

소비자의 인식조사를 통한 재래시장 육성대책에 관한 연구

A Study on the Activation of Conventional Markets through the Survey of Consumers' Recognition

김 선 미* 김 성 희*
Kim Sun-mi Kim, Sung-hee

Abstract

Till now, the roles of a tradition market were a circulation of the necessities of life, a employment market of local society, a center of community, and a main structure of local economy. Recently, these tradition market is on the decline because it couldn't cope with the internal and external changes. It is recognized that these phenomenon is a factor of economy unbalance. So, to activate the local economy, tradition market should be promoted.

Therefore, external changes such as the increase of competition intensity and the changes of consume pattern, internal changes such as the deterioration of facility and old fashioned management were analysed. The activation plan of traditional market were suggested through the decision index for the tradition market in this study.

키워드 : 재래시장, 활성화 재개발재건축, 환경개선사업, 경영현대화.

1. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

재래시장은 우리나라의 소매유통을 담당한 전통적인 유통업태로 특히 중장년층, 서민에게 친숙한 유통업태로서의 장점을 지니고 있는 유통업태이다.

WTO의 출범과 함께 개방화의 압력이 거세어지면서 1996년부터 우리나라는 유통시장을 완전 개방 이후, 백화점의 다점포화, 신업태의 등장 및 사이버유통의 급속한 확산 등 재래시장을 둘러싼 대외적인 여건이 크게 변화하고 있으며, 외국 유통업체는 선진경영기법과 조직적인 유통망을 바탕으로 국내시장을 잠식하고 있으나 우리나라 유통업체는 규모나 경영노하우 측면에서 경쟁적인 열세에 놓여 있는 것이 현실이다.

또한 소득수준의 향상과 라이프스타일 변화 등 소비자의 구매형태가 변화는 그 동안 소매유통의 한 축을 담당하던 재래시장에 큰 영향을 미치고 있다.

대부분의 재래시장은 건설된 지 오랜 시간이 지나 시설이 노후화 되고 있으며, 전대적인 방식으로 운영됨으로써 대내외적 유통환경의 변화에 적극적으로 대응하지 못한 채 쇠퇴하고 있으나, 이에 대한 적절한 대책은 매우 부족한 실정이다.

최근 들어, 중소기업 청이나 서울시 등 공공 차원에서 재래시장을 활성화하려는 지원 사업이 활발히 이루어지고 있어 이러한 노력의 효과성을 높일 수 있는 체계적인 연구 방법론적 접근이 요구된다.

본 연구는 새로운 유통환경 변화에 대응하여 중소유통업이 자생력을 높이고 활성화될 수 있도록 재래시장의 개략적인 현황을 분석하고, 재래시장의 지역특성 및 시장여건에 부합하는 활성화모형을 제시하며, 활성화 유형에 따른 단계별 활성화 방안 및 경영현대화 방안을 제시한다.

많은 재래시장을 활성화함으로써 보다 낮은 품질과 가격 서비스로 다시 재도약하는 재래시장의 쇼핑물 변화에 따른 인근 주변 환경 변화와 이에 따른 소비자들의 인식변화를 연구하고자 한다.

또한, 현 재래시장의 문제점과 활성화에 필요성이 무엇이면, 왜 재래시장을 꺼리는지에 대한 설문과 우리들의 인식의 변화에 정부의 구체적인 대처방안에 대한 의견 등을 분석하였다.

1.2. 연구의 내용 및 방법

본 연구에서는 현 재래시장의 현황 및 문제점과 재래시장을 둘러싼 전반적인 여건변화 양상을 검토한다. 이를 통해 재래시장이 직면하고 있는 과제를 명확히 하고, 그 해결방안의 단초를 찾을 수 있다. 재래시장 물적 구조 개선방식과 시장개발재건축산업, 시장리모델링 산업에 대하여 검토한다. 재래시장의 개략적인 현황을 검토하고 설문조사를 통해 상인의 특성과 이용객 및 인근 주민의 특성, 재래시장에 대한 소비자의 인식 변화를 통한 활성화방안에 대한 의견 등을 분석하였다.

