

# 고객이 선호하는 부동산중개서비스 품질요인 결정에 관한 연구

최윤경\* · 신광식\*\*

Customer's preferred real estate brokerage service quality research on factors determining

Yun-Kyong Choi\* · Kwang-Shig Shin\*\*

## 요 약

본 연구는 고객이 부동산중개서비스 품질요인을 어떻게 평가하며, 중요한 품질요인으로 선호하는지에 관해 연구한 내용이다. 부동산중개서비스 품질요인으로 중개업자의 전문지식, 중개업자의 영업능력, 중개업자의 책임의식, 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹여부를 선정하였다. 연구결과를 살펴보면, 고객들은 다섯 가지 부동산중개서비스 품질요인 중 중개업자의 책임의식을 가장 중요한 품질요인으로 선호하는 것으로 분석되었으며, 그 다음으로 중개업자의 전문지식, 중개업자의 영업능력, 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹여부 순으로 분석되었다. 본 연구의 결과에서 보듯 중개업자는 중개업자로서의 책임의식과 전문지식을 향상시키는 데 노력해야 하며, 친절한 서비스와 적극적 중개행위로 영업능력을 향상시켜야 할 것이다. 중개사무소의 입지는 지속적인 홍보가 중요하다고 보여지며, 프랜차이즈 가맹업소의 효율적인 활용을 위해서는 인터넷 정보망의 개선이 필요하다고 보여진다. 본 논문은 부동산중개 계약을 경험한 고객들이 어떤 서비스를 필요로 하는지를 알아보기 위해 직접 면담을 통해 얻은 자료를 실증적으로 분석한 결과이다. 따라서 국토해양부의 업무관련부서와 중개협회에서는 본 자료를 참고하여 대책을 강구하는데 조금이나마 기여하였으면 한다. 아울러 중개업계와 중개업자들 스스로 경쟁에 치우쳐 한 치 앞만 보지 말고 중개업의 발전을 위해 지속적으로 노력하여야 할 것이다.

## ABSTRACT

For this study, real estate brokerage services to customers how to evaluate quality factors and quality factors important for studying about what is preferred. Real estate brokerage service quality factors, the expertise of brokers, dealers sales skills, a sense of responsibility of traders, brokerage firm's position, whether or not participating were chosen franchise. Looking at the findings, and customer service quality factors, the five kinds of real estate brokers a sense of responsibility to be the most important quality factors were analyzed as a favorite, followed by the expertise of brokers, sales skills brokers, brokerage firm's presence, a franchise analysis of whether the order has been participating. As the results of this study, the traders as traders sense of responsibility and expertise and strive to improve, friendly service and act as an active intermediarv will need to improve sales skills. Continuous promotion of the brokerage firm's position is shown to be critical, franchise affiliated businesses in order to make use of an efficient information network of the Internet is seen to be in need of improvement. This paper, we have experienced a real estate brokerage contracts require customers a service directly to find out whether the data obtained through interviews with the empirical analysis is Therefore, work-related departments of Ministry of Land and brokerage herein with reference to the Association to take measures to Once you have contributed little bit. Brokerage industry and the traders themselves, as well as the competition is to the straight ahead Do not look at a value for the development of brokerage will be constantly working.

## 키워드

Real estate, brokerage, brokers, brokerage agreements  
부동산, 중개, 중개업자, 중개계약

\* 국민대학교 법무대학원 부동산학과(yk970928@naver.com)

\*\* 교신저자 : 국민대학교 법무대학원(skdsdc@hanmail.net)

접수일자 : 2012. 01. 06

심사(수정)일자 : 2012. 03. 15

게재확정일자 : 2012. 04. 07

## 1. 서론

### 1.1. 문제제기

세계적인 경제혼란과 국내 경기 침체로 부동산 시장 또한 장기간 침체에서 벗어나지 못하고 있다. 우리나라의 경우 가계자산의 약 86%이상이 부동산으로서 부동산 문제가 곧 사회문제가 되고 나아가 국가의 문제가 될 수밖에 없다. 따라서 부동산 시장의 안정화가 매우 중요하며, 특히 부동산 유통을 담당하고 있는 중개업자의 역할이 중요하다고 할 수 있다. 이에 우리나라의 실정에 맞는 개인형태의 중개사무소에 맞는 중개서비스 품질요인을 찾아 고객의 평가와 고객이 선호하는 중요품질요인을 알아내어 중개업자와 예비중개업자의 경영활동에 유용한 자료로서 제공하고자 한다.

