

지방자치단체 지역사랑상품권 발행규모 결정요인에 관한 연구: 제도적 동형화를 중심으로

신 가 원*
황 휘 욱**

국문요약

본 연구의 목적은 지방자치단체가 지역사랑상품권 발행규모를 결정하게 되는 영향요인이 무엇인지, 제도적 동형화 이론을 중심으로 그 원인을 파악하는 것이다. 이를 위해 2020년부터 2022년까지 3개년도의 226개 기초자치단체의 지역사랑상품권 발행규모를 대상으로 패널회귀분석을 실시하였다. 종속변수는 지역사랑상품권의 연도별 발행액이고, 독립변수는 광역자치단체의 지역사랑상품권 발행액, 동일 광역자치단체 내 기초자치단체의 지역사랑상품권 발행액 평균, 개별 기초자치단체 내에 등록된 경제 및 지역상권 관련 민간비영리단체 수로 설정하였다. 분석결과, 제도적 동형화 요인 중 모방적 동형화와 규범적 동형화 요인에서 통계적으로 유의미한 결과가 도출되었다. 이는 인접한 지방자치단체의 발행규모는 지방자치단체 지역사랑상품권 발행규모에 영향을 미치며, 최소한 동일수준의 발행규모로 결정된다는 것을 의미한다. 지역의 경제 및 지역상권 관련 비영리단체들도 지역사랑상품권 발행 규모에 영향력을 행사하므로, 비영리단체 수가 증가할수록 발행규모가 증가함을 확인하였다. 본 연구는 경제적 효과를 분석한 대부분의 지역사랑상품권 선행연구에서 주목하지 않았던 지방자치단체 의사결정의 영향요인에 중점을 두었다는 데 의의가 있다.

주제어: 지역사랑상품권, 지방자치단체, 의사결정, 제도적 동형화, 패널회귀분석

I. 서론

과도한 수도권 집중 현상이 지속되고, 저출산 및 고령화 시대로 접어들면서 인구감소와 함께 지방소멸이 화두가 되고 있다. 우리나라는 2005년 이래 출산율 저하 및 고령화로 인한 자연적 감소를 인구감소의 주요 원인으로 진단하였으나, 지방의 인구감소와 지방소멸의 위기는 인구 유출 등 사회적 감소에 의한 것으로 나타났다(차미숙·최예슬·조은주, 2022). 이에 정부는 국가균형발전, 지역경제 활성화 등을 키워드로 하여 지속적인 노력을 기울이고 있으며 그 수단 중 하나가 지역사

* 제1저자

** 교신저자

량상품권이다.

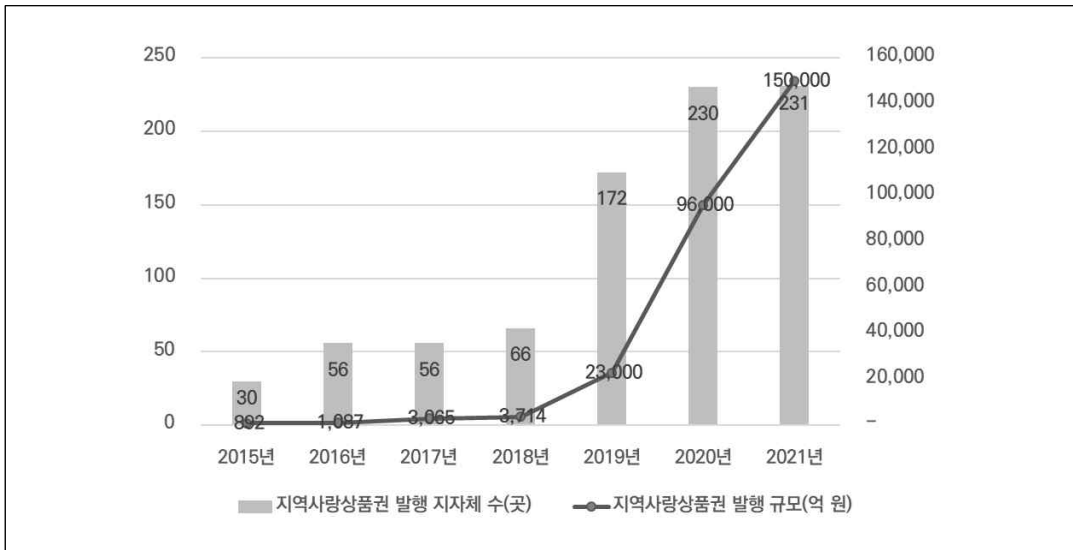
다시 말해 경제문제를 넘어 지역성과 연계된 핵심 가치와 밀접하게 연결되어 세계를 뜻하는 글로벌(Global)과 지역을 말하는 로컬(Local)의 합성어인 글로컬(Glocal) 시대의 핵심 의제로 성장하였으며(황영순·오동하, 2018), 전 세계 35개 국가에서 300여 개의 지역화폐가 운영되고 있다(이상훈 외, 2019).

우리나라의 지역사랑상품권은 일부 지방자치단체에서 외환위기 이후인 1999년부터 지역화폐, 고향사랑상품권, 지역상품권 등 다양한 명칭으로 지역사랑상품권을 소규모로 사용하여 오다가 지역 자금의 역외유출 억제, 지역경제 및 지역상권 활성화, 골목상권 보호 등의 목적으로 도입되기 시작하였다(류영아, 2020). 즉, 지방자치단체가 중앙정부의 예산 지원이나 기업 유치 외에 추진할 수 있는 새로운 경제정책 수단으로서 지방자치단체의 한계를 보완하는 새로운 정책도구로 등장한 것이다(황영순, 2017).

이처럼 지방자치단체에서 지역경제 활성화, 지역순환경제 구축 등을 위한 수단으로 활용하기 시작하면서 그 규모가 커지기 시작하여, 지역사랑상품권을 발행하는 지방자치단체는 전국적으로 급격하게 확산되고 있다. 최근 코로나19로 인한 재난지원금도 지역사랑상품권을 통해 지급되는 등 그 활용도도 높아지고 있다(손창완, 2021). <그림 1>과 같이 행정안전부와 한국조폐공사가 보도한 당시 자료에 따르면 지역사랑상품권을 발행한 지자체는 2015년 30곳, 2016년 56곳, 2017년 56곳, 2018년 66곳, 2019년 172곳, 2020년 230곳, 2021년 231곳이며, 발행 규모 역시 2015년 892억 원, 2016년 1,087억 원, 2017년 3,065억 원, 2018년 3,714억 원, 2019년 2조 3,000억 원, 2020년 9조 6,000억 원, 2021년 15조로 지속 증가하는 추세이다.

그러나 지역경제 활성화 등을 목적으로 한 지역사랑상품권 발행이 확산되고 있지만, 그 필요성 및 효과에 대한 논란은 여전히 진행 중이다. 예를 들면 통화의 한 종류인 상품권을 지역 단위로 한정한다면 일시적으로 지역 내부의 거래를 활성화할 수 있으나, 장기적으로는 단위 경제로 분리되어 국가 전체의 관점에서는 이익이 감소할 수 있기 때문이다. 대표적으로 송경호·이환웅(2020)의 연구에서는 지역사랑상품권 도입은 소비자의 선택 제약으로 인한 소비자 후생 감소, 지역사랑상품권 발행 및 관리비용으로 인한 지방재정 지출, 보조금 지급으로 인한 사중손실 등의 비효율성을 유발할 수 있다는 결과가 나타났다. 또한 소비자가 할인받는 할인액은 세금으로 충당되므로 오히려 지방재정의 악화가 우려되는 실정이며, 중앙정부의 보조할인율과 지원액에 따라 지방자치단체의 예산 문제가 제기될 수도 있기 때문이다.

