

지역상권과 고객구성의 상호작용을 통한 상권활성화에 관한 정책제안 - 천안상권 활성화 방안을 중심으로 -

김현교* · 김철호** · 이동일***

본 연구는 상권을 동태적관점에서 상권을 구성하는 업종중심특성과 상권고객인 유동인구중심특성의 적합도를 비교함으로써, 상권 활성화 방안을 모색하는데 목적을 두고 있다. 천안시에 소재하는 천안역상권, 두정동상권, 신부동상권의 업종데이터와 유동인구데이터를 분석하여, 기간경과에 따른 업종과 고객중심특성변화를 분석하여 정책적시사점을 제시하고 있다. 상권에 대한 선행연구들은 동태적 관점에서의 연구가 아닌 특정시점에서의 연구로 한정되어 있으며, 상권쇠퇴요인과 상권 활성화 요인의 대부분이 도심기능쇠퇴에 따른 도심기능 활성화처럼 서로 대응관계에 놓여있다.

본 연구에서 제시하는 지역상권 활성화 방안으로는 상권데이터관리체계구축과 획일적 활성화정책이 아닌 상권특성별 목표고객과 유입고객의 일치성을 고려한 활성화전략, 상권 쇠퇴지수개발 등이며, 소상공인 지원정책 목표를 지역상권 활성화와 개별점포 경쟁력 강화의 동시추진으로 확대 제안하고 있다.

주제어: 지역상권, 활성화방안, 소비자정보, 동태적변화, 소상공인

I. 서 론

지금까지 상권쇠퇴와 활성화에 대한 연구는 대부분 특정시점을 중심으로 개별상권의 상권특성과 상권이용자인 고객에 관한 연구가 없는 획일적인 상권 활성화정책이 제시되어 왔다. 그러나 상권은 특정시점의 현상이 아닌 기간경과에 따라 변화는 동적특성, 상권과 유동인구간의 연관성 그리고 상권특성에 따른 차별적 활성화방안을 가질 수 있다. 따라서 본 연구에서는 상권과 유동인구의 연관성을 중심으로 상권 활성화를 위한 정책제안을 목표로 두고 있으며, 지역 상권에 기반을 둔 소상공인에 대한 지원방향을 제시하고자 한다.

* 세종대학교 경영학과 석사과정(khg423@naver.com)

** 세종대학교 경영학과 박사과정 (chostcho@naver.com)

*** 세종대학교 경영학과 부교수(donlee@sejong.ac.kr), 교신저자

2000~2009년 소상공인생태분석(소상공인진흥원, 2011)에 따르면 소상공업체수는 '09년 기준 279만개, 종사자 수는 663만 명으로 전체 업체 수 대비 87.9%, 44.8%를 차지하고 있다. 그러나 소상공업의 급격한 성장에 대해 우려들도 제기되고 있는데, 소상공인 간 과당경쟁, 창업과 폐업의 반복되는 다산다사(多産多死), 경영여건 악화, 소상공인 양극화 심화 등이라 하겠다. 소상공인생존율조사에서도 창업 후 3년 생존율이 56.2%로 나타났으며, 소상공인실태조사(중소기업청 소상공인진흥원 2007, 2010)에서도 월평균소득이 182만원에서 149만원으로 감소된 것으로 조사되어 경영의 어려움은 가중되는 것으로 나타났다.

이처럼 지역상권 기반인 소상공인은 지역상권 활성화와 깊은 연관성을 가지며, 본 논문에서도 소상공인육성은 개별경쟁력향상과 지역상권의 활성화가 동시에 추진되어야 함을 시사점으로 제시하고 있다.

상권에 관한 정의를 한국유통물류진흥원(2005)에서는 '중심시가지상권을 시군구(자치구) 지역에서 상당수의 도소매점포가 존재하고, 상업·업무기능이 상당정도 집적되어 있어 해당 지역의 도심지 또는 생활권중심지 역할을 담당하는 지역'으로 두고 있다.

또한, 지역상권연구로는 상권쇠퇴원인과 상권활성화연구로 정리될 수 있다.

상권쇠퇴원인에 대한 연구에서 강병주(2000)는 도심 주요시설노후화와 교외화, 신도시위주의 도시정책, 경제침체, 신구시가지간의 형평성결여, 역사성과 정체성부족을 꼽았으며, 인구공동화, 도심기능의 이전에 따른 기능공동화, 경제적 침체에 따른 활동공동화(오덕성, 2002), 상점 감소와 매상저하, 유동인구감소(이정현 등, 2003), 교통혼잡과 진입불편(한국유통물류진흥원, 2005), 교육시설낙후, 일자리부족에 의한 상권지인구감소, 도심형산업과 서비스업의 신시가로의 이동(최장호, 윤현덕 2007), 도시성장에 따른 도시구조 다핵화와 상권분화, 대규모 상업시설과 대형서비스시설 개발로 인한 상권중심이동(변명식, 2006)이 주요 원인으로 제시되었다.

이와는 반대로 상권활성화 연구에서는 대중교통중심의 접근성확보, 보행자중심의 도심공간조성, 구도심 기능 활성화, 구도심활동성증진을 위한도심주거기능유치방안(김혜천, 2003) 최장호, 윤현덕(2007)은 정책연구관점에서 상권활성화 전담조직 구성, 환경개선에 초점을 둔 상권정비사업, 경제활동촉진사업의 동시추진을 제시하였다.

그러나 기존연구들의 쇠퇴원인과 활성화 원인을 정리하면, 도심기능저하에 따른 도심기능 활성화, 주요시설노후화에 따른 물리적 환경개선, 인구공동화에 따른 적정주거기능유치, 교통 혼잡과 접근성불편에 따른 대중교통중심의 접근성확보, 보행자중심의 도심공간조성 등으로 쇠퇴요인에 대응하는 활성화방안을 제시하고 있으나, 다양한 상권들 간의 특성차이에 대한 활성화방안이 서로 다를 수 있다는 것을 제시하지 못하고 있다. 또한 상권과 유동인구의 상호영향관계에 대해서 그 연관성을 고려하고 있지 않고 있다. 이는 상권연구와 유동인구증대에 관련된 연구가 서로 분리되어 있어, 상권특성과 유동인구특성변화에 따른 상권 활성화방안이 제시되지 않고 있다는 것이다. 이러한 원인들은 상권과 상권이용고객이 시간의 변화

에 따라 어떻게 변하고 있는지에 대한 동태적 관점에서의 실증분석 데이터부재와 데이터관리체계가 없기 때문인 것으로 사료된다.

상권과 유동인구의 연관성이 고려되지 않는 유동인구의 절대수치 증대방안은 첫째, 유동인구 중심성향이 젊은 층인 상권에서는 주차장확보 보다는 대중교통시설확충과 편의시설확충이 보다 유효한 정책이 될 수 있다는 것을 제시하지 못할 것이다. 둘째, 상권을 둘러싼 배후 환경변화로 인해 유동인구의 중심성향이 변하는 경우에는 유동인구변화에 대응하거나 유동인구의 중심성향을 유지시키는 정책적 대안이 제시될 수 없을 것이다. 셋째, 지역상권 활성화 차원에서 실행하는 마케팅활동과 프로모션의 경우 상권의 중심업종성향과 상권고객의 적합도를 높이기 위해 주요고객들을 세분화하고, 상권중심업종성향에 부합되는 목표고객설정과 상권활성화 전략수립 등 상권별 특성에 따른 차별적인 활성화전략을 수립할 수 없게 된다.

