

청주시 지역 아파트 신정기시 이동상인의 공간적 특성*

한주성**

요약: 소농사회의 정기시가 정해진 날짜와 장소에 이동상인과 소비자, 생산자가 모였다면 최근에는 소비자가 거주하는 도시지역의 대규모 아파트 단지에 신정기시가 나타났다. 아파트 신정기시의 폐장시간은 소농사회의 정기시에 비하여 늦고, 규모나 상인수가 소농사회 정기시보다 적다. 신정기시가 개시되는 아파트의 평균 동수와 가구수는 약 10개 동으로 평균 920가구이나 인접한 아파트 단지의 가구수와 합치면 이 보다 훨씬 많다. 그리고 아파트 신정기시는 아파트 단지에서 약 1.2km 전후에 재래시장과 대형마트가 분포하고 있는 곳에서 개시되고 있다.

청주시 아파트 신정기시는 대전시 상권에 포함되며, 이동상인의 지역적 이동은 인접한 2~3개 동들을 하나의 방문로로 조합시키는 유형과 좀 더 광역인 4개 이상의 동들을 방문로로 조합시키는 유형으로 나눌 수 있다. 그리고 광역의 이동로를 나타내는 경우 청주시의 남동부와 남부 및 남서부지역을 연결시키는 이동상인 방문로 유형과 남동부와 남서부지역을 결합시키는 방문로의 유형이 존재한다.

이동상인의 약 85%가 5개 정기시를 방문하고, 이 가운데 토요일에 선택 방문을 하는 이동상인은 약 12%를 차지하고, 4일만 신정기시를 방문하는 이동상인은 약 2%에 불과하다.

주요어: 아파트 신정기시, 週市, 이동상인, 정기시 입지, 청주시

1. 서론

1) 연구목적

소농사회의 농촌지역 정기시가 인구감소로 구매자가 점점 줄어들어 날로 쇠퇴해 가고 있는데 대하여 도시지역은 인구가 증가하여 각종 상품의 수요가 증대되고 있으며, 구매력 또한 농촌지역에 비하여 커서¹⁾ 신유통업태인 새로운 정기시가 등장했다. 과거 도시지역에 입지하였던 정기시는 대개 1980년대 초에 상설시장으로 변모했지만, 새로 등장한 정기시는 종래

의 소농사회 정기시 입지가 공급자와 소비자가 특정한 날짜에 특정한 지역에서 상거래가 이루어졌던 것과는 달리 소비자가 밀집해서 거주하는 도시지역에서 판매와 구매행위가 이루어지는 특징을 가지고 있다. 이와 같은 소농사회의 정기시와 도시지역의 새로운 정기시와의 주요한 공통점과 차이점으로 비교해보면 다음과 같다. 먼저 공통점으로 시장세는 징수단체가 다르나 징수한다는 점이다. 둘째, 주로 편의재화를 취급한다는 점 등이다. 그러나 차이점을 보면, 먼저 개·폐시간에서 개시시간은 소농사회의 정기시가 7~8시 사이인데 대하여 새로운 정기시는 9시경이

* 이 논문은 2006학년도 충북대학교 학술연구지원사업의 연구비지원에 의하여 연구되었음.

** 충북대학교 지리교육과 교수

며, 폐장시간도 소농사회의 정기시는 18~19시 사이인데 대하여 새로운 정기시는 22시까지 개시를 한다. 둘째, 소농사회 정기시의 상인은 농민과 이동상인으로 구성되어 있었는데, 새로운 정기시는 이동상인이 대부분이다. 셋째, 소농사회 정기시의 개시일은 太陰月の 영향으로 5일을 주기로 하고 있으나 새로운 정기시의 주기는 7일이다. 넷째, 소농사회의 정기시 소비자는 농민이 대부분이었으나 새로운 정기시의 소비자는 도시 근로자가 대부분인 점 등이 있다. 이러한 새로운 정기시는 우리나라에서만 볼 수 있는 현상이라고 생각한다.

1980년 말부터 나타나기 시작한 새로운 정기시의 유형은 개시되는 장소에 따라 특정 요일에 도시 주변 지역의 새로운 택지개발지의 도로변, 아파트 단지 내에서 개시되는 도시 요일장 및 중고품과 골동품을 거래하기 위하여 생겨난 서양의 벼룩시장(flea market)과 같이 일주일에 한 번 개시되는 광주시의 중고품시장인 개미시장의 세 가지가 있다(이재하·박소영, 1996, pp.113-114). 특정 요일의 대로 양쪽 인도 또는 이면도로 및 광장에서 노점으로 개시되는 도시 요일장(이재하·박소영, 1996, p.114)은 상설시장의 형성이 이루어지지 않는 지역에서 개시되고 있다. 대구시의 요일장은 대규모 아파트 단지의 입구에서 상행위를 하여 주민의 민원이 제기됨에 따라 개시장소를 몇 번씩 옮겼다. 이러한 민원을 해소하는 수단으로 아파트 단지 내의 새로운 정기시는 1주일을 주기로 개시되고 있다. 도시 요일장 중 농업협동조합(이하, 농협이라 함)에서 운영하는 금요장은 농민의 소득증대와 도시지역 소비자에게 신선하고 저렴한 농산물을 직접 거래하는 것으로 농수산물의 수요가 많은 주말 가까이에 농협내의 공간에서 열리는 것으로 농협이 주관하므로 순회망이 형성되어 있지 않는 것이라 새로운 정기시라 할 수 없다.

종래 태음월의 영향을 받은 우리나라 농촌지역의 정기시는 산업사회가 되면서 양력의 사용이 많아지고 1주일을 단위로 주민들의 생활이 이루어지는 경우가 많아졌기 때문에 새로운 정기시도 이에 영향을 받

았다고 생각한다. 그러므로 우리나라의 새로운 정기시는 週市(weekly market)에 속하는데, 주시는 그리스도교, 유대교, 이슬람교의 영향을 받은 유럽·서남아시아·인도 아대륙 등의 지역에서 7일을 주기로 한 週間을 바탕으로 행해져 왔다. 이 정기시의 개시일은 1주일에 한 번인 경우가 대부분이지만 거래량이 증가함에 따라 주 2회 이상의 경우도 나타난다(石原, 1987, p.17). 본 연구에서는 우리나라에서 1주일을 주기로 하는 농협의 금요장을 제외한 도시 요일장과 개미시장을 넓은 의미에서 신정기시(new periodic market)로 명명하기로 했는데, 그 이유는 종래 종교의 영향을 받은 지역에서는 주시가 개시되었다는 점(石原, 1987, p.17)과 과거 도시지역에 존립했다가 상설시장화 된 정기시가 소비자가 집중한 새로운 지역에서 재생되었다는 점에서이다.

정기시에 대한 종래의 연구동향은 지리학 분야에서 정기시의 존립(Stine, 1962 등), 주기와 시간적 배치(Bromley and Symanski, 1975; 水野, 1987 등), 분포밀도와 공간적 배치(Skinner, 1964; 1965a, b 등), 시·공간적 배치(McKim, 1972 등), 상인의 이동과 시장 네트워크(Park, 1981 등), 이동상인 및 이용자와 그 형태(韓柱成, 2000 등), 시장체계의 계층구조(水野, 1994 등), 시장체계의 역사적 전개(Morikawa and Sung, 1985 등), 시장경관(渡邊, 2003 등)의 연구 등이 이루어져 왔다. 그리고 인접학문 분야인 경제학·경영학에서는 마케팅 기능분석에 연구의 초점을 두었으며, 사회학에서는 전통사회 또는 개발도상국에서의 사회변동의 현상으로, 인류학에서는 상이한 사회문화집단의 접촉 장소로서, 역사학과 경제사에서는 상업 및 시장경제의 역사적 발전의 지표로, 지역학에서는 낙후된 농촌지역의 발전을 도모하기 위한 전략으로서 정기시의 역할과 활용에 각각 초점을 두었다(이재하·홍순완, 1992, pp.13-14).

