통산업발전법 개정 공포</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 요건: 특별자치시장, 시장, 군수, 구청장은 건전한 유통질수 확립, 근로자의 건강권 및 대규모점포등과 중소기업의 상생발전을 위해 필요하다고 인정하는 경우</li> <li>○ 주요 내용: 대규모점포 등의 영업시간 제한과 의무휴업일 지정 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업시간 오후 11시부터 오전 8시까지 제한</li> <li>- 의무휴업일 매월 1일 이상 2일 이내로 지정</li> </ul> </li> <li>○ 실효성 확보 방안: 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정명령 위반 시 과태료(3천만원 이하) 부과</li> </ul>
2013년	<p>2차 유통산업발전법 개정 공포</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 요건: 상동</li> <li>○ 주요 내용: 대규모점포 등의 영업시간 제한과 의무휴업일 지정 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업시간 제한을 오전 0시부터 오전 10시까지로 확대</li> <li>- 의무휴업일은 공휴일을 포함해 매월 2일로 지정 (이해당사자 합의에 의해 의무휴업일을 공휴일 아닌 날로 조정 가능)</li> </ul> </li> <li>○ 실효성 확보 방안: 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정명령을 연간 3회 이상 위반하면 1개월 이내 영업정지, 과태료 1억으로 상향 조정</li> </ul>

## 2. 유통산업 현황

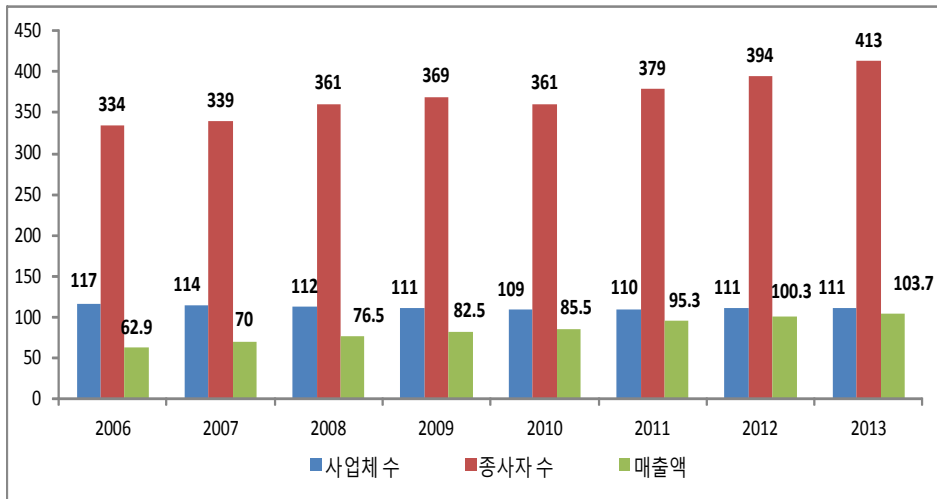
### 가. 대규모점포 및 전통시장의 현황

- 우리나라의 유통산업(도소매업)은 의식주 소비 증가에 힘입어 지난 수년간 매출액 및 종업원 규모가 확대되고 있음

- 사업체수는 2006년 11만 7천 개에서 2010년 10만 9천 개로 감소하지만 2011년 11만 개로 다시 증가하여 2013년까지 비슷한 수준을 유지함
- 종사자 수는 2006년 33만 4천 명에서 2013년 41만 3천 명으로 꾸준히 증가하고 있음
- 유통산업 매출액은 2006년 62.9조 원에서 2013년 103.7조 원으로 꾸준히 증가함

[그림 4-1] 종합소매업의 사업체 수, 종사자 수, 매출액 추이

(단위: 천 개, 명, 조 원)



자료: 통계청(2014), 도소매업조사

- 2011년~2013년 기간 중 대규모점포 등과 전통시장의 매출액을 보면, 대규모점포와 SSM의 매출액은 지속적으로 증가한 반면 전통시장의 매출액이 감소함

- 대형규모점포와 SSM의 경우, 2012년 유통산업발전법이 강화된 이후 매출액과 점포수의 증가세가 다소 완화되는 경향이 있음
- 전통시장의 경우 매출액과 점포수는 지속적으로 감소하고 있음

[표 4-2] 대규모점포 및 전통시장의 매출액 및 점포수

(단위: 조 원, 개, 명)

		2011	2012	2013
대규모점포	매출액	35,9	37.1	38.4
	종사자수	60,309	61,128	72,648
	점포수	472	501	525
SSM	매출액	22.3	23.7	24.4
	종사자수	73,361	79,806	80,369
	점포수	8,277	9,047	8,865
전통시장	매출액	24.0	21.1	20.7
	종사자수	N/A	298,140	303,571
	점포수	186,192	204,237	210,433

주 : 대규모점포, SSM은 통계청 자료, 전통시장은 대한상공회의소 자료에서 추출  
 자료: 통계청(<http://kosis.kr>), 도소매업조사.

대한상공회의소(2014), 2014년 유통산업통계.

- 매출액 당 종사자 수를 보면 전통시장이 대규모점포에 비해 생산성이 낮다는 점을 예상할 수 있음
- 이는 전통시장의 노동생산성이 낮다는 점을 반영하고 있는 반면에, 전통시장 활성화를 통해 종사자 수를 확대시킬 가능성이 있음을 의미함
- 2013년을 기준으로 대규모점포의 매출액 10억 원 당 종업원 수는 2.4명인데 반해, 전통시장의 매출액 10억 원 당 종업원 수는 14.5명 수준

[표 4-3] 대규모점포 및 전통시장의 매출액 단위 당 종사자 수

(단위: 10억 원, 개, 명)

		2011	2012	2013
대규모점포 및 SSM	매출액	58,200	60,800	62,800
	종사자수	133,670	140,934	153,017
	고용계수	2.30	2.32	2.44
전통시장	매출액	24,000	21,100	20,700
	종사자수	N/A	298,140	303,571
	고용계수	N/A	14.13	14.67

자료: 통계청(2014), 소매판매·도소매업동향.

대한상공회의소(2014), 2014년 유통산업통계

#### 나. 대규모점포

- 대형규모점포 주요 3사(이마트, 홈플러스, 롯데마트)의 연간 매출 증감률을 살펴보면 2011년 이후 감소 추세로 접어들
- 특히 2012년 유통산업발전법의 시행에 따라 의무휴일제가 시행된 이후 매출의 상승세가 둔화되는 추세임

[표 4-4] 대규모점포 주요 3사 매출 증감률

(단위: %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014
매출 증감률	4.9	2.9	-3.3	-5.0	-3.4

주: 3사 경상 매출액 기준(이마트, 홈플러스, 롯데마트), 전년대비

자료: 대한상공회의소(2015), 2015년 유통백서



- 유통업에서는 주요 3사의 시장점유율이 높은 편
  - 주요 3사의 매출(2013년)은 조사대상 업체 매출의 87.5%, 점포수의 86.7%를 차지하여 높은 시장점유율을 유지하고 있음

[표 4-5] 주요 대규모점포의 매출액과 점포 수

(단위: 개, 십억 원)

구분	2012		2013	
	총점포수	매출액	총점포수	매출액
이마트	146	11,026	146	13,035
홈플러스	134	8,622	139	7,325
롯데마트	104	8,955	109	9,254
하나로클럽	38	1,138	38	1,181
메가마트	12	605	12	747
코스트코홀세일	9	2,290	11	2,300

자료: 대한상공회의소(2015), 2015년 유통백서

#### 다. SSM

- SSM의 판매액은 지속적으로 증가함
  - 2012년 유통산업발전법이 통과된 이후 판매액과 성장률의 증가폭은 다소 낮아짐

[표 4-6] SSM의 시장규모

(단위: 십억 원, %)

구 분	2011	2012	2013
판매액	32,463	34,006	35,804
증가율	8.5	4.8	5.3

자료: 통계청(2014), 서비스업 동향 조사

- SSM의 종사자 수와 사업체 수는 지속적으로 증가함
  - SSM의 사업체 수는 2011년 감소했다 다시 2012년에 증가했으며 그 다음해인 2013년에 감소함
  - 반면 종사자수의 경우 매년 지속적으로 증가함

[표 4-7] SSM의 사업체 수 및 종사자 수

(단위: 개, 명)

구분	2010	2011	2012	2013
사업체수	8,341	8,277	9,047	8,865
종사자수	69,348	73,361	79,806	80,369

자료: 통계청(2014), 전국사업체 조사

- SSM의 시장점유율을 보면, 롯데슈퍼가 가장 높고 다음이 홈플러스 익스프레스, GS슈퍼마켓 등의 순임
  - 매출액의 경우 홈플러스 익스프레스와 이마트 에브리데이는 증가한 반면 롯데슈퍼와 GS슈퍼마켓은 감소함

[표 4-8] 주요 SSM의 매출액과 점포수

(단위: 개, 십억 원)

구분	2012		2013	
	점포수	매출액	점포수	매출액
롯데슈퍼	441	8,955	511	8,836
홈플러스 익스프레스	297	7,086	299	7,325
GS슈퍼마켓	271	1,421	258	1,371
이마트 에브리데이	147	663	188	685

자료: 금융감독원 전자공시시스템 각사 홈페이지

## 라. 전통시장

- 전통시장 수는 증가하는 추세이며, 대부분 중소도시에 분포되어 있음
- 시장의 규모별로 살펴보면 대형시장을 중심으로 중대형, 중형 및 소형시장의 경우 2011년부터 2012년 시장의 수가 감소했으며 다시 2013년에 증가한 것으로 나타남
- 지역별로 살펴보면 전통시장은 서울 중심에 많이 분포되어있으며 그 다음으로 경북, 경남 및 부산에 가장 많이 분포되어있음

[표 4-9] 전통시장 현황

(단위: 개 소, %)

		2012		2013		2014	
		개소	비중	개소	비중	개소	비중
전체		1,511	100	1,502	100	1,536	100
시장	대형시장	18	1.2	22	1.5	20	1.3
	중대형시장	35	2.3	34	2.3	33	2.1

		2012		2013		2014	
	중형시장	453	30	447	29.8	451	29.4
	소형시장	1,005	66.5	999	66.5	1,032	67.2
소재지	대도시	620	41	599	39.9	633	41.2
	중소도시	565	37.4	576	38.3	587	38.2
	농어촌지역	326	21.6	327	21.8	316	20.6

자료: 소상공인진흥공단(2014), 2014년 전통시장 및 상점가 점포경영실태조사

- 전통시장의 종사자 수는 지속적으로 증가함
  - 대규모점포 등에 대한 영업시간 규제가 전통시장 활성화에 일부 기여하였고, 이에 따라 종업원 수도 증가했다고 예상할 수 있음

[표 4-10] 전통시장 종사자 수

(단위: 명)

구분	2010	2012	2013	2014
종사자 수	297,809	298,140	303,571	319,636

자료: 소상공인시장진흥공단(2014), 2014년 전통시장 및 상점가 점포경영실태조사

- 전통시장의 일평균 매출액은 2010년부터 지속적으로 감소하다 2014년 이후 회복 추세에 있음
  - 대규모점포 등 대한 영업시간 제한 규제가 시행된 2012년 이후 전통시장 매출이 증가하는 경향을 보임

[표 4-11] 전통시장 일평균 매출액

(단위: 만원)

구분	2010	2012	2013	2014
시장당 일평균 매출액	4,980.3	4,502.4	4,271.3	4,471.8
점포당 일평균 매출액	41.6	33.5	27.4	27.5
종사자당 일평균 매출액	25.4	19.3	18.3	18.7

자료: 소상공인시장진흥공단(2014), 2014년 전통시장 및 상점가 점포경영실태조사

□ 전통시장의 시장 당 일평균 고객 수는 증가하는 추세임

○ 점포당 일평균 고객 수는 2012년, 2013년 다소 정체되었으나, 2014년에는 회복되고 있음.

