

서울시 거주자의 주택상담과 자료 요구도에 관한 연구

Needs for the Housing Consultation and Information about Housing in Seoul Area

경희대 아동·주거학과

교수 洪亨沃

건국대 소비자·주거학과

교수 姜淳柱

건국대 소비자·주거학과

교수 權五晶

중앙대 가정관리학과

교수 李慶姬

경희대 아동·주거학과

교수 朱瑞令

인천대 가정관리학과

교수 崔在順

가톨릭대 소비자·주거학과

교수 崔貞信

Dept. of Housing, Child and Family Studies, Kyunghee Univ.

Prof. : Hong, Hyung Ock

Dept. of Consumer Science and Housing, Kunkuk Univ.

Prof. : Kang, Soon Joo

Dept. of Consumer Science and Housing, Kunkuk Univ.

Prof. : Kwon, Oh Jung

Dept. of Human Life and Environment, Chungang Univ.

Prof. : Lee, Kyung Hee

Dept. of Housing, Child and Family Studies, Kyunghee Univ.

Prof. : Chu, Seo Ryeung

Dept. of Home Management, Incheon Univ.

Prof. : Choi, Jae Soon

Dept. of Consumer Science and Housing, Catholic Univ. of Korea

Prof. : Choi, Jung Shin

〈목 차〉

I. 연구목적	IV. 결과해석 및 논의
II. 연구배경	V. 결론
III. 연구대상 및 연구내용	참고문헌

〈Abstract〉

This study aimed to obtain some basic data for the housing consultation and information about housing through survey of needs for the housing consultation.

Respondents were housewives from 395 households living in Seoul area. Questionnaire was used for survey and the collected data were classified by two items such as types of residence and age of housewives. The survey was performed during two weeks in September, 1997 and analyzed by frequency, mean and percentage using SAS program.

The findings are as follows;

(1) According to the actual conditions of housing consultation, the main source of information related to housing was a newspaper. Those who had experiences of housing consultation were 49.9% of the respondents, and the residents of detached house had much more opportunities than those of multi-family house.

The most frequent agency for housing consultation was a realty dealer, showing 65.8%. However, the percentage of visiting permanent housing exhibition centers was high among the people aged 20 to 30, noted 20.4%.

(2) Level of understanding housing consultation showed 3.45 points among 5. This result indicated that the service system of housing consultation were required. Architects and interior designers were most preferred as specialists whom the respondents wanted to consult with.

As to the contents of consultation, the most required item was changing of interior space(22.6%). In case the housing information leaflet is sold, the respondents were willing to pay 523 won for each of it.

(3) Among leaflets related to various information leaflets about housing purchase were most preferred(21.0%).

According to the result of the survey, the need for the information about housing purchase indicated higher preference than about housing management. The fact could be thought that consumers' consciousness of housing should be changed. Therefore, it is desirable to lead consumers to lengthen the expected life span of their house and value happiness of the house by providing them with consulting systems about housing management, through housing consultation materials and development of its programs.

I. 연구목적

우리 사회에서 주택은 공공서비스 차원으로 제공 되는 것이 아니라 상품으로서 매매되고 있다. 주택은 다른 상품과는 달리 위치가 고정되어 있으며 고가이고 분리하여 구입할 수 없다. 또한 종류가 매우 다양할 뿐 아니라 장기간에 걸쳐서 유지관리해야 하는 대상이며 각 가정의 자산이기도 하다. 이로 인해 주거생활에 대한 문제점은 다양하게 나타나고 있지만 이러한 문제들을 어떻게 해결하고 있는지에 대해서는 별로 연구된 바가 없다. 단지, 주변에 제공되는 잡지, 신문, 부동산중개소, 건설회사가 운영하는 상담기관을 이용하였을 것이라고 추측할 수 있으며, 제반문제들의 처리와 정보획득을 위해 상담이 필요한 경우에도 비전문적인 주택상담을 해 왔을 것으로 짐작할 따름이다.

이에 본 연구의 목적은 우리나라 실정에 맞는 전문적인 주택상담의 정착을 위한 방향설정이 필요한 시점에서, 주거생활 전반에 대한 상담기관, 주거상담 내용과 관련자료에 대한 요구 정도를 파악함으로써 주택상담 활성화를 위한 다양한 정보개발의 기초자료를 제공하는 데 있다.

II. 연구배경

주택문제상담은 그 목적에 따라서 미국처럼 지역 사회서비스의 일환으로 대학의 부속기관이 주관하는 경우도 있고, 일본처럼 국가 외 연구기관이나 기반 시설 공급업체들이 주민계도와 홍보차원에서 이루어 지는 경우도 있다. 미국에서는 주립대학의 농학부와 가정대학을 중심으로 1914년에 설립된 Cooperative Extension Service(CES)라는 부속기관이 지역의 사회 교육 활동의 일환으로서, 각종 강좌를 개최하고 상담업무 및 팸플릿 발행 등 여러 가지 생활 정보의 발신지로서의 역할을 다하고 있다. 그러한 업무 중에서 주거관련 정보는 주로 대학교수를 중심으로한 주거전문가에 의해 제공되고 있으며, CES활동에 참여하는 대학이 총 74개로 알려져 있다(棟廣子의 3人, 1994).

