

국내주택업체의 단위세대 품질의 차별화 실태조사연구

A Study on the Current Condition of Quality Differentiation of the Apartment Unit Quality
Planned by Domestic Housing Companies

조인식* 박태근**
Cho, In-Sig Park, Tae-Keun

요약

정부의 대량주택공급정책 등으로 인한 고객중심으로의 시장변화는 자연히 주택 공급업체로 하여금 품질의 경쟁시대를 맞이하도록 하였다. 이러한 품질경쟁시대에서 빠르게 변화하는 고객의 요구품질에 부응하는 주택상품기획 방향을 모색하기 위한 선행연구로서 현재 우리 주택시장에서 이루어지는 주택상품의 단위세대 품질의 차별화 사례유형에 대한 실태분석을 실시하였다. 조사 및 분석 결과 많은 사례들이 단순히 마감자재의 고급화나 일시 유행적인 친환경자재의 사용과 부분적이고 단속적인 생활편의품과 설비시스템의 건축요소와의 결합 등을 통한 상품품질의 차별화를 꾀하고 있었다. 본 연구결과 주택상품의 차별화 기획은 고객을 중심으로 하여 단위세대의 품질 요소 중 건축지향적인 평면 및 인테리어요소와 기술지향적인 설비 및 제품요소의 유기적인 융합을 통한 품질의 차별화가 이루어져야 할 것으로 판단된다. 향후 주택상품기획단계에서는 고객 개념의 재정립을 통한 사람중심의 지속가능한 차별화 계획요소에 대한 연구 및 고객 지향적 주택상품기획 절차의 마련이 필요한 것으로 연구되었다.

키워드: 주택상품, 단위세대, 차별화, 주택기획

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

소비자 중심의 주택시장의 변화는 주택공급업체로 하여금 상품의 제조단계의 품질관리 위주 경영에서 고객의 가치 추구를 사전에 잘 반영하기 위한 창조형 품질기획을 중요시하는 환경으로 그 패러다임을 변화시켰다.

아울러 2012년경을 목표로 하고 있는 주택후분양제의 시행은 사업초기 상품기획의 중요성을 더욱 가중시키고 있다. 즉 고객에게 환영받지 못한 시장에서의 실패는 고스란히 업체의 재정적 부담으로 이어져 회사의 경쟁력 악화가 되는 원인이 되기 때문이다.

또한 이제 막 시작단계인 분양가상한제의 시행은 주어진 원가 범위 내에서 고객지향의 상품품질기획을 통한 타사와의 경쟁을 더욱 치열하게 할 것이고 고소득자의 꾸준한 증가 역시 그 필요성을 더하게 할 것이다.

이러한 시장의 환경에 부응하기 위한 주택업체의 대응 모습은 주로 주거단지의 외부 조경이나 친환경 녹지 공간조성 등의 방법에 의한 차별화에 중점을 두어 추진하고 있는 모습이나 향후 신규택지개발지의

공급의 한계와 구도심 재정비사업의 활성화는 Compact & Smart-City, U-City 개념의 문화 및 주상복합 주거유형이 더욱 일반화 될 것으로 예상되어 단위세대 전용부분에 대한 품질의 차별화는 앞으로 더욱 중요시 될 것으로 판단된다.

따라서 본 논문은 현재 이루어지고 있는 주택공급업체의 단위세대에 대한 상품품질의 차별화 사례를 대상으로 유형 및 실태분석을 실시하여 향후 고객만족을 위한 바람직한 공동주택 상품의 품질차별화 방향을 모색해보고자 한다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 조사연구의 범위는 민간업체가 건설하여 공급하는 중대형아파트를 대상으로 하였으며 세대 전용부위인 단위세대의 품질요소를 구성하는 평면요소, 인테리어요소, 제품요소, 설비시스템요소를 대상으로 한정하였다.

조사대상으로는 현재 주택사업을 영위하고 있는 업체 중에서 독자적인 브랜드를 사용하고 있는 55개 업체의 82개 분양 지구를 대상으로 선정하였으며 최근의 주택상품의 자료를 얻기 위하여 2006년 하반기에서 2007년 상반기 중에 분양되어진 전용면적이 85~135제곱미터의 비교적 업체 간의 제품경쟁이 심한 제품을 그 대상으로 선정하였다.

