

지역경제 활성화를 위한 착한가격업소 정책 개선 방안: 사업주 만족도 실증 분석을 중심으로*

유보람(한국지방행정연구원)**

이서희(한국지방행정연구원)***

I. 서론

최근 경제 침체로 위축된 민생 회복을 목표로 다양한 정부 정책이 추진되고 있다. 특히, 지역의 물가안정 통한 경기회복에 집중하여 농축수산물 할인지원, 에너지 바우처, 세제지원, 착한가격업소 확대, 농축산물 수급 안정, 공공요금 동결, 서민생활 밀접 품목 불공정 행위 집중 점검 등의 정책을 추진하고 있다(관계부처합동, 2024).

정부의 물가 안정 정책 중 하나로 추진되는 착한가격업소 지원제도는 지역 물가 안정과 지역경제 활성화를 목표로 운영된다. 이 제도는 주변 상권보다 저렴한 가격에 고품질의 서비스를 제공함으로써 소비를 촉진하고, 이를 통해 착한가격업소의 경영 안정과 서민경제 지원을 도모하는 데 중점을 두고 있다.

이러한 특징 덕분에 최근 주목받는 정책 중 하나로 자리 잡았다. 제도 도입 이후, 착한가격업소 지원은 지방자치단체 주도로 재정이 지원되고, 운영되어 왔으나, 제도의 확산 필요성이 공감대를 얻으며 2023년 처음으로 국비 15억 원이 지원되었다. 또한, 같은 해 약 32%의 자치법규가 새로 제정되었으며¹⁾, 신규 가입 업소 수는 2011년 587개에서 2023년 1,762개로 증가하였다.

착한가격업소 지원제도가 주목받는 또 다른 이유는 지역 사업체의 자발적 참여를 바탕으로 지역이 주도하는 물가 안정화 정책이라는 점이다. 물가안정과 관련된 대부분의 정부 정책은 물가 안정을 위한 규제나 강제조치에 초점을 두고 있어, 국가 주도의 일괄적인 정책 운영이 불가피한 측면이 있다. 그러나 강제조치와 규제만을 통해서 물가 안정화를 이루는 것은 한계가 있

* 본 연구는 2024년도 정책연구과제인 「착한가격업소 활성화 방안 연구」의 내용과 데이터를 활용하여 작성하였음

** 한국지방행정연구원 지방재정경제실 부연구위원(주저자)

*** 한국지방행정연구원 지방재정경제실 부연구위원(공동저자)

1) 착한가격업소 운영에 관한 사항은 각 지방자치단체 자치법규를 근거로 한다.

며, 착한가격업소 지원제도는 정부(중앙과 지방) 간, 민·관(정부와 지역 소상공인) 간 협업체계를 구축하여 물가 안정이라는 목표 달성을 위한 새로운 접근방식을 제공했다는 점에서 중요한 의미가 있다고 볼 수 있다.

착한가격업소 지정 사업이 지역 물가 안정에 기여하고 있다는 점은 실제 물가 비교를 통해서도 확인할 수 있다. 2023년 기준 전년 대비 8개 외식비 품목의 가격 인상 변화율을 검토한 결과 대부분의 품목이 일반 음식점 보다 낮게 유지되고 있었고, 약 12년 전 수준의 가격을 유지하는 업소도 존재하는 것으로 확인된다. 현재 착한가격업소의 수가 많지 않아 직접적인 지역 물가 안정 효과를 추정하기는 어렵다. 다만, 착한가격업소처럼 합리적인 가격을 유지하는 음식점들이 주변 상권으로 확산된다면, 소비자 외식 물가 안정화에는 일정 부분 기여할 수 있을 것으로 보인다.

그러나 착한가격업소 지원사업은 참여 소상공인에게 제공되는 혜택이 다른 제도에 비해 상대적으로 미미한 수준이다. 유사한 성격의 타 부처 사업인 백년가게 사업과 비교하면 지원 규모의 차이가 뚜렷하게 나타난다. 2023년 기준으로 착한가격업소 7,138개소에 투입된 예산은 약 15억 원인 반면, 백년가게 1,424개소에 지원된 예산은 약 23억 원으로 확인된다.

또한 국비 지원이 이루어지지 않았던 2022년, A 기초자치단체의 사업체당 평균 지원 금액은 약 2만 원 수준에 불과해 실질적인 지원 효과를 기대하기 어려웠다. 그러나 2023년 국비 지원이 추가되면서 평균 지원액이 2022년 45만 원에서 2023년 85만 원으로 증가하며 지원 규모가 소폭 확대되었다. 하지만 이러한 증가에도 불구하고, 지속적 지원을 보장하기에는 한계가 있는 상황이다.

착한가격업소의 확산을 위해서는 개별 소상공인의 자발적 참여가 필수적이다. 그러나 낮은 가격을 유지하면서도 고품질을 제공할 수 있도록 지원하는 실효성 있는 방안이 부족하여 사업주들의 적극적인 참여를 유도하는 데 어려움이 있다. 따라서 현 시점에서 착한가격업소 참여를 촉진할 수 있는 요인을 규명하고, 보다 효과적인 제도 개선 방안을 마련할 필요가 있다.

이러한 필요성에 따라 본 연구는 착한가격업소 사업주의 만족도 조사를 기반으로 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하고, 착한가격업소 참여를 독려할 수 있는 정책적 시사점을 도출하고자 한다. 연구 목적 수행을 위한 구체적 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 착한가격업소 사업주가 제도를 통해 느끼는 만족도를 측정하고, 현행 제도적 지원 내용과 재정적 지원 규모가 만족도에 미치는 영향을 실증적으로 분석한다. 이를 통해 착한가격업소 정책의 체감 효과를 평가하고, 사업주들이 제도에 대해 가지는 인식을 보다, 구체적으로 파악하고자 한다. 둘째, 착한가격업소의 지속 가능성을 높이기 위한 재정적 및 제도적 지원 방안을 모색한다. 특히, 현재 시행 중인 지원 정책의 적절성을 검토하고, 사업주들이 필요로 하는 추가적인 지원이 무엇인지 분석하여 실질적인 정책 개선 방향을 제시한다.

본 연구는 이러한 목적을 바탕으로 실증 분석을 수행하고 정책적 시사점을 도출함으로써, 착한가격업소 사업주와 정책 담당자 모두에게 유용한 정보를 제공하는 데 기여할 것으로 기대된다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 착한가격업소 지원제도의 의의 및 현황을 파악하고, 관련 선행연구를 검토한다. 3장과 4장에서는 실증 분석을 위한 연구 설계를 제시하고, 분석

결과를 논의한다. 마지막으로 5장에서는 이상의 논의 내용을 요약하여, 정책적 함의를 제시하고자 한다.

