

울산시 거주 가구의 주택상담 실태 및 요구¹⁾

양세화
주거환경학과

<요 약>

본 연구는 울산시 거주 가구들의 주택상담 실태를 파악하고 이에 대한 요구정도가 구체적으로 어떠한지 알아보기 위해 수행되었다. 이를 위해 주택평수를 고려하여 표집된 200가구를 대상으로 면접에 의한 설문조사를 하였으며, 과거 주택상담에 대한 경험 및 만족도, 주택문제에 대한 인식정도와 구체적인 주택문제, 이러한 문제해결을 위한 주택상담의 필요성 및 관련변인 등을 분석하였다.

조사결과에 의하면 울산시 거주 가구들은 주택상담의 경험이 많진 않았지만 이를 통해 주택의 유지관리 문제 등을 위시한 다양한 문제를 해결하고 있었으며, 만족도는 전문적이지 못한 상담 등의 이유로 낮은 편이었다. 그러나 평소 주택문제를 많이 느낀다는 것은 이를 해결해 줄 수 있는 전문적인 주택상담의 필요성을 높이 인식하고 아울러 대학부설 상담소와 같은 공인된 주택상담기관을 요구하는 것으로 나타나 이를 위한 주택상담사 교육 및 그 활용 방안에 대한 모색이 필요하다.

Households' Experiences and Needs of Housing Counseling in Ulsan

Yang, Sehwa
Dept. of Housing & Interior Design

<Abstract>

The purpose of the study was to examine the experiences and needs of housing counseling of households in Ulsan. The data for this study were obtained through interviews with 200 households selected by housing size, and the final sample included

1) 본 연구는 1998년도 울산대학교 교내 연구비 지원으로 수행된 연구임

168 households. According to the results, the households in Ulsan did not have much experiences of housing counseling, whereas they were very helpful for solving the various housing problems. It was also found that households tended to desire the appropriate place for the professional and credible housing counseling.

I. 서론

인간이 사용하는 재화 중 가장 내구성이 강한 재화의 하나인 주택은 자본주의 사회에서 가장 중요하고 안전한 재산 항목의 하나이자 투자의 대상이다. 또한 주택과 관련하여 가계가 지불하는 비용은 가계지출 항목 중 식료품비 다음으로 큰 비중을 차지한다.

이처럼 가계가 선택해야 하는 하나의 상품이라는 점에서 볼 때 주택 역시 다른 상품과 마찬가지로 선택에 도움을 줄 수 있는 다양하고 정확한 정보를 필요로 한다(오찬옥과 양세화, 1994). 또한 주택을 선택하는 문제 외에도 가족 및 가족 구성원들이 주택과 관련하여 접하는 문제는 작게는 벽지나 바닥재 같은 마감재 선택에서부터 크게는 주택관련 분쟁과 같은 법적 해결에 이르기까지 매우 다양하고 광범위하며, 이를 위해 수반되는 의사결정에는 여러 경로를 통해 수집된 정보나 관련 기관 및 전문가와의 상담이 중대한 영향을 미칠 수 있다.

이에 본 연구에서는 울산시 거주자들의 주택문제 해결을 위한 상담 실태를 조사, 파악하고 이에 대한 요구정도는 어떠한지를 살펴보고자 한다. 본 연구의 결과는 울산시 거주자들이 현실적으로 관심을 가지고 있는 주택문제가 무엇인식을 파악할 수 있는 계기가 됨은 물론 울산지역에서의 전문적인 주택상담 활성화를 위한 기초자료로도 활용될 수 있을 것이다.

II. 선행연구

주택상담에 관한 국내 및 국외의 연구는 많지 않다. 주택상담을 직접적으로 다룬 연구는 최근 서울시 거주자의 주택상담과 자료 요구도에 관한 홍형옥 외(1998)의 연구가 유일하며, 직접적인 주택상담은 아니지만 주거선택 시 필요한 주택정보와 관련된 연구는 국내(유선영, 1986; 오찬옥과 양세화, 1994) 및 국외(Schlagel, 1990 외 다수)에서 일부 발견되고 있다.

