



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션
공간 특성 만족도 분석

-서울시 내 무료로 이용 가능한 코워킹 공간 5곳을 중심으로-



2017년

HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 대학원
미디어디자인학과
인테리어디자인전공
유수지

석사학위논문
지도교수 한혜련

코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석

-서울시 내 무료로 이용 가능한 코워킹 공간 5곳을 중심으로-

Satisfaction Analysis on Characteristics of Informal
Communication Coworking space : Focusing on 5 Coworking
Space Available for Free in Seoul

2016년 12월 일

한성대학교 대학원

미디어디자인학과

인테리어디자인전공

유수지

석사학위논문
지도교수 한혜련

코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석

-서울시 내 무료로 이용 가능한 코워킹 공간 5곳을 중심으로-

Satisfaction Analysis on Characteristics of Informal
Communication Coworking space : Focusing on 5 Coworking
Space Available for Free in Seoul

위 논문을 미술학 석사학위 논문으로 제출함

2016년 12월 일

한성대학교 대학원

미디어디자인학과

인테리어디자인전공

유수지

유수지의 미술학 석사학위논문을 인준함

2016년 12월 일



심사위원장 _____인

HANSUNG
UNIVERSITY

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석

-서울시 내 무료로 이용 가능한 코워킹 공간 5곳을 중심으로-

한성대학교 대학원
미디어디자인학과
인테리어디자인전공
유 수 지

최근 크고 작은 카페마다 이어폰을 끼고 태블릿 PC, 스마트폰, 노트북 등과 같은 IT기기를 활용하여 일하고 있는 코피스(Coffee + Office)족을 많이 볼 수 있을 것이다. 그리고 1인 또는 소규모의 단위로 일하는 비정규직, 창업자, 프리랜서, 스타트업과 같은 부류의 프리에이전트(Free agent)의 증가가 눈에 띈다. 현대 사회는 완전고용을 장담할 수 없는 고용 불안정성의 사회로 접어들었으며 늘어난 수명만큼 평생직장을 가질 수 없게 되었다. 이들은 원하는 시간에 원하는 업무조건, 원하는 소비자를 위해 일하고자 하는 워커(Worker)들이다.

이러한 업무 형태의 변화로 최근 코워킹 공간(Coworking Space)의 증가가 눈에 띈다. 코워킹 공간은 카페에서의 산만하고 어수선한 분위기가 아닌 각각 다른 소속의 전문성을 가진 이용자들이 한 공간을 공유하며 사용하며 일하는 공간이다. 함께 자신의 업무와 노하우를 공유하고 협업을 이끌어 낼 수 있도록 소통하여 업무 효율을 끌어올리고자 한다. 코워킹 공간에서는 혼자 일하는 것의 고립감을 상쇄시키며 프린트, 복합기, 디바이스 등을 저렴하고 손쉽게 이용할 수 있다. 이러한 소통과 협업의 코워킹 공간을 제공하기 위해 구성원 간의 유대감을 형성하고, 창의적인 아이디어를 유도하는 비공식적인 커뮤니케이션이 활성화되는 공간 디자인의 필요성이 있다.

본 연구는 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성을 분석하고 체크리스트를 작성 후 평가를 진행하고 설문조사를 통해 이용자들의 만족도를 조사하여 추후 국내 코워킹 공간의 방향성을 제안하는 것에 그 목적이 있다. 문헌조사와 선행연구를 통해 코워킹 공간의 공간 구성과 분류를 고찰한 후, 국내 코워킹 공간에 적용되어 있는 공간구성으로 용어와 내용을 도출한다. 오피스 공간의 비공식적 커뮤니케이션의 이론적 고찰을 통해 개념, 유형, 공간 특성을 살펴보고 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 활성화하기 위한 공간 특성을 분석한다. 사례 대상지 5곳의 현장조사 및 선행연구를 바탕으로 추출한 체크리스트를 사례 대상지에 적용한다. 체크리스트를 통해 설문지 작성 후, 이를 바탕으로 사례 대상지 이용자를 대상으로 ‘코워킹 공간의 방문형태’, ‘코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션’, ‘사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성’에 대한 설문조사를 실시한다. 설문조사 결과를 분석하여 각 사례 대상지에 요구되는 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 대해 제시한다. 코워킹 공간은 각각 공간의 경계가 분명하지 않은 특성을 가지고 있으나 공적 업무 공간과 사적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간으로 분류할 수 있다. 이 중 다수의 협업을 기대할 수 있는 ‘공유 공간’인 공적 업무 공간, 업무 지원 공간과 휴게 공간을 중심으로 구성원 간 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 대해 분석하였다.

본 연구를 통해 코워킹 공간에서의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성의 적용은 중요하다는 것을 확인 할 수 있었다. 공간을 이용하는 사람들 간의 소통을 이끄는 공간 특성을 적용하여 코워킹 공간이 추구하는 공간의 의미를 담아내어야 한다. 공유 공간으로서 코워킹 공간을 구성하고 이용자 간의 협업의 증가를 위해 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성이 각 공간의 특성이 드러날 수 있도록 하여야한다. 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성에 대한 만족도를 분석한 결과, 코워킹 공간은 전체적으로 업무의 행태에 따라 공간을 분류할 수 있었으나 그 경계가 분명하지 않은 특성을 가지고 있다. 하지만 각각의 공간마다 이용자들 간의 협업을 유도하는 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성이 적극적으로 시도되어 적용돼 있다.

코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션에 관한 연구는 코워킹 공간의 소통

및 협력하는 업무환경과 업무 능률 향상의 효과를 나타내는데 의의가 있다. 향후 연구에서는 공간 이용자들을 위한 공간 이용 프로그램 구성과 공간 구성의 관계성과 효율적 이용을 위한 연구가 필요하다고 본다.



【주요어】 코워킹 공간, 비공식적 커뮤니케이션, 공유 공간, 공간구성, 오픈 오피스

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 배경과 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	3
1.2.1 연구의 범위	3
1.2.2 연구의 방법 및 절차	4
II. 이론적 고찰	6
2.1 코워킹 공간	6
2.1.1 코워킹 공간의 개념	6
2.1.2 코워킹 공간 구성 및 특성	7
2.2 오피스 공간의 비공식적 커뮤니케이션	12
2.2.1 오피스 커뮤니케이션의 개념	12
2.2.2 커뮤니케이션의 유형	12
2.2.3 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성	14
III. 사례 대상지 공간 분석 및 체크리스트 도출	19
3.1 사례 대상지 일반적 개요 및 공간 분석	19
3.1.1 사례 대상지 일반적 개요	19
3.1.2 사례 대상지 공간 분석	20
3.2 체크리스트 도출	30

IV. 설문조사 및 분석	33
4.1 설문조사	33
4.1.1 인구통계학적 사항	34
4.1.2 코워킹 공간의 방문 형태 분석	37
4.1.3 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션	41
4.1.4 사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석 ...	45
4.2 종합소결	49
V. 결 론	54
참고문헌	57
설문지	59
ABSTRACT	71

표 목 차

〈표 1〉 사례 대상 코워킹 공간 개요	3
〈표 2〉 코워킹 공간의 공간 구성에 대한 선행연구	7
〈표 3〉 코워킹 공간의 공간분류 및 공간 구성	8
〈표 4〉 커뮤니케이션의 유형	13
〈표 5〉 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 관한 선행 연구	14
〈표 6〉 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간적 특성	15
〈표 7〉 사례 대상지 개요	19
〈표 8〉 E1 사례 대상지 공간 분석	21
〈표 9〉 E2 사례 대상지 공간 분석	23
〈표 10〉 E3 사례 대상지 공간 분석	25
〈표 11〉 E4 사례 대상지 공간 분석	27
〈표 12〉 E5 사례 대상지 공간 분석	29
〈표 13〉 체크리스트 항목 도출	31
〈표 14〉 설문조사 항목 구성	33
〈표 15〉 설문응답자 인구통계학적 사항	36
〈표 16〉 코워킹 공간의 방문 형태 분석	40
〈표 17〉 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 분석	43
〈표 18〉 공적 업무 공간의 공간 특성 설문 분석	46
〈표 19〉 업무 지원 공간의 공간 특성 설문 분석	47
〈표 20〉 휴게 공간의 공간 특성 설문 분석	48
〈표 21〉 설문조사 종합 분석 I	49
〈표 22〉 설문조사 종합 분석 II	50
〈표 23〉 설문조사 종합 분석 III	51
〈표 24〉 설문조사 종합 분석 IV	52
〈표 25〉 설문조사 종합 분석 V	53

그림 목 차

〈그림 1〉 연구의 흐름도	5
〈그림 2〉 카우앤독의 공적 업무 공간	9
〈그림 3〉 무중력지대 대방동의 사적 업무 공간	10
〈그림 4〉 Brooklyn boulder office의 클라이밍 공간	11
〈그림 5〉 오픈커뮤니티랩의 공동 부엌	11
〈그림 6〉 무중력지대 대방동의 변형 가능한 가구 디자인	16
〈그림 7〉 가변적으로 변형 가능한 모듈의 가구 디자인	16
〈그림 8〉 체크리스트 도출의 흐름	30
〈그림 9〉 인구통계학적 사항 - 성별 분포	34
〈그림 10〉 인구통계학적 사항 - 연령별 분포	35
〈그림 11〉 인구통계학적 사항 - 직업별 분포	35
〈그림 12〉 코워킹 공간의 방문 횟수	37
〈그림 13〉 코워킹 공간을 이용하는 목적	38
〈그림 14〉 코워킹 공간 선택 시 가장 고려하는 점	38
〈그림 15〉 코워킹 공간에서 즉흥적인 대화의 특성	41
〈그림 16〉 협업이 이루어지는 장소로 설문조사 된 코워킹 공간 요소	44

I. 서 론

1.1 연구의 배경과 목적

한국은 한강의 기적이란 용어가 생겨날 정도로 빠른 속도로 경제 대 성장을 이루었다. 하지만 점점 급격한 성장의 거품이 빠지고 사람들의 고령화가 가속되면서 평생직장의 개념이 흐려지며 은퇴 후의 삶에 대한 고민이 늘어나게 되었다. 또한 스마트 모바일 시장의 확장, 사물 인터넷의 증가 등 정보통신기술의 발전은 시장 구조를 획기적으로 변화시켜 놓았다.

거대한 몸집인 대기업의 사업이 성공하던 시대를 지나 몸집이 작은 기업도 사업의 가능성을 넓힐 수 있는 발판이 마련되고 있다. 이로 인해 노트북, 스마트폰, 태블릿PC 등과 같은 디지털 도구를 사용하여 유목민처럼 이동하며 일하는 사람들을 일컫는 ‘디지털 노마드1)’, 창의적인 아이디어와 전문지식 등을 가진 사람이 독립적으로 영리를 목적으로 활동하는 ‘1인창조기업2)’, 프리랜서, 스타트업과 같은 부류의 워커(Worker)들이 생겨나고 있다.

하지만 창조적인 발상으로 시장에 혁신적인 아이디어와 라이프 스타일을 제안하지 못한다면 빠르게 자리를 잃어버리고 만다. 이러한 시대의 변화가 적용되어 업무의 성격과 시간 및 장소에 제약 받지 않고 오피스 공간을 임대하는 개념의 ‘코워킹 공간(Coworking Space)’이 나타났다. 코워킹 공간은 업무 공간(Working space)을 함께(Co) 사용한다는 개념이지만 단지 같은 업무 공간을 공유한다는 개념을 넘어서 소규모 기업들의 협업과 정보 공유로 사용자 간의 네트워크를 형성하게 하는 커뮤니케이션 공간이 되어야 한다.

업무 공간에서의 커뮤니케이션은 이미 창조적 업무 효율을 위해 그 중요성이 선행 연구들로 입증되었다. 그리고 창조적인 아이디어는 형식적인 공식적 만남이 아닌 자연스러운 비공식적 만남을 통해 얻어지는 경우가 더 많다3).

1) 시사상식사전, pmg 지식엔진연구소, 박문각.

2) 중소기업청 전문용어, 중소기업청, 2010. 11., 대한민국정부.

3) 김지영, 오피스 공간에서 비공식적 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간적 특성에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, 2009, p.2

따라서 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간을 활성화시킬 필요성이 대두되고 있다.

본 연구는 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성을 분석하고 추후 국내 코워킹 공간을 설계 디자인함에 있어 이용자들 간의 활발하고 적절한 소통과 감성 공유를 위한 설계 및 디자인의 방향성을 제안하는 것에 그 목적이 있다.



1.2 연구의 범위 및 방법

1.2.1 연구의 범위

본 연구는 국내 서울시에 위치하고 연구 시점으로부터 최근 1년 안에 개관하였으며, 무료 또는 멤버십 가입으로 이용할 수 있는 코워킹 공간을 중심으로 진행하였다. 국내에 처음으로 코워킹 공간이 언급된 2013년 이후부터 현재까지 다양한 목적과 컨셉을 갖는 코워킹 공간이 생겨났다. 프리랜서, 개인 창업, 스타트업 등의 프리 에이전트(Free agent)들은 초기 투자비용이 적기 때문에 공간을 무료 또는 비용 지불이 없이 자유롭게 이용할 수 있는 코워킹 공간의 필요성이 대두된다.

E1 : 구글캠퍼스 서울, E2 : 무중력지대 G밸리, E3 : 무중력지대 대방동, E4 : 서울창조경제혁신센터, E5 : 카우앤독을 대상으로 하여 분석의 범위를 한정하여 진행하였으며, 분석 사례 대상지의 개요는 <표 1>과 같다.

<표 1> 사례 대상 코워킹 공간 개요

구분	개관년도	기관명	위치
E1	2015	구글캠퍼스서울	서울시 강남구
E2	2015	무중력지대 G밸리	서울시 금천구
E3	2015	무중력지대 대방동	서울시 동작구
E4	2015	서울창조경제혁신센터	서울시 종로구
E5	2015	카우앤독	서울시 성동구

1.2.2 연구의 방법 및 절차

본 연구는 비공식적 커뮤니케이션이 적용되는 소통과 협업의 코워킹 공간의 발전 방향에 관련하여 결론짓는 것으로 문헌조사와 현장조사, 설문조사로 진행하였으며, 구체적인 진행 순서는 다음과 같다.

첫째, 문헌조사와 선행연구를 통해 코워킹 공간의 공간 구성과 분류를 고찰한 후, 국내 코워킹 공간에 적용되어 있는 공간구성으로 용어와 내용을 도출한다.

둘째, 오피스 공간의 비공식적 커뮤니케이션의 이론적 고찰을 통해 개념, 유형, 공간 특성을 살펴보고 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 활성화하기 위한 공간 특성을 분석한다.

셋째, 사례 대상지 5곳의 현장조사 및 선행연구를 바탕으로 추출한 체크리스트를 사례 대상지에 적용한다. 체크리스트를 통해 설문지 작성 후, 이를 바탕으로 사례 대상지 이용자를 대상으로 ‘코워킹 공간의 방문형태’, ‘코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션’, ‘사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성’에 대한 설문조사를 실시한다.

넷째, 설문조사 결과를 분석하여 각 사례 대상지에 요구되는 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 대해 제시한다.

위와 같은 방법으로 비공식적 커뮤니케이션이 적용되는 소통과 협업의 코워킹 공간의 발전 방향에 관해 결론지어 서술하였다.