여기에서 주시의 주기와 시간적 배치에 대한 종래의 연구동향을 살펴보기로 한다. 먼저 주기에 대한 연구로 이슬람교의 영향을 받지 않은 지역인 아프리카 가나 남부의 정기시가 7일 주기라고 밝힌

Fagerlund와 Smith(1970, p.346)의 연구에서 종교의 영향이 정기시 주기에 영향을 미친다는 점이 의문시되고 있다. 다음으로 주시의 시간적 배치에 대하여 각 요일에 정기시가 균등하게 배치되어 있다는 점을 인도 서벵골주 미도우나폴지구를 대상으로 밝힌 石原(1969, pp.74-75)의 연구가 있다. 또 Hill과 Smith(1972)는 북부 나이지리아 상아해안, 남부 가나 등의 지역에서 주시의 요일 배치가 균등하게 배치되어 있는가 하면 그렇지 않은 지역도 존재한다는 점을 밝혔는데, 특히 이슬람교를 믿는 북부 나이지리아에서는 금요일에 정기시가 집중적으로 개시된다는 점이 파악되었다. 특정 요일의 정기시 개시는 이슬람교를 믿는 지역의 경우는 금요일, 유대교는 토요일, 그리스도교는 일요일인 경우가 많은데 이들 요일은 모두 안식일이다(石原, 1987, p.62). Symanski(1973, p.262)는 이렇게 정기시가 많이 개시되는 날 또는 거래량이 많고 먼 곳의 구매자가 모여 큰 시장이 개시되는 날을 대시일(major market day)이라 부르고, 새롭게 추가로 발생하였으나 중요성이 낮은 개시일을 소시일(minor market day)이라 불렀다. 그리고 그는 특정한 날이 그 밖의 다른 날보다 개시일로서 중요하다는 것을 대시일 가설(major market hypothesis), 대시일과 대시일 사이에 개시되는 개시일을 소시일 가설이라고 했다. 다만 그리스도교를 믿는 지역의 경우 안식일의 종교적 분위기를 해친다고 교회 측이 항의하여 종종 일요시를 폐지하는 곳도 있다(Symanski, 1973, p.263).

본 연구는 아파트 단지 내에서 1주일을 주기로 개시되는 신정기시를 연구대상으로 그 입지와 이동상인의 속성 및 공간적 특성을 밝히기로 한다. 이동상인만을 연구대상으로 한 이유는 대체로 아파트 단지 내에 거주하는 주민이 구매를 하고 있기 때문에 구매권의 범위인 최대도달범위(maximum range)와 아파트 주민에 의한 최소도달범위(minimum range)를 추정할 수 있기 때문이다.

2) 연구방법과 자료

Stine(1962)은 재화를 판매하는 상인으로부터 재화를 구입할 수 있는 소비자의 거주범위의 한계를 재화의 최대도달범위, 상인이 생계를 유지하기 위해 필요한 수요의 분포범위를 재화의 최소도달범위라고 하고, 최소도달범위가 최대도달범위보다 커거나 같을 때에 상인은 수요를 확보하기 위하여 이동한다고 설명했다. 이러한 상인을 이동상인이라 부른다.

본 연구에서는 청주시에 개시되는 아파트 신정기시(apartment's new periodic market)에 출시하는 이동상인의 특성을 파악하기 위해 出店하는 상인을 대상으로 먼저 성·연령 등의 상인의 일반적 속성을 파악하고, 이동상인의 상업활동의 특성을 알아보기 위하여 거주지역, 상업경력을 검토한다. 또 이동상인의 이동특성을 파악하기 위하여 취급상품(품목), 방문시장, 이동교통수단 등을 분석하고, 나아가 상인의 정기시에 대한 평가를 하기 위하여 정기시에 출점하기 이전의 직업, 상업동기 등을 분석하고자 한다.

그리고 소농사회의 정기시는 개시되는 중심지의 계층에 따라 출시 상인수의 규모, 상품의 구성 등이 다른데 대하여 도시지역의 아파트 신정기시가 개시되는 지역은 모두 주택지구로 소농사회 정기시가 개시되는 지역과 같이 중심성이 존재하기 않고, 또 이동상인의 수도 4~12인으로 소농사회 정기시보다 적어 아파트 신정기시가 개시되는 아파트 단지에 따라 이동상인의 속성 및 공간적 특성이 다르게 나타나지 않았을 것으로 판단하여 청주시지역에 출시하는 상인을 종합하여 분석하고자 한다.

분석자료는 2006년 2월 23일부터 5월 4일 사이에 현지에서 이동상인과 아파트 단지 관리사무소 관계자와 인터뷰 조사에 의해 수집했다. 인터뷰 조사과정에서 특정한 요일에 출점을 하고 다른 요일에 또 다른 아파트 단지에 중복 출시하는 상인도 조사했다²⁾. 출시하는 신정기시의 연구대상 아파트 단지는 표 1, 그림 1과 같이 각 요일에 한 번씩 신정기시가 개시되지만 복대동 대원아파트(9개동 812가구)만은 두 번

표 1. 신정기시가 개시되는 아파트 단지

요일	대상 아파트 단지	개시 아파트 단지 수	조사 아파트 단지 수
월	영운동 태암 수정아파트, 복대동 대원아파트, 가경동 주공아파트 2단지, 가경동 태암 수정아파트	4	2
화	금천동 현대아파트, 용암동 세원아파트, 용암동 태산 그린 아파트, 분평동 주공아파트 2단지, 분평동 대원아파트	5	4
수	영운동 강변뜨란채, 개신동 주공아파트 1단지, 복대동 영조아파트, 가경 주공아파트 3단지	4	1
목	용담동 부영 e그린아파트, 용암동 건영아파트, 용암동 부영 1차 아파트, 분평동 주공아파트 1단지, 분평동 주공아파트 3단지, 개신동 대우 푸르지오, 복대동 영조 아름다운 나날 1차 아파트	7	5
금	용암동 덕일마이빌, 분평동 현대대우아파트, 복대동 대원아파트, 복대동 현대 2차 아파트, 개신동 주공아파트 2단지	5	2
토	용암동 해누리아파트	1	1
계		26	15

* 굵은 글씨는 조사 아파트 단지임.
자료 : 현지조사에 의한.

개시된다는 점과, 또 목요일에 아파트 신정기시가 많이 개시된다는 점이 특이한데, 이는 주 5일 근무제로 주말이 가까워 재화를 많이 구입하기 때문이라고 생각한다.

a : 영운동 강변뜨란채(개시요일 : 수) b : 금천동 현대아파트(화) c : 용담동 부영 e그린아파트(목) d : 용암동 해누리아파트(토) e : 용암동 세원아파트(화) f : 용암동 부영 1차 아파트(목) g : 용암동 건영아파트(목) h : 용암동 덕일마이빌(금) i : 분평동 주공아파트 1단지(목) j : 분평동 주공아파트 2단지(화) k : 분평동 주공아파트 3단지(목) l : 분평동 현대대우아파트(금) m : 분평동 대원아파트(화) n : 개신동 주공아파트 1단지(수) o : 개신동 주공아파트 2단지(금) p : 개신동 대우푸르지오(목) q : 복대동 대원아파트(월·금) r : 복대동 현대 2차 아파트(금) s : 복대동 영조 아름다운 나날 1차 아파트(목) t : 복대동 영조아파트(수) u : 가경동 주공아파트 2단지(월) v : 가경동 태암 수정아파트(월) w : 영운동 태암 수정아파트(월) x : 용암동 태산 그린 아파트(화) y : 가경동 주공아파트 3단지(수)

○표는 조사 아파트 단지임.

