

流通近代化에 있어서의 在來市場의 座標

吳 相 洛

次

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1. 市場의 定義와 그의 生成·發達 | 3. 在來市場 近代化的 當爲性 |
| 2. 在來市場의 社會·經濟的 機能 | |

1. 市場의 定義와 그의 生成·發達

가. 市場의 定義와 類型

市場의 定義에 대해서는 예로부터 많은 學者들의 論難이 되어 왔다. C.S. Belshaw 教授는 「社會, 經濟, 文化 및 其他 對象物을 가진 場所로서 사는 사람과 파는 사람이 모여서 價格이 決定되고 支拂되는 곳이다」⁽¹⁾ 라고 말하였다. 즉 賣者와 買者가 모이는 곳이 市場이다. 金孝錄 教授는 2種 以上의 物財를 去來하는 2人 以上的 集團이며, 集團의 構成員들이 一定한 物財를 所有하고 있으며 그것을 交換할 意思를 가지고 있는 곳을 市場이라고 規定했다.⁽²⁾ 따라서 物財의 複合性, 2人 以上的 集團, 그리고 交換意思가 市場概念을 形成하는 세가지 要素라는 점을 強調하고 있다. 그리고 福田敬太郎은 한 개의 中心에서 決定된 物財의 價格이 通用되는 空間的 및 時間的으로 制限된 去來範圍를 뜻한다고 했고⁽³⁾, 또 A.A. Cournot는 市場間의 物財移動에 있어서 商品의 價格差異는 運送費와 密接한 關係를 가지고 있다는 點을 強調했다. 한편 W.S. Gevons는 市場이란 옛 날에는 物財가 賣買되는 公開的인 場所를 뜻했으나, 지금은 場所에 限한 것이 아니고 物財를 去來하는 사람들의 集團까지도 包含한다고 하였다. 뿐만 아니라 市場의 意味는 단순히 現物賣買와 같이 財貨의 즉시 引渡에만 局限하지를 않고 物資의 現物賣買는勿論, 先物去來, 通名去來, 標準物去來 등에 依해서 市場範圍의 擴大가 이루어졌다. 結論的으로 市場이란 價格形能力이 作用하고, 去來되는 財貨의 實際的 移動에 依해서 所有權의 交換이 이루어지는 어떤 範圍를 말한다.⁽⁴⁾

筆者：서울大學校 經營大學 經營研究所 研究員，서울大學校 經營大學 教授

- (1) C.S. Belshaw, *Traditional Exchange and Modern Markets*, Prentice-Hall, Englewood Cliff, N.J., 1965, p. 8.
(2) 金孝錄, 市場論, 普文閣, 1960, p. 15.
(3) 福田敬太郎, 市場論, 1930, p. 8.
(4) 吳相洛, 마아케팅原論, 博英社, 1980, pp. 25-26.

一般的으로 市場은 具體的 市場(concrete market)과 抽象的 市場(abstract market)으로 나누어 진다. 具體的 市場이란 일정지역내의 特定財貨의 需給總體가 집약화되어 價格決定操作이 행하여지는 市場中心(market center) 또는 具體的 施設로서 賣買雙方이 同시 혹은 定期的으로 簡便하여 實地로 賣買去來를 行하는 일정한 場所나 建物을 말한다. 이의 예로서는 見本市場, 中央都賣市場, 證券去來所內의 株式市場 등이 있다. 抽象的 市場이란 市場中心, 즉 具體的 市場에서 결정된 特定財貨의 價格이 널리 通用되는 空間的・時間的으로 제약된 需要供給의 交渉範圍, 즉 去來範圍를 말한다. 이의 예로서는 全國市場・國際市場・勞動市場과 같은 것을 들 수 있다.

具體的 市場은 옛날에는 場市, 場, 市場, 市上이라고 했고 常設店舗는 市廬, 市肆, 廛房, 廌舗, 廌이라고도 했으며⁽⁵⁾, 西洋에서는 쇼핑센터(shopping center), 市場(market), 去來센터(trading center) 등으로 불리웠다.

開場時期別로 본 市場의 種類로는 定期市場, 不定期市場, 常設市場 등이 있고, 商品別市場으로는 食料品市場, 水產市場, 家畜市場, 農產物市場 및 藥令市⁽⁶⁾ 등이 있으며, 位置別市場으로는 東大門市場, 南大門市場, 上市, 下市, 京師市, 鄉市, 城內, 城外市 등을 들 수 있다.

時間의 관점에서 分類하면 五日場, 遇市(獨逸에서 發生하였던 市場), 年市(우리나라의 藥令市) 등이 있으며⁽⁷⁾, 所有關係에 따라 分類하면 私設市場, 公設市場 등이 있고, 特殊目的을 위한 分類로는 日帝時代에 一號市(在來市場), 二號市(公設市場), 三號市(魚市場, 菜蔬市場), 四號市(有價證券市場, 穀物市場, 現物市場) 등으로 區分된 일이 있다.⁽⁸⁾

나. 市場의 生成과 發達

元來 市場은 東西洋을 莫論하고 모두 自然環境의 差異, 土地利用의 差異로 因하여 모자라는 物件과 남는 物件 사이의 物物交換場所로서 發生한 것이다.⁽⁹⁾ 現代의인 一般市場의 急激한 發達을 促進시킨 것은 交通機關의 發達, 貨幣의 普及, 非農產物市場의 成長 등이다.

