

친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심 및 거주의향에 관한 연구

A Study on the Residential Value, Pride and Residence Intention of Environment-friendly Apartments

손 영 채*·이 명 훈**

Son, Yong Chae·Lee, Myeong Hun

차 례

- | | |
|---|--|
| I. 서론
1. 연구배경 및 목적
2. 연구범위 및 방법 | IV. 실증분석
1. 분석자료와 변수구성
2. 요인분석 및 신뢰성분석
3. 기술통계분석
4. 분석결과 |
| II. 이론적 고찰과 선행연구
1. 친환경 아파트의 주거가치
2. 주거자부심 및 거주의향
3. 선행연구 검토 및 차별성 | V. 결론
1. 연구결과 요약 및 시사점
2. 연구한계 및 향후 연구방향 |
| III. 연구가설과 연구모형
1. 연구가설
2. 연구모형 | 〈abstract〉
〈참고문헌〉 |

ABSTRACT

1. CONTENTS

(1) RESEARCH OBJECTIVES

The purpose of this study is to analyze the impact of residential value on the residence residential pride and residence intention of environment-friendly apartment, to contribute to the creation of a residential environment through value proposition in the planning and design of environment-friendly apartments.

(2) RESEARCH METHOD

This study was conducted by survey the residents living in environment-friendly apartments in Seoul. The research method was quantitative research using self-written questionnaire, and data was analyzed by factor, reliability, descriptive statistics and regression analysis using the SPSS statistical program.

(3) RESEARCH FINDINGS

The results of the study are as follows. First, the residential quality, accessibility, and

* 주 저 자 : 한양대학교 도시대학원 도시개발경영·교통학과 박사, syc5821@hanmail.net

** 교신저자 : 한양대학교 도시대학원 도시개발경영·교통학과 교수, 도시지역계획학박사, mhlee99@hanyang.ac.kr

▷ 접수일(2019년 10월 11일), 수정일(1차:2019년 11월 29일), 게재확정일(2019년 12월 21일)

residential image were found to be important factors in improving the pride of the residents of the environment-friendly apartment. Second, the residential pride positively affected the residence intention of environment-friendly apartments. Third, all the factors of residential value positively affected the residence intention of environment-friendly apartments.

2. RESULTS

In this study, residential value of environment-friendly apartments were classified into residential quality, accessibility, cost and image. In addition, this study found that the development of environment-friendly apartments considering the value of residents as well as the functional aspects should create a residential area that can raise pride and residence intention.

3. KEY WORDS

environment-friendly apartment, residents, residential value, residential pride, residence intention

국문초록

최근 친환경의 개념이 건축물에도 적용되어 환경에 대한 피해를 최소화하고 자연친화적으로 계획, 설계 되어 주거생활과 환경의 질을 동시에 고려한 친환경 아파트의 개발이 강조되고 있다. 본 연구의 목적은 친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심 및 거주의향을 중심으로 이들 변수 간 영향관계를 분석함으로써 환경 친화적인 공동주택의 계획과 설계에 있어 가치 제안을 통한 주거환경 조성에 유용한 자료를 제공하고자 하였다. 연구방법은 자기기입 설문지를 이용한 양적 연구를 진행하였고, 서울 지역의 친환경 아파트 거주자를 조사대상으로 하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 친환경 아파트의 주거가치는 주거품질, 접근성, 주거비용 및 주거이미지의 개념으로 유형화되었고, 이중 주거품질과 접근성, 주거이미지가 주거자부심을 높이는 요인으로 나타났다. 둘째, 친환경 아파트의 주거자부심은 거주의향에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 셋째, 친환경 아파트의 주거가치를 구성하는 모든 요인이 거주의향에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 따라서 친환경 아파트의 기능적 측면만이 아니라 주변 환경, 접근성 및 주거이미지를 고려한 친환경 아파트의 개발은 자부심과 거주의향을 높일 수 있는 주거단지를 조성할 것이며, 친환경 아파트 전문 브랜드를 육성할 수 있는 정책적 지원이 이루어져야 할 것이다.

핵심어 : 친환경 아파트, 거주자, 주거가치, 주거자부심, 거주의향

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

최근 건강하고 쾌적하며 지속가능한 삶과 주거의 질을 지향하는 친환경 아파트에 대한 관심이 높아지고 있다. 친환경의 개념은 환경오염

과 자원부족, 오존층 파괴로 인한 지구 온난화, 미세먼지 등의 환경 문제가 심각해지면서 지구 생태계와 환경을 지키기 위해 지속가능한 발전의 하나로서 더욱 중요해진 것이다. 이 개념은 건축물에도 적용되어 환경에 대한 피해를 최소화하고 자연친화적으로 계획, 설계되어 주거생활과 환경의 질을 동시에 고려한 친환경 아파트의 개발이 강조되고 있다.

그러면 친환경 아파트의 가치는 어떻게 평

가할 수 있는가? 친환경 아파트의 가치는 거주자의 인식에 따라 달라지며, 주거가치는 아파트의 품질과 접근성, 비용 등의 속성 및 이미지를 평가하는 근거가 될 수 있다. 주거는 사람들이 기거하는 장소로서 안전성, 쾌적성, 편리성, 심미성, 경제성 등의 조건을 갖추어야 하며, 아파트 단지만이 아니라 그 주변, 지역적 특성까지도 모두 포함하여 주거가치가 형성된다. 이러한 주거가치로 인해 거주자의 만족도와 충성도가 높아짐으로써 주택 및 부동산 분야에서는 거주자의 가치평가를 통해 거주의를 높일 수 있는 방안과 가치제고의 필요성이 증가하고 있다.

