

# 도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

이재하\* · 박소영\*\*

본 논문은 최근에 대도시에 출현한 새로운 정기시장인 도시 요일장의 형성원인, 시장이용자(상인과 소비자)의 속성과 이용행태, 그리고 시장의 기능 등을 밝히기 위하여, 대구시에 개설되고 있는 4곳의 요일장(성서월요장, 칠곡수요장, 시지목요장, 칠곡금요장)을 대상으로 양적이고 질적인 분석을 하였다. 대구의 도시 요일장은 칠곡농협의 금요장에서 본래 기원하였으나, 그것이 본격적으로 형성되고 다른 장소로 확산·발전된 것은 생계를 목적으로 소자본으로 장사하려는 상인(이동상인)들이 종합시장이 없는 신개발 아파트 주거지역에 요즘의 생활리듬(1주일 주기)에 맞는 정기시장을 개설하려고 노력하였기 때문인 것으로 해석된다. 요일장을 이용하는 상인과 소비자의 제속성과 이용행태를 분석·논의하고, 이를 기초로 요일장의 시장기능을 파악해 본 결과, 요일장은 수직적 교환기능이 강하고, 상업기회와 영세민에게 생계유지기능을 제공하며, 농민의 소득증대에 기여하고 있을 뿐만 아니라, 인근주민(소비자)들에게 종합식품 시장으로서 중요한 기능도 수행하고 있는 것으로 밝혀졌다.

**主要語** : 도시요일장, 시장의 형성원인, 시장이용자(상인, 소비자)의 속성과 형태, 시장의 기능

## 1. 서 론

### 1) 문제제기와 연구목적

전통농업사회에서 교환경제의 전형적인 형태로서 발달하였던 한국의 정기시장인 5일장은 우리 사회가 산업사회로 접어들어 1970년경 이후부터 급속히 쇠퇴하는 경향을 보이고 있다(이재하, 1989; 이재하 외, 1992). 즉, 한국의 정기시장은 도시화, 교통발달(특히 자동차교통), 농업의 상업화, 농축산물 유통시장의 다변화, 각종 상설시장 및 점포의 발달, 대중정보문화매체의 보급확대 등과 같은 우리 사회의 전반적인 사회·경제적 근대화와 정부의 정책적인 무관심으로 인해 그 대부분은 급격히 쇠퇴하고 있는 것으로 밝혀졌다(이재하 외, 1992, 216-219).

이와 같이 정기시장은 사회의 발전·변화에 따라 특히 전통사회가 산업사회로 발전되면, 그 수가 크게 감소하고 기능적으로 약화되는 등의 쇠퇴현상을 나타내는 것이 일반적인 현상이다. 그럼에도 불구하고 최근에 한국의 대도시에 새로운 형태의 정기시장이 다양하게 출현하고 있어 이 분야연구의 새로운 대상으로 주목을 받고 있다. 새로운 형태의 다양한 도시정기시장이란 1980년대 말부터 대도시에서 나타나기 시작한 것으로 농업협동조합이 농민의 소득증대와 도시소비자들에게 신선하고 저렴한 농산물을 공급할 목적으로 대도시에서 개설한 특정요일에 열리는 농협농산물시장, 중고품 및 골동품을 거래하기 위해서 생겨난 서구의 벼룩시장(flea market)과 같이 일주일에 한번씩 특정한 요일에 열리는 중고품 시장(예, 광주의 개미시장), 그리고 최근에 서울과 대구와 같은 대

\* 경북대학교 지리학과 부교수

\*\* 대구사회연구소 상근 연구원

도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

도시의 신개발 아파트 주거지역에서 형성된 7일 주기의 도시요일장이 그것이다.

이러한 신행태의 도시정기시장 중에서 특히 우리의 관심을 끄는 것은 이른바 도시 요일장이다. 도시 요일장은 전통적인 정기시장처럼 각종 농산물과 공산품을 취급하고 있어서 종합시장으로서의 성격을 지니고 있지만, 시장주기 또는 개시주기에서는 전통적인 5일주기가 아닌 서구의 기독교문화권에서처럼 7일주기로 장이 열리고, 농촌지역이 아닌 대도시의 신개발지역에서만 새롭게 형성되고 있다는 점에서는 전통적인 농촌5일장과는 구별되는 또 다른 형태의 정기시장이라고 볼 수 있다. 1995년 현재 대구시에는 이러한 정기시장이 4곳에서 개설되고 있다. 그러나 아직까지 이런 시장에 대한 학문적인 연구가 행해지지 않아서 그러한 시장에 대한 기본적인 의문이기도한 그것의 형성원인과 이용행태 및 시장기능 등이 알려지지 않고 있다.

본 연구는 이러한 문제의식에서 최근에 대구시에 출현한 도시 요일장의 형성원인과 이용행태 및 시장기능을 밝히기 위해서 첫째, 도시 요일장의 형성과정과 그 원인을 고찰하고 둘째, 요일장을 이용하는 이용자(상인과 소비자)의 속성과 그들의 시장이용행태를 분석·규명하며 셋째, 앞에서 분석된 결과를 기초로 요일장이 상인과 인근 주민들에게 어떠한 기능을 수행하는 지를 밝히고자 한다. 이 연구의 결과는 앞으로 이런 시장의 연구와 정책방향 수립에 중요한 정보와 참고자료를 제공해 줄

것이다.

2) 연구방법과 자료

먼저 도시 요일장의 형성원인을 파악해 보기 위해서는 정기시장의 성립 또는 형성에 관한 이론적 기초 위에서, 이들 시장을 이용하는 상인과 시장 주변에 거주하는 주민들과의 면담을 통해 요일장의 형성과정을 살펴보고 난 후, 이에 관련된 설문조사자료를 근거로 시장형성의 원인을 규명하고자 한다.

다음으로 시장이용자의 속성과 그들의 행태 및 시장기능을 파악하기 위해서는 이들 시장을 이용하는 상인과 소비자들에 대한 설문조사와 관찰조사를 실시하고, 그 자료를 분석하여 시장이용자들의 개별적인 속성과 시장이용행태를 파악함과 동시에 이를 토대로 이러한 시장의 기능을 밝혀보고자 한다.

설문조사내용은 상인과 소비자들의 성별·연령·학력·직업 등과 같은 개별적인 속성 또는 특성에 관한 사항, 거주지·이용빈도·이용시장과 이동유형·시간대별 이용행태·교통수단 등과 같은 시·공간 행태에 관한 사항, 상품구입처·판매품목·판매액·구입품목·구매만족도 등과 같은 매매행태에 관한 사항, 상인의 전직직업·시장이용이유와 같은 시장형성에 관한 사항, 그리고 소비자의 시장이용이유·상품구매의 활동과 같은 시장기능에 관한 보충적 사항과 앞으로의 시장발전방향에 관한

표 1. 요일장별 설문조사

구 분 \ 시장명	성서 월요장	칠곡 수요장	시지 목요장	칠곡 금요장	합 계
설문조사일	95.10.2	95.9.27	95.9.28	95.9.29	
일일평균 이용고객수(명)	2000~3000	3000~4000	3000	3000	
조사대상소비자수	130	124	158	144	556
출시상인수(명)	222	377	281	277	
조사대상상인수	70	103	84	79	336
합 계	200	227	242	223	892

사항 등으로 이루어져 있다. 현지 설문조사와 관찰 및 면담조사는 1995년 8월 28일부터 10월 2일 사이의 장날에 실시 되었는데, 상인 및 소비자에 대한 설문조사대상자수는 <표 1>과 같다. 설문조사 내용은 SPSS 통계패키지를 이용하여 빈도분석을 하였다.

### 3) 연구대상 시장과 지역

본 연구의 대상 시장은 1995년 현재 대구시에 개설되고 있는 4곳의 요일장으로서, 달서구 성서3동(법정동은 이곡동)에 위치하고 있는 성서 월요장, 북구 칠곡1동(법정동은 관음동)과 칠곡3동(법정동은 읍내동)에 각각 위치하고 있는 칠곡 수요장과 칠곡 금요장, 그리고 수성구 고산1동(법정동은 신매동)에 있는 시지 목요장이 그것이다(그림 1 참조).

성서 월요장은 성서 택지개발지구에 들어선 화성·보성 아파트 앞에 동서로 곧게 뻗어 있는 대로 양변 인도에 월요일마다 개설되는 시장이다. 95년 9월 25일 현지관찰 및 면담조사에 의하면, 계절과 날씨에 따라 약간의 변동은 있지만 당일 출시한 상인수는 222명에 달했고, 장날 하루 평균 약 2,000~3,000명의 고객(소비자)이 이용하고 있다고 한다.

칠곡 수요장은 북구 관음동에 위치한 지방노동청 앞 대로의 동쪽 방향 인도와 여기에서 연결되는 북쪽에 있는 서한 빌라에 이르는 소방도로에 개설된다. 95년 9월 20일 현재 장날 출시한 상인수는 377명으로서 4곳의 요일장 가운데 가장 많았고, 장날 하루 평균 이용소비자도 약 3,000~4,000명에 이르러 가장 많다고 한다.

칠곡 금요장은 북구 읍내동 우체국이 위치하고 있는 소방도로의 남북 방향으로 길게 형성된다. 95년 9월 15일(금요일)의 현지조사에 의하면, 장날 고정적으로 출시하는 상인은 277명이고, 장날 하루 평균 이용소비자수는 약 3,000명에 달한다고 한다.