市場의 機能은 옛날에는 物物交換의 機能을 가지고 있었으나 貨幣의 發達 후에는 貨幣

(5) 善生永助, 朝鮮の市場經濟, 朝鮮總督府 調査資料 27, 1929, p. 3.

(6) 朝鮮의 有名한 藥令市로는 大邱, 全州, 原州, 公州이고 家畜市場으로는 水原, 大邱, 江界, 北青, 魚市場으로는 서울, 仁川, 釜山, 南浦, 元山, 清津이 있고, 穀物市場으로는 서울, 群山, 本浦, 大邱, 新義州, 江景 등이다. 善生永助, 前掲書, pp. 375-391.

(7) 遇市, 年市는 獨逸에서 發生되었던 市場이며 우리나라에는 年市로서 藥令市가 있다.

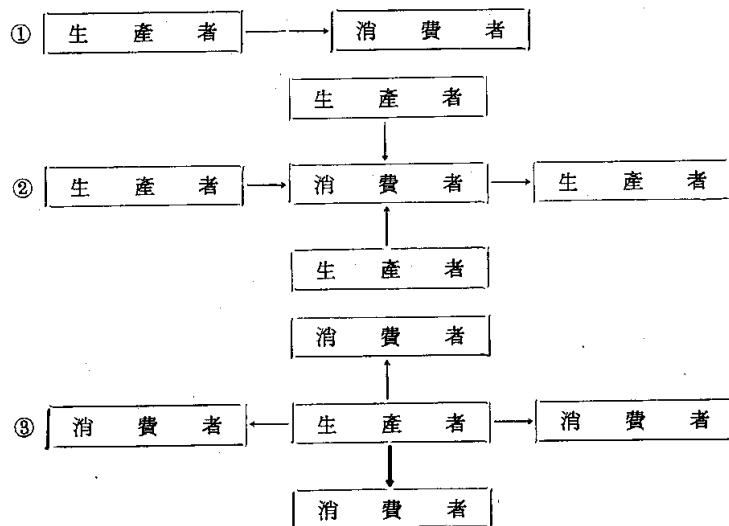
(8) 文定昌, 朝鮮の市場, 日本評論社, 1940, p. 71.

(9) D.K. Fleming, "Spatial Interaction", Focus on Geography, P. Bacon, ed., NCSS, 1970, p. 148.

를 媒介로 한 交換機能을 가지게 되었으며, 이를 다시 細分하면 交換기능 以外에 씨어비스, 뉴스 傳達, 娛樂(recreation)提供 등의 원천적인 機能 등도 있었다. 現代의 意味의 市場은 上記機能 以外에 ① 荷集, ② 購買, ③ 金融, ④ 標準化, ⑤ 運送, ⑥ 貯藏, ⑦ 分類, ⑧ 危險負擔, ⑨ 販賣, ⑩ 分散 등의 機能도 이루어지고 있다.⁽¹⁰⁾ 이들을 다시 세 가지로 綜合分類하면, 商的 流通機能 또는 交換機能, 物的 流通機能 또는 財貨의 實體的 移轉機能, 그리고 助成機能이 된다.

市場이 뉴스傳達, 娛樂, 集會, 交換 등의 機能을 가지게 된 原因은 市場開設場所가 共同 우물이 있는 곳이나, 寺院, 聖域, 祭壇附近 또는 生產地와 消費地의 中間地點, 그밖에 交通이 편리하고 中心地가 되는 곳에 市場이 立地하게 되었기 때문이다.

市場의 시스템은 다음과 같은 發達過程을 가지고 있다. 처음에는 단순히 生產者에서 消費者에 이르는 關係만 있었던 것이 점차 生產者가 消費者를 中心으로 모이는 收斂式으로 發展되었다가, 現在는 生產者가 오히려 消費者를 찾아가는 形式으로 發達하게 되었다.これを 그림으로 表示하면 다음과 같다.



다. 우리나라 在來市場의 生成과 發達

우리나라의 在來市場의 起源은 史籍으로 나타난 바에 依하면 新羅 昭知王 12年(西紀 490年)에 慶州에서 開市된 京師市로 市場去來는 주로 布와 米를 가지고 物物交換하였다고 한다. 그후 高麗時代 中葉까지도 아직 居肆 즉, 常設的 店舗는 없었고 行商들과 小生產者들

(10) H.B. Vanderblue, "The Functional Approach to the Study of Marketing," *Political Economy*, Vol. 29, p. 676.

