

중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성과 선호도 영향요인

- 대구광역시를 중심으로 -

이성근(영남대학교)*

김덕현(영남대학교)***

안성조(대구경북연구원)**

본 연구의 목적은 대구광역시를 사례로 소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성과 선호도 영향요인을 분석하는 것이다. 이를 위해 우선 관련이론 및 선행연구의 고찰을 통해 소형 분양아파트의 개념과 선호도의 관계를 살펴보고 실증분석을 통해 소형 분양아파트 선호도와 영향요인을 분석하였다. 그리고 연구대상은 분양 후 2년 이내의 대구시내에 소재한 아파트이고, 입주주민을 대상으로 선호도를 측정 및 평가하였다. 한편 소형 분양아파트 선호도를 평가하기 위해 2013년 1월 7일에서 3월 8일까지 직접대면을 통한 설문조사를 진행하였다. 총 300부를 배부하였고 이 중 유효조사부수는 289부이다. 조사된 설문지는 SPSS 19.0을 이용하여 빈도분석, paired t-test, 다중회귀분석을 수행하였다.

본 연구의 주요결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 소형 분양아파트의 선호도에서 사회적 요인은 주변 환경조건의 만족도(3.63)가 가장 높게 나타났고 사회적 성공의 암시(2.64)가 가장 낮게 나타났다. 기능적 요인은 실외공간구조의 편리성(3.29)이 가장 높게 나타났고 환경적 요인은 교통의 편리성(3.70)이 가장 높게 나타났다. 상황적 요인은 타인의 추천(3.39)이 높게 나타났다. 그리고 경제적 요인은 적절한 세대수(3.35)가 높게 나타난 반면 합리적 관리비(2.87)는 가장 낮게 나타났다. 이미지 요인은 브랜드 이미지(3.33)가 건설사 이미지(3.21)에 비해 높게 나타났다. 마지막으로 경기 요인은 구매시의 금융조건(3.12)이 높게 나타났다. 둘째, 다중회귀분석을 이용한 소형 분양아파트 선호도의 영향요인 분석결과에 의하면 상황적 요인이 선호도에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났고 그 다음으로 기능적 요인, 사회적 요인의 순으로 나타났다. 반면 환경적 요인, 경제적 요인, 이미지 요인, 경기 요인은 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

[주제어 : 분양아파트, 소형아파트, 아파트 선호도, 가구적 특성]

I. 서론

본 연구의 목적은 소형 분양아파트 거주자의 특성과 선호도 영향요인을 분석하는 것이다. 2006년 말부터 부동산 경기의 침체와 주택공급의 확대에 따라 미분양아파트가 다수 발생하기 시작했고 2010년을 전후하여 전국적인 신규아파트 미분양사태가 있었다(조영선 외, 2010; 서범준 외, 2010).

* 주저자
** 교신저자
*** 공동저자

그러나 미분양아파트 적체에 따른 주택공급 침체, 실수요자의 지속적인 수요, 부동산 규제 완화 등에 따라 미분양아파트가 꾸준히 해소되었고 현재는 일부 지역을 중심으로 분양아파트의 높은 청약경쟁률을 나타내고 있다. 특히 본 연구의 사례지역인 대구시는 이러한 현상이 가장 뚜렷하게 나타나고 있는 지역으로서 2010년 미분양아파트가 21,560가구에 달했으나 현재는 높은 청약경쟁률을 나타내고 있다. 대구시는 이러한 청약열기와 함께 아파트 분양이 활발한 지역으로서 분양아파트 면적은 대부분 중소형아파트에 집중되어 있다.¹⁾ 이러한 까닭으로 본 연구에서는 대구시를 사례지역으로 선정하였다. 중소형아파트는 일반적으로 85㎡ 이하의 공동주택을 의미한다. 85㎡는 국민주택의 면적기준이기도 한데 이는 전용면적 85㎡가 국민에게 가장 보편적이고 표준적인 주택이라는 점에서 85㎡를 기준으로 하였다. 그러나 이러한 중소형아파트를 대상으로 한 연구는 부족한 실정이다. 이에 따라 본 연구에서는 분양아파트 시장에서 수요자의 높은 관심을 받고 있는 중소형 아파트를 중심으로 거주자의 가구적 특성과 선호도 영향요인을 찾아보고자 한다. 이를 통해 분양아파트 공급정책에 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

따라서 본 연구의 목적은 중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성을 살펴보고 회귀분석을 통해 중소형 분양아파트의 선호도 영향요인을 찾는 것이다. 이를 통해 분양아파트 정책에 시사점을 제공하는데 본 연구의 의의가 있다. 이를 위해 우선 제2장에서는 중소형 분양아파트에 관한 선행연구 고찰로써 아파트 선호도의 개념, 영향요인, 중소형 분양아파트의 선호도와 영향요인의 관계를 살펴본다. 또한 제3장에서는 중소형 분양아파트의 선호도 영향요인에 관한 실증분석으로서 분석틀을 마련하고 분석변수를 선정한다. 이와 함께 중소형 분양아파트의 선호도 특성에 대해 분석하고 중소형 분양아파트의 선호도에 미치는 영향요인을 찾아본다. 마지막으로 제4장에서는 연구의 종합으로서 이론적·실증적 논의를 통해 중소형 분양아파트 공급정책의 시사점을 모색하고자 한다.

본 연구에서는 이상의 연구목적과 범위에 따라 다음의 연구방법으로 진행한다. 첫째, 중소형 분양아파트의 개념, 특징, 중소형 분양아파트 선호도의 영향요인에 관한 선행연구는 기존의 국내외 문헌연구를 중심으로 이해를 도모한다. 둘째, 중소형 분양아파트 선호도의 특징 등 조사자료는 통계청, 국토교통부 등에서 발표한 통계와 설문조사 자료를 중심으로 한다. 셋째, 연구대상의 중소형 분양아파트는 대구광역시에 소재한 아파트로 한정한다. 그리고 중소형 분양아파트의 선호도와 영향요인을 살펴보기 위해 사례지역의 아파트 분양시기, 분양실태, 자료수집의 용이성 등을 종합적으로 검토하여 분양한지 2년 이내의 아파트로 선정하였다. 넷째, 선행연구에서 검토한 중소형 분양아파트의 선호도 특성과 선호도에 미치는 요인을 실증적으로 분석하기 위해 분석틀과 분석변수를 선정한 후, 이를 준거로 우리나라 중소형 분양아파트의 선호도 특성과 영향요인에 대한 실증분석을 수행한다.

