

특화거리 만족도 영향요인에 관한 연구

A Study on the Influencing Factors of the Satisfaction on the Specialized Street

특별기고 1

정 재 희* · 김 진 수**

Jung, Jae Hee · Kim, Jin Soo

目 次

- | | |
|------------------------|----------------------|
| I. 서론 | III. 실증 분석 |
| 1. 연구의 배경 및 목적 | 1. 분석의 틀 |
| 2. 연구의 범위 및 방법 | 2. 특화거리 이용 대상자 분석 결과 |
| II. 이론적 고찰 | 3. 특화거리 운영 상인 분석 결과 |
| 1. 특화거리 개념 | IV. 결론 및 향후 연구과제 |
| 2. 특화거리 생성원인 | 1. 연구의 결론 |
| 3. 선행연구 고찰 | 2. 향후 연구과제 |
| 4. 만족도 조사를 위한 평가지표 선정 | <abstract> |
| 5. 평가적합성 검증을 통한 최종지표도출 | <참고문헌> |

ABSTRACT

1. CONTENTS

(1) RESEARCH OBJECTIVES

In this paper, we study on the influencing factors of the satisfaction on the specialized street through the actual investigations. And there is a purpose of the study to be used as basic data that can be theoretical and policy implications of future plans for the specialized street.

(2) RESEARCH METHOD

Conformity assessment for the 20 indicators selected on the basis of theoretical consideration and prior studies, Focus group interviews and a multiple regression analysis were performed.

(3) RESEARCH FINDINGS

The study indicates that the main factors of the satisfaction on the specialized street are the diversity of goods, the price of goods, accessibility, facilities and parking in order of importance.

* 주 저 자 : 도시발전연구원 연구원, jh-0604@hanmail.net

** 교신저자 : 건국대학교 행정대학원 도시및지역계획학과 주임교수, 박사/도시및지역개발, rcnews@konkuk.ac.kr

▷ 접수일(2014년 10월 17일), 수정일(1차 : 2015년 2월 4일), 게재확정일(2015년 2월 13일)

2. RESULTS

Based on the analysis results, in order to activate the specialized street, there are several necessary conditions. The conditions are various products, low price of products, better accessibility, improving facilities and convenient parking. Also continuous communication between self-governing bodies and merchants, improvements in legal system regarding specialized street and so on are necessary.

3. KEY WORDS

- Specialized street, Specialized area, Regional Economic Vitalization, Regression analysis, Urban governance

국문초록

본 연구에서는 특화거리 이용자와 상인들을 대상으로 한 실증조사를 통하여 특화거리 이용 만족도에 영향을 미치는 요소들을 도출하여, 향후 특화거리 활성화 계획 수립 시 이론적, 정책적 시사점을 제시하고자 하였다.

연구 결과, 특화거리 이용자 만족에 가장 큰 영향력을 가지는 요소는 순위별로 '상품의 다양성', '상품의 가격', '접근성', '편의시설', '주차 공간' 등으로 나타났다.

연구결과를 토대로, 특화거리 활성화를 위해서는 첫째, 특화거리 내의 다양한 상품과 저렴한 가격, 둘째, 대중교통 이용 등 접근성이 양호한 위치, 셋째, 벤치, 화장실 등의 편의시설 및 주차장 재정비 등 물리적인 시설이 보완되어야 하며, 넷째, 지자체의 지속적인 모니터링(관리)과 지원, 지자체와 상인들과의 긴밀한 소통과 협력을 통한 도시거버넌스가 중요한 것으로 도출되었다. 또한 특화거리에 대한 법령 및 제도 정비, 상인들의 전문성 교육, 상인들 상호간 정보 교류의 네트워크 형성이 필요하다.

핵심어 : 특화거리, 특화지역, 지역경제 활성화, 회귀분석, 도시거버넌스

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

우리나라 지방자치제는 1991년 부활되어 1995년부터 본격적으로 시행되면서 지자체들은 과거 중앙정부 중심의 성장위주 경제개발정책으로 인한 수도권 집중현상과 지역 간 불균형, 중앙정부의 의존성에서 벗어나기 위한 많은 노력을 하고 있다.

최근 각 지자체들은 지역경제를 활성화하고 지역경쟁력을 높이기 위한 하나의 방안으로 지역의 역사와 문화, 자연환경 등을 종합적으로 검토

하여 지역적 특성을 살리고 특정한 상업 또는 기능을 특화하여 지역경제를 활성화하려는 특화거리 조성에 많은 관심을 기울이고 있다. 그러나 일부에서는 지역의 정체성과 차별성, 지역주민들의 의견 등을 고려하지 않은 채 특화거리의 이점만을 생각하고 무분별하게 특화거리를 조성하여 예산만 낭비하는 역효과를 가져오기도 한다.

이러한 문제의식에 근거하여 본 연구는 비교적 활성화된 특화거리를 대상지로 선정해 특화거리 이용자와 상인들을 대상으로 실증조사와 분석을 통하여 특화거리 이용 만족도에 영향을 미치는 요소들을 도출하여 특화거리 활성화 계획수립 시 이론적, 정책적 시사점을 제시하고자 하였다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 범위는 <표 1>과 같이 사전조사를 통해 서울특별시 25개 자치구에서 비교적 특화거리가 성공적으로 조성된 강남구 논현 가구거리, 강동구 천호 문구완구거리, 송파구 문정 로데오거리, 광진구 건대 로데오거리를 연구 범위로 한정하였다.

본 연구의 방법은 문헌고찰을 통해 특화거리에 대한 개념과 현황 등을 파악하였고, 행정관청과 시장 등 현장조사를 통하여 특화거리의 현황과 이용자 만족도에 영향을 미치는 지표 등을 도출하여 각 주제별 면접 설문조사를 시행하여 특화거리 만족도 영향요인을 도출하였다.

〈표 1〉 서울시 주요 특화거리

자치구	거리 명	자치구	거리 명
강남	논현 가구거리	성동	왕십리 곱창특화거리
	청담 패션거리		용답동 로데오거리
	도곡 로데오거리		성수동 수제화거리
	압구정 로데오거리	성북	등소문 아리랑영화 거리
	청담 명품거리		친환경음식문화거리
강동	천호 로데오거리	용산	이태원 세계음식거리
	천호 문구완구거리		엔터가거리
	모조장신구거리		종로 귀금속거리
광진	건대 로데오거리	종로	아현 가구거리
	중곡 가구거리		인사 문화특화거리
	갈매거리		꽃시장 특화거리
구로	구로 로데오거리	중구	만화특화거리(재미로)
노원	공릉 국수거리		충무로 애견거리
도봉	창동 로데오거리		장충 족발거리
동대문	답십리 고미술거리		신당 떡볶이거리
동작	노랑진 학원거리		소나무 특화거리
영등포	캔버스 디자인거리	송파	문정 로데오거리
은평	연신내 로데오거리	양천	목동 로데오거리

