

서울시 전통시장 변화의 영향요인 탐색과 정책적 함의*

이현정**·안영수***·여관현****

A Study on the Influential Factors and Policy Implications of the Traditional Market Changing in Seoul Metropolitan City*

Hyun-Jeong Lee**·Young-Soo An***·Kwan-Hyun Yeo****

요약 : 이 연구의 목적은 서울시 전통시장을 중심으로 전통시장 변화에 영향을 미치는 요인을 실증 분석하여 도출하고, 전통시장 활성화를 위한 정책적 함의를 제시하는 것이다. 이를 위해 서울시 전역의 181곳 전통시장을 대상으로 시장의 변화를 점포 수(안정시장, 감소시장)와 생존율(상승시장, 하락시장)로 구분하여 분석하였다. 분석결과, 시장특성, 고객특성, 지역특성을 고려하여 선정한 8개 요인 중 시장규모, 대규모 점포의 입지, 지하철역 입지 여부, 그리고 시장주변 생활 인구수가 점포 수와 생존율 변화의 영향요인으로 밝혀졌다. 특히, 지하철역 입지 여부와 상인회 유무는 전통시장 생존율에, 대규모 점포의 입지는 전통시장 점포 수 감소에 크게 영향을 미치는 것으로 확인됐다. 이를 토대로 전통시장 활성화를 위한 정책제언으로 다음의 4가지를 제시하였다. 첫째, 전통시장과 대형 유통업체의 상생 협력을 위한 정책이 요구된다. 둘째, 상인조직이 부재한 전통시장은 상인회 구성과 지원정책이 필요하다. 셋째, 전통시장의 접근성 강화 노력이 필요하다. 넷째, 전통시장 상권별 특성화 사업 강화전략이 요구된다.

주제어 : 전통시장, 영향요인, 상생 협력, 서울특별시

ABSTRACT : This study aims at analyzing the Seoul metropolitan city traditional market and then looking for influential factors and revitalization of the traditional market changing. As a result of the analysis, The size of the market, large-scale stores, subway stations, and the number of stores in the traditional market were found to be factors influencing the change in the traditional market. In addition, the presence or absence of subway stations and merchant associations affects the survival rate of traditional markets. This study suggests, the following policy implications for the revitalization of traditional markets. First, a policy for win-win cooperation between traditional markets and large retailers is required. Second, in the case of a traditional market without a merchant organization, it is necessary to organize a merchant association and support policy. Third, efforts are needed to strengthen the accessibility of traditional markets. Fourth, a strategy to strengthen the specialized business for each commercial district is required.

KeyWords : Traditional Market, Influential Factors, Win-Win Partnership, Seoul Metropolitan City

* 이 논문은 서울신용보증재단(2020) “서울시 전통시장 유형분류를 통한 맞춤형 지원정책 연구”의 연구보고서 내용 중 일부를 기초로 수정·보완하였으며, 2021년 한국정책학회 추계학술대회에서 우수논문 학술상 수상논문임을 밝힌다.

** 한국지방세연구원 지방재정연구실 부연구위원(Associate Research Fellow, Dept. of Local Finance Lab, Korea Institute of Local Finance), 주저자

*** 서울신용보증재단 소상공인정책연구센터 센터장(Managing Director, Dept. of Center for Small Business Insights, Seoul Credit Guarantee Foundation), 공동저자

**** 안양대학교 공공행정학과 교수(Professor, Dept. of Public Administration Anyang Univ.), 교신저자(E-Mail: motelkh@anyang.ac.kr, 031-467-0898)

I. 서론

최근, 세계적인 코로나19 사태에 따른 사회적 변화와 함께 국내의 전통시장 매출이 줄어들면서 빈 점포가 급격하게 증가하고 있다. 과거 활기찬 전통시장의 추억을 회상하면서 전통시장을 찾고 있는 소비자들은 노후화된 시설과 영세하고 차별화되지 못한 전통시장의 상품에 이제는 매력을 느끼지 못한다(채수홍·구혜경, 2015). 이러한 배경에서 전통시장의 소멸 위기, 전통시장의 쇠퇴와 몰락 등의 단어가 등장하며 최근 전통시장의 쇠퇴 현상을 표현하고 있다. 이에, 중앙정부와 서울시는 서민경제와 지역사회의 중추적 역할을 담당해온 전통시장 활성화 정책을 추진하고 있다.

이러한 전통시장 활성화를 위한 정부의 지원사업은 초기에는 노후화된 시설물을 개선하고 대형 유통업체와의 격차를 완화할 수 있는 전통시장 시설현대화 사업에 예산이 투입되었다. 그러나 2000년대 중반 이후 전통시장의 경영혁신 및 문화사업 등을 정책적으로 추진하면서 전통시장의 경쟁력 확보에 노력한다. 이러한 정부의 전통시장 지원정책과 이해관계자의 다양한 노력에도 불구하고, 전통시장의 침체는 더욱 가속화되고 있다. 특히, 최근의 코로나19 사태로 비대면 온라인 소비문화가 급속히 증대됨에 따라 전통시장의 소멸 위기론까지 제기되고 있다.

한편, 전통시장의 쇠퇴 양상은 전국적으로 나타나는 공통적인 현상이지만, 서울시의 전통시장 감소추세는 더욱 심화되고 있다. 서울신용보증재단에서 조사한 서울시 상권별 현황자료에 따르면, 전국 전통시장의 2014년도 점포 수와 상인 수를

100으로 가정하여 최근 5년간의 변화량을 분석한 결과, 전국 전통시장의 점포 수와 상인 수가 각각 2.0%, 2.4% 감소하고 있었다. 하지만 서울시 전통시장 점포 수와 상인 수는 각각 8.9%와 13.4%로 급격히 줄어들고 있다(<https://golmok.seoul.go.kr>). 이와 같이 서울시 전통시장의 쇠퇴 현상이 가속화되는 만큼 더 적극적인 서울시의 전통시장 활성화 정책이 필요하다. 즉, 서울시 전통시장의 영향요인 실태를 면밀하게 진단하고 요인에 대응하는 전통시장 활성화 전략이 요구된다.

위와 같이 서울시 전통시장 활성화의 필요성에도 불구하고 현재까지 전통시장 활성화와 관련된 연구는 주로 해외 전통시장 사례를 국내정책에 도입하기 위한 비교 연구(임영연, 2020), 전통시장의 활성화를 위한 시장운영과 입지특성 분석연구(이윤명·김태형, 2018), 현대화 사업을 통한 전통시장 활성화에 관한 연구(이준호 외, 2015)는 미시적 접근의 연구보다는 거시적 접근이 주를 이룬다. 이러한 기존 연구들은 전통시장 활성화의 방향성이나 시장운영 및 입지특성 등과 관련된 전통시장 현대화 사업의 방향을 제시하였다.

하지만 서울시의 전통시장을 대상으로 한 실증 연구는 현재까지 미미하며(이현정 외, 2020; 최재현·이명훈, 2020), 전통시장 변화의 영향요인 분석과 그에 따른 정책적 대안을 제시하지 못하였다. 이 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 서울시 전통시장을 중심으로 전통시장의 변화에 영향을 미치는 요인을 실증분석하고, 전통시장 활성화 방안을 모색해 보기로 한다. 이 연구는 코로나19 사태로 최근 급격한 전통시장 침체에 대응할 수 있는 서울시 전통시장 변화의 영향요인 탐색과 정책적 함의를 제공하며, 지역사회에서 공동체가 살아있

는, 더 실천적인 전통시장 활성화를 위한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 전통시장 개념과 기능

전통시장의 개념은 2009년 이전까지 재래시장이라는 이름으로 사용되다가 2009년 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 젊은 소비자들에게 다가가기 어려운 이미지를 탈피하기 위하여 처음으로 사용하게 된다. 이후에는 2013년 6월 법률상의 정의로 “자연 발생적으로 또는 사회적·경제적 필요로 조성되며 상품 및 용역 등의 거래가 상호 신뢰와 같은 주로 전통적인 방식으로 이루어지는 장소”라는 개념으로 규정되었다(최재현·이명훈, 2020). 전통시장은 지역주민의 일반적인 삶 속에서 상품이 거래되는 단순한 시장 이상의 기능을 담당해 왔다. 지역주민은 장터가 열리는 날 한 공간에 모여 그동안 살아온 소식을 나누고 공동체를 형성하는 공간으로 활용된다. 상인들은 서로 정보를 교환하거나 상인들 간 상호관계가 형성되면서 지역 커뮤니티의 기능을 수행한다(김도형, 2013).

전통시장은 한 국가의 역사와 문화를 간직한 국가문화 유산으로서 도시와 경제성장의 역사를 보존하고 있으므로 물리적인 교환 장소 이상의 역할을 한다(Holidin and Handini, 2014; Prastyawan et al., 2015). 해외 관광객들이 유구한 역사를 지닌 전통시장을 찾는 이유도 방문한 국가의 문화를

직접 체험하고 주민의 정서를 체험하고 싶기 때문이다. 이에 일부 시장에서는 전통시장만의 독특한 문화와 이미지를 발전시켜 관광명소로 활용되기도 한다(González and Waley, 2013).

