

# 전통시장 활성화사업 효과분석 연구

- 충청남도 전통시장을 중심으로 -

A study of effect analysis about traditional market activation business

- Focused on Traditional Markets in Chungcheongnam-do -

이 상 준\*      이 정 수\*\*  
Lee, Sang-Jun,      Lee, Jeong-Soo

## Abstract

The purpose of this study focuses on analysis the traders and consumers' demands and satisfaction, and the impact factor to improve the level of traditional market activation.

First of all, it needs to develop and push forward an activation business, which has a high quality about the traders and consumers' demands and satisfaction. Because of this, it relates to push promote the sustainable traditional activation business.

Secondly, it needs to seek an activation plan, which considers the impact factor to contribute about improvement of the activation level such as build an public parking. It, because, influences the improvement of traditional market activation level

In conclusion, the most significant point of traditional market activation is to need a business promotion, which reflects the demand of visitors. In addition, it is necessary to establish the effectiveness and sustainability of traditional markets activation business throughout the business promotion.

키워드 : 전통시장, 요구도, 만족도, 영향요인

Keywords : Traditional Market, Needs, Satisfaction, Influence Factor

## 1. 서론

### 1.1 연구의 배경 및 목적

전통시장은 소매유통의 증추적 역할을 담당한 공간이자 경제적·사회적·문화적인 활동과 정보의 교류가 왕성하게 이루어지는 커뮤니티의 중심공간(1)으로 자리 잡아 왔다.

그러나 1990년 이후 전통시장은 현대화, 대형화된 경쟁 유통업체의 등장, 소비자의 쇼핑패턴변화(전자상거래, 백화점·할인점 중심의 쇼핑 등), 시설환경 및 경영환경 노후화 등 여건변화에 대응하지 못하면서 쇠퇴하기 시작하였다.(2)

전통시장의 쇠퇴는 도시지역 내에서 차지하고 있는 중요

성(입지·기능적 중심성 등)을 훼손시키면서 결국 도시지역 전반의 쇠퇴를 유발시키는 문제를 야기하고 있다.

이에 2004년 이후 재래시장 육성을 위한 특별법에 근거한 중앙정부 주도의 전통시장 활성화 정책이 추진되기 시작하였다. 낙후된 시설환경 및 경영환경의 현대화를 통해 전통시장의 활성화를 도모하는 것을 목적으로 하고 있다.

2013년 기준, 전국적으로 약 13,779억원의 예산을 지원하였으며, 충청남도에서도 약 3,200억원의 예산을 투입하여 68개 전통시장에 대한 현대화사업을 추진하고 있다. 이를 통해 시설개선 및 빈점포 감소, 소비자 방문 증가(약 5천명) 및 매출액 증가라는 효과를 얻고 있는 것으로 분석된다.(3)

그러나 전통시장 활성화 정책이 대부분 시설현대화에 초점을 맞추고 추진되고(4), 활성화의 주체인 상인과 소비자 의견 반영이 이루어지지 못한 상황에서 중앙정부 주도로 추진되어 실질적인 활성화를 도모하는데 한계가 있었다. 이로 인해 지난 10여년 간 전통시장 활성화사업이 추진되었지만 아

\* 충남연구원 책임연구원

\*\* 충남대학교 건축학과 교수, 공학박사

(교신저자, E-mail : [ninnjaa@empal.com](mailto:ninnjaa@empal.com))

이 논문은 충남연구원 2015년 기본과제의 일환으로 작성한 것임

1) 김유호·정철모, 전통시장 현대화사업이 상권활성화에 미치는 영향 연구, 한국주택환경학회지, 제 11권 3호, 2013, p.278.  
2) 중소기업중앙회, 기업형 SSM 입점이 중소기업에 미치는 영향 조사 보고서, 2009, ISSUE POLL 6호, pp.2~3.

3) 이상준, 전통시장 활성화를 위한 유형별 커뮤니티시설 적용 방안 연구, 2015. p22.

4) 중소기업청, 전통시장 활성화 종합계획, 2008, pp.1~5

직도 많은 전통시장이 어려움을 겪고 있는 실정이다.

전통시장 활성화사업을 위해서는 무엇보다 활성화의 주체이자 수혜자인 상인과 소비자의 의견이 반영된 전통시장 활성화사업의 추진이 이루어져야 한다.

이를 위해 본 연구에서는 현재까지 추진된 전통시장 활성화사업에 대한 상인과 소비자의 평가를 통한 효과를 분석하고 이에 기초하여 앞으로 추진할 전통시장 활성화사업에 대한 방향을 제시하고자 한다.

### 1.2 연구의 방법 및 범위

전통시장 활성화사업 효과분석 및 활성화수준 향상을 위한 연구는 3단계로 수행하며, 첫째, 전통시장 활성화사업 개념과 활성화 요소 등에 대한 이론적 개념을 고찰하였다.

둘째, 전통시장 활성화사업 효과분석을 위해, 주민과 소비자를 대상으로 한 요구도와 만족도 분석을 실시하였으며, 분석결과는 빈도분석을 통해 제시하였다. 설문지는 연구진 협의, 전문가 자문을 통해 구성하였으며, 유효수준 향상을 위해 1:1 면접조사 방식으로 실시하였으며, 설문결과는 검토를 통해 유효하지 않은 설문지 44부를 제외하였다.

셋째, 전통시장 활성화사업 영향요인 분석을 위해, 다중회귀분석을 분석방법으로 선정하였으며, 분석을 위한 변수는 중앙정부 지침에 근거하여 충청남도 전통시장 활성화를 위해 사용된 활성화사업으로 하였다. 종속변수는 연구목적에 고려하여 활성화수준으로 설정하였으며, 독립변수는 시설현대화사업과 경영혁신사업에 관련된 세부사업으로 설정하였다. 변수를 토대로 다중회귀분석을 실시하였으며, 분석결과를 해석한 결과를 제시하였다. 통계분석은 PASW Statistics 18 프로그램을 활용하여 실시하였습니다.

