

# 공동주택의 프리미엄에 영향을 끼치는 요소에 관한 연구

## A Study on the Factors Affect the Premium of an Apartment House

이 종 상\*, 심 진 규\*\*, 김 진 식\*\*, 안 은 진\*\*, 이 치 주\*\*, 김 제 준\*\*\*  
Lee, Jong-Sang, Shim, Jin-Kyu, Kim, Jin-Sik, Ahn, Eun-Jin, Lee, Chi-Joo, Kim, Jea-Jun

### 요 약

언론매체를 통해 발표되는 다수의 공동주택 고객만족도 조사는 공동주택의 프리미엄이라는 변수를 고려하지 않은 채 진행되는 경우가 많다. 이로 인하여 업체나 단지별로 고객만족도 비교를 통하여 공동주택 자체의 품질 평가와 건설사의 시공능력을 객관적으로 평가하기 원하는 기업이나 고객들에게 잘못된 결과를 제공하게 된다. 따라서 본 연구에서는 공동주택의 프리미엄이 고객만족도에 끼치는 영향에 대하여 파악하고, 프리미엄에 영향을 끼치는 요소의 도출 및 요소 간 중요도 분석을 통하여, 향후 공동주택 프리미엄 요소의 객관적인 지수산정에 기초 자료로 사용하는데 그 목적이 있다.

키워드: 프리미엄, 공동주택, 프리미엄 요소

## 1. 서 론

### 1.1 연구의 배경 및 목적

공동주택은 교통, 교육 및 생활 환경등과 같은 입지 환경이나 브랜드, 평면설계 또는 Bay와 같은 제품력, 그리고 단지 및 세대수라는 요소들의 영향에 따라 미래의 가치가 공동주택 가격에 반영된다. 위와 같은 요소들의 상이함에 따른 가격 변동으로 인하여 입주자들의 공동주택에 대한 고객 만족도가 단지별로 차이가 발생하게 된다. 즉, 이러한 요소들이 공동주택의 프리미엄으로 작용하여 최종 소비자들의 만족도에 영향을 끼치게 된다. 그 결과 공동주택 자체만의 품질과 시공사의 능력을 객관적으로 평가하기 원하는 기업이나 고객들에게 언론이나 대중매체를 통해 발표되는 프리미엄 요소가 배제되지 않은 고객 만족도 결과값은 단지별 상호 직접 비교하여 상대적 우위를 평가하기 어렵다는 점에서 정확한 판단을 위한 자료로 사용될 수 없다.

따라서 본 연구에서는 프리미엄의 객관적 평가를 위한 프리미엄 요소 도출 및 프리미엄 지수 산정 연구 이전에 공동주택의 프리미엄과 고객만족도 및 품질에 대한 평가를

통하여 각각의 상관관계를 분석을 하고, 프리미엄에 영향을 끼치는 요소를 파악하여, 요소들 간에 상대적 중요도 분석을 하려고 한다. 본 연구를 통하여 공동주택 프리미엄이 고객만족도 결과 값에 끼치는 영향을 파악할 것이며, 향후 프리미엄에 영향을 주는 요소들의 정량적 평가를 통한 프리미엄 지수산정에 관한 연구의 기초자료로 사용하는데 그 목적이 있다.