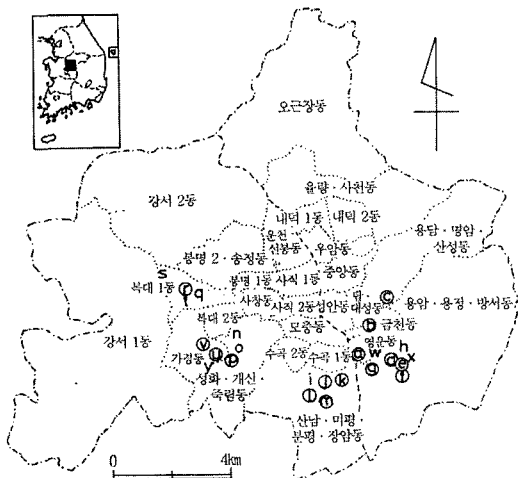


그림 1. 신정기시가 개시되는 아파트 단지의 분포

청주시지역에서 아파트 신정기시가 개시되는 26개 아파트 단지 중에서 본 연구는 15개 아파트 단지를 연구대상으로 했다. 연구대상 아파트 단지는 아파트 신정기시가 개시되는 동별 아파트 단지 수에 거의 비례하게끔 무작위로 추출하여 선정했다.

2. 청주시지역 아파트 신정기시

2006년 현재 청주시에는 346개 아파트 단지에 114,718가구가 거주하고 있다. 연도별로 보아 최근으로 올수록 아파트의 누적 단지수가 증가하여 청주시 지역의 가구 중 아파트 가구수가 약 51%를 차지하며, 대규모 아파트 단지가 주요 소비지로 부각되어 그 인접지역은 각종 소매업과 서비스 시설이 많이 입지하고 있다. 이에 소비자의 거주지역에서 상품을 판매하는 새로운 유통업체로 아파트 신정기시가 등장하게 되었다.

아파트 신정기시는 농촌지역 정기시가 모체로 지금으로부터 약 10년 전부터 알뜰장으로 시작하여 1998년 I.M.F.구제금융 이후 상점수가 많아졌으며, 비공식 부문(informal sector)에 속하는 생계형 소상공인 집단으로 등장하였고, 체계적인 관리가 필요하여 아파트 부녀회와 관리사무소에서 자릿세를 걷고 입점 상인수의 제한을 둠으로서 시작되었다.

청주시지역에서 조사한 아파트 신정기시의 이동상인 대부분은 오전 9시~9시 30분 사이에 개장을 하고, 폐장시간은 20~21시 사이에 상인의 약 3/4이 폐장을 하는데, 판매상품에 따라 개·폐장시간의 특징은 나타나지 않고 아파트 단지에 따라 특징이 나타난다. 이와 같은 현상은 아파트 단지 주민의 생활이 농민의 생활시간과 달라 구매시간이 늦게까지 나타나므로 폐장시간도 늦어 농촌지역 정기시와 다른 특징을 나타낸다. 그리고 성시시간대도 17~19시 사이가 약

39%를 차지하여 저녁식사 준비를 위한 시간대에 가장 구매를 많이 하고 있다(표 2).

1일 고객수는 날씨와 계절 및 업종에 따라 다른데, 생선과 채소점 및 계란·떡·핫도그·자장면점은 200~300인으로 가장 많고, 과일류와 과자류인 빵튀기점은 100인 정도, 김 판매점은 70~80인, 분식점은 50~70인, 젓갈류는 20~60인, 아동복은 50~60인, 성인복점은 30인 정도의 순으로 나타나 편의재보다 選買財(shopping goods)의 고객수가 적다. 아파트 신정기시의 시장이용료는 이동상인 1인당 하루 2만원이 대부분이며, 시장에 나오지 않는 날에는 상품을 구매하던지 휴식을 취하는 경우가 약 88%이다.

아파트 신정기시의 장점은 '상품의 직접거래로 가격이 저렴하고 질도 좋다'와 '소비자와 거리상 가깝고 고객을 찾아다님'이 출점상인의 1/4 이상을 차지하고, 그 다음으로는, '보증금, 인건비의 절약으로 상품가격이 싸다는 점' (15.0%), '그룹으로 장사를 하고 있어 외롭지 않고, 고객들에게 다양한 상품을 제공할 수 있다는 점', '상설점포 구입시 점포를 매각하기 어려우나 신정기시의 경우는 그렇지 않음', '원 스톱 쇼핑이 가능함'이 각각 7.5%를 차지한다. 그러므로 아파트 신정기시 이동상인은 소자본의 비공식 부문에 해당되며 상인간의 인적 네트워크를 형성하고 소비자에게 원 스톱 구매의 기회를 제공한다. 단점으로는 '점포의 천막을 치고, 걷는 것이 번거롭고, 새벽 일찍 상품을 구매하는 것이 힘이 듦'이 35.3%로 가장 많고, 그 다음으로는 '날씨와 계절의 영향을 많이 받음'

표 2. 개장과 폐장시간 및 성시시간

개장시간	09:00	09:30	10:00	계	폐장시간	20:00	20:30	21:00	21:30	22:00	계
상인수	14	11	1	26	상인수	9	2	10	2	2	25
%	53.9	42.3	3.8	100.0	%	36.0	8.0	40.0	8.0	8.0	100.0
성시시간	11:00~13:00		14:00~17:00		16:00~18:00		16:00~19:00		17:00~19:00		계
상인수	2		11		17		5		22		57
%	3.5		19.3		29.8		8.8		38.6		100.0

자료 : 인터뷰 조사에 의한.

표 3. 아파트 신정기시의 장·단점

장 점	이동상인의 측면						소비자의 측면			계
	소비자와 가깝고 고 객을 찾아 다님	보증금, 인 건비 절약 으로 상품 가격이 싸	그룹으로 장사를 하 고 있어 외 롭지 않고, 고객들에 게 다양한 상품을 제 공	상설점포 구입시 점 포를 매각 하기가 어 려우나 신 정기시의 경우는 그 렇지 않음	창업비용 이 적게 들	여러 가지 서비스를 제공할 수 있음	직접거래 로 가격이 저렴하고 상품의 질 이 좋음	월 스톱 쇼 핑이 가능 함	아파트 복 지기금마 련에 도움	
상인수	11	6	3	3	1	1	11	3	1	40
%	27.5	15.0	7.5	7.5	2.5	2.5	27.5	7.5	2.5	100.0

단 점	이동상인의 측면									계
	점포의 천 막을 치고, 걸는 것이 번거롭고, 새벽 일찍 상품을 구매 하는 것이 힘이 듦	날씨와 계절 의 영향을 많이 받음	차릿세가 비쌌	상품의 질 이 좋지 않 을 경우의 책임감	주차로 인한 장터의 확보 문제	보기에 안 좋음	점포수가 많 아 수익이 줄어들	개인시간 부족		
상인수	6	3	2	2	1	1	1	1	1	17
%	35.3	17.6	11.8	11.8	5.9	5.9	5.9	5.9	5.9	100.0

자료 : 인터뷰 조사에 의함.

(17.6%)과 '상품의 질이 좋지 않을 경우의 책임감' 과 '차릿세가 비쌌' 이 각각 11.8%를 차지하여 비공식 부문의 노점상 특징을 잘 반영한다(표 3). 그리고 아파트 신정기시의 문제점은 상인을 '신뢰 못하는 주민의 불만과 손님과의 유대관계' 와 '장터에 주민의 주차로 상행위를 못할 수 있는 경우' 등이다.

