

## 상가건물 관리요인이 상가건물 만족도에 미치는 영향: 기능적 가치와 감정적 가치의 매개효과를 중심으로

노기남, 윤효진\*

경기대학교 창의공과대학 도시·교통공학과

### The Impact of the Retail Building Management Factors on the Satisfaction Level with the Commercial Building: Focusing on the Mediating Effect of Functional and Emotional Values

Ki-Nam Roh, Hyo-Jin Yoon\*

Department of Urban and Transportation Engineering, Kyonggi University

**요약** 본 연구는 상가건물의 관리요인이 지각된 가치를 통한 임차인 만족도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 연구대상은 서울시 근린생활시설의 상가건물 입주자들 411명을 대상으로 설문조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 자료분석은 SPSS 24.0과 AMOS 23.0 프로그램을 이용하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 상가건물의 관리요인은 상가건물 지각된 가치인 기능적 가치와 감정적 가치에 대체로 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 상가건물에 대한 입주자들의 지각된 가치는 상가건물의 관리 만족도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 상가건물의 관리요인은 상가건물의 관리 만족도에 대체로 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 상가건물의 관리요인과 상가건물의 관리 만족도 간의 관계에서 상가건물 관리에 대한 지각된 가치는 기능적 가치와 감정적 가치 모두 매개효과가 있는 것으로 확인되었다. 본 연구는 그 동안 연구가 이루어지지 않았던 근린생활시설 상가건물을 대상으로 임차인의 상가건물 관리 서비스 요인이 상가건물 관리 만족도에 미치는 영향과 지각된 가치의 매개효과를 규명하였다는 점에서 의의를 갖는다.

**Abstract** The purpose of this study was to analyze the impacts of building management factors of retail buildings upon the satisfaction levels of tenants using perceived values. For this study, a total of 411 tenants of retail buildings within neighborhood life support facilities in Seoul were enrolled as participants and surveyed. Data were analyzed using SPSS 24.0 and AMOS 23.0. The findings of this study are as follows: First, management factors of retail buildings had a significant and positive impact upon perceived functional and emotional values. Second, the perceived values of retail buildings by tenants had significant and positive impacts on satisfaction with management. Third, the management factors of retail buildings had significant and positive impacts on retail building satisfaction levels. Fourth, regarding the relationship between management factors and the management of retail buildings, perceived values of retail building management had a mediating effect on functional and emotional values.

**Keywords** : Neighborhood Life Support Facilities, Retail Building Management Factors, Retail Building Satisfaction Level, Functional Values, Emotional Values, Mediating Effects

---

\*Corresponding Author : Hyo-Jin Yoon(Kyonggi University)

email: hjyoon@kgu.ac.kr

Received July 13, 2021

Accepted August 5, 2021

Revised July 30, 2021

Published August 31, 2021

## 1. 서론

최근 중소형 부동산 시장은 경기 불황과 공급과잉, 기업의 조직 슬림화 등으로 인해 공실률이 증가하고 있다. 또한 전문 자산관리 서비스 업체를 통해 운영하는 대형 빌딩 대비 경쟁력에서도 뒤처지고 있다. 이러한 시장 상황으로 인해 상업용 부동산 시장은 임대인 우위 시장에서 점차 임차인 우위 시장으로 전환되었다[1]. 이와 같이 최근 임대시장은 수요자중심의 시장으로 변화됨에 따라 선택권이 확대된 임차인의 주도하에 움직이게 되었으며, 임차인들은 자신들이 필요로 하는 다양한 서비스 요인에 대한 욕구가 날로 높아지고 있다[2].

따라서 사회 전체가 서비스 경제로 전환되고, 서비스 경쟁이 가속화되면서 건물관리에 있어서도 전문화된 서비스의 욕구가 증가하게 되었다. 이에 따라 건물관리 산업에서는 부동산 관리 서비스의 품질을 개선하고, 제반 관리 서비스에 대한 고객만족을 향상시키는 방안을 모색할 필요성이 점차 증가하게 되었다[3].

최근 상가건물의 관리는 임차인들의 높은 수준의 욕구에 따라 원활한 커뮤니케이션이 중요함을 시사하고 있다. 강성규(2019)의 연구에서는 원활하고 즉각적인 커뮤니케이션은 임차인의 만족도를 높이고, 재계약율이 높음을 시사했다[1]. 윤지석과 김대래(2017)의 연구에서도 환경, 시설, 운영, 비용, 서비스 측면의 특성의 차이에 따라서 재계약 및 만족도에 차이가 나타난다는 사실을 확인할 수 있었다[4]. 이와 같은 유지관리, 원활한 커뮤니케이션, 운영관리, 생활관리, 커뮤니티 활성화 등의 관리요인들이 임차인의 만족도에 매우 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 또한 임차인의 만족도가 클수록 임차유지율이 높아지고, 임차유지율이 높을수록 많은 수익을 창출하며, 기존 임차인 유지를 통해 충성고객을 만들어 장기적이고 성공적인 빌딩운영에 도움을 줄 수 있다. 즉 상가건물 관리요인은 임차인 만족도에 매우 중요한 요소가 된다[5].

그러나 관리요인 뿐만 아니라 지각된 가치 또한 주요한 요소라 볼 수 있는데, 이에 대하여 Chiang과 Jang(2006)은 지각된 가치가 모든 마케팅활동의 근본이 되어 높게 지각된 가치는 사용자를 계속하여 확보할 수 있는 주요 동기가 된다는 점을 시사하였다[6]. Bolton과 Drew(1991)의 연구에서도 서비스 가치는 고객만족보다 선행적이다 라고 하였다[7]. 즉, 지각된 가치는 고객의 만족과 충성도를 결정하는 주요 요소로 인식되어지고 있다[8]. 따라서 지각된 가치는 많은 선행연구에서 소비자의 행동을 이해하는 중요한 개념으로 인식되고 있으며 제품

과 서비스로 부터 얻는 혜택과 그것을 얻기 위해 지불한 대가로 효용성에 관한 전반적 평가임을 알 수 있다[9].

이대훈(2013)의 연구에 따르면 고객관리, 차별화서비스 등의 시설관리 서비스가 임차인 행동에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 확인하였으며, 이중에서 임차인 행동에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 고객가치(관계품질) 고객만족 순으로 나타났다[10]. 즉, 임차인을 유지하는 최선의 요인은 고객만족 보다는 고객이 진정 원하는 것(Needs)으로 고객가치를 파악하여 지각된 가치 수준을 높이려고 하는 것이 임차인의 행동에 긍정적이고 효과적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 이와 같이 임차인의 긍정적인 지각된 가치는 만족도에도 긍정적인 영향을 주게 되며, 이는 곧 재계약에도 영향을 미칠 수 있음을 짐작할 수 있다.

상가건물 중에서도 근린생활시설은 주민 생활에 편의를 제공하는 시설들을 모아 용도와 면적기준 등에 따라 분류한 것으로, 우리나라에서만 볼 수 있는 고유한 분류 형태이다[11]. 따라서 근린생활시설은 건축물 용도의 특성 상 일반 국민들의 삶과 매우 밀접한 관련이 있으며, 실제로 상업용 건축물 중에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 근린생활시설은 상업용 또는 비주거용 건물에 대한 연구[12,13]에서 일부 다루어지거나, 근린생활시설의 법적 분류체계를 다룬 연구[14]를 제외한 연구는 매우 미흡한 편이다.

따라서 본 연구에서는 지금까지 국내에서는 거의 분석하지 않은 상가건물, 그 중에서도 근린생활시설을 대상으로 상가건물 관리요인이 지각된 가치를 통한 임차인 만족도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 이와 같이 상가건물 관리요인에 대한 지각된 가치와 만족도를 살펴봄으로써, 만족도를 높이는 관리요인을 도출하고 재계약을 유도하기 위한 효율적인 차별화된 방안을 제안하여, 상가건물에 대한 서비스의 활용도를 높이는 실질적인 기초자료를 제공하는데 목적이 있다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 상가건물 관리의 필요성

상가건물이란 상업적 활동에 사용되는 건물과 영업활동에 사용되는 사무실이나 창고 등으로, 주거용 건물 이외의 모든 건물을 뜻하는 것으로 볼 수 있다. 이런 의미로 상가건물에 해당하는 것은 사무실, 점포, 시장, 창고 및 공장의 용도에 제공하는 건물, 학원, 탁아소, 병원, 요

양소, 보건소, 공중목욕탕 등 교육 또는 후생용으로 사용되는 건물, 극장, 영화관, 유희장, 오락용으로 사용되는 건물, 여관, 음식점 등 숙박 음식을 위한 건물 등이 상가건물에 해당한다[12]. 상가건물 중에서도 근린생활시설은 주민들의 생활에 편의를 줄 수 있는 건축물로, 「건축법」 제2조제2항에 의거 제1종 근린생활시설과 제2종 근린생활시설로 구분하며 「건축법」 시행령 제3조의4(용도별 건축물의 종류) 별표1에서 건축물의 종류를 표시하고 있다. 제1종 근린생활시설은 국민이 주거생활을 영위하는데 있어 가장 필수적인 시설로, 10개의 세부목으로 구성된다. 제2종 근린생활시설은 국민의 주거생활에 편의성을 도모할 수 있는 시설로, 제1종 근린생활시설보다 규모가 크고 18개의 세부목으로 구성되어 있다.