### 1.2 연구의 절차 및 방법

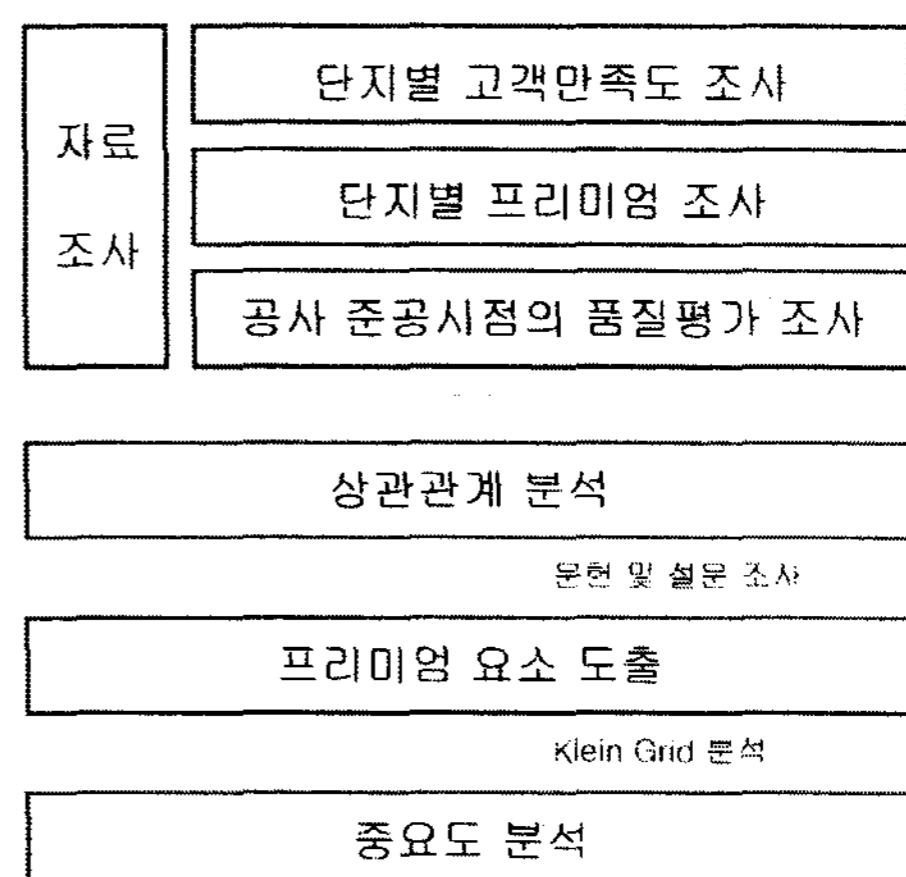


그림 1. 연구 절차 및 방법

\* 일반회원, 한양대학교 공학대학원, 석사과정

\*\* 일반회원, 한양대학교 건축환경공학과, 석사과정

\*\*\* 일반회원, 한양대학교 건축환경공학과 부교수

본 연구는 과학기술부 우수연구센터육성사업인 한양대학교 친환경 건축 연구센터의 지원으로 수행되었음(R11-2005-056-03001)

본 연구의 절차는 주요건설 회사에 대한 객립의 조사결과를 통해 단지별 고객만족도 조사와, 인터넷 부동산 시세 분석을 통한 프리미엄 조사를 한 후, 상호 어떤 영향을 주는지 분석할 것이다.

또한 설문조사를 바탕으로 프리미엄에 영향을 끼치는 요소를 도출할 것이며, Klein Grid 분석을 활용하여 요소들의 상대적인 중요도 분석을 하려고 한다. Klein Grid 분석기법은 소비자의 Needs를 입체적으로 분석하고, 의미를 부여함으로써 Sales Points를 결정하는데 유용하다. 아래 그림2에 나타난 세로축 척도인 Stated Importance는 직접적으로 측정된 중요도를 나타내며, 가로축 척도인 Revealed Importance는 간접적으로 측정된 중요도로서, 전반적인 만족도와 차원별 만족도간의 회귀분석결과를 토대로 산출한다.