II. 착한가격업소 지원제도에 관한 논의

1. 착한가격 업소 지원제도 의의 및 현황

행정안전부는 지역 물가 안정에 기여해 온 착한가격업소를 지원함으로써 소비자 물가 안정을 유도하고, 물가 상승 억제 분위기를 확산하기 위해 이 제도를 도입하였다. 착한가격업소의 용어 정의를 별도로 두지 않으며 「착한가격업소 지정 및 관리 지침」에 따라 지방자치단체장이 운영한다.

착한가격업소 지원제도는 규제나 강제조치의 방식이 아닌 협력적 방식을 활용하여 물가 안정과 지역경제 활성화를 동시에 추구하는 차별화된 정책으로 평가할 수 있다. 지역 물가 안정을 목표로 한 다양한 정책이 시행되는 가운데, 착한가격업소 지원제도는 물가 안정 정책의 주체와 접근방식을 새롭게 제시하였다는 점에서 의미가 있다.

특히, 물가 안정화와 관련된 주요 정책인 농림축산식품부에서 추진하는 농축산물의 수급조절 및 유통관리 제도나 해양수산부에서 추진하는 수산물 수급 조절 및 관리 제도와 비교하였을 때, 행정안전부에서 추진하는 착한가격업소 지원제도는 특정 품목에 대한 물가 관리 정책이 아닌 지방 물가 안정 전반에 관한 정책에 중점을 두고 추진되고 있다는 점이 특징적이라 할 수 있다. 또한 정부와 민간 간 협업체계를 기반으로 물가 안정을 유도하는 새로운 접근방식을 제시하여 민간의 자발적 참여와 지방자치단체의 운영 자율성을 높이려는 것 역시 중요한 특징 중 하나라 할 수 있다.

지방자치단체에서 착한가격업소를 지정하거나 취소하는 기준의 전반적인 사항은 행정안전부의 착한가격업소 지정 및 관리 지침을 참조하도록 한다. 일부 지방자치단체는 구체적인 지정 기준과 제외 기준을 제시하고 있는데 가격, 업장 위생·청결, 종사자 친절도 및 서비스 등이 중요한 선정 기준이 된다. 또한 가격 인상, 행정처분 및 지방세 체납 업소 여부, 프랜차이즈 여부 등 제외 기준을 마련하고 있다²⁾.

지방자치단체 조례를 통해 착한가격업소 지원사업 내용을 살펴보면 236개³⁾ 지방자치단체에서 조례를 제정하고 있고, 다음의 지원사업을 시행하도록 규정하고 있다. 착한가격업소 지정 표

2) 지방자치단체 조례에 기록된 제외 기준을 구체적으로 살펴보면 지역의 평균 가격을 초과하는 업소, 최근 2년 이내 행정처분을 받은 업소, 최근 1년 이내 휴업한 사실이 있는 업소, 지방세를 3회 이상 및 100만 원 이상 체납하고 있는 업소, 영업 개시 후 6개월이 경과하지 않은 업소, 프랜차이즈 업소 등의 내용을 제시하고 있다(법령정보 검색).

3) 광역자치단체 17곳 중 1곳, 기초자치단체 226곳 중 6곳은 조례를 제정하지 않음

시물(표지판, 표찰 등) 제작·설치·교부, 물품 지원(위생·방역 용품 등 소모품, 각종 기자재 등), 공공요금 지원(상하수도 요금 등), 종량제봉투 지원, 안전점검 보조(전기 및 소방시설 등), 자금지원 우선 추천 의뢰(경영안정자금, 특례보증 등), 경영환경 개선 지원(소규모 시설환경개선 사업 등), 홍보(지자체 홈페이지, SNS, 소식지 등) 지원이다(유보람·이서희, 2024).

이 중 착한가격업소 지정 표시물 지원과 물품 지원사업은 90% 이상의 지방자치단체에서 시행하고 있으며, 종량제봉투 지원(71%)과 경영환경 개선 지원(66%)도 비교적 높은 비율로 운영되고 있다. 반면, 공공요금 지원, 안전 점검 보조, 자금지원, 홍보지원 사업은 20-40% 수준에서 시행되는 것으로 나타났다.

착한가격지원 사업은 지방자치단체의 조례를 통해 운영되고 있어, 운영 활성화 방안, 사후관리 방식도 차별적이다. 일부 지방자치단체에서는 착한가격업소 활성화를 위하여 ‘착한가격업소 이용의 날’을 지정하고 있고, 연합회, 공공기관, 타 지방자치단체 등과 협력체계를 구축하여 착한가격업소 이용을 적극적으로 장려하고 있는 것으로 확인된다.

또한 단순히 착한가격업소를 지정하는 것에 그치는 것이 아닌 사후관리 방안 마련을 통해 운영 현황 점검과 물가모니터 요원을 운영하기도 한다. 운영 현황 점검을 통해 주기적으로 착한가격업소를 방문 점검하여 가격·위생·청결 등 지정 기준 적격 여부를 조사하며, 물가 모니터 요원을 통해 착한가격업소 발굴 및 홍보, 물가 조사, 물가 안정 캠페인 참여 등의 활동을 하도록 지원한다. 현재 착한가격업소로 지정된 업종 중 외식업이 74.6%, 기타 개인 서비스업이 25.4%를 차지하며, 외식업의 비중이 압도적으로 높게 나타난다. 이에 따라, 지방자치단체별 지원사업의 내용과 심사·평가 기준 또한 외식업 중심으로 운영되는 경우가 많은 것으로 보인다.

다음으로 착한가격업소 지정 현황을 살펴보면 2011년 587개 업소가 등록하였고, 2024년 7,172개로 확대된 것을 확인 할 수 있다. 제도 도입 직후인 2012년, 2023년 신규 지정이 많아지면서 전체 가입 업소 수도 크게 증가한 것으로 보인다.