[표 4-12] 전통시장 고객 수

(단위: 명, %)

구분	2010	2012	2013	2014
시장당 일평균 고객수	2,684.1	2,824.4	3,388.8	3,337.6
점포당 일평균 고객수	22.4	21.0	21.7	23.2
종사자당 일평균 고객수	13.7	12.1	14.5	13.9

자료: 소상공인시장진흥공단(2014), 2014년 전통시장 및 상점가 점포경영실태조사

### 3. CVM 추정 방법론

#### 가. 분석의 전제

- 대규모점포(SSM)의 영업시간 규제에 대한 비용-편익적 접근을 위해 이해 당사자인 대규모점포(SSM) 및 전통시장의 매출(생산)에 미치는 영향을 분석함
  - 비용적 요소는 대형(준대형) 마트의 영업시간 규제로 인해 손해를 보는 집단의 매출 감소임
  - 편익적 요소는 대형(준대형) 마트의 영업시간 규제로 인해 손해를 보는 집단의 매출 증가임
- 분석 방법은 실태조사를 활용하고, 규제로 인한 이해당사자의 매출 증감 가능성을 추정하기 위해 CVM을 이용함

#### 나. 추정 방법론

- 영업시간 규제 강화가 이해 집단(응답자)의 입장에서 매출이 어느 정도 변화할 것인가에 대한 의견을 이중양분선택형 질문을 통해 이해 집단의 매출 변화를 추출하는 것임
  - 응답자에게 가상의 시나리오를 제시하고 WTP와 WTA를 추출하는 방식과 동일하게 진행함
    - 영업시간 제한 제도의 시행(폐지)에 따른 대규모점포(이하에는 SSM을 모두 포함)와 전통시장의 연간 매출 증가율(감소율)을 구체적으로 제시함

- 초기 제시율에 대해 동의할 의사가 있으면 두 번째는 더 높은 제시율의 수용의사를 유도하며, 초기 제시율에 대해 동의할 의사가 없으면 두 번째는 더 낮은 제시율의 수용 여부를 확인함
- 이 결과에 따라 현재의 규제가 존속(폐지)되는 것이 대규모점포와 전통시장의 매출에 감소 또는 증가를 가져오는 지 여부를 알 수 있음
- DBDC의 추정식 전개과정은 다음과 같음
  - 응답자 i에게 제시한 초기 제시율을  $B_i$ , 초기 제시율에 대해 응답자가 yes로 답할 경우 더 높게 제시한 두 번째 제시율을  $B_i^u$ , 초기 제시율에 대해 no로 답할 경우 더 낮게 제시한 두 번째 제시율을  $B_i^d$ 라고 함
  - 각 제시율에 대한 수락여부에 따른 확률은 다음과 같이 정의됨

$$\pi^{yy}(B_i, B_i^u) = Prob(B_i^u \leq WTP_i) = 1 - F(B_i^u; \theta)$$

$$\pi^{ym}(B_i, B_i^u) = Prob(B_i \leq WTP_i < B_i^u) = F(B_i^u; \theta) - F(B_i; \theta)$$

$$\pi^{ny}(B_i, B_i^d) = Prob(B_i^d \leq WTP_i < B_i) = F(B_i; \theta) - F(B_i^d; \theta)$$

$$\pi^{nm}(B_i, B_i^d) = Prob(WTP_i < B_i^d) = F(B_i^d; \theta)$$

- 여기서 확률에 대한 정의는 다음과 같음

$\pi^{yy}(B_i, B_i^u)$ :  $B_i$ 에 yes,  $B_i^u$ 에 yes로 응답한 경우의 확률

$\pi^{ym}(B_i, B_i^u)$ :  $B_i$ 에 yes,  $B_i^u$ 에 no로 답한 경우의 확률

$\pi^{ny}(B_i, B_i^d)$ :  $B_i$ 에 no,  $B_i^d$ 에 yes로 답한 경우의 확률

$\pi^{nm}(B_i, B_i^d)$ :  $B_i$ 와  $B_i^d$ 에 대해 모두 no로 답한 경우의 확률

$WTP_i$ : 응답자 i의 내재적 매출 증가율

$\theta$ : 모수 벡터

$F(\cdot)$ : 임의의 누적확률 분포함수

- 누적확률 분포함수  $F(B; \theta)$ 는 다음과 같이 설정

$$F(B) = F(-\alpha - x'\beta - \beta_{bid}\ln B)$$

- 위 식에서  $\alpha$ 는 상수항,  $x_i$ 는 응답자의 특성을 나타내는 벡터,  $\beta$ 는  $x_i$ 의 계수 벡터임
  - $\beta_{bid}$ 는  $\ln B$ 의 계수,  $\ln B$ 는 제시액의 로그값으로 양의 값을 가짐
  - $F(B)$ 는 임의의 누적확률 분포함수인데 여기서는 정규분포를 가정함
- 식(1)과 (2)에서 모수를 조건부로 각 응답자의 응답확률을 로그 변환하여 로그확률함수를 만들면 특정 N명의 응답자에 의한 특정 응답 관측치(1, ..., N)가 관측될 확률은 다음과 같은 우도함수(likelihood function)로 나타낼 수 있음

$$\ln L(\theta) = \sum_{i=1}^N \{d_i^y \ln \pi^y(B_i) + d_i^n \ln \pi^n(B_i)\}$$

- 식 (3)에서 N은 관측치 수이며,  $d_i^y$ 와  $d_i^n$ 는 더미변수로 그 값은 다음과 같음
- 즉,  $d_i^y$  : (yes)=1, 이 외는 0,  $d_i^n$  : (no)=1, 이 외는 0임
- 모수  $\theta$ 의 최우추정량은 식(3)의 우도함수의 값을 극대화하는  $\theta$ 값으로서, 이는 로그우도함수  $\ln L(\theta)$ 를  $\theta$ 에 대해 미분한 값을 '0'으로 놓고 그 최대값을 구하는 방식으로 다음과 같이 구할 수 있음



$$\partial \ln L(\theta) / \partial \theta = 0$$

- 추정된 모수와 각 속성의 평균치로 구성된 벡터  $x_i$ 를 식(2)에 대입하면 평균적 응답자의 제시율  $B$ 에 대한 수락확률을 구할 수 있음
  - WTP의 평균값은 일반적으로 이 확률함수를 모든 WTP에 대해 적분하여 구할 수 있음
- 추정은 STATA 프로그램을 이용하였는데, 프로그램에서 제공하는 추정 방식은 다음과 같음<sup>3)</sup>
  - 첫 번째로 제시하는 매출증가율과 두 번째로 제시하는 매출증가율에서 응답자가 평가하는 내재적 매출 증가율을 각각  $WTP_{1i}^*$ ,  $WTP_{2i}^*$ 이라고 함
    - $WTP_{1i}^* = x_{1i}\beta_1 + \epsilon_{1i}$  ,  $\epsilon_{1i} \sim N(0, \sigma^2)$
    - $WTP_{2i}^* = x_{2i}\beta_2 + \epsilon_{2i}$  ,  $\epsilon_{2i} \sim N(0, \sigma^2)$
  - 이중양분선택형 질문법에서 내재 매출증가율( $WTP_{1i}^*$ ,  $WTP_{2i}^*$ )을 직접 관찰할 수 없음
  - $t_{1i}$ 과  $t_{2i}$ 는 각각 첫 번째, 두 번째 제시 매출 증가율임
    - 제시한  $t_{1i}$ 에 대해 ‘예’라고 대답하면  $WTP_{1i} = 1$  아니면  $WTP_{1i} = 0$
    - 제시한  $t_{2i}$ 에 대해 ‘예’라고 대답하면  $WTP_{2i} = 1$  아니면  $WTP_{2i} = 0$
    - 예를들면  $\Pr(WTP_{1i} = 1, WTP_{2i} = 0 | x_i) = \Pr(yes, no)$

3) Lopez-Feldman, Alejandro(2012)

○ 응답 결과는 다음과 같이 4가지의 경우가 발생함

-  $(WTP_{1i}, WTP_{2i}) = (1,1), (1,0), (0,1), (0,0)$

-  $WTP_{1i} = 1$  and  $WTP_{2i} = 0$

$$\begin{aligned} \Pr(yes, no) &= \Pr(t_{1i} \leq WTP^* < t_{2i}) \\ &= \Pr(t_{1i} \leq x_i' \beta + \epsilon_i < t_{2i}) \\ &= \Pr\left(\frac{t_{1i} - x_i' \beta}{\sigma} \leq \frac{\epsilon_i}{\sigma} < \frac{t_{2i} - x_i' \beta}{\sigma}\right) \\ &= \Phi\left(\frac{t_{2i} - x_i' \beta}{\sigma}\right) - \Phi\left(\frac{t_{1i} - x_i' \beta}{\sigma}\right) \end{aligned}$$

-  $WTP_{1i} = 1$  and  $WTP_{2i} = 1$

$$\begin{aligned} \Pr(yes, yes) &= \Pr(WTP^* > t_{1i}, WTP^* \geq t_{2i}) \\ &= \Pr(x_i' \beta + \epsilon_i > t_{1i}, x_i' \beta + \epsilon_i \geq t_{2i}) \\ &= \Pr(\epsilon_i \geq t_{2i} - x_i' \beta) \\ &= 1 - \Phi\left(\frac{t_{2i} - x_i' \beta}{\sigma}\right) \end{aligned}$$

-  $WTP_{1i} = 0$  and  $WTP_{2i} = 1$

$$\begin{aligned}
\Pr(\text{no, yes}) &= \Pr(t_{2i} \leq WTP^* < t_{1i}) \\
&= \Pr(t_{2i} \leq x_i' \beta + \epsilon_i < t_{1i}) \\
&= \Pr\left(\frac{t_{2i} - x_i' \beta}{\sigma} \leq \frac{\epsilon_i}{\sigma} < \frac{t_{1i} - x_i' \beta}{\sigma}\right) \\
&= \Phi\left(\frac{t_{1i} - x_i' \beta}{\sigma}\right) - \Phi\left(\frac{t_{2i} - x_i' \beta}{\sigma}\right)
\end{aligned}$$

-  $WTP_{1i} = 0$  and  $WTP_{2i} = 0$

$$\begin{aligned}
\Pr(\text{no, no}) &= \Pr(WTP^* < t_{1i}, WTP^* < t_{2i}) \\
&= \Pr(x_i' \beta + \epsilon_i < t_{1i}, x_i' \beta + \epsilon_i < t_{2i}) \\
&= \Pr(x_i' \beta + \epsilon_i \geq t_{2i}) \\
&= \Phi\left(\frac{t_{2i} - x_i' \beta}{\sigma}\right)
\end{aligned}$$

○ 결과값을 추정하기 위해 우도함수로 나타내면 다음과 같음

$$\begin{aligned}
&\sum_{i=1}^N [d_i^{ym} \ln(\Phi(x_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_{1i}}{\sigma}) - \Phi(x_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_{2i}}{\sigma})) + d_i^{yy} \ln(\Phi(x_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_{2i}}{\sigma})) + \\
&\quad d_i^{ny} \ln(\Phi(x_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_{2i}}{\sigma}) - \Phi(x_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_{1i}}{\sigma})) + d_i^{nm} \ln(\Phi(x_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_{2i}}{\sigma}))]
\end{aligned}$$

○ 응답으로 구성된 우도함수를 모두 곱한 전체 우도함수의 최우추정법 (MLE: Maximum Likelihood Estimation)으로  $\beta$ ,  $\sigma$ 를 추정함

- $\beta, \sigma$ 의 추정치를 얻게 되면 누적확률정규분포인  $\Phi(\cdot)$ 을 통해 각 응답에 대한 잠재적 매출증가율을 계산함

#### 4. 조사방법과 설문 설계

##### 가. 조사 대상과 조사 시기

- 실태조사의 조사 대상과 시기는 다음과 같음
  - 조사는 외부전문기관에서 2015년 9월20일~10월10일 사이에 실시함
  - 조사는 사전조사(개방형질문)→본조사(이중양분선택형질문)으로 대상지역은 서울시임
  - 전체 응답업체 수는 104개이며, 이중 대규모점포는 22개, SSM 30개, 전통시장 33개, 일반점포 19개임
  - 설문대상을 보면, 대규모점포는 관리자 및 임원, SSM은 점장 및 관리자, 전통시장은 상인조합의 임원 및 관리자, 일반점포는 점주를 대상으로 함

[표 4-13] 응답업체의 구성

(단위: 명, %)

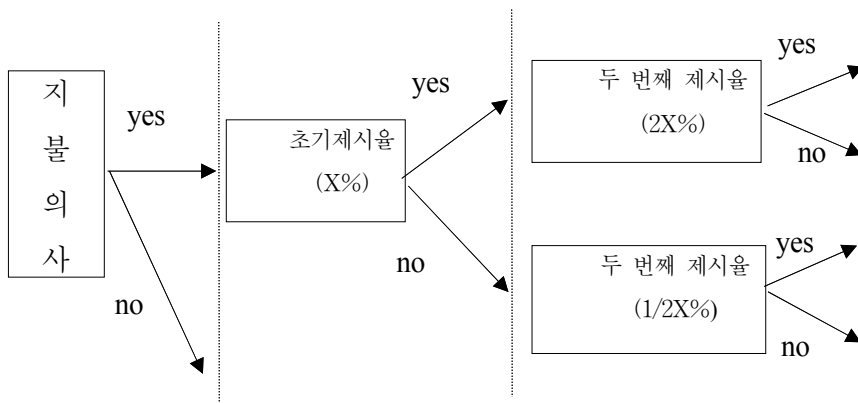
점포형태	응답자수	구성 비
대규모점포	22	21.2
SSM	30	28.8
전통시장	33	31.7
일반점포	19	18.3
전체	104	100.0

나. 설문내용과 WTP에 관한 질문

- WTP를 추출하는 질문형식은 이중양분선택형으로 영업시간 제한의 강화와 폐지에 따른 대규모점포 및 SSM의 매출 증감과 전통시장과 일반점포의 매출 증감을 묻는 형식으로 4가지 질문을 실시함. 이 내용을 보면,
  - 영업시간 규제 폐지로 인한 대규모점포(SSM)의 매출 증가율
  - 영업시간 규제 강화로 인한 대규모점포(SSM)의 매출 감소율
  - 영업시간 규제 폐지로 인한 전통시장(일반점포)의 매출 감소율
  - 영업시간 규제 강화로 인한 전통시장(일반점포)의 매출 증가율

	현재보다 규제 강화	규제 폐지
대규모점포 및 SSM	규제 강화로 인한 매출 감소 정도	규제 폐지로 인한 매출 증가 정도
전통시장 및 일반점포	규제 강화로 인한 매출 증가 정도	규제 폐지로 인한 매출 감소 정도

[그림 4-2] DBDC CV 질문형식



□ 대규모점포(SSM)에 대한 질문형식

[다음과 같은 가상의 상황을 생각해 봅니다.]

현재 대규모점포(SSM)와 주변상권의 상생발전을 위해 다음과 같은 조치를 취하고자 합니다. 방법은 2가지입니다.

