

걷고 싶은 거리 조성사업의 경제적 가치 추정[†]

- 과천 특화거리 사업 중 '환영의 거리'를 사례로 -

고동완* · 유인혜** · 김현정*

*경기대학교 관광개발학과 · **경기대학교 대학원 여가관광개발학과

An Estimation of Economic Value on Street Plan for a Walking Tour

- In the Case of 'Welcome Avenue Project' in Gwacheon -

Ko, Dong-Wan* · Yu, In-Hye** · Kim, Hyoun-Jeong*

*Dept. of Tourism and Recreation, Kyonggi University

**Dept. of Leisure and Tourism, Graduate School, Kyonggi University

ABSTRACT

This study focused on the estimation of economic value and the evaluation of attitudes toward plans for the establishment of a walking tour as a public service in the city of Gwacheon. A value analysis based upon 152 questionnaires returned by the residents of Gwacheon and 175 questionnaires from the users of Seoul Race Park in Gwacheon utilized a CVM(Contingent Valuation Method) approach to estimate use value, non-use value, and potential value. The results show that 69.8% of residents and 60.0% of Seoul Race Park users had an interest, 81.6% of residents and 89.7% of Seoul Race Park users agreed to the proposed plan, and 67.8% of residents and 69.7% of Seoul Race Park users expressed a willingness to pay an additional tax or admission fee. The estimated WTP for an additional resident tax per household/year is 11,721 won while it was an additional 750 won per admission for the Seoul Race Park user group. Based on these results, the estimated total economic value of all households/year and the user group over a period of 5 years is 9,997 hundred million won, which was a doubling of the 1.4 in value of total construction costs. The results of this study strongly support the establishment of a walking tour street plan as a public service commodity.

Key Words: Street Park, Public Goods, Contingent Valuation Method, Willingness To Pay

국문초록

최근 쾌적한 도시환경과 삶의 질에 대한 관심과 욕구가 급증하면서 많은 걷고 싶은 거리 조성사업이 추진되고 있지만 이에 대한 지역주민의 지지 등의 태도의 평가나 경제적 가치의 추정 등은 미흡한 실정이다. 걷고 싶은 거리는 말 그대로 누구나 보행할 수 있는 공간으로서 공공서비스 사업이자 지역 명소화 차원에서 추진되고 있으

[†] 본 연구는 (주)한국종합기술의 지원(2008년)에 의해 연구되었음.

Corresponding author: Dong-Wan Ko, Dept. of Tourism and Recreation, Kyonggi University, Suwon 443-760, Korea, Tel.: +82-31-249-9509, E-mail: dwko@kgu.ac.kr

며, 대표적인 공공재이자 비시장재화이다. 본 연구는 비시장가치 추정법 중 조건부시장가치법(CVM)에 의해 공공서비스 사업이자 지역 명소화 차원에서 추진되고 있는 걷고 싶은 거리 조성사업에 대한 경제적 가치 평가를 목적으로 하였다. 과천시에서 추진 중인 걷고 싶은 거리 조성사업에 대하여 과천시민 152명과 경마공원 이용자 175명을 대상으로 과천시와 경마공원의 이미지 개선효과 등의 분석과 경제적 가치를 추정하였다.

분석 결과, 과천시가 제안한 걷고 싶은 거리 사업에 대하여 지역주민의 69.8%와 경마장 이용자의 60%가 관심을 나타냈고, 지역주민의 81.6%와 이용자의 89.7%가 찬성하였으며, 지역주민의 67.8%와 이용자의 69.7%가 세금 또는 입장료의 지불의사를 나타냈다. 또한, 5년간 지역주민은 가구당(연간) 11,721원의 세금을, 이용자 집단은 750원의 입장료를 추가적으로 지불할 의사가 있어서 전체적으로 걷고 싶은 거리 조성사업은 총사업비의 약 1.4배에 해당하는 9,997백만원의 경제적 가치를 가지는 것으로 분석되었다. 이는 공공재로 제공되는 걷고 싶은 거리 조성사업에 대하여 매우 긍정적 평가와 기대를 나타내는 것으로 이론적 그리고 실무적 측면에서 매우 고무적인 연구결과라 할 수 있다.

주제어: 가로공원, 공공재, 조건부시장가치법(CVM), 지불의사액(WTP)

1. 연구 배경 및 목적

최근 쾌적한 도시환경과 삶의 질에 대한 관심과 욕구가 급증하고 있다. 주5일 근무제와 가족중심의 생활 패턴으로 인해 여가시간은 증대하였고, 물질적 풍요는 물론 정신적, 육체적으로 건강한 삶을 지향하는 가치관이 자연친화적인 도시환경 조성에 대한 기대로 이어지고 있다. 정부와 지자체는 녹지총량을 늘리기 위해 많은 관심을 기울여 쾌적한 도시환경을 창조함으로써 시민의 삶의 질 향상을 도모하기 위한 다각적인 노력과 방안을 강구하고 있다. 서울시에서는 1998년 7월에 개성과 문화적 정체성이 살아나는 걷고 싶은 거리를 조성하자는 '걷고 싶은 거리 만들기 시범가로 조성사업'을 시작하였고, 이와 유사한 걷고 싶은 거리 만들기 사업이 전국적으로 확산되고 있다.

쾌적하고 풍부한 녹지와 옥외공간은 생활만족도에 영향을 미치고 궁극적으로 삶의 질 향상에 기여할 수 있다는 것은 이미 보편적으로 받아들여지고 있다. 또한, 주거공간에 있어서도 만족한 고객은 그들이 받을 수 있는 혜택에 대해 더 높은 지불의사를 보인다(Jacoby and Kyner, 1973; 박인숙 등, 2008)는 것은 이미 보편적으로 알려진 사실이다. 뿐만 아니라 최근 아파트는 차별화된 옥외공간과 자연친화적인 생활환경을 부각함으로써 가격경쟁력을 확보하고 있기도 하다.

황기원(1995)은 '거리'의 개념은 '하나의 기호화 된 가로(街路)'라고 정의하면서 '인사동거리', '가구거리', '극장거리' 등과 같이 하나의 통합된 이미지를 가지고 있을 경우, 그 길은 보행용 거리로서 '가로'가 아닌 '거리'라고 규정하였다. 걷고 싶은 거리가 단순히 보행자의 통행을 돕는 쾌적한 길이 아닌 특화된 문화를 담고 있는 공간이라는 의미이다. 이러한 맥락에서 보면 최근 걷고 싶은 거리가 지역의 새로운 명소이자 여가관광 공간으로 거듭 나고 있으며, 각지에서 지역 명소화 전략으로서 걷고

싶은 거리 조성사업을 추진하는 것은 당연한 일인지도 모른다.

이렇듯 여러 가지 측면에서 긍정적 효과를 산출하고 있는 걷고 싶은 거리의 경제적 가치는 얼마나 될까? 걷고 싶은 거리는 말 그대로 누구나 보행할 수 있는 공간으로서 대표적인 공공재이자 비시장재화이다. 따라서 전국 각지에서 공공서비스의 일환으로 공공자금이 투입되어 시행되는 대표적인 사업이지만 교환과 거래가 이루어지는 시장처럼 경제적 가치를 계량화하기는 쉽지 않은 대상이다.

