

박사학위논문

부동산 중개서비스에 대한 심리적
만족도와 지불의사액 추정에 관한 연구

2021년

한 성 대 학 교 대 학 원

경 제 부 동 산 학 과

부 동 산 학 전 공

김 기 령

박 사 학 위 논 문
지도교수 임병준

부동산 중개서비스에 대한 심리적
만족도와 지불의사액 추정에 관한 연구

A Study of Estimating the Willingness-to-Pay
Focusing on the Service-Satisfaction
of Real Estate Agency

2020년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

경 제 부 동 산 학 과

부 동 산 학 전 공

김 기 령

박 사 학 위 논 문
지도교수 임병준

부동산 중개서비스에 대한 심리적
만족도와 지불의사액 추정에 관한 연구

A Study of Estimating the Willingness-to-Pay
Focusing on the Service-Satisfaction
of Real Estate Agency

위 논문을 부동산학 박사학위 논문으로 제출함

2020년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

경 제 부 동 산 학 과

부 동 산 학 전 공

김 기 령

김기령의 부동산학 박사학위 논문을 인준함

2020년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

부동산 중개서비스에 대한 심리적 만족도와 지불의사액 추정에 관한 연구

한 성 대 학 교 대 학 원
경 제 부 동 산 학 과
부 동 산 학 전 공
김 기 령

개업공인중개사는 부동산중개가 완료되면 법규에 정해진 상한요율 이하에서 소비자와 협의하여 중개보수를 받을 수 있다. 그런데 우리나라 법정중개보수요율은 부동산거래가액이 특정 가격 이상이 될 때 중개보수가 급등하는 구간이 생기게 되어있다. 최근 부동산가격 상승으로 인해 거래가액이 이 특정 가격대를 넘어서게 되면서 중개보수가 급증하게 되었고, 이로 인해 소비자의 불만이 증대되었다. 개업공인중개사 역시 상호 간 경쟁의 심화, 부동산정책의 변화 등으로 인해 불만이 증대되었다. 이러한 소비자와 공급자의 불만 등 부동산중개시장에 관한 연구는 양측의 관점에서 논의할 필요가 있다. 그러나 기존 선행연구들은 공급자 측면의 연구가 주를 이루고 있다. 본 연구는 이러한 점을 반영하여 공급자 측면이 아닌 소비자 측면에서 중개서비스의 가치를 조사하였으며, 이를 법정중개보수와 비교·분석하였다. 특히 소비자의 심리적 요인인 만족도를 중심으로 연구를 진행하였으며, 이를 가상가치평가법(CVM:

Contingent Valuation Method)의 한 방법인 이중양분선택형질문법(DBDCQ: Double Bounded Dichotomous Choice Question)을 활용하여 소비자 지불의사액을 유도하였다. 자료수집을 위해 소비자 측면에서는 설문조사 대행기관을 이용해서 무작위 샘플링 방식(Random Sampling)으로 DB를 수집하였으며, 프로빗회귀분석모델(Probit Regression Analysis Model) 및 최대우도함수(Maximum Likelihood Function)를 사용하여 소비자 지불의사액(WTP: Willingness to Pay)을 추정하였다. 공급자측면에서는 부동산중개시장 내에 존재하는 세분화된 시장을 조사하기 위해 개업공인중개사를 대상으로 인터뷰 조사를 진행하여 DB를 수집하였다.

연구결과, 서비스 가치로 대변되는 소비자 지불의사액은 심리적 요인인 만족도가 증가할수록 더 커질 수 있는 경향성을 나타냈다. 이는 본 논문의 이론적 배경인 행동경제학에 근거한 소비자 만족도가 지불의사액에 영향을 미친다는 Homburg et al.(2005)의 기존연구와 맥락을 같이한다. 본 연구를 바탕으로 다음과 같은 결과를 도출할 수 있었다.

첫째, 주택의 세부 유형별 지불의사액이 다르게 나타났으며, 법정중개보수 대비 많은 차이가 존재함을 확인하였다. 현행 공인중개사법에 따르면 주거용 부동산에 대한 법정중개보수상한액은 주택의 세부 유형(주거용 오피스텔 제외)과 상관없이 동일한 기준이 적용되고 있다. 그러나, 같은 주거용 부동산이라고 하더라도 법정중개보수대비 소비자 지불의사액이 다르게 나타났으며, 아파트, 단독·다가구주택, 빌라·연립주택, 주거용 오피스텔의 순서로 갈수록 차이가 크게 나타났다. 예를 들어, 수도권 주택매매의 경우 아파트(지불의사액 2,463,400원, 근접률 82.11%), 단독·다가구주택(지불의사액 2,344,000원, 근접률 78.13%), 빌라·연립주택(지불의사액 746,400원, 근접률 62.20%), 주거용 오피스텔(지불의사액 557,100원, 근접률 55.71%)이 추정되었다.

둘째, 비주거용 부동산에 대한 세부 유형별 소비자 지불의사액 추정결과 법정중개보수와 비교하여 많은 차이가 존재한다는 것을 확인하였다. 비주거용 부동산인 토지, 상가, 사무용 오피스텔 역시 규정상 동일한 기준으로 법정중개보수요율(0.9%)이 적용되고 있다. 그러나 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔의 순서로 갈수록 법정중개보수와 소비자 지불의사액간 차이가 크게 나타

났다. 예를 들어, 수도권 비주거용 부동산의 경우 토지(지불의사액 2,945,700원, 근접률 65.46%), 상가(지불의사액 2,042,200원, 근접률 56.73%), 사무용 오피스텔(지불의사액 1,757,000원, 근접률 48.81%)로 추정되었다.

셋째, 소비자 지불의사액 추정치가 지역별로 큰 차이를 나타냈다. 현행 법정중개보수상한액은 지역적으로 동일한 기준이 적용되고 있다. 그러나, 분석결과 수도권 소비자의 지불의사액보다 지방 소비자의 지불의사액이 상대적으로 낮게 나타났다. 이는 지역별 소비자의 심리적 요인이 서로 다르게 반응한다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 시장 외적 요인 및 지역의 특수성이 소비자 지불의사액에 영향을 미치는 것으로 풀이할 수 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때, 실제 중개현장에서 현행 법정중개보수제도가 적절하게 작동되고 있는가에 대한 논의가 필요할 수 있겠다.

넷째, 소비자 측면에서 지불의사액을 이용해 조사한 중개보수근접률의 순서와 개업공인중개사에게 요구되는 전문성의 순서가 일치하였다. 이는 비주거용 부동산중개시장에서 중개의뢰인과 개업공인중개사가 갖는 선호순서가 같다는 것을 의미한다. 개업공인중개사들을 대상으로 진행한 인터뷰 조사결과, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 전문성이 더 많이 요구된다고 조사되었고, 부동산중개서비스 만족도에 대한 소비자 지불의사액 또한 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 높게 나타났다. 이와 같이 중개시장 내의 세부적인 차이로 인해 보이지 않는 차별화된 가격이 지불의사액의 차이로 나타난 것으로 풀이할 수 있다.

다섯째, 본 연구결과 국토연구원의 최수 외(2014)의 연구에서 소비자들이 실제로 지불한 중개보수금액과 본 연구에서 추정된 지불의사액 크기가 매우 유사하다는 것을 확인하였다. 또한, 소비자가 실제 지불한 중개보수금액 크기의 순서가 토지, 사무용 오피스텔, 주택, 주거용 오피스텔 순서로 나타났는데, 이는 본 연구에서 추정된 지불의사액 크기의 순서와 같은 순서이다. 이러한 결과는 부동산중개서비스 시장에서도 이중양분선택형질문법을 활용하여 지불의사액을 추정하는 방식이 유의미하다는 것으로 풀이할 수 있다.

결론적으로, 소비자 지불의사액과 법정중개보수액 간에 차이가 존재한다는 점과 가상가치평가법을 통한 지불의사액 추정방식이 부동산중개시장에서도

적용 가능하다는 것을 확인하였다. 이를 바탕으로 향후 후속연구를 할 수 있는 기반을 마련하였다는 점이 본 연구의 의의라고 할 수 있겠다.

[주제어] 부동산중개서비스, 서비스 만족도, 지불의사액, 가상가치평가법, 이중양분선택형질문법

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	4
제 2 절 연구의 범위 및 방법	6
1. 연구의 범위	6
2. 연구의 방법	7
3. 연구의 구성	8
제 2 장 이론적 배경 및 선행연구 고찰	11
제 1 절 이론적 배경	11
1. 소비자의 심리적 행동	11
2. 경제적 가치평가방법	18
3. 가상가치평가법과 지불의사액	23
제 2 절 선행연구에 대한 고찰	33
1. 부동산중개서비스 만족도에 관한 연구	33
2. 중개보수요율에 관한 연구	36
3. 지불의사액 추정에 관한 연구	37
4. 본 연구의 차별점	41
제 3 장 연구모형 및 지불의사액 설계	43
제 1 절 연구모형 및 가설의 설정	43
1. 가설의 설정	43
2. 연구모형 설계	43
3. 지불의사액 추정을 위한 설문지 설계	45
제 2 절 변수에 따른 설문지 구성	50
1. 설문 조사대상 및 조사방식	50

2. 설문의 구성	51
3. 인터뷰 조사대상 및 조사방식	56
4. 인터뷰 설문의 구성	56
제 3 절 자료의 수집 및 분석방법	58
1. 이중양분선택형질문법에 의한 자료의 수집	58
2. 개업공인중개사 인터뷰 및 자료의 수집	58
3. 분석방법	59
제 4 절 지불의사액 추정방법	60
제 4 장 실증분석 결과	65
제 1 절 설문조사 결과 요약	65
1. 인구통계학적 특성 및 변수의 기초통계량	65
2. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증	68
제 2 절 가설의 검증	72
1. 주거용 부동산의 지불의사액 추정결과	72
2. 비주거용 부동산 지불의사액 추정결과	79
3. 추정된 지불의사액 및 법정중개보수근접률	81
4. 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 비교	88
5. 개업공인중개사 인터뷰 분석	89
제 5 장 결론	94
1. 결론 및 시사점	94
2. 연구의 한계와 향후 과제	97
참 고 문 헌	99
부 록	111
ABSTRACT	124

표 목 차

[표 2-1]	소비자의 심리적 행동에 관한 이론적 배경	16
[표 2-2]	지불의사액 유도방식의 장단점	32
[표 2-3]	중개서비스 만족도에 관한 선행연구 사례	35
[표 2-4]	중개보수요율에 관한 선행연구 사례	37
[표 2-5]	지불의사액 추정에 관한 연구사례	40
[표 3-1]	DBDCQ의 다양한 제시가격	49
[표 3-2]	주거용 부동산의 유형별 제시가격	50
[표 3-3]	비주거용 부동산의 유형별 제시가격	50
[표 3-4]	설문 조사대상 및 조사방식	51
[표 3-5]	DBDCQ을 이용한 아파트매매에 대한 설문의 구성	54
[표 3-6]	부동산중개서비스 만족도에 대한 설문의 구성	55
[표 3-7]	설문 구성내용 요약	55
[표 3-8]	인터뷰 조사대상 및 조사방식	56
[표 3-9]	인터뷰 설문지의 구성	57
[표 3-10]	수도권 및 지방의 응답자 집계결과	58
[표 4-1]	인구통계학적 특성 및 변수의 기초통계량	67
[표 4-2]	탐색적요인분석(EFA)결과	70
[표 4-3]	확인적요인분석(CFA)결과	71
[표 4-4]	아파트매매 및 임대 지불의사액 추정결과	74
[표 4-5]	빌라·연립주택매매 및 임대 지불의사액 추정결과	76
[표 4-6]	단독·다가구주택매매 및 임대 지불의사액 추정결과	77
[표 4-7]	주거용 오피스텔매매 및 임대 지불의사액 추정결과	79
[표 4-8]	토지의 매매 및 임대 지불의사액 추정결과	80
[표 4-9]	상가용 부동산 지불의사액 추정결과	80
[표 4-10]	사무용 오피스텔의 지불의사액 추정결과	81
[표 4-11]	주거용 부동산의 지불의사액 및 법정중개보수근접률	85
[표 4-12]	비주거용 부동산의 지불의사액 및 법정중개보수근접률	87
[표 4-13]	실제 지불금액과 추정된 지불의사액 비교	88
[표 4-14]	개업공인중개사 인터뷰 조사결과	91
[표 4-15]	법에 따른 확인·설명사항과 현장에서 요구되는 필수사항	93

그 림 목 차

[그림 1-1]	연구의 흐름도	10
[그림 2-1]	보상잉여(CS)와 동등잉여(ES)	26
[그림 3-1]	가상가치평가법에 따른 실증적 연구모형	45
[그림 3-2]	이중양분선택형질문법에 의한 지불의사액 유도과정	48

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

부동산중개업¹⁾은 다른 사람으로부터 일정한 보수를 받고 거래 당사자 간에 중개대상물의 매매·교환·임대차, 기타 권리의 득실·변경 등에 관한 행위를 중개하는 서비스업무이다.²⁾ 따라서 공인중개사법에서는 소비자의 재산권 보호와 중개시장의 건전성을 위해 규정 전반에 걸쳐 개업공인중개사에게³⁾ 부동산중개서비스에 관한 의무와 책임을 부여하고 있다.⁴⁾ 중개가 성립되면 개업공인중개사는 현행 공인중개사법 제32조에 따라 중개보수 등을 받을 수 있다.⁵⁾ 대법원판결(1995)⁶⁾에 따르면 개업공인중개사는 중개계약 성립 시 중개

1) 부동산중개업이란 「공인중개사법」 제2조(정의) 제3항에 “중개업”이라 함은 다른 사람의 의뢰에 따라 일정한 보수를 받고 중개를 업으로 행하는 것을 의미한다.

2) 부동산중개서비스의 특징으로는 ①지역 활동의 특성 ②임장활동의 필요성 ③전문지식의 필요 ④개별 활동의 특성 ⑤정보활동의 필요성 ⑥부동산경기의 의존성 ⑦규모화의 곤란성 ⑧중개 의뢰의 불연속성 ⑨공공성 등이 있다(강해규, 2001).

3) 개업공인중개사는 서로 이해가 상반되는 거래 쌍방 사이에서 중개서비스를 제공하여 거래가 성립되도록 하며, 쌍방이 중개보수를 지불하고 거래하는 것이 각자 이익이 되도록 만든다. 부동산 개업공인중개사는 시장정보를 제공하여 부동산거래자의 정보수집비용을 낮추고 거래가 쉽게 이루어지도록 하는 시장 활동의 촉진자이기도 하다(김대식·노기영·안국선·이종철, 1992).

4) 제15조(개업공인중개사의 고용인의 신고 등) ①개업공인중개사는 소속공인중개사 또는 중개보조원을 고용하거나 고용관계가 종료된 때에는 국토교통부령으로 정하는 바에 따라 등록관청에 신고하여야 한다(개정 2014. 1. 28). ②소속공인중개사 또는 중개보조원의 업무상 행위는 그를 고용한 개업공인중개사의 행위로 본다(개정 2014. 1. 28).

5) 「공인중개사법」 제32조(중개보수 등) ①개업공인중개사는 중개업무에 관하여 중개의뢰인으로부터 소정의 보수를 받는다. 다만, 개업공인중개사의 고의 또는 과실로 인하여 중개의뢰인간의 거래행위가 무효·취소 또는 해제된 경우에는 그러하지 아니하다(개정 2014. 1. 28). ②개업공인중개사는 중개의뢰인으로부터 제25조 제1항의 규정에 의한 중개대상물의 권리관계 등의 확인 또는 제31조의 규정에 의한 계약금 등의 반환채무이행 보장에 소요되는 실비를 받을 수 있다(개정 2014. 1. 28) ③제1항에 따른 보수의 지급 시기는 대통령령으로 정한다(신설 2014. 1. 28).

6) 대법원판결, 1995. 1. 21. 94다 36643.

보수 지급과 관련한 별도의 약정을 하지 않았더라도 중개보수를 받을 수 있다. 중개보수는 규정된 중개보수요율체계하에서 적용하되, 상한요율이하에서 각 시·도별 조례로 정하도록 하고 있으며, 주택, 오피스텔(주거용 85㎡ 이하), 주택 외 등으로 구분하여 규정하고 있다. 예를 들어, 현행 부동산중개보수체계는 주택의 매매·교환의 경우, 중개보수상한요율이 5천만원미만은 0.6%(한도액 25만원), 5천만원이상~2억원미만은 0.5%(한도액 80만원), 2억원이상~6억원미만은 0.4%, 6억원이상~9억원미만은 0.5%, 9억원이상은 0.9% 내에서 중개의뢰인과 개업공인중개사가 협의하여 정하도록 하고 있다. 임대차의 경우, 상한요율이 5천만원미만은 0.5%(한도액 20만원), 5천만원이상~1억원미만은 0.4%(한도액 30만원), 1억원이상~3억원미만은 0.3%, 3억원이상~6억원미만은 0.4%, 6억원이상은 0.8%에서 중개의뢰인과 개업공인중개사가 협의하여 정하도록 하고 있다. 주거용 오피스텔(85㎡이하)의 매매·교환의 경우는 0.5%, 임대차 등은 0.4% 이내에서 중개의뢰인과 개업공인중개사가 협의하여 정하도록 하고 있다. 주택 이외 토지나 상가의 경우, 매매·교환, 임대차 등은 거래금액의 0.9% 이내에서 중개의뢰인과 개업공인중개사가 상호 협의하여 정하도록 하고 있다. 그런데 이때, 중개보수요율체계에서 주택매매가격이 9억원, 임대차가액이 6억원을 넘으면 중개보수가 두 배가량 꺾충 뛰는 구조임을 확인할 수 있다. 이렇게 특정 가격 이상이 될 때 중개보수가 가파르게 증가하는 이 부분을 주목할 필요가 있다.

정부가 중개보수요율체계를 제시하고 있고 개업공인중개사와 중개의뢰인이 일정한 범위 안에서 협의할 수 있도록 하고 있으나, 중개보수에 대한 소비자 불만이 제기되고 있다. 특히 지속된 부동산 가격상승으로 인해 최근 주택매매가액이 9억원, 임대차가액이 6억원을 넘는 주택이 속출하면서 소비자들의 불만이 증대된 것으로 보여지며, 소비자들은 중개보수액뿐만 아니라 중개보수요율 또한 높다고 말하고 있다. 한국감정원 통계자료에 따르면, 우리나라 부동산 매매가격은 지속해서 상승해 왔다. 예를 들어, 서울 아파트평균 매매가격은 2016년말 5.6억원에서 2019년말 8.2억원으로 상승하였으며, 서울 종합주택평균 매매가격은 2016년말 4.7억원에서 2019년말 6.6억원으로 상승하였다. 전국 아파트평균 매매가격은 2016년말 2.8억원에서 2019년말 3.5억원으로

로 상승(25%)하였으며, 전국 종합주택평균 매매가격은 2016년말 2.4억원에서 2019년말 3.1억원으로 상승(29.17%)하였다.⁷⁾

반면, 개업공인중개사 입장에서는 부동산거래규제로 인한 거래절벽의 심화, 중개보수요율인하압박, 공인중개사 없는 거래시스템 도입, 이외에도 개업공인중개사 간 경쟁심화에 따른 불만이 제기되고 있다. 우리나라 부동산중개서비스 분야에서 경제활동을 하는 개업공인중개사 수는 상당히 많다. 국토교통부 통계에 따르면, 2019년말 개업공인중개사는 106,699명, 이중 공인중개사는 102,132명, 중개인 3,173명, 중개법인 1,394명이 나타나고 있다.⁸⁾ 개업공인중개사수가 2016년말과 비교했을 때 2019년말에는 11%나 증가했다. 또한 한국공인중개사협회(2020)⁹⁾에 따르면 2020년 8월말 기준으로 개업공인중개사 규모는 109,800명에 달하고, 한해 2만명이 넘게 공인중개사 합격자가 배출되면서 공인중개사 시험 누적 합격자 수는 40만명을 훌쩍 넘긴 상태이다. 동일한 중개시장에서 부동산가격은 상승했으나 그만큼 개업공인중개사 수가 많아짐으로 인해 경쟁이 심화된 것이다.

부동산 매매가격의 상승이 소비자와 공급자 양측 모두의 이익증대로 보이지만 현실적인 문제점 또한 드러나고 있다. 우리나라 법정중개보수요율체계 하에서는 부동산가격이 상승할 경우 필연적으로 중개보수액이 증가하게 된다. 부동산 가격이 오르면서 중개보수가 급증하여 소비자불만이 커졌고 그런 소비자 불만이 개업공인중개사를 향하게 되는 상황이 발생했다. 결국 주택가격이 안정적인 시기에도 쌍방의 만족이 낮았는데, 주택가격이 상승한 지금도 앞에서 언급한 이유로 인해 양측의 불만이 증대된 것으로 보여진다. 이처럼 시장 내·외적 요인들로 인해 발생한 소비자와 개업공인중개사들 간의 불만 등 부동산중개서비스 시장에 관한 연구는 양쪽의 관점에서 접근할 필요가 있다. 그러나, 기존의 연구들은 서비스 공급자 측면의 연구분석이 주를 이루고 있고, 최근 들어서야 소비자 측면의 실증적 연구가 진행되기 시작했다. 본 논문은 이러한 점을 반영하여 서비스 공급자 측면과 더불어서 소비자 측면에서

7) 한국감정원 홈페이지, www.kab.co.kr, 부동산 통계정보 시스템 r-one.co.kr.

8) 국토교통 통계누리 홈페이지, <http://stat.molit.go.kr/portal/main/portalMain.do>

9) 한국공인중개사협회 홈페이지, www.kar.or.kr

부동산중개서비스의 가치를 소비자들이 어떻게 인식하고 있는지 조사한다. 구체적으로는 소비자 측면에서 직접적인 설문을 통해 부동산중개서비스 만족도에 대한 지불의사액(WTP: Willingness to Pay)을 추정한다.

2. 연구의 목적

본 논문의 주된 목적은 소비자의 심리적 요인인 부동산중개서비스 만족도를 중심으로 지불의사액을 추정하여, 이를 법정중개보수상한액과 비교·분석하는 것이다. 분석을 위해 주거용 부동산(아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구주택, 주거용 오피스텔)과 비주거용 부동산(토지, 상가, 사무용 오피스텔)으로 세분화하여 추정하기로 한다. 특히, 부동산중개시장에서 행동경제학의 이론에 따른 소비자의 심리적 요인인 소비자 만족도와 지불의사액의 관계성에 대해 논의할 것이다. 이때, 부동산중개서비스의 가치를 소비자들이 인식하는 지불의사액으로 평가하여 법정중개보수상한액과 비교함으로써 중개보수근접률을 도출한다. 이를 통해 부동산 세부 유형별 및 지역별 지불의사액의 차이를 비교·분석한다. 추가로 부동산중개보수 실제 지불금액에 관한 국토연구원의 최수·이형찬·김승중·김정환·우민아(2014)의 연구결과와 본 연구에서 추정된 지불의사액 및 선호순서를 비교하고자 한다. 이에 관한 연구의 목적을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 부동산중개서비스 소비자 측면에서 서비스 만족도를 중심으로 소비자 지불의사액을 추정하고자 한다. 이를 위해 가상가치평가법의 설문조사 방법의 하나인 이중양분선택형질문법을 활용하여 DB를 수집한다. 이를 프로빗 회귀분석모형을 이용하여 소비자 지불의사액을 추정한다. 현행 부동산중개보수는 수요-공급법칙에 의해 정해지는 시장가격이 아닌 정부에 의해 제시된 법정중개보수요율체계를 적용하고 있다. 정부의 규정에 따라 정해진 구간 안에서 중개의뢰인과 개업공인중개사가 협의할 수 있도록 정해져 있으므로, 이러한 점을 고려하여 소비자 지불의사액은 가상가치평가법을 활용하여 추정하고자 한다.

둘째, 소비자 측면에서 추정된 지불의사액을 통해 현행 법정중개보수와 소

비자 지불의사액 간 차이가 있는지에 대해 그 존재성의 여부를 확인하고자 한다. 이때 법정중개보수근접률을 도출해 내고 부동산유형별·지역별로 그 차이의 크기를 확인한다.

셋째, 개업공인중개사를 대상으로 비주거용 부동산에 대한 인터뷰 조사를 시행한다. 이를 통해, 부동산중개서비스 공급자 측면에서 부동산유형별 전문성의 순서를 확인하고 추정된 지불의사액 크기의 순서와 비교한다. 현행 공인중개사법은 부동산유형별로 중개대상물의 확인·설명사항 서식을 주거용 건축물, 비주거용 건축물, 토지, 임목·광업재단·공장재단¹⁰⁾으로 세분하고 있으나, 비주거용 부동산에 대한 법정중개보수는 세부 부동산유형별·지역별 차이 없이 최고 0.9%로 동일한 기준으로 적용되고 있다.¹¹⁾ 따라서 개업공인중개사 인터뷰 조사를 진행하여 부동산유형별 중개시장에서 요구되는 전문성에 차이가 있는지 여부와 현행 법정중개보수와 어떤 관련성이 있는지 확인한다. 또한 소비자 지불의사액 및 법정중개보수근접비율(지불의사액/법정중개보수상한액)과 비교·분석한다.

넷째, 최수 외(2014)에 의해 국토연구원에서 분석한 실제 중개보수 지불금액과 추정된 지불의사액을 비교·분석한다. 소비자의 실제 중개보수 지불금액과 추정된 소비자 지불의사액 간 차이, 선호순서 등을 비교하는 것은 매우 의미있는 연구가 될 것이다.

10) 「공인중개사법」 시행규칙 제16조(중개대상물의 확인·설명서의 서식) 영 제21조 제3항에 따른 중개대상물 확인·설명서(영문서식을 포함한다)는 다음 각호의 구분에 따른다(개정 2012.6.27).

11) 비주거용 부동산인 토지, 상가, 사무용 오피스텔의 법정중개보수요율은 0.9%로 같은 요율이 적용되고 있다. 이에 관해 본 연구에서는 세부 유형별 소비자 지불의사액을 추정해 보고자 한다.

제 2 절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

1) 연구대상의 범위

본 연구는 주거용 부동산과 비주거용 부동산을 대상으로 한다. 주거용 부동산은 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구주택, 주거용 오피스텔로 구분하고, 비주거용 부동산은 토지, 상가, 사무용 오피스텔로 구분한다. 부동산거래유형에 대해서는 매매와 임대차를 구분하여 고려하였다. 이번 연구 과정에서 조사한 바로는 부동산중개서비스 만족도와 관련된 소비자 지불의사액을 분석한 연구가 많지 않았다. 공공임대주택 임대료 지불의사액을 추정한 유명한·이창무·나강열(2007)은 소비자 측면을 중심으로 연구를 진행하였으나, 대상 지역은 부천시 인근으로 제한하고 있으며, 대상 부동산 유형은 국민 임대주택으로 한정하고 있다. 이러한 이유로 본 연구에서는 연구대상의 범위를 넓혀 부동산 유형은 7가지¹²⁾, 공간적 범위는 전국 17개 시·도를 기반으로 하되, 수도권(서울·인천·경기)과 지방으로 나누었다.

개업공인중개사는 중개가 완성되면 공인중개사법에 근거하여 구분된 서식으로 중개의뢰인에게 중개대상물에 관한 확인·설명을 해야 한다. 즉, 부동산유형별로 구분된 서식에 따라 중개의뢰인에게 제공되는 정보의 양과 내용이 달라진다. 이 규정에 근거한 확인·설명만으로 실제 중개현장에서 중개업무가 충분히 가능한지, 혹은 중개를 위한 필수 정보가 더 요구되는 것은 아닌지 확인하고자 한다. 이를 위해 개업공인중개사를 대상으로 구조화된 인터뷰¹³⁾(Structured Interview)를 실시하여 세부 유형별 중개시장에 대한 전문성의 순서를 비교·분석한다.

12) ①주거용 부동산: 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구, 주거용 오피스텔. ②비주거용 부동산: 토지, 상가, 사무용 오피스텔 중심으로 연구함.

13) 구조화된 인터뷰란 일련의 인터뷰가 시행되기 전에 모든 질문을 사전에 구성하는 것을 말한다. 이를 통해 인터뷰 참여자 전원에게 동일한 질문을 할 수 있다(Adams and Lawrence, 2019).

2) 시간적 범위

소비자 만족도 및 지불의사액을 추정하기 위한 설문조사는 전문 설문조사 대행기관¹⁴⁾에 의뢰하였으며, 2019년 6월 17일부터 2019년 6월 21일까지 구조화된 설문지를 이용하여 무작위 표본 추출방식(Random Sampling)으로 진행하였다. 설문에 참여할 수 있는 대상으로는 20세 이상 성인 남·여로서, 10년 이내 부동산거래를 해본 경험이 있는 응답자로 하였다. 이는 응답자의 부동산거래 경험이 중개서비스 만족도 및 지불의사액에 영향을 미칠 수 있다고 판단하였기 때문이다.

한편, 개업공인중개사 인터뷰 조사 기간은 2020년 6월 5일부터 2020년 6월 18일까지 진행하였다. 조사대상자는 조사 기간 중 서울시, 김포시, 고양시, 파주시에서 부동산중개업을 하고 있는 개업공인중개사를 대상으로 하였다. 인터뷰 조사는 구조화된 설문지를 바탕으로 직접방문 조사와 이메일과 전화를 이용한 방식을 혼합하였다.

3) 공간적 범위

연구를 위한 공간적 범위로는 서울·경기·인천(이하 “수도권”이라 한다)과 부산, 대구, 대전, 충북, 충남, 강원, 광주, 전북, 전남, 울산, 경북, 경남, 제주, 세종(이하 “지방”이라 한다)으로 구분하여 전국 17개 행정구역을 대상으로 진행하였다. 특히 지역적 차별성에 대해 관심을 기울였다. 이는 수도권 중개시장과 지방 중개시장의 특성 차이로 인해 소비자 만족도 및 지불의사액이 다르게 나타날 수 있다고 판단하여 두 시장을 구분하여 고려하였다.

2. 연구의 방법

현행 부동산중개보수는 정부의 규제(중개보수 상한제 등)로 인하여 수요와 공급의 원리를 기반으로 하는 자유로운 시장경제하에서처럼 최적의 가격이

14) 설문조사 대행기관은 (주)마크로밀 엠브레인을 선정하였다.

형성되기에는 어려움이 따른다. 즉, 본 연구에서는 부동산 중개서비스가 시장 재적인 성격도 있지만 비시장재적인 특성도 지니고 있다는 점이 고려되었다. 따라서, 측정하기 어려운 재화나 서비스와 같은 비시장재화의 가치측정에 많이 활용되고 있는 가상가치평가법(CVM: Contingent Valuation Method)을 연구방법으로 채택하였다. 이때 실증적 측정방법으로는 Hanemann(1984), Carson, Hanemann & Mitchell(1986)이 제안한 이중양분선택형질문법(DBDCQ: Double Bounded Dichotomous Choice Question)을 이용하였다. 이를 무작위 표본추출방식(Random Sampling)을 사용한 설문지 응답법(Survey Method)을 채택하여 데이터를 수집하였다.

이를 바탕으로 계량분석모형인 프로빗회귀분석모델을 이용하여 지불의사액(WTP)을 추정하였다. 부동산중개서비스 만족도를 측정하기 위한 설문은 리커트식 10점 척도를 활용한 4개 문항으로 구성되었으며 구조화된 설문지(Structure Survey)를 통해 진행되었다.¹⁵⁾

본 연구방법에 대한 적합성을 검증하기 위해 구조화된 측정 도구인 탐색적요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)을 통해 요인을 정제하였다. 또한, 크론바알파분석(Cronbach Alpha Analysis)을 통해 신뢰성분석을 하였고, 구성타당성(Construct Validity)에 대한 검증을 위해 확인적요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 시행하였다. 한편, 비주거용 부동산의 유형별 중개시장에 대한 조사분석을 위해 실시한 인터뷰 조사에서는 구조화된 인터뷰법(Structured Interview)을 이용하여 직접 질문하는 조사방식을 채택하였다. 연구를 위해 수집한 설문결과 자료는 STATA 15.1과 엑셀 프로시저를 이용하여 통계적으로 처리하였다.

3. 연구의 구성

본 연구는 모두 5개의 장으로 구성되어 있다. 제1장 서론에서는 연구의

15) 질문내용은 다음과 같다. 첫째, 개업공인중개사의 전반적인 서비스에 대한 만족도를 질문하였다. 둘째, 거래한 중개업소를 친구나 동료에게 추천할 의향이 있는지에 대해 질문하였다. 셋째, 중개사무소 방문을 통한 방문목적 달성도에 대해 질문하였다. 넷째, 부동산거래 후 지불한 중개보수에 대해 만족하는지를 질문하였다.

배경 및 연구의 목적과 범위, 연구의 방법 등 전체적인 구성에 대해 간략히 제시한다. 제2장은 본 연구의 이론적 배경 및 선행연구에 대해 고찰하는 장으로서 행동경제학의 관점에서 소비자의 심리적 행동 및 소비자의 선택행동에 대한 이론적 배경을 탐색하고, 다양한 경제적 가치평가법 및 지불의사액(WTP)을 추정하기 위한 이론적 배경을 살펴본다. 다음으로 부동산중개서비스 만족도에 관한 연구와 부동산중개보수요율에 관한 기존연구를 살펴보고 가상 가치평가법을 활용하여 지불의사액을 추정한 기존연구를 고찰한다. 이를 바탕으로 선행연구와 본 연구와의 차별점을 제시한다. 제3장에서는 연구모형설정 및 지불의사액을 설계하고, 실증분석을 위해 계량분석모형인 프로빗회귀분석 모델을 이용하여 지불의사액을 추정하는 방법을 제시한다. 이때 이중양분선택형질문법에 의한 구체적인 설문지를 주거용 및 비주거용 부동산으로 구분하여 제시한다. 비주거용 부동산에 대해서는 인터뷰 설문지를 추가로 구성하여 개업공인중개사들을 대상으로 DB를 수집한다. 제4장에서는 분석결과를 나타내는 장으로서 설문결과를 요약하고, 측정도구의 신뢰성과 타당성검증을 위해 탐색적요인분석 및 확인적요인분석을 시행하고 연구가설을 검증한다. 이때 이중양분선택형질문법의 설문 조사결과에 따른 지불의사금액을 추정하고, 개업공인중개사에 대한 인터뷰 조사결과를 통해 세분화된 부동산중개시장의 특성과 차별점을 도출한다. 이를 근거로 최수 외(2014)가 분석한 실제 부동산중개보수 지불금액과 본 연구에서 추정된 지불의사액 간 차이에 대해 비교·분석한다.

마지막으로 제5장에서는 결론 부분으로서 지금까지의 연구결과를 정리한다. 본 연구의 결론 및 시사점을 제시하고 연구의 한계와 향후 과제에 대한 방향을 제시한다. [그림 1-1]은 본 연구의 흐름도를 나타내고 있다.

