

전통시장 현대화사업의 효과분석과 활성화 방안 연구*

- 진주시 진주중앙유등시장을 중심으로 -

A Study on the Effectives Analysis of Modernization Project and a Revitalization Plan of Traditional Markets

- Focused on the Jinju Jung-ang Yudeng Market in Jinju -

이준호** · 김영*** · 김성문****
Lee, Jun-Ho · Kim, Yeong · Kim, Seong-Mun

Abstract

The traditional market as the living space for the local community performed a central role in the local economy as well as wholesale and retail. Recently, competitiveness of the traditional market has declined because the traditional market hadn't responded appropriately to the rapid growth of new categories such as large distributors and internet shopping malls in using e-commerce. Therefore, the government has begun supporting traditional markets by enacting or amending the relevant legal system as part of the traditional market modernization projects. Also, the projects invested in most traditional market all over the country. As a result of the study, consumers' visit and tradespeople's incomes increased, but the growth rate was not high. Therefore, this study aims to discuss ways to vitalize traditional markets more effectively than the past projects by analyzing the extent of revitalization.

키 워 드 · 전통시장, 현대화사업, 전통시장 활성화 방안

Keywords · Traditional markets, Modernization Project, Traditional Markets Revitalization Measures

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

전통시장¹⁾은 지역 도·소매 유통의 중심 공간이자 지역경제의 버팀목 역할을 수행해왔으며, 단순히 물건의 매매가 이루어지는 장소를

넘어 지역민들의 삶의 터전이자 지역의 사회·경제·문화적인 활동과 교류가 이루어지는 커뮤니티 중심공간으로 자리매김 해왔다(서병일, 2007; 김희영, 2009; 이민상, 2009; 이용재, 2011; 유성희, 2011; 김유호·정철모, 2013). 그러나 1996년 유통시장 전면 개방 이후 전통 시장은 국내·외 대형 자본이 주도하는 대형유

* 이 논문은 주저자의 2013년도 석사학위논문 「전통시장 현대화사업의 효과분석을 통한 활성화 방안에 관한 연구」를 수정·보완하여 작성하였으며, 이 논문에 참여한 연구자의 일부는 BK21 플러스 사업의 지원을 받았음

** Korea Research Institute of Human Settlements (First author: leejh@krihs.re.kr)

*** National Gyeongsang University (Corresponding author: yeongkim@gnu.ac.kr)

**** Changwon Urban Regeneration Center

통업체의 지역 진출과 정보통신기술의 발전 및 전자상거래의 등장으로 인한 인터넷 쇼핑 물, 홈쇼핑 등 신입태의 급격한 성장 등 국내 유통환경의 급격한 변화와 소비자들의 구매행태 변화에 적절히 대응하지 못하면서 경쟁력을 상실하고 쇠퇴하게 되었다.

전통시장의 쇠퇴는 고객 감소와 매출하락 등 전반적인 영업활동 위축과 경영악화로 이어져 지역 상권 유지의 어려움을 가중시켰으며, 지역경제 위축, 영세상인 생계수단 박탈 등 지역사회의 심각한 사회·경제적 문제를 야기하였다(남윤형 외, 2011; 류성희, 2011; 이준호, 2013).

이에 정부는 전통시장을 활성화시키기 위해 2002년 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」을 제정하여 전통시장 지원에 대한 법적인 근거를 마련하였으며, 2004년 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 제정하여 지역 내 전통시장의 활성화를 위한 현대화사업을 본격적으로 지원하기 시작하였다. 전통시장 현대화사업은 시설현대화사업²⁾과 경영현대화사업³⁾에 초점을 맞추고 있으며, 전통시장의 물리적 환경 개선과 상인육성에 목표를 두고 있다(남윤형 외, 2011).

전통시장 현대화사업은 정부의 노력과 함께 전통시장 상인들의 자발적인 참여로 고객 및 매출감소를 일부 저지하는 등 가시적인 성과가 나타나기도 하였다. 그러나 현대화사업이 본격적으로 시행된 2004년 이후에도 전통시장의 영업환경은 꾸준히 악화된 것으로 나타났으며, 경쟁관계에 있는 대형 유통업체들과의 경쟁은 향후에도 심화될 것으로 예상된다.

이상과 같이 전통시장이 여전히 활성화되지 못함에 따라 현대화사업의 실효성에 대해 보다 정확한 진단이 요구되고 있지만 이에 관한

연구는 부족한 실정이다(류성희, 2011; 남윤형 외 2011; 홍경구, 2012; 김유호·정철모, 2013; 조진상, 2013).

이에 이 연구는 전통시장 현대화사업 시행 이후의 효과에 대해 실제 현대화 사업의 수혜자인 상인과 전통시장을 이용하는 고객을 대상으로 설문 분석을 실시하여 현대화사업 이후 전통시장이 활성화되었는지 아니면 쇠퇴의 정도를 지체하고 현상유지를 하는 수준에 머물렀는지 등에 대한 보다 합리적인 진단을 통해 전통시장 현대화사업의 효과를 분석하고자 한다. 또한 전통시장에 대한 현황 및 쇠퇴 원인분석, 현대화사업 이후의 효과에 대한 분석 결과를 바탕으로 전통시장 활성화를 위한 방안을 모색하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

1) 연구의 범위

이 연구의 공간적 범위는 조선시대(1884년)에 형성된 지방 장시가 지금까지 남아 전해지는 대표적 전통시장⁴⁾으로 경상남도 진주시 원도심 일대에 위치하고 있으며, 2007년 현대화사업을 시행한 진주중앙유동시장을 사례지역으로 선정하여 연구를 진행하였다.

내용적 범위로는 진주중앙유동시장의 상인과 고객을 대상으로 설문조사를 실시하여 현대화사업 시행 이후의 효과를 분석하고 문제점을 진단하여 전통시장 활성화를 위한 방안을 제시하고자 한다.



Figure 1. Location Map in the Research Target Areas

2) 연구의 방법

이 연구는 이론 연구와 실증 연구를 병행하여 진행하였다. 먼저 이론 연구의 방법으로는 학술논문, 보고서, 단행본, 관련 기관 편람, 정기간행물, 통계자료 등의 자료를 이용하여 전통시장의 전반적인 현황과 실태를 분석하였다. 실증 연구의 방법으로는 현장조사를 통해 연구의 대상지인 진주중앙유등시장의 현황과 쇠퇴원인을 파악하고, 선행연구에서 검증된 문항과 진주중앙유등시장에 실시된 현대화사업의 세부내용을 바탕으로 상인회 관계자들과 면담을 통해 작성된 설문지 바탕으로 설문조사를 시행하였다. 분석 방법으로는 통계프로그램인 SPSS(Statistical Package for Social Science) Win 18.0 버전을 사용하여 회수된 설문지를 분석하였다.

II. 이론적 고찰

1. 전통시장 현황

1) 전통시장 현황

2005년 기준 전국의 전통시장 수는 1,660개, 점포 수 약 24만 개, 상인 수 약 39만 6

천명, 매출 추정액 약 33조에 달했던 전통시장은 2010년 기준으로 본 전국 전통시장 수 1,517개, 점포 수 약 20만개, 상인 수 약 35만 9천명, 매출 추정액 약 24조원으로 모든 부분에서 감소하였다.

Table 1. The Main Condition of Traditional Market

(Unit : No, Persons, Trillion Won)

Division	2005	2010	Variation
Traditional Market No.	1,660	1,517	-143
Store No.	239,220	201,358	-37,862
Merchant	396,229	359,375	-36,854
Revenue Estimates	32.7	24	-8.7

Source : Agency for Traditional Market Administration(2012). Statistical Information. Author organized

현대화사업이 본격적으로 시행된 2004년 이후에도 전통시장의 영업환경이 꾸준히 악화 된 것으로 나타남에 따라 현대화사업의 취지가 무색해지고 있는 실정이다. 더욱이 대표적인 대형마트 3사의 경우 시장 점유율이 90%에 육박하고 있으며,⁵⁾ 대형마트 등 대형유통업체는 대형 상권이 포화됨에 따라 중소형 상권 및 골목상권을 장악하여 유통 지배력을 강화하고 있다. 따라서 전통시장 활성화를 위한 효율적인 지원 방안 마련이 절실한 시점이라고 판단된다.

2) 전통시장 쇠퇴원인

전통시장은 1996년 유통시장 전면 개방 이후 외국 대형 유통업체들의 본격적인 국내 진출과 국내 대기업 유통업체의 지역진출, 다양한 유통업체의 출현 등 국내 유통산업의 급속한 구조개편에 적절히 대응하지 못하고 경쟁력을 상실함에 따라 쇠퇴하게 되었다. 특히 상

품의 교환·환불 문제, 가격정찰제 미비, 신용카드 등 다양한 결제 수단의 부족, 고객 불만 처리와 같은 고객 서비스의 부재, 홍보 및 마케팅 등과 같은 판촉 전략의 부재, 상인들의 의식저하 등 운영·관리적 측면의 문제로 전통시장의 경쟁력은 지속적으로 저하되고 있다.

최근 소비자들의 소비수준과 라이프 스타일 변화로 주말쇼핑이 보편화되고 편리한 쇼핑환경을 선호함에 따라 편의시설 및 다양한 문화행사를 제공하는 백화점, 대형할인점 등으로 고객유출이 가속화되고 있다. 특히 자동차를 이용한 쇼핑행태의 증가로 인해 주차공간이 부족한 전통시장은 소비자들에게 외면 받고 있다. 특히 대부분의 전통시장이 1970년대 이전에 형성되어 물리적인 노후화가 심각하기 때문에 안전에 대한 우려와 이용 불편 등으로 전통시장 이용을 꺼리는 소비자들이 증가하고 있는 실정이다.⁶⁾

이러한 내·외부적 문제와 함께 정부차원에서 전통시장을 활성화하기 위해 제시한 법률 및 지원 정책 등이 전통시장을 둘러싼 대·내외적 여건 변화에 시기적절하게 대응하지 못함에 따라 전통시장의 쇠퇴를 가속화 시켰다고 볼 수 있다.

2. 전통시장 지원 사업 내용

1) 전통시장 현대화사업의 지원 조직

정부는 2002년, 2004년, 2010년 총 3차례의 특별법 제정을 통해 전통시장 활성화를 지원해오고 있다.⁷⁾ 2005년 1월에는 전통시장 지원전담조직을 중소기업청에 설치하였으며, 6월에는 전통시장의 경영현대화·정보화 및 선진유통기법 교육 등의 업무를 수행하는 시장경영지원센터를 설립하여 전통시장 활성화를 위

한 다양한 지원을 하고 있다.

2) 전통시장 현대화사업의 지원 내용

정부는 2002년부터 2010년까지 전통시장 활성화를 위한 현대화사업에 1조3천억 원을 지원하였다. 시설현대화사업은 국비 60%, 지방비 30%, 민간 10%의 한도 내에서 지원하고 있으며, 기본시설(화장실, 아케이드 등)과 시장홍보시설(이벤트 광장, 테마거리 등), 시장편의시설(고객휴게실, 주차장 등)로 구분하여 지원하고 있다.