II. 이론적 논의

1. 특화거리 개념

특화거리란 특정한 지역에서 동일 혹은 유사한 기능의 업종들이 특화하여 집적의 이익을 창출하기 위해 일정한 장소에 군집을 이루어 입지하는 거리를 말한다. 특히 지방자치시대와 맞물려 자치단체가 중심이 되는 지역밀착형으로 이동하는 추세와 함께 부도심이나 지역 중심지에도 점차적으로 다양하게 발생하고 있다.¹⁾ 특화거리는 상점 상호간의 경쟁을 통해 가격을 인하하고 상품선택의 폭을 넓혀 줌으로써 소비자에게 다양한 쇼핑의 기회를 제공한다는 측면에서 의의를 찾을 수 있다.²⁾

2. 특화거리 생성원인

특화거리는 입지의 경합과정을 통해 특정 상점들이 일정한 지역에 군집하여 집적이익을 추구하거나, 특화거리에 대한 소비자의 평판으로 인하여 그 특성이 지속적으로 유지되고 강화되는 과정을 통해 형성된다. 즉, 같은 기능끼리 집단을 이루으로써 접촉의 기회를 높여 상점 상호간의 정보교환과 편의성을 증진시킨다.³⁾

3. 선행연구 고찰

1) 선행연구 검토

특화거리에 관한 연구는 특화거리를 구성하고 이용하고 있는 집단들의 의식과 의사소통에 관한 것, 도시공간구조 측면에서 접근한 것, 특화거리를 구성하고 활성화시키기 위한 영향요소를 파악하는 연구로 크게 나뉘었다.

손재룡(2003년)⁴⁾은 특화거리 조성 변천과

1) 손재룡·최준호·이용준·이상호·이경희, “특화거리 조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구”, 학술발표대회논문집, 대한건축학회, 2003, 제23권, 제1호, pp.487-490.

2) 이진숙·김지혜·김효정, “특화거리 조성을 위한 환경디자인요소의 영향 분석”, 논문집 계획계, 대한건축학회, 2009, 제25권, 제2호, pp.257-264.

3) Berry B.J.L. *Geography of Market Centers and Retail Distribution*, Englewood Cliffs. 1967, pp.42-58.

4) 손재룡·최준호·이용준·이상호·이경희, “특화거리 조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구”, 대한건축학회 학술발표대회논문집, 대한건축학회, 2003, 제23권 제1호, p.490.

정에서 나타난 네트워크의 중요성에 관한 연구에서 경영적 측면과 건축계획측면에서 특화거리 조성을 위한 관련기관, 이용자, 상인의 네트워크 형성의 중요성에 대해 고찰하였다. 박현규(2003년)⁵⁾는 도심재생을 위한 특화거리의 구성과 개선방안-대전광역시 한의약거리를 중심으로-에서 특화거리 형성 배경과 원인, 문제점과 개선방안을 분석하여 도심재생을 위한 시사점을 제시하였다. 이용성·정석(2008년)⁶⁾은 분당신도시 카페거리 조성사례를 중심으로 특화거리의 활성화 요인분석을 통하여 상인, 주민, 이용자들 각 집단의 특화거리에 대한 생각과 지역사회에서 활성화의 구체적 요인을 분석하였다. 박천보(2009년)⁷⁾는 물리 환경적 도심재생 관점의 특화거리 활성화 방안연구로 대전시 선화동에 위치한 음식특화거리의 특성을 하드웨어와 소프트웨어 측면에서 분석하여 도시재생 관점에서 특화거리 활성화 방안을 제시하였다. 현우정(2010년)⁸⁾은 도시공간 특성에 따른 장소성 형성에 관한 연구-특화거리의 대상지 선정과 장소 프로그램을 중심으로-에서 특화거리 조성시 장소성이 높은 공간을 만들기 위해 대상지의 장소성 유무와 형성요소를 조사하여, 접근성, 교통, 즐길거리 등 프로그램과 공간 어떤 관계를 형성하는지 분석하였다. 정진섭(2010년)⁹⁾은 강남대로 특화거리 조성사업에 따른 인식평가에 관한 연구에서 강남 U-Street(강남대로 특화거리 조성사업)조성에 따른 건물의 전면공간의 변화와 사람들의 인식평가를 조사

분석하여 향후 유비쿼터스 가로 조성을 위한 디자인 가이드라인을 제시하였다. 김영록(2012년)¹⁰⁾은 상업시설 건설 계획수립 시 미래고객의 점포 결정 이용행태를 파악하는데 유용한 자료를 얻고자 수도권 백화점 이용자들의 점포선택 선호요인에 대하여 연구하였다. 김준환(2012년)¹¹⁾은 전문점에 대한 소비자들의 선택요인이 시설수준과 신뢰성을 가장 중요시하는 것으로 연구하였다. 신선화(2012년)¹²⁾는 특화거리조성 사례분석-부산시 '보수동 책방골목'을 중심으로-연구에서 현존하는 극소수 현책방거리의 거리특성과 가치를 활용하여 국내·외 선진사례와 비교하여 시사점을 제시하였다.

2) 연구의 착안점

선행 연구들에서는 특화거리의 구성과 형성 과정을 통해 각각의 특징을 분석하고, 개선방안을 모색하는 다양한 연구가 진행되었다. 하지만 특화거리의 이용자측면에서 이용자의 만족도를 중심으로 한 연구는 매우 미흡한 실정이다. 특히 특화거리의 활성화 요인을 분석한 연구(이용성·정석, 2008)¹³⁾도 문제점보다는 특화거리가 활성화 될 수 있었던 요인만을 분석하였고, 사례연구 대상지도 한 곳에 불과해 연구 결과의 일반화에 한계가 있다.

이에 대해, 본 연구에서는 비교적 안정적으로 정착한 특화거리 4곳을 선정하고 기존 연구의

5) 박현규·박천보, "도심재생을 위한 특화거리의 구성과 개선방안", 대한건축학회 학술발표대회 논문집 계획계, 대한건축학회, 2003, 제23권 제1호, p.482.

6) 이용성·정석, "참여주체 관점에서 특화거리의 활성화 요인 분석 : 분당신도시 정자동 카페거리 조성사례를 중심으로", 한국도시설계학회 춘계학술발표대회 논문집, 한국도시설계학회, 2008, p.519.

7) 박천보, "물리환경적 도심재생 관점의 특화거리 활성화 방안 연구", 대한건축학회지, 대한건축학회, 2009, 제25권 제8호 통권 제250호, p.292.

8) 현우정, "특화거리의 장소성 형성을 위한 환경디자인요소에 관한 연구 : 인사동 전통문화의 거리 사례를 중심으로", 한국공간디자인학회 논문집 제5권, 한국공간디자인학회, 2010, 제3호 통권 13호, pp.147-148.

9) 정진섭, "강남대로 특화거리 조성사업에 따른 인식평가에 관한 연구", 서울시립대학교 대학원 석사학위논문, 2010, p.52.

10) 김영록·이호병, "수도권 백화점 이용자의 점포선택 선호요인 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제49집, p.156.