이 모여서 布와 米를 가지고 物物交換하는 定期的 在來市場만이 存在하였다. ⁽¹¹⁾

高麗熙宗時代(西紀 1205~1211年)에 비로소 開城의 市場을 改營하여 多少 常設的 廛舗를 보게 되었으며 ⁽¹²⁾, 李朝正宗時代(1939~1400年)에 開城의 市廛을 본뜬 官設廠舗가 設立되었다. ⁽¹³⁾ 이 市廛은 一般小賣市場이 있으나 行商軍이었던 褥負商과 같이 自然發生的으로 發生한 것이 아니고 政府에 대한 上納金의 必要에 依해서 封建的 官僚當局에 依해 官의 設備로서 設置된 것이었다. 즉, 그것은 官設建物로서 商人에게 高利로 貸與되어 그들로 하여금 가만히 앉아서 商業을 營爲하게 하여 商業利潤의 大部分을 使用料라는 名目으로 徵收를 자행하였던 것이다. 그當時 800餘間의 市廛이 王宮을 中心으로 하여 繁昌하였으며, 그들은 中央政府를 비롯하여 各 地方官衙에 必要한 需要品의 納品業者였는 同時に 封建的 納付米, 즉 現物地代, 貢納物 또는 隣國使節의 持參品 등의 政府指定 販賣人이었던 것이다.

李朝時代에 있어서 市廛 以外의 代表的小賣機關으로서는 「襥負商」을 들 수 있다. 褥負商은 行商人으로서 「襥商」과 「負商」의 양자를 말한다.

襥商(또는 袱商)은 袱襥布木, 冠具, 日用雜貨 등의 商品을 보자기(襥)에 쌔서 그것을 등(背)에 메고 수명씩 베를 지어 各 地方의 鄉市의 開始日을 쫓아 다니면서 小賣業을 營爲하는 行商이었다. 한편 負商이란 陶磁器, 漆器, 鐵物, 乾魚物 기타 日用生必品 등을 지게에 질미지고 各 地方의 開市地를 巡迴하는 行商이었다.

襥負商과 地方農民들이 그들의 生產物을 物物交換하기 위해 모여드는 市場 즉, 이른바 在來市場은 一般庶民들의 商去來의 中心이었다. 서울 以外의 地方에 있는 市場을 「鄉市」라고 하고, 1個月에 6回씩 每 5日마다 開市(地方에 따라 陰曆 1日~6日, 2日~7日, 3日~8日, 4日~9日, 5日~10일의 各 日字에 開市)하였기 때문에, 一名 5日場이라고 한다. 예외로 藥令市 같은 것은 春秋 내지 1년에 1回 開市하였다. 이들 在來市場은 存廢移轉이 無常하고 그 數도 一定치 않았다. 즉 純祖八年(1808年)의 全國의 市場數를 1,092個로 計算하고 李朝 末期에 약 900個所의 市場이 全國에 퍼져 있었다고 하는 事實은 바로 이것을 말한다. ⁽¹⁴⁾

(11) 高麗仁宗時代(西紀 1128年~1146年)에 宋나라에서 온 正使 路允迪의 隨行員 徐兢이 쓴 高麗圖經에는 「其俗無居肆 惟以日中爲墟 男女老幼官吏工伎各以其所有用以交易」이라고 있다.

(12) 高麗史에는 「熙宗四年(서기 1208년) 秋七月丁未 改營大市 左右長廊白廣化門至十字街 凡一千八軒 又於廣化門內 構大倉南廊迎休門等七十三軒」이라 하고 있다. 여기서 廊이란 官設商店을 말한다.

(13) 增補文獻備考 市廛考에 「定宗元年(서기 1399년) 始置市廛 左右行廊八百鮮間 自惠政橋至于昌德宮洞口」라고 한 것으로 미루어 보아 惠政橋 즉 現재 光化門郵遞局 앞에 있었던 다리에서 鍾路三街까지 行廊 즉 商店舗가 뻗혀 있었음을 알 수 있다.

(14) 「萬機要覽」財用編五 各廛 鄉市.

李氏朝鮮의 終末과 함께 政府御用商人으로서의 市塵(六矣塵)은 사라지고 그 자리에 一般民間의 常設小賣店舗가 들어서기 始作하였다. 오랜 歷史와 傳統속에 뿌리박고 있었던 鄉市는 日帝下에서도 改善될 줄 모르고 繼續 그대로 存置되었고, 解放이 될 때까지 그 數는 오히려 增加하였다. 日本人 植民當局者들은 前近代의in 各種要因을 內包하는 在來市場을 그대로 放置하기로 政策을 樹立하고 1914年 9月에 總督府令 第136號로서 今日의 「市場法」의 母體가 된 「市場規則」을 制定하였다.

이 總督府令은 그 當時의 狀況을 檢討한 끝에 시장의 種類를 ① 在來市場, ② 食料品販賣市場, ③ 水產物, 青果 등의 耽耀市場의 三種으로 限定하고 水產物耀市場과 市場規則 發布前부터 個人 또는 會社가 經營하던 것을 除外하고는 모든 市場의 開設은 一切 公共團體(市) 또는 이에 準하는 것(面)에 의한 것이 아니면 許可하지 않기로 規定하였다.

市場의 設置, 移轉, 廢止 기타 市場에 關한 重要한 事項은 모두 道知事의 權限에 맡기고 그 밖의 市場의 組織, 管理, 監督에 關한 詳細한 規定을 만들었다. 1920년 4月에 總督府令 第138號로서 同規則의 一部를 改正하여 現物市場에 關한 規定을 만들고 有價證券과 穀物取引市場의 設置를 公認하게 되었다. 또한 物價騰貴에 對備하여 中流階級 以下者를 위해 市에서 公設市場을 設置하고 希望者中에서 選定된 商人們에게 貸與하여 日用品의 販賣業을 營爲하게 하였다.