Table 2. The Support Budget for the Modernization Project of Traditional Market by Years

(Unit : Year, Billion Won)

Division	Facilities Modernization	Management Modernization
2002	227	3
2003	815	8
2004	1,608	60
2005	1,068	200
2006	1,228	250
2007	1,616	290
2008	1,968	319
2009	1,749	287
2010	1,571	369
Total	11,850	1,786

Source : Agency for Traditional Market Administration. Inside data.

경영현대화사업의 경우 마케팅 분야(국비 90%, 상인 10%), 상인교육·연수, 시장투어(국비 100%), 상인조직 역량강화(국비 30~70%, 상인 30~70%), 우수시장 상품전시회 개최(국비 70%, 상인·지자체 30%), 마케팅홍보(경품 행사, 상품권 발행 등)와 정보화사업(시장홈페이지 개설, 인터넷 쇼핑몰 개설 등), 공동배송 시스템(전화주문센터 설치, 배송차량 구입 등)으로 구분하여 지원하고 있다.

3) 전통시장 지원 사업의 문제점

현대화사업이 본격적으로 시행된 2004년 이후 전통시장 수, 상인 수, 점포 수, 매출 추정액이 지속적으로 감소하고 있는데서 알 수 있듯이 막대한 예산이 투입되었음에도 불구하고 사업에 대한 실효성은 미미한 것으로 판단된다.

먼저 예산지원 측면의 문제점을 살펴보면 전체 사업비의 10~30% 내외를 자체적으로 마련해야 했기 때문에 재정여건이 취약한 지자체와 전통시장의 경우 지방비 및 상인 자부담 금액을 마련하지 못해 지원에서 배제되는 곳이 많았다. 특히 공모를 통해 선정되는 현대화사업의 특성상 상인회의 조직력이 약하거나 시장의 규모가 영소한 경우 현대화사업을 통한 환경개선이 절실함에도 불구하고 선정될 확률이 타 시장에 비해 낮기 때문에 이러한 문제가 더욱 심각하게 작용하게 된다. 또 다른 문제점으로는 사업비의 심각한 편중현상이 있다. 전통시장의 경쟁력을 높이기 위해서는 물리적인 환경뿐만 아니라 상인의 서비스 품질 향상이나 마케팅을 통한 판매촉진 등의 경영환경 개선이 필수적이다. 그러나 사업비 지원 내역을 보면 시설현대화사업의 경우 지난 9년 동안 1조 1,850억 원이 지원된 반면, 경영현대화사업의 경우 같은 기간 동안 1,786억 원이 지원되는데 그쳤다.⁸⁾ 더욱이 이러한 정부의 사업 지원은 상대적으로 상인조직에 소속된 상인들에게만 유리하게 집행되는 결과가 나타났으며 혜택을 받지 못한 상인들의 불만이 고조되는 등의 역효과가 발생하기도 하였다.

3. 선행연구 검토

1) 선행연구 검토

전통시장에 관한 선행연구들은 분야별·주제

별로 다양한 연구들이 수행되고 있으며, 이 연구에서는 전통시장 활성화와 관련된 선행연구를 중심으로 검토하였다. 선행연구들의 경우 정부의 정책 및 지원제도 분석 및 지역 전통시장의 실태분석을 통해 도출된 문제점을 바탕으로 이를 해소 할 수 있는 활성화 방안을 제시하고 있으며(박실용, 2005; 서병일, 2007; 김정희, 2009; 임양선, 2009; 남윤형 외, 2010; 이용재, 2011; 유성희, 2011), 우수 사례와의 비교분석을 통한 시사점 도출(김찬동, 2009; 허영환, 2010), 시설현대화 사업이 전통시장 활성화에 미치는 영향 분석(김희영, 2010; 조진상, 2013; 김유호·정철모, 2013) 등을 통해 전통시장 활성화와 관련된 방향을 제시하고 있다.

2) 선행연구와의 차별성

선행연구는 기존 법·제도의 개선방안에 머무르거나, 전통시장의 실태분석 및 사례분석을 통해 활성화 방안을 제시하고 있는 경우가 대부분이며, 현대화사업의 효과를 분석한 연구의 경우에도 시설현대화사업에 국한된 효과분석을 통한 개선방안 제시에 머물러있다.

반면 이 연구는 전통시장의 현황 및 지원 사업 분석을 통해 시사점을 도출하고 상인과 고객 모두를 대상으로 시설현대화사업 및 경영현대화사업 이후의 효과를 분석하여 전통시장 활성화 정도를 진단하고 보다 더 효율적인 전통시장 활성화 방안을 제시하였다는 점에서 기존 연구와 차별성을 갖는다.

Table 3. Review of Previous Studies

Researcher	Year	Title	Research Contents
Park, S. Y.	2005	A Study on the Policy of Activation of Traditional Market	<ul style="list-style-type: none"> The suggestion of the revitalization policies of traditional markets through the condition analysis of local traditional markets by identifying the current policies of the government
Suh, B. I.	2007	Plan on Activation of Conventional Korean Markets through Modernization Projects	<ul style="list-style-type: none"> Finding a way to develop traditional markets through the analysis of improvement methods and the problems of modernization projects
Choi, S. J.	2009	A Study on Ways of Activating Conventional Markets	<ul style="list-style-type: none"> The theoretical scaffolding establishment of traditional markets through literature study and the suggestion of improvement plans through the identification of problems
Kim, J. H.	2009	A Study on the Revitalization Policy of the Traditional Markets	<ul style="list-style-type: none"> The diagnosis of problems through the analysis on the implementation of revitalization in the traditional markets and the suggestion of application method in accordance with local conditions
Kim, C. D.	2009	Traditional Market of Seoul, How to activate?	<ul style="list-style-type: none"> The derivation of implications and the suggestion of revitalization methods through the analysis of current conditions and exemplary cases of traditional markets in Seoul
Lim, Y. S.	2009	The Research of Improvement Layout Support System for a Traditional Market Revitalization	<ul style="list-style-type: none"> The suggestion of improvement methods for the revitalization of traditional market based on the condition analysis of the support systems, support outcome, and promotion cases
Kim, H. Y.	2010	A Study on Revitalization and Effect of Environmental Renewal Project on Traditional Retail Market	<ul style="list-style-type: none"> The suggestion of priorities and desirable maintenance directions in the detailed facility modernization projects through the analysis on the effectiveness of facilities modernization projects in the traditional markets
Lim, Y. T. Jeon, S. M.	2010	A Study on Typology of Traditional Markets and its Vitalization	<ul style="list-style-type: none"> The suggestion of the revitalization methods in the domestic traditional markets according to characteristics and categorization
Heo, Y. W.	2010	Analysis of the Influential Factors of Conventional Market Policy Effects	<ul style="list-style-type: none"> The derivation of the revitalization policies in traditional markets in accordance with customer demands through derivation of success factors through the analysis of representative cases of traditional domestic markets and the analysis on the influence of policy effect on the uniformity of government policies
Nam, Y. H., Ryu, T. C., Hong, K. G.	2010	Explore the Traditional Markets and Shopping Malls Activation Measures	<ul style="list-style-type: none"> Seeking revitalization methods through the investigation of related laws and case analysis at home and abroad

Lee, Y. J.	2011	A Study on the Vitalization of Traditional Markets	<ul style="list-style-type: none"> Seeking for the revitalization methods based on the analysis of the comprehensive conditions of the traditional market
Yoo, S. H.	2011	A Study on the Role of Government for Regional Trade Area Activation	<ul style="list-style-type: none"> An analysis on the government role for the revitalization of the traditional markets in search of methods for the effective support plans and policies
Cho, J. S.	2013	Analysis of Satisfaction of Merchants & Customers on Facility Modernization Project by Integration & Move Method of Traditional Market	<ul style="list-style-type: none"> A comparative analysis on the merchant and customer satisfaction in facilities modernization projects by integrating and shifting, and an analysis on the views about the programs for upbringing of cultural tourism-oriented markets
Kim, Y. H., Chung, C. M.	2013	A Study on the Effects of The Traditional Market Modernization Project on Commercial Supremacy Vitalization	<ul style="list-style-type: none"> Seeking for alternative policies for the revitalization of commercial zones through an in-depth analysis on the effect and limit of the concrete budget support in facilities modernization projects

Ⅲ. 대상지 현황 및 분석의 틀 설정

1. 대상지 현황 분석

1) 진주중앙유등시장 일반 현황

진주중앙유등시장은 원도심 상업지역에 위치하고 있어 많은 유동인구가 있다는 입지적 장점이 있다. 외곽지역의 인구가 도심으로 쉽게 유입될 수 있는 교통 여건을 가지고 있으며, 지역민의 경우에도 대중교통이나 자가용을 이용하여 쉽게 접근이 가능한 환경을 보유하고 있어 접근성이 매우 높다고 할 수 있다. 진주 중앙유등시장의 주요 현황은 <표 4>와 같다.

진주중앙유등시장은 법인 형태로 운영되고 있는 상인회인 '중앙시장 번영회'가 있다. 상인회 가입율은 60.1%로 가입대상 상인 965명 중 580명이 상인회에 소속되어 있다. 상인회 소속 상인들의 월 평균 상인 회비 납부율은 약 90%로 상인회에 소속된 상인들 간의 결속력이 높음을 단적으로 보여준다.

Table 4. The main condition of Jinju Jung-ang Yudeung Market

Basic information	Name	Jinju Jung-ang Yudeung Market
	Address	Daean-dong 8-600, Jinju-si, Gyeongnam
	Website	http://yudeungmarket.com
Opening Year		1884
Lot Area		16,803m ²
Store Size		12,240m ²
Operating Time		AM 06:00 ~ PM 09:00
Classification Information	Registration No.	registration market (registration date) : 1988-04-07
	Opening Cycle	Permanent market
	Product Handling	General market
	Ownership	Corporate market
	Market Size	Medium and large market (Store No.: 500~999)
Market Types		Commercial building-typed market

Merchant No. (Person)	Store Owners	183
	Store Tenants	275
	Employees	916
	Entire Market No.	1,374
	Vendors	500
	Totals	1,874
Store No.	Owner-store	390
	Tenant-store	575
	Empty store	10
	Entire store No.	975
	Street stall	500
Totals	1,475	

Source : Jinju Jung-ang Yudeung Website (yudeungmarket.com). Reconstitution.

Table 5. The Main Condition of Jinju Jung-ang Yudeung Market Cooperative Society

Basic Information	Name of Merchant Associations	Jinju Jung-ang Yudeung Market cooperative society
	Registration Period	Voluntary group : 100 years Legal group : 26 years
	Organization Type	Corporation, established by merchants in market shopping malls and market revitalization zone in accordance with the provisions of the Civil Code and Commercial Code
Other Information	No. of Members	580 of 965
	Joining Rate	60.1%
	Full-time Staffs in Merchant Association	26 persons
	Monthly Average Payment Rate	90%
	Monthly Merchant Membership Fee	20,000 won

Source : Agency for Traditional Market Administration web-site. (www.sijang.or.kr). Reconstitution.