〈표 1〉 착한가격업소 연도별 지정 현황

(단위: 개소)

년도	‘11	‘12	‘13	‘14	‘15	‘16	‘17
신규 가입	587	1,244	358	209	238	151	244
전체 가입	587	1,831	2,189	2,398	2,636	2,787	3,031
년도	‘18	‘19	‘20	‘21	‘22	‘23	‘24(기타*)
신규 가입	289	443	386	432	795	1,762	16(18)
전체 가입	3,320	3,763	4,149	4,581	5,376	7,138	7,154 (7,172)

주: 2024년 (기타)는 가입 연도가 확인되지 않은 자료를 의미하며, 18개에 해당됨

자료: 행정안전부 지역경제과 자료 제공

특히 2023년 신규 등록업체가 큰 폭으로 증가하였는데 2022년 대비 2023년 16.69% 증가한 것으로 확인된다. 이는 2023년 중앙부처의 국비 지원에 따른 지원 규모 확대가 영향을 미쳤을 것으로 보인다. 2023년 이전까지 지방자치단체 중심의 재정적·제도적 지원이 이루어졌으나 2023년

최초로 국비가 투입되면서 지역 내 착한가격업소에 대한 지원 규모가 확대되었기 때문이다.

지역별 착한가격업소 지정 현황을 살펴보면 서울, 경기 등 소상공인 비중이 높은 지역에 착한가격업소 사업체도 많은 것으로 확인된다. 2023년 12월 기준 서울 1,076개소, 경기 828개소로 확인되고 세종은 총 36개소로 광역자치단체 기준 착한가격업소 규모가 작은 것을 확인할 수 있다. 광역자치단체 내 기초자치단체 별 착한가격업소 현황을 검토하면 전국 착한가격업소 평균은 약 30개 수준으로 확인되고, 최소 2개의 착한가격업소를 포함한 지역부터 최대 199개인 지역까지 지역별 차이가 크다는 것을 확인할 수 있다. 기초자치단체가 없는 세종과 제주를 제외하고 9개 광역자치단체의 평균 착한가격업소 수는 30개 미만으로 확인되어 착한가격업소의 절대적인 규모가 작음을 확인할 수 있다.

〈표 2〉 착한가격업소 지역별 지정 현황

(단위: 개소)

구 분	합계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종
전체	7,172	1,076	647	339	218	226	402	121	36
최소	2	14	10	13	2	37	42	21	-
최대	199	98	60	108	38	59	159	28	-
평균	30.2	43.0	50.4	37.7	21.8	45.2	80.4	24.2	-
구 분	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
전체	828	595	317	334	331	405	578	418	301
최소	3	8	11	3	9	4	2	3	-
최대	82	106	87	91	45	104	199	94	-
평균	26.7	33.1	28.8	22.3	23.6	18.4	26.3	23.2	-

주: 지역별 최소, 최댓값은 광역자치단체 내에 포함된 기초자치단체를 기준으로 가장 적은 지역과 가장 많은 지역의 개수임

2. 착한가격업소 관련 선행연구 검토

착한가격업소에 관한 학술적 측면의 연구는 다소 부족하지만, 기존 연구를 검토하면 다음과 같은 특징을 살펴볼 수 있다. 첫째, 착한가격업소 활성화를 위한 제도적 기반 강화를 강조하며 법적 근거 마련, 안정적 재정지원의 필요성을 주장한다(유보람·이서희, 2024; 조원희 외, 2021; 배순영, 2012).

먼저 유보람·이서희(2024)는 착한가격업소 지원제도의 성과를 실증적으로 분석하면서 착한가격업소 지정이 지방 물가 안정에 기여하는 동시에 매출액과 영업이익에도 긍정적인 영향을 미친다는 점을 확인하였다. 또한, 제도의 효과를 더욱 확산하기 위해서는 재정적·제도적 지원의 지속적 확대가 필요함을 강조하였다. 조원희 외(2021)는 착한가격업소 지정 확대를 위한 제도적 요인의 중요성을 실증적으로 분석하였고 중앙정부의 표준시책 마련 및 제도적 지원이 지정 활성화에 중요한 역할을 하고 있음을 확인하였다. 특히 인증의 확대가 인접 지방자치단체로 확산되는 현상이 존재하고 있음을 발견하면서 정책적으로 지방자치단체의 적극적 참여를 유도

할 법적 근거 마련이 필요하다는 점을 강조한다. 배순영(2012)은 2011년 제도 도입 직후의 연구로 업소 선정 기준이나 평가 방식 개선 필요성을 제기하였다. 특히, 착한가격업소의 장점으로 낮은 가격만을 강조하는 것이 아닌 높은 수준의 서비스 품질 유지가 동시에 강조될 필요가 있다고 설명한다. 저렴한 가격과 양질의 서비스 제공 환경이 조성되기 위해서는 착한가격 업소 지정 이후에도 지속적인 재정적·정책적 지원이 이루어져야 한다고 설명한다.

둘째, 소비자 측면에서 착한가격업소 활성화 방안을 분석하거나, 착한가격업소와 같은 공공정보의 효율적 공유 방식을 제안하며 홍보 및 정보 제공의 중요성을 강조한다(조용현·김호석, 2018; 황성수·안재성, 2015).

조용현·김호석(2018)은 착한가격업소(음식업)를 방문하는 소비자를 대상으로 방문 유형별 방문 요인을 분석하였고, 분석 결과 착한가격업소를 방문하는 소비자는 낮은 가격 외에도 음식의 질과 청결도 등 환경적 요인을 중요하게 생각하는 것으로 분석되었다. 따라서 착한가격업소의 환경개선 사업을 위한 정책적 지원이 이루어질 필요가 있으며, 낮은 가격 중심의 홍보가 아닌 착한가격업소의 긍정적 이미지 확산을 강조하는 홍보가 함께 이루어질 필요가 있음을 강조한다. 마지막으로 황성수·안재성(2015)은 착한가격업소의 성과분석 연구는 아니지만, 온라인 활용률이 높아지는 시대적 흐름에 맞추어 착한가격업소와 같은 공공정보 역시 단순히 정보 그 자체만을 제공하기보다 공간정보와 연계하여 서비스화하는 방식을 제안하였다.

이상의 연구를 종합하면, 기존 연구들은 착한가격업소 활성화를 위해 제도적 기반 강화와 홍보의 중요성을 강조하고 있는 것을 확인할 수 있다. 즉, 착한가격업소의 활성화를 위해서는 정부의 재정적·제도적 지원이 필수적이며, 소비자 인식 제고를 위한 홍보 강화 또한 중요한 요소로 작용한다.

다만 착한가격업소 등록은 업소의 자발적 참여를 기반으로 이루어지고 있기 때문에 선행연구에서 강조하는 재정적·제도적 지원과 소비자 인식 제고가 상인의 참여를 유도하는 주요 요인인지 확인할 필요가 있다. 또한 분석 결과를 바탕으로 착한가격업소 참여 확대를 위해 검토하여야 할 효과적인 제도적 개선 방안을 마련할 필요가 있다.