11) 김준환·김현순, "소비자의 소매업체 선택요인 및 이용행태에 관한 실증적 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제48집, pp.118-119.

12) 신선화·최강림, "서점을 주제로 한 특화거리조성 사례분석 : 부산시 보수동 책방골목을 중심으로", 한국콘텐츠학회논문지, 한국콘텐츠학회, 2012, 제12권 제12호, pp.457-458.

13) 이용성·정석, "참여주체 관점에서 특화거리의 활성화 요인 분석 : 분당신도시 정자동 카페거리 조성사례를 중심으로", 한국도시설계학회 춘계학술발표대회 논문집, 한국도시설계학회, 2008, p.519.

한계점을 보완하기 위해 사전 면접조사를 통해 특화거리 이용자에 만족을 주는 영향 요인들을 선정하여 이용자 만족에 영향을 미치는 요소들을 도출하는 한편, 사업 주체인 상인들의 측면에서도 특화거리의 문제점을 분석하였다.

이를 통하여 본 연구에서는 향후 특화거리 활성화 계획수립시 고려해야할 이론적, 정책적 시사점을 제시하였다.

4. 만족도 조사 위한 평가지표 선정

1) 선행연구 통한 평가지표 선정

이론적 고찰 및 선행연구 검토, 향후 연구 변수 검토를 토대로 선정된 1차 평가분류는 총 4개, 종합만족도를 제외한 측정지표는 총 20개로 <표 2>과 같다.

<표 2> 선행연구를 통한 평가지표

분류	지표
종합 만족도	특화거리 종합 만족도
가로환경의 쾌적성	가로폭
	가로수 및 녹지
	보도 블록의 상태
	도로 포장의 상태
	주변지역과 조화
	건물의 깨끗함
가로환경의 편리성	간판 정리의 상태
	휴식공간(쉼터, 소공원)의 상태
서비스의 만족도	상인들의 서비스에 대한 만족도
	편의시설(화장실, 카페 등)에 대한 만족도
	상품의 다양성에 대한 만족도
	상품의 가격에 대한 만족도
	상품 교환·환불 서비스 만족도
	접근성
교통·주차환경	주차 서비스의 만족도
	주차 요금의 적절성 여부
	주차 공간이 충분한지에 대한 여부
	도로의 혼잡률에 대한 여부
	특화거리 진출입구의 편리성
	주차할인의 여부

또한, 상인들이 생각하는 특화거리의 문제점에 대한 인식을 조사, 분석하였다. 상인들의 인식 평가에 관한 평가지표는 <표 3>와 같다.

<표 3> 상인들의 평가항목 종합

항목
특화거리 유지를 위한 지역 상인들과의 교류 여부
각 구의 해당 지역 담당 공무원들과의 교류 여부
상인회, 조합 등이 유명무실하게 된 이유
상가 활성화를 위한 상인회의 참여 의사 여부
상인회·조합의 적당한 모임 횟수
집적이익을 위해 협력할 의사가 있는지 여부
이용자들의 수가 줄어든 이유
각 특화거리의 가장 큰 문제점 항목
특화거리 활성화를 위해 필요한 사항에 관한 항목

<표 4> 적합성 검증

분류	지표	평균	P-value (p<0.05)	반영 여부
가로환경의 쾌적성	가로폭	2.21	0.217	X
	가로수 및 녹지	2.45	0.109	X
	보도 블록의 상태	2.78	0.148	X
	도로 포장의 상태	2.01	0.188	X
	주변지역과 조화	2.24	0.167	X
	건물의 깨끗함	2.88	0.201	X
편리성	간판 정리의 상태	3.01	0.107	X
	휴식공간(쉼터, 소공원)의 상태	3.99	0.002	O
서비스 만족도	상인들의 서비스에 대한 만족도	3.33	0.167	X
	편의시설(화장실, 카페 등)에 대한 만족도	3.96	0.001	O
	상품의 다양성에 대한 만족도	4.11	0.001	O
	상품의 가격에 대한 만족도	4.35	0.000	O
	상품 교환·환불 서비스 만족도	3.45	0.015	O
	접근성	4.01	0.002	O
교통·주차환경	주차 서비스의 만족도	3.55	0.003	O
	주차 요금의 적절성 여부	3.55	0.000	O
	주차 공간이 충분한지에 대한 여부	3.78	0.002	O
	도로의 혼잡률에 대한 여부	3.68	0.000	O
	특화거리 진출입구의 편리성	2.99	0.109	X
	주차할인의 여부	3.58	0.000	O

5. 평가 적합성 검증을 통한 최종 지표 도출

〈표 4〉와 같이 선행연구를 토대로 선정된 20개의 평가지표에 대해 적합성 검증 및 최종 항목을 선정하기 위해 표적집단면접(FGI)을 시행하였으며, 5점 척도로 조사를 실시하였다. 최종 지표의 적합성은 긍정 의미를 지닌 응답을 기준으로 하였다.¹⁴⁾ 적합성 검증을 위한 일표본 t-test 검증에서 관측된 p-value가 0.05보다 작은 유의미한 변수 11개의 평가항목이 〈표 5〉와 같이 최종 도출되었다.

〈표 5〉 특화거리 만족도 영향요인 평가지표 종합

분 류	항 목
가호환경의 편리성	휴식공간(유평터, 소공원)의 상태
서비스의 만족도	편의시설(화장실, 카페 등)에 대한 만족도
	상품의 다양성에 대한 만족도
	상품의 가격에 대한 만족도
	상품 교환·환불 서비스 만족도
교통·주차환경	접근성
	주차 서비스의 만족도
	주차 요금의 적절성 여부
	주차 공간이 충분한지에 대한 여부
	도로의 혼잡도에 대한 여부
	주차할인의 여부

Ⅲ. 실증 분석

1. 분석의 틀

1) 분석의 범위

본 연구의 분석은 두 가지로 나누어 시행하였다. 첫째, 대상지를 이용하는 이용자들에 대한 평가로 각 대상지별 특화거리 만족도를 조사하고 만족도에 영향을 미치는 지표항목을 만들어서 분석하였다. 둘째, 대상지 상인들에게는 이용자들과는 다른 평가항목으로 특화거리의 문제점에 관한 의견을 조사 분석하였다.

2) 설문조사 개요

평가지표를 토대로 설문지를 작성하였으며, 이용자와 상인들에 대한 면접조사와 설문조사 방법을 병행하였다. 본 연구의 목적에 부합하고 보다 타당성 있는 연구를 위해서는 많은 수의 표본과 다양한 대상에 대한 조사가 필요하나, 각 대상지별로 유동인구 수가 다르고 계층 또한 매우 다양하여 일관된 결과를 얻기 힘들기 때문에 대상의 폭을 한정하였다. 이용자 대상은 각 특화거리를 방문한 사람중 20~50대 내외의 연령대로 한정하였다. 하지만 상인들에 관한 조사는 각 특화거리를 구성하고 있는 상가 수의 제한된 표본으로 인하여 특화 거리 내 상가를 운영하고 있는 모든 상인들을 대상으로 하였다.