미국의 CES는 사회교육기관으로 설치되어 「연구실이나 실험실에서 개발된 기술과 연구를 기초로 한 지식을 널리 커뮤니티에 보급한다」는 것이 목표이며, 연구지식의 실제적 응용과 개량된 기술훈련교육, 나아가 실현 촉진으로 이어진다(棟廣子의 3人, 1994). 미국에서 대학이 지역에 제공하는 주정보를 간행물에 의거해 분석한 자료에 의하면, 주거에 관련된 정보는 주거관리(28.0%), 주거계획(20.3%), 환경(18.9%), 설비(12.4%), 구조·재료·시공(7.8%), 주택경제(6.2%), 주생활·주거방식(5.2%), 그 외 (1.2%)의 순위를 차지하고 있다. 이처럼 간행물에 의한 정보는 주거관리 분야와 주거계획 분야가 많다. 그 중에도 주택을 거주자 스스로 개선하기 위한 정보가 중심이다.

미국 Cornell대학의 경우는 CES지방사무소를 뉴욕시에 5개소를 비롯하여, 그외의 57지역에 설치하여 총 62개소를 운영하고 있으며 전체 452명의 직원을 거느리고 있다. 그 중에서 Housing 분야의 주요내용은 1) 무주택자에 대한 교육, 2) 주택수리, 개축프로그램, 3) 주택구입, 4) 건강한 주택 등이며 타대학과의 공동연구를 통해 계속 자료를 개발하고 있다. 이러한 일련의 과정에서, 미국은 행정부와 지방자치단체, 대학이 긴밀한 협조아래 사회변화와 주민의 요구에 유연하게 대응할 수 있는 프로그램을 운영하고 있으며, 공적·사적단체의 위탁연구나 연구지원금으로 재정문제를 충당하고 있음을 알 수 있다.

일본의 경우는 요코하마시가 운영하며 각 건설업체가 출자한 하우스퀘어(Housquare), 도시바(Toshiba)가 운영하는 리빙토피아(Livingtopia), 도쿄 가스(Tokyo Gas)가 운영하는 오존(O-Zone), 주택금융 공고(工庫)에서 운영하는 주택 관련 자료실 및 시연실, 도시주택 정비공단에서 운영하는 각종 주택성능 시험소 등이 주체가 되어 주택상담을 실시하며, 주거수준을 높이고 주거생활에 대한 전반적인 이해를 도모하려는 홍보전략을 바탕으로 하기 때문에 상담수준이 전문적이다.

우리나라에서도 최근 TV, 비디오, 컴퓨터 소프트웨어를 이용한 정보전달 매체가 발전하고 있다. 그럼에도 불구하고 간행물로 제공되는 정보의 요구 또

한 많음을 볼 때, 다양한 정보전달 방법을 모색할 필요가 있으며 기업과 대학간의 연계로 상업적 목적이 아닌 서비스 차원에서 체계적인 주거정보제공이 이루어져야 될 때이다.

그러나 우리나라의 경우, 주택상담은 초보적인 수준이고 주택상담을 위한 전용 자료개발은 전무한 실정이다. 일부 주택건설회사가 정보관이나 전시관을 운영하면서 고객에 대한 서비스의 하나로 주택개조나 법률·세무관련 상담을 해주는 경우도 있고, 건설업체가 전문가에게 의뢰하여 상담을 해주는 예도 있다.

예를 들어, 대우건설이 대우주택전시관에서 여성건축가 협회에 의뢰하여 주거계획·설계·개조에 관한 상담을 일부 실시하고 있기는 하나 주택상담 전문가에 의한 주거 전반에 관련된 상담은 이루어지지 않은 실정이다. 또한 대학차원에서 주거관련학과가 지역사회 서비스의 하나로 상담전문가를 양성하고 부설 상담기관을 갖추거나 상담자료를 출판하여 소비자에게 값싸고 손쉽게 주거관련 자료를 제공하고 있지 못하다.

우리나라에서는 1990년대부터 주택의 양적 보급도 중요하지만 질적 보급을 병행해야 한다는 데 인식을 같이 하고 있다. 이에 따라 집을 짓는 것도 중요하나 거주자의 주거생활양식을 이해하고 주거선택과 관리를 잘하여, 주택시설·설비의 수명을 연장시키고 주택서비스의 질을 높이며, 주택투자를 현명하게 하여 주거이동을 줄이는 데 도움을 주는 지원체제가 요구되고 있다. 이러한 일을 시행하는 주체는 민간 건설업체, 기반시설을 공급하는 국가기관, 공공주택을 건설하는 공영기관, 주거관련 학문을 연구하는 대학이어야 한다. 또, 주거상담에 참여하는 인력은 주택 판매를 위한 영업직이 아닌 주거전문가로서 소정의 교육과정은 물론 상담훈련을 거친 관련 전문가일 필요가 있다.