III. 연구설계

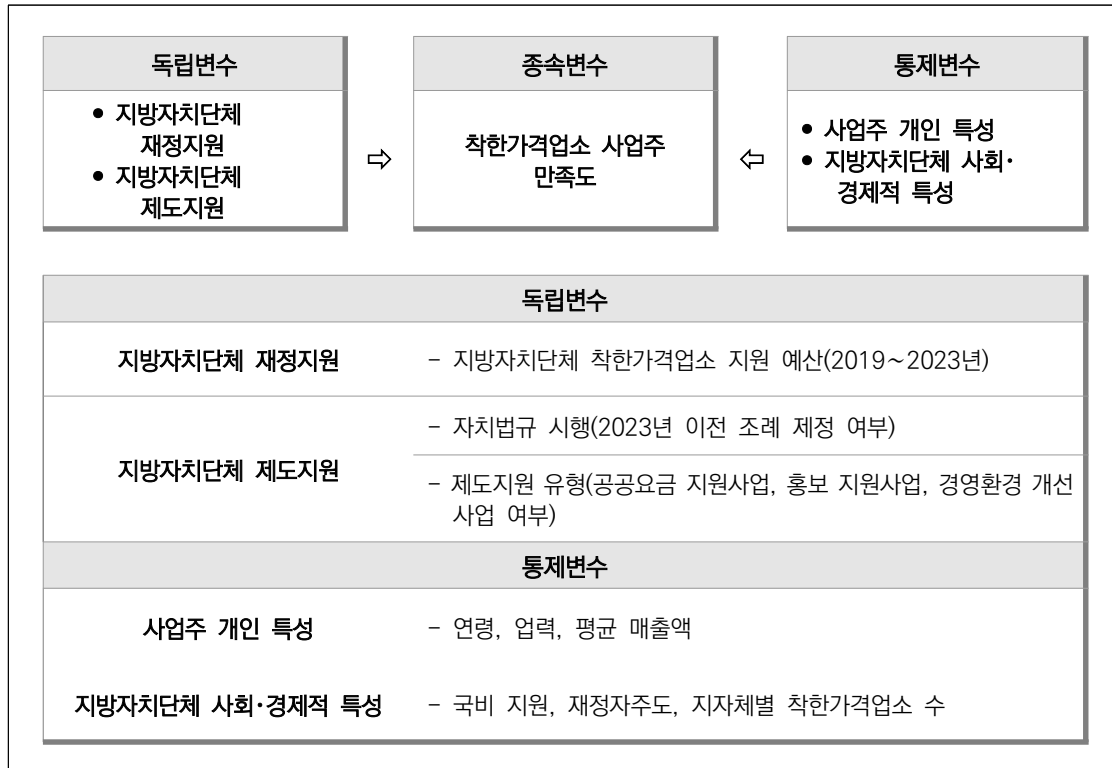
1. 연구 모형

본 연구의 목적은 지방자치단체의 재정적·제도적 지원이 착한가격업소 사업주의 만족도에 차별적인 영향을 주고 있는지 검토하고, 분석 결과를 바탕으로 착한가격업소 지원제도에 관한 정책적 시사점을 제공하는 것이다.

종속변수는 착한가격업소 사업주 만족도이며, 독립변수는 지방자치단체의 재정적·제도적 지원으로 구성하였다. 마지막으로 만족도 조사에 참여한 응답자의 개인적 특성과 착한가격업

소 지원제도 만족도에 영향을 줄 수 있는 지방자치단체의 사회·경제적 특성을 통제 변수로 포함하여 <그림 1>과 같은 연구 모형을 설계하였다.

〈그림 1〉 착한가격업소 만족도 영향 요인 분석모형



2. 변수 선정 및 연구가설

1) 종속변수

본 연구에 포함된 종속변수는 착한가격업소 지원사업에 대한 사업주의 만족도로 만족, 보통, 불만족 3점 척도로 구상하였다. 최초 설문 문항에서 만족도는 5점 척도로 구성되었으나 해석의 용이성을 위하여 3점 척도로 변환하였다. 즉, 사업 전반의 만족도에 대해 매우 만족, 만족한 경우 3점, 보통인 경우 2점, 불만족, 매우 불만족한 경우 1점으로 변환하여 분석하였다. 설문 대상은 착한가격업소 사업체 대표자이며, 2024.04.15. ~ 06.15. 약 2달간 모바일 설문과 방문 설문을 통해 자료를 수집하였다. 모집단은 2023년 기준 착한가격업소 등록 사업체 7,172업체이며 이 중 총 1,137 표본을 회수하였다. 다만, 대전시를 비롯한 일부 기초자치단체 설문이 회수되지 않았고, 기초자치단체 기준 6개 지역을 제외한 220개 지역의 설문 결과를 이용하였다⁴⁾.

4) 앞서 2장 1(착한가격 업소 지원제도 의의 및 현황)을 통해 기술한 바와 같이 현재 지방자치단체별 착한가격업소 수는 전국 평균 30개소, 최소 2개소 수준으로 수적 규모가 작은 상황이다. 이러한 이유로 개별 지자체별 설문 표본 수 역시 제한적인 상황이다.

2) 독립변수

독립변수는 크게 지방자치단체의 재정적 지원과 제도적 지원으로 구성된다. 착한가격업소 지원제도는 중앙정부에서 추진하는 사업이지만 재정적 측면의 국비 지원 수준이 미미하고, 제도적 측면의 법적 근거도 마련되지 않았다. 이러한 이유로 착한가격업소 지원제도는 지방비와 자치법규를 통해 운영되며, 지방자치단체별 지원 규모와 지원 방식이 상이하다. 따라서 지방자치단체의 재정적·제도적 지원에 따라 사업의 만족도에 차별적 영향을 주는지 실증적으로 검토하여 착한가격업소 지원제도의 방향성을 모색해 보고자 한다.

첫 번째 독립변수인 지방자치단체의 재정적 지원은 시·도를 포함한 시·군·구의 착한가격업소 지원사업 예산 총액으로 2019년부터 2023년 5년간 투입된 착한가격업소 지원사업비이다⁵⁾. 지방자치단체별 지원하는 사업의 내용, 착한가격 지원사업에 대한 관심도가 상이하기 때문에 지역별 사업예산 역시 차이가 있다. 따라서 지역별 지원사업 예산 규모를 독립변수로 설정하여 예산 규모에 따라 지원사업 만족도에 차별적 영향력이 있는지 검토해 보고자 한다.

