

제주시 재래상권의 활성화 방안*

(The Strategy for Revitalizing the Commercial District in Cheju-shi)

서현진** · 김태보***
(Seo, Hyun-Jin) · (Kim, Tae-Bo)

목 차	
I. 서론	1. 동문시장의 활성화방안
II. 재래상권의 현황과 실태 분석	2. 서문시장의 활성화방안
1. 재래상권의 현황	3. 골목상권의 활성화방안
2. 재래상권의 실태 분석	4. 유통업체의 육성방안
III. 재래상권별 활성화 방안	IV. 결론

I. 서론

재래상권은 전통적으로 일정한 지역 내에서 순수한 상업 활동이 이루어지는 장소를 말하는 것으로서 명확한 개념 정의가 이루어지지 않고 이에 관한 연구가 미비한 채로 사용되고 있다. 일반적으로 소비자와 팔려는 상업 실무자들이 모여서 거래를 형성하는 시장이라는 구체적인 시설 또는 장소를 이용하여 물품의 매매, 교환, 기타 이를 지원하는 용역의 제공을 하는 영업장의 개념으로서 재래시장 또는 재래상권을 인식하고 있다.

* : 이 연구 논문은 제주시에서 실시한 “재래상권의 활성화를 위한 실태조사” 결과의 일부분이며, 김태보·서현진(2000) 연구의 후속 연구에 해당함.

** : 경상대학 회계학과 교수

*** : 경상대학 경제학과 교수

재래상권과 유사개념으로 인식되는 재래시장은 일반적으로 매일 상설시장, 정기시장 혹은 오일시장을 포함하고 있는데, 본고에서는 자연발생적으로 일정 장소에서 군집하여 상품의 거래나 정보교환(협의로는 의사소통) 등이 이루어지는 골목상권과 재래시장을 포괄한 개념으로서 재래상권을 의미하기로 한다. 이와 같은 재래상권은 현대 학문적으로 연구되고 있는 마케팅 활동을 영위하는 공간적 개념으로서 인식되고 있으며, 소비자 욕구를 채워주는 정기적 또는 비정기적인 시장으로서 자연발생적으로 형성되어 발전해 왔다고 말할 수 있다.

이와 같은 재래상권은 급속한 경제성장과 정보기술의 발전에 따라 규모, 시설, 종사인력의 측면에서 지속적으로 발전해 오다가 '96년에 시작된 유통시장의 국내외 개방에 따른 대형 할인매장의 급속한 증가와 '97년말에 시작된 IMF 구제금융에 의한 장기적인 경기침체로 인해 대변혁의 위기에 처해 있다.(김태보, 1997; 김태보·서현진, 1998).¹⁾

재래시장의 경우 1995년도말 기준으로 전국의 1,545개 시장 중 1/3에 해당하는 518개소가 있는데, 이들 시장은 전근대적인 경영방식, 낙후된 시설과 열악한 환경, 그리고 규모의 영세성 등으로 인한 무질서한 거래 형태가 지속되고 있어서 시설 및 유통에 있어서 해결해야 할 과제가 산적해 있는 상태이다(통계청, 1999; 제주도, 1998).²⁾

이에 따라 지방 재래시장 및 상권에 대한 분석 및 경영합리화 등에 관한 연구도 국내 일부 지역을 대상으로 이루어지고 있으나 극소수의 연구에 불과하다(김인환, 1994; 박홍석, 1998; 이남희, 1997; 장철모, 1993).

특히 제주지역에서의 재래상권 활성화를 비롯한 유통산업의 재건을 위한 연구나 조사는 최근에야 이루어지고 있는 정도이며(김형길·황용철, 1997; 산업연구원, 1998; 김태보·서현진, 1998; 서현진·김태보, 1999; 제주지방중소기업청 제주소상공인지원센터, 1999), 또한 상권구조를 도시계획의 성장과 발전이라는 측면에서 공간구조에 의한 조사나 연구는 전혀 이루어져 있지 않다.

이에 본 연구는 제주시내에 있는 재래상권, 즉 재래시장과 골목상권의 활성화를 위

1) 제주지역 도소매업의 추이와 현황을 통해 제주 유통산업의 특성을 요약해 보면, 도·소매업의 영세성과 저생산성, 유통구조의 복잡성과 다단계성, 유통기관 경영의 전근대성과 비합리성, 유통조성기반의 취약성을 들 수 있다(김태보, 1997; 서현진·김태보, 1999).

2) 대한상공회의소(1997)의 「'96 중소유통기업 경영진단보고서」에 의하면, 종업원의 1인당 매출액은 대형 점포의 10분의 1, 백화점의 약 5분의 1 정도에 그치고 있으며, 매장 면적 1㎡당 매출액도 타 업태 평균의 3분의 1에도 못 미치고 있다. 또한 재래시장 중 건축된지 20년 이상 경과한 시장은 전체의 67%인 326개소가 재개발이 시급한 것으로 나타났다.

한 조사연구의 일환으로서 상권내 업체 및 점포의 운영상태를 주요 상권별로 조사하여 실태분석을 함으로써 향후 재래상권별 활성화 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

연구방법은 기초 문헌에 대한 이론적 연구를 개괄적으로 재래상권의 현황분석과 더불어 검토한 후, 제주시내 주요 상권을 동문시장, 서문시장 및 골목상권으로 구분하여 업체(또는 점포)의 운영실태에 대한 분석을 통해 재래상권별 문제점 파악과 활성화 방안을 강구한다.

Ⅱ. 재래상권의 현황과 실태분석

1. 재래상권의 현황

1) 재래상권의 개념과 특징

재래상권은, 전술한 바와 같이 재래시장과 골목상권이 결합된 용어로서 인식하기로 한다. 재래시장은 시장법에 따르면, 일정 구역 안에서 규정에 의한 시설 준비 등을 갖추고 정기 또는 계절적으로 다수의 수요자와 공급자가 모여 물품의 매매, 교환이나 기타 이를 지원하는 장소라고 정의하고 있다(이상욱, 1994). 한편, 상권은 생산자와 수요자 내지 소비자 사이에서 상거래가 이루어지는 범위를 뜻한다. 따라서 재래상권은 재래시장과 상업시설이 흡수할 수 있는 고객의 범위를 나타내는 것으로, 오랜 기간을 두고 자연적으로 형성되어 온 생산자와 수요자 내지는 소비자간에 상거래가 이루어지는 공간범위를 의미한다.

이와 같이 재래상권은 기업의 활동공간과 소비자의 생활공간에 의해 구성되는 시장의 지역공간으로서 시장지역과 관련하여 볼 때 다음과 같은 특징을 갖고 있다(서울시 정개발원, 1995).

첫째, 재래상권은 시장의 지역적 거점으로서의 점적 특성을 가지고 있는데, 이는 시장의 중심성을 반영하는 것을 의미한다. 점으로서의 상권이 가지는 시장특성은 시장의 거점이 되는 도시성에 입각하여 형성되는 상업집적이다. 도시성이라는 특성이 상권의 핵심이 된다.

둘째, 재래상권은 시장의 지역간의 연쇄적인 상호의존 관계에 따라 형성되어 서로 선으로 이어지는 선적 특성으로서의 흡인성을 가지고 있다. 재래상권은 그 배후에 생활거점으로서의 주거집적을 가지며, 거주성 그 자체는 중심지에 대해 의존적이고 또한 중심지는 주거집적에 의해 그 기능이 부가된다.

셋째, 재래상권은 시장의 지역적인 넓이인 시장의 지역적 동질성의 넓이 또는 중심지에 대한 흡인력이 미치는 범위로서의 면적 특성인 광역성을 가지고 있다. 동질적인 시장특성이란 구매패턴이나 소비패턴, 또는 상품의 선택패턴 면에서 공통성을 가진 지역임을 나타낸다.

넷째, 재래상권은 도시의 생활권이 확대, 발전하면서 그 영역을 확대 발전하여 왔다. 상권이란 도심을 중핵으로 하여 생활공간이 확대된 것으로서 거기에서 사람들은 생활하여 교환거래 등 모든 상업활동시 집약·집적된 곳이다. 따라서 도시공간구조가 확대됨에 따라 과밀한 도시내부 거주자는 도시 외곽지역으로 입지를 이동하게 되고 그에 따라 상업시설 또한 이전하게 되는 것이다.

2) 제주시 재래상권의 현황

제주지역 재래시장은 1998년말 현재 33개소로서 99,757㎡의 면적에 1,263개의 점포를 보유하고 있다. 이 가운데 상설시장은 1998년말 현재 16개소, 면적 43,337㎡, 점포수 1,811개를 보유하고 있는데, 이 중 15개가 제주시내에 집중되어 있고 나머지는 서귀포에 분포되어 있다. 정기시장은 상설시장이 없는 농어촌지역을 중심으로 분포되어 있다. 제주지역 재래시장은 현재 생활권지역 소비자들의 근린 편의시설로서 식품류의 상당부분을 공급·중계하는 중요한 역할을 담당하고 있는데, 도심 지역 내에 집중되어 있어 교통혼잡 등 여러 가지 문제들을 유발하고 있다.³⁾

제주지역 대부분의 재래시장, 특히 동·서문시장은 점포시설 및 설비의 노후, 부대시설의 부족, 주변환경의 취약으로 인한 불결함 등의 문제를 안고 있다. 그리고 주변교통체계가 혼잡하고 주차공간을 갖추고 있지 않기 때문에 교통체증을 유발하는 경우가 많다. 또한 재래시장의 대부분이 임대점포의 집합체로서 통합적인 경영 내지는 관리주체가 없기 때문에 영업효율이 떨어지고 있으며 입주상인들의 영세성으로 인해 규

3) 우리 나라 또는 제주의 재래시장 발전과정에 대해서는 이상욱(1994), 유태복(1998)을 참고할 것.

모의 경제를 획득하기 어렵고 유통전문지식 결여로 합리적 경영이 어려운 실정이다.

