

전국 도시 거주자의 주택상담경험에 따른 주택정보 요구도*

Consumer Attitudes and Needs for Housing Information Sources and Contents*

주거학연구회**

Seminar on Housing Research**

◀ 목 차 ▶

- | | |
|----------------|--------|
| I. 서론 | IV. 결론 |
| II. 연구방법 | 참고문헌 |
| III. 연구결과 및 논의 | |

<Abstract>

The purpose of this research is to find out consumer attitudes toward and needs for housing information sources and contents so as to facilitate the development and utilizing the information. The stratified sampling method was used to select 1,300 households in six large cities plus Seoul area during September 10th to 30th, 1997. The results showed that Newspaper was the main source of housing information and about an half of respondents experienced housing consultation were somewhat dissatisfied with their consultants, mostly realtors.

The younger and the more highly educated with higher income residents of apartments in Seoul area had the higher needs for housing information.

Experience itself used housing information source had position influence on housing needs. The various housing information may increase the chance to use the information of those had never used it as well as to meet the needs for housing information of those had used.

I. 서론

오늘날 사회기술의 발달과 소득수준의 향상으로 사람들의 주거욕구가 복잡해지고 다양해진 만큼 주택의 선택범위도 확대되고 있으나 전문적인 지식이

부족하며, 실제적으로 주택을 선택할 수 있는 기회가 일생을 통해 몇번 되지 않으므로 경험을 통한 기술의 습득이 용이하지 않다. 그러므로 인간의 주택에 대한 욕구 및 반응을 체계적으로 탐구하여 주택의 선택이나 주거환경의 개선이 다양하고, 실현가

* 본 논문은 (주)동아건설산업의 연구비 지원에 의해 연구되었음

** 박인숙(우석대) 강순주, 권오정(건국대) 김대년(서원대) 김선중(울산대) 박경옥(충북대) 박정희(목포대) 이경희(중앙대) 조재순(한국교원대) 주서령, 홍형욱(경희대) 최정신(가톨릭대) 최재순(인천대)

능한 전문적인 도움을 필요로 한다.

주택의 독특한 소비적 특성인 주택위치의 고정성, 대량생산 및 표준화의 어려움 등을 고려해 볼 때 주택은 단순히 소비되어지는 것이 아니라 사용과 투자라는 목적을 수반하고 있다. 또한 거래비용면에서도 다른 일반 소비재에 비해 실제비용 및 심리적 비용 등이 매우 클 뿐만 아니라 다른 재화에 비하여 대체가 용이하지 않다. 상품으로서의 주택에 대한 정보는 다른 소비재의 구매행위에서와 마찬가지로 다양한 경로를 통하여 전달되고 있다. 실제로 잡지나 신문, 광고지 등을 통한 주택관련 광고의 비율은 높아지는 추세이나(오찬욱 외, 1994), 구체적이고 실질적인 주택정보의 제공이나 신뢰할 만한 주택상담의 기회가 아직은 미미한 실정이다.

주택문제상담은 목적에 따라서 미국처럼 대학의 지역사회 서비스의 일환으로 이루어지는 경우도 있고, 일본처럼 국가 외 연구기관이나 기반시설 공급업체들이 주민제도와 홍보차원에서 이루어지는 경우도 있다. 미국의 경우 1914년에 주립대학의 가정대학을 중심으로 설립된 CES(Cooperative Extension Service)라는 부속기관이 지역사회 교육활동의 일환으로, 강좌를 개설하고 상담업무 및 팸플릿 발행 등으로 생활정보의 제공자로서의 역할을 하고 있다. 주요한 내용은 무주택자에 대한 교육, 주택수리나 개축 프로그램, 주택의 구입, 건강한 주택 등이며 이러한 CES활동에 참여하는 대학은 총 74개교이며, 업무중에서 주거관련 정보는 주로 대학교수를 중심으로 한 주거전문가에 의해 제공되고 있다(一棟廣子の 3인, 1994).

일본의 경우는 요코하마시가 운영하며 각 건설업체가 출자한 하우스퀘어(Housquare), 토시바(Toshiba)가 운영하는 리빙토피아(Livnigtopia), 도쿄가스(Tokyo Gas)가 운영하는 오존(O-Zone), 주택금융 공고(工庫)에서 운영하는 주택관련 자료실 및 시연실, 도시주택 정비공단에서 운영하는 각종 주택 성능 시험소 등이 주체가 되어 주택상담을 통해 주거수준을 향상시키고, 주거생활에 대한 전반적인 이해를 도모하려는 홍보전략을 바탕으로 하기 때문에 상담의 수준이 체계적이며, 전문적이다(홍형욱 외,

1998).

우리나라에서도 최근 TV, 비디오, 컴퓨터를 이용한 정보전달 매체가 발달되고, 대학과 기업의 산업체와 대학간의 연계로 소비자 서비스 차원에서 체계적이며, 전문적인 주거정보제공이 요구되고 있다. 그러나 지금까지는 주택에 관한 정보가 일부 상업적인 목적을 지니고, 또는 국한된 경험을 바탕으로 한 비체계적이며, 일방적인 주택에 관한 정보가 제공되어 왔다. 따라서 이제는 이러한 주택정보를 전반적으로 검토하고 합리적인 주택시장구조를 형성하고 거주자의 주거환경의 질을 향상시킬 수 있는 주택상담 및 정보, 자료제공에 대한 연구가 대단히 중요하다 할 수 있다. 가족의 주택과 관련된 의사결정 및 선택과정에서 선택에 실질적 도움을 줄 수 있는 정확하고 편견이 없는 정보가 제공된다면 우리나라의 주거복지는 더욱 향상될 수 있을 것이다.