따라서 본 연구는 비시장재화이자 지역 명소화 전략의 일환으로 계획되고 있는 '과천특화거리' 중 선도 사업을 사례로 걷고 싶은 거리의 경제적 가치를 추정하고자 한다. 비시장적 가치를 지닌 걷고 싶은 거리 사업의 경제적 가치를 계량화함으로써 지역주민과 이용자가 부여하는 걷고 싶은 거리를 비롯한 가로공원 조성사업에 대한 의미와 가치를 재조명하는데 일차적 목적이 있으며, 향후 유사사업을 시행함에 있어 사업효과 추정의 이론적 토대를 제공하고자 한다.

II. 걷고 싶은 거리의 가치 추정 방법

걷고 싶은 거리는 사업으로 시행되고 있지만 현행 법률에서 규정하는 법률적 용어는 아니다. 김윤재(2008)는 가로변이나 가로 내 토지를 이용하여 도시민의 휴식 및 정서함양을 도모하기 위하여 설치하는 공원이라는 의미에서 '가로공원'이라는 용어를 사용하며, 걷고 싶은 거리도 이에 포함시키고 있다. 걷고 싶은 거리는 차량통행이 없다는 전제하에서 공원개념으로 조성된다는 사업취지를 고려한다면 가로공원의 성격으로 규정하는 것이 타당한 것으로 판단된다. 이에 본 연구에서는 걷고 싶은 거리는 '도시민에게 산책공간의 역할을 하는 등 여가·휴식을 제공하는 선형(線型)의 녹지로 인간의 보행활동에 적합하

도록 계획되어 조성된 가로'로 조작적으로 정의하여 사용하였다.

공원이나 녹지와 같은 여가 및 관광자원은 일부 개인에게 귀속된 사유물이 아니라 누구나 공유할 수 있는 공공재 또는 공공서비스로 분류할 수 있다. 공공서비스에 대한 평가는 객관적인 자료에 의거해 평가하는 객관적 평가방법과 주민들의 욕구와 만족의 충족 정도를 통해 평가하는 주관적 평가방법이 있다(심준영, 2006). Foresta(1980)가 주장하듯이 공원·녹지는 이 사회를 구성하는 구성원들의 사회계층, 교육수준, 소득수준, 그리고 주거환경 등에 따라 다양한 가치를 지니고 있다. 따라서 공원이나 녹지에 대한 평가는 소비자주의(consumerism)적 관점에서 고객에 대한 서비스가 만족스러운 상태로 유지되고 있는가(Kosciulek and Merz, 2001)와 같은 정성적 가치에 대한 평가가 주를 이루고 있다. 국내외를 막론하고 이 공원 및 녹지에 대한 평가 연구는 이용행태, 만족도, 이용 후 평가 등이 주를 이루고 있다(Preiser et al., 1988; 오현재, 1992; 박원규 등, 2002; 양재준, 2007).

공공재의 총경제적 가치(total economic value) 규정에 대해 많은 연구가 있어 왔으며, 크게 사용가치(use value)와 비사용가치(non-use value)로 구분할 수 있다(신백수, 2006). 비시장 재 속성을 지닌 여가 및 관광자원에 대한 대표적인 경제적 가치 추정방법은 여행비용법(Travel Cost Method: TCM)과 조건부시장가치법(Contingent Valuation Method: CVM)이 있다(김사현, 2004).

TCM은 1947년 Hotelling에 의해 처음 제시되고 Clawson과 Knetsch에 이론적으로 발전된 방법으로 특정 방문지로의 여행 비용을 그 자원에 대한 수요자의 지불의사액(Willingness To Pay: WTP)으로 규정하는 방법이다(Ward and Beal, 2000). 이와 같은 특성 때문에 TCM은 비이용가치 혹은 잠재가치에 대한 추정이 불가능하다(한상현과 조광익, 2006). 따라서 본 연구에서와 같이 아직 출시되지 않은 비시장 재화이기에 경제적 가치는 잠재되어 있는 것이므로 TCM은 원천적으로 적용할 수 없다.

이러한 경우 Ciriacy-Wantrup(1947)은 직접 질문하는 방식으로 공공재의 편익에 대한 수요를 추정할 수 있다고 제안하였다(허중욱, 2005: 370. 재인용). CVM은 가치를 측정하고자 하는 대상과 관련된 경제주체들의 WTP를 이끌어내는 것이 특징이다(곽소윤 등, 2008). CVM은 설문지를 전달 매체로 대상재화에 대한 조건부시장에 관한 시나리오를 제시하여 WTP나 최대수용의사액(Willingness To Accept: WTA)를 추정하는 방법이다. 이용가치는 물론 TCM에서 수용하지 못하는 비이용가치나 잠재가치도 평가의 대상으로 삼을 수 있는 장점이 있다(한상현과 조광익, 2006).

CVM은 자원 및 환경경제학 분야를 포함한 여러 영역에서 광범위하게 받아들여졌으며, CVM 연구를 통한 WTP 추정치가 얼마나 정확한 것인가라는 문제를 다룬 다양한 실증 연구를

통해 CVM으로부터 얻게 되는 응답이 대체적으로 믿을 만하다는 평가를 받고 있다(Arrow et al., 1993). CVM은 현재 미국을 비롯한 정부기관과 세계은행(World Bank)등 세계적으로 이용되고 있으며, 환경, 교통, 위생, 건강, 예술, 교육 분야에서 1,600편의 연구와 논문이 40여 개 국가에 걸쳐 수행되고 있다(윤정훈, 2004).

Davis(1964)는 목적지를 방문한 사람들의 관광위락서비스에 대한 지불의사를 입찰게임 방식으로 물어 관광지의 가치를 평가하였고, Walsh 등(1984)은 콜로라도 주민 218명을 대상으로 야생지의 보전가치를 추정하기 위하여 우편조사를 실시한 바 있다. 또한, 몬타나주에 소재하는 프레트헤드 호수(Pretthead Lake)에 대한 보전가치 지불의의를 파악하기 위하여 우편조사 실시한 경우도 있다(Sutherland and Walsh, 1985).

최근 국내에서도 환경재 뿐만 아니라 산림, 지역축제, 문화유산 등에 대한 경제적 가치를 추정하기 위한 방법으로 CVM을 적용한 사례(최영문과 박창규, 1998; 이희찬, 2002; 윤정훈, 2004)가 많이 있으나, 자연공원 등을 제외하면 공원녹지 조성 등의 조경분야의 적용은 매우 제한적이다. 대표적으로 홍성권(1998)은 이단계 이선 가상가치법을 이용하여 여의도 공원의 경제적 가치를 추정하였으며, 윤희정과 김혜민(2006)은 친환경농업의 경관 가치를, 윤희정 등(2008)은 학교 숲의 속성별 가치를 분석한 바 있다. 최근 곽소윤 등(2008)은 CVM을 이용하여 생태체육공원 조성의 경제적 가치를 추정하였는데, 이는 재정정책학 분야에서 보고되었다는 점에서 조경분야의 공원녹지 조성에 대한 경제적 가치 추정의 관심이 여전히 미미함을 이해할 수 있다.

