

주거가치 유형화에 따른 아파트 선택 및 주거만족도에 관한 연구

A Study on the Apartment Choice and Housing Satisfaction by the Type of Housing Value

하 정 순*
Ha, Jeung-Soon

Abstract

The purpose of this study is to find the apartment Choice and Housing Satisfaction by the Housing Value Segmentation. Survey questionnaires were conducted on 1103 married women from three residential areas in Daegu. Data were analyzed by SPSS package program. Major findings are the following: Quality oriented type preferred environment oriented and multiple apartment. Safety·investment type answered the bases of the information as of sales/model house, real estate office, oral information from relative·neighbor. Ostentation·negative type is dissatisfied for the present apartment were listed such as inconvenient inner structure and inner space, education environment for children, privacy protection, convenient transportation for the urban area. Convenience·educational environment type is dissatisfied for the present apartment were listed such as inconvenient inner structure and inner space, anti sonic materials, education environment for children, privacy protection.

Keywords : Housing Value, Type, Apartment Choice, Housing Satisfaction

주요어 : 주거가치, 유형화, 아파트선택, 주거만족도

1. 서론

1. 연구제기 및 연구목적

도시화·산업화 과정을 거치며 전통의 한옥을 대신해 우리나라의 대표적 주거형태로 정착하게 된 아파트는 소비자의 선호와 공급과잉으로 이어졌고 최근에는 더욱 대형화, 고급화 되고 있는 실정이다. 이렇게 된 이유 중에는 주택난 해결이라는 근본적 원인 이외에 중산층의 확대와 가처분 소득의 증대 등 경제적 측면과 더불어 편리하고 안락한 생활을 원하는 정서적 측면도 많이 작용하였다. 결국 기존의 많은 건설사들은 아파트 건설사업의 확대와 공급자 위주의 시장에 편승해 소비자들의 욕구를 충족시키기 보다 자사의 이익만을 추구하는 경향이 있었다. 그러나 높아진 소비자 의식과 시장에서 공급이 수요를 초과하는 상황이 되자 고객위주의 마케팅을 펼칠 수밖에 없는 국면이 되었다.

아파트 시장환경이 점차 복잡해지면서 소비자를 이해하지 못하면 시장 세분화도 목표시장의 선정도 불가능하고 나아가 적절한 마케팅을 세울 수 없게 된 것이다. 아파트 시장 세분화의 특성을 규명하기 위하여 인구통계적, 사회경제적 변수이외에 심리적 변수인 가치와 관련된 연구가 진행되고 있는데 가치는 소비자 동기나 행동을 이해하는데 유용한 것으로 간주되고 있다. 가치가 마케팅에서 유

용성을 가질 수 있는 것은 소비자가 개인의 인지구조속에서 문화적, 사회적, 개인적 경험 등에 영향을 받아 그 중요성의 서열에 따른 가치체계를 형성하고¹⁾ 동일한 가치를 갖는 소비자는 동일한 선택기준과 동일한 행동을 한다고 볼 수 있기 때문이다²⁾. 그러나 주거가치에 관한 선행연구들이 대체로 주거가치에 대한 정의나 주거가치의 변화, 그리고 인구통계학적인 차이점에 주안점을 두고 있어 마케팅전략을 세우는 데에는 여전히 문제가 된다. 그러므로 세분화의 한 방법으로 주거가치의 유형화 연구는 기업의 경영전략에도 직접적인 도움을 준다고 본다.

따라서 본 연구에서는 주거가치 유형화를 통해 소비자의 특성을 파악하고 아파트 선택과 만족도를 측정함으로써 아파트시장에 있어 효율적 마케팅 전략수립의 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 용어정의

1) 주거가치

개인이 가지고 있는 가치 중 하나로서 심리적요인, 환경적 요인, 개인적요인 등 많은 요소에 의해 지속적으로 형성 되어 온 가치체계를 말하며 주거에 대한 인식, 중요

1) Petrof, J. V, Sayegh, E. E., & Vlahoulos, P. I. (1982). The Influence of the School of Business On the Values of Its Students, Journal of the Academy of Marketing, 10, Fall, pp.500-501.ff

2) Howard, J. A. (1977). Consumer Behavior: Application of Theory, New York: McGraw-HillBook Company.

*정회원(주저자, 교신저자), 대구가톨릭대학교 부동산통상학부 강사

도에 따른 가치체계의 형성을 의미한다.

2) 주거가치 유형화

동질적인 주거가치를 가지는 집단으로 분류한 것을 의미한다.

3) 주거만족도

자신이 거주하는 주택의 거주상태 또는 주거환경에 대한 거주자의 주관적 평가를 의미한다.

3. 연구내용

본 연구의 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 주거가치 유형화에 따른 조사대상자의 일반적 특성은 어떠한지 파악한다. 둘째, 주거가치 유형화에 따른 아파트선택은 어떠한지 파악한다. 셋째, 주거가치 유형화에 따른 주거만족도는 어떠한지 파악한다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 조사대상 모집단은 대구광역시 아파트에 거주하며, 아파트 구매경험이 있는 60세 미만의 주부를 대상으로 아파트 밀집지역인 달서구, 수성구, 북구 등 3개 지역을 대상으로 군집표본추출 하여 집단별 무작위 표본 추출방법을 사용하였다. 설문지는 2003년 6월 25일부터 7월15일에 걸쳐 본 조사를 하였고 총 1,350부를 배포하였고 그 중 1,103부를 최종분석에 사용하였다.

2. 조사도구 및 분석방법

연구를 위한 측정도구는 거주자의 가구특성, 거주특성 그리고 주거가치 문항은 Culter³⁾, 아파트 선택 및 만족도 문항은 이영주⁴⁾, 오진호⁵⁾, 임만택⁶⁾에서 파악된 내용을 토대로 재구성 하였다. 자료분석은 SPSS WIN10.0프로그램을 이용하여 평균, 표준편차, Chi-Square분석, 분산분석, Scheffe-test의 추후검증, 요인분석, 군집분석 그리고 신뢰도검증을 위해 크론바하 알파계수를 이용하였다.

III. 조사 결과 및 논의

1. 조사대상자의 일반적 특성

본 연구의 조사대상자인 아파트 거주 주부의 일반적 특성을 알아보기 위한 항목은 주부(남편)의 연령, 학력, 직업, 월소득, 주거규모, 소유형태, 거주기간, 가족생활주기

등이었으며 빈도와 백분율로 나타내었다. 주부(남편)의 연령은 40대가 44.7%(46.2%), 30대가 42.1%(31.7%), 50대가 10.7%(21.3%) 순이었고, 학력은 대졸이상(47.9%(68.6%))로 가장 많았으며, 고졸이 47%(28.9%)였다.

주부의 직업은 전업주부가 53.4%, 취업주부는 46.6%였으며, 남편직업은 사무직·교사직(35.4%), 판매서비스직(25.8%), 기능직(14.5%)순이었다. 주거규모는 20평형대(40.7%), 30평형대(36.0%), 40평형대(12.8%) 순이었다. 주택 소유형태는 자가(82.5%)가 대부분이었고 전세가 13.1%이었다. 이는 조사대상을 아파트 구매경험이 있는 주부로 한정했기 때문에 자가 소유형태가 대부분인 것으로 이해된다. 거주기간은 5-10년이 45.5%로 가장 많았고 1-5년이 33.9%였다. 가족생활주기는 성년기(28.0%), 초등교육기(25.2%), 중등교육기(24.8%), 미취학기(21.9%) 순으로 첫 자녀 미취학기에서 성년기까지 고른 분포를 보이고 있다. 월 평균소득은 200만원-300만원(34.2%)이 가장 많고 400만원이상 (22.3%), 100-200만원(20.8%), 300-400만원(20.7%)순으로 나타났다. 가족형태는 대부분 핵가족(88.5%)였으며 가족수는 4명(61.2%), 3명 이내(20.5%), 5명 이상(18.3%)순이었다.