시지 목요장은 수성구 신매동의 대구-경산간 광로에서 남쪽으로 시지 아파트 지구(특히 대백 및 한라타운)에 이르는 사이에 있는 대로 및 광장에

형성된다. 95년 9월 21일 현재 고정적으로 출시하는 상인은 281명이고, 장날 하루평균 이용소비자는 약 3,000명 이라고 한다.

성서 월요장과 칠곡 수요장 및 칠곡 금요장에는 시장이 형성되는 각각의 인도와 소방도로에 2열 형태(부분적으로 3열도 나타남)를 취하며 노점이 들어서고 있으나, 시지 목요장은 시장이 형성되는 장터가 비교적 넓어서 인지 노점이 4열 및 6열 형태를 취하며 밀집돼 있다. 그리고 각 시장에서 이러한 노점들의 입지는 취급하는 상품에 따라 공간적 분리현상이 나타나, 농수산물 노점과 공산품 노점이 대체로 분리·분포하고 있을 뿐 아니라, 농수산물과 공산품을 취급하는 노점은 각각 다시 동일한 품목(예, 채소류)끼리 집중·분포하는 형태를 보여주고 있다.

한편 이들 시장이 입지하고 있는 지역의 지리적 특성을 살펴보면, <그림 1>에서 보는 것처럼, 각각의 시장은 대구광역시의 외곽지역에 위치하고 있다. 이러한 외곽지역들은 모두 대구가 1981년 7월 1일자로 직할시로 승격되면서 편입된 지역이다. 이 지역들은 1984년 대구도시기본계획과 제5차 도시계획재정비(1987년)에 의해 도시계획구역으로 편입돼 도시계획상의 용도지역과 토지구획정리사업지구로 지정되었으나(대구광역시, 1995, 87-95), 본격적으로 개발되기 시작한 것은 6공 정부의 주택 200만호 건설계획과 더불어 택지개발지구로 지정되면서부터이다. 칠곡지구는 1989년에, 성서지구는 1990년에, 시지지구는 1991년에 각각 택지개발사업지구로 지정됨(대구광역시, 1995, 156-161)과 동시에 이 지구들은 아파트단지 중심의 고밀도 주거지역으로의 개발이 본격화 되었다. 이에 따라 이 지역(지구)들은 <표 2>에서 보는 것처럼 1989년에서 1994년 사이에 대구시 전체의 인구증가율(1.2%)에 비해서 월등히 높은 인구증가현상(11.2%~117.4%)을 보여주고 있다. 그럼에도 불구하고 이들 지구의 개발에서 주민들의 기초적인 생활편의시설의 공급계획이 제대로 이루어지지 않아 각각의 지구에는 모두 상설시장이 입지하고 있지 않다(장찬호, 1994 참조).

2. 요일장의 형성과정과 원인 고찰

1) 각 요일장의 형성과정

(1) 칠곡 금요장

칠곡 금요장이 최초로 형성된 시기는 1992년 4월경이라고 한다. 처음에는 상인 12명 정도가 북구 읍내동 현재의 현대아파트 위치(그 당시에는 공터였음)에서 장사를 하였다고 한다. 당시 칠곡 금요장 주위에는 아파트가 많이 들어섰지만 상가 개발이 늦어져 주민들은 시장보는 데 어려움이 많았다고 한다. 그래서 농협에서는 농협의 금요장이 열릴때 농협직판장 내에서 장사를 하던 상인들이 농협앞 공터에서 농산물을 내놓고 팔 수 있도록 하였었다. 그런데 여기에 노점상이 더해져 시장규모가 커지면서 운영상의 여러가지 문제가 대두돼, 농협이 공터에서 농산물을 판매하는 일에 손을 떼게 되자, 농협직판장내에서 장사를 하던 상인들

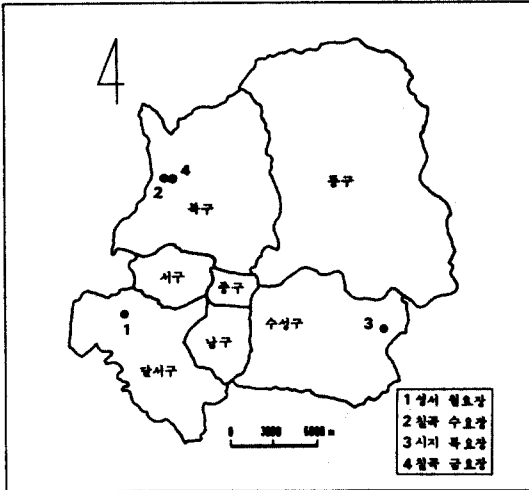


그림 1. 대구시의 도시 요일장과 위치

표 2. 시장 입지지역의 인구변화

(단위 : 명)

		1989	1994	인구증가율(%)
대 구 시	전지역	2,288,441	2,315,353	1.2
	성서지구			
	성서1동	8,995	12,552	39.5
	성서3동	14,107	13,138	-6.9
	소 계	23,102	25,690	11.2
칠곡지구	칠곡1동	17,555	47,550	170.9
	칠곡3동	14,944	23,097	54.6
	소 계	32,499	70,647	117.4
시지지구	고산1동	11,397	10,525	7.7
	고산2동	12,481	18,291	46.6
	소 계	23,878	28,816	20.7

주 : 성서3동의 인구감소는 1990년에 동의 일부가 성서4동으로 편입되었기 때문임.  
 자료: 달서구, 북구, 수성구청 통계연보(1990, 1995)

과 농협의 금요장이 열릴 때 주변에서 장사를 하던 노점상인이 1992년 4월경에 현재의 현대아파트 위치에서 역시 금요일에 열리는 임시시장을 개설하게 되었다고 한다. 이렇게 하여 대구의 요일장 가운데 칠곡 금요장이 가장 먼저 생기게 되었다. 따라서 칠곡 금요장은 현재 태전교 부근에 위치한 당시의 농협의 금요장에서 기원하였다고 하겠다.

현대 아파트가 완공돼 입주가 완료된 후 소음, 환경미관, 교통불편 등의 문제로 입주민들이 민원을 제기함에 따라, 상인들은 1993년 6월경 현재 북구 읍내동 우체국의 남쪽 소방도로로 영업장소를 옮기게 되었는데, 이때 상인의 수는 약 20~30명 정도였다고 한다. 그후 상인의 수는 점점 늘어나 1994년 봄에는 100여명에 이르렀고, 1994년 11월경에는 현재의 시장규모를 이루게 되었다.

#### (2) 칠곡 수요장

칠곡 수요장이 최초로 성립된 시기는 칠곡 금요장에 비해 한 달 정도가 늦다고 한다. 당시에 장사를 시작한 상인들 역시 태전교 부근의 농협직판장 내에서 장사를 하던 상인들과 이전까지 각 지역을 이동하며 장사를 하던 노점상인들이었다. 이들은 태전교 교차로(인터체인지) 맞은 편 한신아파트입구의 공터에서 장사를 시작하였는데 이때가 1992년 5월경이라고 한다. 여기에 다시 노점 상인들이 더해지면서 규모가 커지게 되었는데, 아파트가 완공되고 주민들이 교통불편, 환경오염 등으로 구청에 민원을 제기함에 따라 북구 관음동의 지방노동청 남쪽의 건너 편 차도로 장소를 이전하게 되었다. 이 때가 1993년 가을경이었다. 그러나 교통불편에 따라 1994년 12월에 또 다시 현재의 위치인 지방노동청 동편 소방도로로 장소를 옮기게 되었다.

#### (3) 성서 월요장

성서 월요장이 처음 시작된 시기는 1994년 11월 이라고 한다. 처음에는 현재 달서구 이곡동 우방타운의 남쪽 건너편 횡단보도 부근의 공터에 40~50여명의 상인들이 장사를 하였다. 성서 월요장에서 장사를 시작한 상인들 역시 칠곡의 수요장·금요장에서 장사를 하던 이들이었다. 초창기에는 1일 수익이 1~2만원이 채 안되는 데에도 시장형성

을 위해 같은 지역에서 영업을 꾸준히 계속하였다고 한다. 이들 상인들은 1994년 11월에 시장변영회인 '보부회'를 설립하고, 어느 지역에서 장사가 잘 되는지 정보를 교환하며 새로이 장이 설 장소를 모색하였다고 한다. 이런 과정을 거쳐 현재의 위치에 성서월요장이 성립되었으며, 1995년 4~5월경에 현재의 시장규모로 발전하게 되었다.

#### (4) 시지 목요장

시지 목요장이 최초로 형성된 시기는 1995년 2월경이다. 처음에는 수성구 신대동 창신아파트 북쪽의 두 개의 광장 가운데 창신아파트쪽의 넓은 광장에 상인 100여명이 장사를 시작하였다고 한다. 현재에는 장날이 되면 두 개의 광장에 각종 점포들이 밀집되어 장사를 하는데, 현재의 시장규모를 이루게 된 것은 1995년 4~5월경이라고 한다.

한편 시장인근 상가에서 영업을 하는 상인들은 장날에 고객수가 줄어들자, 시지 목요장 상인은 세금도 내지 않고 불법영업을 하고 있다고 구청에 항의하고 있어 문제가 되고 있다. 그러나 시지 목요장 인근의 주민들은 개발이 여의치 않은 주변상가에 비해 주민들이 이용하기에 편리하고 저렴한 가격에서 식료품과 생활용품들을 구입할 수 있는 시지 목요장의 유지를 원하고 있으며, 시장 상인들 또한 크게 반발하고 있어 외부의 강제적인 힘이 작용하지 않는 한 존속할 가능성이 크다.