연구대상은 중앙정부에서 전통시장으로 분류<sup>5)</sup>하고 있는 충청남도 내 68개 전통시장을 대상으로 설정한다. 설문조사의 대상은 사업에 대한 이해도를 고려하여 전통시장 활성화 사업에 참여하였거나 인터뷰 조사 시 사업에 대해 알고 있는 상인과 소비자를 중심으로 실시하였다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1 전통시장의 정의

전통시장에 대한 정의는 법률적으로 1914년 ‘시장규칙<sup>6)</sup>’이 제정되면서 상업시설로 한정되었으며, ‘재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(현 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법)’에서는 1980년대 이전에 개설된 상설시장 및 정기시장 중 재개발 및 근대화를 필요로 하는 시장을 통칭하는 용어<sup>7)</sup>로 정의되고 있다.

그러나 전통시장의 법률적 정의에 대해서 많은 연구자들의 상이한 의견을 제시하고 있다. 이들은 전통시장을 발생특성 등을 고려하여 단순한 상업시설이 아닌 도시(혹은 지역)의 물리적 환경에 기초하여 상행위를 중심으로 사람 간 상호 작용이 이루어지는 ‘장터<sup>8)</sup>’로 기능하던 시장, 발생특성상 사람들의 이용이 빈번한 중심지역에 입지하며, 상업과 경제, 사회·문화적 활동, 이를 통해 사람 간 교류와 소통이 이루어지는 장소<sup>9)</sup>라는 관점에서 정의하고 있다.

즉 전통시장은 단순한 상업시설로서만이 아닌 사람들의 다양한 활동과 이를 담기 위한 시설과 공간, 기능을 갖춘 ‘커뮤니티 공간’이라는 것이다. 이러한 관점에서 전통시장 활성화사업의 추진방향 역시 전통시장의 정의를 회복하는데 초점을 맞춰 추진될 필요가 있는 것이다.

### 2.2 충청남도 전통시장 현황

중앙정부에서 전통시장으로 분류하고 있는 전통시장이 충청남도에는 총 68개가 입지하고 있다. 이 중 금산군과 천안시가 가장 많은 8개소의 전통시장이 입지하고 있으며, 계룡시는 전통시장이 입지하고 있지 않은 것으로 나타난다. 개설주기별로는 상설시장이 37개소, 정기시장이 31개소이며, 소유형태로는 공설시장이 37개소로 가장 많다. 상인조직 형태는 상인회가 47개소로 가장 높은 비율을 보이고 있다.

표 1. 충청남도 전통시장 일반현황

구분	구분	기타	등록	인정	총합계				
입지 시군	공주시	1	1.5%	2	2.9%	3	4.4%		
	금산군			5	7.4%	3	4.4%		
	논산시	1	1.5%		5	7.4%	6	8.8%	
	당진시			3	4.4%		3	4.4%	
	보령시				5	7.4%	5	7.4%	
	부여군	3	4.4%		3	4.4%	6	8.8%	
	서산시			3	4.4%	1	1.5%	4	5.9%
	서천군	3	4.4%	1	1.5%	1	1.5%	5	7.4%
	아산시	1	1.5%		2	2.9%	3	4.4%	
	예산군			6	8.8%	1	1.5%	7	10.3%
	천안시	1	1.5%	3	4.4%	4	5.9%	8	11.8%
	청양군	1	1.5%		2	2.9%	3	4.4%	
	태안군			2	2.9%	1	1.5%	3	4.4%
	홍성군			3	4.4%	1	1.5%	4	5.9%
계룡시									
총합계	11	16.2%	26	38.2%	31	45.6%	68	100.0%	
개설주기	상설	1	1.5%	15	22.1%	21	30.9%	37	54.4%
	정기	10	14.7%	11	16.2%	10	14.7%	31	45.6%
상인조직 형태	사단법인			1	1.5%			1	1.5%
	사업조합					1	1.5%	1	1.5%
	상인회			16	23.5%	27	39.7%	43	63.2%
	진흥조합					1	1.5%	1	1.5%
	없음	5	7.4%	4	5.9%	1	1.5%	10	14.7%
임의단체	6	8.8%	5	7.4%	1	1.5%	12	17.6%	

자료 : 충청남도 홈페이지, 충청남도 전통시장 현황, 2015

남대학교 대학원 박사학위논문, 2012, p.18.

8) 이상욱, 한국재래시장의 변천과 유통근대화에 관한 연구, 단국대학교 대학원 박사학위논문, 1994, p.59.

9) 유주희, 문화를 통한 전통시장 활성화 방안 연구, 한국문화관광연구원, 2008, pp.13~15.

5) 중소기업청, 전통시장 통통, <http://www.sijangtong.or.kr>, 2015.

6) 국가기록원 나라기록, 朝鮮總督府令, 2012, 재정의.

7) 이상준, 지방중소도시 전통시장 유형별 활성화 방안 연구, 중

2.3 전통시장 활성화사업 추진 현황

1) 중앙정부 전통시장 활성화사업 추진현황

전통시장 활성화사업은 크게 시설현대화사업과 경영혁신 사업으로 구분되며, 시설현대화사업은 아케이드, 고객지원센터, 진입도로 등 고객편의시설 혹은 주차환경개선에 초점을 맞추고 있다. 경영혁신사업은 공동마케팅, 상인대학, 상인조직역량강화 등 S/W사업을 중심으로 추진되고 있다.

지난 10여년 간 약 13,779억원의 예산을 투입하여 전국에 산재한 약 1,500여개 전통시장의 낙후된 시설환경개선을 도모하고 있다. 아케이드, 주차장, 건물개량 등 전통시장의 낙후된 시설환경개선을 위한 시설현대화사업에 전체 예산의 약 87.5%인 12,050억원을 지원하고 있으며, 마케팅, 상인교육, 공동상품권 등 경영혁신사업에 전체 예산의 약 12.5%인 1,729억원을 지원하고 있다.