따라서 본 연구에서는 그간의 상권연구발전과정인 경제성 중심이론, 특정시점에서의 소비자중심인 상권이론에 발전하여, 동태적관점에서의 상권 내 고객구성과 업종 구성 간 상호관련성을 중심으로 연구하고자 한다. 이들 연구결과를 중심으로 지역상권 활성화를 위한 정책적 시사점을 제시하고, 상권의 근간인 소상공인경쟁력확대정책을 지역상권 활성화와 소상공인경쟁력확대의 동시추진을 정책목표로 제안하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1. 경제성 중심 이론

중심지 이론(Christaller, 1933)으로부터 발전되기 시작한 경제성 중심이론은 기본적으로 해당 수요의 크기와 점포 혹은 상권과의 거리를 중심으로 해당 점포나 상권의 규모가 결정된다고 보고 있다. 기존의 계량적

접근법들을 살펴보면, Reilly(1931)의 소매중력법칙에 따르면 상권 혹은 점포들 간의 상권 규모는 각 지점의 인구나 비례하고, 거리와는 반비례한다고 언급하고 있다.

Luce(1959)가 제시한 복수의 점포들의 고객흡입력을 측정하는 선택 법칙 역시 점포의 효용을 결정함에 있어 점포의 매력과 거리를 활용하였다. Huff(1963)가 제시한 특정 지역 내 복수 점포 중에서 소비자가 특정 점포를 선택할 확률을 추정하는 모형에서도 점포의 면적에 따라 효용이 증가하고, 점포까지 걸리는 시간이나 거리가 증가함에 따라 효용이 감소한다고 언급하고 있다. 또한, 지대이론에서도 중심지로 향할수록 선택적 제화를 취급하는 상점이 즐비하며 이들 상권의 넓게 나타난다고 언급하고 있다(한주성, 2003). 이러한 연구들을 바탕

으로 국내 상권연구에 적용된 사례들을 살펴보면 분당상권이 발전함에 따라, 소비자가 구매 상권 선택에 있어서 선택적 재화를 구매하는 상권에서의 서울의 비중이 감소한다고 언급하고 있다(이창무 등, 2001). 또한, 대전광역시의 두 개 도심 간의 비교를 통해, 신도심으로의 용도 점유율 변화가 업태에 따라 다르게 나타나는 것을 보여주고 있다(최봉문, 2003). 하지만, 이러한 연구들은 소비자와 상권의 소비자 구성간의 관계가 아닌, 상권의 구성자체만을 활용하거나 혹은 상권의 인구구성이 아닌 지역전체의 인구통계학적 정보를 활용함에 따라 상권내의 소비자구성에 대한 접근에 한계를 가질 수밖에 없었다.

2.2. 소비자 중심 이론

경제성 중심이론의 한계를 지적하며 언급되기 시작한 소비자 중심의 점포 입지 및 상권 연구에서는 상권이나 점포의 경쟁상황이나 소비자의 문화, 경제적 차이, 소비자의 다목적 구매행동 등이 점포 선택이나 상권 선택에 영향을 미친다고 보고 있다. 한주성(2003), Clark & Rushton(1970)은 실제 구매행동과 최근린 중심지 이용시설을 바탕으로 한 상점 선택을 비교 하였는데, 저차 재화인 식료품의 구매가 가까운 곳에서 일어나는 것이 아니라, 멀어도 규모가 큰 상점에서 일어날 수 있다는 것을 보여주었다. Walmsley & Lewis(1984)는 상품을 구매하는 소비자에 행동에는 개인의 가치체계와 상점 및 상업자와 관계된 요인, 교통수단, 과거의 구매 경험 등이 영향을 미친다고 언급하고 있다. 또한, 소비자 선호를 활용한 연구들을 살펴보면 심리학이나 행동과학의 지식을 활용하여, 소비자의 특성에 따라 점포나 상권선택의 특성이 다르게 나타난다고 언급하고 있다. 예를 들어, 강력한 인지도를 가진 매장의 브랜드 힘을 빌려 다른 경쟁자를 돕는 형태인 Anchor store(Anderson, 1985). 소비자가 비슷한 매장이 몰려있는 곳을 그렇지 않은 곳 보다 더 선호하는 경향인 매장의 그룹화(grouping)(Brownm 1992; Dellaert et al., 1998) 개념이 기존 연구를 통해 밝혀진 바가 있다. 하지만 이러한 소비자 중심이론들은 소비자를 상권선택의 주체로만 고려했지 소비자 구성자체가 소비자의 선택에 영향을 미칠 수 있는가에 대해서는 설명을 하고 있지 않다.

본 연구에서는 천안상권의 사례분석을 통해 위에서 제시된 이론의 실제적 적용에 있어서 소비자를 단순히 선택의 대상으로만 고려하는 것이 아니라 상권의 고객구성과 업종구성이 상권의 활성화에 미치는 영향이 어떻게 나타나는지를 확인해 보고자 한다.

2.3. 상권연구에서의 소비자 정보 활용

경제성 중심이론으로부터 발달되기 시작한 상권 혹은 점포 입지 관련 연구들은 소비자의 효익과 비용에 대한 민감도를 설명하는데 한계를 가질 수밖에 없었다. 이에 따라, 소비자 중

심의 점포 및 상권 연구들이 대안으로 제시되기 시작하였다(Clark & Rushton, 1970; Walmsley & Lewis, 1984). 하지만 이러한 연구들은 여전히 특정 시점의 상권이나 점포의 입지에 관한 연구가 중심을 이루고 있기 때문에 동태적 관점에서의 상권을 바라보는데 한계를 가질 수밖에 없었다. 이러한 한계에 대응하기 위하여 동태적관점을 활용한 점포관련 연구들이 수행되기 시작하였다(Lowry, 1997; Sun et al., 2009). 그러나 이러한 연구들은 점포가 연구의 중심이슈였기 때문에 상권측면에서 동태적인 관점을 고려하는데 한계를 가지고 있다. 본 연구에서는 상권의 요소들에 대한 동태적 관점의 데이터를 활용하여 지역 상권의 성장과 성숙, 그리고 쇠퇴에 기반을 둔 상권의 특성 이전에 대한 동태적 연구를 수행하고자 한다. 또한 소비자행동관련 연구들을 살펴보면 소비자선택에 영향을 미치는 요소 중에는 다른 소비자의 행동이나 존재가 영향(Peer pressure)을 미칠 수 있다고 언급하고 있다(Grapentine & Weaver, 2009). 그러므로 본 연구에서는 해당 지역의 유동인구 현황을 활용하여 상권의 고객 구성이 상권의 특성 이전에 어떠한 영향을 미치는지 확인해보고자 하였다.

2.4. 상권활성화에 관한 연구

전통상권은 접근성불편, 시설노후화, 편의시설부족, 도시성장에 따른 신도심분리, 신상권 조성, 공공기관 이전, 건물주나 점주들의 상권활성화를 위한 의식부족, 경기침체 등 복합요인들에 의해 쇠퇴를 맞고 있다. 이러한 상권쇠퇴원인연구에 대응하여 상권활성화를 위한 연구들 또한 진행되어왔다. 김혜천(2003)은 도심활성화대책으로 대중교통 중심의 접근성확보, 보행자중심의 도심공간조성, 구도심의 기능 활성화, 구도심활동성증진을 위한 적정수준의 도심 주거기능유치방안을 제시하였고 박현식(2006)은 상권활성화 모델을 사업자조직화, 자금지원, 교육, 문화, 교통정책을 주장하였다.

