

## 진주지역의 재래시장 및 중소상가의 실태 분석

정기한\* · 강석정\*\* · 박경권\*\*\*

### 〈요 약〉

오늘날 유통업을 둘러싼 시장환경의 급속한 변화와 유통구조의 재편은 지역 재래시장에 심각한 영향을 미치고 있다. 다양화, 개성화된 신소비행태의 확산, 개방화에 따른 상품과 유통시장의 국제화, 정부규제 완화, 지방화 시대의 도래, 정보화의 진전, 다양한 신업태 등장 등 지난 수십 년간 경험하지 못한 새로운 환경의 도래는 유통업계 전체에 엄청난 변화를 강요하고 있다. 이러한 새로운 유통 환경속에서 자생적 경쟁력이 취약한 지역 재래시장은 유통 환경변화에 적응하지 못해 침체를 면치 못하고 있다. 이 같은 재래시장의 침체와 위축은 지역 영세상인의 생계문제와 진주지역의 경제에까지 영향을 미치고 있는 실정이다.

현재 지역의 재래시장이 직면해 있는 실태를 살펴보면, 첫째, 국내 유통시장 완전 개방에 따른 유통 산업구조의 변화와 극심한 경기침체 등의 경제환경의 변화, 소비자 욕구의 다양화에 따른 소비환경의 변화, 유통구조 변화의 영향으로 따른 신업태의 출현함으로써 기존의 경쟁상권의 판도 변화에 대한 대응력의 부족을 문제점으로 지적할 수 있다.

둘째, 상인자본의 영세성으로 인한 시설의 불비와 낙후성, 공중 및 환경시설의 미비, 주차공간의 미확보 등 시장의 시설적 측면에서 문제점이다,

셋째, 시장활성화에 대한 상인들의 자발적인 노력과 이의 실천을 위한 확고한 의지의 결여 및 서로 믿고 신뢰하는 시장문화의 부재, 그리고 시장기능의 약화에 대한 상인들의 깊이 있는 성찰과 인식이 부족한 점을 지적할 수 있다.

넷째, 소비자들이 재래시장을 외면하는 가장 큰 이유는 '품질과 성능에서의 차별화·독자성'의 결여를 들 수 있겠다.

다섯째, 독창적인 커뮤니케이션의 부족이다.

동대문 시장이 상인들의 끊임없는 노력으로 세계적인 의류패션의 메카를 일궈낸 것을 타산지석으로 삼아야 할 것이다.

## I. 서 론

최근 국내 대기업의 유통업 진출과 대형화, 유통시장 개방에 따른 외국 대형 유통업체의 국내시장 진출 정보화의 진전, 소비자의 소비패턴의 변화는 국내 유통구조의 변화된 모습이다. 이에 따라 중소 영세상인의 경쟁력 약화 등 시장상황이 매우 급변하고 있어 유통산업의 체질개선을 통한 경쟁력 제고가 절실한 실정이다. 진주시는 서

\* 경상대학교 경영학과 교수

\*\* 경상대학교 언어교육원

\*\*\* 진주전문대학 경영정보과 교수

부경남의 경제, 문화, 교통, 교육의 중심도시이다. 이러한 지역적 배경으로 상권이 발달되어 도·소매업의 비중이 크며, 20여개 시장과 상가를 중심으로 활발한 거래가 이루어져 왔었다.

그러나 현재 유통업을 둘러싼 시장환경의 급속한 변화와 구조재편은 지역재래시장에 영향을 미치고 있다. 다양화, 개성화된 신소비행태의 확산, 개방화에 따른 상품과 유통시장의 국제화, 정부규제 완화, 지방화시대의 도래, 정보화의 진전, 다양한 신업태 등장 등 지난 수십 년간 경험하지 못한 새로운 환경의 도래는 유통업계 전체에 엄청난 변화를 강요하고 있다. 이 과정에서 자생적 경쟁력이 취약한 지역 재래시장은 유통환경변화에 적응하지 못해 침체를 면치 못하고 있다. 이 같은 재래시장의 침체와 위축은 지역 영세상인의 생계문제와 진주지역의 경제에까지 영향을 미칠 것이다.

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

## II. 진주지역의 유통산업과 재래시장의 현황

### 1. 유통산업의 현황

진주시는 서부경남의 중심도시로서 총면적 712.9km로서 1읍, 15면, 21동으로 구성되어 있다. 도시 생활권의 1차적 세력권은 주변 20~40km권으로 사천, 산청, 하동이 입

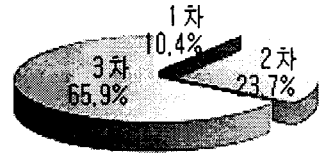
〈표 1〉 진주지역 환경분석

	내 용
일반환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 도시 생활권의 1차적 세력권은 주변 20~40km권으로 사천, 산청, 하동이 입지하고 있으며, 중앙 도매시장을 이용하는 이용권 및 상권을 형성하는 경제권의 범위는 진주시, 사천시, 의령군, 산청군, 하동군, 거창군, 함천군, 함양군, 함안군, 남해군, 고성군 등이 있음</li> <li>· 대전-진주-통영간 고속도로 건설, 광양만-진주 광역권 개발 및 진사공단 개발로 도시개발과 산업개발의 파급효과가 클 것으로 기대되며, 교육, 의료, 문화, 관광 등 서부경남의 중추적 역할을 수행할 것으로 기대됨</li> </ul>
인구현황 (1998년 12월 기준)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인구는 34만 명으로서 증가추세임(경남 인구의 11.1%)</li> <li>· 남자인구 16.9만 명, 여자인구 17만 명</li> <li>· 연령별 20~29세 까지가 62,853명으로 전체의 18.4%로 제일 높고 다음으로 30~39세 까지가 17.1%인 58,611명이 순임</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 면적 : 712.9km</li> <li>· 행정구역 : 1읍, 15면, 21동</li> </ul>

지하고 있으며, 중앙 도매시장을 이용하는 이용권 및 상권을 형성하는 경제권의 범위는 진주시, 사천시, 의령군, 산청군, 하동군, 거창군, 함천군, 함양군, 함안군, 남해군, 고성군 등이 있다. 대전-진주-통영간 고속도로 건설, 광양만-진주 광역권 개발 및 진사공단 개발로 도시개발과 산업개발의 파급효과가 클 것으로 기대되며, 교육, 의료, 문화, 관광 등 서부경남의 중추적 역할을 수행할 것으로 기대되어 진다. 인구는 34만 명으로 20~30대의 인구유입으로 인구증가추세에 있다.

진주시의 산업구조를 보면, 진주시는 서부경남 상권의 중심도시로서 교육·문화도시의 특성으로 인해 1·2차 산업에 비해 서비스산업과 도·소매업의 비중이 상대적으로 높다. 3차 산업 65.9%, 2차 산업 23.7% 1차 산업 10.4% 순이다.

〈그림 1〉 진주시의 산업구조



진주시의 산업별 사업체수 및 종사자수를 살펴보면 도소매업의 사업체수와 종사자수가 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

〈표 2〉 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
1994	2,276	16,450	441	5,901	7,976	17,567	1,167	5,511	4,201	9,310	4,639	25,167
1995	2,375	15,938	552	6,522	8,670	20,226	1,548	5,892	4,623	10,123	5,243	29,066
1996	2,318	15,951	561	8,654	8,587	20,238	1,190	5,665	4,849	11,033	5,458	30,328
1997	2,272	13,246	577	4,869	8,493	19,830	1,460	5,050	5,144	10,929	5,654	30,850
1998	2,034	11,342	547	5,750	8,259	17,864	1,572	5,107	5,200	10,636	5,546	27,104

자료: 진주시(1999), 진주지역 통계연보.

