

분양아파트 수요자의 공간적 분포에 관한 연구

- 지방중소도시의 사례를 중심으로 -

Research on the Demand Zone of Apartment Sale Market

- The Case of city as Small and Medium-Sized Cities -

김 경 희* · 백 민 석**

Kim, Kyung Hee · Baik, Min Seok

目 次

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 범위 및 방법

II. 이론적 배경

1. 지방 중소도시의 쇠퇴와 거주민의 주거유형 변화
2. 주택시장 및 주택수요에 대한 이론
3. 아파트 분양성과에 대한 이론
4. CST에 의한 주택수요자의 공간분포

III. 실증분석

1. 분석의 개요
2. 연구자료
3. 실증분석 결과

IV. 결론

1. 연구결과의 요약 및 시사점
2. 연구의 한계 및 향후 연구과제

<abstract>

<참고문헌>

ABSTRACT

1. CONTENTS

(1) RESEARCH OBJECTIVES

In order to secure the initial contract rate for the successful operation of the project in relation to the pre-sale apartment business in the small and medium-sized cities in the province, it is necessary to estimate the degree of potential customers in the vicinity of the project site and to provide theoretical and practical implications.

(2) RESEARCH METHOD

In order to achieve this, we obtained the data of contractor at five business sites located in Jecheon, Chungcheongbuk - do province, and the demand regions with the cumulative contractors' ratio of 50% and 70% were derived.

* 주 저 자 : 제천시청 건축디자인과 공무원 tase1@korea.kr

** 교신저자 : 세명대학교 부동산학과 교수, 부동산학박사, db29438e@semyung.ac.kr

▷ 접수일(2017년 7월 31일), 수정일(1차: 2017년 9월 26일, 2차: 2017년 11월 14일), 게재확정일(2017년 12월 20일)

(3) RESEARCH FINDINGS

Summary of the results of this study is as follows. First, in order to achieve the initial contract rate of 50%, which determines the success or failure of the sales company, it is confirmed that it should be possible to find a potential customer within 3.5km of the site. After that, it was found that 70% of the cumulative contractors reside within a radius of 5.5 km. Next, it is confirmed that the demand zone can be changed according to the location of the apartment complex and the characteristics of the product.

2. RESULTS

In terms of location, the residential demand area of residential land development area has expanded more than general residential area, and the demand area of apartments with brand recognition was wider than general apartment. Next, When railway station area is secured, it will be advantageous to encourage potential buyers of nearby areas. Especially, it is confirmed that the demand zone can be expanded when the price of housing is competitiveness compared with the major cities within the time distance of commuting to the railway.

3. KEY WORDS

- Apartment sales, Apartment demand area, CST, Commercial market analysis, Real Estate Marketing
-

국문초록

본 연구는 성공적인 지방 중소도시의 분양아파트 사업이 되기 위한 초기계약률 확보를 위해 사업지 인근 잠재수요 분포를 추정해야하는 바, 이에 대한 이론적, 실무적인 시사점을 제시하고자 하였다. 이를 위해 충청북도 제천시에 입지한 5개 사업장에 대한 수분양자의 자료를 구축하여 누적 계약자의 비율이 50%, 70%가 되는 수요권역을 도출하였다. 본 연구의 성과는 다음과 같다. 먼저 초기계약률 50% 달성을 위해서는 사업장 주변 3.5km이내에 잠재수요자가 분포해야 함을 확인하였다. 이후 반경 5.5km이내에서 누적계약자의 70%가 거주함을 알 수 있었다. 다음으로 분양 아파트 사업장의 입지 및 상품의 특성에 따라 수요권역이 달라질 수 있음을 확인하였다. 입지측면에서는 일반주거지역보다 택지개발지구의 사업장이 보다 수요권역이 확대되었으며, 상품측면에서는 일반 아파트 보다 브랜드 인지도가 있는 아파트가 보다 수요권역이 넓은 것으로 나타났다. 다음으로 철도역세권이 확보되는 경우 인근 지역의 잠재수요자를 흡인하는데 유리한 것으로 나타났으며, 특히 철도 통근이 가능한 시간거리 이내의 주요 도시와 비교하여 주택가격이 경쟁력을 갖는 경우 보다 수요권역이 확대될 수 있음을 확인하였다.

핵심어 : 아파트분양, 아파트수요권역, 수요자 공간분포, 상권분석, 부동산 마케팅

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

최근 아파트 분양시장은 수도권과 지방에서 많은 성과차이를 나타내고 있다. 일부 선호지역에서는 청약열기가 과열양상을 나타내는 반면, 지방 중소도시들의 분양성과는 미천하기 그지없다. 청약자가 하나도 없는 청약률 제로 단지가 언론에 보도된 바 있다.¹⁾ 이러한 아파트 분양시장의 개별성에 따라 정부는 주택도시보증공사의 분양보증 예비심사 제도를 도입하여 미분양의 확산을 방지하고자 노력하고 있는 실정이다.

본 연구는 이러한 배경아래 미분양 관리지역으로 지정된 충청북도 제천시의 분양아파트 사업장의 수분양자 자료를 구축하여 지방 중소도시의 아파트 수요권역이 어느 정도 되는지를 분석하였다. 이는 아파트 분양사업자에게 해당 사업장의 잠재수요자가 얼마나 존재하는지에 대한 실질적인 가이드라인을 제시할 수 있으며, 또한 해당 사업장의 브랜드 및 입지에 따라서 해당 수요권역이 얼마나 변화하는지에 대하여도 심도 있게 분석하고자 하였다. 특히 본 연구에서는 최근 분양된 사업장의 실제 수 분양자의 자료를 활용하여 분석을 실시하여 연구결과에 대한 시의성과 신뢰성을 확보하고자 노력하였다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 먼저 학술적으로는 지방 중소도시의 쇠퇴 및 거주민의 주거유형 변화에 따른 아파트 상품의 역할 및 중요성, 해당 아파트 상품의 입지 및 브랜드 특성에 따른 잠재수요자의 거주지역 분포 등에 따른 주택 수요권역을 도출하고자 한다. 다음으로 실무적으로 아파트 분양사업자에게 해당 상품의 수요권역을 제시하여 충분한 잠재수요자가 존재하는 경우 사업이 성공할 수 있음을 제시하여, 사업타당성 검토시 핵심지표로 활용할 수 있도록 하고자 한다. 본 연구의 이러한 차별적인 시도는 아파트 분양시장에 대한 학술적인 성과와 더불어 실

무적인 성과의 병렬적이고 융합적인 발전을 도모할 수 있는 계기가 될 것으로 확신하는 바이다.

