http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2012.12.03.442

이용자 위치 분석을 통한 전통시장 상권분석

Commercial Impact of traditional Market through User's Position-information Analysis

이상규
한국교통대학교 도시공학과

Sang-Kyu Lee(thankyu@cjnu.ac.kr)

요약

재래시장의 활성화를 위한 다양한 개선안이 연구되기 위해서는 먼저 전통시장의 현황을 정확히 분석하는 방안이 중요하다. 이러한 전통시장의 상권을 분석하기 위해 이용자위치분석방법을 통해 전통시장의 상권분석을 연구하였다. 사례지역으로서 평택의 전통시장은 최근 다양한 개발 및 계획들이 모색되고 있어, 전통시장의 변화를 많이 보여줄 수 있는 잠재력이 있는 곳으로 평가되어 선정하게 되었다. 이용자위치를 이용하여 설문을 진행한 결과 평택의 전통시장은 경쟁력이 있는 전통시장으로 판단되며, 현재의 상권범위를 확대하여도 가능하며, 이를 위해 또한 자동차 접근성을 강화할 필요가 있다. 또한 가족단위의 쇼핑전략이 필요한 것으로 연구되었다.

■ 중심어 : | 전통시장 | 상권분석 | 이용자위치분석 |

Abstract

Various studies are being carried out to propose a idea for improvement of traditional markets. First of all, it is needed to analysize the current situation of traditional markets. With the help of Customer Spotting Technique the Tongbok traditional market in Pyungtaek has been studied for the case study. The case study was carried out through surveys which are composed of two steps. The first is on the inquiry of users around Tongbok market. The second inquiry is to residents in Pyungtaek. The results are as following: Tongbok market is able to maintain the competitiveness. The proportion of Tongbok is relevant to 13.6% of the total Pyungtaek market, and is to be assessed as a representative market in Pyungtaek.

■ keyword : | Traditional Market | Commercial Impact Analysis | Cutstomer Spotting Technique |

I. 서 론

1. 문제제기 및 연구목적

전통시장은 마케팅이 다변화하면서, 최근 2000년 들어 점차 위축되고 쇠퇴하는 추세이다. 이를 극복하기 위한 다양한 방법들이 제안되고 있는 가운데, 특히, 정부는 2002년 "중소기업의 구조개선과 전통시장 활성화를 위한 특별조치법"을 제정하여 지원하기도 하고, 최근들어 2010년에는 기존의 "재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법"을 "전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법"으로 개정하면서 상권 활성화 구역을 지정하여 지원하는 여러 방안들이 추진 중에 있다.

전통시장의 활성화 논의를 위해서는 무엇보다 먼저 전통시장의 정확한 진단이 필요하기 때문에 사회경제

접수번호 : #120130-003
접수일자 : 2012년 01월 30일
심사완료일 : 2012년 02월 16일
교신저자 : 이상규, e-mail : thankyu@cjnu.ac.kr

적인 변수들을 고려하는 것이 중요하다. 주 소비계층의 연령변화, One-stop 구매와 같은 소비행태의 변화는 구매력이 대형백화점과 할인점 등 신업태로 집중되고, 교통수단의 발달과 인터넷 등 정보화의 진전으로 소비행태가 급속히 변화, 확대되고 있다(충주시, 2011).

이러한 전통시장의 상권분석에 대한 논의가 보다 확대될 필요가 있다는 점을 고려해 볼 때, 전통시장의 이용자에 대한 분석이 상권활성화의 기초를 형성할 것으로 판단된다. 이러한 배경하에 본고에서는 이용자위치분석을 통해 상권분석과 고객특성을 파악하는 CST 방법을 통해 전통시장의 상권의 영향권을 진단하고자 한다. 이러한 방법은 통행객을 대상으로 하는 설문조사를 시행하여 분석하는 방법과, 전통시장의 지출액 및 이용률 분포 파악을 위해 해당시의 지역주민에 대한 설문조사를 2차적으로 적용하도록 할 것이다.

이러한 사례지역으로서 특히, 평택의 '통복'전통시장은 발전적인 잠재가치가 인정되어 여러 도시개발 방법을 통해 상권회복이 논의되는 지역이어서, 이용자의 특성 및 변화에 대한 분석틀은 매우 유용할 것으로 판단된다.