그들은 市場에 恒常 官吏를 파견하여 그 市況을 監視하는 同時に 交通, 衛生, 不當利益, 其他에 대해서 注意와 警告를 發하고 市場을 嚴格히 統制하였다. 日帝下의 在來市場이 溫存되어 온 證據로서는 다음과 같은 在來市場에 關한 統計를 보면 首肯이 같다.

1910年 韓日合邦當時의 在來市場數는 南北韓 合하여 980이 있으나 1916年에 1,210, 1922年에 1,237, 1926年에 1,301, 1930年에 1,425, 1935年에는 1,494, 1936年에 1,507로 增加하였다. ⁽¹⁵⁾

日帝下에 나타난 在來市場을 中心으로 한 「마아케팅」上의 變化를 살펴보면 다음과 같다. 첫째로는, 5日 市場도 日帝末期에 가서는 每日市場으로 变하는 傾向을 보이기 시작했다. 地方郡廳所在地 기타 主要한 邑面 등의 이론바, 「城內市場」에는 隨設的인 것으로서 每日, 朝夕 2時間 동안, 이론바 「지자」라는 市場이 서기 시작했고 그중에 繁盛한 것은 朝夕의 區分 없이 終日開市하기 시작하였다. ⁽¹⁶⁾

둘째로는, 農村部落에도 漸次 常設店舗가 出現하기 시작하였다. 勿論 이 常設市場은 그

(15) 朝鮮總督府, 朝鮮の市場, 1924, p. 76.

(16) 文定昌, 前揭書, p. 105.

리 많지는 않았고 또한 여전히 5日 장날의 去來를 주로 한 것이었다.⁽¹⁷⁾

세째로는 在來市場內部에 있어서 去來性格에 變化를 가져왔다. 農民들의 自給自足의 物交換的 性格에서 農會, 金融組合 등의 各種 共同販賣事業의 強化에 依해 이들 在來市場은 農民의 生產物販賣面에 있어서의 工場原料供給市場으로 化하는 傾向을 뿐만이 나타내기 시작했다. 同時에 다른 한면으로는 農家經濟가 貨幣經濟로 發展과 아울러 工業生產品의 販賣市場的 性格을 가지게 되었다.

地方農民들의 生產物의 共同販賣 및 產業用品의 共同購入을 하는 農會, 產業組合 및 金融組合 등의 農村團體가 駛旋機關으로서 市場을 構成하게 되고 이들이 共販 等의 場所로서 市場을 利用하고 市場日(장날)을 共販期日로 指定한 것은 오히려 在來市場을 維持 發展시키는 原因이 되었고, 또한 各種農產物 및 農家副業生產品에 대한 檢查機關의 檢查場所가 거의 市場所在地에 設置되고, 市場日에 檢查한 것이 在來市場을 繁昌하게 만든 結果가 되었다.

解放當時에는 南韓에만 34個의 常設市場과 407個의 定期市場이 있었으나, 1979년 12月現在 그 數는 大幅增加하여 常設市場은 766個(公設市場이 81個, 私設市場이 685個) 定期市場이 925個로 都合 1,691個에 達하고 있다. 現在 이들 市場은 1914年의 日帝治下의 「市場規則」을 그대로 담습한 낡은 法規로서 1961年에 制定된 「市場法」의 規制를 받고 있는데, 이 市場法에 依하면 市場開設者는 地方自治團體이거나, 또는 特別市의 市長, 道知事が 公益上 必要하다고 認定하는 法人으로 限定되어 있다.

그리고 市場의 開設權이 民間에게도 許容되고 있어 同法施行後 漸次로 市場의 民營化가 推進되고, 公設市場이 民間에게 拂下되었다. 1979年 12月現在 서울市內의 常設市場 330個 全部가 民營이고 全國的으로 볼 때는 766個 常設市場 중 81個가 公設이고 685個가 民營으로 되어 있다.⁽¹⁸⁾

해방 이후 政府가 生產爲主政策을 쓰고 國內 「마아케팅」에 대해서 放任政策을 써온 탓도 있겠으나, 6.25 動亂으로 因해 越南하여 온 同胞 및 產業化, 都市化 過程에서 雇傭의 機會를 잡지 못한 群衆들이 生業의 方便의 하나로 選擇할 수 있었던 對象이 在來市場이었으며, 또한 工業化의 進展으로 生產面이 肥大되고, 物動量이 急激히 增加한 탓에 비해 大量流通機關의 發達이 늦어 이들 在來市場에 크게 依存하고 있었기 때문에 增加一路의 都市人口와 더불어 在來市場은 비록 前近代的 環境에서 나마 엄청난 商品流通機能을 擔當하면서 量的

(17) 同上書, p. 108.

(18) 商工部, 全國市場, 百貨店現況, 1979. 12.

膨脹을 거듭했던 것이다.

