

# 전통시장이 달라졌다 온라인 주문·배송에 결제도 편리



1 고객이 직접 전통시장에서 모바일은누리상품권으로 결제하고 있다. 2 드라이브스루 쇼핑을 도입해 고객 편의 개선에 나선 문경중앙시장

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 사회적 거리두기가 지속되는 상황에서도 전국 1천450개 전통시장에서는 밀폐된 공간이 아닌 열린 공간적 특성을 활용해 고객 확보에 힘쓰고 있다.

특히 지난해 6월부터 개별 전통시장을 중심으로 전국적으로 진행하고 있는 '다다익선 캠페인'은 개별 전통시장의 서비스 개선 노력을 뒷받침하고 있다. 이 캠페인은 결제 수단은 '다' 받아주고, 가격·원산지 '다' 표시하고, 깨끗하고 쾌적한 환경으로 고객은 유·익하게, 온누리상품권 유통도 '착'하게 하자는 의미다.

서울 도봉구에 있는 방학동도깨비시장은 '기본으로 돌아가자'는 시장 캠페인을 통해 위생과 방역으로 식중독과 코로나19를 예방하고, 결제 편의를 높여 2019년과 비교해 월평균 기준 방문객은 129%, 매출은 131% 각각 증가했다.

결제 수단 편의 개선도 진행 중이다. 모든 지급 방법을 점포별로 잘 보이는 위치에 부착, 고객이 지불 수단을 사전에 인지할 수 있도록 했다.

전통시장을 방문한 50대 고객 A씨는 "이제 전통시장도 쇼핑카트 운영은 물론, 배송서비스도 해줘서 마트 못지않게 편의성이 개선됐다"며 "불친절하고 현금만 받던 모습이 사라진 지 오래"라고 전했다.

전통시장은 이제 기본에 충실함을 넘어 디지털 전환을 위한 준비도 착실히 하고 있다. 전국적으로 220여곳의 시장이 주요 포털사이트

에서 운영하는 근거리 배송 및 택배 배송, 전통시장 전문 근거리 배송 애플리케이션 등에 진출해 있다. 해당 시장들은 코로나19로 인한 경기 불황에도 온라인을 통해 매출을 확대하고 있다.

방학동도깨비시장의 경우도 네이버 장보기, 농장(농러와요시장 앱) 등을 활용한 온라인 장보기를 통해 730여건의 주문이 이뤄졌으며, 대전에 위치한 대전 중리시장도 지난해 9월, 먹거리를 중심으로 40개 점포가 진출했고 매출도 순조롭게 상승했다.

경북 문경중앙시장의 경우 네이버 밴드를 통한 드라이브스루 쇼핑과 배송서비스를 도입·운영해 코로나19를 계기로 비대면 주문량이 코로나19 이전 대비 3배나 증가했다.

네이버 장보기를 통해 먹거리를 자주 구매한다는 30대 B씨는 "전통시장의 맛집을 안방에서 만날 수 있어 너무 편하다"며 "저렴한 가격으로 배송까지 해주니 코로나19 상황에도 걱정 없이 계속 이용할 생각"이라고 말했다.

조보환 소상공인시장진흥공단 이사장은 "포스트 코로나 시대에 온라인 진출은 더는 선택이 아닌 필수가 됐다"며 "새해에도 전국 전통시장의 우수한 상품들이 온라인을 통해 더 많이 소비자와 만날 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다"고 밝혔다. ●