碩 士 學 位 論 文

同一 地域內 아파트 價格 形成 要因에 대한 硏究

2006 年

漢城大學校 不動産大學院

不動産 開發 및 管理 專攻

李 起 周

碩 士 學 位 論 文

指導敎授 林 秉 俊

同一 地域內 아파트 價格 形成 要因에 대한 硏究

일산 신도시 지역 2 개 단지를 대상으로 한 수요조사

Research for decide factor of apartment price

in same area.

2006 年 6 月 日

漢城大學校 不動産大學院

不動産 開發 및 管理 專攻

李 起 周

碩 士 學 位 論 文

指導敎授 林 秉 俊

同一 地域內 아파트 價格 形成 要因에 대한 硏究

일산 신도시 지역 2 개 단지를 대상으로 한 수요조사

Research for decide factor of apartment price

in same area.

위 論文을 不動産學 碩士 學位 論文으로 제출함

2006 年 6 月 日

漢城大學校 不動産大學院

不動産 開發 및 管理 專攻

李 起 周

李起周의 不動産學 碩士學位 論文을 인정함

2006 年 6 月 日

심사위원장 (인)

심 사 위 원 (인)

심 사 위 원 (인)

- 目 次 -

제 1 장 서 론 1

제 1 절 연구의 배경 및 목적 1

제 2 절 기존의 연구 고찰 3

제 3 절 연구 수행 방법 5

제 2 장 부동산 가격이 결정되는 이론 8

제 1 절 아파트 단지의 특성 8

제 2 절 가치 추정 기법 8

1. 조건부 가치 추정법 8

2. 특성 가격 기법 9

제 3 절 아파트 가격에 영향을 미치는 요인 9

1. 외형적 요인 9

2. 내부적 요인 10

3. 주변 환경적 요인 10

제 4 절 헤도닉 모형에 의한 일산시 아파트 추정 결과 해석 11

제 3 장 일산 신도시 유사 2 개 아파트 단지 연구 13

제 1 절 2 개 단지의 가격 13

제 2 절 단지 기본 사항 개요 15

1. 개요 15

2. 주변 여건 16

3. 강선마을 LG/롯데 아파트 단지 기본 개요 19

4. 문촌마을 동아 아파트 단지 기본 개요 20

제 3 절 단지 형태 및 단지내 편의 시설 분석 20

1. 강선마을 LG/롯데 아파트 21

2. 문촌마을 동아 아파트 28

제 4 절 단지내 주민들의 설문조사 34

1. 설문 조사 내용 35

2. 2 개 단지 설문 종합 비교 37

제 5 절 아파트 Name value 에 대한 선호도 56

제 4 장 결론 58

참고문헌 60

ABSTRACT 62

제 1 장, 서론

제 1절, 연구의 배경 및 목적

우리나라는 인구에 비해 가용 토지가 한정되어 부동산 문제는 중요하게 다루어져 왔다. 경제와 경기를 논할 때에도 부동산 가격의 움직임을 고려하는 경우가 많다.

국내의 부동산 경기의 최근 10년을 놓고 보자면 1997년 IMF 위기 이후에 많은 변화를 겪었다. 1985년 중반이후 1990년 초까지 부동산가격 급등은 88서울올림픽, 노태우 정권시절 주택 200만호, 고도성장, 3저 호황 등 복합적 요인이 작용하였다. 1991년 토지공개념 도입 등 투기억제책을 계기로 버블이 해소되는 과정을 겪었고 외환위기 이후 버블이 해소 되는 과정을 겪었다. 외환위기 이후 침체된 경기 활성화를 위해 정부는 부동산 경기 부양책 추진하게 되었다. 이때 이루어진 정책으로는 1년내 분양권 전매허용, 금리 인하 등을 추진하였다. 그리하여 부동산 시장으로 자금이 유입되기 시작하면서 건설회사들이 정상화 되기 시작한 것이다. 참여정부가 들어서면서 부동산 투기 억제 정책의 일환으로 많은 세금 정책이 나오기 시작하였다. 그리하여 부동산 시장은 공급자들이 부담을 느끼게 되어 활발한 거래를 기대할 수 없게 되었다.

부동산 가격을 결정하는 요인은 여러 가지가 있다. 가장 기본적인 것은 수요 공급의 논리다. 공급에 비해 수요가 많아지면 가격이 올라가고 수요보다 공급이 많아지면 가격이 내려 가는 것이다. 그리고 부동산은 움직일 수 없다는 독특한 특성 때문에 다른 상품에 비해 지역적, 정책적, 제도적으로 많은 변화를 보인다. 이러한 특성들이 여러 변수로 작용하면서 시대적으로 부동산 가격을 변동시켜 왔다.

좁은 국토에 활용할 수 있는 주거 형태는 아파트이며 이 아파트 가격의 등락은 많은 사람들에게 관심사가 될 수 밖에 없었다.

이에 필자는 아파트 가격 형성 요인에 대하여 연구하였는데 범위를 좁혀 동일 지역 유사한 2개 단지를 대상으로 수요조사를 실시하는 방식으로 접근하였다.

아파트 가격 형성에 영향을 미치는 요인을 보면 먼저 지역적인 요인으로 수도권과 이외의 지역이 다를 것이고, 같은 지역 내에서도 교통, 문화, 생활 편의, 공공 시설 이용 등 여러 가지의 여건과 상황에 따라 가격은 다르게 형성될 것이다. 필자는 현재 일산 신도시 지역이 정부의 대책에 탄력적으로 움직이는 그런 시장에서는 벗어나서 어느 정도 안정화가 되어 있다고 판단이 된다. 그리고 이 일산 신도시의 형태를 보면 생활권을 크게 세가지로 보면 마두, 주엽의 아파트 상권과 정발산의 주택 상권으로 나눌 수가 있는 것이다. 그 중에서도 주엽 상권내의 유사 2개 아파트 단지의 조사를 통하여 아파트 가격 형성 요인을 연구하게 되었다.

이에 필자는 아파트의 가격 형성에 있어서 선택한 아파트 단지에 대하여 광의적인 부분–물리적/경제적/법적 요인, 문화 시설, 공공 시설 이용 등–은 동일 하다고 보고 그 동일한 지역에서의 세부적인 가격 형성 요인이 어떠한 것이 있는지에 대해 연구해 보았다.

연구 방식은 기초 조사와 설문 조사 방식으로 실시 하게 되었다. 설문은 앞서 말한 광의적인 부분은 동일하다고 판단 하였기에 조사 대상 아파트 단지의 내, 외부적인 요인에 대한 질문으로 이루어졌다.

이를 통해 현재 자신들이 살고 있는 아파트 단지 선택시 고려사항을 묻고 아울러 만족도를 물어 봄으로써 두 개 단지가 어떤 차이를 보이는지를 살펴보고 그 차이에 의한 가격 형성에서의 차이를 느끼고 증명해 보도록 하고자 한다.

제2절, 기존의 연구 고찰

그 동안의 연구 결과들 중에서는 크게는 지역을 묶어서 그 지역에 대한 특징이라든가 요소 등이 가격 결정에 영향을 미친다고 연구된 것, 브랜드 특성이 가격에 미치는 영향 등을 연구한 논문들을 참고로 하였다. 이들 논문들은 대개 특성 가격 함수 이론(hedonic theory)에 따라 매매 가격의 예측 및 특성가격 추정에 초점을 두고 있었다.

<도표1-1>는 선행 연구 결과에 대한 요약을 한 것이다.

<도표1-1> 아파트 구입시 소비자의 선호 요인

연구자	변수	분석모형
신영완 (1997)	분양가격, 자녀 교육환경, 주변지역 환경, 교통의 편리성, 투자가치 상승, 공동주차장 확보, 평수, 근린생활시설/문화시설 접근성, 구조, 도심지와의 거리, 시공회사 지명도, 대출조건, 층수, 단지배치, 단지규모	순위나열법
이경우 (1998)	아파트 층수, 아파트 방향, 경관	ANOVA
김영복 (1999)	분양가격, 쾌적한 환경(전망, 공기, 소음), 교통편리, 투자가치, 근린생활 편의시설 (쇼핑, 금융, 문화), 자녀 교육환경, 평수, 단지규모, 대출조건 단지 내 편의시설(녹지공간, 놀이터, 테마공원), 지하주차시설 유무, 층수, 향(방향), 실내 마감재, 혐오시설 유무	순위나열법
김형돈 (2001)	초등학교까지의 거리, 전철역과의 거리, 근생(점포, 약국, 개인병원, 유치원 등)과의 거리, 공원과의 인접, 공공시설(동사무소, 우체국, 은행	X^2-test 순위상관계수

	등)과의 인접, 자연환경(산, 하천, 강)과 인접, 중고교와의 인접, 편익(판매)시설과의 인접, 의료시설과의 인접, 직장까지의 거리, 학군, 주택 밀집지역, 상가 밀집지역, 아파트 밀집지역, 단지규모, 단지내 평형비율, 건폐율, 용적율, 조경면적 비율, 보행안정성, 단지내 운동시설, 지상주차장 비율, 향, 조망, 프라이버시, 일조, 소음, 단열, 통풍 및 환기, 층수, 방수, 화장실수, 안방/거실/부엌/발코니의 크기, 넓이, 드레스룸 여부, 실내 인테리어 정도, 코아유형, 건설사명, 설계사명, 매매 회전율, 전세 회전율, 가격상승기대. 관리비	
김윤정외 (2001)	평형, 향, 층수, 건물의 외관/형태/색채, 실의 배치 및 형태, 첨단부대설비(통신시설), 실내 인테리어 수준, 단지규모, 주차장, 단지시설(상가, 노인정 등), 단지 내 녹지 및 조경 상태, 건물의 밀집정도, 건물의 노후도, 도로교통소음 및 기타 소음, 자연환경, 교육환경(학군), 경관, 조망, 주변의 안전성(방범), 사생활 보호, 이웃의 수준, 공공시설/대중 교통 수단/편익 시설/문화 시설/공원/산책로 이용 편리성, 직장/자녀학교와의 거리, 주택 구입 가격, 주택 현 시장가치, 융자금 대출정도, 분양조건, 관리 난방비 부담액수, 매매 용이성, 지역발전 가능성, 재건축의 가능성, 주거지에 대한 이미지, 주택 브랜드의 이미지, 업체 지명도 및 신뢰도	순위나열법

주) 현나영, 아파트 가격에 영향을 미치는 요인 변수에 관한 연구중 인용

상기의 선행 연구들은 표에서도 살펴 보았듯이 특성 가치 함수를 이용하여 산출하는 방식을 택하고 만족도에 대한 사항, 기존에 결정되어 있는 사항들에 대한 검증 정도에 그치는 것이 많았다. 기존의 가격을 결정하는 여러 가지 요인들을 Hedonic price 모형을 이용하여 검증한 것이 많은 부분을 차지하고 있었다. 그리고 많은 논문들이 범위가 넓어서 일반적이고 상식적인 이야기를 다룬 것도 많이 있었다. 예를 들어 아파트 분양가 결정에 있어서 로얄층이 비 로얄층에 비하여 높은 가격이 형성 된다는 것 등이다.

제3절, 연구 수행 방법

본 연구는 부동산 가격 결정 요인에 대한 고찰이 선행되어야 하므로 이에 대한 지상 연구로부터 시작한다. 이는 기존에 연구된 논문과 참고 문헌을 참조하여 이론을 정립하는 것이다. 그리하여 이 지상 연구를 기초로 부동산 가격 결정 요인에 대한 이론을 정립하고 이를 바탕으로 연구하려는 지역의 분석을 실시한다.

앞서 1절에서 이야기 했듯이 광의적인 요소는 동일하다고 판단하고 그 동일하다고 판단한 2개 지역에서 세부적인 가격 형성 요인이 어떠한 것이 있는지에 대해 집중적으로 조사, 연구를 실시한다.