제1장	서론		
	연구의 배경 및 목적		
	연구의 범위 및 방법		
제2장	이론적 고찰		
	코워킹 공간	오피스 공간의 비공식적 커뮤니케이션	
	코워킹 공간의 개념 코워킹 공간 구성 및 특성	오피스 커뮤니케이션의 개념 커뮤니케이션의 유형 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성	
제3장	사례 대상지 공간 분석 및 체크리스트 도출		
	사례 대상지 일반적 개요		
	사례 대상지 공간 분석		
	체크리스트 도출		
제4장	설문조사 및 분석		
	코워킹 공간의 방문 형태 분석	코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성	사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석
	종합소결		
제5장	결론		

〈그림 1〉 연구의 흐름도

II. 이론적 고찰

2.1 코워킹 공간

2.1.1 코워킹 공간의 개념

1990년대부터 스마트폰, 태블릿PC 등 스마트 기기가 대중화 되면서 모바일 오피스라는 개념이 생겨났다.⁴⁾ 오피스 공간이 아닌 장소에서도 영업과 관련한 조회, 승인, 분석 등을 확인하고 처리할 수 있게 되었다. 한국IBM에서는 1995년대부터 탄력근무, 모바일 근무, 재택근무를 시도하여 자신의 정해진 자리로 출근하는 것이 아닌, 모바일 오피스로 출근하여 배정받은 책상에서 웹과 전화로 업무를 처리하였다. 이러한 사용자의 행태가 코워킹 공간과 공통점을 가지나 사용자 간의 협업은 배제되고 개인 업무의 효율성이 중요시 된 오피스의 형태였다.

코워킹이란 용어는 2000년대 초부터 컴퓨터의 발달과 기술의 지원으로 협업을 묘사하며 시작되었다.⁵⁾ ‘코워킹 공간(Coworking space)’이란 서로 다른 소속의 전문가 혹은 프리랜서들이 하나의 업무 공간을 공유하면서 서로의 아이디어와 의견을 나누는 협업 공간을 의미한다. 단순한 공간 제공 및 지식공유 뿐만 아니라 멘토링, 투자자 연결과 같은 스타트업의 비즈니스 활동과 이벤트, 네트워킹 활동을 통한 인맥 형성 등 사교적 기능을 포함하고 있다.⁶⁾ 코워킹 공간은 하나의 공간을 지칭하는 용어가 아닌, 업무 공간과 공용공간·휴게 공간을 모두 포함하며 이 공간들을 이용하는 사용자 간의 의사소통과 공간 공유, 업무 협동의 행위도 포함한다.

4) [모바일 오피스] 한국IBM ‘스마트워크’, 2010.8.29., [http://www .dt.co.kr](http://www.dt.co.kr)

5) 백수연, 코워킹 스페이스의 어메니티 디자인 연구, 한국실내디자인학회논문집 제17권 3호, 통권 38호, 2015.10. p.281

6) 김영환. 창업지원 코워킹스페이스 현황 및 활성화를 위한 정책 과제. STEPI Insight, 2015, p.5

2.1.2 코워킹 공간 구성 및 특성

국내에 코워킹 공간이 처음 대두된 2013년 이후부터 현재까지 코워킹 공간의 공간 구성에 대해 다루고 있는 선행 논문 중에서, 한혜선(2013)은 코워킹 공간의 공간 구성을 해외사례 및 국내사례를 바탕으로 업무 공간과 공용 공간으로 제안하였다. 김동훈(2015)은 ‘Share office’란 용어로 코워킹 공간을 지칭하고 있으며 공공공간, 오피스 공간, 기능공간으로 공간 구성을 나누었고, 백수연(2015)은 개인 업무영역과 공동체 업무영역, 그 외로 휴게 영역과 업무지원 영역으로 유형화 하였다. 선행 연구 <표 2>을 통해 공통적으로 업무를 위한 공간과 공용으로 사용하는 공간으로 구분하고 있는 것으로 분석된다.

<표 2> 코워킹 공간의 공간 구성에 대한 선행연구

저자	공간 구성 내용		
한혜선 (2013)	업무 공간	개인 오피스, 멀티 오피스, 가상 오피스, 오픈 오피스, 미팅 룸	
	공용 공간	폰부스, Locker, O.A. 공간, 리셉션, 휴게 공간, 라운지, 키친네트	
김동훈 (2015)	오피스 공간	Personal 오피스, Multi 오피스, Open 오피스	
	기능 공간	Phone Booth, OA실, Canteen, Locker, Mail Room	
백수연 (2015)	개인 업무영역 / 공동체 업무영역	업무지원 영역	휴게 영역

이를 바탕으로 국내 코워킹 공간을 현장 답사, 관찰조사 후 국내 코워킹 공간의 공간 구성을 더욱 세분화할 수 있었다. 대분류로 업무 영역과 공용 영역으로 나누어 분류하고 세부적으로 공적 업무 공간, 사적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간으로 분류하였다. 각 공간의 분류와 공간 구성 요소의 내용은 <표 3>와 같다.

<표 3> 코워킹 공간의 공간 분류 및 공간 구성

공간 분류		공간 구성	
업무 영역	공적 업무 공간	열려있는 공간에서 개인 업무와 공동 업무를 할 수 있다.	오픈 오피스 미팅 룸
	사적 업무 공간	독립된 공간을 중심으로 구성되며 집중되는 분위기를 조성한다.	개인오피스 멀티오피스
공용 영역	업무 지원 공간	문서출력, 전송, 보관, 전화 등 업무를 보조하는 공간이다. 타인과 공유하며 사용한다.	O.A 실 Locker Mail box 로비&리셉션
	휴게 공간	코워킹에서는 휴식과 함께 업무, 회의 등의 자유로운 활동이 가능한 한정되지 않은 공간이다.	커뮤니티영역 라운지 식음공간

1) 공적 업무 공간

공적 업무 공간은 크게 업무 영역으로 분류되며 이용자가 개인의 업무를 보거나 공동 작업, 소규모 회의 등을 할 수 있는 공간이다. 세부적으로 오픈 오피스

피스와 미팅 룸이 있으며, 여러 테이블 또는 대형 테이블이 있는 오픈 오피스는 이용자가 선호하는 좌석을 이용한다. 칸막이, 파티션이 사적 업무 공간과 비교해 적거나, 거의 없으며 가구가 고정되어 있지 않다. 코워킹 공간의 운영 방침에 따라 무료 또는 멤버십 가입으로 이용할 수 있거나 정기 이용권을 구매하여 이용할 수 있다. 미팅 룸은 공용으로 이용하는 공간으로 이용 시간을 제한하여 사용하는 예약제가 대부분이다. 소규모 미팅이 가능한 4~6인 미팅 룸부터 10인 이상을 위한 미팅 룸까지 다양하며, 유리벽 또는 유리문으로 디자인된 곳이 많다. 미팅 룸에는 프레젠테이션을 위한 설비(모니터, 프로젝터, 연결단자, 화이트보드, 필기 류 등)가 마련되어 있다.



〈그림 2〉 카우앤독의 공적 업무 공간

2) 사적 업무 공간

사적 업무 공간은 업무 영역으로 분류된다. 공적 업무 공간과는 다르게 열린 공간이 아닌 공간이 구획되어 있으며 개인적인 성격을 띄고 있다. 공적 업무 공간을 이용하는 개인의 이용자보다는 직원 수가 있는 신생 창업업체, 그룹 프로젝트 팀 등이 이용한다. 코워킹 공간의 운영 방법에 따라 이용자를 모집하여 입주하는 방식이 다수이며, 또는 정기 이용권을 구매하여 이용할 수 있다. 창업 인큐베이팅⁷⁾ 코워킹 공간에는 사적 업무 공간으로 공간이 구성되

7) 인큐베이팅 운영체제를 갖는 코워킹 공간은 개방된 공간을 제공하기 보다는 정예 창업팀을 모집 또는 선발하여 초기 아이템 구상 및 개발부터 관리하고 멘토의 역할을 한다. 엑셀러레이터, 코디네이터 등 운영관리자가 있어 이용자들의 사적 업무 공간 관리, 이용 프로그램 선정 등을 한다.

어 있으며 장기적으로 멘토링하거나 서포트한다. 세부적으로 개인 이용자가 단독으로 사용하는 개인 오피스와 여러 그룹의 이용자가 공간으로 구획된 오피스를 공용으로 사용하는 멀티 오피스 등이 있다.



〈그림 3〉 무중력시대 대방동의 입주자 모집을 통해 이용할 수 있는 사적 업무 공간
[출처 - 무중력시대 대방동 홈페이지]

3) 업무 지원 공간

업무 지원 공간은 공용 영역으로 분류된다. 업무 영역과 업무적 연계성이 있으며 공간 또한 연결되어 있거나 업무 영역 안에 공간이 구성된다. 로비와 리셉션, 문서를 출력하거나 전송하는 O.A.실, 개인 업무 용품과 자료를 보관하는 Locker, Mail box, Phone booth 등으로 세부 분류할 수 있다. 정식으로 사무실을 임대하지 않으면 주소가 없기 때문에 우편물, 택배 등과 같은 업무에 차질이 있다. 카페에서 업무를 보는 것과 다르게 가상 주소를 정기 금액을 지불하고 이용할 수 있다.

4) 휴게 공간

휴게 공간은 공용 영역으로 분류된다. 업무 영역과는 다소 다르게 활동적인 공간 디자인이며 자유로운 분위기의 공간이다. 휴게 공간에서도 간단한 업무를 보거나 회의를 하거나 손님 접대가 가능하다.

공동으로 사용하는 부역에서 음료 및 음식을 직접 만들어 먹을 수 있고 다른 이용자와 음식을 나눠먹고 친목을 쌓기 좋은 공간이다. 또는 함께 운영되는 카페에서 음료를 구매하여 이용할 수 있는 식음공간, 강의 또는 이벤트 행사 등의 다목적으로 이용할 수 있는 라운지와 커뮤니티영역 등으로 세부 분류할 수 있다. 이 밖에도 온돌 공간, 취침 실, 샤워실, 정원, 옥상 정원, 보드게임 등 휴식하며 즐거움을 가질 수 있어 긍정적인 인상을 남기는 공간이 계획될 수 있다.



〈그림 4〉 Brooklyn boulder office의
클라이밍 공간



〈그림 5〉 오픈커뮤니티랩의 공동 부역

2.2 오피스 공간의 비공식적 커뮤니케이션

2.2.1 오피스 커뮤니케이션의 개념

커뮤니케이션이란 사람 간의 의사소통이라는 의미를 가지며 다양한 구성원이 모이는 사회생활에서 필수적으로 요구되는 능력이기도 하다. 과거 오피스 공간에서 커뮤니케이션은 수직관계에서 오류 없는 업무 지시와 수행의 목적이 컸다. 정보통신기술의 발전과 빠른 피드백이 요구되는 현대에는 구성원 간의 풍부한 오피스 커뮤니케이션이 중요시 되고 있다. 위계를 줄이고 정보교환이 빠른 수평형 커뮤니케이션 및 사무공간과 업무시간의 한계를 넘는 네트워크형 커뮤니케이션이 일반화 되고 있다.⁸⁾ 최근 구글, 아마존, 페이스북, 애플 등 해외 기업들은 구성원들을 기업의 자산으로 여기며 그들 사이의 자유로운 의사교류를 중요시하는 오피스 디자인을 보여주고 있다.

2.2.2 커뮤니케이션의 유형

커뮤니케이션 유형은 조직의 구도적 측면에 따라 공식 커뮤니케이션과 비공식 커뮤니케이션으로 분류할 수 있다.⁹⁾ 공식적 커뮤니케이션은 구성원간의 공식적 관계를 바탕으로 하며 권한의 체계적 관계가 분명한 상태에서 이루어지는 커뮤니케이션을 말한다. 비공식적 커뮤니케이션은 공식적 의사소통 이외의 경로를 통해 이루어지며 계층이나 직종을 초월한 의사소통으로 정보전달 속도가 공식적 커뮤니케이션에 비해 매우 빠르며 구성원간의 유대감을 형성하고, 창의적인 아이디어 유발 등의 장점을 가지고 있다.¹⁰⁾ 공식적 커뮤니케이션은 다양한 의사교류에 제한이 있는 반면에 창의적인 아이디어는 자연스

8) 김지영, 오피스 공간에서 비공식적 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간적 특성에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, 2009, p.27

9) Sighand, N. B. & Bell, A. H, Communication for Management and Business 4th d., Glenview : Scott Foreman, 1986, pp.27-50

10) 김지영, 오피스 공간에서 비공식적 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간적 특성에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, 2009, p.37

럽게 접촉 할 수 있고 의사결정이나 발언이 매우 자유로운 비공식적인 커뮤니케이션을 통해 주로 이루어진다. <표 4>¹¹⁾

<표 4> 커뮤니케이션의 유형

유형	공식 커뮤니케이션	비공식 커뮤니케이션
개념	조직 구성원간의 공식적 관계를 전제로 한 커뮤니케이션	계층, 권한, 직종을 초월한 개인과 개인 간의 커뮤니케이션
방향성	수직적, 하향적	수평적, 대각적
성격	업무 지향적	비 업무적
행태 성격	사전준비, 심사숙고, 정형적, 강제적	사전준비 없음, 즉흥적, 비정형적, 자발성
장점	<ul style="list-style-type: none"> - 구성원 통제와 조정으로 조직력 향상 - 정보에 대한 책임감 	<ul style="list-style-type: none"> - 정보전달속도가 빠르고 융통적 - 개인 간 유대감 형성 - 창조적발상에 유리한 환경조성
단점	<ul style="list-style-type: none"> - 조직 순발력과 융통성 저하 - 정형화된 소통에 대한 회의감 	<ul style="list-style-type: none"> - 소문의 유포 - 정보에 대한 무책임

11) ibid., 2009, pp.40-42 [재구성]

2.2.3 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성

오피스 커뮤니케이션을 다룬 선행 논문과 비공식적 커뮤니케이션 활성화를 위한 오피스 공간의 특성에 관한 선행연구 중에서 김경미(2013)¹²⁾는 창의 업무 공간에서 커뮤니케이션을 활성화 시킬 수 있는 주된 공간 특성을 개방성, 유연성, 이동성, 가변성, 탈영역성으로 정리하였다. 이주현(2013)¹³⁾은 비공식적 커뮤니케이션 관점에서 나타나는 현대 오피스의 공간 특성을 순환적 동선과 정체 가능한 중심공간으로 주장하였다. 장유정(2012)¹⁴⁾은 오피스 공용 공간 특성 중에서 Fun(호기심자극), Flexibility(가변성), Identity(기업 정체성)를 조직 커뮤니케이션 활성화를 위한 키워드로 압축하였다. 비공식적 커뮤니케이션을 활성화 시킬 수 있는 주된 공간 특성들을 김지영(2009)¹⁵⁾은 개방성, 유연성, 무계중심성, 활동유발성, 이동성, 가변성으로 정리하였다.

