

住宅 取得시 發生하는 消費者 問題와 對應行動에 관한 研究

A Study on the Problems of the Occupants on the Purchasing Housing

전국대학교 생활문화대학 가정관리학과
연구조교: 趙 鉉 京

전국대학교 생활문화대학 가정관리학과
부교수: 姜 淳 柱

*Dept. of Home Economics and Management
Kon-Kuk University
Research Assistant: Hyeon Kyeong Cho*

*Dept. of Home Economics and Management
Kon-Kuk University
Associate Prof.: Soom Joo Kang*

목 차

- | | |
|---|---|
| <p>I. 서 론</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 문제의 제기 및 연구목적 2. 연구내용 3. 용어정의 <p>II. 이론적 배경</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 상품으로서의 주택의 특성 2. 주택의 소비자 문제 유형 <p>III. 연구방법 및 절차</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 조사대상, 방법 및 시기 2. 조사도구의 내용 3. 자료수집 및 처리 | <p>IV. 결과 및 논의</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 조사대상 가구의 일반적 사항 2. 주택의 소비자문제와 그 내용 3. 소비자의 주거만족도 4. 대응행동 5. 소비자의 대응수단 6. 대응과정 <p>V. 결 론</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 요 약 2. 제 언 <p>참고문헌</p> |
|---|---|

=ABSTRACT=

The purpose of this study is to provide basic data for the solution of occupant problems related to the house purchasing. For the purpose, the content of problems and actual conditions of house purchasing are examined. Also the structural analysis of occupant's evaluation of housing purchasing is executed.

For these purposes, a survey was conducted using questionnaires. Data analysis was conducted from 263 house owners in Seoul.

Major findings of this study can be summarized as follows ;

- 1) The frequency and the contend of occupation's problems with house purchasing are

studied. The rate of housing problem occurrence is 71.2%, so the majority of respondents experience problems. The most common problems are the difference from supplier's description (53.2%). The rate of housing problem occurrence is generally high with the houses of multi-household houses and multi-family houses type.

2) There is a significant difference in housing satisfaction extent according to the existence of an housing problem experience. Therefore, it can be inferred that experience of housing problem has an important effects upon the housing satisfaction extent.

3) Occupants' countermoves to the housing problems are examined. Occupants make active negotiation with house suppliers only on the direct damages such as an economical loss or a living difficulty. However, they usually make no countermove at all on the other indirect troubles. House suppliers make correction only when occupants' countermove actively, but refuse to do when occupant's reactions are not active.

4) As a means of countermove, most occupants depend on direct personal negotiation with house suppliers. The rate of using a specialist or public and private consultant is extremely low.

5) Problems with house purchasing and the countermove process of both occupant and house supplier are displayed in the figure(Fig. 4-4).

I. 서 론

1. 문제의 제기 및 연구목적

1960년대에 시작한 경제개발계획은 우리나라 경제발전에서 고도성장의 기반이 되었으며, 급속한 경제발전은 경제적인 풍요와 편안한 삶을 영위할 수 있게 하였을 뿐만 아니라 산업화 도시화 핵가족화를 초래하였다. 그러나 이러한 현상은 인구의 도시집중현상을 일으켜 주택에 있어서 공급이 수요를 따르지 못하는 심각한 **住宅問題**를 야기시켰다. 이에 따라 도시를 중심으로 대량의 **住宅需要**에 대응하는 새로운 공급형태로 **分讓아파트**, **聯立住宅**, **多世帶住宅**, 민간업자들에 의한 **집장사집** 등의 상품화된 주택이 등장하기 시작하였으며, 이러한 새로운 주택의 수요공급형태는 소비자와 공급업자 사이에 주택의 취득시와 취득후의 **瑕疵** 등 많은 문제를 야기시키고 있다.

주택 취득시에 발생하는 문제의 원인을 보면, 사회 구조의 변화와 거기에 대응할 수 없는 **住宅生産**, 즉 **住宅供給體制**의 문제와 새로운 공급상황에 대응하지 못하는 **市場去來體制**의 문제, 그리고 소

비자측의 「消費者意識」 미비와 「消費者權利」에 대한 인식 부족문제, 마지막으로 이러한 사회상황에 대해서 **住宅政策**, **住宅產業政策**, **土地政策**의 미비 등을 들 수 있다(上野勝代, 1984).

지금까지의 소비자 문제는 식품, 의류, 가전제품, 일반공산품 등의 **消費財**가 그 주된 대상이 되어 왔으나 이제 주택의 경우도 상품화된 **需給形態**라는 점에서 거주자들의 불만, 피해 등이 당연히 소비자 문제로서 부각되어 거주자를 보호할 수 있는 많은 연구와 대책이 강구되어야 할 것이다(강순주, 1986). 특히 주택의 매매는 그 특성상 다른 종류의 상품에 비해서 거액의 비용을 요하며, 일생에 몇 번 안되는 기회이므로 보다 신중히 검토되어야 할 문제이다.

따라서 본 연구는 주택 취득시 발생하는 문제의 내용 및 실태를 파악하고 이에 대하여 소비자와 업자가 각 유형별로 어떻게 행동하고 대응하며, 또한 그 결과를 소비자가 어떻게 평가하고 있는가를 구조적으로 분석하여 주택에 관한 소비자 문제의 해결을 위한 기초적 자료를 제공하고자 하는데 그 목적이 있다.

2. 연구내용

본 연구를 수행하기 위한 구체적인 연구내용은 다음과 같다.

1) 주택 취득시 발생하는 문제의 실태를 파악하고, 그것이 주택특성변인에 따라 차이가 있는가를 분석한다.

2) 문제발생정도에 따른 소비자의 주거에 대한 만족도의 차이를 분석한다.

3) 주택 취득시 발생한 문제에 대한 소비자와 업자의 대응행동을 분석하고, 대응과정을 고찰한다.

4) 주택 취득시 발생하는 소비자 문제의 해결안을 제시한다.

이상의 연구내용을 그림으로 도식화하면(그림 1-1)과 같다.

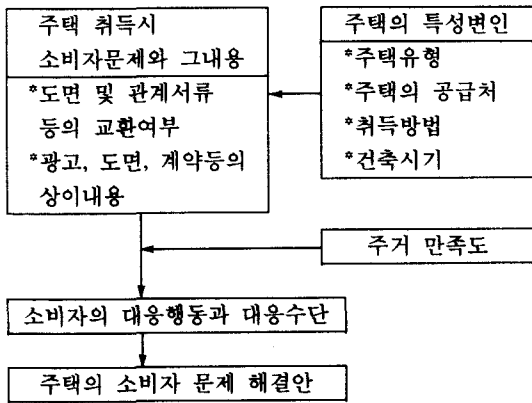


그림 1-1. 연구내용의 모형도.

3. 용어정의

1) 주택 취득

주택의 취득방법은 소비자가 직접 공급업자에게 주문하여 건설하는 신축의 형태와 완성된 주택을 구입하는 형태로 대별될 수 있다. 본 연구에서는 주택을 신축하거나 구입하는 모든 형태를 의미하며 중고주택의 구입도 포함한다.

2) 소비자

일반적으로 소비자란 자신의 욕구충족과 관련된 제품을 평가, 획득, 사용, 처분하는 등의 경제활동에

참여하는 사람을 지칭하는 말이다. 본 연구에서의 소비자란 주택을 취득하여 생활하는 거주자의 개념으로 사용한다.

3) 소비자 문제

소비자 문제는 상품이나 서비스의 결함이나 불공정한 거래에 의하여 소비자가 피해를 입어 건강상의 피해, 정신적인 피해 그리고 재산의 손실을 가져오는 사태를 의미한다. 본 연구에서의 소비자 문제라 함은 주택을 취득하는데서 발생하는 문제로 국한시킨다.

4) 연립주택

동당 건축면적이 660m²를 초과하는 4층 이하의 공동주택

5) 다세대·다가구 주택

다세대주택은 동당 건축면적이 660m² 이하로서 4층이하의 2~19가구의 분양용 공동주택이며 가구별 등기가 가능하다. 반면에 다가구주택은 동당 건축면적이 660m² 이하로서 4층 이하인 2~9가구의 임대용 단독주택으로 가구별 등기가 불가능하다. 그러나 본 연구에서는 다세대주택과 다가구주택을 한 주택안에 여러 가구가 모여 산다는 의미에서 같이 분류하기로 한다.

