

工學碩士 學位論文

공동주택 구매결정의 영향 요소에
관한 조사 연구



이 論文을 工學碩士學位論文으로 提出함

2006年 2月

釜慶大學校 産業大學院

建築工學科

李 承 俊

李承俊의 工學碩士 學位論文을 認准함

2005年 12月 9日

主 審 工學博士 朴 千 石



委 員 工學博士 金 永 贊



委 員 工學博士 李 守 用



목 차

Abstract

I. 서 론	1
1.1 연구 배경 및 목적	1
1.2 연구 범위 및 방법	2
II. 문헌 및 기존 연구 고찰	4
2.1 공동주택시장의 변화	4
2.1.1 공동주택시장의 변화	4
2.1.2 공동주택시장 패러다임의 변화	6
2.1.3 공동주택산업 환경변화 요인	7
2.2 주택시장에서의 소비자 주거선택 특성	10
2.2.1 소비자의 구매특성	10
2.2.2 공동주택 선택기준	10
2.2.3 공동주택 구매결정 과정	13
2.3 기존 연구 고찰	16
2.3.1 국외 연구	16
2.3.2 국내 연구	18
III. 공동주택 구매가치 평가조사	20

3.1 설문조사의 개요	20
3.2 설문응답자의 일반적 특성	22
3.3 영역별 구매가치 평가요인의 특성	24
3.3.1 건축물영역	24
3.3.2 사회환경영역	29
3.3.3 자연환경영역	32
3.3.4 교육환경영역	36
3.3.5 기타영역	39
3.4 구매가치 평가요소의 우선순위	42
3.5 응답자 특성에 따른 구매가치 평가요소	46
3.6 공동주택 구매가치 평가요소의 상관관계	50
 IV. 결 론	 55
 참고 문헌	 56
 부 록	 59

표 목 차

표 2.1 연도별 주택수 및 주택보급률	4
표 2.2 전국 미분양주택 연도별 현황	5
표 2.3 우리나라 인구 변화추이	8
표 2.4 우리나라 인구 구성비 추이	9
표 2.5 주택소비자의 주거 선택시 고려사항 (例)	12
표 2.6 아파트 구매가치결정 요소 순위조사 사례	16
표 3.1 설문조사 영역별 평가요인 설문항목	21
표 3.2 설문조사 응답자의 일반적 특성	23
표 3.3 영역별 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수	25
표 3.4 건축물영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수	26
표 3.5 사회환경영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수	29
표 3.6 자연환경영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수	33
표 3.7 교육환경영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수	36
표 3.8 기타영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수	39
표 3.9 영역별 구매가치 평가요소의 우선순위 응답 구성비율	43
표 3.10 성별 차이에 따른 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석	47
표 3.11 연령별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석	47
표 3.12 가족 구성원 차이별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석	48
표 3.13 아파트 거주기간별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석	49
표 3.14 아파트 거주기간에 따른 구매가치 평가요소의 중요도	49
표 3.15 아파트 구매가치 평가요소 간의 상관계수	51

그림 목 차

그림 2.1 Engel과 Blackwell의 소비자 의사결정 단계	14
그림 3.1 건축물영역 요인 항목별 응답비율	27
그림 3.2 사회환경영역 요인 항목별 응답비율	30
그림 3.3 자연환경영역 요인 항목별 응답비율	34
그림 3.4 자연환경영역 요인 항목별 응답비율	37
그림 3.5 기타영역 요인 항목별 응답비율	40
그림 3.6 영역별 우선순위 항목에 대한 구성비율	44
그림 3.7 구매가치 평가요소 간의 상관관계도	54

A Study on the Influential factors of Purchasing on Apartment House

by Seung-joon Lee

*Department of Architectural Engineering
Graduate School of Industry
Pukyong National University*

Abstract

Recently, the mass marketing in domestic housing market has led to intensively competition among company. Also, because of customer's income and degree of life is improved, its requirements for purchasing apartment are various. Thus they reflect various its requirements enough when sell apartments then that can be strengthen company's competitive power.

This paper grasp customer's various demands and property to strengthen company's competitive power, and present various factors when customer buy a house, and finally, these factors will be basic data of marketing.

1. Some of apartment purchase value evaluation factor, traffic noise interception effect value was the best(4.68 Likert score). And the priority order when customers buy houses is apartment complex scale(55.9%).

2. The Social Environment part is most effective factor which classified

Building part, Social Environment part, Natural Environment part, Educational Environment, and the other part. That is supported by frequency analysis using Likert value.

3. Analysis of purchasing apartment evaluation factor results following respondents property do not shows difference which follows member of family. And that analysis indicates that direction of building is very important to respondents who lives at the same place for more time.

4. Corelation of purchasing apartment evaluation factors was not valuable, and coefficient of corelation which consist convenience of public transport and distance of school is comparative high(0.58). In case of factors which has over 0.4 coefficient of corelation, there is organic relation though coefficient of corelation is not high enough.

I. 서 론

1.1 연구 배경 및 목적

최근 우리나라 주택시장은 주택의 대량공급에 의해 주택 공급자간의 경쟁이 날로 심화되어 가고 있다. 또한 소비자들의 소득 및 생활수준이 향상됨에 따라 주택에 대한 소비자들의 요구도 다양해지고 있는 실정이다. 이러한 주택시장의 환경변화는 과거 공급자 위주의 주택시장을 소비자 위주의 주택시장으로 변화시키고 있다. 그러나 아직 몇몇 건설업체들은 주택시장의 변화에 적절히 대응하지 못하고, 수요가 공급보다 많았던 과거의 잘못된 회사경영의 답습으로 미분양 사태를 야기시켜 기업의 존폐를 위협하기도 하였다. 이에 건설업체는 변화하는 주택시장의 다양한 요구를 주택 분양시 충분히 반영하여, 건설업체의 경쟁력을 강화하고, 이를 적극적인 홍보 마케팅으로 활용하여야 할 것이다.

과거 주택의 공급이 수요보다 많았던 시기에는 소비자들은 주택의 질보다는 안정적인 거주공간의 확보가 우선시 되었었다. 그러나 1997년 IMF 구제금융 이후 극심한 경제침체로 인해 공동주택의 미분양 사태가 발생하였으나, D 건설업체의 경우 차별화된 전략의 하나로써 오디세이라는 브랜드 마케팅으로 경기도 분당, 일산 지역에서 분양률 100%를 달성하는 성과를 거두면서 소비자에 대한 다양한 요구를 마케팅에 적용하여 성공하는 사례가 있기도 하였다.

주택공급자는 소비자의 다양한 욕구를 충족시켜줄 수 있는 상품의 개발이 필요하지만, 각양각색의 소비자 욕구를 충족시켜주기엔 기술, 자원, 경영 능력 등의 한계가 있다. 따라서 건설업체가 경쟁우위를 가질 수 있는 주택 상

품과 서비스의 개발을 위해서는 주택시장에서 요구되는 소비자의 다양한 욕구와 기호를 파악하여 각 건설업체의 여건에 맞도록 특성화 시켜야 할 것이다. 이러한 주택시장에서의 소비자 욕구는 사회환경과 기술진전에 따라 계속 변화하는 성질의 것이므로 이에 대한 연구는 계속 필요한 실정이다.

따라서 본 연구는 변화하는 주택시장에서의 건설업체의 경쟁력 제고를 위해 소비자의 다양한 요구와 특성을 파악하여 소비자가 공동주택 구매결정시에 미칠 수 있는 다양한 인자를 구매가치로서 제시하여 마케팅 전략 수립시 활용 가능한 기초자료로 제시하고자 한다.

1.2 연구 범위 및 방법

본 연구의 대상은 다양한 주택시장 가운데 현대인의 주거형태 중 보편화된 공동주택을 주거목적으로 구매 할 소비자 중에서 현재 공동주택을 구매한 경험이 있거나 거주이전을 원하는 소비자로 제한하였다. 공동주택 소비자들의 다양한 구매결정 요인의 특성을 파악하여 건설업체의 사업계획 단계에서 필요한 소비자에 적합한 상품특성을 제시함으로써 기업경쟁력 향상을 도모하기 위한 구매성향 요인의 분석에 가치를 두고자 한다.

소비자가 공동주택 구매시 고려하는 요소의 중요도를 살펴보고자 하는 것이므로, 이미 공동주택을 구입한 경험이 있거나 설문지 내용을 이해할 수 있는 공동주택 거주자를 설문 조사대상으로 선정하였다.

본 연구의 설문조사 방법은 예비조사와 본 설문조사의 두 단계로 이루어졌다. 예비설문조사는 2005년 10월 16일부터 10월 20일까지 면담을 통해 이루어졌으며, 이어서 자기기입식 설문방법을 이용하여 10월 28일부터 11월 6일까지 본 조사가 이루어졌다. 설문지는 선정한 모집단을 대상으로 배포하여

자기기입 방식으로 직접 응답을 하게 한 뒤 회수하는 방법으로 진행하였다.

본 조사에서는 예비조사에서 이용한 설문지의 결과를 토대로 설문지를 수정·보완하여 배포하였다. 본 조사를 위한 설문지는 총 300부를 배포하였으며, 이 중 273부가 회수되어 회수율이 91%였다. 회수된 설문지 중 응답자의 답변이 불성실한 경우 혹은 응답자가 선정한 모집단에 포함되지 않을 경우의 설문지 17부는 분석에서 제외하여 총 256부를 최종분석에 이용하였다.

설문조사에 의해 수집된 자료는 통계처리 프로그램은 SPSS 12.0 KO for windows(Release 12.0.1)을 이용하여 분석하였으며 그 분석기법은 다음과 같다.

소비자의 가치 평가요소들에 대한 중요도의 일반적 경향을 알아보기 위해 빈도분석, 백분율, 평균, 표준편차를 알아보았다. 또한 각각의 주거 특성별로 가치 평가요소에 대한 차이를 알아보기 위해 빈도분석과 Chi-Square(χ^2) 값으로 검정하였다. 다음으로 구매가치 평가요소들 간의 상관관계 그리고 거주가치와 자산가치 평가요소들의 상관관계를 살펴보기 위해 상관분석을 통하여 상관계수를 알아보았다.

II. 문헌 및 기존 연구 고찰

2.1 공동주택시장의 변화

2.1.1 공동주택시장의 변화

우리나라는 그 동안 만성적인 주택부족이 주택가격 상승으로 이어졌다. 1950년대 이후 인구증가, 도시화와 핵가족화의 주택수요 증가에 따른 주택공급이 수요를 따라가지 못하는 상황이 지속되어왔다. 이는 주택가격의 상승을 불러일으켰으며 주택투기를 조장하기도 하였다. 이에 따른 해소를 위한 정부 차원에서의 노력의 일환으로 주택 200만호를 건설하기에 이르렀다. 또한 다양한 주택공급 정책을 통하여 1990년대 중반에 주택보급률이 90%대에 이르렀으며, 2002년도에는 전국 주택보급률이 100%를 초과하게 되었다.

표 2.1 연도별 주택수 및 주택보급률¹⁾

구분	1980	1985	1990	1995	2000	2002	2003	2004
가구수 (천호)	7,470	8,751	10,167	11,133	11,929	12,286	12,515	12,174
주택수 (천가구)	5450	6,317	7,357	9,570	11,472	12,358	12,669	12,988
보급률 (%)	71.2	69.8	72.4	86.0	96.2	100.6	101.2	102.2

범 정부적 차원의 200만 호 주택공급정책은 1990년대 주택시장의 변화를 겪게 되었다. 주택의 유효수요가 상당부분 충족되었으며, 금융·부동산 실명제 실시 등으로 인해 주택경기는 장기간 안정되어졌다. 이에 주택을 하나의

투기대상으로 삼았던 가수요층이 줄어들었으며, 실수요자 중심의 시장이 형성되었다. 그러나 주택공급자들은 이 같은 변화를 적절히 파악하지 못하고, 기존의 공급자 위주의 공급정책으로 인해 고객의 욕구를 외면한 주택 공급 물량의 확대에만 중점을 두어 따라 1994년을 기점으로 미분양 대량발생으로 주택건설업체의 연쇄적인 부도가 이어졌다. 특히, IMF 시절엔 경기위축과 자금난으로 인해 연쇄부도가 더욱 부추겨졌다.

표 2.2 전국 미분양주택 연도별 현황²⁾

구분	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004
미분양 주택수 (호)	36,926	105,586	109,637	102,701	58,550	24,923	69,133

이와 같이 주택산업의 시장환경은 크게 바뀌어가고 있다. 주택보급률이 2002년도를 기점으로 100%를 상회하여 주택의 절대적 부족이 해소되고, 소득 수준의 증가로 소비자의 주거의 질에 대한 요구 수준이 점점 높아지고 있는 추세이다. 이러한 소비자들의 요구는 건설업체들에게 치열한 경쟁에서 살아 남기 위한 새로운 상품과 서비스 개발을 촉진하고 있다. 최근 D산업은 자사 아파트 브랜드 ‘e-편한세상’의 외관에 대한 32건의 저작권을 등록할 정도로 디자인 영역을 비롯한 새로운 영역에 대한 개척을 시도하고 있다. 이제 우리나라의 주택시장은 소비자 주도시장으로의 양상이 뚜렷해져 가고 있는 것이다.

한편 10.29 대책 및 8.31 부동산정책 이후 주택경기가 불투명해짐에 따라 많은 주택건설기업들이 이에 대한 대응전략에 고심하고 있다. 장기적으로는 주택사업비중을 축소하고 사회간접자본(SOC)이나 공공사업 등의 비중을 높이는 등 사업 다각화를 추진하는가 하면, 유동성 위기에 대비해 토지 등의

자산 매각을 추진하고 있는 기업도 늘어나고 있다.

이러한 최근의 상황을 고려할 때 향후 주택산업의 경쟁구도는 더욱 심화될 것으로 예상되고, 기업은 생존을 위한 전략적 대책이 요구되어지고 있다. 이제는 주택건설 사업이 과거와 같이 좋은 입지조건만 확보하면 사업에 성공할 수 있는 시대는 아니다. 소비자의 잠재수요를 발굴하고 구매동기를 유인하기 위한 창의와 혁신의 전략적 노력을 추구하는 기업만이 시장에서 성공할 수 있다.

정부의 정책적 배려에 대한 요구보다는 주거에 대한 소비자의 욕구를 충족시키고, 단기적 이익추구보다는 장기적 안목에서 브랜드 가치를 높이려고 하는 기업이 지속적으로 성장할 수 있으며 나아가서는 주택사업 전체의 성장과 발전에 기여하게 될 것으로 본다.

2.1.2 공동주택시장 패러다임의 변화

오늘날 공동주택시장의 패러다임이 사회 전반적인 환경의 변화에 따라 바뀌고 있으며, 그 변화는 아래의 3가지 정도로 요약될 수 있다.³⁾

첫째, 공급자주도시장에서 소비자주도시장으로의 변화

공동주택시장 전체를 움직이는 가장 큰 패러다임의 변화로서 오랫동안 공동주택시장의 특징이었던 ‘공급자 주도의 시장’에서 ‘소비자 주도의 시장’으로의 변화를 지적하게 된다. 이러한 변화의 결과로서 분양시장에 있어서 업체의 인지도나 주택의 입지 및 품질에 따른 양극화 현상이 나타나고 미분양주택이 출현하게 된다.

둘째, 정부규제 위주의 시장에서 기업간 경쟁위주의 시장으로의 변화

1970년대와 80년대 우리나라는 주택의 절대수 부족과 공급의 부족으로 주택이 투기의 대상이 되어 많은 사회적 문제를 야기하였다. 이러한 문제를 해결하고자 정부는 공동주택시장에 적극적으로 개입하게 되었다. 그러나 이제

는 정부의 규제보다는 사업자간의 경쟁에 의한 시장이 형성되는 시대가 되었다.

셋째, 주택금융이 배제된 비금융 시장에서 금융시장으로의 변화

주택부족에 따른 지속적인 가격상승으로 주택가격은 연소득에 비해 매우 고가의 상품이었다. 1991년 PIR(Price-Income Ratio : 연소득대비 주택가격)은 9.2에 달하기도 하였다. 이러한 주택을 구입하기 위해서는 막대한 자금부담이 전제됨에도 불구하고 소비자에 대한 구입자금의 지원규모가 매우 낮았다. 1991년 LTV비율(Loan to Value Ratio : 주택가격융자비율)은 13.2% 불과하였고 이후 주택가격의 안정과 제도개선에도 불구하고 1998년의 LTV비율은 27.1%로서 주택구입자에 대한 금융지원의 비율이 매우 미미하였다. 따라서 수요자의 자금에 의한 주택구입의 자율성이 더욱 높아진 상황이므로 소비자 구매패턴이 더욱 중시되는 변화가 일어나고 있다.

2.1.3 공동주택산업 환경변화 요인

공동주택산업의 시장 환경을 결정하는 요인으로는 크게 공급자 경쟁구도, 소비자(수요자)특성 변화, 정부의 정책 및 제도 변화 등으로 구분할 수 있을 것이다.⁴⁾ 외환위기 이후 분양가격규제가 철폐되고, 주택의 생산구조는 전문화되고 있는 양상을 보이고 있다. 또한 주택시장이 소비자중심의 시장구조로 전화되고 있는 한편, 주택·부동산 경기가 불투명해 짐에 따라 기업간 경쟁구도는 더욱 심화될 것이라 예상된다.

수요자의 특성 변화 요인 중 인구변화를 표 2.3과 표 2.3에서 살펴보면 수도권 인구집중 현상은 계속되고, 인구의 고령화와 세대 구성의 핵가족화가 빠른 속도로 진전되고 있음을 알 수 있다. 특히, 세대구성에 있어서는, 여성이 사회적 역할이 확대되고 이혼율의 증가, 독신층 증가 등에 따른 요인으로 1인 가구 및 2인 가구가 크게 증가하고 있다.