두 번째 독립변수인 지방자치단체의 제도적 지원은 착한가격업소에 관한 자치법규 시행 여부와 지원사업 유형으로 구분된다. 자치법규 시행 여부는 2023년 기준 조례 지정 여부인데, 2023년 최초로 국비가 지원되면서 지방자치단체에 착한가격업소 관련 조례를 규정하도록 권고한 바 있다. 따라서 2023년 이후 조례가 제정된 경우는 국비 지원 확보를 위해 조례를 제정한 것으로 보았고, 그 이전에 조례가 제정된 경우는 착한가격업소 지원·운영에 관한 체계적 지원이 이루어지고 있는 것으로 보았다.

다른 제도적 지원 변수인 지원사업 유형은 자치법규에 규정된 지원사업 중 공공요금 지원사업, 경영환경 개선 지원사업, 홍보 지원사업 유무이다. 앞서 살펴본 것과 같이 현재 지방자치단체별 착한가격업소 지원사업은 총 8개 유형으로 구분된다. 이 중 착한가격업소 사업주 대상 설문 결과 지원 확대 필요 사업으로 공공요금(80.9%), 물품지원(78.2%), 홍보(79.1), 경영환경 개선 지원(78.3%)이 높게 나타났다. 다만, 물품지원은 90% 이상의 지방자치단체가 지원하고 있어 분석에서 제외하였으며 다른 세 개의 사업을 중심으로 더미변수를 구성하였다. 즉, 공공요금 지원사업, 홍보 지원사업, 경영환경 개선 사업, 기타 지원사업을 더미변수로 구성하였으며 준거집단은 기타 지원사업이다.

H1. 지방자치단체의 재정적 지원은 착한가격업소 사업주 만족도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H2. 2023년 이전에 착한가격업소 지원에 관한 자치법규가 제정된 지역은 이후 제정된 지역에 비해 사업주 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5) 2019년 ~2023년 예산자료를 이용한 이유는 재정사업의 지원 효과는 단년도 데이터로 확인하기 어렵고, 재정지원의 정책적 효과가 즉시 발현되기 어려운 측면이 있기 때문이다. 따라서 확보 가능한 예산 자료인 2019년부터 2023년까지의 데이터를 이용하여 변수를 구성하였다.

H3. 공공요금, 홍보, 경영환경 개선 지원사업은 기타 지원사업과 비교하여 착한가격업소 참여 사업주 만족도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

3) 통제 변수

마지막으로 연구 모형의 통제 변수는 만족도 조사에 참여한 사업주의 개인적 특성인 연령, 사업체 운영 기간, 평균 매출액이며 지역의 사회·경제적 특성은 국비지원 규모, 착한가격업소 수, 재정자주도이다.

소상공인을 대상으로 사업 만족도 영향 요인을 분석한 선행연구를 검토하면 응답자의 인구통계학적 특성이나 업력이 사업의 만족도에 차별적인 영향을 주고 있다고 설명한다(신기동 외, 2016; 정갑수·설병문, 2016). 따라서 본 연구에서도 응답자의 개별적 특성 중 데이터 활용이 가능한 연령, 업력, 매출액 변수를 통제 변수로 포함하였다. 이중 매출액 변수는 조사 시점 기준 최근 3개월간 한 달 평균 매출을 7점 척도로 구성하였고, 최소 4백만 원 미만-5천만 원 이상까지 범주화하였다.

지역의 사회·경제적 특성으로 국비 지원 변수는 2023년 단년도 예산자료를 이용하였다. 착한가격업소 지원제도는 2023년 최초로 국비 지원이 이루어졌기 때문에, 지방비와 같이 다년도 투입 예산을 이용할 수 없었다. 다만, 국비가 모든 지방자치단체로 배분되지 않았고 지자체별 재원 규모가 다르기 때문에 예산 규모에 따라 사업주 만족도에 영향을 줄 수 있을 것으로 보인다. 또한 재정지원에 따른 정책 효과는 시차를 두고 발생한다는 특징이 있어 만족도 조사 시점인 2024년도 지원 규모가 아닌 전년도(2023년)도 예산자료를 활용하였다. 다음으로 착한가격업소 수를 모형에서 통제하였다. 착한가격업소 수는 지방자치단체별로 다르고, 이러한 이유로 착한가격업소 지원사업에 대한 예산에 차이가 있을 수 있다. 또한 지방자치단체의 착한가격업소 비중은 본 연구의 독립변수인 지방자치단체 재정지원 규모를 비롯한 타 변수에도 영향을 미칠 수 있으므로 각 지방자치단체의 착한가격업소 수를 통제 변수로 포함하였다. 마지막으로 재정자주도는 지출 측면에서 지방자치단체의 재정력을 파악하기 위하여 포함하였다. 착한가격업소의 재정지원 규모는 해당 지방자치단체의 재정력에 따라 달라질 수 있으므로 자체 재원과 자주재원을 포함하고 있는 재정자주도 변수를 통제 변수로 활용하였다.

4) 변수의 조작적 정의

연구 모형에 포함된 변수에 관한 상세한 설명은 <표 3>에 정리하였다.

〈표 3〉 변수의 조작적 정의

구분	변수 내용		측정 방법
종속변수	착한가격업소 만족도		불만족(1), 보통(2), 만족(3)
독립변수	지방자치단체의 재정적 지원액 로그값(천원)		지방자치단체 별 착한가격 1개 업소당 착한가격업소 * 2019년 ~2023년 총합
	지방자치단체의 제도적 지원	자치법규 시행	2023년 이전 조례 제정(1), 2023년 이후 조례 제정(0)
		제도지원 유형	공공요금 지원사업(1), 홍보 지원사업(1) 경영환경 개선 사업(1), 기타 지원사업(0) *3개 더미 변수 구성
통제변수	응답자 개인적 특성	연령(세)	20대(1), 30대(2), 40대(3), 50대(4), 60세 이상(5)
		업력(년)	1년 미만(1), 1-3년(2), 3-5년(3), 5-10년(4), 10년 이상(5)
		평균 매출액(만원)	400미만(1), 400-1,000(2), 1,000-2,000(3), 2,000-3,000(4), 3,000-4,000(5), 4,000-5,000(6), 5,000 이상(7)
	지방자치단체 사회·경제적 특성	국비 지원액 로그값(천원)	2023년도 국가 지원 예산
		재정자주도 (%)	{자체수입(지방세+세외수입)+의존재원(지방교부세+조정교부금)}×100 / 일반회계 총계예산규모, 개편후
		착한가격업소 수(개소)	착한가격업소 수

3. 분석자료 및 분석 방법

본 연구의 분석 대상은 117개⁶⁾의 기초자치단체의 착한가격업소 사업주이며, 분석 기간은 분석 데이터에 따라 조금 상이하다. 기본적으로 만족도 조사를 포함한 통계 자료들은 2024년을 기준으로 하며, 국비와 지방비 자료는 데이터 제약요인으로 인해 각 2023년, 2019~2023년을 이용하였다⁷⁾.