건물관리는 종합적인 건물에 대한 관리를 의미하는데, 건물종합관리라 함은 건물개별관리 개념과 상대적 개념으로서 시설관리 서비스와 환경위생관리 서비스 및 경비보안 안전 서비스 생산 제공목적의 건물시설관리 활동과 건물환경위생관리 활동, 그리고 경비 보안 및 안전관리의 통합적 관리활동을 말하며[15], 건물의 사용가치를 높이고 가장 유리한 조건으로 사용하고 수익하게 하는 활동이므로 매우 중요한 의미를 가지고 있다[16]. 건물관리 활동은 비교적 최근에 시작되었는데 건물에 대한 관리의 전문화가 요구된 원인으로는 도시화, 최첨단건축 산업의 기술적인 발전, 부동산 소비자 부재현상의 급격한 증가 등을 들 수 있다[17]. 건물관리는 신축되는 순간부터 해체될 때까지 다양한 형태의 관리를 필요로 한다. 관리가 되지 않은 빌딩은 물리적으로 본래 기능에 충실할 수 없고, 경제적인 측면에서도 경영목표를 달성할 수 없으며, 신축만 있고 미관리된 빌딩은 예정된 내용연수를 다할 수 없기 때문이다. 현대에 들어설수록 건물의 수명이 단축되고 있으므로[17] 건물관리가 필요한 이유는 다음과 같다[18].

첫째, 최유효 건물 사용수익화를 위해서는 쾌적성, 편리성, 안전성을 확보해야 하고, 건물관리를 통해 각종 시설들의 효율성이 극대화될 때 건물의 경제성이 극대화된다. 둘째, 건물의 내용연수를 연장하기 위하여 물리적, 경제적, 행정적, 기능적인 부분의 관리가 필요하다. 셋째, 소유주의 자산 가치를 높이기 위해 관리가 필요하다. 즉, 넓은 의미의 경제관리(수익관리), 법률관리, 기술관리를 통해 종합적인 경영관리만이 소기의 경영목표를 달성할 수 있다. 넷째, 재산과 인명 보호를 위해 빌딩 각 분야에 체계적인 점검 및 순찰, 문제설비의 사전교체 및 정기적인 보수, 출입자에 대한 보안관리, 평상시의 교육 및 훈

련, 임차인의 사후관리 등 여러 형태의 관리와 노력이 필요하다.

## 2.2 상가건물 관리요인의 서비스 품질 차원

서비스 품질에 대한 개념은 학자 및 학문의 영역에 따라 다소 견해의 차이를 보이며, 지속적인 연구에도 불구하고 그 개념은 명확하지 않다. 일반적으로 우리가 알고 있는 서비스 품질이라고 하면 친절, 환한 웃음, 편안함과 같은 직감적인 것들을 연상하지만 서비스 품질은 경영성과와 더불어 고객만족을 바탕으로 한 전반적이고 종합적으로 평가된다[19]. 서비스 품질은 많은 연구에서 다양하게 개념 정의되지만 서비스 발생 전 기대되는 품질과 서비스 발생 후 소비자에 의해 인지된 품질의 일치 또는 불일치 차원으로도 정의되어 왔다[20]. 서비스 품질의 개념은 서비스 실행(performance)에 관한 소비자의 기대된 서비스(expected service) 다시 말해, 서비스를 받기 전 기업의 이미지와 개인적인 욕구, 과거의 경험, 타인의 평가 등과 서비스 제공 주체의 서비스 과정에서 실제 지각된 서비스(perceived service) 간의 평가 및 비교된 서비스품질의 수준을 의미하는 것으로 지각된 서비스품질(perceived service quality)을 말한다[21].

서비스 품질의 결정요인은 평가의 대상이 되는 서비스 범주에 관한 이론적인 시각에 의해 다양하게 이루어진다. 가장 널리 알려져 있는 서비스 품질을 측정하기 위한 도구로 가장 많이 사용되는 것은 Parasuraman 외(1994)의 SERVQUAL이다[22]. Parasuraman 외(1994)는 서비스의 품질을 측정하는 가장 주요 요인으로 반응성(responsiveness), 고객의 이해, 유형성, 예절, 능력, 의사소통, 접근성, 신뢰성, 안전성, 신용성 등 10차원으로 분류하여 제시하였다[22]. 이를 바탕으로 서비스 품질의 10가지 차원에 대해 각각 10개 항목으로 도출하여 실증 분석을 통해 신뢰성(reliability), 확신성(assurance), 유형성(tangibility), 공감성(empathy), 반응성(responsiveness)의 5가지 차원(22개 항목)으로 구성되는 척도를 개발하고 이를 SERVQUAL 모형의 서비스 품질 구성요인 5가지 차원으로 수정 제시하였다[23]. 이를 토대로 상가건물의 서비스 품질에 대한 선행연구를 살펴보면, 아래와 같다.

장무창과 이학동(2008)의 연구에서는 입지조건, 사무환경, 임대 및 유지비용, 관리운영, 보안관리, 청소관리, 시설수준, 주차조건 등 8개의 하위영역으로 분류하여 빌딩 관리에 관한 서비스 품질을 측정하였고[24], 박경미(2003)는 오피스빌딩의 서비스 시설 성능평가에 관한 연

구에서 근무자가 오피스 빌딩에서 편리하고 쾌적하게 근무할 수 있도록 지원하는 것으로 생활지원 서비스 및 업무지원 서비스에 대한 특성으로 나누어 평가항목을 구성하였다[25].

본 연구에서는 상가건물 관리서비스 측면에서 원용하면 서비스 등의 이용에 관한 대가를 지급하는 것을 관리비라고 보기로 하고 이에 비 소유 개념의 카테고리를 상가건물 관리서비스에 적용하여 다음 Table 1과 같이 설명하였다.

Table 1. Component of service quality in commercial buildings

Components	Contents	SERVQUAL
Life management service	A series of services proposed by the management body to provide a framework for tenants to comply with so that they can enjoy a pleasant life in a commercial building	Compliance
Operation management service	Services related to activities that include internal organizational operation and economic management, etc., in order for the management entity to propose a commercial building management service to the tenants of the shopping mall	Responsiveness Reliability, Assurance
Maintenance service	Services suggested by the management entity for the management and maintenance of commercial buildings	Tangibles
Community activation	The process of raising a sense of mutual aid through facilitation of private communication so that a common sense of solidarity can be achieved in a commercial building	Empathy
Communication management service	Services presented to tenants through smooth communication between or within organizations with a public nature in a commercial building	Empathy

note: Based on the thesis of Cha (2014)[26], the researcher reconstructed

### 2.3 지각된 가치

가치(value)의 개념은 학문 분야 및 사용범위에 따라 다양하게 정의되어 왔다. 사회학의 경우 가치를 인간의 상호 상관관계의 도덕적인 측면에 초점을 두고 사회적 규범(social norm)으로 연구하였으며, 경제학에서는 경제적 재산가치(worth) 측면으로 다루었다. 심리학에서는 가치를 개인의 가치와 인간의 삶에 영향과 관련 있는 자신의 의지나 행동측면으로 연구하였다[27].