### 1.2. 연구목적 및 범위

연구의 목적은 부동산중개서비스 품질요인을 찾아 고객의 평가 및 고객 선호요인을 알아내고자 한다. 연구의 범위는 서울지역에 있는 중개사무소 이용고객을 대상으로 설문조사 실시하였다. 설문표본을 선정함에 있어 정확성을 위해 중개서비스 전반을 모두 경험한 부동산계약체결을 경험한 고객을 대상으로 하였으며 거래형태는 부동산 매수, 매도, 임차, 임대로 한정하였다.

## II. 기존 연구 및 관련문헌 고찰

### 2.1. 부동산중개업의 의의

#### 2.1.1. 부동산중개업의 정의

“공인중개사의 업무 및 부동산거래신고에 관한 법률”(이하 공인중개사법)에 의하면 중개란 중개대상물에 대하여 거래당사자간의 매매·교환·임대차 그 밖의 권리의 득실·변경에 관한 행위를 알선하는 것을 말하며,(법 제2조 1호) 중개업이란 다른 사람의 의뢰에 의하여 일정한 보수를 받고 중개를 업으로 행하는 것을 말한다.(법 제2조 3호) 중개업자란 공인중개사법에 의하여 중개사무소의 개설등록을 한 자를 말한다.(법 제2조 4호)

#### 2.1.2. 부동산 중개업의 특성

우리나라에서 부동산 중개사무소는 비교적 진입장

벽이 낮은 개인 사업에 속한다. 이는 공인중개사라는 자격증만 취득하면 소규모 자본으로 중개사무소를 창업할 수 있을 뿐만 아니라, 제도의 허점으로 공인중개사 자격증을 취득하지 못하더라도 공인중개사 과다배출로 쉽게 자격증 소지자를 구할 수 있기 때문에 법에는 저촉되지 않는 동업의 형태로 창업을 하는 경우를 쉽게 볼 수 있다. 이러한 여러 사유로 중개 사고에 관한 뉴스를 심심치 않게 접할 수 있어 중개업계의 신뢰는 아직도 부정적인 상태이다. 또한, 중개업무의 범위는 전국적이라고 할 수 있지만 중개업무의 특성상 지역적인 한계를 가지게 된다. 주로 중개사무소 주변의 일정지역에 있는 고객들의 매물을 접수하고 처리하는 경우가 대부분이다. 따라서 중개업자는 중개사무소 소재지의 지역적인 특성과 매물분석을 무엇보다도 중시하여 중개활동을 하지 않으면 사업을 유지할 수 없는 경우가 많다. 우리나라 중개업자의 경우 대부분 개인형태의 중개사무소를 운영함으로 영세하고 국가정책과 경기변동에 가장 많은 영향을 받으며, 후진적인 경영기법으로 폐쇄적인 운영이 이루어지고 있어 중개업의 발전을 더디게 하는 요인이 되고 있다. 따라서 중개업의 발전을 위한 제도적 개선과 중개업자의 교육의 필요성이 강조되고 있다.

#### 2.1.3. 중개계약 유형

우리나라에서 가장 일반적인 형태의 중개계약은 일반중개계약으로 중개의뢰인이 불특정다수의 중개업자에게 중개를 의뢰하는 것으로, 가장 먼저 거래를 성사시킨 중개업자에게 중개수수료 청구권 행사를 인정하는 중개계약이다.

전속중개계약은 중개의뢰인이 특정한 중개업자를 정하여 그 중개업자에 한하여 중개대상물을 중개하도록 하는 중개계약제도이다. 서면으로 체결하며 유효기간이 있어 중개의뢰인이 직접 거래대상자를 찾아 거래한 경우를 제외하고 원칙적으로 유효기간 내에는 중개수수료를 받을 수 있는 장점이 있다.

독점중개계약은 중개의뢰인이 특정한 중개업자에게 중개를 의뢰하고 유효기간 내에는 누가 거래를 성사시켰건 중개의뢰자로부터 중개수수료를 받을 수 있는 중개계약제도이다.