2. 주거가치의 유형화

조사 대상자가 가지고 있는 주거가치는 어떠한 구조로 구분되어 지는지 알아보기 위해 요인분석을 하였다. 요인 추출방법은 직각회전방법 중 배리맥스(Varimax)접근방법을 적용하여 6개의 요인이 추출 되었다. 각 요인의 특성을 보면 <표 1>과 같으며 6개 요인의 주거가치 설명력은 50.4%였다. 요인 1은 편리성 및 교육환경지향 가치로, 요인 2는 과시지향가치, 요인 3은 투자지향가치, 요인 4는 안전성지향가치, 요인 5는 품질지향가치, 요인 6은 위치 및 심미성 지향가치로 명명하고자 한다. 그리고 주거가치의 6개요인의 전체 신뢰계수(Cronbach's α)가 0.88로 높게 나타나 각 요인들을 구성하는 문항의 신뢰도가 만족할 만한 수준으로 보인다.

주거가치를 유형화하기 위하여 주거가치에 관련한 29개의 항목을 요인분석 한 후 나오는 요인점수를 근거로 K-평균 군집방법(K-Means Clustering)을 측정된 표본에 적용한 군집분석을 실시했다<표 2>. 예미적인 군집분석 결과를 근거로 최종적으로 분석에서 이용할 집단의 수 검토한 결과 유형화의 기준이 되는 6가지의 주거가치의 특성이 반영되면서 집단 내 동질적인 소비자군⁷⁾을 파악하기 위해 4개 군집으로 유형화 하는 것이 적절하다고 판단하였다. 주거가치를 요인분석한 후 나오는 요인점수를 근거로 집분석 한 결과는 <표 2>와 같다. 제 1군집은 6개의 점수가 (-++++)의 값을 갖는 유형으로 편리성·교육지향과 위치 및 심미성지향가치는 부정적인 반면에 품

3) Cutler V. F. (1947). Personal and family values in the choice of a home. Cornell Univ. Agricultura Experiment station Bulletin 849, Ithaca, New York: Cornell Univ.

4) 이영주(2000). 공동주택 주거가치의 주거선택행태에 관한 연구, 부산대학교 대학원 박사학위논문.

5) 오진호(1997). 직업군인들의 주택구매행동에 관한 실증적 연구, 고려대학교 대학원 석사학위논문.

6) 임만택(1990). 주거환경의 만족도에 관한 실증적 연구, 전남대학교 대학원 박사학위논문.

7) 다양한 특성을 지닌 관찰대상을 유사성을 바탕으로 동질적인 집단으로 분류하는 것을 의미한다.

표 1. 주거가치문항의 요인분석

요인	문항	요인						고유값
		요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	
요인 1	근린생활시설(시장·병원 등)의 이용이 편리해야 한다.	0.61	0.23	0.05	0.31	0.13	-0.04	6.53
	직장과 가까워야 한다	0.59	0.04	0.10	0.11	0.11	0.14	
	대중교통의 이용이 편리해야 한다	0.59	-0.15	0.02	0.20	0.11	0.38	
	공공시설(동사무소, 은행 등)의 이용이 편리해야 한다	0.58	0.17	0.14	0.42	0.07	0.10	
	학군이 좋고, 명문학교, 학원이 가까이 있어야 한다	0.56	0.31	0.24	-0.05	0.12	-0.06	
	자녀교육에 대한 정보를 잘 교환 할 수 있는 곳이어야 한다	0.53	0.08	0.42	-0.00	0.21	0.16	
	각종 문화시설(영화관·공연장 등)의 이용이 편리해야 한다	0.46	0.11	0.07	0.32	0.02		
요인 2	내 생활수준 보다 좀 더 부유하게 보이는 아파트가 좋다	0.14	0.67	0.13	-0.17	0.12	0.12	2.71
	위치와 시설이 좋은 아파트는 관리비가 비싸더라도 살겠다	0.18	0.65	0.12	-0.04	0.02	0.04	
	내가 사는 동네나 집은 나의 사회적 지위, 위치를 나타낸다	0.10	0.61	0.20	0.13	-0.00	0.03	
	가격이 다소 비싸더라도 브랜드가 있는 아파트가 좋다.	0.09	0.59	0.09	0.29	-0.19	0.05	
	남들이 보기에 버젓 하고 멋있는 아파트가 좋다	-0.15	0.58	0.04	-0.04	0.20	0.02	
	손님이 올 것을 대비하여 최대한 넓어야 한다	0.29	0.43	0.05	-0.04	-0.05	-0.11	
요인 3	집은 그 가격만큼의 가치가 있어야 한다	0.07	0.13	0.69	0.27	0.05	0.04	1.65
	집은 살기 위한 공간이지만 투자가치가 있어야 한다.	0.11	0.11	0.67	0.24	0.01	0.09	
	집은 투자가치가 있을수록 좋다	0.15	0.29	0.63	-0.00	-0.03	0.00	
	집은 재산으로서의 가치가 중요하다	0.02	0.18	0.46	0.09	0.16	0.44	
	집은 매매가 쉬워야한다	0.37	0.14	0.44	-0.02	0.26	0.16	
요인 4	안심하고 외출할 수 있어야 한다	0.11	-0.03	0.18	0.72	-0.08	0.02	1.50
	범죄로부터 안전해야 한다	0.08	0.01	0.03	0.72	0.17	0.10	
	재해로부터 안전해야 한다	0.28	-0.02	0.16	0.54	0.24	-0.02	
	외부로부터 사생활보호가 잘 되어야 한다	0.15	-0.02	0.41	0.45	0.27	0.01	
요인 5	단지의 배치 및 시설이 잘 정비되어 있어야 한다	0.08	0.13	0.06	0.12	0.74	0.05	1.16
	아파트 내부의 구성 및 실내디자인이 잘 되어 있어야 한다	0.20	-0.02	0.04	0.14	0.74	0.15	
	아파트는 구조가 튼튼해야 한다	0.11	-0.05	0.10	0.27	0.66	-0.00	
요인 6	전망이 탁 트인 아파트에 살고 싶다.	0.12	0.02	0.076	0.13	0.04	0.68	1.06
	생활이 편리한 도심에서 살고 싶다	0.37	0.01	0.000	-0.07	0.04	0.49	
	건물형태와 내부 디자인이 마음에 들어야 한다	-0.25	0.04	0.188	-0.01	0.05	0.48	
	디자인이나 색상이 독특한 것이 좋다.	0.15	0.20	0.307	-0.23	0.27	0.33	
누적분산(%)		22.5	31.8	37.5	42.7	46.7	50.4	

질지향가치는 가장 높은 값을 보였다. 그러므로 품질지향형이라 명명하였으며 278명(25.2%)으로 나타났다.

제 2군집은 6개의 점수가 (+--+의 값을 갖는 유형으로 과시지향과 품질지향적인 가치는 부정적인 반면에 안전성과 투자에 특히 높은 점수를 보였다, 그러므로 안전·투자형이라 명명하고 253명(23.0%)으로 나타났다.

제 3군집은 (-+----)의 값을 갖는 유형으로 과시지향가치에만 긍정적이고 다른 가치에는 부정적인 가치를 갖고 있었다, 이러한 것은 주거에 대한 과시성향은 있으나 주거에 대한 부정적인 가치를 갖는 집단으로 보아 과시·부정형이라 명명하고 217명(19.7%)으로 나타났다.

제 4군집은 (+--+의 값을 갖는 유형으로 과시지향과 투자지향가치에 부정적인 반면에 편리성교육지향가치가 특

히 점수가 높았다. 그러므로 편리성·교육지향형 이라 명명하고 353명(32.1%)으로 나타났다.