최충익, 진상현(2007)은 제도적 지원, 인력양성 및 활동지원(포럼 및 세미나지원, 컨설턴트육성 및 파견, 정보화지원, 교육 및 활동지원사업, 축제활성화 및 브랜드 개발 등 마케팅 지원사업, 주변대학시민단체 등과의 연계지원, 도시민과의 교류확대사업), 물리적 시설지원(용차지원, 노후, 물리적 환경개선사업, 상점가 빈 점포 활용사업, 핵시설유치, 보행자 가로 정비, 상점가-주택가의 내부도로 정비, 공원주차장정비, 역사문화관광자원 정비, 주택공급 확대, 재개발사업 등 면적정비, 교통시설확충)으로 구분하여 전문가성향에 따른 인식차이를 연구하였다.

정책연구관점에서 최장호, 윤현덕(2007)은 건물밀도관리, 교통혼잡관리, 재개발, 재건축제한 등으로 접근하는 과거 제한적 접근방식과 지역균형발전정책(2007), 재래시장 및 상점에 대한 지원정책(2006), 도심재정비추진정책(2002), 도심재생정책(2006)등 도심상권 활성화 정책이 갖고 있는 한계점을 제시한 동시에 도심상권쇠퇴가 지역경제침체의 주된 원인으로 보고, 중심시가지 상권 활성화를 위한 정책과정 모형을 제시하였다. 중심시가지 상권활성화

를 위한 입법화, 인구유발시설인 공공기관의 도심회귀, 상권 내 새로운 공공기관의 설립을 제시하였고, 이를 위해 상권활성화 전담조직구성, 환경개선에 초점을 둔 상권정비사업(특색 있는 거리조성, 상징물설치, 커뮤니티센터건립, 공공디자인의 강화, 간판정비, 지하공간개발, 기존건물 재건축사업 등)과 경제활동촉진사업(공동브랜드개발, 공공기관유치활동, 이벤트 및 축제실시, 교육훈련, 공동광고, 창업지원, 청소 및 거리안전지원과 화장실공동이용 등)의 동시추진을 제시 하였다.

그러나 이러한 상권활성화에 대한 기존 연구들은 상권 간 특성차이를 나타내는 중심업종 특성을 고려하지 않았으며, 상권주요고객인 유동인구성향과 성향변화에 대한 고려가 없는 것이 한계점이라 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 천안상권을 대상으로 상권특성과 유동인구특성이 상호작용을 하여 동태적 변화를 하는 과정에서 상권의 쇠퇴와 성장이 이루어지는 것을 보여주고, 이를 통해 정책적 제안을 개발하여 제시하고자한다.

Ⅲ. 연구 범위와 방법

3.1. 사례연구지역

본 연구에서 활용한 천안역, 신부동, 두정동 상권은 천안시 대표상권들로서, 천안역 상권은 한때 대표상권이었으나, 1989년 신부동으로 버스터미널이 이전하고 갤러리아 백화점, 야우리 백화점, 영화관 및 외식업소가 들어선 터미널 상권으로 젊은 층이 빠져나가면서 위축되었다. 또한, 행정기관이전과 택지개발에 따라 서부지역으로 도시가 확장되면서 주거와 업무, 행정 등 중추관리기능을 잃게 된 쇠퇴기의 상권이라고 볼 수 있다(아산소상공인지원센터, 2007). 반면 신부동 상권은, 1989년부터 개발이 시작되어 고속 시외버스종합터미널 이전과 갤러리아 백화점 입점을 계기로 형성된 상권으로서 약 20분 거리에 단국대, 상명대, 호서대 등 대학가와 인접되어 수도권에서 통학하는 학생 수가 급격히 증가되었고, 이 때문에 젊은 층 유동인구의 유입이 자연스럽게 이루어지게 된 성숙기상권이다(아산소상공인지원센터, 2007).

마지막으로 두정동 상권은, 2002년 천안북부구획지역사업 이후 개발된 이래 천안의 대표 상권으로 성장하여 최근 몇 년 사이 조성된 신 주거지역 중 기반이 가장 탄탄하고 상권형성이 잘된 지역으로 꼽히고 있다.

지리적으로는 인근 주거지역과 공단지역으로부터 접근성이 뛰어나. 상권 내 특징적인 집객 및 대형시설은 거의 없으나, 밀집된 점포들에 의해 넓은 상권세력을 가진다고 볼 수 있다 (아산소상공인지원센터, 2007).

3.2. 자료 및 연구방법

본 연구는 상권을 구성하는 업종과 상권을 이용하는 고객들의 영향관계를 분석하여 성격이 상이한 상권들의 특성에 적합한 활성화방안을 찾아내고, 각 상권들 간의 특성변화가 주변 상권에 미치는 영향관계가 있음을 도출하는데 목적이 있다. 따라서 사례선정은 천안시에 소재하는 상권들 중 성장기에 있는 두정동 상권, 성숙기에 있는 신부동 상권, 쇠퇴기에 있는



〈그림 1〉 천안 상권의 지도 (maps.google.co.kr)

천안역 상권을 선정하였으며, 소상공인지원센터로부터 천안시 일대의 상권관련 데이터(업태 현황, 고객구성)를 제공받아 연구에 활용하였다. 천안역 상권은 2004년, 2007년 자료, 신부동 상권은 2004년, 2007년, 2008년, 2009년 자료, 두정동 상권은 2004년, 2006년, 2007년 자료를 활용하였다. 업종 및 소비자의 분류기준은 소상공인센터에서 활용하고 있는 기준을 활용하였으며, 일부 데이터는 분석 목적에 따라 재구성 하였다. 본 데이터의 기본적인 현황은 아래의 <표 1>와 같다.

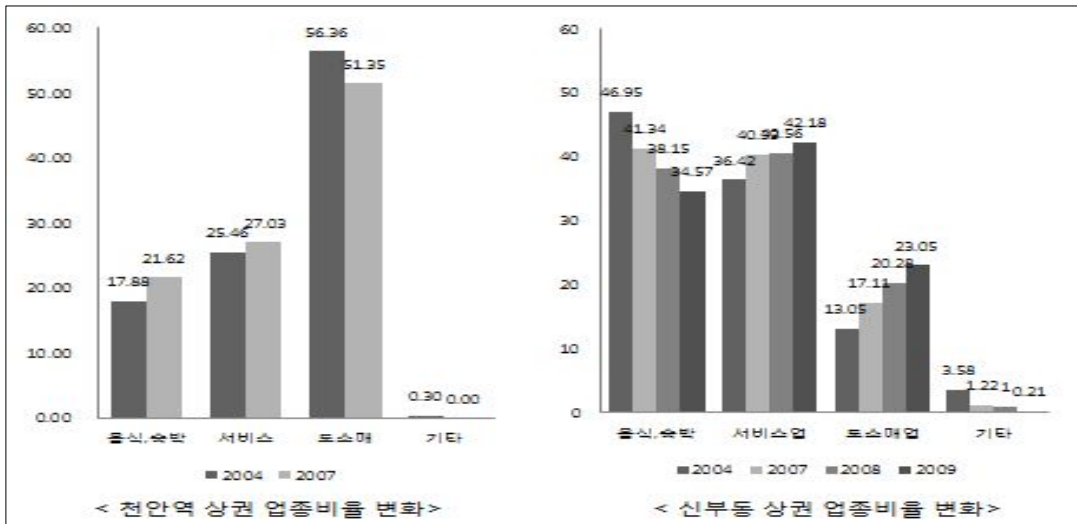
	2004	2006	2007	2008	2009
천안역 상권	330	-	296	-	
신부동 상권	475	-	491	492	486
두정동상권	492	602	683	-	-

〈표 1〉 천안상권의 업체 수 현황 (단위: 개)

