

통합문화이용권 가맹점 관리의 실증적인 문제 파악과 효과적인 관리 방안 연구

Empirical Problems in the Management of Integrated Cultural Vouchers and an Effective Management System

황민철¹, 주성돈², 박규동^{3*}

Min-Chul Hwang¹, Sung-Don Ju², Kyu-Dong Park^{3*}

요 약

2000년대부터 국민의 문화 향유 수준이 지속해서 증가하였으나, 소득 격차에 따른 문화 향유 수준의 불평등이 지속되고 있다. 이러한 문화 향유 수준의 격차를 완화하기 위해 정부는 소외계층의 문화 생활을 지원하는 통합문화이용권 사업을 2006년부터 현재까지 진행해오고 있다. 그러나 통합문화이용권 가맹점 사업 운영의 다양한 문제가 노출되고 있고, 이용에 있어 지역 간 격차가 발생하고 있다. 본 연구는 2020년 통합문화이용권 가맹점 결제 이력 데이터를 활용하여 통합문화이용권 사용의 편중 현상, 가맹점 승인금액의 지역 간 격차, 복합 물품과 서비스를 다루는 가맹점 관리의 문제점을 실증하고 이에 따른 개선방안을 모색하였다. 이를 위해 각 가맹점별 결제 승인금액을 종속변수로 하여 개별 가맹점의 특성과 가맹 지역의 환경적 특성을 독립변수로 한 다층모형분석을 시행하였다. 분석 결과를 네 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 도서, 영상, 교통수단을 취급하는 가맹점은 그렇지 않은 가맹점보다 결제 승인금액이 많다. 이러한 결과는 통합문화이용권의 주된 사용처가 도서, 영상, 교통수단이라는 기존의 연구 결과와 일치한다. 둘째, 통합문화이용권 결제를 위한 전용 단말기를 비치한 가맹점이 그렇지 않은 가맹점보다 결제액이 낮다. 셋째, 허용과 비허용 품목을 동시에 다루고 있는 복합 가맹점일수록 결제 승인금액이 높다. 넷째, 지역에 따른 가맹점 결제승인 금액의 차이가 나타났고, 이러한 차이는 지역별 이용자 규모, 가맹점 규모, 지역 가맹점의 시장 집중도와 관계가 있다. 이러한 분석 결과를 기반으로 본 연구는 가맹점 관리를 위한 세 가지 정책대안을 제시한다. 첫째, 이용자의 선호조사에 기반한 가맹점 확대 및 업종·품목 확대가 필요하다. 둘째, 통합문화이용권의 가맹점 분류와 관리를 위한 객관성을 확보해야 한다. 셋째, 정부가 지역 환경을 고려한 맞춤형 통합문화이용권 활용 방안을 모색해야 한다.

핵심어 : 가맹점 관리, 문화 향유 불평등, 통합문화이용권 이용의 편중, 지역 간 격차

1 Department of Social Welfare, Sunchon National University, Sunchon, Korea [Associate Professor]
e-mail: mchwang@scnu.ac.kr

2 Department of Public Administration, Myongji College, Seoul, Korea [Assistant Professor]
e-mail: hyripa@mjc.ac.kr

3 Department of Public Administration, Kwangwoon University, Seoul, Korea [Assistant Professor]
e-mail: gdpark29@kw.ac.kr (Corresponding author)

* 한국문화예술회원의 정책응역 보고서 내용을 수정 보완하였음(과제번호: ARKO 수시연구 2021-04).

Received(January 20, 2023), Review Result(1st: February 12, 2023), Accepted(April 12, 2023), Published(April 30, 2023)



© 2023 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Abstract

Since the 2000s, the level of national cultural consumption has continuously increased, but inequality in cultural consumption continues due to income gaps. In order to alleviate this gap in cultural consumption level, the government has been carrying out an integrated cultural voucher program to support the cultural life of the underprivileged since 2006. However, various problems in the operation of the integrated cultural voucher program are being exposed, and regional gaps are occurring in use. Using the 2020 integrated cultural voucher payment history data, this study demonstrated the consumption bias of integrated cultural vouchers, regional gap in franchise approval amount, and managerial issues of affiliates that deal with multiple goods and services. To this end, a multilevel analysis was conducted using the payment approval amount for each affiliate as a dependent variable and the characteristics of individual affiliates and the environmental characteristics of the affiliate area as independent variables. The results are summarized into four points. First, affiliates selling books, videos, and transportation tickets have more payment approval amount than affiliates that did not. These results are consistent with the findings of previous literature that the use of integrated cultural vouchers is mainly books, videos, and transportation tickets. Second, affiliates equipped with card terminals specialized in payment of integrated cultural voucher have less payment than affiliates that did not. Third, the higher the payment approval amount is in multiple affiliates that deal with both permitted and non-permitted items at the same time. Fourth, there is a difference in the payment amount of affiliates by region, and this difference is related to the size of users by regional characteristics, the size of affiliates, and the market concentration of local affiliates. Based on these analysis results, this study suggests three policy alternatives. First, it is necessary to expand the number of affiliates and items based on the user's preference survey. Second, it is necessary to secure objectivity for the classification and management of integrated cultural vouchers affiliates. Third, the government should seek ways to utilize customized integrated cultural vouchers in consideration of the local environment.

Keyword : Affiliates' Management, Inequality in Cultural Consumption, Consumption Bias of Integrated Cultural Vouchers, Regional Differences

1. 서론

2000년대부터 국민의 문화 향유 수준은 지속해서 증가하고 있는 추세이다 [1-2]. 코로나19 팬데믹 현상으로 2020년, 2021년을 제외하고, 문화예술 관람율은 2003년 62.4%에서, 2019년까지 그 수치는 지속적으로 증가하여 81.8%까지 높아졌다 [2-3].