〈그림 1〉 지역사랑상품권 발행 지자체 수 및 규모 추이



자료: 행정안전부·한국조폐공사 자료를 참고하여 재정리

이처럼 지역사랑상품권의 발행 효과가 확실하지 않고, 오히려 재정지출에 부정적일 수 있는 지역사랑상품권을 지방자치단체가 발행하게 되는 영향요인이 무엇인지 그 원인을 파악하는 것을 목적으로 한다.

지역사랑상품권과 관련된 기존 연구들은 지역사랑상품권이 지역경제에 어떠한 영향을 미치는지, 지역사랑상품권의 경제적 효과를 분석한 연구가 주를 이뤘다. 그러나 본 연구에서는 지방자치단체가 지역사랑상품권 발행을 결정하고, 지속적으로 지역사랑상품권 발행규모를 증가하게 된 영향요인은 무엇인지에 중점을 두어 선행연구들과의 차별성을 갖는다.

II. 이론적 논의 및 선행연구 검토

1. 지역사랑상품권이란

지역사랑상품권은 지방자치단체가 발행하고 해당 지방자치단체 가맹점에서만 사용가능한 상품권을 말한다. 법정화폐 외에도 한정된 범위의 지역 내 또는 집단 내에서 통용되는 특수 교환·유통수단을 대안화폐(alternative currency)라고 하며, 대표적인 예가 지역화폐(local currency)이다(손창완, 2021).

이처럼 지역화폐(local currency)라는 용어가 보편적으로 사용되었으나, 최근 정부에서는 법정 통화와의 혼동을 방지하기 위해 ‘화폐’라는 표현을 지양하고, 플랫폼 또는 발행·관리업체 명칭 등을 상품권에 사용하여 주민에게 혼동을 줄 수 있는 명칭 자체를 권고 후 지역사랑상품권 명칭 사

용을 장려하고 있다(행정안전부, 2021). 그러므로 대다수 지방자치단체에서는 서울사랑상품권과 같이 '지역명+사랑상품권'을 사용하고 있다. 이와 달리 지역 특성을 반영한 별도의 명칭도 허용하여 인천광역시는 인천e음, 부산광역시는 동백전, 대전광역시는 온통대전, 세종특별자치시는 여민전, 제주특별자치도는 탐나는전 등이 선정하여 사용 중이다.

앞선 용어의 일례와 같이 지방자치단체의 상품권 사업이 명확한 법적 근거 없이 지방자치단체의 조례에 따라 운영되어, 상품권 발행·유통에 대한 관리·감독이 제대로 이루어지고 있지 못했다. 또한 체계적·제도적 지원의 부족으로 인하여 지역사랑상품권 이용을 활성화하는 데 한계가 존재했다. 이에 정부는 지역사랑상품권의 발행과 환전, 운영 등에 필요한 사항을 규정함으로써 지방자치단체가 발행하는 상품권의 건전한 유통 질서를 확립하고, 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 2020년 5월 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률(이하 「지역사랑상품권법」)을 제정하였다.

「지역사랑상품권법」 제2조제1에 따른 정의를 구체적으로 살펴보면, 지역사랑상품권이란 지역 상품권, 지역화폐 등 그 명칭 또는 형태와 관계없이 지방자치단체의 장이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 지방자치단체의 장 또는 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행자 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권, 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드를 말한다.

지역사랑상품권을 사용하고자 하는 지방자치단체는 각각의 지자체별로 지역사랑상품권 활성화 조례를 제정하고 시행하고 있다. 지역사랑상품권의 사용처는 백화점, 대형마트 등을 제외한 관내의 자영업자·소상공인가맹점이며, 사행산업이나 「중소기업기본법」상 중소기업에 해당하지 않는 기업을 제외하거나 조례로 가맹 업종 제한이 가능하다. 지역사랑상품권의 혜택은 지방자치단체 자율적으로 5% 내외에서 최대 10%의 구매할인 또는 포인트를 적립해주는 것이다. 구매 한도는 통상 1인당 월 70만 원 이내로 구매가능하며 최대 100만원까지 확대하고 있다. 지불 유형은 지류형, 모바일형, 카드형 세 가지로 분류되며, 이와 같은 유형 구분은 교환의 매개수단이라는 기능적인 관점에서 접근한 형태적 차이에 따른 분류이며, 기능적으로는 차이가 없다(조혜경, 2018). 지불 유형 역시 지방자치단체의 자율에 따라 운영되고 있다.

2. 선행연구 검토 및 가설 설정

1) 지역사랑상품권 관련 선행연구

지역사랑상품권은 지역공동체와 지역경제 활성화를 위해 시작되어 크게 공동체형과 지역경제 활성화형으로 구분한다(Studer, 2006; Kang & Hong, 2015). 이에 따라 관련 선행연구도 마찬가지로 지역공동체 관점과 지역경제활성화 관점 두 가지로 구분하였다. 먼저 지역공동체 관점의 연구는 지역사랑상품권이 활성화되기 이전에 일부 지역의 민간 공동체 활성화 목적을 다루고 있는 초

기 연구(이득연, 2000; 김민정, 2008; 김현옥, 2008)를 의미한다. 근래에는 지역경제활성화 관점이 주를 이루고 있으며, 특히 지역사랑상품권 도입의 경제적 효과를 실증 분석하는 연구(류기환, 2015; 이한주·김병조, 2017; 여효성·김성주, 2019; 이상훈 외, 2019; 송경호·이환웅, 2020)가 대부분이다.

지역경제활성화 관점에서 지역사랑상품권의 필요성 및 효과에 대한 논란이 있으므로 이와 관련된 논의는 활발히 진행되고 있다. 먼저 지역사랑상품권의 경제학적 개념은 소비의 범위를 특정 지역에 한정하는 소비 유출 억제 효과를 갖는다는 것이다. 이와 관련하여 송경호·이환웅(2020)은 지역사랑상품권의 경제적 효과를 소상공인으로서의 매출 이전, 지역 소비의 역외유출 감소, 기타 발생가능한 효과로 나누어 제시하였으며, 특정 지자체의 지역사랑상품권 도입으로 지역 내 매출 증대 효과가 발생하는 경우, 이는 인접 지자체 소매점의 매출 감소를 대가로 이어질 수 있음을 유념해야 한다고 하였다. 특히 인접한 지자체도 지역사랑상품권을 도입으로 인한 초기 지역경제 활성화 효과가 사라질 뿐만 아니라 오히려 소규모 지자체는 피해를 입게 되는 구조를 언급하였다.

이에 반해 유영성·윤성진(2021)은 지역사랑상품권의 소비자 행동 변화가 나타났다고 주장하였으며, 경기지역화폐는 소상공인 매출액 및 지역상권 활성화와 매출액 증가 및 고용 효과가 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계를 나타내었음을 제시하였다. 즉, 지역사랑상품권은 재난지원금과 같은 소득 보전 및 소비 진작의 목적으로 지급하는 정책에 효과적 수단으로 활용되고 있으며, 지역사랑상품권의 사용은 소상공인 매출 및 고용에 긍정적인 영향을 나타내는 동시에 코로나19 대응 과정에서 소상공인의 매출액 보전 효과성을 분석을 통해 확인하였다. 또한 지역사랑상품권 이용 경험을 가진 소비자의 만족도와 정책 효과성에 대한 평가가 높게 나타나므로 지역사랑상품권 관련 정책 강화를 요구하였다.