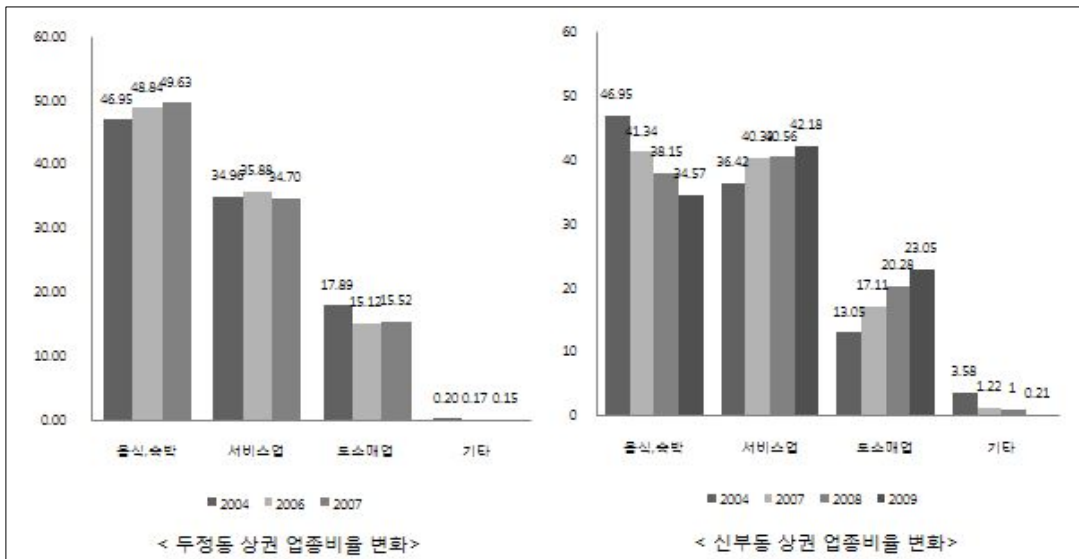
IV. 연구 결과

4.1. 상권의 동태적 변화

천안역 상권의 쇠퇴로 인한 상권 내 업종의 동태적 변화를 확인할 수 있었다.



<그림 2> 천안역, 신부동 상권의 업종비율 변화 비교 (단위: %)



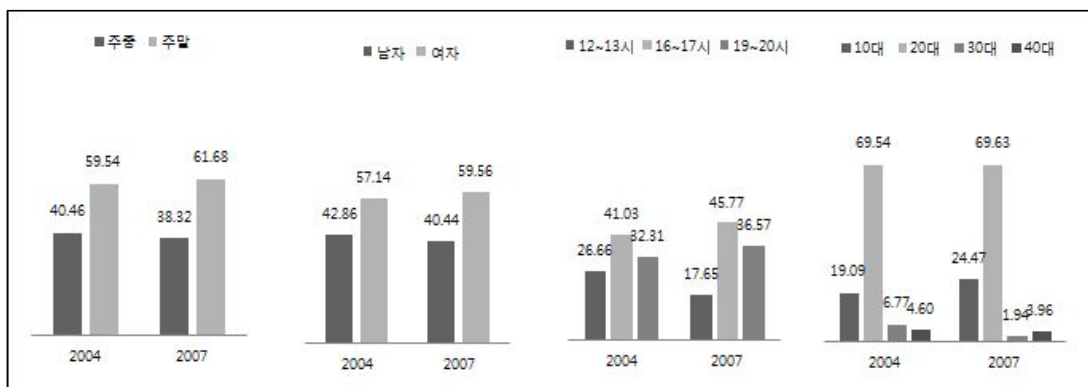
<그림 3> 두정동, 신부동 상권의 업종비율 변화 비교 (단위: %)

천안역 상권의 업체수가 급격히 감소하는 동안 신부동 상권의 업체 수는 소폭 감소하는 모습을 보이는 등 전체 업체 수에서의 명확한 관계를 확인할 수 없었지만, <그림 2>업종의 비율변화를 살펴보면, 천안역 상권의 음식·숙박과 서비스업체의 비율이 증가하고, 도소매업체의 비율이 감소하는 모습을 보였던 반면, 신부동 상권은 음식·숙박업체의 비율이 감소하고, 서비스, 도소매업의 비율이 증가하는 모습을 보이고 있다.

<그림 3> 두정동, 신부동 상권의 업종비율변화 비교를 살펴보면, 두정동 상권은 음식, 숙박업의 비율은 점차 증가하고, 서비스업이나 도소매업의 비율은 일부 감소하고 있는 모습을 확인할 수 있다. 이는 신부동 상권에서의 음식, 숙박비율의 감소에 대한 반응이 쇠퇴하는 상권인 천안역 상권으로 전이되는 것이 아니라 급격히 성장하는 두정동 상권으로 움직이는 것으로 보인다.

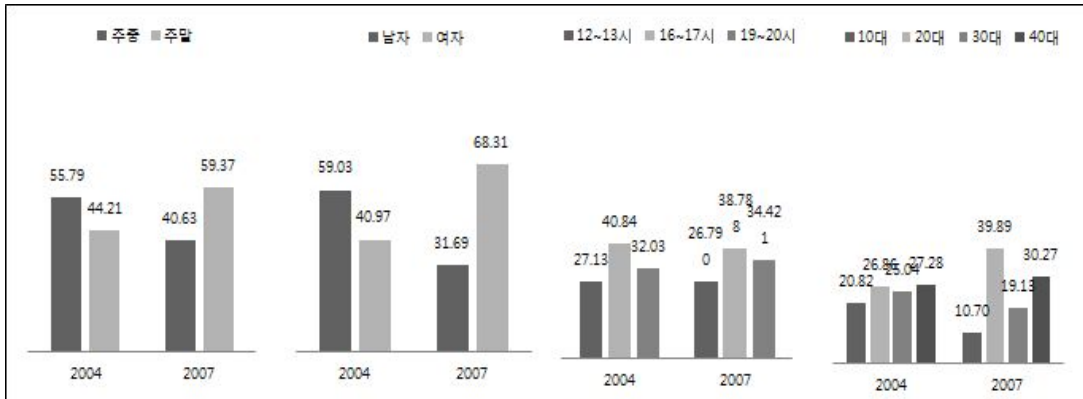
4.2. 상권의 동태적변화와 고객구성간의 관계

상권의 동태적변화와 고객구성간의 관계를 확인하기 위해 업종구성과 고객구성비를 비교하여 살펴보았다. 먼저, 천안역 상권과 신부동 상권의 고객 구성비를 살펴보면, 천안역의 경우 2004년에는 주중의 인구가 많았으나, 2007년에는 주말 유동인구가 많은 편으로 바뀌었다. 이는 2007년 CGV멀티플렉스가 개관의 영향으로 보인다. 2004년 남성비율이 유세였지만 2007년에는 여성비율이 확연히 높게 나타났다. 반면, 신부동상권은 주중 보다는 주말, 남성보다는 여성비율이 높게 나타나고 있다. 또한, 유동인구의 시간별 비율을 살펴보면 천안역과 신부동상권 모두 16~17시 유동인구비율이 가장 높은 것으로 나타났다.