#### 2) 요일장의 형성원인에 대한 이론적 고찰

앞에서 살펴본 바와 같이 대구의 4곳의 요일장은 모두 상설시장이 발달하지 않은 신개발 아파트 지역의 일정한 장소에 일단의 상인들이 노점영업을 시작함으로써 형성·발달돼 왔다는 것을 알 수 있다. 여기서는 이러한 시장의 형성과정을 기초로 요일장의 형성원인 또는 이유를 관계된 이론으로 규명해 보고자 한다.

정기시장의 형성 또는 성립에 관한 이론에는 세 가지 견해가 있다. 먼저, 중심지이론적 시각에서 정기시장의 성립 또는 형성에 관해 이론화를 시도한 Stine은 최대도달범위(상인이 제공하는 상품에 대해 적어도 구입하려고 하는 소비자의 공간적 범

## 도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

위가 최소도달범위(상인의 생계를 보장할 만큼의 수요를 담고 있는 공간적 범위)와 같거나 그 이상이 되면, 상인은 이동할 필요가 없이 고정된 장소에서 상설점포를 경영할 수 있으나, 최소도달범위가 최대도달범위를 능가하는 경우에는 상인의 생존이 불가능해짐으로, 일정한 지역들을 이동하면서 필요한 수요를 확보하게 되는데, 이 때문에 정기시장 체계가 형성된다는 논리를 펴고 있다(Stine, 1962; 이재하 외, 1992, 26-27). 그에 의하면 인구밀도와 소득수준이 낮은 전통적인 농업사회에서는 다수의 상인이 생계에 필요한 만큼의 구매수요를 확보하지 못해 일정한 지점을 순회이동함으로써 정기시장이 형성·발달된다는 것이다. 이에 비해 Hay는 스타인의 견해를 비판하고 비공간적인 경제적 입지론에 의해 설명하고 있다(Hay, 1971; 이재하 외, 1992, 29). 그는 상인이 영업을 하는 데 소요되는 고정적인 지출비용과 수요와의 관계에 기초해서 비용이 더 많은 경우에는 고정된 장소에서 영업을 할 수 없게 됨으로 정기적 마케팅(marketing) 또는 정기시장이 나타나게 되는데, 그 주된 목적은 생존능력을 수행하기 위해서라고 하였다. 그리고 Bromley 등은 정기시장의 성립을 비경제적인 사회문화적인 관점에서 설명하고 있다(Bromley, Symanski and Good, 1975; 이재하 외, 1992, 30). Bromley 등은 시장이 발달하기 이전에서는 모두가 생산자이기 때문에 교역(marketing)할 수 있는 시간이 제약돼 있음으로, 자연히 시장은 그 사회가 가지고 있는 고유한 정기적인 시간제도 또는 관습을 반영하여서 정기적으로 개설된다는 것이다.

그런데 도시 요일장들은 산업사회에서 그것도 인구가 밀집돼 있고, 각종 상업시설이 발달돼 있는 대도시에서 새롭게 출현한 정기시장이기 때문에 이러한 이론으로서 그 형성원인을 쉽게 설명할 수 없다. 따라서 여기서는 앞에서 언급한 바와 같이 이들 시장이 상인들에 의해 형성되기 시작하였기 때문에, 상인을 중심으로 그들의 전직 직업과 출시 이유와 같은 시장형성에 관계된 이론적 근거를 조사하여 요일장의 형성원인을 검토해 보고자 한다.

먼저, 상인이 요일시장에서 장사하기 이전의 직업을 살펴보면, 설문조사대상 336명의 상인 가운

데 장사의 직업에 종사한 상인이 가장 많아 59.5%를 나타내고, 다음으로 도시 상설시장에서 노점영업이 10.4%의 구성비를 보이고 있으며, 그 다음으로 도시 상설점포에서 영업(10.1%), 무직(10.1%), 도시의 주택가 순회영업(6.0%), 전국의 주요 행사장에서 장사(2.4%), 농촌 5일장에서 장사(1.5%)등의 순으로 나타나고 있다. 그리고 상인들의 시장이용 이유에 대한 조사결과에서는, 생존 또는 생계를 위해서(37.2%), 적은 장사 밀천(자본금)으로 장사를 할 수 있어서(16.5%), 심심풀이(소일거리) 겸 용돈을 벌기 위해(7.6%), 부업으로 돈을 더 벌기 위해(6.0%), 고정된 장소에서의 영업보다 이동영업을 하는 것이 수입이 더 크므로(6.0%) 등의 순으로 나타나고 있다.

이상의 설문결과를 종합해 보면, 요일장에 출시하고 있는 상인의 대부분(69.6%)은 과거에 상업에 종사하지 않았거나 실업자였으며, 상업에 종사 하였던 사람(30.4%)이라 하더라도 상설시장에서의 노점영업과 상설점포에서의 영업과 같이 고정된 장소에서 장사한 고정상인 출신이 대부분(20.5%)이고, 그 나머지 즉 이동상인 출신은 9.9%에 지나지 않고 있다. 이러한 사실로 볼 때 요일장이 처음에는 소수의 상인(특히 이동상인)에 의해 형성되기 시작하였다 하더라도, 실질적으로 형성·발달시킨 상인은 과거에는 상업에 종사하지 않았던 사람들임을 알 수 있다. 그리고 상인들이 요일장에서 장사를 하는 이유로 '생계를 위해서'와 '적은 자본금으로 장사를 할 수 있어서'에 다른 여러가지 이유보다 훨씬 많은 53.6%가 응답하고 있어, 요일장의 상인은 주로 적은 자본금으로 장사를 하여 생계를 유지하기 위해 출시하고 있다는 것을 알 수 있다.

이와 같은 사실을 기초로 할 때, 도시 요일장의 형성원인은 정기시장의 성립이론 가운데 상품의 구매수요가 낮은 전통사회에서는 여러 이동상인이 일정한 지점을 순회이동함으로써 생계에 필요한 수요를 충분히 확보하게 되고, 그 때문에 정기시장이 형성된다는 Stine의 이론으로서로는 기본적으로 설명되지 않는다. 오히려 신행태의 정기시장인 도시 요일장의 형성은 상인이 생계를 주된 목적으로 영업상의 고정지출비용과 수요와의 관계에 기초해

서 비용이 더 많은 경우에 정기적인 마케팅을 하게 돼 정기시장이 성립한다는 Hay의 경제적 입지론에 의해 더 잘 설명된다. 또한 요일장이 특정한 요일을 개시일(開市日)로 하여 1주일에 한 번씩 정기적으로 열리고 있는 것은 오늘날의 우리 사회의 시간문화적 관습(양력 달력에 의한 1주일 단위의 반복적인 생활리듬)을 반영한 것으로서, 이것은 Bromley 등이 주장한 견해와 부분적으로 일치한다. 따라서 최근에 형성된 도시 요일장은 생계를 목적으로 적은 자본금으로도 장사를 할수 있는 이동영업에 참여하게 된 일단의 이동상인이, 도시에서 이동영업을 하기에 유리한 장소 즉, 종합시장이 없는 신개발 아파트 주거지역을 선택하여, 오늘날의 1주일 생활리듬에 따라 특정한 요일마다 열리는 정기시장을 개설하려고 노력하여 형성되었다고 하겠다.

### 3. 시장 이용자의 속성과 이용행태

#### 1) 시장이용자의 속성

##### (1) 성별

요일시장에 출시하는 상인은 대체로 요일시장을 순회하며 영업하는 이동상인, 대구시내 가로변 노점상인, 그리고 대구시 인근농촌지역의 농민상인으로 구성돼 있다. 먼저, 설문조사에 의한 이들 상인의 성별구성을 살펴보면, 4시장의 336명의 피조사자 상인 가운데 남성이 62.2%, 여성이 37.8%를 차지해 남성의 구성비가 높게 나타났다. 남성의 비율이 높은 것은 상인 대부분이 소형 화물차를 이용하여 이동영업을 하고 있는 관계로 차량을 운전하고, 장터에서 노점을 설치하며 상품을 싣고 내리는 등과 같은 일이 상당한 육체적 노동을 필요로 하며, 또한 부업보다는 전업을 위주로 하고 있는 상인이 다수이기 때문이다. 이러한 결과는 농촌정기시장에서 노점상인의 95.8%가 여자인 것과는 대조되는 결과이다(박재숙, 1984). 한편 각 장별로 보면, 남성의 구성비는 성서 월요장 77.1%, 칠곡 수요장 50.5%, 시지 목요장 59.5%, 칠곡 금요장 67.1%로 시장간에 큰 차이를 보이고 있다. 칠곡 수요장과 시지 목요장에서 여성의 비율이

각각 49.5%, 40.5%로 성서월요장과 칠곡금요장에 비해 특히 높게 나타나는 것은 인접 칠곡군과 경산시에서 농사를 짓는 가구에서 장날 재배한 농산물을 소규모로 운반해 와 부업형태로 판매하는 여성임시상인이 상대적으로 많기 때문인 것으로 생각된다.

이에 비해 소비자의 성별 구성에서는 556명의 피조사자 가운데 여성이 96.2%로 절대다수를 점하고 있으며, 이러한 비율은 각 장에서도 거의 비슷하다. 이와 같은 현상은 다른 대도시의 전통적인 정기시장에서 나타난 여성의 출시비율(76.2%~81.2%)(김기혁, 1987)보다도 훨씬 높은 것으로서, 이는 이들 요일시장이 인근의 신개발 아파트 거주민을 대상으로 형성되었기 때문에 가정주부들의 이용이 특히 많은 결과로 풀이된다.