1) 영남일보 보도자료, “대구 미분양 10년 만에 최저, 왜?”, 2013년 6월 27일자; 중앙일보 보도자료, “서울·송도·위례·대구·세종 등 주택시장 핫 플레이스”, 2014년 12월 17일자.

II. 중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성과 선호도에 관한 선행연구

중소형 분양아파트 선호도에 영향을 미치는 요인 변수들을 선정하기 위해 선행연구를 검토하였는데 그 결과는 다음과 같이 나타났다. 서진호 외(2014)는 신규 아파트 초기 분양률 결정 요인에 관한 연구에서 신규 아파트 분양률에 영향을 미치는 변수를 내·외부적 변수로 나누고, 내부적 변수는 단지개별변수, 분양가격변수, 입지환경변수로 선정하고 외부적 변수는 투자가치변수, 분양환경변수, 시기적 변수로 선정하였다. 우선 단지개별변수는 세대 수, 사업방식, 단지유형, 주력 평형규모, 주력 평형비율, 내부품질, 지상층 공원화, 커뮤니티 시설을 들었고, 분양가격변수는 분양가, 계약금 비율, 중도금 납입조건, 확장비용, 주변대비 분양가를 들었다. 입지환경변수는 택지지구유형, 교통여건, 편의시설, 환경여건, 조망권, 모델하우스 위치를 선정하였다. 투자가치변수는 브랜드가치, 지역별 부동산 시장여건, 지역별 기존아파트 가격을 선정하였고 분양환경변수는 조직분양 여부, 청약경쟁률, 부동산 유무를 선정하였다. 마지막으로 분양시기 변수는 부동산 정책, 타사의 분양계획을 선정하였다. 그리고 윤순옥 외(2012)는 아파트 소비선택에 미치는 결정요인에 관한 연구에서 아파트 소비선택의 결정요인으로 사회·정서적 가치, 기능적 가치, 브랜드 가치, 환경적 가치, 상황적 가치, 경제적 가치의 여섯 가지의 변수를 선정하였다. 장한두(2008)는 서울시 중소규모 아파트를 대상으로 주거만족 영향요인과 주거환경평가를 연구하였는데 물리적 환경과 사회적 환경으로 독립변수를 구분하여 주거만족에 영향요인을 찾기도 하였다. 박혜선(2003)은 중소형 아파트의 거주 후 평가에 관한 연구에서 중소형 아파트의 거주만족도 평가요인으로 시공상태, 관리, 주택규모 및 평면구조, 단지입지, 향 및 조망, 소음, 프라이버시, 이웃과의 환경, 투자성을 들기도 하였다.

한편 김영철(2003)은 아파트 구입시 소비자 구매결정에 미치는 영향요인으로 아파트 위치, 아파트 구조, 아파트 가격 및 투자가치, 기업브랜드 인지도, 인구통계 특성을 선정하였다. 그리고 이석춘(1999)은 아파트 선호에 영향을 미치는 요인으로 성별, 연령, 학력, 생활주기, 결혼 여부, 월평균소득으로 분석변수를 선정하였다. 백민석·신종철(2011)은 분양아파트의 초기계약률 결정요인에 관한 연구에서 수도권 아파트 분양 초기계약률 결정에 영향을 미치는 변수를 크게 아파트 특성변수와 거시환경 특성변수로 구분하였다. 세부적으로 아파트 특성변수에는 단지용적률, 단위세대평형, 건설사순위, 최고층수, 총세대수, 분양가, 분양이득, 현관구조, 주차대수, 난방구조, 지하철역 거리, 대형할인점 거리, 공원 거리를 포함하였고, 거시환경 특성변수에는 아파트가격상승률, 국고채 3년 수익률, 주택담보대출금리, 종합주가지수, 소비자전망지수, 주택가격지수, 분양년도, 입주년도를 포함하였다.

중소형 분양아파트의 거주자 특성과 선호도를 분석하기 위해 선행연구 결과를 정리해 보면 다음과 같다. 서진호(2009)는 아파트 초기 분양률에 영향을 미치는 요인의 실증분석에서 단지

유형과 중도금 납입방법에 따른 분양률의 차이를 검증하였다. 즉 단지유형이 관상형인 단지 와 중도금 납입방법을 무이자로 한 경우 분양률이 높게 나타난 것이다. 그리고 입지환경에서 는 교통여건과 교육여건, 환경여건은 분양률에 차이를 보이지 않았으나 편의시설은 분양률에 유의한 차이를 보였다. 이를 지방의 경우 아직까지 수도권에 비해 교육여건, 교통여건, 환경여 건이 분양률에 많은 영향을 미치지 않는 것으로 해석하였다. 또한 외부적 요인 중 지역별 부 동산 시장여건이 양호할 경우와 기존 아파트의 가격 상승에 따른 분양률의 차이는 유의한 것 으로 나타났다. 또한 분양시기와 부동산 정책에 따른 분양률 차이도 유의한 것으로 나타났다.