이러한 인구 및 세대구성의 변화로 주택에 대한 소비 욕구는 각 소비계층에 따라 매우 다양화되고 있다. 따라서 향후 각 소비계층의 특성과 욕구에 알맞은 새로운 주거유형의 개발이 중요하며, 공동주택산업은 품질 추구하고 소품종 대량생산에서 다품종 소량생산으로 전환이 필요하다. 따라서 기업에 있어서 경쟁력 확보를 위한 사업 및 제품의 차별화가 절실히 요구되고 있다.

표 2.3 우리나라 인구 변화추이⁵⁾

구분		1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000
총인구 (천인)		30,882	34,707	37,436	40,449	43,411	45,092	47,008
(연평균 증가율, %)		(0)	(2.36)	(1.53)	(1.56)	(1.42)	(0.96)	(0.71)
지역별 (점유율)	서울	5,433 (17.6)	6,890 (19.9)	8,364 (22.3)	9,639 (23.8)	10,613 (24.4)	10,231 (22.9)	9,895 (21.4)
	수도권	8,730 (28.3)	10,929 (31.5)	13,298 (35.5)	15,820 (39.1)	18,587 (42.8)	20,189 (45.3)	21,354 (46.3)
	시	12,710 (41.2)	16,793 (48.4)	21,434 (57.3)	26,443 (65.4)	32,308 (74.4)	35,036 (78.5)	36,755 (79.7)
	동+읍	13,243 (42.9)	17,516 (50.5)	25,974 (69.4)	31,260 (77.3)	35,912 (82.7)	38,520 (86.4)	40,511 (87.8)

한편 소득수준의 향상과 주택보급률이 상승하면서 주택시장은 소비자주도 시장으로 빠르게 전환되고 있다. 이러한 과정에서 최근 주택의 브랜드 선호 경향이 뚜렷해짐에 따라 기업들은 브랜드 개발과 제품 차별화를 통한 경쟁력 강화에 노력하고 있으며 향후 주택사업에 있어서 마케팅 활동은 매우 중요한 요소가 될 것이다.

정책 및 제도 변화 요인에서는 후분양제 도입, 주택시장안정화를 위한 규제 정책 등이 주택산업 경영에 커다란 영향을 미칠 것으로 예상된다. 향후 기업 경영에 있어서 기회(Opportunity)요인으로는 행정수도 이전, 신도시 및 기업

도시 활성화, 모기지제도 활성화, 부동산 간접투자 활성화, 임대주택 활성화 등 건설 수요 확대에 대한 기대가 높을 것으로 본다. 그리고 중소기업이 대형업체보다 부동산 금융의 활성화에 대한 기대가 상대적으로 높은 것으로 볼 수 있다. 한편 위협(Threat)요인으로서는 개발이익환수제, 원가연동제, 채권입찰제, 주택거래신고제, 후분양제 도입 등을 들 수 있다. 위협요인에 대한 기업의 인식정도는 대형업체는 개발이익환수제가 가장 높고, 재건축·재개발 사업기회의 축소를 가장 우려하며, 후분양제 도입에 대해서는 상대적으로 낮다고 볼 수 있다. 반면 중소기업은 원가연동제에 의한 수익구조의 축소에 대한 우려가 가장 큰 것으로 보이며, 후분양제 도입에 따른 금융여건 제약 및 사업리스크 확대에 대한 우려가 높을 것으로 예상된다.

표 2.4 우리나라 인구 구성비 추이⁵⁾

구분 (연도)	총인구 (천인)	연평균 증가율 (%)	인구 구성비		
			0~14세	15~64세	65세이상
1970	30,882	-	42.5	54.4	3.1
1980	37,436	1.94	34.0	62.2	3.8
1990	43,411	1.49	25.6	69.3	5.1
2000	47,008	0.84	21.1	71.7	7.2
2005	48,294	0.49	19.1	71.8	9.1
2010	49,219	0.34	16.3	72.8	10.9
2015	49,802	0.16	14.3	73.1	12.5
2020	49,956	0.01	12.6	71.7	15.7
2030	49,329	-0.28	11.2	64.7	24.1
2040	46,746	-0.73	10.1	57.9	32.0
2050	42,347	-1.18	9.0	53.7	37.3

2.2 공동주택시장에서의 소비자 주거선택 특성

2.2.1 소비자의 구매특성

주택은 대부분의 사람들에게 있어 개인이 소비할 수 있는 재화 중 가장 고가의 상품인 동시에 삶의 질을 결정하는 수단이 될 수 있는 재화이다. 이러한 주택의 특성은 제품결정시 다양한 구매요건이 충족되기를 소비자들은 원한다. 윤충현(1986)⁶⁾은 인간이 주택을 구매하려는 목적을 크게 두 가지 유형으로 구분하고 있으며, 그 하나는 인간의 기본적인 욕구 중 하나인 주본능의 충족을 위한 거주목적이며, 다른 하나는 주택을 하나의 상품으로 보아 가치 보존 수단으로 이용하려는 투자목적으로 구분하였다. 또한 양자는 독립적으로 존재할 수도 있으나 주택가격이 고가재의 상품이기 때문에 일반적으로 병합적인 형태를 취하고 있다고 정의하고 있다. 또한, 이영래(2005)⁷⁾는 주택구매에 대한 의사가 생기게 되는 것은 생활향상, 분가 및 합가 등 만족도와 관계없는 요인도 있을 수 있으나, 대부분의 가구에 있어서는 주거 불만족에 의해 이주 욕구가 커져 이주 행동의도가 결국 이주 행동으로 옮기게 되며, 이러한 주택 이동의 필요성은 결국 다른 주택을 구입하게 된다고 지적하고 있다.

2.2.2 공동주택 선택기준

주택이 다른 재화와 가장 뚜렷하게 구별되는 점은 토지에 고착되어 있다는 점이다. 즉 이동이 불가능하기 때문에 주택이 건설된 지역에서만 사용될 수 있다는 것이다. 이동식 주택과 같은 예외가 없는 것은 아니지만, 이러한 주택의 입지적 고정성은 주택의 구조나 시설이 수요자의 특성에 부합되기 이전에

수요자가 원하는 위치에 존재하여야만 소비될 수 있다는 것을 의미한다.

입지적 고정성은 주택을 포함한 건설상품의 공통적인 특징이다. 예전에는 주로 주택을 필요로 하는 사람이 자신의 기획 하에, 설계 및 시공을 전문업자에게 의뢰하여 제품화되었다. 그러나 이제는 고객이 누구인지를 명확히 알지 못하면서 대량생산되는 아파트가 주택공급 및 소비에서 높은 비중을 차지하고 있다. 이른바 ‘매스 하우스’로 대변되는 아파트는 소비자가 생산과정에 참여할 여지가 별로 없는 주택상품이다. 아파트의 이러한 특성과 주택시장에서의 경쟁심화로 인해 주택분야에서도 소비자 만족을 지향하는 마케팅 개념의 적용이 필요하게 된 것이다.

주택이 토지에 고착되어 있다는 점으로 인해 주택마케팅은 일반재화를 대상으로 한 마케팅 활동과 다른 특성을 보인다. 우선 일반재화는 이동이 자유로우므로 제품의 경쟁력과 가치가 기본적으로 기능, 디자인, 품질 등에 의해 결정된다. 따라서 기업은 제품자체의 개선, 보완에만 관심을 두면 된다. 그러나 주택은 교통, 입지여건, 주택환경 등 제품외적인 입지적 요소들이 주택의 가치에 중요한 영향을 미치며, 때로는 주택의 형태도 입지적 여건에 따라 달라지는 경우가 있다. 따라서 주택의 위치는 시장세분화 및 목표시장의 선정, 주택의 품질 및 가격수준, 광고 및 판촉의 방향 등 전반적인 마케팅 활동의 방향을 좌우하게 된다. 주택사업자가 입지선정에 최대의 관심을 보이는 이유도 여기에 있고 할 수 있다.

소비자의 입장에서 주택의 입지는 주거선택 및 소비자 만족에 있어서 중요한 요인이 된다. 주거선택은 이사를 통한 주거지의 변화를 수반하며, 주거생활이란 주택제품만을 소비하는 것이 아니라 공공시설, 의료시설, 근린생활시설, 교통 및 자연환경 등 지역이 제공하는 여러 서비스를 함께 소비하는 것이기 때문이다. 주택의 마케팅 활동 전반에 걸쳐 제품이 존재하고 있는 위치가 중요한 요소로 작용하며, 입지 자체가 제품의 강점으로 적극 활용되기도 한다는 것이 일반상품과 주택상품의 뚜렷한 차이점이다.

표 2.5 주택소비자의 주거 선택시 고려사항⁸⁾ (例)

주거선호도 조사*	부동산 뱅크**	주택금융수요 실태***
주택환경 (교육, 이웃, 자연환경 등)	주변환경 교통의 편리성	교통문제 주택지 환경
주택가격	주택가격	자녀교육
교통의 편리성	직장과의 거리	주택규모, 구조
주택규모	자녀교육	편의시설
주택구조, 부대시설		
주차공간		

* 주택문화사, “21세기 주거선호도 조사연구 보고서”, 1995.

** 부동산 뱅크 167호

*** 주택은행, “주택금융 수요실태조사 결과분석”, 주택금융 175호

주택은 다른 재화에 비하여 제품정보의 제공과 유통이 활발하지 못하다는 특성도 가지고 있다. 이는 주택의 품질 및 구조가 표준화되어 있지 못하고, 여러 가지 서비스를 한꺼번에 제공하기 때문에 구체적인 제품정보의 양이 많아 생산과정에 직접 참여하거나 실제로 거주해 보지 않고서는 정확한 제품평가 및 정보의 제공이 곤란하기 때문이다. 특히 건물의 내구성 및 안정성에 영향을 미치는 요소들과 상·하수도, 배선 등은 확인하기도 쉽지 않다. 이러한 상황은 비교적 표준화된 아파트 형태의 주택도 마찬가지이다. 그래서 일반적으로 유통되는 주택정보는 면적, 가격, 방향, 층, 평면 정도에 불과하며, 대부분의 거래는 수요자가 제품을 직접 살펴보는 절차를 거쳐 이루어진다.

주택에 대한 제품정보의 부족은 정보의 비대칭성 문제를 야기한다. 비대칭 정보란 거래의 쌍방 중 어느 한쪽이 다른 쪽보다 우월한 정보를 가지고 있는 경우를 말하는데, 우월한 정보를 가진 자가 상대방보다 거래에 있어 우월한 위치를 점하게 된다는 문제를 야기한다. 앞서 언급된 바와 같이 주택은 직접

관찰하거나 확인하기 어려운 속성들이 많기 때문에 주택의 판매자 또는 시공업자는 자신에게 불리한 정보를 감추어 부당이득을 취할 수 있다. 그래서 소비자들은 제품정보의 수집과 평가에 많은 관심과 노력을 기울이게 되고, 기업들은 이에 대응하여 모델하우스나 분양 팜플렛을 통해 구체적 제품정보와 품질보증제를 앞다투어 도입하는 한편, 자사제품의 구매를 촉진하기 위하여 브랜드 이미지 형성에 다각적인 노력을 하고 있다.

2.2.3 공동주택 구매결정 과정

부동산 시장은 부동산이 갖는 위치의 고정성과 개별성 때문에 공간적 작용범위가 일정지역에 한정되는 경향이 있다. 이로 말미암아 시장도 어떤 특정지역에 국한되는 경향이 있는데 이를 시장의 국지성 또는 지역성이라고 한다.⁹⁾

이러한 부동산시장의 국지성과 지역성은 어떤 도시지역에 소재하는 주택이 다른 도시 또는 지역적 특성으로 인하여 같은 도시의 다른 구역에 소재하는 주택이 다른 도시의 다른 구역에 소재하는 주택과 상이한 가치를 가지게 되는 결과를 초래하게 되며, 아파트 구매를 원하는 소비자 모두 각기 다른 욕구, 성격, 행동을 가지고 아파트 구매과정에 참여하게 된다. 또한 부동산 시장에서 아파트 소비자는 제품을 다속성 객체(multi-attribute object)로서 이해하며, 특정제품은 그 제품류에 속하는 속성군상의 위치와 연관되어 지각되게 된다.¹⁰⁾ 이 때 소비자는 아파트 상품의 구매가치를 평가하기 위하여 아파트 상품의 모든 속성들을 분석하여 파악하기보다는 몇 개의 제한된 선호 속성들을 선별적으로 지각하여 평가기준으로 사용한다. 이렇게 결정속성은 중요성과 차별성을 동시에 가지고 있는 속성으로서 아파트 상품의 구매 결정시 큰 영향을 미치는 속성이다.¹¹⁾

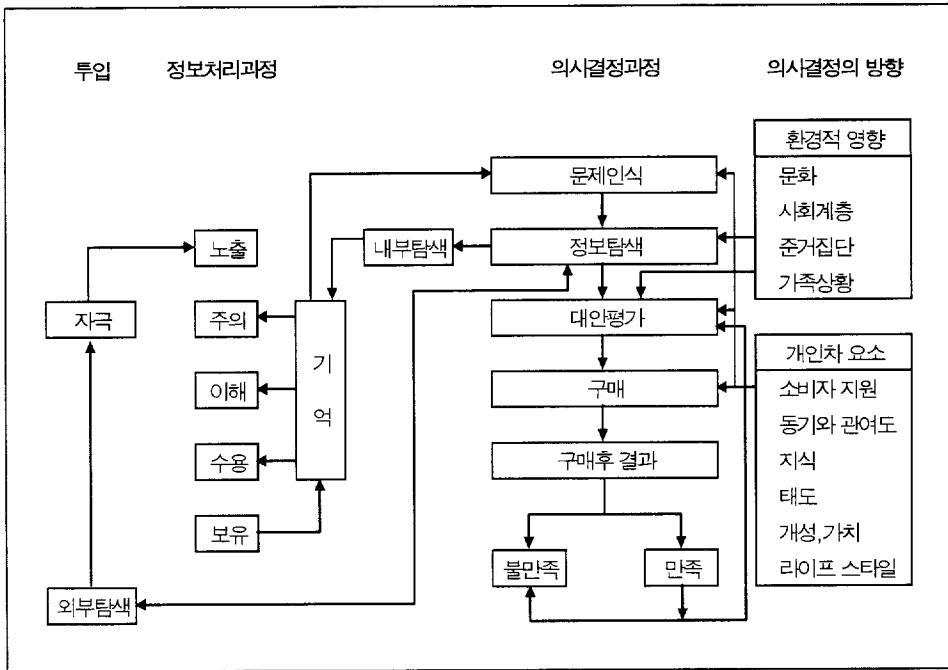


그림 2.1 Engel과 Blackwell의 소비자 의사결정 단계

소비자의 주거선택 과정은 Engel과 Blackwell의 소비자 의사결정 모델에 따르면 소비자의 의사결정 단계는

- ① 문제(욕구)인식 단계
- ② 정보탐색단계
- ③ 대안평가 단계
- ④ 대안선택 단계
- ⑤ 결과 단계

로 이루어진다. 그러나 이 단계는 어떤 상황에서나 다 거치는 것이 아니라 상품에 대한 중요도나 문제해결 유형에 따라 다를 수 있다는 것을 지적하였다. 일반적으로 상품의 중요도가 높을수록 모든 단계를 거치는 것으로 볼 수 있다. 여기서, 주택 구매에 있어 대안 평가의 단계는, 새 주거로부터 거주자

가 기대하는 효용에 부합되는지 주거대안을 평가하고, 선택의 폭을 좁히는 단계라 할 수 있다. 또한 대안 선택 단계는 거주자가 선호하는 주택, 또는 수용할 수 있는 주택을 획득하고 이에 대해 평가하는 단계이다. 다시 말하면 이는 여러 주택요소 중에서 몇 가지를 선택하는 단계이며 이에 따른 만족을 표현하는 단계로 볼 수 있다.

소비자들은 주택을 선택하기에 앞서 자신의 평가기준을 가지고 있으며, 이러한 자신의 평가기준을 만족시켜줄 수 있는 주택요소를 지닌 주택을 선택하게 된다. 여기서 평가기준이란 소비자가 특정 재화의 구매와 관련하여 가치를 측정하는 척도로 소비자의 구매의사결정에 직접적으로 영향을 미치는 중요한 요인이다. 주택에 대한 평가기준은 소비자가 주택에 대해 기대하는 주택요소를 의미하며, 주택의 요소는 일반적으로 주거공간 내에서의 생활을 구성하는 모든 요소를 말하는 것으로 구매와 소비로부터 회구되는 결과가 곧 주택요소로 표현되어진다.¹²⁾ 결국, 주택의 요소 평가를 통해 소비자는 주택이 자신 및 자기 가족에게 기여하는 효과를 검사하고 이는 곧 거주자에게 주택에 대한 구매의사 결정에 큰 영향을 미치게 된다. 따라서, 소비자의 주거욕구를 파악하는데 있어서 소비자가 주택의 어떤 요소들을 중요시 하는지에 대한 이해가 중요하게 된다.

표 2.6에서 보면 주택보급률의 증가와 함께 주택시장이 공급자 위주에서 소비자 위주의 주택시장으로 개편됨에 따라, 아파트 구매가치 기준이 다양해지고 있다. 신규 아파트 구입시 소비자의 아파트 구매가치 기준의 변화를 살펴보기 위해 선행연구 및 조사결과를 표 2.3에서 분석해 보면 1990년대 초기의 아파트 구매가치의 선호요소는 교통과 학군을 중시하는 경향이었으나, 점차 분양가, 마감재의 수준, 브랜드 가치 등 다양한 선호요소 경향이 나타남을 알 수 있다.