끝으로 지방 중소도시의 경우 아파트 분양사업의 실패로 인한 미분양 주택 증가는 해당 지역의 경제적 상황을 악화시키고 시민사회의 분위기를 위축 시킬수 있는 바, 분양아파트 인허가 부서에서는 사업승인과정에서 해당 아파트의 분양성공가능성을 미리 확인하고, 이를 바탕으로 인허가 물량 조정, 미분양 방지 등에 대한 근거자료로 활용하게 하기 위함이다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 인구수 13만6천명인 충청북도 제천시의 택지개발지구 2개 단지와 일반 주택지구 2개 단지, 철도 역세권 특화 단지 1개를 대상으로 수분양자의 직전 거주지와 해당 단지와의 거리 실측을 통하여 분양아파트의 수요권역을 도출하였다. 이 과정에서 각 지구별로 브랜드 단지와 비 브랜드 단지를 비교하여 분석하였다. 통계분석은 PASW 21.0을 활용하였고, 거리측정은 네비게이션 프로그램을 활용하였다.

II. 이론적 배경

1. 지방 중소도시의 쇠퇴와 거주민의 주거유형 변화

지방중소도시들은 대부분 도농통합 지역으로 도시적 특성과 농촌적 특성을 모두 가지고 있기 때문에 공간적으로 대도시와는 다른 특성을 가지게 된다. 중소도시들은 인구 25만 이하의 도시를 표현하는 용어로서 열악한 사회환경 및 도시기반시설, 취약한 경제구조, 낮은 고용성장률과 생산성의 문제를 가지고 있다.²⁾ 우리나라와 같이 수도권과 비수도권의 격차가 심한 곳에서는 중

1) 이동훈, <http://www.newspim.com/news/view/20161228000309>

2) 임인배, "한국 중소도시의 분석을 통한 발전방안 연구", 동국대학교 박사학위논문, 1995, p.50.

소도시의 입지에 따라서도 그 특성이 다르게 나타나기에 지방중소도시는 인구 5-20만 이하의 도시로 정의되기도 한다.³⁾ 본 연구에서는 도농 복합도시의 특성을 가지며 인구가 5-20만 이하의 도시를 지방중소도시로 정의하고, 분석대상으로 하고자 한다.

지방도시의 쇠퇴는 주변 지역과 배후지역, 농촌지역의 발전에도 악영향을 미쳐 지방의 활력에 지방을 초래할 뿐 아니라 사회적 통합에 장애가 되고, 사회경제적 비용을 증대시켜 국가 경쟁력을 약화시키는 요인이 되며, 결과적으로 국토의 균형발전을 저해하게 된다. 현실적으로 비수도권의 지방 도시들은 도시성장을 위한 발판을 갖추기에 시간적 여유가 부족하고, 도시 내적으로도 해결해야 할 과제가 산전해 있어, 해당도시의 특성과 잠재력을 고려하여 적극적인 인구집중유발기능을 흡수하고 자생력을 확보하는 것이 시급한 상황이다.⁴⁾

전국적인 지방도시의 쇠퇴현황을 살펴보면 경기도의 경우 31개 시·군 중에서 3개만이 비성장형도시에 해당되어 9.7%로 가장 낮고, 전라남도가 22개 시·군 중에서 중 18개(81.8%)로 가장 높다. 다음으로는 전라북도 10/14(71.4%), 충청남도 11/16(68.8%), 경상북도 15/23(65.2%), 강원도 11/18 (61.1%), 경상남도 11/20(55%), 충청북도 5/11(45.5%)순이다.⁵⁾ 이로써 불균형과 비성장현상의 도시 간 또는 지역간 편중현상이 심각한 상황임을 확인할 수 있다.

특히 쇠퇴양상의 하나로 빈집 발생이 늘고 있으며, 빈집의 확산은 주변지역을 슬럼화 시키는 좋지 않은 변화를 초래하고 있는 것이 현실이

다. 이상의 문제들을 해결하기 위하여 많은 도시들에서 빈집 문제에 관심을 가지고 이를 해결하고자 하는 시도들이 진행되고 있다.⁶⁾

도농복합도시의 경우 농촌지역에는 빈집 발생이 증가하고 있으며, 도시지역의 선호지역에서는 대규모 택지개발을 통한 아파트 공급 및 재건축, 주거환경정비사업을 통한 신규 주거지가 형성되고 있다. 이로 인해 지방 중소도시 거주민의 선호 주거유형은 아파트로 변화되고 있으며 그 강도는 점차 강해지고 있다. 이와 같은 상황 아래 지방중소도시에서의 아파트 분양은 지역의 관심사임과 더불어 지역경제의 한 축을 담당하는 중요한 사안이 되고 있다.⁷⁾

2. 주택시장 및 주택수요에 대한 이론

1) 주택시장

주택시장이란 물리적 건축물로서 주택 또는 주거서비스라는 상품과 공간이 거래되는 장소로 정의된다. 주택시장을 구성하는 가장 기본적인 요소는 정해진 시장범위 내에 존재하는 주택 공급적 측면의 주택재고와 주택 수요적 측면의 가구특성이다. 가구는 주택재고가 제공하는 주택 서비스의 공급수준에 따라 주택의 위치를 결정하게 되고, 이들 간의 연계 과정을 통해 주택재고량, 자가비율과 임차비율, 주택유형, 과밀정도, 입지패턴 변화 등이 결정된다.⁸⁾ 주택수요 측면에서 주택시장은 인구의 성장 및 구조변화, 인구의 이동정도 등 외적요인과 생애주기, 소득수준의 변화, 직장이동, 현 주택의 불만족 및 새로운 주택으로 이주 욕구 등 가구의 내적요인에 의해

3) 박환용·김덕례, “지방중소도시의 지역성을 고려한 주거환경정비수법 연구”, 한국도시설계학회지, 한국도시설계학회, 2008, 9(2), pp.5-22.

4) 장희순, “지방도시의 쇠퇴와 리조트 산업의 역할: 강원도 정선군을 대상으로”, 사회과학연구, 강원대학교 사회과학연구원, 2010, 49(2), pp.75-105.

5) 송상열, “비성장형도시의 쇠퇴원인과 도시재생방안에 관한 연구”, 강원대학교 박사학위논문, 2007, pp.87-112.

6) 백민석·황재훈, “도시재생사업 추진과정에서의 참여주민간 의사결정권에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집, pp.45-57.