##### (2) 연령

4시장에 대한 상인들의 연령별 분포를 살펴보면, 30대가 37.8%로 가장 많고, 다음으로 40대가 32.1%로 많아 30~40대가 69.9%로 대부분을 차지하고, 20대와 장노년층(50대 이상)은 각각 5.7%, 24.1%로 상대적으로 크게 낮다. 이러한 결과는 일반 농촌정기시장의 상인연령이 40~60세 사이에 대부분인 것(이덕성, 1976)과 비교해볼 때 이들 상인의 연령층은 상대적으로 젊다고 하겠다. 각 장별로 공히 30대~40대가 60%이상의 비율을 보여주고 있으나, 특히 60대 이상의 비율에서는 칠곡 수요장, 시지 목요장, 칠곡 금요장은 각각 15.5%, 14.3%, 15.2%를 나타내는데 비해, 성서 월요장은 2.9%에 지나지 않아 큰 대조를 보이고 있다. 이는 전자의 3장은 인근의 농민들이 임시상인으로 다수 출시하고 있기 때문인 것으로 생각된다.

그러나 소비자의 연령별 분포를 살펴보면, 30대가 50.2%로 가장 많고, 다음으로 20대가 21.6%, 40대가 14.0%, 50대가 7.2%, 60세 이상이 6.5%로 나타나 20~39세의 소비자가 전체의 71.8%를 차지한다. 각 장별로도 30대가 가장 높은 비율을 차지해 45%를 상회하였으며, 다음으로 20대, 40대의 순서로 나타나 20대와 30대의 소비자가 각장에서 70% 이상의 비율을 점유하고

## 도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

있다. 이러한 결과는 한 농촌정기시장연구에서 40세 이상의 소비자가 71.7%를 차지하고 있는 것(Lee, 1987)과는 매우 상이하다. 이것은 신시가지에 새로이 들어선 아파트에 거주하는 주민들의 연령과 직결된 것으로, 특히 장을 보는 가정주부들이 젊은층이 많기 때문이다.

### (3) 학력수준

상인의 학력을 살펴보면, 고졸이 45.8%로 가장 많고, 대졸 이상이 9.8%를 나타내 고졸이상의 학력을 소지한 상인이 55.6%를 차지하며, 그리고 중졸과 초졸이하의 학력은 각각 16.4%와 25.6%의 비율을 보여서 상인의 학력은 비교적 높은 편이다. 그러나 각 장별로 보면, 고졸은 시장간에 큰 차이가 나타나 성서 월요장이 61.4%이고, 칠곡 수요장은 38.8%, 시지 목요장은 41.7%, 칠곡 금요장 45.6%를 나타내고 있는 데 비해서, 초졸이하의 학력은 성서 월요장이 8.6%로 가장 낮고, 칠곡 수요장은 31.1%, 시지 목요장은 34.5%, 칠곡 금요장은 24.0%를 보였다. 여기서 알 수 있는 것은 농민상인들의 출시가 높은 장(칠곡 수요장, 시지 목요장, 칠곡 금요장)이 농민의 학력을 반영하여서 상대적으로 학력이 낮다는 점이다. 그러나 이러한 학력수준이라 하더라도 농촌의 정기시장에 출시하는 상인의 학력(초졸이하가 44%)(백인기, 1987)에 비해서는 높다는 것이다.

그리고 소비자의 학력수준을 보면, 고졸이 48.2%로 가장 높은 비율을 나타내고, 다음으로 대졸이상이 31.8%의 구성비를 보여 전체 소비자의 80%가 고졸이상의 학력자이다. 이것은 소비자들이 인근의 아파트에 거주하는 주민들이어서 그들의 학력수준을 반영한 것으로 보인다.

### (4) 직업

상인의 직업은 그들의 겸업여부로 살펴보고자 한다. 4시장을 종합하여 보면, 상업에만 종사하는 상인이 75.6%로 가장 많고, 상업과 농업을 겸하는 상인이 18.8%, 상업과 가내공업을 겸하는 상인이 4.5%, 상업과 회사일을 겸하는 경우가 1.3%의 구성비를 보여 대부분이 전업상인이다. 그러나 다른 직업을 겸하는 겸업상인의 비율은 한국의

농촌정기시장의 일반적인 겸업비율 17.8%(이재하 외, 1992, 144) 보다 다소 높은 편이다. 각 장별로 위에서의와 비슷한 구도·성비로 나타나고 있으나, 다만 성서 월요장의 전업상인 비율은 농민 임시상인의 출시가 상대적으로 많은 다른 요일장에 비해 다소 높은 것이 특징이다.

한편 소비자의 직업을 보면, 주부가 79.0%로 거의 대부분을 차지하고, 다음으로 회사원이 7%를 점하고 있으며, 이외에 공무원, 상업, 건축업, 농업, 서비스업, 교사, 학생, 자영업, 무직이 각각 아주 낮은 비율을 보이고 있다. 이러한 결과는 다른 도시정기시장에서의 가정주부비율(63.8~68.2%)(김기혁, 1987)보다도 높은 것으로서, 이들 시장이 인근 아파트주민을 대상으로 주로 식품류를 취급하고 있는 것과 관계가 깊다고 하겠다.

## 2) 시장이용자의 시·공간행태

### (1) 상인의 시·공간행태

#### ① 거주지와 교통수단

상인의 공간행태를 살펴보기 위해서, 먼저 상인의 거주지를 <표 3>로 보면, 전체적으로 대구시내 거주자가 74.7%로 가장 많으며, 다음으로 칠곡군 거주자가 10.1%, 경산시(도·농 통합시) 거주자가 6.5%를 나타내고, 그의 군위군, 구미시(도·농 통합시), 영천시(도·농 통합시), 의성군 등에 거주자는 각각 1.8%이하의 낮은 비율을 나타내, 상인의 대부분은 대구시에서 출시하고 있으나, 일부 상인은 대구시 인접 시·군에서 출시하고 있다. 그러나 각 장별로 비교해 보면, 대구 거주자의 비율은 성서 월요장(91.4%)이 다른 3장에 비해 약 20% 더 높다. 이는 성서 월요장을 제외한 다른 장에는 인근의 농민상인이 다수 출시하고 있기 때문인데, 특히 칠곡 수요장과 금요장에는 상당한 수의 칠곡군 거주자(각각 16.5%와 15.2%)가, 시지 목요장에는 상당한 수의 경산 도·농통합시 거주자(17.9%)가 평소에는 농촌지역에 거주하면서 장날이 되면 직접 생산한 농산물을 가지고 와 장사를 하고 있다는 것이다.



표 3. 상인의 거주지

(단위 : 명, %)

거주지 시장	대구	군위	칠곡	경산	구미	영천	의성	기타	무응답	계
성서 월요장	64 (91.4)	0 (0.0)	1 (1.4)	1 (1.4)	1 (1.4)	1 (1.4)	1 (1.4)	1 (1.4)	0 (0.0)	70 (100.0)
칠곡 수요장	70 (68.0)	3 (2.9)	17 (16.5)	4 (3.9)	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	3 (2.9)	4 (3.9)	103 (100.0)
시지 목요장	61 (72.6)	0 (0.0)	4 (4.8)	15 (17.9)	1 (1.2)	1 (1.2)	0 (0.0)	2 (2.4)	0 (0.0)	84 (100.0)
칠곡 금요장	56 (70.9)	2 (2.5)	12 (15.2)	2 (2.5)	3 (3.8)	1 (1.3)	1 (1.3)	2 (2.5)	0 (0.0)	79 (100.0)
계	251 (74.7)	5 (1.5)	34 (10.1)	22 (6.5)	6 (1.8)	3 (0.9)	3 (0.9)	8 (2.4)	4 (1.2)	336 (100.0)

자료: 상인 및 소비자 대상 설문조사(1995.9.27~10.2)

상인들이 이용하는 교통수단을 살펴보면, 소형 화물차 이용상인이 78.3%로 가장 많고, 버스와 승용차 이용자는 각각 8.0%와 6.3%로 나타났으며, 그밖에 다른 교통수단(손수레, 오토바이, 도보 등)을 이용하는 상인은 7.5%에 지나지 않았다. 각 시장별로도 비슷한데, 다만 성서장에서 소형화물차 이용비율(94.3%)이 다른 시장에 비해 특히 높은 것이 특징이다. 이것은 다른 3장에서 각각 인근의 농민들이 출시할 때 주로 이용하는 다른 교통수단(버스, 승용차, 손수레 등)과 관계가 깊다고 생각된다. 한편 도시요일장을 이용하는 상인의 소형화물차 이용비율은 농촌정기시장을 이용하는 상인의 그것이 각각 47.7%(대한서울상공회의소, 1986), 65.5%(백인기, 1987)인 것에 비해 훨씬 더 높게 나타났다. 이는 그 동안의 자동차보급증대에 주된 원인이 있겠지만, 다른 한편으로 소형화물차가 요일시장을 순회하며 영업하기에 편리하기 때문인 것으로 생각된다.