표 2.6 아파트 구매가치결정 요소 순위조사 사례

실시 기관	한국주택 사업협회	중앙경제 신문	주택문화사	주택저널	금호건설	주택산업 연구원	내외경제 신문
일시	1991.3	1994.2	1995.1	1995.12	1996.6	1999.10	2000.1
1순위	배치	환경	주택환경	주거환경	자연환경	교통,교육	교통
2순위	마감자재	교통	주택가격	교육	교육상권	단지외부	환경
3순위	교통	편의시설	교통	생활편의	교통	내부공간	분양가
4순위	학군	학교	주택규모	교통	분양가	브랜드	마감재
5순위	평면구성	투자가치	주택구조	첨단기능	시공사	투자가치	브랜드

2.3 기존 연구 고찰

2.3.1 국외 연구

주거가치에 관한 연구에서 가장 많이 인용되는 가치의 측면으로는 Cutler(1947)¹³⁾와 Beyer(1955)¹⁴⁾의 연구를 예로 들 수 있다. Cutler(1947)는 가치요소로서 미, 안락성, 편리성, 비용, 건강, 안전, 사생활, 우정, 개인적 관심, 입지 등 10가지 측면을 설정하였는데 주거선택 상황에만 한정하여 적용시켜 조사한 결과 주거가치가 가족의 기호와 욕구에 반영됨을 제시하였다. 또한, Beyer(1955)는 주거선택에서의 가치측면을 가족중심, 신체적 건강, 경제성, 자유, 심미성, 지위상징, 정신건강, 여가 등 9개로 선정하고 이들 가치는 일반적인 가치의 측면임과 동시에 주거선택 등의 특수가치의 측면이라고 하여 보편적인 생활상의 가치와 주거선택에서의 가치를 같은 측면으로 보았다.

Allison(1972)은 저소득 가정의 주택외관에 대한 가치 확인을 위한 연구에서 가장 중요시 하는 가치는 경제성과 개인의 자유였으며, Freda(1969), Hazel과 Minoru(1974)는 주택결정을 하는데 있어 개인의 행동예측으로서의

가치를 측정된 결과 제일 중요시 하는 가치는 경제성과 가족 단란을 들고 있고¹⁵⁾, Jaguelyn과 Savannah(1977)¹⁶⁾는 도시 저소득 가정의 주택에 대한 가치 · 열망 · 만족을 조사하는데 있어서, 주택에 관한 인간의 욕구를 이해하고 평가하기 위한 이론적 체계로서 Maslow의 욕구 위계설이 유용함을 확인하였다. 즉, 욕구의 구조는 생리적 욕구, 안전의 욕구, 사회적 욕구, 자기존중의 욕구, 자아실현의 욕구 5단계를 설정하여 하위의 욕구가 충족되어야 다음단계의 욕구를 추구하는데 주거욕구도 이와 같은 경향을 보인다고 하였다.

Turner와 Edwards(1974)¹⁷⁾는 다양한 가구의 속성에 대한 소비자 선호를 측정하는 데는 가구의 스타일, 재료, 색 등의 구성요건에 대한 언어적 표현이 어렵기 때문에 응답의 오차가 다른 연구주제에 비해 높다고 전제하고 시각적 조사도구(예를 들어 슬라이드, 사진, 색채카드, 그림 등)를 사용하여 조사하기도 했다.

McMauns와 Baxter(1981)¹⁸⁾는 테네시 지역의 건축자재에 대한 선호를 규명하기 위해 경제학 이론을 도입하여 ‘표현된 선호(revealed preferences)’라는 개념을 채택하였다. 소비자는 예산제약하에서 최대만족을 얻기 위한 합리적인 행동을 한다는 가정에서 소비자행동을 관찰함으로써 소비자의 선호를 유추할 수 있다는 가정하에서 연구하였다. 그러나 선호란 항상 현재의 주거상태에서 유추할 수 있는 것은 아니며 특히 저소득층의 경우 현재의 주거상태와 실제 주거선호에는 큰 차이가 있음을 문제제기하였다.

Morris(1968)¹⁹⁾는 가족수에 따른 주거가치에 대한 차이를 연구하였는데 가족수와 구성은 프라이버시나 주거공간에 대한 요구에 차이를 보인다고 해석하여 필요로 하는 침실의 수와 규모에 직접적인 영향을 미친다고 하였다.

Rea(1978)²⁰⁾는 수입이 낮고 가족수가 적으며 가장이 비교적 젊은 가정인 초기생활주기 단계에 있는 가정은 주로 주택단위의 특성에 의해서, 수입이 많고 가족수가 많으며 가장의 연령이 높은 비교적 진전된 생활주기 단계에 있는 가정은 주로 근린지역의 특성에 의해서 주거위치를 결정한다고 해석하

였다.

McAuley와 Nutty(1975)²¹⁾의 연구에서는 미국 펜실베이니아주 지역을 연구하여 결혼초기에는 문화위락적 차원, 자녀양육, 이웃환경, 고용, 비용 등을 중요시한 반면 자녀양육기에는 자녀양육, 이웃환경, 고용, 비용 등을 중요시하며, 축소기에는 물리적 환경, 구매시설 및 주변 편의시설을 중요시 하는 것으로 나타났다.

Hanna와 Lindamood(1979)²²⁾는 알라바마의 흑인과 백인간의 주거선호를 3가지 연구모형으로 측정하여 비교한 결과 흑인도 미국사회의 주거규범을 공유하여 단독주택의 소유를 선호한다고 결론지었다. 일차적으로 주거선호에 흑백 간 차이가 나는 것은 인종에 따른 차이가 아니라 개인의 자원정도와 주거상태에서 비롯된다는 것이다. 즉 직업, 소득, 자산, 교육수준, 현 주거유형, 현 주거소유형태 등이 동일할 경우에는 인종 간의 주거선호에 대한 차이가 없다는 것을 역설하였다.

2.3.2 국내 연구

황명찬과 박헌주(1983)²³⁾는 가족생활주기, 연령, 가구원수 등에 따라 임차가구의 주거선호가 다르다고 하였으며, 배성일(1982)²⁴⁾은 부산의 265가구를 대상으로 연구한 결과 결혼초기에서 임대주거에 대한 선호가 강한 것으로 나타나, 가족생활주기에 따라 주거선호가 다름을 밝혔다. 또 박원배(1981)²⁵⁾에 따르면 연령, 소득, 현 주거유형, 거주지역(도심, 도시외곽)에 따라 장래에 선택하고자하는 주택에 차이가 있다고 하였다.

홍형옥(1986)²⁶⁾에 따르면 우리나라에서는 결혼초기에는 집합주택을 선호하다가 자녀가 성장하면 단독주택의 선호가 우세해지고, 자녀 성년기에 이르면 단독주택의 선호가 감소하다가 두 부부만이 사는 시기에 이르면 다시 집합주택을 선호하는 것으로 나타나 가족생활주기에 따라 선호하는 주택유형이

달라짐을 알 수 있다.

권태균(1987)²⁷⁾은 강릉시의 거주자를 대상으로 현 주거의 이주동기를 분석하여 소득계층별로 주거선호도에 차이가 난다고 하였다. 즉 저소득층에서는 주거의 선택에서 교통비-지가-쾌적성의 순으로 중요하다고 나타난 반면, 고소득층은 쾌적성-지가-교통비의 순이었고 중산층은 지가-쾌적성-교통비의 순이었다. 또한 장래에 희망하는 주거의 유형, 주거지역등에서도 소득계층에 따라 차이가 난다고 하였다.

양준원(1988)²⁸⁾에 따르면 서울시민을 대상으로 사회경제적 특성과 집합적 생태적 변인(거주지역의 공간적, 지리적, 사회적 특성)을 관련요인으로 선정하여 연구한 결과 주거선호의 정도는 주민의 주거가치와 현재의 주거환경간의 차이 즉 불만족이 클수록 높게 나타났으며, 주거선호의 특성은 생애주기, 소득수준, 주택소유형태, 교육수준, 거주지역에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다.

김상희(1992)²⁹⁾는 주택평면에 대한 선호를 중소도시에 거주하는 주부를 대상으로 연구한 결과 주부의 교육수준, 가계소득, 거주지역 등이 관련요인임을 밝혔다.

조은정(1994)³⁰⁾은 소비자중심의 새로운 주거문화에 대한 신세대소비자 특성에 따른 주거가치와 주거선호를 조사 분석하였다.

김재찬과 김대호(1998)³¹⁾는 다중판별분석을 이용하여 주택구매자에 대한 주택시장을 세분화하여 표적시장에 대한 마케팅 전략 방안을 제시하였다.

Ⅲ. 공동주택 구매가치 평가조사

소비자가 공동주택 구매시 고려하는 요소의 중요도를 살펴보고자 하는 것이므로, 이미 공동주택 구입한 경험이 있거나 설문지 내용을 이해할 수 있는 공동주택 거주자를 설문 조사대상으로 선정하였다.

본 연구의 설문조사 방법은 예비조사와 본 설문조사의 두 단계로 이루어졌다. 예비설문조사는 개별 면담을 통해 이루어졌으며, 본 설문조사는 자기기입식 설문지 법을 이용하여 예비조사에서 이용한 설문지의 결과를 토대로 설문지를 수정·보완하여 배포하였다. 본 조사를 위한 설문지는 총 300부를 배포하였으며, 이 중 273부가 회수되어 회수율이 91%였다. 회수된 설문지 중 응답자의 답변이 불성실한 경우 혹은 응답자가 선정한 모집단에 포함되지 않을 경우의 설문지 17부는 분석에서 제외하여 총 256부를 최종분석에 이용하였다.

3.1 설문조사의 개요

본 연구에 사용한 설문지는 표 3.1과 같이 예비조사 및 기존연구를 참조하여 공동주택의 구매가치를 평가하는 요인을 도출하여 응답자의 특성을 묻는 문항을 제외하고 5개 영역별로 6개씩의 문항으로 구성하였다.

설문에 대한 응답방법은 크게 3가지로 구분할 수 있는데, 먼저 주택의 가치 평가요소들의 중요도를 살펴보기 위한 문항에서는 5점 리커트 점수를 이용하여 “매우 중요하다” (5점), “중요하다” (4점), “보통이다” (3점), “별로 중요하지 않다” (2점), “전혀 중요하지 않다” (1점)로 구분하여 응답하도록 하였다. 또한 공동주택구매 가치 평가시 중요하게 고려하는 주택의 요소에 대한 순위를 알아보기 위한 문항에서는 중요하게 고려하는 요소를 1에서 5순위까지 응

답자가 직접 기재하는 방식을 취하였으며, 설문조사 응답자의 일반적 특성은 나열된 항목에서 선택하는 것으로 하였다.

표 3.1 설문조사 영역별 평가요인 설문항목

영역	평가요인
건축물영역	아파트의 규모(평수)
	아파트의 배치형태
	아파트의 외관
	아파트의 노후상태
	아파트의 단지규모(세대수)
	아파트의 준공연도
사회환경영역	재건축 가능성
	시공업체의 신뢰도(브랜드, 업체이미지)
	분양조건
	구입가격
	향후 매매의 용이성
	유지비(관리비)
자연환경영역	단지내 조경
	세대에서의 경관(조망)
	도로교통의 소음차단 효과
	단지내 산책로의 유무
	단지내 건물의 향(일조)
	인접한 공원과의 연계성
교육환경영역	인접한 학교와의 거리
	대중교통 이용의 용이성
	이웃주민의 교육열의
	유해환경으로부터의 안전성
	사교육 여건(학원)
	아파트가 속한 학군
기타영역	직장과의 거리
	거주할 층수
	거주할 평면의 구성
	주변의 상권조성
	편의시설 이용의 용이성
	향후 지역발전의 가능성

3.2 설문응답자의 일반적 특성

설문조사응답자 (N=256)의 일반적 특성은 표 3.2와 같다. 먼저 설문조사응답자의 성비를 살펴보면 여성응답자가 68.4%로, 31.6%로 나타난 남성응답자보다 36.8%가 더 많았다. 연령대별로는 30대가 전체응답자의 39.5%로 가장 많았고, 40대가 26.2%, 20대가 17.6%, 50세 이상이 16.8%의 비율을 차지하였다.

가족세대에 따른 특성을 살펴보면 1세대동거, 즉 본인이나 배우자로만 구성된 가구가 7.8%로 나타났으며, 2세대동거는 자녀를 둔 가정으로 46.5%를 차지하여 가장 큰 비율로 나타났다. 부모를 모시고 생활을 하지만 자녀가 없는 3세대동거, 부모와 자녀가 같이 생활하는 4세대동거는 각각 23.4%, 22.3%로 비슷한 구성비율을 보였다. 세대별 구성비만을 보았을 때, 1세대동거와 2세대동거 가정이 50%정도의 비율을 차지하여 전형적인 핵가족화 된 가족구성을 보였다.

응답자의 자가소유 여부는 자가소유는 12.9%, 전세로 생활하는 가구는 80.2%, 월세의 가구는 7.0%를 차지하여 전세로 생활하는 가구가 가장 많았다.

현재 아파트에 거주한 기간으로는 9년 이하의 거주가구가 39.8%로 가장 높았고, 12년 이하가 25.4%로 나타났다. 또한 12년 이상의 거주가구는 16.0%로 나타났으며 3년 이하와 6년 이하의 거주가구는 각각 9.4%의 비율을 차지하였다. 설문응답자의 대부분이 9년 이상 장기거주자로 아파트를 주 거주지로 생활하여 왔음을 알 수 있다.

설문응답자가 향후 4년 이내에 아파트를 구매할 의사가 있는지 여부에 대한 설문에는 3년 이내가 34.8%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 2년 이내는 27.7%, 1년 이내는 21.5%, 4년 이내는 16% 순으로 나타났다. 즉, 설문응답자의 약 50%는 2년 이내에 새로운 아파트의 구매를 희망하는 것으로 나타나 구매의사가 강한 상태임을 알 수 있다.

표 3.2 설문조사 응답자의 일반적 특성

(N=256)

구 성		빈도(명)	상대빈도(%)
성 별	남성	81	31.6
	여성	175	68.4
연 령	20세 ~ 29세	45	17.6
	30세 ~ 39세	101	39.5
	40세 ~ 49세	67	26.2
	50세 이상	43	16.8
가 족 세 대	1세대	20	7.8
	2세대	119	46.5
	3세대	60	23.4
	4세대	57	22.3
아파트 소유형태	소유	69	27.0
	전세	166	64.8
	월세	21	8.2
아파트 거주기간	3년 미만	24	9.4
	3년 ~ 6년 미만	24	9.4
	6년 ~ 9년 미만	102	39.8
	9년 ~ 12년 미만	65	25.4
	12년 이상	41	16.0
향후 아파트 구매의사	1년 이내	55	21.5
	2년 이내	71	27.7
	3년 이내	89	34.8
	4년 이내	41	16.0

3.3 영역별 구매가치 평가요인의 특성

아파트의 구매결정에 영향을 주는 요소들을 건축물영역, 사회환경영역, 자연환경영역, 교육환경영역 및 기타영역의 5개영역으로 구분하고 각 영역별로 6개의 요소들에 대해 5점 리커트 점수에 의해 중요도 설문내용을 분석하였다.

중요도 설문의 응답내용 5점 리커트 척도의 전체 문항에 있어서의 평균점수는 표 3.3과 같으며 3.47에서 4.48까지 분포되어 대체로 모든 요소에 대하여 중요시 여기는 것으로 파악되었다. 각 요소의 평균점수는 모두 3.0을 넘었으며, 4.0이 넘는 것은 20개였다. 먼저, 소비자가 중요시하는 구매가치 평가요소들의 영역별 특성을 표 3.3의 소개에서 살펴보면, 사회환경영역과 자연환경영역이 평균 4.22와 4.13으로 타 영역에 비해 비교적 높은 점수를 받았다. 다음으로는 교육환경영역 4.10, 기타영역 4.06, 건축물영역 3.99의 순으로 나타났다.

3.3.1 건축물영역

건축물영역에 있어서 리커트 점수에 따른 응답결과 아파트의 노후상태의 리커트 점수가 4.19점으로 가장 높게 나타났다. 이어서 아파트의 배치형태가 4.09점, 아파트의 규모(평수) 4.06점, 아파트의 단지규모(세대수) 4.01점, 아파트의 준공연도 4.00점, 아파트의 외관이 3.59점의 순으로 나타났다. 이는 실제 대부분의 응답자가 아파트의 외관에 대한 중요도를 낮게 평가함을 알 수 있다.

설문조사 영역별 리커트 평균점수는 5개 영역 중 건축물영역의 요소들이 가장 낮게 나타나므로 아파트 구매결정을 할 때 미치는 영향이 낮다고 판단한 응답자들이 가장 많은 것으로 분석된다.

