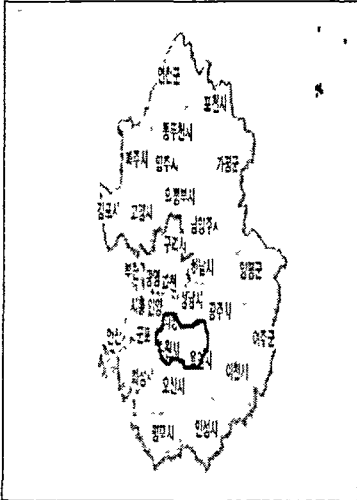


수원시의 입지여건



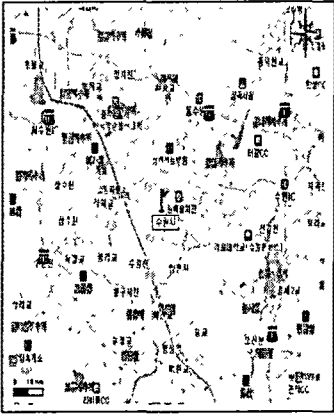
- 수원은 우리나라 중간쯤에 위치, 지형은 대체로 동북에서 서남방면으로 완만한 경사를 이루고 있음
- 경기도청이 위치하고 있는 인구 100만명을 돌파한 수도권 중심도시
- 예부터 수원상인이라 부를만큼 지역상권이 강한 지역
- 동북쪽으로 광교산이 솟아있고, 동쪽에 원천저수지, 남쪽에 신갈저수지가 위치한 북고남저 지형
- 시내중심부에 세계 문화유산인 화성이 위치하고있는, 관광자원이 풍부한 호원의 도시
- 시내와 시외곽에 10개의 대학이 위치한 문화교육 도시
- 삼성전자의 반도체단지과 같은 대규모 공업시설 입지

수원시의 현황



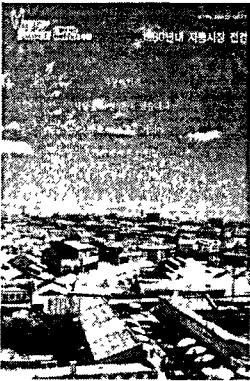
- 면 적 121,10km²
- 인 구 1,034,281명
(남 519,541명, 여 514,740명)
- 세대수 364,111세대
- 세대당인구: 2.84명
- 행정구역: 4개구 42개동

수원시의 교통현황



- 동쪽에 경부고속도로, 북쪽에 신갈-인천간 고속도로가 신갈IC에서 교차하는 교통의 중심지
- 시내를 남북으로 관통하는 국도 1호선을 축으로 동서남북을 연결하는 지방도로가 사릉팔달로 이어지는 교통의 요충지임
- 경부선이 시내를 관통하고 수도권전철이 수원역을 거쳐 병점역까지 연장운영되고 있음
- 우만고가차도(호템캐슬~동수원IC), 수원역 우회도로(세류대교~경부선철도), 서부우회도로(성대역~성대사거리) 등 도로개설공사 진행중

7



“팔달문 지동시장”은 1900년경부터 華城의 남쪽 문인 팔달문을 중심으로 자연발생적으로 형성된 시장

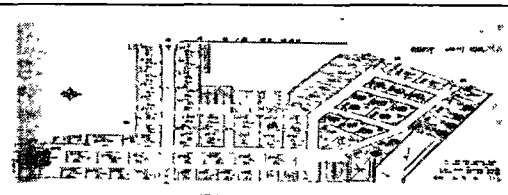
- 직거래시장 ⇒ 정기시장 ⇒ 상설시장으로 발전
- 세계문화유산인 華城 주변에 위치하여
최근 관광객이 급증하는 등 관광과 쇼핑을 연계한 발전 가능성이 매우 높은 시장임
- 교통의 요충지로 시내버스 노선 70%가 시장을 통과

8

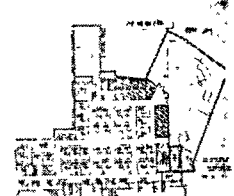
지동시장의 현황

구분	내 용	구분	내 용
시장명	지동시장	시장구분	상설
주소	수원시 팔달구 지동 402		
전화번호	031-256-0202	시장개설일	1966. 10. 1
주차시설	50여대 (가,나동 옥상 및 지하1층 일부)	대표자	최극렬
점포수	221개점 (입대 113개점, 분양 108개점)	건물규모	전체건물: 지하 1층, 지상2층
건물면적	6892.80 m ² (판매시설: 2828.55m ² , 용역시설: 2007.24m ² , 기타: 2057.01m ²)	대지면적	2,922 m ² (가동: 1867m ² , 나동: 1054m ²)

지동시장의 점포배치 - 가동

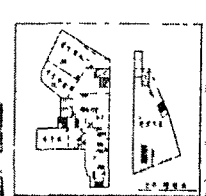


<가동 1층>



<가동 지하1층>

<가동 2층>



- 점포배치현황은 가동,나동으로 분산되어 있고, 중앙에 6미터도로 형성(지하는 통합되어 있음)
- 1층: 떡집, 순대, 곱창 등 식당가와 정육점으로 특화되어 있음
- 2층: 헬스장, 다방, PC방, 사무실로 구성
- 옥상: 주차장
- 지하: 횡집, 생선소매점포 (대부분 비어있음)
- 중앙부분(1층도로부분): 건강용품 체험장

지동시장의 점포배치 - 나동

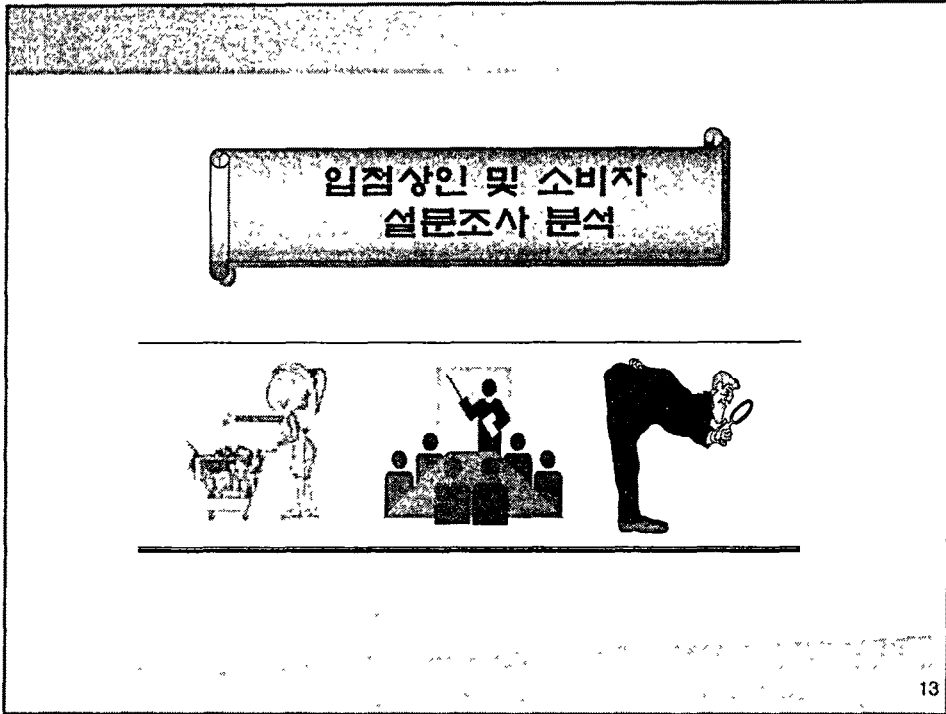
- 나동정면에 생선, 야채 노점상밀집
- 기존시장과 노점상의 상호공존 관계 형성(2005년초 철거예정)
- 1층: 방앗간, 식자재소매점, 뒷집 수산물소매점, 순대국밥 등 다양한 업태의 점포로 구성
- 2층: 한양유통(순대 생산공장)
- 옥상: 주차장
- 지하: 슈퍼마켓(서민프라자)

11

“지동시장” : 외벽정비, 아케이드, 먹거리 장터 점포개선, 간판정비등 깨끗하고 위생적인 재래시장의 면모를 갖추었다

➔

12



1. 면접조사 분석

가. 조사개요

조사 목적	지동시장 입점 상인 및 소비자물 대상으로 지동시장에 대한 의견을 수렴/반영함으로써 지동시장의 활성화를 도모
조사 기간	2004. 10 .
조사 표본	10 개 (상인대상 면접조사)
조사 방법	면접 조사, 설문 조사

1. 면접조사 분석

나. 의견분석

Q1) 현재의 영업상황은?