[그림 1-1] 연구의 흐름도

제 1 장	⇒	서 론 - 연구의 배경 및 목적 - 연구의 범위 및 방법 - 연구의 구성
제 2 장	⇒	이론적 배경 및 선행연구 고찰 - 소비자 심리적 행동의 이론적 배경 고찰 - 경제적 가치측정법 - 가상가치평가법과 지불의사액 - 선행연구에 대한 고찰 - 부동산중개서비스 만족도에 관한 연구 - 중개보수요율에 관한 연구 - 지불의사액 추정에 관한 연구 - 선행연구와 본 연구의 차별성
제 3 장	⇒	연구모형 및 WTP 설계 - 연구모형 설정 및 가설 구성 - 지불의사액 추정을 위한 연구의 설계 - 변수에 따른 설문지의 구성 - 인터뷰 설문지의 구성 - 자료수집 및 분석방법 - 지불의사액 추정방법
제 4 장	⇒	경험적 분석결과 및 해석 - 설문조사 결과 요약 - 변수의 구성 및 변수의 기초통계량 - 측정 도구의 신뢰성 검증 및 타당성 검증 - 가설의 검증 - 지불의사액 추정 결과(주거용, 비주거용) - 지불의사액 및 법정중개보수근접률 도출 - 개업공인중개사 인터뷰 분석결과 - 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 비교
제 5 장	⇒	결론 및 시사점 - 결론 및 시사점 - 연구의 한계점

제 2 장 이론적 배경 및 선행연구 고찰

제 1 절 이론적 배경

부동산중개의 경우, 개업공인중개사의 서비스 품질에 대한 평가가 소비자의 심리적 요인인 만족도에 따라 다르게 나타날 수 있다. 소비자들은 투입 대비 산출(서비스에서 얻는 효용)이 부정적으로 나타나는 것을 회피하고자 하며 긍정적으로 나타나는 것을 당연하게 여기는 경향이 있다(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1992). 행동경제학의 손실 회피성 원리에 따르면, 소비자들은 낮은 수준의 서비스로 인해 발생할 수 있는 만족스럽지 못한 효용을 회피하는 방향으로 소비행동을 하게 된다. 또한, 서비스의 질이 매우 높다고 하더라도 이에 대해 당연한 권리로 인지할 가능성이 있다(Koenig- Lewis & Adrian, 2014). 따라서, 소비자들의 심리적 요인인 만족도가 부동산중개서비스의 가치를 평가하는데 의미 있는 영향을 미칠 것으로 보인다. 그러므로 행동경제학적 이론 및 개념을 먼저 탐색해 보고자 한다.

1. 소비자의 심리적 행동

부동산중개는 개업공인중개사가 영업활동을 통해 서비스를 공급하고 소비자인 중개의뢰인이 의사결정 과정을 바탕으로 선택행동을 하는 일련의 경제 활동이다. 소비자는 제품이나 서비스를 선택하는 데 있어 사용 가능한 자원(물적 자원, 인적 자원, 시간 자원 등)을 어떻게 사용할 것인지 생각하게 된다. 이러한 과정에서 발생하는 소비자 행동을 선택행동이라고 한다(이유재, 2008). 소비자의 선택행동에 있어서 제품 혹은 서비스에 대한 정보가 중요한데, 소비자들은 수집이 가능한 정보를 바탕으로 선택행동을 하게 된다. 선택행동을 하는 과정에서 소비자는 개인적인 선택기준이나 행동양식 및 태도에 의해 영향을 받기도 한다. 특히, 소비자는 개인의 심리적 상태, 사회문화적 요인, 기업의 마케팅 노력 등으로 형성된 문제를 해결하기 위해 정보를 수집하

고 평가한다(채현길·이정민, 2012). 이러한 정보 탐색 및 평가를 바탕으로 소비자는 실제 구매행동을 실행하는데, 한번 발생한 구매행위는 “구매 후 행동”을 동반한다. 대표적인 “구매 후 행동”으로는 “구매평가”와 “재구매의향” 등이 있다(이주형, 1998). 이런 선택행동과 구매 후 행동은 부동산중개시장에서 중개의뢰인의 의사결정 과정 및 일련의 선택행동과 일치한다. 이와 같은 소비자 선택행동에 대해 Engel & Blackwell(1982)은 소비자가 재화나 서비스를 획득하고 사용하기 위한 제반 행위이나 그것을 결정하는 모든 과정이라고 하였다.

기존 경제학에 따르면 소비자는 합리적인 의사결정을 하는 시장 참여자로서 효용을 극대화하기 위해 행동하는 존재로 인식하고 있다. 따라서, 기존 경제학의 관점에서는 소비자들의 경제활동은 일관성을 가진다고 전제한다(이준구, 2019). 그러나, 실제로 소비자들은 일관성을 보여주지 않을 때가 많은데, 행동경제학의 관점에서는 소비자들은 때에 따라 합리적이지 않고 오히려 심리적 요인에 영향을 받기도 한다고 설명한다. 즉, 소비자들은 “합리적 존재”이기도 하지만 “경험적 존재” 및 “심리적 존재”라고 설명된다 (Kahneman, D. 2011). 특히, 고가상품을 거래하는 부동산중개시장에서처럼 사람 대 사람으로 협상을 해야 하는 서비스 시장에서는 소비자의 심리적 요인이 더욱 많이 작용하게 되며(Bazerman & Moore, 2012), 부동산중개시장에서 소비자 선택행동 또한 심리적 요인에 의해서 영향을 받는다(Black, Brown, Diaz, Gilber, & Grissom, 2003).

카너먼(Kahneman, D)¹⁶⁾과 트버스키(Tversky, A)¹⁷⁾에 따르면 동일한 제품과 서비스에 대해서도 소비자의 인지하는 관점에 따라 선택행동은 달라질 수 있다. 즉, 이러한 관점의 차이로 인해 발생하는 소비자들의 선택행동에 대한 차이를 프레이밍효과라고 하는데, 소비자들은 이러한 프레이밍효과(Framing Effect)에 의해 동일한 제품과 서비스를 각기 다르게 인지하고 평가하는 경향성이 있다(Bazerman & Moore, 2012). 이는 소비자의 감정적 반응

16) Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”. *Econometrica*, 47(2), pp.263–291.

17) Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). “Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty”. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5, pp.297–323.

과 상관관계를 보인다(Slovic, Finucane, Peters, & MacGregor, 2002). 즉, 소비자의 감정적 반응은 소비자의 만족도와 높은 상관성을 보이며(Oliver, Rust, & Varki, 1997), 소비자의 만족도는 소비자의 지불의사액과 상관관계가 있다(Oliver, 1997). 이와 같이 소비자의 심리적 행동은 만족도라는 지표를 통해 소비자 지불의사액과 상관관계를 보일 것으로 판단된다.

Bazerman & Moore(2012)에 따르면 소비자들은 얻는 것(이익)은 당연히 생각하고, 잃는 것(손실)은 극도로 싫어한다. 소비자들은 제품이나 서비스를 선택하는 의사결정을 하는 데 있어서 명확한 기준을 모르는 경우가 많아 예상손실을 가늠하지 못하기 때문에 자신의 결정에 불안해한다(Solomon, M. R, 2007). 부동산중개시장에서도 소비자들은 개업공인중개사가 수준 높은 서비스를 제공할 경우 그것을 당연하게 생각하고, 서비스의 품질이 조금이라도 낮다고 생각하면 “손실”이 발생하는 것으로 여기고 매우 싫어한다. 이와 같이 소비자들은 부동산중개시장에서 의사결정자로서 완전한 정보력을 바탕으로 주어진 소득수준과 제품의 가격하에서 합리적인 소비를 하고자 한다. 이때 소비자는 자신의 준거집단(Reference Group)이 제공하는 정보에 의지하는 행위를 취함으로써, 최선의 정보를 수집하는 경향성을 보이기도 한다. 이는 최대의 효용을 얻기 위해 취한 소비자 선택행동으로 해석할 수 있다. 이와 같이 소비자의 심리적 행동은 소비자의 지불의사액이나 가격 인지도에 영향을 준다(Anderson, 1996). 결국, 행동경제학적 관점에서 소비자의 심리적 행동을 고려할 때, 부동산중개시장에서도 심리적요인인 만족도가 지불의사액에 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 본 연구는 이러한 관계성에 초점을 맞추어 만족도가 지불의사액에 미치는 상관성을 찾아보고자 한다.

1) 소비자 만족도 및 지불의사액

Homburg et al. (2005)¹⁸⁾에 따르면 소비자 만족도와 지불의사액 사이에는 유의미한 상관관계가 있다. 소비자는 만족도로 인해 부분적으로 가격에 둔

18) Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. (2005). “Do Satisfied Customers Really Pay More? A Study of the Relationship between Customer Satisfaction and Willingness to Pay”. Journal of Marketing, 69(2), pp.84-96.

감해지고(Anderson, 1996), 구매 경험 이후 서비스 인지요소(Cognitive Element)와 서비스에 대한 감정적 동요가 촉진된다(Oliver, 1997). 또한, 감정적 동요는 구매 이후 인지되어 소비자의 만족도에 영향을 준다(Oliver, 1993; Oliver, Rust, & Varki, 1997). Oliver의 또 다른 연구(1980)에 따르면, 소비자들은 이전 구매 경험을 바탕으로 현재 구매에서 발생하는 만족감을 비교한다. 기존연구들은 만족도를 두 가지로 나누기도 하는데, “지금 시 발생하는 만족도(Transaction-Specific Satisfaction)”와 “누적 만족도(Cumulative Satisfaction)”로 나눈다. 지금 시 발생하는 만족도는 특정 제품구매 시에 발생하는 만족도(Olsen & Johnson, 2003)를 뜻하고, 누적 만족도는 특정 서비스에 대해 지속적으로 누적된 만족도를 의미한다(Johnson, Anderson, & Fornell, 1995). 본 연구에서는 누적 만족도의 개념을 사용하여, 부동산중개서비스에 대한 만족도를 중심으로 설문하여 소비자의 지불의사액을 유도하였다.

Homburg et al.(2005)에 따르면, 소비자들은 제품이나 서비스를 구매할 때 실망하지 않으려고 한다.¹⁹⁾ 이는 소비자의 감정적 피드백과 관련이 있다. Homburg et al.(2005)은 소비자의 부정적 감정이 사람들의 의사결정에 영향을 미친다고 주장하였다. 그들은 전망이론(Prospect Theory)에 근거하여 제기된 실망이론의 실존성을 증명한 바 있는데, 소비자 만족도와 지불의사액이 역-S자형(Inverse S-Shape)의 관계에 있음을 증명하였다. 소비자 만족도가 높거나 혹은 낮을 때에는 소비자 만족도에 대한 지불의사액의 변화량이 매우 크게 나타난다. 그러나, 소비자 만족도가 중간값에 가까울수록 두 변수 사이의 기울기가 완만하게 나타난다. 이는 소비자 만족도에 의한 지불의사액의 변화량 차이가 그다지 크지 않다는 것을 의미한다.

부동산중개서비스 제공자 측면에서 살펴보면, 소비자의 심리적 요인인 만족도 하락에 의해 지불의사액이 급격하게 감소하는 부정적인 측면을 조심해야 한다. 소비자의 만족도는 긍정적인 면보다는 부정적인 면에 더 유효하게 반응하기 때문에 만약 소비자가 부정적인 경험을 한 경우 재화 혹은 서비스에 대한 지불의사액은 감소한다(Oliver, 1993; Oliver, Rust, & Varki,

19) 이를 두고 실망이론이라고 하며 실망이론은 행동경제학 혹은 행동의사결정학에서 감정(Emotion)이 사람들의 의사결정에 영향을 준다는 개념에서 출발하였다(Bell, 1985; Inman, Dyer & Jia, 1997; Loomes & Sudgen, 1986).

1997). 이는 소비재의 부당성(Disconfirmation)이 실망(Disappointment)으로 인해 더 강화되기 때문이다(Oliver & Desarbo, 1988; Westbrook & Oliver, 1991). 그러나 긍정적인 만족도는 크게 영향을 주지 않는데, 이는 소비자들이 당연한 것으로 여기기 때문이다(Oliver, 1997). 이와 같이 심리적 요인인 만족도가 소비자의 지불의사액에 많은 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여준다.²⁰⁾

2) 소비자의 심리적 행동에 관한 이론적 배경

위에서 언급한 것과 같이 소비자의 심리적 행동과 관련된 이론은 다음의 [표 2-1]과 같이 정리가 가능하다. 이에 대해 간단히 설명하면, 우선 소비자의 감정적 반응은 소비자 만족도와 높은 상관성을 보이며, 소비자의 만족도는 지불의사액과 관련이 있다(Oliver, Rust, & Varki, 1997). 이러한 관련성은 소비자의 심리적 행동에 의해서 긍정적인 것을 당연하게 생각하는 경향과 일맥상통한다(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1992; Slovic, Finucane, Peters & Mac Gregor, 2002). 이는 소비자의 감정적 반응과 관련이 있는데 전망이론은 소비자의 부정적 감정이 사람들의 의사결정에 영향을 미치며(Homburg, Koschate, & Hoyer, 2005), 긍정적인 감정은 당연하게 여기게 된다고 설명한다(Tversky & Kahneman, 1992). 결국, 소비자들은 만족도가 높은 경우 추가비용을 더 내고자 할 수 있으며 만족도가 낮으면 비용을 줄이려고 한다(Bolton & Lemon, 1999). 그러나, 소비자 만족도가 높더라도 가격이 높다면 소비자의 충성도 및 추천의향이 낮아질 수도 있다(Julander & Söderlund, 2003). 이처럼 손실을 회피하고자 하는 소비자의 심리적 행동이 지불의사액이나 가격인지에 영향을 주며, 서비스가 만족스럽지 못하면 효용을 회피하는 쪽으로 행동을 한다(Anderson, 1996; Koenig-Lewis

20) 한편, 공정성 이론(Equity Theory)의 “사회적 교환에 있어서 정당성(Fairness in Social Exchange)” 개념에 기반하여 보면, 소비자가 얻는 일정량 이상의 만족도는 판매자가 얻는 수익과 정당하게 교환할 수 있어야 한다(Lind & Tyler, 1988). 따라서, 소비자들은 공정하게 만족도를 얻기 위해서 지불하고자 하는 금액을 끊임없이 조정하고, 만족도가 높은 경우 당연하게 추가비용을 내고자 할 수도 있으며, 그와 반대로 만족도가 낮으면 비용을 줄이려고 한다(Bolton & Lemon, 1999).

[표 2-1] 소비자의 심리적 행동에 관한 이론적 배경

연 구 자	연 구 내 용
Kahneman & Tversky (1979); Tversky & Kahneman (1992)	프레이밍효과에 의해 소비자 선택행동이 달라질 수 있음. 소비자들은 서비스에서 얻는 효용이 부정적인 것을 회피하고자 하며 긍정적인 것을 당연하게 여김.
Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W.(2005)	전망이론에 근거하여 제기된 실망이론의 실존성을 증명함. 소비자의 부정적 감정이 사람들의 의사결정에 영향을 미침
Portney(1994)	소비자들의 효용을 가상가치평가법을 이용하여 추정 (공공 재·일부 시장재)
Julander & Söderlund (2003)	소비자 만족도가 높더라도 서비스 및 재화의 가격이 높다면 시장에서 소비자들의 충성도 및 추천의향이 낮아짐
Koenig-Lewis & Adria (2014)	소비자들은 낮은 수준의 서비스로 인한 만족스럽지 못한 효용을 회피하는 방향으로 소비자 행동을 하게 됨
J.F.Engel & R.D.Blackwell(1982)	소비자 선택행동은 소비자가 재화나 서비스를 획득하고 사용하기 위한 제반 행위이나 그것을 결정하는 모든 과정
Black, Brown, Diaz, Gilber & Grissom(2003)	소비자는 준거집단이 제공하는 정보에 의지함으로써 최선의 정보를 수집하는 경향성을 보임
Anderson, E. W.(1996)	손실 회피성이 서비스에 대한 소비자의 심리적 지불의사액이나 가격 인지에도 영향을 줌
Solomon, M. R.(2007)	소비자들은 제품이나 서비스를 선택하는데 있어서 명확한 기준을 모르는 경우가 많아 자신의 결정에 불안해 함
Bazerman & Moore (2012)	소비자의 심리적 요인은 고가상품을 거래하는 부동산중개 시장에서처럼 사람 대 사람으로 협상을 해야 하는 서비스 시장에서 더욱 많이 작용함
Oliver, Rust, & Varki (1997)	소비자의 감정적 반응은 만족도와 높은 상관성을 보이며 소비자의 만족도는 지불의사액과 상관관계가 있음
Slovic, Finucane, Peters & MacGregor(2002)	프레이밍효과는 소비자의 감정적 반응과 상관관계를 보임
Bolton & Lemon(1999)	소비자들은 만족도가 높은 경우 당연하게 추가비용을 내고자 할 수도 있으며, 만족도가 낮으면 비용을 줄이려고 함
Thomson 등 (2005)	서비스에 대한 감정적 인지가 가격탄력성에 영향을 미침
Cameron & James, (1987); Krishna(1991)	지불의사액은 재화나 서비스에 대해 소비자가 지불하고자 하는 금액
Dwivedi, Nayeem & Murshed(2018)	지불의사액에 영향을 미치는 요인으로 제품이나 브랜드에 대한 소비자들의 구매 경험이 작용함
Johnson, Anderson, & Fornell(1995)	누적 만족도란 특정 서비스에 대해 지속적으로 누적된 만족
Olsen & Johnson(2003)	지급시 발생하는 만족도란 특정 제품구매시 발생하는 만족

& Adrian, 2014). 즉, 소비자의 감정적 반응에 의한 심리적 행동이 재화나 서비스를 획득하기 위한 제반 행위를 결정한다(Engel & Blackwell, 1982). 이러한 감정적 반응에 의한 소비자의 만족도는 지불의사액과 높은 상관관계가 있다(Oliver, Rust, & Varki, 1997; Cameron & James, 1987; Krishna, 1991). 이와 같이 부동산중개시장에서처럼 협상을 통해 고가상품을 거래하는 서비스 시장에서 소비자의 감정적 반응은 소비자 만족도와 높은 상관성을 보인다(Bazerman & Moore, 2012).

3) 거래 경험 및 지불의사액

지불의사액(WTP)은 재화나 서비스에 대해 소비자가 지불하고자 하는 금액(Cameron & James, 1987; Krishna, 1991)으로써, Monroe(1990)는 유보 가격으로 정의하고 있다. 이는 소비자가 지불하고자 염두에 둔 가격이라 할 수 있으며, 소비자 행동 패턴에 관한 연구(Krishna, 1991), 시장 사전조사에 관한 연구(Cameron & James, 1987), 마케팅의 광고 분야에 관한 연구(Kalra & Goodstien, 1998) 등 다양한 분야에서 연구되고 있다.

지불의사액에 영향을 미치는 요인으로는 제품이나 브랜드에 대한 소비자들의 구매 경험이 작용한다(Dwivedi, Nayeem & Murshed, 2018). 구매 경험은 소비자들이 인지하는 가치와 높은 상관관계를 보이는데, 소비자들은 긍정적인 경험을 향상시키는 것에 대해 가치를 부여하는 경향이 있다(Clarkson, Janiszewski & Cinelli, 2013). 특히 물건을 구매할 때보다, 서비스 같은 경험을 구매할 때 느끼는 만족도를 더 중요하게 생각하는데, 이는 서비스가 일반적 제품보다 소비자의 감정적 인지에 더 직접적으로 연관성이 있기 때문이다(Nicolao, Irwin, Goodman, 2009).

Thomson et al. (2005)²¹⁾에 따르면 서비스에 대한 감정적 인지는 소비자의 가격탄력성에 영향을 준다. 소비자들은 거래 경험에 대해 좋은 감정을 지속적으로 갖고자 하는데, 이렇게 구매 경험에 대해 긍정적인 인상을 가진 경

21) Thomson, M., MacInnis, D.J., & Park, C.W. (2005). "The Ties that Bind: Measuring The Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands". J. Consum. Psychol, 15(1), pp.77-91.

우 소비자의 가격에 대한 민감도는 둔해질 수 있다. 즉, 서비스에 대한 거래 경험은 심리상태에 긍정적 혹은 부정적으로 작동하여 가격탄력성에 영향을 주게 되는데, 긍정적일 때 가격 변화에 둔감해지게 되고 부정적일 때 가격 변화에 민감하게 된다. 이러한 점에 비추어볼 때, 소비자들의 부동산중개서비스에 대한 거래 경험이 지불의사액에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자한다.

2. 경제적 가치평가방법

소비자의 지불의사액을 추정하는 방법에는 다양한 방법들이 있다. 예를 들어, 여행비용 접근법, 특성가격 기법, 가상가치평가법 등이 있다. 본 연구에서는 가상가치평가법을 사용하였으나 기타 경제적 가치평가법 등에 대해서도 간단히 살펴본 뒤에 가상가치평가법을 소개하고자 한다.

1) 여행비용접근법

비시장재화의 가치 측정기법 중에서 가장 오래된 방법으로 알려진 여행비용접근법(TCM: Travel Cost Method)은 Clawson (1959)의 연구에서 구체화하여 사용하기 시작한 것으로 알려져 있다.²²⁾

여행비용접근법은 여행자가 특정 관광지를 방문할 때 지불하는 여행비용(교통비, 입장료, 숙박비, 기타 기회비용 등)과 방문횟수로부터 해당 자원의 가치를 추정한다. 이는 Marshall의 소비자잉여 이론에 기초를 두고 있으며 여행자가 지출하는 여행경비를 이용하여 표면적인 가격이 불변인 상황에서 재화 및 서비스의 가치를 평가하는 방법이다(이화춘, 2010). 이때 다른 조건이 같다고 가정하고 여행비용이 증가하면, 여행자의 관광지 방문횟수가 줄어든다고 보고, 여행자의 여행비용과 관광지 방문횟수와의 관계를 추정해 낸다. 이러한 여행비용접근법은 문화유적지나 관광지에 대한 가치를 추정하는데 사용되기도 하고, 삼림욕이나 낚시, 해수욕장, 국립공원, 등산 등 야외 레크리에이션의 가치를 평가하는 데도 널리 사용되었다.

22) 권오상. (2011). 「환경경제학」, 서울: 박영사, p.465.

여행비용접근법은 분석대상을 지역별로 할 수 있으며, 개인별로도 분석할 수 있다. 지역별 여행비용접근법(Zonal Travel Cost Model)은 지역에 대한 여행자의 여행비용과 방문객의 방문비율에 대한 관계를 추정하는 모델로서, 특정 지역에서 방문지역까지 드는 비용이 같다는 가정하에서 수요곡선을 도출하는 방법이다. 개인별 여행비용접근법(Individual Travel Cost Model)은 개인의 여행비용과 여행횟수와의 관계를 여행자의 개인적 차이를 고려하여 추정하는 방법이다. 그렇지만 지역별 여행비용접근법은 신뢰할만하고 풍부한 관측 자료를 얻기가 상당히 어렵다. 또한, 지역별 데이터를 사용할 경우 방문객 수와 지역 인구 비율이 여행 수요곡선의 종속변수가 되는데, 이때 비율을 나타내는 변수를 종속변수로 사용하여 회귀분석을 실행하면, 실제 관측치와 추정함수가 예측하는 값의 차이를 나타내는 확률변수 ε 의 분산이 일정하다는 가정이 어긋나는 현상(이분산성)이 나타난다(권오상, 2011). 이로 인해 회귀분석 추정치의 신뢰도를 판정하기가 어려워지기 때문에 최근에는 잘 사용되지 않고 있다(권오상, 2011). 이러한 이유로, 분석의 목적이 개인의 소비행위를 설명하는 것이라면 지역별 접근법보다는 개인별 접근법이 더욱 적절한 방법으로 알려져 있다(Cordelle & Bergstrom, 1989; 권상호, 2012).

이러한 여행비용접근법은 간략한 설문을 통해 특정한 재화에 대한 여행자의 방문횟수와 소요비용 등의 정보를 활용함으로써 비용이 저렴하다는 장점이 있다(이진권·임영아, 2007). 그런데도 적용 범위가 여가활동과 관련된 경우로 제한된다는 약점이 있고 방문목적이 여러 개일 경우에 정확한 소비자잉여의 결정이 어려운 점이 있으며(김기홍·노연탁·김금선, 2001), 존재가치나 선택가치 등 비사용가치를 측정할 수 없다는 단점이 있다(신의순, 2006).

2) 특성가격기법

특성가격기법(HPC: Hedonic Price Method)은 Lancaster(1966)와 Rosen(1974)에 의해 처음 제안된 가치의 특성(속성)이론으로 상품의 가치를 포함하여 다양한 특성들의 묶음으로 설명하려고 한다(설석진, 2008). 일반적으로 부동산 주변의 환경이나 대기의 질, 소음, 편의시설과의 접근성 등이 부동산가

격에 영향을 미치기 때문에, 다른 조건이 동일하다면 쾌적한 환경에 있는 주택의 가격은 그렇지 못한 곳에 있는 주택가격보다 더 높게 평가된다. 이는 대상 주택에 대한 다양한 특성들이 주택의 가격에 반영되기 때문이다. 특성가격 기법은 자동차 품질 차이에 의한 가격의 변화를 분석하는 데 적용하기도 하는데, 부동산과 같이 실제 시장에서 유통되고 있는 상품 가격으로부터 재화나 서비스의 가치를 측정하기 위해 사용되는 방법이다(Griliches, 1971). 현재는 주로 재화 및 서비스 등 기타 비시장재화의 수준이 자산의 가치에 미치는 영향력을 분석하는 데 이용되고 있다(권오상, 2011).

이화춘(2010)은 특성가격기법에 대해 특정 지역내 재화의 가치를 그 지역 주변에 있는 위락, 편의성, 쾌적성 같은 효용에 의해 간접적으로 평가하는 방법이라고 했다. 즉, 효용(만족감)이 내재하고 있는 가치를 대체시장을 통해 평가하는 것이다. Rosen(1974)은 “이질적인 재화나 서비스의 가치는 해당 재화에 내포된 특성에 의해 결정된다”고 가정을 하고 있다. 재화의 특성이란 인간에게 효용을 제공하는 재화의 구성요소를 말하는데, 이질적인 재화의 가격은 해당 재화에 내포되어있는 특성들의 가격과 양에 의해서 결정된다(Triplett, 1987). 이러한 특성가격을 구하기 위해서 명시적으로 관찰되는 재화의 가격과 특성들의 양을 이용한다. 즉, 재화의 가격을 특성들의 양에 대해 회귀함으로써 특성가격을 추정한다(이용만, 2008).

이러한 특성가격기법은 주택과 내구재의 시장균형가격을 사용할 수 있고, 조사자의 주관과 자의성을 피할 수 있으며, 재화나 서비스의 질 개선의 편익을 분석하기 위한 이론적 기반이 매우 강한 분석방법이다. 그러나, 이 방법은 설명변수들 간의 다중공선성(Multicollinearity) 문제의 해결 등 비교적 복잡한 통계분석이 요구되기도 한다. 또한, 경우에 따라서는 주택의 특성을 나타내는 변수들에 대한 정보를 얻기가 매우 어렵다. 뿐만 아니라, 특성가격함수형태를 어떻게 설정하고, 주택시장의 범위를 어떻게 한정할 것인지, 특성가격함수로부터 각 개인이 부여하는 재화 및 서비스의 경제적 가치를 어떻게 도출할 것인지에 대한 문제가 있으며(권오상, 2011), 비사용가치를 측정할 수 없다는 이론적인 문제가 남아있다(Hanley & Spash, 1993; Garrod & Willis, 1999).

3) 지불의사액 추정으로써 가상가치평가법

지불의사액(WTP)을 추정하는 이론적 배경이 되는 가상가치평가법(CVM: Contingent Valuation Method)²³⁾은 정부규제 등 외생적 요인으로 시장 스스로가 가격을 결정하지 못하거나 시장 내 가격이 존재하지 않는 경우 사용하는 가치평가방법이다. 이 방법은 환경경제학에서 가치평가 방법으로 주로 연구되어 오다가, 최근에는 민간기업의 시장전략 수립, 각종 컨설팅, 정보서비스 분야로 확대되어 이용되고 있다. 가상가치평가법은 마치 시장이 존재하는 것처럼 가상의 상황을 설정하고 응답자가 어떤 상황을 선택할 것인지에 대한 설문조사를 통해 재화나 서비스의 가치를 직접 도출하여 평가한다. 즉, 특정한 재화를 소비할 경우 지불하고자 하는 가격(WTP)이나 혐오재에 대한 보상 가격(WTA: Willingness to Accept)을 통하여 수요곡선을 도출하고 이를 추정하여 재화 및 서비스의 가치를 측정한다(김재홍, 2006; 이화춘, 2010).

이러한 가상가치평가방법에 대한 타당성과 정확성은 그동안 많은 연구를 통해 입증되었다. 특히, 미국의 내무성과 수자원위원회 등에서 정부의 공공사업에 대한 비용·편익분석과 해양유류오염에 대한 피해금액 평가 등에 사용하고 있으며, 도시·환경정책, 교통정책, 자원정책 등 다양한 분야의 연구에 사용되고 있다(김선희 외, 2004; 김재홍, 2006). 이처럼 공공사업이나 정부정책 등 비시장재화에 대한 비용·편익분석과 관련한 연구 분야에서 점점 비중이 커지고 있는 가상가치평가법에 대한 특징을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 이 방법은 위에서 설명한 여행비용접근법이나 특성가격기법과 같이 참여자가 실제로 시장에서 선택한 것을 분석하는 가치평가 방법이 아니라, 대상 재화의 가치를 참여자에게 보다 직접적으로 질문함으로써 가치를 평가하는 방법이다(권오상, 2011). 즉, 시장에서 거래되지 않는 재화에 대해 이를 보완하거나 대체할 수 있는 재화가 전혀 존재하지 않은 경우에도 개인에게 직접적인 질문을 통해 재화의 가치를 평가할 수 있다(권오상, 2011).

둘째, 이 방법은 평가하고자 하는 편익과 평가대상이 되는 재화에 대한 제도적 제약이나 재화의 공급수준에 제한을 받지 않기 때문에 다양한 결과를

23) 가상가치평가법은 조건부가치평가법으로 번역되어 사용되기도 한다.

도출할 수 있다(Mitchell & Carson, 1989). 이 방법을 통한 가치평가는 경제학적 선호이론들을 보다 근본적이고 깊이 있게 증진시킬 수 있는 기회를 제공한다(Portney, 1994).

셋째, 가상가치평가법에 의한 가치측정은 보상수요곡선을 직접적으로 도출할 수 있다. 즉, “여행비용접근법 및 특성가격기법은 비시장재화에 대한 품질 개선에 따른 보상잉여나 동등잉여를 평가하기보다는, 비시장재화의 이용과 관련된 시장재의 소비로부터 얻는 소비자잉여의 변화를 통해 재화 및 서비스 등 비시장재화의 질 개선에 따른 편익을 추정”한다(권오상, 2011). 반면, 가상가치평가법은 개인의 보상잉여나 동등잉여를 직접 측정할 수 있다(권상호, 2012). 따라서 Marshall의 소비자잉여에서 Hicks의 소비자잉여로 전환하는 과정에서 간접측정법이 갖는 오차의 가능성도 피할 수 있다(이승복, 2001; 권상호, 2012).

넷째, 비시장재화에 대한 소비를 경험해보지 않은 개인이 부여하는 가치도 측정할 수 있다. 따라서 사용가치 뿐만 아니라 존재가치도 평가할 수 있다(권오상, 2011). 예를 들어 순천만 갈대밭의 존재가치를 평가하고자 할 경우, 지리적으로 멀리 떨어진 곳에 거주하여 실제 순천만을 방문할 가능성이 희박한 사람들이 갈대밭 보존을 위해 어느 정도의 금액을 지불할 의사가 있는지를 설문 조사를 통해 추정할 수 있다. 이처럼 가상시장을 이용한 방법은 유연성이 뛰어나다. 따라서 연구 시나리오가 응답자들에게 적절하다는 조건만 충족된다면, 평가대상 재화 및 서비스에 대한 다양한 상태를 쉽게 지정할 수 있다(이승복, 2001).

이처럼 가상가치평가법이 비시장재의 가격을 추정하기 위해 제안된 방법론이기는 하지만, 부동산시장에서처럼 수요-공급원리가 완전하게 작용하지 않아 균형상태에 이르지 못할 때에도 시장재의 가격에 대해 추정을 하기 위한 대안으로 사용이 가능하다(Lipscomb, Kummerow, Spiess, Kilpatrick, & Kilpatrick, 2011). 이러한 이유로 부동산중개서비스를 경험한 소비자의 사용가치 뿐만 아니라, 거래 경험이 없는 잠재소비자가 부여하는 비사용가치도 측정할 수 있으므로 이번 연구에 가상가치평가법을 사용하는 것은 매우 적절하다고 할 수 있다. 따라서, 본 논문에서는 지불의사액을 추정하기 위해 가상가

치평가법의 한 방법인 이중양분선택형질문법을 이용하여 소비자들이 인식하고 있는 부동산중개서비스의 가치를 평가하고자 한다.

3. 가상가치평가법과 지불의사액

1) 가상가치평가법의 발전과정

가상가치평가법은 1947년 Ciriacy-Wantrup에 의해 처음으로 제시되어 1970년대에 다양하게 연구되었으며, Randall et al.(1974)²⁴⁾에 의해 상당한 발전을 해왔다. 이후 타당성과 신뢰성에 대한 문제가 제기되기도 하였지만, 1989년 미국 내무부의 공식 발표에 따라 “포괄적 환경대응, 피해보상·책임에 관한 법률”에 의해 편익과 손실을 측정하는 방법 중 하나로 인정되었다.²⁵⁾ 이때 미국 내무부는 1989년 유조선 엑손 발데즈호에 대한 손해보상액을 결정하는 데 있어서 가상가치평가법을 활용하여 결정하였다. 그리고 1993년 국립 해양대기관리국의 위원단 보고서에서 이 엑손 발데즈호로 인한 환경대응피해 가치산정에 충분히 신뢰할 수 있다는 결론을 내렸다. 한편, 가상가치평가법은 국내 학자들에 의해서도 정책분석에 활발하게 적용되고 있으며 국내·외를 막론하고 다양한 재화의 편익분석기법으로써 많이 사용되고 있는 평가기법 중 하나이다.²⁶⁾

2) WTP에 관한 이론적 근거

가상가치평가법의 이론적 근거는 재화나 서비스에 대한 질이 개선될 경우,

24) Randall, A., Berry C., & Eastman, C. (1974). “Bidding Games for Valuation of Aesthetic Environmental Improvements”. Journal of Environmental Economics and Management, 1, pp.132-149.

25) 1981년에 통과된 “포괄적 환경대응·보상·책임에 관한 법률(Comprehensive of Environmental Response, Compensation and Liability Act)”에 의해 미국 내무부는 자연환경의 피해가 발생할 때 그 피해액을 계산하여 환경을 훼손한 사람을 기소할 수 있다(권오상, 2011).

26) 가상가치평가법은 환경경제학자들이 가장 많이 연구해온 분야 중 하나라고 할 수 있으며, 그동안 영어권에서만 최소 2,000회가 넘는 연구 실적이 나온 바 있다(권오상, 2011).

소비자 지불의사액(WTP)이나 수용의사액(WTA: Willingness to Accept)으로 효용의 변화를 직접 측정할 수 있다는 것이다. 즉, 재화 및 서비스의 질 개선에 대한 편익을 측정하기 위해 효용함수에 대한 “일반적 가정”이나 “수요함수 도출” 등 복잡한 중간과정을 거칠 필요가 없이 재화 및 서비스의 질 개선에 의한 최대 지불의사액(Hicks의 보상잉여)을 응답자들로부터 직접 도출해 낸다. 여기에서 Hicks의 보상잉여(CS)²⁷⁾와 동등잉여(ES)²⁸⁾는 효용 수준의 변화량이 되며, 지불의사액(WTP)과 수용의사액(WTA)은 이와 같은 효용 수준의 변화량을 측정하는 수단이 된다(오호성, 2006; 권상호, 2012).

또한, 정부가 직접 통제하는 재화나 서비스의 경우 공급자 혹은 소비자가 재화나 서비스의 가격 및 양을 자유롭게 선택할 수 없으며, 정부에 의해 외생적으로 통제되는 경향이 있다. 따라서, 정부의 정책 등과 같은 외적 요인이 가져온 변화에 따른 편익을 평가하기 위해서는 주어진 정책이 소비자의 편익에 어떤 영향을 미치는지를 파악할 수 있어야 한다. 즉, 현행 우리나라의 부동산시장에서 중개보수는 공인중개사법에 따라 정부가 정해놓은 법정중개보수상한액(법정중개보수) 범위 내에서 거래가 형성되도록 가격을 통제하고 있다. 이 경우 부동산중개시장에서 서비스 만족도는 효용 수준의 변화량이 되며, 추정된 지불의사액은 효용 수준의 변화량을 측정하는 수단이 된다.