* 중부대학교 건축공학과

2. 기존 재래시장 현황 및 문제점

재래시장 쇠퇴의 가장 큰 원인으로 대형 유통업체의 출현을 들 수 있다. 90년대 이후 거대 자금으로 무장한 대형 유통업체의 등장으로 보다 질 좋은 서비스를 받을 수 있게 된 소비자들은 더 이상 재래시장을 찾지 않아 재래시장은 크게 흔들리고 있다.

그러나 이보다 상인의 영세성으로 인한 자본축적에 의한 재투자 미비로 인한 급격하게 변화하는 유통환경에 대한 상인들의 대응능력이 절대적으로 부족한 것도 재래시장의 경쟁력을 상실하게 만들었다. 소비자의 구매행태의 변화로 인한 재래시장에서 판매방식에 대해 장점보다 단점이 노출된 것과, 유통정보화 추진의 미흡으로 유통부문의 생산성을 높이고 또한 고객에 대한 서비스 질의 제고 등의 필수적인 요소의 미비로 인한 경쟁력 상실도 재래시장 쇠퇴에 큰 영향을 끼치고 있다.

시장 내부의 제반 환경이 열악하여 소비자에게 쾌적한 환경을 제공하지 못하고 있으며 이 문제는 판매하는 상품의 위생과도 직결되기 때문에 소비자들이 재래시장 물건에 대해 부정적인 생각을 갖게 된 것도 큰 문제이다.

또 재래시장의 시설노후화의 전근대적 경향을 들 수 있다. 물리적 시설의 노후화는 채광·통풍·오폐수 처리 등을 어렵게 하여 시장이용에 큰 불편을 초래하고 있으며, 이는 누수·누진 등 화재 위험과 안전상의 문제 가져오고 있다. 더욱이 건립된 오랜 된 재래시장은 화장실, 휴게실 등 기초적 편의시설이 부족하고, 도로가 좁고 주차장이 부족하다는 등 변화하는 구매 패턴에 응하지 못하고 있다.

표 1. 재래시장의 노후화 정도별 분포

	20년 이상	10~20년	10미만
시장 수	380(73.4%)	130(25.1)	8(1.5%)

자료: 전국 도·소매업총량, 대한상공회의소 1998.7

상당수 재래시장은 60년대 이전에 건립되어 재래시장의 약 50%를 차지할 정도로 오래된 곳이 많기 때문에 각종 시설이 낙후되고 건물이 심하게 퇴락하여 심각한 안전상의 위험도 재래시장 쇠퇴에 한몫을 하고 있다. 또, 재래시장의 관리주체문제도 확실한 관리주체가 없거나 관리업무가 소홀한 경우가 대부분이어서 시장공간의 계획성이 극히 부족하고 임대상인의 업종구성이나 배치운영방법, 그리고 입점 상인과 종업원에 대한 자질 향상 및 서비스 개선을 위한 교육 등과 같은 재래시장 활성화를 위한 노력을 전혀 하지 않고 기본적인 업무만을 다루고 있는 실정인어서 관리·운영 측면에 커다란 구멍을 드러내고 있다.

이와 같은 낙후로 2001년 조사한 것에 의하면 광주지역의 재래시장에 입주한 점포의 35%가 문을 닫았고, 2002년에는 총 점포 2,567개 중 28%에 달하는 704개가 휴업 중인 것으로 알려져 있다.1) 비공식적인 통계에 의하면 현재 전국적으로 1,500여 개의 재래시장에 20만~40만개의 점포가 입주해 있는 것으로 추정된다. 이 가운데 늘고 있는 점포의 비율만 평균 30%에 달

1) 「중앙일보」 2001년 12월 2일자 지역 판

하고, 재래시장의 70%가 기본적인 판매도 제대로 하지 못하고 있다고 한다. 더욱이 오는 2005년에는 빈 점포의 비율이 50%로 늘 것이라는 비관적인 전망도 나왔다. 이러한 위기감 속에 재래시장 활성화를 위한 노력이 꼭 필요할 때이다.