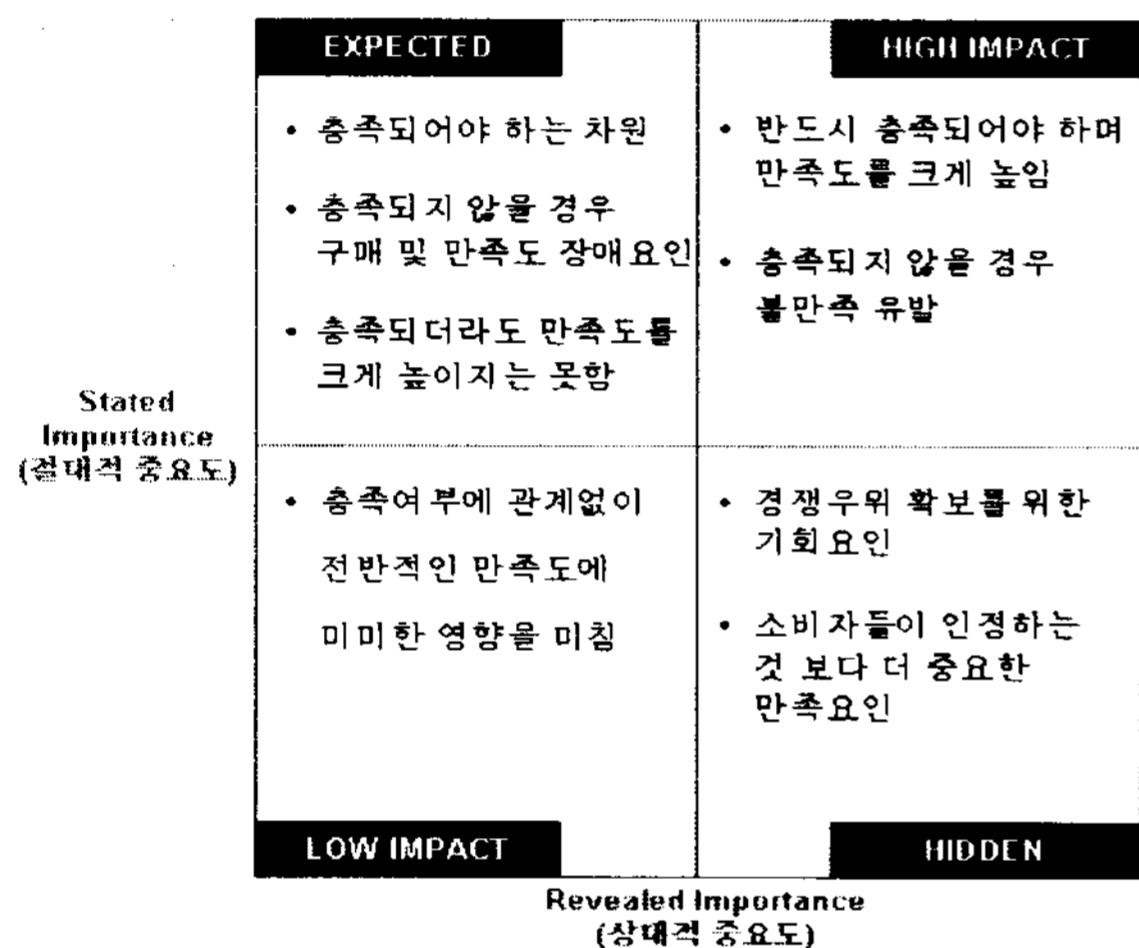


그림 2. Klein Grid 분석

## 2. 프리미엄의 개념

프리미엄이란 판매촉진을 위하여 상품에 붙이는 경품을 가리키는 경우에 쓰이며, 최근에는 주택난의 심각성으로 인해 공동주택의 분양가와 시세가격의 차액을 프리미엄이라고 한다. 주택난이 심각함에 따라 상당한 프리미엄이 형성되었다가도 정책에 의해 하루아침에 물거품이 되는 프리미엄이 있는가 하면, 어떠한 여건에서도 강한 프리미엄이 유지되는 종목도 있다. 그러나 공동주택의 프리미엄이란 여러 가지 복합요인에 의해 좌우되기 때문에 쉽게 프리미엄이 붙는 공동주택을 찾기란 쉽지 않을 뿐 아니라 또한 예측한다는 것 자체도 어렵다.

## 3. 상관관계 분석

### 3.1 자료 조사

프리미엄이 고객만족도에 끼치는 영향을 파악하기 위하여 단지별 입주자를 대상으로 고객 만족도를 조사하였고, 공동주택 자체에 대한 품질 평가 및 인터넷 부동산 시세를 바탕으로 프리미엄 조사를 하였다. 표 1과 2는 '04년도와

'05년도 O건설사 공동주택의 입주자를 대상으로 '100점'을 기준으로 한 고객만족도 조사 및 품질평가, 프리미엄 조사를 실시한 결과이다.

표 1. '04년 O사 단지별 고객만족도, 프리미엄, 품질평가 조사 결과

구 분	고객만족도	품질평가	프리미엄
보문 APT	56.30	84.73	38.25%
성수 APT	60.30	87.78	68.87%
분당 APT	62.30	83.57	68.95%
일산대화 APT	62.20	87.20	72.90%
분당야탑 APT	68.00	84.67	100.00%
호원 APT	65.90	86.52	23.75%
평균	63.31	85.59	60.58%

표1에 나타난 것처럼 프리미엄이 가장 높게 나타난 분당야탑 APT 지역 공동주택에서는 고객 만족도 또한 높은 결과 값을 얻었다. 호원 APT는 프리미엄이 가장 낮은 값으로 나타났지만, 고객 만족도면에서는 평균이상의 결과 값을 얻었다. 그 이유는 친환경 등급이 최초로 적용된 현장으로서 특화단지이기 때문에 예외 현상이 발생하였다. 표2에서 나타난 결과도 프리미엄이 가장 높은 삼성 APT에서 고객만족도가 가장 높게 나타났다. 호평 APT는 프리미엄이 가장 낮았지만 품질이 우수하며, 향후 도시 발전가능성에 대한 기대감 때문에 높은 고객만족도 결과가 나타나는 예외 현상이 발생하였다.

