

도시재생을 통한 서울지역 전통시장 활성화 영향 요인이 활성화 인식에 미치는 영향: 기대감의 매개효과

최재현¹, 이명훈^{2*}

¹한양대학교 도시설계·경관생태조경학과, ²한양대학교 도시개발경영·부동산학과

The Influence of the Influential Factors on the Invigoration of the Traditional Market Places in Seoul through Urban Regeneration upon the Awareness on Invigoration: the Mediating Effect of Expectation

CHOI Jae-Hyun¹, LEE Myeong-Hun^{2*}

¹Department of Urban Design and Landscape Ecological Architecture

²Department of Urban Development Management and Real Estate, Professor

요약 본 연구에서는 서울지역 전통시장을 중심으로 성공적인 도시재생을 위해 전통시장의 시설개선과 같은 물리적 정비 요소 중 어떤 요소들이 성공적인 도시재생을 위한 기대감과 활성화 인식에 더 큰 영향을 미치는지에 대해 실증 분석을 하고자 하였다. 본 연구는 서울 도심부에 위치하며, 최근 여러 형태의 활성화 요인으로 일반 소비자는 물론 국내 뿐만 아니라 외국의 많은 관광객이 방문하여 도심부 상권에 활력을 불어넣고 있는 전통시장을 대상으로 총 515부의 설문지가 분석에 활용되었다. 자료 분석은 SPSS 23.0과 AMOS 22.0을 사용하였다. 본 연구의 분석 결과로는 도시재생 활성화 요인(심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성) 요인을 도출하였으며, 도시재생에 대한 기대감이 활성화 요인이 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 성공적인 도시재생을 위한 전통시장의 개념을 포괄적으로 평가할 수 있는 기준을 제안하고 더불어 도시재생을 위한 전통시장의 활성화 요인을 재조명했다는 데에 의의가 있다. 즉, 실질적으로 전통시장을 이용하는 시민들을 대상으로 하여 추후 도시재생이 이루어지기 위한 계획과 실천 부분에 있어서 전통시장의 활성화를 위한 종합적 진단 방안을 제시하였다고 할 수 있다.

Abstract In this study, an empirical analysis was performed with regards to traditional markets in Seoul, South Korea to find which physical maintenance elements, such as facility improvement for successful urban restoration, have greater effects on the expectation and activation awareness of successful urban restoration. This study targeted traditional markets located at the center of Seoul, which are visited by many domestic and international tourists as well as general consumers and are revitalizing the downtown area. A survey was conducted to collect a total of 515 completed questionnaires. Data analysis was performed using SPSS 23.0 and AMOS 22.0. The results of the analyses in this study indicate relevant urban invigoration factors (psychological, physical, diversity, functional, and stability factors), and it was observed that the expectation of urban regeneration was under the direct influence of the invigoration factors. Such a finding is meaningful in that it suggests a set of criteria to evaluate the concept of traditional markets in a comprehensive manner for successful urban regeneration while highlighting relevant invigoration factors for traditional marketplaces for the purpose of urban regeneration.

Keywords : Traditional markets in Seoul, Urban restoration, Traditional market revitalization factors, Expectation, Activation awareness

*Corresponding Author : LEE Myeong-Hun(Hanyang Univ)

email: mhlee99@hanyang.ac.kr

Received January 28, 2020

Revised March 2, 2020

Accepted April 3, 2020

Published April 30, 2020

1. 서론

1990년대 이후로 전통시장은 이용자들의 인터넷 구매 및 소비형태의 변화 등을 통해 점차 이용이 줄어들게 되었고, 대형 할인마트의 출현으로 전통시장의 축소는 빠르게 진행되었다[1]. 이로 인한 전통시장의 영업환경은 더욱 악화되었고, 정보기술의 발달과 전자상거래의 등장으로 인해 인터넷 쇼핑몰과 홈쇼핑 시장이 급속히 성장하기 시작하였고, 이에 따른 소비자들의 소비습관 및 구매 패턴이 변화함에 따라 경쟁력을 상실한 전통시장의 쇠퇴가 가속화되고 있다[2].

해외 전통시장의 경우에도 빠르게 변화하는 유통환경의 상황과 시장의 존속이나 폐업이라는 극한의 상황에 처하기도 하였지만, 해외 선진 도시들은 도시 발전에 있어서 전통시장을 도시재생의 촉매제로 활용하여 성공적인 사례를 보여준다[3]. 해외 전통시장의 성공은 새로운 개발이 아닌 도시재생 이론에 입각하여 비교적 적은 비용으로 지속 가능한 방식을 도입하였다. 즉, 기존의 전통시장이 유지해 온 외관과 여러 공간들의 기능을 최대한 살려서 전통성을 유지하면서, 다양한 볼거리를 제공하여 전통시장이 도시에서 경제와 문화의 공유 장소로 탈바꿈하게 하였다[4].

국내에서도 도시재생과 관련된 사례로 1960년대 후반부터 세운상가, 진양상가 등과 같이 도로 등의 도시기반시설과 주상복합, 상업건축물 등을 결합하는 복합용도 개발이 시작되었으며, 1990년대에 이르러서는 신정지하철기지 상부 양천아파트를 설치하고, 동작구 신상도지하차도 상부에 양로원, 근린공원 등을 설치하여 토지의 효율성을 증대하고, 비용을 절감하는 등 지속적으로 토지의 입체적 활용을 통한 도시재생이 행해지고 있다. 국내와 같이 좁은 국토를 지닌 경우, 전통시장의 입지요건을 활용하여 각종시설의 입체적 정비를 통해 도시 내에 필요한 시설의 확충을 도모하여야 하며, 이는 현재뿐만 아니라 앞으로의 활용가치 또한 높다고 할 수 있다[2].

이러한 도시재생을 통한 전통시장의 주변 환경 개선은 여가환경계획에 대한 욕구가 높은 이용자에게 여가활동이 가능한 장소에 대한 기대감을 높일 수 있다. 또한 전통시장 활성화에 대해 기대감을 만족시킬 수 있는 요인인 활성화 요인은 지역의 도시재생을 위한 중요한 속성으로 볼 수 있다. 이처럼 전통시장은 지역 시민들의 환경적, 정서적, 시각적 자산 가치로도 평가될 만큼 중요한 공공재이며, 도시 내에서 시민들의 삶의 질 향상에 필요요인으로 볼 수 있다. 따라서 전통시장을 활성화 시키고자

하는 심리적 변인은 변화에 많은 영향을 미치는 변수로 여겨지며, 전통시장이 지역의 사회적 문화적 특성을 잘 반영할 수 있는 공간으로 지역경제의 개발과 시민들의 문화 활동의 기능을 수행하기 위한 필요성이 대두되고 있다[5].

