

복합쇼핑몰 개발과정에서 각 사업단계간의 관련성 분석

이찬호

부산대학교 경영학과 교수

Analysis on the Relationship between Each of the Steps in the Complex Shopping Mall Development

Chan-Ho Lee

Dept. of Business Administration, Pusan National University

요약 본 연구는 복합쇼핑몰 개발에 있어서 각 사업단계(사업기획단계, 분양준공단계, 관리운영단계)들이 개발사업의 전체적 관점에서 일관성 있는 최종 목적을 위해 그 연관관계가 목적달성에 적합하게 이루어지고 있는가에 대한 실태 분석을 목적으로 구조방정식모형을 이용하여 검증하였다.

분석결과 사업기획단계가 분양준공단계에 양의 영향을 미쳐, 성공적 준공 및 분양을 위해서는 사업기획이 충실히 준비되어야함을 알 수 있었다. 그러나 사업기획단계와 관리운영단계 및 성공정도, 분양준공단계와 관리운영단계 및 성공정도, 관리운영단계와 성공정도 간에는 유의수준 0.05하에서 통계적으로 유의한 관련성을 나타내지 않아서 우리나라 복합쇼핑몰 개발에서의 각 사업단계들이 프로젝트 전체적인 관점에서 일관성 있는 목표달성을 위해 긴밀히 연관되지 못하고 각 단계 자체만의 수익창출을 위해 근시안적으로 업무가 수행되고 있다는 점을 보여주었다.

주제어 : 복합쇼핑몰 개발, 사업기획단계, 분양준공단계, 관리운영단계, 구조방정식모형

Abstract In the process of complex shopping mall development, all the steps (business planning step, pre-sale & completion step, management & operations step) head towards a consistent ultimate goal in an overall business perspective. In this study, we analyze using a structural equation model if an appropriate relations between each of the steps are formed to achieve the ultimate goal. In this study, we find a positive relationship between business planning step and pre-sale & completion step, and also find that for success pre-sale & completion, a faithful business plan is necessary. But we find no statistically significant relationship under significant level 0.05 among business planning step and management & operations step and the level of success, pre-sale & completion step and management & operations step and the level of success, management & operations step and the level of success. This suggests that each of the steps does not form a close relationship to achieve the consistent goal in the complex shopping mall development and each one is doing a short-sighted work for its own profit.

Key Words : Complex shopping mall development, Business planning step, Pre-sale & completion step, Management & operations step, Structural equation model

* 이 논문은 부산대학교 자유과제 학술연구비(2년)에 의하여 연구되었음.

Received 3 June 2015, Revised 12 July 2015

Accepted 20 August 2015

Corresponding Author: Chan-Ho Lee
(Pusan National University)

Email: lechanho@pusan.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

오늘날 상업시설은 다양한 소비자의 소비행태와 여가 문화를 반영하여 그 패러다임을 변화시키고 있으나 최근에는 미분양과 공실이 증가되어 실패하는 경우가 많다. 이러한 현상은 전체적 관점에서의 성공적 운영보다는 근시안적인 분양수익에 따른 투자목적의 개발에 기인하는 경우가 많다. 즉 복합쇼핑몰 개발은 각 사업단계별로 각자의 개발이익 실현을 위한 목적이 다르기 때문에 개발된 이후의 쇼핑몰 활성화를 저해시키게 되는 것이다[1]. 따라서 상업시설의 운영실패를 감소시키기 위해서는 쇼핑몰 계획시 그 이후 단계도 충분히 반영한 계획이 이루어져야 할 것이다.