III. 연구방법

1. 사례연구 대상지 선정

과천시 는 경마관광도시로서의 이미지를 조성하고 곳곳에 분산되어 있는 관광요소를 연결하여 과천시만의 특화된 관광코스를 조성하기 위한 '과천특화거리 조성사업'을 계획하고 있다. 이 중 1단계 선도 사업으로서 '환영의 거리'는 2008년 기본 및 실시설계를 마치고 2012년 완공을 목표로 하고 있다.

'환영의 거리'는 그림 1에서 보듯이 과천특화거리를 구성하고 있는 4개 구간의 시작점이다. 현재 경마공원, 서울랜드, 서울대공원과 같은 대형 여가 시설이 집적하고 있을 뿐만 아니라 향후 복합문화관광단지, 국립과천과학관, 과천 화훼종합센터 등의 과천의 대표적인 문화관광시설의 집적지가 될 것으로 예상되는 지역이다. 선바위역과 경마공원역간의 1,050m를 대상으로 하고 있으며, 막계천 950m 구간을 포함하여 수변 가로 정비를 통한 가로공원을 조성할 예정이다.

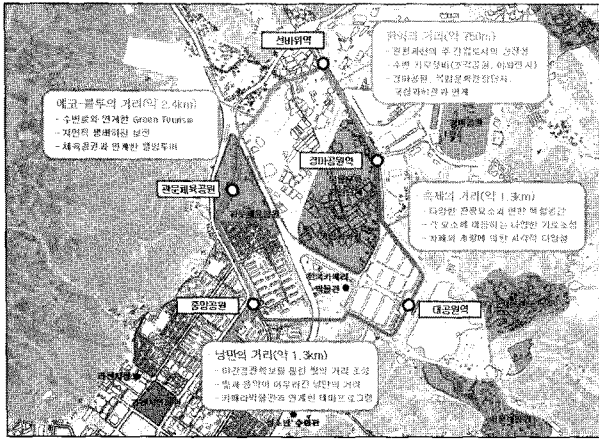


그림 1. 과천특화거리 구상 및 환영의 거리 위치도

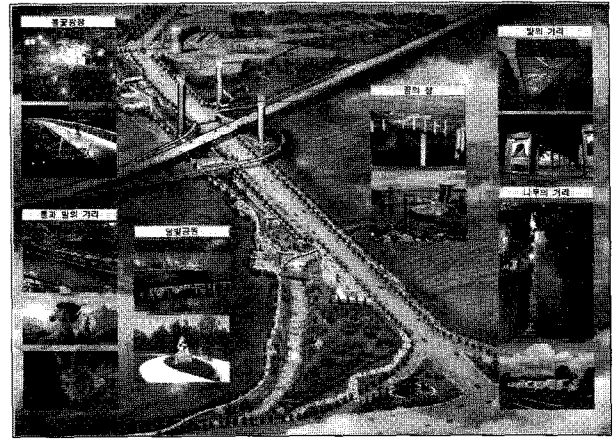


그림 2. '환영의 거리' 개발계획

본 사업은 과천시민과 경마공원 등의 인근 여가 및 관광자원의 이용객을 비롯한 누구나 별도의 이용료나 제약이 없이 자유롭게 이용할 수 있는 거리 공원이다. 공공서비스로서 '환영의 거리'는 아직 준비단계에 있는 사업으로서 시장에서 출시되지 않은 상품이기에 그 경제적 가치를 추정하는 방법론으로 CVM을 적용하는 데 무리가 없다.

2. 설문구성

본 연구는 가로공원으로서 '환영의 거리'에 대한 경제적 가치 평가를 위해 과천시민과 경마공원 이용객을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 설문지는 사업에 대한 인지 및 태도에 관한 7개 항목, 공익적 가치추정에 대한 4개 항목, 개인정보에 관한 7개 항목의 3단계 18개 항목으로 구성된 구조화된 설문지를 사용하였다. 조사에 앞서 응답자에게 설문대상이 되는 상품을 설명하기 위해 그림 2의 '환영의 거리' 개발계획을 그림으로 제시하였으며, 그림 3과 같이 과천시 경마공원, '환영의 거리' 사업내용, '환영의 거리' 조성을 통해 얻을 수 있는 기대 효과를 설문지에 서술하였고, 조사자가 설명하였다.

Rowe와 Chestnut(1983)은 좋은 CVM 설문 디자인을 위해서는 "정보를 주어야 하고 분명하게 이해되어야 하며, 기존의 행위 방식과 법 제도에 의거하고 있어 현실적이어야 하고 모든 응답자들에게 똑같이 적용되어야 한다. 그리고 상황과 그들의 응답이 신뢰할 수 있을 뿐만 아니라 중요하다고 응답자들이 느끼도록 하는 것이 바람직스럽다."고 하였다.

본 연구는 '환영의 거리'를 사례로 걷고 싶은 거리 조성에 대한 가치를 평가한다는 데에 더 큰 의의가 있기에 설문조사에서는 과천특화거리라는 특수한 사업명칭을 응답자의 이해를 돕기 위해 걷고 싶은 거리라는 일반화된 용어로 변경하여 사용하였다.

사업에 대한 인지 및 태도 조사를 위해 걷고 싶은 거리에 대

■ 과천시 경마공원

1989년 독섬에서 과천으로 옮겨 지속적인 발전을 이룬 과천시 경마공원은 그동안 경마의 부정적 이미지를 해소하려는 많은 노력을 기울여 경마에 대한 과거의 이미지가 많이 해소되고 있습니다. 과천시 경마공원은 가족단위 이용이 증가하는 등 수도권의 대표적인 여가공간으로 발전하고 있습니다.

■ 사업내용

걷고 싶은 거리 조성사업은 과천시 경마공원의 입구인 경마공원역에서 선바위역까지 약 1km를 환영의 거리(Welcome Avenue)로 조성하는 사업입니다. 이는 과천의 관문을 형상화 한 거리로 과천의 상징적 공간이자 과천의 정체성을 보여주는 공간으로 조성될 것입니다. 이 거리를 통해 지역주민과 관광객 간의 교류가 이루어지고, 새로운 문화형성의 장이 될 것입니다. 또한, 거리축제, 수변의 다양한 볼거리 등을 통해 과천에 대한 흥미를 유발할 것입니다.

환영의 거리는 달빛의 공원(月), 불꽃광장(火), 물의 거리(水), 나무의 거리(木), 꿈의 광장(金), 말의 거리(土), 빛의 거리(日)로 7가지 테마거리로 구성되며, 보행자를 위한 "7일간의 Story"를 주제로 합니다. 공사기간은 약 5년이 걸리고 공사비는 총 약 70억이 소요될 것으로 예상됩니다.