Sweeney와 Soutar(2001)는 고객의 지각된 가치란

품질의 가치로 정의하였으며, 감정적, 기능적, 가격에 관한 사회적, 기능적 가치 등 4차원으로 구분하여 측정하였다[28]. 이러한 다차원의 가치평가가 가격에 합당한 가치(value for money)라는 요인으로 측정하는 기존의 방식보다 고객이 선택하는 부분에 관한 설명이 효과적이었다. 여기서 기능적 가치(functional value)란 서비스와 상품에 관한 고객이 지각하는 품질 및 기대하는 성과로 나타나는 유용성인 부분이다. 감정적 가치(emotional value)란 서비스나 상품이 전해지는 정서적·감성적 상태 혹은 느낌으로 전달되는 부분이다. Zeithaml(1988)의 연구에서는 고객이 지불한 모든 것과 받은 것의 근거로 상품의 효용성에 관한 고객의 전반적인 평가라 정의하였다[29]. 소비자가 지불한 것에 관한 반대급부로 받는 물질적, 감정적, 감정적인 느낌을 평가하는 것으로 정의한다. 다시 말해, 고객의 지각된 가치는 소비자가 서비스나 상품을 사용 혹은 소유함으로써 얻어지는 무형적, 물질적인 모든 가치의 만족감에 관한 개인적 평가를 말한다. 본 연구에서는 이러한 선행연구를 기반으로 지각된 가치란 상가건물의 사용자가 인지한 유형 혹은 무형의 재화에 투자하고 얻은 서비스 품질로서, 기능적, 감정적 기대치에 관한 만족감에 관한 척도라고 규정하였다.

### 2.4 만족도

만족이란 라틴어의 *satis*와 *facere*에서 유래 되었으며, 만족은 기대치와 관련하여 제품에 대해 소비자가 지각하고 있는 결과를 비교할 때 나타나는 즐거움이나 실망감으로 만족수준을 지각하고 있는 성능과 기대치 간 차이 합수를 뜻하며, 만족시키는 서비스 및 제품은 고객이 요구하는 정도까지의 품질 등을 제공할 능력을 가지고 있는 것을 의미한다[30]. Kotler(1991)는 서비스에 만족하는 고객은 다른 고객들에게 긍정적 구전효과를 전달할 뿐 아니라, 재방문으로 이어진다고 하였다[31]. 이에 만족은 장기적으로 고객관계를 유지하고, 지속적인 기업이익을 위하여 필수적인 요소라 볼 수 있다[32].

박수은(2012)의 연구에서는 업무용 건물의 이용자들을 대상으로 만족도를 조사하여 관리서비스 품질 및 이용자 만족도 간 관계를 분석하였다[33]. 그 결과 이용자들의 전반적인 만족도를 향상시키기 위해서는 공간자원, 시설자원, 물리적 품질자원, 인적자원 등 빌딩의 관리수준을 높여야 하며, 관리서비스에 관한 만족도를 향상시키기 위해 관리자들은 건물 이용자들의 업무환경 개선에 관한 노력 및 관리직원들의 서비스 교육 등을 통해 직원들의 업무에 관한 전문성을 높여 임차인들과의 관계성을

더욱 개선하도록 노력해야 한다는 것을 보고하였다. 이와 같이 만족은 기업의 수익과 성장에 중요한 영향을 미치며, 구매 의도나 재방문에 긍정적인 역할을 하고 있음을 보여주고 있다. 이에 만족도는 모든 소비활동의 궁극적인 매개체라고 할 만큼 중요한 개념이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 기반으로 만족도를 상가건물 이용자들이 스스로 욕구가 얼마만큼 채워졌는가에 대해 지각하고 반응함으로써 서비스 특성 자체가 소비에 관한 만족상태(불만족, 과만족 상태를 포함)를 즐거운 수준에서 제공하였는가에 대한 판단이라 정의하였다.

## 2.5 선행연구

### 2.5.1 상가건물 관리요인과 만족도

상가건물 관리에 대한 서비스품질과 고객만족도에 관한 선행연구들을 살펴보면, 박수은(2012)은 건물의 이용자들을 대상으로 만족도를 조사하여 관리서비스 품질 및 만족도 간 관계를 분석하였다[33]. 분석 결과 업무용 건물 이용자들의 전반적인 만족도를 향상시키기 위해서는 공간자원, 시설자원, 물리적 품질자원, 인적자원 등 빌딩의 관리수준을 높여야 한다. 또한, 관리서비스에 관한 만족도를 향상시키기 위해 관리자들은 건물 이용자들의 업무환경 개선에 관한 노력 및 관리직원들의 서비스 교육 등을 통해 직원들의 업무에 관한 전문성을 높여 임차인들과의 관계성을 더욱 개선하도록 노력해야한다고 하였다.

김소형(2014)에 따르면 지식산업센터, 오피스, 상가 등의 건물을 대상으로 한 연구에서 오피스 건물과 산업용 건물은 위탁관리 비중이 높았으며, 매장용 상가는 자기관리 위주로 운영하고 있음을 확인했다[34]. 또한, 자산관리 서비스 수준은 형태 및 관리유형에 따라 임차인 행동과 사용자 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 입주 공간의 쾌적성, 임대료와 유지관리비, 운영 수준, 입주 환경이 공통적으로 중요한 요인이라는 사실을 도출하였다.

노병문(2014)의 연구에서는 상가건물 관리 서비스품질 요소 중 입주자 만족에 영향을 미치는 요소는 신뢰성과 응답성으로 나타났다[35]. 이는 상가건물 관리요인 가운데 입주자에게 즉각적이고 신속한 서비스를 제공하여, 약속한 서비스를 정확하고 믿음직스럽게 수행할 수 있는 것이 중요함을 뜻한다. 이 과정에서 판매업은 물리적 장비 및 시설, 쾌적성과 청결, 청소 등과 즉각적이고 신속한 서비스를 보다 중시하고,接客업은 약속한 서비스를 정확하고 믿음직스럽게 수행할 수 있는 것을 중시한다.

김지영(2015)은 건물입주자의 건물 종합관리서비스

불만족 결정요소에 대한 연구에서 입주자의 만족도를 높이기 위한 건물관리서비스품질의 개선이 건물입주자의 업무생산성 향상을 가져오고 이는 기존 입주자에게 건물 사용의 긍정적인 영향으로 작용하여 계약 연장에 의한 공실을 감소 및 기존 입주자의 구전효과로 인하여 우량 임차인(Key Tenant)과 신규 입주자 유치에 영향을 미칠 수 있고 이를 통한 건물운영의 재무적 성과도 가져오는 등 좋은 경제 효과를 줄 것으로 연구되었다[36].

정한계 외(2016)의 연구에서는 중소형 오피스 빌딩 120개를 대상으로 부동산 시설관리 요인의 우선순위 및 중요도를 도출하였는데, 연구결과 가장 주요한 항목으로는 임차인 관리로 나타났으며, 기존의 임차인만족도 유지, 신규 임차인 유치, 임차인과의 원활한 의사소통의 순으로 중요도가 높았고, 다음으로 공간이미지 관리가 중요한 것으로 확인됐다[37]. 공간이미지 관리의 세부 내용으로는 청결성과 특화된 건물외관, 보안 및 안전, 조경, 로비공간의 특화, 층실 간 소음의 영향 및 통일되고 세련된 안내판 등이다. 이러한 커뮤니케이션의 중요성은 강성규(2019)의 연구[1]에서도 일치하는 결과를 보였다.

윤지석과 김대래(2017)는 관리서비스가 임차인의 만족도를 높임으로써 재계약으로 이어질 수 있도록 방법을 강구하여 차별화되고 체계적으로 임차인을 유지할 수 있는 전략을 모색하고자 하였다[4]. 연구결과 임차기간과 임대료, 보증금, 임차평수, 계약횟수, 임차호실, 관리비의 일반적 특성 및 시설, 환경, 서비스, 운영, 비용 측면의 특성에 따라 재계약과 만족도에 차이가 드러난다는 사실을 확인할 수 있었다.

위의 선행연구와 같이 건물관리의 서비스품질이 임차인의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구로는 국내에서 많이 이루어져 오고 있으나 대부분 중소형빌딩, 오피스텔, 아파트, 쇼핑몰, 공동주택 등을 대상으로 한 연구로서 상가건물을 대상으로 한 연구는 적은 실정이다. 이에 따라 상가건물을 대상으로 변인 간의 관계 확인이 필요함을 시사한다.

### 2.5.2 상가건물 관리요인과 지각된 가치

서비스품질과 지각된 가치의 관계에 관해 입증한 Zeithaml(1988)의 연구에서는 소비자들이 지각하는 제품의 품질이 높을수록 소비자들은 해당 제품에 높은 가치를 부여하며, 이는 재구매 의도에서 높은 관계가 있는 것으로 나타났다[29].