본 연구에서는 각 사업단계(기획, 분양 및 준공, 관리운영)별로 각 사업단계에 영향을 미치는 요인을 추출하고, 이들 각 사업단계들 간의 관련성을 분석하여 오늘날의 복합쇼핑몰 개발 실태를 파악하고 이를 통해 복합쇼핑몰의 성공적 개발을 위한 기본적 의미를 찾고자 한다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 본 연구에서는 개발의 단계를 기획단계, 분양준공단계, 관리운영단계로 구분[2]하였으며, 문헌조사와 실무가와의 면담을 통해 각 사업단계별 영향요인을 추출하고 설문문항을 작성하고 수집된 설문응답자료의 통계적 분석을 통해 각 사업단계의 관련성을 파악하였다. 각 사업단계별 영향요인은 통계프로그램 SPSS 20.0을 이용한 요인분석 결과를 사용하였고, 각 사업단계별 관련성 분석은 Amos 21 통계프로그램을 이용한 구조방정식 모형을 적용하여 본 연구의 주제를 분석하였다.

2. 이론적 배경 및 선행연구 고찰

2.1 이론적 배경

상업용 부동산은 수익을 목적으로 하는 상업 활동에 사용되는 부동산으로 광의로는 수익을 목적으로 하는 사무실, 아파트, 호텔, 공장, 창고 등도 포함하나 일반적으로는 협의의 의미로 각종 도소매상점, 백화점과 같은 소비자에게 상품을 판매하거나 서비스를 제공하는 매장용 부동산 즉 유통시설을 가리키는데 이러한 상업용 부동산이 다른 용도와 복합적으로 사용되는 경우 이를 복합용

도개발[3]이라 한다.

복합쇼핑몰이란 하나의 단일건물 시설로써 하나 이상의 주 기능을 하는 매장이나 점포의 용도가 복합화된 경우를 말하며 적절한 용도가 결합됨으로써 상호간 시너지 효과를 가질 수 있도록 개발된 경우라고 볼 수 있다[1].

복합쇼핑몰 개발의 사업단계별 구분은 개발사업자의 목적이나 개발사업의 성격에 따라 좀 더 세분화되거나 통합될 수 있지만 본 연구에서는 크게 사업기획단계, 분양준공단계, 관리운영단계로 구분하여 각 사업단계들 간의 관련성 실태를 분석하고자 한다.

먼저 사업기획단계에서는 준공후 사용공간에 대한 마케팅전략을 미리 구상해야 한다. 따라서 개발사업에 적합한 입지선정과 사업규모에 따른 자금조달 방법, 능력 있는 개발자의 참여 유도, 적정 분양가를 고려한 개발계획, 마케팅관련(MD) 구성 및 기획, 쇼핑몰 시설의 설계 등 고려해야 할 요소가 많다. 다음으로 건축시공을 포함한 분양준공단계에서는 입차업종의 적정성과 상권의 컨셉이 분양과 매각에 중요하기 때문에 주요임차인을 유치하고 성공적인 분양에 영향을 미치는 쇼핑몰의 발전가능성과 접근성 등의 성공분양요소를 검토하고 홍보 및 업종간 이해관계 등을 고려한 임대활성화 방안도 반영해야 한다. 마지막으로 관리운영단계에서는 임대관리와 시설관리 능력 등 운영관리구조, 소송과 분쟁을 최소화하기 위한 자산관리전문성, 각 관리단체의 의사결정구조, 시설과 인테리어의 변경과 매장의 가시적 효과를 높여 매출을 증대시키는 방안들이 고려되어야 한다. 개발사업을 성공적으로 이끌기 위해서는 이상의 각 사업단계들이 복합쇼핑몰의 성공적 개발이라는 하나의 공통된 목적을 가지고 이를 달성하기 위하여 일관된 관련성을 갖고 있어야 할 것이다.

2.2 선행연구 검토

본 연구에서는 성공적 복합쇼핑몰 개발을 위해 각 사업단계별 중요 요인을 추출하고 각 사업단계들 간의 관련성을 분석하고자 한다. 이를 위한 기존의 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

먼저 박대순[4]은 AHP(계층적 의사결정 분석)기법을 적용하여 전문가를 대상으로 설문조사 분석을 실시해서 분석결과의 중요도를 결정하고, 이 요소별 중요도를 기준으로 일반인 대상 설문조사를 통해 활성화요소에 대한

최종 결과 분석을 실시하였다. 분석 결과 전문가는 컨셉과 엠디, 입지 등 순으로 상위를 차지했으나 일반인들은 상품, 활성화 노력, 컨셉과 엠디 순으로 상위를 차지하여 상업시설을 계획하고 공급하는 주체인 전문가들의 활성화 요소에 대한 중요도와 일반인들이 준공시점 이후에 실제 상업시설을 이용하면서 느끼는 만족도는 상당한 시각차이가 있음을 밝혔다.