특히 常設市場은 大都市를 中心으로 發達하여 왔고 그 數는 1960年代에 들어서면서 急激히 增加하였는데 그 原因으로는 다음과 같은 것을 들 수 있다.⁽¹⁹⁾

- ① 1961年에 制定된 市場法에 依해 民營이 可能하게 되었다.
- ② 1960年代에 들어 工業化가 急進的으로 進展되고 商品이 豐富해진데 비해 大量流通機關의 發達을 보지 못했다.
- ③ 人口의 都市流入이 活發해지고 都市 人口가 爆發的으로 膨脹하였다.
- ④ 過密化된 都心地 人口의 分散策으로 都市外廓地帶의 積極的인 開發이 이루어졌고 그에 따르는 人口分布의 空洞化(도널化) 現象으로 新開發地域에 새로운 常設市場이 多數 開設되었다.
- ⑤ 特히 1960年代 後半에 들어서면서 不動產投資 뿐으로 地價上昇이나 賃貸收入을 目的으로 하는 市場開設者가 많아졌다.
- ⑥ 入住商人의 立場에서 볼 때 比較的 零細的인 資金으로서도 立地의으로 有利한 市場內에 開店이 可能하여 零細商人의 誘引이 容易하였다.
- ⑦ 消費者의 購買慣習이나 購買意識의 特性이 이러한 形態의 小賣市場을 強하게 支持하고 있다.

2. 在來市場의 社會·經濟的 機能

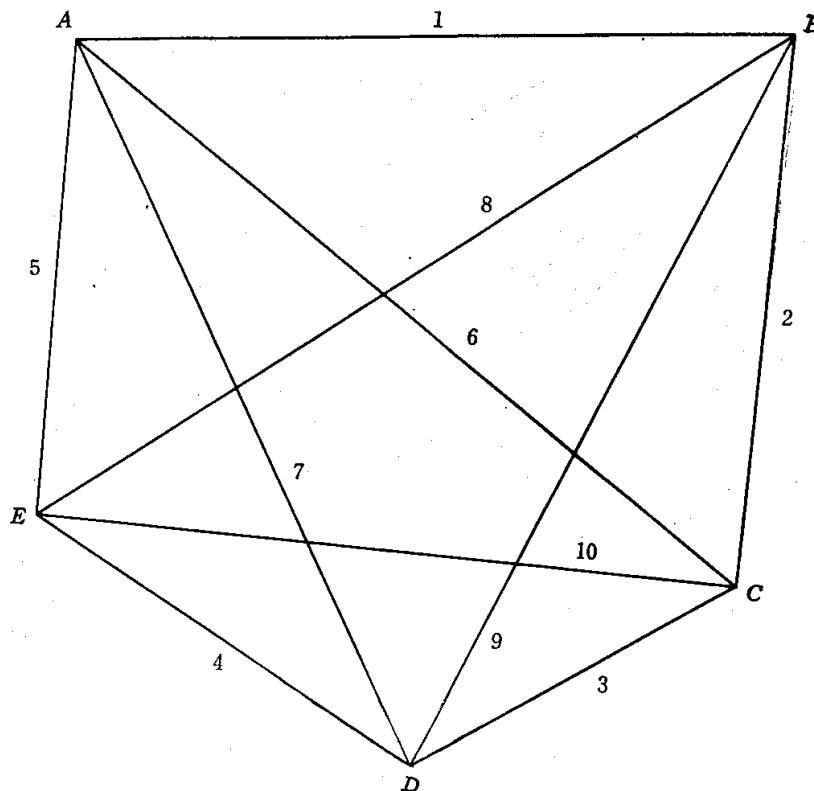
사무엘슨(P.A. Samuelson) 教授는 自由經濟의 세 가지 特質로서 分業(division of labor), 專門化(specilization), 그리고 相互依存性(interdependence)을 言及한 바 있다.⁽²⁰⁾ 이와 같이 專門化되어 가는 經濟에 있어서 交換시스템(exchange system)의 能率을 높이기 위해서는 첫째로 異質的 供給(heterogeneous supply)과 異質的 需要(heterogeneous demand)를 對應시켜야 하고, 둘째로 生產時點과 消費時點을 調整해야 하며, 셋째로 生產地에서 消費地까지의 物的移動, 마지막으로 交換의 促進과 같은 問題點들을 극복해야 한다.

交換을 위해서 所要되는 費用을 交通費와 去來費로 區分하고 交通費를 每回當 1,000원, 去來費를 100원으로 한다면, <圖-1>의 경우 총유통비는 11,000원[10회의 交通費(1,000×10)

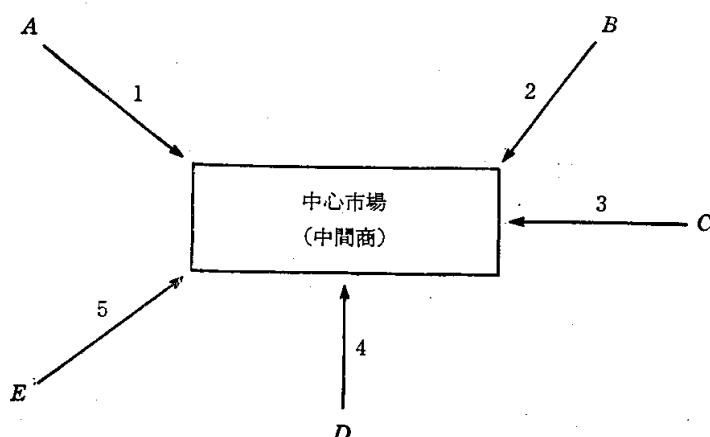
(19) 大韓商工會所, 在來市場의 現況과 誘導方向, 1978. 4, pp. 223-225.