이용자를 대상으로 면접 및 설문조사는 2013년 10월 10일 ~ 2013년 11월 10일까지 진행하였다. 이용자들에게 100부씩 총 400부의 설문지를 배포하여, 결측치(missing data)를 제외하고 논현 가구거리는 89부, 천호 문구완구거리 84부, 건대 로데오거리 94부, 문정 로데오거리 95부를 회수하여 총 362부(회수율 90.5%)에 대한 분석을 시행하였다.

조사방법은 조사항목을 Likert 등간 척도를 이용하였고, 최고점수를 7점, 최저점수를 1점으로 설정하였고, 그 이외의 질문들은 주관식으로 하였다.

〈표 6〉 설문조사 방법-Likert 등간척도

항목	매우 나쁨	조금 나쁨	나쁨	보통	좋음	조금 좋음	매우 좋음
가중치	1	2	3	4	5	6	7

상인을 대상으로 한 면접 및 설문조사는 2013년 10월 10일 ~ 2013년 11월 10일까지 실시하였는데, 대상지별 30부씩 총 120부를 배포하여 결측치(missing data)를 제외하고 논현 가구거리는 25부, 천호 문구완구거리 23부, 건대 로데오거리 27부, 문정 로데오거리 27부를 집계하여 102부(회수율 85.0%)에 대한 분석을 실시하였다.

14) Likert 척도의 3(2.5~3.5)이 보통의 의미이므로 3 이상의 수치를 긍정의 의미로 판단하였다.

2. 특화거리 이용 대상자 분석 결과

특화거리 만족도에 영향을 미치는 요소를 도출하기 위하여 다중회귀분석(Multiple Regression Model)을 실시하였다.

종속변수는 특화거리 전반적인 이용자 만족으로 하였고, 독립변수는 휴식 공간(쉼터, 소공원 등), 편의시설(화장실, 카페 등), 상품의 다양성, 상품의 가격, 교환·환불서비스, 접근성, 주차 서비스, 주차요금 적절성, 주차 공간, 주차할인, 도로 혼잡률 등의 여부로 선정된 11개를 적용하였다.

1) 논현 가구거리

모형의 설명력을 나타내는 R^2 값이 0.567로 56.7%의 설명력을 나타내고 있으며, 다중공선성을 판단할 수 있는 Tolerance ($IF < 10$) 및 VIF($IF > 1$)값 모두 기준을 만족하고 있어 변수 간 심각한 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 또한 더빈 왓슨(Durbin-Watson) 계수값도 1.741로 1.5~2.5사이로 분석되어 자기상관을 무시해도 무방하고, F값의 유의수준은 0.05보다 작아 모형이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 독립변수의 회귀계수값에 대한 유의성 검정 결과, 총 11개 요소 중 상품의 다양성, 상품의 가격, 접근성, 편의시설 4개 요소가 이용자 만족에 영향을 미치는 것으로 확인되었으며 회귀식은 다음과 같다.

$$Y = 1.150 + 0.423X_1 + 0.392X_2 + 0.226X_3 - 0.287X_4$$

(0.071) (0.080) (0.071) (0.113)

Y = 논현가구거리 이용자 만족도

X_1 = 상품의 다양성, X_2 = 상품의 가격

X_3 = 접근성, X_4 = 편의시설

이러한 결과는 논현 가구거리의 이용자 만족도에 상품의 다양성, 상품의 가격, 접근성은 정(+)의 영향을 미치고, 편의시설은 부(-)의 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이 변수들 중 상품의 다양성의 회귀계수값(0.423)이 가장 크게 나타나, 상품의 다양성이 이용자 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것이라고 판단할 수 있다.

〈표 7〉 회귀분석 결과 - 논현 가구거리

R	R 제곱		수정된 R제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson		
.753	.567		.548	.441	1.741		
모 형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타 (β)			공차	VIP
(상수)	1.150	.622		1.848	.068		
상품의 다양성	.423	.071	.455	5.955	.000	.782	1.278
상품의 가격	.392	.080	.349	4.900	.000	.900	1.111
접근성	.226	.071	.232	3.195	.002	.863	1.159
편의시설	-.287	.113	-.190	-2.543	.013	.817	1.224

2) 천호 문구완구거리

모형의 설명력을 나타내는 R^2 값이 0.538로 53.8%의 설명력을 나타내고 있으며, 다중공선성을 판단할 수 있는 Tolerance ($IF < 10$) 및 VIF($IF > 1$)값 모두 기준을 만족하고 있어 변수 간 심각한 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 또한 더빈 왓슨(Durbin-Watson) 계수값도 1.693로 1.5~2.5사이로 분석되어 자기상관을 무시해도 무방하고, F값의 유의수준은 0.05보다 작아 모형이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 독립변수의 회귀계수값에 대한 유의성 검정 결과, 총 11개 요소 중 상품의 다양성, 접근성의 2개 요소가 이용자 만족에 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 회귀 식은 다음과 같다.

$$Y = 0.031 + 0.819X_1 + 0.186X_2$$

(0.066) (0.058)

Y = 천호문구완구거리 이용자 만족도

X_1 = 상품의 다양성

X_2 = 접근성

이러한 결과는 천호문구완구거리의 이용자 만족도에 상품의 다양성과 접근성이 정(+)의 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이 두 변수 중에서는 상품의 다양성의 회귀계수값(0.819)이 가장 크게 나타나, 상품의 다양성이 이용자 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것이라고 판단할 수 있다.

〈표 8〉 회귀분석 결과 - 천호 문구완구거리

R	R 제곱		수정된 R제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson		
.734	.538		.531	.512	1.693		
모 형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타 (β)			공차	VIP
(상수)	.031	.390		.079	.937		
상품의 다양성	.819	.066	.717	12.389	.000	.998	1.002
접근성	.186	.058	.184	3.182	.002	.998	1.002

3) 건대 로데오거리

모형의 설명력을 나타내는 R^2 값이 0.598로 59.8%의 설명력을 나타내고 있으며, 다중공선성을 판단할 수 있는 Tolerance ($IF < 10$) 및 VIF($IF > 1$) 값 모두 기준을 만족하고 있어 변수 간 심각한 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 또한 더빈왓슨(Durbin-Watson) 계수값도 1.507로 1.5~2.5사이로 분석되어 자기상관을 무시해도 무방하고, F값의 유의수준은 0.05보다 작아 모형이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 독립변수의 회귀계수값에 대한 유의성 검정 결과, 총 11개 요소 중 상품의 다양성, 상품의 가격, 주차공간 3개 요소가 이용자 만족도에 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 회귀 식은 다음과 같다.

$$Y = 0.463 + 0.766X_1 + 0.184X_2 + 0.163X_3$$

(0.060) (0.058) (0.081)

Y = 건대로데오거리 이용자 만족도

X_1 = 상품의 다양성, X_2 = 상품의 가격

X_3 = 주차 공간

이러한 결과는 건대 로데오거리의 이용자 만족도에 상품의 다양성, 상품의 가격, 주차공간이 정(+)의 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이러한 변수 중 상품의 다양성의 회귀계수값(0.766)이 가장 크게 나타나, 상품의 다양성이 이용자 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것이라고 판단할 수 있다.

