

## 주택시장에서 경쟁력을 갖기 위한 아파트 차별화 요소에 관한 연구

### A Study on the Differentiating Design Factors to Take the Lead in the Apartment Housing Market

하미경\*  
Ha, Mi-Kyoung

정소원\*\*  
Jung, So-Won

박남희\*\*\*  
Park, Nam-Hee

이경희\*\*\*\*  
Lee, Kyeong-Hee

#### Abstract

This survey on the housing consumers in the Daegu region aims to understand their needs for differentiating design items, which are now regarded to be essential factors to take the lead in the apartment housing market. The survey questionnaires on the differentiating items in six categories, were filled by 135 apartment households in Daegu, and the answers on each item were analyzed according to their home size and age. For the general apartment plan, the strongest need was found in the energy saving design; and larger windows for a fine view are significantly favored by the older households. For the unit design, more households were interested in the design items related to the kitchen or subsidiary-kitchens. For the storage space design, enough space for ampler storage was desired the most. For the interior design, prevailing needs for the use of environment-friendly furnishing materials and the non-slippery flooring of bathroom were found. For facilities and up-to-date system design, most of households displayed their interests in noise-proof doors. For the environment design of the complex, the need for a walk passage was highest in general.

Keywords : differentiating design factors, consumers' needs

주요어 : 차별화 요소, 소비자 필요도

## 1. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

최근 건강과 삶의 질에 대한 욕구가 높아지면서 수요자들은 안락함을 누리며 건강한 삶을 영위할 수 있는 차별화된 아파트를 선호하기 시작했다. 이에 따라 대형 건설업체들은 치열한 주택시장의 경쟁 속에서 현재 변화하고 있는 주택건설 환경을 고려하여 자사만의 차별화된 전략적 방향을 설정하는데 끊임없는 노력을 시도하고 있다. 이로 인해 소비자를 중심으로 타사와 차별화된 요소를 개발하는 것이 기업이 생존하고 발전할 수 있는 주요 마케팅 전략 방안이 되었다. 하지만 과거 건설사는 양적 팽창에만 치중하면서 일률적인 마케팅 방안으로 지역의 특성과 문화를 고려한 수요자의 요구를 만족시킬 수 있는 차별화된 요소를 제공하지 못하였다.

따라서 본 연구의 목적은 아파트 주택시장에서 경쟁력 확보를 위한 필수요소로 인식되는 차별화 아이টে에 대한 대구 지역 소비자의 요구를 파악하는 데 있다. 대구시는 인구감소<sup>1)</sup>에도 불구하고 신개발지역들의 신규아파트 건립

으로 인한 입주, 주택청약신청증가로 인한 증가와 원룸, 투룸 등 1-2인 가구증가 추세로 노년층, 젊은층의 단독세대주의 증가로 세대수가 꾸준히 증가하고 있다.<sup>2)</sup> 따라서 대구 지역 거주자의 주거환경에 대한 실질적 필요도를 파악함으로써 서울·수도권 지역 뿐 만이 아닌 대구의 특성을 고려한 주거 디자인으로 아파트 상품 차별화 및 효과적인 대구 지역 마케팅 전략의 토대를 수립하기 위한 방안을 제시하는 것이 필요할 것이라고 사료된다.

이에 본 연구에서는 대구 지역 아파트 잠재적 소비자들이 실질적으로 바라는 주거공간을 계획함으로써 소비자들의 주거만족도를 향상시키고자 한다. 본 연구는 소비자의 구매 의사 결정에 각 건설사의 차별화 전략이 중요한 역할을 한다는 가정 하에 지방 주택 시장의 경쟁력 있는 아파트 상품 개발을 위한 기초자료를 제공함으로써 궁극적으로는 대구지역 거주자의 삶의 질 향상에 기여하는 데 그 의미가 있다고 하겠다.

### 2. 연구의 내용 및 방법

이를 위하여 본 연구에서는 문헌조사를 기반으로 아파트

\*정회원(주거자), 연세대학교 주거환경학과 교수  
\*\*정회원(교신저자), 연세대학교 주거환경학과 석사  
\*\*\*정회원, 연세대학교 주거환경학과 강사  
\*\*\*\*정회원, 연세대학교 밀레니엄 환경디자인 연구소 연구원

1) 2005년 6월말 기준으로 작성한 주민등록인구통계 결과 대구시의 총 인구는 2,535,028명으로 전년(2004년)말보다 4,710명(-0.19%)감소하였고, 세대수는 860,387세대로 2004년 말에 비하여 7,245세대(0.85%) 증가한 것으로 나타남  
2) 연합뉴스 보도자료, 2005.7

의 차별화 아이템 관련 요소를 추출하고, 설문지를 작성하였다. 차별화 아이템은 전반적 공간계획(5문항), 공간별 계획(14문항), 수납공간(5문항), 인테리어 계획(7문항), 설비 및 첨단 시스템 계획(29문항), 단지 환경 계획(10문항) 부문의 총 6개 그룹으로 구별되며, 그 구체적 내용은 <표 1>과 같다.

대구지역 아파트 거주자를 대상으로 2005년 8월부터 10월까지 총 8주에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 조사 대상 아파트는 2005년 건설업체 시공능력 평가<sup>3)</sup>에서 대구순위 상위 2위 내에 있는 아파트와 대구지역에서의 브랜드 아파트 선호도 평가<sup>4)</sup> 중 상위 3위권에 있는 아파트 중 입주 시기가 2000년대 이후인 아파트를 대상으로 하였다. 조사지역은 대구광역시 구·군에서 인구가 가장 많이 모여 있는 북구(1개), 달서구(2개), 수성구(2개)의 총 5개 단지를 선정하였으며, 조사공고를 통한 참여자 모집 방식을 통해 각 단지별·평형대형별 총 135세대를 대상으로 조사를 실시하였다.

본 연구의 설문은 차별화 아이템을 1점(전혀 필요하지 않다)부터 5점(매우 필요하다)의 5단계 척도로 구성하였다. 본 논문에서는 차별화에 대해 평형대균치가 필요하다(4점)이상으로 나타난 실제 차별화 요구가 높다고 판단된 항목을 중심으로 정리하였다. 통계적 분석을 위한 방법으로는 SPSS ver.12를 사용하였다.

## II. 문헌고찰

아파트 차별화 요소가 아파트 구매에 미치는 영향은 매우 큰 것으로 조사되었고,<sup>5)</sup> 그에 따라 공급자로 하여금 소비자가 선호하고 소비자를 중심으로 하는 주택을 개발하게 하였고, 타 업체들과는 다른 주택의 제품 차별화 전략을 추진하기에 이르렀다.

