

재래시장 현황 분석 및 활성화 방안에 관한 연구 - 대전·충청지역의 개선 지원 사업을 중심으로 -

안형근^{1*}, 양해솔¹

A Study on the status analysis and revitalization of traditional market.

- With a focus on the support for improvement projects in Daejeon and Chungcheong -

Hyung-Keun An^{1*} and Hae-Sool Yang¹

요 약 대형할인점, 편의점, 무점포영업 등 신업태의 확대, 소매업태 점포 간 경쟁심화로 전통 재래시장권 은 소비자의 다양한 기호, 구매스타일 변화 및 신도시 상권이동에 따른 상권 위축 등 외부적 요인으로 인한 불리한 영업환경의 변화에 따라 쇠퇴일로에 처하고 있다. 이의 대처방안으로 정부는 “재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법” 제정·시행을 통한 재정 지원 및 경영지원을 법제화하였으며, 이에 맞추어 재래시장 점포주들은 상인회, 번영회를 결성하고 재래시장 경쟁력 향상에 매진하고 있으나 재래시장 활성화를 위해서는 미흡한 실정이다. 정부에서 지원하고 있는 사업을 바탕으로 재래시장 점포주들의 경영실태를 비교분석함으로써 재래시장 점포주들의 경영 상태를 실증 조사분석하며 또한 정부지원 제도의 개선점과 추진 방향 수정으로 보다 좋은 정책 방향 모델을 제시하기 위하여 연구하고자 한다.

Abstract There are a lot of factors working to facilitate the decline of Korea's traditional markets including large-scale discount stores, convenience stores, businesses of new types such as non-store retailing, and fiercer competitions among retail shops. The changes to the business environment are never favorable to them, either; the consumers have developed more diverse tastes and altered their purchasing styles; and the trading areas around traditional markets have withdrawn in size and power as new towns attract more businesses. In a word, every factor and situation seems to push traditional markets down the slope. Reacting to the problems, the Korean government enacted and enforced the "Special Law for the Promotion of Traditional Markets and Shopping Streets" to provide proper financial and management support. The shop owners of traditional markets formed merchants and prosperity associations and took various initiatives to increase the competitive edge of their traditional markets. All those efforts on the part of the government and the merchants, however, do not seem to be enough to revive traditional markets. This study set out to compare and analyze the management of shop owners of traditional markets based on the support projects by the government, to conduct an empirical research and analysis of their management conditions, and to suggest a better policy model by making improvements for the government's support system and making revisions to the current directions.

Key words : management, research of management status, revitalization, analysis of factors for successful revitalization on the traditional market, satisfaction awards, return on investment

1. 서론

¹호서대학교 벤처전문대학원 정보경영학과

*교신저자 : 안형근(an7049@hanmail.net)

지금까지 우리 경제의 유통구조를 지배해 왔던 재래시장은 상권규모의 위위성 및 적은 투자비의 이점을 이용하여 점포 늘리기 경쟁을 벌리고 있는 대형유통점에

과거의 상권을 잠식당함으로써 소비규모가 이중구조화되고 있으며, 특히 대형유통점은 상기의 이점으로 점포 늘리기 경쟁이 가열되고 있다. 대형할인점은 대도시뿐만 아니라 지방중소도시까지 그 영역을 확장하고 있어 업체간의 상호 침투전략에 따라 업체 간 경쟁은 더욱 치열해지고 있다.

그 결과 곳곳에 대형 유통점이 개점, 운영되면서 업체마다 고객확보에 치열한 경쟁이 벌어지고 있으며, 이 과정에서 많은 재래시장들이 도태되거나 고전을 면치 못하고 있다. 또한 유통업의 전면개방과 국내·외 대형할인점, 홈쇼핑 및 전자상거래 등의 활성화로 인하여 기존의 재래시장은 절대적으로 경쟁력이 뒤떨어지게 되었다. 유통환경의 변화에 따라 재래시장은 여러 가지 문제점을 노출하고 있다. 즉 대형할인점, 편의점, 무점포영업 등 신업태의 확대, 소매업체 점포 간 경쟁심화로 전통 재래시장권은 소비자의 다양한 기호, 구매스타일 변화 및 신도시 상권이동에 따른 상권 위축 등 외부적 요인으로 인한 불리한 영업환경의 변화에 따라 쇠퇴일로에 처하고 있다.

이의 대처방안으로 정부는 “재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법”의 제정·시행을 통해 재정 지원 및 경영 지원을 법제화하였으며 이에 맞추어 재래시장 상인들도 상인회, 번영회를 결성하고 재래시장 경쟁력 향상에 매진하고 있으나 재래시장 활성화를 위해서는 미흡한 실정이다. 정부에서 지원하고 있는 사업을 바탕으로 재래시장 상인들의 경영실태를 비교분석함으로써 재래시장 점포주들의 경영 상태를 확인하고 또한 정부지원 제도의 개선점과 추진 방향 수정으로 효과적인 활성화 방안을 제시

하기 위하여 연구하고자 한다.

상기의 활성화 방안을 제기하기 위해서는 우선 국내 재래시장을 활성화하기 위한 기존 연구의 검토가 우선되어야 한다 (<표 1-1> 참조).

상기의 기존연구를 종합해 볼 때 재래시장 점포주들에 대한 사업 운영 분석과 경영실태, 지원제도에 대한 연구가 부족함을 알 수 있다.

이에 본 연구에서 설정한 연구모형을 통해 파악하고자 하는 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 선행연구에 대한 검토를 통해 주요 각 요소별로 결정속성을 확인하고, 정부지원 사업 중 현대화 및 사업 정비 지원 사업을 추진한 곳의 만족도 및 경영 실태의 속성에 대해 조사하기 위해 대전·충청 지역(등록시장)의 재래시장 상인을 모집단으로 하여 정부 지원 제도의 이용 실태와 응답결과에 기초하여 체계적인 대안을 도출하고자 한다.

둘째, 제시한 연구변수 중 기존고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규 고객확보가 재래시장의 투자수익률에 미치는 영향을 경로분석을 통해 확인함으로써 재래시장 정부지원 사업, 현대화 및 사업 정비 지원 사업이 점포주의 경영성과에 미치는 영향을 직접적, 간접적 효과를 실증적으로 분석한다.

셋째, 재래시장 지원 사업을 추진하는데 있어 중점적으로 고려하고 있는 성공요인, 재래시장 상점주들의 역량, 그리고 재래시장 지원 사업 추진에 따른 기업경영성과 등과 관련한 실증분석 결과를 토대로 한다.

표 1-1. 국내재래시장에 관한 연구

연구자	연구내용	주요내용
이철희 (1999)	재래시장의 활성화 방안에 관한 연구	기존 선행 연구와 성공적인 재래시장의 사례를 바탕으로 재래시장의 현황을 검토함으로써 문제점을 찾아 개선점 제시함.
김광호 (2003)	서울시 재개발 재래시장의 외부 공간 특성에 관한 연구	재개발·재건축된 시장의 외부공간의 세부구성요소들의 구체적인 특성을 분석
박인규 (2004)	시장 정비 사업의 문제점과 개선 방안에 관한 연구	시장 정비사업 개념 및 현황을 조사하고 시장 정비 사업사례 중 재개발 재건축 환경개선, 기타 등 사례분석을 실시
형시영 (2004)	지방 대도시의 도심재생방안에 관한 연구	도심쇠퇴와 재생에 고난한 이론적 고찰, 도심쇠퇴 현상분석, 그러한 현상과 구체적 양상과 문제분석, 도심재생을 위한 정책분석
김중중 (2004)	재래시장 활성화 방안 비교 분석	각 재래시장의 특성과 상인과 이용자의 의견 차이를 비교 분석 재래시장의 특성에 맞는 활성화 방안을 제시
천광석 (2004)	소비자 점포 선택 행동에 관한 연구	합인매장 중심으로 타 소매점포와의 소비자 점포 선택 행동 행동과정을 비교 해봄으로써 할인점 매장의 이미지 포지셔닝을 차별화할 수 있는 방안 연구 및 분석.
한상호 (2005)	소도읍 재래시장의 공간 이용 실태와 환경 개선에 대한 연구	재래시장 활성화를 위한 도시의 재래시장과 차별화 요소의 도출과 이를 위한 시설개선 관리 및 운영 고찰 및 제시함.
이철규 (2005)	재래시장 활성화 사업의 개선 방안 연구	관련 법령과 제도를 검토하여 문제점, 한계 및 개선 방법을 연구하여 재래시장 활성화 방안을 구체적으로 제시함.

