

## IPA 분석을 통한 원도심 상권 활성화방안 연구 : 대구 서문시장을 대상으로

조병호<sup>1</sup> · 류태창<sup>2\*</sup><sup>1</sup>대전세종연구원 도시기반연구실<sup>2</sup>우송대학교 교양학과

### A Study on Measures to Active the Commercial Sphere in the Old Downtown through IPA Analysis : Targeting Daegu Seomun Market

Byung-ho Cho<sup>1</sup> · Tae-chang Ryu<sup>2\*</sup><sup>1</sup>Daejeon Sejong Research Institute<sup>2</sup>Department of Liberal Arts, Woosong University

#### [요 약]

본 연구는 서문시장 방문객을 대상으로 서문시장에 대한 전반적인 만족도 조사를 통해 방문객 요구에 맞는 서비스를 제공하여 작게는 만족도를 향상시키고 크게는 서문시장 활성화와 지역경제 활성화, 원도심 재생을 목적으로 한다. 이를 위해 서문시장을 방문할 때 무엇에 중점을 두는지를 설문조사를 통해 선택속성으로 분석하고, 서문시장의 선택속성에 대해 중요도-만족도 분석을 통해 어떠한 차이가 발생하는지를 파악하고자 하고 서문시장과 원도심의 대표상권이 나아갈 방향에 대해서 제안하고자 한다. 서문시장의 선택속성에 대한 중요도-만족도 분석 결과, 최우선으로 개선이 필요한 요인으로 '상인 친절도'가 조사되었다. 이 요인에 대한 활성화 방안이 제시되지 않으면, 다른 요인에 비해 방문객의 집객효과를 크게 떨어뜨릴 수 있다. 결론적으로 서문시장이 원도심 상권을 활성화하기 위해서는 최우선적으로 서비스 경쟁력 확보가 선행되어야 한다.

#### [Abstract]

The purpose of this study is to provide services that meet the demand of visitors through surveys of the overall satisfaction with Seomun Market of visitors to Seomun Market in order to enhance the satisfaction specifically while activating Seomun Market and local economy and revitalizing the old downtown largely. As a result of the analysis of the IPA for the selection factors of Seomun Market, 'merchant kindness' was indicated as a factor that must be improved first. If a measure to activate is not presented, this factor can more drastically reduce the effects of visitors to attract customers compared to other factors. In conclusion, for Seomun Market to activate the old downtown commercial sphere, service competitiveness should be secured first.

**색인어** : 서문시장, IPA(중요도-만족도) 분석, 상권활성화, 원도심활성화, 도시재생

**Key word** : Seomun Market, importance-performance analysis, activation of commercial sphere, activation of old downtown, urban regeneration

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2019.20.4.851>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 25 February 2019 ; Revised 13 April 2019

Accepted 26 April 2019

\*Corresponding Author; Tae-Chang Ryu

Tel: +82-2-2275-4435

E-mail: dcs@naver.com

## I. 서론

예로부터 원도심에 위치한 전통시장은 유통기능뿐만 아니라 지역의 대표하는 장소의 기능을 가지고 있다. 다시 말해, 지역과는 떼려야 뗄 수 없는 관계로 지역을 대표하는 장소성을 가지며 지역민들의 만남과 정보교류의 장소로 지역 경제활동의 중심이자 지역민들이 공동으로 이용하는 공공시설로서의 역할을 해왔다. 그러나 신도시 건설과 도시기능의 이전, 소비형태의 변화, 유통시장의 개방 등 대내·외부적 환경 변화로 지역에서의 위상이 급속하게 상실하게 되었다. 노후화된 건축물과 시설물, 낙후된 환경, 규모 축소에 의한 경쟁력 감소, 무질서한 상거래 문화 등으로 유통기능도 상실하기 시작하였다[1][2].

