

창원시 재래시장의 실태 분석

박영근* · 김판준**

〈요 약〉

국내 유통시장의 개방에 따른 유통산업구조의 변화는 창원시의 유통산업에도 커다란 영향을 미치고 있다. 특히 탐마트, 아람마트 등의 할인점에 이어 최근에 개장한 대형 유통매장인 홈플러스의 입점과 12월 개점 예정인 롯데 마그네틱은 기존의 일반 재래시장의 상권을 상당히 잠식하여 창원시의 재래시장은 저가판매라는 고유의 장점을 상실해 가고 있으며, 또한 전근대적인 유통활동, 영세성, 비효율적 경영, 조직화·협업화 부족, 시설의 낙후성 등으로 경쟁력을 상실해 가고 있다.

이 같은 재래시장의 침체와 위축은 지역 영세상인의 생계문제와 창원시의 경제에까지 영향을 미칠 것이다.

이와 같은 배경에서 본 연구는 창원시 재래시장의 실태분석을 통해 문제점을 파악하는 것을 목적으로 한다. 본 연구의 방법은 문헌연구와 실태조사를 통하여 문제점을 제시하기로 한다.

I. 서 론

재래시장은 과거부터 지역주민들의 전통문화와 정서가 담긴 곳으로 일괄종합구매, 저가, 입지적 특성, 영세상인의 고용기회제공, 중저소득층에의 상품구매기회 제공 등의 기능을 수행해 왔다. 그러나 1996년 유통시장 전면 개방으로 인한 외국유통업체들의 국내진출 확대에 따른 상품과 유통시장의 국제화, 개성화된 소비자행태의 확산, 정부규제 완화, 지방화시대의 도래, 정보화의 진전, 다양한 산업태 등장 등 지난 수십년간 경험하지 못한 새로운 환경의 도래는 유통업계 전체에 엄청난 변화를 강요하고 있으며, 지역재래시장은 생존권과 존립기반이 위협을 받고 있는 실정이다.

특히 창원시는 급속한 도시화로 인한 상권의 확장으로 저가와 편의성을 제공하는 대형할인점의 출현이 가속화되고 있기 때문에 창원시의 재래시장은 저가판매라는 고유의 장점을 상실해 가고 있으며, 또한 전근대적인 유통활동, 영세성, 비효율적 경영, 조직화·협업화 부족, 시설의 낙후성 등으로 경쟁력을 상실해 가고 있다.

이 같은 재래시장의 침체와 위축은 지역 영세상인의 생계문제와 창원시의 경제에까지 영향을 미칠 것이다.

* 창원대학교 경영학과 부교수

** 창원대학교 경영학과 박사과정

이와 같은 배경에서 본 연구는 창원시 재래시장의 실태분석을 통해 문제점을 파악하는 것을 목적으로 한다. 본 연구의 방법은 문헌연구와 실태조사를 통하여 문제점을 제시하기로 한다.

II. 창원시 재래시장의 현황

1. 창원시 재래시장 현황

1) 창원시 일반적 현황

창원시는 한반도의 동남단 경상남도의 중부지역에 위치하고 있으며, 울산, 부산, 마산, 사천을 연결하는 동남임해 중화학공업지역내의 대규모 기계공업단지로서 마산 자유무역지역과 함께 경남 중부지역 산업경제의 중추 역할을 담당하고 있다.

교통상의 위치는 경전선과 남해고속도로, 구마고속도로와 연결되어 있고, 창원터널의 개통으로 부산광역시와의 거리를 단축시켰다.

생활권상의 위치는 상업, 소비기능이 강한 마산시와 인접한 관계로 종전에는 마산시에 많이 의존해 왔으나, 90년 이후 각종 공공시설, 상업, 교육, 유통시설의 지속적인 확충으로 창원시의 중심기능이 급속히 확대되고 있다.

인구는 94년 42만명에서 꾸준히 증가해 2001년 현재 53만명으로 해마다 증가추세를 보이고 있으며, 남·녀의 비율은 거의 1:1 수준으로 나타나고 있다.

창원시의 산업구조는 제조업중심으로 기계, 자동차, 항공기, 플랜트가 주종을 이루고 있으며 통합지역은 농업을 중심으로 한 산업구조형 도시이다.

〈표 1〉 산업별 사업체수 및 종사자수

(단위: 개소, 명)

연별	제조업		건설업		도·소매업		운수창고업		숙박음식업		기타	
	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자
1995	2,057	97,510	794	11,852	8,269	23,045	1,205	3,807	4,580	11,695	5,612	39,277
1996	2,201	95,245	771	11,022	8,130	27,514	1,158	3,947	4,838	12,678	5,846	42,025
1997	2,315	92,824	772	12,871	8,500	23,519	1,322	4,210	5,454	13,295	6,364	41,462
1998	2,241	81,938	698	10,426	8,033	22,497	1,539	4,388	5,160	12,499	6,426	39,689
1999	2,654	87,944	759	8,258	8,141	22,240	1,475	4,746	5,741	14,456	7,997	46,858

자료: 창원시(2000), 통계청.

1차산업, 3차산업의 광업, 서비스산업과 도·소매업의 비중보다 2차산업의 제조업의 비중이 상대적으로 높다. 2차산업 51.5%, 3차산업 37.2% 1차산업 11.3%으로 나타났다.

창원시의 산업별 사업체수 및 종사자수를 살펴보면 2차산업의 사업체수와 종사자수가 가장 큰 비중을 차지하고 있어 2차 산업구조형 도시로 볼 수 있다.

도소매업의 사업체수와 종사자수가 97년 이후로 줄어들다가 차츰 회복되는 추세이다.

2) 창원시 재래시장의 현황

창원시의 시장 총면적은 1994년을 기준으로 96년까지 증가추세에 있다가 97년을 기준으로 급격히 감소하고 있으며, 건물연면적은 94년이후 97년까지는 꾸준한 증가를 보이다 98년 이후부터는 점차적인 감소 추세인 것으로 나타났다.

한편, 창원시 5일장은 창원의 중심부에 위치한 상남시장과 농촌지역인 북면과 대산면에 위치한 신촌과 가솔공설시장이 각각 있으며, 부지나 시장 면적에 있어서는 북면의 신촌시장보다는 대산의 가솔시장이 약 두 배로 크다. 하지만 입점포는 각각 36개 및 38개로 비슷하다.

〈표 2〉 연도별 시장면적 현황

(단위: 개소, m²)

연별	정기시장			일반시장			총계		
	개소	면적		개소	면적		개소	면적	
		부지면적	건물연면적		부지면적	건물연면적		부지면적	건물연면적
1994	4	16,394	2,690	4	181,382	227,684	30	197,776	230,374
1995	4	16,394	2,690	4	181,382	242,549	32	201,026	245,239
1996	4	16,394	2,690	31	193,096	302,972	35	209,490	305,662
1997	4	16,802	2,396	31	80,722	322,221	36	110,666	359,225
1998	3	14,626	4,330	24	68,915	290,237	28	96,683	329,175
1999	2	9,844	1,567	24	68,915	290,237	26	78,759	291,840
연별	대규모 소매점						대형점		
	백화점			쇼핑센터			대형점		
	개소	면적		개소	면적		개소	면적	
부지면적		건물연면적	부지면적		건물연면적	부지면적		건물연면적	
1995	2	14,725	49,307	-	-	-	-	-	-
1996	2	14,725	49,307	-	-	-	-	-	-
1997	2	13,142	34,608	-	-	-	-	-	-
1998	1	13,142	34,608	-	-	-	-	-	-
1999	1	13,142	34,608	-	-	-	-	-	-
2000	1	13,142	34,608	-	-	-	1	13,081	53,600

자료: 창원시(2000), 통계청 통상경제과.

