

## 재래시장 활성화 정책의 평가와 대안 모색: 경상북도를 사례로

이재하\*

---

**요약:** 본 연구는 경상북도를 사례로 1990년대 말부터 추진한 재래시장 활성화 정책의 효과를 평가해보는데 주된 목적이 있다. 재래시장 활성화를 위해 추진한 시장의 시설현대화와 경영현대화사업의 효과에 대한 정성적 평가결과, 각각 그 효과는 미약한 것으로 나타났다. 이것은 기존의 재래시장 활성화 정책이 재래시장의 공간경쟁력 강화에 대한 고려가 부족하였기 때문으로 보인다. 이에 본 연구에서는 재래시장의 공간경쟁력을 강화하는데 역점을 둔 대안적인 재래시장 활성화 정책을 모색·제안하였다.

**주요어:** 경상북도, 재래시장, 활성화 정책, 공간경쟁력

---

### 1. 서론

전국의 재래시장은 1980년대 이후 소매업의 유통환경 변화에 따라 그 수에서 뿐만 아니라 이용자와 매출액도 현격히 감소하는 시장기능의 쇠퇴현상이 현저하게 나타나고 있다. 경상북도에서도 1980년에 230여개이던 재래시장이 2005년에는 160여개로 줄어들었으며, 시장 기능도 전국의 그것과 마찬가지로 뚜렷하게 쇠퇴하고있어, 수많은 시장상인들의 생계 유지에 커다란 위협이 되고 있다.

정부(산업자원부)와 각 지방자치단체는 이와 같이 쇠퇴하고 있는 재래시장의 기능을 다시 회복시키기 위해 다각도로 그것의 활성화 정책을 시행해 왔다. 재래시장 활성화 정책은 1990년대 말부터 본격 시행된다. 문민정부가「중소기업의 구조개선 및 경영안정 지원을 위한 특별조치법」(1996년 12월 29일 제정)을 통해 시장 현대화 사업을 추진하려 하였으나, 1997년

외환위기로 추진력을 상실하게 된다. 국민의 정부는 외환위기에 따른 경제난을 하루빨리 극복하기 위해 정권 초부터 '재래시장 활성화 계획'을 지방자치단체와 함께 수립·추진하였으며, 이를 보다 적극적으로 추진하기 위해 2002년 1월 25일에는「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」을 제정하였다. 참여정부도 종래의 '재래시장 활성화 계획'을 적극 추진해 오다가, 2004년 10월 22일에「재래시장 육성을 위한 특별법」을 제정하고, 다음 해부터는 '시장 활성화 종합계획' (자치단체에서는 '지역시장 육성계획')을 추진하였다. 그리고 2006년 4월 28일에는 그 시행과정에서 나타난 미비점을 개선·보완하기 위하여 기존 법률을「재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 전부 개정하고, 2007년부터는 '시장 및 상점가의 활성화 추진계획'을 수립·시행하고 있다.

역대 정부가 추진한 재래시장 활성화 정책 가운데

---

\* 경북대학교 지리학과 교수

그동안 집행이 가장 많이 이루어진 것은 재래시장 활성화 계획과 시장 활성화 종합계획이다. 이 두 정책이 역점을 두고 추진한 사업은 시장의 시설 현대화 사업과 경영 현대화 사업으로 크게 나누어진다. 시설 현대화 사업은 시장건물 또는 시설물의 시설개선사업, 각종 공동 이용시설의 설치와 개량을 통한 시장 환경개선사업, 공설시장 현대화 사업 등의 세 가지로 구성되어 있으며, 그리고 경영 현대화 사업은 상거래 현대화 촉진, 공동(거래)사업의 활성화, 시장의 상품 판촉과 홍보활동, 경영개선 관련 상인교육 등을 포함하는 사업이다.

최근에 정부는 재래시장 활성화를 위해 매년 국비 1,000억원 이상을 지원해 왔다. 2005년의 경우 정부는 재래시장 활성화 종합대책으로 국비 1,268억원을 지원한 바 있는데, 시설 현대화 부문에 1,068억원, 경영 현대화에 200억원을 투자하였다. 경상북도도 재래시장의 활성화를 위해 정부의 시책에 따라 1999년부터 시장의 시설현대화 사업과 경영현대화 사업을 추진해 오고 있으며, 2005년의 경우 총 195.8억원의 사업비(시설 현대화 194.7억원, 경영 현대화 1.1억원)를 투자하였다.

그럼에도 불구하고 재래시장 활성화 정책이 시장의 활성화에 끼친 효과에 관한 평가가 제대로 이루어지지 않은 채 계속 추진되고 있어 정책의 실효성이 의문시되고 있다. 또한 그동안 추진한 시장 활성화 정책은 개별 시장의 경쟁력 확보에서 가장 근본적이고 중요한 그것의 공간경쟁력 강화를 간과한 채, 경영학적 관점에서 시장의 시설 현대화와 경영 현대화에만 치중하여서 정책의 실효성이 적을 것으로 판단된다.

상업 및 서비스업의 입지를 설명해주는 경제지리학의 중심지(central place) 이론에 의하면, 개별 시장 또는 소매기관은 나름의 최소요구치(threshold)를 충족하고 그 경영유지에 필요한 만큼의 고객수를 확보하기 위해 공간에 분포된 다른 시장 또는 소매기관과 공간경쟁(spatial competition)을 하게 되는데 (Wheeler and Muller, 1981, 139-148; 김인(역),

1980, 172-178), 이와 같은 고객확보 경쟁력을 공간경쟁력(spatial competitiveness)이라 한다. 최근에 재래시장이 쇠퇴하고 있는 것은 결국 다른 소매업체(대형마트, 백화점, 쇼핑몰 등)와의 공간경쟁에서 그 경쟁력이 약화되었기 때문이다. 따라서 재래시장의 상권이 회복되거나 활성화되기 위해서는 무엇보다도 그 공간경쟁력을 강화하는데 최우선적 노력이 따라야 한다.

본 연구는 이러한 문제인식에서 경상북도를 사례로 그동안 추진한 재래시장 활성화 정책의 효과를 평가해보고, 아울러 그러한 평가결과를 기초로 재래시장 활성화 정책의 실효성을 높일 수 있는 대안을 시장의 공간경쟁력 관점에서 모색·제안하고자 한다. 이와 같은 연구 목적을 추구하기 위해서 본 연구는 다음과 같은 절차와 방법으로 연구를 수행하였다.

먼저, 제2장에서는 경상북도가 그동안 추진한 재래시장 활성화 정책의 주요 사업내용을 간략히 살펴보고, 제3장에서는 그러한 재래시장 활성화 정책 추진 사업의 효과를 평가해보는데, 시설 현대화사업과 경영 현대화사업으로 나누어서 살펴본다. 추진사업의 효과 평가는 2006년 초 현재 시설 현대화사업만이라도 완료된 시장이 소수에 지나지 않아 이들 시장을 대상으로 정성적 평가를 하였다. 그러기 위해서 2006년 초 현재 시설 현대화사업이 완료된 영천시장, 영주 공설시장과 소백 쇼핑몰, 예천시장을 2006년 3월 17일에서 22일 사이에 방문하여 각 시장의 key informant(:어떤 장소나 문화현상에 대해 잘 알고 있는 정보제공자)인 상인회 회장을 비롯하여 일반상인과 소비자에도 심층면접을 실시하여 평가의 잣대로 활용하였다. 그리고 제4장에서는 재래시장 활성화 정책의 효과에 대한 평가결과를 기초로, 경상북도 재래시장의 공간경쟁력을 강화하는데 초점을 둔 대안적인 재래시장 활성화 정책방안을 모색·제안하고자 한다.