각 브랜드 회사 업체의 분양지구 인터넷 홈페이지

* 일반회원, 목원대학교 대학원 박사과정 choinsig@korea.com

** 종신회원, 목원대학교 건축공학과 정교수, 공학박사

에서 제시하고 있는 단위세대 품질에 대한 상품의 특장점에 관한 자료를 수집하여 K.J법(일명 친화도법)을 사용하여 유형별 사례를 분석하였으며, 아울러 각 차별화 사례에 대한 고객의 반응을 파악하기 위하여 각 분양사무소의 담당자를 통하여 의견을 조사하여 보았다.

2. 주택상품 차별화의 흐름

2.1 차별화

차별화의 사전적 의미에는 성질또는 종류에 따라 서로 다른 것을 구별하는 것으로서의 differentiation과 기본적으로 평등한 지위의 집단을 자의적인 기준에 의하여 불평등하게 대우하는 것으로서의 discrimination의 두 가지 뜻을 내포하고 있으며(김대현1999,4) 본 논문에서의 차별(differentiation)은 마케팅 믹스의 한 요소인 제품에 대한 품질의 차별화를 통한 우위가치 확보를 의미한다.

2.2 주택상품의 차별화의 경향

최근 주택상품은 지속가능한 개발, 친환경 개발, 첨단화 주택개발 등이 이슈가 되어 상품에 반영되고 있다. 특히 웰빙, 로하스 등의 건강하고 쾌적한 주택과 스마트, 인텔리전트 주택 등의 첨단 정보화 주택들이 속속 주택시장에 공급되어지고 있다.

이러한 주택상품의 변화에는 사회여건의 변화, 기술의 진전, 그리고 이에 따른 고객의 생활양식의 변화에 서로 상호관계를 이루며 변화해 나가고 있다.

동시에 고객을 둘러싼 환경과 여건의 변화는 결국 고객의 생활양식의 변화를 가져오고 이를 충족시키기 위한 각종의 기술의 진전이 차별화를 위한 새로운 상품개발을 유도하며 순환해가는 과정을 반복하며 진행되고 있다.

<표1>에서 볼 수 있는 바와 같이 현재 주택상품의 차별화 경향은 친환경, 첨단화, 다양화, 고급화, 고기능화로 대별해 볼 수 있다.

<표1> 주택기술의 변화

사회 여건 변화	원인/관련변화	단위주거상품에의 영향
정보화	유비쿼터스, 정보네트워크, 홈메니지먼트	고도의 정보기기 시설증대, 인텔리전트(스마트)주택
고기능화 (첨단화)	편리성추구	가사경감설비주택, 인공지능주택
부품, 조립화	가변성	가변형 주택
친환경화	환경에 대한 인식 증대	친환경자재사용, 친환경설비, 에너지절약설비

3. 실태분석결과

3.1 평면요소

평면요소 부위에 대한 차별화 사례분석결과로는 <표 2>에서 보는 바와 같이 친환경 추구 경향으로 인하여

조망을 위한 주방, 욕실, 등의 남측배치와 조망창의 개소나 면적을 확대하여 계획함으로써 차별화를 추구하고 있다. 공간 다양화의 추구 사례로는 발코니를 이용한 각종 실의 확장형 평면계획사례와 거실과 침실 또는 침실 간 가변 벽 설치 방법에 의한 인접 공간간의 용도의 가변성부여 평면과 더불어 취미실, 연주실 등 생활 패턴의 변화에 따른 새로운 용도의 공간으로의 활용이 가능한 평면계획을 적용한 사례 등이 있었다.

또한 발코니를 활용한 보조주방의 설치, 현관 전실 기능의 마당발코니설치, 외부 돌출 화단의 설치 등이 차별화를 위하여 상품에 반영되고 있었다.