특히 주거이동과 관련된 의사결정 과정에서 주택에 대한 경제적 정보는 주택의 수요, 구매 행태와 직결되므로 주택정보의 역할과 중요성은 매우 크다. 또한 건설업체는 거주자를 주택이라는 상품을 구매 소비하는 주체로 파악하여, 보다 소비자에게 적합한 주택의 공급 및 마케팅 전략을 세울 수 있는 기초 자료의 기반 확립 및 주택시장의 발전을 위하여 거주자의 주택정보요구에 대한 파악은 중요하다. 그러나 현재까지 이와 관련된 분야의 주택 소비자의 정보수요 및 요구에 관한 연구는 미흡한 실정으로서 선행연구를 통한 이론적 틀을 세우는 데 많은 어려움이 있다.

따라서 본 연구에서는 주택상담에 대한 실제적인 조사를 통해 부족한 이론적 근거를 제시하고자 하는 목적을 함께 지니고 있다. 실제적인 조사는 주택정보를 획득하기 위한 상담 및 자료에 대한 소비자들의 이용경험 및 태도, 주택상담에 대한 인식정도 및 주택정보에 대한 요구정도를 조사·분석함으로써 주택시장에 필요한 정보를 제공하고 주택상담을 활성화하는데 필요한 기초자료를 제시하는데 목적이 있다. 박인숙 외(1998)의 연구에 의하면 과거의 상담경험이 주택상담에 대한 필요성에 가장 큰 영향을 미치는 요인임($p < .001$)이 밝혀졌으며, 항목별

자료의 요구정도에도 과거의 주택상담의 경험이 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 본 연구에서는 이러한 과거의 상담경험여부에 따른 주택관련 상담의 요구도를 규명해 보고자 한다.

본 연구의 목적에 따른 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- [연구문제 1] 도시거주자의 주택과 관련된 상담 실태는 어떠한가?
- [연구문제 2] 주택과 관련된 상담에 대한 만족도는 어떠한가?
- [연구문제 3] 주택상담경험은 주택상담에 대한 태도에 영향을 미치는가?
- [연구문제 4] 주택상담경험은 주택정보에 대한 요구도에 영향을 미치는가?

II. 연구방법

본 연구는 서울·경기지역과 지방의 6대도시(광주, 전주, 인천, 대구, 대전, 부산)에 거주하는 거주자를 대상으로 설문조사를 수행하였다. 자료수집방법은 선행연구(유선영, 1986; 오찬옥, 1994; Gould, 1981; 一棟廣子の 3인, 1994)를 참조하여 작성한 질문지가 사용되었으며, 7월 16일부터 19일까지 관련 전공교수 13인에 의하여 내용타당도를 상세히 검증한 후, 본 조사에 사용될 최종 질문지를 구성하였다. 본 조사는 1997년 9월 10일부터 30일까지 20일간 실시하였으며, 층화표집 방법에 따라 서울·경기지역과 지방의 6대도시(광주, 전주, 인천, 대구, 대전, 부산)에서 총 1300부를 배부하여, 훈련된 조사원들에 의하여 면접조사가 실시되었다. 질문지는 총 1220부가 회수되었으나, 회수된 질문지 중 내용이 부적합하거나 무성의한 응답을 제외하고 총 1198부가 유효 분석자료로 사용되었는데 서울근교 572부, 지방도시 626부가 최종 분석에 이용되었다.

조사도구로서 본조사에 사용한 질문지는 조사대상자의 일반적인 사항, 주택상담 이용경험 및 이용 후 만족도, 주택상담에 대한 태도, 주택상담의 필요성, 주택관련 자료에 대한 요구도를 묻는 문항으로

구성하였다. 주택상담에 대한 태도 및 자료요구에 관한 사항은 5점 리커트 척도를 사용하여 '전혀 필요없다'의 1점에서 '아주 필요하다'의 5점까지 주도록 하여 점수가 높을수록 요구정도가 높은 것을 의미하도록 하였다.

수집한 자료는 PC용 SAS PC+를 이용하여 빈도, 평균, 백분율 등을 산출하고, 주택상담경험에 따른 주택상담기관에 대한 선호도는 분할표분석을 실시하였고, 주택상담경험에 따른 주택상담에 대한 태도와 주택정보에 대한 요구도 분석은 t-test, 주택상담의 필요성 인식에 대한 분석은 logit 분석, 주택정보에 영향을 미치는 요인에 대한 분석은 회귀분석을 이용하였다.

III. 연구결과 및 논의

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 성별은 여자가 78.2%, 남자가 21.8%로 여자가 대부분이었으며, 연령은 40~49세가 36.0%로 가장 많았으며, 그 다음은 30~39세(27.3%), 50세 이상(25.5%), 30세 미만(11.3%)의 순으로 나타나 40세 이상이 과반수 이상을 차지하였으며 평균 연령은 42.3세였다. 취업여부는 취업이 41.4%, 비취업이 58.6%로 나타났는데 이는 조사대상자에 주부가 많이 표집되었기 때문이다. 학력은 고졸이상이 50.3%, 대졸이상이 49.7%로 나타나 비교적 고른 분포를 보였고, 월평균 가계소득은 200~300만원 미만이 39.2%로 가장 많았으며, 그 다음은 300~400만원 미만(26.2%), 400만원 이상(20.2%), 200만원 미만(14.5%)의 순으로 나타났으며 평균 소득규모는 2,847,800원이었다.

조사대상자의 거주특성을 살펴보면, 거주지역의 분포는 서울과 경기지역이 각각 32.7%, 15.0%로 조사대상자의 47.7%를 차지하였으며, 그 다음은 인천지역(9.5%), 대구지역(9.4%), 부산지역(8.6%), 광주지역(8.3%), 전주지역(8.2%), 대전지역(7.1%)의 순

이었다. 주택유형은 단독주택이 51.0%, 아파트가 49.0%로 고른 분포를 보였으며, 주택규모는 30평 미만이 37.4%로 가장 많았으며, 그 다음은 30~39평(31.3%), 40~49평(16.4%), 50평 이상(14.8%)의 순으로 나타났고 평균 주택규모는 35.6평이었다. 주택내실의 수는 3실이 49.0%로 가장 많았으며, 그 다음은 4실 이상 36.5%, 2실 이하 14.5%의 순으로 나타났으며 평균 실의 수는 3.4실이었다. 주택의 난방방식은 개별난방이 68.7%로 가장 많았으며, 그 다음은 중앙집중난방이 24.9%, 지역난방 및 기타가 6.4%의 순으로 나타났다. 주택 소유형태는 자가 77.4%, 임차가가 22.6%로 나타나 조사대상자의 3/4이상이 자가소유주택에 살고 있었다.