본 연구에서는 착한가격업소 지원사업에 대한 사업주 만족도를 종속변수로 설정하고, 이를 3점 척도(불만족=1, 보통=2, 만족=3)로 측정하였다. 이러한 만족도 변수는 순서형(ordinal) 특성을 가지므로, 분석 방법으로 순서형 프로빗(Ordered Probit) 모형을 적용하였다.

순서형 프로빗 모형은 응답자의 만족도가 명시적인 점수로 측정되지만, 실제로는 내재된 연속적인 잠재 만족도(y^*)에 따라 결정된다고 가정한다. 이를 수식으로 표현하면 다음과 같다.

6) 전국 기초자치단체는 총 226개이다. 다만, 데이터의 문제로 만족도 조사에 참여하지 않았거나 착한가격업소 지원사업비 및 다른 독립변수 모두 결측치로 처리되는 경우 분석에서 제외하였다.

7) 분석 데이터 연도에 차이가 나는 이유는 앞서 ‘변수 선정 및 연구가설’ 부문에 상세히 기술하였다.

$$y_i^* = X_i\beta + \epsilon_i, \quad \epsilon_i \sim N(0,1) \quad (1)$$

식 (1)에서 y_i^* 은 관측되지 않은 잠재 만족도이며, X_i 는 독립변수 벡터, β 는 추정 계수, ϵ_i 표 준정규분포를 따르는 오차항을 의미한다.

실제 관측되는 만족도 y_i 는 잠재 만족도 y_i^* 가 특정 임계값(Threshold)을 초과하거나 미치지 못할 때 다음과 같은 방식으로 결정된다.

$$y = \begin{cases} 1, & \text{if } y_i^* \leq \mu_1 \\ 2, & \text{if } \mu_1 < y_i^* < \mu_2 \\ 3, & \text{if } y_i^* > \mu_2 \end{cases} \quad (2)$$

여기서 μ_1, μ_2 는 추정해야 하는 임계값(Threshold)으로, $\mu_1 < \mu_2$ 의 관계를 만족해야 한다. 본 연구에서는 독립변수로 지방자치단체의 재정적 지원 규모(지방비 지원금)와 제도적 지원 여부(자치법규 시행, 공공요금·경영환경·홍보 지원 여부)를 포함하였으며, 이외에도 응답자 개인적 특성(연령, 사업체 운영기간, 평균 매출액)과 지방자치단체의 사회·경제적 특성(국비 지원 규모, 재정자주도, 착한가격업소 수)을 통제변수로 포함하였다. 이를 통해, 착한가격업소 지원사업 만족도에 영향을 미치는 요인을 체계적으로 분석하고, 정책적 시사점을 도출하고자 하였다.

IV. 분석 결과

1. 기술 통계 분석 결과

〈표 4〉는 분석모형에 사용한 변수의 기술통계량(Descriptive Statistics)을 정리한 것이다. 관측치는 변수별로 차이가 있으나 종속변수인 만족도 데이터 1,100개를 기준으로 구성하였다. 지방비나 국비 지원의 경우 지방자치단체를 대상으로 정보를 수집하였으나, 일부 지역의 자료가 제출되지 않아 결측치가 발생하였다. 또한 지방자치단체별 착한가격업소 지원사업 제도 유형인 공공요금, 경영환경, 홍보 지원의 경우 착한가격업소 지원을 위한 자치법규가 마련되지 않아 지원제도 유형을 분류하기 어려워 결측치가 발생하였다⁸⁾.

8) 변수별 결측값을 제외하고 최종적으로 분석에서 활용된 관측치 수 확인 결과 1,064개로 나타났다.

〈표 4〉 기술통계 분석 결과

구분			관측치	평균	표준편차	최솟값	최댓값
종속변수			만족도	1,100	2.30	0.71	3
독립 변수	재정적 지원	log 지방비	1,081	11.33	0.96	6.68	13.05
	제도적 지원	조례 시행 여부	1,100	0.74	0.44	0	1
		공공요금지원 여부	1,083	0.50	0.50	0	1
		경영환경지원 여부	1,083	0.68	0.47	0	1
		홍보 지원 여부	1,083	0.21	0.41	0	1
통제 변수	응답자 개인적 특성	사업주 연령	1,100	4.02	1.01	1	5
		사업체 운영 기간	1,100	4.27	1.03	1	5
		평균 매출액	1,100	2.69	1.67	1	7
	지방자치단체 사회·경제적 특성	log 국비	1,081	8.48	1.93	0	10.07
		재정자주도	1,100	51.83	11.78	24.99	74.13
		착한가격업소 수	1,100	42.09	27.52	3	108

각 변수의 기술통계량을 살펴보면, 종속변수인 만족도의 평균은 2.30으로 나타났다. 이는 착한가격업소 지원사업에 대해 응답자들이 전반적으로 ‘보통(2)’ 이상으로 평가하고 있음을 의미하며, 긍정적 응답이 다소 우세한 것으로 해석된다.

다음으로 독립변수를 살펴보면 지방자치단체의 재정적 지원(지방비 log)은 평균 11.33으로, 최솟값과 최댓값이 각각 6.68과 13.05로 나타나 약 6.36의 차이를 보여주며, 지자체 간 재정적 지원 수준에 차이가 존재함을 보여준다.

제도적 지원 측면에서 살펴보면 조례 시행(더미)는 평균 0.74로, 전체 표본 중 약 74%가 조례를 시행한 집단에 속하고 있는 것으로 보인다. 제도 유형의 경우 평균 비교 결과 경영환경개선 > 공공요금 > 홍보 지원 순으로 제도지원 비율이 높게 나타나고 있었다. 즉, 경영환경 개선은 지원받은 비율이 68% 수준으로 지원 비중이 높고 공공요금지원은 평균 50% 수준으로 지원받은 지역과 지원받지 않은 지역의 비중이 유사하였으며 홍보 지원은 약 21%의 지자체만이 관련 지원을 하는 것으로 확인된다.