② 시장이용빈도와 이동유형

출시하는 상인들의 요일시장 이용빈도를 살펴보면, 전체적으로 장날마다 정기적 출시가 가장 많아 75.3%를 차지하고, 다음으로 부정기적 출시가 18.2%, 1달에 1~3번 출시가 6.5%를 나타내,

대부분의 상인은 정기적으로 요일시장에 출시(出市)하고 있는 전문상인임을 알 수 있다. 각 장별로는 성서 월요장(82.9%)이 다른 시장(칠곡 수요장 70.9%, 시지 목요장 77.4%, 칠곡 금요장 72.2%)에 비해 정기적 출시비율이 높게 나타나고, 부정기적 출시 빈도에서는 성서 월요장(10.0%)이 다른 장에 비해 각각 10% 정도 낮은 것이 특징이다. 이는 성서장이 다른 장에 비해 대구시에 거주하는 상인의 출시비율이 높는데 반해, 다른 3장은 인근의 농민 겸 임시상인의 다수가 부정기적으로 이용하고 있기 때문인 것으로 보인다.

상인들이 요일장을 이용하기 위해서 그들이 이동하는 이동유형을 <표 4>로 살펴보면, 전체적으로 월·수·목·금 4장을 모두 이용하는 상인이 39.9%(134명)로 가장 많고, 3장을 이용하는 상인은 14.3%, 2장을 이용하는 상인은 12.8%, 1개의 요일장만 이용하는 상인은 31.5%로 나타나, 68.5%(230명)가 2개 이상의 요일장을 이동하며 이용하고 있다. 각 요일장별 이동유형에 의해 각 요일장의 이용자(상인) 수를 살펴보면, 성서월요장 이용상인은 전체의 57%(192명), 칠곡수요장은 75.9%(255명), 시지목요장은 63.1%(212명), 칠곡금요장은 64.6%(217명)로 최소이용시장(성서장)과 최다이용시장(칠곡수요장)간에 이용자수의

도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

차이는 18.8%(63명)로 비교적 큰 편이다. 이는 칠곡수요장이 가장 큰 시장이고, 성서장은 가장 작은 시장인데다가 인근의 농민상인의 출시가 다른 시장에 비해 상대적으로 가장 적기 때문이기도 하다. 그러나 2개 이상의 요일장을 이동하며 이용하는 상인을 대상으로 보면, 성서장 이용자가 54.2%(182명), 칠곡수요장이 63.1%(212명), 시지장이 52.1%(175명), 칠곡금요장이 59.8%(201명)로, 가장 큰 시장인 칠곡수요장과 그 인근에 위치한 칠곡금요장을 이용하는 상인이 다소 많기는 하나, 최소이용시장(시지장)과 최다이용시장(칠곡수요장)간에 차이는 11.0%(37명)로 크게 줄어들었다.

이러한 사실로 볼 때 2개의 이상의 요일장을 이용하는 상인의 대부분은 대체로 <그림 2>와 같이 개시일에 따라 순회하며 이동영업을 하고 있다는 것을 알수 있다. 즉, 상인들은 월요일에 성서 월요장, 수요일에 칠곡 수요장, 목요일에 시지 목요장, 금요일에 칠곡 금요장을 방문하며 장사를 한다는 것이다. 그러나 요일장이 서지 않는 날이거나 4개의 요일장을 모두 이용하지 않는 상인은 대구시내 상설시장 또는 아파트 대단지에서 장사를 하거나 인근 농촌의 5일장에 출시하기도 하고, 또는 다음 장날에 판매할 상품을 도매시장이나 산지에 구입하러 가거나 아니면 집에서 휴식을 취하기도 하는 등의 일을 하는 것으로 생각된다.

표 4. 상인의 시장 이동유형

(단위 : 명)

시장 \ 유형	이 동 유 형		무응답	계
성서 월요장	월·수·목·금요장 4장(42) 월·수·금요장 3장(9) 월·수·목요장 3장(3) 월·목·금요장 3장(1)	월·수요장 2장(1) 월·목요장 2장(3) 월요장 1장(10)	1	70
칠곡 수요장	월·수·목·금요장 4장(22) 월·수·목요장 3장(7) 월·수·금요장 3장(6) 수·목·금요장 3장(3) 수요장 1장(43)	월·수요장 2장(6) 월·목요장 2장(3) 수·금요장 2장(11)	2	103
시지 목요장	월·수·목·금요장 4장(38) 수·목·금요장 3장(6) 월·목요장 2장(1) 수·목요장(2)	목요장 1장(37)	0	84
칠곡 금요장	월·수·목·금요장 4장(32) 월·수·금요장 3장(2) 월·목·금요장 3장(5) 수·목·금요장 3장(6)	수·금요장 2장(14) 목·금요장 2장(2) 월요장 1장(16)	2	79
계	4장 (134) 3장 (48)	2장 (43) 1장 (106)	5	336

자료: <표 3>과 같음

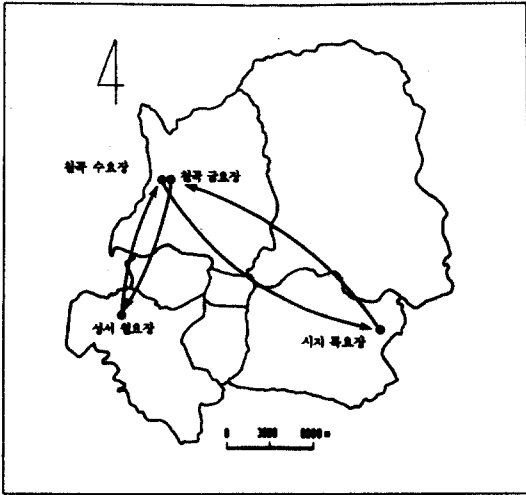


그림 2. 상인의 도시 요일장 이동경로

(2) 소비자의 시·공간행태

① 거주지와 교통수단

소비자의 거주지를 시장과의 거리로 살펴보면, 500m 미만이 67.6%로 가장 많고, 다음으로 500m~1000m가 13.7%, 1500m 이상이 10.1%, 1000m~1500m가 8.6%를 나타내, 시장과 1km 미만의 거리에 거주하는 소비자가 절대다수인 81.3%를 이루고 있다. 이러한 거리를 고려하여 각 장별 소비자의 거주지(법정동)를 살펴보면, 성서 월요장은 시장과 인접하고 있는 달서구 이곡동과 신당동 거주주민이, 칠곡 수요장은 북구 관음동과 태전동 주민이, 칠곡 금요장은 북구 읍내동과 관음동과 태전동 주민이, 그리고 시지 목요장은 수성구 시지동과 신매동 거주주민들이 소비자의 절대 다수를 차지하고 있다는 것을 알 수 있다.

이에 따라 소비자들은 장을 볼 때 대부분(87.8%)이 도보로 이용하고 있으며, 다른 교통수단(자가용승용차 5.9%, 버스 4.9%, 택시·자전거·오토바이는 각각 0.5%이하)을 이용하는 사람은 극히 적은 것으로 나타났다.

② 시장이용빈도와 시간대별 이용행태

소비자의 월평균 시장이용빈도를 살펴보면, 장날마다 정기적 이용이 59.0%로 가장 많고, 다음

으로 1달에 1~3번 이용이 21.7%, 그외 부정기적 이용은 19.1%로 나타나고 있으며, 이러한 빈도는 각 장별에서도 거의 비슷하게 나타난다. 이와 같이 소비자의 이용빈도가 높은 것은 가까운 인근에 이런 종합식품시장이 없는 데 주된 원인이 있다고 생각된다.

시간대별 이용행태를 <표 5>로 살펴보면, 전체적으로 오후 3~4시 사이에 이용하는 소비자가 29.3%로 가장 많고, 다음으로 오후 4~5시 사이 24.8%, 오후 2~3시 사이에 11.9%, 오후 5~6시 사이에 11.7%로 나타나는데 비해, 그외 시간대에는 각각 6% 미만의 낮은 이용율을 보이고 있다. 소비자들의 77.6%가 오후 2~6시 사이에 집중적으로 이용하고 있는데, 그 중에서도 3~5시 사이에 이용하는 소비자가 54.1%를 차지한다. 한편 오후 7시 이후에는 의류, 신발류, 일용잡화 등 공산품을 취급하는 상인은 대다수가 철시하지만, 채소류, 과일류, 생선류, 육류, 가공식품류 등과 같이 그날 팔지 않으면 상품의 가치가 크게 하락하는 품목을 취급하는 상인들은 늦은 시각까지도 남은 상품을 마저 팔기 위해 장사를 계속한다고 한다. 또한 해가 저문 후 파장이 가까운 시간에는 신선도에 특히 민감한 채소류, 생선류 등과 같은 상품은 값이 절반 이상 떨어지기도 한다. 이 때문에 오후 7시에서 9시 사이에도 일부 알뜰고객들은 싼 값으로 이러한 상품을 구입하기 위해 이용한다고 한다. 그리고 각 장별 성시시간대를 보면, 칠곡 수요장, 시지 목요장, 칠곡 금요장은 3~4시경에 이용객이 가장 많고, 성서 월요장은 이보다 1시간대 늦은 4~5시경에 최고치를 나타내고 있다.

이와 같은 각 시장의 시간대별 이용행태와 성시 시간대의 출현은 농촌정기시장 뿐만 아니라 타도시의 정기시장과도 큰 차이를 보이고 있다. 경북 군위군의 농촌정기시장에서는 오전 10시부터 서서히 성시를 이루면서 11시대에 절정을 이루다가 정오가 지나면서 상품구입행위가 급격히 감소하였으며(Lee, 1987, 1994), 부산 시내 정기시장의 연구(김기혁, 1987)에서는 시장의 성시시간대가 2~3시에 나타나고 오후 5~6시에 시장이 파장되는 것으로 나타났다. 요일장의 성시시간대가 이처럼 늦은 것은 부산시내 정기시장은 가까운 인근주민

도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

의 이용율이 40% 정도 밖에 안되지만, 요일시장은 인근주민의 이용율이 절대다수(약 90%)를 차지하므로 이용시간대가 더 연장된 결과로 풀이된다.