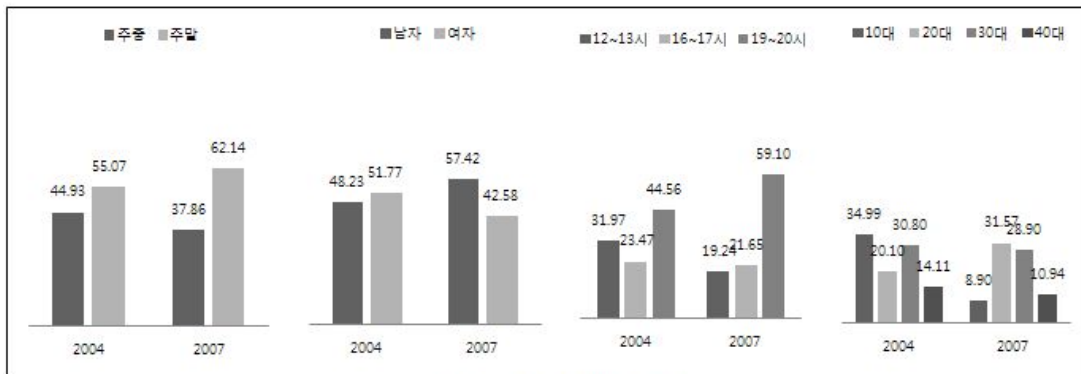
<그림 4> 신부동 상권 고객구성비 변화

연령 비에 있어서는 천안역상권의 경우 전체 연령대가 비교적 고르게 분포되어 있지만, 멀티플렉스 개관이후 20대와 40대 비중 증가세를 나타내고 있다. 반면 신부동상권은 20대



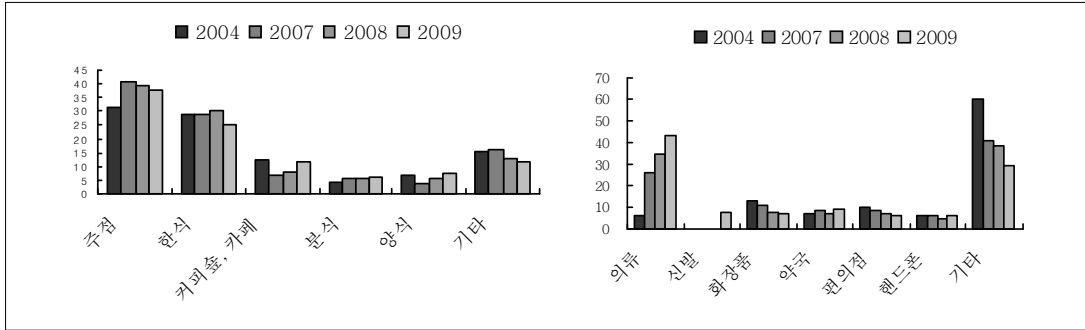
〈그림 5〉 천안역 상권 고객구성비 변화

의 비율이 상당히 높게 나오는 것을 확인할 수 있다. 두정동상권의 경우, 2007년 주말인구 비중이 2004년에 비해 증가추세를 보이고 있다. 남녀성비분석에서는 2004년 여성비율이 우세했지만 2007년에는 남성유동비율의 급증세로 전환되었다. 또한 시간대별 유동인구분석에서 2007년 19시~20시 유동비중이 2004년에 급격하게 증가되는 것으로 나타났다. 결과적으로 천안역상권과 신부동상권의 고객구성은 성비는 유사하지만 연령별 중심성향은 상이하게 나타났고, 두정동상권은 신부동과 천안역상권에 비해 남성성향과 야간시간대 특성이 부각되는 것을 확인할 수 있다.

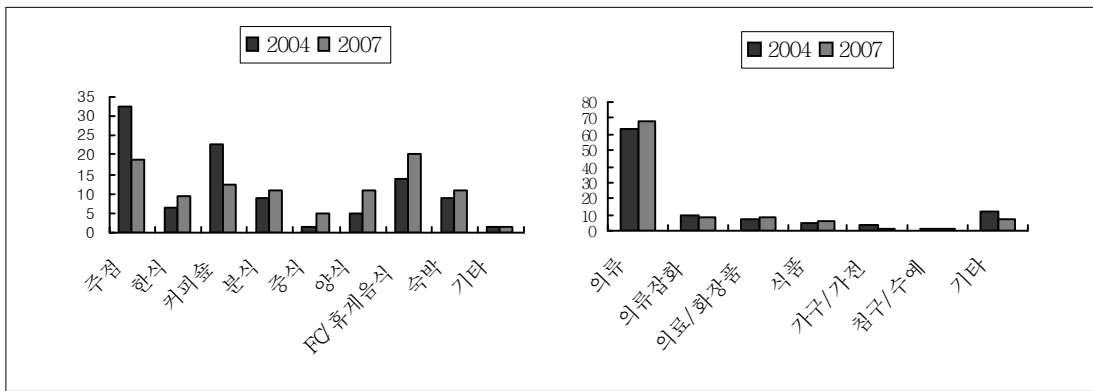


〈그림 6〉 두정동 상권 고객구성비 변화

이러한 사실을 바탕으로 업종구성과 관계를 비교해 보면, 20대, 여성비율, 주말인구비율이 높고 16~17시의 유동인구가 많은 신부동 상권은 의류점 비율이 급격히 증가함에 따라, 주점, 한식점의 비율이 감소하며 카페가 증가하는 모습을 확인할 수 있었다.



〈그림 7〉 신부동 상권 고객구성비 변화



〈그림 8〉 천안역 상권 고객구성비 변화

또한 천안역상권의 경우에도 멀티플렉스와 쇼핑타운입점으로 20대, 여성비율, 주말인구비율이 높고, 16~17시 유동비율이 높고, 의류점 비율이 급격히 증가한 것을 확인할 수 있다. 그러나 업종구성과 분포를 살펴보면 신부동과는 확연히 다를 수 있다.

두정동의 경우 주말인구가 증가하나, 남성비중의 증가세가 뚜렷하며, 시간대별 분포는 야간시간대 비중이 강화되는 추세에 따라, 한식과 주점의 업종중심성향이 뚜렷하다. 의류점 비율은 소폭 증가하는 것으로 나타나지만 소매업종비율은 감소세이다. 여기서 주점과 한식점 비중증가는 19~20시 유동비율과 남성증가추세와 맞아 떨어진다. 또한 신부동 상권에서의 주점과 한식점감소추세는 남성과 야간시간대에 의존하는 유동 인구수요 특성에 따라 성장기 상권인 두정동으로 이전이 나타난 것으로 보이며, 천안역의 쇠퇴에 따른 주점의 이전은 성숙기상권으로 20대 여성비율과 오후시간대 유동비가 높은 신부동 상권으로 이전하기에는 적합하지 않았던 반면 상권활성화 추세인 두정동 상권으로의 이전이 적합하였던 것으로 보인다. 그러나 두정동 상권에서도 야간시간대 유동비율과 남성비의 증가추세에도 불구하고, 2006년 이후 주점·한식비율이 정체된 것은 업종구성비의 한계와 업종구성이 가전과 의류 등으로 전이되고 있는 것으로 설명할 수 있다.

이상을 종합해보면, <그림 10>은 3개상권의 상권업종과 상권고객에 대한 동태적관점에서의 변화양상을 종합적으로 표현한 그림으로 천안역상권이 쇠퇴함에 따라 발생하는 업종특성이전은 주변상권인 신부동과 두정동 상권에 영향을 미치며, 또한 신부동상권의 업종전이는 두정동 상권에 영향을 미치는 것으로 표현되고 있다. 이를 살펴보면, 천안역 상권쇠퇴에 따라 신부동과 두정동 상권으로의 상권이전이 나타나게 되는데, 이러한 이전은 거리적으로 가까운 신부동 상권으로의 이전이 아닌 상권의 구성과 소비자 구성에 따라 다르게 나타난다는 것을 확인할 수 있다. 즉, 대학가를 배경으로 20대 여성의 비율이 높고, 주간 및 주중의 유동인구의 비율이 높은 신부동은 의류매장이나 커피숍과 같은 업종의 비율이 증가하고, 주점비율은 감소하는 모습을 보이고 있다.