표 2-1. 재래시장육성을 위한 특별법

구분	주요내용
목적	<ul style="list-style-type: none"> • 유통산업간 균형발전 도모, 시장상인의 경영현대화를 통한 경쟁력 확보 • 재래시장육성을 통한 지역경제의 활성화
지원사업	시설현대화사업, 경영현대화사업
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> • 시장활성화에 대한 지원, 시설개선사업, 시장환경개선 사업 및 시설현대화사업 • 시설상인회 및 시장 지원센터 설립, 시장 활성화 종합계획 및 지역시장육성계획 수립, 시설현대화사업 및 시장환경개선
세부 계획	<ul style="list-style-type: none"> • 주차장설치, 계량사업, 상거래현대화, 공동사업, 판로촉진 및 홍보지원, 경영교육 및 전문가 양성, 시장상인 업종 지원, 빈점포 활용촉진, 시장 정비사업

자료 : 신동호, 임재영, “충남 재래시장 실태분석 및 활성화 방안”, 충남발전연구원, 연구보고서, 2006, p. 24.

2. 재래시장 관련법

2.1 재래시장 관련 법제

본 연구에서는 ‘재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’(2004. 10. 22 제정, 2006. 4. 28 전부개정)을 주요 내용 요약 하면 <표 2-1>과 같다.

3. 조사 방법

3.1 연구 모형 구축

본 연구는 <그림 3-1>의 연구 모형을 기초로 재래시장을 활성화하기 위해 개선안을 제시한다. 그러나 개선안을 제기하기 위해서는 그 기초가 되는 제반 요인에 대한 분석이 필요한데, 그 내용으로는 정부지원 사업의 효과도, 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업에 대한 만족도, 제반 경영실태, 그리고 종합성과 결과에 대한 분석이다.

응답자의 일반적 특성과 이용경험의 분석을 위해 빈도 분석을 하며, 또한 일반적 특성 변수를 기초로 응답자 집단 간의 차이를 분석하기 위해 명목척도에 대해서는 교차분석을, 비율척도에 대해서는 분산분석을 한다. 마지막으로 본 연구 모형을 확인하기 위해 경로분석을 한다.

본 연구의 모형은 James L. Heskett, W. Earl Sasser, Jr & Lenard A .Schlesinger(1997)의 기존 고객의 평균 만

족도와 고객만족도를 한 등급 끌어올리고, 비 고객을 고객으로 전환시키기를 비교하면 투자 수익률을 측정 할 수 있으며, 최고의 투자 수익률은 고객 만족의 극치와 상통한다는 이론적 기초에 근거하였다.

본 연구를 위한 설문지는 정부지원 사업에 대한 효과, 재래시장 현대화 및 시장정비 지원 사업 만족도, 일반 경영 실태 결과 및 종합 경영 성과 결과로 구성한다.

- ① 정부지원 사업에 관한 효과 측정 항목은 정부에서 지원하고 있는 13가지 사업 중에서 12개 사업에 대해 점포주들이 얼마나 긍정적으로 판단하고 있는가를 측정하며, 측정항목은 중소기업청의 지원 사업을 참고로 12개의 변수를 추출, 정리하였다.
- ② 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업 만족도 측정 항목은 정부에서 지원하고 있는 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업(13개 사업 중 1개 사업임)에 대한 만족여부를 측정하며, 측정 항목도 중소기업청의 지원 사업을 참고로 25개의 변수를 추출 정리하였다.
- ③ 경영실태는 '시장정비 사업 및 정부 지원 사업 후 점포주에 대한 성과를 측정한다'로 정의한다. 이들 측정 항목에서 고객성과란 '고객만족에 대한 성과를 측정한다'로 정의한다(김성환,2006). 이 측정항목은 Kimetal(2003), Kaplan & Norton(1992), Khirallah(2000), 김성환(2006), 이동찬(1997), 이현수, 서호영(2003) 등을 참고로 3개의 변수를 참고로 추출 정리하였다. 학습 및 성장은 무형자산평가모델(BSC)

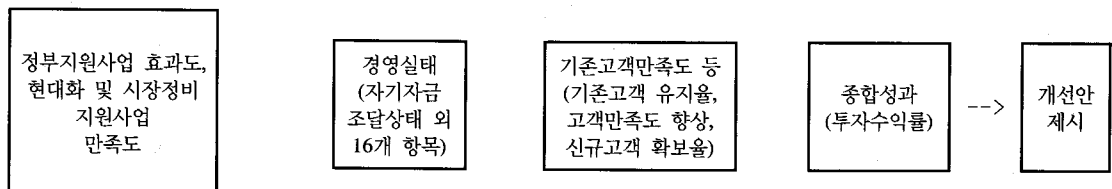


그림 3-1. 연구의 모형

의 4가지 관점 중에서 가장 미래 지향적인 것으로서, 이 측정 항목은 Kimetal(2003), Kaplan & Norton (1992), Khirallah(2000), 김성환(2006), 이동찬(1997) 등을 참고로 3개의 변수를 추출·정리 하였다. 내부 프로세스 성과에는 성과를 극대화하기 위해 기업의 핵심프로세스 및 역량을 규명하는 과정과 관련된다. 이 측정항목은 Kimetal(2003), Kaplan & Nortar (1992), Khirallah(2000), 김성환(2006), 이동찬(1997) 등을 참고로 8개의 변수를 추출·정리 하였다. 재무적 성과는 BSC가 재무적 측면에서 성과평가에 대한 대체 수단이 아니라 다른 관점에서의 성과지표를 상호보완적으로 활용하여 균형 잡힌 성과평가를 해야 한다는 것이기에 때문에 이 측정 항목은 Kimetal(2003), Kaplan & Nortar(1992), Khirallah (2000), 김성환 (2006), 이동찬(1997), 이현수, 서호영(2003) 등을 참고로 7개의 변수로 추출하였다. 경영실태의 평가는 총 21개의 변수로 추출·정리하였으며, 변수의 모델은 <표 3-2>와 같다.

3.2 자료 수집

재래시장 점포주를 대상으로 실태 조사를 위해 국내 관련 자료를 바탕으로 조사 설문을 작성하고, 대전·충남·충북지역 등록시장 중 현대화 및 시장 정비 지원 사업을 받은 점포주를 대상으로 500명을 표본으로 하였으며, 그 구성 비율은 <표 3-3>과 같다.