권혁철(2020)은 지역사랑상품권 도입 성과 측면에서는 일정 부분 성과가 있었으며, 도입 및 운영 과정, 운영 현장에서 작동되는 지역사랑상품권 정책의 일련 과정은 상호 조율이 있다는 연구 결과를 도출하였다. 그러나 발행 목적이 얼마나 실현된 것인지에 대한 판단은 어렵다고 보았다.

한편 본 연구에서 주목하고 있는 지방자치단체가 지역사랑상품권을 도입하게 된 의사결정의 영향요인 및 확산에 관한 연구는 아직 미흡하다. 이와 관련된 선행연구로 질적연구 방법을 통해 안양시 지역화폐를 중심으로 지역화폐의 도입과 제도화 과정을 살펴본 연구(김소라, 2021)와 퍼지 셋 질적비교분석(fsQCA)을 통해 제도적 동형화 관점에서 기초자치단체의 지역사랑상품권 조례 도입에 관한 연구(김소라, 2022)가 있다. 그러나 이론 및 방법론적 측면에서 후속 연구가 필요한 시점이므로, 본 연구에서 제도주의 조직이론 중 동형화에 중점을 두어 지방자치단체 지역사랑상품권에 대한 실증 연구를 진행하는 것은 이론 보완의 관점에서 의의가 있다.

2) 제도적 동형화 관련 선행연구

동형화(isomorphism)란 유사한 환경조건에 있는 조직들이 시간이 지남에 따라 유사해지는 현상으로, DiMaggio & Powell(1983)은 제도적 동형화가 발생하는 메커니즘은 강압적 동형화(coercive

isomorphism), 모방적 동형화(mimetic isomorphism), 규범적 동형화(normative isomorphism) 세 가지로 규명하였다. 다시 말하자면 동형화에 의하여 많은 조직들은 비슷한 문제해결 방식을 가지게 되고, 이로 인하여 조직의 구조 및 추진하는 전략에 있어서 유사점을 갖게 된다는 것이다.

제도적 동형화(institutional isomorphism)와 관련된 연구는 제도주의 조직이론에서 꾸준히 진행되었으며, 지방자치단체의 의사결정 및 행태를 효과적으로 설명하는 데 기여하고 있다. 제도, 조례 제정을 중심으로 연구가 주를 이루며 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 김미연(2010)은 지방자치단체 국제교류 확산과정에 영향을 미친 세 가지 동형화 기제를 연구하였으며, 분석결과 정부기조에 따른 패러다임 변화 요구인 강압적 압력, 국제교류를 추진하는 지방자치단체 증가에 따른 모방적 압력, 지방의 국제화에 대한 네트워크 활동인 규범적 압력이 모두 확산에 영향력을 행사한 것으로 나타났다.

유란희·김선형(2017)은 신제도주의 동형화 이론을 토대로 기초지방자치단체가 주민참여예산제가 확산 및 제도화되는 과정을 공간분석 및 서열로짓분석, 전문가 인터뷰를 적용하여 연구하였다. 그 결과, 주민참여예산제의 확산 및 제도화는 상위정부로의 강압적 압력, 인접 기초지방자치단체들의 모방적 압력이 유의미한 것으로 나타났다. 규범적 압력은 지방자치단체 내 시민단체의 활성화와 지방자치단체장의 진보적 정치성향이 상호작용할 경우 영향력이 있음을 실증하였다.

유한별·나태준(2019)은 신제도주의 동형화 이론을 중심으로 지방자치단체의 갈등 관련 조례 제정에 미치는 영향요인 분석하였다. 타 연구와 달리 GIS 공간분석을 통한 지리적 군집성을 파악한 후, 사건사 분석모형을 통해 통계적 검정을 실시하여 조례 제정에 지리적 인접성에 따른 동형화가 발생함을 검증하였다. 결론적으로 지방자치단체 간 상호작용이 많을수록, 지역 내 비영리단체의 활동이 많을수록 갈등 관련 조례 제정에 긍정적 영향을 미치는 결과를 도출하였다.

장유미 외(2019)는 마을만들기 사업과 관련된 광역자치단체의 조례 확산과정에 제도주의 이론을 토대로 다양한 압력의 영향을 패널로짓모형을 구축하여 분석하였다. 분석결과, 사회적 관심이 지방자치단체에 압력으로 작용하여 조례 제정에 영향을 미쳤으며, 등위정부와 시민단체의 역할도 통계적으로 유의미하여 조례제정에 영향을 미치고 있음을 검증하였다.

박정인(2022)은 지역축제지원 조례 제정이 제도적 동형화에 근거하여 확산되었는지를 실증적으로 분석하기 위해 패널서열로짓분석을 적용하여 연구하였다. 강압적 압력은 중앙정부 정책의 영향을 받는 각 기초자치단체의 문화관광축제 수를 조사하였으며, 모방적 압력은 동일 광역자치단체 내 기초자치단체 조례 제정 비율, 규범적 압력은 각 지역축제 관련 분야의 민간비영리단체 수로 측정하였다. 분석결과, 모방적 동형화와 규범적 동형화가 기초자치단체의 지역축제지원 조례 제정에 주요한 요인임을 확인하였다.

한편 Ashworth, Boyne, & Delbridge(2009)는 DiMaggio & Powell(1983)의 세 가지 메커니즘을 기반으로 공공영역에서의 제도 동형화에 관한 실증 분석을 진행하였다. 이 연구에서는 선행연구에서 언급하는 동조의 의미가 불명확하다고 하며, 동형화의 동조 현상을 순응(compliance)과 수렴(convergence)으로 구분하는 논의를 이끌어내었다. 순응은 조직이 제도적 동형화 압력과 일치하는 방향으로 이동하는 것이고, 수렴은 한 분야의 모든 조직이 시간이 지남에 따라 밀접하게 닮아가는

정도를 의미한다(Ashworth, Boyne, & Delbridge, 2009). 그러므로 본 연구에서는 지방자치단체의 조직 특성을 살펴보는 것이 아니므로 지역사랑상품권을 발행하는 지방자치단체의 동형화 현상은 순응으로 정의하고자 한다.

지금까지 지역사랑상품권과 제도적 동형화의 선행연구들을 검토해보았다. 이를 바탕으로 본 연구의 가설을 설정해보면 다음과 같다.

(1) 강압적 동형화

먼저 강압적 동형화는 정치적 영향력(political influence)과 정당성(legitimacy) 문제에 직면하게 되는데, 이는 외부기관으로부터 공식적이거나 비공식적인 압력에 의하여 발생한다. 대표적인 예로 법과 같은 규제 등 정부 요구에 부응하는 것이 있다(DiMaggio & Powell, 1983). 지역사랑상품권 발행 주체는 각 광역 및 기초자치단체이지만, 지역사랑상품권의 활성화를 위해 지역사랑상품권 발행 지자체에 대해 상위정부로부터의 여러 지원을 받고 있다. 또한 지역사랑상품권이 주요 공약이자 핵심 정책으로 주목받게 되면서 기초자치단체에서 이를 도입하는 데 유효한 요인으로 작용한다(김소라, 2021). 장유미 외(2019) 연구에서는 조례 확산과정을 분석하기 위해 강압적 압력을 보는 독립변수를 광역지방자치단체 내 기초자치단체의 관련 조례제정 수로 설정하고 유의미한 결과를 도출하였다. 이처럼 기초자치단체에서는 상위정부의 지역사랑상품권 조례 제정, 관련 예산 투입 및 지원 등의 광역지방자치단체의 지역사랑상품권 발행 규모가 커지는 환경에서 강압적 동형화가 이루어질 것이라 예상된다.