그러나 이처럼 전체 국민들의 문화향유 수준은 증가하였지만, 소득 격차에 따른 문화향유의 수준은 불평등을 야기하고 있다. 코로나19 팬데믹 기간을 제외한 최근 월평균 가구소득에 따른 문화예술 관람률을 비교하였을 때, 2018년 100만원 미만은 42.5%, 600만원 이상은 91.5%였다. 2019년의 경우 100만원 미만은 51.7%, 600만원 이상은 92.5%였다 [4]. 그 격차는 2018년 49.4%p, 2019년 40.8%p로 가구소득에 따른 문화향유 수준의 불평등 현상을 보여주고 있다. 이러한 문화향유 수준의 격차를 완화하기 위해 국가 차원에서 통합문화이용권 사업이 2006년부터 현재까지 진행되고 있다. 통합문화이용권 사업이란 소외계층인 기초생활수급자와 6세 이상의 차상위계층의 문화격차를 완화하기 위해 2022년 기준으로 연간 10만원의 바우처를 소외계층에게 지급하여, 이들의 문화향유 수준 확대를 도모하고 있다 [5]. 실제 통합문화이용권 사업이 진행되면서 소득 격차에 따른 문화향

유 수준의 격차가 점차 완화되는 현상이 목격되고 있다. 코로나19 팬데믹 기간의 특수한 상황을 제외하면, 2016년 100만원 미만과 600만원 이상의 월평균 가구소득 간의 문화예술 관람율의 격차가 56.6%p였으나, 2019년 40.8%p로 감소하는 결과를 도출하였다 [5]. 이는 통합문화이용권 사업이 저소득층의 문화향유의 수준을 향상시키는 효과로 볼 수 있다.

통합문화이용권 사업이 소외계층의 문화향유 수준을 확대하고 있지만, 운영상에 있어 다양한 문제점들이 노출되고 있다. 통합문화이용권을 통한 소비 패턴이 문화산업 중 도서, 영화, 음반에만 편중된 지출 양상이 나타나고 있다 [6]. 또한, 지역별 가맹점에서 승인된 금액 비교 시 지역 간 격차가 발생하고 있다 [7]. 허용과 비허용 물품과 서비스를 동시에 취급하는 가맹점에서 사용자가 비허용 물품이나 서비스를 사용하는 편법이 발생할 수 있다 [8]. 이러한 문제점들은 통합문화이용권을 통해 물품이나 서비스를 제공하는 가맹점에 대한 관리, 운영상의 문제점으로 귀결될 수 있다.

이처럼 통합문화이용권 사업의 가맹점 관리 및 운영상의 문제점이 드러나고 있지만, 기존 연구들은 주로 통합문화이용권의 성과 분석 [9-14], 사용자의 접근성 [15-16], 이해관계자의 통합문화이용권 인식, 통합문화이용권의 제도 형성 및 발전과정 [17], 법적 논의 [18-19]를 중심으로 연구가 진행되고 있다. 사실상 통합문화이용권 사업에서 가맹점 관리 및 운영과 관련한 연구가 많지 않다 [20]. 따라서 본 연구의 목적은 통합문화이용권 사업의 가맹점 관리·운영상의 문제점인 특정 분야의 가맹점에서의 소비 편중현상, 가맹점 승인 금액의 지역 간 격차, 복합 물품과 서비스를 다루는 가맹점 관리의 문제점을 실증적으로 파악하고 이에 따른 개선방안을 도출하는 것이다.

2. 본론

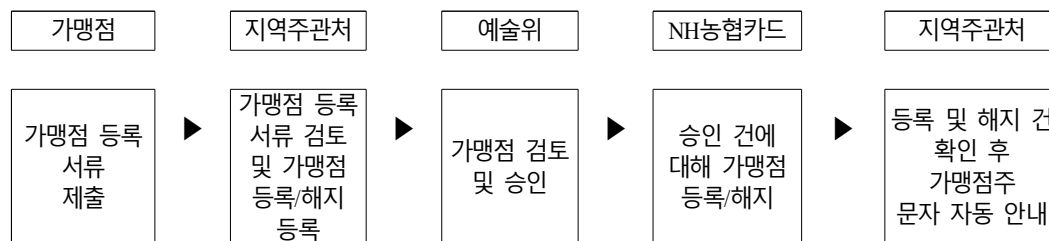
2.1 통합문화이용권 사업개요 및 관리체계

2022년 통합문화이용권 담당자 업무 매뉴얼을 중심으로 통합문화이용권 사업개요 및 관리체계를 살펴보면 다음과 같다 [5]. 통합문화이용권은 문화, 경제적 소외계층 대상 문화·예술·여행·체육 분야 향유 기회 차원으로 삶의 질 향상 및 문화 격차 해소를 위해 운영되고 있다. 2005년 시범사업이 진행되었고, 2006년 정규사업으로 전환되어 전국에서 활용할 수 있게 되었다. 2013년 문화와 여행, 스포츠 관람 이용권을 통합하여 운영하면서 통합문화이용권이라는 용어가 사용되고 있다.

