

부동산 구매 소비자의 정보서비스 선택속성

The Estate Information Service Selection Characteristics of the Consumer

이 경 아* · 김 갑 열**

Lee, Kyung Ah · Kim, Gab Youl

目 次

- | | |
|-----------------|-------------------------------------|
| I. 서론 | 2. 분석결과 및 논의 |
| 1. 연구의 배경 및 목적 | 3. 현재의 부동산 정보사이트에서 제공하는 부동산 정보와의 비교 |
| 2. 연구의 범위 및 방법 | |
| II. 이론적 배경 | IV. 결 론 |
| 1. 부동산정보서비스의 특성 | <abstract> |
| 2. 선행연구 검토 | <참고문헌> |
| III. 실증분석 | |
| 1. 분석방법 | |

ABSTRACT

1. CONTENTS

(1) RESEARCH OBJECTIVES

An efficient real estate information service were studied in order to offer information to target consumers demand characteristics.

(2) RESEARCH METHOD

A survey of 333 people had participated AHP analysis and Focus group interviews method for discussion.

(3) RESEARCH FINDINGS

The AHP designed <rank 1> include estate buying behavior, <rank 2>, the estate location, right information, price information, the structure information is located, <rank 3> were 10 sub-components.

2. RESULTS

The results of AHP showed the structure of the housing with a management state was ranked

* 주 저 자 : 강원대학교 부동산학과 박사과정, ttlab258@naver.com

** 교신저자 : 강원대학교 부동산학과 교수, 행정학박사, kkyoul@kangwon.ac.kr

▷ 접수일(2014년 8월 20일), 수정일(1차 : 2014년 9월 30일, 2차 : 2014년 10월 6일, 3차 : 2014년 11월 20일), 게재확정일(2014년 12월 15일)

equal 1, then this tax information, future value, access to the right information, the current trading price, location and natural environment. This results showed current estate information would be significant differed compared with the consumer needs.

3. KEY WORDS

- an estate information service, consumers demand characteristics, AHP analysis the structure of the housing, a management state

국문초록

부동산 구매소비자들은 부동산 정보서비스가 공급자 중심으로 제공되기 때문에 수요자의 요구를 반영하지 못하는 경향이 있다. 본 연구의 목적은 소비자 중심의 부동산정보를 계층화하여 원하는 정보의 우선순위를 파악하여 부동산정보 전달시스템의 효율성을 제고하는데 있다. 연구방법은 문헌조사와 실증분석을 위한 AHP 설문조사를 실시하였다. 분석 결과 부동산 구매소비자들은 구조정보, 가격정보, 입지정보의 순서로 중요하게 생각하였다. 가장 중요한 속성정보는 주택의 구조와 관리상태이고, 조세정보, 미래가치, 접근성, 현재매매가격, 자연적 입지, 사회적 입지 순이었다. 이는 주택구입 시 가족특성에 따라서 주택규모와 시설의 노후도 등이 가장 중요하고, 그 다음 가격상승에 대한 기대가 불투명한 상태에서 조세 등의 부담이 투자가치 및 효용에 영향을 미치고 있음을 반영하는 것이다. 연구결과를 네이버 부동산정보서비스와 비교한 결과, 현재의 포털사이트는 수요자가 필요로 하는 정보를 중요한 정도에 따라서 제공하는 것이 아니라 공급자가 알리고 싶은 것만을 보여주고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

핵심어 : 부동산정보서비스, 소비자요구특성, 계층분석, 구조정보, 관리정보

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

부동산 구매소비자들은 임대, 매매 등 부동산 구매에 관심이 있을 경우 대체로 가장 먼저 인터넷을 통하여 부동산정보를 검색한다. 부동산 시장에서도 거래를 위한 사전 정보의 획득수단으로서 인터넷과 스마트폰 등이 중요한 매개체로서 부동산에 관한 모든 지식과 정보를 온라인 서비스하고 있다.

특히 부동산중개업을 영위하고 있는 공인중개사들은 인터넷과 SNS(Social Networking Service)를 통하여 부동산 정보를 서로 공유하

고 나눔으로써 다양한 의사소통수단으로 활용하고 부동산 거래시장의 확대에 활용하고 있다. 2010년 이전에 포털사이트 및 부동산정보거래사이트에서의 부동산 중개활동에는 비용이 발생되어 왔으나, 최근 SNS를 활용한 부동산 마케팅에서는 비용이 거의 발생하지 않고 있다. 특히 인터넷광고와 사용자 정보의 일체성이 높을 경우에 구매의도에 긍정적 영향이 높게 나타나고 있다.¹⁾

이렇게 정보전달수단의 변화는 많은 양의 데이터를 보다 많이 전달하는 것이 아니라 소비자의 관심과 가장 필요로 하는 핵심정보의 신속한 전달을 요구하게 된다. 그러나 현행 부동산 정보서비스는 주로 부동산 거래를 원하는 공급자 중심으로 정보가 제공되기 때문에 수요자의 요구를

1) 김아환 · 박주석 · 김재겸 · 최윤경 · 박재홍, "인터넷 광고의 정보속성이 구매의도에 미치는 영향-화장품 소비자를 중심으로", 정보기술아카데미연구, 한국EA학회, 2014, 제11집, p.201.

제대로 반영하지 못하는 경향이 있다. 이러한 상황에서 부동산정보 소비자들은 과연 어떠한 부동산 거래정보서비스를 더 원하는지를 밝히고 구매 수요자가 원하는 방향으로 거래정보 서비스가 제공되어야 한다.

부동산시장에서 공급자와 수요자 간 정보의 불균형과 가장 필요한 정보접근의 제약은 시장의 균형을 이루는데 가장 장애요인이 될 수 있다. 소비자들이 부동산을 구매 의사결정을 하는 과정에서 필요한 정보의 취득이 가장 일반적으로 사용되는 인터넷과 SNS에서 확인이 안된다면 정보화의 진전은 부동산 중개시장에서 아무런 효용성이 없게 되는 것이다. 따라서 구체적으로 부동산 구매소비자가 과연 어떠한 정보서비스를 원하는지에 대한 욕구를 확인하고, 이들의 온라인상에서 정보의 접근이 오프라인으로 이어져 구매 리스팅과 계약이 성사될 수 있는 실질적 정보서비스 방안에 대한 모색이 필요한 것이다.