한편 조사대상자들이 향후 이주를 희망하는 거주지를 살펴보면, 전반적으로 조사대상자들은 현 주택규모보다 넓은 규모(10평내외)를, 주택내 실의 수는 현 주택보다 1실 정도를, 이사하고 싶은 주택의 난방방식으로는 현 주택과 유사한 유형을 희망하는 것으로 나타났다. 이사하고 싶은 주택의 소유형태를 살펴보면 현재 자가 거주자는 자가를 희망한 반면, 현재 임차가 거주자는 자가와 임차가를 각기 비슷하게 희망하는 경향을 보였다.

2. 주택상담경험

주택상담의 경험은 과거에 주택상담을 해본 경험이 있는 집단만을 대상으로 조사하였으며, 주택관련 정보는 주로 어떻게 획득하였으며, 상담을 한 결과 만족의 정도를 조사하였다.

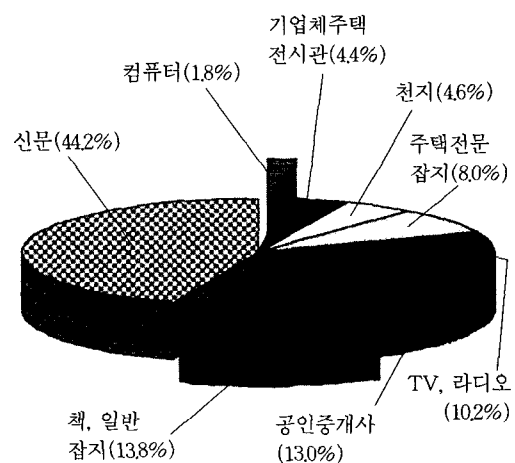
1) 주택관련정보 획득원

조사대상자의 44.2%가 주택관련정보는 신문을 통하여 획득하는 것으로 나타났으며, 특히 주택탐색의 초기 단계에 있는 주택구매자나 처음 주택을 구매하는 사람들에 의해 광범위하게 이용된다(Shaw, 1973; MacLennan & Wood, 1982 - 오찬욱 외(1994)에서 재인용)는 연구결과와 맥을 같이하고 있다. 책 또는 일반잡지가 13.8%, 공인중개사가 13.0%, TV 및 라디오 10.2%의 순으로 나타났으며, 그밖에 주택

전문잡지(8.0%), 친지(4.6%), 기업체 주택전시관(4.4%), 컴퓨터 및 기타(1.8%) 등을 통하여 주택관련 정보를 획득하고 있는 것으로 나타났다(그림 1). 부동산 중개소나 공인중개사는 소비자들의 최종적인 주택선택을 유도하는데 있어 가장 효율적인 도구이며, 처음 주택을 구입하려는 사람들이나 임차자들이 주택구매 결정시 부동산 기관에 더 의존하는 경향이 있다는 Shannon-Daly(1981-오찬욱 외(1994)에서 재인용), 친구/친척/이웃/직장동료 등과 같은 비공식적인 정보채널의 정보제공원이 가장 빈도가 높았다는 유선영(1996), 오찬욱 외(1994)의 연구결과와는 상이한 결과를 보이고 있다. 이는 최근 주택관련정보의 전문성과 신뢰성에 대한 요구가 높아지면서 개인적인 접촉이나 주변에서 들려오는 이야기, 소문 등의 비공식적인 정보채널의 이용은 높았으나, 실제 주택구입시의 정보 제공원으로서의 기여도가 매우 낮았기 때문에 변화된 것으로 생각할 수 있다.

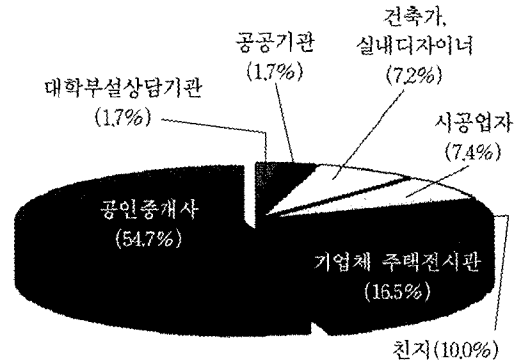
2) 주택상담경험과 주택관련 상담시 이용한 상담기관 및 상담만족도

조사대상자에게 주택관련 상담 경험의 유무에 대하여 살펴보면 조사대상자의 49.9%가 주택과 관련하여 상담한 경험이 있었으며, 50.1%는 상담경험이



〈그림 1〉 주택관련 정보 획득원

없었다. 즉 조사대상자의 2명 중 약 1명은 주택관련 상담을 해본 경험이 있는 것으로 나타났다. 주택과 관련하여 상담 경험이 있는 조사대상자에 한하여 이용 상담기관의 분포를 살펴보면(그림 2참조) 상담경험이 있는 조사대상자중 과반수 이상이 공인중개사(54.7%)와 상담한 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 기업체 주택전시관(16.5%)의 이용빈도가 높았으며 그 밖에 친지(10.0%), 시공업자(7.4%), 건축가나 실내디자이너(7.2%)의 순으로 나타났다. 한편 공공기관이나 대학부설상담기관을 이용한 경우는 상대적으로 낮은 편이었다.



