

국내 맞춤형주택(아파트) 수요자 요구사항에 대한 조사연구

A Survey on the Customers' Demands to Domestic Customized Apartments

김 정 재⁰ 홍 형 균^{**} 김 용 수^{***}
Kim, Jeong-Jae Hong, Hyeong-Kyun Kim, Yong-Su

요 약

본 연구의 목적은 국내 맞춤형주택(아파트)에 있어 주거욕구충족을 위한 주택수요자의 요구사항을 분석하는데 있다. 연구의 진행은 국내 맞춤형주택의 현 입주자와 잠재수요자들을 대상으로 설문조사를 실시, 이를 분석하는 것으로 이루어졌다. 이와 같은 과정을 통하여 도출된 결론을 요약하면 다음과 같다 : 1) 맞춤형주택에 있어 수요자가 가장 많이 필요로 하는 사항은 공간과 마감재의 다양한 선택인 것으로 나타났다. 2) 마감재의 경우, 수요자들이 원하는 선택의 최소 폭은 4~6가지 종류인 것으로 나타났다.

키워드: 맞춤형주택, 수요자 요구사항

1. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

우리나라의 대표적인 주택형태중 하나인 아파트는 도시의 인구증가, 핵가족화, 생활주기(life cycle)의 변화 등의 흐름 속에서 등장하였다. 또한 아파트는 고질적인 주택난을 해소하기 위한 방편으로 현재까지도 증가 추세를 보이며 점점 더 고밀도, 고층화, 복합화되어 가고 있다.

주택의 공급부족에 대한 문제는 대규모 아파트단지의 건설을 중심으로 진행된 정부주도의 강력한 주택정책으로 어느 정도 해결되었다. 그러나 국가경제의 성장과 더불어 국민의식이 높아가고, 생활의 변화와 함께 주거수준도 크게 향상되면서 거주환경에 대한 요구가 높아지게 되자 문제가 나타나기 시작했다. 즉, 양적 공급을 우선으로 한 공급자 중심의 획일적인 형태의 주택공급으로 인해 거주자 개개인의 다양한 요구가 반영되지 못함으로써 발생한 수요자의 불만이 발생한 것이다. 이에 최근의 국내 주택시장은 공급자의 일방적인 제공을 통한 소비자의 제한적 선택에서 탈피하여 소비자의 선택적 요구에 따른 공급자의 제공으로 변모하고 있다. 이러한 주택시장의 변화는 주택수요자의 의사가 적극적으로 반영되는 개념의 '맞춤주택'이라는 형태로 나타나게 되었다.

맞춤주택은 '주거욕구 충족을 위한 수요자의 의사반영'이

라는 측면에서 보았을 때, 수요자 요구에 관한 조사연구가 선행되어야 함은 자명하다. 그러나 아직까지 맞춤형주택에 관한 국내의 연구는 구조적인 측면이나 제도개선 등에 관한 것이 대부분으로 실제 맞춤형주택 수요자의 성향이나 요구사항 등에 관한 연구가 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 맞춤형주택의 현입주자와 맞춤형주택을 주거공간으로 확보하고자 하는 잠재수요자들을 대상으로 주거욕구충족을 위한 국내 맞춤형주택 수요자의 요구사항을 분석하고자 한다.

1.2 연구의 절차 및 방법

주거욕구충족을 위한 맞춤형주택 수요자의 요구사항 분석을 목적으로 하는 본 연구는 다음의 그림 1과 같은 절차 및 방법에 따라 진행된다.

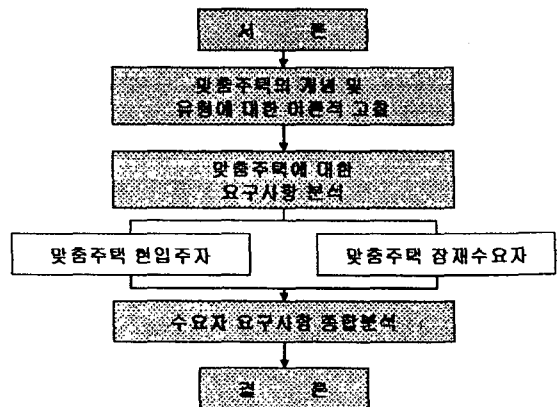


그림1 연구 수행 절차

* 학생회원, 중앙대학교 건축공학과 석사과정
** 일반회원, 중앙대학교 건설대학원, 삼성중공업
*** 중신회원, 중앙대학교 건축공학과 부교수, 공학박사

상기의 그림 1과 같은 본 연구의 절차를 구체적으로 설명하면 다음과 같다.