최초의 설문지는 2007년 5월 10일부터 5월 15일까지 20명을 대상으로 사전조사를 실시한 후 일부를 수정하였다. 수정된 설문지를 이용한 본 조사는 2007년 5월 23일부터 7월 28일까지 대전, 충남, 충북 재래시장 시설행대화가 진행된 시장을 중심으로 행하였다 (<표 3-3> 참조). 대전 135명, 충남 200명, 충북 165명의 표본에게 설문서를 참가연합회 이사장 및 임원을 중심으로 배포하여 그 중 대전지역 82부, 충남지역 117부, 충북지역 101부 등 총 300부를 회수하였으며, 통계분석은 SPSS WIN 15.0 통계패키지 프로그램을 이용하였다.

표 3-2. 변수 모델

Kimetal (2003)	이동찬 (1997)	Kaplan & Nortar (1996)	Khirallah (2000)	이현수, 서영호 (2000)	Elliott (1997)	김성환 (2006)
Kaplan & Nortar 모델 재무관점 성과, 고객관점 성과, 내부업무, 프로세스 성과, 학습 및 성장 관점 성과, CMR 성과 척도에 맞게 고객가치관점 성과, 고객만족관점 성과, 고객상호작용 관점 성과, 고객지식 관점 성과로 세부항목 제시	균형 성과표, 재무관점, 내부프로세스관점, 고객관점, 혁신 및 학습관점 제시	성과지표고객 성과, 학습 및 성장성과, 내부프로세스성과, 재무적성과 4개 범주 총 36개 변수 채택 장단기 의사결정에서 경영자의 단기적 재무측정치를 강조 근시안적 태도를 경감시키기 위하여 BSC의 활용 주장	CMR 성과 측정 매트릭스 제안, CMR 구현 성과 측정에 사용하기 위한 매트릭스 설정 제시	성과영역의 측정 도구 개발 제품 서비스 만족도, 고객 이탈 감소, 구매율 증가 제품, 서비스의 질적 향상 고객수 증대 고객 충성도 증가, 구전의 효과, 전반적인 고객 만족도 재구매율 제시	기업, 고객, 공급자, 직원 간의 완제품을 용이하게 하고 비용절감, 효율성 향상, 생산성을 향상 시킬 수 있는 조직을 강조	고객성과 9개 변수 학습 및 성장 8개 내부 프로세스 12개 재무성과 7개 36개 변수 도출을 정리

표 3-3. 설문서 구성 비율

구분	등록시장 (개)	등록 업체 수 (개)	현대화 및 시장정비사업 등록 시장 수(개)	설문지 구성 비율 (%)	설문서 배부 비율 구성 업체수 (개)
대전	36	5699	9	27	135
충남	78	8622	29	40	200
충북	56	7390	25	33	165

자료 : 중소기업청, “2006년 기준 재래시장 실태조사보고”. p.48. 재편·가공

3.3 신뢰도 분석

수집된 자료 중 5점 척도로 된 항목에 대한 신뢰도를 검증한 결과는 <표 3-4>와 같다.

표 3-4. 신뢰도 검정 결과

구 분	항 목	Cronbach Alpha
정부지원 사업에 관한 효과	1~12	0.933
재래시장현대화 및 시장정비 지원 사업 만족도	1~25	0.889
경영실태	1~21	0.933

재래시장 상점가의 선택 속성의 중요도와 만족도를 분석한 결과, 모두 신뢰도 수준의 크론바흐 알파 값이 각각 0.933, 0.889, 0.933으로써, 일반적으로 알파 값이 0.6 이상이면 신뢰성이 있는 것으로 인정하므로(Naresh K. Malhotra, 2007), 측정된 모든 항목을 가지고 실증분석에 한다.

4. 연구 분석

4.1 정부 지원 사업에 관한 효과성 분석

정부지원 사업에 대한 효과 분석은 13개 정부지원 사업 중 12개 지원 사업에 대한 것으로서 <표 4-1>과 같다.

효과성은 평균 2.55로써 대부분의 점포주들이 부정적으로 인식하고 있다. 특히 12개 지원 사업 중에서 공동상품권 사업(평균값 : 2.73)에 대해 평균보다 높아 긍정적으로 인식하고 있다.

4.2 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업 만족도 분석

재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업은 25개 정부 지원 사업을 받은 후 점포주들의 만족도 결과는 <표 4-2>와 같다.

만족도는 평균 2.23으로써 대부분의 점포주들이 부정적으로 인식하고 있다. 우선순위로 나열하면 아케이드(3.21), 소방시설과 가스시설(3.14), 화장실(3.11), 실외조

표 4-1. 정부 지원 사업에 관한 효과성

순번	설 문 문 항	평균값	순위	순번	설 문 문 항	평균값	순위
1	이벤트, 홍보사업	2.60	6	7	상인 교육	2.67	3
2	공동 쿠폰 발행	2.50	8	8	시범시장 육성	2.63	5
3	재래시장 연계 관광 상품 지원	2.38	11	9	우수점포 선정	2.66	4
4	우수시장 상품 전시회 개최	2.47	9	10	시장자문 및 점포 지도사업	2.71	2
5	공동 상품권 발행	2.73	1	11	정보화 및 인터넷 영업교육	2.52	7
6	공동 구매 사업	2.47	9	12	인터넷 쇼핑몰 사업	2.23	12
평균		2.55					

표 4-2. 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업 만족도

순번	설 문 문 항	평균값	순위	순번	설문항목	평균값	순위
1	건물	2.75	8	14	자전거 보관소	1.86	15
2	소방시설, 가스시설	3.14	2	15	자율 포장대	1.96	14
3	전기 배선, 가로등	3.00	4	16	공용광고관, 아취조형물	2.79	7
4	배수시설	2.86	6	17	실외조명	3.00	4
5	냉난방 시설	1.71	18	18	이벤트 광장	1.75	16
6	방송시설, CCTV	2.75	8	19	테마 거리	1.75	16
7	화장실	3.11	3	20	홍보시설	2.32	12
8	아케이드	3.21	1	21	공동물류창고	1.46	23
9	진입로, 보행통로	2.57	11	22	저온창고	1.39	24
10	간이음수대	1.54	21	23	공동배달센터	1.57	19
11	수유시설, 유아놀이방	1.36	25	24	전화주문 센터 (콜센터)	1.54	21
12	주차장	2.64	10	25	고객지원센터	1.57	19
13	카트(손수레)	2.18	13	평균		2.23	

명(3.0), 전기배선(3.0), 가로등과 배수시설(2.57), 공용광 고판(2.79), 아취조형물과 건물(2.75), 방송시설(2.75), CCTV와 주차장(2.64), 진입로(2.57), 보행통로 등의 순으로 조사되고 있으며 이 시설은 대전·충남·충북 지역에 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업을 우선 실시하였다고 할 수 있다. 특히 빈도가 작은 것은 수유시설, 유아놀이방(1.36), 공동창고(1.39), 공동물류창고(1.46), 전화주문센터(1.54), 간이음수대(1.54), 냉·난방시설(1.71), 이벤트 광장(1.75), 테마거리(1.75), 자전거 보관소(1.86), 자율 포장대(1.96), 카트(2.18) 등은 평균 2.23보다 낮게 나왔다. 평균값(2.23) 보다 낮은 이유는 정부 및 지자체에서 외부시설 지원을 해주지 않았으며 점포주들이 모르거나 활용이 낮다는 것을 시사하고 있다.

4.3 경영실태 만족도 분석

경영실태에 대한 만족도 분석은 5점 척도로서, 13개의 정부지원 사업에 대한 결과로, 2가지 내용으로 구분되며 <표 4-3>과 같다. 첫째는 일반적인 성과, 두 번째는 종합적인 성과이다.