7) 이용주·이상엽, “도시재생사업 타당성 평가기준의 지역특성별 중요도 분석에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집, pp.58-71.

8) 윤혜정·장성수, 주거와 주택, 다락방, 2003, pp.15-16.

변화된다.

도시의 관점에서 주택시장을 구성하는 3가지 요소는 주택재고, 가구의 유형, 주택의 입지와 관련한 주거지 형태이다. 즉 주택재고에 의한 시장을 구분하는 요소로서의 주택의 유형(단독주택, 아파트, 연립, 콘도미니엄 등), 주택의 소유관계(자가, 전세, 임대 등) 및 주택의 가격과 임대료 등에 대한 3자관계의 조합에 의한 주택시장 형성과, 가구관련 특성으로 가구주의 연령, 가족사항, 가구주의 경제력, 가구주의 인종 등의 관계, 마지막으로 주택시장이 입지한 주거지의 환경과 이웃 간에 형성된 주거지의 공동체적 성격 등에 의해서 다양한 주택시장이 형성된다고 보고 있다.⁹⁾

2) 주택수요

주택수요는 잠재 소비자인 가계가 주택을 구입하려는 지불능력이 동반된 욕구이다. 반면, 주택은 일정시점에 존재하는 주택스톡과 더불어 일정기간에 창출되는 주택서비스를 의미하기도 한다.¹⁰⁾ 이러한 주택수요 개념에는 주택이 다른 재화나 용역과 마찬가지로 시장에서 거래되는 하나의 상품이라는 의미가 내포되어 있다. 따라서 주택수요는 가계의 선호 및 지불능력 및 밀접한 관계를 지닌 개념으로 정의되고 있다.¹¹⁾ 주택수요는 일반적으로 매입, 임대, 개량 등으로 구분되며, 이들은 대체관계로 평가된다. 이 중 매입인 경우에는 수요원인별로 거주수요와 투자수요로 재분류할 수 있다. 실제로 주택을 구입할 경우 대부분의 수요자들은 이들 두 원인이 복합적으로 작용한다고 보고 있어 주택수요를 분석할 때에는 양자를 함께 고려해야 함이 제시되고 있다.¹²⁾

주택수요 관련 연구로서 고철·김경환(1997)은 주택수요 및 주택상대가격 전망을 우리나라의 인구증가 및 연령구조의 변화를 감안하여 연구하였다.¹³⁾ 연구결과 주택수요의 증가속도는 지속적으로 둔화될 것이며 이는 주택의 상대가격의 하락요인으로 작용할 것으로 보았다. 그러나 추정자료에 의한 추정치의 정확도에 유의하여야 하며 우리나라 주택시장의 특성상 수요보다 더 중요한 공급의 애로 및 그에 따른 요소가격의 상승이 주택가격에 중요한 영향을 미치기 때문에 주택상대 가격의 의미 있는 전망을 위해서는 지가전망이 필요함을 주장하였다.

정의철·조성진(2005)은 연구에서 가계는 미래에 대한 불확실성하에서 현재시점의 최적주택소비량을 결정하게 되는데 불확실한 경제변수들이 예상대로 실현되지 않으면 충격(shocks)이 발생하고 가계는 충격의 정도에 따라 주택소비량을 조정하게 됨을 제시하였다. 이에 따라 외생변수의 충격에 대한 주택수요의 변화는 미래에 대한 불확실성을 가정한 장기간의 모형을 통하여 분석하였다. 2030년까지의 주택수요 증가율은 소득 및 주거비용의 변화에 대한 가정에 따라 다르게 나타나지만 낮은 소득 성장률과 낮은 주거비용 증가율을 가정하는 경우 연간 3% 내외가 될 것으로 전망되며, 높은 소득 성장률을 가정하는 경우 약 4.8%가 될 것으로 전망하였다.¹⁴⁾ 이윤홍(2016)의 경우 주택점유 형태에 영향을 미치는 가계의 경제적 특성에 대하여 분석하였다.¹⁵⁾

3. 아파트 분양성과에 대한 이론

아파트 분양사업에 있어서 분양률은 개발사

9) Boeurn, L. S., *The Geography of Housing*, London, Edward Arnold Ltd, 1981, pp.112-114.

10) 최기현·백민석·이상엽, "주택수요권역의 거리결정요인에 관한 연구", 주택연구, 한국주택학회, 2012, 20(4), pp.5-33.

11) 이중희, 주택경제론, 박영사, 1997, pp.10-12.

12) 김정호, "주택수요와 수요분석방법", 주택금융, 한국주택은행, 1982, 제70권, p.13.

13) 고철·김경환, "주택수요 구조변화 전망에 관한 연구", 국토개발연구원, 1997, pp.21-25.

14) 정의철·조성진, "인구구조 변화에 따른 장기주택수요 전망에 관한 연구", 국토계획, 대한국토도시계획학회, 2005, 40(3), pp.37-46.

15) 이윤홍, "저소득가구의 주택 점유형태에 따른 결정요인 분석", 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집, pp.172-182.

업의 수익성에 결정적인 영향을 미친다. 손재영 외(2009)의 연구에서는 분양률이 낮아질 경우 사업자의 수익률이 상당 폭 하락하며, 이로 인해서 상당히 높은 위험이 발생할 수 있다는 것을 주장하고 있다. 이 연구에 따르면 사업자들은 회사규모와 사업지역에 무관하게 100% 분양이 이루어질 때, 34-39%의 수익률이 달성될 수 있는 것을 목표로 하며, 이때 분양가 대비 사업자 이익은 20-25% 정도로 나타났다.¹⁶⁾ 그런데 미분양이 증가하는 경우 분양대금으로 대부분의 사업자금을 조달하는 현재 선분양제도 하에서 자금 압박 요인으로 작용하게 되는데 미분양이 장기화될 경우 사업지역에 따른 금융비용의 증가 등으로 사업자의 부도가 발생하게 등 악순환이 나타날 수 있다. 이런 점에서 분양률은 아파트 개발 사업의 성패를 좌우하는 중요한 성과지표라 할 수 있을 것이다.