II. 이론적 배경

1. 상품으로서의 주택의 특성

주택은 자동화·기계화되어 대량생산시스템으로 만들어지는 다른 여러 종류의 제품과는 생산과정을 달리하고 있으며, 그 특징은 다음과 같다(上野勝代, 1984).

첫째, 주택은 개별성을 갖는 일품생산적 상품이 다.

둘째, 주택은 입지·가격 등의 선택성이 좁다.

셋째, 주택은 많은 職種간의 종합체이지만 각 직종간의 연대제휴가 어렵다.

네째, 주택은 소비자로서 구입경험과 기회가 적은 상품이다.

다섯째, 다른 많은 상품이 이미 득과점화의 단

계에 도달해 있는데 비해서 주택의 경우 특히 단독주택을 건설하는 많은 업자는 양적으로 본다면 여전히 「집장사」 등의 소규모 건축업자가 대부분이다.

여섯째, 주택은 거래관계에 있어서 전근대적인 면이 아직도 남아있다.

일곱째, 잠재되어 있는 주택의 결함 하자부분이 빠른 시일내에 발견되기 어렵기 때문에 일정기간을 거주해 보아야 한다.

이상과 같이 주택은 값이 비싸고 토지에 고정되어 있으며 장기간에 걸쳐 사용하는 것이다. 그리고 자주 사서 바꾸는 것이 어려우며 일생동안 여러번 경험할 수 있는 것이 아니므로 경험에 의해서 그 필요한 지식을 쌓는다는 것은 매우 어려운 일이다. 또한 주택구입에는 주택에 관한 기술적인 전문지식을 필요로 하며, 주택구입의 변화나 건축재료, 工法의 다양화에 따라 주택건설을 둘러싼 상황이 크게 변모하고 있기 때문에 소비자가 지금까지 소유한 지식으로서서는 불충분하기 쉽다.

더우기 주택을 선택함에 있어서 정보가 큰 역할을 하는데, 업자로 부터 일상적으로 대량 제공되는 선전광고에 소비자가 좌우되어 선택을 그르치는 경우도 적지 않으며, 취득한 주택에 하자가 있는 경우 문제 해결의 어려움 등 많은 문제를 내포하고 있다(住田昌二, 1984).

2. 주택의 소비자 문제 유형

- 한국소비자보호원과 소비자보호단체협의회의 자료를 중심으로 -

1) 소비자 문제의 유형 분류

주택에 관한 소비자들의 문제유형은 한국소비자보호원과 소비자단체가 조금 다르게 분류하고 있는데 그 내용은 다음과 같다.

(1) 한국소비자보호원의 분류

소비자보호원에서는 주택의 불만 및 피해유형을 크게 네가지로 분류하는데, 첫째는 건축설비공사후 하자가 발생한 경우이고, 둘째는 분양받은 주택에 입주한 후 건축물에 하자가 발생한 경우이다. 셋째는 건설업체에서 선전한 공급면적이 실제와 상

이한 경우이며, 마지막은 건축자에게 하자가 발생한 경우가 이에 속한다('89피해구제사례집, 1990).

(2) 소비자보호단체협의회와 분류

소비자단체에 의한 주택 건축과 관련된 고발 상담은 주택임대차관계, 점포임대차, 건축부실 및 계약불이행, 주택정책, 이웃간의 건축법 위반다툼 등으로 크게 구분할 수 있으며 그 내용은 다음과 같다(소비자고발사례집, 1990).

첫째, 품질은 주택 부실공사에 따른 침수 등 피해, 부실감리, 부실자재 및 불량설비·시공에 따른 피해를 말한다.

둘째, 가격은 전세금·임대료 과다인상에 따른 피해, 과다 중개수수료 징수 횡포, 주택하자보수비의 과다청구, 아파트 분양대금 다툼 등이 포함된다.

셋째, 계량은 주택 분양면적 부족 사례, 주택 매매시 실평수 다툼 등을 들 수 있다.

네째, 계약 약관에는 주택임대차 계약시 세입자 권리보호에 대한 문제점, 점포임대차 계약시의 주의사항, 주택완공 및 분양지연에 따른 피해를 말한다.

다섯째, 서비스에는 주택하자 발생시의 보수처리 지연 및 거부, 이웃간의 무리한 공사로 인한 가옥 손괴 피해에 대한 배상 다툼, 불법 건축에 대한 감독관청의 시정조치 지연 등이 속한다.

여섯째, 광고는 주택 분양조건(부대시설, 위치, 시설 등) 과장광고, 오피스텔 분양조건(입지, 시설 등) 과장광고 등이라 하겠다.

2) 피해고발현황

'89년 한해동안 한국소비자보호원에 주택과 관련하여 소비자들의 피해구제를 신청한 건은 총 232건 이었으며, 이중 건축설비 및 건축물의 하자과 관련된 것이 149건으로 총 접수건수의 72.8%에 이른다. 그러나 처리현황을 보면 수리(47.0%), 상담(26.3%), 기타(10.3%), 배상(8.6%), 교환(7.8%)의 순으로 63.4% 정도의 완결처리를 보여 그 수준이 미약한 것을 알 수 있다(그림 2-1).

한편 지난 '85년에서 '89년 사이에 소비자단체에 고발된 주택 건축과 관계된 내용은 상담 및 정보

제공이 4,363건('89년 1,080건)으로 가장 많았고, 다음이 계약·약관에 관한 내용이 3,863건('89년 175건), 품질 2,972건('89년 800건), 가격 1,087건('89년 252건)의 순으로 나타났으며, 품질에 대한 고발은 '85년 이후 지속적인 증가를 보이고 있다(표 2-1).

III. 연구방법 및 절차

1. 조사대상, 방법 및 시기

본 연구에서는 서울시에 거주하며 자기집을 소유하고 있는 가구를 대상으로 하였다.

문헌조사를 통해 주택 취득시의 소비자 문제유형을 파악하고 조사항목을 설정한 후, 8월 29일에서 9월 8일까지 20명을 대상으로 예비조사를 실시하

였다. 9월 2일과 3일에는 한국소비자보호원과 서울YMCA 시민중계실을 방문하여 주택에 관한 소비자 문제를 다루는 담당자들에게 조사항목에 대한 견해를 듣고, 소비자 고발 창구에 접수된 사례를 수집하였다. 본 조사는 이러한 예비조사의 결과를 분석하여 조사항목을 수정보완한 설문지를 사용하였다. 조사 시기는 9월 13일 부터 10월 10일 까지 4주간에 걸쳐 실시하였다.

2. 조사도구의 내용

본 연구의 측정도구로 사용된 설문지는 표준화된 것이 아니라, 관계문헌을 토대로 전문가와의 상담과 예비조사에 의해 작성된 것으로 일반적 사항 12 문항, 주택 취득시 발생한 문제 13문항, 현 주택에 대한 만족도 1문항, 문제 발생에 대한 소비자

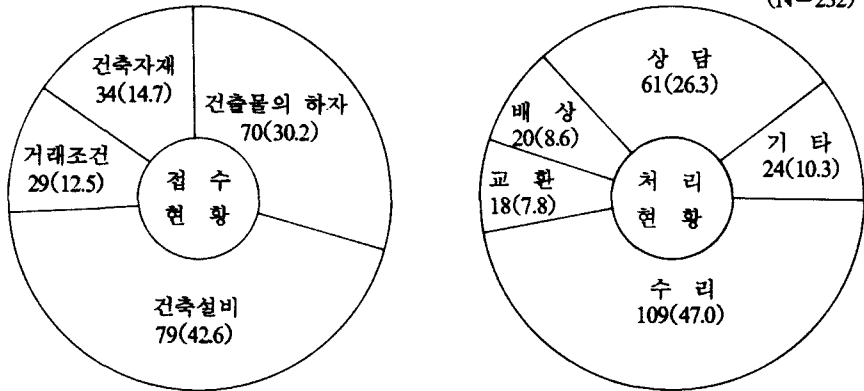


그림 2-1 피해구제 신청 및 처리 현황.
자료 : 한국소비자보호원. 피해구제사례집. 1990.

표 2-1. 주택, 건축의 년도별 내용별 고발접수 건수

고발내용	년도	'85	'86	'87	'88	'89	합계
품질	질	389	551	599	633	800	2,972
	가	232	162	161	280	252	1,087
계	량	9	12	11	34	32	98
계약·약관		577	1,527	1,121	463	175	3,863
서비스		138	200	205	217	215	975
광고		20	6	5	6	15	52
상담·정보제공		1,175	614	665	829	1,080	4,363
합	계	2,540	3,072	2,767	2,462	2,569	13,410

자료 : 소비자보호단체협의회, 소비자고발사례집, 1989.