(20) Paul A. Samuelson, *Economics, An Introductory Analysis*, 5th ed. McGraw-Hill Book Company, Inc. New York, 1966, pp. 50-52.

〈圖-1〉 中間商이 없이 이루어지는 交換關係



〈圖-2〉 中心市場(中間商)이 있어 交換能率이 向上되는 경우



와 10회의 去來費(100×10)가 되지만, 〈圖-2〉의 경우는 5,500원[5회의 交通費($1,000 \times 5$)와 5회의 去來費(100×5)]로 節減된다.

그러나 中心市場(central market)은 어느 生產者도 쉽게 接近할 수 있는 곳에 立地하므로 交通費도 1,000원에서 700원으로 節減될 수 있으며, 또 中間商들이 各 生產者의 製品在庫를 진열·저장함으로서 去來費도 60원으로 절감된다고 하면, 〈圖-2〉의 경우 총 유통비는 3,800원 ($700 \times 5 + 60 \times 5$)으로大幅削減된다. 이와 같이 市場을 통해서 이질적 공급과 이질적 수요를 연결시켜 주는 經濟的 機能을 遂行하는 流通構造가 形成된다고 할 수 있다.

우리나라의 流通構造의 特色의 하나로는 地方에 있어서도 露店과 移動商人을 中心으로 하는 原始的인 定期市場이 流通의 主役을 擔當하고 있고, 都市에 있어서도 傳統的인 在來市場이 아직도 去來物量面으로나 消費者 利用頻度로 重要한 位置를 占하고 있다는 點이다. 實際에 있어서 地方의 定期市場은 農業生產物의 蒐集과 分散이라는 兩機能을 兼하고 있어 비단 農民의 日常生活에 있어서의 重要性 뿐만 아니라 國民經濟的으로도 工產物과 農產品이 交換되는 重要한 機能을 擔當하고 있다.

한편 都市의 常設市場도 消費者에 對한 商品供給 뿐만 아니라 경기에 따라서는 都賣市場으로서의 役割을 兼하고 있고 특히 大都市의 大規模廣域市場(例컨대 東大門市場·南大門市場)은 事實上 都賣去來의 據點的 役割을 擔當하여 왔다. 그러나 近年에 이르러서는 傳統的으로 都賣去來의 中心이 되어 온 몇몇 市場을 除外하고는 住宅地 近處에 新設되는 大部分의 市場은 日用品을 中心으로 하는 小賣市場의 기능을 遂行하고 있다. 이들은 社會的으로는 流通末端에서 大量流通機能을 擔當하고 있고, 消費者에 대해서는 多樣한 商品의 選擇可能性과 一括購買(one stop shopping)의 便易性을 提供함으로써 外國의 쇼핑센타 대지는 大型小賣機關의 役割을 遂行하여 왔다.

事實 在來市場은 1973年「오일·쇼크」以前까지는 都小賣機能이 主軸을 이루어 왔으며, 消費者的 日用生活必須品을 供給하는 絶對的 位置를 固守하여 왔다. 現在에도 青果, 菜蔬, 生鮮, 乾魚物, 肉類 등 生食品의 90%以上을 供給하고 있을 뿐만 아니라 主婦의 消費生活根據로서 가장 密接한 役割을 하고 있음을 否認할 수 없다. ⁽²¹⁾

在來市場의 이력한 流通機能上의 比重은

- ① 規模·業種構成으로 보아 一括綜合購買가 可能하고
- ② 立地面에서 有利하며
- ③ 輕投資·輕裝備이기 때문에 投資cost가 低廉하여 低價販賣가 可能하고
- ④ 業種別로 多數商人을 集團收容하여 多占下에서 競爭價格이 形成되고 있으며
- ⑤ 商品의 差別化效果, 補完效果가 크고

(21) 韓國市場協議會, 市場近代化促進方案, 1978. 8.

⑥ 消費者의 購買慣習에 適合하기 때문이라고 할 수 있다.

특히 生食品에 있어서는 現在로써 우리나라의 生產構造나 流通構造로 보아 腐敗性과 鮮度維持 때문에 近代的 建物施設 内에서 取扱하기가 容易하지 않으며 오히려 費用, 多樣性, 鮮度, 價格面에서 在來市場이 당분간 월등히 有利할 것으로 보여진다.

또한 生業的 零細商人의 生活터전을 提供했던 점을 看過할 수 없다. 雇傭의 機會가 없고 社會福祉政策의 對象에서 疎外된 사람들이 가장 적은 자본으로 生業을 營爲할 수 있는 곳이 市場이기 때문이다. 만일 이를 零細商人에 대한 社會政策의 對備策이 없이 一朝에 市場의 環境改善 내지近代化를 試圖한다면 重大한 社會問題를 야기하게 될 것이다.