총 경영실태 성과요인 중 일반적인 성과요인은 17개 로써 평균값은 2.77이며 보통이하라고 인식하고 있다. 특히 17개 항목 중 빈도수가 작은 직원 이직율의 감소(137명), 직원의 전문지식 정도(137명), 종업원의 만족도(136명)는 해당 없음에 응답한 사람을 뺀 빈도수이다.

특히, 투자수익률의 평균값은 2.43으로 전체 평균값 2.77보다 낮게 나오고 있다는 것이다, 보통 135명(45%)이 가장 많고, 나쁨 115명(38.3%), 아주 나쁨 31명(10.3%), 양호 11명(3.7%) 등으로 나오고 있다. 이는 투자 대비 수익률은 높은 편이 아니라는 것이다.

기존 고객 유지율에 응답을 보면 보통 164명(54.7%)으로 가장 많이 응답을 하였으며, 나쁨 68명(22.7%), 양호 153명(17.7%), 아주 나쁨 11명(3.7%), 매우양호 2명

(0.7%)으로 평균값은 2.97이다. 기존 고객 유지율은 전체적으로 볼 때 긍정적인 면이 있으나 나쁘다고 26.4%의 점포주를 대상으로 점포에 대한 경영진단·지도 사업을 해야 한다.

고객의 만족도 향상에 대해 평균값은 3.04로 보통 180명(60.0%), 양호 63명(21%), 나쁨 32명(10.7%), 아주 나쁨 15명(5.0%), 매우 양호 8명(2.7%)으로 정부지원 사업에 대하여 어느 정도의 영향으로 고객의 만족도가 향상되었음을 시사한다.

신규 고객 확보율에 대해 평균값은 2.87이며 보통 142명(47.3%), 나쁨 79명(26.3%), 양호 50명(16.7%), 아주 나쁨 20명(6.7%), 매우 양호 2명(0.7%)으로 조사되었다. 기존고객 유지율, 고객의 만족도 향상보다는 다소 낮게 응답 하였는데, 이는 기존 고객은 외부로 이탈하지 않고 있다는 증거이며 신규고객 창출을 할 수 있도록 마케팅 능력을 강화해야 한다.

총 21개 항목 중 종합성적을 나타내는 4개 항목, 즉 투자 수익률(2.43), 기존 고객 유지율(2.97), 고객의 만족도 향상(3.04), 신규 고객 확보율(2.87)에 대한 평균값은 2.83으로써, 보통 이하이지만 긍정적으로 인식하고 있다.

특히 투자 수익률은 낮지만 기존 고객 유지율과 고객 만족도가 평균보다 높은 결과로 볼 때, 정부지원 사업의 효과에 대해 긍정적으로 인식하고 있다.

4.4 일반사항 분석

일반사항에 대한 빈도분석 결과는 <표 4-4>와 같다.

성별은 남자가 166명(55.3%), 여자가 129명(43.0%)이다. 연령은 50대가 140명(46.7%)으로 가장 많았고 40대가 79명(29.3%)으로 두 번째로 많으며 대전·충청 지역의 점포주들의 평균 연령은 46.9세이다. 업종은 음식료품이 134명(44.7%)으로 가장 많았고 기타(그린 생활 서비스 등)가 54명(18.0%)으로 두 번째로 많았으며 의류·신

표 4-3. 경영실태 만족도

순번	설문 문항	평균값	순위	순번	설문 문항	평균값	순위
1	자기자금 조달 상태	2.80	10	12	투자수익률	2.43	20
2	차입금 이자 지불 상태	2.88	5	13	재고량 감소율	2.59	19
3	제품 구입 용이성	3.09	2	14	구매 비용 절감	2.73	14
4	종업원 확보의 용이성	2.64	17	15	운영비용 감소화	2.74	12
5	제품저장의 용이성	2.74	12	16	기존고객 유지율	2.97	4
6	수송시설 이용의 용이성	2.82	9	17	고객의 만족도 향상	3.04	3
7	통신시설 이용의 용이성	3.10	1	18	신규 고객 확보율	2.87	7
8	판매정보 수집의 용이성	2.66	16	19	직원 이직율의 감소	2.68	15
9	금융기관의 용이성	2.88	5	20	직원의 전문 지식 정도	2.80	10
10	관련 행정 기관의 용이성	2.62	18	21	종업원의 만족도	2.86	8
11	세계 혜택	2.23	21	평균		2.77	

표 4-4. 일반사항

성 별	남					여				
	빈도	166					129			
비율(%)	55.3					43.0				
연 령	20대		30대		40대		50대		60대 이상	
	빈도	4		27		79		140		49
비율(%)	1.3		9.0		26.3		46.7		16.3	
업 종	음식 료품	의류 신발	가정 용품	건축자재 철물	금속 광물	산업용중 간재	기계 관련	기타		
	빈도	134	45	34	13	7	6	7	54	
비율(%)	44.7	15.0	11.3	4.3	2.3	2.0	2.3	18.0		
학 령	중졸 이하			고졸			대졸 이상			
	빈도	86			180			34		
비율(%)	28.7			60.0			11.3			
연 매출액	5천만 원 미만	5천만 원 이상 ~7천만 원 미만	7천만 원 이상 ~ 1억 원 미만	1억 원 이상~2억 원 미만	2억 원 이상~3억 원 미만	3억 원 이상				
	빈도	106	78	60	35	11	10			
비율(%)	35.3	26.0	20.0	11.7	3.7	3.3				
종업원 수	1명		2명~3명		4명~5명		6명~7명		8명 초과	
	빈도	149		130		17		4		0
비율(%)	49.7		43.3		5.7		1.3		0	
자산 규모	5천만 원 미만	5천만 원 이상 ~7천만 원 미만	7천만 원 이상 ~ 1억 원 미만	1억 원 이상~2억 원 미만	2억 원 이상~3억 원 미만	3억 원 이상				
	빈도	90	87	63	44	3	13			
비율(%)	30.0	29.0	21.0	14.7	1.0	4.3				
업 령	1년~3년		4년~6년		7년~8년		9년~11년		12년 이상	
	빈도	41		41		43		55		118
비율(%)	13.7		13.7		14.3		18.3		39.3	
회사 설립 형태	개인기업			법인기업		합자회사		기타		
	빈도	277			11		2		10	
비율(%)	92.3			3.7		0.7		3.3		
사업장 위치	대전			충남			충북			
	빈도	82			116			101		
비율(%)	27.3			38.7			33.7			
대표자 전직 직업	회사원		자영업		공무원		학생		기타	
	빈도	53		153		4		2		87
비율(%)	17.7		51.0		1.3		0.7		29.0	

발이 45명(15.0%), 가정용품이 34명(11.3%), 건축자재철물이 13명(4.3%), 금속광물과 기계 관련이 각각 7명(2.3%), 산업용 중간재가 6명(2.0%) 순으로 나타났다. 학력은 고졸이 180명(60.0%)으로 가장 많았고 중졸 이하가 86명(28.7%), 대졸 이상이 34명(11.3%) 순으로 나타났다. 연 매출액은 5천만 원 이하가 106명(35.3%)으로 가장 많았고 5천만 원 이상 7천만 원 미만이 78명(26.0%)으로 두 번째로 많았으며 7천만 원 이상에서 1억 원 이하가 60명(20.0%)이며 대부분이 영세하다.