〈표 3〉을 보면 도소매업의 사업체수와 종사자수가 97년 이후로 줄어드는 추세를 알 수 있다.

〈표 3〉 지역내 도·소매업 증감추이

구분	1997	1998	증감률
사업체	8,493 개소	8,259 개소	- 1.0%
종사자	19,830 명	17,864명	- 0.9%

자료: 진주시(1999), 진주지역 통계연보.

지역내 슈퍼마켓은 25평 이하가 1,186개, 25~50평 116개, 50평 이상이 51개이다. 총 1,353개 지역내에 위치하고 있다.

4 마케팅과학연구 제6집(2000)

〈표 4〉 지역내 슈퍼마켓 현황

평수	50평 이상	50~25평	25평 이하	계
슈퍼마켓	51	116	1,186	1,353

자료: 진주시 지역경제과(1999)

지역내 대형 유통매장은 97년 탐마트 진출이후 99년 LG슈퍼마켓 2개점, 2000년 E 마트 등이 영업을 하고 있다. 매장의 주요품목은 식품류, 가공식품, 생활필수품, 의류, 잡화, 전자제품 등이다.

〈표 5〉 지역내 대형 유통매장 현황

업체명	소재지 (개점일)	종업원	매장면적	서틀버스 운행	주요품목
탐마트	하대동 315 (1997. 1. 24)	163명	4,859㎡ (1,470평)	8대 (운행중단)	식품류, 가공식품 생활필수품, 의류, 잡화 등
LG슈퍼마켓 평거점	평거동 294-1 (1999.11.25)	142명	2,082㎡ (629평)	3대 (운행중단)	식품류, 가공식품 생활필수품
LG슈퍼마켓 상대점	상대2동 197-17 (1999.12.15)	119명	1,549㎡ (468평)	3대 (운행중단)	식품류, 가공식품 생활필수품
E 마트	인사동 3 (2000. 8.31)	600명	10,000㎡ (3,000평)	18대 (계획철회)	식품류, 잡화, 생활필수품 의류, 전자제품

자료: 진주시 지역경제과(2000)

지역내 대형 유통매장의 매출액과 이용 고객수는 진주시의 조사에 따르면 다음과 같다.

〈표 6〉 지역내 대형유통매장의 매출액(예상)

(단위: 백만원)

업체명	1인당 평균구매액	평 일 매출액	공휴일 매출액	월 매출액	연 간 매출액	평일 이용 고객수	공휴일 이용 고객수
이마트	3만원	170	310	5,830	70,000	5,600명	10,300명
탐마트	1만 7천원	90	110	2,900	35,000	5,000명	7,000명
LG마트 평거점	1만 4천원	47	65	1,580	17,552	3,359명	3,840명
LG마트 상대점	1만 2천원	24	30	830	9,987	2,013명	2,381명
계				11,140	132,539	15,972명	23,521명

자료: 진주시 지역경제과(2000)

2. 재래시장의 현황

진주시의 연도별 시장분포 현황을 보면 93년 이후 정기시장은 1개소가 줄었으나,

일반시장은 3개소 증가하였다. 그 이유는 일반시장은 새로운 주택지와 아파트를 중심으로 상가건물이 생겨난 것으로 볼 수 있다.

〈표 7〉 연도별 시장분포 현황

(단위: 개소, m<sup>2</sup>)

연별	정기시장			일반시장			총계		
	개소	면적		개소	면적		개소	면적	
		부지면적	건물연면적		부지면적	건물연면적		부지면적	건물연면적
1993	7	11,014	2,922	11	48,264	58,914	18	59,278	61,836
1994	7	11,014	2,922	12	55,712	81,793	19	66,726	84,715
1995	7	11,014	2,922	13	59,161	88,865	20	70,175	91,787
1996	6	9,411	2,818	13	59,161	88,865	19	68,572	91,683
1997	6	11,257	2,779	13	59,161	88,865	19	70,418	91,644
1998	6	9,818	2,819	14	66,382	105,398	20	76,200	108,217

자료: 진주시(1999), 진주지역 통계연보.

1998년 12월말을 기준으로 지역 시장 수는 20개소로 점포 수는 3,170개이며, 대지면적 76,227.3 m<sup>2</sup>이며, 건물면적은 107,863.77 m<sup>2</sup> 이다. 시장별 현황을 살펴보면, 상설재래시장은 중앙시장, 서부시장, 천전시장, 자유시장, 동부시장, 공단시장 6개소이며, 정기시장은 문산, 금곡, 일반성, 지수, 미천, 대곡시장 등 6개소이며, 상가는 중앙지하상가, 동성종합상가, 한주럭키상가, 상봉한주타운상가, 이현종합시장, 평거한보타운상가, 한보하이타운상가, 삼전프라자상가 8개소이다.

〈표 8〉 시장 등록현황

관리법인			매장면적 64,367m <sup>2</sup> (19,471평)	점포수			
사설	공설	계		자영	임대	미활용	계
14	6	20		1,163	1,710	297	3,170

자료: 진주시 지역경제과(1999)

시장 등록현황은 사설시장 14개소, 공설시장 6개소이며, 점포현황은 자영점포 1,163개, 임대점포 1,710개, 미활용 297개로 총 3,170개이다.

또한 위치, 기능에 따라 도심권형 시장과 생활권형 시장으로 구분하여 살펴보면 도심에 위치하고 도·소매 기능을 담당하는 도심권형 시장으로는 진주 중앙시장이 있으며, 일반주거지역에 위치하고 주로 소매기능을 담당하는 생활권형 시장으로는 서부시장, 천전시장, 도동자유시장, 동부시장, 공설시장이 있다.

〈표 9〉 진주시의 시장 현황

시장명	종류	개설일	대지면적(m <sup>2</sup> )	건물면적(m <sup>2</sup> )	점포수
문산시장	공설	34. 9. 14	1,078	574	21(동수)
금곡시장	공설	62. 12. 28	1,653	270	5 (동수)
일반성시장	공설	62. 7. 3	3,731	1,186	29(동수)
지수시장	공설	59. 6. 3	552	173	3 (동수)
대곡시장	공설	62. 12. 28	2,408	460	18(동수)
미천시장	사설	62. 12. 13	426	153	3 (동수)
서부시장	사설	1955	4,646.3	2,274	156
중앙시장	사설	1895	1,680.3	13,213	1,026
천전시장	사설	1945	1,874	1,233	80
자유시장	사설	79. 8. 24	3,652	2,373	140
공단시장	사설	81. 12. 24	3,399	2,160	110
동부시장	사설	80. 7. 31	4,146	2,146	134
중앙로지하상가	사설	88. 6. 4	7,815	7,665.57	225
한주럭키상가	사설	90. 5. 23	600	2,012	25
한주타운상가	사설	92. 9. 9	765	1,831.2	32
이현종합시장	사설	93. 5. 1	4,064	22,807	460
평거한보타운상가	사설	93. 9. 22	457	1,918	30
진주동성상가	사설	94. 7. 30	7,488	22,878	316
평거한보하이타운	사설	98. 10. 18	3,449	7,072	147
삼전프라자상가	사설	97. 1. 22	7,221	16,534	289
계			76,227.3	107,863.77	3,170

자료: 경남소상공인지원센터(1999), 경남 주요지역 상권분석 -진주시-, p. 20.