업자의 대응행동 11문항 등 총 37문항으로 구성하였다.

3. 자료수집 및 처리

설문지는 지역적 고른 분포에 유의하여 총 500부를 배부했으며, 이 중에서 일부분(73부, 14.6%)은 한국소비자보호원과 서울 YMCA 시민중계실에 접수된 피해고발 사례들을 분석하여 본 연구와 관련된 피해자에게 직접 전화와 우편을 통해 설문을 실시하였다. 회수된 설문지는 324부로 회수율은 64.8%였으며, 부실기재 및 설문의 이해가 미비한 것, 회수 마감기일이 지난 것을 제외(61부, 12.2%)한 나머지 263부(52.6%)만을 유효분석자료로 사용하였다.

회수된 자료는 SPSS/PC+를 이용하였으며, 분석 기법은 빈도, 백분율, χ^2 , t-test 등을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 조사대상 가구의 일반적 사항

1) 사회·인구학적 특성

표 4-1. 조사대상 가구의 사회·인구학적 특성 (N=263)

구 분			구 분		
		n (%)			n (%)
가구주의 연령	30대 이하	37(30.9)	지역	강 남	134(52.1)
	40대	78(33.1)		강 북	112(43.6)
	50대 이상	85(36.0)		기 타 ^a	11(4.3)
	계	236(100.0)		계	257(100.0)
평 균		44.5세	월 평 균	100만원 이하	75(29.2)
가구주의 학 력	중 졸 이하	16(6.9)	총 수 입	101~150만원	89(46.3)
	고 졸	58(24.9)		151~200만원	43(16.7)
	대 졸	134(57.5)		201~150만원 이상	50(19.5)
	대학원졸 이상	25(10.7)		계	257(100.0)
	계	233(100.0)		가 구 주 의	전문기술 및 관련직
평 균		14.7년	직 업	행정 및 관리직	30(12.8)
가 족 수	3인 이하	65(26.9)		사무 및 관리직	78(33.2)
	4인	112(46.3)		판 매 직	47(20.0)
	5인 이상	65(26.9)		서 비 스 직	8(3.4)
	계	242(100.0)		기능직 및 생산직	14(6.0)
평 균		3.9인	기 타 ^b	21(8.9)	
			계	235(100.0)	

사례의 합계의 차이는 무응답이 있기 때문이다.

a 인천, 부천, 안산, 광명, 의정부 등 포함(한국소비자보호원 고발사례).

b 농업·축산업·임업·수렵업 종사자(1.5%), 학생(.4%), 무직(1.9%) 등 포함

가구주의 연령은 50세 이상이 36.0%였으며, 학력은 대졸이상이 68.2%이고, 직업은 사무 및 관리직이 33.2%로 가장 많이 차지하고 있다. 가족의 월평균 총수입은 전체의 46.3%가 101~150만원으로 비교적 높은 소득수준을 나타내고 있는데 이는 본 연구의 대상이 주택을 소유하고 있는 가구이므로 나타난 결과라 사료된다. 가족수는 46.3%가 4인 가족이며 평균 가족수는 3.9명으로 핵가족화 현상을 그대로 반영해 주고 있으며, 지역은 강북과 강남이 비교적 고른 분포를 나타내었다(표 4-1).

2) 주택특성

주택특성은 주택유형별로 공급업자, 취득방법, 건축시기 및 입주시기를 살펴보았다(표 4-2).

주택유형은 아파트가 51.1%로 자료가 너무 편중되어 주택유형별 고른 분포를 이루지 못하였다. 취득방법은 주택유형별로 좀 차이는 있으나 부동산중개인을 통해서 취득하는 방법을 많이 취하고 있다. 공급업자는 민간 대규모 건설회사가 35.7%로 가장 많았으며, 소규모 건축업자(30.2%)의 순으로 나타났다. 주택유형별 공급업자의 분포를 보면, 아파트는 주택공사나 민간 대규모 건설회사가 대

표 4-2. 주택유형별 조사대상가구의 주택특성

N(%)

변 인	분 류	주 택 유 형				합 계
		단 독	아 파 트	연 립	다 세 대 다 가 구	
	전 체	45(17.2)	134(51.1)	54(19.8)	27(10.3)	260(100.0)
취 업 방 법	부동산중개인을 통해서 샀다	36(80.0)	48(36.1)	15(27.8)	10(38.5)	109(42.2)
	업자에게 직접샀다	2(4.4)	0(.0)	11(20.4)	6(23.1)	19(7.4)
	분양받았다	0(.0)	64(48.1)	26(48.1)	4(15.4)	94(36.4)
	업자에게 의뢰하여 지었다	6(13.4)	0(.0)	2(3.7)	3(11.5)	11(4.3)
	기 타	1(2.2)	21(15.8)	0(.0)	3(11.5)	25(9.7)
	계	45(100.0)	133(100.0)	54(100.0)	26(100.0)	258(100.0)
공 급 업 자	주 택 공 사	0(.0)	40(30.3)	1(1.9)	1(4.0)	42(16.7)
	민간 대규모 건설회사	0(.0)	77(58.3)	12(22.6)	1(4.0)	90(35.7)
	민간 소규모 건설회사	6(14.3)	4(3.0)	12(22.6)	5(20.0)	27(10.7)
	소규모 건축업자	31(73.8)	1(.8)	28(52.8)	16(64.0)	76(30.2)
	기 타	5(11.9)	10(7.6)	0(.0)	2(8.0)	17(6.7)
	계	42(100.0)	132(100.0)	53(100.0)	25(100.0)	252(100.0)
건 축 시 기	'85년 이전	27(84.4)	26(22.4)	12(15.8)	3(15.8)	68(31.8)
	'86년 - '88년	2(6.3)	57(50.0)	21(44.7)	9(47.4)	89(42.1)
	'89년 이후	3(9.4)	32(27.6)	14(29.8)	7(36.8)	56(26.2)
	계	32(100.0)	115(100.0)	47(100.0)	19(100.0)	213(100.0)
입 주 시 기	'85년 이전	21(51.2)	13(10.4)	7(14.6)	3(12.5)	44(18.5)
	'86년 - '88년	10(24.4)	59(48.0)	24(43.8)	10(41.7)	103(42.4)
	'89년 이후	10(24.4)	52(41.6)	20(41.7)	11(45.8)	93(39.1)
	계	41(100.0)	125(100.0)	48(100.0)	24(100.0)	238(100.0)

표 4-3. 도면인계 내용

(N=263)

도 면 인 계 내 용		n (%)
받 았 다	간단한 평면도와 입면도 뿐이다	108(41.9)
	구조나 상세도가 포함된 도면일체를 모두 받았다	48(18.6)
		156(60.5)
받 지 못 했 다		94(36.4)
기 타		8(3.1)
계		258(100.0)

부분이고, 그 밖의 유형에서는 소규모 건축업자가 과반수 이상을 차지하고 있다. 건축시기와 입주시기는 대부분 86년 이후에 이루어진 것이다(건축시기 68.3%, 입주시기 81.5%).

2. 주택의 소비자 문제와 그 내용

1) 도면 및 관계서류 등의 교환여부

주택 취득시 도면 및 서류의 교환여부는 전체적으로 볼 때 도면은 받은 경우가 60.5%며, 받지 못한 경우가 36.4%를 차지하였다. 도면을 받은 경우에 국한하여서 받은 도면의 종류는 거의 대

부분이 간단한 단면도와 입면도만 받았을 뿐 구조나 상세도가 포함된 도면 일체를 모두 받은 경우는 18.6%에 불과했다(표 4-3).

주택특성과 도면의 교환여부와의 관계를 χ^2 검증한 결과, 주택유형($p<.05$), 취득방법($p<.001$), 공급업자($p<.05$)가 유의한 차이를 보였다(표 4-4).

주택유형을 보면, 단독주택의 경우는 54.5%가 아무것도 받지 않았다고 한 반면에 아파트(70.6%)나 연립(62.0%), 다세대·다가구 주택(52.8%)에서는 도면을 받았다고 응답한 경우가 더 많았다.