< 표 1 > 선행연구의 중소형 분양아파트 선호도의 영향요인

구분	중소형 분양아파트 선호도의 영향요인
서진호·강정규(2014) 서진호(2009)	· 단지개별변수, 분양가격, 입지환경, 투자가치, 분양환경, 시기계 변수
윤순옥 외(2012)	· 사회·정서적 가치, 기능적 가치, 브랜드 가치, 환경적 가치, 상 황적 가치, 경제적 가치
백민석·신종철(2011)	· 아파트 특성변수, 거시환경 특성변수
장한두(2008)	· 주택규모, 내부공간 면적, 주택의 질적수준, 주방의 편리함, 주 택의 경제적 가치, 이웃관계
박혜선(2003)	· 시공상태, 관리, 주택규모 및 평면구조, 단지입지, 향 및 조망, 소음, 프라이버시, 이웃과의 관계, 환경, 투자성
김영철(2003)	· 아파트 위치, 아파트 구조, 아파트 가격 및 투자가치, 기업브랜 드 인지도, 인구통계 특성
이석춘(1999)	· 성별, 연령, 학력, 생활주기, 결혼여부, 월평균 소득

김영철(2003)은 아파트 구입시 소비자 결정요인으로 아파트 위치, 아파트 구조, 아파트 투 자가치 및 기업브랜드 인지도가 영향을 미치는 것으로 분석하였고 박혜선(2003)은 중소형 아 파트의 거주 후 평가에서 시공상태, 관리, 주택규모 및 평면구조, 단지입지, 소음, 이웃과의 환 경이 입주자 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것을 밝혔다. 한편 윤순옥 외(2012)의 아파트 소비선택에 미치는 결정요인에 관한 연구결과에서는 아파트 소비선택의 결정요인은 사회·정 서적 요인이 아파트 소비선택에 있어 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고 뒤를 이어 기 능적 요인, 브랜드 요인, 환경적 요인, 상황적 요인, 경제적 요인의 순으로 나타났다.

마지막으로 백민석·신종철(2011)의 분양아파트의 초기계약률 결정요인에 관한 연구 결과에 서 분양아파트의 초기계약률 결정요인에는 건설회사 도급순위가 높을수록, 총세대수가 클수 록, 계단식 현관구조일수록, 지역난방 방식일수록, 서울지역의 경우 분양이득이 클수록, 경기· 인천 지역의 경우 지하철역과의 거리, 대형할인점과의 거리, 공원과의 거리가 초기계약률에

영향을 미치는 것으로 나타났다. 거시환경특성요인 분석에서는 분양시점이 아파트 분양성과 관련해서 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여주고 있으나 평당 분양가는 유의한 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타났다.

Ⅲ. 중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성과 선호도 영향요인 분석

1. 분석의 틀

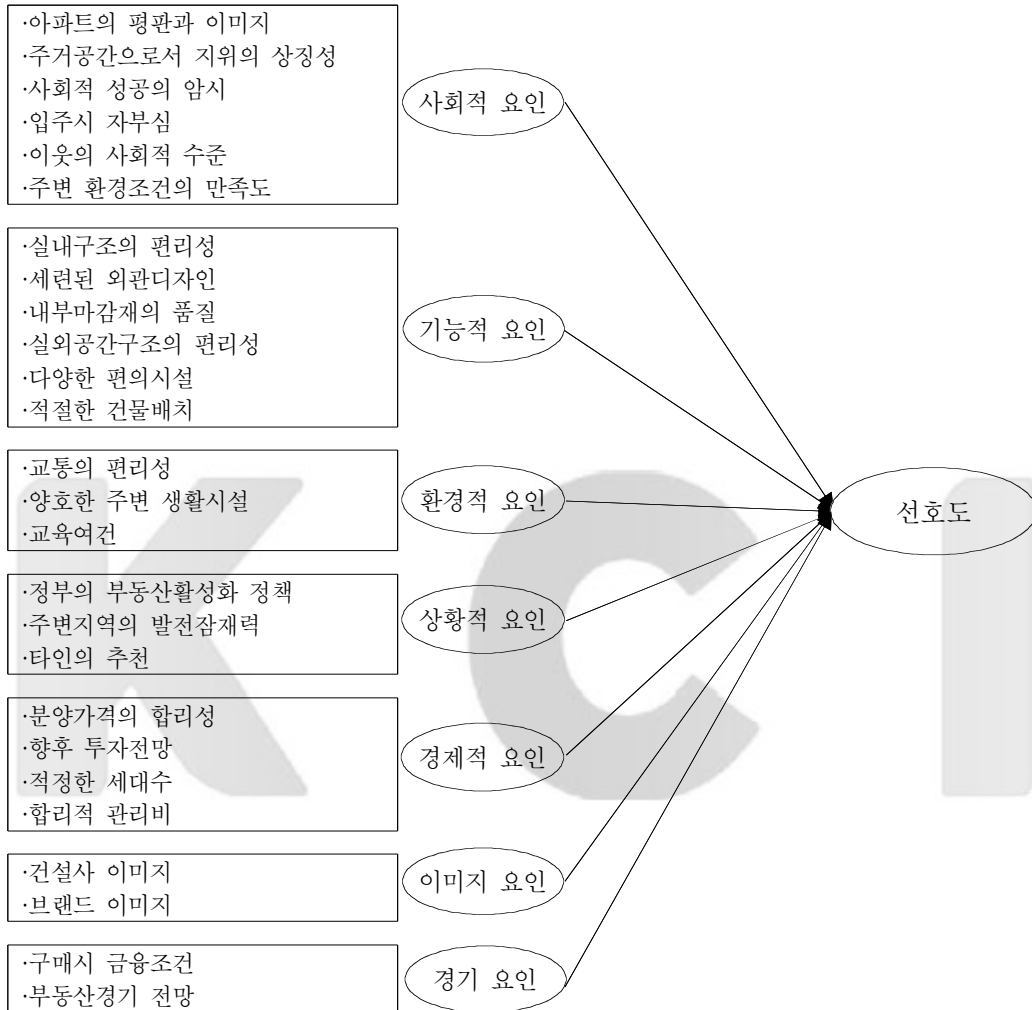
1) 분석모형

본 연구는 기존의 선행연구가 아파트의 선호도에 미치는 영향요인에 있어서 공급자 중심에서 수행되어 왔던 한계를 극복하고 실수요가 높은 중소형을 중심으로 선호도를 분석한다는 데 의의를 가진다.

본 연구에서는 중소형 분양아파트의 선호도를 몇가지 범주로 재구성하였는데 사회적 요인, 기능적 요인, 정서적 요인, 환경적 요인, 상황적 요인이 그것이다. 본 연구에서는 중소형 분양아파트의 선호도에 미치는 영향요인을 관련 선행연구 검토와 공인중개사 면담을 통해 최종선정하였다. 분석변수를 세부적으로 살펴보면 독립변수는 사회적 요인, 기능적 요인, 정서적 요인, 환경적 요인, 상황적 요인을 선정하였다. 이에 대해 구체적으로 살펴보면 <그림 1>과 같다.