하지만, 최근 전통시장 활성화와 관련된 연구를 살펴보면, 해외 선진 전통시장의 사례를 국내에 도입하는 비교 연구[6], 전통시장의 활성화를 위한 시장 운영 및 입지 특성 분석에 관한 연구[7], 전통시장 활성화를 위한 현대화 사업에 관한 연구[8] 등과 같이 미시적인 접근 보다는 거시적인 접근이 주를 이어왔다. 이와 같은 선행연구들은 실제적으로 전통시장의 방향성과 시장 운영 및 입지특성의 제시, 현대화 사업의 방향성 제시와 같은 결론을 나타내고 있기 때문에 본 연구에서도 도시재생을 통한 전통시장의 활성화 요인을 분석하여 추후 도시재생 사업에 대한 기초 자료를 마련하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 이러한 문제의식을 가지고 전통시장을 중심으로 성공적인 도시재생을 위해 전통시장의 어떤 요소들이 성공적인 도시재생을 위한 기대감과 활성화 인식에 더 큰 영향을 미치는지에 대해 실증 분석을 하고자 하였다. 이러한 결과를 바탕으로 전통시장의 활성화를 위한 도시재생에 대한 제언과 함께 지역경제와 도시 활성화를 위한 방안을 모색하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 도시재생의 개념 및 특징

도시재생(urban regeneration)은 해외선진국에서 통용되는 개념으로 1990년 이후에는 기존의 물리적 환경개선의 틀에서 탈피하고, 지역경제와 환경, 사회복지 향상 등 종합적인 도시부흥을 통해 삶의 질을 향상하고 도시경쟁력을 확보하는 것에 중점을 둔 도시재생이라는 포괄적 용어가 사용되기 시작하였다[9]. 최근 인구성장의 정체와 급속한 고령화를 경험하고 있는 우리나라 대부분의 도시는 도시기반시설의 부족, 노후시설에 대한 정비의 지체, 지역산업의 쇠퇴와 역외이전, 지역공동체의 약화와 유 무형 지역자산의 방치 등으로 자생적 재생역량 및 도시 성장 동력이 쇠퇴하는 문제를 겪고 있다[10].

한편 전통시장 주변의 주거지역도 건축노후화로 인해 주거환경의 악화가 심화되고 있으며, 주민의 고령화, 저소득층 밀집현상으로 사회갈등과 계층 간 부조화가 확산되기 쉽다[9]. 이러한 부정적인 요소를 제거하고 차별화

된 기능으로 변화시키는 것이 도시재생의 역할이다. 지금까지 우리는 낙후된 지역을 완전철거 후 재개발이나 재건축으로 변화시키려고 하였으나 서서히 도시재생가치를 인정하고 역사를 크게 훼손시키지 않고 보존하면서 현재 상태를 개선시키려는 변화를 시도하고 있다. 이런 시점에서 등장한 것이 문화적 도시재생의 개념이다[11]. 문화적 도시재생의 관점에서는 도시를 단지 문화시설이 잘 갖추어져 있고 문화예술에 대한 정책지원이 풍부한 도시로 만드는 것만을 의미하는 것이 아니라, 삶이 곧 문화가 되는 도시를 만들으로써 일상 속에서 시민들이 살기 좋은 도시를 형성하도록 하는 것이 중요하다.

특히 최근 국내의 지방 중소도시들은 인구감소 및 원도심 상권 쇠퇴로 인한 전반적인 도시쇠퇴의 현상에 직면하고 있으며, 이에 대한 대안으로 도시재생이 확대되고 있다. 한 예로 2016년 11월 창원시는 인근 산업체의 침체로 인하여 원도심 쇠퇴를 극복하기 위해서 문화·예술 중심의 도시재생 추진 전략을 수립하였다[12]. 이는 창원시 유동인구가 늘어나 시작기능이 활성화 된 것으로 해석할 수 있다. 이처럼 한 지역의 핵심 상권의 활성화는 그 도시전체에 활력을 불어넣을 수 있는 훌륭한 도시재생의 재료로 기능한다. 현재 많은 도시들은 전통시장을 도시재생을 위한 촉매제로서의 발판으로 삼아 도시의 발전과 부흥 전략을 위해 구동하고 있으며, 이를 통해 도시 부흥을 실현시킴과 동시에 전통시장의 지속적인 발전을 가능케 하고 있다.

2.2 전통시장의 개념 및 특징

전통시장은 2009년 이전까지 '재래시장'으로 사용되다가 2009년 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의해 젊은 소비층에게 다가가지 못하는 이미지를 탈피하기 위해 사용하게 되었다. 이후 2013년 6월 법률상의 정의로 '자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의해 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호 신뢰에 기초하여 주로 전통적인 방식으로 이루어지는 장소'로 규정되었다[13]. 이 외에도 다양한 기준에 따라 다음 Table 1과 같이 구분될 수 있다[14-15].

전통시장은 지역경제 발전과 상업화 그리고 국가 차원의 사회통합에 이바지하는 바가 크다. 특히, 전통시장은 도심의 중추 역할을 담당함에 따라 혁신, 생산능력, 정보, 정치, 사회, 종교 등의 중심점이 되면서 지역을 중심으로 거점 역할을 성실하게 수행할 수 있게 된다. 마찬가지로 전통시장은 지역 기업과 연계되어 지역적 특성을 기반으로 지역자치단체의 지역 공동체의 이익 추구와 거버넌스

설립이 가능해짐에 따라 자생적 운영을 할 수 있다. 이러한 전통시장의 특성으로 인해 전통시장이 가지고 있는 특성과 전략을 통해 지역문화 생성이 가능하게 되며, 대도시 내 교환성, 생산성, 혁신성, 판매성 등이 창출되어 지역 자치단체의 경제 발전을 할 수 있게 된다.

Table 1. Standards and Types of Traditional Markets

| Category | Standards | Type |
|-----------------------|---|--|
| Opening period | Market Act (1961), Amended Market Act(1981), Wholesale and Retail Promotion Act (1980) | Permanent market, Periodic market |
| | Special Act on the Promotion of Traditional Marketplaces and Shopping Districts (2004) | Registered market, Recognized market, Other markets |
| Handling products | No legal ground | General market, Specialized market |
| Other classifications | By market owner | Corporate market, Private market, Public market, Common market |
| | By business district size | Large market with full authority in business district, Central market in wide area business district, Small and medium-sized market, Neighborhood living type market |
| | By market type | Shopping building type market, Street stall type market, Jangok-type market, Shopping and housing complex market |
| | By purchasing type of users | Neighborhood market, Local market, Wide-area market, Ultra-wide market |

Sources: Yang(2010)[15]

2.3 도시재생 활성화 요인

Jane Jacobs(1961)는 도시재생과 관련된 도시공원의 다양성 요소를 설명하고 있다[16]. 첫째, 물리적 다양성으로 도시 주변지역의 용도와 기능이 다양화되어야 특정 시간대에 집중되는 문제를 피할 수 있다. 둘째, 목적의 다양성으로서 사람들이 공원을 단순히 혹은 총동적으로 찾아오는 것이 아니라 특별한 수요로 찾아오는 경우가 많다. 셋째, 이용계층의 다양성으로서 이용자들의 연령이나 계층 등 특정계층 이용자들의 이용시간과 행태에 대한 편중된 양상이 나타날 수 있다. 넷째, 이용시간의 다양성으로 이용자의 생활패턴에 따라 이용의 상황이 다양하며, 이용시간에 따른 이벤트와 프로그램의 조화로 인해서 이용자의 목적과 계층의 다양성까지 만족시킬 수 있다고

했다. 따라서 본 연구에서도 Jacobs(1961)가 언급한 도시재생에 관한 개념을 물리적 다양성과 목적의 다양성 그리고 이용계층의 다양성이 나타날 수 있는 전통시장에 적용하여 전통시장을 기반으로 하는 도시재생 활성화 요인을 살펴보고자 한다[16].