〈표 5〉 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 관한 선행 연구

연구자	공간 특성
김경미(2013)	개방성, 유연성, 이동성, 가변성, 탈영역성
이주현(2013)	순환적 동선, 정체 가능한 중심공간
장유정(2012)	Fun(호기심자극), Flexibility(가변성), Identity(기업 정체성)
김지영(2009)	개방성, 유연성, 무계중심성, 활동유발성, 이동성, 가변성

12) 김경미, 커뮤니케이션 활성화를 위한 창의적 업무 공간디자인 연구, 이화대학교 석사학위논문, 2013, pp.18-24

13) 이주현, 조직 커뮤니케이션 구현을 위한 오피스 건축 공간에 대한 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 2013, pp.109-111

14) 장유정, 오피스 공용 공간의 조직 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간적 특성에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문, 2012, p.57

15) ibid., p.50

위 선행 연구들의 공통으로 분석된 내용들을 바탕으로 가변성, 개방성, 놀이성, 유연성, 이동성, 중심성으로 용어를 정리하였으며 그 내용은 다음과 같다.

〈표 6〉 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간적 특성

공간특성	내 용
가변성	하나의 공간을 다목적 멀티 공간을 재구성하거나 가구배치를 다르게 할 수 있다.
개방성	모든 것이 열려있는 성질을 말하며 공간의 상호교류를 높이는 개방된 공간이 되고 개인적으로 고립되는 느낌도 사라지게 된다.
놀이성	공간의 활용도를 높이고 동기부여가 되는 재밌고 창의적인 업무 환경을 제공한다. 공간 도처에 분산하여 사람들의 이동과 상호작용이 일어나도록 한다.
유연성	순환하는 동선을 통해 다른 층의 구성원 간에도 자연스러운 이동이 일어나며 교류가 별로 없는 사람들 사이의 즉흥적인 만남이 일어난다.
이동성	정보통신기술이 발전하여 무선작업을 통해 직원들의 자유로운 이동이 가능해 졌다.
중심성	공간 계획에 있어 가장 의미 있는 공간에 비중을 두고 주변 공간의 중심적 역할을 하도록 배치하는 것을 의미한다. 기대하지 않은 만남을 유도한다.

1) 가변성

가변성은 공간을 다목적 멀티 공간으로 재구성 할 수 있는 것을 말하며 공간 요소, 가구 등을 목적에 맞게 변형 할 수 있는 것을 말한다. 오피스 공간의 가변성은 공간 활용의 다양성을 부여하며 장기적으로 비용 절감의 효과를 가져다준다. 또한 획일적이고 변화가 적은 업무 공간의 분위기 전환의 요소가 될 수 있다. 모듈화 가구를 대표적 예시로 들 수 있다. 캐비닛, 서랍, 책장 등 다양한 수납 모듈을 활용해 공간을 분리하면서도 이용자들 간의 문서 공유와 보관이 쉽도록 한다. 일정 모듈 형태의 테이블, 책장 등은 인원수에 맞는 공간 형성이 가능하다. 또한 공간에서 이루어지는 행태의 성격에 따라 유동적이고 능동적인 대응이 가능하다. 실내 구조벽 또는 파티션, 창호, 커튼 등의 실내 벽체 요소를 이동하여 다목적 공간으로 활용한다. 이러한 공간의 변화를 줄 수 있는 움직임의 특성은 업무자들 간의 직·간접적인 접촉을 유도한다.



〈그림 6〉 무중력시대 대방동의 변형 가능한 가구 디자인
[출처- <http://www.3siot.org/>]

〈그림 7〉 가변적으로 변형 가능한 모듈의 가구 디자인 [출처-월간 DESIGN]

2) 개방성

업무 공간에서의 개방성은 공간 간의 상호교류를 높이기 위한 특성으로 개인적으로 고립되는 느낌을 줄인다. 투명한 물성을 가진 자재를 통해 표현할 수 있으며 오피스 공간의 특성 상 파티션, 가림막, 벽체의 높이와 디자인으로

도 표현이 가능하다. 유리벽으로 구성된 미팅 룸은 공간이 분리되어 있어 단독적인 공간임을 인지할 수 있으면서도 내외부의 시선교차가 가능하여 개방적인 느낌을 준다. 부서 간의 구역 분류를 위한 파티션 또는 벽체를 유리 재를 사용한 디자인, 막히고 뚫리는 반복적인 패턴 교차로 개방적인 디자인을 적용할 수 있다. 이는 개방감을 느끼게 하고 이동 중에 시선교차가 우연히 일어나게 되며 친밀감을 유발하기도 한다.

3) 놀이성

놀이성은 이용자가 공간을 이용하고자 하게 만드는 동기부여의 역할을 하는 것으로 창의적인 영감을 제공한다. 사람은 태생적으로 새로움과 즐거움을 발견해 나가하고자 하는 특징이 있다. 액티비티하며 호기심을 자극하는 색감, 디자인, 장난감, 소품, 글귀 등은 탐구하고자하는 본성을 자극하며 이를 다른 사람들과 함께 탐구하고 결과를 도출해 낼 수 있다. 여럿이 함께 행동을 수행하고 성취해 나가면서 유대감을 형성하고 친밀감을 향상 시킨다. 놀이성은 장난감, 게임용품, 스포츠, 영상물 등으로 표현 범위가 넓다. 놀이성을 전체 오피스 공간의 곳곳에 위치하게 하여 이용자가 이동하고 서로 친목을 갖고 놀이를 가질 수 있도록 유도한다.

4) 유연성

유연성은 오피스 공간 내에서 고리형의 순환하는 동선을 통해 업무자들의 이동 중에 타인과 무의식적인 접촉을 높이는 것이다. 동선의 구분은 공간을 구성하는 기본적 단계이며 이를 분류하여 사내의 비공식적인 공동체 형성의 흐름을 통제할 수 있다. 일방적인 방향의 동선 보다 순환하는 동선은 자유로운 이동이 일어날 수 있으며 반복적인 행태를 유발한다. 이는 반복적 접촉이 일어날 수 있으며 서로 간의 친밀감을 높이는 역할을 한다.

5) 이동성

바쁘고 이동이 잦은 현대인들에게 IT기기 사용은 피할 수 없는 업무 행태가 되었기 때문에 이를 사용할 때 불편함이 없어야 한다. 또한 자연스럽게 즉흥

적인 소통을 위해 정해진 장소가 아닌 다양한 장소를 이동하며 회의하는 일 또한 많아졌다. 이동성은 노트북과 스마트 기기를 자주 사용하는 현대 업무 행태를 반영하여 무선작업이 자연스럽게 이루어질 수 있는 것을 말하며 오피스 공간 내에서 이동이 수월한 것을 말한다. 이는 무선인터넷과 콘센트 구축, IT기기 이동 동선 너비의 충분한 확보를 말한다.

6) 중심성

중심성은 이용자가 자주 이용하는 공간들을 전체 공간의 중심 위치에 배치하여 기대하지 않은 만남을 유도한다. 독특한 컨셉의 공간 디자인으로 전체 공간 속에서의 심리적 중심성을 주는 것 또한 포함한다. 정보를 얻을 수 있는 게시판 공간, 기업의 정체성을 느낄 수 있는 공용 공간, 약속 장소로 이용 가능한 로비와 리셉션 공간 등이 중심공간에 위치하고 주기적으로 이용하며 이용자들 간의 조우할 기회가 높아진다.

위 6가지의 공간 특성의 전반적인 특징은 기존의 보편적인 오피스 공간에서 느끼지 못한 새롭고 신선한 느낌을 줄 수 있다. 그리고 사람들이 자리에서 일어나 움직이게 유도하고 간접적인 시선의 마주침, 반복적인 움직임, 직·간접적인 접촉의 행태를 유도한다는데 공통점이 있다.

III. 사례 대상지 공간 분석 및 체크리스트 도출

3.1 사례 대상지 일반적 개요 및 공간 분석

3.1.1 사례 대상지 일반적 개요

프리랜서, 창업과 스타트업을 준비하는 워커(Worker)들은 초기 투자비용이 많지 않으므로 공간을 무료 또는 비용지불이 없는 멤버십 가입으로 사용할 수 있는 코워킹 공간의 필요성이 대두된다. 본 연구의 사례 대상지는 2015년 이후 개관한 서울시 내에 있는 코워킹 공간 5곳이다.

〈표 7〉 사례 대상지 개요

구분	로고	개관년도	기관명	위치
E1		2015	구글캠퍼스 서울	서울시 강남구
E2		2015	무중력지대 G밸리	서울시 금천구
E3		2015	무중력지대 대방동	서울시 동작구
E4		2015	서울창조경제혁신센터	서울시 종로구
E5		2015	카우앤독	서울시 성동구

3.1.2 사례 대상지 공간 분석

1) E1 : 구글캠퍼스 서울

E1(구글캠퍼스 서울)은 구글과 협력업체가 함께 운영하는 곳으로 입주공간을 제외한 공간은 멤버십 가입 후 이용할 수 있다. 입구 쪽의 로비 & 리셉션, 디바이스랩 등의 업무 지원 공간에서는 기관 로고의 가독성이 높다. 그리고 기관 로고 디자인을 재해석하여 공간 디자인에 적용하여 기관의 정체성이 느껴지는 공간이다. 공적 업무 공간에는 오픈 오피스와 미팅 룸이 있고 식음코너와 공적 업무 공간이 중첩된다. 휴게 공간은 높은 천장고로 채광이 되는 정원과 라운지가 있다.

E1의 공적 업무 공간인 대형 미팅 룸에서는 의자 또는 테이블 등을 강의장으로 정렬하거나 자유배치하는 등의 가변성으로 공간을 구성할 수 있다. 많은 사람이 모일 수 있는 대형 공간을 평소 업무 공간으로 활용할 수 있게 가변성이 드러나며 공간의 면적이 넓기 때문에 심리적 중압감을 가지며 전체 공간의 중심적 역할이 느껴지는 중심성이 드러난다. 공적 업무 공간 오픈 오피스는 등록 멤버십 카드를 인식해야 하는 곳으로 프라이버시가 있으며 한옥 창살을 모티브로 한 벽체 디자인으로 업무 공간만의 구역성이 느껴지며 개방성을 가진다. 이러한 개방성으로 로비, 미팅 룸, 복도와 시선 교차가 가능하다. 업무 지원 공간의 게시판 영역은 기관만의 프로그램으로 놀이성을 가진다. 멤버십 가입 시 멤버십 박스를 받을 수 있는데, 구글 캠퍼스의 로고 스티커, 공간 활용 가이드, 메시지 카드¹⁶⁾, 협업 요청 카드, 큐브(보드 게임), 필기류 등이 들어 있다. 게시판 공간에서는 구인구직이나 명함, 카드 등을 게시하여 흥미를 끌어 놀이성을 가질 수 있다. 로비&리셉션에서는 기관의 정체성이 강한 로고와 함께 오고의 디자인 특징이 반복되는 천장 디자인으로 인해 공간의 개성이 강하여 중심성이 드러난다. 각 공간마다 콘센트가 구비되어 있어 공간을 이동하며 업무를 보기에 장애가 없다.

16) “저 잠시 자리 비웁니다. 00:00에 다시 오겠습니다”, “커피 한 잔 할까요?” 등 손바닥 크기의 달력모양 디자인으로 책상 위에 올려두거나 게시판에 게시할 수 있다.

〈표 8〉 E1 사례 대상지 공간 분석

구분		공간 분석 E1		
업무영역	공적공간			
	<p style="text-align: center;">오픈 오피스</p>	<p style="text-align: center;">미팅 룸</p> <ul style="list-style-type: none"> · 무료 멤버십 가입으로 이용할 수 있는 공적공적 업무 공간으로 음료와 같이 이용할 수 있는 공간. 작은 미팅 룸과 이벤트 홀이 연결. · 한옥 창살을 재해석한 천장디자인과 파티션디자인으로 각 공간을 연결하며 분리. 		
공용영역	업무지원공간			
	<p style="text-align: center;">로비&리셉션</p>	<p style="text-align: center;">디바이스랩</p>	<p style="text-align: center;">게시판영역</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전체 공간의 중심부에 위치. · 기관 로고와 통일성 있는 천장 조명디자인과 실내 색상. · 직원을 통해 이용 방법, 네트워크 행사 등의 정보 교류가 가능. 	
공용영역	휴게공간			
	<p style="text-align: center;">정원</p>	<p style="text-align: center;">라운지</p> <ul style="list-style-type: none"> · 업무지원공간과 연결되며 멤버십 전용 승강기로 진입 가능. · 정원은 높은 청장고로 채광이 들어와 친환경적이며 함께 이용할 수 있는 놀이감이 있음. 		

2) E2 : 무중력지대 G벨리

E2(무중력지대 G벨리)는 서울시에서 운영하는 곳으로 주상복합오피스텔에 입주된 기관이며 무료로 이용할 수 있다. 입주공간은 없으며 공적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간이 벽으로 분리되지 않고 연결되어 있다. 공적 업무 공간에 O.A.공간이 있으며 책상을 다인용으로 사용할 수 있게 조작 가능하다. 업무 지원 공간의 좌식 도서공간은 커튼으로 개폐할 수 있다. 휴게 공간에는 재미있는 소품과 온돌방이 있고 기관의 중앙에는 공유 부엌이 있고 요리를 하거나 음료를 제조할 수 있다.

E2의 전체 공간은 벽체가 거의 없이 개방되어 있는 곳이다. 중심 공간의 공유 부엌을 중심으로 연결되는 순환하는 동선이 있어 잦은 이동과 움직임으로 유연성이 드러난다. 공적 업무 공간은 모듈 디자인이 적용된 책상이 있어 테이블 배치를 다양하고 독창적이게 변화를 줄 수 있어 가변성이 보인다. 취침이 가능한 온돌공간이 휴게 공간에 있으며 복층으로 구성되고 아늑한 공간이면서 유리벽으로 개방성을 준다. 또한 블라인드를 조작하여 개방성을 조절할 수 있다. 미니 당구게임, 젠가, 부르마블 등과 같은 보드 게임이 있어 함께 모일 수 있게 하는 놀이성이 돋보인다. 또한 기둥을 중심으로 형성된 오픈된 부엌은 직접 요리할 수 있으며 순환하는 동선 가운데 기관의 로고와 함께 공간을 이용하는 설명이 함께 적혀 있어 중심성이 보인다.

〈표 9〉 E2 사례 대상지 공간 분석

구분		공간 분석		
		E2		
업무영역	공적공간			
		오픈 오피스	미팅 룸	
		<ul style="list-style-type: none"> · 무료 공적 업무 공간으로 미팅 룸 사용 시 책임금액을 지불. · 다각형 테이블은 개인 혹은 단체로 사용할 수 있도록 변형이 가능. · 벽과 바닥에 콘센트를 사용할 수 있고 벽에 공간이용 정보가 게시. 		
공용영역	업무지원공간			
		도서공간	O.A 공간	게시판영역
		<ul style="list-style-type: none"> · 입구와 근접하게 위치. 좌식구조의 도서공간에서 자유로운 행태가 가능. · 직접 참여할 수 있는 게시판영역에서는 지역 정보, 직업 정보, 공간 정보 등을 확인. 		
공용영역	휴게공간			
		공유부엌	라운지	휴게 공간
		<ul style="list-style-type: none"> · 전체 공간의 중심부에 위치. · 업무와 휴식이 동시에 가능하며 파티션의 구분 없이 연결됨. · 함께 이용 가능한 놀이감과 소품 연출. 		