첫째, 사회적 요인은 중소형 분양아파트에서 소비자가 얻는 사회적 효능감으로서 아파트의 평판과 이미지, 주거공간으로서 지위의 상징성, 사회적 성공의 암시, 입주시 자부심, 이웃의 사회적 수준, 주변 환경조건의 만족도를 세부변수로 선정하였다. 둘째, 기능적 요인은 중소형 분양아파트에서 소비자가 얻는 기능적 효능감으로 실내공간의 편리성, 세련된 외관디자인, 내부마감재의 품질, 실외공간구조의 편리성, 다양한 편의시설, 적절한 건물배치를 세부변수로 선정하였다. 셋째, 환경적 요인은 아파트 주변의 환경에서 얻는 효능감으로써 교통의 편리성, 양호한 주변 생활시설, 교육여건을 세부변수로 선정하였다. 넷째, 상황적 요인은 정부의 부동산 산화정책, 주변지역의 발전잠재력, 타인의 추천을 세부변수로 선정하였다. 다섯째, 경제적 요인은 분양가격의 합리성, 향후 투자전망, 적절한 세대수, 합리적 관리비로 세부변수를 선정하였다. 여섯째, 이미지 요인은 브랜드 이미지, 건설사 이미지를 세부변수로 선정하였다. 마지막으로 경기요인은 구매시 금융조건, 부동산경기 전망을 세부변수로 선정하였다.

<그림 1> 분석모형



2) 자료수집 및 분석방법

본 연구는 중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성과 선호도에 미치는 영향요인을 분석하는 것이 목적이다. 이를 위해 대구시를 중심으로 분양 후 2년 이내의 아파트 입주민을 대상으로 설문조사 진행하였다. 설문조사는 대면접촉을 통해 300부가 배부되었고 회수한 설문지 289부(회수율 96.3%)가 본 연구에 사용되었다. 조사기간은 2013년 1월 7일에서 3월 8일까지 진행되었다. 한편 본 연구에서는 중소형 분양아파트의 선호도에 미치는 영향요인을 분석하기 위해 중소형 분양아파트의 사회적 요인, 기능적 요인, 환경적 요인, 상황적 요인, 경제적 요인, 이미지 요인, 경기 요인을 5단계 리커트 척도를 사용하여 조사하였다. 그리고 일반적 특성, 거

주자의 가구적 특성, 중소형 분양아파트 선호도의 실증적 분석을 위해 SPSS 19.0을 활용하여 t-test, 빈도분석, 요인분석을 수행하였고 영향요인 분석을 위해 회귀분석을 수행하였다.

2. 중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성

1) 조사대상의 일반적 특성

조사대상의 일반적 특성을 살펴보면 거주지는 수성구가 72명(24.9%)으로 가장 많았고 뒤를 이어 북구(57명, 19.7%), 남구(53명, 18.3%), 중구(38명, 13.1) 등의 순으로 나타났다. 그리고 성별은 여성이 전체 조사대상 289명에서 208명(72.0%)을 차지하여 다수를 이루었다. 또한 학력을 살펴보면 대졸이 202명(69.9%)으로 가장 많았고 뒤를 이어 전문대졸(54명, 18.7%), 대학원졸(16명, 5.5%)의 순으로 나타났다. 조사대상의 평균연령은 39.0세이다.

<표 2> 조사대상의 일반적 특성

(단위 : 명, 세, %)

구분	합계	
거주지	합계	289 (100.0)
	중구	38 (13.1)
	동구	27 (9.3)
	서구	20 (6.9)
	남구	53 (18.3)
	북구	57 (19.7)
	수성구	72 (24.9)
	달서구	22 (7.6)
성별	합계	289 (100.0)
	남	81 (28.0)
	여	208 (72.0)
학력	합계	289 (100.0)
	중졸이하	2 (0.7)
	고졸	15 (5.2)
	전문대졸	54 (18.7)
	대졸	202 (69.9)
	대학원졸	16 (5.5)
직업	합계	289 (100.0)
	전업주부	106 (36.7)
	전문직	29 (10.0)
	사무직	74 (25.6)
	자영업	29 (10.0)
	서비스직	23 (8.0)
	기타	28 (9.7)
평균연령	39.0	

2) 중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성

중소형 분양아파트 거주자의 가구적 특성을 살펴보면 가족수는 평균 3.7명으로 나타났다. 이는 1990년의 우리나라 전체 가구의 평균 가족수 3.7명과 동일한 수치이다.²⁾ 2013년 우리나라 전체 가구의 평균 가족수는 3.0명으로써(OECD, 2013) 중소형 분양아파트의 가구원수는 우리나라 전체 평균 가족수에 비해 많은 것으로 나타났다. 가족구성을 살펴보면 부부와 자녀 거주가 226명(78.2%)으로 가장 많았고 부부만 거주가 31명(10.7%)으로 뒤를 이었다. 우리나라 중소형 분양아파트의 가구당 가족구성은 대체로 부부와 자녀의 2세대로 이루어진 것으로 나타났다. 그리고 뒤를 이어 부부, 자녀, 부모의 3세대가 거주한다는 응답이 28명(9.7%)으로 나타났다. 현재 거주주택의 소유형태는 자가 267명(92.4%)으로 대부분을 차지하였고 뒤를 이어 전세가 21명(7.3%)로 나타났다. 월평균 가구소득은 300만원대가 107명으로 37.0%를 차지하였고 뒤를 이어 400만원대가 94명(32.5%)로 나타나 300만원에서 400만원대가 대다수를 차지하였다.