이를 위해 유사 지역 2곳을 선정하였고 연구 방식은 기초 조사와 설문 조사 방식으로 실시하게 되었다. 설문은 앞서 말한 광의적인 부분은 동일하다고 판단 하였기에 조사 대상 아파트의 좁은 범위에서 내외부적인 요인에 대한 질문으로 이루어졌다.

특징적인 점은 기존의 연구들은 주로 넓은 지역을 대상으로 조사를 실시하고 주거하고 있는 지역의 쾌적성, 편리성 위주로 한 것들이 대부분이었으나 필자는 한정된 단지를 대상으로 사람들이 아파트를 “선택하고자 할 때의 고려사항이 어떤 것이 있는가”를 위주로 조사하였다.

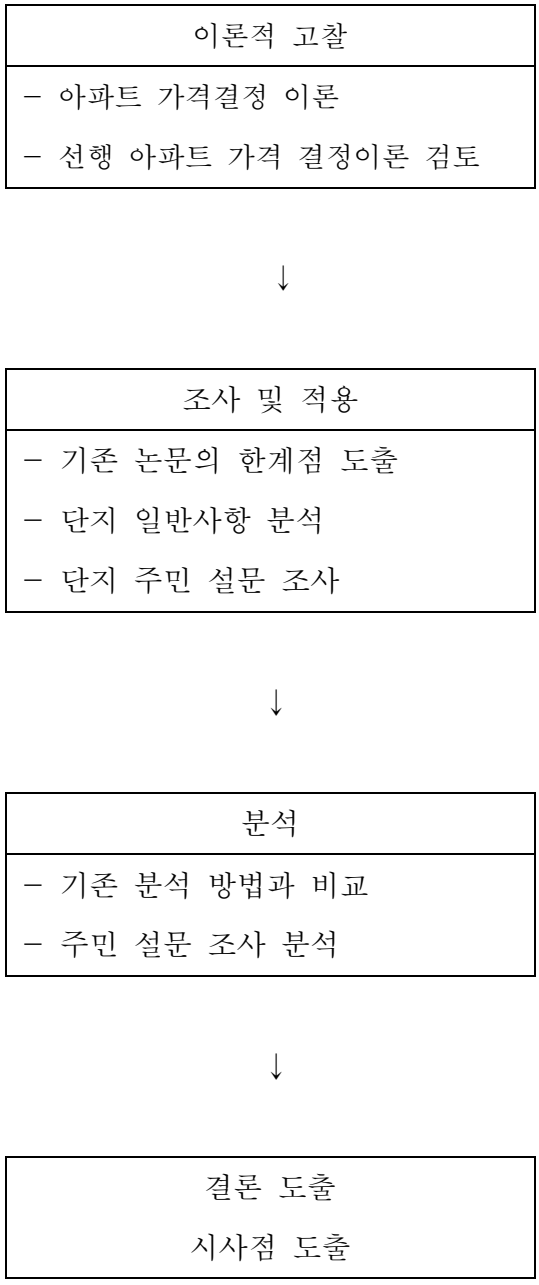
아울러 “주거지에 대한 만족도” 조사도 병행하였다.

표본이 된 두 단지는 23평형, 27평형, 32평형의 3가지로 이루어지는데 23평형의 경우 복도식, 계단식의 다른 형태를 보이고 있고 27평형의 경우 1개 단지는 남향이 없고 동향으로만 구성되어 있다. 따라서 객관성을 유지하기 위하여 32평형 주민들만을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 설문 조사는 12개 항목으로 만들어 실시하였고 자가(보유), 전세(임대)로 나누어 실시하게 되었다.

필자가 수행한 연구의 독창성이라고 하면 아파트 주거에 대한 만족보다는 선택시 고려사항 위주로 주민 설문조사를 하였다. 물론 주거의 만족도 역시 병행 조사하여 선택시 고려사항과 주거시 만족도에 대한 결과도 비교 분석하였다.

설문조사는 총 12개 항목으로 나누어 질문이 이루어졌다. 연령 조사와 주거 형태(자가, 전세)로 분류하여 집계하여 결과를 산출하였다. 내용은 아파트 브랜드 가치, 외관, 내부 구조, 조망, 조경, 공원, 교육여건, 쇼핑센타, 대중 교통, 관리비, 직장과의 거리 등이다. 조사된 설문 결과를 t 검정을 통하여 차이가 나지 않는 항목은 무시하고 사용할 수 있는 질문 항목위주로 두 단지의 가격 차이와 점수 차이가 가격 형성 요인에 영향을 준다는 결론을 얻게 되었다.

<도표1-2> 연구 흐름도


이론적 고찰
- 아파트 가격결정 이론
- 선행 아파트 가격 결정이론 검토
조사 및 적용
- 기존 논문의 한계점 도출
- 단지 일반사항 분석
- 단지 주민 설문 조사
분석
- 기존 분석 방법과 비교
- 주민 설문 조사 분석
결론 도출
시사점 도출

제2장, 부동산 가격이 결정되는 이론

제1절, 아파트의 단지 특성

아파트의 가격에 영향을 미치는 특성을 분류하면 크게 물리적 특성, 단지 특성, 지역적 특성으로 분류할 수 있다. 물리적 특성은 평수, 향, 층등 세대가 갖는 건축특성을 의미한다. 단지특성은 아파트가 속한 단지의 건축년도, 주차사정 등이며, 지역적 특성은 경관, 교육의 질, 공공시설 등 단지 외부의 특성을 의미한다.

아파트는 물리적 특성, 단지 및 지역적 특성을 지닌 복합재로 아파트의 효용은 이들 특성이 갖는 가치의 합으로 표현될 수 있다. 아파트 특성의 개별 가치는 시장에서 관찰될 수 없다. 아파트 특성의 개별가치 파악을 위해서는 적절한 분석기법을 이용하여 추정하여야 하는데 이를 위해 자주 이용되는 것이 특정가격함수(Hedonic price function)이다. 특성 가격함수는 아파트 가격과 아파트 특성간의 관계를 다중회귀모형으로 표시한다. 아파트 가격을 종속변수, 아파트의 특성을 설명변수로 설정하고 다중회귀분석을 통해 설명변수가 갖는 계수를 추정한다.

제2절, 가치 추정 기법 [1)]

1. 조건부 가치 추정법

조건부 가치 추정법은 사람들에게 어떤 자원이나 행위로부터 기대되는 편익에 대해 그들이 얼마를 기꺼이 지불할 의사가 있는가를 묻거나, 어느 정도의 가격으로 보상받기를 원하는가를 묻는 직접 질

주 1) 안정근, 현대부동산학, 법문사, 2004

문 방법이다. 이러한 질문을 하는 과정은 직접적인 설문지를 이용하거나 또는 실험적인 조건 하에서 여러 가지 상황에 응답하는 실험적인 기술들을 이용한다. 전자는 비 시장 재화를 다루는 자원 및 환경 경제학에서 이용되는 것이고, 후자는 실험 경제학에서 이용되는 방법이다.

2. 특성가격기법

주택 가격에 영향을 주는 요인들을 추출하고 이들을 설명 변수로 한 주택 가격 결정 모형을 수립하여야 한다. 그리고 그 수립된 모형과 주어진 값을 가지고 변수를 만들어서 해당 모형에 대입하여 나타나는 값을 가지고 주택의 가격을 추정하는 것이다. 이것은 다시 말하면 가격을 추정하므로써 어떠한 변수가 어떻게 작용하는 것을 알아내는 것이다.

제3절, 아파트 가격에 영향을 미치는 요인

아파트 가격에 영향을 미치는 요인은 크게 외형적 요인, 내부적 요인, 주변 환경적 요인 등으로 나눌수 있겠다.

<도표 2-1> 가격에 영향을 미치는 아파트 특성 요인

외형적 요인	이름 가치(Name value), 외관, 방향, 조망, 단지내 조경 등
내부적 요인	관리비 부과, 내부 구조, 내부 마감 종류 등
주변 환경적 요인	상권, 대중교통수단, 공공시설, 쇼핑센타, 의료시설, 교육문제, 주변 공원, 직장과의 거리

1. 외형적 요인

아파트 가격에 영향을 미치는 요소로 우선 꼽을 수 있는 것이 아파트 자체의 외형적 요인이라고 볼 수 있겠다. 그 중에서도 아파트 이름이 지니는 가치는 날이 갈수록 더욱 더해지는 것 같은 느낌도 든다. 과거에는 “지어놓으면 팔린다”라고 하는 시절이 있었고 그때 만 해도 수요가 많았던 시절이였다. 그 시절에 아파트를 지어서 파는 건설회사들은 아파트 이름에 대한 가치를 생각 하지 않았던 것 같다. 그래서 이름도 “현대” “대우” “청구” “건영”등 자기 회사의 이름이 전부 였다. 하지만 지금은 “삼성 래미안” “동부 센트레빌” “포스코의 더샾”등 영문, 불문 등으로 따서 아파트 이름에 멋을 내기도 한다. 그리고 그것에 대하여 많은 홍보를 한다. 그리고 이러한 자신들의 상품에 가치를 더하기 위하여 내부 구조 라든가 편리성 등을 많이 내 세우곤 한다. 이러한 아파트 가격 결정요인의 외형적인 요인을 보면 이름 가치(Name value), 외관, 방향(남향, 동향), 조망, 단지내 조경 등을 들수 있는 것이다.

2. 내부적 요인

아파트 가격을 결정하는 요인중 위 1번 항의 외형적 요인도 있고 내부적인 요인도 있다. 내부적인 요인은 아파트 내부 구조, 마감재 등을 무엇을 썼는가? 또한 관리비는 얼마 정도 부과 되는가 하는 문제이다. 이러한 내부적인 요인도 어떠냐에 따라서 아파트 가격 결정에 많은 부분을 차지한다. 따라서 보다 부가가치 있는 아파트를 짓기 위해서는 내부 구조도 선진화 하여 사 공간을 최소화 하는 작업이 필요할 것이고 마감재 역시 좋은 것으로 써야 할 것이다. 또한 관리를 철저히 하여 입주자로 하여금 쓸데없이 관리비를 많이 지출하는 것을 막아야 하는 것이다.

3. 주변 환경적 요인

위 두 가지 요소 이외에 다양하게 이야기 할 수 있는 부분이 이 주변 환경적 요인일 것이다. 상권, 대중 교통 수단, 공공시설, 쇼핑센타, 의료시설, 교육 문제, 주변 공원, 직장과의 거리 등 이러한 요소들이 모두 주변 환경적 요인이고 이것이 아파트 가격에 많은 결정적인 부분을 차지 하는 것이다. 위 1, 2항의 외형적인 요인, 내부적인 요인은 우리가 들어나지 않은 요인이라고 말한다면 이 주변 환경적인 요인은 객관적으로 바라볼 수 있는 많은 요소들이 내포되어 있는 것을 알 수 있다. 그리고 실제 필자가 연구하고자 한 주민 설문 조사를 통해서도 많은 이 주변 환경적인 요인이 아파트 가격 결정에 중요한 요소임을 객관적으로 접근 할 수 있었다.

제4절, 헤도닉 모형에 의한 일산시 아파트 추정결과 해석 [1)]

기존에 일산시 아파트 단지를 대상으로 헤도닉 모형에 의한 아파트 가격 결정 요인에 대한 연구가 있었다. 이 연구에서는 아파트 가격 결정에 미칠수 있는 각종 변수들을 이용하여 가격이 결정되는 요인에 대한 연구를 한 것이다. 해당 논문에서 나온 결론은 아파트 단지의 특성에 따라 생활의 편리함, 쾌적성 등이 가격을 결정하는데 중요한 부분을 차지하고 단지 내에서는 비 로얄층에 비해 로얄층이 더 높은 가격으로 결정되고 동향, 서향 보다는 남향의 아파트가 높은 가격이 형성되는 것 등, 우리가 흔히 상식적으로 이야기 할 수 있는 사항들이 연구되고 증명이 된 것이다.