〈그림 2〉 주택관련 상담시 이용한 상담기관

또한 주택과 관련하여 상담을 한 경험이 있는 조사대상자에 대하여 상담내용에 대한 만족도는 5점 만점에서 평균 2.67점으로 상담에 대하여 전반적으로 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 20~30대가 다른 연령대에 비해 더 불만족(73.08%)하고 있는 것으로 나타났는데, 이들 불만족한 사람들은 주로 공인중개사와 상담한 집단이었다. 주택유형에 따라서는 단독주택과 공동주택 거주자 모두 매우 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 조사대상자의 약 1/2정도가 주택상담을 해본 경험이 있으나 상담후 만족하는 정도가 낮은 것을 볼 때, 상담자가 필요로 하는 상담내용에 충분히 응할 수 있

는 전문적인 상담원이 필요하며, 상담시 적절한 상담자료가 보급되므로써 주택상담에 대한 만족의 수준을 높여주는 것이 필요함을 알 수 있다.

3. 주택상담에 대한 태도

1) 주택상담경험에 따른 주택상담의 필요성 인식

주택상담의 필요성을 인식하는데 영향력있는 요인을 밝히기 위하여 logit 분석을 한 결과 과거에 주택상담경험이 있는 집단에서는 학력(p<.05), 월평균소득(p<.05)이 영향력있는 변인으로 나타났다. 즉,

〈표 1〉 주택상담경험에 따른 주택상담의 필요성 인식

	주택관련상담경험유		주택관련상담경험무	
	S. E.	χ ²	S. E.	χ ²
성 별(남자) ^D	-0.08	0.10	0.27	0.99
취업여부(취업) ^D	-0.15	0.58	0.003	0.0001
연 령	-0.01	2.17	-0.01	1.81
학 령	0.06	5.43*	0.05	4.06*
월평균소득	0.02	4.83*	0.02	5.86*
주택유형(단독주택) ^D	-0.09	0.20	-0.13	0.37
거주지역(지방도시) ^D	0.02	0.00	-0.31	2.48
주택소유(임 차 가) ^D	-0.28	1.42	-0.24	1.13
주택규모	0.003	0.32	-0.01	5.84*
상 수	-0.07	0.02	-0.99	2.79
Concordant rate	61.1%		61.8%	
R ²	0.05		0.04	

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

D: 가변수(dummy variable)로서 ()안은 가변수의 기준항목을 나타내고 있음

〈표 2〉 주택상담경험에 따른 주택상담기관에 대한 선호도

주택상담 경험 유무	주택상담기관 선호도	공인	기업체	친지	시공	건축가	공공	대학부설	계
		중개사	주택 전시관		업자	실내 디자이너	기관	상담기관 및 기타	
상담경험 유		137(23.1)	93(15.7)	22(2.7)	88(14.8)	136(22.9)	95(16.0)	23(3.9)	594(100.0)
상담경험 무		121(20.5)	102(17.3)	31(5.3)	75(12.7)	174(29.4)	65(11.0)	23(3.9)	591(100.0)
총 계		258(21.8)	195(16.5)	53(4.5)	163(13.8)	310(26.2)	160(13.5)	46(3.9)	1185(100.0)
χ^2					df=6	$\chi^2 = 14.25^*$			

*P<.05

학력이 높을수록, 월평균 소득이 높을수록 주택상담 필요성을 인식할 확률이 높았다. 주택상담경험이 없는 조사대상자들은 주택상담의 필요성에 유의미한 영향을 미치는 변인이 학력(p<.05), 월평균소득(p<.05), 주택규모(p<.05)로 나타났다. 즉, 학력이 높을수록, 월평균 소득이 높을수록, 주택규모가 작을수록 주택상담의 필요성을 인식할 확률이 높은 것으로 나타났다(표 1).

2) 주택상담경험에 따른 주택상담기관에 대한 선호도

주택상담경험에 따라 주택상담기관에 대한 선호도에 차이를 보이는 가를 분석한 결과 통계적으로 유의한 차이를 보였다(P<.05). 주택상담경험이 있는 조사대상자의 경우 주택상담기관으로 공인중개사를 가장 많이 선호하였으며, 그 다음으로 건축가·실내디자이너, 공공기관, 기업체 주택전시관을 선호하는 경향을 보였으며, 주택상담경험이 없는 조사대상자의 경우 주택상담기관으로 건축가·실내디자이너를 가장 많이 선호하였으며, 그 다음으로 공인중개사, 기업체 주택전시관의 순으로 나타났다(표 2).

3) 주택상담경험에 따른 주택상담에 대한 태도

조사대상자의 주택상담경험에 따른 주택상담에 대한 전반적인 태도를 알아보면 다음의 〈표 3〉과 같다. '주택상담은 소규모 시공업자나 공인중개사로 충분함'의 항목은 조사대상자의 주택상담경험 유무에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보였는데

(P<.05), 주택상담경험이 있는 집단이 상담경험이 없는 집단에 비하여 주택상담은 소규모 시공업자나 공인중개사로 충분하다고 인식하는 경향이 약간 더 많은 것으로 나타났다. '공공기관의 주택상담 필요성'의 항목은 조사대상자의 주택상담경험 유무에 따라 차이를 보여(P<.05), 주택상담경험이 있는 집단이 주택상담경험이 없는 집단에 비하여 공공기관의 주택상담 필요성을 더 많이 인식하는 것으로 나타났다. '주택건설업체의 주택상담기관 운영 필요성'은 조사대상자의 주택상담경험 유무에 따라 차이를 보여(P<.05), 주택상담경험이 있는 집단이 주택상담경험이 없는 집단에 비하여 주택건설업체의 주택상담기관 운영 필요성을 더 많이 인식하는 것으로 나타났다. '대학부설 주택상담기관 필요성'의 항목은 조사대상자의 주택상담경험에 따라 차이를 보여(P<.05), 주택상담경험이 있는 집단이 주택상담경험이 없는 집단에 비하여 대학부설 주택상담기관의 필요성을 더 많이 인식하는 것으로 나타났다. '주택상담의 정보 컴퓨터 통신망구축의 필요성'의 항목은 조사대상자의 주택상담경험 유무에 따라 통계적으로 차이는 없었으나, 전반적으로 주택상담경험이 있는 집단이 주택상담경험이 없는 집단에 비하여 주택상담의 정보 컴퓨터 통신망구축의 필요성의 인식이 약간 더 높게 나타났다.