<표 3> 조사대상의 가구적 특성

(단위 : 명, m², %)

구분		빈도 및 평균
가족수		3.7
가족구성	합계	289 (100.0)
	독신거주	0 (0.0)
	부부만 거주	31 (10.7)
	부부, 자녀 거주	226 (78.2)
	부부, 자녀, 부모 거주	28 (9.7)
	기타	4 (1.4)
현재 거주주택 소유형태	합계	289 (100.0)
	자가	267 (92.4)
	전세	21 (7.3)
	보증부 월세	1 (0.3)
	월세	0 (0.0)
월평균 가구소득	합계	289 (100.0)
	200만원 미만	5 (1.7)
	200만원대	26 (9.0)
	300만원대	107 (37.0)
	400만원대	94 (32.5)
	500만원대	41 (14.2)
	600만원대 이상	16 (5.5)

2) 한겨레신문, '가구당 가구원수 크게 줄어 90년 평균 3.7명', 1991년 8월 4일자.

3. 중소형 분양아파트의 선호도

1) 변수의 타당성 분석

타당성은 측정코자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 나타내는 것으로 측정개념이나 속성을 측정도구가 정확히 반영하고 있는가와 관련이 있다. 타당성은 일반적으로 내용타당성, 기준타당성, 구성개념타당성으로 구분되며 사회과학 분야에서는 일반적으로 요인 분석을 실시함으로써 측정도구인 설문지의 구성개념타당성을 검증한다(윤순옥 외, 2012; 홍갑기, 2010).

<표 4> 요인분석의 결과

구분	사회적 요인	기능적 요인	환경적 요인	상황적 요인	경제적 요인	이미지 요인	경기 요인
아파트의 평판과 이미지	0.789	0.075	0.144	0.013	0.065	0.033	0.136
주거공간으로서 지위의 상징성	0.755	0.206	-0.010	0.091	0.004	0.089	0.023
사회적 성공의 암시	0.720	0.122	0.099	0.079	0.074	0.059	0.204
입주시 자부심	0.709	0.158	0.191	0.195	0.044	0.016	-0.054
이웃의 사회적 수준	0.596	-0.030	0.124	0.293	-0.122	0.135	0.059
주변 환경조건의 만족도	0.420	0.195	0.410	0.323	-0.049	-0.104	0.052
실내구조의 편리성	0.030	0.722	0.111	0.108	-0.071	0.115	-0.079
세련된 외관디자인	0.128	0.705	-0.212	-0.216	0.199	-0.010	0.177
내부마감재의 품질	0.080	0.694	0.149	0.189	0.017	0.102	0.058
실외공간구조의 편리성	0.175	0.688	0.085	0.219	-0.030	0.178	-0.218
다양한 편의시설	0.151	0.637	0.060	0.011	0.130	0.297	-0.100
적절한 건물배치	0.151	0.624	-0.146	-0.266	0.244	-0.077	0.213
교통의 편리성	0.166	0.035	0.857	0.098	-0.026	-0.068	0.069
양호한 주변 생활시설	0.106	0.013	0.851	-0.068	0.094	0.024	0.114
교육여건	0.284	0.075	0.499	0.294	-0.224	0.015	0.168
정부의 부동산활성화 정책	0.180	0.035	-0.016	0.767	0.045	-0.083	0.081
주변지역의 발전잠재력	0.150	0.005	0.062	0.699	0.203	0.121	0.230
타인의 추천	0.271	0.194	0.217	0.510	0.215	0.095	0.094
분양가격의 합리성	-0.205	0.159	-0.004	-0.013	0.721	0.056	0.004
향후 투자전망	0.313	0.000	0.117	0.132	0.640	0.148	-0.075
적정한 세대수	0.204	-0.120	0.094	0.263	0.629	0.021	0.099
합리적 관리비	-0.104	0.179	-0.200	0.016	0.596	0.008	-0.017
건설사 이미지	0.082	0.213	-0.016	0.036	0.077	0.891	0.051
브랜드 이미지	0.126	0.210	-0.056	0.017	0.097	0.879	-0.020
구매시 금융조건	0.100	0.018	0.076	0.106	-0.056	0.022	0.797
부동산경기 전망	0.176	-0.063	0.219	0.253	0.067	-0.004	0.708
Cronbach's α	0.824	0.798	0.728	0.608	0.662	0.866	0.544
고유값	5.715	3.190	1.926	1.487	1.388	1.205	1.151
누적분산율	12.880	24.826	33.444	41.355	49.065	56.067	61.777

본 연구에서는 측정항목을 선정하고 정교화하는 과정을 수행하였는데 다항목으로 측정된 신규분양 중소형아파트의 선호도에 대한 항목들에 대해 VARIMAX 회전방식으로 요인분석을 실시하여 7개의 선호도 요인을 추출하였다. 요인분석의 결과 추출된 7개의 요인들이 전체 분산의 61.777%를 설명하고 있어 비교적 높은 설명력을 가진 요인들이 추출되었다고 할 수 있다.

2) 중소형 분양아파트의 선호도

중소형 분양아파트 선호도 영향요인을 살펴보면 먼저 사회적 요인은 3.24로 나타났다. 이를 세부적으로 살펴보면 주변 환경조건의 만족도가 3.63으로 가장 높게 나타났고 뒤를 이어 이웃의 사회적 수준(3.40), 아파트의 평판과 이미지(3.35), 입주시 자부심(3.28)의 순으로 나타났다. 반면 사회적 성공의 암시는 2.64로 가장 낮게 나타났다. 기능적 요인을 살펴보면 전체적으로 3.18로 나타났는데 이를 세부적으로 살펴보면 실외공간구조의 편리성이 3.29로 가장 높게 나타났고 적절한 건물배치(3.19), 세련된 외관디자인(3.19), 실내구조의 편리성(3.18) 등이 뒤를 이었다. 반면 다양한 편의시설은 3.07로 가장 낮게 나타났다. 다음으로 환경적 요인은 3.25로 나타났으며 교통의 편리성(3.70)이 가장 높게 나타났고 교육여건은 2.76으로 가장 낮게 나타났다. 상황적 요인을 살펴보면 전체적으로 3.34로 나타났는데 타인의 추천이 3.39로 가장 높았고 정부의 부동산활성화 정책이 3.30으로 가장 낮았다. 경제적 요인은 3.17로 나타났는데 적절한 세대수가 3.35로 가장 높았고 향후 투자전망이 3.34로 뒤를 이었다. 반면 합리적 관리비는 2.87로 가장 낮았다. 이미지 요인을 살펴보면 전체적으로 3.27로 나타났는데 브랜드 이미지(3.33)가 건설사 이미지(3.21)에 비해 높게 나타났다. 이어서 경기 요인을 살펴보면 전체적으로 3.01로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 구매시 금융조건이 3.12로 나타났고 부동산경기 전망이 2.91로 나타났다.