3. 아파트 신정기시의 입지

청주시지역의 아파트 신정기시는 주로 남동부와 남부 및 남서부의 새로 개발된 주택지구에 분포하는데, 그 개시연도는 상당구 용암동 부영 1차 아파트가 1996년으로 가장 빨랐고, 그 다음으로 흥덕구 분평동

주공 2·3단지 아파트가 1998년에 열렸으며, 그 다음으로 2000년에 6곳, 2003년과 2004년에 각각 세 곳, 2001년에 두 곳, 2005년과 2006년에 각각 한 곳이 개시되었다.

여기에서 아파트 신정기시의 최대도달범위를 파악하는 대신으로 신정기시가 개시되는 아파트의 평균 동수와 가구수를 보면, 약 10개 동으로 평균 920가구이나 인접한 아파트 단지의 가구수와 합치면 이 보다 훨씬 많다(표 4). 즉, 동수나 가구수가 평균보다 적은 아파트인 용담동 부영e그린 아파트의 경우 가구수는 380가구이지만 인접한 부영 9차 아파트(7개 동 569가구)와 세영 체시빌(11개 동 568가구)의 주민도 구매할 수 있어 가구수는 모두 1,517가구가 된다. 또 용암동의 태산 그린 아파트는 590가구이지만 인접한 태

표 4. 신정기시 연구대상 아파트 단지의 동수와 가구수

구 명	동 명	아파트명	동 수	가구수	준공연도	구 명	동 명	아파트명	동 수	가구수	준공연도
상당구	영운동	강변 드란체	9	517	2005	홍덕구	분평동	현대대우 아파트	12	1,179	1999
		태암 수정 아파트	2	486	1995			대원 아파트	7	731	2000
	금천동	현대 아파트	14	1,032	1991		개신동	주공아파트 1단지	11	980	2000
	용담동	부영e그린 아파트	5	380	2003			주공아파트 2단지	12	1,398	2001
		해누리 아파트	7	1,140	1994			대우 푸르지오	9	920	2004
	용암동	세원아파트	12	1,530	1994		북대동	대원아파트	9	812	1999
		부영 1차 아파트	11	976	1996			현대 2차 아파트	14	1,464	2000
		건영 아파트	13	1,046	1999			영조 아름다운 나날 1차 아파트	13	952	2003
		덕일 마이빌	11	856	2003			영조 아파트	8	539	2004
		태산 그린 아파트	5	590	1995			가경동	주공아파트 2단지	7	704
홍덕구	분평동	주공아파트 1단지	13	982	1997	주공아파트 3단지	7		704	2003	
		주공아파트 2단지	15	1,310	1997	태암 수정 아파트	5		450	1997	
		주공아파트 3단지	13	1,330	1997	계		244	23,008		

자료 : 청주시, 2006, 공동주택 현황(총괄).

암 소리아파트의 675가구를 합치면 모두 1,265가구가 된다. 그리고 분평동 대원 아파트는 731가구이나 인접하여 출입구를 공동으로 사용하는 주는 프레지던트 아파트 620가구의 주민도 구매할 수 있어 1,351가구가 된다. 그리고 북대동 영조 아파트는 539가구이지만 인접한 삼일 아파트의 478가구를 합치면 1,017가구가 되며, 가경동 태암 수정아파트의 경우는 450가구이지만 같은 블록에 입지한 동부아파트의 455가구 주민도 구매할 수 있어 가구수는 905가구가 된다.

아파트 단지는 근린생활시설로 상점을 설치할 수 있는데, 그 연면적은 가구 당 6m² 미만으로 연면적 500m²까지로 할 수 있다(주택건설기준 등에 관한 규정 제50조). 이러한 상점의 규모로 아파트 단지 주민의 구매 욕구를 충분히 만족시키지 못하여 아파트 단지 인접지역에 상가가 형성되어 주민들이 이용하기도 한다. 이러한 틈새를 파고든 새로운 업태가 아파트 신정기시이다. 그래서 아파트 신정기시가 개시되는 아파트 단지로부터 가까운 곳에 입지하는 상업시설인 재래시장과 대형마트 직선거리를 살펴보면 (표 5)와

표 5. 아파트 단지와 가장 가까운 재래시장 및 대형마트와의 직선거리

구 명	동 명	아파트명	가장 가까운 재래시장과 대형마트		구 명	동 명	아파트명	가장 가까운 재래시장과 대형마트	
			재래시장	대형마트				재래시장	대형마트
상당구	영운동	강변 드란채	육거리시장 1,761m	농협하나로클럽 1,240m	홍덕구	분평동	현대대우 아파트	원마루시장 783.88m	이마트 1,553m
		태암 수정 아파트	육거리시장 1,610m	GS마트 1,092m			대원 아파트	원마루시장 397.61m	농협하나로클럽 1,562m
		금천동	현대 아파트	육거리시장 1,106m			GS마트 1,465m	개신동	주공 1단지 아파트
	용담동	부영e그린 아파트	육거리시장 1,681m	GS마트 1,694m		주공 2단지 아파트	북대가경시장 1,295m		홈플러스 895.22m
						대우 푸르지오	북대가경시장 1,310m		홈플러스 623.34m
	용암동	해누리 아파트	육거리시장 2,250m	GS마트 859.08m		북대동	대원 아파트	북대시장 988.23m	롯데마트 1,306m
		세원 아파트	육거리시장 2,851m	농협하나로클럽 617.39m			현대 2차 아파트	하북대시장 352.13m	롯데마트 1,173m
		부영 1차 아파트	육거리시장 1,860m	GS마트 1,414m			영조 아름다운 나날 1차아파트	하북대시장 601.86m	롯데마트 851.17m
		건영 아파트	육거리시장 2,101m	농협하나로클럽 876.02m			영조 아파트	하북대시장 252.3m	롯데마트 1,290m
		덕일 마이벨	육거리시장 2,271m	GS마트 576.27m			가경동	주공 2단지 아파트	가경 터미널시장 1,264m
태산 그린 아파트		육거리시장 2,481m	GS마트 896.0m	주공 3단지 아파트	가경 터미널시장 1,629m			홈플러스 178.92m	
홍덕구	분평동	주공 1단지 아파트	원마루시장 712.35m	이마트 1,762m	태암 수정 아파트	북대가경시장 868.81m	홈플러스 791.09m		
		주공 2단지 아파트	원마루시장 560.73m	농협하나로클럽 1,609m					
		주공 3단지 아파트	원마루시장 406.33m	농협하나로클럽 1,420m					

* 거리의 측정은 http://www.nice114.co.kr/map/map_index.php(최종열람일 : 2006년 6월 5일)에 의함.

같다.

영운동과 금천동, 용담동 및 용암동의 아파트 단지 분포지역에는 재래시장이 분포하지 않는데, 청주시 지역에서 가장 규모가 크고 1970년에 개설한 육거리 시장³⁾까지의 직선거리를 보면 1.1~2.8km의 범위에 있으며, 용암동에서 가장 가까운 분평동의 근린재래 시장인 원마루시장⁴⁾인데 용암동 아파트 주민의 구매

행위는 거의 없다고 할 수 있다. 한편 이 지역의 대형 마트의 경우는 가장 가까운 직선거리는 덕일마이벨의 경우 GS마트까지 576.27m이고 가장 먼 부영 e그린 아파트의 경우 GS마트까지 1,694m이다. 다음으로 분평동의 경우 주공 1·2·3단지 아파트, 현대대우아파트, 대원아파트에서 신정기시가 개시되는데, 분평동에 분포하는 재래시장인 원마루시장은 2000년

표 6. 이동상인의 성별, 연령별 구성비

연령 \ 성별	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	무응답	계
남(%)	2(2.6)	14(17.9)	29(37.2)	17(21.8)	16(20.5)	78(100.0)
여(%)		10(20.0)	22(44.0)	8(16.0)	10(20.0)	50(100.0)
계(%)	2(1.6)	24(18.8)	51(39.8)	25(19.5)	26(20.3)	128(100.0)

자료 : 인터뷰 조사에 의한.