재화 및 서비스의 수량이나 질이 정부의 정책 등 외생적 요인으로 변화할 경우 보상잉여(CS)와 동등잉여(ES)를 이용하여 소비자 후생변화를 측정하기 위한 방법²⁹⁾을 정리하면 다음과 같다.

재화 및 서비스를 소비하는 소비자 효용함수를 $u = u(p, q, G)$ 라고 할 때 q 는 소비자가 소비하는 재화 및 서비스의 수량이나 질을 나타내는 변수, p 는 시장 재화들의 가격, G 는 해당 재화 및 서비스 외의 기타 재화 및 서비스에 대한 지출액을 나타낸다. G 를 소비량이라 볼 때 그 가격은 1이라 간주한다. [그림 2-1]에서 곡선 u_0 와 u_1 은 서로 다른 효용수준의 무차별곡선이라고 가

27) 보상잉여(Compensating Surplus)는 정책의 결과 생성된 새로운 수준의 $q(=q^1)$ 하에서 소비자가 원래 $q(=q^0)$ 하에서 얻었던 효용수준을 달성하도록 하는데 필요한 소득변화이다.

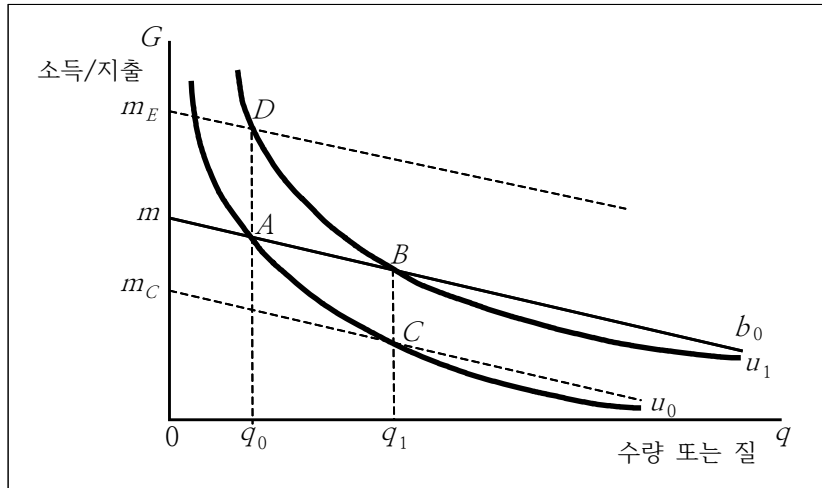
28) 동등잉여(Equivalent Surplus)는 정책의 결과 형성되는 새로운 $q(=q^1)$ 하에서 얻어지는 효용수준을 정책 시행 전의 $q(=q^0)$ 를 가지고 얻게 하는데 필요한 소득변화이다.

29) 소비자 후생변화 측정을 위한 방법은 권오상(2011)을 중심으로 정리하였다

정한다. 이때 소비자의 소득이 m 일 경우 주어진 가격조건에서 소비자의 예산선은 b_0 이다. 현행 재화 및 서비스의 질(수량)은 q_0 로 고정되어 있으므로, q_0 와 예산선(b_0)이 만나는 점 A 가 소비자의 소비점이 된다. 이때 소비자의 효용수준은 u_0 이다. 이 경우 소비자는 재화 및 서비스의 질 또는 수량(q)의 수준을 스스로 선택할 수 없기 때문에 소비점 A 에서 무차별곡선과 예산선이 만나지 않을 수 있다. 만약, 재화 및 서비스의 질이 개선되어 q_1 의 재화 및 서비스를 이용할 수 있게 된다면 소비점은 B 로 이동하고 소비자의 효용은 u_1 으로 증가한다. 개선된 재화 및 서비스의 질 q_1 에서 원래의 효용 u_0 를 얻게 하는 소비점은 C 이고, C 를 지나는 예산선이 세로축과 만나는 점은 m_c 이므로 보상잉여(CS)는 $m - m_c$ 이다. 보상잉여를 지출함수로 나타내면, $CS = G(p, q_0, u_0) - G(p, q_1, u_0)$ 로 정의될 수 있다. 한편, 최초 재화 및 서비스의 질 q_0 하에서 재화 및 서비스의 질 개선 후의 효용수준 u_1 을 달성할 수 있도록 하는 소비점은 D 이고, D 를 지나는 예산선이 세로축과 만나는 점은 m_E 이다. 따라서 재화 및 서비스의 질 개선의 동등잉여(ES)는 $m_E - m$ 이 된다. 동등함수를 지출함수로 나타내면 $ES = G(p, q_0, u_1) - G(p, q_1, u_1)$ 로 나타낼 수 있다.

여기서 보상잉여(CS)는 재화 및 서비스의 질 개선에 대한 지불의사액을 나타내고, 동등잉여(ES)는 재화 및 서비스의 질 악화에 대한 수용의사액을 의미한다. 보상잉여(CS)는 재화 및 서비스의 질이 개선될 경우에 원래 얻었던 효용수준을 얻기 위한 부담금이나 이용료, 세금 등의 지불의사액이 된다. 반면, 동등잉여(ES)는 재화 및 서비스의 질이나 수량이 개선되어야 하지만 어떠한 이유로 개선되지 못한 경우, 현재보다 재화 및 서비스의 질이 개선될 경우의 효용수준을 얻기 위해서 필요한 보상액이 된다. 따라서, 동등잉여(ES)는 재화 및 서비스의 질이나 수량이 개선되어 높은 수준의 효용을 얻을 수 있어야 하지만, 그렇지 못한 현재의 상황을 수용하기 위해 소비자들이 정부 또는 재화 및 서비스의 질을 악화시킨 사람으로부터 보상받고자 하는 수용의사가 된다. 반면, 재화 및 서비스의 질이나 수량이 감소한 경우라면 동등잉여가 지불의사금액이 되고 보상잉여는 수용의사금액(WTA)이 된다(권오상, 2011). [그림 2-1]은 보상잉여(CS)와 동등잉여(ES)를 나타내고 있다.

[그림 2-1] 보상잉여(CS)와 동등잉여(ES)



자료: 권오상. (2011). 환경경제학, p.374.

3) 지불의사액을 평가하기 위한 구성요소

본 절에서는 부동산중개서비스 만족도에 관한 지불의사액을 평가하는 데 필요한 주요 구성요소인 “가상적 상황설정”, “지불의사액 유도방식”, “지불수단 선택”에 대해 논의하고자 한다.

(1) 가상적 상황설정

가상가치평가법은 지불의사액을 추정하기 위한 가상의 상황을 설정하여 응답자에게 제시함으로써 응답자의 선호를 직접 묻는 진술 선호방식이기 때문에 적합한 설문설계가 매우 중요하다. 따라서 실제 존재하지 않는 재화 및 서비스, 비시장재의 가치에 대해 질문을 하므로, 마치 실제 상황인 것처럼 구성하여 현실과의 괴리를 최소화하는 것이 중요하다.

Rowe & Chestnut(1982)은 가상적 상황이 갖추어야 할 조건에 대해 충분한 정보의 제공에 따른 이해의 가능성, 기존의 행위방식과 법 제도에 따른 현실성, 모든 응답자에게 일률적인 적용, 응답자들이 자신들 응답의 중요성과

신뢰성을 느끼도록 하는 것이라고 하였다. Mitchell & Carson(1989)에 따르면 가상 시나리오에 응답자들에게 동기를 부여하고 편의 발생 가능성을 최소화하여 신뢰성을 높이기 위해서 적절성, 의미성, 이해 가능성 등 3가지 기준을 충족시켜야 한다고 주장하였다. 이러한 가상 시나리오가 갖추어야 할 요소를 정리하면 다음과 같다. 먼저, 가상시장의 상황과 조건, 평가대상에 대한 정의와 성격 등에 대한 구체적이고 충분한 정보를 제공함으로써 원하는 내용을 정확히 질문하고, 응답자들이 가상상황을 정확히 이해할 수 있도록 하여야 한다. 둘째, 현실에 부합하는 지불의사금액이 제시될 수 있도록 작성되어야 한다. 셋째, 응답자들에게 충분한 응답 동기를 부여하여 응답의 진실성을 높여야 한다.

(2) 지불의사액 유도방식

지불의사액 추정방법으로써의 가상가치평가법은 잘 짜여진 가상의 상황에서 응답자에게 지불가능한 금액이 얼마인가를 질문하는 방식이므로 연구자의 의도나 질문방식에 따라 응답자의 응답 결과가 크게 달라질 수 있다. 이는 가치측정 대상이 되는 재화가 자유시장에서 거래되는 완전한 시장재가 아니라서 가치판단의 기준이 어려울 수 있고, 잠재적 편의의 가능성이 존재하기 때문이다. 이러한 지불의사액을 유도하는 실증연구 방법에는 개방형질문법과 지불카드법, 경매법, 양분선택형질문법 등이 있는데 자세한 내용을 살펴보면 다음과 같다.

가) 개방형질문

개방형질문법(Open-Ended Question)은 응답자에게 “당신이 최대한 지불할 의향이 있는 금액은 얼마입니까?”라고 직접 질문하는 방법이다. 이는 응답자들에게 하나의 지불의사액을 직접 기재하도록 하는 방식으로 출발점 편의를 줄이기 위해서 고안되었다. 이 방법은 출발점 편의의 통제가 가능하고, 적용방법이 단순하다는 장점이 있다. 반면, 응답자들은 어느 정도의 값을 제시

해야 할지에 대해 많은 어려움을 느낄 수 있다. 따라서 정보를 충분히 주지 않으면 무응답이나 제로 응답이 터무니없이 많이 나타날 수 있는 단점이 있다. 따라서 응답자별로 지불의사액이 매우 큰 차이를 보임으로써 분석결과에 대한 신뢰성이 떨어지는 문제점을 가지고 있다(권오상, 2011). 이러한 개방형 질문법의 문제점을 극복하기 위해서는 응답자가 명확하게 의사결정을 표명할 수 있도록 조사단계에서 정보가 충분하게 제공되어야 한다. 개방형질문법의 사용과 관련하여 Mitchell & Carson(1989)은 조사단계서 충분한 정보를 제공하지 못한 경우 응답자들은 터무니없이 큰 금액이나 낮은 금액을 제시하거나 응답을 회피할 수 있으므로 신중하게 사용해야 한다고 하였다. 이러한 이유로 1993년 미국의 해양대기관리국(NOAA) 위원단 보고서에서는 개방형질문법에 대한 사용보다는 투표모형을 사용할 것을 권장하기도 하였다.

나) 지불카드법

지불카드법(Payment Method)은 직접질문법을 사용할 때 나타나는 응답의 어려움이나 경매게임 법에서 나타나는 출발점 편의를 동시에 해소함으로써 응답자들의 지불의사액을 객관적으로 측정하기 위해 고안된 질문방식이다. 이 방법은 비슷한 소득수준에 있는 소비자들이 재화 및 서비스에 대해 현재 지불하고 있는 평균금액을 먼저 제시해주고, 응답자들은 이를 참고하여 자신의 최대 지불의사액을 표명하게 하는 방법이다. 이러한 지불카드법은 Hanemann (1978)이 처음 사용하였으며, Mitchell & Carson(1981) 및 Boyle & Bishop (1984)에 의해 좀 더 발전되었다. 이 방법은 응답자의 지불의사금액을 직접 조사하는 방법으로써 지불의사액(보상잉여)을 도출하기 위해 복잡한 계량분석을 할 필요가 없다. 이는 응답자의 개인별 특성이 지불의사액에 미치는 영향만 분석하면 된다. 따라서 사용하기가 매우 간편하다는 점과 개방형 질문법에 따른 응답의 어려움이나 경매게임법의 출발점 편의를 해결할 수 있는 장점이 있다.

그러나, 지불카드법에서는 응답자에게 제시하는 지불내역과 평가대상 재화 사이에 연관성이 있으면 고정점 편의(정박점 편의)³⁰⁾가 나타날 수 있기 때문

에 주의해야 한다. 고정점 편이란 응답자들이 평가대상과 관련성이 큰 지불내역과 비슷한 수준의 값으로 지불의사액을 표명하려고 하는 것을 말한다. 이러한 고정점 편의를 줄이기 위해서는 응답자에게 제시하는 지불내역과 평가하고자 하는 재화 및 서비스 사이에 관련성이 없어야 한다. 만약에 둘 사이에 관련성이 높은 경우 지불내역에 근접한 값을 표명하려는 경향이 나타나기 때문이다. 따라서 지불카드에 제시하는 대상 재화의 항목이 평가대상 재화와 관련이 없는 항목으로 선택하도록 주의를 기울여야 한다(곽승준·전영섭, 1995).

다) 경매게임법

경매게임법(Bidding Game)은 경매를 진행하는 것처럼 최초의 금액을 제시한 후 응답자로부터 No(아니오)라는 응답이 나올 때까지 제시금액을 증액시켜 나감으로써 응답자의 지불의사액을 유도해 나가는 실증방법이다. 경매게임법은 가상가치평가법을 학술적 연구에 최초로 도입한 Davis(1963)가 사용한 후 Randall et al.(1974)에 따라 현재의 방식으로 발전되어 왔다. 이 방법은 복잡한 계량 분석절차를 거치지 않고도 최대 지불의사액을 유인함으로써 완전한 보상잉여를 도출할 수 있는 장점이 있다. 이러한 경매게임법은 질문자의 능력에 따라 적절한 지불의사액을 얻을 수 있지만, 최초 제시금액의 크기에 따라 응답 결과에 편이가 발생할 가능성이 있다. 즉, 초기값의 크기에 따라 결과값이 과대평가 되거나 과소평가 되는 출발점 편의를 발생시킬 수 있다. Desvousges et al.(1987)³¹⁾은 처음에 제시하는 가격이 높을수록 지불의사액이 커지는 경향이 있음을 보여주었다. Smith et al.(1986)은 경매게임방식을 사용할 경우 출발점 편이가 나타날 수 있으므로 지불수단을 선택할 때 많은 주의가 필요하다고 하였으며, Mitchell & Carson(1989)은 출발점 편이가 매

30) 고정점 편이에는 출발점 편이와 정보 편이가 있는데, 지불카드 법에서는 지불카드에 나열된 재화나 서비스가 평가대상 재화와 연관성이 크면 응답자는 설문자가 의도하는 답으로 파악하고, 비슷한 수준의 지불의사액을 제시할 수 있다. 이러한 편이를 정보의 편이(bias)라고 한다(권상호, 2012).

31) Desvousges, W. H., Smith, V. K., & Fisher, A. (1987) "Option Price Estimates for Water Quality Improvement : A Contingent Valuation Study of Monongahela River". *Journal of Environmental Economics and Management*, 14, pp.248-267

우 심각하다는 점을 지적한 바 있다. 반면, Brookshire et al. (1983)³²⁾은 사전 조사를 통해 적정가격 범위 내에서 최초 제시가격을 정한다면 출발점 편의를 줄일 수 있다고 주장하였다. 그러나, 이 방법은 경매과정에 많은 시간이 소요되고, 개별면접이나 전화조사를 통해서 응답자와 직접 마주해야 하기 때문에 다른 방법에 비해 비용이 많이 드는 단점이 있다(이승복, 2001).

라) 양분선택법

양분선택법(DCM: Dichotomous Choice Method)은 개방형질문법, 경매 게임법, 지불카드법이 가지고 있는 단점을 함께 극복할 수 있는 방법으로 Bishop & Heberlein(1979)이 최초로 제안하고 연구에 적용하였다. 개방형 질문법, 경매게임법, 지불카드법에서는 응답자들이 정확한 가격을 직접 제시해야 한다. 그러나, 양분선택법의 경우 응답자들은 제시된 질문에 대해 “Yes”나 “No” 중 하나만 선택하면 된다. 이렇게 함으로써, 응답자들이 질문에 더 쉽게 응답할 수 있는 것이 가장 큰 장점이다. 따라서, 응답자들은 의사결정을 쉽게 할 수 있으므로 무응답률을 줄일 수 있을 뿐만 아니라 응답자들이 쉽게 설문에 참여할 수 있게 해준다. 또한, 고정점 편의와 전략적 편의 발생을 대폭 줄여줄 수 있으며, 응답자의 의사결정 과정이 개인이 시장에서 주어진 가격으로 매매할 것인지에 대한 가부를 결정하는 과정과 매우 유사하다. 따라서, 응답자가 좀 더 편안하고 자연스럽게 의사결정을 하게 한다. 이러한 이유로 응답 결과 수집된 금액이 실제 지불의사액과 매우 유사한 수준이 될 가능성이 있다(권오상, 2011). 조사방법적인 측면에서도 면접조사 뿐만 아니라 우편조사나 전화조사에도 이용될 수 있어 응답 과정이 비교적 쉬운 장점이 있다(Broomley, 1986). 특히, NOAA의 “Blue-Ribbon CV Panel”에서 Arrow et al.(1993)³³⁾은 개방형질문법을 이용하여 지불의사액을 유도하는 방법보다 양분선택법을 이용하여 지불의사액을 유도하는 방법을 사용할 것을 추천한

32) Brookshire, D. S., Eubanks, L. H., & Randall, A. (1983). “Estimating Option Prices and Existence Values for Wildlife Resources”. Land Economics, 59(1), pp.1-15.

33) Arrow, K., Solow, R., Portney, P. R., Leamer, E. E., Randner, R., & H. Schuman. (1993). Report of the NOAA Panel on Contingent Valuation, NOAA.

바 있다.

그러나, 양분선택법에는 몇 가지 단점이 있다. 우선, 응답 결과 수집된 자료들은 불연속적 자료이기 때문에 정보량이 제한적이고, 다른 조사방법에 비해 복잡한 계량분석 절차를 거쳐야 한다. 따라서, 통계적인 정확성을 높이기 위해서는 비교적 많은 표본이 필요하다. 또한, 이 방법은 제시된 금액 수준에 따라 응답자의 지불의사액이 영향을 받을 수 있다. 즉, 응답자에게 제시된 금액의 크기가 적정하지 않을 때 이로 인한 오류의 발생으로 고정점 편이가 발생할 수 있다. 이러한 문제를 완화하기 위해 최근 가상가치평가법 관련 연구에서는 예비설문 조사를 실시하여 지불의사액의 범위를 사전에 파악하고 있다.

마) 이중양분선택형질문법

이중양분선택형질문법(DBDCQ: Double Bounded Dichotomous Choice Question)은 중복질문을 통하여 지불의사액을 확인하는 방법으로 Carson, Hanemann & Mitchell(1986)이 제시하였다. 이 방법은 최초로 제시한 금액에 대해 응답자가 "Yes"라는 응답을 밝히면 기존 금액의 약 2배 정도 높은 금액을 다시 제시하여 지불의사액을 확인하고, 최초제시금액에 "No"라는 응답을 밝히면 제시금액에 약 1/2 정도 낮은 금액을 한 번 더 제시하여 지불의사액을 확인하는 방법이다. 이처럼 반복해서 질문할 경우 단일양분선택법과 비교하면 더 많은 표본을 얻을 수 있고 통계적 비효율성을 상당히 해소할 수 있으므로 보편적으로 많이 쓰이고 있다. 본 연구에서는 지불의사액을 유도하는 방법으로 이중양분선택형질문법을 이용하였다. [표 2-2]는 지불의사액 유도방식에 대한 장단점을 나타내고 있다.

[표 2-2] 지불의사액 유도방식의 장단점

구 분	장 점	단 점
개방형 질문 (Open-Ended Question)	출발점 편 의 통제 가능, 적용방법이 단순함.	응답자의 응답이 쉽지 않음, 무응답, 제로 응답 발생 가능. 응답자별로 매우 큰 격차 생김으로 신뢰성이 떨어짐. 충분한 정보가 제공되어야 함.
경매법(입찰게임방식) (Bidding Game)	복잡한 계량 분석을 거치지 않고 보상잉여 도출, 질문자의 능력에 따라 적절한 결과 도출.	초기값의 크기에 따라 출발점 편 의 발생 가능성, 다른 방식에 비해 비용이 많이 듦.
지불카드법 (Payment Method)	지불의사 도출을 위해 복잡한 계량 분석 필요 없이 간편하고, 개방형 질문에서의 응답 어려움과 출발점 편 의 해소할 수 있음.	고정점 편 의 발생 가능. (Anchor-Point Bias)
양분선택형질문법 (Dichotomous Choice Question)	개방형 질문법, 경매법, 지불카드법의 한계 극복이 가능, 응답자 의 사결정 쉽고, 무응답률과 고정 점 편 의와 전략적 편 의를 감소, 조사 방법과 응답 과정이 쉬움.	응답 결과가 불연속적 자료로써 정보량이 제한적임. 고정점 편 의 발생가능. 복잡한 계량 분석이 필요함. 많은 표본이 요구됨.
이중양분선택형질문법(Double Bounded Dichotomous Choice)	반복해서 질문함으로써 단일양분 선택법과 비교하면 더 많은 표본을 얻을 수 있음. 양분선택형질문법 대비 통계적 비효율성을 상당히 해소할 수 있음.	응답 결과가 불연속적 자료로써 정보량이 제한적임. 고정점 편 의 발생 가능. 복잡한 계량분석이 필요함. 정확성을 높이기 위해 많은 표본이 요구됨 .

자료: 권오상. (2011). 환경경제학, pp.453-546을 참고하여 재구성.

(3) 지불수단의 선택

지불의사액을 추정하는데 중요한 것은 응답자가 지불의사액을 쉽게 제시할 수 있도록 현실성 있는 지불수단을 선택하는 것이다(곽승준·유승훈, 2001). 지불수단은 평가하고자 하는 재화와 의 관련성, 응답자의 결정 용이성, 발생 가능한 편 의의 제거 가능 정도 등을 고려하여 기준을 마련한다. 이러한 지불수단으로는 연구 목적에 따라 이용료, 입장료, 기금, 환경세, 소득세 등 여러 가지가 사용될 수 있다. 즉, 지불수단을 선정하기 위해 고려해야 할 점은 평가하려는 대상과 관련하여 현실성이 있어야 하며, 사실과 부합하는 지불수단

을 선택해야 한다. 예를 들면, 부동산중개서비스에 관한 지불수단을 선택할 때, 소득세나 이용료보다는 중개보수가 더욱 현실성 있는 지불수단이라고 할 수 있을 것이다. 이러한 이유로 본 연구에서는 지불수단을 중개보수로 선택하였다.

제 2 절 선행연구에 대한 고찰

1. 부동산중개서비스 만족도에 관한 연구

부동산중개서비스 만족도에 관한 기존연구는 중개서비스 개선방안이나 소비자 만족도를 높이는 요인분석을 위주로 다양하게 이루어지고 있다. 장성대·엄수원(2010)은 부동산중개사무소의 서비스요인이 고객 만족과 서비스성과에 어떤 영향을 미치는지에 대한 실증분석을 진행하였다. 연구결과 중개업소 이용고객의 인구통계학적 특성과 이용행태에 따른 서비스요인이 유의미한 관계가 있으며, 인적, 물적, 시스템적 요인 중 고객만족도에 가장 높은 영향을 미치는 것은 시스템적 요인이라고 하였다. 이를 바탕으로, 고객의 유형에 따라 연령, 소재지 등에 대해 차별성을 두고 서비스를 제공하여야 한다. 또한, 중개업소 소재지에 따라 차별화한 다양한 콘텐츠나 전문성 등을 복합적으로 활용하여 이용고객의 신뢰도를 증진하고 인정받을 수 있는 중개서비스를 제공해야 한다고 주장하였다.

채현길·이정민(2012)은 개업공인중개사의 중개서비스를 개선해 소비자에게 만족을 주기 위해서는 중개물건을 다량으로 보유해야 하고, 고객에게 자세한 상담을 시행하는 것이 소비자 만족도를 높이는 중요한 요인이라고 주장하였다. 즉, 개업공인중개사는 부동산에 대한 전문지식을 갖추고 있어야 하며, 대상물건에 대해 풍부하고 정확한 정보와 거래조건을 명확히 제공하여야 한다. 또한, 소비자 불만에 신속히 대응하고 약속 시간을 잘 지키는 것이 소비자 만족도를 높이는 요인이라고 주장하였다. 나인현·권대중(2007)은 중개서비스 만족도를 조사하였는데, 연구결과 개업공인중개사의 고객과 부동산에 대한 전문지식이 부족한 점, 중개대상 부동산에 대한 확인·설명이 소홀한 점, 손해배상

액의 부족과 책임의식이 결여된 점, 고객을 위한 서비스 정신이 미약한 점 등을 문제점으로 파악하였다. 이러한 문제점을 바탕으로 부동산에 대한 전문지식을 증진시키고, 중개대상 부동산에 대한 정확한 정보를 제공하여야 하며, 개업공인중개사로 인해 발생한 손해배상을 개선하고 소비자에 대한 서비스정신 향상을 개선방안으로 제시하였다.

Richard & Olshavsky(1993)에 따르면 소비자들은 구매 의사결정을 위해 스스로 모든 정보를 처리하는 것이 아니며, 정보의 한계성(비대칭성) 문제로 인하여 다른 소비자들의 의견을 수용한다. 예를 들어, 주택의 경우 자신이 직접 경험하지 않고서는 품질 수준을 판단하기 어렵고, 이 경우 소비자들은 일반적으로 구전에 의존하게 되는 경향이 있다. 구전은 서비스나 제품에 대한 체험을 바탕으로 형성된 대면적 의사소통 방법으로써 고객의 의도와 태도를 결정하는 데 있어서 중요한 결정요인이라 할 수 있다. 즉, 주택의 경우 고가의 상품이고 주택을 구매하기 위해서는 많은 시간이 소요된다. 따라서 구매과정에서 부터 기존 거주자가 직접 추천할 경우 추천의 효과는 더욱 많은 영향력을 발휘하게 된다고 주장하였다.

부동산중개의 서비스품질과 관련한 연구에서 이종욱(2013)은 중개사무소의 품질요인들이 소비자의 재방문에 어떠한 영향을 주는지 분석하였다. 부동산중개사무소의 서비스품질을 물리적·환경적 품질, 과정품질, 결과품질로 구분하여 고객의 신뢰 형성과 고객 만족에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 관계를 규명하였다. 연구결과, 과정품질과 결과품질에서 만족도에 대해 정(+)의 영향력을 주었다. 박태영(2018)은 중개서비스의 고객 만족 결정요인분석을 통해 결과품질과 신뢰성이 고객의 재방문 의도에 영향을 미치며, 고객 만족은 재방문 의도 및 지속적인 거래의향에 정(+)의 영향을 미친다고 주장하였다.

신광식(2009)은 중개서비스품질인 고객의 만족도가 재이용 의도에 미치는 영향을 분석했는데, 개업공인중개사의 능력, 소비자 신뢰, 중개업소의 물리적 환경이나 위치, 서비스 가치 등이 고객 만족에 영향을 미치고, 고객 만족이 재이용 의도와 구전 효과에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 서진형·이광균(2011)은 부동산거래정보망 인프라가 형성됨으로써 서비스품질이 향상될 뿐만 아니라 이를 통해 고객만족도 및 재이용 의도가 늘어난다는 것을 실증

분석을 통해 검증하였다. 결론적으로 고객 만족이 재방문, 재구매에 미치는 영향은 모두 긍정적이라고 주장하였다.

[표 2-3] 중개서비스 만족도에 관한 선행연구 사례

연구자	연구내용
장성대·엄수원 (2010)	중개업소의 서비스요인이 중개서비스 성과에 어떤 영향을 미치는지 실증 분석함 ①고객유형별로 연령, 소재지 등에 따라 차별성을 두고 서비스제공 ②다양한 콘텐츠나 전문성을 사용하여 신뢰도를 상승시키고 인정받을 수 있는 서비스를 제공하여야 함.
채현길·이정민 (2012)	개업공인중개사가 중개서비스를 개선하고 소비자에게 만족을 주기 위해서는 ①중개물건의 다량 보유와 자세한 상담이 소비자 만족도를 높이는 요인 ②풍부한 전문지식과 정확한 정보를 제공 ③거래조건을 명확하게 공개 ④법정 중개보수 청구 ⑤소비자 불만에 신속히 대응하고 약속 시간을 잘 지키는 것이 만족도를 높이는 요인임.
나인현·권대중 (2007)	중개서비스 만족도를 조사한 결과 ①개업공인중개사의 전문지식 부족 ②중개대상물에 대한 확인·설명 소홀 ③손해배상액의 부족 ④책임의식 결여 ⑤서비스 정신 미약 등 문제점을 파악하여 개선방안을 제시함.
Rechard & Olshavsky(1993)	소비자들은 정보의 한계성 문제로 다른 소비자들의 의견을 수용, 주택의 경우 거주자의 추천이 매우 큰 구전 효과를 발휘함.
이종욱(2013)	서비스품질요인인 과정품질, 물리적 환경적 품질, 결과품질이 고객의 신뢰 형성 및 고객 만족에 어떤 영향을 미치는지 상호관계를 확인하고 이러한 요인들이 재방문에 미치는 영향을 확인함.
박태영·민규식 (2018)	부동산중개서비스의 고객 만족 결정요인 분석함. 연구결과 과정품질, 결과품질이 고객만족도에 정(+)의 영향을 미침. 결과품질과 신뢰성은 고객의 재방문 의도에도 영향을 줌. 고객 만족은 재방문 의도 및 지속적인 거래의향에 정(+)의 영향력을 미치는 것을 확인함.
서진형·이광균 (2011)	부동산거래정보망으로 인해 서비스품질이 향상되고, 고객 만족 및 재이용이 증가하는 것을 실증분석을 통해 검증함.
신광식(2009)	개업공인중개사의 중개보수에 대해 신뢰성, 전문성, 편리성이 높을수록 중개보수에 대한 지불의사가 만족스러움 ①개업공인중개사의 능력, 신뢰성, 중개업소 위치가 서비스 가치에 영향을 미침 ②서비스 가치는 재이용 의도와 구전 효과에 영향을 미침 ③고객만족이 재이용 의도나 구전 효과에 긍정적인 영향을 미침.
김경주(2014)	개업공인중개사의 직업만족도와 업무태도 및 인식에 대해 소비자와 중개업자 사이에 인식의 차이가 크게 나타남. 개업공인중개사는 중개보수가 너무 낮다고 생각하고, 소비자들은 서비스의 양과 질보다 중개보수가 높다고 인식함.

한편, 김경주(2014)는 개업공인중개사의 직업만족도와 업무태도 및 인식을

조사하였는데, 조사결과 개업공인중개사와 소비자의 양 측면에서 중개업에 대한 인식의 차이가 크게 나타났다. 주목할 만한 것은 양측 모두에서 중개보수에 대한 만족도가 가장 낮게 나타났다. 개업공인중개사는 중개업무나 책임 등에 비해 중개보수가 너무 적다고 생각하고 있으며, 반면에 소비자들은 중개서비스의 질과 양에 비교해 중개보수가 많다는 상반된 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다. [표 2-3]는 부동산중개시장에서 소비자 만족도와 관련한 기존 연구들을 나타내고 있다.

2. 중개보수요율에 관한 연구

부동산중개보수에 관한 기존연구는 다양하게 진행되고 있다. 김대명·이대운(2011)은 학설과 판례를 중심으로 공인중개사법상의 중개보수 체계와 청구 등의 쟁점사항을 검토하고 제도개선의 방향을 제시하였다. 김동련(2014)은 중개보수 협의 시기를 명확하게 정하고, 중개대상물을 명확하게 해야 한다고 하였다. 또한, 권리금에 대한 보수 인정 여부 및 중개보수요율 역전현상 등의 문제점을 지적하고 중개보수요율 현실화에 대한 필요성을 주장하였다.

김학환(2009)은 법리적 측면에서 부동산 중개보수 청구권의 근거와 성립요건에 대해 일본 택건업법의 중개보수와 비교·검토하였다. 김혜성·현무준·김영우(2014)는 개업공인중개사와 중개의뢰인 간의 중개보수로 인한 갈등을 완화하기 위한 방안으로 중개보수요율체계를 단순화하고 단계별 확정요율제 적용에 대한 필요성을 제시하였다. 조원용(2015)은 개업공인중개사와 중개의뢰인이 상호 협의하여 결정하게 되어있는 중개보수요율에 대해 고정요율을 도입함으로써 중개보수를 확정적으로 법제화할 필요성을 주장하였다. 이성복(2019)은 부동산중개에 대한 법정중개보수 제도가 도입목적이나 사회후생 개선에 부합하는지에 대한 연구를 통해 중개보수 규제는 폐지하는 것이 바람직하다고 주장하였다. 임숙녀(2007)는 법정중개보수요율제와 한도액 규정으로 인한 문제점과 매매와 임대차에 의한 중개보수요율을 구분, 역진제로 구성된 중개보수 결정체계에 대한 문제점과 개선방안을 주장하였다. 임숙녀·강태환(2019)은 부동산 중개보수와 감정평가 보수체계에 대한 문제점과 개선방안을

제시하였다.

이처럼 중개보수 재평가에 대한 필요성이 다양하게 요구되고 있다. 그러나 기존의 연구에서는 부동산중개서비스에 관한 가치를 소비자 측면에서 평가한 연구는 찾아보기 어려웠다. 따라서 본 연구는 이러한 점을 보완하여 소비자 측면에서 부동산중개서비스에 대한 가치를 평가하기 위한 실증분석을 진행하고자 한다. [표 2-4]는 중개보수요율에 관한 선행연구사례를 나타내고 있다.

[표 2-4] 중개보수요율에 관한 선행연구 사례

연구자	연구내용
김대명·이대운 (2011)	학설과 판례를 중심으로 중개보수 청구와 관련한 쟁점 사항을 검토, 중개보수 제도개선 방향을 제시함.
김동련(2014)	중개보수 협의 시기를 정하고, 권리금에 대한 보수 인정 여부, 중개보수요율 역전현상의 문제점 지적, 중개보수요율 현실화 필요성 제시함.
김학환(2009)	법리적 측면에서 중개보수 청구권 근거와 성립요건 검토함.
김혜성·현무준· 김영우(2014)	중개보수에 대한 갈등을 완화하기 위해 중개보수요율체계의 단순화를 통한 단계별 확정요율제 적용에 대한 필요성을 제시함.
조원용(2015)	쌍방이 합의하게 되어있는 중개보수요율에 대해 고정요율제 도입 주장.
이성복(2019)	중개보수 규제가 도입목적 및 사회적 후생 개선에 부합하는지, 중개보수 규제에 대한 폐지를 주장함.
임숙녀(2017)	중개보수법정요율제와 한도액 규정, 임대차와 매매로 중개보수요율 구분하고 역진제 등으로 구성된 보수 결정체계에 대한 개선방안을 제시함.
임숙녀·강태환 (2019)	부동산 중개보수 및 감정평가 보수체계에 대한 문제점과 개선방안을 제시.

3. 지불의사액 추정에 관한 연구

본 연구에서 지불의사액을 추정하는 방법으로 이용한 가상가치평가법은 연구대상에 따라 입장료, 교통·정보 이용료, 광고료, 임대료, 컨설팅 비용 등 다양한 분야에서 활용되고 있다.