■ 기대효과

- ▶ 경마공원의 부정적 이미지를 벗어난 New Brand 창조
- ▶ 여가시설 확충으로 관광환경과 생활환경 개선
- ▶ 주민참여, 관광객 유입으로 인한 지역 경제 활성화
- ▶ 다양한 문화축제를 통한 도시문화 홍보
- ▶ 관광요소 개발을 통한 과천관광도시로서의 위상 확립

그림 3. 상품설명

한 관심 정도, 다른 지역의 걷고 싶은 거리 방문 경험, 경마공원 방문 횟수, 경마공원 이유, 이번 사업에 따른 과천시 이미지 개선 효과, 경마공원 이미지 개선 효과와 본 사업에 대한 찬성 여부 등을 질문하였다.

공익적 가치추정을 위해서는 가상시장의 상황을 제시한 후, 본 사업을 위해 일정 금액을 지불할 의사를 질문한 다음 지불의사액(WTP)에 대한 3개 항목을 제시하였다. 응답자에게 제

공되는 정보 속에 꼭 들어가야 할 내용은 세 가지이다.

첫째, 우선 평가대상에 관한 내용으로서, 가령 대상의 속성, 대상이 겪게 될 변화의 원인, 그 변화의 정도와 확실성, 시점 (timing) 등이 포함된다. 둘째, 지불의사를 표현할 때의 지불방법으로서, 지불수단(세금 또는 입장료 등), 지불주체(개인 또는 가구 등), 지불시기(일시불 여부, 선불 또는 후불 등) 등이 명시되어야 한다. 셋째, 평가의 맥락으로서, 조사에 응하는 다른 응답자들은 어떤 사람들인가, 이 조사가 WTP를 측정하는가, 아니면 WTA 또는 CD를 측정하는가 등이 뚜렷해야 한다 (Bishop et al., 1995).

본 사업을 위해 과천시민은 세금을, 경마공원 이용객은 입장료를 지불함으로써 지불의사를 표현할 수 있도록 하기 위해 응답자의 속성에 따라 세금과 경마공원 입장료로 지불수단을 달리하였다. 과천시민을 대상으로 하는 설문에서 가상시장은 그림 4에서 보듯이 공사기간 5년 동안 세금으로 1년에 약 64,000원의 세금을 지불하게 됨을 제시하였고, 경마공원 이용객을 대상으로 하는 설문에서는 그림 4의 마지막 문장을 '이는 과천 경마공원 방문객이 지불한다면 공사기간 5년 동안 약 60원의 추가입장료가 예상됩니다.'로 교체하여 공사기간 5년 동안 약 60원의 추가입장료를 지불하게 됨을 제시하였다. 본 설문에서 응답자가 해당 사업에 대한 객관적 가치평가를 통해 지불의사 및 지불의사액을 결정하도록 하기 위해 심리적 편의를 유발할 수 있는 '부정적'이거나 '긍정적'인 표현은 배제하였다.

지불유도 방법에는 지불의사를 직접 표명하게 하는 질문 방법, 투표를 하는 방식처럼 "예", "아니오"로 선택하는 양분선택형 질문방식 등이 있다. 직접 WTP나 WTA를 표명하는 질문 방법에는 입찰게임(bidding game), 지불카드(payment card) 방법, 개방형 질문 등이 있다(권오상, 2000). 양분선택형 질문 방식은 응답자에게 미리 설정한 조건부 시장의 가격을 제시하여 "예"나 "아니오"로만 응답하게 하는 방법이고, 개방형 질문은 응답자에게 지불의사액을 직접 적어내도록 하여 경제적 가치를 추정하는 방법으로서 응답자가 직접 지불의사액을 표현해야 하는 부담감을 가짐으로써 편의(bias)를 유발할 수 있다(허중욱, 2005). 반면 개방형 질문은 설계과정에서 응답자에게 자기교육 과정을 거치도록 내용을 설정하면 응답자가 이 낮은 질문에 응답할 수 있는 준비가 되므로 WTP의 진정한 가치를 도출할 수 있다(허중욱, 2006)는 주장도 있다. 지불카드방법은

과천시 경마공원 옆 걷고 싶은 거리(테마거리) 조성사업은 쾌적한 여가시설 확충 및 생활환경 개선으로 과천의 상징적 공간이자 과천의 정체성을 보여주는 공간을 조성하는 사업입니다. 그러나 이 걷고 싶은 거리(테마거리) 조성을 위해서는 약 70억원 정도의 비용이 소요될 것입니다. 이는 과천시민이 공사기간(5년) 동안 세금으로 1년에 약 64,000원을 지불하여야 합니다.

그림 4. 과천시민 대상 설문지 가상시장 설정

조건부 시장 상황에서 응답자에게 지불금액카드를 제시하여 가격을 결정하게 하는 방법이다.

동부 텍사스에 소재한 콘로우, 리빙스톤, 솜머빌, 휴스턴 등 4개 호수에 대한 Seller 등(1985)의 경험적 연구에서 개방형 설문과 폐쇄형 설문을 이용한 결과 개방형 방법에 대해서는 응답자의 24.8%가, 폐쇄형 방법에 대해서는 단지 9.2%가 자신의 응답이 부정확하다고 응답하였다. 또한, 가상적 상황에 대한 자신의 응답이 정확하다고 응답한 사람은 개방형 방법이 34%, 폐쇄형 방법이 63.4%로 나타났다. 이러한 연구 결과는 다른 연구들(Bishop and Heberlein, 1979; Mitchell and Carson, 1989; Walsh et al., 1984)의 주장과도 일치한다. 따라서 가상적 평가 방법이 지니고 있는 편의를 최소화하기 위해서는 폐쇄형 방법이 선호되고 있다. 그러나 폐쇄형 방법은 응답자에게 초기의 특정 금액에 대한 지불의사를 질문한 후, 수락할 경우에는 응답자가 거부할 때까지 계속적으로 높은 금액을 제시하여 수락 여부를 확인하는 방식으로 초기 제시액이 결과로 발생하는 WTP에 영향을 주는 출발점 편의(starting point bias)가 발생한다는 문제점이 있다.

본 연구에서는 지불카드를 보조수단으로 사용하는 연속경매법과 개방형 질문법을 사용하였다. 그림 5는 과천시민을 대상으로 사용한 설문지의 지불유도 방법이다. 9번 문항에서 제시된 10,000원은 사전조사에서 도출된 기준금액이며, 10번 문항에서는 9번 문항의 응답에 따라 5,000원 또는 20,000원 등의 제시를 반복하여 질문한 후 최종 WTP를 응답하게 하였다. 11번 문항은 개방형 측정을 위한 질문이다. 경마공원 이용객을 대상으로 하는 설문에서는 9번 문항에서 입장료 1,000원을 기준금액으로 제시하였다.