브랜드 아파트의 경우 차별화 아이템은 두 가지 뚜렷한 특징을 가진다.<sup>6)</sup> 첫째, 신개념의 디자인이다. 획일적인 형태를 지양하고 다양한 형태의 건물이 디자인되며, 아파트 단지에는 색채와 경관조명 등을 활용하여 자사만의 차별화된 이미지를 강조함으로써 단지의 아이덴티티를 강조하고 있다. 둘째, 아파트 구조에 대한 계획요소의 증대이다. 브랜드 아파트의 경우 향후 리모델링 시기를 계획부분에 포함하여 리모델링이 용이한 구조로 아파트를 지었음을 강조하고 있다. 이는 리모델링에 대한 일반인의 증대된 인식을 건설사에서 반영하여 차별화시키고 있음을 의미한다.

1990년대 신문광고에 나타난 우리나라 아파트의 계획적 특성에 관한 내용분석(손세관 외 1, 2000)<sup>7)</sup>에서는 아파트 단위세대 계획요소와 관련된 차별화 전략의 특성을 크게

테마 관련 부문(테마공원, 환경친화, 정보통신, 고급화전략 건강과 안전의 중시, 정보통신설비의 설치 등), 평형대면 계획 부문(거실, 침실, 식당·주방, 욕실, 발코니, 주호면적 등), 인테리어 부문(창호, 문, 가구, 내부마감, 수납공간, 선택사양 도입), 설비 관련 부문(난방, 주방설비, 욕실 설비, 조명, 자재, 홈오트메이션, 방음, 정보통신, 식수, 안전설비), 외부공간 관련 부문(공원·광장, 조경, 전용정원, 보행공간), 부대복리·커뮤니티시설 관련 부문(단지 내 상가, 어린이놀이터, 주민운동시설, 주차시설 등) 등의 내용으로 구분하여 설명하고 있다.

이명아(2003)<sup>8)</sup>는 평형대면의 다양화, 인테리어의 고급화, 첨단설비의 보편화 세 가지 특징을 파악하여 조사한 결과, 평형대면의 다양화는 소비자들의 다양한 특성과 욕구에 대응하기 위한 전략으로, 마감재의 고급화는 소비자의 소득수준과 교육의 향상으로 인해 한층 높아진 욕구에 대응하기 위함이며, 첨단 설비의 보편화는 기술발달로 인한 주택설비의 첨단화에 기인한다고 보았다. 또한 차별화 계획요소를 쾌적성 요인, 커뮤니티 요인, 건강증진 요인, 프라이버시 요인, 가사편의 요인, 환경친화 요인, 생활설비 요인으로 구분하여 조사한 결과 쾌적성 요인과 환경친화 요인의 중요도가 높게 나타났다.

배정익 외 2(2003)<sup>9)</sup>의 연구에서는 브랜드 아파트의 차별화 요소의 특징을 신개념의 디자인으로 획일성을 지양하고 다양함을 강조하며 차별화된 이미지를 강조하여 단지의 아이덴티티를 부각시키려 하고 있는 것과 아파트 구조에 대한 계획요소의 증대로 내진/내풍구조이며 리모델링이 용이한 구조임을 강조한다는 점으로 보았다. 이 연구에서는 차별화 계획요소를 주호, 주동, 단지, 첨단편의, 환경친화, 유지관리 부문으로 나누어 중요도를 조사한 결과 주호계획에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타났다.

신중진 외 3(2004)<sup>10)</sup>의 연구에서는 아파트 평형대형대면에 대한 수요자의 요구사항을 조사한 결과 효율적인 사용을 위한 융통성 있는 공간, 확장형 평형대형대면의 도입이나 혹은 개방성 증대로 거실면적을 확대하며 가변형 설계의 도입, 수요자의 라이프스타일에 따른 실의 기능변화나 테마룸의 도입, 서비스 공간의 확대 및 연계, 정원이나 실내녹화 도입 등의 요소를 언급하였다.

임보련(2006)<sup>11)</sup>의 연구에 의하면 소비자들이 가장 선호하는 아파트의 이미지는 ‘친건강, 친환경’, ‘첨단적, 고품격적’, ‘편의지향적’순으로 나타났다. 또한 아파트 차별화

3) 대구국세청 2005년 12월 1일 기준

4) 2005년 9월 조사

5) 임보련, 브랜드 아파트 이미지 선호에 따른 주거공간 차별화 계획 요소에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2006

6) 배정익, 손재룡, 이경희, 브랜드 아파트의 차별화 계획요소에 대한 거주자의 선호도 조사연구, 대한건축학회논문집, 제19권 제9호, 2003

7) 손세관, 김승연, 1990년대 신문광고에 나타난 우리나라 아파트의 계획적 특성에 관한 내용분석, 대한건축학회논문집(계획계), 제16권 11호, 2000.11

8) 이명아, 시장세분화를 통한 아파트 단위세대의 차별화 전략에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2003

9) 배정익, 손재룡, 이경희, 브랜드 아파트의 차별화 계획요소에 대한 거주자의 선호도 조사연구, 대한건축학회논문집, 제19권, 제9호, 2003

10) 신중진, 박성진, 김명훈, 김태엽, 수요자의 요구와 아파트 단위세대 평형대형대면 계획의 상관관계에 관한 연구-용인지역을 대상으로, 대한건축학회논문집 계획계 2제 20권 제2호, 2004

계획요소를 웰빙관련 부문(건강고려 마감재 사용, 자연통풍을 고려한 서레, 외부소음 차단, 세대간 소음 차단, 환기 시스템, 실별 온도 조절 시스템 등), 고급화관련 부문(바람과 지진에 견디는 구조, 맞춤설계와 맞춤인테리어, 단지 내 취미활동 가능공간, 아파트 공사 시 사전 시공되는 불박이 가구 등), 첨단지향관련 부문(자동경비 및 소화설비 구비, 단지 내 초고속 정보 통신망 인터넷 서비스 구축, 첨단 보안 시스템 등)으로 나누어 조사한 결과 웰빙 관련 부문의 요구가 가장 높은 것으로 나타났다.

### III. 차별화 아이템의 구성 및 조사대상의 일반적 특성

#### 1. 차별화 아이템의 구성

문헌조사를 바탕으로 아파트의 차별화 아이템 관련 요소를 추출하였고 본 연구를 위해 재구성 하였으며, 그 구체적인 내용은 <표 1>과 같다.