김홍진[5]의 연구에서는 복합상업시설의 개발과 운영관리와 관련된 주요 검토사항을 시행회사, 시공회사, 운영업체, 금융기관등 전문 직군별로 검토하여 계층분석적 의사결정방법(AHP)을 통해 복합상업시설 참여자의 합리적 의사결정을 위한 중요변수의 특성을 도출하였다. 최종평가항목은 사업계획단계(사업수지 및 재원조달, 입지환경, 개발컨셉, 건축MD 및 분양단계(건축MD, 분양), 운영 및 관리단계(운영, 관리)로 구분하였다. 중요도는 전체적으로 사업계획단계가 0.478로 가장 높았고(사업수지 및 재원조달(0.220), 입지환경(0.410), 개발컨셉(0.380)), 다음이 건축MD 및 분양단계로 0.322(건축MD(0.555), 분양(0.446)), 그 다음이 운영 및 관리단계로 0.201(운영(0.575), 관리(0.425)) 이었다. 그러나 각 전문직군별(시공사, 시행사, 운영업체, 금융기관)로는 그 중요도의 우선순위가 다르게 나타났다.

유경선[6]은 U.E.C(Urban Entertainment Center)의 성공 및 실패사례와 원인을 분석하고 이 중 비슷한 상권과 지역 및 소비자군을 가진 3곳의 U.E.C 개발사례를 통하여 성공요인과 잘못된 점을 정리하고, 이를 토대로 개발업 현업 종사자를 대상으로 델파이법을 적용한 설문조사방법을 이용하여 분석을 실시하여 개발에 성공할 수 있는 사업방안과 Model을 소개하였다. 1라운드에서는 개방형 설문을 통해 민간디벨로퍼가 U.E.C. 개발시의 성공방안에 대한 의견을 받아 6개의 성공요인(사업방식, 금융, 공간구성, MD 및 테넌트유치, 수입, 운영시스템)으로 정리하였고, 2라운드에서는 U.E.C. 개발사업의 성공방안을 정의하여 각 핵심요인과 기존사례를 검정하였다. 3라운드에서는 U.E.C. 개발사업의 성공요인의 중요도를 5점 척도로 측정하여 분석하였는데 중요도 점수는 MD 및 테넌트유치가 가장 높았고 다음이 사업방식의 변화, 부동산금융의 다양화, 운영시스템, 수익원천, 적정규모의 공간구성의 순 이었다.

오동수[7]는 운영활성화 사례 2곳(코엑스, 타임스퀘어)

어)과 비활성화 사례 1곳(가든파이프)을 사례지로 선정하여 분석한 결과를 토대로 분석대상인 입지(상권, 역세권, 접근성)과 집객시설(외부공간 활용, 내부용도 구성 및 운영시간)을 활성화요인 영향변수로 선정하였다. 다음으로 영향변수를 통한 도심형복합상업시설 활성화 주요 요인을 분석하고 활성화를 위한 제언으로 임대방식을 제시하였다.

권혜숙[8]은 면접조사와 사례조사를 통해 수집된 자료를 분석하여 도시공간과 건축물 내부 공간의 가치를 향상시킬 수 있는 요소들을 도출함으로써 시각적 인지도가 높은 도심형복합상업시설 내부 상업환경의 효과적인 VMD(Visual Merchandising) 전개요소(업종구성, 동선계획, 건축물 이미지, 안내표시 체계)를 구축하였다.