이에 본 연구의 목적은 효율적인 부동산시장의 작동을 위하여 부동산 중개 정보서비스의 소비자를 대상으로 정보수요특성을 파악하고 구매 소비자가 원하는 속성정보들의 중요성을 파악하는 것이다. 이러한 연구결과는 현재 공급자 중심으로 제공되는 속성정보를 재 분류하고, 그 중요성과 필요성을 확인함으로써 제한된 정보전달매체에 수요자가 필요로 하는 부동산 속성정보를 신속, 정확하게 전달하는 정보전달시스템의 효율성을 제고시킬 수 있는 시사점을 도출하는데 기여할 수 있다.

2. 연구의 범위 및 방법

부동산정보서비스는 행정정보 등의 부동산 정보와 거래목적의 상업적 정보서비스로 나눌 수 있다. 본 연구의 범위는 이중에서 거래 목적의 부동산 정보에 한정하기로 한다.

연구의 방법은 문헌연구와 실증연구로 병행하였다. 문헌연구는 부동산정보서비스와 관계된

선행연구, 언론보도자료, 정부의 사이트 등을 포함한 포털사이트를 참고하였고, 실증연구는 정보의 우선순위를 분석하기 위하여 계층분석(AHP) 분석과 전문가인터뷰를 병행하였다.

AHP분석을 위하여 Expert Choice 11을 사용하였다. AHP는 계층화된 요인들을 쌍대비교하여 가중치를 구하고, 이를 종합화하여 요인들의 중요도를 산출하였다.

설문지에서는 계층1의 요인끼리 쌍대비교한 후, 계층2의 세부항목끼리 쌍대비교를 하도록 설계하였다. 또한 회수된 설문지의 일관성을 유지하기 위해 일관성 지수(CI ; Consistency Index)를 검증하여 일관성을 유지할 수 있게 하였다. 또 이렇게 분석된 결과를 기존의 포털사이트에서 제공하는 정보의 내용과 비교하여 수요자 중심의 정보서비스에 대한 시사점을 제시하였다.

II. 이론적 배경

1. 부동산정보서비스의 특성

부동산정보는 부동산과 관련된 제반활동과정에 필요한 지식 혹은 정보로 정의할 수 있다.²⁾ 이는 기반정보라고 할 수 있는 토지정보를 중심으로 부동산 관련활동에 필요한 사전지식 혹은 정보를 의미한다. 그리고 서비스업은 무형성, 동시성, 다양성, 소멸성, 인적 의존성의 특징을 가지고 있어 소비자의 입장에서 품질을 평가하기 쉽지 않고, 제품이 아무리 좋다 하더라도 서비스를 제공하는 자의 용모나 태도, 테크닉에 따라 불만족할 수 있으며, 고객의 평가가 매우 주관적인 특징을 가지고 있으므로 서비스업에서의 이미지는 그 중요성이 높은 특징이 있다.³⁾

부동산정보는 해당 부동산이 지니고 있는 특성에 따라서 달라지며, 구체적으로는 특정 부동산이 갖는 자연적 특성과 인문적 특성을 표현하

2) 이창석, 부동산학개론, 화학사, 2007, p.34.

3) 배장호·진서현, "공인중개사의 이미지와 고객확보와의 관계분석", 부동산학보, 한국부동산학회, 2013. 제54집. p.320.

는 것으로 구별된다. 부동산의 자연적 특성은 토지의 특성으로부터 발생하는 것으로서 부동산성, 영속성, 연결성, 개별성 등이 있으며 공간범위를 한정하는 도면정보와 대장정보, 위치, 좌표, 지목, 지반, 토양, 토성, 고저 등에 관한 개별적인 정보를 만들어 내는 원천이 된다. 도면정보는 지적도와 임야도 등이 있으며, 대장정보에는 토지대장, 임야대장 등기부 등이 있다. 부동산의 인문적 특성은 인간과 토지가 관계되었을 때 나타나는 특성으로 용도의 다양성, 분할 및 합병의 가능성, 사회적·경제적·행동적 위치의 가변성 등이 있으며 부동산정보의 다양화, 통합화, 세분화 및 정보창출의 가능성을 내포하게 된다.⁴⁾

이중에서 본 연구의 대상인 부동산거래정보 서비스는 이러한 부동산정보 중에서 부동산물건의 매매, 또는 임대 등 부동산거래활동에서 구매자로 하여금 해당 부동산의 가치판단의 근거로 삼을 수 있는 정보들로 정의할 수 있다. 이러한 정보는 부동산시장에서 완전경쟁상태로 교환되지 않고 폐쇄적으로 교환되므로 불완전한 경쟁요인이 작용하여 정보의 독점성이 나타나고 정보독점력을 가지는 중개인이 부동산거래에 개입하는 이유가 된다.⁵⁾

또한 부동산중개는 중개의뢰인과 중개사 간 합의에 의한 민사중개계약이고⁶⁾, 거래특성상 전속중개계약조차 전속중개계약을 불요식 계약으로서 실효성이 거의 없는 실정이기⁷⁾ 정보의 독점은 매매에 관한 의사결정에 더욱 큰 영향을 줄 수 있다. 그리고 정보의 왜곡은 부동산 중개사고를 초래하여 부동산 수급을 저해하고 부동산 유통의 공정성을 저해하고, 국민의 재산권이 제대로 보호받기 어렵게 되는 요인으로 작용한다.⁸⁾

따라서 특정지역의 개발 유무 등 부동산 가치에 영향을 줄 수 있는 사실, 의뢰받은 부동산에 관련된 문제를 해결할 수 있는 지식, 부동산의 개발과 이용 및 거래와 관련된 물리적인 특성 정보 및 부동산의 사회·경제·행정 전반에 걸친 다양한 정보 등의 중요성과 판단근거가 더욱 필요한 것이다.

