

# 주택정보요구에 관한 연구

- 부산·울산지역 아파트 거주 주부를 중심으로 -

## Types and Sources of Housing Information in Pusan and Ulsan

오 찬 옥\*

Oh Chan Ohk

양 세 화\*\*

Yang Se Wha

---

### Abstract

The purpose of this study are to examine the types and sources of information used for housing choices and to figure out the related factors. Data are collected through self-administered questionnaires designed for this study, and the sample consists of 396 households in Pusan and Ulsan. The purposes are accomplished through descriptive statistics and multiple regression analyses.

Based on the results of analysis, housing information are divided into four specific types : economic, technical, housing unit, and neighborhood information. It is found that housing unit information including housing quality and economic information such as housing prices are identified as the most important ones for current and future housing choices.

The most useful sources of housing information utilized for current housing are friends, relatives and neighbors. In addition, model house, real estate office, newspaper and advertizement are the another useful sources for housing information. Among them, the model house is the most helpful one for variety of housing information.

Young households and those with a head whose occupation is professional/managerial tend to have higher recognition of the importance of housing information than do the other groups. The households currently living in small apartment and with a young eldest child are likely to have higher recognition of the importance of economic information. Tenure type, the occupation of the household head, the age of the eldest child, and length of residence are the significant explanatory variables of the recognition of the importance of housing unit information.

---

\* 정회원, 인제대 조교수

\*\* 정회원, 울산대 조교수

# I. 서 론

## 1. 문제제기

주택이 인간생활속에서 갖는 여러가지 중요한 의미중의 하나로 '경제적 상품(an economic good or commodity)'으로서의 의미가 있다. 구체적으로 이는 내구적인 소비재의 하나로서 재산증식의 수단이자 자산으로서의 주택의 의미를 나타내는 말이다(Bourne, 1981). 실제적으로 주택은 인간이 사용하는 모든 재화중 가장 내구성이 강한 재화의 하나이며, 주택과 관련된 비용은 가계지출 항목중 가장 큰 비중을 차지하며, 또한 자본주의 체제에서 주택은 가장 중요하고 안전한 재산의 한 항목이자 투자의 대상이다.

하나의 생산품이자 제품으로서 소비자의 선택을 받게 된다는 점에서 볼 때, 주택 역시 다른 상품과 마찬가지로 선택에 도움을 줄 수 있는 다양하고 정확한 정보가 필요할 것이다. 그러나 주택은 다른 소비제품과는 달리 매우 복잡한 특성을 가진다. 주택은 위치가 정해져 있고 규모가 크므로 대량생산이 어렵고, 다른 제품에 비해 표준화가 부적당한 상품이다. 또한 주택은 단순히 소비되어지는 것이 아니라 소유와 보전이라는 목적을 수반하며, 거래비용면에서도 다른 일반 소비재에 비해 큰 실제 비용 및 심리적 비용 등이 수반된다. 이밖에도 주택은 가족생활을 담는 그릇으로서, 단순한 물리적 기능만이 아닌 심리적 기능을 위해서도 사용되므로써 다른 재화에 비해 대체품이 없다. 이러한 주택 고유의 특성때문에 주택과 관련된 가족의 의사결정 및 선택과정은 매우 신중해야 하며, 선택에 실질적 도움을 줄 수 있는 정확하고 편견이 없는 정보의 제공은 아주 중요한 문제이다.

일반적으로 주택에 대한 정보를 가장 필요로 하는 때는 가족이 주거에 대한 어떤 변화를 추구하려 할 때이다. 이때 변화란 주거적응과정에서 현 주거와 가족의 주거규범간의 불균형을 감

소 또는 제거시키기 위해 행하는 적극적·소극적 조절행위 모두를 의미하며, 구체적으로는 이사나 증축,개축 등을 말한다(Morris & Winter, 1978). 그 중에서도 이사 즉 주거이동과 관련된 의사결정과정에서 주택에 대한 정보는 주택의 수요패턴 형성과 실제적인 주택구매 행태, 나아가서 주택시장의 동향과 직결되므로 그 역할과 중요성은 매우 크다(유선영, 1986).

상품으로서의 주택에 대한 정보는 다른 소비재의 구매행위에서와 마찬가지로 다양한 경로를 통하여 전달되고 있다. 실제로 잡지나 신문, 광고지 등을 통한 주택관련 광고의 비율은 높아지는 추세이며, 사람들의 주거욕구가 복잡다양해진 만큼 주택의 세부적인 여러 특성에 대한 선택범위도 확대되고 있으므로, 소비자들에게 있어 주택에 대한 정보의 비중은 더욱 커질 전망이다.

그러나 이와 같이 주택정보의 중요성이 커짐에도 불구하고 아직까지는 국내는 물론 국외에서의 구체적이고 실질적인 주택정보에 대한 연구가 미흡한 실정이다.

이에 따라 본 연구에서는 주택정보에 대한 소비자들의 요구정도 및 이용행태를 포괄적으로 조사 분석하므로써 주택시장에서의 정보제공의 활성화에 필요한 기초자료를 제시하는데 의의를 둔다.

## 2. 연구목적

본 연구의 목적은 주택을 구입하거나 임차하려 할 때, 소비자들이 필요로 하는 주택 정보의 유형과 각 정보의 중요성 및 요구정도, 정보의 획득방법 등을 파악하여 합리적인 주택정보 제공을 위한 기초자료를 제공하는데 있으며, 그 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 현재 거주하고 있는 아파트 선택시 이용하였던 주택정보의 유형 및 제공원을 알아본다.
- 2) 주거선택시 주택정보의 중요성에 대한 거

주자의 인식정도 및 이에 영향을 미치는 요인을 규명한다.

3) 앞으로의 주거선택시 이용하기를 희망하는 주택 정보의 유형 및 제공원을 알아본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 주택정보의 유형

주택구매시 이용되는 주택정보의 유형은 경제적(economic), 기술적(technical), 위치적(locational), 그리고 구조적(structural) 정보로 나누어 볼 수 있다(Schlagel, 1990).

경제적 정보는 주택구매과정에서 가장 많이 이용되는 정보유형으로 주택의 가격, 적용되는 세금의 종류와 액수, 가능한 용자액수와 그 지불방법 및 기간, 그리고 투자가치 등에 관한 정보가 이에 해당된다.