주거가치에 관한 연구들은 주거가치의 유형을 분류하거나 주거만족도와 요구도, 거주 지역 선택과의 관련성 및 주거가치로 인해 나타날 수 있는 행동의도와 충성도에 중점을 두고 있다. 그러나 이들 연구의 대부분이 일반 아파트나 다세대주택, 소형주택, 원룸주택 등의 거주자를 대상으로 하거나 지역 환경 특성에 따른 주거가치를 분석하고 있어 친환경 아파트 거주자의 주거가치 특성을 파악할 수 없다. 친환경 아파트의 경우에는 주거품질이나 가격 가치, 브랜드 인지도에 관해 연구되고 있을 뿐 주거가치를 주거자부심 및 거주의향과 연관시킨 연구는 부족한 실정이다. 친환경 아파트를 계획, 설계할 때 주거에 대한 가치와 요구가 반영되어야 하므로 이를 고려한 연구가 이루어질 필요가 있다.

따라서 본 연구는 친환경 아파트 거주자의 주거가치에 중점을 두어 주거자부심과 거주의향을 연구함으로써 선행연구와 차별된 결과를 도출하고자 한다. 구체적인 연구 목적은 첫째, 친환경 아파트 주거가치가 주거자부심 및 거주의향에 미치는 영향을 분석하고, 둘째, 친환경 아파트 거주자의 주거자부심이 거주의향에 미치는 영향을 분석하는데 있다. 이를 통해 친환경 아파트에 대한 자부심과 거주의향을 높이는 주거가치 요소를 확인하고자 한다.

본 연구는 친환경 아파트에 대한 거주자의 욕구와 가치를 파악하여 아파트 거래 및 부동산 시장의 활성화에 기여할 뿐 아니라 환경 친화적인 공동주택의 계획과 설계에 있어 가치 제안을 통한 주거환경 조성에 유용한 자료가 될 것이다.

2. 연구범위 및 방법

본 연구의 범위는 공간적으로 서울특별시 소재 친환경 아파트(이하 “서울지역 친환경 아파트”라 칭한다) 거주자를 대상으로 하였고, 시간적으로는 2019년 8월 한 달 간 면대면 조사와 온라인 설문조사를 병행하였다. 연구방법은 각종 도서 및 논문 등 문헌연구와 함께 자기기입 설문지를 이용한 실증적 연구를 진행하였고, 350명에게 설문지를 배포하여 333부(회수율 95.1%)를 분석 자료로 사용하였다. 분석방법은 SPSS 통계 프로그램(Ver. 23.0)을 활용하여 요인분석과 신뢰성 분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

II. 이론적 고찰과 선행연구

1. 친환경 아파트의 주거가치

친환경 아파트는 환경문제를 근본적으로 해결하고 환경을 보전하고자 하는 목적 하에 자연 생태계의 원리에 기반을 두고 환경 친화적으로 계획, 설계하고 유지 관리하여 환경에 대한 피해를 최소화하며(박상동, 2009)¹⁾, 거주자들의 자연에 대한 접촉이나 환경에 대한 친화적식을 높여주는 아파트를 의미한다(박정란, 2012).²⁾ 이러한 친환경 아파트의 개발은 인간생활의 기본요소가 충족됨에 따라 더 높은 차원의 욕구 만족으로 인해 삶의 질 향상과 친환경에 대한 관심으로 발전하게 되면서 자연스럽게 논의가 이루어진 것이다(이창훈, 2013).³⁾

1) 박상동, 『그린빌딩 건축계획』, 기문당, 2009, p.32.

2) 박정란, “친환경 주거단지의 지속가능성 연구-친환경건축물인증 공동주택 재인증을 중심으로-”, 인하대학교 대학원, 2012, 박사학위논문, p.34.

친환경 아파트의 주거가치는 단지 내부와 주변 환경, 거주지역 특성 등을 반영하여 형성되며, 아파트의 품질과 접근성, 비용 및 주거이미지를 평가하는 요소이다. 주거가치는 친환경 아파트를 둘러싸고 있는 유무형의 특성에 의해 주거 선택의 의사결정을 하게 만드는 가치체계이고, 아파트를 선택, 결정, 평가할 때 거주자들이 주거환경 특성에 중요성을 부여하는데 지침이 되는 가치를 나타낸다(하정순·윤재웅, 2003).⁴⁾

또한 저출산 및 고령화와 삶의 질 향상에 따라 주거가치관은 자연경관, 녹지공간, 공원 등 자연환경을 중요시하고 범죄예방 및 개인적 사생활을 보호하기 위한 치안방법 등 안전을 추구하는 흐름으로 변하고 있다(정병호·정재호, 2015).⁵⁾

주거가치에 관한 연구들은 인간의 욕구를 근거로 하거나 소비욕구이론을 바탕으로 주거가치를 분류해 왔다(심재현, 2010).⁶⁾ 또한 주거의 부동산 가치(Mulley et al., 2016)⁷⁾에 중점을 두거나 가족과 주거의 특성을 고려하여 주거가치를 분석하고 있다. 베이비붐 세대의 주거가치는 안전지향가치, 차별성지향가치, 자연지향가치, 투자지향가치, 품질지향가치, 편리성지향가치로 구분된다(하정순 외, 2016).⁸⁾ 아파트의 특성을 고려한 주거가치는 본원적 가치와 구입상 가치, 사용상의 상징적 가치, 처분상 가

치로 분류되는데, 이중 본원적 가치는 주거품질, 단지품질, 생활편의성, 커뮤니티 가치로 세분화된다(심재현, 2016).⁹⁾ 주거품질 외에도 주거비용과 브랜드, 접근성이 주거가치의 평가요소로 제시되고 있으며(황인성, 2015),¹⁰⁾ 주거가치의 세분화 유형으로는 품질지향, 환경지향 및 안전 투자 유형 등이 있다(하정순, 2007).¹¹⁾

따라서 친환경 아파트의 주거가치는 주거품질과 접근성, 주거비용 및 이미지를 통해 평가하는 주거특성을 반영한 가치체계라 할 수 있다.