- 전년대비 신장: 5명, 전년대비 하락 5명
- '가'동 식당가는 대부분 냉방시설 가동으로 신장추세임(신장폭은 약간에서 20%까지)
- '나'동과 '가'동 외곽점포는 대체로 실적이 저조한 것으로 나타남
(마이너스 신장은 약간에서 40%정도까지)
- '나'동과 외곽지역의 활성화조치가 요구됨

Q2) 점포의 주요고객은?

- 대부분 40~60대로 50대 단골손님이 주류를 이룸
- 식당가는 남녀 비슷한 수준임
- 기타(슈퍼,방앗간,수산물,떡집)는 주부가 대부분임
- 시장의 주요고객은 40~60대의 남녀로 젊은 층이 많다는 곳은 적었음
- 젊은층의 유인책이 필요함

15

1. 면접조사 분석

나. 의견분석

Q3) 점포의 강점과 약점은?

- 강점: 시장입지, 교통이 좋다, 고정고객이 많다, 고객서비스가 좋다, 품질(맛)이 좋다, 가격이 저렴하다, 인간미가 풍진다.
- 약점: 위치가 나쁘다(지하,외곽점포), 농산물이 부족하다, 매장이 협소하다, 음식의 다양성이 부족하다, 젊은층의 유인이 어렵다.
- 음식맛과 가격, 서비스면에서는 강점이 있으나 개별매장의 협소, 메뉴의 다양화, 젊은이들이 좋아할 메뉴의 개발이 절실이 요구됨

Q4) 지동시장의 강점과 약점은?

- 강점: 전통재래시장, 순대타운형성(집합)으로 고객몰이 가능, 먹거리풍부, 상인들의 친절 서비스, 깨끗한 환경, 저렴한 가격 등
- 약점: 주차공간부족, 상인간의 협조(많이 개선되었음), 질격력부족(먹거리만, 살거리 부족), 메뉴의 다양성 부족, 농산물 부족으로 고객분산초래
- 강점은 전통재래시장으로 먹거리가 풍부한 것
- 약점은 대부분 주차공간 부족과 농산물 구색의 부족을 꼽았음
- 약점인 주차공간을 도로변 주차공간 확보를 위한 구청과의 협의 필요(인천 신포시장)

16

1. 면접조사 분석

나. 의견분석

Q5) 지동시장의 활성화 방안은?

- 하드웨어면: 주차공간확보, '가'동 지하공간의 활용, 지하철입 에스컬레이터 설치, '가'동 뒷편의 하수구 청소로 냄새제거 등
- 소프트웨어면: 음식맛을 더 좋게(메뉴의 다양화), 대고객 친절서비스 제공, 시골장터형성(노점상 유치 등 전통시장 분위기 조성), 지속적 홍보, 상인의식 변화 등
- 활성화방안은 대부분 주차장 확보를 요구하고 있으며, 시골장과 같은 전통재래시장의 유치도 많았음
- 특이한 것은 지속적홍보(CATV 광고 등)요구와 지하층 출입을 용이하게 지하 에스컬레이터 설치 요구 및 '가'동 후편의 하수도 청소(냄새제거)를 요구하는 의견도 있었음

Q6) 점포의 2세 승계 의향은?

- 물려준다: 2명, 안물려준다: 8명
- 대부분의 상인들은 현재의 직업을 자식에게 안물려줄 생각임
- 물려준다면: '부모의 뜻을 물려주고 싶다' '기업화해서 물려주고 싶다'
- 안물려준다면: '전망이 없다', '개인시간이 없다', '육체적으로 힘들어 자식에게 고생을 물려주고 싶지 않다', '자식들이 승계를 원치 않는다'
- 재래시장의 문제점인 긴 노동시간에 비해 수입이 적고, 개인시간의 부족등이 가업승계의 커다란 걸림돌임
- 현재의 직업에 대한 만족도가 낮고 업에대한 개념이 희박한 생업위주의 사고방식이 팽배함
- 향후 재래시장의 영속적인 발전방향은 자식에게 현재의 사업을 대물림한다는 업의 개념 확립이 중요하며, 교육도 이점에 초점을 맞춰야 할 것임

17

1. 면접조사 분석

나. 의견분석

Q7) 연구교수들에게 바라는 사항

- 적극적인 지원요망, 정기적인 교육실시, 산학관의 협조체제 구축, 재래시장활성화를 위한 연구, 선진시장 방문기회 부여
- 지속적인 교육지원과 선진시장 방문 기회의 부여가 대부분이었으며
- 특이한 것은 인간미가 있는 재래시장의 형태로 시장현대화를 추진했으면 하는 바람도 많았음(기존 상인과 노점상간의 상생관계)

18

2. 입점상인 설문조사 분석

가. 조사개요

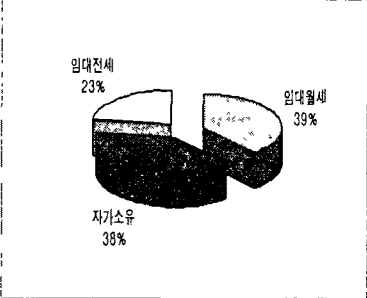
조사 목적	지동시장 입점 상인 및 소비자를 대상으로 지동 시장에 대한 의견을 수렴/반영함으로써 지동 시장의 활성화를 도모
조사 기간	2004. 11.
조사 표본	250개 (8개반)
조사 방법	설문 조사

19

2. 입점상인 설문조사 분석

나. 조사결과

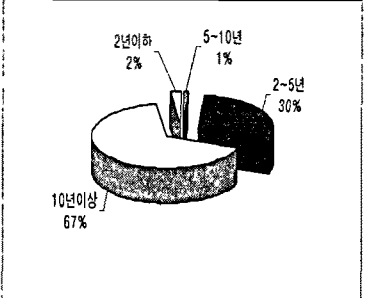
Q1) 점포의 운영형태는?



운영형태	비율
임대전세	23%
임대월세	39%
자기소유	38%

• 점포의 소유구조는 72%가 임대점포로 구성되어 있음. 건물전체의 리모델링시 마찰이 생길수도 있음

Q2) 점포경영년수는?



경영년수	비율
2년이하	2%
5-10년	1%
2-5년	30%
10년이상	67%

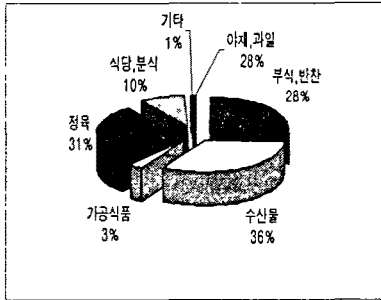
• 점포경영 경력은 5년 이상이 85%로 장기간 점포를 운영해온 노하우가 풍부하나 이 점이 변화에 대한 걸림돌로 작용할 수도 있다고 판단됨

20

2. 입점상인 설문조사 분석

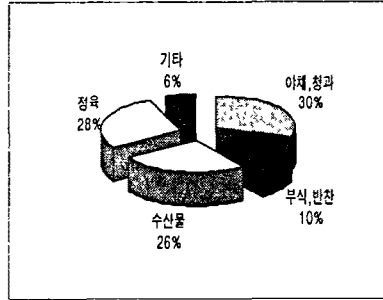
나. 조사결과

Q3) 취급상품은?



• 복수응답자가 많고 다양하여 정확성이 결여됨

Q4) 채래시장의 대형유통업체에 대한 경쟁력 있는 상품은? (복수응답)

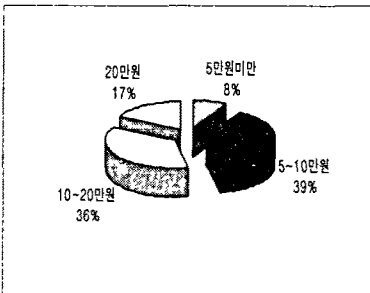


• 가장 경쟁력있는 상품은 야채, 청과, 정육, 수산물 순으로 응답했으나 지동시장의 야채, 청과는 구색이 빈약하므로 시급한 보완이 필요함

2. 입점상인 설문조사 분석

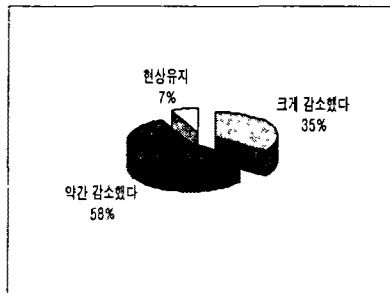
나. 조사결과

Q5) 일평균매출액은?



