

공동주택 하자처리과정에 대한 거주자 입장의 만족도 분석

A Study on the inhabitants' Satisfaction Degree in the Defect-Management system

○ 석성준* 유현경** 강경인***
 Suk, Sung-Joon Yoo, Hyun-Kyoung Kang, Kyung-In

Abstract

The demand for apartments is decreasing as the condition of housing market in Korea has changed. Therefore, construction companies have to understand the needs of the customers to win over them. It is important for construction companies not only to supply customers with high quality apartments but also to provide them high service quality for a long range plan. One of the important service of the construction companies is after-service(A/S) that includes the defect management. The inhabitants' unsatisfactory defect management will worsen the image of the company among the future customers. Also A/S is one of the best way for the company to create good impression to the customers, so the defect management carried out by construction firms has to satisfy the inhabitants. In this study, the degree of association between inhabitants satisfaction and the company's image is proved and the factors of the inhabitants dissatisfaction in defect-management are presented. The major factor that causes dissatisfaction is the long service time of the defect management. Therefore, shortening the time of process taken to deal with the defects would allow construction outfits to satisfy their customers effectively and to be more competitive ones in the Korean apartment market.

키 워 드 : 하자처리과정, 고객만족, 애프터서비스
 Keywords : Defect-Management, Customer Satisfaction, After Service

1. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

건설사의 주택관련 사업 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 공동주택 사업이며, 또한 이것은 건설사의 브랜드 이미지에도 상당한 영향을 미치고 있다. 왜냐하면 공동주택을 제외한 다른 건축물들은 그 건물이 어느 건설사에서 건설되었는지 알기 힘들다. 일반적으로 공동주택에는 그 건설사의 이름이 명시되어 이를 쉽게 알 수 있기 때문이다. 이에 건설사들은 공동주택 사업의 활성화와 경쟁력 강화를 위해 TV광고나 분양마케팅 또는 판촉활동 등을 통한 이미지 제고에 심혈을 기울이고 있다.

한편 현재 주택시장에서는 공동주택을 투자의 목적으로 구입하는 경향이 줄어들고 있어서 공동주택의 총수요자의 숫자가 줄어들고 있다. 그 이유는 전국의 주택 보급률이 2002년을 기준으로 100%를 넘었기 때문에 주택을 원하는 수요자는 더 이상 충분하다고 할 수 없으며, 정부에서 투기지역에 대한 강력한 규제 정책을 실시하여 주택 시장에서의 매매가 급감했기 때문이다. 또한, 공동주택의 분양방법이 부분적으로 선분양에서 후분양으로 전환되어서 중도금을 나누어 내는 선분

양에 비해 후분양에서는 수요자가 공동주택 구입비용을 한꺼번에 지불해야하는 어려움도 발생했다. 이와 같은 환경 변화는 전국의 미분양 아파트가 2002년 이전까지는 계속 감소세를 보여 2만4923가구를 기록했으나 지난해엔 다시 3만8261가구를 기록하면서 5년 만에 다시 증가세로 돌아섰다¹⁾는 데에서 여실히 드러나고 있다. 따라서 건설사들은 더 이상 공급자 위주의 사업이라는 개념을 떠나서 이제는 소비자를 만족시켜야 수요자를 확보할 수 있다는 개념이 절실히 필요한 시점이 되고 있는 것이다.

수요자를 만족시키기 위해서는 고품질의 공동주택을 공급하는 것이 그 우선이 되겠지만 장기적인 안목으로는 공동주택 하자에 대한 애프터서비스를 만족시켜야 할 것이다²⁾. 거주하는 동안의 불편한 점이나 불만족스러운 점은 최근 인터넷 등의 보급으로 급속도로 확산되어 공동주택 건설사의 이미지에 상당한 영향을 미치기 때문에 애프터서비스, 즉 하자처리 과정이 매우 중요한 것이다. 또한 하자처리는 고객이 기업에 대한 애호도의 증가 등 좋은 태도를 형성할 수 있는 가장 확실한 마케팅이므로 하자처리는 건설회사의 마케팅으로 중요성이 크다. 이에 건설사들은 거주자의 하자처리 과정에 대한 만족도 및 그 요소들에 대해 면밀히 분석할 필요가 있다.

- 1) 김혜승, 주택후분양제도의 조기정착방안, 국토연구원·건설교통부, 2003
- 2) 통계청(2003)
- 3) 배정민, 공동주택 사후관리에 대한 거주자 의식 연구, 연세대 석사학위논문, 2003.