기술적(계약절차) 정보는 주택구매과정에서 필요한 법적 절차와 이용가능한 대안들의 기술적 측면에 관한 정보로 주택구매시 특히 도움이 될 수 있다. 예를 들면, 계약시 무엇을 조사하고, 어떤 선택사항들이 유용하며, 어떻게 주택전문가를 선택하는지에 관한 정보는 주택구매자에게 도움이 될 수 있다. 기술적 정보의 유형에는 선택가능한 주택대안들의 종류, 주택구매절차, 주택전문가 및 부동산 전문가의 선택요령, 계약서 검토 등이 포함된다. 주택구매 경험이 있는 구매자들은 자신의 과거 경험을 지점으로 이용할 수 있으나, 처음 주택을 구매하는 사람들은 이러한 정보에 의존해야 한다.

위치적(주변환경) 정보는 대상 주택의 근린환경과 지리적 위치에 관계되는 모든 정보가 이 범주에 포함된다. 주택 구매자들은 근린환경, 그 지역의 범죄율, 공공시설 및 학교, 안전성과 방법성, 그 지역의 교통체계 등 지역관련 정보에 관심이 있다.

구조적(주거특성) 정보는 주택디자인, 주택상태, 시설설비, 난방시스템과 에너지 효율성, 공기과 물의 질, 배관, 단열, 지붕, 욕실설비, 불박이 시설과 같은 주택의 구조적 요소들의 상태에 관한 정보를 말한다.

### 2. 주택정보 제공원

주택구입시 이용할 수 있는 주택정보의 제공원에는 전문적 제공원, 비전문적 제공원, 미디어, 직접적인 관찰 등이 있다(Schlagel, 1990).

전문적 제공원은 대부분의 주택 구매자들이 보편적으로 이용하는 정보원으로 부동산 전문기관, 중개업자, 주택자금 용자기관, 건축가와 주택디자이너 등이 여기에 속한다. 부동산 중개소는 가장 광범위하게 이용되는 전문적 정보원의 하나(Shaw, 1973)로, 소비자들의 최종적인 주택선택을 유도하는데 있어 가장 효율적인 도구이다(Rossi, 1955; Shaw, 1973; Crites, Shaw & Onkvisit, 1979; 유선영, 1986). 특히 처음 주택을 구입하려는 사람들은 주택구매의 경험이 있는 사람들보다 부동산 기관을 주택탐구에 더 많이 이용하며(Maclennan & Wood, 1982), 임차자들 또한 주택구매 결정시 부동산 기관에 더욱 비중있게 의존하는 경향이 있다(Shannon-Daly, 1981). 그러나 부동산 중개소가 제공하는 정보는 그 지역에 대한 편협된 정보이기 쉽다(Palm, 1976). 반면, 다른 전문적 제공원들은 부동산 중개소처럼 주택구매의 전과정에서 이용되기보다는 특정한 단계에서만 정보를 제공한다. 즉, 주택자금 용자기관이나 계약 관련기관 등은 주택구매행위가 어느 정도 진행된 단계에서 가치가 있다(Shaw, 1973).

한편, 친구, 친척, 직장동료, 이웃 등의 비전문적인 정보 제공원도 주택탐색 및 구매 진행단계에서 다양하게 이용된다(Shaw, 1973; Crites,

Shaw & Onkvisit, 1979). 이러한 비전문적인 정보 제공원은 객관적인 정보보다 주관적인 정보에 자주 이용되는 경향이 있다(Burke, Belch, Lutz & Bettman, 1979). MacLennan과 Wood(1982)는 처음 주택을 구매한 사람들을 대상으로 한 연구에서 비공식적인 또는 비전문적인 정보제공원의 중요성을 입증하였다. 특히 개인의 지식과 친구와 친척들로부터의 정보는 주택의 물리적 측면에 대한 탐색시 가장 광범위하게 이용되는 제공원들이었다. 그러나 이들 제공원들은 탐색과정단계에서는 많이 이용되었으나, 주택구매과정이 점차 진행될수록 그 이용이 줄어드는 경향을 보였다. 유선영(1986)의 연구에서는 친구, 친척, 이웃 등을 통한 개인적인 접촉이나 주변에서 들려오는 이야기, 소문 등의 비공식적인 정보채널의 이용경험율은 비교적 높게 나타났으나, 실제 주택구입시의 정보 제공원으로서의 기여도는 매우 낮은 편이었다.

주택구매에 관한 정보는 신문, 잡지와 정기간행물, 책, TV, 라디오, 전화번호부의 직업별 페이지, 카세트나 비디오 테이프, 사진, 컴퓨터 소프트웨어와 같은 다양한 수단을 통해서도 주택 구매자에게 유용하다. 주택구매과정에서의 인쇄물 이용에 대해서는 연구가 많이 행해지지 않았지만, 기존의 연구결과들에 의하면 인쇄물 역시 빈번하게 사용되는 정보 제공원의 하나이다. 신문광고는 특히 주택탐색의 초기 단계에 있는 주택구매자나 처음 주택을 구매하는 사람들에게 의해 광범위하게 이용된다(Rossi, 1955; Shaw, 1973; MacLennan & Wood, 1982). 그러나 신문을 제외한 다른 미디어들은 주택구매시 이용가치가 낮은 것으로 나타났다(Shaw, 1973; Crites, Shaw & Onkvisit, 1979).

Shaw(1973)는 제시한 21개의 정보 제공원중에서 잡지와 팜플렛의 기사, 신문기사, 전화번호부의 직업별 페이지, 세금에 관한 사항을 다룬 책, 주택과 주거계획에 관한 책들도 중요한 주택정보 제공원으로 간주하였다. 이들 중에

서 광고형태의 정보기사들은 주택구매의 초기 단계에 더욱 빈번히 사용된 반면, 전문적 비광고 형태의 정보는 뒷단계에서 이용되었다(Shaw, 1973; Crites, Shaw & Onkvisit, 1979).

도보나 차를 이용하여 개인적으로 주택을 조사해 보는 직접적인 관찰은 주택구매자들이 쉽게 이용하는 방법의 하나이다. 이에 대한 연구는 거의 없지만, Shaw(1973)는 도보, 차, 승마 등의 제공원이 주택탐색의 초기단계에서 아주 빈번하게 이용되고 있음을 발견하였다.