서영창(2008)의 연구에서는 부동산 서비스 품질이 서비스 가치에 영향을 미친다고 하였는데, 중개서비스 품질

의 수준이 높으면 고객들은 중개업자가 제시하는 서비스 가치가 크다고 인식한다고 보고하였다[38]. 이학식 외(2007)는 전국 호텔 소비자들의 서비스 품질과 만족도 및 서비스 성과와의 관계에 가치의 개념을 추가해 분석한 연구에서 서비스 가치가 서비스품질 및 만족도와와의 관계에서 매개역할을 하고 있음을 보고하였다[32]. 다시 말해, 각 거래에서 발생하는 비용과 편익의 개념에 근거하여 볼 때, 소비자들은 편익에 속하는 서비스품질은 물론 이를 획득하기 위해 지불한 비용(서비스가치)을 고려해 만족/불만족을 지각한다는 것이다. 그러므로 아무리 높은 품질의 서비스를 제공받는다 하더라도 이를 위해 지불하는 비용이 너무 큰 경우 소비자는 불만족할 수 있고 이는 낮은 서비스의 성과로 이어진다고 지적하였다. 위와 같은 선행연구를 종합해보면, 높은 서비스 관리수준은 사용자들의 높은 가치를 만족시킬 수 있음을 의미한다. 따라서 본 연구에서도 이를 적용하여 상가건물 관리의 서비스에 따라 지각된 가치의 수준을 결정할 수 있음을 짐작할 수 있다. 현재까지의 선행연구에서는 상가건물 관리서비스와 지각된 가치 간의 관계를 연구한 선행연구는 전무하다. 이에 따라 본 연구에서 상가건물 관리요인과 지각된 가치의 두 변인 간의 관계를 알아보는 것은 의미가 있을 것으로 생각된다.

### 2.5.3 지각된 가치와 만족도

가치가 선행되고 고객만족이 나중에 일어난다는 것은 가치와 고객만족 사이의 관계에 대해 고객만족은 가치에 의존하는 경향이 있다는 것을 의미한다[29]. 즉, 지각된 가치는 고객의 만족과 충성도를 결정하는 주요 요소로 인식되어지고 있다[8]. 서영창(2008)의 연구에서 부동산 중개업과 고객만족 간 서비스가치에 대한 연구를 한 결과, 중개업 시장에서의 고객만족은 중개업자가 제공하는 서비스에 대하여 고객이 지각하는 서비스가치에 절대적인 영향을 받고 있다는 결론을 도출하였다[38].

이대훈(2013)의 연구에서 오피스빌딩의 시설관리 서비스요소가 고객가치와 고객만족, 관계품질, 매개효과를 통하여 임차인 행동에 미치는 영향을 분석하고 시설관리 방법에 따른 조절효과를 확인하고자 논리실증주의, 연역적 방법을 적용하여 타당성을 검증하였으며, 오피스빌딩의 고객관리 및 차별화서비스 등 시설관리 서비스가 임차인 행동에 좋은 영향을 미치고 있음을 확인하였다[10]. 이 가운데 임차인 행동에 가장 중요한 영향을 미치는 요소는 고객가치, 관계품질, 고객만족 순서로 나타났고 관리방법에 따른 경로계수(조절효과)는 나타나지 않았음을

도출하였다. 즉 임차인을 유지하는 주요 요인은 고객의 만족보다 고객이 진정 원하는 것(Needs)으로 고객가치를 파악해 지각된 가치 수준을 높이려고 하는 것이 임차인의 행동에 효과적이고 긍정적인 영향을 미친다는 것을 보고하였다. 그러나 최광룡(2013)의 논문에서는 위의 결과와는 다르게 서비스 가치는 만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다[39]. 이는 서비스 가치와 만족의 관련성이 없는 것을 의미하며, 초고층 아파트 관리서비스의 서비스 가치 향상과 주민들의 서비스 비용에 관한 가치를 인식시킬 수 있는 홍보를 통해 그들의 만족을 유도할 수 있는 방안이 필요함을 나타낸다.

위와 같은 선행연구를 종합해보면, 모든 연구자들이 지각된 가치가 만족을 이끄는 선행요인으로 보고 있다. 따라서 본 연구에서도 상가건물 관리에 대한 지각된 가치가 이용자의 만족도에 영향을 줄 수 있음을 알 수 있다. 현재까지의 선행연구에서는 상가건물 관리요인에 대한 지각된 가치와 만족도 간의 관계를 연구한 선행연구는 거의 없는 실정이다. 이에 따라 본 연구에서 상가건물 관리요인을 중점으로 지각된 가치와 만족도에 대한 두 변인 간의 관계를 알아보는 것은 매우 중요하다.

## 3. 조사설계 및 연구방법

### 3.1 연구모형 및 연구가설

본 연구는 상가건물 관리요인인 유지관리, 커뮤니케이션, 운영관리, 생활관리, 커뮤니티 활성화가 상가건물 만족도에 미치는 영향에서 지각된 가치인 감정적 가치와 기능적 가치의 매개효과를 검증하고자 한다. 건물의 관리요인과 만족도에 대한 선행연구를 살펴보면[34-37], 대부분 중소형빌딩, 오피스텔, 아파트, 쇼핑몰, 공동주택 등을 대상으로 한 연구로 이러한 건물관리의 서비스 품질이 만족도에 유의한 영향을 미친다고 보고하였다. 또한 높은 서비스 관리수준은 사용자들의 높은 가치를 만족시킬 수 있고[28,32], 지각된 가치는 고객의 만족과 충성도를 결정하는 주요요소를 많은 연구에서 검증하였다[10,38,39]. 이와 같은 선행연구의 결과를 바탕으로 상가건물 관리요인, 지각된 가치, 만족도 간의 영향관계에 대한 연구모형을 설정할 수 있었다. 본 연구에서는 상가건물 관리요인을 중점으로 지각된 가치인 기능적 가치, 감정적 가치와 만족도에 대한 관계를 검증하는 것을 목적으로 한다.

본 연구의 연구모형 및 연구가설은 다음과 같다.

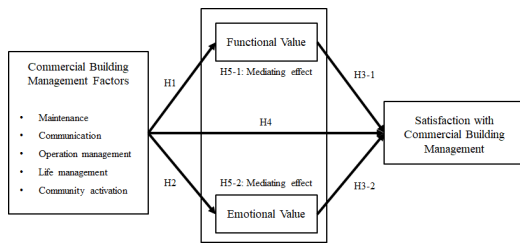


Fig. 1. Research Model

- H1. 상가건물 관리요인은 지각된 가치 중, 기능적 가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2. 상가건물 관리요인은 지각된 가치 중, 감정적 가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H3. 상가건물에 대한 지각된 가치는 상가건물 관리 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H3-1. 상가건물에 대한 기능적 가치는 상가건물 관리 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H3-2. 상가건물에 대한 감정적 가치는 상가건물 관리 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H4. 상가건물 관리요인은 상가건물 관리 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H5. 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도의 관계에서 지각된 가치는 매개효과가 있을 것이다.
- H5-1. 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도의 관계에서 기능적 가치는 매개효과가 있을 것이다.
- H5-2. 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도의 관계에서 감정적 가치는 매개효과가 있을 것이다.

### 3.2 연구대상 및 자료수집

본 연구의 대상은 서울시 도심에 있는 근린생활시설의 상가건물 입주자들을 대상으로, 본 연구의 목적 및 취지를 설명한 후, 총 430부를 직접 배부하였다. 설문조사는 2021년 3월 10일부터 2021년 3월 25일까지 실시하였고, 설문에 대한 응답은 자기기입법으로 진행하였다. 이 중에서 418부가 회수되어 회수율은 약 97.2%였고, 이중 불성실하게 응답한 설문지 7부를 제외시킨 후 실제분석에서는 411부(95.6%)로 최종 분석에 사용하였다.

조사대상자의 일반적 특성 중, 성별은 남성이 170명(41.4%), 여성이 241명(58.6%)이고, 결혼 여부는 미혼이 185명(45.0%), 기혼이 226명(55.0%)이었다. 연령은 20대가 121명(29.4%)으로 가장 많았고, 30대와 40대가 각각 82명(20.0%), 50대가 88명(21.4%), 60대 이상이 38

명(9.2%)로 나타났다. 학력은 전문대 졸업이 145명(35.3%)으로 가장 많았고, 다음으로 4년제 대학 졸업 136명(33.1%), 고졸 이하 118명(28.7%), 대학원 이상 12명(2.9%)의 순으로 나타났다.