2022년 기준 263만 명의 기초생활수급자와 차상위계층(6세 이상)이 10만원을 문화누리카드로 충전 받아서 사용하고 있다. 2021년 기준 예산은 총 179,194 백만 원이며, 재원의 원천은 문화예술 기금 126,090백만원과 지방비 53,100백만원이다. 사업추진체계에서 주관부처는 문화체육관광부가 담당하고 있으며, 정책 방향과 기본계획을 수립하고 있다. 한국문화예술위원회가 문화체육관광부 산하에 설립되어 있으며, 사업 총괄과 가맹점 관리를 문화체육관광부 대신 위탁하여 담당하고 있

다. 중앙부처인 문화체육관광부가 사업계획에 대해 지방자치단체에게 전달하고, 지방자치단체는 사업계획에 따라 지역의 사업을 총괄 운영하며, 대상자에게 카드발급 업무를 수행하고 있다. 이와 더불어, 지역 주관처가 17개의 광역단체에 지정되어 있으며 지역 주관처는 사업비를 실제 집행하고 관리를 하며, 더 나아가 실질적인 지역을 관리하는 업무를 담당하고 있다.

통합문화이용권의 가맹점 등록/해지 절차는 [그림 1]과 같이 정리할 수 있다. 2022년 통합 문화이용권 사업지침에 따르면 [5], 가맹점들의 허용된 품목과 서비스에 따라 대분류, 중분류, 소분류로 구분하고 있다. 이러한 분류 기준에 따라서 허용된 품목과 서비스를 취급하는 가맹점에서 대상자들이 통합문화이용권을 이용할 수 있다. 비허용된 품목과 서비스는 통합문화이용권을 통해 이용이 불가능하다. 통합문화이용권 가맹점은 NH농협카드사의 가맹점(온라인 또는 오프라인)으로서, 사업자등록증 상의 업태와 종목이 문화누리카드 가맹점 등록 기준에 해당하고, 문화누리카드 지원 목적에 부합하는 상품(서비스)을 일부가 아닌 대부분(90% 이상)으로 취급(운영)하는, 한국문화예술위원회에서 승인받은 업소 또는 사업자로 규정하고 있다. 가맹점 등록·해지는 특정 업소에서 통합문화이용권 결제가 가능 또는 불가능하도록 NH농협카드사 및 통합문화이용권시스템에 등록 또는 삭제하는 행위를 통해 가맹점 등록·해지를 관리하고 있다. 통합문화이용권 가맹점 등록 기준에 부합하는 신규 가맹점을 발굴하거나, 통합문화이용권 지원 목적에 맞는 새로운 업종(품목)을 확대함으로써 통합문화이용권 사용처를 확대하고 있다. 특히 지역주관처가 지역 내 신규 가맹점(온/오프라인)을 발굴하고 있으며, 한국문화예술위원회는 신규 허용 분야, 전국 단위 대형 사업자, 온라인 예매사이트, 스포츠대회, 온라인 여행상품 등의 발굴 외에 자체 점검과 현장점검을 통해 가맹점 부정행위를 확인·조치하고 있다.



[그림 1] 통합문화이용권 가맹점 등록/해지 절차

[Fig. 1] Procedures for Registration/Cancellation of Integrated Cultural Voucher License Affiliate

2.2 연구방법

2.2.1 자료원 및 측정도구

본 연구는 가맹점 분류에서의 소비 편중현상, 가맹점 승인 금액의 지역 간 격차, 복합 물품과

서비스를 다루는 가맹점 관리의 문제점을 분석하기 위해 2020년 통합문화이용권 가맹점 결제이력 데이터를 활용하였다. 2020년 결제이력 데이터는 15,772개 가맹점 결제승인 건수와 결제 금액, 가맹점 분류, 가맹점에서의 허용 품목과 비허용 품목 유무 및 비율, 통합문화이용권 결제 전용 단말기 유무, 17개 광역단체 지역식별 코드가 포함되어 있다. 가맹점들이 17개 광역단체에 따라서 분포하고 있어 다층자료라 할 수 있다. 즉, 1수준은 개별 가맹점, 2수준은 지역수준으로, 통합문화이용권 개별 가맹점의 특성과 지역 환경의 특성을 동시에 포함하고 있는 다층자료이다.

본 연구에서의 주요변수와 측정방법은 [표 1]와 같다. 먼저, 종속변수는 2020년 가맹점 결제금액으로 정규성 확보를 위해 로그변환을 시도하였고, 자료원은 2020년 가맹점 결제이력 데이터에서 추출하였다.

[표 1] 변수의 조작적 정의

[Table 1] Operational Definition of Variables

| 구분 | | 변수명 | 측정방법 |
|------|-------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| 종속변수 | | 가맹점 결제 승인금액 | 가맹점 결제 승인금액 로그변환 |
| 독립변수 | 1수준: 개별 가맹점 특성 | 가맹점 중분류: 도서 | 도서=1, 그 밖에 분류=0 |
| | | 가맹점 중분류: 영상(영화, TV) | 영상=1, 그 밖에 분류=0 |
| | | 가맹점 중분류: 교통수단 | 교통수단=1, 그 밖에 분류=0 |
| | | 통합문화이용권 결제 전용 단말기 | 통합문화이용권 결제 전용 단말기 유=1, 무=0 |
| | | 비허용 물품 유무 | 비허용 물품 유=1, 무=0 |
| | 2수준: 지역환 경 특성 | 지역별 가맹점 수 | 광역단체별 가맹점 수 로그변환 |
| | | 지역별 대상자 수 | 광역단체별 통합문화이용권 대상자 수 로그변환 |
| | | 지역별 가맹점 허핀달-허쉬만 지수(HHI) | 광역단체별 가맹점 허핀달-허쉬만 지수(HHI) 로그변환 |