3. 주거가치 유형화에 따른 조사대상자의 일반적특성

주거가치 유형화에 따른 일반적 특성과의 유의적인 차이를 검증하기 위해 Chi-Square분석을 실시하였다<표 3>. 그 결과 응답자의 남편연령(p < .05), 한달 평균소득(p < .001), 생활주기(p < .05), 남편직업(p < .01), 주부학력(p < .01), 아파트평수(p < .001)에서 통계적으로 유의적인 차이를 발견할 수 있었다. 각 집단의 일반적 특성을 보면 품질지향형은 남편나이가 40-50대로 성인이 된 첫 자녀를 두고 있었으며 20-30평형대 뿐 만 아니라 다른 집단에 비해서 40평 이상의 큰 평수에도 많이 거주 하고 있었다. 그리고 월수입이 400만원 이상의 고소득층으로 주부학력도 가장 높고 남편직업은 전문직종을 갖춘 사람이 상대적으로 많이 분포 되어 있는 집단이다.

안전·투자형은 남편의 연령이 40대를 중심으로 골고루 분포되어 있으며 직업은 주로 사무직, 일반 공무원, 교사직 등이지만 판매서비스직, 노무직, 기능직 등도 많이 분포되어 있다. 또한 한달 수입은 200-300만원이고 주부의 학력은 고졸이 많으며 주로 20평대에 거주하고 있는 집단이다. 과시·부정형은 남편의 연령이 대부분 40대

표 2. 주거가치에 따른 군집의 요인점수

주거가치유형	품질지향형 N = 278	안전·투자형 N = 253	과시·부정형 N = 217	편리성·교육 환경지향형 N = 353
요인1	-0.790	0.127	-0.382	0.766
요인2	0.207	-0.143	0.135	-0.143
요인3	0.211	0.284	-0.330	-0.949
요인4	0.448	0.354	-1.448	0.283
요인5	0.551	-1.215	-0.203	0.561
요인6	-0.473	0.065	-0.362	0.348

표 3. 주거가치 유형화에 따른 조사대상자의 일반적 특성과의 차이 분석

일반적 특성	집단	품질 지향형	안전·투자형	과시·부정형	편리성·교육환경 지향형	χ^2 통계량
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	
남편연령	30대 이하	84(30.2)	88(35.1)	56(26.0)	129(36.9)	13.7*
	40대	122(43.9)	109(43.4)	115(53.5)	158(45.1)	
	50대	72(25.9)	54(21.5)	44(20.5)	63(18.0)	
	계	278(100)	251(100)	215(100)	350(100)	
생활주기	신혼기·첫자녀 미취학기	51(18.4)	51(20.2)	60(27.9)	79(22.4)	20.2*
	초등학생	66(23.8)	78(31.0)	39(18.1)	95(27.0)	
	중·고등학교기	76(27.4)	48(19.0)	56(26.0)	91(25.9)	
	첫자녀성인이후	84(30.3)	75(29.8)	60(27.9)	87(24.7)	
	계	277(100)	252(100)	215(100)	352(100)	
한달평균소득	200만원 미만	54(19.4)	54(21.5)	57(26.3)	86(24.4)	30.5***
	200-300만원미만	92(33.1)	106(42.2)	74(34.1)	102(28.9)	
	300-400만원미만	46(16.5)	47(18.7)	48(22.1)	87(24.6)	
	400만원 이상	86(30.9)	44(17.5)	38(17.5)	78(22.1)	
	계	278(100)	251(100)	217(100)	353(100)	
남편직업	기능직·노무직	58(20.9)	58(23.2)	50(23.3)	62(17.6)	20.7**
	사무직·교사직	95(34.3)	89(35.6)	83(38.6)	121(34.3)	
	기술직·전문직	62(22.4)	38(15.2)	26(12.1)	56(15.9)	
	판매서비스직	60(21.7)	63(25.2)	52(24.2)	106(30.0)	
	무직	2(0.7)	2(0.8)	4(1.9)	8(2.3)	
	계	227(100)	250(100)	215(100)	353(100)	
주부학력	고졸 이하	128(46.7)	144(56.9)	132(60.8)	166(47.3)	15.4**
	대졸 이상	146(53.3)	109(43.1)	85(39.2)	185(52.7)	
	계	274(100)	253(100)	217(100)	351(100)	
아파트평수	10평대	14(5.1)	18(7.2)	16(7.4)	22(6.3)	39.9***
	20평대	88(31.9)	110(43.7)	93(42.9)	153(43.6)	
	30평대	102(37.0)	87(34.7)	90(41.5)	116(33.0)	
	40평대	52(18.8)	24(9.6)	18(8.3)	46(13.1)	
	50평이상	20(7.2)	12(4.8)	0(0)	14(4.0)	
	계	276(100)	251(100)	217(100)	351(100)	

*p < .05 **p < .01 ***p < .001

(53.5%)로 구성 되어 있다. 가족생활주기는 고루 분포되어 있는 편이었으나 첫 자녀가 초등학생인 경우는 거의 없다. 한달 평균소득과 주부학력이 가장 낮은 집단으로 남편직업은 사무직, 판매직에 많이 종사하나 기능직, 노무직이 다른 집단에 비해 많고 주로 20-30평형에 거주하였다. 편리성·교육환경 지향형은 남편나이가 40대가 많으나 다른 집단에 비해 20-30대가 많이 분포되어 있어 가장 젊은 집단이라고 볼 수 있다. 또한 첫 자녀가 초등학생이며 월평균 소득은 200-300만원이 가장 많으나 300-400만원도 다른 집단에 비해 많은 비율을 차지하고 있다. 남편의 직업은 사무직, 일반 공무원, 교사직, 판매서비스직에 주로 종사하고 있으며 주부의 학력은 고졸보다 대졸이 많고 다른 집단에 비해 학력이 높은 편으로 주로 20평형에 거주하고 있다.

4. 주거가치유형화에 따른 아파트선택 및 주거만족도

1) 주거가치 유형화에 따른 아파트선택

주거가치 유형화에 따른 아파트선택의 유의적인 차이를 검증하기 위해 Chi-Square분석을 실시하였다. 그 결과 이사동기(p < .001), 주거정보제공원(p < .001), 정보탐색기간(p < .05), 현재의 아파트선택이유(p < .001), 아파트평수 선택이유(p < .001), 아파트 선택시 중요요소(p < .001), 신규 아파트 구매시 불안요인(p < .001), 선호하는 아파트형태(p < .001), 선호하는 아파트입지조건(p < .001)에서 통계적으로 유의적인 차이를 발견할 수 있었다.

(1) 주거가치 유형화에 따른 이사동기 및 주거정보

주거가치 유형화별로 차이를 보면 품질지향형은 현재의 아파트에 이사 오게 된 동기에 대해 보다 넓은 평수를 원해서(17.4%)가 가장 많은 비율을 차지했으며 주택내부시설의 불편(14.8%), 근린·편익시설 등 주변환경을 위해서(13.1%), 깨끗한 집을 위해서(12.6%) 순으로 많았으며 그 다음으로 경제적 여건이 좋아서와 내 집 마련(11.2%)을 같은 비율로 응답하였으나 내 집 마련 때문이라고 응답한 경우가 집단 중 가장 적었다. 이는 조사대상자의 특성상 다른 집단에 비해 학력과 직종이 높고 월 평균소득이 가장 많은 집단이기에 내 집 마련은 이미 이사 오기 전에 해결 된 상태라고 이해된다. 안전·투자형은 보다 넓은 평수를 위해서(15.9%), 근린·편익시설 등 주변환경을 위해서(14.5%), 내 집 마련 때문에(13.8%), 자녀의 교육환경(12.8%), 깨끗한 새집을 위해서(12.0%) 순으로 응답하였으며 재산의 증식 때문에 이사하였다고 응답한 경우가 다른 집단에 비해 가장 많은 비율을 나타내었다. 이러한 것은 집단의 주거가치가 투자가치성향을 지녔기 때문이라고 이해된다. 과시·부정형은 내 집 마련(14.4%)과 주택내부 시설의 불편 때문(14.4%)이라고 응답한 조사대상자가 동일한 비율로 많이 차지했으며, 근린·편익시설 등 주변환경을 위해서(13.7%), 자녀의 교육(13.4%) 그리고 같은 비율을 차지한 깨끗한 새집을 위해서, 경제적 여건이 좋아져서(11.9%)의 순이었다. 집단 중 경제적 여건이 좋아져서 이사를 하게 되었다는 조사대상자가 가장 많이 포함되어 있는 집단이라고 볼 수 있다.

