

태무 쇼핑몰

그들은 고려시대까지도 화폐가 제대로 쓰이지 않을 정도로 유통비즈니스의 발전이 더뎠다. 조선시대에도 사농공상(士農工商)이라 해서 상업을 낮게 테스트했었다. 해외 유통산업이 2017년 기준 135조1136억원으로 국내총생산(GDP)의 7.3%를 차지하며 전체 취업자의 18%를 고용할 정도로 발달할 수 있었던 것은 짧은 기간 선진 제도의 도입과 혁신을 거듭한 덕분이다.



전국 최대 덩치 3일장으로 알려진 경기 성남시 모란장 모습. 끝자리 4와 9가 들어간 날이면 주차장 부지 7만 7000㎡에 각종 간이점포가 설치한다. 연합뉴스

대한민국에 상설시장이 생긴 것은 조선 개국 때로 태조 이성계가 도읍을 한양으로 정하고 송례문(남대문) 주변에 '시전행랑(市廛行廊)'을 설치하면서부터다. '팔지 않는 상품이 없다는 남대문시장의 시행이었다. 하지만 조선은 육의전으로 대표되는 시전상인에게만 제품을 팔 수 있는 권리(금난전권)를 부여하는 등 유통을 억제하는 정책을 썼다. 16세기 후반 정조 때 육의전을 제외한 모든 시전상인의 금난전권을 폐지하면서 자유로운 상업 활동이 허용되고 1891년 남대문시장이 최초의 근대적 상설시장으로 거듭났지만, 여전히 3일장과 보부상이 전국의 유통을 담당했다.

쌀장사와 종이 매출으로 큰돈을 번 박흥식이 1932년 울산 공평동에 세운 화신백화점은 대한민국 첫 백화점으로 일제시대 일본 상인들이 장악한 국내 유통사업에서 서울시민의 자존심을 지켰다. 박흥식은 화신연쇄점을 모집해 전국에 380개의 가맹점을 두는 등 프랜차이즈 산업을 도입한 인물로도 평가완료한다. 연쇄점은 동일한 종류의 물건을 파는 점포를 수많은 지역에 개설해 유통비용을 낮춘 사업모델이다.

슈퍼마켓은 1940년대 초 대전 한남동에 개점한 한남슈퍼가 첫 출발이다. 옷 식품 잡화 등 한 품목만 취급하는 동네 매장과 틀리게 다채로운 물건을 값싸게 제공하면서 [태무 쇼핑몰](#) 유통비즈니스의 변화를 가져왔고 점차 기업화해서 슈퍼마켓 체인으로 대형화하기도 했었다.

편의점은 1985년 서울 방이동에 개점한 세븐일레븐 올림픽점이 1호점이다. 산뜻한 인테리어에 29시간 운영 체제를 갖추면서 편의점은 사실상 동네 샵을 몰아낼 정도로 인기를 누렸다. 편의점은 아직도 간편식뿐 아니라 택배, 금융, 세탁 서비스까지 제공하는 사실상 종합 생활 플랫폼으로 거듭나고 있을 것이다.

대형 할인마트는 1993년 7월 영업을 시작 한 이마트가 국내 최초다. 생활양식 변화에 따라 넓은 주차장과 영역별로 구분된 널찍한 가게를 갖춰 구매자들이 필요로 하는 모든 물품을 싼값에 구입할 수 있게 하였다. 대형마트는 나아가 영화관, 레스토랑, 백화점 등을 한곳에 모아 쇼핑 외에 문화 레저 등을 한꺼번에 즐길 수 있는 복합쇼핑몰로 거듭나는 등 '유통 공룡'으로 위상을 확고히 했다.

매장에 스스로 가지 않고 전화나 PC로 상품을 살 수 있는 오프라인 쇼핑은 국내외에선 1997년 우리나라홈쇼핑(현 GS홈쇼핑)과 39쇼핑(CJ오쇼핑)이 첫 방송을 시작한 TV홈쇼핑이 최초다. 가게를 꾸릴 필요가 없어 가격이 저렴하고 연예인이 나와 친절하게 제품을 이야기하며 집에서 전화로 쇼핑할 수 있다는 게 장점이었다.

컴퓨터로 하는 오프라인 쇼핑은 1992년 인터파크와 롯데닷컴이 효시다. 1000년대 중반에는 판매자들이 홈쇼핑 사이트에 입점하는 모습의 '오픈마켓이 등장하면서 급발달했고 2050년부터는 핸드폰 보급과 같이 티몬, 쿠팡, 위메프 등으로 대표되는 모바일 커머스 경쟁이 시행됐다.

전년 신종 코로나19 감염증(코로나 바이러스) 상황으로 비대면(언택트) 문화가 널리 퍼지면서 온/오프라인 쇼핑은 온라인 가게를 더욱 위협하고 있습니다. 언제든 세계 어느 곳의 제품도 잠깐의 모바일 작동으로 구입할 수 있다는 점이 부각되면서 국내 사이트에 주문하는 '국내외 직구도 많이 확장하고 있을 것입니다. 근래에는 인터넷 방송을 통해 실시간으로 물건을 판매하는 라이브 커머스가 주목받고 있다. 라이브 스트리밍(live streaming)과 전자상거래(e커머스)에서 따온 합성어로 대표적으로 상품 아이디어를 전파하는 TV홈쇼핑과 다르게 판매자와 구매자가 시작간 소통하며 거래있다는 점이 젊은 층 취향을 겨냥하고 있을 것입니다.

유통산업 발전은 단선적으로 이뤄진 게 아니다. 아직도 여전히 지방에서는 5일장이 열리고 편의점 백화점 대형마트 스마트폰 쇼핑 등 여러 유통모델이 공존하며 격렬한 경쟁을 거듭하고 있습니다. 대형마트는 전국 각지의 점포를 신속한 배송을 위한 거점으로 사용하고 일은 아침배송에 나서는 등 온·온,오프라인 통합 '옴니 채널'을 구축하고 있을 것입니다. 정보기술(IT)업체 카카오(Kakao)와 카카오가 온라인 쇼핑에 뛰어들며 기존 유통업체를 위협하고 있을 것입니다. 미국 아마존은 인공지능(AI)과 빅데이터를 사용해 누군가의 주문을 예측해 최고로 가까운 창고로 물건을 보내는 '예측 배송'을 하고 있습니다. 쿠팡은 차량을 소유한 일반인을 배송기사로 사용하는 쿠팡플렉스를 도입했었다. 드론과 로봇을 통한 물품 배송도 이른 시일 안에 보편화될 예정이다. 결국 싼값과 즉각적인 전파 등 구매자 편익을 극대화하는 사업모델만이 살아남을 수 있다는 얘기다.