임진이와 이정민(2014)에 의하면 도시재생을 위해 공원으로 사람들을 끌어들이기 위해서는 접근성을 강화하고 시각적 인지성을 향상시킬 필요가 있고, 친편일률적인 녹지공간이 아닌 특색 있는 요소를 도입하여 시민들의 요구를 충족시켜야 한다고 주장하였다[17]. 또한 자원봉사나 다양한 프로그램을 도입하여 시민참여 분위기를 조성하고 그런 사람들의 커뮤니케이션이 활발히 이루어지도록 함으로써 도시는 더욱 활성화될 수 있다[9]. 더불어 재생하고자 하는 곳의 이용실태를 지속적으로 파악하여 정비 및 유지에도 끊임없이 관심을 기울이며 나아가 해당지역의 안정성을 증대시키는 것 또한 도시재생을 통해 해당 지역을 활성화시킬 수 있는 요인이 될 수 있다[18].

앞서 살펴본 도시재생을 통해 특정지역을 활성화시키기 위해 측정할 수 있는 측면들을 전통시장에 적용하여 전통시장의 활성화 요인을 도출할 수 있다. 따라서 앞서 언급하였던 Jacobs(1961)의 도시재생과 관련된 활성화 요인을 바탕으로[16], 전통시장 활성화를 위한 평가요인은 박정호 외(2016)는 물리적 측면(편의시설, 운영시설, 교류지원 시설 등)과 비물리적 측면(홍보, 마케팅, 교류활동 등)으로 나누어 연구가 되었으며[19], 도시재생을 위한 전통시장의 활성화 요인과 관련하여 이재호와 진상운(2014)은 심리적 측면, 물리적 측면, 다양성 측면, 기능적 측면, 안정성 측면으로 구분 하였다[20]. 또한 양희수(2019)는 하드웨어(복합시설, 지역보존, 인프라, 공공임대)와 소프트웨어(커뮤니티, 교육 및 컨설팅)로 분류하였

다[21]. 본 연구에서는 도시재생을 통한 전통시장 활성화 요인이 기대감과 만족감에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 이재호와 진상운(2014)이 제시한 도시재생 활성화를 위한 전통시장 활성화 요인을 근거로 접근하고자 한다[20].

또한 기대감에 대해 연구한 정대승(2007)[31]의 연구에서는 특정행동에 의해 나타나게 되는 긍정적 혹은 부정적 결과물로 보고, 이러한 결과물이 나타나기 위해 반드시 필요한 가능적 행동이라고 언급하고 있으며, 권수현(2014)[32]은 경제적, 사회적, 문화적으로 향상시키고 지역사회를 국가발전에 기여하게 하는 과정을 의미한다고 정의하고 있다. 이러한 기대감은 곧 지역의 경제적 발전, 사회문화적 발전, 환경적 발전으로 이어질 수 있다. 또한 기대감이 긍정적으로 이루어지게 되면 일련의 지역사회 개선과 삶의 지역주민의 미래지향적인 태도에도 영향을 미치게 되어 긍정적 행동이 이루어지게 된다고 보고하였다.

2.4 전통시장 활성화와 행동의도에 관한 선행연구

활성화의 사전적 의미는 기능을 활발히 하는 것으로 정의될 수 있으며, 도시 및 건축분야에서는 쇠퇴한 지역의 기능적인 부분을 활성화시킨다는 의미로 새로운 활력 혹은 지역 경제의 활성화 등을 의미한다. 이와 관련하여 정은옥(2002)의 연구에서는 지속적인 인구의 유입을 통하여 물리적 환경이 잘 정비되는 것을 활성화로 규정짓고 있으며[22], 김홍순(2010)의 연구에서는 인구가 물리적 환경을 통해 창출하는 경제적 이익으로 보고 있다[23]. 이에 대한 활성화는 지역의 지가를 경제적 측면으로 보고 건물과 보행로, 제공되는 서비스의 모습을 물리적 측면, 보행량을 인간 활동 측면, 건물의 기능과 용도의 다양성 측면, 건물과 환경이 조합되어 있는 공간에 대해 보행자가 기대하는 인지 감정을 이미지 측면으로 적용하여 해석할 수 있다.

또한 행동의도에 대해서는 기대정도에 대한 태도를 예 측할 수 있는 선행변수로 볼 수 있는데, 도시재생에 대한 행동의도에 대해서는 Ajzen과 Fishbein(1980)의 합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action)[24]과 Ajzen(1991)의 계획된 행위이론(Theory of Planned Action)[25]으로 설명할 수 있다. 즉, 태도가 행동 유발과 밀접하게 관련이 있기 때문에 태도를 알면 기대정도에 따른 행동을 예측할 수 있다고 연구자들은 주장하고 있는데, 이러한 기대정도와 원하는 행동을 유도하기 위한 수단으로서 태도를 설명할 수 있다. 합리적 행위이론과 계획된 행위이론은 기대정도를 유발시키는 심리적 상태와 태도가 행동에 영향을 미친다는 인과관계 사이에 행동의도가 증재하

Table 2. Factors that Activate Urban Regeneration

| Category | Factors |
|--------------------|--|
| Psychological Type | ·Internal Characteristics of Rest and Amusement Facilities |
| Physical Type | ·Interior and exterior interior ·Traffic around |
| Diversity Type | ·Variety of Hours ·Diversity of purpose of visit ·Diversity of Use Class ·Diversity of Activities |
| Functional Type | ·Information about facility ·Employee's overall behavior ·Information facility placement |
| Stability Type | ·Day and night lighting ·Internal and external vehicle control ·Control the number of visitors |

Sources: Reorganization based on Lee and Jin(2014)'s Study[20]

는 역할을 할 것이라고 가정하고 있으며, 이 행동 의도는 개인의 기대정도에 대한 마음과 기대정도를 바탕으로 하여 특정 행동을 수행할 가능성 혹은 행동을 수행하려는 의도를 의미한다. 즉, 어떠한 대상에 대한 태도는 행동의 도와와 관계에 의해서 기대정도에 따른 여러 형태의 행동현상 예측이 가능하다는 것이다[24].

이러한 행동의도는 도시재생을 통한 전통시장의 활성화에 대한 기대정도와 이에 따른 인식의 정도를 예측할 수 있는 중요한 변수로 볼 수 있으며, 행동의도의 긍정적인 기대감과 태도는 어떤 행동을 수행하려는 의도가 긍정적으로 증가할 수 있음을 의미하는 것으로 볼 수 있다. 특히 이종열과 김수훈(2010)[33]에서는 활성화에 대해 시설과 이용이 원만하게 이루어져야 나타나는 행동적 의도로 보고 있으며, 이용하고자 하는 긍정적 심리상태라고 언급하였다. 행동의도는 Ajzen과 Fishbein(1980)의 이성적 행위이론(Theory of reasoned action)을 통해 실제적 행동과 유의한 상관관계가 있다는 것이 확인됨에 따라 의사를 결정하는 과정에서의 긍정적인 이용행위를 결정을 하는 요인으로 인식된다고 볼 수 있으며[24], 이미 여러 연구에서 사용되고 있다[26-29].

따라서 본 연구에서는 도시재생을 통한 전통시장의 활성화 요인을 5가지로 구분하여 이러한 요인이 실제적 행동에 긍정적인 영향을 미치는지에 대해 '기대감'으로 정의하고 이에 대한 인과 관계를 검증하고자 한다.