취득방법에 있어서는 부동산중개인을 통하거나

업자에게 직접 산 경우는 과반수 이상이 도면을 받지 못한 반면, 분양받거나 업자에게 의뢰하여 지은 경우에는 대부분이 도면을 받았다고 응답하였다. 특히 업자에게 의뢰하여 지은 경우는 61.5%가 구조나 상세도까지 포함한 도면 일체를 모두 받았다.

공급업자에 있어서는 주택공사(68.4%)와 민간 대규모 건설회사(73.3%)가 공급한 경우 도면의 인계가 잘 이루어지고 있는 반면, 소규모 건축업자가 공급한 주택에서는 51.4%가 아무 것도 받지 못했다고 응답하여 도면 인계가 이루어지지 않음을

알 수 있다.

이와 같이 주택 취득에 있어서 도면을 받지 못한 경우, 소비자들은 주택에 심각한 물리적 하자 있을 때 뿐만아니라 간단한 고장에 의해서도 시간이나 금전상의 피해를 볼 수 있으므로 도면인계는 소비자들에게 중요한 일이다.

한편 주택 취득시 받은 서류의 종류는 과반수 이상(56.3%)이 2, 3가지 정도를 받았으며, 종류별로는 계약서가 90.5%로 가장 많았고, 등기부등본(65.8%), 주택에 대한 설명서(39.9%) 등의 순으로 나타났다(표 4-5).

표 4-4. 주택특성별 도면교환여부

N(%)

변 인	분 류	도 면 교 환 여 부			합 계	비 고
		일부 받음	전체 받음	받지 못함		
주 택 유 형	단 독 주 택	15(34.1)	5(11.4)	24(54.5)	44(100.0)	df=6 $\chi^2=13.00^*$
	아 파 트	59(46.8)	30(23.8)	37(29.4)	126(100.0)	
	다 세 대·다 가 구 주 택	9(33.3)	5(18.5)	13(48.1)	27(100.0)	
	연 립 주 택	25(50.0)	6(12.0)	19(38.0)	50(100.0)	
	계	108(43.7)	46(18.6)	93(37.7)	247(100.0)	
취 득 방 법	부동산중개인을 통해서 샀다	29(27.9)	12(11.5)	63(60.6)	104(100.0)	df=8 $\chi^2=62.08^{***}$
	업자에게 직접샀다	6(33.3)	2(11.1)	10(55.6)	18(100.0)	
	분양받았다	54(58.7)	22(23.9)	16(17.4)	92(100.0)	
	업자에게 의뢰하여 지었다	4(30.8)	8(61.5)	1(7.7)	13(100.0)	
	기 타	14(63.6)	4(18.2)	4(18.4)	22(100.0)	
	계	107(43.0)	48(19.3)	94(37.8)	249(100.0)	
공 급 업 자	주 택 공 사	19(50.0)	7(18.4)	12(31.6)	38(100.0)	df=8 $\chi^2=17.23^*$
	민간 대규모 건설회사	46(53.5)	17(19.8)	23(26.7)	86(100.0)	
	민간 소규모 건설회사	11(40.7)	5(18.5)	11(40.7)	27(100.0)	
	소규모 건축업자	23(31.1)	13(17.6)	38(51.4)	74(100.0)	
	기 타	3(17.6)	6(35.3)	8(47.1)	17(100.0)	
	계	102(42.1)	48(19.8)	92(38.0)	242(100.0)	

***p<.001 *p<.05

표 4-5 주택취득시 받은 서류(복수응답)

(N=263)

내 용	인도율		내 용	인도율	
	n (%)			n (%)	
계 약 서	238(90.5)		등 기 부 등 본	173(65.8)	
주 택 에 대 한 설 명	105(39.9)		보 증 서	77(29.0)	
준 공 검 사 필 증	71(27.0)		확 인 신 청 서	66(25.1)	
입주 후 설비나 기구의 손질·취급 방법 설명서	54(20.5)		기 타	8(3.0)	

주택 취득시 계약서는 대부분이 받고 있었으나 계약서와 실제 거래에서의 내용의 차이로 인해 소비자가 피해를 고발하는 사례가 많으므로 계약서 작성시에 철저한 확인이 필요하다. 즉, 계약서는 반드시 공인계약서를 사용하여야 하며, 건물의 위치, 대지 건물의 면적, 거래가격, 계약일 및 대금(중도금, 잔금)지불일과 액수, 소유권이전일, 해약시의 조건등을 기재하고, 이와 함께 정원수나 조명시설, 싱크대 등 주택부속시설의 소유문제와 각종 공과금의 납부여부에도 세심한 주의를 기울여야 한다. 이외에도 필요한 사항에 대해서는 단서조항을 만들어 삽입하도록 하는 것이 좋다(현대주택, 1989).

2) 문제발생 유무 및 내용

(1) 주택유형별 문제발생 유무

주택을 취득하는데 있어서 주택특성에 따른 문제

발생 유무는 주택유형(p<.001), 취득방법(p<.01), 공급업자(p<.01), 건축시기(p<.001)에서 유의한 차이를 보였다(표 4-6).

이번 연구의 응답자중 71.2%가 주택을 취득할 때 문제발생의 경험이 있었으며, 주택유형별로는 다세대·다가구 주택의 문제발생율(96.3%)이 가장 높고 아파트(56.8%)가 가장 낮게 나타났다. 취득 방법에서는 업자에게 직접 구입한 경우에 100%의 발생율을 나타냈고, 부동산중개인을 통해서 구입한 경우가 가장 낮았다(61.5%). 이는 중고주택의 구입자는 어느정도의 하자는 인식하고 주택을 구입하기 때문이라 여겨진다. 한편 공급업자의 경우는 소규모 건설회사나 소규모 건축업자가 공급한 경우에 문제발생율(각각 84.6%, 85.2%)이 높았고 주택공사가 공급한 주택에서 가장 낮았다(59.5%). 건축시기에서는 '89년 이후에 지어진 주택에서

표 4-6. 주택특성별 문제발생 N(%)

변 인	분 류	문 제 발 생		합 계	비 고
		유	무		
	전 택	185(71.2)	75(28.8)	260(100.0)	
주 택 유 형	단 독 주 택	34(77.3)	10(22.9)	44(100.0)	df=3 $\chi^2=28.76^{**}$
	아 파 트	34(56.8)	57(43.2)	132(100.0)	
	다 세 대·다 가 구 주 택	26(96.3)	1(3.7)	27(100.0)	
	연 립 주 택	47(87.0)	7(13.0)	54(100.0)	
	계	182(70.8)	75(29.2)	257(100.0)	
취 득 방 법	부동산중개인을 통해서 샀다	67(61.5)	42(38.5)	109(100.0)	df=4 $\chi^2=17.62^{**}$
	업자에게 직접샀다	19(100.0)	0(.0)	19(100.0)	
	분양받았다	66(71.0)	27(29.0)	93(100.0)	
	업자에게 의뢰하여 지었다	12(92.3)	1(7.7)	13(100.0)	
	기 타	21(84.0)	4(16.0)	25(100.0)	
	계	185(71.4)	74(28.6)	259(100.0)	
공 급 업 자	주 택 공 사	25(59.5)	17(40.5)	42(100.0)	df=4 $\chi^2=16.44^{**}$
	민간 대규모 건설회사	54(61.4)	38(38.6)	88(100.0)	
	민간 소규모 건설회사	66(84.6)	12(15.4)	78(100.0)	
	소규모 건축업자	23(85.2)	4(14.8)	27(100.0)	
	기 타	12(70.6)	5(29.4)	17(100.0)	
	계	180(71.4)	72(28.6)	252(100.0)	
건 축 시 기	'85년 이전	38(56.7)	29(43.3)	67(100.0)	df=2 $\chi^2=17.41^{***}$
	'86년 ~ '88년	64(73.6)	23(26.4)	87(100.0)	
	'89년 이후	53(89.8)	6(10.2)	59(100.0)	
	계	155(72.8)	58(27.2)	213(100.0)	

***p<.001 **p<.01

문제발생율(89.8%)이 가장 높았으며, '85년 이전에 지어진 경우(56.7%)가 가장 낮았다. 이것은 최근 200만호 건설사업에 의해 인력이나 자재의 품귀로 인하여 입주기일이 늦어지거나 날림공사가 이루어지는 등의 여러 문제가 그 원인이라고 사료된다. 또한 오래된 주택의 경우, 과거 주택 취득에서의 문제발생이 적었다고 할 수도 있으나, 오랜기간이 경과하여 기억이 불확실하며, 문제의 인식정도도 현재보다 낮기 때문이라고 생각할 수 있다.