표 2. 전통시장 활성화 지원사업 추진현황

금액(억원)		추진사업내역	효과 및 문제점
소계	13,779	-	효과) 시설개선, 빈점포 감소(약 729개 감소), 매출액 감소, 소비자 방문 증가(약5,000명)
평균	10.8	-	문제점) 중앙정부 주도의 사업
시설현대화	12,050 (87.5%)	아케이드, 주차장, 건물개량, 진입로 등	추진, 기반시설 위주의 일률적 시설개선
경영혁신	1,729 (12.5%)	마케팅, 상인교육, 공동상품권 등	

자료 : 시장경영진흥원, 전통시장 활성화사업 보도자료, 2012. 재정리

2) 충청남도 전통시장 활성화사업 추진 현황<sup>10)</sup>

충청남도에서도 전통시장 활성화를 위해 중앙정부 정책과 연계하여 약 3,200억원, 전통시장 당 평균 47억원의 예산을 지원하여 전통시장 활성화사업을 추진하고 있다. 충청남도에서 추진하고 있는 전통시장 활성화사업을 살펴보면, 먼저 시설현대화사업은 아케이드(비가림시설 등) 설치, 진입도로 개설 및 바닥포장, 공영주차장 설치, CCTV 등 안전시설 설치 등 전체의 약 97.6%인 3,130억원을 지원하고 있는 것으로 나타난다. 다음으로 경영혁신사업은 이벤트 행사, 상인 대상 교육활동, 전통시장 관련 연구 등 전체의 약 2.4%인 77.8억원을 지원하고 있는 것으로 나타난다.

이를 통해, 낙후된 전통시장의 시설수준 향상 및 빈점포 감소, 소비자 방문 증대 및 매출액 증가라는 긍정적인 효과를 유발시키고 있는 것으로 분석된다. 그러나 전통시장 활성화수준은 낮은 것으로 분석되는데, 이는 행정주도의 사업추진으로 상인이나 소비자 의견 반영이 어렵고, 시설현대화 중심의 사업추진으로 전통시장 활성화에 대한 종합적 대책 마련이 부족하기 때문으로 분석된다.

10) 충청남도 일자리경제정책과, 내부자료, 2002~2015년 충청남도 전통시장 년도별 지원내역, 2015. 재정리.

표 3. 충청남도 전통시장 활성화사업 년도별 추진현황

(단위 : 백만원, %)

시군별	2004년 이전	2005년 ~2008년	2009년 ~2012년	2013년 ~현재	총합계
총합계	81,302 25.4%	106,559 33.2%	93,872 29.3%	38,963 12.1%	320,695 100.0%
경영혁신 사업	464 0.1%	5,274 1.6%	1,233 0.4%	714 0.2%	7,684 2.4%
시설현대화 사업	80,838 25.2%	101,284 31.6%	92,639 28.9%	38,249 11.9%	313,010 97.6%

자료 : 충청남도 일자리경제정책과, 내부자료, 2002~2015년 충청남도 전통시장 년도별 지원내역, 2015

3. 조사 및 분석의 틀

3.1 설문지 구성

설문지는 전통시장 활성화사업에 대한 중앙정부 지침<sup>11)</sup>, 충청남도 추진현황 등을 종합하여 연구진 협의 및 인터뷰를 통해 변수를 선정하여 구성하였다. 상인과 소비자로 구분하였으며, 응답자 특성, 상행위 활동 형태, 전통시장 활성화사업 요구도 및 만족도에 관한 사항으로 구성되어 있다.

응답자 특성과 상행위 활동 형태는 상인과 소비자 별도로 구성하였으며, 전통시장 활성화사업 요구도 및 만족도는 상인과 소비자 공통으로 작성하여 비교가 가능하게 하였다. 시설현대화 및 경영혁신사업과 관련된 항목은 총 24개로 구성하였으며, 각각의 항목은 다중회귀분석을 고려하여 7점 리커트 척도(Likert Scale) 평가가 가능하도록 작성하였다.

3.2 변수선정

변수는 종속변수와 독립변수로 구분하였으며, 다시 독립변수는 시설현대화사업과 경영혁신사업으로 구분하였다.

표 4. 전통시장 활성화 영향요인 분석을 위한 변수설정

구분	내용	
종속변수	활성화수준	
독립변수	시설현대화사업 15개	<ul style="list-style-type: none"> <li>아케이드 설치, 다목적광장(공연장) 조성, 진입도로 개설 및 바닥포장, 공중화장실 설치, 공영주차장 설치, 고객지원센터 설치, 빈점포 개보수, CCTV 등 안전시설 설치, 휴게시설(작은도서관, 카페 등) 설치, 상인교육장 등 설치, LED 조명 및 안내표지판 설치, 간판정비, 공동작업장 설치, 로컬푸드 센터(직거래장터) 설치, 카트 및 카트 보관시설 설치</li> </ul>
	경영혁신사업 9개	<ul style="list-style-type: none"> <li>이벤트 행사(노래자랑 등) 개최, 상인 대상 교육활동, 전통시장 관련 연구, 인터넷 쇼룸몰 구축, 브랜드(BI&amp;CI) 개발, 홍보마케팅, 온누리상품권 발행, 가격 및 원산지 표시, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)</li> </ul>

종속변수는 연구목적에 고려하여 활성화수준으로 설정하였으며, 활성화수준이란 전통시장 활성화사업(독립변수들)을

11) 중소기업청, 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업, 2015

통해 전통시장이 활성화되는 정도를 의미한다. 독립변수의 투입을 통해 전통시장 활성화수준의 변화 정도를 상인과 소비자가 7점 척도로 제시한 것이다.

독립변수는 중앙정부 지침과 충청남도 전통시장 활성화사업을 토대로, 사전조사, 연구진 협의 및 전문가(통계분야, 전통시장분야) 인터뷰 등을 통해 변수의 적합성을 검증하여 도출하였다. 사전조사는 본 연구에 앞서 추진한 자체연구로 이를 통해 전통시장 활성화사업의 유형화 및 구성요소 분류를 실시하였으며, 본 연구에서 그 결과를 수용하였으며 다시 연구진 협의 및 전문가 인터뷰를 통해 검증하였다.