3. 조사설계 및 연구방법

3.1 연구모형 및 연구가설

본 연구에서는 물리적 정비와 비물리적 활동이 전통시장의 활성화에 영향을 미치는 정도를 연구한 박청호 외(2016)의 연구를 근거로 하여 도시재생을 통한 전통시장의 활성화에 대해 활성화 요인을 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성 유형으로 분류한 후 활성화 인식과의 관계에서 기대감에 대한 매개효과를 살펴보고자 한다 [19]. 본 연구의 연구모형은 Fig. 1과 같으며, 연구 가설은 다음과 같다.

- H1. 도시재생을 통한 전통시장의 활성화 요인은 기대감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 도시재생을 통한 전통시장의 활성화 기대감은 활성화 인식에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- H3. 도시재생을 통한 전통시장의 활성화 요인과 활성화 인식의 관계에서 기대감은 매개역할을 할 것이다.

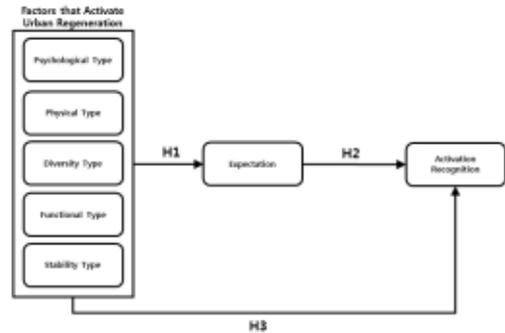


Fig. 1. Research Model

3.2 자료수집 및 분석방법

본 연구 분석의 대상은 서울 도심부에 위치하며, 전통시장 보호와 지역 커뮤니티의 지속성을 이어가고 최근 다양한 활성화로 인해 국내 이용자는 물론 많은 외국 관광객이 선호하고, 도심 상권에 활력을 주고 있는 전통시장을 분석대상으로 한다. 이러한 전통시장의 분석을 통하여 고령화된 시장을 혁신할 개혁적 활성화 전략이 필요하다고 보기 때문이다.

본 연구는 도시 공간 내 위치한 전통시장을 중심으로 도시재생을 위한 전통시장의 효율적인 활성화방안을 모색해 보고자 한다. 조사대상지는 선정은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제2조(개정 2015. 11. 20)에 따라 판매, 구매자간에 거래가 행해지는 구체적인 공간 혹은 시설에 의해 구별된 시장 형태적 유형에 대해 노후화가 진행 된 80년대 전통시장 유형을 중심으로 대상지를 선정을 실시하였으며, 연구의 목적에 따라 다음의 기준을 적용하여 선정하였다. 첫째, 위치적 조건으로는 도심부의 주거환경 반경 1km 내에 위치한 시장, 둘째, 기능적 조건으로는 도시재생 활성화 연구 대상의 경우, 시장의 취급상품별 분류기준에서 일반시장으로 한정, 마지막으로 규모의 조건으로는 연구결과에 의한 적용성과 확장성 등에 미치는 영향력을 반영하여 대형규모의 시장 그리고 전국상권크기로 선정한다. 또한 본 연구에서는 전통시장의 규모를 반영하여 서울 도심지역 상권에 위치한 전통시장 중 중심가인 종로구와 중구, 동대문구에서 가장 면적이 넓고 시장규모가 대형시장인 시장을 본 연구의 대상지로 선정하였다. 이와 같은 전통시장을 선정한 이유

는 유동인구가 많고 전통시장의 개념을 가장 잘 대변하고 있는 시장을 선정하기 위해서이다. 이와 같은 조건에 해당하는 전통시장을 선정하기 위해 2016년 기준 서울시에 위치한 330개 전통시장의 특성을 살펴보았다. 등록 및 인정시장으로 분류된 시장을 중심으로 서울 시내에 위치한 전통시장으로 한정하여 서울 시장의 평균 면적 9236.92㎡을 기준으로 55개의 시장으로 분류된다. 마지막으로 시장의 규모와 상권의 크기를 기준으로 연구대상을 선별하였다. 시장의 규모는 대형, 중대형, 중형, 소형 시장으로 구분되며, 본 연구에서는 연구의 확장성과 파급력을 고려하여 대형시장 규모로 선정하였다. 분류 기준 적용 결과, 9개의 전통시장이 도출되었고 이를 바탕으로 연구의 대상지를 선정하였다. 이중 종로구에서는 광장시장과 동대문종합시장, 중구에서는 남대문시장, 방산종합시장, 평화시장, 동대문구에서는 서울약령시장 등 6개에서 면적이 각 유형별로 면적이 가장 큰 3개의 시장인 광장시장, 남대문시장, 서울약령시장을 전통시장의 연구대상지로 선정하였다.

설문조사는 광장시장, 남대문 시장, 서울약령시장에서 2019년 6월 28일부터 7월 22일까지 약 4주에 걸쳐 설문조사가 실시되었다. 본 연구를 위한 표본은 전통시장을 이용해본 경험이 있는 이용자와 전통시장 현장에 있는 이용자를 대상으로 단순무작위추출(simple random sampling)을 통하여 표본을 추출하였다. 본 설문은 조사자가 전통시장을 이용하는 이용자들을 대상으로 랜덤하게 진행하였다. 본 연구에서는 탈락률을 고려하여 총 550명을 연구 대상자로 선정하여 연구를 실시하였다. 자료 수집은 548(99.6%)부의 설문지가 회수되었고, 자료로 사용하기 어렵다고 판단된 설문지 33부가 제외되어 최종적으로 사용한 설문지는 총 515(93.9%)부이다.

자료 분석을 위해 SPSS Statistics 23.0과 AMOS 22.0 통계프로그램을 활용하였다. 가설검증을 위한 분석 방법으로 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석(요인적재 값이 0.5 이상일 때 양호), 신뢰도분석(신뢰도 분석 결과 0.6 이상일 때 양호), 상관관계 분석 등을 실시하여 측정 항목의 개념타당성, 수렴타당성 및 판별타당성을 확인하였다. 또한 각 변수의 영향관계를 알아보기 위하여 구조 방정식 모형을 사용하였고, 매개효과를 검증하기 위해 Sobel-test를 실시하였다.

3.3 측정도구

3.3.1 도시재생 활성화 요인

도시재생 활성화 요인은 PZB(1988)의 서비스 품질 유형[30]을 기반으로 이재호와 진상운(2014)이 개발한 평가지표 측정도구를 사용하여[20], 전통시장의 도시재생 활성화 요인으로 이용자의 심리적 4문항, 물리적 4문항, 다양성 4문항, 기능적 4문항, 안정성 유형 4문항으로 총 20문항이며, 척도의 측정은 '전혀 중요하지 않다(1)점'에서 '매우 중요하다(5점)'으로 측정하는 5점 리커트 척도로 측정하였다. 본 연구에서 신뢰 척도의 신뢰도 계수는 심리적 .770, 물리적 .774, 다양성 .865, 기능적 .900, 안정성 .856, 전체 신뢰도 .926으로 나타났다.

3.3.2 기대감

기대감 요인은 정대승(2007)의 연구에서 사용된 측정도구[31]를 권수현(2014)이 수정 및 보완한 설문문항을 사용하였다[32]. 설문항목으로는 경제적 발전 1문항, 사회·문화적 발전 1문항, 환경적 발전 1문항으로 총 3문항이며, 척도의 측정은 '전혀 그렇지 않다(1)점'에서 '매우 그렇다(5점)'으로 측정하는 5점 리커트 척도로 측정하였다. 본 연구에서 기대감 척도의 신뢰도 계수는 .798로 나타났다.