유태복(1998)연구에 의하면, 제주시지역 대다수 소비자들은 일상 용품을 구입함에 있어서 재래시장 보다 교통상 접근이 편리하고 쇼핑 분위기와 구매 활동에 편한 대형 마트를 선호하는 것으로 나타났다. 그 이유로는 재래시장이 도심에 위치한 관계로 자동차의 이면도로 정체와 주차장 미비, 소비자를 위한 편의시설 부족, 점포밖에 상품 진열로 인하여 통행에 불편 등으로 인한 시장주변 쇼핑분위기가 열악하여 전반적으로 경쟁열위를 나타내고 있었다.

3) 제주시 재래상권의 구조적 특성

유통산업은 특정지역에 기반을 두고 활동을 하는 지역산업이라 할 수 있다. 즉 특정지역에서 생활권을 형성하여 살고 있는 소비자들의 요구를 반영함으로써 이들이 필요로 하는 장소에서, 필요한 시기에, 필요한 상품을, 필요한 양만큼, 적절한 가격으로 제공한다. 유통산업은 현대사회에서 시대의 변화를 주도하는 근원적인 원동력이 될 뿐 아니라, 지역경제의 성장과 사회문화의 발전에 역할을 수행하여 왔다.

다시 말하면, 유통산업은 단순히 생산과 소비의 가교역할만을 담당하는 것이 아니라 소비자들에게 저마다 생활에 필요한 여러 가지 상품을 제공함으로써 나름대로 생활양식을 형성하여 생활문화 창조자로서의 역할까지 수행하고 있다. 따라서 재래상권은 도시의 생활권의 확대, 발전과 밀접한 관계 하에서 그 영역을 확대, 발전시켜왔다고 할 수 있다.

제주시 재래상권의 공간구조적 특성을 파악하기 위해 제주시 소재 유통업체의 입지 변화 추이를 분석하는 것이 요구되는데, 1970년대부터 최근까지의 제주시 재래상권을 형성하는 유통업체를 대상으로 분석한 결과를 요약하면 다음과 같다.⁴⁾ 제주시 재래상권을 형성하는 유통업체를 대상으로 중앙·신제주·삼양의 중앙생활권과 근린생활권(동)별로 입지분포의 특성을 연대별로 보면, 1970년까지 구제주 생활권(중앙생활권) 중심으로 단핵구조의 특성을 가져왔는데, 1980년대 이후 신제주, 삼양생활권 계획이 추진되면서 신제주 상권이 부심상권으로 발전되면서 다양화되었으며, 1990년에 들어서서 집단 주거지구의 조성, 주요 간선도로의 건설 등 대규모 도시개발계획 추진에

4) 상권의 공간구조에 의한 변천과정별 특징에 대해서는 김태보·서현진(2000), 그리고 제주시의 주요 상권(중심상권, 부심상권 및 외곽상권으로 구분)을 대상으로 한 조사 분석의 상세에 대해서는 제주지방중소기업청 제주소상공인지원센터(1999)를 참조할 것.

의해 제주시의 도시공간 구조가 확대됨에 따라 재래상권이 분산화 되고 있으며, 상인들의 급변하는 유통환경에 적응하지 못하는 것에 의해 동문·서문시장의 경쟁력이 약화되고 있는 것으로 나타났다.

2. 재래상권의 실태분석

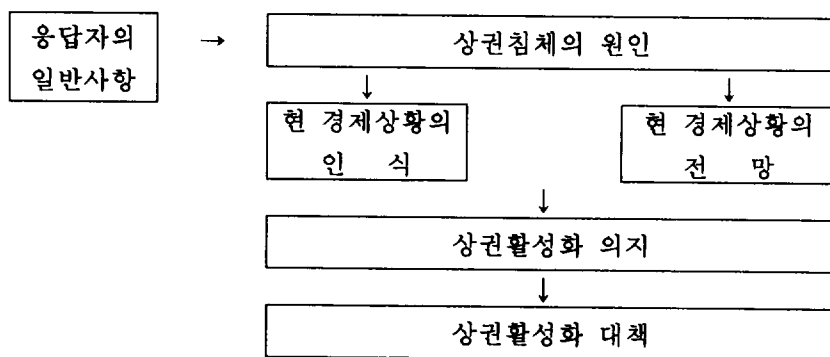
1) 조사목적과 방법

조사의 목적은 대형 마트의 등장 등으로 재래시장 및 골목상권(‘재래·골목상권’으로 약칭)이 쇠퇴해가고 있어서 상권 침체원인의 정확한 진단과 향후 상권 활성화 방안을 모색하는데 있으며, 이 조사는 제주도 유통산업의 발전을 위한 경제정책의 일환으로서 제주도 지역경제과에서 실시되었다.

조사목적을 달성하기 위해 조사의 설계는 제주도 재래·골목상권의 문제점과 전략 제시를 위해 <그림 1>과 같은 틀을 사용하였다. 설문항목은 일반사항(11개항)을 비롯하여 상권침체 원인(3개항), 현 상황에 대한 인식 및 전망(9개항), 상권활성화 의지(7개항), 상권활성화 대책(8개항)으로 구성되었으며, 추가적으로 제주시에 바라는 사항 1개항이 있다.

한편, 제주시에서는 정책적 관점에서의 조사결과와 기대효과 및 활용으로는 상권회복 방안에 대한 다양한 의견 수렴, 상권침체에 대한 위기의식 및 자구노력 제고, 지역 밀착 상권회복에 따른 지역경제 활성화 방향 제시, 재래시장 활성화 방안 용역 의뢰 시 기초자료 활용, 상권활성화 사업추진에 따른 예산지원시 반영을 들고 있다.

<그림 1> 조사설계의 구성



조사방법은 직접 방문을 통한 설문지 응답방식이며, 즉석에서 질의/응답 또는 2-3일 후 회신을 받는 형식으로 1999년 11월 11일에서 12월 30일까지 실시되었다. 조사의 대상지역은 동문시장과 서문시장 점주 및 인근 주민, 일도1동 및 용담1동 지역의 주요 인사, 골목상권으로 각 동별(일도1동~건입동, 연동, 화북동, 아라동, 노형동, 봉개동, 도두동, 삼양동, 오라동, 외도동, 이호동) 분포된 슈퍼마켓, 전자대리점 등 주요 업체(또는 검토)의 응답자이다.

조사 결과, 1,020업체(동문시장권 331명(32.5%), 서문시장권 132명(12.9%), 골목상권 557명(54.6%)로부터 응답을 받았다.

2) 응답자의 일반사항

응답자의 일반사항으로서 연령, 가족, 거주 등에 관한 개별적 특성과 점포의 운영 및 소유 등에 관한 정도영업의 특징을 요약하면 다음과 같다.

(1) 응답자의 개별적 특성

응답자의 연령은 전체 응답자 1,020명중 40~49세가 전체의 36%, 30~39세가 30%를 차지하여 중년층이 대부분이며, 그리고 성별로는 남자 47%, 여자 53%로 여성의 비중이 약간 높게 나타났다. 부양하고 있는 가족의 수(본인 포함)는 3~5인 73%과 6~8인 15%로 비교적 대가족 형태를 취하고 있으며, 교육수준은 고졸 이상의 고학력자의 비중이 높게 나타났다.

거주하고 있는 주택소유는 본인, 타인(임대) 소유가 각각 50%로 나타났으며, 점포운영 및 또 다른 일의 종사여부에서는 일반 주거지역에서 소규모 점포운영자가 47%, 시장 안에서 점포운영 24%, 시장주변에서 점포운영 21% 순서로 나타났다.⁵⁾

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장의 경우 40대의 응답자가 가장 많았고 시장 내에서 점포를 운영하는 업체가 과반수 이상이었는데 비해, 서문시장의 경우 50대 이상이 47%로 많아 상대적으로 고령화 응답자가 많았으며 여성 응답자도 많았다. 이에 비해 골목상권의 경우는 40대 이하의 응답자가 많았고, 점포 운영은 일반 주거지역에서 응답자의 3/4이 소규모 점포를 운영하고 있었다.

5) 응답자의 일반사항 및 점포영업의 특성에 관한 집계표는 지면관계상 생략하기로 하며, 상세 자료는 김태보·서현진(2000)을 참조할 것.

(2) 응답자의 점포영업 특성

영업점포의 종류로는 일반잡화점이 47%로 가장 많았으며, 다음으로 어물점/식육점이 17%, 음식점/부식점이 16%이고 그 외의 점포종류에서는 화장품점, 청과점, 제과점, 문구점, 철물점 순서로 다양하였다.

이들 점포의 소유자는 본인 또는 가족이 26%에 불과하고, 응답자의 73%가 타인(임대)으로 나타나 자가점포의 비중은 매우 낮았다. 이들 점포에서 영업으로 인해 얻는 월소득은 51~100만원과 101~150만원을 합하면 61%로 비교적 소득 수준이 높지 않았으며, 영업소득의 사용용도로는 가족부양을 위한 주 소득원이라고 응답한 사람이 전체의 83%를 차지하고 있다. 응답자가 영업에 종사한 기간은 11년 이상이 34%로 비교적 종사기간이 긴 것으로 나타났으며, 5년 이하도 40%이상이었다.

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장의 경우 옷 판매/수선점이 상대적으로 가장 많이 나타났으며, 영업에 종사한 기간은 16년 이상이 가장 많이 나타났는데 비해, 서문시장의 경우는 음식점/부식점이 다른 종류의 점포에 상대적으로 많았으며, 이들 점포의 소유에 있어서 본인(또는 가족)의 비중이 가장 높았다. 이에 비해 골목상권의 경우는 일반잡화점을 운영하는 점포가 응답자의 2/3로 가장 많았으며, 영업에 종사한 기간은 5년 이하가 전체 응답자의 반을 넘고 있어서 동문시장이나 서문시장의 장기간 점포 운영과 큰 차이를 보이고 있다.

3) 상권침체 원인과 현 상황의 인식

제주시 재래·골목상권의 침체시기와 원인, 현재와 같이 침체된 경제상황에 대한 인식, 그리고 골목상권의 경쟁력을 대형 마트 등과 대비하여 나타난 조사결과는, <표 1>, <표 2> 및 <표 3>과 같다.