그러나 이 논문으로는 일산 신도시 지역의 지역에 대한 아파트 가격의 차이라든가 단지에 대한 아파트 가격의 차이만을 알수 있는 것이고 해당

주1) 헤도닉 모형을 이용한 아파트 가격결정요인과 가치추정에 관한 연구, 2002, 건국대, 김덕중

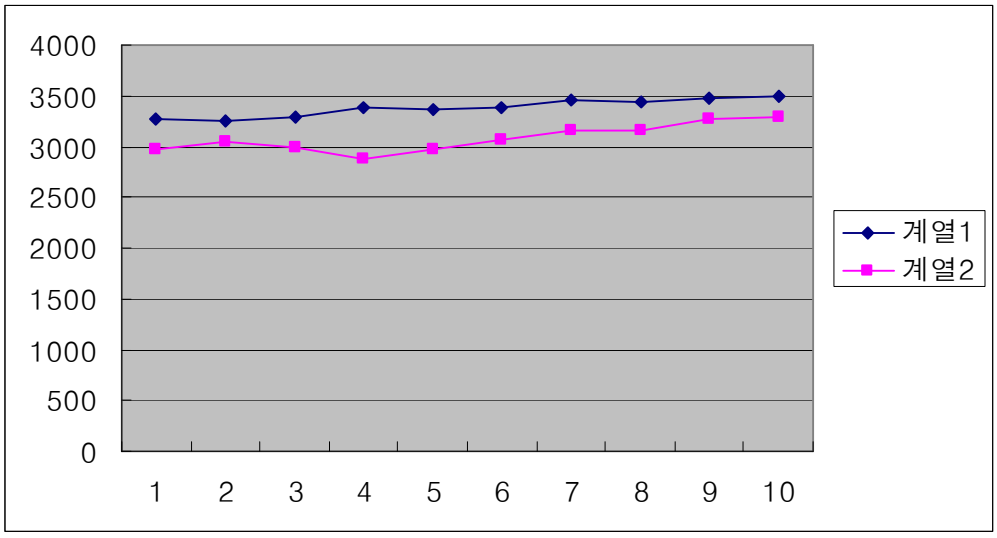
단지에 대한 특유의 특징을 알지 못하는 단점이 있는 것이다. 예를 들면 “비 로얄층 보다 로얄층이 더 높은 가격이 형성된다.”라는 것은 일반적인 사항이 될수 있는 것이고 그 로얄층 중에서도 어떤 요소가 있어서 차이가 서로 나는 것인가에 대한 것은 연구 되어야 한다고 본다. 필자는 본 논문을 통해서 같은 로얄층에서의 차이에 대한 사항도 검토해 본 것이다. 물론 현실에서는 표현 할 수 없는 변수들도 있을 수는 있느나 보다 객관적으로 접근할 수 있는 것이 중요한 것 같다.

제3장, 일산 신도시 2개 아파트 단지 연구

제1절, 2개 단지의 가격 차이

본 연구의 집중 조사가 되는 2개 단지의 가격 차이를 조사 해 보았다. 1개 단지는 LG아파트(강선마을), 1개 단지는 동아아파트(문촌마을)이다. 조사의 객관성 유지와 본 논문 취지를 살리기 위하여 23, 27평형은 제외하고 32평형 중에서 남향을 선택하고, 층수는 아래 2개층과 위 2개층을 제외한 호가를 조사하는 방식으로 하여 가격 차이를 보고 가격이 결정되는 요인에 어떤 것 들이 있는지를 조사하는 방식으로 접근한다.

<도표3-1> 최근 1년간의 두 아파트 32평 호가 추이



주) X축 월별(05년 7월 ~ 06년 4월), Y축 호가(단위 : 만원)

계열1 : LG아파트, 계열2 : 동아아파트

자료출처 : 부동산 114

<도표3-2> LG아파트, 동아아파트 최근 가격 조사

단위 : 만원

LG아파트(강선마을)		동아아파트(문촌마을)	
층수	가격	층수	가격
7	36,300	5	35,000
11	36,000	9	33,000
3	39,500	9	31,500
8	37,000	8	32,500
12	36,000	10	35,000
10	34,000	8	36,000
4	30,000	5	32,000
8	32,500	14	34,000
10	35,000	13	32,000
7	35,000	7	30,000
8	35,000	3	30,000
평균	35,118	평균	32,818

주) 자료출처 : 부동산 114

위 <도표3-1>은 1년간의 호가 추이와 최근 호가 추이를 나타낸 것이고<도표3-2>는 2006년 5월의 호가를 조사하여 표로 만든 것이다. 표에서 볼수 있듯이 기본적인 호가는 적게는 1천만원 ~ 2천만원, 많게는 5천만원 이상 차이가 나는 것을 알 수 있다. 이렇게 차이가 난다는 것은 LG아파트가 동아아파트에 비하여 상대적으로 좋은 점을 가지고 있다고 볼수 있는데 그러한 좋은 점이 어떤 것들이 있는지, 또한 그것이 아파트의 가격 결정요인에 어떠한 요소로 작용하는 지를 다음 절에서부터 하나하나 살펴 보도록 한다.

제2절, 단지 기본 사항 개요

1. 개요

일산 지역은 흔히 사람들이 “일산”이라고 부르면서 일산 이라고 많이 알려져 있다. 그러나 행정 구역상으로는 고양시내에 있는 1개 구에 불과한 것이 일산이다. 따라서 고양시 일산구 인 것이다. 이 고양시에는 일산구와 덕양구의 두 개의 구가 있다. 덕양구에는 인구가 약 37만명, 일산구에는 약 43만명 정도가 살고 있다. 두 개의 구를 합쳐서 약 90만명에서 100만명 정도 수준의 인구가 살고 있는 것이다. 왠만한 광역시 수준이 되는 그런 인구 수준인 것이다. 이 일산구는 약 12년 전에 초기 입주자들이 들어와서 살기 시작했다. 지금은 이 일산구는 두 개의 자치구로 또 나누어져 있다. 동서로 나누어 동구와 서구인 것이다.

계획된 신도시다 보니 아파트는 단지별로 바둑판 모양으로 나누어져 있는 것은 기본이고 메인 도로를 중심으로 남북으로 나누어지고 중앙에 전용 주거 지역으로 편성하여 전원 주택 형식의 고급 주택 단지가 형성 되어 있고 동, 서로 마두역, 주엽역의 역세권으로 중심으로 크게 분포 되어 있다고 할 수 있겠다. 일산 신도시의 마지막 역이 대화역인데 2004년에는 이 대화역 부근에 KINTEX라고 하는 국제 종합 전시장이 문을 열게 되었으며 그 종합 전시장 주변에 한류우드가 형성되어 관광, 무역 등의 종합적인 복합 도시로 거듭나기 위해서 발전 중인 것이다.

일산지역의 아파트 단지는 23, 27, 32평으로 형성된 단지가 작은 평수의 단지라고 볼 수 있고, 37(38), 48(50), 61(62)평 등으로 형성된 단지가 큰 평수의 아파트 단지라고 볼 수 있다. 그 외 서민들을 위한 17, 19평형 이 분포된 단지도 많지는 않지만 볼 수 있고 몇

몇 빌라 단지들도 보인다.

필자가 연구하고자 하는 단지는 24, 27, 32평이 구성되어 있는 2개의 단지이다. 단순히 처음 접하는 사람들의 입장에서 보면 아파트의 가격차이가 날 것이 없는 것 같은데 실제 접해 보면 가격에서 차이가 나는 것을 알수 있다. 그러나 간단히 생각하면 "기본적으로 단지가 틀리면 가격의 차이가 나는 것이 아니냐?" 하고 생각할 수는 있다. 그렇지만 그 가격의 차이가 어떻게 나게 되었으며 왜 날 수밖에 없느냐? 하는 것을 해당지역을 분석하고 그 지역에 사는 주민들의 심리상태까지 조사를 해 봄으로써 접근을 해 보고자 하는 것이다.

2. 주변 여건

<도표 3-3> LG/롯데 아파트 동아 아파트 단지 주변 그림

강선 마을 LG/롯데 아파트의 위치를 통하여 주변 여건을 분석해 보면 요도상에서도 볼 수 있듯이 우선 단지 바로 앞쪽에 초등학교(강선초등학교)가 위치해 있는 것을 알 수 있고 뒤쪽으로 중학교(발산

중학교)가 위치해 있다. 즉, 초등학교 중학교는 도보로 5분 이내에 위치해 있는 것을 알 수 있다.

교통으로는 단지 앞 버스 정류장과 단지 앞 4차선 도로와 상업지역으로 건너가는 4차선 도로를 건너면 전철역(주엽역)을 도보로 약 10분 내에 이용할 수 있는 것을 알 수 있다.

쇼핑 시설로는 바로 앞에 태영 프라자, 전철역 인근 그랜드백화점과 태영프라자 앞쪽 8차선 도로 건너 레이크 유통이 있다. 단지 내 주민들이 많이 이용할 것으로 예상 되는 태영 프라자는 중간급에서 약간 작은 규모의 백화점이라 볼 수 있는데 지하에 식품 매장과 대형 서점이 입점해 있는 것이 특징이라고 할 수 있겠다.

그리고 주엽역 주변으로 펼쳐져 있는 지역이 상업지역으로 식당가를 비롯하여 은행, 증권회사, 클리닉 센터, 약국 등의 근린생활 시설들이 위치해 있다.

공공기관으로는 상업지역내에 주엽역과 이 LG/롯데 아파트 중간 지점에 파출소 1곳이 위치해 있고 동사무소는 아파트(LG/롯데) 위쪽에 위치하고 있다. 파출소, 동사무소 모두 단지내에서는 도보로 5분 이내에 위치해 있다.

주변의 아파트 단지 현황을 보면 북쪽 3단지 건영아파트는 38, 49, 54평형의 비교적 큰 평수의 아파트 단지임을 알수 있고, 동으로 화성아파트는 24, 27, 32평형의 같은 수준의 아파트이다. 남쪽의 태영아파트는 태영 프라자 쇼핑 시설과 같이 위치한 주상 복합의 아파트이다. 서쪽(단지 앞쪽)의 유원/삼환 아파트의 경우 역시 23, 27, 32평형의 같은 수준의 아파트가 위치해 있는 것을 볼수 있다. 다시 종합해보면 주변이 다수의 같은 평형대의 아파트 단지가 형성되어 있음을 볼수 있다.

문촌마을 동아 아파트를 지도상으로 위치를 분석해 보면 우선 초등학교는 LG/롯데 아파트와 마찬가지로 단지 바로 앞에 문촌초등학교

가 있는 것을 알 수 있고 중학교는 한 블록 위 아래로 두 곳(오마중학교, 한수 중학교)이 있는 것을 볼 수 있다. 또한 고등학교는 동쪽으로 1곳의 주변 아파트 단지를 지나 주엽고등학교가 있는 것을 볼 수 있다. 즉, 초등학교는 도보 5분내에 위치해 있고, 중/고등학교는 도보 10분내에 위치해 있는 것을 볼 수 있다. 강선마을 LG/롯데아파트와 비교해 다른 점은 단지 앞쪽의 도로가 강선마을 아파트는 4차선인데 비해 문촌마을 아파트 앞쪽 도로는 6차선 이다. 따라서 주민들이 초등학교 위치에 대 한 느끼는 감은 강선마을 LG/롯데아파트가 더 가깝게 느껴질수 있는 위치라고 할 수 있겠다.

교통 시설로는 단지앞 버스 정류장은 있고, 6차선 도로와 4차선 도로를 건너 주엽역 까지 도보로 10분 정도의 거리에 위치해 있다. 강선마을 LG/롯데 아파트의 경우 4차선 도로만 두번 건너서 전철역까지 갈수 있는 반면 문촌 동아 아파트는 단지앞에 도로가 6차선으로 넓은 도로가 형성되어 있다.