김재태[9]는 사업진행과정 중에 형성되는 시행사와 시공사간의 상호관계요인을 찾아보고 이러한 관계요인이 매개변수를 통하여 성과의 향상에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 이를 위해 국내 민간사업을 추진하는 시행사와 시공사를 대상으로 한 설문조사를 통해 수집된 자료를 다변량통계분석과 구조방정식모형분석을 실시하였다. 구체적으로는 선행변수인 친밀, 기회주의, 자산특유성이 신뢰에 미치는 영향을 시작으로 신뢰가 성과에 미치는 영향정도에 관계물입이 매개적 효과가 있는가를 검정하였다. 분석 결과 시행사와 시공사는 각자 인적 물적 시스템을 구비하고 서로 적합한 정보를 제공하며 편의를 도모해주고 원활한 소통속에 긴밀한 관계를 유지하여 신뢰를 구축하고 각종 사안에 솔직한 대응으로 업무를 수행함이 보다 효율적인 거래관계의 구조화가 형성되고 성과를 제고할 수 있음을 밝혔다.

심재관[10]은 연구대상지인 타임스퀘어와 센텀시티에 대하여 설문조사를 통해 수집된 자료를 이용하여 장소, 감성 및 체험, 테마 등 선행변수가 재방문의도에 영향을 미치는 정도에 이용자의 만족도가 매개적 역할을 하는가에 대해서 구조방정식모형을 이용하여 검정하였다. 분석결과 복합테마형 상업시설은 공간소비자의 수요에 부응하기 위해 쇼핑시설 이외에도 여가와 문화, 휴식공간의 배치를 통해 고객의 의도된 체류와 재방문을 높여 고객의 소비만족과 재방문을 극대화하여야 함을 밝혔다.

그 외에도 Q방법론을 활용하여 복합쇼핑몰 이용객의 유형을 분석한 김연선[11], 도심형 복합쇼핑몰 공간구성 변화를 분석한 장현진[12], 복합 엔터테인먼트 쇼핑몰을

대상으로 라이프스타일에 따른 만족도를 분석한 심세진 [13], 도심 재개발지구 내 복합 엔터테인먼트 쇼핑몰에 대한 디자인을 분석한 고승현[14], 도심상업시설 활성화를 위한 U.E.C. 도입방안을 연구한 김동주[15] 등 본 연구와 관련한 선행연구가 있다.

3. 복합쇼핑몰 개발의 각 사업단계간 관련성 분석

본 연구는 2013년 김중권이 연구[1]를 위해 2013. 9. 1. 부터 10. 31.까지 부동산 개발사업 위주의 시행사, 복합상업시설 시공경력이 있는 도급순위 30위권 이내의 시공사 임직원, 복합상업시설 마케팅업체와 분양사, 건물의 관리 운영 사업을 하는 PM·FM사 임직원 등 137명을 대상으로 설문조사를 통해 수집한 데이터를 활용하여 분석하였다.

이때 김중권의 연구에서는 각 사업단계가 복합쇼핑몰의 성공에 미치는 영향 정도를 파악하는데 초점을 맞추어 다중회귀분석을 통해 시사점을 밝혔다. 그러나 본 연구는 각 사업단계들 간의 상호관련성 분석에 초점을 두어 각 사업단계들 각자의 수익을 위한 근시안적 개발이 아닌 개발사업 전체적 관점에서 각 사업단계들 간의 일관성 있는 최종 목적을 위한 개발이 되고 있는가에 대한 실태를 분석하는데 초점을 두어 구조방정식모형을 이용함으로써 두 연구 간에는 연구의 관심 초점이 다르다는 차이가 있다. 이에 따라 설문조사 자료가 2013년 말에 이루어졌다는 점이 본 연구의 한계점일 수 있으나 두 연구 간의 각 변수들의 의미 있는 차이를 파악하기 위해서는 동일한 데이터를 사용하여 분석한 결과를 비교해야 하므로 기존 연구의 데이터를 이용하였다.

3.1 조사대상자의 일반적 특성

먼저 응답자의 인구통계적 특성을 보면 연령대의 경우 30대와 40대가 전체의 72.2%를 차지하여 복합쇼핑몰과 관련된 업종에서 왕성하게 활동하는 연령대이며, 학력은 대졸이상이 78.9%로 설문지의 이해도가 높을 것이며, 근속연수 역시 5년에서 15년 사이가 54.0%를 차지하여 본 연구와 관련한 지식이 충분한 상태에서 응답한 것으로 판단되어 본 설문응답 자료는 신뢰도가 높을 것으로 생각된다.