2. 주거자부심 및 거주의향

친환경 아파트는 지구환경을 보전하는 관점에서 한정된 지구자원을 고려하고 자연환경과 조화를 이루어 거주자가 생활 속에서 자연과 동화되어 쾌적하게 생활할 수 있는 단지 환경을 제공한다(박정란, 2012).¹²⁾

이러한 특성은 거주자들의 자부심을 높이는 요인이 되며, 자부심은 개인의 지위를 향상시킬 수 있는 친 사회적 혹은 성취 지향적 행동과 관련이 있다(Tracy & Robins, 2007).¹³⁾ 또한 자부심이 높으면 부정적 결과를 최소화하려고 하기(Louro et al., 2005)¹⁴⁾ 때문에 친환경 아파트에 대한 자부심은 거주의향을 결정짓는 요소가 될 수 있다.

3) 이창훈, "친환경인증아파트의 주거품질이 고객충성도와 재구매의도에 미치는 영향-친환경아파트 거주자를 중심으로-", 서울벤처대학원대학교, 박사학위논문, 2013, p.2.

4) 하정순·윤재웅, "주거가치에 따른 아파트구매행동 연구", 한국가정관리학회지, 한국가정관리학회, 2003, 제21권 제6호, pp.97~106.

5) 정병호·정재호, "주거특성이 주거만족도와 주거가치관에 미치는 영향에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, 제63집, pp.256~267.

6) 심재현, "아파트 거주자들이 지각한 주거가치가 지각가격에 미치는 영향" 홍익대학교 대학원, 박사학위논문, 2010, p.15.

7) C. Mulley, L. Ma, G. Clifton, B. Yen and M. Burke, "Residential property value impacts of proximity to transport infrastructure: An investigation of bus rapid transit and heavy rail networks in Brisbane, Australia", *Journal of Transport Geography*, Vol.54, 2016, pp.41~52.

8) 하정순·정삼석·정상철, "주거가치가 주거만족도와 부동산투자관여도에 미치는 영향에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집, pp.183~197.

9) 심재현, 전계 논문, 2010, p.31.

10) 황인성, "소비자의 주거가치와 투자가치가 매입의도에 미치는 영향", 호서대학교 벤처대학원, 박사학위논문, 2015, p.48.

11) 하정순, "주거가치 유형화에 따른 아파트 선택 및 주거만족도에 관한 연구", 한국주거학회논문집, 한국주거학회, 2007, 제18권 제2호, pp.11~20.

12) 박정란, "친환경 주거단지의 지속가능성 연구-친환경건축물인증 공동주택 재인증을 중심으로-", 인하대학교 대학원, 박사학위논문, 2012, p.32

13) J. L. Tracy and R. W. Robins, The nature of pride. The self-conscious emotions: Theory and research, *The Guilford Press*, 2007, pp.263~282.

14) M. J. Louro, R. Pieters and M. Zeelenberg, "Negative returns on positive emotions: The influence of pride

거주의향은 친환경 아파트에 거주하고자 하는 행동의도로서 입주의향(성주환·정상철, 2018)¹⁵⁾, 재계약의도(공영석·강정규, 2018)¹⁶⁾, 구매의도(황병용, 2013)¹⁷⁾ 등으로 나타낼 수 있다. 또한 임차인이 계약이 만료되는 시점 이후에 다시 계약할 의도(공영석, 2018)¹⁸⁾이자 장기적인 관계유지의향으로서 지속적 거주의향을 포함하는 개념이다(문재홍, 2018)¹⁹⁾. 아파트 구매 시 고려되는 속성은 품질 및 가치 요인, 접근성, 이미지 요인 등이며(이창용, 2006)²⁰⁾, 주거 가치는 친환경 아파트 구매의향이나 지속적 거주의향을 높이는 요인이라 할 수 있다.

따라서 친환경 아파트의 특성과 주거가치로 인해 거주자들의 자부심과 거주의향이 높아질 수 있으므로 이를 고려한 친환경 아파트의 계획과 설계가 요구된다고 할 것이다.

3. 선행연구 검토 및 차별성

친환경 아파트에 관한 실증 연구들은 친환경 계획요소와 거주자 만족도, 주거품질 및 가치, 행동의도 등에 관한 연구들이 진행되어 왔다. 이창훈·최민섭(2013)²¹⁾은 친환경 아파트의 주거품을 구성하는 주거환경과 경제성, 친환경요소가 고객충성도를 통해 재구매의도를 높

이는 요인으로 작용하며, 온실가스 감축, 제로 에너지화를 목표로 친환경 아파트 계획 및 건설 확산을 위해서는 친환경 아파트에 대한 인식의 전환이 필요하다고 하였다. 이성미(2004)²²⁾는 아파트와 관련된 주거문화의 가치적 측면을 본질적, 지원적, 하위문화적, 경제적, 사회적 요소로 파악하고, 아파트는 투자가치나 생활편의성, 안정성 등의 기본적 속성과 시장가치가 되고 있는 다양성, 차별화, 공간효용성 등에서 우위적 가치를 차지한다고 하였다.

주거가치에 관한 연구들은 주거가치를 유형화하거나 주거가치로 인해 나타날 수 있는 결과 요인에 주목하고 있다. 하정순 외(2016)²³⁾는 주거가치의 유형화를 통해 부동산투자관련도에 미치는 영향을 분석하여 투자지향가치, 차별성 지향가치, 자연지향가치의 순으로 영향을 미친다고 하였다. 심재현(2012)²⁴⁾은 아파트 거주자의 주거품질, 단지품질, 커뮤니티, 상징 및 처분상 가치가 주거만족을 매개하여 거주의도를 높이는 요인이라고 하였다. 황인성(2015)²⁵⁾은 주거가치 요소 중 주거품질과 접근성, 브랜드가 매입의도에 영향을 미친다고 하였고, 김병수·정철모(2013)²⁶⁾는 주거환경 특성 중 편의성, 주변환경 및 경제적 타당성이 주거가치를 통해 긍정적 구전의도에 영향을 미친다고 하였다.

and self-regulatory goals on repurchase decisions”, *Journal of Consumer Research*, Vol.31 No.4, 2005, pp.833~840.