4 마케팅과학연구 제7집(2001)

상남시장의 경우 1920년쯤 형성된 것으로 보이며, 2000년 하반기에 들어서면서 현대식 도·소매 백화점식 현대시장으로 탈바꿈하여 상남상업지구내 83,000평의 부지에 5,866평 연건평 3,139평, 분양면적 7,271평, 점포수 588개 지하 및 지상 3층의 초현대식 전국규모로 준공을 끝내고 상남상업지구내 원주민과 상인들에게 분양을 하고 있다.

이 상남 재래시장은 상남 상업지구와 더불어 창원시의 오랜 숙원사업인 재개발 지역으로 향후 경남 최고의 상권 형성을 목표로 2000년 11월 중순 오픈을 하였다.

〈표 3〉 창원시 일반시장 현황

시 장 명	소 재 지	개 설 일	규 모				
			부지 (m ²)	건물 (m ²)	매장 (m ²)	동수	점포 (분양)
양곡시장	양곡동 33-2	'80. 3. 3	9,917	5,330	4,072	4동	120
중앙시장	중앙동 69-1	'80.10.21	4,967	7,185	4,895	4동	230
반송종합시장	반림동 17-10	'81. 7.30	2,179	4,518	3,098	2동	270
유신종합상가	양곡동 15-6	'81. 8. 7	1,488	2,465	1,586	1동	54
낙원시장	반림동 10-5	'82. 1.16	760	1,766	1,236	1동	47
경창상가	상남동 73-5	'82.12.14	2,946	6,639	3,890	1동	93
소계시장	소계동 724-4	'84. 8.20	1,990	1,594	1,115	1동	124
롯데종합상가	용호동 63	'85. 2. 4	2,037	5,230	3,492	1동	61
대동그린코아상가	반송A지구 3B	'91. 6. 4	46,281	7,694	6,319	1동	75
토월복합상가	신월동 68-1	'92. 1.14	3,901	20,096	7,366	1동	179
대방덕산상가	대방지구 2B	'92. 8. 8	32,691	5,162	3,786	1동	67
대동훼미리종합상가	대방동 A지구3B	'92. 9.29	2,759	7,718	5,214	1동	95
대방그랜드종합상가(3차)	대방지구 1B	'92.12. 9	2,200	7,610	5,720	1동	92
사과정동성종합상가	사과지구 78B	'93. 2. 8	2,421	1,398	3,590	2동	82
동성올림픽타운	중앙동 97-2	'93. 3.15	2,948	26,103	7,432	2동	123
창원기계공구상가	팔용동16-1외 5필지	'93. 7. 5	4,501	16,334	7,446	2동	215
대동중앙상가	차룡지구 72B 2L	'93. 9.27	1,127	3,340	2,243	2동	49
창원캔버라	중앙동 97-6	'93. 9.27	2,942	33,850	5,578	2동	219
봉곡상가	봉곡동61-10, 16, 17	'94. 1.29	2,682	9,997	4,959	2동	278
성원그랜드종합상가	상남동 45-1	'94. 6.21	39,798	25,297	25,297	2동	464
명곡종합상가	명서동 75-16	'95. 6.28	2,230	11,275	4,360	1동	238
팔용종합시장	팔용동 190	'96. 5.30	2,575	14,495	4,107	1동	177
그린피아	중앙동 98-6	'96.12.27	2,943	26,840	2,943	1동	233
창원코아상가	상남동 73-4	'97. 6. 3	2,946	19,088	5,651	1동	138
합	계		181,229	271,024	125,395	38동	3,723

자료 : 창원시, 시정백서 2000

한편, 창원지역은 고급쇼핑은 대동백화점, 일상적인 쇼핑은 시내상가, 정기시장 및 재래시장으로 크게 이분화되어 있었는데 홈플러스, 하나로마트(농협), 탑마트, 아람마트 등 중대형 할인점이 개점하면서 시장점유율을 높여가고 있는 추세이다. 특히 창원은 1인당 객단가가 전국에서도 손꼽힐 정도로 높다.

또한 롯데백화점이 지난 5월 착공해 오는 2001년 12월 상남동에 지하 5층, 지상 6층 규모에 할인점 마그넷과 백화점 개점을 준비하고 있는 단계라서 재래시장의 큰 위협요인이 되고 있다.

<표 3>는 창원시 일반시장 현황이다. 모두 24개소로서 아파트나 주택가 주변지에 위치한 상가는 해당지역 거주민의 편의를 도모하고 있고, 중앙동 등지의 상가는 전문점과 위락 등 복합적 기능을 갖고 있다.

하지만 창원시의 경우 백화점이나 할인점의 대형매장이 계속 늘어날 계획이어서 이들 전문상가의 복합적 기능 중 의류, 완구류, 공산품 등 대형매장과 경합관계의 상품을 판매하는 상점은 거의가 경쟁력을 상실할 우려가 높다는 점이다.

그 예로 명서시장, 지귀상가의 경우 중대형 할인점인 홈플러스, 농협하나로마트, 아람마트가 차량으로 5분거리내에 밀접해 있는 상태이다.

Ⅲ. 창원시 재래시장의 실태분석

창원시 재래시장은 그 동안 한 장소에 집적하여 쇼핑의 외부경제효과를 누려 왔으나, 전근대적인 시설과 환경, 시장규모의 영세화 및 다원화된 이해관계, 그리고 비효율적인 운영 등의 내부적 요인과 최근 대형 유통매장의 입점으로 인한 외부적 요인의 영향으로 상권을 급격히 상실하여 최근 들어 침체를 면치 못하고 있다.

그리고 대부분 도심밀집지역이나 주택가에 위치해 있어 상권상의 입지여건은 양호한 편이나 시설의 낙후와 영세성 등과 같은 여러 문제점을 지니고 있어 고객 이탈 현상이 눈에 띄게 늘어나고 있다. 이러한 재래시장의 실태와 문제점을 파악해 보고자 한다.

1. 재래시장의 문제점

1) 상인의 문제점

① 상인의 경영의식 부재

스스로의 노력보다는 현재의 상황(IMF영향, 대형유통업체의 진출, 경기하락으로 인

한 소비위축)을 개선하려 하지 않고 외부적 원인으로 돌리려 하는데 있다.

② 단순판매위주의 상인의식

재래시장의 경우 고객과의 원활한 커뮤니케이션과 사후관리 보다는 단순히 판매 자체에만 치중하는 경향이 강하게 나타났다.

③ 상인의 자본부족으로 인한 문제점

- 생업위주의 경영방식

대부분의 재래시장 점포들과 같이 점포의 운영형태가 생업형으로 점포의 시설개선이나 인테리어를 고려한 점포내부의 개조 등의 전략적인 차원에서의 투자나 고객과의 관계강화를 위한 마케팅 활동 등이 이루어지지 않고 있다. 이로 인해 점포의 영업활동 침체뿐만 아니라 시장전체의 활성화에도 부정적인 영향을 미치고 있다.

- 배달차량 등의 구비 미비

점포의 자본이 풍부하지 못하여 상품의 구성 후에 기타 필요시설을 구성할 수 있는 자본이 부족하거나, 상인의 의식부족 및 서비스 의식의 결여 등으로 인하여 배달이 필요한 가게에서도 관련차량을 확보하지 못하여 신속한 배달이 어려운 것으로 나타났다.

④ 상인 경영환경의 문제점

- 과도한 점포 임대비용

도심지에 위치한 일반시장인 경우 반송종합시장, 봉곡상가, 명곡종합상가 일대는 근린상업지역으로 주위의 지대가 높아 점포 역시 상당히 비싼 임대료를 지불하는 것으로 나타났다. 이는 상인이 상인들이 상품의 판매시 부당한 판매가격을 요구하거나, 채산성에도 미치지 못하는 것으로 가격에 물건을 판매하는 것으로 나타났다.