종업원 수는 1명이 149개(49.7%) 업체로 가장 많았고 2명에서 3명이 130개(43.3%) 업체로 두 번째 많으며 점포당 종업원 수는 1.92명 정도이다. 자산규모는 5천만 원

미만이 90명(30.0%)으로 가장 많았고 5천만 원 이상 7천만 원 미만이 87명(29.0%)으로 두 번째 많았으며 7천만 원에서 1억 원 미만이 63명(21.0%)으로 조사 대상의 59% 정도가 7천만 원 미만이다.

업력은 12년 이상이 118명(39.3%)으로 가장 많았고 9년 이상 11년 이하가 55명(18.3%)으로 두 번째 많았으며 조사 대상의 58% 이상이 9년 이상 그 업종에 종사하고 있다.

회사설립 형태는 개인 기업이 277개(92.3%) 업체로 가장 많았고 법인기업이 11개(3.7%) 업체로 두 번째 많았으며 기타가 10개(3.3%) 업체 순으로 나타났다.

표 4-5. 학력관련 변수간의 분산 분석

변수	항 목	학 력(84)			F	유의확률 (P)
		중졸	고졸	대졸		
경영실태	자기자금 조달 상태	2.74	2.78	3.18	3.647	0.027
	차입금 이자 지불 상태	2.64	2.76	3.16	3.883	0.022
	제품구입 용이성	2.87	3.03	3.27	3.289	0.039
	제품저장의 용이성	2.64	2.93	2.94	3.071	0.048
	투자 수익률	2.36	2.40	2.74	3.469	0.032
	재고량 감소율	2.41	2.62	2.82	4.003	0.019
	기존고객 유지율	2.80	2.85	3.33	6.783	0.001
	고객만족도 향상	2.87	3.06	3.53	8.861	0.000
	신규고객 확보율	2.65	2.77	3.12	3.796	0.024
	직원의 전문지식 정도	2.5	3.0	3.24	4.436	0.014
종업원의 만족도	2.52	2.93	3.36	5.780	0.004	

4.5 학력관련 변수 간의 분석

학력을 기준으로 변수 간의 분산 분석 결과, 유의한 (P<0.05) 변수의 결과는 <표 4-5>와 같다.

학력이 높을수록 경영실태 중 자기자금 조달 상태, 차입금 이자 지불 상태, 제품구입 용이성, 제품 저장의 용이성, 투자 수익률, 재고량 감소율, 기존고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규고객 확보율, 직원의 전문지식 정도, 종업원의 만족도에 대해 긍정적으로 생각하고 있다. 학력이

높을수록 긍정적인 태도는 어느 정도의 참고가 되어야 함을 시사하고 있다.

4.6 자산 규모별 관련 변수 간의 분석

자산 규모 관련 변수 간의 분산 분석 결과, 유의한 (P<0.05) 변수의 결과는 <표 4-6>과 같다.

자산규모 3억 원 이상의 점포는 정부지원 사업에 관한 효과 중 이벤트 홍보사업이 3.63으로 가장 높으며, 가장

표 4-6. 자산 규모별 관련 변수간의 분산 분석

변수	항 목	자산규모(87)						F	유의 확률 (P)
		5천만 원 미만	5천만원 ~ 7천만원	7천만원 ~ 1억 원	1억 원 ~ 2억 원	2억 원 ~ 3억 원	3억 원 이상		
정부 지원 사업에 관한 효과	이벤트 홍보 사업	2.56	2.60	2.83	3.03	3.33	3.63	2.936	0.014
	공동 쿠폰 사업	2.32	2.43	2.8	2.84	3.33	2.78	2.798	0.018
	상인교육	2.53	2.71	3.2	3.21	4.0	3.0	5.113	0.000
	인터넷쇼핑몰	1.93	2.13	2.38	2.69	3.0	3.0	3.336	0.006
재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업 만족도	소방시설, 가스시설	3.03	3.07	3.4	3.43	3.67	3.5	3.216	0.008
	냉·난방 시설	2.23	2.07	2.27	2.65	3.0	2.91	2.993	0.012
	간이 음수대	2.0	1.93	2.15	2.27	3.0	3.67	4.204	0.001
	자율 포장대	2.76	1.92	2.47	2.72	3.0	3.0	4.030	0.002
	공용광고판, 아취조형물	2.58	2.91	2.96	3.1	3.0	3.4	2.903	0.014
이벤트 광장	2.84	2.26	2.78	2.89	4.0	3.38	2.497	0.034	
경영 실태	자기자금 조달 상태	2.49	2.77	3.05	3.07	3.67	3.08	5.570	0.000
	차입금 이자 지불 상태	2.52	2.68	3.08	2.83	2.0	3.27	4.270	0.001
	제품구입 용이성	2.79	3.02	3.25	3.11	3.0	3.0	2.882	0.015
	통신시설 이용의 용이성	2.84	3.05	3.19	3.33	3.0	3.17	2.934	0.013
	금융기관의 용이성	2.7	2.92	3.13	3.1	3.0	3.31	3.029	0.011
	관련 행정 기관의 용이성	2.58	2.6	2.9	2.98	3.0	2.67	2.548	0.028
	투자 수익율	2.29	2.35	2.73	2.43	2.33	2.54	3.074	0.010
	구매비용 절감	2.51	2.62	2.79	2.91	2.67	3.0	3.112	0.009
	운영비용 감소율	2.41	2.45	2.74	2.88	2.67	3.15	5.613	0.000
	기존고객 유지율	2.72	2.78	3.10	3.12	3.0	3.0	3.122	0.009
고객만족도 향상	2.93	2.92	3.21	3.3	3.33	3.23	2.500	0.031	

낮은 것은 5천만 원 미만 자산규모로 나타나고 있으며 공동쿠폰, 상인교육, 인터넷 쇼핑물 사업이 가장 높으며, 가장 낮은 것은 5천만 원 미만 자산규모 사업자이다. 자산 규모 3억 원 이상 기업은 3.78로 나타나 소매업과 거리가 먼 도매나 건설관련, 기계 등으로 공동쿠폰 사업은 실효성이 없는 것으로 나타난다. 재래시장 현대화 및 시장정비 지원 사업 중, 소방시설, 가스시설, 냉·난방 시설, 간이음수대, 자율 포장대, 공용 광고판, 아취조형물, 이벤트 광장 등 자산규모가 많을수록 만족도가 높으며 자산규모가 작을수록 만족도 값은 작게 나오고 있다. 경영실태 중 금융기관의 용이성, 구매비용 절감, 운영비용 감소율은 자산규모가 3억 원 이상이 가장 만족도가 높으며, 이중 만족도가 가장 작은 것은 자산규모 5천만 원 미만이다. 경영실태 중 자기자금 조달상태, 관련 행정기관의 용이

성, 고객만족도 향상은 자산규모가 2억 원 이상~3억 원 미만이 가장 만족도가 높으며 이들 중 가장 낮은 만족도는 자산규모 5천만 원 미만으로 나오고 있다. 차입금 이자 지불상태 중 자산규모 2억 원 이상~3억 원 미만이 만족도가 2.0으로 차입금을 가장 많이 쓰고 있다고 할 수 있다.

제품구입 용이성, 투자 수익률이 가장 만족 하는 집단은 7천만 원~1억 원 이하로서, 자금운영과 회사 경영을 잘 하고 있다고 할 수 있다. 이는 재래시장 창업 및 경영을 하려면 자산 규모가 7천만 원~1억 원을 있어야 원활한 경영을 할 수 있다는 결과이다.