3) E3 : 무중력지대 대방동

E3(무중력지대 대방동)은 서울시에서 운영하며 컨테이너를 사용해 건축되었다. 무료로 이용할 수 있으며 2층에는 입주기업과 운영팀을 위한 입주공간이 있다. 1층은 2층과 연결되는 높은 천장고를 가지며 대부분 공적 업무 공간으로 구성되고 미팅 룸이 폴딩 도어로 분리되어 있다. 업무 지원 공간에는 기관 로고가 보이며 네트워킹 모임, 프로그램 등을 확인 할 수 있다. 계단과 2층 일부는 휴게 공간으로 사용되고 함께 공유하는 부엌이 있다.

E3의 공적 업무 공간은 1,2층이 통합된 천장고를 갖고 공간을 분리하는 벽이 없이 개방성이 느껴진다. 모듈 디자인으로 작업 행동에 따라 가구의 형태에 변화를 줄 수 있고 배치를 다양하게하여 가변성을 줄 수 있다. 미팅 룸의 탁구대를 활용한 책상과 점수판 소품 아이디어는 공간에 놀이성을 부여한다. 전체를 열고 닫을 수 있는 폴딩 도어로 공간에 개방성, 가변성을 줄 수 있다. 업무 지원 공간 중 게시판 공간은 야외로 이어지는 문 쪽에 있어 기관 입구에서 정보를 얻을 수 있고 로고가 눈에 띄어 강렬한 색채로 중심성이 느껴져 이용자들이 모일 수 있는 공간이다. 휴게 공간의 나눔 부엌에서는 이용자들이 함께 이용할 수 있는 조리기구와 재료 등으로 놀이감을 제공하며 2층으로 이어지는 휴식공간은 외부로는 유리벽으로 개방성이 있다. 쿠션 등의 인테리어 소품으로 꾸며져 있어 깊숙한 곳의 구석진 공간이지만 접근하고자 하는 심리를 만들어 준다.

〈표 10〉 E3 사례 대상지 공간 분석

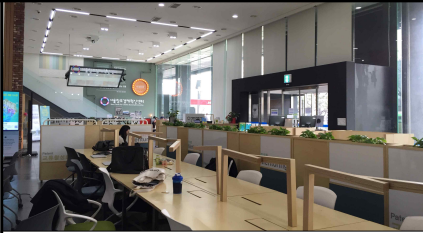




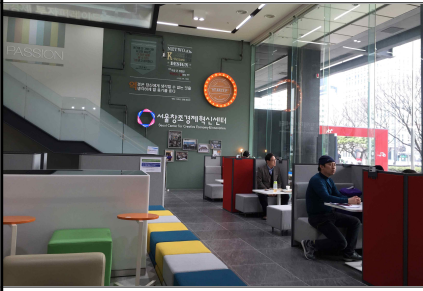
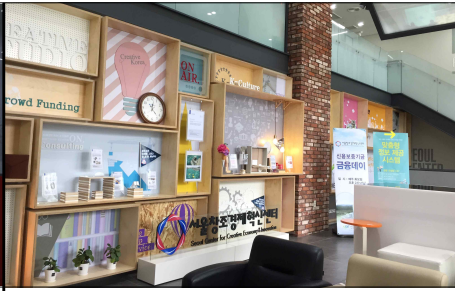
구분		공간 분석	
		E3	
업무영역	공적 공간		
		오픈 오피스	미팅 룸
		<ul style="list-style-type: none"> · 무료 및 멤버십 가입으로 공적 업무 공간을 이용. · 천장고가 높고 테이블 변형으로 다목적 이용이 가능. · 기관 로고의 포인트 색상이 실내 메인 색상으로 사용. 	
공용영역	업무지원 공간		
		게시판 및 O.A.공간	O.A.공간
		<ul style="list-style-type: none"> · 입구부터 공적 업무 공간에 중첩되어 있고 기관의 로고를 확인. · 야외와 실내의 연결 공간이며 기관 이용, 네트워킹 등의 정보를 확인하고 이동이 가능. 	
휴게영역	휴게 공간		
		휴식공간	라운지
			나눔부엌
		<ul style="list-style-type: none"> · 비스듬히 세워진 컨테이너 박스를 활용한 계단과 계단 끝 쪽 2층의 일부 분에 좌식 휴게 공간, 1층 창가 식음 공간. · 공동이 함께 이용하는 소품과 가구. 	

4) E4 : 서울창조경제혁신센터

E4(서울창조경제혁신센터)는 서울시와 기업의 협업으로 운영되는 곳으로 창업을 중점적으로 다루며 무료로 이용 가능하다. 입구에 리셉션과 등록데스크가 있으며 이를 중심으로 휴게 공간과 공적 업무 공간이 나뉜다. 업무 공간의 가구는 콘센트와 조명이 일체되어 있고 사용 인원 및 목적에 맞게 조작성이 가능하다. O.A 공간은 협소한 위치이며 게시판은 사람들의 동선이 많은 공간이 아니다. 휴게 공간은 개성 있는 공간 디자인이다.

E4의 공적 업무 공간은 높은 천장고를 갖고 공간을 분할하는 큰 벽체가 없고 시선 높이의 파티션 가구로 공간을 나누고 있다. 콘센트, 국부 조명이 일체화 된 가구 디자인으로 오픈 오피스가 구성되어 있다. 전체 공간을 순환하는 동선이 있어 유연성이 있다. 휴게 공간의 벽체 디자인은 개성 있고 젊은 감각이 느껴지며 큰 면적으로 공간 내에서 중심성을 갖는다. 영상 디스플레이 기기에서 기관을 홍보하는 영상이 반복 재생되어 기관의 아이덴티티가 더욱 부각되고 있다. 스탠드형, 모니터형 등 영상 기기의 활용이 두드러진다.

〈표 11〉 E4 사례 대상지 공간 분석

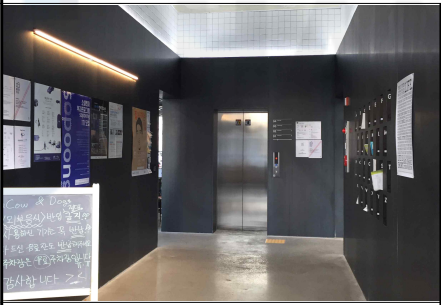
구분		공간 분석		
		E4		
업무영역	공적공간	 <p>오픈 오피스</p>	 <p>미팅 룸</p>	
		<p>· 멤버십 등록 후 공적 업무 공간을 이용. 복층 구조로 천장고가 높으며 업무 책상은 콘센트가 일체되어 있으며 사용 인원에게 맞게 변형.</p> <p>· 미팅 룸과 컨퍼런스 홀은 인터넷 예약으로 이용가능.</p>		
공용영역	업무지원공간	 <p>게시판</p>	 <p>O.A.공간</p>	 <p>로비 등록데스크</p>
		<p>· 입구에 로비와 등록데스크가 있고 업무 지원 공간을 기준으로 공적 업무 공간과 휴게 공간이 분리.</p>		
공용영역	휴게공간	 <p>라운지</p>	 <p>커뮤니티 영역</p>	
		<p>· 기관의 로고를 확인할 수 있으며 오픈 오피스와 달리 재질감을 느낄 수 있는 소재의 가구로 편안한 느낌.</p> <p>· 다양한 색감을 적용한 벽면 디자인으로 눈에 띄며 기관 관련 영상이 반복 재생.</p>		

5) E5 : 카우앤독

E5(카우앤독)는 소셜 벤처 인큐베이팅 업체에서 운영하며 입주공간을 제외하고 카페의 음료를 구입하거나 멤버십 가입으로 이용할 수 있다. 1층은 업무 지원 공간을 중심으로 오픈 오피스와 휴게 공간으로 2층은 미팅 룸과 휴게 공간으로 사용된다. 1층은 2층 높이의 천장고를 가지며 조작성이 가능한 넓은 테이블과 라운지 테이블이 사용되었다. 2층 미팅 룸은 유리벽으로 분리되어 있고 이벤트 홀은 폴딩 도어로 분리되어 있다.

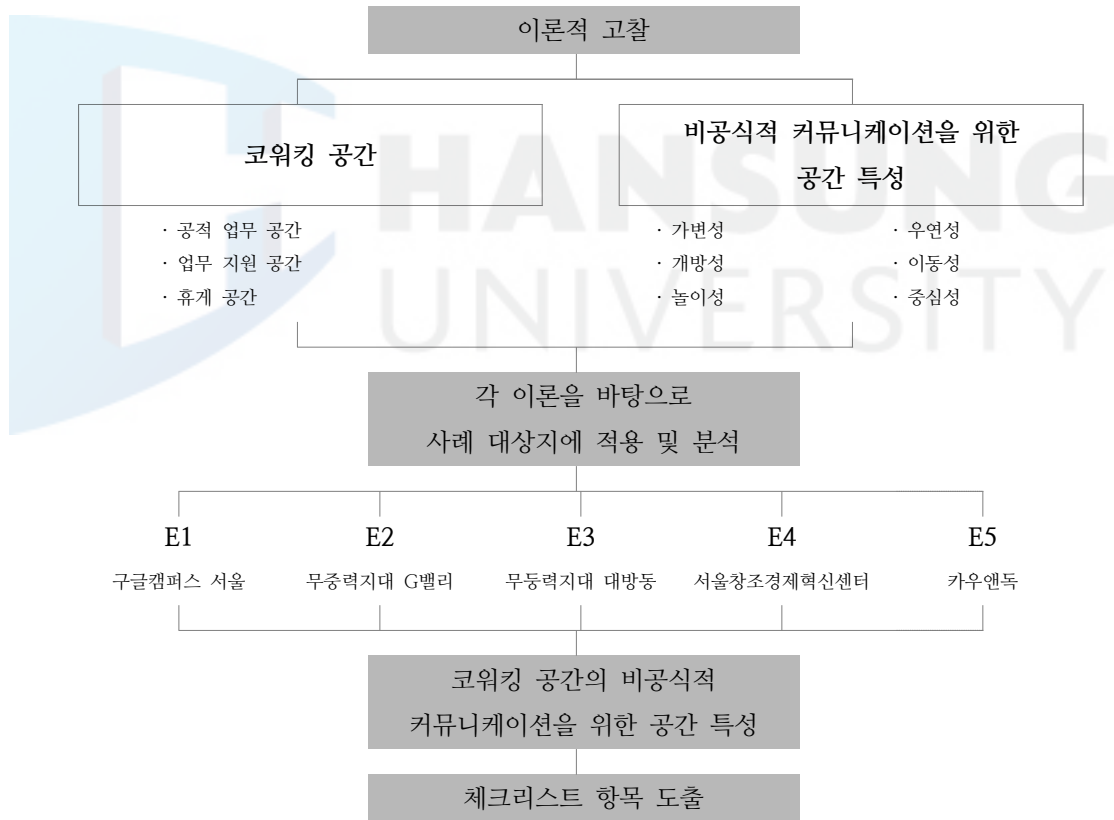
E5의 공적 업무 공간은 대부분이 창호로 야외에 개방되어 있고 높은 천장고로 2층과도 개방되어 있다. 모듈화된 가구 디자인은 전형적인 가구배치 보다는 신선한 가구 배치가 가능하며 가변성을 준다. 콘센트가 충분히 구비되어 있어 IT기기를 활용하여 이동하며 사용하는데 무리가 없다. 1층과 2층을 순환하는 동선 계단이 있어 이용자들의 이동 중에 접촉을 늘리는 유연성이 보인다. 미팅 룸은 복도 공간과 유리벽으로 분리되어 실내의 통일감과 개방감을 주어 이용자들의 시선교차가 이루어진다. 1층 업무 지원 공간인 Mail box와 게시판 공간은 입구와 가까우며 기관의 개성이 느껴지는 인테리어 벽체 소재로 독특한 인상을 남겨 중심성이 있다. 휴게 공간 및 이벤트 공간의 라운지는 폴딩 도어로 개방성을 조절 할 수 있다.

〈표 12〉 E5 사례 대상지 공간 분석

구분		공간 분석	
		E4	
업 무 영 역	공 적 공 간		
		오픈 오피스	미팅 룸
		<ul style="list-style-type: none"> · 음료구매 혹은 멤버십 모바일 어플리케이션을 사용하여 이용. · 2층과 연결된 높은 층높이와 전면 유리고 공간 구성, 복도와 미팅 룸을 유리벽으로 분리. 	
공 용 영 역	업 무 지 원 공 간		
		게시판 및 메일함	메일함
		<ul style="list-style-type: none"> · 입구와 근접하며 전체 공간 중심에 위치하고 정보 게시를 주목적으로 함. · 2층과 연결된 높은 층높이와 다양한 공간으로 이동이 가능. 	
휴 게 공 간	휴 게 공 간		
		이벤트 및 라운지 홀	
		<ul style="list-style-type: none"> · 폴딩 유리 도어로 공간이 분리돼 있으며 3면이 전체 유리로 야외와 통합. · 넓은 폭으로 계획된 다용도 계단. 	

3.2 체크리스트 도출

앞서 2장에서 고찰한 이론을 바탕으로 3장에서는 각 사례 대상지에 적용하였다. 각 사례 대상지를 방문하고 직접 경험, 관찰 조사하여 코워킹 공간을 공적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간으로 분류하고 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 6가지를 적용하여 각각의 공간을 분석하였다. 모든 공간에서 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 6가지가 드러나는 것은 아니지만 공통으로 해당하고 적용 가능한 문항을 선별하고 정리하여 체크리스트 항목을 도출 하였다.



〈그림 8〉 체크리스트 도출의 흐름도

〈표 13〉 체크리스트 항목 도출

공간특성		체크리스트 항목
공 무 영 역 공 간	가변성	책상과 의자를 사용인원에 따라 조작하여 사용할 수 있다.
		벽 또는 가림막으로 열리거나 닫힌 공간으로 만들 수 있다.
	개방성	가림막(파티션)의 높이가 타인과 시각적 만남이 가능하다.
		벽이 투명하거나 뚫려있어 다른 사람을 볼 수 있다.
	놀이성	인테리어 소품이 신선한 느낌이 들며 다가가고 싶다.
	우연성	업무 공간 내에서 이동하는 것이 순환하며 연결되어 있다.
		다른 사람의 자리가 막혀 있지 않아 접근이 쉽다.
이동성	IT기기를 사용하기 편리하도록 무선인터넷, 콘센트 등이 구비되어 있다.	
중심성	실내디자인 요소(색상, 패턴, 가구, 재질 등)에서 기관의 정체성이 느껴진다.	
	시각적 이미지(로고, 포스터, 영상 등)에서 기관만의 특징이 느껴진다.	
공 무 영 역 공 간	가변성	업무 지원 요소(복합기, 컴퓨터, 게시판, 우편함 등)를 목적에 따라 이동시킬 수 있다.
		벽이 투명하거나 뚫려있어 다른 사람을 볼 수 있다.
	개방성	인테리어 소품이 신선한 느낌이 들며 다가가고 싶다.
		실(室)로 구획되지 않아 접근이 쉽다.
	우연성	이동하는 복도가 자연스럽게 연결되어 있다.
		IT기기를 가지고 이동하는 공간이 충분히 확보되어 있다.
	이동성	IT기기를 사용하기 편리하도록 무선인터넷, 콘센트 등이 구비되어 있다.
실내디자인 요소(색상, 패턴, 가구, 재질 등)에서 기관의 정체성이 느껴진다.		
중심성	시각적 이미지(로고, 포스터, 영상 등)에서 기관만의 특징이 느껴진다.	