### 3.3 조사 및 분석 방법

설문조사는 2015년 8월 10일 ~ 2015년 8월 24일 까지 설문조사를 실시하여 총 300부를 배포하여 256부(상인 128부, 소비자 128부)의 설문을 회수(회수율 85.3%)하였다. 모든 평가항목을 7점 리커트 척도로 평가할 수 있도록 작성하였으

표 5. 상인 및 소비자 설문조사 개요

상인				소비자				
구분		빈도	퍼센트	구분		빈도	퍼센트	
일반 현황	성별	남자	46	35.9	성별	남자	42	32.8
		여자	82	64.1		여자	86	67.2
	연령	20대 미만			연령	20대 미만	2	1.6
		20대				20대	2	1.6
		30대				30대	8	6.3
		40대	22	17.2		40대	26	20.3
		50대	52	40.6		50대	52	40.6
		60대 이상	54	42.2		60대 이상	38	29.7
	점포 소유 형태	자가소유	44	34.4	일반 현황	공무원	10	7.8
		임대	84	65.6		자영업	20	15.6
노점				회사원		30	23.4	
상업 형태	월평균 매출액	100만원 미만		직업	주부	52	40.6	
		100만원~200만원			학생/교사	2	1.6	
		200만원~300만원			기타	14	10.9	
		300만원~400만원	34		26.6	이용 금액	1만원 미만	2
	400만원~500만원	54	42.2	1만원~3만원	34		26.6	
	500만원 이상	40	31.3	3만원~5만원	38		29.7	
	일평균 방문 고객 수	10명 미만	26	20.3	5만원~10만원		28	21.9
		10명~20명	34	26.6	10만원~20만원		24	18.8
		20명~30명	36	28.1	20만원 이상		2	1.6
		30명~40명	20	15.6	이용 횟수	매일		
40명~50명	10	7.8	주1회	30		23.4		
50명 이상	2	1.6	주2~3회	20		15.6		
운영 기간	1년 미만			1개월에 1회		36	28.1	
	1년~3년			1개월에 2회		30	23.4	
	3년~5년	36	28.1	1개월에 3회 이상		12	9.4	
	5년~10년	44	34.4	방문 시간	오전	58	45.3	
10년~20년	48	37.5	오후		48	37.5		
20년 이상			저녁		22	17.2		

며, 평가는 전통시장 활성화사업에 대한 이해도를 묻는 사전 인터뷰를 시행 후, 선정된 상인과 소비자에 대한 1:1 면접조사를 통한 직접 기입하는 방식으로 추진하였다.

분석결과 상인은 40대 이상이 대부분이며, 임대 형태로 영업하고 있으며, 월평균 300만원 이상의 매출액을 기록하고 있다. 일평균 30명 이하의 고객이 방문하고 있으며, 평균 3년 이상의 운영기간을 나타내고 있다. 소비자는 여자의 응답률이 높으며, 전통시장 평균 이용금액은 10만원 이하이고 평균 1개월에 1~2회 정도 이용하고 저녁 이전에 전통시장을 이용하고 있는 것으로 분석된다.

중요요인 도출을 위한 분석은 빈도분석을 통해 도출하였으며, 만족수준에 영향을 미치는 요인 도출을 위한 분석은 다중회귀분석을 통해 분석하였다.

## 4. 전통시장 활성화사업 요구도 분석(2)

### 4.1 충청남도 전통시장 활성화사업 우선순위 분석

충청남도 전통시장 활성화사업의 우선순위 분석을 위해 현재까지 추진된 사업을 살펴보고자 한다. 우선순위 분석은 '사업수'를 기준으로 하였는데, 이는 사업별로 요구되는 '사업비'의 기준이 너무 상이하기 때문이다. 즉 아케이드 설치 는 평균 720백만원을 요구하지만 카트 및 카트 보관시설은

표 6. 충청남도 전통시장 활성화사업 추진 우선순위 분석

내용		사업비 (백만원)	사업수 (개소)	순위
시설현대화 사업	아케이드 설치	92,093	128	1
	공영주차장 설치	115,327	77	2
	진입도로 개설 및 바닥포장	31,207	55	3
	CCTV 등안전시설설치	15,913	49	4
	공중화장실 설치	4,859	28	5
	LED 조명및안내표지판설치	2,750	25	6
	다목적광장(공연장)조성	15,257	15	7
	빈점포 개보수	12,776	14	8
	간판정비	2,398	13	9
	로컬푸드센터(직거래장터)설치	12,760	12	10
	공동작업장 설치	1,176	10	11
	고객지원센터 설치	3,346	9	12
	휴게시설(작은도서관,카페등)설치	3,658	8	13
	상인교육장 등 설치	1,100	8	14
	카트 및 카트 보관시설 설치	103	2	15
경영혁신 사업	홍보·마케팅	1,706	75	1
	전통시장 관련 연구	3,143	69	2
	이벤트행사(노래자랑등)개최	423	34	3
	상인 대상 교육활동	390	25	4
	온누리상품권 발행	75	5	5
	공동쿠폰제(공동할인행사등)	35	5	6
	브랜드(B&C)개발	65	2	7
	인터넷 쇼룸 구축	104	1	8
	가격 및 원산지 표시	30	1	9

12) 현재 추진되는 사업만이 아닌, 전통시장 활성화를 위해 상인과 소비자가 실질적으로 필요하다고 생각하고 우선적으로 추진할 필요가 있다고 요구하는 사업별 수준을 의미한다.

51백만원을 요구한다. 따라서 사업비 규모로는 공정한 비교가 어려울 수 있다는 점에서 요구 사업수를 비교하였다.