- 구청의 단속으로 인한 시장분위기 하락

창원시는 일반시장 외에 자생적 형태의 유사시장이 다수가 분포되어 있는데, 가음정 시장, 대방동 시장, 지귀시장, 반송시장, 명서시장 등은 주로 노점상으로 구성되어 도시관리상 단속과 제재 대상이기 때문에 시 차원에서 시장환경개선, 교통통행로확보, 도시 미관유지 등의 이유로 잦은 단속을 실시하고 있다. 이로 인해 특히 노점상들의 불만이 높아지고, 또한 상점을 소유한 점포의 주인에게도 여러 가지 기준에 맞는 요건을 요구하고 있기 때문에 시장내의 상인들로부터 많은 원망이 되고 있다.

2) 환경의 문제점

① 입지의 측면

- 동일 상권 내 대형 할인점 입점

창원시 명곡동, 지귀동 반송동일대는 대형유통업체들의 진출이 두드러진다. 창원의 (삼성)홈플러스는 창원에 전략적으로 유통시장 상권을 확보하기 위해서 창원시외버스 터미널 옆에 대형매장을 가지고 현재 영업중에 있으며, (농협)하나로마트 역시 차량으로 이들 지역으로부터 5분 거리 내에 위치하고 있고, 반지동에 아람마트 역시 차량으로 5분거리내에서 영업중이다. 이러한 주변환경의 변화로 그 동안 이 지역 주민 중 지귀, 명서, 반송시장에서 쇼핑과 상품을 구매하던 기존의 소비자들이 이제는 대형 유통업체로 발길을 돌리고 있는 상황이며, 이러한 추세는 지귀, 명서, 반송시장에 국한된 것이 아니라 전체 일반시장으로도 가속화 될 전망이다.

- 시장내의 교통혼잡

이들 시장의 대부분은 교통이 혼잡한 곳에 위치해 있기 때문에 고객의 쇼핑에 부정적인 영향을 줄 뿐만 아니라 고객들에게 심각한 영향을 미친다.

- 화재위험에의 노출

이들 유사시장들은 시장내 소방도로 및 화재예방시설이 확보되지 않아서 화재가 발생했을시 진압에 상당한 어려움이 있는 것으로 조사되고 있다.

② 건물 구조적 측면

- 주차시설의 불비

이들 유사시장들은 창원시의 대표적인 주거지역 중에 위치해 있고, 여타 지역시설로 인해 유동인구가 많은 지역이다. 이로인해 지역의 개발과정에서 지상의 적절한 위치확보가 어렵게 되었다. 지대가 높은 지역에 주민들이 자체적으로 또한 이들 유사시장 차원에서 주차시설 확보는 쉽지 않았고, 그로 인해 시장내 주차장 시설은 열악한 상황이다.

- 공중환경 시설의 미비

이들 유사시장들은 상가형 점포와 주택개조형 점포로 나누어 볼 수 있다. 상가형 점포는 5~6층의 상가안에 점포가 위치하고 있고, 고객들의 기본적인 욕구를 해결할 수 있는 화장실등이 갖추어져 있다. 하지만 주택개조형 점포의 경우에는 이러한 시설이 갖추어져 있지 않아 이용하는 고객들이 불편을 느끼고 있다.

- 무질서하고 무계획적인 점포 배열

이들 유사시장들은 어시장과 같이 특성화된 전문시장이 아니라 인구가 모여 살기 시작하면서 자생적으로 생겨난 시장이기 때문에 시장이 질서있고 균형되게 발전한 것이 아니라, 상인의 자의적인 판단에 따라 점포의 업종이 결정되어, 고객이 쇼핑을 하

기 위해서 이곳 저곳을 다녀야 하는 불편이 있다.

- 창고 시설 부재로 인한 문제점 발생

상품을 위한 독자적인 창고는 있지만 규모가 작을 뿐 아니라 상인들간의 공동창고가 없는 경우가 많으며 또한 있어도 이용하는 상인들이 그다지 많지 않음. 따라서 창고시설의 부족으로 상품의 훼손, 화재위험, 차량소통, 행인통행불편, 위생상불결, 안전사고의 문제를 야기시킨다.

3) 관리의 문제점

- 시장개설자 및 관리자의 역할 미흡

재래시장 개설자 또는 관리자의 역할은 주로 임대료 및 관리비를 징수하여 청소, 경비 및 설비보수를 하는데 국한되어 있다. 이는 부동산임대업자와 같은 역할을 수행할 뿐, 입점상인들을 위한 공동사업 및 복지후생사업, 소비자의 보호 및 편익증진사업, 임대상인의 업종구성, 배치운영방법, 입점상인과 종업원에 대한 자질향상 및 서비스개선을 위한 교육 등 시장의 활성화를 위한 노력을 전혀 하지 못하고 있는 실정이다. 더구나 무허가 재래시장은 시장개설자가 없기 때문에 비록 시장자치단체인 시장번영회와 같은 조직체가 청소, 경비 및 설비보수 업무를 하고 있는 경우가 있지만, 허가된 시장보다 관리업무가 더욱 취약하며 시장번영회가 없는 경우에는 상인들이 돌아가면서 시장공동시설 관리비를 징수하여 기초적인 관리업무를 대행하고는 있지만 대외적인 시장대변업무에 대한 기능은 극히 취약한 상태이다.

최소한 시장개설자 또는 관리자는 소비자 상담실을 운영하여 일종의 고발센터, 정보센터의 기능을 수행하도록 해야 한다.

4) 제도적 부문에서 나타난 문제점

재래시장에서 점포경영상 가장 어려운 점을 자금부족과 세금과다를 들고 있기 때문에 재래시장에 대한 정부지원시책이 미치지 못했거나 미약한 실정이다. 재래시장의 활성화를 추구해 나가는 데 있어서 점포의 대형화나 공공화는 막대한 자금의 뒷받침이 필요하며 나아가서 점포의 확장, 시설개선, 환경개선, 주차장 시설 등을 필요로 한다고 해도 현실적으로 자금력이 없고 조달방법마저 용이하지 않는 실정이다. 이런 제도적 문제는 세제 및 행정적인 측면에서 주로 나타난다.

우선 세제면에서 살펴보면 현행 부가가치세율에 대한 상인들의 다수 의견은 상당수가 너무 높다고 지적되고 있고 또한 현재 세율을 대폭 낮추더라도 거래만 완전히 노출되면 현재의 세수 보다 오히려 높아질 것이라는 의견들이다. 상인들은 무자료거래, 위장거래, 가공거래를 통한 부가세, 소득세의 세수와 수수료의 부담수

입을 목적으로 영수증 발행을 기피하고 있고 또한 소비자들도 영수증 받기를 가볍게 생각하고 있기 때문에 이의 시행이 아주 미흡한 실정이다. 또한 인정과 세제에 의한 영업세, 소득세의 부과는 점포의 대형화 및 시설의 근대화를 촉진시키는 장애요인으로 등장했으며 점포의 크기, 각종 시설물의 점포 등을 보아 세무공무원들의 일방적인 설정으로 과중한 세부담을 갖게 됨으로 상인들은 점포확장을 꺼려왔다.

다음으로 행정적인 측면에서는 재래시장에 대한 통계자료나 실태파악은 어느 정도 이루어져 있으나 보다 체계적이고 세밀한 분석이 약한 편이다. 종사자에 대한 유통 및 서비스 등의 교육이나 위생검사, 가격표시제 실시정확 등 행정기관이 수행해야 할 지도 및 지원이 열악한 실정이다.

