

# 구매행태 분석을 통한 분당과 주변도시의 상업중심성 변화과정

## Change of Commercial Centrality Level through Purchasing Behavior in Bundang Newtown and its Surrounding Areas

주현태\* · 이창무\*\* · 이진호\*\*\* · 신혜영\*\*\*\*

Joo, Hyun-Tae · Lee, Chang-Moo · Lee, Jin-Ho, Shin, Hye-Young

### Abstract

This study is noted Bundang & surrounding city's Commercial Centrality change and Self sufficiency through the analysis of purchasing behavior of the inhabitants of the city. In this study, we assume that you can judge the Self sufficiency through the Commercial Centrality. First, share of the region for purchasing by the type of goods was analyzed, which verified Bundang's centrality. A survey of retail purchases, medical and leisure destinations is research analyzed method. After reviewing the specific goods purchasing patterns of each region, its purchasing power in Bundang and Suji was higher. In addition, similar to past findings and the current(2010) connected to the research results, examined the changes in purchasing patterns between time. It was declined over time that purchasing power was concentrated in Bundang has declined over time. Also the surrounding area of Bundang new town that was going to make each of the central region.

키 워 드 ■ 자족성, 중심성, 구매행태, 구매지역  
Keywords ■ Self sufficiency, Centrality, Purchase behavior, Purchase area

### I. 서 론

정부는 1980년대 말 만성적인 주택공급 부족현상을 해소하고, 주택가격의 안정을 구축하여 국민들의 주거생활을 안정시키기 위한 방안을 마련하였다. 노태우 대통령의 선거공약이었던 주택 200만호 건설 계획의 일환으로 분당신도시를 개발하였다. 분당신 도시는 개발초기 서울이라는 모도시의 침상도시라

는 점과 이로 인하여 발생하는 낭비적인 교통에 기인하는 사회적 비용에 대한 비판을 받아왔다.(윤인하·김호연, 2003)

그러나 분당신도시는 지난 20년간 지하철 노선의 확대 및 지역 내 개발과 용인, 수지, 판교 등과 같은 주변지역의 개발로 인하여 상권의 특성과 영향력에 많은 변화가 발생하였다. 분당은 단순한 주거중심도시 이상의 기능에서 탈피하여, 지역중심으

\* Department of Urban Planning, Hanyang University (First author. joohyuntae@paran.com)

\*\* Department of Urban Planning, Hanyang University (Corresponding author. changmoo@hanyang.ac.kr)

\*\*\* Department of Urban Planning, Hanyang University (enzo00@hanmail.net)

\*\*\*\* Department of Urban Planning, Hanyang University (shy@lh.or.kr)

로의 발전이 이루어지고 있다는 연구 결과들이 제시되어 왔다.(이욱, 1996; 이창무·안건혁·안내영, 2001; 이창무·여홍구·나강열, 2006; 장준상·이창무, 2005)

주민들의 구매행태와 구매지 이용행태를 통하여 소비행태 및 범위 등 구매행태 변화과정을 살펴보는 과정은 중심지 체계라는 전통적인 이론 하에서 신도시의 명암을 재조명하는데 도움이 되리라 판단된다. 본 연구는 이와 같은 일련의 연구들의 연속선상에서 분당신도시가 현재 시점에서 주변지역과의 관계 속에서 상업중심지 위상이 중장기적으로 어떤 변화가 있었는지를 살펴보고자 한다.

본 연구의 대상지역은 분당신도시가 위치한 성남시와 그 주변지역인 용인시를 포함한다. 분당신도시는 입주가 시작된 지 20년이 경과했으며, 용인시는 지리적으로는 분당신도시 남쪽에 인접하면서 준농림지의 소규모 택지개발로 인한 난개발의 대표적인 사례로 논의된다. 난개발의 대표적 사례지도 시간이 지남에 따라 성장하고, 상업기능을 갖추었을 것으로 예상된다. 이들 지역의 상업중심성 및 상권변화를 알아보고자 본 연구를 진행하였으며, 재화별 구매행태를 바탕으로 구매지역 및 구매지 유형 범위를 알아보고자 하였다.

상권변화 과정을 분석하기 위하여 다음과 같은 연구 방법을 사용하였다. 먼저 설문조사를 통하여 분당 및 주변지역 주민의 상품유형별 구매지 및 상점유형 선택에 대하여 살펴보았다. 추가적으로 과거 유사한 연구결과와 현재(2010년) 조사결과를 연결하여 시점간 구매패턴의 변화를 살펴보았으며, 2015년 자료를 분석하기에 앞서 시간 흐름에 따른 변화를 확인하고자 한다. 이에 따라 본 연구의 구성은 기존 선행연구고찰과 연구결과들의 요약, 분당지역의 구매행태분석, 그리고 과거에서 현재까지 분당지역의 구매패턴의 시계열적 분석으로 구성되어 있다.

## II. 선행연구 고찰

### 1. 신도시 자족성 관련 연구

1980년대 후반 주택가격의 급격한 상승은 심각한 사회문제로 부각되어 주택가격을 안정을 목적으로 200만호 주택건설계획이 진행되었고, 분당신도시를 포함한 서울 외곽의 신도시 건설은 그러한 충격요법의 일환이었다. 이러한 신도시 건설은 수도권 인구조집중을 가속화시키고 주변 지역의 난개발을 불러일으켰다는 비난도 적지 않다(황희연, 2003). 그러나 이후 2000년대 말까지 주택가격의 장기적인 안정이라는 효과(장윤배·이성룡·채명진, 2011)를 낳기도 했다.

이후에도 신도시에 대한 비판적인 시각이 지속적으로 제시되어 왔다. 대표적인 예로는 신도시의 자족성 측면에서 주거중심의 침상도시 역할을 한다는 비판이 제기되었다(최중석·임창호, 2004). 침상도시로서 신도시는 모도시인 서울에 의존적 성격으로 인하여 수도권의 교통량을 증가시켜 교통 혼잡을 일으키는 주범이며 지역 내 산업의 부족으로 고용효과 떨어져 자족성 확보측면에서는 대체로 실패한 것이라는 주장이 제시되어 왔다(윤인하·김호연, 2003).

반면 김현수(2005)는 신도시 자족성을 고용자족지수와 직주비를 사용하여 평가한 후 분당신도시 입주 후 시간이 경과하면서 자족수준이 향상되고 있다고 주장하였다. 5개 신도시의 O-D자료를 사용한 장준상·이창무(2006)의 연구는 신도시 건설 이후 신도시의 고용기회가 향상되고 쇼핑기능이 정착되어 자족수준이 향상하고 있다고 판단하고 있다. 유사한 연구 결과가 정다운·김흥순(2010)에 의해서도 제시되고 있다. 이들 연구결과는 2006년 수도권 O-D자료를 이용해서 5개 신도시의 자족성 및 중심

성을 파악하여 자족수준을 살펴본 결과 직주불균형이 일어나고 있으나 생활측면의 자족성은 어느 정도 확보되고 있는 것을 보여준다.

이처럼 수도권 신도시는 긍정적 평가와 부정적 평가가 상존하고 있다. 이와 같은 평가의 주요 판단점 중 하나는 신도시가 자족성을 가지는가라는 점이다. 경제적 자족성을 판단할 수 있는 한 하부 지표로 상권변화에 대한 연구들이 진행되었다. 특히 분당에 대한 연구들이 많이 나타난다. 분당상권에 대한 연구들(이욱, 1996; 이창무·안건혁·안내영, 2001; 이창무·여흥구·나강열, 2006; 최성호·이창무·성장환, 2007)은 신도시 건설 이후 현재에 이르기까지 상권의 특성과 영향력에 많은 변화가 발생하여 단순한 주거중심도시 이상의 기능을 하고 있음을 보여준다. 이들 연구는 분당신도시가 현재에 이르면서 상권의 특성과 영향력에 변화가 발생하였고, 이에 따라 분당의 서울 의존성을 지닌 단계를 벗어나 하나의 독립적인 지역의 상업중심지로 성장 가능성을 보여주고 있다.

상업중심성에 대한 판단은 신도시의 상권형성이 이루어지는 시간을 고려하여 중장기적 관점에서 살펴보아야 한다. 또한 상업중심성에 대한 변화와 분석을 위해서는 해당 신도시뿐만 아니라 그 주변지역에 미친 영향까지 고려되어야 한다. 신도시의 건설 이후 주변 지역과의 관계 속에서 부족한 부분을 상호 보완함으로써 일정한 공간적 범위에서 달성되는 것은 신도시 성장이 일련의 합리성을 가지고 있다는 점을 나타내 줄 수 있다.

## 2. 분당신도시 권역 상업중심성 변화과정

분당지역 상권에 대한 초기 연구인 이욱(1996)은 분당신도시의 초기입주가 거의 완료된 1995년 분당신도시 주민의 구매행태에 관한 조사결과를 제시하

고 있다. 이 시점 분당에서 식료품의 경우는 지역 내 구매가 주류를 이루고 있으나 의류, 가구, 가전제품 및 귀금속의 경우는 서울에서 구매하고 있는 것으로 나타난다. 또한 구매상점의 유형은 분당에서는 근린상가와 백화점이, 서울에서는 백화점에서 주로 이루어지는 것으로 나타났다.