주엽역에서 서쪽으로의 상업지역을 주로 이용한다고 볼수 있는데 그랜드 백화점과 식당가, 은행, 클리닉 시설등이 있다. 그러나 문촌 동아 아파트의 주민인 경우 쇼핑을 주엽역 주변 보다는 바로 앞쪽의 롯데마트를 주로 이용한다고 할 수가 있겠다. 롯데마트는 1층과 지하층으로 구성되어 있는데 백화점에 비교해서는 크지 않다고 볼수 있다. 즉, 소형 백화점 개념이라고 볼수 있다.

공공기관으로는 문촌 초등학교 옆에 파출소와 동사무소가 위치해 있으므로 두 곳 모두 5분내 거리에 위치해 있다고 볼수 있다. 그렇지만 강선마을에 비교했을 때 도로가 6차선으로 넓게 되어 있다는 것이 접근성에서는 조금 불리하다고 볼 수 있다.

주변의 아파트 단지의 현황을 보면 먼저 북쪽으로 5단지 한일/쌍용아파트가 있는데 이는 37, 47, 68평형으로 비교적 큰 단지에 속하고 동, 서로 주공아파트는 17, 19, 21평형의 작은 평수로 구성되어 있는

단지이다. 남쪽으로 상업지역에 형성되어 있는 주상복합 아파트는 25, 30평형대로 중간급의 단지라고 볼수 있고 이 주상복합 아파트의 1층과 지층이 롯데마트가 입점해 있으며 그 외 클리닉 센터와 애견센터 등이 입점해 있어 영업중이다. 주변을 다시 한번 보면 큰 평수와 동일 수준의 평수 보다는 작은 평수 위주로 주변이 형성되어 있다고 볼 수 있다.

3. 강선마을 LG/롯데 아파트 단지 기본 개요

<도표 3-4> 강선마을 아파트 단지 기본 개요

구 분	내 용				비 고
위치	일산서구 주엽동 63번지				
단지명	강선마을 LG/롯데 아파트				
대지면적	45,210.3㎡ (13,646평)				
건축면적	6,898.23㎡ (2,087평)				
평형	23평형	27평형	32평형	계	
	324	402	240	966	
건폐율	15.25%				
용적율	183.94%				
조경면적	17,216.5㎡ (38.1%)				
주차대수	지상 : 320대, 지하 : 209대				가구당 0.54대
입주일	1993년 11월 1일				
관리실, 노인정	441.6㎡ (133.6평)				
전기/열 교환실	292.5㎡ (88.5평)				
상가	2504.4㎡ (757.6평)				3층(지하1층)
유치원	580.4㎡ (175.6평)				

체육시설	별도 없음	놀이터에 포함
놀이터	1,335.7㎡ (404평)	2개소

4. 문촌마을 동아 아파트 단지 기본 개요

<도표 3-5> 문촌마을 아파트 단지 기본 개요

구 분	내 용				비 고
위치	일산 서구 주엽동 12번지				
단지명	문촌마을 동아아파트				
대지면적	34,644㎡ (10,480평)				
건축면적	5,179.84㎡ (1,569평)				
평형	23평형	27평형	32평형	계	
	234	226	278	738	
건폐율	14.95%				
용적율	184.9%				
조경면적	12,518.37㎡ (36.13%)				
주차대수	지상 : 240대, 지하 : 348대				가구당 0.8대
입주일	1994년 7월 1일				
관리실, 노인정	141.64㎡ (42.8평)				
전기/열교환실	513.76㎡ (155.4평)				
상가	821.12㎡ (248.4평)				분산상가 포함
유치원	364.21㎡ (110.2평)				
체육시설	775㎡ (234.4평)				테니스장 포함
놀이터	1,180㎡ (360평)				2개소

제3절, 단지 형태 및 단지내 편의 시설 분석

일산 신도시의 아파트 단지들은 정 남향과 정 동향의 형태는 없다. 쉽게 생각할 수 있는 남향 집의 형태가 정확히 말하면 남서향이고 동향집의 형태가 남동향인 것이다. 연구 하고 있는 두 개의 단지도 마찬가지 형태를 취하고 있는 것이다. 그럼 단지내의 형태와 각종 편의 시설에 대해서 알아 보도록 한다.

1. 강선마을 LG/롯데 아파트

1) 기본 구성과 세대수

<도표 3-6> 강선마을 아파트 단지 세대수 구성

평수	23평형		27평형		32평형		계
방향	동	남	동	남	동	남	
세대수	324	0	0	402	120	120	966

단지의 구성을 보면 23평형과 27평형의 경우는 동향과 남향으로 평수에 따라 일관되게 건축된 것을 알 수 있다. 반면 32평형의 경우는 1/2씩 남, 동향을 나누어 건축한 것을 알 수 있다. 형태는 전 평형 모두 계단식으로 구성되어 있다.

2) 편의 시설

(1) 유치원

강선마을 아파트(그림 3-7)의 유치원의 경우 진입로 끝부분에 위치하고 있다. 지하 1층과 지상 2층으로 구성되어 있고 옆쪽 단지의 원생들도 고려해서 인지 옆 단지와 인접해 있는 것을 볼 수 있다.

단지내의 주차장의 일부라고 볼 수는 있지만 유치원 전용 주차장인 느낌이 드는 주차장도 앞쪽에 위치하고 있어서 비교적 양호한 위치에 자리를 잡고 있다고 볼 수 있다.

<도표 3-7> 강선마을 아파트 유치원

내/외부 시설의 경우는 일반적인 유치원과 크게 다를 것은 없는 것 같다. 지하에는 아이들이 놀수 있는 볼 풀(ball pull) 시설도 갖추고 있는 것을 볼 수 있다.

문촌마을에 있는 유치원과 비교해 보았을 때는 문촌마을은 유치원이 아닌 어린이 집으로 되어 있는 것이 다른 점이라 할 수 있겠다. 크기는 문촌마을 어린이 집이 조금 작다.

(2) 노인정

조금 전에 살펴 본 유치원 바로 옆쪽에 위치해 있는데 그림

3-8에서 보는 바와 같이 관리사무소와 노인정이 같은 건물로 되어 있다. 이 건물은 지하 1층, 지상 1층으로 구성 되어 있다. 관리사무소가 지하층에 위치하고 지상층은 노인들을 위한 노인정으로 되어 있다. 지하층에 관리사무소는 사무실과 세미나실 형식의 강당이 위치해 있는 것을 볼 수 있다.

<도표 3-8> 강선마을 아파트 노인정

(3) 놀이터

어린이들을 위한 놀이터 시설은 2곳에 위치하고 있는데 크게 1곳(그림 5-5) 있고 작게 1 곳(그림 5-6) 해서 구성을 해 놓았다.

아라비안 나이트에 나오는 궁전의 상탑 모양을 하고 있으며 아이들 뿐 아닌 어른들을 위한 체육시설인 평행봉과 허리 운동을 할수 있는 기구가 한 개 정도 위치해 있다. 주민들이 쉴 수 있

는 정자 시설도 각 놀이터 마다 한 곳씩 구성되어 있는 것을 볼 수 있다

<도표 3-9> 강선마을 아파트 놀이터

이 정자 시설은 평상 형식이 있고 벤치형식이 있는데 아무래도 평상 형식은 밑이 빠진다든가 하는 단점이 있을 수 있는데 현재 강선마을의 정자 시설은 벤치형식으로 되어 있다.

<도표 3-10> 강선마을 아파트 놀이터

(4) 상가

상가는 그림 3-11에서 보는 모습이 입구쪽에서 보는 앞 모습이고 그림 5-8에서 보는 모습이 아파트 내에서 본 뒤쪽의 모습이라고 볼 수 있는데 아파트 단지 주 입구쪽 한 곳에만 위치 한다.

지하 1층과 지상 3층으로 구성이 되어 있다. 지하층은 식품, 정육, 옷수선, 철물점, 중화요리, 분식집이 1층은 부동산, 반찬가게, 비디오, 슈퍼, 미용실, 떡집, 치킨, 의류점이 2층은 하나은행이 1/2 정도 차지하고 보습학원과 영어학원 등이 있으며 3층은 교회, 미술학원, 태권도장 등이 위치해 있다. 일부 공실이 1곳 있다.

<도표 3-11> 강선마을 아파트 상가

통상적으로 아파트 상가의 지하층은 공실이 많고 실제 영업이 잘 이루어지지 않는 경우가 많은데 본 강선마을 상가는 지하층 상가들도 활발히 영업중인 것을 알 수 있다.

상가 뒤쪽은 상가 자체 주차장이 형성되어 있는데 차량은 22대를 주차할 수 있는 비교적 넓은 공간으로 되어 있다. 그래서 슈퍼에서 앞쪽을 넓게 사용하는 것을 볼 수 있고 밤에는 치킨집에서 파라솔 따위를 설치하여 주차장 공간에서 주민들이 간단히 술을 한잔 하는 모습도 볼 수 있었다.

아파트 단지내 상가중에서 나름대로 비교적 큰 상가라고 볼 수 있는데 영업 자체가 비교적 활발히 이루어지는 것으로 보아 많은 세대수(966세대)에서 받쳐주는 후광의 효과가 큰 것을 느낄 수 있었다.

<도표 3-12> 강선마을 아파트 상가

(5) 기타

아파트의 진입로(그림 3-13)를 보면 그리 넓게 형성되어 있지 않는 모습을 볼 수 있다. 그리고 진입로 자체에서 많은 나무들을 볼수 있다. 조경율이 38%로 문촌마을의 36%보다 높은 것이 수치상으로 보이는데 수치상으로는 2%에 불과하지만 실제 단지를 돌아보면 많은 나무들이 심어져 있는 것을 느낄수 있다.

그리고 경비실이 각 라인별로 구성되어 있지 않고 1동에 1곳으로 건물 앞쪽에 위치해 있는 것을 볼 수 있다.

그러나 단지내의 간격이 좁아서 조금 답답함도 느껴지고 아래층의 경우는 일조의 영향을 많이 받지 못하겠구나 하는 느낌을 받게 한다.

<도표 3-13> 강선마을 아파트 주 진입로

2. 문촌마을 동아 아파트

1) 기본 구성과 세대수

<도표 3-14> 문촌마을 아파트 세대수 구성

평수	23평형(복도식)		27평형		32평형		계
방향	동	남	동	남	동	남	
세대수	60	174	226	0		278	738

단지의 구성을 보면 27평형과 32평형의 경우 동, 남향으로 일관되게 건축되었고 23평형의 경우는 복도식으로 남향 위주의 건축을 볼 수 있으나 동향도 일부 건축된 것을 알 수 있다. 27평형과 32평형은 모두 계단식으로 구성되어 있다.

2) 편의시설

(1) 유치원

<도표 3-15> 문촌마을 아파트 어린이집

문촌마을 아파트 단지의 유치원을 보면 유치원이 아닌 어린이집으로 명명되어 있고 지상 2층으로만 구성되어 있는 것을 볼 수 있다. 위치는 아파트 서북쪽 끝에 위치하고 있어 후미진 곳에 어린이 집이 있는 것을 알 수 있다. 강선마을 아파트 단지내의 유치원과 비교했을 때 규모 자체도 작은 것 같고 별도 주차장도 없고 놀이시설도 작은 종합 놀이 시설 1개 정도밖에 보이지 않는 것을 볼 수 있다.

(2) 노인정

<도표 3-16> 문촌마을 아파트 노인정

관리사무소와 노인정은 강선마을 아파트의 경우와 마찬가지로 1개의 1층 건물로 구성되어 있다. 지하층은 전기실, 펌프실 등으로 사용하고 1층에 1/2 정도는 관리사무소로 사용하고 1/2 정도는 노인정으로 사용하는 것을 볼 수 있다. 지하층에는 전기실, 펌프실 외에도 작은 체육도장 같은 것이 있어서 주민들이 무료 강좌도 듣고 무료 에어로빅 같은 것을 요일에 맞추어 하는 것이 있어서 이용을 하고 있다.