• 일평균 매출은 5~20만원 사이가 75%를 차지하여 영세성을 면치 못하고 있으며 5만원 이하도 8%로 일평균 매출의 상승이 시급한 과제임

Q6) 최근 3년 동안의 매출액 변화는?

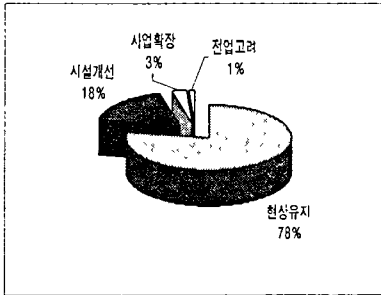


• 매출액 동향은 '감소했다'가 93%로 최근 3년간의 매출이 감소추세를 나타내고 있음 이는 채래시장의 쇠퇴와 관계가 있으므로 시장활성화가 시급하다 판단됨

2. 입점상의 설문조사 분석

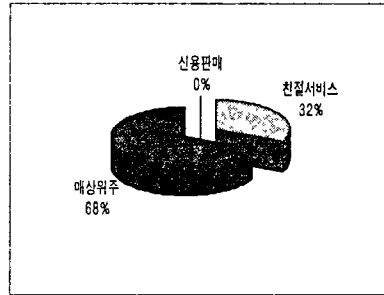
나. 조사결과

Q7) 점포경영에 대한 앞으로의 계획은?



- 앞으로의 계획은 현상유지가 78%로 보다 적극적인 개선노력이 필요하며, 21%가 시설개선과 사업확장 의지가 있는 것은 고무적인 현상으로, 이는 72%가 임대점포로 운영되는 것과 무관하지 않은 것으로 판단됨

Q8) 점포운영시 중점을 두는 사항은?



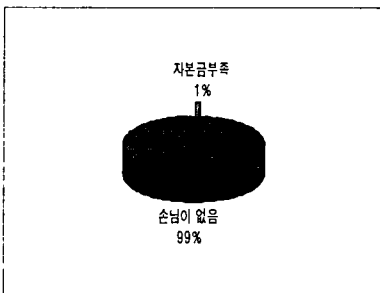
- 점포운영시 중점을 두는 사항이 매출위주가 68%로 나타난 것은 친절서비스, 맛의 개선 등 장기적인 고객확보보다는 단기실적에 급급한 것으로, 6항의 매출추이와 연결된 것을 알 수 있으며 향후 지속적인 교육과 지도가 요망되는 사항임

23

2. 입점상의 설문조사 분석

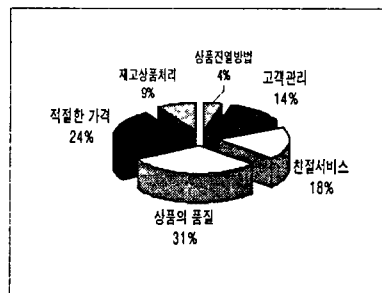
나. 조사결과

Q9) 점포경영시 애로점은?



- 재래시장의 문제점인 고객이탈현상이 심각함을 나타낸 것으로 산, 학, 관의 협력으로 재래시장의 활성화 대책이 시급히 요망됨

Q10) 점포경영상 관심을 가진 중요사항 순서는? (중복응답)



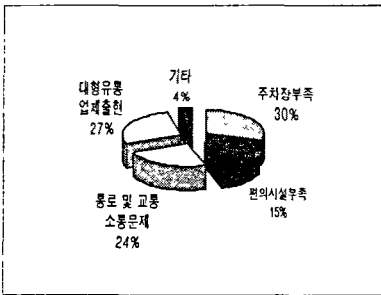
- 평소에 갖고있는 점포경영상의 관심사항은 상품의 품질, 가격, 서비스, 고객관리 등 시장 활성화를 위해 필요한 요소들 모두 포함하고 있으므로 지속적인 지도, 교육을 한다면 시장 활성화 가능성이 높은 것으로 판단됨

24

2. 입점상인 설문조사 분석

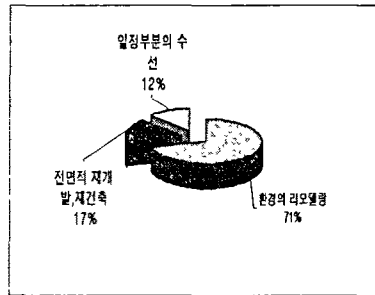
나. 조사결과

Q11) 지동시장 영업상태 부진원인은?
(중복응답)



- 지동시장의 영업부진 원인은 주차장부족과 대형유통업체 출현 및 교통소통의 문제가 81%로 응답함. 향후 원활한 차량소통의 해소가 시급하다고 판단됨

Q12) 지동시장 활성화를 위한 시장의 시설은?



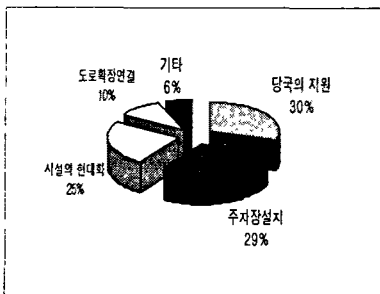
- 시장의 활성화를 위해 조명, 편의시설 등 리모델링이 필요하다고 응답한 상인이 71%로 전면재건축 17%, 일정부분 수선 12%보다 선호도가 많이 높음

25

2. 입점상인 설문조사 분석

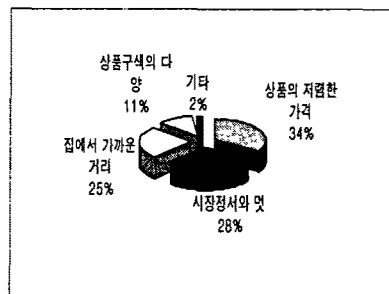
나. 조사결과

Q13) 지동시장 활성화를 위해 필요한 것은?
(중복응답)



- 시장활성화에 가장 필요한 것은 당국의 지원, 주차장 설치, 시장현대화 등 대부분이 지자체와의 협조가 필요한 사항으로 지자체와의 원활한 협조가 요망됨

Q14) 고객이 지동시장을 찾는 주된 요인은?
(중복응답)



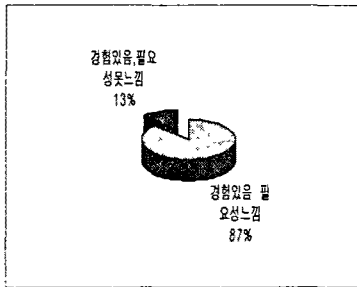
- 고객이 시장을 이용하는 이유를 상인입장에서 응답한 것으로 저렴한 가격, 인간미 풍기는 시장정서, 가까운 거리, 구색의 다양화로 응답하였다. 고객의 입장에서 진정한 고객의 니즈가 무엇인가를 아는 것이 중요함

26

2. 입점상인 설문조사 분석

나. 조사결과

Q15) 교육수강 경험 및 생각은?
(중복응답)



- 대부분의 상인이 교육을 수강한 경험이 있으며 교육의 필요성에도 공감하고 있으나 필요성이 없다고 한 응답자도 13%나 접하고 있어 향후 교육의 내용을 상인에게 필요한 내용으로 재편성할 필요성도 있음