## 2. 경상북도 재래시장 활성화 정책의 주요 추진사업

### 1) 시설 현대화 사업

정부는 재래시장 활성화 정책에서 시설 현대화를 위해 다음의 세가지 사업을 추진하는데 관심과 노력을 기울여 왔다. 첫째, 시장건물 또는 시설물의 보수와 수선에 역점을 두는 시설개선사업, 둘째 공설시장의 신축 또는 증축을 통한 공설시장 현대화사업, 셋째, 공동이용시설(비가리개, 주차장, 화장실, 진입도로, 전기·가스·화재 등의 안전시설물 등)의 설치와 개량, 관광(테마)거리조성 등 시장 환경 개선사업이 그것이다.

경상북도는 1999년부터 시장의 시설 현대화 사업을 추진하기 시작하여, 2001년부터는 대상시장을 확대하여 추진한다(표 1, 표 2 참조). 2005년까지 시설 현대화 사업은 73개 시장에 829억원이 투자되었으며, 이를 사업 부문별로 살펴보면(표 3 참조), 전천후 쇼핑이 가능하도록 하기 위한 비가리개 즉, 아케이드 설치 사업에 가장 많이 투자되었고, 다음으로 5일 시장의 장옥 개축, 주차장 설치, 화장실 개선, 기타 사업(점포 시설 개선, 상·하수도 시설 개선, 진입로 및 시장부지 포장 등) 등의 순으로 투자가 이루어져 왔다. 하지만 시설현대화사업이 완료된 시장은 극히 소수에 지나지 않는다.

### 2) 경영 현대화 사업

정부는 시장의 경영 현대화를 촉진하기 위한 사업으로 다음의 네 가지 부문 즉, 첫째, 전자상거래, 신용카드 결제, 판매시점정보관리(point of sales)시스템의 도입, 통신수단 이용주문 등의 상거래 현대화 촉진, 둘째, 상품·상표·포장지의 개발 및 디자인 개선, 공동구매·공동물류·배송체계의 구축, 공동상품권의 발행, 공동 판매장의 설치 등 공공(거래)사업의 활성화, 셋째, 시장 또는 상인의 경영 현대화, 영업기법의 개선, 정보화 촉진 등 경영개선 관련 상

인교육, 넷째, 시장 상품의 판매촉진과 시장홍보를 위한 행사나 활동에 역점을 두고 추진하였거나 하고 있다.

경상북도도 재래시장의 경영 현대화사업을 네 가지 부문에서 추진해오고 있는데 그 실적은 다음에서 보는 것처럼 저조한 편이다.

먼저, 상거래 현대화 촉진 부문에서는 자치단체에서 재래시장 상인회로 하여금 상품의 가격 표시제 실시와 신용카드 결제의 확대 등을 적극 유도하고 있으며, 전자상거래 촉진을 위해 주요 재래시장에 대해 인터넷 홈페이지 구축(온라인 쇼핑물 개설)사업을 추진하고 있다. 경북도는 2005년에 재래시장의 우수 상품을 인터넷을 통해 홍보하고 판매를 증진하기 위해 지역별 대표 시장을 중심으로 인터넷 홈페이지를 중소기업 유통센터에 위탁하여 구축하고, 연차적으로 구축 사업을 확대 추진한다는 계획이다. 그리고 구축된 홈페이지는 전자상거래 지원센터(ECRC)쇼핑물과 연계하여 운영한다는 계획이다.

공동사업의 활성화 부문에서는 재래시장에서 제조·판매하는 상품의 고유 브랜드 개발과디자인 개선을 하도록 권고하고 있고, 시장별로 상품권 발행과 활용을 장려하고 있다. 2005년 영천시에서는 제3회 영천한약축제때 시장상품권을 한시적으로 발행한 바 있다.

경영개선 관련 상인교육에서는 시장경영 현대화 사업에 관한 것 외에, 상인들이 구태의연한 영업방식에서 벗어나도록 경쟁업체인 대형 마트나 백화점 등의 영업기법을 벤치마킹 하여 특히상품의 포장 용기 개선, 진열방법 개선, 위생 청결, 고객 친절서비스 등에 관한 전문가 초빙교육을 시장별로 연1회 이상 실시하고 있다.

시장상품의 판매 촉진과 홍보활동부문에서는 고객유치를 위해 다양한 방법과 활동을 시도하고 있다. 경상북도와 시·군에서는 시장상품 판촉을 위해 상품권과 쿠폰 발행 권유, 정기적인 할인행사 권유, 재래시장과 기업·단체와의 자매결연 추진(안동 중앙시장 등 5개시장에서 추진), 재래시장 '마케팅 투어'

표 1. 경북 재래시장의 시설 현대화사업 투자금

단위: 백만원

|    | 시장명    | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | (계)   |
|----|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 포항 | 죽도     | 1,000 | 250   | 1,450 | 1,100 | 1,750 | 5,550 |
|    | 홍해     | -     | -     | -     | 360   | -     | 360   |
|    | 청하     | -     | -     | -     | 600   | -     | 600   |
| 경주 | 안강     | -430  | -     | -     | 660   | 1,833 | 2,923 |
|    | 성동     | -     | -     | -     | 1,590 | 2,450 | 4,040 |
|    | 중앙     | -     | -     | -     | 1,400 | -     | 1,400 |
| 김천 | 황금     | -     | -     | 300   | -     | -     | 300   |
|    | 평화     | -     | -     | -     | 300   | 1,667 | 1,967 |
| 안동 | 중앙신    | 1,020 | 994   | 800   | -     | -     | 2,814 |
|    | 구      | -     | 1,757 | -     | -     | -     | 1,757 |
|    | 풍산     | -     | -     | 240   | 1,760 | -     | 2,000 |
|    | 용상     | -     | -     | -     | 3,000 | -     | 3,000 |
| 구미 | 형곡     | -     | -     | 350   | -     | -     | 350   |
|    | 중앙     | -     | -     | -     | 800   | -     | 800   |
|    | 공단종합   | -     | -     | -     | 200   | -     | 200   |
| 영주 | 영주공설   | -     | -     | 5,000 | 1,000 | -     | 6,000 |
|    | 소백쇼핑몰  | -     | -     | -     | 2,900 | -     | 2,900 |
|    | 채소     | -     | -     | -     | 1,050 | -     | 1,050 |
| 영천 | 영천(공설) | -     | 1,757 | 2,505 | 2,505 | 2,000 | 8,767 |
|    | 신령     | -     | -     | 120   | -     | -     | 120   |
| 상주 | 중앙     | -     | -     | -     | 1,820 | -     | 1,820 |
| 문경 | 중앙     | -     | -     | -     | 1,000 | 2,800 | 3,800 |
|    | 신흥     | -     | -     | -     | 550   | -     | 550   |
| 경산 | 경산(공설) | 1,065 | 700   | 1,400 | -     | -     | 3,165 |
| 군위 | -      | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| 의성 | 의성(공설) | -     | -     | -     | 900   | -     | 900   |
| 청송 | -      | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| 영양 | 영양     | -     | -     | 200   | -     | 833   | 1,033 |
| 영덕 | 영해     | -     | 1,757 | -     | -     | 1,667 | 3,424 |
|    | 강구     | -     | -     | 700   | 500   | 1,167 | 2,367 |
|    | 남정     | -     | -     | -     | 200   | -     | 200   |
| 청도 | 청도     | -     | -     | -     | 300   | -     | 300   |
| 고령 | 고령종합   | -     | -     | -     | 2,300 | 1,166 | 3,466 |
| 성주 | -      | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| 칠곡 | -      | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| 예천 | 예천상설   | -     | -     | 700   | 750   | -     | 1,450 |
|    | 풍양     | -     | -     | -     | 600   | -     | 600   |
| 봉화 | 봉화     | -     | 350   | -     | -     | -     | 350   |
|    | 춘양     | -     | -     | -     | 1,250 | -     | 1,250 |
| 울진 | 울진     | -     | -     | -     | 800   | 1,667 | 2,467 |
|    | 후포     | -     | -     | -     | 650   | -     | 650   |
| 울릉 | -      | -     | -     | -     | -     | -     | -     |

자료: 경상북도, 2005년도 유통경제업무 추진계획; 중소기업청, 2005년 재래시장 시설현대화 사업 교부결정내역.