첫째, 맞춤형주택에 대한 이론적 고찰을 실시한다.

둘째, 실제 맞춤형주택의 현입주자와 맞춤형주택을 주거공간으로 확보하고자 하는 잠재수요자를 대상으로 맞춤형주택에 대한 수요자의 요구사항에 대하여 조사한다.

셋째, 상기에서 조사된 내용을 바탕으로 맞춤형주택에 대한 수요자의 요구사항을 분석, 결론을 제시한다.

2 맞춤형주택의 개념 및 유형에 대한 이론적 고찰

맞춤주택이란 일반적으로 소비자, 즉 주택수요자가 자신의 취향에 맞게 주택을 구성하는 것을 말한다. 과거 공급자 중심적 주택시장에 있어서 소비자는 재료와 공간에 대해 선택의 여지가 없었다. 하지만 현재 소비자 중심적 시장에 있어서는 재료의 선택, 공간의 변화 등은 보편적인 사항이 되었다. 이러한 재료 및 공간을 중심으로 맞춤형주택을 분류한다면 아래와 같이 크게 옵션형, 가변형, 맞춤형 주택으로 구분할 수 있다.

가. 옵션형 주택

공급자 중심의 주택으로 소비자는 마감재의 일부를 선택할 수가 있다. 공급자는 마감재의 일부를 미리 정해놓고 소비자가 해당 범위 내에서 자유롭게 변경시킬 수 있다.

나. 가변형 주택

공급자 중심의 주택으로 소비자는 공간의 일부를 수정할 수 있다. 공급자가 일부 공간에 대해 가변성을 확보해 놓으면 소비자가 필요에 따라 선택해 활용할 수 있다.

다. 맞춤형 주택

소비자 중심의 주택으로 소비자가 마감재와 공간을 선택할 수가 있다.

3 맞춤형주택에 대한 요구사항 분석(현입주자, 잠재수요자)

본 장에서는 맞춤형주택에 대한 현 입주자들의 요구사항과 맞춤형주택을 주거공간으로 확보하고자 하는 잠재수요자의 요구사항을 조사하고자 한다. 이는 현 입주자와 잠재수요자의 요구사항 조사, 비교·분석함으로써 향후 맞춤형주택을 구매하고자 하는 수요자의 요구를 파악하기 위함이다. 이를 달성하기 위해 국내의 맞춤형 주택인 C주택의 현 입주자와 모델하우스 방문과 상담 등을 통해 C주택에 대한 구매의사를 밝혔던 수요자, 즉 잠재수요자들을 조사대상으로 선정하였다. 조사대상인 C주택은 국내에서 실질적인 맞춤형 주택으로 S건설사에서 1998년 첫 선을 보였다. 또한 철골조 구조를 기본으로 하는 가변형과 옵션형의 복합개념으로 소비자 중심적인 맞춤형주택이라는 점에서 국내에서는 맞춤형 주택에 가장 근접한 형태의 주택이라 할 수 있다.

수요자 요구사항에 대한 조사는 설문을 이용, 진행하였으며, 직접 방문 및 e-mail을 통해 총 4,105건을 배포하여 그 중 314건을 회신받아 결과를 분석하였다. 설문지는 맞춤형주택 요구사항에 관한 문항(6문항)으로 구성하였으며, 각각의 문항구성은 다음의 표 1과 같다.

표1 설문문의 문항구성

분 류	내 용
맞춤주택 요구사항(6문항)	맞춤주택 정의, 맞춤형주택 필요사항, 맞춤형상담 시기, 맞춤형상담 횟수, 공간 및 마감재의 선택 기준, 마감재의 선택 범위

설문의 구체적인 내용으로는 ① 현 입주자와 잠재수요자가 생각하는 맞춤형주택의 정의, ② 맞춤형주택이 갖춰야 할 필수사항, ③ 맞춤형상담 시기, ④ 맞춤형상담 횟수, ⑤ 맞춤형상담 시 공간과 마감재의 선택 기준, ⑥ 마감재의 선택 범위로 항목을 구성하였다.

아래의 그림 2는 현 입주자와 잠재수요자가 생각하는 맞춤형주택의 정의에 대한 질문에 대한 응답자의 비율을 나타낸 그림이다. '현 입주자와 잠재수요자가 생각하는 맞춤형주택이란 무엇이라고 생각하는가?' 라는 질문에 현 입주자의 43%와 잠재수요자의 44%가 '맞춤주택이란 수요자가 자유롭게 공간을 구성할 수 있는 것'이라고 응답하였다. 또한 현 입주자의 40%와 잠재수요자의 47%가 '맞춤주택이란 수요자의 취향을 전적으로 반영하여 주택을 구성하는 것'이라고 응답하였다.