공동중개계약은 하나의 중개대상물을 2인 이상의 중개업자가 공동으로 중개하는 계약제도이다.

순가중개계약은 중개의뢰인이 중개대상물의 가격을 중개업자에게 사전에 제시하고 이를 초과한 금액으로 계약을 성사시킨 경우 초과금액을 중개업자의 중개수수료로 취득하게 하는 중개계약제도이다.

### 2.1.4. 부동산중개업의 구조

한국 표준산업분류에서는 부동산업을 “부동산의 임대, 구매, 판매에 관련되는 산업 활동으로서, 직접 건설한 주거용 및 비주거용 건물의 임대활동과 토지 및 기타 부동산의 개발·분양, 임대활동이 포함된다.”고 정의하고 있다.

부동산 자문 및 중개업의 표준산업분류의 정의를 보면 “수수료 또는 계약에 의거 건물, 토지 및 관련 구조물 등을 포함한 모든 형태의 부동산을 구매 또는 판매하는데 관련된 부동산 중개 또는 대리 서비스를 제공하는 산업 활동을 말한다. 부동산 관련 자문서비스를 제공하는 산업 활동을 포함한다.”라고 되어있다.

## 2.2. 서비스의 의의 및 특성

서비스의 사전적 정의를 보면 “생산된 재화를 운반·배급하거나 생산·소비에 필요한 노무를 제공하는 것”과 “개인적으로 남을 돕거나 시중을 드는 것”, “장사에서 값을 깎아 주거나 덤을 붙여 주는 것”이라고 되어있다. 또한 “사람에게 편리함을 주는 것을 상품으로 판매하는 행위”라고도 정의하고 있다. 서비스란 이용 가능한 자원들이 실현되는 과정, 즉 경제주체에 대하여 유용한 노동을 제공하는 행동개념으로 영업효과의 극대화를 위하여 헌신하고 봉사하는 자세라고 볼 수 있다[1].

서비스의 특성으로 첫째, 무형성이 있다. 이는 물체와 달리 서비스는 만지거나 볼 수 없는 형태로 소비자 입장에서는 품질측정이 용이하지 않다. 즉, 서비스는 고객이 경험을 통해 느껴야 하는 무형의 가치재이다. 둘째, 비분리성의 특성이 있다. 즉, 서비스 제공자에 의해 제공되는 것과 동시에 소비자에 의해 소비가 된다. 셋째, 이질성의 특성이 있다. 즉, 서비스 진행과정에서 발생하는 여러 가변적 요소로 인해 한 고객에게 행하는 서비스가 다른 고객에게도 동일하게 적용될 수 없다. 또한 서비스는 고객의 주관으로 평가하는 경우가 대부분이어서 서비스의 특성화로 고객의 다양한 욕구에 대응할 수 있어야 한다. 넷째, 소멸성의 특성이 있다. 즉, 서비스는 제품처럼 보관 또는 저장될

수 없다. 시간과 함께 자동 소멸된다. 따라서, 수요에 적극적으로 대처하지 못하는 단점이 있으므로, 수요와 공급 간의 조화를 이루는 전략이 필요하다.

## 2.3. 연구모형에 대한 이론적 고찰

변병목은 직무능력 요인, 업무환경 요인, 정책·사회적 요인이 직무만족도와 의 관계를 연구하였다[2]. 장성대는 인적 서비스, 물적 서비스, 시스템적 서비스가 고객만족과의 관계, 고객만족이 서비스성과와의 관계를 연구하였다[3]. 신광식은 전문성, 신뢰성, 유형성, 편리성이 고객만족도와 서비스가치에 미치는 영향과 이것들이 재이용의도와 구전효과에 영향을 미치는지 연구하였다[4]. 정길상은 물리적 환경품질, 과정품질, 결과품질과 신뢰와 고객만족과의 관계, 추천의도와의 관계를 연구하였다[5]. 정용은 개인적 결정요인, 환경적 결정요인, 사회적 결정요인, 시장적 결정요인, 정책·제도적 결정요인이 협상성과와의 관계를 연구하였다[6].

