

대학생들 아이디어가 시장을 바꿨다 전통시장에 스며든 산학협력

2026. 9. 30.



전통시장은 지역경제를 지탱하는 중요한 기반이지만, 배달 서비스 등 디지털 환경을 활용해 매출을 확대하는 데에는 현실적인 어려움이 있습니다. 온라인 판매에 필요한 상품 사진이나 동영상을 직접 촬영하고, 광고를 집행하거나 판매 데이터를 분석하는 방법에 익숙하지 않아 기존의 경험과 감각에 의존해 운영하는 경우가 많기 때문입니다. 디지털 환경에서 전통시장 상인들이 실질적인 성과를 내기 위해서는 이러한 현장의 어려움을 해소할 수 있는 구체적이고 실질적인 지원이 필요합니다.

쿠팡과 쿠팡이츠는 이 같은 전통시장 상인들의 디지털 전환을 돕기 위해 '전통시장 디지털 점프업 동행 프로그램'을 통해 다양한 상생 활동을 이어가고 있습니다. 그중 대학생들이 직접 시장과 점포를 찾아 현장의 문제를 진단하고, 맞춤형 전략을 실행하며 성과까지 분석한 '산학협력' 사례를 뉴스룸에서 소개합니다.

학생이 직접 진단하고, 실행하고, 성과를 측정까지



서원석 경희대학교 호텔관광대학 학장은 “학생들이 실제 상점의 매출 구조를 분석하고 개선 전략을 실행해보는 경험은 이론을 넘어선 현장 교육”이라며 “지역사회와 연계한 지속 가능한 산학협력 모델로 발전시켜 나가겠다”고 말했습니다.

대학생이 직접 찾아간 시장, 현장의 어려움을 듣다

경동시장 내 회 전문점 ‘총각회수산’을 25년째 운영해온 석민호 사장은 혼자 회를 뜨고 메뉴 사진을 찍고 배달을 관리하기까지, 배달 서비스에 시간을 쏟을 여력이 없었습니다. 경희대 호텔관광대학 조승아·최혜린 학생은 이 어려움을 해결하기 위해 매장을 찾았습니다.

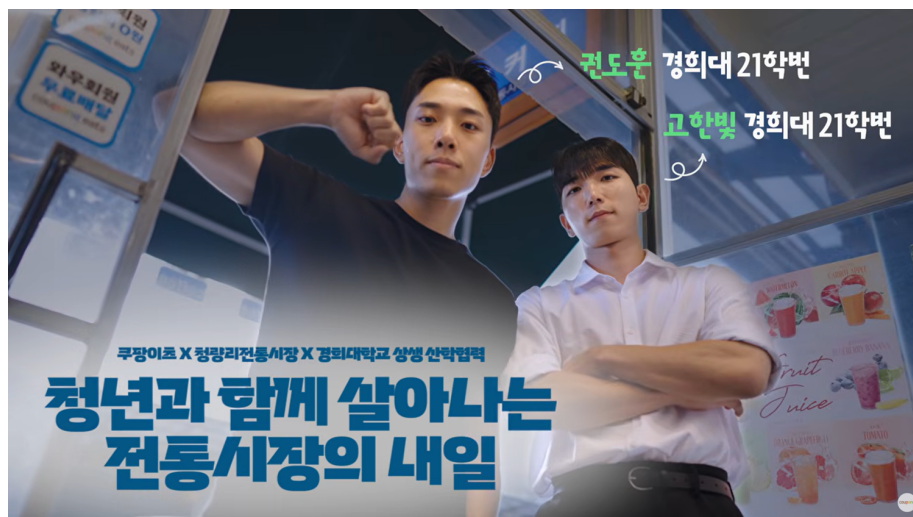
두 학생은 처음엔 반신반의하던 사장님과 신뢰를 쌓기 위해 매장을 자주 찾았고, 사진이 없던 메뉴를 직접 촬영해 새로 등록했습니다. ‘쫄깃쫄깃’, ‘탱탱’ 같은 감각적인 문구로 메뉴 설명을 새로 쓰고, 자취생을 겨냥한 1인 세트 메뉴를 제안했습니다. 저녁 시간에 몰려 있던 매출 데이터를 근거로 영업시간 연장을 설득하기도 했습니다. 석민호 사장은 “학생들이 집요하게 매출이 늘어날 거라고 이야기해서 함께 시작했다”며 “시장에서 장사하는 사람들에게 실질적인 도움이 된다는 것을 처음 느꼈다”고 말했습니다.