〈표 9〉 회귀분석 결과 - 건대 로데오거리

R	R 제곱		수정된 R제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson		
.773	.598		.591	.623	1.507		
모 형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타 (β)			공차	VIP
(상수)	.463	.362		1.277	.202		
상품의 다양성	.766	.060	.680	12.842	.000	.858	1.165
상품의 가격	.184	.058	.167	3.162	.002	.865	1.156
주차 공간	.163	.081	.099	2.002	.047	.990	1.010

4) 문정 로데오거리

모형의 설명력을 나타내는 R^2 값이 0.512로 51.2%의 설명력을 나타내고 있으며, 다중공선성을 판단할 수 있는 Tolerance ($IF < 10$) 및 VIF($IF > 1$) 값 모두 기준을 만족하고 있어 변수 간 심각한 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 또한 더빈왓슨(Durbin-Watson) 계수 값도 1.610로 1.5~2.5사이로 분석되어 자기상관을 무시해도 무방하고, F값의 유의수준은 0.05보다 작아 모형이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 독립변수의 회귀계수값에 대한 유의성 검정 결과, 총 11개 요소 중 상품의 다양성, 접근성, 편의시설 3개 요소가 이용자 만족에 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 회귀 식은 다음과 같다.

$$Y = 0.831 + 0.635X_1 + 0.376X_2 - 0.200X_3$$

(0.080) (0.070) (0.073)

Y = 문정 로데오거리 이용자 만족도

X_1 = 상품의 다양성, X_2 = 접근성

X_3 = 편의시설

이러한 결과는 문정 로데오거리의 만족도에 상품의 다양성, 접근성은 정(+)의 영향을 미치고, 편의시설은 부(-)의 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이러한 변수 중 상품의 다양성의 회귀계수값(0.635)이 가장 크게 나타나, 상품의 다양성이 이용자 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것이라고 판단할 수 있다.

〈표 10〉 회귀분석 결과 - 문정 로데오거리

R	R 제곱		수정된 R제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson		
.714	.512		.501	.690	1.610		
모 형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타 (β)			공차	VIP
(상수)	.831	.387		2.146	.034		
상품의 다양성	.635	.080	.512	7.984	.000	.817	1.224
접근성	.376	.070	.342	5.348	.000	.823	1.215
편의시설	-.200	.073	-.161	-2.736	.007	.969	1.031

이상의 네 지역을 대상으로 한 회귀분석 결과에서 회귀계수값을 정리하면 다음 〈표 11〉과 같다. 특화거리 이용자 만족의 영향요소 중 ‘상품의 다양성’은 4개 대상지역에서 모두 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 영향력 또한 매우 크게 나타났다. 다음으로 ‘접근성’은 논현 가구거리, 천호 문구완구거리, 문정 로데오거리에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. 건대 로데오거리와 문정 로데오거리는 업종이 동일하다고 볼 수 있지만 나머지 두 곳은 모두 다른 업종 지역이다. 업종의 동질성과 이질성에도 불구하고 ‘상품의 다양

〈표 11〉 대상지역별 이용자 만족에 영향을 미치는 변수

대상지역	변수	비표준화 계수(B)	표준화 계수(β)
논현 가구거리	상품의 다양성	.423	.455
	상품의 가격	.392	.349
	접근성	.226	.232
	편의시설	-.287	-.190
천호 문구완구거리	상품의 다양성	.819	.717
	접근성	.186	.184
건대 로데오거리	상품의 다양성	.766	.680
	상품의 가격	.184	.167
	주차 공간	.163	.099
문정 로데오거리	상품의 다양성	.635	.512
	접근성	.376	.342
	편의시설	-.200	-.161

성’과 ‘접근성’은 대부분의 특화거리에서 영향을 미치는 것으로 나타나, 이러한 변수들이 이용자의 만족에 기본적인 요소일 가능성이 높다는 것을 보여준다.

‘상품의 가격’은 논현 가구거리와 건대 로데오거리에서 이용자 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났고, ‘편의시설’은 논현 가구거리와 문정 로데오거리에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘상품의 가격’과 ‘편의시설’ 변수 또한 업종이 다른 지역에서 영향요소로 나타나지만, 이는 각 지역의 특성에서 비롯되었을 수 있으므로 신중한 접근이 필요할 것이다. 가구는 내구재의 특성이 있고, 다른 물품에 비해 상대적으로 가격이 높기 때문에 ‘상품의 가격’이라는 요소가 영향을 미쳤을 수 있다. 그리고 건대 로데오거리의 경우 주변에 롯데 백화점이 입지하고 있어 로데오거리의 가격이 백화점 매장과 비교되기 때문에 가격이 영향요소로 나타났을 수 있다. 그런데 ‘편의시설’은 논현 가구거리와 문정 로데오거리가 다른 지역에 비해 특히 부족한 것으로 파악되기 때문에 이용자 만족에 주요한 영향요인이라고 볼 수 있을 것이다. 마지막으로 ‘주차 공간’ 변수는 건대 로데오거리에서만 이용자 만족도에 영향력을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 다른 지역에 비해 상대적으로 주차공간이 부족한 데서 연유한 것으로 판단된다.

3. 특화거리 운영 상인 분석 결과

각 특화거리 상인들에게 특화거리가 지정된 사실을 알고 있는지, 지역 상인들과의 교류가 있는지, 각 지자체 공무원들과의 교류가 있는지 등에 대하여 조사하였다.

〈표 12〉에서 보는 바와 같이 특화거리가 지정된 사실에 대해 거의 대부분(95%내외)의 상인들이 알지 못하고 있었으며, 지역상인과의 교류도 논현 가구거리와 건대 로데오거리는 전혀 없었고 천호 문구완구거리(30.4%)와 문정 로데오거리(37.0%)만이 교류가 있었는데 이마저 비정기적인 사교 모임에 지나지 않았고 특화거리 활

〈표 12〉 상인들 대상 조사 분석 - 종합

특화거리지정 사실의 유무	알고 있다	모른다
논현 가구거리	4.0%	96.0%
천호 문구완구거리	5%	95.0%
건대 로데오거리	7.4%	92.6%
지역 상인들과의 교류	있다	없다
논현 가구거리	-	100.0%
천호 문구완구거리	30.4%	69.6%
건대 로데오거리	-	100.0%
문정 로데오거리	37.0%	63.0%
지자체 공무원들과의 교류	있다	없다
논현 가구거리	-	100.0%
천호 문구완구거리	-	100.0%
건대 로데오거리	-	100.0%
문정 로데오거리	-	100.0%

성화를 위한 모임은 아니었다. 또한, 지자체 공무원들과의 교류는 4곳 모두(100%) 전혀 없었던 것으로 조사 되었다. 다만 문정 로데오 거리는 해당 지자체에서 실시하는 몇몇 프로그램에 상인들 일부가 참여하여 특화거리 활성화를 위한 교육과 토론을 한 것으로 조사되었다.