(3) 놀이터

놀이터는 강선마을 아파트 단지와 마찬가지로 2곳에 위치해 있는데 2곳 모두 크지는 않고 조금 작게 형성 되어 있다. 그림 5-12와 5-13이 놀이터 모습인데 크지 않고 단순한 놀이기구와 철봉, 그네 등이 있다.

<도표 3-17> 문촌마을 아파트 놀이터

그리고 놀이터의 위치는 아파트 앞쪽의 주 도로변에 위치해 있는데 아이들이 놀기에는 차량의 소음 때문에 조금 불편할 수도 있는 위치에 있다.

또한 놀이 기구 자체가 좀 부족한 면이 있어서 아이들이 놀이터에 와서 모래장난을 하는 정도 수준으로 놀 수 밖에 없는 시설이라고 할 수 있겠다.

정자의 경우는 강선마을 아파트의 경우와 마찬가지로 각 놀이터별로 1곳씩 설치가 되어 있는데 이 곳 마찬가지로 벤치형으로 되어 있다. 평상형으로 구성되어 있다면 여름에는 어르신들도 앉아서 이야기를 나눌수 있고 누워서 낮잠을 즐길 수도 있는데 대부분의 아파트 단지의 정자의 경우는 이와 같이 벤치형이 많은 것을 볼 수 있다. 그만큼 시공면에서 단가도 낮출수 있고 시공도 편하고 해서 그렇게 하는 것 같다.

<도표 3-18> 문촌마을 아파트 놀이터

(4) 상가

상가의 경우 강선마을과 달리 2곳에 있다. 주 진입로 쪽에 위치한 상가가 주 상가(도표 3-19) 이고 안쪽에 분산상가(도표 3-20)가 위치해 있다.

진입로 쪽의 주 상가는 지하 1층과 지상 1층으로 되어 있는데 지하층의 경우는 과거에는 영업을 했었던 것 같은데 지금은 폐쇄상태에 있다. 1층은 부동산, 슈퍼, 인테리어, 세탁소, 피아노 보습이 입점해 영업중이다.

주 상가 뒤쪽을 강선마을 상가와 비교해 보면 주차장이 없어서 앞쪽 상가도 인도에 주차를 해 놓은 실정이다. 따라서 강선마을 상가와는 달리 치킨집이 입점해 있지 않는 것을 볼 수 있다.

분산상가의 경우 슈퍼, 문구, 세탁소, 분식점이 위치해 있다. 지상층만 1층으로 되어 있는 소규모이다.

<도표 3-19> 문촌마을 아파트 주 상가

<도표 3-20> 문촌마을 아파트 분산상가

(5) 기타

주 진입로를 그림 3-21과 같이 보면 상당히 넓게 탁 트인 느낌을 받을 수 있다. 그러나 이것이 아파트 단지의 장점이 될 수도 있고 단점이 될 수도 있다고 할 수 있겠다.

강선마을과 비교했을 때 조경이 조금 부족한 느낌이 들고 동과 동사이 거리가 문촌마을 아파트가 넓은 것을 알 수 있다. 그래서 아래층까지의 일조량에 있어서는 좋다고 볼 수 있겠다.

경비실의 경우 강선마을과 달리 각 라인별로 경비실이 갖추어져 있다. 따라서 1개동이 2개라인이면 경비실도 2곳이 있다. 그렇지만 근무는 1동에 1명만 교대로 근무를 하고 있다.

<도표 3-21> 문촌마을 아파트 주 진입로

제4절, 단지내 주민들의 설문조사

주엽역을 가운데로 도로공원이 발달되어 있는데 양쪽으로 문촌마을과 강선마을이 있는데 단순 위치에 대한 차이는 크게 느낄수 없을 정도의 유사 단지라고 볼수 있다. 따라서 필자는 해당 단지에 살고 있는 주민들은 자신이 살고 있는 단지에 대해서 어떻게 평가를 내리는지를 설문 조사 해 보았다. 그리고 설문을 바탕으로 주민들의 어떤 심리적 바탕이 아파트 가격 형성에 영향을 미치는지 접근 해 보았다.

설문의 요지는 위 서론에서도 언급하였듯이 동일 지역이라는 판단에 의거 지역적인 큰 요소는 동일하다고 보고 그 외의 내, 외적인 요인들이 어떻게 작용하고 있는지에 중점을 두었다. 따라서 설문의 항목은 12개 항목으로 나누어 보았고 설문 조사를 할 때 연령별로 나누었고 사는 형태가

보유(자가)이냐 임대(전세)이냐를 나누어 조사를 해 보았다. 그리고 사람들이 아파트를 매수할 때 어떤 생각을 가지고 있고 어떤 고려 요소들을 통하여 자기가 살고 있는 아파트를 선택하게 되었는가에 초점을 맞추고 설문조사를 실시하였다. 물론 설문에 응한 사람들은 해당 단지 아파트에 이미 살고 있는 주민들이기 때문에 현재 살고 있는 것에 대한 만족도도 병행하여 조사하게 되었다.

1. 설문 조사 내용

<도표 3-22> 설문조사 표

설 문 지

본 설문은 순수한 학술 목적에서의 설문 조사입니다.

* 귀하의 연령대는? □20대 □30대 □40대 □50대 이상

* 살고 계신 아파트는? □자가(소유) □전세(임대)

1) 귀하가 지금 살고 계신 아파트를 선택하셨을 때 고려했던 사항은 어떤 것입니까?
2) 귀하가 현재 살고 있으면서의 만족도는?

NO	항목	1) 선택시(매수시) 고려사항					2) 현재 만족도				
		매우 고려	고려	보통	고려 안함	전혀 미고려	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
1	아파트 이름(브랜드)										
2	아파트 외관										
3	아파트 내부 구조										
4	아파트 방향(남향, 동향)										
5	아파트 조망										
6	아파트 단지내 조경										
7	아파트 주변 공원										
8	아파트 주변 교육여건										
9	아파트 주변 쇼핑센타										
10	아파트 주변 대중 교통										
11	아파트 관리비 수준										
12	직장과의 거리										

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

<도표 3-22>와 같이 12개 항목으로 설문조사를 했다. 먼저 강선마을의 경우 총 81명을 하여 세대수 대비 설문 응답율은 8%이다. 문촌마을의 경우 83명이 응답하여 응답율은 11%이다.

설문 조사를 진행하면서 주민들의 이야기를 들어 보면 양쪽 단지 모두 버스 정류장이나 지하철역, 쇼핑센터까지의 거리 문제, 문화시설, 교육여건등은 아주 좋은 편이라는 답이 많았다. 버스 정류장이나 지하철의 경우 문촌 마을은 6차선 도로, 강선마을은 4차선 도로를 건너야 하는데 그것에 대한 차이가 젊은 층에서는 불편을 못느끼는 반면 나이가 드신 층에서는 두 개 차선의 차이가 나는 것을 알 수 있었다.

시설면에서는 60대 이상의 경우는 크게 불편함이 없다고 응답한 반면 젊은층에서는 현재 지어 지고 있는 아파트와 비교해 가면서 현재 10년이 넘었으니 낙후된 시설의 경우 보완을 했으면 하는 응답을 했다.

아파트 이름 가치(브랜드 가치)를 물어 보았던 질문에서는 문촌마을의 동아아파트의 경우는 현재 부도가 난 동아 건설이 지은 아파트이기 때문에 이름에 대한 가치가 많이 떨어진다는 것을 알 수 있었고 그것이 실제 아파트 가격에 차이를 보이고 있음을 느끼는 것 같았다.

아파트 단지내의 구조에 대한 것, 즉 조경이라든가 주변 공원 시설에 대한 것은 강선마을의 경우 옆쪽으로 도로공원이 발달되어 이용하고 있으므로 많은 점수를 주는 것을 알 수 있었다.

2. 2개 단지 설문 종합 비교

<도표 3-23> 단지 설문 종합 비교표 (항목별 5점 만점)

NO	항목	LG 아파트			
		자가		전세	
		고려	만족	고려	만족
1	아파트 이름(브랜드)	4.239	4.130	3.029	3.771
2	아파트 외관	3.978	3.739	3.600	3.629

3	아파트 내부 구조	4.326	4.022	4.029	3.971
4	아파트 방향(남향, 동향)	4.565	4.065	4.086	4.029
5	아파트 조망	4.196	3.848	4.000	3.743
6	아파트 단지내 조경	4.304	4.283	3.800	4.286
7	아파트 주변 공원	4.174	4.196	3.771	4.314
8	아파트 주변 교육여건	4.370	3.891	4.171	3.800
9	아파트 주변 쇼핑센타	4.022	3.826	3.971	3.829
10	아파트 주변 대중 교통	4.196	4.152	4.229	4.229
11	아파트 관리비 수준	3.891	3.261	3.686	3.143
12	직장과의 거리	4.152	4.000	4.314	4.114

NO	항목	동아아파트			
		자가		전세	
		고려	만족	고려	만족
1	아파트 이름(브랜드)	3.047	2.302	2.300	2.225
2	아파트 외관	3.977	3.884	3.625	3.800
3	아파트 내부 구조	4.326	4.047	4.050	3.975
4	아파트 방향(남향, 동향)	4.581	4.093	4.100	4.050
5	아파트 조망	4.070	3.860	3.850	3.800
6	아파트 단지내 조경	4.093	3.721	3.800	3.675
7	아파트 주변 공원	3.930	3.744	3.725	3.600
8	아파트 주변 교육여건	4.093	3.698	4.125	3.700
9	아파트 주변 쇼핑센타	4.163	3.930	4.100	3.925
10	아파트 주변 대중 교통	4.116	4.023	4.200	4.125
11	아파트 관리비 수준	3.884	2.884	3.525	2.850
12	직장과의 거리	4.070	3.814	4.150	3.975

<도표 3-23>은 양쪽 단지의 설문을 종합해 본 결과이다. 각 항목별로 매수 고려시에 고려했던 사항을 물어 보았고, 현재 살고 있는 만족도를 물어 보았다. 그리고 형태가 보유(자가)이냐 임대(전세)이냐를 나누어 조사하였으며 그 통계 역시 나누어서 결과를 나타내므로 어떤

차이를 보이는 가를 비교해 보는 것으로 하였다.

한 눈에 그냥 보기에는 크게 차이를 느낄수 있는 부분은 1번 이름에서 이다. 이는 LG아파트의 경우는 지금도 “GS자이”라고 하는 GS건설을 떠올림으로 주민들이 Name value에 대한 가치를 많이 느끼고 있는 것을 알 수 있으나 동아 아파트의 경우는 지금은 없어진 건설 회사 이기 때문에 Name value부분에서 많은 점수를 잃는 것을 알 수 있다.

그럼 전체 매수시 고려사항, 현재 만족도와 자가, 전세 등으로 나누어 설문 결과를 분석해 보도록 하자 객관성을 높이기 위해 t-test를 통하여 유의 수준 범위내의 차이를 유효한 것으로 보고 판단 하도록 한다.