〈마트 방안 1〉

현재 시행되고 있는 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 완전히 없애고 업체의 자유로운 영업활동을 보장합니다. 이 경우, 경쟁력이 약한 주변 상권이 위축될 수 있습니다. 따라서 대규모점포(SSM)에서 주변 상권의 매출 감소에 대해 적절한 보상을 해야 합니다.

〈마트 방안 2〉

현재 시행되고 있는 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 더 강화합니다. 즉, 영업시간을 현재(0시~10시)보다 2시간을 더 제한하고 의무휴업일(공휴일 포함) 현재 매월 2일에서 매월 3일로 더 증가시킵니다. 이 경우, 대규모점포(SSM)의 매출이 감소할 수 있습니다. 따라서 주변 상권에서 대규모점포(SSM)의 매출 감소에 대해 적절히 보상을 해야 합니다.

□ 전통시장(일반점포)에 대한 질문형식

[다음과 같은 가상의 상황을 생각해 봅니다.]

현재 대규모점포(SSM)와 주변상권의 상생발전을 위해 다음과 같은 조치를 취하고자 합니다. 방법은 2가지입니다.

〈전통시장 방안 1〉

현재 시행되고 있는 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 더 강화합니다. 즉, 영업시간을 현재(0시~10시)보다 2시간을 더 제한하고 의무휴업일(공휴일 포함) 현재 매월 2일에서 매월 3일로 더 증가시킵니다. 이 경우, 대규모점포(SSM)의 매출이 감소할 수 있습니다. 따라서 주변 상권에서 대규모점포(SSM)의 매출 감소에 대해 적절히 보상을 해야 합니다.

〈전통시장 방안 2〉

현재 시행되고 있는 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 완전히 없애고 업체의 자유로운 영업활동을 보장합니다. 이 경우, 경쟁력이 약한 주변 상권이 위축될 수 있습니다. 따라서 대규모점포(SSM)에서 주변 상권의 매출 감소에 대해 적절한 보상을 해야 합니다.

□ 제시액 범위

- 매출 증가율 및 매출 감소율의 초기 제시율은 각각 4%, 6%, 8%, 10%의 증가율과 감소율로 설정함
- 매출증가 혹은 감소의 제시율은 20개(대규모점포 10개, 전통시장 10개) 업체에 대한 사전조사(개방형 질문)를 통해 제시율의 범위(상하한)와 구간을 설정함

[표 4-14] 제시액과 응답자 수

(단위: %, 명)

	초기 제시율 (%)	대규모점포	SSM	전통시장	일반점포	계
매출증가율 - 규제폐지시 대규모점포(SSM) - 규제강화시: 전통시장(일반점포)	4%	4	9	10	3	26
	6%	5	8	8	5	26
	8%	9	4	7	6	26
	10%	4	9	8	5	26
	계	22	30	33	19	104
매출 감소율 - 규제폐지시 전통시장(일반점포) - 규제 강화시 대형(중대형)마트	-4%	4	9	8	5	26
	-6%	9	4	7	6	26
	-8%	5	8	8	5	26
	-10%	4	9	10	3	26
	계	22	30	33	19	104

## 5. 분석 결과

### 가. 응답 점포의 일반적인 특성

- 월평균 영업일 수를 보면, 전통시장(일반점포 포함)이 대규모점포(SSM 포함)에 비해 높은 편임
- 이는 대규모점포의 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 기인함

[표 4-15] 월평균 영업일 수

(단위: 명, %)

	응답자수	평균(일)
대규모점포	22	28.0
SSM	30	27.9
전통시장	33	28.8
일반점포	19	29.9
계	104	28.6

- 고객 수를 보면, 규제 이후 대규모점포의 고객 수는 감소한 반면 전통시장의 고객은 다소 증가한 것으로 보임
- 대규모점포와 SSM의 95.5% 및 86.7%는 고객수가 감소한 것으로 응답한 반면, 전통시장의 51.5% 및 일반점포의 42.1%는 고객수가 증가한 것으로 응답함



[표 4-16] 규제로 인한 고객 수의 증감

(단위: 명, %)

	응답자수	고객 수의 증감					계
		매우 감소	감소	영향 없음	증가	매우 증가	
대규모점포	22	27.3	68.2	4.5	0.0	0.0	100.0
SSM	30	30.0	56.7	13.3	0.0	0.0	100.0
전통시장	33	0.0	3.0	39.4	51.5	6.1	100.0
일반점포	19	0.0	0.0	57.9	42.1	0.0	100.0
계	104	14.4	31.7	27.9	24.0	1.9	100.0

- 영업시간 규제 이후 종업원 수는 대규모점포나 전통시장 모두 감소했으나, 감소한 정도는 대규모점포가 상대적으로 높은 편임
- 대규모점포는 77.2%가 종업원 수가 감소한 것으로 응답했으며, 전통시장은 33.3%만 종업원 수가 감소했다고 응답함

[표 4-17] 규제로 인한 종업원의 증감

(단위: 명, %)

	응답자수	종업원 증감				계
		매우 감소	감소	영향 없음	증가	
대규모점포	22	9.1	68.2	22.7	0.0	100.0
SSM	30	16.7	56.7	26.7	0.0	100.0
전통시장	33	0.0	9.1	57.6	33.3	100.0
일반점포	19	0.0	0.0	84.2	15.8	100.0
전체	104	6.7	33.7	46.2	13.5	100.0

- 대규모점포와 전통시장의 경쟁-보완 관계의 인식 정도를 보면, 영업시간 규제에 의해 대규모점포는 전통시장과 경쟁이 심하다고 인식하는데 반해, 전통시장은 대규모점포와 상호보완성이 크다고 인식하고 있음
- 대규모점포는 전통시장과의 관계에서 규제 전/후에 따라 경쟁관계의 인식이 13.5%→19.5%로 증가하고, 상호보완적 인식이 19.2%→15.4%로 하락함
- 전통시장은 대규모점포와의 관계에서 규제 전/후에 경쟁관계 인식이 65.4%→36.5%로 대폭 하락하고, 상호보완적 인식이 5.8%→25.0%로 대폭 상승함

[표 4-18] 규제 전 후의 경쟁-보완 관계 인식

(단위: 명, %)

	응답자수	규제 이전		규제 이후	
		경쟁관계	상호보완 관계	경쟁관계	상호보완 관계
대규모점포(SSM)	52	13.5	19.2	19.2	15.4
전통시장(일반점포)	52	65.4	5.8	36.5	25.0
계	104	39.4	12.5	27.9	20.2

- 영업시간 규제가 시행되기 이전/이후 두 집단의 상생가능성에 대한 인식에서 보면, 규제로 인해 대규모점포는 전통시장과의 상생 가능성이 매우 낮다고 인식하는데 반해, 전통시장은 규제로 인해 상생가능성이 커지고 있다고 인식함

- 대규모점포는 규제로 인해 상생 가능성 응답이 15.4%→9.6%로 감소한 반면, 전통시장은 규제로 인해 상생 가능성이 7.7%→36.5%로 급격히 상승함
- 규제로 인해 대규모점포는 상생 불가능 응답이 34.6%→50.0%로 상승했으나, 전통시장의 상생불가능 응답은 67.3%→28.8%로 대폭 감소함

[표 4-19] 규제 전 후의 상생가능성 인식

(단위: 명, %)

	응답자수	규제 이전		규제 이후	
		상생 불가능	상생 가능	상생 불가능	상생 가능
대규모점포	52	34.6	15.4	50.0	9.6
전통시장(일반점포)	52	67.3	7.7	28.8	36.5
계	104	51.0	11.5	39.4	23.1

#### 나. 매출액 증감률 추정 과정

- 추정 결과에서 추정계수의 유의성을 판단하는 검정통계량의 해석은 다음과 같음
- 검정통계량에서 t-값은 추정계수의 유의성을 나타내는 수치임. 예측오차의 분포와 추정계수를 이용하여 p-값이 계산됨
  - p-값이 0.1보다 작을 경우 10% 수준, 0.05보다 작으면 5% 수준, 0.01보다 작으면 1% 수준에서 추정계수가 유의함을 의미함

- 우도함수(Log-likelihood)의 추정 방식은 추정계수의 극대화된 값을 찾는 방법으로 그 과정을 보면 다음과 같음
  - 우도함수의 추정에서 도출되는  $\beta, \sigma$ 는 초기 값을 입력 후 값을 조금씩 바꿔가며 우도함수를 극대화시키는  $\beta, \sigma$ 을 찾게 되는데, 초기 값에 따라 우도함수의 값이 다르게 나타날 수 있음
  - 따라서, 우도함수가 가장 큰 값을 가질 수 있는 초기 값을 선정하는 것이 중요한데, 설명변수가 적을 경우에는 초기 값이 어떤 값을 가지더라도 동일한 극대화된  $\beta, \sigma$ 의 추정치를 얻을 수 있음
  - 앞의 추정식에서 Yes라고 답변할 경우 1, No는 0으로 하는 답변에 대한 확률과 제시액과의 관계는 다음과 같음
    - 답변이 Yes, Yes, 경우를 예로 보면,
 
$$\Pr(\text{Yes}, \text{Yes}) = 1 - \Phi\left(\frac{t_{2i} - x'_i \beta}{\sigma}\right) = \Phi\left(x'_i \frac{\beta}{\sigma} - t_{2i} \frac{1}{\sigma}\right) = \Phi(x'_i \alpha + t_{2i} \delta)$$
    - 여기서  $x'_i$ 는 설명변수로 여기서는 상수항이 되며  $t_{j,i}$ 는 제시액을 나타냄
  - 제시액과 Yes라고 답변할 확률간의 관계는  $\delta$ 로 나타나지만 여기서는  $\beta, \sigma$ 를 추정하므로  $\alpha = \frac{\beta}{\sigma}, \delta = -\frac{1}{\sigma}$ 의 관계를 계산하여 얻을 수 있음
  - 계산된 제시액과 상수항에 대한 유의성 판정은  $\beta$ 와  $\sigma$ 의 통계적 유의성을 바탕으로 계산이 가능함
    - 예를 들어,  $\beta$ 와  $\sigma$ 가 모두 유의할 경우  $\alpha$ 와  $\delta$ 는 동일한 유의성을 가지며  $\beta$ 가 유의하지 않을 경우  $\alpha$ 도 유의하지 않게 됨

- 분석에는 설명변수에 따라 2가지 종류가 사용됨
  - 모델 1: 수락여부(수락확률)을 종속변수로 하고, 독립변수에는 특성변수는 포함하지 않고 매출증가율만을 이용하여 추정함<sup>4)</sup>
  - 모델 2: 수락여부(수락확률)을 종속변수로 하고, 독립변수에는 특성변수로 매출액을 포함하여 매출증가율을 추정함

다. 규제 강화/폐지의 매출액 증감률 추정 결과

#### (1) 규제 강화/폐지로 인한 전통시장 매출액 증감률

- 규제강화의 전통시장 매출액 증가율
  - 영업시간·일수 규제가 현재보다 2시간 더 제한되고 의무휴업일이 매월 3일로 강화될 경우 전통시장의 매출액 증가율을 추정함
  - 제시된 매출액 증가율의 추정계수는 음(-)의 값으로 제시율이 높을수록 수락확률(Yes라고 답할 확률)이 낮아짐을 의미함
    - 즉, 전통시장에서는 규제가 강화될 때, 전통시장의 매출액이 크게 증가할 것이라는 예상에 대해서는 소극적인 반응을 보이고 있음

4) Lopez-Feldman, Alejandro(2012)

[표 4-20] 규제강화의 전통시장 매출액 증가율 추정 결과

	추정계수	
	모델1	모델2
$\beta$	0.1006	0.1140
P-값	(7.88)* 0.00	(5.92)* 0.00
$\sigma$	0.0851	0.0740
P-값	(6.74)* 0.00	(4.95)* 0.00
$\alpha (= \beta/\sigma)$ 상수항	1.1821	1.5405
$\delta (= -1/\sigma)$ 제시액	<b>-11.7508</b>	<b>-13.513</b>
매출액	-	-0.0000 (-0.34)*
Log-likelihood	-77.01	-31.15
Num. of Obs	52	23

※ \*는 1% 수준에서 유의함을 의미함

- 추정결과를 근거로 계산하면, 대규모점포의 영업시간이 현재보다 2시간 더 제한되고 의무휴업일이 매월 3일로 강화될 경우 전통시장의 매출은 11.1% 증가(모델 1)할 것으로 예상됨
  - 전통시장 매출은 95% 신뢰구간(모델 1)에서 최소 7.6%에서 최대 12.6%로 증가할 것으로 예상됨
  - 검정통계량(p-값)은 0.00으로 1% 유의수준에서 전통시장 매출 증가율의 기댓값은 유의한 것으로 나타남

[표 4-21] 규제강화로 인한 전통시장 매출 증가율의 기댓값과 신뢰구간

모형	매출증가율 기댓값	p-값	95% 신뢰구간
모델 1	10.06%	0.00	7.56% ~ 12.57%
모델 2	11.09%	0.00	7.82% ~ 14.36%