표 2. '05년 O사 단지별 고객만족도, 프리미엄, 품질평가 조사 결과

구 분	고객만족도	품질평가	프리미엄
북한산 APT	55.20	87.94	49.53%
종암 APT	58.90	90.01	30.04%
삼성 APT	76.20	95.33	100.00%
용인동천 APT	56.30	89.23	66.94%
죽전 APT	61.40	90.20	59.86%
호평 APT	66.80	90.34	27.54%
평균	62.81	90.31	53.10%

표 3,과 4는 '04년도와 '05년도의 H사 이외의 건설사별 공동주택 입주자를 대상으로 고객만족도 및 프리미엄을 조사한 결과이다. '04년도에는 서초동 S사 공동주택이 가장 높은 프리미엄 결과가 나왔다. 이문동 D사의 공동주택은

프리미엄이 가장 낮게 나타났으며, 이에 따라 고객만족도 결과 또한 가장 낮게 나타났다.

표 3. '04년 건설사별 공동주택 고객만족도, 프리미엄, 조사 결과

위 치	고객만족도	프리미엄	비 고
서초동 S사	65.90	100.00%	최고 상승률
이문동 D사	61.20	26.62%	
대방동 D사	65.30	40.88%	
문래동 H사	67.90	64.32%	
장안동 H사	60.80	42.83%	
마포 L사	71.30	95.20%	
강동 L사	71.20	46.87%	
평균	66.86	57.14%	

'05년도 고객만족도 및 프리미엄 조사 결과는 프리미엄이 높은 공동주택은 고객만족도 역시 높게 나타났다.

표 4. '05년 건설사별 공동주택 고객만족도, 프리미엄, 조사 결과

위 치	고객만족도	프리미엄	비 고
구로동 S사	73.30	52.52%	
서초동 D사	79.80	57.42%	
신도림동 D사	74.60	55.38%	
방배동 H사	54.40	36.32%	
북한산 H사	56.70	52.78%	
개포동 L사	80.60	100.00%	최고 상승률
구로동 L사	67.10	52.33%	
평균	60.70	63.13%	

### 3.2 상관관계 분석

조사된 자료를 바탕으로 고객만족도, 프리미엄 및 품질과의 상관관계 분석을 통해 공동주택의 프리미엄 및 품질에 관하여 3가지 결과를 도출할 수 있다. 첫째 품질은 나쁘지만 프리미엄이 높으면 고객만족도가 높다. 위 사실을 통하여 고객만족도 결과 값이 공동주택 자체만의 평가라고 결론을 맺기 어렵기 때문에, 단지별 만족도 결과의 직접 비교는 어려움이 있다. 두 번째로 품질은 좋으나 프리미엄이 낮을 경우 고객 만족도가 낮다. 위 사실 또한 프리미엄의 높고 낮음이 고객 만족도를 결정하는데 상당한 영향을 끼

치고 있음을 보여준다. 마지막으로 프리미엄과 품질평가가 높으면 고객 만족도가 최고가 된다. 그림3은 공동주택의 고객 만족도와, 프리미엄, 품질간의 상관관계에 대해 도해한 것이다. 상향평준화된 건설업계 품질 수준의 차이가 미미한 현실을 감안할 때 프리미엄이 고객만족도를 결정짓는 요소임을 그래프로 보여주고 있다.