<Table 1> Sample descriptions

	(A)	㉠	㉡		(A)	㉠	㉡
①	a	106	77.4	③	㉠	28	20.4
	b	31	22.6		㉡	92	67.2
	c	137	100.0		㉢	16	11.7
②	d	17	12.4	④	㉣	1	.7
	e	61	44.5		㉤	137	100.0
	f	38	27.7		㉥	29	21.2
	g	19	13.9		㉦	51	37.2
	h	2	1.5		㉧	23	16.8
	c	137	100.0		㉨	18	13.1
					㉩	16	11.7
					㉪	137	100.0

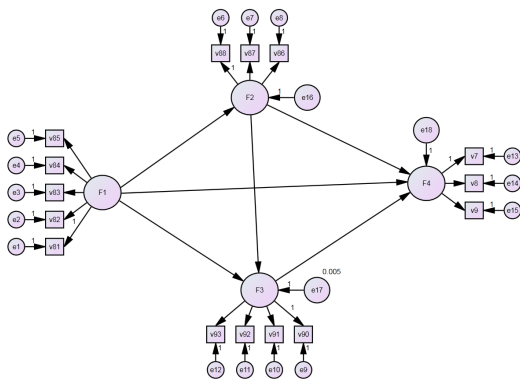
(A)Items ㉠numbers ㉡percents ①sex ②ages ③education ④ working experience a)male b)female c)total d)twenties e)thirties f)forties g)fifties h)above 60 ①high school graduation ②university graduation ③graduate school ④others m)less than 5 years n)more than 5 years~less than 10 years o)more than 10 years~less than 15 years p)more than 15 years~less than 20 years q)above 20 years

3.2 각 사업단계간 관련성 분석

본 연구는 복합쇼핑몰 개발과정에서 각 개발단계들 간의 일관된 관련성 정도를 파악하고자 하는 것이다. 개발사업을 위한 첫 번째 단계인 사업기획단계에서의 주요 고려사항은 사업부지 및 재원, 개발참여자의 능력, 적정 분양가산정, MD구성 및 기획, 시설 및 하드웨어 설계 등 5가지 구성요소로 측정하였고, 다음 단계인 분양준공단계에서의 주요 고려사항은 성공분양을 위한 요소, 우수한 테넌트 유치, 임대활성화를 위한 요소 등 3가지 구성요소로 측정하였으며, 마지막 단계인 관리운영단계는 운영관리의 구조, 자산관리 전문성 정도, 관리단체의 의사결정 정도, 매출증대를 위한 고려 등 4가지 구성요소로 측정하였다.

다음으로 복합쇼핑몰의 개발단계는 아니지만 최종 종속변수인 쇼핑몰의 성공정도를 측정하기 위해서는 참여한 사업 중 가장 성공정도가 대표적이었던 경우의 성공정도, 과거 5년간의 평균적인 성공정도, 기획과 결과의 일치정도 등 3가지 구성요소를 사용하였다. 이 각 항목들의 측정도구는 리커트 5점 척도를 활용하였다.

통계분석 결과를 해석하기 전에 확인해야 할 구조방정식 모형의 적합도는 절대적합지수(CMIN, GFI), 중분 적합지수(TLI, CFI), 그 외 근사적합지수(RMSEA)등 모두가 위 그림에서 보이는 바와 같이 기준치를 충족하고 있어 본 분석모형을 이용하여 결과를 해석하는 데는 적절한 것으로 나타났다.