공 용 영 역	휴 게 공 간	가변성	공간 요소(책상, 의자, 벽 등)를 목적에 따라 조작하여 사용할 수 있다.
		개방성	가림막(파티션)의 높이가 타인과 시각적 만남이 가능하다.
			벽이 투명하거나 뚫려있어 다른 사람을 볼 수 있다.
		놀이성	인테리어 소품이 신선한 느낌이 들며 다가가고 싶다.
			주변 사람들과 함께 놀이가 가능한 용품이 있다.
		우연성	실(室)로 구획되지 않아 접근이 쉽다.
			이동하는 복도가 자연스럽게 연결되어 있다.
		이동성	IT기기를 사용하기 편리하도록 무선인터넷, 콘센트 등이 구비되어 있다.
중심성	시각적 이미지(로고, 포스터, 영상 등)에서 기관만의 특징이 느껴진다.		
	개성 있는 공간 디자인으로 다른 사람과 약속장소로 정할 수 있다.		

IV. 설문조사 및 분석

4.1 설문조사

설문조사는 사례 대상지의 이용자를 대상으로 2016년 9월 24일부터 10월 2일까지 실시하였다. 사례 대상지에 각 30부 이상 이루어졌으며 답변이 유효하지 않은 10부를 제외한 총 150부의 설문조사가 이루어졌다. 조사항목은 ‘코워킹 공간의 방문 형태’, ‘사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성’, ‘코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션’, ‘인구통계학적 특성’으로 구분하였다.

〈표 14〉 설문조사 항목 구성

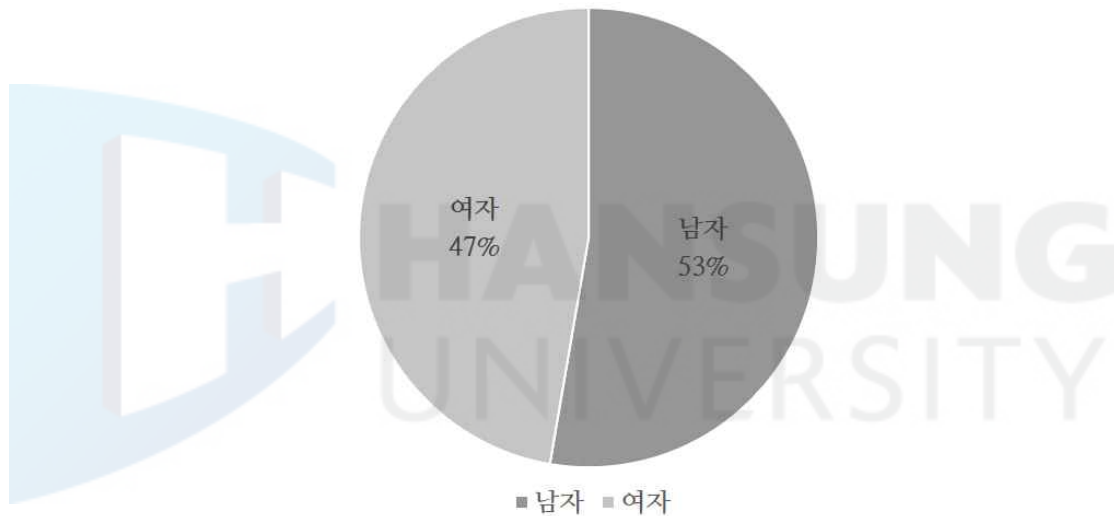
조사항목	조사내용	응답형태
코워킹 공간의 방문형태	코워킹 공간의 방문횟수	명목척도
	코워킹 공간을 이용하는 목적	
	코워킹 공간 선택 시 가장 고려하는 점	
코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션	즉흥적인 대화 속에서 창의적인 발상 여부	명목척도, 등간 5점 척도
	즉흥적인 대화의 특징	
	코워킹 공간 중 협업 장소	
	코워킹 공간의 자연스러운 의사소통을 위한 보안점 및 의견	
사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성	응답자가 이용하는 사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 체크리스트 항목	등간 5점 척도
인구통계학적	성별	명목척도
	연령	
	직업	

4.1.1 인구통계학적 사항

인구통계학적 사항은 ‘성별’, ‘연령’, ‘직업’으로 구분하여 조사하였으며 결과는 <표 15>에 제시하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

1) 성별 분포

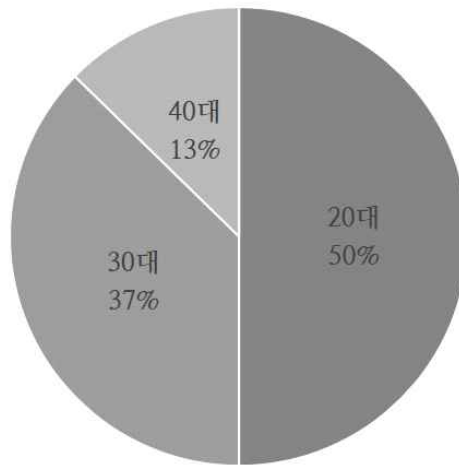
성별 분포는 남자가 52.7%(79명), 여자가 47.3%(71명)로 동일한 비율로 설문조사가 진행되었다.



<그림 9> 인구통계학적 사항 - 성별 분포

2) 연령별 분포

연령별로 20대가 50%(75명)로 가장 많았으며 30대가 37.3%(56명), 40대가 12.7%(19명) 순으로 조사되었으며, ‘50대 이상’은 사례가 없었다.

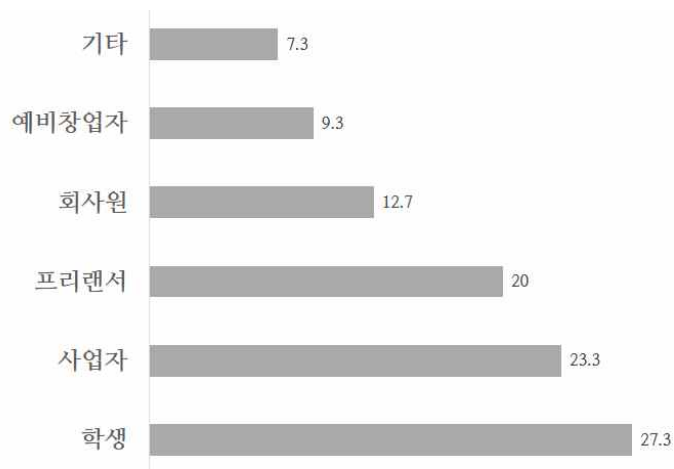


■ 20대 ■ 30대 ■ 40대 ■ 50대 이상

〈그림 10〉 인구통계학적 사항 - 연령별 분포

3) 직업별 분포

직업별로 학생이 27.3%(41명)로 가장 많이 이용하고 있었으며 사업가가 23.3%(35명), 프리랜서가 20%(30명)로 많이 이용하고 있었다. 이 외에 회사원 12.7%(19명), 예비창업자 9.3%(14명), 기타 7.3%(11명) 순으로 조사되었다.



〈그림 11〉 인구통계학적 사항 - 직업별 분포

〈표 15〉 설문 응답자 인구통계학적 사항

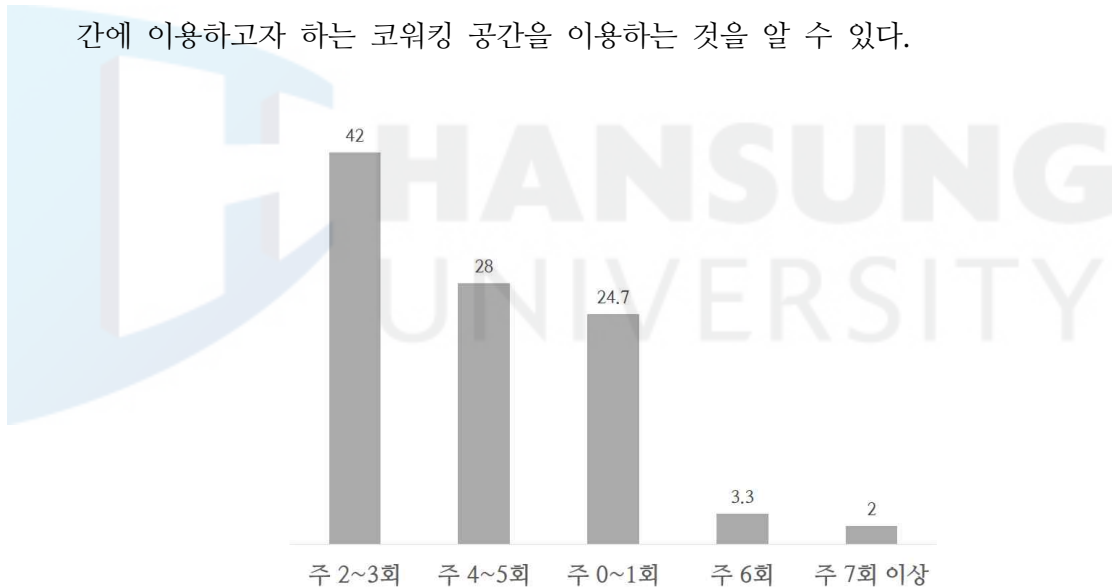
항목		빈도(명)	응답률(%)
성별	남자	79	52.7
	여자	71	47.3
	합계	150	100
연령	20대	75	50
	30대	56	37.3
	40대	19	12.7
	50대 이상	-	-
	합계	150	100
직업	학생	41	27.3
	사업가	35	23.3
	프리랜서	30	20.0
	회사원	19	12.7
	예비창업자	14	9.3
	기타	11	7.3
	합계	150	100

4.1.2 코워킹 공간의 방문 형태 분석

코워킹 공간의 방문 형태 분석은 ‘코워킹 공간의 방문 횟수’, ‘코워킹 공간을 이용하는 목적’, ‘코워킹 공간 선택 시 가장 고려하는 점’으로 구분하여 조사하였으며, 결과는 <표 16>에서 제시하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

1) 코워킹 공간의 방문 횟수

코워킹 공간의 방문횟수는 ‘주 2~3회’가 42%(63명)로 가장 높았으며 ‘주 4~5회’가 28%(42명), ‘주 0~1회’가 24.7%(37명)로 높은 응답을 나타냈다. ‘주 6회’는 3.3%(5명)로 나타났고 ‘주 7회 이상’은 2.0%(3명)로 나타났다. 이는 이용자들이 매일 정해진 장소와 시간에 이용하는 것이 아니라, 원하는 시간에 이용하고자 하는 코워킹 공간을 이용하는 것을 알 수 있다.



<그림 12> 코워킹 공간의 방문 횟수

2) 코워킹 공간을 이용하는 목적

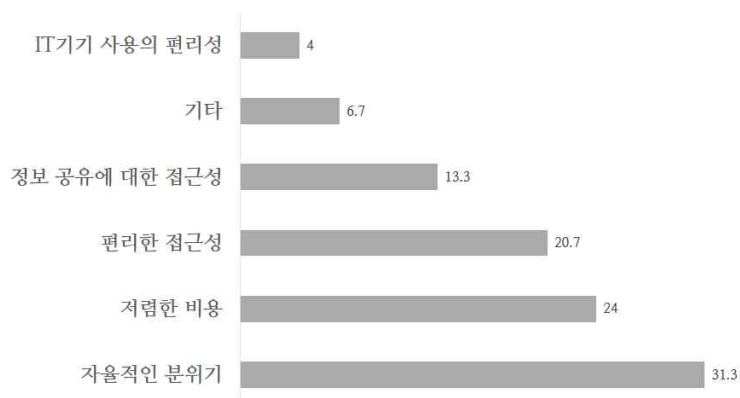
코워킹 공간을 이용하는 목적으로 다중 응답으로 설문이 실시되었다. 전체 응답 빈도 중 ‘창업 및 스타트업을 준비하거나 업무를 보기 위해서’가 31.1%로 가장 높았다. 그 외 ‘개인적인 학업을 위해’는 23.8%, ‘다른 사용자와 의

사소통하여 정보를 공유하기 위해’는 17.5%, ‘행사(멘토링, 데모데이, 이벤트 특강 등)에 참여하기 위해’는 13.6%, ‘타인과 모임장소로 사용하기 위해’ 8.3%가 조사되었다. 이를 이용자의 직업별 분포와 함께 분석해 보았을 때, 창업과 업무를 위해 이용하는 성인의 비율과 학업을 위한 중고등학생 및 대학생들의 이용 비율이 큰 차이가 나지 않는다는 것을 알 수 있다.



〈그림 13〉 코워킹 공간을 이용하는 목적

3) 코워킹 공간 선택 시 가장 고려하는 점



〈그림 14〉 코워킹 공간 선택 시 가장 고려하는 점

코워킹 공간을 선택할 때 가장 고려되는 것으로 전체 응답자 중 31.3%(47명)가 ‘자율적인 분위기’로 가장 높았다. 그리고 24%(36명)가 ‘저렴한 비용’이었으며 20.7%(31명)가 ‘편리한 접근성’으로 조사되었다. 13.3%(20명)가 ‘정보 공유에 대한 접근성’으로 응답하였고 ‘기타’가 6.7%(10명)로 조사되었으며 4.0%(6명)가 ‘IT기기 사용의 편리성’으로 조사되었다.

코워킹 공간 이용자들은 자율적인 분위기에서 타인에게 간접적 혹은 직접적으로 영향을 받고 진취적인 태도를 갖기 위해 방문하고 있었다. 다양한 코워킹 공간 중에서 이용할 곳을 선택할 때에 업무 공간임에도 정적이지 않은 활동적인 분위기를 선호한다는 것을 알 수 있다.



〈표 16〉 코워킹 공간의 방문 형태 분석

구분		응답률 (%)
코워킹 공간의 방문횟수	주 2~3회	42.0
	주 4~5회	28.0
	주 0~1회	24.7
	주 6회	3.3
	주 7회 이상	2.0
합계		100
코워킹 공간을 이용하는 목적	창업 및 스타트업을 준비하거나 업무를 보기 위해서	31.1
	개인적인 학업을 위해	23.8
	다른 사용자와 의사소통하여 정보를 공유하기 위해	17.5
	행사(멘토링, 데모데이, 이벤트특강 등)에 참여하기 위해	13.6
	타인과 모임장소로 사용하기 위해	8.3
	기타	5.8
합계		100
코워킹 공간 선택 시 가장 고려하는 점	자율적인 분위기	31.3
	저렴한 비용	24.0
	편리한 접근성	20.7
	정보 공유에 대한 접근성	13.3
	기타	6.7
	IT기기 사용의 편리성	4.0
합계		100

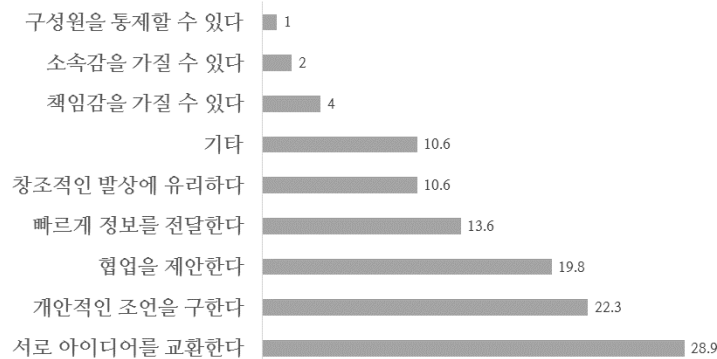
4.1.3 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션

코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션은 ‘즉흥적인 대화 속에서 창의적인 발상 여부’에 대한 5점 척도(매우 그렇다 1점, 그렇다 2점, 보통이다 3점, 그렇지 않다 4점, 매우 그렇지 않다 5점) 설문과 ‘코워킹 공간에서 다른 이용자와 즉흥적인 대화가 이루어질 때 나타나는 특성’, ‘코워킹 공간 중 협업 장소’, ‘코워킹 공간의 자연스러운 의사소통을 위한 보안점 및 의견’으로 구분하여 조사하였으며, 구체적인 내용은 다음과 같다.