시설현대화사업에서는 아케이드 설치사업이나 공영주차장 설치, 진입도로 개설 등 사업결과를 쉽게 인지할 수 있는 사업이 주를 이루고 있으며, 카트 및 카트보관시설 설치나 상인교육장 설치 등 이용자 편의를 도모하는 사업 비중이 낮게 나타나고 있다. 경영혁신사업에서는 홍보·마케팅사업과 전통시장 관련 연구 등 지자체 주도로 추진이 용이한 사업이 높은 비중을 차지하고 있으며, 가격 및 원산지 표시, 인터넷쇼핑몰 구축사업 등 이미 중앙정부에서 추진했던 사업이 비교적 낮은 비중을 차지하는 것으로 나타난다.

결론적으로 충청남도 전통시장 활성화사업은 사업유형 측면에서 시설현대화사업이 경영혁신사업에 보다 우선순위가 높으며, 세부사업 측면에서는 지자체 주도로 추진이 가능하거나 사업결과를 쉽게 인지할 수 있는 사업의 우선순위가 높고, 그 반대의 경우나 이용자 편의를 위한 사업은 우선순위가 낮음을 알 수 있다.

#### 4.2 충청남도 전통시장 활성화사업 요구도 분석

전통시장 활성화사업의 효과 증진을 위해서는, 현재까지 추진된 전통시장 활성화사업과 상인이나 소비자가 요구하는 사업을 비교하여 상호간의 공통점과 차이점을 도출하고 이를 통해 개선 방안을 모색할 필요가 있다.

먼저, 시설현대화사업 요구도를 분석하면, 상인은 공중화장실 개선, 아케이드 설치, 공영주차장 설치, LED 조명 및 안내표지판 설치 등에 대한 요구도가 높은 반면, 소비자는 휴게시설 설치, 공영주차장 설치, 아케이드 설치, 간판정비 등에 대한 요구도가 높은 것으로 나타난다. 상인은 전통시장 활성화를 위해서는 쾌적하고 현대적인 상업환경 조성, 접근성 제고가 선행되어야 한다는 것이고, 소비자는 보다 편리하

표 7. 시설현대화사업에 대한 요구도 분석(상인 기준 분석)

상인	상인		소비자	
	평균	순위	평균	순위
공중화장실 설치	6.36	1	5.8	7
아케이드 설치	6.33	2	5.95	3
공영주차장 설치	6.3	3	6.13	2
LED 조명 및 안내표지판 설치	6.22	4	5.84	5
진입도로 개설 및 바닥포장	6.17	5	5.75	9
CCTV 등 안전시설 설치	6.16	6	5.69	10
간판정비	6.06	7	5.95	4
다목적광장(공연장) 조성	6.05	8	5.83	6
휴게시설(작은도서관, 카페 등) 설치	5.67	9	6.19	1
카트 및 카트 보관시설 설치	5.67	10	5.59	13
고객지원센터 설치	5.53	11	5.63	11
빈점포 개보수	5.42	12	5.61	12
로컬푸드 센터(직거래장터) 설치	5.41	13	5.78	8
상인교육장 등 설치	5.3	14	5.31	14
공동작업장 설치	5.3	15	5.14	15

게 이용할 수 있는 방안 모색이 필요하다는 것이다.

다음으로 경영혁신사업 요구도를 분석하면, 상인은 홍보·마케팅, 온누리상품권 발행, 브랜드 개발, 가격 및 원산지 표시 등이 선행되어야 한다는 반면, 소비자는 가격 및 원산지 표시, 이벤트 행사 개최, 온누리상품권 발행, 브랜드 개발 등을 요구하고 있다. 상인은 전통시장에 대한 인지도 향상을 요구하고 있는 반면, 소비자는 현대적 쇼핑을 지원하기 위한 방안 모색이 필요하다는 것이다.

표 8. 경영혁신사업에 대한 요구도 분석(상인 기준 분석)

구분	상인		소비자	
	평균	순위	평균	순위
홍보·마케팅	6.17	1	6	5
온누리상품권 발행	6.13	2	6.09	3
브랜드(BI&CI) 개발	5.98	3	6.03	4
가격 및 원산지 표시	5.97	4	6.34	1
이벤트 행사(노래자랑 등) 개최	5.84	5	6.09	2
공동쿠폰제(공동 할인행사 등)	5.63	6	5.67	6
전통시장 관련 연구	5.48	7	5.44	9
상인 대상 교육활동	5.42	8	5.64	7
인터넷 쇼핑몰 구축	5.14	9	5.58	8

#### 4.3 종합

현재까지 추진된 활성화사업과 상인과 소비자 요구도는 약간의 차이가 있는 것을 알 수 있다. 시설현대화사업에서 아케이드 설치, 공영주차장 설치 등이 주로 추진되고 있는 반면, 상인과 소비자는 공중화장실이나 휴게시설, 공영주차장 등이 시급하다고 생각하고 있는 것으로 분석된다. 경영혁신에도 마찬가지로 상호 간에 차이가 있음을 알 수 있다.

전통시장 활성화사업은 낙후된 전통시장 개선과 더불어 이용주체인 상인과 소비자를 위한 전통시장을 조성하는 것이기 때문에, 이들의 요구를 반영한 사업 추진이 필요하다.

### 5. 전통시장 활성화사업 영향요인 분석

#### 5.1 전통시장 활성화사업 만족도 수준 분석<sup>13)</sup>

전통시장 활성화사업 자체에 대한 만족도 분석 결과 상인과 소비자 모두 만족 수준이 낮은 것으로 나타났다. 그러나 사업유형별 만족도를 살펴보면 전체 만족도와는 달리 상인과 소비자 모두 만족 수준이 높은 것으로 나타났다.

시설현대화사업의 세부사업별 만족도를 살펴보면, 상인은 아케이드 설치에 대한 만족도가 5.52점으로 가장 높게 나타나고 있으며 카트 및 카트 보관시설 설치가 가장 낮은 4.39

13) 현재 추진되고 있는 전통시장 활성화사업에 대한 상인과 소비자 만족수준을 의미한다.