김학용(2002)은 수원의 화성이 가진 문화자원의 경제적 편익가치를 추정하였다. 사용가치를 추정하기 위해 양분선택형질문법과 로그로짓모형에 의해 평균 지불의사액을 추정하였으며, 비사용가치에 대한 추정은 선행로그모형에 의해 평균 지불의사액을 추정하였다. 분석결과, 세계문화유산인 수원의 화성의 사용가치는 78억원, 비사용가치는 132억원으로 경제적 총 편익가치를 년

간 210억원으로 추정하였다. 강정길(2010)은 국립공원 설악산의 관광자원 가치를 개방형 질문을 이용하여 측정하였다. 국립공원 설악산에 케이블카 설치를 원하는 지역주민과 케이블카 설치를 반대하는 환경단체의 주장이 대립하는 상황에서 어느 쪽 주장이 경제적 편익가치가 더 큰지에 대해 측정하였다. 연구결과 케이블카를 설치했을 때의 경제적 편익가치는 457억원~520억원에 이르렀으며, 설치하지 않았을 때 경제적가치는 29억원~36억원으로 나타났다. 케이블카를 설치할 경우의 경제적 편익이 설치하지 않았을 경우에 비해 무려 15배 더 큰 것으로 추정되었다.

천동원·임청룡·이순석·최현호(2013)는 축산컨설팅에 참여한 경험이 있는 한우농가를 대상으로 축산컨설팅에 관한 만족도와 소비자 지불의사액을 분석하였다. 지불의사액 유도방법으로 단일양분선택형 설문방법을 이용하였으며, 로지스틱 회귀분석 방법으로 축산 맞춤형 컨설팅의 경제적 가치를 추정하였다. 추정결과 전체 평균은 137,178원, 절단된 평균은 107,048원으로 도출되었다. 만약 전국의 축산농가 중 10%에 대한 컨설팅을 달성하게 된다면, 그 가치는 2,085백만원으로 평가할 수 있다고 주장하였다.

이화춘(2010)은 팔봉산을 방문한 관광객 158명을 대상으로 환경자원의 개발과 보전에 관한 가치의식과 지불의사액 간의 상관관계를 비교·분석하였다. 분석결과, 개발에 대한 지불의사액은 15,000원 선이며, 보전에 대한 지불의사액은 32,000원 선으로 추정하였다. 응답자 중 여성의 지불의사액은 평균 17,710원으로 남성의 14,089원보다 높았으며, 여성과 농어촌지역 출생자 및 거주자가 전체 평균보다 더 높게 나타났다.

유진채·공서기(2001)는 농업의 공익적 가치를 추정하기 위해 청주지역 거주민 360명을 대상으로 설문내용을 분석하였다. 친환경 농업을 통해 생태계를 보전하고 환경오염을 방지하는 등 친환경 농업의 공익적 기능에 대한 지불의사액을 추정하였다. 분석결과, 충북지역 도시거주자의 지불의사액은 연간 약 169억~261억원인 것으로 추정되었다. 유명한·이창무·나강열(2007)은 부천시 여월지구 국민임대주택의 적정 임대료 수준을 측정하기 위해 임대료에 영향을 미치는 요인과 지불의사액을 추정하였다. 지불수단으로는 국민임대주택 임대료를 사용하였으며, 설문 유도방법으로 이중양분선택형질문법을 이용하였

다. 분석결과 평당 전세가격에 대한 지불의사액은 189.90~193.17만원으로 추정되었다. 원제무·고은미·전경수(2000)는 용산-문산 간 경의선 전철에 급행전철을 도입할 경우 발생할 수 있는 교통환경 개선의 경제적 편익을 추정하기 위해 프로빗회귀분석모형을 적용하여 지불의사액을 추정하였다. 분석결과, 이용자 1인당 평균적인 추가 편도요금에 대한 지불의사액은 760.62원으로 추정되었다.

류희경·이두영(2006)은 국내 단행본 원문정보서비스 이용에 대한 경제적 가치를 측정하기 위하여 가상가치평가법의 이중양분선택형질문법을 사용하였다. 분석결과, 대학생 전체에 대한 연간 경제적 총가치의 사용가치는 831.8억원, 비사용가치는 4.8억원으로 분석되었다. 곽승준·유승훈·신승식(2000)은 PC 통신의 네트워크 외부성 및 전송속도에 대한 가치를 양분선택형질문법(폐쇄형질문법)과 프로빗회귀분석모형을 이용하여 통신서비스 이용요금에 대한 평균 지불의사액을 3,461.6원으로 추정하였다. 이는 네트워크 외부성과 전송속도 같은 통신 시장에서도 경제적 가치추정을 위한 방법으로 가상가치평가법에 의한 지불의사액 추정방법이 하나의 분석모델이 될 수 있음을 제시하였다. 박범진·문병섭(2011)은 제주도 내 광고주 120개사를 대상으로 버스 정류소에 설치한 버스 안내 단말기에 민간광고를 게재할 경우의 적정광고료 수준을 산출하기 위해 소비자 지불의사액을 추정하였다. 제주지역 광고주들을 상대로 한 110개 BTI를 통한 평균 지불의사액은 월 256,000원으로 분석하였다. 이처럼 가상가치평가법을 이용한 지불의사액 추정방법은 다양한 분야에서 재화나 서비스 등 측정하기 어려운 재화의 가치를 평가하기 위한 방식으로 그 영역이 넓혀지고 있다.

본 논문에서도 역시 지불의사액을 추정하기 위한 방법으로 가상가치평가법의 이중양분선택형질문법을 활용하여 부동산중개서비스의 가치를 평가하기 위한 연구를 수행하고자 한다. [표 2-5]는 지불의사액 추정에 관한 선행연구 사례를 나타내고 있다.

[표 2-5] 지불의사액 추정에 관한 연구사례

구분	연구자	연구내용	질문유형	분석방법	발행연도
문화관광	김학용	가상가치평가법을 사용하여 문화유산 자원에 대한 경제적 편익추정	단일양분선택, 개방형 질문	로짓, 토빗, 비모수추정	2003
	강정길	국립공원 설악산의 관광자원 가치측정: 케이블카 설치	개방형 질문	다중회귀 분석	2010
컨설팅 서비스	천동원, 임청룡, 이순석, 최현호	축산컨설팅에 대한 만족도 및 지불의사: 한우농가 중심	단일양분선택법	로짓	2013
자연환경	이화춘	환경자원 가치의 개발과 보전에 관한 연구: 팔봉산 관광객 대상	개방형 질문법	교차분석, 분산분석, 상관분석,	2010
공공정책	유진채, 공서기	친환경 농업의 공익적 가치추정	단일양분선택법	로짓	2001
	유명한, 이창무, 나강열,	국민임대주택에 대한 임대료 지불의사액 결정구조분석	이중양분선택형 질문법	로짓	2007
	원제무, 고은미, 전경수	급행 전철도입에 따른 편익추정	단일양분선택법	프로빗	2000
정보서비스, 기타	류희경, 이두영	국립중앙도서관 원문정보서비스 가치추정	이중양분선택법	로짓	2006
	곽승준, 유승훈, 신승식	네트워크 외부성 및 전송속도의 가치추정	단일양분선택형	프로빗	2000
	박범진, 문병섭	대중교통수익 모델 연구: (BIT) 중심	단일양분선택법	로짓	2001

4. 본 연구의 차별점

부동산중개서비스 만족도와 관련된 기존연구들은 서비스 공급자 측면에 초점을 맞춘 연구가 다양하게 진행되고 있다. 즉, 개업공인중개사 측면에서 부동산중개업에 대한 문제점을 해결하기 위한 연구가 주를 이루고 있다. 하지만 서비스 소비자 측면에서 중개서비스 만족도를 중심으로 소비자 지불의사액 크기를 직접 평가한 연구는 찾아보기 어려웠다. 이러한 선행연구와 본 논문의 차별점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 서비스 공급자인 개업공인중개사 측면이 아닌 소비자 측면에서 부동산중개서비스의 가치를 소비자들이 어떻게 인식하고 있는지에 대해 직접적인 설문을 통해 평가한 연구라는 점을 차별점으로 제시한다. 이를 위해, 소비자 행동경제학적 관점을 부동산중개 서비스 연구에 도입하여 소비자의 심리적 요인에 의한 선택행동을 고려하였다.

둘째, 기존의 부동산중개서비스 가치평가에 활용되지 않고 있던 가상가치평가법을 적용함으로써 연구방식의 범위를 확장³⁴⁾하였다는 점이 본 연구의 차별점이다. 이는 부동산중개보수요율과 같이 정부규제나 외부영향을 받는 부동산중개서비스 시장에서도 가상가치평가법에 의한 지불의사액 추정방법이 하나의 분석모델이 될 수 있다는 것을 의미한다.

셋째, 주거용 및 비주거용 부동산의 세부 중개시장에 대한 소비자 지불의사액을 각각 추정하였다. 이로 인해 각 세부시장에 관한 비교·분석도 가능할 것이다.

넷째, 개업공인중개사 인터뷰를 통해 비주거용 부동산 세부 유형별 중개시장에 대한 전문성의 순서를 확인하였다. 또한, 추정된 지불의사액을 이용하여 도출한 법정중개보수근접률의 순서와 개업공인중개사가 인식하고 있는 전문성의 순서가 일치한다는 점을 확인하였다. 즉, 공급자 측면과 소비자 측면을

34) Portney(1994)에 따르면, 공공재 시장이 아니더라도 시장의 공급과 수요에 의해서 가격이 결정되지 않은 경우, 현재의 가격에 대한 소비자들의 효용이 얼마나 되는지 가상가치평가법을 이용하여 추정할 수 있다. 이런 이유로 다양한 영역에서 WTP를 추정하는 방법으로 가격에 대한 효용성을 추정하고 있다. 따라서 부동산중개보수처럼 정부나 외부요인에 의해 가격이 결정되는 경우에는 가상가치평가법에 의한 DBDCQ를 이용하여 현재의 가격에 대한 효용성을 추정할 수 있다(김기령·임병준, 2020a).

동시에 고려하였다는 점을 연구의 차별점으로 제시할 수 있다.

다섯째, 부동산중개서비스 소비자들이 실제로 지불한 중개보수금액과 이중양분선택형질문법을 이용하여 추정된 소비자 지불의사액이 매우 유사하다는 점을 확인하였다. 특히, 소비자의 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 크기 순서가 동일한 점도 확인되었다.³⁵⁾

이렇게 함으로써 법정중개보수와 소비자 지불의사액 간 차이가 있다는 존재성을 확인한 점이 이 논문의 차별점이라고 할 수 있다.

35) 중개보수에 대해 국토연구원의 최수 외(2014)가 분석한 실제 지불금액과 본 연구에서 추정된 소비자 지불의사액을 비교·분석하여 의미 있는 결과를 도출하였다. 자세한 내용은 본 논문의 제4장과 제5장을 참조하기 바란다.

제 3 장 연구모형 및 WTP 설계

제 1 절 연구모형 및 가설의 설정

1. 가설의 설정

위에서 살펴본 바와 같이 본 연구는 소비자의 심리적 요인인 만족도를 중심으로 지불의사액을 추정하여 부동산중개서비스의 가치를 법정중개보수상한액과 비교·분석하고자 한다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1) 소비자 만족도는 지불의사액에 유의미한 영향을 미친다.

가설 2) 추정된 지불의사액과 현행 법정중개보수 간에 차이가 존재한다.

가설 3) 비주거용 부동산의 세부 유형별로 개업공인중개사들에게 요구되는 전문성은 다르다.

2. 연구모형 설계

본 연구는 부동산중개서비스에 대한 경제적 가치를 서비스 공급자 측면이 아닌 소비자 측면에서 측정하고자 한다. 즉, 부동산유형별 중개시장에서 세부 유형별로 소비자들이 인식하는 부동산중개서비스의 가치를 평가하고자 한다. 이를 바탕으로, 현행 공인중개사법에 따라 일률적으로 적용되고 있는 법정중개보수와 소비자 지불의사액의 비교연구를 통해 부동산중개서비스에 대한 시사점을 제시하고자 한다. 설정된 가설을 바탕으로 연구모형에 대한 단계별 고려사항을 다음과 같이 구성하였다.

먼저, 본 연구는 최근 10년 이내 부동산을 거래한 경험이 있는 응답자를 대상으로 부동산중개서비스 만족도에 대한 지불의사액을 도출한다. 부동산중개서비스에 대한 지불의사액에 영향을 미칠 수 있는 변수로는 개인별 특성 변수와 중개보수에 대한 인식 및 태도 변수 등을 이용한다. 개인별 특성 변수로는 연령, 성별, 소득, 학력 등 인구통계학적 변수를 이용하였다. 부동산중개

서비스에 대한 소비자의 인식 및 태도 변수로는 부동산중개보수에 대한 인식과 부동산거래 경험, 중개서비스 만족도, 친구·동료 추천의향, 구매목적 달성도, 중개보수요율 만족도를 이용한다.

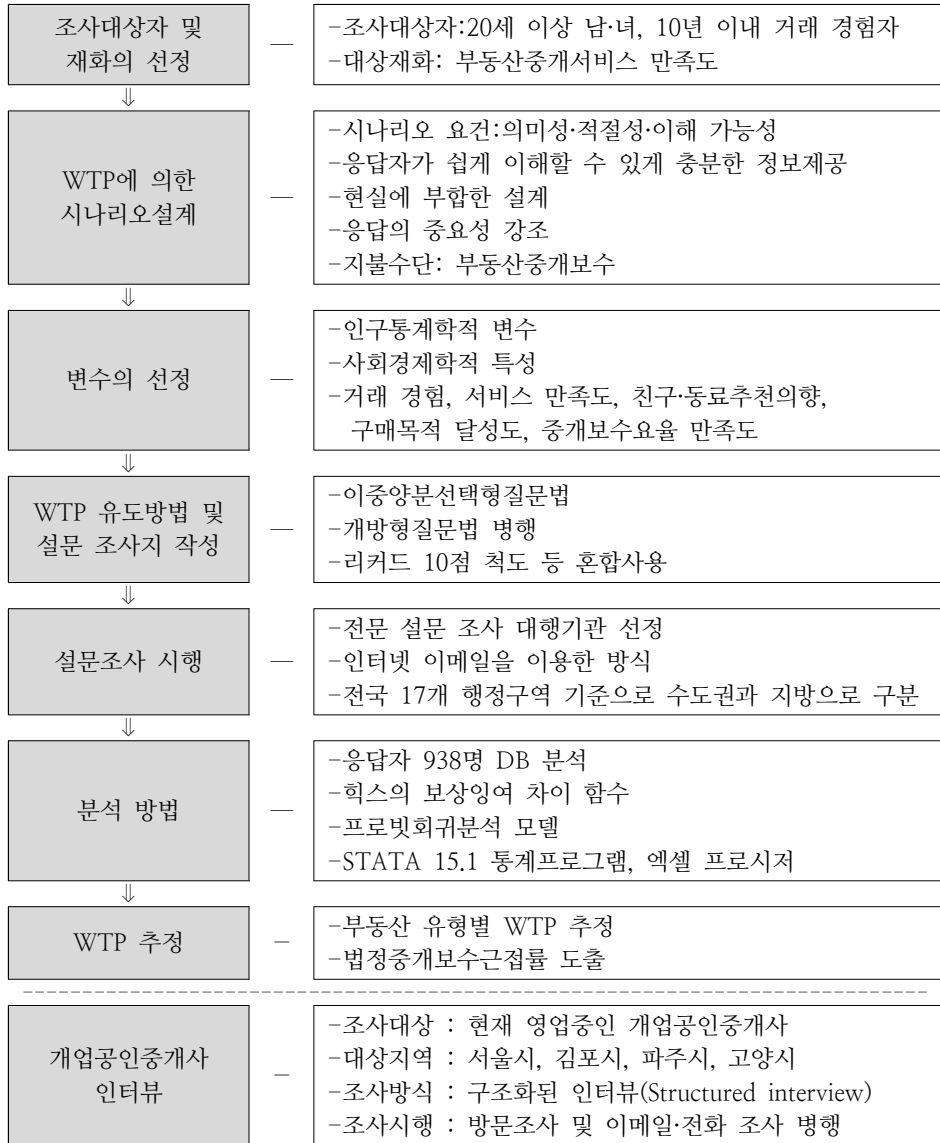
둘째, 본 연구는 조사대상 부동산을 중개대상물의 유형인 주거용 부동산 및 비주거용 부동산으로 세분한다. 부동산 거래유형은 매매와 임대차로 구분하여 조사·분석한다. 즉, 주거용 부동산은 주택유형별로 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구주택, 주거용 오피스텔로 구분하고, 비주거용 부동산은 토지부동산(토지), 상업용 오피스텔(사무실), 상가용 부동산(상가)으로 구분하여 대상부동산의 유형을 총 7개로 세분한다.

셋째, 본 연구의 조사대상 지역은 수도권(서울·경기·인천) 및 지방(광주·부산·대구·울산·강원·대전·충남·충북·경남·경북·전남·전북·제주·세종)으로 구분하였다. 수집된 DB를 바탕으로 법정중개보수와 소비자 지불의사액 간의 차이를 계산하고 두 지역 간의 차이점을 비교·분석한다.

넷째, 본 연구는 비주거용 부동산인 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대해 유형별로 인터뷰를 시행한다. 이를 위해, 구조화된 설문지로 서울시, 김포시, 고양시, 파주시에서 현재 영업을 하고 있는 개업공인중개사를 대상으로 인터뷰 조사를 진행한다.³⁶⁾ [그림 3-1]은 가상가치평가법에 따른 실증적 연구모형을 나타내고 있다.

36) 유형별 중개시장의 차별성을 확인하기 위해 개업공인중개사를 대상으로 인터뷰를 진행하였으나, 소수의 조사대상자와 조사지역이 일부 지역으로 한정되었다. 따라서, 조사결과를 전체 부동산중개시장으로 일반화하기에는 해석상의 주의가 요구된다.

[그림 3-1] 가상가치평가법에 따른 실증적 연구모형



3. 지불의사액 추정을 위한 설문의 설계

연구목적 달성을 위해 가설을 설정하고 설계단계별 고려사항을 구성하였다. 각 조사단계별로 조사대상자와 재화의 선정, 시나리오 설정, 지불수단 선택, 지불의사액 유도방법, 제시금액 등을 충분히 고려하여 연구를 수행한다.

1) 조사대상자와 재화의 선정

조사설계를 위해서는 먼저 조사대상자와 대상 재화를 확정하여야 한다. 본 연구에서는 부동산중개서비스를 대상 재화로 채택하고, 부동산중개서비스 소비자들을 조사대상자로 선정했다. 이번 연구의 주된 목적은 소비자들이 인식하고 있는 부동산중개서비스의 가치를 평가하는 것이므로 부동산중개서비스에 대한 만족도를 중심으로 연구하였다. 이때 부동산중개서비스 만족도는 개업공인중개사의 전반적 서비스에 대한 소비자 만족도, 중개보수요율에 대한 만족도, 구매목적 달성도, 친구·동료 추천의향 등을 포괄한다. 이는 앞서 Homburg 등(2005)이 실망이론에서 설명하였듯이 소비자의 감정(심리적 요인)에 의한 서비스 만족도이 실제 지불의사액에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 일반적으로 소비자들은 부동산을 거래할 때 공인중개사 사무소를 이용하고 있으며, 부동산중개 거래가 완료되는 시점(중개서비스에 대한 소비자의 감정적 평가가 종결된 상태)에 중개보수를 지불하고 있다는 점을 반영하였다. 조사대상자는 최근 10년 이내 부동산거래 경험이 있는 소비자로 하였다. 이는 부동산거래 경험이 없는 응답자의 응답보다, 경험이 있는 사람들의 응답이 좀 더 현실성이 있고 연구 목적에 부합할 것으로 판단되기 때문이다.

2) 시나리오 설정

가상가치평가법은 조사대상 재화가 마치 시장에서 실제로 거래되는 것처럼 가상의 상황을 설정하고, 이 가상 상황하에서 참여자를 대상으로 지불의사액을 직접 유도함으로써 보상잉여를 측정하는 연구방법이다. 본 연구에서는 중개서비스가 실제 거래되는 일반 재화인 것처럼 가상상황을 설정했다. 가상가치평가법은 경제적 가치측정 방법으로서 많은 장점이 있기는 하지만, 반면에 가상적 상황설정으로 인한 가설적 편의가 발생할 수도 있다. 따라서, 가상 시나리오를 적용하기 위해서는 이해의 가능성, 적절성, 의미성 등 3가지 기준을 충족시키고 신뢰성을 높이며 응답자에게 응답 동기를 부여함으로써 편의(bias) 발생 가능성을 최소화하여야 한다(Mitchell & Carson, 1989).

Rowe & Chestnet(1982)는 가상가치평가법을 적용할 때 좋은 시나리오 설정을 위해서 다음과 같은 요건을 충족해야 한다고 하였다. 첫째, 정보를 충분히 제공하여 응답자가 설문문의 내용을 분명하게 이해할 수 있어야 한다. 둘째, 기존의 행위방식과 법 제도에 부합하고 현실적이어야 한다. 셋째, 모든 응답자에게 똑같이 적용되어 설문상황과 응답이 신뢰할 수 있을 뿐만 아니라 응답자들이 중요하다고 느낄 수 있도록 하는 것이 바람직하다고 제안하였다. 따라서, 본 연구에서는 이러한 요건을 충족할 수 있도록 시나리오를 설계할 때 특별히 유의하였다. 이를 위해, 현행 공인중개사법의 규정과 실제 상황을 먼저 제시하였고, 다음으로 가상적 상황을 제시하여 응답자가 자연스럽게 질문에 응답할 수 있도록 하였다.

3) 지불수단 선택

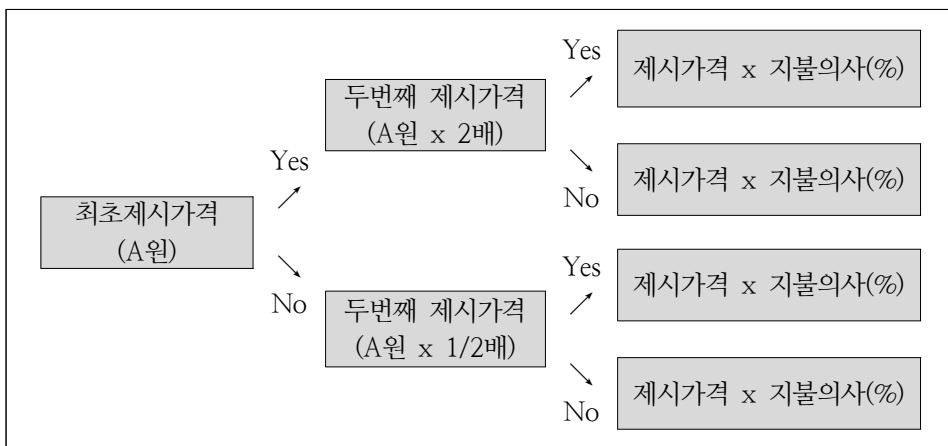
지불의사액을 추정하기 위해 가상상황을 설정하는데 중요한 것은 응답자가 표명하고자 하는 지불의사액을 자연스럽게 밝힐 수 있도록 실제 상황과 밀접한 지불수단을 제시하여야 한다. 누구나 이해할 수 있는 현실감 넘치는 가상상황을 설정하고 응답자가 진정한 가치를 표명할 수 있도록 현실성 있는 지불수단을 선택하여야 한다. 본 연구에서는 부동산중개서비스 만족도에 대해 현행 부동산중개시장에서 일반적으로 통용되고 있는 ‘중개보수’를 지불수단으로 채택하였다. 이는 현행 공인중개사법에서 중개서비스에 대한 법정중개보수 요율제가 시행되고 있고, 실제 부동산중개시장에서 보편적으로 “중개수수료”라는 호칭으로 통용³⁷⁾되고 있어 현실성이 있으며, 응답자가 이해하기 쉽기 때문에 중개보수를 사용하였다. 또한, Mitchell & Carson(1989)이 지불수단 선택기준으로 제시하였듯이 응답자들이 이해하기 쉬우며, 의미성과 적절성 등에 잘 부합한다고 판단하였다.

37) 이러한 이유로 설문 조사를 위한 설문지에는 ‘중개수수료’라는 용어를 사용하였으나 본 논문에서는 ‘중개보수’로 기술하였다.

4) 지불의사액 유도방법

본 연구에서는 지불의사액 유도방법으로 가상가치평가법의 이중양분선택형질문법을 이용하였다. 이중양분선택형질문법에서 조사대상자는 제시된 금액에 대해 Yes/No만을 선택하면 된다. 따라서 응답자가 응답하기 쉬우므로 응답률이 높고, 다른 질문법에 비해 출발점 편이나 설문조사원의 편익에 의한 영향이 상대적으로 적다. 따라서 비합리적 지불의사액을 표명할 가능성이 작으며 응답자의 전략적 행위를 줄일 수 있다. 또한, 설문지 하나로 두 개의 응답을 얻을 수 있으므로 통계적 효율성을 증진시킨다는 장점도 있다. 이 질문법은 최초로 제시한 금액에 대해 응답자가 "Yes"라는 응답을 밝히면 두 번째 질문에서 기존 금액의 약 2배 정도의 금액을 다시 제시하여 지불의사액을 확인하고, 최초의 질문에 "No"라는 응답을 밝히면 두 번째 질문에서는 최초 제시금액의 약 1/2의 낮은 금액을 제시하여 지불의사액을 확인하는 방식이다. 아울러, 개방형 질문을 추가로 구성하여 최고 지불의사액을 기재할 수 있도록 설문 조사를 진행하기도 한다. 이러한 장점 때문에 본 연구에서는 이중양분선택형질문법과 개방형질문법을 혼용하여 설문에 이용하였다.³⁸⁾ [그림 3-2]는 이중양분선택형질문법에 의한 지불의사액 유도과정을 나타내고 있다.

[그림3-2] 이중양분선택형질문법에 의한 지불의사액 유도과정



38) 이중양분선택형질문법과 개방형질문법을 혼용하여 설문하였으나, 개방형질문법에 따른 응답은 분석에 이용하지 않았다.

5) 제시가격 설계

이중양분선택형질문법을 통한 지불의사액 추정을 보다 정교하게 하기 위해서는 최초 제시가격이 다양해야 한다. 예를 들어, 6억원 상당의 아파트를 매매하는 경우, 중개보수는 법정중개보수상한율인 0.5%를 적용하여 통상적으로 300만원이 책정된다. 그러나, 300만원을 기준으로 반값인 150만원과 두 배 값인 600만원을 양분 선택하도록 하면, 3가지 가격에 대해 응답하게 되므로 지불의사액을 추정하기에 가격 종류가 다양하지 못하게 된다. 따라서 [표 3-1]에서 보는 바와 같이 설문지의 유형을 [가], [나], [다] 형으로 세분화하여, 각 부동산중개서비스에 대해 기준가보다 0.1% 높거나 0.1% 낮은 가격을 최초 금액으로 구성하여 소비자가 선택할 수 있는 가격을 다양화하였다. 응답자들에게는 무작위 선택법을 통해 [가], [나], [다] 형의 설문지 중 하나가 주어졌다. 결과적으로 세 가지 유형의 설문과 이중양분선택형질문법의 조합을 통해, 아파트매매의 경우, 9가지의 가격(120만원, 150만원, 180만원, 240만원, 300만원, 360만원, 480만원, 600만원, 720만원)이 제시되어 이중양분선택형질문(Yes/No)의 결과를 얻을 수 있다. 이와 같은 방법으로 유형별 부동산에 대한 매매와 임대차에 대해 각각 9가지 제시가격을 적용하여 이중양분선택형질문(DBDCQ)에 대한 응답을 유도하는 경우, 확률형 모형을 사용하여 응답자들의 지불의사액을 추정할 수 있다. [표 3-1]은 DBDCQ에 의한 다양한 제시가격을 나타내고 있다.

[표 3-1] DBDCQ의 다양한 제시가격: 6억원 아파트 매매사례

구 분	[가] 설문지	[나] 설문지	[다] 설문지
1차 제시가격	0.5% (300만원)	0.4% (240만원)	0.6% (360만원)
2차 제시가격 (Yes)	1.0% (600만원)	0.8% (480만원)	1.2% (720만원)
2차 제시가격 (No)	0.25% (150만원)	0.2% (120만원)	0.3% (180만원)

다음 [표 3-2]는 주거용 부동산에 대한 유형별 제시가격을 나타낸 것이다.

[표 3-2] 주거용 부동산의 유형별 제시가격

구분	아파트 매매 (6억)	아파트 임대 (3억)	단독· 다가구 매매(6억)	단독· 다가구 임대(3억)	빌라· 연립 매매 (3억)	빌라· 연립 임대 (2억)	주거용 오피스텔 매매(2억)	주거용 오피스텔 임대 (1.5억)
법정요율	0.5%	0.4%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.5%	0.4%
제시 금액	120	60	120	45	300	160	240	150
	150	75	150	60	240	120	200	120
	180	90	180	75	180	80	160	90
	240	120	240	90	150	80	120	75
	300	150	300	120	120	60	100	60
	360	180	360	150	90	40	80	45
	480	240	480	180	75	40	60	37.5
	600	300	600	240	60	30	50	30
	720	450	720	300	45	20	40	22.5

다음 [표 3-3]은 비주거용 부동산에 대한 유형별 제시가격을 나타낸 것이다.

[표 3-3] 비주거용 부동산의 유형별 제시가격

구분	토지거래 가액 (5억)	상가거래 가액 (4억)	사무용 오피스텔 거래 가액(4억)
법정요율	0.9%	0.9%	0.9%
제시 금액	200	160	160
	225	180	180
	250	200	200
	400	320	320
	450	360	360
	500	400	400
	800	640	640
	900	720	720
	1,000	800	800

제 2 절 변수에 따른 설문지 구성

1. 설문 조사대상 및 조사방식

본 연구의 설문 조사 기간은 2019년 6월 17일부터 2019년 6월 21일까지 하였다. 설문 조사는 전문조사기관을 통해 구조화한 설문지를 이용하여 진행

하였다. 조사대상자는 20세 이상 성인 남녀로서 최근 10년 이내 부동산을 거래한 경험이 있는 응답자로 선정하였다. 표본추출 대상 지역은 전국 17개 행정구역으로 하였다. 조사결과 수집된 자료는 수도권과 지방으로 구분³⁹⁾하여 분석하였다. [표 3-4]는 본 연구에서 사용한 설문 조사대상과 조사방식에 대한 내용을 나타내고 있다.

[표 3-4] 설문 조사대상 및 조사방식

항 목	설 문 조 사
1. 조사기간	2019년 6월 17일 ~ 2019년 6월 21일
2. 조사방법	전문 설문 조사기관, 인터넷 이메일 조사, ⁴⁰⁾ 무작위 추출 방식
3. 설문방법	이중양분선택형질문법
4. 지불수단	부동산중개보수
5. 조사대상	20세 이상 남녀, 최근 10년 사이 부동산 매매·임대거래 유경험자
6. 표본추출	수도권, 지방 등 전국 17개 행정구역 기준
7. 평가대상	중개서비스 만족도 및 지불의사액

2. 설문의 구성

1) 설문지의 구성

설문지는 총 5개 부분으로 구성되어 있다. 먼저, 설문지의 첫 번째 부분은 조사를 위한 설문의 도입부로서 응답 대상자들의 적격성 여부를 확인하기 위한 부분이다.

두 번째 부분은 조사대상자 적격성 확인에 대한 강화 질문으로 거래 경험 횟수에 대한 질문으로 구성하였다.

세 번째 부분은 종속변수인 지불의사액을 유도하기 위한 질문으로 구성하였다. 이 부분은 가상시나리오를 제시하는 단계로, 일정한 금액을 제시하고

39) 표본추출 대상 지역은 ①수도권-서울, 경기, 인천과 ②지방-부산, 광주, 대구, 대전, 울산, 강원, 경북, 경남, 충북, 충남, 전북, 전남, 제주, 세종시를 대상으로 조사하였다.

40) 전문 설문조사 기관인 (주)마크로밀 엠브레인이 무작위로 사람들에게 이메일을 발송하여 그 중 모든 설문에 응답한 결과들만 연구에 사용하였다.

응답자가 제시된 지불의사액에 대한 수용 여부(Yes/No)를 선택하도록 하였다. 이때 가상가치평가법의 이중양분선택형질문법을 활용하였고, 부동산유형별로 구분한 총 63개 문항으로 구성하였다.

네 번째 부분은 종속변수인 지불의사액에 직접적인 영향을 미치는 설명변수들로, 리커드 10점 척도를 적용하여 구성하였다. 이 부분은 본 설문지의 핵심적인 부분이라고 할 수 있으며, 중개서비스 만족도, 중개보수요율 만족도, 친구·동료 추천의향, 방문목적 달성도 등에 대한 설문으로 구성되었다.

마지막 다섯 번째 부분은 사회경제적 특성 및 인구통계학적 특성에 대해 질문하는 것으로 구성되었다.

2) 설문지 내용

이번 장에서는 구체적인 설문지 내용에 대해 설명하고자 한다. 본 연구는 서비스 만족도에 의한 소비자의 지불의사액을 추정하는 것이다. 따라서, 지불의사액에 영향을 미칠 수 있는 설명변수들을 중심으로 설명하고자 한다. 설문지의 문항 수는 총 86개로 구성하였으나 지불의사액을 추정하는 데 모두 사용된 것은 아니며, 선별적으로 사용되었다. 또한 설문 내용에 따라 리커드(Likert) 10점 척도 등 다양한 척도를 사용하였다. 본 연구에 적용된 설문지 구성내용을 요약하면 다음과 같다.⁴¹⁾

첫째, 본 논문은 부동산거래 경험이 있는 사람들이 조사대상이므로 응답자의 적격성 확인을 위한 질문을 하였다.

질문: 귀하께서는 최근 10년 이내 부동산을 거래해보신 경험이 있습니까?
(부동산의 종류, 거래유형(매매·임대차), 금액 등의 크기에 상관없음)

둘째, 조사대상자의 확인한 적격성에 대해 재확인하기 위해 거래횟수를 질문하였다.

질문: 귀하께서는 부동산 중개업소를 이용해서 부동산거래를 경험하신 횟수는 얼마나 되십니까?

셋째, 가상시나리오를 제시하여 본 연구의 종속변수인 지불의사액을 유도

41) 현행 우리나라 중개보수요율체계가 갖고 있는 구간별 요율 급등 현상이 지불의사액에 얼마나 영향을 미치는지는 본 연구에서 검토하지 않았다.

하기 위한 설문을 구성하였다. 지불의사액 추정을 위한 이중양분선택형질문법은 무작위로 제시된 금액에 대해 응답자가 표명한 가부만으로 자료를 획득한다. 이를 확률모형으로 전환하여 지불의사액 함수를 도출한 후, 효용이론에 접목하여 소비자의 후생변화를 측정하는 방법이다(Hanemann, 1984). 이때 후생변화의 측정은 Hicks가 제안한 보상잉여를 기준으로 수행한다. 이러한 이중양분선택형질문법은 제시금액에 대한 응답을 확률모형으로 전환할 수 있도록 해주는 질문법이다. 이를 확률모형으로 끌어내기 위해 응답자들이 Yes/No로만 대답할 수 있도록 구성하여 양분화(Dichotomous)하는 것이다.

예를 들어 [표 3-5]에서 보는 바와 같이, 이중양분선택형질문법은 재화나 서비스에 대한 제시금액에 대해 두 번에 걸쳐 지불의사액을 도출해 낸다. 이때 연구자는 첫 번째 질문[질문 1]에서 기준이 되는 최초 금액(P1, 300만원)을 제시한다. 응답자는 첫 번째 제시된 가격에 대해 지불할 것인지(Yes) 또는 지불하지 않을 것인지(No) 응답하게 된다. 그리고 응답 결과에 따라 두 번째 질문에 응답하도록 유도된다. 첫 번째 질문에서, 지불하겠다(Yes)고 대답한 응답자에게는 두 번째 질문[질문 2]에서 최초 제시금액의 2배인 (P2, 600만원)을 제시하여 다시 한번 지불의사를 질문한다. 이때 응답자는 두 번째로 제시된 금액에 대해 지불할 것인지(Yes) 또는 지불하지 않을 것인지(No)를 응답하면 된다. 반면에 첫 번째 제시된 금액에 대해 지불하지 않겠다(No)고 응답한 응답자에게는 두 번째 질문[질문 3]으로서, 최초 제시금액의 1/2배인 (P3, 150만원)을 제시하고 지불의사액을 한 번 더 질문한다. 이때 응답자는 두 번째로 제시된 금액에 대해 지불할 것인지(Yes) 또는 지불하지 않을 것인지(No)를 응답하면 된다.