3. 재래시장 활성화 방안

3.1 재래시장 물적 구조 개선방식

재래시장 물적 구조 개선방식에는 기존 건물을 완전히 철거하고 새 건물을 건설하는 재개발·재건축 방식과 대부분의 기존 시설을 그대로 보전하면서 일부 기능과 시설을 보완하는 재정비 및 보수하는 리모델링방식이 있다. 재래시장은 노후화된 정도, 건물구조, 사업타당성 등을 면밀히 검토하여 시장을 전면적으로 재개발·재건축 할 것인지, 아니면 리모델링할 것인지를 선택해야 한다.

3.2 시장개발·재건축산업

「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」에 의하면 “시장재개발·재건축”이라 함은 중소기업청장이 시장의 유통현대화를 촉진하고 시장기능의 회복을 위하여 시장재개발사업 시행구역 또는 시장재건축사업 시행구역 안의 토지나 건축물의 소유자 또는 시장재개발조합이 시행하는 재개발사업에 관한 행위와 토지 등의 소유자 또는 시장재건축조합이 시행하는 재건축사업에 관한 행위를 말한다.

재개발·재건축은 유통시설에 적합한 건물을 새롭게 신축하여 쾌적한 쇼핑공간을 제공하고, 주차장, 고객편의시설 등을 완벽하게 구축할 수 있는 장점이 있는 반면, 자금이 많이 투입되고, 공사기간이 길어서 공사기간 동안 상인의 생계문제가 발생하고, 임시시장을 마련해야 하는 단점을 가지고 있어 건물이 노후화하여 신축이 필요하거나, 재개발하는 것이 활성화를 위해 더 바람직하다고 판단될 경우에 실시한다.

3.3 시장리모델링 산업

모델링은 재래시장이 생활환경을 저해할 여지가 있거나 지구 자체의 기능이 저하하는 경우 내지는 구조적으로는 아직 사용할 수 있으나, 유지관리가 충분히 이루어지지 않아 쇠퇴하고 있는 시장에 대해 적용할 수 있는 방식으로 리모델링 방식에는 대부분의 시설은 그대로 보존하면서 노후·불량화의 원인만 제거하는 소극적인 방식에서부터 기존 시설은 일부 유지하면서 서비스기능을 보완하기 위해 새로운 시설물을 설치하는 방식에 이르기까지 다양한 형태가 있다.

시장 리모델링의 경우 물적 구조의 개선은 시설 개보수, 주차장·아케이드·진입도로 등 기반시설정비뿐만 아니라 시장전체의 환경개선을 위한 풍물·전통거리 조성 등의 사업도 시장리모델링사업으로 추진하고 있다.

시장리모델링은 재개발·재건축에 비하여 비교적 적은 자금이 투입되고, 공사기간이 짧고, 공사기간 중에도 영업이 가능하여 임시시장을 마련할 필요가 없는 등 많은 장점이 있는 반면에 단기적인 요법에 그친다는 단점을 가지고 있어 건물구조

가 비교적 양호하고, 건물의 단장만으로도 재래시장을 활성화 할 수 있을 경우에 단행하는 방법을 선택 한다.

3.4 운영관리의 현대화

최근의 급격한 소비구조의 변화는 소득수준의 향상에 따라 삶의 질을 추구하는 과정에서 나타나는 불가피한 현상이다. 따라서 전근대적인 상거래 행태에 젖어 있는 상인들의 의식개혁이 선행되어야 하며 소비패턴의 변화를 정확히 파악하고 이에 걸맞은 상품과 서비스를 개발, 공급함으로써 스스로 시장경쟁력을 강화하기 위한 시장상인들의 자구노력이 무엇보다 중요하다. 즉 상인들의 의식개혁과 일체화를 위해 아래와 같은 계획수립과 실행이 요구된다.

1) 상인의식의 근대화

기존의 상인의식 실태조사결과를 토대로 보면, 재래시장상인들은 사업의 낮은 성과, 생활의 불규칙성, 이질적인 구성요소들로 인하여 좌절, 권태 등의 의식을 지니기 쉽고 보람과 긍지를 지니지 못하는 직업관을 갖고 있는 것으로 나타나고 있다. 재래시장상인들의 의식구조 개선을 위한 방안으로 다음과 같은 제도적 장치가 필요하다.

첫째, 시장의 직장화가 필요하다. 시장업무규정을 마련하여 개폐점의 엄수, 금지사항(영업시간 중 반주, 낮잠)엄수, 유니폼 착용 등을 준수하고 전체 분위기를 완전히 직장화한다.