부동산정보는 부동산을 대상으로 전개되는 모든 활동에 대하여 데이터를 수집하여 가치있는 자료로 가공한 것이다.⁹⁾ 또한 부동산가격이나 경기동향에 관한 뉴스 등 이용자의 궁금증에 대한 상담 등 부동산정보가 필요한 사람에게 유익한 정보 등은 모두 부동산정보로 볼 수 있다.¹⁰⁾ 부동산은 Crowston & Wigand(1999)의 주장처럼 정보집중산업이자 정보유발산업으로서 정보기술의 영향을 많이 받는다.¹¹⁾

부동산거래와 유통사업에 있어서도 정보전달의 매체가 인터넷에서 개인의 정보를 공유할 수 있게 하고, 의사소통을 도와주는 1인 미디어, 1인 커뮤니티라 할 수 있는 SNS(트위터, 페이스북, 블로그 등)가 중요한 수단으로 작용하면서 정보수요자가 가장 필요로 하는 유익한 정보의 선택과 제공이 중요하게 된다.

SNS에 의한 정보전달의 특징은 휴대성, 즉시성, 소통성, 쌍방향성 등이 있다. 휴대성은 편리하게 갖고 다님으로서 많은 사람들이 언제, 어디서나 이용할 수 있다는 장점 때문에 자신의 관심분야에 대해 자료와 느낌을 공유하고 느낌을 공유할 수 있다는 특성이 있다. 그리고 정보의 즉시성은 스마트폰과 무선인터넷 인프라 확장으로 인해 언제 어디서나 인터넷을 사용할 수 있다는 것이다. 특히 스마트폰과 어플리케이션이 함께

4) 조애분, "부동산 허위 정보 억제 방안에 관한 연구-인터넷을 활용한 허위 매물 등록을 중심으로", 동의대학교 대학원 석사학위논문, 2011, p.4.

5) 김한수·차한영·안정근, 부동산학개론, 법문사, 2000, p.8.

6) 김철호·송형국, "부동산중개계약의 특질에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집, p.124.

7) 김철호, "부동산중개계약에 관한 법적 논의", 부동산학보, 한국부동산학회, 2011, 제46집, p.141.

8) 임동진·이정호·정계호, "부동산중개사고 영향요인 분석을 통한 공제제도의 개선방안", 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제53집, p.88.

9) 박원갑, "부동산정보서비스산업의 경쟁요인에 관한 연구", 강원대학교 대학원 박사학위 논문, 2009, p.9.

10) 강병기·이국철·이창석, 부동산정보서비스업, 형설출판사, 2006, p.102.

11) Crowston, K. and Wigand, R. T., "Real Estate War in Cyberspace: An Emerging Electronic Market?" *International Journal of Electronic Markets*, 1999, 9, p.1.

성장을 하면서 SNS 기반의 어플리케이션을 실시간으로 활용할 수 있다. 세 번째로 고객들과 긴밀하게 실시간으로 원활한 소통이 이루어질 수 있으며, 쌍방향성의 특성을 지니고 있어 피드백도 즉각적으로 얻을 수 있다.

2. 선행연구 검토

부동산정보서비스를 다룬 연구들은 부동산 소비자들을 진정한 의미의 거래소비자로 보지 않고 부동산중개업소로 보는 경향(박원갑, 2009¹²⁾; 강병기·이국철¹³⁾, 2006; 김종고·최윤수·서창완·이상진¹⁴⁾, 2010)이 대부분이었다.

전용은 외(2013)는 부동산경매정보서비스에서 이용률을 제고하기 위한 방안으로서 권리분석의 명확성과 정보의 양과 서비스 신뢰도, 차별화, 공급자가 아닌 소비자중심의 정보제공을 강조하였다.¹⁵⁾ 그리고 장민영(2009)¹⁶⁾은 부동산구매소비자들은 주택은 경감세율, 양도소득세는 과세표준보다 세율의 배점비중을 가장 중요하게 생각하고 있음을 AHP에 의해 명료하게 규명한 바 있으며, 김보경(2009)¹⁷⁾은 개인투자로 해외부동산 구매의사결정을 할 때 일어나는 영향인자를 AHP분석법에 의해 연구하기도 하였다. 또한 윤태권(2008)¹⁸⁾은 AHP분석을 통해 공동주택의 부동산 투자가치 우선순위를 직업이나 연령, 성별, 거주 지역에 관계없이 사회적 가치인 위치, 도로 접근성과 해당 브랜드의 사회적 지명도 등에 가장 높은 비중을 두었으며, 단지계획적, 개별 건축적 가치들의 순으로 비중을 두고 있음

을 밝혔다. 이러한 연구들은 결국은 소비자들의 선택속성을 비교분석한 내용들이다. 그리고 이호병(2012)은 부동산경매정보서비스와 관련하여 소비자 만족도와 재이용에 영향을 미치는 요인을 규명하여 수익성관련 서비스 요인과 경매절차 등에 관한 요인의 중요성을 강조하고 있다.¹⁹⁾

이처럼 AHP는 소비자행동이론을 토대로 부동산 속성정보를 유형화하는데 유용하기 때문에, 본 연구에서는 AHP분석을 적용하여 부동산 속성정보의 유형별 중요도를 측정하고 소비자의 만족도를 높일 수 있는 대안을 모색하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 부동산거래소비자의 어떠한 정보이용선택속성을 갖는가를 AHP분석법으로 분석하여 부동산거래소비자가 원하는 방향으로 부동산정보서비스의 개선방향을 제시하고자 한다.

Ⅲ. 실증분석

1. 분석방법

1) AHP

본 연구는 먼저 부동산정보서비스와 관련하여 신속하게 제한된 속성정보를 부동산 구매소비자가 가장 필요로 하는 정보의 우선순위를 확인하는 것이다. 이를 위하여 분석방법은 속성 간 우선순위를 선정하기 위한 AHP분석법을 이용하였다.

12) 박원갑, "부동산정보서비스산업의 경쟁요인에 관한 연구", 강원대학교 대학원 박사학위 논문, 2009, pp.2-4.

13) 강병기·이국철, "부동산정보서비스산업의 구조분석 및 경쟁력 확보방안에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회지, 2006, 제28집, pp.85-100.

14) 김종고·최윤수·서창완·이상진, "부동산 정보서비스 모델에 관한 기초 연구", 한국지형공간정보학회 추계학술대회 자료집, 한국지형공간정보학회, 2010, pp.195-196.

15) 전용은·이호병, "부동산경매정보서비스에 있어서 이용률 제고방안 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제53집, p.82.