서울시 거주자들은 신문을 통해 주택관련 정보를 얻는 비율이 높았으며, 조사대상자의 과반수 이상이 주택관련 상담을 경험하였고 이들 중 약 절반 정도는 공인중개사를 통해 만족스럽지 못한 상담을 한 것으로 조사되었다. 조사대상자들은 주택상담의 필요성을 높게 인식하고 있었으며 건축가나 실내디자이너와의 상담을 가장 선호하고 그 밖에 공인중개사, 기업체 주택전시관, 공공기관을 이용한 상담을 원하고 있었다. 또한 상담을 위해 소정의 비용을 지불할 의사가 나타내 전문적인 주택상담의 필요성을 느끼고 있었으며, 구체적으로 주거계획, 주택점검과 유지보수, 환경문제에 대한 상담요구도가 높게 나타났다(홍형옥 외, 1998).

Schlagel(1990)은 주택정보 제공원을 부동산 전문기관이나 건축가, 주택 디자이너 등의 전문적 제공원, 친구나 친지, 이웃 등의 비전문적 제공원, 신문이나 잡지, TV 등의 미디어, 도로나 차를 이용한 직접관찰로 분류하면서 그 장·단점에 대해 제시하였다. 한편 오찬옥과 양세화(1994)의 연구에서는 분양사무소와 모델하우스가 주택에 관한 정보 수집 및 상담을 위해 가장 많이 찾는 곳이긴 하지만, 실질적인 도움은 친구, 친지나 이웃이 가장 도움

을 주었으며, 주거선택 시 가장 중요하게 여기는 정보는 주택의 질에 관한 것으로 조사되었다. 그러나 이와 유사한 유선영(1984)의 연구에서는 친구나 친지, 이웃과의 접촉을 통한 비공식적인 정보이용 경험은 비교적 높은 반면 실제 주택구입 시의 정보 제공원으로서의 기여 정도는 매우 낮은 것으로 나타났다.

III. 연구방법

본 연구의 분석을 위해 사용된 자료는 울산시 소재 아파트에 거주하고 있는 가구를 대상으로 2000년 10월, 11월 2개월에 걸친 면접을 통해 수집하였으며, 주택평수를 감안하여 표집, 조사된 총 200부 중 168부가 분석에 사용되었다. 면접에 사용된 설문지는 가구의 가족 및 주택에 관한 문항, 과거 주택상담 경험에 관한 문항, 그리고 주택정보 및 상담에 대한 요구사항을 묻는 문항들로 구성하였다. 수집된 자료는 SPSSPC+를 이용하여 빈도, 백분율 등의 기술통계와 다중회귀분석으로 분석하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 조사대상 가구의 일반적 특성

조사대상 가구의 약 55%정도가 가장의 연령이 3, 40대에 속하였다. 가장의 학력은 대졸 이상이 57.6%로 가장 많았으며, 고졸 이상도 38.4%로 전체 가구의 약 96%가 고졸 이상의 학력을 가지는 것으로 나타났다. 가장의 직업은 사무직이 29.4%로 가장 많았으며, 다음이 전문직 및 관리직(26.3%), 생산직(23.1%)의 순이었다. 월평균 가계소득은 조사대상 가구의 38.7%가 150만원-250만원 미만이었으며 350만원 이상도 약 24%를 차지하였다. 주택소유 형태는 76.8%가 자가였으며, 조사대상 가구의 약 65%가 2, 30평대에 거주하고 있었고, 약 61%는 현 주거에 3년 이상 거주하고 있는 것으로 조사되었다.

2. 주택상담 경험

과거 주택상담의 경험을 알아보기 위해 최근 1년 동안 주택상담을 한 적이 있는지, 있다면 어디에서 하였는지 조사하고, 아울러 이에 대한 만족정도 및 불만족한 경우 그 이유 등을 분석하였다. <표 1>은 과거 주택상담의 경험 유무 및 상담기관/상담자에 대한 분석결과로서 주택정보 별로 제시하였다.