'비용이 들더라도 충분한 주택상담을 할 수 있으면 좋겠다'의 항목은 조사대상자의 주택상담경험에 따라 차이를 보여(P<.05), 주택상담경험이 있는 집단이 상담경험이 없는 집단에 비하여 비용이 들더라도

도 충분한 주택상담을 하기를 원하는 것으로 나타났다. '주택상담과 관련하여 상주 상담원이 필요하다'의 항목은 조사대상자의 주택상담경험 유무에 따라 차이를 보여(P<.05), 주택상담경험이 있는 집단이 주택상담과 관련하여 상주 상담원이 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 그 밖에 '주택관련 자료를 엮가로 구입할 수 있으면 좋겠다', '주택건설업체가 주택관련자료를 배부하는 것이 필요하다', '주택건설업체가 주택관련자료를 배부하는 것이 필요하다'의 항목은 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 주택관련 자료집의 적정가격은 조사대상자의 주택상담경험에 따라 차이는 유의적인 차이는 나타나지 않았으나, 전반적으로 주택상담경험이 있는 집단이 주택관련 자료집의 적정가격으로 조금 더 높게 지불할 의사가 있는 것으로 나타났다.

4) 주택상담경험에 따른 주택정보에 대한 요구도

전반적인 주택정보에 대한 요구도의 평균은 3.59점으로 비교적 정보에 대한 요구가 높은 것으로 나타났다. 주택정보에 대한 요구를 분야별로 살펴보면 주거환경에 관한 정보, 주택점검과 유지보수에 관한 정보, 주거의 계획에 관한 정보, 가구와 수납에 관한 정보, 주택의 관리에 관한 정보, 주거설비와 가전기

기, 주생활양식·주거의 선택, 주택경제, 주택의 개조, 전시장 및 판매처 안내, 주택관련법규, 구조재료, 정보교육기관·자료정보의 순으로 나타나 주거환경에 대한 관심이 높고, 거주자가 스스로 주택점검과 유지보수를 할 수 있도록 실제적인 정보를 제공해야 할 필요성이 높은 것으로 나타났다(표 4). 이러한 결과는 주택의 질, 안전성과 방법성, 교통의 편리성 측면의 정보를 중요하다고 생각한 오찬욱(1994)의 연구결과와는 상이하다.

주택상담경험에 따른 주택정보에 대한 요구에서 차이를 나타낸 항목으로는 주택의 개조, 가구와 수납에 대한 정보, 주택경제, 주택관련법규, 정보, 교육기관, 주택전시장에 대한 정보 등이었으며, 모두 주택상담경험이 있는 집단에서 정보에 대한 요구가 높은 것으로 나타났다. 주택의 개조에 대한 정보요구는 상담경험유무에 따라 각각 3.63점, 3.44점으로 차이를 보였으며(P<.001), 가구와 수납에 대한 정보요구는 상담경험유무에 따라 각각 3.73점, 3.62점으로 차이를 보였으며(P<.05), 주택경제에 대한 정보요구는 상담경험유무에 따라 각각 3.60점, 3.46점으로 차이를 보였으며(P<.001), 주택관련법규에 대한 정보는 상담경험유무에 따라 각각 3.55점, 3.39점으로 차이를 보였으며(P<.01), 정보, 교육기관, 자료정보에 대한

<표 3> 주택상담경험에 따른 주택상담에 대한 태도

항 목	주택상담경험 유무		t 값
	유 평균(std)	무 평균(std)	
주택상담은 소규모 시공업자나 공인중개사로 충분함	2.41(1.07)	2.25(1.09)	2.53*
공공기관의 주택상담 필요성	3.51(1.11)	3.32(1.19)	2.85**
주택건설업체의 주택상담기관 운영 필요성	3.73(1.03)	3.54(1.12)	2.96**
대학부설 주택상담기관 필요성	3.15(1.19)	2.83(1.18)	4.84***
주택상담의 정보 컴퓨터 통신망구축의 필요성	3.82(0.97)	3.76(1.03)	0.98
비용이 들더라도 충분한 주택상담을 할 수 있으면 좋겠다	3.62(1.05)	3.49(1.09)	2.53*
주택관련 자료를 엮가로 구입할 수 있으면 좋겠다	3.93(0.91)	3.84(1.04)	1.55
주택상담과 관련하여 상주 상담원이 필요하다	3.95(0.86)	3.81(0.95)	2.51*
주택건설업체가 주택관련자료를 배부하는 것이 필요하다	4.26(0.78)	4.19(0.85)	1.52
주택관련 자료집의 가격	5.00(2.91)	4.84(2.76)	0.94

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

〈표 4〉 주택상담경험에 따른 주택정보에 대한 요구도

항 목	주택상담경험 유무		t 값
	유 평균(std)	무 평균(std)	
주생활양식·주거의 선택	3.56(0.75)	3.47(0.77)	1.75
주거의 계획에 대한 정보	3.78(0.77)	3.78(0.77)	1.51
주택의 관리에 대한 정보	3.65(0.78)	3.65(0.78)	0.64
주택점검과 유지보수에 대한 정보	3.83(0.80)	3.87(0.73)	-0.86
주택의 개조에 대한 정보	3.63(0.82)	3.44(0.86)	4.04***
가구와 수납에 대한 정보	3.73(0.78)	3.62(0.83)	2.30*
주거설비와 가정기기에 대한 정보	3.64(0.72)	3.61(0.76)	0.81
구조재료에 대한 정보	3.31(0.89)	3.22(0.85)	1.73
주거환경에 대한 정보	3.91(0.75)	3.95(0.76)	-0.81
주택경제에 대한 정보	3.60(0.71)	3.46(0.71)	3.39***
주택관련법규에 대한 정보	3.55(0.89)	3.39(0.88)	3.09**
정보, 교육기관, 자료정보에 대한 정보	3.59(0.57)	3.52(0.55)	2.51*
주택전시장 및 판매처 안내에 대한 정보	3.55(0.98)	3.41(1.03)	2.39*
관련도서목록에 대한 정보	3.36(0.95)	3.28(0.94)	1.33

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

정보는 상담경험유무에 따라 각각 3.59점, 3.52점으로 차이를 보였으며(P<.05), 주택전시장 및 판매처 안내에 대한 정보는 상담경험유무에 따라 각각 3.55점, 3.41점으로 차이를 보였다(P<.05). 그 밖의 정보에 대해서는 주택상담경험 유무에 따라 유의미한 차이를 보이지 않았다.