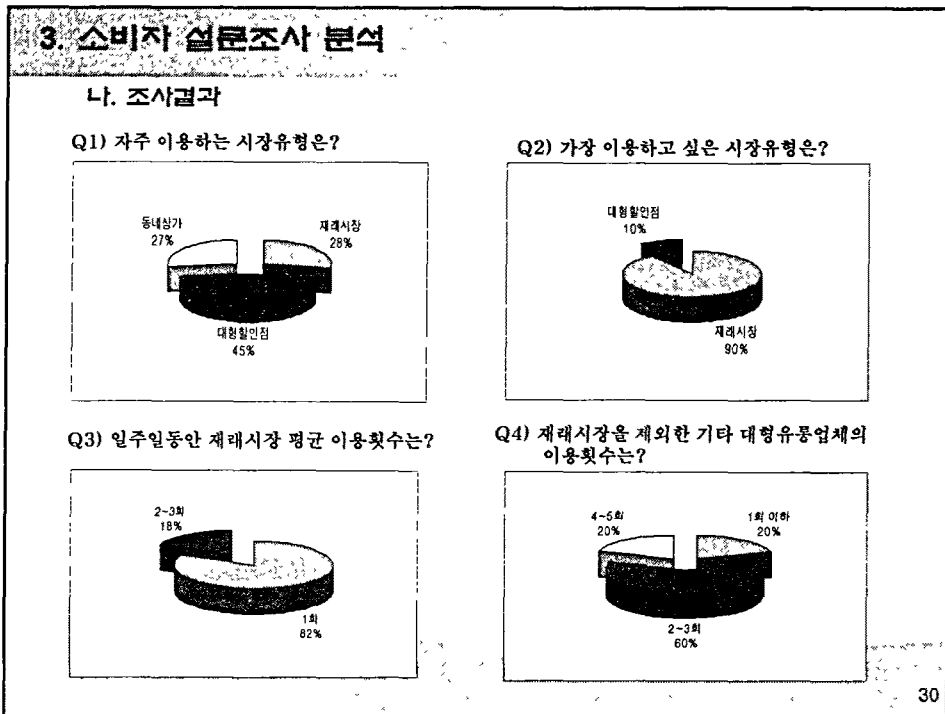
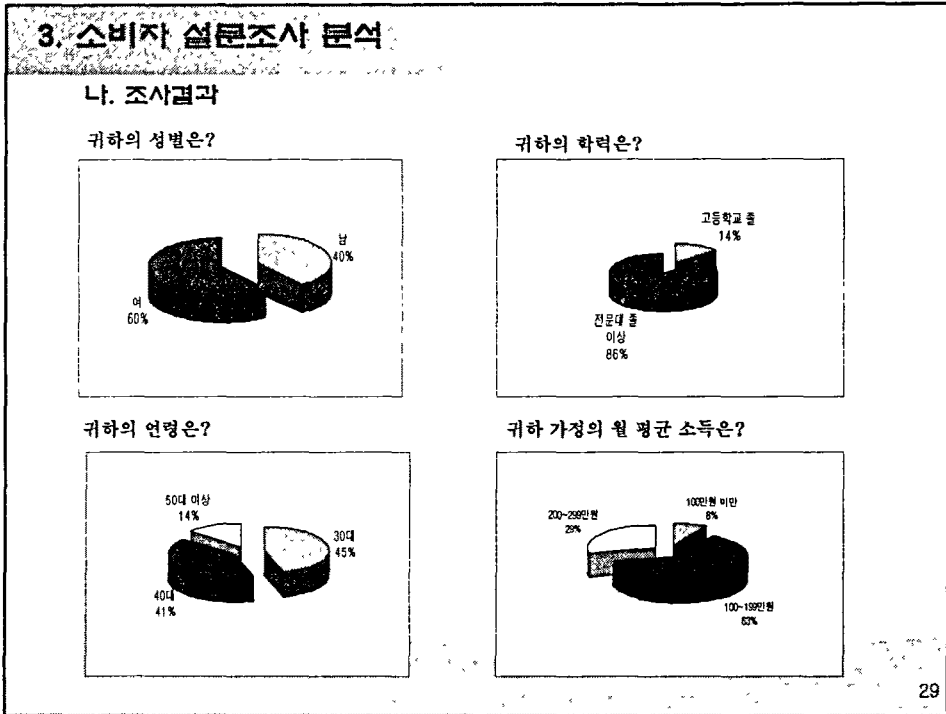
- 27

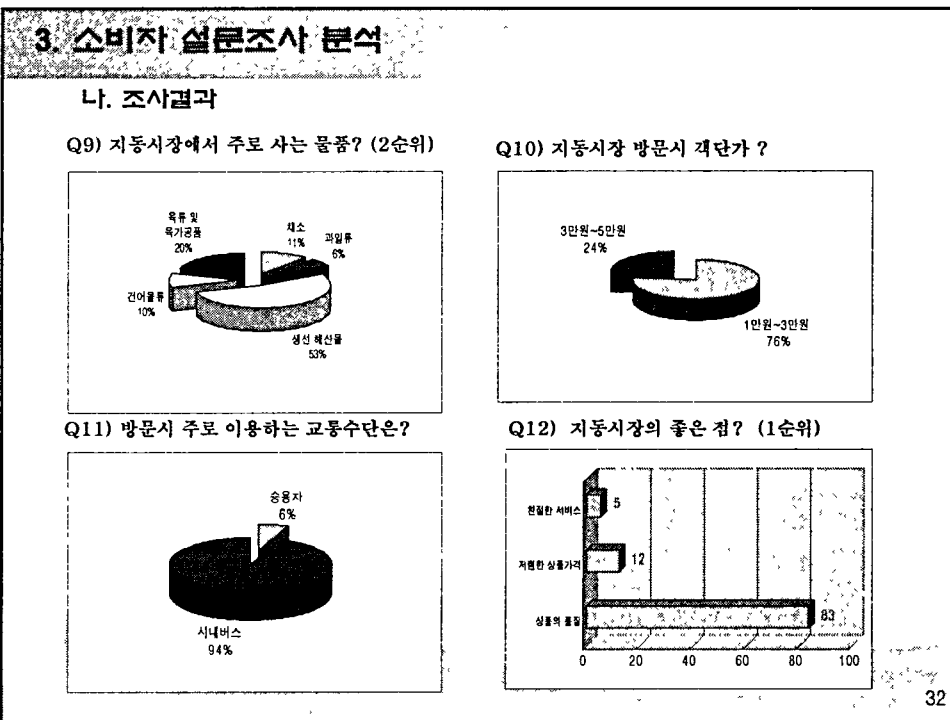
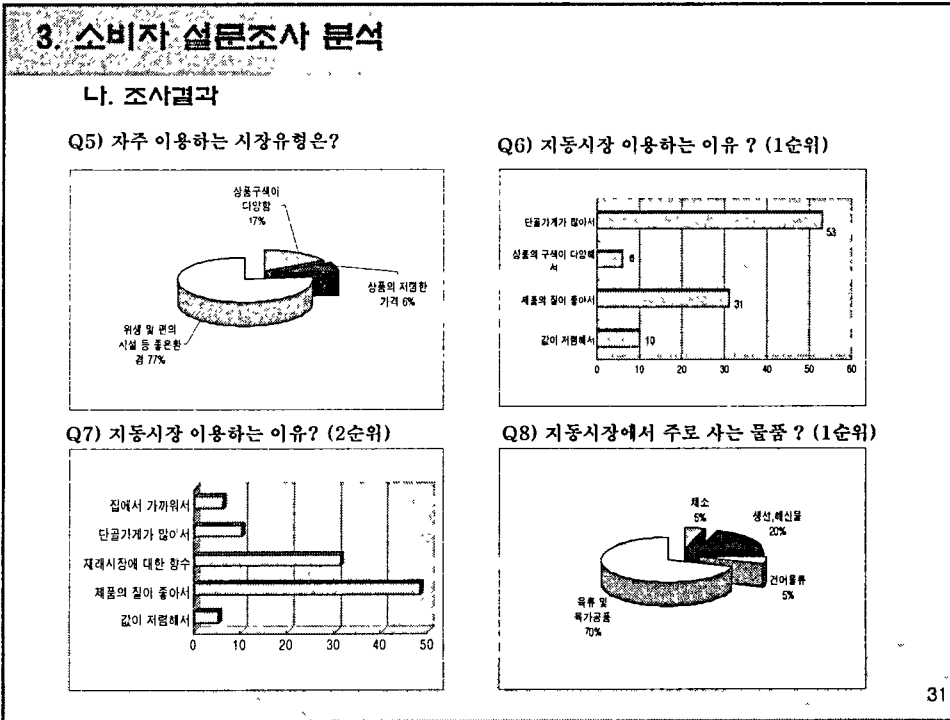
3. 소비자 설문조사 분석

가. 조사개요

조사 목적	지동시장 입점 상인 및 소비자들 대상으로 지동 시장에 대한 의견을 수렴/반영함으로써 지동시장의 활성화할 도모
조사 기간	2004. 11 .
조사 표본	100개 (소비자대상)
조사 방법	설문 조사

28

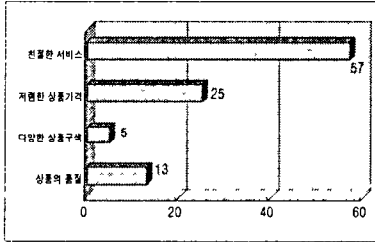




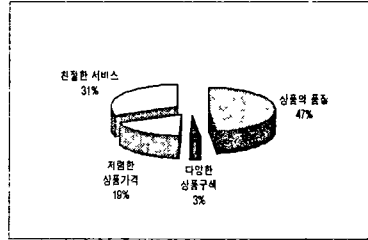
3. 소비자 설문조사 분석

나. 조사결과

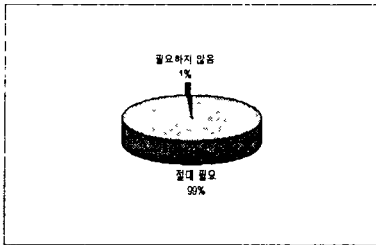
Q13) 지동시장의 좋은 점? (2순위)



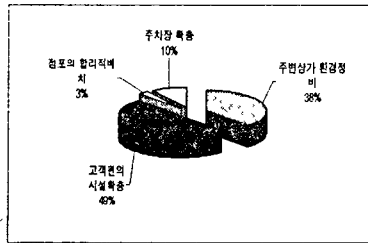
Q14) 지동시장의 문제점?