표 2. 경북 5일시장의 시설개선(장육개축)사업 지원금액

단위: 백만원

|    | 시장명  | 2003 | 2004 | 2005 | (계) |
|----|------|------|------|------|-----|
| 포항 | 오천   | -    | 80   | 40   | 120 |
|    | 동해   | -    | 54   | -    | 54  |
|    | 남부   | -    | 42   | -    | 42  |
|    | 홍해   | -    | -    | 60   | 60  |
| 경주 | 양북   | 100  | -    | -    | 100 |
|    | 양남   | -    | 200  | -    | 200 |
|    | 산내   | -    | -    | 200  | 200 |
| 김천 | 황금   | -    | -    | 200  | 200 |
| 안동 | 임동   | 100  | 100  | -    | 200 |
|    | 정산   | -    | 150  | -    | 150 |
|    | 신평공설 | -    | -    | 100  | 100 |
|    | 용천   | -    | -    | 100  | 100 |
| 구미 | 원평중앙 | -    | 150  | -    | 150 |
|    | 금오   | -    | 100  | -    | 100 |
|    | 신평   | -    | -    | 200  | 200 |
| 영주 | 채소   | -    | 150  | -    | 150 |
| 영천 | -    | -    | -    | -    | -   |
| 상주 | 합창   | 100  | -    | -    | 100 |
| 문경 | 문경   | -    | -    | 200  | 200 |
|    | 가은   | -    | -    | 100  | 100 |
|    | 농암   | -    | -    | 100  | 100 |
| 경산 | 하양   | 100  | -    | -    | 100 |
| 군위 | 우보   | -    | 80   | 200  | 280 |
| 의성 | 안계   | -    | 200  | -200 |     |
| 청송 | -    | -    | -    | -    | -   |
| 영양 | -    | -    | -    | -    | -   |
| 영덕 | 강구   | 100  | -    | -    | 100 |
| 청도 | -    | -    | -    | -    | -   |
| 고령 | 고령종합 | -    | 100  | -    | 100 |
| 성주 | 용암   | -    | 60   | -    | 60  |
|    | 벽진   | -    | 40   | -    | 40  |
| 칠곡 | -    | -    | -    | -    | -   |
| 예천 | 용궁   | -    | 100  | -    | 100 |
| 봉화 | 춘양   | 100  | 100  | -    | 200 |
| 울진 | 죽변   | -    | -    | 100  | 100 |

자료: 경상북도, 2005년도 유통경제업무 추진계획

운영(경북도에서 2004년부터 실시), 5일장 관광 열차 운행(2005년 5월에 서울에서 봉화 춘양5일장 관광열차 3회 운행), 출향 인사들에게 명절 및 피서철에 고향 재래시장이용 홍보물 배포(영천시장에서 시도),

시장홍보 심볼 마크 개발 및 간판설치(포항 죽도시장의 '죽도 아지매' 심볼 마크) 등을 전개하고 있다.

표 3. 경북 재래시장의 시설현대화사업 투자현황

|         | 대상 시장(개소) | 투자금액(백만원) |
|---------|-----------|-----------|
| 아케이드 설치 | 40        | 33,182    |
| 장옥 개축   | 23        | 20,738    |
| 주차장 설치  | 14        | 16,590    |
| 화장실 개선  | 35        | 4,147     |
| 기타      | 25        | 8,297     |
| (계)     | 137       | 82,954    |

자료: 경상북도, 2005, 재래시장 활성화 추진 계획.

### 3. 경상북도 재래시장 활성화 정책 추진사업의 평가

#### 1) 시설 현대화사업 평가

경상북도는 1999년부터 73개 재래시장에 대해 시설 현대화사업을 추진해 오고 있다. 2006년 초 현재 시설 현대화사업이 완료된 시장은 소수에 지나지 않아 시설 현대화사업의 성과를 종합적이고 정량적으로 평가해 볼 수는 없다. 그러나 시설 현대화사업이 완료된 몇몇 시장만을 대상으로 하여도 그 사업의 타당성과 효과를 파악해 보는 데에는 큰 무리가 없을 것이다.

경상북도가 2005년에 재래시장의 시설 환경개선사업이 완료 되었거나 일부 미완료된 10여 개 시장(포항 죽도, 경주 성동, 안동 구시장, 안동 중앙, 영주 공설, 영천 공설, 경산 공설, 영덕 강구, 예천 상설, 봉화 춘양)을 대상으로 우편 설문조사 방식에 의해 「시설 환경개선사업의 성과 측정 설문조사」를 실시한 바 있다. 이 조사에 의하면 재래시장의 활성화를 위한 시설 환경개선사업의 추진 성과에 대해 응답자의 대부분(73.3%)이 '잘했다'고 응답해 시장의 시설 환경 개선에 기여한 것으로 평가되지만, 그 사업이 고객 유치와 매출액 증대에 끼친 효과에 대해서는 모두가 '변동 없다'고 응답할 정도로 시장 기능의 실질적인

활성화에는 효과가 거의 없는 것으로 나타났다(경상북도, 2005a).

이와 같은 조사 결과와는 다르게 재래시장의 시설 환경개선 또는 시설 현대화사업이 시장기능 활성화에 다소 긍정적인 효과를 끼친 사례도 있다. 시설 현대화사업이 잘 이루어진 전국의 대표적인 시장 중의 하나인 영천시 영천공설시장에서는 그 사업이 완료된 후, 비록 일부 업종이기는 하지만 고객 유치와 매출 증가에 약간의 플러스(+) 효과가 있는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 2006년 3월 영천시장에서 나는 상인과 소비자와의 심층면담 내용에서 잘 확인된다.

시설 현대화 사업에 총 113억원(상인 부담 없이 국비, 도비, 시비로만 충당했다고 함)들여서 시장을 전면 개축한 공설시장은 (전국에서)영천시장 밖에 없습니다. 시설 사업 완료 후, 매출이 늘어난 곳은 돔배기( 상어고기를 토막 내 솔에 찌낸 뒤 소금으로 간을 하여 숙성시킨 것으로서 영천, 군위, 의성, 안동 등 경북의 내륙지역에서는 예로부터 제수용 음식으로 사용됨)과 곶탕집이고, 그 외 품목들은 하향 길에 있습니다. ... 돔배기 집의 매출이 늘어난 것은 영천 돔배기가 제수용으로 워낙 유명한데 최근에 홍보가 더 되어서 그렇고, 이곳 곶탕집은 (사람들이)장에 온 김에 다른 곳에서는 4천원 주고 먹어볼 수 없는 쇠고기가 많이 들어간 맛있는 곶탕을 사 먹을 수 있는데 (무료 주차장 설치, 점포 환경개선 등으로)이용하기가 더 편리해졌기 때문이라 봅니다. 그 외에 다른 품목은 대형 할인마트에서

도 파는 품목을 취급하고 있어 매출이 떨어질 수밖에 없지요(김○학, 60세, 장사 경력 30년, ○○식품점 경영, 영천시장 상인회장).