(1) 상권침체의 원인

대형 마트의 등장 등 유통구조의 변경으로 인해 재래·골목상권의 영업소득이 대폭 줄어든 것으로 인식되고 있는데, 상권침체의 시기는 E마트 제주점 등 대형 마트들이 들어온 이후부가 73%로 가장 높았으며, 그리고 IMF협약 체결이전 2~3년 전부터 또는 IMF 구제금융을 받은 이후부터라고 응답한 업체도 일부 있어서 대부분의 업체에서 할인매장의 등장과 IMF 협약의 전후, 즉 1996-1997년 전후로 파악된다.⁶⁾

6) 할인매장의 등장에 따른 제주 도소매업체의 직접적인 영향에 대해서는 서현진·김태보(1999)를 참조할 것.

재래·골목상권이 침체된 원인으로는, IMF의 영향으로 전반적인 경기침체와 대형 마트의 등장 이후 가격할인 경쟁력의 저하라는 두 요인을 대부분의 업체에서 들고 있었다. 그외에도 인근주차 및 교통불편이나 고객에 대한 서비스 질 저하, 상품종류가 다양하지 못하고 배달서비스가 없는 것과 같은 것도 재래·골목상권의 침체원인으로 들고 있었다. 이로 인한 업체의 침체정도를 가장 소득이 높았을 때와 비교해서 보면, 과거 최고의 소득 수준에 비하면 반 이하가 전체의 90% 수준으로 나타나 그 영향이 큰 것으로 나타났다.

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장의 경우 경기침체의 원인에 있어서 대형 마트의 등장을 매우 많은 점포에서 들고 있었는데 비해, 서문시장의 경우는 침체정도가 가장 소득이 좋은 때와 비교해서 4분의 1 수준이라고 응답한 점포가 반정도 있어서 경기침체의 영향이 가장 큰 것으로 나타나고 있다. 또한 골목상권의 경우는 경기침체의 원인에 있어서 대형 마트의 등장뿐만 아니라 전반적인 경기상황도 지적하고 있는 점포가 상대적으로 많았다.

<표 1> 상권침체의 원인

(단위 : %)

구 분		전 체	동문시장	서문시장	골목상권
상권의 침체시기	- IMF이전 2~3년 전부터	13.5	15.4	14.0	12.8
	- IMF구제금융 이후부터	11.7	10.8	14.0	12.2
	- 대형 마트 등장 이후부터	73.0	71.7	70.0	73.0
	- 1년 전부터	1.6	1.9	2.0	1.8
침체원인	- IMF영향, 전반적 경기침체	47.9	34.8	47.0	52.2
	- 대형 마트 등장이후 가격할인	45.4	53.7	44.1	41.5
	- 인근주차 불편과 교통편 불편	4.7	5.7	1.9	4.7
	- 고객에 대한 서비스 질 저하	0.9	2.2	1.9	0.5
	- 다양한 상품구색의 부족	0.8	1.8	2.9	-
	- 배달서비스의 미실시	0.2	1.5	-	-
침체정도	- 4분의 1 수준	27.5	29.1	46.3	24.1
	- 3분의 1 수준	33.4	31.5	28.4	34.0
	- 절반 수준	32.7	32.8	21.0	33.4
	- 70~80%의 수입	5.7	4.6	2.1	7.3
	- 오히려 가장 높은 소득	0.5	1.6	2.9	0.9

(2) 현 경제상황의 인식

현재 재래·골목상권의 침체상황에 대한 인식정도를 보면, 지금까지 영업해 오던 것이 하루아침에 무너지거나 또는 살아남기 위한 노력을 남보다 더해야만 되는 위기 상황이라고 응답한 업체가 합계 90%에 달해서 위기의식이 큰 것으로 나타났다.

한편, 2~3년후 자연회복이 될 것이므로 인식하는 업체도 5% 있었지만, 이들 업체의 경우는 현재의 경제상황에서 어려움을 별로 느끼지 못하는 업체일 것으로 사료된다.

이와 관련하여 재래상권과 대형 마트가 현재의 혼합된 유통구조 및 상권체제의 지속시기를 보면, 5년 이상 장기적으로 이어질 것으로 보는 업체가 응답의 약 2/3에 달하고 있었으며, 혼합된 유통구조와 상권체제의 변화 전향으로는, 골목상점들은 구조조정 되어 숫자가 대폭 감소하고 재래시장은 특화상품을 판매하는 형태로 변화되며 대형 마트들도 공존하게 될 것이 41%, 골목상점과 재래시장이 없어지고 대형 마트 형태의 시장들만 남게 된다가 35%로 나타나 향후에도 대형 마트의 확산을 예상하고 있었다.

반대로 지금 수준의 대형 마트만 유지하고 재래·골목상권이 더욱 활성화될 것이 18%와 대형 마트들이 파산하고 원래의 재래·골목상권이 되살아난다는 것이 6%로 재래상권에 대한 애착을 보이는 응답도 일부 있었지만, 유통산업의 추이분석으로 본다면 이와 같은 전망은 현 경제현황에 대한 냉철한 분석이 부족한 것으로 사료된다.

골목상점들이 구조조정 되어 숫자가 줄어들 경우 현재의 업체 수에서의 감소정도를 보면, 30%정도가 45%, 50%이상이 40%로 나타나 심각한 상황으로 전개될 것으로 예상하고 있었으며, 이에 따라 제주도 유통구조와 상권체제의 변화는 지속적으로 확대되어 나갈 것으로 예상하고 있는 응답자가 많았다.

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장의 경우 유통구조와 상권체제의 장래에 대해 재래·골목상권의 변화와 대형 마트의 공존을 예상하는 점포가 많을 것으로 나타났는데 비해, 서문시장의 경우는, 전술한 경기침체 정도가 가장 나쁜 것을 반영하듯이, 침체상황에 대한 위기의식이 매우 심각한 것으로 인식하는 점포가 대부분이며, 또한 상권체제의 장래에 대해서는 대형 마트 형태의 시장만이 남게되고 이에 따른 점포수의 감소정도도 상대적으로 매우 높게 나타나 서문시장의 침체영향도가 높음을 시사하고 있었다. 한편 골목상권의 경우는 전체의 경제상황에 대한 인식정도와 대부분 유사하게 나타났다.

<표 2> 현 상황의 인식

(단위 : %)

구 분		전 체	동문시장	서문시장	골목상권
침 체 상 황	- 심각한 위기상황	45.5	44.0	54.4	43.9
	- 위기상황	43.7	43.0	36.6	44.8
	- 심각할 필요없다	4.8	6.0	1.9	5.2
	- 잘 모르겠다	5.9	6.0	6.9	5.9
재래상권의 지 속	- 1~2년	10.1	11.0	8.0	10.8
	- 3년	21.4	18.0	15.0	21.3
	- 4년	5.9	5.0	4.0	7.5
	- 5년 이상	62.4	66.0	73.0	60.2
유통구조와 상권체제의 장 래	- 대형 마트 형태의 시장만	35.3	30.0	38.1	34.9
	- 재래·골목상권 회복	5.9	6.0	3.0	7.1
	- 재래상권 변화와 대형 마트공존	41.0	49.0	36.0	39.4
	- 대형 마트 형태로	-	14.0	-	18.5
	- 대형 마트 유지, 재래시장 활성화	17.6	-	22.6	-
업체감소 정 도	- 10~20%정도	14.4	17.0	8.5	14.0
	- 30%정도	44.7	43.0	48.5	43.9
	- 50%정도	30.4	32.0	28.5	30.3
	- 50%이상	10.3	8.0	14.2	11.6

(3) 골목상권의 경쟁력과 비교우위

재래·골목상권의 경쟁력에 대한 것으로써, 우선 골목상점 및 재래시장에 있어서 특화하여 판매하면 충분히 경쟁력이 있을 것이라고 생각하는 품목으로는 음식·반찬 판매를 가장 많이 들고 있었으며, 다음으로 일반잡화, 전자제품 등 수리/판매, 옷·구두 등 판매/수선 등이며 이들 품목은 상권에 따라 조금씩 다르게 나타났다.

한편 대형 마트에서 판매하고 있지 않은 대표적인 상품을 보면, 완구, 어류, 담배, 가전제품, 해산물(전복, 소라, 해삼), 옷 수선, 버선, 철물(철사, 못 등), 참기름, 현미음료, 타일시멘트, 가구·침구류, 쯤쌀막걸리, 대여(비디오, 도서), 한약, 수공예품, 향토음식, 조상옷, 원단(포복), 갈옷, 인삼주, 수삼, 튀김류 등을 들고 있는데, 많은 품목들이 대형매장에서도 취급되고 있어 사실상 특이하게 분리시킬 수 있는 품목은 매우 적은

것으로 파악된다. 다음으로 재래·골목상점이 대형 마트와 비교했을 때 유리한 점으로는 거리가 가깝다, 품질이 좋다, 대형 마트에서 구입할 수 없는 품목이 많다는 점을 들고 있으며, 한편 불리한 점으로는 가격이 비싸다, 품목이 다양하지 못하다, 고객서비스 불량(주차시설, 친절, 청결 등)등을 들고 있었다.

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장과 서문시장의 경우 전체의 재래시장의 경쟁력에 대한 인식정도와 대부분 유사하게 나타났다. 이에 비해 골목상권의 경우는 경쟁력 있는 품목이 동문과 서문시장의 음식/반찬류, 신선류 등의 품목과는 다소 다르게 일반잡화, 전자제품 등도 추가되고 있었다.