<표2> 평면요소의 차별화

매우 좋음 ● 좋음 ○ 보통 ○

실명	차별화사례	차별화방법	고객반응
안방	<ul style="list-style-type: none"> · 7자형 2면창호 설치평면적용 -대구월배 현대 힐스테이트 · 안방창호 높낮이선택 -무학산 벽산 블루밍) 	친환경추구	●
		친환경추구	○
침실	<ul style="list-style-type: none"> · 가변형평면적용(침실1개→2개) -남양주진접 동부 센트레빌 	공간의다양화	○
거실	<ul style="list-style-type: none"> · 7자형 2면창호 설치평면적용 -강릉홍제 현대 힐스테이트 · 가변형평면적용(침실<—>거실) -남양주진접 동부 센트레빌 	친환경추구	●
		공간의다양화	○
주방	<ul style="list-style-type: none"> · 아일랜드형 평면적용 -제천하소 힐스테이트, 송내 자이 · 남측배치형 평면적용 -부천송내 자이 · 보조주방설치 -구미 코오롱 하늘채 	공간의다양화	●
		친환경추구	●
		편리성추구	●
욕실	<ul style="list-style-type: none"> · 샤워/세면공간 분리형평면 -부천송내 자이 · 외부조망이 가능한 평면배치 -진주 대우 푸르지오 	공간의다양화	○
친환경추구	●		
현관	<ul style="list-style-type: none"> · 전실(마당기능공간)및발코니설치 -포항 sk view 	공간의다양화	●
발코니	<ul style="list-style-type: none"> · 발코니확장형평면 -포항 sk view · 돌출형 발코니 화단설치 -파주현대 힐스테이트 · 세탁기 전용공간설치 -남양주 진접 동부 센트레빌 · 독립형 에어컨실설치 -남양주진접 동부 센트레빌 · 포켓 발코니설치 -남양주진접 동부센트레빌 	공간의 다양화	○
		친환경추구	●
		편리성추구	○
		공간의 극대화	○
		친환경추구	●

3.2 인테리어요소

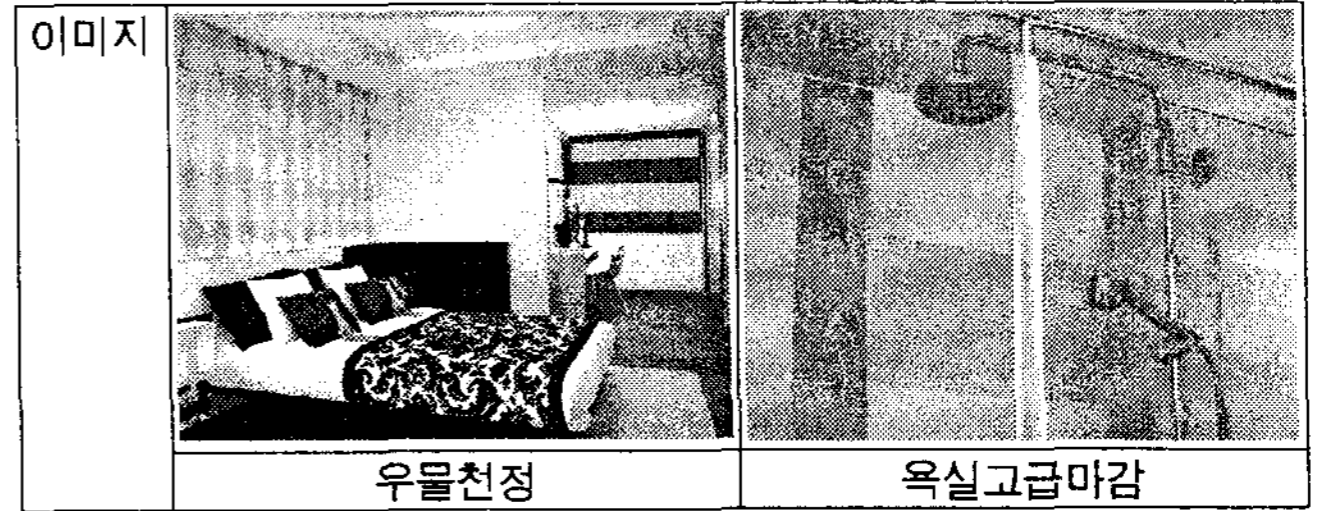
인테리어 요소 부분에서는 <표 3>에서 볼 수 있는 바와 같이 특히 아트 월과 우물천정 등의 고급 인테리어 부위가 점차 확대 적용되는 경향을 보이고 있었다. 그 결과 그동안 등한시 하였던 거실 소파위치 뒷 벽면이나 주방, 복도, 현관부위에 아트 월을 설치하거나 침실, 주방천정에 우물천정을 설치하고 욕실 천정에 기성 제품인 돔형 제품을 설치하여 차별화를 시도하고 있었다.