이용가능한 정보 제공원의 유형은 연구에 따라 다양하게 제시되고 있지만, 많은 가구들이 제한된 제공원에 의존하는 것으로 나타났다(Barrett, 1973). 예를 들어, Johnson et al.(1974)은 그들 표본의 3분의 1가량이 친구, 친척, 사업상의 접촉, 또는 직장동료를 통해서 새로운 주택을 찾는 것을 발견하였다. 특히 가계 소득이 높고 가장이 전문직을 가질 때 공식적인 정보 제공원에 많이 의존하였으며, 저소득층 가구들은 비공식적인 제공원을 많이 이용하였다. Rossi(1955)는 주거선택에 미치는 정보 제공원들의 효율성을 평가한 결과, 개인적인 접촉, 드라이브나 도보, 신문, 그리고 부동산 기관의 순위였으며, 부동산 기관의 순위가 제일 낮은 이유는 이를 이용하는데 드는 비교적 높은 비용때문인 것으로 간주하였다.

개인적인 접촉은 탐구 지역을 종종 현재의 거주지역이나 친밀한 지역 또는 사회적 지위가 유사한 이웃에 제한하는 경향이 있다. 몇몇 연구자들은 이러한 제한들이 주택탐색에서 지역 편견(sectoral bias, 사회경제적 지위에 의해 설정된 지역들에 대한 편견)이나 거리-감퇴효과(distance-decay effect, 현재 거주지로부터의 거리가 증가할수록 탐색대상 주거의 수가 급격히 감소함) 등을 유도한다는 경험적인 증거를 밝혀냈다.

### III. 연구방법

#### 1. 조사도구

본 연구의 조사도구인 설문지는 유선영(1986)과 Schlagel(1990)의 연구를 기초로 하여 작성되었으며, 설문지의 신뢰도와 내용타당도를 검토하기 위해 40가구를 대상으로 사전 조사를 실시하였다.

사전조사 결과를 토대로 수정, 보완한 후 최종 확정된 설문지는 1) 조사대상 가구의 사회인구학적 특성과 주택특성을 파악하기 위한 문항, 2) 주택구매시 필요한 주택정보의 중요성에 대한 문항, 3) 현재의 아파트 선택시 이용한 정보 제공원의 도움정도 및 각 주택정보별 구체적인 정보 제공원에 대한 문항, 4) 미래의 주거선택시 원하는 주택정보 및 정보 제공원에 대한 문항 등으로 구성하였다.

#### 2. 조사대상

본 연구의 전집은 부산과 울산지역 아파트에 거주하는 가정으로 하였다. 부산시의 12개구와 울산시의 3개구중에서 아파트가 가장 많이 밀집되어 있는 2개구를 시별로 각각 선정한 다음, 주택평수의 고른 분포를 고려하여 분양면적 20평미만, 20평-30평미만, 30평-40평미만, 40평이상의 아파트 단지를 조사자 임의로 선택하되 연구의 목적상 조합아파트나 사택은 조사대상에서 제외시켰다.

본조사는 1994년 6월 2일부터 10일에 걸쳐 실시되었으며, 설문지는 자기기입식(Self-administered questionnaire)으로 주부에 의해 작성되었다. 설문지는 부산과 울산에서 각각 220부씩 배포하여 부산에서 195부(89%), 울산에서 218부(99%)를 회수하였으며, 그중 실제로 이용 가능하다고 인정되는 396부(부산 188부, 울산 208부)만을 분석에 사용하였다.

#### 3. 자료분석

수집된 자료의 분석은 SPSS PC+를 사용하여 통계처리하였으며, 빈도, 백분율, 평균, 요인분석, 다변인 회귀분석 등을 사용하였다.

### IV. 결과 및 논의

#### 1. 조사대상 가구의 일반적 특성

가장과 주부의 연령은 30대가 가장 많았으며, 만자녀의 연령에 따른 가족생활주기는 미취학 아동기 24.9%, 국민학교기 30.0%, 중고등학교기 20.1%, 자녀성년기 25.0%로 비교적 고른 분포를 나타내었다. 가족수는 3인-4인인 경우가 전체 조사대상 가구의 70.0%를 차지하였으며, 그중 4인인 경우가 42.7%로 가장 많았고, 평균 가족수는 3.90인이었다. 최종학력은 가장의 경우 대졸이 51%, 주부는 고졸이 59.3%를 차지하였다. 가장의 직업은 전문직과 사무직이 각각 25.3%로 가장 많았고 주부는 72.7%가 전업주부였다. 월평균 가계수입은 100만원-120만원 미만인 16.2%로 가장 많았으며, 다음이 120만원-140만원미만 13.4%, 180만원-200만원미만 12.9%의 순이었다.

주택소유형태는 자택이 76.8%였으며, 현 아파트에서의 거주기간은 1년미만이 23.5%, 1년-3년미만이 44.9%, 3년이상이 31.6%로 나타났다. 조사대상 아파트의 분양면적에 따른 규모별 분포는 10평대 23.0%, 20평대 28.0%, 30평대 22.0%, 40평이상이 27.0%였다.

#### 2. 현 아파트 선택시 이용한 주택정보의 유형과 제공원

조사대상 가구들이 현재 거주하고 있는 아파

트를 선택할 때 이용하였던 주택정보의 유형과 제공원을 파악하기 위하여, 유선영(1986)과 Schlagel(1990)의 연구를 참고로 하여 주택 선택시 일반적으로 고려되어지는 14가지 유형의 주택 정보를 제시하고, 그 각각을 얻기 위해 가장 많이 이용하였던 정보 제공원 한가지를 제시된 항목중에서 선택하게 하였다. 본 연구에서 조사된 주택정보는 주택가격, 가능한 용자액수와 상환방법, 적용되는 세금의 종류와 액수, 유지관리비, 투자가치, 계약시 검토·확인사항, 선택가능한 주택, 이웃사람들, 근린생활시설, 교육시설, 교통 편리성, 안전성과 방법성, 주택의 향과 배치, 주택의 질 등 14가지 측면에 관한 것들이며, 이들 정보의 수집을 위해 이용되어지는 정보 제공원의 종류는 부동산 중개소, 분양사무소/모델하우스, 주택은행의 주택정보 제공창구, 친구/친척/이웃/직장동료, 신문기사/광고, 광고지/생활정보지, TV/라디오/잡지/책, 관공서, 관리사무실/경비실, 기타의 10가지이다.