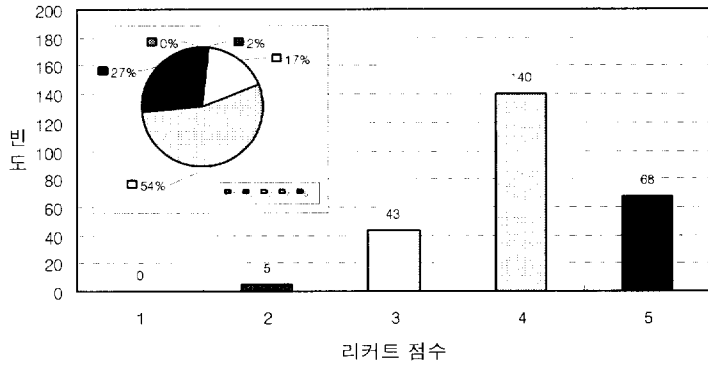
표 3.3 영역별 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수

구매가치 평가요소		리커트 점수					평균
		1	2	3	4	5	
		%	%	%	%	%	
건축물영역	아파트의 규모	-	2.0	16.8	54.	26.6	4.06
	아파트의 배치형태	-	1.6	16.0	54.3	28.1	4.09
	아파트의 외관	-	3.5	35.9	58.2	2.3	3.59
	아파트의 노후상태	-	1.6	11.3	53.9	33.2	4.19
	아파트의 단지규모	-	0.4	20.7	56.3	22.7	4.01
	아파트의 준공연도	-	1.6	19.1	57.4	21.9	4.00
합계							3.99
사회환경영역	재건축 가능성	-	2.7	28.1	52.0	17.2	3.84
	시공업체의 신뢰도	-	-	2.3	44.9	52.7	4.50
	분양조건	-	1.2	10.9	59.4	28.5	4.15
	구입가격	-	0.8	3.9	43.8	51.2	4.44
	향후 매매의 용이성	-	0.8	10.5	49.6	39.1	4.27
	유지비(관리비)	-	1.2	18.0	51.6	29.3	4.09
합계							4.22
자연환경영역	단지내 조경	-	0.8	16.8	71.9	10.5	3.92
	각 세대에서의 경관	-	1.2	9.0	60.2	29.7	4.18
	도로교통소음의 차단	-	0.4	2.7	25.8	71.1	4.68
	단지내 산책로 유무	-	1.6	27.3	69.1	2.0	3.71
	단지내 건물의 향	-	1.2	8.6	43.0	47.3	4.36
	인접공원과의 연계성	-	2.3	22.7	52.7	22.3	3.95
합계							4.13
교육환경영역	인접학교와의 거리	-	1.6	7.0	44.1	47.3	4.37
	대중교통 이용 용이성	-	0.8	8.6	46.1	44.5	4.34
	이웃주민의 교육연의	-	5.5	43.4	49.6	1.6	3.47
	유해환경으로의 안전성	-	0.8	5.9	32.8	60.5	4.53
	주변의 사교육 여건	-	1.6	25.0	52.3	21.1	3.93
	아파트가 속한 학군	-	2.0	18.4	60.9	18.8	3.96
합계							4.10
기타영역	직장과의 거리	-	-	3.5	68.8	27.7	4.24
	거주할 층수	-	2.0	19.1	69.1	9.8	3.87
	거주할 평면의 구성	-	0.4	16.0	61.7	21.9	4.05
	단지주변의 상권조성	-	2.0	19.9	71.9	6.3	3.82
	편의시설 이용의 용이성	-	1.2	13.3	62.5	23.0	4.07
	향후 지역발전 가능성	-	0.8	6.6	56.6	35.9	4.28
합계							4.06

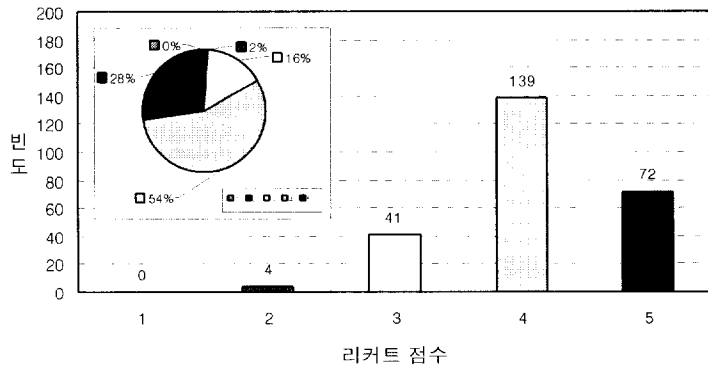
표 3.4 건축물영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수

건축물영역의 구매가치 평가요소	리커트 점수					평균 (표준편차)
	1	2	3	4	5	
	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	
아파트의 규모	-	2.0 (5)	16.8 (43)	54.7 (14)	26.6 (68)	4.06 (0.71)
아파트의 배치형태	-	1.6 (4)	16.0 (41)	54.3 (139)	28.1 (72)	4.09 (0.71)
아파트의 외관	-	3.5 (9)	35.9 (92)	58.2 (149)	2.3 (6)	3.59 (0.6)
아파트의 노후상태	-	1.6 (4)	11.3 (29)	53.9 (138)	33.2 (85)	4.19 (0.69)
아파트의 단지규모	-	0.4 (1)	20.7 (53)	56.3 (144)	22.7 (58)	4.01 (0.67)
아파트의 준공연도	-	1.6 (4)	19.1 (49)	57.4 (147)	21.9 (56)	4.00 (0.69)
합계						3.99

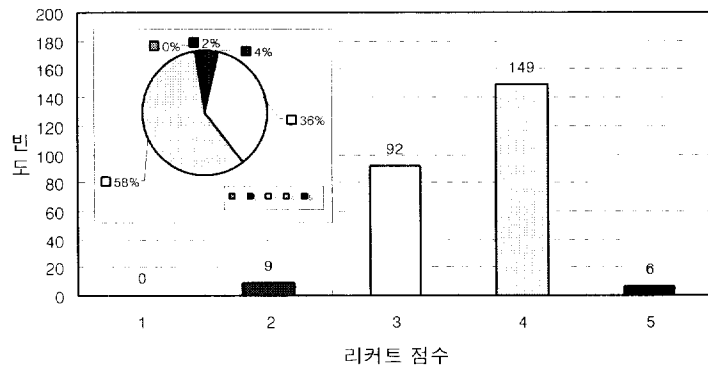
그림 3.1은 건축물영역에서 구매결정에 영향을 미치는 요인들에 대한 빈도수(N)를 나타낸 것으로 건축물 외관에 ‘매우 중요하다’의 5점을 부여한 응답자는 2.3%로 다른 요인들에 비해 특히 작게 나타났으며 다른 요인들도 ‘매우 중요하다’의 5점을 부여한 응답자는 21~33% 수준으로 낮게 나타나 대체로 건축물영역 요소의 중요도를 낮게 평가하고 있는 것으로 분석된다.



(a) 아파트 규모에 대한 응답비율

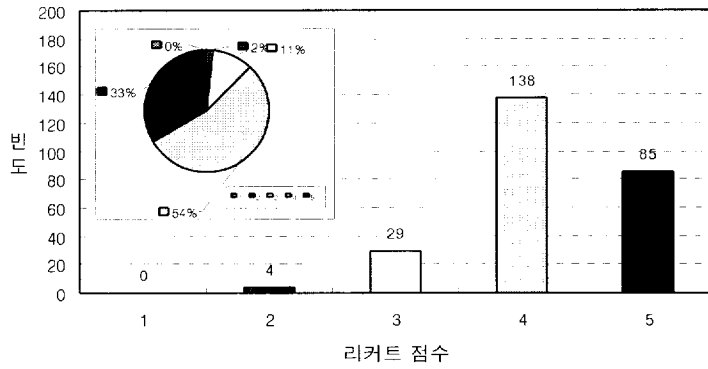


(b) 아파트 배치형태에 대한 응답비율

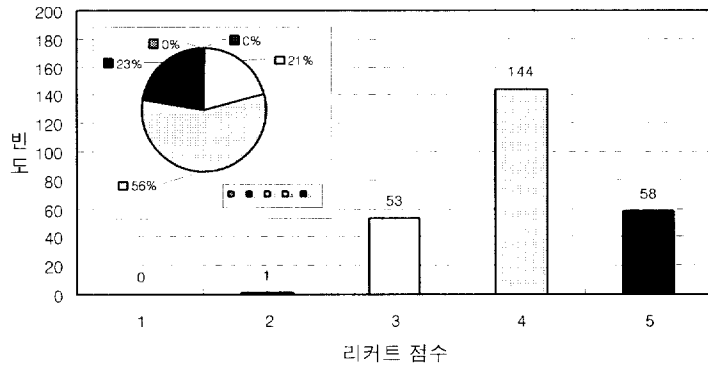


(c) 아파트 외관에 대한 응답비율

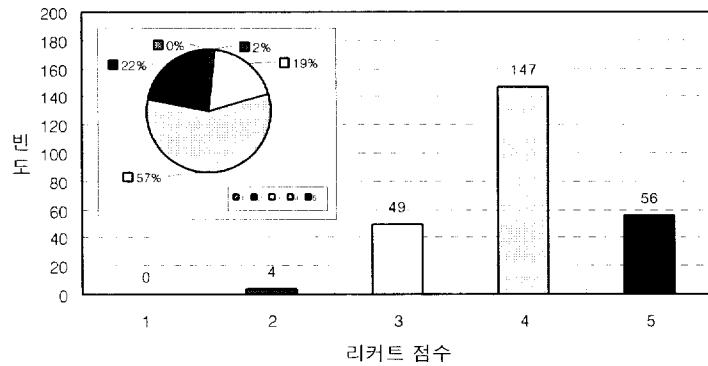
그림 3.1 건축물영역 요인 항목별 응답비율



(d) 아파트 노후상태에 대한 응답비율



(e) 아파트 단지규모에 대한 응답비율



(f) 아파트 준공연도에 대한 응답비율

그림 3.1 건축물영역 요인 항목별 응답비율(계속)

3.3.2 사회환경영역

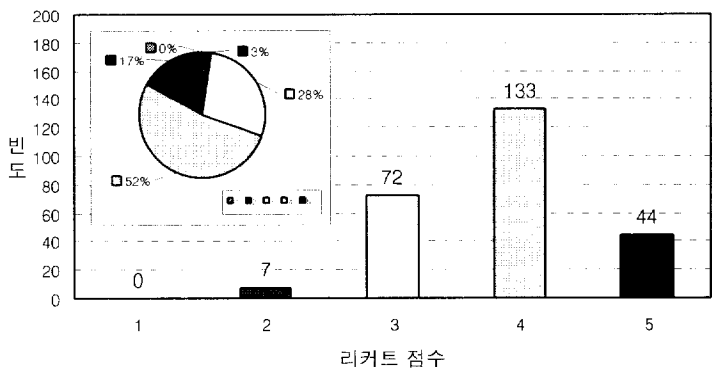
사회환경 영역에서의 아파트 구매가치요소 항목에 대한 리커트 점수는 시공업체의 신뢰도(브랜드, 업체이미지)가 4.50점으로 가장 높은 수치를 나타내었다. 구입가격은 4.44점, 향후 매매의 용이성이 4.27점, 분양조건 4.15점, 유지비(관리비) 4.09점, 재건축 가능성 3.84점으로 조사되었다. 그리고 사회환경영역에 대한 리커트 점수의 평균은 5개의 영역 중에서 가장 높게 나타나 아파트 구매자가 가장 중요하게 생각하는 영역임을 알 수 있다. 또한 이 영역에서 대부분의 구매가치 평가요소 항목들이 전체 30개의 요인의 리커트 점수의 평균인 4.1을 넘는 것으로 나타났다

사회환경영역의 구매가치 요소들 중에서 리커트 점수가 가장 높은 시공업체의 신뢰도 항목이 표준편차도 가장 적게 나타나 응답자의 대부분이 시공업체의 신뢰도를 중요하게 생각하는 것으로 판단된다.

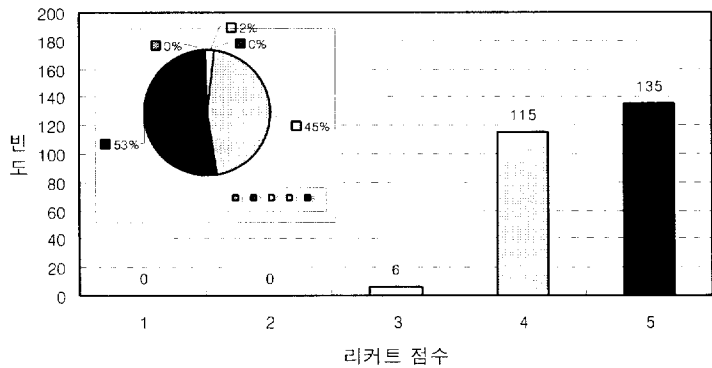
표 3.5 사회환경영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수

사회환경영역의 구매가치 평가요소	리커트 점수					평균 (표준편차)
	1	2	3	4	5	
	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	
재건축 가능성	-	2.7 (7)	28.1 (72)	52.0 (133)	17.2 (44)	3.84 (0.73)
시공업체의 신뢰도	-	-	2.3 (6)	44.9 (115)	52.7 (135)	4.50 (0.55)
분양조건	-	1.2 (3)	10.9 (28)	59.4 (152)	28.5 (73)	4.15 (0.65)
구입가격	-	0.8 (2)	3.9 (10)	43.8 (112)	51.2 (131)	4.44 (0.61)
향후 매매의 용이성	-	0.8 (2)	10.5 (27)	49.6 (127)	39.1 (100)	4.27 (0.67)
유지비(관리비)	-	1.2 (3)	18.0 (46)	51.6 (132)	29.3 (75)	4.09 (0.72)
합계						4.22

그림 3.2에 나타난 사회환경영역 항목의 응답자 빈도수를 보면 시공업체의 신뢰도와 구입가격은 응답자의 과반수가 ‘매우 중요하다’의 5점으로 응답하였으며 재건축의 가능성에 대해서는 17.2%만이 ‘매우 중요하다’고 생각하고 28.1%는 ‘보통이다’라고 응답했다. 이는 아파트 구매를 거주목적으로 하는 구매자를 대상으로 하였기 때문으로 사료된다.

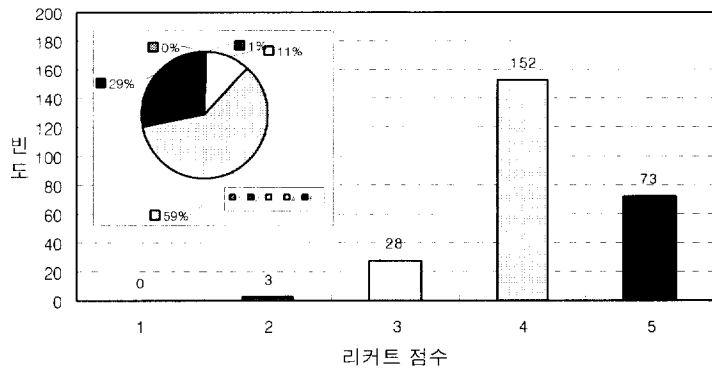


(a) 아파트 재건축 가능성에 대한 응답비율

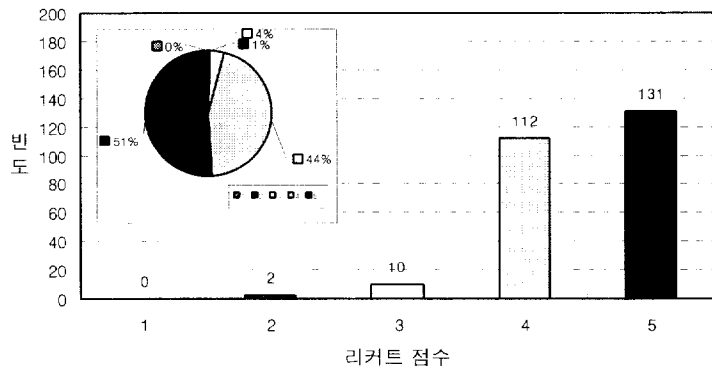


(b) 시공업체의 신뢰도에 대한 응답비율

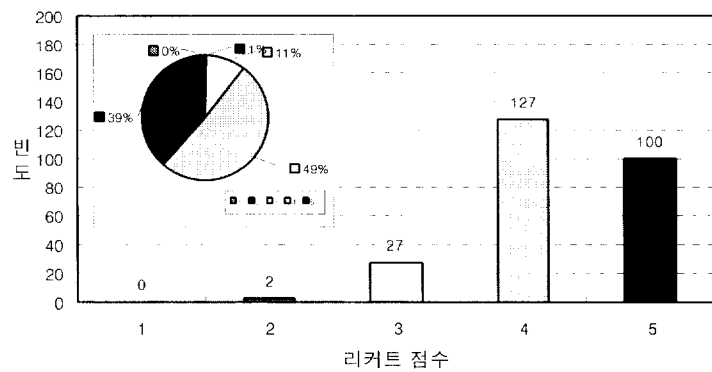
그림 3.2 사회환경영역 요인 항목별 응답비율



(c) 아파트 분양조건에 대한 응답비율

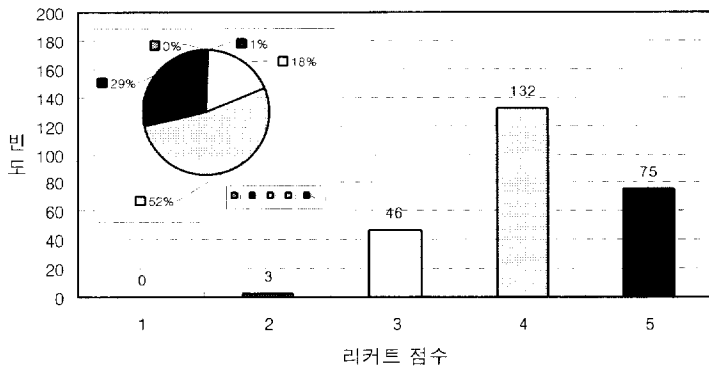


(d) 아파트 구입가격에 대한 응답비율



(e) 향후 아파트 매매의 용이성에 대한 응답비율

그림 3.2 사회환경영역 요인 항목별 응답비율(계속)



(f) 아파트 유지비에 대한 빈도수

그림 3.2 사회환경영역 요인 항목별 응답비율(계속)

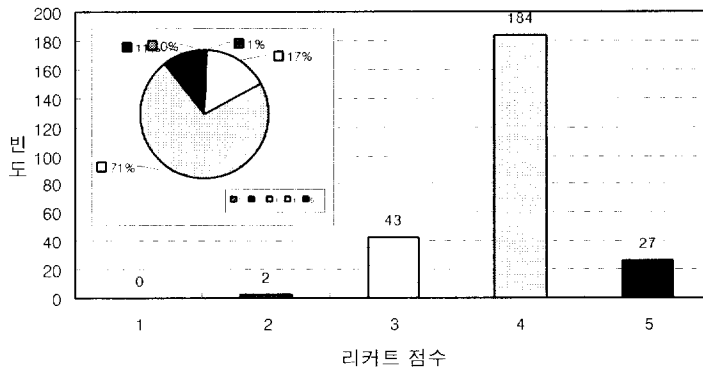
3.3.3 자연환경영역

자연환경영역의 구매가치 평가요소 항목별 리커트 점수는 표 3.6과 같다. 도로교통소음의 차단이 4.68점, 단지내 건물의 향(일조)이 4.36점, 각 세대에서의 경관(조망)이 4.18점, 인접한 공원과의 연계성 3.95점, 단지내 조경이 3.92점, 단지내 산책로의 유무가 3.71점으로 나타났다. 도로교통소음의 차단이 각각의 영역별 구별 없이 전체 구매가치 평가요소 중에서 가장 높은 점수를 받은 것으로 나타났다. 자연환경영역 요소에 대한 모든 항목의 표준편차가 특히 낮게 나타났으며, 자연환경영역에 대한 응답자의 생각이 응답자의 특성과 관계없이 비슷하게 나타나는 것으로 볼 수 있다.