신부동으로 이전하지 못한 주점 비율은 수요조건이 적절하지 않은 천안역 보다는 급격히 성장하고 음식점의 비중이 높은 두정동으로 이전이 나타났다고 볼 수 있을 것이다. 또한, 신부동의 감소된 주점 비율도 두정동으로의 이전이 나타나는 것으로 보인다. 이는 두정동에서 남성비율증가와 야간시간대 유동비율 증가에 의해 업종중심성향에 적합한 것으로 설명할 수 있을 것이다. 하지만 주점비중 확대가 제한적인 점을 보았을 때, 고객구성의 제한으로 인하여 주점 비중의 확산이 정체되고, 의류나 가전, 화장품업종 등 여성친화형업종의 확산이 강화되고 있는 것으로 평가할 수 있을 것이다.



(그림 10) 동태적 관점에서의 상권 변화 종합

천안상권의 변화에 대한 동태적 관점과 상권업종 및 고객구성간의 관계에 대한 탐색적인 연구를 통해, 업종구성이나 상권의 거리, 배후지역 뿐만이 아니라 상권내의 고객구성이 상

권의 중심형성에 영향을 미칠 수 있을 것이라는 사실을 알 수 있었다.

특히, 천안역상권이 쇠퇴하면서 주점과 같이 고객구성의 특성과 맞지 않는 중심상권은 거리가 멀지만 상권성장세에 있고, 업종적합도가 높은 두정동상권으로 이전한 것임을 확인할 수 있었다.

이상의 분석결과를 종합하면 시간의 경과에 따라 각각의 상권 내에서 업체수의 증감, 업종구성비, 고객구성비에 있어 동적특성변화를 확인할 수 있었다. 또한 고객구성의 변화에 의해 상권 내 업종구성이 영향을 받아 업종구성비가 변하는 가운데 중심업종특성의 정체와 증감이 확인되었다. 이는 상권 내 고객구성과 업종구성간의 상호작용관계에 의해 상권특성이전이 존재함을 나타내며, 상권특성이전은 상권 내 업체수의 증감으로 바라본 해당상권의 성장, 성숙, 쇠퇴에 따라 주변상권들과의 상호영향관계에 있는 것으로 결론지어진다.

V. 정책개발에 대한 함의에 대한 토의

점포형 사업이 주요 기반인 소상공업체들은 상권위주로 입점하게 되는데, 이는 점포들의 집합체인 상권이 개별 독립점에 비해 상권의 다양한 업종구성과 편의성으로 인해 고객 유인력이 높아 보다 안정적인 운영성과를 기대할 수 있기 때문이다. 따라서 점포형 사업을 운영하는 입장에서 상권변화는 매우 중요한 관심사항이라 할 것이며, 상권안정은 상권을 구성하는 소상공인의 안정과도 연관성이 높다고 할 것이다. 그러나 지역경제에서 상권이 차지하는 높은 비중에 비해 지역사회나 지방자치단체는 지역상권의 동적인 변화에 대해 특별한 관심이나 지속적인 관리가 없었던 것이 사실이다. 또한 관심을 가진다고 하더라도 상권쇠퇴가 확인하고, 도심공동화나 지역 간 불균형이 뚜렷하여, 지역경제에 적신호가 제시되는 경우에서야 구도심상권에 대한 관심과 대책을 마련하고 있으나, 지역상권 활성화를 위한 뚜렷한 성과를 내지 못하고 있는 것으로 보인다. 이러한 결과들은 지역 상권에 대한 정기적인 실태 조사를 비롯한 구체적인 관리체계의 부재와 지역상권 동적변화에 대한 대응방안의 부재, 지역상권 활성화 방안 실행에 대한 결과분석체계의 미흡 등에 기인하는 것으로 여겨진다.

결론적으로 상권 내 고객구성과 지역 상권과의 상호작용관계에 의해 발생하는 상권의 동적변화를 체계적인 관리체계로 구성해 나가기 위해서는 상권과 상권을 이용하는 고객구성간의 상호관련성, 상권과 상권간의 관련성에 대해 보다 깊은 이해가 선행되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 기존의 상권활성화 연구에서 나타난 상권특성과 상권고객특성을 고려하지 않는 상권활성화 연구와는 방향을 달리하여, 천안시 3개 상권과 유동인구의 동태적 변화를 기초로 상권특성에 적합한 상권고객 특성유지, 상권중심업종 성향유지, 상권과 상권간의 특성비교에서 상권 간 상호영향관계와 특성차이를 인정하는 상권별 차별화를 통

한 상권활성화 방안에 대한 함의를 제시하고자 한다.

1. 천안시 상권을 통해 살펴본 다년간의 데이터를 분석해보면, 상권은 시간의 경과에 따라 상권의 동적특성변화를 보여주고 있다. 상권의 성장, 성숙, 쇠퇴에 따라 업종중심성향과 고객중심성향은 유지, 강화, 전이, 감소형태로 나타난다.

2. 상권의 동적특성변화는 상권내의 고객중심특성(성별, 연령별, 시간대별)에 따라 업종중심특성이 결정된다.

남성비중이 높고, 야간시간대 유동성이 증가하는 상권은 주점과 음식점 비중이 높은 야간 상권으로 판매점 비중은 상대적으로 낮은 업종중심특성이 결정되며, 여성비중이 높고, 오후 시간대 유동성이 증가하는 상권은 판매업비중이 상대적으로 높은 업종중심특성이 결정된다. 젊은 층이 선호하는 상권은 업종중심특성의 편차는 적으나 상대적으로 서비스업종의 중심 특성이 강하다. 이처럼 성별과 연령에 따라서 선호하는 업종성향이 다르며, 시간대별로 구매하는 패턴이 다르게 나타나기 때문이다.

3. 상권동적특성에서 업종중심특성과 고객중심특성은 순환구조가 이루어진다.

상권의 업종중심특성이 이전하게 되면, 그로 인해 고객중심특성이 변하게 되며, 이렇게 변하는 고객중심특성에 의해 업종중심특성이 영향을 받게 되는 순환구조가 이루어진다. 예를 들어 업종중심특성이 주점이나 음식점인 상권에서 소매업이 증가되는 업종중심특성이 이전되면, 고객중심특성은 저녁에서 오후시간대로 확대되거나, 여성비중이 높아지게 방향으로 이전되며, 이러한 고객중심특성이전은 다시 소매업을 강화시키는 업종중심특성이전 촉진을 유발시키는 순환구조가 됨을 의미한다.

4. 한 상권의 중심특성이전은 주변상권의 동적특성변화(업종중심특성, 고객중심특성)에 영향을 미친다.

도시인구가 증가함에 따라 증가하는 자연증가분과 타 지역에서 유입되는 업체들에 대한 영향관계도 존재할 수 있지만, 한 상권의 업종중심특성변화는 해당상권으로부터 유입 또는 유출되는 업종이 주변상권특성에 적절한 방향으로 이전되거나, 주변상권으로 부터 유출을 촉진시킴으로서, 업종중심특성을 강화 또는 약화시킨다. 이는 다시 고객중심성향을 강화시키거나 약화시키는 방향으로 이전된다.

5. 성숙형, 성장형, 쇠퇴형상권의 구분은 업종중심특성의 분포 이전속도, 강화 또는 축소에 따라 구분할 수 있다. 성숙형 상권은 중심업종특성이 상대적으로 고르게 분포되어 있을 뿐만 아니라, 중심업종성향이 빠르게 이전됨을 보여주고 있다. 성장형 상권은 업종중심특

성이 뚜렷하며, 강화되는 추세에 있지만, 업종분포는 고르지 않다. 반면 쇠퇴형 상권은 업종 중심특성은 뚜렷하나, 중심특성이 축소되는 추세에 있으며, 타 업종으로의 중심특성 이전이 발생하지 않는다.