1) LG, 동아 아파트 매수 고려시 결과

① 전체(보유, 임대 미 구분)

<도표 3-24> LG, 동아 아파트 선택시 고려 비교(전체, 집단통계량)

집단통계량

	아파트명	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
이름	LG아파트	81	3.7160	.8099	8.998E-02
	동아아파트	83	2.6867	.5394	5.920E-02
외관	LG아파트	81	3.8148	.5028	5.586E-02
	동아아파트	83	3.8072	.5286	5.803E-02
내부구조	LG아파트	81	4.1975	.5104	5.671E-02
	동아아파트	83	4.1928	.4265	4.681E-02
방향	LG아파트	81	4.3580	.5547	6.164E-02
	동아아파트	83	4.3494	.4797	5.265E-02
조망	LG아파트	81	4.1111	.4472	4.969E-02
	동아아파트	83	3.9639	.4539	4.982E-02
조경	LG아파트	81	4.0864	.5049	5.610E-02
	동아아파트	83	3.9518	.4915	5.395E-02
공원	LG아파트	81	4.0000	.5701	6.334E-02
	동아아파트	83	3.8313	.4367	4.793E-02
교육	LG아파트	81	4.2840	.6371	7.079E-02
	동아아파트	83	4.1084	.5183	5.689E-02
쇼핑	LG아파트	81	4.0000	.4743	5.270E-02
	동아아파트	83	4.1325	.4064	4.461E-02
교통	LG아파트	81	4.2099	.4929	5.476E-02
	동아아파트	83	4.1566	.4272	4.689E-02
관리비	LG아파트	81	3.8025	.4006	4.451E-02
	동아아파트	83	3.7108	.5068	5.563E-02
거리	LG아파트	81	4.2222	.5477	6.086E-02
	동아아파트	83	4.1084	.4421	4.852E-02

<도표 3-25> LG, 동아 아파트 선택시 고려 비교(전체, 독립표본검정)

독립표본 검정

	e의 등분산		평균의 동일성에 대한 t-검정						
								95% 신	
	F	의확	t	자유도	의확양쪽	균차	이의준오차	하한	상한
이름	등분산이	947	000	601	162	000	293	072	176	410
	등분산이			556	865	000	293	077	163	423
외관	등분산이	262	610	094	162	925	-03	-02	516	667
	등분산이			094	894	925	-03	-02	515	666
내부	등분산이	048	154	065	162	948	-03	-02	401	497
	등분산이			065	661	948	-03	-02	405	500
방향	등분산이	348	069	107	162	915	-03	-02	512	684
	등분산이			106	522	915	-03	-02	515	687
조명	등분산이	857	356	092	162	038	473	-02	-03	862
	등분산이			093	985	038	473	-02	-03	862
조경	등분산이	423	516	730	162	086	346	-02	-02	883
	등분산이			730	572	086	346	-02	-02	883
공원	등분산이	000	994	130	162	035	687	-02	-02	250
	등분산이			123	902	035	687	-02	-02	256
교육	등분산이	625	000	938	162	054	755	-02	-03	544
	등분산이			933	024	055	755	-02	-03	549
쇼핑	등분산이	760	385	923	162	056	325	-02	686	-03
	등분산이			919	044	057	325	-02	689	-03
교통	등분산이	371	068	740	162	460	-02	-02	-02	954
	등분산이			739	640	461	-02	-02	-02	956
관리	등분산이	762	001	282	162	202	-02	-02	-02	327
	등분산이			286	347	200	-02	-02	-02	324
거리	등분산이	871	002	466	162	145	138	-02	-02	671
	등분산이			462	516	146	138	-02	-02	676

<도표 3-24, 25>는 매수시 고려사항 전체의 데이터인데 독립표본 검정 결과 유의확률(양쪽) 0.1이상은 그 차이가 없음으로 판정하면 총 12개 항목중 6개 항목에서 차이가 남을 알 수 있었다. 그럼 그 중 5개 항목은 LG아파트 쪽이 우위임을 알 수 있고 9번 항인 쇼핑센타에서의 고려사항에 동아 아파트 쪽이 우위임을 알 수 있었다.

② 자가(보유)

<도표 3-26> LG, 동아 아파트 선택시 고려 비교(자가, 집단통계량)

집단통계량

	아파트명	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
이름	LG아파트	46	4.2391	.6728	9.920E-02
	동아아파트	43	3.0465	.3050	4.651E-02
외관	LG아파트	46	3.9783	.4467	6.586E-02
	동아아파트	43	3.9767	.5112	7.796E-02
내부구조	LG아파트	46	4.3261	.5983	8.822E-02
	동아아파트	43	4.3256	.4741	7.231E-02
방향	LG아파트	46	4.5652	.5012	7.390E-02
	동아아파트	43	4.5814	.4992	7.612E-02
조망	LG아파트	46	4.1957	.4998	7.369E-02
	동아아파트	43	4.0698	.5069	7.730E-02
조경	LG아파트	46	4.3043	.4652	6.859E-02
	동아아파트	43	4.0930	.4788	7.301E-02
공원	LG아파트	46	4.1739	.6075	8.957E-02
	동아아파트	43	3.9302	.4021	6.132E-02
교육	LG아파트	46	4.3696	.6095	8.987E-02
	동아아파트	43	4.0930	.5262	8.024E-02
쇼핑	LG아파트	46	4.0217	.4939	7.283E-02
	동아아파트	43	4.1628	.4326	6.597E-02
교통	LG아파트	46	4.1957	.5424	7.997E-02
	동아아파트	43	4.1163	.4477	6.827E-02
관리비	LG아파트	46	3.8913	.3147	4.640E-02
	동아아파트	43	3.8837	.3909	5.962E-02
거리	LG아파트	46	4.1522	.5565	8.205E-02
	동아아파트	43	4.0698	.5069	7.730E-02

<도표 3-27> LG, 동아 아파트 선택시 고려 비교(자가, 독립표본검정)

독립표본 검정

	e의 등분산		평균의 동일성에 대한 t-검정						
								95% 신	
	F	의확	t	자유도	의확양쪽	평균	이의준오차	하한	상한
이름	등분산이	748	000	644	87	000	926	121	699	153
	등분산이			885	664	000	926	096	737	115
외관	등분산이	473	494	015	87	988	-03	016	004	034
	등분산이			015	598	988	-03	021	014	045
내부	등분산이	375	070	004	87	997	-04	150	280	290
	등분산이			004	777	996	-04	141	263	273
방향	등분산이	093	762	152	87	879	-02	061	271	947
	등분산이			152	643	879	-02	061	271	947
조명	등분산이	148	287	179	87	241	259	067	-02	380
	등분산이			179	414	242	259	068	-02	382
조경	등분산이	308	041	112	87	038	113	001	-02	102
	등분산이			109	190	038	113	002	-02	105
공원	등분산이	689	002	215	87	029	437	100	-02	623
	등분산이			245	571	028	437	086	-02	598
교육	등분산이	922	004	284	87	025	765	211	-02	172
	등분산이			295	469	024	765	205	-02	160
쇼핑	등분산이	526	470	429	87	157	411	-02	372	-02
	등분산이			435	645	155	411	-02	364	-02
교통	등분산이	367	070	750	87	455	-02	058	310	897
	등분산이			755	715	452	-02	052	297	884
관리	등분산이	827	366	101	87	920	-03	-02	415	566
	등분산이			100	668	920	-03	-02	427	579
거리	등분산이	540	218	729	87	468	-02	131	424	072
	등분산이			731	945	467	-02	127	416	065

<표 3-26, 27>은 매수시 고려 사항중 전체에서 자가 인원에 설문 결과를 비교 분석해 보면 8개 항목에서 차이를 보이지 않는 것으로 나타났고 이름, 조경, 공원 교육 4가지에서 LG아파트 쪽이 우위를 나타냄을 알 수 있었다. 위 전체에서 보다 자가를 별도 통계 냈을 때 조망과 쇼핑에서 점수 차이가 좁혀져 차이를 보이지 않는 수준으로 나타난 것을 알 수 있다.

③ 전세(임대)

<도표 3-28> LG, 동아 아파트 선택시 고려 비교(전세, 집단통계량)

집단통계량

	아파트명	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
이름	LG아파트	35	3.0286	.2956	4.997E-02
	동아아파트	40	2.3000	.4641	7.338E-02
외관	LG아파트	35	3.6000	.4971	8.402E-02
	동아아파트	40	3.6250	.4903	7.752E-02
내부구조	LG아파트	35	4.0286	.2956	4.997E-02
	동아아파트	40	4.0500	.3162	5.000E-02
방향	LG아파트	35	4.0857	.5071	8.571E-02
	동아아파트	40	4.1000	.3038	4.804E-02
조망	LG아파트	35	4.0000	.3430	5.798E-02
	동아아파트	40	3.8500	.3616	5.718E-02
조경	LG아파트	35	3.8000	.4058	6.860E-02
	동아아파트	40	3.8000	.4641	7.338E-02
공원	LG아파트	35	3.7714	.4260	7.201E-02
	동아아파트	40	3.7250	.4522	7.150E-02
교육	LG아파트	35	4.1714	.6636	.1122
	동아아파트	40	4.1250	.5158	8.155E-02
쇼핑	LG아파트	35	3.9714	.4528	7.654E-02
	동아아파트	40	4.1000	.3789	5.991E-02
교통	LG아파트	35	4.2286	.4260	7.201E-02
	동아아파트	40	4.2000	.4051	6.405E-02
관리비	LG아파트	35	3.6857	.4710	7.961E-02
	동아아파트	40	3.5250	.5541	8.761E-02
거리	LG아파트	35	4.3143	.5298	8.955E-02
	동아아파트	40	4.1500	.3616	5.718E-02

<도표 3-29> LG, 동아 아파트 선택시 고려 비교(전세, 독립표본검정)

독립표본 검정

	e의 등분산		평균의 동일성에 대한 t-검정						
								95% 신	
	F	의확	t	자유도	의확양쪽	균준오차	이의	하한	상한
이름	등분산이	494	000	976	73	000	286	-02	465	106
	등분산이			207	025	000	286	-02	514	058
외관	등분산이	187	667	219	73	827	-02	142	526	026
	등분산이			219	412	828	-02	143	529	029
내부	등분산이	240	626	302	73	764	-02	-02	630	201
	등분산이			303	663	763	-02	-02	623	195
방향	등분산이	191	078	150	73	881	-02	-02	040	754
	등분산이			145	063	885	-02	-02	113	827
조명	등분산이	466	038	836	73	070	500	-02	-02	129
	등분산이			842	506	070	500	-02	-02	123
조경	등분산이	417	521	000	73	000	000	014	020	020
	등분산이			000	000	000	000	005	002	002
공원	등분산이	843	361	456	73	650	-02	019	566	495
	등분산이			458	582	649	-02	015	558	487
교육	등분산이	630	061	340	73	735	-02	364	254	182
	등분산이			335	884	739	-02	387	306	235
쇼핑	등분산이	001	971	339	73	185	286	-02	200	-02
	등분산이			323	625	190	286	-02	226	-02
교통	등분산이	352	555	297	73	767	-02	-02	629	200
	등분산이			296	570	768	-02	-02	636	208
관리	등분산이	046	016	343	73	183	607	197	-02	992
	등분산이			358	947	179	607	184	-02	967
거리	등분산이	664	000	585	73	117	643	037	-02	709
	등분산이			546	846	127	643	062	-02	769

<도표 3-28, 29>은 매수시 고려 사항중 전세를 살고 있는 사람들의 통계를 비교해 본 것인데 비교할 수 있는 항목이 2개로 줄어듬을 알 수 있는 것이다. 이름과 조망에서 LG아파트가 우위임을 알 수 있다. 이는 다시 말하면 전세를 살고 있는 사람들은 자신이 살고자 하는 목적에 의한 것에만 만족을 할 수 있으면 나머지의 차이에 대한 부분은 크지 않다는 것을 알 수 있다. 단순히 두 집단의 차이를 보면 두 가지 이지만 차이를 떠나서 점수의 분포를 보면 전세를 살고 있는 사람은 교통, 직장과의 거리, 교육에 우선을 두고 집을 구한 것을 알 수 있었다.

유의확률 0.1 ~ 0.2 구간에 쇼핑, 관리비, 직장과의 거리가 걸리게 되는 데 그것을 활용한다면 쇼핑에서는 동아 아파트가 우위, 관리비, 직장과의 거리에서는 LG아파트가 선호도가 높은 것을 알 수 있었다.