<표 1>은 주택정보의 유형별로 가장 많은 이

용빈도를 보인 5가지 정보 제공원을 빈도순에 따라 보여준다. 높은 빈도를 보이지 않은 나머지 제공원들은 '기타'로 묶어 나타내었으며, 정보가 필요하지 않아 응답하지 않은 가구의 빈도도 함께 제시하였다.

제시된 주택정보중 이웃사람들의 특성에 관한 정보에서는 155가구(39.1%)가 '정보가 필요없었다'고 하였다. 외국의 경우, 이웃과의 사회경제적 지위 및 인종 측면에서의 동질성을 확보하기 위하여 주거선택시 이웃에 대한 고려가 많은 반면 (Foote et al., 1960; Morris & Winter, 1978; Schlagel, 1991), 우리나라에서는 이에 대한 욕구가 그다지 많지 않은 것으로 해석할 수 있다. 이러한 결과는 윤복자와 백금화(1991)의 연구에서도 나타나고 있다. 투자가치에 대한 정보에서도 91가구(23.0%)가 '정보가 필요없었다'고 응답하였다.

반면, 주택가격과 평면계획, 방과 욕실의 수, 부엌과 욕실설비, 난방방식 등을 포함하는 주택의 질에 대한 정보는 조사대상 가구들이 현재

<표 1> 현 거주 아파트 선택시 이용한 주택정보 유형별 정보 제공원

N=396

주택정보 유형	부동산 중개소		분양사무소 / 모델하우스		친구/이웃 / 직장동료		주택은행 정보제공창구		신문기사 / 광고		광고지/ 생활정보지		관공서		관리사무소 / 경비실		기타		정보 필요없었음	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
주택가격	140	35.4	113	28.5	54	13.6	27	6.8	23	5.8							35	8.9	4	1.0
용자액수와 상환	56	14.1	109	27.5	29	7.3	108	27.3	21	5.3							27	7.7	46	11.6
세금종류와 액수	46	11.6	75	18.9	50	12.6	41	10.4			99	25.0					52	14.2	33	8.3
유지관리비	37	9.3	78	19.7	88	22.2			11	2.8					116	29.3	26	7.3	40	10.1
투자가치	57	14.4	43	10.9	129	32.6	18	4.5	21	5.3							37	12.1	91	23.0
검토확인사항*	105	26.5	87	22.0	39	9.8	48	12.1					71	17.9			27	7.2	19	4.8
선택가능 주택들**	79	19.9	87	22.0	38	9.6			48	12.1	34	8.6					57	16.6	53	13.4
이웃사람들	10	2.5	9	2.3	169	42.7			3	.8					40	10.1	10	4.3	155	39.1
근린생활시설	47	11.9	110	27.8	75	18.9			39	9.8					35	8.8	51	14.3	39	9.8
교육시설	48	12.1	121	30.6	83	21.0			35	8.8					21	5.3	52	14.4	36	9.1
교통편리성	47	11.9	123	31.1	81	20.5			31	7.8					22	5.6	41	11.8	51	12.9
안전성과 방법성	43	10.9	101	25.5	52	13.1			11	2.8					125	31.6	27	7.5	37	9.3
주택의 향과 배치	65	16.4	188	47.5	36	9.2			17	4.3					21	5.3	42	11.4	27	6.8
주택의 질	59	14.9	193	48.7	47	11.9			17	4.3					29	7.3	39	10.1	12	3.0

\* 등기부 열람, 계약절차 및 계약약관 확인 등을 말함

\*\* 주거선택시 고려하는 평형, 층수, 평면구성, 건설업체 등의 선택범위의 다양성을 말함

거주하는 아파트 선택시 가장 많이 필요로 하였던 정보들로 나타났다. 따라서 이들 정보가 주거선택시 우선적으로 고려되고 있는 기본적인 정보임을 알 수 있다.

주택정보별로 이용된 정보 제공원의 유형을 살펴보면, 이용빈도의 순위에 있어 다소 차이는 있지만 분양사무소/모델하우스, 부동산중개소, 친척/친구/이웃/직장동료, 신문기사/광고는 제시된 14가지 주택정보중 2가지(적용 세금의 종류와 액수, 계약시 검토 확인사항)를 제외하고는 모두 높은 이용빈도를 보여, 조사대상 가구가 현재 거주하고 있는 아파트를 선택할 때 필요로 하였던 대부분의 정보가 이 4가지 제공원을 통해 얻어질 수 있었던 것으로 해석된다. 특히 분양사무소/모델하우스는 투자가치, 이웃사람들의 특성 및 유지관리비에 관련된 정보를 제외한 나머지 정보 모두에서 1, 2순위를 차지하여 가장 다양한 정보를 얻을 수 있는 정보제공원임을 알 수 있다.

이밖에 관리사무소/경비실과 주택은행의 주택정보 제공창구도 비교적 많은 유형의 정보를 위해 이용되었다. 특히 관리사무소/경비실은 유지관리비에 관한 정보를 위해서는 가장 효율적이었으며, 그외에도 이웃사람들의 특성, 근린생활시설, 교육시설, 교통, 안전성과 방범성, 주택의 향과 배치 및 질 등의 주택의 물리적 특성과 근린환경에 관한 정보를 위해 많이 이용되었다. 주택은행의 주택정보 제공창구는 주택가격, 용자, 적용 세금, 투자가치 등을 포함하는 주택의 경제적 측면에 관한 정보를 주로 제공한 것으로 나타났다.

조사대상 가구들이 이용하였던 주택정보 제공원의 도움정도를 알아보기 위하여 9가지 제공원에 대해 '전혀 도움이 되지 않았다'의 1점부터 '아주 도움이 많이 되었다'의 4점에 이르는 리커르트 척도를 이용하여 측정하였다. <표 2>에 제시된 정보 제공원별로 산출된 평균값을 살펴보면, 친구/친척/이웃/직장동료는 가장 높은

평균값(2.90)을 보여 가장 효율적인 정보 제공원이었으며, 다음으로 분양사무소/모델하우스(2.81), 부동산 중개소(2.32), 신문기사/광고(2.29)의 순이었다. 높은 평균값을 보인 '기타'는 대부분 직접관찰을 통한 정보수집을 많이 지적하였다.