입주한 상가 건물의 유형은 제1종 근린생활시설이 184명(44.8%), 제2종 근린생활시설이 227명(55.2%)이었고, 임대료는 10만원 미만인 59명(14.4%), 10만원-20만원이 66명(16.1%), 20만원-30만원이 83명(20.2%), 30만원-40만원이 63명(15.3%), 40만원-50만원이 71명(17.3%), 50만원 이상이 69명(16.8%)이었다. 입주기간은 6년-8년 미만이 133명(32.4%)으로 가장 많은 비중을 차지했고, 다음으로 4년-6년 미만 119명(29.0%), 8년-10년 미만 69명(16.8%), 10년 이상 33명(8.0%), 2년 미만 29명(7.1%), 2년-4년 미만 28명(6.8%) 순으로 나타났다. 관리비는 40만원-60만원 미만이 146명(35.5%)으로 가장 많았고, 다음으로 60만원-80만원 미만 71명(17.3%), 80만원 이상 69명(16.8%), 20만원-40만원 미만 66명(16.1%), 20만원 미만 59명(14.4%) 순이었다. 응답자들의 연평균 소득은 2,000만원 미만이 176명(42.8%)으로 가장 많은 비중을 차지했고, 다음으로 2,000만원-3,000만원 미만 121명(29.4%), 3,000만원-4,000만원 미만 51명(12.4%), 4,000만원-5,000만원 미만 32명(7.8%), 5,000만원 이상 31명(7.5%)의 순으로 나타났다.

### 3.3 측정도구

#### 3.3.1 상가건물 관리요인

상가건물 관리요인은 서비스 품질 척도인 Parasuraman 외(1988)가 개발한 SERVQUAL 척도[40]를 기초로 건물 관리서비스에 관한 선행연구[41, 42]의 항목들을 참조하여 본 연구에 맞게 수정·보완하였다. 예를 들어, '유지보수가 잘 되는 편이다', '주차공간을 잘 관리한다', '편의시설을 잘 관리하고 있다'의 문항을 '상가건물의 유지보수가 잘되는 편이다', '상가의 주차공간을 잘 관리한다', '상가건물의 편의시설(휴게소, 흡연실, 화장실 등)을 잘 관리하고 있다' 등으로 수정·보완하여 사용하였다.

상가건물 관리요인은 유지관리 4문항, 생활관리 4문항, 운영관리 4문항, 커뮤니케이션 4문항, 커뮤니티 활성화 5문항으로 총 20문항으로 구성되었다. 상가건물 관리요인은 리커트의 5점 척도(1점=전혀 그렇지 않다, 5점=매우 그렇다)를 사용하여 측정되었고, 점수가 높을수록 상가건물 관리요인에 대한 수준이 높음을 의미한다. 상가

건물 관리요인의 Cronbach's  $\alpha$ 값은 유지관리 0.859, 커뮤니케이션 0.847, 운영관리 0.765, 생활관리 0.855, 커뮤니티 활성화 0.814, 상가건물 관리요인의 전체 신뢰도는 0.911로 나타나 내적일관성이 있음을 입증하였다.

### 3.3.2 지각된 가치

상가건물에 대한 지각된 가치는 Zeithaml(1988), Sweeney와 Soutar(2001), 나경수(2015)에서 사용한 척도[28,29,43]를 기초로 하여 상가건물 입주자의 입장을 기준으로 수정·보완하였다. 예를 들어, '즐거움과 기쁨', '매력적', '합리적'이라는 지각된 가치의 항목을 '내가 입주한 상가건물의 관리서비스는 즐거움과 기쁨을 제공해 준다', '내가 입주한 상가건물의 관리서비스는 매력적이다', '내가 입주한 상가건물의 임대료는 합리적이다' 등으로 수정·보완하여 사용하였다. 지각된 가치는 기능적 가치 4문항과 감정적 가치 4문항으로 총 8문항으로 구성되었다. 지각된 가치는 리커트의 5점 척도(1점=전혀 그렇지 않다, 5점=매우 그렇다)를 사용하여 측정되었고, 점수가 높을수록 지각된 가치 수준이 높음을 의미한다. 지각된 가치의 Cronbach's  $\alpha$ 값은 기능적 가치 0.842, 감정적 가치 0.835, 지각된 가치의 전체 신뢰도는 0.855로 나타나 내적일관성이 있음을 입증하였다.

### 3.3.3 만족도

상가건물에 대한 만족도는 조남숙(2018)에서 사용한 분양상가선택에 대한 만족도 척도[44]를 기초로 하여 상가건물 입주자의 입장을 기준으로 수정·보완하였다. 예를 들어, '분양상가의 수익성에 대한 만족'의 문항을 '상가건물 관리요인 중, 상가건물의 유지관리에 대해 만족한다'로 수정·보완하였다. 상가건물에 대한 만족도는 총 4문항으로 구성되었고, 리커트의 5점 척도(1점=전혀 그렇지 않다, 5점=매우 그렇다)를 사용하여 측정되었다. 점수가 높을수록 상가건물에 대한 만족도 수준이 높음을 의미한다. 만족도의 Cronbach's  $\alpha$ 값은 0.847로 나타나 내적일관성이 있음을 입증하였다.

## 3.4 자료분석

본 연구에서는 SPSS 24.0과 AMOS 23.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, 확인적 요인분석, 상관관계 분석, 구조방정식 모형, 부트스트래핑을 이용한 간접효과와 Sobel-test를 실시한다.

## 4. 연구결과

### 4.1 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구의 측정도구인 상가건물 관리요인, 지각된 가치(기능적 가치, 감정적 가치), 만족도의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, 상가건물 관리요인, 지각된 가치(기능적 가치, 감정적 가치), 만족도의 개념신뢰도인 CR(composite reliability: CR)과 평균분산추출지수인 AVE(average variance extracted: AVE) 신뢰도 값이 각각 기준치인 0.7이상, 0.5이상으로 나타나 Table 2와 같이 모든 측정도구에 대한 내적일관성을 확인하였다. 또한 측정도구의 확인적 요인분석을 실시한 결과를 살펴보면 연구모형의 변수에 대한 적합도가 모두 권장수준에 부합하였고, Table 3과 같이 요인분석 결과 모든 요인부하량( $\lambda$ )이 0.559에서 0.828로 나타나 각 요인에 대한 수렴타당성을 검증하였다.

Table 2. Confirmatory factor analysis study model fit

$\chi^2$	df	RMR	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
895.436 (p=.000)	404	.031	.868	.837	.927	.915	.926	.054

Table 3. Confirmatory factor analysis study model results

Path		S.T $\beta$	S.E.	t-value	Concept reliability	AVE
Maintenance	→ MA 1	.683	FIX	-	.930	.768
	→ MA 2	.825	.081	14.657***		
	→ MA 3	.799	.081	14.278***		
	→ MA 4	.821	.082	14.596***		
Communication	→ CO 1	.728	FIX	-	.913	.723
	→ CO 2	.768	.072	14.424***		
	→ CO 3	.777	.069	14.591***		
	→ CO 4	.780	.072	14.630***		
Operation management	→ OM 1	.559	FIX	-	.869	.628
	→ OM 2	.612	.107	9.293***		
	→ OM 3	.787	.113	10.725***		
	→ OM 4	.769	.106	10.614***		
Life management	→ LM 1	.728	FIX	-	.911	.720
	→ LM 2	.825	.079	15.458***		
	→ LM 3	.783	.079	14.789***		
	→ LM 4	.757	.078	14.318***		
Community activation	→ CA 1	.600	FIX	-	.886	.664
	→ CA 2	.691	.078	15.349***		
	→ CA 3	.828	.131	9.818***		
	→ CA 4	.687	.128	8.803***		



Functional value	→	FV 1	.783	FIX	-	.923	.751
	→	FV 2	.704	.070	14.141***		
	→	FV 3	.797	.066	16.128***		
	→	FV 4	.749	.066	15.114***		
Emotional value	→	EV 1	.774	FIX	-	.912	.723
	→	EV 2	.751	.068	15.019***		
	→	EV 3	.761	.064	15.222***		
	→	EV 4	.709	.067	14.113***		
Satisfaction	→	SA 1	.788	FIX	-	.913	.779
	→	SA 2	.806	.060	16.640***		
	→	SA 3	.821	.058	16.938***		

\*\*\* $p < .001$

### 4.2 상관관계 분석

본 연구에서는 측정변수들 간의 연관성을 분석하기 위하여 변수 간 공분산 계산을 통해 가장 보편적으로 이용되는 피어슨 상관계수를 활용하여 상관분석을 실시하였다. 이러한 상관계수에서 0.90 이상이면 두 변수가 거의 동일하다고 볼 수 있고 다중공선성의 문제를 일으킬 수 있는 가능성이 있으므로 변수의 제거를 심각히 고려해야 하는데, 본 연구에서 활용될 변수에 관한 상관관계행렬에서는 이러한 변수가 나타나지 않는 것으로 확인되었다. 그러므로 상관계수들이 통계적으로 유의한 수준이지만 0.9보다 작게 나타나 판별타당성이 확보된 것으로 판단할 수 있다.