표 1. 차별화 아이템 구성

범주	세부항목
전반적 공간 계획	외부 경관을 볼 수 있는 큰 창문/에너지 절약 평면계획/가변형 벽체 활용/평면의 다양화를 통한 개성 표현/노약자를 위한 계획
공간별 계획	보조주방/손세탁공간/가족간 교류가 원활하도록 계획한 주방 설계(대면형 배치 등)/주방 및 식당의 전면 배치/휴마의 설치/주방에 빌트인 가구 설치/주방에 높낮이 조절 작업대 설치/별도의 가사작업공간 계획(다립질, 바느질 등)/부부침실 내 부부욕실 계획/부부침실 내 드레스룸 및 파우더룸 설치/현관에 전실을 둔/확장형 베란다 계획/실내정원/어린이를 위한 별도 놀이공간
수납공간 계획	충분한 수납공간 제공/안방에 불박이장 설치/가족 공동 수납실 계획/현관에 배달 물건을 넣을 수 있도록 수납공간 계획/현관에 회전실 도어 신발장 설치
인테리어 계획	대형 거울 또는 아트월 설치/우물천장 등을 통한 간접조명/실 별 조명 밝기 조절 스위치 제공/미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용/친환경 마감재의 사용/인테리어의 고급화/거주자가 마감재를 쉽게 바꿀 수 있도록 계획
설비 및 첨단 시스템 계획	소음 차단 도어 사용/비상 전기로 운행되는 엘리베이터 설치/천장 매입형 에어컨 설치/실내 자동환기 시스템 사용/실 별 자동 온도조절 시스템/욕실 내 습도조절시스템/절수형 양변기 설치/욕실에 사우나/찜질방 등 설치/욕실 바닥 난방 배관 설치/부부욕실에 월풀 욕조 설치/욕실 비상콜 버튼/주방 정수 시스템 /전자식 싱크 수전 절수 콧벨브/음식물 탈수기/주방 쓰레기 분리 수거함 설치/전자식 팔래건조대 설치/중앙집진식 청소시스템/초고속 정보통신망/컬러 비디오폰 및 첨단 도어록/욕실 핸드프리 스피커폰/다기능 액정 TV/다기능 리모콘 스위치/빌트인 가전/행주도마 살균기/출동 경비 시스템/원격 검침 시스템/화재 안전 시스템/등 기구 일괄 점멸 스위치/엘리베이터 세대 호출 시스템
단지 환경 계획	테마공원/골프퍼팅 연습장/인라인스케이트장/평장/테마 놀이터/헬스장/키즈센터/체육시설(테니스장, 농구장 등)/특화된 보행자 진입로/산책로

#### 2. 조사대상자의 일반적 특성

전반적 표본특성은 평형대별로는 30평형대가 33.9%로 가장 많고, 40평형대가 29.2%, 50평형대가 15.7%의 비율을 차지하고 있다. 기본형이 62.9%로 옵션형보다 높은 비율을 차지하고, 중간층에 거주하는 경우가 전체의 75.6%를 차지하였다. 전체 조사대상자의 43.7%가 자신이 거주하고 있는 주동에 필로티가 있다고 응답하였으며, 입주시키는 2004년도의 경우 44.8%, 2005년이 26.7%로 조사대상자의 71.5%가 2004년 이후에 입주하였다. 여성이 74.2%, 남성이 25.8%로 여성의 비율이 더 높았고, 연령은 만 40세 미만이 44.2%, 만 40~49세가 34.3%, 만 50세 이상이 21.5%로 나타났다. 가구 총소득의 경우 300~500만원 미만이 42.6%로 가장 많았고, 생활주기별로는 성인기 첫 자녀를 둔 거주자가 37.7%, 초등기 첫 자녀 24.5%, 중고등기 19.8%, 미취학자녀 17.9%의 비율로 나타났다. 가족구성의 경우 부부와 자녀로 구성된 가족구성원이 전체의 76.3%를 차지하였다.

표 2. 조사대상자의 특성 n = 135

조사항목	구분	f	%
입주시기	2000	9	11.3
	2001	5	6.3
	2002	3	3.9
	2003	6	7.1
	2004	69	44.8
	2005	43	26.7
	계	135	100.0
평형대	20평형대	8	8.0
	30평형대	41	33.9
	40평형대	38	29.2
	50평형대	27	15.7
	60평형대	21	13.1
	계	135	100.0
연령	만 40세 미만	56	44.2
	만 40~49세	47	34.3
	만 50세 이상	32	21.5
	계	135	100.0
생활주기 <sup>1)</sup>	미취학 자녀	19	17.9
	초등기	26	24.5
	중고등기	21	19.8
	성인기	40	37.7
	계	106	100.0
가구 총소득	300만원 미만	15	11.6
	300~500만원 미만	55	42.6
	500~700만원 미만	23	17.8
	700만원 이상	36	27.9
	계	129	100.0

### IV. 공통적으로 필요로 하는 차별화 아이템

전체 조사대상자가 차별화 아이템 중에서 공통적으로

11) 임보련, 브랜드 아파트 이미지 선호에 따른 주거공간 차별화 계획요소에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2006

필요로 하는 아이템을 정리하면 다음의 <표 3>과 같다. 전반적으로, 조사대상자들은 안전성과 편의, 건강 및 쾌적성을 선호하였다. 전반적 공간계획에 있어서 에너지 절약 평면 계획(남향배치 등)의 필요도(4.36)가 가장 높은 것으로 나타났다. 다음으로 외관을 볼 수 있는 큰 창문(4.22), 노약자를 위한 계획(4.20)이 높게 나타났다. 공간별 계획 부문에서는 보조주방에 대한 전체 필요도(4.23)가 가장 높게 나타났다. 또한 손세탁 공간 제공(4.15), 부부침실 내 드레스룸 및 파우더룸 설치(4.12) 등의 여분의 공간을 필요로 하고 있었다. 수납공간의 측면에서는 충분한 수납공간 제공(4.43)이 공통된 아이템이었다. 인테리어 계획에 있어서는 친환경 마감재의 사용이 필요도(4.54)가 가장 높았다. 이는 사회 전반에 웰빙 붐이 일면서 아파트에 있어서도 건강과 환경적 측면을 많이 고려하고 있기 때문으로 사료된다. 다음으로 미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용(4.51), 인테리어의 고급화(4.24)의 필요도가 높게 나타났다. 설비 및 첨단 시스템 계획에 있어서 전반적으로는 소음 차단 도어의 사용의 필요도(4.42)가 가장 높았다. 소음 관련 부분에 대한 선호가 높은 것은 배정익(2003)<sup>12)</sup>의 연구와도 일치한 결과로써 생