가설1. 광역지방자치단체 지역사랑상품권 발행규모가 커질수록, 기초지방자치단체의 지역사랑상품권 발행액은 증가할 것이다.

(2) 모방적 동형화

모방적 동형화는 자신과 유사한 다른 조직의 구조나 전략을 모방하는 경향을 의미한다(DiMaggio & Powell, 1983). 이러한 유사성은 특히 시간이 경과함에 따라 확대되고 강화되는 경향을 보이는데, 이는 조직의 목적이 모호하거나 조직이 직면한 문제해결 방법이 불확실한 문제에 직면했을 경우 조직은 비용을 거의 들지 않는 모방이라는 실용적 해결 방법을 결정하게 되기 때문이다(Cyert & March, 1963; March & Olsen, 1983; Lowndes & Roberts, 2013). 이를 본 연구에 적용해보면 지방자치단체는 지역경제 활성화뿐만 아니라 지역주민의 삶의 질을 높이기 위해 모든 분야에 걸친 다양한 목적 달성을 위해 노력하고 있으므로 조직의 목적이 모호하다고 볼 수 있다. 또한 유례없는 저출산 및 고령화가 진행되면서 지방자치단체들은 조직 자체의 생존이 걸려있는 문제에 직면하였으나, 명확한 해결 방법을 강구하기 어려운 실정이다. 이와 더불어 새로운 경제정책 수단으로서 지역사랑상품권이 도입한 지방자치단체가 지역주민들로부터 매우 긍정적인 반응을 얻고, 전국적으로 이슈화되면서 타 지방자치단체들은 새로운 정책대안을 만드는 등 노력과 비용을 줄이는 모방이라는 실용적인 의사결정을 하게 된다. 더 나아가 최초 도입한 지방자치단체가 있고, 그동안 진행된

지역사랑상품권 도입의 경제적 효과 등의 연구결과 검토 등을 통해 도입의 부작용과 문제점에 대한 부담과 위험이 줄어들기 때문에, 시간이 경과함에 따라 지역사랑상품권을 도입하는 지자체와 그 발행 규모도 증가할 것으로 예상된다. 마지막으로 지방자치단체가 발행하고 해당 지방자치단체 가맹점에서만 사용가능한 지역사랑상품권의 가장 중요한 특성을 고려하였을 때, 인접한 지방자치단체가 발행 규모에 영향을 받을 것으로 보인다.

가설2. 인접한 지방자치단체의 지역사랑상품권 발행규모가 커질수록, 기초지방자치단체의 지역사랑상품권 발행액은 증가할 것이다.

(3) 규범적 동형화

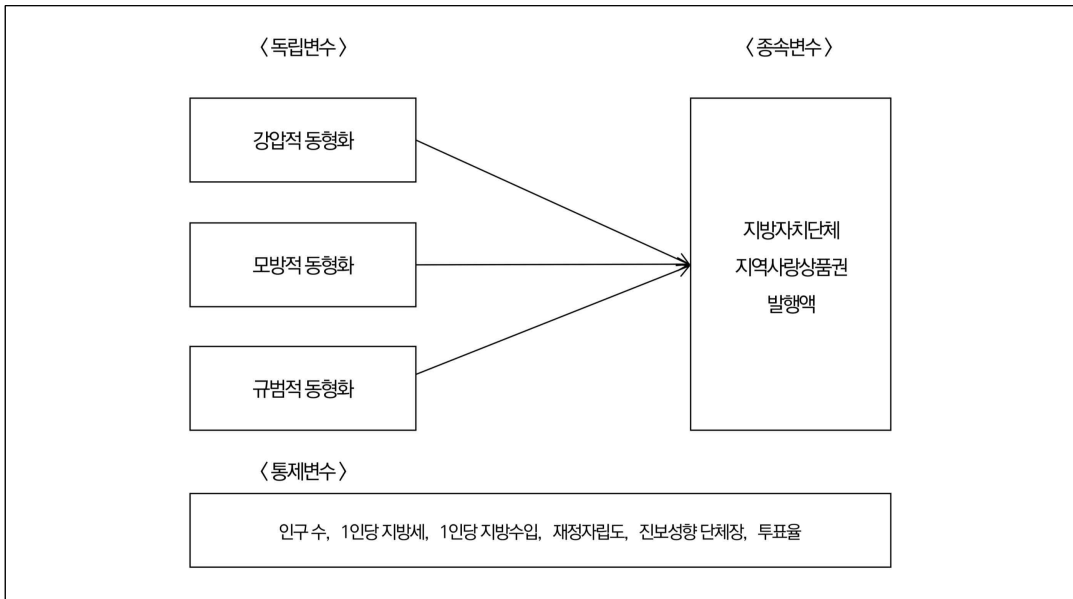
규범적 동형화는 전문성에 기인하여 제도적 규범을 받아들이는 것으로, 전문 단체 내의 네트워크 및 인력을 통하여 같은 전문적인 교육을 받은 인력들이 유사한 지식과 행동패턴을 보임으로 인해 조직들이 서로 유사해지는 것을 의미한다(DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1977). 지방자치단체를 분석대상으로 한 선행연구에서는 규범적 동형화의 주체로 시민사회나 지역사회의 비영리단체를 변수로 선정하였으며, 그 결과도 대체로 유의미하게 나타나고 있다(유란희·김선형, 2017; 유한별·나태준, 2019; 장유미 외, 2019; 박정인, 2022). 지역사랑상품권은 지역사랑상품권을 사용하는 주민뿐만 아니라 지역사랑상품권의 사용처인 가맹점 등 소상공인과 밀접하게 연계되어 있으며, 이와 같은 이해관계를 반영하는 경제 및 지역상권 관련 민간비영리단체 구성원들은 오랜 기간 활동하며 해당 분야의 전문가가 된다. 이러한 측면에서 지역의 경제 및 지역상권 관련 민간비영리단체는 지역사랑상품권 발행에 큰 영향력을 행사할 것으로 예상된다.

가설3. 경제 및 지역상권 관련 민간비영리단체 수가 많아질수록, 기초지방자치단체의 지역사랑상품권 발행액은 증가할 것이다.

3. 연구의 분석틀

지금까지 논의한 제도적 동형화 이론 및 선행연구를 바탕으로 본 연구의 분석틀을 구성하면 다음의 <그림 2>와 같다.

〈그림 2〉 연구의 분석틀



Ⅲ. 연구설계

1. 분석 자료 및 방법

본 연구의 분석대상은 2020년부터 2022년까지 3년간에 해당하는 226개 기초지방자치단체이다. 각 지역에서 발행하는 지역사랑상품권 발행 규모는 공공데이터포털에서 제공하는 한국조폐공사의 지역사랑상품권 운영정보 자료를 활용하였다. 제도적 동형화 요인들이 지역사랑상품권 발행액에 미치는 영향을 파악하기 위하여 분석방법은 패널회귀분석을 활용하였다. 패널회귀분석의 경우 대표적으로 고정효과 모형(Fixed Effects Model)과 확률효과 모형(Random Effects Model)이 존재한다. 두 가지 유형의 분석모형 중 분석모형의 적합도를 파악하기 위하여 하우스만 검정(Hausman test)을 실시한 결과, 확률효과 모형을 통해 분석하는 것이 적합한 것으로 나타났다. 이에 확률효과 모형에 바탕하여 분석결과를 해석하고자 한다.