## III. 연구모형

본 연구에서는 부동산중개서비스 품질요인으로 중개업자의 전문지식, 중개업자의 영업능력, 중개업자의 책임의식, 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹 여부를 선정하였다. 선정된 부동산중개서비스 품질요인에 대한 고객선호순위의 분석과 성별, 연령, 학력, 직업, 소득, 방문목적, 물건형태, 방문횟수와 부동산중개서비스 품질요인과의 분석을 위해 그림1과 같이 연구모형을 도출하였다.

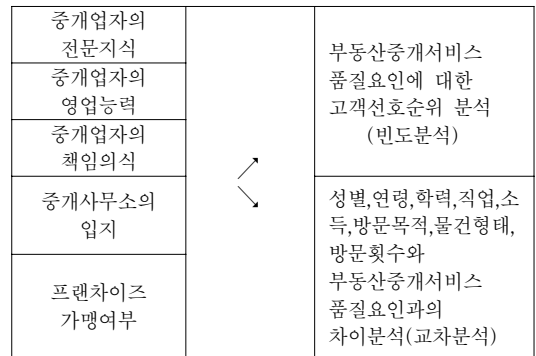


그림 1. 연구모형  
Fig. 1 Research model

## IV. 설문분석 결과

### 4.1. 고객의 선호순위

표 1. 고객 선호순위  
Table 1. Customer preference rankings

	전문 지식	영업 능력	책임 의식	입지	프랜차이즈
유효	170	170	170	170	170
결측	0	0	0	0	0
평균	1.82	2.85	1.78	3.88	4.67
평균오차	.068	.068	.064	.066	.055

가장 선호하는 순위를 1로 기재해서 5까지의 순위가 발생함에 따라 평균의 값이 가장 낮은 것이 응답자들이 가장 선호하는 부동산중개서비스 품질요인이다. 이에 따라 중개업자의 책임의식이 평균 1.78로 1순위인 것으로 분석되었다. 2순위는 평균 1.82의 중개업자의 전문지식, 3순위는 평균 2.85의 중개업자의 영업능력, 4순위는 평균 3.88의 중개사무소의 입지, 마지막으로 5순위는 평균 4.67의 프랜차이즈 가맹여부인 것으로 분석되었다. 분석결과 고객은 부동산중개서비스 품질요인 중 외형적 요인보다 내형적 요인인 중개업자의 자질인 책임의식, 전문지식, 영업능력을 선호하는 것으로 분석되었다. 특히 중개업자의 책임의식의 경우 최근 임대차 계약 사기사건과 각종 중개관련 사고가 빈번하게 발생하여 고객들이 불안을 느껴 믿는 중개업자를 선호하게 된 배경으로 분석된다.

### 4.2. 품질요인별 빈도분석

표 2. 중개업자의 책임의식  
Table 2. Brokers and responsibility

	일처리	약속 이행	재산 신뢰	불만 사항	사후 관리
유효	170	170	170	170	170
결측	0	0	0	0	0
평균	3.52	3.57	3.05	3.32	2.92
평균오차	.063	.065	.075	.065	.080

중개업자의 약속이행 노력, 일처리 능력에는 긍정적인 평가를 하였고 불만사항 해결 노력과 재산을 믿고

말길 수 있는지 여부에는 중립적인 평가, 사후관리에는 부정적인 평가를 받은 것으로 조사되었다. 사후관리의 후진성과 중개업에 대한 전반적인 낮은 신뢰도를 확인 할 수 있었다.

표 3. 중개업자의 전문지식  
Table 3. Realtor's expertise

	질문 답변	의사 결정	최신 정보	정보 수집	콘텐츠
유효	170	170	170	170	170
결측	0	0	0	0	0
평균	3.60	3.49	3.60	3.54	3.15
평균오차	.060	.063	.064	.061	.067

중개업자의 질문에 대한 답변 능력, 최신정보제공 여부, 지역정보수집 및 분석능력에는 긍정적인 평가를 하였고 고객의 의사결정에 도움을 주었는지 여부와 부동산 관련 콘텐츠 제공에는 중립적 평가를 하였다. 고객들이 다양한 정보에 노출되어 있지만 고가의 부동산 거래를 할 때는 중개업자의 전문적인 도움을 받아 의사결정을 하는 것으로 분석되었다.