6. 상권에 영향을 주는 자극이 있으면, 자극의 형태에 따라 유동인구의 성향이 변한다. 천안역상권의 경우 멀티플렉스를 포함한 쇼핑몰이 입점 되면서, 주중에 비해 주말비중이 높아지고, 남성에 비해 여성비중이 급격히 증가하며, 연령별 고른 분포에서 20대와 40대 비중이 급격히 높아지는 형태로 바뀐 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 상권활성화를 위한 모든 투입 요소에 대해서 유동인구의 중심성향은 변화가 있을 것이다. 그러나 투입요소에 대한 효과검증과 어떠한 요소를 투입할 것인지에 대한 예측체계구축이 이루어져야 할 것이다.

이상의 내용을 정리하면, 상권은 동적특성을 가지며, 상권중심특성은 상권고객특성과 상호작용함과 동시에 상권과 상권 간에 상호작용관계가 있음을 보여주고 있다. 뿐만 아니라 활성화된 상권과 비활성화된 상권에 대한 분석을 유동인구와 업종의 중심성향변화를 비교함으로써, 상권 수준을 평가할 수 있을 것으로 판단된다. 마지막으로 상권에 자극을 투입할 경우 상권에 미치는 영향관계가 있음을 예측할 수 있다.

결론적으로 지역상권 활성화는 상권 내 업종구성과 유동인구의 동태적 특성분석에 의해 상권 및 상권고객의 특성을 평가하고 그에 적절한 자극을 투입함으로써 상권쇠퇴를 저지하거나 상권활성화를 기대할 수 있을 것이다. 이는 상권별로 상권을 구성하는 업종구성과 유동인구의 특성이 상권별로 서로 차별화되어 있다는 것을 의미하며, 각각의 상권에 적합한 활성화정책을 마케팅전략관점에서 접근할 수 있다고 할 것이다.

VI. 정책개발방향에 대한 제언 및 향후 연구방향

천안시 상권의 실증분석에서처럼 상권을 둘러싸는 내·외적환경변화에 의해 동적특성변화를 가진다. 상권의 업종중심특성은 강화되거나, 약화되거나, 또는 중심특성이 이전되는 3가지 동적특성이 있었으며, 상권업종중심특성은 유동인구중심특성과 상호영향관계에 있고, 상권중심특성과 고객특성에 의해 상권유형을 구분하였다. 마지막으로 상권에 투입되는 자극에 의해 상권고객특성변화가 있음을 도출하였다.

이상의 내용을 통해 지역상권 활성화는 상권특성에 적합한 유동인구중심특성의 유지, 강화 또는 중심특성전이를 위한 관리차원으로 전환시킬 수 있다. 이처럼 상권동적특성분석을 통한 상권 활성화정책수립을 위해서는 첫째 상권데이터가 기간에 걸쳐 체계적으로 관리되어야 한다. 본 연구에서는 업종데이터와 유동인구데이터만을 사용하였지만, 상권 내 구매

력평가데이터, 교통체계, 주요시설 이용현황, 프랜차이즈 직·가맹점데이터, 상권면적 및 밀도 등 상권동적특성분석을 보다 일반화 시킬 수 있는 데이터집합체라 하겠다. 따라서 상권과 상권을 구성하는 데이터관리체계가 구축되어, 상권관리체계가 일반화되어야 할 것이다.

둘째, 상권활성화 정책은 상권의 목표고객특성과 유입인구 특성간의 일치성을 고려하여, 상권활성화 정책을 수립하여야 한다. 이는 상권동적특성변수를 고려하여 최적화된 방안을 도출할 수 있다는 것으로 기존 연구에서 제시한 상권특성이 고려되지 않은 활성화방안에 비해 정책수립에 있어 보다 구체화 시킬 수 있다. 예를 들어 유동인구성향을 세분화하고, 고객 중심특성에 따른 상권활성화 전략을 수립하는 것으로, 상권특성에 따라 고객중심특성관리(유지, 강화, 전이)나 상권업종중심특성(유지, 강화, 전이)을 관리하는 전략을 수립할 수 있겠다.

투입변수 차원에서 물리적환경개선, 주거기능유치, 교통체계개선과 같은 상권외부환경변수를 포함하여, 상권 내 유동인구의 동선조절, 공실률최소화, 횡단보도설치, 버스노선조정, 상권 내 활성화지역과 비활성화지역의 편차축소, 상권진출입로조정, 성별·연령별 고객특성이 고려된 상권편의시설 등 상권내부변수를 관리할 수 있다.

상가변영회 등 상권 내 자생조직 차원에서도 상권동적특성에 근거하여 신규 출점자에 대한 자문과 영업관리지도가 가능하며, 상권분위기유지, 건축물 리모델링, 공동프로모션 등 상권동적특성변화에 스스로 대응 할 수 있을 것이다.

업종에 있어서도 고객중심특성이 젊은 남성인 경우에는 퓨전주점, 호프점, 인터넷게임방, 휴대폰판매점, 당구장, 노래방, 편의점 등을 선호하며, 젊은 여성들이 선호하는 업종은 커피전문점, 스파게티점, 경양식점, 보세의류점, 중저가 브랜드 화장품점, 악세사리점, 선물용품점, 브랜드 도너츠 및 피자점, 퓨전음식점, 분식점 등이다. 반면 중장년층이 중심성향인 경우에는 브랜드의류점, 상설의류타운, 의료가판매점, 홈패션점, 등산용품점, 골프용품점, 생활용품점, 중대형음식점, 금융, 병원 등 연령과 성별에 따라 선호하는 업종경향이 다르다.

이동수단에 대해서도 젊은 층은 대중교통을 선호하며, 중년층 이상은 승용차를 선호한다. 따라서 주차장 확보여부나, 차 없는 거리, 문화거리조성 등은 상권의 중심특성에 따라 다르다.

상권 내 고객중심특성의 주요이동시간대에 따라서도 다르다. 남성우위 야간시간대에 활성화되는 상권은 음식과 주점성향이 강하고, 오후시간대 활성화된 상권은 소매업성향이 강하다. 이렇듯 상권의 동적특성에 따라 상권 활성화를 위한 전략적 선택은 달라지며, 업종중심특성과 고객중심특성을 유지, 강화, 전이시키기 위한 투입요소관점에서 선택해야 할 것이다.

셋째, 개별상권 위주의 정책이 아닌 도시전체관점에서 상권별 중심특성이 차별화되거나, 상권 간 균형조정을 추구해야한다. 상권중심특성이전은 주변 다른 상권의 중심특성에 영향 관계가 있는 것처럼, 개별상권 관리하는 도시전체차원에서 상권중심특성분담, 동적특성변화수준 등이 고려되어야 할 것이다.

넷째, 상권 활성화정책의 또 다른 목적은 업종의 운영주체인 소상공인의 활성화로 제안된

다. 중앙정부차원에서 추진되던, 소상공인지원과 육성은 그 성과가 가시적으로 창출되고 있고, 지원초기에 비해 매우 다양한 지원정책이 시행되고 있으나, 여전히 개별경쟁력강화차원에서 이루어지고 있다. 따라서 소상공인지원정책은 상권활성화 정책과 더불어 동시에 추진되어야 한다.