(2) 문제의 내용별 발생율

주택 취득시 문제의 내용별 발생율은 전체적으로 업자가 말한 내용과 상이가 53.1%로 가장 많으며, 광고의 내용과 상이(50.0%), 도면과 실제와 상이한것(27.3%) 등의 순으로 나타났다. 이 밖에 계약위반 사항으로는 입주지연(18.8%), 용자조건 불이행(15.4%)의 순으로 발생했고, 해약과 관련된 피해는 3.8%에 불과했으나 피해자에게 있어서는 어느 것보다 심각한 문제이므로 간과해서는 안될

것이다.

한편 주택유형에 따른 문제의 발생율은 아파트의 경우 광고의 내용과 상이가 44.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 업자가 말한 내용과 상이(35.8%), 도면과의 상이(19.4%), 모델하우스와의 상이(19.4%) 순으로 나타났다. 한편 업자가 말한 내용과 상이한 경우가 35.8%로 다른 주택에 비해 낮게 나타난 것은 아파트의 경우 비교적 신용도가 높은 주택공사나 민간대규모 건설회사에서 공급한 것이 많았기 때문이라 사료된다.

연립주택은 각 항목의 문제발생율이 전반적으로 높았으며, 특히 업자가 말한 내용(70.4%)과 광고(68.5%)와의 상이는 대단히 높게 나타났다. 또한 다른 유형에 비해 입주지연(33.3%)이나 용자조건 불이행(27.8%)이 많은 문제를 일으켰는데, 이는 전술한 바와 같이 공급업자의 52.8%가 소규모 건축업자에 의해 지어진 것이기 때문이라 할 수 있다.

단독주택에 있어서는 업자가 말한 내용과 상이가 66.7%로 가장 많았고, 다음이 도면과 상이로 42.2

주택유형 (N)	전 체 (260)			아 파 트 (135)			연 립 주 택 (54)			단 독 주 택 (45)			다세대·다가구 주택 (27)		
	문제내용	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
업자가 말한 내용과 상이	n 138	53.1	48	35.8	38	70.4	30	66.7	22	81.5					
광고의 내용과 상이	n 130	50.0	60	44.8	37	60.5	16	35.6	17	63.0					
도면과 상이	n 71	27.3	26	19.4	14	25.9	19	42.2	12	44.4					
서류와 상이	n 53	20.4	20	14.9	15	27.8	9	20.0	9	33.3					
입주지연	n 49	18.8	18	13.4	18	33.3	10	22.2	3	11.1					
모델하우스와의 상이	n 47	18.1	26	19.4	17	31.5	0	.0	4	14.8					
용자조건 불이행	n 40	15.4	13	9.7	15	27.8	6	13.3	6	22.2					
주문한 비용과 상이	n 33	12.7	12	9.0	7	13.0	5	11.1	9	33.3					
해약과 관련된 피해	n 10	3.8	5	3.7	2	3.7	2	4.4	1	3.7					

각 유형을 100으로 한 문제내용의 백분율

그림 4-1. 문제의 내용별 발생율(복수응답).

%였다. 또한 다세대·다가구 주택의 경우에도 81.5%가 업자가 말한 내용과 상이하였으며, 광고의 내용과 상이(63.0%), 도면과의 상이(44.4%) 등의 순으로 나타났다(그림 4-1).

(3) 문제의 내용별 항목

주택 취득시 문제의 내용별 세부항목 발생율은 (그림 4-2)와 같다.

① 광고와의 상이

최근에는 주택에 있어서도 다른 상품과 마찬가지로 과대광고로 인한 피해가 매우 심각하게 나타나고 있다. 일반적인 상품의 구매에 있어서 표시가 1차적인 영향력을 미치고, 광고는 2차적인 즉 간접적인 영향력을 미친다고 하나, 부동산 광고의 경우는 표시의 역할까지 합쳐져서 구매정보에 대한 소비자의 광고 의존도가 매우 크며(홍영기·최선영, 1989), 전문적인 지식이 결여되어 있는 소비자는 과대광고나 잘못된 광고에 의해 피해를 보는 경우가 많다. 즉 ‘충분양가’보다는 ‘실입주금’ 등의 용어를 사용하여 부정확한 액수를 제시하고 있거나,

평수에 있어서는 ‘평형’, ‘타평수○○와 동일’, ‘방○개’ 등 실평수를 밝히기를 꺼려하고 있다. 또한 상환능력을 고려하지 않은 용자금과 광고문안의 애매함, 위치의 불명확성, 자재에 대한 과대 광고 등이 미숙한 소비자들을 혼돈시키고 있는 것이다.

본 연구에서도 광고의 내용과 상이한 것에 대한 문제의 항목은 특히 사용한 재료와 품질(40.8%)과 건축면적(37.7%) 그리고 생활편리시설(24.6%) 등에 대한 지적이 많았다.

한편 모델하우스도 소비자들에게 건축하고자 하는 주택의 실물을 보여주고 선택될 수 있도록 한다는 의미에서 광고의 한 부분으로 인식할 수 있다. 단독이나 다가구 주택에서는 모델하우스가 없으므로 제외하고, 그 외의 주택에서 항목별로 보면 사용한 재료와 품질(36.2%), 건축면적(25.5%), 각실의 넓이(19.1%)의 순으로 많이 나타났다.

② 도면과의 상이

도면과 상이한 내용의 항목은 사용한 재료와 품질(33.8%), 건축면적(31.0%), 각실의 넓이(25.4%)

문제내용 (N)	광고의 내용과 상이 (130)				모델하우스와 상이 (47)				도면과의 상이 (71)				서류와의 상이 (53)				업자말한내용과 상이 (138)				주문한 내용과 상이 (33)			
	문제항목	n	%	0	20	40	60	0	20	40	60	0	20	40	60	0	20	40	60	0	20	40	60	
사용한 재료와 품질	n 53	40.8					17	36.2				24	33.8		11	20.8			63	45.7			20	60.1
건 축 면 적	n 49	37.7					12	25.5				22	31.0		18	34.0			45	32.6			7	21.2
생 활 편 리 시 설	n 32	24.6					7	14.9				10	14.1		8	15.1			26	18.8			4	12.1
각 실 의 넓 이	n 24	18.5					9	19.1				18	25.4		3	5.7			14	10.1			4	12.1
설 비 · 가 구 의 종 류	n 21	16.2					6	12.7				5	7.0		3	5.7			17	12.3			8	24.2
대 지 면 적	n 16	12.3					0	.0				9	12.7		8	15.1			16	11.6			4	12.1
역 으 로 부 터 의 거 리	n 20	15.4					0	.0				4	5.6		3	5.7			18	13.0			2	6.1
환 경	n 5	3.8					5	10.6				11	15.5		7	13.2			10	7.2			7	21.2
실 내 공 간 의 구 성	n 17	13.1					1	5.9				9	9.9		5	9.4			11	8.0			3	9.1
설 비 · 가 구 의 크 기	n 11	8.5					2	10.6				9	12.7		3	5.7			9	6.5			3	9.1
기 타	n 3	2.3					0	.0				1	1.4		1	1.9			6	4.3			0	.0

각 문제내용을 100으로 할때 항목의 백분율

그림 4-2. 문제의 내용별 항목(복수응답).

순으로 나타났다.

설계도와 다르다는 것은 전문적인 지식을 가지지 못한 일반 소비자들에게는 별로 크게 인식되지 못하며, 또한 전문한 바와 같이 도면을 아무것도 받지 못했다는 응답자들이 많았고, 도면을 받았어도 간단한 평면도나 입면도만을 받은 실정이므로 특별히 다른 집에 비해 공간이 좁다거나 하는 이상한 점을 발견하지 않는 한 신중하게 살펴보지 않고 있으며, 기존 조사(현대주택, 1990)에서도 창문 베란다 등의 일부설계의 구조변경은 20세대 미만의 다세대주택의 경우 거의 예외없이 나타날 정도로 상례화되어 있다고 보고한 것과 일치하는 결과를 나타냈다.

③ 서류와의 상이

서류와의 상이 내용의 항목은 면적이 다르다고 지적한 응답자가 34.0%로 가장 많았다. 일반적으로 관청의 건축관계서류에는 등기부, 토지대장, 건축물관리대장 및 도시계획 확인원 등이 있으며, 이러한 서류들은 주택을 취득하기 이전에 살펴보아야 한다. 등기부¹⁾란 땅과 건물의 구조 용도 면적, 소유주의 성명 주소 주민등록 번호, 압류 및 근저당

설정여부 등이 소상히 기록된 문서로서 매입예정 주택의 관할 등기소에 가면 열람이 가능하며 확인해 볼 수도 있다.