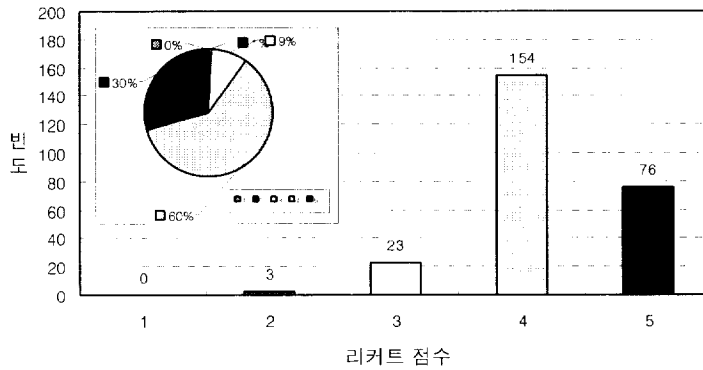
표 3.6 자연환경영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수

자연환경영역의 구매가치 평가요소	리커트 점수					평균 (표준편차)
	1	2	3	4	5	
	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	
단지내 조정	-	0.8 (2)	16.8 (43)	71.9 (184)	10.5 (27)	3.92 (0.55)
각 세대에서의 경관	-	1.2 (3)	9.0 (23)	60.2 (154)	29.7 (76)	4.18 (0.63)
도로교통소음의 차단	-	0.4 (1)	2.7 (7)	25.8 (66)	71.1 (182)	4.68 (0.55)
단지내 산책로 유무	-	1.6 (4)	27.3 (70)	69.1 (177)	2.0 (5)	3.71 (0.52)
단지내 건물의 향	-	1.2 (3)	8.6 (22)	43.0 (110)	47.3 (121)	4.36 (0.69)
인접공원과의 연계성	-	2.3 (6)	22.7 (58)	52.7 (135)	22.3 (57)	3.95 (0.74)
합계						4.13

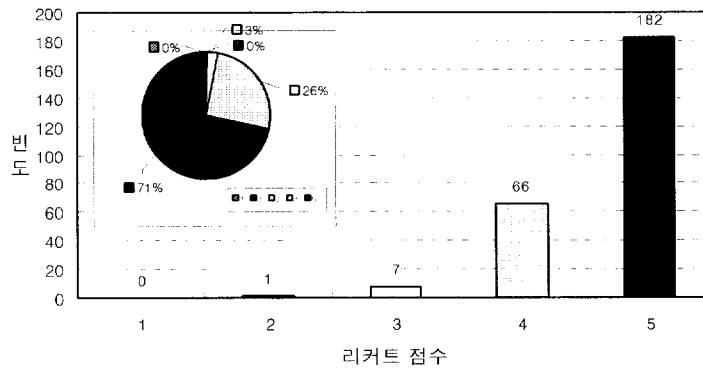
그림 3.3의 자연환경영역 항목에 대한 응답자 빈도수를 보면 6개의 구매가치 평가요소 중에서 도로교통 소음 차단만이 ‘매우 중요하다’인 5점을 부여한 응답자가 71%를 넘었고, 다른 5개의 구매가치 평가요소들에 대해서는 대부분의 응답자가 ‘중요하다’인 4점을 부여한 것으로 나타났다. 특히 단지내 산책로의 유무는 응답자의 2%만이 ‘매우 중요하다’고 대답하였다. 이것은 아파트 주거환경에서 교통소음의 차단이 매우 중요한 요소인 것을 나타낸다고 볼 수 있다.



(a) 단지내 조경에 대한 응답비율

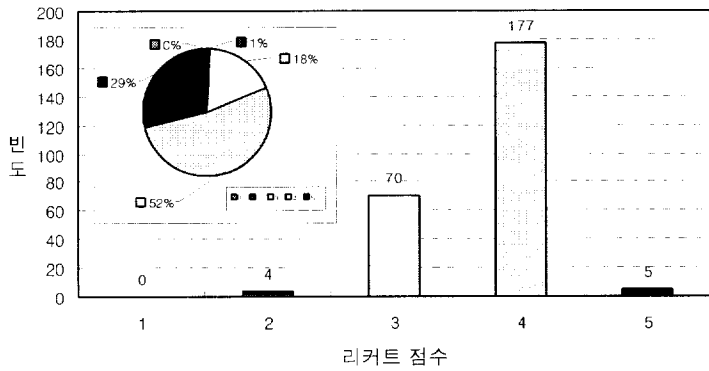


(b) 경관(조망)에 대한 응답비율

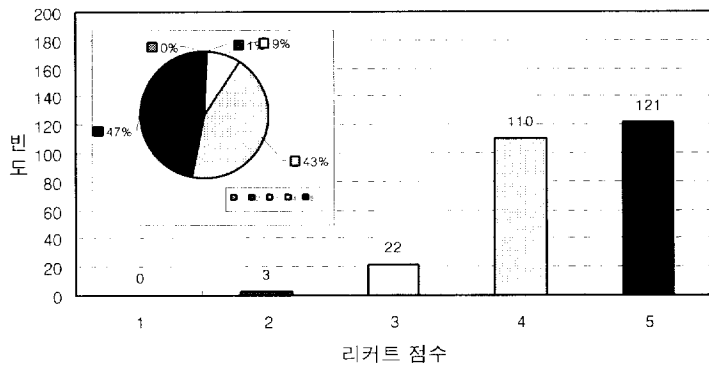


(c) 도로교통의 소음차단 효과에 응답비율

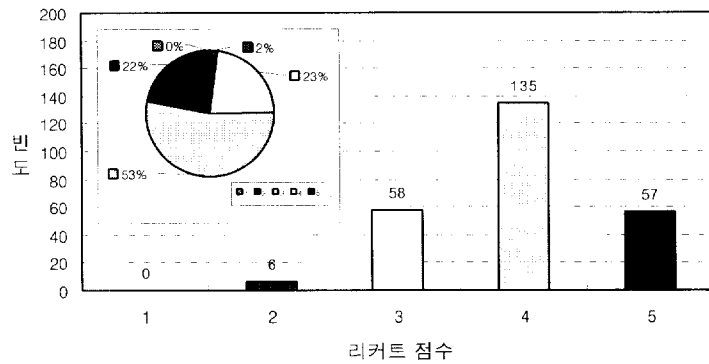
그림 3.3 자연환경영역 요인 항목별 응답비율



(d) 산책로의 유무에 대한 응답비율



(e) 건물의 향(일조)에 대한 응답비율



(f) 인접한 공원과의 연계성에 대한 응답비율

그림 3.3 자연환경영역 요인 항목별 응답비율(계속)

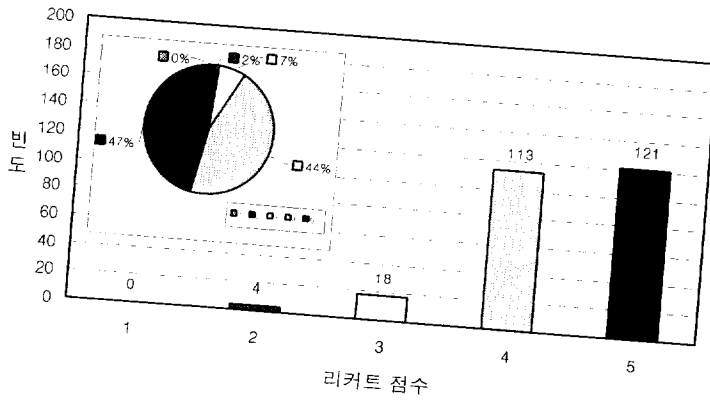
3.3.4 교육환경영역

표 3.7에 나타난 교육환경영역의 리커트 점수에 대한 응답결과를 보면 유해 환경으로부터의 안전성이 4.53점으로 가장 높게 나타났다. 또한 인접한 학교와의 거리가 4.37점으로 조사되었으며, 대중교통 이용의 용이성이 4.34점, 아파트가 속한 학군은 3.96점, 주변의 사교육 여건(학원)은 3.93점, 이웃주민의 교육열의는 3.47점의 순이었다. 이웃 주민의 교육열의에 대한 리커트 점수의 평균이 모든 구매가치 평가요소 중에서 가장 작게 나타났다.

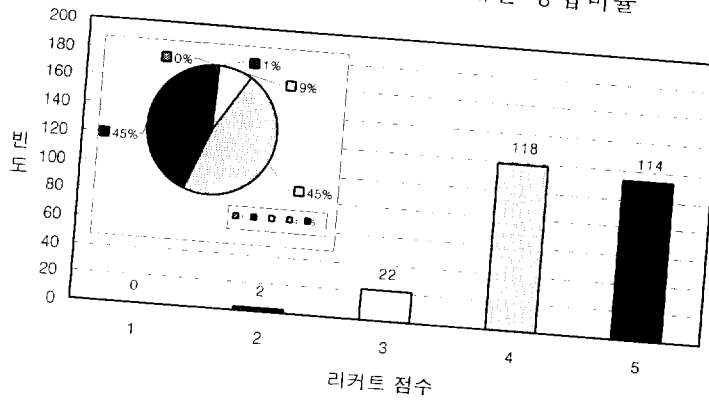
표 3.7 교육환경영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수

교육환경영역의 구매가치 평가요소	리커트 점수					평균 (표준편차)
	1 %(N)	2 %(N)	3 %(N)	4 %(N)	5 %(N)	
인접학교와의 거리	-	1.6 (4)	7.0 (18)	44.1 (113)	47.3 (121)	4.37 (0.68)
대중교통 이용 용이성	-	0.8 (2)	8.6 (22)	46.1 (118)	44.5 (114)	4.34 (0.67)
이웃주민의 교육열의	-	5.5 (14)	43.4 (111)	49.6 (127)	1.6 (4)	3.47 (0.62)
유해환경으로부터의 안전성	-	0.8 (2)	5.9 (15)	32.8 (84)	60.5 (155)	4.53 (0.64)
주변의 사교육 여건	-	1.6 (4)	25.0 (64)	52.3 (134)	21.1 (54)	3.93 (0.72)
아파트가 속한 학군	-	2.0 (5)	18.4 (47)	60.9 (156)	18.8 (48)	3.96 (0.67)
합계						4.10

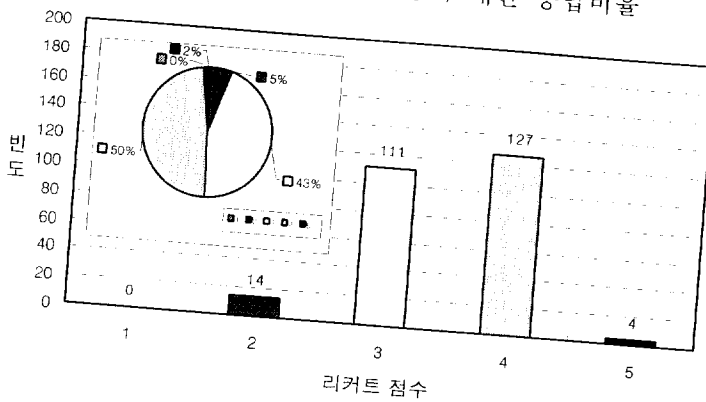
그림 3.4 (c)에 나타난 이웃 주민의 교육열의 빈도수를 보면 응답자의 1.6%인 4명만이 ‘매우 중요하다’고 응답했고, 유해환경으로의 안전성에 대해서는 60.5%가 ‘매우 중요하다’고 응답했다. 이는 결국 거주목적의 아파트는 인간의 생리적 욕구에 해당하는 삶의 안전성에 대한 확보 욕구가 가장 우선한다는 점을 드러낸다고 볼 수 있다.



(a) 인접한 학교와의 거리에 대한 응답비율

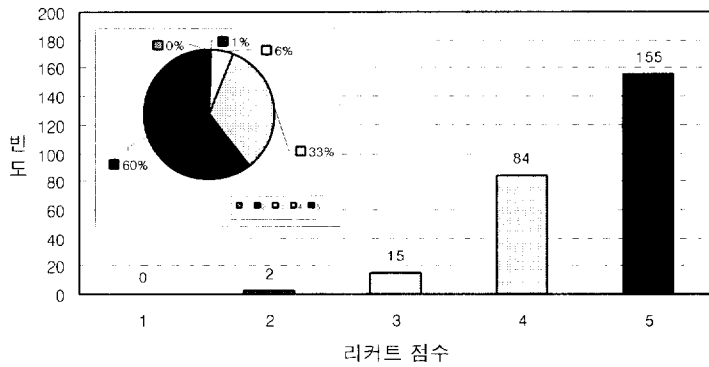


(b) 대중교통 이용의 용이성에 대한 응답비율

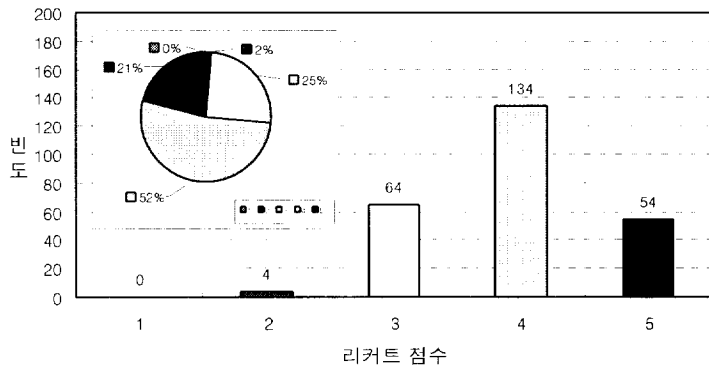


(c) 이웃주민의 교육열의에 대한 응답비율

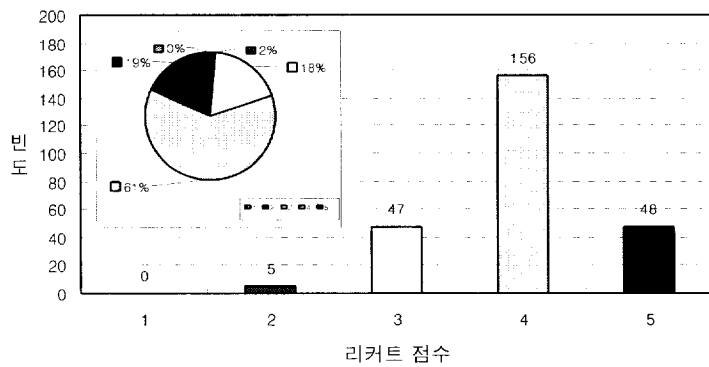
그림 3.4 자연환경영역 요인 항목별 응답비율



(d) 유해환경으로부터의 안전성에 대한 응답비율



(e) 사교육 여건(학원)에 대한 응답비율



(f) 학군에 대한 응답비율

그림 3.4 자연환경영역 요인 항목별 응답비율(계속)

3.3.5 기타영역

기타영역에서는 직장과의 거리, 거주할 층수, 거주할 평면의 구성, 단지주변의 상권조성, 편의시설 이용의 용이성, 향후 지역발전 가능성 등과 같은 항목에 대해 구매가치를 평가하였다. 표 3.8에 나타난 리커트 점수를 보면, 향후 지역발전 가능성이 4.28점, 직장과의 거리 4.24점, 편의시설 이용의 용이성 4.07점, 거주할 평면의 구성 4.05점, 거주할 층수 3.87점, 단지주변의 상권조성 3.82점 순으로 조사되었다.

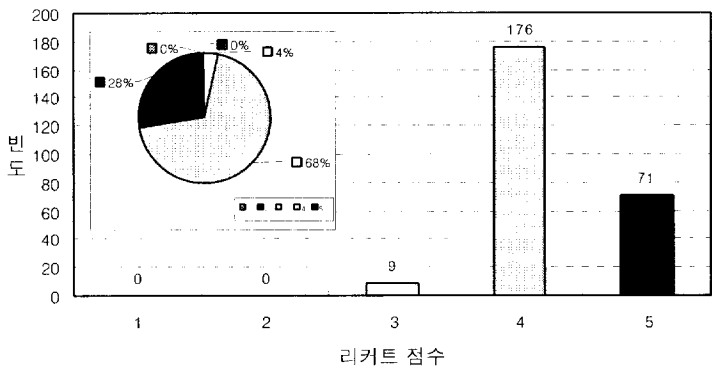
특히, 직장과의 거리는 4.24점의 높은 점수로 나타났으며 표준편차도 0.5점으로 전체 30개의 구매가치 평가요소 중에서 가장 작게 나타났다.