16) 장민영, "부동산거래관련세제의 과세표준과 세율에 관한 연구-AHP 모형을 통한 분석을 중심으로", 강남대학교 대학원 박사학위논문, 2009, pp.2-3.

17) 김보경, "해외부동산 구매의사결정을 위한 영향인자 분석-개인의 직접투자를 중심으로", 건국대학교 대학원 박사학위논문, 2009, p.36.

18) 윤태권, "계층적 분석방법에 의한 공동주택의 부동산 투자가치 평가모델에 관한 연구", 한남대학교 대학원 박사학위논문, 2008, pp.151-153.

19) 이호병, "부동산경매정보서비스에 대한 고객의 재이용 영향구조 분석 -정보컨텐츠를 중심으로-", 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제50집, pp.105-106.

AHP분석은 T. Saaty가 개발한 계층분석적 의사결정방법으로 계층구조를 구성하고 있는 요소간의 쌍대비교(Pairwise Comparison)에 의해 의사결정을 하는 방법으로서 다음 세 가지 원리에 바탕을 두고 있다. 첫째, 계층적 구조설정(hierarchical structuring)의 원리로서 인간은 복잡한 현상을 구성요소별로 혹은 나아가 더 작은 부분으로 나누어 계층구조를 설정하여 사고하는 특징을 가진다. 이는 인간이 현상을 동질성을 가진 부분으로 나누고, 다시 보다 더 작은 부분으로 나눔으로써 보다 많은 정보를 문제의 구조화에 포함시켜 보다 완벽한 시스템을 구성하여 효과적으로 사고할 수 있도록 해 준다.

둘째, 상대적 중요도 설정(weighting)의 원리이다. 인간은 관측한 사물 사이의 관계를 인식하고, 유사한 사물들을 짝으로 묶어 특정 기준에 대비하여 비교하며, 짝을 이루는 구성인자 사이의 선호도를 판단하는 능력을 소유한다.

셋째, 논리적 일관성(consistency)의 원리로서 인간은 사물이나 생각들을 논리적 일관성을 갖도록 관계를 설정하는 능력을 보유하고 있다. 여기서 일관성이라 함은 유사한 사물이나 생각들을 동질성이나 관련성에 따라 묶는 것과 특정기준에 있을 경우 생각이나 사물들의 관계의 강약을 그 기준에 따라 일관성 있게 구성하는 것을 의미한다.

의사결정문제는 서로 상반된 기준과 불완전한 정보 및 제한된 자원 하에서 최적의 대안을 선택해야 하는 문제를 내포하고 있다. AHP는 이러한 다수기준 하에서 평가되는 다수 대안들의 우선순위를 선정하는 문제를 다룸으로서 복잡한 의사결정 문제를 효율적으로 해석할 수 있다. 또 일단 내린 판단을 종합하여 전체 시스템에 대한 이해를 보다 강화할 수 있다.

AHP를 적용하는데 있어서 중요한 문제는

크게 두 가지로 볼 수 있다. 첫째는 계층구조를 문제에 적합하도록 만드는 것과 둘째는 우선도 가치 및 상대점수를 부여하는 것이다. 두 가지 모두 의사결정자의 주관적 판단에 의해서 결정되며 이러한 주관적 판단을 합리적으로 표현하거나 계량화하는 것이 AHP 적용에 있어서 중요한 요소이다. 계층구조를 구성하는 것은 일정한 규칙은 존재하지 않으며 주어진 의사결정 문제의 특성과 의사결정자의 경험 등에 의해서 적합한 계층구조를 만들어 내는 것이다. 우선도를 부여하는 방법은 쌍대비교를 통한 고유벡터방법이 사용되는데 그 대상이 기준들의 가중치 혹은 대안들의 상대점수이건 상관없이 같은 방법을 이용할 수 있다.

즉, 상위계층에 있는 필요한 정보의 중요도와 하위계층에 있는 평가기준들 중에서 구매소비자들이 필요성에서 어느 정도의 중요성을 갖고 있는지를 알아보기 위해 평가기준들의 종합가중치를 구한다.

2) 속성정보의 구성과 하위구성 요소

AHP분석을 위하여 부동산거래정보의 속성을 선택하기 위하여 10년 이상의 경력을 가진 서울지역의 부동산 중개전문가 5인을 대상으로 2차에 걸친 FGI(Focus Group Interview)를 실시하였다.²⁰⁾

FGI를 통해 현재 실제 부동산 시장에서 통용되는 부동산 거래정보의 일반적 속성을 추출하였다. 이렇게 하여 얻어진 내용을 종합하여 기존의 한국공인중개사협회²¹⁾의 부동산계약서의 확인설명서 등을 참고하여 부동산거래 정보의 선택 속성을 나타내는 목록을 만들었다.

전문가집단 5인은 다음(표 1)과 같다. 또한 전문가회의에서는 본 연구에서 얻어진 결과와 그 이유에 대하여 회의에서 토론하고 그 결과를 분석하였다.

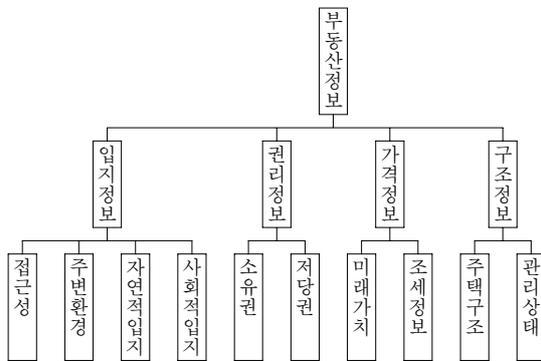
20) 이런 형식의 회의를 전문가집단인터뷰(Focus Group Interview Method : F.G.I법)라고 하며 선거분석 등 전문가들의 의견을 구할 때 자주 사용하는 심층분석 연구방법 중의 하나이다. 이 방법은 어떤 분야의 선행연구가 전혀 없어서 설문문항을 만들 때 자주 이용되기도 한다. 본 연구에서 전문가회의를 연구의 중요한 방법으로 채택한 이유는 선행연구사태가 거의 없기 때문에 연구결과에 대한 해석과 논의를 전문가들의 경험을 통하여 정확하게 해석하기 위함이다.