1) 즉흥적인 대화 속에서 창의적인 발상

즉흥적인 대화 속에서 창의적인 발상이 가능한지에 대한 평균값은 ‘그렇다’의 2점에 가까운 2.22점으로 조사되었다. 전체 응답 중 창의적인 발상이 즉흥적인 커뮤니케이션, 즉 비공식적 커뮤니케이션으로 가능하다는 긍정적인 답변(매우 그렇다 1점, 그렇다 2점)은 73.4%(110명)로 조사되었다.

2) 코워킹 공간에서 즉흥적인 대화의 특성



〈그림 15〉 코워킹 공간에서 즉흥적인 대화의 특성

코워킹 공간에서 즉흥적인 대화가 이루어질 때의 특성에 관한 문항은 다중 응답 설문으로 실시되었다. 코워킹 공간을 이용하는 다른 이용자와 즉흥적인

대화와 소통이 이루어질 때 나타나는 특성으로 ‘서로 아이디어를 교환한다.’가 28.9%로 가장 높은 응답률을 보였다. 그 외 22.3% ‘개인적인 조언을 구한다.’, 19.8% ‘협업을 제안한다.’, 13.6% ‘빠르게 정보를 전달한다.’, 10.6% ‘창조적인 발상에 유리하다.’로 조사되었다. ‘기타’가 10.6%로 조사되었고 ‘책임감을 가질 수 있다.’는 응답이 4%, ‘소속감을 가질 수 있다.’가 2%, ‘구성원을 통제할 수 있다.’는 응답이 1%로 조사되었다.

코워킹 공간에서 비공식적 커뮤니케이션이 활발해지고 이용자 간의 즉흥적이고 자발적인 대화가 이루어진다면, 무엇보다도 서로의 생각을 질문하고 답하는 기회가 늘어나는 것으로 분석할 수 있다. 이용자들은 즉흥적인 대화를 통해 업무 진행 방향에 긍정적인 점을 얻을 수 있는 것을 알 수 있다.

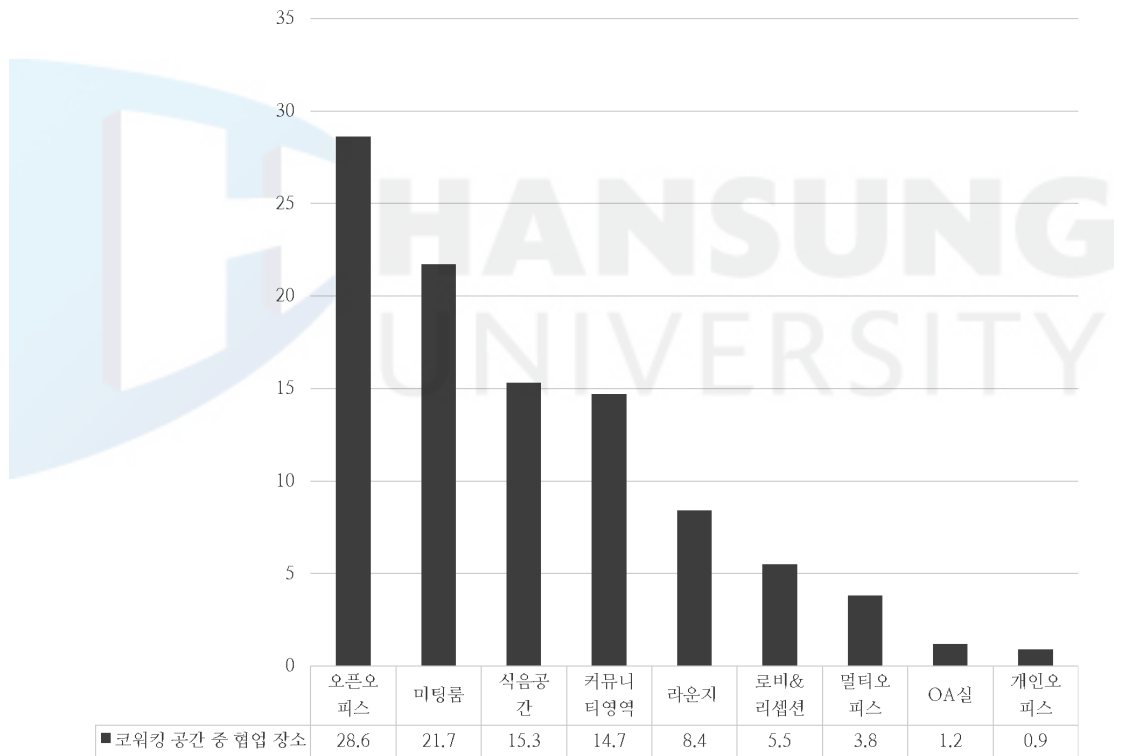


〈표 17〉 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션 분석

구분		응답률 (%)
즉흥적인 대화 속 창의적 발상	매우 그렇다	16.7
	그렇다	56.7
	보통이다	17.3
	그렇지 않다	6.7
	매우 그렇지 않다	2.7
합계		100
코워킹 공간에서 즉흥적 대화의 특성	서로 아이디어를 교환한다.	28.9
	개인적인 조언을 구한다.	22.3
	협업을 제안한다.	19.8
	빠르게 정보를 전달한다.	13.6
	창조적인 발상에 유리하다.	10.6
	기타	2.2
	책임감을 가질 수 있다.	1.5
	소속감을 가질 수 있다.	0.7
	구성원을 통제 할 수 있다.	0.4
합계		100

3) 코워킹 공간 중 협업 장소

코워킹 공간에서 다른 구성원과 협업이 자주 이루어지는 장소라고 생각되는 공간으로 전체 응답 중 오픈 오피스가 28.6%로 가장 높게 조사되었으며, 미팅 룸 21.7%, 식음공간 15.3%, 커뮤니티영역 14.7%, 라운지 8.4%, 로비&리셉션 5.5%, 멀티오피스 3.8%의 순서로 높게 조사되었다. 상대적으로 오랜 시간 머무르고 다수의 사람이 모이는 장소에서 협업의 물고가 트는 것을 알 수 있다.



〈그림 16〉 협업이 이루어지는 장소로 설문조사 된 코워킹 공간 요소

4) 코워킹 공간의 자연스러운 의사소통을 위한 보안점 및 의견

코워킹 공간에서 즉흥적이며 자연스러운 의사소통을 하게 만드는 공간 특성에 대한 응답자의 의견에서 ‘개방된’, ‘오픈된’, ‘자유로운 분위기’의 키워드가 많이 사용되었다. 그리고 기타 의견으로 ‘이벤트나 모임 프로그램’, ‘식음 공간이 자연스러운 접근을 가능하게 한다.’, ‘다른 이용자와 공유하는 공간’, ‘적당히 조용한 분위기’ ‘자유로운 공간 활용과 비공식적 커뮤니케이션이라는 언어소통이 가능한 열린 공간의 형태가 적합’ 등이 있었다. 응답자들은 코워킹 공간에서의 비공식적 커뮤니케이션에 대하여 긍정적인 평가를 하고 있었으나, ‘파티션이나 공간 안에 구획된 공간으로 원하는 사람들이 이용할 수 있어야’, ‘다른 업무를 하고 있는 사용자들에게 피해를 주지 않는’, ‘복도나 공용공간의 동선과 구획이 없다면 오히려 대화가 어렵다’ 등과 같이 필요한 공간에서 더욱 활발한 소통 활동이 가능하도록 하는 공간 구획과 함께 공간을 이용하는 프로그램, 모임, 네트워킹이 필요하다는 의견이 있었다.

4.1.4 사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 만족도 분석

체크리스트 항목을 바탕으로 등간 5점 척도(매우 그렇다 5점, 그렇다 4점, 보통이다 3점, 그렇지 않다 2점, 매우 그렇지 않다 1점)로 설문지를 설계하였다. 사례 대상지에 각 30부 이상 이루어졌으며 답변이 유효하지 않은 10부를 제외한 총 150부의 평균값을 구하고 점수가 높을수록 해당 공간에서 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성이 높게 평가된다고 분석하였다.

1) 공적 업무 공간의 만족도

설문조사 결과 사례 대상지 다섯 곳의 공적 업무 공간의 평균값을 비교하였을 때 E3(3.47점) > E2(3.44점) > E5(3.43점) > E1(3.27점) > E4(3.08점)의 점수로 E3의 공적 업무 공간이 가장 만족이 높았다. E3의 공적 업무 공간은 전체 공간의 가운데 위치하며 업무, 행사, 강연, 마켓 등의 다양한 목적에 맞게 공간을 변형하고 개방할 수 있다고 평가되어 가장 높은 점수가 나타났다. E2의 경우 타 사례와 비교해 적은 면적의 공간이지만 효율적이게 작은 공간을 가구의 변형, 커튼, 폴딩 도어 등으로 공간을 사용할 수 있고 업무의 인원에 맞게 변형 가능한 테이블로 가변적 요인이 드러났다. E4의 경우 가변적으로 변형 가능한 가구가 있으나 활용이 아쉽고 지나치게 높은 천장고로 이용자의 심리적 안전감을 주기 어려운 점이 나타났다.

〈표 18〉 공적 업무 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 설문 분석

구분	업무영역					
	공적 업무 공간					
	가변성	개방성	놀이성	우연성	이동성	중심성
E1	3.65	3.25	2.90	3.37	3.13	3.32
	3.27					
E2	3.58	3.63	3.33	3.38	3.27	3.45
	3.44					
E3	3.78	3.68	3.17	3.73	3.37	3.10
	3.47					
E4	3.03	3.33	2.97	3.13	3.47	2.52
	3.08					
E5	3.88	3.48	2.90	3.78	3.43	3.07
	3.43					

※ E1:구글캠퍼스 서울, E2:무중력지대 G밸리, E3:무중력지대 대방동, E4:서울창조경제 혁신센터, E5:카우앤독

2) 업무 지원 공간의 만족도

업무 지원 공간에서는 E1(3.34점) > E2(3.16점) > E5(3.13점) > E3(2.96점) > E4(2.86점)의 점수로 E1의 만족이 높았다. E1의 업무 지원 공간은 IT기기를 테스트하는 공간이 있으며 게시판을 로비에서 관리하고 운영하여 이용자들 간의 소통을 도와주고 있어 이에 대한 만족도가 높았다. E4의 O.A.공간은 통로가 협소하고 비좁아 다수가 사용하기 불편함이 있어 낮은 점수로 평가되었다.

〈표 19〉 업무 지원 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 설문 분석

구분	공용영역					
	업무 지원 공간					
	가변성	개방성	놀이성	우연성	이동성	중심성
E1	3.57	2.87	3.27	3.12	3.97	3.23
	3.34					
E2	2.80	3.10	2.97	3.67	3.45	2.97
	3.16					
E3	2.80	2.97	2.87	3.47	2.78	2.90
	2.96					
E4	2.73	3.20	2.77	3.02	2.67	2.78
	2.86					
E5	2.90	3.03	3.20	3.40	2.83	3.40
	3.13					

※ E1:구글캠퍼스 서울, E2:무중력지대 G밸리, E3:무중력지대 대방동, E4:서울창조경제 혁신센터, E5:카우앤독

3) 휴게 공간의 만족도

휴게 공간은 E2(3.53점) > E1(3.40점) > E3, E5(3.25점) > E4(3.12점)의 점수로 E2의 만족이 높았다. E2의 휴게 공간은 업무 공간과 연계성이 좋으며 좌식과 입식, 휴식 및 취침 등 다양하게 이용하며 사용할 수 있도록 구성되어 있고 보드게임으로 친목적인 분위기에 대한 만족이 높았다. E1은 외부와 실내에 각각 연결되어 이동이 가능하며 유리벽을 통한 시선 교류가 다양하다. 테이블축구 보드게임이 인테리어 소품으로 활용되어 이용자들 간의 친목 촉매 역할을 기대할 수 있다. E4의 사례는 개성있는 벽체 디자인으로 중심적 역할은 하나 정적인 가구배치와 분위기로 활동성을 유발하지 못하는 점이 보였다.

〈표 20〉 휴게 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 설문 분석

구분	공용영역					
	휴게 공간					
	가변성	개방성	놀이성	우연성	이동성	중심성
E1	3.43	3.35	3.78	3.35	2.93	3.53
	3.40					
E2	3.63	3.45	3.92	3.67	2.87	3.63
	3.53					
E3	3.10	3.37	3.58	3.02	2.93	3.48
	3.25					
E4	2.80	3.02	2.50	3.45	3.23	3.73
	3.12					
E5	3.00	3.45	3.20	3.20	3.43	3.22
	3.25					

※ E1:구글캠퍼스 서울, E2:무중력지대 G밸리, E3:무중력지대 대방동, E4:서울창조경제 혁신센터, E5:카우앤독

4.2 종합소결

〈표 21〉 설문조사 종합 분석 I

구분	업무영역		공용영역	종합점수
	공적 업무 공간	업무 지원 공간	휴게 공간	
E1	3.27	3.34	3.40	3.34
E2	3.44	3.16	3.53	3.38
E3	3.47	2.96	3.25	3.23
E4	3.08	2.86	3.12	3.02
E5	3.43	3.13	3.25	3.27

※ E1:구글캠퍼스 서울, E2:무중력지대 G갤러리, E3:무중력지대 대방동, E4:서울창조경제 혁신센터, E5:카우앤독

사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 만족도를 사례 대상지별로 종합 분석한 결과 E2(3.38점) > E1(3.34점) > E5(3.27점) > E3(3.23점) < E4(3.02점)의 순으로 전체적인 공간 특성에 대한 만족도가 가장 높은 사례는 E2로 나타났다.

E2는 타 사례들과 비교해 단층의 공간으로 잡고 협소하지만 효율적으로 공간을 분류하고, 개방적이지만 각 공간만의 이용 특색이 드러난다. 공간 중심의 공유부역은 중심 공간에 위치하여 해당 사례 공간 대상지만의 정체성이 담긴 이미지를 보여주고 있었다.

E1은 유리벽과 파티션, 가벽 등의 적절한 사용으로 공간을 분류하면서도 개방성을 유지하고 있었다. 중심 공간에 업무 지원 공간을 위치하여 이용자들의 동선 교차를 유도 하고 있으며 비정기적인 이용자들 간의 행사를 운영하여 소통의 장을 제공하고 있었다.

E4는 타 사례들과 비교해 기관의 컨셉이 담긴 공간을 제공하지 못하고 있었

으며 높고 넓은 공간을 단순히 파티션으로 분리하고 있어 공허한 이미지를 주고 있었다. 공적 업무 공간의 테이블을 가변적 사용할 수 있으나 좌석이 비좁고 동선이 이동이 원활하지 못하다는 점이 있었다.