## □ 규제폐지의 전통시장 매출액 감소율

- 현재 실시되고 있는 영업시간 제한과 의무휴업일 규제를 폐지할 경우, 전통시장의 매출액 감소율을 추정함
- 제시된 매출 감소율의 추정계수는 음의 값으로 제시율이 낮을수록(매출 감소율이 높을수록: 예를 들어, -4%에서 -10%로 갈수록), 전통시장에서의 수락확률이 높아짐
  - 전통시장 관계자들은 대규모점포에 대한 현재의 영업시간 제한 등이 폐지되면, 전통시장의 매출 감소율이 클 것이라는 반응을 보임
- 추정결과를 근거로 계산하면, 대규모점포의 영업시간·일수 규제가 폐지될 경우 전통시장의 매출은 5.3%(모델 1) 감소함
  - 전통시장 매출 감소율은 신뢰구간 95% 수준에서 -8.43%~-2.01%(모델 1)에 이름
  - 검정통계량(p-값)은 0.00으로 1% 유의수준에서 기댓값은 유의한 것으로 나타남

[표 4-22] 규제폐지의 전통시장 매출액 감소율 추정 결과

	추정계수	
	모델1	모델2
$\beta$	-0.0526 (-3.26)*	-0.0595 (-5.42)*
P-값	0.00	0.00
$\sigma$	0.1034 (5.70)*	0.0415 (4.35)*
P-값	0.00	0.00
$\alpha$ (= $\beta/\sigma$ ) 상수항	-0.5087	-1.4337
$\delta$ (= $-1/\sigma$ ) 제시액	-9.6711	-24.0963
매출액	-	0.0000 (0.31)
Log-likelihood	-76.33	-26.99
Num. of Obs	52	23

※ \*는 1% 수준에서 유의함을 의미함

[표 4-23] 규제폐지의 전통시장 매출 감소율의 기댓값과 신뢰구간

구분	매출 감소율 기댓값	p-값	95% 신뢰구간
모델 1	-5.26%	0.00	-8.43% ~ -2.01%
모델 2	-5.79%	0.00	-7.66% ~ -3.91%

- 종합적으로 볼 때, 대규모점포 영업시간 규제의 변화에 따른 전통시장의 매출액은 규제가 현재보다 강화될 경우(매출이 10.1% 증가)가 폐지될 경우(매출이 5.3% 감소)보다 변동 폭이 큼
- 전통시장의 입장에서 볼 때, 규제강화의 매출 증가율이 규제폐지의 매출 감소율보다 크므로 대규모점포의 영업시간 규제 강화의 편익이 규제 폐지의 비용보다 더 크다고 할 수 있음
  - 전통시장은 대규모점포의 영업시간 제한 규제로 인해 순편익이 발생한



것으로 해석할 수 있음

## (2) 규제 강화/폐지로 인한 대규모점포의 매출액 증감률

### □ 규제강화의 대규모점포 매출액 감소율

- 영업시간·일수 규제가 현재보다 2시간 더 제한되고 의무휴업일이 매월 3일로 강화될 경우 대규모점포의 매출액 감소율을 추정함
- 매출 감소율 제시에 대한 추정치는 음의 값으로 제시율이 낮을수록(매출 감소율이 높을수록: 예를 들어, -4%에서 -10%로 갈수록), 대규모점포에서의 수락확률이 높아짐
- 대규모점포에 대한 영업시간 제한과 의무휴업일 규제가 현재보다 더 강화되면, 대규모점포에서는 매출 감소율이 클 것이라는 반응을 보임

[표 4-24] 규제강화의 대규모점포 매출액 감소율 추정 결과

	추정계수	
	모델1	모델2
$\beta$	-0.0103	-0.0171
P-값	(-0.66) 0.50	(-0.69) 0.48
$\sigma$	0.0792	0.0818
P-값	(5.19)* 0.00	(4.52)* 0.00
$\alpha$ ( = $\beta/\sigma$ ) 상수항	-0.1300	-0.2090
$\delta$ ( = $-1/\sigma$ ) 제시액	-12.6262	-12.2249
매출액	-	-0.0000
Log-likelihood	-59.83	-44.14
Num. of Obs	52	35

※ \*는 1% 수준에서 유의함을 의미함

- 추정결과를 근거로 계산하면, 대규모점포의 규제가 현재보다 더 강화되면, 대규모점포의 매출액은 1.03%(모델 1) 감소할 것으로 예상됨
  - 대규모점포 매출 감소율은 신뢰구간 95% 수준에서 -4.09% ~ 2.01% (모델 1)에 이름
  - 신뢰구간을 기준으로하면 매출이 감소할 가능성이 있으나, 검정통계량 (p-값)이 0.5로 나타나 기댓값의 유의성이 낮은 편임

[표 4-25] 규제강화에 대한 대규모점포 매출 감소율의 기댓값과 신뢰구간

구분	매출 감소율 기댓값	p-값	95% 신뢰구간
모델 1	-1.03%	0.50	-4.09% ~ 2.02%
모델 2	-1.93%	0.29	-5.49% ~ 1.64%

□ 규제폐지의 대규모점포의 매출액 증가율

- 현재 실시되고 있는 영업시간 제한과 의무휴업일 규제를 폐지할 경우, 대규모점포의 매출액 증가율을 추정함
- 매출 증가율 제시에 대한 추정치는 음의 값으로 제시율이 높아질수록 대규모점포에서 수락할 확률이 낮아짐을 의미함
  - 현재 영업시간 제한 규제를 폐지할 경우, 대규모점포의 매출이 크게 증가할 것이라는 예상에 대해 대규모점포는 소극적인 반응을 보임
- 추정결과를 근거로 계산된 기댓값을 보면, 현재 영업시간 규제를 폐지할 경우, 대규모점포의 매출은 9.6% 증가할 것으로 기대됨
  - 대규모점포 매출 증가율은 신뢰구간 95% 수준에서 8.23% ~ 10.87%

(모델 1)에 이름

- 검정통계량(p-값)은 0.00으로 1% 유의수준에서 매출 증가율 기댓값은 유의한 것으로 나타남

[표 4-26] 규제폐지의 대규모점포 매출액 증가율 추정 결과

	추정계수	
	모델1	모델2
$\beta$	0.0955 (14.18)*	0.0871 (6.93)*
P-값	0.00	0.00
$\sigma$	0.0436 (8.08)*	0.0491 (6.80)*
P-값	0.00	0.00
$\alpha$ ( = $\beta/\sigma$ ) 상수항	2.1903	1.7739
$\delta$ ( = $-1/\sigma$ ) 제시액	-22.9357	-20.3665
매출액	-	0.0000 (0.72)
Log-likelihood	-61.81	-47.01
Num. of Obs	52	35

※ \*는 1% 수준에서 유의함을 의미함

[표 4-27] 규제폐지에 대한 대규모점포 매출 증가율의 기댓값과 신뢰구간

구분	매출 증가율 기댓값	p-값	95% 신뢰구간
모델 1	9.55%	0.00	8.23% ~ 10.87%
모델 2	9.38%	0.00	7.62% ~ 11.15%

- 종합적으로 볼 때, 대규모점포 영업시간 규제의 변화에 따른 대규모점포의 매출액은 규제가 현재보다 강화될 경우(매출이 1.03% 감소)가 폐지될 경우(매출이 9.6% 증가)보다 변동 폭이 큼

- 대규모점포의 입장에서 볼 때, 규제폐지의 매출 증가율이 규제강화의 매출 감소율보다 크므로 영업시간 규제폐지의 편익이 규제강화의 손실보다 적다고 할 수 있음
- 대규모점포는 영업시간 제한 규제로 인해 순손실이 발생한 것으로 해석할 수 있음

**(3) 분석결과의 종합**

- 영업시간·일수 규제가 현재보다 2시간 더 제한 및 의무휴업일 매월 3일로 강화될 경우 대형(중대형)마트의 매출액 1.03% 감소라는 사회적 비용으로 전통시장 매출액이 10.1% 상승이라는 사회적 편익이 발생함
- 영업시간·일수 규제가 폐지될 경우 전통시장 매출액 5.3%감소라는 사회적 비용으로 대규모점포 매출액 9.6% 상승이라는 사회적 편익이 발생함

**[표 4-28] 규제강화/폐지에 따른 이해당사자의 매출 변동**

구분	매출액 변동	
	편익요소	비용요소
규제 강화: 영업시간·일수 규제가 현재보다 2시간 더 제한 및 의무휴업일 매월 3일로 강화	전통시장 매출액이 10.06% 증가	대규모점포 매출액이 1.03% 감소
규제 폐지: 영업시간·일수 규제를 폐지하고 자유로운 영업활동	대규모점포 매출액이 9.55% 증가	전통시장 매출액의 5.26% 감소

- 개별 시장의 매출액 변화를 고려할 때(동일한 매출 규모를 가진 전통시장과 대규모점포를 비교한다면), 규제로 인한 전통시장의 편익이 대규모 점포의 비용보다 큰 편임
  - ‘규제이전(규제폐지) → 현재 상태의 규제 → 규제를 강화’하는 과정에서 전통시장의 매출은 -5.3%(5.3% 감소) → 현재 수준 → 10.6% 증가하여 규제이전에 비해 매출증가율이 15.3% 증가하는 것으로 볼 수 있으나, ‘규제강화 → 현재 상태의 규제 → 규제폐지’의 과정에서 대규모 점포의 매출은 -1.03%(1.03% 감소) → 현재수준 → 9.6% 증가하여 규제폐지는 규제강화보다 10.6% 증가함
- 그러나, 유통산업 전체를 볼 때, 전통시장의 매출액 규모는 대규모점포와 SSM의 매출액 규모에 비해 낮은 수준이므로, 규제로 인해 유통산업 전체의 매출은 감소할 가능성이 있음
- 이는 경제 전체적으로 사회적 후생이 감소할 가능성을 내포하고 있음
  - 비교 대상이 되는 전통시장과 일반점포의 연간 매출액을 정확하게 포착하기는 어려움이 있으나, 2013년을 기준으로 대규모점포와 SSM의 매출액을 62,800십억 원, 전통시장 매출액을 20,700십억 원으로 가정하고,
  - 규제강화의 순편익을 계산하면, 유통산업 매출액은 1,436십억원 증가
    - 규제강화의 유통산업 매출액 증가액(편익)
      - = 전통시장 매출액 증가율(10.06%) × 전통시장 매출액(20,700십억 원)
      - = 2,082십억 원
    - 규제강화의 유통산업 매출액 감소액(비용)
      - = 대규모점포 매출액 감소율(1.03%) × 대규모점포 매출액(62,800십억 원)

= 647십억 원

- 규제강화의 순편익
  - = 규제강화의 편익(2,082십억 원) - 규제강화의 비용(647십억 원)
  - = 1,436십억 원
- 규제폐지의 순편익을 계산하면, 유통산업 매출액은 3,473십억 원 증가
  - 규제폐지의 유통산업 매출액 증가액(편익)
    - = 대규모점포 매출액 증가율(9.55%) × 대규모점포 매출액(62,800십억 원)
    - = 3,915십억 원
  - 규제폐지의 유통산업 매출액 감소액(비용)
    - = 전통시장 매출액 감소율(5.26%) × 전통시장 매출액(20,700십억 원)
    - = 1,089십억 원
  - 규제폐지의 순편익
    - = 규제폐지의 편익(3,915십억 원) - 규제폐지의 비용(442십억 원)
    - = 3,473십억 원
- 따라서 규제폐지 시 유통산업의 매출액 증가폭이 규제강화의 유통산업 매출액 증가폭보다 큰 것으로 계산됨

[표 4-29] 규제강화/폐지에 따른 유통산업 매출액 변동

구분	매출액 변동		
	편익 (매출 증가)	비용 (매출 감소)	순편익
규제 강화 (B)	전통시장 매출변동율 10.06%	대규모점포 매출변동율 -1.03%	유통산업 매출액 1,436십억 원 증가 (B)
	유통산업 매출액 2,082십억 원 증가	유통산업 매출액 647십억원 감소	
규제 폐지 (A)	대규모점포 매출액 9.55% 증가	전통시장 매출액 5.26% 감소	유통산업 매출액 4,909십억 원 증가 (A)
	유통산업 매출액 5,997십억 원 증가	유통산업 매출액 1,089십억 원 감소	
강화:폐지의 비교 (A-B)			유통산업 매출액 3,473십억 원 증가 (A-B)
	유통산업 매출액 3,915십억 원 증가	유통산업 매출액 442십억 원 감소	

#### (4) 규제의 비용/편익과 상생발전 가능성 분석

- 규제의 시행이 대규모점포와 전통시장 간의 상생발전에 긍정적으로 작용하면, 규제에 의한 편익이 더 크게 발생할 수 있음이 입증됨
  - 즉, 대규모점포의 영업시간 제한 규제에 유연하게 대처할 수 있는 그룹에서는 규제 강화/폐지에 대한 부정적인 요소를 감소시킴으로써 전체 사회적 편익을 증가시킬 수 있는 것으로 판단하고 있음
- 규제 이후의 상생발전 가능성에 긍정적인 그룹을 추출하여 매출 증감률을 추정한 결과는 다음과 같음

[표 4-30] 상생발전 가능 그룹의 매출액 증감을 추정 결과

구분	매출액 변동	
	편익	비용
규제강화: 영업시간·일수 규제가 현재보다 2시간 더 제한 및 의무 휴업일 매월 3일로 강화	전통시장의 매출이 10.06% → 13.30%	대규모점포의 매출이 -1.03% → 0.02%
규제폐지: 영업시간·일수 규제폐지	대규모점포의 매출이 9.55% → 13.08%	전통시장의 매출이 -5.26% → -3.94%