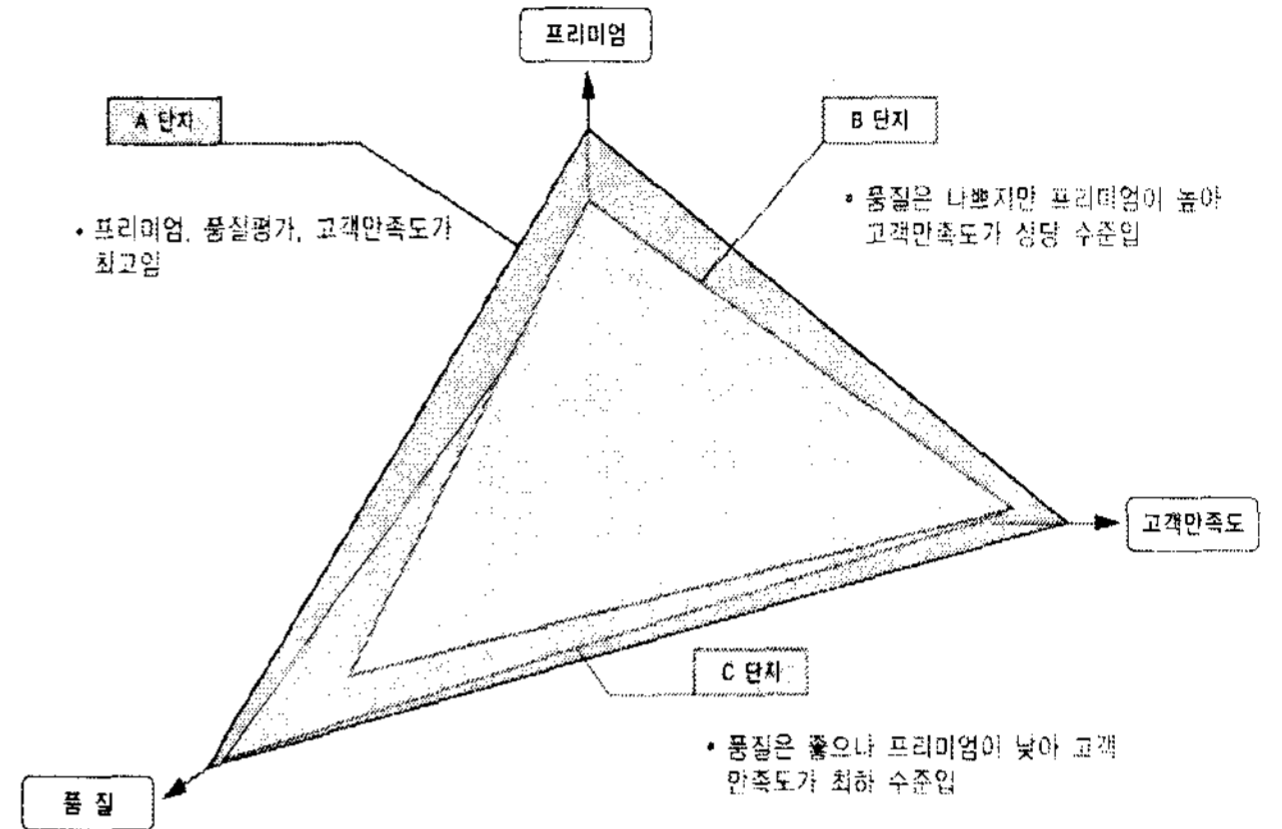


그림3. 고객만족도, 프리미엄, 품질의 상관관계

## 4.프리미엄에 영향을 끼치는 요소

### 4.1 자료 조사 및 분석

프리미엄은 공동주택의 입지환경과 제품력에 따라 즉, 교통 환경, 교육 환경, 생활 환경과 브랜드, 평면설계, Bay에 의해 단지별로 차이가 발생한다. 이러한 요소들은 고객들이 공동주택 선택 시 중요하게 고려하는 인자들이기 때문에 고객 만족도에 상당한 영향을 끼치게 된다.

그림4는 LG 경제 연구소에서 04년도에 공동주택의 고객만족도 조사를 위하여 총 68문항의 설문지를 작성 후, 입주한지 3년 미만의 서울 및 수도권 소재 9개 공동주택 입주민을 대상으로 설문을 실시한 결과이다.