연속경매법과 개방형 질문형식을 동시에 취함으로써 응답자가 비시장 재화의 가치에 대해 직접적으로 자신의 WTP를 표현해야 하는 부담을 경감시킬 수 있다. 또한, 연속경매의 질문

8. 앞에서 설명하였듯이 걷고 싶은 거리(테마거리) 조성으로 주변 환경을 개선할 수 있다면, 귀하는 본 조성을 위해 일정 금액을 지불하실 의사가 있으십니까?
① 예 ② 아니오 (이유:)
9. 지불할 의사가 있는 분에게 드리는 질문입니다. 일년에 세금으로 10,000원을 부담하게 하려 한다면 귀하는 지불할 의사가 있습니까?
① 예 ② 아니오
10. 9번에서 응답한 분에게 드리는 질문입니다. 일년에 세금으로 ()원을 부담하게 하려 한다면 귀하는 지불할 의사가 있습니까?
① 예 ② 아니오
11. 위의 과정을 거치면서 귀하께서는 본 사업조성에 부담할 의사가 있는 금액을 마음속으로 정할 수 있을 것으로 보입니다. 그러면 세금으로 얼마의 금액을 부담할 의사가 있습니까?
()원

그림 5. 과천시민 대상 지불유도 방법 예시

과정을 거치면서 응답자는 자신이 갖고 있는 잠재적 WTP의 범위를 인식할 수 있다. 다음으로 개방형 질문의 부가는 응답자가 자신이 선택한 WTP 범위를 한 번 더 확인할 수 있으며, 응답자가 개방형 질문을 통해 표출한 잠재적 WTP 금액을 수정할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 마지막으로 이러한 복합적인 질문형식으로 추출된 자료를 이용하여 응답자의 잠재적인 WTP를 추출하기 위한 방법론을 다양화할 수 있다.

예를 들어, 양분선택형 분석방법에 치중할 경우에는 양분선택형 질문과 부가된 개방형 질문에서 일관성이 결여된 자료는 제외할 수 있으며, 개방형 질문의 분석방법에 치중할 경우 응답자의 일관성이 결여된 자료도 응답자가 학습과정을 거치면서 자신의 의사결정을 수정했다는 의미로 해석하면 분석 자료에 포함할 수 있어 개방형 질문의 응답률 저하를 해소할 수 있다는 이점이 있다(윤정훈, 2004).

이러한 검토 결과를 바탕으로 본 연구는 사전조사를 통해 초기 지불의사액을 측정하여 기준금액으로 제시함으로써 응답자가 초기 지불의사액을 표현해야 하는 부담을 경감시켜 주었으며, 질문에 따라 순차적으로 최종적인 지불의사액을 결정할 수 있도록 지불카드를 보조 자료로 활용하였다. 또한, 개방형 질문을 부가하여 응답자가 자신이 선택한 지불의사액 범위를 한 번 더 확인할 수 있도록 하였으며, 이를 통해 응답자가 앞에서 표출한 잠재적 지불의사액을 수정할 수 있는 기회를 제공하였다.

본 연구는 걷고 싶은 거리 조성사업에 대한 가치 추정을 위한 것으로 설문조사는 지불의사 추정이 주요 핵심이지만 사업에 대한 관심, 기대효과 등 걷고 싶은 거리 조성사업에 대한 인지와 태도를 5점 리커트 척도로 측정하였다. 또한, 인구통계학적 특성으로 성별, 결혼 여부, 연령, 거주지, 학력, 소득이 있는 가구원수, 가구전체의 세금 공제 후 월평균 소득을 질문하였다.

3. 설문조사

본 연구를 위한 설문조사는 잠재이용자인 과천시민과 경마공원 이용객을 대상으로 실시하였다. 지불의사액 기준금액 설정을 위한 사전조사를 시행한 후 이를 바탕으로 본조사를 실시하였다. 설문조사를 위하여 사전에 훈련된 조사원들을 투입하여 현장 1대 1 면접 방식(on-site personal interview)에 의해 이루어졌다. 과천시민에 대한 조사는 사전조사와 본조사 모두 제12회 한마당 축제에 참여한 과천시민을 대상으로 하였으며, 경마공원 이용객에 대한 조사는 경마공원에 입장한 이용객을 대상으로 하였다. 따라서 엄밀한 의미에서는 본 연구의 표본추출은 모두 편의추출방법(convenience sampling)을 사용하였지만, 최소한의 표본추출의 엄격성을 유지하기 위하여 매 5분 간격 목격이라는 조우 시간 간격의 기준과 단체에 대한 복수 추출 배제 등의 기준을 적용하여 현실적인 최상의 방법을 추구하였다.

사전조사는 2008년 9월 26일 과천시민 조사를 통해 유효표본 35부, 2008년 9월 27일 경마공원 이용객 조사를 통해 유효표본 31부를 확보하였다. 사전조사 결과로 초기 제시액은 응답한 지불의사액의 최소값과 최대값을 제외하고 나머지의 응답 중에서 최빈값으로 정하였다. 사전조사 결과, 연속경매형의 초기 제시액은 사전조사에서 응답한 금액 중에서 최빈값을 선정하여 과천시민은 일 년에 세금 10,000원, 경마공원 이용객은 추가 입장료 1,000원으로 결정하였고, 이를 바탕으로 본조사를 위한 설문지와 지불카드를 작성하였다.

본조사는 2008년 9월 27일 제12회 한마당 축제에 참여한 과천시민을 대상으로 173부를 배포하여 유효표본 152부를 확보하였고, 2008년 9월 28일 경마공원 이용객을 대상으로 200부를 배포하여 유효표본 175부를 확보하여 총 327부를 분석에 사용하였다. 본조사에 응답한 응답자의 인구통계학적 특성은 다음 표 1과 같다.

표 1. 응답자의 인구통계학적 특성

구분	과천시민		경마공원 이용객		구분	과천시민		경마공원 이용객			
	빈도	빈도 (비율)	빈도	빈도 (비율)		빈도	빈도 (비율)	빈도	빈도 (비율)		
성별	여성	87(57.2)	96(54.9)	0명	7(4.6)	1(0.6)	1명	65(42.8)	71(40.6)		
	남성	65(42.8)	79(45.1)		2명	49(32.2)		54(30.9)			
결혼 여부	미혼	15(9.9)	57(32.6)	3명	11(7.2)	25(14.3)	4명	17(11.2)	20(11.4)		
	기혼	137(90.1)	118(67.4)		5명 이상	3(2.0)		4(2.3)			
연령	20대 이하	7(4.6)	55(31.4)	300만원 미만	28(18.4)	45(25.7)	300~400만원	36(23.7)	43(24.6)		
	30대	60(39.5)	88(50.3)		400~500만원	29(19.1)		28(16.0)	500~600만원	24(15.8)	20(11.4)
	40대	64(42.1)	21(12.0)			600~700만원		10(6.6)		11(6.3)	700~800만원
거주지	50대	10(6.6)	9(5.1)	800~1,000만원	7(4.6)		7(4.0)	1,000만원 이상	9(5.9)	13(7.4)	
	60대 이상	11(7.2)	2(1.1)		계	152(100.0)	175(100.0)		계	152(100.0)	175(100.0)
학력	과천시	152(100.0)	4(2.3)	가구 총 소득	500~600만원	24(15.8)	20(11.4)	700~800만원	9(5.9)	8(4.6)	
	과천시 외	0(0.0)	171(97.7)		800~1,000만원	10(6.6)	11(6.3)		1,000만원 이상	9(5.9)	13(7.4)
학력	고졸 이하	26(17.1)	53(30.3)	대학원 졸업		21(13.8)	6(3.4)	계		152(100.0)	175(100.0)
	대졸	99(65.1)	104(59.4)		계	152(100.0)	175(100.0)		계	152(100.0)	175(100.0)
학력	대학원 졸업	21(13.8)	6(3.4)	계	152(100.0)	175(100.0)	계	152(100.0)	175(100.0)		
	계	152(100.0)	175(100.0)		계	152(100.0)		175(100.0)	계	152(100.0)	175(100.0)