아파트의 분양성과와 관련한 선행연구들을 살펴보면 청약경쟁률을 중심으로 한 연구들을 찾아 볼 수 있다. 정의철(1997)의 연구에서는 분양가격규제로 발생하는 분양이익이 청약경쟁률에 미치는 효과를 분석하였는데, 분양이익이 클수록 세후수익률이 증가하기 때문에 해당 주택의 청약경쟁률이 높아진다는 것을 보여주고 있다.¹⁷⁾ 오동훈·강민철(2002)은 서울시 동시 분양아파트 청약경쟁률을 종속변수로 하여 서울을 3개 지역으로 나누어 청약경쟁률에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다. 제 1지역(강남구, 서초구, 송파구)에서는 첨단설비, 주거밀도, 공원거리, 초등학교 거리, 대형상가 거리, 업체의 지명도, 가격지수 등이, 제 2지역(용산구, 마포구, 양천구, 성동구, 광진구)은 난방방식, 주거밀도, 녹지율, 공원거리 등이, 제 3지역(그 외의 지역)

은 가격지수, 공원거리 등이 유의한 변수로 나타났다.¹⁸⁾

손재영(2005)은 소득, 인구, 아파트특성 변수, 주택스톡 및 구성, 상대가격, 가격상승기대, 거시경제환경, 정책변수, 매매가 대비 전세 보증금비율 등이 청약경쟁률에 영향을 미친다고 보고 청약경쟁률 결정모형을 도출하고자 하였다. 분석에서는 서울을 강남과 강북지역으로 나누고, 경기인천지역을 대상으로 하여 청약률을 종속변수로 하고, 동일시군구 유사아파트 가격 대비 분양가, 해당단지의 규모, 동일시도 아파트 가격 상승률, 평형, 브랜드, 전세가비율, 지방세 납부액, 투기과열지구여부 등을 독립변수로 하여 모형을 추정하였다.¹⁹⁾ 노대옥(2004)의 연구에서는 브랜드 인지도가 높은 아파트가 청약 경쟁률이 높다고 주장하였다. 건설사의 브랜드를 순위에 따라 몇 개의 군으로 나누어 분석한 결과 브랜드 순위가 상위일수록 청약경쟁률이 보다 더 높아진다는 것을 보여주고 있다.²⁰⁾

이들 선행연구들에서는 청약률을 분양성과의 대리변수로 사용하고 있다. 청약률과 계약률이 서로 밀접히 관련되어 있다는 점에서 청약률을 분양성으로 볼 수도 있다. 그러나 어떤 아파트에 청약을 한 모든 사람이 계약을 하는 것은 아니기 때문에 청약률을 최종적인 분양성과변수로 보기에는 무리가 있다. 청약률은 분양아파트를 구매할 의사가 있다는 의사를 표명한 것으로 실제 구매행동이라기 보다는 선호도나 구매의도에 가까운 지표일 가능성이 높다. 이런 이유에서 오동훈·강민철(2002)에서도 청약률을 진정한 주택수요라기 보다는 주택의 일종의 인기도라고 보고 있다.²¹⁾ 마케팅 연구들에서도 소비자들이 어떤 상품을 구매하려는 의도를 가지고 있지만,

16) 손재영·유주연·이준용, "분양가 자율화시기의 개발이익 배분구조", 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2009, 15(1), pp.41-53.

17) 정의철, "분양이익이 청약경쟁률에 미치는 효과분석", 서울시정연구, 서울시정개발연구원, 1997, 5(1), pp.66-80.

18) 오동훈·강민철, "서울시 동시분양아파트 청약경쟁률 결정요인에 관한 실증연구", 도시행정학보, 한국도시행정학회, 2002, 15(3), pp.1-20.

19) 손재영, "아파트 청약경쟁률 결정모형과 그 응용", 국토연구, 대한국토도시계획학회, 2005, 47, pp.201-214.

20) 노대옥, "아파트 브랜드가 아파트청약 경쟁률에 미치는 영향 분석", 연세대학교 공학대학원 석사학위논문, 2004, pp.27-29.

21) 오동훈·강민철, "서울시 동시분양아파트 청약경쟁률 결정요인에 관한 실증연구", 도시행정학보, 한국도시행정학회, 2002, 15(3), pp.1-20.

구매의도를 가진 모든 사람이 구매라는 실제행동을 하지 않기 때문에 구매의도와 구매행동에는 상당한 괴리가 나타날 수 있다는 것을 보여주고 있다(Kotler and Keller, 2007; Solomon, 2002).²²⁾²³⁾ 이후 후속연구에서는 청약경쟁률보다 구체성이 확보된 초기계약률과 분양률 등을 종속변수로 한 연구들이 진행되었으며(백민석·신종철, 2011), 이를 통해 상당한 수준의 연구성과들이 축적되고 있다.²⁴⁾

4. CST에 의한 주택수요자의 공간분포

1) CST(Customer Spotting Technique)

CST는 상업시설의 위치와 고객의 위치를 점으로 표시하여 일정 거리 반경 내에 있는 잠재고객의 수와 구매력을 측정하는 방법이다.²⁵⁾ 주로 고객들의 출발지나 거주지를 표시함으로써 시장권역의 범위를 파악하게 된다. 본 연구에서는 아파트와 같은 주거상품의 경우 고객의 위치가 점으로 표현되기 보다는 그 범위가 일상적인 상품 구매를 뛰어넘은 광역적인 투자행위라는 측면에서 분포를 중심으로 분석하였다. 이는 상품에 대한 지역적 몰입도를 보다 효과적으로 보여주기 위해 사용한 방법이다. 이러한 방법은 향후 GIS 기법 등을 활용하여 보다 정교화 될 필요성이 있을 것으로 판단된다.

모든 부동산은 특정한 입지를 가진다. 특정한 장소에 위치한 부동산은 다양한 경제활동을 유발하게 된다. 이러한 의미에서 입지란 경제활동을 위해서 선택하는 장소라고 할 수 있다.²⁶⁾ 본 연구에서는 주거상품의 표적시장 선정에 위

한 기준 변수 가운데 특히 지리적 시장세분화의 근거가 되는 시장권역의 이론적 근거를 제시하고자 한다. 주거상품이 소비자에게 미치는 영향이 상당수준 증가함에도 불구하고 이례 대한 학술적 연구나 이론이 미진한 것이 사실이다. 이는 도제식으로 전해지고 있는 해당 분야의 전문가들의 업무전수 방식과 더불어 각종 자료를 보유하고 있는 사업참여주체들이 해당 자료에 대한 공유를 꺼리는 것이 일반적이기 때문으로 해석된다.

본 연구에서는 시장권역 설정에 사용되는 상권분석 이론을 접합하여 지리적 시장의 권역을 설정할 수 있는 가능성에 대해 추정하는 방안을 검토하였다. 상업시설의 시장권역, 즉 상권분석이론의 접합가능성의 대전제는 주택이 투자목적의 요인이라는 측면도 강한 하나의 상품이라는 가정하에서이다. 따라서 백화점과 같은 대규모상업시설과 주거상품이라는 집적된 주거상품이 동질적인 상품특성을 가진다는 접근하에서 출발하여 그 적용 가능성을 검토하였다.