〈표 22〉 설문조사 종합 분석 II

구분	업무영역						공용영역											
	공적 업무 공간						업무 지원 공간						휴게 공간					
	가 변 성	개 방 성	놀 이 성	우 연 성	이 동 성	중 심 성	가 변 성	개 방 성	놀 이 성	우 연 성	이 동 성	중 심 성	가 변 성	개 방 성	놀 이 성	우 연 성	이 동 성	중 심 성
종합 평가	3.58	3.47	3.05	3.48	3.33	3.09	2.96	3.03	3.02	3.34	3.14	3.06	3.19	3.33	3.40	3.34	3.08	3.52
	3.34						3.09						3.31					

사례 대상지의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 만족도를 코워킹 공간 분류별로 종합 분석한 결과 공적 업무 공간(3.34점) > 휴게 공간(3.31점) > 업무 지원 공간(3.09점)의 순으로 각 공간 특성에 대한 만족도가 가장 높은 코워킹 공간은 공적 업무 공간으로 나타났다.

사례 대상지들의 공적 업무 공간은 가변성(3.58점)과 유연성(3.48점)에서 높은 만족도 결과가 나타났다. 모듈화 된 디자인의 가구로 사용 인원과 목적에 따라 조작하여 사용하고, 공간을 다기능으로 사용할 수 있도록 고정형 가구보다는 이동형 가구를 적용한 사례를 들 수 있다. 또한 개방형 공간에서 가구로 공간을 분류하거나 폴딩 도어로 열린 공간을 만들고 있었다. 업무 공간 내에서 일률적으로 좌석을 배치하지 않고 자유롭게 형식적이지 않는 좌석 배치로 순환하기도 하며 다양한 방향으로 이동이 가능한 사례를 들 수 있다. 사례 대상지들에서는 거의 가림벽이 없이 유연하게 타인과 시선교차가 일어 날 수 있었다. 이러한 가변성과 유연성은 개방된 공간 안에서 적용이 가능하다는 점

에서 개방성의 만족도 점수를 설명할 수 있다.

〈표 23〉 설문조사 종합 분석 Ⅲ

구분	업무영역					
	공적 업무 공간					
	가변성	개방성	놀이성	우연성	이동성	중심성
종합 평가						
	3.58	3.47	3.05	3.48	3.33	3.09
	3.34					

사례 대상지들의 휴게 공간은 중심성(3.52점)과 놀이성(3.40점)에서 높은 만족도 결과가 나타났다. 공적 업무 공간과 업무 지원 공간과 비교해보았을 때, 상대적으로 휴게 공간은 공간 디자인 요소들이 과감하고 다양하게 표현되고 있었다. E1(서울캠퍼스 서울)은 야외 공간처럼 느껴지도록 디자인되고 높은 천장고로 전체공간에서 차지하는 비중이 컸다. E2(무중력지대 G밸리)의 공유 부역은 전체 공간의 가운데에 위치하고 기관의 로고가 크게 보인다. 이는 이용자들에게 중심공간임을 인지할 수 있게 해준다. 이러한 휴게 공간의 개성 있는 공간 특성으로 중심성이 드러난다. E2(무중력지대 G밸리)의 휴게 공간

에는 공간에서 이용할 수 있는 보드게임을 비치하고 있으며 캠핑 용품 등으로 공간을 이용하는 사람들의 분위기를 전환할 요소를 제공하고 있다. 이용자들이 함께 어울릴 수 있는 휴게 공간의 놀이성이 만족도가 높았다.

〈표 24〉 설문조사 종합 분석 V

구분	공용영역					
	휴게 공간					
	가변성	개방성	놀이성	우연성	이동성	중심성
종합 평가						
	3.19	3.33	3.40	3.34	3.08	3.52
	3.31					

사례 대상지들의 업무 지원 공간은 우연성(3.34점)의 만족도가 높았으며 가변성(2.96점)의 만족도가 낮았다. 업무 지원 공간은 아직까지 공간 비율이 적고 전문적으로 갖춰지지 않은 곳이 대다수이다. E3(무중력지대 대방동)는 공적 업무 공간 한쪽에 복합기 등을 비치해 두었으며 로비의 공간이 눈에 띄는 장소에 있지 않아 혼선을 줄 수 있다. 이처럼 공간의 비중이 적기 때문에 가변적으로 이용하기에 부족함이 있다. 하지만 이용자들이 함께 사용하는 공간

으로 이동이 잦기 때문에 유연성의 만족도 높은 것으로 사료된다.

〈표 25〉 설문조사 종합 분석 VI

구분	공용영역					
	업무 지원 공간					
	가변성	개방성	놀이성	유연성	이동성	중심성
종합 평가						
	2.96	3.03	3.02	3.34	3.14	3.06
	3.09					

V. 결 론

시장구조 변화와 기술의 발전으로 정해진 업무 공간이 필요 없어졌으나 혼자 고립되지 않고 관련 정보와 인적 네트워크를 구축하고 싶어 하는 워커(Worker)들이 증가했다. 또한 수직적 업무문화에서 탈피해 유연하고 빠른 커뮤니케이션으로 변화를 주어 창의적이고 새로운 아이디어를 갖고자 하는 사람들이 많아졌다. 이러한 업무 형태의 변화로 코워킹 공간(Coworking Space)이 증가하면서 초기사업 자금이 적은 사업가, 프리랜서, 1인 기업에게는 무료로 운영되는 코워킹 공간의 필요성이 대두된다. 코워킹 공간에서 비공식적 커뮤니케이션이 활성화 되면 구성원간의 자율적인 의사소통이 증가하게 되고 변화가 늦춰지면 빠르게 소멸되어 버리기 쉬운 시장 구조 속에서 창조적인 발상이 가능해 진다.

코워킹 공간은 각각 공간의 경계가 분명하지 않은 특성을 가지고 있으나 공적 업무 공간, 사적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간으로 분류할 수 있다. 이 중 다수의 협업을 기대할 수 있는 ‘공유 공간’인 공적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간을 중심으로 구성원 간 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 대해 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 코워킹 공간에서 ‘비공식적 커뮤니케이션’은 구성원들의 창조적 아이디어 발상에 영향을 미친다.

이는 사례 대상지 5곳에 설문 조사한 결과, 즉흥적인 대화 속에서 창의적인 발상이 가능하다는 긍정적인 평가(72%)가 있었으며 코워킹 공간에서 다른 사람과 즉흥적인 대화가 이루어질 때 서로 아이디어를 교환(31%)하거나 개인적인 조언을 구한다(20%)는 의견이 많았으며 협업을 제안할 수 있다(19%)고 평가하였다.

둘째, 최근의 코워킹 공간에 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 6가지가 적극적으로 시도되고 적용돼 있다.

코워킹 공간 각 5곳 사례 대상지의 공적 업무 공간, 업무 지원 공간, 휴게 공간의 비공식적 커뮤니케이션 공간 특성 점수는 총 90건¹⁷⁾이다. 이 중 3점(보통이다) 이상인 점수는 70건으로 이러한 점수 결과는 응답자들이 이용하는 공간에서 비공식적인 커뮤니케이션을 위한 공간 특성이 보통 이상으로 느껴진다는 것으로 분석되고 비공식적 커뮤니케이션을 활성화하기 위한 공간적인 노력이 앞으로 더욱 중요해질 것으로 사료된다.

셋째, 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성은 가변성, 개방성, 놀이성, 유연성, 이동성, 중심성의 6가지로 분류할 수 있다.

공적 업무 공간은 개인 업무와 공동업무의 병행이 일어나는 공간으로 테이블과 의자, 공간 분할이 업무 목적과 인원에 맞게 변형할 수 있도록 되어야 한다. 열려 있는 업무 공간 내의 순환하는 동선을 적용하여 무의식적인 친밀도를 높일 수 있다. 이에 대한 가변성과 유연성의 공간 특성이 적용되어야 한다.

업무 지원 공간은 업무를 보조하는 공용 공간으로 이용자들의 이동이 잦은 동선을 갖는 것이 중점적이다. 이에 대한 유연성의 공간 특성이 적용되어야 한다. 또한 이동하는 동선의 확보가 필요하며 IT기기를 보조하는 콘센트, 무선인터넷, 좌석의 확보가 필요하다 분석된다.

휴게 공간은 놀이성과 중심성의 공간 특성이 적용되어야 한다. 코워킹 공간의 휴게 공간은 업무의 연장선에서의 휴식으로 규정되지 않은 행동이 가능하고, 친목과 협업은 연관성이 있는 활동으로 친목의 향상으로 협업의 시너지를 더욱 증대시킬 수 있을 것으로 사료된다.

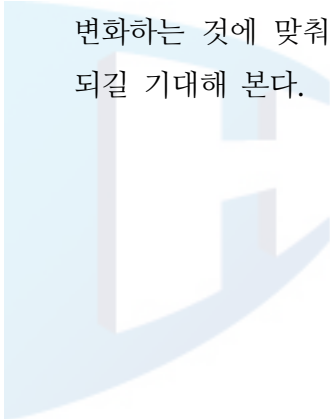
마지막, 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성이 다수에게 열려있는 상호 교류의 장인 오픈 오피스, 미팅 룸, 식음공간, 커뮤니티영역에서 더욱 집중되어 적용되어야 한다.

이용자들은 개인적인 업무와 다른 이용자와의 의사소통으로 정보 공유를 위해(39.4%) 코워킹 공간을 이용한다고 조사되었다. 이는 코워킹 공간은 다른

17) <표 18 ~ 20>에 표기한 설문 점수는 표 하나 당 30건의 점수가 표기되며 표 90건에 해당한다.

이용자와 직접적 혹은 간접적으로 만남이 이루어지는 곳이라는 것을 알 수 다. 그 중 공유 공간으로 조사된 오픈 오피스(29.5%), 미팅 룸(17.8%), 식음 공간(17.8%), 커뮤니티영역(14.7%)에 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성을 적용하여 적극적 협업의 공간으로 제시하여야 한다.

본 연구에서 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성을 6가지로 정리하고 각각의 코워킹 공간에 적용하여 이용자의 만족도를 분석하였다. 아직까지 오피스 공간에서 한국사회의 폐쇄적인 문화적 요인으로 유연하고 개방적인 공간 디자인이 적용되기 어려움이 있다. 하지만 국내 코워킹 공간 사례들을 살펴보면 타인과 개방되고 협업하는 문화가 자리 잡기 시작하는 물고를 트고 있다고 할 수 있다. 과거와 달리 업무의 행태와 직종의 변화 등의 다방면으로 변화하는 것에 맞춰 코워킹의 본질인 협업이 강조되는 공간 특성 들이 적용 되길 기대해 본다.



HANSUNG
UNIVERSITY

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 김동훈, 장봉수. (2015). New Urbanism 개념을 접목한 Share Office 실내공간에 관한 연구. 『한국실내디자인학회 학술대회논문집』, 17(3), 302-307.
- 김영환. (2015). 창업지원 코워킹스페이스 현황 및 활성화를 위한 정책 과제. 『STEPI Insight』, (164), 1-34.
- 백수연, 윤은경. (2015). 코워킹 스페이스의 어메니티 디자인 연구. 『한국실내디자인학회 학술대회논문집』, 17(3), 280-285.
- 이한재. (2014). 한국형 코워킹 스페이스 실내건축에 관한 연구. 『한국생태환경건축학회 추계학술발표대회 논문집』, 14(2), 54-55.
- 한혜선. (2013). 코워킹 공간구성과 특성에 관한 연구. 『한국실내디자인학회 논문집』, 22(5), 276-283.
- 김경미. (2014). 『커뮤니케이션 활성화를 위한 창의적 업무 공간디자인 연구』. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 김지영. (2009). 『오피스 공간에서 비공식적 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간적 특성에 관한 연구』. 건국대학교 석사학위논문.
- 손지민. (2012). 『21세기 오피스 신개념을 적용한 창의적 업무공간의 공간표현 특성에 관한 연구』. 상명대학교 석사학위논문.
- 유재란. (1998). 『도서관조직내의 사서간 비공식 커뮤니케이션에 관한 연구』. 전주대학교 석사학위논문.
- 이주현. (2013). 『조직 커뮤니케이션 구현을 위한 오피스 건축 공간에 대한 연구』. 중앙대학교 석사학위논문.
- 장유정. (2012). 『오피스 공용 공간의 조직 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간적 특성에 관한 연구』. 홍익대학교 석사학위논문.

최동욱. (2014). 『인큐베이팅 오피스 공간계획 연구』. 가천대학교 석사학위논문.
김묵한, 김범식. (2012). 『서울시 청년창업 활성화 방안』. 서울: 서울연구원.

2. 웹 사이트

구글캠퍼스 서울 홈페이지. <https://www.campus.co/seoul/ko>

무중력지대 홈페이지. <http://youthzone.kr/>

서울창조경제혁신센터 홈페이지. <https://ccei.creativekorea.or.kr/seoul/main.do>

정수현. 공간을 오픈하면 콘텐츠가 모인다. <http://nowplanb.kr>

카우앤독 홈페이지. <http://cowndog.com/>



설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 설문에 응해주셔서 감사합니다.

본 설문지는 한성대학교 일반대학원 우수지의 석사학위 논문의 일부분으로 <코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성 만족도 분석>에 설문 자료로 사용하기 위한 조사입니다. 본 설문지는 코워킹 공간에서 비공식적 커뮤니케이션이 활성화되기 위한 공간 특성을 알아보는 것에 목적이 있습니다.

귀하께서 답변해 주신 설문은 귀중한 연구 자료로 활용되어질 것입니다. 모든 답변은 익명으로 처리되며, 본 연구의 연구 자료로만 사용하고 다른 용도로는 사용하지 않음을 약속드립니다. 각 항목에는 정답이 없으니 각 문항에 대해서 느끼신 대로 답변해 주시면 됩니다.

2016년 9월

* 지도교수 : 한 혜 련 (한성대학교 미디어디자인학과 인테리어디자인전공 공학박사)

* 연구자 : 유 수 지 (한성대학교 일반대학원 미디어디자인학과 인테리어디자인전공 석사과정)

* 연락처 : 010-9222-1477

* 다음 설문을 읽고 귀하의 의견에 적합한 것을 표기 해주시기 바랍니다.

▶ 코워킹 공간의 방문 형태에 관한 질문입니다. (5문항)

1. 귀하는 코워킹 공간을 일주일에 평균 몇 회 정도 이용하십니까?

- ① 주 0~1회 ② 주 2~3회 ③ 주 4~5회 ④ 주 6회
⑤ 주 7회 이상

2. 주로 코워킹 공간을 이용하는 시간대는 언제입니까?

(※평일 : 월~금 / 주말 : 토,일)

- ① 평일 8시부터 12시까지
② 평일 13시부터 17시까지
③ 평일 18시부터 22시까지
④ 주말 8시부터 12시까지
⑤ 주말 13시부터 17시까지
⑥ 주말 18시부터 22시까지
⑦ 일정하지 않음

3. 코워킹 공간을 이용하는 목적은 무엇이라고 생각하십니까?

