

제주도 재래시장과 지역상권 활성화 방안에 관한 연구

김 형 길* · 강 기 춘**

요 약

본 연구에서는 재래시장과 상권에 관한 이론적 배경과 제주도 유통산업 및 재래시장의 현황과 문제점을 고찰하였다. 이를 토대로 제주도 재래시장과 지역상권의 경쟁력을 제고 방안을 제안하였다. 제주도의 재래시장과 지역상권 활성화를 위해서는 기본적으로 취급상품과 서비스 등의 영역에서 경쟁업체인 대형할인점, 무점포판매점 등의 신유통업체들과의 차별화와 특화를 추진해야한다. 또한 제주도의 지역 시장과 상권의 개념을 뛰어넘어 관광지라는 특성과 청정지역이라는 지역이미지를 바탕으로 전국상권으로의 확대를 위한 전략적 방안을 모색해야 한다. 이를 실천해가기 위한 주체별 활성화 방안으로 지방자치단체에서는 시장 환경 개선사업과 공동물류센터 건립, 재래시장 관광자원화, 전자상거래 도입을 위한 인프라 구축 등의 지원, 제주지역 농수축산물 등 특화상품의 지식기반형 유통물류시스템이라 할 수 있는 프랜차이즈화 추진, 유통정보시스템 도입과 보급을 위한 지원시스템을 구축하고, 유통관련 공무원의 전문성 제고, 재래시장 및 지역 상인들의 경영과 마케팅 교육 등의 교육프로그램 지원 등이 필요하다. 특히 지속적인 재래시장 및 지역

* 제주대학교 경영학과 교수(제주대학교 관광과 경영경제연구소 연구원)

** 제주대학교 경제학과 교수(제주대학교 관광과 경영경제연구소 연구원)

상권의 활성화를 위한 경영지도와 정책개발 등의 기능을 담당하는 재래시장 및 지역상권 활성화 기획단을 구성할 필요가 있다. 또한 재래시장 및 지역상권의 상인들도 자구노력으로 집객력을 높일 수 있는 이벤트 등의 촉진활동을 강화하고, 물류비 감소 등을 통한 가격경쟁력을 높이기 위한 공동마케팅 수행과 시장별 전문화를 통한 차별화 전략 등을 강구해 가야 한다. 이러한 방안을 효과적으로 추진하기 위해서는 지방자치단체와 재래시장 및 지역상권의 상인들이 사업별로 우선 순위를 정하여 단계별로 예산을 확보하여 지속적인 공동 투자를 해야 할 필요가 있다.

주요 용어 : 유통환경변화, 제주도 재래시장 실태, 재래시장 및 지역상권 활성화 방안

I. 서론

최근 유통산업 환경변화 중 두드러진 현상은, 유통시장의 완전 개방으로 외국계 대형 유통업체들의 국내진입 본격화와 국내 대기업의 유통산업 진출로 대형 할인 매장의 지방출점이 가속화되어 대형할인점 수가 급속도로 증가한 경향이다. 또한 핵가족화에 따른 가구 수의 증가, 소비자 소득수준 향상과 소비지출 구성변화 및 소비패턴의 변화로 소비자들의 구매행동은 목적구매지향과 점포충성도를 중요하게 고려하며, 까다롭고 신중한 상품선택, 가격위주 구매, 합리적 구매, 여성의 경제활동 참여율 증가에 따른 주말 대량구매 등 소비자의 쇼핑패턴에 변화를 가져왔다. 특히 케이블 쇼핑, 통신판매, 인터넷쇼핑 등 신유통업체들의 약진이 두드러지게 나타나 업체간 경쟁이 격화되고 있는데, 신유통업체에 비해 상대적으로 영세한 자본력과 생업위주의 경영방식이 유지되고 있는 재래시장을 비롯한 중소유통업체들의 퇴조와 시장잠식은 경쟁력을 강화하고, 특화, 전문화 등 혁신적인 대응이 없는 한 당분간 지속될 것으로 전망된다.

한편 정부의 유통정책은 재래시장을 비롯한 중소유통업체의 당면 어려움이 유통 환경 변화에 따른 구조적 문제로 파악하여, 경쟁력 강화를 위한 지원정책 추진과 경쟁력을 상실한 업종인 경우 용도변경과 업종전환을 유도하고, 재래시장 상인의 경영현대화 및 정보화 지원, 시장별 여건과 특성에 맞는 전문재래시장 육성을 위한 재래시장 발전종합대책을 수립하여 중장기적 재래시장 유형별 발전모델을 제시하고 틈새시장, 품물시장, 광역전문시장으로 육성 지원대책을 수립하고 있다.

재래시장의 활성화는 국가경제적 측면뿐만 아니라 지역경제의 활성화 측면에서도 간과해서는 아니 되며, 도시환경 측면과 지역문화 측면, 고용안정 측면과 소매업체 측면 등에서 활성화 해가야 할 당위성을 가지고 있다. 특히 제주국제자유도시의 본격적인 추진, 정부의 적극적인 재래시장 육성시책, 내도 관광객 증가 추세 등의 기회를 맞아 제주지역 재래시장을 비롯한 지역상권의 경쟁력 강화를 통한 지역경제 활성화 대책이 요구되고 있는데, 이에 따라 본 연구는 유통 환경 변화에 따른 제주도내 재래시장 및 지역상권의 기초경쟁력 확보와 차별화, 특화 등 경쟁력 강화를 위한 방안과 정책적 지원과제를 제안하고자 한다.

II. 재래시장과 상권에 관한 이론적 배경

2.1 재래시장의 개념과 특징

재래시장이라 함은 구역 안의 건물 또는 지하도에 설치된 다수의 점포에서 도매업자, 소매업자 또는 용역업자가 상시 또는 정기적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소를 말하는데(옥선중, 김웅진, 1998), 근대적인 유통기능이 취약하여 경영현대화 및 정보화를 필요로 하거나 건물 시설이 노후화하여, 개보수나 재개발, 재건축과 같은 시설 현대화가 필요한 장소를 말한다(변명식, 1998).

재래시장은 각 생활권별로 입지하여 지역의 커뮤니티 역할을 수행하여 왔으나 도시구조의 변화, 소득 수준의 향상에 따른 소비자 욕구의 다양화, 자동차 보급의 확대, 소비자 라이프스타일 변화 등으로 인한 상권이 위축되고 있는 실정이다. 또한 유통 환경변화에 대한 대응능력이 부족하고, 일반적으로 자본 규모가 영세하여 시설이 노후화 되어 있고, 경영합리화에 대한 인식이 부족하며, 점포의 규모가 소규모이며, 상품의 배치, 유통관리 등의 영역에서 전근대적으로 운영되는 특징이 있다.