이후 5년이 경과된 시점인 2000년 분당신도시가 안정화되어가는 시점 이창무·안건혁·안내영(2001)은 분당지역에 대하여 유사한 연구를 수행하였다. 연구결과에 따르면 식료품과 의류는 분당 내에서 구매되나 가전제품 및 귀금속, 여가, 병원서비스 등은 여전히 서울에서 구매하는 경향이 높게 나타난다. 그러나 이욱(1996)의 연구에 비해 가전제품 및 귀금속, 여가, 병원서비스에 대한 분당지역에서 구매하는 강도가 상대적으로 증가하는 것으로 나타났다.<sup>1)</sup> 이창무·안건혁·안내영(2001)의 연구에서 나타난 또 다른 현상은 분당의 주변지역인 용인의 경우, 식료품, 의류, 가전제품, 의료에 대한 재화의 구매지역으로 분당의 흡입력이 높게 나타나 분당의 지역중심 기능이 강화되었다고 주장하고 있다.

용인지역에서 분당으로 흡입되는 구매력 강화는 분당이 지역적 상업중심지로 발전하기 시작하였다는 점을 보여준다. 용인시를 중심으로 한 조지혜·김영욱·박영기(2003)는 이와 같은 논의를 뒷받침해 준다. 이들은 용인시의 공간구분 특성을 파악하고 있으며 연구결과는 용인 내에서 구도심보다 분당신도시와의 연결성이 강화된 것을 보여준다.

2005년 이후에는 이창무·여흥구·나강열(2006)과 최성호·이창무·성장환(2007)이 분당지역에 대하여 유사한 구성의 설문조사를 실시하여 분당지역 구매행태에 대한 시계열적인 변화과정을 추적하고자 하였다. 이들 연구결과에 의하면 2000년에 비해 일반재화, 의료, 그리고 여가서비스 소비가 서울보다 분당지역 내에서 이루어지는 경향이 강화되었으며, 동시에 분당 주변지역에서는 분당으로의 유입 패턴

역시 증가되고 있는 것으로 나타난다. 이들은 이와 같은 결과를 기초로 분당신도시 위상이 침상도시에서 수도권 남부지역의 중요한 상품구매지, 여가, 위락, 의료서비스의 중심지 역할을 수행하는 곳으로 변모했다고 주장하고 있다. 다만 저차위 재화에 대하여는 주변지역의 자체 흡입력이 상당히 향상되었음을 보고하고 있다.

이들 연구들은 분당신도시의 건설과 이어지는 주변지역의 개발과정에서 발생하는 분당의 상업적 중심성과 주변지역 간의 관계가 동태적으로 어떤 변화과정을 보여주는 흥미로운 연구 시리즈라는 의미를 지닌다. 과거 선행연구를 살펴보면 분당신도시의 상업기능이 형성될 때부터 연구를 진행하여 왔다. 분당신도시는 서울시에 의존적이었던가, 일차적인 구매중심이 역할을 하였다. 2005년에는 분당신도시는 지역 내의 비중이 증가하고, 주변지역의 중심지로 변모하여 왔다. 본 연구에서는 그러한 동태적 변화과정을 지속적으로 추적하기 위한 후속연구로서 2010년에 이루어진 구매행태에 대한 유사한 설문조사결과를 바탕으로 살펴보고자 한다.

### Ⅲ. 설문조사 개요 및 기초통계

2010년 분당 및 주변지역의 구매행태를 분석하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 설문은 비교분석을 위하여 이창무·여홍구·나강열(2006) 연구의 조사항목과 가급적 동일한 항목으로 구성하였다. 위의 연구에서는 대상지역의 구매행태를 분석하기 위하여 Berry(1962,1967)의 연구에서 사용하였듯이 다양한 도표를 통하여 지역별 구매패턴을 표현하여 지역의 구매행태 및 상권을 해석하였다. 본 연구에서도 위의 방법을 통하여 분당의 상권형성과 분당과 분당주변의 도시간의 관계를 알아보려고 하였다. 본 연구는 크게 두 부분으로 나눌 수 있습니다. 첫째, 각 구별로 물건의 종류에 따라 어느 상점 유형

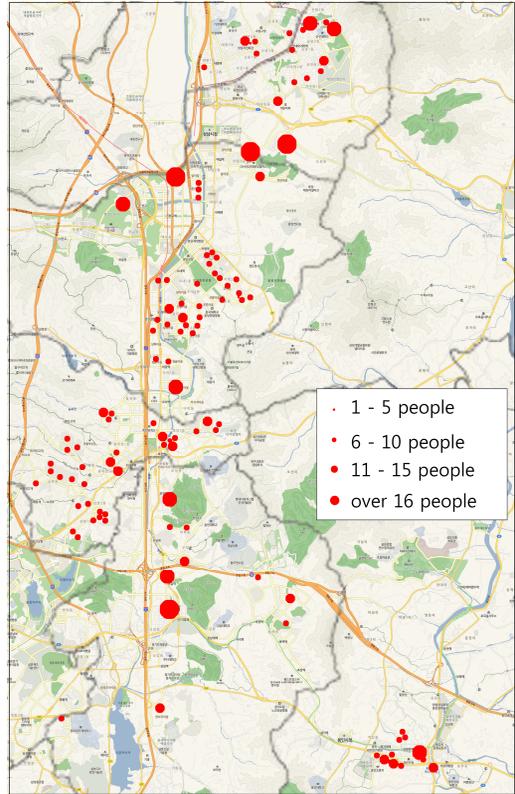


그림 1. 설문 응답자 분포도  
Figure 1. Survey respondents distribution

표 1. 응답자 연령 및 성별  
Table 1. Respondents age and gender

연령 Age	응답자수(명) Number of respondents			구성비 Composition (%)
	남 Male	여 Female	합계 Sum	
20대 20's	27	38	65	10.6
30대 30's	33	167	200	32.6
40대 40's	32	159	191	31.2
50대 50's	15	75	90	14.7
60대 이상 over 60's	19	48	67	10.9
합계 Sum	126	487	613	100.0

을 선택하는지 분석하여 지역의 차이를 확인하고자 하였으며, 둘째, 물건의 종류에 따라 어느 지역으로 이동하여 상품을 구매하는지 조사하고, 과거자료와 비교하여 변화를 알아보하고자 하였다.

1차 설문조사는 2010년 5월 17일부터 31일까지, 2차 설문조사는 동년 7월 5일부터 19일까지 실시하여 총 613부를 확보하였다. 설문지는 성남시와 용인시를 인접한 행정동으로 묶어 17개 생활권으로 나눈 후 생활권별 인구비율과 유사하게 이루어지도록 설문을 진행하였다. 또한 각 생활권별 설문지 응답은 최소 20부 이상이 되도록 조사되도록 하였다.<sup>2)</sup>

〈표 1〉은 응답자의 연령 및 성별을 나타내고 있다. 응답자의 주 연령층은 30대(약 33%)와 40대(약 31%)로 전체 63%를 차지하였다. 여성 응답자는 487명으로 높게 나타났다. 응답자의 월평균가구소득이 179만원(소득9분위) 이상에서는 각 소득 분위별로 10% 내외의 응답률이 나타났다. 응답자의 직업 무직(주부)으로 응답한 인원이 306명으로 약 50%를 차지하고 있으며 차순위는 자영업, 일반사무

직으로 나타났다.<sup>3)</sup>

#### IV. 2010년 구매행태 분석

##### 1. 구별 구매지 선택행태

분당신도시 및 인근 지역 주민의 구매행태를 상품유형별로 나누어 구매지 및 상점유형 선택 비율을 살펴보도록 하자. 각 지역의 주민이 제품을 구매하기 위해서 이용하는 상점의 유형에 따른 비율을 비교하여 보고, 차이점을 확인하였다. 결과적으로 각 자치구의 특성에 따라 상당히 차별화된 구매행태를 유지하고 있음을 알 수 있다.