이처럼 원도심의 전통시장과 상권은 기능을 상실하면서 주변이 연쇄적으로 쇠퇴하는 현상을 보이면서 정부에서는 원도심과 전통상권 회생을 위한 많은 정책을 추진하였다. 대표적인 원도심 정책으로 중기부의 '상권활성화제도'와 국토부의 '도시재생'이 있다. 상권활성화제도는 점적지원에서 면적지원으로 상권 개념을 확대하여 경쟁력과 활성화를 동시에 추진하는 제도로 2011년 시범사업을 시작으로 2014년과 2018년에 2차례 상권활성화를 추진하였다. 도시재생은 상권활성화제도와 유사한 제도로서 쇠퇴한 지역에 활력을 넣기 위해 추진된 사업이라고 할 수 있다. 2014년 도시재생 선도지역 지정, 2016년 일반지역 지정, 2017년부터는 도시재생 뉴딜사업을 지정하여 추진하고 있다. 그동안 상권활성화사업과 도시재생, 뉴딜사업이 같은 맥락의 사업으로서 각각 진행되었다면 원도심 차원에서는 협업 등을 통한 새로운 노력이 수반되어야 할 것이다. 이를 위해 상권활성화의 경험을 통해 협업 및 연계가 가능한 분야에 대한 전문적 경험과 지식이 필요할 것으로 판단된다. 전문성 확보가 지속적으로 필요할 것으로 보인다[3][4].

따라서 전통시장과 상권을 방문하는 방문객들의 상권선택에 있어서 중요하다고 판단되는 속성이 무엇인지를 알아보고, 이를 기반으로 하는 전통시장(또는 상권)과 지역을 활성화할 수 있는 체계적인 전략 수립이 도시재생 뉴딜관점에서 필요한 시점이기에 이에 대한 연구를 진행하고자 한다. 다만, 선행연구를 통해 본 연구의 필요성과 타당성 파악이 선행되어야 할 것이다. 다시 말해, 원도심 상권(전통시장 및 상점가) 활성화 방안을 도출하기 위해 IPA 분석을 통해 전통시장을 살리고 지역상권의 만족도를 높여 활성화를 촉진할 수 있는 방안을 제시할 수 있다[5][6][7].

이에 본 연구에서는 대구 원도심 상권의 중심인 서문시장을 대상으로 활성화 방안을 제안하고자 한다. 이를 위해 서문시장을 방문하는 방문객들의 인식을 IPA 기법을 통해 분석하고 서문시장을 방문할 때 고려하는 요소의 중요도와 만족도 분석을 하였다. 이를 통해 서문시장 활성화를 위한 어떠한 요소에 대한 노력이 선행되어야 하는지에 대한 시사점을 제시하여 서문시장에서의 활력을 원도심 상권과 지역으로 확산될 수 있도록 활성화 방안을 모색하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 2-1 선행연구 고찰

IPA분석은 중요도와 만족도 분석을 통해 문제점과 개선이 필요한 요소를 명확하고, 각각의 요소에 대한 상대적 관계를 살펴보는 데 사용되어지는 주요한 분석기법으로 그동안 전통시장과 상점가를 중심으로 관련 연구가 진행되어 왔다.

김홍렬·허중욱은 2011년 '문화관광형 전통시장의 관광매력성 중요도와 만족도 비교연구'를 통해 관광특구로 지정된 동대문시장 방문객을 대상으로 IPA 분석을 통해 전통시장의 관광목적지로서 매력속성을 평가하였다. 1사분면에는 전통시장 매력 중 편의성, 정감성, 먹거리, 편리성 요인으로 나타났으며, Ⅲ사분면에는 체험성, 고유성, 신기성, 교육성 요인이 위치하였다. 결과적으로 매력속성에 있어 현재 수준과 같은 수준으로 지속적인 관심이 필요하거나 현재 수준 이상의 과잉노력을 지양하는 것으로 구분되었고 이에 맞는 결과를 도출하였다.

강혜숙·문정인은 2014년 'IPA 분석을 이용한 전통시장의 관광매력속성 평가에 관한 연구'를 통해 강릉 중앙시장 방문객을 대상으로 전통시장의 관광매력속성에 관한 연구를 진행하였다. IPA 분석결과, 집중적인 개선 관리가 필요한 영역에 '상인들의 서비스가 친절함', '상인들의 고객응대 친절함'이 위치하였다. 이는 관광매력속성에서 상인들의 서비스가 차지하는 비중이 높은 것을 알 수 있었다.