에 개장되었다. 분평동 아파트 단지 분포지역에서 원마루시장까지의 직선거리는 397.61~712.35m이고, 대형마트까지의 거리는 1,420~1,762m의 범위이다. 또 개신동의 아파트 단지 분포지역에서 재래시장인 가경복대시장까지의 거리는 1,092~1,310m이고, 대형마트까지의 거리는 623.34~973.45m이다. 그리고 복대동의 아파트 단지 분포지역에서 재래시장인 하복대시장까지의 거리는 252.3~988.23m이고, 대형마트까지의 거리는 851.17~1,306m이다. 가경동 아파트 단지 분포지역에서 재래시장인 가경 터미널·복대가경시장까지의 거리는 868.81~1,264m, 대형마트까지의 거리는 403.38~791.09m까지로 아파트 신정기시가 개시되고 있는 지역에서 재래시장과 대형마트까지의 평균거리는 각각 1,237.54m, 1,134.29m로 아파트 단지에서 약 1.2km 전후에 재래시장과 대형마트가 분포하고 있다. 이와 같이 신정기시가 개시되는 아파트 단지에서 머지 않는 곳에 다양하고 많은

상품을 구매할 수 있는 상업시설들이 분포하고 있는 데도 불구하고 아파트 신정기시는 소비자의 문전에서 재화를 편리하게 구매할 수 있도록 서비스를 제공하는 틈새시장으로 소비자 중심 상업으로서 입지의 존립가치를 가지게 되었다.

4. 이동상인의 속성과 공간적 행동

1) 신정기시 이동상인의 속성

청주시지역 아파트 신정기시 이동상인의 성별을 보면, <표 6>과 같이 남자가 약 61%를 차지하고, 연령층으로 보아 40대가 약 40%를 차지하며, 40대에의 남녀 이동상인이 가장 많다.

정기시 이동상인의 이전의 직업을 보면, 상업이 전

표 7. 상인의 종류와 상업경력

구분	상업경력											계	농촌지역 정기시 출시여부
	1년 이내	2년	3년	4년	5년	7년	8년	10년	15년	20년 이상	무응답		
전업상인	7		3		5		3	10	1	2	44	75	11
생산자 겸 상인	1	1	2	2		1					8	15	0
계 (%)	8 (8.9)	1 (1.1)	5 (5.6)	2 (2.2)	5 (5.6)	1 (1.1)	3 (3.3)	10 (11.1)	1 (1.1)	2 (2.2)	52 (57.8)	90 (100.0)	11

자료 : 인터뷰 조사에 의한.

표 8. 이동상인의 거주지별 분포

거주지	부산시	대전시	청주시	청원군	천안시	아산시	무응답	계
상인수	2	49	46	3	1	1	8	110
%	1,8	44,6	41,8	2,7	0,9	0,9	7,3	100,0

자료 : 인터뷰 조사에 의함.

체상인의 약 80% 이상을 차지하여 가장 많고, 그 다음으로 기술직과 제과업, 식당업이 각각 1인으로 전직이 다양하지 않다(표 생략).

이동상인은 전업상인이 75인으로 약 83% 이상을 차지하고 생산자 겸 이동상인이 15인으로 약 17%를 차지한다. 전업상인 중 10년의 상업경력을 가진 상인이 가장 많고, 그 다음은 1년 이내이며, 생산자 겸 상인은 5년 미만의 상인이 대부분이다. 이동상인의 농촌 정기시 출시 여부를 보면 전업상인의 14.7%만이 출시하고 있어 생산자 겸 상인의 경우 시간의 부족으로 출시하지 않는다고 생각한다(표 7).

다음으로 이동상인이 아파트 신정기시에 출시하게 된 동기는 '지인의 권유'가 34.4%를 차지하여 가장 많고, 그 다음으로 '돈을 벌기 위하여'(3.1%), '아파트 주민 복지기금 조성을 위하여'(1.6%) 등으로, 이동상인이 되는 데는 지인의 인적 네트워크가 중요한 역할을 하고 있다는 것을 알 수 있다.

2) 이동상인의 거주지 분포

이동상인의 거주지의 분포를 보면 표 8과 같이 대전시 거주자가 전체 상인수의 44.6%를 차지하여 가장 많고, 그 다음으로 청주시의 거주자(41.8%)의 순으로 이들 두 시의 상인수가 전체 상인수의 약 86%를 차지하여 청주시가 대전시의 상권에 속한다는 것을 알 수 있다.

3) 이동상인의 이동수단과 취급상품 및 점포배치

이동상인이 이용하는 교통수단은 트럭이 약 57.1%를 차지하는데, 이 가운데 1톤 트럭이 40.0%로 가장 많으며, 승합차는 14.3%를 차지하여 운반하는 상품 규모가 그렇게 크지 않다는 것을 알 수 있다.

다음으로 이동상인이 취급하는 상품은 계절에 따

표 9. 이동상인의 취급상품

취급상품	곡물류		식료품				과자류		수산물				과채류		의류	신발류	약세서리	침구류	화장지	기타공산품	화훼류	계	
	분식	콩나물, 계란, 칼국수, 떡, 떡볶이, 어묵	햇도그	자장면	순대	족발	빵튀기	도넛	생선	김	건어물	젓갈류	채소류	과일류									
상점수	1	9	16	1	1	1	2	5	1	15	2	4	4	13	14	4	3	1	1	1	1	3	103
%	1.0	8.7	15.5	1.0	1.0	1.0	1.9	4.8	1.0	14.6	1.9	3.9	3.9	12.6	13.6	3.9	2.9	1.0	1.0	1.0	1.0	2.9	100.0

자료 : 인터뷰 조사에 의함.

표 10. 이동상인의 상품 구입지

구입지	서울시	대전시	청주시	청원군	천안시	전주시	중국	불명	계
상인수	5	9	15	2	1	3	2	40	77
%	6.5	11.7	19.5	2.6	1.3	3.9	2.6	51.9	100.0

자료 : 인터뷰 조사에 의함.

라 거의 변함이 없으나 다만 출시하는 상인의 수에 따라 다소 차이가 나타나고 있다. 출시하는 상품은 콩나물, 계란, 칼국수, 떡, 떡볶이, 어묵이 16개 점포로 15.5%를 차지하여 가장 많고, 그 다음으로 생선이 15개(14.6%) 점포, 과일류(13.6%), 채소류(12.6%)의 순으로 이들 4종의 상품이 점포의 반 이상을 차지하여 음식료품이 대부분을 차지하고 있다는 것을 알 수 있다(표 9).

상품 구입지를 보면(표 10), 청주시에서의 구입이 약 20%를 차지하여 가장 많고, 그 다음으로 대전시(11.7%)로 이들 두 도시에서의 구입이 31.2%를 차지

하고, 산지에서의 구입 및 중국에서 수입하는 경우도 있다. 상품별 구입지를 보면, 생선은 대전·청주시에서, 분식재료는 대전시에서, 만두는 천안에서, 채소류, 계란, 건어물, 과일류는 청주·서울시에서, 빵튀기 재료는 청주시와 청원군에서, 과일 중 딸기는 서울·전주·진주시에서, 의류는 서울시에서, 신발은 중국에서, 화훼류는 서울시에서, 또 멸치·김 등 건어물은 산지에서 주로 구입하여 국지적 상거래이지만 상품구입의 범위는 꽤 넓다. 이동상인은 대전시지역 거주 상인수가 청주시지역보다 많은데, 상품 구입지는 청주시지역이 많은 이유는 대전시지역 상인은 대전시 이외의 지역에서 상품을 많이 구입하기 때문이다.