2.2 상권의 유형과 특성

2.2.1. 상권의 개념과 유형

상권이란 시장 또는 점포의 영향권 범위 또는 고객의 흡인 가능성이 있는 범위 전체, 고객이 분포하고 있는 지리적 범위, 상업 기능이 형성되어 있는 공감적 범위를 말한다(안광호, 조재운, 2000). 상권의 유형에는 여러 가지 기준에 의해 <표 1>과 같이 분류가 가능하다(서울특별시, 2003).

1) 업태별

유통업상권과 서비스업상권으로 분류할 수 있으며, 유통업상권은 다시 도매를 주도하는 상권과 소매위주의 상권으로 분류할 수 있다.

2) 기능별

상권에 어떤 기능이 발달되어 있느냐에 따라 분류되며, 상업집적지, 오피스, 학교, 유흥·위락, 주택가, 관광지 상권 등으로 구분할 수 있다.

3) 대상 생활권단위

대상 생활권 단위는 초광역 생활권대상 상권, 광역생활권대상 상권, 지구생활권대상 상권, 근린생활권대상 상권으로 분류할 수 있다.

4) 상업기능의 특정지역 집중정도

상권을 상업기능의 특정지역 집중정도에 따라 단핵구조와 다핵구조로 분류할 수 있는데, 단핵구조는 상업기능이 특정지역에 집중되어 있는 상권구조를 뜻하는 것으로 우리나라에서는 옛날부터 도심지에 상업기능이 집적된 도심단핵구조가 많았으며, 다핵구조는 상권이 다수지역에 분산 발달하는 구조를 말하는 것으로 도시 규모가 확산되고 도시구조가 분리됨으로써 상권의 다핵화가 급속하게 이루어지고 있다.

5) 특정상권을 둘러싼 지형조건

특정 상권을 둘러싼 지형 조건에 따라 포켓형 상권과 개방형 상권으로 분류할 수 있는데, 포켓형 구조는 구릉, 하천, 도로, 철도 등 각종 지형물이나 시설에 의해 분리되거나 갇혀지는 상권을 말하며, 개방형 구조는 지형적인 장애가 없이 넓게 펼쳐진 상권을 일컫는다.

6) 영향권 범위

특정상권이나 상업시설의 영향, 공현도에 따라 1차 상권과 2차 상권, 한계상권으로 구분할 수 있으며, 예전에는 상권범위를 단순히 지리적 범위를 기준으로 많이

구분했으나, 최근에는 실질적인 영향도를 중시하며, 영향도의 크기는 정해진 것이 아니라 입지나 업체 특성에 따라 큰 차이를 보인다.

7) 객층 대상

유아동층, 젊은층, 중장년층 등 단순 연령대를 대상으로 상권을 분류하거나 학생, 직장인, 주부, 가족, 독신자, 맞벌이 부부 등의 객층 기준으로 상권을 분류하기도 하고, 근래 명품족이나 보스족 등 라이프스타일을 기준으로 상권을 분류할 수 있다.

〈표 1〉 상권의 유형

구 분	상권의 분류		
업태별 분류	①도매상권	②소매상권	③서비스상권
기능에 따른 분류	①상업집적지상권	②오피스상권	③유흥·위락상권
생활권 체계구조에 따른 분류	①초광역생활권대상 ④근린생활권대상	②광역생활권대상	③생활권대상
상권형성에 따른 분류	①단핵구조	②다핵구조	
상권형태에 따른 분류	①포켓형 구조	②개방형 구조	
영향권범위에 따른 분류	① 1차상권(60-65%) ②2차상권(20%) ③ 한계상권		
객층대상에 따른 분류	①연령대별 상권 ②직업대별 상권 ③라이프스타일별 상권		

2.2.2 상권 형성의 최근 동향

1) 다핵화

최근 상권 형성의 특징은 대부분의 도시들은 도심 단핵구조 때문에 나타나는 도심의 교통·주차문제, 소음·공해 문제를 해결하기 위해 정책적으로 도시구조의 다핵화를 추진했고, 그로 인해 자연스럽게 상권 다핵화가 촉진되고 있다. 이러한 상권의 다핵화는 지역상권이나 해당 상권 내 상업시설 측면에서 볼 때, 여러 가지

시사점이 있지만 무엇보다도 새로운 상권이 형성되면서 기존상권이 흡인하는 구매력은 줄어들 수밖에 없고, 상권범위도 축소되기 때문에 결국은 자기 핵심 상권의 점유율 극대화를 통해 줄어든 만큼의 구매력을 상쇄시키는 것이 중요한 과제가 되고 있다.

2) 대형소매점의 상권주도

근래에 우리나라 상권에 지대한 영향을 미치는 것 중 하나가 백화점과 할인점과 같은 대형소매점으로써 특정지역에 대형 소매점이 출점하여 상권 활성화를 촉진시키는가하면 때로는 기존상권에 막대한 타격을 주기도 한다. 업체간 다점포 출점 경쟁이 치열해지면서 한정된 수요에 대규모 소매점들의 공급이 과잉되는 현상이 나타나고 있는데 특히 상대적으로 부지확보가 용이한 대규모 택지개발지구에서 이런 현상이 두드러지고 있다.

3) 상권변화의 보수성

상권이란 항상 변화하는 것인데 그 동안의 상권변화 속도를 보면 기 형성된 상권은 쉽게 쇠퇴하지 않고 신흥 상권은 상권 형성기간이 장기화되는 상권변화의 보수성 현상이 나타나고 있다.

4) 사회 환경에 따른 상권변화

주5일 근무제 확산, 맞벌이 부부의 증가, 독신자 급증, 고령인구의 증가 등을 시간절약형 구매, 사회 환경의 변화가 종국적으로 상권에도 직·간접적인 영향으로 나타나고 있다.

첫째, 상권주도 업종·업태의 변화

소비자들의 라이프스타일 변화에 따라 저가지향의 할인점이나 카테고리킬러형 업태와 시간절약형 업태인 편의점, 브랜드선호도에 대응하는 브랜드체인점 그리고 레저, 오락욕구를 충족시키는 엔터테인먼트형 쇼핑센터들이 크게 성장할 조짐을 보이고 있다.

둘째, 상권별 부익부빈익빈 심화

주5일 근무제의 영향으로 오피스 상권이 상대적으로 침체될 조짐을 보이고 있는

반면, 주거지 상권이나 교외상권, 도심의 상업집적지 등에는 상당한 기회요인으로 작용하고 있다.

셋째, 상권의 세분화

소비자 집단별 개성화가 뚜렷해지면서 고객의 연령별, 직업, 소득은 물론 인구 통계적 특성과 라이프스타일에 따라 상권이 세분화되고 있다.

넷째, 복합기능 상권 발달

소비자들이 단순히 한가지 목적을 상권을 찾는 것이 아니라 다양한 목적을 상권을 찾고 있어 여러 기능들이 복합된 상권의 발달이 뚜렷해지고 있다.