2. 변수 측정

본 연구는 지역사랑상품권 발행 규모 결정과 관련된 지방자치단체의 행태를 제도주의 조직이론의 관점에서 경험적으로 검증하고자 하였다. 이를 실증하기 위하여 아래 〈표 1〉과 같이 변수를 측정하였으며, 각각의 변수에 대한 측정방식 등 구체적인 논의는 다음과 같다.

1) 종속변수

본 연구의 목적은 우리나라 지방자치단체의 지역사랑상품권 발행규모를 결정짓는 선행요인이 무엇인지 제도적 동형화 이론을 중심으로 그 원인을 파악하는 것이다. 이에 본 연구에서 검정하고자 하는 핵심 종속변수는 개별 지방자치단체에서 발행하는 지역사랑상품권의 연도별 발행액이다. 일부 지방자치단체에서는 지역사랑상품권을 발행하지 않는 경우도 있는데, 이러한 지자체는 지역사랑상품권 발행액 규모를 0으로 설정하여 측정을 진행하였다.

우리나라에서 발행하는 지역사랑상품권은 크게 세 가지 유형으로 구분할 수 있다. 구체적으로 ①지류 및 상품권의 형태의 지역사랑상품권으로 발행되는 유형, ②선불카드 및 QR코드를 기반으로 하는 모바일 형태 지역사랑상품권 유형, ③카드를 통해 선불 충전하여 활용하는 형태 등이 있다(이경아, 2020). 이러한 3가지 유형의 지역사랑상품권은 소비자가 지역 가맹점 은행을 방문하여 구매하는 방법과 모바일 어플리케이션을 활용하여 모바일로 충전하는 방법을 통해 구매할 수 있다. 두 가지 유형의 방법 중 지방자치단체는 지류 및 상품권 형태의 지역사랑상품권을 발행하는데 투입되는 행정력 및 비용이 더 크고, 사용자의 편의성도 상대적으로 부족하다는 측면에서 모바일 형태의 화폐를 주로 발행하는 추세를 보이고 있다(유영선, 2019). 그러나 지류 및 상품권에 대한 지속적인 수요가 존재하는 만큼, 본 연구에서는 지역 가맹점에서 오프라인으로 결제된 지역사랑상품권 총액과 모바일로 결제된 총액을 합하여 지방자치단체에서 발행한 지역사랑상품권의 규모를 측정하였다.

2) 독립변수

본 연구에서 검정하고자 하는 핵심 독립변수는 지방자치단체의 지역사랑상품권 발행에 영향을 주는 제도적 동형화 요인이다. 이에 독립변수 유형을 제도주의 동형화 이론에서 제시하고 있는 3가지 강압적, 모방적, 규범적 동형화 요인으로 구분하여 실증하고자 하였다. 지역사랑상품권 발행과 관련된 강압적 압력은 개별 지방자치단체가 소속된 광역지방자치단체의 지역사랑상품권 발행과 밀접한 관련이 있을 것으로 추론된다. 이에 기초지방자치단체가 소속된 광역지방자치단체에서 발행하는 연도별 지역사랑상품권 발행규모로 강압적 동형화 요인을 측정하고자 하였다. 모방적 압력은 특정한 지방자치단체와 지리적으로 인접한 지방자치단체의 행태에 의하여 기인할 것으로 추론하였다. 본 연구에서는 이러한 압력이 지역사랑상품권 발행에 미치는 영향을 검정하고자 하였기에 모방적 동형화 요인으로 동일한 광역지자체에 소속된 기초지자체의 평균 지역사랑상품권 발행액으로 측정하였다. 마지막으로 규범적 압력은 전문가 네트워크에 의하여 개발된 규범의 확산과 밀접한 연관성을 살펴볼 수 있다. 지방자치단체를 하나의 조직으로 간주하고 논의를 전개한 기존의 선행연구에서는 이러한 규범적 압력을 행사하는 주체로 지역에 소속된 비영리집단과 시민사회의 역할을 중심으로 이를 검정한 바 있다(장유미 외, 2019; 박정인, 2022). 이에 본 연구에서는 지역상권 활성화 및 지역공동체 경제발전이라는 지역사랑상품권 발행 목적과 밀접한 연관이 있는

경제 및 지역상권과 관련된 비영리집단의 수로 규범적 동형화 요인을 측정하고자 하였다(조복현, 2020).

3) 통제변수

지역사랑상품권의 발행은 지방자치단체의 예산을 투입하여 이루어지는 지방정부의 예산 활동으로 볼 수 있다. 이러한 관점에서 지방자치단체의 지역사랑상품권 발행규모는 지방정부의 예산 결정과 밀접한 연관이 있을 것으로 추론하였다. 이에 본 연구에서는 기존의 예산결정이론의 관점에서 예산규모를 결정짓는 핵심 요인들을 통제하였다. 예산결정이론이란 지방정부의 예산이 거시적 관점에서의 환경적 요인으로 인하여 결정됨을 설명하기 위한 이론이며, 이를 활용한 선행연구에서는 크게 사회적, 경제적, 정치적 환경의 요인을 중심으로 논의를 전개하였다(남궁근, 2012; 이상일·박종철, 2016). 이중 사회적 요인은 지방정부의 주민등록인구 수로 측정하였으며, 이를 자연로그 형태로 변환하여 분석에 활용하였다. 경제적 요인은 1인당 지방세 규모와 1인당 지방수입, 재정자립도로 측정하였다. 1인당 지방세 및 지방수입은 지역의 총 지방세 및 지방수입을 주민등록인구로 나누어 측정하였으며, 이를 자연로그 형태로 변환하여 분석에 활용하였다. 재정자립도의 경우 지역의 재정역량을 파악할 수 있는 요소이며 동시에 상위정부에 대한 재정적 의존도를 파악할 수 있는 요인으로 볼 수 있기에 통제변수로 활용하였다. 끝으로 정치적 요인은 자치단체장의 정치적 성향과 투표율로 설정하였다. 자치단체장의 정치적 성향은 소속 정당으로 구분하였으며 진보적 성향을 가진 경우 1로 측정하였으며, 그 외 정당의 경우 0으로 측정하여 분석에 활용하였다. 투표율의 경우 해당 지방자치단체의 전체 선거인 수 중 투표자의 비율을 측정하는 방식으로 하였다.

〈표 1〉 변수의 측정

구분	변수명	측정치표	출처
종속변수	지역사랑상품권 발행액	모바일 발행액, 지류 발행액을 합산한 총 규모(log)	한국조폐공사
독립변수	강압적 동형화	광역지방자치단체의 지역사랑상품권 발행액(log)	한국조폐공사
	모방적 동형화	동일 광역지방자치단체 내 기초지방자치단체의 지역사랑상품권 발행액 평균(log)	한국조폐공사
	규범적 동형화	개별 기초자치단체 내에 등록된 경제 및 지역상권 관련 민간비영리단체 수	행정안전부
통제변수	인구 수	각 연도 주민등록인구 수(log)	통계청
	1인당 지방세	지방세/주민등록인구(log)	지방재정365
	1인당 지방수입	지방소득/주민등록인구(log)	지방재정365
	재정자립도	(자체수입/자치단체예산규모)*100(%)	지방재정365
	진보성향 단체장	진보정당=1, 그 외=0	중앙선거관리위원회
	투표율	(총 투표자 수/선거인 수)*100(%)	중앙선거관리위원회

IV. 분석결과

1. 기초통계분석

아래 <표 2>는 본 연구에서 활용하고자 한 주요 변수들의 기초통계분석 결과이다.