- 15) 성주환, “기업형 임대주택(뉴스테이)의 주거서비스가 입주의향에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2018, 제75집, pp.25~49.
- 16) 공영석·강정규, “주택임대관리서비스가 임차인의 만족도 및 재계약 의도에 미치는 영향 연구”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2018, 제16권 제4호, pp.333~348.
- 17) 황병용, “아파트 브랜드 이미지와 주거 만족도가 구매의도와 추천의도에 미치는 영향 : 대구지역 아파트 거주자 중심으로”, 대구대학교 대학원, 석사학위논문, 2013, p.39.
- 18) 공영석, “주택임대관리가 임차인의 만족도 및 재계약 의도에 미치는 영향 연구”, 동의대학교 대학원, 박사학위논문, 2018, p.44.
- 19) 문재홍, “거주자의 주거만족도가 장기거주의향과 추천의도에 미치는 영향 연구: 전주시 도시재생 시범지역(Test Bed)을 중심으로”, 전주대학교 대학원, 박사학위논문, 2018, p.61.
- 20) 이창용, “아파트브랜드 이미지와 아파트 주거만족도/태도가 신규 아파트 구매의향 및 지속적 거주의향에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울산업대학교 주택대학원, 석사학위논문, 2006, p.30.
- 21) 이창훈·최민섭, “친환경인증 아파트의 주거품질이 고객충성도와 재구매의도에 미치는 영향”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2013, 제11권 제1호, pp.187~204.
- 22) 이성미, “대중매체를 통해 본 한국의 아파트 주거문화 특성”, 연세대학교 대학원, 박사학위논문, 2004, pp.133-135.
- 23) 하정순·정삼석·정상철, 전제 논문, 2016, pp.183~197.
- 24) 심재현, “강남아파트 거주자의 주거가치가 주거만족 및 주거행동의도에 미치는 영향: 송파구 올림픽아파트를 중심으로”, 경영컨설팅연구, 한국경영컨설팅학회, 2012, 제12권 제1호, pp.75~100.
- 25) 황인성, 전제 논문, 2015, p.82.
- 26) 김병수·정철모, “주거환경영향요인에 따른 주거가치, 주거지 신뢰가 긍정적 구전의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2013, 제11권 제2호, pp.79~92.

주거자부심 및 거주의향에 관한 연구에서는 주거지에 대한 자부심과 거주의향을 높이는 변인을 밝히고 있다. 김상훈(2008)²⁷⁾은 아파트 시장에서 브랜드 파워가 구매 고려 시 중요한 요인이라고 하면서 푸르지오의 경우 ‘그린, 친환경 아파트’의 이미지와 더불어 섬세함, 자부심, 세련된 고급감 등의 이미지를 부여하고 있다고 하였다. 정석진(2016)²⁸⁾은 아파트 거주환경이 발달한 우리나라에서는 아파트 브랜드를 활용한 마케팅이 활발하다고 하면서 아파트 브랜드 경험이 브랜드 신뢰와 태도에 긍정적으로 작용할 뿐 아니라 재구매의도를 높인다고 주장하였다. 이경영 외(2018)²⁹⁾의 지속거주의향의 영향 요인을 파악한 연구에서는 주거환경만족도와 사회적 자본이 주요 요인이었고, 특히 아파트가 밀집한 동남권과 동북권에서는 사회적 자본이 중요하게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상에서 고찰한 바와 같이 친환경 아파트에 관한 연구는 만족도나 품질 및 행동의도 등에 중점을 두고 있다. 하지만, 주거가치와 자부심 및 거주의향을 통해 친환경 아파트의 거주자의 특성이나 선호도를 밝힌 연구는 이루어지지 않고 있다. 또한 친환경 아파트 거주자의 주거가치를 분석하거나 주거자부심과 거주의향의 관련성을 파악한 연구도 미비한 실정이다. 따라서 본 연구는 친환경 아파트의 주거가치를 분류하고 주거자부심 및 거주의향 간의 관련성을 분석한다는 점에서 선행연구와는 차별된다.

Ⅲ. 연구가설과 연구모형

1. 연구가설

본 연구는 친환경 아파트의 주거가치와 주

거자부심 및 거주의향에 관한 연구를 위해 선행 연구를 이론적 근거로 가설을 구축하였다.

첫째, 친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심을 연관시킨 연구는 많지 않으나 Tracy & Robins(2007), 김상훈(2008) 등의 연구를 토대로 가설을 설정하였다. 특히 친환경 아파트의 지역적, 환경적 특성으로 인해 주거가치가 주거자부심을 높일 것으로 파악하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 : 친환경 아파트의 주거가치는 주거자부심에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

둘째, 친환경 아파트의 주거자부심과 거주의향에 관한 가설은 Louro et al.(2005)의 연구를 근거로 하였다. 이 연구에 의하면 자부심이 높을 경우 부정적 결과를 최소화하려는 경향을 보인다고 하였으며, 이를 근거로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2 : 친환경 아파트의 주거자부심은 거주의향에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

셋째, 친환경 아파트의 주거가치와 거주의향에 관한 연구는 심재현(2012), 황인성(2015), 김병수·정철모(2013) 등의 연구를 근거로 하였다. 이들 연구를 토대로 주거가치의 요소들이 거주의향에 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3 : 친환경 아파트의 주거가치는 거주의향에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구모형

본 연구는 친환경 아파트 거주자의 거주의향을 높이는 요소로서 주거가치와 주거자부심에 관한 연구의 필요성에 근거하여 주거가치와 주거자부심, 거주의향으로 구성된 연구모형을 구

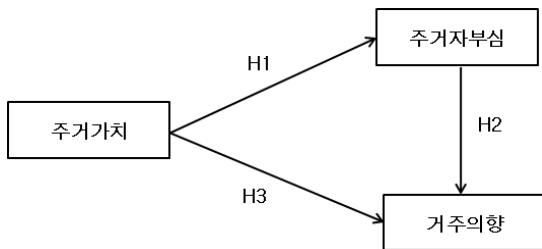
27) 김상훈, “대우건설 푸르지오 광고캠페인 성공사례에 관한 연구”, 서비스마케팅저널, 서비스마케팅학회, 2008, 제1권 제1호, pp.147~159.