다섯째, 매력있는 상권의 각광

소비자들이 이용 상권을 선택함에 있어 쇼핑이나, 서비스뿐만 아니라 상권분위기, 상권내 독특한 마그네틱시설 등 매력적 요소들이 쇼핑센터의 경우에도 오락적 요소가 가미된 UEC(Urban Entertainment Center)가 각광을 받고 있다.

5) Young 상권의 발달

우리나라에서 크게 발달한 상당수의 상권은 주고객층이 15-29세의 청소년과 20대 젊은이들로 구성된 Young계층인 경우가 많은데, 이들의 구매력이 커지면서 상권에 미치는 영향이 더욱 커지고 있다. Young상권이 발달하는 것은 젊은이들이 아르바이트 등을 통해 스스로 돈을 벌수 있는 기회가 많아지고, 젊은층의 소비수준이 높아졌기 때문이다. 또 이 계층이 전체인구의 26%를 차지할 만큼 큰 비중을 차지하고 있는 것도 Young상권이 크게 발달한 요인이다.

6) 전문상권의 발달

우리나라에는 동종업종이나 유사업종끼리 집적된 전문상권이나 전문상가가 많이 발달되고 있고 더 확산되는 추세에 있다. 이러한 전문상권은 소비자들 입장에서 볼 때 상품구색이 다양하고 가격불신을 해소할 수 있다는 점에서 선호되고 상인입장에서는 정보입수가 빠르고, 여러 점포들 간에 경쟁을 의식하여 보다 적극적으로 영업을 전개할 수 있다는 점과 때로는 공동구매, 공동창고 사용 등을 할 수 있다는 장점이 있다.

III. 제주도 유통산업의 현황과 문제점

3.1 제주도 유통산업의 현황

3.1.1 제주도에 유통업체 사업체수 및 종사자

2002년 말 현재 제주도에 도·소매 사업체 수는 12,020개로 전국에서 차지하는 비중은 1.33%이며, 제주도 전체 산업의 28.8%를 차지하여 모든 산업 중 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 종사자 수는 33,011명으로 전국에서 차지하는 비중은 1.24%이며, 제주지역 전체 산업 종사자의 19.0%를 차지하고 있어 제주지역 경제에서 차지하는 비중이 높은 실정이다. 1990년부터 2001년까지 도내 유통업체 수의 연평균증가율은 2.19%로 전국의 연평균증가율 1.57%보다 다소 높은 반면에, 종사자 수의 연평균증가율은 2.8%로 전국의 연평균증가율 3.57%보다 상당히 낮은 실정이다. 이로 인해 2001년 기준 도내 사업체 당 종사자 수는 2.64명으로 전국평균 2.82명에 미치지 못하는 수준인데 이는 도내 사업체의 영세성으로 인해 고용 창출 효과가 전국 평균에 미치지 못하고 있다

〈표 2〉 제주도 도·소매 사업체 수 및 종사자 수 추이

연 도	구 분			사업체 수(개)			종사자 수(명)		
	전 국(A)	제주(B)	B/A(%)	전 국(A)	제주(B)	B/A(%)	전 국(A)	제주(B)	B/A(%)
1990	753,237	9,355	1.24	1,716,533	23,110	1.17			
1996	981,047	12,563	1.28	2,497,640	30,401	1.21			
2002	894,516	12,020	1.33	2,524,690	33,011	1.24			
연평균증가율(%)	1.57	2.19	-	3.57	2.8	-			

자료 : 통계청, 「도소매통계조사보고서」, 2002 및 사업체 기초통계조사, 2002.

3.1.2 제주도내 유통업체 매출액

2002년도 말 기준으로 도내 유통업체 총 매출액은 3조 8,083억원인데, 1990년부터 2000년까지 연평균 18.18%로 증가하여 2000년의 판매액은 2조 9,958억원으로 1990년 대비 5.3배 증가하였으나 동 기간 중 전국의 연평균증가율 20.66%와 1990년 대비 6.5배 증가보다는 낮으며, 이에 따라 도내 유통업체 판매액의 전국 대비 비중도 1990년의 0.91%에서 2000년 현재 0.74%로 감소하였다. 그리고 도내 업체 당 판매액은 1990년부터 2000년까지 연평균 15.47%로 증가하여, 2000년의 판매액은 2억 5,400만원으로 1990년 대비 4.2배 증가하였으나 동 기간 중 전국의 연평균증가율 18.12%와 1990년 대비 5.3배 증가보다는 낮으며, 이에 따라 도내 업체 당 판매액은 전국 평균 대비 57.2% 수준으로 1990년의 71.8%보다 14.6% 포인트 하락한 실정이다.

〈표 3〉 도·소매 매출액 추이

연 도	구 분	매출액(십억원)			업체당 매출액(백만원)		
		전 국(A)	제주(B)	B/A(%)	전 국(A)	제주(B)	B/A(%)
1990		62,245.1	563.9	0.91	84.0	60.3	71.8
1996		249,205.1	2,591.6	1.04	254.0	206.2	81.2
2002		407,184.6	3,808.3	0.74	444.2	317.0	57.2
연평균증가율(%)		20.66	18.18	-	18.12	15.47	-

자료 : 통계청, 「도소매통계조사보고서」, 2002 및 통계청 홈페이지.

3.1.3 제주도내 유통업체 업태별 업체 수

제주지역의 대규모 점포 수는 2003년말 현재 백화점은 없으며 대형 할인점 4개, 쇼핑센터 1개, 시장(재래시장) 8개 등 총 13개이다.

〈표 4〉 제주지역 대규모 점포수 (개)

업 태	1998년 이전	1999	2000	2001	2002	2003
대형 할인점	-	1	1	2	3	4
쇼 핑 센 터	1	1	1	1	1	1
재 래 시 장	8	8	8	8	8	8
합 계	9	10	10	11	12	13

자료 : 통계청 KOSIS 및 제주도 제주통계연보

제주지역의 중·소규모 점포로는 상설시장 및 정기시장 등 재래시장, 체인화 편의점, 슈퍼마켓(중형 할인점 포함) 등이 있는데, 중·소형 재래시장을 보면, 2002년말 현재 상설시장으로 동문재래시장, 서귀포상설시장 등 11개 시장이 영업중이며, 정기시장으로는 제주시 민속오일시장, 서귀포향토오일시장 등 9개 시장이 5일마다 개장하고 있다.

체인화 편의점은 2000년 이후 큰 폭으로 증가하여 2002년말 현재 134개 점포가 영업중이며, 슈퍼마켓(중형 할인점 포함)은 1998년 감소한 이후 1999년부터 증가하는 추세이며 2002년말 현재 127개 점포가 영업 중이다. 또한 소형 영세 슈퍼마켓(기타 음·식료품 위주 종합소매업)은 대형할인점, 체인화 편의점 등 신업태의 출현 및 점포의 대형화 추세 등의 영향으로 위축되면서 2002년말 현재 1,606개 점포가 영업중이다.