표 3.8 기타영역 항목에 대한 구매가치 평가요소의 리커트 점수

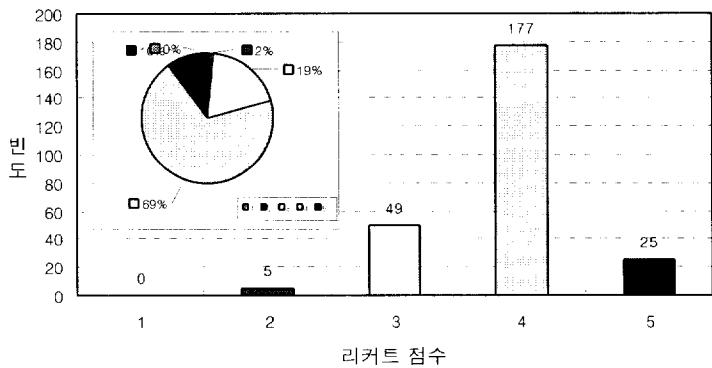
기타영역의 구매가치 평가요소	리커트 점수					평균 (표준편차)
	1 %(N)	2 %(N)	3 %(N)	4 %(N)	5 %(N)	
직장과의 거리	-	-	3.5 (9)	68.8 (176)	27.7 (71)	4.24 (0.5)
거주할 층수	-	2.0 (5)	19.1 (49)	69.1 (177)	9.8 (25)	3.87 (0.59)
거주할 평면의 구성	-	0.4 (1)	16.0 (41)	61.7 (158)	21.9 (56)	4.05 (0.63)
단지주변의 상권조성	-	2.0 (5)	19.9 (51)	71.9 (184)	6.3 (16)	3.82 (0.56)
편의시설 이용의 용이성	-	1.2 (3)	13.3 (34)	62.5 (160)	23.0 (59)	4.07 (0.64)
향후 지역발전 가능성	-	0.8 (2)	6.6 (17)	56.6 (145)	35.9 (92)	4.28 (0.62)
합계						4.06

그림 3.5에서 기타영역 항목에 대한 응답자의 빈도수를 보면 대부분의 구매가치 평가요소들에 대해 응답자의 65%정도가 ‘중요하다’인 4점을 부여하였고,

20% 정도가 ‘매우 중요하다’인 5점을 부여하였다. 그러나, 거주할 층수, 단지 주변의 상권조성에 대해서는 응답자 6~9%만이 ‘매우 중요하다’라고 응답했다. 이러한 기타영역 요소는 아파트 구매결정시 고려는 하지만 결정적인 구매가치 평가요소로 선택되지 않는 것으로 판단된다.

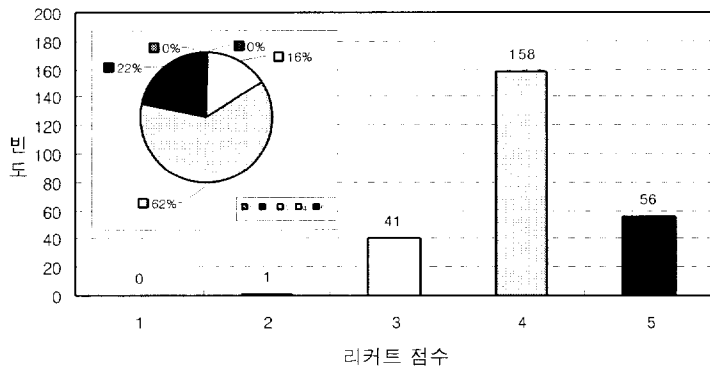


(a) 직장과의 거리에 대한 응답비율

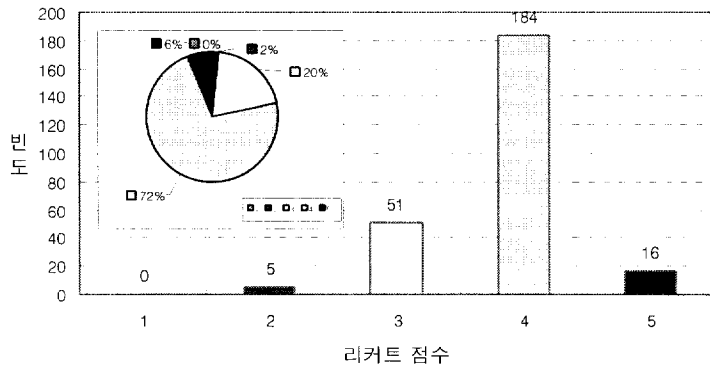


(b) 거주할 층수에 대한 응답비율

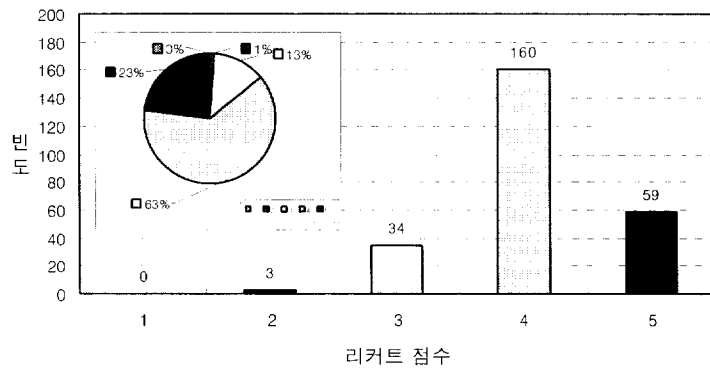
그림 3.5 기타영역의 요인 항목별 응답비율



(c) 평면의 구성에 대한 응답비율

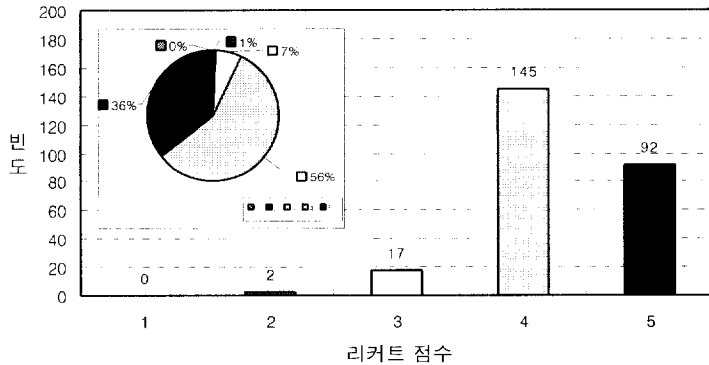


(d) 단지주변의 상권조성에 대한 응답비율



(e) 편의시설 이용의 용이성에 대한 응답비율

그림 3.5 기타영역의 요인 항목별 응답비율(계속)



(f) 향후 지역발전 가능성에 대한 응답비율

그림 3.5 기타영역의 요인 항목별 응답비율(계속)

3.4 구매가치 평가요소의 우선순위

아파트 구매가치 평가요소들의 중요성을 보다 차별적으로 평가하기 위해 각 영역별로 우선하는 순위를 정하도록 한 응답결과를 살펴보았다.

표 3.9에 나타난 것처럼 아파트의 규모를 우선적으로 고려한 응답율이 55.9%로 가장 높았고, 시공업체의 신뢰도, 유해환경으로부터의 안전성 등과 같은 요소들은 8.2%, 9%로 가장 낮게 나타났다. 이는 시공업체의 신뢰도, 유해환경으로부터의 안전성에 대한 응답자의 생각이 각각의 요소들은 ‘매우 중요하다’고 생각하지만 다른 요소들과의 비교에서 상대적으로 중요성이 부족하다고 판단했기 때문으로 본다.

영역별 구매가치 평가요소들 중에서 아파트의 규모, 유지비, 단지내 산책로, 이웃주민의 교육열의, 직장과의 거리 등이 상대적으로 중요시 생각되는 것으로 나타났다.

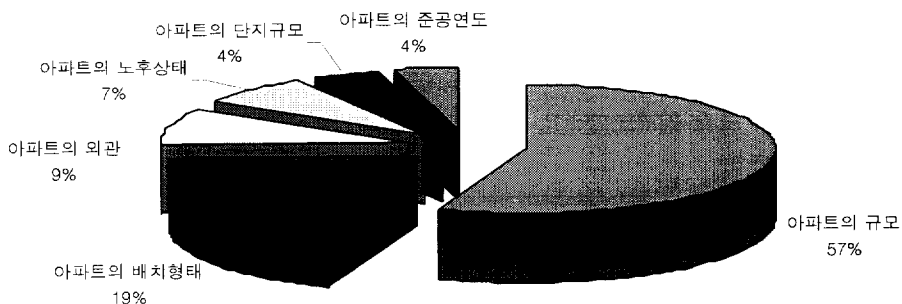
거주할 층수, 거주할 평면의 구성과 같은 항목은 1순위에서 6순위까지 비교적 고른 분포를 보였다.

표 3.9 영역별 구매가치 평가요소의 우선순위 응답 구성비율

구매가치 평가요소		1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위
		%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)	%(N)
건축물영역	아파트의 규모	55.9(143)	16.0(41)	0.8(2)	11.7(30)	9.4(24)	6.3(16)
	아파트의 배치형태	18.8(48)	32.0(82)	6.6(17)	17.6(45)	15.2(39)	9.8(25)
	아파트의 외관	9.4(24)	21.5(55)	12.5(32)	22.7(58)	22.7(58)	11.3(29)
	아파트의 노후상태	7.4(19)	10.5(27)	23.8(61)	22.3(57)	19.1(49)	16.8(43)
	아파트의 단지규모	4.3(11)	13.7(35)	22.3(57)	14.8(38)	18.8(48)	26.2(67)
	아파트의 준공연도	4.3(11)	6.3(16)	34.0(87)	11.3(29)	14.5(37)	29.7(76)
사회환경영역	재건축 가능성	13.7(357)	13.3(34)	10.2(26)	46.1(118)	11.7(30)	5.1(13)
	시공업체의 신뢰도	8.2(21)	13.7(35)	21.1(54)	23.8(61)	25.4(65)	7.8(20)
	분양조건	11.3(29)	22.3(57)	22.3(57)	13.3(34)	23.4(60)	7.4(19)
	구입가격	13.3(34)	18.0(46)	22.3(57)	9.4(24)	16.8(43)	20.3(52)
	향후 매매의 용이성	24.6(63)	15.2(39)	19.9(51)	3.9(10)	13.3(34)	23.0(59)
	유지비(관리비)	29.3(75)	17.6(45)	3.9(10)	3.5(9)	9.4(24)	36.3(93)
자연환경영역	단지내 조경	11.3(29)	14.1(36)	32.0(82)	3.9(10)	35.9(92)	2.7(7)
	각 세대에서의 경관	12.9(33)	28.9(74)	21.5(55)	9.8(25)	18.0(46)	9.0(23)
	도로교통소음의 차단	21.1(54)	25.8(66)	20.3(52)	9.0(23)	16.4(42)	7.4(19)
	단지내 산책로 유무	28.5(73)	13.7(35)	10.5(27)	24.2(62)	7.8(20)	15.2(39)
	단지내 건물의 향	18.0(46)	9.8(25)	7.0(18)	31.6(81)	10.9(28)	22.7(58)
	인접공원과의 연계성	8.6(22)	7.8(20)	9.0(23)	21.5(55)	10.5(27)	42.6(109)
교육환경영역	인접학교와의 거리	18.8(48)	23.4(60)	1.6(4)	49.2(126)	1.2(3)	5.9(15)
	대중교통 이용 용이성	27.3(70)	37.1(95)	4.3(11)	20.3(52)	3.9(10)	7.0(18)
	이웃주민의 교육열의	31.6(81)	21.1(54)	10.9(28)	15.6(40)	10.5(27)	10.2(26)
	유해환경으로부터의 안정성	9.0(23)	6.3(16)	23.0(59)	9.4(24)	25.8(66)	26.6(68)
	주변의 사교육 여건	8.2(21)	5.1(13)	18.4(47)	3.9(10)	35.9(92)	28.5(73)
	아파트가 속한 학군	4.3(11)	7.0(18)	41.8(107)	2.3(6)	22.7(58)	21.9(56)
기타영역	직장과의 거리	27.7(71)	10.2(26)	13.7(35)	6.6(17)	9.8(25)	32.0(82)
	거주할 층수	15.2(39)	21.1(54)	14.5(37)	15.2(39)	20.7(53)	13.3(34)
	거주할 평면의 구성	18.8(48)	16.0(41)	15.6(40)	18.0(46)	21.1(54)	10.5(27)
	단지주변의 상권조성	13.7(35)	15.2(39)	17.2(44)	25.0(64)	18.8(48)	10.2(26)
	편의시설 이용의 용이성	10.5(27)	16.8(43)	22.7(58)	22.7(58)	16.4(42)	10.9(28)
	향후 지역발전 가능성	14.8(38)	20.7(53)	16.0(41)	12.5(32)	13.7(35)	22.3(57)

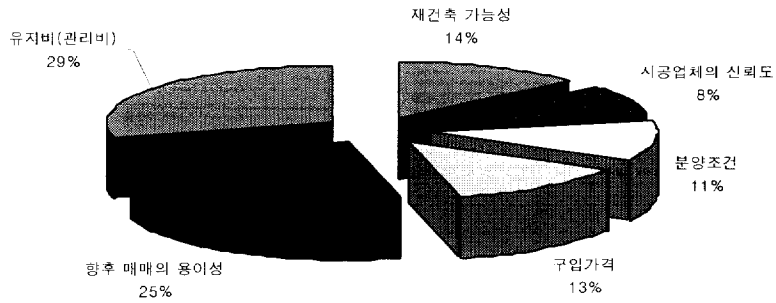
표 3.9에서 구매가치 평가요소의 우선순위에 대한 결과를 보면 아파트 규모가 1순위로 중요시한다고 응답한 경우가 55.9%이었으나 2순위에서 6순위까지는 16%, 0.8%, 11.7%, 9.4%, 6.3%의 응답률을 보이고 있다. 즉, 아파트 규모의 중요도에 대한 1순위 응답률이 매우 높고 2~6순위 비율은 급격히 낮아지는 특성을 보이고 있다. 반면 유해환경으로부터의 안전성, 아파트가 속한 학군 등은 5, 6순위를 차지하는 비율이 높게 나타나고 있어 상대적으로 덜 중요하다는 경향을 볼 수 있다.

그림 3.6은 각 영역별 우선순위로 응답한 구매가치요소에 대한 비율을 나타낸 것으로 건축물 영역에서는 아파트의 규모에 대한 항목이 차지하는 비율이 매우 크지만 건축물 영역을 제외한 다른 영역에서는 여러 요소들이 고른 비율분포를 보이고 있는 것으로 나타났다.

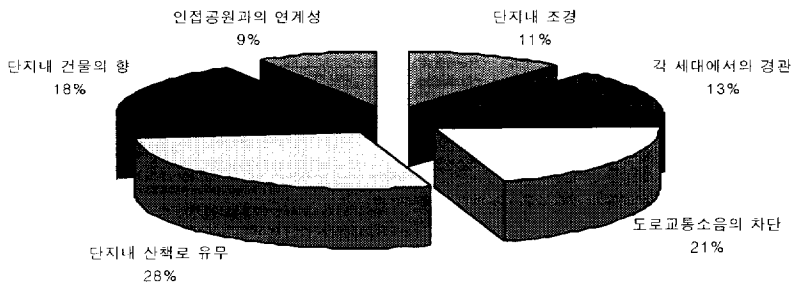


(a) 건축물영역 1순위 요소 응답의 구성비율

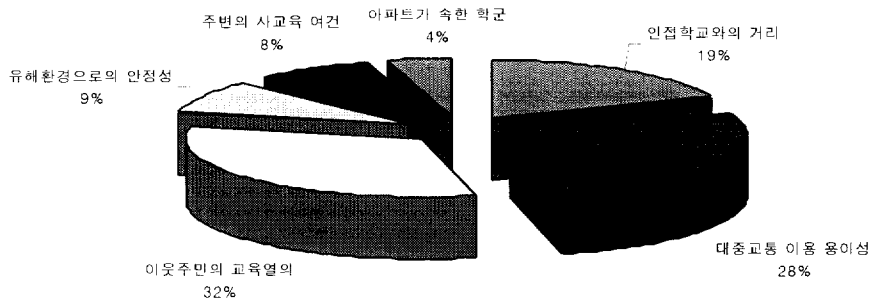
그림 3.6 영역별 우선순위 항목에 대한 구성비율



(b) 사회환경영역 1순위 요소 응답의 구성비율

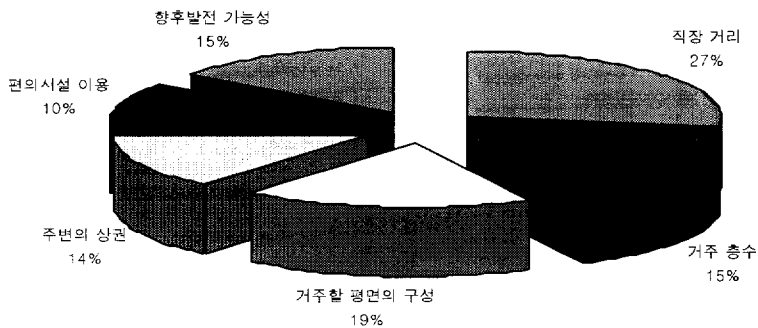


(c) 자연환경영역 1순위 요소 응답의 구성비율



(d) 교육환경영역 1순위 요소 응답의 구성비율

그림 3.6 영역별 우선순위 항목에 대한 구성비율(계속)



(e) 기타영역 1순위 요소 응답의 구성비율

그림 3.6 영역별 우선순위 항목에 대한 구성비율(계속)

3.5 응답자 특성에 따른 구매가치 평가요소

아파트 구매가치 평가요소들에 대한 중요도에 영향을 미치는 응답자의 특성으로는 성별, 연령, 가족구성원, 소유형태, 거주(소유)기간으로 설정하였다. 설정된 각 변수가 구매가치 평가에 있어서 중요시하는 구매가치 평가요소들에 따라 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 리커트 점수를 높게 받은(4.0이상) 13개의 항목에 대해 Chi-Square 검정을 하였다.

응답자의 성별에 따른 Chi-Square 검정결과, 인접학교와의 거리, 대중교통 이용의 용이성, 유해환경으로부터의 안전성에 대한 요소가 유의한 차이를 보였으며, 남성보다 여성이 이들의 구매가치에 보다 더 높은 점수를 부여하였다.