점으로 나타났다. 소비자는 LED 조명 및 안내표지판 설치에 대한 만족도가 5.44점으로 가장 높고 빈점포 개보수가 가장 낮은 4.14점으로 나타났다.

경영혁신사업의 세부사업별 만족도를 살펴보면, 상인은 전통시장 관련 연구에 대한 만족도가 5.59점으로 가장 높고 인터넷 쇼핑몰 구축이 가장 낮은 4.50점으로 나타났다. 소비자는 온누리상품권 발행 만족도가 5.05점으로 가장 높고 가격 및 원산지 표시가 가장 낮은 4.34점으로 나타났다.

표 9. 시설현대화사업 만족도 분석 결과(상인 기준 분석)

내용	상인		소비자	
	평균	순위	평균	순위
아케이드 설치	5.52	1	5.3	3
간판정비	5.48	2	5.39	2
CCTV 등 안전시설 설치	5.42	3	5.3	4
공중화장실 설치	5.41	4	5.17	6
진입도로 개설 및 바닥포장	5.38	5	5.27	5
LED 조명 및 안내표지판 설치	5.28	6	5.44	1
공영주차장 설치	5.14	7	5.05	8
다목적광장(공연장) 조성	5.06	8	5.09	7
고객지원센터 설치	4.91	9	4.72	11
상인교육장 등 설치	4.88	10	4.78	10
빈점포 개보수	4.83	11	4.14	15
공동작업장 설치	4.63	12	4.44	12
휴게시설(작은도서관, 카페 등) 설치	4.55	13	4.39	13
로컬푸드센터(직거래장터) 설치	4.52	14	4.23	14
카드 및 카트 보관시설 설치	4.39	15	4.8	9

5.2 시설현대화사업 영향요인 분석

시설현대화사업이 전통시장 활성화수준 향상에 미치는 영향을 알아보기 위해 종속변수인 활성화수준과 독립변수들을

표 10. 경영혁신사업 만족도 분석 결과(상인 기준 분석)

내용	상인		소비자	
	평균	순위	평균	순위
전통시장 관련 연구	5.59	1	4.72	6
가격 및 원산지 표시	5.44	2	4.34	9
홍보·마케팅	5	3	5	2
상인 대상 교육활동	4.97	4	4.88	4
공동쿠폰제(공동할인행사등)	4.95	5	4.61	8
브랜드(BI&CI)개발	4.91	6	4.83	5
이벤트행사(노래자랑등)개최	4.8	7	4.63	7
온누리상품권 발행	4.73	8	5.05	1
인터넷 쇼핑몰 구축	4.5	9	4.89	3

상인과 소비자로 구분하여 분석하였다.

상인이 생각하는 시설현대화사업 측면에서 전통시장 활성화 수준 향상에 대한 영향요인을 도출하기 위한 다중회귀 분석 결과, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 22.338, 유의확률 0.000(p < 0.05)으로 나타났으므로, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 상관계수(R)은 0.935로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 87.5%(R<sup>2</sup>=0.875) 설명하고 있다. 유의한 변수는 공영주차장 설치, 로컬푸드 센터(직거래장터) 설치로 나타났다. 로컬푸드 센터(직거래장터) 설치의 t값 -2.568, p값 0.013으로 영향력을 미치는 것으로 나타났고, 공영주차장 설치의 t값 -2.356, p값 0.023으로 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 상인이 생각하는 시설현대화사업 측면에서의 활성화수준 향상에 대한 회귀방정식은 아래와 같다.

$$A = 8.061 - 0.220(B_1) - 0.221(B_2)$$

A = 상인이 생각하는 시설현대화사업을 통한 전통시장 활성화수준 향상

표 11. 시설현대화사업에 대한 활성화수준과 세부사업 간 다중회귀분석 결과

구분	상인					소비자				
	R	R 제곱	수정된 R 제곱	F	유의확률	R	R 제곱	수정된 R 제곱	F	유의확률
	.935a	.875	.836	22.338	.000a	.925a	.856	.811	19.058	.000a
	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
B	표준오차	베타	B			표준오차	베타			
(상수)	8.061	.363		22.196	.000	8.834	.468		18.858	.000
아케이드 설치	-.117	.123	-.129	-.952	.346	-.143	.134	-.130	-1.069	.291
다목적광장(공연장) 조성	.037	.091	.038	.405	.688	.101	.112	.105	.902	.372
진입도로 개설 및 바닥포장	-.076	.102	-.078	-.746	.459	.029	.123	.026	.239	.812
공중화장실 설치	-.120	.109	-.121	-1.103	.275	-.101	.089	-.102	-1.128	.265
<b>공영주차장 설치</b>	<b>-.221</b>	<b>.094</b>	<b>-.263</b>	<b>-2.356</b>	<b>.023</b>	<b>-.271</b>	<b>.084</b>	<b>-.251</b>	<b>-3.224</b>	<b>.002</b>
고객지원센터 설치	-.064	.115	-.068	-.560	.578	.001	.080	.002	.018	.986
빈점포 개보수	.056	.097	.064	.575	.568	-.194	.107	-.223	-1.806	.077
CCTV 등 안전시설 설치	-.133	.082	-.136	-1.614	.113	-.155	.096	-.173	-1.616	.113
<b>휴게시설(작은도서관, 카페 등) 설치</b>	<b>-.053</b>	<b>.082</b>	<b>-.069</b>	<b>-.648</b>	<b>.520</b>	<b>-.211</b>	<b>.089</b>	<b>-.206</b>	<b>-2.380</b>	<b>.021</b>
상인교육장 등 설치	-.108	.093	-.110	-1.164	.250	-.157	.096	-.147	-1.639	.108
LED 조명 및 안내표지판 설치	-.111	.097	-.109	-1.141	.259	-.070	.157	-.066	-.447	.657
간판정비	.064	.111	.069	.581	.564	-.146	.132	-.134	-1.102	.276
공동작업장 설치	.120	.085	.120	1.415	.164	-.100	.082	-.099	-1.218	.229
<b>로컬푸드 센터(직거래장터) 설치</b>	<b>-.220</b>	<b>.086</b>	<b>-.249</b>	<b>-2.568</b>	<b>.013</b>	<b>-.018</b>	<b>.096</b>	<b>-.019</b>	<b>-1.85</b>	<b>.854</b>
카드 및 카트 보관시설 설치	-.051	.082	-.059	-.618	.540	.034	.075	.044	.451	.654