2. 연구범위 및 선행연구 검토

지역적인 범위는 평택시 통복전통시장을 포함한 평택시 전체로 하였으며, 조사는 2009년에 이루어졌다. 그리고, 통복전통시장의 대부분의 점포를 조사하고, 인근 이용자에게 설문을 시행하였다.

선행연구를 검토하여 보면, 상권분석 이론에 관한 연구는 대체로 점포를 특정 용도로 사용할 때 기대할 수 있는 매출액을 추정하는 것에 초점이 맞추어져 있다. 매출액을 추정하는 모델은 대부분 상권을 설정하고, 상권 내 이용자의 크기를 추정하고, 이용자의 구매 능력을 고려하여 가능한 매출액을 추정하는 형태이다.

상권설정에 관한 연구에는 중심지이론, 중력모형, Huff 모형, 확률선택모형 등이 있는데, 상권의 영향요인을 추출하는 연구로는 이창무/여홍구/나강열과 손영기/안상현/신영철 등이 있으며, 분석 대상 지역의 이용가능인구의 구매력을 추정하는 연구로는 이상현 등이 있다.

이 분야 연구들에서 나타나는 한계는 특정 용도에 한정된 연구로서, 매출액 추산 시 이용가능인구 추정에 주택에 거주하는 인구들만 고려할 뿐 다른 시설로 부터 유발될 수 있는 인구를 고려하지 못한다는 점이 있다.

하지만, 전통시장은 이용자의 특성이 강하게 나타난다는 점에서, 기존 상권분석 이론의 방법론보다는 전통시장의 이용자에 대한 분석이 상권활성화의 기초를 형성할 것으로 판단된다. 이를 위해 이용자위치분석기법(Customer Spotting Technique, CST)을 적용하여 상권범위와 고객특성을 파악하기 위해, 일차적으로 사업대상지 인근 혹은 경쟁시설의 일정 지점에서 통행객을 대상으로 하는 설문조사를 시행하여 분석한다. 이를 "주소지를 통한 상권분석"으로 하고, 평택시민의 통복시장 지출액 및 이용률 분포 파악을 위해 평택시의 읍면동 주민의 지역주민에 대한 설문조사를 2차적으로 이용할 것이다.

표 1. 선행연구와의 적용비교

분석방법	특징	전통시장 적용
중력모형, Huff모형, 확률선택모형	상권의 영향요인추출	상권분석 적용에 비효율적
구매력측정	이용가능인구만 고려하여 상권분석	이용대상 한정하기 어려움
이용자위치 분석(CST)	고객위치와 지출의사 분석	지역 이용자에 초점

II. 통복전통시장 현황분석

1. 개요

통복 전통시장은 평택지역에서 약 1950년대부터 평택시 통복동 100-1번지 주변일대에 형성된 전통시장이다. 현재(2009) 상가현황을 보면, 야채, 청과물 등 농산물, 잡화, 포목류, 식당 등 600여 개의 상설점포에 전형적인 전통장터이다.

주변여건을 보면, 철도 부설로 폐쇄된 소시장이 옮긴 구 평택장(현재의 원평동 소재, 3, 8일에 개시)에서 6·25 전쟁 직후 경기남부 교통의 중심지인 현 위치로 이전하여 미곡시장과 우시장을 중심으로 형성되어 있다. 시가지에 전문유통업소(백화점, 슈퍼마켓, 할인점 등)가 있으나 상주인구의 증가로 활기를 띠고 있는 상황이다.

시장 내 500여 점포 중 도로변에 위치한 일부 상가는 현대식으로 모양을 갖추었으나 대부분 오래된 목조건물과 스레트, 기와 지붕의 재래민속시장이며, 정기 5일장날 외 평일에도 다양한 지역 농·수산물·특산물 등 산지물품이 많이 반입되어 저렴한 가격으로 공급되고 있다.

운영방법으로는 상설시장의 기능에 5일장(5일, 10일)으로 운영되고 있으며, 특색있는 상품으로는 계절별로 다양한 농, 수산물, 평택 배, 평택 쌀, 순대국밥, 의류 등이 공급되고 있다.

2. 통복전통시장 점포현황

업종별 점포에 대해 현장조사한 결과. 통복전통시장 내에 모두 462개의 점포가 분포하고 있으며, 업종별로는 대중식당이 64개로 가장 많고 의류(51개), 반찬/떡집(39개), 서비스및의료(36개), 포목(33개), 정육(33개) 등의 업종이 비교적 점포수가 많게 나타나고 있다. 이에 비해 그릇, 인삼 등의 업종은 점포수가 10개 이하로 비중이 매우 낮은 편이다[그림 1][그림 2].