2) 주택수요자의 공간분포

주택수요자의 공간분포는 주택수요권역으로 표현되는 것이 일반적이다. 이와 관련하여 주택분양시장의 권역설정 관련 연구로서 최은영·조대현(2005)은 서울시내 인구이동은 대부분 인접구나 인접 행정동 사이에서 발생하며, 모든 근거리 인접구나 인접동이 아니라 특정 인접구와 인접 동에서 많은 인구이동이 발생한다고 하였다. 또한 한강을 가로지르는 인구이동은 많지 않으며, 총 인구이동 200명 이상의 경우 전입지와 전출지의 아파트 평당매매가의 차이가 크지 않은 지역에서 발생하며, 이 경우 평균 직선이동

22) Kotler, Philip and Kevin L. Keller, *A Framework for Marketing Manangement*, 3rd ed., Pearson Prentice Hall, 2007, pp.24-29.

23) Solomon, R. Michael, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Prentice Hall, 2002, pp.42-49.

24) 백민석·신종철, "분양아파트의 초기계약률 결정요인에 관한 연구", 도시행정학보, 한국도시행정학회, 2011, 24(1), pp.213-237.

25) 이승우·장희순, "CST분석을 통한 주택분양시장의 권역설정에 관한 연구", 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2006, 12(1), pp.165-179.

26) 염상덕·노태욱, "물류창고 입지 결정요인에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집, pp.73-86.

거리는 2001년은 1.14km, 2003년은 1.12km로 제시하였다.²⁷⁾

이승우·장희순(2006)은 상권분석에서 쓰인 CST와 시장점유 모형을 주거상품에 적용하여 주거상품의 시장권역의 공간확정과 권역별 판매흡인율의 정도에 대하여 사례에 기초한 실증연구를 진행하였다. 연구결과 주택수요는 거시적인 관점에서 주거이동 실태와 밀접한 관련을 가지며 사업지가 속한 시군구의 이동에서 보면 시군구내 이동의 비율은 최소 29.2%에서 최대 54.4%인 것으로 분석되었다. 지역적으로 인접할수록 높은 이동성을 보이며, 꼭 인접지역이 아니더라도 시세 등에 있어 유사한 수준을 보이는 지역에서의 이동비율이 높고, 동심원적 분포보다는 일정부분 생활권 내지는 이동의 권역성을 가지고 있는 것으로 나타났다. CST분석을 통한 시장권역분석에서는 평균시세를 기준으로 가장 유사한 가격대에 분포하면서도 상품수준이 지역의 기대수준에 근접하는 경우, 동일구역내에서 가장 소화가 많이 되고, 통계상 이동비율보다 높은 수준을 나타내는 결과를 보여주고 있는 점으로 볼 때, 동일구역 및 주변지역의 시세뿐만 아니라 소비자들의 가격접근 가능성과 심리적 기대수준 등의 요인에 따라 동일구역 내에서의 소화비율이 큰 편차를 보이는 것으로 나타났다.²⁸⁾ 오윤경·강정규(2016)는 고급주택의 주거특성과 가격형성 요인을 제시하였다.²⁹⁾ 이와 같은 선행연구 결과를 기반으로 분양 아파트의 성공적인 분양성과를 위해서 해당 사업지의 수요권역에 대한 예측은 사업의 성패를 좌우할 뿐만 아니라 마케팅 활동의 방향도 결정하게 된다.

이에 따라 본 연구에서는 앞서 언급한 주택수요 이론을 토대로 특히 거리를 중심으로 하는 주택수요 권역의 크기를 실증데이터를 통해 분석하고자 한다. 상기 결과들은 충청북도 제천시라는 지방 중소도시를 중심으로 분석하였으므로

일반화하는데 다소 제약이 따를 것이다. 따라서 좀 더 다양한 지역의 실증 데이터를 이용하여 수요권역의 거리를 확인하고 이를 마케팅전략 수립시 가이드라인으로 활용하고, 인허가 및 보증기관에서는 해당 사업의 타당성 및 성공가능성을 예측하는데 기여하고자 한다.

주택수요권역의 분포 및 위계와 관련하여 상업시설의 수요권역에 해당하는 상권에 대하여 살펴보았다. 상권이란 상업시설이 미치는 세력범위라고 정의할 수 있다. 혹은 상권이라 함은 특정한 상점 또는 특정한 상점가에 방문하는 고객들이 거주하는 지역을 말한다. 상권분석은 몇 개의 후보지를 사전에 정해 놓고 이에 대한 시장 잠재력을 분석하는 부지 분석기법과, 주어진 입지에 있어서 적합한 업종과 상권의 범위 그리고 매출액을 추정하는 상권 확정기법으로 대별할 수 있다. 특히 상권확정을 위한 접근법은 업종에 따라 공간독점법(spatial monopoly), 시장침투법(market penetration), 분산시장접근법(dispersed market)의 세 가지로 나누어 볼 수 있다.

공간독점법은 지역독점에 의한 확정 상권의 경우에 적용가능하고, 분산시장접근법은 특정지역만 공급하는 불연속 상권에 적용하며, 시장침투법은 중첩부분을 인정하여 가구수 비율에 의한 확률상권을 추정하므로, 본 연구의 연구대상이 되는 아파트 상품의 경우 중첩부분이 존재하고 가구를 기준으로 형성되므로 시장침투법에 대한 방법을 중심으로 검토하였다.

시장침투법에서 공간확정의 방법은 총매출액의 60%를 기준으로 1, 2차 상권을 구분하는 방법으로 CST와 시장점유모형에 기반한다. CST는 해당상점과 해당상점의 이용고객의 지리적 위치를 각각 분석하는 방법으로, 특정시설의 이용고객조사를 통하여 상권범위와 고객특성을 파악하고 매출실적과 연계하여 지역별 시장점유

27) 최은영·조대현, “서울시 내부 인구이동의 특성에 관한 연구”, 한국지역지리학회지, 한국지역지리학회, 2005, 11, pp.169-186.

28) 이승우·장희순, “CST분석을 통한 주택분양시장의 권역설정에 관한 연구”, 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2006, 12(1), pp.165-179.

29) 오윤경·강정규, “고급주택의 주거특성 및 가격형성요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제64집, pp.31-45.