Ⅲ. 연구대상 및 연구내용

본 연구의 연구대상은 서울시 거주자로서 설문지를 이용한 면접조사를 1997년 9월 중 2주 동안 실시

하였다. 집합주택과 단독주택으로 주택유형을 구분하고, 연령을 고려한 할당표집 방법으로 배포된 총 400부 중에서 395부를 대상으로 SAS Package Program을 이용하여 분석하였다.

본 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 서울시 거주자의 주택상담실태는 어떠한가?
둘째, 서울시 거주자의 주택상담에 대한 인식도, 선호도, 의식은 어떠한가?

셋째, 서울시 거주자의 주택상담 및 주택상담 자료에 대한 요구도는 어떠한가?

Ⅳ. 결과 해석 및 논의

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 성별은 여자(90.5%)가 대부분이었으며, 연령은 20~30대(32.5%), 40대(34.2%), 50대 이상(33.2%)으로 고른 분포를 보이고 있다. 학력은 고졸 이하(43.7%)보다 대졸 이상(56.3%)이 조금 더 많았으며, 월소득은 200만원 미만이 16.8%, 200~300만원 미만이 31.0%, 300~400만원 미만이 25.8%, 400~500만원 미만이 10.8%, 500만원 이상이 15.8%인 것으로 나타났다.

현재 거주하고 있는 주택유형은 단독주택이 53.1%, 집합주택(연립주택, 아파트)이 46.9%이며, 주택의 규모는 국민주택규모인 25.7평 미만이 58.0%, 그 이상은 42.0%였다. 난방의 형태는 개별난방(59.8%)이 가장 많았고, 주택 소유형태는 자가(自家)가 81.9%로 나타났다.

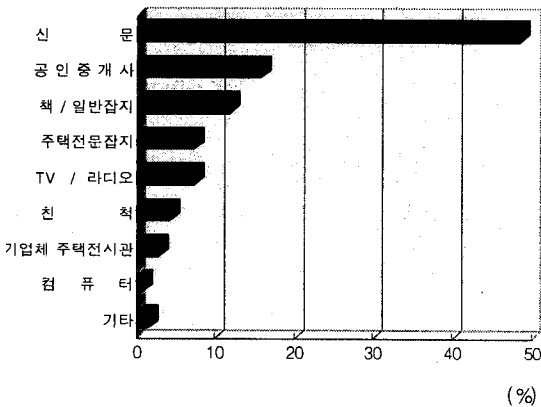
향후 이주하길 희망하는 주택에 대해 살펴본 결과, 현재 거주하고 있는 주택유형과는 상관없이 집합주택(57.9%)을 더 선호하였고, 주택의 규모는 현재 상태보다 10~20평 더 큰 평수로 이주하기를 희망하였다. 난방의 형태는 전체적으로 개별난방(45.9%)과 중앙집중식 난방(36.8%) 형태를 선호하고 있는 것으로 나타났는데, 현재 거주하고 있는 주택의 난방 형태와의 관계를 살펴볼 때 동일한 방식을 원하는 것으로 나타났다.

2. 주택상담실태

1) 주택관련정보 주 획득 출처

조사대상자의 48.5%가 주택관련 정보를 신문을 통해 획득하는 것으로 나타났으며, 그밖에 공인중개사, 책·일반잡지에서 정보를 얻는 것으로 나타났다.

이러한 것은 최근 신문들이 관심분야별 섹션 형태로 편집하여 발행을 하면서 주택에 관한 정보를 많이 다루고 있는 것과 관계가 있을 것이라고 생각된다.



<그림 1> 주택관련정보 주 획득 출처

2) 주택상담경험 유무

조사대상자의 49.9%가 주택과 관련하여 상담한 경험이 있으며, 50.1%가 상담경험이 없는 것으로 나타났다. 연령별로는 20~30대(41.9%)보다는 40대(56.9%)와 50대 이상(50.4%)에서 주택상담 경험이 많은 것으로 나타났다. 20~30대의 주택상담 경험이 적은 이유는 상담에 대한 요구가 적기 때문이라기 보다는 아직 주택구입 능력이 적은 20대가 포함되어 있기 때문으로 보인다. 주택유형별로는 단독주택 거주자(54.0%)가 집합주택 거주자(45.5%)보다 주택상담 경험이 더 많은 것으로 나타났다. 이는 집합주택의 경우 집단적인 문제해결 방법을 택하는데 반하여 단독주택에 거주하는 경우에는 스스로 해결해야 할 많은 문제에 직면하기 때문으로 해석된다.

3) 주택상담자 및 상담기관

주택상담 경험이 있는 조사대상자의 65.8%는 공인중개사와 상담한 것으로 나타났으며, 다음으로는 시공업자(9.7%), 기업체 주택전시관(8.7%), 친지(7.7%), 건축가·실내디자인사(5.1%), 기타(2.0%) 순으로 나타났다.