### Ⅲ. 진주지역 재래시장의 실태 및 문제점 분석

진주지역의 재래시장은 그 동안 한 장소에 집적하여 쇼핑의 외부경제효과를 누려왔으나, 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 주차장 부족 등과 같은 여러 문제점을 지니고 있어 고객 이탈 현상이 눈에 띄게 늘어나고 있다. 이러한 재래시장의 실태와 문제점을 외부적 요인인 경제환경의 변화, 소비환경의 변화, 경쟁상권의 변화, 제도적 자원의 부족과 내부적 요인인 시장의 시설적 측면, 상·물 유통기능 측면으로 나누어 문제점을 분석해 본다.

## 1. 외부적 요인에 의한 문제점

재래시장이 약화된 외부적인 요인은 경제환경의 변화, 소비환경의 변화, 경쟁상권의 변화 제도적 자원의 부족에서 비롯되었으며 이들 요인이 개별적이기 보다 복합적으로 작용했다고 볼 수 있다.

### 1) 경제환경의 변화

경제환경의 변화중 재래시장 및 국내 소매업태에 가장 큰 영향을 미친 것은 80년대 부터 시작된 국내유통시장의 개방과 96년의 IMF 경제체제 이후의 극심한 경기침체를 들 수 있다. 특히 86년에 이루어진 유통시장의 완전 개방은 유통부문의 근대화의 절박성과 영세업체가 대부분인 이들의 몰락에 따른 사회적 충격완화의 문제해결보다는 경쟁력 강화의 차원에서 대자본의 유통산업진출을 추구하고 있는 실정이다. 이러한 경제환경의 변화와 맞물려 진주지역에도 최근 대형 유통매장이 입점하여 재래시장에 심각한 타격을 받고 있는 실정이다.

대형 유통매장의 등장은 지역내 재래시장에 긍정적인 측면과 부정적인 측면에서 영향을 미치고 있다. 긍정적인 측면은 대형점과의 경쟁을 통하여 체질개선이 가능하기 때문에 경쟁력을 강화 시킬 수 있다. 그리고 소비자 입장에서는 다양한 서비스를 제공받을 수 있다. 한편 부정적인 측면은 지역의 영세하고 생산성이 낮은 재래시장 및 중소유통업체들이 경쟁력을 상실해 도산할 우려가 높다. 따라서 대형 유통매장의 입점으로 진주지역의 유통산업구조에 큰 변화가 일어날 것으로 예상되며 특히 몇몇 상가를 제외한 대다수의 재래시장은 매우 심각한 영향을 받고 있다 하겠다.

### 2) 소비환경의 변화

특정 지역의 업종 구성은 장기적으로 인구구성, 소득, 라이프스타일, 산업구조 등의 변화에 따라 서서히 변한다. 소매업은 최종 소비자를 하고 있는 관계상 업종구성은 해당지역내의 소비수준과 소비패턴의 영향을 반영할 수밖에 없다. 소비환경의 변화에 대한 주 요인을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 소비자들의 합리적·실용적 구매의 추구이다. 요즈음은 대형할인점이 소비자들로부터 각광받는 이유는 최근의 극심한 경기침체와 소비위축에 기인하는 것이다. 할인점의 가장 큰 장점은 가격의 저렴이다. 소비심리의 급속한 위축으로 해서 소비의 확산을 가져 왔으며 이러한 소비심리의 변화는 신규 할인점의 증가로 나타나고 있다.

이러한 현상은 소비자들이 가격 위주의 합리적이고 실용적 구매성향을 보이고 있다는 것을 의미하는 것이다. 이러한 소비행태는 지금까지 소비자에 대한 가격서비스 기능이 약했던 기존 중소 유통업과 재래시장에 근본적인 변화를 불러오는 계기로 작용

하였다.

둘째 신세대의 등장을 들 수 있다. 기성세대와는 상당히 다른 가치관과 감성적 욕구를 지닌 신세대들이 소비시장에서 주요한 구매층으로 부상되면서, 일상생활 관련상품 분야에서 저가격 선호가 나타나는 반면에 기호성이나 취미성이 강한 분야에서 개성화·고급화·다양화의 추세가 강한 것으로 나타나고 있다. 이에 따라 이들을 설득하는 효과적인 마케팅 기법이 매우 중요해 지고 있다.

셋째, 편의지향 추구이다. 현대인들의 부족한 시간, 자동차의 대중화로 소비자는 점포 선택시에 교통편의, 쇼핑의 편리성을 중시하는 경향이 나타나고 있다. 소비자들은 상품비교를 위해 여러 점포를 돌아 다니는 것을 원치 않고 한 점포내에서 여러 제품을 비교하여 일괄구매하려는 원스톱(one-stop) 쇼핑에 대한 욕구가 증대되고 있다.

진주지역의 소비자들의 경우도 40-50대의 중·장년층을 제외하고는 주 소비계층인 20-30대는 대부분 이러한 소비패턴을 추구하는 경향이 높다고 볼 수 있다. 현대의 젊은 소비자들은 쇼핑환경이 쾌적하고 편리한 장소를 선호하는 경향이 높아지고 있다.

이러한 소비패턴의 변화에 따라 소비자 욕구가 다양화되고 개성의 존중, 창조성의 중시, 사회의 다원화 경향에 의해 수요가 개성화 되면서 유통업계의 업태도 다양화, 양극화, 저렴화 현상이 나타나고 있다. 따라서 소비패턴의 변화에 신속히 대응하여 소비자 욕구충족에 적극적으로 대처하여야 함에도 불구하고 우리지역의 대부분의 재래시장은 소비욕구 변화에 따른 선호상품과 시설환경에 대해 대응력이 미비하여 쇠퇴해 가고 있는 실정이다. 게다가 경기침체로 인한 소비지출의 급격한 감소와 계획소비의 증가는 재래시장에게는 상당한 위협요인이 되고 있다.

### 3) 경쟁상권의 변화

86년 유통시장 개방이후 유통구조에 있어서 큰 변화는 유통의 양극화와 수직적 계열화이다. 양극현상이란 취급상품수가 매우 다양화되던지 혹은 취급상품수를 하나 또는 몇 개로 국한시켜서 전문화하는 현상을 말하며 양극화의 두 주체인 대형소매기구(백화점, 쇼핑센터)나 전문상가 모두 규모면에서나 집적정도에 있어서 대형화·고도화를 추구하고 있다.

유통업계에 있어서 또 다른 특징은 수직적 계열화이다. 유통업계를 둘러싼 급격한 환경변화와 경쟁의 격화등은 고정비부담의 증가와 재래유통경로의 효율성 감소를 유발시키면서 불확실성이 높은 상태에서 투자를 최소화하면서도 경쟁력을 갖추기 위한 유통의 합리화를 모색케 했으며 수직적 계열화 즉 프랜차이즈는 유통합리화의 산물이다. 이러한 현상에 따라 기존 재래시장과는 달리 한곳에서 모든 제품을 구입(One Stop Shopping)할 수 있는 대형소매기구와 전문상가, 신업태(할인점, 편의점, 대중양판점, 프랜차이즈시스템)등이 출현하게 된 것이다.



이러한 유통구조 변화에 따른 영향으로 진주지역에서도 LG마트, 탑마트 등에 이어 몇 개월 전에 대형할인점인 E마트 입점함으로써 새로운 경쟁상권이 형성되어 몇 개를 제외하고는 대다수의 재래시장의 상권이 급격히 줄어들고 실정이다.