- 상생발전 가능성에 긍정적인 전통시장은 규제가 강화될 때 전체 그룹에 비해 더 높은 매출액 증가율을 예상(10.06% → 13.30%)한 반면 규제 폐지에는 더 낮은 매출액 감소율은 예상함(-5.26% → -3.94%)
  - 환경, 품목 등의 요소를 고려하여 영업시간·일수 규제로 상생발전이 가능하다고 판단되는 경우 규제가 폐지되어도 나머지 그룹에 비해 매출액의 감소가 적지만 규제가 강화되었을 때의 매출액 증가폭은 폐지된 경우보다 더 큼
- 상생발전 가능성 그룹에서 영업시간·일수 규제에 대한 비용편익으로의 접근은 전체 그룹과 마찬가지로 규제가 강화되는 것이 비용에 비해 편익의 증가폭이 큼
- 상생발전 가능성의 분석결과와 비교할 경우 영업시간·일수 규제뿐 아니라 전통시장과의 상생발전 가능성을 높일 수 있는 방안이 함께 이루어진다면 사회적 후생은 더 많이 상승할 수 있음



## 라. 영업시간 제한 제도에 대한 의견

### □ 대규모점포 및 SSM

- 대규모점포에서는 영업시간·일수 규제에 대한 부정적인 의견이 다수를 차지하고 있으며, 대부분 의견의 핵심적 내용은 규제에 의한 매출액 감소가 전통시장으로 모두 유입되지 않는 점을 지적함
- 또한 SSM은 규제에 의해 매출액 감소를 넘어서 경영의 어려움을 호소하고 있음

### □ 전통시장

- 영업시간·일수 규제에 대해 대체로 긍정적이나 시장별 특성 및 품목에 맞춘 규제를 원하고 있음
- 규제를 통해 대규모점포 및 SSM의 매출액 감소가 전통시장의 매출액 증가로 이어지는 것보다 상생할 수 있는 방안이 필요함
- 영업시간·일수 규제뿐 아니라 고객들이 전통시장을 찾아갈 수 있는 동기를 제고할 수 있는 방안이 요구됨

## 6. 사례분석의 함의와 이론적 검정

### 가. 사례분석 결과의 함의

- 영업시간 제한 규제가 현재보다 더 강화되면, 대규모점포의 매출은 상대적으로 소폭 감소하나 전통시장 매출은 대폭 상승할 것으로 예상됨

- 개별시장의 측면에서 보면, 규제로 인해 편익요소인 전통시장의 매출은 높게 상승하고, 비용요소인 대규모점포의 매출 감소폭은 낮은 편임
  - 따라서 규제는 경쟁력이 약한 전통시장을 보호한다는 측면에서 그 정당성이 인정되고 있음
  - 그러나, 규제로 인해 유통산업 전체의 매출은 감소할 것으로 예상됨
  - 유통산업의 입장에서 볼 때, 소비자 잉여를 감소시키고 사회적 후생을 감소시킬 가능성을 내포하고 있음
- 전통시장과 대규모점포가 규제에 보다 유연하게 대처하여 두 그룹의 상생발전을 도모한다면 일반적인 경우보다 더 적은 사회적 비용으로 더 많은 사회적 편익을 가져올 수 있음이 입증됨
- 상생발전이 가능하다는 그룹은 규제로 발생하는 전통시장의 매출이 일반적인 그룹보다 더 크게 증가하고, 대규모점포의 매출 감소율이 일반적인 그룹보다 더 낮은 편임
  - 전체 시장의 사회적 후생을 증가시키기 위해 영업시간 제한 등의 규제를 지속할 경우, 사회적 후생을 극대화하기 위해서는 대규모점포 및 SSM과 전통시장이 상생발전 할 수 있는 방안이 마련되어야 함
  - 또한, 모든 지역, 모든 시장에 동일한 규제보다 시장의 특성, 접근성, 품목 등의 환경적 요인도 함께 고려할 필요가 있음

## 나. 사례분석 결과의 이론적 검정

### (1) 이론적 모형의 설정과 전제

- 사례분석 결과의 검정을 위해 경쟁제한에 대한 이론적 모형을 이용하여 대규모점포 영업시간 제한이 전통시장과 대규모점포의 매출 및 사회적 후생에 미치는 영향을 분석함
  - 동 분석에는 게임이론이 적용됨(자세한 내용은 <부록>을 참조)
- 대규모점포의 영업시간 제한 상황을 대규모점포와 전통시장과의 게임 상황으로 인지하고 다음의 전제를 통해 최선의 행동을 결정함
  - 대규모점포가 선택하는 영업시간은 전통시장이 선택하는 영업시간과 매출에 영향을 미치며, 반대로 전통시장이 선택하는 영업시간은 대규모점포가 선택하는 영업시간과 매출에 영향을 미침
  - 대규모점포와 전통시장의 선택 행동은 영업시간을 정하는 것이기 때문에 대규모점포-전통시장 간 상황을 동시진행게임 상황으로 볼 수 있음
  - 따라서 대규모점포와 전통시장은 상대방의 행동을 예상하면서 자신의 이윤을 극대화하기 위한 최선의 행동을 선택함
  - 시장에 참여하는 경기자는 정부, 대규모점포, 전통시장, 소비자로 두고 각 경기자는 다음의 전략적 행동을 취하고 있음
    - 정부는 대규모점포 영업시간 규제의 실시 여부를 결정함
    - 대규모점포와 전통시장은 각각 영업시간을 결정하며, 정해지는 영업시간에 따라 생산량(판매량)이 결정됨
    - 소비자는 대규모점포와 전통시장의 상품에 대한 구매 여부를 결정함

## (2) 영업시간 규제 전 후 비교 결과

- 대규모점포 영업시간 규제 이전과 이후를 비교해 보면, 전통시장의 편익은 증가했으나, 전체 사회적 후생은 감소함
- 규제 이전과 비교하여 대규모점포의 매출과 이윤은 규제 이후에 감소하고, 전통시장의 매출과 이윤은 규제 이후에 증가함
  - 대규모점포 영업시간 규제를 통하여 사회적 공평성을 개선할 수 있음
  - 공평성 개선을 통해 대규모점포-전통시장 간 상생발전이 기대됨
- 규제 이후에 소비자 잉여와 사회적 후생은 감소하는 것으로 나타남
  - 사회적 공평성의 개선을 위한 대가로 사회적 효율성이 저하됨

[표 4-31] 대규모점포 영업시간 규제 전후 비교

	규제 실시 이전	규제 실시 이후	변화량
대규모점포 판매량	$\frac{A + C_S}{3}$	$T_0$	감소
대규모점포 이윤	$\frac{(A + C_S)^2}{9}$	$\left(\frac{A - T_0 + C_S}{2}\right)T_0$	감소
전통시장 판매량	$Q_S^* = \frac{A - 2C_S}{3}$	$\frac{A - T_0 - C_S}{2}$	증가
전통시장 이윤	$\frac{(A - 2C_S)^2}{9}$	$\left(\frac{A - T_0 - C_S}{2}\right)^2$	증가
소비자 잉여	$\frac{(2A - C_S)^2}{18}$	$\frac{(A - C_S + T_0)^2}{8}$	감소
사회적 후생	$\frac{(8A^2 + 11C_S^2 - 8AC_S)}{18}$	$\frac{(3(A - C_S)^2 + 2(A + 3C_S)T_0 - T_0^2)}{8}$	감소

## (3) 이론모형 결과 및 사례분석 결과의 비교

- 대규모점포의 영업시간 규제로 인해서 대규모점포와 전통시장과의 상생의 길을 마련할 수 있음을 확인함
- 하지만 이에 대한 부작용으로 소비자 잉여와 사회 후생이 감소할 가능성이 있음
  - 따라서 입법의 초기목적을 달성할 수 있지만 사회 후생이 감소하게 되는 비용을 감내해야 함
- 이론적 분석의 결과는 최근 대규모점포 영업시간 제한 등과 관련된 대법원의 최종 판결의 의미와 동일함
  - 최근 대법원은 대형마트 영업시간 규제가 적법하다는 판결을 내림
  - 즉, 대형마트 영업시간 규제가 전통시장 골목상권과 같은 상대적 약자를 보호할 수 있다고 판단됨
  - 이에 따라 대형마트와 전통시장 간의 상생발전을 기대해 볼 수 있음
- 또한 이론적 모형의 분석 결과는 앞서 논의한 사례분석(통계적 분석) 결과와 동일하게 해석할 수 있음
  - 사례분석에서는 대규모점포의 영업시간 제한은 경쟁력이 취약한 전통시장의 매출을 상대적으로 높게 증가시킴으로써 사회적 공평성을 제고시킬 수 있음을 시사함
  - 사례분석에서는 영업시간 제한이 유통산업 전체의 매출을 감소시킴으로써 사회적 후생이 감소될 가능성이 있음을 지적하였음

## V. 결론 및 정책적 함의

### 1. 영업시간 제한 전후의 유통산업 환경 변화

- 대규모점포(SSM)의 매출은 증가했으나 전통시장의 매출은 감소함
  - 대규모점포(SSM)의 경우 규제와 관계없이 매출이 37.1조원에서 38.4조원으로 증가하였으며 종사자 수는 61,128명에서 72,648명으로 증가함
  - 전통시장의 경우 매출이 규제실행 이후 21.1조원에서 20.7조원으로 감소하였으나 종사자 수는 204,237에서 210,433으로 증가함
- 규제 이후 전통시장의 고객 수는 증가한 것으로 추정됨
  - 규제 이후에 대규모점포와 SSM의 고객 수는 감소했으나, 전통시장의 고객 수는 증가한 것으로 보임
    - 대규모점포의 95.5%와 SSM의 86.7%는 고객 수가 감소했다고 응답한 데 반해, 전통시장과 일반점포는 각각 51.5% 및 42.1%만 고객 수가 증가한 것으로 응답함
- 규제 이후 대규모점포 및 SSM과 전통시장과의 관계
  - 규제 실행 전과 후에 대해 대규모점포(SSM)의 경우 전통시장 및 일반점포에 대해 경쟁관계로 인식한 응답자가 19.2%로 증가했으며 상호보완관계라 인식한 응답은 15.4%로 낮아짐
  - 하지만 전통시장 및 일반점포의 경우 대규모점포(SSM)와 경쟁관계로 인식한 응답자가 36.5%로 다소 낮아진 반면 상호보완관계라 인식한 응

답은 25%로 증가함

## 2. 법 개정의 긍정적인 측면

### 가. 사회적 공평성에 기여

- 규제의 비용-편익 분석 결과, 규제의 지속은 전통시장의 매출 증가를 유도하여 사회적 공평성을 제고시킬 수 있음
- 개별시장의 측면에서 규제 강화/폐지에 대한 매출액 변화를 추정한 결과, 규제강화의 전통시장 매출액 증가율(편익)이 대규모점포 매출액 감소율(비용)보다 높은 것으로 추정됨
  - 영업시간·일수 규제가 현재보다 더 강화될 경우 비용적 요소로 대규모점포(SSM)의 매출액의 1.0%가 감소하나 전통시장의 매출액은 10.1%가 증가함
  - 영업시간 규제가 폐지될 경우 전통시장 매출액은 5.3% 감소하나 대규모점포의 매출액은 9.6% 증가함
- 이는 대규모점포 등의 영업시간 제한이 경쟁력이 취약한 전통시장의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 기회로 작용함으로써 법 개정이 사회적 공평성을 제고한 것으로 이해할 수 있음

### 나. 전통시장-대규모점포 간의 상생발전 가능

- 현재 진행되고 있는 규제 이후 대규모점포-전통시장 간 상생발전이 가능

하다는 그룹을 대상으로 조사한 결과, 영업시간 규제로 사회적 편익을 제고할 수 있는 것으로 예상됨

- 전반적으로 상생발전 가능성이 높은 그룹은 규제 강화에 대한 사회적 비용(대규모점포(SSM)의 매출)은 소폭 증가하고, 사회적 편익(전통시장의 매출)은 대폭 증가하는 것으로 나타남
- 영업시간·일수 규제가 상생발전 가능성을 촉진시키거나 저해한다는 입장에 있는 그룹의 결과로 단순히 규제 강화뿐 아니라 제도적인 장치를 병행하는 것이 규제의 효율을 높이는 방법이 될 수 있음

#### 다. 경제사회적 정당성이 내재

- 영업시간 규제에 관한 비용-편익 분석과 이론적 모형을 통한 검정 및 법률적 해석에서 대규모점포 등의 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정은 전통시장 및 주변상권의 경쟁력을 향상시킴으로서 사회적 공평성을 제고시킬 수 있다는 법 개정의 목적을 달성하고 있음
- 지난 11월 19일 대법원에서 대규모점포 영업시간 제한 및 강제휴무지정을 한 지방자치단체의 처분이 적법하다는 판결을 내림
  - 대규모점포 및 SSM은 영업시간·일수 규제가 대규모점포 개설자 및 종사자의 영업의 자유, 소비자의 선택권 등을 침해한다는 주장을 함
  - 대규모점포 영업시간 규제가 전통시장 골목상권과 같은 상대적 약자를 보호할 수 있다고 판단됨
  - 이에 따라 대규모점포와 전통시장 간의 상생발전을 기대해 볼 수 있음



### 3. 법 개정의 부정적인 측면: 사회적 효율성 저하 가능성

- 규제의 비용-편익 분석 결과는 규제에 의해 유통산업의 매출 증가세가 둔화되어 사회적 후생은 감소할 가능성이 있음을 시사하고 있음
- 규제강화로 인한 전통시장 매출 증가폭이 규제폐지로 인한 대규모점포 매출 증가폭보다 더 적은 편임
  - 이는 규제 강화가 유통산업의 매출증가를 둔화시킨다는 것을 의미함
- 규제의 경쟁관계에 관한 이론적 모형(게임이론)의 분석 결과, 영업시간 제한은 소비자 잉여와 사회적 후생을 감소시키는 것으로 나타남