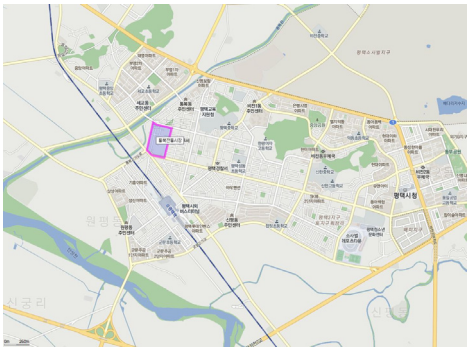

그림 1. 평택시내에서의 통복전통시장 위치도

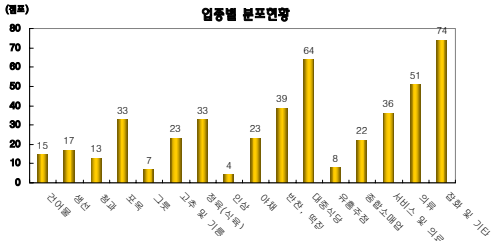

그림 2. 업종별 점포현황

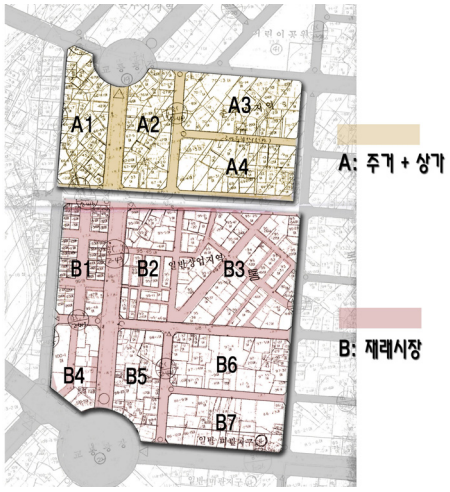

그림 3. 연구대상지역 블록구분도

블록별 점포현황을 보면[그림 3], 블록별로는 포목전이 위치한 B3블록에 가장 많은 92개의 점포수가 분포하며, B2(71개), B6(42개), B1(41개), B5(39개), B7(37개) 등에 비교적 많은 점포가 분포한다. B3블록에 전체 점포의 1/5이 분포하여 시장내에서 비중이 매우 높다고 할 수 있다.

업종별/블록별 점포현황을 보면, 업종별 군집현상이 일부 발견되는데 건어물/생선은 B1/B2블록, 포목은 B3블록, 고추 및 기름은 B1블록, 정육은 B2블록, 야채는 B1블록, 반찬, 떡집은 B2/B3블록, 대중식당은 B2블록, 의류는 B3/B6블록, 잡화 및 기타는 B3/B7블록 등에 편중 분포한다. 이에 비해 청과, 그릇, 서비스 및 의료 등의 업종은 비교적 고르게 분포하고 있다.

III. 전통시장 상권분석

1. 분석 방법

전통시장의 상권분석은 지역의 활성활를 목적으로하는 기초적 작업으로서, 먼저, 방문고객의 주소지 분포를 이용하는 방법과 평택시민의 통복시장 지출액 및 이용률 분포를 이용하는 방법을 이용하였다. 즉, 설문조사는 두 개로 나뉘어지는데, 방문고객의 주소지분포 조사는 방문객에 대한 설문조사를 실시하였고, 시장의 지출액

및 이용률분포는 읍면동별 인구비례로 지역주민 설문조사 실시하였다.

방문고객 설문조사와 지역주민 설문조사의 신뢰도 차이를 보면, 방문고객 설문조사의 경우, 시간대별 유동인구의 편차가 그리 크지 않으며 대체로 10:30에서 19:00 사이에 일정규모 이상의 유동인구가 유입되어 있는 것으로 판단된다. 하지만, 방문객의 설문조사보다는 지역주민 설문조사가 상권분석 결과에 보다 객관적인 신뢰성이 높다고 할 수 있다.

