

KTX-SRT 효과 광주, 항공 뜨고 버스 울상

KTX이러 SRT개통에 月60만2300명 이용...年700만 돌파 무난 항공, 전북-충청 수요 몰려·버스 7%↓...동반 타격 예상 빚나

고속철도 개통으로 항공과 버스가 동반 타격을 받을 것이라던 예상과 달리 공항접근성이 나이지면서 항공수요는 증가한 반면 버스는 예상대로 수요 감소가 현실화했다.

20일 광주시와 코레일 등에 따르면 올 들어 10월 말까지 호남선과 전라선 KTX(고속철도)와 SRT(수서발 고속열차) 이용객은 모두 602만 3351명, 월 평균 60만2300명에 이른다. 연말까지 700만명 돌파는 무난할 것으로 보인다.

지난해 1월 고속철도 이용객의 두 배 수준이다. 2015년 4월 호남선 KTX 개통에 이어 지난해 8월 SRT가 운행을 개시하면서 고속철도 이용객이 급증한 것으로 분석된다.

광주공항 이용객은 2015년 160만 4000명, 2016년 161만3000명 올 들어 10월 말까지 178만명으로 연말까지는 200만명을 돌파할 전망이다. 월평균 이용객은 2015년 133만6000명, 2016년 134만4000명, 올해 148만3000여명으로 2년새 11% 가량 증가했다.

KTX개통 후 항공에서 KTX로 전환율이 53%에 달해 항공업계가 직격탄을 맞을 것이라던 예측이 빚나간 셈이다.

KTX 개통 후 공항 이용객이 급감했으나 이후 SRT까지 추가 개통돼 공항 접근성이 나이지면서 전북과 충청권 항공수요가 몰렸기 때문으로 풀이된다. 진에어, 제주항공 등 저가항공사들이 광주발 항공편을 속속 띄운 것도 이용객 증가에 일조했다.

반면 버스 이용객은 감소세다. 고속버스와 시외직행을 합쳐 2015년 871만943명(월평균 72만5912명)이던 이용객은 2016년 849만4245명(월 70만7854명), 올해 10월말까지 675만 7678명(월 67만5700명)으로 2년새 7% 줄었다. 월 평균 5만명 가량이 덜 이용하고 있다.

유스퀘어 광주버스터미널 측은 "KTX 개통 후 버스 이용객 유지를 위해 다양한 마케팅을 동원하고 서비스도 대폭 강화하고 있지만 어느 정도의 승객 감소는 피할 수 없었다"고 밝혔다.

KTX 개통 후 6개월간 교통수단별 수송 분담률은 철도 24.1%, 버스

48.1%, 항공 3.2%로 버스가 철도의 2배였으나 올해 10월말 현재로는 버스 46.4%, 철도 41.4%로 버스와 철도 비중이 대등해졌고 항공 점유율도 두자릿수로 증가했다.

시 관계자는 "고속철도를 중심으로 교통 지형이 급격히 변했다"며 "항공은 당초 고전을 면치 못할 것으로 봤으나 KTX 효과로 이용객이 점차 늘고 있는 반면 버스는 이용객 감소로 어려움을 겪고 있는 상황"이라고 말했다.

서은홍 기자



무술년 이색 접시 롯데백화점 광주점 8층 한국도자기매장에서는 2018년 무술년(戊戌年)개띠 해를 맞아 귀여운 개의 그림과 새해 달력이 새겨진 접시를 선보이고 있다. 매년 특별판으로 제작되는 도자기 접시달력의 희소성으로 인해 고정 고객으로부터 꾸준한 인기를 받고 있다.



간편결제·송금, 하루 1240억 오간다...1년새 3배 '급성장'

日341만건 이용...“유통·제조업 기반 업체 증가세 주도”

3분기 간편결제·송금서비스를 이용한 금액이 하루 평균 1240억원 을 돌파하면서 역대 최고치를 기록 했다.

스마트폰에서 몇 번의 터치 만으로 결제하고 돈을 이체할 수 있는 편리함 덕분에 간편결제·송금 서비스 인기를 끌며 전자지급 수단 의 대세로 자리잡는 모습이다.

한국은행이 20일 발표한 '2017년 3분기 전자지급서비스 이용 현황 (일평균)'에 따르면 간편결제·송 금으로 이뤄진 신종 전자지급서비스 이용금액은 1241억원을 넘어 2 분기보다 47.4% 증가했다. 지난해 3 분기(374억원)보다 약 3.3배 이상 급성장한 것이다. 3분기 이용건수도 341만건으로 전분기보다 38.8%(96 만3000건) 많아졌다.