저 같은 경우는 (영천시장에) 주차장 설치 이후로 차를 가지고 시장 이용하기가 좋아져서 집사람하고 함께 장날 더 자주 오는 것 같습니다. ... 예전에는 한 달에 1~2번 이용했다면 요즘은 한 달에 2~3번 정도 이용하는 편입니다. ... 이 곳을 이용하는 것은 마트에 없는 것도 있고, 또 생선의 경우는 더 싱싱한 것 같고, 옷도 종류가 좀 더 다양한 것 같습니다. ... 가격은 마트와 별 차이가 없어 보입니다(나○섭, 38세, 영천시 거주시민).

우리 집은 (시장 시설 현대화 사업으로) 주차장이 설치 되어 (손님이) 이용하기에 편리한 것 외에 점포도 좀 더 커지고 깨끗해졌습니다. 그래서인지 매상이 조금 나아졌지 예. ... 한 10% 늘어났다고 보면 됩니다. 곰탕 한 그릇에 4천원 밖에 하지 않아 마진(이윤)은 적어도 매상은 좀 많아졌습니다(김○자, 53세, 장사 경력 20년, 영천시장내 ○○식당 경영).

잘 모르겠어 예. 경기가 좋지 않아서 그런지 옛날보다 못한 것 같아 예. IMF 올 때 보다 더 못한 것 같아 예. (시설 현대화로) 보기에 좋고 사용하기에는 좋으나 매출은 옛날보다 오히려 못하지. 우리 집은 아들, 딸 공부 다 시키고 결혼 다 시켰지만 만약에 요새 아이들 공부 시킨다면 공부 못 시킵니다. ... 10년 전에는 무시날(평일)에 20~30만원어치 팔았는데 요새는 10만원 밖에 못 팔아 예. 그리고 요새는 이문(이윤)이 옛날보다 못하지 예. 옛날에는 3할 남는 장사를 했었는데 요새는 2할 장사도 안돼 예. 전에는 옷 하나 팔아 1000원 남으면 안 팔았는데, 요새는 1000원 남아도 무조건 조뽀니다(팝니다). ... 우리 집은 단골 고객이 많아 다른 집에 비해 좀 나은 편이지만 ... 앞으로 좀 더 나아지겠지 예(정○숙, 66세, 장사 경력 26년, 영천시장내 옷가게 경영).

이에 비해 시장의 시설 현대화 사업이 완료된 평가 대상 시장(4곳) 중 3곳에서는 실질적인 매출 증가 효과가 조금도 나타나지 않고 있다. 영주 공설시장과

영주 소백 쇼핑몰의 시설현대화 사업은 각각 2004년 6월과 2005년 11월에, 예천시장은 2005년 11월에 완료됐다. 그럼에도 그러한 사업으로 인한 시장 활성화의 실질적 효과는 2006년 3월에 이들 시장에서 상인과 나눈 심층면접 내용에서 확인할 수 있는 것처럼 잘 발견되지 않고 있다.

시장의 시설이 깨끗해지니깐 손님이 좋아하고, 점포 정비로 상품도 더 좋아 보이는 것 같습니다. 내가 하는 한복은 집안에 큰일이 있어야 사는 것이기 때문에 별 변화가 없으나, 시설 후 시장 전체적으로 보면 고객 감소가 상대적으로 적어지는 효과는 있다고 볼 수 있습니다.(김○규, 57세, 장사 경력 40여년, 소백쇼핑몰 내 ○○훈수방 경영, 영주시 시장상인연합회장)

시설을 잘 해놓아도 인구가 줄고 불경기라서 그런지 더 못한 것 같아요. 그리고 장날이 되면 (인근의) 영주 5일장(일명 도깨비시장)으로 (고객이) 다 빠져나가 더 안 됩니다(한 여성상인, 60~70세, 장사 경력 20여년, 영주 공설시장 내 옷가게 경영).

시장 환경이 좀 깨끗해졌다 뿐이지 별 성과가 없습니다. 여기는 인구가 없고 (중소형) 마트가 6개 있어서 그런지 ... 매출이 는다든지 고객이 는다든지 하는 실질 성과는 없습니다. ... 최근에는 (시장 앞 도로상에서 영업하는) 노점상 단속을 하지 않으니깐 시장 내에 있던 노점상도 바깥으로 다 나가서 장사가 더 안 됩니다.(이○근, 51세, 장사 경력 20여년, 예천시장 내 ○○식품점 경영, 시장변영회장)

이상에서 살펴본 바와 같이 재래시장 활성화를 위해 그 동안 추진한 시설 현대화 사업은 막대한 예산투자에 비해 그 효과는 특정 시장과 특정 업종(상점)에서 제한적으로 나타날 정도로 미약한 편이다. 따라서 시설 현대화 사업은 전근대적인 재래시장의 시설 환경을 현대적인 것으로 바꾸는 데 있어 꼭 필요한 것이기는 하지만, 막대한 예산이 소요되는 만큼 사업 대상 시장 선정과 추진 방식에서 객관적이고 신중한 검토가 있어야 할 것이다.

## 2) 경영 현대화사업 평가

### (1) 경영기법 현대화 부문

정부와 경북이 추진한 재래시장의 경영 현대화 사업의 네가지 부문은, 내용적 관련성에서 보면, 경영기법 현대화 부문(상거래 현대화 촉진, 공동사업 활성화, 경영개선 관련 상인교육 부문)과 시장의 상품 판촉 및 홍보활동 부문으로 대별해 볼 수 있다. 여기서는 경영 현대화사업 평가를 사업내용의 관련성을 중시하여 위의 두 가지 부문으로 나누어 살펴본다.

재래시장의 경영기법 현대화사업을 추진하는 것은 재래시장 상인들도 백화점, 대형 마트와 같은 현대적인 유통기관에서 도입하고 있는 현대적인 경영기법을 도입·활용하도록 함으로써 점포경영의 효율성 제고와 함께 고객 유치 증대를 통해 시장기능을 활성화시키는데 주된 목적이 있다. 따라서 이 사업에 대한 평가는 상인들의 현대적인 경영기법의 수용 여부와 그 수용에 따른 효과를 살펴보는데 초점을 두어야 할 것이다.

경영기법 현대화 관련사업의 추진 성과를 파악해 보기 위해, 평가대상 시장의 상인들과의 심층면접을 한 바에 의하면, 재래시장 상인들이 노령화되어 있어서 인지 상품진열 방법 개선, 가격 표시제 실시, 신용카드 결제도입과 확산, 재래시장 홈페이지(인터넷 쇼핑몰)구축, 상품권 발행, 고객 친절 서비스 등과 같은 현대적인 경영기법 자체를 잘 수용하려 하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 영천시장, 영주 소백쇼핑몰, 예천시장에 대해 가장 잘 알고 있는 각 시장의 상인대표와의 심층면담내용에서 잘 확인할 수 있다.