조사에 포함된 24개 주택정보 중 시설점검 및 진단에 대한 상담이 가장 많이 이루어진 것으로 나타났다. 전체 조사대상 가구의 47%가 이에 대한 상담을 경험한 것으로 응답하였으며, 그 다음으로 하자보수(44.6%), 부엌과 욕실의 설비(42.3%), 가구의 선택(32.7%), 계약에서 입주까지의 절차 및 방법(32.1%), 내장재(실내 마감재)의 선택(29.8%), 주택의 유지관리비(29.3%), 주택가격·전세금·월세 등의 지불 및 반환(26.2%) 순으로 조사되었다. 반면, 토지개발공사와 관련된 정보(1.8), 손해배상 청구(4.8%), 실내 정원의 설치 및 관리 방법(5.4%) 등은 상담을 별로 하지 않는 주택정보들이므로 나타났다.

<표 1> 주택상담 경험유무 및 상담기관/상담자

n=168

주택과 관련된 정보	상담경험		상담기관(해당사례수)
	빈도	%	
적용되는 세금의 종류와 액수	36	21.4	아파트 관리사무소(15) 공인중개사사무소(9) 공공기관(7) 기타(5)
재개발/재건축에 관한 주민동의/대상범위	14	8.3	아파트 관리사무소(8) 이웃/친지(2) 기타(4)
손해배상 청구	8	4.8	아파트 관리사무소(3) 공공기관(2) 기타(3)
공동주택의 관리비 및 벌금징수 책정	32	19.0	아파트 관리사무소(29) 기타(3)
시설점검 및 진단	79	47.0	아파트 관리사무소(62) 공공기관(4) 설계사무소/인테리어업체(3) 기타(7)
공공 시설물 관리	37	22.0	아파트 관리사무소(33) 공동기관(3) 기타(1)
주택의 유지관리비	49	29.2	아파트 관리사무소(38) 설계사무소/인테리어업체(3) 기타(8)
내장재(실내마감재)의 선택	50	29.8	설계사무소/인테리어업체(37) 이웃/친지(5) 기타(8)
가구의 선택	56	32.7	설계사무소/인테리어업체(26) 신문잡지 상담코너(9) 이웃/친지(8) 기타(12)
실내 정원의 설치 및 관리 방법	9	5.4	설계사무소/인테리어업체(5) 아파트 관리사무소(3) 기타(1)
실내 구조 및 환경	38	22.6	설계사무소/인테리어업체(23) 이웃/친지(6) 아파트 관리사무소(4) 기타(5)
부엌과 욕실의 설비	71	42.3	설계사무소/인테리어업체(48) 아파트 관리사무소(8) 이웃/친지(4) 기타(11)
주택 설계·시공·개조	38	22.6	설계사무소/인테리어업체(29) 아파트 관리사무소(4) 기타(5)
하자보수	75	44.6	아파트 관리사무소(61) 설계사무소/인테리어업체(5) 이웃/친지(4) 기타(5)
계약에서 입주까지의 절차 및 방법	54	32.1	모델하우스/분양사무소(22) 아파트 관리사무소(12) 이웃/친지(9) 공인중개사사무소(6) 기타(5)
주택가격, 전세금, 월세 등의 지불 및 반환	44	26.2	공인중개사 사무소(21) 모델하우스/분양사무소(7) 이웃/친지(6) 기타(10)
은행업자의 절차, 방법, 액수	38	23.2	공공기관(14) 모델하우스/분양사무소(6) 기타(18)
주택의 향, 공유면적, 평수, 방배치 및 수	35	21.4	모델하우스/분양사무소(14) 아파트 관리사무소(6) 공인중개사 사무소(5) 기타(10)
주택의 종류와 특징	19	11.3	공인중개사사무소(6) 모델하우스/분양사무소(5) 설계사무소/인테리어업체(3) 기타(5)
교통	31	18.5	모델하우스/분양사무소(12) 공인중개사 사무소(7) 이웃/친지(6) 기타(6)
근린생활시설	21	12.5	모델하우스/분양사무소(6) 이웃/친지(6) 고인중개사 사무소(3) 기타(6)
교육시설	28	16.7	이웃/친지(9) 모델하우스/분양사무소(4) 공인중개사 사무소(3) 기타(12)
소음 및 공해 정도	27	16.1	아파트 관리사무소(10) 모델하우스/분양사무소(6) 공인중개사 사무소(3) 기타(8)
안전성과 방법성	29	17.3	아파트 관리사무소(14) 모델하우스/분양사무소(4) 공인중개사 사무소(3) 이웃/친지(3) 기타(5)
이웃사람들의 특성	14	8.3	이웃/친지(8) 아파트 관리사무소(2) 기타(4)
건설회사에 대한 정보	17	10.1	모델하우스/분양사무소(7) 신문잡지 상담코너(3) 이웃/친지(3) 기타(4)
토지개발공사와 관련된 정보	3	1.8	공인중개사 사무소(1) 이웃/친지(1) 공공기관(1)
투자가치	44	26.2	공인중개사 사무소(18) 모델하우스/분양사무소(8) 이웃/친지(6) 신문잡지 상담코너(3) 공공기관(3) 기타(6)
중개사무소 및 중개인	14	8.3	공인중개사 사무소(9) 이웃/친지(2) 기타(3)