이렇게 이중양분선택형질문법은 하나의 설문지를 이용하여 두 번에 걸친 질문을 하고 재화나 서비스에 대한 차별화된 금액(P1, P2, P3)을 제시함으로써 응답자가 지불의사액을 양분선택(Yes/No)하도록 유도하는 질문방법이다. 이렇게 양분선택형질문으로 얻어진 응답은 각각의 차별화된 지불의사액(P1, P2, P3)으로써 확률변수(%)로 측정할 수 있다.

이와 같은 방식으로 부동산유형별로 아파트매매·임대차, 단독·다가구주택매매·임대차, 빌라·연립매매·임대차, 사무용 오피스텔(사무실)매매·임대차, 토지부

동산(토지)매매·임대차, 상업용 부동산(상가)매매·임대차 등에 대해 설문을 구성하였다. [표 3-5]는 이중양분선택형질문법(DBDCQ)을 이용한 아파트매매에 대한 설문의 구성을 나타내고 있다.

[표 3-5] 이중양분선택형질문법을 이용한 아파트매매 설문의 구성

[질문 1] 만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 아파트매매 가액이 6억원이면 매매가액의 0.5%인 300만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까?	
① 있다 → 2번 문항으로	② 없다 → 3번 문항으로
[질문 2] 그렇다면 1번에서 제시한 금액의 2배인 1%(600만원)를 중개보수로 지불할 의사가 습니까?	
① 있다 → 5번 문항으로	② 없다 → 5번 문항으로
[질문 3] 그렇다면 1번에서 제시한 금액의 1/2인 0.25%(150만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?	
① 있다 → 5번 문항으로	② 없다 → 4번 문항으로

넷째, 종속변수인 지불의사액에 영향을 미치는 설명변수 가운데 부동산중개서비스 만족도에 대한 설문을 구성하였다. 설문조사 참여자들의 응답을 자연스럽게 유도하기 위해 이해하기 쉬운 용어를 사용하였으며, 질문의 의도가 충분히 전달될 수 있는 문장으로 설문을 구성하였다. 부동산중개서비스 만족도에 관한 질문은 다음과 같이 네 가지 지문으로 구성하였다. “[질문 1] 귀하가 거래하신 공인중개사의 전반적인 서비스에 만족하십니까? [질문 2] 귀하가 거래하신 중개업소를 친구나 동료에게 추천하시겠습니까? [질문 3] 중개업소 방문상담이 귀하의 방문목적을 달성하는 데 도움이 되었습니까? [질문 4] 부동산거래 후 귀하가 지불하신 중개보수에 만족하십니까?” 등의 지문으로 구성하였다. 설문의 척도는 사회과학분야의 만족도 조사 연구분야에서 많이 사용되고 있는 리커드 척도⁴²⁾를 이용하였으며, 연구의 통일성을 고려하여 1점에서 10점으로 재구성하여 사용하였다. [표 3-6]은 부동산중개서비스 만족도에 대한 설문의 구성을 나타내고 있다.

42) Evert de Haan, Peter C. Verhof, Thorsten Wiesel. (2015). “The Predictive Ability of Different Customer Feedback Metrics for Retention”. International Journal of Research in marketing 32. pp.195-206.

[표 3-6] 부동산중개서비스 만족도에 대한 설문지 구성

[질문 1] 귀하가 거래하신 공인중개사의 전반적인 서비스에 만족하십니까?										
전혀 만족하지 않는다.				보통이다					매우 만족한다.	
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
[질문 2] 귀하가 거래하신 중개업소를 친구 혹은 동료들에게 추천하시겠습니까?										
전혀 아니다				보통이다					매우 그렇다.	
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
[질문 3] 중개업소 방문상담이 귀하의 방문목적에 이루는 데 도움이 되었습니까?										
전혀 아니다				보통이다					매우 그렇다.	
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
[질문 4] 부동산거래 후 귀하가 지불하신 중개보수에 만족하십니까?										
전혀 만족하지 않는다.				보통이다					매우 만족한다.	
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	

마지막으로 지불의사액을 추정하기 위한 변수로 활용하기 위해 응답자의 인구통계학적 특징 및 사회경제적 특성에 대해 질문하였다. [표 3-7]은 설문지 구성에 관한 내용을 나타내고 있다.⁴³⁾

[표 3-7] 설문 구성내용 요약

구 분	설 문 내 용	척 도
응답자의 부동산 거래 경험	최근 10년 동안 부동산거래 경험 여부	있다/없다
	아파트매매·임대차 거래 경험횟수	있다/없다
	빌라·연립매매·임대차 거래 경험횟수	
	단독·다가구매매·임대차 거래 경험횟수	
	주거용 오피스텔매매·임대차 거래 경험횟수	
	토지 매매·임대차 거래 경험횟수	
	상업용 상가매매·임대차 거래 경험횟수	있다/없다 이중양분 선택형
	사무용 오피스텔매매·임대차 거래 경험횟수	
부동산중개에 대한 WTP	부동산중개서비스에 만족한다면, 아파트매매가액이 6억원 일 때 매매가액의 0.5%인 300만원을 중개보수로 지불할 의향 여부	있다/없다 이중양분 선택형
	매매가액의 1%인 600만원을 지불할 의향 여부	
	매매가액의 0.25%인 150만원을 지불 의향 여부	

43) 설문지 구성에 대한 상세한 내용은 부록 “1. 설문 조사지 구성내용”을 참조하기 바란다.

부동산중개 서비스에 대한 만족도 점검	거래한 공인중개사의 전반적인 서비스에 대한 만족도	10점 척도
	부동산중개업소에 대해 친구·동료에게 추천할 의향	
	중개업소 방문목적 달성도	
	거래 후 지불한 중개보수에 대한 만족도	
인구통계학적 특성 및 사회 경제적 특성	해당 항목에 대한 각각의 질문	명목 척도
	성별, 거주지	명목 척도
	연령, 학력, 직업, 소득, 거주지	

3. 인터뷰 조사대상 및 조사방식

인터뷰 조사는 구조화된 설문지를 바탕으로 직접방문 조사 및 이메일과 전화를 이용한 방식을 혼합하여 진행하였다. 응답자로부터 충분한 의견을 청취하기 위해 형식에 구애받지 않고 본인의 생각을 자유롭게 서술할 수 있도록 진행하였다. 조사대상 지역은 서울시, 김포시, 파주시, 고양시로 하였다. 조사대상자는 현재 부동산중개업을 하고 있는 개업공인중개사를 대상으로 조사를 진행하였다. [표 3-8]은 인터뷰 조사대상 및 조사방식을 나타내고 있다.

[표 3-8] 인터뷰 조사대상 및 조사방식

항 목	조사대상 및 조사방식
1. 조사기간	2020년 6월 5일 ~ 2020년 6월 18일
2. 조사방법	① 직접방문 조사 ② 이메일 및 전화 조사
3. 조사지역	서울시, 김포시, 파주시, 고양시
4. 조사대상	현재 개업공인중개사
5. 인터뷰방법	서술식

4. 인터뷰 설문지의 구성

개업공인중개사 인터뷰의 주된 목적 중의 하나는 비주거용 부동산중개시장에서 세부 유형별로 차별화된 특성이 있는지에 대해 조사분석 하는 것이다. 따라서, 설문지는 구조화된 인터뷰방식으로 응답자가 최대한 자유롭게 많은 내용을 응답할 수 있도록 구성하였다. 인터뷰 설문지의 경우 다른 조사방식과

비교하여 응답자를 확보하는 데 어려움이 있을 수 있으며, 조사 시간도 비교적 많이 소요되는 단점도 있지만, 응답자가 자유롭게 표명한 의사를 충분히 고려할 수 있는 장점도 있다. 이번 연구에서는 직접 방문하여 면접하는 방식과 전화와 이메일 조사를 혼합하여 진행하였다. 이때 연구자의 의도를 보다 정확하게 전달하고, 응답자의 답변을 더 자세히 확보하기 위해 한 번 더 추가 질문을 하였다. 추가 질문에 대한 답변은 중복표시가 가능하도록 구성하였다.⁴⁴⁾ [표 3-9]는 이상의 인터뷰 조사를 위한 설문지 구성내용을 나타내고 있다.

[표 3-9] 인터뷰 설문지의 구성

[질문 1] 공업용 부동산(공장)을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 기술해 주십시오.

[추가 질문] 공장을 중개하면서 토지, 상가, 사무용 오피스텔과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복표시 가능)

[질문 2] 토지중개 시 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.

[추가 질문] 토지를 중개하면서 공장, 상가용 부동산, 사무용 오피스텔과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복표시 가능)

[질문 3] 상업용 부동산(상가)을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.

[추가 질문] 상가를 중개하면서 공장, 토지, 사무용 오피스텔과 비교해서 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복표시 가능)

[질문 4] 사무용 오피스텔(사무실)을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.

[추가 질문] 사무용 오피스텔을 중개하면서 공장, 토지, 상가와 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복표시 가능)

[질문 5] 부동산중개 시 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 중개업무가 ‘차별화된 중개영역(특성상 차이가 있는 중개 시장)’이라고 생각하십니까? (√표 해주십시오)

① 중개물건 특성상 서로 차이가 있는 중개업 시장이다 ()

② 중개물건의 특성상 서로 차이가 없는 중개업 시장이다 ()

[추가 질문] 위 질문 5의 응답에 대한 귀하의 견해를 몇 줄 적어주십시오.

44) 김기령·임병준(2020b)은 개업공인중개사 인터뷰를 통해 비주거용 부동산 중개시장에서 공급자가 인식하는 전문성의 순서와 소비자 지불의사액 크기의 순서가 같다는 결과를 도출한 바 있다.

제 3 절 자료의 수집 및 분석방법

1. 이중양분선택형질문법에 의한 자료의 수집

소비자 지불의사액을 추정하기 위한 자료의 수집은 설문조사 대행기관에 의뢰하였다. 모집단은 최근 10년 동안 부동산을 거래한 경험이 있는 20세 이상 남녀를 대상으로 하였으며, 전국 17개 행정구역을 대상으로 진행하였다. 유효응답자 총 938명의 답변이 수집되었으며, 수도권에서 620명(66.10%), 지방에서 318명(33.90%)이 수집되었다. [표 3-10]은 이중양분선택형질문법의 설문방식에 따라 응답한 응답자 수를 수도권과 지방으로 구분하여 나타내고 있다.

[표 3-10] 수도권 및 지방의 응답자 집계결과

지역	응답자 수	비율(%)
수도권 ⁴⁵⁾	620	66.1
지방 ⁴⁶⁾	318	33.9
합계	938	100

2. 개업공인중개사 인터뷰 및 자료의 수집

비주거용 부동산 세부 유형별 중개시장의 차이점을 조사하기 위해 개업공인중개사를 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 응답자의 평균연령은 45.48세로 나타났으며⁴⁷⁾ 성별은 여성 8명, 남성 23명으로 나타났다. 조사방식은 직접방문 조사와 이메일과 전화를 이용한 혼합방식으로 진행하였고, 지역별로는 서울시, 김포시, 고양시, 파주시에서 부동산중개업을 하고 있는 개업공인중개사를 대상으로 진행하였다. 그 결과 개업공인중개사 총 31명의 유효 답변이 수

45) 수도권은 서울·경기·인천을 포함하여 적용하였다.

46) 지방은 부산, 광주, 대구, 대전, 울산, 강원, 경북, 경남, 충북, 충남, 전북, 전남, 제주, 세종시를 포함하여 적용하였다.

47) 인터뷰 응답자 연령대는 30대: 4명, 40대: 10명, 50대: 13명, 60대: 4명이 응답하였다.

집되었다. 응답자들은 모두 공인중개사 자격증을 취득한 개업공인중개사로서 평균 개업경력은 7.16년으로 나타났다.⁴⁸⁾

3. 분석방법

연구의 분석을 위한 종속변수인 지불의사액(WTP)을 유도하는 설문방법은 가상가치평가법에서 많이 이용하는 이중양분선택형질문법을 활용하였으며, 소비자 지불의사액을 추정하기 위한 계량분석모형은 프로빗회귀분석모형(Probit Regression Analysis Model)을 이용하였다. 이를 바탕으로 소비자 지불의사액 및 소비자들이 인식하고 있는 부동산중개서비스의 가치를 평가하였다.⁴⁹⁾

부동산중개서비스 만족도 측정을 위한 방식에는 리커드 척도를 활용하였으며, 연구의 통일성을 위해 10점 척도로 구성된 4개의 질문을 채택하였다.

먼저, 공인중개사의 전반적인 중개서비스에 대해 만족하였는지 질문한다.

두 번째로, 소비자가 거래한 부동산중개사무소를 친구·동료에게 추천할 것 인지에 대해 질문한다.

세 번째로, 공인중개사무소를 방문하였을 때 당초의 방문목적이 달성되었는지에 대해 질문한다.

네 번째로, 중개가 완료되었을 때 지급한 중개보수가 만족스러웠는지에 대해 질문한다. 이렇게 수집된 자료는 STATA 15.1 통계프로그램과 엑셀 프로 시저를 이용하여 통계 처리하였다.

본 연구에서는 부동산중개서비스 만족도에 대한 중개보수 지불의사액을 측정변수로 사용하고자 한다. 따라서, 먼저 크론바알파계수를 이용하여 측정 도구에 대한 신뢰성분석을 하였다. 그리고 연구개념에 대한 구성타당성을 검증하기 위하여 탐색적요인분석과 확인적요인분석을 시행하였는데, 검증결과

48) 응답한 개업공인중개사들의 평균경력은 7.16년으로 조사되었다. ①2년 이상 5년 미만 경력자는 7명 ②5년 이상 7년 미만 경력자는 5명 ③7년 이상 10년 미만 경력자는 9명 ④10년 이상 15년 미만 경력자는 6명 ⑤15년 이상 경력자는 4명으로 나타났다.

49) 본 연구에서는 소비자의 심리적 요인을 강조하고 있으며, 이중양분선택형으로 질문을 하여 지불의사액을 추정하기 위해 (β) 값을 구하는 공식(식6)이 프로빗모델과 수식적으로 가장 잘 맞는다고 판단하여 프로빗회귀분석모형을 사용하였다. 그러나 확률을 구하기 때문에 로짓모형을 적용하는 것도 의미 있는 결과가 도출될 것으로 사료된다.

연구모형이 적합하다는 결론이 도출되었다. 한편, 비주거용 부동산중개시장에 대한 개업공인중개사 인터뷰는 구조화된 인터뷰법(Structured interview)⁵⁰⁾으로 진행되었고, 그 결과를 바탕으로 내용을 분석하였다. 이에 관한 내용은 제 4장에 상세히 서술되어 있다.

제 4 절 지불의사액 추정방법

본 연구에 적용한 가상가치평가법은 가상의 시장에서 특정한 재화 및 서비스를 소비할 때 지불하고자 하는 가격(WTP)이나, 혐오재에 대한 보상(WTA)액의 수집을 통해 수요곡선을 도출하고 이를 추정하여 재화나 서비스의 가치를 추정하는 방법이다.

지불의사액(WTP)을 추정하는 모형은 크게 두 가지가 있다. 하나는 Hanemann(1984)이 주장한 간접효용함수의 차이 함수로 정의하는 방식이 있고, 또 다른 하나는 Cameron(1988)을 중심으로 연구된 지출함수의 차이로 정의되는 변화함수(Variation Function) 방식이 있다. McConnell(1990)에 따르면 이 두 방식은 동전의 앞면과 뒷면의 관계와 같아서 어떤 방식이든 연구자의 의도에 따라 사용할 수 있다고 하였다. 따라서, 본 연구에서는 이중양분선택형질문법으로 도출된 지불의사액에 대해 Hanemann(1984)이 설명한 간접효용함수의 차이 함수를 적용하였다. 부동산중개서비스 만족도에 의한 중개보수 지불의사액 추정을 위한 이론적 구성을 살펴보면 다음과 같다.

위에서 설명한 바와 같이, 이중양분선택형질문법은 처음에 제시한 금액에 대해 지불의사가 있다(Yes)고 밝힌 응답자에게는 기존 금액보다 2배 더 높은 금액을 제시하고, 지불의사가 없다(No)고 대답하는 응답자에게는 첫 번째 제시금액보다 1/2 낮은 금액을 제시하여 응답자의 지불의사액을 도출한다. 이 경우 동일한 응답자에게 두 번의 질문을 하게 되므로 지불의사액에 대한 상한값과 하한값을 알 수 있으며, 응답 결과가 두 배가 되어 계량분석에 필요한 관측치 수가 늘어나는 장점이 있다.

50) 구조화된 인터뷰란 일련의 인터뷰가 시행되기 전에 모든 질문을 사전에 구성하는 것을 말한다. 이를 통해 인터뷰 참여자 전원에게 동일한 질문을 할 수 있다(Adams and Lawrence, 2019).

이처럼 이중양분선택형질문법에서는 응답자에게 먼저 금액이 제시되고, 응답자들은 제시된 금액에 대해 지불의사를 Yes-No의 형태인 양분선택형으로 응답하게 된다. 따라서, 제시된 금액에 대해 Yes를 응답한 응답자와 No를 응답한 응답자의 확률분포를 추정할 수 있다. 이 확률분포를 각 제시금액과 결합하면 지불의사액의 평균(WTP_{mean})을 추정할 수 있다.

우선, 개업공인중개사를 통해 부동산중개서비스를 받은 중개의뢰인이 중개보수로 P_1 원을 지불한다는 가상적 상황을 설정한다. 이때 중개의뢰인이 P_1 을 지불함으로써 나타난 응답자의 효용은 응답자 본인에게는 확실한 값으로 표현된다. 그러나, 이를 관측하는 연구자는 각각의 응답자들의 개별특성에 따른 확률변수로 받아들이게 된다(Hanemann, 1984). 따라서, 응답자들의 효용을 중개서비스 만족도, 친구·동료 추천의향, 구매목적 달성도, 중개보수요율 만족도 등의 함수로 가정하면, 부동산중개서비스에 대한 소비자 효용인 소비자 지불의사액은 다음의 (식 1)과 같이 나타낼 수 있다.

$$WTP_i(z_i, u_i) = z_i \beta_i + u_i \quad (\text{식 1})$$

이때 z_i 는 지불의사액을 추정하기 위해 이용되는 설명변수들을 의미하고, 본 연구에서는 응답자들의 나이, 성별, 부동산거래 경험, 중개보수요율 만족도, 친구·동료 추천의향, 구매목적 달성도, 중개서비스만족도 등을 포함한다. β 는 설명변수들의 지불의사액에 대한 영향력을 나타내는 계수의 벡터로써 프로빗 분석을 통하여 추정할 수 있고 이에 대한 설명은 아래와 같다. u_i 는 확률오차로서 평균이 0인 독립적이면서 정규분포를 갖는 확률변수를 나타낸다. 이중양분선택형질문에 대한 4가지 응답유형이 나타날 확률을 다음과 같은 방식으로 표현할 수 있다.

아래 식에서 t_i 는 응답자에게 제시된 9가지 가격을 나타낸다. 예를 들어, 6억원 상당의 아파트를 매매할 때 t_i 는 120만원부터 720만까지로 응답자들에게 제시된 9가지 금액을 나타낸다. 본 연구에서는 응답자에게 제시된 가격 t_i 가 두 번의 단계로 양분되어서 질문되었다. 따라서 응답자들의 응답은 4가지 유형(Yes/No, Yes/Yes, No/Yes, No/No)으로 나누어 각기 나타나게 된다.

이때, 첫 번째 제시가격을 t_1 , 두 번째 제시가격을 t_2 라고 하면, 지불의사액의 범위는 응답 결과에 따라 다음과 같이 나타낼 수 있다.

- ① Yes/No 응답 : $t_1 \leq WTP < t_2$
- ② Yes/Yes 응답 : $WTP \geq t_2$
- ③ No/Yes 응답 : $t_1 > WTP \geq t_2$
- ④ No/No 응답 : $WTP < t_1$

아래 (식 2)에서 $P_r(s)$ 는 첫 번째 제시가격에 대해 지불의사가 있다고 응답할 확률이고, $P_r(n)$ 은 두 번째 제시가격에 대해 지불의사가 없다고 응답할 확률을 나타낸다. 아래의 y_{i1} 은, i 옵션(1, 2, 3) 중, 첫 번째 질문에 대해 Yes 혹은 No를 나타내고, y_{i2} 는, i 옵션(1, 2, 3) 중, 두 번째 질문(반값 혹은 두배 값)에 대해 Yes 혹은 No를 나타낸다. $y_{i1} = 1$ 과 $y_{i2} = 0$ 은 첫 번째 질문에서 Yes를 나타내고 두 번째 질문에서 No를 나타낸다. t_1 는, 첫 번째 제시된 금액이고, t_2 는 두 번째 제시된 금액을 나타낸다.

$$y_{i1} = 1 \text{ 과 } y_{i2} = 0 \quad (\text{식 2})$$

$$\begin{aligned} P_r(s, n) &= P_r(t_1 \leq WTP < t_2) \\ &= P_r(t_1 \leq z_i' \beta + u_i < t_2) \\ &= P_r\left(\frac{t_1 - z_i' \beta}{\sigma} \leq \frac{u_i}{\sigma} < \frac{t_2 - z_i' \beta}{\sigma}\right) \\ &= \Phi\left(\frac{t_2 - z_i' \beta}{\sigma}\right) - \Phi\left(\frac{t_1 - z_i' \beta}{\sigma}\right) \end{aligned}$$

(식 3)은 첫 번째 제시가격에 대해서 지불의사가 있다고 응답하고, 두 번째 제시가격에 대해서도 지불의사가 있다고 응답할 확률을 나타낸다.

$$y_{i1} = 1 \text{ 과 } y_{i2} = 1 \quad (\text{식 3})$$

$$P_r(s, s) = \Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_2}{\sigma}\right)$$

(식 4)는 첫 번째 제시가격에 대해서는 지불의사가 없다고 응답했으나, 두 번째 제시가격에 대해서는 지불의사가 있다고 응답할 확률을 나타낸다.

$$y_{i1} = 0 \text{ 과 } y_{i2} = 1 \quad (\text{식 4})$$

$$\begin{aligned} P_r(n, s) &= P_r(t_2 \leq WTP < t_1) \\ &= P_r(t_2 \leq z_i' \beta + u_i < t_1) \\ &= P_r\left(\frac{t_2 - z_i' \beta}{\sigma} \leq \frac{u_i}{\sigma} < \frac{t_1 - z_i' \beta}{\sigma}\right) \\ &= \Phi\left(\frac{t_1 - z_i' \beta}{\sigma}\right) - \Phi\left(\frac{t_2 - z_i' \beta}{\sigma}\right) \end{aligned}$$

(식 5)의 경우는 첫 번째 제시가격에 대해서 지불의사가 없다고 응답하고, 두 번째 제시가격에 대해서도 지불의사가 없다고 응답할 확률을 나타낸다.

$$y_{i1} = 0 \text{ 과 } y_{i2} = 0 \quad (\text{식 5})$$

$$\begin{aligned} P_r(n, n) &= P_r(WTP < t_1, WTP < t_2) \\ &= P_r(z_i' \beta + u_i < t_1, z_i' \beta + u_i < t_2) \\ &= P_r(z_i' \beta + u_i < t_2) \\ &= \Phi\left(\frac{t_2 - z_i' \beta}{\sigma}\right) \end{aligned}$$

$$P_r(n, n) = 1 - \Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_2}{\sigma}\right)$$

이 경우 응답자의 최대우도 함수(Maximum Likelihood Function)를 (식 6)과 같이 나타낼 수 있으며, 이는 최종적으로 프로빗모형으로 정리가 되고 최대우도 함수를 이용하여 다음과 같이 β 를 계산할 수 있다.

$$\ln L = \quad (\text{식 6})$$

$$\sum_{i=1}^N \left[d_i^{sn} \ln \left(\Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_1}{\sigma}\right) - \Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_2}{\sigma}\right) \right) + d_i^{ss} \ln \left(\Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_2}{\sigma}\right) \right) \right. \\ \left. + d_i^{ns} \ln \left(\Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_2}{\sigma}\right) - \Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_1}{\sigma}\right) \right) + d_i^{nn} \ln \left(1 - \Phi\left(z_i' \frac{\beta}{\sigma} - \frac{t_2}{\sigma}\right) \right) \right]$$

이상과 같이, 개별응답자의 지불의사액은 응답자들 본인에게는 확실한 값으로 나타나지만 이를 관측하는 연구자는 응답자의 특성에 의존하는 확률변수로 받아들이게 된다(Hanemann, 1984). 따라서, 서비스 만족도, 친구·동료 추천의향, 구매목적 달성도, 중개보수요율 만족도 등의 추정된 계수(β)들을 아래의 (식 7)에 대입하면, 최종적으로 프로빗확률모형을 이용한 지불의사액 추정이 가능하다.⁵¹⁾

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e_i \quad (\text{식 7})$$

이를 바탕으로 계산된 지불의사액은 법정 중개보수와 비교하여 법정중개보수근접률로 계산할 수 있다. 법정중개보수근접률을 추정하는 계산식은 다음 (식 8)과 같이 나타낼 수 있다⁵²⁾.

$$\text{법정중개보수 근접률} = \frac{WTP}{\text{법정중개보수상한액}} \times 100 \quad (\text{식 8})$$

51) X_1 은 설명변수들의 벡터이고 β 는 설명변수들의 지불의사액에 영향력을 나타내는 계수벡터를 뜻하며, e_i 는 평균이 0이고 독립적이면서 분산은 정규분포를 따른다고 가정한다.

52) 김기령·임병준. (2020a). “심리적 요인으로서 중개서비스에 대한 만족도 및 지불의사액 추정: 주택시장을 중심으로”. 『부동산학연구』, 26(2), pp.93-109.

제 4 장 실증분석 결과⁵³⁾

제 1 절 설문조사 결과 요약

1. 인구통계학적 특성 및 변수의 기초통계량

[표 4-1]은 설문 응답자 938명에 대한 인구통계학적 특성 및 변수의 기초통계량을 나타내고 있다. 응답자의 성별 비율은 여성 525명(55.97%), 남성 413명(44.03%)으로 여성 응답자 비율이 다소 높게 나타났다. 지역별로 구분하여 살펴보면, 수도권은 620명(66.10%), 지방은 318명(33.90%)으로 수도권 응답자들이 지방 응답자들보다 두 배가량 많았다.⁵⁴⁾ 응답자들의 직업에 따라 분류해보면 전문직 240명(25.59%), 자영업자 119명(12.69%), 주부 104명(10.09%), 공무원 60명(6.40%)으로 나타났으며, 기타직업 415명(44.24%)으로 나타났다. 직업을 기타로 표명한 응답자 415명(44.24%)을 제외하면 전문직 종사자로 표명한 응답자가 25.59%의 비율로 가장 높았다.

설문에 참여한 응답자들의 최종학력⁵⁵⁾은 대학교 혹은 대학원이상 학력이 849명으로 응답자의 90.51%를 차지하였다. 이는 본 설문에 대한 응답자들의 의사 표현이 명확할 수 있다는 것을 뒷받침해준다. 또한, 소득이 300만원이상

53) 본 논문은 김기령·임병준(2020a)와 김기령·임병준(2020b)의 설문 조사결과와 연구내용을 기반으로 하여 학위 청구 논문으로 발전시켰다. 연구를 위해 주거용 오피스텔을 추가하였다. 그러나 비주거용 부동산의 공장에 대한 거래경험자 표본 수(n)가 너무 적게 나타나 심사위원님들의 의견을 반영하여 지불의사액 추정에 관한 연구에서 배제하였다. 또한, 국토연구원의 최수 외(2014)의 연구결과에 따른 실제 중개보수지불금액과 본 연구결과 추정된 소비자 지불의사액을 비교·분석함으로써 연구의 함의를 높일 수 있었다.

54) 본 논문에서 수도권은 서울, 경기, 인천을 포함하고, 지방은 수도권 이외 지역을 말한다. 조사대상 응답자 지역별 비율은 서울 320명(34.12%), 경기 247명(26.33%), 인천 53명(5.65%), 부산 58명(6.18%), 대구 49명(5.22%), 광주 23명(2.45%), 대전 26명(2.77%), 울산 12명(1.28%), 강원 19명(2.03%), 충북 19명(2.03%), 충남 14명(1.49%), 전북 18명(1.92%), 전남 13명(1.39%), 경북 20명(2.12%), 경남 36명(3.84%), 제주 5명(0.53%), 세종시 6명(0.64%)으로 나타났다.

55) 응답자들의 최종학력은 대학원이상 113명(12.05%), 대학교 736명(78.46%), 고등학교 88명(9.38%), 중학교 0명(0.00%), 초등학교 1명(0.01%)으로 나타났다.

인 응답자가 733명(78.14%)으로 나타나 구성된 응답자들은 경제적 부담능력을 갖추고 있는 것으로 보여진다.⁵⁶⁾ 설문 조사에 참여한 연령대를 살펴보면 최저 20세에서 최고 67세였으며, 응답자 평균연령은 경제활동이 가장 활발한 연령대라고 할 수 있는 38.28세로 나타났다.

중개서비스만족도에 대해 빈도분석을 시행한 결과, 보수요율 만족도는 평균 4.71(표준편차 2.03)로 나타났으며, 거래 경험이 있는 중개업소를 친구·동료에게 추천할 의향은 평균 4.73(표준편차 2.12)으로 나타났다. 중개사무소 방문에 따른 구매목적 달성도는 평균 5.47(표준편차 1.95)로 나타났으며, 거래 완료 후 개업공인중개사에 대한 서비스 만족도는 평균 4.64(표준편차 2.03)로 나타났다. 응답자들의 만족도를 종합해보면 구매목적 달성도의 평균이 5.47(표준편차 1.95)인 것을 제외하고, 나머지 항목들에서는 중간값인 5점에 미치지 못하는 것으로 나타났다.

응답자들의 부동산거래 경험을 살펴보면, 아파트를 매매해본 경험이 있는 응답자는 550명(58.64%)이고, 경험이 없는 응답자는 388명(41.36%)인 것으로 나타났다. 아파트를 임대차해본 경험이 있는 응답자는 437명(46.59%)이고, 경험이 없는 응답자는 201명(53.41%)인 것으로 나타났다.

빌라·연립주택을 매매해본 경험이 있는 응답자는 135명(14.39%)이고, 경험이 없는 응답자는 803명(85.61%)인 것으로 나타났다. 빌라·연립주택을 임대차해 본 경험이 있는 응답자는 304명(32.41%)이고, 경험이 없는 응답자는 634명(68.59%)인 것으로 나타났다.

단독·다가구주택을 매매해본 경험이 있는 응답자는 89명(9.49%)이고, 경험이 없는 응답자는 849명(90.51%)인 것으로 나타났다. 단독·다가구주택을 임대차해본 경험이 있는 응답자는 226명(24.09%)이고, 경험이 없는 응답자는 712명(75.91%)인 것으로 나타났다.

주거용 오피스텔을 매매해본 경험이 있는 응답자는 77명(8.26%)이고, 경험이 없는 응답자는 861명(91.79%)인 것으로 나타났다. 주거용 오피스텔을 임대차해본 경험이 있는 응답자는 200명(21.32%)이고, 경험이 없는 응답자는

56) 응답자들의 소득수준에 따른 빈도는 200만원미만 49명(5.22%), 200만원~300만원 156명(16.63%), 300만원~500만원 316명(33.69%)으로 나타났으며, 500만원~700만원 242명(25.80%), 700만원이상 175명(18.66%)으로 나타났다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성 및 변수의 기초통계량

구 분		응답자수(명)	구성비(%)	구 분		응답자수(명)	구성비(%)
성별	여성	525	55.97	지역	서울	320	34.12
	남성	413	44.03		경기	247	26.33
직업	주부	104	11.09		인천	53	5.65
	자영업	119	12.69		부산	58	6.18
	공무원	60	6.40		대구	49	5.22
	전문직	240	25.59		광주	23	2.45
	기타	415	44.24		대전	26	2.77
학력	초등학교	1	0.11		울산	12	1.28
	중학교	0	0.00		강원	19	2.03
	고등학교	88	9.38		충북	19	2.03
	대학교	736	78.46		충남	14	1.49
	대학원 이상	113	12.05		전북	18	1.92
소득 수준	200만원미만	49	5.22		전남	13	1.39
	200~300만원	156	16.63		경북	20	2.12
	300~500만원	316	33.69		경남	36	3.84
	500~700만원	242	25.80		제주	5	0.53
	700만원 이상	175	18.66		세종	6	0.64
	합계	938	100		합계	938	100
구 분				평균	표준편차	최소	최대
연령 (나이)				38.28	9.41	20	67
구 분				평균	표준편차	최소	최대
중개 서비스 만족도	보수요율 만족도			4.71	2.03	1	10
	친구·동료 추천의향			4.73	2.12	1	10
	구매목적 달성도			5.47	1.95	1	10
	서비스 만족도			4.64	2.03	1	10
구 분 (n=수도권/지방)				응답자(경험유무)			
				있음	비율(%)	없음	비율(%)
주거용 거래경험	아파트 매매(n=340/210)			550	58.64	388	41.36
	아파트 임대(n=298/139)			437	46.59	501	53.41
	빌라·연립 매매(n=109/26)			135	14.39	803	85.61
	빌라·연립 임대(n=231/73)			304	32.41	634	67.59
	단독·다가구 매매(n=45/44)			89	9.49	849	90.51
	단독·다가구 임대(n=153/73)			226	24.09	712	75.91
	주거용 오피스텔 매매(n=59/18)			77	8.21	861	91.79
	주거용 오피스텔임대(n=139/61)			200	21.32	738	78.68
비주거용 거래경험	상가 매매·임대(n=30/9)			39	4.16	899	95.84
	사무용 오피스텔 매매·임대(n=47/21)			68	7.25	870	92.75
	토지 매매·임대(n=27/29)			56	5.97	882	94.03

주1) n은 거래경험자 수.

738명(78.68%)인 것으로 나타났다.

비주거용 부동산인 상가, 사무용오피스텔, 토지 등의 거래 경험에 대해 살펴보면 다음과 같다. 상업용 부동산인 상가를 매매 및 임대차해본 경험이 있는 응답자는 39명(4.16%)이고, 경험이 없는 응답자는 899명(95.84%)인 것으로 나타났다.

사무용 오피스텔 매매 및 임대차해본 경험이 있는 응답자는 68명(7.25%)이고, 경험이 없는 응답자는 870명(92.75%)인 것으로 나타났다.

토지를 매매 및 임대차해본 경험이 있는 응답자는 56명(5.97%)이고, 경험이 없는 응답자는 882명(94.03%)인 것으로 나타났다. 전체 응답자 중 주거용 부동산을 거래해본 경험이 있는 응답자가 92.52%이고, 비주거용 부동산을 거래해본 경험이 있는 응답자는 7.84%인 것으로 나타났다.

2. 측정도구의 신뢰성 및 타당성검증

본 연구는 중개서비스 만족도에 대한 중개보수 지불의사액을 측정변수로 사용하기 위해 크론바알파(Cronbach Alpha) 계수를 이용하여 측정도구에 대한 신뢰성분석(Reliability Analysis)을 하였다. 또한, 다중항목으로 구성된 연구개념에 대해 구성타당성을 검증하기 위하여 탐색적요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)과 확인적요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 시행하였다.