Table 4. Correlation

Variables	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
①	1							
②	.481**	1						
③	.500**	.480**	1					
④	.468**	.397**	.485**	1				
⑤	.447**	.498**	.464**	.332**	1			
⑥	.397**	.488**	.465**	.199**	.438**	1		
⑦	.605**	.493**	.525**	.324**	.415**	.476**	1	
⑧	.530**	.450**	.496**	.230**	.394**	.577**	.559**	1
M	3.49	3.62	3.58	3.13	3.60	3.86	3.60	3.77
SD	.582	.605	.551	.672	.644	.651	.576	.639
Skew	.316	-.174	.109	-.137	-.156	-.378	.251	-.051
Kurtosis	-.211	.710	.104	.020	.146	.621	.020	-.126

$p < .01$

Commercial Building Management Factors: ① Maintenance ② Communication ③ Operation management ④ Life management ⑤ Community activation  
Perceived Value: ⑥ Functional value ⑦ Emotional value ⑧ Satisfaction with Commercial Building Management

### 4.3 가설검증

본 연구의 연구모형 검증을 위한 적합도를 분석한 결과는 Table 5와 같으며,  $\chi^2$ , GFI, AGFI, RMR, NFI, RMSEA 등의 적합도가 권장수준에 부합하였다.

Table 5. Study model fit

$\chi^2$	df	RMR	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
903.461 ( $p = .000$ )	405	.031	.866	.836	.926	.914	.925	.055

본 연구의 가설검증을 위한 구조모형 경로계수를 알아본 결과(Table 6), 상가건물 관리요인 중, 커뮤니케이션( $\beta = .370, p < .001$ ), 운영관리( $\beta = .387, p < .001$ ), 생활관리( $\beta = .290, p < .001$ )는 지각된 가치 중, 기능적 가치에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 상가건물 관리요인 중, 유지관리( $\beta = .458, p < .001$ ), 커뮤니케이션( $\beta = .258, p < .001$ ), 운영관리( $\beta = .352, p < .001$ ), 생활관리( $\beta = .199, p < .01$ )는 지각된 가치 중, 감정적 가치에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상가건물 관리요인 중, 유지관리( $\beta = .211, p < .01$ ), 운영관리( $\beta = .207, p < .05$ ), 생활관리( $\beta = .159, p < .05$ )는 만족도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 지각된 가치인 기능적 가치( $\beta = .322, p < .001$ )와 감정적 가치( $\beta = .280, p < .001$ )는 모두 만족도에 접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 6. Validation results of the hypothesis

Hypothesis		S.T	$\beta$	S.E.	C.R.	P
Maintenance	→	Functional value	.100	.087	1.407	.159
Communication	→		.370	.081	4.945***	.000
Operation management	→		.387	.113	4.486***	.000
Life management	→		.290	.074	4.171***	.000
Community activation	→		.127	.088	1.736	.083
Maintenance	→	Emotional value	.458	.080	6.385***	.000
Communication	→		.258	.066	3.842***	.000
Operation management	→		.352	.094	4.456***	.000
Life management	→		.199	.061	3.157**	.002
Community activation	→		.026	.073	.384	.701
Functional value	→	Satisfaction	.322	.067	4.810***	.000
Emotional value	→		.280	.090	3.427***	.000
Maintenance	→		.211	.094	2.775**	.006
Communication	→		.032	.079	.438	.662
Operation management	→		.207	.115	2.371*	.018
Life management	→		.159	.074	2.307*	.021
Community activation	→		.002	.077	.026	.979

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

다음 Table 7은 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도의 관계에서 지각된 가치(기능적 가치, 감정적 가치)에 대한 매개효과를 알아보기 위하여 부트스트래핑 방법으로 연구모형의 직접효과와 간접효과, 총효과의 유의성을 검증하였다. 분석결과, 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도의 관계에서 지각된 가치(기능적 가치, 감정적 가치)의 간접효과는 유지관리, 커뮤니케이션, 운영관리, 생활관리 요인에서 유의수준  $p < .05$ 에서 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

Table 7. Indirect effect analysis of perceived value

Independent Variable	Parameter	Dependent Variable	Direct effect		Indirect effect		Total effect	
			Path factor	P	path factor	P	Path factor	P
Maintenance	Functional value/ Emotional value	Satisfaction	.211**	.006	.160**	.005	.371***	.000
Communication			.032	.662	.191**	.002	.223***	.000
Operation management			.207*	.018	.223**	.003	.430***	.000
Life management			.159*	.021	.149**	.002	.308***	.000
Community activation			.002	.979	.003	.421	.005	.749

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

상가건물 관리요인과 상가건물 만족도의 관계에서 최종적으로 지각된 가치(기능적 가치, 감정적 가치)에 대한 매개효과를 알아보기 위하여 Baron과 Kenny(1986)가 제시[45]한 Sobel-test를 실시하였으며, 분석결과는 다음 Table 8과 같다. 우선 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 상가건물에 대한 지각된 가치 중, 기능적 가치의 매개효과를 구체적으로 살펴보면, 상가건물 관리요인 중 유지관리와 커뮤니티 활성화를 제외한 세 요인에서 유의한 매개효과가 검증되었다. 상가건물 관리요인 중 커뮤니케이션 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 기능적 가치의 매개효과는  $Z=3.450(p < .001)$ 로 나타나 통계적으로 유의한 매개효과가 확인되었다. 또한 운영관리 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 기능적 가치의 매개효과는  $Z=3.288(p < .01)$ 로, 생활관리 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 기능적 가치의 매개효과는  $Z=3.162(p < .01)$ 로 나타나 통계적으로 유의한 매개효과가 검증되었다.

다음으로 상가건물 관리요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 상가건물에 대한 지각된 가치 중, 감정적 가치의 매개효과를 구체적으로 살펴보면, 상가건물 관리요인 중 커뮤니티 활성화를 제외한 네 요인에서 유의한 매개

효과가 검증되었다. 상가건물 관리요인 중 유지관리 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 감정적 가치의 매개효과는  $Z=3.024(p < .01)$ 로 나타나 통계적으로 유의한 매개효과가 확인되었다. 상가건물 관리요인 중 커뮤니케이션 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 감정적 가치의 매개효과는  $Z=2.557(p < .05)$ 로 나타나 통계적으로 유의한 매개효과가 확인되었다. 또한 운영관리 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 감정적 가치의 매개효과는  $Z=2.717(p < .01)$ 로, 생활관리 요인과 상가건물 만족도 간의 관계에서 감정적 가치의 매개효과는  $Z=2.320(p < .05)$ 로 나타나 통계적으로 유의한 매개효과가 검증되었다.

Table 8. Sobel-test result of perceived value

Independent Variable	Parameter	Dependent Variable	Sobel-test	
			Z-value	P
Maintenance	Functional value	Satisfaction	1.356	.175
Communication			3.450***	.000
Operation management			3.288**	.001
Life management			3.162**	.001
Community activation			1.635	.102
Maintenance	Emotional value	Satisfaction	3.024**	.002
Communication			2.557*	.010
Operation management			2.717**	.007
Life management			2.320*	.020
Community activation			.381	.703

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

## 5. 결론

본 연구는 상가건물의 관리요인과 상가건물 만족도의 관계를 검증하고, 상가건물의 관리요인이 만족도에 미치는 영향에서 상가건물에 대한 지각된 가치인 기능적 가치와 감정적 가치의 매개효과를 검증하고자 하였다. 이를 위해 서울시 근린생활시설의 상가건물에 입주한 사람들을 대상으로 설문조사를 통해 자료를 수집하였으며, 응답자 411명의 자료를 분석하였다.