각 사례 대상지별 거리 활성화를 위해 필요한 사항으로 상인들과의 교류가 없는 이유, 상인회에 정기적 참여 의사, 상인회의 적절한 모임 횟수, 집적이익을 위해 협력할 의사 여부, 이용자들의 수가 줄어드는 이유, 각 특화거리의 가장 큰 문제점, 거리 활성화를 위해 필요한 사항을 조사하였다.

1) 논현 가구거리

논현 가구거리에서 상인들과의 교류가 없는 이유로는 잦은 상가이주(40.0%), 적극성 부족(32.0%) 등으로 나타났다. 2000년 이후 금융 위기와 부동산 경기 침체로 많은 매장이 가구거리를 떠나고 경영주들이 자주 바뀌면서 교류가 없는 것으로 조사되었다. 과거의 상점이 진흥사업 협동조합과 같은 상인회가 생긴다면 참여할 의사가 있는지의 질문에는 100% 참여한다는 의견을 보였다. 과거와 비교해 이용자들이 수가 줄

어든 이유로는 주변지역의 영향(28%) 즉, 인근 청담동 지역으로의 가구매장 이전 그리고 논현 가구거리만의 특색 부족(22%), 주차시설문제(18%) 등으로 나타났다. 가구거리의 가장 큰 문제점으로는 강남구청의 지원 중단을 지적(52%) 하였다.

〈표 13〉 상인 대상 설문분석 - 논현 가구거리

논현 가구거리					
상인들과의 교류가 없는 이유	찾은 상가이주	적극성 부족	비조적성	기 타	
	40.0%	32.0%	-	28.0%	
상인회 정기적 참여 의사	있다		없다		
	100.0%		-		
상인회의 적절한 모임 횟수	한 달에 한번	한 달에 두번	두 달에 한번	기 타	
	76.0%	8.0%	16.0%	-	
집적이익을 위해 협력할 의사	있다		없다		
	84.0%		16.0%		
이용자들의 수가 줄어드는 이유	가로환경 문제	주차시설 문제	주변지역 영향	특색(개성) 부족	기 타
	12%	18%	28%	22%	20%
가구거리의 가장 큰 문제점	이용자들 불만족	지자체 지원부족	주변지역 영향	홍보 부족	기 타
	8%	52%	28.0%	12%	-
거리 활성화를 위해 필요한 사항	지자체의 관심·지원	가로환경 정비	물리적 시설도입	홍 보	기 타
	58%	14%	16%	12%	-

거리 활성화를 위해 지자체의 관심·지원(58%)이 가장 필요하고, 기타 인근 청담지역에 명품거리의 영향이 있으므로 논현 가구거리만의 특색을 살려야 한다는 의견이 있었다.

2) 천호 문구완구거리

천호 문구완구거리에 상인들과의 교류가 없는 이유로는 적극성 부족(43.5%), 비조적성(30.5%) 등으로 나타났다. 조합이 활성화가 된다면 참여할 의사가 있고(100%), 손해를 보더라도 집적의 이익을 위해 협력할 의사가 있다(91.3%)고 응답했다. 과거와 비교해 이용자들

이 수가 줄어든 이유로는 문구완구 거리만의 특색부족(34.0%), 주변지역의 영향(13.0%)을 보였으며 기타 경기침체 및 인터넷 상거래의 발달 등이 있었다.

문구완구거리의 가장 큰 문제점으로는 강동구청의 지원 중단을 지적(61.6%)하였고, 거리 활성화를 위해 지자체의 관심과 지원(53%), 물리적 시설도입(20%) 등을 원했고, 지자체 공무원들과 긴밀한 네트워크를 통한 거리 활성화를 지적하였다.

〈표 14〉 상인 대상 설문분석-천호 문구완구거리

천호 문구완구거리					
상인들과의 교류가 없는 이유	찾은 상가이주	적극성 부족	비조적성	기 타	
	14.0%	43.5%	30.5%	12.0%	
상인회 정기적 참여 의사	있다		없다		
	100.0%		-		
상인회의 적절한 모임 횟수	한 달에 한번	한 달에 두번	두 달에 한번	기 타	
	78.2%	-	21.8%	-	
집적이익을 위해 협력할 의사	있다		없다		
	91.3%		8.7%		
이용자들의 수가 줄어든 이유	가로환경 문제	주차시설 문제	주변지역 영향	특색(개성) 부족	기 타
	16%	21%	13.0%	30.4%	19.6%
가구거리의 가장 큰 문제점	이용자들 불만족	지자체 지원부족	주변지역 영향	홍보 부족	기 타
	8%	61.6%	12%	18%	0.4%
거리 활성화를 위해 필요한 사항	지자체의 관심·지원	가로환경 정비	물리적 시설도입	홍 보	기 타
	53%	10%	20%	17%	-

3) 건대 로데오거리

건대 로데오거리는 과거 기성시까지 환경정비형 지구단위계획이 최초로 반영된 곳으로 주민 참여를 통하여 만들어진 곳이다. 종전에는 상인들과의 교류, 지자체공무원들과의 협력 네트워크가 잘 이루어졌지만 현재는 거의 이루지지 않고 있다.

상인들과의 교류가 없어진 원인은 찾은 상가이주(51.9%), 적극성 부족(22.2%), 비조적성

(16.1%) 등으로 나타났으며, 92.6%가 손해를 보더라도 집적의 이익을 위해 협력하겠다고 응답했다. 과거보다 이용자 수가 줄어든 이유로는 주변 지역의 영향(47.7%), 주차시설 문제(22%) 순으로 나타났는데, 주변지역의 영향은 건대역 롯데백화점의 입점 및 인근 건대 맛의거리가 확장되면서 발생한 가구점의 이동 등을 들 수 있다. 가장 큰 문제점으로는 건대 맛의거리가 확장되면서 가구거리의 위축(주변지역 영향-43.3%), 지자체 지원 부족(40.8%), 기타 지하철 육교 등으로 거리가 단절되어 눈에 잘 띄지 않는다는 의견이 있었다.

〈표 15〉 상인 대상 설문분석-건대 로데오거리

건대 로데오거리					
상인들과의 교류가 없는 이유	찾은 상가이주	적극성 부족	비조적성	기 타	
	51.9%	22.2%	16.1%	9.8%	
상인회 정기적 참여 의사	있다		없다		
	82.9%		11.1%		
상인회의 적절한 모임 횟수	한 달에 한번	한 달에 두번	두 달에 한번	기 타	
	74.1%	-	18.5%	7.4%	
집적이익을 위해 협력할 의사	있다		없다		
	92.6%		7.4%		
이용자들의 수가 줄어든 이유	가로환경 문제	주차시설 문제	주변지역 영향	특색(개성) 부족	기 타
	13%	22%	47.7%	17.3.%	-
가구거리의 가장 큰 문제점	이용자들 불만족	지자체 지원부족	주변지역 영향	홍보 부족	기 타
	14.8%	40.8%	43.3%	-	0.1%
거리 활성화를 위해 필요한 사항	지자체의 관심·지원	가로환경 정비	물리적 시설도입	홍 보	기 타
	51.9%	22.2%	25.9%	-	-

거리 활성화를 위해 필요한 사항으로는 지자체의 관심과 지원(51.9%), 이목을 끌 수 있는 물리적 시설 도입(25.9%), 가로 환경 정비(22.2%) 등이 필요한 것으로 나타났다.