2. 분석의 진행

2.1 방문고객의 주소지 분포를 통한 상권분석

시장 방문객 198명의 주소지 분포를 보면 비전2동(16.2%)과 비전1동(15.2%), 세교동(12.1%) 등 3개동 주민이 전체의 43.5%를 차지하여 통복전통시장의 핵심상권이라 할 수 있다. 아울러 통복동(9.6%), 신평동(8.6%), 합정동(7.1%), 원평동(4.0%) 등을 합하여 구평택시 지역에서 방문한 고객이 전체의 약 70%를 넘고 있다. 따라서 구평택시 지역을 통복시장의 1차 상권 범위로 설정할 수 있다. 이 밖에 팽성읍(5.1%)과 안중읍(3.5%), 고덕면(2.5%), 서정동(2.5%), 안성시(2.5%) 등 인접한 지역들에 걸쳐 통복시장의 2차 상권이 형성되어 있는 것으로 파악된다.

2.2 지역주민 소비지출 분포를 이용한 상권분석

평택시 유통업태별 시장점유율 추정을 분석하여 보면, 읍면동별 인구비례로 실시한 지역주민 설문조사 결과에서 평택시 상권구조에서 차지하는 통복전통시장의 위상을 파악할 수 있게 된다. 평택시민이 통복전통시장에서 지출하는 액수는 일평균 251백만원, 연간 904억원에 달하는 것으로 추정된다(2000년 경기도내 대형할인점 점포당 연간매출액이 806억원과 비교). 아울러 평택시민 전체소비 지출액의 13.6%를 통복전통시장에서 흡수하는 것으로 분석된다. 대형할인점의 30.7%에 비해 크게 낮은 수준이지만 평택시내 여타의 상설/정기시장 매출액을 합한 액수보다 훨씬 큰 매출액 규모로서 지역 대표시장으로서 면모를 유지하고 있는 것으로 나타난다[표 1].

아울러 평택시 전체 가구의 약 60%가 통복전통시장에서 다소간의 소비지출을 하고 있는 것으로 조사되었다. 통복시장 이용율 60%는 대형할인점 이용률 57%보다 다소 높은 수치로서 통복시장이 평택시민이 가장 애용하는 쇼핑시설로서 그 위상을 아직까지 유지하고 있음을 말해 준다고 판단된다.

[표 2]에서 보면, 인접 시군에서 평택시로 원정쇼핑 오는 경우와 도매거래액을 포함하면 통복전통시장의 총 매출액 규모는 더 높은 수준이 될 것이다.

표 2. 평택시 유통업태별 시장점유율 추정

	설문응답자 월평균 총지출액(원)	설문응답자중 이용자수	이용자당 평균 지출액 (원)	설문응답자당 월평균 지출액 (원)	평택시 월평균 총지출액 (백만원)	평택시 일평균 총지출액 (천원)	평택시 연평균 총지출액 (백만원)	업태별 상권비중 (%)	업태별 이용율 (%)
통복전통시장	18,744,000	180	104,133	62,480	7,538	251,274	90,459	13.6	60.0
기타 상설전통시장	8,410,000	80	105,125	28,033	3,382	112,741	40,587	6.1	26.7
농촌지역5일장	6,297,000	70	89,957	20,990	2,532	84,415	30,389	4.6	23.3
도시형 정기시장	3,050,000	40	76,250	10,167	1,227	40,887	14,719	2.2	13.3
백화점	11,090,000	63	176,032	36,967	4,460	148,668	53,520	8.1	21.0
대형할인점	42,150,000	171	246,491	140,500	16,951	565,044	203,416	30.7	57.0
중소형 할인마트	10,140,000	77	131,688	33,800	4,078	135,932	48,936	7.4	25.7
도심/부도심 전문상가	4,280,004	39	109,744	14,267	1,721	57,376	20,655	3.1	13.0
대형슈퍼	5,720,000	43	133,023	19,067	2,300	76,680	27,605	4.2	14.3
소형슈퍼	17,951,000	175	102,577	59,837	7,219	240,643	86,632	13.1	58.3
인터넷,홈쇼핑	9,289,000	69	134,623	30,963	3,736	124,524	44,829	6.8	23.0
기타	220,000	4	55,000	733	88	2,949	1,062	0.2	1.3
합계(평균)	137,341,004			457,803	55,234	1,841,132	662,808	100.0	