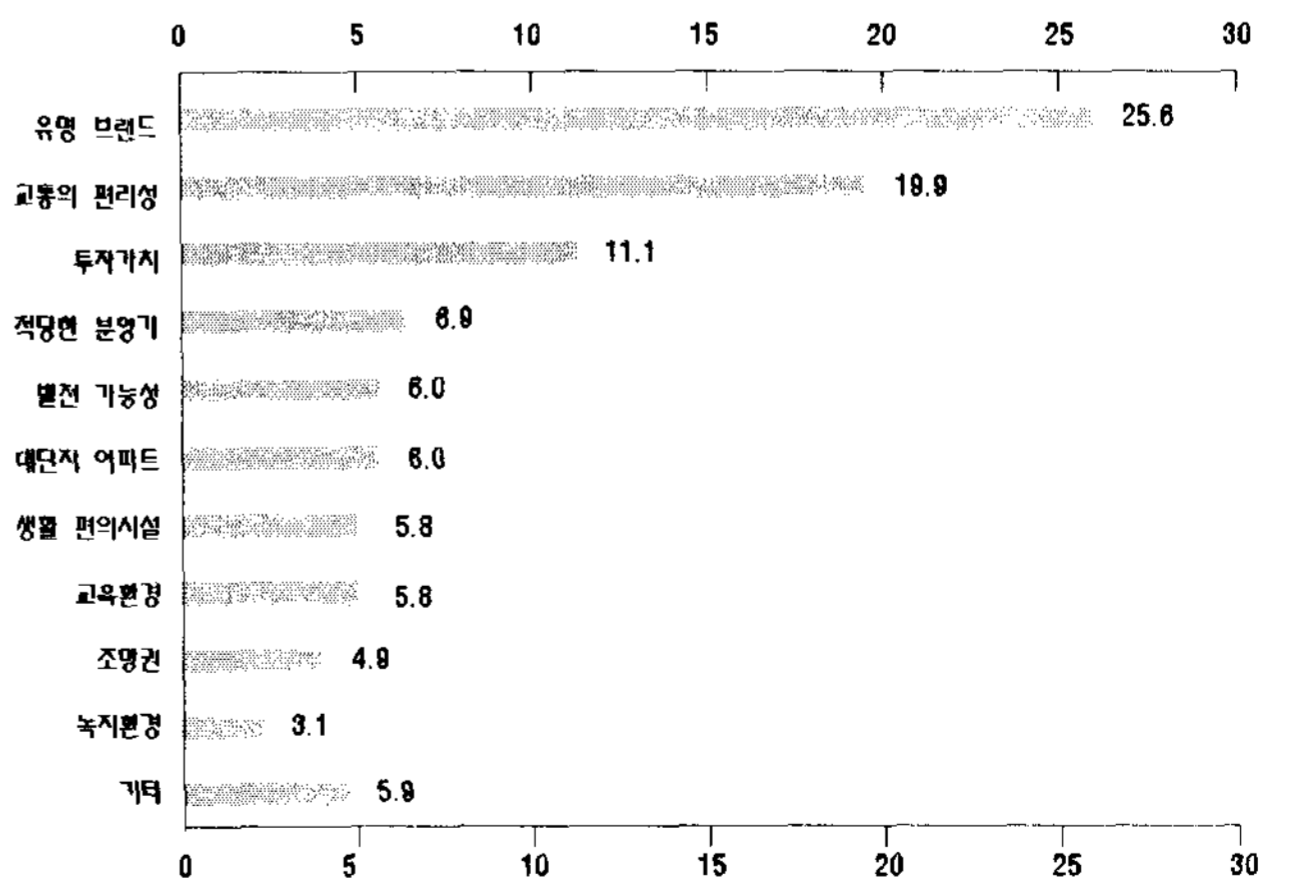


그림 4. 공동주택을 고르는 선택 기준

공동주택 선정 시 가장 중요하게 여기는 것으로 나타난

브랜드는 제품이나 서비스의 품질을 보증하는 수단으로 여겨짐과 동시에 사회적 신분의 상징으로 이해되어지기도 하는데 이런 현상이 곧 가격 프리미엄과 연관되어 중요한 요소로 작용하고 있다. 한편 투자가치는 세 번째로 중요한 구매 기준으로 나타났는데 이는 입주자들이 공동주택을 주거 수단과 동시에 투자 수단으로 생각하고 있음을 알 수 있고 이 역시 현재 프리미엄과 연관되어 공동주택 가격에 영향을 끼치고 있다.

표 5와 6, 7은 다양한 조사기관에서 발표한 공동주택 선정 기준에 영향을 주는 요소를 중요도 순서로 나타낸 결과이다.

표 5. 다양한 아파트 선택 기준 - 국민일보(04.03)

순 위	항 목	비 율
1	교통 및 교육환경	24.7%
2	투자 가치	15.8%
3	브랜드 인지도	15.3%
4	분양가	13.4%
5	내부 구조	9.3%
6	업체 신용도	7.8%
7	편의 시설	7.4%
8	단지 규모	5.4%
9	견고성	1.2%

표 6. 공동주택의 다양한 선택기준 - 부동산 114 여론 조사

순 위	항 목	비 율
1	교통 환경	41%
2	공원 및 조망권	30%
3	가격 경쟁력	23%
4	건설회사의 인지도	6%

표 7. 공동주택의 다양한 선택기준 - 내집마련 정보사(05.03)

순 위	항 목	비 율
1	교통망	55%
2	조경시설 및 녹지공간	25%
3	편의 시설	14%
4	실내공간의 실용성	6%

표 8. 공동주택의 다양한 선택기준 - 한화리츠 여론조사

순 위	항 목	비 율
1	공원	41.3%
2	교육기관	26.0%
3	쇼핑시설	23.5%
4	의료기관	8.2%

#### 4.2 요소별 중요도 분석

위의 분석 자료들을 통해 브랜드와 교통의 편리성은 아

파트 구입 시 중요하게 고려되는 요인이면서, 공동주택의 프리미엄에 큰 영향을 끼치는 요인임을 알 수 있다. 또한 녹지 환경은 고객들이 생각하는 것 이상으로 프리미엄에 큰 영향을 주고 있는 것으로 파악된다. 그림 5는 프리미엄에 영향을 끼치는 요소들을 도출하여, 공동주택 입주자를 대상으로 실시한 직접 응답에 의한 절대적 중요도 분석과 회귀분석 결과에 의한 상대적 중요도 분석을 나타내었다.