21) 한국공인중개사협회(<http://www.kar.or.kr/>).

〈표 1〉 FGI에 참여한 전문가 집단

성명	성별	나이	학력	소속	부동산 중개경력
송 ○○	남	52	부동산 박사	B부동산자산관리	11년
김 ○○	남	46	부동산 박사	K공인중개사	15년
이 ○○	남	55	부동산 박사	T공인중개사	10년
김 ○○	여	52	대학원 졸	G공인중개사	17년
황 ○○	여	50	대학교 졸	L공인중개사	12년

〈그림 1〉 AHP분석 모형



연구모형 및 용어의 정의는 다음 〈그림 1〉 및 〈표 2〉와 같다. 그림에서 계층 1에는 본 연구의 최종목표인 부동산구매소비자의 구매행동 시 우선순위가 위치하고, 계층 2에서는 입지정보, 권리정보, 가격정보, 구조정보가 위치하며, 계층 3에서는 각각의 상위요소에 해당하는 10개의 하위요소가 위치하였다.

〈표 2〉 용어의 정의

용어의 정의		
	접근성	직장과 거리, 학교와 거리, 지하철역 거리
입지 정보	주변환경	소음, 일조량 등
	자연입지	경관, 녹지, 쾌적성 등
	사회입지	학군, 병원, 복지시설 등
권리 정보	소유권	부동산의 권리관계 변동
	저당권	저당권 설정여부
가격 정보	미래가치	매매가격, 거래사례 예상시점의 시세차익 추정
	조세정보	취득세(등록세 포함), 중개수수료 등의 부대비용
구조 정보	주택구조	동거가족수에 맞는 방의 개수, 취향에 맞는 방의 배치 등
	관리상태	경비실, 관리주체, 수도, 전기, 난방, 승강기, 배수, 벽면의 균열상태 등

3) 조사대상

본 연구에서는 서울지역의 부동산 구매 소비자들을 연구대상으로 하였다. 자료수집절차는 다음과 같다. 2014년 3월 25일부터 4월 30일 까지 서울 전역에 있는 부동산 중개업소에 설문지를 배포하고 공인중개사들에게 설문조사의 취지와 목적을 설명한 다음 협조를 요청하였다. 부동산 구매목적으로 중개업소를 방문하는 사람들 총 356명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이중 무성의하게 답한 설문지를 제외하고 333명을 연구의 대상으로 하였다.

표본의 인구사회학적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 연령의 경우 20~29세가 8.7%, 30~39세가 29.7%, 40~49세가 37.8%, 50~59세가 21.0%, 60세가 2.7%로 나타났으며, 성별은 남자가 74.5%, 여자가 25.5%로 나타났다. 월 가구소득의 경우 200만원 미만이 5.1%, 200~300만원 미만이 12.0%, 300~400만원 미만이 11.1%, 400~500만원 미만이 18.3%, 500만원 이상이 53.5%로 나타났다.

직업의 경우 전문직이 13.8%, 사무직이 45.0%, 현장직이 1.8%, 자영업이 12.0%, 부동산 서비스업이 13.2%, 기타가 14.1%로 나타났으며, 학력의 경우 고등학교졸업 이하가 0.6%, 고등학교가 15.3%, 전문대졸업이 5.7%, 대학교졸업이 58.6%, 대학원졸업이상이 19.8%로 나타났다. 동거가족수의 경우 본인 1인이 7.5%, 본인 외 1인이 12.3%, 본인 외 2인이 25.8%, 본인 외 3인이 42.9%, 본인 외 4인 이상이 11.4%로 나타났다.

본 연구를 실시한 부동산 중개업소의 이용 목적은 매매가 61.0%, 전세가 17.1%, 월세가 5.1%, 분양이 4.2%, 기타가 12.6%로 나타났다. 본 연구에서 매매가 많이 나타난 것은 본 설문조사가 부동산중개업소를 통한 자료수집을 하였기 때문에 부동산구매소비자가 부동산중개업소를 방문한 이유는 매매 목적이 가장 많았기 때문에 매매가 많이 나타난 것으로 사료된다.

〈표 3〉 표본의 인구통계학적 특성

		빈도	백분비(%)
연령	20~29세	29	8.7%
	30~39세	99	29.7%
	40~49세	126	37.8%
	50~59세	70	21.0%
	60세	9	2.7%
성별	남	248	74.5%
	여	85	25.5%
월소득	200만원 미만	17	5.1%
	200~300만원 미만	40	12.0%
	300~400만원 미만	37	11.1%
	400 - 500만원 미만	61	18.3%
	500만원 이상	178	53.5%
직업	전문직	46	13.8%
	사무직	150	45.0%
	현장직	6	1.8%
	자영업	40	12.0%
	부동산 서비스업	44	13.2%
	기타	47	14.1%
학력	고등학교졸업이하	2	0.6%
	고등학교	51	15.3%
	전문대졸업	19	5.7%
	대학교졸업	195	58.6%
	대학원졸업이상	66	19.8%
동거 가족수	본인 1인	25	7.5%
	본인외 1인	41	12.3%
	본인외 2인	86	25.8%
	본인외 3인	143	42.9%
	본인외 4인 이상	38	11.4%
합계		333	100.0%

〈표 4〉 부동산 중개업소 이용목적

	구분	빈도	백분비(%)
부동산 중개업소의 이용목적	매매	203	61.0%
	전세	57	17.1%
	월세	17	5.1%
	분양	14	4.2%
	기타	42	12.6%

2. 분석결과 및 논의

1) 일관성비율(CR : Consistency Ratio)

중요도 산정에 앞서 응답의 신뢰성을 검증하기 위하여 Expert Choice를 이용하여 일관성비율(CR)을 산출하였다. 본 연구에서 산출된 일관성비율은 0.05 ~ 0.09로서, 일관성을 갖추었다고 할 수 있다.

다음 〈표 5〉는 AHP의 각 계층별 일관성 비율이다.