B<sub>1</sub> = 로컬푸드 센터(직거래장터) 설치

B<sub>2</sub> = 공영주차장 설치

소비자에 대한 분석결과, 다중회귀모형의 F값은 19.058, 유의확률 0.000(p < 0.05)으로 나타났으므로, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수의 상관계수(R)은 0.925로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 85.6%(R<sup>2</sup>=0.856) 설명하고 있다. 유의한 변수는 공영주차장 설치, 휴게시설(작은도서관, 카페등) 설치로 나타났다. 공영주차장 설치는 t값 -3.224, p값 0.002로 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 휴게시설(작은도서관, 카페등) 설치는 t값 -2.380, p값 0.021로 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 소비자가 생각하는 시설현대화사업 측면에서의 활성화 수준 향상에 대한 회귀방정식은 아래와 같다.

$$C = 8.834 - 0.211(D_1) - 0.271(D_2)$$

C = 소비자가 생각하는 시설현대화사업을 통한 전통시장 활성화수준 향상

D<sub>1</sub> = 휴게시설(작은도서관, 카페등) 설치

D<sub>2</sub> = 공영주차장 설치

공영주차장 설치는 상인과 소비자 모두가 시설현대화를 통한 전통시장 활성화수준 향상에 기여하는 요소로 제시하고 있어, 전통시장 활성화수준 향상을 위해서 중요한 요소로 활용될 필요가 있다.

### 5.3 경영혁신사업 영향요인 분석

경영혁신사업이 전통시장 활성화수준 향상에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 종속변수인 활성화수준 항목과 독립변수인 총 9개 세부사업들을 상인과 소비자로 구분하여 사업유형별로 분석하였다.

상인이 생각하는 경영혁신사업 측면에서 전통시장 활성화수준 향상에 대한 영향요인을 도출하기 위한 다중회귀 분석 결과, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회

귀모형의 F값은 28.204, 유의확률 0.000(p < 0.05)으로 나타났으므로, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 상관계수(R)은 0.908로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 79.5%(R<sup>2</sup>=0.795) 설명하고 있다. 유의한 변수는 상인대상 교육활동, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)로 나타났다. 상인 대상 교육활동은 t값 -2.135, p값 0.037로 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)는 t값 -4.064, p값 0.000으로 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 상인이 생각하는 경영혁신사업 측면에서의 활성화수준 향상에 대한 회귀방정식은 아래와 같다.

$$E = 7.672 - 0.412(F_1) - 0.241(F_2)$$

E = 상인이 생각하는 경영혁신사업을 통한 전통시장 활성화수준 향상

F<sub>1</sub> = 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)

F<sub>2</sub> = 상인 대상 교육활동

소비자에 대한 분석결과, 다중회귀모형의 F값은 33.094, 유의확률 0.000(p < 0.05)으로 나타났으므로, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수의 상관계수(R)은 0.920으로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 8.21%(R<sup>2</sup>=0.821) 설명하고 있다. 유의한 변수는 전통시장 관련 연구, 가격 및 원산지 표시, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)로 나타났다. 전통시장 관련 연구는 t값 -2.380, p값 0.021로 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 가격 및 원산지 표시는 t값 -3.558, p값 0.001로 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)는 t값 -2.227, p값 0.030로 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 소비자가 생각하는 경영혁신사업 측면에서의 활성화수준 향상에 대한 회귀방정식은 아래와 같다.

$$G = 8.665 - 0.211(H_1) - 0.349(H_2) - 0.214(H_3)$$

G = 소비자가 생각하는 경영혁신사업을 통한 전통시장 활성화수준 향상

표 12. 경영혁신사업에 대한 활성화수준과 세부사업 간 다중회귀분석 결과

구분	상인					소비자				
	R	R 제곱	수정된 R 제곱	F	유의확률	R	R 제곱	수정된 R 제곱	F	유의확률
	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차				B	표준오차			
(상수)	7.672	.401		19.145	.000	8.665	.417		20.767	.000
이벤트 행사(노래자랑 등) 개최	-.077	.087	-.091	-.887	.379	-.147	.112	-.125	-1.317	.193
<b>상인 대상 교육활동</b>	<b>-.241</b>	<b>.113</b>	<b>-.237</b>	<b>-2.135</b>	<b>.037</b>	-.106	.109	-.084	-.969	.337
<b>전통시장 관련 연구</b>	<b>-.112</b>	<b>.107</b>	<b>-.112</b>	<b>-1.049</b>	<b>.299</b>	<b>-.211</b>	<b>.089</b>	<b>-.206</b>	<b>-2.380</b>	<b>.021</b>
인터넷 쇼핑몰 구축	-.084	.086	-.082	-.983	.330	-.037	.082	-.036	-.443	.659
브랜드(BI&CI) 개발	.000	.105	.000	.003	.998	-.115	.097	-.122	-1.187	.240
홍보.마케팅	-.065	.106	-.082	-.612	.543	-.052	.108	-.057	-.479	.634
온누리상품권 발행	-.072	.107	-.067	-.675	.502	-.056	.088	-.048	-.634	.529
<b>가격 및 원산지 표시</b>	<b>.086</b>	<b>.122</b>	<b>.082</b>	<b>.703</b>	<b>.485</b>	<b>-.349</b>	<b>.098</b>	<b>-.300</b>	<b>-3.558</b>	<b>.001</b>
<b>공동쿠폰제(공동 할인행사 등)</b>	<b>-.412</b>	<b>.101</b>	<b>-.454</b>	<b>-4.064</b>	<b>.000</b>	<b>-.214</b>	<b>.096</b>	<b>-.204</b>	<b>-2.227</b>	<b>.030</b>

H<sub>1</sub> = 전통시장 관련 연구

H<sub>2</sub> = 가격 및 원산지 표시

H<sub>3</sub> = 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)

공동쿠폰제(공동 할인행사 등)도 상인과 소비자 모두가 경영혁신사업을 통한 전통시장 활성화수준 향상에 기여하는 요소로 제시하고 있어, 전통시장 활성화수준 향상을 위해서 중요한 요소로 활용할 필요가 있다.