등기부를 확인한 후에는 토지대장²⁾, 건축물관리대장³⁾(가옥대장) 및 도시계획확인원⁴⁾을 살펴보아야 하고, 때로는 등기부등본상의 면적과 토지대장상의 면적에 차이가 있는 경우도 있으므로 유의하여야 한다.

④ 그 밖의 문제

업자가 말한 내용과 상이에서 업자란 주택공급처를 의미하며, 계약서에 제시하지 않았더라도 업자와 소비자 간에 이루어진 구두약속의 불이행까지도 포함한다. 상이한 내용 항목으로는 사용한 재료와 품질(45.7%), 건축면적(32.6%), 생활편리시설(18.8%)의 순으로 지적되었다.

주문한 내용과의 상이는 본 연구에서 주문주택이나 반주문식주택은 거의 조사되지 않은 관계로 문제에 대한 지적이 예상보다 적었으나 사용한 재료의 품질(60.1%), 설비 가구의 종류(24.2%), 건축면적(21.2%)의 순으로 차이를 보이는 것으로 나타났다.

- 1) 등기부는 1필지의 토지 또는 1동의 건물에 대해 1용지를 사용하여 등기부번호란·표제부·갑구·을구로 나뉘어 있는데, 등기부번호란에는 토지의 지번이나 건물의 지번이 기재되어 있고, 표제부에는 주소·대지 또는 건물의 면적 등 부동산과 관련된 기본적인 사항이 있으며, 갑구에는 소유자의 성명·주소·주민등록번호와 가등기 등 소유권에 관한 사항이, 을구에는 저당권·전세권 설정 등 소유권이외의 권리에 대한 사항이 기재되어 있다.
- 2) 토지대장에는 토지등급이 기재되어 있어 시가표준액을 알아볼 수 있다.
- 3) 건축물관리대장은 준공시기, 구조, 건물면적, 층수, 용도 등이 기록되어 있어 시간경과에 따른 건축물의 감가상각정도를 파악할 수 있다.
- 4) 도시계획에 관련된 각종 사항이 기재되어 있는 문서로 철거 등 취득하고자하는 주택이 도시계획에 저촉되어 있는지 여부를 알 수 있다.
- 5) 소비자의 대응행동이란 문제발생에 대해 소비자가 보상을 요구한 행동유를 말하며, 업자의 대응행동이란 돈으로 보상을 해주거나, 원래 계약대로 이행하거나 또는 소비자가 보상을 요구해도 시정을 거부한 행동유를 포함시켜 말한다.

3. 소비자의 주거만족도

주택 취득시 문제 발생 유무에 따른 주거만족도의 차이는 전체적으로 $p < .05$ 의 수준에서 유의한 차이를 보였다(표 4-7). 즉, 광고의 내용과 상이($p < .05$), 업자가 말한 내용과 상이($p < .01$), 서류와의 상이($p < .05$), 주문한 내용과 상이($p < .05$), 모델하우스와 상이($p < .01$)의 모두에 유의한 차이를 보여 계약상의 위반 사항인 입주지연, 용자조건 불이행 등의 문제보다는 주택의 건축면적, 사용재료, 넓이, 시설 등의 물리적 차이로 인해 문제가 발생한 주택의 소비자들이 만족도가 낮았다.

4. 대응행동

주택의 소비자 문제의 해결을 위해 소비자와 업자가 각각 어떻게 행동하는가를 분석하기 위해 각 문항별로 문제발생유에 따른 소비자와 업자의 대응행동⁵⁾을 비교한 결과는(그림 4-3)과 같으며 그 내용은 다음과 같이 정리할 수 있다.

표 4-7 소비자문제의 내용에 따른 만족도

소비자 문제의 내용	발생 구분	만족도		소비자 문제의 내용	발생 구분	만족도	
		M	T			M	T
전체	유	3.09	2.07*	업자가 말한 내용과 상이	유	3.02	2.75**
	무	3.33			유	3.32	
광고의 내용과 상이	유	3.03	2.23*	도면상과의 상이	유	3.13	.43
	무	3.28			유	3.18	
서류와의 상이	유	2.94	2.14*	입주지연	유	3.00	1.42
	무	3.22			유	3.19	
모델하우스와 상이	유	2.85	2.78**	용자조건 불이행	유	3.05	.90
	무	3.24			유	3.18	
주문한 내용과 상이	유	2.86	2.17*	해약과 관계된 피해	유	3.11	.19
	무	3.19			유	3.17	

**p<.01 *p<.05

(N=263)

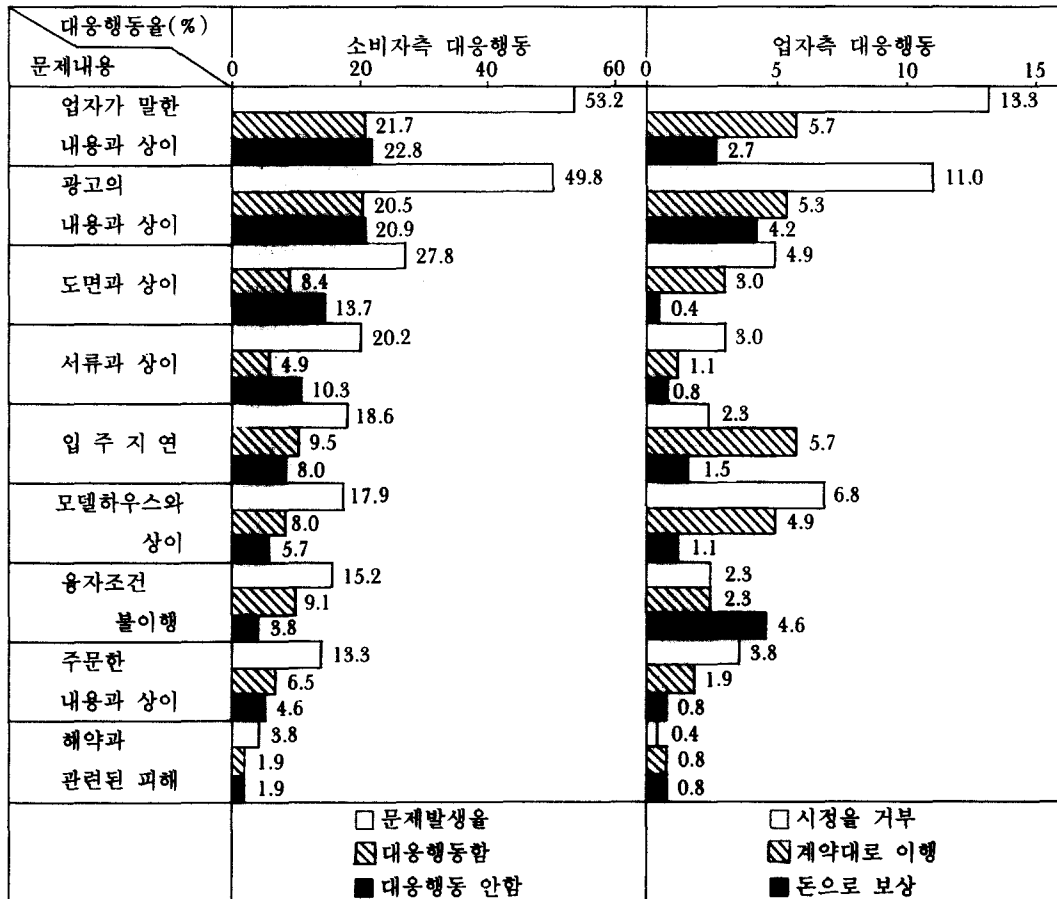


그림 4-3.