다음으로, 독립변수는 1수준, 2수준으로 구분할 수 있다. 1수준은 가맹점 특성으로 가맹점 분류, 가맹점 내 통합문화이용권 결제 전용 단말기 유무, 가맹점 내 비허용 물품 유무를 고려하였으며, 2020년 가맹점 결제이력 데이터에서 추출하여 1수준의 독립 변수로 이용하였다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 통합문화이용권은 주로 도서, 영상, 교통수단에서 사용되고 있어 [6], 가맹점 분류 기준 중 중분류에서 소비 편중도가 높은 도서, 영상, 교통수단을 각각 더미 변수로 변환하였다. 통합문화이용권 결제 전용 단말기 유무의 경우 더미변수로서, 허용품목과 비허용품목을 동시에 취급하는 가맹점은 별도의 통합문화이용권을 이용할 수 있는 단말기를 설치할 경우 가맹점으로 등록이 가능하다 [5]. 이와 같은 이유에서 독립변수로 통합문화이용권 결제 전용 단말기 유무로 고려하였다. 셋째, 가맹점 내 비허용 물품 유무를 더미변수로 생성하였다. 2019년 국민권익위원회에서 이용자의 수요가 높은 비허용 품목의 확대를 권고하고 있으며, 관리주체인 문화예술위원회에서도 점차 비허용 품목을 허용 품목으로 편입시키고 있다. 그러나 여전히 수요가 있지만 비허용 품목으로 남아

있어 이용자의 편의성을 저해하고 있다 [8]. 이와 같은 맥락에서 가맹점 내 비허용 물품 존재 여부가 가맹점 결제금액에 어떤 영향을 미치는지 살펴보았다.

2수준은 지역환경 특성으로 지역별 가맹점 수, 지역별 대상자 수, 지역별 가맹점 허핀달-허쉬만 지수를 독립변수로 고려하였다. 첫째, 지역별 가맹점 수는 문화예술위원회의 통합문화이용권 가맹점 등록 현황 자료를 활용하여 2021년 8월 기준 17개 광역단체에 따른 가맹점 규모를 정규성 확보 차원에서 로그변환 하였다. 둘째, 지역별 대상자 수는 2021년 2월 기준 17개 광역단체별 대상자 수를 정규성을 고려하여 로그변환을 시도하였다. 자료원은 2021년 통합문화이용권 담당자 매뉴얼에서 제공하는 통계 자료를 활용하였다 [21]. 셋째, 지역별 가맹점 허핀달-허쉬만(Herfindahl-Hirschman Index, HHI) 지수는 2021년 8월 기준 17 광역단체별 전체 가맹점 수에서 각 중분류의 가맹점의 점유율을 계산하여 제곱한 총합으로 도출하였다. 지역별 가맹점 HHI를 다시 정규성을 고려하여 로그변환 하였다. 예를 들어, 서울 지역의 가맹점이 도서, 영상, 숙박만 있다고 가정하고, 점유율이 도서 40%, 영상 30%, 숙박 20%인 경우 각 분야별 점유율의 제곱의 총합인 HHI는 2900이 된다. HHI는 특정한 산업분야가 시장에서 집중도가 어느 정도인지 판단하는 수치이며, 1,500 미만이면 경쟁시장, 2,500 이상이면 독점시장으로 간주한다 [22]. 자료원은 2021년 8월 기준, 2021년 문화예술위원회가 제공한 통합문화이용권 가맹점 등록 현황 자료를 이용하여 HHI를 계산하였다.

2.2.2 분석방법

본 연구는 STATA 15를 사용하여 분석을 수행하였다. 첫째, 기술통계분석을 실시하여 가맹점 특성과 지역환경의 특성들을 분석하였다. 둘째, 다층모형분석을 실시하여 가맹점 특성과 지역환경의 특성들이 가맹점 결제 승인금액에 어떤 영향을 미치는지 분석하였다. 다층모형분석의 구체적인 절차는 다음과 같다. 먼저 가맹점 결제 승인금액이 지역에 따른 차이의 통계적 유의미성을 판단하기 위해 1수준(가맹점 특성), 2수준(지역환경 특성)에서의 독립변수를 포함하지 않는 기초모형 분석을 실시하였다. 다음으로 1수준, 2수준에 모든 독립변수를 포함한 연구모형 분석을 수행하였다.

2.3 분석결과

2.3.1 주요변수의 기술통계분석 결과

주요변수의 기술통계 결과는 [표 2]와 같이 요약된다. 구체적으로 살펴보면, 종속변수인 가맹점 결제 승인금액의 로그변환 값의 평균은 13.49이다. 독립변수인 1수준(가맹점 특성)에서 도서는 23.28%, 영상은 6.53%, 교통수단은 2.92%를 차지하고 있었다. 통합문화이용권 결제 전용 단말기를 구비한 가맹점의 비율은 0.36%, 비허용 물품이 존재하는 가맹점은 0.2%에 불과하였다. 2수준(지역환경 특성)에서 17개 광역단체별 가맹점의 규모와 통합문화이용권 대상자의 규모를 로그변환하였을 때 평균은 각각 7.42(SD=0.70), 12.05(SD=0.75)였다. 17개 광역단체별 HHI의 로그변환 수치의 평

균은 7.14(SD=0.16)였다.