주택상담자로서 공인중개사가 가장 높게 나타난 것은 상담이 주로 주택을 구매할 단계에서 이루어지고, 그 이후의 일상적인 생활에서는 주거상담에 무관심하기 때문이라고 생각된다. 또 1983년에 자가(自家)의 경우 매 3.3년마다, 차가(借家)는 매 2년마다 이사를 다닌 것으로 나타났고, 1988년에는 자가는 매 4.5년마다 차가는 매 1.5년마다 이사를 다닌 것으로 나타남(국토개발연구원, 1990:23)으로써 주택당 거주기간이 짧다는 사실과 무관하지 않다고 판단된다. 최근들어 집값이 상승하면서 이러한 경향이 완화되었다고는 하나 신도시 입주·내집마련 등 이사요인이 많고 근본적으로 이사의 부대비용이 서구보다 적기 때문에, 우리나라 도시 거주자가 주거조정방법으로 이사를 채택하는 것과 관련이 있다. 즉, 한 주택에 장기간 거주하면서 발생하는 문제를 상담하고 해결하기 보다는 이사시에 주택매매를 위한 상담이 주로 이루어지기 때문이라고 생각된다.

공인중개사와 주택상담을 하는 빈도는 40대 연령층에서 가장 높게 나타났으며(74.03%), 주택유형에서는 집합주택 거주자가 더 높게 나타났다(75.64%).

20~30대의 경우는 기업체 주택전시관을 이용하는 빈도가 다른 연령층에 비해서 높았는데, 이는 젊은 계층이 장기적 안목으로 미래지향적인 관점에서 주거에 관한 것을 계획하고 준비하며, 생활양식 측면에서도 공인중개사보다는 공신력있는 기관을 선호하기 때문이라고 해석할 수 있다. 또한 주택유형별로 살펴볼 때, 단독주택과 집합주택 모두 공인중개사를 주택상담자로서 가장 많이 이용하였으며 그 다음으로 단독주택 거주자는 시공업자나 기업체 주택전시관을, 집합주택 거주자는 친지와 상담하는 것으로 나타났다.

〈표 1〉 주택상담자·상담기관

N(%)

상담자·상담기관	연령별			주택유형별	
	20~30대	40대	50대이상	단독주택	집합주택
공인중개사	28(51.85)	57(74.03)	44(67.69)	62(57.94)	59(75.64)
시공업자	4(7.41)	4(5.19)	11(16.92)	17(15.89)	2(2.56)
기업체 주택전시관	11(20.37)	3(3.90)	3(4.62)	11(10.28)	4(5.13)
친지	4(7.41)	8(10.39)	3(4.62)	7(6.54)	8(10.26)
건축가·실내디자이너	3(5.56)	4(5.19)	3(4.62)	5(4.67)	4(5.13)
공공기관	1(1.85)	0(0.00)	1(1.54)	2(1.87)	0(0.00)
기타	3(5.56)	1(1.30)	0(0.00)	3(2.80)	1(1.28)
계	54(100.0)	77(100.0)	65(100.0)	107(100.0)	78(100.0)

4) 주택상담에 대한 만족도

주택상담에 대한 만족정도를 보면, 5점 만점에서 평균 2.61점으로, 전반적으로 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 20~30대가 다른 연령대에 비해 더 불만족(73.08%)하고 있는 것으로 나타났다. 이들 불만족한 사람들의 상담자는 주로 공인중개사(53.78%)이었다. 주택유형에 따라서는 단독주택(61.81%)과 집합주택(64.77%) 거주자 모두 매우 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

3. 주택상담에 대한 인식도와 선호도

1) 주택상담 필요성에 대한 인식도

주택상담의 필요성에 대한 인식도는 5점만점에 3.45점으로 나타나 전반적으로 주택상담이 필요하다고 인식하고 있었다.

연령별로 살펴보면, 50대의 42.11%가 필요하다고 하였으며 20~30대는 40.00%가 필요하다고 하였다. 거주형태별로는 단독주택 거주자(45.73%)가 집합주

〈표 2〉 주택상담 필요성에 대한 인식도

N(%)

필요정도	연령별			주택유형별	
	20~30대	40대	50대이상	단독주택	집합주택
필요하다	52(40.00)	52(37.96)	56(42.11)	91(45.73)	59(33.52)
보통이다	56(43.08)	72(52.55)	59(44.36)	82(41.21)	95(53.98)
필요없다	22(16.92)	13(9.49)	18(13.53)	26(13.07)	22(12.50)
계	130(100.0)	137(100.0)	133(100.0)	199(100.0)	176(100.0)

필요정도	소득별				
	200만원미만	200~300만원	300~400만원	400~500만원	500만원이상
필요하다	17(25.37)	52(41.94)	38(36.89)	24(55.81)	29(46.03)
보통이다	35(52.24)	59(47.58)	55(53.40)	12(27.91)	26(41.27)
필요없다	15(22.39)	13(10.48)	10(9.71)	7(16.28)	8(12.70)
계	67(100.0)	124(100.0)	103(100.0)	43(100.0)	63(100.0)

택 거주자(33.52%)보다 주택상담의 필요성에 대해 더 인식하고 있는 것으로 나타났다. 소득별로는 소득이 높은 400~500만원 집단의 55.82%, 500만원 이상 집단의 46.00%가 상담이 필요하다고 함으로써 소득이 낮은 집단보다 적극적인 상담을 할 가능성이 있다고 판단된다.