2) 현대화사업 내용

진주중앙유등시장은 2001년 ‘시장활성화 연구용역’을 발주하며 전통시장 활성화를 위한 노력을 시작하였으며, 2007년부터 현대화사업을 본격적으로 시작하였다. 시설현대화사업의 일환으로 2007년부터 25억2,500만 원(국비 7억9,500만 원, 지방비 15억9,830만 원, 자부담 1억3,179만 원)의 사업비를 들여 아케이드를 설치하였고, 78억 원을 들여 지상 4층 규모의 125대가 주차 가능한 고객 전용 주차 빌딩을 조성하였다.⁹⁾ 또한, 1억8,000만 원(국비 1억2,600만 원, 자부담 5,400만 원)을 들여 전통시장 화재의 주원인이 되는 노후 전력설비를 개선하였으며, 화장실 개·보수공사 및 바닥공사를 완료하였다. 경영현대화사업의 일환으로 시장 전체의 이미지 향상을 위해 통합로고/캐릭터를 개발하였으며, 우수상품 전시회 개최를 통해 시장에서 판매하는 상품의 우수성을 적극적으로 홍보하고 있다. 이외에도 고객이 참여 할 수 있는 이벤트 공연, 할인 행사, 노래자랑, 시장 가이드북 발행 등 고객 유인을 위해 다양한 홍보 및 마케팅 행사를 지속적으로 추진하고 있다. 전통시장 활성화를 위해서는 상인의식 개선이 중요하다는 인식하에 시장경영진흥원에서 시행하는 상인대학을 통해 상인 교육을 실시하고 있으며, 진주중앙유등시장 특성화 방법에 대한 교육테마를 정하여 시장 활성화 방안 분임토의, 우수시장 견학 등 실무 중심의 교육으로 실질적인 효과를 거두는데 중점을 두고 있다.

2. 조사 분석의 틀 설정

1) 평가항목 선정 및 설문지 개발

이 연구의 변수 선정을 위해 선행연구에서 검

증된 문항과 진주중앙유등시장의 현대화사업 내용 및 담당자 인터뷰 등을 통해 설문지를 개발하였다. 설문지는 상인과 고객을 대상으로 작성되었으며 설문분석을 위한 일반사항과 전통시장 현대화사업 이후 만족도에 관한 사항, 전통시장 활성화 방안에 관한 사항으로 구성되어 있다. 특히 현대화사업 이후 만족도에 관한 사항은 7개의 항목으로 구성되어 있으며, 회귀분석이 가능하도록 7점 리커트 척도(likert scale)를 이용하여 작성되었다. 독립변수 선정과정에서 시설현대화사업은 상인과 고객 모두에게 동일하게 적용하였고, 경영현대화사업은 상인을 대상으로 시행한 상인대학 및 정보화 교육, 고객을 대상으로 시행한 홈페이지 운영 및 현장체험학습을 별도로 구분하여 변수로 선정하였다. 또한 전통시장 활성화를 위해 중요하다고 생각하는 요소와 전통시장 활성화를 위한 정부지원 사업에서 중요하다고 생각하는 요소 2개 항목에 대하여 다중응답이 가능하도록 작성하였다.

2) 조사 및 분석 방법

설문조사는 구조화된 설문지를 이용하여 1:1 개인 면접 조사방식으로 진주중앙유등시장의 상인과 고객을 대상으로 편의표본추출법을 통해 실시되었다. 조사기간은 2012년 10월 4일부터 2012년 10월 19일까지 실시하였으며, 총 250부(상인 125부, 고객 125부)를 배포하여 234부(상인 119부, 고객 115부)를 회수하였다. 회수된 설문지는 부호화 과정을 거쳐 통계프로그램인 SPSS Win 18.0 버전을 사용하여 분석하였으며, 부호화 과정에서 무응답은 자료처리에서 제외하여 최종적으로 221부(상인 111부, 고객 110부)를 분석에 사용하였다.

분석 방법으로는 설문분석을 위한 일반사항의 8개 항목에 대해서 빈도분석을 실시하여 상인과 고객의 일반적 특성을 도출하고, 현대화사업의 효과분석을 위해 전통시장 현대화사업이후 만족도에 관한 사항의 7개 항목을 바탕으로 시설 및 경영현대화사업의 세부항목이 고객방문 및 매출액 증가(상인대상), 방문횟수 및 구매비용 증가(고객대상)에 미치는 영향을 알아보기 위해 상관관계분석과 다중회귀분석을 실시하였다. 마지막으로 전통시장

Table 6. The Set-up of Variables, Affecting Evaluation Items

Division	Dependent Variables	Independent Variables	
		The Detailed Items of Facilities Modernization Projects	The Detailed Items of Management Modernization Projects
Merchant	Increase in the Customer Visit	<ul style="list-style-type: none"> • Arcade Installation • Creation of Customer only Parking • Renovation of Public Restroom • Creation of Guest Lounge • Installation of Bicycles Mooring 	Merchant <ul style="list-style-type: none"> • Operation of Merchant College • Implementation of Merchant Information Education
	Increase in the Average Sales		Commonality <ul style="list-style-type: none"> • Integrated Logo and the Development of Mascot • Opening of Superior Product Exhibition • Opening of Event Performance • Implementation of Sales Event • Indication of the Price and Origin • Issuing of Gift Coupon • Promotional Activity and Marketing Event
Customer	Increase in Visit Count	<ul style="list-style-type: none"> • Installation of Neon and Public Billboards • Construction of Access Road and Floor • Improvement of Aging Power Infrastructure • Signs Repair • Commercial Remodeling 	Customer <ul style="list-style-type: none"> • A Website Operations • A Field Experience Learning
	Increase in Purchase Costs		

활성화를 위한 중요 요소, 정부지원사업의 중요 요소를 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 상인 대상 설문 결과 분석

1) 일반적 사항 분석

상인을 대상으로 응답자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 아래 표와 같다.

Table 7. An Analysis on the General Conditions

(Unit : Persons, Percent)

	Division	Frequency	Percent
Gender	Male	43	38.7
	Female	68	61.3
	Total	111	100
Age	Less than 20	-	-
	20~29	6	5.4
	30~39	26	23.4
	40~49	35	31.5
	50~59	31	27.9
	Over 60	13	11.7
	Total	111	100
Ownership Types	Owning	19	17.1
	Rental	77	69.4
	Street Stalls	15	13.5
	Total	111	100
Business Types	Whole Sale	11	9.9
	Retail Business	49	44.1
	Wholesale and Retail Sale	51	45.9
	Total	111	100
Monthly Average Sales	Less than 1million won	-	-
	1~2million won	9	8.1
	2~3million won	26	23.4
	3~4million won	12	10.8
	4~5million won	25	22.5
	Over 5million won	39	35.1

Average Customer Visit per Day	Total	111	100
	Less than 10	6	5.4
	10~20	23	20.7
	20~30	45	40.5
	30~40	26	23.4
	40~50	3	2.7
Business Years	Over 50	8	7.2
	Total	111	100
	Less than 1	3	2.7
	1~3	6	5.4
	3~5	11	9.9
	5~10	20	18
Business Types	10~20	40	36
	Over 20	31	27.9
	Total	111	100
	Fruit	7	6.3
	Agricultural Products	8	7.2
	Underwear	10	9
	Marine Products	8	7.2
	Foods	15	13.5
	Restaurants	8	7.2
	Clothing/ Miscellaneous Goods	31	27.9
	Vegetable	11	9.9
	Korean Traditional Clothes	6	5.4
Others	Others	7	6.4
	Total	333	299.8

2. 전통시장 현대화사업 만족도 관련 사항 분석

1) 전통시장 현대화사업 만족도 분석

전통시장 현대화사업에 대한 만족도를 분석한 결과 상인들은 현대화사업에 전반적으로 만족하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 단일응답으로는 보통이라는 응답이 가장 많이 나타나 여전히 현대화사업에 대해 만족하지 못하고 있는 상인이 많은 것을 알 수 있다.

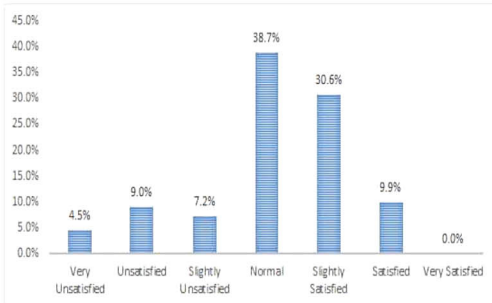


Figure 2. An Analysis on the Satisfaction of Modernization Project

시설현대화사업의 각 세부항목별 만족도를 분석한 결과 총 7점 만점에 4.65점으로 ‘아케이드 설치’가 가장 높게 나타났으며, ‘네온 및 공용 광고판 설치’가 3.79점으로 가장 낮게 나타났다.

Table 8. An Analysis on the Satisfaction in the Detailed Projects of Facilities Modernization

Division	Average	Standard Deviation	Variance
Arcade Installation	4.65	1.559	2.430
The Creation of Customer Parking only	4.48	1.488	2.215
Renovation of Public Restroom	4.43	1.359	1.848
The Creation of Guest Lounge	4.09	1.297	1.683
The Installation of Bicycles Mooring	3.94	1.178	1.387
Installation of Neon and Public Billboards	3.79	1.472	2.166
The Construction of Access Road and Floor	4.17	1.400	1.961
Improvement in the Aging Power Plants	4.44	1.425	2.031
Signs Repair	4.50	1.368	1.870
Commercial Remodeling	4.51	1.271	1.616

경영현대화사업의 각 세부항목별 만족도를 분석한 결과 총 7점 만점에 4.74점으로 ‘상품권 발행’이 가장 높게 나타났으며, ‘상인 정보화교육’이 3.70점으로 가장 낮게 나타났다.

시설현대화사업 이후의 개선정도에 대하여 분석한 결과 시설현대화사업 이후 시장 환경이 비교적 개선된 것으로 나타났으나 51.4%의 상인이 여전히 개선 정도에 변화가 없다고 생각하고 있으며, 5.4%의 상인은 오히려 나빠졌다고 생각하는 것으로 나타났다.

경영현대화사업 사업 시행 이후에도 시장 환경이 비교적 개선된 것으로 나타났으나 47.7%의 상인이 여전히 개선 정도에 변화가 없다고 생각하고 있으며, 9%의 상인은 오히려 나빠졌다고 생각하는 것으로 나타났다.