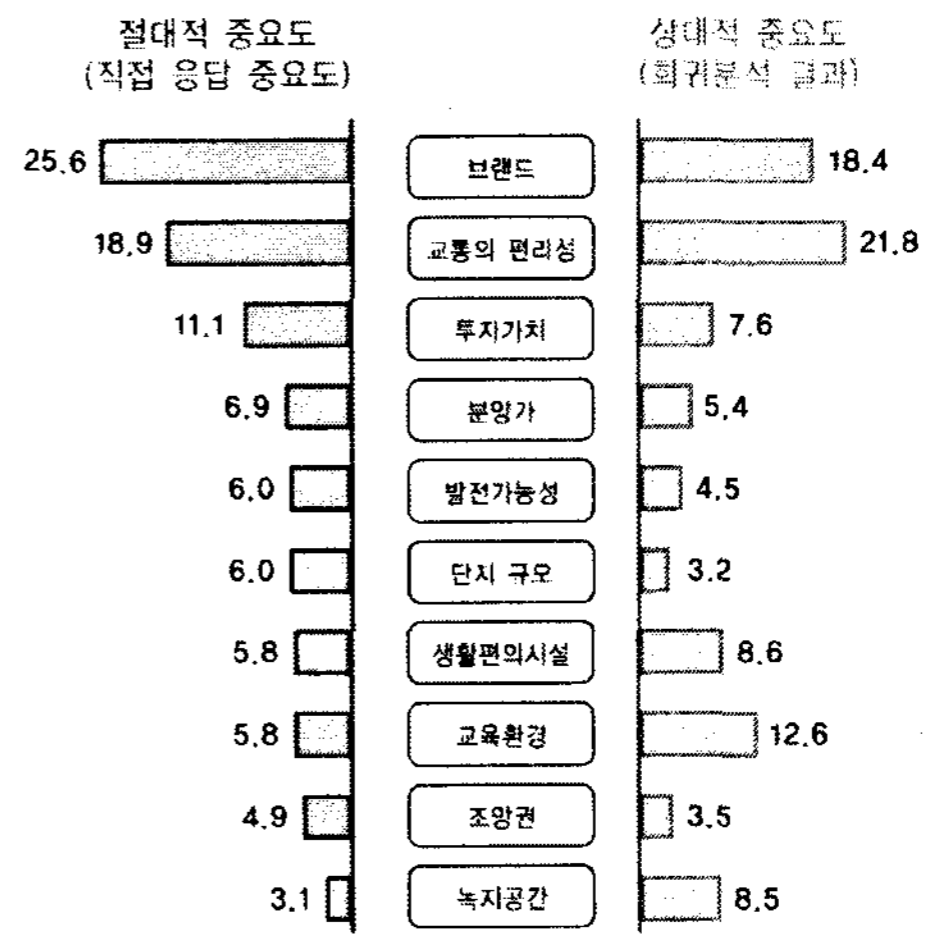


그림 5. 요소별 중요도 분석

그림5에 나타난 지수산정 요소들을 Klein Grid 분석을 통하여 중요도에 따라 Grid 상에 분류해 보면 그림6과 같다.