상품의 구입주기는 판매상품이 주로 식료품이기 때문에 이동상인이 직접 도매시장이나 택배 등을 이용하여 매일 구입하는 상인이 60.5%, 필요할 때 마다 구입하는 상인이 34.2%를 차지한다.

다음으로 점포의 배치를 보면, 유사한 상품의 경우 집적하기 보다는 혼재하는 경향을 보이고 있으며, 식료품과 다른 상품과의 배치가 분리되어 있다. 이러한 점은 농촌지역 정기시의 경우 유사한 상품을 판매하는 점포의 경우 집적을 하고 있는데 대하여(韓柱成, 2000, p.170) 점포수가 적으므로 혼재하는 현상을 나타내고 있다(그림 2, 3).

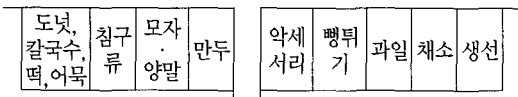
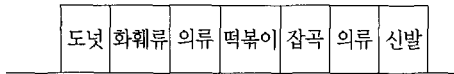


그림 2. 청주시 흥덕구 분평동 주공 2단지 아파트 신정기시 점포배치

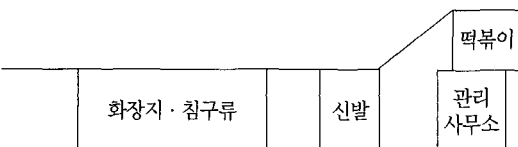
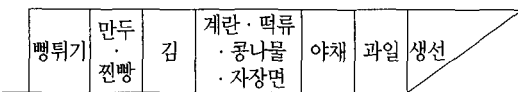


그림 3. 청주시 흥덕구 분평동 대원아파트 신정기시 점포배치

4) 상인의 정기시 이동

농촌지역 정기시의 이동상인이 출점하는 경우 시장의 선택은 시장의 규모와 경기, 운송비를 기초로 하여 상인의 거주지, 거래상품, 친분관계 등의 요인

을 고려하여 행해지고 있다(韓柱成, 2000, p.170). 그러나 아파트 신정기시의 경우는 이동상인이 부녀회에 개별적으로 접촉을 하거나 이동상인이 지인이나 친인척을 통하여 이동상인 그룹 대표에게 상의를 하여 입점을 하고 상행위를 하게 된다. 이러한 정기시의 출점은 아파트 주민 측으로 보아서 질 좋은 상품을 문전에서 저렴하게 구입할 수 있어 편의성을 도모하고 아파트 단지의 수입증대를 가져오게 하는 것이다.

2006년 청주시지역 아파트 신정기시에 요일에 따라 출시하는 이동상인의 방문로를 조합하면 모두 38개로 이 가운데 주요한 유형은 10개이다(표 11). 이동상인 중 5일 동안 가경동 주공아파트 2단지→분평동 대원아파트→개신동 주공아파트 1단지→복대동 영조아름다운 나날 1차 아파트→용암동 덕일마이빌→용암동 해누리아파트^{*)}의 5개 신정기시를 방문하는 상인이 전체의 18.6%를 차지하여 가장 많다. 그리고 대전시의 아파트 신정기시를 방문하면서 특정한 요일

표 11. 이동상인의 출점유형

출점신정기시						유형	상인수	%
월	화	수	목	금	토			
가경동 주공아파트 2단지	분평동 대원 아파트	개신동 주공아파트 1단지	복대동 영조 아름다운 나날 1차 아파트	용암동 덕일마이빌	용암동 해누리 아파트	A	18	18.6
대전시의 아파트	분평동 주공아파트 2단지	대전시의 아파트	대전시의 아파트	대전시의 아파트	쉽	B	5	5.1
대전시의 아파트	대전시의 아파트	대전시의 아파트	대전시의 아파트	복대동 현대 2차 아파트	쉽	C	5	5.1
천안시의 아파트	용암동 세월아파트	영운동 강변뜨란채	용암동 부영 e그린 아파트	청원군 내수읍	청원군 내수읍	D	4	4.1
가경동 주공아파트 2단지	용암동 세월아파트	복대동 영조아파트	복대동 영조 아름다운 나날 1차 아파트	복대동 대원아파트	쉽	E	3	3.1
가경동 태암 수정아파트	금천동 현대아파트	복대동 영조아파트	개신동 대우 푸르지오	분평동 현대 대우 아파트	용암동 해누리 아파트	F	3	3.1
가경동 태암 수정아파트	쉽	복대동 영조아파트	쉽	복대동 현대 2차 아파트	쉽	G	3	3.1
가경동 태암 수정아파트	금천동 현대아파트	복대동 영조아파트	개신동 대우 푸르지오	복대동 현대 2차 아파트	쉽	H	3	3.1
쉽	금천동 현대아파트	쉽	쉽	쉽	쉽	I	3	3.1
복대동 대원아파트	용암동 세월아파트	영운동 강변뜨란채	용암동 부영 e그린 아파트	복대동 대원아파트	쉽	J	3	3.1
기 타							28	28.9
불 명							19	19.6
계							97	100.0

* F유형의 토요일에 용암동 해누리아파트를 방문하는 상인은 1인 뿐임.

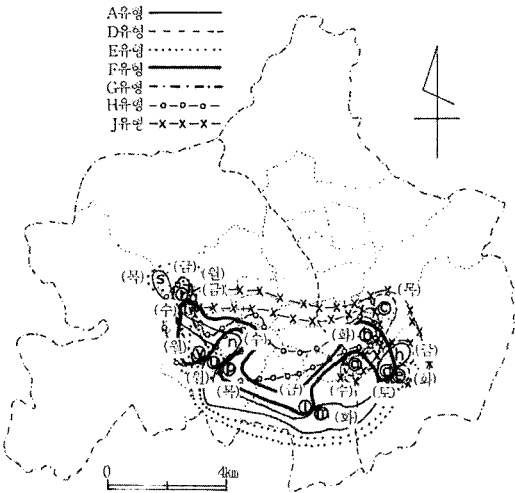


그림 4. 이동상인에 의한 아파트 신정기시의 주요 방문망 유형
* 기호는 그림 1과 같음. O표는 조사 아파트 단지임.

에 청주시 분평동 주공아파트 2단지과 북대동 현대 2차 아파트를 방문하는 상인이 각각 5인으로 5.1%를 차지한다. 그 다음으로는 천안시의 아파트 신정기시 방문→용암동 세원아파트→영운동 강변뜨란채→용담동 부영 e그린 아파트→청원군 내수읍의 정기시①

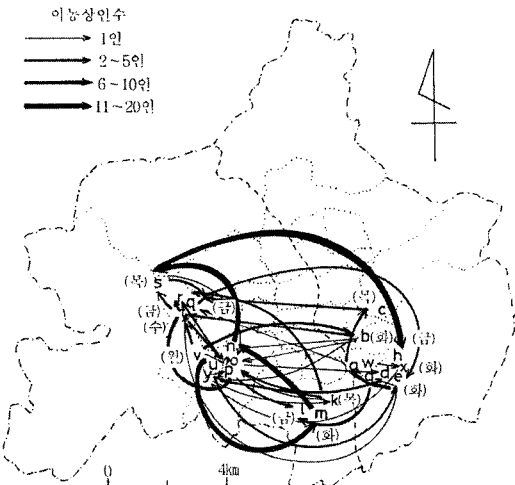


그림 5. 이동상인에 의한 아파트 신정기시시간의 지역간 결합
a:(수) d:(토) g:(목) n:(수) o:(금) p:(목) u:(월) y:(수) w:(월)
* 기호는 그림 1과 같음.