김홍렬은 2017년 'IPA와 수정된 IPA를 활용한 전통시장 매력속성 비교 연구'를 통해 전통시장의 매력속성을 선정하고 상인과 방문객의 차이를 분석하였다. 분석결과, 상인과 방문객 모두가 전통시장 매력성을 중요하게 생각하였지만 만족도에 대해서는 서로 상이한 결과를 나타내고 있음을 알 수 있었다. 상인과 방문객 모두 '명물 혹은 특산품', '살거리', '상품의 품질' 속성을 전통시장에 있어 중요한 매력요소로 생각하고 있지만, 방문객의 경우에는 '먹거리', '주차공간' 외에도 '카드결제나 현금영수증 등의 전통시장에 대한 이용의 편리성 측면을 주요 중요사항으로 생각하는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 기반으로 전통시장 및 상권활성화를 위해서 소비형태의 변화에 맞추어 환경개선과 특화상품 등의 개발이 필요함을 도출하였다.

류태창·김우형은 2018년 'IPA 분석을 통한 원도심 쇠퇴 상권의 도시재생적 활성화방안 연구'를 통해 안동의 음식의 거리를 대상으로 12개의 상권 선택속성에 대해 중요도와 만족도 분석을 진행하였다. 분석결과, 가격경쟁력이 최우선으로 요구되고 있는 것으로 나타났다. 이는 음식의 거리가 안동시의 원도심에 위치하는 것도 있지만, 신도심지역의 상권과 경쟁에서 살아남기 위해서는 가격경쟁력 측면에서 우위를 가져가야한다고 판단하였다.

표 1. 선행연구 분석

Table 1. Analysis of previous studies

Researcher	(Visit) selection attribute
Heung-ryeol Kim, Jung-uk Huh (2011)	Experienceability, uniqueness, affectivity, novelty, educability, food, ease, convenience
Hye-suk Kang, Jeong-in Mun (2014)	Novelty and educability(nine factors such as customs and conventions, cultural event preservation function), food and affectivity(five factors such as giving comfort and the availability of diverse foods), convenience(four factors such as clean basic convenience facilities, and convenient parking facilities), kindness(kind service of merchants, merchants' kind responses to customers)
Heung-ryeol Kim (2017)	specialty or indigenous product, attraction, entertainment, things to buy, food, clean facilities in the market, product quality, price competitiveness, convenience of use, specialized items and services, parking space, resting space
Tae-chang Ryu, Wu-hyeong Kim (2018)	Food street (cleanliness, accessibility, menu diversity, convenience facility) restaurants in streets (cleanliness, staff kindness, convenience facilities), foods in restaurants in streets(quantity, quality, taste, price, food materials)

Source: Prepared by the researcher based on previous studies

이와 같이 류태창·김우형의 연구를 제외한 기존의 선행연구들은 IPA 분석을 통해 전통시장 및 상권에서 관광 방문 또는 상품구입 방문에 관련하여 관광객 또는 소비자의 만족도와 중요도를 조사하는 연구가 일부 진행되었음을 알 수 있다. 그러나 본 연구는 류태창·김우형의 연구와 같이 최근 가장 이슈가 되고 있는 도시재생과 원도심 활성화를 위해 이용고객의 선택속성에 대한 평가를 진행하였다. 다만, 도시와 상권. 전통시장 등의 규모에 있어 차이가 있어 비교·분석이 가능하기에 대구의 원도심의 대표상권을 대상으로 진행하였기에 좀 더 도시재생적 접근과 현실적인 대안 모색이 가능하다고 볼 수 있다. 그리고 서문시장의 상권 특성상 지역수요와 관광수요 둘 다 대응하여한다는 점에서 도시재생적 관점에서 접근하여 대응할 수 있는 방안을 모색한다는 점에서 차별성을 지닌다.