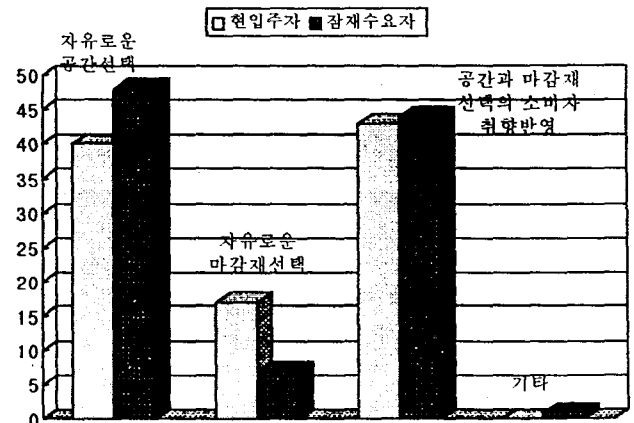


그림2 현 입주자와 잠재수요자가 생각하는 맞춤형주택의 정의

다음의 그림 3은 '맞춤주택이 갖춰야 하는 필수적인 사항이란 무엇이라고 생각하는가?'라는 질문에 대한 응답자의 비율을 나타낸 그림이다. 이 질문에는 현 입주자의 43%와 잠재수요자의 52%가 '시공업체가 다양한 공간유형 및 마감유형을 제공하여 이를 수요자가 선택할 수 있어야 한다'라고 응답하여 가장 높은 비율을 나타냈다. 또한 현 입주자의 37%와 잠재수요자의 26%가 '개별설계를 통해 소비자 취향에 맞는 개별설계를 해야 한다'라고 응답하여 다음으로 높은 비율을 보였다.

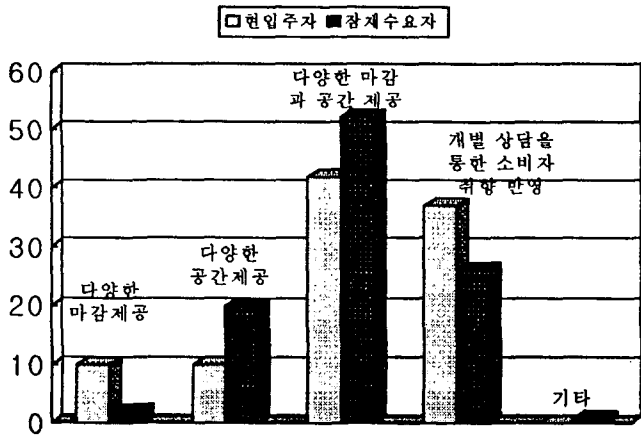


그림3 맞춤형이 갖춰야 하는 필수적인 사항

다음의 그림 4는 맞춤상담 시기에 대한 응답자의 비율을 나타낸 그림이다. '맞춤주택 구매를 위한 상담시기는 언제가 가장 적당하다고 생각하는가?'라는 질문에는 현 입주자의 57%가 '계약시'라고 응답, 가장 높은 비율을 보인 반면, 잠재수요자는 '공사진행시'라고 응답한 비율이 45%로 가장 높았다.

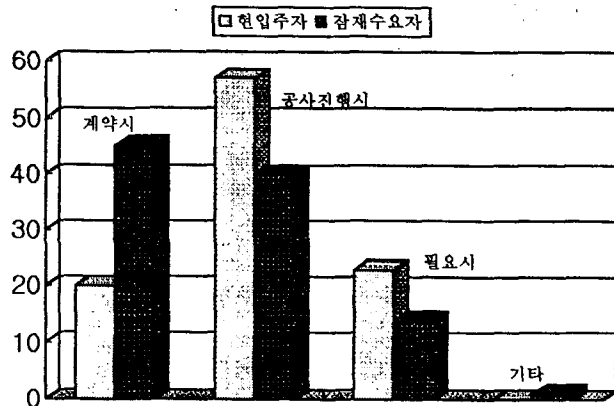


그림4 맞춤형주택 구매를 위한 상담시기

다음의 그림 5는 '맞춤주택 구매를 위한 상담의 횟수는 몇 회가 적당하다고 생각하는가?'라는 질문에 대한 응답자의 비율을 나타낸 그림이다. 그림에서와 같이 현 입주자의 57%와 잠재수요자의 70%가 맞춤형주택 구매를 위한 상담횟수로 '2~3회'가 가장 적당하다고 꼽아 '4~5회(19%, 18%)', '6회 이상(19%, 7%)'이라는 응답에 비해 월등히 높은 비율을 나타냈다.