상인들이 늙어서 문젠니다. 60~70대 노인들은 현금을 좋아하는 시대에 살던 분이어서 상품권이나 수표를 받으면 (그것의)진위여부를 식별할 능력이 없다보니 의심만 하고, 현금을 달라고 합니다. 그러니깐 (수표나 상품권을 갖고 온)손님은 다음부터 시장 이용을 꺼리고, 또한 아는 사람에게 이러한 경험을 말함으로써 재래시장 이용자는 점점 줄어듭니다. ... 카드 사용도 그렇습니다. 카드기 사용

법을 배우려 하지 않고 과거 몇 십 년 동안 해 오던 대로 현금 장사만 고집합니다. ... 60~70대 상인들은 모두 컴맹인데 어떻게 컴퓨터를 활용해 장사 하겠습니까? 홈페이지를 활용하려면 컴퓨터 관리인이 별도로 있어야 합니다. 정부에서 보내주면 몰라도 ... 그리고 70대 늙은 상인은 40대 이하의 젊은층의 취향을 잘 몰라서 그들이 원하는 상품을 잘 구비해놓지 않습니다. 상인들이 이래서 재래시장은 더 안 됩니다.(김○학, 60세, 장사 경력 30년, ○○식품점 경영, 영천시장 상인회 회장)

나이가 많은 상인이 할 수 있는 것을 해야지 인터넷 쇼핑몰 운영은 관리·유지가 곤란합니다. 상인 교육도 전문가 강의식 교육보다는 피부에 와 닿도록 외부의 모범시장을 견학하는 것이 더 효과적입니다.(김○규, 57세, 장사경력 40여년, 소백 쇼핑몰 ○○훈수방 경영, 영주시 시장상인 연합회 회장)

... 가격 표시제는 식육점과 같은 집은 하지만 하지 않는 집이 거의 대부분입니다. 재래시장은 깎는 맛이 있어야 하지 않습니까? ... 중소기업청에서 3억원을 들여서 홈페이지를 구축해 온라인 쇼핑을 하도록 한다고 해놓고 안하고 있습니다. 컴퓨터를 사용해 (인터넷을 통해)판매하려는 것은 노인 상인이 대부분인 이곳 촌에는 실정에 맞지 않습니다. 여기는 여기 실정에 맞게 해야 합니다. 오히려 옛 장사(옛장수)를 불러서 하는 것이 (시장 활성화에)더 효과가 있습니다. 작년 두 달 동안(2005. 11, 12월.)장날마다 옛 장사를 불러 들였는데(1회 유치에 50~100만원의 비용이 소요된다고 함) 그 효과가 괜찮았습니다. 그렇지만 옛 장사 부르는 것도 그 비용이 많이 들어 계속하지 못하고 있습니다.(이○근, 51세, 장사경력 20여년, 예천시장 내 ○○식품점 경영, 시장번영회장)

위의 심층면담 내용에서 잘 확인할 수 있는 바와 같이 재래시장 상인들은 대부분이 60~70대 노령층이어서 의욕적으로 새로운 경영기법을 학습하거나 수용하려고 하기보다는 과거부터 해오던 관행적 영업방식을 선호하거나 고수하려는 특성이 강하다. 이에 따라 재래시장의 경영기법 현대화 사업은 사업 자체가 잘 추진되지 않고 있어 현시점에서는 그 사업



추진에 의한 재래시장의 활성화 효과를 평가해 볼 수 없는 실정이다.

재래시장 상인들의 점포 경영기법 개선을 위한 학습 의욕과 자구노력 의지가 낮다는 점은 한 설문조사에서도 밝혀지고 있다(김상우, 2005). 이 조사에서 상인들의 점포 경영 및 판매서비스 개선을 위한 교육 필요성과 자구노력 필요성에 대해조사대상 상인의 61.5%와 61.0%가 각각 필요 없다고 응답한 것으로 나타났다. 그러나 재래시장으로의 고객 유치와 시장 활성화를 위해서는 상인들의 경영기법 혁신을 위한 교육과 노력이 절실히 필요시 된다는 사실은 영천시장에서 상인회 회장과 나는 심층면접에서 잘 확인되고 있다.

여기 상인은 아직까지 마수(하루의 첫손님과 의 거래로 이루어 말하는 그날 영업의 운수)를 중시해 첫 손님이 가격만 묻고 사지 않고 가면, 손님이 떠나자마자 소금을 뿌리거나 그 손님의 뒤를 향해서 못생긴 것이 남의 물건(상품)만 탓한다는 등의 욕설을 합니다. 이런데 비해 백화점과 할인마트는 어떻습니까? 손님이 물건을 만지작거리고 사지 않아도 다음에 오시라고 절하면서 “안녕히 가십시오.”라고 인사하지 않습니까? ... 재래시장도 소포장 단위로 판매해야 합니다. 생닭을 예로 보면, 할인매장에서는 닭을 냉장시설에 반 마리로 포장해두고 팔지 않습니까? 여기는 반 마리 달라고 하면 팔지도 않을뿐더러 손님이 간 뒤에는 “생긴 것은 멀쩡한데 닭 한 마리도 못 사나. 한 마리 사서 냉장고에 넣어두면 될 낀데” 등과 같은 말을 합니다. 이러한 한 상인의 (구태의연한)상행위와 불친절은 시장 전체의 이미지를 배리계(나쁘게)해 시장 전체의 피해를 가져다줍니다. ...그리고 60~70대 노인 상인이 많아서 카드나 상품권 사용을 꺼립니다. 마트나 백화점처럼 상품권과 카드 사용만 잘 되어도 시장 손님이 많이 늘어날 것 같습니다. ... 마 그러니 사람(상인)부터 개혁해야 합니다. 상인들의 (직업)의식이 바뀌도록 상인교육에 힘써야 하고, (현재 영업하는)상인들의 50% 정도는 젊은 층으로 바뀌어야 합니다(김○학, 60세, 장사 경력 30년, 영천시장 내 ○○식품점 경영, 영천시장 상인회 회장).

위의 상인의 진술을 종합해 볼 때, 대형 마트나 백화점 등과의 경쟁에서 재래시장이 살아남기 위해서 무엇보다도 우선적으로 용이하게 할 수 있는 것은 시장의 주인인 상인 스스로 기존의 직업의식과 경영방식을 바꾸는 일이다. 다시 말해서 상인들은 기존의 점포 경영방식에서 과감히 탈피하여 경쟁업체의 그것처럼, 더 다양하고 우수한 상품을 준비하는 것은 물론이고, 카드 결제, 상품권 발행, 상품의 청결 유지, 포장 단위 다양화, 가격 표시제 도입, 우수 고객 우대관리, 친절 서비스 등과 같은 현대적인 판매 및 경영기법을 도입하여 경영혁신을 하는데 적극적인 자구노력을 하여야 한다는 것이다. 시장의 점포 경영 혁신을 위한 상인의 자구노력은 이것의 필요성에 대한 충분한 자각에서 비롯됨으로, 이를 위해서 상인들의 의식전환 교육이 선행되어야 할 것이다. 상인들은 점포 경영 혁신을 위한 자신들의 지속적인 교육과 학습 및 자구 노력이 없이는 떠났던 소비자를 재래시장으로 다시 불러 드리지 못 할 것이라는 점을 명심하지 않으면 안 된다.

## (2) 시장의 상품판촉과 홍보활동

재래시장의 활성화를 위해 추진한 시·도민 대상 재래시장 마케팅 투어, 재래시장과 기관·단체와의 자매결연, 재래시장 이용홍보물 배포 등과 같은 다양한 시장의 상품 판촉 및 이용 홍보활동의 성과를 평가해보기 위해, 영천시장과 예천시장에서 상인 대표 및 일반 상인과 이에 관해 심층면접을 가졌다. 각 시장에서 그 동안 추진한 재래시장 판촉을 위한 행사나 홍보활동의 효과에 대해 다음과 같이 답변하였다.

경상북도에서 지난해 10월에 대구 시민 80여 명을 버스 2대에 태워 우리 시장 마케팅 투어를 실시한 적이 있습니다. ... 또 우리 시장과 경기도의 군포 시민이 자매 결연을 맺고, 작년 봄 산나물 축제 때 1,000여 명이 온 적이 있습니다. 이런 거는 그 때 뿐이고 (시장 경제)큰 도움이 되지 못했습니다(이○근, 51세, 장사 경력 20여년, 예천시장 내 ○○식품점 경영, 시장번영회장).