마지막으로 통제 변수를 살펴보면 응답자 개인 특성 중 연령은 평균 4.02로 40대 이상의 비중이 높은 것으로 확인되고, 평균 업력은 4.27로 5-10년, 10년 이상 사업체를 운영하는 응답자가 많음을 확인할 수 있다. 매출액은 조사 시점 기준 최근 3개월 동안 한 달 평균 매출액에 관한 것으로 평균 2.69로 확인되어 400만 원 미만-2천만 원 미만(1-3)에 주로 분포하고 있음을 시사한다.

지방자치단체의 사회·경제적 특성으로는

지방자치단체의 사회·경제적 특성을 살펴보면 국비 지원(log) 평균이 8.48, 국비 지원(log) 평균이 8.48로, 표준편차는 1.93이며 최솟값 0에서 최댓값 10.07까지 분포해 국비 지원을 전혀 받지 못한 지자체도 존재하고, 지원 규모의 지역 간 격차가 큰 것으로 나타났다. 재정자주도 평균은 51.83%이고, 지자체별로 24.99%에서 74.13%까지 분포하고 있어, 지방자치단체 재정 수준의 편차를 확인하였다. 착한가격업소 수는 평균 42.09개로, 최소 3개에서 최대 108개까지 지역

별 분포 차이가 크게 나타났다).

2. 연구 모형 분석 결과

본 연구의 목적은 지방자치단체의 재정적·제도적 지원이 착한가격업소 사업주의 만족도에 차별적인 영향을 주고 있는지 분석하는 것이며, 분석 결과는 아래 <표 5>와 같다.

〈표 5〉 착한가격업소 지원제도 만족도 영향 요인 분석 결과

구분		순서형 프로빗 (Ordered probit regression)		한계효과 (marginal effects)	
		Coef.	(SE)	Coef.	(SE)
재정적 지원	log 지방비 지원	0.249***	(0.061)	0.0965***	(0.023)
제도적 지원	조례시행 여부	-0.009	(0.086)	-0.0033	(0.033)
	공공요금지원 여부	-0.074	(0.079)	-0.0288	(0.031)
	경영환경지원 여부	0.064	(0.083)	0.0249	(0.032)
	홍보지원 여부	0.186*	(0.108)	0.0722*	(0.042)
응답자 개인적 특성	사업주 연령	0.083**	(0.039)	0.0323**	(0.015)
	사업체 운영 기간	0.013	(0.038)	0.0050	(0.015)
	평균 매출액	0.019	(0.021)	0.0073	(0.008)
지방자치단체 사회·경제적 특성	log 국비지원	-0.022	(0.021)	-0.0086	(0.008)
	재정자주도	0.001	(0.004)	0.0005	(0.001)
	착한가격업소 수	-0.004*	(0.002)	-0.0015**	(0.001)
N		1,064			
Pseudo R ²		0.0144			
Log likelihood		-1056.88			
LR Chi ²		30.80***			

주: (*) p<0.1, (**) p<0.05, (***) p<0.01

본 연구에서는 착한가격업소 지원제도에 대한 사업주 만족도에 영향을 미치는 요인을 순서형 프로빗 모형으로 분석하고, 추가로 ‘만족’ 응답(3점) 확률 변화를 중심으로 한계효과를 산출하여 실질적 영향력을 평가하였다.

종속변수는 ‘불만족(1점)’, ‘보통(2점)’, ‘만족(3점)’의 3점 척도로 구성되어 있으며, 아래 결과는 정책 만족도에 긍정적 영향을 주는 요인과 그 크기를 보여준다.

순서형 프로빗 분석 결과, 지방비 지원 규모(log)가 사업주 만족도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(계수 = 0.249, $p < 0.01$). 이는 지방비 지원이 클수록 사업주가 정책에 긍정적 평가를 할 가능성이 높다는 것을 의미한다.

9) 지방자치단체별 착한가격업소 수는 모형에 포함된 지방자치단체만을 포함하고 있어 앞의 ‘<표 2> 착한가격업소 지역별 지정 현황’과 차이가 있다. 즉, 표2의 결과는 전국 지방자치단체를 대상으로 하고 있고 <표 4>는 모형에 포함된 변수별 결측값이 있는 지방자치단체를 제외한 결과이다.

한계효과 분석에서는 지방비 지원이 1단위 증가할 경우, '만족'으로 응답할 확률이 약 9.65%p 증가하는 것으로 나타났다($p < 0.01$). 이는 실질적으로 재정적 지원이 증가할수록 정책 체감 만족도가 커진다는 점을 보여준다.

다음으로 제도적 지원의 영향 요인을 검토한 결과 조례 시행 여부, 공공요금 지원, 경영환경 개선 지원은 순서형 프로빗 결과에서 모두 통계적으로 유의하지 않았으며, 한계효과 결과에서도 '만족' 확률 변화가 유의미하지 않았다. 다만 홍보 지원 여부는 순서형 프로빗 계수 0.186($p < 0.1$)로 유의했고, 한계효과에서도 홍보 지원 시 '만족' 확률이 약 7.22%p 증가하는 것으로 나타났다($p < 0.1$). 이러한 결과를 통해 홍보 활동이 정책 체감 만족도에 실질적 영향을 미치고 있음을 경험적으로 확인할 수 있었다.

통제변수인 응답자 개인적 특성의 영향력과 사회경제적 특성의 영향력을 검토한 결과 응답자 개인적 특성으로 사업주 연령이 유의한 결과를 나타내고 있었다. 사업주 연령은 순서형 프로빗 계수 0.083($p < 0.05$)로 유의하게 나타났으며, 한계효과 결과로는 연령 증가 시 '만족' 확률이 약 3.23%p 증가했다. 이는 상대적으로 연령이 높은 사업주들이 정책을 더 긍정적으로 평가하는 경향이 있음을 의미한다. 사회경제적 특성으로 착한가격업소 수가 유의한 결과를 나타내었다. 착한가격업소 수는 순서형 프로빗 계수 -0.004($p < 0.1$)로 유의했고, 한계효과 분석 결과, 업소 수가 1개 증가할 때 '만족' 확률은 약 0.15%p 감소($p < 0.05$)하는 것으로 나타났다. 이는 업소 수 증가가 경쟁 심화 또는 정책 혜택 체감 감소로 이어질 수 있음을 시사한다.