'삼성페이'와 '네이버페이' 등을 중심으로 간편결제 증가세가 계속 이어진다. '토스(Toss)'와 '페이코(PAYCO)', '카카오페이' 등 간편 송금 시장이 눈에 띄는 성장세를 보인 영향이다.

간편결제는 카드를 모바일에 저장해두고 비밀번호를 입력해 결제 하는 서비스로 하루 평균 243만건 과 762억원의 실적을 달성했다. 지 난 2분기보다 각각 30.1%, 34% 증 가한 수준이다. 모바일에서 계좌이 체 등으로 충전한 선불금을 전화번 호나 SNS 등을 활용해 송금하는 간 편송금의 이용실적은 98만건, 480억 원으로 각각 66%, 74%의 급격한 증 가세를 보였다.

한은 관계자는 "유통·제조업 기 반업체가 온·오프라인 분야에서

빠르게 성장하고, 온라인 중심 ICT(정보통신기술) 기반 업체들의 실적이 확대되면서 간편결제 이용 실적 증가세가 확대됐다"며 "모바일을 통한 소액송금이 확산되면서 간편송금도 급성장세를 지속했다"고 말했다.

전체 전자지급서비스의 이용금액 은 4854억원으로 지난 2분기보다 10% 증가해 역대 최대치를 경신했 다. 이용건수도 2352만건으로 전분 기보다 6.3% 늘었다. 전자지급서비스 는 선불전자지급, 직불전자지급, 전자지급결제대행(PG), 결제대금에 치(에스크로), 전자고지 결제, 전자 화폐 등으로 구분된다.

보편화된 온라인 쇼핑 거래와 대 입원서 접수 등 계절적 수요의 영향으로 PG 이용이 크게 증가했다. PG는 전자상거래에서 구매자로부터 받은 대금을 판매자에게 지급하기 위해 결제정보를 송·수신해주는 그 대가로 정산을 받는 서비스다. 3 분기 PG 이용금액은 하루 평균 3401억원, 이용건수는 669만건으로 전분기보다 각각 10.1%, 9.4% 증가 했다.

간편송금 이용이 확대되면서 미 리 일정금액을 충전해놓고 대금지 급 등에 사용하는 선불전자지급수 단 이용실적도 639억, 1540만건으로 전분기보다 각각 21.1%, 5.3% 늘어 났다.

한편 9월말 기준 전자금융업종에 등록된 전자금융업자수는 172곳으 로 2분기보다 7개 감소한 것으로 나타났다.

뉴시스

연말 선물 주고픈 사람 1순위...男“부모님“ 女“자녀·조카”

G마켓 고객 설문...10명 중 8명 “연말 선물 할 것”

온라인 쇼핑객 10명 중 8명은 연말 가족이나 친구에게 선물을 계획중인 것으로 조사됐다.

G마켓은 지난 7~13일 총 342명 의 고객을 대상으로 '연말 선물 계획에 대해 조사한 결과 전체 응답자 중 87%가 '준비하겠다'고 응답했다"고 20일 밝혔다.

구입 선호 품목 1위는 '패션·뷰티상품'(48%), 2위는 '가공식

품'(20%)이 차지했다. 이외에 '디지털제품'(10%), '여행상품'(5%), '장난감'(5%) 등 순이다.

선물을 줄 대상을 묻는 질문에는 성별로 차이를 보였다. 남성의 경우 35%가 '부모님'이라고 답했다. 이어 '연인·배우자'(22%), '자녀·조카'(18%), '친구·주변 지인'(8%) 순이었다.

이에 비해 여성의 경우 '자녀·조카'에게 선물을 하겠다는 응답이 24%로 가장 많았다. 2위는 '나 자신'(21%), 그리고 '부모님'과 '연인·배우자'는 각각 20%, '친구·주변 지인'(10%) 순으로 응답했다. 한 해를 보내면서 감사와 사랑의 의미를 담은 연말 선물에 남성은 '효심'이, 여성은 '모성애'가 작용했다.

이 생각하면 어떻게 쓰겠냐'는 질문에 응답자의 절반에 가까운 45%가 '나 자신'이라고 응답했다. 뒤로는 '부모님'(37%), '연인·배우자'(11%), '자녀·조카'(7%) 순으로 나타났다. 공동 사용처에 '친구·주변지인' 혹은 '직장상사·동료' 답변은 없었다.

연말 선물 구입 예산은 35%가 '10만~30만원', '5만~10만원'은 29%를 차지했다.

G마켓 마케팅본부 김소정 본부장은 "상대적으로 평상시에 감사의 마음을 전하거나 애정표현에 소극적인 남성들이 연말 시즌에도 마음을 표현하고 싶어 하는 심리가 반영된 결과로 보인다"고 말했다.



임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리. 따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요. 당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.