28) 정석진, “아파트 브랜드에 대한 경험이 브랜드 태도와 재구매 의향에 미치는 영향”, 브랜드디자인학연구, 한국브랜드디자인학회, 2016, 제14권 제4호, pp.95~104.

29) 이경영·정문기·정은은, “지속거주의향의 영향 요인에 관한 연구: 서울시 5대 생활권 비교를 중심으로”, 한국행정연구, 한국행정연구원, 2018, 제27권 제2호, pp.179~210.

축하였다. 주거가치는 주거품질, 접근성, 주거비용 및 주거이미지로 구성하였고, 주거가치와 주거자부심 및 거주의향에 관한 가설 검증을 위하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 설계하였다.

<그림 1> 연구모형



IV. 실증분석

1. 분석자료와 변수구성

본 연구는 실증 분석을 위해 서울지역의 친환경 아파트 거주자를 대상으로 하였고, 구체적으로 길음과 은평, 왕십리의 친환경 아파트 거주자를 대상으로 자료를 수집하였다. 자기기입 설문조사법을 이용하여 면대면 조사와 온라인 설문조사를 병행하였고, 350명에게 설문지를 배포하여 333부(회수율 95.1%)를 분석 자료로 사용하였다. 분석도구는 SPSS 통계 프로그램(Ver. 23.0)을 활용하여 분석하였다.

본 연구의 변수는 <표 1>과 같이 친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심 및 거주의향으로 구성하였다. 주거가치는 친환경 아파트 거주자가 주거지 결정 시 의사결정에 중요하게 고려하

<표 1> 변수의 구성

변수		문항수	측정척도
주거가치	주거품질	18	5점 리커트
	접근성		
	주거비용		
	주거이미지		
주거자부심		4	5점 리커트
거주의향		4	5점 리커트
총 문항 수		26	

는 가치로서 주거품질, 접근성, 주거비용 및 주거이미지에 관한 18문항을 5점 리커트(Likert) 척도로 측정하였다. 주거자부심은 친환경 아파트에서 거주하고 있는 것에 대한 자랑스러움과 자부심 정도에 관한 4문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다. 거주의향은 친환경 아파트에 지속적으로 거주하고자 하는 의향에 관한 4문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2. 요인분석 및 신뢰성분석

1) 요인분석

본 연구는 측정변수의 타당성을 검증하고 변수가 갖는 정보 손실을 최소화하여 적은 수의 요인으로 추출하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석에서는 고유치 1.0이상, 요인부하량 0.5이상인 경우를 유효한 변수로 하고 전체 분산이 60% 이상인 요인을 추출하였다.

<표 2> 주거가치의 요인분석 결과

요인	문항	요인부하량			
		1	2	3	4
주거품질	주거지는 건물외관 형태가 좋다	.769	.193	.152	.327
	주거지는 주차시설이 잘 되어 있다	.768	.154	.107	.125
	주거지는 하자 보수가 잘 되어 있다	.766	.151	.269	.094
	주거지는 주거 관리상태가 적당하다	.764	.191	.155	.244
	주거지는 단지 내 쾌적한 환경을 갖추고 있다	.754	.072	.136	.360
	주거지는 내부공간이 여유롭고 수납공간 배치가 잘 되어 있다	.701	.228	.190	.268
접근성	주거지는 대중교통의 접근성이 좋다	.092	.878	.118	.110
	주거지는 도심 접근성이 좋다	.178	.843	.196	.105
	주거지는 쇼핑센터, 은행 등 주변시설과의 접근성이 좋다	.281	.807	.077	.084
	주거지는 직장이나 학교와의 접근성이 좋다	.162	.752	.197	.050
주거비용	주거지는 다른 아파트 평형에 비해 관리비가 적당하다	.145	.071	.852	.067
	주거지는 전기, 수도 등 공과금이 적당하다	.176	.181	.834	.056
	주거지는 보수 및 유지 관리비가 적당하다	.327	.173	.821	.005
	주거지는 가격(매매, 임대)이 적당하다	.086	.205	.645	.314
주거이미지	주거지는 브랜드이미지가 중요하다	.143	.012	.052	.765
	주거지는 나의 이미지를 표현한다	.251	.061	.139	.753
	주거지에 산다고 하면 누구나 인정한다	.381	.145	.075	.752
	주거지는 대부분의 사람들이 알고 있다	.396	.250	.113	.527
고유치		4.108	3.072	2.833	2.528
분산(%)		22.825	17.068	15.741	14.047
누적 분산(%)		22.825	39.893	55.634	69.681

친환경 아파트의 주거가치는 <표 2>와 같이 고유치 1.0 이상, 누적 분산 69.681% 수준에서 4개 요인으로 추출되었다. 요인 1은 주거품질, 요인 2는 접근성, 요인 3은 주거비용, 요인 4는 주거이미지에 관한 문항으로 구성되었다.

주거자부심은 고유치 1.0 이상, 누적 분산 82.550% 수준에서 단일 요인으로 추출되었고, 친환경 아파트에 거주하는 것에 대한 자랑스러움, 친환경 아파트의 고급스런 이미지에 대한 뿌듯함, 친환경 아파트 거주에 대한 자부심 등의 문항으로 구성되었다.

거주의향은 고유치 1.0 이상, 누적 분산 68.236% 수준에서 단일 요인으로 추출되었고, 친환경 아파트에 지속적으로 거주할 의향, 다른 아파트보다 친환경 아파트에 거주할 의향, 친환

경 아파트 거주에 대한 현명한 선택 등의 문항으로 구성되었다.