### 4. 제도적 보완의 필요성

- 현재 시행되고 있는 대규모점포의 영업시간·일수의 일률적인 규제는 대규모점포와 전통시장의 환경적 측면을 고려하지 않고 있음
- 규제로 인해 두 그룹의 매출 증감이 상반되고 있는 현실을 고려할 때, 전통시장과 대규모점포의 상생발전을 위해서는 사회적 비용을 최소화할 수 있는 방안이 필요함
  - 규제로 인한 대규모점포 및 SSM의 매출액 감소가 전통시장으로 유입되어 상생이 가능한지에 대한 의문이 있음
- 대규모점포 및 SSM과 전통시장의 상생발전을 위해서는 규제뿐 아니라 환경, 접근성, 품목, 시장 특성 등에 맞춘 제도적 장치의 병행이 필요함
  - 기존연구<sup>5)</sup>에서는 전통시장의 ‘상품 저렴성’, ‘접근성’, ‘상품 다양성’ 등

의 요소가 대규모점포보다 우위에 있으므로 이러한 장점들을 특화시킬 수 있다면 상생발전이 가능할 것이라고 예상함

□ 본 연구의 한계

- 영업시간 제한의 실증적 분석을 위해서는 규제 전 후 이해 당사자 그룹의 경영환경에 관한 통계적 데이터가 구축되어야하며, 실태조사의 범위를 전국으로 확대할 필요가 있음
- 입법영향평가를 위해서는 비용-효과 분석에서 계량화할 수 없는 구조적, 질적 분석도 병행할 필요가 있음

---

5) 류인철 외 2인(2012), 조규호(2014), 정수용(2015) 등

## 참고문헌

- 김준환·김현순(2013), “대형마트와 전통시장 이용행태 차이에 관한 실증연구 - 수도권 주민을 대상으로-”, 『한국주거환경학회지』, 제11권 제1호, pp. 63~75
- 대한상공회의소(2014), 2014년 유통산업통계
- 대한상공회의소(2015), 2015년 유통백서
- 류인철·강한수·최용석(2012), “SSM과 중소기업 상생 협력 방안의 연구,” 『지역발전연구』, 제12권 제1호, pp. 1~35
- 마성열(2012), “대형마트 영업규제의 의미와 중소기업과의 상생발전 방안”, 경남발전연구원 정책포커스
- 박경영·김용관·김민성(2013), “기업의 자발적 공시에 관한 의사소통게임의 이론적 분석,” 『한국경제연구』, 제31권 제3호, pp. 69~115
- 박경영(2015), “잠재적 진입기업이 존재하는 상황에서의 기업의 자발적 공시에 관한 분석,” 『응용경제』, 제17권 제1호, pp. 159~191
- 박영무·조춘환·신찬식·안승호(2013), “영업 시간 소매업 규제가 제조업체 매출에 미치는 차별적 영향에 관한 연구 -제품속성별 분석을 중심으로-”, 『규제연구』, 제22권 제1호, pp. 161~194
- 박주영·신기동(2010), “SSM에 대응한 중소기업 슈퍼마켓의 경쟁력 강화방안”, 『유통연구』, 제15권 제5호, pp. 1~15
- 서울연구원(2012), 대형마트 영업제한의 전통시장 매출 증대에 대한 영향 분석
- 소상공인진흥공단(2014), 2014년 전통시장 및 상점가 점포경영실태조사
- 신석훈(2009), 기업형 슈퍼마켓(SSM) 규제 입법논리의 문제점, 한국경제연구원
- 이해춘 등(2012), 재정지원 일자리사업 평가지표 개발 등 합리적 평가체계 구

- 축방안 연구, 성균관대학교 · 고용노동부
- 정수용(2015), “이중차이분석을 통해 본 대형마트 의무휴업제 시행의 영향평가 -서울시 전통시장 내 마트형점포 매출액 변화를 중심으로-,” 『한국정책학회보』, 제24권 제2호, pp. 433~459
- 정창화(2003), 규제영향분석을 위한 분석기법에 관한 연구, 한국지방행정연구원
- 조규호(2014), “전통시장 생존 가능한가?: 전통시장과 대형마트 이용객의 구매 만족도 및 정부 관련정책 인식도에 관한 비교분석을 중심으로,” 『유통경영학회지』, 제17권 제6호, pp. 29~41
- 주무현 · 이해춘 등(2010), 경제 · 산업정책 및 주요 재정사업의 고용효과 예측 방법론 연구, 한국고용정보원
- 중소기업중앙회(2007), 대규모점포 제한 국내외 사례검토 및 과제
- 중소기업중앙회(2014), 대형마트 거래 중소기업 애로실태 조사결과 보고서
- 최유진(2011), 입법과정상의 영향평가제도 통합방안에 관한 연구, 한국행정연구원
- 통계청(2014), 도소매업조사
- 통계청(2014), 서비스업 동향 조사
- 통계청(2014), 전국사업체 조사
- Lopez-Feldman, Alejandro(2012), "Introduction to contingent valuation using Stata," MPRA Paper 41018, University Library of Munich, Germany

## 부록

### 1. 게임이론을 이용한 영업시간 규제의 효과 분석

#### (1) 개요

##### 가. 게임이론이란

- 게임이론이란 경제주체들 간의 전략적 상호작용을 분석하는 학문이자 도구임
  - 한 경제주체의 행동이 다른 경제주체들의 행동과 후생에 영향을 미치는 상황이 게임 상황임
  - 이와 같은 게임 상황에서의 균형과 균형에서의 후생을 분석하는 것이 게임이론의 핵심임
  - 이처럼 게임 상황에서는 각 경제주체들이 의사 결정할 때 상대방의 행동을 고려할 필요가 있음
  - 게임이론에서는 경제주체들을 경기자라고 지칭함
- 게임이론의 구성요소는 크게 경기자, 경기자들의 행동, 경기자들의 보수 함수의 3가지임
- 게임이론은 경기자들의 행동선택이 동시에 이루어지나 아니면 순차적으로 이루어 지냐에 의해 동시진행게임과 순차게임으로 나누어짐
  - 동시진행게임은 행동선택이 동시에 이루어지기 때문에 상대방이 선택하

는 행동을 관찰할 수 없음

- 따라서 행동선택이 순차적으로 이루어지는 경우라도 상대방의 행동을 관찰할 수 없는 경우에는 동시진행게임으로 관주함
  - 동시진행게임에서는 상대방의 행동을 관찰할 수 없기 때문에 의사 결정할 때 상대방이 어떤 행동을 취할지에 대한 예측이 필요함
  - 이에 따라 동시진행게임에서 각 경기자들의 최적 행동을 분석할 때 다른 경기자들의 행동은 주어진 것으로 가정함
  - 그리고 주어진 상대방의 행동에 대한 최적 행동을 최선 대응이라고 지칭함
- 순차게임은 경기자들이 순차적으로 행동을 선택함
- 따라서 게임 상황에 따라 행동선택의 순서로 인한 유틸리티가 존재함
  - 먼저 행동을 선택하는 사람이 유리한 게임 상황을 ‘선행자에게 유리한 게임 상황’이라고 지칭함
  - 반대로 나중에 행동을 선택하는 사람이 유리한 게임 상황을 ‘후행자에게 유리한 게임 상황’이라고 지칭함
  - 순차게임에서 나중에 행동을 선택하는 사람은 먼저 행동을 선택한 사람의 행동을 보고 그 행동에 따른 최적 행동을 결정함
  - 이 최적 행동 또한 후행자의 최선 대응이라고 부름
  - 선행자의 최선 대응은 자신의 행동선택에 따른 후행자의 최선 대응을 예측하여 그 예측에 대응하는 행동을 의미함
- 게임 모형에서 균형이란 각 경기자들의 최선 대응들의 조합을 의미함
- 또한 게임모형은 게임 상황의 정보구조에 따라 완비(complete) 정보 계

임모형과 불완비(incomplete) 정보 게임모형으로 구분됨

- 먼저 완비 정보 게임모형은 경기자들이 모든 경기자들의 보수 함수를 정확하게 인지하는 모형을 말함
  - 따라서 각 경기자들은 자신의 행동과 상대방의 행동의 조합에 따라 각 경기자들이 얻는 보수를 정확하게 예측할 수 있음
- 한편 불완비 정보 게임모형은 적어도 한명의 경기자가 모든 경기자들의 보수 함수들 중 적어도 한 명 이상의 경기자의 보수 함수를 알지 못하는 모형을 말함
  - 따라서 정보의 우위가 있는 경기자들과 정보의 열위가 있는 경기자들이 구분됨
  - 정보 우위의 경기자들은 우월적인 지위를 최대한 이용하려고 하며, 반대로 정보 열위의 경기자들은 정보 우위의 경기자들과의 정보의 격차를 줄이고자 함

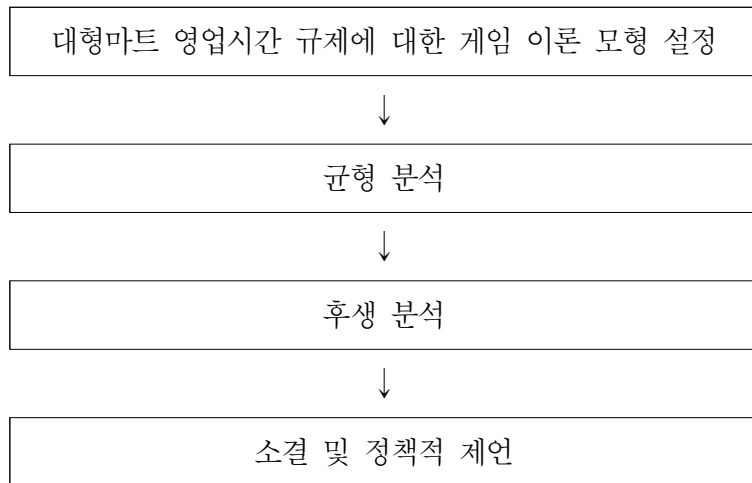
#### 나. 게임이론을 통한 대형마트 영업시간 규제 분석

- 대형마트 영업시간 규제 상황도 대형마트와 전통시장과의 게임 상황으로 인지할 수 있음
  - 대형마트가 선택하는 영업시간이 전통시장이 선택하는 영업시간과 매출에 영향을 미치며, 반대로 전통시장이 선택하는 영업시간이 대형마트가 선택하는 영업시간과 매출에 영향을 미침
    - 대형마트와 전통시장이 선택하는 행동이 영업시간을 정하는 것이기 때문에 대형마트와 전통시장 간의 게임 상황을 동시진행게임 상황으로

볼 수 있음

- 대명마트와 전통시장은 상대방의 행동을 예상하면서 자신의 이윤을 극대화하기 위한 최선의 행동을 선택함
- 따라서 게임 모형을 이용하여 대형마트 영업시간 규제의 효과를 분석하고자 함
- 아래 그림 [부-1]은 대형마트 영업시간 규제에 대한 게임 이론적 분석의 플로우 차트를 보여줌

[그림 부-1] 게임 모형의 플로우 차트



## (2) 선행 연구

- 게임 이론을 이용하여 정부정책에 대한 시사점을 연구한 기존 연구들을



살펴보면 다음과 같음

- 대표적으로 박경영 외 3인(2013), 박경영(2015)에서는 정부가 기업의 정보공시채널을 규제할 때의 효과를 분석함
  - 공적 정보공시채널이 더 효율적이 되는 상황과 반대로 사적 정보공시채널이 더 효율적이 되는 상황은 언제인지를 분석함
- 한편 대형마트 영업시간 규제를 게임 이론으로 분석한 연구들은 현재 존재하지 않음
  - 따라서 본 연구가 대형마트 영업시간 규제를 게임 이론으로 분석한 최초의 논문임
  - 본 연구를 통해서 대형마트와 전통시장이 정부 규제에 대해 어떻게 대응하는지를 잘 파악할 수 있을 것으로 기대됨

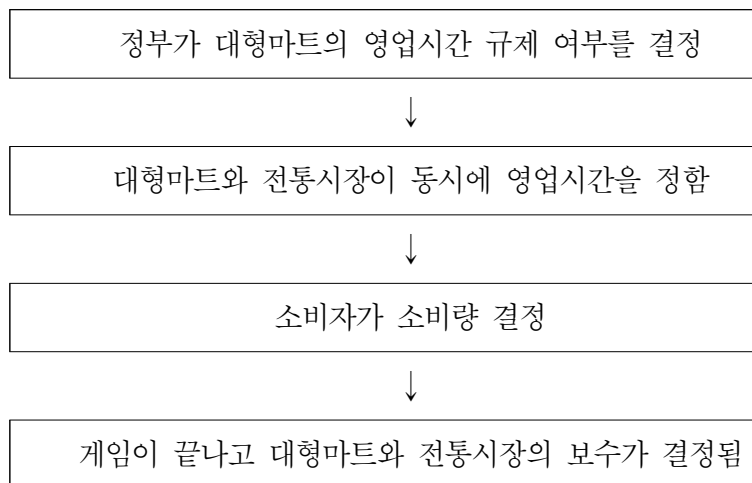
### (3) 게임 모형

- 대형마트와 전통시장 간의 게임 상황과 시장구조를 다음과 같이 묘사함
  - 경기자 : 정부, 대형마트, 전통시장, 소비자
  - 경기자들의 행동들은 다음과 같음
    - 먼저 정부의 행동은 대형마트 영업시간 규제를 실시할 지 미실시할 지를 결정하는 것임
    - 대형마트와 전통시장의 행동은 영업시간을 얼마로 할지를 정하는 것임
    - 그리고 대형마트와 전통시장이 정하는 영업시간에 따라 생산량(판매량)이 결정됨