말씀하신 여러 가지 고객 유치활동 중에서 효과를 본 것은 별로 없습니다. ... 다만 금년 설 전에 영천시에서 영천 출신자가 많이 거주하는 대구 동구 각 가정에 돛배기를 위시한 설 제수용품을 고향시장에서 많이 구입해달라는 전단지(홍보지)를 보냈는데, ... 영천 출신 사람들은 돛배기를 제수용품으로 꼭 쓰는 데, 영천시장의 것이 전국에서 제일 좋은데다, 다른 제수용품도 싸게 좋은 것을 구입할 수 있고, 또 오랜만에 고향 장을 구경해 볼 수도 있다는 생각이 나서 그런지 설 대목에 효과가 컸습니다(김○학, 60세, 장사 경력 30년, ○○식품점 경영, 영천시장 상인회 회장).

이들의 진술에 의하면 재래시장으로의 고객 유치를 위한 이벤트성 행사 활동은 1회성 행사에 그쳐 시장 활성화에 항구적인 도움을 주지 못한 것으로 평가된다. 그러나 영천시장의 경우, 비록 한시적 이긴 하지만 고향 사람들을 대상으로 고향 시장의 탁월한 특산물(돛배기, 한약재) 등을 내세운 홍보활동은 고객 유치에 매우 효과적이어서 재래시장 살리기에 시사하는 바가 크다. 다시 말해서 재래시장은 저마다 비교 우위적 상품, 즉 특산물을 취급하는 시장으로 육성하고, 이를 적극 홍보하는 활동을 적극 전개해야 할 것이다.

한편 재래시장 주변에서 불법적으로 영업하는 많은 노점상의 방치가 시장 내에서 합법적으로 장사하는 점포상인의 상품 판매 부진으로 이어져 재래시장 기능 활성화에 장애요인이 되고 사실이 상인과의 심층면접에서 밝혀져 주목된다. 시장의 상품 판매촉진과 이용 증대를 위해서는 노점상에 대한 관리대책이 불가피하다는 것이다. 한 조사에 의하면, 우리나라의 재래시장은 한 시장 당 평균적으로 점포상 56명과 노점상 93 명이 있어 약 4대6의 비율로 노점상의 구성비가 높다고 한다(대한·서울상공회의소, 1986, 23). 이와 같은 노점상의 구성 비율은 그동안 진행된 재래시장의 쇠퇴와 경기불황으로 인해 최근에는 더 높아졌다고 볼 수 있다. 그리고 과거에는 노점상의 대부분이 시장내 점포 앞의 통로나 빈터에 좌판 형태의 매장을

설치하고 영업을 하였으나, 최근엔 많은 노점상, 특히 타지역 거주 노점상은 소형화물차나 승합차를 임시매장 겸 이동수단으로 이용함으로써, 시장 밖에 특히 통행인구가 상대적으로 많은 시장 주변의 진입도로나 인도 등을 무단으로 불법 점유하여 영업활동을 하고 있다. 더욱이 대다수의 노점상은 점포상이 취급하는 동일 상품을 점포운영비용이 들지 않은 이유로 더 값싸게 판매하고 있다고 한다. 이러한 노점상의 영업행위가 시장 내에서 합법적으로 장사하는 점포상의 고객 감소로 이어져 결국 재래시장의 전체적인 거래기능 약화의 주요 원인이 되고 있다는 것이다. 이러한 사실은 재래시장에서 오래 동안 영업해온 두 점포상인의 증언에서 잘 확인된다.

이렇게 (영천시장에)아케이드시설 해놓으니 비 안 맞고 장사할 수도 있어 (예전에 비해)났다고 볼 수 있기는 있는데, 시장 앞 도로가(에 형성된) 난전(노점)으로 (소비자들이)많이 가니까 여기( 시장 내 점포)를 이용하는 사람이 적어요...아케이드 완료 후 몇 달 간은 난전을 시장 내로 불러들이고 (시장 밖 도로에서 영업 행위를 못하도록)단속을 하여서 무시 날에도 오후 5시까지 장사가 되었는데..., 요즘은 단속을 하지 않으니 다시 시장 앞 도로가에 외지 이동상인이 차량을 이용해 영업하는 난전이 많아져 한나절에 장사가 끝나요...인구가 적는데 할인마트까지 생겨서 장사에 지장이 많아요. 그런데다 난전이 있으니 장날은 난전으로 사람이 많이 들어요. 난전을 시장 내로 불러들이는 것 말고는 대책이 없어요.(이○대, 70세, 장사경력 20년, 영천시장 내 생선가게 경영)

점포상과 노점상은 숟가락과 젓가락과 같은 존재거든요. 둘은 서로 필요로 하기 때문에 함께 있어야 합니다. 그런데 노점상 중에서도 생계형 상인이 아닌 기업형 상인(주로 외지 거주자로서 소형화물차를 이용해 장날이면 고정적으로 도로상에서 영업행위를 하는 상인)은 꼭 단속해야 합니다. 이들은 터무니없는 싼 가격으로 판매하기 때문에 (동일 상품을 취급하는 시장 점포상의 가격인하와 매출 감소 등으로) 시장 전체의 경제 질서를 흐트러 놓을 뿐 아니라, 도로교통 혼잡 가중, 쓰레기 무단 폐기 등의 온갖 피해를 발생시키고 있습니다. ...시(영천시)에서 선거철이라

서 상인들의 한 표를 의식해서 인지 노점상 단속을 하지 않고 있습니다만... 선거(2006.5.31 지방선거)가 끝나면 기업형 노점상은 퇴출시키거나 강변 고수부지로 (영업장소를) 옮기도록 하고, 생계형 노점상은 시장 상가 안으로 들어와 장사하도록 해야 합니다. 선거가 끝나면, 새로 선출된 시장에게 매일 찾아가서라도 이 문제를 반드시 해결할 생각입니다.(김○학, 60세, 장사 경력 30년, 영천시장 내 ○○식품점경영, 영천시장 상인회 회장)

위의 두 재래시장 점포상인의 말에서도 잘 알 수 있듯이 시장 내에서 점포상과 노점상은 공생관계에 있다(Park, Chan Suk, 1985). 그러므로 재래시장이 잘 되도록 하기 위해서는 시장 밖 도로가에서 영업하는 노점상들을 시장 안으로 끌어들이는 것도 매우 효과적인 정책수단이 될 수 있다. 따라서 기초자치단체에서는 시장 밖 차도나 인도를 불법으로 무단 점유하여 영업하는 노점상을 더 이상 방치하지 말고, 재래시장 전체의 거래기능 활성화와 도로교통 질서회복이라는 두 가지 명분을 내세워 그들의 영업장소를 시장 내로 엄격히 제한하고, 관리하는 제도적 장치를 조기에 마련하고, 이를 강력히 시행해야 한다는 것이다.

#### 4. 재래시장 활성화 정책의 대안 모색

이상에서 살펴본 것처럼, 재래시장 활성화 정책의 일환으로 추진한 시장의 시설현대화 사업과 경영현대화 사업은 각각 그 효과가 미약한 것으로 나타났다. 이것은 그 동안 추진한 재래시장 활성화 정책이 재래시장의 상권유지에 가장 근본적인 공간경쟁력을 어떻게 강화할 것인가에 대한 고려가 부족하였기 때문으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 재래시장의 공간경쟁력을 강화하는데 역점을 둔 대안적인 재래시장 활성화 정책방안으로서 다음의 10가지를 제안하고자 한다.