활수준의 향상에 따른 실내주거 환경에 대한 요구증대에 기인한 것으로 보인다. 또한 비상 전기로 운행되는 엘리베이터 설치(4.34), 실내 자동 환기 시스템 사용(4.24), 실 별 자동 온도조절 시스템(4.25), 절수형 양변기 설치(4.14)에 대한 필요도가 4점 이상으로 나타났다. 최근 들어 소비자들이 편의, 건강과 환경을 고려한 주거공간을 선호하면서 그에 대한 필요도도 높게 나타난 것으로 파악된다. 실내공기 질에 대한 계획요소의 요구도가 높게 나타난 것은 하미경 외(2005)<sup>13)</sup>의 연구결과와도 일치하며, 이는 건강적인 측면을 중시하는 시대적인 트렌드를 반영한 것으로 판단된다. 전반적으로 소음 차단 도어(4.42), 실내 자동 환기시스템(4.24), 초고속 정보통신망(4.27) 등의 음환경 요소, 화재 안전 시스템(4.35), 컬러 비디오폰 및 첨단 도어록(4.25), 출동 경비 시스템(4.02), 원격 검침 시스템(4.06) 등의 안전관련 요소, 비상 전기로 운행되는 엘리베이터 설치(4.34), 절수형 양변기 설치(4.14), 실별 자동 온도조절 시스템(4.25) 등의 절약형 요소를 필요로 하는 것으로 나타났다. 반면 서울·수도권 지역 소비자들의 아파트 차별화 요소 요구도에 대해 조사한 임보련<sup>14)</sup> 연구에서는 에너지 절약형 설비 부문에 대한 요구가 낮게 나타나고 있어, 건설사에서는 향후 아파트 차별화 요소 도입 시 서울 및 수도권과의 차이점을 인식하여 계획하여야 필요가 있을 것으로 보인다. 설비 및 첨단시스템 부문 차별화 계획요소의 실질적인 요구는 일반적인 편의와 안전, 보안 시스템 관련 요소의 필요도가 높은 것을 알 수 있었다. 단지 환경 계획에 대한 필요도는 전반적으로 4점미만으로 나타났고 산책로(4.23)만이 4점 이상의 필요도를 보이고 있어, 이는 소비자들이 특화된 외부 공간들의 필요성을 현실적으로 잘 인식하지 못하고 있는 것으로 파악할 수 있다. 이에 단지 환경의 차별화 요소로 산책로를 부각시키는 것이 유리할 수 있을 것이라 판단된다. 따라서 단지 외부 환경과 관련된 요소들을 실제 거주자의 특성을 기초로 하여 다양한 적용 방안을 개발해야 할 것으로 판단된다.

표 3. 공통적으로 필요로 하는 차별화 아이템 n = 135

구분	아이템 <sup>1)</sup>	평균 <sup>2)</sup>	
전반적 공간 계획	에너지 절약 평면 계획(남향배치)	4.36	
	외관을 볼 수 있는 큰 창문	4.22	
	노약자를 위한 계획(문턱제거 등)	4.20	
공간별 계획	보조주방 제공	4.23	
	손세탁 공간 제공	4.15	
	부부침실 내 드레스룸 및 파우더룸 설치	4.12	
	가족간 교류가 원활하도록 계획한 주방 설계(대면형 배치 등)	4.07	
	부부침실 내 부부욕실계획	4.06	
	충분한 수납공간 제공	4.43	
인테리어 계획	친환경 마감재의 사용	4.54	
	미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용	4.51	
	인테리어의 고급화 (대리석, 원목마루 등 사용)	4.24	
설비 및 첨단시스템	소음 차단 도어 사용	4.42	
	화재 안전 시스템	4.35	
	비상 전기로 운행되는 엘리베이터 설치	4.34	
	초고속 정보통신망	4.27	
	실 별 자동 온도조절 시스템	4.25	
	컬러 비디오폰 및 첨단 도어록	4.25	
	실내 자동 환기 시스템 사용	4.24	
	절수형 양변기 설치	4.14	
	주방 정수 시스템	4.13	
	원격 검침 시스템	4.06	
	출동 경비 시스템	4.02	
	단지 외부 계획	산책로	4.23

<sup>1)</sup>4.0 이상의 항목만 정리한 것임.

<sup>2)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임

### V. 평형대별, 연령별 필요로 하는 차별화 아이템

평형대별, 연령별 필요로 하는 차별화 아이템 특성에 대해서는 각 항목별로 4.0 이상의 평균점수가 하나라도 있는 요소까지 포함하여 정리하였다. 또한 평형과 연령에 따른 차별화 요소에 대한 필요도와의 관계를 파악하기 위해 F-test와 던컨의 다중범위 검정을 실시한 결과는 유의한 항목이 있는 것만을 표기하였다.

12) 배정익, 손재룡, 이경희, 브랜드 아파트의 차별화 계획요소에 대한 거주자의 선호도 조사연구, 대한건축학회논문집, 제 19권, 제 9호, 2003  
 13) 하미경, 임보련, 웰빙트렌드에 따른 아파트의 건강관련 실내디자인요소에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집, 제 14권 제 3호, 2005  
 14) 임보련, 브랜드 아파트 이미지 선호에 따른 주거공간 차별화 계획요소에 대한 연구, 연세대학교석석, 2006

1. 전반적 공간계획에 대한 차별화

<표 4>에서 보는 바와 같이 평형대별 전반적 공간계획에 대한 차별화 아이템 필요도는 2·30평형대에서는 외관을 볼 수 있는 큰 창문에 대한 필요도(4.29)가 가장 높게 나타났고, 40평형대와 50평형대 이상에서는 에너지 절약 평면 계획의 필요도(4.21/4.36)가 가장 높았다. 평면의 다양화를 통한 개성 표현에서는 신혼부부들이 주로 거주하는 2·30평형대의 소형 평형대에서만 4점 이상의 필요도(4.04)를 보였다. 50평형대 이상에서는 노약자를 위한 계획(문턱제거 등)에 대한 필요도(4.27)가 타 평형대보다 높게 나타나고 있어, 대형 평형대에서 노인에게 배려가 더욱 고려되어야 할 것으로 보인다.

연령별 전반적 공간계획에 대한 차별화 아이템 필요도는 다음의 <표 5>와 같다. 그 구체적인 내용을 보면, 40세 미만에서는 에너지 절약 평면 계획(4.47)이 가장 필요하다고 응답하였고, 40~49세에서는 외관을 볼 수 있는 창문(4.29)과 에너지 절약 평면 계획(4.29)이 가장 필요하다고 응답한 반면, 50세 이상의 경우는 외관을 볼 수 있는 큰 창문(4.40)에 대한 필요도가 가장 높았다. 한편 40세 미만의 경우 평면의 다양화를 통한 개성 표현에 대한 필요도(4.00)가 타 연령대보다 높게 나타났다.