표 4. 중개업자의 영업능력  
Table 4. Realtor's sales skills

	개별 요구	적극 중개	적합 중개	설득 상담	중개 보조원
유효	170	170	170	170	170
결측	0	0	0	0	0
평균	3.51	3.57	3.51	3.53	3.19
평균오차	.063	.067	.056	.062	.076

	정중 친절	의사 소통	다양 매물
유효	170	170	170
결측	0	0	0
평균	3.64	3.29	3.28
평균오차	.060	.071	.065

중개업자의 정중함과 친절, 적극적 중개, 설득력 있는 상담, 고객의 개별요구 및 적합한 중개대상물 제시에는 긍정적인 평가를 하였고 의사소통과 다양한 매물 보유, 중개보조원의 친절에는 중립적 평가를 하였다. 개인형태의 중개사무소이기 때문에 고객은 중개보조원의 친절한 응대보다 중개업자의 친절과 능력을 중요한 서비스로 생각하는 것으로 조사되었다.

표 5. 중개사무소 입지  
Table 5. Brokerage firm located

	도로인접	주차편리	대중교통	도보이용
유효	170	170	170	170
결측	0	0	0	0
평균	3.82	2.84	3.53	3.65
표준오차	.060	.071	.055	.063

중개사무소가 도로에 인접하여 노출도가 좋은 위치에 있는 경우, 도보로 이용 가능한 곳에 있는 경우 대중교통이 편리한 곳에 있는 경우에 긍정적인 평가를 하였고 주차가 편리한 경우였는지 예는 부정적인 평가를 하였다. 중개사무소가 밀집되어 있는 현실을 볼 때, 고객들은 도로와 인접한 위치 좋은 중개사무소와 본인 주거지 인근 도보이용 가능한 중개사무소를 선호하는 것으로 분석되었다.

표 6. 프랜차이즈 가맹여부  
Table 6. Whether participating franchise

	사전검색	간판식별	매물일치
유효	170	170	170
결측	0	0	0
평균	2.98	3.10	2.99
표준오차	.088	.085	.078

프랜차이즈 가맹여부에서 간판식별을 통해 부동산 정보망가맹업소임을 확인하였다는 경우에 중립적 평가를 하였고 사전검색을 통한 가맹업소와 매물이 일치하는 가맹업소에는 부정적 응답을 하였다. 부동산 인터넷정보망에 대한 고객의 불신과 무관심을 확인할 수 있었다. 오히려 현장 방문 시 간판으로 부동산정보망가맹업소로 표기되어 있을 경우 해당 중개사무소를 방문하는 빈도가 더 높은 것으로 조사되었다.

### 4.3. 교차분석

#### 4.3.1. 성별

중개업자의 전문지식의 경우 여자가 남자보다 선호하는 것으로 조사되었다. 일선현장에서 거래를 하기 전 여자들이 먼저 중개사무소를 방문하는 경향이 많

다. 중개업자는 여자 고객들에게 지역정보나 최신정보 제공으로 호감을 얻어 가망고객으로 확보하는 노력이 필요하다. 중개업자의 영업능력의 경우 남·여 모두 비슷한 선호도를 보였다. 영업능력이 중개업자의 입장에서는 수익과 연결되어 중요하겠지만, 고객의 경우 영업능력보다 다양한 필요 정보를 제공하는 중개업자를 신뢰하고 거래하는 것으로 분석되었다. 중개업자의 책임의식의 경우 남자가 여자보다 선호하였다. 최근 중개사고 등과 관련된 사회적 문제에 남자들의 관심이 높은 것을 알 수 있다.

#### 4.3.2. 연령별

중개업자의 전문지식의 경우 50세 이상 60세 미만의 연령대에서 가장 선호하였다. 정년, 자녀 결혼, 노후 준비를 위한 부동산 재테크 등 중개업자에게 많은 정보를 얻고자 하는 것으로 분석되었다. 중개사무소의 입지의 경우 40세 이상 연령대에서 선호하는 것으로 조사되었다. 젊은 층에 비해 이사경험이나 부동산거래 경험이 많은 이유 등으로 중개사무소 선택이 신중한 것으로 분석된다.