2-2 IPA 분석

IPA(Importance-Performance Analysis)는 1970년대 경영분야에서 Martilla & James(1977)에 의해 최초로 소개되어 마케팅, 재무, 심리 등 다양한 학문분야에 활용되었으며(한승훈, 이형룡, 2008), 소비자가 제품이나 서비스를 사용하기 전에 중요시하는 속성과 사용 후의 만족도를 동시에 비교 분석하는 평가방법으로서(Hammit, Bixer & Noe, 1996), 한정된 자원으로 성과를 높이기 위해서 선결과제의 우선순위를 정하고 핵심역량을 어디에 집중해야 하는지를 명확하게 알려주는 특징이 있다(노정희, 차석빈, 2010).

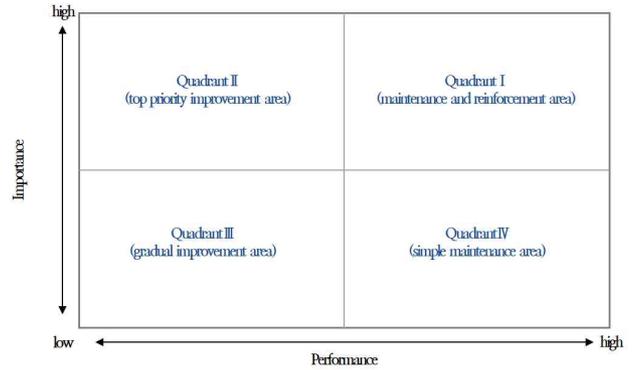


그림 1. IPA 매트릭스

Fig. 1. Importance-Performance analysis Matrix

표 2. IPA 매트릭스에 따른 분배방안

Table 2. Distribution plan according to the IPA Matrix

Division	Analysis
Quadrant I (maintenance and reinforcement area)	Items that should be steadily maintained and reinforced because both their importance and satisfaction are high
Quadrant II (top priority improvement area)	Items that require immediate improvement due to their high importance but low satisfaction
Quadrant III (gradual improvement area)	Items that require gradual improvement because both their importance and satisfaction are low
Quadrant IV (simple maintenance area)	Items that require continuous management because their importance is low while their satisfaction is high

또한 시각적 관독이 쉽고 높은 학문적 지식이 없어도 사용하기에 용이하다는 장점 때문에 서비스 및 관광마케팅 분야에서도 활용도가 높다(안경모, 김주연 2009). 특히, IPA분석은 이용자의 만족 관련 이론을 단순화시키고 이용 전의 속성 중요도와 이용 후 만족도에 대해 스스로 평가함은 물론 분석결과에 대해 그래프로 표현함으로써 실무자들도 연구결과를 쉽게 파악할 수 있는 장점이 있다. 이러한 중요도-만족도 분석기법 특성은 중요도와 만족도의 비교 평가 값에 의하여 4가지의 다면적의 사결정을 내린다는데 있다(임태성, 2015). 이처럼 매트릭스기법을 통해 마케팅기법으로 많이 사용되었으며, 최근에 개인 속성으로 접근하여 상품 및 장소를 선택하는 기법으로 활용되기 시작하였다.

III. 연구 설계

3-1 일반현황

서문시장은 대구를 대표하는 시장으로 1지구, 2지구, 4지구, 동산상가, 건해산물상가 등으로 구성되어 있으며, 대구역과 동

대구역 등이 가까이 있어 외부에서의 접근하기가 용이하고, 지하철 3호선(서문시장역)이 정차하여 대중교통을 통한 접근성은 우수하다. 그리고 야시장을 통한 먹거리 상품화가 지속적으로 이루어지고 있으며, 근대화거리 등 관광자원으로 인한 인구 유입 요소가 충분히 존재하고 있다.

**3-2 ‘서문시장’ 선택속성**

‘서문시장’ 선택속성이란 서문시장을 이용하는 이용고객들이 서문시장을 방문할 때 인식하는 중요도와 만족도 속성을 말한다. 본 연구는 기존의 전통시장의 관광속성 등의 연구와 상권 활성화 관련 연구 및 보고서 등을 토대로 연구의 목적에 맞게 수정하여 사용하였다. 11개의 선택속성은 5점 척도를 이용하여 ‘매우 불만족’부터 ‘매우 만족’까지 지정하여 점수화하였다.

선택속성은 상품 품질, 상품 가격, 품질 다양성, 매장 청결도, 상인 친절도, 쇼핑 정보 제공, 이동 편리성, 고객편의시설, 주차 편리성, 대중교통 이용 편리성, 쇼핑 이외의 볼거리 제공이다.