<표 3> 골목상권의 경쟁력과 비교우위

(단위 : %)

구 분		전 체	동문시장	서문시장	골목상권
골목상점의 경쟁력품목	- 일반잡화 판매	22.0	22.0	9.5	25.0
	- 신선식품 판매	12.9	18.0	23.8	8.6
	- 음식/반찬 판매	33.4	34.0	33.3	31.0
	- 옷, 구두 등 판매/수선	15.3	13.0	19.0	17.2
	- 전자제품 등 수리/판매	16.2	14.0	14.2	18.1
재래시장의 경쟁력품목	- 일반잡화 판매	15.4	15.0	11.1	18.2
	- 신선식품 판매	15.9	16.0	16.6	15.8
	- 음식/반찬 판매	40.0	41.0	44.4	34.9
	- 옷, 구두 등 판매/수선	16.3	18.0	11.1	15.8
	- 전자제품 등 수리/판매	12.2	9.0	16.6	15.0
골목상점의 유리한 점	- 가격이 싸다	-	-	-	-
	- 품목이 많다	1.0	1.0	1.0	1.0
	- 거리가 가깝다	98.0	98.0	98.0	98.0
	- 품질이 좋다	1.0	1.0	1.0	1.0
	- 신상품이 많다	-	-	-	-
	- 고객서비스가 좋다	-	-	-	-
골목상점의 불리한 점	- 가격이 비싸다	98.0	98.0	98.0	98.0
	- 품목이 다양하지 못하다	1.0	1.0	1.0	1.0
	- 거리가 멀다	-	-	-	-
	- 품질이 좋지 못하다	-	-	-	-
	- 신상품 도입판매가 늦다	-	-	-	-
	- 고객 서비스가 불량하다	1.0	1.0	1.0	1.0

3) 상권활성화 의지와 방안

상기와 같은 재래·골목상권의 장기적 및 구조적 침체로 인해 상권자체의 붕괴와 같은 위기감이 고조되고 있어서 이에 대한 대책이 시급한 상황이라고 하겠다. 이에 따른 상권활성화(조사 설문에서는 '상권살리기'로 표현)를 위한 의지와 참여, 그리고 대책에 대한 응답자의 조사결과는, <표 4>, <표 5>와 같다.

(1) 상권활성화 의지

재래·골목상권을 활성화시켜야 할 것인가에 대한 의견을 보면, 변화된 경영기법을 도입해서라도 재래·골목상권을 살려야 한다는 85%로 매우 높게 나타나 현재 어려운 침체상황을 반영하고 있었다. 재래·골목상권의 활성화를 주체는 행정기관에 대한 선호도가 46%로 가장 높았으며, 상가번영회, 업체 주인, 민간단체와 같은 상권의 실질적인 주체에 의한 상권활성화 내지는 회복에 대한 의지는 상대적으로 부족한 것으로 나타났다. 여기서 상권활성화와 업체경쟁력 강화를 위한 방안의 일례로서 가격할인과 고객서비스 질 향상에 대한 조사결과를 보면, 우선 대형 마트와 가격경쟁을 하기 위해서 지금의 가격보다는 싸게 판매할 경우 어느 정도 싸게 판매할 수 있는가에 대해서는 대형 마트와 같은 가격 또는 그 이하로 팔 수 없으므로 그냥 놔두겠다고 32%로 가장 높게 나타나 가격경쟁력이 매우 취약함을 나타내고 있었으며, 할인가능 폭이 현재마진의 10분의 1 정도 25%, 3분의 1 정도 19%, 5분의 1 정도 11%로 할인가능 폭이 크지 않음을 나타내고 있었다.

재래·골목상권을 활성화 위해 고객서비스의 질을 향상시키기 위한 중요 분야는 고객에게 친절하게 대하기와 상품구색의 다양화에 대해 각각 64%와 35%의 응답자가 들고 있었으며, 한편 가격표시의 철저와 바가지 요금의 근절, 새로운 상품의 제때에 출하 등은 전혀 없어서 서비스 질에 대한 의식이 부족한 것으로 나타났다.

상권활성화를 위해서 관련조합, 협회, 행정기관 등에서 교육 및 간담회 등을 실시할 필요성에 대해서는 필요성을 거의 대부분의 업체에서 인식하고 있었으며, 이와 같은 교육 및 간담회 등을 실시할 경우 참여 의향은 적극 참여와 의견 교환 및 통일된 의견의 동의는 44%인데 비해 결정된 의견에 대한 신중한 검토도 44%로 실질적인 대책의 추진에서는 참여에 대한 의견조정이 필요할 것으로 나타나, 교육을 포함한 정책추진상의 어려움을 시사하고 있었다.

<표 4> 재래·골목상권의 활성화 의지

(단위 : %)

구 분		전 체	동문시장	서문시장	골목상권
상권활성화 의견	- 재래·골목상권을 살려야 한다	85.3	85.0	81.6	85.0
	- 현상유지	9.6	7.0	11.2	10.3
	- 일정기간만 지나면 살아날 것이다	2.3	2.0	2.0	3.5
	- 다른 의견				
상권활성화 주체	- 업체주인	11.7	13.0	12.3	10.7
	- 상가 번영회	17.4	25.0	16.4	14.4
	- 민간단체	10.9	9.0	10.3	12.7
	- 행정기관	46.3	34.0	50.5	50.9
가격경쟁시 가격할인 가능 폭	- 현재 마진의 2분의 1정도	6.7	8.0	7.0	6.3
	- 현재 마진의 3분의 1정도	19.2	16.0	5.8	20.3
	- 현재 마진의 4분의 1정도	6.6	6.0	5.8	7.5
	- 현재 마진의 5분의 1정도	10.8	14.0	8.2	9.0
	- 현재 마진의 10분의 1정도	24.7	29.0	22.3	23.6
	- 그냥 놔두겠다	31.7	26.0	50.5	33.0
고객서비스 질의 향상분야	- 고객에게 친절하게 대하기	64.0	64.0	67.3	64.7
	- 가격표시 철폐와 바가지요금 근절	-	-	-	-
	- 새로운 상품이 제때에 출하	-	-	-	-
	- 상품구색의 다양화	35.0	35.0	32.6	35.2
	- 서비스는 침체의 원인이 아니다	-	-	-	-
교육·간담 회 필요성	- 반드시 필요하다	48.8	59.0	47.5	42.8
	- 어느 정도 필요하다	40.3	34.0	37.6	44.5
	- 필요가 없다	4.8	4.0	2.9	5.6
	- 모르겠다	5.8	3.0	11.8	6.9
교육·간담 회참여의향	- 통일된 의견 따르겠다	44.0	54.0	37.0	38.8
	- 다른 의견시 결정따르지 않겠다	5.4	3.0	4.0	7.5
	- 검토 후 결정하겠다	43.9	40.0	49.0	45.8
	- 참여하지 않겠다	6.6	3.0	10.0	7.7
활성화 행사의 참여의향	- 적극 참여	32.6	37.0	28.0	29.5
	- 큰 문제가 없는 한 참여	36.9	39.0	35.0	37.6
	- 제한적으로 참여	25.7	20.0	34.0	26.6
	- 참여하지 않겠다	4.6	4.0	3.0	6.2

이와 관련하여 상권활성화 추진단체에서 행사 또는 실천덕목을 선정하여 추진할 경우 참여의향은 대부분의 업체에서 참여하여 실천할 것으로 나타났지만, 필요한 경우에 한하여 제한적으로 참여하겠다는 업체도 26%에 달해서 이에 대한 적극적인 홍보와 참여촉진도 신중하게 검토되어야 할 것으로 사료된다.

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장의 경우 상권활성화를 위한 교육이나 간담회의 필요성과 참여의향이 상대적으로 높게 나타났는데 비해, 서문시장의 경우는 상권활성화에 대한 주체를 행정기관으로 하는 점포가 상대적으로 많았고 또한 가격경쟁에 따른 가격할인에 참여하지 않는 점포가 많고 상권활성화를 위한 교육이나 간담회의 필요성과 참여의향이 상대적으로 적게 나타난 점으로부터 활성화에 대한 자구노력이 부족한 것으로 나타났다. 한편 골목상권의 경우는 상권활성화를 위한 교육이나 간담회의 필요성이나 참여의향에 있어서는 다른 재래시장에 비해 상대적으로 낮게 나타나, 자구노력에 의한 활성화 의지가 다소 높은 것으로 사료되고 있다.

(2) 상권활성화 대책

상권활성화 대책으로 구조조정이나 특화 상품만을 취급하기로 결정될 경우 영업하고 있는 품목이 다른 업종으로 변경이 가능한가에 대해서 보면, 지금까지 터득한 일이 이것밖에 없으므로 타 직종으로의 변경이 어렵다가 43%로 높게 나타나 재래상권의 구조조정이 어려운 배경을 암시하고 있었다.

한편 타 직종으로의 변경이 어렵지만 또는 주변에서 도와준다면 타 직종으로의 변경을 시도해 보겠다는 업체도 43%로 나타나, 환경변화에 대한 업종전환 내지는 변경에 대한 노력을 감행하려는 의지가 높은 업체도 상당수 있는 것으로 나타났다.

상권활성화를 위한 최우선 과제로서는 가격의 최대한 인하가 34%로 가격경쟁력에 대한 관심을 가장 크게 나타내고 있었으며, 친절·질서·청결운동, 시설현대화·주차장확보 등 도시재정비계획을 통한 상권환경 개선, 시장 및 지역주민 주체의 이벤트행사의 수시 개최 등을 상대적으로 많은 업체에서 들고 있었다.

이때 상권활성화를 위해 가장 필요로 하는 자료나 정보는 주변업체의 상품 가격정보나 신제품에 관한 정보가 42%로 가장 높았으며, 매출증대를 위한 판매·영업·광고, 새로운 제품이나 상품의 개발기술, 주문·배달 및 애프터서비스 등 물류에 대한 정보를 들고 있었다.

여기서 상권활성화를 위한 대책으로서 환경개선, 구조개선, 자금 및 세제지원에 대

해 우선적으로 개선되어야 할 분야는 다음과 같다.

첫째, 환경개선 대책으로는 도시재정비계획을 실시하여 시설현대화·주차장확보 등 주변환경을 개선해야 한다가 54%로 가장 높았고, 이어서 업종전환·공동업체 설립·가격할인 등 유통구조 개혁 추진, 정부기관 등의 자금 및 세제지원, 각 업체주인의 자구노력의 순서였다.