3.3.3 활성화

전통시장의 도시재생 활성화 요인은 권수현(2014)[32]과 이종열과 김수훈(2010)의 연구에서 사용된 측정도구[33]를 수정 및 보완하여 사용하였다. 설문항목으로는 이용의사, 참여의사, 신뢰정도 등으로 총 3문항이며, 척도의 측정은 '전혀 그렇지 않다(1)점'에서 '매우 그렇다(5점)'으로 측정하는 5점 리커트 척도로 측정하였다. 본 연구에서 활성화 척도의 신뢰도 계수는 .788로 나타났다.

3.4 조사대상의 일반적 특성

조사대상자인 전통시장 이용자의 성별 분석 결과 남성 51.1%(263명), 여성 48.9%(252명)로 확인되었으며, 연령으로는 20대 8.2%(42명), 30대 14.4%(74명), 40대 19.8%(102명), 50대 33.2%(171명), 60대 이상 24.5%(126명)로 나타났다. 전통시장 방문 횟수로는 월 1회 이하가 1.9%(10명), 월 1-2회 27.0%(139명), 월 3-4회 26.4%(140명), 매주 1회 27.2%(140명), 매주 2회 이상 17.5%(90명)로 나타났다. 전통시장방문시간대에 대한 응답으로는 오전(9시-12시) 20.0%(103명), 점심(12시-13시) 14.4%(74명), 오후(13시-18시) 27.6%(142명), 야간(20시 이후) 25.8%(133명), 시간에 관계없이 12.2%(63명)로 나타났다.

Table 3. Difference test according to general characteristics

| Item | | Psycho-logical | Physic-al | Diversi-ty | Func-tional | Stabilit-y | Expect-ation | Activat-ion |
|-------------------------|---------------------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Sex | Man (n=263) | 3.57 (0.582) | 3.58 (0.555) | 3.42 (0.666) | 3.43 (0.704) | 3.62 (0.647) | 3.53 (0.639) | 3.56 (0.662) |
| | Woman (n=252) | 3.66 (0.544) | 3.66 (0.560) | 3.38 (0.620) | 3.39 (0.603) | 3.73 (0.581) | 3.55 (0.610) | 3.69 (0.557) |
| t/F | | -1.762 (.079) | -1.621 (.106) | 0.554 (.580) | 0.806 (.421) | -2.107* (.036) | -0.348 (.728) | -2.481* (.013) |
| Year | 20's (n=42) | 3.58 (0.548) | 3.70 (0.603) | 3.41 (0.811) | 3.51 (0.686) | 3.66 (0.736) | 3.59 (0.789) | 3.59 (0.712) |
| | 30's (n=74) | 3.44 (0.580) | 3.50 (0.517) | 3.33 (0.594) | 3.37 (0.653) | 3.54 (0.541) | 3.42 (0.557) | 3.42 (0.587) |
| | 40's (n=102) | 3.61 (0.575) | 3.63 (0.558) | 3.46 (0.657) | 3.43 (0.661) | 3.71 (0.574) | 3.55 (0.585) | 3.55 (0.578) |
| | 50's (n=171) | 3.67 (0.565) | 3.63 (0.525) | 3.41 (0.634) | 3.42 (0.672) | 3.73 (0.643) | 3.57 (0.638) | 3.57 (0.665) |
| | 60's old or older (n=126) | 3.66 (0.540) | 3.62 (0.609) | 3.37 (0.615) | 3.38 (0.680) | 3.67 (0.614) | 3.55 (0.614) | 3.55 (0.556) |
| | t/F | 2.323 (.056) | 1.153 (.331) | 0.535 (.710) | 0.390 (.816) | 1.246 (.290) | 0.839 (.501) | 1.002 (.406) |
| Freq- uen- cy of visits | Once a month (n=10) | 3.40 (0.459) | 3.75 (0.601) | 3.15 (0.679) | 3.10 (0.503) | 3.48 (0.650) | 3.30 (0.367) | 3.47 (0.592) |
| | 1-2 times per month (n=139) | 3.65 (0.505) | 3.61 (0.545) | 3.51 (0.575) | 3.50 (0.682) | 3.71 (0.614) | 3.56 (0.660) | 3.65 (0.600) |
| | 3-4 times per month (n=140) | 3.66 (0.579) | 3.63 (0.532) | 3.42 (0.584) | 3.44 (0.617) | 3.74 (0.554) | 3.57 (0.571) | 3.68 (0.582) |
| | Once a week (n=140) | 3.61 (0.603) | 3.58 (0.579) | 3.33 (0.718) | 3.34 (0.661) | 3.67 (0.704) | 3.48 (0.695) | 3.58 (0.663) |
| | 2 or more times per week (n=90) | 3.54 (0.578) | 3.64 (0.589) | 3.35 (0.689) | 3.36 (0.736) | 3.56 (0.558) | 3.58 (0.546) | 3.59 (0.622) |
| | t/F | 1.114 (.349) | 0.332 (.857) | 1.991 (.095) | 1.762 (.135) | 1.466 (.211) | 0.922 (.451) | 0.717 (.581) |
| Visit time | 9:00-12:00 (n=103) | 3.53 (0.568) | 3.61 (0.582) | 3.35 (0.653) | 3.33 (0.752) | 3.58 (0.566) | 3.56 (0.563) | 3.55 (0.620) |
| | 12:00-13:00 (n=74) | 3.62 (0.481) | 3.65 (0.505) | 3.52 (0.603) | 3.50 (0.627) | 3.64 (0.524) | 3.59 (0.609) | 3.64 (0.584) |
| | 13:00-18:00 (n=142) | 3.69 (0.575) | 3.65 (0.564) | 3.49 (0.626) | 3.53 (0.644) | 3.78 (0.602) | 3.57 (0.668) | 3.68 (0.642) |
| | After 20:00 (n=133) | 3.61 (0.623) | 3.57 (0.550) | 3.32 (0.661) | 3.32 (0.630) | 3.69 (0.684) | 3.50 (0.636) | 3.59 (0.594) |
| | Regardless of time (n=63) | 3.62 (0.487) | 3.60 (0.593) | 3.31 (0.649) | 3.37 (0.673) | 3.62 (0.672) | 3.48 (0.622) | 3.64 (0.637) |
| | t/F | 1.203 (.308) | 0.468 (.759) | 2.323 (.056) | 2.622 (.034) | 1.747 (.138) | 0.458 (.766) | 0.758 (.553) |

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

성별, 연령, 전통시장 방문횟수, 방문시간에 따른 전통시장의 도시재생 활성화와 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성 유형, 기대감, 활성화 인식에 대한 차이 분석 결과 Table 3, 성별에 따라 안정성 유형에 대한 차이가 남성보다 여성이 높게 나타났음을 확인하였으며 ($t = -2.107, p < .05$), 방문 시간에 따라 기능적인 요소에 대한 인식 차이가 있었으며, 오후 13시-18시($M = 3.53$)가 가장 높게 나타난 것을 알 수 있었다($F = 2.622, p < .05$).