* 고려대학교 건축공학과 석사과정, 정희원
 ** 고려대학교 건축공학과 석사과정
 *** 고려대학교 건축공학과 교수, 정희원

따라서 건설사는 수요자를 확보하기 위한 자료로 거주자 측면에서의 하자처리 과정에 관한 만족도 분석을 하여, 건설사의 경쟁력 향상의 일환으로 삼아야 하겠다. 그러나 기존 연구에서는 하자처리 시스템의 개선방향에 관하여 연구를 실시하였지만(강경인의 2인, 1997) 이는 거주자 입장이 아닌 건설사 관점에서의 효과적인 하자처리 시스템을 구축하는데 그 초점이 맞추어져 있다. 이에 본 연구에서는 건설사의 하자처리 과정에 대한 거주자 입장에서의 만족도 및 그 요소들을 분석함으로써 공동주택 시장에서 건설사의 경쟁력에 필요한 자료를 제시하고자 한다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 공동주택 건설업체의 하자처리 과정에 대한 거주자의 만족도가 건설사 이미지와 상관성이 있는지를 분석하고, 하자처리 과정에서 거주자의 만족도를 저해하는 요소를 분석하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문조사의 방법은 직접 방문을 통한 개별 면접 조사를 실시하였으며 설문은 하자처리 과정 만족에 관한 5문항과 건설사 이미지에 관한 4문항 입주자 기본사항에 대한 6문항으로 구성하였다. 조사 대상은 거주기간 동안 하자발생을 경험하고 거주하는 아파트에 대한 평가를 할 수 있을 정도의 기간을 가진 서울의 강북지역에 소재한 2000년에서 2004년 2월까지 입주한 아파트 단지의 거주자를 조사대상으로 한다. 조사대상단지는 KPQI⁽⁴⁾(Korean Product Quality Index) 즉 품질경쟁력지수와 국가고객만족도 조사⁽⁵⁾(NCSI: National Customer Satisfaction Index)를 기초로 하여 위의 조건에 부합하는 15개 단지로 정하였다. 설문조사 후 검증 및 통계분석은 SPSS 10.0을 이용하였다.

2. 하자처리과정

2.1 하자처리과정에 대한 기존의 연구

거주자 관점에서의 공동주택의 하자처리 과정에 대한 만족도에 대한 연구는 아직 미비한 상황이다. 이는 기존의 충분한 수요자로 인해 거주자의 만족도를 분석해야 할 필요성이 불충분 했으며 공동주택의 하자보다는 수익성에만 목적을 두던 수요자로 인해 하자관리에 대한 심각성이 두각을 드러내지 못했기 때문이다. 따라서 기존의 연구에서는 건설회사 시공능력에 따른 공동주택의 하자발생 실태만을 분석하고(서덕석, 2003) 유형별로 시공상의 개선요인을 파악하는 등(안광훈의 3인, 2002) 거주자 관점에서의 분석이 아닌 시공자 관점에서의 하자처리만을 다루어 왔다. 또는 건설사의 효과적인 관리를 위해 공동주택의 하자발생 실태에 대한 분석을 통해 보수

- 4) 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 한국산업의 주요 산업군 69개 제품군에 걸쳐 조사를 실시하고 각 제품군별 한국산업의 품질 경쟁력 1위를 인증하는 제도
- 5) 국가고객만족지수(National Customer Satisfaction Index)는 국내외에서 생산, 국내 최종소비자에게 판매되고 있는 제품 및 서비스 품질에 대해 해당제품을 직접 사용해 보고 이 제품과 관련된 서비스를 받아 본 고객이 직접 평가한 만족수준의 정도를 모델링에 근거하여 측정, 계량화한 지표

비용을 예측 하거나(김현지의 2인, 2002), 하자 발생 빈도를 예측하여 건설사에서 하자 발생에 따른 품질저하를 예방하기 위한 연구(서덕석, 2000)가 다수였다.

따라서 본 연구에서는 건설사의 경쟁력 확보를 위한 자료로 수요자의 요구를 이해할 수 있는 자료를 제시하고자 한다.