Q15) 지동시장 활성화에 대한 의견은?



Q16) 활성화를 위한 최우선 과제는?

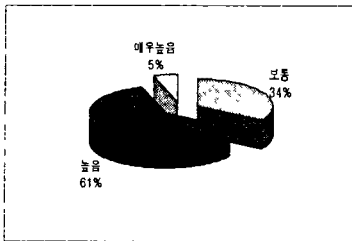


33

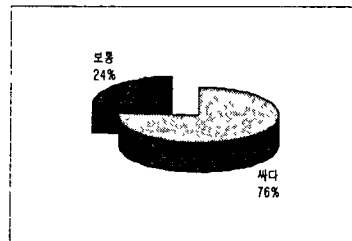
3. 소비자 설문조사 분석

나. 조사결과

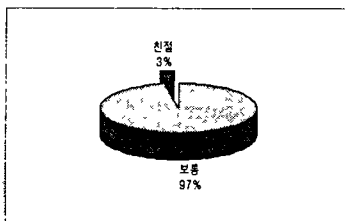
Q17) 상품의 품질수준은?



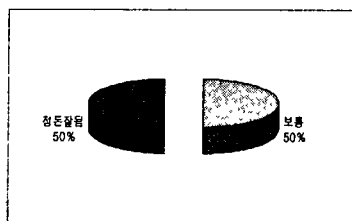
Q18) 상품의 가격수준은?



Q19) 점포내의 친절정도는?


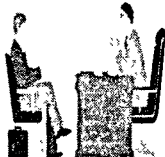



Q20) 상품정돈 상태는?

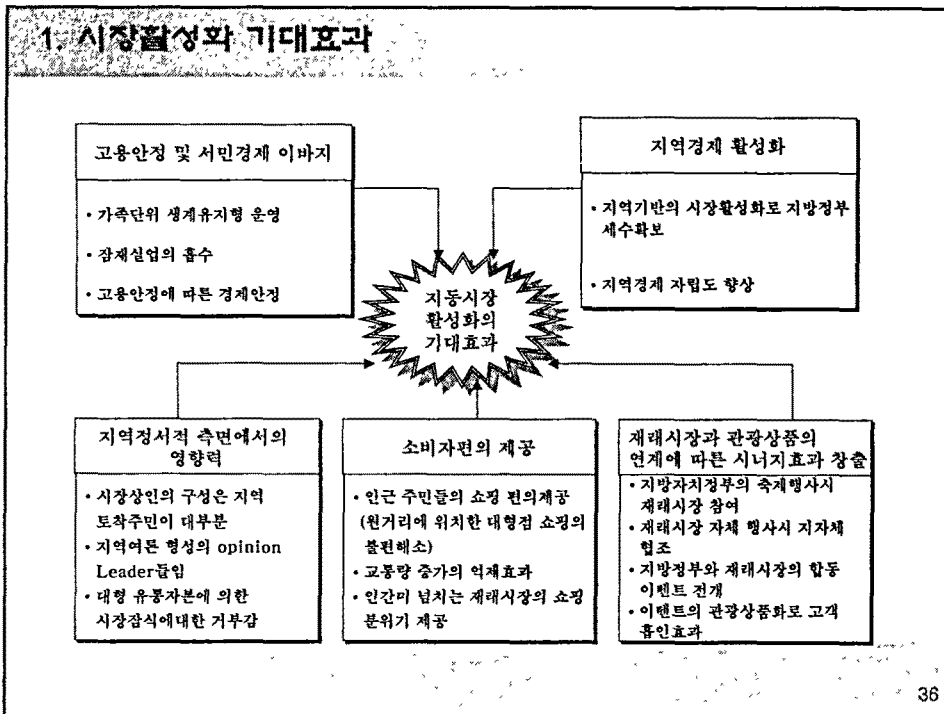


34

지동시장 활성화 방안

35



2. 시장활성화를 위한 '업의 개념' 확립

□ 업의 개념 확립

- 생계수단이 아닌 후손대대로 물려줄 가업이라는 사고방식의 고취
- 상품, 서비스, 품질, 가격 등 모든 면에서 최선을 다하는 마케팅 실시 가능
- 개인보다는 전체(공동체)를 생각하는 자세의 변화
- 수원상인의 후예로서의 자부심과 기질의 전수계승 발전

□ 수원상인 특징

- 질신을 들고 여행하는 알뜰정신
(신이 닳는 것이 아까워 맨발로 길을 감)
- 타인에게 피해를 주지 않는 이타정신
- 협조해서 타지역을 압도하는 협동정신

37

3. 활성화 방안

□ 점포 Concept의 명확화

- Concept 이란
 - ✓ 누구에게 어떤 상품을 언제 얼마의 가격으로 어떻게 제공할 것인가?
- 표적 고객의 선정
 - ✓ 표적고객에 맞는 상품구색 및 가격정책 수립
 - ✓ 표적고객에 맞는 인테리어 시설
 - ✓ 표적고객에 맞는 서비스 제공

□ 머천다이징

- 상품개발
 - ✓ 현대인의 변화하는 욕구에 대응하기 위한 맛의 개발
 - ✓ 지속적인 소비자 기호도 조사에 의한 Needs 파악
 - ✓ 젊은 세대를 유인할 수 있는 관련상품 개발
(대학 식품 가공과, 조리과와 연계)
- 구색갖춤
 - ✓ 살거리, 불거리, 먹거리, 즐길거리 부족의 확충

38

3. 결성방안

□ 불거리 확충

- 시장고객을 위한 불거리 전혀 없음
- 각종 이벤트 전개로 불거리 제공
 - ✓ 타 시장과의 교류판매전 실시
 - ✓ 전동 5일장 제헌→풍물놀이패 등
- '가' 동 옥상 주차장의 일부를 성곽 전망대 化
 - ✓ 옥상의 성벽측 약 30평의 휴게전망대 化
 - ✓ 야간조명시 성곽 전망대로 활용
 - ✓ 일부 조정 및 벤치 설치
 - ✓ 주간 휴게공간, 야간 전망대 활용
- 지하 1층 중앙홀의 인테리어 및 시설배치
 - ✓ 지하 미니분수대 설치
 - ✓ 휴게시설 설치→ 만남의 장소, 고객휴게공간
 - ✓ 미니 순대박물관 설치→견학코스 활용 (화성과 연계한 관광코스화)
 - ✓ 다목적홀 설치 (요리강습, 문화교실로 활용)
- '나' 동 2층의 한양식품의 견학코스 활용
 - ✓ 순대 박물관과 연계코스 활용
 - ✓ 각급학교의 체험실습장 활용

39

3. 결성방안

□ 살거리 확충

- 재래시장의 강점인 one-stop shopping의 제한요인 제거
- 먹거리의 강점에 비해 생식품의 절대 부족
- 전동 5일장 형태의 노점상 유치 및 슈퍼마켓의 생식품 활성화 유도

□ 슈퍼마켓의 활성화

- 시장의 핵심포로 고객흡인과 분수효과 강화
- 지하 에스컬레이터 설치로 출입이 쉽도록 해야함
- 생식품(과일,야채)코너의 활성화
- 공산품의 구색갖춤 강화
- 관련상품 진열 철저
- 고령고객화로 시장활성화에 기여