둘째, 의식개혁 추진위원회가 구성되어야 한다. 상인들의 대표로 구성된 특별 위원회를 구성하여 월간, 연간 교육프로그램을 작성하여 정기적이고 지속적으로 유통기법 및 판매관리, 고객서비스 등에 관한 교육을 실시한다.

셋째, 이벤트 및 홍보활동이 강화되어야 한다. 각 재래시장마다 시장의 창립기념일이나 시장의 특성을 살리는 이벤트 행사를 개최하여 지역주민과 함께 하는 축제의 장을 마련하여 지역밀착경영을 정착화 한다.

넷째, 공존공영의 의식을 확립시켜야 한다. 공동체의 공존공영에 관한 정신개혁교육을 통해 점포의 개별이해관계와 시장 전체의 이해관계가 상충될 경우 시장전체의 이익을 우선시하도록 분위기를 구축하며 긍정적이고 적극적인 사고를 갖게 한다.

2) 시장조직의 활성화

시장번영회를 중심으로 전체 시장상인들은 소극적인 관리체계의 범주를 탈피하여 적극적인 경영체질로 정비해나가야 하며 이를 위해서는 번영회 차원보다 결속력이 강한 상업조합의 결성 등 조합화를 추진하여 장기적이고 통일적인 경영체질로 개선해 나가야 할 것이다. 그리고 조합차원에서의 강력한 관리체계의 구축을 통해 상거래질서의 확립과 가격표시제 실시 등으로 고객들이 보다 신뢰할 수 있는 분위기에서 쇼핑할 수 있도록 거래환경을 개선해 나가야 할 것이다.

3) 경영의 합리화

유통업 특히 소매업은 입지산업이라는 점을 중시해야 하기 때문에 유통시장개방에 따라 재래시장이 보유할 수 있는 실질

적인 경쟁우위를 입지선점에서 찾아야 할 것이다. 이러한 점에서 지역재래시장은 대체로 도심 및 주택밀집가의 요지에 위치하고 있기 때문에 입지적 강점을 경쟁력으로 만들어 가느냐가 중요하다. 그러나 교통 및 통신시설의 발달은 단지 거리가 가까운 곳에 있다는 사실만으로 재래시장이 살아남을 수 없다는 점 또한 고려할 때 점포경영의 현대화 및 합리화가 시급하다. 소비자의 욕구에 맞는 상품개발 강화 및 가능하면 유통업체 브랜드(private brand)를 개발하기 위한 장기적인 계획이 요청된다.

4. 재래시장 활성화 사례분석

4.1 재래시장 재개발·재건축사례

1) 영등포 '사러가시장'

서울시 영등초구 신길도 254-1에 위치한 사러가 시장은 1968년에 개장한 전형적인 재래시장이었으나, 유통환경 변화에 대처하기 위하여 1997년에 현대화사업을 추진하였다.

현재 사러가 시장은 신풍 점포 연회점으로 구성되어 있으며, 연간 총 매출 약 400억원 정도의 경쟁력을 지닌 재래시장이 되었다.

표 2. 영등포 사러가 시장의 업태 구성 현황

구분	업태	면적	취급품목	주요 고객층	일 객수	비고
key Store	슈퍼마켓	376.5	편의품	28-35	3,000	직영
Sub-Key Store	2001 Outlet	376.5	생활잡화, 의류	25-35	1,5000	임대
	α - store	218.0	생활잡화	35-45	1,000	임대
기타	쇼핑전문점	1359.5	선 제품	30-40	1,000	임대
	의류아울렛	116.0	영캐주얼 및 혼성의류	25-30	500	직영

위와 같은 내용이 영등포 사러가 시장의 주요 현황이다.

또한 사러가 시장은 시장 환경 조성에서도 대표적인 성공 사례로서 시장의 간판과 시장 골목의 통행로 정비가 잘 된 재래시장이다.