그뿐만 아니라, 전통시장은 지역사회와 주민의 정서가 투영되며 구성원 간 정보교류와 각종 사회·문화활동이 활발하게 발생하는 공동체 공간으로 자리해왔다(이상준·이정수, 2012). 전통시장은 연령, 민족, 인종 등 상이한 집단 간 자연스러운 융화와 잠재적 적대 행위를 완화하는 지역사회의 중심점 공간을 제공한다(Communities and Local Government Committee, 2009). 이렇게 전통시장은 지역 공동체의 사회적 상호작용을 촉진하며, 지역 문화를 발전시키고 구성원 간 결속을 강화해왔다(Angmor, 2012; González and Waley, 2013). 이러한 기능 이외에도 전통시장은 약 150만 명 이상의 상인들에게 직·간접적으로 지역에서 일자리를 제공하고 있다(시장경영진흥원, 2010).

그러나 이렇게 다양한 기능을 수행하는 전통시장은 2005년에 1,660곳에서 2010년 1,517개로 지속적인 쇠퇴를 보인다. 1996년 유통시장 개방을 시작으로 까르푸, 월마트 등 외국계 대형 할인마트가 국내시장으로 진출한다. 또한, 홈플러스, 이마트, 코스트코, 롯데마트 등 대형 상가들이 시장을 점유하면서 중소형 유통업체 형태의 상점가나 전통시장은 어려움이 가중된다(진영호, 2012). 최근, 전통시장이 쇠퇴하는 변화는 기성 시기지에서 상권의 침체와 소상공인의 실업증가 등 사회문제로 확산하고 있다.

이러한 전통시장의 기능이 점차 쇠퇴하는 요인은 다음과 같이 요약된다(여관현, 2014; 여관현·이미숙, 2021). 첫째는 소비자들은 소비에 대한 선호

와 트렌드의 변화를 보인다. 특히, 자동차 보급이 급격하게 증가하면서 소비자들은 교통의 접근성과 주차장이 편리하며, 깨끗하고 현대적이며 편리한 시설에서 쇼핑하는 것을 선호하게 된다. 이러한 소비자의 선호에 대한 변화에 따라 홈쇼핑 및 대형마트 등의 유통업체들이 새롭게 시장에 등장하면서 급성장하고 있다. 둘째는 유통시장에서 공급자들의 환경적인 변화이다. 대형마트는 1995년 18곳이던 시장이 2002년 232곳으로 빠르게 증가하였으며, 2008년에는 385곳에 달하게 된다. 이렇게 고도의 마케팅 전략과 대규모 자본을 바탕으로 대형마트는 급성장을 거듭하면서 소상공인의 영세한 점포형태인 전통시장을 침입하고 있다. 셋째는 전통시장을 중심으로 한 기성시가지 침체이다. 전통시장이 입지한 기성 시가지의 쇠퇴로 전통시장도 동시에 경쟁력을 상실하게 된다.

2. 전통시장 관련 선행연구 검토

전통시장 관련 논의는 2000년대 초부터 본격적으로 진행되고 있는데, 크게는 전통시장 활성화를 위한 효과성이나 요인 분석 및 전통시장의 기업경영 관련 연구 등으로 구분된다. 전통시장 활성화를 위한 효과성이나 요인 분석 등은 전통시장에서 요구되고 있는 시설현대화 사업과 같은 정부의 물리적 측면의 지원에 의한 전통시장 활성화에 대한 효과성을 분석하는 것이다. 반면, 전통시장과 관련된 기업경영의 연구는 전통시장에서 경쟁력의 상실이나 시장쇠퇴 등의 요인과 관련된 내용이다. 우선, 전통시장 활성화의 효과성 및 요인에 관한 선행연구는 다음과 같다(허소영, 2013; 박소연·박인권,

2013; 김준식·김종진, 2012; 이상준 외, 2010; 허재완·송남현, 2009; Minten and Reardon, 2008). 허소영(2013)은 전통시장 상인들의 역량 강화를 통한 전통시장 활성화의 효과성을 분석하였다. 분석결과, 전통시장 활성화 사업에 대한 시장상인들의 참여는 전통시장 활성화에 매우 긍정적이며, 참여 과정을 통해서 상인 역량이 강화됨을 확인하였다. 허재완·송남현(2009)은 전통시장의 환경개선 사업에 대한 효과를 분석하기 위해서 전통시장의 주체인 상인과 고객을 대상으로 설문조사를 추진하였다. 분석 결과, 전통시장 환경개선사업 진행이 물리적인 개선에는 기여하지만, 경쟁력 향상에는 영향을 미치지 못하는 것으로 확인됐다.

박소연·박인권(2013)은 통인시장 상인들을 사례로 상인이 자발적으로 설립한 마을기업을 살펴 보았다. 이를 통해서 마을기업의 활동이 어떻게 전통시장을 활성화하는지 분석하고 있다. 분석 결과, 통인시장에서 설립된 마을기업은 수요와 공급의 측면에서 전반적으로 통인시장을 활성화하는 데 기여하는 것으로 나타났다. 특히, 마을기업의 지역 자산 활용과 기업가 정신이라는 두 가지 측면에서 전통시장 활성화에 긍정적으로 영향을 미치고 있음을 밝혀냈다. 한편, 김준식·김종진(2012)은 다계층 의사결정분석(AHP)을 적용한 전문가 설문조사를 통해서 전통시장의 활성화 요인을 도출하였다. 분석결과, 전통시장 활성화를 위해서는 상품권 유통 및 확대, 대형마트 규제, 셔틀버스 운행, 주차장 확보 등이 필요함을 제안하였다. 이상준 외(2010)는 전통시장 특성을 추출, 유형화하여 유형별로 차별화된 활성화 방안을 제시하고 있다.

한편, 전통시장의 기업경영과 관련된 연구를 살펴보면 다음과 같다(허소영, 2013; 송복섭, 2013;

송균석·범상규, 2011; 권혁찬, 2010; Lubke and Muthén, 2005). 송균석·범상규(2011)는 상인 간 조직화 연구를 통해 쇠퇴하는 전통시장의 경쟁력 확보방안을 제시하였다. 연구결과, 전통시장의 경쟁력 향상을 위해서는 상인회 결성이 무엇보다 필요하며, 상인조직의 유형에 따라 경영성과가 달라지고 있음을 주장하였다. 즉, 전통시장의 상인조직 기반역량, 활동역량, 조직화 역량 등이 전통시장 경쟁력 향상을 위해서 중요하다고 강조하였다. 권혁찬(2010)은 지역상권 활성화를 위하여 상인조직을 사회적기업으로 성장 지원방안을 제시하며, 사회적기업 도입을 제안하였다. 한편, 송복섭(2013)은 Parket(park and market) 방식을 적용하여 도시공원에 전통시장을 비롯한 도시활동 활성화 프로그램을 다양하게 부여하면서 활기 있는 공동체 공간의 형성을 제안하였고, 허소영(2013)은 전통시장 활성화 사업에 대한 상인들의 참여확대와 역량 강화의 중요성을 강조하였다.

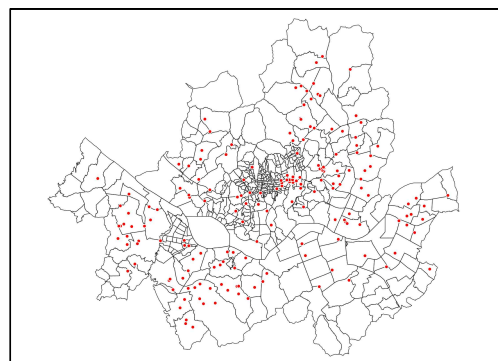
이상의 연구들은 전통시장 활성화 요인으로 전통시장의 환경을 쾌적하게 조성하기 위한 물리적인 시설도 중요하나, 전통시장 상인들의 커뮤니티 형성과 같은 소프트웨어 측면도 매우 중요함을 강조하였다. 즉, 서비스의 질 및 시장 이미지 제고, 고정적인 시장판로의 개척, 신규고객 유치, 공동체 의식 향상 등 전통시장 내부적 측면의 역량 강화는 전통시장 활성화를 위해서 필수적인 요소에 해당한다. 따라서 이 연구는 기존 연구가 충분히 다루지 못한 전통시장 성장 또는 쇠퇴 영향요인을 도출하고 이를 토대로 전통시장 활성화를 위한 정책적 함의 제시에 초점을 맞추어 진행하고자 하였다.

III. 연구방법

1. 자료수집과 분석방법

이 연구는 전통시장의 성장과 쇠퇴 등 변화의 영향요인을 분석하기 위하여 서울시 전역에 위치하는 181곳의 전통시장을 연구 분석의 공간적 범위로 선정하였다. 서울시 전통시장 181곳의 공간 분포 현황을 살펴보면, 다음의 <그림 1>, <표 1>과 같이 2곳 이상의 전통시장이 분포된 법정동은 35개이다. 또한, 해당 법정동이 포함하는 전통시장은 108개로 분석 대상인 181개 전통시장 중 59.7%에 달한다. 전통시장 변화의 영향요인 분석의 자료 수집은 '우리마을가게 상권분석시스템(<https://golmok.seoul.go.kr>)'에서 제공하는 2014년부터 2020년까지 5년 동안의 전통시장 통계 데이터(점포 수, 생존율 등)를 활용하였다. 그리고 자료수집의 한계로 2014년부터 2017년까지는 년 단위의 데이터를 활용하며, 2018년 1월부터 2020년 3월까지는 월 단위 데이터를 적용하였다.