4.7 사업장 위치별 관련 변수 간의 분석

사업장 위치별 관련 변수 간의 분산 분석 결과, 유의한

표 4-7. 사업장 위치별 관련 변수간의 분석

변수	항 목	사업장 위치(90)			F	유의확률 (P)
		대전	충남	충북		
정부지원 사업에 관한 효과	공동 상품권 발행	3.08	2.58	2.93	5.189	0.006
	시범시장 육성	3.08	2.59	2.56	6.326	0.002
재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업 만족도	건 물	2.75	3.0	2.59	5.637	0.004
	소방시설, 가스시설	3.28	3.42	2.9	12.068	0.000
	전기배선, 가로등	2.98	3.26	2.87	5.668	0.004
	배수시설	2.76	3.19	2.87	6.203	0.002
	냉난방 시설	1.81	2.52	2.44	13.819	0.000
	화장실	3.0	3.1	2.65	6.114	0.003
	주차장	3.45	2.31	2.47	22.750	0.000
	카 트	3.15	2.83	2.44	6.944	0.001
	자율포장대	2.18	2.82	2.20	7.083	0.001
	공용광고판, 아취조형물	3.16	2.9	2.59	7.984	0.000
경영실태	자기자금 조달 상태	2.96	2.99	2.49	12.182	0.000
	차입금 이자 지불 상태	2.94	3.01	2.38	17.046	0.000
	제품 구입 용이성	3.14	3.19	2.72	11.635	0.000
	종업원 확보 용이성	2.66	2.93	2.33	13.964	0.000
	제품 저장의 용이성	2.95	3.13	2.48	15.451	0.000
	수송시설의 용이성	3.09	3.09	2.58	14.741	0.000
	통신시설의 용이성	3.33	3.2	2.69	20.547	0.000
	판매정보 수집의 용이성	2.90	2.98	2.5	13.209	0.000
	금융기관의 용이성	3.09	3.09	2.67	8.983	0.000
	관련 행정기관의 용이성	2.69	2.96	2.49	9.825	0.000
	세제혜택	2.22	2.57	2.01	10.999	0.000
	투자 수익율	2.46	2.64	2.18	11.186	0.000
	재고량 감소율	2.70	2.73	2.32	9.814	0.000
	구매비용 절감	2.69	2.91	2.41	15.713	0.000
	운영비용 감소	3.61	2.76	2.42	6.021	0.003
	기존고객 유지율	3.96	3.01	2.7	5.203	0.006
	고객의 만족도 향상	3.15	3.23	2.81	80583	0.000
	신규고객 확보율	2.76	2.96	2.60	5.306	0.005
	직원의 이직율 감소	2.83	3.04	2.51	4.740	0.01
	직원의 전문지식 정도	3.08	3.29	2.39	13.331	0.000
종업원의 만족도	2.96	3.16	2.63	4.028	0.020	

($P>0.05$)변수의 결과는 <표 4-7>과 같다.

공동 상품권 발행에 대해 대전, 충북, 충남 순으로 만족하고 있는데, 이는 대전, 충북이 상품권 발행이 더 활성화 되고 있어 만족도가 높게 나오고 있다.

시범시장 육성 사업에 대해 대전, 충남, 충북 순인데, 대전지역이 다른 집단에 비해 만족하고 있다.

재래시장 현대화 및 시장정비 지원 사업 만족도 중 건물, 소방시설, 전기배선, 가로등, 배수시설, 냉·난방 시설, 화장실, 자율 포장대는 충남이 가장 만족도가 높으며 건물, 소방시설, 가스시설, 전기배선, 가로등, 화장실, 카트, 공용광고판, 아취조형물 등이 충남, 대전에 비해 충북의 만족도가 가장 낮게 나오고 있다. 대전 지역이 가장 낮게 나오는 부분은 냉·난방 시설, 자율 포장대이며, 충남 지역의 가장 낮은 부분은 주차장으로 조사되고 있다.

경영실태 전항목에 대해 충남지역이 만족도가 높게 나오고 있으며, 충북지역은 가장 낮게 나오고 있다. 단, 대전 지역에서 가장 만족도가 높은 것은 통신시설의 용이성으로 3.33이다.

4.8 매장면적과 관련 변수 간의 분석

매장면적과 관련 변수 간의 교차분석 결과, 유의한 유의수준($P>0.05$) 변수로서 점포소유형태와 매장면적에 대한 분석결과($X^2=35.620$, $p=0.003$) 자가 소유는 11평~15평이 제일 많고 20평 이상, 6평~10평은 동일하며 16평~20평 순으로 나오고 있다. 전세는 11평~15평, 6평~10평, 16평~20평 5평순으로 나오고 있으며, 보증부 월세는 6평~10평, 11평~15평, 16평~20평 5평 순으로 나오고, 월세는 6평~10평, 11평~15평, 5평 이하, 20평 이상 순으로 자산과 점포면적은 밀접한 관계를 보이고 있다. 사업입종과 매장면적에 대한 분석결과($X^2=51.308$, $p=0.005$) 음식품은 6평~10평, 제일 많고 11평~15평, 16평~20평 순으로 나오며 의료신발은 11평~15평이 제일 많고, 6평~10평, 5평 순으로 나왔다.

가정용품은 6평~10평이 제일 많고 11평~15평, 16평~20평순이다. 건축 자재 철물은 11평~15평 20평 이상이 제일 많고 16평~20평이 순으로 건축 자재 철물은 점포에 입지 공간이 많이 필요하기 때문이다. 산업용중간재, 16평~20평이 제일 많고 11평~15평 순이다. 기계 관련은 11평~15평 가장 많으며 20평 이상, 6평~10평은 동일하다. 기타는 6평~10평, 11평~15평, 5평 순으로 나왔다.

학력과 매장면적에 대한 분석결과($X^2=19.679$, $p=0.012$) 중졸 6평~10평, 11평~15평, 5평, 16평~20평 순으로 나오고 있으며 고졸은 6평~10평, 11평~15평, 16평~20평 5평 순이다. 대졸은 11평~15평, 16평~20평

이 제일 많고, 20평 이상, 6평~10평은 동일하다. 학력과 매장규모를 분석 할 때 학력이 높을수록 매장면적도 넓게 활용하고 있다. 사업장위치와 매장면적에 대한 분석결과($X^2=20.545$, $p=0.008$) 대전은 6평~10평이 제일 많고, 5평 이하, 11평~15평은 동일하며 16평~20평 순으로 나왔다. 충남은 6평~10평, 11평~15평이 제일 많고 6평~20평, 20평 이상 순이다. 충북은 6평~10평, 11평~15평, 16평~20평, 5평으로 지역적인 매장면적 차이가 있다 이것을 볼 때 충남지역이 매장면적이 크며 대전 지역은 매장면적이 작은 경향이 있다.

4.9 연매출액과 관련 변수 간의 분석

연매출액과 관련 변수 간의 교차분석 결과 유의한 ($P>0.05$) 변수로서, 자산규모와 연 매출액에 대한 요인을 분석한 결과($X^2=365.614$, $p=0.000$) 5천만 원 미만의 자산은 5천만 원 매출액의 분포가 많았으며, 전체적으로 자산과 매출액은 밀접한 관계를 분포하고 있다.

사업장소와 연 매출액에 대한 요인을 분석한 결과($X^2=19.145$, $p=0.034$) 대전의 연매출액은 5천만 원 이상~7천만 원 미만, 5천만 원 미만, 7천만 원 이상~1억 원 미만, 1억 원 이상~2억 원 미만 순으로 나오고 있으며, 충남은 연매출액은 5천만 원 미만, 7천만 원 이상~1억 원 미만, 5천만 원 이상~7천만 원 미만, 1억 원 이상~2억 원 미만이며 다음으로 2억 원 이상~3억 원 미만, 3억 원 이상 순이다. 충북은 연매출액은 5천만 원 미만, 5천만 원 이상~7천만 원 미만, 1억 원 이상~2억 원 미만 순으로 나왔다. 대전은 5천만 원 이상~7천만 원 미만이 가장 많았으며 충남, 충북은 5천만 원 미만이 가장 많이 나왔다. 충남은 2억 원 이상이 다른 장소에 비해 가장 많이 나오고 있다.