##### 1) 분당구

초기 분당신도시 지역에 해당되는 분당구는 성남시의 다른 구들과 확연히 구분되는 상업 및 서비스 자족성을 유지하고 있음을 알 수 있다. 식료품의 경우 96.3%가 자체구매를 하고, 의류 및 가전 같은 중위재화의 경우는 80%대, 가구 및 귀금속 같은 상위재화의 경우는 70%대의 높은 자체구매 비율을

표 2. 분당구 주민의 구매지 선택  
Table 2. Buying districts of Bundang's residents

분당 Bundang	수정 Sujung	중원 Jungwon	분당 Bundnag	수지 Suji	기흥 Giheung	처인 Cheoin	기타 Etc.	인터넷 Internet	합계(표본) Sum(Sample)
식료품 Groceries	1.9	0.0	<b>96.3</b>	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	100%(160)
정장 Clothes(Suit)	1.9	0.0	<b>78.8</b>	8.1	0.0	0.0	8.1	3.1	100%(160)
일상복 Clothes(Everyday Wear)	2.5	0.0	<b>79.4</b>	3.1	0.0	0.0	4.3	10.6	100%(160)
가전 Home appliance	0.0	0.0	<b>82.5</b>	3.1	0.0	0.0	3.7	10.6	100%(160)
가구 Furnitures	0.0	0.0	<b>69.4</b>	6.9	0.0	1.3	14.4	8.1	100%(160)
귀금속 Jewelry	2.5	0.0	<b>68.8</b>	0.6	0.0	0.0	25.0	3.1	100%(160)
병원 Hospital	0.0	1.3	<b>93.1</b>	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	100%(160)

표 3. 분당구 주민의 상점유형 선택

Table 3. Buying store type of Bundang's residents

분당 Bundang	식료품 Groceries	정장 Clothes(Suit)	일상복 Clothes(Everyday wear)	가전 Home appliance	가구 Furnitures	귀금속 Jewelry
백화점(%) Department Store	5.6	<b>73.8</b>	<b>44.4</b>	34.4	33.1	<b>51.9</b>
대형 할인점(%) Large-Scale Discount Store	<b>66.3</b>	13.8	30.6	<b>36.9</b>	18.1	8.1
대형 슈퍼마켓(%) Supermarket	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
단지내상가(%) Store in apartment	22.5	1.3	5.0	0.0	1.3	0.0
재래시장(%) Conventional market	1.9	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0
홈쇼핑인터넷(%) Home shopping Internet	0.0	3.1	10.6	10.6	8.1	3.1
전문상가(%) Specialized shop	0.0	5.0	6.3	17.5	<b>37.5</b>	33.8
기타(%) Etc.	0.0	1.3	1.3	0.6	1.9	3.1
계 Sum	100.0% (160)	100.0% (160)	100.0% (160)	100.0% (160)	100.0% (160)	100.0% (160)

나타낸다. 특히 의료서비스의 경우는 특이하게 93%의 자체구매 비율을 보이고 있다. 이는 2003년에 입주한 서울대 분당병원의 영향력으로 판단된다.

흥미로운 점은 일상복이나 가전제품의 경우는 10% 이상이 인터넷을 통한 구매를 선택하는 것으로 나타났다. 이러한 인터넷 구매는 이전 조사에서는 두드러지지 못한 현상으로 새로운 유통업계의 변화가 2005~2010년 사이에 발생했음을 보여주는 결과로 판단된다.

각 상품유형별 상점유형의 선택에 있어서는 식료품의 경우는 대형할인점이 66%를 차지하고 있으나, 나머지 상품유형에 있어서는 백화점의 비중이 가장 높게 나타난다. 다만 가전제품의 경우는 대형할인점의 선택이 백화점의 선택을 약간 상회하는 것으로 나타났다.

2) 수정구

성남시의 구도심에 해당되는 지역인 수정구는 분당구에는 못 미치는 수준이나, 상당한 수준의 상업 및 서비스 자족성이 유지되고 있는 것으로 판단된다. 식료품의 경우는 65.8%, 그 외 상위재화의 경우는 50% 내외의 자체 구매가 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 다만 모든 유형의 상품에서 분당구의 선택비율이 30% 내외를 차지하고 있어 분당구에 대한 종속의 정도가 낮지 않음을 알 수 있다.

또한 인터넷 구매의 경우는 일상복과 가전제품의 경우 분당구의 11%보다는 약간 낮은 7% 수준에서 선택되는 것으로 나타나 상대적으로 연령층이 높을 수 있는 구도심 주민의 인터넷 구매에 대한 선호도가 상대적으로 낮을 수 있다는 유추가 가능하다.

상점유형의 선택은 상대적인 관점에서는 식료품을 제외하면 백화점의 선택 비율이 가장 높게 나타난다. 그러나 절대적인 비율을 보면 백화점이나 대형할인점의 선택이 분당구에 비해 낮은 수준을 유

표 4. 수정구 주민의 구매지 선택  
Table 4. Buying districts of Sujung's residents

수정 Sujung	수정 Sujung	중원 Jungwon	분당 Bundnag	수지 Suji	기흥 Giheung	처인 Cheoin	기타 Etc.	인터넷 Internet	합계(표본) Sum(Sample)
식료품 Groceries	<b>65.8</b>	1.3	28.9	0.0	0.0	0.0	2.6	1.3	100%(76)
정장 Clothes(Suit)	<b>46.1</b>	0.0	34.2	6.6	0.0	0.0	11.8	1.3	100%(76)
일상복 Clothes(Everyday Wear)	<b>55.3</b>	0.0	32.9	1.3	0.0	0.0	3.9	6.6	100%(76)
가전 Home appliance	<b>51.3</b>	0.0	27.6	1.3	0.0	0.0	13.2	6.6	100%(76)
가구 Furnitures	<b>44.7</b>	5.3	26.3	0.0	1.3	0.0	18.4	3.9	100%(76)
귀금속 Jewelry	<b>53.9</b>	1.3	26.3	0.0	0.0	0.0	14.5	3.9	100%(76)
병원 Hospital	<b>59.2</b>	1.3	18.4	0.0	0.0	0.0	21.1	0.0	100%(76)

표 5. 수정구 주민의 상점유형 선택  
Table 5. Buying store type of Sujung's residents

수정 Sujung	식료품 Groceries	정장 Clothes(Suit)	일상복 Clothes(Everyday wear)	가전 Home appliance	가구 Furnitures	귀금속 Jewelry
백화점(%) Department Store	6.6	<b>61.8</b>	<b>35.5</b>	25.0	28.9	30.3
대형 할인점(%) Large-Scale Discount Store	<b>56.6</b>	7.9	14.5	15.8	11.8	3.9
대형 슈퍼마켓(%) Supermarket	18.4	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0
단지내상가(%) Store in apartment	5.3	0.0	1.3	1.3	0.0	2.6
재래시장(%) Conventional market	11.8	1.3	11.8	0.0	5.3	1.3
홈쇼핑인터넷(%) Home shopping Internet	1.3	1.3	6.6	6.6	3.9	3.9
전문상가(%) Specialized shop	0.0	10.5	9.2	<b>47.4</b>	<b>43.4</b>	<b>40.8</b>
기타(%) Etc.	0.0	17.1	21.1	2.6	6.6	17.1
계 Sum	100.0% (76)	100.0% (76)	100.0% (76)	100.0% (76)	100.0% (76)	100.0% (76)

지하고 있다. 또한 가전제품, 가구, 귀금속 등은 기존의 전문상가에 대한 선택 비중이 높음을 알 수 있다. 이는 수정구 내에서는 백화점 구매와 다양한

할인점 이용을 원하는 소비자들의 수요를 충족시킬 만한 백화점 및 대형할인점이 부족하거나 구도심 지역의 재래식 유통시설이 생명력을 유지하기 때문

표 6. 중원구 주민의 구매지 선택

Table 6. Buying districts of Jungwon's residents

중원 Jungwon	수정 Sujung	중원 Jungwon	분당 Bundnag	수지 Suji	기흥 Giheung	처인 Cheoin	기타 Etc.	인터넷 Internet	합계(표본) Sum(Sample)
식료품 Groceries	22.7	23.7	<b>52.6</b>	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	100%(97)
정장 Clothes(Suit)	34.0	3.1	<b>48.5</b>	2.1	0.0	0.0	7.2	5.2	100%(97)
일상복 Clothes(Everyday Wear)	36.1	5.2	<b>38.1</b>	0.0	0.0	0.0	3.1	17.5	100%(97)
가전 Home appliance	20.6	14.4	<b>37.1</b>	0.0	0.0	0.0	11.3	16.5	100%(97)
가구 Furnitures	10.3	13.4	<b>36.1</b>	3.1	3.1	3.1	25.8	5.2	100%(97)
귀금속 Jewelry	22.7	11.3	<b>37.1</b>	1.0	0.0	0.0	20.6	7.2	100%(97)
병원 Hospital	15.5	25.8	<b>56.7</b>	0.0	1.0	0.0	1.0	0.0	100%(97)

표 7. 중원구 주민의 상점유형 선택

Table 7. Buying store type of Jungwon's residents

중원 Jungwon	식료품 Groceries	정장 Clothes(Suit)	일상복 Clothes(Everyday wear)	가전 Home appliance	가구 Furnitures	귀금속 Jewelry
백화점(%) Department Store	2.1	32.0	17.5	12.4	9.3	14.4
대형 할인점(%) Large-Scale Discount Store	<b>71.1</b>	<b>52.6</b>	<b>57.7</b>	25.8	28.9	29.9
대형 슈퍼마켓(%) Supermarket	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
단지내상가(%) Store in apartment	17.5	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0
재래시장(%) Conventional market	5.2	5.2	5.2	1.0	0.0	7.2
홈쇼핑인터넷(%) Home shopping Internet	0.0	5.2	17.5	16.5	5.2	7.2
전문상가(%) Specialized shop	0.0	4.1	2.1	<b>41.2</b>	<b>51.5</b>	<b>33.0</b>
기타(%) Etc.	0.0	1.0	0.0	3.1	4.1	7.2
계 Sum	100.0% (97)	100.0% (97)	100.0% (97)	100.0% (97)	100.0% (97)	100.0% (97)

으로 판단된다.