편리성·교육환경지향형은 근린·편익시설 등 주변 환경과 보다 넓은 평수를 위해서(15.5%)의 두 요인을 같은 비율로 이사동기에 응답했으며 내 집 마련 때문에(14.8%), 자녀의 교육(12.9%), 깨끗한 새집을 위해서(12.2%), 주택내부시설의 불편(10.1%) 순으로 응답하였다.

주거가치 유형화별로 주거정보제공원의 차이를 보면 품질지향형은 분양사무소·모델하우스(31.6%), 부동산 중개소(20.5%), 광고지·생활정보지·DM 발송(17.1%) 순이었고 안전·투자형은 분양사무소·모델하우스(27.9%), 부동산 중개소(18.7%), 친척·이웃 등의 구전(14.8%) 순이었다. 품질지향형은 다른 집단에 비해 광고지·생활정보지·DM 발송을 많이 이용하였고 안전·투자형은 주택은행 정보제공창구 등과 친척·이웃 등의 구전 등이 다른

표 4. 주거가치 유형화에 따른 이사동기 및 주거정보와의 차이검증

변수	집단	품질 지향형	안전·투자형	과시·부정형	편리성·교육환경 지향형	χ^2 통계량	
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)		
이사동기 복수응답	보다 넓은 평수를 위해서	94(17.4)	75(15.9)	38(9.6)	102(15.5)	55.1***	
	근린·편의 시설 주변환경	72(13.1)	68(14.5)	55(13.7)	102(15.5)		
	내 집 마련 때문에	60(11.2)	65(13.8)	58(14.4)	98(14.8)		
	깨끗한 새집을 위해서	68(12.6)	56(12.0)	48(11.9)	80(12.2)		
	주택내부 시설의 불편	80(14.8)	46(10.3)	58(14.4)	66(10.1)		
	자녀의 교육	42(7.8)	60(12.8)	54(13.4)	85(12.9)		
	경제적 여건이 좋아져서	60(11.2)	30(6.4)	48(11.9)	61(9.1)		
	재산의 증식	34(6.3)	32(6.8)	26(6.3)	38(5.6)		
	기타	30(5.6)	36(7.5)	18(4.4)	29(4.3)		
	계	270(100)	229(100)	200(100)	328(100)		
주거정보 제공원	분양사무소·모델하우스	166(31.6)	131(27.9)	235(35.6)	659(32.1)	32.7***	
	부동산중개소	108(20.5)	88(18.7)	81(20.6)	121(18.3)		
	친척·이웃 등의 구전	66(12.5)	92(14.8)	44(11.2)	103(11.5)		
	광고지·생활정보지·DM발송	90(17.1)	58(12.3)	58(12.4)	76(15.9)		
	신문광고·TV광고	70(10.6)	63(13.4)	58(14.8)	85(12.8)		
	주택은행 정보제공창구	22(4.2)	34(7.2)	22(5.6)	32(4.8)		
	기타	4(0.8)	4(0.8)	4(1.0)	8(1.2)		
	계	526(100)	470(100)	394(100)	660(100)		
	3개월미만	116(41.7)	94(37.5)	62(28.6)	103(37.6)		15.1*
	3개월-6개월미만	118(42.4)	117(46.6)	94(43.3)	163(46.2)		
7개월-12개월미만	24(8.6)	24(9.6)	31(14.3)	18(5.1)			
1년이상	20(7.2)	16(9.4)	30(13.8)	39(11.0)			
계	278(100)	251(100)	217(100)	353(100)			

*p < .05 **p < .01 ***p < .001

집단에 비해 많은 분포를 차지하는 것으로 보아 투자성이 강해 주변 분위기를 많이 살피는 것으로 이해된다. 과시 부정형은 주로 분양사무소·모델하우스(35.6%) 그리고 공인중개소(20.6%)를 주로 이용하였으나 다른 집단에 비해 신문광고나 TV광고(14.8%)를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 편리성, 교육환경 지향형은 분양사무소·모델하우스(32.1%), 부동산 중개소(18.3%), 광고지·생활정보지·DM발송(15.9%) 순이었다.

주거가치 유형화별로 정보탐색기간의 차이를 보면 품질 지향형은 3개월 이상 6개월 미만(42.4%)이 많았으나 3개월 이내(41.74%)도 다른 집단에 비해 높아 정보탐색을 가장 짧게 하는 집단이다. 안전·투자형은 3개월 이상 6개월 미만(46.6%)이 가장 많았고 과시·부정형은 3개월 이내

(28.6%)에 정보를 탐색하는 경우는 적고 반면에 1년 이상(13.8%)이 많은 집단으로 미루어 정보탐색이 가장 긴 집단이라고 볼 수 있다. 편리성·교육환경지향형은 3개월 이상 6개월 미만(46.2%)동안 주거정보탐색을 주로 하는 것으로 나타났다.

(2)주거가치 유형화에 따른 아파트 선택

주거가치 유형화별로 현재의 아파트를 선택한 이유의 차이를 보면 품질지향형은 주변환경이 좋아서(36.7%) 선택한 경우가 가장 많았고 분양권당첨(18.7%), 자녀의 교육환경(13.7%) 순으로 나타났다. 안전·투자형은 주변환경이 좋아서(26.1%)를 선택한 경우가 가장 많았으며 분양권당첨(20.2%), 집이 마음에 들어서(18.3%)순으로 이유를 들었다. 과시·부정형은 주변환경이 좋아서(30.2%), 분양권 당첨(24.2%), 브랜드가 마음에 들어서(13.0%)순 이었고 브랜드가 마음에 들어서 선택한 경우가 다른 군집에 비해 가장 많은 집단이다. 편리성·교육환경지향형은 주변환경이 좋아서(39.9%), 자녀교육환경(17.6%), 분양권 당첨(17.3%) 순으로 이유를 들었다. 이는 상업시설이나 대중교통, 공공성의 편리성을 중요시하며 자녀교육을 위해 학원이나 명문학교가 가까워야한다는 주거가치를 가지고 있기 때문에 현재의 아파트 선택에 있어 주변환경과 교육환경을 고려한 결과라고 보여 진다.

주거가치 유형화별로 현재의 아파트 평수를 선택한 이유의 차이를 보면 품질지향형은 경제적 형편(40.3%)때문 이라고 응답한 경우가 가장 많았으나 다른 집단에 비해서는 그 숫자가 적었다. 보다 넓은 공간의 요구(27.3%), 가족수(22.3%), 투자적 가치(5.8%)순으로 응답해 보다 넓은 평수의 요구가 가족수 보다 평수를 결정하는데 큰 역할을 한다고 볼 수 있다. 안전·투자형은 경제적 형편(43.9%), 가족수(25.3%), 보다 넓은 공간의 요구(19.8%), 투자의 가치(6.3%)순 으로 응답하였다. 가족수 때문에 현재 거주하는 평수를 결정했다고 응답한 조사대상자가 다른 집단에 비해서 가장 많았다. 과시·부정형은 경제적 형편(53.5%)때문에 라고 응답한 경우가 가장 많았으며 이는 다른 집단 중 에서도 가장 많은 비중을 차지하였다. 그 다음 보다 넓은 평수의 요구(20.5%)가 가족수(14.9%) 보다 평수를 결정하는데 더 큰 역할을 하였다. 이는 좀 더 넓은 평수를 선호하는 마음과 현실의 경제적 형편과의 갭(gap)이 너무 커 현재의 평수를 결정할 수 밖에 없는 집단임을 알 수 있다. 편리성·교육환경지향형은 경제적 형편(49.3%), 가족수(22.9%), 보다 넓은 공간의 요구(18.1%)순으로 응답하였다.