를 방문하는 유형으로 전체 이동상인의 4.1%를 차지한다. 나머지 6개는 1~5개의 아파트 신정기시를 방문하는 유형으로 이동상인이 각각 3인(3.1%)이다.

다음으로 연구지역에서 세 개 이상(B·C·I유형은 제외)의 아파트 신정기시를 방문한 상인의 지역적 분포를 나타낸 것이 <그림 4>이다. 이동상인이 출시하는 아파트 신정기시의 분포는 인접한 2~3개 동들을 하나의 방문로로 조합시킨 유형과 좀 더 광역인 4개 이상의 동들을 방문로로 조합시킨 유형으로 나눌 수 있다. 그리고 광역의 방문로를 나타내는 경우 청주시의 남동부와 남부 및 남서부지역을 조합시키는 이동상인 방문로 유형과 남동부와 남서부지역을 조합시키는 방문로의 유형이 존재하는 것을 알 수 있다.

<그림 5>는 이동상인이 두 개 이상에 출시한 아파트 신정기시 선택의 조합에서 본 지역간 결합을 나타낸 것이다. 가경동 주공 아파트 2단지(u)에 참가한 후 분평동 대원아파트(m)→개신동 주공아파트 1단지(n)→북대동 아름다운 나날 1차 아파트(s)→용암동 덕일 마이빌(h)에 참가한 상인이 17인으로 가장 많아 청주시 남서부와 남부 및 남동부지역에 분포한 아파트 신정기시와의 지역간 결합이 강하다는 것을 알 수 있다.

<그림 6>은 연구지역의 이동상인의 출점 패턴을 모델화한 것이다. 연구지역의 이동상인 82인 중 ㉠형과 같이 5개의 정기시를 방문한 상인은 70인으로 85.4%를 차지하여 가장 많은데, 이 가운데 토요일에 선택

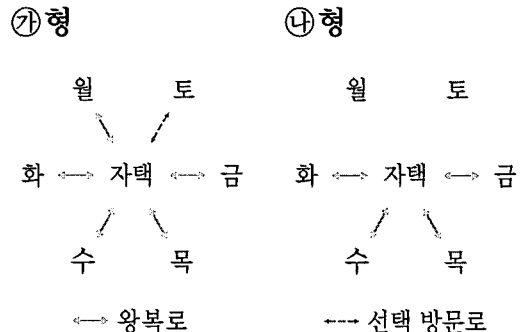


그림 6. 이동상인의 출점 모형

방문을 하는 이동상인은 10인으로 12.2%를 차지한다. 그리고 ㉔형의 4일만 방문하는 상인은 2인으로 2.4%를 차지한다. ㉗형과 ㉔형의 이동상인은 거주지를 중심으로 인접한 신정기시에 출점하는 형태로, 대부분 전업 이동상인이고, 신정기시에 출점하지 않는 날에는 쉬거나 상품을 구입한다. 따라서 농촌지역 정기시에서 5개 정기시에 모두 출시하는 유형과 2~4개 정기시에 출시하는 유형, 현지 주민이 하나의 정기시에만 출시하여 정기시에 농산물을 판매하고, 또 동시에 그들이 정기시를 이용하는 소비자이기도 한 내용과는 다른 특징을 나타내고 있다(韓柱成, 2000, p.173).

5. 결론

종래의 정기시가 정해진 날짜와 장소에 이동상인과 소비자, 생산자가 모이는 특징을 가지고 있는데 대하여 최근에는 소비자가 거주하는 대규모 아파트 단지내에서 아파트 신정기시가 나타났다. 아파트 신정기시 이동상인에게 인터뷰 조사를 한 내용을 분석한 결과는 다음과 같다.

(1) 아파트 신정기시는 대부분의 상인이 오전 9~9시 30분 사이에 개장을 하고, 폐장시간은 20~21시 사이에 상인의 약 3/4이 폐장을 하는데, 판매상품에 따라 개·폐장시간의 특징은 나타나지 않고 아파트 단지에 따라 다소 다르다. 이와 같은 현상은 아파트 단지 주민의 생활시간이 농촌지역 주민의 그것과 달라 구매시간이 늦게까지 나타나 폐장시간도 늦은 특징을 보여주고 있다.

아파트 신정기시의 1일 고객수는 날씨와 계절 및 업종에 따라 다른데, 편의재보다 選買財의 고객수가 적다.

(2) 신정기시가 개시되는 아파트의 평균 동수와 가구수를 보면, 약 10개 동으로 평균 920가구이나 인접한 아파트 단지의 가구수와 합치면 이 보다 훨씬 많

은 최대도달범위를 가진다. 그리고 아파트 신정기시가 개시되는 아파트 단지에서 약 1.2km 전후에 재래시장과 대형마트가 분포하고 있지만, 구매자가 거주지 문전에서 원 스톱 쇼핑으로 편의재화의 서비스를 제공받는 소비자 중심의 틈새시장이라는 점과 그 편리성 때문에 신정기시의 입지가 존립하게 되었다.

(3) 아파트 신정기시의 상인은 소자본가로 생계형 이동상인이며 40대의 전업상인이 대부분이고, 상업경력이 대개 10년 미만이다. 그리고 이동상인이 된 동기는 지인의 권유로 출시를 하게 되어 인적 네트워크가 중요한 역할을 하고 있다.

이동상인의 거주지는 대전시가 가장 많고, 그 다음으로 청주시로 아파트 신정기시는 대전시의 상권에 포함되어 있다고 할 수 있는데, 이는 자가용 트럭으로 이동하기에 편리하기 때문이다. 판매되는 상품은 식료품과 생선, 과채류로 거주지에서 주로 구입하므로 구입지도 청주시와 대전시가 가장 많은데, 대전시 지역 이동상인은 청주시지역 이동상인보다 다른 지역에서 상품을 많이 구입한다. 그리고 점포의 배치는 점포수가 적기 때문에 집적현상을 나타내는 소농사회 정기시와 달리 혼재하는 현상을 나타내고 있다.

(4) 아파트 신정기시의 이동상인의 출시에 의한 신정기시 방문로를 조합하면 모두 38개로 출시하는 요일에 따라 10개의 주요 유형으로 구분할 수 있다. 이 유형 중 가경동 주공아파트 2단지→분평동 대원아파트→개신동 주공아파트 1단지→북대동 영조 아름다운 나날 1차 아파트→용암동 덕일마이벨→용암동 해누리아파트의 5개의 신정기시를 방문하는 상인이 전체의 18.6%를 차지하여 가장 많다.

아파트 신정기시를 방문한 상인의 지역적 이동은 인접한 2~3개 동들을 하나의 방문로로 조합시킨 유형과 좀 더 광역인 4개 이상의 동들을 방문로로 조합시킨 유형으로 나눌 수 있다. 그리고 광역의 방문로를 나타내는 경우 청주시의 남동부와 남부 및 남서부 지역을 조합시킨 이동상인 방문로 유형과 남동부와 남서부지역을 조합시킨 방문로의 유형이 존재한다.

(5) 아파트 신정기시 선택의 조합에서 본 지역간 결

합은 가경동 주공 아파트 2단지→분평동 대원아파트
→개신동 주공아파트 1단지→북대동 아름다운 나날
1차 아파트→용암동 덕일마이빌에 참가한 상인이 17
인으로 가장 많아 청주시지역 남서부와 남부 및 남동
부지역에 분포한 아파트 신정기시와의 지역간 결합
이 강하다. 연구지역의 이동상인의 약 85%가 5개 정
기시를 방문하고, 이 가운데 토요일에 선택 방문을
하는 이동상인은 약 12%를 차지한다. 그리고 4일만
신정기시를 방문하는 이동상인은 약 2%에 불과하다.
따라서 종래 우리나라 소농사회 정기시 연구에서 밝
혀진 3개 유형과 다른 특징을 나타내고 있다.