[표 2] 기술통계 분석결과

[Table 2] The Result of Descriptive Analysis

| 변수 | | N(%) / 평균(SD) | |
|----------|--------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 종속변수 | | 가맹점 결제 승인금액 로그변환 13.49(SD=2.01) | |
| 독립 변수 | 1수준: 개별 가맹점 특성(n=15,772) | 도서 | 3,671(23.28%) |
| | | 영상 | 1,030(6.53%) |
| | | 교통수단 | 460(2.92%) |
| | | 통합문화이용권 결제 전용 단말기 유 | 55(0.36%) |
| | | 비허용 물품 유 | 31(0.2%) |
| | 2수준: 지역환경 특성(n=17) | 광역단체별 가맹점 수 로그변환 | 7.42(SD=0.70) |
| | | 광역단체별 통합문화이용권 대상자 수 로그변환 | 12.05(SD=0.75) |
| | | 광역단체별 가맹점 허핀달-허쉬만 지수(HHI) 로그변환 | 7.14(SD=0.16) |

2.3.2 결제 승인금액 요인분석: 다층모형분석 결과

가맹점 결제 승인금액에 영향을 미치는 요인들에 대한 다층모형분석을 실시한 결과는 [표 3]과 같이 기초모형과 연구모형으로 구분할 수 있다. 첫째, 기초모형은 지역에 따른 가맹점 결제 승인금액의 차이 여부를 살펴보기 위하여 1수준, 2수준에서의 모든 독립변수를 포함하지 않았다. LR(Likelihood-Ratio test) 검증을 실시하였을 때, 이는 통계적으로 유의미하였고, 이러한 결과는 지역에 따라 가맹점 결제 승인금액의 차이가 있음을 설명하고 있다(LR $\chi^2=145.32$, $p<0.01$). 전체 분산에서 2수준인 지역환경 특성에 의해 설명되는 분산인 집단 내 상관계수(Interclass Correlation Coefficient, ICC) 값은 0.015였다. 즉, 가맹점 결제 승인금액의 전체 분산 중 1.5%가 지역환경 특성에 의해 설명되고 있다.

[표 3] 가맹점 결제 승인금액에 대한 다층모형 분석결과

[Table 3] The Result of Multilevel Analysis for the Affiliate Payment Amount

| | | 기초모형 | | | 연구모형 | | |
|-----------------------------|-------------------------|-----------|-------|----------|-----------|-------|----------|
| | | Coef. | S.E. | z/95% CI | Coef. | S.E. | z/95% CI |
| 상수 | | 13.492*** | 0.062 | 217.67 | 14.710*** | 1.547 | 9.51 |
| 1수준: 개별 가맹 점 특성 | 도서(0=그 밖에 품목) | | | | 2.016*** | 0.034 | 58.74 |
| | 영상(0=그 밖에 품목) | | | | 2.063*** | 0.058 | 35.57 |
| | 교통수단(0=그 밖에 품목) | | | | 0.615*** | 0.086 | 7.14 |
| | 통합문화이용권 결제 전용 단말기(0=없음) | | | | -0.672*** | 0.242 | -2.78 |
| | 비허용 물품(0=없음) | | | | 0.841*** | 0.322 | 2.61 |
| 2수준: 지역 | 광역단체별 가맹점 수 로그변환 | | | | -0.239*** | 0.082 | -2.90 |

| | | | | | | | |
|-------------------|---------------------------------------|----------------------|-------|-------------|----------|-------|-------------|
| 환경 특성 | 광역단체별 통합문화 이용권 대상자 수 로 그변환 | | | | 0.197*** | 0.075 | 2.62 |
| | 광역단체별 가맹점 허핀달-허쉬만 지수 (HHI) 로그변환 | | | | -0.336* | 0.182 | -1.85 |
| 1수준 분산 | | 3.972 | 0.045 | 3.886-4.061 | 3.098 | 0.035 | 3.030-3.168 |
| 2수준 분산 | | 0.058 | 0.022 | 0.028-0.123 | 0.010 | 0.005 | 0.004-0.026 |
| LR χ^2 / ICC | | 145.32*** / 0.015 | | | 27.15*** | | |

CI=Confidence Interval, * $p<0.1$, *** $p<0.01$

둘째, 1수준, 2수준에서 가맹점 결제 승인금액에 영향을 미치는 요인들을 모두 포함한 연구모형에 대한 분석결과는 [표 3]에 정리되어 있다. 먼저 1수준에서 도서, 영상, 교통수단을 취급한 가맹점의 경우 그 이외의 품목을 취급한 가맹점에 비하여 결제 승인금액이 증가하고 있었다. 또한, 통합문화이용권을 위한 독립된 단말기를 설치한 가맹점이 독립된 단말기를 설치하지 않은 가맹점에 비하여 결제 승인금액이 낮아졌다. 이와 더불어, 비허용 품목을 취급하는 가맹점이 허용 품목만을 취급하는 가맹점에 비하여 결제 승인금액이 높아졌다. 다음으로, 2수준에서 가맹점의 수와 HHI는 결제 승인금액에 부적인 영향을 미치고 있었다. 반면에, 대상자 수는 결제 승인금액에 정적인 영향을 미치고 있었다.

3. 결론

본 연구는 가맹점 결제 승인금액에 영향을 미치는 가맹점 특성, 지역환경 특성 요인들에 대한 다층분석을 실시하였고, 이러한 결과를 바탕으로 실증적인 가맹점 관리 방안을 도출하려 하였다. 다층분석 결과에 대한 논의는 다음과 같다.

첫째, 도서, 영상, 교통수단을 취급하는 가맹점인 경우 도서, 영상, 교통수단을 취급하지 않는 가맹점에 비해 결제 승인금액이 증가하였다. 이러한 결과는 통합문화이용권의 사용처가 주로 도서, 영상, 교통수단이라는 기존의 연구결과 [6]와 일치하고 있었다. 즉, 통합문화이용권의 소비가 주로 도서, 영상, 교통수단에 편중되는 결과를 본 연구에서 실증하였다고 볼 수 있다.