울까지 파악할 수 있는 조사기법이다. CST에 의해 인당 매출액이 높은 지역부터 합산하여 총매출의 60%에 이르는 지역을 1차 상권으로 하고 기타 지역은 2차 상권으로 구분하는 방법이다.

상권의 종류와 위계에 관하여는 많은 이론적 실증적 연구가 있었다. 시장점유모형으로는 첫째, 소비자와 판매자의 관점에서 본 W. Christaller의 중심지 이론, 둘째, 소비자의 흡수범위를 중심으로 한 W. Applebaum의 1, 2, 3차 상권, 셋째, Stern과 El-Ansery의 소비자, 판매자, 판매량의 관점에서 정의되는 상권, 넷째, Huff의 확률적 상권이론이 있다.

따라서 본 연구에서는 상권분석에서 쓰인 CST와 시장점유 모형 등에 관한 연구를 아파트 상품에도 적용하여 아파트 상품의 시장권역의 공간확정에 기초한 실증연구를 진행하였다. 반면, 상권분석과 달리 아파트 상품의 시장권역 즉, 주택의 수요권역은 생활권이라는 측면도 고려되어야 할 것으로 보이며, 동심원적인 모형보다는 동일생활권에 대한 접근을 중심으로 접근하였다.

Ⅲ. 실증분석

1. 분석의 개요

본 연구에서는 지방 중소도시인 충청북도 제천시의 분양 아파트 사업지 5개 단지의 수분양자의 공간적인 분포를 분석하였다. 이는 동일 생활권을 형성하는 지역에서 분양되는 아파트 상품의 차별적인 특성들이 잠재 수요자를 흡인할 수 있는 정도가 얼마나 되는지를 분석하여 잠재적인 주택수요자의 공간분포를 확인하기 위함이다. 이를 통해 지방 중소도시의 경우 아파트 사업이 계획되는 경우 해당 사업이 잠재 수요자를 충분히 확보할 수 있는지, 해당 사업이 잘 진행되어 지역의 활성화 요인으로 작동할 수 있는지, 미분양이 예상되어 지역의 흉물이 되는 것은 아닌지,

미분양이 지속되어 수분양자들에게 경제적인 피해를 주게 되지는 않을지 등에 대한 다양한 시사점을 제시하고자 하였다.

이를 위해 분양 단지 5개소를 택지개발지구 2개 단지, 일반 주거지역에서 2개 단지, 제천역세권 1개 단지를 선정하고, 2개 단지를 선정한 경우에는 1개의 단지는 브랜드인지도가 높은 단지로 선정하고 나머지 1개 단지는 지방에서 유통되는 브랜드 단지로 구성하였다. 이러한 연구설계를 통해 분양사업지의 입지특성 및 상품특성인 브랜드 등에 따른 수분양자의 공간적 분포특성을 분석하였다. 향후 충청북도 제천시와 유사한 규모의 지방 중소도시의 경우 본 연구의 결과를 기반으로 인허가 및 미분양 물량 관리의 적정 수준 지표로서 활용될 수 있기를 기대한다.

2. 연구자료

본 연구에 활용된 자료는 다음과 같다. 제천시에서 분양된 아파트 단지 중 앞서 제시한 기준에 따라 5개 단지 2,661명의 수분양자에 대한 방대한 자료를 구축하여 연구결과의 신뢰성을 확보하고자 하였다. 해당 자료는 당해 지자체의 관련부서를 통해 학술적인 목적으로만 활용할 것을 서약하고 입수하였다. 해당 자료에는 수분양자의 연령대, 이전 거주지 주소 등이 포함되었다. 본 연구에 활용된 5개 단지의 기본 사항은 다음과 같다.

3. 실증분석 결과

1) 수분양자 공간분포

연구 자료로 구득한 2,661세대의 이전 거주지와 현 거주지의 공간분포를 분석결과는 다음과 같다. 수분양자의 공간분포는 사업장 인근 70m에서부터 최대로 321.38km까지로 다양한 분포를 나타내었으며, 평균값은 20.36km, 표준편차는 47.10km로 분석되었다.

〈표 1〉 수분양자 공간분포(5개 단지 통합)

구분	세대수	최소값	최대값	평균값	표준편차
거리(km)	2,661	0.07	321.38	20.36	47.10

2) 단지별 수분양자 공간분포

다음은 5개 단지로 구분하여 수분양자의 공간분포를 분석하였다. 분석결과는 다음과 같다. 평균값의 크기는 택지개발지구의 아파트가 일반 주거지역의 아파트 보다 넓은 분포를 보이는 것으로 나타났으며, 브랜드 인지도가 우수한 아파트가 일반 브랜드 보다 수분양자의 공간분포가 넓은 것으로 나타났다. 특히, 철도 역세권의 아파트 단지는 인근 단양, 충주, 영주 등에서 해당 지역으로 출퇴근하는 가구들로 인해 평균거리가 40.05km로 나타난 것으로 해석된다. 특히, 충주지역에서 직장을 다니면서 제천지역에 거주하는 인구의 수가 갈수록 늘어나는 추세로 분석되고 있는 바, 지방 중소도시의 경우 철도역세권의 단지 개발시에는 인근 도시와의 주택가격 차이로 인하여 특수한 수요가 발생할 수 있음을 주지해야 할 것으로 생각된다. 반면, 초고층 특화 단지는 일반주거지역 내에서 일반적인 아파트 단지와 차별성을 나타내지 못하였다. 이는 지방 중소도시의 경우 초고층에 대한 선호도가 높지 않

〈표 2〉 단지별 수분양자 공간분포 분석

구분	세대수	평균거리(km)	표준편차(km)	입지특성	상품특성
고압오네뜨	406	13.60	40.87	일반주거지역	일반적
신안실크밸리	542	13.36	34.96	일반주거지역	초고층 특화
강저롯데캐슬프리미어	862	22.05	48.64	택지개발지구	브랜드 우수
강저센트럴코아루 2차	492	16.34	38.16	택지개발지구	일반적
서희스타힐스	359	40.05	47.10	제천역세권	철도역세권

음을 의미하며, 오히려 거부감을 가질수도 있으므로 해석되기에 상품 구성에 있어 각별한 주의가 필요할 것으로 판단된다. 이러한 분석결과는 상품으로써의 아파트가 입지 및 상품특성에 따라 잠재수요자의 거주지역 분포가 달라질 수 있음으로 해석되며, 분양 사업자가 표적시장을 선정하는 경우 매우 신중해야 함을 반증하는 결과로 해석되어 진다.