과거 이곳은 지자체와 상인들의 원만한 네트워크가 이루어졌지만, 지속적인 관리부족으로 협력 네트워크가 사라진 상태이다. 거리 활성화를

위해 지자체와 상인들의 협력 네트워크가 매우 필요한 것으로 나타났다.

4) 문정 로데오거리

문정 로데오거리는 조합 사무실이 있고 다른 곳과는 다르게 모임을 갖고 있지만 조합이 있는 것도 모르는 상인들도 있고, 참석률도 저조했다. 교류가 없어진 이유로는 잦은 상가 이주(71.5%), 적극성 부족(18.5%)으로 나타났으며 이용자가 줄어들면서 상가들이 없어지고, 조합 운영이 정상적으로 이루어지지 않고 있었다. 손해를 보더라도 집적이익을 위해 협력할 의사가 있다(74.1%)고 응답하였다

〈표 16〉 상인 대상 설문분석 - 문정 로데오거리

문정 로데오거리					
상인들과의 교류가 없는 이유	잦은 상가이주	적극성 부족	비조적성	기 타	
	71.5%	18.5%	10%	-	
상인회 정기적 참여 의사	있다		없다		
	85.2%		14.8%		
상인회의 적절한 모임 횟수	한 달에 한번	한 달에 두번	두 달에 한번	기 타	
	85.2%	-	-	14.8%	
집적이익을 위해 협력할 의사	있다		없다		
	92.6%		7.4%		
이용자들의 수가 줄어든 이유	가로환경 문제	주차시설 문제	주변지역 영향	특색(개성) 부족	기 타
	14.9%	18%	33.3%	25.9%	7.9%
가거리의 가장 큰 문제점	이용자들 불만족	지자체 지원부족	주변지역 영향	홍보 부족	기 타
	12.2%	40.8%	37.0%	10%	-
거리 활성화를 위해 필요한 사항	지자체의 관심·지원	가로환경 정비	물리적 시설도입	홍 보	기 타
	55.6%	15.9%	18.5%	10%	-

이용자들의 수가 줄어든 이유로는 주변 지역의 영향(33.3%), 로데오 거리만의 특색 부족(25.9%), 가로환경문제(14.9%) 등을 지적하였는데, 주변지역의 영향은 잠실 롯데백화점 및 지하상가, 가든 파이프 등을 들 수 있다. 기타 인

터넷 상거래의 활성화와 작은 옷가게들의 입점 등이 있었다. 가장 큰 문제점으로는 지자체 지원 부족(40.8%), 주변지역 영향(37.0%), 이용자들의 불만족(12.2%) 등이었고, 거리 활성화를 위해서는 지자체의 관심·지원(55.6%), 가로 환경 정비(15.9%), 물리적 시설 도입(18.5%) 순으로 나타났다.

문정 로데오거리 활성화를 위해서는 지자체의 지원이 필요하며 상인들 내부의 네트워크는 물론 해당 공무원들과의 교류도 필요하다는 것을 알 수 있었다.

이상의 4개 대상지 특화거리 전체 상인들이 인식하는 특화거리 문제점 및 활성화 요소들을 요약·정리하면 〈표 17〉과 같다.

〈표 17〉 상인 대상 특화거리 문제점 및 활성화 요소

특화거리의 가장 큰 문제점	
이용자들의 불만족	11.8%
지자체 지원 부족	52.9%
주변지역 영향	32.4%
기타	2.9%
거리 활성화를 위해 필요한 사항	
지자체의 관심·지원	61.8%
가로 환경 정비	12.8%
물리적 시설 도입	11.7%
기 타	13.7%

상인들이 생각하는 특화거리의 가장 큰 문제점은 지자체의 지원 부족이었고, 거리 활성화를 위해 필요한 사항으로도 지자체의 관심과 지원으로 조사되었다. 연구 대상지 4곳 모두 지역 경제 활성화를 위한 하나의 수단으로 각 지자체가 특화거리를 지정·조성하여 초기에는 모두 활성화되었지만, 사후 지속적인 모니터링(관리)부족, 주변지역의 상권변화 영향, 경기 악화 등으로 이용자가 줄어들면서 지자체의 관심과 지원도 점차 줄어들게 되었다. 그래서 현재는 이름만 특화거리이고, 특화거리에서 영업하는 상인들조차 특화거리가 무엇인지 인식조차하지 못하고 있는 실정이다.

IV. 결론 및 향후 연구과제

1. 연구의 결론

본 연구에서는 서울시 특화거리 4곳을 선정하여, 먼저 이용자 측면에서 어떤 요소가 특화거리 이용자 만족에 영향력을 미치는지에 대해 분석하였다. 또한 상인들 측면에서 특화거리의 문제점과 활성화 요인을 분석하였다. 연구의 결과를 토대로 특화거리 활성화를 위한 계획을 수립할 경우 고려해야하는 요소들이 무엇인지 고찰하였다.

특화거리 이용자의 만족도에 영향력을 미치는 요소는 휴식 공간, 편의시설, 상품의 다양성, 상품의 가격, 상품의 교환·환불 서비스, 접근성, 주차서비스 만족도, 주차요금의 적절성, 주차공간, 주차할인 여부, 도로 혼잡률 등으로 나타났다. 이러한 변수들을 독립변수로 하여 조사대상 지역별로 회귀분석을 실시한 결과, 특화거리 이용자 만족에 영향을 미치는 변수들로는 상품의 다양성, 접근성, 상품의 가격, 편의시설, 주차공간으로 나타났다. 이 변수들 중 상품의 다양성은 4개 지역에서 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 접근성은 3곳에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 상품의 다양성은 회귀계수값이 가장 높게 나타났다. 이를 통해 이러한 요소들이 특화거리 이용자의 만족을 위한 기본요소일 가능성이 높다는 것을 유추할 수 있었다. 상품의 가격과 편의시설은 2곳, 주차공간은 1곳에서 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과를 토대로, 다음과 같은 결론을 도출해 낼 수 있다. 첫째, 유사한 업종의 상업시설들이 모여 만들어진 특화거리내의 다양한 상품이 이용자들에게 가장 큰 영향을 미치고 상품의 가격 또한 영향을 미치기 때문에 이러한 요소들을 고려한 특화거리 활성화 전략을 마련할 필요가 있을 것이다. 예를 들어, 지자체는 특화거리를 조성할 경우 상인들에게 이와 관련된 정보

나 자료를 제공하는 방안을 마련할 수 있다. 둘째, 공간적 입지로 대중교통 접근성이 양호한 위치를 선정하는 것이 필요하다. 비교적 특화거리로 성공한 사례라고 할 수 있는 이들 지역은 모두 주변에 지하철, 버스 등 대중교통을 통해 용이하게 접근할 수 있는 곳이었다. 셋째, 벤치, 화장실 등의 편의시설 및 주차장 재정비 등의 물리적인 시설이 보완되어야 할 것이다.