〈표 5〉 AHP의 계층별 일관성 비율

	개인생활영역	비교 항목수	일관성 비율 (Consistency Ratio)
계층1	부동산 주택 거래시 중요도	4	0.06
	입지정보	4	0.09
계층2	권리정보	2	-
	가격정보	3	0.08
	구조정보	2	0.05

2) 가중치 분석 결과

부동산 주택 거래 시 중요도 관련 가중치 계산을 위해 분석에 사용된 모든 평가자 각각의 가중치를 추정하고 일관성 계수를 도출한 후에 각 평가자들의 가중치를 구하는 기하평균법을 이용하여 최종 가중치를 추정하여 도출하였다.

AHP 분석을 통하여 부동산 주택 거래시 중요도 가중치가 어떻게 되는지 알아본 결과는 다음과 같다. 구조정보가 상대비중(0.28)로 1순위, 입지정보가 상대비중(0.25)로 2순위, 권리정보가 상대비중(0.24)로 3순위, 가격정보가 상대비중(0.23)으로 4순위로 나타났다.

일반적으로 부동산을 구매할 경우 구매수요자가 가장 중요시하는 정보는 가격일 것이라고 생각할 수 있다. 하지만 본 연구의 결과 가격은 고려순위에서 가장 낮은 것으로 나타났다. 이에 대하여 전문가회의에서는 소비자가 부동산정보

탐색 시 구조정보를 1순위로 제시한 이유는 점차 모든 가족구성원들의 주거효용을 증시한 가족 수에 대응한 방의 개수 및 실내구조를 증시하는 것으로 나타나 동거가족을 고려한 선택이라는 결론을 얻었다.

2순위의 입지정보는 자녀의 교육문제나 직장과의 거리 등 부동산거래의 주요목적 등을 고려한 것으로 판단된다. 그리고 가격정보는 구매 소비자들이 사전에 정보접근과 확인경로가 다양하기 때문에 주택구조와 입지특성정보에 비하여 상대적으로 절실하게 필요성을 느끼지 못하는 것으로 판단된다. 즉, 신문, 지역신문, 출퇴근 시보는 집근처의 부동산에 게시된 가격정보 등 가격에 대하여 알 수 있는 곳은 너무나 많기 때문에 구매소비자들에게 우선순위를 질문한 결과 가장 낮은 것으로 나타난 이유가 된다.

〈표 6〉 계층 1. 부동산주택 거래 시 중요도 전체

	가중치 (WEIGHT)
입지정보	0.25
권리정보	0.24
가격정보	0.23
구조정보	0.28

그러나 현행 제공되는 부동산거래정보의 주요 포인트는 4순위인 가격을 중심으로 이루어지고 있으며, 소유권변동 및 저당권 설정 등에 관한 권리정보는 사전에 제공되어 확인되지 못하고 일단 계약단계에 가서야 제공되고 있다.

〈표 7〉 계층 1. 입지의 중요도

	가중치 (WEIGHT)
접근성	0.265
주변환경	0.25
자연적 입지	0.25
사회적 입지	0.235

입지정보 중에서는 접근성이 상대비중(0.265)로 1순위, 주변환경이 상대비중(0.25)로 2순위,

자연적입지가 상대비중(0.25)로 2순위, 사회적 입지가 상대비중(0.235)로 4순위로 나타났다. 이는 예상했던 결과로서 김성재(2014)의 도시형 생활주택의 거주 후 평가에서도 거주이전선택의 가장 큰 목적 중의 하나가 접근성이라고 밝혔다.²²⁾

가격정보는 조세정보가 상대비중(0.39)로 1순위, 미래가치가 상대비중(0.33)으로 2순위, 현재매매가격이 상대비중(0.28)로 3순위로 나타났다. 즉, 가격정보 중에서 가장 알고 싶은 것은 조세정보가 가장 높고, 그 다음이 미래가치이며, 현재매매가격은 가장 순위가 낮다. 하지만 현재의 인터넷 부동산정보는 조세정보나 미래가치에 대한 정보는 제공하고 있지 못하여 수요자가 필요로 하는 욕구를 전혀 반영하고 있지 않다.

〈표 8〉 계층 2-2. 가격정보

	가중치 (WEIGHT)
현재매매가격	0.28
미래가치	0.33
조세정보	0.39

주택구조에 대한 정보수요에 대하여는 가장 중요한 가중치를 보여주고 있다. 구조정보 중에서 동거 가족 수에 맞는 주택면적과 형태가 중요한 만큼 주택 내·외부의 시설과 유지관리 상태에 대하여 동등하게 중시하는 것으로 차이점을 보이지 않고 있다. 특히 구조정보는 대상 부동산을 직접 확인해야 하는 입장활동사항으로서 인터넷상 제공되는 정보의 신뢰도에 결정적 요인으로 중요성이 강조되고 있는 것으로 판단된다.

〈표 9〉 계층 2-3. 구조정보

	가중치 (WEIGHT)
주택구조	0.50
관리상태	0.50

22) 김성재, "도시형생활주택의 활성화방안에 대한 연구-거주 후 평가(P.O.E)와 역사적제도주의적 분석을 중심으로", 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문, 2014, p.85.

계층1과 계층2의 가중치를 종합하여 종합 가중치를 구하고 세부계층 항목별 가중치 순위를 구한 결과는 구조정보, 가격정보, 입지정보의 순서로 나타났으며 가장 중요하게 인식하는 속성정보는 주택의 구조와 관리상태이고, 조세정보, 미래가치, 접근성, 현재매매가격, 자연적 입지, 사회적 입지 순으로 나타났다. 이는 주택구입 시 가족특성에 따라서 주택규모와 시설의 노후도 등이 가장 중요하고, 그 다음 가격상승에 대한 기대가 불투명한 상태에서 조세 등의 부담이 투자가치 및 효용에 영향을 미치고 있음을 반영하는 것이다.