대형 유통매장의 입점으로 지역의 경제 및 유통체계 내에 미치는 영향을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 지역경제에 대한 영향

긍정적 영향은,

- ① 선진화된 앞선 경영기술과 노하우가 소개된다. 상품의 구매, 상품기획력, 재고 관리, 할부 판매, 신용판매 등 새로운 경영기술이 발전할 수 있으며 POS, VAN 등의 유통의 정보화에도 기여를 할 것으로 보인다.
- ② 대형유통매장의 진출에 따른 경쟁적 경영환경이 조성되어 유통산업의 효율성이 제고될 것이다. 이는 시설투자, 서비스 개선 및 원가절감으로 경영효율이 제고될 뿐만 아니라 효율적인 자원배분이 가능하게 된다.
- ③ 소비자 가격이 저하될 것이다. 대형유통매장은 생산자로부터 대량의 물품구매가 가능하여 값싸고 질 좋은 상품을 직접 구입함으로써 소비자 가격이 저하 될 것이다.
- ④ 유통산업의 경쟁력이 증대될 것이다. 이는 곧 효율성의 증대로 이어져 지역 유통산업의 성장을 촉진시키고 소비자의 선택의 폭도 확대된다.
- ⑤ 지역민들의 고용창출, 소비자물가 상승억제 및 편의제공, 지역상품(농산물, 공산품) 판매 촉진, 업체간 경쟁으로 전문 경영기법의 도입, 유통구조개선 등 유통산업 발전을 촉진하여서부경남 지역의 상거래 중심지로 발돋움하여 인근 외부지역(9개 시군)의 고객유치를 촉진시킬 것이다.
- ⑥ 다양한 상품구색과 가격으로 소비자의 선택 폭이 확대되었다.
- ⑦ 소비자 차원에서는 일괄구매로 절약된 쇼핑시간을 다른 생산적인 부분에 투자함으로써 부가적 이익을 누릴 수 있다는 장점이 있다.

부정적 영향은,

- ① 대형 유통매장의 지역내 진출에 따라 발생하는 재래시장 및 중소상가의 영세소매업체의 경쟁력 상실이다. 진주지역의 재래시장 및 중소상가의 대부분이 영세업체로서 대형유통매장에 경쟁력을 상실하여 심각한 사회문제가 되고 있다.
- ② 서울, 부산에 본사를 둔 대형유통매장의 상권형성으로 지역자금의 역외유출에 대한 지역 경제 손실이 발생하고 있다.
- ③ 재래시장의 상권형성 부진과 중소도매 유통업체들의 매출액 감소로 인한 경제적 타격이 심화되어 기존 영세상인의 생존을 위협하고 있다.
- ④ 단위농협, 신협 등 제 2금융권의 금융거래가 크게 위축되고 있다.

(2) 지역상인 및 소비자에 대한 영향

- ① 중·대형점과 지역상인과의 공존의 방안이 어려운 것으로 보고 매출감소로 인하여 위기의식이 팽배해 있다.
- ② 소비성향의 변화이다. 소비자들은 상품의 고품질, 저가격, 편의성 등에 관심을 가지고 유통업소들을 비교하여 구매하는 경향이 늘어나고 있으며, 단순히 물품 구매에 그치는 것이 아니라 문화공간을 공유하기 위한 측면이 강조되는 경향이어서 지역내 재래시장 및 중소상가에서의 상품구매를 회피하고 있는 실정이다.
- ③ 업체간 경쟁의 심화로 경쟁력이 약한 재래시장 등 비근대적 유통업이 쇠퇴되고 있다.
- ④ 대형 유통매장의 입점으로 과소비를 조장 할 수 있다.

(3) 지역상권에 대한 영향

- ① 대형 유통매장의 반경 5km이내 슈퍼, 재래시장이 받는 타격은 막대한 것으로 분석된다.
- ② 직접적으로 영향을 받는 업종으로는 제과점, 자동차용품점, 홈인테리어, 문구점, 속옷가게, 과일가게, 가전제품 대리점, 세탁소, 그릇가게 등으로 분석된다.
- ③ 재래시장 및 중소상가들의 가격경쟁력은 대형 유통매장에 비해 매우 약한 것으로 나타나고 있다.
- ④ 대형 유통매장의 취급품목은 생필품을 비롯하여 전자, 의류, 주방용품, 문구, 서점, 자동차부품 등 2만 여가지가 넘어 지역내 전 업종에 걸쳐 상당한 영향을 미치고 있어 재래시장 및 중소상가의 경영악화가 더욱 심화되고 있다.

4) 제도적 자원의 부족

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 부당수입을 목적으로 영수증 발행을 기피하고 있고 또한 소비자들도 영수증 받기를 가볍게 생각하고 있기 때문에 이의 시행이 아주 미흡한 실정이다. 또한 인정과 세제에 의한 영업세, 소득세

의 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 실태과약은 어느 정도 이루어져 있으나 보다 체계적이고 세밀한 분석이 약한 편이다. 종사자에 대한 유통 및 서비스 등의 교육이나 위생검사, 가격표시제 실시정확 등 행정기관이 수행해야할 지도 및 지원이 열악한 실정이다.

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

## 2. 내부적 요인에 의한 문제점

지역민의 소비생활과 밀착해온 역사적 발전과정, 입지상의 이점과 규모상의 이점, 다수상인의 결집에 의한 경쟁과 보완관계의 장점에도 불구하고 시장자체의 내부적인 요인으로 경쟁력을 상실하고, 몇몇 시장을 제외한 대부분이 쇠퇴해가거나 업종전환 또는 재개발 등 변화의 기로에 서 있다. 이러한 지역내 재래시장이 직면해 있는 내부적 요인에 의한 문제점은 시장의 시설적인 측면, 상·물적 유통기능 측면에서 나타나고 있다.

### 1) 시장의 시설적인 측면

시장의 시설측면에서 나타나는 내부적인 문제점은 상인자본의 영세성으로 인한 주차장과 같은 시설의 불비와 낙후성, 공중 및 환경시설의 미비를 들 수 있다. 특히 진주지역의 대표적 재래시장인 J시장의 경우는 주차장 시설의 확보가 가장 큰 문제로 지적할 수 있다.

재래시장 상인들의 자본투자 내용을 보면 거의가 시설투자에 한정되어 있고 투자한 자본의 구성이 자기자본과 타인자본 비율이 비슷한 수준을 보이고 있다. 재래시장 대부분이 점포들이 자본금 5,000만원 미만으로 재무구조가 취약하고 50%이상이 임대점포로 운영하고 있기 때문에 경쟁업체의 출현(특히 대형 유통매장)등으로 점포당 매출액이 줄어들고 수익성이 낮아지므로 다음과 같은 문제가 발생됨에도 불구하고 상인자본의 열세로 이를 해결하지 못하고 있다.

- ① 상인들의 영세한 자본력은 시설 및 환경개선 등 시장활성화를 위한 투자의 여력을 낳지 못하고 있다.
- ② 영업과 생계를 분리하지 못하고 있는 대부분의 점포들은 생업위주의 경영방식을 벗어나지 못하고 있어 확대재투자나 시장활성화를 위한 참여의식이 미흡하다.

- ③ 자본의 영세성으로 자가점포를 갖지 못하는 임대 점포들은 판매액에 비해 과중한 임대료를 고정적으로 납부하고 있기 때문에 이를 보완하기 위하여 부당한 판매가격을 부르기 때문에 가격표시제의 실시가 사실상 어려운 실정이다.
- ④ 점포당 평수가 극히 적은 실정이므로 (평균2-3평) 점포과밀현상을 초래하여 점포당 매출액은 낮고 불필요한 과당경쟁의 요인이 되어 강매·호객 등 상거래 질서를 물란하게 하는 원인이 되고 있다.