〈표 5〉 제주지역 중소규모 점포수 (개)

업 태	1997	1998	1999	2000	2001	2002
재 래 시 장	11	11	11	11	11	11
정 기 시 장	9	9	9	9	9	9
체 인 화 편 의 점	4	8	8	77	76	134
슈 퍼 마 켓 (중형 할인점 포함)	68	48	63	80	115	127
소형 영세 슈퍼마켓	2,378	2,142	2,099	1,960	1,743	1,606

자료 : 통계청 KOSIS 및 제주도 제주통계연보

3.2 제주도 주요 생활상권

제주지역상권의 구조는 제주시 상권이 제주도의 중심 상업 기능을 수행하며, 생활상권으로 제주도 전체에 큰 영향을 미치고 있으며, 제주시는 구도심과 신도시 상권으로 대분되고 서귀포상권이 비교적 독립적인 상권기능을 하고 있으며, 중문단지, 서귀포 신도시상권 등이 있으나 아직까지 시장규모가 미미한 실정이다.

(1) 제주시 재래상권은 1970년까지 구제주 생활권(중앙생활권) 중심으로 단핵구조의 특성이었는데, 1980년대 이후 신제주, 삼양생활권 계획이 추진되면서 신제주 상권이 부심상권으로 발전되어 다양화되었으며, 1990년대 들어서면서 집단주거 지구의 조성, 주요 간선도로의 건설 등 대규모 도시 개발계획 추진에 의해 제주시의 도시 공간 구조가 확대됨에 따라 재래상권이 분산화 되었다.

(2) 제주 구도심 상권은 비교적 큰 상권규모를 가지고 있으나 주로 제주도민을 대상으로 한 생활 상권위주로 구성되어 있고, 제주 신도시상권은 전형적인 식당, 숙박 및 유흥시설, 오락시설 위주로 발달하였지만 관광객을 대상으로 한 쇼핑기반은 매우 취약하며, 서귀포상권은 지역주민을 위한 근생 시설과 관광객을 위한 식당, 숙박, 유흥시설 등의 소규모 상권으로 구성되어 있다.

(3) 제주도는 연간 약 500만여 명의 관광객이 방문하는 대규모 관광지임에도 불구하고 관광객을 위한 고급 쇼핑시설이 미흡한 실정인데, 최근 관광시장과 관광객들의 쇼핑패턴과 추세를 고려해 볼 때 장기적인 측면에서 제주 관광산업의 활성화와 제주관광객의 유치전략 및 쇼핑관광지로서의 기능을 가미해야 한다는 필요성이 제기되고 있다.

(4) 특히 제주의 재래시장과 지역상권을 활성화시키기 위해서는 현재의 상권 구조로는 업태간 경쟁격화와 성장의 한계가 있으므로, 관광객을 대상으로 한 상권의 확대와 전국시장으로의 확대를 위한 전략적 접근이 필요하다.

〈표 6〉 제주도 생활 상권

구 분	제주시 구도심	제주시 신도시	서귀포시
배후지역	일도동, 이도동, 삼도동, 용담동, 건입동, 화북동 등	노형동, 연동 등	중앙동, 정방동, 천지동, 동홍동, 서홍동 등
배후지역 인구	약 20만여명	약 9만여명	약 8만여명
상권특성	· 전통적 제주도 상권의 중심 · 지역 업무시설의 중심 지역 · 생활상권이 크게 발달 · 할인점, 시장, 전문점, 지하상가 등 다양한 업태 발달	· 제주도 유흥상권의 새로운 중심 · 관공서 이전으로 행정 중심 기능 수행 · 호텔, 유흥시설, 할인점 발달 · 노형동 택지지구 위치	· 지역주민 위주의 상권 발달 · 중앙시장외에 대형 상업 시설이 없음 · 근생시설, 전문상점가, 숙박/유흥시설 발달
주요 상업시설	중앙지하상가, 동문시장, E마트, 하나로마트 등	E마트, 뉴월드벨리 등	중앙시장 등
주요 공공시설	제주공항, 제주항, 시외버스터미널, 시청, 검찰청, 법원 등	제주도청, 복제주군청, 경찰청, 한국통신, 한국전력 등	남제주군청, 지방법원, 서귀포항 등

3.3 투자실적 및 투자계획

제주지역 재래시장 및 지역상권 활성화를 위해 투자된 금액은 1998년부터 2001년까지 총 10개의 재래시장에 54억 3,800만원이 투자되었으며, 2002년에는 86억 9,000만원, 2003년에는 총 8개의 재래시장에 총 129억 5,600만원, 2004년도에는 130억 3,300만원으로 총 401억 1,700만원이 투자(예정)되었다. 이는 대부분 장옥시설, 아케이드시설, 주차장, 진입로 확장, 기반시설 등의 시설현대화 부문에 중점적으로 투자되었으며, 자금조달 내역을 살펴보면 401억 1,700만원 중 국비가 164억 8,600만원으로 41.1%, 도비가 68억 6,100만원으로 17.1%, 시군

비가 163억 4,700만원 40.7%, 기타 4억 2,300만원으로 1.1%를 차지하는 등 국비가 가장 큰 비중을 차지하였다.

3.4 제주지역 유통업체의 문제점

제주지역의 유통업은 도내 경기부진의 장기화, 소비심리의 위축 등으로 인해 매출 감소세가 지속되고 있는데, 제주지역 유통업이 2002년 기준으로 업체 수 및 지역내 총생산에서 차지하는 비중(각각 28.8% 및 6.7%)은 전국평균(각각 28.7% 및 6.5%)과 비슷한 수준이나 종사자수에서 차지하는 비중(19.0%)은 전국평균(17.9%)을 상회하고 있는 실정이다. 제주지역 재래시장 및 지역상권의 문제점을 정리해 보면 다음과 같다.

(1) 유통시장 개방과 대형 할인점 확산으로 도내 중소유통업체의 경영환경이 악화되었고, 종업원 5인 이하 점포가 95.7%로 규모가 영세하고 대부분 생업형 가족 경영 형태를 취하고 있어 생산성이 낮고 유통정보체계가 미흡하고 전근대적인 점포시설과 유통구조를 아직 그대로 유지하고 있어 대형화 및 전문화를 위한 기반이 취약하다.

(2) 화장실, 휴게시설, 안내판이 극히 부족하고, 협소한 도로사정으로 편의성과 쾌적성을 추구하는 소비자 욕구에 부응하지 못하고 있으며 주차시설을 제대로 확보하고 있지 못해 주차공간이 편리하고 쾌적한 대형할인점이나 백화점 등의 쇼핑시설과 비교 시 재래시장의 상대적 취약점으로 작용하여 매출감소와 상권위축 결과 초래하고 있다.