2) 신뢰성분석

<표 5>는 측정변수의 신뢰성 검증을 실시한 결과이다. 친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심, 거주의향은 모두 Cronbach's α 계수 0.7 이상으로 나타나 신뢰성이 검증되었다. 주거가치의 Cronbach's α 계수는 주거품질 .906, 접근성 .881, 주거비용 .851, 주거이미지 .789로 나타났다. 주거자부심의 Cronbach's α 계수는 .929였고, 거주의향은 .842로 나타났다.

<표 3> 주거자부심의 요인분석 결과

요인	문항	요인부하량
		1
주거자부심	나는 다른 사람에게 우리 아파트에 거주하고 있다고 말하면서 자부심을 느낀다	.929
	나는 주변 사람들이 거주지를 물으면 우리 아파트에 살고 있다고 자랑스럽게 말한다	.910
	나는 우리 아파트의 고급스런 이미지가 뿌듯하게 느껴진다	.908
	나는 우리 아파트에 거주하고 있는 것이 자랑스럽다	.887
고유치		3.302
분산(%)		82.550
누적 분산(%)		82.550

<표 4> 거주의향의 요인분석 결과

요인	문항	요인부하량
		1
거주의향	내가 우리 아파트에 지속적으로 거주하는 것은 현명한 선택일 것이다	.914
	나는 주변에서 다른 아파트를 추천해도 우리 아파트에 계속 거주할 것이다	.906
	나는 우리 아파트에 지속적으로 거주할 의향이 있다	.843
	우리 아파트 관리비는 동일한 평형의 다른 아파트보다 적당해서 지속적으로 거주할 의향이 있다	.602
고유치		2.729
분산(%)		68.236
누적 분산(%)		68.236

<표 5> 신뢰성분석 결과

구분		문항수	Cronbach's α
주거가치	주거품질	6	.906
	접근성	4	.881
	주거비용	4	.851
	주거이미지	4	.789
주거자부심		4	.929
거주의향		4	.842

3. 기술통계분석

친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심, 거주의향에 대한 기술통계분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 주거가치에서는 접근성의 평균이 3.542로 가장 높았고, 주거품질(3.315), 주거이미지(3.170), 주거비용(3.148)의 순으로 평균이 높게 나타났다.

<표 6> 기술통계분석 결과

구분		N	Min	Max	Mean	S.D.
주거가치	주거품질	333	1.00	5.00	3.315	.743
	접근성	333	1.00	5.00	3.542	.808
	주거비용	333	1.00	5.00	3.148	.666
	주거이미지	333	1.00	5.00	3.170	.743
주거자부심		333	1.00	5.00	3.117	.861
거주의향		333	1.00	5.00	3.282	.753

이는 친환경 아파트의 접근성에 대한 가치가 가장 높고 주거비용에 대한 가치가 가장 낮다고 할 수 있다. 주거자부심의 경우 평균이 3.117이었고, 거주취향의 평균은 3.282로서 친환경 아파트에 대한 자부심과 거주취향이 비교적 높게 나타났다.

4. 분석결과

1) 주거가치와 주거자부심에 대한 가설 검증 결과

본 연구는 친환경 아파트의 주거가치가 주거자부심에 미치는 영향을 분석하기 위해 주거품질, 접근성, 주거비용, 주거이미지를 독립변수로 하고, 주거자부심을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과 <표 7>과 같이 F가 97.850, 유의확률(p-value)이 .000으로서 회귀식이 종속변수를 설명하는데 통계적으로 유의하였고, 결정계수 R²가 .544로서 회귀모형의 설명력이 54.4%로 나타났다. 또한 다중공선성을 판단할 수 있는 VIF는 1.327에서 2.041 사이의 값을 보여 다중공선성의 문제는 없다고 할 수 있다.

<표 7> 주거가치와 주거자부심의 회귀분석 결과

모형	비표준화계수		표준화계수 β	t	P	VIF
	B	표준오차				
(상수)	.184	.193		.953	.341	
주거품질	.537	.062	.464	8.705***	.000	2.041
접근성	.109	.046	.103	2.387*	.018	1.327
주거비용	.049	.056	.038	.870	.385	1.362
주거이미지	.309	.056	.267	5.478***	.000	1.711
F	97.850***					
R ²	.544					
Adj. R ²	.539					

*p<.05, ***p<.001

친환경 아파트의 주거가치 요인 중에서 주거품질, 접근성, 주거이미지가 주거자부심에 정

(+)의 영향을 미치고 있었고, 친환경 아파트 거주자의 자부심을 높이는데 있어 주거품질, 접근성, 주거이미지가 중요한 가치로 밝혀졌다. 따라서 본 연구의 가설 1인 '친환경 아파트의 주거가치는 주거자부심에 유의한 정(+)'의 영향을 미칠 것이다'는 부분적으로 지지되었다. 이는 아파트 거주자의 주거품질과 가치의 중요성을 언급한 심재현(2012)의 연구와 유사한 관점에서 이해되며, 아파트의 브랜드 이미지와 자부심과의 관련성을 주장한 김상훈(2008)의 연구를 실증적으로 검증한 결과라고 할 수 있다.

2) 주거자부심과 거주취향에 대한 가설 검증 결과

본 연구는 친환경 아파트의 주거자부심이 거주취향에 미치는 영향을 분석하기 위해 주거자부심을 독립변수로 하고, 거주취향을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과 <표 8>과 같이 F가 438.731, 유의확률(p-value)이 .000으로서 회귀식이 종속변수를 설명하는데 통계적으로 유의하였고, 결정계수 R²가 .570으로서 회귀모형의 설명력이 57.0%로 나타났다.