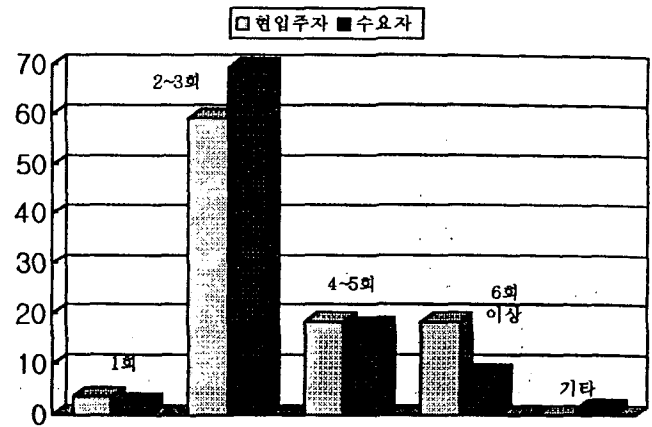


그림5 맞춤형주택 구매를 위한 상담의 횟수

다음의 그림 6은 맞춤상담시 공간과 마감재의 선택기준에 대한 응답자의 비율을 나타낸 그림이다. 그림에서와 같이 '맞춤주택 구매를 위한 상담시 공간과 마감재에 있어 어떠한 기준을 가지고 선택을 하겠는가?'라는 질문에 현 입주자의 33%와 잠재수요자의 42%가 '공간과 마감재 모두 시공업체 측에서 제안한 일정한 범위 내에서 선택하겠다'라고 응답하여 가장 높은 비율을 나타내었다.

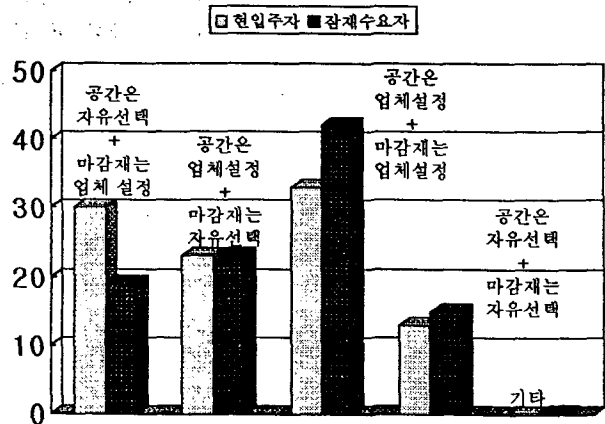


그림6 맞춤상담시 공간과 마감재의 선택기준

다음의 그림 7은 마감재의 선택범위에 대한 응답자의 비율을 나타낸 그림이다. 그림에서와 같이 '마감재의 선택 범위를 정한다면 몇 가지 범위 내에서 선택하겠는가?'라는 질문에는 현 입주자와 잠재수요자가 각각 54%, 57%의 비율로 '4~6가지 범위 내에서 선택하겠다'라고 응답한 경우가 가장 높은 비율을 나타내었다.

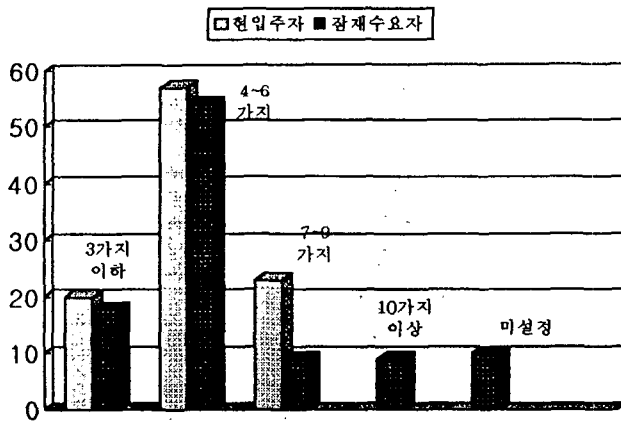


그림 7 마감재의 선택범위

4. 수요자 요구사항 종합분석

상기에서 조사된 내용을 바탕으로 맞춤형주택에서의 수요자의 요구사항을 분석하면 다음과 같다.