Table 9. An Analysis on the Satisfaction of the Detailed Projects on Management Modernization

Division	Average	Standard deviation	Variance
The Operation of Merchant College	3.88	1.406	1.977
Integrated Logo and the Development of Character	3.77	1.319	1.740
The Opening of Superior Product Exhibition	4.08	1.336	1.784
The Opening of Event Performance	4.20	1.451	2.106
The Implementation of Sales Event	4.31	1.292	1.669
Indication of the Price and Origin	4.57	1.481	2.193
Issuing of Gift Coupon	4.74	1.536	2.358
Promotional Activity and Marketing Event	4.50	1.368	1.870
The Implementation of Merchant Information Education	3.70	1.372	1.884

전통시장 현대화사업 시행 이후 고객방문

증가정도에 대해 분석한 결과 ‘변화 없음’이라고 응답한 상인이 59명(53.2%)으로 가장 많이 나타났다. 그러나 설문조사 과정에서 상인 인터뷰 결과 현대화사업 시행으로 인해 고객이 증가하진 않았지만 고객감소를 저지하게 되었다는 응답이 많았으며, 이는 현대화사업 이후의 개선 효과로 인해 고객이 감소하지 않은 것으로 판단할 수 있다.

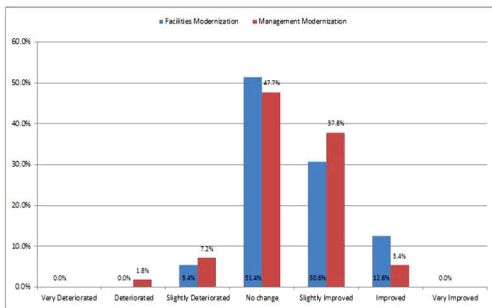


Figure 3. The Degree of Improvement Following the Modernization Project

전통시장 현대화사업 시행 이후 평균매출액 증가정도에 대해 분석한 결과 ‘변화 없음’이라는 응답이 59명(53.2%)으로 가장 높게 나타났다. 고객방문 증가정도와 마찬가지로 현대화사업으로 인해 매출액이 증가하진 않았지만 현 상태를 유지할 수 있게 되었다는 응답이 많았으며, 현대화사업의 개선 효과로 인해 매출액이 감소하지 않은 것으로 판단할 수 있다.

시설현대화사업의 세부사업 항목과 고객방문 증가정도, 평균매출액 증가정도에 대한 상관관계분석 결과 모든 변수가 상관계수에 대한 유의확률 p값 0.01 이하의 유의한 상관계수를 가지는 것으로 나타났다. 시설현대화사업의 세부사업 항목과 고객방문 증가정도 간의 상관관계는 ‘아케이드 설치’, ‘주차장 조성’이 각각 0.614로 나타났으며, ‘고객휴게실 조성’

이 0.610으로 나타나 높은 수준의 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다.

‘간판정비’의 상관계수 값이 0.481로 가장 낮게 나타났으며, 모든 변수들의 상관계수 값이 0.4 이상으로 나타나 보통 수준의 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다. 시설현대화사업의 세부사업 항목과 평균매출액 증가정도 간의 상관관계는 ‘아케이드 설치’가 0.633으로 가장 높게 나타났으며, ‘고객휴게실 조성’이 0.600으로 나타나 높은 수준의 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다.

‘간판정비’의 상관계수 값이 0.492로 가장 낮게 나타났으며, 그 외 모든 변수들의 상관계수 값이 0.5 이상으로 나타나 보통 수준의 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다.

Table 10. An Analysis on the Correlation between Visit Count and Increase of Purchase Spending in the Detailed Projects of Facilities Modernization

Division		Increase in Customer Visit	Increase in Average Sales
Increase in Customer Visit	Pearson correlation coefficient	1	1
	Double-tail p-value		
Increase in Average Sales	N	111	111
Arcade Installation	Pearson correlation coefficient	.614**	.633**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Creation of Customer Parking only	Pearson correlation coefficient	.614**	.550**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Renovation of	Pearson	.558**	.584**

Public Restroom	correlation coefficient		
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Creation of Guest Lounge	Pearson correlation coefficient	.610**	.600**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Installation of Bicycles Mooring	Pearson correlation coefficient	.496**	.523**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Installation of Neon and Public Billboards	Pearson correlation coefficient	.571**	.555**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Construction of Access Road	Pearson correlation coefficient	.540**	.544**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Improvement in the Aging Power Plants	Pearson correlation coefficient	.527**	.567**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Signs Repair	Pearson correlation coefficient	.481**	.492**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Commercial Remodeling	Pearson correlation coefficient	.570**	.589**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111

** correlation coefficient is significant at a 0.01 level

경영현대화사업의 세부사업 항목과 고객방문 증가정도, 평균매출액 증가정도에 대한 상관관계분석 결과 모든 변수가 상관계수에 대한 유의확률 p값 0.01 이하의 유의한 상관계수를 가지는 것으로 나타났다. 경영현대화사업의 세부사업 항목과 고객방

문 증가정도 간의 상관관계는 ‘이벤트공연 개최’가 0.734로 가장 높게 나타났으며, ‘가격 및 원산지 표시’, ‘우수상품 전시회’, ‘상품권 발행’ 순으로 각각 0.690, 0.685, 0.672로 나타나 높은 수준의 상관관계에 있는 것으로 분석되었다. ‘홍보 및 마케팅 행사’의 상관관계 값이 0.504로 가장 낮게 나타났으며, 모든 변수들의 상관계수 값이 0.5 이상으로 나타나 보통 수준의 상관관계에 있는 것으로 분석 되었다.

경영현대화사업의 세부사업 항목과 평균매출 증가정도 간의 상관관계는 ‘가격 및 원산지 표시’가 0.732의 값으로 가장 높게 나타났으며, ‘상품권 발행’, ‘이벤트 공연 개최’ 순으로 각각 0.721, 0.708로 나타나 높은 수준의 상관관계에 있는 것으로 분석되었다. ‘상인대학 운영’의 상관관계 값이 0.521로 가장 낮게 나타났으며, 모든 변수들의 상관계수 값이 0.5 이상으로 나타나 보통 수준의 상관관계에 있는 것으로 분석되었다.

Table 11. An Analysis on the Correlation between Increase of Customer Visit and Average Sales in the Detailed Projects of Management Modernization

Division		Increase in Customer Visit	Increase in Average Sales
Increase in customer Visit	Pearson correlation coefficient	1	1
	Double-tail p-value		
	N	111	111
Increase in Average Sales	Pearson correlation coefficient	.545**	.521**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Operation of Merchant College	Pearson correlation coefficient	.567**	.552**
	Double-tail p-value		
Integrated Logo	Pearson correlation coefficient		
	Double-tail p-value		

and the Development of Character	correlation coefficient		
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Opening of Superior Product Exhibition	Pearson correlation coefficient	.685**	.657**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Opening of Event Performance	Pearson correlation coefficient	.734**	.708**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Implementation of Sales Event	Pearson correlation coefficient	.617**	.647**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Indication of the Price and Origin	Pearson correlation coefficient	.690**	.732**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Issuing of Gift Coupon	Pearson correlation coefficient	.672**	.721**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
Promotional Activity and Marketing Event	Pearson correlation coefficient	.504**	.575**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111
The Implementation of Merchant Information Education	Pearson correlation coefficient	.634**	.619**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	111	111

** correlation coefficient is significant at a 0.01 level

2) 다중회귀분석

시설 및 경영현대화사업의 각 세부사업 항목들이 고객방문 증가 및 평균매출 증가 정도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 이 연구에서는 모든 독립변수들을

한꺼번에 포함하여 분석하는 방식으로 모든 독립변수들이 통제된 상태에서 특정 독립변수의 영향력을 알 수 있으며, 모든 독립변수들이 동시에 종속변수를 설명하는 정도를 알 수 있는 동시입력 방식을 통해 다중회귀분석을 실시하였다.

독립변수인 시설현대화사업의 10가지 세부사업 항목과 종속변수인 고객방문 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 12.962, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 0.521로 나타나 종속변수를 52.1% 설명하고 있는 것으로 나타났다. 유의한 변수는 ‘아케이드 설치’, ‘주차장 조성’, ‘고객휴게실 조성’, ‘상가 리모델링’으로 나타났다. 고객방문 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 ‘상가 리모델링’이 0.415로 보통 수준의 영향력 미치는 것으로 나타났으며, ‘아케이드 설치’ 0.305, ‘고객휴게실 조성’ 0.252, ‘주차장 조성’ 0.249로 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 시설현대화사업에 따른 고객방문증가에 대한 회귀방정식은 <식 1>과 같다.

$$Y_i = -0.724 + 0.278(X_1) + 0.167(X_2) + 0.165(X_3) + 0.142(X_4) \quad \text{---< 식 1 >}$$

Y_i = 시설현대화사업에 따른 고객방문 증가
 X_1 = 상가리모델링
 X_2 = 아케이드설치
 X_3 = 고객휴게실조성
 X_4 = 주차장 조성

독립변수인 시설현대화사업의 10가지 세부사업 항목과 종속변수인 평균매출 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가

회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

다중회귀모형의 F값은 12.787, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R²은 0.517로 나타나 종속변수를 51.7% 설명하고 있는 것으로 나타났다. 유의한 변수는 ‘아케이드 설치’와 ‘상가 리모델링’으로 나타났다. 평균매출 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 ‘아케이드 설치’ 0.394, ‘상가 리모델링’ 0.390으로 비교적 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 시설현대화사업에 따른

평균매출 증가에 대한 회귀방정식은 <식 2>와 같다.

$$Y_i = -0.841 + 0.272(X_1) + 0.224(X_2) \quad \text{---< 식 2 >}$$

Y_i = 시설현대화사업에 따른 평균매출 증가
 X_1 = 상가리모델링
 X_2 = 아케이드설치

한편 상인 대상 설문을 통해 나타난 시설현대화사업에 따른 고객방문증가와 평균매출증가에 공통적으로 영향을 미치는 변수는 상가 리모델링과

Table 12. A Regression Analysis on the Detailed Projects of Facilities Modernization

Model (Variable)	Increase in Customer Visit					Increase in Average Sales				
	R	R ²	Adjusted R ²	F	p-value	R	R ²	Adjusted R ²	F	p-value
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value
	B	S-error	β			B	S-error	β		
(Constant)				-2.957	.004				-3.294	.001
Arcade Installation	.167	.062	.305	2.679	.009	.224	.065	.394	3.450	.001
The Creation of Customer Parking	.142	.062	.249	2.305	.023	.044	.064	.073	.678	.499
Renovation of Public Restroom	-1.04	.081	-.165	-1.284	.202	-0.60	.084	-.092	-.712	.478
The Creation of Guest Lounge	.165	.081	.252	2.035	.045	.159	.085	.232	1.870	.064
The Installation of Bicycles Mooring	-0.07	.081	-.010	-.088	.930	.070	.085	.093	.823	.413
Installation of Neon and Public Billboards	.053	.062	.091	.847	.399	.013	.065	.021	.193	.847
The Construction of Access Road	-0.056	.077	-.092	-.731	.466	-0.085	.080	-.135	-1.068	.288
Improvement in the Aging Power Plants Signs	.008	.081	.013	.098	.922	.075	.084	.121	.893	.374
Maintenance Commercial Remodeling	-1.00	.074	-.160	-1.354	.179	-1.30	.077	-.201	-1.693	.094
	.278	.081	.415	3.425	.001	.272	.085	.390	3.212	.002

아케이드설치로 나타났다. 특히 상가 리모델링의 경우 각각의 종속변수에 영향을 미치는 정도가 가장 큰 것으로 나타나 상인들이 생각하는 시설현대화사업의 중요 요소로 판단할 수 있다.