<그림 1> 서울시 전통시장의 분포(2020년도)¹⁾



1) 서울시 전통시장 분포(2020년도)에서 경계선은 법정동 행정구역을 기준으로 설정하였다.

이 연구에서는 전통시장 변화의 영향요인을 살펴보기 위하여 전통시장의 변화를 크게 점포 수(안정시장, 감소시장)와 생존율(상승시장, 하락시장)로 구분하였다. 여기에서 점포 수 안정시장의 기준은 전년 또는 전월 대비 점포 수가 증가 또는 동일한 것으로, 점포 수 감소시장 기준은 전년 또는 전월 대비 점포 수가 감소하는 것으로 설정한다. 그리고 생존율 상승시장의 기준은 전년 또는 전월 대비 생존율이 증가 또는 동일한 것으로, 생존율 하락시장 기준은 전년 또는 전월 대비 점포 수가 감소하는 것으로 설정하였다. 또한, 전통시장 영향요인의 분석은 단일모형(점포 수, 생존율)과 결합모형(점포 수 안정 & 생존율 상승, 점포 수 안정 & 생존율 하락, 점포 수 감소 & 생존율 상승, 점포 수 감소 & 생존율 하락)으로 분석하였다.

〈표 1〉 서울시 전통시장 분포현황(2020년도)

시장(수)	법정동(명)
7곳	신림동, 화곡동
6곳	봉천동
5곳	신당동, 미아동
4곳	전농동, 창신동, 자양동, 상도동
3곳	면목동, 창동, 목동, 수유동, 답십리동, 제기동, 구로동, 시흥동, 신길동, 신월동
2곳	방배동, 목동, 망우동, 청량리동, 신정동, 중곡동, 종로6가동, 성산동, 황학동, 정릉동, 응암동, 신공덕동, 암사동, 아현동, 천호동, 독산동

또한, 전통시장 변화의 영향요인 분석방법은 SPSS 26.0버전 프로그램을 사용하여 로지스틱 회귀분석 방법론을 적용하였으며, 변수별 유의수준은 0.1 미만(유의확률 > 90%)을 기준으로 분석하

였다. 로지스틱 회귀분석은 명목척도를 이용하기 때문에 종속변수의 범위가 실수(實數) 전체인 일반적인 회귀분석과는 차이를 보이는 것이 특징이다.

로지스틱 회귀분석은 최적의 해를 구하기 위해 연결함수를 통해 종속변수와 설명변수를 선형결합을 보여야 한다(강명옥·윤재은, 2013). 또한, 로지스틱 회귀분석은 비용함수가 단순 볼록 형태로 형성되지 않는다. 따라서 최소제곱법(Ordinary Least Squares)을 이용한 최적값을 추정할 경우, 지역적으로 최적화된 국지 해를 추정하는 문제가 발생하므로, 최대우도추정법(Maximum Likelihood Method)을 이용한 최적 해를 추정하게 된다. 그리고 3개 이상의 집단을 분석하는 경우, 데이터 분포에 따른 순서형 로지스틱 또는 다수의 이분형 로지스틱 회귀분석을 통해 설명변수의 영향력 측정도 가능하다.

2. 변인설정

전통시장의 변화에 영향을 미치는 영향요인에 대한 분석변수는 그동안 진행된 선행연구를 기반으로, 전통시장 특성(시장규모, 상인회 유무)과 전통시장 고객특성(생활인구, 거주인구, 평균연령) 및 전통시장 지역 특성(버스정류장, 지하철역, 대규모 점포) 등 8개의 변인으로 구성한다.²⁾ 우선 전통시장 특성으로 시장규모와 상인회 유무 등을 분석변수로 선정하였다. 시장규모와 관련하여 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」은 전통시장의 크기를 점포 수를 기준으로 구분한다. 점포 100개 미

2) 이 연구의 전통시장 변화의 영향요인 분석을 위한 변인 구성 중 개별 전통시장에 지원된 예산 규모, 지원사업의 성격 등 자료수집의 한계로, 영향요인 변수를 다각화하여 종합적으로 분석하기에는 한계점이 존재하고 있다.

만인 시장을 소형시장, 점포 100개 이상부터 500개 미만인 시장을 중형시장, 점포 500개 이상부터 1,000개 미만인 시장을 중대형시장, 점포 1,000개 이상인 시장을 대형시장으로 명명하고 있다. 본 분석에서는 전통시장 규모에 따라 점포 수 및 생존율 변화를 분석하기 위해 변수로 활용하였다. 분석대상인 서울시 181곳 전통시장 중 소형시장이 70곳, 중형시장이 100곳, 중대형시장은 6곳, 대형시장은 5곳으로 나타났다. 그리고 상인회 유무가 전통시장 점포 수 및 생존율 변화에 미치는 영향을 살펴보기 위해 변인으로 활용하였다. 상인회는 전통시장 발전을 위해 상인들이 자발적으로 영업 전략을 구상하고 협력하는 조직이다. 특히, 정부의 전통시장 지원사업 수혜를 위해서 상인회의 구성은 중요하게 작용한다. 서울시 181곳의 전통시장 중 159곳의 전통시장 상인회를 구성해 운영되고 있으며, 22곳은 상인회가 부재하다.

한편, 전통시장 고객특성은 생활인구, 거주인구, 평균연령 등으로 선정하였다. 전통시장은 이용자인 고객과 전통시장 활성화 간 연관성에 대한 충분한 논의가 수행되어야 전통시장 변화의 영향요인 및 활성화를 위한 정책적 함의를 도출할 수 있다(김현교·김철호·이동일, 2012). 따라서 상권분석의 주요변수로 유동인구, 직장인구, 거주인구, 인구증가율 등을 살펴볼 필요가 있다(김동준·김기중·안영수, 2018; 이연수·박현신·유승환·강준모, 2014; 이임동·이찬호·강상목, 2010). 이 연구도 전통시장의 고객특성이 전통시장의 성장과 쇠퇴에 영향을 미치는 요인으로 생활인구, 거주인구, 평균연령 등을 분석변수로 포함하였다.

여기서 생활인구는 해당 지역에 거주하거나 업무, 관광, 쇼핑 등 일시적으로 해당 상권을 찾아 행

정수요를 유발하는 인구이며, 직접 적으로 전통시장 상권에 연관된 인구분포를 대변하게 된다. 또한, 특정 시점 또는 지역에 존재하는 인구이므로, 생활인구는 거주인구와 비교해서 전통시장의 고객수와 관련성이 매우 높다. 그리고 거주인구 수 및 평균연령은 전통시장 잠재고객을 대변할 수 있는 변수이다. 개별 전통시장에 영향을 미치는 잠재고객의 범위는 집계 구를 기준으로 한정한다.

전통시장 지역 특성은 대중교통 접근성(버스정류장 및 지하철역)과 대규모 점포로 구성하였다. 지역 특성이 전통시장에 영향을 미치는 공간적 범위는 전통시장 기준 반경 1km 내 집계 구 데이터를 활용하였다. 대중교통 접근성은 인근에 거주하는 고객 외에도 전통시장 고객을 증가시킨다. 특히, 버스정류장 및 지하철역 등이 전통시장과 인접할 경우, 이동 편리성이 향상된다. 따라서 전통시장 인근의 버스정류장 및 지하철역 분포는 전통시장 변화에 영향을 미치는 변인으로 작용한다.

마지막으로 전통시장 변화의 영향요인 변수로 백화점 및 대형마트 등 유통업체와 전통시장의 상호관계에 주목하였다. 기존 선행연구에서도 대형 유통업체가 인근에 입점하는 경우, 전통시장의 변화를 분석하는 연구가 많았다(권태구·성낙일, 2014; 서용구·한경동, 2015; 정수용, 2015; 홍성조·김성희, 2015). 선행연구 중 일부 연구결과는 대형 유통업체의 진입이 전통시장 점포 수 및 이용고객 수를 감소시켰다.

IV. 분석결과와 정책적 함의

1. 점포 수·생존율 단일모형

이 연구의 로지스틱 회귀분석에 활용된 전통시장의 변수별 기초통계량 분석결과는 다음의 <표 1>과 같다. 전통시장 특성 변인으로 시장규모와 상인회 유무 등이 있는데, 시장규모는 전통시장의 점포 수가 100개 미만은 소형, 100개 이상 500개 미만은 중형, 500개 이상부터 1,000개 미만은 중대형, 1,000개 이상은 대형으로 구분하고, 이를 그대로 순서 척도로 측정하였다. 이 연구의 대상인 서울시 181개 전통시장 중 소형이 70개, 중형이 99개를 차지하며, 서울시의 전통시장은 중소형 규모로 구성되었다. 또한, 전통시장 181곳 중 87.8%에 해당하는 159곳에서 전통시장 상인회가 존재하며, 나머지 22곳은 상인회가 존재하지 않았다.