<표 2> 기초통계량

변수명	관측치	평균	표준편차	최소값	최대값
지역사랑상품권 발행액(천원)	678	41,988,521	111,064,110	0	1,635,233,765
광역지자체 발행액(천원)	678	43,325,869	119,069,688	0	575,983,808
인접지자체 발행액(천원)	678	40,139,025	41,616,175	0	180,005,332
경제·지역상권 관련 비영리단체(개)	678	0.50	1.03	0	7
인구 수(명)	678	223,842	223,270	8,867	1,190,964
1인당 지방세(천원)	678	657.32	290.48	160.17	1,751.31
1인당 지방수입(천원)	678	902.31	399.85	208.00	2,818.00
재정자립도(%)	678	19.57	11.49	5.80	66.30
진보성향 단체장	678	0.67	0.47	0	1
투표율(%)	678	64.44	7.82	51.90	82.70

226개 기초지방자치단체의 3년간 패널자료를 구축하여 총 관측치는 678개로 나타났다. 이중 중속변수인 지역사랑상품권 발행액의 평균은 약 419억 9,885만원이다. 광역지방자치단체의 발행액 평균액의 경우 433억 2,586만원으로 나타났으며 이를 통해 기초지방자치단체에서 발행하는 평균 액수에 비하여 근소하게 더 많은 것을 확인하였다. 모방적 압력으로 측정된 동일 광역지방자치단체 내 평균 지역사랑상품권 발행액은 401억 3,902만원으로 살펴볼 수 있다. 경제 및 지역상권 관련 비영리단체 수의 평균은 0.50개로 나타났으며, 이때 표준편차가 평균에 비하여 수치가 더 큰 1.03인 것으로 미루어보아 경제 및 지역상권 관련 비영리단체 수의 지역 간 차이가 큰 것을 확인하였다.

통제변수 중 사회적 요인인 인구 수의 경우 평균이 22만 3,842명으로 나타났는데, 표준편차가 223,270으로 도출되었으며, 최소값과 최대값 간의 편차가 크다는 점 등에 바탕하여 기초지방자치단체 간 인구의 격차가 큰 것을 확인하였다. 경제적 요인인 1인당 지방세와 지방수입 규모의 경우 각각 평균이 657.32와 902.31로 나타났다. 또한 경제적 요인으로 설정한 재정자립도의 경우 평균이 19.57로 나타났으며, 이 때의 표준편차가 11.49로 비교적 높게 나타난 것을 바탕으로 우리나라 기초지방자치단체의 재정자립도가 높지 않은 것과 동시에 지역 간의 편차도 큰 것을 확인하였다. 단체장의 정치적 성향은 평균 0.67로 나타났는데, 이를 통해 분석대상 시기인 2020년에서 2022년 사이에는 상대적으로 진보성향의 자치단체장 비율이 더 높은 것을 확인할 수 있었다. 끝으로 투표율의 평균은 64.44로 나타났다.

2. 상관관계 분석

〈표 3〉 핵심변수 간 상관관계 분석결과

변수명	지역사랑 상품권 발행액	광역지자체 발행액	인접지자체 발행액	비영리 단체 수	인구수	1인당 지방세	1인당 지방수입	재정 자립도	진보성향 자치단체장	투표율
지역사랑상품권 발행액	1.000									
광역지자체 발행액	0.254 ***	1.000								
인접지자체 발행액	0.426 ***	0.234 ***	1.000							
비영리단체 수	0.005	-0.004	0.041	1.000						
인구 수	0.292 ***	-0.318 ***	-0.185 ***	0.071	1.000					
1인당 지방세	0.046	0.052	0.329 ***	0.053	-0.324 ***	1.000				
1인당 지방수입	-0.074	0.057	0.335 ***	0.041	-0.503 ***	0.949 ***	1.000			
재정자립도	0.159 ***	-0.365 ***	-0.148 ***	0.076 **	0.692 ***	0.243 ***	0.082 **	1.000		
진보성향 단체장	0.102 **	-0.190 ***	-0.119 ***	-0.021	0.360 ***	-0.154 ***	-0.222 ***	0.332 ***	1.000	
투표율	-0.262 ***	0.200 ***	0.229 ***	-0.028	-0.792 ***	0.280 ***	0.457 ***	-0.602 ***	-0.392 ***	1.000

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

위의 〈표 3〉은 연구에서 활용하고 있는 주요 변수 간 상관관계분석을 실시한 결과이다. 분석결과, 본 연구의 독립변수로 설정하였던 광역지자체 발행액, 인접지자체 발행액에서는 통계적으로 1%의 유의수준에서 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타난 반면, 규범적 압력으로 측정하였던 비영리집단의 개수와는 통계적으로 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다. 한편, 예산결정이론의 관점에서 통제변수로 설정하였던 변수 중에서는 경제적 요인이라 볼 수 있는 1인당 지방세와 지방수입을 제외하고, 모두 통계적으로 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 유의미한 상관관계가 있는 통제변수 중에서도 진보성향의 단체장의 경우 5% 유의수준에서 통계적으로 유의미한 상관관계가 있는 것을 확인하였다.

3. 패널회귀분석

아래 〈표 4〉는 본 연구에서 설정한 가설을 검정하기 위하여 실시한 패널회귀분석 결과이다. 본 연구의 분석데이터는 균형패널데이터이며, 하우스만 검정 결과에 따라 확률효과 모형을 활용하여 분석을 실시하였다. 분석결과 본 연구에서 설정하고 있는 핵심 독립변수인 3가지 유형의 제도적 동형화 요인 중 모방적 동형화와 규범적 동형화 요인에서 통계적으로 유의미한 결과가 도출되었다.

〈표 4〉 패널회귀분석 결과

종속: 지역사랑상품권 발행액	회귀계수	표준편차	Z	P-value
광역지자체 발행액	0.046	0.047	0.97	0.334
인접지자체 발행액	0.887***	0.079	11.13	0.000
비영리단체 수	0.197***	0.063	3.13	0.002
인구 수	0.975**	0.410	2.38	0.017
1인당 지방세	1.033	1.131	0.91	0.361
1인당 지방수입	-0.682	1.279	-0.53	0.594
재정자립도	-0.045*	0.025	-1.76	0.078
진보성향 단체장	0.245	0.576	0.43	0.670
투표율	0.042	0.051	0.82	0.412
상수	-14.92	9.153	-1.63	0.103
R^2	Within: 0.799/ Between: 0.038/ Overall: 0.292			

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

분석결과를 구체적으로 살펴보면, 우선 강압적 동형화의 영향을 실증하기 위하여 가설 1을 설정하고, 기초자치단체가 소속된 광역지방자치단체의 지역사랑상품권 발행액을 측정하여 독립변수로 활용하였지만 패널회귀분석 결과 통계적으로 유의미한 결과가 도출되지 않았다. 이러한 분석결과에 바탕하여 가설1은 기각하였다.

다음으로 동일 광역지방자치단체 내 기초지방자치단체의 지역사랑상품권 발행 평균액으로 측정된 모방적 동형화 요인이 지역사랑상품권 발행규모에 미치는 영향을 실증한 결과, 양자 간 유의수준 1%에서 통계적으로 유의미한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 지방자치단체를 대상으로 모방적 동형화가 제도의 확산과 예산규모의 결정에 있어서 영향을 미친다는 기존 선행연구에서 제시하는 일반적인 결론과 유사한 것으로 해석할 수 있다(배상석, 2010; 강서영, 2021). 이러한 분석결과를 바탕으로 지역사랑상품권의 발행에 있어서도 인접자치단체 간 경쟁을 통한 정책결정이 이루어지며, 최소한 동일수준의 지역사랑상품권 발행규모가 결정된다는 모방적 동형화가 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다(정재진, 2020).