**3-3 자료수집 및 분석방법**

본 연구는 2018년 2월 1일부터 19일까지(설연휴 제외) 서문시장을 방문하는 이용고객을 대상으로 설문조사를 시작하였다. 자료 수집방법은 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)를 이용한 직접면접조사(face to face interview)를 통해 조사기간 중 서문시장을 방문한 고객 1,065명을 대상으로 진행하였다.

수집된 자료의 데이터 분석은 사회과학 통계 프로그램 SPSS Statistics 22.0을 이용하여 응답자의 인구통계학적 특성을 판단하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 서문시장 방문속성의 중요도와 만족도분석을 위해 중요도-성취도 분석(IPA)을 수행하였다.

**IV. 실증분석 결과**

**4-1 인구통계학적 특성 및 서문시장 인지 특성**

조사대상자의 인구통계학적 특성에 대해 분석한 결과는 다음과 같다. 분석결과 전체 1,067명 중 남자 239명(22.4%), 여자 828명(77.6%)으로 여자가 남자보다 더 높게 나타났고, 연령대는 50-59세가 339명(31.8%)로 가장 많았으며, 60세 이상, 40-49세, 30-39세, 20세 미만 순으로 나타났다. 응답자의 직업은 주부가 410명(38.7%)으로 가장 많았다.

거주지별로는 대구가 82.1%인 865명, 경북이 13.4%인 141명, 경남 2.4%인 25명 순이며, 대구의 경우 달서구가 18.6%인 196명으로 가장 많았고 서구, 북구 순으로 나타났다.

**표 3. 표본의 인구통계학적 특성**

**Table 3. Demographic characteristics of samples**

Division		Respondent characteristics table	
		Number of cases	%
Total		1,067	100.0
Gender	Male	239	22.4
	Female	828	77.6
Age	Below 29 years	88	8.3
	30-39 years	136	12.8
	40-49 years	215	20.2
	50-59 years	339	31.8
	At least 60 years	287	26.9
Occupation	Public official	22	2.1
	Profession	103	9.7
	Production	59	5.6
	Sales / Service	109	10.3
	Office work	88	8.3
	Self-employment	170	16.1
	Agriculture/forestry/animal husbandry	12	1.1
	Housewife	410	38.7
	Student	41	3.9
	Other	45	4.2

**4-2 이용실태 분석**

서문시장의 방문횟수는 월 1~2회가 44.4%인 474명으로 가장 많았으며, 주1회가 15.4%인 164명, 주4회 이상이 12.8%인 137명 순으로 나타났다. 방문목적은 쇼핑(생활용품)이 49.3%인 645명으로 가장 많고, 쇼핑(판매용품) 22.1%인 289명, 식사 & 음료가 14.2%인 186명 순으로 나타났으며 응답자의 71.4%가 서문시장의 방문목적은 쇼핑이라고 응답하였다.

서문시장의 방문시 주로 이용하는 교통수단으로 자가용이 39.5%인 421명으로 가장 많았으며, 다음으로 버스가 27.2%인 290명, 지하철은 23.1%인 246명으로 나타났다. 대중교통을 이용한 서문시장 방문 비중이 높은 것으로 나타났다.

**4-3 만족도 및 중요도 분석**

대구 서문시장에 대한 만족도를 조사한 결과, 종합 만족도는 5점 만점에 3.24점으로 나타나, 만족도가 평균보다 높은 수준으로 조사되었다. 세부 선택속성 만족도를 분석한 결과, 품목 다양성(3.52)이 가장 만족하는 서문시장 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 대중교통 이용 편리성(3.51), 상품 품질(3.39), 상품 가격(3.33), 매장청결도(3.26) 등이 만족한 서문시장 선택속성으로 나타났다. 또한 쇼핑 정보제공과 고객편의시설, 주차 편리성(3.05)이 가장 만족하지 않은 서문시장 선택속성으로 나타났다.