로는 건축가·실내디자이너(26.40%), 공인중개사(24.13%), 기업체 주택전시관(17.80%), 공공기관(10.81%)의 순으로 선호하고 있음이 나타났다.

연령별로 보면 20~30대는 건축가·실내디자이너(25.58%), 40대는 공인중개사(26.28%), 50대 이상은 건축가·실내디자이너(28.79%)를 가장 선호하고 있으며, 거주형태별로는 단독주택 거주자의 경우 건축가·실내디자이너(27.78%)를, 집합주택 거주자의 경우 공인중개사(25.71%)를 가장 선호하는 것으로 나

2) 주택상담자·상담기관에 대한 선호도
주택상담자 또는 상담기관으로서 선호하는 대상으

〈표 3〉 주택 상담자·상담기관에 대한 선호도

상담자·상담기관	연 령 별			주택유형별	
	20~30대	40대	50대이상	단독주택	집합주택
건축가·실내디자이너	33(25.58)	34(24.82)	38(28.79)	55(27.78)	41(23.43)
공인중개사	24(18.60)	36(26.28)	36(27.27)	44(22.22)	45(25.71)
기업체 주택전시관	29(22.48)	17(12.41)	25(18.94)	38(19.19)	29(16.57)
공공기관	18(13.95)	18(13.14)	7(5.30)	19(9.60)	22(12.57)
시공업자	11(8.53)	16(11.68)	12(9.09)	24(12.12)	14(8.00)
친 지	5(3.88)	9(6.57)	8(6.06)	10(5.05)	12(6.86)
대학부설 상담기관	3(2.33)	4(2.92)	1(0.76)	2(1.01)	6(3.43)
기 타	6(4.65)	3(2.19)	5(3.79)	6(3.03)	6(3.43)
계	129(100.0)	137(100.0)	132(100.0)	198(100.0)	175(100.0)

상담자·상담기관	소 득 별				
	200만원미만	200~300만원	300~400만원	400~500만원	500만원이상
건축가·실내디자이너	12(17.91)	29(23.58)	19(18.63)	5(11.63)	6(9.52)
공인중개사	12(17.91)	12(9.76)	10(9.80)	3(6.98)	6(9.52)
기업체 주택전시관	5(7.46)	11(8.94)	10(9.80)	3(9.30)	6(14.29)
공공기관	16(23.88)	32(26.02)	28(27.45)	9(20.98)	11(17.46)
시공업자	5(7.46)	7(5.69)	6(5.88)	1(2.33)	3(4.76)
친 지	13(19.40)	28(22.76)	27(26.47)	12(27.91)	25(39.68)
대학부설 상담기관	1(1.49)	2(1.63)	1(0.98)	3(6.98)	1(1.59)
기 타	3(4.48)	2(1.63)	1(0.98)	6(13.95)	2(3.17)
계	67(100.0)	123(100.0)	102(100.0)	43(100.0)	63(100.0)

타났다.

소득별로 볼 때는 400만원 미만의 집단에서 공공기관을 통한 주택상담을 선호하는 반면에, 400만원 이상인 집단에서는 친지를 가장 선호하고 있는 것으로 나타났다. 공공기관에 대한 선호도가 400만원 미만인 집단에서 뿐만 아니라 400만원 이상인 집단에서도 비교적 높게 나타난 것으로 미루어 볼 때, 공공기관이 신뢰도가 높은 주택상담원을 고용하여 적극적으로 주택상담에 대응할 필요성이 있음을 알 수 있다. 그러나 한편, <표 4>의 주택상담에 대한 태도에서는 상담기관에 대한 질문에서 주택건설업체가 주택상담기관을 운영해야 한다가 가장 높은 점수를 보임으로써 앞으로 주택상담 분야에 건설업체가 동참해야 할 필요성을 시사하고 있다.

<표 4> 주택상담에 대한 태도

분류	세부사항	평균
상담 기관	주택상담은 소규모 시공업자나 공인중개사로 충분함	2.30
	주택상담은 공공기관이 적극 상담해 주어야 함	3.50
	주택건설업체가 주택상담기관을 운영해야 함	3.83
	대학부설 주택상담기관을 운영해야 함	3.10
상담 신뢰도	주택상담시 상담내용의 신뢰성이 부족함	3.38
	주택상담정보 컴퓨터 통신망이 있어야 함	3.82
	주택상담시 상담내용이 한정되어 있음	3.70
상담 비용 과 방법	비용이 들어도 충분한 주택상담을 할 수 있어야 함	3.58
	주택관련자료를 염가로 구입할 수 있어야 함	3.98
	상담원이 상주하여 주택상담을 하여야 함	3.94
	주택건설업체에서 주택관련자료를 무료 배포해야 함	4.26
	계	3.46

4. 주택상담에 대한 의식

1) 주택상담에 대한 태도

주택상담에 대한 전반적인 태도는 5점 만점에 평균 3.46점으로 높게 나타났다.