표 4. 평형대별 전반적 공간계획 차별화 필요도 n = 135

구분	2·30평형대	40평형대	50평형대 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
외관을 볼 수 있는 큰 창문	4.29	4.11	4.24
에너지 절약 평면 계획 (남향 배치 등)	4.24	4.21	4.36
평면의 다양화를 통한 개성 표현	4.04	3.77	3.70
노약자를 위한 계획 (문턱제거 등)	4.22	4.09	4.27

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

표 5. 연령별 전반적 공간계획 차별화 필요도 n = 135

구분	40세 미만	40~49세	50세 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
외관을 볼 수 있는 큰 창문	4.22	4.29	4.40
에너지 절약 평면 계획 (남향배치 등)	4.47	4.29	4.15
평면의 다양화를 통한 개성 표현	4.00	3.80	3.68
노약자를 위한 계획 (문턱제거 등)	4.28	4.20	4.25

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

2. 공간별 계획에 대한 차별화

공간별 계획에 대한 차별화 아이템 필요도는 평형대별 공간별 계획 차별화 아이템에 대한 필요도는 다음 <표 6>과 같다. 그 구체적인 내용을 보면, 2·30평형대의 소형 평형대에서는 가족간 교류가 원활하도록 계획한 주방설계에 대한 필요도(4.19)가 가장 높게 나타났다. 이에 반

해 중대형 평형대인 40평형대 이상의 경우는 보조주방 제공(4.17/4.33)을 가장 필요로 하는 것으로 나타났다. 보조주방 제공(4.33)과 손세탁 공간 제공(4.29), 부부침실 내 부부욕실 계획(4.13)은 50평형대 이상에서 필요도가 가장 높은 것으로 나타났는데 이는 대형 평형대일수록 보조공간에 대한 요구가 높기 때문인 것으로 해석된다.

표 6. 평형대별 공간별 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	2·30평형대	40평형대	50평형대 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
보조주방 제공	4.18	4.17	4.33
손세탁 공간 제공	4.16	3.94	4.29
가족간 교류가 원활하도록 계획한 주방설계 (대면형배치 등)	4.19	3.86	4.11
주방 및 식당의 전면 배치	4.18	3.97	4.00
부부침실 내 부부욕실계획	4.11	4.11	4.13

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

<표 7>에서 보는 바와 같이 연령별에 따른 공간별 계획 차별화 요소 필요도는 보조주방 및 손세탁 공간 제공과 가족간 교류가 원활하도록 계획한 주방설계에 대한 필요도가 모든 연령대에서 4점 이상으로 높게 나타났다. 한편 40세 미만에서는 모든 요소의 필요도가 4점 이상으로 비교적 높게 나타났다. 연령과 공간별 계획 차별화에 대

표 7. 연령별 공간별 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	연령	평균 <sup>1)</sup>	던컨 <sup>2)</sup>	F
보조주방 제공	40세 미만	4.32	a	.193 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.20	a	
	50세 이상	4.50	a	
손세탁 공간 제공	40세 미만	4.29	a	.343 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.21	a	
	50세 이상	4.45	a	
가족간 교류가 원활하도록 계획한 주방설계 (대면형배치)	40세 미만	4.20	a	.871 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.00	a	
	50세 이상	4.21	a	
부부침실 내 부부욕실계획	40세 미만	4.23	a	2.385 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.94	a	
	50세 이상	3.85	a	
부부침실 내 드레스룸 및 파우더룸 설치	40세 미만	4.24	a	.773 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.09	a	
	50세 이상	3.95	a	
현관에 전실을 둬	40세 미만	4.00	b	3.154*
	40~49세	3.61	ab	
	50세 이상	3.55	a	
확장형 베란다 계획	40세 미만	4.00	b	2.933 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.38	a	
	50세 이상	3.90	ab	

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

<sup>2)</sup>던컨, 다른 알파벳 간 평균간에는 p < .05 수준에서 유의적인 차이가 있음. \*p < .05, \*\*p < .01, \*\*\*p < .001, n.s. not significant

한 필요도의 관계는 ‘현관에 전실을 돕’과 ‘어린이를 위한 별도의 놀이공간’(모든 연령대에서 4점미만의 필요도를 보여 표에는 표기하지 않았음)이  $p < .05$  수준에서 유의적인 것으로 나타났으며, 40세 미만 조사대상자의 필요도가 높은 것으로 나타났다.

3. 수납공간에 대한 차별화

평형대별에 따른 수납공간에 대한 차별화 아이템 필요도는 <표 8>과 같다. 소형 평형대일수록 충분한 수납공간 제공에 대한 필요도 점수가 다른 평형대에 비해 높게 나타나, 중·대형 평형대보다 소형 평형대에서 수납공간의 효율적인 활용이 이루어지도록 수납공간을 계획할 필요가 있을 것이다. 안방 붙박이장 설치는 2·30평형대(3.88)와 50평형대 이상(3.75)에서 4점 이하의 필요도를 보이고 있는데, 이는 소형 평형대에서는 면적이 작기 때문에 붙박이장의 공간을 할애하기를 원하지 않고, 50평형대 이상의 평면에서는 안방 붙박이장의 계획이 이미 보편적으로 제공되고 있어 필수적인 공간으로 자리 잡았기 때문에 그 필요성을 낮게 느끼고 있는 것으로 파악된다.

표 8. 평형대별 수납공간 차별화 필요도 n = 135

구분	2·30평형대	40평형대	50평형대 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
충분한 수납공간 제공	4.46	4.41	4.43
안방에 붙박이장 설치	3.80	4.00	3.75

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

연령별로는 <표 9>에서 보는 바와 같이 큰 차이 없이 충분한 수납공간에 대한 필요도가 가장 높게 나타난 것으로 보아 충분한 수납공간을 차별화 아이টে으로 부각할 필요가 있을 것이다.