그 밖의 특징으로는 각종 마감자재의 고급화나 친환경 자재의 적용사례가 대부분 일반화 되었을 정도로 많은 제품에 적용되고 있었다.

또한 마감 벽과 같은 부위에 색상이나 재질의 선별을 통하여 디자인 포인트를 강조하는 사례가 있었다.

<표3> 인테리어요소의 차별화유형

실명	차별화사례	차별화방법	고객반응
거실	· 양면 아트월설치 -거제 자이,	고급마감확대	●
	· 황토벽 아트월설치 -대구진천계룡 리슈빌	친환경추구	●
	· 원목마루갈기 -부산연제, 강릉홍제 힐스테이트	친환경자재	○
	· 층간 소음방지재설치 -부산연제 힐스테이트	친환경추구	●
	· 우물천정설치 -부산연제 힐스테이트	고급마감확대	●
	· 복도면 아트월설치 -진접 동부센트레빌	고급마감확대	●
욕실	· 천연대리석마감재적용 -부산연제 힐스테이트,	고급마감재	○
	· 포인트 벽타일마감 -진접 센트레빌	디자인차별화	○
	· 돔형 디자인천정설치 -대구월배 힐스테이트	고급제품사용	●
	· 미끄럼방지타일마감 -충주연수 힐스테이트	안전추구	○
주방	· 고품격타일마감 -대구월배, 충주연수 힐스테이트,	고급마감재	●
	· 아트월설치 -거제 자이	고급마감확대	●
	· 고급천연대리석마감 -대구앞산 힐스테이트	고급마감재	●
	· 우물천정설치 -거제자이, 부산연제힐스테이트	고급마감확대	●
	· 천연석 아트월설치 -거제 자이	친환경자재	●
현관	· 아트월설치 -거제 자이	고급마감확대	●
	· 디딤판에 천연석재마감 -대구앞산힐스테이트, 남원두산위브	고급마감재	○
	· 현관중문설치 -거제자이	고급마감확대	○
도어시스템	· 천연대리석 상판마감 -강릉홍제 힐스테이트,	고급마감재	○
공통	· 친환경소재 도배지마감 (소나무, 녹차, 참숯<황토등>) -포항 sk view, 진접 센트레빌	친환경자재	○
	· 친환경 소재 바닥재마감 -제천하소 현대힐스테이트	친환경자재	●
	· 친환경소재 페인트마감 -대구월배 힐스테이트,	친환경자재	○
	· 친환경 소재 접착제사용 -포항sk view, 진접 센트레빌	친환경자재	○


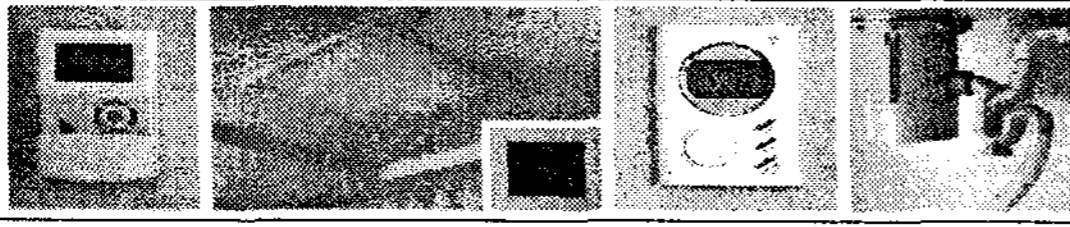


3.3 설비시스템요소

설비시스템 요소와 관련해서는 최근 고객들의 이 분야에 대한 많은 관심이 반영된 결과인지 비교적 다양한 분야에 걸쳐 차별화를 시도한 많은 사례가 있었으나 실제 내용에 있어서는 시스템화, 첨단화, 정보화 추구경향이 업체 간에 보편화되어가는 양상을 보이고 있었으며<표4>에서 보는 바와 같이 유형사례로는 웰빙과 친환경추구를 위한 공기청정시스템, 정수시스템, 자동환기시스템과 경제성 추구를 위한 절수시스템, 에너지절약시스템, 그리고 첨단 안전시스템, 초간편시스템을 적용한 사례가 있었다.