2.2 하자처리과정에 대한 정의

공동주택 관리규칙 부칙에 의하면 하자의 범위는 '공사상의 잘못으로 인한 균열, 처짐, 비틀림, 침하, 파손, 붕괴, 누수, 누출, 작동 또는 기능 불량 부착 또한 정지 불량 및 결속불량, 고사 및 입상불량 등으로 건축물 또는 시설물 등의 기능상 미관상 또는 안전 상 지장을 초래할 정도의 하자'로 규정되어 있다. 그러나 본 연구에서는 하자발생의 부위, 발생정도 등에 연구의 목적이 있지 않고 하자처리과정에 대한 거주자 만족에 관한 연구이므로 하자에 대한 정의는 따로 하지 않고 하자처리과정에 대한 범위를 '공동주택 거주자가 입주 후 공동주택 내에 시공 상의 결함이 발생하여 보수, 처리를 시공회사에 신청하여 시공회사 직원이 방문함에 한하여 적절한 조치를 취한 경우'로 한정한다. 또한 거주자가 하자라고 지적하는 부분이 실제 하자가 아니라고 해도 직원의 방문 후 거주자를 납득시키는 과정 또한 연구범위에 포함되겠다.

2.3 하자처리과정 실태

하자처리과정은 건설회사에서 하자가 발생하면 보수를 실시하여 처리하는 과정이다. 하자보수를 실행하는 방식은 다양하나 대부분의 회사에서는 공동주택 단지별로 하자처리 팀을 운영하고 본사 직원이 수시로 방문하여 처리하거나 또는 현장에 본사 직원이 상주하여 하도급업체나 직영인부로 하여금 처리하도록 한다(그림 1).

강경인(1997)의 연구에서 하자처리과정은 각 건설사마다 다소의 차이는 있겠지만 크게 세 가지 유형으로 분류된다. 이 중 본 연구의 조사대상에 해당하는 건설사들이 가장 많이 사용하고 있는 과정은 입주 후 일정기간동안 상주 하자사무실을 설치·운영하고 이후에는 2개에서 3개 지역을 묶어 지역 하자사무실을 운영하는 방식이다. 그러나 장기간 상주 하자사무실을 운영할 경우 그에 따른 비용이 증대되어 건설사 입장에서는 장기간 운영이 어렵다.

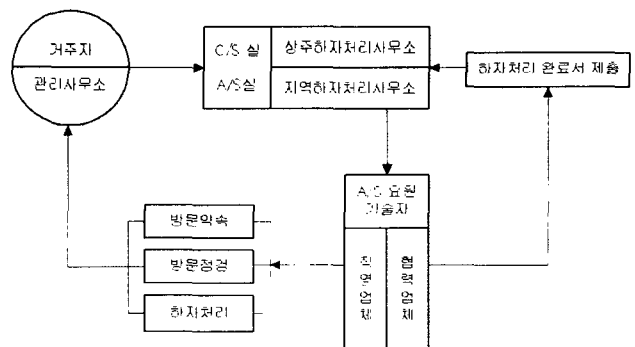


그림 1. 건설사의 하자처리과정

3. 하자처리과정에 대한 설문조사 내용

3.1 하자처리 과정 만족도에 관한 설문

하자처리 과정에 관한 거주자의 만족도를 분석하기 위해 하자 발생 유무여부와 하자 발생시기, 하자처리에 관한 만족 그리고 만족하지 못하였다면 그 이유를 선택하도록 하였다. 또한 하자처리 과정에 관하여 갖고 있던 기대치와 하자처리 과정을 경험한 후에 느끼는 만족도의 차이에 관하여 선택하게 하였다.

3.2 하자처리 과정의 만족도와 건설사 선호도

하자처리과정의 만족도에 관한 거주자의 건설사 선호도를 분석하기 위하여 현재 거주하는 공동주택의 건설사가 추후 건설할 공동주택을 재구매할 의사가 있는지, 타인에게 건설사를 추천할 의사가 있는지, 하자처리과정이 건설사의 이미지에 영향을 끼쳤는지에 대해 선택하도록 하였다. 또한 하자처리과정 이후 하자처리과정이 건설사 이미지에 영향을 끼쳤다고 대답한 경우에는 건설사의 이미지에 대해 신뢰성, 서비스 제공의 우수성, 사회공헌도, 장래성, 성실함, 친숙함 그리고 대외적인 이미지에 대한 평가를 각각 5점 리커트 척도법에 의해 선택하도록 하였다.

대한 만족도에 따른 건설사 이미지의 정도를 분석한 결과 하자처리 과정만을 고려할 경우 거주하는 공동주택 건설사의 이미지와 상관관계가 있다는 것을 알 수 있었다. 리커트 5점 척도로 평가된 하자처리과정 만족도가 5점에 가까울수록 건설사 이미지 정도가 상위권 점수(4~5점)만을 기록하는 것을 알 수 있었다. 하자처리과정 만족도 하위 점수인 1점과 2점으로 내려갈수록 건설사 이미지 정도의 분포는 하위권을 포함하였다. 따라서 건설사의 이미지를 좋게 유지하기 위해서는 하자처리과정에서 거주자의 만족도가 높아야 할 것이다.