끝으로 정부나 지방행정기관의 재개발 등의 개선사업에 필요한 자금 등에 대한 금융지원책이 실제로 이루어지지 않고 있는 실정이다.

5) 일반 소비자측면에서 나타난 문제점

재래시장은 소비자들에게 저렴한 가격, 편리한 거래, 가격할인을 제공해 주는 반면에, 신뢰성 부족, 서비스 부족, 불량품질과 상품교환거절, 가격표시제 미실시, 주차장부족, 점포들간의 품질·가격·서비스 결여, 점포배치의 불합리, 거래관행의 전근대성 등을 제공해 준다.

또한 상인들에 대한 불신과 예누리 등의 소비자 구매관습이 문제점이 되고 있고, 판매환경과 관련하여서는 고객에게 친절하고 점포내의 청결함과 아울러 쾌적한 쇼핑환경이 갖추어져 있지 않다는 점과 시장내의 공용도로에서 상행위를 하고 있는 노점상의 처리가 과제이다. 노점상의 존재는 시장내 점포와의 보완관계를 유지하여 소비자들을 더욱 더 유인하게 하는 긍정적인 면도 있으나, 시장내의 점포와 경합관계를 이룰 때에는 점포의 존립기반을 무너뜨리는 경우가 있으며, 또한 시장골목의 혼잡, 쓰레기 방출 등의 문제를 야기시키는 경우도 있다.

2. 창원시 재래시장에 대한 SWOT분석

창원시 재래시장은 대부분 저생산성, 영세성, 비과학적인 경영, 시장환경의 미비, 주차시설의 미비, 시장공해, 화재위험 등이 상존하고 있으며 농촌지역의 대부분의 재래시장은 커뮤니케이션의 장소로 기능하고 최근 대형 유통매장의 입점으로 기존의 재래시장이 침체의 늪에 빠져있다. 이에 본 연구에서는 재래시장의 내·외적 환경측면에 따른 SWOT 분석을 통하여 대응방안을 강구해 보고자 한다 <표 4참조>.

〈표 4〉 창원시 재래시장의 SWOT 분석

강점 - Strength	약점 - Weakness
<ul style="list-style-type: none"> · 오랜 역사 속에서 지역주민과의 친밀한 유대관계 형성 · 상권확보상의 입지양호(주택가 위치) · 서민층을 대상으로 하는 저렴한 판매 · 상인 의식 개혁 추진위원회 구성 	<ul style="list-style-type: none"> · 대형 유통매장의 진입에 따른 상인들의 자신감 상실 · 시장상인들간의 내부경쟁 심화 · 조직화·협업화 안됨(규모의 경제 불가능) · 입점 상인의 응집력 약화와 의타적 자세로 유통시장 변화에 대한 인식부족 · 명확한 테마와 전문성 및 아이덴티티 결여 · 각종시설의 취약(휴식, 문화, 주차공간 등) · 시장 운영관리 주체의 경영관리 기반 취약 · 상품의 다양성 및 품질보증, 환불, 교환 무제에서 신뢰성 떨어짐
기회 - Opportunity	위협 - Threat
<ul style="list-style-type: none"> · 정부의 정책적 지원으로 인한 재래시장 개발 (자금지원, 세제혜택) · 지역민들의 재래시장 활성화에 대한 관심 고조 · 시설의 현대화, 업종의 전문화로 인한 재래시장 이미지 탈바꿈 · 경제회복에 따른 수요회복 예상 · 상인의식 개혁 추진위원회 구성 · 지역특산물에 대한 관심 고조 	<ul style="list-style-type: none"> · 동일상권내 대형할인점 입점 · 경기침체에 따른 소비심리 위축의 심화 · 노후시설이 시장 전체 분위기의 저해 요인으로 대두 · 소비패턴 및 라이프스타일의 변화('정'중심에서 '가격'중심)로 인한 소비자 감소 추세 · 유통업태 다양화에 따른 구매력의 분산 · 점포상인에 대한 소비자의 불신 · 비체계적인 점포의 배열과 상품진열이 어수선하고 복잡한 분위기 조성 · 신용카드 일반화 추세

3. 창원시 재래시장 의식조사 분석결과

1) 재래시장 소비자 의식조사

창원시에 거주하는 일반 소비자 500명을 대상으로 4. 23-30까지(1주일간) 재래시장에 의식 조사를 실시하였다. 주요 조사 내용은 다음과 같다.

〈표 5〉 조사대상자의 분포

조사내용	조사 대상자 분포
성 별	남자(21.8%), 여자(78.2%)
가족수	2인(20.5%), 3인(30.5%), 4인이상(39%)
연령별	30세 미만(21%), 30~40세 미만(34.2%), 40~50세 미만(35.2%), 50~60세 미만(9.5%), 60세 이상(0.1%)
교육수준	중졸이하(10%), 고졸(53%), 대졸(33.5%), 대학원 이상(3.5%)
주거형태	단독주택(48%), 아파트(48.3%), 연립주택(2.5%), 기타(1.2%)
직 업	주부(51.8%), 생산직(16.2%), 사무직(9.4%), 전문직(8.6%) 개인사업(6.8%), 기타(7.2%)
월평균소득	100만원미만(7.4%), 100~200만원미만(40.4%), 200~300만원미만(32.6%), 300~400만원미만(12.4%), 400~500만원미만(5.6%), 500만원이상(1.6%)

점포별 쇼핑시설 이용시 만족도에 대한 설문조사결과 재래시장의 경우 그저그렇다가 41%로 가장 많았으며, 대형할인매장인 경우 대체로 만족 50.6%로 가장 많았다.

〈표 6〉 쇼핑시설 이용시 만족정도

	매우 불만족	다소 불만	그저그렇다	대체로 만족	매우 만족
재래시장	32(6.4%)	100(20%)	205(41%)	137(27.4%)	26(5.2%)
대형할인매장	18(3.6%)	43(8.6%)	114(22.8%)	253(50.6%)	72(14.4%)
시내상가	37(7.4%)	89(17.8%)	200(40%)	134(26.8%)	40(8%)

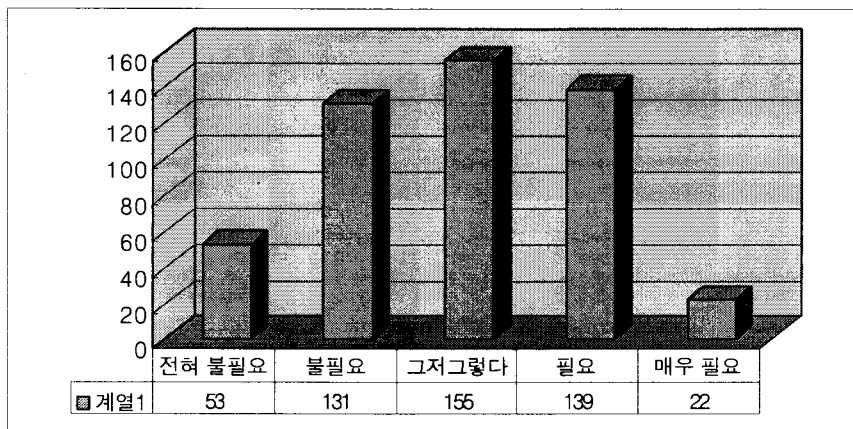
점포별 쇼핑시설을 얼마나 이용하는가에 대한 설문조사결과 재래시장의 경우 1주 2~3회가 34%로 가장 많았으며, 대형할인매장인 경우 한달에 2~3회가 33.6%로 가장 많았다.