3) 중원구

상대적으로 집적화된 상업시설이 부족한 중원구의 경우 상업 및 서비스 자족성이 취약하게 나타난다. 식료품을 포함한 모든 상품유형에서 40% 이하

표 8. 수지구 주민의 구매지 선택  
Table 8. Buying districts of Suji's residents

수지 Suji	수정 Sujung	중원 Jungwon	분당 Bundnag	수지 Suji	기흥 Giheung	처인 Cheoin	기타 Etc.	인터넷 Internet	합계(표본) Sum(Sample)
식료품 Groceries	0.0	0.0	5.4	<b>91.9</b>	0.0	0.0	2.7	0.0	100%(111)
정장 Clothes(Suit)	0.9	0.0	14.4	<b>70.3</b>	0.0	0.0	13.5	0.9	100%(111)
일상복 Clothes(Everyday Wear)	0.9	0.0	17.1	<b>68.5</b>	0.0	0.0	7.2	6.3	100%(111)
가전 Home appliance	0.0	0.0	13.5	<b>64.0</b>	0.9	0.9	13.5	7.2	100%(111)
가구 Furnitures	0.0	0.0	21.6	<b>52.3</b>	1.8	1.8	18.0	4.5	100%(111)
귀금속 Jewelry	0.0	0.0	17.1	<b>58.6</b>	0.0	0.9	20.7	2.7	100%(111)
병원 Hospital	0.0	0.0	24.3	<b>61.3</b>	0.0	0.9	13.5	0.0	100%(111)

표 9. 수지구 주민의 상점유형 선택  
Table 9. Buying store type of Suji's residents

중원 Jungwon	식료품 Groceries	정장 Clothes(Suit)	일상복 Clothes(Everyday wear)	가전 Home appliance	가구 Furnitures	귀금속 Jewelry
백화점(%) Department Store	4.5	<b>75.7</b>	<b>42.3</b>	<b>36.9</b>	35.1	<b>47.7</b>
대형 할인점(%) Large-Scale Discount Store	<b>56.8</b>	11.7	23.4	30.6	13.5	6.3
대형 슈퍼마켓(%) Supermarket	11.7	0.0	0.9	0.9	0.9	0.0
단지내상가(%) Store in apartment	27.0	1.8	12.6	0.0	0.0	0.9
재래시장(%) Conventional market	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0
홈쇼핑인터넷(%) Home shopping Internet	0.0	1.8	7.2	9.0	4.5	2.7
전문상가(%) Specialized shop	0.0	6.3	9.9	15.3	<b>36.9</b>	33.3
기타(%) Etc.	0.0	2.7	2.7	7.2	9.0	9.0
계 Sum	100.0% (111)	100.0% (111)	100.0% (111)	100.0% (111)	100.0% (111)	100.0% (111)

의 낮은 자체 구매가 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 대신 분당구에서의 구매비율이 40 ~50% 수준을 유지하고 있어 분당구에 대한 종속성이 강한

것으로 나타났다. 특히 상위재화로 넘어가면 기타(서울)지역에 대한 의존도도 높아지는 현상을 보인다.

흥미로운 점은 일상복 및 가전제품의 구매에 있어 인터넷 구매 비율이 무려 17%대로 나타나 대형 상업시설에 대한 접근성의 제약으로 인해 인터넷 구매비율이 높게 유지되고 있다는 유추를 가능하게 하는 결과를 보여준다. 중원구는 성남시 북동쪽에 위치하여 있으며 주변지역은 녹지로 둘러싸여 있다. 또한 입점 되어 있는 대형마트도 존재하고 있지 않아 다른 지역에 비하여 대형마트에 대한 접근성이 좋지 않은 것으로 판단된다. 상점유형의 선택은 대형할인점의 선택이 두드러지는 현상을 보여준다. 다른 지역에 종속성이 강한 특징을 나타나고 있음에도 불구하고 대형 할인점에 대한 선택이 높게 나타나고 있다. 또한 가전제품, 가구, 및 귀금속의 경우는 수정구와 유사하게 기존의 재래식 전문상점의 비중이 높게 나타나고 있다.

#### 4) 수지구

수지구는 분당신도시로부터의 신규개발이 우선적으로 확산된 지역으로 대형 상업시설의 입점이 상대적으로 빨리 이루어진 지역이다. 이러한 영향으로 모든 상품 유형에서 분당구에는 못 미치나 그에 버

금가는 자체구매비율을 보이고 있다. 2007년 수지구 죽전동 개발로 인한 대형 백화점 및 할인점의 개점으로 상위재화에 대한 구매도 수지구에서 발생하고 있어 일정부분 자족성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

상점유형의 선택에 있어서도 분당구와 유사한 특성을 보이고 있으며, 정장, 일상복, 귀금속 및 가전제품에 있어서도 백화점 선택비율이 분당구보다 높게 나타나고 있다.

#### 5) 기흥구

기흥구는 상대적으로 분당신도시의 개발 이후 뒤늦게 개발이 확산된 지역으로 수지구에 비해 상대적으로 상업 및 서비스 지속성이 낮은 수준을 유지하고 있다. 식료품의 경우는 81%이나 상위재화의 경우는 23~43% 수준을 유지하고 있다. 흥미로운 점은 분당구에 비해 수지구에서 이루어지는 구매의 비율이 높다는 점이다.

예를 들어 정장의 경우는 수지구에서의 구매가 30%인 반면 기흥구 자체에서의 구매는 23%를 유지하고 있고, 수원을 포함하는 기타지역에서 또한

표 10. 기흥구 주민의 구매지 선택  
Table 10. Buying districts of Giheung's residents

기흥 Giheung	수정 Sujung	중원 Jungwon	분당 Bundnag	수지 Suji	기흥 Giheung	처인 Cheoin	기타 Etc.	인터넷 Internet	합계(표본) Sum(Sample)
식료품 Groceries	0.0	0.0	2.9	10.6	<b>80.8</b>	1.0	4.8	0.0	100%(104)
정장 Clothes(Suit)	1.0	0.0	13.5	<b>29.8</b>	23.1	2.9	23.1	6.7	100%(104)
일상복 Clothes(Everyday Wear)	1.0	0.0	14.4	19.2	<b>35.6</b>	1.9	13.5	14.4	100%(104)
가전 Home appliance	0.0	0.0	1.9	18.3	<b>42.3</b>	4.8	21.2	11.5	100%(104)
가구 Furnitures	0.0	0.0	2.9	18.3	<b>43.3</b>	5.8	26.0	3.8	100%(104)
귀금속 Jewelry	2.9	0.0	14.4	11.5	26.9	5.8	<b>34.6</b>	3.8	100%(104)
병원 Hospital	0.0	0.0	15.4	4.8	<b>59.6</b>	3.8	16.3	0.0	100%(104)

표 11. 기흥구 주민의 상점유형 선택

Table 11. Buying store type of Giheung's residents

기흥 Giheung	식료품 Groceries	정장 Clothes(Suit)	일상복 Clothes(Everyday wear)	가전 Home appliance	가구 Furnitures	귀금속 Jewelry
백화점(%) Department Store	0.0	<b>51.0</b>	25.0	7.7	5.8	<b>33.7</b>
대형 할인점(%) Large-Scale Discount Store	<b>54.8</b>	23.1	<b>37.5</b>	<b>37.5</b>	22.1	16.3
대형 슈퍼마켓(%) Supermarket	37.5	1.0	1.0	3.8	1.0	0.0
단지내상가(%) Store in apartment	5.8	1.9	4.8	1.9	3.8	5.8
재래시장(%) Conventional market	1.0	1.9	2.9	1.0	1.0	0.0
홈쇼핑인터넷(%) Home shopping Internet	1.0	7.7	16.3	12.5	5.8	3.8
전문상가(%) Specialized shop	0.0	12.5	9.6	32.7	<b>54.8</b>	30.8
기타(%) Etc.	0.0	1.0	2.9	2.9	5.8	9.6
계 Sum	100.0% (104)	100.0% (104)	100.0% (104)	100.0% (104)	100.0% (104)	100.0% (104)

23%의 구매가 이루어지고 있다. 반면 분당에서의 구매는 14%에 불과하다. 이는 기흥구의 입지특성으로 인해 분당구보다는 수지구나 수원에 근접한 영향으로 판단된다. 또한 귀금속은 서울의 전문상가 이용이 많은 것으로 나타난다. 다만 병원의 경우에는 분당에 대한 의존도가 높게 나타났다.

상점유형의 선택은 식료품, 일상복, 가전제품에서 대형할인점의 선택이 가장 높은 비율을 유지하고 있다. 가구의 경우 전문상가의 비율이 다른 지역에 비하여 높게 나타나고 있는데, 이는 기흥구 내의 조성된 가구단지의 영향으로 판단된다. 다만 대형 상업시설의 비중이 그리 높지 않아 전문상가에서의 구매비율이 높은 것으로 판단된다. 기흥구도 중원구와 유사하게 일상복이나 가전제품의 경우 홈쇼핑 및 인터넷 구매비율이 각각 16%, 13%로 다른 지역에 비하여 높게 나타났다. 이러한 결과는 기흥구의 상업시설에 대한 접근성이 상대적으로 취약하기

때문으로 판단된다.