표 9. 연령별 수납공간 차별화 필요도 n = 135

구분	40세 미만	40~49세	50세 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
충분한 수납공간 제공	4.51	4.53	4.27

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

4. 인테리어 계획에 대한 차별화

평형대별에 따른 인테리어 계획에 차별화 아이টে 필요도는 <표 10>에서 보는 바와 같다. 평형대별에 따른 그 구체적 내용을 보면, 40평형대와 50평형대 이상의 중대형 평형대에서는 친환경 마감재 사용에 대한 필요도(4.69)가 가장 높게 나타났으며, 2·30평형대의 소형 평형대에서는 미끄러지지 않는 욕실 바닥재의 필요도(4.61)가 가장 높았다. 한편 미끄러지지 않는 욕실 바닥재의 사용과 친환경 마감재의 사용, 인테리어의 고급화 부문에서는 모든 평형대에서 전반적으로 4점 이상의 필요도를 보였다. 이는 소비자들이 집안의 공기환경과 기본적인 생활안전에 많은 신경을 쓴다는 것을 의미하고, 건설사의 고급화 전

표 10. 평형대별 인테리어 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	평형대	평균 <sup>1)</sup>	던컨 <sup>2)</sup>	F
실 별 조명 밝기 조절 스위치 제공	2·30평형대	3.93	a	.099 <sup>n.s.</sup>
	40평형대	4.00	a	
	50평형대 이상	3.93	a	
미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용	2·30평형대	4.61	a	1.739 <sup>n.s.</sup>
	40평형대	4.37	a	
	50평형대 이상	4.52	a	
친환경 마감재의 사용	2·30평형대	4.51	ab	2.686 <sup>n.s.</sup>
	40평형대	4.38	a	
	50평형대 이상	4.69	b	
인테리어의 고급화 (대리석, 원목마루 등 사용)	2·30평형대	4.18	a	.396 <sup>n.s.</sup>
	40평형대	4.23	a	
	50평형대 이상	4.32	a	
거주자가 마감재를 쉽게 바꿀 수 있도록 계획	2·30평형대	3.71	a	3.240 <sup>*</sup>
	40평형대	3.80	ab	
	50평형대 이상	4.19	b	

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

<sup>2)</sup>던컨, 다른 알파벳 간 평균간에는  $p < .05$  수준에서 유의적인 차이가 있음. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , n.s. not significant

략에 소비자들이 관심을 보이고 필요성을 느끼고 있음을 알 수 있다. 따라서 향후 건설사에서는 고급화관련 차별화 아이টে을 마케팅 전략으로 소비자들에게 제공할 필요가 있을 것이다. 평형대와 인테리어 계획 차별화 필요도의 관계는 ‘거주자가 마감재를 쉽게 바꿀 수 있도록 계획’이  $p < .05$  수준에서 유의적인 것으로 나타났고, 대형 평형대일수록 필요도가 높았다.

<표 11>에서 보는 바와 같이 연령에 따른 인테리어 계획 필요도는 40세 미만의 경우 타 연령대와 비교했을 때 미끄러지지 않는 바닥재에 대한 필요도(4.62)가 가장 높았고, 40세 이상인 경우 친환경 마감재 사용의 필요도가 가장 높게 나타났다. 또한 연령이 높을수록 인테리어의 고급화에 대한 필요도가 높았다. 이는 연령이 높을수록 건강과 고급화에 대한 관심이 높기 때문이라고 파악되며, 이에 따라 차후 건설사에서는 노인인구의 비율이 점점 높아지고 있는 대구시의 특성을 고려하여 차별화 아이টে을 계획하여야 할 필요가 있을 것으로 보인다. 이에 반해 거주자가 마감재를 쉽게 바꿀 수 있도록 계획하는 아

표 11. 연령별 인테리어 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	40세 미만	40~49세	50세 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
실 별 조명 밝기 조절 스위치 제공	4.05	3.85	4.10
미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용	4.62	4.45	4.55
친환경 마감재의 사용	4.51	4.61	4.65
인테리어의 고급화 (대리석, 원목마루 등 사용)	4.30	4.34	4.50
거주자가 마감재를 쉽게 바꿀 수 있도록 계획	4.07	3.91	3.89

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

이템에 대해서는 40세 미만에서만 4점 이상의 필요도를 보였다.

5. 설비 및 첨단시스템 계획에 대한 차별화

평형대별에 따른 설비 및 첨단시스템 계획에 대한 차별화 요소 필요도는 <표 12>에서 정리하였다.

표 12. 평형대별 설비 및 첨단시스템 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	2·30평형대	40평형대	50평형대 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
소음 차단 도어 사용	4.49	4.34	4.41
비상전기로 운행되는 엘리베이터 설치	4.42	4.20	4.39
천장 매입형 에어컨 설치	3.62	4.06	4.05
실내 자동환기 시스템 사용	4.16	4.20	4.38
실 별 자동 온도조절 시스템	4.20	4.30	4.27
욕실 내 습도조절시스템	3.96	4.05	3.98
절수형 양변기 설치	4.23	4.05	4.13
욕실 비상콜 버튼	3.98	4.18	4.24
음식물 탈수기	3.72	4.08	3.47
중앙집진식 청소시스템	3.64	3.89	4.05
초고속 정보통신망	4.43	4.14	4.21
컬러비디오폰 및 첨단도어록	4.35	4.31	4.09
출동 경비 시스템	4.00	3.92	4.12
원격 검침 시스템	4.00	4.11	4.07
화재 안전 시스템	4.40	4.25	4.40
등기구 일괄 점멸 스위치	3.83	3.86	4.02

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

각 평형대별로 필요도 항목에 차이를 보이고 있으며 공통적으로 모든 평형대에서 소음 차단 도어의 사용을 가장 필요로 하는 것으로 나타나 향후 건설사에서 소음 차단 도어를 차별화 아이템으로 부각시킬 필요가 있을 것으로 사료된다. 모든 평형대에서 공통적으로 4점 이상의 필요도를 보이고 있는 아이템은 기본적으로 많은 사람들이 사용하는 생활편의와 관련된 부분으로 파악된다. 또한 안전과 관련된 원격 검침 시스템과 화재 안전 시스템에서도 비교적 높은 필요도를 보이고 있었고, 첨단관련 아이템인 컬러비디오폰 및 첨단도어록의 사용에 대해서도 모든 평형대에서 공통적으로 필요로 하고 있었다. 이는 사회전반에 첨단화 바람이 불기 시작하면서 첨단 기술과 관련된 요소들에 대한 요구가 높아진 것으로 해석된다. 따라서 첨단 기술과 관련된 요소들을 실제 거주자의 요구를 반영하여 다양한 적용 방안으로 개발하는 등의 차별화를 시도할 필요가 있을 것이다. 한편 등기구 일괄 점멸 스위치에 대해서는 50평형대 이상에서만 4점 이상의 필요도를 보이고 있는 것으로 보아 대형 평형대의 차별화 아이템으로 제공되는 전략이 요구된다.