40

3. 활성화 방안

□ 먹거리 확충

- 지동시장의 자당인 순대의 명품화 유도
 - 예) 신당동 떡볶이, 장충동 족발, 여의도 먹자빌딩, 지동시장 전통순대
- 새로운 맛에 대한 지속적인 탐구
 - ✓ 신세대 입맛에 맞는 맛의 추구
 - ✓ 대학 식품 관련학과와 공동으로 맛찾기 연구
 - ✓ 신세대들에 대한 모니터링 실시
 - ✓ 기존 조리법의 개선방안 모색(양념, 육수의 변경, 조리시간의 변화)
- 순대의 well-being 상품화
 - ✓ 보양식으로서의 순대, 곱창의 자리매김화
 - ✓ 지방 정부와 식품연구소와 협조체계 구축(영양가 분석, 조리방법개발)
 - ✓ 지속적인 홍보전개(TV 등 매스컴 기획, 뉴스화)
- 생식품의 강화
 - ✓ 재래시장의 강점인 생식품(야채, 과일)의 구색 절대부족
 - ✓ 노점상의 철거로 야채, 과일 등 생식품 집포 철거
 - ✓ 원스톱쇼핑 불가로 인근 골목시장으로 고객유출현상 심화

41

3. 활성화 방안

□ 아케이드 설치효과 극대화

- 아케이드 설치시
 - ✓ 순대, 떡코너의 대로변 노출진열
 - ✓ 통행고객 관심유도
 - ✓ 차량통행시 노출최대화로 관심유도
- 아케이드 공사후
 - ✓ 차없는 거리 설정
 - ✓ 전통 5일장 형태의 재래시장 재현

□ 도내 타 재래시장과의 제휴

- 각 시장별 특화상품의 교류판매 실시
- 매주, 매월 일정계획에 따라 1~2개 시장과 상품교류 판매실시
 - ✓ 노점상 유치효과
 - ✓ 지동시장의 순대 홍보효과

42

3. 활성화 방안

□ 즐길거리 확충

- 고객의 즐길거리 전혀없음
- 쇼핑객 자녀들이 뛰어놀 수 있는 공간 제공
 - ✓ 지하 1층 공간의 어린이 놀이시설 설치
 - ✓ 부모들의 식사, 쇼핑시 어린이 놀이터, 독서실 마련
 - ✓ 장애의 고객인 어린이들에 대한 배려차원
- 문화, 음식만들기 체험장 시설
 - ✓ 지하 다목적홀과 '나'동 2층 한양식품과 연계된 음식만들기 체험장 설치
 - ✓ 화성 성곽과 연계된 관광코스화
 - ✓ 화성의 역사, 문화적 가치에 대한 연구모임 유치
- 타 시장과 제휴시 전통재래시장 재현
 - ✓ 먹거리, 볼거리 외에 쇼핑의 즐거움 제공
- 판촉활동과 연계한 새로운 이벤트 전개
- 시장 홍보물 제작활용
 - ✓ 재래시장의 과거, 현재, 미래의 모습사진전
 - ✓ 사람의 숨결이 있는 곳 부각
 - ✓ 학생 시민들의 이해를 돕는 자료 활용(살아있는 경제교육장 역할)

43

3. 활성화 방안

가. VMD 관련 개념

- VMD: 상품을 효과적으로 진열, 연출하여 소비자에게 호기심을 느끼게 하며, 호기심을 매출로 연계시키는 점포내에서의 판매활동
- VP: 상품이 가지고있는 장점과 특징을 소비자에게 알기쉽게 설명하고, 점포의 이미지를 구체적으로 표현하며, 소비자가 상품을 보고 만져봄으로서, 브랜드 및 점포에 대한 신뢰를 확보하는 수단임
- PP: 상품정보를 시각적으로 표현하여 매력적으로 연출하고 판매를 촉진시키는 역할. 선반위 벽면장, 의류행거 진열시 전면부분을 가리키며, 매출증대를 기할 수 있는 중요한 위치임. PP로 연출하는 상품은 PP연출대 바로 옆에 진열되어야 매출극대화를 기할 수 있음
- IP: 상품의 분류에 따라 개개상품별로 진열하는 것으로 매장내 상품진열의 대부분을 차지함. IP는 기본원칙을 갖고 상품전체가 잘 보일 수 있도록 진열하는 것이 중요함

44

3. 활성화 방안

나. 지동시장 VMD 현황

- '가'동 식당가는 건물내부에 위치하고 있어 처음 방문한 고객은 지동시장의 내용파악이 어려움
- 지하계단이 가파르고 깊어서 주고객인 50대이상 주부들의 출입이 어려운 상태임
- '나'동 상가는 식자재와 수산물, 횃집, 식당가로 나뉘어져 있어 어떤 업종이 대표업종인가가 불명확함
- '나'동 상가는 점포의 배치가 분산되어 있어 집합의 효과가 없는 것으로 판단됨

45

3. 활성화 방안

다. 문제점

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> □ 식당가 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 제공 메뉴에 대한 정보제시 미흡 ✓ 식품진열 방법의 진근대화 ✓ 진열용기의 차별화가 안되어 있음 ✓ 식기, 용기보관의 위생처리 미흡 ✓ 주방시설의 위생처리 (식기세척기, 건조대 등) □ 떡집 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Display 방법의 진근대화 ✓ 가격표시 미부착 ✓ 진열집기의 노후화 □ 정육점 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 정육부산물 취급의 위생처리 미흡 ✓ 보관용기의 개선요망 ✓ 포장용기 보관함의 처리방법 개선 | <ul style="list-style-type: none"> □ 수산물 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 상품가공처리장의 오수처리문제 (하수도) ✓ 상품공간과 고객공간의 구분 철저 □ 슈퍼마켓('나'동 지하 1층) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 과일, 야채 코너의 활성화 미흡 ✓ 진열방법의 개선 (관련 진열, facing 조절) ✓ 고객동선을 고려한 상품배치 |
|--|---|

46

3. 활성화 방안

□ VMD의 강화

- 메뉴의 개발 및 보완
 - ✓ 젊은층이 선호하는 맛의 개발
 - ✓ 웰빙 메뉴개발 (예: 다이어트 순대 등)
- 메뉴판 제작 및 부착
 - ✓ 대표메뉴 사진촬영(식당가, 떡집)
 - ✓ 메뉴판 제작 및 POP 형태 부착
- 진열집기의 개선
 - ✓ 식당가 순대,곰창 진열집기의 통일
 - ✓ 손잡이가 있는 투명 뚜껑 용기 개발
 - ✓ 위생적인 보관 및 내용물 파악 용이

47

3. 활성화 방안

□ VMD의 강화

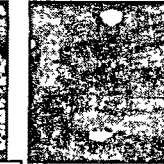
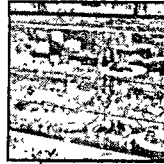
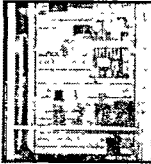
- 떡 진열집기의 보완
 - ✓ 소매진열대의 현대식 형태 사용
- 정육부산물 보관집기의 개량
 - ✓ 위생적인 집기(스텐레스 용기)로 교체
- 식자재(공산식품부문) 진열집기 교체 및 진열방법의 개량
 - ✓ 진열집기의 노후 및 부족으로 고르기 쉽고 사기쉬운 진열이 어려움
 - ✓ 벽면진열대 및 평대의 교체
 - ✓ 대부분 '나'동 전면에 노출되는 점포이므로 시장 이미지를 위해 전면 교체 요함
- 수산물 진열집기의 교체
 - ✓ '나'동 전면의 노점상 철거시 전체적인 리모델링의 필요성
 - ✓ 슈퍼나 할인점 형태의 수산물 판매장 지향
 - ✓ 수산물 가공처리시 오메수의 통로 누수방지를 위한 진열대와 가공처리시설의 분리

48

3. 결성화 방안

□ Display 방법의 개선

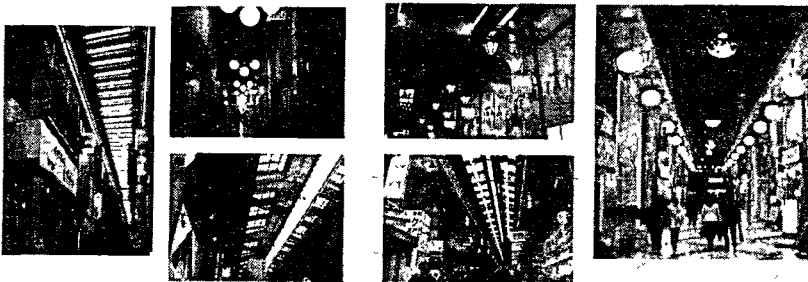
- 보기 쉽고 고르기 쉽고 사기 쉬운 매장 만들기
 - ✓ 상품을 돋보이게 하는 진열
 - ✓ 주력 아이템의 전면 진열배치
 - ✓ open 진열, sample 진열의 활용
 - ✓ 아케이드 시설시 전면('가', '나' 등 마주보는 면)의 완전 개방
쇼윈도우 활용
 - ✓ pop의 적극 활용(메뉴가격표 부착, 계절별 메뉴의 대고객 판촉 수단)
- 판매집기의 개선 및 차별화
 - ✓ 고객용 판매집기의 통일 및 개량
 - ✓ 식기, 그릇의 전용자기 사용
 - ✓ 수저, 물컵 소독함과 건조대 사용으로 차별화