#### 4.3.3. 학력별

중개업자의 전문지식의 경우 학력의 차이 없이 선호하였다. 부동산의 복잡·다양한 특성들이 중개업자의 도움을 필요로 하는 것으로 분석되었다. 고학력자의 경우 프랜차이즈 가맹여부를 선호하는 것으로 조사되었다. 고학력자가 많은 우리나라에서 부동산정보망의 활용은 매우 중요하며 부동산정보망과 중개업과의 관계정비가 필요하다.

#### 4.3.4. 직업별

중개업자의 전문지식의 경우 전 직업군에서 선호하였다. 중개업에 대한 사회적 관심이 높음을 알 수 있다. 중개업에 대한 부정적 이미지를 해소하기 위해 중개업자와 중개업협회의 노력이 필요하다. 중개업자의 책임의식의 경우 주부들이 특히 선호하였다. 안전한 투자를 선호하는 주부의 특성을 알 수 있다.

#### 4.3.5. 소득별

월 소득 400만원 이상의 소득자의 경우 중개업자의 전문지식을 선호하는 것으로 조사되었다. 중개업자에

게 재산을 맡길 때 전문지식이 많은 중개업자를 신뢰하는 것을 확인 할 수 있었다. 월 소득 200만원 이상 300만원 미만의 소득자의 경우 중개업자의 책임의식을 가장 선호하였다. 서민계층의 소득수준으로 자산의 안전한 운용을 매우 중요시 여기는 것으로 분석된다. 소득이 높을수록 중개사무소의 입지에 관심이 높았다. 현장 방문 시 일차적으로 중개사무소의 외형을 보고 우수한 입지에 있는 중개사무소를 운영하는 중개업자의 능력을 높게 보는 경향이 있는 것으로 조사되었다.

#### 4.3.6. 중개사무소 방문목적별

부동산 매수의 경우 중개업자의 전문지식을 가장 선호하였다. 매수자의 경우 지역정보, 최신정보, 시세 정보 등 중개업자에게 많은 정보를 얻고 의사결정을 하려는 특성이 그 영향으로 보인다. 임대를 하는 주택 소유자의 경우 중개업자의 영업능력을 가장 선호하였다. 임차인과의 복잡한 문제를 중개업자에게 맡겨 해결하려는 경향을 확인할 수 있었다. 부동산 매도의 경우 중개업자의 책임의식을 가장 많이 선호 하였다. 현재 부동산 경기의 불황으로 인해 매매시세 파악의 어려움 등 중개업자의 책임 있는 중개관련 일 처리를 필요로 하는 것으로 분석되었다. 부동산 매수, 전세 임차, 월세 임차의 경우 프랜차이즈 가맹여부에 관심이 높았다. 부동산을 거래하기 전 인터넷을 통해 사전 검색을 하고 해당지역에 방문하여 추가적인 정보를 얻고 거래하는 것으로 조사되었다.

#### 4.3.7. 거래하는 물건형태별

단독주택 거래자의 경우 중개업자의 전문지식을 가장 선호하였다. 가격의 폐쇄성으로 인해 중개업자의 정보에 의존하는 것으로 분석되었다. 토지, 상가의 경우 중개업자의 영업능력을 선호하였다. 거래물건의 고가성과 거래자를 찾는 것에 어려움이 있어 중개업자의 적극적인 중개행위를 선호하는 것으로 분석되었다. 아파트 거래자의 경우 중개사무소의 입지와 프랜차이즈 가맹여부에 관심이 높았다. 정보에 민감한 아파트 거래자의 특성을 확인할 수 있었다.

#### 4.3.8. 중개사무소 방문횟수별

방문횟수가 적은 거래자의 경우 중개업자의 전문지식을 선호하는 것으로 조사되었다. 중개업자에게서 부

동산에 관한 정확하고 만족할 만한 정보를 전달받은 고객은 의사결정도 빨리 한다는 것을 알 수 있었다.

## V. 결론

### 5.1. 연구의 요약 및 시사점

첫째, 부동산중개서비스 품질요인은 기존 선행 연구에서 다양하게 제시되었지만, 본 논문에서는 개인형태의 중개사무소에 맞는 품질요인으로 중개업자의 전문지식, 중개업자의 영업능력, 중개업자의 책임의식, 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹여부를 도출하고 제시하여 분석하였다. 따라서 부동산중개서비스 품질요인을 새롭게 선정하였다.