연령별 설비 및 첨단시스템 계획 부문 차별화 필요도는 다음 <표 13>과 같이 연령별 큰 차이 없이 소음 차단 도어의 사용에 대한 필요도가 가장 높게 나타났다. 연

표 13. 연령별 설비 및 첨단시스템 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	연령	평균 <sup>1)</sup>	단권 <sup>2)</sup>	F
소음 차단 도어 사용	40세 미만	4.57	a	1.598 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.37	a	
	50세 이상	4.53	a	
비상 전기로 운행되는 엘리베이터 설치	40세 미만	4.36	a	.210 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.36	a	
	50세 이상	4.30	a	
천장 매입형 에어컨 설치	40세 미만	3.78	a	.554 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.85	a	
	50세 이상	4.11	a	
실내 자동환기 시스템 사용	40세 미만	4.29	a	.117 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.23	a	
	50세 이상	4.30	a	
실 별 자동 온도조절 시스템	40세 미만	4.24	a	.189 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.26	a	
	50세 이상	4.33	a	
욕실 내 습도조절시스템	40세 미만	4.10	a	1.000 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.94	a	
	50세 이상	4.10	a	
절수형 양변기 설치	40세 미만	4.33	b	3.234*
	40~49세	4.06	ab	
	50세 이상	3.95	a	
욕실 비상콜 버튼	40세 미만	4.18	a	1.307 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.00	a	
	50세 이상	4.20	a	
주방 정수 시스템	40세 미만	4.07	a	.166 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.91	a	
	50세 이상	3.85	a	
음식물 탈수기	40세 미만	3.93	a	.247 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.76	a	
	50세 이상	4.00	a	
주방 쓰레기 분리수거함 설치	40세 미만	3.88	a	.402 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.00	a	
	50세 이상	3.95	a	
중앙집진식 청소시스템	40세 미만	4.50	a	.333 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.18	a	
	50세 이상	4.10	a	
초고속정보통신망	40세 미만	4.37	a	3.631*
	40~49세	4.21	ab	
	50세 이상	4.00	b	
컬러비디오폰 및 첨단도어록	40세 미만	3.98	a	1.606 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.28	a	
	50세 이상	3.95	a	
출동 경비 시스템	40세 미만	4.05	a	1.078 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.18	a	
	50세 이상	4.05	a	
원격 검침 시스템	40세 미만	4.39	a	.220 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.30	a	
	50세 이상	4.50	a	
화재 안전 시스템	40세 미만	3.74	a	.568 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.85	a	
	50세 이상	4.00	a	

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

<sup>2)</sup>단권, 다른 알파벳 간 평균간에는 p < .05 수준에서 유의적인 차이가 있음. \*p < .05, \*\*p < .01, \*\*\*p < .001, n.s. not significant

령이 낮을수록 비상 전기로 운행되는 엘리베이터 설치, 절수형 양변기 설치, 주방 정수 시스템, 중앙집진식 청소 시스템, 초고속 정보통신망의 필요도가 높았다. 천장 매입형 에어컨 설치(4.11), 음식물 탈수기(4.00), 화재 안전 시스템(4.00)은 50세 이상의 경우에서만 4점 이상의 필요도를 보였다. 전반적으로 연령이 낮을수록 첨단관련 부분에 대한 필요도가 높았고, 연령이 높을수록 안전과 편의를 고려한 아이টে에 대한 필요도가 높음을 알 수 있었다. 연령과 설비 및 첨단시스템 계획 차별화에 대한 필요도의 관계는 ‘절수형 양변기 설치’와 ‘초고속정보통신망’이  $p < .05$  수준에서 유의적인 것으로 나타났고, 두 아이টে 모두 연령이 낮을수록 필요도가 높게 나타났다.

6. 단지 환경 계획에 대한 차별화

단지 환경 계획에 대한 차별화 아이টে 필요도를 평형대별로 보았을 때 전반적으로 산책로에 대한 필요도가 가장 높게 나타났으며, 평형대별로 각 계획요소에 대해 다양한 필요도를 보이고 있었다. 테마공원은 50평형대 이상(4.10)에서, 광장은 2·30평형대(4.00)에서, 체육시설과 특화된 보행자 진입로는 40평형대(4.03/4.00)에서 4점 이상의 필요도를 보였다. 그 구체적인 내용은 <표 14>와 같다. 이에 테마공원은 대형 평형의 세대수가 많은 단지에서, 광장은 소형 평형의 세대수가 많은 단지에서, 체육시설과 특화된 보행자 진입로는 중형 평형의 세대수가 많은 단지의 차별화 아이টে으로 내세울 필요가 있을 것이다.

연령별 단지 환경 계획 필요도는 다음의 <표 15>와 같다. 모든 연령대에서 산책로에 대한 필요도가 가장 높았으며, 40세 미만의 경우 다른 연령대에 비해 단지 환경 계획 요소에 대한 필요도가 전반적으로 높게 나타났다(골프퍼팅 연습장, 인라인 스케이트장, 특화된 보행자 진입로를 제외한 모든 요소의 필요도 4.00 이상). 이는 어린이와 10대 자녀가 있는 부부가 단지 외부 계획에 대한 관심이 높기 때문인 것으로 사료된다. 연령에 따른 단지 환경 계획 차별화에 대한 필요도는 광장과 테마놀이터가  $p < .05$  수준에서 유의적인 것으로 나타났고, 키즈센터가  $p < .001$  수준에서 유의적인 것으로 나타났다. 키즈센터는 연령이 낮을수록 높은 필요도를 보였는데, 이는 키즈센터를 필요로 하는 자녀와 함께 사는 가족유형이 40세 미만에 집중되어 있기 때문으로 분석된다.

표 14. 평형대별 단지 환경 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	2·30평형대	40평형대	50평형대 이상
	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>	평균 <sup>1)</sup>
테마공원	3.87	3.86	4.10
광장	4.00	3.78	3.88
체육시설 (테니스장, 농구장 등)	3.87	4.03	3.87
특화된 보행자 진입로	3.70	4.00	3.92
산책로	4.15	4.22	4.31

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

표 15. 연령별 단지 환경 계획 차별화 필요도 n = 135

구분	연령	평균 <sup>1)</sup>	던컨 <sup>2)</sup>	F
테마공원	40세 미만	4.05	a	.569 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.88	a	
	50세 이상	3.84	a	
광장	40세 미만	4.02	b	3.135*
	40~49세	3.64	a	
	50세 이상	4.20	b	
테마 놀이터	40세 미만	4.12	b	5.482*
	40~49세	3.56	a	
	50세 이상	3.47	a	
피트니스센터	40세 미만	4.10	a	.798 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.87	a	
	50세 이상	3.58	a	
키즈센터	40세 미만	4.13	b	12.634***
	40~49세	3.25	a	
	50세 이상	2.94	a	
체육시설 (테니스장, 농구장 등)	40세 미만	4.10	a	.621 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	3.94	a	
	50세 이상	3.74	a	
특화된 보행자 진입로	40세 미만	4.17	a	1.648 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.24	a	
	50세 이상	4.26	a	
산책로	40세 미만	3.75	a	.138 <sup>n.s.</sup>
	40~49세	4.24	a	
	50세 이상	4.22	a	

<sup>1)</sup>5점 척도를 점수화 하여 그 평균을 산정한 것임.