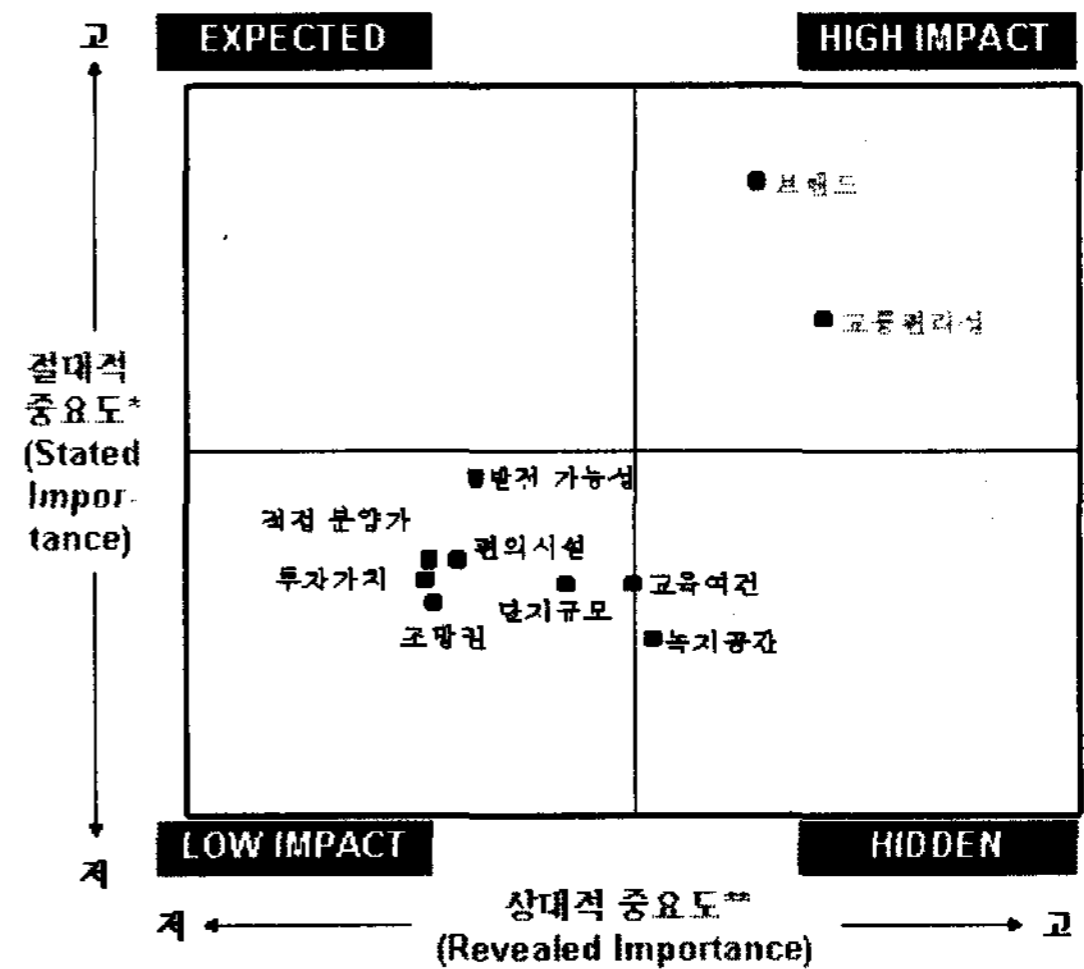


그림 6. 프리미엄 요소의 Klein Grid 분석

공동주택의 브랜드와 교통의 편리성이 절대적, 상대적으로 가장 중요한 요소로 나타났다.

#### 5. 결론

공동주택의 프리미엄은 공동주택 자체의 품질과 함께 고객만족도에 영향을 끼친다. 따라서 프리미엄이 배제되지 않

은 채 공동주택 단지를 임의로 추출하여 고객만족도를 조사하고 그 결과를 직접 비교하는 것은 공동주택 자체의 품질이나 단지구성 또는 설계능력, 시공능력의 우수성 등을 평가 비교하는 자료로 사용하기에는 문제가 있음을 확인할 수 있다. 그러므로 본 연구에서 도출한 프리미엄 요소와 요소들의 상대적 중요도 자료를 바탕으로 향후 프리미엄 요소의 정량적 평가 방안을 위한 연구가 진행되어야 할 것이다. 또한 건설업체나 브랜드별 상호비교를 위해서는 공동주택별로 입지환경을 지수화 함으로써 유사한 지수를 가진 단지에 대해 비교 평가한다면 공정하고 객관적인 자료로 활용이 가능할 것이라 기대한다. 향후 객관화된 지수 개발을 위해 다양한 연구가 요구된다.

1. 감덕신, '공동주택 시장에서 고객만족 전략' LG 주간경제 2004.04.14
2. 김경숙, '아파트 브랜드와 소비자 주거만족도에 관한 연구' 2006.02
3. 김재일, 권영서, 서준용 '소비자-브랜드 관계와 브랜드 충성도에 관한 정성적 연구', 한국마케팅저널, 제6권, 제3호
4. 조재인, 김재준, '주상복합 아파트의 조망권 프리미엄 및 초기 분양가 적정성에 대한 연구', 대한건축학회, 우수졸업논문전 수상논문개요집 2005.04.23
5. 이강희, 임태규, 박영기, '거주만족도 측정모형의 비교평가', 대한건축학회 논문집, 제11권, 제11호
6. 이춘호, '수도권신도시 거주자 주거 만족도 비교분석', 국토계획, 제36권, 제6호, 통권 117호.
7. 장미경, 정유경, '국내아파트 브랜드 이미지에 관한 연구', 기초조형학 연구, 제4권, 제1호

#### 참고문헌

---

#### Abstract

Most of customer satisfaction researches that have announced by mass medium about an apartment house intend to do not fairly consider the premium of an apartment house. Thus, the researches offer the wrong information to a lots of companies and customers that want to objectively assess quality of an apartment house through comparing an apartment complex with another and construction ability of company. Therefore, this study analyzes that the premium of an apartment house affects customer satisfaction, derives indexes which affect premium of an apartment house, and do an importance analyses with each other. Then this study purposes to be of use with the foundation material for the objective index assessment of premium of an apartment house.

**Keywords :** PREMIUM, an APARTMENT HOUSE, PREMIUM INDEX

---