#### 6) 처인구 (용인구시까지)

용인시 구시가지인 처인구는 모든 재화에서 대체적으로 지역 내 자체구매 성향이 높은 것으로 나타났다. 다만 정장 및 일상복은 수지구, 가전, 가구, 귀금속 등은 서울 및 수원 등 기타지역의 선택이 다소 높게 나타났으며, 분당구에 대한 의존도는 미약한 것으로 판단된다. 이는 다소 독립된 지리적 위치에서 기인한다고 볼 수 있다.

상점유형의 선택에 있어서도 다른 지역에 비해 대형 상업시설, 특히 백화점의 선택 비중이 낮고, 전문상가 및 재래시장의 선택 비율이 높은 것으로 나타났다. 이는 처인구의 경우 용인시 구시가지를 중심으로 조사되었기 때문으로 판단된다. 처인구의 경우 대형 백화점이 존재하고 있지 않으며, 용인중앙시장과 같은 재래시장이 입지하여 있어 이와 같

표 12. 처인구 주민의 구매지 선택  
Table 12. Buying districts of Cheoin's residents

처인 Cheoin	수정 Sujung	중원 Jungwon	분당 Bundnag	수지 Suji	기흥 Giheung	처인 Cheoin	기타 Etc.	인터넷 Internet	합계(표본) Sum(Sample)
식료품 Groceries	0.0	0.0	0.0	1.5	7.7	<b>90.8</b>	0.0	0.0	100%(65)
정장 Clothes(Suit)	0.0	0.0	6.2	13.8	3.1	<b>52.3</b>	18.5	6.2	100%(65)
일상복 Clothes(Everyday Wear)	0.0	0.0	4.6	10.8	0.0	<b>61.5</b>	15.4	7.7	100%(65)
가전 Home appliance	0.0	0.0	0.0	0.0	4.6	<b>66.2</b>	21.5	7.7	100%(65)
가구 Furnitures	0.0	0.0	0.0	0.0	6.2	<b>58.5</b>	21.5	13.8	100%(65)
귀금속 Jewelry	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>58.5</b>	36.9	4.6	100%(65)
병원 Hospital	0.0	0.0	4.6	0.0	3.1	<b>76.9</b>	15.4	0.0	100%(65)

표 13. 처인구 주민의 상점유형 선택  
Table 13. Buying store type of Cheoin's residents

처인 Cheoin	식료품 Groceries	정장 Clothes(Suit)	일상복 Clothes(Everyday wear)	가전 Home appliance	가구 Furnitures	귀금속 Jewelry
백화점(%) Department Store	0.0	30.8	12.3	3.1	3.1	9.2
대형 할인점(%) Large-Scale Discount Store	<b>69.2</b>	9.2	21.5	27.7	24.6	9.2
대형 슈퍼마켓(%) Supermarket	20.0	0.0	0.0	1.5	1.5	1.5
단지내상가(%) Store in apartment	1.5	6.2	10.8	1.5	3.1	13.8
재래시장(%) Conventional market	9.2	3.1	9.2	0.0	0.0	1.5
홈쇼핑인터넷(%) Home shopping Internet	0.0	7.7	10.8	7.7	13.8	4.6
전문상가(%) Specialized shop	0.0	<b>38.5</b>	<b>29.2</b>	<b>52.3</b>	<b>47.7</b>	<b>46.2</b>
기타(%) Etc.	0.0	4.6	6.2	6.2	6.2	13.8
계 Sum	100.0% (65)	100.0% (65)	100.0% (65)	100.0% (65)	100.0% (65)	100.0% (65)

은 결과가 나타났을 것으로 판단된다. 지역별로 비교하면 중원구를 제외한 모든 지역에서 다수의 상품을 본인이 거주하는 지역에서 구매

하는 성향을 보이고 있다. 지역에 따라 상품유형별로 차이가 있기는 하나 다수의 상품을 대형할인점 및 백화점과 같은 대형상업시설에서 구매하는 성향

을 나타내고 있다. 본인이 거주하고 있는 지역 내의 대형상업시설을 이용하는 구매자들이 많은 것으로 판단되며, 이러한 결과는 대형상업시설에 대한 접근성이 상품 구매시 영향을 주고 있는 것으로 해석할 수 있다.

## 2. 총 구매지 선택형태

조사지역인 성남시와 용인시에서의 설문조사에 앞서, 해당 지역의 인구수와 비례하여 응답자 수를 설정하였다. 개별 재화의 구매지역의 총합을 100%로 한 후 재화별로 구매지역을 정리한 그래프와 조사대상지역의 인구비율을 비교한 그래프는 <그림 2>와 같다. 전체적으로 보면 상품유형별 큰 차이 없이 전체 응답자의 약 35%내외가 분당구를 구매지로 선택하고 있음을 알 수 있다. 다음으로 수지구, 수정구, 기흥구, 처인구 순으로 나타난다. 분당구는 전체 조사대상지역의 인구비율에 비하여 구매지역 비율이 높게 나타나고 있다. 이는 분당 외 거주하는 거주자도 분당으로 상품을 구입하려 오고 있는 것으로 확인되며, 분당의 상업중심성이 주변지역에 비하여 큰 것으로 판단된다.

재화별로 보면 식료품, 일상복, 가전, 귀금속 모두 분당구에서 구매하는 비중이 지역 내 인구비중보다 높게 나타나고 있는 것을 확인 할 수 있다. 다만 귀금속의 경우 다른 재화에 비하여 서울시 구매비율이 상당히 높게 나타나고 있는 것으로 확인되며, 기타는 설문지에서 표기되지 않은 타지역 구매이다.

상대적인 상업중심성을 파악하기 위해 조사대상지역의 인구 비율과 비교하였다. 분당은 인구 비율 이상으로 구매지역 비율이 높게 나타났다. 수지는 재화에 따라 정도의 차이가 있지만 다수의 재화에서 인구 비율 이상으로 구매지역 비율이 높게 나타났다. 반면에 나머지 조사 지역에서는 인구비율 이

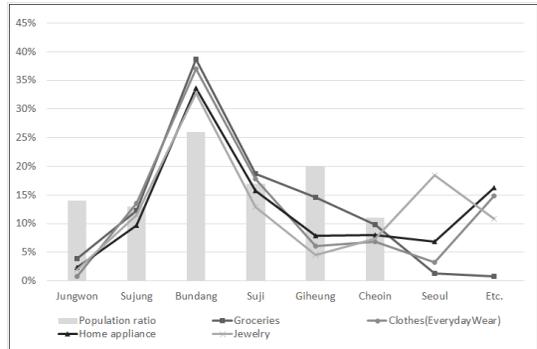


그림 2. 인구비율 및 재화별 구매지역  
Figure 2. Population ratio and buying districts by goods

하의 구매를 유입하고 있는 것으로 나타난다. 이는 분당지역권에서 분당구가 여전히 상업적인 중심지로 역할하고 있음을 보여주는 결과이다.

## V. 분당 및 주변지역 구매형태의 변화과정

### 1. 구매 행선지 변화 추세

상대적인 인구크기를 고려하여 분당신도시 및 주변지역의 재화별 구매흡입력을 통하여 지역 내 자체흡입력과 주변지역으로부터의 외부흡입력을 도식화하였다. 분당의 인구를 100으로 기준하여 주변지역의 인구비례에 따른 구매흡입력을 추정하는 것을 표현하였다. 자체구매는 원의 중심점을 연결하여 내부선으로 표현하였고, 다른 지역 거주민의 구매는 원과 원사이의 화살표로 표시하였다. 각 지역의 구매자수는 굵은선은 10명, 얇은 실선은 5명, 점선은 4명 이하로 나타내었다. 식료품 항목에서 분당에서 서울로 얇은 실선 하나로 표시되었다며, 분당 인구의 100명 중 5명이 서울에서 식료품을 구매한다고 해석하면 된다. 각 지역에서 유입되는 구매자 수가

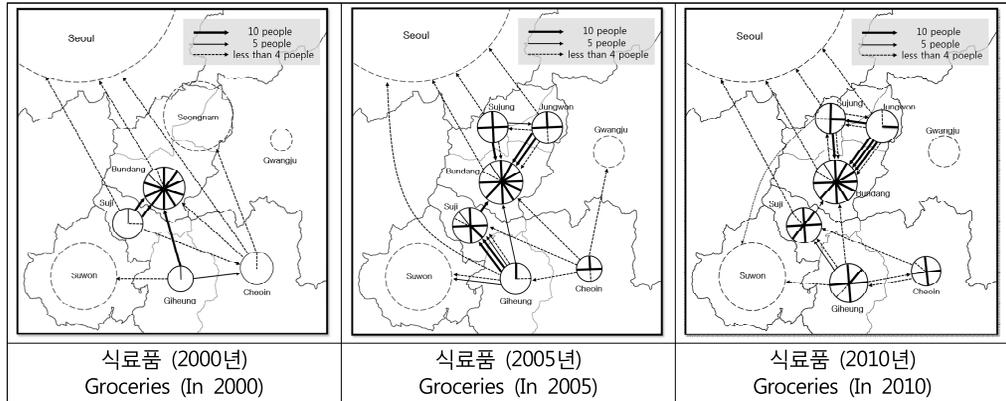


그림 3. 식료품 구매 행선지 변화

Figure 3. Groceries buying districts change

해당지역의 흡입력을 나타낸다. 해당지역의 이용비율이 증가하였다는 것은 이전 조사시점에 비하여 이용하는 사람의 수도 증가하였다는 것을 의미하며, 해당지역의 상업중심성 또한 증가하였다는 것을 의미한다.