둘째, 구조개선 대책으로는 업체의 업종·업태의 전환유도, 정부기관 등의 자금 및 세제지원 확대, 공동보관·공동구매 등 협업화와 공동화 확대, 판매·유통·정보 등 전문경영의식에 관한 교육강화, 공동업체 설립에 의한 대형화 유도가 각각 20% 전후로 나타났다.

셋째, 자금 및 세제지원대책으로는 업체시설의 개선자금이 46%로 가장 높았고, 영업자금, 공동시설 건립자금, 정보화시설자금의 순서였다.

또한, 상권을 활성화 위한 구체적으로 실천 가능한 방법에 대한 의견조사의 결과, 시장 및 지역별 할인행사 실시, 이벤트 행사, 주차장 확보, 경품권 추첨행사, 주변환경 정리, 고객서비스 질 향상 등을 들고 있었으며, 도시재정비 계획에 의한 상권환경 개선을 계획하고 추진할 경우 추진방법에 대해서는 제주시와 번영회에서 공동 추진하는 것이 바람직하다고 지적되고 있었다.⁷⁾

상권별로 특징을 분석해 보면, 동문시장의 경우 상권활성화를 위한 환경개선 대책을 대부분의 점포에서 들고 있었으며 또한 상권활성화를 위한 점포시설의 개선자금에 대한 요구가 상대적으로 높게 나타났다.

서문시장의 경우는 상권활성화에 대한 최우선 과제로 가격인하를 상대적으로 많은 점포에서 들고 있었으며, 상권활성화를 위해서는 환경개선 대책보다 자구노력을 많은 점포에서 들고 있었으며, 또한 업종이나 업태의 전환유도, 협업화나 공동화를 상대적으로 많은 점포에서 들고 있었다. 한편 골목상권의 경우는 전체의 상권활성화 대책과의 유사하게 나타났다.

이하에서 제주시의 주요 상권인 동문시장, 서문시장 및 골목상권에 대한 문제점과 대책을 전술한 조사결과와 동 상권의 의견조사에 의한 주요 내용을 정리, 분석한다.

7) 그외에 제주시에 바라는 사항으로는 대형 마트 설립허가 자제, 대형 마트 차량운행 중지, 자금지원, 주차장 시설완비, 소규모업체의 대형화 유도, 서문시장근처 아파트 신축, 야시장 도입, 야간조명시설, 시장내 인도현대화, 시장도로 확장, 업체보수 등을 들고 있었다.

<표 5> 재래·골목상권의 활성화 대책

(단위 : %)

구 분		전 체	동문시장	서문시장	골목상권
구조조정과 업종변경	- 변경이 어렵다	43.0	46.0	46.4	40.3
	- 기꺼이 변경하겠다	24.3	24.0	18.1	25.1
	- 변경시도해보겠다	17.5	15.0	17.1	19.4
	- 잘 모르겠다	15.0	15.0	18.1	15.0
상권활성화 최우선편과제	- 가격을 최대한 인하	33.9	25.0	40.5	37.1
	- 친절, 질서, 청결운동	15.0	14.0	21.6	14.4
	- 시장주체의 이벤트 행사를 개최	11.9	12.0	9.4	11.7
	- 행정기관에서 이벤트 행사 추진	8.4	13.0	8.1	5.8
	- 특화 품목의 선정과 강력 추진	6.9	10.0	4.0	5.6
	- 상권환경의 개선	14.5	16.0	9.4	14.7
	- 소상공인 연합과 대형 마트 설립	9.1	9.0	6.7	10.3
상권활성화 필요 정보	- 가격정보나 신제품 관련정보	41.9	38.0	40.0	42.5
	- 판매, 영업, 광고 관련정보	22.1	25.0	24.0	20.4
	- 정부 및 금융기관 관련정보	6.2	3.0	2.6	9.5
	- 기술정보	15.5	18.0	14.6	14.5
	- 물류정보	12.4	13.0	9.3	11.9
환경개선 대 책	- 주변 상권환경 개선	53.8	74.0	40.8	44.6
	- 유통구조 개혁	14.1	7.0	16.9	17.5
	- 자금 및 세제지원	12.8	8.0	9.8	15.6
	- 적극적인 자구노력	9.5	4.0	19.7	11.4
	- 교육강화	9.4	6.0	12.6	10.7
구조개선 대 책	- 업종, 업태의 전환유도	25.6	26.0	32.6	26.5
	- 대형화 유도	16.9	17.0	21.7	16.1
	- 형업화와 공동화 확대	19.5	13.0	28.2	22.1
	- 자금 및 세제지원 확대	19.8	21.0	28.2	18.9
	- 교육강화	18.0	23.0	17.3	16.1
자금·세제 지원 대책	- 업체시설의 개선자금	46.3	55.7	44.6	41.3
	- 영업자금	24.5	19.3	30.7	26.8
	- 공동시설 건립자금	14.4	13.7	6.1	15.6
	- 정보화 시설자금	9.6	6.0	10.7	11.2
	- 각종 세제지원	5.1	5.1	7.6	4.8

Ⅲ. 재래상권별 활성화 방안

1. 동문시장의 활성화 방안

동문시장의 문제점과 대책을 검토하기에 앞서서 전술한 동문시장의 주변상권에 대한 전반적인 특징을 요약해 보면, 우선 40대의 중산층의 점포영업자가 장기간 사업을 하고 있었으며, 가장 많은 업종으로는 옷 판매/수선점, 일반잡화점 등의 순서였다.

이들 점포의 대부분은 경기침체의 주된 원인을 대형 마트의 등장으로 인식하고 있었으며, 유통구조와 상권체제의 장래에 대해 재래·골목상권의 변화와 대형 마트의 공존을 예상하고 있었다.

동문시장의 대형 마트 및 재래상권에 대한 경쟁력으로는 향토음식, 옥돔 등과 같은 제주의 해산물이나 갈옷 등과 같은 의류 제조/수선분야를 들고 있었으며, 가격경쟁력이 부족하다는 점을 대부분의 점포에서 들고 있었다.

상권활성화에 대한 의지로는 상권활성화를 위한 교육이나 간담회의 필요성과 참여의향이 상대적으로 높았으며, 이에 대한 대책으로는 주변 환경의 개선을 대부분의 점포에서 들고 있었으며, 점포시설의 개선자금에 대한 요구가 상대적으로 높게 나타났다. 동문시장에서 점포를 운영하는 사업자들의 제시하는 문제점과 대책을 정리해 보면 <표 6> 상단과 같다(설명 생략). 이로부터 동문시장의 활성화 방안을 현재 가장 문제시되어 있는 대형 마트에 대한 경쟁력 강화의 관점에서 제시하면 다음과 같다(<표6> 하단 참조).

첫째, 상권환경 개선이 필요하다. 상권의 주변환경 개선(주차시설, 편의시설 등)이 가장 열악하여 상권 재개발이 급선무로 나타나 이에 대한 업체 및 점포의 상권환경개선에 대한 기대가 가장 높게 나타났다. 이를 위해서는 후술하는, 가칭 “상권살리기 위원회”를 구성하여 민·관 협의체에 의한 장기적으로 일관성을 갖는 추진대책이 필요 하겠다.

다만, 시설현대화와 관련해서는 일부 건물이 재건축만으로 상권활성화가 이루어지지 않기 때문에 주변 환경의 정비와 개선을 공동적으로 추진하면서 상권재개발 또는 상권활성화를 위한 이벤트 사업의 적극적인 유치와 참여가 필요하다고 하겠다.

둘째는 경쟁우위전략으로서 차별화된 상품의 취급과 판매전략을 추진해야 한다. 현

재 동문시장이 갖고 있는 제주지역 토산물(밀감·옥돔·전복 등 냉동건어물과 육류), 특수작물(동백, 한약, 수삼 등), 향토음식(동문재래시장 인삼주, 튀김류 등), 포목 및 이불류(조상옷, 갈옷, 수공예품 등) 등과 같은 경쟁력 있는 특화상품의 차별화 노력강화와 필요에 따라서는 이들 상품을 중심으로 한 업종·업태의 블럭화를 구축해 나가는 것도 구조조정의 한 수단일 수 있다.

<표 6> 동문시장의 문제점과 대책 및 대형 마트 경쟁전략

문제점		<ul style="list-style-type: none"> - 원하는 만큼 구입불가능하며, 상가임대료가 너무 비싸다 - 골목정비 불량, 산지천 상권이 없어졌기 때문 - 편리한 쇼핑시설 부족, 도로/주차시설 등 도시정비시책 미흡 - 관광객의 재래시장 방문기피, 소비자 소비성향의 마트로 전환 - 전문성 부족, 호객행위, 서비스 질 부족
대책	목표	<ul style="list-style-type: none"> - 인도확보, 주차장시설 완비, 도로확장 - 관광코스화, 소규모점포 대형 마트화, 재래시장 대형간판 설치
	실천방법	<ul style="list-style-type: none"> - 할인행사(경품권 추첨행사), 이벤트행사(품물패공연), 야시장도입 - 점포주의 의식구조변화, 고객서비스 질 향상, 청결, 친절, 청결, - 주변환경 정리, 시설현대화, 차 없는 거리시도, 주차장 확보, - 동문시장경유 셔틀버스운행, 동문시장 관광코스화, 판매/유통/정보 등 교육
대형마트 경쟁전략	강점	<ul style="list-style-type: none"> - 포목이 유명, 원하는 양만큼 구입가능, 상품에 대한 지식해박, 시장특유의 분위기, 인정이 있음, 상품의 신선도 최상, 고객과의 친분관계, 다양한 상품 등
	약점	<ul style="list-style-type: none"> - 주차시설 미비, 고객이 많은 물건 갖고 다니기 꺼리고 한 곳에서 모 두구입 불가능, 날씨의 영향 많이 받음, 홍보 부족, 청결하지 못함, 상품진열 상태 미흡, 소비자의 대형마트 선호에 대한 인식문제
	경쟁상품	<ul style="list-style-type: none"> - 제주지역 토산물 : 밀감·옥돔·전복 등 냉동건어물, 육류 - 특수작물, 동백, 한약, 수삼, - 향토음식 : 동문재래시장 인삼주, 튀김류 - 포목 및 이불류 : 조상옷, 갈옷, 수공예품 제작 및 판매

2. 서문시장의 활성화 방안

서문시장을 중심으로 한 주변상권에 대한 전반적인 특징을 요약해 보면, 우선 연령이 많고 여성의 점포영업자가 상대적으로 많고, 점포 소유주가 본인(또는 가족)의 비중도 가장 많았다. 가장 많은 업종으로는 음식점/부식점, 신선식품 등의 순서였다. 이들 점포의 경기침체에 따른 영향은 다른 상권에 비해 가장 심하였으며, 이에 따른 위기의식이 매우 심각한 것으로 나타났다.