주거가치 유형별로 아파트 선택시 중요하게 생각하는 요인의 차이를 보면 품질지향형은 편리한 실내구조와 충분한 넓이(19.3%), 자녀의 교육환경(16.0%), 주택의 가격(11.6%), 미래투자가치(10.9%), 그리고 다른 집단에 비해 전망과 집의 남향여부(10.7%)의 순이었다. 안전·투자형은 편리한 실내구조와 충분한 넓이(18.7%), 자녀의 교육환경(14.3%), 미래투자가치(13.9%), 직장이나 도심과의 교

표 5. 주거가치 유형화에 따른 아파트 선택과의 차이검증

변수	집단	품질지향형	안전·투자형	과시·부정형	편리성·교육환경 지향형	χ^2 통계량
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	
현재의 아파트 선택이유	주변환경이 좋아서	102(36.7)	66(26.1)	65(30.2)	141(39.9)	43.7***
	분양권당첨	52(18.7)	51(20.2)	52(24.2)	61(17.3)	
	자녀교육환경이 마음에 들어서	38(13.7)	46(18.2)	38(17.7)	62(17.6)	
	집이 마음에 들어서	28(10.1)	47(18.3)	14(6.5)	31(8.8)	
	투자성을 보고	28(10.1)	24(9.5)	18(8.4)	30(8.5)	
	브랜드가 마음에 들어서	24(8.6)	20(7.9)	28(13.0)	18(5.1)	
	기타	6(2.2)	0(0)	0(0)	10(9)	
	계	278(100)	253(100)	215(100)	353(100)	
아파트평수 선택이유	경제적 형편	112(40.3)	111(43.9)	115(53.5)	174(49.3)	28.6***
	가족 수	62(22.3)	64(25.3)	32(14.9)	81(22.9)	
	보다 넓은 공간요구	76(27.3)	50(19.8)	44(20.5)	64(18.1)	
	투자적 가치	16(5.8)	16(6.3)	20(9.3)	18(5.1)	
	기타	8(2.9)	10(4.0)	0(0)	14(4.0)	
	체면이나 위신	4(1.4)	2(0.8)	4(1.9)	2(0.6)	
	계	278(100)	253(100)	215(100)	353(100)	
아파트 선택시 중요요소 (복수응답)	편리한 실내구조와 충분한 넓이	160(19.3)	136(18.7)	128(20.0)	210(20.2)	112.2***
	자녀의 교육환경	132(16.0)	92(14.3)	96(15.0)	168(16.1)	
	주택의 가격	96(11.6)	76(10.5)	66(10.3)	123(11.8)	
	미래투자가치	90(10.9)	101(13.9)	28(4.4)	81(7.8)	
	직장이나 도심과의 교통편리	56(6.8)	96(13.2)	34(5.3)	81(7.8)	
	전망과 집의 남향여부	88(10.7)	73(10.0)	50(7.8)	85(8.2)	
	녹지가 많은 환경친화적 분위기	58(7.0)	42(5.8)	28(4.4)	59(5.7)	
	슈퍼 병원등 주변의 주거환경	22(2.7)	26(3.6)	22(3.4)	65(6.2)	
	외부로부터 프라이버시 확보	26(3.1)	4(0.6)	32(5.0)	24(2.3)	
	건설회사의 신용	36(4.3)	27(3.7)	26(4.1)	24(2.3)	
	난방시설 및 관리비	30(3.6)	16(2.2)	26(4.1)	36(3.5)	
	아파트단지규모	20(2.4)	20(2.8)	14(2.2)	22(2.1)	
	기타	14(1.7)	18(1.5)	10(0.5)	16(1.6)	
	계	828(100)	727(100)	640(19.8)	1041(100)	
신규아파트 구매시 불안요인	부실공사나 품질부실	86(30.9)	75(29.6)	84(38.7)	150(43.4)	62.4***
	경제적여건·용자에 대한 부담	64(23.0)	76(30.0)	43(19.8)	78(22.3)	
	투자·경제적 가치의 불안	46(16.5)	50(19.8)	54(24.9)	42(12.0)	
	건설회사의 부도	58(20.9)	42(16.6)	28(12.9)	49(14.0)	
	직장이나 가계에 대한 불신	22(7.9)	6(2.4)	4(1.8)	30(8.6)	
	기타	2(0.7)	4(0.6)	4(1.8)	0(0)	
	계	278(100)	253(100)	217(100)	349(100)	

*p < .05 **p < .01 ***p < .001

통편리(13.2%), 전망과 집의 남향여부(10.0%)순으로 중요하다고 생각하였다. 과시·부정형은 편리한 실내구조와 충분한 넓이(20.0%)를 가장 중요시 여기고 있었으며 자녀의 교육환경(15.0%), 주택의 가격(10.3%), 전망과 집의 남향여부(7.8%)순이었다.

편리성·교육환경지향형은 편리한 실내구조와 충분한 넓이(20.2%), 자녀의 교육(16.1%), 주택의 가격(11.8%), 전망과 집의 남향여부(8.2%)순으로 나타났다. 이를 통해 주거가치가 주거선택시 그대로 반영되는 것은 아니지만 주거가치에 많은 영향을 받는 것을 알 수 있다. 품질지향형

이 편리한 실내구조와 충분한 넓이를 중요하게 생각하고 있어 품질지향적인 가치가 아파트 선택시 중요하게 작용하고 있음을 알 수 있다. 안전·투자형은 투자적인 면을 중요시 여기고 아파트 선택을 하고 있었으며 과시·부정형은 과시성향이 약간 있으나 부정적인 주거가치를 갖은 집단이기 때문에 중요한 주거가치 요인을 다소 찾기 힘든 유형이라고 볼 수 있다. 편리성·교육환경지향형은 자녀의 교육을 두 번째로 중요시 여기고 있으며 편리성의 구성요소 중 하나인 직장이나 도심과의 교통 편리를 그 다음으로 중요시 여기는 것으로 나타났다. 이는 각 유형

표 6. 주거가치 유형화에 따른 선호하는 아파트 형태와 입지조건과의 차이검증

변수	집단	품질지향형	안전·투자형	과시·부정형	편리성·교육환경 지향형	χ^2 통계량
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	
선호하는 아파트형태	환경친화형 아파트	202(75.4)	167(71.7)	131(61.5)	238(71.0)	40.2***
	일반아파트	28(10.4)	32(13.8)	36(16.9)	50(14.9)	
	주상복합아파트	34(12.7)	22(9.4)	28(13.1)	35(10.5)	
	임대아파트	0(0)	2(0.8)	10(4.7)	4(1.2)	
	기타	4(1.4)	10(4.3)	8(3.7)	8(2.4)	
	계	268(100)	233(100)	213(100)	335(100)	
선호하는 입지조건	아파트 단지	158(56.8)	113(44.7)	98(45.2)	149(42.2)	55.9***
	교통이 편리한곳	70(25.2)	98(38.7)	88(40.6)	161(45.6)	
	한적한곳	30(10.8)	24(9.5)	10(4.6)	27(7.6)	
	시내중심상업지역	14(5.0)	10(4.0)	4(1.8)	12(3.4)	
	일반주택밀집지역	6(2.2)	8(3.2)	17(7.8)	7(1.1)	
	계	278(100)	253(100)	217(100)	353(100)	

*p < .05 **p < .01 ***p < .001

이 지니고 있는 주거가치는 아파트 선택시 가장 중요한 요인과 일치하지는 않지만 주거가치가 아파트 선택 시 중요한 요인으로 작용한다는 것을 알 수 있다.