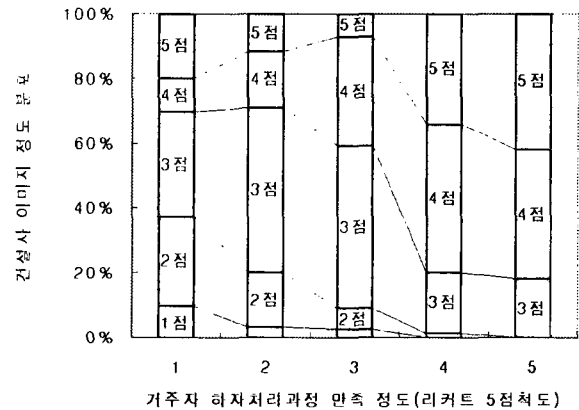


그림 2. 하자처리과정 만족도에 따른 건설사 이미지 정도

4. 하자처리과정에 대한 거주자 만족도 분석

4.1 설문조사 개요

회수된 설문지는 총 140부였으며, 이 중에서 무성의한 응답인 40부를 제외한 100부의 유효 설문지를 분석에 이용하였다. 설문 참여자는 성별로 남자 42명(42%), 여자 58명(58%)으로 연령별로는 34%로 30대가 가장 많았고 직업별로는 평상시 집에서 생활하는 시간이 많은 주부가 가장 많은 참여자였다. 또한 거주하는 공동주택의 평형에서는 30평형(52%), 20평형(23%), 40평형(22%)의 순위를 보였다. 입주 형태에 있어서는 68%가 분양 후 바로 입주를 하였고 32%는 타인이 거주하던 공동주택에 입주한 것으로 조사되었다.

4.2 하자발생의 시기

하자발생정도를 분석한 결과 하자발생이 77%, 하자가 발생하지 않은 경우는 23%였다. 하자가 처음 발생한 시점은 입주 후 6개월 미만이 41.6%, 입주 후 6개월 이상 1년 미만이 40.3%, 입주 후 1년 이상 1년 6개월 미만은 6.5%, 입주 후 1년 6개월 이상 2년 미만이 5.1%, 입주 후 2년 이상은 6.5%였다. 대부분의 하자(81.9%)는 입주 후 1년 6개월 이내에 발생하는 것으로 조사됐다. 따라서 입주초기의 하자처리과정은 거주자의 만족도를 확보하기위해 중요한 시기라고 사료된다.

4.3 하자처리과정 만족도와 건설사 이미지

하자처리과정에 대한 만족도는 만족하지 않는 경우가 29%, 만족하거나 보통인 경우가 71%였다. 응답한 하자처리과정에

4.4 하자처리과정과 재구매·추천 의사

또한 하자처리과정 만을 고려할 경우 하자처리과정의 만족도와 거주하는 공동주택의 브랜드를 재구매할 의사, 타인에게 거주하는 아파트를 추천할 의도는 상관관계를 갖고 있다는 것을 알 수 있었다. 거주하는 공동주택 브랜드를 재구매할 의사는 상관계수가 0.605, 타인에게 거주하는 아파트를 추천할 의도는 0.637로 유의확률 0.01에서 통계적으로 유의한 상관관계를 가진 것으로 분석되었고, 만족도가 높을수록 재구매와 추천의도가 높아지는 것을 알 수 있었다.

따라서 공동주택은 거주자가 한번 구입하면 장기적으로 사용하는 특성이 있기 때문에 다른 재화에 비해 단기간의 계속적인 구매가 어려운 점이 있지만, 하자처리과정의 만족도가 높을 경우 해당 건설사의 공동주택을 재구매 할 가능성이 높아지고 타인에게 추천할 의도 즉 향후 잠재적 소비자에게 긍정적 영향을 끼치는 것을 알 수 있었다.

4.5 하자처리과정 만족을 위한 필요요소

1) 하자처리과정 불만족 요소

하자처리과정에 대해서 불만족을 느끼는 거주자의 응답에 의하면 하자처리과정에 대한 불만족의 이유는 하자처리과정의 시간이 많이 걸렸기 때문이 46.75%로 가장 많았고 그 다음으로 하자처리 절차의 복잡함(8.9%), 직원의 불친절(8.9%), 기타(2.2%)의 순서를 보였다. 따라서 거주자의 불만족 중 가장 많은 응답을 보인 하자처리과정의 시간을 개선하여 거주자가 느끼는 불만족을 해결할 필요가 있겠다.