5) 주택상담경험에 따른 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인

주택상담경험이 있는 집단에서는 주생활양식·주거의 선택에 대한 정보 요구는 학력이 높을수록(P<.01), 월평균소득(P<.001)이 높을수록, 주택 소유형태(P<.05)가 임차가일수록 높았다. 주거의 계획에 대한 정보 요구는 학력이 높을수록(P<.001), 거주지역이 기타지역에 비하여 서울·경기지역(P<.001)일 때 높았다. 주택의 관리에 대한 정보 요구는 학력이 높을수록(P<.01), 월평균소득이 높을수록(P<.05) 높아지는 것으로 나타났다.

주택상담의 경험이 없는 집단에서는 주생활양

식·주거의 선택에 대한 정보 요구는 연령이 낮을수록(P<.05), 학력이 높을수록(P<.05) 높았으며, 주거의 계획에 대한 정보 요구는 학력이 높을수록(P<.05) 높았으며, 주택의 관리에 대한 정보 요구는 아파트에 거주하는 집단이 단독주택에 거주하는 집단에 비하여(P<.01) 높았다(표 5).

주택상담의 경험이 있는 집단에서는 주택점검과 유지보수에 대한 정보 요구는 학력이 높을수록(P<.05), 주택 소유형태(P<.05)가 임차가일 때 높아지는 것으로 나타났으며, 주택의 개조에 대한 정보 요구는 월평균소득이 높을수록(P<.05) 높아졌다. 가구와 수납에 대한 정보 요구는 연령이 낮을수록(P<.05), 학력이 높을수록(P<.05), 주택유형이 단독주택보다는 아파트에 거주하는 집단이(P<.001), 지방도시에 비하여 서울근교지역(P<.05)에 거주할 때 정보 요구가 높았다.

주택관련상담의 경험이 없는 집단에서는 주택점검과 유지보수에 대한 정보 요구는 성별만이 영향을 미쳐 남자에 비하여 여자일 때(P<.01) 높았으며, 이는 주택에서 생활하는 시간이 여자가 더 많기 때

〈표 5〉 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인

항 목	주생활양식·주거의선택		주거의 계획		주택의 관리	
	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)
성 별(남자) ^D						
취업여부(취업) ^D						
연 령		-0.01(-0.10)*				
학 령	0.02(0.11)**	0.02(0.10)*	0.03(0.16)***	0.02(0.08)*	0.02(0.10)*	
월평균소득	0.01(0.16)***					
주택유형(단독주택) ^D						0.19(0.13)**
거주지역(지방도시) ^D			0.23(0.15)***			
주택소유(임 차 가) ^D	-0.16(-0.08)*				-0.19(-0.10)*	
주택규모						
상 수	3.13	3.53	3.24	3.51	3.71	3.52
R ²	0.0444	0.0248	0.0553	0.0068	0.0188	0.0163

*P<.05 **P<.01 ***P<.001 D: 가변수(dummy variable)

〈표 6〉 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인

항 목	주택점검과 유지보수		주거의 계획		가구와 수납	
	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)
성 별(남자) ^D						
취업여부(취업) ^D		0.19(0.11)**				
연 령				0.18(0.10)*		
학 령	0.02(0.10)*				-0.01(-0.10)*	-0.02(.18)***
월평균소득			0.01(0.10)*		0.02(0.10)*	.02(.11)**
주택유형(단독주택) ^D					0.29(0.18)***	
거주지역(지방도시) ^D					0.16(0.10)*	
주택소유(임 차 가) ^D	-0.19(-0.10)*					
주택규모						
상 수	3.71	3.72	3.45	3.32	3.58	3.93
R ²	0.0188	0.0124	0.0100	0.0104	0.0720	0.0531

*P<.05 **P<.01 ***P<.001 D: 가변수(dummy variable)

문인 것으로 해석할 수 있다. 주택의 개조에 대한 정보 요구는 취업인 집단에 비하여 비취업인 집단 일 때 높았다(P<.05). 가구와 수납에 대한 정보 요구는 연령이 낮을수록(P<.001), 학력이 높을수록(P<.01) 높았다.

주택상담의 경험이 있는 집단에서는 주거설비와 가정기기에 대한 정보 요구는 학력이 높을수록(P<.01) 높았다. 구조 및 재료에 대한 정보 요구는 성

별이 여자보다는 남자일 때(P<.01), 주택유형은 단독 주택보다는 아파트에 거주하는 집단(P<.01)이 높았으며, 주거환경에 대한 정보는 학력이 높을수록(P<.01), 주택소유형태가 자가보다는 임차가일 때(P<.01), 주택규모가 클수록(P<.001) 요구수준이 높았다.