<표4> 설비시스템요소의 차별화유형

실명	차별화사례	차별화방법	고객반응
주방	· 친환경 웰빙시스템 (음식물쓰레기탈수기, 정수설비 스텐레스배관) -부산연제, 파주, 강릉홍제, 힐스테이트, 진접동부센트레빌, 포항 sk view,	친환경추구	●
	· 첨단안전관리시스템 (주방가스차단및소화) -거제자이	안전성추구	●
	· 초간편시스템(주방tv폰) -파주 힐스테이트	편리성추구	○
	· 에너지절약시스템 (센서식절수밸브) -파주힐스테이트	경제성추구	●
거실	· 원터치식 세제디스펜서 -부산연제 힐스테이트	경제성추구	●
	· 첨단정보통신시스템 (홈네트워크, 초고속정보통신, 문자자막서비스, 위성방송및케이블tv, 전자책도서관서비스, 세대무선랜) -포항sk view, 거제자이, 진주초전 푸르지오,	첨단정보	●
	· 친환경및웰빙시스템 (실내자동환기시스템) -서초, 송내자이, 창원 신성 미소지움, 파주힐스테이트	친환경추구	●
	· 초간편시스템 (가스난방원격제어검침, 에레베이 이터호출시스템) -포항sk view, 파주힐스테이트, 거제자이	편리성추구	●
욕실	· 고품격 월플록조설치 -광려천 벽산블루밍	고급제품	●
	· 고품격 카운터형 세면기설치 -대구신천두산위브	고급제품	●
	· 첨단안전관리시스템 (욕실비상 콜버튼, 스피커폰) -포항sk view, 대구월배힐스테이트, 통영 죽림 푸르지오	안전성추구	●


	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경 첨단웰빙시스템 (반신욕겸용욕조, 전자비데, 다기능바디샤워기) -포항sk view, 부산연제 대구앞산 힐스테이트 · 첨단에너지절약시스템 (절수형 양변기, 고효율보일러) -부산명안 계룡 리슈빌 대구앞산 힐스테이트 · 원적외선 사우나 브스설치 -포항 현진에버빌 	웰빙추구	●
현관	<ul style="list-style-type: none"> · 첨단안전관리시스템 (외부방문자 자동기록장치) -송도 더# · 초간편시스템 (조명일괄소등장치) -포항sk view, 강릉홍제 힐스테이트 	첨단절약	●
		첨단안전	●
안방	<ul style="list-style-type: none"> · 초간편시스템(안방다기능리모컨) -제천하소 힐스테이트 남양주전점 롯데캐슬 	편리성추구	●
발코니	<ul style="list-style-type: none"> · 첨단안전관리 (외부침입감시) -거제자이, 송도 더# · 전동 빨래건조기설치 -대구진천 계룡리슈빌 수유 두산 위브 	첨단안전	●
		편리성추구	●
공통	<ul style="list-style-type: none"> · 초간편시스템(중앙진공청소기) -서초 자이 	편리성추구	●
이미지	 <p>디지털 홈 네트워크 시스템</p>  <p>웰빙, 친환경시스템</p>		

3.4 제품요소

아울러 제품요소에 관하여는 <표5>의 내용과 같이 가구부분은 주로 공간이용의 극대화와 마감재의 고품격화 및 가구의 기능성향상 등을 통하여 차별화를 시도하였으며, 기타 제품은 특히 주방생활과 관련하여 냉동고등 편의품을 추가설치하므로써 타 경쟁사와의 차별화를 추구한 유형이 많이 적용되고 있었다.