서문시장의 대형 마트 및 재래상권에 대한 경쟁력으로는 향토음식을 비롯하여 옥돔 등과 같은 제주의 해산물, 가구류, 과자류 등을 들고 있었으며, 동문시장과 동일하게 가격경쟁력이 부족하다는 점을 대부분의 점포에서 들고 있었다.

상권활성화 의지로는 별로 높지 않은 것으로 보이지만, 대책에 있어서는 최우선 과제로 가격인하를 상대적으로 많은 점포에서 들고 있었으며, 환경개선 대책보다는 업종이나 업태의 전환유도, 협업화나 공동화와 같은 자구노력을 많은 점포에서 들고 있었다.

서문시장에서 점포를 운영하는 사업자들의 제시하는 문제점과 대책을 정리해 보면 <표 7> 상단과 같다(설명 생략). 이로부터 서문시장의 활성화에 방안을 대형 마트에 대한 경쟁력 강화의 관점에서 제시하면 다음과 같다(<표 7> 하단 참조).

첫째는 상권환경 개선이 필요하다. 서문공설시장의 경우, 상권환경개선의 일환으로 '97년도에 건물재건축을 통한 시설현대화를 추진하여 완료하였으나, 이에 대한 투자성과가 명확하게 나타나고 있는 것으로는 추정되지만, 상권의 주변환경 개선을 위한 노력이 다각적으로 모색되고 있는 상황이다. 특히, 주차시설, 편의시설 등 부족과 같은 환경여건의 열악은 동문시장과 동일하여 상권활성화의 걸림돌이 되고 있다.

따라서 상권환경 개선에 대해서는 후술하는, 가칭 “상권살리기 위원회”를 구성하여 민·관 협의체에 의한 장기적으로 일관성을 갖는 추진대책이 필요하겠으며, 필요에 따라서는 동문시장 및 서문시장 등과 같은 재래시장이 연계하여 공동화, 협업화를 통한 일관성있는 대책이 장기적으로 추진되어야 할 것으로 판단된다.

또한 환경의 정비와 개선을 공동적으로 추진하면서 상권재개발 또는 상권활성화를 위한 이벤트성 사업의 적극적인 유치와 참여가 필요하다고 하겠다. 특히, 서문시장의 경우, 주변 인구의 격감으로 인한 절대적인 고객감소 문제를 인식하고 있어서 주변의 아파트 건축 등에 대한 요구도 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 7> 서문시장의 문제점과 대책 및 대형 마트 경쟁전략

문제점		<ul style="list-style-type: none"> - 서문시장 건물 배치가 잘못되었으며, 서문시장의 위치가 부적합 - 대형 마트 이용시 충돌구매 - 쇼핑을 한 곳에서 해결하려는 소비자의식 - 정보기능 저하, 시장면적 협소, 호객행위 때문 등
대책	목표	<ul style="list-style-type: none"> - 품목다양화, 서문시장 장소문제 해결, 소상공인의 인권보호 - 현 시장 배치재정비 및 홍보강화
	실천방법	<ul style="list-style-type: none"> - 할인행사, 점포배치 조정, 구입액에 따른 경품권 행사, 소규모 점포의 대형 마트화, 상인들 합심 등 - 이벤트행사(깜짝 세일, 풍물패공연), 주차장 확보, 고객서비스 질 향상, 시장주변아파트 건설, 청결, 잡상인 유도, 야시장 건립 등

대형 마트 경쟁 전략	강점	<ul style="list-style-type: none"> - 가족적 분위기, 신속배달 정확, 특정품목 가격 저렴, 원하는 양만큼 구입 가능, 상품의 신선도 높음, 물량 정확, 인정이 있음
	약점	<ul style="list-style-type: none"> - 마트가 싸다는 소비자 인식, 물품의 집중화가 되지 못함, 세금 불합리, 소규모 점포
	경쟁 상품	<ul style="list-style-type: none"> - 제주지역 토산물 : 밀감·옥돔·전복 등 냉동건어물, 육류 - 향토음식 : 짓갈류, 회류, 잡곡류, 저가의 과자류, 옛날과자, - 포목 및 이불류 : 원단(포목), 조상옷, 갈옷, 수공예품 제작 및 판매 - 가구류 및 유리제품

둘째는 경쟁우위전략으로서 차별화된 상품의 취급과 판매전략을 추진해야 한다. 현재 서문시장이 갖고 있는 경쟁력 있는 특화상품으로는 동문시장과 유사하게 제주지역 토산물, 포목 및 이불류, 향토음식 등 있으나, 이중에서도 차별화가 되고 있는 짓갈류, 회류, 잡곡류, 저가의 과자/옛날과자 등은 특색이 있다고 말할 수 있으며, 또한 상권주변에 가구류 및 유리제품의 전문거리가 구축되어 있는 점은 업종·업태의 블록화를 통한 경쟁력 강화의 바람직한 사례라고 할 수 있다.

셋째는 상권내 업주의 고령화와 여성 사업자의 비중이 높은 점에 대한 대응전략이 필요하다. 이것은 소득의 급격한 하락과 관련하여 향후 급변하는 경제 및 유통환경의 변화에 대응하기 위해서는 전문교육, 정보기술 등의 필수적인 사업경영자의 요건에 부합해 나가기 위해서는 세대교체를 통한 신 상권의 개발을 동시에 고려해 나가는 것이 필요하다고 사료된다.

3. 골목상권의 활성화 방안

골목상권을 중심으로 한 주변상권에 대한 전반적인 특징을 요약해 보면, 동문이나 서문시장에 비해 골목상권의 사업주는 40대 이하의 연령층이 많았으며, 일반 주거지역에서 일반잡화를 취급하는 점포가 대부분이었다. 영업 종사기간은 5년 이하가 전체 응답자의 반을 넘고 있어서 재래시장에 비해 점포 운영기간이 상대적으로 짧은 점포가 많았다. 골목상권의 대형 마트 및 재래상권에 대한 경쟁력으로는 일반잡화류는 대상이 되지 않고 해산물, 옷수선, 대여점(도서, 비디오 등), 잡과자 등을 들고 있었는데, 골목상권의 지리적, 환경적 특성에 의해 개별적인 특성을 나타내기에는 한계가 있다. 이들 점포도 재래시장과 동일하게 가격경쟁력이 부족하다는 점을 대부분의 점포에서 들고 있었다.

경기침체의 원인으로는 대형 마트의 등장 및 IMF 금융위기를 들고 있는 점포가 대부분이며 침체정도는 재래시장과 유사하게 심각한 수준으로 나타났다. 이에 대한 상권활성화의 의지는 교육이나 간담회의 필요성이나 참여의향에 있어서는 다른 재래시장에 비해 상대적으로 낮으며, 상대적으로 자구노력에 의한 활성화 의지가 다소 높은 것으로 나타났다.

다음으로 골목상권에서 점포를 운영하는 사업자들의 제시하는 문제점과 대책을 정리해 보면 <표 8> 상단과 같다(설명 생략). 이로부터 골목상권의 활성화 방안을 대형 마트에 대한 경쟁력 강화의 관점에서 제시하면 다음과 같다(<표 8> 하단 참조).

첫째는 상권의 특화전략이 있다. 골목상권은, 주지와 같이, 각 골목의 특성에 따라 일반잡화점을 비롯한 다양한 상품을 취급하는 소규모 점포가 밀집되어 있다. 전술한 동문이나 서문시장과 같이 건물내 복합매장이나 전문상가와 같은 형태의 점포보다는 개별적으로는 독립되어 운영되는 영세 점포가 대부분이다.

따라서 개별적인 영세점포가 경쟁력을 독자적으로 키우기에는 한계가 있기 때문에 골목의 특성을 살려서 상권을 만들어 나가는 특화전략이 필요하다. 예를 들어, 서문시장 주변에서 용담동에 걸친 '가구점거리'나 서해아파트 부근의 일명 '떡자거리'는 주변의 환경변화와 신규 수요에 대응하면서 자생적으로 확산해 나가는 일례가 된다고 하겠다.

둘째는 경쟁우위전략으로서 차별화된 상품의 취급과 서비스 강화전략이다. 골목상권의 경우는, 전술한 것과 같이, 다른 골목상권이나 대형 마트 등에서도 대부분 구입

가능하기 때문에 경쟁력 있는 특화상품은 일부에 지나지 않기 때문에 서비스 강화가 절대적으로 요구된다.

동 상권의 조사에서도 나타난 것과 같이, 인정이 있고 가족적 분위기이며, 필요한 양만큼 구입가능하고, 사후 고객관리가 가능하여 단골확보에 유리하며, 야간영업이나 신속배달, 외상거래 가능 등과 같은 장점을 갖고 있기 때문에, 서비스 차별화를 통한 고객 차별화와 매출증대가 가능한 전략을 개발해 나가야 한다.

