

서울시티투어 전통시장 코스 이용내국인의 소비행동특성에 대한 질적 연구

김여은(이화여자대학교 일반대학원 소비자학과 석사)
김시연(이화여자대학교 일반대학원 소비자학과 석사)
정순희(이화여자대학교 일반대학원 소비자학과 교수)

전통시장은 물건을 사고파는 기능과 인간의 향수 및 정(情)을 느낄 수 있는 문화적 기능이 공존하는 곳이라고 볼 수 있다. 그러나 전통시장의 이러한 문화적 인식은 대형마트의 등장과 함께 청결하지 못하다는 인식으로 변화되었고 결과적으로 현대사회의 소비자들에게 외면당하게 되었다. 대형 마트, 편의점 등 소비자에게 더 높은 가치의 편익을 제공하는 유통 수단이 나타나면서 우리의 역사와 전통을 반영하는 전통시장의 쇠퇴가 시작되었다. 이 때문에 정부나 지방자치단체들은 전통시장 활성화의 필요성을 인식하고 전통시장의 체계적인 운영을 위한 실질적인 활성화 방안을 꾸준히 모색하게 되었다. 2012년 4월 22일부터 시행된 ‘대형마트 격주 주말 강제휴무 법안’이 바로 그 예이다.

이를 위해 서울시티투어 전통시장코스를 중심으로 구성된 코스를 연구자 체험을 통한 분석(현장관찰/참여관찰)과 이용하는 내국인의 인터뷰를 통해 얼마나 긍정적인 효과를 미치는지에 대한 만족도에 따른 소비행동 실태를 현장관찰(참여관찰)과 함께 인터뷰를 통해 질적 연구로서 되짚어보고자 한다.

연구 대상자들은 서울시티투어 전통시장코스를 실제로 탑승하는 탑승객으로 선정하였으며 그들의 의도를 파악하기 위한 연구이므로 질적 연구 방식을 선택하였다.

2014년 5월 4일 오전 서울시티투어 전통시장코스를 탑승하여 약 2시간 동안 탑승객을 관찰하였다. 그 중 인터뷰는 탑승객 중 약 10팀을 대상으로 진행되었으며 투어 가이드 4명 중 2명의 인터뷰 또한 진행하였다.

투어 가이드 인터뷰에 따르면 전통시장코스는 1. 주로 주말에 붐비며 2. 서울시민보다는 지방시민들이 많았으며 3. 가족 단위가 많고 4. 관광을 목적으로 하는 탑승객이 대다수를 차지하고 있음을 알 수 있었다.

거주지	서울3	지방7(순천,대전 등)
단위	비가족2	가족8
구매의지	있음7	잘 모르겠음3

전통시장코스 버스를 탑승하는 이들에게서 유의한 공통점을 찾을 수 있었는데 이는 다음 세 가지로 나누어볼 수 있다.

첫째, 대다수의 탑승자들이 가족 단위로 나타났다. 지방에서 올라와 서울 관광을 목적으로

하는 가족들이 많이 탑승하였고 시티투어버스에서 하루를 보내는 경우가 많았다. 둘째, 많은 이들이 시장을 이용하는 요인 중 하나를 먹거리 쇼핑이라고 응답했다. 정부에서 의도한 대로 버스를 이용하며 생필품을 구매하는 이들은 거의 보이지 않았으며 대부분의 승객이 단발성의 이벤트로 전통시장버스를 탑승하였다. 셋째, 관광지 방문의 목적으로 버스를 탑승하였다. TV에 나와 유명해진 동묘 도깨비시장, 먹을 것이 풍부한 광장시장 등에서 내리는 탑승객의 수가 현저하게 많았다. 넷째, 서울시티투어 전통시장코스의 홍보가 미흡하다는 점이다. 버스 탑승객의 대부분이 서울시티투어 전통시장코스의 존재를 미리 알지 못하였으며 서울 관광을 목적으로 검색한다거나 지나가면서 우연히 보는 등의 수단으로 시티투어버스를 처음 접하게 되었다고 한다. 이는 전통시장코스 버스가 일반인들에게 보편적으로 알려져 있지 않음을 의미한다.

이처럼 전통시장은 과거의 시장으로써의 기능을 완전히 잃었다. 그러나 탑승객의 인터뷰를 통해 우리는 전통시장 활성화의 새로운 가능성을 볼 수 있었다. 즉 대형마트 강제휴무 등 생필품 거래 장소으로써의 시장의 역할보다는 엔터테인먼트 및 관광의 역할을 제공하는 장소로서의 역할이 소비자들에게 더 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있는 것이다. 본 연구는 서울시티투어 전통시장 코스 이용내국인의 소비행동 특성이 어떠한지를 파악하고, 전통시장에 대한 소비자들의 인식을 조사하고 소비자들이 오늘날의 전통시장에 요구하는 니즈를 파악하여 전통시장의 부활을 위한 새로운 전통시장의 역할에 초점을 맞추고자 하는데 의의가 있다.

참고문헌

- 이덕훈, 이영석, 박종진(2011). 전통(재래)시장 현대화 사업이 시장 활성화에 미치는 영향에 관한 연구: 대전·충남의 도시 및 농촌지역 전통시장을 중심으로, *한국전통시장학회* 11-32
- 김기희(2010). 대전 전통시장 활성화를 위한 시장별 유형화 및 발전방안. *한국재래시장학회* 29-53
- 김향자(2000). 시관광 육성과제 도출 및 육성방향. *한국관광정책*(12월), 2(5), 62~63
- 김시중, 이응규(1999). 서울시티투어 활성화를 위한 심층적 연구. *관광경영학회* 86-117
- 김현중, 조규영, 이성우(2010). 소비행태분석을 통한 전통시장과 경쟁시장 간 선택요인 및 이용확률 비교분석. *한국유통학회* 81~102
- 노은정(2005). 도시관광의 관광정보 연구, 경기대학교 석사학위논문.
- 박희영(2013). 전통시장과 기업형 슈퍼마켓(SSM) 방문객의 이용특성 비교 - 서울 수유시장과 중곡제일시장을 대상으로- 서울대학교 환경대학원 학위논문
- 박진영·신도길(1999). 항공사 속성이 지각이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 287~306
- 손수진, 이혁진(2008). 여가공간으로서 청계천 수변공간이 서울시티투어 만족도에 미

치는 영향. *한국관광연구학회* 157~172

정해욱(2000). 도시관광개발이 지역주민에게 미치는 영향. 배재대학교 석사학위논문

전명숙·정민희(2003). 서울의 도시관광자원 활성화 방안에 관한 연구. 한국관광정책학회

최승담(1995). 서울시 관광상품 개발방안, 서울 관광진흥 방안에 대한 세미나 자료.

Yong Kun Suh & William C. Gartner(2004), Preferences and expenditures-aconjoint analysis of visitors to Seoul. *Tourism Management* 25.

서울시정개발연구원 1995. 서울시 관광개발 기본계획 방향 연구. 서울특별시 내부자료 1997b.

영국관광청 홍보자료, 2004

동경시티투어 홍보자료, 2001

서울시티투어 홍보자료, 2003

<http://www.visitseoul.net/kr/index.do> Visit Seoul 서울시 공식관광정보사이트