독립변수인 경영현대화사업의 9가지 세부사업 항목과 종속변수인 고객방문 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 20.211, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 비교적

높은 수준인 0.611로 종속변수를 61.1% 설명하고 있는 것으로 나타났다.

유의한 변수는 ‘우수상품 전시회’, ‘이벤트공연 개최’, ‘상품권 발행’으로 나타났다. 고객방문 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 ‘이벤트공연 개최’가 0.454로 보통수준의 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, ‘우수상품 전시회’ 0.269, ‘상품권 발행’ 0.217로 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 경영현대화에 따른 고객방문 증가에 대한 회귀방정식은 <식 3>과 같다.

Table 13. A Regression Analysis on the Detailed Projects of Management Modernization

Model (Variable)	Increase in Customer Visit					Increase in Average Sales				
	R	R^2	Adjusted R^2	F	p-value	R	R^2	Adjusted R^2	F	p-value
	.802	.643	.611	20.211	.000	.811	.657	.627	21.520	.000
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value
B	S-error	β			B	S-error	β			
(Constant)	-452	.200		-2.263	.026	-683	.203		-3.361	.001
The Operation of Merchant College Integrated Logo and the Development of Character	-.010	.059	-.016	-.161	.873	-.031	.060	-.049	-.511	.610
The Opening of Superior Product Exhibition	.171	.080	.269	2.141	.035	.110	.082	.166	1.347	.181
The Opening of Event performance Sales Event	.267	.082	.454	3.248	.002	.198	.084	.325	2.369	.020
Indication of the Price and Origin	-.126	.089	-.192	-1.426	.157	-.084	.090	-.123	-.931	.354
Issuing of Gift Coupon	.115	.069	.200	1.675	.097	.146	.070	.245	2.096	.039
Promotional Activity and Marketing Event	.121	.054	.217	2.248	.027	.184	.055	.319	3.369	.001
The Implementation of Merchant Information Education	-.006	.057	-.009	-.104	.918	.080	.058	.124	1.394	.166
	.081	.063	.130	1.280	.204	.052	.064	.080	.801	.425

$$Y_i = -0.452 + 0.267(X_1) + 0.171(X_2) + 0.121(X_3) \quad \text{---< 식 3 >}$$

Y_i = 경영현대화사업에 따른
 고객방문 증가
 X_1 = 이벤트공연 개최
 X_2 = 우수상품 전시회
 X_3 = 상품권 발행

독립변수인 경영현대화사업의 9가지 세부사업항목과 종속변수인 평균매출 증가정도의 다중회귀분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 21.520, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 비교적 높은 수준인 0.627로 나타나 종속변수를 62.7% 설명하고 있는 것으로 나타났다.

유의한 변수는 ‘이벤트공연 개최’, ‘가격 및 원산지 표시’, ‘상품권 발행’으로 나타났다. 평균매출 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 ‘이벤트공연 개최’ 0.325, ‘상품권 발행’ 0.319, ‘가격 및 원산지표시’ 0.245로 비교적 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 경영현대화사업에 따른 평균매출 증가에 대한 회귀방정식은 <식 4>와 같다.

$$Y_i = -0.683 + 0.198(X_1) + 0.184(X_2) + 0.146(X_3) \quad \text{---< 식 4 >}$$

Y_i = 경영현대화사업에 따른
 평균매출 증가
 X_1 = 이벤트공연 개최
 X_2 = 상품권 발행
 X_3 = 가격 및 원산지 표시

3) 전통시장 활성화를 위한 중요요소

상인들이 전통시장 활성화를 위해 가장 중요하다고 생각하는 것은 ‘주차장 확보’로 나타났다.

다음으로는 ‘편의시설 및 문화공간 확충’, ‘상인회 자구노력 강화’, ‘결제수단 다양화’, ‘위생관리’, ‘특색 있는 시장조성’, ‘지역특화상품 판매’, ‘배송 서비스실시’, ‘상인교육’, ‘홍보 및 이벤트’ 순으로 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

Table 14. Main Factors for the Revitalization of the Traditional Markets

Main Factors for the Revitalization of Traditional Market	Response		Case Percent
	N	Percent	
Security of Parking Areas	72	25.1%	64.9%
Hygienic Management	26	9.1%	23.4%
Delivery Service	15	5.2%	13.5%
Merchant Education	15	5.2%	13.5%
Promotional Activity and Event	13	4.5%	11.7%
Diversification of Payment Methods	27	9.4%	24.3%
Strengthening of the Self-efforts by the Merchant Associations	31	10.8%	27.9%
Creation of Characteristic Markets	24	8.4%	21.6%
Expansion of Convenience Facility and Cultural Space	46	16.0%	41.4%
Sales of Local Specialities	18	6.3%	16.2%
Totals	287	100.0%	258.6%

상인들이 전통시장 활성화를 위한 정부지원 사업에서 가장 중요하다고 생각하는 것은 ‘충분한 예산편성’으로 나타났다. 다음으로 ‘지원 사업 절차의 간소화’, ‘창업교육 및 상인관리 강화’, ‘전통시장 전문가 및 전담기관 육성’, ‘신규사업개발 및 지원’ 순으로 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

Table 15. Main Factors of the Government Support Projects

Main Factors of Government Support Projects	Response		Case Percent
	N	Percent	
Sufficient Budget	95	49.5%	85.6%
Simplification of the Support Project Procedure	38	19.8%	34.2%
Cultivation of Traditional Market Experts and Exclusive Institutions	22	11.5%	19.8%
Sart-up Education and the Sstrengthening of Merchant Management	23	12.0%	20.7%
Development and Support of New Projects	14	7.3%	12.6%
Totals	192	100.0%	173.0%

2. 고객 대상 설문 결과 분석

1) 일반적 사항 분석

고객을 대상으로 응답자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 아래 표와 같다.

Table 16. An Analysis on General Affairs

(Unit : Person, %)

Division		Count	Percent
Gender	Male	30	27.3
	Female	80	72.7
	Total	110	100
Age	Less than 20	-	-
	20~29	12	10.9
	30~39	22	20
	40~49	27	24.5
	50~59	35	31.8
	Over 60	14	12.7
	Total	110	100
Residence	Gaja-Dong	7	6.4
	Manggyeong-Dong	6	5.5
	Sangdae-Dong	9	8.2
	Sangbong-Dong	4	3.6

	Sangpyeong-dong	11	10
	Sujeong-dong	5	4.5
	Shinan-dong	8	7.3
	Yihyeon-dong	2	1.8
	Juyak-dong	3	2.7
	Pyeonggeo-dong	8	7.3
	Hadae-dong	15	13.6
	Hotan-dong	4	3.6
	Etc	28	25.5
	Totals	110	100
Job	Self-employed	39	35.5
	Office Workers	17	15.5
	Professor/Teacher/Researcher	4	3.6
	Housewife	43	39.1
	Etc	7	6.4
	Totals	110	100
Transportation	On Foot	14	12.7
	By Bus	43	39.1
	By Taxi	4	3.6
	By Car	49	44.5
	Totals	110	100
Average Article purchase costs	Less than 10 thousand won	10	9.1
	10~30 thousand won	36	32.7
	30~50 thousand won	34	30.9
	50~100 thousand won	20	18.2
	100~200 thousand won	10	9.1
	Totals	110	100
Using Frequency	Everyday	18	16.4
	1 time per week	20	18.2
	2~3 times per week	11	10
	1 time per month	35	31.9
	2~3 times per week	10	9.1
	1 time per 2or3 months	16	14.5
	Totals	110	100
Time Zone	Morning (06~12)	21	19.1
	Afternoon(12~18)	63	57.3
	Evening (18~22)	26	23.6
	Totals	110	100

2) 전통시장 현대화사업 만족도 분석

전통시장 활성화를 위한 현대화사업에 대한 만족도 분석 결과 전통시장을 이용하는 고객들의 대다수가 현대화사업에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다.

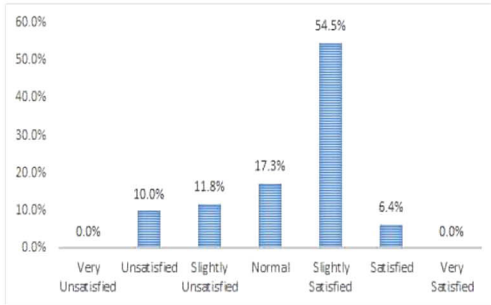


Figure 4. An Analysis on the Satisfaction of Modernization Project

시설현대화사업의 각 세부항목별 만족도를 분석한 결과 총 7점 만점에 4.70점으로 '아케이드 설

Table 17. An Analysis on the Satisfaction of the Detailed Projects of Facilities Modernization

Division	Average	Standard Deviation	Variance
Arcade Installation	4.70	1.500	2.249
The Creation of Parking	4.65	1.700	2.889
Renovation of Public Restroom	4.58	1.809	3.273
The Creation of Guest Lounge	4.27	1.729	2.989
The Installation of Bicycles Mooring	3.89	1.237	1.529
Installation of Neon and Public Billboards	3.76	1.165	1.356
The Construction of Access Road and Floor	4.29	1.498	2.245
Improvement in the Aging Power Plants	4.31	1.346	1.812
Signs Repair	4.57	1.662	2.761
Commercial Remodeling	4.36	1.723	2.967

치가 가장 높게 나타났다.

'네온 및 공용광고판 설치'가 3.76점으로 가장 낮게 나타났으며, 다음으로 '자전거 계류대 설치', '고객 휴게실 조성' 순으로 만족도가 낮게 나타났다. '자전거 계류대 설치', '고객 휴게실 조성'의 경우 고객위주의 시설이지만 만족도가 낮게 나타나 이들 시설의 만족도 제고를 위한 방안 마련이 절실하다고 판단된다.

경영현대화사업의 각 세부항목별 만족도를 분석한 결과 총 7점 만점에 4.95점으로 '상품권 발행'이 가장 높게 나타났으며, '현장체험 행사'가 3.95점으로 가장 낮게 나타났다.

Table 18. An Analysis on the Satisfaction of the Detailed Projects of Management Modernization

Division	Average	Standard Deviation	Variance
The Operation of Merchant College	4.30	1.437	2.065
Integrated Logo and the Development of Character	4.06	1.136	1.289
The Opening of Superior Product Exhibition	4.18	1.534	2.352
The Opening of Event Performance	4.53	1.613	2.600
Sales Event	4.91	1.830	3.349
Indication of the Price and Origin	4.80	1.775	3.152
Issuing of gift coupon	4.95	1.886	3.557
Promotional Activity and Marketing Event	4.64	1.359	1.848
The Implementation of Merchant Information Education	3.95	1.495	2.236

시설현대화사업 이후의 개선정도에 대하여 분석한 결과 전통시장을 이용하는 고객의 대다수는 시설현대화사업 이후 시장 환경이 개선되었다고 생각하는 것으로 나타났다. 경영현대화사업 이후의

개선정도에 대하여 분석한 결과 전통시장을 이용하는 고객의 대다수는 경영현대화사업 이후 시장 환경이 개선되었다고 생각하는 것으로 나타났다.