(2개 이하 선택)

- ① 창업 및 스타트업을 준비하기 위해
② 다른 사용자와 의사소통하여 정보를 공유하기 위해
③ 행사(멘토링, 데모데이, 이벤트특강 등)에 참여하기 위해
④ 개인적인 학업을 위해
⑤ 타인과 모임 장소로 사용하기 위해
⑥ 기타 (목적 : _____)

4. 코워킹 공간을 선택할 때 가장 고려되는 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 저렴한 비용
- ② 자율적인 분위기
- ③ 편리한 접근성
- ④ 정보 공유에 대한 접근성
- ⑤ IT기기 사용의 편리성
- ⑥ 기타()

5. 코워킹 공간에서 다른 구성원과 협업이 자주 이루어지는 장소라고 생각되는 공간을 모두 선택하여 주시기 바랍니다.

- ① 오픈 오피스 (Open space / 타인과 함께 공유하는 업무 공간)
- ② 미팅 룸
- ③ 개인 오피스
- ④ 멀티 오피스
- ⑤ O.A실 (복사기, 프린터, 팩스기, 디바이스 등 사무자동화기기를 사용하는 공간)
- ⑥ Locker
- ⑦ Mail Box
- ⑧ 로비&리셉션
- ⑨ 커뮤니티영역 (정보 게시판, 이벤트 홀 등)
- ⑩ 라운지
- ⑪ 식음공간 (카페, 부엌, 음료 제조 공간 등)

▶ 현재 이용하는 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션을 위한 공간 특성에 관한 질문입니다.

〈 코워킹 공간의 공간 구성 〉

1. **공적 업무 공간** : 좌석, 테이블, IT기기 등 일하는 업무 공간을 공유하며 사용하는 공간이다. 임대하는 사무실보다 개방된 좌석으로 타인과 접촉이 많다. 개인 업무를 진행하고 공동의 작업, 소규모 회의 등이 가능하다.
2. **업무 지원 공간** : 다른 이용자와 공유하며 사용하며 문서출력, 전송, 보관, 전화 등의 업무를 보조하는 작업이 가능하다. (O.A실, 메일 박스, 로비, 리셉션, 디바이스 랩, 게시판 공간 등)
3. **휴게 공간** : 업무의 피로를 푸는 공간으로 음료를 제조하거나 구매하는 식음 공간, 다목적 공간의 라운지, 정원, 운동 공간 등이 해당된다.

※ 공적 업무 공간에 대한 귀하의 의견을 해당하는 번호로 표시하여 주시기 바랍니다.

		1점	2점	3점	4점	5점
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
문항		①	②	③	④	⑤
가변성	책상과 의자를 사용인원에 따라 조작하여 사용할 수 있다.					
	벽 또는 가림막으로 열리거나 닫힌 공간으로 만들 수 있다.					
개방성	가림막(파티션)의 높이가 타인과 시각적 만남이 가능하다.					
	벽이 투명하거나 뚫려있어 다른 사람을 볼 수 있다.					
놀이성	인테리어 소품이 신선한 느낌이 들며 다가가고 싶다.					
우연성	업무 공간 내에서 이동하는 것이 순환하며 연결되어 있다.					
	다른 사람의 자리가 막혀 있지 않아 접근이 쉽다.					
이동성	IT기기를 사용하기 편리하도록 무선인터넷, 콘센트 등이 구비되어 있다.					
중심성	실내 디자인 요소(색상, 패턴, 가구, 재질 등)에서 기관의 정체성이 느껴진다.					
	시각적 이미지(로고, 포스터, 영상 등)에서 기관만의 특징이 느껴진다.					

※ 업무 지원 공간에 대한 귀하의 의견을 해당하는 번호로 표시하여 주시기 바랍니다.

		1점	2점	3점	4점	5점
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
문항		①	②	③	④	⑤
가변성	업무 지원 요소(복합기, 컴퓨터, 게시판, 우편함 등)를 목적에 따라 이동시킬 수 있다.					
개방성	벽이 투명하거나 뚫려있어 다른 사람을 볼 수 있다.					
놀이성	인테리어 소품이 신선한 느낌이 들며 다가가고 싶다.					
우연성	실(室)로 구획되지 않아 접근이 쉽다.					
	이동하는 복도가 자연스럽게 연결되어 있다.					
이동성	IT기기를 가지고 이동하는 공간이 충분히 확보되어 있다.					
	IT기기를 사용하기 편리하도록 무선인터넷, 콘센트 등이 구비되어 있다.					
중심성	실내 디자인 요소(색상, 패턴, 가구, 채질 등)에서 기관의 정체성이 느껴진다.					
	시각적 이미지(로고, 포스터, 영상 등)에서 기관만의 특징이 느껴진다.					

※ 휴게 공간에 대한 귀하의 의견을 해당하는 번호로 표시하여 주시기 바랍니다.

		1점	2점	3점	4점	5점
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
문항		①	②	③	④	⑤
가변성	공간 요소(책상, 의자, 벽 등)를 목적에 따라 조작하여 사용할 수 있다.					
개방성	가림막(파티션)의 높이가 타인과 시각적 만남이 가능하다.					
	벽이 투명하거나 뚫려있어 다른 사람을 볼 수 있다.					
놀이성	인테리어 소품이 신선한 느낌이 들며 다가가고 싶다.					
	주변 사람들과 함께 놀이가 가능한 용품이 있다.					
우연성	실(室)로 구획되지 않아 접근이 쉽다.					
	이동하는 복도가 자연스럽게 연결되어 있다.					
이동성	IT기기를 사용하기 편리하도록 무선인터넷, 콘센트 등이 구비되어 있다.					
중심성	시각적 이미지(로고, 포스터, 영상 등)에서 기관만의 특징이 느껴진다.					
	개성 있는 공간 디자인으로 다른 사람과 약속장소로 정할 수 있다.					

▶ 코워킹 공간의 비공식적 커뮤니케이션에 관한 질문입니다. (3문항)

1. 즉흥적인 대화 속에서 창의적인 발상이 가능하다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다
- ② 그렇다
- ③ 보통이다
- ④ 그렇지 않다.
- ⑤ 매우 그렇지 않다.

2. 코워킹 공간에서 다른 사람과 즉흥적인 대화가 이루어질 때 나타나는 특성은 무엇입니까?

(3개 이하 선택)

- ① 개인적인 조언을 구한다.
- ② 서로 아이디어를 교환한다.
- ③ 협업을 제안한다.
- ④ 빠르게 정보를 전달한다.
- ⑤ 창조적인 발상에 유리하다.
- ⑥ 소속감을 가진다.
- ⑦ 구성원을 통제할 수 있다.
- ⑧ 대화에 대해 책임감을 가진다.
- ⑨ 기타 ()

3. 코워킹 공간의 어떤 공간적 특성이 즉흥적이며 자연스러운 의사소통을 하게 만든다고 생각하는지 의견 부탁드립니다.

▶ 인구통계학적인 질문입니다. (3문항)

성별

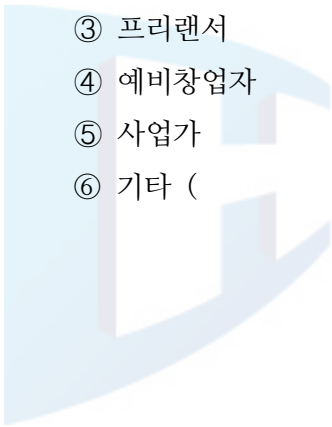
- ① 남자 ② 여자

2. 연령

- ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

3. 직업

- ① 학생
② 회사원
③ 프리랜서
④ 예비창업자
⑤ 사업가
⑥ 기타 ()



HANSUNG
UNIVERSITY

< 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다. >

※ E1 / 구글캠퍼스 서울 공간 사진

공적 업무 공간



오픈 오피스

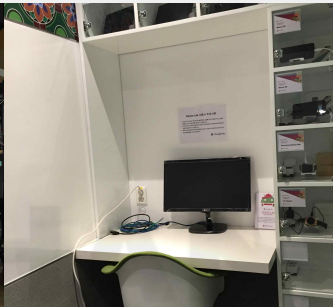


미팅 룸

업무 지원 공간



로비&리셉션

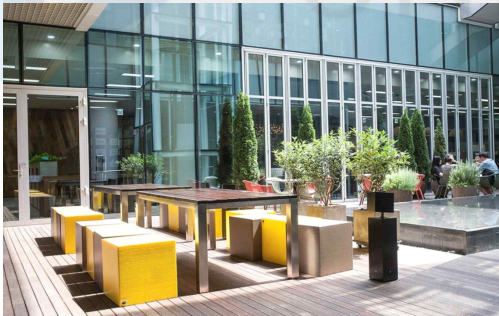


디바이스랩



게시판영역

휴게 공간



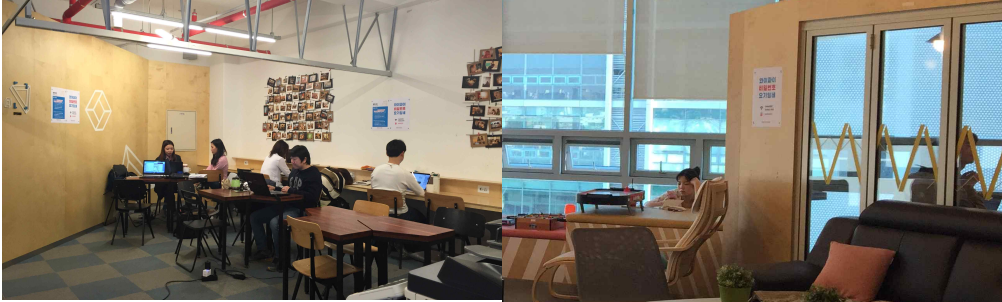
정원



라운지

※ E2 / 무중력시대 G밸리 공간 사진

공적 업무 공간



오픈 오피스

미팅 룸

업무 지원 공간



도서공간

O.A 공간

게시판영역

휴게 공간



공유부엌

라운지

휴게 공간

※ E3 / 무중력시대 대방동 공간 사진

공적 업무 공간



오픈 오피스

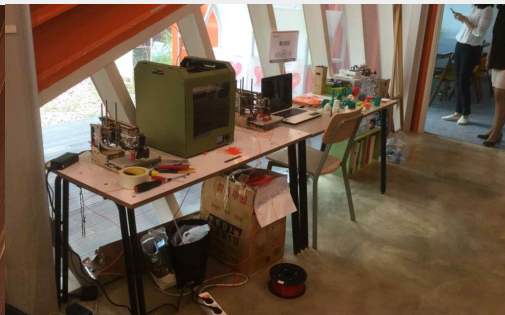


미팅 룸

업무 지원 공간



게시판 및 O.A. 공간

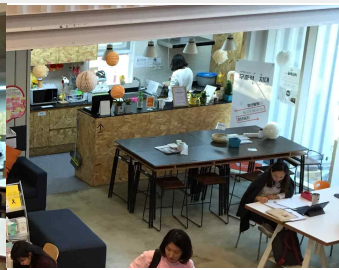


O.A. 공간

휴게 공간



휴식공간

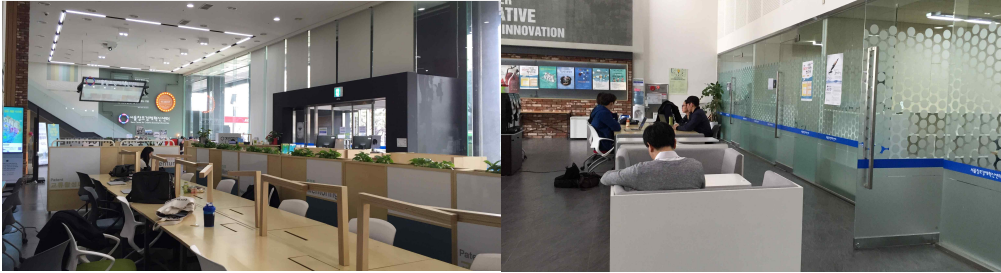


나눔부엌

라운지

※ E4 / 서울창조경제혁신센터 공간 사진

공적 업무 공간



오픈 오피스

미팅 룸

업무 지원 공간

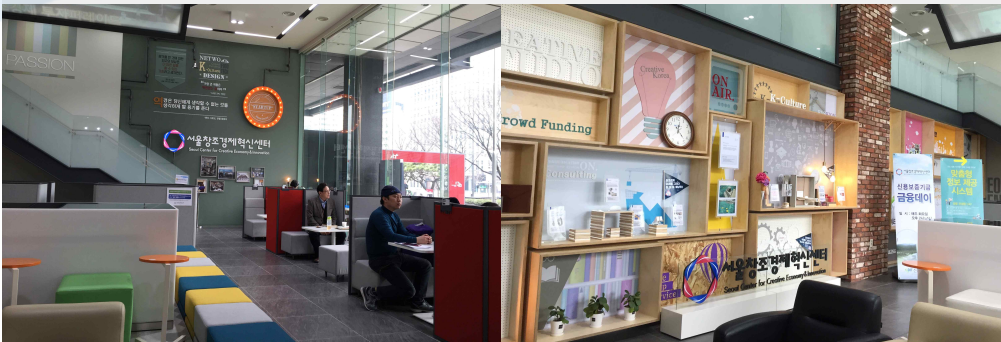


게시판

O.A.공간

로비 등록데스크

휴게 공간



라운지

커뮤니티 영역

※ E5 / 카우앤독 공간 사진

공적 업무 공간



오픈 오피스

미팅 룸

업무 지원 공간



계시관 및 메일함

메일함

휴게 공간



이벤트 및 라운지 홀

ABSTRACT

Satisfaction Analysis on Characteristics of Informal Communication Coworking Space

– Focusing on 5 Coworking Spaces Available for Free in Seoul –

Yu Suzie

Major in Interior Design

Dept. of Media Design

Graduate School Hansung University

In this study, space characteristics for informal communication is analyzed and a checklist is created and then the evaluation proceeds. It aims to propose a direction of national coworking space in the future by investigating satisfaction of users through a survey. The scope of the study, 5 locations that are available to use for free or with a membership were chosen as the case study destination among coworking spaces which opened the last year in Seoul. The method of the study, the space configuration and classification of coworking space are investigated through literature review and previous studies. The terms and contents are derived by the space configuration which is applied to the domestic coworking space. Through a theoretical review of informal communication in the office space, concept, type and space characteristics are reviewed. Space characteristics of activating informal communication of coworking space are analyzed. The checklist extracted based on the

field survey of 5 case study destination and previous research is applied to the case study destination. After creating a questionnaire through the checklist, based on it, the survey on 'visiting type of coworking space', 'informal communication in coworking space' and 'space characteristics for informal communication of case study destination' is conducted for target users of case study destination. Space characteristics for informal communication which is required for each case study destination is proposed by analyzing the survey result.

Coworking space has the characteristic that the boundary of each area is not obvious, but it can be divided into public work space, private work space, business support space and rest space. Among those, space characteristics for informal communication between members were analyzed focusing on public work space, business support space and rest space which are 'shared space' where collaboration of many people can be expected. The analysis results are as follows. First, 'Informal communication' in coworking space influences creative idea of members. Second, 6 space characteristics are actively tried and applied to coworking space for informal communication in coworking space. Third, space characteristics for informal communication can be classified to 6 items, variability, openness, amusement, contingency, mobility and centrality. In the public work space, satisfaction with variability and contingency was high. In case of business support space, satisfaction with contingency was high, but satisfaction with variability couldn't reach 3 points(average) so that it needs to be improved. In case of rest space, satisfaction with amusement and centrality was high. Finally, space characteristics for informal communication need to be more addressed and applied in open office, meeting room, cafeteria space and community area.