전통시장 고객특성 변인으로 생활인구, 거주인구, 평균연령 지표 등을 활용하였다. 생활인구는 전통시장에 따라 최소 3,190명에서 최대 506,018명까지 나타났는데, 평균적으로 전통시장당 약 1만 명 정도의 생활인구가 분포하였다. 생활인구는 전통시장과의 접촉 가능성이 있는 사람 수로서 생활인구가 많을수록 전통시장에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 예상된다.

한편, 반경 1km 내 거주인구는 전통시장 인근에 거주하는 주민으로 전통시장에서 제품을 구입하는 잠재고객이다. 전통시장 반경 1km 내의 인구는

<표 1> 전통시장 변수별 기초통계량

구분	최솟값	최댓값	평균	표준편차	왜도	첨도
시장규모 ³⁾	1	4	1.71	0.69	1.07	2.08
상인회 유무 ⁴⁾	0	1	0.88	0.33	-2.34	3.49
생활인구 (10,000명)	0.32	50.62	9.77	9.25	1.72	3.18
거주인구 (10,000명)	1.08	12.62	7.54	2.31	-0.58	0.24
평균연령 (세)	36.91	45.07	40.98	1.47	0.09	-0.10
버스정류장 (곳)	19	175	84.76	24.68	0.15	0.40
지하철역 (곳)	0	10	2.40	2.09	1.35	1.78
대규모 점포 (10,000㎡)	0.00	53.00	6.39	12.45	2.52	5.38

최소 약 1만 명에서 최대 약 12만 명으로 지역에 따라 상당한 차이를 보였다. 또한, 단순히 인구가 많더라도 해당 인구의 평균연령 특성에 따라 전통시장의 이용 정도가 달라진다. 전통시장 평균연령에 따르면, 일반적으로 20~40대는 전통시장보다는 백화점 및 대형마트를 선호하며, 50~60대는 20~40대보다 전통시장의 구매 비중이 높다.

전통시장 지역 특성 변인으로는 버스정류장, 지하철역, 대규모 점포 등을 활용하였다. 대중교통과 관련하여 전통시장 반경 1km 내 존재하는 버스정류장과 지하철역 개수를 합하여 활용하였다. 전통시장에 따라서 버스정류장이 19곳에 불과한 전통시장이 있었으며, 반면 최대 175곳의 버스정류장이 위치한 전통시장도 나타났다. 특히, 지하철역의 경우 평균 2.4곳이 전통시장 주변에 분포하였다.

3) 시장규모 변수로 1: 소형시장(70곳), 2: 중형시장(99곳), 3: 중대형시장(6곳), 4: 대형시장(6곳) 등을 의미한다.

4) 상인회 유무 변수로 1: 상인회 조직구성(159곳), 0: 상인회 조직 미구성(22곳) 등을 의미한다.

전통시장 중 주위에 지하철역이 0곳인 지역도 있었으며, 도심권 전통시장 중에는 10개의 지하철역이 존재하기도 하였다. 지하철역은 환승이 가능한 경우 환승되는 노선의 역을 복수로 집계하였는데, 이는 환승이 쉬운 경우 교통의 요충지로서 해당 지하철역의 이용이 높아지기 때문이다.

마지막으로 백화점 및 대형마트 등 다양한 대규모 점포가 전통시장 인근에 존재하는 경우, 전통시장에 영향을 미치게 되므로 변수로 사용하였다. 특히, 대규모 점포의 개수만 측정하기보다는 해당 점포들의 면적을 합산하여 실질적인 영향력을 측정하였다. 전통시장 반경 1km 범위에 대규모 점포가 입점하지 않는 곳도 나타났지만, 면적상 530,000㎡(0.53km²)인 곳도 있어 대규모 점포 영향의 편차가 크게 나타났다.

전통시장의 변화 중 점포 수(감소·안정)에 영향을 미치는 요인을 밝히기 위해 점포 수 안정시장을 1로, 점포 수 감소시장을 0으로 선택되는 이분 변수를 활용한 로지스틱 회귀분석을 시도하였다. 회귀분석은 상기에서 설명된 것처럼, 전통시장 규모, 상인회 유무, 생활인구, 거주인구, 평균연령, 버스정류장, 지하철역, 대규모 점포 규모 등을 변수로 구성하였다. 분석 결과, 다음의 <표 2>와 같이 전통시장 규모, 생활인구, 지하철역, 대규모 점포 등의 변수가 전통시장 점포 수 변화에 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

변수별로 세부적으로 살펴보면, 먼저 전통시장 고유의 특성에 해당하는 전통시장의 규모가 클수록 점포 수는 감소시장인 것으로 나타났다(B값:

<표 2> 전통시장 점포 수 영향요인(감소·안정)

종속변수 (0: 감소시장, 1: 안정시장)	B	Odds ratio	SE	Wald's	p- value
시장규모	-1.229***	0.293	0.374	10.816	0.001
상인회 유무	-0.123	0.884	0.507	0.059	0.808
생활인구	0.038*	1.039	0.023	2.721	0.099
거주인구	-0.122	0.886	0.094	1.664	0.197
평균연령	0.007	1.007	0.141	0.002	0.962
버스정류장	0.007	1.007	0.007	1.036	0.309
지하철역	0.192*	1.212	0.116	2.741	0.098
대규모점포	-0.067**	0.935	0.027	6.023	0.014
상수항	1.136	3.115	5.811	0.038	0.845
적합도 ⁵⁾					
$\chi^2(df)$, p-value: 25.086(8), 0.002			-2 log likelihood: 213.488		
Nagelkerke R^2 : 0.177			Cox & Snell R^2 : 0.129		

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

-1.229). 즉, 일정수준 이상의 규모로 성장한 전통시장에 비해 소규모 전통시장 점포 수가 더 안정적으로 유지되는 것으로 해석되어 진다. 전통시장 규모의 영향을 구체적으로 살펴보면, 전통시장 규모는 소형(1), 중형(2), 중대형(3), 대형(4)으로 구분되며, 한 단계 높아질 때마다 안정시장이 될 확률은 0.293배(Odds ratio)로 낮아지게 된다.

전통시장 인근 생활인구의 증가가 전통시장 점포 수 증가에 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(B값: 0.038). 구체적으로 살펴보면, 전통시장 주변 생활인구가 10,000명이 늘어날 때마다 해당 전통시장의 점포 수가 안정시장이 될 가능성은 1.039배(Odds ratio) 높아진다. 반면, 거주인구는

5) 전체 모델 적합도를 설명하는 카이제곱 통계량 검정을 통해 해당 모델의 유의미성을 확인했으며 설명력은 Nagelkerke R^2 이 0.177, Cox & Snell R^2 은 0.129이다. 로지스틱 회귀분석은 최소제곱법(OLS)을 이용하지 않고 최대우도추정법(MLE)을 이용하기 때문에 모델에 의해 설명되는 분산인 R^2 을 계산하지는 못한다. 다만, 로그우도 값을 이용해 pseudo R^2 를 계산할 수 있다.

통계적으로 유의하지는 않지만, 오히려 전통시장의 점포 수에 부정적인 영향을 미치는 것으로 확인됐다(B값: -0.122). 즉, 주민등록상 인구수보다 실질적으로 전통시장을 이용할 수 있는 시간에 해당 상권에서 활동하는 생활인구가 전통시장 점포 수에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 해석된다.

그리고 전통시장 주변에 지하철역이 위치하는 경우, 전통시장 점포 수는 증가하게 된다(B값: 0.192). 전통시장 반경 1km 내에 지하철역 개수가 1개 늘어날 때, 점포 수는 안정시장이 될 가능성이 1.212배(Odds ratio) 높게 나타난다. 따라서 대중교통을 통한 접근성 향상은 전통시장 점포 수 안정에 긍정적인 영향을 미치게 됨을 알 수 있다. 다만 버스정류장은 계수가 양수(B값: 0.007)로 나타났다으나, 통계적으로 유의미하지는 않았다.

대규모 점포의 증가가 전통시장 점포 수에 부정적인 요인으로 작용하는 것으로 밝혀졌다(B값: -0.067). 대규모 점포의 측정단위는 10,000㎡(0.01km²)로 전통시장 반경 1km 범위(3.14km²=1km×1km×π) 내 대규모 점포의 면적이 0.01km² 늘어나면 점포 수 안정시장이 될 가능성이 0.935배(Odds ratio) 낮아진다. 구체적으로 살펴보면, 대규모 점포면적의 분석단위는 10,000㎡(0.01km²)이며, 분석에서 사용된 대형마트의 평균면적은 9,700㎡(0.0097km²)이다. 그리고 전통시장 반경 1km 이내에 대형마트가 1개 생길 경우, 전통시장의 점포 수가 안정시장에 포함될 가능성은 약 0.9배 감소하게 된다.

한편, 전통시장의 변화 중 생존율(상승·하락)에 영향을 미치는 요인을 밝히기 위해 로지스틱 회귀분석을 수행하였다. 그런데 전통시장의 생존율 영향요인 분석결과를 점포 수 모델과 동일하게 8개의 설명

변수를 적용하는 경우, 통계적으로 유의미하지 않았다(모형 적합도 $\chi^2(df), p\text{-value}$: 12.751(8), 0.121). 따라서 이 연구에서는 전통시장의 생존율 영향요인 분석을 위해 최소한의 통계적 유의성이 확보 가능한 모델을 구현하기 위해 전체 8개 설명변수를 모두 투입한 모델에서 시작해 로그우드 값을 이용하여 변수를 1개씩 제외하는 방식으로 적합한 최적 모델을 선택하였다. 최종적으로 선택된 전통시장 생존율 영향요인은 다음의 <표 3>과 같이 상인회, 거주인구, 버스정류장, 지하철역, 대규모 점포 등 5개 설명변수 투입모델이 통계적으로 유의미하게 나타났다(모형 적합도 $\chi^2(df), p\text{-value}$: 11.554(5), 0.041).