4. 연구결과

4.1 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구의 측정도구인 전통시장의 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성 유형, 기대감, 활성화 인식 요인의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 신뢰도 분석 결과, 각 요인의 개념신뢰도인 CR(composite reliability: CR)과 평균분산추출지수인 AVE(average variance extracted: AVE)신뢰도 값이 각각 기준치인 0.7이상, 0.5이상으로 나타나 모든 측정도구에 대한 내적일관성을 확인하였다. Table 3과 같이 측정도구의 확인적 요인분석을 실시한 결과 연구모형의 변수에 대한 적합도가 모두 권장수준에 부합하였고, Table 5와 같이 요인부하량(λ)의 값이 요인 분석 결과 0.635~0.960으로 나타남으로써 각 요인에 대한 수렴타당성을 검증하였다.

Table 4. Model fit of Confirmatory Factor Analysis

| $\chi^2(p)$ | df | RMR | GFI | AGFI | IFI | CFI | RMSEA |
|----------------------------|-----|------|------|------|------|------|-------|
| 917.749 ($p = 0.000$) | 278 | .033 | .884 | .853 | .919 | .918 | .067 |

4.2 상관관계 분석

본 연구는 전통시장의 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성 유형, 기대감, 활성화 인식 간의 관계를 분석하기 위해 상관분석을 실시하였으며, 결과는 다음 Table 6과 같다.

심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성, 기대감, 활성화 인식의 간의 상관관계를 분석한 결과 기대감과 활성화 인식은 도시재생 활성화 요인 중 안정성과 정적 상관이 가장 높은 것으로 나타났으며, 설명력은 각각 62.0%, 67.8%로 확인되었다. 본 연구의 측정변수들의 상관관계

분석을 통해 다중공선성에 문제가 없고, 각 변수들의 판별타당성을 확보하였다.

Table 5. Confirmatory Factor Analysis Study Model Results

| Path | | S.T β | S.E. | t-value | Concept reliability | AVE | Cronbach's α |
|---------------|---------|-------------|-------|---------|---------------------|-------|---------------------|
| Psychological | → PC 1 | 0.649 | Fix | - | 0.863 | 0.612 | 0.770 |
| | → PC 2 | 0.649 | 0.091 | 12.016 | | | |
| | → PC 3 | 0.683 | 0.090 | 12.486 | | | |
| | → PC 4 | 0.724 | 0.093 | 13.018 | | | |
| Physical | → PS 1 | 0.635 | Fix | - | 0.87 | 0.627 | 0.774 |
| | → PS 2 | 0.737 | 0.099 | 13.049 | | | |
| | → PS 3 | 0.672 | 0.089 | 12.225 | | | |
| | → PS 4 | 0.680 | 0.089 | 12.329 | | | |
| Diversity | → DV 1 | 0.648 | Fix | - | 0.923 | 0.754 | 0.865 |
| | → DV 2 | 0.833 | 0.083 | 15.950 | | | |
| | → DV 3 | 0.754 | 0.078 | 14.754 | | | |
| | → DV 4 | 0.931 | 0.087 | 16.994 | | | |
| Functional | → FT 1 | 0.669 | Fix | - | 0.943 | 0.807 | 0.900 |
| | → FT 2 | 0.888 | 0.073 | 17.942 | | | |
| | → FT 3 | 0.820 | 0.075 | 16.783 | | | |
| | → FT 4 | 0.960 | 0.077 | 18.870 | | | |
| Stability | → SB 1 | 0.821 | Fix | - | 0.923 | 0.751 | 0.856 |
| | → SB 2 | 0.673 | 0.053 | 16.444 | | | |
| | → SB 3 | 0.913 | 0.047 | 24.313 | | | |
| | → SB 4 | 0.735 | 0.052 | 18.434 | | | |
| Expectation | → EXP 1 | 0.738 | Fix | - | 0.879 | 0.707 | 0.798 |
| | → EXP 2 | 0.758 | 0.064 | 16.218 | | | |
| | → EXP 3 | 0.765 | 0.065 | 16.374 | | | |
| Activation | → ACV 1 | 0.767 | Fix | - | 0.873 | 0.696 | 0.788 |
| | → ACV 2 | 0.746 | 0.057 | 16.826 | | | |
| | → ACV 3 | 0.716 | 0.056 | 16.104 | | | |

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

Table 6. Correlation

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| 1 | 1 | | | | | | |
| 2 | .490** | 1 | | | | | |
| 3 | .434** | .554** | 1 | | | | |
| 4 | .425** | .489** | .549** | 1 | | | |
| 5 | .611** | .572** | .544** | .531** | 1 | | |
| 6 | .537** | .588** | .580** | .573** | .620** | 1 | |
| 7 | .608** | .606** | .550** | .486** | .678** | .685** | 1 |

1-5: Activation factor, 1=psychological factor, 2=material factor, 3=Diversity, 4=functional factor, 5=Stability, 6=expectation, 7=activation recognition
** $p<.01$

4.3 가설검증

본 연구의 연구모형 검증을 위한 적합도를 살펴본 결과는 Table 7과 같으며, χ^2 , GFI, AGFI, CFI, NFI, IFI, TLI, RMR, RMSEA 등의 적합도가 권장수준에 부합하였다.

Table 7. Research Model fit

| $\chi^2(p)$ | df | GFI | AGFI | CFI | NFI | IFI | TLI | RMR | RMSEA |
|--------------------------|-----|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 917.749 ($p=0.000$) | 278 | .884 | .853 | .918 | .887 | .919 | .904 | .033 | .067 |

본 연구의 가설검증을 위한 구조모형 경로계수를 살펴본 결과 Table 8, 기대감에 직접적으로 영향을 미치는 전통시장의 도시재생 활성화 요인으로는 물리적($\beta=.305$, $p<.001$), 심리적($\beta=.212$, $p<.01$), 기능적($\beta=.191$, $p<.01$), 안정성($\beta=.164$, $p<.05$), 다양성($\beta=.161$, $p<.05$)로 나타났다, 활성화 인식에 직접적으로 영향을 미치는 도시재생 활성화 요인으로는 심리적($\beta=.231$, $p<.001$), 안정성($\beta=.196$, $p<.01$), 물리적($\beta=.171$, $p<.05$), 기능적($\beta=.098$, $p<.05$)로 나타났다. 또한 기대감은 활성화 인식에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.493$, $p<.001$).

Table 8. Validation results of the hypothesis

| Hypothesis | | S.T β | S.E. | C.R. | P | Sig. |
|---------------|---|-------------|------|----------|------|--------|
| Psychological | → | .212 | .082 | 3.078** | .002 | Sig. |
| Physical | → | .305 | .087 | 4.246*** | .000 | Sig. |
| Diversity | → | .161 | .058 | 3.071** | .002 | Sig. |
| Functional | → | .191 | .050 | 4.053*** | .000 | Sig. |
| Stability | → | .164 | .059 | 2.587** | .010 | Sig. |
| Psychological | → | .231 | .086 | 3.441*** | .000 | Sig. |
| Physical | → | .171 | .092 | 2.416** | .016 | Sig. |
| Diversity | → | .022 | .058 | 0.442 | .658 | No Sig |
| Functional | → | .098 | .051 | 2.177* | .029 | Sig. |
| Stability | → | .196 | .059 | 3.289** | .001 | Sig. |
| Expectation | → | .493 | .095 | 5.576*** | .000 | Sig. |

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

다음 Table 9는 전통시장의 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성과 활성화 인식의 관계에서 기대감의 간접효과 검정을 위한 분석결과이다. 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성과 활성화 인식의 관계에서 기대감에 대한 간접효과는 $p<.05$ 의 수준에서 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

