

상업공간 실내조경이 경영적 효과에 미치는 영향

Influence of Interiorlandscape in Commercial Spaces on the Management Benefit

김수연 · 이종석

서울여자대학교 원예학과

Kim, Soo Yeon · Lee, Jong Suk

Dep't of Horticulture, Seoul Women's University

I. 연구목적

자연요소를 도입시켜 실내환경의 질을 향상시키려는 실내조경의 문제도 오늘날과 같은 자본주의 시장경제 체제하에서는 경영 전략적인 차원에서의 고찰이 필요하게 되었다. 특히 대형상업용 건물의 실내조경은 다양한 식물의 도입과 설비로 인하여 비용과 면적의 소요가 많으므로 요즘과 같은 급변하는 경영환경속에서는 투자에 대한 불확실성을 감소시키고 변화를 예측할 수 있는 효과검증을 위하여 본 연구가 진행되었다.

따라서 본 연구는 실무자나 경영주에게 실내조경 투자의 신뢰감을 주고 마케팅관점에 입각한 설계를 도모하도록 하여 보다 많은 실내조경의 요구가 창출되도록 하기 위하여 경영주와 소비자를 만족시키는 경영적 효과요인을 알아내는데 목적을 두고 경영활동의 주체가 되는 경영주의 실내조경 설치후 만족도 조사와 소비자의 매장선택시 태도조사 및 실내조경 전문가의 인식도 조사를 실시하였다. 이를 통계분석 처리하여 경영효과에 영향을 미치는 변수요인을 추출해내고 이들 변수에 영향을 미치는 물리적 요인 즉, 설계관련 요인을 분석해냄으로서 전략적인 실내조경 설계의 방향을 제시하도록 하였다.

II. 연구방법

연구는 실내조경 전문인의 인식도조사와 소비자 태도조사 및 경영주의 만족도조사 순으로 진행하였는데, 전문인조사에서는 상업공간의 기초조사로서 실내조경의 도입필요성, 도입의 이유, 적합한 장소, 바람직한 유형, 실내조경 설치후 느낌, 설계시 고려하는 점, 실내조경의 소재, 등을 실내 및 실외 조경 전문인을 대상으로 설문지 조사를 실시하였고 회수된 것중 부실한 것을 제외한 다음 통계처리 하였다. 소비자 태도조사는 서울거주 20대 남녀 232명을 대상으로 설문 조사를 실시하였는데, 이때, 설문은 15가지 변수를 선정해 주고 4가지 업태(은행, 백화점, 호텔, 식당)별로 각 매장을 선택할 때, 중요시하는 정도를 4점척도를 이용하여 평가하도록 하였다. 설문의 변수 내용은 크론바 알파 테스트를 통하여 신뢰성을 검증하였고 테스트 결과 87%의 높은 신뢰성을 나타내었으므로 조사를 수행하였다. 설문의 15개 변수는 1.종업원의 친절도 2.광고 3.건물의 외부디자인 4.조경 5.실내장식 6.부대시설 7.교통의 편리 8.주차시설 9.상품 10.가격 11.매장규모 12.매장인지도 13.이벤트 14.청결도 15.체인점규모로 구성되었다.

실내조경 설치후 만족도 조사는 관찰과 인터뷰조사 및 설문조사법을 병행하여 실시하였는데, 관찰과 인터뷰 설문으로는 조경형태, 조경스타일, 식재타입, 조경면적, 유지기간을 평가하여 조사자가 표시하였고 설계 및 시공비, 관리비, 설치동기등은 인터뷰를 통하여 조사하였으며 만족도를 측정하기 위하여 실내조경을 설치한 경영주에게 체류성, 접근성, 대상, 이미지성, 효율성, 차별성, 안락성, 청결성, 인상성, 녹음성, 흥미성, 조화성, 공기정화, 소음, 먼지, 환경변화등의 포괄적인 20개 변수로 구성된 설문을 리커트 척도방식중 5점척도를 이용하여 만족의 정도를 표시하도록 하였다. 이들 변수들중 요인분석을 통하여 경영만족효과변수를 찾아내고 이들과 물리적요인(조경형태, 조경스타일, 식재타입, 조경면적, 유지기간, 설계 및 시공비, 관리비)과의 상관관계를 수량화 분석(Quantification)방법으로 밝혀 보았다.