2) 서울 우림 시장

서울시 중랑구 망우동에 위치한 재래시장인 우림시장은 망우 2동 464번지에 소재한 380개 점포를 소유하고 있는 망우 지역의 대표시장으로 과일, 야채, 건어물, 생선, 반찬 류 등을 신선하고 싸게 구입할 수 있는 전통 골목 형 시장이다. 하지만 대형업체, 까르푸 등의 등장으로 위기를 맞았다.

하지만 상인들과 구청이 힘을 합쳐 27억원을 투자하여 시장을 현대식으로 보수, 손님들의 발길을 다시 돌려놓는데 성공하고 있다.

먼저, 시장의 아케이드가 예전에는 천막과 파라솔이 난립하던 것이 길이 3백25m의 시장 골목 전체에 개폐식 아케이드가 설치되었다. 이에 따라 소비자들의 쇼핑 편의가 대폭 개선되어

비 등의 자연 여건에 영향을 받지 않고 언제든지 쇼핑할 수 있게 되었다.

둘째, 도로를 넓히고 대형 할인점에서나 볼 수 있는 쇼핑카트를 50대 비치했다. 쇼핑카트의 원활한 이용을 위해서도 시장 내 통로를 황색의 적치 선을 설정, 상인들이 통행에 방해가 되지 않도록 진열에 만전을 기하게 하는 등 소비자 편의를 최대한 도모하였다. 특히 재래시장에 있어서 쇼핑카트의 이용은 전국 재래시장 중 처음인 것이다.

4.2 소비자의 인식조사

많은 소비자들이 대형 할인점이나 인터넷을 이용한 소비 형태를 가지고 있다.

하지만 대다수의 소비자들의 재래시장에 대한 인식은 아주 좋은 편이라는 것이다. 인간적인 면과 토속적인 면에 있어서 좋은 인식을 가지고 있어, 주차시설 확보, 시장홍보를 위한 안내표지판 설치 관광객을 위한 볼거리·체험거리 확충 지역주민에서 관광객 위주로 고객층 변화에 따른 상인들의 서비스 교육 실시, 전자상거래 구축을 위한 기반활동 등을 마련하면 재래시장으로 발길을 돌리게 될 것이라는 것이다.

표 3. 설문조사 결과

설문내용	결과	
	그렇다	그렇지 않다
재래시장의 활성화는 필요하다고 보는가	76(%)	24(52.6%)
개발된 시장 시장유통을 이용하겠다.	86(%)	14(%)

- 조사방법 : 설문, 인터뷰
- 조사대상 : 2005년 5월 27일~30일
- 조사대상 : 재래시장을 찾은 20대 이상 200명의 시민
- 조사내용 : 재래시장에 대한 시민들의 인식

- 조사결과분석

소비자 인식조사를 통한 재래시장 육성에 대해 공통적으로 바라는 것은 시장 본래 기능에 충실하고 변화와 혁신에 적극 동참, 변화하려는 분위기 조성이다.

상인의 형태의 변화도 재래시장을 찾는 소비자의 변화에 많은 영향을 끼는 것으로 나타났다. 상인들은 변화되고 철저한 프로 정신과 판매 및 마케팅 과학화를 실천하여야 한다. 재래시장은 규모와 점포수는 축소하되 소비자 지향을 위한 질적 효과적 수익적 운영방법 도입에 최선의 노력 집중되기를 바란다.

재래시장은 주 5일 근무제 확산 등으로 5.4% 성장할 전망되고 있어, 가족동반으로 시장을 볼 수 있도록 문화와 볼거리 등 편의시설을 갖추기를 원하는 것으로 나타났으며, 시설의 보충은 무점포 판매업의 14.5%의 높은 성장이 예상된다 하였다.

올해 유통산업에 의하면 무점포판매는 평균 14.5%의 비교적 높은 성장세를 나타낼 것으로 전망됐다. 20% 이상의 성장을 예견하는 전문가 층이 31.1%로 가장 많았다.

5. 정부대책

5.1 정부대책

지난 3월 1일 시행된 '재래시장 육성을 위한 특별법'은 자금일선과 세금감면 등을 골자로 하고 있다. 이에 따라 중소기업청은 최근 '2005 재래시장 활성화 종합대책'을 수립, 발표했다. 유통 채널 다양화의 영향으로 상권이 급격히 위축되고 있는 재래시장을 살리기 위한 것이다.