표 4. 선택속성에 대한 만족도 및 중요도

Table 4. Satisfaction and importance for selection attributes

Division	Satisfaction	Importance
General	3.24	3.55
Product quality	3.39	3.65
Product price	3.33	3.57
Item diversity	3.52	3.80
Shop cleanness	3.26	3.56
Merchant(employee) kindness	3.22	3.61
Provision of shopping information (promotion of discount events, etc)	3.05	3.38
Moving convenience (in the shopping space)	3.17	3.41
Customer convenience facilities (bathroom, park, etc.)	3.05	3.40
Parking convenience	3.05	3.44
Public transportation use convenience	3.51	3.81
Provision of things to see other than shopping	3.11	3.39

전반적으로 쇼핑의 편리성 측면에서 불만족이 높게 나타났음을 알 수 있다.

4-4 IPA 분석 결과

본 연구에서는 서문시장을 방문하는 방문객의 선택속성에 대해서 IPA 분석 진행하였다. 서문시장 선택속성 중 중요도의 평균값보다 큰 것은 상인 친절도, 매장 청결도, 상품 가격, 상품 품질, 대중교통 이용 편리성, 품목 다양성으로 나타났으며, 만족도의 평균값보다 큰 것은 매장 청결도, 상품 가격, 상품 품질, 대중교통 이용 편리성, 품목 다양성으로 나타났다.

I 사분면은 유지강화영역으로 대중교통 이용 편리성, 품목 다양성, 상품 품질, 상품 가격, 매장청결도가 포함되어 있다. 전체적으로 지하철 3호선의 개통과 최대 규모의 종합 시장으로서의 부분이 중요도와 만족도가 높게 나타났음을 알 수 있다. 즉 서문시장을 이용하는 고객들이 이러한 속성을 중요하게 생각하고 있었다는 것을 알 수 있으며 이러한 부분에 대해서는 현재의 상태로 지속적으로 관심으로 가지고 경쟁력을 유지·관리를 해야 함을 나타내는 것이다. 서문시장만의 고유한 특성을 그대로 살리고 지속적 유지가 중요하다고 할 수 있다.

II 사분면은 최우선 개선영역으로 상인(직원) 친절도만이 포함되어 고객이 원하는 수준의 응대에 미치지 못하고 있음을 나타낸다. 이는 서문시장을 이용하는 고객이 생각하는 중요도는 높지만 서비스 이용 후 느끼는 만족도가 상대적으로 낮은 요인으로 상인 친절도가 나타난 것은 본 연구에서 큰 의의를 가진다. 이것은 원도심 상권이 지역 내 타 상권보다 상인의 고품격으로 인한 서비스 측면에서 약할 수가 있어 경쟁력을 확보해야 한다는 것을 인식하고 있음을 시사한다. 그러므로 서문시장의 상품의 질과 가격 등을 유지하면서 서비스 경쟁력을 확보할 수 있는 방안 마련이 시급하다고 볼 수 있다.

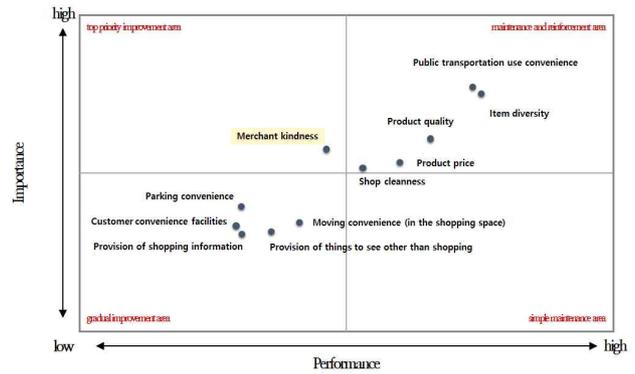


그림 2. IPA 기법에 따른 매트릭스 결과

Fig. 2. Result of the analysis of the IPA Matrix

표 5. IPA 매트릭스 분석 결과

Table 5. Result of the analysis of the IPA Matrix

Division	Analysis
Maintenance and reinforcement area	Public transportation use convenience, Item diversity, Product quality, Product price, Shop cleanness
Top priority improvement area	Merchant(employee) kindness
Gradual improvement area	Moving convenience, Provision of things to see other than shopping, Parking convenience, Customer convenience facilities, Provision of shopping information
Simple maintenance area	-

III 사분면은 점진 개선영역으로 이동편리성, 쇼핑 이외의 볼거리 제공, 주차 편리성, 고객편의시설, 쇼핑 정보 제공이 포함되어 있으며, 현 시점에서 우선시 고려될 사항은 아니지만 지속적인 노력의 투자가 필요하다.