는 비교적 가격이 저렴한 각종 의류물, 신발류는 운동화와 슬리퍼 등을, 침구류는 침대, 베게, 침대 시트, 커튼, 쿠션 등을, 주방용품류는 냄비, 식기,

표 5. 소비자의 시간대별 이용자수

(단위 : 명, %)

시장 시간대	성서 월요장	칠곡 수요장	시지 목요장	칠곡 금요장	계
09~10	1(0.8)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.2)
10~11	0(0.0)	6(4.8)	2(1.3)	4(2.8)	12(2.2)
11~12	1(0.8)	8(6.5)	7(4.4)	5(3.5)	21(3.8)
12~13	2(1.5)	11(8.9)	7(4.4)	11(7.6)	31(5.6)
13~14	4(3.1)	4(3.2)	11(7.0)	11(7.6)	30(5.4)
14~15	10(7.7)	11(8.9)	36(22.8)	9(6.3)	66(11.9)
15~16	31(23.8)	37(29.8)	51(32.3)	44(30.6)	163(29.3)
16~17	47(36.2)	27(21.8)	26(16.5)	38(26.4)	138(24.8)
17~18	27(20.8)	12(9.7)	8(5.1)	18(12.5)	65(11.7)
18~19	3(2.3)	5(4.0)	4(2.5)	1(0.7)	13(2.3)
19~20	3(2.3)	1(0.8)	1(0.6)	2(1.4)	7(1.3)
20~21	1(0.8)	0(0.0)	1(0.6)	1(0.7)	3(0.5)
무응답	0(0.0)	2(1.6)	5(3.1)	0(0.0)	7(1.3)
계	130(100.0)	124(100.0)	158(100.0)	144(100.0)	556(100.0)

자료: <표 3>과 같음

3) 시장이용자의 매매행태

(1) 상인의 판매행태

① 상인의 판매품목

요일시장에서 판매되는 품목은 채소류, 과일류, 어류, 육류, 가공식품류, 양곡류, 의류, 신발류, 침구류, 주방용품류, 일용잡화, 화훼류, 기타 등으로 대별해 볼 수 있다. 채소류와 과일류 및 양곡류는 각종 채소와 과일 및 양곡을, 어류는 주로 갈치, 고등어, 오징어, 명태, 조기, 미꾸라지 등을, 가공식품류는 건어물, 과자, 빵, 두부, 묵, 튀김, 어묵, 기타 반찬 등을, 육류는 닭고기 한 종류만을, 의류

순가락, 기타 주방기기 등을, 일용잡화류는 각종 일용소모품과 신변 잡화품을, 그리고 화훼류는 각종 분재와 꽃 등을 취급한다.

4개의 장에서 장사하는 전체 상인수는 1,157명인데, 판매품목별 상인의 구성비를 보면 채소류가 37.9%로 가장 많고, 다음은 의류 13.8%, 과일류 11.8%, 가공식품류 11.1%, 어류 7.9%, 일용잡화류 5.8% 등의 순서로 나타나며, 주방용품류, 침구류, 신발류, 육류, 화훼류, 양곡류, 기타품목 등은 2.3%이하의 낮은 비율을 보이고 있다. 이것으로 볼 때 이들 요일시장은 종합시장으로서의 기능

표 6. 판매품목별 상인수

(단위 : 명, %)

구분 \ 시장	성서 월요장	칠곡 수요장	시지 목요장	칠곡 금요장	계
채소류	64(28.8)	172(45.6)	105(37.4)	98(35.4)	439(37.9)
과일류	30(13.5)	31(8.2)	40(14.2)	36(13.0)	137(11.8)
어류	21(9.5)	31(8.2)	16(5.7)	23(8.3)	91(7.9)
육류	3(1.4)	6(1.6)	3(1.1)	6(2.2)	18(1.6)
가공식품류	31(14.0)	42(11.1)	30(10.7)	25(9.0)	128(11.1)
양곡류	3(1.4)	5(1.3)	2(0.7)	4(1.4)	14(1.2)
의류	34(15.3)	45(11.9)	41(14.6)	40(14.4)	160(13.8)
신발류	6(2.7)	6(1.6)	6(2.1)	7(2.5)	25(2.2)
침구류	6(2.7)	5(1.3)	4(1.4)	10(3.6)	25(2.2)
주방용품류	8(3.6)	4(1.1)	7(2.5)	8(2.9)	27(2.3)
일용잡화류	12(5.4)	21(5.6)	18(6.4)	16(5.8)	67(5.8)
화훼류	3(1.4)	7(1.9)	6(2.1)	2(0.7)	18(1.6)
기타	1(0.5)	2(0.5)	3(1.1)	2(0.7)	8(0.7)
합 계	222(100.0)	377(100.0)	281(100.0)	277(100.0)	1,157(100.0)

자료 : 현지관찰조사

표 7. 상인의 상품구입처

(단위 : 명, %)

구입처 \ 시장	성서 월요장	칠곡 수요장	시지 목요장	칠곡 금요장	계
도매시장	41(58.6)	48(46.6)	38(45.2)	41(51.9)	168(50.0)
산지(농산물)	8(11.4)	20(19.4)	11(13.1)	9(11.4)	48(14.3)
자가(농산물)	8(11.4)	20(19.4)	23(27.4)	19(24.1)	70(20.8)
공장	11(15.7)	12(11.7)	10(11.9)	9(11.4)	42(12.5)
증개상인	0(0.0)	1(1.0)	2(2.4)	0(0.0)	3(0.9)
무응답	2(2.9)	2(1.9)	0(0.0)	1(1.3)	5(1.5)
계	70(100.0)	103(100.0)	84(100.0)	79(100.0)	336(100.0)

자료: <표 3>과 같음

## 도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

을 가지고 있으나, 채소류를 비롯한 각종 식품류의 판매상인이 전체의 71.5%를 점할 만큼 식품판매 시장으로서의 기능이 중심적이다. 그리고 각 시장별 판매품목유별 상인수에서 나타난 특징은 성서 월요장의 채소류 판매상인이 다른 3장에 비해서 크게 적다는 것이다. 이것은 다른 3장에 인근의 농민이 임시상인으로 다수 출시하고 있다는 사실을 감안할 때, 농민상인들이 주로 자가 생산한 채소류를 판매하고 있기 때문으로 볼 수 있다.

### ② 상품구입처

상인들이 판매하는 상품의 상품구입처를 <표 7>에 의해 보면, 시내의 도매시장에서 구입하는 경우가 50.0%로 가장 많고, 자가생산은 20.8%, 산지농산물 구입은 14.3%, 공장구입은 12.5%, 중개상인은 0.9%였다. 각 장별로 보면, 도매시장에서 구입하는 상인의 비율은 성서 월요장(58.6%)이 다른 시장에 비해 상대적으로 높으나, 자가에서 직접 생산한 경우는 성서 월요장(22.8%)이 다른 시장에 비해 상대적으로 크게 낮은 것이 특징이다. 이는 성서장이 칠곡, 시지장에 비해 농민상인들의 출시비율이 상대적으로 적기 때문인 것으로 보인다. 그러나 여기서 특기할 사실은 산지에서 농산물 구입과 자가생산 농산물 및 공장에서의 직접구입 상인이 전체적으로 47.6%에 달하고 있다는 점이다. 이같이 요일장 상인의 약 절반이 중간유통단계를 거치지 않고 상품을 유통시키고 있고, 또한 상인의 나머지 절반은 도매시장에 구입한 상품을 고정비용과 경상비용을 거의 지불하지 않고 판매하고 있기 때문에, 상인의 판매수익 또는 이윤은 상대적으로 높고 소비자의 구매가격은 상대적으로 저렴할 것으로 생각된다.

### ③ 일일판매액

상인의 일일판매액을 살펴보면, 12만원 미만인 33.3%로 가장 많고, 다음으로 12~24만원이 23.8%, 36만원 이상이 22.0%, 24~36만원이 16.1%로 나타나 전체적으로 약 70%의 상인은 일일판매액이 12만원을 넘어서고 있다. 각 장별로 보면, 12만원 미만은 성서 월요장(24.3%)이 칠곡 수요장(37.9%), 시지 목요장(37.5%), 칠곡 금요장

(32.9%)에 비해 크게 낮고, 비교적 판매액이 많은 24만원~36만원은 성서 월요장(21.4%)이 칠곡 수요장(11.7%), 시지 목요장(17.9%), 칠곡 금요장(15.2%)에 비해 높으며, 36만원 이상에서도 성서 월요장(24.3%)이 다른 장에 비해 다소 높게 나타났다. 이것은 아마도 성서 월요장이 다른 장에 비해 도시 전문상인의 출시비율이 높은 것과 관련이 있는 것 같다.

한편, 상인들의 일일판매액을 기준으로 그들의 실질소득을 추정해 보면, 앞에서 언급한 바와 같이 상인들의 판매이윤율은 비교적 높을 것이므로 판매액의 약 50%가 이윤으로 발생한다고 보고, 또한 1달에 적어도 15일은 영업을 한다고 가정해 볼 때, 요일장 상인의 대부분(약 70%)은 월 90만원 이상의 실질소득을 올리며, 그 가운데 일부상인(22%)은 월 270만원의 고소득을 올리는 것으로 추정된다.