전통시장 현대화사업 시행 이후 방문횟수 증가 정도에 대해 분석한 결과 단일응답으로는 ‘변화 없음’이라는 응답이 42명(38.2%)으로 나타났으나 대체적으로 전통시장 현대화사업 시행 이후 고객들의 방문횟수가 증가한 것으로 나타났다.

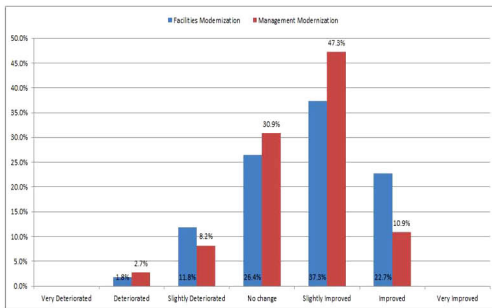


Figure 5. The Degree of Improvement Following the Modernization Project

전통시장 현대화사업 시행 이후 구매비용 증가 정도에 대해 분석한 결과 단일응답으로는 ‘변화 없음’이라는 응답이 42명(38.2%)으로 나타났으나 대체적으로 전통시장 현대화사업 시행 이후 고객들의 구매비용이 증가한 것으로 나타났다.

시설현대화사업의 세부사업 항목과 방문횟수 증가정도, 구매비용 증가정도에 대한 상관관계분석 결과 모든 변수가 상관계수에 대한 유의확률 p값 0.01 이하의 유의한 상관계수를 가지는 것으로 나타났다. 시설현대화사업의 세부사업 항목과 방문횟수 증가정도 간의 상관관계는 ‘상가 리모델링’이 0.701로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘주차장 조성’, ‘공중화장실 개·보수’가 각각 0.699와 0.693으로 높게 나타났다. 그 외 ‘고객휴게실 조성’, ‘진입로 및 바닥공사’, ‘간판정비’의 상관 계수가 각각 0.6 이상으로 높은 상관관계에 있는 것으로 분석

되었다. ‘자전거 계류대 설치’의 상관계수 값이 0.517로 가장 낮게 나타났으며, 모든 변수들의 상관계수 값이 0.5 이상으로 나타나 보통수준 이상의 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다.

시설현대화사업의 세부사업 항목과 구매비용 증가정도 간의 상관관계는 ‘상가 리모델링’이 0.744로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘공중화장실 개·보수’, ‘간판정비’, ‘고객휴게실 조성’이 각각 0.729와 0.702, 0.701로 높게 나타났다. 그 외 ‘주차장 조성’, ‘진입로 및 바닥공사’의 상관계수가 각각 0.6 이상으로 높은 상관관계에 있는 것으로 분석되었다. ‘자전거 계류대 설치’의 상관계수 값이 0.514로 가장 낮게 나타났으며, 모든 변수들의 상관계수 값이 0.5 이상으로 나타나 보통수준 이상의 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다.

Table 19 An Analysis on the Correlation between Visit Count and Increase in Purchase Spending in the Detailed Projects of Facilities Modernization

Division		Increase in Visit Count	Increase in Purchase Costs
Increase in Visit Count	Pearson correlation coefficient	1	1
	Double-tail p-value		
Increase in Purchase Costs	N	110	110
	Pearson correlation coefficient	.523**	.562**
Arcade Installation	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
The Creation of Customer Parking only	Pearson correlation coefficient	.699**	.673**
	Double-tail p-value	.000	.000
Renovation of Public	N	110	110
	Pearson correlation	.693**	.729**

Restroom	coefficient		
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
The Creation of Guest Lounge	Pearson correlation coefficient	.615**	.701**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
The Installation of Bicycles Mooring	Pearson correlation coefficient	.517**	.514**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
Installation of Neon and Public Billboards	Pearson correlation coefficient	.562**	.582**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
The Construction of Access Road	Pearson correlation coefficient	.600**	.627**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
Improvement in the Aging Power Plants	Pearson correlation coefficient	.527**	.596**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
Signs Repair	Pearson correlation coefficient	.682**	.702**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
Commercial Remodeling	Pearson correlation coefficient	.701**	.744**
	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110

** correlation coefficient is significant at a 0.01 level

경영현대화사업의 세부사업 항목과 방문횟수 증가정도, 구매비용 증가정도에 대한 상관관계분석 결과 모든 변수가 상관계수에 대한 유의확률 p값 0.01 이하의 유의한 상관계수를 가지는 것으로 나타났다.

경영현대화사업의 세부사업 항목과 방문횟수 증가정도 간의 상관관계는 ‘할인행사 실시’와 ‘가격 및 원산지 표시’가 각각 0.783으로 가장 높게 나타났으며, ‘상품권 발행’, ‘이벤트 공연 개최’, ‘우수상품 전시회’ 순으로 높게 나타났다. 경영현대화사업의 모든 세부사업 항목의 상관관계 값이 0.6 이상으로 나타나 높은 수준의 상관관계에 있는 것으로 분석되었다.

경영현대화사업의 세부사업 항목과 구매비용 증가정도 간의 상관관계는 ‘할인행사 실시’가 매우 높은 수준인 0.801로 가장 높게 나타났으며, ‘상품권 발행’, ‘가격 및 원산지 표시’, ‘우수상품 전시회’ 순으로 높게 나타났다. 경영현대화사업의 모든 세부사업 항목의 상관관계 값이 0.6 이상으로 나타나 높은 수준의 상관관계에 있는 것으로 분석되었다.

Table 20. An Analysis on the Correlation between Visit Count and Purchase Spending in the Detailed Projects of Management Modernization

Division		Increase in Visit Count	Increase in Purchase Costs
Increase in Visit Count	Pearson correlation coefficient	1	1
	Double-tail		
	p-value		
Increase in Purchase costs	N	110	110
	Pearson correlation coefficient	.642**	.618**
	Double-tail		
The Operation of Merchant College	p-value	.000	.000
	N	110	110
	Pearson correlation coefficient	.616**	.601**
Integrated Logo and the Development of Character	Double-tail		
	p-value	.000	.000
	N	110	110
The	Pearson	.701**	.717**

Opening of Superior Product Exhibition	correlation coefficient		
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
The Opening of Event Performance	Pearson correlation coefficient	.731**	.693**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
Sales Event	Pearson correlation coefficient	.783**	.801**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
Indication of the Price and Origin	Pearson correlation coefficient	.783**	.734**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
Issuing of Gift Coupon	Pearson correlation coefficient	.753**	.798**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
Promotional Activity and Marketing Event	Pearson correlation coefficient	.684**	.674**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110
The Implementation of Merchant Information Education	Pearson correlation coefficient	.640**	.627**
	Double-tail p-value	.000	.000
	N	110	110

** . correlation coefficient is significant at a 0.01 level

2) 다중회귀분석

독립변수인 시설현대화사업의 10가지 세부사업 항목과 종속변수인 방문횟수 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 15.138, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통

계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 0.565로 나타나 종속변수를 56.5% 설명하고 있는 것으로 나타났다. 유의한 변수는 '주차장 조성'으로 나타났다. 방문횟수 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 0.354로 비교적 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 시설현대화사업에 따른 방문횟수 증가에 대한 회귀방정식은 <식 5>와 같다.

$$Y_i = -0.202 + 0.235(X_1)$$

—< 식 5 >

$$Y_i = \text{시설현대화사업에 따른 고객 방문횟수증가}$$

$$X_1 = \text{주차장 조성}$$

독립변수인 시설현대화사업의 10가지 세부사업 항목과 종속변수인 구매비용 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 17.854, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 비교적 높은 수준인 0.607로 나타나 종속변수를 60.7% 설명하고 있는 것으로 나타났다.

유의한 변수는 '고객휴게실 조성'과 '상가 리모델링'으로 나타났다. 구매비용 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 '상가 리모델링'이 0.313, '고객 휴게실 조성'이 0.244로 비교적 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 시설현대화사업에 따른 구매비용증가에 대한 회귀방정식은 <식 6>과 같다.

$$Y_i = -0.188 + 0.197(X_1) + 0.153(X_2) \quad \text{---< 식 6 >}$$

Y_i = 시설현대화사업에 따른
 고객 구매비용 증가
 X_1 = 상가리모델링
 X_2 = 고객휴게시설 조성

독립변수인 경영현대화사업의 9가지 세부사업 항목과 종속변수인 방문횟수 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 24.690, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 비교적 높은 수준인 0.662로 종속변수를 66.2% 설명

하고 있는 것으로 나타났다.

유의한 변수는 ‘이벤트공연 개최’, ‘할인행사 실시’, ‘가격 및 원산지 표시’로 나타났다. 방문횟수 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 ‘가격 및 원산지 표시’ 0.330, ‘할인행사 실시’ 0.324, ‘이벤트공연 개최’ 0.266으로 비교적 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 경영현대화사업에 따른 방문횟수 증가에 대한 회귀방정식은 <식 7>과 같다.

Table 21. A Regression Analysis on the Detailed Projects of Facilities Modernization

Model (Variable)		Increase in Visit Count					Increase in Purchase Costs				
		R	R ²	Adjusted R ²	F	p-value	R	R ²	Adjusted R ²	F	p-value
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value
		B	S-error	β			B	S-error	β		
	(Constant)	-0.202	.298		-0.679	.499	-0.188	.271		-0.696	.488
	Arcade Installation	-0.143	.084	-0.190	-1.709	.091	-0.129	.076	-0.179	-1.695	.093
	The Creation of Customer Parking only	.235	.081	.354	2.912	.004	.099	.073	.156	1.349	.180
	Renovation of Public Restroom	.159	.084	.254	1.896	.061	.150	.076	.250	1.965	.052
	The Creation of Guest Lounge	.012	.079	.019	.158	.875	.153	.072	.244	2.134	.035
	The Installation of Bicycles Mooring	.008	.090	.009	.087	.931	-0.048	.082	-0.054	-0.578	.564
	Installation of Neon and Public Billboards	.107	.094	.111	1.144	.255	.076	.085	.082	.893	.374
	The Construction of Access Road	-0.078	.090	-0.104	-0.869	.387	-0.055	.082	-0.076	-0.668	.506
	Improvement in the Aging Power Plants	-0.053	.093	-0.064	-0.576	.566	.003	.084	.004	.035	.972
	Signs Repair	.107	.108	.157	.989	.325	.072	.098	.110	.732	.466
	Commercial Remodeling	.178	.108	.272	1.654	.101	.197	.098	.313	2.007	.047

$$Y_i = -0.709 + 0.210(X_1) + 0.200(X_2) + 0.186(X_3) \quad \text{---< 식 7 >}$$

- Y_i = 경영현대화사업에 따른 고객 방문횟수 증가
- X_1 = 가격 및 원산지 표시
- X_2 = 할인행사 실시
- X_3 = 이벤트 공연 개최

독립변수인 경영현대화사업의 9가지 세부사업 항목과 종속변수인 구매비용 증가정도의 다중회귀 분석 결과 동시입력방식에 의해 모든 독립변수가 회귀분석에 진입되었으며, 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 F값은 24.589, 유의확률 p값은 0.000으로 분석결과가 통

계적으로 적합한 것으로 나타났으며, R^2 은 비교적 높은 수준인 0.661로 나타나 종속변수를 66.1% 설명하고 있는 것으로 나타났다.