구체적인 항목별로 살펴보면, 상담비용과 방법이 있어서는 주택건설업체가 주택관련자료를 무료로 배포해야 한다(4.26점)가 가장 높게 나타났으며, 그밖에 주택관련 자료를 염가로 구입할 수 있어야 한다(3.98점), 상담원이 상주하여 주택상담을 하여야 한다(3.94점), 주택상담 정보 컴퓨터 통신망이 있어야 한다(3.82점)의 항목에 대해서도 점수가 높게 나타났다.

또한 상담기관에 대한 태도에 있어서는 주택건설업체가 주택상담기관을 운영해야 한다(3.83점)가 가장 높게 나타났다.

이와같은 결과는, 상설 주택전시관을 운영하면서 상담을 해주고 있는 일부 주택건설업체를 포함하여, 아직까지 주택상담기관을 운영하지 않았던 기존의 건설업체들이 좀더 적극적으로 주택관련 자료개발·주택상담 전문요원훈련·주택상담자료에 관한 통신망 개설 등의 중요성을 인식하고 이를 실천함으로써 주택상담에 참여할 필요성을 시사하고 있다.

2) 주택관련 상담기대 내용

주택과 관련하여 상담을 원하는 내용으로는 구조변경(인테리어)이 22.6%, 이사와 관련된 내용이 12.5%, 아파트 분양 청약에 대한 내용이 10.7% 순으로 나타났다.

따라서 단기·중장기로 나누어 본다면 구조변경, 즉 주택개조와 실내디자인에 관한 상담자료가 요청될 것이므로 주택상담원의 교육과 훈련내용에 이러한 부분이 집중적으로 포함되어야 할 것임을 시사해 준다.

3) 주택관련 자료집의 요구 가격대

주택관련 자료집을 항목별로 손쉽게 구입해 쓸 수 있다면 지불할 의사가 있는 적절한 가격대는 평균 523원으로 나타났다. 이러한 가격대를 염두에 두고

항목별 내용구성과 분량 등을 고려하여, 자료집을 리플렛 형태로 만들어 전체 혹은 필요한 부분만을 따로 구매할 수 있도록 제공할 필요가 있다.

5. 주택상담과 자료 요구도

1) 주택상담 요구도

전반적인 주택상담에 대한 요구도를 ① 주거생활양식·주거의 선택, ② 주거의 계획, ③ 주택의 관리, ④ 주택점검과 유지보수, ⑤ 주택의 개조, ⑥ 가구와 수납, ⑦ 주거설비와 가정기기, ⑧ 구조·재료, ⑨ 환경, ⑩ 주택경제, ⑪ 주택관련법규, ⑫ 정보·교육기관·자료정보, ⑬ 전시장 및 판매처 안내, ⑭ 관련도서목록의 14개의 큰항목으로 나누어 조사한 결과, 5점 만점에서 평균 3.60으로 요구도가 비교적 높았다. 그 중에서도 환경(4.01점), 주택점검과 유지보수(3.95점), 주거의 계획(3.88점)에 대한 요구도가 높게 나타났다.

세목별로 3.80점 이상인 항목을 살펴보면, ① 주거생활양식·주거의 선택에서는 '다양한 주택구입정보', ② 주거의 계획에서 '각실의 계획지침', '인테리어 스타일 지식', '주택의 외부공간 계획', '색채계획', ③ 주택의 관리에서 '하자보수 지침', ④ 주택점검과 유지보수에서 '주택의 안전지단 지침', '주택의 유지관리 자가진단 지침', '주택의 보수정보', '가구와 설비의 점검 정보', ⑥ 가구와 수납에서 '각 실의 수납계획', '수납공간의 개조', ⑦ 주거설비와 가정기기에서 '전기·가스 설비 정보', '조명·환기 설비 정보', ⑨ 환경에서 '생활쓰레기 처리 정보', '소음 방지대책', '수질오염·정수기 정보', '에너지 절약 정보', '실내공기오염 관련정보', '환기와 통풍', '채광과 조명', ⑩ 주택경제에서 '주택관련 세금', '주택분양정보', '주택자금에 대한 정보'에 대한 요구가 높았다.

특이한 것은 전체적으로 주거계획, 주택점검과 유지보수, 환경에 대한 상담요구도가 높았고 부분적으로는 주택구입정보, 하자보수, 수납공간, 주택세금·분양·자금정보, 전기·가스·조명·환기 등의 상담요구도가 높았다는 점이다. 이러한 것은 주택상담에

대한 요구 방향을 뚜렷하게 규정지우고 있다. 그러나 21세기를 맞이하는 미래지향적 관점에서 현재의 상담선호 방향과 미래의 상담선호 발생 분야를 잘 조합하여 주택상담 훈련과 자료개발이 요청된다고 하겠다.