3. 在來市場 近代化의 當爲性

4次에 걸친 經濟開發 五個年計劃의 成功的인 推進과 함께 우리 經濟는 高度成長을 持續하여 그 規模가 크게 擴大되어 왔다. 生產面에서는 大量生產體制의 確立과 함께 產業構造가 高度化함에 따라 生活物資의 購入單位는 增大되어 왔으며 所得水準의 向上으로 民間消費支出은 增大되고 消費패턴도 多樣化되어 왔다.

그러나 生產, 消費와 함께 國民經濟의 3大部門의 하나인 流通은 經營規模의 零細, 去來慣行 및 條件의 前近代性, 經路의 複雜多岐化와 物의流通施設의 未備 등으로 그 生產性과 效率성이 크게 뒤떨어져, 相對的으로 停滯되고 있으며 國民經濟의 취약부문이 되고 있다.

이 점을 고려하여 政府의 流通近代化作業에 따라 登場한 수퍼마켓과 百貨店 等 大型小賣機構는 눈부신 發展을 示顯하고 있는데 反해, 在來의 常設市場만은 前近代의 市場施設과 環境, 零細한 規模 및 多元化된 組織과 運營으로 無秩序한 去來行態를 그대로 維持하고 있어 우리나라 全流通機構 가운데서 가장 落後되어 있는 實情에 있다.

따라서 在來市場이 지닌 問題點을 各己 다른 角度에서 詳細히 살펴보면 다음과 같다. (22)

(1) 小賣市場은 開設者와 多類의 零細한 入住商人으로 構成된 無計劃의 複合體이다.

市場開設者の 役割은 主로 賃貸料 및 管理費를 徵收하여 清掃·保安 및 施設補修를 하는 데 局限되어 있다. 賃貸商人은 營業上의 統制나 干涉을 거부하고 獨自의 商去來活動을 하고 있으며 兩者間의 利害關係가 相互對立되는 경우가 많다. 이러한 對立은 하나의 經濟組織體로서 統合된 意思決定을 하거나 또는 一元化된 科學的이고도近代의 運營을 志向

(22) 韓國市場協議會, 上揭書.

大韓商工會議所, 前揭書.

韓國產業研究所, 流通構造改善基本對策方案調查研究, 1979. 12.

하는데 있어 決定的인 障害要因으로 作用하고 있다. 그리고 결국은 消費者需要의 變化나 流通構造의 變化에 대한 適應ability을 弱化시켜 一元的 經營의 利益을 갖는 大型小賣機關의 發達됨에 따라 在來市場의 本來 機能을 漸次로 衰失케 할 可能性이 크다.

(2) 市場開設에 있어서 開設者の 計劃性의 缺如 내지는 無責任性을 들 수 있다. 市場 全體로서 有機的이고 均衡있는 賣場中心의 機能을 遂行할 수 있도록 建物의 設計, 貸貸商人의 業種構成, 그들의 配置運營方法이나 資格要件 등을 充分히 考慮하지 않고 단지 貸貸收入의 確保에만 置重하여 市場을 開設하는 傾向이 크다.

(3) 施設이 貧弱하고 環境이 混雜하다. 一部市場을 除外하고는 大部分이 粗雜한 建物에 統一性이 없고 지지분한 店舗나 座板이 어지럽게 亂려 있으며, 또한 周邊에는 많은 露店과 雜商人이 汎濫하고 있어 通行이 不便하고 環境이 不潔하여 購買분위기를 造成하고 있지 못하다.

(4) 貸貸商人의 規模가 零細하며 經營合理化에 대한 認識과 努力이 缺如되어 있다. 이들의 店當 平均面積은 4.6坪으로 大部分 零細資本과 家族勞動力を 利用하여 店舗를 經營하고 있으며 教育水準도 낮아 經營에 대한 知識이 거의 없다. 이러한 零細性과 經營의 非合理性으로 인하여 市場은 各種 不公正去來와 無秩序한 商去來의 溫床이 되고 있으며 消費者的 信用度도 낮다.

이러한 많은 問題點을 지니고 있는 在來市場은 그들이 現狀維持의이고 環境變化에 適應하지 못하는 限, 流通近代化過程에서 落後되어 결국은 現在 非專門化한 前近代의 雜貨店이 그리하듯이 都市外廓地帶나 地方都市의 購買力과 消費水準이 낮은 地域에서만 殘存하게 될 可能性마저 크다. 뿐만 아니라 諸般流通環境의 變化는 在來市場의 存立自體에 對한 危脅으로 登場하고 있는데 그 要因들을 分析하면 다음과 같다.

첫째, 產業發展에 따른 教育, 所得水準의 向上에서 오는 環境의 變化이다. 이는 都市環境, 生活環境, 消費環境의 變化를 가져왔으나 結果的으로 在來市場의 立地, 施設, 環境, 業種構成, 去來方法에 새로운 變革과 改善을 要求하게 된 것이다.

둘째, 近代의 大型小賣機構의 大舉出現과 大企業의 流通產業進出이다. 특히 商品構成面에서 類似한 直營百貨店과 수퍼체인 및 쇼핑·센터가 規模의 利益을追求하는 形態로 出現하면서 在來市場의 比重은 相對的으로 萎縮하게 될 수 밖에 없다.