(3) 타 유통업체보다 서비스능력, 상품기획 등에서 뒤떨어지며, 점포경영에 필요한 판매기법, 상거래절서, 상품진열 등에 대한 정보가 적고 이와 관련한 교육도 부족한 상태여서 상품유통환경의 변화에 대한 적응능력이 떨어지고, 공동상표개발이나 공동구매, 공동판매, 공동창고이용 등의 공동유통활동이 부족하다.

(4) 판매품목을 고려한 점포배치가 되어있지 않아 소비자들이 원하는 상품을 구매하기 위해서는 시장 전체를 돌아야하며, 가격이 표시되지 않은 경우가 많아 일일

일 물어보고 흥정해야 하는 등의 비효율적인 측면이 있다.

(5) 타 업태의 경우 정보화 시도가 다각적으로 이루어지고 있어 운영의 효율화 및 유통기능의 원활화를 기하고 있는 반면, 재래시장은 기본적인 유통정보화체계도 구축되어 있지 않아 정보화수준이 매우 미흡한 실정이다.

(6) 제주지역의 대형할인점 등 대규모 점포수는 2003년말 현재 인구 42,605명당 1개로 전국평균(142,635명, 2003.6월말 현재)에 비해 크게 많은 편이어서 과당경쟁 상태에 있다.

(7) 경쟁업태에서는 다양한 형태의 경품행사, 공연, 할인행사 등을 기획하고 진행하여 고객을 유인하고 있으나, 재래시장은 전문적인 지식이 없이 이행됨에 따라 마케팅전략이 전반적으로 취약한 실정이다.

IV. 제주도 재래시장 및 지역상권 활성화 방안

제주도 재래시장 및 지역 상권을 활성화하기 위한 지역자치단체, 재래시장 등 지역 유통업체의 주체별 역할과 추진 방안을 제안하면 다음과 같다.

4.1 지역자치단체

재래시장 및 지역 상권은 지역경제의 한 축으로 서민의 생계 터이며, 오랫동안 지역주민들의 공동체적인 생활중심지로써 중요한 역할을 담당해왔고, 우리의 전통적인 정서와 문화를 함축하고 있는 의미가 있으므로, 재래시장 및 지역상권 활성화 정책은 지역경제 활성화와 소비자 편익과 서민경제와 영세상인 보호의 측면을 고려해야 한다. 또한 재래시장 등 지역상권의 활성화를 위해서는 시장별, 상권별 특성과 성장 잠재요소 분석을 바탕으로 지역밀착형 소매상권, 관광테마상권, 종합쇼핑기능을 중심으로 한 도심 상권 등의 유형으로 구분하여, 고객이 방문할 수 있는

유인력과 집객력, 상품력을 갖추어 방문고객을 증가시키고, 상권을 확대하는 전략적 추진이 필요한데, 이를 위해서는 시설적인 측면, 운영·관리적인 측면과 더불어 상인들의 조직적인 측면 및 행정적 및 제도적 측면 등에서 경쟁우위요소의 극대화를 통한 차별화와 자생적인 경쟁력을 향상시켜 갈수 있는 기본 인프라구축과 길항력의 육성이 필요하다. 이에 대한 방안을 정리해보면 다음과 같다.

1) 시장 환경개선

(1) 재래시장 등 지역상권의 환경개선 사업은 주변 주거지역에서 접근성이 뛰어난 곳에 위치하고 있는 경우가 많기 때문에, 도시 및 지역 전체의 효과적인 운용과 협조하고 한정된 토지자원의 효율적 활용이라는 전체 도시공간구조를 구축한다는 측면을 고려해야 한다.

(2) 환경개선사업을 통한 활성화 방안은 리모델링, 기반시설정비, 접근의 편의성과 고객 편의를 위한 기반시설 및 노후상업시설 정비를 들 수 있으며, 다음과 같은 환경개선 사업을 고려해야 한다.

첫째, 환경개선사업을 통한 재래시장 등 지역상권 활성화를 위해서는 재래시장별 또는 상권별로 당면하고 있는 여러 문제점을 해결하기 위한 여러 사업 중 우선순위가 높고, 중요한 사업부터 시작하여 환경개선사업의 효과를 상인 및 인근주민에게 명확하게 인식시켜, 환경개선사업이 지속성을 갖도록 할 필요가 있다.

둘째, 이용고객의 편의와 요구사항에 대한 철저한 조사와 분석을 통해 최대의 편익을 창출할 수 있는 업종유치 및 재배치를 유도하여, 적절한 포지셔닝을 통해 재래시장의 경쟁력을 향상시켜야 한다.

셋째, 재래시장은 대형할인 매장 등의 경쟁업체와 경쟁우위 또는 경쟁 잠재력이 있는 품목들을 중심으로 틈새시장을 공략하는 특화된 상품 전략이 필요한데, 이를 통해 여러 계층의 수요를 충족시키고, 지역공동체의 중요한 공간적 중심지로서 시장기능 뿐만 아니라 문화·여가·모임 기능 등 다양하고 커뮤니티적인 기능을 유기적으로 제공할 수 있는 포괄적 공간으로 환경개선을 유도 할 필요가 있다.

2) 공동물류센터 및 소규모 배송센터 건립 지원

(1) 재래시장 및 지역 중소유통업체들이 대형업체와의 경쟁력 향상과 전국으로의 상권 확대를 위해서는 물류비용의 절감은 필수적인 요소이므로, 공동구매, 공동물류를 위한 단계별로 거점지역의 공동물류센터와 도심지 소규모배송센터 건립 지원을 고려할 필요가 있다.

(2) 공동물류센터 추진은 단계별로 지역상가변영회, 협동조합 등 연합으로 또는 단독적인 사업으로 추진하되, 제주지역의 경쟁 잠재력이 있는 농수산물을 중심으로 한 주요 표적 시장 부근에 소규모 배송센터와 배송센터 내 냉장 및 냉동 처리 시설을 갖출 필요가 있다.

3) 재래시장의 관광자원화

(1) 관광자원화는 사물과 활동이 지니고 있는 관광잠재력을 현재화시키는 작업으로, 지역에 존재하고 있는 그대로 또는 일정한 변경을 통하여 관광잠재력을 지닌 사물과 활동을 '볼거리화'(make things to see)와 '놀거리화'(make things to do), '살거리화'(make things to buy)시킴으로써 관광자원에 내재된 가치를 구현시키는 일련의 행위라 할 수 있다.

재래시장이 관광자원으로서 충분한 가치를 가지는 것은 사회문화적 관점에서 장터에서는 소박한 인정을 비롯해 풍속과 음식 등을 보고 즐길 수 있으며, 역사와 전통 그리고 과거의 생활상을 추적해 볼 수 있고, 현재의 발전을 이해하는데 자료가 될 수 있다. 또한 교육과 현장체험의 공간으로 자리 잡고 있는 경우도 많으며, 시장은 민속의 보고로서 주민생활 실태를 반영하므로 향수를 맛보게 하기 때문이다.