[Fig. 1] Structural equation model

N=137, CMIN=91.276, GFI=0.919, TLI=0.971, CFI=0.977, RMSEA=0.023
 F1:business planning, v81:sites & financial resources, v82:participant's ability v83:fair price, v84:MD composition & design, v85:facilities & hardware design, F2:pre-sale & completion, v86:successful pre-sale factors, v87:tenant inducement, v88:rent activated, F3:management & operations, v90:management & operations structure, v91:asset management professionalism, v92:decision of the management organization, v93:increasing revenue factors, F4:degree of success, v7:level of representative success case, v8:average degree of success, v9:degree of planning and consistent results

측정모델의 경우 먼저 각 사업단계와 성공도인 잠재변수를 측정하기 위한 관측변수를 보면, 기획단계의 경우 개발에 참여하는 자의 능력과 적절한 분양가 산정을 위한 고려는 유의수준 0.05하에서 사업기획과 통계적 유의성을 나타내지 않아 이들 2개의 항목이 아직까지는 사업기획 단계에서 고려대상으로의 역할이 낮다는 것을 알 수 있다. 반면 나머지 모든 관측변수들은 잠재변수인 각 사업단계를 잘 설명하고 있는 것으로 나타났는데, 이는 각 관측변수를 선정하기 전에 선행연구를 통한 문헌 연구와 복합쇼핑몰 종사자들과의 면담을 통해 추출한 항목을 설문문항으로 하여 설문조사를 하고, 수집된 데이터를 다시 요인분석을 실시하여 그 결과 분류된 요인의 요인점수를 관측변수로 사용하였기 때문일 것으로 생각된다.

상기의 관측변수를 사용한 잠재변수인 각 사업단계들 간의 상관관계분석 결과를 보면 상관계수가 상대적으로 낮아 본 실태분석을 위한 구조방정식모형 분석에는 문제가 되지 않는 것으로 나타났다.

[Table 2] measurement model analysis results

	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
V81-->F1	1.000	0.238				
V82-->F1	0.732	0.174	0.547	1.339	0.181	
V83-->F1	0.838	0.199	0.574	1.459	0.144	
V84-->F1	2.259	0.537	1.079	2.094	0.036	
V85-->F1	1.994	0.474	0.972	2.051	0.040	
V88-->F2	1.000	0.603				
V87-->F2	0.656	0.395	0.187	3.501	0.000	
V86-->F2	0.557	0.336	0.182	3.059	0.002	
V90-->F3	1.000	0.406				
V91-->F3	0.762	0.309	0.316	2.415	0.016	
V92-->F3	0.595	0.241	0.295	2.015	0.044	
V93-->F3	1.270	0.516	0.400	3.177	0.001	
V7-->F4	1.000	0.717				
V8-->F4	1.410	0.933	0.170	8.302	0.000	
V9-->F4	1.110	0.723	0.139	7.987	0.000	

@path, (b)Estimate(regression weight), (c)Estimate(standardized regression weight), (d)S.E., (e)C.R., (f)P value

[Table 3] Correlations(latent variables)

variables	F1	F2	F3	F4
F1	1			
F2	.402**	1		
F3	.359**	.425**	1	
F4	.079	.179*	.154	1

** : level of significance 0.01, * : level of significance 0.05

본 연구에서는 먼저 탐색적 요인분석을 실시하고 그 결과를 토대로 원시자료 데이터를 사용하여 최대우도법을 적용한 확인적 요인분석을 실시하였다.

경로분석 결과 사업기획단계는 분양준공단계에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 사업기획단계가 성공적으로 이루어질수록 준공 및 분양이 성공적으로 이루어진다는 것을 의미하는 것으로, 성공적 준공 및 분양을 위해서는 사업기획이 충실히 준비되어야함을 알 수 있다. 그러나 준공분양과 관리운영, 사업기획과 관리운영, 사업기획과 준공분양과 관리운영 각각과 성공정도 간에는 유의수준 0.05하에서 통계적으로 유의한 관련성을 나타내지 않았다.

이러한 현상은 우리나라 복합쇼핑몰개발의 경우 아직까지 각 사업단계들이 프로젝트 전체적인 관점에서 일관성 있는 목표달성을 위해 긴밀히 연관되지 못하고 각 단계 자체만의 수익창출을 위해 근시안적으로 업무가 수행되고 있다는 점을 보여주고 있는 것이다.