〈표 7〉 쇼핑시설 이용정도

	전혀없음	한달에 1번	한달에 2~3회	1주 1회정도	1주 2~3회
재래시장	14(2.8%)	80(16%)	105(21%)	131(26.2%)	170(34%)
대형할인매장	16(3.5%)	94(18.8%)	168(33.6%)	144(28.8%)	78(15.6%)
시내상가	63(12.6%)	228(45.6%)	131(26.2%)	55(11%)	23(4.6%)

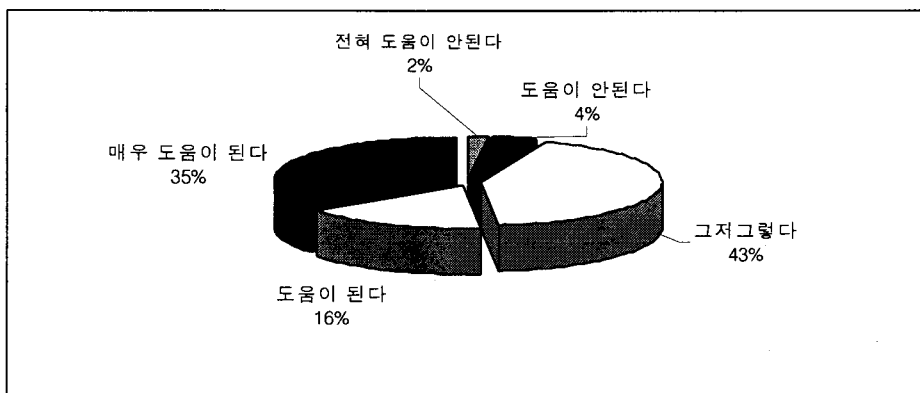
창원시의 대형할인점 입점과 관련하여 대형할인점이 얼마나 더 필요한가에 대한 설문조사에서 그저 그렇다가 155명(31.1%)으로 가장 많았으며, 필요함이 139명(27.7%), 불필요가 131명(26.25%), 전혀 불필요가 53명(10.65%), 매우 더 필요함이 22명(4.4%)순으로 나타났다.

〈그림 1〉 대형할인매장의 필요성



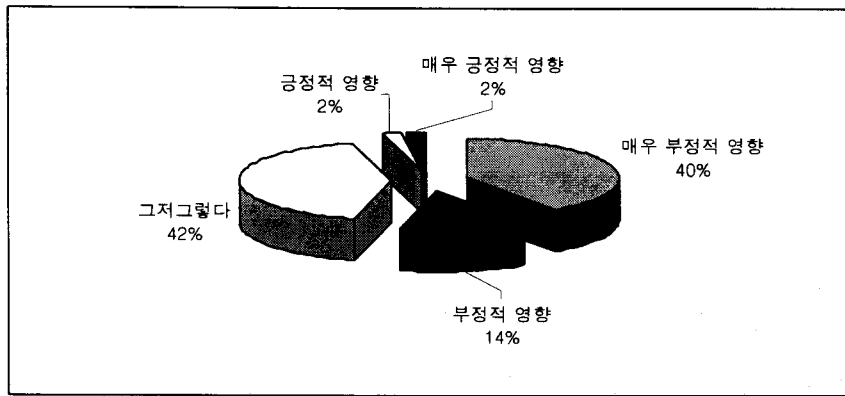
창원시의 대형할인점 입점과 관련하여 대형할인점이 상권활성화에 어느 정도 도움이 된다고 생각하는가에 대한 설문조사에서 그저 그렇다가 212명(42.4%)으로 가장 많았으며, 매우 도움이 된다가 177명(35.4%), 도움이 된다 82명(16.4%), 도움이 안된다와 전혀 도움이 안된다가 각각 19명(3.8%), 10명(2%)순으로 나타났다.

〈그림 2〉 대형할인점이 상권활성화에 어느 정도 도움이 되는가



창원시의 대형할인점 입점과 관련하여 대형할인점이 근처 재래시장에 어떤 영향을 미치는가에 대한 설문조사에서 그저그렇다가 210명(42%), 매우 부정적 영향이 202명(40.3%)으로 가장 많았으며, 다음으로 부정적 영향이 68명(13.6%), 매우 긍정적 영향이 12명(2.3%), 긍정적 영향이 9명(1.8%)순으로 나타났다.

<그림 3> 대형할인점이 근처 재래시장에 어떤 영향을 미치는가



재래시장의 이용에 따른 만족도를 조사한 결과 다음 <표 8>과 같이 나타났다.

<표 8> 재래시장 이용에 따른 소비자 만족도

	매우 불만족	다소 불만	그저그렇다	대체로 만족	매우 만족
저렴한 상품가격	6명(1.2%)	76명(15.2%)	258명(51.6%)	144명(28.8%)	16명 (3.2%)
판매원의 서비스	23명(4.6%)	141명(28.2%)	241명(48.2%)	86명(17.2%)	9명(1.8%)
교환·환불의 용이성	118명(23.6%)	165명(33.0%)	169명(33.8%)	43명(8.6%)	5명(1.0%)
접근의 편리성	16명(3.2%)	46명(9.1%)	182명(36.4%)	174명(34.9%)	82명(16.4%)
주차시설의 편리성	141명(28.2%)	165명(33.0%)	130명(26.0%)	57명(11.4%)	7명(1.4%)
상품종류의 다양성	48명(9.6%)	130명(26.0%)	200명(40.0%)	85명(17.0%)	37명(7.4%)
지역특산물이 다양함	51명(10.3%)	138명(27.5%)	217명(43.5%)	84명(16.8%)	10명(1.9%)
시장내 시설이 좋음	99명(19.8%)	190명(38.0%)	155명(31.1%)	41명(8.2%)	15명(2.9%)
시장내 분위기가 좋음	53명(10.7%)	72명(14.4%)	233명(46.5%)	115명(23.0%)	27명(5.4%)
상품의 품질 우수성	33명(6.7%)	80명(16.0%)	274명(54.7%)	91명(18.3%)	22명(4.3%)

시장내 위생상태의 양호성	105명(21.0%)	161명(32.1%)	162명(32.3%)	62명(12.5%)	11명(2.1%)
정찰제(가격표시제)	120명(24.0%)	195명(39.0%)	146명(29.3%)	29명(5.8%)	10명(1.9%)
소비자 고발센터의 활용	146명(29.3%)	172명(34.3%)	160명(32.1%)	20명(4.0%)	2명(0.3%)
쇼핑장소로서의 만족	50명(10.0%)	74명(14.8%)	197명(39.4%)	132명(26.4%)	47명(9.4%)

첫째, 저렴한 상품가격에서는 그저그렇다가 258명(51.6%)를 차지하고 있었으며, 다음으로 대체로 만족이 144명(28.8%), 다소 불만이 76명(15.2%)로 나타났다. 이것은 상품가격에 있어서 소비자들은 어느 정도 만족한다고 볼 수 있다.

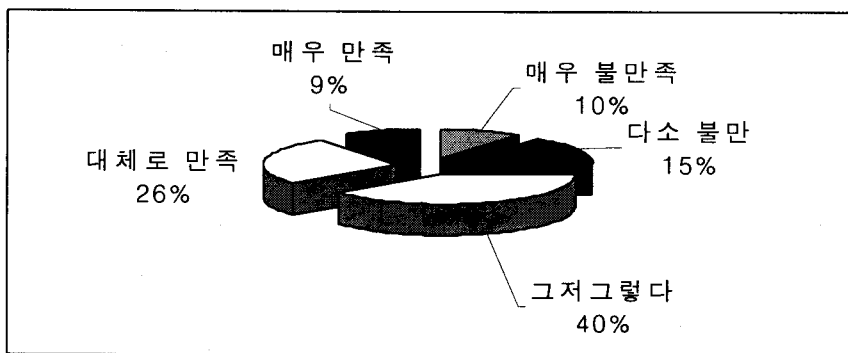
둘째, 판매원의 서비스에 있어서는 그저그렇다가 241명(48.2%)를 차지하고 있었으며, 다음으로 다소 불만이 141명(28.2%), 대체로 만족이 86명(17.2%)로 나타났다. 이것은 판매원의 서비스에 있어서 소비자들은 다소 불만하고 있다고 볼 수 있다.