3) 평형대별 분양아파트 수분양자 공간적 분포 분석

분양아파트의 전용면적에 따른 수분양자의 공간적 분포 분석 결과는 다음과 같이 나타났다. 먼저 60m² - 70m² 규모가 가장 수요권역이 넓게 분포하는 것으로 나타났다. 다음으로 70m² - 80m² 규모가 22.83km로 나타났으며, 전용면적이 증가할수록 수분양자의 공간분포가 축소되는 것으로 분석되었다. 중대형 규모 이상의 분양아파트는 수요권역이 제한적임이 확인되었다. 이러한 분석결과는 향후 지방중소도시의 분양아파트 평형대 구성과 관련하여 의미 있는 시사점을 제시하고 있다. 특히 전용면적의 규모에 따라서 통계적으로 유의하게 수분양자의 공간적 분포가 다르게 나타나는 현상에 대해서는 해당 분양아파트의 분양가격, 수분양자의 연

〈표 3〉 전용면적에 따른 수분양자의 공간적 분포 분석

전용면적 규모	평균거리(Km)	빈도	표준편차(Km)
60m ² 미만	13.20	258	32.19
60m ² - 70m ²	28.01	377	57.84
70m ² - 80m ²	22.83	1,266	49.87
80m ² - 85m ²	17.04	380	39.61
85m ² - 100m ²	14.96	302	42.79
100m ² 초과	4.08	78	11.24
합계	20.36	2,661	47.10

$$F=6.989, p=0.000$$

령대 등과 관련하여 복합적으로 해석해야 할 것으로 생각된다.

4) 분양가격대별 수분양자 공간적 분포 분석

분양아파트의 분양가격대에 따른 수분양자의 공간적 분포 분석 결과는 다음과 같이 나타났다. 먼저 1.6억원 미만의 금액대가 가장 수요권역이 넓게 분포하는 것으로 나타났다. 다음으로 1.6억원에서 2.0억원까지는 유사한 공간분포를 나타내었으며, 2.0억원이 초과하는 경우 수요권역이 축소되는 것으로 분석되었다. 이러한 분석 결과는 분양가격이 증가할수록 수분양자의 공간 분포가 축소되는 것으로 해석되며, 앞서 분석한 전용면적에 따른 수요권역에서 보는 바와 같이 지방 중소도시의 경우 2억원 이상의 중대형 규모 분양아파트는 수요권역이 제한적인 것으로 분석되었다. 분양가격대에 따른 수분양자의 세부적인 공간분포는 다음과 같다.

〈표 4〉 분양가격대에 따른 수분양자의 공간적 분포 분석

분양가 범위	평균 거리(Km)	빈도	표준편차(Km)
1.6억원 미만	24.37	377	52.78
1.6억 - 1.8억	20.64	854	49.61
1.8억 - 2억	21.30	1,007	47.23
2억원 초과	14.00	423	33.97
합계	20.36	2,661	47.10

F=3.634, p=0.012

5) 연령대별 수분양자 공간적 분포 분석

분양아파트 수분양자의 연령대에 따른 공간적 분포 분석 결과는 다음과 같이 나타났다. 먼저 20대의 경우 수요권역이 17.94km로 나타났으며, 60대까지 연령대가 증가하면서 수요권역 또

한 누진적으로 증가하는 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과는 자녀의 연령대와 맞물려 일정한 시점까지는 거주이동에 제약을 받을 수 있음으로 해석되어지며, 특히 60대 이후에는 건강과 퇴직 등으로 인해서 수요권역이 다시 축소되는 양상을 나타내었다. 아파트 분양사업자는 이와 같은 시사점을 바탕으로 해당 사업의 잠재고객 층에 대한 다양한 시장세분화가 필요함을 인식해야 할 것이다.

〈표 5〉 수분양자의 연령대에 따른 공간적 분포 분석

수분양자 연령대	평균거리(Km)	빈도	표준편차(Km)
20대	17.94	191	41.57
30대	18.37	931	42.35
40대	18.44	828	42.22
50대	24.76	503	58.51
60대	30.45	168	60.65
70대 이상	20.28	40	40.52
합계	20.36	2,661	47.10

F=3.141, p=0.008

6) 초기 분양 성공을 위한 분양아파트 수요자의 공간적 분포 분석

아파트 분양 사업자는 성공적인 분양성공을 위해서 초기분양률이 50%가 되어야 한다고 제시하고 있다(손재영외, 2009). 본 연구에서는 분양아파트의 수요권역 중 계약자의 50%가 분포하고 있는 1차 주택 수요권역, 계약자의 누적 분포가 70%를 차지하는 2차 주택 수요권역의 경계를 분석하였다. 분석결과 1차 수요권역을 세분화하여 계약자의 25%는 2.5km이내에서 거주하였고, 누적 계약자 50%는 3.5km이내에 거주하는 것으로 분석되었다. 2차 수요권역 반경은 사업장으로부터 5.5km이내에서 누적계약자 70%가 거주하는 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과를 통하여 지방 중소도시의 경우 분양

〈표 6〉 분양아파트 수분양자의 이전거주지와의 거리 분석

사업지와 이전 거주지간 거리(km)	빈도	비율 (%)	누적비율 (%)	비고
1	330	12.4	12.4	2.5km 이내 계약자 30% 거주
2	304	11.4	23.8	
3	292	11.0	34.8	
4	564	21.2	56.0	3.5km 이내 계약자 50% 거주
5	270	10.1	66.1	5.5km 이내 계약자 70% 거주
6	189	7.1	73.2	
7	83	3.1	76.4	
10	63	2.4	78.7	
15	37	1.4	80.1	15km 이내 계약자 80% 거주
20	90	3.4	83.5	
30	84	3.2	86.7	
50	78	2.9	89.6	
100	52	2.0	91.5	
101	225	8.4	100	
합계	2661	99.9		

아파트 사업지 인근에 목표 계약률을 달성할 수 있는 충분한 잠재고객이 존재하는지에 대한 면밀한 분석이 필요함을 알 수 있었다. 또한 시장을 세분화하고 표적시장을 선정하는 단계에서는 지리적 세분화를 위한 변수로서 사업장 주변 반경에 대한 거리변수가 활용될 수 있음을 확인하게 되었다.

IV. 결 론

1. 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구에서는 지방 중소도시의 분양아파트 사업과 관련하여 사업자가 해당 사업을 성공적으로 수행할 수 있는 초기계약률을 확보하기 위

해서는 사업지 인근에 잠재수요자가 어느 정도 분포하고 있는지를 추정해야하는 바 이에 대한 이론적, 실무적인 시사점을 제시하고자 하였다. 이를 위해 충청북도 제천시에 입지한 5개 사업장에 대한 수분양자의 자료를 구득하여 이를 통하여 누적 계약자의 비율이 50%, 70%가 되는 수요권역을 도출하였다. 본 연구의 성과를 요약하면 다음과 같다.