IV. 결과 및 고찰

1. 걷고 싶은 거리 조성에 대한 인지 및 태도

과천시가 계획하고 있는 걷고 싶은 거리 조성에 대한 관심도에 대한 질문에 대하여 표 2와 같이 과천시민의 69.8%, 경마공원 이용객의 60.0%가 관심이 있다는 반응을 보였으며, 전체 응답자의 64.5%가 걷고 싶은 거리 조성사업에 대해 높은 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다. 관심도의 평균은 과천시민 3.76, 경마공원 이용객 3.65로 대응표본 차이검증의 결과 유의수준은 0.183으로 두 집단 간 차이는 없었다. 표 3에서 보듯이 과천시민의 81.6%, 경마공원 이용객의 89.7%가 걷고 싶은 거리 조성사업에 찬성의견으로 전체 응답자의 85.9%가 사업에 대한 긍정적인 입장을 취하고 있는 것으로 나타났다. 표 3에서 두 집단 모두 매우 높은 긍정적 태도를 나타내고 있는데, 교차분석의 결과 유의수준은 0.026으로 걷고 싶은 거리 사업에 대한 찬성 여부는 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타나서 과천시민 보다 경마공원 이용객이 더 긍정적 태도를 보인다고 할 수 있다.

또한, 표 4에서 보는 바와 같이 과천시민의 77.6%, 경마공원 이용객의 81.1%가 본 사업으로 인해 과천시의 이미지가 개선될 것이라고 응답하였다. 또한, 표 5에서 과천시민의 69.1%, 경마공원 이용객의 74.3%가 본 걷고 싶은 거리 조성사업으로 인해 경마공원 이미지가 개선될 것이라고 답변하여 본 사업이

표 2. 걷고 싶은 거리 사업에 대한 관심도

구분	과천시민		경마공원이용객		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
전혀 관심 없다	2	1.3	0	0.0	2	0.6
관심 없다	8	5.2	12	6.9	20	6.1
보통이다	36	23.7	58	33.1	94	28.8
관심 있다	84	55.3	85	48.6	169	51.7
매우 관심 있다	22	14.5	20	11.4	42	12.8
계	152	100.0	175	100.0	327	100.0

표 3. 걷고 싶은 거리 사업에 대한 찬성 여부

구분	과천시민		경마공원이용객		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
찬성한다	124	81.6	157	89.7	281	85.9
모르겠다	19	12.5	17	9.7	36	11.0
반대한다	9	5.9	1	0.6	10	3.1
계	152	100.0	175	100.0	327	100.0

$\chi^2=4.987, df=1, sig.=0.026$

표 4. 걷고 싶은 거리 사업의 과천시 이미지 개선 효과

구분	과천시민		경마공원이용객		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
전혀 개선되지 않을 것이다	0	0.0	0	0.0	0	0.0
개선되지 않을 것이다	9	5.9	2	1.1	11	3.4
보통이다	25	16.4	31	17.7	56	17.1
개선될 것이다	100	65.8	118	67.4	218	66.7
매우 개선될 것이다	18	11.8	24	13.7	42	12.8
계	152	100.0	175	100.0	327	100.0

표 5. 걷고 싶은 거리 사업의 경마공원 이미지 개선 효과

구분	과천시민		경마공원이용객		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
전혀 개선되지 않을 것이다	2	1.3	0	0.0	2	0.6
개선되지 않을 것이다	9	5.9	5	2.9	14	4.3
보통이다	36	23.7	40	22.9	76	23.2
개선될 것이다	86	56.6	105	60.0	191	58.4
매우 개선될 것이다	19	12.5	25	14.3	44	13.5
계	152	100.0	175	100.0	327	100.0

지역 및 주변의 이미지 개선 효과를 불러올 것으로 전망하는 것으로 나타났으며, 과천시 및 경마공원의 이미지 개선에 대한 태도는 집단 간 차이가 없었다.

2. 걷고 싶은 거리의 경제적 가치

본 사업에 대한 지불의사를 조사한 결과, 표 6에서 나타난 바와 같이 과천시민의 67.8%가 본 사업을 위해 5년 동안 추가적인 세금을 지불할 의사가 있다고 응답하였으며, 경마공원 이용객의 69.7%가 본 사업을 위해 경마공원 이용 시 5년 동안 추가적인 입장료를 부담할 의사가 있는 것으로 나타났다. 교차분석의 결과, 지불의사는 집단 간 차이가 없는 것으로 나타났으며($\chi^2=0.144, df=1, sig.=0.704$), 앞에서 논의한 관심도, 찬성 및 이미지 개선에 대한 태도와 함께 걷고 싶은 거리 조성사업에 대해 매우 긍정적 태도를 나타내고 있다고 할 수 있다.

본 연구에서 조사대상인 '환영의 거리'는 2008년부터 2012년에 사업이 수행되고, 2012년부터 이용할 수 있는 것으로 가정하였다. 과천시민에 대한 WTP 평균 금액을 가구당 WTP로 산정하였으며, 경마공원 이용객에 대한 WTP 평균 금액을 1인당 WTP로 산정하였다.

표 6. 걷고 싶은 거리 사업에 대한 지불의사

구분	과천시민		경마공원이용객		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
아니오	49	32.2	53	30.3	102	31.2
예	103	67.8	122	69.7	225	68.8
계	152	100.0	175	100.0	327	100.0

$\chi^2=0.144$, $df=1$, $sig.=0.704$

표 7. 조사방법에 따른 응답자의 WTP 평균 금액

구분	WTP 1 ^a	WTP 2 ^b	대응표본 차이검정	
			t-값	유의확률
과천시민	11,786원	11,721원	0.097	0.923
경마공원 이용객	681원	750원	-2.588	0.010

^a: WTP 1은 연속경매형 질문에 의한 WTP 평균값

^b: WTP 2는 개방형 질문에 의한 WTP 평균값

표 7에서 보듯이 설문조사에 따른 과천시민의 가구당 평균 WTP는 연속경매법에 의한 질문시 11,786원(WTP 1), 개방형 질문시 11,721원(WTP 2)으로 추정되었으며, 조사방법에 따른 대응표본 차이검정을 실시한 결과 t-값은 0.097, 유의확률 0.923으로 신뢰수준 95% 범위에서 두 값의 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면, 경마공원 이용객의 1인당 평균 WTP는 연속경매법(WTP 1)에 의한 질문시 681원, 개방형(WTP 2) 질문시 750원으로 추정되었으며, 두 값에 의한 차이검정을 실시한 결과 t-값은 -2.588, 유의확률 0.010으로 신뢰수준 95% 범위에서 두 값에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

일반적으로 양분선택형에 의해 나온 WTP이 지불카드형이나 개방형에 의한 WTP보다 높다(Carson, 1997; Welsh and Poe, 1998)고 하지만 허중욱(2005)은 개방형 질문에서 가격정보를 제공하기 전과 후의 WTP는 통계적으로 유의한 차이를 보이지만 그 차이 값이 사회적 수용력 측면에서 경미한 수준이므로 가치 평가 자체에 큰 영향을 미치지 않는다는 입장을 주장하고 있다.