위와 같이 아파트를 매수할 때나 임대로 살고자 할 때의 고려사항을 보면 전체를 비교했을 때 LG아파트 쪽이 차이가 나는 6개 항목에서 5개 항목에 앞섬을 알 수 있었고 전세로 갈수록 그 차이가 많이 나지 않음을 알 수 있었다. 그러나 아파트 내부의 조경, 주변 공원, 교육 여건, 직장과의 거리 등에서 LG아파트가 매수자 들로 하여금 동아 아파트에 비교하여 우위를 차지하므로 이것에 대한 차이가 아파트 가격의 차이로 연결이 되는 것을 알 수 있었다.

그럼 이 설문은 현재 살고 있는 사람들이 자신이 살고 있는 아파트를 선택하였을 때를 가정하여 고려사항을 알아본 것이다. 즉, 여러 가지를 고려해 보았을 때 보다 나은 곳을 선택하는 것이다.

그럼 아울러 그러한 매수시 고려사항에 대해 통계를 내 보았고 다음은 살고 있는 만족도를 추가로 알아 보도록 하자.

1) LG, 동아 아파트 만족도 결과

① 전체(보유, 임대 미 구분)

<도표 3-30> LG, 동아 아파트 만족도 비교(전체, 집단통계량)

집단통계량

	아파트명	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
이름	LG아파트	81	3.9753	.4465	4.961E-02
	동아아파트	83	2.2651	.5429	5.959E-02
외관	LG아파트	81	3.6914	.4648	5.165E-02
	동아아파트	83	3.8434	.4272	4.689E-02
내부구조	LG아파트	81	4.0000	.4183	4.648E-02
	동아아파트	83	4.0120	.4275	4.693E-02
방향	LG아파트	81	4.0494	.4154	4.615E-02
	동아아파트	83	4.0723	.3756	4.122E-02
조망	LG아파트	81	3.8025	.4307	4.785E-02
	동아아파트	83	3.8313	.4367	4.793E-02
조경	LG아파트	81	4.2840	.4537	5.041E-02
	동아아파트	83	3.6988	.4616	5.066E-02
공원	LG아파트	81	4.2469	.4618	5.131E-02
	동아아파트	83	3.6747	.4713	5.174E-02
교육	LG아파트	81	3.8519	.4503	5.003E-02
	동아아파트	83	3.6988	.4616	5.066E-02
쇼핑	LG아파트	81	3.8272	.4120	4.578E-02
	동아아파트	83	3.9277	.3756	4.122E-02
교통	LG아파트	81	4.1852	.3909	4.343E-02
	동아아파트	83	4.0723	.3416	3.749E-02
관리비	LG아파트	81	3.2099	.4668	5.187E-02
	동아아파트	83	2.8675	.3411	3.744E-02
거리	LG아파트	81	4.0494	.3841	4.268E-02
	동아아파트	83	3.8916	.3496	3.838E-02

<도표 3-31> LG, 동아 아파트 만족도 비교(전체, 독립표본검증)

독립표본 검정

		e의 등분산		평균의 동일성에 대한 t-검정						
		F	의확	t	자유도	의확양쪽	균차	이의준오차	95% 신하한	상한
이름	등분산이	073	000	004	162	000	102	-02	568	637
	등분산이			056	508	000	102	-02	571	634
외관	등분산이	092	002	181	162	031	520	-02	896	-02
	등분산이			179	109	031	520	-02	898	-02
내부	등분산이	087	768	182	162	856	-02	-02	425	184
	등분산이			182	999	855	-02	-02	425	184
방향	등분산이	037	849	371	162	711	-02	-02	450	-02
	등분산이			370	516	712	-02	-02	451	-02
조명	등분산이	139	710	426	162	671	-02	-02	626	049
	등분산이			426	982	671	-02	-02	626	049
조경	등분산이	233	630	185	162	000	852	-02	440	263
	등분산이			187	991	000	852	-02	440	263
공원	등분산이	250	136	851	162	000	722	-02	283	161
	등분산이			853	997	000	722	-02	283	161
교육	등분산이	763	010	149	162	033	531	-02	-02	937
	등분산이			149	000	033	531	-02	-02	937
쇼핑	등분산이	178	024	634	162	104	006	-02	221	-02
	등분산이			632	821	105	006	-02	222	-02
교통	등분산이	538	004	971	162	050	129	-02	-04	260
	등분산이			968	037	051	129	-02	-04	262
관리	등분산이	482	001	373	162	000	424	-02	166	683
	등분산이			353	338	000	424	-02	160	688
거리	등분산이	321	572	753	162	007	578	-02	-02	710
	등분산이			750	769	007	578	-02	-02	712

<도표 3-30, 31>은 전체 만족도에 대한 비교로 비교에 있어서는 위의 고려사항일 때 보다 많은 부분이 유의 확률 내에 포함됨을 알 수 있었다. 다시 말하면 차이가 나는 항목이 많이 있는 것을 알 수 있었다. 위 독립 표본 검정 결과 유의 확률에서 보면 아파트 이름, 외관, 조경, 공원, 교육 여건, 쇼핑 센터, 교통, 관리비, 직장과의 거리, 9개 항목에서 차이가 나는 것을 알 수 있다. 그 중 아파트의 외관과 쇼핑 센터에서는 동아 아파트가 우위임을 알 수 있다. 그러나 나머지 7개 항목에서는 LG아파트가 앞섬을 알 수 있다. 따라서 만족도 면에서 LG아파트가 동아 아파트를 앞섬을 알 수 있는 것이다. 작은 결론을 내면 이러한 차이가 아파트 가격에 영향을 미치는 것을 알 수 있는 것이다.

그럼 다음으로는 자가, 전세를 구분하여 만족도 결과를 알아보도록 하겠다.

② 자가(보유)

<도표 3-32> LG, 동아 아파트 만족도 비교(자가, 집단통계량)

집단통계량

	아파트명	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
이름	LG아파트	46	4.1304	.4005	5.905E-02
	동아아파트	43	2.3023	.5578	8.507E-02
외관	LG아파트	46	3.7391	.4440	6.546E-02
	동아아파트	43	3.8837	.4477	6.827E-02
내부구조	LG아파트	46	4.0217	.4467	6.586E-02
	동아아파트	43	4.0465	.5324	8.120E-02
방향	LG아파트	46	4.0652	.3889	5.733E-02
	동아아파트	43	4.0930	.4788	7.301E-02
조망	LG아파트	46	3.8478	.4199	6.191E-02
	동아아파트	43	3.8605	.4671	7.123E-02
조경	LG아파트	46	4.2826	.4552	6.712E-02
	동아아파트	43	3.7209	.4539	6.921E-02
공원	LG아파트	46	4.1957	.4531	6.681E-02
	동아아파트	43	3.7442	.4415	6.733E-02
교육	LG아파트	46	3.8913	.4335	6.392E-02
	동아아파트	43	3.6977	.4647	7.087E-02
쇼핑	LG아파트	46	3.8261	.4374	6.449E-02
	동아아파트	43	3.9302	.3377	5.150E-02
교통	LG아파트	46	4.1522	.3632	5.354E-02
	동아아파트	43	4.0233	.3442	5.249E-02
관리비	LG아파트	46	3.2609	.4915	7.246E-02
	동아아파트	43	2.8837	.3244	4.946E-02
거리	LG아파트	46	4.0000	.3651	5.384E-02
	동아아파트	43	3.8140	.3937	6.005E-02

<도표 3-33> LG, 동아 아파트 만족도 비교(자가, 독립표본검증)

독립표본 검정

	e의 등분산		평균의 동일성에 대한 t-검정						
								95% 신	
	F	의확	t	자유도	의확양쪽	평균	이의준오차	하한	상한
이름	등분산이	868	000	847	87	000	281	024	245	317
	등분산이			654	798	000	281	036	219	344
외관	등분산이	691	105	529	87	130	446	-02	325	-02
	등분산이			529	492	130	446	-02	326	-02
내투	등분산이	261	265	238	87	812	-02	039	313	818
	등분산이			237	224	813	-02	045	327	832
방힝	등분산이	520	221	302	87	764	-02	-02	110	554
	등분산이			300	015	765	-02	-02	125	569
조밍	등분산이	142	707	134	87	893	-02	-02	995	743
	등분산이			134	448	894	-02	-02	003	750
조경	등분산이	005	942	825	87	000	617	-02	700	533
	등분산이			826	632	000	617	-02	700	533
공윤	등분산이	335	565	756	87	000	515	-02	628	402
	등분산이			760	845	000	515	-02	629	400
교육	등분산이	756	011	034	87	045	936	-02	-03	829
	등분산이			029	388	046	936	-02	-03	834
쇼핑	등분산이	970	017	251	87	214	041	-02	696	-02
	등분산이			262	068	210	041	-02	683	-02
교통	등분산이	065	047	716	87	090	289	-02	-02	782
	등분산이			719	981	089	289	-02	-02	780
관리	등분산이	002	000	241	87	000	771	-02	004	539
	등분산이			299	455	000	771	-02	025	518
거리	등분산이	385	008	313	87	023	860	-02	-02	459
	등분산이			307	250	023	860	-02	-02	464

<도표 3-32, 33>은 만족도에서 자가 인원에 대한 만족도 비교로서 비교해 본 결과 7개 항목에서 차이를 알 수 있었다. 7개 항목 모두 LG아파트가 우위임을 알 수 있는데 이는 전체를 비교한 항목에서 동아 아파트가 우위였던 외관과 쇼핑 센타 부분이 동일한 차이라는 결과가 나오는데 이는 다음에 전세를 살고 있는 사람들의 통계를 보면 차이가 어떻게 나오는지 알 수 있을 것이다. 자신이 보유하고 살고 있는 사람들에 있어서 차이를 비교할 수 있는 항목에서 LG아파트가 7개 항목에서 우위 보이는 것은 이러한 차이가 아파트 가격 결정에 영향을 미친다는 것을 객관적으로 알 수 있는 것이다.

③ 전세(임대)

<도표 3-34> LG, 동아 아파트 만족도 비교(전세, 집단통계량)

집단통계량

	아파트명	N	평균	표준편차	평균의 표준오차
이름	LG아파트	35	3.7714	.4260	7.201E-02
	동아아파트	40	2.2250	.5305	8.388E-02
외관	LG아파트	35	3.6286	.4902	8.287E-02
	동아아파트	40	3.8000	.4051	6.405E-02
내부구조	LG아파트	35	3.9714	.3824	6.463E-02
	동아아파트	40	3.9750	.2762	4.367E-02
방향	LG아파트	35	4.0286	.4528	7.654E-02
	동아아파트	40	4.0500	.2207	3.490E-02
조망	LG아파트	35	3.7429	.4434	7.495E-02
	동아아파트	40	3.8000	.4051	6.405E-02
조경	LG아파트	35	4.2857	.4583	7.748E-02
	동아아파트	40	3.6750	.4743	7.500E-02
공원	LG아파트	35	4.3143	.4710	7.961E-02
	동아아파트	40	3.6000	.4961	7.845E-02
교육	LG아파트	35	3.8000	.4728	7.992E-02
	동아아파트	40	3.7000	.4641	7.338E-02
쇼핑	LG아파트	35	3.8286	.3824	6.463E-02
	동아아파트	40	3.9250	.4168	6.590E-02
교통	LG아파트	35	4.2286	.4260	7.201E-02
	동아아파트	40	4.1250	.3349	5.296E-02
관리비	LG아파트	35	3.1429	.4300	7.268E-02
	동아아파트	40	2.8500	.3616	5.718E-02
거리	LG아파트	35	4.1143	.4038	6.825E-02
	동아아파트	40	3.9750	.2762	4.367E-02

<도표 3-35> LG, 동아 아파트 만족도 비교(전세, 독립표본검증)