1) 신뢰성검증

신뢰성분석을 위해 많은 연구자들이 사용하고 있는 크론바알파계수를 확인함으로써 측정도구에 대한 신뢰도를 검증하였다. Nunnally (1978)에 따르면 일반적으로 측정된 크론바알파계수 값이 0.70이 넘으면 신뢰성이 확보되었다고 보는데, 본 연구에서는 크론바알파계수가 0.93으로 나타나 측정도구에 대한 신뢰도가 매우 높다고 할 수 있다. 따라서 소비자 만족도를 측정하기 위한 설문문항의 신뢰성에 문제가 없다는 것이 확인되었다. 본 연구에서 크론바

알파계수를 계산하기 위한 식은 (식 4-1)과 같다.

$$\alpha = \frac{K_{\bar{c}}}{\bar{v} + (K - 1)\bar{c}} \quad (\text{식 4-1})$$

- K : 질문 문항 수
- $\bar{v}$: 평균분산
- $\bar{c}$: 문항 간 평균공분산
- 분석결과 : $\alpha=0.93$

2) 타당성검증

타당성검증이란 측정도구나 방법에 대해, 연구자가 측정하고자 하는 개념을 제대로 측정하였는가를 검증하는 것이다. 타당성검증에는 내적타당도와 외적타당도 분석방법이 있는데, 그 중 내적타당도 분석방법으로는 개념타당도(Construct Validity), 내용타당도(Content Validity), 기준타당도(Criterion-related Validity)가 주로 이용되고 있다. 본 연구에서는 이 중의 하나인 개념타당도를 사용하였다. 개념타당도는 추상적인 개념이나 속성을 연구자의 측정도구가 얼마나 적절하게 측정하고 있는지 확인하는 것으로, 일반적으로 집중타당도(Convergent Validity), 판별타당도(Discriminant Validity), 이해타당도(Nomological Validity) 등이 있다. 집중타당도는 탐색적요인분석을 통해 측정변수들이 같은 요인으로 묶이는지 확인하는 것으로 개념의 정의를 구성하는 조작적 정의 간에 상관의 높이를 확인한다. 즉, 요인적재값이 커야 한다(최창호, 2018).

(1) 탐색적요인분석

탐색적요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)은 일반적으로 타당성을 검증하기 위해 몇 개의 요인이 있는지 확인하는 것으로 연구를 위해 선행하는 작업이다(Brown, T. A., 2006). 최창호(2018)는 탐색적요인분석이란 이론의 생성과정으로 모든 측정변수가 각각의 집단(요인, 성분)에 상호 연관되어 있다는 가정하에 요인분석을 시행하는 것이라고 하였다. 일반적으로 탐색

적요인분석의 경우 요인적재값이 0.5~0.6 이상 이거나 교차요인적재값이 0.35 미만이면 모형이 적합하다고 판단한다.

본 연구의 측정도구에 대해 탐색적요인분석을 시행한 결과, 요인적재값이 서비스 만족도 0.8966(고유값 0.1962), 친구·동료 추천의향 0.9088(고유값 0.1885), 구매목적 달성도 0.8185(고유값 0.3300), 보수요율 만족도 0.8715(고유값 0.2404)로 나타났고, 분산은 3.0449로 나타났다. 모든 설문 문항에 대한 요인적재 값이 0.8을 넘는 것으로 나타났는데, 이 경우 설문조사에 사용된 4개의 질문이 하나로 뭉쳐져서 한 개의 요인인 소비자 만족도로 잘 구성되는 것으로 나타나, 본 연구모형은 적합하다고 판단된다. 또한, 고유값이 0.6 보다 높으면 각각의 요인이 변수를 설명하는 데 문제가 될 수 있는데, 분석결과 고유값이 모두 0.6 보다 낮게 나타났으며, 카이스퀘어 또한 유의미하게 나타났다. 따라서 각각의 요인들이 소비자 만족도를 설명하는 데 적합하다고 판단하였다.⁵⁷⁾ [표 4-2]은 이번 연구에 사용된 설문에 대한 탐색적요인분석 결과를 나타내고 있다.

[표 4-2] 탐색적요인분석(EFA) 결과

Item	Factor Loading	Uniqueness
서비스 만족도	0.8966	0.1962
친구·동료 추천의향	0.9088	0.1885
구매목적 달성도	0.8185	0.3300
보수요율 만족도	0.8715	0.2404
Variance	3.0449	-

주) Chi2 = 3149.18***($p=0.000$)

(2) 확인적요인분석

확인적요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)은 타당성분석을 위해 가장 보편적으로 사용되는 통계 방법이다(Boelen, P. A, van den Hout, M. A., & van den Bout, J., 2008). 확인적요인분석이란 이론의 검증과정으로 선행연구 등을 통해 각각의 집단(요인, 성분, 잠재변수)으로 나누어 측정변

57) Stata Corp. (2017). Stata 15 Factor Analysis Manual. College Station, TX: Stata Press.

수를 사전에 결정하고 분석을 시행하는 것이다(최창호, 2018). 즉, 확인적요인 분석은 변수 간의 관계를 확인하는 것이고, 탐색적요인분석은 변수의 정보손실을 최소화하면서 변수를 축약하는 것이다. 일반적으로 확인적요인분석의 경우 요인적재 값이 0.7 이상이면 모형이 적합하다고 판단한다.

본 연구의 측정도구에 대한 확인적요인분석을 시행하였는데, 연구에 사용한 질문이 서비스 만족도에 대해 하나의 요인으로 잘 합성되고 있음을 나타냈다. 분석결과, 서비스 만족도에 대한 요인적재값이 0.9090($p < 0.001$), 친구·동료 추천의향 0.9121($p < 0.001$), 구매목적 달성도 0.8239($p < 0.001$), 보수요율 만족도 0.8791($p < 0.001$)을 나타내고 있어 높은 연관성이 있음을 알 수 있다. 또한, 모든 질문에서 유의확률 0.001을 보이면서 설명력이 유의미하게 나타나고 있다. 이는 본 연구의 설문으로 하나의 요인(Factor)을 측정하는 데 문제가 없다는 것을 의미한다. 그 뿐만 아니라 모델적합도를 나타내는 RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)가 0.000을 나타내고 있다. AIC는 13017.527, BIC는 13075.818을 나타내고, CFI(Comparative Fit Index)는 1.00을 나타내고 있다. SRMR(Standardized Root Mean Square Residual)은 0.003을 나타내고, CD(Coefficient of Determination)는 0.938을 나타냄으로써 이 모든 것들이 본 연구모형이 적합하다는 것을 보여주고 있다.

확인적요인분석에 의한 준거 기준으로 RMSEA는 0.060보다 작을수록 설명력이 크고, CFI는 1.00에 가까울수록 설명력이 뛰어나며, SRMR는 0.006보다 작으면 설명력이 우수하고, CD는 1에 가까울수록 설명력이 좋다(Hu, L., & Bentler, P. M. 1999; Kline, R. B. 2011). 결과적으로 본 연구에서 구성한 4개의 설문을 통해 하나의 요인인 소비자 만족도를 측정하기 위한 구성 타당도가 확보되었다. [표 4-3]는 확인적요인분석 결과를 나타내고 있다.

[표 4-3] 확인적요인분석(CFA) 결과

구분	서비스 만족도	친구·동료 추천의향	구매목적 달성도	보수요율 만족도
CFA 요인적재값	0.9090 ($p < 0.001$)	0.9121 ($p < 0.001$)	0.8239 ($p < 0.001$)	0.8791 ($p < 0.001$)

주) 요인적재값 0.7 이상이면 적합.

제 2 절 가설의 검증⁵⁸⁾

본 절에서는 연구목적에 대한 가설을 검증하고자 한다. 본 연구는 소비자의 심리적요인인 부동산중개서비스 만족도를 중심으로 소비자 지불의사액을 추정하여, 소비자들이 인식하고 있는 부동산중개서비스의 가치를 법정중개보수상한액과 비교·분석하는 것이다. 따라서 가상가치평가법의 이중양분선택형 질문법에 의해 설문조사한 응답자들의 DB를 바탕으로 소비자 지불의사액(WTP)을 추정함으로써 가설검증을 실시한다. 검증을 위한 계량분석모형으로는 프로빗회귀분석모형을 사용하였으며, STATA 15.1과 엑셀 프로시저를 이용하여 빈도분석 등 통계적으로 처리하였다.

1. 주거용 부동산의 지불의사액 추정결과

1) 아파트매매 및 임대 지불의사액 추정

(1) 아파트매매에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 거래 경험($B=36.90, p<0.05$), 서비스 만족도($B=17.46, p<0.05$) 보수요율 만족도($B=22.71, p<0.01$)로 나타났다. 반면, 부(-)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=-13.97, p<0.05$)으로 나타났으며, 지불의사액은 2,463,400원($p<0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 보수요율 만족도($B=19.83, p<0.05$)로 나타났다. 지불의사액은 1,529,900원($p<0.01$)으로 추정되었다.

수도권의 경우 소비자의 거래 경험이 많을수록, 서비스 만족도, 보수요율 만족도가 클수록 소비자 지불의사액이 더 올라갈 수 있다는 것으로 나타났다. 반면, 친구·동료 추천의향이 소비자 지불의사액에 부(-)의 유의미한 상관관계를 보이고 있는데, 이는 친구·동료에 대한 추천의향이 높을수록 중개보수 지

58) 프로빗회귀식을 이용하여 지불의사액을 추정하는 방법에 대해 본 논문의 제3장의 “제4절 지불의사액 추정방법”에 자세히 설명되었다.

불의사액이 낮아질 수 있다는 것을 의미한다. 이는 프로빗회귀식에서 친구·동료 추천의향을 이용하여 지불의사액을 추정하고자 할 때 소비자 만족도는 통제변수가 된 상태에서 회귀계수가 추정되기 때문이다. 따라서 소비자 만족도가 통제된 상태에서 친구·동료추천의향이 부(-)의 유의미한 영향을 미친다는 것은, 만약 같은 수준의 만족도인 경우라면 소비자들은 더 낮은 가격을 추천하고자 한다는 것을 의미한다. 이는 소비자 만족도가 추천의향과 단순히 정(+)의 관계가 아니라는 Julander & Söderlund(2003)의 기존연구와 맥락을 같이한다. Julander & Söderlund(2003)에 의하면, 소비자 만족도가 높은 경우라도 재화 및 서비스의 가격이 높다면 소비자들의 충성도나 추천의향이 낮아진다고 하였으며, Vazquez-Casielles, Suarez-Alvarez, & Del Rio-Lanza(2009)는 이에 대해 실증적으로 설명을 하였다. 이때 두 설명변수 사이에 다중공선성의 문제가 발생할 수도 있으므로 프로빗회귀분석을 시행한 이후에 분산팽창지수(Variance Inflation Factor)를 확인하였다.⁵⁹⁾ VIF 값을 확인한 결과 모든 모델에서 Pan & Jackson(2008)⁶⁰⁾이 제시한 4보다 낮게 나타났으므로 다중공선성의 문제는 없는 것으로 판단하였다.

(2) 아파트임대에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 서비스 만족도($B = 8.66, p < 0.01$), 구매목적 달성도($B = 5.90, p < 0.05$), 보수요율 만족도($B = 10.04, p < 0.01$)로 나타났다. 반면, 부(-)의 영향을 미치는 변수는

59) 이번 연구에서 VIF 확인결과 아파트매매(수도권 VIF=2.37, 지방 VIF=2.49), 아파트임대(수도권 VIF=2.36, 지방 VIF=2.49), 빌라·연립주택매매(수도권 VIF=2.34, 지방 VIF=2.48), 빌라·연립주택임대(수도권 VIF=2.34, 지방 VIF=2.48), 단독·다가구주택매매(수도권 VIF=2.34, 지방 VIF=2.47), 단독·다가구주택임대(수도권 VIF=2.35, 지방 VIF=2.47)로 나타났다. 토지 매매·임대(수도권 VIF=2.33, 지방 VIF=2.46), 상가 매매·임대(수도권 VIF=2.33, 지방 VIF=2.45), 주거용 오피스텔 매매(수도권 VIF=2.34, 지방 VIF=2.46), 주거용 오피스텔임대(수도권 VIF=2.34, 지방 VIF=2.46), 사무용 오피스텔 매매·임대(수도권 VIF=2.33, 지방 VIF=2.47)로 나타났다.

60) Hair외(1995)는 설명변수들의 분산팽창지수(VIF)가 10이 넘으면 다중공선성 문제가 있는 것으로 보았다. Rogerson(2001)은 VIF가 5를 넘으면 다중공선성 문제가 있다고 보았으며, Pan & Jackson(2008)은 VIF가 4를 넘으면 다중공선성에 문제가 있는 것으로 보았다. 본 연구에서는 가장 보수적인 Pan & Jackson이 제시한 VIF 4를 기준으로 판단하였다.

친구·동료 추천의향($B=-9.60, p<0.01$)이 나타났으며, 소비자 지불의사액은 841,400원($p<0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 보수요율 만족도($B=10.31, p<0.05$), 친구·동료 추천의향($B=7.88, p<0.1$)으로 나타났다. 반면, 부(-)의 영향을 미치는 변수는 여성($B=-21.36, p<0.05$)으로 나타났으며, 지불의사액은 392,100원($p<0.1$)으로 추정되었다.

아파트임대의 경우, 지방의 보수요율 만족도가 수도권보다 다소 높게 나타났지만, 지불의사액은 다른 변수들의 영향으로 인해 수도권에서 더 높게 나타났다. 이는 수도권의 경우 서비스 만족도, 구매목적 달성도, 보수요율 만족도가 높을수록 소비자 지불의사액이 더 올라갈 수 있다는 것이고, 반면에 추천의향이 높아질수록 소비자 지불의사액은 더 낮아질 수 있다는 것을 의미한다. 지방의 여성 응답자들의 경우 중개보수에 대한 지불의사액이 더 낮아질 수 있다는 것으로 풀이할 수 있다. 아래의 [표 4-4]는 아파트매매 및 임대에 대한 지불의사액 추정결과를 나타내고 있다.

[표 4-4] 아파트매매 및 임대 지불의사액 추정결과

구 분	아파트매매		아파트임대	
	수도권	지방	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	7.16	-28.16	-2.19	-21.36**
나이	-1.13	0.83	-0.42	0.23
아파트매매 경험	36.90**	23.29	-	-
아파트임대 경험	-	-	8.98	6.93
서비스 만족도	17.46**	15.32	8.66***	2.47
친구·동료 추천의향	-13.97**	15.93	-9.60***	7.88*
구매목적 달성도	5.40	-15.05	5.90**	-1.94
보수요율 만족도	22.71***	19.83**	10.04***	10.31**
지불의사액(WTP)	246.34***	152.99***	84.14***	39.21*

* $p<0.1$; ** $p<0.05$; *** $p<0.01$.

주1) 단위: 만원

[표 4-5] 빌라·연립주택매매 및 임대 지불의사액 추정결과

구 분	빌라·연립매매		빌라·연립임대	
	수도권	지방	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	-3.62	1.50	-1.44	-5.73
나이	-0.22	0.16	-0.15	0.72
빌라매매 경험	20.40**	34.85**	-	-
빌라임대 경험	-	-	-1.72	4.32
서비스 만족도	7.31**	8.69*	3.34**	3.27
친구·동료 추천의향	-6.76**	0.71	-2.36	2.64
구매목적 달성도	5.72**	-4.04	2.36*	-2.89
보수요율 만족도	8.77***	10.29**	4.42**	6.18***
지불의사액(WTP)	74.64***	82.34***	39.73***	33.54***

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

주1) 단위: 만원

3) 단독·다가구주택매매 및 임대 지불의사액 추정

(1) 단독·다가구주택매매에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 거래 경험($B = 74.47, p < 0.01$), 중개보수요율 만족도($B = 26.49, p < 0.01$)로 나타났다. 지불의사액은 2,344,000원($p < 0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 중개보수요율 만족도($B = 21.57, p < 0.05$)로 나타났다. 이는 소비자들은 거래 경험이 많을수록, 중개보수요율에 대한 만족도가 클수록 소비자 지불의사액이 더 올라갈 수 있다는 것을 의미한다. 반면에 친구·동료에 대한 추천의향이 높을수록 지불의사액은 더 낮아질 수 있다는 것을 의미한다.

(2) 단독·다가구주택임대에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 영향을 미치는 변수는 서비스 만족

도($B=7.77, p<0.01$), 구매목적 달성도($B=4.74, p<0.05$), 중개보수요율 만족도($B=10.25, p<0.01$)로 나타났다. 반면, 지불의사액에 부(-)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=-8.22, p<0.01$)으로 나타났다. 소비자 지불의사액은 619,400원($p<0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 보수요율 만족도($B=11.03, p<0.05$), 나이($B=0.93, p<0.1$)로 나타났다.

단독·다가구주택임대의 경우, 지방의 보수요율 만족도가 수도권보다 다소 높게 나타났지만, 지불의사액은 다른 변수들의 영향에 의해 수도권에서 더 높게 추정되었다. 이는 소비자들의 서비스 만족도, 구매목적 달성도, 중개보수요율 만족도가 높을수록 소비자 지불의사액이 더 커질 수 있다는 것을 의미한다. 반면 서비스 만족도가 높은 경우라도 친구·동료에 대한 추천의향이 높다면 지불의사액이 더 낮아질 수 있다는 것을 나타낸다. [표 4-6]은 단독·다가구주택매매 및 임대에 대한 지불의사액 추정결과를 나타내고 있다.

[표 4-6] 단독·다가구주택매매 및 임대 지불의사액 추정결과

구 분	단독·다가구 매매		단독·다가구 임대	
	수도권	지방	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	3.52	-27.67	-7.84	-13.07
나이	-1.04	1.15	-0.43	0.93*
단독 매매 경험	74.47***	33.25	-	-
단독 임대 경험	-	-	-1.89	0.71
서비스 만족도	10.33	4.60	7.77***	6.72
친구·동료 추천의향	-8.62	14.00	-8.22***	3.87
구매목적 달성도	2.02	-1.30	4.74**	-2.84
보수요율 만족도	26.49***	21.57**	10.25***	11.03**
지불의사액(WTP)	234.40***	71.16	61.94***	5.16

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

주1) 단위: 만원

4) 주거용 오피스텔매매 및 임대 지불의사액 추정

(1) 주거용 오피스텔매매에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 거래 경험($B=12.38, p<0.01$), 서비스 만족도($B=5.94, p<0.05$), 구매목적달성도($B=3.31, p<0.1$), 중개보수요율 만족도($B=5.52, p<0.05$)로 나타났다. 반면, 지불의사액에 부(-)의 영향을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=-3.85, p<0.1$)으로 나타났으며, 지불의사액은 557,100원($p<0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 서비스 만족도($B=7.61, p<0.05$), 중개보수요율 만족도($B=7.17, p<0.05$)로 나타났다.

주거용 오피스텔매매의 경우, 지방의 중개보수요율 만족도가 수도권보다 다소 높게 나타났지만, 지불의사액은 다른 변수들의 영향으로 인해 수도권에서 더 높게 추정되었다. 이는 거래 경험이 많을수록, 서비스 만족도, 구매목적달성도, 중개보수요율 만족도가 높을수록 소비자 지불의사액이 더 커질 수 있다는 것을 의미한다. 반면, 서비스 만족도가 높은 경우라도 친구·동료에 대한 추천의향이 높다면 지불의사액이 더 낮아질 수 있다는 것을 나타낸다.

(2) 주거용 오피스텔임대에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 변수는 거래 경험($B=7.36, p<0.05$), 서비스만족도($B=5.10, p<0.01$), 구매목적달성도($B=2.17, p<0.1$), 중개보수요율만족도($B=3.64, p<0.01$)로 나타났다. 반면, 지불의사액에 부(-)의 영향력을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=-4.14, p<0.01$)으로 나타났으며, 지불의사액은 391,800원($p<0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 중개보수요율 만족도($B=5.67, p<0.1$)로 나타났다.

주거용 오피스텔임대의 경우, 지방의 중개보수요율 만족도가 수도권보다 다소 높게 나타났지만, 지불의사액은 다른 변수들의 영향으로 인해 수도권에

서 더 높게 추정되었다. 주거용 오피스텔의 경우, 거래 경험이 많을수록, 서비스 만족도, 구매목적 달성도, 중개보수요율 만족도가 높을수록 소비자 지불의사액이 더 커질 수 있다는 것을 의미한다. 반면, 서비스 만족도가 높은 경우라도 친구·동료에 대한 추천의향이 높다면 지불의사액이 더 낮아질 수 있다는 것을 의미한다. [표 4-7]은 주거용 오피스텔의 매매 및 임대에 대한 지불의사액 추정결과를 나타내고 있다.

[표 4-7] 주거용 오피스텔매매 및 임대 지불의사액 추정결과

구 분	오피스텔 매매		오피스텔 임대	
	수도권	지방	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	-4.82	-18.02**	-2.18	-5.23
나이	0.12	0.53	-0.14	0.39
주거오피스텔 매매 경험	12.38***	-24.03	-	-
주거오피스텔 임대 경험	-	-	7.36**	4.05
서비스 만족도	5.94**	7.61**	5.10***	3.60
친구·동료 추천의향	-3.85*	-0.18	-4.14***	2.66
구매목적 달성도	3.31*	0.10	2.17*	-2.34
보수요율 만족도	5.52**	7.17**	3.64***	5.67*
지불의사액(WTP)	55.71***	20.76	39.18***	7.38

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

주1) 단위: 만원

2. 비주거용 부동산 지불의사액 추정

1) 토지에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 거래 경험($B=110.11, p < 0.1$), 서비스 만족도($B=27.38, p < 0.05$), 보수요율 만족도($B=38.90, p < 0.01$)로 나타났다. 반면, 지불의사액에 부(-)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=-28.30, p < 0.05$)으로 나타났다. 소비자 지불의사액은 2,945,700원($p < 0.01$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 보수요율 만족도($B=33.24, p < 0.05$)로 나타났다. [표 4-8]은 토지에 대한 지불의사액 추정결

과를 나타내고 있다.

[표 4-8] 토지의 매매 및 임대 지불의사액 추정결과

구 분	토지 매매/임대	
	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	3.23	-57.96
나이	-1.45	2.88
토지 매매/임대 경험	110.11 [*]	61.79
서비스 만족도	27.38 ^{**}	9.43
친구·동료 추천의향	-28.30 ^{**}	21.88
구매목적 달성도	11.28	-3.16
보수요율 만족도	38.90 ^{***}	33.24 ^{**}
지불의사액(WTP)	294.57 ^{***}	15.24

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

주1) 단위: 만원

2) 상가용 부동산에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 거래경험($B = 83.96, p < 0.1$), 구매목적달성도($B = 19.45, p < 0.05$), 보수요율 만족도($B = 23.49, p < 0.05$)로 나타났다. 지불의사액은 2,042,200원($p < 0.01$)으로 추정되었다. [표 4-9]는 상가에 대한 지불의사액 추정결과를 나타내고 있다.

[표 4-9] 상가용 부동산 지불의사액 추정결과

구 분	상가 매매/임대	
	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	16.22	-18.17
나이	-0.93	0.41
상가 매매/임대 경험	83.96 [*]	20.02
서비스 만족도	6.82	5.28
친구·동료 추천의향	-15.27	18.26
구매목적 달성도	19.47 ^{**}	-1.06
보수요율 만족도	23.49 ^{**}	18.98
지불의사액(WTP)	204.22 ^{***}	52.85

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

주1) 단위: 만원

3) 사무용 오피스텔에 대한 지불의사액 추정결과

수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 서비스 만족도($B=20.09, p<0.1$), 보수요율 만족도($B=29.94, p<0.01$)로 나타났다. 반면, 지불의사액에 부(-)의 영향력을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=-17.61, p<0.1$)으로 나타났으며, 소비자 지불의사액은 1,757,000원($p<0.05$)($p<0.05$)으로 추정되었다. 지방의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 미치는 변수는 친구·동료 추천의향($B=23.07, p<0.1$), 중개보수요율 만족도($B=22.67, p<0.1$)로 나타났다.

사무용 오피스텔의 경우, 지방보다 수도권에서 지불의사액이 더 높게 나타났다. 친구·동료 추천의향은 추정된 지불의사액과 반대로 작용하는 것으로 나타났다. [표 4-10]은 사무용 오피스텔에 대한 지불의사액 추정결과를 나타내고 있다.

[표 4-10] 사무용 오피스텔 지불의사액 추정결과

구 분	사무용 오피스텔매매/임대	
	수도권	지방
성별 (남=0, 여=1)	3.18	-38.60
나이	-1.93	0.46
사무용 오피스텔매매/임대 경험	20.83	7.45
서비스 만족도	20.09*	14.50
친구·동료 추천의향	-17.61*	23.07*
구매목적 달성도	4.16	-13.60
보수요율 만족도	29.94***	22.67*
지불의사액(WTP)	175.70**	24.99

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

주1) 단위: 만원

3. 추정된 지불의사액 및 법정중개보수근접률

이번 장에서는 추정된 소비자 지불의사액과 법정중개보수상한액을 이용하여 중개보수근접률을 도출하고, 이를 통해 두 금액 간의 차이가 얼마나 존재

하는지 비교·분석한다.

1) 주거용 부동산 지불의사액 및 법정중개보수근접률

(1) 아파트매매의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

아파트매매의 경우 “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 아파트매매 가격이 6억원인 경우 매매가액의 0.5%인 300만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 2,463,400원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률⁶¹⁾은 82.11%(2,463,400원/300만원)로 추정되었다. 지방 응답자들의 소비자 지불의사액은 1,529,900원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 51.00%(1,529,900원/300만원)로 나타났다.

(2) 아파트임대의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

아파트임대의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 아파트임대차(전세·월세) 거래가액이 3억원인 경우 임대가액의 0.4%인 120만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 지불의사액은 841,400원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 70.12%(841,400원/120만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 경우, 지불의사액은 392,100원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 32.68%(392,100원/120만원)로 나타났다.

(3) 빌라·연립주택매매의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

빌라·연립주택매매의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 연립·빌라임대차(전세·월세) 거래가액이 2억원인 경우 임

61) 법정중개보수근접률=(WTP/법정중개보수 상한액) x 100

대가액의 0.3%인 60만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 746,400원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 62.20%(746,400원/120만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 지불의사액은 823,400원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 68.62%(823,400원/120만원)로 나타났다.

(4) 빌라·연립주택임대의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

빌라·연립주택임대의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, 빌라·연립임대차(전세·월세) 거래가액이 2억원인 경우 임대가액의 0.3%인 60만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 397,300원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 66.22%(397,300원/60만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 지불의사액은 335,400원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 55.90%(335,400원/60만원)로 나타났다.

(5) 단독·다가구주택매매의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

단독·다가구주택매매의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, 단독·다가구주택매매 가액이 6억원인 경우 매매가액의 0.5%인 300만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 지불의사액은 2,344,000원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 78.13%(2,344,000원/300만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 지불의사액은 711,600원으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 23.72%(711,600원/300만원)로 나타났다.

(6) 단독·다가구주택임대의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

단독·다가구주택임대의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산

산거래에 만족한다면, 단독·다가구주택임대차(전세·월세) 가액이 3억원인 경우 임대차 가액의 0.4%인 120만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 619,400원($p < 0.01$)으로 추정되었고, 법정중개보수근접률은 51.62% (619,400원/120만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 소비자 지불의사액은 51,600원으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 4.30%(51,600원/120만원)로 나타났다.

(7) 주거용 오피스텔매매의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

주거용 오피스텔매매의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 주거용 오피스텔 매매가액이 2억원인 경우 매매가액의 0.5%인 100만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 지불의사액은 557,100원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 55.71%(557,100/100만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 소비자 지불의사액은 207,600원으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 20.76%(207,600/100만원)로 나타났다.

(8) 주거용 오피스텔임대의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

주거용 오피스텔임대의 경우, “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 주거용 오피스텔 임대차 가액이 1억5천만원일 때 임대차가액의 0.4%인 60만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 지불의사액은 391,800원() 으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 65.30%(391,800/60만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 지불의사액은 73,800원으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 12.30%(73,800/60만원)로 나타났다.

주거용 부동산에 대한 프로빗회귀분석 결과, 추정된 소비자 지불의사액은 수도권의 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구 주택, 주거용 오피스텔에서 모두 유의미하게 나타났으며, 지방에서는 아파트, 빌라·연립주택이 유의미하게

나타났다. 현행 공인중개사법에서는 주거용 부동산에 대한 중개보수요율이 동일한 기준으로 적용되고 있지만, 실제 중개현장에서는 세부 유형별(아파트, 단독·다가구주택, 빌라·연립주택), 지역별(수도권, 지방)로 소비자 지불의사액에 차이가 존재한다는 것이 확인되었다. [표 4-11]은 주거용 부동산의 지불의사액 및 법정중개보수근접률에 대한 추정결과를 나타내고 있다.

[표 4-11] 주거용 부동산의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

구분 (n=수도권/지방)		가격	법정 중개 보수 (만원)	수도권		지방	
				지불 의사액 (만원)	법정중개 보수 근접률(%)	지불 의사액 (만원)	법정중개 보수 근접률(%)
아파트	매매 (n=340/210)	6억원	300	246.34***	82.11	152.99***	51.00
	임대 (n=298/139)	3억원	120	84.14***	70.12	39.21***	32.68
빌라· 연립주택	매매 (n=109/26)	3억원	120	74.64***	62.20	82.34***	68.62
	임대 (n=231/73)	2억원	60	39.73***	66.22	33.54***	55.90
단독· 다가구주택	매매 (n=45/44)	6억원	300	234.40***	78.13	71.16	23.72
	임대 (n=153/738)	3억원	120	61.94***	51.62	5.16	4.30
주거용 오피스텔	매매 (n=59/18)	2억원	100	55.71***	55.71	20.76	20.76
	임대 (n=139/61)	1.5억원	60	39.18***	65.30	7.38	12.30

* p < 0.1; ** p < 0.05; *** p < 0.01

주1) 법정중개보수근접률 = (WTP/법정중개보수상한액) x 100

주2) n=거래경험자 수

2) 비주거용 부동산의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

(1) 토지 매매·임대의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

토지 매매·임대의 경우 “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 토지 매매·임대차 거래가액이 5억원인 경우 거래가액의 0.9%

인 450만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하여 지불의사액을 추정하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 2,945,700원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 65.46% (2,945,700원/450만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 지불의사액은 332,400원 ($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 7.39% (332,400원/450만원)로 나타났다.⁶²⁾

(2) 상가부동산 매매·임대차의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

상가부동산의 매매·임대차의 경우 “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 상가부동산의 매매·임대차 거래가액이 4억인 경우 거래가액의 0.9%인 360만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하여 지불의사액을 추정하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 2,042,200원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 56.73%(2,042,200원/360만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 소비자 지불의사액은 528,500원으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 14.68% (528,500원/360만원)로 나타났다.

(3) 사무용 오피스텔 매매·임대의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

사무용 오피스텔 매매·임대의 경우 “만약 귀하께서 개업공인중개사를 통한 부동산거래에 만족한다면, 사무용 오피스텔 매매·임대차 거래가액이 4억인 경우 거래가액의 0.9%인 360만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하여 지불의사액을 추정하였다. 수도권 응답자들의 소비자 지불의사액은 1,757,000원($p < 0.01$)으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 48.81%(1,757,000원/360만원)로 나타났다. 지방 응답자들의 소비자 지불의사액은 249,900원으로 추정되었으며, 법정중개보수근접률은 6.94% (249,900원/360만원)로 나타났다. [표 4-12]는 비주거용 부동산의 지불의사

62) 전반적으로 지방의 거래경험자에 대한 표본 수(n)가 상대적으로 너무 적게 관측되었기 때문에 지방의 법정중개보수근접률이 유의미하다고 보기 어려운 이슈가 발생한다.

액 및 법정중개보수근접률을 나타내고 있다.

[표 4-12] 비주거용 부동산의 지불의사액 및 법정중개보수근접률

구분 (n=수도권/지방)	거래 가격	법정 중개 보수 (만원)	수도권		지방	
			지불 의사금액 (만원)	법정중개보 수근접률 (%)	지불 의사금액 (만원)	법정중개보 수근접률 (%)
토지 (n=27/29)	5억원	450	294.57***	65.46	33.24**	7.39
상가용 부동산 (n=30/9)	4억원	360	204.22***	56.73	52.85	14.68
사무용 오피스텔 (n=47/21)	4억원	360	175.70***	48.81	24.99	6.94

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

주1) 법정중개보수근접률 = (WTP/법정중개보수상한액) $\times$ 100

주2) n=거래경험자 수.

비주거용 부동산에 대한 프로빗회귀분석 결과, 소비자 지불의사액은 수도권에서 토지, 상가, 사무용 오피스텔이 유의미하게 나타났으며, 지방에서는 토지가 유의미하게 나타났다. 현재 동일한 기준이 적용되고 있는 법정중개보수요율과 다르게, 추정된 지불의사액은 세부 유형별(토지, 상가, 사무용 오피스텔), 지역별(수도권, 지방)로 차이가 존재한다는 것이 확인되었다. 즉, 실제 중개시장에서 형성되는 소비자 지불의사액이 법정중개보수보다 훨씬 낮은 수준에서 결정되고 있다. 또한, 두 가격 간의 차이는 수도권에서 보다 지방에서 더 크게 나타나고 있다. 이러한 점은 현재의 부동산중개시장에서 소비자들이 부동산중개서비스에 대해 충분히 만족하지 못하고 있다는 결과로 풀이할 수 있다. 그러나, 지방의 경우 전반적으로 중개서비스만족도가 수도권보다 유의미하지 않게 나타났고, 거래 경험자 표본 수(n)가 상대적으로 너무 적게 관측되어 지방의 법정중개보수근접률이 유의미하다고 보기 어려운 이슈가 발생하였다. 그럼에도 불구하고, 본 연구에서 추정된 소비자 지불의사액과 국토연구원의 최수 외(2014)⁶³⁾에 의해 분석된 실제 중개보수 지불금액을 비교·분석해 본 결과 의미 있는 결론이 도출되었다. 이에 대하여는 다음 장에서 설명하기로 한다.

63) 최수 외(2014)에 의한 국토연구원의 분석결과는 본 논문의 부록 “3. 부동산중개보수 실제 지불금액”에 대해 표로 정리하였다.

4. 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 비교

앞서 설명한 바와 같이, 추정된 소비자 지불의사액은 법정중개보수상한액과 많은 차이가 나타난 것이 확인되었다. 따라서 이번 장에서는 본 연구에서 추정된 소비자 지불의사액과 최수 외(2014)⁶⁴⁾가 분석한 실제 중개보수 지불금액을 비교·분석한다. [표 4-13]은 실제 중개보수 지불금액과 추정된 WTP 평균⁶⁵⁾을 비교·분석하여 나타내고 있다.

[표 4-13] 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 비교

구 분	실제 지불금(A)	WTP 평균(B)	비율(B/A)
토지	214.90	294.57	137.07%
사무용 오피스텔	175.20	175.70	100.29%
주택	84.20	104.93	124.62%
주거용 오피스텔	47.80	47.45	99.27%

주1) 단위: 만원.

주2) 실제 지불금: 소비자들이 실제 중개보수로 지불한 금액(최수 외, 2014).

주3) WTP평균: 본 연구에서 추정된 WTP 평균.

1) 주택의 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 비교

토지의 경우, 소비자의 실제 지불금액은 2,149,000원으로 나타났으며, 본 연구결과 추정된 지불의사액은 2,945,700원으로 나타났다. 실제 지불금액 대비 추정된 지불의사액의 비율이 137.07%로 더 높게 나타났다. 사무용 오피스텔의 경우, 실제 지불금액은 1,752,000원으로 나타났으며, 추정된 지불의사액은 1,757,000원으로 나타났다. 실제 지불금액 대비 추정된 지불의사액의 비율이 100.29%로 유사하게 나타났다. 주택의 경우, 소비자의 실제 지불금액은

64) 최수·이형찬·김승중·김정환·우민아. (2014). 「부동산 중개보수 체계 등 개선방안 연구」, 세종시: 국토연구원.