- ① 재래시장 상거래 IT화 지원(23억원)
- ② 전국 어느 시장에서나 사용이 가능한 공동 상품권 발행
- ③ 저온·냉동 창고 및 공동작업장 등 공동사업 지원(66억원)
- ④ 시설 개선을 통한 편리한 쇼핑 환경 조성 지원(1,068억원, 171개 시장)
- ⑤ 농수산물 취급 점포 시설 개량 및 상품·포장 용기 디자인 개선(18억원)
- ⑥ 새로운 재래시장을 만들기 위한 상인 교육, 청년상인 육성, 실업계 고교생 점포 경영 체험
- ⑦ 이벤트, 경품 행사 등 고객 유치를 위한 마케팅 활동지원(42억원)
- ⑧ 재래시장 활성화를 위한 효율적인 지원체계 구축

5.2 경영 현대화 정보화 지원 대책

재래시장 경영 현대화 촉진으로 대한상공회의소 내에 16개 지역별로 「재래시장 경영지원 센터」 설치 운영하고 있으며, 지원센터별로 지자체 공무원, 마케팅 전문가, 변호사, 회계사 등 유관전문가로 「재래시장 경영지원단」 구성되고 있다.

지방 중소유통업의 디지털 역량 강화하여 전자상거래 지원 센터(ECRC) 대폭 확충하고 있다. 4개→13개 (B2B, B2C 지원 강화)

6. 결 론

근대화 이후 70년대 중반까지 백화점 등 대형소매기관으로 인해 경쟁력을 잃어온 재래시장은 이제 유통시장 개방으로 인해 이종고를 겪고 있다. 즉 재래시장의 경쟁 환경은 취급품목 및 경쟁요인으로 볼 때 의류의 경우는 백화점과 전문 대리점에, 생필품의 경우 신업태에, 점포경쟁요인으로서는 전근대성을 벗어나지 못하면서 고객과 가까운 곳에 위치하고 있다는 점 외에 다른 모든 점에서 대형소매점 및 신업태에 뒤떨어져 있다.

이러한 여건 속에서 재래시장이 경쟁력을 갖추기 위한 정부의 노력과 역할은 그동안 매우 미약했고, 재래시장 상인들의 자구적인 노력도 제대로 이뤄지지 않았던 것이 사실이다. 재래시장은 수많은 지역 영세 상인들의 삶의 터전이고 지역주민들의 소비생활의 기초적 기능을 수행하며, 유통업의 실뿌리 기능을 담당하는 우리경제의 기반이라는 사실을 인식한다면 더 이상 재래시장의 침체는 방치할 수 없는 중대한 과제일 수밖에 없다.

본 연구에서는 재래시장의 특성과 현황을 중심으로 경쟁력

을 평가하여 그에 따른 재래시장의 활성화를 도모하는 것을 중심으로 논의를 전개하였다. 이와 더불어 재래시장 자체적으로 현대식 건물로의 재건축이나 특성화된 시장으로의 변신, 그리고 상인들의 의식의 전환이 필요하다. 이와 더불어 소비자들과 소비자단체들도 재래시장의 경제적 역할을 제대로 수행하는 것이 지역경제의 건전한 발전에 필수불가결하다는 인식을 같이할 때 재래시장의 문제는 자연적으로 해결될 수도 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 한국시장경제사, 1995, 조병찬
2. 이노넷 뉴스
3. 김규창 「재래시장-현황과 과제」, 대구직할시 상인연합회, 1993.10
4. 김성영, 손지혁, 「유통시장개방현황과 한국기업 대응전략」, 한국방송통신대학교 논문집, 제16편, 1993.8.
5. 대구광역시, 「유통산업 경쟁력강화5개년 계획(안), 1996-2000」, 1995.
6. 대한상공회의소, 「전자상거래시대의 재래시장 생존전략」, 한국유통학회, 2000, 9.
7. 산업자원부, 「도소매진흥법령집」, 1999.
8. 신세철, 「유통산업의 개방효과와 대응전략」, 대외경제정책연구원, 1992.7.
9. 중소기업청 유통업국, 「유통업 교육교재」, 1996.5.
10. 통계청, 「유통업체 연감」, 1999.