둘째, 통합문화이용권 결제를 위해 전용 단말기를 비치하고 있을 때 비치하지 않은 가맹점에 비하여 결제 승인금액이 감소하였다. 복합가맹점은 허용과 비허용 물품을 동시에 취급하고 있어 이러한 복합가맹점에서 허용 물품을 사용할 때 전용 단말기로 결제를 해야 한다 [21]. 통합문화이용권 전용 단말기를 구축하여 가맹점 관리에 있어 부정 결제를 방지할 수 있지만, 전용 단말기를 사용할 경우 통합문화이용권 이용자라는 낙인이나 수치를 경험할 수 있다. 이러한 낙인이나 수치는 사회서비스 이용에 있어 심리적인 이용 장벽으로 알려져 있어 [23], 독립된 단말기 사용은 통합문

화이용권 접근성을 저해하는 요인이 될 것으로 추측할 수 있다.

셋째, 허용과 비허용 품목을 동시에 다루고 있는 복합가맹점에서 결제 승인금액이 증가하였다. 복합가맹점의 경우 비허용 품목이 존재하지만, 허용 품목의 다양성을 확보할 수 있는 가맹점으로 볼 수 있다. 따라서, 복합가맹점을 방문하였을 때 한번의 방문으로 다양한 허용 품목들을 이용할 수 있는 장점이 있어 비허용 품목을 취급하는 복합가맹점이 허용 품목만을 취급하는 가맹점에 비하여 결제 승인금액이 증가하였다고 추론할 수 있다.

넷째, 지역에 따른 가맹점 결제승인 금액의 차이가 나타났고, 이러한 차이는 지역별 이용자 규모, 가맹점 규모, HHI와 연관성이 있었다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 지역별 이용자의 규모가 차이가 있었고, 이용자가 많을수록 가맹점 결제 승인금액이 증가하였다. 이는 지역별 이용자 규모의 증가와 결제 승인금액과의 정적인 연관성은 통합문화이용권의 대상자가 기초생활수급자와 차상위 계층이며 이들에게 통합문화이용권 사용 기회를 제공할수록 문화향유 수준이 증가하고 소득 격차에 따른 문화향유의 수준의 불평등을 완화할 수 있음을 보여주는 결과로 해석할 수 있다. 다음으로, 지역에 따른 통합문화이용권 사용처인 가맹점이 증가할수록 결제 승인금액이 감소하는 결과를 도출하였다. 기존 연구에서는 사용처를 발굴하고 확대될수록 통합문화이용권이 활성화될 수 있다고 주장하고 있다 [24]. 그러나 본 연구에서는 기존 연구와 반대의 결과를 확인하였고, 이러한 결과는 지역별 HHI와 연동하여 논의가 필요해 보인다. 지역별 HHI의 경우 가맹점 승인 결제금액과 부적인 인과관계를 보여주고 있다. 이러한 결과는 각 지역별로 특정 분야의 사용처가 독점하여 분포하고 있는 지역보다 다양한 분야의 사용처가 산재되어 있는 지역인 경우 통합문화이용권 소비가 진작될 수 있다는 사실을 보여준다. 사실상, 지역별 사용처인 가맹점의 규모가 차이가 있어 확대가 필요하지만 [24], 사용처인 가맹점 발굴과 확대시 특정 분야의 사용처만을 확대하기 보다는 다양한 분야의 사용처를 균등하게 발굴하고 확대해야 통합문화이용권의 소비가 증진될 수 있을 것으로 예상할 수 있다.

이러한 분석 결과를 기반으로 본 연구는 다음과 같은 세 가지 가맹점 관리 방안을 제시하였다. 첫째, 이용자의 선호조사에 기반한 가맹점 확대 및 업종·품목 확대가 필요하다. 이를 위해서 가맹점 결제 승인 및 사용 금액의 편중을 일반 시장과 비교·분석이 선행되어야 한다. 민간 신용카드나 유사 전자화폐 이용실적을 비교하는 분석 등을 통해 통합문화이용권 가맹점 범위가 이용자의 선택 범위와 수요를 인위적으로 제한하고 있지는 않은지 분석이 필요하다. 예를 들어, A 신용카드사의 가맹점 중 문화누리카드와 중복되는 분류에 있는 가맹점들의 이용실적 분포에서도 이용자가 도서, 영상, 교통수단을 선호하는 경향이 강하게 나타나는지 분석해야 한다. 만약 통합문화이용권과 민간 신용카드 이용실적 경향에 있어 차이가 있다면, 통합문화이용권 서비스의 공급과 수요가 일반적인 문화, 체육, 관광 소비 방식과 다른 패턴으로 운영되고 있음을 의미한다. 이러한 민간 시장과의 비교를 토대로 통합문화이용권의 목적(수급권자의 선택성, 편리성, 만족도 제고)과 부작용(수급권자

간 자원과 정보의 차이로 인한 선택권 행사 불평등, 수급자의 선호도와 정책목적의 괴리 등)을 체계적으로 분리해야 할 것이다. 이와 같은 분석을 토대로 통합문화이용권 사업 운영을 이용자가 원하는 방향으로 가맹점 허용 업종 및 품목을 확대하는 방안을 검토하는 것이 바람직하다.

둘째, 통합문화이용권의 가맹점 분류와 관리를 위한 객관성을 확보해야 한다. 통합문화이용권의 가맹점 분류와 관리는 비객관성과 비체계성으로 인하여 이용자의 건의사항이 지속되고 있으며, 더 나아가 국민권익위원회에서 제도적 보완에 대한 권고가 이루어지고 있다 [8]. 이는 공신력과 객관성 부족 문제와 연관되어 있다고 볼 수 있다. 따라서, 가맹점 분류와 관리에 있어 객관성 확보 차원에서 한국표준산업분류 체계를 적용할 필요가 있다. 한국표준산업분류는 사업체의 서비스나 제품을 생산할 때 공통되는 서비스나 제품을 묶어 분류한 것이다 [25]. 통계법에서 산업통계를 통해 산출한 자료를 객관적으로 비교하기 위해 한국표준산업분류 방법이 사용되고 있다 [25]. 따라서 공신력 있는 한국표준산업분류 체계를 적용할 경우 가맹점 분류 및 관리로 인하여 주관성이 배제되어 허용과 비허용 물품 구분이나 복합가맹점의 지정과 관리에 있어 공신력과 객관성을 담보 할 수 있을 것이다.