또한 재래시장이 외부적 환경변화에 신속히 대처하기 위해서 무엇보다도 먼저 시설이 뒷받침되어야 하는데 다음과 같은 전반적인 시설의 낙후로 효율적인 대응을 하지 못하고 있다.

- ① 시장개설 당시 계획성의 결여로 전체적으로 기능을 충분히 발휘할 수 없다.
- ② 시설이 빈약하고 환경이 불비하여 시장주변에는 노점상이 밀집하여 통행이 불편하고 위생적으로 불결하다.
- ③ 각 업종별 점포가 무질서하고 무계획적으로 배열되어 있으므로 품목별 전문화를 저해하고, 소비자들의 쇼핑불편과 시간적 낭비를 초래하고 있는 실정이다.
- ④ 진열장 및 진열대의 시설이 미비하여 상품진열이 열거식이 아니고 축적식 혹은 걸이식으로 불합리하게 진열되어 있기 때문에 고객들의 상품식별이 곤란하고 기호에 맞는 상품선택에 시간적 낭비가 뒤따르고 있다.
- ⑤ POS와 최신 사무기기의 불비로 인력과 시간의 낭비가 뒤따르며 금전등록기의 설치는 모든 점포를 합리적인 근거과세 대상업소로 유도할 수 있게 하나 그와 같은 장비의 불비로 일반점포의 경우 인정과세제가 적용되고 영수증 발행제도도 이루어지지 않고 있는 실정이다.
- ⑥ 시장내의 통로 등을 노점상들이 점유하고 있기 때문에 고객들의 통행이 불편하고 화재가 발생한다면 보다 큰 피해를 입게 되고, 고객의 편의를 도모하기 위하여 마련된 휴게소와 같은 편의시설의 불비는 고객들의 피로를 가중시키고 시장내 혼잡을 야기시킨다.
- ⑦ 상하수도 시설 및 공중변소 등의 시설이 대체로 미비한 상태에 있고 갖추어진 곳이라고 할지라도 일부 시장의 경우는 불결하거나 비위생적이고 파괴된 부분이 개·보수되지 않고 있어 사장상인들의 불편은 물론 고객들의 불편과 시장환경을 악화시키는 원인이 되고 있다.
- ⑧ 계획적인 점포배열과 체계적인 상품진열이 이루어지지 않고 있기 때문에 안내표지 또는 안내소와 같은 서비스 시설이 부족하고 이로 인한 고객들의 불필요한 왕래를 불가피하게 하고 있으며 시장내를 더욱 혼란하게 만들고 있다.
- ⑨ 주차시설이 확보되어 있지 않아 차량을 이용한 쇼핑이 불가능하고, 1-2개 시장

을 제외하고는 현재의 부지내에서 주차시설 확충이 불가능하다.

- ⑩ 낙후된 시설을 현대화하기 위한 재개발 사업이 이해관계자의 갈등으로 추진이 어려운 실정이다. 점포소유자간에 이해관계가 일치하지 않아 의견이 통일이 어려우며, 권리금, 임시시장 등의 문제는 재개발 추진에 걸림돌이 되고 있다. 현재 점포위치에 대한 기득권이 보장되지 않아 입지가 좋은 점포주들은 재개발 사업에 반대하고 있는 실정이며 재개발 완료 후 점포배분 등 사업추진 성과와 이익을 공정하게 재분배하는 일은 더욱 더 어렵고, 임차상인들의 기득권 보호와 생계대책이 문제가 되고 있는 실정이다.
- ⑪ 재개발 사업자금 조달이 어렵다. 대부분 영세상인으로 구성된 재래시장은 재개발에 필요한 사업자금을 자체 조달하는 데 한계 있으며, 담보설정이 필요하나 분양시장의 경우에는 담보설정이 어려운 상태이다.
- ⑫ 대부분의 소매점포상인들은 전용차량이 없기 때문에 수송수단으로 영업용 타이탄, 트럭, 리어카 등을 이용하고 있으며 상품배달의 경우도 자전거, 리어카 혹은 경운기를 이용하고 있는 실정이다.
- ⑬ 상품저장을 위한 독자적인 창고는 물론 상인들간의 공동거래를 이용하는 경우도 극히 드물다.
- ⑭ 상품을 보관하는 창고시설의 부족으로 점포 안팎에 산적함으로써 상품의 훼손, 화재위험 등 상품보호 및 품질보중에 문제점을 야기시키고 있다. 이는 차량소통, 행인통행불편, 미관상불결, 안전사고의 원인, 도난의 위험 등 제반 문제점을 안고 있다.

## 2) 상·물적 유통기능 측면

일반재래시장은 자금부족, 세금과다, 임대료 과다 등의 경영규모의 영세성으로 인해 상적유통기능이 부족하고 나아가 점포경영에서 가장 중요한 상품구색, 대고객 서비스, 품질, 가격에 대해 고객지향적 노력이 미흡하다. 따라서 재래시장을 이용하는 대다수 고객들도 시장환경이 나쁘다는 평가를 하고 있으며 이로 인해 재래시장의 상권은 더욱 취약해지고 있다. 이러한 주요인은 점포영업 교육의 부족과 시장기능의 미분화, 상품구매처의 다양화 등으로 발생되며 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

- ① 점포의 상적유통기능의 제고를 위해서 종업원의 자질향상이 중요하다.

따라서 점포경영에 필요한 판매기법 및 상거래질서, 상품진열 등의 점포경영교육이 필수적인 요건임에도 불구하고 시장내 이를 담당할 기관과 장소가 없는 실정이다. 따라서 현대의 유통과정을 교육받은 전문가들로 구성된 타 소매업체와 비교해 경쟁력이 극도로 낮은 상태이다.

- ② 시장기능의 미분화는 도·소매기능의 미분화를 들 수 있다.

도매상과 소매상의 명확한 구분이 없기 때문에 유통질서의 문란과 가격불안이 유발되고 도매상의 소매행위 겸업으로 인해 영세소매점의 기능을 위축시키고 전반적인 상경기를 침체시킨다. 또한 재래시장에서 흔히 나타나는 생산자에 의한 시장지배는 유통과정에서의 공정거래를 저해하고 가격의 하락과 경직성을 초래하므로 소비자의 부담을 가중케하고, 인위적인 출고조절을 가능케하며 유통단계에서 가수요 증대 및 가격혼란을 유발시킨다.

③ 상품구매처의 다양화로 인한 가격차이 이다.

일반재래시장 상인들의 판매상품 구매처를 보면 생산업체에서 직접 구입하는 방법, 도매점을 통해 구매하는 방법, 수집상이나 대리점등을 통해 구입하는 등 다양하기 때문에 유사상품 및 동종품목의 가격이 시장별, 점포별로 각각 상이하게 나타나며 심한 가격차이를 형성하고 있다. 결국 이러한 이유로 일반재래시장은 가격표시제를 실시하지 않고 있으며 상거래 질서의 문란뿐 아니라 추가적 유통마진으로 소비자 가격이 상승하게 돼 재래시장 특유의 장점인 저가의 물품구입 개념을 상실해 경쟁력이 상실되고 있다.