〈표 10〉 부동산주택 거래시 중요도 종합가중치

계층 1	계층1 가중치	계층2	계층2 가중치	종합 가중치	가중치 순위
입지정보	0.25	접근성	0.265	0.06625	5
		주변환경	0.25	0.0625	8
		자연적입지	0.25	0.0625	8
		사회적입지	0.235	0.05875	10
권리정보	0.24	권리정보	0.27	0.0648	6
		현재매매 가격	0.28	0.0644	7
가격정보	0.23	미래가치	0.33	0.0759	4
		조세정보	0.39	0.0897	3
		주택구조	0.50	0.14	1
구조정보	0.28	관리상태	0.50	0.14	1

3. 현재의 부동산 정보사이트에서 제공하는 부동산 정보와의 비교

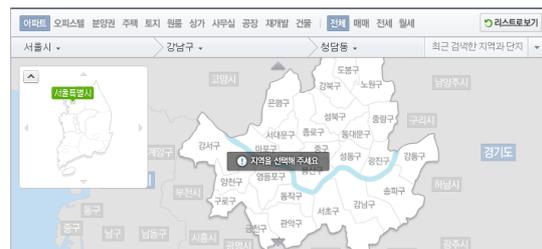
소비자의 정보컨텐츠에 대한 요구와 현재 우리나라의 포털사이트 중 가장 이용빈도가 높은 네이버(http://naver.com)의 부동산 정보를 예로 들어 본 연구의 결과와 비교하면 다음과 같다.

〈그림 2〉는 네이버의 부동산정보 초기화면이다. 즉, 서울 중심의 지도를 바탕으로 매물정보, 분양정보, 부동산관련 시장정보를 분석·전달하는 신문과 잡지 등의 뉴스정보, 공동주택개발과 관련한 분양 중심의 커뮤니티 정보, 경매정보, 맞춤매물 정보 등으로 구성되어 있다.

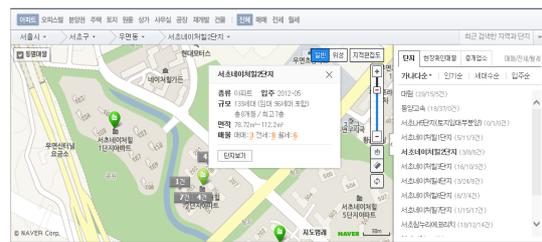
정보소비자가 필요에 따라 그 다음을 검색하면 다음 〈그림 3〉과 같은 정보가 나오고 이를 위성모드로 검색하면 〈그림 4〉와 같은 화면을 볼 수 있다.

네이버 창에서 부동산으로 접속하면 필요로 하는 부동산의 위치정보, 대상지역의 부동산 시장의 변화를 알 수 있는 금주의 시세변동정보, 부동산의 유형, 가격 등에 관한 정보가 제공되고 있다. 특히 주택에서 가장 가중치가 높은 주택구조정보는 주택에서 가격, 층수, 면적 등의 정보가 제공되며, 구조정보는 사진으로 제공되고 있지만 관리상태를 확인할 수 있는 정보의 신뢰성과 명확성이 명확하게 확인할 수 없는 실정이다.

〈그림 2〉 네이버부동산 초기화면



〈그림 3〉 목표매물의 지역정보



〈그림 4〉 목표매물의 위성사진



〈그림 5〉에 나타나 있는 정보를 살펴보면 확인한 날짜가 있고, 어떤 경우는 현장사진을 첨부하여 구체적인 구조정보나 관리상태 등을 확인할 수 있다. 하지만 현장사진으로 구조나 관리상태를 확인할 수 있는 경우는 일부에 불과하다. 위 그림에서는 매매의 경우만 내부구조 등을 공개하고 있다.

〈그림 5〉 목표매물의 구체적 정보

거래	확인일자	매물명	면적(㎡)	동	층	매물(가면임)	연락처
매매	14.06.11	서초네이처빌2단지	78A/59	205동	고/7	64,000 서초네이처빌.. 부동산번호 02-3463-9988	
전세	14.06.11	서초네이처빌2단지	110E/84	204동	고/5	95,000 서초네이처빌.. 부동산번호 02-3463-9988	
월세	14.06.21	서초네이처빌2단지	110E/84	203동	1/7	10,000/180 SH우먼공인 매경부동산 02-577-5770	
월세	14.06.23	서초네이처빌2단지	110E/84	208동	중/7	20,000/120 신세계공인중.. 매경부동산 02-578-4114	
전세	14.06.18	서초네이처빌2단지	78A/59	205동	7/7	41,000 SH우먼공인 매경부동산 02-577-5770	

이같이 포털사이트의 부동산정보를 검색하면 많은 정보를 검색할 수 있다. 그러나 이러한 포털사이트의 부동산정보에서 제공하고 있는 자료와 본 연구에서 AHP로 분석하여 얻은 부동산 정보 우선순위와는 다소 차이가 있다.

다음 〈표 11〉에서는 그 차이점을 정리하였다. 즉, 포털사이트에서 제공하는 정보와 본 연구에서 밝힌 부동산 구매소비자가 원하는 정보와의 차이점을 정리한 것이다. 여기서 보면 주택구조,

〈표 11〉 포털사이트 부동산정보의 제공

순위	부동산정보	제공여부	비 고
1	주택구조	△	일부 사진 제공
1	관리상태	△	일부 사진 제공
3	조세정보	△	일부 제공
4	미래가치	×	전혀 없음
5	접근성	○	지도, 역세권
6	권리정보	×	전혀 없음
7	현재매매가격	○	매매사례가
8	주변환경	×	소음, 공해정보 전무함
8	자연적 입지	○	경관
10	사회적 입지	△	학군 제공

○ : 정보제공, △ : 정보 일부 제공 × : 정보 제공 전무

관리상태, 조세정보, 사회적 입지에 관한 내용은 일부만 제공하고 있는 실정이다. 그리고 미래가치에 관한 정보, 소유권 변동 등에 관한 권리정보, 소음 및 공해 등의 화학적 환경입지 조건 등에 관한 정보의 제공이 전혀 없는 실정이다. 단지 지도로 쉽게 표시될 수 있는 접근성 정보와 현재 가격정보, 홍보적 차원에서 유인하는 경관조건 등의 자연적 입지정보만이 제공되고 있다.

이처럼 부동산 정보사이트는 수요자가 필요로 하는 정보를 중요한 정도에 따라서 제공하는 것이 아니라 중개인 또는 공급자가 알고 싶은 것만을 보여주고 있다는 것을 확인할 수 있다. 또한 개별부동산의 홈페이지에서도 인터넷 포털사이트의 부동산정보와 약간의 차이는 있지만 대동소이하다. 따라서 부동산 중개업계는 구매소비자가 원하는 방향으로 부동산정보를 수집, 가공하여 제한된 공간에서 우선적 정보서비스를 제공하여야 한다.