첫째, 시·군별 지역 대표 재래시장에 대한 집중

육성전략이 추진되어야 한다. 경상북도에서도 재래시장의 쇠퇴현상은 중소기업 시장에서 현저하게 나타나고 있다. 중소기업 시장의 대부분은 인구감소, 시장규모의 영세성, 현대적 유통기관의 등장과 발달 등으로 상권기능을 유지하는 데 필요한 만큼의 공간경쟁력마저 상실하게 돼 상당수가 이미 폐장하였으며, 잔존하는 시장이라 하더라도 시장기능이 크게 위축돼 고사 직전에 놓여 있다고 해도 과언이 아니다. 그럼에도 불구하고 경북의 시장시설현대화 사업은 중소기업 시장을 포함한 73개 시장에 추진되고 있어 사업의 효과가 의문시 되고 있다. 따라서 경북의 재래시장 중에서 앞으로 집중 육성해야 할 시장은 시장의 규모와 입지 등에서 공간경쟁력 확보에 상대적으로 유리한 이른바 지역(시, 군) 대표 재래시장으로 한정할 필요가 있다.

둘째, 시장의 시설 현대화 사업은 신증을 기해 추진되어야 한다. 재래시장이 그 공간경쟁력을 강화하기 위해 가장 시급히 추진해야 할 것은 대형마트, 쇼핑몰, 백화점 등의 경쟁업체처럼 편리하고 쾌적한 쇼핑환경을 확보하기 위한 시장의 환경 개선과 시설 현대화 사업이다. 경상북도가 그동안 추진한 재래시장의 시설 현대화 사업은 대상 시장 선정과 사업추진 방식 등에서 많은 문제점을 내포하고 있어 예산투자에 비해 그 성과가 미약한 것으로 나타났다. 하지만 이 사업은 그 필요성이 확인된 만큼 시·군별 소수의 지역 대표 시장으로 한정하여 그 투자성과를 극대화하는 방식으로 추진되어야 한다.

셋째, 지역특산품 위주의 특화시장으로 육성전략이 요구된다. 재래시장은 취급품목의 경쟁력에서 특히 상품 구색에서 경쟁업체에 비해 매우 열약하고 경쟁에서도 매우 불리하다. 따라서 재래시장은 취급품목에서 경쟁업체와 차별화하여 그 공간경쟁력을 높여야 한다. 재래시장에는 공간(장소)과 시간(계절)에 따라 상이한 지역특산품이 많이 출하된다. 그러므로 각 재래시장은 이러한 지역 고유의 우수한 특산품을 전문으로 취급하는 특화시장으로 육성해가는 것이 취급품목에서 공간경쟁력을 높이는 지름길이 될 것

이다.

넷째, 장날 조정을 통한 새로운 광역시장망 형성이 필요하다. 재래시장의 대부분은 5일에 한번씩 정기적으로 장이 열리는 5일장이다. 이러한 정기시장은 특정지역을 중심으로 인접한 시장들이 장날(市場日, market day)을 달리함으로써 하나의 통합된 시장망(市場網, market network)을 형성하고 있었으나(이재하 외, 1992, 33-34;76-78 참조), 재래시장의 쇠퇴(소멸)와 교통발달로 과거의 지역별 시장망이 붕괴되었음에도 종래의 장날을 그대로 사용하고 있어 재래시장의 공간경쟁력을 약화시키는 주요 요인이 되고 있다. 따라서 육성대상 5일장은 보다 광역적인 지역을 단위로 연내 시장들 간의 장날 조정에 의한 새로운 광역시장망 형성을 통해 그 공간경쟁력을 높일 필요가 있다.

다섯째, 재래시장의 문화서비스 기능 강화전략이 추진되어야 한다. 현재 재래시장이 경쟁업체에 비해 공간경쟁력이 약해진 또 다른 이유 중의 하나는 소비자들이 보고, 느끼고, 즐길 문화기능을 제공하지 못하고 있다는 것이다. 예전에 재래시장이 경제적 거래기능 외에 오락 문화적 기능을 많이 수행했던 것처럼(이재하 외, 1992, 122;153-155 참조), 오늘날에도 시장내 빈 공간을 잘 활용하면, 노래자랑, 각설이 타령, 사물놀이 공연, 음악 연주, 영화상영, 미술작품 활동과 전시 등의 다양한 문화서비스 제공이 가능하므로 이런 기능을 강화하여 그 공간경쟁력을 높이는 것이다.

여섯째, 지역 특산품의 전자상거래화가 추진되어야 한다. 재래시장은 취급품목 가운데 가장 경쟁력 있는 우수한 지역특산품을 위주로 온라인 판매를 실시할 필요가 있다. 이 경우 시장 상인회가 공동으로 시장 홈페이지를 구축·운영하면서 여기에서 시장 홍보와 함께 특산품의 전자상거래 판매도 실시하면, 전국의 소비자가 온라인으로 시장을 이용할 수 있게 되어 개별 재래시장의 공간경쟁력이 강화된다는 것이다.

일곱째, 지역 대표 시장의 관광코스화가 추진되어야 한다. 시·군의 지역 대표시장에는 다양한 지역특산

품이 출하되고 있으며, 전통시장 특유의 모습과 분위기, 유명한 향토 음식 등으로 그 자체가 훌륭한 관광 자원이 될 수 있다. 각 지방자치단체에서는 정선5일장의 사례처럼 지역 대표 시장을 지역의 주요 관광지와 연계하여 관광 코스의 하나로 적극 개발하면, 지역관광산업의 활성화에 기여할 뿐만 아니라 그 시장의 공간경쟁력을 크게 강화할 수 있다.

여덟째, 점포 경영혁신을 위한 상인 교육과 상인의 자구노력이 강화되어야 한다. 시장의 주인은 상인인 만큼 시장의 공간경쟁력을 강화하기 위해서는 상인 스스로가 기존의 점포 경영방식에서 과감히 탈피하여 우수한 상품 구비, 포장 단위 다양화, 가격 표시제 도입, 카드 결제, 상품권 발행, 우수 고객관리, 친절 서비스 등과 같은 현대적인 경영기법을 적극 도입하여 경영혁신을 하지 않으면 안 된다. 하지만 상인의 이와 같은 자구노력은 점포 경영혁신에 관한 상인 교육이 선행되지 않고는 불가능하다.

아홉째, 노점상의 영업장소를 시장 내로 엄격히 제한하고 관리하는 제도를 도입해야 한다. 시장에서 점포상과 노점상은 공생관계에 있다. 그럼에도 불구하고, 최근에는 소형 화물차 등을 이용한 이른바 기업형 노점상을 비롯한 많은 노점상들이 시장 밖에서 주변도로나 인도를 불법 점유한 채 영업활동을 함으로써 재래시장 내 점포의 상거래기능 약화에 주요 원인이 되고 있다. 이러한 노점상들을 재래시장의 거래기능 활성화와 도로 교통질서회복 차원에서 그들의 영업장소를 시장 내로 엄격히 제한하고 관리하는 제도를 도입·시행해야 한다는 것이다.

마지막으로 재래시장도 시장판촉 활동을 적극 전개해야 한다. 세계적 지방화(globalization) 시대를 맞이하여 장소판촉(place-marketing)이 널리 채택되고 있는 것처럼, 한 지역의 특산품 유통 경제에서 중요한 몫을 담당하고 있는 재래시장도 그 공간경쟁력을 높이기 위해서는 그것이 가지고 있는 장점들을 대내외에 널리 홍보하는 시장판촉(marketplace-marketing)전략을 적극 구사할 필요가 있다. 따라서 특히 지역 대표 재래시장은 그 시장이 취급하고 있는

상품의 우수성을 비롯한 그 밖의 장점들을 TV 또는 라디오 광고, 신문광고, 잡지광고, 홍보용 소책자 배포, 시장 축제 등의 여러 가지 방법을 활용해 적극적으로 시장판촉 활동을 전개해야 할 것이다.