Table 9. Indirect effect analysis of Expectation

| Independent Variable | dependent Variable | Direct effect | | Indirect effect | | Total effect | |
|----------------------|------------------------|---------------|------|-----------------|------|--------------|------|
| | | β | P | β | P | β | P |
| Psychological | Activation Recognition | .231 | .000 | .094 | .006 | .325 | .000 |
| Physical | | .171 | .016 | .150 | .004 | .321 | .000 |
| Diversity | | .022 | .658 | .080 | .010 | .102 | .005 |
| Functional | | .098 | .029 | .105 | .005 | .203 | .000 |
| Stability | | .196 | .001 | .079 | .009 | .275 | .000 |

본 연구에서는 전통시장의 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성과 활성화 인식의 관계에서 기대감의 매개효과를 알아보기 위하여 Baron과 Kenny(1986)가 제시한 Sobel-test를 실시하였으며 [35], 분석결과는 다음 Table 10과 같다. 기대감에 대한 매개효과는 전통시장 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성과 활성화 인식의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 나타난 것을 알 수 있다.

Table 10. Sobel-test result of Expectation

| Independent Variable | dependant Variable | Sobel-test | |
|----------------------|------------------------|------------|-------|
| | | Z-value | P |
| Psychological | Activation Recognition | 2.696 | 0.007 |
| Physical | | 3.686 | 0.000 |
| Diversity | | 2.685 | 0.007 |
| Functional | | 3.266 | 0.001 |
| Stability | | 2.337 | 0.019 |

5. 결론

본 연구에서는 전통시장을 대상으로 하여 도시재생이 도입됨에 따라 전통시장의 시설개선과 같은 물리적 정비 요소 중 어떤 요소들이 성공적인 도시재생을 위한 기대감과 활성화 인식에 더 큰 영향을 미치는지에 대해 실증 분석을 실시하였다. 즉 도시공간 내 위치한 전통시장을 중심으로 도시재생을 위한 효율적인 활성화방안을 모색해 보고자 한다.

본 연구는 서울 도심부에 위치하며, 최근 여러 형태의 활성화 요인으로 일반 소비자는 물론 국내뿐만 아니라 외국의 많은 관광객이 방문하여 도심부 상권에 활력을 불어넣고 있는 전통시장을 대상으로 하였다. 설문조사는 2019년 6월 28일부터 7월 22일까지 약 4주에 걸쳐 실시되었고, 총 515부의 설문지가 분석에 활용되었다. 자료 분석은 SPSS 23.0과 AMOS 22.0을 사용하였다. 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성, 기대감, 활성화 인식의 간의 상관관계를 분석한 결과, 도시재생에 대한 기대감은 활성화 요인 중 안정성, 물리적, 다양성, 기능적, 심리적 요인 순으로 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 활성화 인식은 안정성, 다양성, 심리적, 물질적, 기능적 요인 순으로 정적 상관이 있는 것으로 나타났다.

둘째, 기대감에 직접적으로 영향을 미치는 도시재생

활성화 요인으로는 물리적, 심리적, 기능적, 안정성, 다양성 순으로 나타났으며, 활성화 인식에 직접적으로 영향을 미치는 요인으로는 심리적, 안정성, 물리적, 기능적 요인으로 나타났다. 또한 기대감은 활성화 인식에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이재호와 진상윤(2014)의 결과에서처럼 도시재생의 활성화 요인으로 전통시장의 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성 요인이 영향을 미친다[20]고 한 결과와 일맥상통한다. 또한 전통시장의 사회·문화적·환경적 발전과 각 지역과의 커뮤니케이션을 위해서는 전통시장 내부의 물리적 환경 요인이 가장 중요하다고 한 연구[22, 34]를 지지하는 결과이다.

셋째, 도시재생 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성과 활성화 인식의 관계에서 기대감의 간접효과 검정을 위한 분석결과, 활성화 요인인 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성과 활성화 인식의 관계에서 기대감의 간접효과는 유의한 것으로 나타났다. 또한 Sobel-test 결과 기대감은 활성화 요인과 활성화 인식의 관계에서 매개효과가 있음을 입증하였다. 이러한 결과는 도시재생을 통한 전통시장이 활성화되기 위한 요건으로 심리적, 물리적, 다양성, 기능적, 안정성 요인이 중요하지만, 전통시장에 대한 사회·문화적·환경적 발전을 위한 기대감이 향상될수록 활성화 인식이 더욱 증폭된다는 것을 의미한다[27]. 따라서 도시재생을 통하여 한 지역의 전통시장 활성화는 위해서는 지역주민들의 도시재생을 통한 전통시장에 대한 기대감과 전통시장을 이용하는 주민들의 만족도와 직접적으로 연결될 수 있음을 의미한다[32].

본 연구는 현대 사회에서 나타는 전통시장의 긍정적 효과를 높이고 성공적인 도시재생을 위하여 전통시장의 개념을 포괄적으로 평가할 수 있는 기준을 제안하고 더불어 도시재생을 위한 전통시장의 활성화 요인을 재조명했다는 데에 의의가 있다. 또한 실질적으로 전통시장을 이용하는 시민들을 대상으로 하여 추후 도시재생이 이루어지기 위한 계획과 실천 부분에 있어서 전통시장의 활성화를 위한 종합적 진단 방안을 제시하였다고 할 수 있다. 즉, 도시재생을 통한 전통시장의 기대감과 활성화 증대를 위해 활성화 요인의 우선순위를 결정하는데 활용할 수 있음을 시사한다.

본 연구는 도시재생을 통한 전통시장에 대한 기존 연구가 매우 미흡하다 보니 다음과 같은 한계를 가지고 있다. 본 연구에서는 연구대상을 선정하는 데에 있어서 '전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법'의 기준에 의거하여 전통시장 대상지를 선별하였다. 그러나 이러한 전통시

장은 서울시내에 국한된 대상지로써 전국의 전통시장을 도시재생 활성화를 위한 일반화된 결론을 이끌어내는 데에 한계가 있다. 따라서 후속연구에서는 연구대상지 선정을 좀 더 포괄적으로 접근하여 서울과 지방의 전통시장 사례를 비교·분석하여 전통시장 활성화에 대한 심층적인 연구가 필요하다고 본다.