<표 2> 현 거주 아파트 선택시 주택정보 제공원의 도움정도

N=396		
주택정보제공원	Mean	S.D.
부동산 중개소(부동산)	2.32	1.11
분양사무소/모델하우스	2.81	1.05
주택은행의 주택정보제공창구	1.92	.95
친구/친척/이웃/직장동료 등	2.90	.99
신문기사/광고	2.29	1.00
광고지/생활정보지	2.05	.91
TV/라디오/잡지/책	1.97	.92
관공서	1.65	.85
관리사무실/경비실	1.75	.89
기타*	2.61	1.39

\* 소계 = 13

### 3. 주택정보의 중요성 인식정도와 관련요인

주택정보의 중요성 인식정도를 파악하기 위하여 유선영(1986)과 Schlagel(1990)의 연구를 참고로 하여 주택가격, 가능한 용자액수 및 상환방법, 적용되는 세금의 종류와 액수, 유지관리비, 투자가치, 계약시 검토 확인사항, 선택 가능한 주택, 중개인, 이웃사람들의 특성, 근린생활시설, 교육시설, 교통 편리성, 안전성과 방범성, 주택의 향과 배치, 주택의 질 등의 15개 측면에 대하여 '아주 중요하지 않다'의 1점부터 '아주 중요하다'의 5점에 이르는 리커르트 척도를 이용하여 측정하였다.

각 주택정보별로 산출된 평균값을 통해 조사대상 가구들의 주택정보에 대한 중요성 인식정도를 살펴보면 <표 3>과 같다. 제시된 15가지 주택정보 중 조사대상 가구들이 주택선택시 가장 중요하게 생각하는 정보는 주택의 질(4.64)에 대해서였으며, 다음이 안전성과 방범성(4.63),

교통 편리성(4.61), 교육시설(4.48), 주택가격(4.46), 주택의 향과 배치(4.40)의 순이었다. 즉, 주택가격을 제외하고는 주택의 물리적 특성과 근린환경에 대한 정보를 우선적으로 중시하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

〈표 3〉 주택정보의 중요성 인식정도

N=396

주택정보 유형	Mean	S.D.	Rank
주택가격	4.46	.557	5
가능한 용지맥수 및 상환방법	3.97	.865	11
적용되는 세금의 종류와 액수	4.06	.761	10
유저관리비	4.13	.664	9
투자가치	3.72	.893	13
계약시 검토 확인할 사항	4.26	.690	8
선택가능한 주택들	3.72	.773	12
신뢰할 수 있는 중개인	3.57	.987	15
어웃사람들의 특성	3.68	.882	14
근린생활시설	4.28	.732	7
교육시설	4.48	.650	4
교통편리성	4.61	.523	3
안전성과 방범성	4.63	.539	2
주택의 향과 배치	4.40	.662	6
주택의 질	4.64	.544	1

주택정보의 중요성 인식에 영향을 미치는 요인을 규명하기 위하여, 요인분석(factor analysis)을 이용하여 제시된 주택정보의 유형을 분류한 후, 주택정보 전체 및 분류된 각 주택정보 유형과 8개 가족특성 변인간의 OLS(ordinary least squares)에 의한 중회귀분석 (multiple regression)을 하였다. Varimax회전방법으로 산출된 각 항목별 요인부하치 (factor loading)와 분류된 요인들의 Eigen value 및 변량값 (percent of variance)들은 〈표 4〉와 같다.

15개 주택정보들은 요인부하치 .40을 기준으로 하였을 때, 경제적 정보, 기술적 정보, 주거특성 정보, 근린환경 정보의 4개 요인으로 분류되었으며, 각 요인별 설명변량은 경제적 정보에 대한 중요성이 가장 크고(23.5%), 다음이 기술적 정보(12.6%), 주거특성 정보(9.6%), 근린환경 정보(8.1%)의 순이다.

〈표 4〉 주택정보 유형의 요인분석

주택정보 유형	요 인			
	경제적 정보	기술적 정보	주거특성 정보	근린환경 정보
주택가격	.6261			
가능한 용지맥수 및 상환방법	.7390			
적용되는 세금의 종류와 액수	.6945			
유저관리비	.7636			
투자가치	.4565			
계약시 검토 확인할 사항		.6474		
선택가능한 주택들		.7481		
신뢰할 수 있는 중개인		.7396		
안전성과 방범성			.5734	
주택의 향과 배치			.8055	
주택의 질			.7204	
어웃사람들의 특성				.4128
근린생활시설				.5953
교육시설				.6753
교통편리성				.7040
Eigen value	3.5228	1.8963	1.4336	1.2193
Percent of variance	23.5	12.6	9.6	8.1

요인부하치가 .40이상인 것만 제시함.

주택정보의 중요성 인식에 영향을 미치는 관련변인을 규명하기 위하여 주택정보 전체 및 요인분석에 의해 분류된 경제적 정보, 기술적 정보, 주거특성 정보, 근린환경 정보의 4개 측면 각각을 종속변인으로 하고, 가장의 연령, 가장의 학력, 가장의 직업, 가계월수입, 만자녀의 연령, 주택소유권, 주택규모, 거주기간의 8개 가족특성 변인을 독립변인으로 하여 중회귀분석을 하였다. 사용된 독립변인중 가장의 학력, 만자녀의 연령, 주택규모는 연속변수(continuous variable)이므로 실제값이 적용되었으며, 가장의 연령, 가장의 직업, 가계월수입, 주택소유권 및 거주기간은 2-4개의 범주로 나뉘어져 있는 불연속 변수(discrete variable)이므로 가변수(dummy variable)로 전환하여 적용하되, 그중 주택소유권은 자가(1)와 타가(0)의 이분변인(dichotomous variable)으로 사용하였다.