셋째, 교환·환불의 용이성에 있어서는 그저그렇다가 169명(33.8%)를 차지하고 있었으며, 다음으로 다소불만이 165명(33.0%), 매우 불만족도 118명(23.6%)로 나타났기 때문에 소비자들은 재래시장에 있어 교환·환불의 문제점 심각하게 느끼고 있기 때문에 이 문제점에 대한 즉각적인 대처방안이 요구된다고 할 수 있다.

넷째, 접근의 편의성은 그저그렇다 이상이 전체의 438명(87.7%)로 나타나 이용에 있어 만족하였지만 주차시설은 이와는 반대로 그저그렇다 이하가 전체의 436명(87.2)로 나타나 불만족스러운 것으로 나타났다.

다섯째, 상품종류의 다양성, 지역특산물의 다양함, 시장내 시설이 좋음, 시장내 위생상태의 양호성, 정찰제(가격표시제), 소비자 고발센터의 활용 설문에 있어서는 대체적으로 부정적인 답변을 한 반면에, 시장내 분위기가 좋음, 쇼핑장소로서의 만족의 설문은 긍정적으로 답변한 것으로 나타났다.

〈그림 4〉 쇼핑장소로서의 만족도



2) 재래시장 상인의 의식조사

창원시 재래시장을 운영하는 상인 300명을 대상으로 4. 23-30(1주일간)까지 점포 운영 등과 관련된 설문 조사를 실시하였다.

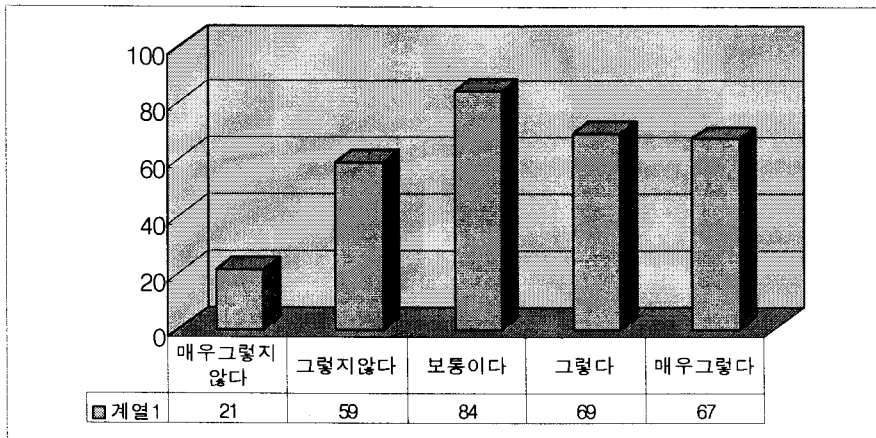
〈표 9〉조사대상자의분포

조사내용	조사 대상자 분포
연령별 분포	20~30세미만(3.0%), 30~40세 미만(41%), 40~50세 미만(28.7%), 50세 이상(27.3%)
월간매출액	5백만원 미만(71%), 5백~1천만원 미만(21.7%), 1천~3천만원 미만(5.0%), 3천~5천만원 미만(2.3%)

상인이 느끼는 시장환경상황에 관한 내용은 다음과 같다.

먼저 동종업계의 경쟁이 심한가에 대한 설문조사결과 보통이다가 84명(28%)으로 가장 많았으며, 경쟁이 심하다가 69명(23%), 경쟁이 매우 심하다가 67명(22.4%)이며, 경쟁이 심하지 않다가 21명(7%)순이었다. 이는 동종업계의 경쟁이 심하다는 것을 보여준다

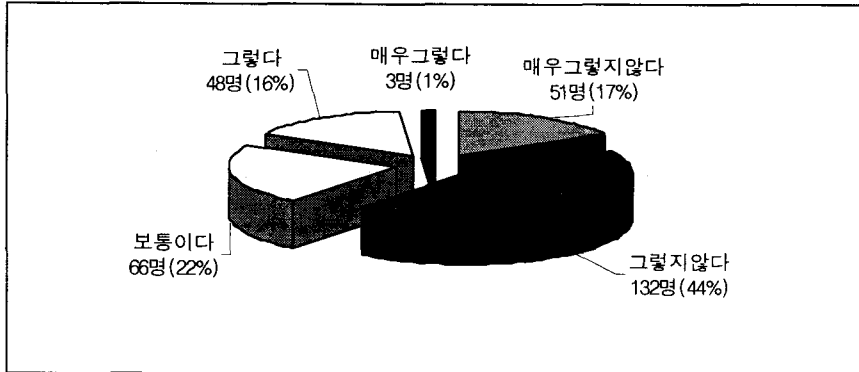
〈그림 5〉 동종업계의 경쟁정도



다음으로 대형할인매장에 비해 가격이 비싸다에 대한 설문조사결과 그렇지 않다, 매우 그렇지 않다가 각각 132명(44%), 51명(17%)으로 전체의 61%를 차지하는 것으로

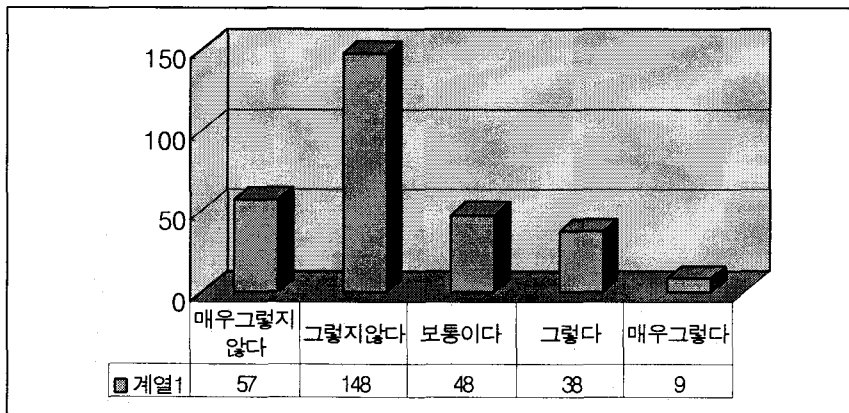
나타났다.

〈그림 6〉 대형할인매장에 비해 가격의 정도



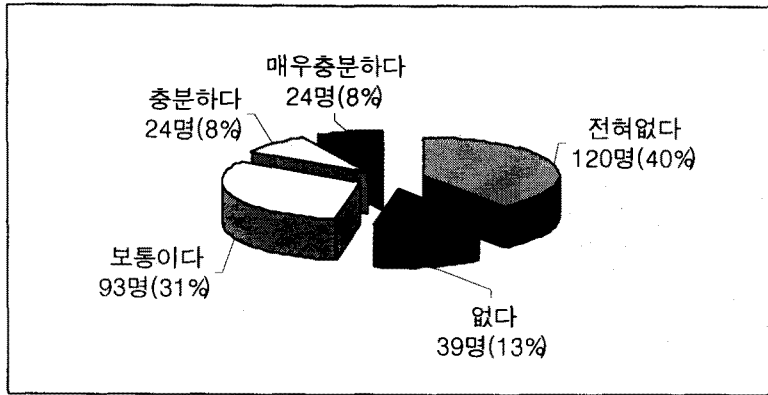
마찬가지로 대형할인매장에 비해 품질이 안좋은가에 대한 설문조사결과 그렇지 않
다와 매우 그렇지 않다가 각각 148명(49.3%), 57명(19%)로 전체 68%의 응답율을 나
타냈다. 이는 재래시장이 대형할인매장에 비해 품질이 떨어지지 않는다고 상인들은
인식하고 있는 것으로 보인다.