본 연구에서는 사전조사에 의해 추정된 기준금액을 먼저 제시한 후 WTP를 추정하고, 개방형 질문으로 응답자가 최종적으로 WTP를 수정할 기회를 제공하였다. 과천시민의 경우 WTP가 감소하긴 하였지만 그 차이가 경미할 뿐만 아니라 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났고, 경마공원 이용객의 경우에는 오히려 약 10% 이상 더 높은 금액을 지불할 용의가 있다고 제시한 점에 주목할 필요가 있다. 이는 통계적 시사점을 떠나 응답자들이 걷고 싶은 거리 조성에 대해 매우 긍정적인 평가 또는 기대를 하고 있다고 볼 수 있기 때문이다.

다른 측면에서는 지불수단에 있어 세금보다는 입장료에 대한 부담감을 가지고 있는 것으로 해석할 수도 있다. 이는 CVM

표 8. '환영의 거리'의 경제적 가치

구분	평균 WTP	연간 총 WTP	경제적 가치
과천시민	11,721원	258백만원 ^a	1,289백만원
경마공원 이용객	750원	1,742백만원 ^b	8,708백만원
합계	-	-	9,997백만원

^a: 과천시 가구 수는 2006년 21,993가구를 기준으로 함.

^b: 경마공원 이용객 수는 2006년 2,322,005명을 기준으로 함.

에 있어 지불수단 편의에서 원인을 찾을 수 있다(Gunton, 1991). CVM에서 지불수단에 따라 응답자들이 다른 태도를 보이는데(Hoehn and Randall, 1987; Mitchell and Carson, 1989), 세금을 지불수단으로 할 때 무임승차(free-riding)에 대해서 우려를 가져 WTP를 보수적으로 표현하는 경향이 있으며, 기타 특수한 지불수단(specified payment vehicle)의 경우는 또 다른 판단을 하기 때문이다(Russell, 1998).

본 연구에서는 개방형 질문에서 응답자의 최종적인 WTP를 질문하였기 때문에 경마공원 이용객의 경우 조사방법에 따른 WTP의 차이에도 불구하고 개방형 질문에 의한 WTP를 응답자의 최종 WTP로 간주하였다. 연간 총 WTP는 과천시민의 경우, 평균 WTP에 2006년 가구수인 21,993가구를 적용하였고, 경마공원 이용객의 경우 평균 WTP에 2006년 경마공원 방문객수인 2,322,005명을 적용하였다. 표 8에서 보듯이 '환영의 거리'의 경제적 가치는 연간 WTP를 가상시나리오에서 제시한 바와 같이 5년 동안 지불하는 것으로 계산하여 총 9,997백만원으로 추정되었다. 이는 2006년 기준의 현재가치로 계산된 값을 그대로 적용하였다. 이는 '환영의 거리'를 조성하는데 소요될 총공사비 약 7,000백만원의 1.4배 이상에 해당되는 높은 금액이다. 이러한 결과는 공익사업으로서 '환영의 거리' 조성 사업 추진의 타당성을 충분히 뒷받침할 수 있을 것으로 사료된다.

V. 결론

본 연구는 현재 과천시에서 추진 중인 '과천특화거리' 중 선도 사업으로 2009년에 착수계획인 '환영의 거리'를 사례로 최근 전국 각지에서 시도되고 있는 걷고 싶은 거리에 대한 경제적 가치 평가를 목적으로 시도하였다. 걷고 싶은 거리가 대부분 공공재원에 의하여 시도되며, 시장에서 거래되는 시장재가 아닐 뿐더러 본 연구의 사례대상지는 아직 조성되지 않은 사업이므로 CVM에 의하여 그 가치를 평가하고자 하였다.

CVM은 이용가치뿐만 아니라 비이용가치, 잠재적 가치까지 추정할 수 있는 방법론으로써 응답자에게 설문에 의하여 직접적으로 WTP를 질문하여 해당 재화에 대한 가치를 추정하는 방법으로서 환경재, 관광재 등을 비롯한 각종 비시장적 가치 추정을 위해 널리 쓰이고 있는 방법이다. 본 연구에서는 과천

시민과 경마공원 이용객을 대상으로 지불의사를 물었다. 응답자의 특성에 따라 과천시민은 세금을, 경마공원 이용객은 추가 입장료를 지불수단으로 제시하였다.

그 결과, 과천시민은 가구당 연간 평균 세금 11,721원, 경마장 이용객은 1인당 평균 입장료 750원을 5년간 추가로 지불할 의사가 있다고 답변함으로써 '환영의 거리'의 총 경제적 가치는 9,997백만원으로 추정되어 예상되는 총공사비의 약 1.4배 이상의 경제적 가치를 창출하는 효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 과천시민이나 경마공원 이용객들이 걷고 싶은 거리를 통해 지역 또는 주변 여가·위락시설의 이미지 개선 효과가 있을 것이라는 기대와 걷고 싶은 거리에 대한 실질적 가치를 높이 평가하고 있음을 반증하는 결과라고 볼 수 있다.

방법론적인 측면에서 본 연구는 WTP 유도방법에 따른 방법론적 편의를 보완하기 위하여 기준금액과 지불카드를 제시하는 연속경매법으로 1차 WTP를 조사한 후 개방형 질문에 의해 최종적인 WTP를 직접 답하도록 하는 2가지 방식을 동시에 적용하였다. 그 결과 과천시민의 경우 초기 WTP보다 최종 WTP를 낮춰 답했지만 그 차이가 미미할 뿐만 아니라 유의한 차이가 없었으며, 경마공원 이용객의 경우 초기 WTP보다 최종 WTP를 평균 10% 이상 높게 답함으로써 통계적으로도 유의한 차이를 보였다. 그러나 연속경매법은 최초 입찰가격이 최종 입찰 가격에 영향을 준다는 주장과 관계가 없다는 주장이 공존하고 있고, 양분선택형 질문법이 응답률이 높고 출발점 편이가 적어 최근 CVM 연구에서 많이 이용되고 있다(Arrow et al., 1993; 박승준 등, 2002)는 점에서 향후 연구에서 고려할 필요가 있다.