5. 연구 모형 분석

연구모형 분석은 정부지원 사업 효과도, 현대화 및 시장정비 지원 사업 만족도가 경영실태에 영향을 미칠 것이며, 경영실태는 기존 고객 유지율, 고객만족도 향상, 신규고객 확보율에 그리고 투자 수익률에 영향을 미칠 것 인가를 검토·분석하는 것이다.

상기의 관계를 분석하기 위하여 SPSS WIN AMOS 5.0을 이용하여 <그림 5-1>과 같이 연구모형을 설정하여 경로분석을 실시하였으며 본 연구의 경로분석에 사용된 외생변수는 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업이고, 내생변수는 경영실태(자기자금 조달상태 외 16

개 항목), 기존 고객 유지율, 고객만족도 향상, 신규고객 확보율과 투자수익률이다.

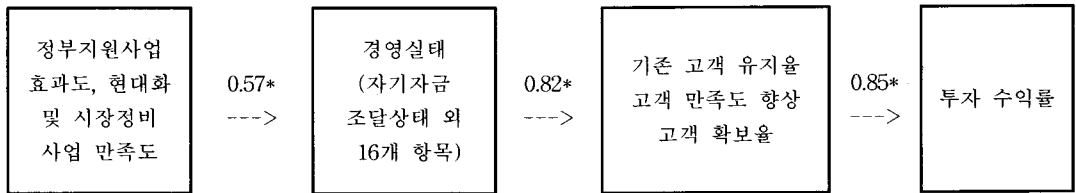
특히 종속변수인 투자수익률은 하나의 설문항목으로 구성되었으며 응답자들로부터 재래시장 지원 제도 및 현대화 시설 개선 사업을 받은 집단 만족도를 묻는 5점 등 간 척도를 구성하였다. 이 변수의 경우에는 기존에 정형화된 문항이 없어 기존 고객 유지율, 고객만족도 향상과 신규고객 만족도는 경영실태를 대표할 수 있는 항목이며, 투자 수익률이라는 개념을 기초로 대리변수의 개념을 적용하였다(James L. Heskett, 등, 1997).

본 연구의 자료를 투입하여 최우추정법(Maximum Likelihood Model : MLE)으로 모수를 추정한 결과 <표 5-1>에 제시되어 있다. 제시된 결과는 전반적으로 적합도 평가기준을 충족하여 연구모형 내 개념들 간의 관계를 결합적으로 설명하기에 충분한 적합도를 보여준다.

통계적으로 유의한 것으로 판단된 <표 5-1>의 적합도

를 기초로 하여 <그림 5-1>의 연구 문제 모형을 살펴보면, 경영 실태는 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업에 의해 통계적으로 유의한 영향을 받는다고 판단할 수 있으며, 기존 고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규고객 확보율은 경영실태에 유의한 영향을 받고 있다는 분석을 할 수 있다. 또한 투자 수익률은 소매점의 기존 고객 유지율, 고객만족도 향상, 신규고객 확보율에 의해 통계적으로 유의한 영향을 받는다는 결론의 도출이 가능하다.

본 연구의 분석 결과가 갖는 의미를 시사점 위주로 논의를 해 보면 다음과 같다. 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업 만족도가 재래시장 상점주의 투자 수익성 확보 및 경영 향상에 유의한 영향을 미치는 점에 기초하여 만족도가 높은 부분보다 낮은 부분에 지금보다 더 많은 관심을 기울여야 한다. 특히 연매출액이 7천만 원 미만 재래시장 사업자들의 경영 능력을 향상할 수 있도록



주) X "*"는 경로계수를 의미함

그림 5-1. 연구문제 분석 결과

표 5-1. 경로분석결과

경로	경로 계수	t값	p값	결과
정부지원사업효과도 현대화 및 시장정비 사업만족도 → 경영실태	0.566	9.646	0.000	통계적으로 유의함
경영실태 → 기존 고객 유지율 고객만족도향상 신규고객 확보율	0.815	19.776	0.000	통계적으로 유의함
기존 고객 유지율 고객만족도향상 신규고객 확보율 → 투자 수익률	0.854	23.966	0.000	통계적으로 유의함

* 전반적인 모형 적합도

RMR = 0.02(0.05 이하이면 양호한 모형으로 평가) ** 절대부합지수

GFI = 0.958(0.9 이상이면 적합모형이라고 판단) ** 절대부합지수

NFI = 0.933(0.9 이상이면 양호하다고 판단) ** 증분부합지수

IFI = 0.736(1에 가까울수록 양호한 모형으로 판단)

TLI = 0.871(1에 가까울수록 양호한 모형으로 판단)

CFI = 0.735(1에 가까울수록 양호한 모형으로 판단)

RFI = 0.867(1에 근접할수록 양호한 모형)

RMSEA = 0.0583(0.05 보다 작을 때 양호하다고 판단. 0.08 이하인 경우 어느 정도 양호하다고

판단. 0.1보다 큰 경우 이 모형의 채택여부에 대해 고려해야 함)

주) 95% 신뢰 구간 하에서 분석

하는 것이 매우 중요하다. 다음으로, 경영실태가 기존고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규 고객확보율에 유의한 영향을 미친다는 것은 경영실태에 만전을 기해야 함을 의미하는 것이다. 특히 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업에 대하여 재래시장 상인들의 참여와 현재보다 더 개선시킬 수 있는 동기를 부여할 수 있도록 정부의 노력이 필요함을 시사한다.

연구 모형에 제시된 바와 같이 기존고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규 고객확보는 재래시장의 최고의 투자 수익률 향상으로 수익 극대화 및 매출액 향상을 결정하는 중요한 요인으로 작용하고 있다.

6. 결론 및 한계와 시사점

본 연구의 연구 과제는 우리나라 재래시장 모델 구축에 관한 연구로 정부지원사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업을 기준으로 경영 실태를 분석한 것이다. 재래시장에서 적용할 수 있는 서비스 수익 모델에서 기존고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규 고객확보의 요소로 구분하여 재래시장의 최고의 투자 수익률 향상은 수익 극대화, 매출액 향상을 결정하는 중요한 요인으로 밝히고자 하였다.

정부에서 지원한 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업을 기준으로 비교분석한 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 정부지원 사업에 대한 효과 분석은 13개 정부지원 사업 중 12개 지원 사업에 대한 것으로서 효과성은 평균 2.55로써 대부분의 점포주들이 부정적으로 인식하고 있다. 특히 12개 지원 사업 중에서 공동 상품권 사업(평균값 : 2.73)에 대해 평균보다 높아 긍정적으로 인식하고 있다. 집중과 선택이 필요하다는 것이다.

둘째, 재래시장 현대화 및 시장 정비 지원 사업은 25개 정부지원 사업을 받은 후 점포주들의 만족도 결과(2.33)는 부정적으로 생각하고 있다.

정부 및 지자체에서 외부시설 지원을 해주지 않았으며 점포주들이 모르거나 활용도 또한 낮다는 것을 시사하고 있다.