〈그림 7〉 대형할인매장에 비해 품질정도는 어떠한가



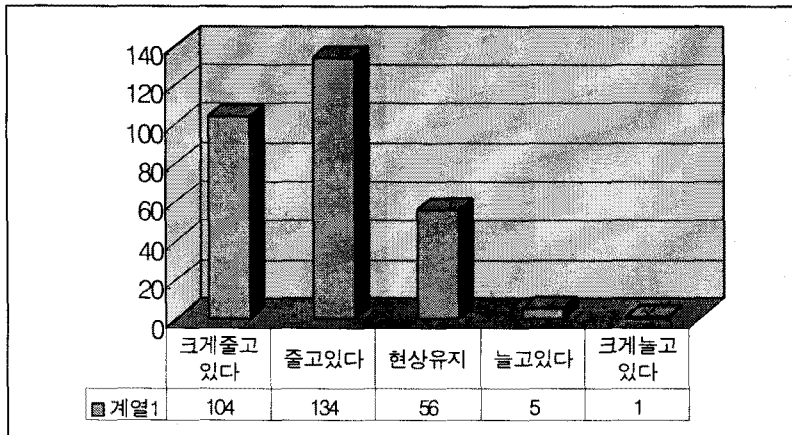
또한 대형할인점의 입점에 대한 상인들의 의식조사결과 대형할인점의 가격에 맞
추어 가격을 내릴 여유가 있는가에 대한 설문문항에 대해 가격을 내릴 여유가 전
혀 없다와 내릴 여유가 없다가 전체 응답율의 158명(52.7%)를 차지하고 있는 것으
로 나타났다.

〈그림 8〉 대형할인점에 비해 가격을 내릴 여유가 있는가



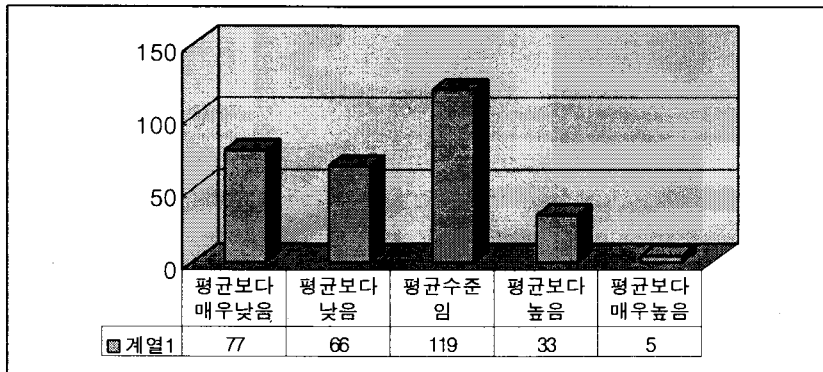
다음으로 점포의 매출액, 수익성, 단골손님비율에 관한 설문응답결과는 다음과 같다. 먼저 최근 1년간 점포의 매출액은 줄고 있다와 매우 줄고 있다가 각각 134명 (44.7%), 104명 (34.7%)로 전체의 238명 (79.4%)이 매출액이 줄고 있다고 응답했다.

〈그림 9〉 점포의 매출액 추이



점포의 수익성은 평균수준임이라고 대답한 응답자가 119명 (39.7%)으로 나타났으며, 평균보다 매우 낮음과 평균보다 낮음이라고 응답한 상인도 각각 77명 (25.7%), 66명 (22%)로 나타났다.

<그림 10> 점포의 수익성

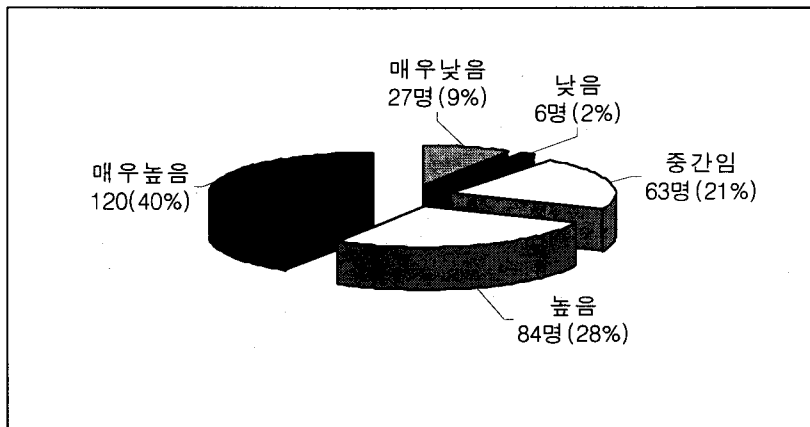


마지막으로 재래시장을 찾는 연령층은 30대가 101명(33.5%), 40대가 70명(23.4%), 20대가 65명(21.8%), 10대가 37명(12.2%), 50대 이상이 27명(9.1%)순으로 나타났다.

또한 직업을 보면 주부가 169명(56.4%)으로 가장 많았다.

단골손님 비율은 매우 높음, 높음이 각각 126명(40.9%), 83명(27.7%)으로 단골손님의 비율이 높은 것으로 나타났다.

<그림 11> 단골손님 비율



마지막으로 재래시장을 활성화하기 위한 시설개선을 조사한 결과 다음 <표 10>과 같이 나타났다.

〈표 10〉 재래시장 활성화를 위한 시설개선방안

	전혀 불필요	불필요	그저그렇다	필요	매우 필요
상가편의(휴게)시설 확대	10명(3.3%)	37명(12.3%)	58명(19.3%)	123명(41.0%)	72명(24.1%)
휴식공간확보	9명(3.0%)	49명(16.3%)	60명(20.0%)	127명(42.3%)	55명(18.4%)
전문쇼핑거리 확보 (시장내 업종별 재편성)	25명(8.3%)	32명(10.7%)	100명(33.3%)	94명(31.3%)	49명(16.4%)
시장재개발/재건축	23명(7.7%)	42명(14.0%)	80명(26.7%)	106명(35.3%)	49명(16.3%)
볼거리 개발(문화행사)	22명(7.3%)	50명(16.7%)	76명(25.4%)	88명(29.3%)	64명(21.3%)
특미거리(먹자거리)조성	27명(9.03%)	46명(15.3%)	88명(29.3%)	78명(26.0%)	61명(20.4%)
주차공간확대	6명(2.0%)	6명(2.0%)	60명(20.0%)	113명(37.7%)	115명(38.3%)
점포 서비스 개선	14명(4.7%)	27명(9.0%)	87명(29.0%)	113명(37.7%)	59명(19.6%)
교통망정비(시장통로)	2명(0.7%)	19명(6.3%)	63명(21.0%)	113명(37.7%)	103명(34.3%)
노점상 정리	26명(8.7%)	74명(24.7%)	78명(26.0%)	90명(30.0%)	32명(10.6%)

<표 10>에서 보이는 바와 같이 상가편의(휴게)시설 확대, 휴식공간 확보, 전문쇼핑거리 확보, 시장재개발/재건축, 주차공간 확대, 점포서비스 개선, 교통망 정비 등의 설문에서 있어서는 재래시장 활성화를 위해서 시설을 개선해야 한다고 답변한 것으로 나타났다.