주거가치 유형화별로 신규아파트 구매시 불안요인을 보면 품질지향형은 부실공사나 품질부실(30.9%)이 가장 많았고 경제적 여건이나 용자에 대한 부담(30.0%), 회사의 부도(20.9%) 순으로 들었다. 이 집단은 부실공사나 품질부실 뿐 만 아니라 건설회사의 부도에 대한 불안을 갖고 있는 집단으로 품질이나 회사에 대한 믿음을 주기 위해 구매 후 예도 지속적인 관리가 필요한 집단이다.

안전·투자형은 경제적 여건이나 용자에 대한 부담(23.0%), 부실공사나 품질부실(29.6%), 투자 경제적 가치의 불안(19.8%)순으로 나타났다. 그러므로 다른 집단에 비해 경제적 여건이나 용자에 대한 부담을 줄일 수 있게 장기간의 저렴한 용자방법을 알선해 주는 것이 반드시 필요한 집단이다. 과시·부정형은 부실공사나 품질부실(30.5%) 뿐 만 아니라 투자 및 경제적 가치의 불안(24.9%)을 신규 아파트 구매시 큰 장애요인으로 여기고 있어 선택한 아파트의 경제적 가치를 강조하는 설득력 있는 방법이 필요한 집단이다. 편리성, 교육환경지향형은 부실공사나 품질부실(43.4%)에 대해 가장 많이 불안 해 하고 다른 집단에 비해 가장 심한 것으로 나타났다. 그리고 경제적 여건·용자에 대한 부담(19.8%), 건설회사의 부도(14.0%) 순으로 들었다.

주거가치 유형별로 선호하는 아파트 유형의 차이<표 6>를 보면 품질지향형은 환경친화형아파트(75.4%)를 가장 선호하는 집단으로 나타났고 일반아파트(10.4%)보다 주상복합아파트(12.7%)를 더 선호하였다. 이것은 주상복합 아파트 가격이 고가인 대신에 수영장·연회장·골프연습장 등 편의시설이 아파트 내에 다양하게 구비되어 있어 '원스톱리빙'이 가능하기 때문이라고 보여 진다. 안전·투자형은 환경친화형아파트(71.7%)는 가장 선호하는 반면 주

상복합아파트(9.4%)는 가장 선호하지 않는 집단인데 이는 일반아파트나 환경친화형아파트에 비해 주상복합아파트의 투자성에 대한 위험이 크다고 생각하기 때문으로 이해된다. 과시·부정형은 환경친화형아파트를 선호하며 다른 집단에 비해 주상복합 아파트를 가장 선호하는 것으로 나타났는데 주상복합아파트가 그들의 과시성향을 충족시켜 줄 것이란 생각을 반영한 것으로 보인다. 편리성·교육환경지향형은 환경친화형아파트(71.0%)를 가장 선호하였고 주상복합아파트(10.5%)보다는 일반아파트(14.9%)를 선호하였다.

주거가치 유형별로 선호하는 입지조건차이를 보면 품질지향형은 아파트 단지(56.8%)를 가장 선호하였고 다음은 교통이 편리한 곳(25.2%)을 선호하였는데 시내중심 상업지역(5.0%)이나 일반주택 밀집지역(2.2%)보다는 오히려 한적한 곳(10.8%)을 선호하였다. 안전·투자형은 아파트단지(44.7%)를 가장 선호하였으나 교통이 편리한 곳(38.7%)도 선호하는 집단이다. 과시·부정형은 아파트단지(45.2%)를 가장 선호하였고 교통이 편리한곳(40.6%), 일반주택 밀집지역(7.8%) 순으로 선호하였다. 편리성·교육환경지향형은 교통이 편리한곳(45.6%), 아파트단지(42.2%), 한적한 곳(7.6%) 순 이었는데 이는 교통이 편리한 곳을 우선적으로 선호함으로써 편리성을 추구하는 집단임을 보여주고 있다.

2) 주거가치 유형화에 따른 주거만족도

(1)주거가치 유형화에 따른 주거만족도

주거가치 유형별로 거주 후 평가의 요인이 될 수 있는 만족도를 파악하기 위해 분산분석을 실시한 결과 통계적으로 유의한 차이를 보였다. Scheffe-test로 추후검증을 한 결과 편리성·교육환경지향형(M=3.17)이 가장 만족하고 있었으며 과시·부정형(M=2.95)가 현재의 주거상태에 대해 주거만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 이는 과시적이나 주거가치에 대해 부정적인 생각을 갖고 있는 과

표 7. 주거가치 유형화에 따른 주거만족도

품질지향형		안전·투자형		과시·부정형		편리성·교육환경지향형		평균	F값
평균	scheffe	평균	scheffe	평균	scheffe	평균	scheffe		
3.10	AB	3.09	AB	2.95	A	3.17	B	3.09	4.02***

표 8. 주거가치유형화에 따른 현재 거주하는 아파트 불만족요인의 차이검증(복수응답)

변수	집단	품질지향형	안전·투자형	과시·부정형	편리성·교육환경지향형	χ^2 통계량
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	
편리한 실내구조와 충분한 넓이		132(16.2)	147(19.7)	125(20.3)	196(18.9)	154.2***
방음		116(14.3)	106(14.2)	54(9.2)	51(14.7)	
자녀의 교육환경		82(10.0)	53(7.1)	66(11.1)	114(11.2)	
외부로부터 프라이버시 확보		90(11.1)	58(7.8)	60(10.2)	98(9.6)	
난방시설 및 관리비		62(7.6)	30(4.0)	41(6.6)	57(5.6)	
전망과 집의 남향여부		70(8.7)	52(6.9)	42(6.8)	53(4.9)	
직장이나 도심과의 교통편리		48(5.9)	42(5.6)	55(9.3)	81(8.0)	
주택의 가격		24(2.9)	28(3.7)	24(4.0)	63(6.1)	
미래투자가치		30(3.7)	32(4.2)	14(2.2)	41(4.0)	
슈퍼·병원 등 주변의 주거환경		38(4.7)	37(4.7)	38(6.1)	46(4.5)	
아파트단지규모		40(4.9)	55(7.4)	32(5.2)	46(4.5)	
단지내 시설		46(5.6)	50(6.7)	18(2.9)	59(5.7)	
녹지가 많은 환경친화적 분위기		24(2.9)	32(4.2)	22(3.6)	24(2.4)	
기타		12(1.5)	28(3.7)	16(2.6)	16(1.5)	
계		814(100)	748(100)	623(100)	2130(100)	

*p < .05 **p < .01 ***p < .001

시·부정형이 현재의 주거상태에서도 불만족하고 있는 것으로 이해된다.