주택상담의 경험이 없는 집단에서는 주거설비와 가정기기, 구조 및 재료에 대한 상담요구에 유의적인 영향을 미치는 변인은 없었으며, 주거환경에 대

〈표 7〉 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인

항 목	주거설비와 가정기기		구조 및 재료		주거 환경	
	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)
성 별(남자) ^D			-0.29(-0.13)**			
취업여부(취업) ^D						
연 령	0.02(0.13)**				0.02(0.11)**	
학 령						0.01(0.14)***
월평균소득						
주택유형(단독주택) ^D			0.24(0.13)**			
거주지역(지방도시) ^D						
주택소유(임 차 가) ^D					-0.22(-0.12)**	
주택규모					0.01(0.13)**	
상 수	3.31		3.42		3.69	3.73
R ²	0.0165		0.0310		0.0417	0.0208

*P<.05 **P<.01 ***P<.001 D: 가변수(dummy variable)

〈표 8〉 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인

항 목	주택 경제		주택관련법규		정보, 교육기관, 자료정보	
	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)
성 별(남자) ^D	-0.15(-0.09)*		-0.20(-0.09)*		-0.12(-0.09)*	
취업여부(취업) ^D		-0.01(-0.14)***		-0.01(-0.12)**		-0.01(-0.14)***
연 령					.02(.10)*	
학 령						
월평균소득	0.01(0.08)*		-0.01(-0.09)*		.01(.11)**	
주택유형(단독주택) ^D	0.14(0.10)*				.13(.11)**	.10(.09)*
거주지역(지방도시) ^D						
주택소유(임 차 가) ^D	-0.23(-0.12)**				-0.17(-0.12)**	
주택규모						
상 수	3.70	3.85	3.54	3.82	3.43	3.78
R ²	0.0311	0.0184	.0107	.0146	0.0567	0.0284

*P<.05 **P<.01 ***P<.001 D: 가변수(dummy variable)

한 정보 요구가 월평균 소득이 높을수록(P<.01) 높았다(표 7).

주택상담의 경험이 있는 집단에서는 주택경제에 대한 정보 요구는 성별이 여자보다는 남자일 때(P<.05), 월평균소득이 높을수록(P<.05), 주택유형이 단독주택보다는 아파트에 거주하는 집단이(P<.05), 주택소유형태가 자가보다는 임차가일 때(P<.01) 정보 요구 수준이 높았다. 주택관련법규에 대한 정보

요구는 여자보다는 남자일 때(P<.05) 높았다. 정보, 교육기관, 자료정보에 대한 정보는 여자보다는 남자일 때(P<.05), 학력이 높을수록(P<.05), 월평균소득이 높을수록(P<.01), 주택유형이 단독주택보다는 아파트에 거주하는 집단이(P<.01), 주택소유형태가 자가보다는 임차가인 집단이(P<.01) 요구도가 높았다.

주택관련상담의 경험이 없는 집단에서는 주택경제와 주택관련법규에 대한 정보는 연령만이 영향을

〈표 9〉 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인

항 목	전시장 및 판매처안내		관련도서목록	
	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)	상담경험 유 B(β)	상담경험 무 B(β)
성 별(남자) ^D	-0.22(-0.09)*		-0.22(-0.09)*	
취업여부(취업) ^D		0.17(0.08)*		
연 령	-0.01(-0.11)**	-0.01(-0.09)*	-0.01(-0.13)**	-0.01(-0.09)*
학 력				
월평균소득	0.01(0.15)***	0.19(0.09)*	0.01(0.09)*	0.22(0.12)**
주택유형(단독주택) ^D				
거주지역(지방도시) ^D				
주택소유(임 차 가) ^D			-0.22(-0.09)*	
주택규모				
상 수	3.93	3.60	4.08	3.52
R ²	0.0331	0.0245	0.0451	0.0219

*P<.05 **P<.01 ***P<.001 D: 가변수(dummy variable)

미쳐 연령이 적을수록(P<.001),(P<.01) 요구수준이 높았다. 정보, 교육기관, 자료정보에 대한 요구는 연령이 적을수록(P<.001), 주택유형이 단독주택보다는 아파트에 거주하는 집단(P<.05)이 높았다.

상담의 경험이 있는 집단에서는 주택관련 전시장 및 판매처 안내에 대한 정보는 여자보다는 남자일 때(P<.05), 연령이 낮을수록(P<.01), 월평균 소득이 높을수록(P<.01) 요구수준이 높았다. 관련도서목록에 대한 정보는 여자보다는 남자일 때(P<.05), 연령이 낮을수록(P<.01), 월평균소득이 높을수록(P<.05), 주택소유형태가 자가보다는 임차가인 집단에서(P<.05) 요구수준이 높은 것으로 나타났다.

상담경험이 없는 집단에서는 주택관련 전시장 및 판매처 안내에 대한 정보는 취업집단보다는 비취업 집단일 때 높았으며(P<.05), 연령이 낮을수록(P<.05), 월평균소득이 높을수록(P<.05) 높았다. 관련도서목록에 대한 정보는 연령이 낮을수록(P<.05), 월평균소득이 높을수록(P<.05) 높았다.

IV. 결 론

본 연구는 주택정보를 획득하기 위한 상담 및 자

료에 대한 소비자들의 태도, 인식정도 및 요구정도를 포괄적으로 조사·분석함으로써 주택시장에 필요한 정보를 제공하고 주택상담을 활성화하는데 필요한 기초자료를 제시하는데 목적이 있다.

이를 위해 서울근교와 지방의 6대도시(부산, 대전, 인천, 대구, 광주, 전주)의 거주자를 대상으로 설문조사를 수행하였으며 자료수집방법은 선행연구를 참조하여 작성되었으며, 7월 16일부터 19일까지 관련전공교수 13인에 의하여 내용타당도를 상세히 검증한 후, 본 조사에 사용될 최종 질문지를 구성하였다. 본 조사는 1997년 9월 10일부터 30일까지 20일간 실시하였으며, 층화표집 방법에 따라 서울·경기지역과 지방의 6대도시(광주, 전주, 인천, 대구, 대전, 부산)에서 질문지는 총 1300부를 배부하여 훈련된 조사원들에 의하여 면접조사가 실시되었다. 질문지는 총 1220부가 회수되었으나, 회수된 질문지중 내용이 부적합하거나 무성의한 응답을 제외하고 총 1198부가 유효분석자료로 사용되었다.