(2) 제주 지역 재래시장의 관광자원화 방안 모색을 위한 조사 분석이 필요하며, 재래시장의 활성화를 위한 관광자원화 방안을 열거하면 다음과 같이 요약·정리해 볼 수 있다.

첫째, 지역의 독특한 풍물도입, 향토적인 특산품과 상품력을 갖추는 등 재래시장의 고유성 요소를 구비하여 재래시장에서 고향의 옛 정취를 느끼고 맛볼 수 있도록

록 해야 한다.

둘째, 교통여건, 주차시설 등의 접근성과 편의성의 요소를 갖추어야 한다.

셋째, 관광객들의 방문의사를 현실화시키기 위해서는 재래시장 자체를 관광객에게 노출시키는 적극적인 촉진활동과 홍보가 있어야 한다.

(3) 제주도내 재래시장의 관광명소화를 위해서는 테마선정, 시설, 교통, 홍보, 연출 등의 복합적인 접근이 고려되어야 하고, 우선 다음과 같은 분야에 과감한 투자와 적극적인 노력을 기울여야 할 것이다.

첫째, 고유성을 살린 전통거리의 재현

둘째, 화장실·휴식시설·안내소 등 공공 편의시설의 현대화된 확충

셋째, 교통여건의 개선, 특히 주차시설의 대대적 확충과 접근성 용이

넷째, 집객력을 높이기 위한 공연 및 이벤트 활동의 도입 및 강화

다섯째, 안내책자와 지도 및 쇼핑관련 가이드북의 제작·배포

여섯째, 서민적인 토속음식 중심의 먹거리 상설화

일곱째, 제주도의 품질이 인증된 브랜드 농수축산물 등 살거리

(4) 전자상거래 도입을 위한 인프라 구축 지원

인터넷 보급의 확산과 소매시장에서 전자상거래의 증가는 향후 재래시장과 중소 유통업체에서도 중요한 환경요인으로 작용될 것으로 전망되며, 고객과의 관계 관리 및 제주상권을 전국으로 확대하기 위한 방안으로 관련 희망업체들의 홈페이지 구축지원과 전자상거래 도입을 적극 추진해야 한다. 전자상거래는 단순한 홈페이지 구축만으로는 성공할 수 없으며, 상인들의 기본적인 기초교육 수행 후 상가변영회 등을 중심으로 전문요원을 확보하여, 홈페이지 업그레이드, 주문의 공동배송 등의 관리를 추진해야 한다.

(5) 제주지역 농·수·축산물 등 특화상품의 프랜차이즈사업화

유통시장 개방 및 다국적 기업의 국내 진출 가속화로 지역 향토 상품的高品質 고부가가치화 사업의 필요성이 제기되고 있다. 청정지역으로의 지역이미지를 확고하게 가지고 있는 제주지역 농·수·축산물 등 특화상품의 브랜드화를 통해 지식 기반형 유통물류시스템이라 할 수 있으며, 조직화·협동화 효과가 큰 프랜차이즈 시스템의 접목은 제주도 향토 상품의 전국상권으로의 확대와 판로 모색에 유력한 대안이 될 수 있다. 특히 향후 정부의 유통정책 중에서 이 분야는 시범지역과 향토

상품을 제주 등 5개 지역 300개 내외로 향토상품을 선정(2007년까지 1,000개 품목으로 확대)하여, 프랜차이즈 본사(1개), 지사(5개), 가맹점(250개), 창업(2007년까지 16개 지자체에 2,100개 가맹점 창업)을 추진할 계획을 가지고 있다. 그러므로 제주지역의 경쟁력 있는 지역특산물인 옥돔, 갈치, 고등어, 돼지고기, 버섯, 감자, 당근 등의 농·수·축산물을 중심으로 프랜차이즈화하여 중소유통점의 업태 전환 사업으로 추진하면 효과적일 것이다.

(6) 유통정보시스템 도입 및 보급 확대

미래 유통산업의 업태간 경쟁의 핵심 성공요인은 가격과 정보화에 달려있으며, 정보화는 원활한 상품흐름, 적절한 상품구매 등을 피할 수 있어, 저비용, 고효율 경영체제 구축에 큰 도움이 되므로, 재래시장 및 지역 중소유통업체 활성화를 위해서는 조달 및 물류체계의 시스템화, 고객정보의 데이터베이스화 등 유통정보시스템의 구축이 매우 중요한 영역이다. 유통정보화가 낙후되어 있는 재래시장과 중소유통점들의 POS 도입을 통한 중소유통 정보화 기반 구축 및 경쟁력 확보는 POS 데이터 서비스를 통해 유통업체 개별점포 수익성 향상과 제조업체와 연계한 효율적 마케팅이 가능함으로 POS 등의 유통정보시스템 도입 및 보급을 확대해 갈 필요가 있다. 그러나 재래시장과 중소유통점포 주들이 POS 도입을 꺼리는 원인은 매입정보 노출 우려와 매출정보 노출 우려 및 높은 POS 가격 때문이므로, POS시스템 보다 낮은 투자가 가능한 네트워크 POS를 보급 지원하는 방안을 고려해 볼 수 있으며, POS 기기 도입자금을 전액 또는 무이자로 지원하며, POS를 도입한 재래시장 상점 등의 5년간 면세 또는 감세를 고려할 필요가 있다.

(7) 재래시장 및 지역상권 활성화 기획단 구성 및 운영

그동안 제주지역의 재래시장과 중소유통업체, 지역상권 활성화를 위한 종합적이고 일관성 있는 지원체계가 미흡하였고, 지방 중소유통의 활성화를 위한 산·학·관의 결집된 의견과 아이디어 및 관련업무의 추진을 리드하는 조직이 없어 방향설정과 효율적인 실천 프로그램 집행이 부족하였다. 재래시장 등 지역상권 활성화 분야는 마케팅, 유통, 경영, 도시개발, 지역경제 등의 전문적인 다양한 분야와 관련되어 있을 뿐만 아니라 지속적인 재래시장과 지역상권의 활성화를 위해서는 지방정부의 적극적인 지원과 협력 관계를 필요로 하는 분야이므로, 관련 분야 전문가들과 지원 부서 담당자, 지역상인대표 등을 중심으로 한 재래시장 및 지역상권

활성화기획단을 구성 운영하는 것을 적극 검토 할 필요가 있다. 재래시장 및 지역상권 활성화 기획단의 업무는 재래시장 및 지방 중소기업 발전의 기본계획 수립과 활성화를 위한 연구조사 사업과 시장 이용객의 선호, 상권변화, 선호품목, 업종과 만족도 등에 관하여 정기적으로 조사 검토하여, 재래시장 및 중소기업체의 취약점들을 지속적으로 개선하고, 특화와 차별화 전략에 관한 정보를 제공하기 위한 모니터링 사업, 대형점과 중소기업체의 분쟁조정 역할, 지자체의 중소기업정책에 대한 자문과 참여, 재래시장 및 상점가 등을 도시계획과 연계하여 활성화 방향수립 등으로 정리해 볼 수 있다.