<표 5> 중소형 분양아파트의 선호도

구분		평균
사회적 요인	전체	3.24
	아파트의 평판과 이미지	3.35
	주거공간으로서 지위의 상징성	3.13
	사회적 성공의 암시	2.64
	입주시 자부심	3.28
	이웃의 사회적 수준	3.40
	주변 환경조건의 만족도	3.63

주 : 중소형 분양아파트의 선호도는 5단계 Likert 척도로 측정됨.

<표 5> 중소형 분양아파트의 선호도(계속)

구분		평균
기능적 요인	전체	3.18
	실내구조의 편리성	3.18
	세련된 외관디자인	3.19
	내부마감재의 품질	3.17
	실외공간구조의 편리성	3.29
	다양한 편의시설	3.07
	적절한 건물배치	3.19
환경적 요인	전체	3.25
	교통의 편리성	3.70
	양호한 주변 생활시설	3.28
	교육여건	2.76
상황적 요인	전체	3.34
	정부의 부동산활성화 정책	3.30
	주변지역의 발전잠재력	3.33
	타인의 추천	3.39
경제적 요인	전체	3.17
	분양가격의 합리성	3.10
	향후 투자전망	3.34
	적정한 세대수	3.35
	합리적 관리비	2.87
이미지 요인	전체	3.27
	건설사 이미지	3.21
	브랜드 이미지	3.33
경기 요인	전체	3.01
	구매시 금융조건	3.12
	부동산경기 전망	2.91

주 : 중소형 분양아파트의 선호도는 5단계 Likert 척도로 측정됨.

4. 중소형 분양아파트의 선호도 영향요인

1) 변수의 상관관계 분석

중소형 분양아파트 선호도의 상관관계 분석을 통해 변수간 관련성을 살펴보았다. Pearson 상관계수를 통한 상관관계 분석을 실시하였는데 Pearson 상관계수는 두 변수가 각각 간격척도 혹은 비율척도로 측정된 경우의 상관관계를 크기를 나타내는 값으로서 변수들이 정규분포에 따른다는 가정 하에 적용할 수 있다. 상관계수 값의 범위는 -1에서 +1까지인데 계수의 부호는 관계의 방향을 가리키고 절대값으로 관계의 강도를 해석할 수 있다.

〈표 6〉 중소형 분양아파트 선호도의 상관관계 분석

구분	사회적 요인	기능적 요인	환경적 요인	상황적 요인	경제적 요인	이미지 요인	경기 요인
사회적요인	1						
기능적요인	0.316**	1					
환경적요인	0.429**	0.094	1				
상황적요인	0.472**	0.177**	0.311**	1			
경제적요인	0.134*	0.215**	-0.009	0.288**	1		
이미지요인	0.191**	0.373**	0.000	0.166**	0.190**	1	
경기요인	0.332**	0.017	0.328**	0.364**	0.089	0.007	1

주 : 1) **의 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의함.

2) *의 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의함.

2) 중소형 분양아파트 선호도의 다중회귀모형

본 연구에서는 중소형 분양아파트 선호도에 미치는 영향요인을 분석하기 위해 일곱 가지의 독립변수와 선호도를 종속변수로 한 다중회귀분석을 수행하였다. 이는 중소형 분양아파트 선호도의 영향요인을 실증한다는 측면에서 의의가 있다. 중소형 분양아파트 선호도에 미치는 영향요인에 관한 회귀분석의 결과를 정리하면 <표 7>과 같은데 다중회귀모형의 유의성과 설명력은 결정계수, F-값을 통해 검증하게 된다. 중소형 분양아파트 선호도의 다중회귀모형 결과에 의하면 결정계수는 0.433이고, F-값은 0.000으로 추정모형에 무리가 없는 것으로 판단된다. 또한 또한 모든 변수의 공차한계(tolerance)는 0.1 이상으로 나타나 독립변수간 다중공선성에 문제가 없고 Durbin-Watson은 2.013으로 잔차들 간의 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다.

한편 개별 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계를 살펴보면, 상황적 요인(0.627, prob.>0.000), 기능적 요인(0.288, prob.>0.000), 사회적 요인(0.205, prob.>0.014)의 순으로 나타났다. 반면 환경적 요인(0.093, prob.>0.110), 경제적 요인(-0.020, prob.>0.796), 이미지 요인(0.089, prob.>0.185), 경기 요인(0.087, prob.>0.229)은 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 할 때 중소형 분양아파트 선호도는 상황적 요인이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 다음으로 기능적 요인, 사회적 요인의 순으로 나타났다. 반면 환경적 요인, 경제적 요인, 이미지 요인, 경기 요인은 선호도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하지 않게 나타났다.

이상을 종합해 볼 때, 중소형 분양아파트 선호도에 있어서 정부의 부동산 활성화 정책이 활발히 추진될 때 선호도가 증가하는 것을 알 수 있었다. 이는 중소형 분양아파트가 부동산의 특성에 따라 정부의 부동산정책에 영향을 받는 것을 말해 준다. 또한 중소형 분양아파트의 입지가 선호도에 중요한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 그리고 중소형 분양아파트의 기능적 요인, 즉 공간설계와 품질이 선호도에 영향을 받는 것을 알 수 있어 중소형 아파트의 품질적인 본연의 측면이 중요함을 알 수 있었다. 마지막으로 중소형 분양아파트의 평판, 지위의 상징성, 자부심이 선호도에 영향을 받는 것으로 나타났는데 이는 중대형 평수의 아파트가 선호

도가 사회적 지위나 평판에 영향을 받는다는 선행연구의 결과와 본 연구의 차별성이라고 하겠다.