3. 결성화 방안

□ Display 방법의 개선

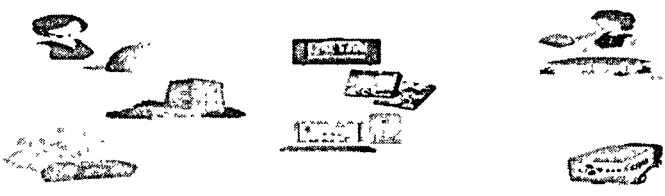
- 주방 위생 철저
 - ✓ 열린 주방의 개념
 - ✓ 주방의 청결유지로 대고객 신뢰도 향상
 - ✓ 종사자들의 유니폼 착용(통일된 복장, 머리스카프, 앞치마 착용)
- 조명의 개선
 - ✓ 스포트라이트를 활용하여 상품을 돋보이게 직접 조명 활용
(떡, 식자재, 식당가 진열상품)
 - ✓ 상가전체의 조명 증가(밝고 깨끗한 분위기 연출)



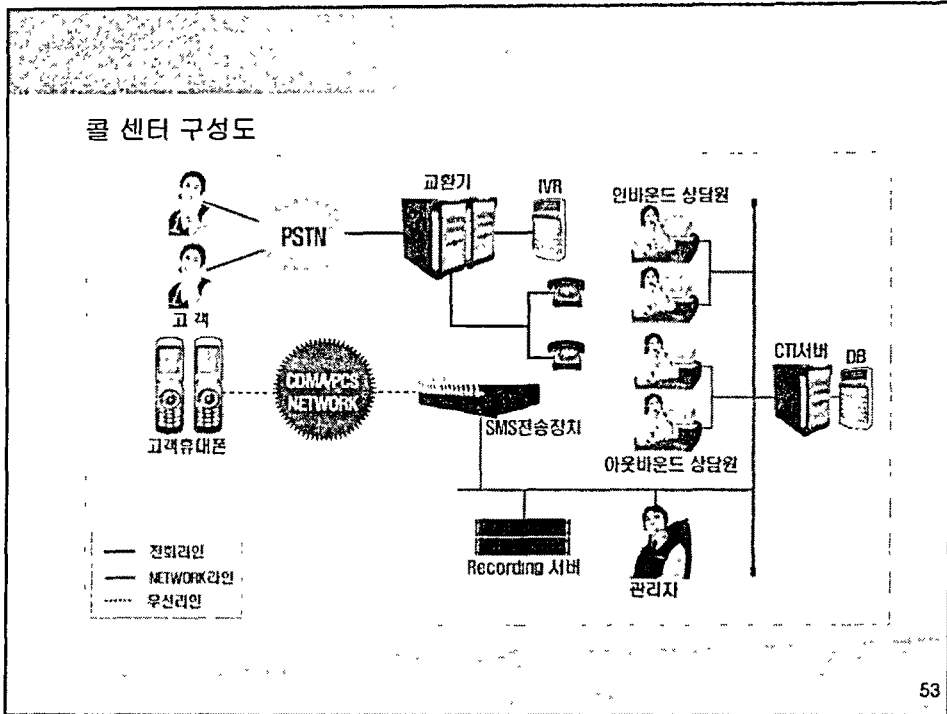
다양한 조명활용 사례



지동 통합 콜 센터 운영 방안



- 콜센터는 고객 및 기타 다른 전화통화가 조직적으로 처리되는 중추적 장소로 컴퓨터로 자동화되어 기업과 고객의 적절한 커뮤니케이션을 위한 고객만족센터임
 - ✓ 적지않은 량의 통화를 동시처리할 수 있음
 - ✓ 통화를 구분하여 그 업무를 처리할 수 있는 타인에게 연결시킴
 - ✓ 통화내역을 자동으로 기록하는 능력을 가짐
 - ✓ 활용업체: 우편주문 카다로그 업체, 텔레마케팅 회사, 컴퓨터 제품의 고객상담실, 전화를 사용하여 제품이나 서비스를 판매하는 대형 기업체→카드사



콜센터 도입 기대효과

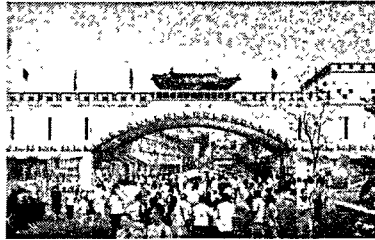
- 저비용고효율: 투자비용 대비 매출신장이 크다.
- 조직체계화: 업무별 역할 전문화, 집중화, 분산화
- 신속한 업무처리: 고객의 요구사항을 자동화처리, 신속한 대응
- 업무집중화: 업무의 전문화로 고객 요구사항 만족
- 비용절감: 업무의 조직적 처리로 적정인원 배치
- 생산성증대: 고객조회, 전화받기·걸기 등의 업무가 자동화되면서 생산성 증대
- 365일 서비스: 고객업무를 위한 365일 업무대기
- 이미지 증대: 기업의 서비스에 대한 고객이미지 증대
- 고객신뢰도 증대: 고객의 요구를 100% 만족시키므로써 신뢰증대
- 잠재고객 창출: 데이터베이스(DB)마케팅으로 잠재고객 창출
- 고객만족 증대: 다양한 서비스로 고객편리성 제고
- 홍보전략 수립: 고객의 선호도, 반응도를 점검하여 홍보전략 수립
- 마케팅전략 수립: 고객의 살아있는 정보를 가공, 마케팅 전략 수립
- 매출신장: 홍보전략과 마케팅전략에 따른 매출증대

54

어떻게 알릴 것인가 ?

“지동시장의 활성화와 새로운 유통문화로 거듭나는
지동시장을 위하여 새로운 얼굴 필요”

새롭게 바꾼 지동시장을 알리기 위한 새로운 모습과 캐릭터의 개발



지동시장의 새로운 마크와 로고필요



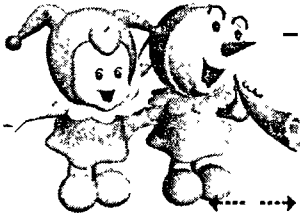
World Myo Culture Festival
세계축문화축제



Happy
Suwon

이는 "Corporate Identity"의 약자로써 기업이나 공공단체가 갖고 있는 이미지를 시각적으로 체계화, 단일화 한 것으로 기업의 실체를 확실하게 인식시키며 질서있고 체계적인 관리를 통한 합리적인 기업경영에 그 목적이 있으며 기업이나 단체를 대표하는 이미지로 중요하게 인식되고 있다.

캐릭터를 활용한 친근한 이미지



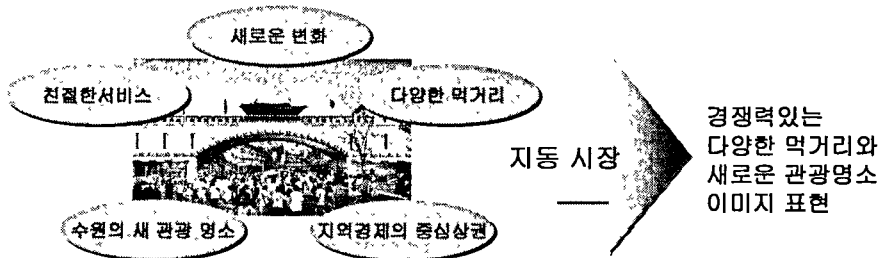
- 통합 브랜드의 개발과 캐릭터로 친근한 이미지 -

지동시장의 친근한 이미지를 잘 표현할수 있는
 캐릭터를 개발하여 누구나 기억하기 쉽고 친근하게 느낄수 있도록
 어린이와 주부들에게 어필할수 있도록 홍보 전략에 적극 활용한다

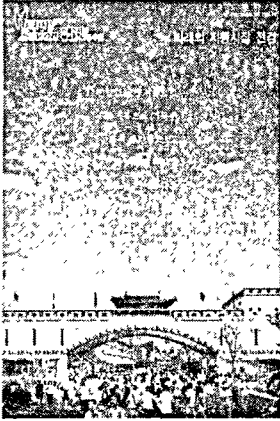
57

홍보 제작 방향

- ▶ 깨끗하고 신선한 바른 먹거리 / 현대적 시설과 통합 콜 센터 운영으로 새롭게 태어나는 지동 시장
- 보다 현대화된 시설과 ON Line Off Line의 마케팅 전략