## (2) 소비자의 구매행태

### ① 구매품목

소비자가 주로 구매하는 품목을 <표 8>로 보면, 채소류가 50.2%로 가장 많고, 다음으로 과일류가 30.7%, 어류가 13.3%를 나타내, 소비자들의 90% 이상이 이들 식료품을 구입하기 위해 이용하고 있다. 반면에 의류, 주방용품류, 일용잡화류 등의 공산품류 구입을 주목적으로 이용하는 소비자는 소수에 지나지 않고 있다. 이러한 현상은 각 장별로도 거의 동일하게 나타난다. 이처럼 소비자의 절대다수가 농수산물을 구입하고 있다는 사실은 도시 요일시장이 인근의 주민에게 식료품시장으로서 주된 기능을 수행하고 있다는 것을 말해줄 뿐 아니라, 채소나 과일 및 생선이 비교적 신선하고 싼 가격에 판매되고 있다는 것을 암시하기도 한다.

### ② 구매 만족도

소비자들의 구매활동에서 상품의 품질, 가격, 구색과 상인의 서비스, 시장의 분위기 및 주차시설 등의 각각에 대한 만족도를 살펴보면, 품질에 대해서는 556명 소비자 가운데 그저 그렇다고 응답한 소비자는 51.4%이고, 만족한다는 39.7%이며, 불

표 8. 소비자의 주 구매품목

(단위 : 명, %)

시장 품목	성서 월요장	칠곡 수요장	시지 목요장	칠곡 금요장	계
채소류	111(49.3)	115(49.4)	141(49.8)	134(51.9)	501(50.2)
과일류	67(29.8)	72(30.9)	94(33.2)	74(28.7)	307(30.7)
어류	24(10.7)	34(14.6)	32(11.3)	43(16.7)	133(13.3)
육류	0(0.0)	2(0.9)	1(0.4)	1(0.4)	4(0.4)
가공식품류	5(2.2)	1(0.4)	6(2.1)	1(0.4)	13(1.3)
의류	10(4.4)	6(2.6)	2(0.7)	3(1.2)	21(2.1)
주방용품류	2(0.9)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.4)	3(0.3)
일용잡화류	4(1.8)	0(0.0)	4(1.4)	0(0.0)	8(0.8)
화훼류	0(0.0)	0(0.0)	3(4.2)	0(0.0)	3(0.3)
기타	2(0.9)	3(1.3)	0(0.0)	1(0.4)	6(0.6)
계	225(100.0)	233(100.0)	283(100.0)	258(100.0)	999(100.0)

주 : 복수(2가지) 응답의 결과임.

자료: <표 3>과 같음.

만족은 8.2%로 나타났다. 가격에 대해서는 만족이 45.6%, 그저그렇다가 42.4%이고, 상품의 구색에서는 만족이 47.4%, 그저그렇다가 32.7%였다. 상인의 서비스에 대해서는 그저그렇다가 50.5%, 불만족이 27.1%, 만족이 21.4% 이고, 분위기에서는 그저그렇다가 42.2%, 만족이 35.6%로 나타났다. 이러한 반응으로 볼 때, 소비자들은 요일장에서의 구매활동시 품질, 가격, 구색, 분위기 등에는 비교적 만족하는 편이고, 상인의 서비스에 대해서는 다소 불만족스럽게 느끼고 있다는 것을 알 수 있다.

#### 4. 시장의 기능

앞 장에서 살펴본 시장이용자(상인과 소비자)의 속성과 이용행태에 대한 분석 결과, 상인의 전직 직업, 시장이용자의 시장이용 이유 및 상품구입의 시장활동 등을 기초로 시장의 기능을 검토하여 정리하면 도시 요일시장은 다음과 같은 기능을 수행한다고 볼 수 있다.

첫째, 경제적 거래기능에서 수평적 및 수직적 교환기능을 동시에 수행하되 수직적 교환을 중심 기능으로 하고 있다는 것이다. Mintz는 정기시장의 경제적 거래기능에는 상품의 생산과 교환이 동일한 지역내에서 이루어지는 수평적 교환과 다른 지역에서 생산한 상품이 들어와 거래되는 수직적 교환이 공존한다고 하였다(Mintz, 1959; 이재하 외, 1992, 52). 상인의 판매품목에서 본 것처럼, 요일장에서 장사하는 상인의 61%는 채소, 과일, 어류, 육류, 화훼, 양곡 등과 같은 농어촌 지역에서 생산되는 농수산물을 판매하고 있고, 그 나머지 상인은 도시에서 주로 생산되는 각종 공산품을 취급하고 있다. 따라서 도시(대구)요일장에서는 판매되는 공산품 가운데 대구에서 생산된 것도 상당수 포함돼 있으므로 수평적 교환기능이 이루어지고 있을 뿐 아니라, 농수산물의 교역과 같이 수직적 교환기능도 잘 나타난다. 그러나 상인의 절대다수는 농수산물을 취급하고 있어 수직적 교환기능이 더 중심적이라는 것이다. 이것은 요일장이 인근에 시장이 없는 도시주민을 대상으로 개설되었기 때

도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

표 9. 소비자의 시장이용이유

(단위 : 명, %)

이용이유 \ 시장	성서 월요일장	칠곡 수요일장	시지 목요일장	칠곡 금요일장	계
가격이 저렴해서	46 (11.8)	36 (9.7)	82 (17.3)	61 (14.1)	225 (13.5)
상품(농산물)이 싱싱하므로	30 (7.7)	53 (14.2)	81 (17.1)	64 (14.8)	228 (13.7)
집에서 가까워서	88 (22.6)	84 (22.6)	112 (23.6)	71 (16.4)	355 (21.3)
교통이 편리해서	8 (2.1)	8 (2.2)	22 (4.6)	8 (1.9)	46 (2.8)
습관적으로	20 (5.1)	7 (1.9)	6 (1.3)	7 (1.6)	40 (2.4)
여러가지 물건을 한꺼번에 살 수 있어서	13 (3.3)	23 (6.2)	24 (5.1)	30 (6.9)	90 (5.4)
인근에 시장이 없어서	36 (9.2)	86 (23.1)	40 (8.4)	83 (19.2)	245 (14.7)
구경삼아	85 (21.8)	20 (5.4)	47 (9.9)	38 (8.8)	190 (6.5)
다른곳에 없는 물건이 많아서	1 (0.3)	2 (0.5)	6 (1.3)	1 (0.2)	10 (0.6)
시골장 분위기가 느껴져서	45 (11.5)	21 (5.6)	41 (8.6)	32 (7.4)	109 (6.5)
무응답	18 (4.6)	32 (8.6)	13 (2.7)	37 (8.6)	100 (6.0)
계	390 (100.0)	371 (100.0)	474 (100.0)	432 (100.0)	1,667 (100.0)

주 1. 복수(3가지) 응답의 결과임.  
자료: 표3-1과 같음.

문이기도 하다.

둘째, 인근 주민들에게 종합식료품 시장으로서의 기능을 잘 수행해 주고 있다는 것이다. 이것은 상인들의 71.5%가 각종 농수산 식품류와 가공식품류를 취급하고 있는 데에서도 알 수 있지만, 더욱더 명백한 근거는 소비자들의 90% 이상이 각종 식품류를 주로 구매하기 위해 요일장을 이용하고 있고, 또한 소비자의 시장이용이유 <표 9>에서 집

에서 가깝고 인근에 시장이 없는데다가 싱싱한 농산물을 저렴한 가격에 살 수 있다는 이유 등으로 요일장을 이용한다는 소비자가 대부분(63.2%)라는 점이다.

셋째, 상업에의 취업기회와 영세민에 대한 생계유지기능을 제공한다는 것이다. 요일장이 상업을 원하는 사람에게 새로운 일자리를 제공하고 있다는 것은 상인이 요일장에서 장사하기 이전에는 약



60%가 장사의 직업에 종사하였고, 약 10%는 직업이 없었다는 사실에서 잘 나타난다. 그리고 영세민 또는 영세상인에 대한 생계유지 기능은 그들이 요일장에서 쉽게 장사를 할 수 있다는 점 외에도, 상인의 시장이용 이유에서 '생계를 위해서'와 '적은 밑천(자본금)으로 장사를 할 수 있어서'를 가장 많이 들고 있고, 또한 상인의 일일판매액에서 알 수 있듯이 대부분의 상인은 생계를 유지할 만큼의 소득을 올리고 있다는 데에서도 지적될 수 있다.

네째, 농민에게 잉여 농산물의 거래를 위한 부업기회를 제공하고, 그로 인해 농민의 소득증대에 이바지하는 기능을 한다는 것이다. 이는 상인의 약 20%가 대구인근 시·군(특히 칠곡군과 경산시)에서 농업을 주업으로 하고 있으나 장날 농산물을 판매하기 위해 출시하는 농업겸 임시상인이라 사실과 일부상인이 부업으로 돈을 더 벌기 위해서 요일장을 이용한다는 응답에서 확인할 수 있다.

다섯째, 인근주민들에게 상품정보와 불거리 제공 등과 같은 정보·문화적인 기능을 제공한다는 것이다. 이것은 소비자들의 상품구입의 활동유무 물음에서 상품구입외에 시장에서 하는일이 '있다'고 응답한 비율이 약 50%에 달하고, 그들(270명 소비자)중에서 79.3%는 상품구입외의 활동으로 시장 및 상품구경을, 18.1%는 '시장가격정보의 구득'을 한다고 응답하고 있어서, 도시요일시장이 주민들에게 가격정보와 불거리를 제공하며, 옛 시골장의 향수를 느끼게 해주는 등의 정보·문화적 기능도 수행하고 있는 것으로 볼 수 있다는 것이다.