IV. 결 론

부동산 구매소비자는 정보공급자가 원하는 정보를 제공하고 받고 있어서 부동산정보서비스는 수요자가 원하는 방향이 무엇인가를 검토할 필요가 있었다. 본 연구의 목적은 소비자를 대상으로 정보수요특성을 파악하여 부동산 정보시스템의 효율성을 제고하고자 하였다.

본 연구의 분석방법은 AHP분석방법으로 인간사고의 원리에 착안하여 개발된 의사결정방법이다. 본 연구에서는 전문가회의를 통하여 각 요소를 산출하였는데 〈계층 1〉에는 연구의 최종 목표인 구매행동 시 우선순위를, 〈계층 2〉에서는 입지정보, 권리정보, 가격정보, 구조정보가 위치하며, 〈계층 3〉에서는 각각의 상위요소에 해당하는 10개의 하위요소가 위치하였고, 본 연구에서는 설문지를 통하여 계층화된 요인들을 쌍대비교하여 가중치를 구하고, 이를 종합화하여 요인들의 중요도를 산출하였다. 설문지에서는 계층1의

요인끼리 쌍대비교한 후, 계층2의 세부항목끼리 쌍대비교를 하도록 설계하였다. 부동산구매소비자 333명을 대상으로 서울지역 부동산사무실을 활용하여 표본자료를 수집하였다.

설문 결과의 AHP분석을 위하여 Expert Choice 11을 사용하였다. 또한 회수된 설문지의 일관성을 유지하기 위해 일관성 지수를 검증하여 일관성을 유지할 수 있게 하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

본 연구의 표본 일관성비율은 0.05 ~ 0.09로서, 일관성을 갖추고 있었다. AHP분석의 결과 계층 1의 가중치는 구조정보가 가장 높았고, 입지정보, 권리정보, 가격정보의 순이었다. 이는 통상적으로 생각하는 가격정보가 가장 중요한 정보일 것이라는 통념과는 거리가 있었다. 종합가중치는 주택의 구조정보와 관리상태가 동등한 1순위였고, 그 다음이 조세정보, 미래가치, 접근성, 권리정보, 현재매매가격, 주변환경과 자연적 입지, 사회적 입지의 순으로 나타났다.

이를 현재 가장 많이 이용하는 포털사이트인 네이버부동산 정보사이트와 구체적으로 비교한 결과 부동산 구매소비자가 우선순위로 꼽은 조세 정보는 네이버(<http://naver.com>)의 부동산 정보에서만 일부 제공되고 있으며, 미래가치, 권리정보는 전혀 제공되지 않고 있었다. 다만 1순위인 주택구조나 관리상태는 일부 제공되고 있는 실정이었다. 또한 개별 부동산중개업체의 홈페이지도 제공되는 서비스의 내용이 별 차이점을 보이지 않고 있다. 따라서 현재의 부동산 정보서비스는 소비자가 필요로 하는 속성정보의 구축과 제공이 이루어져야 함을 확인할 수 있었다. 즉, 소비자들의 우선순위 요구를 분석한 본 연구의 결과를 토대로 개선된 부동산정보가 제공된다면 부동산정보에 대한 소비자만족도를 더 높일 수 있을 것으로 판단된다. 또한 부동산중개업체의 신뢰도가 높아져서 궁극적으로는 부동산중개업체의 수익성 향상에도 기여할 것으로 예측할 수 있다.

參考文獻

- 강병기·이국철, “부동산정보서비스산업의 구조분석 및 경쟁력 확보방안에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2006, 제28집.
- 김보경, “해외부동산 구매의사결정을 위한 영향인자 분석-개인의 직접투자를 중심으로”, 건국대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- 김성재, “도시형생활주택의 활성화방안에 대한 연구-거주 후 평가(P.O.E)와 역사적 제도주의적 분석을 중심으로”, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문, 2014.
- 김아환·박주석·김재검·최윤경·박재홍, “인터넷 광고의 정보속성이 구매의도에 미치는 영향-화장품 소비자를 중심으로”, 정보기술아키텍처연구, 한국EA학회, 2014, 제11집.
- 김종고·최윤수·서창완·이상진, “부동산 정보서비스 모델에 관한 기초 연구”, 한국지형공간정보학회 추계학술대회 자료집, 한국지형공간정보학회, 2010.
- 김철호, “부동산중개계약에 관한 법적 논의”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2011, 제46집.
- 김철호·송형국, “부동산중개계약의 특질에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집.
- 김한수·차한영·안정근, 부동산학개론, 법문사, 2000.
- 박원갑, “부동산정보서비스산업의 경쟁요인에 관한 연구”, 강원대학교 대학원 박사학위 논문, 2009.
- 배장호·진서현, “공인중개사의 이미지와 고객확보와의 관계분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제54집.
- 윤하수·김종고·최윤수·김재명, “부동산거래정보산업 경쟁력 결정요인 도출에 관한 연구”, 한국지적학회지, 한국지적학회, 2010, 제26집.
- 이창석, 부동산학개론. 화학사, 2007.
- 이호병, “부동산 경매정보서비스에 대한 고객의 재이용 영향구조 분석 -정보컨텐츠를 중심으로-”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2012, 제50집.
- 임동진·이정호·정재호, “부동산중개사고 영향요인 분석을 통한 공제제도의 개선방안”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제53집.
- 윤태권, “계층적 분석방법에 의한 공동주택의 부동산 투자가치 평가모델에 관한 연구” 한남대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- 장민영, “부동산거래관련세제의 과세표준과 세율에 관한 연구-AHP 모형을 통한 분석을 중심으로”, 강남대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- 전용은·이호병, “부동산경매정보서비스에 있어서 이용률 제고방안 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2013, 제53집.
- 조애분, “부동산 허위 정보 억제 방안에 관한 연구-인터넷을 활용한 허위 매물 등록을 중심으로”, 동의대학교 대학원 석사학위논문, 2011.
- Crowston, K. and Wigand, R. T. “Real Estate Warin Cyberspace-An Emerging Electronic Market?”, *International Journal of Electronic Markets*, 1999, 9.