한편 상담을 위해 찾은 상담기관/상담자를 분류해 본 결과, 24개 주택정보 중 시설점검 및 진단이나 하자보수 등을 포함하는 9개 정보에 대한 상담은 아파트 관리사무소에서 가장 많이 이루어졌으며, 부엌과 욕실의 설비, 내장재의 선택 등을 포함하는 6개 정보에 대한 상담을 위해서는 설계사무소를 주로 찾는 것으로 나타났다. 공인중개사 사무소에서는 투자가치나 주택가격·전세금·월세, 그리고 용자 방법이나 절차 등에 관한 상담이 많이 이루어졌으며, 계약에서 입주까지의 절차나 방법, 주택의 향이나 평수, 방의 수나 배치, 교통 등에 관한 상담은 모델하우스/분양사무소를 통해 이루어지는 것으로 조사되었다.

조사결과에 따르면 조사대상 가구들은 원하는 주택정보의 특성에 따라 적합한 상담기관을 비교적 잘 선택하여 도움을 얻는 것으로 나타났으며, 그 중 아파트 관리사무소와 설계사무소가 당면한 주택 문제의 많은 부분을 해결하고 정보를 제공하는 것을 알 수 있다. 한편, 선행연구(오찬옥과 양세화, 1994)에서 정보원으로서 중요한 역할을 하는 것으로 밝혀진 친지나 이웃은 상담원으로는 잘 활용되지 않는 것으로 조사되었다. 한편 표로 제시하지는 않았지만, 주택상담의 경험이 없는 경우 적절한 상담기관이나 사람을 찾지 못해서 또는 상담 효과에 대한 불신이나 시간 소모를 그 주된 이유로 들고 있었다.

과거 경험하였던 주택상담에 대한 전반적인 만족도는 보통이라고 응답한 비율이 62.4%를 차지하였으며, 18.5%가 만족한다고 응답하였다. 불만족하는 경우 그 이유에서는 명확한 대답을 통한 문제 해결이 잘 안되었다고 응답한 비율이 약 72%를 차지하였으며, 시간 소모와 불친절도 조사되었다 (표 2 참조).

<표 2> 주택상담 만족도 및 불만족 이유

주택상담 만족도	빈도	백분율(%)	불만족 이유	빈도	백분율(%)
아주 불만족한다	4	2.5	명확한 답을 듣지 못했다	21	70.0
불만족한다	26	16.6	시간이 많이 소모됐다	5	16.7
보통이다	98	62.4	불친절했다	3	10.0
만족한다	29	18.5	상담료가 들었다	1	3.3
합계	165	100.0	합계	30	100.0

3. 주택정보 및 상담에 대한 요구

조사대상 가구 중 평소 주택과 관련된 문제를 그다지 느끼지 않는다고 응답한 비율은 약 24%정도로서 약 76%정도는 주택 문제를 다소 또는 그 이상으로 느끼며 사는 것으로 나타났다. 구체적인 주택문제로는 주택설계·시공·개조, 주택가격·전세금 지불/반환, 부엌·욕실 설비, 시설점검, 하자보수, 교통 등의 순으로 빈도 분포를 보였다 (표 3 참조).