<Table 4> structural model analysis results

	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
F1-->F2	2.370	0.934	1.172	2.023	0.043	
F2-->F3	0.985	1.463	1.111	0.887	0.375	
F1-->F3	-0.909	-0.532	2.834	-0.321	0.748	
F1-->F4	-2.763	-1.198	14.622	-0.189	0.850	
F3-->F4	-2.467	-1.827	8.645	-0.285	0.775	
F2-->F4	2.964	3.261	10.847	0.273	0.785	

ⓐpath, ⓑEstimate(regression weight), ⓒEstimate(standardized regression weight), ⓓS.E., ⓔC.R., ⓕP value

본 분석을 위해 사용한 데이터를 이용하여 다중회귀 분석을 실시한 김중권의 연구[1]에서는 준공 및 분양단계가 과거 5년간 평균적 성공정도를 종속변수로 삼은 성공정도에 유의수준 0.05하에서 통계적으로 유의한 결과(비표준화 계수 0.424, 표준화 계수 0.210)를 보였고 기획단계와 관리운영단계는 성공정도에 유의한 결과를 나타내지 못하는 것으로 분석되었다.

이러한 분석결과와의 차이는 과거 5년간 평균적 성공정도만을 종속변수로 삼은 김중권의 연구와 참여한 사업 중 가장 성공정도가 대표적이었던 경우의 성공정도, 과거 5년간의 평균적인 성공정도, 기획과 결과의 일치정도 등 3가지 구성요소 모두를 한꺼번에 성공정도의 관측변수로 사용한 잠재변수(본 연구)의 차이에서 기인된 것으로 생각되며, 본 연구와 김중권의 연구는 알고자하는 관심의 초점 즉 주제가 다르기 때문에 각각의 분석 결과는 서로 다른 의미를 갖게 되는 것이다.

한편 본 분석에서의 경로분석 결과, 사업기획단계에서 분양준공단계로의 경로만 유의수준 0.05하에서 통계적으로 유의하고 그 이외의 경로에서는 유의지 않은 것으로 나타나 간접효과와 직접효과, 총 효과는 분석할 수 없었다.

4. 결론

본 연구는 복합쇼핑몰 개발에 있어서 각 사업단계(사업기획단계, 분양준공단계, 관리운영단계)들이 개발사업의 전체적 관점에서 일관성 있는 최종 목적을 위해 그 연관관계가 목적달성에 적합하게 이루어지고 있는가에 대한 실태를 분석하는데 초점을 두어 구조방정식모형을 이용하여 검증하였다.

이를 위해 각 사업단계별로 각 사업단계(잠재변수)를 가장 잘 설명할 수 있는 많은 변수(관측변수)들을 전문가

면담과 선행연구를 통해 추출한 후 이를 설문조사를 통해 자료를 수집하여 요인분석으로 공통성을 찾아 요인점수를 변수로 사용하였다.

분석결과 사업기획단계가 분양준공단계에 양의 영향을 미쳐, 성공적인 사업기획단계가 준공 및 분양단계를 성공적으로 이끌어 낼 수 있으며 결국 성공적 준공 및 분양을 위해서는 사업기획이 충실히 준비되어야함을 알 수 있었다. 그러나 사업기획단계와 관리운영단계 및 성공정도, 분양준공단계와 관리운영단계 및 성공정도, 관리운영단계와 성공정도 간에는 유의수준 0.05하에서 통계적으로 유의한 관련성을 나타내지 않아서 우리나라 복합쇼핑몰개발에서의 각 사업단계들이 프로젝트 전체적인 관점에서 일관성 있는 목표달성을 위해 긴밀히 연관되지 못하고 각 단계 자체만의 수익창출을 위해 근시안적으로 업무가 수행되고 있다는 점을 보여주고 있었다. 결국 성공적인 복합쇼핑몰개발을 위해서는 그 개발프로젝트 전체적인 관점에서 사업기획단계, 분양준공단계, 관리운영단계 등 각 사업단계들이 밀접한 상호 연관성을 갖고 사업이 진행되어야 함을 본 실태분석을 통해 알 수 있다.