유의한 변수는 ‘할인행사 실시’, ‘상품권 발행’으로 나타났다. 구매비용 증가에 미치는 영향력을 표준화 계수로 살펴보면 ‘할인행사 실시’가 0.456으로 보통수준의 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, ‘상품권 발행’이 0.353으로 비교적 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 경영현대화사업에 대한 구매비용 증가정도에 대한 회귀방정식은 <식 8>과 같다.

Table 22. A Regression Analysis on the Detailed Projects of Management Modernization

Model (Variable)		Increase in Customer Visit					Increase in Average Sales				
		R	R ²	Adjusted R ²	F	p-value	R	R ²	Adjusted R ²	F	p-value
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value
		B	S-error	β			B	S-error	β		
Projects of Management Modernization	(Constant)	-0.709	.265		-2.673	.009	-0.572	.254		-2.250	.027
	The Operation of Merchant College	.039	.079	.049	.491	.624	.031	.076	.042	.415	.679
	Integrated Logo and the Development of Character	.086	.095	.086	.902	.369	.099	.091	.104	1.087	.280
	The Opening of Superior Product Exhibition	-.146	.108	-.198	-1.357	.178	-.001	.103	-.001	-.009	.993
	The Opening of Event Performance	.186	.087	.266	2.134	.035	-.014	.084	-.020	-.163	.871
	Sales Event	.200	.093	.324	2.161	.033	.269	.089	.456	3.034	.003
	Indication of the Price and Origin	.210	.093	.330	2.253	.026	-.041	.089	-.068	-.462	.645
	Issuing of Gift Coupon	.011	.087	.018	.123	.902	.202	.084	.353	2.415	.018
	Promotional Activity and Marketing Event	-.069	.094	-.083	-.729	.468	-.045	.090	-.057	-.502	.617
The Implementation of Merchant Information Education	.095	.067	.125	1.419	.159	.066	.064	.091	1.026	.307	

$$Y_i = -0.572 + 0.269(X_1) + 0.202(X_2) \quad \text{---< 식 8 >}$$

Y_i = 경영현대화사업에 따른
 고객 구매비용 증가
 X_1 = 할인 행사 실시
 X_2 = 상품권 발행

3) 전통시장 활성화를 위한 중요요소

고객들이 전통시장 활성화를 위해 가장 중요하다고 생각하는 것은 ‘주차장 확보’로 나타났다. 다음으로는 ‘위생관리’, ‘특색 있는 시장 조성’, ‘편의 시설 및 문화 공간 확충’, ‘배송서비스 실시’, ‘상인 교육’, ‘홍보 및 이벤트’, ‘결제수단 다양화’, ‘상인회 자구노력 강화’, ‘지역특화상품 판매’ 순으로 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

Table 23. Main Factors for the Revitalization of the Traditional Markets

Main Factors for the Revitalization of Traditional Market	Response		Case Percent
	N	Percent	
Security of Parking Areas	50	21.9%	45.5%
Hygienic Management	36	15.8%	32.7%
Delivery Service	16	7.0%	14.5%
Merchant Education	16	7.0%	14.5%
Promotional Activity and Event	15	6.6%	13.6%
Diversification of Payment Methods	15	6.6%	13.6%
Strengthening of the Self-efforts by the Merchant Associations	14	6.1%	12.7%
Creation of Characteristic Market	32	14.0%	29.1%
Expansion of Convenience Facility and Cultural Space	23	10.1%	20.9%
Sales of Local Specialities	11	4.8%	10.0%
Totals	228	100.0%	207.3%

고객들이 전통시장 활성화를 위한 정부지원 사

업에서 가장 중요하다고 생각하는 것은 ‘충분한 예산편성’으로 나타났다. 다음으로는 ‘창업교육 및 상인관리강화’, ‘전통시장 전문가 및 전담기관 육성’, ‘신규사업개발 및 지원’, ‘지원사업 절차의 간소화’ 순으로 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

Table 24. Main Factors of the Government Support Projects

Main Factors of the Government Support Projects	Response		Case Percent
	N	Percent	
Sufficient Budget	53	31.0%	48.2%
Simplification of the Support Project Procedure	20	11.7%	18.2%
Cultivation of Traditional Market Experts and Exclusive Institutions	33	19.3%	30.0%
Sart-up Education and the Strengthening of Merchant Management	38	22.2%	34.5%
The Development and Support of New Projects	27	15.8%	24.5%
Totals	171	100.0%	155.5%

V. 결론 및 연구의 한계

1. 결론

이 연구에서는 전통시장 현대화사업 시행 이후의 효과분석을 통하여 현대화사업의 문제점을 진단하고 효율적인 전통시장 활성화 방안을 마련하고자 하였다. 전통시장 활성화를 위한 정부차원의 막대한 지원에도 불구하고 전통시장은 여전히 어려움을 겪고 있으며, 경쟁관계에 있는 대형 유통업체와의 대립 또한 심화되고 있다. 이러한 상황에서 전통시장 활성화에 대한 요구는 앞으로도 계속 될 것으로 판단된다.

전통시장 활성화를 위해 시행된 현대화사업의 효과 분석 결과 상인과 고객 모두 현대화사업 시행에 대해서는 대체적으로 만족하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 상인들의 경우 현대화사업 시행 이후 시장 환경 개선 정도에 큰 변화가 없다고 생각하고 있는 것으로 나타났다. 고객들의 경우 사업 시행 이후 시장 환경이 개선되었다고 생각하는 것으로 나타났으나 현대화사업 이후 방문횟수 및 구매금액은 대부분 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 특히 전통시장 현대화사업 이후 고객방문과 매출액의 증가정도가 5~20% 수준으로 미미하며, 전통시장 활성화에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 현대화사업의 세부사업 항목 또한 특정 세부사업만이 낮은 수준의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 결론적으로 현대화사업 시행 이후 일부 고객 감소 및 매출액 감소 저지 등의 효과가 나타났지만 실질적인 개선 효과는 여전히 미미한 것으로 판단된다.

전통시장 활성화를 위한 중요요소에 대한 분석 결과와 앞서 고찰한 전통시장 쇠퇴원인, 전통시장 지원 사업의 문제점을 종합하여 전통시장 활성화를 위한 방안을 다음과 같이 세가지 측면에서 제시하고자 한다. 전통시장 활성화를 위해서는 첫째 시설·환경적 측면에서는 주차 공간 확보, 편의시설 및 문화 공간 확충, 전반적인 시장 내부 환경 개선이 필요하며, 둘째 경영·관리적 측면에서 상인의식 개선, 상인교육을 통한 경영능력 및 서비스 질 향상, 상인조직 개선 및 활성화, 경영환경 개선, 경쟁업체와의 차별화가 필요하다고 판단된다. 마지막으로 정책적인 측면에서 충분한 예산 편성, 시설현대화사업과 경영현대화사업의 균등한 시행, 전통시장의 위상 재정립, 고객과 상인 모두의 만족도를 높이는 정책 제시 및 시행, 정부차원의 철저한 관리·감독 시행이 필요한 것으로 판단된다.

전통시장이 활성화되기 위해서는 전통시장 스스로의 경쟁력 강화와 차별화를 통해 자생력을 갖도록 해야 하며, 전통시장 고유의 가치와 정체성을 확립해야 한다. 전통시장은 단순히 물건의 매매가 이루어지는 장소를 넘어 지역 고유의 정체성과 문화가 담긴 삶의 터전이다. 이러한 전통시장의 활성화를 위해서는 시장의 환경의 전반적인 개선과 함께 사람과 사람이 만나고 교류하는 삶의 터전인 전통시장 고유의 가치와 기능을 회복하고 유지시켜 나가야 할 것이다. 무엇보다 중요한 것은 상인들 스스로의 의식 개선을 통해 전통시장 활성화를 위해 자발적으로 노력해야 한다는 것이다. 이러한 노력과 함께 정부의 지속적인 지원이 뒷받침 될 때 전통시장 활성화 효과는 극대화 될 수 있을 것으로 기대한다.

2. 연구의 의의 및 한계

이 연구는 향후 정부의 지원을 받아 시행되는 전통시장 현대화사업 시행 시, 사업효과를 극대화시킬 수 있도록 시사점을 제공해 줄 수 있을 것으로 판단된다. 이 연구의 사례대상지인 진주중앙유동시장의 경우 양호한 입지를 바탕으로 뛰어난 접근성을 가지고 있기 때문에, 연구의 결과를 전국의 전통시장에 보편적으로 적용하기에는 무리가 있다. 그리고 설문조사 결과에서 전통시장 활성화에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타난 세부사업들의 개선방안을 제시하지 못하였다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 이러한 연구의 한계를 극복하고 계량적 분석결과를 바탕으로 보다 심층적인 해석을 통해 전통시장 활성화를 위한 정책적 제언 제시가 필요할 것으로 생각한다.

주1. 전통시장은 재래시장과 혼용되어 사용되고 있지만 기존 재래시장의 명칭이 낙후되었다는 이미지가 강하고 시대에 맞지 않다는 의견이 지속적으로 제기되자 2010년 제정된 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 전통시장으로의 명칭 변경을 명문화 하고 지속적인 홍보와 캠페인을 시행하고 있기 때문에 이 연구에서는 전통시장이라는 용어로 통일하여 사용하고자 한다.

주2. 시설현대화사업은 하드웨어적인 부분(아케이드 설치, 주차장 정비 등)의 개선을 통해 전통시장을 이용하는 고객들에게 더 좋은 쇼핑환경을 제공하기 위한 것을 목표로 하는 사업이다.

주3. 경영현대화사업은 소프트웨어적인 부분(상인교육, 공동마케팅 등)을 개선하여 보다 많은 고객이 찾고 즐길 수 있는 시장을 만드는 것을 목표로 하는 사업이다.

주4. 디지털지주문화대전 (<http://jinju.grandculture.net/>)

주5. 공정거래위원회. 2012. '대형마트 및 백화점 매출액 및 점유율 현황'에 따르면 2011년 말 기준 대형마트 3사의 시장 점유율은 전체 유통업의 88.8%에 달하는 것으로 조사되었다(뉴데일리 신문기사. 2012. 10. 11. [국감] 대형마트 3사 시장 점유율 90% 육박해).