65) 평균을 구하는 공식은 다음과 같다. $WTP \text{ 평균} = (\sum_{i=1}^N \Pr(Yes/No)_i \times V_i) / N$

N = 세부 형태 총수.

Pr(Yes/No) = 지불의사 응답 확률(프로빗 계수).

V = 제시된 중개보수.

i = 각 세부 형태.

842,000원으로 나타났으며, 본 연구결과 추정한 소비자 지불의사액은 1,049,300원으로 나타났다. 실제 지불금액 대비 소비자 지불의사액의 비율이 124.62%로 상대적으로 높게 나타났다. 주거용 오피스텔의 경우, 실제 지불금액은 478,000원으로 나타났으며, 본 연구결과 추정된 지불의사액은 474,500원으로 나타났다. 실제 지불금액 대비 소비자 지불의사액의 비율이 99.27%로 다소 낮게 나타났다. 더욱 정확한 비교·분석을 위해 한국감정원 통계자료를 이용하여 최수 외(2014)의 연구 시점과 본 연구의 조사 구간 안에서 부동산 가격변동을 비교·분석하였다. 한국감정원 통계자료에 따르면 같은 구간 전국 지가지수⁶⁶⁾는 21.06% 상승하였고, 전국종합주택 평균매매가격은 32.69% 상승하였다.⁶⁷⁾ 오피스텔의 경우 2018년 1월부터 2019년 12월까지 전국평균 매매가격이 1.19% 상승한 것으로 나타났다.⁶⁸⁾ 즉, 해당 구간의 부동산 가격 상승률을 고려한다면 두 금액이 매우 유사하다는 것을 나타낸다. 또한, 실제 부동산중개보수 지불금액 크기의 순서와 본 연구에서 추정된 지불의사액 크기의 순서가 토지, 사무용 오피스텔, 주택, 주거용 오피스텔 순서로 나타났다.

5. 개업공인중개사 인터뷰 분석

이번 장은 개업공인중개사 인터뷰를 시행하여 비주거용 부동산의 세부 유형별 중개의 전문성을 확인하고, 법정중개보수근접률의 순서와 부동산유형별 전문성의 순서 또한 확인한다. 이때 주거용 부동산 및 비주거용 부동산으로 세분화된 중개시장의 차이점도 비교·분석할 수 있다.

1) 개업공인중개사 인터뷰

국토교통부 통계자료에 따르면 2019년 부동산 거래량은 1,467,958건이 거

66) 한국감정원 통계자료에 따르면 전국 지가지수는 2020. 09. 01.을 기준(100)으로 하여 2013. 12월 80.685에서 2019. 12월 97.675로 나타났다.

67) 한국감정원 통계자료에 따르면 전국종합주택가격은 2013년 12월 234,176,000원에서 2019년 12월 310,734,000원으로 32.69% 상승하였다.

68) 한국감정원 통계자료에 따르면 오피스텔의 경우 2018년부터 자료가 제공되고 있으며, 2018년 1월 176,088,000원에서 2019년 12월 178,182,000원으로 나타났다.

래되었으며 주거용 부동산은 805,000건이 거래되었다. 주택의 유형별 거래량은 아파트 545,000건, 연립·다세대주택 155,000건, 단독·다가구주택 105,000건이 거래되었다. 비주거용 부동산매매량은 662,958건으로 토지매매 588,617건, 상업·업무용 부동산매매 74,341건으로 나타났다.⁶⁹⁾ 주거용 부동산거래 비중은 54.84%, 비주거용 부동산거래 비중은 45.16%의 규모이다. 이와 같이 비주거용 부동산에 대한 거래 규모가 전체 부동산중개시장의 절반 가까이를 차지하고 있지만, 부동산중개시장에 대한 소비자들의 인식은 일반적으로 주거용 부동산시장에 집중되는 경향을 보인다. 이러한 소비자의 인식과는 별도로 부동산중개업무는 주거용 부동산과 비주거용 부동산으로 세분화·전문화되어 왔다. 부동산중개업무의 세분화는 공인중개사법에 근거한 중개업무 서식의 종류에서도 확인할 수 있다. 현행 공인중개사법에 따르면 중개대상물 확인설명서는 주거용 건축물, 비주거용 건축물, 토지, 임목·광업재단·공장재단으로 세분화된다.⁷⁰⁾ 이처럼 표면적으로 보면 부동산중개시장이 마치 하나의 시장인 것처럼 보이지만, 주거용 부동산과 비주거용 부동산으로 확실히 구분되어 있다. 비주거용 부동산의 경우에도 유형별(공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔)로 서로 다른 전문성이 요구된다. 따라서 본 연구는 인터뷰방식을 도입하여 개업공인중개사를 대상으로 비주거용 부동산 중개시장에 대한 유형별 전문성의 순서를 확인하였다.

2) 개업공인중개사 인터뷰 분석결과

중개보수 측면에서 살펴보면 현행 중개사법에서 비주거용 부동산의 중개보수(0.9%)는 같은 기준을 적용하고 있다. 그러나, 인터뷰 분석결과 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔은 각기 다른 중개시장에서 거래되는 중개대상물이다. 또한, 개업공인중개사들은 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 더 전문적인 영역으로 인지하고 있는 것으로 조사되었다. 특히 이와 같은 순서로

69) 국토교통부 실거래가 공개시스템, <http://rt.molit.go.kr>

70) 「공인중개사법」 시행규칙 제16조(중개대상물의 확인·설명서의 서식) 영 제21조 제3항에 따른 중개대상물 확인·설명서(영문 서식을 포함한다)는 다음 각호의 구분에 따른다(개정 2012. 6. 27).

중개의 난이도가 높고, 업무량이 많으며, 중개 완성까지의 시간과 비용, 사전 지식 등 각기 다른 전문성이 필요하다고 인지하고 있었다. 이러한 특성들로 인해 같은 중개시장인 것처럼 보이지만 실제로는 세분화된 중개시장이 존재하는 것으로 나타났다. 따라서 유형별 중개시장에서 요구되는 전문성에 따라 중개보수 또한 달라져야 한다고 인식하였다. [표 4-14]는 개업공인중개사 인터뷰 조사결과를 나타내고 있다.

[표 4-14] 개업공인중개사 인터뷰 조사결과

구분	인터뷰 내용	인터뷰 조사결과
1	공장·토지는 특수한 물건으로서 전문성이 요구된다.	공장과 토지중개는 상대적으로 법규나 인·허가 사항이 복잡하다.
2	부동산유형별 중개대상물별 특성의 차이가 크다.	공장과 토지중개가 상대적으로 복잡하고 위험성이 크다.
3	중개를 위해 고려하는 업무량과 범위가 다르다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
4	중개업무의 난이도에 차이가 있다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
5	이용제한에 대해 사전에 알아야 할 지식이 다르다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
6	일반적으로 중개 완성까지 걸리는 시간이 다르다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위

한편, [표 4-15]에는 공인중개사법상 비주거용 부동산을 중개할 때 각 유형별로 확인·설명해야 하는 사항과 실제 중개현장에서 요구되는 필수 고려사항을 나타내고 있다. 현행 공인중개사법에 의하면 개업공인중개사는 부동산에 대한 사항을 확인·설명해야 하며, 공장, 상가, 사무용 오피스텔을 중개할 때는 11가지, 토지를 중개할 때는 9가지 정보를 제공하도록 하고 있다. 그러나, 인터뷰 조사결과 실제 중개현장에서 소비자들에게 제공하고 있는 정보량은 훨씬 더 많았다. 예를 들어, 실제 중개현장에서 공장을 중개할 경우 소비자의 업종에 따른 영업 가능 여부, 진입도로에 대한 권리관계, 산업용 전기용량, 호이스트(Hoist)⁷¹⁾ 유무 등을 포함하여 12가지 정보를 추가하여 최소 23가지 사항에 대한 정보를 제공하고 있다.

71) 창고·철도역 등에서 화물의 운반이나 공장에서 기계분해·조립에 사용되는 장치로 원동기·기어 감속장치·감기통 등을 한 조로 하고 권상용(捲上用) 로프 끝에 훅(Hook)을 장치하여 화물을 들어 올린다(인터넷, 두산백과).

토지를 중개할 경우 규정상 제공해야 하는 9가지 사항에 추가로 지형 및 지세, 용수 및 퇴수, 진입로 및 도로에 관한 권리, 군사시설과의 관계 등을 포함하여 9가지 정보를 추가하여 최소 18가지 정보를 제공하고 있다. 상업용 부동산을 중개하는 경우 규정상 제공해야 하는 11가지 사항에 추가로 4가지 정보를 포함하여 최소 15가지 사항에 대한 정보를 제공하고 있다. 마찬가지로 사무용 오피스텔 중개의 경우에도 현행 규정상 제공해야 하는 11가지 사항에 2가지 정보를 추가하여 최소 13가지 정보를 제공하는 것으로 나타났다.

이와 같이 같은 비주거용 부동산이라고 하더라도 세부 유형별 중개현장에서 요구되는 정보량에는 많은 차이가 있다. 이러한 특수성으로 인해 부동산유형별로 차별화된 전문성이 요구된다. 뿐만 아니라, 개업공인중개사는 매년 개정되는 관련 법규와 시행령 등에 관해 충분히 인지하고 있어야 한다. 이는 실제 중개현장에서 개업공인중개사의 업무경력과 전문적인 능력을 중요하게 여긴다는 것을 의미한다. 이런 언급한 이유들로 인해 같은 비주거용 부동산이지만 개업공인중개사들에게 선호(選好)에 대한 차별성을 갖게 하는 것으로 보인다.

[표 4-15] 법에 따른 확인·설명사항과 현장에서 요구되는 필수사항

구 분	항 목		공장		토지		상가		사무용 오피스텔	
			법	현장	법	현장	법	현장	법	현장
1	공 통 사 항	대상물건의 표시 ⁷²⁾	○	○	○	○	○	○	○	○
2		거래예정금액(개별공시지가, 건물공시가격)	○	○	○	○	○	○	○	○
3		권리관계	○	○	○	○	○	○	○	○
4		취득 관련 조세	○	○	○	○	○	○	○	○
5		중개보수 및 실비의 금액과 산출 내역	○	○	○	○	○	○	○	○
6	공 통 추 가	호이스트 유무	-	○	-	-	-	-	-	-
7		층고(처마 높이, 용마루 높이)	-	○	-	-	-	-	-	-
8		동력용량(산업용 전기)	-	○	-	-	-	-	-	-
9	기 본 사 항	공법상 이용제한 및 거래규제	○	○	○	○	○	○	○	○
10		입지조건 (도로, 교통, 주차장, 교육시설, 판매·의료)	○	○	○	○	○	○	○	○
11		관리에 관한 사항 (경비실, 관리주체)	○	○	-	-	○	○	○	○
12		비선호시설	-	-	○	○	-	-	-	-
13	기 본 추 가	공장등록 가능 여부	-	○	-	○	-	-	-	-
14		영업 인허가사항	-	○	-	-	-	○	-	○
15		개발행위 가능 여부	-	-	-	○	-	-	-	-
16		도시계획시설 계획선	-	-	-	○	-	-	-	-
17		인접토지와의 경계	-	○	-	○	-	-	-	-
18		진입도로 권리관계	-	○	-	○	-	-	-	-
19	세 부 사 항	실제 권리관계, 미공시 물건 및 권리	○	○	○	○	○	○	○	○
20		내·외부 시설물 상태 (수도, 전기, 가스, 소방)	○	○	-	-	○	○	○	○
21		벽면 및 도배상태	○	○	-	-	○	○	○	○
22		환경조건(일조량, 소음)	-	○	-	○	-	-	-	-
23	기 타 추 가 사 항	공유부분 유지·관리비 ⁷³⁾	-	○	-	○	-	○	-	○
24		용수·퇴수로	-	○	-	○	-	-	-	-
25		물류비용	-	○	-	-	-	-	-	-
26		민원 발생 가능성	-	○	-	-	-	-	-	-
27		등록전환 후 면적	-	-	-	○	-	-	-	-
28		상권형성 여부	-	-	-	-	-	○	-	-
29		권리금 유무	-	-	-	-	-	○	-	-
법에 따른 확인·설명과 현장에서 고려하는 사항 합계			11	23	9	18	11	15	11	13
중개현장에서 정보를 많이 제공하는 순위				1		2		3		4

주) ○ : 중개 시 특별히 고려하는 사항. - : 특별히 고려하는 사항은 아님

제 5 장 결 론

1. 결론 및 시사점

본 논문은 소비자의 심리적 요인인 만족도를 중심으로 지불의사액을 추정하였으며, 추정된 부동산중개서비스의 가치를 법정중개보수상한액과 비교·분석하였다. 연구결과, 소비자 지불의사액은 만족도가 증가할수록 더 커질 수 있는 경향성을 나타냈다. 이는 본 논문의 이론적 배경인 행동경제학에 근거한 소비자 만족도가 지불의사액에 영향을 미친다는 Homburg et al.(2005)의 기존연구와 맥락을 같이한다. 특히, Homburg et al.(2005)의 연구에서는 일반화된 시장을 배경으로 실망이론을 증명하였다면, 본 연구는 부동산중개시장에서도 실망이론에 근거한 소비자 만족도와 지불의사액의 관계성이 유의미하다는 것을 보여주고 있다. 이는 부동산중개시장에서 소비자의 심리적 요인이 충분히 고려되어야 지불의사액으로 대변되는 부동산 중개시장에 대한 소비자의 참여가 독려될 수 있다는 것을 의미한다. 이러한 분석결과를 바탕으로 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 본 논문은 주거용 및 비주거용 부동산에 대한 법정중개보수와 소비자 지불의사액 간에 차이가 있다는 것을 확인하였다. 연구결과 주거용 부동산에 대한 소비자 지불의사액이 법정중개보수상한액 보다 낮게 나타났으며, 세부 유형별로 법정중개보수근접률이 다르게 나타났다. 현행 법정중개보수는 주거용 부동산에 대해 유형별(주거용 오피스텔 제외)로 같은 기준이 적용되고 있다. 그러나, 같은 주거용 부동산이라고 하더라도 아파트, 단독·다가구주택, 빌라·연립주택, 주거용 오피스텔 순서로 법정중개보수근접률이 차등적으로 나타났다.

비거주용 부동산의 경우에도 소비자 지불의사액이 법정중개보수상한액 보

72) ①토지: 소재지, 면적, 지목(공부상, 실제). ②건물: 면적, 기층, 준공연도, 건축물의 용도, 실제용도, 구조, 방향, 내진설계, 내진 능력, 위반건축물 여부를 포함한다.

73) 건축물의 공유지분과 전유부분에 대한 권리, 도로 및 구거 이용료, 현황도로와 지적공부상의 불합치 등에 따라 발생하는 비용 등을 포함한다.

다 낮게 나타났다. 현행 법정중개보수요율은 부동산유형별로 동일한 기준(0.9%)이 적용되고 있다. 그러나, 분석결과 같은 비주거용 부동산이라고 하더라도 토지, 상가, 사무용 오피스텔의 순서로 법정중개보수근접률이 차등적으로 나타났다. 이러한 이유로 현행 법정중개보수제도가 실제 중개현장에서 적절하게 작동되고 있는가에 대한 의문을 갖게 한다. 따라서, 부동산유형별 중개시장의 법정중개보수 역시 추가적인 연구가 필요할 수 있겠다.⁷⁴⁾

둘째, 추정된 지불의사액은 수도권과 지방에서 서로 다르게 나타났다. 현행 법정중개보수요율은 지역별로 동일한 기준이 적용되고 있다. 예를 들어, 주거용 부동산인 아파트를 중개할 경우 매매가격이 6억원일 때 법정중개보수 상한액은 3백만원 이내에서 적용되고 있다. 그러나, 분석결과 소비자 지불의사액은 수도권에서 2,463,400원(근접률: 82.11%)으로 추정되었고, 지방에서는 1,529,900원(근접률: 51.00%)으로 추정되어 두 지역 간 많은 차이가 확인되었다. 비주거용 부동산인 상가의 경우 매매가격이 4억원일 때 법정중개보수 상한액은 360만원이 적용되고 있다. 그러나, 추정결과 소비자 지불의사액은 수도권에서 2,042,200원으로 추정되었고, 지방에서는 528,500원으로 추정되어 두 지역 간에 많은 차이가 존재한다는 것을 확인하였다. 이는 지역별로 부동산중개시장 상황이 다를 수 있고, 그에 따른 소비자의 심리적 요인이 다르게 작동할 수 있음을 의미한다. 이러한 결과는 지역적인 특성 및 시장 외적 요인으로 인해 소비자의 지불의사액 결정에 각기 다르게 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다.⁷⁵⁾

셋째, 비주거용 부동산중개시장에서 소비자와 공급자들이 인식하는 중개에 대한 전문성이 세부 유형별로 다르게 나타났으며, 그 전문성의 순서가 양측 모두에게서 일치하게 나타났다. 토지, 상가, 사무용 오피스텔은 현재 같은 중개보수요율을 적용하고 있으며, 부동산에 대한 정보를 제공하기 위한 확인·설

74) 예를 들면, 법정중개보수근접률이 상대적으로 높게 나타난 아파트 중개의 경우, 중개보수요율을 더 높임으로써 중개에 대한 서비스 만족도를 높이는 인센티브(Incentive) 역할을 기대해 볼 수 있겠으며, 또는 법정중개보수근접률이 상대적으로 낮게 나타난 빌라·연립주택이나 단독·다가구주택 중개에 대한 협회 차원의 교육이나 공익광고 및 캠페인 등을 통해 소비자 만족도를 높이는 방안에 대한 논의가 필요할 수 있겠다(김기령·임병준, 2020a).

75) 그러나, 이러한 원인에 대해서는 조사하지 않았다. 따라서 이에 대한 추가적인 논의가 필요하다는 것을 지적할 수 있겠다.

명사항도 같거나 유사하다. 그러나 실제 중개현장에서 개업공인중개사들은 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 부동산에 대한 추가 정보를 더 많이 제공하고 있었다. 따라서, 이러한 순서대로 중개를 위한 전문성이 더 많이 요구되는 것으로 인식하고 있었다.⁷⁶⁾ 그런데 연구를 통해 추정된 지불의사액 크기 순서 또한 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 나타났다.⁷⁷⁾ 이는 개업공인중개사들이 갖추어야 하는 전문적인 능력과 중개의뢰인들이 요구하는 전문성에 대한 기대치의 순서가 같다고 해석할 수 있다. 결국, 소비자 측면에서는 기대치에 대한 만족도가 높을수록 지불의사액이 올라갈 수 있고, 중개업자 측면에서는 요구되는 전문성이 높을수록 중개보수를 더 받고자 하는 기대치가 높아질 수 있다는 것을 의미한다. 따라서 이에 관한 추가적인 논의가 필요할 수 있겠다.

넷째, 국토연구원의 최수 외(2014)⁷⁸⁾에 의해 확인된 실제 중개보수 지불금액과 본 연구에서 추정된 소비자 지불의사액의 크기가 유사하게 나타났다. 연구결과 실제 중개보수 지불금액 대비 소비자 지불의사액의 비율은 토지가 137.07%, 사무용 오피스텔은 100.29%, 주택은 124.62%, 주거용 오피스텔은 99.27%로 나타났다. 추정된 지불의사액이 실제 지불금액보다 상대적으로 높게 나타났다. 두 결과값에서 나타난 차이의 원인을 파악하고자 최수 외(2014)의 연구조사 시점과 본 연구조사 시점 구간 안에서 부동산가격변동을 조사하였다. 한국감정원 통계자료에 따르면 해당 구간 전국 지가지수는 21.06% 상승하였고, 전국종합주택가격이 32.69% 상승했으며, 전국오피스텔 평균매매가

76) 개업공인중개사들은 공인중개사법에서 규정하는 확인·설명사항과는 별도로 더 많은 추가적인 정보를 제공하고 있는 것으로 조사되었다. 개업공인중개사가 부동산에 대한 정보를 소비자에게 확인·설명해야 하는 사항이 중개업무 서식에는 공장 11가지, 토지 9가지, 상가 11가지, 사무용 오피스텔 11가지 사항이 있다. 그러나, 실제 중개현장에서는 추가로 공장은 12가지, 토지 9가지, 상가 4가지, 사무용 오피스텔은 2가지의 정보를 더하여 공장 23가지, 토지 18가지, 상가 15가지, 사무용 오피스텔 13가지 사항에 대한 정보를 제공하고 있는 것으로 조사되었다.

77) 비주거용 부동산에 대한 지방의 거래경험자에 대한 표본 수(n)가 상대적으로 너무 적게 관측되었다. 따라서 지방의 법정중개보수근접률이 유의미하다고 보기 어려운 이슈가 발생한다. 따라서, 본 논문에서는 수도권 분석결과를 중심으로 설명되었다.

78) 국토연구원의 최수 외(2014)는 부동산 중개보수 체계 등 개선방안을 연구하면서 부동산중개보수에 대한 소비자의 실제 지불금액을 분석한 바 있다. 따라서 본 연구에서는 중개보수 실제 지불금액과 본 연구에서 추정된 지불의사액 비교를 통해 의미 있는 결과를 도출하였다.

격이 1.19% 상승한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 실제 지불금액과 추정된 지불의사액 간 차이가 크지 않다는 것을 뒷받침해준다. 즉, 해당 구간의 부동산가격 상승률을 고려한다면 실제 지불금액과 추정된 지불의사액이 매우 유사하다는 것을 의미한다. 뿐만 아니라, 실제 부동산중개보수 지불금액 크기가 토지, 사무용 오피스텔, 주택, 주거용 오피스텔의 순서로 나타났는데, 이는 본 연구에서 추정된 지불의사액 크기의 순서와 동일하다. 이러한 점에서 본 연구는 최수 외(2014)의 기존연구와 맥락을 같이 한다.

이와 같이 본 연구는 소비자 지불의사액과 법정중개보수액 간에 차이가 존재한다는 점을 확인하였고, 부동산중개시장에서도 가상가치평가법을 활용한 지불의사액 추정방식이 유의미하다는 것을 확인하였다. 이를 바탕으로 향후 후속연구를 할 수 있는 기반을 마련하였다는 점이 본 연구의 차별점이며 시사점이라고 할 수 있겠다.

2. 연구의 한계와 향후 과제

본 연구는 소비자 지불의사액과 법정중개보수액간 차이의 존재성을 확인하고, 부동산 세부 유형별·지역별로 법정중개보수근접률이 다르다는 점 등을 밝혀냈다. 그러나, 이러한 연구결과에도 불구하고 몇 가지 한계점 또한 갖고 있다.

우선, 서비스 만족도에 대한 지불의사액을 추정하기 위해 소비자만을 대상으로 조사할 수밖에 없는 구성상의 한계점을 갖고 있다.

둘째, 소수의 개업공인중개사만을 대상으로 인터뷰를 시행하여 비주거용 부동산중개에 대한 전문성의 순서를 확인하였다는 점에서 전체시장 참여자를 대변하여 일반화하는 데는 한계가 있다.

셋째, 비교적 빈번하게 거래되는 주거용 부동산과는 다르게 비주거용 부동산에 대한 거래 경험자의 응답자 비율이 상대적으로 매우 낮게 나타났다. 또한, 지방에서 거래 경험자의 표본 수(n)가 상대적으로 너무 적게 관측되었다. 이런 이유로 지방의 법정중개보수근접률이 유의미하다고 보기 어려운 이슈가 발생한다. 따라서, 본 논문에서는 수도권 분석결과를 중심으로 설명되었다.

넷째, 본 논문은 지불의사액의 유형별, 지역별 차이가 존재하는가를 보이는 것이 주된 목적이었다. 따라서 그러한 차이가 나타나는 원인에 대해서는 검토하지 않았다는 점에 주의가 필요하다.

마지막으로 DBDCQ를 사용하여 WTP를 추정할 때 현행 우리나라 중개보수요율체계가 갖고 있는 구간별 요율 급등 현상이 소비자 지불의사액에 얼마나 영향을 미치는지는 본 연구에서 검토하지 않았다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강정길. (2010). “CVM 기법을 응용한 국립공원 설악산의 관광자원 가치측정에 관한 연구: 케이블카 설치 가부에 따른 측정을 중심으로”. 경희대학교대학원 박사학위논문.
- 강해규. (2001). 「부동산중개론」. 서울: 형설출판사.
- 곽승준·전영섭. (1995). 「환경의 경제적 가치」. 서울: 학현사.
- 곽승준·유승훈·신승식. (2000). “조건부 가치측정법을 이용한 네트워크 외부성 및 전송속도의 가치추정”. 「정보통신정책연구」, 7(2), pp.61-78.
- 곽승준·유승훈. (2001). “동강 자연환경 보존의 경제적 편익추정: 조건부가치평가법의 적용을 중심으로”. 「경제학연구」, 49(2), pp.163-184.
- 권상호. (2012). “조건부 가치평가법(CVM)을 이용한 회계 정보의 가치측정에 관한 연구”. 단국대학교대학원 박사학위논문.
- 권오상. (2011). 「환경경제학」. 서울: 박영사.
- 김경주. (2014). “부동산중개업자의 직업만족도와 업무태도에 관한 연구: 공인중개사와 시민의 인식을 중심으로”. 「한국자치 행정학보」, 28(3), pp.251-269.
- 김기령·임병준. (2020a). “심리적 요인으로서 중개서비스에 대한 만족도 및 지불의사액 추정: 주택시장을 중심으로”. 「부동산학연구」, 26(2), pp. 93-109.
- 김기령·임병준. (2020b). “중개대상물에 따른 보수요율 만족도 및 지불의사액 추정: 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔을 중심으로”. 「부동산학연구」, 26(4),
- 김기흥·노언탁·김금선. (2001). “대기 환경의 기준에 따른 편익의 추정: 대기 배출 허용기준 강화를 중심으로”. 「한국산업경제연구소 논문집」, 13,
- 김대명·이대운. (2011). “부동산중개수수료에 대한 비판적 고찰”. 「부동산경영」, 3, pp.38-57.
- 김대식·노기영·안국선·이종철. (1992). 「현대경제학원론」. 서울: 박영사.
- 김동련. (2014). “공인중개사법상 중개보수의 문제점과 개선방안”. 「일감부동

- 산법학」, 9, pp.49-80.
- 김선희·이승복·윤양수·곽승준·엄영숙·김용주·조승국·류문현. (2004). 「국토개발 사업의 환경 가치평가 기준과 적용에 관한 연구: 댐과 도로 사업을 중심으로」. 서울: 국토연구원.
- 김재홍. (2006). 「환경자원의 경제적 가치와 환경오염의 사회적 비용」. 서울: 집문당.
- 김학용. (2003). “조건부 가치평가법(CVM)을 이용한 문화 유산자원의 경제적 편익추정” 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김학환. (2009). “부동산 중개수수료 청구권의 쟁점 검토”. 「대한부동산학회지」, 29, pp.137-156.
- 김혜성·현무준·김영우. (2014). “중개수수료에 대한 시장 참여자의 만족도 분석: 서울특별시 강서구와 양천구를 중심으로”. 「대한부동산학회지」, 38, pp.25-49.
- 나인현·권대중. (2009). “부동산중개서비스 만족도 분석과 개선방안에 관한 고찰”. 「대한부동산학회지」, 27(1), pp.117-140.
- 류희경·이두영. (2006). “국내 단행본 원문정보서비스의 경제적 가치측정에 관한 연구”. 「정보관리학회지」, 23(4), pp.111-128.
- 박범진·문병섭. (2011). “CVM 기법을 이용한 대중교통수익모델 연구: BIT를 중심으로”. 「한국콘텐츠학회논문지」, 8, pp.459-467.
- 박태영·민규식. (2018). “CRM에 의한 부동산 중개서비스의 고객만족 결정요인 분석”. 전주대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 서진형·이광균. (2011). “부동산거래정보망의 서비스품질과 만족도 및 재이용 의도에 관한 연구”. 「부동산학보」, 44, pp.203-216.
- 설석진. (2008). “동강보전을 위한 지불의사액 추정과 영향요인의 분석”. 서울 시립대학교 대학원 박사학위 논문.
- 신광식·최민섭. (2009). “부동산중개서비스의 품질이 고객의 재이용 의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 「부동산학보」, 36, pp.240-261.
- 신의순. (2006). 「환경자원의 경제적 가치와 환경오염의 사회적 비용」. 서울: 집문당.
- 염유섭·권구성. (2020). “집값 따라 뛰는 중개료…‘복비 갈등’ 늘어난다”. 서울: 세계일보.

- 오호성. (2006). 「환경 경제학」. 경기도: 법문사.
- 원재무·고은미·전경수. (2000). “CVM 방법을 이용한 급행 전철도입의 편익 추정에 관한 연구”. 「국토계획」, 35(6), pp.235-241.
- 유명한·이창무·나강열. (2007). “국민임대주택 임대료 지불의사금액 결정 구조 분석: 이중양분선택형질문법을 이용하여”. 「주택연구」, 15(2), pp.5-30.
- 유진채·공서기. (2001). “CVM에 의한 친환경농업의 비시장적 가치평가: 충북 도시소비자 조사를 중심으로”. 「농업경영·정책연구」, 28(2), pp.238-254.
- 이성복. (2019). “부동산중개보수 규제에 관한 연구” 「부동산분석」, 5(2), pp.57-88.
- 이승복. (2001). “CVM 기법을 이용한 한강 수질의 품질경영에 관한 실증적 연구”. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이용만. (2008). “헤도닉 가격 모형에 대한 소고”. 「부동산학연구」, 14(1), pp.81-87.
- 이유재. (2008). 「서비스마케팅」. 서울: 학연사.
- 이종욱. (2013). “부동산중개서비스 품질이 중개 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 청주대학교 대학원 박사학위논문.
- 이주형. (1998). 「관광사업론」. 서울: 대왕사.
- 이준구. (2019). 「미시경제학」. 경기도: 문우사.
- 이진권·임영아. (2007). 「환경자원의 가치평가체계구축 I: 조건부 가치평가법의 가상 편익 검증 및 개선방안」 세종시: 한국환경정책·평가원.
- 이화춘. (2010). “환경자원 가치에 대한 의식과 지불의사액 비교: 조건부 가치측정법(CVM)의 적용”. 「한국행정과 정책연구」, 8(1), pp.1-32.
- 임숙녀. (2017). “부동산중개수수료 결정체계에 관한 고찰”. 「토지공법연구」, 80, pp.333-351.
- 임숙녀·강태환. (2019). “부동산중개 및 감정평가 수수료에 관한 고찰”. 「토지공법연구」, 87, pp.287-302.
- 장성대·엄수원. (2010). “부동산중개업소의 서비스요인이 고객 만족과 서비스 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 「도시행정학보」, 23(2), pp.221-244.

- 조원용. (2015). “부동산중개수수료를 법제화 필요성에 관한 일고찰”. 「부동산 법학」, 19, pp.123-139.
- 채현길·이정민. (2012). “부동산중개서비스 만족 요인분석”. 「주거환경」, 10 (18), pp.211-226.
- 천동원·임청룡·이순석·최현호. (2013). “축산 맞춤형 컨설팅만족도 및 지불의사금액 분석: 한우농가를 중심으로”. 「농업경영·정책연구」, 40(4), pp.1083-1097.
- 최수·이형찬·김승중·김정환·우민아. (2014). 「부동산 중개보수 체계 등 개선방안 연구」, 세종시: 국토연구원.
- 최창호. (2018). 「논문작성을 위한 SPSS·AMOS 한 번에 끝내기」, 서울: (주) 피오디컴퍼니.

2. 국외문헌

- Adams, K. A., & Lawrence, E. K. (2019). "Research Methods, Statistics, and Applications". Thousand Oaks, CA: Sage.
- Anderson, E. W. (1996). "Customer Satisfaction and Price Tolerance". *Marketing Letters*, 7(3), pp.265-274.
- Arrow, K., Solow, R., Portney, P. R., Leamer, E. E., Randner, R., & H. Schuman. (1993). Report of the NOAA Panel on Contingent Valuation, NOAA.
- Bazerman, M. H., & Moore, D. A. (2012). *Judgement in Managerial Decision Making*, 8th Ed. New York: Wiley.
- Bell, D. E. (1985). "Disappointment in Decision Making Under Uncertainty". *Operations Research*, 33(1), pp.1-27.
- Bishop, R., & Heberlein, T. (1979). "Measuring Values of Extra-Market Goods: Are Indirect Measures Biased?". *American Journal of Agricultural Economics*, 61, pp.926-930.
- Black, R. T., Brown, M. G., Diaz, J., Gibler, K. M., & Grissom, T. V. (2003). "Behavioral Research in Real Estate: A Search for the Boundaries". *Journal of Real Estate Practice and Education*, 6(1), pp.85-112.
- Boelen, P. A., van den Hout, M. A., & van den Bout, J. (2008). "The Factor Structure of Posttraumatic Stress Disorder Symptoms Among Bereaved Individuals: A Confirmatory Factor Analysis Study". *Journal of Anxiety Disorders*, 22, pp.1377-1383.
- Bolton, R. N., & Katherine, N. L. (1999). "A Dynamic Model of Customer's Usage of Services: Usage as an Antecedent and Consequence of Satisfaction". *Journal of Marketing Research*, 36 (May), pp.171-186.
- Boyle, K. J., & Bishop, R. C. (1984). A Comparison of Contingent Valuation Technique. Staff Paper Series No.222, *Department of Agricultural Economics*, Wisconsin University, Madison.