주: 1) 전체 설문응답자수는 300명이며, 업태별 이용률은 업태별 이용자수를 300으로 나눈 %값임

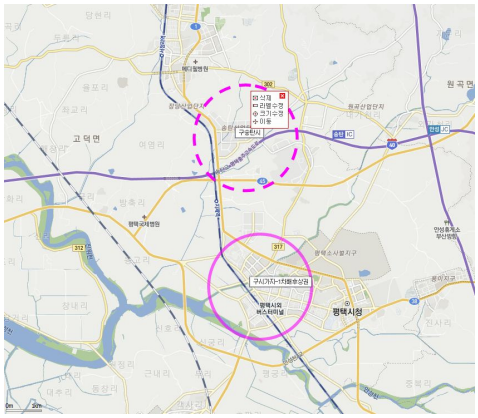

그림 4. 상권 위치도

다음은 통복시장 지출액 기준 지역별 상권비중을 분석한 내용이다. 읍면동별 통복시장 지출액을 기준으로 한 상권비중 분석에 의하면, 세교동이 통복시장 지출액의 16.2%를 차지하여 핵심 배후상권이라 할 수 있으며 서정동 또한 13.0%로서 매우 중요한 배후상권에 해당한다. 이 밖에 고덕면(11.1%), 신평동(10.2%), 팽성읍(7.9%), 비전2동(7.6%), 원평동(6.6%) 등의 지역들도 비교적 높은 상권비중을 나타낸다. 방문고객수의 지역분포 분석결과와 지출액의 지역분포 분석결과가 상당한 불일치를 나타내고 있으며 이는 가구당 평균지출액이 읍면동에 따라 큰 편차를 보이기 때문이다. 방문고객 설문에서 고객수 비중이 가장 높게 나타났던 비전2동의 경우 가구당 지출액은 세교동의 1/3 수준에 불과하여 지출액 기준 상권비중은 훨씬 낮게 나타나고 있다.

주민이용율 기준 상권분포를 살펴보면, 먼저, 지역주민 가운데 신평동(94.7%), 세교동(85.0%), 통복동(83.3%) 등 구평택시 지역 읍면동은 대부분 60%이상의 이용률을 나타내어 통복시장의 1차 상권[그림 4]을 형성하고 있음이 확인된다. 고덕면(100.0%), 팽성읍(83.3%), 서정동(87.5%), 중앙동(63.6%) 등 일부 읍면지역과 구송탄시 동지역의 이용률도 상당히 높게 나타나 이들 지역까지 포함하여 통복시장의 핵심 배후상권의 범위를 설정할 수 있다. 나머지 지역들은 통복시장 이용률이 20~30% 내외의 낮은 수준을 나타내어 통복시장의 주변부 상권이라 할 수 있다.

각 읍면동 주민들의 소비지출액에서 통복시장으로의 지출액이 차지하는 비중은 세교동과 통복동이 각각 42.5%로 가장 높고 고덕면(24.6%), 신평동(19.1%), 원평동(15.8%), 팽성읍(15.4%), 서정동(15.0%), 비전1동(14.0%) 등의 지역에서 비교적 높은 수준을 나타낸다. 구평택시 동지역들이 송탄이나 읍면지역들보다 통복시장 지출비중이 낮은 경우도 있으며 이러한 지역들은 주민들의 소비지출을 통복시장으로 제대로 흡수하지 못하고 대형할인점, 대형수퍼, 소형수퍼, 백화점 등 경쟁업태로 빼앗기는 비중이 매우 높기 때문에 실질적인 통복시장 배후상권으로 보기 어려운 경우라 할 수 있다.

반면에 고덕면, 팽성읍, 서정동 등은 구평택시 지역에 해당되지 않지만 지역주민들의 소비지출액 중 많은 부분이 통복시장으로 흡수되고 있어 실질적인 통복시장의 배후상권으로 보기에 충분한 것으로 판단된다.