먼저 '현 입주자와 잠재수요자가 생각하는 맞춤형주택의 정의'에 대한 질문에 현 입주자와 잠재수요자들은 '수요자의 취향을 전적으로 반영하여 주택을 구성하는 것'이라는 응답을 가장 많이 선택하였다. 또한 '맞춤주택이 갖춰야 하는 필수적인 사항이란 무엇이라고 생각하는가?'에 대한 질문에서는 '시공업체가 다양한 공간유형 및 마감유형을 제공하여 이를 수요자가 선택할 수 있어야 한다'라는 응답이 현 입주자와 잠재수요자 모두에게서 가장 높게 나타났다. 이 두 가지를 종합하여 볼 때, 수요자들은 과거 수동적인 입장에서 탈피, 주거공간 연출에 적극적으로 참여하기를 원하며, 이를 위해 시공업체측에 보다 다양한 공간구성과 마감재의 제공을 요구하는 것으로 분석된다.

맞춤주택 상담의 시기는 현 입주자와 잠재수요자 모두 공사진행시를 선호하는 것으로 나타나 공사진행시가 수요자들에게 있어 맞춤형주택에 대한 상담을 하는 적기인 것으로 조사되었다. 그러나 이는 수요자들이 주택의 건축과정에 대한 몰이해에서 비롯된 것으로, 이러한 요구는 시공업체측에서 볼 때 시간적 제약에 따른 공간변화와 마감재변화의 적용이 어려워지는 결과를 초래하게 된다. 그러므로 시공업체들은 향후 맞춤형주택의 설계변경 및 공정관리 등에 이러한

수요자들의 성향을 반영하여야 할 것이다.

맞춤주택 구매를 위한 상담횟수의 경우, 현 입주자·잠재수요자 모두 2~3회를 선택하였다. 이는 지나치게 많은 회수의 상담보다는 2~3회의 상담이 가장 효율적임을 보여준다. 그리고 공간과 마감재에 있어서의 선택기준에 관한 사항은 현 입주자와 잠재수요자가 '공간과 마감재 모두 시공업체 측에서 제안한 일정한 범위 내에서 선택하겠다'라고 답한 비율이 가장 높았다. 이는 전문적인 식견이 없는 일반 수요자들이 가장 효율적인 선택을 위해 업체측이 제시한 사항을 수용할 의사가 있음을 보여주고 있는 것이다. 또한 마감재의 경우, 현 입주자와 잠재수요자 모두 '4~6가지 범위 내에서 선택하겠다'라는 응답이 가장 많았다. 이것은 수요자들이 4~6가지 종류의 마감재를 선택의 최소폭으로 생각하기 때문인 것으로 분석된다.

5. 결론

본 연구는 국내 맞춤형주택에 있어 주거욕구충족을 위한 수요자의 요구사항을 분석하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위하여 1998년 국내에 첫 선을 보인 맞춤형택인 C주택의 현 입주자와 잠재수요자들을 대상으로 총 6개 문항에 대해 설문조사를 실시, 이를 분석하였다. 이와 같이 진행된 본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다

첫째, 맞춤형 주택에 있어 수요자가 가장 많이 필요로 하는 사항은 공간과 마감재의 다양한 선택인 것으로 나타났다.

둘째, 마감재의 경우, 수요자들이 원하는 선택의 최소 폭은 4~6가지 종류인 것으로 나타났다.

셋째, 수요자들은 효율적인 선택을 위해 공간과 마감재 모두 시공업체 측에서 제안한 일정한 범위 내에서 선택하고자 하는 것으로 나타났다.

본 연구는 연구내용에 있어 맞춤형주택 수요자 요구사항의 제한적인 측면에서만 연구가 실행된 한계가 있었다. 또한 조사대상인 맞춤형주택이 C주택에만 국한되어 있어 조사대상의 대표성이 감소되었다. 그러므로 향후에는 다양한 조사대상의 선정과 다각적인 측면에서 거주자들의 세부적인 만족도를 조사하여 보다 정확한 맞춤형주택 수요자의 요구사항을 분석하는 연구가 필요하다.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the customers' demands to domestic customized apartments. The research method involves a survey on occupants and potential customers of customized apartments. The results of this study are as follows: 1) Customers' first request to customized apartments is investigated to be various option of space and finish materials. 2) In case of finish materials, customers are investigated to want a selection range of 4~6 for their customized apartments.

Keywords : Customized Apartments, Customers' Demands