<표 8> 주거자부심과 거주취향의 회귀분석 결과

모형	비표준화계수		표준화계수 β	t	P
	B	표준오차			
(상수)	1.221	.102		11.971	.000
주거자부심	.661	.032	.755	20.946***	.000
F	438.731***				
R ²	.570				
Adj. R ²	.569				

p<.01, *p<.001

분석 결과에 따르면 친환경 아파트의 주거자부심이 거주취향에 정(+)'의 영향을 미치고 있었고, 친환경 아파트의 거주취향을 높이는데 있어 주거자부심이 중요한 요인으로 나타났다. 따라서 본 연구의 가설 2인 '친환경 아파트의 주거자부심은 거주취향에 유의한 정(+)'의 영향을

미칠 것이다'는 지지되었다. 이는 자부심과 행동과의 관련성을 밝힌 Tracy & Robins(2007), Louro et al.(2005) 등의 연구를 통해 예측할 수 있었던 가설적 관계를 실증적으로 검증한 결과라고 할 수 있다.

3) 주거가치와 거주의향에 대한 가설 검증 결과

본 연구는 친환경 아파트의 주거가치가 거주의향에 미치는 영향을 분석하기 위해 주거품질, 접근성, 주거비용, 주거이미지를 독립변수로 하고, 거주의향을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다.

그 결과 <표 9>와 같이 F가 81.314, 유의확률(p-value)이 .000으로서 회귀식이 종속변수를 설명하는데 통계적으로 유의하였고, 결정계수 R²가 .498로서 회귀모형의 설명력이 49.8%로 나타났다. 또한 다중공선성을 판단할 수 있는 VIF는 1.327에서 2.041 사이의 값을 보여 다중공선성의 문제는 없다고 할 수 있다.

<표 9> 주거가치와 거주의향의 회귀분석 결과

모형	비표준화계수		표준화계수	t	P	VIF
	B	표준오차	β			
(상수)	.389	.178		2.190	.029	
주거품질	.434	.057	.428	7.665***	.000	2.041
접근성	.127	.042	.136	3.023**	.003	1.327
주거비용	.113	.052	.100	2.193*	.029	1.362
주거이미지	.204	.052	.201	3.929***	.000	1.711
F	81.314***					
R ²	.498					
Adj. R ²	.492					

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

친환경 아파트의 주거가치를 구성하는 주거품질과 접근성, 주거비용, 주거이미지는 거주의향에 정(+)의 영향을 미치고 있었고, 친환경 아파트의 거주의향을 높이는데 있어 주거품질과 접근성, 주거비용, 주거이미지가 중요한 요소로 나타났다. 따라서 본 연구의 가설 3인 '친환경 아

파트의 주거가치는 거주의향에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다'는 지지되었다. 이는 황인성(2015), 김병수·정철모(2013) 등의 연구를 통해 예측할 수 있었던 가설적 관계를 실증적으로 검증한 결과라고 할 수 있다.

V. 결 론

1. 연구결과 요약 및 시사점

본 연구는 친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심 및 거주의향에 관한 연구를 통해 친환경 아파트에 대한 욕구와 가치를 파악하고, 환경친화적인 주택의 계획과 설계에 유용한 자료를 제공하고자 하였다. 본 연구의 결과를 요약하고 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 친환경 아파트의 주거가치는 주거품질, 접근성, 주거비용 및 주거이미지의 개념으로 유형화되었다. 이는 친환경 아파트에 대한 거주자의 요구도를 나타내는 것으로 아파트의 품질과 접근성은 물론 비용 및 이미지 측면에서 가치를 추구하고 있음을 알 수 있다. 특히 거주자의 품질, 접근성 등의 순으로 높은 결과를 보임으로써 아파트의 외관이나 내관, 시설, 관리상태 및 접근성 등이 중요한 가치 요소라 할 것이다.

둘째, 친환경 아파트의 주거가치 요소 중 주거품질과 접근성, 주거이미지가 자부심을 높이는 요인으로 나타났다. 자부심은 거주지에 대한 자랑스러움과 긍정적인 태도로서 친환경 아파트의 실제 혹은 잠재 거주자의 주거품질이나 브랜드이미지 등의 추구가치가 중요하다고 할 수 있다. 그러나 주거비용은 자부심에 영향을 미치지 않았으므로 비용적 측면보다는 품질이나 접근성, 이미지 측면에서 접근함으로써 거주자의 개인적, 사회적 자부심이 높은 주거지역을 조성한다면 친환경 아파트의 부동산 가치를 높일 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구의 결과에 의하면 친환경 아파트의 주거가치와 주거자부심으로 인해 거주자의

이 높아지고 있었다. 이는 아파트 거주자의 행동적 의도를 강화하는데 있어 가치와 자부심이 중요한 요소임을 시사한다. 또한 자부심을 갖는데 있어서는 거주지를 통해 추구하는 가치가 우선적으로 만족되어야 하므로 이를 고려한 친환경 아파트의 설계와 관리가 요구된다. 따라서 친환경 아파트의 외관과 내부공간 외에도 대중교통, 공공 및 상업시설과의 접근성을 고려한 통합적인 주택 계획과 설계가 요구되며, 주택 및 부동산 시장의 활성화를 위해서는 거주자의 가치와 자부심을 높일 수 있는 관련 요인에 대한 관리가 이루어져야 할 것이다.

넷째, 본 연구의 결과를 고려한 정책적인 시사점은 아파트 개발과 주택시장의 지속적인 성장을 위해 '인간'에 중점을 두어야 한다는 것이다. 이러한 점에서 아파트 거주자들이 추구하는 가치가 무엇인지를 파악할 수 있는 지침이 제공된다면 친환경 아파트의 미래가치가 더욱 높아질 것으로 사료된다. 특히 친환경 아파트의 기능적 측면만이 아니라 내부요소와 주변 환경, 접근성 및 주거미지를 고려한 친환경 아파트의 개발은 자부심과 거주자의 향을 높이는 주거단지를 조성할 것이며, 친환경 아파트 전문 브랜드를 육성할 수 있는 정책적 지원 또한 이루어져야 할 것이다.