셋째, 지역환경을 고려한 맞춤형 통합문화이용권 활용 방안을 모색해야 한다. 지역별 문화콘텐츠와 인프라의 격차가 발생하여 [26], 문화콘텐츠와 인프라가 부족한 지역에서는 통합문화이용권 사용처인 가맹점 발굴과 확대가 쉽지 않다 [27]. 콘텐츠와 인프라가 부족한 지역에서 기획사업 시행을 제고해야 한다. 기획사업은 문화콘텐츠와 인프라가 부족한 지역에서 지역주관처 주관으로 지역 소재의 문화 단체와 함께 지역 문화 소외 대상자에게 통합문화이용권을 통하여 문화향유의 기회를 제공하였다 [13]. 그러나 2016년 이후 폐지된 상황에서 문화콘텐츠와 인프라가 부족한 지역에서의 문화 향유의 기회를 견인할 수 있는 보완책이 없는 실정이다 [13]. 전체 지역에서 기획사업을 할 수 없다면 문화콘텐츠와 인프라가 매우 부족한 지역에서의 기획사업의 부활을 고려할 수 있을 것이다. 또 다른 지역환경을 고려한 맞춤형 접근 중 고려할 사항은 통합문화이용권의 지역별 발급 대비 이용률의 차이라 할 수 있다 [7]. 통합문화이용권 가맹점에 대한 정보가 주로 온라인 매체를 통해서 확인이 가능하여 고령자 이용자들은 통합문화이용권 접근에 있어 어려움이 직면하고 있다 [24]. 이러한 고령 이용자가 많은 지역의 경우 지역주관처와 주민자치센터가 협력하여 적극적으로 대상자를 발굴하여 이용을 증진할 수 있는 세부적인 방안을 구축해야 할 것이다.

본 연구는 통합문화이용권 사용처인 가맹점 관리를 실증분석하고 그에 따른 개선방안들을 도출하였다. 그러나 공급자 중심에서의 실증분석과 제언을 도출하여 수요자의 관점 분석을 토대로 한 대안을 수립하지 못하였다. 따라서 가맹점 관리를 위해 수요자와 공급자 관점을 함께 반영한 실증 조사와 그에 따른 가맹점 관리 방안을 도출하는 후속연구가 필요하다.

References

- [1] Korea Culture & Tourism Institute, “2012 National Art and Culture Activity Survey”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, December 2012. [Online]. Available: https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pCurrentPage=2&pType=02&pTab=01&pSeq=1201&pDataCD=0406000000&pSearchType=01&pSearchWord=2012.
- [2] Korea Culture & Tourism Institute, “2020 National Art and Culture Activity Survey”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, December 2020. [Online]. Available: https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1831&pDataCD=0406000000&pType=.
- [3] Korea Culture & Tourism Institute, “2021 National Art and Culture Activity Survey”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, December 2021. [Online]. Available: https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1851&pDataCD=0406000000&pType=.
- [4] Korea Culture & Tourism Institute, “2019 National Art and Culture Activity Survey”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, December 2019. [Online]. Available: https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1769&pDataCD=0406000000&pType=02.
- [5] Arts Council Korea, “2022 Integrated Cultural Voucher Manager's Work Manual”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, January 2022. [Online]. Available: <https://www.mnuri.kr/notice/data/detail.do>.
- [6] I. H. Choi, H. J. Yoon, K. K. Lee, J. H. Park, W. D. Jang, M. R. Park, Y. J. Choi, J. W. Kim, Y. H. Cho, E. K. Cho, “A Study on the Analysis and Improvement of Cultural Enjoyment of the Cultural Disadvantaged Using Integrated Cultural Use Rights Big Data”, Arts Council Korea, Naju, Republic of Korea, July 2018. [Online]. Available: <https://www.arko.or.kr/board/view/4009?bid=&page=5&cid=1600862>.
- [7] H. J. Kim, “Trends and Implications of the Cultural Voucher Program”, National Assembly Research Service, Seoul, Republic of Korea, 31-9735040-001272-14, October 2016. [Online]. Available: https://www.nars.go.kr/fileDownload2.do?doc_id=1LViu9S6-kr&fileName=.
- [8] Anti-Corruption & Civil Rights Commission, “Improving User Convenience and Transparency in Operation of Integrated Cultural Vouchers”, Sejong, Republic of Korea, NONB1301908305, July 2019. [Online]. Available: <http://dl.nanet.go.kr/law/SearchDetailView.do?cn=NONB1301908305>.
- [9] J. A. Son, “A Study on the Performance of Cultural Voucher Program as a Cultural Welfare Policy Instrument - Focused on the Culture and Arts Infrastructure of the East Coast Regions in Gangwon Province -”, *The Journal of Korean Island*, vol. 26, no. 4, December 2014, pp. 1-25.
- [10] N. R. Shin, C. S. Park, “An exploratory study on policy target group of cultural welfare: Focused on cultural participation”, *Korean Social Policy Review*, vol. 26, no. 2, June 2019, pp. 65-88, doi: 10.17000/ksp r.26.2.201906.65.
- [11] J. H. Lim, Y. C. Yoon, “An Analysis of the Effects of Cultural Voucher Policy on Cultural Expenditure”, *Korean Journal of Public Administration*, vol. 58, no. 1, March 2020, pp. 187-214, doi: 10.24145/KJPA.58.1.7.
- [12] S. J. Woo, I. Y. Kim, J. U. Jung, “The Causal Effects of Cultural Voucher on the Culture Consumption