표 3. 통복전통시장 상권분포(읍면동별 통복시장 지출액 및 이용율 분포

	설문응답자수	통복시장 이용자수	설문응답자 총지출액 (천원)	지역별 세대수	지역별 총지출액 (천원)	지역별 상권비중 (%)	통복시장 이용율 (%)
신평동	19	18	1,910	7,658	769,830	10.2	94.7
원평동	12	9	1,200	4,955	495,500	6.6	75.0
통복동	6	5	850	2,216	313,933	4.2	83.3
비전1동	14	11	865	5,855	361,755	4.8	78.6
비전2동	29	18	1,360	12,158	570,168	7.6	62.1
세교동	20	17	2,985	8,195	1,223,103	16.2	85.0
중앙동	22	14	820	9,654	359,830	4.8	63.6
서정동	32	28	2,632	11,943	982,311	13.0	87.5
지산동	10	2	200	4,021	80,420	1.1	20.0
송북동	18	2	240	6,993	93,240	1.2	11.1
신장동	18	6	760	6,077	256,584	3.4	33.3
팽성읍	24	20	1,442	9,869	592,962	7.9	83.3
안중읍	18	6	620	7,051	242,867	3.2	33.3
진위서탄	16	2	120	6,860	51,450	0.7	12.5
고덕면	12	12	2,120	4,726	834,926	11.1	100.0
청북오성	12	4	220	4,650	85,250	1.1	33.3
포승현덕	18	6	400	7,769	172,644	2.3	33.3
합계	300	180	18,744	120,650	7,538,212	100.0	60.0

3. 상권분석 종합 및 시사점

통복시장의 매출액 규모는 연간 800억원대로 경기도내 대형할인점 1개소와 맞먹는 수준으로서 근린상권이라기보다는 지역상권의 중심으로서 위상을 지니고 있

다고 볼 수 있다.

평택시민 소비지출에서 통복시장이 흡수하는 비중은 13.6%로서 대형할인점으로의 지출액(30.7%)의 절반 이하 수준이며 소형수퍼(13.1%)로의 지출액과 유사한 규모이다. 통복시장의 평택시민 소비지출에서 차지하는 비중이 13.6%로 지역내 기타 전통시장과 정기시장의 지출액 비중을 합한 것보다 높은 규모라는 점과 평택시민의 60%가 통복시장을 이용하고 있다는 점에서 통복시장은 지역대표시장으로서 면모를 충분히 갖추고 있다고 판단된다.

표 4. 읍면동별 소비지출 구조(유통업태별 지출비중, %)

	통복전통시장	기타상설전통시장	농촌지역5일장	도시형정기시장	백화점	대형할인점	중소형할인마트	도심/부도심전문상가	대형슈퍼	소형슈퍼	인터넷,홈쇼핑	전체
신평동	19.1	1.0	1.2	1.9	14.3	25.9	6.0	0.0	0.2	21.7	7.5	100
원평동	15.8	1.3	1.3	0.4	11.2	28.3	2.6	0.0	2.0	14.6	22.4	100
통복동	42.5	0.0	0.0	0.0	2.5	25.0	10.0	0.0	5.0	15.0	0.0	100
비전1동	14.0	0.8	1.9	6.5	5.3	34.0	13.6	8.9	7.3	4.9	2.8	100
비전2동	10.7	0.0	0.4	0.9	26.7	36.9	0.6	2.6	2.8	9.5	8.8	100
세교동	42.5	0.7	1.4	0.0	12.1	19.2	2.8	0.5	0.0	18.5	2.1	100
중앙동	8.0	11.3	9.3	1.0	0.0	39.5	7.2	2.9	0.6	15.6	3.7	100
서정동	15.0	7.6	3.1	2.6	6.3	31.1	1.1	5.7	8.1	13.5	5.9	100
자산동	7.1	25.0	0.0	0.0	0.0	32.1	25.0	7.1	0.0	3.6	0.0	100
송북동	1.9	5.7	5.4	0.0	2.3	34.8	1.5	5.4	10.8	22.9	9.3	100
신장동	9.5	19.9	13.2	0.5	5.0	19.9	1.0	2.5	3.7	14.9	10.0	100
팽성읍	15.4	3.8	8.0	3.3	11.7	35.6	4.5	2.1	4.5	2.9	8.1	100
안중읍	8.9	18.9	5.7	0.0	0.0	11.4	35.7	8.0	0.0	7.1	4.3	100
진위,서탄면	2.5	8.5	11.9	0.0	0.0	36.6	10.4	0.0	0.8	17.6	11.7	100
고덕면	24.6	0.0	0.0	15.1	0.0	47.6	1.2	0.0	0.0	11.6	0.0	100
청북,오성면	7.1	6.4	0.6	3.2	32.1	0.0	19.2	6.4	0.0	13.5	11.5	100
포승,현덕면	5.4	4.1	10.8	0.0	4.1	31.1	27.0	0.0	13.5	4.1	0.0	100
합계	13.6	6.1	4.6	2.2	8.1	30.7	7.4	3.1	4.2	13.1	6.8	100

지역대표시장으로서의 위상을 갖춘 통복시장의 활성화 과제는 규모의 경제, 파급효과 등을 고려할 필요가 있다. 과거로부터 현재까지 지역대표시장으로서 통복시장의 위상을 뒷받침해 온 것들 가운데 그 효력이 소진된 것을 가려내고 통복시장에 새로운 지역대표성을 부여할 수 있는 요소를 발굴, 도입하는 작업이 필요하다고 판단된다.