<표5> 제품요소의 차별화 유형

실명	차별화사례	차별화방법	고급등급
침실	<ul style="list-style-type: none"> · 고품격 대형 수납장설치 -포항sk view, · 안방 차음성능도아 -화성향남 한일, 송도 더#, 	공간의극대화	◎
		고기능성	●
욕실	<ul style="list-style-type: none"> · 노약자용 높낮이조절기능제품 -무학산 벽산블루밍 · 휴지걸이겸용잡지꽂이설치 -남양주 롯데캐슬, 부산연제 힐스테이트 · 거울겸용슬라이딩문욕실수납장 -남양주 롯데캐슬, 통영죽림 푸르지오 · 고품격 월플록조설치 -무학산 벽산블루밍 	편리성	●
		공간의극대화	●
		공간의극대화	◎
		고급제품	●
주방	<ul style="list-style-type: none"> · 빌트인시스템가구설치 -거제자이, 강릉홍제, 충주연수 힐스테이트 · 주방편의품추가설치 (쌀냉장고, 행주살균기, 광파오븐, 과일세척기, 와인장식장식기세척기) -강릉홍제 힐스테이트, 거제자이, 	시스템화	●
		편리성	●

	<ul style="list-style-type: none"> 진주초전 푸르지오, 대구앞산, 부산연제 힐스테이트 · 싱크상판에 고급대리석마감 -대구앞산벽산 블루밍 · 와인 장식장설치 -거제자이 · 고급 렌지후드설치 -부산연제 힐스테이트 	고급마감재	◎
현관	<ul style="list-style-type: none"> · 기능성 신발장설치(회전식, 신발살균기) -거제자이, 대구중리롯데캐슬, 평택 비전 미소지움 · 현관양측 대형수납장설치 -진접동부센트레빌, 부산연제힐스테이트 	고기능성추구	●
		공간의극대화	●
이미지		가구마감	
		주방가구마감	
		편의제품	
		잡지꽂이	

4. 결 론

본 연구는 치열해져가는 공동주택 상품시장에서의 타사와의 상품개발경쟁에서 우의가치를 갖는 차별화된 상품개발을 위한 기초연구 단계로서 업체별 차별화 사례를 유형별로 분석하여 실시하였고 사례별 고객의 반응을 분양업무 담당자의 의견조사를 실시해본 바, 그 결과는 다음과 같다.

평면요소와 관련한 사례는 비교적 다양하지 못한 반면 인테리어요소나 제품 및 설비시스템의 차별화는 비교적 다양하게 시도되고 있음을 알 수 있다. 그러나 인테리어요소는 단순히 마감자재의 고급화나 친환경 자재의 사용, 그리고 제품요소부분 역시 건축계획 요소 보다는 단순히 생활 편의품의 추가로 설치하는 등의 고객의 일시적 흥미나 관심을 유도하기 위한 부분인 점은 향후에 개선이 필요하다.

설비시스템의 차별화의 경우 점점 시스템화하는 경향이 나 실제로는 첨단화나 정보화된 제품요소의 단순결합에 의한 주거공간에 삽입되어있는 양상으로 향후 구축되어가는 U-city 개념과 유기적으로 연계하여 주택외부공간에서 공용공간과 단위세대공간으로 흐름이 고려된 유비쿼터스 주택상품으로의 차별화가 요구되며, 단위세대 내에서는 생활가전제품등과 가구 및 인테리어 등의 건축요소와 자연스럽게 융합되어 디자인과 기술이 사람이 중심이 되도록 편리한 생활을 지원하는 시스템이 되도록 품질의 차별화 기획이 필요하다.

참고문헌

1. 김대현, 1999, 아파트단지 옥외공간 차별화 방안에 관한연구:시장세분화를 중심으로, 서울대학교 조경학 석사학위논문.

Abstract

The mass housing supply policy of the government has resulted in the customer-centered market, and thereby the age of quality competition in the industry. In line with this trend of quality competition, therefore, this preliminary study aims to investigate the requirements of housing product planning to live up to the needs of customers in terms of quality, and thus analyze the types of quality differentiation of a housing product unit in our housing market. It turned out that many cases attempted differentiation in such ways as merely using luxurious finishing materials and instantly popular environment-friendly materials, and combining partial and limited household items with architectural elements of the facility system. The result of this study shows that the differentiation plan of housing product should be customer-centered, and therefore, focus on quality differentiation through organic combination of architecture-oriented plane and interior elements with technology-oriented facility and product elements. Hereby, in the future, housing product planning should include sustainable differentiation plans with reconsideration of concepts that customers have, and the needed procedure.

Key words>> housing product; apartment unit; differentiation; housing plan