- 마지막으로 소비자는 대형마트와 전통시장이 판매하는 상품을 구매할 지 말지를 결정함
- 대형마트와 전통시장이 생산하는 생산물인  $Q$ 재는 모두 동질적이며 규모에 대한 수익 불변의 기술로 생산됨
- 또한  $Q$ 재의 유일한 생산요소는 영업시간이라고 가정하고 이 영업시간을 대형마트와 전통시장이 각각 결정함
  - 생산함수를 다음의 형태로 설정
 
$$Q_i = T_i, i = B, S$$
  - 여기서  $B$ 는 대형마트를,  $S$ 는 전통시장을 지칭하며,  $T_i$ 는 각 영업점이 선택하는 영업시간을 의미
  - 각 기업들의 한계비용은 각각  $C_B$ 와  $C_S$ 이며 이때,  $0 = C_B < C_S$ 로서 생산물을 생산할 때 전통시장이 대형마트에 비해 더 높은 한계비용이 발생함
- 한편 수요측면에서 생산물의 수요자로서 대표적 소비자가 존재하며, 대표적 소비자의 선호는 준-선형 효용함수로서 다음과 같이 표현됨
  - $U(Q, M) = AQ - \frac{1}{2}Q^2 + M$
  - 여기서  $A$ 는  $Q$ 재에 대한 수요의 크기를 나타내며,  $A > 2C_S$ 라고 가정함
  - 즉,  $A$ 가 커질수록  $Q$ 재에 대한 수요가 증가함
  - 그리고  $M$ 은  $Q$ 재를 제외한 다른 재화들에 소비되는 금액을 의미
- 위 대표적 소비자의 예산 제약하의 효용극대화 문제를 풀면  $Q$ 재에 대한 다음의 선형 역 수요함수가 도출됨

- $P(Q) = A - Q$
  - 여기서  $Q$ 는 대형마트가 생산하는  $Q_B$ 와 전통시장이 생산하는  $Q_S$ 의 합으로 구성됨
  - 수요함수를 보면 가격  $P$ 는 수요량  $Q$ 와 반비례 관계를 가짐을 알 수 있음
  - 또한  $Q$ 에 대한 수요  $A$ 가 커질수록 가격  $P$ 는 커짐을 알 수 있음
- 게임의 진행 순서는 다음과 같음
- 먼저 정부가 대형마트의 영업시간 규제 여부를 결정
  - 이어서 대형마트와 전통시장이 동시에 영업시간을 정함
  - 소비자가 소비 결정
  - 게임이 끝나고 대형마트와 전통시장의 보수가 결정됨
  - 위와 같은 게임의 진행 순서는 다음 그림과 같음

### [그림 부-2] 게임의 진행 순서



□ 경기자들의 보수함수는 다음과 같음

○ 먼저 소비자의 효용 함수는  $U(Q, M) = AQ - \frac{1}{2}Q^2 + M$ 임

- 위와 같은 효용 함수를 준-선형 효용함수라고 함
- 즉, 효용 함수  $U(Q, M)$ 는  $Q$ 에 대해서는 비선형,  $M$ 에 대해서는 선형 함수임

○ 그리고 각 영업점의 이윤함수는  $\Pi_i = P(Q)Q_i - C_iQ_i, i = B, S$ 임

- 우변의 첫 번째 항이 총수입을 나타내며, 두 번째 항이 총비용을 나타냄

○ 마지막으로 사회 후생을  $W$ 라고 하면  $W$ 는 다음과 같음

- $W = CS + \Pi_B + \Pi_S$
- 사회 후생은 대형마트의 이윤과 전통시장의 이윤 그리고 소비자 잉여의 합으로 구성됨

#### (4) 모형의 균형

가. 영업시간규제가 없는 상황에서의 균형

□ 먼저 각 기업들의 이윤극대화 문제는 다음과 같음

$$\max_{Q_i, T_i} \Pi_i = P(Q)Q_i - C_iQ_i \quad s.t. \quad Q_i = T_i$$

- 여기서  $i = B, S$ 임
- 즉, 각 영업점은 총수입과 총비용의 차이를 극대화를 원함

□ 위 문제들의 해들을 구해보면 다음과 같음

$$\circ T_B(T_S) = \frac{A - T_S}{2}, T_S(T_B) = \frac{A - T_B - C_S}{2}$$

○ 여기서  $T_B(\cdot)$ 와  $T_S(\cdot)$ 는 각각 대형마트와 전통시장의 상대방의 주어진 행동에 대한 최선 대응임

□ 위 최적반응함수들을 연립해서 풀면 다음과 같은 균형 결과들을 구할 수 있음

$$\circ T_B^* = \frac{A + C_S}{3}, T_S^* = \frac{A - 2C_S}{3}, Q_B^* = \frac{A + C_S}{3}, Q_S^* = \frac{A - 2C_S}{3}, P^* = \frac{A + C_S}{3}$$

- 본 논문에서  $C_S > 0$ 이기 때문에, 이 가정으로부터  $T_B^* > T_S^*$ 와  $Q_B^* > Q_S^*$ 임을 알 수 있음
- 즉, 대형마트가 전통시장에 비해서 더 많은 시간동안 영업활동을 하며, 이에 따라 더 많은 양의 상품을 판매하게 됨
- 대형마트는  $Q$ 재의 수요와 전통시장의 한계비용이 커질수록 영업시간을 증가시키고, 이에 따라 판매량이 증가함
- 대형마트는  $Q$ 재의 수요가 커질수록 자신의 한계비용이 작아질수록 영업시간을 증가시키고, 이에 따라 판매량이 증가함
- $Q$ 재의 가격은  $Q$ 재의 수요와 전통시장의 한계비용이 커질수록 증가함

□ 또한 위 해들로부터 각 영업점들의 이윤을 구할 수 있음

○ 즉, 각 영업점들의 균형에서의 이윤들은 다음과 같음

$$\circ \Pi_B = \left( A - \frac{2A - C_S}{3} \right) \left( \frac{A + C_S}{3} \right) = \frac{(A + C_S)^2}{9}$$

$$\circ \Pi_S = \left( A - \frac{2A - C_S}{3} \right) \left( \frac{A + C_S}{3} \right) = \frac{(A - 2C_S)^2}{9}$$

- 위 식들로부터 더 많은 시간동안 영업활동을 하는 대형마트가 전통시장보다 더 높은 이윤을 획득함을 알 수 있음
- 즉,  $\Pi_B > \Pi_S$ 임
- 또한  $Q$ 재에 대한 수요가 커질수록 두 영업점의 이윤이 증가함
- 그리고 전통시장의 한계비용이 커질수록 대형마트의 이윤은 증가하며, 전통시장의 이윤은 감소함
- 즉,  $\frac{\partial \Pi_i}{\partial A} > 0, i = B, S, \frac{\partial \Pi_B}{\partial C_S} > 0, \frac{\partial \Pi_S}{\partial C_S} < 0$ 임

□ 이제 균형에서의 소비자 잉여를 구해보면 다음과 같음

- 대표적 소비자의 선호가 준-선형 효용함수로 주어졌기 때문에 소비자 잉여는 간단히 다음과 같이 구해질 수 있음
- $CS = U - PQ - M$
- 위에서 구한 해들에서 해당 변수들을 위 소비자잉여 공식에 대입하면 균형에서의 소비자 잉여는 다음과 같이 구할 수 있음
- $CS = \frac{(2A - C_S)^2}{18}$
- 위 식으로부터 소비자 잉여는  $Q$ 재에 대한 수요가 커질수록, 전통시장의 한계비용이 작아질수록 커짐을 알 수 있음
- 즉,  $\frac{\partial CS}{\partial A} > 0, \frac{\partial CS}{\partial C_S} < 0$ 임

□ 마지막으로 균형에서의 사회 후생은 다음과 같음

$$\circ W^N = \frac{(8A^2 + 11C_S^2 - 8AC_S)}{18}$$

나. 영업시간 규제가 있는 상황에서의 균형

□ 이제 정부가 대형마트의 영업시간을 규제하는 정책을 도입한 상황에서의 대형마트와 전통시장 간의 경쟁을 분석함

□ 대형마트의 영업시간이 정부 규제로 인해  $T_B = T_0 < T_B^* = \frac{A + C_S}{3}$  으로 제한됨

○ 즉, 영업시간 규제 이후에 대형마트는 규제 전의 최적의 영업시간인  $T_B^*$  를 선택할 수 없음

□ 지금부터 대형마트의 영업시간 제한으로 인한 새로운 균형을 찾음

○ 대형마트는 실효성 있는 영업시간 규제에 직면하기 때문에 규제 하에 최적 영업시간을  $T_B^{**} = T_0$  으로 정할 것임

○ 이에 따라 전통시장은 대형마트의 영업시간을  $T_0$  으로 주어진 것으로 보고 이에 대한 자신의 최선 대응에 따라서 영업시간을 정하게 됨

○ 즉, 대형마트의 영업시간 규제 하의 균형 결과들을 구하면 다음과 같음

$$- T_B^{**} = T_0, T_S^{**} = \frac{A - T_0 - C_S}{2}$$

$$- Q_B^{**} = T_0, Q_S^{**} = \frac{A - T_0 - C_S}{2}, P^{**} = \frac{A - T_0 + C_S}{2}$$

- 대형마트는 영업시간 규제 정도가 클수록( $T_0$ 이 작아질수록) 영업시간과 이에 따른 판매량이 감소함을 알 수 있음
- 한편 전통시장은 영업시간 규제 정도가 클수록( $T_0$ 이 작아질수록) 영업시간과 이에 따른 판매량이 증가함을 알 수 있음

□ 또한 위 결과들로부터 대형마트의 영업시간 규제 하의 영업점들의 이윤을 구할 수 있음

○ 즉, 각 영업점들의 대형마트의 영업시간 규제 하의 이윤들은 다음과 같음

$$- \Pi_B = \left( \frac{A - T_0 + C_S}{2} \right) T_0$$

$$- \Pi_S = \left( \frac{A - T_0 - C_S}{2} \right)^2$$

- 위 식들로부터  $Q$ 제에 대한 수요가 커질수록 두 영업점의 이윤이 증가
- 전통시장의 한계비용이 커질수록 대형마트의 이윤은 증가하며, 전통시장의 이윤은 감소함

$$- \text{즉, } \frac{\partial \Pi_i}{\partial A} > 0, \frac{\partial \Pi_B}{\partial C_S} > 0, \frac{\partial \Pi_S}{\partial C_S} < 0 \text{임}$$

- 또한 대형마트의 규제가 강해질수록(즉,  $T_0$ 가 감소할수록) 대형마트의 이윤은 감소하며, 전통시장의 이윤은 증가함

$$- \text{즉, } \frac{\partial \Pi_B}{\partial T_0} > 0, \frac{\partial \Pi_S}{\partial T_0} < 0 \text{임}$$



□ 이제 대형마트의 영업시간 규제 하의 소비자 잉여를 구해보면 다음과 같음

○  $CS = \frac{(A - C_S + T_0)^2}{8}$

○ 위 식으로부터  $Q$ 재에 대한 수요가 커질수록, 전통시장의 한계비용이 작아질수록, 그리고 대형마트의 영업시간 규제의 강도가 작아질수록(즉,  $T_0$ 이 커질수록) 소비자 잉여가 커짐

- 즉,  $\frac{\partial CS}{\partial A} > 0$ ,  $\frac{\partial CS}{\partial C_S} < 0$ ,  $\frac{\partial CS}{\partial T_0} > 0$ 임

□ 마지막으로 대형마트 영업시간 규제 하의 사회 후생은 다음과 같음

○  $W^R = \frac{3(A - C_S)^2 + 2(A + 3C_S)T_0 - T_0^2}{8}$

#### 다. 대형마트 영업시간 규제 전 후 비교

□ 대형마트 영업시간 규제 이전과 이후를 비교해 보면 다음과 같음

○ 규제 이전과 비교하여 대형마트의 이윤은 규제 이후에 감소하고, 전통시장의 이윤은 규제 이후에 증감함

- 따라서 대형마트 영업시간 규제를 통하여 공평성을 개선할 수 있음
- 공평성 개선으로 대형마트와 전통시장 간의 상생발전을 기대할 수 있음

○ 한편, 규제 이후에 소비자 잉여와 사회적 후생은 감소하는 것으로 나타남

- 형평성의 개선을 위한 대가로 효율성이 저하됨
- 효율성과 형평성의 두 마리 토끼를 잡기가 어려움

□ 대형마트 영업시간 규제 이전과 이후의 결과의 차이가 아래 표에 나타나 있음

[표 부-1] 대형마트 영업시간 규제 전후 비교


	규제 실시 이전	규제 실시 이후	변화량
대형마트의 판매량	$\frac{A + C_S}{3}$	$T_0$	감소
대형마트의 이윤	$\frac{(A + C_S)^2}{9}$	$\left(\frac{A - T_0 + C_S}{2}\right) T_0$	감소
전통시장의 판매량	$Q_S^* = \frac{A - 2C_S}{3}$	$\frac{A - T_0 - C_S}{2}$	증가
전통시장의 이윤	$\frac{(A - 2C_S)^2}{9}$	$\left(\frac{A - T_0 - C_S}{2}\right)^2$	증가
소비자 잉여	$\frac{(2A - C_S)^2}{18}$	$\frac{(A - C_S + T_0)^2}{8}$	감소
사회적 후생	$\frac{(8A^2 + 11C_S^2 - 8AC_S)}{18}$	$\frac{(3(A - C_S)^2 + 2(A + 3C_S)T_0 - T_0^2)}{8}$	감소

## 5. 소결

- 대형마트의 영업시간 규제로 인해서 대형마트와 전통시장과의 상생의 길을 마련할 수 있음을 확인함
- 하지만 이에 대한 부작용으로 소비자 잉여와 사회 후생이 감소하게 됨

- 따라서 입법의 초기목적은 달성할 수 있지만 사회 후생이 감소하게 되는 비용을 감내해야 함
- 본 절의 결과는 최근 대법원의 최종 판결의 이론적 근거를 제시해 줌
  - 최근 대법원은 대형마트 영업시간 규제가 적법하다는 판결을 내림
  - 즉, 대형마트 영업시간 규제가 전통시장 골목상권과 같은 상대적 약자를 보호할 수 있다고 판단됨
  - 이에 따라 대형마트와 전통시장 간의 상생발전을 기대해 볼 수 있음

## 2. 조사 설문지

 <p>국회입법조사처 NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE</p>	<p>영업시간 제한의 경제사회적 영향 파악을 위한 설문조사 [대형 및 준대형 점포 - A형]</p>	ID				
---	---	----	--	--	--	--

안녕하십니까?