본 연구에서 나타난 중요한 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자들이 주택관련 정보를 얻는 가장 보편적인 출처는 신문을 통하여 획득하는 것으로 나타났으며, 그 다음은 책 또는 일반잡

- 지, 공인중개사, TV 및 라디오의 순이었다.
2. 조사대상자의 49.9%가 과거에 주택과 관련된 상담을 한 적이 있는 것으로 나타났으며, 이들이 이용한 상담기관은 공인중개사가 가장 많았으며, 그 다음은 기업체 주택전시관이었다. 그러나 상담에 대해서는 전반적으로 불만족하고 있는 것으로 나타나 상담자가 필요로 하는 상담내용에 충분히 응할 수 있는 전문적인 상담원의 필요성과 함께 상담자료의 보급으로 주택상담에 대한 만족도를 높이는 것이 필요한 것으로 나타났다.
 3. 주택상담의 필요성을 인식할 확률은 주택과 관련하여 상담경험이 있는 집단은 학력이 높을수록, 월평균소득이 높을수록 주택상담의 필요성을 인식할 확률이 높았다. 선호하는 주택상담기관으로는 공인중개사가 가장 많았으며, 다음은 건축가, 실내디자이너, 기업체 주택전시관, 시공업자를 선호하는 것으로 나타났다. 주택상담의 경험이 없는 집단은 학력, 월평균소득이 높을수록 주택규모가 클수록 주택상담의 필요성을 인식할 확률이 높았으며, 선호하는 주택상담기관으로는 건축가나 실내디자이너가 가장 많았으며, 다음으로는 공인중개사, 기업체 주택전시관을 선호하는 것으로 나타났다.
 4. 주택상담에 대한 태도에서는 컴퓨터 통신망 구축의 필요성에 대해서는 주택상담의 경험 유무와 관계없이 가장 높은 요구도를 보였다. 주택상담의 경험이 있는 집단이 비교적 주택건설업체의 주택상담기관을 운영할 필요성이나 공공기관이나 대학부설 주택상담기관의 필요성을 높게 인식하고 있었다. 이상의 결과를 종합해 볼 때 주택상담의 경험이 있는 사람이 경험이 없는 사람보다 주택상담에 대하여 긍정적인 태도를 가지고 있으며, 상담 및 자료에 대한 요구수준이 높다는 것을 알 수 있다.
 5. 주택정보에 대한 요구는 비교적 높은 수준이었으며, 분야별로 살펴보면 주택상담경험과

관계없이 모두 주거환경에 관한 정보의 요구가 가장 높았으며, 다음으로는 주택점검과 유지보수, 주거의 계획, 가구와 수납, 주택의 관리 순으로 주택상담의 경험이 있는 집단이 요구수준이 높은 것으로 나타났다.

6. 주택정보 요구에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과 주택정보의 분야에 따라 약간씩 영향요인에 차이를 보이고 있으나, 과거에 주택상담의 경험이 없는 집단에서는 주로 연령, 학력, 월평균소득 등이 영향요인이었다. 연령은 낮을수록, 학력과 월평균소득이 높을수록 주택정보에 대한 요구수준이 높은 것으로 나타나 앞으로 이들의 요구를 충족시켜줄 수 있도록 젊은 연령층에게는 컴퓨터 프로그램을 이용한 정보의 제공, 사회경제적인 능력이 허용되는 집단에게는 비용을 지불하더라도 다양한 욕구를 충족시켜줄 수 있는 주택관련정보나 자료의 제공이 필요하며, 주택건설업체나 공공기관, 대학 등에서 전문적인 상담을 제공해야 될 필요성이 있음을 알 수 있다. 또한 다양한 주택상담의 기회제공과 정보·자료를 개발하여 보급하면 주택상담의 경험이 없는 사람들도 이용할 가능성이 높아질 뿐만 아니라 상담경험이 있는 사람들의 높은 상담과 자료에 대한 욕구를 충족시킬 수 있어 효율적인 주거선택을 위한 정보자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

앞으로 주택상담에 대한 소비자의 다양한 상황에 따른 주택정보나 자료에 대한 요구를 파악할 수 있는 심층적인 연구의 수행이 필요하다고 생각되었으며, 다양한 경험의 기회를 어떠한 방식으로 제공하는 것이 바람직한 것인가에 관한 연구가 후속연구로서 수행되기를 기대해봅니다.

■ 참고문헌

- 1) 강부성(1996). "주택정보수집 및 관리체계화 방안연구", 주택기술정보, pp.77-84.
- 2) 권인숙, 김대년, 김선중, 박경옥, 박정희, 조재순

- (1998) “도시거주자의 주택상담요구도에 관한 연구”, 한국주거학회지, 9권 3호, pp.79-91.
- 3) 오찬옥(1994) “주택정보요구에 관한 연구-부산·울산지역 아파트 거주 주부를 중심으로”, 한국주거학회지, 5(2), pp.51-64.
- 4) 유선영(1986) “주거이동 결정에 따른 주택구입을 위한 소비자 정보 채널에 관한 연구”, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 이은희, 이기춘(1991) “소비자 정보요구와 관련 요인 연구”, 대한가정학회지, 29(1), pp.159-176.
- 6) 조원석(1996) “대중매체 주택관련 정보에 대한 태도에 따른 이상적 주택상의 선호성향”, 대한건축학회 논문집, 12(8), pp.109-120.
- 7) 홍형욱, 강순주, 권오정, 이경희, 주서령, 최재순, 최정신(1998) “서울시 거주자의 주택상담과 자료 요구도에 관한 연구”, 한국가정관리학회지, 16권 2호, pp.71-82.
- 8) Gould, T.F.(1981) “The Development and Evolution of a Housing Information Center”, *Housing and Society*, 8, pp.39-43.
- 9) Meeks, Carol(1980) *Housing Englewood Cliffs*, N.J.: Prentice-Hall.
- 10) Morris, E.W. & Winter, M.(1978) *Housing, Family, and Society*, New York:John Wiley & Sons.
- 11) Shaw, J. J.(1973) The use of types of information sources by prepurchase and postpurchase home buying consumers. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Oklahoma, OK.
- 12) 一棟廣子の 3인(1994, 1995) 미국 주립대학이 지역에 제공하는 주정보서비스에 관한 연구 1, 2, 3. 일본건축학회 大晦學術講演 概集.