2. 연구한계 및 향후 연구방향

본 연구의 한계는 첫째, 지역적으로 서울지역의 친환경 아파트 거주자를 조사대상으로 했

다는 점이다. 특히 길음, 은평, 왕십리의 친환경 아파트를 대상으로 하였기 때문에 본 연구의 결과를 전체 친환경 아파트에 적용하기에는 어려움이 있다. 친환경 아파트의 주거가치는 지역에 따라 다를 수 있으며, 지역적 특성으로 인해 자부심이 다른 양상을 보일 수 있으므로 향후 연구에서는 지역적 한계를 극복할 수 있는 연구 설계와 지역적 특성을 고려한 비교 연구가 요구된다.

둘째, 본 연구는 친환경 아파트 거주자의 영향요인으로 주거가치와 주거자부심에 대해 연구하였다. 이 외에 주거특성이나 선택속성, 환경 및 서비스 요인 등의 영향력을 분석한 후속연구가 필요하며, 주거가치로 인한 아파트 선호도나 요구도에 대한 연구 및 친환경 아파트의 개발에 유용한 후속 연구가 지속적으로 진행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구는 주거가치를 주거지 의사결정 시 중요한 가치의 개념으로 접근하여 주택 및 부동산 관련 연구에 적용할 수 있는 척도를 사용하였으나, 거주자의 내면적 가치 평가 척도를 활용한 후속 연구가 요구된다. 또한 친환경 아파트 거주자의 욕구와 가치에 대한 질적 연구 및 다양한 연구방법을 통해 이를 유형화함으로써 이론적인 정립이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 공영석, “주택임대관리가 임차인의 만족도 및 재계약 의도에 미치는 영향 연구”, 동의대학교 대학원, 박사학위논문, 2018.
- 공영석·강정규, “주택임대관리서비스가 임차인의 만족도 및 재계약 의도에 미치는 영향 연구”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2018, 제16권 제4호, pp.333~348.
- 김병수·정철모, “주거환경영향요인에 따른 주거가치, 주거지 신뢰가 긍정적 구전의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2013, 제11권 제2호, pp.79~92.
- 김상훈, “대우건설 푸르지오 광고캠페인 성공사례에 관한 연구”, 서비스마케팅저널, 서비스마케팅학회, 2008, 제1권 제1호, pp.147~159.
- 문재홍, “거주자의 주거만족도가 장기거주의향과 추천의도에 미치는 영향 연구: 전주시 도시재생 시범지역(Test Bed)을 중심으로”, 전주대학교 대학원, 박사학위논문, 2018.
- 박상동, 『그린빌딩 건축계획』, 기문당, 2009.
- 박정란, “친환경 주거단지의 지속가능성 연구-친환경건축물인증 공동주택 재인증을 중심으로-”, 인하대학교 대학원, 박사학위논문, 2012.
- 성주한, “기업형 임대주택(뉴스테이)의 주거서비스가 입주의향에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2018, 제75집, pp.25~49.
- 심재현, “강남아파트 거주자의 주거가치가 주거만족 및 주거행동의도에 미치는 영향: 송파구 올림픽아파트를 중심으로”, 경영컨설팅연구, 한국경영컨설팅학회, 2012, 제12권 제1호, pp.75~100.
- 심재현, “아파트 거주자들이 지각한 주거가치가 지각가격에 미치는 영향”, 홍익대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.
- 이경영·정문기·정애은, “지속거주의향의 영향 요인에 관한 연구: 서울시 5대 생활권 비교를 중심으로”, 한국행정연구원, 2018, 제27권 제2호, pp.179~210.
- 이성미, “대중매체를 통해 본 한국의 아파트 주거문화 특성”, 연세대학교 대학원, 박사학위논문, 2004.
- 이창용, “아파트브랜드 이미지와 아파트 주거만족도/태도가 신규 아파트 구매의향 및 지속적 거주의향에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울산업대학교 주택대학원, 석사학위논문, 2006.
- 이창훈, “친환경인증아파트의 주거품질이 고객충성도와 재구매의도에 미치는 영향-친환경아파트 거주자를 중심으로-”, 서울벤처대학원대학교, 박사학위논문, 2013.
- 이창훈·최민섭, “친환경인증 아파트의 주거품질이 고객충성도와 재구매의도에 미치는 영향”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2013, 제11권 제1호, pp.187~204.
- 정병호·정재호, “주거특성이 주거만족도와 주거가치관에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, 제63집, pp.256~267.
- 정석진, “아파트 브랜드에 대한 경험이 브랜드 태도와 재구매 의향에 미치는 영향”, 브랜드디자인학연구, 한국브랜드디자인학회, 2016, 제14권 제4호, pp.95~104.
- 하정순, “주거가치 유형화에 따른 아파트 선택 및 주거만족도에 관한 연구”, 한국주거학회논문집, 한국주거학회, 2007, 제18권 제2호, pp.11~20.
- 하정순·윤재용, “주거가치에 따른 아파트구매행동 연구”, 한국가정관리학회지, 한국가정관리학회, 2003, 제21권 제6호, pp.97~106.
- 하정순·정삼석·정상철, “주거가치가 주거만족도와 부동산투자관여도에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집, pp.183~197.
- 황병용, “아파트 브랜드 이미지와 주거 만족도가 구매의도와 추천의도에 미치는 영향 : 대구지역 아파트 거주자 중심으로”, 대구대학교 대학원, 석사학위논문, 2013.
- 황인성, “소비자의 주거가치와 투자가치가 매입의도에 미치는 영향”, 호서대학교 벤처대학원, 박사학위논문, 2015.
- Louro, M. J., Pieters, R. and Zeelenberg, M., “Negative returns on positive emotions: The influence of pride and self-regulatory goals on repurchase decisions”, *Journal of Consumer Research*, 2005, Vol.31 No.4, pp.833~840.
- Mulley, C., Ma, L., Clifton, G., Yen, B. and Burke, M., “Residential property value impacts of proximity to transport infrastructure: An investigation of bus rapid transit and heavy rail networks in Brisbane, Australia”, *Journal of Transport Geography*, 2016, Vol.54, pp.41~52.
- Tracy, J. L. and Robins, R. W., *The nature of pride. The self-conscious emotions: Theory and research*, The Guilford Press, 2007.