<표 7> 신규분양 중소형 아파트 선호도에 미치는 영향요인 분석

구분	회귀계수	표준오차	표준화된 회귀계수	t값	prob.	공차한계
상수	-1.363	0.373	-	-3.658	0.000	-
사회적 요인	0.205	0.083	0.139	2.464	0.014	0.621
기능적 요인	0.288	0.075	0.192	3.814	0.000	0.777
환경적 요인	0.093	0.058	0.082	1.601	0.110	0.757
상황적 요인	0.627	0.078	0.439	8.091	0.000	0.669
경제적 요인	-0.020	0.079	-0.012	-0.259	0.796	0.869
이미지 요인	0.089	0.067	0.064	1.328	0.185	0.834
경기 요인	0.087	0.072	0.060	1.206	0.229	0.794

주 : R²=0.447, adjusted R²=0.433, F=32.483, P=0.000, Durbin-Watson=2.013

V. 결론

본 연구의 목적은 대구광역시를 사례로 하여 중소형 분양아파트의 선호도에 미치는 영향요인을 분석하는 것이다. 이를 위해 우선 관련이론 및 선행연구의 고찰을 통해 중소형 분양아파트의 개념과 선호도의 관계를 살펴보고 실증분석을 통해 중소형 분양아파트 선호도와 영향요인을 분석하였다. 그리고 연구대상은 분양 후 2년 이내의 대구시내에 소재한 아파트이고, 입주주민을 대상으로 선호도를 측정 및 평가하였다. 한편 중소형 분양아파트 선호도를 평가하기 위해 2013년 1월 7일에서 3월 8일까지 직접대면을 통한 설문조사를 진행하였다. 총 300부를 배부하였고 이 중 유효조사부수는 289부이다. 조사된 설문지는 SPSS 19.0을 이용하여 빈도분석, paired t-test, 다중회귀분석을 수행하였다.

본 연구의 주요결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 중소형 분양아파트의 선호도에서 사회적 요인은 주변 환경조건의 만족도(3.63)가 가장 높게 나타났고 사회적 성공의 암시(2.64)가 가장 낮게 나타났다. 기능적 요인은 실외공간구조의 편리성(3.29)이 가장 높게 나타났고 환경적 요인은 교통의 편리성(3.70)이 가장 높게 나타났다. 상황적 요인은 타인의 추천(3.39)이 높

게 나타났다. 그리고 경제적 요인은 적절한 세대수(3.35)가 높게 나타난 반면 합리적 관리비(2.87)는 가장 낮게 나타났다. 이미지 요인은 브랜드 이미지(3.33)가 건설사 이미지(3.21)에 비해 높게 나타났다. 마지막으로 경기 요인은 구매시의 금융조건(3.12)이 높게 나타났다. 둘째, 다중회귀분석을 이용한 중소형 분양아파트 선호도의 영향요인 분석결과에 의하면 상황적 요인이 선호도에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났고 그 다음으로 기능적 요인, 사회적 요인의 순으로 나타났다. 반면 환경적 요인, 경제적 요인, 이미지 요인, 경기 요인은 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

따라서 중소형 분양아파트에 있어서 실외공간구조, 건물배치, 외관디자인 등의 거주자 만족도는 높은 것을 알 수 있었다. 이는 최근 아파트 설계기술의 진전 때문으로 해석된다. 그러나 편의시설은 부족한 것을 알 수 있었다. 또한 교육여건의 만족도가 낮은 것으로 나타났는데 연구대상인 분양아파트의 경우 신도시 지역에 많이 조성되고 있어 초등학교 신설 등이 입주에 비해 늦기 때문으로 보인다.

본 연구의 분석결과를 바탕으로 중소형 분양아파트의 선호도를 확보하기 위한 정책적 제언을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 중소형 분양아파트의 공급에서 주변 환경조건의 만족도, 실외 공간구조의 편리성, 교통의 편리성, 적절한 세대수, 브랜드 이미지, 구매시 금융조건 등을 고려한 분양정책이 추진되어야 한다. 이를 위해 건설사의 단지 및 내부설계에 편리성을 확보할 필요가 있다. 또한 아파트의 브랜드 이미지를 구축하고 분양시 소비자가 선택할 수 있는 다양한 금융상품을 개발할 필요가 있다. 둘째, 중소형 분양아파트 선호도에서 상황적 요인, 기능적 요인, 사회적 요인이 영향을 받는 것으로 나타나 정부의 부동산정책과 주변지역의 발전잠재력이 선호도에 직접적인 영향을 미친다고 하겠다. 따라서 신규분양 정책에서 정부정책을 고려한 분양이 이루어 져야 한다. 또한 타인의 추천, 주변지역의 발전잠재력이 선호도에 영향을 미치므로 아파트 입지선정과 타인의 추천이 영향을 미친다. 셋째, 중소형 분양아파트 선호도에서 기존 연구에서 상대적으로 그 중요성이 낮게 평가된 사회적 요인이 중요한 것으로 나타났는데 이는 최근 분양되는 중소형 아파트의 경우에도 사회적인 만족도를 제고할 수 있는 아파트의 공급이 필요한 것을 알 수 있었다. 이에 따라 기존의 중대형 아파트를 중심으로 이루어지던 고급화 전략이 중소형 아파트에도 필요하다.