〈표 5〉는 주택정보 전체에 대한 중요성 인식 정도를 종속변인으로 하여 가족특성 변인들을 회귀분석한 결과를 제시하고 있다. 제시된 회귀 모델은 .05수준에서 유의적인 것으로 나타났으며(F ratio=2.432), 모델에 사용된 독립변인들에 의한 주택정보 전체에 대한 중요성 인식 정도의 변량 설명력은 약 10%(R<sup>2</sup>=.099)정도인 것으로 나타났다.

〈표 5〉 가족특성에 따른 주택정보의 중요성 인식정도 회귀분석

독립 변인	b	Beta	t-value
가장의 연령 <sup>a</sup>			
30세 이하	-1.902	-.093	-1.025
31-40세	-1.519	-.146	-1.149
41-50세	1.284	.110	1.397
가장의 학력	.078	.034	.572
가장의 직업 <sup>b</sup>			
전문직/관리직	3.803	.363	2.013*
사무직	4.690	.389	2.421*
판매서비스직/생산직	3.661	.314	1.920
가계월수입 <sup>c</sup>			
120만원 미만	1.875	.159	1.593
120-180만원미만	1.473	.131	1.464
180-240만원미만	1.700	.148	1.856
만자녀의 연령	-.174	-.266	-2.557*
주택소유권	.988	.079	1.435
주택규모	-.044	-.084	-1.067
거주기간 <sup>d</sup>			
1년 미만	-.418	-.033	-.382
1-3년 미만	-1.093	-.104	-1.167
3-5년 미만	-.253	-.019	-.260
Constant	60.102		
R <sup>2</sup>	.099		
Adjusted R <sup>2</sup>	.058		
df	16 & 356		
F-ratio	2.432*		

\* p(<.05.

<sup>a</sup> 51세이상 <sup>b</sup> 기타(무직, 학생 등) <sup>c</sup> 240만원이상 <sup>d</sup> 5년이상을 reference group으로 하였음.

독립변인 각각의 종속변인에 대한 유의성과 상대적인 영향력을 t값과 표준화 회귀계수(beta)를 통해 살펴보면, 가장의 직업중 전문직/관리직, 사무직과 만자녀의 연령 3개가 유의적 영향을 미치는 변인이었다. 그중 가장 영

향력이 큰 변인은 사무직(beta=.389)이며, 다음이 전문직/관리직(beta=.363), 만자녀의 연령(beta=-.266)의 순이다. 즉, 가장의 직업이 사무직이나 전문직/관리직일수록, 그리고 만자녀의 연령이 낮을수록 주택정보의 중요성을 높이 인식하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 만자녀의 연령이 낮은 가구는 가정을 형성한 지가 오래되지 않아 과거 주거선택의 경험이 적으므로 주택정보의 중요성을 높이 인식하고 있기때문에 나타난 결과라 볼 수 있다.

주택정보의 4가지 유형 각각에 대한 중요성 인식정도를 종속변인으로 하여 가족특성 변인들을 회귀분석한 결과는 〈표 6〉과 같다.

제시된 4가지 회귀모델의 유의성 유무를 F-ratio를 통해 살펴보면 경제적 정보(F ratio=3.520)와 주거특성 정보(F ratio=2.742)만 .05수준에서 유의적인 것으로 나타났다.

회귀모델에 사용되어진 독립변인들에 의한 경제적 정보의 중요성 인식정도의 변량 설명력은 13.7%(R<sup>2</sup>=.137)이며, 유의적인 영향력을 가진 독립변인은 가장의 직업 중 전문직/관리직, 사무직, 판매서비스직/생산직과 만자녀의 연령, 주택규모의 5개이다. 그중 가장 큰 표준화회귀계수를 가진 변인은 사무직(beta=.413)이며, 다음이 전문직/관리직(beta=.387), 판매서비스직/생산직(beta=.350), 주택규모(beta=-.231), 만자녀의 연령(beta=-.230)의 순이다. 즉, 가장의 직업이 사무직이나 전문직/관리직일수록, 현재 거주하는 주택의 규모가 작을수록, 만자녀의 연령이 낮을수록 주택구매시 경제적 측면에 대한 정보를 중요하게 생각하는 것으로 해석할 수 있다. 만자녀의 연령이 낮고 현재 작은 규모의 주택에 사는 가구들은 가정생활주기 면에서 볼 때 일반적으로 초기단계에 속하는 경우가 많고, 아직 경제적으로도 안정된 상태가 아니므로 제한된 자원내에서 보다 나은 주거를 선택하기 위하여 주거의 경제적 측면에 대한 정보를 중요하게 생각하는 것으로 볼 수 있다.

<표 6> 가족특성에 따른 주택정보 요인별 중요성 인식정도 회귀분석

독립변인	경제적 정보		기술적 정보		주거특성 정보		근린환경 정보	
	Beta	t-value	Beta	t-value	Beta	t-value	Beta	t-value
가장의 연령 <sup>a</sup>								
30세 이하	-.126	-1.418	-.021	-.228	-.173	-1.921	.057	.617
31-40세	-.231	-1.861	-.051	-.396	-.230	-1.826	.124	.961
41-50세	-.008	-.098	.120	1.492	-.093	-1.185	.263	3.273*
가장의 학력	-.018	-.316	.076	1.256	.007	.118	.037	.617
가장의 직업 <sup>b</sup>								
전문직/관리직	.387	2.190*	.166	.902	.360	2.009*	.062	.338
사무직	.413	2.626*	.168	1.026	.400	2.504*	.068	.415
판매서비스직/생산직	.350	2.186*	.142	.854	.270	1.659	.064	.382
가계월수입 <sup>c</sup>								
120만원 미만	.170	1.737	.123	1.212	-.096	-.966	.158	1.552
120-180만원미만	.085	.967	.168	1.026	-.072	-.807	.187	2.056*
180-240만원미만	.140	1.789	.113	1.396	-.101	-1.270	.180	2.218*
만자녀의 연령	-.230	-2.257*	-.154	-1.455	-.288	-2.784*	-.067	.635
주택소유권	-.005	-.089	.801	1.446	.153	2.815*	.033	.600
주택규모	-.231	-2.989*	-.066	-.821	.035	.441	.121	1.497
거주기간 <sup>d</sup>								
1년 미만	-.032	-.372	.051	.573	-.132	-1.527	-.007	-.075
1-3년 미만	-.075	-.856	-.040	-.440	-.198	-2.228*	-.007	-.073
3-5년 미만	-.030	-.416	.012	.158	-.016	-.214	-.014	-.183
Constant	21.588		10.120		13.745		14.650	
R <sup>2</sup>	.137		.063		.110		.064	
Adjusted R <sup>2</sup>	.098		.021		.070		.021	
df	16 & 356		16 & 356		16 & 356		16 & 356	
F-ratio	3.520*		1.495		2.742*		1.510	

\* p<.05.  
<sup>a</sup> 51세이상 <sup>b</sup> 기타(무직, 학생 등) <sup>c</sup> 240만원이상 <sup>d</sup> 5년이상을 reference group으로 하였음.