셋째, 개별 기초지자체에 등록된 경제 및 지역상권 관련 비영리집단의 수로 측정한 규범적 동형화 요인의 영향을 실증한 결과 유의수준 1%에서 통계적으로 유의미한 정(+)의 관계가 있음을 확인하였다. 이는 지방자치단체의 정책결정에 있어서 모방적 동형화의 영향을 검증하기 위하여 특정한 정책과 관련된 비영리단체의 규모를 활용한 기존의 선행연구에서 제시하는 결과와 유사한 면을 살펴볼 수 있다(김미나, 2007; 유한별·나태준, 2019). 이러한 선행연구에서는 지역에 등록된 비영리집단들이 특정한 이슈에 대한 의제를 형성하는 한편, 이와 관련된 전문적 규범을 형성하고 전파하는 과정에서 지방자치단체에 규범적인 압력을 행사하는 것으로 제시하고 있다(박정인, 2022). 이러한 선행연구 결과를 살펴보았을 때 지방자치단체의 지역사랑상품권 발행에도 지역의 경제 및 소상공인 관련 비영리단체들이 영향력을 행사할 것으로 유추할 수 있다. 특히 지역사랑상품권과 관련된 조례에서 일반적으로 전문가 및 소상공인 지원 단체로부터 의견을 청취하는 조항을 명시

하고 있는 만큼 관련 비영리단체가 지역사랑상품권 발행규모를 결정함에 있어서 영향력을 행사하고 있을 가능성에 대하여 확인하였다.

V. 결론

본 연구의 목적은 우리나라 기초지방자치단체들이 발행하는 지역사랑상품권의 규모를 결정짓는 선행요인에 대하여 제도주의 조직이론의 관점에서 분석하고, 이를 개선하기 위한 정책적 과제를 제안하는 것이다. 이를 위하여 우리나라 기초지방자치단체들의 지역사랑상품권 발행과 관련된 3개년도의 자료를 수집하여 패널회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같이 요약될 수 있다. 우선 모방적 동형화 요인인 인접 지방자치단체의 지역화폐 발행규모가 클수록 해당 지자체의 지역화폐 발행규모는 증가하는 것으로 나타났다. 또한, 지역에 소속된 소상공인, 지역경제 관련 비영리단체의 규모가 증가할수록 지역화폐 발행규모가 증가하는 것을 통해 규범적 동형화의 영향도 확인하였다. 한편, 소속 광역지방자치단체의 발행규모는 통계적으로 유의미한 결과가 도출되지 않았다.

본 연구는 지역사랑상품권과 관련된 논의에서 다소 제한적으로 이루어진 지역사랑상품권 발행 규모와 관련된 선행요인을 제도주의 조직이론의 관점에서 경험적으로 실증하였다는 이론적 의의를 살펴볼 수 있다. 또한, 실증분석을 통해 확인한 분석결과에 바탕하여 지역사랑상품권의 발행과 관련된 몇 가지 함의를 지닐 수 있다. 앞서 살펴본 이론적 논의에 따라 지방자치단체에서는 정책 실패에 대한 모호함을 완화하기 위하여 주변 지방자치단체의 발행규모와 유사한 수준의 지역사랑상품권을 발행할 것으로 추론할 수 있다. 지방자치단체 단위에서의 지역사랑상품권 발행은 지역 내 소매업의 매출을 증대하여 지역상권을 활성화한다는 순기능이 있다. 그러나 일각에서는 지역 내 수요를 고려하지 않고 지역사랑상품권의 발행을 확대할 경우 인접 지역의 매출 감소를 초래하고, 이러한 부정적 외부효과를 완화하기 위하여 모든 지방자치단체에서 지역사랑상품권 규모를 확대하는 경우 행정비용의 증가와 전체 소비자의 후생이 감소할 수 있음을 제기하는 선행연구도 존재한다(손창완, 2021). 이처럼 인접 지역에서 발생하는 모방적 동형화 압력으로 인하여 무분별하게 확대되는 지역사랑상품권의 부정적인 외부효과를 완화하기 위하여 지역사랑상품권의 발행을 중앙정부의 온누리상품권으로 일원화하는 방안의 필요성을 살펴볼 수 있다(송경호·이환웅, 2020). 이를 통해 사용처를 특정지역에 한정하는 지역사랑상품권의 부정적 외부효과를 완화하는 한편, 소상공인 및 영세 사업자의 매출을 증대한다는 당초의 취지는 유지할 수 있을 것을 기대해볼 수 있다. 한편, 분석결과 중 비영리집단을 통한 규범적 동형화가 지역사랑상품권의 발행규모에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지역의 수요를 반영한 적정수준의 지역사랑상품권 발행은 낙후된 지역의 상권활성화에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구 결과에 바탕하여 전문가 집단으로 구성된 지역의 비영리단체 등 민간의 자발적 참여를 유도하여 지역사랑상품권이 건전하게 운영될 수 있도록 하는 제도적 방안 마련의 필요성을 살펴볼 수 있다(김무환, 2020).

본 연구는 상대적으로 논의되지 못한 지방자치단체의 지역사랑상품권 발행규모에 영향을 미치

는 선행요인을 제도주의 조직이론의 관점에서 실증하였다는 점에서 이론의 일반화에 기여하였다. 그러나 방법론적인 측면에서 한계점을 살펴보면, 일부 변수를 통제하였으나 지방자치단체의 정책 결정에 영향을 미치는 정치적, 지역적 맥락을 충분히 고려하지 못하였다는 점이 있다. 또한 광역 지방자치단체 외에도 기초지방자치단체에 영향을 미칠 것으로 추론되는 중앙정부의 영향 등을 심도있게 고려하지 못하였다 점도 들 수 있다. 이론적인 측면에서 발전 방향을 살펴보면, 제도적 동형화뿐만 아니라 특히 Gerrish & Spreen(2017)의 연구와 같이 두 가지의 경쟁 가설을 설정하여 주요 선행연구에서 논의한 지역사랑상품권의 도입 효과를 함께 고려하는 등 상기한 사안들을 반영한 후속 연구의 필요성이 있다.