V. 결론 및 정책적 함의

본 연구를 통해 지방자치단체의 재정적·제도적 지원이 착한가격업소 사업주의 만족도에 차별적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 분석 결과, 다음과 같은 두 가지 중요한 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 지방자치단체의 재정적 지원 효과가 뚜렷하게 확인되었다

착한가격업소에 대한 지방비 지원은 사업주들의 정책 만족도를 높이는 데 유의미한 영향을 미쳤다. 반면, 중앙정부의 재정 지원은 통계적으로 유의미한 효과를 보이지 않았다. 이는 2011년 제도 도입 이후 착한가격업소 지원이 사실상 지방자치단체 주도로 운영되어 왔으며, 재정적 지원 또한 지방비로 충당되어 온 구조적 현실을 반영하는 결과로 볼 수 있다. 중앙정부의 예산 지원은 2023년에야 처음으로 이뤄졌다.

지방자치단체의 장기적이고 지속적인 재정지원은 사업주의 경영 안정성과 정책 만족도에 누적 효과를 미쳤을 가능성이 크다. 특히, 지방자치단체가 자치법규를 통해 지역 맞춤형 정책을 설계·운영하고 있어 사업주의 실질적 수요를 반영하고 있다는 점에서 중앙의 일괄적 지원 방식과 차별화된다. 중앙정부의 재정지원은 전국 단위로 일괄 배분될 가능성이 높아 지역별 체감 효과가 달라질 수 있다는 한계가 존재한다.

따라서 중앙정부는 지방자치단체 주도의 착한가격업소 지원사업 운영의 장점을 극대화하기 위해 법적·재정적 지원 근거를 명확히 마련할 필요가 있다. 아울러, 지역 맞춤형 지원이 가능하도록 지방과의 협력 체계를 구축하고, 중앙은 후방 지원과 제도적 기반 마련에 집중하는 전략이 필요하다.

둘째, 홍보 지원이 사업주 만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다

분석 결과, 다양한 지원사업 중에서 홍보 지원이 사업주들의 만족도를 높이는 데 유의미한 역할을 하는 것으로 확인됐다. 현재 전국 지자체의 90% 이상이 착한가격업소에 ‘지정표찰’을 부착해 가게의 이미지 제고와 홍보 효과를 노리고 있다.

그러나 제도 시행 10년이 지난 지금까지도 착한가격업소에 대한 소비자 인지도가 여전히 낮은 현실은 홍보 효과가 충분히 발휘되지 못하고 있음을 보여준다. 이는 단순한 표찰 부착만으로는 정책 목표인 인지도 제고와 이용 촉진 효과를 내기 어렵다는 점을 시사한다.

따라서 중앙정부 차원에서 착한가격업소의 긍정적 이미지를 부각시키고, 다양한 채널을 활용한 적극적 홍보 전략이 필요하다. 방송·온라인·SNS 등 복합적 홍보수단을 통해 소비자의 인식을 높이고, 지역 내에서도 지자체 홈페이지·지역 언론 등을 활용해 상시적인 홍보 활동을 강화해야 할 것이다.

착한가격업소 지원제도는 지역 물가 안정과 소비 촉진, 지역 소상공인의 경영 안정 지원이라는 점에서 지역경제 정책으로서 중요한 의미를 가진다. 특히, 인근 상권 대비 합리적인 가격으로 서비스를 제공한다는 점에서 지역 물가 안정화에 실질적으로 기여하고 있다.

그럼에도 불구하고, 착한가격업소 지원제도는 제도적·재정적 기반이 취약해 지속적인 운영이 어려운 구조적 한계를 안고 있다. 10년 넘는 기간 동안 제도가 유지되어 왔지만 국가의 재정 지원이 부족해 지방자치단체의 재정 부담이 지속적으로 가중된 측면이 크다.

또한, 다수 지방자치단체가 조례를 통해 자체 지원사업을 시행하고 있지만 근거 법률이 부재해 절차적 정당성과 제도적 실효성을 충분히 확보하기 어려운 상황이다. 이에 따라, 착한가격업소에 대한 지속적·체계적 지원을 위해 법적·재정적 체계 마련이 시급하다.

본 연구는 착한가격업소 지원제도의 활성화 방안을 정책 참여자(사업주) 관점에서 분석했다는 점에서 의미가 있다. 특히, 착한가격업소를 대상으로 만족도 조사를 실시하고, 제도와 연계해 실증 분석을 수행했다는 점에서 기존 연구와 차별성을 가진다. 다만, 일부 지방자치단체의 착한가격업소는 만족도 조사가 이루어지지 않아 전국 단위의 분석이 어려웠다는 한계가 있다. 향후에는 데이터를 보완하고 전국 단위로 확장해 중앙과 지방의 재정·제도적 지원 효과성을 심층적으로 분석할 필요가 있다. 나아가, 중앙과 지방의 역할 재정립과 협력 방안 마련을 통해 착한가격업소 정책의 지속가능성을 확보해 나가야 할 것이다.

참고문헌

- 관계부처합동. (2024.01.04.). 「활력있는 민생경제 2024년 경제정책방향」.
- 배순영. (2012). “착한가격업소가 진짜 착하려면”. 「소비자정책동향」, (34):1-19.
- 신기동·김태영·성창수·이동욱·김유나. (2022). 「경기도 상권활성화 지원정책 개선방안 연구」. 정책연구, 1-163.
- 유보람·이서희.(2024). “착한가격업소 지원제도 성과와 발전 방안”. 「한국정책연구」, 24(4):300-317.
- 정갑수·설병문. (2016). “소상공인지원제도에 대한 소상공인 만족도 분석: 경남지역 사례 중심”. 「벤처창업연구」, 11(6):153-161.
- 정민규·강윤철·김남철·정광현. (2022). “순서형 프로빗 모델을 활용한 정성적 평가 결과의 객관성 확보 방안”. 「한국전자거래학회지」, 27(1):81-94.
- 조용현·김호석. (2018). “착한가격업소에 대한 소비자의 주관성연구”. 「한국콘텐츠학회논문지」, 18(2): 396-404.
- 조원희·주혜린·전미선. (2021). “착한가격업소 인증제도 활성화의 영향요인 분석: 서울특별시 자치구를 중심으로”. 「한국지방공기업학회보」, 17(1): 77-94.
- 행정안전부. (2024). 「2024년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(II-1)」.
- 행정안전부. (2024.03.). 「“2024년 주요업무 추진계획 -안전한 일상, 역동적인 지방, 따뜻하고 신뢰받는 정부-”」.
- Greene, W. H. (2012). *Econometric Analysis* (7th ed.). Pearson
- Lee, G. R., Rho, J. K., & Kang, K. W. (2009). Development of bicycle level of service model from the user's perspective using ordered probit model. *The Journal of The Korea Institute of Intelligent Transport Systems*, 8(2): 108-117.