III. 연구결과

1. 실내조경 전문가의 인식도조사

상업공간과 비상업공간 실내조경의 차이점을 알아보기 위하여 실내조경 설계 및 시공관련자와 학계종사자로 구성된 전문인 그룹을 대상으로 실시한 인식도조사에서는 실내조경의 도입필요성은 매우 바람직하다가 65%로 지극히 긍정적인 결과를 얻었고 실내조경의 도입이유는 환경의 쾌적이 87%로 심리적 요인이나 미적 요인보다 환경요인이 크게 작용했다. 실내조경을 도입하지 않는 이유로는 관리의 어려움이 49%로 설치면적이나 소요면적보다 관리상의 문제가 가장 큰 비중으로 나타났다. 실내조경을 도입하기에 적합한 장소로는 장소에 따라 다르다가 46%로 특정장소 즉, 매장 입구, 로비, 통로, 휴게실 보다 건물의 특성에 맞추어 적용하는 설계가 바람직하다고 응답하였다. 바람직한 유형으로는 정원형태가 76%로 압도적으로 많았고 행잉이나 컨테이너 박스 및 화분형태는 적은 비율로 나타났다. 설치후 느낌으로는 쾌적함이 62%로 압도적이었다. 설계시 고려사항으로는 식물의 적응도가 62%로 나타났으며, 실내조경에 가장 많이 사용하는 소재로는 분수가 64%로 많았다. 즉, 전문인의 인식도조사결과를 통하여 만족도조사의 기본 틀을 마련할 수 있었다.

2. 소비자 태도 조사

서울 거주 20대 남녀 200명을 대상으로 조사한 결과 호텔에서는 청결도,종업원친절도,실내장식순으로 중요하였고, 실내조경은 15개 변수중 7위를 차지하였다. 은행은 13위였으며, 식당은 12위, 백화점은 15위를 차지하여 실내조경은 백화점이나 호텔 은행에서는 영향력이 적으며, 호텔에서 비교적 선택에 큰영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 그러나 호텔, 은행,식당에서는 변수중 이벤트나 광고보다 실내조경이 높은 중요도를 나타내므로 홍보전략으로 매장의 환경개선은 의미 있다고 볼 수 있다. 사용된 15개 변수를 요인별로 그룹을 만들었을때,실내장식과 실내조경, 건물의 외부디자인, 부대시설, 이벤트가 환경 관련 서비스요인으로 분류되었고, 상품, 가격, 체인점규모, 광고, 매장인지도가 상품관련 서비스 요인으로 매장규모, 교통편리, 주차시설, 종업원 친절도가 편의시설 관련 서비스 항목으로 분류되었다. 이를 종합해 보면, 효과적인 실내조경 설계전략은 상업공간 가운데, 호텔실내조경이 소비자에게 가장 영향을 주기 때문에 상업공간 중 호텔의 실내조경을 보다 적극적으로 연구해야 하겠고 은행과 식당은 비용이 절감될 수 있는 식재형태와 조경스타일의 연구가 필요하겠다. 백화점은 면적을 최소화하고 관리를 청결히 할 수 있는 식재계획이 가장 경영효과를 높여주는 것으로 나타났다.

3. 설치후 만족도 조사

실내조경 설치후 만족을 나타내는 요인을 알아보기 위하여 실내조경이 설치된 상업공간의 경영주 100명을 대상으로 인터뷰조사 하였을때, 설치후에 나타날 수 있는 만족변인을 이용하여 만족도를 조사한 후 조사한 변수들을 요인별로 묶어보면, 매장관련 요인, 분위기 관련 요인, 환경관련 요인으로 분류가 되고 그중 경영적 효과와 관련된 매장관련 요인으로는 매장에 사람이 많아지는것(접근성), 체류시간이 길어지는것(체류성), 매상이 오르는것(매상), 이미지를 기억하고 다시 찾아오는것(이미지성), 공간활용을 효율적으로 할 수 있는것(효율성), 신기하거나 매력적인것(흥미성), 다른 장소와 차별화되는것(차별성)이 선정되었다. 이때, 경영효과 관련변수에 영향을 미치는 물리적 설계요인을 알아보기 위하여 수량화분석을 통한 상관관계를 알아보았을때, 접근성, 체류성, 매상은 조경스타일이 가장 상관관계가 높았고 이미지성은 유지기간과 식재타입이 상관관계가 높았고, 효율성과 흥미성은 식재타입이 가장 상관관계가 높았으며, 차별성은 설치비용이 가장 상관관계가 높았다. 종합해 보면, 경영적 효과에 영향을 미치는 설계의 방향은 입체적으로 공간에 식물을 도입하는 오버랩스타일과 실내분위기에 맞춘 식재대를-이용한 식재스타일이 고객의 구매력을 가장 향상시키는 것으로 최종 분석되었다.