참 고 문 헌

- 김영철. (2003). 아파트 구입시 소비자 구매결정에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문, 경남대학교 경영대학원.
- 박혜선. (2003). 중소형 아파트의 거주 후 평가에 관한 연구: 인천지역 T건설업체 아파트를

- 중심으로. 「한국주거학회논문집」, 14(4): 121-130.
- 백민석·신종철. (2011). 아파트 분양마케팅 활동이 청약경쟁률에 미치는 영향에 관한 연구. 「주택연구」, 19(3): 149-170.
- 서범준·이효중·정창무. (2010). 지역별 미분양 아파트 규모의 결정요인과 조정속도에 대한 실증분석. 「국토계획」, 45(7): 97-117.
- 서진호·강정규. (2014). 신규 아파트 초기 분양률 결정요인 분석에 관한 연구: 경남·부산지역을 중심으로. 「주거환경」, 12(2): 153-164.
- 서진호. (2009). 아파트 초기 분양률에 영향을 미치는 요인에 관한 실증분석: 경남 및 부산 지역. 석사학위논문, 부산대학교 대학원.
- 신종철·백민석. (2011). 분양아파트의 초기계약률 결정요인에 관한 연구. 「도시행정학보」, 24(1): 213-237.
- 이석춘. (1999). 아파트 선호에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 주공 아파트와 민영아파트의 비교분석을 중심으로. 석사학위논문, 영남대학교 경영대학원.
- 이승철. (2014). 구미시 지역주민의 삶의 질 만족도 영향요인 향상 방안: 종단조사연구를 중심으로. 「한국자치행정학보」, 28(3): 109-133.
- 윤순옥·이성근. (2012). 아파트 소비선택에 미치는 결정요인에 관한 연구. 「부동산학보」, 49: 174-188.
- 장한두. (2008). 주거만족 영향요인과 주거환경 평가. 「대한건축학회지」, 24(5): 11-21.
- 조영선·김종진. (2010). 미분양 아파트 해소 방안 모형에 관한 연구. 「주거환경」, 8(2): 241-251.
- 최영철. (2014). 지역 주민의 생활 여건과 행복도의 인과적 관계. 「한국자치행정학보」, 28(1): 1-23.
- 홍갑기. (2010). 아파트 구매결정의 선택 요인 분석연구. 인하대학교 대학원 석사학위논문. 「영남일보」. 2013년 6월 27일자. ‘대구 미분양 10년 만에 최저, 왜?’.
- 「중앙일보」. 2014년 12월 17일자. ‘서울·충도·위례·대구·세종 등 올해 주택시장 핫 플레이스’.
- 「한겨레신문」. 1991년 8월 4일자. ‘가구당 가구원수 크게 줄어 90년 평균 3.7명’.
- OECD. (2013). 「커뮤니케이션 아웃룩 통계」.

이성근(李盛根): 서울대학교에서 도시 및 지역계획학 전공으로 행정학박사학위를 취득하고, 현재 영남대학교 새마을국제개발학과 교수로 재직 중이며, 주요 관심분야는 지역계획 및 정책, 지역경제, 공공투자 분석 등이다. 저서로는 「공공투자분석론」(2014), 「최신 부동산학」(2014), 「최신 지역경제학」(2014), 「최신 지역개발론」(2013) 등이 있고, 논문으로는 “지방재정 건전성지표의 개발 및 적용(2015)”, “지방자치단체 지방채발행의 영향요인과 구조에 관한 연구(2014)”, “사회적 기업의 경영특성이 사회·경제적 성과에 미치는 영향(2014)”, “농가소득의 양극화 추이와 영향요인에 관한 연구(2014)” 등이 있다. 대구경북연구원장, 한국지역개발학회 회장, 대한지방자치학회 회장 등을 역임하였다. <E-mail:

skl2682@yu.ac.kr>

김덕현(金德顯): 영남대학교 대학원 지역 및 복지행정학과 박사과정을 수료하고, 현재 경산시 희망전략 기획단 주무관으로 재직 중이다. 주요 관심분야는 산업단지, 경제자유구역 등이다.

<E-mail: kdh1978@ks21.or.kr>

안성조(安成祚): 영남대학교에서 지역개발 전공으로 행정학박사학위를 취득하고, 현재 대구경북연구원 부연구위원으로 재직 중이며, 주요 관심분야는 지역계획, 농촌개발, 지역산업정책 등이다. 저서로는 「최신 지역개발론」(2013) 등이 있고, 논문으로는 “대구시 LED조명 보급활성화 사업의 선정기준과 우선순위 결정에 관한 연구(2014)”, “포커스그룹 인터뷰를 통한 테크노파크의 기능분석(2012)”, “대경광역경제권 태양광산업의 구조적 특성에 관한 연구(2012)” 등이 있다. <E-mail: ahnsj@dgi.re.kr /논문접수일: 2015. 2. 16/ 논문수정일: 2015. 3. 18/ 게재확정일: 2015. 3. 23>

K C I

Influence Factors Affecting Customer Preference on New Medium-Small Apartment Housings for Sales Affecting Customer Preference: Cased of Daegu Metropolitan City

Lee, Seong-Keun · Kim, Dyuk-Hyun · Ahn, Sung-Jo

The study aims to analyze influence factors affecting customer preference on new medium-small apartment housings for sales with case studies of Daegu Metropolitan city. For this, firstly, through reviewing the relevant theories and previous case studies, the concept of new medium-small apartment housings for sales and its relationship with customer preference were examined, and through positive analysis, customer preference of new medium-small apartment housings for sales and its influence factors were analyzed. The research subjects were apartment housings in Daegu urban area in less than 2 years after sales. The customer preference was measured on the residents of these apartments and then evaluated. In order to evaluate customer preference on new medium-small apartment housings for sales, direct face-to-face questionnaire survey was conducted from Jan. 7 to Mar. 8 in 2013. The collected questionnaires were analyzed with frequency analysis, paired t-test and multiple regression analysis by SPSS 19.0.

Main results of this study are summarized as follows. First, for social factors in customer preferences of new medium-small apartment housings for sales, satisfaction for adjacent environmental conditions(3.63) was highest while hint of social success(2.64) was lowest. For functional factors, convenience of outdoor space structure(3.29) was highest, and for environmental factors, convenience of transportation(3.70) was highest. For situational factors, recommendation of others(3.39) was high. And for economic factors, proper quantity of housings(3.5) was high while reasonable management fee(2.87) was lowest. For image factors, brand image(3.33) was higher than company image. Lastly, market factors, financial conditions at the time of purchase(3.12) was high.

Second, according to the analysis results of influence factors of customer preference of medium-small apartment housings for sales through multiple regression analysis, situational factors had the largest influence on customer preference and then functional and social factors followed, respectively. However, environmental, economic, image and market factors were not statistically significant.

[Key Words: New Apartment Housings for Sales, Medium-Small Apartment, Customer Preference of Apartment, Consumption of Medium Apartment]