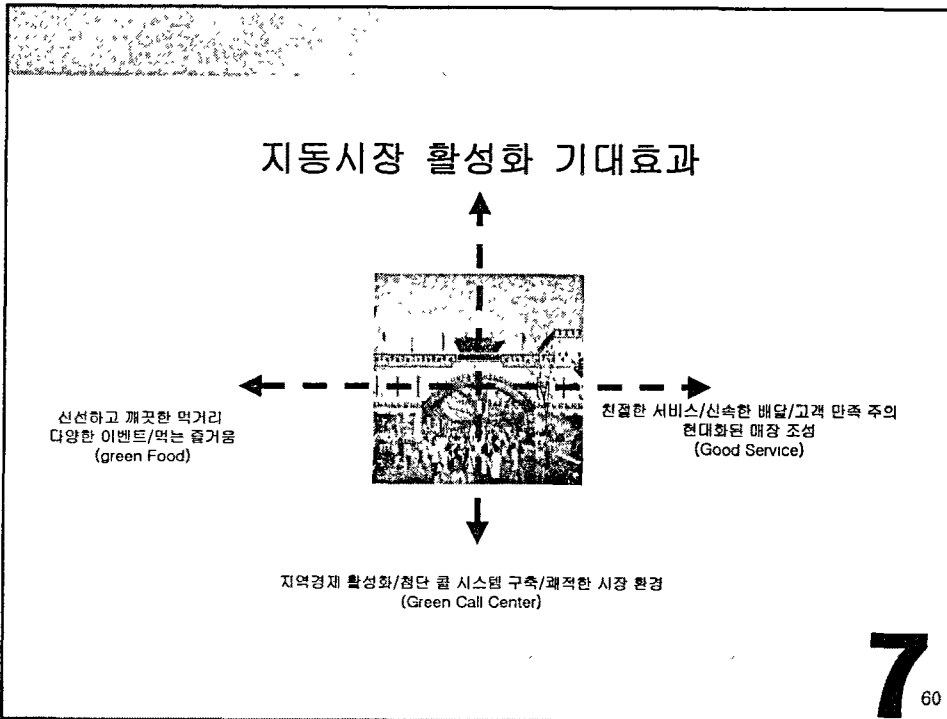
58

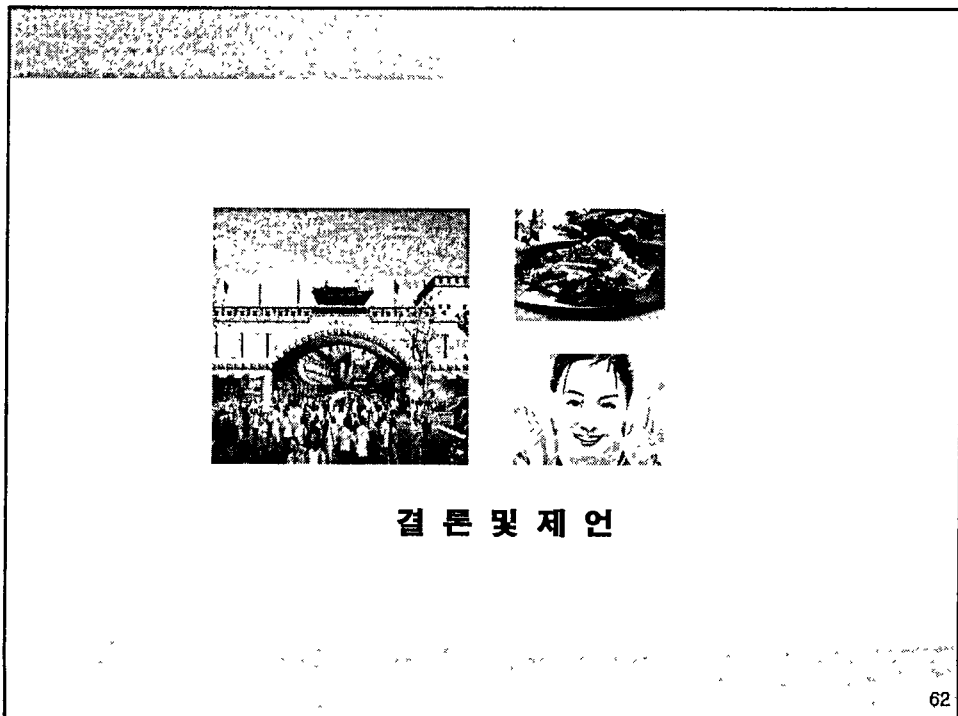
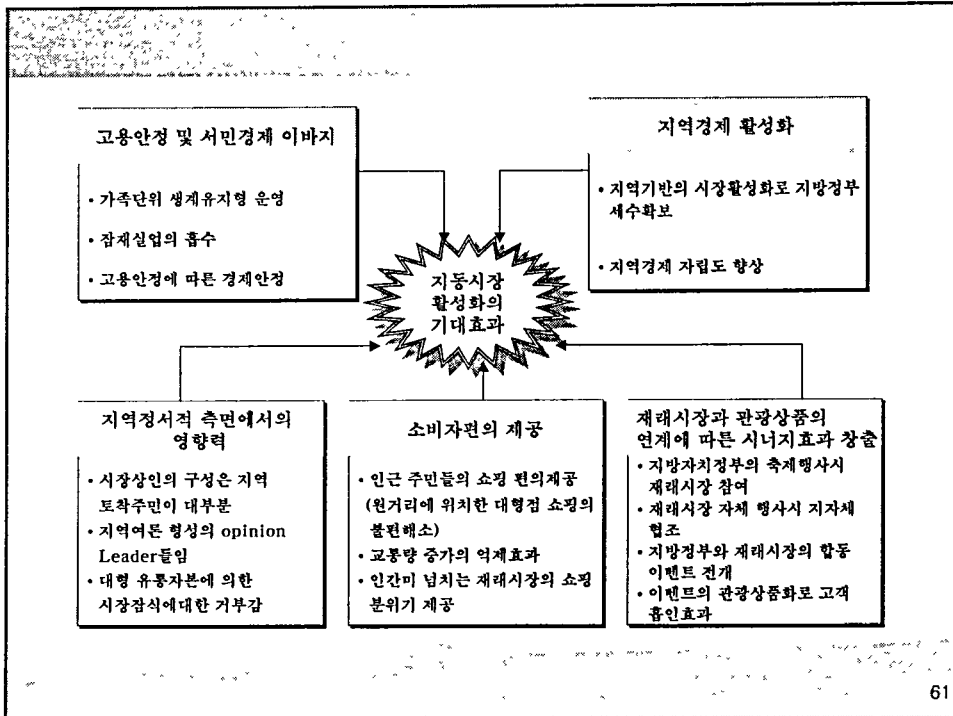


지동시장의 내일

과거의 재래시장의 장점과 새로운 유통문화를
 접목시켜 보다 발전된 모습으로 만들어질
 지동시장. 세계문화유산 화성과 어우러지는
 모습은 수원시민과 관광객들에게도
 보다 쾌적하고 현대화된 환경속에서
 새로운 볼거리와 먹거리를 제공 하여
 관광 명소로서의 지동 시장을 알릴수 있는
 계기로 발돋움 한다

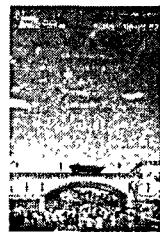
59





□ 지동시장 활성화의 당위성

- 50년 전종의 재래시장으로 어떠한 유통환경 변화에도 흔들림없이 존속, 발전해나가야 함
- 먹거리시장으로서 특화된 시장모델 제시
- 팔달문상가의 변화와 개혁을 선도하는 선도시장의 역할담당
- 정부, 지자체의 재래시장 활성화의지 확고 및 시장 상인들의 활성화의욕 결집으로 가능성 확실
- 산, 학, 관의 협조체제로 재래시장 활성화 성공모델 제시



재래시장의 활성화를 위한 지동시장의 새로운 변화는 단지 건물의 외관을 바꾸는 작업이 아니라 건전한 상거래 문화의 정착과 지역경제의 활성화를 이끌어내고 통합 콜센터의 운영으로 온라인 오프라인의 마케팅으로 직접 소비자와 연결되는 도어 투 도어 (Door to Door) 대 고객 서비스를 통하여 새로운 유통 문화를 선도해가는 지동시장으로 거듭 날것이다

“재래시장(지동시장)의 활성화는 신경제의 구심점으로 다시 태어난다