<sup>2)</sup>던컨, 다른 알파벳 간 평균간에는  $p < .05$  수준에서 유의적인 차이가 있음. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , n.s. not significant

VI. 요약 및 결론

주택시장에서 경쟁력을 갖기 위해 필요한 자료를 제공하기 위한 본 연구의 목적을 위하여 총 24개의 차별화 요구가 높게 나타난 항목을 중심으로 분석을 진행하였으며, 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

우선 전반적으로 가장 높게 차별화의 필요성이 있다고 나타난 항목들은 친환경 마감재의 사용, 미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용, 충분한 수납공간의 제공이었다.

거주자의 평형에 따른 차별화 필요 항목들을 우선순위로 정리하였을 때 2·30평형대에 거주하는 세대는 미끄러지지 않는 욕실 바닥재 사용, 소음 차단 도어의 사용, 충분한 수납공간을 가장 필요로 하는 것으로 나타났다. 이에 비해 40평형대 거주자들은 충분한 수납공간의 제공을 가장 필요로 하였고, 친환경 마감재의 사용, 미끄러지지 않는 욕실 바닥재의 사용이 그 다음 순이었다. 한편 50평형대 이상에 거주하는 세대의 차별화 필요 항목은 친환경 마감재의 사용, 미끄러지지 않는 욕실 바닥재의 사용, 충분한 수납공간 제공의 순으로 나타났다. 소형 평형일수록 충분한 수납공간 제공에 대한 필요도가 타 평형대에 비해 높아 중·대형 평형대보다 소형 평형에서 수납공간의 효율적인 활용이 이루어지도록 수납공간의 차별



화를 피할 필요가 있을 것이다. 또한 소비자들이 집안의 공기환경과 기본적인 생활안전에 많은 관심을 갖는 시대적인 트렌드에 맞추어 건설사에서 차후 실내환경 부문과 생활편의 부문에 대한 고려가 필요하다고 판단되고 이를 차별화 아이টে으로 부각할 필요가 있을 것이다. 50평형대 이상에서는 노약자를 위한 계획(문턱제거 등)에 대한 필요도가 타 평형대에 비해 높게 나타나고 있어 대형 평형대에서 노인에 대한 배려가 더욱 고려되어야 할 것으로 보인다. 평면의 다양화를 통한 개성 표현에서는 신혼부부들이 주로 거주하는 2·30평형대에서만 높은 필요도를 보였기 때문에 건설사에서는 소형 평형대의 차별화 전략으로 평면의 다양화를 제공할 수 있을 것이다.

연령에 따른 차별화 필요 항목들은 40세 미만에서 미끄러지지 않는 욕실 바닥재의 사용과 소음 차단 도어의 사용에 대한 필요도가 가장 높았다. 40~49세에서는 친환경 마감재의 사용과 충분한 수납공간의 제공의 차별화 필요도가 가장 높게 나타났으며, 50세 이상에서는 친환경 마감재의 사용과 미끄러지지 않는 욕실 바닥재의 사용에 대한 필요도가 높게 나타나 연령이 높을수록 환경과 안전에 대한 요구가 높았다. 또한 50세 이상에서는 보조주방 제공과 원격점검 시스템 제공에 대한 필요도가 타 연령에서와 달리 높게 나타나 기본적으로 사용하는 생활편의와 첨단기술과 관련된 부분의 요구가 높음을 알 수 있다. 따라서 65세 이상 노인인구 비율이 7%를 넘어서 고령화 사회에 접어들어 대구지역 인구학적 특성<sup>15)</sup>을 감안할 때 생활편의와 첨단기술과 관련된 요소들을 실제 노인의 요구를 반영하여 다양한 적용 방안으로 개발하는 등의 차별화를 건설사에서 시도해야 할 것으로 사료된다. 한편 연령이 낮을수록 초고속 정보통신망, 컬러 비디오폰 및 첨단 도어록의 필요도가 높았는데, 이는 첨단 기술과 관련된 요소들의 특징을 주로 젊은 세대들이 잘 인지하고 있기 때문으로 분석된다. 따라서 첨단시스템과 관련된 요소들을 현대인의 생활에 대한 연구를 기초로 하여 다양한 적용 방안을 모색해야 할 것으로 보인다.

본 연구를 통해 평형별, 연령별에 따라 필요로 하는 아파트 차별화 아이টে이 각각 다른 것으로 파악되었다. 이에 소비자에게 미치는 영향을 감안한 차별화 아이টে은 건설사의 중요한 마케팅 전략으로 작용될 것이다. 따라서 아파트 시장이 점차 세분화됨에 따라 여러 대상을 중심으로 수요자를 위한 전략이 요구되고 있는 현 시점에서 특히 주거의 실사용자 측면에서 접근한 차별화 아이টে에 대한 필요도의 차이를 파악하는 것은 중요한 의미가 있다고 생각된다. 본 연구의 분석방법과 결과는 향후 대구지역을 고려한 주거 디자인으로 건설사의 차별화 및 효과적인 대구지역 마케팅 전략의 토대를 수립하기 위한 연구 자료로 활용되어질 것이다. 본 논문은 조사대상자를 대구지역 3개 구의 거주자로 표집 하였으므로 그 결과를 일반화하는 데는 다소 한계가 있다. 이에 차후에는 조사대상 및 지역을 확대할 필요가 있다.

#### 참 고 문 헌

1. 임보련(2006), 브랜드 아파트 이미지 선호에 따른 주거공간 차별화 계획요소에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문.
2. 이명아(2003), 시장세분화를 통한 아파트 단위세대의 차별화 전략에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문.
3. 배정익·손재룡·이경희(2003), 브랜드 아파트의 차별화 계획요소에 대한 거주자의 선호도 조사연구, 대한건축학회 논문집, 제19권 제9호.
4. 신중진·박성진·김명훈·김태엽(2004), 수요자의 요구와 아파트 단위세대 평면 계획의 상관관계에 관한 연구-용인지역을 대상으로, 대한건축학회논문집 계획계 제20권 제2호.
5. 이병영·최경란(2003), 주거공간 내 가족유형별 사용행태에 따른 실내공간계획에 관한 연구, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집 제5권 제5호.
6. 하미경·임보련(2005), 웰빙 트렌드에 따른 아파트의 건강 관련 실내디자인요소에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집, 제14권 제3호.

(接受: 2006. 9. 22)

15) 대구시 65세 이상 노인인구는 191,748명으로 2004년 말 대비 5,235명이 증가하여 전체 인구의 7.6%를 차지하고 있음. 이는 대구시가 고령화 사회에 진입한 것을 의미함