## 5. 요약 및 결론

본 연구는 경상북도를 사례로 그동안 추진한 재래시장 활성화와 정책의 효과를 평가해보고, 아울러 그러한 평가결과를 기초로 재래시장 활성화 정책의 실효성을 높일 수 있는 대안을 중심지이론에 기초한 시장의 공간경쟁력 관점에서 모색·제안하고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 먼저, 경상북도가 그동안 추진한 재래시장 활성화 정책의 주요 사업내용을 간략히 살펴보았다. 다음으로 재래시장 활성화 정책 추진사업의 효과를, 시설 현대화사업과 경영 현대화사업으로 나누고 경영현대화 사업은 다시 경영기법 현대화 부문과 시장의 상품판촉 및 홍보활동 부문으로 나누어 각각에 대한 정성적 평가를 실시하였다. 마지막으로 재래시장의 활성화 정책에 대한 평가결과를 기초로, 그것의 공간경쟁력을 강화하는데 초점을 둔 대안적인 재래시장 활성화 정책방안을 제안하였다.

재래시장 활성화 정책사업의 효과에 대한 평가결과, 경상북도에서 시장의 시설 현대화 사업은 73개 시장을 대상으로 추진해 왔으나, 그 성과는 막대한 예산 투자에 비해 미약한 것으로 나타났다. 따라서 앞으로 이 사업 추진은 대상 시장 선정에서부터 신중을 기해야 할 것이다. 재래시장의 경영기법 현대화 사업은 상인의 대부분이 60~70대 노령층인 탓에 현대적인 경영기법을 학습하거나 수용하려고 하지 않아 사업 자체가 효과적으로 추진되지 않고 있으며, 그리고 재래시장의 상품 판촉과 고객유치를 위한 홍보활동사업도 1회성 행사에 그쳐 시장 활성화에 실질적이고 항구적인 도움을 주지 못하고 있는 것으로 평가되었다.

따라서 기존 재래시장 활성화 정책으로는 소기의 성과를 달성하기 어려울 것으로 판단된다. 최근의 재래시장의 쇠퇴는 대형마트와 같은 경쟁업체와의 고객유치경쟁에서 그 공간경쟁력이 약화된 데 주된 원인이 있다. 본 연구에서는 이러한 점을 보완하여 재래시장의 공간경쟁력강화에 초점을 둔 10가지 대안적인 재래시장 활성화 정책방안을 모색·제안하였다.

이와 같은 대안적인 재래시장 활성화 정책방안이 실제 정책으로 구체화되고 성공적으로 추진되려면 종래의 중앙 및 지방정부 주도의 하향적 정책추진 방식에서 벗어나 재래시장 살리기에 관계된 민·관의 여러 주체들이 함께 참여해 협력하며 해결해가는 협치(governance)방식으로 추진되어야 할 것이다. 이러한 점에서 앞으로 경상북도도 지방 정부 외에 시장 상인회, 전문가 집단, 시민단체 등이 함께 참여하는 이른바 ‘경상북도 재래시장 살리기 지역협의체’를 구성하고, 이를 통해 재래시장의 모든 정책을 수립·집행해가는 정책전환이 요구된다.

## 참고문헌

- 경상북도, 2001, 재래시장활성화 추진계획(2001~2005).  
 경상북도, 2003, 재래시장 활성화 5개년 계획(2004~2008).  
 경상북도, 2004, 2004년도 유통경제업무 추진계획.  
 경상북도, 2005a, 2005년도 유통경제업무 추진계획.  
 경상북도, 2005b, 재래시장 활성화 추진계획.  
 경상북도, 2005c, 재래시장 관리카드.  
 김인(역), 1980, 인문지리학:공간패턴과 그 전개과정, 대한 교과서주식회사(Tidswell, V., 1976, *Pattern and Process in Human Geography*, University Tutorial Press, London).  
 김상우, 2005, 영양재래시장 이용고객 설문조사 자료, 안동대 경영연구소.  
 대한·서울상공회의소, 1986, 정기시장실태조사보고.  
 산업자원부, 2000, 2000년도 유통산업발전 시행계획.  
 산업자원부, 2002, 2010년 유통산업 발전전략.  
 신창호·문경일, 2003, “재래시장활성화 방안 연구 : 준거

- 들과 유형화”, 지역연구 19(2), pp.97-118.
- 이재하 · 홍순완, 1992, 한국의 장시-정기시장을 중심으로, 민음사.
- 이재하, 2005, 대구지역 재래시장의 경쟁력 강화전략, (대구광역시의회 주최 · 대구경북연구원 주관), 재래시장의 생존전략과 육성방안 세미나 자료집.
- 이춘근, 2003, 대구 · 경북지역 재래시장의 실태와 육성방안, 대구경북개발연구원.
- 중소기업청, 2005, 05년 재래시장 활성화 종합대책.
- 중소기업청, 2005, 05년 재래시장 시설현대화사업 교부결정 내역.
- 중소기업청 · 한국유통연구소, 2000, 재래시장 실태분석 및 활성화방안.
- 중소기업 혁신전략연구원, 2000, 재래시장 및 소상공인 활성화 방안과 특화시장 조성을 위한 연구보고서.
- 중소기업협동조합중앙회 시장경영지원센터, 2003, 재래시장 활성화를 위한 전략.
- 홍인옥 외, 2002, 재래시장 활성화 방안 연구, 한국도시연구소.
- Brown, S., 1987, “Institutional change in retailing: geographical interpretation”, *Progress in Human Geography* 11(2), pp.181-206.
- Davies, R. L. and Rogers, D. S. ed., 1984, *Store Location and Store Assessment Research*, John Wiley & Sons, Chichester.
- Dawson, J.A. ed, 1980, *Retail Geography*, Croom Helm, London.
- Ghosh A and McLafferty, S.L., 1987, *Location Strategies for Retail and Service Firms*, Lexington Books, Toronto.
- Jones, K. & Simmons, J., 1987, *Location, Location, Location : Analyzing the Retail Environment*, Methuen, Ontario.
- Park, Chan Suk, 1985, “The role of traditional market”, 지역연구 1, pp.85-99.
- Wheeler, J.O. and Muller, P.O, 1981, *Economic Geography*, John Wiley & Sons, New York.
- 교신: 이재하, 대구광역시 북구 산격동 1370, 경북대학교 지리학과, Tel: 053)950-5233,  
E-mail: leejha@mail.knu.ac.kr
- Correspondence: Jaeha Lee, Department of Geography, Kyungpook National University, Daegu, 702-701, Korea, Tel: 053)950-5233,  
E-mail: leejha@mail.knu.ac.kr
- 최초투고일 2007년 8월 10일  
최종접수일 2007년 8월 30일

## **An Assessment of the Revitalization Policy of Traditional Market and Its Alternative: A Case Study of Gyeongbuk Province**

Jaeha Lee\*

**Abstract:** This study aims to assess an effectiveness of the revitalization policy of traditional market which has been put in force since the late 1990's through a case study of Gyeongbuk province in Korea. According to a qualitative assessment of the improvement project of market facilities and the modernization project of marketing technique, each project has little effect. This seems to be caused by the existing revitalization policy without full considerations of reinforcing the spatial competitiveness of traditional markets. This study suggests an alternative of the revitalization policy of traditional markets concentrating on the spatial competitiveness of them.

**Keywords:** Gyeongbuk province, traditional market, revitalization policy, spatial competitiveness

---

\* Professor, Department of Geography, Kyungpook National University