참고문헌

- 강서영. (2021). 출산장려금 증가 요인 분석: 전국 226개 지자체를 중심으로. 「한국지방정부학회 학술대회 논문집」. (2021): 1107-1121.
- 강창희·강지원·김성아. (2020). 「지역화폐가 지역의 고용에 미치는 효과」. 서울: 대통령직속 정책 기획위원회.
- 권혁철. (2020). 지역화폐 기획과 운영 간 상호 조응성에 관한 연구: 지역사랑상품권 운영 사례를 중심으로. 「사회과학연구」, 27(3): 182-203.
- 김무환. (2020). 창원사랑상품권의 성장과 지역경제 파급효과. 「지역산업연구」. 43(4): 203-217.
- 김미나. (2007). 지방공무원 교육훈련기법의 모방과 동형화. 「국가정책연구」. 21(1): 35-64.
- 김미연. (2010). 지방자치단체의 국제교류 확산과 동형화. 「한국거버넌스학회보」, 17(3), 61-84.
- 김민정. (2012). 기획: 민주주의의 새로운 흐름들; 지역화폐운동의 성과와 한계 -한국사례를 중심으로. 「기억과 전망」, 26: 116-148.
- 김소라. (2021). 「지역화폐의 도입과 제도화 과정」. 국내석사학위논문 고려대학교 대학원, 서울
- 김소라. (2022). 기초자치단체의 지역사랑상품권 조례 도입에 관한 퍼지셋 연구-제도적 동형화 관점에서. 「한국정책학회보」, 31(3), 1-31.
- 김현옥. (2008). 지역화폐운동에의 참여경험에 관한 연구. 「한국사회복지질적연구」, 2(1): 85-107
- 남궁근. (2012). 「정책학: 이론과 경험적 연구」, 파주: 법문사(제2판).
- 류기환. (2015). 지역화폐를 통한 지역경제 활성화 방안. 「국제지역연구」, 19(1): 103-126.
- 류영아. (2020). 지역사랑상품권의 의의와 주요쟁점. 「국회입법조사처 이슈와 논점」, 1760.
- 박정인. (2022). 지역축제지원 조례의 확산요인 분석: 제도적 동형화를 중심으로. 「지방정부연구」, 26(2): 79-96.
- 배상석. (2010). 출산장려금제도 도입에 관한 연구-수도권 자치단체를 중심으로. 「한국정책학회보」. 19(4): 273-298.
- 손창완. (2021). 지역화폐의 법적 쟁점 및 정책적 개선방안-지역사랑상품권을 중심으로. 「경제법 연구」, 20(2): 3-30.

- 송경호·이환웅. (2020). 「지역화폐 도입이 지역경제에 미친 영향」. 세종: 한국조세재정연구원.
- 여효성·김성주. (2019). 「지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석」. 원주: 한국지방행정연구원.
- 유영선. (2019). 국내외 지역화폐 도입사례 및 시사점. 「강원경제 Brief」.
- 유영성·윤성진. (2021). 「경기지역화폐가 경기도내 소비자 및 소상공인에 미친 영향 분석: 코로나 위기 대응을 중심으로」. 수원: 경기연구원.
- 유한별·나태준. (2019). 지방자치단체의 갈등 관련 조례 제정에 미치는 영향 요인 연구: 신제도주의 동형화 (isomorphism) 이론을 중심으로. 「지방정부연구」, 23(2): 47-70.
- 이경아. (2020). 「지역화폐와 소비자 상생방안 연구」. 음성: 한국소비자원.
- 이득연. (2000). 지역만들기와 지역통화운동의 다양한 가능성. 「도시와 빈곤」, 46: 40-56.
- 이상일·박종철. (2016). 지방자치단체의 복지재정 결정요인에 관한 연구: 광역자치단체의 사회복지비 지출을 중심으로. 「융합사회와 공공정책」, 10(3): 129-163.
- 이상훈·유영성·강남훈·박누리·이다겸·이지혜. (2019). 「지역화폐 도입·확대에 따른 성과분석 및 발전방안」. 수원: 경기연구원.
- 이수연. (2014). 「세계 지역화폐의 이해와 유형분석. 잇북: 지역화폐 A to Z」. 서울: 새로운사회를여는연구원.
- 이한주·김병조. (2017). 「지역 경제 활성화를 위한 지역화폐 도입에 관한 연구: 기초연금을 중심으로」. 국회예산결산특별위원회.
- 장유미·유한별·하연섭. (2019). 지방자치단체의 '마을만들기'사업 관련 조례의 확산요인 연구: 제도주의 이론에 근거한 사회적 압력을 중심으로. 「지방정부연구」 23(2): 97-116.
- 정재진. (2020). 지방자치단체 재정 지출의 경쟁과 확산에 관한 연구: 경기도 재난기본소득 사례를 중심으로. 「정부학연구」, 26(2): 133-168.
- 조복현. (2020). 지역공동체 경제와 지역화폐-사회적 경제 활성화를 위한 지역화폐 시스템-. 「경제발전연구」, 26(2): 33-66.
- 조혜경. (2018). 「지역화폐의 개념과 국내 논의 현황」. 서울: 정치경제연구소 대안.
- 차미숙·최예슬·조은주. (2022). 「지방소멸 대응 정책방향과 추진전략」. 세종: 국토연구원.
- 행정안전부. (2021). 지역사랑상품권 13.3조원 판매되어 지역경제에 온기 불어넣었다. 「행정안전부」, 1.14.
- 행정안전부. (2021). 「지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침」. 세종: 행정안전부
- 황영순. (2017). 지역화폐, 경제활성화와 소비확대 효과로 민간부문에서의 필요성 제기 증가할 듯. 「부산발전포럼」, (168):18-21.
- 황영순·오동하. (2018). 지역화폐와 블록체인 기술의 접목. 「BDI 정책포커스」, (334): 1-12.
- Ashworth, R., Boyne, G., & Delbridge, R. (2009). Escape from the iron cage? Organizational change and isomorphic pressures in the public sector. *Journal of public administration research and theory*, 19(1), 165-187.
- Cyert, R. M., & March, J. G. (1963). A behavioral theory of the firm. *Englewood Cliffs, NJ*, 2(4),

169-187.

- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Gerrish, E., & Spreen, T. L. (2017). Does benchmarking encourage improvement or convergence? Evaluating North Carolina's fiscal benchmarking tool. *Journal of public administration research and theory*, 27(4), 596-614.
- Kang, J., & Hong, B. (2015). Community Currency in Korea. *International Journal of Community Currency Research*, 19(D), 72-80.
- Lowndes, V., & Roberts, M. (2013). *Why institutions matter: The new institutionalism in political science*. Bloomsbury Publishing.
- March, J. G., & Olsen, J. P. (1983). The new institutionalism: Organizational factors in political life. *American political science review*, 78(3), 734-749.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363.
- Studer, T. (2006). WIR and the Swiss National Economy, translated by Philip H. Beard.

신가원(申佳元): 연세대학교 행정학과에서 박사학위 과정 중이며, 현재 대전세종연구원에 재직 중이다. 주요 관심분야는 제도주의, 조직이론 및 분석, 지방행정 등이다.(gwshin@dsi.re.kr)

황휘욱(黃輝煜): 연세대학교 행정학과에서 박사학위 과정 중이며, 현재 창원시정연구원에 재직 중이다. 주요 관심분야는 인적자원관리, 공공조직관리, 지방 행·재정 등이다.(hhu611@charie.re.kr)

〈논문접수일: 2023. 4. 16 / 심사개시일: 2023. 4. 16 / 심사완료일: 2023. 5. 9〉

Abstract

A Study on the Determinants of the Issuance Scale of Community-Based Gift Certificates by Local Governments: Focusing on Institutional Isomorphism

Shin, Ga Weon

Hwang, Hui Uk

The aim of this study was to identify the factors that determine the scale of issuance of community-based gift certificates by local governments. The study focused on the theory of institutional isomorphism. A panel regression analysis was conducted on the issuance scale of community-based gift certificates of 226 local governments for three years, from 2020 to 2022. The analysis revealed statistically significant results from the factors of imitative and normative isomorphism, among the institutional isomorphism factors. This implies that the issuance scale of community-based gift certificates by local governments is influenced by neighboring local governments, and that the issuance scale is determined to be at least the same level. Additionally, the number of non-profit organizations related to the local economy and local commercial districts was found to have an impact on the size of community-based gift certificates issuance. As the number of non-profit organizations increased, the issuance size increased. This study is significant because it sheds light on the influencing factors of decision-making by local governments, which were not previously analyzed in most studies on community-based gift certificates that focused on economic effects.

Key Words: Community-Based Gift Certificate, Local Government, Decision-Making, Institutional Isomorphism, Panel Regression Analysis