V. 결 론

재래시장은 과거부터 지역주민들의 전통문화와 정서가 담긴 곳으로 일괄종합구매, 저가, 입지적 특성, 영세상인의 고용기회제공, 중저소득층에의 상품구매기회 제공 등의 기능과 역할을 수행해 왔다. 그러나 1996년 유통시장 전면 개방으로 인한 외국유통업체들의 국내진출 확대, 국내 대기업의 유통산업 진입, 신업체 등장 등 유통산업의 대내외적인 환경변화로 재래시장은 생존권과 존립기반이 위협을 받고 있다.

특히 창원시는 급속한 도시화로 인한 상권의 확장으로 저가와 편의성을 제공하는 대형할인점들의 가속화되었기 때문에 창원시의 재래시장은 저가판매라는 고유의 장점을 상실해 가고 있으며, 또한 유통활동, 영세성, 비효율적 경영, 조직화·협업화 부족, 시설의 낙후성 등으로 경쟁력을 상실해 가고 있는 실정에 놓여 있다.

창원시도 마찬가지로 백화점 할인점 등 대형 유통업체가 진출하면서 재래시장들이 붕괴직전의 위기를 맞고 있다. 재래시장의 매출이 급격히 떨어져 상인들이 전업을 서두르다가 하면 휴업, 폐업 표시를 걸고 아예 문을 닫는 상점들이 늘어나고 있다. 얼마 전까지만 해도 지역 경제의 핵을 이루던 재래시장이 급속한 몰락의 길을 걷고 있어 우리를 안타깝게 한다. 우리가 재래시장의 몰락을 걱정하는 것은 재래시장이 지닌 지역상품 유통 및 지역경제 순환 기능의 중요성 때문이다.

대형 유통업체들이 대기업의 막대한 자본 투자와 고도의 마케팅 전략을 앞세워 지역 상권을 급속히 잠식하면서 매출을 신장하는 반면 재래시장 중소상인들은 영세한 자본과 말 그대로 재래식 상술에 의존해, 찾아오는 소비자를 맞는 정도의 수준에서 벗어나지 못하고 있다. 재래시장이 활성화되기 위해서는 재래시장 상인들이 결집력을 발휘해 자구책을 마련하고 활로를 찾는 길밖에 지금으로서는 묘안이 없는 상태이다.

다행히 정부도 대기업의 대형 유통업체 지역진출과 재래시장 붕괴가 지역경제에 미치는 악영향을 깊이 인식하고 전국 1천5백53개의 재래시장 실태조사 및 활성화대책을 마련중인 것으로 알려졌다. 도역시 지역상권 보호 차원의 대책을 마련하기 위해 재래시장에 대한 다각적인 행정지원 방안을 설명하고 지원책을 제시했다. 재래시장과 중소 유통업분야 구조개선 자금 200억원을 조성해 재래시장 재건축 재개발 사업을 지원한다는 방침도 세웠다.

그러나 문제는 재래시장 중소상인들의 자구 의지와 노력이다. 편리하고 쾌적한 시설 공간을 마련해 질 좋은 상품을 싸게 파는 대형 유통업체에 맞서 소비자를 재래시장 쪽으로 유인하려면 재래시장 자체가 변해야 하고 그 변화를 재래시장 상인들이 이끌어 가야 한다. 재래시장이 지니고 있는 근본적인 문제점들, 자본의 영세성과 시설의 낙후성, 유통시장 변화에 대한 대응력 부족 등을 한꺼번에 해결하는 것이 현실적으로 어렵다하더라도 주차공간, 휴식공간을 확보하고 조명 등 상가분위기를 개선해 서비스의 질을 높이며 유통체계와 구조를 능동적으로 바꿔 질 좋은 상품을 저렴한 가격에 판매하는 방안은 당장 실천이 가능하다고 본다.

시장이나 상가에 있어서 어떠한 경쟁적 위협요인이 있어도 누군가에게 꼭 필요하면서도 독특한 상품을 판매한다면 그 상품은 반드시 팔릴 수 있을 것이다. 남들

이 하는 것을 따라하기 보다는 틈새시장을 찾아나서는 선구자적인 노력이 절실히 필요한 시점이다.

참고문헌

- 경기개발연구원(1998), 「경기도 재래시장의 합리적 재개발방안과 모형연구」, 연구보고서 98-03.
- 경남소상공인지원센터(1999), 경남 주요지역 상권분석, 창원시.
- 김광규(2000), 전략적 소매마케팅, 형설출판사.
- 김규창(2000. 9), “재래시장의 바람직한 지원정책”, 전자상거래시대의 재래시장 생존전략 심포지엄, 한국유통학회.
- 김양희 · 신용남(2000), “재래시장에서 패션네트워크로”, 삼성경제연구소.
- 김용만 · 이장환 · 황화철(2000), 유통업 창업과 경영, 형설출판사.
- 김홍순(2000), 「인천광역시 재래시장 경쟁력 강화를 위한 기본구상」, 인천발전연구원, 연구보고서 99-00.
- 대구경북개발연구원 (1993), 재래시장 활성화대책.
- 대외경제정책연구원 (1992), 유통산업의 개방효과와 대응전략.
- 대한상공회의소 (1996), 도소매업 물류실태와 효율화방안 연구.
- 대한상공회의소 (1997), 유통통계자료집.
- 대한상공회의소(1999. 7), 전국 도·소매업총람.
- 대한상의·통계청(1999), 소매경영동태 조사보고서.
- 박명호 · 김상우(1997), “유통시장개장에 따른 지역재래시장의 대응전략”, 대구·경북마케팅학회, 마아케팅논집 제6집 제2권.
- 배이만(2000. 9), “재래시장 현대화와 경쟁력 강화방안”, 전자상거래시대의 재래시장 생존전략 심포지엄, 한국유통학회.
- 변명식(2000. 9), “재래시장 활성화 방안”, 전자상거래시대의 재래시장 생존전략 심포지엄, 한국유통학회.
- 서성무 · 이지우(1996), 경영학원론, 형설출판사.
- 중소기업청, 한국유통연구소 (1996), 재래시장 재개발사업의 효과적 추진방안.
- 중소기업청 (1997), 재래시장의 재개발·재건축
- 창원시 (2000. 03), 창원지역 통계연보.
- 恩藏直人(1994), 競争優位の源泉, 日本經濟新聞社.
- 田嶋實紀良, 吉村德則(1996), 商店街活性化プラン, 經營實務出版社.

<http://www.chinju.kyongnam.kr/chinju/chinju.html>.

Bressler, R.G. Jr., R.A. King (1978), *Markets, Prices, and Interregional Trade*,
Raleigh: John Wiley & Sons, Inc..

Clifford Guy (1994), *The Retail Development Process: Property and Planning*.

<Abstract>

Analysis of Trends of Traditional Markets in Changwon

Park, Yeung Kurn* · Kim, Pan Jun**

Two of most important industries in Changwon, the distribution industry and the construction industry have been threatened by the recent economic downturn. Rehabilitating plans for traditional markets tend to focus on renovation of facilities rather than on the managerial solution.

Traditional market plays vital roles as a social safety net and a source of development of regional economy. Modernization of facilities and differentiation of business areas are two most important issues for the revitalization of the traditional market. Traditional markets should adopt a strategy which can make a difference in characteristics of the market, regional culture, regional industry and consumer behavior of the region.

Purposes of this study are: first, to understand characteristics of traditional markets in Changwon, second, to draw implications for administrative and financial supports for traditional markets in Changwon.

* Associate Professor, Changwon National University, Changwon, Korea, 641-773

** Doctoral Student, Changwon National University, Changwon, Korea, 641-773