주6. 중소기업청. 2005. '재래시장 활성화 지원정책'에 따르면 전통시장의 시설물 불량비율은 53.8%, 주차장 부족시장은 54.9%에 달함. 또한 고객유치 마케팅 미실시 시장은 83.5%, 광고가 없는 시장은 92.4%로 마케팅 및 경영혁신 능력이 부족한 것으로 나타났다.

주7. 정부는 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 근거로 전통시장 활성화를 위한 정책지원 역량을 강화하고, 시설개선을 위한 다양한 지원과 제도개선 및 재개발·재건축을 위한 특례 확대와 규제 완화, 상인조직 육성 등, 전통시장 지원을 위한 제도적 기반을 마련하였다.

주8. 이는 사업 시행 이후 가시적인 효과가 즉시 나타나는 시설현대화사업이 상대적으로 중앙정부의 예산을 취득하기 쉬워 지방자치단체가 시설현대화사업에 치중한 결과로 볼 수 있다.

주9. 중소기업청 시장경영지원센터. 2008. 잘되는 시장 성공 이야기 : 시장 활성화 우수사례. p.78.

Market research, 3 : 29-53.

2. 김수암, 황보윤, 2010. "전통시장 선진화를 위한 제도개선에 관한 연구", 「벤처창업연구」, 5(4) : 69-94.

Kim, S. A., Hwang, B. Y., 2010. "Study on Policies and Strategies for Fostering Traditional Markets", *Journal of KSBV*, 5(4) : 69-94.

3. 김영기, 김승희, 난부 시게키, 2009. 「도시재생과 중심시가지 활성화」, 서울: 한울 아카데미.

Kim, Y. K., Kim, S. H., Nanbu, S., 2009. *Urban regeneration and revitalization of central area*, Seoul: Hanul Academy.

4. 김유호, 정철모, 2013. "전통시장 현대화사업이 상권활성화에 미치는 영향 연구 : 시설 현대화사업을 중심으로", 「주거환경」, 11(3) : 277-290.

Kim, Y. H., Chung, C. M., 2013. "A Study on the Effects of The Traditional Market Modernization Project on Commercial Supremacy Vitalization", *Journal of REIK*, 11(3) : 277-290.

5. 김정희, 2009. "재래시장 활성화정책에 관한 연구 : 울산광역시를 중심으로", 울산대학교 경영대학원 석사학위 논문.

Kim, J. H., 2009. "A study on the Revitalization Policy of the Traditional Markets : Focusing on Ulsan Metropolitan City", Master's degree Dissertation, Ulsan University.

6. 김찬동, 2009. 「서울의 전통시장, 어떻게 활성화할 것인가?」, 서울: 서울시장개발연구원.

Kim, C. D., 2009. *Traditional market of Seoul, How to activate?*, Seoul: The Seoul Institute.

7. 김희영, 2010. "재래시장 현대화사업의 효과분석 및 활성화방안에 관한 연구 : 영천공설시장을 사례로", 대구대학교 대학원 석사학위 논문.

Kim, H. Y., 2010. "A Study On Revitalization and Effect of Environmental Renewal Project on Traditional Retail Market : the Case of Yeongchun Public Market in the City of Yeongchun", Master's degree Dissertation, Daegu University.

인용문헌

References

1. 김기희, 2010. "대전 전통시장 활성화를 위한 시장별 유형화 및 발전방안", 「재래시장연구」, 3 : 29-53.

Kim, K. H., 2010. "Classification and market Development plan for Daejeon Traditional Market activation", *Journal of Traditional*

8. 남윤형, 류태창, 홍경구, 2010. "전통시장 및 상점가 활성화 방안의 모색", 『도시정보』, 345 : 3-18.
Nam, Y. H., Ryu, T. C., Hong, K. G., 2010. "Explore the traditional markets and shopping malls activation measures", *Urban Information Service*, 345 : 3-18.
9. 남윤형, 2011. 「전통시장 지원정책 방향 재정립에 관한 연구」, 서울: 중소기업연구원.
Nam, Y. H., 2011. *A study on re-establishment of the traditional market policy*, Seoul: Korea Small Business Institute.
10. 박실용, 2005. "재래시장 활성화 정책에 관한 연구 : 영천공설시장을 중심으로", 영남대학교 행정대학원 석사학위 논문.
Park, S. Y., 2005. "A Study on the Policy of Activation of Traditional Market-focused on Yeongcheon public market", Master's degree Dissertation, Yeung-nam University.
11. 서병일, 2007. "현대화사업을 통한 재래시장 활성화방안 : 중랑구 「동원골목시장」 을 중심으로", 대전대학교 법무행정대학원 석사학위 논문.
Suh, B. I., 2007. "Plan on activation of conventional Korean markets through modernization projects : centering around Dongwon Side Street Market", Master's degree Dissertation, Daejin University.
12. 시장경영지원센터, 2008. 「지역상권 활성화 한국형 모델에 관한 연구」, 서울: 중소기업청.
Market management support center, 2008. *Trade area activation research on Korea model*, Seoul: SMBA.
13. 시장경영진흥원, 2010. 「2010년도 전통시장 활성화수준 평가 분석」, 서울: 중소기업청.
Agency for Traditional Market Administration, 2010. *2010 activation traditional market-level assessment analysis*, Seoul: SMBA.
14. 신라미, 2011. "전통시장의 현대화사업 후 시설 현황 및 사용실태에 관한 연구", 동국대학교 대학원 석사학위 논문.
Shin, R. M., 2011. "A Study on the present Conditions of the facilities and the facilities use of the traditional markets after renewal project", Master's degree Dissertation, Dongguk University.
15. 양지애, 2010. "창의적 문화환경 조성을 통한 전통시장 활성화 방안 연구", 단국대학교 경영대학원 석사학위 논문.
Yang, J. A., 2010. "A study on Measures to Revitalize Korean Traditional Market through Constructing Creative Cultural Environment", Master's degree Dissertation, Dankook University.
16. 오상락, 1990. 「마케팅원론」, 서울: 박영사.
Oh, S. R., 1990. *Theory of Marketing*, PAKYOUNGSA.
17. 유성희, 2011. "지역상권 활성화를 위한 정부 역할에 관한 연구 : 전통시장 지원정책을 중심으로", 고려대학교 정책대학원 석사학위 논문.
Yoo, S. H., 2011. "A study on the role of government for regional trade area activation", Master's degree Dissertation, Korea University.
18. 이민상, 2009. "재래시장 환경개선사업에 대한 시장 활성화 방안에 관한 연구 : 양평전통시장의 실태조사를 중심으로", 『2009년 한국유통학회 추계학술대회 발표논문집』 인천광역시: 인천대학교.
Lee, M. S., 2009. "Research on market revitalization on the conventional market environment improvement project", 2009 Autumn Conference of KODIA Incheon: Incheon University.
19. 이용재, 2011. "전통시장 상권활성화 방안에 관한 연구 : 전주시 중앙시장을 중심으로", 전주대학교 행정대학원 석사학위 논문.
Lee, Y. J., 2011. "A study on the Vitalization of Traditional Markets : Focused on Chungang Market in Jeonju City", Master's degree Dissertation, Jeonju University.
20. 이준호, 김영, 김경훈, 2013. "전통시장 시설현대화사업이 전통시장 활성화에 미치는 영향 분석 :

- 진주중앙유등시장을 중심으로”, 「한국지역개발학회지」, 25(1) : 233-250.
- Lee, J. H., Kim, Y., Kim, K. H., 2013. "Analysis of the Influential of Traditional Markets Vitalization of Facilities Modernization Project on Traditional Markets : Focused on the JinjuJungangYudeungmarkets", *Journal of the Korean Regional Development Association*, 25(1) : 233-250.
21. 임양선, 2008. "재래시장 활성화를 위한 지원제도 개선방안에 관한 연구 : 경기도지역 재래시장을 중심으로", 경기대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- Lim, Y. S., 2008. "The research of improvement lay out support system for a traditional market revitalization", Master's degree Dissertation, Kyonggi University.
22. 임용택, 전석모, 2010. "전통시장의 유형별 특성과 활성화 방안". 「지역발전연구」, 10(1) : 165-189.
- Lim, Y. T., Jeon, S. M., 2010. "A Study on Typology of Traditional Markets and its Vitalization", *Journal of Korean Regional Development*, 10(1) : 165-189.
23. 정금호, 2010. "전통시장 시설현대화에 따른 이용자의 중요도-성취도 변화에 관한 연구", 「대한건축학회지회연합회논문집」, 12(4) : 31-39.
- Chung, K. H., 2010. "A Study of the Importance -Performance Variation of User's Evaluation for Traditional Markets by Facilities Modernization", *Journal of AIK-RA*, 12(4) : 31-39.
24. 조진상, 2013. "통합·이설방식의 전통시장 현대화 사업에 대한 상인과 고객의 만족도 분석 : 나주복사고을시장을 사례로", 「농촌계획」, 19(3) : 75-88.
- Cho, J. S., 2013. "Analysis of Satisfaction of Merchants & Customers on Facility Modernization Project by Integration & Move Method of Traditional Market : in the Case of Naju Moksagoeul Market", *Journal of Korean Society of Rural Planning*, 19(3) : 75-88.
25. 중소기업청, 2005. 「재래시장 활성화 지원정책」, 서울.
- Small & Medium Business Administration, 2005. *The supporting policy of a traditional market revitalization*, Seoul.
26. 중소기업청, 2008. 「잘되는 시장 성공 이야기 : 시장 활성화 우수사례」, 서울.
- Small & Medium Business Administration, 2008. *Success story of prosperous markets : Excellent case of markets vitalization*, Seoul.
27. 최승재, 2009. "재래시장 활성화 방안에 관한 연구", 동신대학교 대학원 석사학위 논문.
- Choi, S. J., 2009. "A Study on Ways of Activating Conventional Markets", Master's degree Dissertation, Dongshin University.
28. 허영환, 2010. "재래시장 정책효과의 영향요인 분석 : 괴산재래시장 중심으로", 충주대학교 경영·행정·외국어대학원 석사학위 논문.
- Heo, Y. W., 2010. "Analysis of the Influential Factors of Conventional Market Policy Effects - Focusing on Conventional Markets in Goesan-gun", Master's degree Dissertation, Chungju National University.
29. 홍경구, 2012. "중소도시 현대화된 전통시장과 대형할인점과의 만족도 비교분석", 「대한건축학회지」 28(12) : 331-340.
- Hong, K. G., 2012. "A Comparative Analysis of Customer Satisfaction between a Renewed Traditional Retail Market and Big-box Discount Store", *Journal of AIK*, 28(12) : 331-340.
30. <http://jinju.grandculture.net>
31. <http://www.smba.go.kr>
32. <http://www.yudeungmarket.com>
33. 진보라, 2012. 10. 11. "[국감] 대형마트 3사 시장 점유율 90% 육박해", 뉴데일리

Date Received	2014-03-31
Reviewed(1 st)	2014-06-18
Date Revised	2014-08-14
Reviewed(2 nd)	2014-10-10
Date Revised	2014-11-28
Reviewed(3 rd)	2014-12-30
Date Accepted	2014-12-30
Final Received	2015-03-20