분석결과, 다음의 <표 3>과 같이 전통시장의 생존율에 영향을 미치는 설명변수는 상인회와 지하철역이 유의미하게 나타났다. 변수별로 세부적으로 살펴보면, 먼저 상인회가 존재하는 전통시장은 상인회가 존재하지 않는 전통시장보다 생존율이 상승할 가능성이 2.687배(Odds ratio) 더 높게 나타났다(B값: 0.989). 이는 시장상인들 간의 자치조직이

<표 3> 전통시장 생존율 영향요인(상승·하락)

종속변수 (0: 생존율하락, 1: 생존율상승) n=153	B	Odds ratio	SE	Wald's	p- value
상인회 유무	0.989*	2.687	0.585	1.690	0.091
거주인구	0.090	1.095	0.086	1.050	0.294
버스정류장	0.007	1.007	0.007	0.960	0.339
지하철역	0.284**	1.328	0.123	2.300	0.021
대규모점포	-0.027	0.973	0.020	-1.350	0.176
상수항	-2.541	0.079	1.063	-2.390	0.017
모형 적합도					
$\chi^2(df), p\text{-value}$: 11.55(5), 0.041		-2 log likelihood: 200.019			
Nagelkerke R^2 : 0.097		Cox & Snell R^2 : 0.073			

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

전통시장의 지속가능성에 긍정적이며, 상인조직의 자발적 활동이 전통시장의 질적 향상에 기여 한다는 것을 의미한다. 또한, 앞서 살펴본 바와 같이, 전통시장 지원사업 수혜를 위해서는 상인회 구성이 충족되어야 하므로, 상인회 조직 구성은 각종 정부의 지원사업 대상자 선정과 밀접하게 연관되면서 전통시장 생존율에 영향을 미치게 된다. 현재, 서울시 전통시장별로 어떤 정부 사업의 수혜를 받고 있는지는 예산지원의 규모는 얼마인지에 대한 자료접근이 어려워 연관성 분석이 어려운 상황이다.

또한, 지하철역이 점포 수 영향요인 모델과 동일하게 생존율 상승에 긍정적인 영향을 미치고 있다(B값: 0.284). 전통시장의 대표적인 대면 유통채널로서, 상인과 고객이 직접 거래가 이뤄지는 오프라인 시장이다. 따라서 전통시장의 편리한 접근성이 전통시장의 성장과 안정에 중요한 것으로 해석된다. 특히, 대중교통 가운데 버스보다 지하철이 전통시장 생존율에 긍정적인 경향성을 보이는 것으로 나타났다. 그리고 지하철역의 편리한 접근성은 전통시장의 양적 확대뿐만 아니라, 지속가능성 측면에서도 긍정적이며 전통시장 성쇠와의 연관성이 높은 변수로 나타났다.

2. 점포 수·생존율 결합모형

상기에서는 점포 수와 생존율을 기준으로 한 단일모형 분석을 살펴보았는데, 여기서는 점포 수와 생존율을 결합한 4개 집단의 결합모형을 살펴보고자 로지스틱 회귀분석을 시도하였다. 점포 수와 생존율을 결합한 4개 집단의 결합모형은 ‘점포 수 안

정·생존율 상승’, ‘점포 수 안정·생존율 하락’, ‘점포 수 감소·생존율 상승’, ‘점포 수 감소·생존율 하락’ 등으로 분류하였다. 우선, 점포 수 안정·생존율 상승시장 모형에서는 다음의 <표 4>와 같이, 대규모 점포가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(B값: -0.077).

<표 4> 점포 수 안정·생존율 상승시장 영향요인

종속변수 (0: 나머지, 1: 점포 수 안정 ·생존율 상승)	B	Odds ratio	SE	Wald's	p- value
시장규모	-0.565	0.568	0.454	1.552	0.213
상인회 유무	1.437	4.207	1.080	1.769	0.183
생활인구	-0.031	0.970	0.033	0.896	0.344
거주인구	-0.004	0.996	0.117	0.001	0.974
평균연령	0.048	1.049	0.178	0.071	0.790
버스정류장	0.015	1.015	0.009	2.644	0.104
지하철역	0.171	1.187	0.138	1.532	0.216
대규모점포	-0.077*	0.926	0.042	3.405	0.065
상수항	-4.617	0.010	7.317	0.398	0.528
모형 적합도					
$\chi^2(df)$, p-value: 18.86(8), 0.016			-2 log likelihood: 138.067		
Nagelkerke R^2 : 0.181			Cox & Snell's R^2 : 0.116		

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

전통시장 반경 1km 내 대규모 점포의 면적이 0.01km² 늘어나면 점포 수 안정·생존율 상승시장이 될 가능성이 0.926배(Odds ratio) 낮아진다. 구체적인 수치로 살펴보면, 이 연구에서 사용한 대규모 점포 면적의 분석단위는 10,000m²(0.01km²)이며, 분석에서 사용된 대형마트 평균면적이 9,700m²(0.0097km²)이다. 따라서 전통시장 반경 1km 이내에 대형마트가 1개 생길 때, 해당 전통시장이 점

포 수 안정·생존율 상승시장에 포함될 가능성은 약 0.9배 감소하고 있다.

한편, 점포 수 안정·생존율 하락시장 모형에서는 다음의 <표 5>와 같이, 시장규모, 상인회, 생활인구, 거주인구, 대규모 점포 등이 통계적으로 유의미한 요인으로 밝혀졌다. 점포 수 안정·생존율 하락시장은 점포 수가 꾸준히 늘거나 일정수준 유지되어 표면적으로는 전통시장이 안정되는 것처럼 보이나, 실태를 들여다보면 개업한 점포가 지속해서 영업을 이어나가지 못하고 신규 점포로 대체되기 때문에 긍정적인 상태라고 평가하기는 어렵다. 즉, 시장의 생존율이 낮다는 것은 개점한 점포 수가 지속적인 점포 운영을 이어나가지 못할 가능성이 높다는 의미이기 때문이다. 이러한 형태로 형성된 전통시장 상권은 젠트리피케이션으로 이어질 수 있으며, 해당 상권에서의 소비자 선호도가 다른 상권으로 대체될 경우 갑자기 쇠퇴할 위험성이 높다.

<표 5> 점포 수 안정·생존율 하락시장 영향요인

종속변수 (0: 나머지, 1: 점포 수 안정· 생존율 하락)	B	Odds ratio	SE	Wald's	p- value
시장규모	-1.418**	0.242	0.605	5.494	0.019
상인회 유무	-1.327*	0.265	0.743	3.185	0.074
생활인구	0.099***	1.104	0.034	8.483	0.004
거주인구	-0.286*	0.752	0.150	3.614	0.057
평균연령	-0.190	0.827	0.209	0.824	0.364
버스정류장	-0.003	0.997	0.011	0.072	0.789
지하철역	0.208	1.231	0.171	1.469	0.225
대규모점포	-0.106*	0.899	0.058	3.419	0.064
상수항	10.630	41,367	8.447	1.584	0.208
모형 적합도					
$\chi^2(df)$, p-value: 20.27(8), 0.009			-2 log likelihood: 105.735		
Nagelkerke R^2 : 0.221			Cox & Snell's R^2 : 0.124		

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

이 모형에서 전통시장 영향요인을 변수별로 살펴보면, 시장규모가 클수록 점포 수 안정·생존율 하락시장이 될 확률은 낮아진다(B값: -1.418). 전통시장 규모는 소형, 중형, 중대형, 대형으로 구분되는데, 시장규모가 한 단계 높아질 때마다 점포 수 안정·생존율 하락시장이 될 확률이 0.242배(Odds ratio) 낮아지는 것이다. 그리고 전통시장 상인회가 존재하는 경우, 점포 수 안정·생존율 하락시장이 될 가능성은 낮아진다(B값: -1.327). 이것은 반대로 상인조직이 구성되지 않은 전통시장의 생존율이 하락하고 있음을 의미한다. 또한, 전통시장 인근의 생활인구가 많은 경우, 점포 수 안정·생존율 하락시장의 확률은 높아지지만(B값: 0.099), 거주인구가 많은 전통시장은 점포 수 안정·생존율 하락시장 가능성은 낮아진다(B값: -0.286). 그리고 전통시장 인근에 대규모 점포면적이 증

가할수록 점포 수 안정·생존을 하락 시장의 가능성은 낮아진다(B값: -0.106).