독립표본 검정

	e의 등분산		평균의 동일성에 대한 t-검정						
	F	의확	t	자유도	의확양쪽	평균	이의 준오차	95% 신 하한	상한
이름	등분산이	336	252	786	73	000	464	122	229	700
	등분산이			988	500	000	464	106	261	668
외관	등분산이	344	002	658	73	102	714	034	775	-02
	등분산이			637	171	106	714	047	805	-02
내부	등분산이	985	324	047	73	963	-03	-02	558	486
	등분산이			046	038	964	-03	-02	595	524
방향	등분산이	241	076	266	73	791	-02	-02	822	394
	등분산이			255	805	800	-02	-02	906	477
조명	등분산이	351	249	583	73	562	-02	-02	524	382
	등분산이			580	484	564	-02	-02	538	395
조경	등분산이	534	467	651	73	000	107	081	953	261
	등분산이			664	260	000	107	078	958	257
공원	등분산이	295	134	368	73	000	143	122	907	378
	등분산이			391	495	000	143	118	915	371
교육	등분산이	942	335	923	73	359	-01	084	160	160
	등분산이			922	309	360	-01	085	163	163
쇼핑	등분산이	561	456	039	73	302	-02	-02	815	-02
	등분산이			045	824	300	-02	-02	804	-02
교통	등분산이	709	019	177	73	243	036	-02	-02	789
	등분산이			159	318	251	036	-02	-02	821
관리	등분산이	357	552	204	73	002	929	-02	107	750
	등분산이			167	802	002	929	-02	083	774
거리	등분산이	593	021	762	73	082	393	-02	-02	969
	등분산이			719	929	091	393	-02	-02	014

<도표 3-34, 35>는 전세 인원의 만족도 비교 결과로서 6개 항목에서 차이를 보임을 알 수 있었는데 외관부분에서 자가의 경우와 달리 동아 아파트 전세자들은 만족도에서 높게 나타남을 알 수 있었다. 이는 타인의 집을 임대해서 살고는 있지만 객관적으로 아파트의 외관을 바라 보았을 때 깨끗함을 느낄 수는 있었다는 것이다. 그러나 교육에서 자가 인원은 LG아파트 쪽이 높은 우위를 보였으나 전세자들은 크게 차이가 나지 않는 것을 알 수 있는 것이다. 이는 점수로 보았을 때 두 아파트 모두 크게 만족을 하지는 않지만 보통 이상의 수준으로 평가 하고 있는 것이다. 또한 교통 부분에서는 전세자들은 서로가 차이가 크게 나지 않는 만족을 느끼고 있는 것을 알 수 있었다. 이는 다시 말하면 젊은 층들이 주로 전세 거주자라고 추정한다면 젊은 층들은 도로의 4차선과 6차선에 차이를 많이 느끼지 않는 것으로 볼 수 있겠다.

위와 같이 앞서 매수 고려시의 설문 결과를 비교해 본 결과 LG아파트 쪽이 우위를 차지하는 것을 알 수 있었다. 그리고 만족도를 추가적으로 비교해 본 결과 위 매수 고려시 때 보다 많은 부분에서 LG아파트 쪽이 우위를 보임이 나타났다. 이는 다시 말하면 매수 고려시에 선택한 아파트에 대하여 만족도를 가지고 살고 있음을 알 수 있고 매수 고려시에의 차이가 살고 있는 만족도에서는 더 많은 격차를 보이면서 LG아파트 쪽이 우위를 보임을 알 수 있는 것이다. 그리고 그러한 결과가 아파트 가격 결정에 많은 부분을 차지함을 알 수 있었다.

제5절, 아파트 Name value에 대한 선호도

제2장, 제3절에 아파트 가격에 영향을 미치는 요소 중에는 아파트의 Name value가 한 부분을 차지함이 언급 되어 있다. 특히 2000년대에

들어서는 건설사들이 다들 자신들만의 독특한 이름으로 홍보에 주력함을 볼 수 있다.

이러한 선호도 조사에서 삼성 래미안과 대림 e-편한세상, 대우 푸르지오, GS 자이가 건설인들이 선호하는 아파트 브랜드 빅4로 꼽혔다.

건설취업포털사이트 건설워커(www.worker.co.kr 대표 유종현)는 최근 건설인 1,316명을 대상으로 올 시공순위 상위 10개 건설사의 아파트 브랜드 선호도를 조사한 결과, 이들 4개 브랜드에 선호도가 집중된 것으로 나타났다고 밝혔다.

삼성물산 래미안(15.7%, 206명), 대우건설 푸르지오(15.4%, 203명), 대림산업 e-편한세상(15.4%, 203명)은 우열을 가늠하기 힘든 것으로 나타났고, GS건설 자이(14.5%, 191명)가 근소한 차이를 보이며 뒤를 이었다. 빅4 브랜드의 지지율 합계는 61%(803명)이다.

롯데건설의 캐슬이 11.8%(155명)로 5위를 기록했으며, 포스코건설 the#(8.4%, 111명), 현대산업개발 아이파크(6.2%, 81명), 두산산업개발 위브(4.4%, 58명), 현대건설 홈타운(4.1%, 54명), 금호건설 어울림(4.1%) 순으로 조사됐다.

타 경쟁사 대비 고급스러운 브랜드 이미지를 구축한 롯데건설은 시공순위 보다 높은 브랜드 선호도를 보인 반면 현대건설은 IMF 외환위기 이후 브랜드에 이렇다할 투자를 하지 못해 홈타운 브랜드의 선호도가 높지 않은 것으로 나타났다.

이것으로 비추어 보아 본 필자의 조사 대상 LG아파트는 GS건설로 보아야 할 것이고 동아 아파트는 부도 처리되어 현재는 존재하지 않는 건설사이며 설문 조사 결과에서도 LG아파트 주민들은 이름에 대한 많은 점수를 주었지만 동아 아파트 주민들은 이름에 대한 가치를 가지고 있지 않은 것을 알 수 있었다. 그리고 이러한 Name value가 아파트 가격 형성에도 많은 부분을 차지 하는 것을 알 수 있었다.

제4장, 결론

연구 조사 결과 수요자의 아파트 선택시 고려사항을 보면 아파트의 방향, 교육 여건, 대중 교통, 직장과의 거리 위주로 보는 것으로 나타났으며 이를 다시 자가와 전세자로 나누어 보면 자가자는 추가로 아파트 이름, 내부 구조, 조경을 고려하는 것으로 나타났다. 전세자의 경우는 상기 전체 선택시 고려 사항(아파트의 방향, 교육 여건, 대중 교통, 직장과의 거리)과 큰 차이를 보이지 않은 것으로 나타났다.

이것으로 보아 자가, 전세 모두 아파트의 방향을 기본적으로 생각하고 편리성을 고려하고 전세 거주자 역시 생활의 편리성 위주로 선택하는 것을 알 수 있었다. 자가의 경우 아파트 이름이 선택에 중요한 요소로 고려되며 아파트 가격 형성에도 큰 영향을 미치고 있다. 우위가 나온 LG 아파트 쪽 주민들은 선택시에도 아파트 이름(브랜드 가치)을 많이 고려하였고 현재도 만족하고 있는 반면 동아 아파트 쪽 주민들은 선택시에도 많은 고려를 하지 않았으며 현재 크게 만족하고 있지는 않는 것을 알 수 있었다. 그 외 앞서 언급한 조경, 공원, 교육 여건 등에서 차이를 보이고 있지만 브랜드 가치만큼 많은 격차를 보이지는 않고 있다.

2000년 이후 많은 아파트 건설사들이 이 브랜드 가치를 높이기 위한 노력을 많이 하고 있다. 즉, 많은 홍보를 통해서 그들의 이름 값을 높이려고 하는 것이다. “이름만 들어도 신뢰가 간다”라는 광고 문구도 나오듯이 이 브랜드 가치에 많은 정성을 쏟는 것도 이와 무관하지 않을 것이다.

결론적으로 본 연구를 통하여 아파트 가격을 결정하는 요인에는 주거로서의 쾌적성, 편리성도 중요하지만 브랜드 가치도 많은 부분을 차지한다는 것을 알 수 있었다. 그리고 단순히 편하게 산다는 것보다는 자신의 재산 가치를 높인다는 생각을 가지고 있는 것을 알 수 있었다.

본 논문을 통하여 아파트를 새로 선택하여야 하는 사람들 입장에서는 설문 되었던 항목을 바탕으로 아파트 단지를 다양한 측면에서 가치를 판단해 볼수 있으며, 아파트를 건설하는 건설사 입장에서는 소비자들이 아파트 선택시 중요하게 고려하는 요소들을 알 수 있으며 어떤 방향으로 아파트를 건설해야 하는 것을 미리 그려 볼 수도 있을 것이다.

참고 문헌

1. 단행본

김영진, 신부동산평가론, 1988

김영진, 주택건설과 부동산 조세, 대한지방행정공제회, 1986

안정근, 현대부동산학, 법문사, 2004

하성규, 주택정책론, 박영사, 1999

2. 학위논문

강수동, 아파트 단지특성이 아파트 가격변동에 미치는 영향, 연세대, 석사, 2003

김덕중, Hedonic 모형을 이용한 아파트 가격결정요인과 가치추정에 관한 연구, 건국대, 석사, 2002

김만기, 도시개발에 따른 공공주택 가격결정 요인 분석, 고려대, 박사, 2004

김정미, 아파트가격 변동요인에 관한 연구, 숙명여대, 경제학과, 석사, 2003

김태형, 부동산시장과 가격결정요인구조에 관한 연구, 상지대 경영학과 재무관리전공, 박사, 1998

박승철, 부동산경기가 국민경제에 미치는 영향과 부동산가격 안정화 방안, 동국대 산업기술대학원, 석사, 1994

허진선, 단지 내 아파트 단위주거 특성이 구매가격 결정에 미치는 영향 울산대, 석사, 2002

현나영, 아파트가격에 영향을 미치는 요인변수에 관한 연구, 한남대, 석사, 2002

3. 인터넷 홈페이지

국민은행 (http://www.kbsta.com)

부동산 114 (http://www.r114.co.kr)

스피드 뱅크 (http://www.speedbank.co.kr)

ABSTRACT

Research for decide factor of apartment price in same area.

Demand research for 2 apartment area in Ilsan new town.

Lee, Kee-Joo
Major in Real Estate
Development and Management
Graduate School of Real Estate
Hansung University

Realty issues have been importantly dealt with in Korea as available land is limited in comparison with the population. The realty prices are often taken into consideration when economy or a market situation is discussed. The present writer has researched in this thesis what are the factors determining the prices of apartments. Many studies so far have been made on wide areas. And many of them have been focused on the residential amenities and conveniences. The present writer, however, has studied the price-determining factors of two apartment complexes in the same area for more microscopic research. A fundamental survey and a questionnaire survey were used as research methods. The questions of the questionnaire survey were centered around what they consider when choosing an apartment, which can be said to be a new approach method different from the conventional ones.

The major factors determining the prices of apartments include physical, economic, and legal factors, amenities, educational environments, and public facilities. But the present writer attempted

to find out what other factors play important roles in determining the prices by studying two adjacent apartment complexes, assuming that those major factors remain constant. The questionnaire survey was about two categories: considerations in choosing and satisfactions in living. The interviewees were classified into two groups: owner residents and tenant residents. The summary of the data collected indicated that one apartment complex excelled the other both in 'considerations in choosing' and 'satisfactions in living' and that the apartment complex which got higher points were more highly priced. The summary also showed that owner residents scored higher than tenant residents in both of the two categories and that tenant residents consider educational environments, transportations, and commutation distances rather than investment value in choosing apartments whereas owner residents consider investment value as well as conveniences and amenities.

The survey showed that the brand value of apartments plays an important role in determining the prices, proving that these days the prices of apartments are heavily affected by their brand values. That is probably the reason why many construction companies have been trying to enhance the brand values of apartments since the 2000's. It is proved in the present writer's thesis that the brand values of apartments can largely affect their prices.