주요 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 상가건물의 관리요인은 대체적으로 상가건물 지각된 가치인 기능적 가치와 감정적 가치에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서비스 품질 수준이 높을수록 서비스 가치를 높게 인식한다고

한 서영창(2008)의 연구결과[38]와 일맥상통하는 결과로, 상가건물의 입주자들은 건물의 관리서비스 품질에 대해 긍정적으로 평가할수록 서비스 가치를 높게 지각한다는 것을 의미한다. 특히 본 연구에서 나타난 상가건물 관리요인 중 운영관리, 커뮤니케이션, 생활관리, 유지관리 요인들이 중요하다는 사실을 알 수 있다. 다만, 상가건물 관리서비스의 하위요인에 따라 서로 다른 결과가 나타났는데, 커뮤니케이션과 운영관리, 생활관리 요인은 기능적 가치와 감정적 가치 모두에 유의한 영향을 미쳤지만, 유지관리 요인은 감정적 가치에만 유의한 영향을 미쳤으며, 커뮤니티 활성화 요인은 지각된 가치인 기능적 가치와 감정적 가치 모두에 유의한 영향을 미치지 않았다. 즉, 입주자들은 상가건물의 관리요인 중 커뮤니케이션과 운영관리, 생활관리, 유지관리가 잘 되고 있다고 생각할수록 상가건물 관리에 대한 합리적 가치에 대한 품질과 혜택 등을 느끼게 되고, 관리에 대한 매력과 즐거움과 기쁨, 안정감 등의 지각을 통하여 임대료에 상응하는 혜택을 제공받는다고 생각하는 것으로 해석할 수 있다.

둘째, 상가건물에 대한 입주자들의 지각된 가치는 상가건물의 만족도에 정(+ )의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 오피스 빌딩 입주자들이 빌딩관리에 대해 지각한 고객가치가 빌딩관리에 대한 고객만족에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것을 밝힌 이대훈(2013)의 연구[10]결과를 지지한다. 상가건물에서도 입주자들이 상가건물의 관리를 통해 임대료에 상응하는 혜택을 제공받고 있다고 생각하고, 자신이 지각하게 되는 관리에 대해 지불하게 되는 비용의 합리성과 감정적으로 느끼게 되는 즐거움, 기쁨, 안정감 등을 지각할수록 상가건물에 대한 만족도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

셋째, 상가건물의 관리요인은 상가건물의 만족도에 대체로 정(+ )의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 건물의 관리서비스 품질이 임차인의 만족도에 영향을 미친다고 한 정한계 외(2016), 윤지석과 김대래(2017) 등의 연구[4,37]와 맥을 같이하는 결과로, 상가건물인 제1종과 제2종 근린생활시설에서도 입주자들이 건물의 관리가 잘 된다고 생각할수록 건물에 대한 만족도가 높아지는 것을 의미한다. 다만, 상가건물 관리요인의 하위요인에 따라 서로 다른 결과가 나타났는데, 유지관리, 운영관리, 생활관리 요인은 상가건물 만족도에 유의한 영향을 미친 반면, 커뮤니케이션과 커뮤니티 활성화 요인은 만족도에 유의한 영향을 미치지 않았다. 즉, 입주자들은 상가건물의 관리요인 중 유지관리, 운영관리, 생활관리가 잘 되고 있다고 생각할수록 상가건물에 대해서 만족한다는

것을 확인하였다.

넷째, 상가건물의 관리요인과 상가건물의 만족도 간의 관계에서 상가건물 관리에 대한 지각된 가치는 기능적 가치와 감정적 가치 모두 매개효과가 있는 것으로 확인되었다. 다만, 상가건물 관리요인의 하위요인에 따라 서로 다른 결과가 나타났는데, 이러한 결과는 오피스빌딩의 고객관리와 차별화된 서비스 품질이 고객가치를 매개하여 고객만족에 영향을 미친다고 한 이대훈(2013)의 연구[10]와 같은 맥락의 결과라고 할 수 있다. 본 연구에서 규명된 매개효과를 종합하면, 상가건물 관리요인 중 운영관리와 생활관리 요인은 기능적 가치와 감정적 가치를 모두 부분매개하여 만족도에 유의한 영향을 미치고 있으며, 커뮤니케이션 요인은 기능적 가치와 감정적 가치를 모두 완전매개하여 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 상가건물의 유지관리 요인은 감정적 가치만을 부분매개하여 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 커뮤니티 활성화 요인은 지각된 가치와 만족도 모두에 영향을 미치지 않는 것이 확인되었다. 이와 같은 결과는 상가건물 관리요인 중 특히 운영관리와 생활관리, 유지관리가 입주자 만족에 중요한 관리요인으로 인식하고 있음을 시사한다. 즉, 근린생활시설 관리자는 관리요인 중에서도 가장 먼저 운영관리와 생활관리, 유지관리 서비스품질을 향상시키고 개선하기 위해 노력해야 하며, 이러한 품질의 지속적 향상을 통하여 입주자가 상가건물에 입주한 것에 대한 기쁨과 안정감을 느낄 수 있도록 해야 한다. 또한 입주자와의 커뮤니케이션은 만족에 직접적으로 영향을 미치지 않지만 지각된 가치를 통해 만족도를 향상시킬 수 있으므로, 상가건물 관리자는 입주자와의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지도록 하여 입주자의 지각된 가치 부분을 먼저 만족시킬 수 있는 방안이 모색되어야 할 것이다.

본 연구는 그 동안 연구가 이루어지지 않았던 근린생활시설 상가건물을 대상으로 임차인의 상가건물 관리요인이 상가건물 만족도에 미치는 영향과 지각된 가치인 기능적 가치와 감정적 가치의 매개효과를 규명하였다는 점에서 의의를 갖는다. 그러나 상가건물을 대상으로 한 연구가 아직 부족하여 일반적인 상가건물과 근린생활시설 상가건물을 비교하여 근린생활시설의 특성에 대해 논의하기는 어려웠다. 따라서 향후 연구에서 상가건물의 유형을 다양화 하여 연구를 수행한다면, 상가건물의 유형에 따른 차이를 확인함으로써 상가건물 유형별로 보다 현실적이고 효율적인 관리서비스 개선 방안을 제안할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 상가건물의 관리요인과 지각된

가치 외에도 다양한 요인들이 상가건물 임차인의 만족도에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 향후 연구에서 임차인의 만족도에 영향을 미칠 수 있는 선행변인으로 다양한 요인을 선정하여 다양한 방법의 연구를 수행한다면, 변인들의 영향력 차이를 비교하여 임차인의 만족도를 향상시킬 수 있는 다양한 실무적 시사점을 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