표 4-8. 소비자의 대응수단(복수응답)

(N=185)

내 용	이용율		내 용	이용율	
	n (%)			n (%)	
공급업자에의한 보수	129(69.7)		자비로 보수	65(35.1)	
구청 주택과에 고발	32(17.3)		소비자보호원에 고발	30(16.2)	
소비자보호단체에 고발	16(8.6)		정치가나 제삼자와 상담	9(4.9)	
법원에 소송 제기	7(3.8)		언론매체를 통한 여론화	6(3.2)	
기 타	7(3.8)		아무것도 하지 않았다	49(26.6)	

첫째, 입주지연과 같은 생활하는데 있어 큰 불편을 주는 것과 용자조건 불이행이나 계약과 관계된 피해 등과 같이 경제적인 손실을 가져오는 문제들에 대해서는 소비자들의 대응행동은 적극적으로 나타났으며, 업자들의 대응행동에서도 거부하기 보다는 계약대로 이행하거나 돈으로 보상해주는 경우가 많았다.

둘째, 업자가 말한 내용과 상이, 주문한 내용과 상이 등의 업자와 소비자간에 서로 뜻이 어긋남에 따라 발생하는 문제는 이의를 제기하는데 뒷바침할 특별한 문서를 갖고 있지 않는 한 거의 대부분 크게 부각되어 나타나기는 어려운 사항이다. 이에 따라 업자의 대응행동 역시 시정을 거부하는 쪽으로 나타나, 상이 정도가 크지 않는 한 표면화되기는 어려운 것으로 사료된다.

세째, 도면이나 서류와의 상이 등 생활에 직접적인 불편을 주지 않으며, 소비자의 전문적인 지식과 세심한 관찰 없이는 알아내기 어려운 사항에 대해서는 소비자가 업자와 교섭하는 행동이 소극적으로 나타났으며, 또한 교섭하여도 업자가 시정을 거부하는 것이 일반적이어서 많은 수의 피해자가 구제를 받고 있지 못하는 것으로 나타났다.

마지막으로 광고의 내용이나 모델하우스와 상이한 것에 대해서는 소비자와 업자간의 직접적인 계약내용에 명시되는 것이 적고 소비자가 갖고 있는 기대감과 현물과의 차이에 해당하므로 간접적인 피해라 할 수 있다. 이러한 문제에 대해서 업자의 대응은 상당수가 시정을 거부하는 것으로 나타나는데 이는 소비자들의 시정을 요구하는 행동에 있어서도 비교적 소극적이었으므로 나타나는 현상

이라 사료된다.

5. 소비자의 대응수단

전체적으로 소비자들의 대응행동을 위해 사용되는 대응수단은 대부분 공급업자에게 직접 항의하고 보수를 요구하는 것(69.7%)이 가장 많았으며, 그 다음은 자비로 보수하거나(35.1%), 구청주택과(17.3%), 한국소비자보호원(16.2%), 소비자단체(8.6%), 등에 고발하는 것으로 나타났다. 반면에 아무것도 하지 않는다는 응답자도 26.5%를 차지하여 소비자교육의 필요성을 시사하고 있다(표 4-8).

공급업자와 직접적인 해결을 하는 것이 아닌 때에는 상담기관의 이용, 언론에 의한 여론화 법적으로 해결하는 등의 여러가지 방법을 생각할 수 있으나 아직도 이러한 방법은 잘 이용하지 않았다. 이는 주택 취득시의 계약상의 하자로 인한 소비자들의 피해는 물리적인 하자와는 달리 직접적으로 생활에 불편을 주는 것이 아니기 때문에 소비자들의 행동이 소극적인 것으로도 사료된다. 한편 이번 연구의 조사대상자가 일반적인 사람들이외에 한국 소비자보호원이나 소비자단체에 이러한 문제로 고발을 한 경험이 있는 사람들에게 조사된 설문도 있으므로 일반적인 소비자들로 생각한다면 소비자 보호원이나 소비자단체의 이용율은 더욱 낮아지리라 짐작할 수 있다.

6. 대응과정

지금까지 고찰한 주택 취득시의 소비자 문제에 대한 소비자와 업자의 대응과정을 정리하여 도식화하면 그림 4-4와 같다.

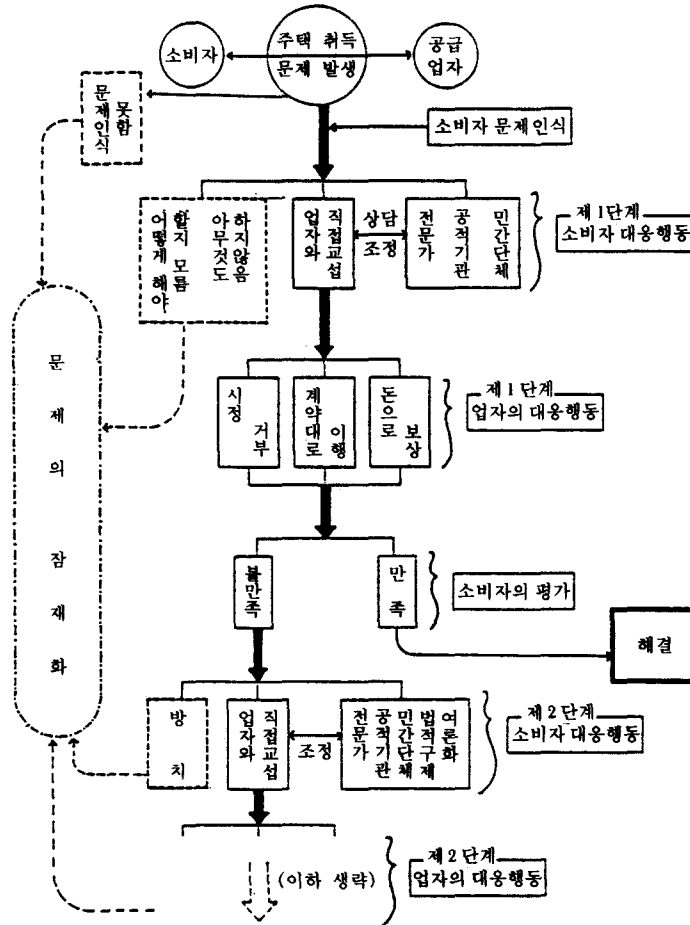


그림 4-4. 소비자 와 업자의 대응과정.

V. 결 론

1. 요약

본 연구는 단독·공동주택을 대상으로 주택 취득시 발생하는 문제의 내용 및 실태를 파악하고 이에 대하여 소비자와 업자가 어떻게 행동·대응하며 또한 그 결과를 소비자가 어떻게 평가하는가를 분석하여 앞으로 주택에 관한 소비자 문제 해결을 위한 기초 유효자료를 제공하는데 그 목적을 두고 있다.

연구방법은 서울시에 거주하는 자기집을 소유하고 있는 가구를 대상으로 예비조사를 거쳐 연구자가

작성한 500부의 설문지로 본 조사를 실시하였다. 조사기간은 1991년 9월 13일 부터 10월 10일 까지 4주간이며, 회수된 324부(회수율 64.8%)중 263부를 유효분석자료로 사용하였다.

수집된 자료는 SPSS/PC+를 이용하여 분석하였으며, 빈도, 백분율, χ^2 , t-test를 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 주택 취득시 문제 발생율은 71.2%로 반수이상인 문제의 경험을 갖고 있었는데, 그 내용은 업자가 말한 내용과 相異한 경우가 53.2%로 나타나 가장 많았고, 다음은 광고와의 상이(49.5%), 도면과의 상이(27.8%) 등으로 나타났다. 주택유형별 문제발생율은 전반적으로 연립이나 다세대·다가

구 주택에서 높았다.

둘째, 거주자의 주택에 대한 만족도는 문제발생의 경험에 따라 차이를 보여 문제발생이 주거만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

세째, 문제발생에 대한 소비자의 대응행동은 생활이나 경제적인 손실등과 같이 직접적인 피해를 주는 것에 대해서는 업자와의 교섭이 적극적이거나 그 이외의 간접적인 피해에 대해서는 처음부터 아무런 행동도 하지 않는 것이 많았다. 업자의 대응행동은 입주자연이나 용자조건 불이행, 해약과 관계된 피해 등 소비자가 적극적으로 대응한 문제들을 제외하고는 거의 대부분이 시정을 거부하는 것으로 나타나 업자의 시정행동은 소비자의 적극적인 교섭에 의해 이루어짐을 알 수 있다.

네째, 주택 취득시 문제가 발생했을 때 소비자들의 대응수단은 거의 대부분의 소비자가 공급업자와의 직접적인 교섭에 의존하고 있으며 전문가나 또는 공적·민간 상담기관의 이용율은 매우 낮았다.