응답자의 연령에 따른 구매가치 평가요소는 표 3.11에 나타난 것과 같이 구입가격, 향후 매매의 용이성, 인접학교와의 거리, 대중교통 이용의 용이성에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 이들 요소에 대해 30대 연령의 응답자가 가장 높은 점수를 부여하였고, 50대 이상인 연령의 응답자는 다른 연령대에 비해 이들 요소들에 대해서 보다 덜 중요하게 응답하였다.

표 3.10 성별 차이에 따른 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석

구매가치 평가요소	성 별		
	남성	여성	P-Value
아파트 건물의 노후상태	4.14	4.21	0.281
시공업체의 신뢰도	4.51	4.50	0.182
분양조건	4.10	4.18	0.816
구입가격	4.37	4.47	0.597
향후 매매의 용이성	4.17	4.31	0.150
각 세대에서의 경관	4.16	4.19	0.630
도로교통소음의 차단	4.95	4.56	0.083
건물의 향(일조)	4.31	4.39	0.226
인접학교와의 거리	4.19	4.46	0.004
대중교통 이용의 용이성	4.17	4.42	0.012
유해환경으로의 안전성	4.42	4.58	0.006
직장과의 거리	4.20	4.26	0.282
향후 지역발전 가능성	4.32	4.26	0.368

표 3.11 연령별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석

구매가치 평가요소	연 령 별				P-Value
	20대	30대	40대	50대이상	
아파트 건물의 노후상태	4.16	4.19	4.21	4.19	0.636
시공업체의 신뢰도	4.42	4.49	4.52	4.60	0.489
분양조건	4.00	4.16	4.24	4.16	0.282
구입가격	4.40	4.55	4.42	4.26	0.038
향후 매매의 용이성	4.22	4.38	4.31	4.00	0.031
각 세대에서의 경관	4.13	4.20	4.19	4.19	0.301
도로교통소음의 차단	4.40	4.57	4.27	4.33	0.298
건물의 향(일조)	4.29	4.45	4.36	4.26	0.077
인접학교와의 거리	4.27	4.54	4.24	4.28	0.039
대중교통 이용의 용이성	4.36	4.50	4.15	4.28	0.044
유해환경으로의 안전성	4.40	4.68	4.55	4.28	0.831
직장과의 거리	4.27	4.23	4.28	4.19	0.608
향후 지역발전 가능성	4.38	4.22	4.37	4.16	0.230

가족 구성원의 구별에 따른 구매가치 평가요소 검증결과는 표 3.12에서 보면 응답자의 특성에 따른 구매가치를 평가결과와 달리 모든 요소에 대해 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 그러므로 실제 가족 구성원들에 따라서 아파트 구매시 영향을 주는 요소의 차이는 없음을 알 수 있다.

표 3.12 가족 구성원 차이별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석

구매가치 평가요소	가 족 구 성 세 대				
	1세대	2세대	3세대	4세대	P-Value
아파트 건물의 노후상태	4.10	4.22	4.17	4.18	0.551
시공업체의 신뢰도	4.65	4.54	4.45	4.44	0.252
분양조건	4.25	4.20	4.02	4.16	0.296
구입가격	4.55	4.46	4.30	4.51	0.321
향후 매매의 용이성	4.30	4.29	4.17	4.32	0.953
각 세대에서의 경관	4.55	4.21	4.08	4.11	0.151
도로교통소음의 차단	4.15	4.52	4.35	4.53	0.241
건물의 향(일조)	4.30	4.45	4.18	4.40	0.436
인접학교와의 거리	4.15	4.46	4.23	4.40	0.063
대중교통 이용의 용이성	4.30	4.34	4.32	4.40	0.167
유해환경으로부터의 안전성	4.55	4.62	4.38	4.49	0.477
직장과의 거리	4.25	4.25	4.27	4.19	0.981
향후 지역발전 가능성	4.25	4.28	4.22	4.35	0.949

표 3.13에서 보면 아파트 소유형태에 따른 구매가치 평가요소의 적합성이 향후 매매의 용이성과 대중교통 이용의 용이성에 대해서 유의한 차이를 나타냈다. 또한 소유형태에서 아파트 거주자 중 자가소유 응답자들이 임대(전세, 월세)하여 거주하는 응답자들 보다 이러한 요소에 대하여 더욱 중요시하는 것으로 나타났다.

표 3.14에서 거주기간에 따른 구매가치 평가요소 검증결과를 보면 향후 매매의 용이성, 건물의 향(일조), 인접학교와의 거리에 대해 유의한 차이를 보이며 아파트에 12년 이상 거주한 응답자들이 이들 요소에 대해 중요시하는 것으로 나타나고 있다.

표 3.13 아파트 소유형태별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석

구매가치 평가요소	아파트 소유형태			
	소유	전세	월세	P-Value
아파트 건물의 노후상태	4.23	4.17	4.19	0.452
시공업체의 신뢰도	4.54	4.48	4.62	0.715
분양조건	4.16	4.13	4.33	0.223
구입가격	4.55	4.40	4.43	0.213
향후 매매의 용이성	4.54	4.16	4.24	0.012
각 세대에서의 경관	4.26	4.16	4.14	0.218
도로교통소음의 차단	4.64	4.73	4.43	0.414
건물의 향(일조)	4.52	4.31	4.24	0.145
인접학교와의 거리	4.58	4.30	4.24	0.057
대중교통 이용의 용이성	4.55	4.28	4.19	0.015
유해환경으로부터의 안전성	4.72	4.46	4.43	0.559
직장과의 거리	4.28	4.23	4.19	0.521
향후 지역발전 가능성	4.19	4.33	4.19	0.144

표 3.14 아파트 거주기간별 평가요소의 중요도 응답 유의성 분석

구매가치 평가요소	현재 아파트 거주기간					P-Value
	3년 미만	3~6년 미만	6~9년 미만	9~12년 미만	12년 이상	
아파트 건물의 노후상태	4.21	4.29	4.21	4.22	4.02	0.151
시공업체의 신뢰도	4.67	4.54	4.54	4.42	4.44	0.193
분양조건	4.13	4.08	4.20	4.11	4.17	0.495
구입가격	4.33	4.54	4.54	4.40	4.27	0.395
향후 매매의 용이성	4.21	4.50	4.23	4.17	4.44	0.001
각 세대에서의 경관	4.08	4.17	4.26	4.11	4.17	0.012
도로교통소음의 차단	4.38	4.50	4.35	4.46	4.51	0.861
건물의 향(일조)	4.25	4.26	4.34	4.41	4.49	0.002
인접학교와의 거리	4.33	4.46	4.41	4.14	4.61	0.001
대중교통 이용의 용이성	4.46	4.38	4.33	4.18	4.54	0.180
유해환경으로부터의 안전성	4.54	4.54	4.52	4.45	4.68	0.417
직장과의 거리	4.21	4.17	4.33	4.14	4.24	0.194
향후 지역발전 가능성	4.33	4.21	4.32	4.25	4.22	0.399

3.6 공동주택 구매가치 평가요소의 상관관계

설문 응답자가 아파트를 구매할 때 고려하는 구매가치 평가요소들 사이의 상관관계를 파악하여 표 3.15에 나타내었다. 이는 어떤 요소와 어떤 요소를 함께 고려하는지 분석하기 위한 것으로 요소들 사이의 상관관계는 상관계수로 표현되며, 선형의 상관을 나타내는 값을 가진다. 따라서 두 요소 사이에 양의 상관계수가 나타나면 중요도가 비례함을 나타내고, 음의 상관계수가 나타나면 두 요소 사이의 중요도가 반비례하는 것을 나타낸다. 그리고 상관계수의 절대값이 1에 가까울수록 상관관계가 높다고 할 수 있다.

표 3.15에 나타난 상관계수를 보면 절대값은 0.01에서 0.59위 범위에 있고, 435개의 상관관계 중에서 0.4가 넘는 요소들은 6.2%정도 밖에 되지 않아 이 요소들 사이의 상관성이 비교적 높은 것으로 나타났다.

상관계수가 비교적 높게 나타난 요소는 대중교통 이용의 용이성과 학교와 거리의 관계로서 상관계수가 0.59 수준이다. 즉, 대중교통 이용의 용이성을 중요하게 생각하는 응답자는 학교와의 거리도 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

그림 3.7은 구매가치 평가요소들의 상관관계를 상관계수 0.4이상인 관계를 도식화하여 나타낸 것으로 두 요소 사이의 상관관계뿐만 아니라 여러 요소들 사이의 상관관계를 종합적으로 나타내었다. 그림 3.7 (a)에 나타난 것처럼 기타영역의 구매가치 평가요소를 제외하고 상관관계가 높은 것으로 나타난 요소들 사이의 관계가 유기적으로 관계를 보이고 있다. 따라서 상관관계가 높게 나타난 요소들 중에서 어느 하나의 요소를 중요하게 응답하는 자는 나머지 요소들 중 유기적인 관계가 깊은 요소에 대해서도 중요하게 생각하는 것으로 분석된다. 또한 그림 3.7(b)에서 보면 기타 영역의 경우 세 가지 요소들도 독립적인 군(群)을 형성하며 상호영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 3.15 아파트 구매가치 평가요소 간의 상관계수(r)

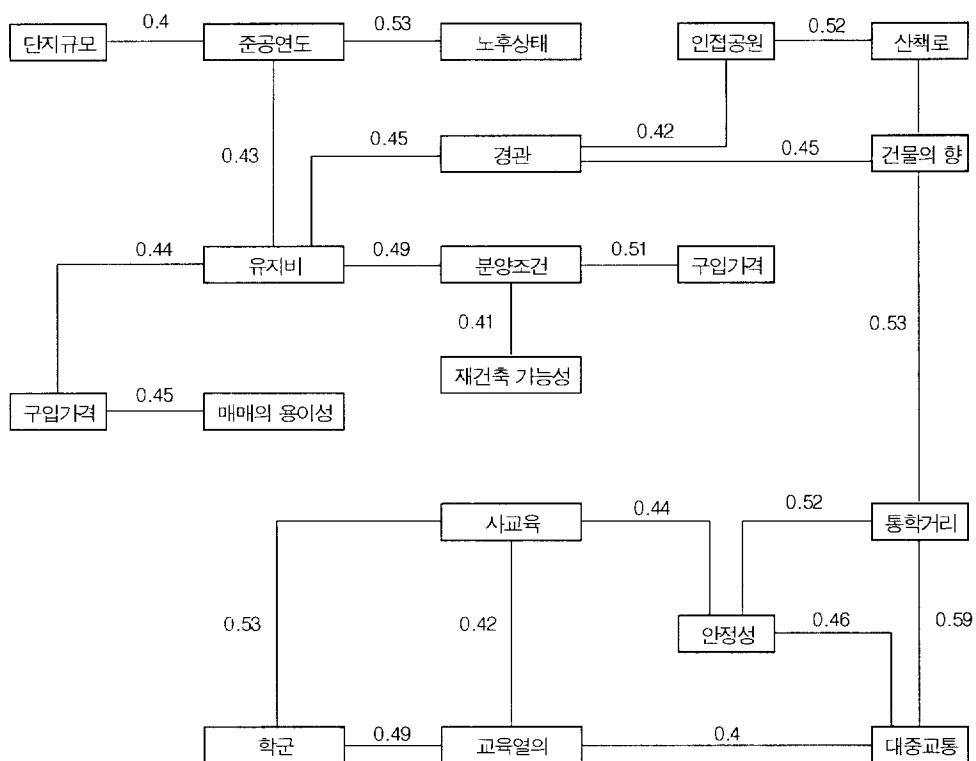
구매가치 평가요소		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
아파트의 규모	X1	1	0.26	0.14	0.30	0.34	0.22	0.12	0.14	0.34	0.31
아파트의 배치형태	X2	0.26	1	0.23	0.29	0.33	0.30	0.09	0.11	0.18	0.18
아파트의 외관	X3	0.14	0.23	1	0.30	0.24	0.25	0.17	0.18	0.27	0.14
아파트의 노후상태	X4	0.30	0.29	0.30	1	0.29	<u>0.53</u>	0.14	0.18	0.22	0.24
아파트의 단지규모	X5	0.34	0.33	0.24	0.29	1	<u>0.40</u>	0.12	0.24	0.18	0.16
아파트의 준공연도	X6	0.22	0.30	0.25	0.53	0.40	1	0.24	0.18	0.30	0.26
재건축 가능성	X7	0.12	0.09	0.17	0.14	0.12	0.24	1	0.21	<u>0.41</u>	0.24
식공업체의 신뢰도	X8	0.14	0.11	0.18	0.18	0.24	0.18	0.21	1	0.26	0.20
분양조건	X9	0.34	0.18	0.27	0.22	0.18	0.30	0.41	0.26	1	<u>0.51</u>
구입가격	X10	0.31	0.18	0.14	0.24	0.16	0.26	0.24	0.20	0.51	1
향후 매매의 용이성	X11	0.24	0.08	0.11	0.17	0.16	0.17	0.29	0.19	0.32	0.45
유지비(관리비)	X12	0.33	0.15	0.30	0.34	0.16	0.43	0.27	0.19	0.49	0.44
단지내 조경	X13	0.15	0.05	0.15	0.12	0.17	0.16	0.18	0.18	0.25	0.21
각 세대에서의 경관	X14	0.27	0.25	0.27	0.26	0.25	0.27	0.13	0.25	0.42	0.39
도로교통소음의 차단	X15	0.14	0.07	0.08	0.16	0.10	0.19	0.10	0.05	0.21	0.17
단지내 산책로 유무	X16	0.23	0.13	0.24	0.29	0.19	0.25	0.10	0.18	0.30	0.20
단지내 건물의 향	X17	0.33	0.21	0.20	0.19	0.29	0.18	0.13	0.21	0.37	0.38
인접공원과의 연계성	X18	0.21	0.25	0.18	0.25	0.17	0.26	0.17	0.18	0.37	0.30
인접학교와의 거리	X19	0.28	0.19	0.29	0.34	0.22	0.30	0.11	0.06	0.36	0.32
대중교통 이용 용이성	X20	0.26	0.06	0.27	0.29	0.19	0.26	0.01	0.06	0.25	0.30
이웃주민의 교육열의	X21	0.16	0.06	0.25	0.16	0.16	0.23	0.14	0.09	0.27	0.15
유해환경으로부터의 안정성	X22	0.20	0.12	0.26	0.22	0.17	0.22	0.16	0.11	0.35	0.37
주변의 사교육 여건	X23	0.29	0.10	0.34	0.17	0.24	0.15	0.14	0.01	0.29	0.18
아파트가 속한 학군	X24	0.26	0.17	0.19	0.21	0.29	0.20	0.10	0.09	0.28	0.17
직장과의 거리	X25	0.07	0.10	0.14	0.29	0.05	0.30	0.04	0.14	0.19	0.20
거주할 층수	X26	0.26	0.20	0.13	0.22	0.07	0.17	0.13	0.11	0.28	0.29
거주할 평면의 구성	X27	0.21	0.22	0.13	0.24	0.25	0.27	0.09	0.22	0.20	0.24
단지주변의 상권조성	X28	0.15	0.18	0.20	0.20	0.18	0.28	0.19	0.10	0.38	0.26
편의시설 이용의 용이성	X29	0.20	0.19	0.20	0.19	0.10	0.16	0.12	0.15	0.29	0.28
향후 지역발전 가능성	X30	0.21	0.19	0.13	0.23	0.15	0.26	0.23	0.14	0.31	0.35

표 3.15 아파트 구매가치 평가요소 간의 상관계수(계속)

구매가치 평가요소		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
아파트의 규모	X1	0.24	0.33	0.15	0.27	0.14	0.23	0.33	0.21	0.28	0.26
아파트의 배치형태	X2	0.08	0.15	0.05	0.25	0.07	0.13	0.21	0.25	0.19	0.06
아파트의 외관	X3	0.11	0.30	0.15	0.27	0.08	0.24	0.20	0.18	0.29	0.27
아파트의 노후상태	X4	0.17	0.34	0.12	0.26	0.16	0.29	0.19	0.25	0.34	0.29
아파트의 단지규모	X5	0.16	0.16	0.17	0.25	0.10	0.19	0.29	0.17	0.22	0.19
아파트의 준공연도	X6	0.17	0.43	0.16	0.27	0.19	0.25	0.18	0.26	0.30	0.26
재건축 가능성	X7	0.29	0.27	0.18	0.13	0.10	0.10	0.13	0.17	0.11	0.01
시공업체의 신뢰도	X8	0.19	0.19	0.18	0.25	0.05	0.18	0.21	0.18	0.06	0.06
분양조건	X9	0.32	0.49	0.25	0.42	0.21	0.30	0.37	0.37	0.36	0.25
구입가격	X10	0.45	0.44	0.21	0.39	0.17	0.20	0.38	0.30	0.32	0.30
향후 매매의 용이성	X11	1	0.31	0.24	0.30	0.08	0.11	0.38	0.13	0.21	0.19
유지비(관리비)	X12	0.31	1	0.30	0.45	0.30	0.37	0.34	0.38	0.36	0.39
단지내 조경	X13	0.24	0.30	1	0.39	0.12	0.30	0.21	0.37	0.21	0.25
각 세대에서의 경관	X14	0.30	0.45	0.39	1	0.21	0.34	0.45	0.42	0.38	0.32
도로교통소음의 차단	X15	0.08	0.30	0.12	0.21	1	0.14	0.28	0.16	0.31	0.19
단지내 산책로 유무	X16	0.11	0.37	0.30	0.34	0.14	1	0.29	0.52	0.38	0.27
단지내 건물의 향	X17	0.38	0.34	0.21	0.45	0.28	0.29	1	0.31	0.33	0.32
인접공원과의 연계성	X18	0.13	0.38	0.37	0.42	0.16	0.52	0.31	1	0.32	0.23
인접학교와의 거리	X19	0.21	0.36	0.21	0.38	0.31	0.38	0.33	0.32	1	0.59
대중교통 이용 용이성	X20	0.19	0.39	0.25	0.32	0.19	0.27	0.32	0.23	0.59	1
아웃주민의 교육열의	X21	0.12	0.30	0.28	0.27	0.13	0.29	0.26	0.39	0.39	0.40
유해환경으로부터의 안정성	X22	0.30	0.37	0.17	0.34	0.32	0.29	0.53	0.31	0.52	0.46
주변의 사교육 여건	X23	0.19	0.31	0.22	0.30	0.14	0.34	0.26	0.34	0.44	0.45
아파트가 속한 학군	X24	0.19	0.28	0.27	0.31	0.15	0.31	0.34	0.37	0.36	0.34
직장과의 거리	X25	0.07	0.32	0.10	0.25	0.12	0.16	0.14	0.22	0.23	0.24
거주할 층수	X26	0.18	0.19	0.20	0.23	0.15	0.26	0.29	0.20	0.27	0.23
거주할 평면의 구성	X27	0.15	0.27	0.26	0.28	0.12	0.33	0.33	0.25	0.34	0.31
단지주변의 상권조성	X28	0.19	0.30	0.22	0.23	0.12	0.31	0.28	0.30	0.34	0.31
편의시설 이용의 용이성	X29	0.13	0.27	0.19	0.17	0.09	0.27	0.30	0.35	0.26	0.28
향후 지역발전 가능성	X30	0.30	0.32	0.04	0.32	0.22	0.18	0.39	0.26	0.26	0.29