4-5 종합 및 활성화방안 제언

서문시장에 대한 실증조사를 통해 검증된 구체적인 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 응답자의 인구통계학적 특성 결과, 서문시장을 방문하는 이용고객의 거주지는 대부분 대구시민(80% 이상)이 차지하는 것으로 나타났으며, 광역적으로 경북까지 포함하면 90% 이상으로 나타났다. 이러한 결과를 판단하면, 서문시장과 일대 활성화의 전제조건은 대구시의 관광수요 보다는 대구시민과 지역민이 대상으로 되어야 할 것이다. 다만, 대구의 관광자원과 서문시장이 광역상권인 것을 감안했을 때 관광수요에 대한 비중을 배제할 수는 없을 것이다.

둘째, 서문시장에 대한 IPA 분석 결과, 중요도와 만족도 측면에서 평균 이상의 선택속성이 일반적으로 많이 나타난 것은 원도심을 방문할 때 서문시장을 고려해두고 방문하는 것으로 판단할 수 있다. 이에 서문시장은 유지·관리할 수 있는 자체적

인 강구책 마련이 필요하다. 일방적인 활성화 요구보다는 문제점을 파악하여 이를 개선하고자 하는 노력을 보여야 서문시장을 이용하는 고객들의 마음도 움직일 수 있기 때문이다.

셋째, IPA 매트릭스 결과, 상인(직원) 친절도에 대해 최우선 개선이 요구되는 것으로 나타났다. 이는 서문시장이 대구의 중심이자 원도심에 위치하여 지리적인 이점 등을 믿고 고객 응대 등의 서비스에 대해 미비한 것으로 보인다. 이를 위해서 상인대학의 활성화를 통한 상인들의 의식 함양 및 친절교육 등이 필요하다. 新 상권과의 경쟁에서 살아남기 위해서는 상품의 질, 다양성, 가격 등에서의 우위를 가져가는 것도 중요하지만 다시 방문할 수 있게 만드는 부분이 더 중요하다고 할 수 있다. 그리고 서문시장의 특색을 나타낼 수 있는 속성에 대해서는 지속적인 유지 필요하다.

## V. 결론

일반적으로 사람들은 전통시장, 상점가, 상가 등 어떤 상권을 방문할 경우, 목적성을 가지고 방문을 하게 된다. 다시 말해, 상품구매와 친목도모, 식사, 문화, 업무 등의 목적을 가지고 상권을 방문한다는 것이다. 그렇다면 원도심 내 전통시장과 상권이 목적에 맞는 방문고객을 유치하기 위해서는 지역의 특성을 파악하고 문제점과 개선방안 등의 분석이 필요하다.

이에 본 연구는 원도심 상권활성화 측면에서 상권의 방문목적적인 선택속성에 대한 분석을 통해 상권활성화 방안을 도출하고자 하였다. 이를 위해 서문시장을 대상으로 IPA 분석을 진행하여 좀 더 현실적인 결과와 활성화방안 제시하고자 하였다.

11개의 선택속성에 대해 중요도와 만족도 조사를 통해 상인 친절도가 최우선으로 요구되어 이용고객의 요구에 대응하여야 하며, 장기적으로 지역민과 관광객이 공존할 수 있는 상권으로서의 성장이 고려되어야 할 것이다. 이를 위해 고객층 변화에 빠르게 대응할 수 있어야 하고, 야시장(서문시장)과 근대화거리 등에 대한 관광수요에 대응할 수 있도록 준비하는 자세도 필요할 것이다. 이를 활용하여 상권활성화를 넘어 지역활성화(도시재생)가 가능할 수 있도록 모색하여야 할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 대구 서문시장을 방문하는 고객을 대상으로 선택속성에 대한 중요도와 만족도 조사에서 해당 속성에 대한 상인과 고객과의 차이를 파악하지 못하였다. 상인 스스로 고객과의 시각의 차이를 설명할 수 근거를 제공하여 성공적인 활성화의 기초를 다져야 할 필요가 있을 것이다. 성공적인 도시재생을 위해서라도 상업지역 전체에 대한 평가가 수반되어야 하기 때문이다. 따라서 향후 연구에서는 이를 반영하여 상인과 고객 관점에서의 차이와 평가를 진행하고 문제점과 대응방안을 모색하여 연구를 수행할 예정이며 또한 시대적 변화에 대응하는 고객과 상인의 인식 전환과 상권 이용행태에 대한 지속적인 연구가 필요할 것이다.