세째, 購買慣習의 變化이다. 가령 日用品은 수퍼마켓으로 選買品은 百貨店으로 專門品은 專門店으로 去來處가 變化할 뿐만 아니라, 所得水準의 向上과 메스컴의 影響으로 消費者欲求의 多樣化와 個性化가 擴大되면 지금과 같은 在來市場으로서는 이를 감당하기 어렵

게 된다.

넷째, 輸入自由化에 따른 國際化 時代로의 轉換이다. 輸入自由化는 商品의 國際化는 勿論이고 去來의 國際化 내지 機構의 國際化를 가져온다. 또한 流通部門에 對한 技術 및 資本의 提携가 이루어져서 在來式 經營方式으로서는 流通產業의 國際화 물결에 對處할 수 없다.

다섯째, 消費者的 生活樣式 및 時間觀念의 變化를 研究할 必要가 있다. 最近 西歐의 消費패턴을 모방하려는 消費者들이 많아졌으나, 家計所得의 增加幅은 制限되어 있으므로 職業女性의 數가 增加하게 되었다. 이에 따라 時間觀念도 인스탄트化 傾向을 띠게 되었을 뿐만 아니라, 婦女子들은 清潔·衛生觀念에 더욱 까다로운며, 特別賣出(sale)이나 價格訴求(price appeals)에 더욱 민감하여 각 商店의 商品의 品質·價格·品種數를 비교하면서 구매하므로 商品配達, 店內의 音樂放送, 親切한 使用法의 教示 등과 같은 마아케팅 費用이 많이 드는 消費者奉仕(consumer services)가 발달하게 되었다. 在來市場은 清潔·衛生問題와 購買時間 및 消費者奉仕面에서 消費者的 새로운 生活樣式에 適應할 수 있는 立場이 못되기 때문에 이점 또한 在來市場 存立에 對한 危脅으로 대두되고 있다.

위에서 언급한 在來市場의 問題點과 그 存立自體에 對한 危脅에 대처하기 위해서 存來市場의 近代化가 결실히 要請되고 있다.

벅클린(L.P. Bucklin)은 流通構造의 形成과 變化에 가장 決定的이고 重要한 影響을 미치는 要因은 消費者들의 流通機關들에 대한 서어비스 요구정도(service output requirements)에 달려 있다고 하고, 서어비스 요구정도는 다음과 같이 區分하였다. ⁽²³⁾

- ① 地域的 便易性(spatial convenience 또는 market decentralization)
- ② 1回 注文量(lot size)
- ③ 注文後 配達까지의 時間(waiting or delivery time)
- ④ 製品의 多樣性 또는 具色의 多樣性(product variety, assortment breadth)

그런데 最近 在來市場에 對한 消費者들의 態度調查에 依하면 商品의 新鮮度, 商品의 具色, 賣場의 크기, 商圈의 크기 등에서 유리하여 수퍼마아켓 보다 훨씬 먼 곳에 있는 주부까지 顧客으로 하고 있는 것으로 나타났다.

따라서 아직도 在來市場은 벅클린(Bucklin)이 말하는 商品의 具色과 地域的 便易性 등의 消費者的 서어비스 요구수준을 充足할 수 있기 때문에 大量生產에 對應하는 大量流通機關으로서의 機能과, 消費者が 必要로 하는 商品을 便利한 場所에서 品質과 價格을 比較하면서 一括購入할 수 있도록 하는 機能을 效果的으로 遂行할 수 있는 各種 綜合商品小賣機

(23) L.W. Stern & A.I. El-Ansary, *Marketing Channels*, Prentice-Hall, 1977, pp. 226-236.

關(general merchandise store)이 發達하지 않는 한, 在來市場은 앞으로도 繼續하여 存續할 것이며 또 存續할 必要가 있다고 생각된다.

現在 都市에는 아케이드, 連鎖商街, 貸店型百貨店 등 比較的 零細資本의 集團化에 依해 外觀과 機能面에서 大型小賣店에 接近된 集團小賣機關形態가 發達하고 있으나 이들도 非單一經營體라는 點에서 在來市場과 同一한 弱點을 지니고 있으며, 商品構成도 高度의 選買品·專門品 中心이고 立地的으로도 中心商街 志向性을 갖는다는 點에서 이들은 在來市場의 機能을 代替하기 보다는 오히려 百貨店이나 專門店이 발달되기 까지의 過渡的으로 变遷하는 小賣機關形態라고 볼 수 있다.

先進諸國에 있어서도 流通機構의 變化는 生產 및 消費 패턴의 變천과 더불어 서서히 發展되어 왔으며, 이러한 點에서도 우리나라 流通機構內에서 店舖數, 市場規模, 商人數, 投下資本 및 去來額에 있어 아직도 小賣業의 大宗을 이루고 있을 뿐만 아니라 固有한 機能을 가지고 一般庶民層에 깊게 뿌리박고 있는 在來市場이 단시일내에 近代化 하기는 어렵다. 그러나 이들이 지니고 있는 問題點과 前近代性을 克服하고 새로운 流通環境에 動態的으로 適應해 나가기 위해서는 市場經營의 近代化가 절실히 요청되고 있으며, 그 成果에 따라서는 近代化된 流通構造 속에서도 이들이 存續될 餘地는 充分히 있는 것으로 생각된다.