(8) 재래시장과 지역상인 경영 및 마케팅 교육 활성화

재래시장 과 지역상권의 활성화를 위해서는 상인들을 대상으로 의식개혁과 마케팅과 경영능력 향상 등을 위한 지속적이며, 정기적인 유통 및 서비스 교육이 필요한데, 교육 내용으로는 판매기법, 마케팅, 점포경영 관련교육, 제품진열, 자금관리, 고객관리, 서비스와 친절교육, 상인간 협력 교육, 자기발전 교육 등의 내용을 고려 해 볼 수 있다. 교육의 효과적인 추진을 위해서는 제주대학교 등의 학계와 지자체별, 상가번영회 등과 산·관·학 유기적인 협조체계를 구축하고, 특히 교육의 효과를 제고하기 위해서는 교육기준 설정, 교육시설 지정, 교육과정 인증·지정, 교육비용 지원 및 교육수당 제공과 교육 이수 상인들에게 유통관련 자금지원, 국내외 선진지역 연수기회 등의 여러 가지 혜택을 고려하는 등의 행·재정 지원이 필요하다.

(9) 재래시장 및 중소기업체의 다양한 촉진활동 지원

재래시장 상인들이나 중소기업체의 구조적 특성상 체계적인 촉진 수행능력이 부족하므로, 지방정부에서 다양한 촉진 프로그램을 개발하여 지원할 필요가 있는데, 재래시장 상권지도 및 쇼핑가이드북 제작 지원 및 카드사제휴, 마일리지, 할인행사, 경품 행사 등에 따른 고객관리 시스템을 개발하여 보급할 필요가 있다.

(10) 지자체 담당공무원의 전문성 제고

재래시장 및 지역상권 활성화를 위해서는 지방자치단체를 비롯한 관계기관간의 협조 및 지역 특성에 맞는 정책적지원이 필요한데, 특히 업무의 특성상 담당 공무원의 전문성이 요구되고, 이러한 전문성은 재래시장과 지역상권 활성화의 중요한 요인 중의 하나이므로, 이를 위해서는 업무를 담당하는 공무원의 보직순환의 예외

규정 적용을 고려할 필요가 있으며, 전문성의 역량 제고를 위한 교육연수기회 제공과 선진 유통 학습 기회제공, 정기적인 유통연수 등과 승진에의 인센티브도입 등을 고려할 필요가 있다.

(11) 유통합리화 자금 대출금리 인하와 자금규모 및 업체당 지원금 확대.

재래시장 및 중소유통업체의 가장 큰 경영상 애로사항 중의 하나는 자금지원인데, 향후 재래시장과 중소유통업체의 경쟁력을 강화해가기 위해서는 유통합리화 자금 대출금리의 탄력적 운용과 인하를 검토하고, 자금규모와 업체당 대출한도 확대를 고려할 필요가 있다.

4.2 재래시장 등 지역중소유통업체

(1) 시장별 전문화·특성화 추진과 취급상품 및 서비스의 특화와 차별화

재래시장과 중소유통업체의 활성화를 위한 방향은 시장별 전문화·특성화거리 추진과 경쟁업체들과 취급 상품 및 서비스의 특화 및 차별화를 고려 할 수 있는데, 차별화로는 영업시간의 차별화와 택배배달서비스의 도입 등에 의한 서비스 차별화를 적극적으로 고려해 볼 수 있으며, 인증시스템에 의한 고품질의 상품 취급과 상표의 특화를 통한 틈새시장의 공략이 필요하다.

(2) 공동마케팅 도입

재래시장 및 중소유통업체, 지역상권의 활성화를 위해서는 관련 동종 상품 취급점과 업체들끼리의 비용절감과 마케팅력 향상을 위한 공동마케팅을 필요로 하는데, 이를 위해 조합별, 번영회별 공동브랜드 개발, 공동포장지 개발, 공동촉진전략, 공동고객서비스센터, 공동배달기능시스템, 공동이벤트의 도입을 해야 한다.

(3) 상품권 발행

재래시장의 이용율을 높이고 상품판매 촉진을 위한 방안으로 대형마트나 백화점, 전문점에서 선물용 등으로 활용하고 있는 상품권 발행제도의 도입을 위해 청주 육거리시장 등을 방법을 벤치마킹하여, 지역 시장내의 신용협동조합 등과 발행, 판매, 관리 등의 업무제휴를 통한 상품권판매의 도입을 적극 추진할 필요가 있다.

(4) 신용카드 결제의 적극 도입과 도입수수료율의 차등 적용을 위한 공동노력.

제주지역 재래시장 및 중소기업업체 활성화를 위해서는 소비자들이 결제방식으로 선호하고 있는 신용카드결제를 적극 도입해야 하며, 이를 위해서는 신용카드 수수료율은 여신협회 3%, 할인점 1.8%인데(중소기업협동조합중앙회 2003.11 자료), 재래시장 및 중소기업업체의 신용카드 수수료율을 인하하여 차등 적용할 수 있도록 제도적인 개선을 위한 공동노력을 추진해야 한다.

(5) 촉진활동 강화

재래시장의 경쟁력 강화를 위해서는 기본적으로 우수한 품질의 상품을 저가격에 구입할 수 있는 상품력과 가격경쟁력을 갖추어야 할 뿐만 아니라 이러한 내용을 소비자들이 잘 인식하고 찾아 올 수 있도록 구전효과와 활용과 촉진 활동을 강화해야 한다. 특히 지자체의 지원과 번영회 등을 중심으로 재래시장 안내지도와 취급상품 등의 정보를 포함한 팜프렛을 통한 촉진활동 강화와 주기적이고 특색있는 이벤트의 도입을 통한 촉진활동 강화로 집객력을 갖추어야 한다.

(6) 조직화를 통한 공동 사업 추진과 지도자 양성

재래시장 및 지역상권을 활성화하기 위해서는 상인들의 의지와 자구적인 조직적 노력이 매우 중요한데, 동종업종이나 상권내 상인들의 상가번영회나 협동조합 등의 조직화를 통해 시설현대화 및 경영현대화사업 시행과 교육 프로그램 참여 등 활성화 사업 추진체로서의 기능 수행이 필요한데, 이를 통해 공동기금의 비축, 공동마케팅 비용 등 공동사업의 추진에도 긍정적인 역할을 기대할 수 있다. 상인들간의 의견 조율 과정의 어려움 조정, 상인들의 조직화 및 교육, 환경개선 사업, 특히 장기간에 걸친 활성화 사업의 촉진 등을 원활히 수행하려면 이를 적극적으로 추진할 수 있는 지도력이 필요한데, 지속적인 지도자를 육성할 수 있는 시스템을 갖출 수 있도록 상가번영회 등이 집행위원, 운영위원의 경험을 쌓은 후 리더로서의 역할을 담당할 수 있어야 한다.