이상과 같이 점포 수 안정·생존을 하락시장 영향요인의 특징을 종합해보면, 상대적으로 시장규모가 작고 상권화가 형성되지 않은 상권에서의 점포 수는 안정화 되지만 생존율은 하락하는 현상이 나타나게 된다. 또한, 전통시장 인근 지역의 거주 인구는 적을수록, 전통시장 주변의 생활인구는 많을수록, 전통시장 주변에 대규모 점포가 적을수록 점포 수 안정·생존을 하락시장이 형성되는 특징을 보였다. 따라서 이러한 유형의 전통시장이 지속가능성을 의미하는 생존율은 확보하지 못한 상황에서 점포 수 등 외연적 확장만 일어난다면 급격한 임대료 상승 문제에 직면할 수 있다. 즉, 이 경우 젠트리피케이션 현상이 심화할 수 있으며, 다른 지역으로 상권으로 대체될 경우, 해당 전통시장 상권이 소멸하는 부작용이 우려되므로 해당 시장에 대한 면밀한 모니터링과 대응이 필요할 것이다.

한편, 점포 수 감소·생존을 상승시장 모형에서는 다음의 <표 6>과 같이, 시장규모에서 통계적으로 유의미한 요인으로 나타났다(B값: 0.509). 즉, 시장규모가 한 단계 높아질 때마다 점포 수 감소·생존을 상승시장이 될 확률이 1.664배(Odds ratio) 높아진다. 앞서 시장규모가 커질수록 점포 수 안정시장이 될 확률이 낮아지는 것으로 나타나 점포 수 맥락에서는 분석결과의 방향성이 그대로 유지되었다. 그러나 생존율과 결합한 모형을 살펴보면, 시장규모가 커질수록 절대적인 점포 수는 감소하나 점포의 지속가능성은 높게 나타났다.

<표 6> 점포 수 감소·생존을 상승시장 영향요인

종속변수 (0: 나머지, 1: 점포 수 감소 ·생존율 상승)	B	Odds ratio	SE	Wald's	p- value
시장규모	0.509*	1.664	0.295	1.73	0.084
평균연령	-0.118	0.889	0.138	-0.85	0.393
지하철역	0.159	1.172	0.099	1.61	0.107
상수항	2.726	15.268	5.454	0.5	0.617
모형 적합도					
$\chi^2(df)$, p-value: 8.32(3), 0.040			-2 log likelihood: 183.562		
Nagelkerke R^2 : 0.074			Cox & Snell's R^2 : 0.053		

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

한편, 점포 수 감소·생존을 하락시장 모형에서는 다음의 <표 7>과 같이, 지하철역과 대규모 점포 등의 영향력이 유의미하게 나타났다. 참조집단이 되는 나머지 세 집단은 점포 수, 생존율 결합 시 각기 다른 특성을 보이는데, 이 집단을 기준으로 특정한 변수가 통계적 유의미성을 보이는 점은 매우 특징적이다. 이러한 특징은 점포 수 감소·생존을 하락에 지하철역과 대규모 점포 등이 강력한 영향을 미치고 있음을 의미한다.

〈표 7〉 점포 수 감소·생존율 하락시장 영향요인

종속변수 (0: 나머지, 1: 점포 수 하락· 생존율 하락)	B	Odds ratio	SE	Wald's	p- value
시장규모	0.248	1.281	0.333	0.555	0.456
상인회 유무	-0.506	0.603	0.577	0.767	0.381
생활인구	-0.013	0.987	0.021	0.350	0.554
거주인구	0.015	1.015	0.096	0.025	0.874
평균연령	0.194	1.214	0.159	1.487	0.223
버스정류장	-0.005	0.995	0.008	0.387	0.534
지하철역	-0.460***	0.631	0.151	9.220	0.002
대규모점포	0.056**	1.058	0.024	5.496	0.019
상수항	-7.580	0.001	6.467	1.374	0.241
모형 적합도					
$\chi^2(df, p\text{-value})$ 15.48(8), 0.050			-2 log likelihood: 177.874		
Nagelkerke R^2 : 0.134			Cox & Snell's R^2 : 0.096		

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

이 모형에서 전통시장 영향요인을 변수별로 살펴보면, 지하철역 접근성이 높은 전통시장은 점포

수 감소·생존율 하락시장이 될 확률은 낮아진다(B 값: -0.460). 이는 전통시장의 성장과 쇠퇴에 지하철역이 미치는 영향이 매우 높은 것으로 나타났다. 또한, 대규모 점포의 경우 반경 1km 내 대규모 점포의 면적이 증가할수록 점포 수 감소·생존율 하락시장이 될 확률은 높아진다(B 값: 0.056). 이상을 종합하면, 양적 측면에서 점포 수가 감소하고 질적 측면에서 지속가능성이 떨어지는 쇠퇴시장의 공통적인 특징은 인근의 대형점포의 영향력이 크고 대중교통 접근성이 부족한 영향요인임을 알 수 있다.

상이와 같이 단일모형에 해당하는 점포 수 안정시장, 생존율 상승시장, 그리고 결합모형에 해당하는 점포 수 안정·생존율 상승시장, 점포 수 안정·생존율 하락시장, 점포 수 감소·생존율 상승시장, 점포 수 감소·생존율 하락시장 등을 기준으로 영향요인을 분석하였다. 여기서는 모형 내에서 영향요인 간 크기를 비교 분석하기 위해 변수값을 모두 표준화하여 계수를 추정하여 나타내면 다음의 〈표 8〉과 같다.

〈표 8〉 전통시장 변화의 영향요인(표준화계수 추정)

구분	단일모형		결합모형			
	점포 수 (안정시장)	생존율 (상승시장)	점포 수 안정·생존율 상승시장	점포 수 안정·생존율 하락시장	점포 수 감소·생존율 상승시장	점포 수 감소·생존율 하락시장
	Beta					
시장규모	-0.845***	-	-0.389	-0.975**	0.350*	0.170
상인회 유무	-0.040	0.324*	0.471	-0.435*	-	-0.166
생활인구	0.354*	-	-0.285	0.917***	-	-0.116
거주인구	-0.281	0.209	-0.009	-0.659*	-	0.035
평균연령	0.010	-	0.070	-0.279	-0.174	0.286
버스정류장	0.182	0.170	0.361	-0.072	-	-0.124
지하철역	0.401*	0.592**	0.357	0.433	0.331	-0.960***
대규모 점포	-0.838**	-0.339	-0.956*	-1.326*	-	0.699**

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

단일모형과 결합모형의 6가지 전통시장 유형별 영향요인의 크기를 비교하면 다음과 같다. 먼저, 단일모형 중 점포 수 안정시장에 미치는 요인을 영향의 크기를 기준으로 살펴보면, 시장규모(-0.845), 대규모 점포(-0.838), 지하철역(0.401), 생활인구(0.354) 순으로 나타났다. 전통시장 규모가 큰 경우, 안정시장이 될 확률은 낮아지기 때문에 대규모 시장은 점포 수 유지관리에 유의해야 한다. 그리고 점포 수의 안정적 유지를 위해 대규모 점포에 대한 관리정책이 요구되며, 지하철역에 대한 접근성 향상이 필요하다. 또한, 전통시장을 중심으로 한 업무, 관광, 쇼핑 등 고객의 삶이 이어지도록 생활인구 확대를 위한 정책이 필요하다.

생존율 상승시장은 지하철역(0.592)이 상인회 유무(0.324)보다 영향력의 크기가 크게 나타났다. 즉, 지하철 노선을 신규로 개통하지 않는 이상 지하철역의 접근성을 단기간에 증대시키는 것은 어려우나 지하철 접근성이 전통시장 생존율 상승에 크게 기여하는 만큼 관련 대책이 요구된다. 상인회의 경우 상대적으로 영향력의 크기는 작았으나 상인회가 설치되지 않은 전통시장의 생존율이 낮았으며, 상인회가 부재한 경우, 중앙정부 및 서울시 정책 수혜대상에서 제외될 가능성이 커져 전통시장이 더욱 침체 될 수 있다.

한편, 결합모형 중 점포 수 안정·생존율 상승시장에 미치는 요인은 대규모 점포이며 영향력의 크기는 -0.956으로 나타났다. 따라서 대규모 점포의 영향력이 미치지 않는 전통시장의 경우 점포가 양적·질적으로 안정되어 향후 쇠퇴보다는 성장이 기대될 수 있다. 그리고 점포 수 감소·생존율 하락시장의 경우, 대규모 점포의 영향력이 0.699로 나타나 대규모 점포가 전통시장 성쇠에 미치는 영향이

높음이 확인되었다. 즉, 대규모 점포의 영향력이 큰 경우, 전통시장 점포의 절대적인 규모가 줄어들고 지속가능성은 낮아져 향후 쇠퇴가 우려된다. 즉, 전통시장 활성화를 위해서는 대규모 점포의 부정적 영향을 줄이는 정책이 요구된다. 한편, 점포 수 감소·생존율 하락시장 모형에서는 점포 수 및 생존율 단일모형에 이어 지하철역(-0.960)이 다시 유의미한 영향요인으로 나타나 지하철역 접근성 제고의 필요성이 재차 확인되었다.