3. 진주지역의 재래시장에 대한 SWOT분석

진주지역의 재래시장은 대부분 저생산성, 영세성, 비과학적인 경영, 시장환경의 미비, 주차시설의 미비, 시장공해, 화재위험 등이 상존하고 있으며 농촌지역의 대부분의

〈표 10〉 진주지역 재래시장의 SWOT 분석

기회 - Opportunity	위협 - Threat
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 입지적 중심성에 따른 기본적 배후상권 확보</li> <li>· 정부의 정책적 지원(자금지원, 세제혜택 등)대책의 강구</li> <li>· 지역민들의 재래시장 활성화에 대한 관심 고조</li> <li>· 시청원의 행정지원 시책 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 동일상권내 대형할인점 입점</li> <li>· 경기침체에 따른 소비심리 위축의 심화</li> <li>· 도시미관과 주변환경의 저해요인 상존</li> <li>· 소비문화의 변화</li> <li>· 유통업체 다양화에 따른 구매력의 분산</li> <li>· 점포상인에 대한 소비자의 불신</li> </ul>
강점 - Strength	약점 - Weakness
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오랜 역사 속에서 지역주민과의 친밀한 유대관계 형성</li> <li>· 상권확보상의 입지양호(주택가 위치)</li> <li>· 지역정서에 맞는 점포운영 노하우 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대형 유통매장의 진입에 따른 상인들의 자신감 상실</li> <li>· 품질 및 기능의 저하</li> <li>· 조직화·협업화 안됨(규모의 경제 불가능)</li> <li>· 입점 상인의 응집력 약화와 의타적 자세</li> <li>· 명확한 테마와 전문성 및 아이덴티티 결여</li> <li>· 주차 및 편의시설 등 부대시설 취약</li> <li>· 시장 운영관리 주체의 경영관리 기반 취약</li> <li>· 제품력, 판매력, 운영력 등의 경영력 취약</li> </ul>

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 10참조>.

#### 4. 실태분석

##### 1) 일반 소비자 의식조사

진주지역에 거주하는 일반 소비자 102명을 대상으로 11. 21-28까지(1주일간) 재래시장에 의식 조사를 실시하였다. 주요 조사 내용은 다음과 같다.(표 11, 12,13,14,15 참조)

<표 11> 조사대상자 분포

조사내용	조사 대상자 분포
연령별	10~20세 미만(3.9%), 20~30세 미만(54.9%), 30~40세 미만(9.8%), 40~50세 미만(9.8%), 50세 이상(21.6%)
성 별	미혼남자(14.7%),기혼남자(18.6%), 미혼여자(34.3%), 기혼여자(32.4%)
교육수준	고졸(38.2%), 대재(45.1%),대졸(12.7%) 대학원 이상(3.9%)
직 업	학생(33.3%), 회사원(34.3%),공무원(9.8%) 주부(22.5%)

<표 12> 재래시장을 이용하는 이유

이용이유	빈도	비중(%)
가격의 저렴	19	18.6
집에서 가까움	24	23.5
상품의 구색다양	20	19.6
특산물이 많음	17	16.7
쇼핑의 편리	1	1.0
정보교환	5	4.9
기타	16	15.7
계	102	100.0

재래시장을 이용하는 이유에 대해서는 집에서 근거리에 위치한다가 23.5%로 가장 높게 나타났으며 상품구색의 다양화가 19.6%, 저렴한 가격이 18.6%순으로 나타났다. 재래시장을 이용하는 사람들은 주로 재래시장의 입지상의 이점이 크게 작용한다고 볼 수 있다.

〈표 13〉 재래시장 이용시 불편한 점

불편한점	빈도	비중(%)
교통혼잡, 주차장 시설 부족	35	34.3
시설의 협소, 노후화	27	26.5
시장주변 위생관리부족 및 불결	25	24.5
친절, 서비스 부족	4	3.9
가격표시제 미실시	5	4.9
소비자 편의시설 부족한 점	3	2.9
기타	3	2.9
계	102	100.0

〈표 14〉 재래시장 개선사항

개선사항	빈도	비중(%)
주차장 설치	14	13.7
노점상 철거 및 시장통로 확장	18	17.6
시장주변의 위생관리철저	36	35.3
친절, 서비스 강화	9	8.8
가격표시제 실시	6	5.9
소비자 편의시설 설치	4	3.9
상품구색의 다양화	3	2.9
소비자고발센터 설치	1	1.0
시장재개발 및 개보수	7	6.9
기타	4	3.9
계	102	100.0

소비자들이 재래시장을 이용할 때 가장 불편한 점은 주차장 시설 부족등으로 인한 교통혼잡, 시장 시설의 협소 및 노후화가 다음으로 나타났고 그 다음이 시장주변의 비위생적인 환경순으로 나타났다. 따라서 이러한 요인들을 고려한 시장환경 개선이 시급한 과제임을 알 수 있다.

〈표 15〉 재래시장 활성화를 위해서 우선적인 노력 대상

노력대상	빈도	비중(%)
상인자신	50	49.0
상가번영회	29	28.4
행정기관	13	12.7
언론 및 사회단체	4	3.9
소비자	6	5.9
계	102	100.0

재래시장의 활성화를 위하여 우선적으로 노력해야 할 대상으로는 응답자의 50%가 상인들이어야 한다고 답변하였다. 이는 경쟁력이 떨어지고 있는 재래시장의 활성화를 위해서는 무엇보다도 먼저 시장의 주체인 상인들 스스로가 적극적인 대응자세를 견지해야 한다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 즉 타의에 의한 개선보다는 마케팅 전략을



통한 자의적인 타개책을 마련해야 할 것으로 보인다.

2) 재래시장(중소상가) 상인의 의식조사

진주지역의 재래시장 및 중소상가를 운영하는 상인 90명을 대상으로 11.21~28(1주일간) 까지 점포 운영등과 관련된 설문 조사를 실시하였다.

자세한 분석결과는 다음과 같다<표 16. 17.18. 19 참조>.

<표 16> 조사대상자 분포

조사내용	조사 대상자 분포
연령별 분포	20~30세미만(40.0%), 30~40세 미만(15.6%), 40~50세 미만(22.2%), 50세 이상(22.2%)
성별분포	미혼남자(11.1%),기혼남자(24.4%), 미혼여자(11.1%), 기혼여자(53.3%)
교육수준 분포	고졸(55.6%), 대재(6.7%),대졸(37.8%)
사업년수	1~3년 미만(40.0%), 3~5년 미만(24.4%), 5~10년 미만(20.0%), 10~20년 미만(6.7%), 20년 이상(8.9%)

<표 17> 점포 운영 형태

점포형태	빈도	비중(%)
직영점포	10	11.1
임대점포	48	53.3
분양점포	14	15.6
재임대점포	10	11.1
노점상	4	4.4
기타	4	4.4
계	90	100

응답자의 절반이상이 임대점포로 운영되고 있으며 재임대점포 비율도 11.1%로 상당히 높게 나타났다. 이는 시장의 사업자 대부분이 영세한 상인들로 구성되어 있다는 것을 단적으로 보여주고 있는 향후 재개발이나 재건축에 따른 자본조달에 한계가 있음을 알 수 있다.

<표 18> 영업상태가 부진한 이유

부진이유	빈도	비중(%)
인근지역에 대형할인점이 출현	38	42.2
시설의 노후화	22	24.4
서비스 시설이 부족해서	8	8.9
품질저하 및 가격경쟁력 상실	4	4.4
노점상과 골목시장의 무질서한 상행위	4	4.4
공동 유통활동이 미비해서	10	11.1
유통정보화가 이루어지지 않아서	2	2.2
기타	2	2.2
계	90	100

재래시장의 영업이 부진이유로는 대형 유통매장의 출현을 가장 큰 이유(42.2%)로, 그 다음으로 시설의 노후화(24.4%), 공동 유통활동 미비(11.1%)순으로 나타났다. 이는 많은 소비자들이 저렴한 가격, 쾌적한 쇼핑환경으로 무장한 대형 유통매장에서의 소비행위를 한다는 것으로 볼 수 있는데, 재래시장에서도 노후화된 시설을 개선하는 등 쾌적한 쇼핑환경을 신속히 조성하여 외면하는 소비자들이 재래시장으로 다시 발길을 도릴 수 있도록 우선적인 노력을 기울여야 할 것으로 판단된다.