<표 8> 골목상권의 문제점과 대책 및 대형 마트 경쟁전략

문제점		<ul style="list-style-type: none"> - 마트의 모든 품목이 싸다는 소비자 의식, 24시간 할인마트 등장 - 도매점의 할인판매, 일반 주거지역 상권형성 불가능 - 소규모점포의 대폭적 증가, 준비물의 학교에서 지급 등
대책	목표	<ul style="list-style-type: none"> - 소상공인들의 공동구매 촉진, 홍보 강화, 상품의 신선도 증대 - 대형 마트 차량운행중단, 대형 마트를 시 외곽지로 이전 등
	실천 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 시장 및 지역별 할인행사, 경품권 추첨행사(사은대잔치, 쿠폰제), 이벤트 행사(풍물패 공연), 고객서비스 질 향상, 홍보(광고), 마트와 가격동일, 품질개선과 위생적 판매추진, 가격정찰제 - 자금지원, 주차시설 완비, 특화품목 지정추진, 상인들 공동구매 - 상인대상 경영기법에 관한 교육강화 등
대형 마트 경쟁 전략	강점	<ul style="list-style-type: none"> - 인정이 있음, 필요한 양만큼 구입가능, 가족적 분위기, 사후고객관리 가능, 시장특유의 분위기(고향 같은), 단골 확보 가능, 야간 영업, 신속배달, 물건 교환 가능, 공동구매 억제가능, 상품의 신선도, 외상거래 가능, 상품에 대한 지식 해박
	약점	<ul style="list-style-type: none"> - 유통질서가 미비, 주차단속이 심함, 한 곳에서 모두 구입 불가능, 상품의 다양성 저하, 납품가격 높음, 고객서비스 저하, 시장에 대한 소비자 의식문제, 홍보 부족, 포장기술 불량, 도로 협소, 가격 부정확, 깜짝 세일/경품미끼 없음, 날씨의 영향 받음
	경쟁 상품	<ul style="list-style-type: none"> - 제주지역 해산물 : 활어/선어, 건어물, 육류 - 잡화류, 과자, 건강보조용구, 약초 - 음식류 : 봉어빵, 오뎅, 튀김류, - 포목 및 이불류 : 버선, 옷수선, - 가구/침구류, 자동차수리, 철물, 머리빗 - 화장품, 관광상품, 제주상징기념물, 대여(비디오, 도서 등)

4. 유통업체의 육성방안

이상과 같은 상권별 활성화 방안의 추진과 관련하여 재래상권의 추진주체를 구분하여 활성화 방안을 제시하면 다음과 같다.

1) 개별 업체(점포)의 발전방안

재래시장·상권에 속해 있는 개별 점포나 업체에서 현 경제상황을 극복하고 장기적인 성장을 해나가기 위한 발전방안의 기본은 자구노력 강화이다.

단기적으로는 서비스 질 강화와 가격경쟁력 강화를 들 수 있다. 서비스 질 강화는, 고객에게 친절하기, 상품구색 다양화 등 판매과정의 고객만족을 위한 특화되거나 차별화된 서비스를 제공하는 전략이 요구된다. 예를 들어, 음식, 의류, 육류 등의 일부 전문업체에서는 단골고객을 중심으로 한 판매와 철저한 품질보증, 부가서비스의 제공 전략으로 성공하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 가격경쟁력 강화는, 가격경쟁력 강화 현재 판매마진의 10~30%정도 할인 가능수준의 한계로 인해 가격이외의 대응전략으로서 품질보증, 적시배달, 경품지원, 판촉행사 실시 등을 병행하는 전략이 필요하다.

장기적으로는 업종·업체의 전환과 같은 구조조정전략과 특화상품 개발 및 판매와 같은 신제품 개발·이벤트 행사의 강화전략을 들 수 있다.

구조조정전략은 업종변경에 대해 어렵다는 업체만큼이나 주위에 지원이 있으면 시도해 보겠다는 업체도 40%이상 있어서 지자체, 유관기관 등의 적극적인 지원을 통해 업종·업체의 전환을 유도해 나가는 것이 필요하다. 이를 위해서는 교육이나 간담회를 통한 체질강화나 재교육 등을 통한 구조조정을 추진하도록 하는 시책 추진이 필요하며, 이 과정에 가장 어려운 것은 업체에서 참가하고 싶으나 인력부족으로 생계유지상 참가 곤란한 문제가 있으므로, 재택교육이나 홍보용 정보지의 배부 등의 방법을 개선해야 할 필요성이 있다.⁸⁾

신제품 개발에 따른 홍보나 이벤트 행사 추진과 같은 상권활성화를 위한 특별고객 만족형 행사를 추진함에 있어서는 예를 들어, 칠성로 축제나 신제주 연동상가 축제

8) 소규모 점포의 사업자는 상품이 구매, 판매, 가격, 서비스 등과 관련된 새로운 정보에 대한 욕구가 매우 높으나 현실적으로 인력, 자금, 시간 등의 제약에 의해 거의 해결할 수가 없어서 납품업자나 주변 점포의 동향에 의한 주먹구구식의 운영이 이루어지고 있었다(서현진·김태보, 1999).

등과 같이, 상가번영회 등에서 주도적으로 실시토록 하며, 제주시 등의 유관기관 등에서 간접지원 방안이 바람직하다.

상가나 상권의 이벤트성 판촉 및 고객행사에 있어서 중요한 점은, 공동참여 및 공동배분, 그리고 행사과정의 투명성과 행사후 계획/성과의 평가가 반드시 이루어져야 한다. 이때 행사시 형식상 참여가 아닌 자발적 참여와 성공을 위해 주변 기관의 협력이 절대 필요하며, 추진주체에 전문가, 지역유지, 업체, 주변 주민의 참여가 바람직하며, 참여하는 축제가 되기 위해서는 누가 이 축제에 올 것인가 먼저 고려해야 한다. 왜냐하면, 고객만족형 행사가 되어야 하며 제주도내에서 추진하는 대부분 행사가 고객 지향적 측면에서의 기획과 추진이 부족하기 때문에 성공률이 높지 않다고 사료된다.⁹⁾

2) 상권공동체의 협업·협동방안

상가번영회 등과 같은 상권공동체의 협업·협동방안은, 전술한 개별 업체에서의 상권활성화에 한계에 있는 부분에 대해 개별 점포와 업체, 그리고 상권공동체 및 유관기관과의 연계를 통한 지역상권의 활성화를 위한 공동전략에 해당한다.

재래시장·상권의 회복과 활성화를 위한 장기적인 협업·협동전략의 주요 내용으로는, 경쟁우위를 향한 개별 업체의 자구노력 계획 및 교육프로그램 개발과 실시, 상권내 정보유통망의 구축, 제주지역의 특성을 살린 특화 신상품의 개발과 판매, 정부·유관기관과의 협력 증대와 정보공유, 도시개발 측면에서 재래상권의 재구축 및 신 상권의 개발 등이 해당된다.¹⁰⁾

특히, 유통시장의 개방과 유통구조의 변화에 따른 상권의 변화는, 동문시장과 서문시장의 현 상권침체의 지속화를 통해 알 수 있는데, 그 배경에는 상권주변시설의 취약(주차시설, 휴식공간 등), 상대적인 할인 마트의 증가와 가격할인형 업체의 확대, 소비계층의 저연령층화에 대한 대응책 미비, 전자상거래 확대에 따른 대책 미비 등의 요인이 영향을 미치고 있으며, 문제는 향후에도 현행 상권의 위축은 매우 심각할 것으로 예상된다.

9) 제주 이벤트의 활성화 방안에 대해서는 김형길·김정희(1997)을 참고할 것.

10) 예를 들어, 서울 동대문상가의 유통시설 현대화 및 첨단화에 따른 변화는 새로운 상권을 유발하고 있으며, 동대문·남대문·경동시장·이태원 등 서울 재래시장에서도 전자상거래에 대한 경쟁전략으로서 통합쇼핑몰(www.botari21.co.kr)을 구축하였다.

여기서 도시개발의 측면에서 재래상권의 재구축과 활성화를 연계한 전략의 하나로서 칠성로와 탑동과 원활한 연계를 위한 도시정비 및 제도 보완, 정책 지원 등을 추진 할 경우, 새로운 제주시 관광/쇼핑존(Tour & Shopping Zone)를 만들 수도 있을 것이다. 또한 장기적으로 제주시 재래상권은 동문시장에서 서문시장으로 연결되는 쇼핑스트리트(shopping street)의 개발을 통해 전문상가별, 또는 사업아이템별 소상공인 재구축은 검토해 볼 필요가 있을 것이다.

3) 지자체 및 유관기관의 지원방안

제주시를 비롯한 지방자치단체와 유관기관에서의 재래상권 활성화에 대한 지원방안으로는 다음과 같은 것을 들 수 있다.

첫째, 상권침체 회복을 위한 지역경제 활성화 대책을 수립하고 추진해 나가야 한다. 이 대책은 제주도, 제주시 등의 제주지역 전체의 차원에서 경제회복정책과 연계하여야 하며 이 과정에 낙후된 유통산업의 재건목표와 연결시켜서 장·단기적으로 추진해야 한다.

둘째, 재래상권의 구조조정을 위한 제주시 차원의 종합대책을 강구해야 한다. 주요 내용으로는 도시 재개발과 재정비(주차시설, 시설현대화 등)를 비롯하여, 구조조정 자금의 지원(업종전환 자금의 지원, 보조 등), 구조조정시 발생하는 세금의 감면혜택 등을 들 수 있다.

이와 관련하여 가칭 “상권살리기 대책위원회”를 구성하여 운영하는 것도 요구된다. 이 위원회는 제주시 등과 같은 지자체에서 주관하되 실질적인 운영의 주도는 각 상권별 대표에 의해 이루어지며, 특정의 시장, 골목상권과 같은 단위별로 상권살리기 소위원회도 설치하여 동 상권의 번영회 등과 연계하여 추진한다.

또한 이 위원회에서는 상권 재개발/구조조정, 판촉이벤트 행사 지원, 상권특성에 적합한 경쟁력 강화를 위한 프로그램 개발과 교육 등의 사업을 추진하게 되는데, 가장 중요한 것은 해당 상권에 속해 있는 상업주체들의 참여의지라고 말할 수 있다.