IV. 결론

통복전통시장의 경우는 평택시내에서 매우 유력한 상권이라고 판단된다. 시민의 60%가 이용하는 규모를 보유하고 있으며, 지역의 대표시장임이 확인되었다.

이러한 통복전통시장의 이용자위치분석(CST)결과, 변화된 유통산업 환경과 소비패턴을 적극적으로 수용하여 자기혁신을 통한 변화의 노력이 절실히 요구된다고 할 수 있다.

분석의 결과 다음과 같은 결론을 도출하게 되었다.

첫째, 통복시장의 핵심 배후상권 범위는 구평택시의 상당부분과 인접한 구송탄시 및 읍면지역 등을 포함하고 있으므로 이러한 상권특성을 고려한 고객유치 전략 또한 강구되어야 할 것이다.

둘째, 평택시민 소비지출에서 통복전통시장이 흡수하는 비중은 13.6%로서 대형할인점으로의 지출액(30.7%)의 절반 이하 수준이며 소형수퍼(13.1%)로의 지출액과 유사한 규모를 보이는 것으로 나타났다.

셋째, 통복시장의 평택시민 소비지출에서 차지하는 비중이 13.6%로 지역내 기타 재래시장과 정기시장의 지출액 비중을 합한 것보다 높은 규모라는 점과 평택시민의 60%가 통복전통시장을 이용하고 있다는 점에서 통복시장은 지역대표시장으로서 면모를 충분히 갖추고 있는 것으로 판단된다.

이러한 결론에 근거하여 지역대표시장으로서의 위상을 갖춘 통복전통시장의 활성화를 위해서는 시장 자체의 위상을 재정립하는 작업에서부터 시작할 필요가 있을 것으로 보인다. 과거로부터 현재까지 지역대표시장으로서 통복시장의 위상을 뒷받침해 온 것들 가운데 그 효력이 소진된 것을 가려내고 통복시장에 새로운 지역대표성을 부여할 수 있는 요소를 발굴, 도입하는 작업도 고련될 수 있을 것으로 보인다.

참 고 문 헌

[1] 충주시, “충주구도심 상권활성화 구역지정 타당성 연구”, pp.20-21, 2011.

[2] 경기도, “경기도 재래시장 특화육성 방안”, pp62-64, 2006.

[3] 서울시, “재래시장 활성화 연구”, pp194-195, 2003.

[4] 권귀석, 조진형, 강환수, “경쟁적 전력 시장 하에서 고객의 비용 절감을 통한 고객 평생 가치 증대에 관한 연구”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.9, No.12, pp.245-247, 2009.

[5] 권혁조, “재래시장 활성화 방안을 위한 연구”, pp.1-3, 한양대학교, 2009.

[6] 변창윤, “*도심 재래시장 변화에 관한 연구*”, 세종대학교 석사논문, pp.22-36, 2011.

[7] 손영기,안상현,신영철, “GIS 기반의 상권분석 모형 연구 : Huff 확률모형을 중심으로”, 한국지리정보학회지, 제10권, 제2호, 통권35호, pp.164-165, 2007.

[8] 양영신, “재래시장 활성화 방안에 관한 연구: 서울특별시 지원사례를 중심으로”, 경희대학교, pp13-15, 2007.

[9] 이상현, “Huff Model을 확장한 상권분석모델 개발 : ESRI 모델(2008) 개선을 중심으로”, 대한건축학회논문집, 제27권, 제6호, 통권 제272호, pp.151-160, 2011.

[10] 이창무, 여홍구, 나강열, “분당 신도시의 성장과 상권의 변화과정”, 국토계획, 제41권, 제6호, pp.65-66, 2006.

저 자 소 개

이 상 규(Sang-Kyu Lee) 정회원

- 1989년 8월 : 서울대학교 환경대학원(공학석사)
- 2001년 7월 : 독일 도르트문트 공간계획학과(공학박사)
- 2008년 4월 ~ 현재 : 한국교통대학교 도시공학과 교수

<관심분야> : 도심재생, 도시설계, 역세권개발, 경관계획