2010년 분석결과를 이전 시점의 분석결과들(이창무·안건혁·안내영, 2001; 이창무·여홍구·나강열, 2006)과 비교함으로써 분당지역 자치구별의 중심성의 변화를 살펴보고자 한다. 각 시점별로 행정구역이 변화하여 조사를 위한 공간단위가 상이한 관계로 가장 포괄적인 공간 구분인 2010년의 자치구를 비교분석을 위한 공간단위로 재구성하였다.

### 1) 식료품

식료품의 경우에는 분당 주변 조사지역에서의 변화가 두드러지게 나타나고 있다. 분당의 경우 2000년부터 지역 내 구매 비율이 높게 나타났으나, 다른 지역의 경우 2000년에는 분당이나 서울로의 의존이 높게 나타나고 있다. 그러나 2005년에 수지의 경우 자체 구매비율이 높게 나타나면서 분당으로의 비율이 낮아진 것을 확인할 수 있다. 또한 기흥에서 수지로의 선택비율이 높아지고 있어 수지의 초기 난개발에 따른 구매시설 등의 문제점이 해결되

고 있음을 판단할 수 있다. 2010년 수지, 기흥, 처인은 주변지역으로의 선택비율이 줄어들고 지역 내 선택비율이 증가하였으나, 수정, 중원은 분당으로의 구매비율이 증가하였다.

구매흡입력을 살펴보면 2000년 분당구는 127명이었으나 2005년에는 144명, 2010년에는 145명으로 변화를 나타내었다. 수정구는 2005년 44명에서 2010년 14명으로 줄어들었으나, 기흥구의 경우 2005년 14명에서 2010년 65명으로 다른 지역보다 구매흡입력이 증가하는 것으로 나타났다.

### 2) 일상복

일상복에 대한 구매행태는 2000년 분당은 지역 내 구매비율이 높게 나타나기는 하였으나, 서울로의 선택비율도 높은 비율을 차지하고 있었다. 수지도 서울 및 분당에 대한 선택비율이 높게 나타났다. 수지는 서울로의 구매비율 높게 나타났다. 그러나 2005년 분당은 서울로의 비율이 낮아지고 지역 내 구매비율이 높게 나타났으며, 주변지역에서 분당로의 선택비율도 높게 나타났다. 2010년 일상복에 대한 분당지역의 구매흡입력은 2005년 155명에서 141명으로 줄어들었으며, 이는 인터넷쇼핑 등의 영향으로 인하여 줄어든 것으로 판단된다. 실제

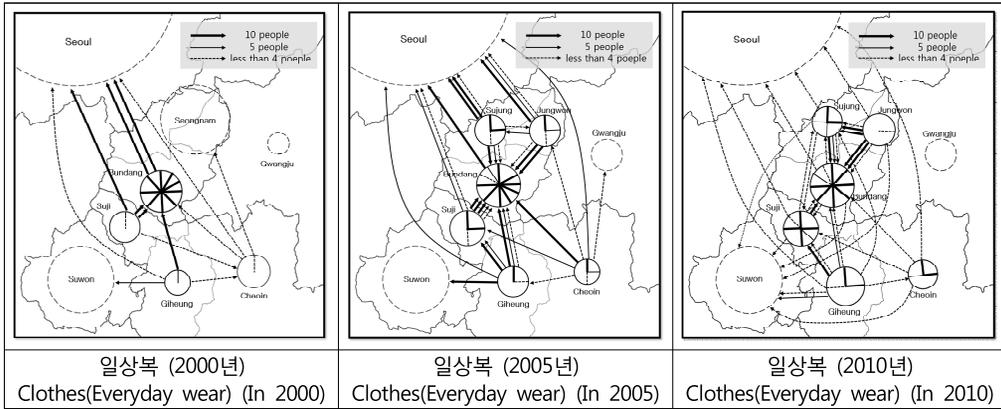


그림 4. 일상복 구매 행선지 변화

Figure 4. Clothes(Everyday wear) buying districts change

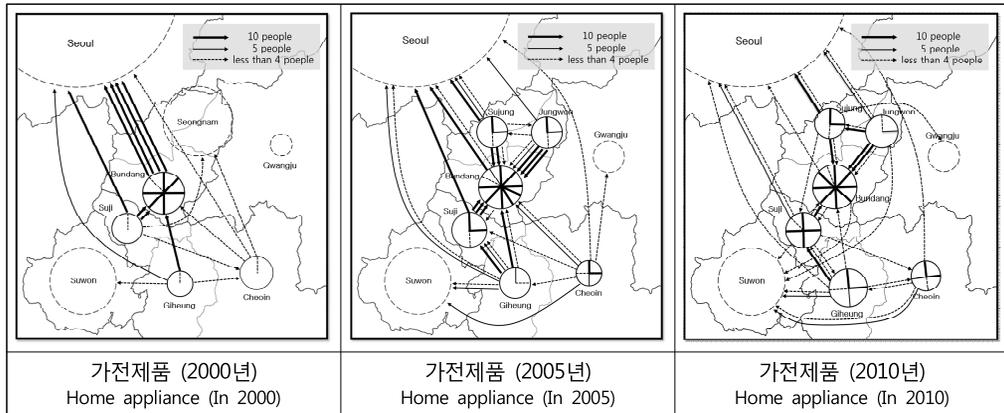


그림 5. 가전제품 구매 행선지 변화

Figure 5. Home appliance buying districts change

2010년 설문응답결과 인터넷홈쇼핑의 구매흡입력은 45명으로 나타났다. 수지구의 구매흡입력은 2005년 40명에서 2010년 63명으로 증가하였다. 기흥구도 2005년 16명에서 2010년 29명으로, 수정구도 2005년 26명에서 2010년 51명으로 증가한 것으로 나타났다. 반면 서울로 일상복을 구매하러 가는 사람은 2005년 65명에서 2010년 11명으로 줄어든 것으로 나타났다.

분당과 수지 모두 지역 내 구매비율이 높기는 하나 2007년 후반 수지에 대형 백화점의 오픈 및 아울렛 단지 등의 생겨났기 때문에 수지로의 선택비

율이 증가하였을 것으로 판단된다.

### 3) 가전제품

대상지역의 2000년 가전제품 구매행태는 서울로의 선택비율이 상당히 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 수지에서는 지역 내 구매비율보다 서울로의 구매비율이 높게 나타났다. 2005년에는 서울로의 구매비율이 줄어들면서 분당의 지역 내 구매비율과 주변지역의 분당에 대한 구매비율이 증가하였음을 확인 할 수 있다. 2010년 분당지역의 가전제품에 대한 구매흡입력은 127명으로 2005년의 193명에

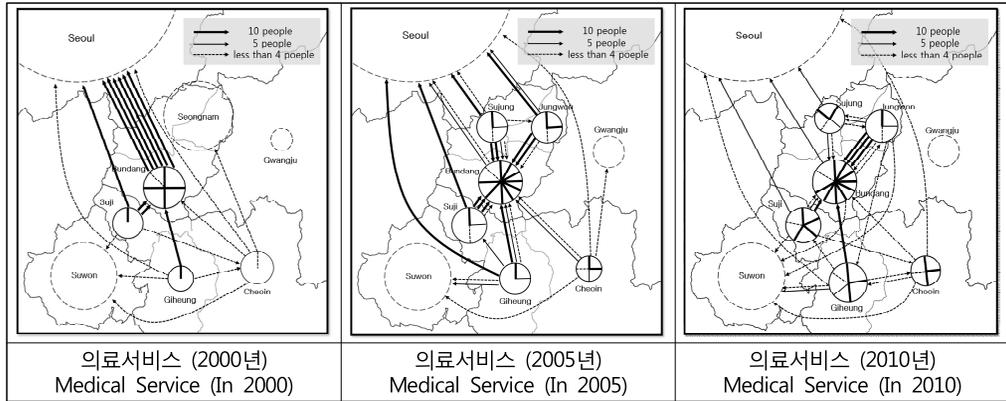


그림 6. 의료서비스 행선지 변화  
Figure 6. Medical Service districts change

비하여 감소하였으나, 수정구, 수지구, 기흥구는 증가한 것으로 나타났다. 이는 분당 인근 지역의 수정구, 수지구, 기흥구의 분당으로의 구매행태가 감소한 것으로도 판단 할 수 있다. 다만 2010년 인터넷쇼핑의 구매영향력이 42명으로 나타나 이에 따른 영향도 감안해야할 것으로 판단된다. 앞서 서술하였듯이 2007년 수지의 대형백화점 입점 및 기흥구의 개발로 인하여 분당에 대한 구매행태의 변화가 나타난 것으로 판단된다.

#### 4) 의료

의료서비스의 경우 2000년 분당지역은 서울로의 선택비율이 가장 높게 나타났으나 2005년, 2010년 분당지역 선택자가 각각 93명으로 나타나 서울에 대한 구매비율이 감소한 것으로 나타났다. 2000년 의료서비스에 대한 구매행태는 서울과 분당에 대한 의존도가 높게 나타나고 있었으나, 2010년에는 분당 인근 지역의 구매흡입력도 2000년에 비하여 증가한 것으로 나타났다.