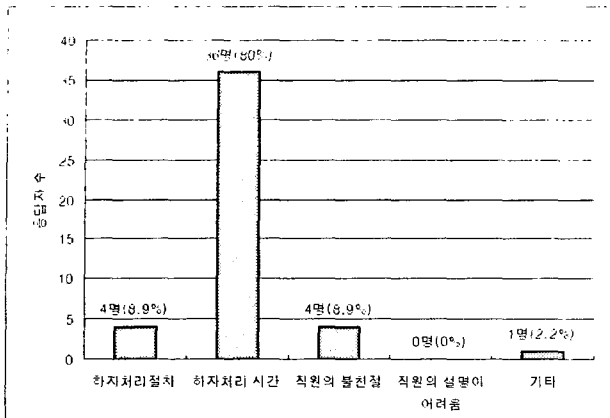


그림 3. 하자처리과정의 불만족 요소

2) 하자처리과정 기대치에 따른 만족도

거주자의 하자처리과정에 대한 만족정도가 입주 전 하자처리과정에 대한 기대치에 못 미칠 경우 하자처리과정에 대한 만족도가 낮아지는 것을 볼 수 있었다. 하자처리과정의 만족도와 입주 전 하자처리 기대치에 비한 만족도의 상관관계를 분석한 결과 상관관계가 0.797로 유의확률 0.01수준에서 하자처리과정에 대한 만족도와 기대치는 양의 상관관계가 있었다. 따라서 건설회사는 입주 전 거주자의 하자처리과정에 관한 기대치를 분석하여 거주자의 기대에 맞는 하자처리과정을 수행하여 입주 후 거주자의 하자처리과정에 대한 만족도를 향상시켜야 하겠다.

5. 결 론

본 연구에서는 공동주택 시장에서 건설사의 경쟁력 강화에 도움을 주고자 공동주택 건설업체의 하자처리 과정에 대한 거주자 입장의 만족도와 그 요소들을 분석하였다.

하자처리과정에 대한 거주자 입장의 만족도는 건설사 이미지와 상관성이 있었고, 추후 건설되는 공동주택의 재구매 의사, 타인에게 추천할 의사에 영향을 미쳤다. 그리고 하자처리과정에서 거주자의 불만족을 야기한 문제점은 하자처리과정이 오래 걸렸기 때문이었고, 거주자의 입주 전 하자처리과정에 대한 기대치가 실제 하자처리과정에 못 미쳤을 경우였다. 따라서 하자의 주 발생 시기가 입주 후 1년 6개월 이내 건설사는 입주 초기 하자처리과정의 시간을 단축하는 노력과 입주 전 거주자의 하자처리과정에 대한 기대를 조사하여 건설사의 경쟁력 향상을 위한 자료를 구축하여야 하겠다.

본 연구는 하자처리과정을 거주자의 만족도라는 관점에 중점을 두어 분석하였다는 것에 그 의의가 있다. 향후 본 연구를 토대로 거주자의 표본을 다양화하고 하자처리과정 항목을 세분화하여 급변하는 거주자의 요구에 적절히 대응할 수 있는 시스템의 구축이 필요할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

1. 김혜승, 주택후분양제도의 조기정착방안, 국토연구원.건설교통부, 2003
2. 통계청, 건설정보, 2003
3. 배정민, 공동주택 사후관리에 대한 거주자 의식 연구, 연세대 석사학위논문, 2003.
4. 강경인, 서덕석, 안광수, 우리나라 공동주택 하자처리 시스템의 개선방안에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 제13권 3호, 1997.3.
5. 서덕석, 건설회사 시공능력에 따른 공동주택의 하자발생실태 분석연구, 대한건축학회논문집, 제19권 7호, 2003.
6. 안광훈, 윤창식, 천봉기, 김예상, 하자정보를 활용한 품질관리 시스템 개발에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 제18권 4호, 2002.4.
7. 김현지, 이형우, 홍원화, 공동주택 공용설비부문의 하자 실태와 보수비용 분석에 관한 연구, 대한건축학회 학술발표논문집, 제 22권 2호, 2002.10.
8. 서덕석, 강경인, 김재엽, 공동주택의 하자발생빈도 예측방안에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 제16권 11호, 2000.11.
9. 조난주, 박설혜, 강미선, 김영애, 이진원, 공동주택 유지관리의 장기수선 현황과 개선방안 연구, 대한건축학회논문집, 제 18호 9권, 2002.9.