- Brookshire, D. S., Eubanks, L. H., & Randall, A. (1983). "Estimating Option Prices and Existence Values for Wildlife Resources". *Land Economics*, 59(1), pp.1–15.
- Bromley, D. W. (1986) "Natural Resource Economics: Policy Problem and Contemporary Analysis". Kluwer-Nijhoff Publishing.
- Calwson, M. (1959). "Methods of Measuring the Demand for and Value of Outdoor Recreation". Reprint No.10, Resources for the Future, Washington, D. C. USA.
- Cameron, T. A. (1988). "A New Paradigm for Valuing Non-Market Goods Using Referendum Data: Maximum Likelihood Estimation by Censored Logistic Regression". *Journal of Environmental Economics and Management*, 15, pp.355–379.
- Cameron, T. A., & Michelle, D. J. (1987). "Estimating Willingness to Pay from Survey Data: An Alternative Pre-Test-Market Evaluation Procedure". *Journal of Marketing Research*, 24 (November), pp.389–395.
- Carson, R. T., Hanemann, W. M., and Mitchell, R. C. (1986). "Determining The Demand Forpublic Goods by Simulating Referendums at Different Tax Prices". University of California, San Diego.
- Ciriacy-Wantrup, S. V. (1947). "Capital Returns from Soil-Conservation Practices". *Journal of Farm Econmics*, 29, pp.1181–1196.
- Clakson, J. T., Janiszewski, C., & Cinelli, M. D. (2013). "The Desire for Consumption Knowledge". *Journal of Consumer Research*. 39(6), pp.1313–1329.
- Cordelle, H. K., & Bergstrom, J. C. (1989). "Theory and Techniques for Assessing the Demand and Supply of Outdoor Recreation in the United States". Research Paper SE-275 USDA Forest Service.
- Davis, R. K. (1963). "The Value of Outdoor Recreation: An Economic Study of The Maine Woods". Ph. D. Dissertation, Harvard University.
- Dwivedi, A., Nayeem, T., & Murshed, F. (2018). Brand Experience and

- Consumers' Willingness to Pay (WTP) a Price Premium: Mediating Role of Brand Credibility and Perceived Uniqueness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, pp.100–107.
- Desvousges, W. H., Smith, V. K., & Fisher, A. (1987) "Option Price Estimates for Water Quality Improvement : A Contingent Valuation Study of Monongahela River". *Journal of Environmental Economics and Management*, 14, pp.248–267
- Engel, J. F., & Blackwell, R. D. (1982), *Consumer Behavior*, 4th ed. New York: The Dryden Press.
- Evert de Haan, P. C. Verhof, T. W. (2015). "The Predictive Ability of Different Customer Feedback Metrics for Retention". *International Journal of Research in marketing* 32. pp.195–206.
- Garrod, G., & Kenneth, G. W. (1999). *Economic Valuation of the Environment*, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Griliches, Z. W. M. (1971). "Price Indexes and Quality Change Cambridge". Harvard University Press.
- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis* (3rd ed), New York: Macmillan.
- Hanemann, W. M. (1978). "A Methodological and Empirical Study of the Recreation Benefits from Water Quality Improvement". Ph. D. Dissertation, Harvard University.
- Hanemann, W. M. (1984). "Welfare Evaluations in Contingent Valuation Experiments with Discret Responses". *American Journal of Agricultural Economic*, 66, pp.332–341.
- Hanemann, W. M. (1985). "Some Issues in Continuous and Discrete Response Contingent Valuation Studies". *Northeastern Journal of Agricultural Economics*, 14, April, pp.5–13.
- Hanley, N., & Clive L. S. (1993). *Cost-Benefit Analysis and The Environment*. Edward Elgar Publishing Company.
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. (2005). "Do Satisfied Customers Really Pay More? A Study of the Relationship between Customer Satisfaction and Willingness to Pay". *Journal*

- of Marketing*, 69(2), pp.84–96.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). “Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives”. *Structural Equation Modeling*, 6, pp.1–55.
- Inman, Jeffrey, J., Dyer, J. S., & Jia. J. (1997). “A Generalized Utility Model of Disappointment and Regret Effects on Post Choice Valuation”. *Marketing Science*, 16(2), pp.97–111.
- Johnson, M. D., Anderson, E. W., & Fornell, C. (1995). “Rational and Adaptive Performance Expectations in a Customer Satisfaction Framework”. *Journal of Consumer Research*, 21 (March), pp. 128 –140.
- Julander, C. R., & Söderlund, M. (2003). “Effects of Switching Barriers on Satisfaction, Repurchase Intentions, and Attitudinal Loyalty”. Working Paper Series in Business Administration, No(1).
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus And Giroux.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”. *Econometrica*, 47(2), pp.263–291.
- Kalra, A., & Goodstein, R. C. (1998). “The Impact of Advertising Positioning Strategies on Consumer Price Sensitiv Ity”. *Journal of Marketing Research*, 25(May), pp.210–224.
- Kesvouses, W. H., & Smith, V. K., Fisher, A. (1987). “Option Price Estimates for Water Quality Improvement: A Contingent Valuation Study for Monogahela River”. *Journal of Environmental Economics and Management*, 14, pp.248–267.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*(3rd ed.). New York, NY: Guilford Press.
- Koenig–Lewis., & Adrian. (2014). “The Effects of Anticipatory Emotions on Service Satisfaction and Behavioral Intention”. *Journal of Services Marketing*, 28(6), pp.437–451.
- Kopp, R. j., & Smith, V. K. (1993). *Valuing Natural Assets: The Economics of Natural Resource Damage Assessment*, Washington,

- D, C. Resources for the Future.
- Krishna, A. (1991). "Effect of Dealing Patterns on Consumer Perceptions of Deal Frequency and Willingness to Pay". *Journal of Marketing Research*, 28(November), pp.441–451.
- Loomes, G., & Sudgen, R. (1986). "Disappointment and Dynamic Consistency in Choice Under Uncertainty". *Review of Economic Studies*, 53(January), pp.271–282.
- Lind, E. A., & Tyler, T. R. (1988). *The Social Psychology of Procedural Justice*, New York: Plenum.
- Lipscomb, C. A., Kummerow, M., Spiess, W., Kilpatrick, S., & Kilpatrick, J. A. (2011). "Contingent Valuation and Real Estate Damage Estimation". *Journal of Real Estate Literature*, 19(2), pp. 283–305.
- McConnell, K. E. (1990) "Models for Referendum Data: The Structure of Discrete Choice Models for Contingent Valuation:". *Journal of Environmental Economics and Management*, 18, pp.19–34.
- Mitchell, R.C., & Carson, R. T. (1981). "An Experiment in Determining Willingness to Pay for National Water Quality Improvement". Environmental Protection Agency, EE-0111.
- Mitchell, R. C., & Carson, R. T. (1989). "Using Survey to Value Public Goods; The Contingent Valuation Method". Resources for the Future, Washinton, D.C., USA.
- Nicolao, L., Irwin, J. R., & Goodman, J. K. (2009). "Happiness for Sales: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases?". *Journal of Consumer Research*, 36(2), pp. 188–198.
- Olsen, L. L., & Johnson, M. D. (2003). "Service Equity, Satisfaction, and Loyalty: From Transaction-Specific to Cumulative Evaluations". *Journal of Service Research*, 5(3), pp.184–197.
- Oliver, R. L. (1993). "Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response". *Journal of Consumer Research*, 20 (December), pp.418–30.

- Oliver, R. L. (1997). "Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer". Boston: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L., & DeSarbo, W. S. (1988). "Response Determinants in Satisfaction Judgments". *Journal of Consumer Research*, 14(4), pp. 495-507.
- Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). "Customer Delight: Foundations, Findings and Managerial Insight". *Journal of Retailing*, 73(3), pp.311-316.
- Pan, Y., & Jackson, R. T. (2008). "Ethnic Difference in Relationship Between Acute Inflammation and Serum Ferritin in US Adult Males. *Epidemiology and Infection*". 136, pp.421-431.
- Portney, P. R. (1994). "The Contingent Valuation Debate: Why Economists Should Care". *Journal of Economic Perspectives*, 8(4). pp.3-17.
- Randall, A., Berry C., & Eastman, C. (1974). "Bidding Games for Valuation of Aesthetic Environmental Improvements". *Journal of Environmental Economics and Management*, 1, pp.132-149.
- Richard A. S., & Olshavsky, R. W. (1993). "A Desires Congruency Model of Consumer Satisfaction". *Journal of The Academy of Marketing Science*, 21, pp.169-177.
- Rogerson, p. A. (2001). "Statistical Methods for Geography". London: Sage.
- Rosen, S. (1974). "Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition". *Journal of Political Economy*, 82, pp.34-55.
- Rowe, R. D., & Chestnut, L. G. (1983). "Valuing Environmental Commodities Revisited". *Land Economics*, 59(4), pp.404-410.
- Slovic, P., Finucane, M., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2002). The Affect Heuristic. In T. Gilovich, D. Griffin & D. Kahneman (Eds.), *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*, New York, NY: Cambridge University Press, pp.397-420.

- Smith, V. K., & Kesvovsages, W. H. (1986). "Measuring Water Quality Benefits". Kluwer-Nijhoff Publishing.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 7th Ed. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Thomson, M., MacInnis, D.J., & Park, C.W. (2005). "The Ties that Bind: Measuring The Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands". *J. Consum. Psychol*, 15(1), pp.77–91.
- Triplett, J. E. (1987). "Hedonic Functions and Hedonic Indexes". in J. Eatwell, M. Milgate and P. Newman ed., *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, pp.630–634.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). "Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty". *Journal of Risk and Uncertainty*, 5, pp.297–323.
- Vazquez-Casielles, Suarez-Alvarez, & Del Rio-Lanza. (2009). "Customer Satisfaction and Switching Barriers: Effects on Repurchase Intentions, Positive Recommendations, and Price Tolerance¹". *Journal of Applied Social Psychology*, 39(10), pp.2275–2302.
- Westbrook, R. A., & Oliver R. L. (1991). "The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction". *Journal of Consumer Research*, 18(June), pp.84–91.

3. 웹사이트 자료

국가법령정보센터 홈페이지, <http://www.law.go.kr>

국토교통부 홈페이지, www.molit.go.kr

국토교통부 실거래가 공개시스템 홈페이지, <http://rtdown.molit.go.kr/>

국토교통 통계누리 홈페이지: <http://stat.molit.go.kr>

대법원 종합법률정보 홈페이지, [www. glaw.scourt.go.kr](http://www.glaw.scourt.go.kr)

법제처 홈페이지, [www. moleg.go.kr](http://www.moleg.go.kr)

세계일보 홈페이지, www.segye.com

한국일보 홈페이지, www.hankookilbo.com

한국감정원 홈페이지, www.kab.co.kr

한국산업인력공단 홈페이지, www.q-net.or.kr

한국공인중개사협회 홈페이지, www.kar.or.kr

[부 록]

1. 설문 조사지 구성내용

설문 조사지 [가] 형

안녕하십니까?

귀하의 가정에 행복이 가득하시기를 기원합니다.

저는 한성대학교 대학원에서 부동산학을 전공하고 있는 학생으로서 “심리적 요인으로서 중개서비스에 대한 만족도 및 지불의사액 추정”과 관련하여 학위 논문을 작성하고 있습니다.

귀하께서 평소 부동산거래를 하실 때 경험하고 느끼신 대로 응답하여 주십시오. 결과를 분석하여 연구 자료로 소중히 활용하겠습니다. 귀하의 의견은 향후 부동산정책을 수립하는데 도움이 될 것입니다.

본 설문 응답 결과는 무기명 처리되며 통계법에 따라 연구목적 외에는 절대 사용하지 않을 것입니다. 따라서 귀하의 설문조사 응답으로 인한 어떠한 불이익도 없을 것을 약속드립니다.

귀한 시간을 내어 주신 데 대해 다시 한번 감사드립니다.

지도교수 : 임 병 준 (한성대학교 대학원 경제부동산학과 교수)

연구자 : 김 기 령 (한성대학교 대학원 경제부동산학과 박사과정)

연락처 010-4635-6689 E-mail : iryoung@hanmail.net

* 본 조사는 연구조사 목적 이외의 다른 용도로는 사용되지 않습니다.

* 설문 조사 후 연구논문의 제목은 변경될 수 있습니다.

I. 다음은 귀하의 부동산거래 경험에 대한 질문입니다.

1. 귀하께서는 최근 10년 이내 부동산을 거래해보신 경험이 있습니까?

(부동산의 종류, 거래유형(매매·임대차), 금액의 크기에 상관없음.)

- ① 경험이 있다 ② 경험이 없다

II. 귀하께서 부동산 중개업소를 이용하여 부동산 거래를 경험하신 횟수는 얼마나 되
십니까? (모든 종류의 부동산 거래에 대해 하나씩 √ 또는 답해 주십시오)

구분	부동산의 종류	거래유형	거래횟수					답
1	아파트	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
2	빌라·연립주택	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
3	단독·다가구주택	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
4	주거용오피스텔	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
5	상업용 상가	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
6	사무용오피스텔	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
7	공업용 공장	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
8	토지	매매	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	
		임대차	①0회	②1회	③2회	④3회	⑤4회이상	

III. 아래는 귀하께서 현재 부동산을 거래를 하고 있다고 가정한 상황에서의 질문입니다. 다음 각각의 부동산 거래에 대한 중개보수(수수료율)를 얼마나 지불하시겠습니까?

☐ 다음은 아파트매매 중개보수(수수료율)에 대한 질문입니다.

1. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>아파트매매</u> 거래가액이 6억원인 경우 매매가액의 0.5%인 300만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까? ① 있다 → 2번 문항으로 ② 없다 → 3번 문항으로
2. 그렇다면 1번에서 제시한 금액의 2배인 1%(600만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 5번 문항으로 ② 없다 → 5번 문항으로

3. 그렇다면 1번에서 제시한 금액의 1/2인 0.25%(150만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 5번 문항으로 ② 없다 → 4번 문항으로
4. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 5번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 6번 문항으로
5. 그렇다면 귀하가 최대에 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

☐ 다음은 아파트임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

6. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, 아파트임대차(전세·월세) 거래가액이 3억원인 경우 임대가액의 0.4%인 (120만원)을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 7번 문항으로 ② 없다 → 8번 문항으로
7. 그렇다면 6번에서 제시한 금액의 2배인 0.8%(240만원)을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 10번 문항으로 ② 없다 → 10번 문항으로
8. 그렇다면 6번에서 제시한 금액의 1/2인 0.2%(60만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 10번 문항으로 ② 없다 → 9번 문항으로
9. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 10번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 11번 문항으로
10. 그렇다면 귀하가 최대에 지불할 용의가 있는 중개보수는 얼마입니까?(%)

☐ 다음은 빌라·연립매매 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

11. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, 연립·빌라매매 거래가액이 3억원인 경우 매매가액의 0.4%인 120만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까? ① 있다 → 12번 문항으로 ② 없다 → 13번 문항으로
12. 그렇다면 11번에서 제시한 금액의 2배인 0.8%(240만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 15번 문항으로 ② 없다 → 15번 문항으로
13. 그렇다면 11번에서 제시한 금액의 1/2인 0.2%(60만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 15번 문항으로 ② 없다 → 14번 문항으로
14. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 15번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 16번 문항으로
15. 그렇다면 귀하가 최대에 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 빌라·연립임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

16. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>연립·빌라임대차(전세·월세)</u> 거래가액이 2억원인 경우 <u>임대가액의 0.3%인 60만원</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 17번 문항으로 ② 없다 → 18번 문항으로
17. 그렇다면 16번에서 제시한 금액의 2배인 <u>0.6%(120만원)</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 20번 문항으로 ② 없다 → 20번 문항으로
18. 그렇다면 16번에서 제시한 금액의 1/2인 <u>0.15%(30만원)</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 20번 문항으로 ② 없다 → 19번 문항으로
19. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 20번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 21번 문항으로
20. 그렇다면 귀하가 최대도 지불할 용의가 있는 중개보수는 얼마입니까?(%)

□ 다음은 단독·다가구주택 매매 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

21. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>단독·다가구주택매매</u> 가액이 6억원인 경우 <u>매매가액의 0.5%인 300만원</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 22번 문항으로 ② 없다 → 23번 문항으로
22. 그렇다면 21번에서 제시한 금액의 2배인 <u>1%(600만원)</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 25번 문항으로 ② 없다 → 25번 문항으로
23. 그렇다면 21번에서 제시한 금액의 1/2인 <u>0.25%(150만원)</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 25번 문항으로 ② 없다 → 24번 문항으로
24. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 25번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 26번 문항으로
25. 그렇다면 귀하가 최대도 지불할 용의가 있는 중개보수는 얼마입니까?(%)

□ 다음은 단독·다가구주택임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

26. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>단독·다가구주택임대차(전세·월세)</u> 가액이 3억원인 경우 <u>임대차가액의 0.4%인 120만원</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 27번 문항으로 ② 없다 → 28번 문항으로
27. 그렇다면 26번에서 제시한 금액의 2배인 <u>0.8%(240만원)</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 30번 문항으로 ② 없다 → 30번 문항으로
28. 그렇다면 26번에서 제시한 금액의 1/2인 <u>0.2% (60만원)</u> 을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 30번 문항으로 ② 없다 → 29번 문항으로

29. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 30번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 31번 문항으로
30. 그렇다면 귀하가 최대로 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 주거용 오피스텔매매 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

31. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>주거용 오피스텔매매</u> 거래가액이 2억원인 경우 <u>매매가액의 0.5%</u> 인 100만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 32번 문항으로 ②없다 →33번 문항으로
32. 그렇다면 31번에서 제시한 금액의 2배인 <u>1%(200만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 35번으로 ②없다 →35번으로
33. 그렇다면 31번에서 제시한 금액의 1/2인 <u>0.25%(50만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 35번 문항으로 ②없다 →34번 문항으로
34. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 35번 문항으로 ②없다 →61번에 답해주시고, 36번 문항으로
35. 그렇다면 귀하가 최대로 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 주거용 오피스텔임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 관한 질문입니다.

36. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>주거용 오피스텔임대차</u> 가액이 1억5천만원인 경우 <u>임대차가액의 0.4%</u> 인 60만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 37번 문항으로 ②없다 →38번 문항으로
37. 그렇다면 36번에서 제시한 금액의 2배인 <u>0.8%(120만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 40번 문항으로 ②없다 →40번 문항으로
38. 그렇다면 36번에서 제시한 금액의 1/2인 <u>0.2%(30만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 40번 문항으로 ②없다 →39번 문항으로
39. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 40번 문항으로 ②없다 →61번에 답해주시고, 41번 문항으로
40. 그렇다면 귀하가 최대로 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 상업용 상가 매매·임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

41. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>상업용 상가 매매·임대차</u> 거래가액이 4억인 경우 <u>거래가액의 0.9%</u> 인 360만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 42번 문항으로 ② 없다 → 43번 문항으로
42. 그렇다면 41번에서 제시한 금액의 2배인 <u>1.8%(720만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 45번 문항으로 ② 없다 → 45번 문항으로
43. 그렇다면 41번에서 제시한 금액의 <u>1/2인 0.45%(180만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 45번 문항으로 ② 없다 → 44번 문항으로
44. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 45번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 46번 문항으로
45. 그렇다면 귀하가 최대로 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 사무용오피스텔매매·임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

46. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>사무용오피스텔 매매·임대차</u> 거래가액이 4억인 경우 <u>거래가액의 0.9%</u> 인 360만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 47번 문항으로 ② 없다 → 48번 문항으로
47. 그렇다면 46번에서 제시한 금액의 2배인 <u>1.8%(720만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 50번 문항으로 ② 없다 → 50번 문항으로
48. 그렇다면 46번에서 제시한 금액의 <u>1/2인 0.45%(180만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 50번 문항으로 ② 없다 → 49번 문항으로
49. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 50번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 51번 문항으로
50. 그렇다면 귀하가 최대로 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 공업용 공장 매매·임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

51. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, <u>공장 매매·임대차</u> 거래가액이 10억원인 경우 <u>거래가액의 0.9%</u> 인 900만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 52번 문항으로 ② 없다 → 53번 문항으로
52. 그렇다면 51번에서 제시한 금액의 2배인 <u>1.8%(1,800만원)</u> 를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 55번 문항으로 ② 없다 → 55번 문항으로

53. 그렇다면 51번에서 제시한 금액의 1/2인 0.45%(450만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 55번 문항으로 ② 없다 → 54번 문항으로
54. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 55번 문항으로 ② 없다 → 61번에 답해주시고, 56번 문항으로
55. 그렇다면 귀하가 최대 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

□ 다음은 토지 매매·임대차(전세·월세) 중개보수(수수료요율)에 대한 질문입니다.

56. 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면, 토지매매·임대차 거래가액이 5억원인 경우 거래가액의 0.9%인 450만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 57번 문항으로 ② 없다 → 58번 문항으로
57. 그렇다면 56번에서 제시한 금액의 2배인 1.8%(900만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 60번 문항으로 ② 없다 → 60번 문항으로
58. 그렇다면 56번에서 제시한 금액의 1/2인 0.45%(225만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까? ① 있다 → 60번 문항으로 ② 없다 → 59번 문항으로
59. 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까? ① 있다 → 60번 문항으로 ② 없다 → 61번 문항으로
60. 그렇다면 귀하가 최대 지불할 용의가 있는 중개보수요율 얼마입니까?(%)

61. 귀하께서 중개보수를 단 1원도 지불할 수 없는 이유는 무엇입니까? (하나만 선택)

- ① 직거래가 가능하기 때문이다.
- ② 단순한 중개 업무에 비해 중개보수를 지불하는 것이 아깝다.
- ③ 내가 중개보수(수수료)를 지불하는 것이 부당하다.
- ④ 중개사들을 신뢰할 수 없기 때문이다.
- ⑤ 법정중개보수(수수료)가 너무 비싸다.

62. 만약에 중개보수를 현재보다 더 인상 할 필요가 있다고 생각하신다면 가장 중요한 이유는 무엇입니까? (하나만 선택)

- ① 중개사무소를 운영하기에는 현재의 중개보수가 너무 낮다.
- ② 다른 상품과 비교하여 거래빈도가 상대적으로 낮기 때문이다.
- ③ 현재의 법정보수도 무조건 깎으려고 하기 때문이다.
- ④ 현재보다 수준 높고 책임 있는 중개서비스를 받기 위해서이다.
- ⑤ 외국의 중개보수와 비교해서 상대적으로 낮기 때문이다.

63. 만약에 중개보수를 현재보다 인하하여 지불하여야 한다고 생각하신다면 가장 중요한 이유는 무엇입니까?(하나만 선택)

- ① 인터넷의 발달로 관련정보의 취득이 보다 용이하기 때문이다.
- ② 한 번의 거래에서 너무 많은 중개보수를 지불하는 것 같다.
- ③ 단순한 중개 업무에 비해 중개보수가 너무 비싸다.
- ④ 현재도 법정보수를 초과하여 받고 있기 때문이다.
- ⑤ 중개사를 신뢰할 수 없기 때문이다.

■ 다음은 현재 한국의 중개보수요율과 세계 각국의 중개보수요율 (매매)을 비교한 표입니다.

□ 세계 각국의 중개보수(매매)요율표

구분	국가명	중개보수요율	비 교
1	미국	5%~6%	매도인(관례: 자유경쟁)
2	캐나다	2%~6%	매도인(자유경쟁)
3	대만	3%~5%	매도인(관례: 자유경쟁)
4	프랑스	7%~10%	쌍방향합의(관례: 자유경쟁)
5	호주	5%	매도인(관례: 자유경쟁)
6	대한민국	0.3%~0.9%	매도인 및 매수인(법정중개보수 쌍방이 지급)
7	영국	2%~5%	매도인(관례: 자유경쟁)
8	독일	3.33%	매도인 및 매수인(관공서 규정)
9	일본	3%~5%	쌍방향합의(관공서 규정)
10	이탈리아	3%	매도인, 매수인(당사자합의)
11	아르헨티나	6%	매도인, 매수인 각 3% 부담
12	그리스	4%	매도인 2%, 매수인 2%, 12% 부가세 별도
13	말레이시아	3%	최초 \$100,000에 3%, 그리고 그 후에 남은 매매가액의 2% 를 매도인, 매수인 중 한쪽이 부담.
14	스페인	5%	부동산의 위치에 따라 달라진다.
15	필리핀	5%	매도인 또는 매수인 중 일방만을 대리할 수 있다.

자료제공: 한국공인중개사 협회

□ 한국의 중개보수요율표

▶ 주택의 중개보수요율표			
거래내용	거래금액	상한요율	한도액
매매교환	5천만원미만	0.6%	25만원
	5천만원이상~2억원미만	0.5%	80만원
	2억원이상~6억원미만	0.4%	없음
	6억원이상~9억원미만	0.5%	없음
	9억원이상	0.9% 이내 협의	
임대차 등 (매매·교환 이외거래)	5천만원미만	0.5%	20만원
	5천만원이상~1억원미만	0.4%	30만원
	1억원이상~3억원미만	0.3%	없음
	3억원이상~6억원미만	0.4%	없음
	6억원이상	0.8%이내 협의	
▶ 오피스텔의 중개보수요율표(85㎡이하 주거용)			
구분		상한요율	
매매/교환		1천분의 5	
임대차 등		1천분의 4	
▶ 주택 이외(토지, 상가) 중개보수요율표			
거래내용		상한요율	
매매/교환, 임대차 등		거래금액의 0.9% 이내 협의	

자료: 한국공인중개사 협회

IV. 다음은 귀하의 부동산 중개보수(수수료)요율에 대한 인식에 관한 질문입니다.

(하나에만 √ 표시, 혹은 답해주십시오)

1. 위 각 나라의 중개보수(수수료)요율을 고려할 때 한국의 부동산 중개보수요율에 대한 귀하의 견해는 어떻습니까? (하나에만 √ 표시, 혹은 답해주십시오)

① 매우 낮다 ② 약간 낮다 ③ 적당하다 ④ 약간 높다 ⑤ 매우 높다

2. 현재 주택매매에 대한 중개보수요율은 0.4%~0.9% 이내에 협의하여 쌍방이 각각 지급하도록 하고 있습니다. 만약에 중개보수(수수료)요율을 단일화한다면 쌍방이 각각 지급하는 중개보수는 얼마 정도가 타당(수용 가능)하다고 생각하십니까?

(해당하는 곳에 하나에만 √ 표시해주십시오)

① 0.4% ② 0.5% ③ 0.7% ④ 0.9% ⑤ 1% 이상

Ⅵ. 다음은 통계를 위해 필요한 일반적인 사항에 대한 질문입니다.

(하나만 √ 표시, 혹은 답해주십시오)

1. 성 별	①남자 ②여자
2. 연 령	①30대 ②40대 ③50대 ④60대 ⑤70대 이상
3. 학 력	①초등학교 ②중학교 ③고등학교 ④대학교 ⑤대학원이상
4. 직 업	①부동산중개 관련 업종 ②주부 ③자영업(제조업, 건설업, 상업) ④공무원 ⑤전문직(의료인, 법조인, 회계사, 교육자, 연구원) 4-1. 개업공인중개사인 경우 중개업 경력은 얼마나 되십니까? ①3년이하 ②5년이하 ③10년이하 ④15년이하 ⑤15년이상
5. 소 득	지난 2년 동안 귀하의 가족 전체 월평균 총소득은 세후 어느 정도이십니까? ①200만원미만 ②200만원~300만원미만 ③300만원~500만원미만 ④500만원~700만원미만 ⑤700만 원 이상
6. 거주지	①서울 ②경기 ③인천 ④부산 ⑤광주 ⑥대구 ⑦대전 ⑧울산 ⑨강원 ⑩경북 ⑪경남 ⑫충북 ⑬충남 ⑭전북 ⑮전남 ⑯제주 ⑰세종

2. 인터뷰를 위한 설문내용

- 1) 공업용 부동산(공장)을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 기술해 주십시오.

[추가 질문] 공장을 중개하면서 토지, 상가, 사무용 오피스텔과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오.(중복표시 가능)

- 2) 토지를 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.

[추가 질문] 토지를 중개하면서 공장, 상가용 부동산, 사무용 오피스텔과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복표시 가능)

- 3) 상업용 부동산(상가)를 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.

[추가 질문] 상가를 중개하면서 공장, 토지, 사무용 오피스텔과 비교해서 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오.(중복표시 가능)

- 4) 사무용 오피스텔(사무실)을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.

[추가 질문] 사무용 오피스텔을 중개하면서 공장, 토지, 상업용 부동산(상가)과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오.(중복표시 가능)

- 5) 부동산중개 시 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 중개업무가 차별화된 중개영역(특성상 차이가 있는 중개 시장)이라고 생각하십니까? (√표 해주십시오)

① 중개물건 특성상 서로 차이가 있는 중개업 시장이다()

② 중개물건의 특성상 서로 차이가 없는 중개업 시장이다()

[추가 질문] 위 다섯째 응답에 대한 귀하의 견해를 몇 줄 적어주십시오.

3. 부동산중개보수 실제 지불금액

[질문] 부동산 중개보수로 실제 지불하신 금액은 얼마입니까?

(단위: %)

	사례수 (명)	30만원 미만	30만원~ 50만원 미만	50만원~ 100만원 미만	100만원~ 200만원 미만	200만원 이상	모름/ 무응답	계	평균
전 체	(850)	9.8	14.4	17.4	12.4	4.8	41.3	100.0	95.7
성별									
남자	(513)	8.2	14.0	15.8	13.6	6.0	42.3	100.0	114.7
여자	(337)	12.2	14.8	19.9	10.4	3.0	39.8	100.0	68.0
연령									
30대 이하	(335)	13.4	18.2	19.1	10.7	0.9	37.6	100.0	58.8
40대	(295)	6.8	13.2	16.9	14.2	5.4	43.4	100.0	127.4
50대 이상	(220)	8.2	10.0	15.5	12.3	10.0	44.1	100.0	115.4
직업									
관리/전문/사무직	(467)	9.9	13.9	17.3	13.7	4.5	40.7	100.0	104.9
자영업	(105)	7.6	10.5	17.1	16.2	5.7	42.9	100.0	91.3
판매/서비스직	(42)	9.5	26.2	14.3	9.5	7.1	33.3	100.0	124.3
생산/노무/기능직	(34)	14.7	14.7	14.7	8.8	5.9	41.2	100.0	70.1
주부	(157)	8.9	14.0	20.4	9.6	3.8	43.3	100.0	74.8
무직/퇴직/기타	(45)	13.3	17.8	13.3	4.4	6.7	44.4	100.0	67.8
학력									
고졸 이하	(178)	11.2	12.4	18.0	9.6	5.1	43.8	100.0	94.7
대졸 이상	(671)	9.4	14.8	17.3	13.1	4.8	40.7	100.0	96.1
모름/무응답	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	30.0
월평균 가구 소득									
199만 원 이하	(34)	23.5	17.6	11.8	8.8	2.9	35.3	100.0	50.2
200~299만 원	(102)	20.6	18.6	15.7	3.9	2.0	39.2	100.0	53.1
300~399만 원	(184)	11.4	19.6	17.4	7.6	3.3	40.8	100.0	65.6
400~499만 원	(154)	7.8	13.6	18.2	13.6	3.2	43.5	100.0	81.4
500~599만 원	(183)	7.1	11.5	14.8	13.7	4.9	48.1	100.0	107.7
600만 원 이상	(185)	3.8	8.6	21.6	20.5	9.2	36.2	100.0	156.8
모름/무응답	(8)	12.5	37.5	12.5	0.0	12.5	25.0	100.0	65.8
거주지역									
서울	(171)	5.8	17.5	18.1	11.7	6.4	40.4	100.0	137.3
인천/경기	(233)	12.9	14.2	17.2	11.2	5.6	39.1	100.0	95.4
대전/충청	(90)	11.1	11.1	14.4	14.4	1.1	47.8	100.0	67.4
광주/전라	(92)	12.0	13.0	16.3	15.2	2.2	41.3	100.0	76.6
부산/울산/경남	(136)	8.1	16.2	21.3	12.5	3.7	38.2	100.0	73.0
대구/경북	(93)	8.6	9.7	18.3	15.1	8.6	39.8	100.0	105.7
강원/제주	(35)	8.6	17.1	8.6	2.9	2.9	60.0	100.0	60.7
부동산 거래물건의 종류									
주택	(750)	9.7	14.5	17.9	12.1	3.2	42.5	100.0	84.2
토지	(42)	2.4	7.1	14.3	21.4	28.6	26.2	100.0	214.9
주거용 오피스텔	(21)	19.0	28.6	9.5	0.0	4.8	38.1	100.0	47.8
사무용 오피스텔	(37)	13.5	10.8	16.2	13.5	10.8	35.1	100.0	175.2
부동산 거래 형태									
매매	(423)	3.3	7.8	19.6	19.6	8.0	41.6	100.0	141.7
전세	(316)	10.1	22.2	17.4	6.0	1.9	42.4	100.0	56.5
월세 또는 보증부 월세	(111)	33.3	17.1	9.0	2.7	0.9	36.9	100.0	35.3

자료: 최수 외(2014). 「부동산 중개보수 체계 등 개선방안 연구」, 세종시: 국토연구원.

ABSTRACT

A Study of Estimating the Willingness-to-Pay Focusing on the Service-Satisfaction of Real Estate Agency

Kim, Ki-Ryeong

Major in Real Estate

Dept. of Economic and Real Estate

The Graduate School

Hansung University

Real estate brokers and agencies were able to be paid a service fee by having consensus with consumers. The service fee should be under a certain fixed ratio that was controlled by regulations of local governments. However, an issue has been raised in this controlled by local government, which was that the maximum fixed ratio increased as a tiered system. For instance, the maximum fixed ratio enormously increased the service fee when the real estate was over the threshold of each price tier. Therefore, there might be consumers' complaints about the service price of real estate brokerage services. In addition, the real estate brokerage market became more competitive than the past, which caused the complaints from the brokers/agencies. Based on these complaints from both suppliers and consumers, a research about the complaints was required. However, reviewing previous research, many

literatures investigated market in the perspective of the suppliers. Therefore, this study investigated the value of real estate brokerage service in terms of consumers' perspective and compared the value of service with maximum fixed ratio. Specifically, this study focused on the consumers' behavioral feature such as satisfaction. As a result, the study estimated the Willingness-to-Pay for real estate brokerage service by utilizing Double Bounded Dichotomous Choice Questions(DBDCQ) from Contingent Valuation Method. In order to collect random samples, an online survey company was employed. The profit regression analysis model with maximum likelihood function is utilized as the analytic procedure to estimate the WTP for the real estate brokerage service, which lead to calculate the ratio between recommended commission and the consumers' WTP. In terms of real estate brokerage service suppliers, a structured interview with professional employees in the industry was employed. Based on the result of a structured interview, sub-markets in the industry are observed.

As a result of the study, WTP showed a tendency to increase when consumers' satisfaction on the real estate brokerage service increased. The result was supported by the theoretical background (Homburg et al., 2005), that consumers' satisfaction influenced WTP. The details of the results were as follows.

First, the estimated WTP was different by the residential types and the WTP showed a large difference with the maximum fixed ratio. Based on the current real estate brokerage regulation, there is a maximum service fee (i.e., fixed ratio) in the market regardless the residential types except for the residential office. However, the estimated WTP per each residential type shows a monetary gap with the recommended maximum service fee. Apartment showed the largest gap; personal house showed the second largest gap; villas showed the intermediate level of gap; and the residential officet showed the smallest gap. For instance, the ratios for apartment are 82.11% (WTP=2,463,400KRW) in metropolitan area; the ratios for personal house are 78.13% (WTP=2,344,000KRW) in metropolitan area; the ratios for villas are 62.20% (WTP=746,400KRW)

in metropolitan area; and the ratios for residential office are 55.71% (WTP= 557,100KRW) in metropolitan area.

Second, the service fee of non-residential types also showed noticeable differences between the maximum fee and the WTP. Those non-residential types such as land, commercial spaces, and commercial office also had the maximum fixed rate as much as 0.9% by the government regulation. However, the ratios for land are 65.46% (WTP=2,945,700KRW) in metropolitan area; the ratios for commercial areas are 56.73% (WTP=2,042,200KRW) in metropolitan area; and the ratios for commercial office are 48.81% (WTP=1,757,000KRW) in metropolitan area. As such, the service fee of non-residential types also showed noticeable differences between the maximum fee and the WTP.

Third, there are different WTP estimated by regions. There are maximum fees which were actual fixed fee in the market regardless of the regions. However, the result shows that WTP in metropolitan areas is higher than the WTP in other regions. It implies that there is different effect of consumers' psychological factors such as service satisfaction. The result brings an issue that external factor such as regional effects might influence the WTP. Based on this point, there is a research needed to be investigated whether the current regulation (i.e., maximum fee) is working appropriately in the market with the considering regions.

Fourth, the estimated WTP from consumers' perspective showed the same order of real estate types with the required professional knowledge from suppliers' perspective. It implied that the preference of the real estate by both consumers and the suppliers were the same. From the perspective of real estate brokers, it is found that the sub-professional market of factory requires the highest level of professional knowledge followed by the sub-markets of land, commercial spaces, and office. In addition, it is found that the sub-professional market of factory shows highest WTP with considering the service satisfaction followed by the sub-markets of land, commercial spaces, and office. As a result, the different types of products implicit the different expectation and feature so that there are different estimated WTP.

Fifth, the results from the study supported the previous research findings that was conducted by Korea Research Institute for Human Settlements(KRIHS) in 2014. KRIHS observed the actual fee that consumers paid for real estate brokerage service in 2014, which were similar with the estimated WTP in this study. In addition, the order of higher fee was land, commercial office, residential houses and residential office. It is the same order that this study found from the estimated WTPs. It implied that the estimated WTP with using DBDCQ was worth to use in the field of real estate brokerage area.

In conclusion, this study confirmed that there were differences between the estimated WTP and the maximum fixed rate. In addition, this study confirmed that the methodological approach with WTP and DBDCQ was worth using in the real estate brokerage field. Based on the results, this study contributed in the field with having the foundational lines to do the next research for the reasons and solutions.

Key words: Service of Real Estate Agency, Willingness-to-Pay, Service Satisfaction, Contingent Valuation Method, Double Bounded Dichotomous Choice Question.