기술적 정보의 중요성에 대한 회귀모델은 유의적이지 않은 것으로 나타났으며, 유의적인 영향력을 가진 독립변인도 전혀 발견되지 않았다.

유의적으로 나타난 주거특성 정보의 중요성에 대한 회귀모델에서는 5개의 독립변인, 즉 가장의 직업 중 전문직/관리직, 사무직, 만자녀의 연령, 주택소유권, 거주기간 중 1-3년 미만이 유의적인 t값을 제시하여 설명력을 가졌다. 가장 큰 beta값은 사무직(beta=.400)에서였으며, 다음이 전문직/관리직(beta=.360), 만자녀의 연령(beta=-.288), 거주기간 1-3년 미만(beta=-.198), 주택소유권(beta=.153)의 순이며, 모델에 사용되어진 독립변인들에 의한 주거특성 정보의 중요성 인식정도의 변량 설명력은 약 11%(R<sup>2</sup>=.110)이다. 가장의 직업이 사무직이나 전문직/관리직일수록, 만자녀의

연령이 낮을수록, 자택에 거주할수록, 그리고 현 주택에서의 거주기간이 1년이상 3년미만인 가구일수록 다른 집단에 비해 주거특성에 관한 정보를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

근린환경 정보의 중요성에 대한 회귀모델은 유의적이지 않은 것으로 나타났다. 그러나 모델에 사용되어진 독립변인 중 가장의 연령이 41세-50세, 가계월수입이 120만원-180만원, 180만원미만, 180만원-240만원미만인 집단에서 유의적인 t값이 제시되어, 이들 집단이 다른 집단에 비해 주택구매시 근린환경에 관한 정보를 중요하게 여기는 것으로 추정된다.

4. 희망하는 주택정보 유형 및 제공원

<표 7>은 앞으로의 주택선택시 도움이 되리라고 생각하는 주택정보의 유형에 대한 응답결과를 제시하고 있다.

<표 7> 희망하는 주택정보 유형

주택정보 유형	1 순위		2 순위		3 순위	
	f	%	f	%	f	%
주택 가격	127	32.1	18	4.5	35	8.8
가능한 용자액수와 상환방법	6	1.5	16	4.0	14	3.5
적용되는 세금의 종류와 액수	8	2.0	7	1.8	7	1.8
유지관리비	7	1.8	22	5.6	10	2.5
투자가치	22	5.6	26	6.6	14	3.5
계약시 검토 확인할 사항	3	.8	7	1.8	11	2.8
선택가능한 주택들	10	2.5	5	1.3	10	2.5
신뢰할 수 있는 중개인	1	.3	2	.5	4	1.0
이웃사람들의 특성	4	1.0	8	2.0	10	2.5
근린생활시설	10	2.5	38	9.6	40	10.1
교육시설	43	10.9	59	14.9	38	9.6
교통 편리성	33	8.3	93	23.5	82	20.7
안전성과 방범성	12	3.0	28	7.1	35	8.8
주택의 향과 배치	12	3.0	38	9.6	40	10.1
주택의 질	98	24.7	29	7.3	46	11.6
합계	396	100.0	396	100.0	396	100.0

주택가격은 전체 조사대상 가구의 3분의 1에 해당하는 32.1%가 앞으로 주택을 구입할 기회가 생긴다면 가장 많은 도움이 될 정보라고 응

답하였다. 그 다음으로 1순위에서 많은 빈도를 보인 정보유형은 주택의 질(24.7%)과 교육시설(10.9%), 교통 편리성(8.3%) 등이었다. 교통 편리성에 대한 정보는 2순위와 3순위에서도 각각 23.5%, 20.7%의 가장 높은 응답률을 보여 많은 가구들이 교통 편리성에 대한 정보가 주거이동시의 주택탐구에 있어서 큰 도움이 될 것으로 생각하고 있었다. 근린생활시설, 교육시설, 안전성과 방법성, 주택의 향과 배치 및 주택의 질에 대한 정보는 2, 3순위에서 높은 응답률을 보여, 비교적 많은 도움이 될 정보로 생각하는 경향이였다. 그러나 계약 및 구매 절차상의 문제들에 관한 기술적 정보와 투자 가치나 세금, 유지관리비용 등을 포함하는 경제적 정보는 그다지 도움이 될 정보로 여기지 않았다. 이는 조사대상 가구들이 현재 아파트에 거주하고 있을 뿐아니라 현재 거주하고 있는 아파트를 선택할 때 이미 이러한 정보를 접해 본 경험이 있어 이러한 정보에 대해 익숙하기때문으로 해석된다.

앞으로 주택을 선택할 기회가 주어졌을 때, 필요한 주택정보를 얻기 위해 이용하기를 원하는 정보 제공원을 조사한 결과 (<표 8> 참조), 조사대상 가구의 27.8%가 분양사무소/모델하우스를 답하였으며, 그 다음으로 주택은행의 주택정보 제공장구(16.9%), 부동산 중개소(11.6%), 관공서(11.1%)의 순이었다.

<표 8> 희망하는 주택정보 제공원

주택정보 제공원	f	%
부동산 중개소	46	11.6
분양사무소/모델하우스	110	27.8
주택은행의 주택정보 제공장구	67	16.9
친구/친척/이웃/적당동료 등	34	8.6
신문기사/광고	34	8.6
광고지/생활정보지	28	7.1
TV/라디오/잡지/책	16	4.0
관공서	44	11.1
관리사무실/경비실	3	.8
기타	14	3.5
합계	396	100.0

## V. 요약 및 결론

본 연구는 주택선택시 필요한 주택정보에 대한 소비자들의 요구 및 이용행태를 조사하고, 이에 영향을 미치는 요인을 가족특성 변인들을 통하여 규명한 것이다. 본 연구의 분석결과를 요약하여 결론을 내리면 다음과 같다.