본 연구는 다중회귀분석을 이용하여 복합쇼핑몰개발에서의 각 단계들이 개발의 성공정도에 어떤 영향을 미치는가를 분석하기 위해 수집한 전술의 김중권[1]의 2013년 말 설문조사 데이터를 사용하였다. 이는 본 연구가 구조방정식모형을 이용하여 성공적인 복합쇼핑몰 개발을 위해 전체적인 관점에서 각 사업단계들 간의 관련성 정도를 분석하는데 초점을 맞춰 김중권의 분석결과와는 또 다른 의미를 찾기 위해 동일한 데이터를 사용한 것으로, 과거 데이터라는 한계점은 극복될 수 있을 것이다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by a 2-Year Research Grant of Pusan National University

REFERENCES

[1] Jung-Kwon Kim, A Study on the Factors Influencing the Steps of a Project Vitalize Complex

- Commercial Facilities, Master dissertation, pp. 2-68, Pusan National University, 2013.
- [2] Mike E. Miles · Gayle Berens · Marc A. Weiss, Real Estate Development : Principles and Process, pp. 3-15, Urban Land Institute, 2005.
- [3] Kweon-Chan Ha, Commercial Real Estate Development, p. 2, Dasan Publishing Co., 2009.
- [4] Dae-Soon Park, Case Study : A Study on Activation item of Commercial Facilities - focusing on Lafesta & Westerndom of Ilsan Newtown-, Ph.D. dissertation, pp. 103-109, Sejong University, 2012.
- [5] Hong-Jin Kim, A Study on the Decision making of Mixed-use Retail Property Development and Operation Administration, Ph.D. dissertation, pp. 2-114, Jeonju University, 2011.
- [6] Kyoung-Sun Yoo, The Key Strategy to the Success of the Urban Entertainment Center(U.E.C.), Master dissertation, pp. 4-126, Hongik University, 2012.
- [7] Dong-Su Oh, Study on Alternative Measures to Vitalize "Urban Entertainment Center", Master dissertation, pp. 1-64, KonKuk University, 2012.
- [8] Hye-Sook Kwon, Organizing the Factors of Visual Merchandising : In the Case of Commercial Complexes, Ph.D. dissertation, pp. 3-99, Chung Ang University, 2005.
- [9] Jae-Tae Kim, A Study on the Relationship Structure of the Real Estate Development Project Partners ; Focused on Developer & Constructor, Ph.D. dissertation, pp. 3-138, KonKuk University, 2010.
- [10] Jae-Kwan Shim, The Influence of Attraction Factors of Thematic Complex Shopping Mall on Customer Satisfaction and Revisit Intention-Focused on Times Square & Shinsegae Centumcity-, Ph.D. dissertation, pp. 102-158, Kwangwoon University, 2010.
- [11] Yeon-Sun Kim, A Study on the Malling and CO-orientation between Manager and Customer adopting Q methodology, Master dissertation, pp. 16-100, Sookmyung Women's University, 2012.
- [12] Hyun-Jin Jang, A Study on the Spatial Configuration Changes of Urban Complex Shopping Mall, Master dissertation, pp. 89-94, Kookmin University, 2012.
- [13] Se-Jin Sim, Analysis on the Leisure Motivation and Satisfaction by Lifestyles - Based on Complex Entertainment Shopping Mall -, Master dissertation, pp. 68-86, Hanyang University, 2012.
- [14] Seung-Hyun Koh, A Complex Entertainment Shopping Mall Plan in the Redevelopment Region of the Center of the City, Master dissertation, pp. 68-86, Hong ik University, 2004.
- [15] Dong-Ju Kim, Research on an Introduction Plan for Boosting U.E.C. Urban Commercial Facilities, Master dissertation, pp. 65-72, Jung Ang University, 2004.

이 찬 호(Lee, Chan Ho)



- 1995년 2월 : 아주대학교 경영학과 (경영학박사)
- 2010년 8월 : 건국대학교 부동산학과(부동산학박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 경영학과 교수
- 관심분야 : 원가 · 관리회계, 부동산 평가 · 금융
- E-Mail : lechanho@pusan.ac.kr