셋째, 경영 실태 질문 총 21개 항목 중 종합성격을 나타내는 4개 항목, 즉 투자 수익률(2.43), 기존 고객 유지율(2.97), 고객의 만족도 향상(3.04), 신규 고객 확보율(2.87)에 대한 평균값은 2.83으로써, 보통 이하이지만 긍정적으로 인식하고 있다.

특히 투자 수익률은 낮지만 기존 고객 유지율과 고객 만족도가 평균보다 높은 결과로 볼 때, 정부지원 사업의 효과에 대해 긍정적으로 인식하고 있다.

넷째, 재래시장 상인의 연령 대전·충청 지역의 점포주들의 평균 연령은 46.9세로 중장년층이며, 업종은 음식료품이 44.7%가장 많아 구조조정이 필요하다. 재래시장 상인의 연 매출액은 61% 이상이 7천만 원 미만이며, 종업원 수는 1명이 149개(49.7%) 점포당 종업원 수는 1.92명 정도이며 영세하고 가족이 함께 운영하는 곳이 많다.

다섯째, 사업업종과 매출감소에 영향을 주는 소매유형에 대한 분석에서 사업업종 전 품목업종이 대형할인점으로 가장 많이 차지하고 있으며 두 번째로 대형슈퍼마켓이라고 함은 재래시장 상인들의 매출감소 요원으로 제일 큰 것은 대형할인점의 입점이라는 것을 알 수 있어 대형할인점 및 대형 슈퍼마켓의 설립규제에 대한 구체적인 조치가 마련되어야 한다.

여섯째, 점포에 치중하는 시설은 노후시설개선, 고객편의시설, 선전 및 광고, 증설이다. 재래시장상인들이 치중하는 시설을 노후시설 개선으로 매장에 디스플레이 고객편의시설을 지원할 수 있는 법적 방안을 강구해야 한다.

일곱째, 청년 실업자 취직 일환으로 재래시장에 취업할 수 있도록 급여 일부를 지원하여 젊은 세대의 취직 일환으로 창업 기회를 주는 것도 좋은 방안이라고 사료된다. 정부에서 소상공인에서 지원하는 제도를 잘 모르고 있다는 증거로 정부 지원 사업에 대하여 홍보를 강화해야 한다.

연구 결과를 종합해 볼 때, 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업에 대하여 경영실태에 대해 긍정적으로 유의한 결과와 기존고객 유지율, 고객 만족도 향상, 신규 고객확보의 요소로 구분하여 재래시장의 최고의 투자 수익률 향상은 수익 극대화란 긍정적인 결과를 도출하였다. 정부지원 사업 과 현대화 및 시장정비 지원 사업을 받은 재래시장 상점주는 매출증대와 투자 수익률을 극대화할 수 있도록 경영해야 한다.

본 연구는 대전·충청지역 재래시장에서 정부지원 사업, 현대화 및 시장정비 지원 사업을 받은 사업장을 한해서 조사를 하였다. 재래시장을 전국적으로 확대하여 연구가 필요하며, 또한 단일 재래시장 점포주 집단 대상과 재래시장 소비자의 의식 조사를 함으로써 재래시장의 서비스 향상과의 비교분석이 가능할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 김광호, “서울시 재개발 재래시장의 외부 공간 특성에 관한연구,” 대전대학교 대학원 석사학위 논문, 2003, p.501.

- [2] 김종중, “재래시장 활성화 방안 비교 분석,” 연세대학교 공과대학원 석사학위논문, 2004, p.51.
- [3] 김성환, “BSC를 이용한 CRM시스템이 경영성과에 미치는 영향에 관한연구,” 대전대학교 대학원 박사학위논문, 2006, p.70.
- [4] 박인규, “시장 정비 사업의 문제점과 개선 방안에 관한 연구,” 건국대학교 부동산 대학원 석사학위논문, 2004, p.3.
- [5] 이동찬, 활동기준원가관리시스템에 대한 기업내부고객의 만족도와 경영성과에 관한 연구, 중앙대학교 박사학위논문, 1997.
- [6] 이정관, “재래시장 상인조직 활성화 방안을 위한 연구,” 아주대학교 대학원 석사학위논문, 2006, p.56.
- [7] 이철규, “재래시장 활성화 사업의 개선 방안 연구,” 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2005, p.4.
- [8] 이현수서영호, “지식경영의 조직요인, CRM의 시스템요인, 신뢰가 CRM의 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, Information Systems Review, 2003.
- [9] 중소기업청, 2006년도 기준 재래시장 실태조사보고. pp. 48-62.
- [10] 천광석, “소비자 점포 선택 행동에 관한 연구,” 전주대학교 대학원 박사학위논문, 2004, p.98.
- [11] 한상호, “소도읍 재래시장의 공간 이용 실태와 환경 개선에 대한 연구,” 청구대학교 대학원 박사학위논문, 2005, pp.3-29.
- [12] 형시영, “지방 대도시의 도심 재생 방안에 관한 연구,” 전남대학교 대학원 박사학위논문, 2004, p.139.
- [13] James L. Heskett, W. Earl Sasser, Jr & Lenard A. Schlesinger, The Service Profit Chain, The Free press 1997, pp 94-95.
- [14] Khirallah, "Customer Relationship Management : How to Measure Success?", Bank Accounting & Finance, Summer, 2000, pp. 21-28.
- [15] Kaplan R & D. P. Norton, "Putting the Balanced Scorecard to Work", The Harvard Business Review, 1996, pp. 134-147.
- [16] Kim. J., Suh. E. & Hwang, H., "A Model for Evaluating the Effectiveness of CRM Using the Balanced Scorecard", Journal of Interactive Marketing, 2003, pp. 5-19.
- [17] Naresh K. Malhotra, Marketing Research, 5th ed., Prentice Hall, 2007, P.277.

안 형 근(Hyuug-Keun An)

[정회원]



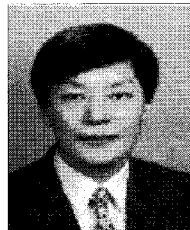
- 1988년 2월 : 한밭대학교 산업공학과 (공학사)
- 2004년 2월 : 고려대학교 경영정보대학원 경영관리 전공 (경영학 석사)
- 2005년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처전문대학원 정보경영학과 박사과정 재학 중
- 1999년 9월 ~ 현재 : 합동창업지원(주) 대표이사, 대표 컨설턴트
- 2004년 3월 ~ 현재 : 한국폴리텍Ⅳ 홍성대학 시간강사

<관심분야>

품질경영, 창업, 벤처창업 및 경영전략, 마케팅, 기술가치평가

양 해 술(Hae-Sool Yang)

[정회원]



- 1975년 2월 : 홍익대학교 전자공학과 (공학사)
- 1978년 2월 : 성균관대학교 정보처리학과 (공학석사)
- 1991년 2월 : 일본 오사카대학 정보공학과 소프트웨어공학 전공 (공학박사)
- 1975년 ~ 1979년 : 육군중앙경리단 전자계산실 시스템 분석장교
- 1980년 ~ 1995년 : 강원대학교 전자계산학과 교수
- 1986년 ~ 1987년 : 일본 오사카대학교 객원연구원
- 1994년 ~ 1995년 : 한국정보처리학회 논문편집위원장
- 1995년 ~ 2002년 : 한국S/W품질연구소 소장
- 2001년 ~ 현재 : 한국정보처리학회 부회장
- 1999년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처전문대학원 교수

<관심분야>

소프트웨어공학(특히, S/W 품질보증과 품질평가, 품질관리 및 컨설팅, OOA/OOD/OOP, SI), S/W 프로젝트 관리, 컴포넌트 기반 개발방법론과 품질평가