그리고 전통시장의 긍정적인 면과 부정적인 면이 공존하는 두 모형의 결과를 살펴보기 위하여 점포 수와 생존율을 각각 살펴본 단일모형의 분석결과와 연계하고자 한다. 점포 수 안정·생존율 하락시장에 미치는 영향요인을 영향의 크기를 기준으로 정렬하면 대규모 점포(-1.326), 시장규모(-0.975), 생활인구(0.917), 거주인구(-0.659), 상인회(-0.435) 순으로 나타났다. 즉, 대규모 점포의 영향력이 커질 때 점포 수 안정·생존율 하락시장이 될 확률이 낮아졌는데, 이는 다른 모형과 비교하면 대규모 점포가 생존율에 비해 점포 수에 미치는 영향이 큼을 의미한다. 시장규모가 커질 때 점포 수 감소·생존율 상승시장이 될 확률이 높아 점포 수 안정시장 모형과 동일한 결과가 나타났다.

전통시장 변화의 영향요인을 표준화 계수의 추정을 통하여 비교하면 다음과 같다. 우선, 생활인구는 점포 수 단일모형에서도 점포 수 안정에 긍정적인 영향을 미친 요인(0.354)이나, 그 영향의 크기가 점포 수 안정·생존율 하락시장 모형에서 더 크게 나타났다. 즉, 생활인구가 많이 분포한 전통시장은 점포 수는 안정적으로 유지되나 해당 시장에서 개점한 점포의 지속가능성은 낮은 경향이 뚜렷했다. 반면, 생활인구와 달리 거주인구는 점포

수 안정·생존율 하락시장이 될 확률이 낮았다. 거주인구가 많은 지역에 위치한 전통시장은 점포들이 감소하는 반면, 개업한 점포의 지속가능성은 일정 부분 확보되는 경향이 나타났다. 상인회가 조직된 전통시장이 점포 수 안정·생존율 하락시장이 될 확률이 낮아졌다. 생존율 단일모형 결과와 함께 점포 수 안정·생존율 하락시장도 상인회 유무가 영향요인으로 밝혀졌으며, 상인회 유무는 전통시장 생존율에 강한 영향을 미치고 있었다.

마지막으로 점포 수 감소·생존율 상승시장의 경우, 시장규모가 클 때 점포 수 감소·생존율 상승시장이 될 확률이 높아졌다. 점포 수 안정시장 모형과 점포 수 안정·생존율 하락시장 결과와 비교하면, 시장규모가 점포 수 증감에 미치는 영향이 생존율에 미치는 영향에 비해 상대적으로 큰 것으로 해석된다.

3. 정책적 함의

전통시장 변화의 영향요인 분석을 바탕으로 도출된 정책적 함의는 다음의 4가지로 요약된다. 첫째, 전통시장 활성화를 위해서는 전통시장과 대형 유통업체의 상생 협력을 위한 정책이 요구된다. 이 연구의 분석결과에서도 나타난 것처럼, 대규모 점포의 영향력이 커질수록 인근 전통시장의 점포 수가 안정시장이 될 확률이 낮아지며, 점포 수 감소·생존율 하락시장이 될 확률이 높아진다. 특히, 점포 수 감소에 대규모 점포가 미치는 영향력이 높은 만큼 점포 수 안정이 요구되는 전통시장의 경우 대규모 점포의 부정적 영향력을 감소시킬 정부 정책이 필요하다.

그러나 대규모 점포 확대가 전통시장 쇠퇴에 영향을 미치지만, 출점규제 및 의무휴업일 등으로 대형 유통업체와의 갈등이 증대되고 있다. 따라서 대규모 점포의 규제정책에만 의존할 수 없으며, 대규모 점포와 전통시장의 상생방안 마련을 위한 정책적 지원이 요구된다.

또한, 전통시장과 대형 유통업체의 상생 협력을 위해서 '전통시장 상생위원회' 등의 협력기구 설치를 통해서 상호 협력방안을 논의할 수 있다. 서울시는 전통시장과 대형 유통업체의 입장을 균형적으로 지원하며, 정보나 추진력이 부족한 소상공인 상황을 고려한 전통시장과 대형 유통업체의 상생 정책이 제안될 수 있다. 이러한 과정에서 대형 유통업체의 확장으로 전통시장이 직면하는 어려움을 경감시키며, 전통시장과 대형 유통업체의 효과적인 상생방안이 마련될 수 있다.

둘째, 전통시장 활성화를 위해서는 상인조직이 부재한 전통시장의 경우 상인회 구성과 지원정책이 필요하다. 이 연구의 분석결과에서도 나타난 것처럼, 전통시장의 성장과 쇠퇴의 영향요인으로 상인조직이 구성된 전통시장이 상인조직이 부재한 전통시장에 비해 5년 정도 생존율이 더 증가될 확률은 높아졌으며, 점포 수 안정·생존율 하락시장이 될 확률은 낮아졌다. 즉, 상인조직이 구성되지 않은 전통시장에 소속된 점포들은 지속가능성이 하락된다. 따라서 생존율이 낮은 전통시장의 경우, 상인조직의 구성 및 상인조직 활성화 지원에 집중할 필요가 있다.

하지만 서울시 전통시장은 상인조직이 부재한 비중이 전국 평균의 2배 이상으로 나타났다. 또한, 정부에서 지원하는 지원사업의 수혜를 위해서는 상인조직 구성이 필수적이어서, 상인조직이 부재

한 전통시장의 경우 정부 지원사업의 수혜는 어렵게 된다. 따라서 상인조직이 부재한 전통시장은 정부 지원사업의 수혜에서 제외되는 상황이기 때문에 생존율이 악화될 수 있다.

그리고 전통시장 활성화를 위해서는 사업 주체가 될 시장상인의 자발적인 노력도 요구되나 전통시장이 지역주민과 지역사회에 미치는 영향을 고려할 때, 상인조직 구성을 위한 적절한 인적·물적 지원이 이루어져야 한다. 현재 서울시에서는 뉴딜 일자리 사업을 통해 전통시장 매니저를 해당 전통시장에 지원하고 있다. 따라서 전통시장 매니저를 활용하여 상인조직의 필요성을 홍보하고 상인조직의 설계 및 초기 구성 등을 지원할 수 있다. 또한, 신규로 상인조직을 구성할 경우, 해당 전통시장의 필요 사항을 우선 지원함으로써 상인들의 적극적인 활동을 유도할 수 있다. 이를 통해 해당 전통시장 상인들의 소속감을 강화하고 상인조직을 활성화하여 자발적인 사업수행의 역량도 강화될 것이다.

셋째, 전통시장 활성화를 위해서는 전통시장의 접근성 강화 노력이 필요하다. 전통시장 변화의 영향요인 분석결과, 지하철역에 대한 접근성이 낮은 전통시장은 접근성이 높은 전통시장에 비해 점포 수 감소시장과 점포 수 감소·생존율 하락시장 확률이 높게 나타났다. 전통시장의 대중교통 접근성 중에서 버스정류장은 유의미하지 않았으나 지하철역 접근성은 점포 수 안정시장과 점포 수 안정·생존율 상승시장에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 이는 전통시장 고객들이 지하철 이용을 선호하며, 지하철 무임승차제도의 수혜자인 고령층이 지하철을 이용하여 방문 가능한 전통시장을 선호하기 때문으로 해석된다.

따라서 지하철역이 전통시장의 안정적인 점포

수 운영에 긍정적인 영향을 미치고 있으므로 접근성 향상의 노력이 필요하다. 예를 들면, 지하철역 인근 전통시장은 고객 접근성 향상을 위해 지하철역 출구에 전통시장 방향으로 에스컬레이터 및 엘리베이터 설치 등이 필요하다. 왜냐하면 고령층 고객이 많은 전통시장의 특성상 지하철역과 가깝더라도 지하와 지상을 통행하는 구간이 불편할 경우 전통시장 이용이 감소하기 때문이다.

또한, 지하철역에서 전통시장까지 도보로 이동하기 힘든 경우, 지하철역부터 전통시장까지 무료 셔틀버스의 운행도 필요하다. 지난 20대 국회에서 전통시장 무료 셔틀버스 관련 법안이 상정되었으나 임기만료로 현재는 폐기된 상황이다. 하지만 전통시장에서 물품을 구매하는 경우, 셔틀버스 탑승코인을 발행하는 방식으로 지하철역과의 접근성을 높인다면 전통시장 활성화에 기여할 것이다.

넷째, 전통시장 활성화를 위해서는 전통시장 상권별 특성화 사업 강화전략이 요구된다. 이 연구의 분석결과에서도 나타난 것처럼, 전통시장 주변의 생활인구가 증가할 때 점포 수 안정시장 확률이 증가한다. 따라서 전통시장의 양적 규모를 유지해야 하는 전통시장은 인근에 사는 거주인구가 아닌 전통시장을 중심으로 한 생산·소비·문화활동 등 생활인구가 필요하다. 따라서 전통시장이 단순히 상품과 용역의 교환 장소로서 언제든지 대체할 수 있는 장소가 아닌 해당 전통시장에서만 구매하고 체험할 수 있는 독창적인 공간으로 변화시켜야 한다.