국회입법조사처는 국회의 입법 역량을 강화하고 의회민주주의의 활성화에 기여하기 위해 2007년 국회 내 독립기관으로 출범한 국내 최고의 종합정책분석기관입니다.

국회입법조사처에서는 입법영향평가 사업의 대상인 '대규모점포(SSM)의 영업시간 규제와 의무휴업일 제도'가 경제사회에 미치는 영향을 분석하기 위해 전통시장 및 일반점포를 대상으로 본 조사를 수행하고자 합니다.

입법영향평가는 국회에서 진행하고 있는 다양한 법이 이해 당사자나 사회경제에 미치는 영향을 분석 평가하여 보다 나은 국민 생활을 영위하기 위해 실시하는 것입니다.

이와 관련하여 귀하가 제공하는 정보와 의견은 정책수립의 귀중한 기초 자료로 활용될 예정이고, 응답하신 내용은 통계법에 따라 무기명으로 처리되어 통계자료 작성 및 연구의 목적을 위해서만 사용될 것이며, 개인정보 및 비밀이 보장됩니다. 바쁘시더라도 시간을 내어 조금만 협조해 주시면 감사하겠습니다.

2015년 10월  
국회입법조사처

조사주관기관 : 국회입법조사처

조사대행기관 : (주)현대리서치연구소 강지환 연구원 (☎02-3218-9632)

### 통계법 제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수립된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니된다.

응답자명		전화번호	-	-
		팩스번호		
이메일주소	@			

## I. 일반현황

점포명		지점명	
점포 주소	_____시 _____구 _____동		
점포 형태	<input type="checkbox"/> ① 대형마트	<input type="checkbox"/> ② 준대형마트(SSM 포함)	월 평균 영업일수 _____ 일
점포 매장면적	_____ m <sup>2</sup>	현지 점포 개설시기	_____년 _____월

## II. 유통산업발전법의 영향

**[대규모점포(SSM)의 영업시간 규제]**

국회에서는 대형(준대형) 마트와 주변상권의 상생발전을 위해 대규모점포(SSM)의 영업시간을 제한하고 의무휴업일을 정하는 등 「유통산업발전법」을 개정하였습니다. 이 내용을 보면,

- 1) 2012년 1월에는 지방자치단체의 조례를 통해 대규모점포(SSM)에서는 오전 0시부터 오전 8시까지 영업시간이 제한되고, 매월 1일 이상 2일 이내의 범위에서 의무휴업을 해야 합니다.
- 2) 이후 2013년 1월 개정에서는 영업시간 제한 범위를 오전 0시부터 오전 10시까지로 확대하고, 의무휴업일도 공휴일을 포함하여 월 2회로 확대하였다.

아래 질문은 대규모점포(SSM)의 영업시간이 제한되고 의무휴업일이 지정된 제도로 인해 점포에 어떤 변화가 있었는지를 묻는 내용입니다.

문1. 귀 점포는 위의 내용에 따라 영업시간이 제한되어 있습니까?

- ① 예                      ② 아니오

문1-1. 귀 점포의 영업시간은 어떠합니까? (오전)  시  분부터  
(오후)  시  분까지

문2. 귀 점포는 의무휴업일이 있습니까?

- ① 예 (☞ 문2-1 로)                      ② 아니오 (☞ 문3으로)

문2-1. 귀 점포의 의무휴무일은 언제입니까?  
(매월)  주  요일, (매월)  주  요일

문3. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)로 인해, 귀 점포의 소비자수는 증가하였습니까? 혹은 감소하였습니까?

- ① 매우 감소하였다                      ② 감소하였다                      ③ 별 영향이 없다  
④ 증가하였다                      ⑤ 매우 증가하였다

문4. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)로 인해, 귀 점포의 종업원수는 증가하였습니까? 혹은 감소하였습니까?

- ① 매우 감소하였다                      ② 감소하였다                      ③ 별 영향이 없다  
④ 증가하였다                      ⑤ 매우 증가하였다

문5. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)로 인해, 귀 점포 종업원의 휴일이나 여가시간이 증가하였습니까? 혹은 감소하였습니까?

- ① 매우 감소하였다      ② 감소하였다      ③ 별 영향이 없다  
④ 증가하였다      ⑤ 매우 증가하였다

문6. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)가 전반적인 소매 유통산업의 발전에 어떤 영향을 미친다고 생각하십니까?

- ① 매우 부정적 영향을 미친다      ② 부정적 영향을 미친다      ③ 무관하다  
④ 긍정적 영향을 미친다      ⑤ 매우 긍정적 영향을 미친다

문7. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)가 주변상권의 활성화에 어떤 영향을 미친다고 생각하십니까?

- ① 전혀 활성화시키지 않는다      ② 활성화시키지 않는다      ③ 보통이다  
④ 활성화 시킨다      ⑤ 매우 활성화 시킨다

문8. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)가 귀 점포를 포함한 주변상권의 부동산가치에 어떤 영향을 미친다고 생각하십니까?

- ① 전혀 영향을 미치지 않는다      ② 영향을 미치지 않는다      ③ 보통이다  
④ 영향을 미친다      ⑤ 매우 영향을 미친다

---

아래 질문은 대규모점포(SSM)의 영업시간이 제한되고 의무휴업일이 지정되기 전과 후에 대규모점포(SSM)와 전통시장(일반점포)와의 관계 변화에 대해 묻는 내용입니다.

---

문9. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)가 시행되기 이전과 이후를 비교했을 때 전통시장(일반점포)과 귀 점포와의 관계는 어떻게 변화하였습니까?

관계정도	경쟁관계 ----- 상호보완관계					
1) 영업시간 규제 (이전)	①	②	③	④	⑤	
2) 영업시간 규제 (이후)	①	②	③	④	⑤	

문10. 대규모점포(SSM) 영업시간 규제(의무휴업일 포함)의 실시여부에 따라 전통시장(일반점포)과의 상생발전이 가능하다고 생각하십니까? 혹은 불가능하다고 생각하십니까?

상생발전 가능성	불가능하다 ----- 가능하다					
1) 영업시간 규제 (미실시)	①	②	③	④	⑤	
2) 영업시간 규제 (실시)	①	②	③	④	⑤	

### Ⅲ. 영업시간 제한의 가치평가

문11. 현재 영업시간 제한과 의무휴업일 제도가 시행되고 있습니다. 귀 점포는 이 제도가 시행되기 이전(영업시간 제한과 의무휴업일의 제한이 없이 자율적인 영업활동을 할 당시: 2012년 이전)에 비해 매출이 증가하였습니까? 혹은 감소하였습니까?

- ① 매우 감소하였다 (☞ 문 11-1로)
- ② 감소하였다 (☞ 문11-1로)
- ③ 별 영향이 없다 (☞ 문12로)
- ④ 증가하였다 (☞ 문11-2로)
- ⑤ 매우 증가하였다 (☞ 문 11-2로)



문11-1. (문11에서 ①, ② 응답자) 매출이 감소하였다면, 어느 정도 감소하셨습니다?

- ① 1~3% 감소    ② 4~6% 감소    ③ 7~10% 감소    ④ 11% 이상 감소

응답 후 (☞ 문12로)

문11-2. (문11에서 ④, ⑤ 응답자) 매출이 증가하였다면, 어느 정도 증가하셨습니다?

- ① 1~3% 증가    ② 4~6% 증가    ③ 7~10% 증가    ④ 11% 이상 증가

응답 후 (☞ 문12로)

[다음과 같은 가상적인 상황을 생각해 봅니다.]

현재 대규모점포(SSM)와 주변상권의 상생발전을 위해 다음과 같은 조치를 취하고자 합니다.

방법은 2가지입니다.

**<마트 방안 1>**

현재 시행되고 있는 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 완전히 없애고 업체의 자유로운 영업활동을 보장합니다. 이 경우, 경쟁력이 약한 주변 상권이 위축될 수 있습니다. 따라서 대규모점포(SSM)에서 주변 상권의 매출 감소에 대해 적절한 보상을 해야 합니다.

**<마트 방안 2>**

현재 시행되고 있는 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 더 강화합니다. 즉, 영업시간을 현재(0시~10시)보다 2시간을 더 제한하고 의무휴업일(공휴일 포함) 현재 매월 2일에서 매월 3일로 더 증가시킵니다. 이 경우, 대규모점포(SSM)의 매출이 감소할 수 있습니다. 따라서 주변 상권에서 대규모점포(SSM)의 매출 감소에 대해 적절히 보상을 해야 합니다.

방안 1과 방안 2 어느 방안을 택하든지 매출이 증가하는 집단에서 매출이 감소하는 집단에게 보상해주어야 합니다. 보상 방법과 수준은 이해당사자인 대규모점포(SSM)와 주변상권이 충분히 협의하여 진행될 것이며, 협의가 이루어지지 않으면 현재의 제도를 지속합니다.

---

아래 질문은 위에서 가정한 <마트 방안 1>의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도 폐지에 따른 매출 변화에 대해 묻는 내용입니다.

---

문12. 대규모점포(SSM)의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도의 완전 폐지를 시행한다면, 대규모점포(SSM)의 매출이 현재 수준에 비해 연간 “4% 증가”할 것으로 예상됩니다. 이에 동의하십니까?

- ① 예, 매출이 그 정도 증가할 것이다 (☞ 문12-1로)
- ② 아니오, 매출이 그 정도 증가하지 않을 것이다 (☞ 문12-2로)

문12-1. (문12에서 ① 응답자) 그러면 연간 “8% 증가”할 것으로 예상합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 매출이 그 정도 증가할 것이다
- ② 아니오, 매출이 그 정도 증가하지 않을 것이다      응답 후 (☞ 문13으로)

문12-2. (문12에서 ② 응답자) 그러면 연간 “2% 증가”할 것이라는 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 매출이 그 정도 증가할 것이다
- ② 아니오, 매출이 그 정도 증가하지 않을 것이다      응답 후 (☞ 문13으로)

---

아래 질문은 위에서 가정한 <마트 방안 2>의 영업시간 제한과 의무휴업일 제도를 현재보다 강화했을 때 매출 변화에 대해 묻는 내용입니다.

---

문13. 대규모점포(SSM)의 영업시간을 현재보다 2시간 더 제한하고, 의무휴업일도 매월 3일로 강화하는 제도를 시행한다면, 귀 점포를 포함한 대형(준대형) 마트의 전반적인 매출은 현재 수준에 비해 연간 “4% 감소”할 것이라는 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 매출이 그 정도 감소할 것이다 (☞ 문13-1로)
- ② 아니오, 매출이 그 정도는 감소하지 않을 것이다 (☞ 문13-2로)

문13-1. (문13에서 ① 응답자) 그러면 연간 “8% 감소”할 것이라는 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 매출이 그 정도 감소할 것이다
- ② 아니오, 매출이 그 정도는 감소하지 않을 것이다      응답 후 (☞ 문14로)

문13-2. (문13에서 ② 응답자) 그러면 연간 “2% 감소”할 것이라는 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 매출이 그 정도 감소할 것이다
- ② 아니오, 매출이 그 정도는 감소하지 않을 것이다      응답 후 (☞ 문14로)

#### IV. 영업시간 제한 제도에 대한 자유로운 의견

문14. 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 대한 자유로운 의견을 제시해 주십시오.

V. 기본 현황

문15. 귀 점포의 연간 매출액은 대략 어느 정도입니까?

구분	2013년		2014년	
점포의 연간 매출액		천원		천원

문16. 귀 점포의 일 평균 고객수는 어떻게 됩니까?

구분	2013년		2014년	
일 평균 고객수		명		명

문17. 귀 점포의 종업원 현황은 어떻게 됩니까?(2014년 말 기준)

구분	정규직		비정규직	
사무/관리직		명		명
판매/서비스직		명		명
기타		명		명
총계		명		명

문18. 전통시장(일반점포)과 비교하였을 때, 주요 고객의 귀 점포에 대한 접근성은 용이하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다      ② 그렇지 않다      ③ 보통이다  
 ④ 그렇다      ⑤ 매우 그렇다