다섯째, 주택 취득시 발생하는 소비자 문제에 대한 소비자와 업자의 대응과정은 하나의 고정된 순서에 의하여 이루어지는 것이 아니라 복잡하고 연속적인 것을 알 수 있었는데, 중요한 것은 소비자들이 발생한 문제에 대해 인식조차 못하는 경우와 문제를 인식해도 방치해 두는 경우 또는 업자의 시정행동에 대해서 불만족 하면서도 다른 행동을 보이지 않는 등의 잠재된 문제들이므로 앞으로 여기에 대한 문제의 표면화와 소비자들의 시정하고자 하는 의식 및 노력이 필요하다.

2. 제 언

본 연구의 결과로 앞으로의 연구방향과 주택 취득시의 소비자 문제에 대한 해결안을 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 본 연구는 주택 취득시의 문제를 광범위하게 다루었기 때문에, 앞으로의 연구에서는 각각의 문제에 대한 보다 심층적인 조사 연구가 이루어져야 할 것이다.

둘째, 앞으로 주택유형 중 비교적 연립이나 다세대·다가구 주택 등의 소규모 건설회사 건축업자들에 의해 공급되는 주택유형의 대상을 늘려 보다

정확한 소비자 문제의 피해 실태 연구가 이루어져야 할 것이다.

세째, 본 연구는 주택 취득시의 소비자 문제중 주로 계약상의 하자내용을 중심으로 다루었는데, 앞으로는 취득시 부터 이미 발생할 수 있는 설계 및 시공상의 하자에 대한 연구와 함께 임대차보호에 관한 소비자 문제 연구도 이루어져야 할 것이다.

한편 주택 취득시의 소비자 문제를 위한 해결안으로는,

첫째, 주택에 관한 소비자 교육이 필요하다.

현재 미국이나 일본의 경우는 일반소비자들을 위한 교육 프로그램 뿐만아니라 학교 교육에서도 주택에 관하여 많이 다루고 있는 실정이다(吉野正治의 8인, 1983). 그러나 우리나라의 경우 주택 문제를 소비자 문제로 보는 인식의 부족과 학교 교육 뿐만아니라 사회교육에서도 주택에 관한 프로그램은 거의 없는 실정이므로 이를 뒷바침할 교육이 요구된다.

둘째, 소비자 보호를 위한 제도적인 뒷바침이 필요하다.

주택은 高價의 상품이므로 잠깐의 판단 착오로도 소비자들의 피해는 상당히 크다고 할 수 있다. 일본에는 소비자 보호를 위해 부동산의 경우도 쿨링오프(Cooling-off)제도⁶⁾가 있는데(住田昌二, 1984), 우리나라에서도 이러한 제도의 도입이 바람직하다고 할 수 있다.

세째, 부동산정보기구가 필요하다.

- 6) 소비자가 영업소 이외의 장소에서 상품의 구입을 신청하거나 계약을 하는 경우 판매원의 적극적인 권유에 따라 구입의사가 확실치 않은 상태에서 신청·계약하는 수가 많다. 이러한 것으로 부터 소비자를 보호하기 위하여 만들어진 제도이다. 주택이나 건물의 거래에서 쿨링오프기간은 5일간이며 그 사이에 그 뜻을 상대방에게 서면으로 통지하면 무조건으로 신청을 철회하거나 계약을 해약할 수 있다.
- 7) 부동산업자가 부동산의 賣出(買入)의뢰 정보를 서면화하기 위하여 標準媒介契約約款이 작성된 것으로 媒介契約에는 한업자 밖에는 仲介를 의뢰할 수 없는 專任媒介契約과 복수의 중개업자에게 동시에 의뢰할 수 있는 一般媒介契約이 있다.
- 8) 부동산의 가격에 있어서 價格査定을 표준화하여 적정하고 합리적인 것으로 만들기 위한 제도이다.

부동산의 거래를 원활히 하기 위하여 賣出(買入) 의뢰의 정보를 교환하는 시스템이 아직 전근대적이므로 이에 대한 보완이 필요하다. 즉 媒介契約制度⁷⁾ 價格査定매뉴얼⁸⁾ 등이 도입되어 보급되어야 할 것이다.

네째, 정부의 강력한 지휘감독과 감시전담기구 및 전문가로 구성된 상담기구가 필요하다.

주택을 취득하는데 있어 소비자들의 피해가 큰데 반하여 그것을 해결하는 기구나 문제의 인식, 요구의 정당성의 판단, 교섭방법 등을 상담할 기관이 미흡하기 때문에 소비자들은 거의 대부분 개인적인 지식이나 경험에 의존하고 있는 실정이다. 그러므로 이에 대한 대책이 마련되어야 할 것이다.

다섯째, 상담기구의 적극적인 홍보가 필요하다.

주택 취득시 문제가 발생하여도 어떻게 처리해야 하는지에 대한 홍보의 미비로 인하여 상담기구의 이용이 잘 되고 있지 않기 때문에 피해를보는 경우도 많다고 할 수 있으므로 이에 대한 적극적인 홍보와 함께 고발된 문제에 대해 신속히 대처할 수 있는 대응책이 마련되어야 할 것이다.

끝으로 소비자 각자의 주의력을 높임과 동시에 문제발생시 적극적인 대처와 고발정신이 요구된다. 주택을 취득한다는 것은 재산권에 대한 중대한 결정이므로 철저한 준비와 지식을 요하게 되므로 이에 대응할 수 있는 소비자 의식의 향상이 요구된다.

참고문헌

- 1) _____ (1986). 특정 집합주택의 하자발생에 관한 객관적 평가 방법에 관한 연구. *대한건축학회 논문집* 2(1).
- 2) _____ (1987). 주택건축에서의 하자출현에 관한 연구. 한국가정관리학회 제10차 총회 및 학술대회.
- 3) 강순주(1988). 주택의 소비자 문제에 관한 연구. 건대 생활문화연구소 연구보고, 11.
- 4) 강천모(1991). 주택문제의 현황과 원인. 주택문제해소대책. 현대경제문제연구소.
- 5) 권대우(1988). 공동주택 분양업자의 하자담보책임에 관한 연구. 한국소비자보호원.
- 6) 서울 YMCA 시민중계실(1990). 부실주택 피해 실태와 대책.
- 7) 서원우(1983). 부동산 거래와 소비자보호. 소비자, 51.
- 8) 소비자보호단체협의회(1990). 소비자 고발 사례집, 2.
- 9) _____ (1980). 고발 그 문제점과 해결방안. 소비자, 19.
- 10) _____ (1988). 소비자 고발의식 어디까지 왔다. 소비자, 100.
- 11) _____ (1990). 1989 소비자 고발 내용 및 처리결과. 소비자, 115.
- 12) _____ (1991). 1990 소비자 고발 내용 및 처리결과. 소비자, 125.
- 13) 송인실(1985). 우리나라 부동산 광고에 관한 연구. 동국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 14) 오상락(1986). 소비자-그 문제와 보호. 한국경제신문사.
- 15) 이경현·박인섭(1988). 소비자 피해구제 절차법의 개선 방안. 한국소비자보호원.
- 16) 이만재·신현식(1988). 공동주택 품질에 관한 사례연구. *대한건축학회 학술발표논문집* 8(1).
- 17) 이용례(1990). 공동주택에서 발생한 하자유형에 관한 연구. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 18) 전은주(1988). 한국의 주택시장 분석. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 19) 한국공론사(1988). 수요자의 판단을 흐리게 하는 분양광고. 현대주택.
- 20) _____ (1988). 어렵게 마련한 주택이 부실 주택일줄이야..... 현대주택.
- 21) _____ (1990). 90년에 발생했던 주택관련 피해사례. 현대주택.
- 22) 한국소비자보호원(1987, 1988, 1990). 피해구제 사례집.
- 23) 한국주택사업협회(1991). 신도시 부실시공 대책과 파급효과. 주택정보.
- 24) 홍영기·최선경(1989). 광고 규제 기준에 관한 연구. 한국소비자보호원.
- 25) 吉野正治의(1982). 住宅の消費者問題に關する

- 研究. 財團法人新住宅普及會. 住宅建築研究所報, 9.
- 26) 吉野正治외(1983). 住宅の消費者問題に關する研究II. 財團法人新住宅普及會. 住宅建築研究所報, 10.
- 27) 上野勝代(1984). 持家・戸建住宅を中心とした住宅の消費者問題に關する研究. 大阪市立大學博士學位論文.
- 28) 住田昌二(1984). 現代住居論. 光生館.
- 29) _____(1990). 現代の住まい. 光生館.