(2) 주거가치 유형화에 따른 현재 거주하는 아파트의 불만족 요인

주거가치 유형화에 따른 현재 거주하는 아파트의 불만족 요인과의 유의적인 차이를 검증하기 위해 Chi-Square 분석을 실시한 결과 통계적으로 유의적인 차이를 발견할 수 있었다. 주거가치 유형화별로 현재 거주하는 아파트의 불만족 차이를 보면 품질지향형은 편리한 실내구조와 충분한 넓이(16.2%)를 가장 불만족하는 요인으로 들었고 방음(14.3%), 외부로부터 프라이버시 확보(11.1%), 자녀의 교육환경(10.0%), 전망과 집의 남향여부(8.7%)순으로 불만족하고 있었다. 특히 외부로부터 프라이버시 확보(11.1%)와 난방 및 관리비에 대한 요인(7.6%)은 다른 집단에 비해 불만족도가 가장 컸다. 품질지향형은 아파트 구매 시 선택요인으로 옆집이나 외부로부터 프라이버시 확보와 방음, 난방시설 및 관리비가 다른 요인에 비해 낮게 나타났지만 <표 5> 불만족요인으로는 옆집이나 외부로부터 프라이버시 확보와 방음, 난방시설 및 관리비, 전망과 집의 남향여부가 집단 중 가장 높게 나타났다. 그러므로 모델하우스에서 쉽게 느낄 수 있는 실내구조와 충분한 실의 넓이 뿐 만 아니라 방음, 외부로부터 프라이버시 확보, 난방시설 및 관리비에 대한 불만족 요인에 세심한 주의가 필요한 집단이다. 안전·투자형은 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이(19.7%)를 가장 불만족 요인으로 들었고

방음(14.2%), 옆집이나 외부로부터 프라이버시(7.8%), 아파트 단지규모(7.4%), 자녀의 교육환경(7.1%), 단지내 시설(6.7%)순으로 불만족하고 있었다. 또한 아파트 단지규모는 다른 군집에 비해 가장 불만족상태인 것으로 나타났다. 과시·부정형은 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이(20.3%)를 가장 불만족하고 있으며 자녀의 교육환경(11.1%), 외부로부터 프라이버시 확보(10.2%), 직장이나 도심과의 교통편리(9.3%), 방음(9.2%) 순으로 불만족하고 있었다. 편리성·교육환경지향형은 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이(18.9%)를 가장 불만족하는 집단으로서 방음(14.7%), 자녀의 교육환경(11.2%), 외부로부터 프라이버시 확보(9.6%), 직장이나 도심과의 교통편리(8.0%), 주택의 가격(6.1%) 순으로 불만족하는 것으로 나타났다. 자녀의 교육환경, 주택의 가격은 다른 집단에 비해 특히 불만족하는 요인으로 나타났다. 이상과 같이 본 연구는 주거가치를 유형화하여 주거선택 및 만족도의 차이분석결과는 통계적으로 유의하였으나 선호순위가 비슷한 경우가 많았다. 주거가치 유형화에 따른 아파트 선택 및 주거만족도를 요약하면 <표 9>와 같다

IV. 결론 및 제언

본 연구는 점차 복잡해지는 아파트 시장환경은 주거의 가치가 하나의 상품으로 인식되어 가고 있음에 따라 아파트의 상품가치를 높이고 목표시장을 설정하고 적절한

표 9. 주거가치 유형화에 따른 아파트 선택 및 주거만족도

일반적특성	주거가치 유형화	품질지향형	안전·투자형	과시·부정형	편리성·교육환경 지향형
	일반적특성	남편연령	40·50대	골고루 분포	40대
남편직업		전문직·교사	사무직·판매서비스직	기능직·노무직	판매서비스직·사무직
거주평수		30평 이상	20평형대	30평형대	20평형대
가족주기 (첫자녀)		성인이 된 자녀	초등학생·성인	고루분포	초등학생
월수입		가장 고소득	저소득	가장 저소득	고소득
주부학력		가장 높음	낮은 편	가장 낮음	높은 편
아파트 선택	이사동기	1. 넓은 평수를 위해서 2. 주택내부시설의 불편 3. 근린·편의시설 등 주변 환경을 위해서 4. 깨끗한 집을 위해서	1. 넓은 평수를 위해서 2. 근린·편의시설 등 주변환경 3. 내 집 마련 때문에 4. 자녀의 교육환경	1. 내집 마련 2. 주택내부 시설의 불편 3. 근린·편의시설 등 주변환경 4. 자녀의 교육환경	1. 근린·편의시설 등 주변환경 2. 보다 넓은 평수를 위해서 3. 내 집 마련 때문에 4. 자녀의 교육환경
	현재의 아파트 선택이유	1. 주변 환경이 좋아서 2. 분양권당첨 3. 자녀의 교육환경	1. 주변 환경이 좋아서 2. 분양권당첨 3. 집이 마음에 들어서	1. 주변 환경이 좋아서 2. 분양권 당첨 3. 브랜드가 마음에 들어서	1. 주변 환경이 좋아서 2. 자녀교육환경 3. 분양권 당첨
	현재 아파트평수 선택 이유	1. 경제적 형편 2. 보다 넓은 공간의 요구 3. 가족 수 4. 투자적 가치	1. 경제적 형편 2. 가족 수 3. 보다 넓은 공간의 요구 4. 투자적 가치	1. 경제적 형편이 대부분 2. 보다 넓은 평수의 요구 3. 가족 수	1. 경제적 형편 2. 가족 수 3. 보다 넓은 공간의 요구
	아파트 선택시 중요요인	1. 편리한 실내구조와 충분한 넓이 2. 자녀의 교육환경 3. 주택의 가격 4. 미래투자가치	1. 편리한 실내구조와 충분한 넓이 2. 자녀의 교육환경 3. 미래투자가치 4. 직장이나 도심과의 교통편리	1. 편리한 실내구조와 충분한 넓이 2. 자녀의 교육 환경 3. 주택의 가격 4. 전망과 집의 남향여부	1. 편리한 실내구조와 충분한 넓이 2. 자녀의 교육환경 3. 주택의 가격 4. 전망과 집의 남향여부
	주거정보 제공인	1. 분양사무소·모델하우스 2. 부동산중개소 3. 광고지·생활정보지·DM 발송	1. 분양사무소·모델하우스 2. 부동산 중개소 3. 친척·이웃 등의 구전	1. 분양사무소·모델하우스 2. 공인중개소 3. 신문광고나 TV광고	1. 분양사무소·모델하우스 2. 부동산 중개소 3. 광고지·생활정보지·DM발송
	신규아파트 구매시 불안요인	1. 부실공사나 품질부실 2. 경제적 여건·용자에 대한 부담 3. 건설회사의 부도	1. 경제적 여건·용자에 대한 부담 2. 부실공사나 품질부실 3. 투자·경제적 가치의 불안	1. 부실공사나 품질부실 2. 투자·경제적 가치의 불안	1. 부실공사나 품질부실 2. 경제적 여건·용자에 대한 부담
	정보탐색 기간	가장 짧다	3개월 이상 6개월 미만	가장 길다	3개월 이상 6개월 미만
	선호하는 아파트형태	환경친화형아파트 주상복합아파트	환경친화형아파트	환경친화형아파트 주상복합 아파트	환경친화형아파트 일반아파트
	선호하는 입지조건	1. 아파트 단지 2. 교통이 편리한 곳 3. 한적한 곳	1. 아파트단지 2. 교통이 편리한 곳	1. 아파트단지 2. 교통이 편리한곳 3. 일반주택 밀집지역	1. 교통이 편리한곳 2. 아파트단지 3. 한적한 곳
	주거만족도	주거만족도	-	-	가장 불만족
현재 거주하는 아파트의 불만족 요인		1. 편리한 실내구조와 충분한 넓이 2. 방음 3. 외부로부터 프라이버시확보 4. 자녀의 교육환경	1. 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이 2. 방음 3. 외부로부터 프라이버시확보 4. 아파트 단지규모	1. 실내구조와 충분한 실의 넓이 2. 자녀의 교육환경 3. 외부로부터 프라이버시확보 4. 직장이나 도심과의 교통편리	1. 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이 2. 방음 3. 자녀의 교육환경 4. 외부로부터 프라이버시확보

마케팅을 세울 수 있도록 하기 위하여 아파트 구매자들의 주거가치 유형화에 따라 아파트선택 및 주거만족도는 어떠한지를 규명하고자 하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 주거가치 항목들의 요인을 유형화한 결과 품질지향형, 안전·투자형, 과시·부정형, 편리성·교육환경 지향형으로 구분되었다.