2005년과 2010년을 비교하였을 때 분당지역의 구매흡입력은 2005년 205명에서 2010년 163명으로 감소하였으나, 수정구는 18명에서 38명으로, 처인구는 27명에서 36명으로, 수지구는 25명에서 43명으

로, 기흥구는 15명에서 48명으로 2005년에 비하여 2010년의 구매흡입력이 증가한 것으로 나타났다. 다만 분당의 구매흡입력이 여전히 100명 이상의 수를 보여주고 있다. 서울로의 구매행태는 57명에서 27명으로 줄어들어 각 지역의 구매흡입력 증가에 따른 영향으로 판단되며, 서울과 분당의 구매흡입력이 줄어들었다고는 하나 분당의 구매흡입력이 100명 이상의 수를 나타내는 것으로 보아 의료서비스의 경우 인근지역에서 분당에 대한 의료서비스 영향력은 여전히 높은 것을 알 수 있다.

## 2. 지역별 변화 추세

구매흡입력의 변화를 시점별로 비교하기 위해서 조사지역의 인구나 각 지역별로 정리하여 보았다. 분당구의 구매흡입력이 변화함에 따라 주변지역의 구매흡입력은 감소하는 추세를 보이고 있으나 수지구와 기흥구는 다른 양상으로 보이고 있다. 지역별 변화를 알아보기 위해 설문대상지 전체 인구 대비 지역별 구매흡입력 변화를 비교하였다.

### 1) 분당지역

분당지역의 구매흡입력은 다른 지역에 비하여 항

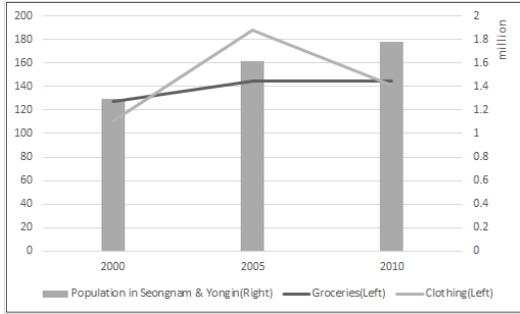


그림 7. 분당구 구매흡입력 변화  
Figure 7. Change Purchase absorptive power in Bundang

상 높은 구매흡입력을 보이고 있으나, 2005년 증가 이후 2010년 소폭 감소한 것으로 나타났다. 분당 및 분당 인근 지역의 인구 증가에도 불구하고 대다수의 재화에서 2005년에 비하여 2010년에 구매흡입력이 줄어들어 다른 지역의 영향력이 상승되었을 것으로 판단된다.

2) 수지구

수지구의 경우 식료품의 구매흡입력이 2010년 소폭 감소한 것으로 나타났으나, 다른 재화의 구매흡입력은 시간이 갈수록 증가한 것으로 나타났다. 이는 수지지역도 개발 및 인구 유입 등으로 인하여 자체적인 영향력이 증가하였기 때문으로 판단된다. 또한 증가된 영향력으로 인하여 기존 수지에서 인근지역으로 이동하던 구매수요가 수지지역 내에서

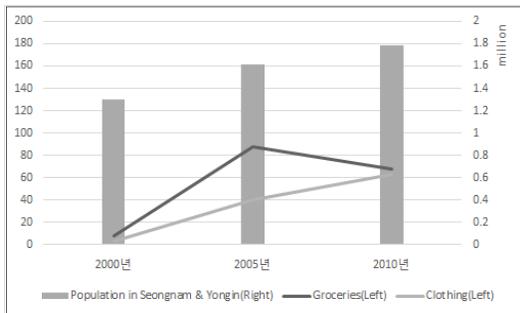


그림 8. 수지구 구매흡입력 변화  
Figure 8. Change Purchase absorptive power in Suji

소비를 하였기 때문에 이와 같은 결과가 관측된 것으로 판단된다.

3) 기흥구

다른 지역과 비교하여 상대적인 구매흡입력은 작으나, 기흥구도 수지구와 마찬가지로 구매흡입력이 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이는 수지구와 유사한 이유로 구매흡입력이 증가한 것으로 판단된다. 기흥구도 동백 등의 개발로 인하여 내부 소비 요인이 증가하였기 때문에 이와 같은 현상이 나타난 것으로 판단된다.

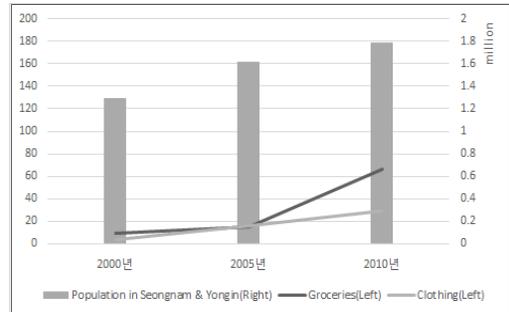


그림 9. 기흥구 구매흡입력 변화  
Figure 9. Change Purchase absorptive power in Giheung

VI. 결론

분당과 인근 지역의 변화를 살펴보는 것은 계획도시의 건설과 주변의 개발이 합리성을 가지고 진행되어 오는지에 대한 시사점을 보여줄 수 있을 것으로 판단된다.

분당은 개발초기 서울에 대한 의존성이 높았지만 2005년 선행연구 결과 자족성 및 중심성이 향상되었음을 알 수 있다. 따라서 이번 연구는 앞선 선행연구에서 5년이 경과한 시점에서 분당과 주변도시의 자족성 및 중심성의 변화를 관찰해 보았다.

본 연구는 분당신도시를 포함한 성남시와 용인시

를 대상으로 설문조사를 통한 재화별 구매행태를 바탕으로 분당신도시권의 구매패턴과 상업중심성에 대하여 분석하였다. 재화별 구매행태를 통하여 구매 지역 및 구매지 유형 등 소비의 범위를 분석하였고 이러한 구매패턴을 활용하여 구매흡입력을 알아보고, 상업중심성을 확인하였다.

각 지역의 재화별 구매패턴을 살펴보면, 분당과 수지의 자체구매력이 특히 높음을 알 수 있고, 다른 지역도 마찬가지로 높은 비율의 자체 구매를 보이고 있다. 대형할인점은 각 자치구에 추가 출점하였고 구매장소를 분석한 결과 이들 시설물을 중심으로 구매를 함으로써 소규모 중심상권을 형성한 것으로 판단된다. 하지만 상위재화의 경우 특정 전문상가를 여전히 선호함을 보인다.

분당과 주변도시의 구매 흡입력을 분석한 결과, 분당으로 집중 되었던 구매 흡입력이 시간의 경과에 따라 감소함을 나타내고 있다. 수지구는 자체 구매력 향상뿐만 아니라 주변(기흥구, 처인구)으로 부터의 구매흡입력을 갖춘 새로운 중심지로 발전하는 양상을 보인다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫 번째는 재화별 구매지역 비율로 분석한 결과 구성남시가지 지역은 구매행선지로 서울을 선택한 비율은 크게 감소했고 분당 선택비율은 감소했지만 유지되고 있었다. 용인시 자치구는 구매행선지로서 분당의존성이 줄어드는 것으로 나타나 지역 내 자체구매력이 증가함을 알 수 있었다.

두 번째 인구대비 구매비율을 바탕으로 구매지역을 비교한 결과에서는 분당지역을 구매지로 선택하고 있는 비율이 인구비율보다 크게 나타났고, 수지 지역에서는 일부 재화에서 인구비율보다 구매비율이 더 크게 나타났다. 이는 분당지역이 여전히 지역 내로의 구매수요를 흡수하고 있으나, 수지지역도 일부재화에서 다른 지역의 구매수요를 흡수하고 있는 것으로 판단된다.

세 번째 분당신도시의 주변지역(성남시 수정구, 중

원구, 용인시 수지구, 기흥구, 처인구)는 각각 지역 중심성을 만들어 가고 있는 것으로 나타났다. 이는 분당에 크게 의존하던 2005년 기존 패턴과는 상이한 모습이고, 나아가 서울 및 수원 등 인접한 지역으로 소비 역시 크게 감소한 모습을 보이고 있다. 분당신도시의 상업중심성은 여전히 다른 지역에 비해서 높게 나타나고 있으나, 분당신도시의 주변지역도 자체적인 상권을 형성하여 가고 있는 것으로 확인된다. 이러한 변화는 용인지역의 동백, 흥덕, 수지와 같이 택지개발사업이 이루어진 지역의 기반시설 등의 건설되어, 해당 지역 주민들이 편리하게 이용할 수 있는 여건이 마련되었기 때문으로 판단된다.

개인들의 구매행태를 2000년, 2005년, 2010년 3개 시점을 기준으로 분당과 주변지역의 구매행태로 시간에 따른 상권의 역할 변화를 살펴보고자 하였다. 이는 구매행선지 패턴변화, 개인의 구매장소 형태분석을 통하여 상업중심성의 변화를 살펴보는데 중요한 의의가 있다. 모도시인 서울상권에서 종속을 벗어나 신도시로 계획된 도시지만 서울 및 인근 주변지역과 관계 속에서 상업중심지로서 위상을 유지하고 있는지, 변화가 있는지를 살펴보고자 했다.