하지만 서울시 사업예산을 살펴보면, 2019년 기준 시설현대화 사업예산 비중이 77.0%를 차지하여 서울시 전통시장 지원정책은 여전히 시장의 물리적 개선이 주를 이룬다(서울특별시 예·결산서, 2019). 따라서 전통시장 특성화 및 경영혁신 사업

의 필요성이 높은 만큼 시설현대화 사업과 경영혁신 사업의 적절한 균형을 찾기 위해 정책적 노력이 필요하다. 특히, 현시점이 서울시 전통시장 정책의 방향성을 결정하는 데 중요한 이유는 전통시장 및 중소유통물류기반 조성사업⁶⁾이 지방정부의 사무로 이양되었기 때문이다. 이 사업은 전통시장의 노후화 시설을 개선하고 기반시설을 설치·개보수하는 데 필요한 예산을 지원하는 사업이다. 그동안 중앙정부의 역할이 컸지만 앞으로 서울시의 자주적 결정이 전통시장 지원사업의 방향성을 결정하게 될 것이다. 따라서 한정된 재원을 효과적으로 분배하기 위해 시설현대화 사업의 효과성을 면밀하게 분석하고 물리적 개선사업의 지나친 의존도를 전향하여 사업 간 적절한 균형점을 찾아야 한다. 또한, 시설현대화 사업의 추진에서도 전통시장의 특색을 반영한 시설재생사업을 통해 사업 간 연계성을 확보해야 할 것이다.

V. 결어

이 연구는 서울시 전통시장을 중심으로 전통시장의 변화에 영향을 미치는 요인을 실증분석하고 전통시장 활성화를 위한 정책적 함의를 제시하는 것이다. 이를 위하여 서울시 전역에 위치하는 181곳의 전통시장을 대상으로 전통시장의 변화를 점포 수(안정시장, 감소시장)와 생존율(상승시장, 하락시장)로 크게 구분하였다. 또한, 전통시장 영향

요인의 분석은 단일모형(점포 수, 생존율)과 결합모형(점포 수 안정&생존율 상승, 점포 수 안정&생존율 하락, 점포 수 감소&생존율 상승, 점포 수 감소&생존율 하락 등)으로 분석하였다. 분석결과, 시장규모, 대규모 점포, 지하철역, 생활인구가 전통시장 점포 수 등이 전통시장 변화의 영향요인으로 밝혀졌다. 또한, 지하철역과 상인회 유무는 전통시장 생존율에 영향을 미치며, 대규모 점포의 영향이 클 때 전통시장 점포 수가 감소하고 있다.

이 연구는 서울시 전통시장을 대상으로 전통시장 변화의 영향요인을 도출하고 전통시장 활성화를 위한 정책적 함의를 도출하였음에도 분석에서 전통시장이라는 작은 측정단위를 사용함으로써, 전통시장에 영향을 미치는 다양한 요인들을 충분히 통제하지는 못하였음을 인정한다. 향후 이러한 한계점을 보완하기 위해 종합적인 데이터를 통한 실증분석과 실제 전통시장 현장의 상황을 반영한 질적 연구 등의 후속 연구가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

하지만 이 연구는 코로나19 사태로 최근 급격히 쇠퇴하고 있는 전통시장 활성화를 위한 정책적 함의를 제시하였다는 점에서 의미가 있다. 이 연구의 결과가 전통시장 변화의 영향요인을 고려하여 전통시장이 위치하는 도시현장 속에서 공동체가 살아있는, 실천적인 전통시장의 활성화를 위한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

6) 2020년대 초 「중앙행정관한 및 사무 등의 지방 일괄 이양을 위한 물가안정에 관한 법률 등 46개 법률 일부 개정을 위한 법률안」이 제정됨에 따라 종전 중소벤처기업부 소관 사업이었던 '전통시장 및 중소유통 물류기반 조성사업'이 지방자치단체 사무로 이양되었다.

참고문헌

- 강명욱·윤재은, 2013, “로지스틱 회귀모형에서 이변량 정규 분포에 근거한 로그-밀도비”, 『응용통계연구』, 26(1): 141~149.
- 권혁찬, 2010, “전통시장의 사회적 기업으로서의 역할 제고 방안”, 『한국유통학회 동계학술 논문집』: 59~79.
- 김도형, 2013, “지역활성화를 위한 전통시장 육성방안”, 한국지방행정연구원.
- 김동준·김기중·안영수, 2018, “장기생존 상업 입지의 공간적 특성 연구: 서울시 강남구 일대 일반음식점을 대상으로”, 『국토계획』, 53(2): 161~181.
- 김준식·김종진, 2012, “전통시장 활성화 모형구축에 관한 연구”, 『사회과학논총』, 28(1): 65~86.
- 김현교·김철호·이동일, 2012, “지역상권과 고객구성의 상호작용을 통한 상권활성화에 관한 정책제안”, 『프랜차이즈경영연구』, 3(1): 73~91.
- 박소연·박인권, 2013, “마을기업에 의한 전통시장 활성화 메커니즘 분석: 통인시장 사례”, 『공간과사회』, 45: 52~89.
- 송균석·범상규, 2011, “재래시장의 고객지향적인 상인조직화 연구”, 『유통경영학회지』, 14(2): 5~27.
- 송복섭, 2013, “Parket 개념에 의한 전통5일장 활성화방안 연구”, 『한국도시계획학회지』, 14(1): 81~96.
- 시장경영진흥원, 2010, 『전통시장백서』, 중소기업청
- 여관현, 2014, “마을만들기를 통한 전통시장 활성화 방안 연구: 시흥시 도일시장 사례를 중심으로”, 『도시행정학보』, 27(4): 161~188.
- 여관현·이미숙, 2021, “도시재생사업과 스마트시티의 통합적 접근을 위한 실천적 함의: 근거이론 방법론을 기반으로”, 『지방정부연구』, 25(2): 21~47.
- 이상준·송지현·이정수, 2010, “전통시장 유형별 활성화 방안 연구: 충청남도 전통시장을 대상으로”, 『한국도시계획학회지』, 11(3): 113~128.
- 이연수·박현신·유승환·강준모, 2014, “캠퍼스상권 매출액에 영향을 미치는 입지요인 분석”, 『서울도시연구』, 15(1): 17~34.
- 이임동·이찬호·강상목, 2010, “편의점 매출에 영향을 미치는 입지요인에 대한 실증연구”, 『부동산학연구』, 16(2): 53~77.
- 이윤명·김태형, 2018, “서울시 전통시장 경제 활성화를 위한 시장 운영 및 입지 특성 분석: 점포당매출액과 공실률을 중심으로”, 『서울도시연구』, 19(2): 105~118.
- 이준호·김영·김성문, 2015, “전통시장 현대화사업의 효과분석과 활성화 방안 연구”, 『대한국토계획학회지』, 50(3): 257~286.
- 이현정·박인화·안영수, 2020, “서울시 전통시장 유형분류를 통한 맞춤형 지원정책 연구”, 서울신용보증재단.
- 임영연, 2020, “한일 전통시장정책의 비교분석”, 『전통재래시장연구』, 7(1): 1~13.
- 진영호, 2012, “지역친화형 종합적·체계적 전통시장 정책추진 방향과 과제”, 충남발전연구원.
- 채수홍·구해경, 2015, “전통시장의 쇠락과정, 대응양상, 그리고 미래: 전주 남부시장의 민족지적 사례”, 『비교문화연구』, 21(1): 87~131.
- 최재현·이명훈, 2020, “도시재생을 통한 서울지역 전통시장 활성화 영향 요인이 활성화 인식에 미치는 영향: 기대감의 매개효과”, 『한국산학기술학회논문지』, 21(4): 248~258.
- 허소영, 2013, “전통시장 상인역량강화를 통한 시장 활성화 효과 분석: 수원 못골시장 사회적기업 활용을 중심으로”, 서울시립대학교 석사학위논문.
- 허재완·송남현, 2009, “재래시장 환경개선사업의 시장활성화 효과 실증연구: 광명재래시장을 중심으로”, 『한국지역경제연구』, 7(2): 131~149.
- Angmor, E. N., 2012, “Can Traditional Markets be improved through transportation service: (The case of Asesewa and Agormanya Traditional Markets, Ghana)”, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6): 366~377.

- Communities and Local Government Committee,
2009, *Market Failure: Can the Traditional Market Survive*, The Stationery Office Limited.
- González, S. and Waley, P., 2013, "Traditional retail markets: the new gentrification frontier", *Antipode*, 45(4): 965~983.
- Holidin, D. and Handini, R. S., 2014, "Sound governance analysis in the innovation of traditional market revitalization and street vendors management", *Bisnis & Birokrasi Journal*, 21(1): 17~26.
- Lubke, G. H. and Muthén, B., 2005, "Investigating population heterogeneity with factor mixture models". *Psychological methods*, 10(1): 21~39.
- Minten, B. and Reardon, T., 2008, "Food prices, quality, and quality's pricing in supermarkets versus traditional markets in developing countries", *Review of Agricultural Economics*, 30(3): 480~490.
- Prastyawan, A., Suryono, A., Soeaidy, M. S. and Muluk, K., 2015, "Revitalization of traditional markets into a modern market in the perspective of local governance theory", *Journal of Humanities And Social Science*, 20: 1~6.

<https://golmok.seoul.go.kr/regionAreaAnalysis.do>

원 고 접 수 일 : 2021년 8월 11일

1 차 심 사 완 료 일 : 2021년 9월 27일

2 차 심 사 완 료 일 : 2021년 10월 18일

최 종 원 고 채 택 일 : 2021년 12월 15일