2) 주택상담자료 요구도

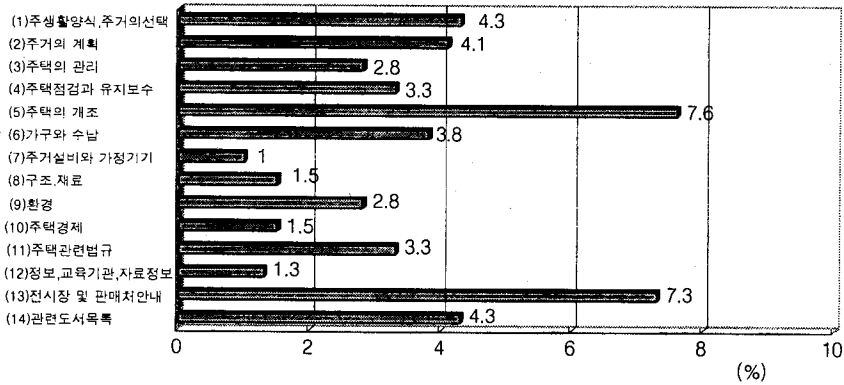
주택상담자료를 필요로 하는 부분으로는 '주택개조'가 가장 높았으며(7.6%), '전시장 및 판매처 안내'에 대한 요구도도 높았다(7.3%).

세부항목 중 주택상담자료에 대한 요구로 가장 높았던 항목은 (1)주거생활양식·주거선택 부문에서의 다양한 주택구입정보(21.0%)로 나타났으며, 그밖에 (2)주거의 계획 부문에서는 인테리어 스타일 지식(17.7%), (4)주택점검과 유지보수 부문에서는 주택의 안전진단 지침(15.4%)이 높았으며 (10)주택경제 부문에서는 주택관련 세금정보(15%)였다.

이러한 결과는 미국에서 주거상담관련 간행물을 분석한 결과 주거관리(28.0%), 주거계획(20.3%), 환경(18.9%), 설비(12.4%), 구조·재료·시공(7.8%), 주택경제(6.2%), 주생활·주거양식(5.2%), 기타(1.2%)인 것과 비교해 볼 때, 우리나라에서 주택상담 요구도가 높은 항목이 미국과 상당한 차이를 보임을 알 수 있다. 우리나라에서 주로 주택구입정보의 요구도가 높다는 것은 주택당 거주기간이 짧고 이사를 자주하는 것과 관련이 있고, 미국의 경우 주거관리 자료가 많다는 것은 요구도가 높기 때문이기도 하지만 주택관리의 질을 높이기 위한 교육효과를 위해 CES기관들이 많은 노력을 하고 있다고 볼 수 있다. 이러한 정보의 교육효과를 고려할 때, 우리나라에서도 주택관리관련 자료를 누구나 쉽게 볼 수 있도록 재미있게 구성하여 널리 배포함으로써 주거조정을 이사로 해결하는 것보다는 거주성 향상을 위한 효율적인 주택관리를 통하여 주거안정성을 높여 궁극적으로 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 유도하는 노력이 필요하다고 볼 수 있다.