References

- [1] Y. H. Nam, T. C. Ryu, K. K. Hong, "Seeking ways to revitalize traditional markets and shopping malls", *Urban Information Service*, Vol.345, pp.3-18, 2010.
- [2] J. H. Lee, Y. Kim, K. H. Kim, "Analysis of the Influential of Traditional Markets Vitalization of Facilities Modernization Project on Traditional Markets: Focused on the Jinju Jungang Yudeung markets", *Journal of The Korean Regional Development Association*, Vol.25, No.1, pp.233-249, 2013.
- [3] X. Y. Wang, B. Park, "Research on the Regeneration of the Traditional Market for the Urban Revitalization", *Journal of Integrated Design Research*, Vol.17, No.3, pp.31-43, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.21195/jidr.2018.17.3.003>
- [4] M. J. Kim, S. M. Rhu, "Qualitative Analysis of Traditional Market Vitalization: Focused on traditional market in Korea", *Journal of Channel and Retailing*, Vol.21, No.4, pp.157-177, 2006.
- [5] S. A. Sung, H. Oh, H. Y. Hwang, "Analysis of the Impact of Residents Participation Activities on Continued Motivation in an Urban Regeneration Project: Focused on Sajik-dong, Cheongju-si", *Journal of Korean Geographical Society(Geography)*, Vol.50, No.4, pp.393-406, 2015.
- [6] H. S. Chang, "Revitalizing Ways of Korean Traditional Markets through A Overseas Case Study: A New Approach to Revitalize Korean Traditional Markets", *Korean Business Education Review*, Vol.33, No.3, pp.153-173, 2018.
- [7] Y. M. Lee, T. H. Kim, "An Analysis of the Market Operational and Locational Characteristics for the Economic Vitalization of the Traditional Markets in Seoul: Focusing on the Per Store Sales and Vacancy Rates", *The Seoul Institute*, Vol.19, No.2, pp.105-118, 2016.
- [8] D. H. Lee, Y. S. Lee, J. J. Park, "A study on the effects of the modernization projects of traditional retail & periodic market on the vitalization markets - focused on traditional retail & periodic market in DaeJeon and Chung Nam", *Korea Academy of Traditional Retail & Periodic Market*, Vol.4, pp.11-32, 2016.
- [9] B. H. Yun, J. Nam, "The analysis on socio-economic ripple effect of project for urban regeneration : Focusing on the Changsin-Sungin priority area for urban regeneration", *Journal of Korea Planning Association*, Vol.50, No.8, pp.19-38, 2015.
DOI: <https://doi.org/10.17208/jkpa.2015.12.50.8.19>
- [10] R. H. Kim, J. K. Lee, S. S. Lee, "A Study on the Monitoring and Evaluation of Priority Projects for Urban Regeneration", *LHI journal of land, housing, and urban affairs*, Vol.6, No.1, pp.1-9, 2015.
DOI: <https://doi.org/10.5804/lhij.2015.6.1.001>
- [11] E. S. Park, "The study on developments and direction of urban regeneration and cultural policy", *The Journal of Cultural Policy*, Vol.17, pp.11-37, 2005.
- [12] Seo, K. B, *Urban regeneration methods through activation of traditional market*, Master's Thesis, Semyung University of Korea, 2017.
- [13] S. H. Hong, W. J. Shin, "A Study on the Commercial Scope of Traditional Market in Local Large Cities", *Proceedings in The Korean Regional Development Association*, pp.331-341, 2016.
- [14] J. H. Woo, *A study on the activation of traditional market through culture*, Seoul: Korea Culture Tourism Institute, 2008.
- [15] J. A. Yang, *A study on the activation of traditional market through creation of creative culture environment*, Master's Thesis, Dankook University of Korea, 2010.
- [16] J. Jacobs, *The death and life of great American cities*, New York: Vintage, 1961.
- [17] J. E. Lim, J. M. Lee, "A study on the visual merchandising of traditional markets in urban regeneration", *Journal of Distribution Science*, Vol.12, pp.55-63, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.15722/jds.12.12.201412.55>
- [18] T. C. Ryu, Y. Kim, "A study on the regional economic of cultural tourism market development for urban regeneration", *Journal of The Residential Environment Institute of Korea*, Vol.12, No.1, pp.53-65, 2014.
- [19] C. H. Park, H. S. Jang, J. H. Koo, "Analyzing the Recognition Effect of Revitalization Through the Classification Between the Physical and Non-Physical Improvement on the Traditional Market - Focused on Motgol Traditional Market From a Consumers Point of View in Su-Won", *Journal of the Architectural Institute of Korea Planning & Design*, Vol.29, No.5, pp.131-140, 2016.
- [20] J. H. Lee, S. Y. Jin, "A study on factors to measure vitalization of urban parks", *Journal of the Architectural Institute of Korea Planning & Design*, Vol.34, No.2, pp.263-264, 2014.
- [21] S. H. Kwon, *A Study on Success Factors of Activation of Traditional Market Places from a Perspective of Urban Regeneration : Focused on Mire-Art Market in Wonju*, Master's Thesis, Sangmyung University of Korea, 2014.

[22] E. Y. Jung, *Vitalization factors and design guidelines for commercial streets: By the application of vitalization factors of existing commercial streets to the design guidelines of new commercial area*, Master's Thesis, Chung-ang University of Korea, 2002.

[23] H. S. Kim, "A study on revitalization factors of Garosu-gil and Samcheongdong-gil, Seoul", *Journal of the Architectural Institute of Korea Planning & Design*, Vol.26, No.5, pp.325-334, 2010.

[24] I. Ajzen, M. Fishbein, *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1980.

[25] I. Ajzen, The theory of planned behavior. "*Organizational behavior and human decision processes*", Vol.50, No.2, pp.179-211, 1991.
DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)

[26] J. Y. Choi, K. J. Kim, "A test of the theory of planned behavior: A study of consumer e-shopping adoption behavior", *Journal of Consumer Studies*, Vol.14, No.4, pp.89-103, 2003.

[27] K. Y. Kim, J. H. Kang, "Study on café choice behavior using extended theory of reasoned action(ETRA) and heuristics theory", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.30, No.1, pp.83-99, 2016.
DOI: <https://doi.org/10.21298/ijthr.2016.01.30.1.83>

[28] D. E. Montano, D. Kasprzyk, "Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model", *Health behavior: Theory, Research and Practice*, pp.95-124, 2015.

[29] X. Fu, Z. Juan, "Understanding public transit use behavior: integration of the theory of planned behavior and the customer satisfaction theory", *Transportation*, Vol.44, No.5, pp.1021-1042, 2017.
DOI: <https://doi.org/10.1007/s11116-016-9692-8>

[30] A. Parasuraman, A. Valarie, Zeithaml, L. Berry. Leonard, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, pp.12-40, 1988.

[31] D. S. Jung, *A study on the effect of culture and sightseeng festival on the local development*, Master's Thesis, Seoul National University of Korea, 2007.

[32] S. H. Kwon., *The influence of the support element of the government's cultural tourism festival on the expectancy of local development and the degree of local citizen contentment*, Master's Thesis, Chung-ang University of Korea, 2014

[33] J. Y. Lee, S. H. Kim, "A study on marine leisure activities", *Journal of Korean Institute of Public Affairs*, Vol.48, No.4. pp.409-428, 2010.

[34] J. H. Kim, "The influence of store environment on quality perception and consumer satisfaction", *Journal of Marketing Management Research*, Vol.7, No.2, pp.59-85, 2002.

[35] R. M. Baron, D. A. Kenny, "The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, No.6, pp.1173-1189, 1986.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>

최 재 현(Choi-Jae Hyun)

[정회원]



- 2015년 2월 : 한양대학교 도시대학원 도시경관생태조경학과(도시공학석사)
- 2017년 2월 : 한양대학교 도시대학원 도시설계·경관생태조경학과(도시공학박사수료)
- 2017년 9월 ~ 현재 : (주)장원조경 부설 환경생태연구소 연구원

<관심분야>

도시재생, 랜드스케이프 어바니즘, 조경

이 명 훈(Lee-Myeong Hun)

[정회원]



- 1998년 11월 : 일본 츠크바대학교 도시 및 지역계획학(박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 한양대학교 도시대학원 교수
- 2019년 7월 ~ 현재 : 한양대학교 도시대학원 원장

<관심분야>

도시재생, 토지이용계획 및 정책, 도시성장관리