## 5. 요약 및 결론

본 연구에서는 최근에 대구시에 나타난 신행태의 정기시장의 일종인 성서 월요장, 칠곡 수요장, 시지 목요장, 칠곡 금요장과 같은 도시 요일장을 대상으로 이들 시장의 형성원인, 이용자의 속성과 행태 그리고 시장의 기능에 관해서 분석·고찰해 보았다. 그 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 대구의 요일시장은 농협에서 농민소득증대를 위해서 개설한 칠곡 농협의 금요장에서 기원하였으나, 본격적으로 형성·발전된 것은 생계유지를 위해서 적은 자본금으로도 생업을 꾸려갈 수

있는 이동식 영입에 종사하게 된 상인들이 이동영입에 유리한 곳(종합시장이 없는 신개발 주거지역)에 오늘날의 생활리듬에 맞게 1주일 주기의 정기시장을 형성·발전시키려고 노력하였기 때문이다. 따라서 도시 요일장의 성립은 정기시장의 성립이론 가운데 Stine의 중심지론적 이론으로는 설명되지 않고, Hay의 경제입지론적 접근과 Bromley 등이 주장한 사회문화론적 접근에 의해 부분적으로 설명된다고 하겠다.

둘째, 시장이용자 가운데 상인은 그 대부분이 남성(62.0%)이고, 30~40대 연령층(69.9%)이며, 고졸이상의 학력소지자(55.6%)였다. 그리고 상인의 대부분(75.6%)은 상업을 전업으로 하는 전문상인이었으나, 일부(18.8%)는 농업에 종사하면서 장날이면 농산물을 팔기 위해 출시하는 임시적인 농민상인이었다. 시·공간행태를 보면, 상인들의 대부분(74.7%)은 거주지인 대구에서 소형화물차를 이용해서 장날마다 정기적으로 요일장에 출시하고 있는데, 대체로 2개 이상의 요일장을 개시 요일에 따라 이동하며 영업하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 판매행태에서 상인의 대부분(약 70%)은 채소, 과일, 가공식품, 생선 등과 같은 식품류를 판매하고 있으며(그 나머지는 공산품을 취급하고 있음), 장날 하루에 12만원 이상의 판매고를 올리는 것으로 밝혀졌다.

셋째, 소비자의 대부분은 여성(96.2%)이고, 20~30대 연령층(71.8%)이며, 고졸이상 학력자(80.0%)이고, 가정주부(79%)인 것으로 나타났다. 시·공간행태에서, 소비자는 대부분(81.3%)이 각 요일장에서 1km 미만의 거리에 거주하고 있어서 도보(87.8%)로 이용하고 있고, 대부분(59.0%)은 1주일에 한번 서는 장날마다 이용하고 있으며, 이때 특히 오후 3~5시 사이에 집중적으로 이용하고 있다. 그리고 구매행태에서 소비자는 절대다수(90% 이상)가 채소, 과일, 생선과 같은 신선한 농수산 식품류를 주로 구매하기 위해 이용하고 있으며, 요일장에서 판매되는 상품의 질과 가격 및 구색에 대해 대체로 만족하고 있는 것으로 밝혀졌다.

네째, 상인입장에서 볼 때 도시 요일장은 경제적 교환기능(수평적 및 수직적 교환기능)에서 수

## 도시 요일장의 형성과 이용 및 기능에 관한 연구

직적 교환기능이 중심적이고, 상업에의 취업기회와 영세민에 대한 생계유지 기능을 제공하며, 인근지역의 농민에게 농산물의 판매기회 제공과 소득증대에 기여하는 것으로 볼수 있다. 뿐만 아니라 소비자 입장에서는 도시 요일장이 종합식품 시장으로서 중요한 기능을 담당하고, 상품가격정보와 불거리 제공과 같은 정보·문화적 기능도 수행하는 것으로 나타났다.

도시 요일장은 그것이 입지하는 곳에서 교통혼잡, 환경오염, 소음공해, 도시미관 저해 등과 같은 부정적인 사회적 문제도 유발하지만, 시장기능에서 지적된 것처럼 상인과 소비자 모두에게 필요하고 유익한 기능을 제공하고 수행해 주고 있다. 이러한 점에서 요일장의 발전방향에 대한 물음에서 상인과 소비자는 모두 이대로 유지되는 것을 가장 많이 희망하는 것 같다. 따라서 도시 요일장이 비공식적 정기시장이라고 하여 이대로 방치하거나 강제적으로 철거할 것이 아니라, 그것이 상인(영세민)과 소비자(주민) 모두에게 더욱 더 경제적으로 기여할 수 있도록 존속·발전시키려는 정책적인 배려가 요구된다고 하겠다.

본 연구는 최근에 출현한 도시 요일시장의 형성 원인과 시장 이용자인 상인과 소비자의 속성과 이용행태, 그리고 시장의 기능 등을 처음으로 종합적으로 분석·고찰하였다는 점에서 의의가 있다. 그러나 국내외의 이와 유사한 도시 요일시장과의 비교·분석과 이용자의 속성에 따른 이용행태 분석 등이 이루어지지 않아 도시 요일시장에 관한 제반 특성과 일반론의 규명에는 많이 미흡하다. 이러한 점은 앞으로 연구되어야 할 과제이다.

## 文 獻

고미현, 1988, **번개시장의 형성과 발달**, 경북대학교 교육대학원 석사학위논문.  
김기혁, 1987, **대도시 정기시장 기능연구, 지리학논총**, 14, 381-398.  
대구광역시, 1995, **대구도시계획연혁**.  
대한서울상공회의소, 1986, **정기시장 실태조사보고**.

박소영, 1995, **신형대 도시정기시장의 형성과 특성에 관한 연구: 대구시를 사례로**, 경북대학교 석사학위논문.  
박재숙, 1984, **청도 정기시장의 성쇠와 주민의 공간행동**, 효성여자대학교 석사학위논문.  
박찬석, 1985, **전통시장의 생태적 접근, 즉과 홍순환교수 회갑기념논문집**, 325-347.  
백인기, 1987, **수도권 정기시장에 관한 지리학적 연구: 정기시장의 분포의 변화와 정기시장 상인의 특성을 중심으로**, 서울대학교 석사학위논문.  
이덕성, 1976, **한국의 정기시장에 대한 인류학적 연구**, 인류학 논집, 2, 서울대 인류학연구회, 69-97.  
이재하, 1989, **한국의 정기시장 변화과정**, 경북대학교 박사학위논문.  
이재하·홍순환, 1992, **한국의 장시**, 서울, 민음사.  
장찬호, 1994, **대도시의 공간구조측면에서 거래시장의 기능과 역할에 관한 연구: 대구시 사례연구**, 영남대학교 석사학위논문.  
진원형, 1985, **가로상의 형성과 변화에 관한 연구: 대구시를 사례로**, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.  
Lee, J.H., 1994, *Temporal and Spatial Analysis of the Consumer's Behavior in Periodic Market in Rural Korea*, 10th PRESCO 발표논문.  
Lee, J.H., 1994, *Temporal and spatial analysis of the consumer's behavior in periodic market in rural Korea, in Comparative Study on Retail Trade: Tradition and Innovation*(Terasaka A. and Takahashi S. eds.), Ryugasaki-Shi, Ryutsu Keizai University, 183-190.  
Lee, J.H. and Park S.Y., *Restructuring rural market places in A Developing Economy, in Papers on Retail Development and Consumer Behaviour* (Howard E.B. ed., The Oxford, Institute of Retail Management Oxford), 278-285.

## A Study on the Existence, Marketing Behavior and Function of Urban Weekly Markets in Taegu City

Lee, Jaeha\*  
Park, So-Young\*\*

### Summary

The purpose of this study is to identify the existence, personal characteristics and behavior of market-participants, and function of urban weekly markets in Taegu City through observation, interview and questionnaire survey. There are four weekly periodic markets such as Seongso (Monday), Chilgok(Wednesday), Siji(Thursday), and Chilgok(Friday) which have recently developed near the new apartment areas on the outskirts of Taegu. The major findings of this study can be summarized as follows:

These markets originated from the agricultural cooperative's Friday markets, but were substantially established by mobile traders or merchants for the sake of their livelihood. Therefore, the existence of these markets is not explained by Stine's central place perspective but partially explained by Hay's economic locational and Bromley's socio-cultural perspective.

Most traders are male, aged 30 to 40 years and have an educational level higher than high school. Most of them are living in Taegu and itinerantly visit more than two markets among the four markets by small truck. And most of them sell

agricultural products and other food materials, except some who sell manufactured goods.

Most consumers are housewives, aged 20 to 30 years and have an educational level higher than high school. Most of them are living within 1,000m and go there on foot. Most of them visit the markets around 3 to 5 p.m. on every market day. And they mostly buy vegetables, fruits, and fishes.

Weekly markets provide employment opportunities for those who want to be merchants, and also contribute to the increase of farmers' income, because some traders(18.8%) are farmers who periodically visit markets to sell agricultural products. On the other hand, they function as a general food materials markets to neighboring residents.

From these facts, both traders and consumers want weekly markets sustained. Therefore, these markets need to be protected by institutional assistance in spite of being informal markets.

**Key Word** : urban weekly market, existence of market, characteristics and behavior of market-participants, function of market

\* Associate Professor, Dept. of Geography, Kyungpook National University.

\*\* Full-time Researcher, Taegu Institute of Social Studies.