1. 주거선택시 이용하는 주택정보는 경제적 정보, 기술적 정보, 주거특성 정보, 근린환경 정보의 4개 유형으로 분류할 수 있다.

2. 조사대상 가구들은 주택선택시 주택의 질에 대한 정보가 가장 중요하다고 생각하고 있었으며, 다음으로 안전성과 방법성, 교통편리성, 교육시설, 주택가격, 주택의 향과 배치에 관한 정보의 순으로 중요하다고 인식하고 있었다.

이들이 현재 거주하는 아파트 선택시 가장 필요로 하였던 정보는 주택가격과 주택의 질에 관한 정보였으며, 앞으로 주택선택시 가장 도움이 되리라고 한 주택정보는 주택가격, 주택의 질, 교육시설, 교통편리성에 관한 정보였다. 즉 주거선택시 주택가격과 주택의 질이라는 경제적 정보와 주택특성 정보가 가장 중요한 결정요인으로 작용하며, 교통편리성과 교육시설도 중요한 고려요인으로 작용하고 있다. 따라서 주택정보 제공원은 이들 측면에 대한 보다 정확하고 광범위하며 전문적인 정보를 제공할 수 있도록 체계화되어야 한다.

3. 가장의 직업이 사무직이나 전문직, 관리직일 경우 다른 직업에 비해 주택선택시 주택정보의 중요성을 높이 인식하며, 특히 사무직일 경우 가장 중요하게 여기는 경향이였다. 또한 만 자녀의 연령이 낮은 가구일수록 주택정보를 보다 중요하게 인식하고 있었다.

주택가격, 용자액수 및 상환방법, 적용되는 세금의 종류와 액수, 유지관리비, 투자가치 등을 포함하는 경제적 정보는 현재 거주하는 주택의 규모가 작고, 만자녀의 연령이 낮은 가구일

수록 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 또한 가장의 직업은 주택의 경제적 측면에 대한 정보의 중요성 인식정도를 설명하는데 있어 중요한 변인이며, 구체적으로는 가장의 직업이 사무직, 전문직/관리직, 판매서비스직/생산직의 순으로 경제적 정보를 중요하게 생각하였다.

주거특성에 관한 정보는 가장의 직업이 사무직이나 전문직/관리직인 경우, 그리고 만자녀의 연령이 낮은 가구일수록 중요하게 여기는 경향이였다. 또한 현 주택을 소유하고 있는 가구일수록, 그리고 현 주택에서의 거주기간이 1년 이상 3년미만인 가구의 경우 다른 집단에 비해 주거특성에 관한 정보를 중요하게 인식하였다.

기술적 정보와 근린환경 정보의 중요성 인식을 위해 본 연구에서 설정된 회귀모델은 유의적이지 않았다.

4. 현재 거주하는 아파트 선택시 필요로 하였던 대부분의 정보는 분양사무소/모델하우스, 부동산중개소, 친척/친구/이웃/직장동료, 신문기사/광고를 통해 제공받았으며, 이중 특히 분양사무소/모델하우스는 주택에 관한 다양한 정보들을 얻은 정보 제공원이었다. 그러나 이용한 정보 제공원중 가장 도움을 많이 준 제공원은 친척/친구/이웃/직장동료였으며, 다음은 분양사무소/모델하우스, 부동산 중개소, 신문기사/광고의 순이었다. 또한 앞으로 주거선택시 희망하는 정보 제공원은 분양사무소/모델하우스, 주택은행의 주택정보 제공창구, 부동산중개소, 관공서로 나타나 공식적인 기관에 대한 신뢰성을 가지고 있음을 알 수 있다. 따라서 주거선택시 소비자들이 필요로 하는 다양한 정보를 전문적으로 제공해 줄 뿐아니라 의사결정에 도움을 줄 수 있는 전문적인 기관의 체계적인 양성이 필요하며, 이를 위해서는 분양사무소나 모델하우스 공개시 주택전문상담원의 배치, 기존의 부동산 중개업자의 자격요건 강화 및 이들을 대상으로 한 정기적인 교육제도의 도입 등을 고려해 볼 수 있다.

## 참 고 문 헌

- 유선영(1986). 주거이동 결정에 따른 주택구입을 위한 소비자 정보 채널에 관한 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 윤복자, 백금화(1991). 아파트 입주가구의 이주동기와 주거만족도 변화에 관한 연구. 대한가정학회지, 제29권3호, 113-130.
- 이은희, 이기춘(1991). 소비자 정보요구와 관련요인 연구. 대한가정학회지, 제29권1호, 159-176.
- Bourne, Larry S.(1981). The Geography of Housing. New York : John Wiley & Sons.
- Crites, D. M., Shaw, J. J. & Onkvisit, S.(1979). Information Sources Usage by Prospective Home Buying Consumers, Journal of the Academy of Marketing Sciences, 7.2, 80-94.
- Garrett, P. G.(1972). Consumer Housing. Peoria, IL:Chas. A. Bennet Co., Inc.
- Gould, T. F.(1981). The Development and Evolution of a Housing Information Center. Housing and Society, 8, 39-43.
- Meeks, Carol(1980). Housing. Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall.
- Morris, E. W. & Winter, M.(1978). Housing, Family, & Society. New York : John Wiley & Sons.
- Schlagel, Beth E.(1990). The Usefulness and Availability of Information in the Home-Buying Process : A Comparison of First-Time and Repeat Buyers. Unpublished Doctoral Dissertation. University

of Minnesota, St.Paul, MN.

Shaw, J.J.(1973). The Use of Types of Information Sources by Pre-purchase and Postpurchase Home Buying Consumers. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Oklahoma, OK.

Tremblay, K. R. Jr., Sweaney, A. L., & Walls, E.(1985). Assessing Family Needs for Housing Information. Proceedings of the 1985 Annual Conference of the American Association of Housing Educators, Ames, IA.