〈표 19〉 영업부진을 개선하기 위해서 우선적으로 추진해야할 사업

추진사업	빈도	비중(%)
시장재개발 및 재건축	30	33.3
증축, 개축 및 시장 개보수	14	15.6
시장업태의 전환	10	11.1
입점상인들의 조직화, 협동화	30	33.3
유통정보화 추진	4	4.4
시장관리 사무소의 기능강화	2	2.2
계	90	100

시장 상인들의 시장 재개발 및 재건축에 대한 의지가 비교적 높은 것으로 나타났고, 특히 상인들간의 조직화, 협동화의 필요성이 높은 것으로 보아 시장을 현대화하는 등의 발전을 도모하는 데 상인들간의 의견통일이 잘 이루어지지 않다는 것을 보여주고 있다고 볼 수 있다. 더욱 심화되는 유통환경하에서는 혼자서는 절대 생존할 수 없다는 것을 명심하고 전체를 위한 상인들의 사고 전환이 절실히 요망된다.

〈표 20〉 재래시장이 대형할인점에 비하여 유리한 점

유리한점	빈도	비중(%)
정서적 친근감	32	35.6
주거지와 인접성	18	20.0
교통의 편리	4	4.4
개방시간의 이용편리	10	11.1
가격의 저렴성	18	20.0
정보교환의 장소	6	6.7
기타	2	2.2
계	90	100

재래시장이 대형점보다 유리한 점은 정서적 친근감, 주거지와 인접성, 저렴한 가격, 점포를 일찍 열고 늦게 닫는 개방시간의 편리성을 높게 들고 있는 것으로 보아 향후 재래시장의 재개발시 이러한 점을 충분히 고려해야 할 것으로 보인다.

〈표 21〉 앞으로 재래시장 향방

구 분	빈도	비중(%)
점점 더 발전	8	8.9
현재 상태 유지	10	11.1
시장기능이 더욱 위축	60	66.7
조만간 시장기능 상실	12	13.3
계	90	100

앞으로 5년간 재래시장의 향방에 대한 설문에서 상인들은 진주지역의 재래시장 및 중소상가의 시장기능이 더욱 위축되거나 상실할 것으로 응답한 비율이 각각 66.7%, 13.3%로 나타나 시장 재개발 및 재건축의 가능성이 더욱 높아지고 있다고 볼 수 있다.

〈표 22〉 재래시장 활성화를 위해서 우선적 노력해야할 대상

노력대상	빈도	비중(%)
상인자신	40	44.4
상가번영회	16	17.8
행정기관	10	11.1
언론 및 사회단체	4	4.4
소비자	20	22.2
계	90	100

재래시장 활성화를 위해서 가장 노력하여야 할 대상으로 응답자의 44.4%가 상인들 자신을 들고 있으며, 그다음으로 소비자, 상가번영회 순으로 나타났다. 재래시장의 활성화를 위해서는 상인들 자신이라고 생각은 가지고 있으나 그 방법을 강구하는데 어려움이 있다는 것을 보여주고 있다. 이러한 재래시장의 발전을 위해서는 시장 상인들 자신의 피나는 자구적인 노력, 행정기관 및 지역민 등의 적극적인 지원과 관심이 뒷받침 되어야 할 것으로 보인다.

### 3) 실태분석 결과 요약

#### (1) 소비자 의식

- ① 재래시장을 이용하는 이유에 대해서는 집에서 근거리에 위치한다가 23.5%로 가장 높게 나타났으며 상품구색의 다양화가 19.6%, 저렴한 가격이 18.6% 순으로 나타났다. 재래시장을 이용하는 사람들은 대부분 재래시장의 입지상의 이점이 크게 작용한다고 볼 수 있다.
- ② 소비자들이 재래시장을 이용시 가장 불편한 점과 이의 개선에 대한 질문에서는 주차장시설 부족 등으로 인한 교통혼잡, 시장 시설의 협소 및 노후화가 다음으로 나타났으며 그 다음으로 시장주변의 비위생적인 환경순으로 응답하였다. 따

라서 이러한 요인들을 고려한 시장환경 개선이 시급한 과제임을 알 수 있다.

- ③ 재래시장의 활성화를 위하여 우선적으로 노력해야 할 대상으로는 응답자의 50% 이상이 상인들 자신이라고 답변하였다. 이는 경쟁력이 떨어지고 있는 재래시장의 활성화를 위해서는 무엇보다도 먼저 시장의 주체인 상인들 스스로가 적극적인 대응자세를 견지해야 한다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 즉 타의에 의한 개선보다는 마케팅 전략을 통한 자의적인 타개책을 마련해야 할 것으로 보인다.

(2) 상인 의식

- ① 점포운영 행태에 대한 질문에서는 응답자의 절반이상이 임대점포로 운영되고 있으며 재임대점포 비율도 11.1%로 상당히 높게 나타났다. 이는 시장의 사업자 대부분이 영세한 상인들로 구성되어 있다는 것을 단적으로 보여주고 있는 것으로 향후 재개발이나 재건축에 따른 자본조달에 한계가 있음을 알 수 있다.
- ② 재래시장의 영업이 부진한 이유로는 대형 유통매장의 출현을 가장 큰 이유(42.2%)로, 그 다음으로 시설의 노후화(24.4%), 공동 유통활동 미비(11.1%)순으로 나타났다. 이는 많은 소비자들이 저렴한 가격, 쾌적한 쇼핑환경으로 무장한 대형 유통매장에서의 제품구입을 선호한다고 볼 수 있다. 재래시장에서도 노후화된 시설을 개선하는 등 쾌적한 쇼핑환경을 신속히 조성하여 외면하는 소비자들이 재래시장으로 다시 발길을 돌릴 수 있도록 우선적인 노력을 기울여야 할 것으로 판단된다.
- ③ 영업부진을 타개하기 위해 우선적으로 추진해야 할 사업에 관한 질문에서는 시장 상인들의 시장 재개발 및 재건축에 대한 의지가 비교적 높은 것으로 나타났고, 특히 상인들간의 조직화·협동화의 필요성이 높은 것으로 보아 시장을 현대화 하는 등의 발전을 도모하는 데 있어 여전히 상인들간의 의견통일이 잘 이루어지지 않고 있다는 것을 알 수 있다. 더욱 경쟁이 심화되고 있는 현대의 유통환경하에서는 혼자서는 절대 생존할 수 없다는 것을 명심하고 전체를 위한 상인들의 사고 전환이 절실히 요망된다.
- ④ 재래시장이 대형점보다 유리한 점은 정서적 친근감, 주거지와의 인접성, 저렴한 가격, 점포를 일찍 열고 늦게 닫는 개방시간의 편리성을 높게 들고 있는 것으로 보아 향후 재래시장의 재개발시 이러한 장점을 충분히 고려려 해야 할 것으로 보인다.
- ⑤ 앞으로 재래시장의 향방에 대한 질문에서 상인들은 진주지역의 재래시장 및 중소상가의 시장기능이 '더욱 위축되거나 상실할 것이다'에 대한 응답 비율이 각각 66.7%, 13.3%로 나타나 유통환경변화에 따른 대형 유통매장등의 출현으로 상당한 위기의식을 가지고 있음을 알 수 있다. 이는 시장 재개발 및 재건축의 가능성이 더욱 높아지고 있다고 볼 수 있다.