둘째, 주거가치 유형화에 따라 아파트 선택 변수 중 이사동기, 현재의 아파트 선택이유, 현재 아파트 평수 선택 이유, 아파트 선택시 중요요인, 주거정보제공인, 신규아파

트 구매시 불안요인, 정보탐색기간, 선호하는 아파트형태, 선호하는 입지조건에서 차이를 보였다. 따라서 획일적인 방법인 아닌 소비자의 다양한 주거가치를 고려한 마케팅 방법과 주택공급이 필요함을 시사한다.

1) 품질지향형은 남편연령이 40·50대로 성인인 첫 자녀를 둔 전문직인 엘리트층으로 중·대형아파트에 거주하고 있다. 또한 품질이 우수한 환경친화형 아파트, 주상복합아파트 공급 시 유리한 집단이며 아파트의 위치는 아파트 밀집지역, 교통이 편리한곳, 한적한 곳이 효과적이다. 아파트 선택시 중요요인으로는 편리한 실내구조와 충

분한 넓이, 자녀의 교육환경, 주택의 가격, 미래투자가치 순이었다. 그러므로 신규아파트일 경우에는 부실공사나 품질부실 뿐만 아니라 건설회사의 부도에 대한 불안을 갖고 있어 품질이나 회사에 대한 믿음을 주기 위해 구매후 지속적인 관리가 요구되는 집단이다. 현재 거주하는 아파트에 대해서는 편리한 실내구조와 충분한 넓이, 방음, 외부로부터 프라이버시 확보, 자녀의 교육환경순으로 불만족하고 있었다. 특히 외부로부터 프라이버시 확보와 난방 및 관리비에 대한 요인은 다른 집단에 비해 불만족도가 가장 컸다. 그리고 정보탐색기간이 짧은 집단임을 감안하여 분양사무소와 광고지·생활정보지·DM발송을 적극적으로 하여 품질의 우수성뿐만 아니라 브랜드를 강조하는 건설업체임을 알리는 집중적인 공략이 필요하다.

2) 안전·투자형은 주부학력이 낮고 월 평균소득이 200-300만원으로 남편직업은 사무직, 판매서비스직이다. 주부학력은 고졸이하로 낮은 편이며 주로 20평형대에 거주하고 있다. 환경친화형아파트나 일반아파트 공급 시 유리하며 아파트 위치는 아파트단지, 교통이 편리한곳이 효과적이다. 아파트 선택시 중요 요인으로는 편리한 실의 구조와 충분한 넓이, 자녀의 교육환경, 미래투자가치, 직장이나 도심과의 교통편리 순이었다. 정보 제공원으로는 분양사무소·모델하우스, 부동산중개소 뿐만 아니라 친척·이웃 등의 구전을 이용하며 현재 거주하는 아파트에 대해서는 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이, 방음, 외부로부터 프라이버시, 아파트 단지규모 순으로 불만족하고 있었다. 불만족 요인 중 아파트 단지규모는 다른 집단에 비해 가장 불만족상태인 것으로 나타났다. 신규 아파트 구매 시 경제적 여건이나 용자에 대한 부담, 부실공사나 품질부실, 투자·경제적 가치의 불안 순으로 나타났다. 그러므로 경제적 여건이나 용자에 대한 부담을 해소 시킬 수 있도록 장기간의 저렴한 용자방법을 알선해 주는 것이 필요하며 구매 후에도 투자에 대한 불안감을 없애주기 위한 마케팅의 정확한 정보가 필요한 집단이다.

3) 과시·부정형은 남편직업이 기능직, 노무직, 사무직 등으로 월평균 소득과 주부의 학력은 가장 낮으나 거주하는 평수는 다른 집단에 비해 큰 평수인 20-30평형대에 거주하며 자신의 생활수준보다 좀 더 부유하게 보이기를 좋아하고 투자나 교육 등 주거에 대한 관심이 적은 집단이다. 환경친화형아파트나 주상복합아파트에 대한 선호도는 비교적 높은 편이며 아파트 위치는 아파트 단지, 교통이 유리한곳, 일반주택 밀집지역이 효과적이다. 정보 제공원으로는 분양사무소·모델하우스, 부동산중개소 뿐만 아니라 신문광고나 TV광고를 이용하며 아파트 선택시 중요 요인으로는 편리한 실의구조와 충분한 넓이, 자녀의 교육환경, 주택의 가격, 전망과 집의 남향여부 순으로 나타났다. 현재 거주하는 아파트에 대해서는 실내구조와 충분한 실의 넓이, 자녀의 교육환경, 외부로부터 프라이버시 확보, 직장이나 도심과의 교통편리 순으로 불만족하고 있었다. 이 집단은 과시적인 성향이 강하고 현재 거주하고 있는

아파트에 가장 불만족 하고 있지만 경제적 여건이 좋지 않아 주택의 구매가 어려운 상태로 이해되는데 이러한 유형은 집중적인 공략보다는 여유를 두고 정보를 제공하는 것이 필요한 집단 이라 판단된다.

4) 편리성·교육환경지향형은 초등학생인 첫 자녀를 두었으며 남편연령이 20-40대로 가장 젊은 연령층으로 구성되어 있다. 남편직업은 주로 사무직·교사직·공무원·판매서비스직 등이며 월 평균소득이 두 번째로 높고 20평형대에 주로 거주하고 있다. 환경친화형 아파트나 일반아파트 공급시 유리하며 아파트 위치는 교통이 편리한곳을 가장 선호한다. 그리고 아파트 선택시 중요 요인으로는 편리한 실내구조와 충분한 넓이, 자녀의 교육환경, 주택의 가격, 전망과 집의 남향여부 순으로 나타났으며 주거정보 제공원은 분양사무소·모델하우스, 부동산중개소 뿐만 아니라 광고지·생활정보지·DM발송을 이용하며 현재의 주거에 대해 가장 만족하고 있는 집단이나 편리한 실내구조와 충분한 실의 넓이, 방음, 자녀의 교육환경, 외부로부터 프라이버시 확보 순으로 불만족하였으며 자녀의 교육환경, 주택의 가격은 다른 집단에 비해 특히 불만족하는 요인으로 나타났다. 그리고 품질에 대한 불신이 강하므로 아파트분양 후에도 부실공사와 불량주택에 대한 불신을 없애주기 위해 철저한 관리가 필요한 집단이라 판단된다.

2) 한계점과 제언

첫째, 본 연구는 주거가치를 유형화하여 주거선택을 알아보기 위해 설명가능한 변수를 사용하였으나 좀 더 현실적으로 주택을 공급하기 위한 주거가치 유형화별로 선호하는 아파트규모, 선호하는 아파트가격, 구매행동등과의 연계한 연구가 필요하다고 보여진다.

둘째, 본 연구에서는 아파트 구매경험이 있는 대구지역 아파트 거주주부로 한정하였으나 전국규모로 확대하여 연구 할 필요가 있다.

참 고 문 헌

1. 이영주(2000), 공동주택 주거가치의 주거선택행태에 관한 연구, 부산대학교 대학원 박사학위논문.
2. 오진호(1997), 직업군인들의 주택구매행동에 관한 실증적 연구, 고려대학교 대학원 석사학위논문.
3. 임만택(1990), 주거환경의 만족도에 관한 실증적 연구, 전남대학교 대학원 박사학위논문.
4. 하정순·윤재웅, 주거가치에 따른 아파트구매행동연구, 한국가정관리학회지, 21(6), 97-106.
5. Cutler V. F (1947), Personal and family values in the choice of a home. Cornell univ. Agricultura Experiment station Bulletin 849, Ithca, New York: Cornell Univ.
6. Howard, J. A (1977), Consumer Behavior: Application of Theory, New York: McGraw-HillBook Company, 123.
7. Petrof, J. V, Sayegh, E. E., & Vlahoulos, P. I. (1982), The Influence of the School of Business On the Values of Its Students, Journal of the Academy of Marketing, 10, Fall, pp.500-501.ff

(接受: 2006. 9. 22)