### 5.4 종합

전통시장 활성화사업에 대해 상인과 소비자가 느끼는 만족도가 사업별로 차이가 있는 것으로 분석되었다.

전통시장 활성화수준 향상(종속변수)에 영향을 미치는 세부사업(독립변수)에 대한 분석에서, 상인은 시설현대화사업과 관련하여 공영주차장 설치, 로컬푸드 센터(직거래장터) 설치, 경영혁신사업과 관련하여 상인 대상 교육활동, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)를 제시하였으며, 소비자는 시설현대화와 관련하여 공영주차장 설치, 휴게시설(작은도서관, 카페 등) 설치, 경영혁신사업과 관련하여 전통시장 관련 연구, 가격 및 원산지 표시, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)를 제시하고 있다. 특히 공영주차장 설치와 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)는 상인과 소비자 모두 전통시장 활성화수준 향상에 기여할 요소로 제시하고 있다.

## 6. 결론

본 연구는 충청남도 전통시장을 대상으로 전통시장 활성화사업에 영향을 미치는 요소를 발굴하여 전통시장 활성화사업 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

첫째, 상인과 소비자 요구를 반영한 전통시장 활성화사업 추진이 필요하다. 전통시장 활성화사업의 효과성 제고를 위해서는 수혜자인 상인과 소비자 요구사업을 추진하는 것이 필요하다. 이에 본 연구에서는 상인과 소비자의 요구도를 분석하였으며, 그 결과 상인과 소비자 요구사업이 기존에 우선 추진되어 온 사업과 다르고, 또한 상인과 소비자 상호 간에도 서로 다른 사업을 요구하고 있음을 도출하였다.

둘째, 상인과 소비자 만족도를 고려한 전통시장 활성화사업추진이 필요하다. 분석결과 사업별로 상인은 아케이드 설치나 전통시장 관련 연구에 대한 만족도가 높지만, 소비자는 LED 조명 및 안내표지판 설치나 온누리상품권 발행에 대한 만족도가 높아 서로 차이가 있음을 알 수 있다. 이러한 차이를 고려한 활성화 방안을 재구조화가 필요하다.

셋째, 전통시장 활성화수준 향상에 기여하는 영향요인을 고려한 활성화 방안 모색이 필요하다. 전통시장 활성화수준 향상을 종속변수로 하여 시설현대화사업 관련 15개 사업, 경영혁신사업 관련 9개 사업을 독립변수로 다중회귀분석을 실

시하였다. 분석결과, 상인은 공영주차장 설치, 로컬푸드 센터(직거래장터) 설치, 상인 대상 교육활동, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)를 제시하고 있으며, 소비자는 공영주차장 설치, 휴게시설(작은도서관, 카페 등) 설치, 전통시장 관련 연구, 가격 및 원산지 표시, 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)를 제시하고 있다. 특히 시설현대화사업에서의 공영주차장 설치와 경영혁신사업에서의 공동쿠폰제(공동 할인행사 등)는 상인과 소비자 모두가 공통으로 인식하고 있는 요소로 향후 활성화사업 추진에 있어 고려할 필요가 있다.

전통시장 활성화를 위해서는 무엇보다 이용계층이자 수혜계층인 상인과 소비자의 요구를 반영한 실천적인 사업 추진이 필요하다. 행정기관 주도의 낙후된 시설환경 및 경영환경 개선도 필요하지만, 상인과 소비자가 요구하는 사업을 우선 추진함으로써, 이들이 전통시장 활성화사업의 효과를 느끼고 동의할 수 있도록 하는 방안 모색이 필요하다.

이러한 차원에서 본 연구는 전통시장 활성화사업에 대한 상인과 소비자의 평가에 기초한 활성화 요소를 도출하고 이들에 대한 활용필요성을 제시하였다는데 의의가 있다. 다만 연구의 대상이 광범위하여 전통시장별 보다 세밀한 연구가 진행되지 못한 점에 대해서는 향후 연구를 통해 보완할 필요가 있다.

## 참고문헌

1. 국가기록원 나라기록, 朝鮮總督府令, 2012
2. 김유호정철모, 전통시장 현대화사업이 상권활성화에 미치는 영향 연구, 한국주택환경학회지, 제 11권 3호, 2013
3. 시장경영진흥원, 전통시장 활성화사업 보도자료, 2012
4. 유주희, 문화를 통한 전통시장 활성화 방안 연구, 한국문화관광연구원, 2008
5. 이상옥, 한국재래시장의 변천과 유통근대화에 관한 연구, 단국대학교 대학원 박사학위논문, 1994
6. 이상준, 전통시장 활성화를 위한 유형별 커뮤니티시설 적용 방안 연구, 2015
7. 이상준, 지방중소도시 전통시장 유형별 활성화 방안 연구, 충남대학교 대학원 박사학위논문, 2012
8. 중소기업중앙회, 기업형 SSM 입점이 중소기업에 미치는 영향 조사 보고서, 2009
9. 중소기업청, 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업, 2015
10. 중소기업청, 전통시장 활성화 종합계획, 2008
11. 전통시장통통, <http://www.sijangtong.or.kr>, 2015
12. 충청남도 홈페이지, 충청남도 전통시장 현황, 2015
13. 충청남도 일자리경제정책과, 내부자료, 2002~2015년 충청남도 전통시장 년도별 지원내역, 2015

■ (투고:2015.09.30, 심사:2015.10.08, 게재(확정):2015.12.08)