## 참고문헌

- [1] H. R. Kim, J. J. Lee, "Comparative Study on Tourist Attractiveness of Culture Tourism Oriented Traditional Marketplace", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol 25, No 5, pp. 63-77, November 2011.
- [2] H. R. Kim, J. W. Heo, "Analysis of Tourist Attractiveness of Traditional Market Using IPA", *Korean Journal of Tourism Research*, Vol 26, No 3, pp. 137-147, May 2011.
- [3] H. B. Kim, H. Kim, "Difference of Purchasing Behavior by Types of Retail Store and Importance-Performance Analysis Market Selection Attributes: Focused on Improvement of Traditional Market Competitiveness", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol 12, No 9, pp. 311-324, September 2012.
- [4] T. C. Ryu, W. H. Kim, "A Study on the Method to Activate of Urban Regeneration in Business Districts in Old Towns through IPA Analysis : Focusing on Andong-si Food Street", *Journal of the Korean Housing Association*, Vol 16, No 2, pp. 159-169, July 2018.
- [5] C. K. Byun, "A Study on the Influence of Store Selection Attributes on Customer Satisfaction in Traditional Market of Small Town", *The Journal of Business and Economics*, Vol 28, No 3, pp. 77-104, July 2012.
- [6] T. C. Ryu, C. K. Byun, "The Effect of Attraction of Cultural Tourism Market on Tourists' Satisfaction and Revisiting Intention", *Journal of Korea Planning Association*, Vol 48, No 3, pp. 149-164, June 2013.
- [7] H. S. Kang, J. I. Moon, "A Study on the Trait of IPA Analysis applied Traditional Market Tourism Attraction : Focusing on the Visitors in Gangreung Central Market", *Korean Journal of Tourism Research*, Vol 29, No 4, pp. 87-105, October 2014.
- [8] H. R. Kim, "A comparative study on traditional market attractive attributes using IPA and revised IPA : A case of market merchants and visitors", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol 31, No 2, pp. 5-15, February 2017.
- [9] B. H. Cho, T. C. Ryu, H. Kim, "A Study on South Korean Urban Regeneration Plan System; for strategic urban regeneration plans", *Journal of Digital Contents Society*, Vol 18, No 8, pp. 1577-1584, February 2017.
- [10] B. H. Cho, B. M. Choi, "To Build the Spatial Database and the Classification of the Type of Pre-Redevelopment Zone of Daejeon for the Strategy of Urban Regeneration", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol 10, No 1, pp. 436-445, January 2010.



**조병호 (Byung-Ho Cho)**

2009년 : 목원대학교 대학원 도시계획 전공(공학석사)

2013년 : 목원대학교 대학원 도시계획 전공(공학박사)

2014년~2017년: 소상공인시장진흥공단

2018년 : 대구전통시장진흥재단

2009년 ~ 현 재 : 목원대학교 도시공학과 강사

2019년 ~ 현 재 : 대전세종연구원 도시기반연구실 연구원

※관심영역 : 도시계획, 도시재생, 상권활성화, 스마트도시, GIS 등



**류태창 (Tae-Chang, Ryu)**

2001년 : 경상대학교 대학원 도시계획 전공(공학석사)

2006년 : 경상대학교 대학원 도시계획 전공(공학박사)

2009~2017: 소상공인시장진흥공단

2017~현 재: 우송대학교 교양학과 교수

※관심영역 : 도시계획, 도시재생, 상권활성화, 스마트도시 등