먼저 분양사업자의 성패를 좌우하는 초기계약률 50%를 달성하기 위해서는 사업장 주변 3.5km이내에서 잠재수요자를 발굴할 수 있어야 함을 확인하였다. 이후 반경 5.5km이내에서 누적계약자의 70%가 거주함을 알 수 있었다.

다음으로 분양 아파트 사업장의 입지 및 상품의 특성에 따라 수요권역이 달라질 수 있음을 확인하였다. 입지측면에서는 일반주거지역보다 택지개발지구의 사업장이 보다 수요권역이 확대되었으며, 상품측면에서는 일반 아파트 보다 브랜드 인지도가 있는 아파트가 보다 수요권역이 넓은 것으로 나타났다. 다음으로 철도역세권이 확보되는 경우 인근 지역의 잠재수요자를 흡인하는데 유리한 것으로 나타났으며, 특히 철도 통근이 가능한 시간거리 이내의 주요 도시와 비교하여 주택가격이 경쟁력을 갖는 경우 보다 수요권역이 확대될 수 있음을 확인하였다.

다음으로 분양 아파트의 평형대, 분양가격대, 수분양자의 연령대를 기준으로 공간적 분포를 분석하였다. 분석결과 소형평형일수록, 분양가격대가 낮을수록, 60대까지는 연령대가 높을수록 수분양자의 공간적 분포가 확대됨을 알 수 있었다. 이상의 연구성과는 지방 중소도시의 아파트 사업자 및 인허가 기관, 분양보증 기관 등 해당 사업의 타당성 검토 및 인허가 과정에서 실질적인 판단 근거자료로서 활용될 수 있기를 기대하며, 이를 통해 추가적인 미분양 단지의 축소에 도움이 되기를 기대한다. 또한 미분양 단지의 감소는 해당 도시의 기존 주택가격 유지력에 긍정적인 영향을 미칠 수 있기에 이에 대한 많은 관심이 확대되기를 바란다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구과제

위와 같은 연구성과에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계를 가진다. 먼저 지방 중소도시의 경우 인구 및 지역특성이 다를 수 있기에 충청북도 제천시를 중심으로 한 본 연구의 성과를 모든 지역에 적용하기에 어려움이 있다. 향후 보다 많은 지역에서 이상과 같은 연구가 진행되

어 진다면 보다 연구성과를 일반화할 수 있을 것으로 기대된다. 다음으로 본 연구는 수분양자의 이전 거주지 이외에 소득 수준이나 가구 구조 등에 대한 심도 있는 분석을 실시하지 못 하였다. 향후 보다 구체화된 자료 구축을 통하여 이에 대한 보완 연구가 진행되기를 기대한다.

參考文獻

- 고철·김경환, “주택수요 구조변화 전망에 관한 연구”, 국토개발연구원, 1997.
- 김정호, “주택수요와 수요분석방법”, 주택금융, 한국주택은행, 1982, 제70권.
- 노대욱, “아파트 브랜드가 아파트청약 경쟁률에 미치는 영향 분석”, 연세대학교 공학대학원 석사학위논문, 2004.
- 박환용·김덕례, “지방중소도시의 지역성을 고려한 주거환경정비수법 연구”, 한국도시설계학회지, 한국도시설계학회, 2008, 제9권 제2호.
- 백민석·신종철, “분양아파트의 초기계약률 결정요인에 관한 연구”, 도시행정학보, 한국도시행정학회, 2011, 제24권 제1호.
- 백민석·황재훈, “도시재생사업 추진과정에서의 참여주민간 의사결정권에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집.
- 손재영, “아파트 청약경쟁률 결정모형과 그 응용”, 국토연구, 국토연구원, 2005, 47권.
- 손재영·유주연·이준용, “분양가 자율화시기의 개발이익 배분구조”, 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2009, 제15권 제1호.
- 송상열, “비성장형도시의 쇠퇴원인과 도시재생방안에 관한 연구”, 강원대학교 박사학위논문, 2007.
- 염상덕·노대욱, “물류창고 입지 결정요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집.
- 오동훈·강민철, “서울시 동시분양아파트 청약경쟁률 결정요인에 관한 실증연구”, 도시행정학보, 한국도시행정학회, 2002, 제15권 제3호.
- 오윤경·강정규, “고급주택의 주거특성 및 가격형성요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제64집.
- 윤혜정·장성수, 주거와 주택, 다락방, 2003.
- 이동훈, <http://www.newspim.com/news/view/20161228000309>
- 이승우·장희순, “CST분석을 통한 주택분양시장의 권역설정에 관한 연구”, 부동산학연구, 한국부동산분석학회, 2006, 제12권 제1호.
- 이용주·이상엽, “도시재생사업 타당성 평가기준의 지역특성별 중요도 분석에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집.
- 이윤홍, “저소득가구의 주택 점유형태에 따른 결정요인 분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제67집.
- 이중희, 주택경제론, 박영사, 1997.
- 임인배, “한국 중소도시의 분석을 통한 발전방안 연구”, 동국대학교 박사학위논문, 1995.
- 장희순, “지방도시의 쇠퇴와 리조트 산업의 역할: 강원도 정선군을 대상으로”, 사회과학연구, 강원대학교 사회과학연구원, 2010, 제49권 제2호.
- 정의철, “분양이득이 청약경쟁률에 미치는 효과분석”, 서울시정연구, 서울시정개발연구원, 1997, 제5권 제1호.

- 정의철·조성진, “인구구조 변화에 따른 장기주택수요 전망에 관한 연구”, 국토계획, 대한국토도시계획학회, 2005, 제40권 제3호.
- 최기현·백민석·이상엽, “주택수요권역의 거리결정요인에 관한 연구”, 주택연구, 한국주택학회, 2012, 제20권 제4호.
- 최은영·조대현, “서울시 내부 인구이동의 특성에 관한 연구”, 한국지역지리학회지, 한국지역지리학회, 2005, 11집.
- Boeurn, L. S., *The Geography of Housing*, London, Edward Arnold Ltd, 1981.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller, *A Framework for Marketing Manangement*, 3rd ed., Pearson Prentice Hall, 2007.
- Solomon, R. Michael, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Prentice Hall, 2002.