이번 조사결과에 의하면, 상권활성화를 위한 참여의지가 비교적 높게 나타났으며(골목상권보다는 재래시장이 더욱 높게 나타남), 이와 관련된 교육이나 간담회의 필요성을 강하게 인지하고 있어서 이에 대한 정책적 측면에서의 추진을 검토하는 것도 바람

직하다고 사료된다.¹¹⁾

셋째, 업체별 자구노력에 대해서는 인센티브나 동기부여를 제공한다. 인센티브의 예로서는 성실업체에 대한 서비스 인증 또는 품질 인증과 같은 마크의 부여와 홍보, 업종·업태의 전환을 위한 교육이나 컨설팅, 또한 이 과정의 세금감면과 자금지원 등을 들 수 있다.¹²⁾

IV. 결 론

본 연구는 유통개방으로 인한 할인업체의 확산, IMF 금융위기에 의한 경기침체 등으로 유통구조의 변화와 유통산업의 구조조정이 요구되는 상황하에 지방 재래시장 및 상권에 대한 연구의 하나로서 제주시내에 있는 재래상권, 즉 재래시장과 골목상권의 활성화를 위한 조사연구의 일환으로서 상권내 업체 및 점포의 운영상태를 주요 상권별로 조사하여 분석함으로써 향후 재래상권별 활성화 방안을 제시하는 것을 목적으로 하고 있다.

연구결과를 정리해 보면, 우선 제주시내의 주요 재래시장 및 골목상권의 업체나 점포를 대상으로 한 운영상태를 조사 분석한 결과, '96년 대형 마트의 지속적인 확장과 업체 수 증가와 '97년말 IMF사태의 발생으로 가격경쟁력 하락과 내수경기 부진 등에 의해 대부분의 업체는 경영상의 최대 위기에 처해 있었으며, 이에 따라 사업소득의 급격한 감소로 업종·업태의 전환이 요구되고 있었다.

각 상권별 핵심적인 특징을 요약해 보면, 동문시장의 경우 대형 마트나 다른 재래상권에 대한 경쟁력으로는 향토음식, 제주해산물, 의류 제조/수선분야를 들고 있었으며, 가격경쟁력이 부족하다는 점을 대부분의 점포에서 들고 있었다. 또한 상권활성화

11) 주요 사업별 내용으로는, 예를 들어, 1) 상권재개발/구조조정은 관광상품판매 벨트, 제주 전통상품 판매거리 조성, 전통·향토음식/토산품의 개발, 업종·업태 전환지원과 관련하여 자금·세제·교육 등 지원이며, 2) 판촉이벤트 행사지원은 이벤트행사의 개발·운영·평가분석이며, 3) 경쟁력강화 교육은 서비스 향상, 상품관리, 자금·세무관리, 정보화 등의 교육을 비롯한 전자상거래 대비 쇼핑물 구축 등이 포함된다.

12) 유태복(1998)연구에 의하면, 소비자가 불만족한 사항에 대한 재래시장의 개선방향으로서는 시장현대화, 교통편이 시설의 부족, 상인들에 대한 판매 및 친절교육, 전문화, 관광지로서 관광객을 겨냥한 재래시장의 구축을 들고 있다.

에 대한 의지는 매우 높았으며, 주변 환경의 개선을 대부분의 점포에서 들고 있었다.

그리고 서문시장의 경우는, 고령화와 여성의 점포영업자가 상대적으로 많았는데, 이들 점포의 경기침체에 따른 영향은 다른 상권에 비해 가장 심하였으며, 이에 따른 위기의식이 매우 심각한 것으로 나타났다. 서문시장의 경쟁력으로는 향토음식과 해산물 이외에 가구류, 과자류 등을 들고 있었으며, 동문시장과 동일하게 가격경쟁력이 부족하다는 점이였다. 한편, 골목상권의 경우는 재래시장에 비해 사업주의 연령층이 낮은 점이였으며, 일반 주거지역에서 일반잡화를 취급하는 점포가 대부분이였다.

골목상권의 특별한 경쟁력은 나타나지 않았으며, 이들 점포도 재래시장과 동일하게 가격경쟁력이 부족하다는 점이 가장 큰 과제로 나타났다.

이로부터 각 상권별 활성화 방안을 현재 가장 문제시되어 있는 대형 마트에 대한 경쟁력 강화의 관점에서 제시해 보면, 동문시장의 경우는 도시 재개발사업을 통해 시설현대화, 주차장 확보 등 상권환경을 개선토록 하고 점포의 경쟁우위전략으로서 차별화된 상품의 취급과 판매전략을 들 수 있다.

그리고 서문시장의 경우는 상권환경 개선과 차별화된 상품의 취급과 판매전략, 이외에 업주의 고령화와 여성 사업자의 비중이 높은 점에 대한 대응전략의 필요성을 들 수 있으며, 골목상권에서는 각 골목상권의 특화전략과 차별화된 상품의 취급과 서비스 강화전략을 들 수 있다.

또한, 재래상권의 활성화를 방안을 각 주체별로 제시해 보면, 개별 업체의 경우는 단기적으로 서비스·품질 강화와 가격경쟁력 강화 및 장기적으로 업종·업체의 전환과 같은 구조조정전략과 특화상품 개발 및 판매와 같은 신제품 개발·이벤트 행사의 강화전략을 추진해야 한다. 그리고 상가번영회 등과 같은 상권공동체의 협업·협동전략은, 개별 업체에서의 상권활성화에 한계를 극복하기 위해 개별 점포와 업체, 그리고 상권공동체 및 지차체 등의 유관기관과의 연계를 통한 공동전략으로서 재래상권의 공간구조적 특성과 변천과정을 고려한 재래상권의 재구축이 필요하다. 즉, 가칭 “상권살리기 대책위원회”를 구성하여 운영할 것을 제안한다.

마지막으로 본 연구의 한계와 과제를 들면, 우선 문헌이나 조사 연구에 있어서 관련 자료가 부족하기 때문에 심도 있는 연구가 이루어지지 않은 점을 들 수 있으며, 다음으로 제주지역에서 처음으로 실시한 재래시장 및 골목상권별 실태조사를 통한 상권의 특성분석에 있어서 상권구조나 업체별 특성 등을 어느 만큼 반영하고 있는가 등에 대한 조사나 분석이 부족한 점을 들 수 있다.

예를 들어, 특정의 소단위 상권을 대상으로 발전과정과 공간구조, 업종·업태의 분포, 고객의 구매성향 등을 체계적이고 지속적으로 연구를 실시할 경우 재래상권의 재구축 모델을 제시할 수 있을 것으로 사료되는데, 이것은 향후 연구과제에 해당한다.

또한 연구과제의 하나로서 재래상권의 활성화 방안을 추진해 나가기 위해서는 경쟁력이 약화되고 있는 유통산업 전체의 경쟁력 강화 차원에서 종합적인 장기대책의 수립이 산업 구조조정과 도시재개발의 측면에서 연구 검토되어야 하는 점으로써 이것도 차기 과제로 남기기로 한다.

참 고 문 헌

- 김원재(1991), “재래시장의 구조조정방안”, 대한상공회의소.
- 김인환(1994), “수원지역 재래시장 개선방향에 관한 실증분석“, 석사학위논문, 수원대학교 산업경영대학원.
- 김태보(1996), “제주지역 산업구조의 발전방향과 지방중소기업 육성방안”, 「사회발전연구」 (제주대 지역사회발전연구소), 12, 31-65.
- 김태보(1997), “유통시장 개방하의 유통산업의 구조조정 방향과 과제”, 「산경논집」 (제주대 관광산업연구소), 11, 43-61.
- 김태보·서현진(1998), “IMF시대 제주 유통산업의 발전전략”, 「경영학연구」 (제주경영학회), 3-1, 57-104.
- 김태보·서현진(1999), “제주 유통산업의 발전전략”, 「경제개발연구」 (제주경제개발연구소), 1-1, 65-92.
- 김태보·서현진(2000), “제주지역 재래상권의 실태분석과 발전전략”, 「경영학연구」 (제주경영학회), 5-1, 1-40.
- 김형길·김정희(1997), “제주 이벤트의 활성화 방안에 관한 연구”, 「경영학연구」 (제주경영학회), 2-1, 75-117.
- 김형길·황용철(1997), “신유통업태의 전망과 제주지역 유통업의 대응방안”, 「사회발전연구」 (제주대 지역사회발전연구소), 13, 35-62.
- 대한상공회의소(1991), 「유통산업발전 10대 정책과제연구」.
- 대한상공회의소(1997), 「'96 중소유통기업 경영진단보고서」.
- 박홍석(1998), “재래시장 활성화를 위한 개발유형 설정에 관한 실증분석 : 전주시 남부 시장을 중심으로“, 석사학위논문, 전북대학교 대학원.
- 산업연구원(1998), 「IMF시대 유통산업의 구조개선 촉진방안」.
- 서현진·김태보(1997), “제주 유통업체의 경영실태 분석과 경쟁력 강화전략”, 「산경논집」 (제주대학교 관광산업연구소), 13, 235-175.
- 서현진·이상봉(1995), “제주지역 기업의 효율적 물류비 절감방안에 관한 연구”, 「산경논집」 (제주대 관광산업연구소), 10, 149-188.
- 이남희(1997), “재래시장 활성화에 관한 연구“, 석사학위논문, 계명대학교 정책개발대학원.

이상옥(1994), "한국 재래시장의 변천과 유통근대화에 관한 연구," 박사학위논문, 단국대학교 대학원, 1994.

유태복(1998), "제주시 재래시장의 경영합리화 방안에 관한 연구", 석사학위논문, 제주대학교 경영대학원 .

장철모(1993), "재래시장의 경영합리화에 관한 실증분석", 석사학위논문, 영남대학교 경영대학원.

제주도, 「제주통계연보」, 각 연도.

제주지방중소기업청 제주소상공인지원센터(1999), 「상권분석(제주시)」.

통계청(1999), 「도소매업 통계조사보고서」, 각 연도.

한국유통연구소·산업연구원(1996), 「중소유통업의 실태분석과 경쟁력 강화방안」.