V. 결 론

유통환경 변화에 따른 제주도 재래시장 등 지역상권 활성화를 위한 전략적 방향은 제주도가 섬이라는 공간적 특성을 가지고 있으며, 관광지라는 특성 요인을 고려할 필요가 있는데, 재래시장과 각 상권별 관광자원화는 제주지역 재래시장 등 지역상권 활성화의 가장 중요한 전략적 방향으로 고려할 필요가 있다. 이를 통해 시장을 방문한 관광객들을 단회성 거래에 그치지 않고 관계마케팅 강화를 통한 지속적인 우편판매나 전화판매, 전자상거래와 연결시켜 제주도라는 한정된 상권을 전국적으로 확대하는 효과를 극대화 해야하며, 이를 뒷받침하기 위해서는 시장별(상권별) 공동브랜드 도입과 공동택배시스템 구축, 단계별 전국주요 거점지역의 물류창고 시설 확보 등이 필요하다. 그러므로 제주도 재래시장과 각 상권별, 시장별 특성과 경쟁우위 요소를 고려한 상권별, 시장별 특성화 품목의 선정을 통한 차별화와 특화정책을 단계적으로 추진해 가야하며, 이를 위해 경쟁우위품목의 선정과 다양한 마케팅전략의 전개가 필요하다. 특히 재래시장은 토지, 점포소유자, 입점상인, 노점상 등 다수의 복잡한 이해관계자로 구성된 구조적인 어려움을 극복하기 위해 상인들의 조직화와 임원단을 중심으로 한 강력한 리더십 발휘를 통한 자구적인 노력이 필연적이며, 이를 뒷받침하는 행·재정적 지원이 있어야한다. 재래시장 등 지역상권의 활성화를 위한 주요사업 추진계획에 있어서 재래시장 및 지역상권의 체질을 강화하는 사업, 재래시장의 관광자원화, 제주의 시장 상권을 전국적으로 확대하는 사업을 준비기와 강화기, 확대기 등으로 단계적으로 추진해 갈 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 김종신(2001), 현대유통관리, 삼영사.
- 김태보, 서현진(2000), 제주지역 재래상권의 실태분석과 발전전략, 경영학연구 제 2집, 제주경영학회.
- 김형길, 황용철(1997), 신유통업태의 전망과 제주지역 유통업의 대응방안, 사회발전연구, 제주대 사회발전연구소.
- 김형길(2001), 제주지역 오일시장 활성화방안에 관한 연구, 경제개발연구, 제주경제개발연구소.
- 남서울산업대학교 유통정보센터(1997), 경기도 유통진흥 중기계획수립을 위한 유통산업 활성화 방안에 관한 연구.
- 변명식(1998), 신유통학개론, 학문사.
- 산업자원부·대한상공회의소(2003), 21세기 중소유통업 발전을 위한 연구.
- 삼성경제연구소(2001), 국내할인점시장 현황과 성장전략.
- 서울특별시(2003), 재래시장 활성화 방안 연구(자료집).
- 서울특별시(2003), 재래시장 활성화 방안 연구(추가).
- 서현진, 김태보, 구성지, 안전형(2000), 제주시 재래상권 활성화 방안, 경제개발연구, 제주경제개발연구소.
- 안광호·조재운(2000), 유통관리론, 학현사.
- 옥선중·김웅진(1998), 유통론, 형설출판사.
- 이성근·배수현(1998), 새유통관리론, 무역경영사.
- 이정희·강창동(2002), 대형유통업체와 중소유통업체의 갈등과 그 해소 방안 -분당 신도시 사례를 중심으로-, 한국유통학회 동계학술대회 발표논문집.
- 제주대학교 관광과 경영경제연구소(2003), 내국인면세점 개점에 따른 제주도내 관련업체에 대한 영향 및 대응방안에 관한 조사연구.
- 제주지방중소기업청·제주소상공인지원센터(2000), 상권분석(서귀포시편).
- 제주지방중소기업청·제주소상공인지원센터(2001), 상권분석(제주시편).
- 중소기업청(2000), 재래시장 지원업무 편람, 중소기업청.
- 중장기 중소유통업 혁신전략 세미나(2003), 산업자원부·대한상공회의소·한국유통학회.
- 채명수·이형택·전달영(2002), 대형할인점의 진출에 따른 중소 소매점의 경쟁전

략, 마케팅 역량 및 소매성과에 관한 연구, 한국유통학회 동계학술대회 발표논문집.

한국능률협회컨설팅(2003), 서귀포시 재래시장 및 상권 활성화 방안.

통계청(2003), 도·소매업 및 서비스업총조사 결과.

통계청 홈페이지(www.nso.go.kr), 2003.

Bowersox, Donaid J. and M. B Bixby Cooper, Strategic Marketing Channel Management(1992), McGraw-Hill International Editions.

Frazier, Gary L. and John O. Summers(1984), " Interfirm Influence Strategies and Their Application Within Distribution Channels," Journal of Marketing, Vol. 48, Summer.

Kotler. P.(2003), Marketing Management 11th Edition, Prentice-Hall.

Raven, Beram . and Aris W. Kruglanski(1970), "Conflict and Power," in The Structure of Conflict, Paul Swingle, ed., New York : Academic Press.

Stern, Louis W. and Adel El-Ansary(1992), Marketing Channels, Engelwood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

A Study on Ways to Vitalize Jeju Traditional Market and Regional Commercial District

Kim, Hyoung-Gil · Kang, Ki-Choon

〈Abstracts〉

This study considers the theoretical background for and current issues and conditions of Jeju traditional markets and its regional commercial district. Based on this observation, then, as potential ways to vitalize Jeju traditional markets and regional commercial district, this study proposes to, first, improve the market environment, which includes a process of remodeling and adequate maintenance of the infrastructure, and heightened level of accessibility and basic facilities for consumers, as well as the special maintenance of superannuated facilities and equipment. It also proposes to actively support the establishment of common physical distribution center, to turn the traditional markets into a source of tourism, and to get involved in e-commerce. Furthermore, the study proposes the franchise chain system of patented agricultural and marine products, an expanded pervasion of distribution information system, and the establishment of a consulting and policy development committee for the advancement of regional commercial district. Also included in this study are the proposals to more progressively educate the regional merchants, to support many different kinds of promotion events and activities for the products of traditional markets, and to improve the level of expertise of regional government officials by providing them with various opportunities for further training, research, and education. In conclusion, for further continuous development and growth of Jeju

traditional markets, it is indispensable for each individual traditional market to promote specialized and differentiated products by utilizing symbiotic marketing in the process.

Key Word : Jeju Traditional Market, Ways to Vitalize