〈표 5〉 주택상담요구도

주생활양식, 주거의 선택에 대한 상담 요구도		주거설비의 가정기기에 대한 상담 요구도	
세부내용	점수	세부내용	점수
다양한 주택구입정보	3.844	전기/가스 설비 정보	3.834
주택선택 지침	3.638	조명/환기 설비 정보	3.829
주거생활양식	3.474	냉/난방 설비 정보	3.778
특수주택정보	3.389	급/배수 설비 정보	3.765
평 균	3.589	가정기기 정보	3.633
주거의 계획에 대한 상담 요구도		노인과 장애인용 설비정보	3.297
각실의 계획지침	3.995	평 균	3.691
인테리어 스타일 지식	3.979	구조재료에 대한 상담 요구도	
조명 및 채광계획 지식	3.964	주택내/외장 재료 정보	3.368
주택의 외부공간 계획 지식	3.920	주택구조변경 정보	3.276
주택의 색채계획 지식	3.860	주택개조 정보	3.172
주택평면도 보는 법	3.522	구조시스템 지식	3.168
평 균	3.875	평 균	3.245
주택의 관리에 대한 상담 요구도		환경에 대한 상담 요구도	
하자보수 지침	4.031	생활쓰레기 처리 정보	4.218
주택관리 지침과 주택 점검지침	3.799	주택의 소음 방지대책	4.061
장기수선 계획 작성 지침	3.730	수질 오염/정수기 정보	3.987
공동주택관리 방법과 업무	3.591	주택의 에너지 절약 정보	3.964
주택 대청소 지침	3.505	실내공기오염 관련정보	3.956
평 균	3.731	환기와 통풍관련 정보	3.954
주택점검과 유지보수에 대한 상담 요구도		채광과 조명 정보	3.926
주택의 안전진단 지침	4.191	평 균	4.013
주택의 유지관리 자가진단 지침	3.997	주택경제에 대한 상담 요구도	
주택의 보수정보	3.930	주택관련 세금정보	3.964
가구와 설비의 점검정보	3.822	주택분양 정보	3.951
가정기기의 관리와 수선법	3.796	주택자금 정보	3.889
창호의 수선정보	3.607	주택구입 정보	3.755
평 균	3.947	주거비 지식	3.518
주택의 개조에 대한 상담 요구도		부동산 중개관련 정보	3.406
주택의 개조지침	3.656	해외 부동산 정보	2.426
주택의 증개축 정보	3.639	평 균	3.556
평 균	3.757	주택관련 법규에 대한 상담 요구도	
가구와 수납에 대한 상담 요구도		주택소유 관련법규	3.628
각 실의 수납계획	3.905	주택재건축 재개발 절차	3.488
수납공간의 개조	3.860	주택신축 관련법규	3.444
수납지침	3.778	주택증개축 관련법규	3.439
각실 가구의 배치와 선택	3.758	평 균	3.500
가구의 종류와 양식	3.518	정보, 교육기관, 자료정보에 대한 상담 요구도	
평 균	3.647	주택상담기관 정보	3.451
주택관련 전시장 및 주택자재 판매처 정보	3.430	주거관련 교육기관 정보	3.191
주택관련 도서정보	3.229	주택관련 자격증 안내	2.907
		평 균	3.430



〈그림 2〉 주택상담자료 요구도

V. 결 론

【참 고 문 헌】

본 연구의 결과, 조사대상자의 48.5%가 신문을 통해 주택관련정보를 주로 획득하는 것으로 밝혀졌다. 또한 조사대상자의 절반이상이 주택과 관련한 상담경험이 있으며, 상담자의 절반이상이 공인중개사를 통해 상담한 것으로 나타났는데, 그에 대한 만족도는 매우 낮은 것으로 드러났다.

주택상담의 필요성에 대해서 대부분 높게 인식하고 있음을 확인하였으며, 구체적 요구사항에 대해서도 살펴보았다. 또 가장 선호하는 주택상담자는 건축가·실내디자이너이며, 그 다음이 공인중개사이었고 기업체 주택전시관, 공공기관을 이용하여 상담하기를 원하고 있었다. 주택관련자료는 주택건설업체가 무료로 배포해 주길 가장 희망하고 있으며, 소정의 비용을 지불하고 구입할 의사가 있음을 나타냈는데, 이는 주택상담에 대한 필요성을 느끼고 구체적인 부분에 대해 요구하고 있다는 것을 보여준다.

이러한 결과를 통해 우리나라에서도 주거관련서비스의 일환으로 주택상담사를 통한 전문적인 상담서비스, 통신망을 이용한 서비스, 기업체를 중심으로 한 주거관련자료 서비스 등 선진국형 서비스 체계를 계획하고 실시할 시점에 이르렀음을 알 수 있다. 따라서 이러한 연구결과를 토대로 하여 실제 주택상담시 전문적이고 체계적인 서비스 보급을 어떻게 할 것인지 주택상담자료와 프로그램의 개발 등 후속 작업으로의 연계가 시급히 요구된다.

Godard, F.(1985). How do ways of life change? In N. Redclift and E. Mingione, *Beyond Employment*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 317-337.

Lui, T.(1971). 'Residential patterns and family networks(I)', *International Journal of Sociology of the Family*, 2, pp.23-41.

Pahl, R. E. (1989). 'Housing, work and life style', *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 80, 2, pp.75-81.

Simmons, H. L.(1989). *The architect's remodeling, renovation, and restoration handbook*, New York: Van Nostrand Reinhold

Weale, M.J., J. W. Croake, and W. B. Weale(1982). *Environmental Interiors*, N.Y.: MacMillan Publishing Co., Inc.

국민생활센터 : 소비생활연보, 동경 : 국민생활센터 (1993. 9).

국토개발연구원(1993). 주택보전 활성화정책 연구.

一棟廣子の 3人(1994, 1995). 미국 주립대학이 지역에 제공하는 주정보서비스에 관한 연구 1.2.3. 일본건축학회 大會學術講演梗概集.

미국 각 대학의 COOPERATIVE EXTENSION SERVICE INTERNET 자료.

서울데이터뱅크(1994.8.). 종합시사건설.

안옥희, 신경주(1995). 주거관리학, 서울: 학지사.

안정근(1990). 현대부동산학, 서울:법문사.

은난순(1995). 공동주택 생활관리 만족 및 요구에 대한 연구, 경희대학교 석사학위논문.

이재열(1990). 공동주택의 부위별 수선시기 설정에

관한 연구, 연세대학교 석사학위논문.

한국소비자보호원(1990). 공동주택관리제도에 관한 연구.