## References

- [1] S. K. Kang, *The effect of small and medium-sized office buildings management service on recontract intention : Focusing on the tenant satisfaction*, Master's Thesis, Hanyang University of Korea, pp.2-3, 2019.
- [2] J. S. Yoon, *An analysis on impact of the real estate asset management service to satisfaction and recontract for the tenant focusing on the small and medium sized buildings in Busan metropolitan area*, Doctoral Thesis, Silla University of Korea, p.5, 2018.
- [3] M. S. Cho, J. H. Lee, "A study on the multi-uses building urban housing", *Proceedings of Conference on Architectural Institute of Korea*, Vol.20, No.2, pp.671-674, 2000.
- [4] J. S. Yoon, D. R. Kim, "An impact analysis of real estate asset management service to reinvent lease satisfaction and researching", *Journal of The Residential Environment Institute of Korea*, Vol.15, No.4, pp.176-188, 2017.
- [5] J. H. Yoon, H. S. Cha, "Optimal FM strategy for commercial office buildings using fuzzy synthetic evaluation", *Journal of Performance of Constructed Facilities*, Vol.32, No.3, 04018025, 2018.  
DOI: [https://doi.org/10.1061/\(asce\)cf.1943-5509.0001176](https://doi.org/10.1061/(asce)cf.1943-5509.0001176)
- [6] C. F. Chiang, S. Jang, "The antecedents and consequences of psychological empowerment: the case of Taiwan's hotel companies", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol.32, No.1, pp.40-61, 2008.  
DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348007309568>
- [7] R. N. Bolton, J. H. Drew, "A multistage model of customers' assessments of service quality and value", *Journal of Consumer Research*, Vol.17, No.4, pp.375-384, 1991.  
DOI: <https://doi.org/10.1086/208564>
- [8] Z. Yang, R. T. Peterson, "Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs", *Psychology & Marketing*, Vol.21, No.10, pp.799-822, 2004.  
DOI: <https://doi.org/10.1002/mar.20030>
- [9] O. Lee, *A study on the effect of O2O service quality on perceived value, satisfaction, and continuous intention*, Doctoral Thesis, Dong-Eui University of Korea, pp.35-36, 2019.
- [10] D. H. Lee, *Effect of asset management service for office building on behavior of lessee*, Doctoral Thesis, Kyonggi University of Korea, pp.29-31, 2013.
- [11] S. O. Lee, E. K. Hwang, "Improvement for classification system of building use on neighborhood living facility", *Journal of Architectural History*, Vol.21, No.6, pp.53-62, 2012.  
DOI: <https://doi.org/10.7738/jah.2012.21.6.053>
- [12] H. D. Woo, S. J. Yoo, "A study on a reading system of registration details in case of business building auction: About improvement of commercial tenant's information opening to the public", *Journal of The Residential Environment Institute of Korea*, Vol.3, No.2, pp.53-65, 2005.
- [13] H. Y. Lee, J. D. Yoon, "A study on allocation of building site in non-residential buildings", *The Korean Aggregate Buildings Law*, Vol.28, pp.45-7, 2018.
- [14] S. O. Lee, E. K. Hwang, "Improvement for classification system of building use on neighborhood living facility", *Journal of Architectural History*, Vol.21, No.6, pp.53-62, 2012.  
DOI: <https://doi.org/10.7738/jah.2012.21.6.053>
- [15] I. H. Kim, *Comprehensive building maintenance: Focus on new concept theory and practice*, Seoul: Sanghaktang, 2017.
- [16] S. M. Choi, *An analysis on the influence of the scientific general building management on the satisfaction on building*, Doctoral Thesis, FarEast University of Korea, pp.47-48, 2018.
- [17] S. H. Kim, *A study on the regarding a growth strategy of real estate property company in Korea*, Master's Thesis, Dongguk University of Korea, pp.16-18, 2007.
- [18] I. H. Kim, *General introduction to building asset management*, Seoul: Namdu book, 2009.
- [19] B. H. Lee, I. O. Jeon, "Effect of service quality on corporate performance, customer satisfaction and intention: Focus on outsourcing of exhibition/convention industry", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.12, No.1, pp.275-298, 2012.  
DOI: <https://doi.org/10.5392/jkca.2012.12.01.275>
- [20] S. K. Yang, *Research on the impacts of the service quality of mobile music applications on customer satisfaction*, Doctoral Thesis, Kyonggi University of Korea, pp.81-82, 2016.
- [21] M. S. Seo, M. H. Cheon, J. W. Ahn, "A study on the influence of customer participation behavior and customer citizenship behavior by technological and functional customers' roles on service quality", *Journal of Marketing Management Research*, Vol.14, No.4, pp.91-126, 2009.  
DOI: <https://doi.org/10.29214/damis.2016.35.1.008>
- [22] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, "Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for

- further research”, *The Journal of Marketing*, Vol.58, No.1, pp.111-124, 1994.  
DOI: <https://doi.org/10.1177/002224299405800109>
- [23] K. S. Jung, *An empirical study on the effects of real estate brokerage service quality on customer satisfaction, trust and recommendation intention: with emphasis on the moderating effects of product and customer characteristics*, Doctoral Thesis, Hansung University of Korea, pp.38-40, 2009.
- [24] M. C. Jang, H. D. Lee, “The effects of service quality of large scale office building on tenant satisfaction, tenant loyalty and financial performance”, *Journal of the Korea Real Estate Analysts Association*, Vol.14, No.1, pp.35-64, 2008.
- [25] K. M. Park, *An implementation of wireless transmission embedded system of data and voice using bluetooth*, Master’s Thesis, Ajou University of Korea, pp.14-16, 2003.
- [26] Y. S. Cha, *A study on the impact of apartments management service quality on residential satisfaction level and the intention of recommendation*, Doctoral Thesis, Seoul Ventur University of Korea, pp.57-60, 2014.
- [27] C. R. Lim, “A Study on the effects of medical tourism service quality, perceived value, satisfaction and behavioral Intention depending on the type of medical tourism”, *Service Industry Research*, Vol.8, No.3, pp.97-113, 2011.
- [28] J. C. Sweeney, G. N. Soutar, “Consumer perceived value: The development of a multiple item scale”, *Journal of Retailing*, Vol.77, No.2, pp.203-220, 2001.  
DOI: [https://doi.org/10.1016/s0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/s0022-4359(01)00041-0)
- [29] V. A. Zeithaml, “Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence”, *The Journal of Marketing*, Vol.52, No.3, pp.2-22, 1988.  
DOI: <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- [30] Y. K. Kim, *A study on the satisfaction foreach type of skin care centers*, Master’s Thesis, Changwon National University of Korea, pp.58-59, 2015.
- [31] P. Kotler, *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*, Seventh Edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1991.
- [32] H. S. Lee, S. K. Jeon, Y. J. Choi, “The effects of cognitive and emotional responses on consumer satisfaction judgment: Distinguishing perceived performance into functional and psychological benefits”, *Korean Journal of Marketing*, Vol.22, No.2, pp.1-19, 2007.
- [33] S. E. Park, *A study on the effect of property management service on tenant satisfaction of office building : Focus on Busan’s office market*, Doctoral Thesis, Youngsan University of Korea, pp.47-49, 2012.
- [34] S. H. Kim, *A study on the effect of buildings’ property management service level on the tenants’ satisfaction level and behavior*, Master’s Thesis, Pusan National University of Korea, pp.33-35, 2014.
- [35] B. M. Noh, *A study on determinants of managing service performance of business building in downtown*, Master’s Thesis, Jeonju University of Korea, pp.51-52, 2014.
- [36] J. Y. Kim, *A study on the determinants of dissatisfaction with building occupants’ general building management service*, Doctoral Thesis, FarEast University of Korea, pp.56-60, 2015.
- [37] H. K. Jeong, Y. O. Han, T. W. Park, “Exploratory factor analysis of the real estate asset management of small and medium-sized office buildings: Focused on Seoul CBD small and medium-sized office buildings”, *Journal of Korea Appraisal Society*, Vol.15, No.1, pp.98-111, 2016.
- [38] Y. C. Seo, *A study on the relationship between service quality, service value, customer satisfaction, re-use intention, and word-of-mouth intention in the real estate brokerage market*, Master’s Thesis, Kongju National University of Korea, pp.21-23, 2008.
- [39] K. R. Choi, *A study on the influence of managing service quality and service value in super-high-rise residential apartment on the satisfaction and the recommendation*, Doctoral Thesis, Hoseo University of Korea, pp.87-90, 2013.
- [40] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality.”, *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, pp.12-40, 1988.
- [41] J. W. Kim, *A study on the satisfaction at property management service about small and medium sized buildings*, Master’s Thesis, Konkuk University of Korea, pp.20-22, 2007.
- [42] T. N. Kim, *A Study on the effective management of office buildings*, Master’s Thesis, Konkuk University of Korea, pp.23-24, 2006.
- [43] K. S. Na, *The influence of store choice attributes on store image, perceived value, and loyalty*, Doctoral Thesis, Kangwon National University of Korea, pp.36-38, 2015.
- [44] N. S. Cho, *The effect of the choice factors of street stores on buyer satisfaction and post-sales behaviors*, Doctoral Thesis, Dong-Eui University of Korea, pp.38-40, 2018.
- [45] R. M. Baron, D. A. Kenny, “The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations”, *Journal of personality and social psychology*, Vol.51, No.6, pp.1173-1182, 1986.  
DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>

노 기 남(Ki-Nam Roh)

[정회원]



- 1992년 2월 : 경기대학교 건축공학과 (공학사)
- 1994년 2월 : 경기대학교 건축공학과 (공학석사)
- 2021년 8월 : 경기대학교 도시.교통공학과 (박사수료)
- 2020년 10월 ~ 현재 : (주)정운건축 사사무소 근무

<관심분야>

도시계획, 도시재생, 상권 입지분석, 건물관리운영

---

윤 효 진(Hyo-Jin Yoon)

[정회원]



- 1993년 7월 : 교토(京都)대학교 대학원 졸업(공학박사)
- 2002년 3월 ~ 2003년 2월 : Colorado University 교환 교수
- 2012년 3월 ~ 2013년 8월 : University of Massachusetts Amherst 교환 교수
- 1994년 3월 ~ 현재 : 경기대학교 도시.교통공학과 교수

<관심분야>

도시계획, 지역시설계획, 공간해석론, 공간인류학