- ⑥ 재래시장 활성화를 위해서 가장 노력하여야 할 대상으로 응답자의 44.4%가 상인들 자신을 들고 있으며, 그 다음으로 소비자, 상가번영회 순으로 나타났다. 재래시장의 활성화를 위해서는 상인들 자신이라고 생각은 가지고 있으나 그 방법을 강구하는데 어려움이 있다는 것을 보여주고 있다. 이러한 재래시장의 발전을 위해서는 시장 상인들 자신의 피나는 자구적인 노력, 행정기관 및 지역민 등의 적극적인 지원과 관심이 뒷받침 되어야 할 것으로 보인다.

## V. 결 론

### 1. 논의

국내 유통시장의 개방에 따른 유통산업구조의 변화는 진주지역의 유통산업에도 커다란 영향을 미치고 있다. 특히 LG 슈퍼렛, 탑마트 등의 할인점에 이어 최근에 개장한 대형 유통매장인 E마트의 입점은 기존의 일반 재래시장 및 중소기업의 상권을 상당히 잠식하여 몇몇 시장을 제외하고는 심각한 경영난에 직면해 실정이다. 물론 대형 유통매장의 진입이 부정적인 측면만 있는 것은 아니고 경쟁력 강화와 유통근대화에 대한 기여, 지역민의 고용창출 등 긍정적인 측면도 있다. 하지만 진주지역의 재래시장은 많은 사람들이 기존의 재래시장과 중소기업의 터전으로 하여 삶을 영위하고 있기 때문에 이들 시장의 침체는 시민경제에도 적잖은 영향을 끼치지 않을 수 없다. 이에 본 연구는 지역의 재래시장과 중소기업의 활성화를 위한 구체적인 방안을 마련하는데 도움을 줄 목적으로 이들 시장에 대한 실태 파악과 문제점을 외부적 요인과 내부적 요인으로 구분하여 분석하였다.

첫째, 재래시장에 대한 외부적 요인에 의한 문제점을 들 수 있다.

국내 유통시장 완전 개방에 따른 유통산업구조의 변화와 극심한 경기침체등의 경제환경의 변화, 소비자 욕구의 다양화에 따른 소비환경의 변화, 유통구조 변화의 영향으로 따른 신업태의 출현, 기존의 경쟁상권의 판도 변화에 대한 대응력의 부족, 그리고 세제 및 행정적 측면에서의 제도적 지원 부족을 문제점으로 지적할 수 있다.

둘째, 재래시장의 내부적 요인에 의한 문제점을 들 수 있다.

상인자본의 영세성으로 인한 시설의 불비와 낙후성, 공중 및 환경시설의 미비, 주차공간의 미확보 등 시장의 시설적 측면에서의 문제점이다. 그리고 상품구색, 대고객 서비스, 품질, 가격에 대한 고객지향적 노력의 미흡 등의 상적 유통기능 측면, 창고 시설의 부족으로 점포 제품 안팎에 산적함으로써 상품의 훼손, 화재위험 등 상품보호 및 품질보증 등의 물적 유통기능 측면에서의 문제점으로 지적할 수 있다.

셋째, 상인 자신의 문제이다.

시장활성화에 대한 상인들의 자발적인 노력과 이의 실천을 위한 확고한 의지의 결여 및 서로 믿고 신뢰하는 시장문화의 부재를 들 수 있으며, 시장기능의 약화에 대한 상인들의 깊이 있는 성찰과 인식이 부족한 점을 지적하지 않을 수 없다. 상인들이 자신의 시장에 대한 전반적인 특징과 문제점을 알고 있어야 재래시장이 내부로부터 발전할 수 있는 조건을 갖추게 되는 것이다.

넷째, 품질과 성능에서의 차별화·독자성의 문제이다.

소비자들이 재래시장을 외면하는 가장 큰 이유는 '품질과 성능에서의 차별화·독자성'의 결여를 들 수 있겠다. 타 경쟁업체보다도 소비자 욕구를 더 많이 충족시켜 줄 수 차별화된 품질과 성능이 있는 제품을 판매한다면 당연히 소비자는 찾아올 것이다.

恩藏(1994)의 연구에 의하면 성공한 선발 브랜드 90%, 후발 브랜드 85%가 '품질과 성능에서의 차별화·독자성'에 기인한다고 한다. 경쟁 유통업체가 취급하지 않는 제품만을 선별하여 판매하는 차별화된 제품 포지셔닝 전략이 필요하다고 본다. 시장의 상인들은 진취적인 마인드로 시대의 흐름을 읽고 이에 신속히 대응하여야 한다.

다섯째, 독창적인 커뮤니케이션의 문제이다.

경쟁력 있는 점포가 되기 위해서는 상권의 범위내에 있는 많은 소비자들이 가능한 자주 방문하고 또 구매하도록 이끄는 에너지를 가지고 있어야 한다. 즉 재래시장의 점포들이 제공하고 있는 편리한 각종 서비스와 시설, 그리고 창조적인 방법으로 구색을 갖춘 상품들이 어떤 가격으로 판매되고 있는지를 소비자들에게 매력적으로 알려야 한다. 하지만 진주지역의 대다수 재래시장은 이러한 독창적인 커뮤니케이션의 부재를 문제점으로 지적할 수 있겠다.

시장이나 상가에 있어서 어떠한 경쟁적 위협요인이 있어도 누군가에게 꼭 필요하면 서도 독특한 상품을 판매한다면 그 상품은 반드시 팔릴 수 있을 것이다. 남들이 하는 것을 따라하기 보다는 틈새시장을 찾아나서는 선구자적인 노력이 절실히 필요한 시점이다.

27,000여 개에 달하는 동대문 시장이 상인들의 끊임없는 노력으로 세계적인 의류패션의 실리벨리를 일궈낸 것을 타산지석으로 삼아야 할 것이다.

## 2. 한계

본 연구는 진주지역 재래시장의 실태 및 문제점에 대하여 조사하였는데 그 의의가 있다고 하겠다. 본 연구의 한계점은 조사대상의 광범위함으로 해서 보다 폭넓고 깊이 있는 조사가 진행되지 않았고, 각 시장단위로한 개별적으로 한 세밀한 연구를 하지 못했던 점, 그리고 다양한 실태조사가 미흡했던 점이라 할 수 있다. 향후 이러한 점을

고려한 깊이 있는 연구가 이루어진다면 지역경제와 재래시장에 대한 효과적이고 실제적인 활성화 방안을 제시하는데 도움을 주리라 본다.

## 참 고 문 헌

- 경남소상공인지원센터(1999), 경남 주요지역 상권분석, 진주시.
- 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.
- 대한상공회의소(1998. 7), 전국 도·소매업총람.
- 대한상의·통계청(1999), 소매경영동태 조사보고서.
- 박명호·김상우(1997), “유통시장개장에 따른 지역재래시장의 대응전략”, 대구·경북마케팅학회, 마야케팅논집 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.
- 진주시(1999. 12), 진주지역 통계연보.
- \_\_\_\_\_ (2000), 진주지역경제살리기 대책방안 - 대형유통매장이 지역경제에 미치는 영향분석.
- \_\_\_\_\_ (2000), 재래시장 활성화 추진계획.
- 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>.