분당은 2005년에 비해 주변지역 구매자들로 부터 유입활동이 줄어들어 수도권 동남권 광역상권으로써 발전하지 못했지만 여전히 용인시에 영향력을 미치고 있었다. 수지구는 백화점 및 할인점 입점으로 용인시의 새로운 상업중심지로 발전하는 변화가 있었다. 다만, 분당-죽전을 개별적 독립상권이 아닌 연담화된 상권으로 재해석한다면 수도권 동남부의 대표적인 광역상권의 하나로 정의할 수 있으며 두 지역의 상호보완적인 역할을 통하여 나타났다고 할 수 있다.

특히 용인시는 초기 난개발로 인하여 도시공공 시설 및 상업시설이 부족하였지만 일정 시간이 경과한후 독립적인 중심지 위계를 형성하는 것을 주목할 필요가 있다. 이는 새로운 도시가 생성되면 초

기엔 상권이 형성되지 못해 주변지역의 상권에 의존적인 모습을 보이지만 시간이 경과함에 따라 자족성을 갖추어 독립적인 상권을 형성하여 발전하는 것을 발견할 수 있었다. 본 연구에서는 이러한 상권 형성을 만들어준 원인중의 하나로 대형할인점의 역할이 크게 영향을 주었다고 판단하였다.

상업중심성을 자족성을 판단하는 개념 중 하나라 판단하고 연구를 시작하였다. 중심지체계의 접근방법에 있어 여러 가지 지표들을 사용하고 있어 기본적으로 중심지가 제공하는 재화와 용역의 수가 많을수록 중심성이 있다고 정의내린 기존의 개념을 활용하였다. 반면, 최근 스마트폰 사용자의 급격한 증가와 온라인 쇼핑의 성장성을 감안한다면 기존의 접근성을 바탕으로 하는 전통적인 접근 방법과 쇼핑에 대한 통행 패턴으로 중심성을 살펴보는 방식에 대한 수정보완이 필요할 것으로 생각된다.

장기적인 관점에서 본다면 분당신도시가 개발된 이후 10년 동안의 변화를 살펴보았다. 그동안의 연구결과를 통하여 분당신도시의 상권이 주변지역의 변화와 함께 변화고 있음을 확인 할 수 있었으며, 시대의 변화에 따라 지역 주민들의 구매패턴도 함께 변화함을 알 수 있는 연구라 생각된다. 최근 우리나라에는 대규모 신도시 개발계획이 포함되어 있지 않으나 개발도상국의 신도시 개발에 대한 영향력을 확인 할 수 있는 좋은 자료라 판단되며, 학술적으로도 장기적인 관점에서 도시의 변화를 확인할 수 있는 자료로 활용 될 수 있을 것으로 판단된다.

마지막으로 제한된 설문으로 인하여 다양하고 구체적인 자료를 얻지 못한 점과 구매지역과 구매방식을 구분하여 세부적으로 분석하지 못한 것이 본 연구의 한계이다. 이러한 점을 보완하고 분석한다면 보다 일반화된 결과를 제시할 수 있을 것으로 생각된다.

주1. 2000년에 분석된 이창무 외(2001)의 결과에 의하면

식료품과 의류는 서울에 비해 높은 비중을 보이며 가전, 여가, 병원의 이용 빈도 역시 서울과 분당에서 이용된 비중이 서로 비슷하게 나타나고 있다.

주2. 설문조사를 실시한 결과 총 650부중 유효한 자료로 사용하지 못한 37부를 제외한 613부가 완료되었다.

주3. 이와 같은 설문결과는 앞서 얘기한 응답자의 성별과 관련이 있다. 마찬가지로 설문 시간과 장소의 영향으로 인하여 주부 응답자 비율이 높게 나타난 것으로 판단된다. 하지만 가구 소핑에 있어 그 주도권이 가정주부에게 있고 그들에 의해 주로 이루어지기 때문에 특정 직업으로 편중되어 있으나 별다른 문제가 되지 않을 것으로 판단하였다.

### 인용문헌

### References

1. 김현수, 2005. “수도권신도시의 자족기반 실태분석과 강화방안”, 「국토계획」, 40(6):83-94.  
Kim, H. S., 2005. “Evaluation and Enforcement Measurements of Self-sufficiency of New Towns in SMA”, *Journal of Korea Planners Association*, 40(6):83-94.
2. 윤인하·김호연, 2003. “수도권 통근통행패턴에 관한 연구, 1990-1996”, 「국토계획」, 38(6):87-97.  
Yoon, I. H., Kim, H. Y., 2010. “A Study on Commuting Patterns in Seoul Metropolitan Area, 1990-1996”, *Journal of Korea Planners Association*, 38(6):87-97.
3. 이욱, 1996. “분당신도시 소비자 구매활동의 공간적 특성”, 서울대학교 환경대학원 석사학위 논문.  
Lee, W., 1996. “Spatial patterns of consumer shopping behaviour in Bundang”, Master’s Degree Dissertation, Seoul National University.
4. 이창무·안건혁·안내영, 2001. “분당 상권의 형성과 변화과정에 관한 연구”, 「국토계획」, 36(7):271-284.  
Lee, C. M., Ahn, K. H., and Ahn, N. Y., 2001. “Regional Attractions of Bundang New Town in Shopping Medical Service, and Leisure Trips”, *Journal of Korea Planners Association*, 36(7):271-284.
5. 이창무·여흥구·나강열, 2006. “분당 신도시의 성장

- 과 상권의 변화과정”, 「국토계획」, 41(6):65-78.
- Lee, C. M., Yuh, H. G., and Na, K. Y., 2006. “Growth of Bundang Newtown and Intensification of Its Regional Centrality”, *Journal of Korea Planners Association*, 41(6):65-78.
6. 장윤배·이성룡·채명진, 2011. 「제1기 신도시의 도시재생과 관리방안 연구」, 경기도: 경기개발연구원
- Jang, Y.B., Lee, S.R., Chae, M.J., 2011, *A Study on the Urban Regeneration and Management Methods for the 1st Planned Newtowns in Gyeonggi-Do*, Gyeonggi-do: Gyeonggi Research Institute
7. 장준상·이창무, 2005. “수도권 5개 신도시 자족수준 변화에 관한 연구”, 「국토계획」, 41(2): 43-56.
- Chang, J. S., Lee, C. M., 2006. “A Study on the Change of Self-Containment Level of the Five New Towns in the Seoul Metropolitan Area”, *Journal of Korea Planners Association*, 41(2):43-57.
8. 정다운·김흥순, 2010. “수도권 1기 신도시의 자족성 및 중심성 분석”, 「한국도시지리학회지」, 13(2):103-116.
- Jeong, D. W., Kim, H. S., 2010. “Analyzing the Levels of Self-Containment and Centrality of the Five First-period New Towns Built in the Seoul Metropolitan Area”, *Journal of the Korean Urban Geographical Society*, 13(2):103-116.
9. 조지혜·김영욱·박영기, 2003. “분당 신도시 개발 이후 용인시의 공간구조 변화에 대한 연구”, 대한건축학회 학술발표대회 논문집, 서울: 연세대학교.
- Cho, J. H., Kim, Y. G. and Park, Y. G., 2003. “A Study on the Transformation of Spatial Structure in Yongin city after the Development of Bundang Newtown”, Paper Presented at 2003 Proceeding of Annual Conference of the Architectural Institute of Korea, Seoul: Yonsei University.
10. 최성호·이창무·성장환, 2007. “중심성과 수요에 따른 시설의 규모 및 이용양태-분당신도시 및 주변지역을 중심으로”, 「부동산학연구」, 13(1):85-101.
- Choi, S. H., Lee, C. M. and Seong, J. H., 2007. “Centrality and Differentiated Local Demand on Community Facilities: The Case of Bundang New Town and Its Surrounding Areas”, *Journal of the Korea Real Estate Analysis Association*, 13(1):85-101.
11. 최종석·임창호, 2004. “서울 대도시권 고용분포 변화 : 집적효과와 주거지 교외화의 영향을 중심으로”, 「국토계획」, 39(1):307-320.
- Choi, J. S., Yim, C, H., 2004. “Impact of Agglomeration Externalities and Residential Suburbanization on the Employment Distribution”, *Journal of the Korea Planning Association*, 39(1):307-320.
12. 황희연, 2003. “수도권 대단위 택지개발사업이 인구집중에 미치는 영향”, 「공간과사회」, 20:100-116.
- Hwang, H. Y., 2003. “Population concentrated influence on large-scale land development projects in Seoul metropolitan area”, *Space & Environment*, 20:100-116.
13. Berry, J.L., 1962. *Comparative Studies of Central Place Systems Final report of Project*, NR 389-126, NONR 2121-18. Washington, DC: U.S. Office of Naval Research, Geography Branch.
14. Berry, J. L., 1967. *Geography of Market Centers and Retail Distribution*, Englewood Cliffs, NJ:Prentic-Hall.

Date Received 2016-06-13  
 Date Reviewed 2016-08-17  
 Date Accepted 2016-08-17  
 Date Revised 2016-10-13  
 Final Received 2016-10-13