<표 4>는 당면한 주택문제를 해결하기 위해 조사대상 가구들이 전문가와의 상담 필요성을 어느 정도 인식하고 있는지 그리고 구체적으로 어떤 곳에 상담을 의뢰하기를 원하는지에 대한 조사결과를 요약한 것이다. 조사대상 가구의 약 10.6%만이 전문가와의 주택상담 필요성을 느끼지 않고 있었으며, 과반수 이상은 필요성을 느낀다고 응답하여 전문가와의 주택상담을 인식하는 것으로 나타났다. 주택상담을 의뢰하게 될 경우 상담을 요청하고 싶은 곳으로는 전문가와의 직접상담을 가장 선호하고 있었으며(59.0%), 그 다음으로는 주

택관련업체의 상담창구(24.2%), 공공기관이나 사회단체(10.6%)라고 응답하였다. 즉 잡지나 신문기사, 또는 인터넷을 이용한 상담보다는 전문가 또는 전문성과 공신력을 함께 가진 업체나 기관에서의 상담을 선호하는 것을 알 수 있다.

<표 3> 주택문제에 대한 인식정도 및 구체적인 주택문제

n=168

주택문제에 대한 인식정도	빈도 (%)	구체적인 주택문제	빈도 (%)	구체적인 주택문제	빈도 (%)
전혀 느끼지 않는다	2(1.2)	주택설계 시공 개조	13(10.1)	소음 및 공해	10(7.8)
느끼지 않는다	38(23.0)	주택가격, 전세금지불/반환	13(10.1)	주택의 유지관리비	9(7.0)
보통이다	77(46.7)	부역, 욕실설비	12(9.3)	재개발 재건축	6(4.7)
느낀다	41(14.8)	시설점검	11(8.5)	공동주택 관리비	6(4.7)
많이 느낀다	7(4.2)	하차보수	10(7.8)	투자가치	5(3.9)
		교통	10(7.8)	세금의 종류와 액수	4(3.1)
				주택의 향, 평수, 방 배치	4(3.1)

<표 4> 주택상담의 필요성 인식정도 및 희망 상담기관

주택상담의 필요성 인식정도	빈도	백분율 (%)	희망 상담기관	빈도	백분율 (%)
전혀 느끼지 않는다	1	.6	공공기관이나 사회단체	17	10.6
느끼지 않는다	16	10.0	잡지나 신문기사 및 상담코너	3	1.9
보통이다	62	38.8	주택관련업체의 상담창구	39	24.2
필요성을 느낀다	74	46.3	전문가와외의 직접상담	95	59.0
필요성을 많이 느낀다	7	4.4	컴퓨터 통신 및 인터넷	7	4.3
합계	160	100.0	합계	161	100.0

4. 관련 변인 규명

조사대상 가구의 과거 주택상담 경험에 대한 만족도와 주택문제의 인식정도, 그리고 주택상담의 필요성 인식정도에 영향을 미치는 관련 변인을 규명하기 위해 이들 세 변인 각각을 종속변인으로 하고, 가장의 연령, 가장의 학력, 가장의 직업, 월평균 가계소득, 주택소유형태, 주택규모 및 현 주택에서의 거주기간을 독립변인으로 하여 다중회귀분석을 하였다. 모델에 포함된 독립변인 중 가장의 연령과 학력, 주택규모와 거주기간은 연속변수이므로 실제 값을 사용하였으며, 가장의 직업, 월평균 가계소득, 주택소유형태는 불연속변수이므로 가변수로 전환하여 사용하였다.

<표 5> 주택상담 만족도, 주택문제 및 주택상담 필요성 인식정도의 다중회귀분석

독립변인	주택상담 만족도		주택문제 인식정도		주택상담 필요성 인식정도	
	beta	t	beta	t	beta	t
가장의 연령	-.238	-2.485	-.008	-.095	.082	.889
가장의 학력	-.116	-1.084	-.231	-2.314*	-.239	-2.301*
가장의 직업						
생산직	-.104	-.929	-.083	-.802	-.130	-1.189
사무직	.098	.850	.010	.095	-.032	-.285
전문직 및 관리직	.130	1.173	.170	1.680	.027	.256
월평균 가계소득						
150미만	.026	.204	-.010	-.084	-.181	-1.217
150-250미만	.038	.275	-.131	-1.015	-.243	-1.773
250-350미만	.114	.987	-.010	-.092	-.040	-.347
주택소유형태						
자가	.098	1.043	-.195	-1.952	-.118	-1.301
주택규모(평수)	.029	.231	-.223	-2.236*	-.212	-1.827
거주기간(개월)	.132	1.464	.077	.918	-.012	-.138
상수	5.747		6.663		7.111	
df	11 & 145		11 & 153		11 & 148	
R ²	.083		.170		.122	
F비	1.190		2.850**		1.873*	