본 연구는 과천시에 위치한 특정 사업을 대상으로 하였으므로 본 사업에 의해 추정된 '환영의 거리'의 경제적 가치를 전국에 걸친 '걷고 싶은 거리' 또는 거리공원 조성사업의 효과에 대해 일반화시키기에는 한계가 있다. 그러나 최근 '걷고 싶은 거리 조성사업'의 취지와 목적이 지역 이미지 개선이나 공공 서비스 제공을 넘어서고 있다. 지역 명소화 사업의 일환으로서 관광객을 끌어들이기 위한 수단으로 확대되면서 막대한 기대와 정성적 평가에만 의존하여 막대한 지자체 예산이 투입되는 것에 대한 정량화된 근거를 제시하는 실증적 연구라는 점에 의의가 있다고 생각된다. 향후 '환영의 거리'에 대한 다각적인 가치평가 및 이용 후 평가 등을 통해 보다 객관화 될 수 있는 사업의 경제적 가치를 평가될 필요가 있다. 이러한 과정은 CVM의 방법론적 한계를 보완하며 공공사업 추진 시 보다 합리적인 의사결정을 하는 방법론적 근거를 제시할 수 있을 것이다.

인용문헌

1. 박소윤, 이주석, 유승훈(2008) 조건부 가치추정법을 이용한 생태체육공원 조성의 경제적 편익 추정. 한국재정정책학회 재정정책논집 10(1): 257-276.
2. 박승준, 조승국, 유승훈(2002) 한려해상국립공원 보존의 경제적 가치: 조건부 가치추정법(CVM)을 이용하여. 경제학연구 50(2): 85-104.
3. 권오상(2000) 환경경제학. 서울: 박영사.
4. 김사현(2004) 신관광경제학. 서울: 백산출판사.
5. 김윤재(2008) 친환경적 도심재생을 위한 가로공원 조성방안에 관한 연구. 전북대학교 대학원 박사학위논문.
6. 박원규, 김유일, 안진성(2002) 도시소공원 이용행태 및 만족도 평가. 산업기술연구논문집 10: 51-61.
7. 박인숙, 김정학, 김재준(2008) 아파트의 주거만족과 브랜드 이미지가 고객충성도에 미치는 영향. 대한건축학회 논문집(계획계) 24(9): 57-64.
8. 신백수(2006) 문화예술축제의 경제적 가치추정에 관한 연구: 2005 청주국제공예비엔날레를 중심으로. 청주대학교 대학원 박사학위논문.
9. 심준영(2006) 공공 서비스로서 도시 공원·녹지의 평가. 성균관대학교 박사학위논문.
10. 양재준(2007) 고령자의 여가공간으로서 공원이용 실태와 평가에 관한 연구. 관광학연구 31(2): 83-104.
11. 오현재(1992) 도시 보행공간 서비스수준 평가에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
12. 윤정훈(2004) CVM 이용한 청계천 복원의 경제적 가치평가. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
13. 윤희정, 김해민(2006) CRM을 이용한 친환경농업의 경관가치 평가. 한국조경학회지 34(1): 37-47.
14. 윤희정, 변재상, 김인호(2008) 학교숲 속성별 가치평가 연구. 한국조경학회지 36(3): 29-38.
15. 이희찬(2002) 해오라기의 가치평가: 양분선택형 조건부 시장가치 평가법의 적용. 관광학연구 25(4): 127-142.
16. 최영문, 박창규(1998) 도시자연공원의 자원가치 평가에 관한 연구: 가상적 가치추정법(CVM)을 중심으로. Tourism Research 12: 421-436.
17. 한상현, 조광익(2006) 산악 국립공원의 비 시장가치 추정에 관한 연구: 주왕산 국립공원에 대한 개인별 여행비용모형의 적용. 관광연구 21(1): 113-129.
18. 허중욱(2005) CVM을 이용한 비시장 관광자원의 가치추정: 개방형 질문의 정보편의를 중심으로. 관광연구저널 19(3): 369-378.
19. 허중욱(2006) CVM을 이용한 지불수단별 비시장 관광자원의 가치추정: 경포도립공원을 사례로. 호텔관광연구 20: 133-146.
20. 홍성권(1998) 여의도공원의 경제적 가치 평가: 이단계 이선 가상가치 추정법을 적용하여. 한국조경학회지 26(3): 90-103.
21. 황기원(1995) 책같은 도시, 도시같은 책. 서울: 열화당.
22. Arrow, K., R. Solow, P. R. Portney, E. E. Learner, R. Radner and H. Schuman(1993) Report of the NOAA Panel on Contingent Valuation. National Oceanic and Atmospheric Administration, U.S. Department of Commerce, Washington, D.C.
23. Bishop, R. and T. Heberlein(1979) Measuring values of extramarket goods: Are indirect measures biased?. American Journal of Agricultural Economics 61: 926-930.
24. Bishop, R. C., P. A. Champ and D. J. Mullarkey(1995) Contingent Valuation. Daniel W. Bromley ed., Handbook of Environmental Economics, Oxford: Blackwell Publishers.
25. Blamey, Russell K.(1998) Decisiveness, attitude expression and symbolic responses in contingent valuation surveys. Journal of Economic Behavior and Organization 34: 577-601.
26. Carson, R. T.(1997) Contingent valuation: Theoretical advances and empirical tests since the NOAA panel. American Journal of Agricultural Economics 75(5): 1501-1507.
27. Ciniacy-Wantrup, S. V.(1947) Capital returns from soil-conservation practices. Journal of Farm Economics 29: 1181-1196.
28. Davis, Robert K.(1964) The value of bid game hunting in a private fores. Transactions of the Twenty-Ninth North American Wildlife and Natural Resources Conference 29.
29. Foresta, R. A.(1980) Elite values, popular values, and open space policy. Journal of the American Planning Association 46(4): 449-456.
30. Hoehn, J. P. and A. Randall(1987) A satisfactory benefit cost

- indicator from contingent valuation. *Journal of Environmental Economics and Management* 14: 226-247.
31. Jacoby and D. B. Kyner(1973) Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior. *Journal of Marketing Research* 10: 1-9.
 32. Kosciulek, J. F. and M. A. Merz(2001) Structural analysis of the consumer-directed theory of empowerment. *Rehabilitation Counseling Bulletin* 44(4): 209-216.
 33. Mitchell, R. C. and R. T. Carson(1989) Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method, Resources for the Future, Washington, D. C.
 34. Preiser, W. F., H. Rabinowitz and E. White(1988) Post-Occupancy Evaluation. NewYork: Van Nostrand Reinhold.
 35. Sellar, C., J. R. Stoll, and J. P. Chavas(1985) Validation of empirical measures of welfare change: a comparison of nonmarket techniques. *Land Economics* 61(2): 156-175.
 36. Walsh, R. G., J. B. Loomis and R. A. Gillman(1984) Valuing option, existence and bequest demands for wilderness. *Land Economics* 60: 14-29.
 37. Ward, F. A. and D. Beal(2000) Valuing Nature with Travel Cost Models: A Manual. Edward Elgar.
 38. Welsh, M. P. and G. L. Poe(1998) Elicitation effects in contingent calculation: Comparisons to a multiple bounded discrete choice approach. *Journal of Environmental Economics and Management* 36: 170-185.

원 고 접 수 일: 2008년 11월 3일
 심 사 일: 2008년 12월 8일(1차)
 2008년 12월 23일(2차)
 계 재 학 정 일: 2009년 1월 2일
 3 인 의 명 심 사 끝