같은 시장에서 카페 ‘영커피’를 운영하는 권우영 사장님의 사례는 조금 달랐습니다. 아버지의 권유로 얼떨결에 창업해 배달 서비스 운영 경험이 전혀 없었던 그는 하루 한두 건의 주문에 그칠 만큼 막막함을 겪었습니다. 경희대 권도훈·고한빛 학생은 매장 앞에서 직접 소비자 연령과 성별을 분석하는 등 데이터 기반 접근으로 문제를 풀어갔습니다.

학생들은 주 고객층인 20대 여성을 겨냥해 아메리카노와 디저트 메뉴를 상단에 배치하고, 리뷰 관리 방법을 전수해 떨어졌던 별점을 회복시켰습니다. 프로젝트 종료 이후에도 사장님이 스스로 운영할 수 있도록 자체 제작한 매뉴얼북을 전달하기도 했습니다. 권

우영 사장은 “방치가 아니라 앞으로도 신경 쓰며 관리할 수 있게 됐고, 매출이 늘어나는 게 보이니 배달 서비스의 중요성을 다시 알게 됐다”고 말했습니다.



경희대 호텔관광대학 김태희 교수는 “단순한 과제 수준을 넘어 학생들의 아이디어에 쿠팡이츠의 인프라가 더해지며 정체돼 있던 전통시장 상권에 활기를 불어넣은 좋은 사례”라며 “학생, 상인, 기업 모두가 각자의 역할을 다해 윈윈을 이뤄낸 이상적인 산학협력 모델”이라고 평가했습니다.

현장의 목소리 담아 전국으로 확산



두 매장의 사례처럼, 산학협력은 매장마다 다른 어려움을 정확히 진단하고 그에 맞는 해법을 찾아 적용한다는 점에서 의미가 큼니다. 이렇게 현장 전통 상인들의 목소리를 반영해 검증된 솔루션은 다른 지역 시장으로도 확장될 수 있는 모델이 됩니다. 실제로 청량리시장에서는 온라인 판매전략 컨설팅, 산학협력, 밀키트 상품 개발, 포장재 무상 제공 등 종합 지원이 이뤄졌고, 그 결과 상인들의 올해 상반기 쿠팡이츠 매출은 전년 동기 대비 약 40% 증가 했습니다.



이 같은 성과를 바탕으로 쿠팡·쿠팡이츠는 최근 충북 청주의 대표 전통시장이자 전국 5대 재래시장 중 하나인 '육거리종합시장'을 대상으로 '전통시장 디지털 점프업 동행 프로그램'을 새롭게 추진합니다. 온라인 판매에 익숙하지 않은 고령 상인들을 위한 쿠팡이츠 입점 교육과 사진 촬영 지원, 인근 대학과의 산학협력을 통한 맞춤형 마케팅 전략, 시장 특색을 살린 밀키트 제작 등이 함께 진행됩니다. 앞으로는 포장재 지원과 온라인 기획전 운영도 추진할 계획입니다.

쿠팡과 쿠팡이츠는 앞으로도 전통시장 상인들이 온라인 판매를 새로운 성장 기회로 삼을 수 있도록 실질적인 지원을 이어간다는 계획입니다. 시장별 특색을 고려한 맞춤형 프로그램을 통해 전통시장 상인들이 온라인 판로에 안정적으로 정착하고, 지속 가능한 성장을 이어갈 수 있도록 지원 범위를 지속적으로 넓혀갈 예정입니다.

취재 문의 media@coupang.com