이상의 내용에서 아파트 신정기시는 주시로서 소
비자의 거주지 문전에서 재화를 구매하려는 욕구를
충족시켜 주고, 이동상인의 방문로는 도시에서 새로
개발된 대규모 아파트 단지간을 결합시켜 주는 신소
매업태이다. 이러한 아파트 신정기시는 재래시장과
대형마트 및 아파트 단지 내 상점 사이의 틈새시장으
로 존립의 의미를 가지며, 소비자 중심의 상업이다.
아파트 신정기시의 이동상인은 지인의 인적 네트워크
를 통하여 주로 1주일에 5개의 신정기시에 출사하
며, 식료품과 생선, 과채류 등의 편익재를 주로 판매
하는 것은 소농사회의 정기시와 유사하다. 그러나
개·폐장시간, 개시장소, 이동상인의 출점 유형 등은
소농사회 정기시와는 다른 공간적 특징을 나타내는
데, 이는 농촌·도시주민의 생활환경의 차이에서 온
것이라는 것이라고 할 수 있다.

주

- 1) 2004년 도시 근로자 가구 월 평균소득이 3,113,362원이
고, 농가 월 평균 소득은 2,416,711 원 이다
(<http://kosis.nso.go.kr/Magazine/NEW/KP/KS03.xls>, 최
종열탐일 : 2006년 6월 10일).
- 2) 이동상인 조사에서 설문지 각 항목에 응답한 상인과 그렇
지 않는 상인이 있어 본문 중 표의 이동상인수의 다르게

나타났다.

- 3) 옥거리시장의 점포수는 유점포점 900개, 노점상 600개이
고, 영업장 면적은 30,000m²로 판매하는 업종별 점포수
는 노점상을 포함하여 농산물점이 44개, 의류점이 42개,
수산물점이 39개, 축산물점이 25개로 전체 점포수의 약
40%가 농·수·축산물점이다.
- 4) 원마루시장의 점포수는 110개, 영업장 면적은 5,000m²이
며, 판매하는 업종별 점포수는 노점상을 포함하여 음식점
이 19개로 가장 많고, 그 다음으로는 의류점이 11개로, 이
들 두 업종의 점포구성비가 48.4%를 차지한다.
- 5) 토요일 용암동 해누리아파트에 출시하는 이동상인은 3인
뿐이다.
- 6) 내수정기시는 1979년경에 폐시되었다가 1997년 3월 5일
에 부활하여 5·10일에 개시되고 있다.

참고문헌

- 이재하·홍순완, 1992, 한국의 場市 - 정기시장을 중심으로
-, 서울: 민중사.
- 이재하·박소영, 1996, “도시 요일장의 형성과 이용 및 기능
에 관한 연구,” 한국지역지리학회지 2, pp.113-131.
- 韓柱成, 2000, “韓國忠淸北道沃川郡における定期市の移動
商人と消費者の特性,” 季刊地理學 52, pp.166-179.
- 渡邊英明, 2003, “越後平野の市町の中心地と市場景觀 - 雁
木通りに注目して -,” 人文地理 55, pp.163-178.
- 石原 潤, 1969, “西ベンガル州, ミドゥナポール地區における
定期市,” 人文地理 21(4), pp.74-75.
- 石原 潤, 1987, 定期市の研究 - 機能と構造 -, 名古屋: 名古
屋大學出版會.
- 水野 勳, 1987, “定期市の市日配置のシミュレーション・モ
デル - 韓國忠淸南道の定期市を例に -, ” 人文地理 39,
pp.487-504.
- 水野 勳, 1994, “農村市場システムの近代的變化(再編)モデル
- 地域不均衡理論の試み -, ” 地理學評論 67,
pp.236-256.
- Bromley, R.J., Symanski, R. and Good, M., 1975, “The
rationale of periodic markets,” *Annals of the*

- Association of American Geographers* 65, pp.530-537.
- Fagerlund, V.G. and Smith, R.H.T., 1970, "Apreliminary map of market periodicities in Ghana," *The Journal of Developing Areas* 4, pp.333-348.
- Hill, P. and Smith, R.H.T., 1972, "The spatial and temporal synchronization of periodic markets : evidence from four emirates in Northern Nigeria," *Economic Geography* 48, pp.345-355.
- McKim, W., 1972, "The periodic market system in Northeastern Ghana," *Economic Geography* 48, pp.333-344.
- Morikawa, H. and Sung, Jun Yong, 1985, "Central places and periodic markets in the southeastern part of the surrounding area of Seoul," *Geographical Review of Japan* 58(B), pp.95-114.
- Park, Siyoung, 1981, "Rural development in Korea : the role of periodic market," *Economic Geography* 57, pp.113-126.
- Skinner, G.W., 1964, "Marketing and social structure in rural China - I," *The Journal of Asian Studies* 24, pp.3-43.
- Skinner, G.W., 1965a, "Marketing and social structure in rural China - II," *The Journal of Asian Studies* 24, pp.195-228.
- Skinner, G.W., 1965b, "Marketing and social structure in rural China - III," *The Journal of Asian Studies* 24, pp.363-399.
- Stine, J.H., 1962, "Temporal aspects of tertiary production elements in Korea," in Pitts, F.R.(ed.), *Urban Systems and Economic Development*, The School of Business Administration, Eugene: University of Oregon, pp.68-88.
- Symanski, R., 1973, "God, food, and consumers in periodic market systems," *Proceedings of the Association of American Geographers* 5, pp.262-266.
- 교신 : 한주성, 361-763 충북 청주시 흥덕구 개신동 12 충북대학교 사범대학 지리교육과, Tel : 043-261-2697, Fax : 043-276-2693, E-mail : jshan@chungbuk.ac.kr
- Correspondence : Ju-Seong Han, Department of Geography Education, Chungbuk National University, 12 Gaesin-dong, Hungduk-gu, Cheongju city, 361-763, Korea Tel : 043-261-2697, Fax : 043-276-2693, E-mail : jshan@chungbuk.ac.kr

최초투고일 2006년 11월 2일
최종접수일 2006년 11월 23일

Journal of the Economic Geographical Society of Korea
Vol.9, No.3, 2006(341~357)

Spatial Characteristics of Travelling Merchants of Apartment's New Periodic Market in *Cheongju* City, Korea*

Ju-Seong Han**

Abstract : Recently new periodic markets formed in large apartment areas where consumers live. Before, in the case of peasant periodic markets travelling merchants, consumers and producers met in specific places on decided dates. Closing time of apartment's new periodic markets is later than that of peasant periodic markets, and the number of travelling merchants is fewer than that of peasant periodic markets. The average number of apartment and household for a new periodic market is about ten and 920 respectively, and if neighboring apartment household are included, the number is larger.

Apartment's new periodic markets in *Cheongju* city is included in *Daejeon* market area. The types of regional trip of travelling merchants can be divided into one round trip of two or three neighboring *dongs* and larger sphere of more than 4 *dongs*. The larger sphere round trip consists of one type combining the southeastern, southern and southwestern regions, and the other type combining southeastern and southwestern regions.

About 85 percent of travelling merchants visit the periodic market 5 days in a week; about 12 percent of travelling merchants choose to visit on Saturday; only 2 percent of travelling merchants visit 4 days in a week.

Keywords : apartment's new periodic market, weekly market, travelling merchant, periodic market location, *Cheongju* city

* This work was supported by the research grant of the Chungbuk National University in 2006.

** Professor, Department of Geography Education, Chungbuk National University