본 연구는 기간의 경과에 따른 상권의 동적특성을 업종중심특성과 고객중심특성의 적합도에 따른 지역상권 활성화방안을 정책적 차원에서 제시하였다. 기존의 선행연구들과는 달리 상권 활성화정책을 평면적 개념이 아닌 동태적관점에서 접근하였다.

향후 연구방향은 첫째, 상권동적특성변수를 본 연구에서는 업종과 유동인구만으로 제시하였으나 상권수준을 일반화시키기 위한 구매력평가데이터, 교통체계, 주요시설 이용현황, 프랜차이즈 직·가맹점데이터, 상권면적 및 밀도 등 상권동적특성변수개발이 이루어져야하며, 이를 상권쇠퇴지수로 발전시켜 나가야 할 것이다.

둘째, 상권활성화 투입요소에 대한 효과검증연구와 투입요소별 민감도분석으로 상권활성화 모델이 개발되어져 할 것이다.

본 연구의 한계점으로는 업종구성과 고객구성에만 의존하였다. 이로 인해 실무적 차원이 아닌 상권의 성장, 성숙, 쇠퇴를 데이터를 통해 명확히 제시하기 어려웠고, 상권별 데이터의 부족으로 천안역상권은 상권동적특성변화를 설명하기에 다소 부족함이 있었다. 또한 상권들 간의 상호영향관계에 대해서도, 천안시 대표상권들만을 추려내어 분석함으로써 타상권이 미치는 영향관계와 천안시의 인구증가에 따른 소상공인수와 타지에서 유입에 의한 증가가 미치는 영향을 제외함으로써, 상권들 간의 상호작용에 대한 영향관계를 설명하기에 부족함이 있었다. 향후 연구에서는 탐색적 결과를 바탕으로 상권관련 데이터구성과 관찰시기를 정교화 하여 결과를 더욱 명확히 할 필요가 있을 것이다.

- 논문접수일 : 2012.04.25
- 게재확정일 : 2012.06.25

❖ 참고문헌 ❖

- 강병주, 이건호, 오덕성, 김혜천 (2000). 도심공동화 원인과 활성화대책. 도시정보, 제215, 1-12.
- 김혜천 (2003). 도심공동화 문제의 이해와 도심재생의 접근방법. 도시행정학보, 16(2), 79-99.
- 박천보, 오덕성 (2002). 도심활성화를 위한 전략과 방안에 관한 연구 -천안시를 중심으로-. 충남대학교 공공문제와 정책(구 지역개발논총), 14, 53-76.
- 박현식 (2007). 원주상권 활성화를 위한 유통정책. 한국경영학회 통합학술대회.
- 변명식 (2006). 중심시가지 상권활성화를 위한 제도적 지원방안. 한국마케팅과학회, 학술발표대회논문집.
- 소상공인지원회 (2007). 소상공인실태조사.

- 소상공인진흥원 (2010). 소상공인실태조사.
- 소상공인진흥원 (2011). 2000~2009년 소상공인생태분석.
- 신중국, 천명환, 박민숙 (2008). 최신 유통원론, (주)한국맥그로힐.
- 아산소상공인 지원센터 (2004, 2007). 두정동상권 조사보고서.
- 아산소상공인 지원센터 (2004, 2007). 신부동 먹자골목 상권 조사 보고서.
- 아산소상공인 지원센터 (2004, 2007). 천안역상권 조사보고서.
- 오덕성 (2002). 대전 원도심 공동화 원인과 활성화대책. 충남대학교지역개발논집, 제14권.
- 이창무, 안건혁, 안내영 (2001). 분당상권의 형성과 변화과정에 관한 연구. 대한국토·도시계획학회지, 국토계획, 36, 7.
- 최봉문 (2003). 대전광역시 두 개 도심간 도심기능 변화에 관한 연구. -1994년과 1999년의 두 시점의 변화를 중심으로-. 도시행정학보, 16(3), 77-91.
- 최장호, 윤현덕 (2007). 중심시가지 상권활성화를 위한 정책과정 모형수립에 대한 연구. 유통연구, 12(5), 105-124.
- 최충익, 진상현 (2007). 대산읍 중심시가지 활성화에 관한 전문가 인식유형. 대한국토·도시계획학회지, 국토계획, 42-45.
- 한국유통물류진흥원 (2005). 중심시가지 활성화사업 기반구축.
- 한주성 (2003). 유통지리학, 한올아카데미.
- Clark, W. A. V. & Ruston, G. (1970). Models of Intra-Urban Consumer Behavior and Their Implication for Central Place Theory. *Economic Geography*, 46(3), 486-497.
- Dellaert, B. G. C., Arentze, T. A., Bierlaire, M, Borgers, A. W. J, & Timmermans, H. J. P. (1998). Investigating Consumer's Tendency to Combine Multiple Shopping Purpose and Destinations. *Journal of Marketing Research*, 35(2), 177-188.
- Grapentine, T. H. & Weaver, D. A. (2009). What Really Affects Behavior. *Marketing Research*, 21(4), 12-17.
- Lowry, J. R. (1997). The Life Cycle of Shopping Centers. *Business Horizons*, 40(1), 77-86.
- Patricia, M. & Anderson, P. M. (1985). Association of Shopping Centre Anchors with Performance of a Nonanchor Speciality Chain's Stores. *Journal of Retailing*, 61, 2.
- Stephen, B. (1992b). Tenant Mix, Tenant Placement and Shopper Behavior in a Planned Shopping Centre. *Service Industries Journal*, 12(3), 384-403.
- Suna, Kayb. & Chewc Brown. (2009). Development of a Retail Life Cycle: The Case of Hong Kong's Department Store Industry. *Asia Pacific Business Review*, 15(1), 107-121.
- Walmsley A. & Lewis R. (1984). Human Geography: Behavioral Approaches. *Longman*, London.

A Study on Policy Suggestions of Commercial District Revitalization through the Interaction between Local Commercial Districts and Customer Component : The Way of Revitalizing Commercial Districts in Cheonan City

Kim, Hyun-Gyo* · Kim, Cheol-Ho** · Lee, Dong-Il***

ABSTRACT

This study is in the purpose for the revitalization of traditional market as comparing to the relevancy between the central characteristics of a floating population going around for buying something or eating food and lots of small-sized businesses comprising of the commercial districts. The several traditional markets such as Cheonan station, Dujeong-dong, Sinbu-dong in Cheon-An city has been investigated repeatedly almost every two or three years by the Small Enterprise development Agency(SEDA) since 2001. By analyzing the raw data of those commercial districts made by SEDA, we can calculate the number of firms and the ratio of business type of each commercial districts. In this research, the type of each business is classified into four groups such as restaurant, service, retail and the rest. Moreover, the central character of the floating population is derived from the raw data, which means the customer information about sex, age structure or the most populous time zones. From these characteristics, one commercial districts has his own specific features distinguishing from the others.

The most important differences of past researches are firstly the dynamic viewpoint rather than a static one. Secondly it suggests that the relation between the central characteristics of districts and the floating population would exist. Lastly, it suggests that the interaction between both of them have a significant effect on the growth or decline of the districts and the rates of business type, other adjacent commercial districts as well.

Eventually, this study provides several meaningful points for the revitalization of commercial districts to government or stakeholder such as management organization, business owners and new starter etc.

Keywords : Commercial Districts, Revitalization, Customer Information, Dynamic Viewpoint, Small-sized Businesses

* Researcher, Institute of Distribution & Franchise, Sejong University(khg423@naver.com)

** Doctoral Student, Dept. of Business Admin., Sejong University(chostcho@naver.com)

*** Professor, Dept. of Business Admin., Sejong University, corresponding author (donlee@sejong.ac.kr),