- of Low-Income Households”, *Korean Journal of Public Finance*, vol. 7, no. 1, February 2014, pp. 29-51.
- [13] H. S. Jang, H. R. Yoon, K. I. Ok, S. A. Kim, “A Study on the Performance Evaluation of the Integrated Cultural Voucher Program in 2018”, Art Council Korea, Naju, Republic of Korea, February 2019. [Online]. Available: <https://www.arko.or.kr/board/view/4009?bid=&page=3&cid=1601688>.
- [14] S. M. Choi, J. H. Jeon, M. S. Chung, “The Effectiveness of Cultural Welfare Program from a Social Inclusion Perspective among Low Income People in South Korea - Focusing on the Mediation Effect of Cultural Accessibility and Psychological Empowerment -”, *Seoul Studies*, vol. 16, no. 4, December 2015, pp. 177-192, doi: 10.23129/seouls.16.4.201512.177.
- [15] H. J. Jang, H. M. Jang, J. B. Kim, “Analysis of Culture Voucher from Omnivoire Perspectives”, *The Journal of Humanities and Social Sciences* 21, vol. 7, no. 5, October 2016, pp. 943-959, doi: 10.22143/HSS21.7.5.49.
- [16] S. H. Park, H. S. Lee, H. S. Kim, “A Study on the Determinant of the Art and Culture Performance Watching Behaviors of the Low-income Class Using the Marketing Mix”, *Culture and Convergence*, vol. 40, no. 5, September 2018, pp. 1-42, doi: 0.33645/cnc.2018.09.40.5.1.
- [17] S. H. Park, “A Study on the Cultural Enjoyment Policy for Low-income Families - Analysis on the Operation Status of the Integrated Cultural Voucher Program -”, vol. 27, no. 3, *Journal of Northeast Asian Studies*, vol. 27, no. 3, September 2022, pp. 111-133, doi: 10.21807/JNAS.2022.09.104.111.
- [18] S. K. Kim, “Review in Integrated Legislation of Cultural Voucher from the Viewpoint of Social Security”, *Law Journal*, no. 43, August 2013, pp. 361-388, doi: 10.17248/knulaw..43.201308.361.
- [19] Y. S. Son, “A Legal Study on Cultural Voucher”, *Law Journal*, vol. 44, November 2013, pp. 1-22, doi: 10.17248/knulaw..44.201311.1.
- [20] K. D. Park, S. D. Ju, M. C. Hwang, “A Study on Ways to Improve Management of the Integrated Culture Voucher Program using Big Data Analysis”, *Journal of Digital Art Engineering & Multimedia*, vol. 9, no. 2, June 2022, pp. 201-214, doi: 10.29056/jdaem.2022.06.08.
- [21] Arts Council Korea, “2021 Integrated Cultural Voucher Manager’s Work Manual”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, January 2021. [Online]. Available: <https://www.mnuri.kr/notice/data/detail.do>.
- [22] K. K. Lee, “A Study of Market Competition and Gender Diversity on the Corporate Board of Directors: Focusing on Women Board Member”, *Journal of Industrial Economics and Business*, vol. 34, no. 4, August 2021, pp. 967-985, doi: 10.22558/jieb.2021.8.34.4.967.
- [23] H. G. Kang, B. Y. Kim, T. Y. Eom, E. J. Kim and S. J. Jung, “A Study on Developing a User-Centered Social Service System”, Korea Institute for Health and Social Affairs, Seoul, Republic of Korea, 2010-21, December 2010. [Online]. Available: http://repository.kihasa.re.kr/bitstream/201002/6982/1/%EC%97%B0%EA%B5%AC_2010-21.pdf.
- [24] H. S. Cho, S. H. In, H. S. Choi, S. R. Ahn, “A Study on the Mid- to Long-Term Development of Cultural Welfare Policy: Focusing on the Integrated Cultural Voucher Program”, Ministry of Culture, Sports and Tourism, Sejong, Republic of Korea, 11-1371000-001040-01, March 2020. [Online]. Available: http://e-archive.bscf.or.kr/27_policy/02_policy.php?idx=960&pmode=view&path=MjAkJCQkJCTsl7Dqtaw%3D.
- [25] Statistics Korea, “Introduction to Korean Standard Industrial Classification”, [kostat.go.kr](http://kssc.kostat.go.kr/ksscNew_web/kssc/common/selectIntroduce.do?gubun=1&bbsId=ksic_s&categoryNameCode=001&categoryMen), http://kssc.kostat.go.kr/ksscNew_web/kssc/common/selectIntroduce.do?gubun=1&bbsId=ksic_s&categoryNameCode=001&categoryMen

u=003, (accessed January 19, 2023).

- [26] T. S. Park, M. Y. Lee, W. S. Han, "A Study on the Relieving the Cultural Gap Between Regions", Korea Research Institute for Human Settlements, Anyang, Republic of Korea, 2014-12, December 2014. [Online]. Available: https://library.krihs.re.kr/dl_image/IMG/02/000000008220/SERVICE/000000008220_01.PDF.
- [27] M. S. Chung, S. M. Choi, H. W. Yang, J. W. Han, Y. J. Im, J. H. Jeon, K. O. Kim, D. Y. Kim, H. Y. Lee, S. A. Wi, E. J. Park, "A Study on the Effectiveness and Feasibility of Integrated Cultural Voucher Program", Art Council Korea, Naju, Republic of Korea, 2014-02, October 2014. [Online]. Available: <https://www.data.go.kr/data/15054689/fileData.do>.