표 3.15 아파트 구매가치 평가요소 간의 상관계수(계속)

구매가치 평가요소		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30
아파트의 규모	X1	0.16	0.20	0.29	0.26	0.07	0.26	0.21	0.15	0.20	0.21
아파트의 배치형태	X2	0.06	0.12	0.10	0.17	0.10	0.20	0.22	0.18	0.19	0.19
아파트의 외관	X3	0.25	0.26	0.34	0.19	0.14	0.13	0.13	0.20	0.20	0.13
아파트의 노후상태	X4	0.16	0.22	0.17	0.21	0.29	0.22	0.24	0.20	0.19	0.23
아파트의 단지규모	X5	0.16	0.17	0.24	0.29	0.05	0.07	0.25	0.18	0.10	0.15
아파트의 준공연도	X6	0.23	0.22	0.15	0.20	0.30	0.17	0.27	0.28	0.16	0.26
재건축 가능성	X7	0.14	0.16	0.14	0.10	0.04	0.13	0.09	0.19	0.12	0.23
시공업체의 신뢰도	X8	0.09	0.11	0.01	0.09	0.14	0.11	0.22	0.10	0.15	0.14
분양조건	X9	0.27	0.35	0.29	0.28	0.19	0.28	0.20	0.38	0.29	0.31
구입가격	X10	0.15	0.37	0.18	0.17	0.20	0.29	0.24	0.26	0.28	0.35
향후 매매의 용이성	X11	0.12	0.30	0.19	0.19	0.07	0.18	0.15	0.19	0.13	0.30
유지비(관리비)	X12	0.30	0.37	0.31	0.28	0.32	0.19	0.27	0.30	0.27	0.32
단지내 조경	X13	0.28	0.17	0.22	0.27	0.10	0.20	0.26	0.22	0.19	0.04
각 세대에서의 경관	X14	0.27	0.34	0.30	0.31	0.25	0.23	0.28	0.23	0.17	0.32
도로교통소음의 차단	X15	0.13	0.32	0.14	0.15	0.12	0.15	0.12	0.12	0.09	0.22
단지내 산책로 유무	X16	0.29	0.29	0.34	0.31	0.16	0.26	0.33	0.31	0.27	0.18
단지내 건물의 향	X17	0.26	<u>0.53</u>	0.26	0.34	0.14	0.29	0.33	0.28	0.30	0.39
인접공원과의 연계성	X18	0.39	0.31	0.34	0.37	0.22	0.20	0.25	0.30	0.35	0.26
인접학교와의 거리	X19	0.39	<u>0.52</u>	<u>0.44</u>	0.36	0.23	0.27	0.34	0.34	0.26	0.26
대중교통 이용 용이성	X20	<u>0.40</u>	<u>0.46</u>	<u>0.45</u>	0.34	0.24	0.23	0.31	0.31	0.28	0.29
이웃주민의 교육열의	X21	1	0.32	<u>0.42</u>	<u>0.48</u>	0.08	0.18	0.23	0.33	0.29	0.25
유해환경으로부터의 안정성	X22	0.32	1	<u>0.44</u>	0.36	0.17	0.25	0.23	0.31	0.32	0.37
주변의 사교육 여건	X23	0.42	0.44	1	<u>0.53</u>	0.09	0.16	0.27	0.27	0.24	0.20
아파트가 속한 학군	X24	0.48	0.36	0.53	1	0.15	0.17	0.35	0.32	0.29	0.31
직장과의 거리	X25	0.08	0.17	0.09	0.15	1	0.16	0.15	0.11	0.20	0.25
거주할 층수	X26	0.18	0.25	0.16	0.17	0.16	1	0.36	0.29	0.35	0.19
거주할 평면의 구성	X27	0.23	0.23	0.27	0.35	0.15	0.36	1	0.35	0.35	0.26
단지주변의 상권조성	X28	0.33	0.31	0.27	0.32	0.11	0.29	0.35	1	<u>0.48</u>	<u>0.40</u>
편의시설 이용의 용이성	X29	0.29	0.32	0.24	0.29	0.20	0.35	0.35	0.48	1	<u>0.40</u>
향후 지역발전 가능성	X30	0.25	0.37	0.20	0.31	0.25	0.19	0.26	0.40	0.40	1



(a)



(b)

그림 3.7 구매가치 평가요소 간의 상관관계도

IV. 결 론

본 연구에서는 공동주택 구매결정에 영향을 미치는 구매가치 평가요소에 대한 인식조사를 위하여 설문조사를 하고 그 결과를 통계처리 하였다. 분석 프로그램은 SPSS 12.0 KO for windows(Release 12.0.1)을 사용하였고, 설문 결과의 분석은 응답자의 리커트 점수를 취하여 고찰하고, Chi-Square 검정과 요소별 상관분석을 하였다.

1. 아파트 구매가치 평가요소 중에서 주변 도로교통소음의 차단효과가 응답자의 리커트 점수에서 4.68로 가장 높은 점수를 얻었으며, 구매결정시 우선순위로 고려하는 요소에 대한 설문에 있어서는 아파트 단지의 규모를 선택한 응답자가 55.9%로 가장 높게 나타났다.
2. 건축물영역, 사회환경영역, 자연환경영역, 교육환경영역, 기타영역으로 구분한 5가지 영역 중 사회환경영역이 리커트 점수에 의한 빈도분석에서 아파트 구매결정시 가장 높은 영향을 주는 것으로 나타났다.
3. 아파트 구매가치 평가요소 결과를 응답자 특성에 따라 분석해 보면, 가족의 구성원에 따른 유의한 차이는 나타나지 않았고, 현재 아파트에 거주기간이 오래일수록 건축물의 향(일조)에 대해 중요하게 여기는 것으로 나타났다.
4. 공동주택 구매가치 평가요소의 상관관계 중에서 대중교통 이용의 용이성과 인접학교와의 거리의 상관계수가 0.58으로 가장 높게 나타났고, 0.4이상의 상관관계를 나타낸 요소 중에서 기타영역의 요소를 제외하고 유의적인 관계로 나타났다.

이상의 연구결과에서 아파트 구매자의 요구특성은 사회적·기술적 변화에 따라 가변적이므로 보다 광범위한 자료조사와 다양한 평가요소에 의한 연구가 진행되어 보다 향상된 아파트 건설계획의 수립에 기여할 수 있는 자료 제시가 필요할 것으로 본다.

참고 문헌

1. 건설교통부, 2004년말 기준 전국공동주택 현황자료, 2005, <[http://www.moct.go.kr/Statistic/Total/data/20051117140549_주택보급률\(연도별\).xls](http://www.moct.go.kr/Statistic/Total/data/20051117140549_주택보급률(연도별).xls)>
2. 건설교통부, 전국 미분양주택 연도별 현황, 2004, <[http://www.moct.go.kr/Statistic/Total/data/20051117182227_미분양주택%20현황\(지역별\).xls](http://www.moct.go.kr/Statistic/Total/data/20051117182227_미분양주택%20현황(지역별).xls)>
3. 주택산업연구원, 주택시장 변화에 따른 주택건설업체의 시장대응방안 연구, 1999.12.
4. 주택산업연구원, 주택산업 발전방안 연구(Ⅱ), 2004.12.
5. 통계청, 성 및 주요 연령계급별 추계인구, <http://kosis.nso.go.kr/cgi-bin/sws_999.cgi>
6. 윤충현, 주택공급제도 개선방안에 관한 연구, 건국대 석사학위논문, 1986.
7. 이영래, 아파트 구매에 미치는 주거 선호 영향 요인, 부경대 석사학위논문, 2005.
8. 서상보, 주택선택요인에 관한 연구, 경희대 석사학위논문, 1998.
9. 이내영, 부동산학개론, 법문사, 2000.
10. Kotler, R. Marketing Management, (5th ed.) NJ : Prentice-Hall, 1984.
11. 김용덕, 시장세분화를 통한 중견건설업체의 아파트 마케팅전략에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 제 19권 8호, 2003. 8.
12. 김주태, 아파트 거주자의 주택선택에 관한 연구, 동아대 석사학위논문, 1998.
13. Cutler, Virginia F. 1947, Personal and family values in the choice of a home, Cornell University Agricultural Experiment Station Bulletin

840. N. Y. : Cornell University. in Meeks, Carol B. 1980. Housing. Prentice-Hall, Inc
14. Beyer, Glen H., Thomas W. Markesey, and James E. Montgomery. 1955. Houses Are For People. N. Y. : Cornell University. in Meeks, Carol B. 1980. Housing. Prentice-Hall, Inc
15. 홍성희, 주거가치관에 따른 주거만족도에 관한 연구, 이화여대 석사학위 논문, 1983.
16. Jacquelyn W McCay and Savannah S. Day, Ibid, 1977
16. Turner, Carolyn S. and Kay P. Edwards, Determining consumer Preference for furniture product characteristics. Home Economics Research Journal3(1), 1974.
18. McMauns, B. R. and D. O. Baxter, Revealed preferences for building materials : A survey of low and moderate income households, Housing and Society8(1), 1981.
19. Morris, Earl W. and Jaeson cho, Logit model for housing preferences, demographic variables and actual housing conditions, Housing and Society 13(2), 1986.
20. Rea, Carolyn and K. Kay Stewart, Satisfaction with housing and quality of life, Home Economics Research Journal 13(4), 1985.
21. McAuley, William J. and Cheri L. Nutty. Residential preferences and moving behavior : A life-cycle analysis, Journal of Marriage and the Family, 1982.
22. Hanna, Sherman and Suzanne Lindamood, Housing preferences of

blacks and whites in montgomery. Alabama, Housing and Society
6(1), 1979

23. 황명찬, 박헌주, 임차가구의 생애단계별 주거행태, 의식 및 선호의 분석
연구, 주택 Vol.44, 1983.
24. 배성일, 생활주기에 따른 주거선호에 관한 연구, 서울대 석사학위논문,
1982.
25. 박원배, 도시민의 연령에 따른 주택선택의 특징에 관한 연구, 건국대
석사학위논문, 1981.
26. 홍형옥, 한국인의 주거조정 및 적응에 관한 연구, 고려대 박사학위논문,
1986.
27. 권태균, 중소도시 아파트 입주민의 거주의식 및 주거행태에 관한 연구,
서울대 석사학위논문, 1987.
28. 양준원, 대도시 근린주거환경에 대한 주민의 인식과 선호에 관한 연구,
서울대 석사학위논문, 1988.
29. 김상희, 지방 중소도시 거주자의 평면의 선호성 연구, 대한건축학회논문집,
제 8권 3호, 1992. 3.
30. 조은정, 신세대소비자의 주거가치와 주거선호, 서울대 박사학위논문, 1994.
31. 김재찬, 김대호, 김재준, 예종석, 다중판별분석을 이용한 주택산업의 마케팅
전략에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 제 14권 2호, 1998. 2.

설문조사

안녕하십니까?

저는 부경대학교 산업대학원 건축공학과 석사과정에 재학 중인 이승준입니다.

저의 졸업논문연구에 필요한 자료를 수집하고자 협조를 부탁드립니다.

본 설문조사는 공동주택(아파트) 구매시 구매결정에 영향을 미치는 가치인식 요소들의 중요성을 파악하는데 그 목적이 있습니다.

본 설문조사에 대한 자료는 오직 저의 학위논문에만 이용되며, 설문에 대한 응답결과는 통계 처리되므로 개개인의 응답내용에 대한 비밀은 절대 보장됩니다.

바쁘시겠지만 본 설문에 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

부경대학교 건축학부 건축시공·재료연구실

설문작성자 : 이승준 Tel. 051) 620-1390

휴대폰019-647-5702

※ 설문문의 문항을 자세히 읽어보고 해당하는 번호에 ○를 하여 주시기 바랍니다.

<응답자의 특성 영역>

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령이 어떻게 됩니까?

- ① 20세~29세 ② 30세~39세 ③ 40세~49세 ④ 50세~59세

3. 귀하의 가족 구성원은 어떻게 됩니까?

- ① 1세대(본인 + 배우자) ② 2세대(1세대 + 자녀)
③ 3세대(1세대 + 부모) ④ 4세대(1세대 + 부모 + 자녀)

4. 귀하께서 현재 거주하고 계신 아파트의 소유 형태는 무엇입니까?

- ① 소유 ② 전세 ③ 월세

5. 만약 귀하께서 현재 거주하고 계신다면, 거주하신지는 얼마나 되었습니까?

- ① 3년 미만 ② 3년~6년 미만 ③ 6년~9년 미만 ④ 9년~12년 미만 ⑤ 12년 이상

6. 만약 귀하께서 아파트를 구매하신다면 향후 몇 년 이내에 구매할 의사가 있습니까?

- ① 1년 이내 ② 2년 이내 ③ 3년 이내 ④ 4년 이내 ⑤ 4년 이후

7. 만약 귀하께서 아파트를 소유하고 계시거나, 향후 구매하신다면 구매목적이 무엇입니까?

- ① 투자가치(시세차익에 의한 재테크 수단) ② 주거목적

<건축물 영역>

8. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 아파트의 규모(평수)는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

9. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 아파트의 배치형태는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

10. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 아파트의 외관은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

11. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 아파트의 노후상태는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

12. 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 아파트의 단지규모(세대수)는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

13. 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 아파트의 준공연도는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

14. 본 영역에서 응답한 6개의 항목 중에서 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 고려하는 우선순위를 말씀해 주십시오.

- ① 아파트의 규모(평수) ② 아파트의 배치형태 ③ 아파트의 외관
④ 아파트의 노후상태 ⑤ 아파트의 단지규모(세대수) ⑥ 아파트의 준공연도
() → () → () → () → () → ()

<사회적 환경영역>

15. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 재건축 가능성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

16. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 시공업체의 신뢰도(브랜드, 업체이미지등)는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

17. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 분양조건은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

18. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 구입가격은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

19. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 향후 매매의 용이성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

20. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 유지비(관리비)는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

21. 본 영역에서 응답한 6개의 항목 중에서 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 고려하는 우선순위를 말씀해 주십시오.

- ① 재건축 가능성 ② 시공업체의 신뢰도(브랜드, 업체이미지) ③ 분양조건
④ 구입가격 ⑤ 향후 매매의 용이성 ⑥ 유지비(관리비)
() → () → () → () → () → ()

<자연환경영역>

22. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 단지내 조경은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

23. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 각각 세대에서의 경관(조망)은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

24. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 주변 도로교통소음의 차단효과는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

25. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 단지내 산책로의 유무는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

26. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 단지내 건물의 향(일조)는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

27. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 인접한 공원과의 연계성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

28. 본 영역에서 응답한 6개의 항목 중에서 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 고려하는 우선순위를 말씀해 주십시오.

- ① 단지내 조경 ② 각각 세대에서의 경관(조망) ③ 도로교통소음 차단효과
④ 단지내 산책로의 유무 ⑤ 단지내 건물의 향(일조) ⑥ 인접한 공원과의 연계성
() → () → () → () → () → ()

<교육환경영역>

29. 만약 귀하의 가정에 자녀(학생)이 있다면, 구매할 아파트를 선택할 때 인접한 학교와의 거리는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

30. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 대중교통 이용의 용이성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

31. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 단지내 이웃주민의 교육열의는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

32. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 유해환경으로부터의 안전성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

33. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 주변의 사교육 여건(학원)은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

34. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 아파트가 속한 학군은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

35. 본 영역에서 응답한 6개의 항목 중에서 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 고려하는 우선순위를 말씀해 주십시오.

- ① 인접한 학교와의 거리 ② 대중교통 이용의 용이성 ③ 이웃주민의 교육열의
④ 유해환경으로부터의 안전성 ⑤ 사교육 여건(학원) ⑥ 아파트가 속한 학군

() → () → () → () → () → ()

<기타영역>

36. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 직장과의 거리는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

37. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 거주할 층수는 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

38. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 거주할 평면의 구성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

39. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 단지주변의 상권조성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

40. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 편의시설 이용의 용이성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

41. 귀하께서 구매할 아파트를 선택할 때 향후 지역발전의 가능성은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요하다 ② 중요하다 ③ 보통이다
④ 별로 중요하지 않다 ⑤ 전혀 중요하지 않다

42. 본 영역에서 응답한 6개의 항목 중에서 귀하께서는 구매할 아파트를 선택할 때 고려하는 우선순위를 말씀해 주십시오.

- ① 직장과의 거리 ② 거주할 층수 ③ 거주할 평면의 구성
④ 주변의 상권조성 ⑤ 편의시설 이용의 용이성 ⑥ 향후 지역발전의 가능성

() → () → () → () → () → ()

- 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다. -