* p < .05 ** p < .01

※ 가변인을 사용한 경우 각 변인에 대한 비교집단: 가장의 직업(판매서비스직 및 기타), 월평균 가계소득(350만원 이상), 주택소유형태(타가)

<표 5>는 회귀분석 결과를 나타낸다. 3가지 회귀모델의 유의성 유무를 F비를 통해 살펴보면, 과거 주택상담에 대한 만족도를 제외한 나머지 두 모델은 .01수준과 .05수준에서 유의적인 것으로 나타났다.

주택문제의 인식정도 모델이 독립변인들에 의해 설명되는 변량은 17%(R² = .17)이며, 유의적인 영향력을 가진 독립변인은 가장의 학력과 주택소유형태로 가장의 학력(beta=-.231)이 주택소유형태(beta=-.195)보다 큰 표준화 회귀계수를 가져 더 큰 영향력을 가지는 것을 알 수 있다. 가장의 학력이 높을수록, 그리고 자가에 거주할수록 평소 주택과 관련된 문제를 덜 느끼는 것으로 나타났는데, 즉 가장의 학력이 높고 자가 거주 가구일 경우 주택의 질적 측면이 비교적 잘 충족되어 주택으로 인한 문제가 적기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

또 하나의 유의적 회귀모델인 주택상담 필요성 인식정도는 R² 값이 .12로 변량의 약 12%가 모델에 포함된 독립변인들에 의해 설명되는 것으로 나타났다. 유의적인 설명변인은 가장의 학력(beta=-.239)으로, 가장의 학력이 높을수록 주택문제 해결을 위한 전문가와의 상담 필요성을 덜 느끼는 것을 알 수 있다. 이는 가장의 학력이 높을 경우 주택문제에 당면했을 때 스스로 문제를 해결하고자 하는 의지가 전문가에 대한 의존보다 우선하는 것으로 생각할 수 있다.

끝으로, 표로 제시하지는 않았지만, 대학부설 주택정보 상담실이 주변에 개설될 경우 이용의사를 조사한 결과에서는, 조사대상 가구의 약 81.5%가 이용할 의사가 있다고 답하였다. 즉, 공신력 있는 전문 상담기관에 대한 요구가 높음을 <표 5>에 이어 다시 확인할 수 있다.

V. 요약 및 시사점

본 연구는 울산시 거주 가구들이 다양한 주택문제를 해결하기 위해 시도하는 상담이 현재 어떻게 이루어지고 있으며 또 이에 대한 인식 및 요구사항은 어떠한지 규명하기 위해 수행되었다. 이를 위해 울산시 소재 아파트에 거주하는 200가구를 주택평수를 고려하여 표집한 후, 면접을 통한 설문조사를 실시하였으며, 그 중 168가구로부터 수집된 자료를 통계 처리하여 분석하였다. 구체적인 조사내용으로는 과거 주택상담 경험에 대해 경험유무 및 상담기관/상담자, 그리고 이에 대한 만족도와 불만족 이유를 조사하였다. 주택정보 및 상담에 대한 요구에 관해서는 평소 주택문제에 대한 인식정도와 구체적인 주택문제, 그리고 이러한 문제해결을 위한 주택상담의 필요성 및 희망 상담기관을 파악하였다. 아울러 과거 주택상담 경험에 대한 만족도와 주택문제의 인식정도, 주택상담의 필요성 인식정도에 영향을 미치는 가족특성 및 주택특성 변인을 규명하였다. 분석결과에 따른 결론 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 조사대상 가구 중 주택상담을 한번이라도 경험한 비율은 약 47%정도로서, 절반에 약간 미치지 못하였지만, 상담을 통해 해결하는 주택문제는 아주 다양한 것으로 나타났다. 특히 시설점검 및 진단, 하자보수 등 주택의 유지관리와 관련하여 상담이 많이 이루어지고 있었으며, 또 부엌과 욕실의 설비 교체나 실내 마감재 및 가구선택 같은 개조나 실내 의장과 관련한 상담, 또 계약에서 입주까지의 절차나 방법 같은 기술적인 정보를 얻기 위한 상담도 많이 이루어졌다. 상담을 위해 이용하는 상담기관은 해결을 원하는 문제의 특성에 따라 적절하게 선택되고 있었으며, 그 중 아파트 관리사무소와 설계사무소가 상담기관으로 잘 활용되고 있었다. 그러나 상담에 대한 만족도는 높지 않았으며, 명쾌한 답을 얻지 못하는 것을 주요 불만요인으로 제시하였다.