상인들을 대상으로 한 조사결과에서는 특화거리의 가장 큰 문제점으로 지자체의 지원 부족으로 나타났고, 거리 활성화를 위해 필요한 사항으로 지자체의 관심과 지원으로 조사되었다. 이러한 결과가 나타난 이유는 주변지역의 상권 변화, 경기의 악화 등이 영향을 미치고 또 지자체가 특화거리 조성 이후 적극적으로 관리를 하지 않았기 때문으로 보인다.

이러한 분석결과를 바탕으로 제시 할 수 있는 정책적 시사점은 첫째, 특화거리에 관한 법령 및 제도 정비가 필요하다. 현재 특화거리에 대한 명확한 개념조차 정리되지 않았고, 계획 및 조성, 사후관리 등에 대한 시스템 정비가 필요하다. 둘째, 이용자·상인·지자체 등 관련 주체들이 긴밀하게 소통하고 협력하는 도시거버넌스¹⁵⁾ 구축이 필요하고, 마지막으로 상인들의 전문성 교육과 상호 정보를 교류할 수 있는 네트워크 형성이 필요하다.

2. 향후 연구과제

본 연구는 몇 가지 점에서 한계점이 존재한다. 우선, 서울시에 소재하는 특화거리 이용자와 상인의 만족도를 대표할 수 있는 충분한 표본을 확보하지 못한 측면이 있다. 특히, 서울시에 소재하는 특화거리가 다수임에도 불구하고 본 연구에서는 강남구, 강동구, 광진구, 송파구 등 4곳의 특화거리만을 대상으로 하여 분석결과와 일반화에 한계점이 존재한다. 다만 특화거리가 비교적 안정적으로 정착한 지역을 선정하였다는 점에서

15) 도시거버넌스는 도시계획은 물론, 도시 행정 등 제반 분야에서 정책을 입안, 결정, 집행하는 전과정에서 주체들이 참여하여 효율성을 높여주는 하나의 수단이라고 볼 수 있다.

이러한 한계점이 어느 정도 상쇄될 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 분석모형 설정에서 독립변수 이외에 특화거리 이용자 만족도에 영향을 미칠 수 있는 통제변수를 충분히 포함시키지 못했다. 이는 정교한 분석결과를 도출하는데 어느 정도 한계로 작용하였을 것으로 판단된다. 특히 분석대상으로 선정한 4개의 특화거리에서 업종이 다른 점이 잘 통제되지 못했을 것으로 생각된다.

향후 연구 과제는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 대상 주체를 이용자와 상인을 중심으로 연구하여 표본 수(Sample Size)가

상당히 제한적이었으나, 향후 행정관청, 이 분야 전문가 등으로 그 대상을 확대하여 보다 다양한 주체별로 영향 요인을 도출하는 것이 필요하다.

둘째, 본 연구의 공간적 범위가 서울특별시 강남구, 강동구, 광진구, 송파구 등 4개의 행정구역 특화거리를 대상으로 연구가 이루어졌으나, 향후 대상 지자체의 확대와 다양한 업역에 대한 추가 연구가 필요하다.

셋째, 본 연구의 분석방법은 다변량 분석기법인 회귀분석을 이용하였으나, 다른 분석기법을 사용하여 분석기법에 따른 차별성에 대한 연구가 필요하다.

參考文獻

- 고동완·유인혜·김현정, “건고 싶은 거리 조성사업의 경제적 가치 추정 : 과천 특화거리 사업중 ‘환영의 거리’를 사례로”, 한국조경학회지, 한국조경학회, 2009, 제36권 제6호 통권 131호.
- 김영록·이호병, “수도권 백화점 이용자의 점포선택 선호요인 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제49집.
- 박석순, “기성상업지 환경개선사업의 실무사례 연구 : 건대 로데오거리 사례를 중심으로”, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2008.
- 박천보, “물리환경적 도심재생 관점의 특화거리 활성화 방안 연구”, 대한건축학회지, 대한건축학회, 2009, 제25권 제8호 통권 제250호.
- 박현규·박천보, “도심재생을 위한 특화거리의 조성과 개선방안”, 대한건축학회 학술발표대회 논문집 계획계, 대한건축학회, 2003, 제23권 제1호.
- 손재룡·최준호·이용준·이상호·이경희, “특화거리 조성의 변천과정에서 나타난 Network의 중요성에 관한 연구”, 대한건축학회 학술발표대회논문집, 대한건축학회, 2003, 제23권 제1호.
- 신선화·최강림, “서점을 주제로 한 특화거리조성 사례분석 : 부산시 보수동 책방골목을 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 한국콘텐츠학회, 2012, 제12권 제12호.
- 이성수, “가구상 특화지역의 형성배경 및 특성 : 청주시 남주동 일대를 중심으로”, 국토계획, 대한국토도시계획학회, 1988, 제23권 통권50호.
- 이재우, “교외형 복합쇼핑몰이 지역에 미치는 영향요인 평가분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제58집.
- 이용성·정석, “참여주체 관점에서 특화거리의 활성화 요인 분석 : 분당신도시 정자동 카페거리 조성사례를 중심으로”, 한국도시설계학회 춘계학술발표대회 논문집, 한국도시설계학회, 2008.
- 이진숙·김지혜·김효정, “특화가로 조성을 위한 환경디자인요소의 영향 분석”, 대한건축학회논문집 계획계, 대한건축학회, 2009, 제25권 제2호.
- 정진섭, “강남대로 특화거리 조성사업에 따른 인식평가에 관한 연구”, 서울시립대학교 대학원 석사학위논문, 2010.
- 현우정, “특화가로의 장소성 형성을 위한 환경디자인요소에 관한 연구 : 인사동 전통문화의 거리 사례를 중심으로”, 한국공간디자인학회논문집 제5권, 한국공간디자인학회, 2010, 제3호 통권 13호.
- 홍성조·조용준, “대형유통업체 입점에 따른 전통시장의 피해 예측 방법론”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제58집.
- 김준환·김현순, “소비자의 소매업체 선택요인 및 이용행태에 관한 실증적 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제48집.
- 이현석·신종칠·이상엽·심교언, “상업시설의 특성에 따른 소비자 집객 결정기준에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제59집.
- 김병량, “상가 업종의 층별 입지 패턴에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제49집.
- 윤정득, “상가 매각가율 영향요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제50집.
- 배경주·김재환·이상엽, “도시재정비사업의 지구특성에 따른 사업영향요인 평가분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집.
- 양영준, “서울 상가시장의 구조에 대한 시계열분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제57집.
- Berry B.J.L., *Geography of Market Centers and Retail Distribution*, Englewood Cliffs, 1965.