둘째, 조사대상 가구들은 평소 주택과 관련된 문제를 비교적 많이 느끼는 것으로 나타났다. 그러나 평소에 느끼고 있는 주택문제는 과거 상담을 경험하였던 문제와는 다소 다른 양상을 보였는데, 설계나 개조 또는 전세금 관련 문제, 또는 투자나 교통 문제 등 주거이동을 포함하는 미래의 주거선택과 관련된 문제들이 빈도가 높았다. 또한 주택상담의 필요성은 비교적 높이 인식하고 있었으며 전문가와의 상담에 대한 요구가 큰 것으로 나타났다.

셋째, 가장의 학력과 주택소유형태는 평소 주택문제에 대한 인식이나 또 이러한 문제를 해결하기 위한 상담의 필요성에 대한 인식에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 그러나 이러한 관계는 직접적인 것이기 보다는 주택의 질을 포함하는 여러 측면에서의 주택 특성이 매개변인으로 작용하여 생기는 간접적인 것으로 볼 수 있으며, 이에 대한 검증은 많은 선행연구에서 이루어진 바 있다. 한편, 가장의 학력이 높을수록 주택상담의 필요성을 덜 느끼는 것은 스스로 문제를 해결하고자 하는 의지가 전문가에 대한 의존보다 우선하기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

주택과 관련된 문제는 실내 마감재 선택과 같은 작은 것에서부터 주택구매와 관련된 의사결정이나 법적 분쟁에 이르기까지 광범위하다. 따라서 정확하고 전문적인 정보를 제공할 수 있는 적절한 정보원의 확보와 이를 통한 효율적인 상담은 주택이라는 상품이 갖는 특수성을 감안할 때 매우 중요하다고 볼 수 있다. 실제 본 연구의 결과에서도 울산시 거주 가구들은 다양한 주택문제를 인식하고 또 이를 원활히 해결하기 위한 전문적인 주택상담의 필요성을 크게 요구하는 것으로 나타났다. 이를 위해 주택상담의 자질을 갖춘 전문 상

담원의 교육과 대학 부설 주택상담소와 같은 공인된 기관에서의 주택상담이 활성화되어야 할 것이다.

참고문헌

1. 오찬옥, 양세화 (1994). 주택정보요구에 관한 연구-부산, 울산지역 아파트 거주 주부를 중심으로. 한국주거학회지, 5(2), 51-63.
2. 유선영 (1986). 주거이동 결정에 따른 주택구입을 위한 소비자 정보 채널에 관한 연구, 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
3. 이은희, 이기춘 (1991). 소비자 정보요구와 관련요인 연구. 대한가정학회지, 29(1), 159-176.
4. 홍형욱, 강순주 외 (1998). 서울시 거주자의 주택상담과 자료 요구도에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 16(2), 71-82.
5. Crites, D. M., Shaw, J. J. & Onkvisit, S. (1979). Information sources usage by prospective home buying consumers. Journal of the Academy of Marketing Sciences, 7(2), 80-94.
6. Schlagel, B. E. (1990). The Usefulness and Availability of Information in the Home-Buying Process: A Comparison of First-Time and Repeat Buyers. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Minnesota, St. Paul, MN, U.S.A.
7. 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, U.S.A.