둘째, 고객들은 중개업자의 책임의식과 전문지식을 중요하게 판단하며 긍정적인 점수를 주었다. 그 이유를 살펴보면 고객은 부동산을 거래할 때 전문가에게 의지하려는 경향이 있으며, 이 점을 충족시켜 주는 중개업자와 계약을 체결한 다는 사실을 알 수 있었다.

셋째, 고객들은 중개업자의 영업능력을 평가할 때 중개업자의 행동, 즉, 친절하며, 고객에게 관심을 가져 주고, 적극적인 중개행위를 해주는 중개업자를 선호하는 것으로 조사되었다. 이는 마음에서 우러나오는 서비스정신이 필요함을 의미한다. 중개업자 스스로 손님을 대할 때 일회성 친절이 아닌 진정한 친절을 베풀 때 해당 중개사무소는 성장할 수 있을 것이다.

넷째, 고객들은 중개사무소를 선택할 때 도로에서 눈에 잘 띄는 노출도가 좋은 곳과 대중교통이 편리한 곳을 선택하였다. 그렇지 않으면 도보로 이용 가능한 본인 주거지와 가까운 곳에 위치한 중개사무소를 선호하는 것으로 나타났다. 그렇지 못한 자리에 있는 중개사무소인 경우 부동산 중개사무소의 위치를 알리는 홍보가 필요할 것으로 보여 진다.

다섯째, 고객들은 프랜차이즈 가맹여부에 낮은 평가를 하였다. 전체 연구 결과에서 프랜차이즈 가맹여부는 고객에게 그다지 관심을 받지 못했다. 오히려 계약을 체결한 고객들은 프랜차이즈의 가맹여부보다 중개사무소의 입지를 더 중요시 여기는 것으로 나왔다. 단, 고객들이 현장 방문 시 간판에 부동산 프랜차이즈 가맹이 되어 있는 경우 해당중개사무소를 선택할 확률을 높일 수는 있는 것으로 조사되었다. 프랜차이즈

가맹과 관련 대부분의 중개사무소에서 많은 비용을 지불하고 있다. 그러나 고객들에게 호응을 얻지 못한다면 결국 비용만 지출하는 것이 된다. 중개업의 발전을 위해서도 부동산정보망의 신뢰를 쌓는 데 중개업계와 부동산 정보망사, 중개업자 모두 노력해야 할 것이다.

여섯째, 부동산중개서비스 품질요인으로 선정된 중개업자의 전문지식, 영업능력, 책임의식, 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹여부의 세부사항 질문에서 평균 4.5점 이상의 매우 긍정적인 점수를 받은 항목이 하나도 없는 것으로 조사되었다. 이는 현재의 중개업계가 고객들로부터 여전히 신뢰를 못 받고 있다는 사실과도 연결될 수 있다. 또한 중개업계의 업무형태가 다양한 고객의 요구를 수용하지 못하고 후진적이라는 사실도 증명된다. 다양한 중개업계의 노력이 필요한 대목이다.

일곱째, 성별, 연령, 학력, 직업, 소득, 방문목적, 물건형태, 중개사무소 방문횟수와 부동산중개서비스 품질요인과의 내용을 살펴보면 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹여부와 같은 외형적 요소보다 중개업자의 자질인 전문지식과 영업능력, 신뢰와 관계있는 책임의식을 더 중요하게 여기는 것으로 분석되었다.

본 연구의 시사점은 기존 선행연구와의 차별성에서 찾을 수 있다. 기존 선행연구에서는 대부분 부동산중개서비스 품질요인이 고객에게 긍정적인 영향을 미치는지 그렇지 않은지에 관한 연구가 대부분이었다. 그러나 본 연구에서는 여기서 한 발 더 나아가 직접 계약을 체결해 본 고객을 대상으로 어떤 품질요인을 선호하고 평가하는지를 구체적으로 조사하여 수치를 제 공함으로써 기존연구와 차별성을 두었다. 이는 실제 부동산을 운영하는 중개업자와 창업을 앞둔 예비 중개업자에게 유용한 자료가 될 것이다. 또한 부동산 중개 관련 정책 입안 시에도 참고가 될 수 있을 것이다.

## 5.2. 연구 한계 및 향후 연구 계획

본 연구는 다음과 같은 한계점이 있다.

첫째, 설문대상자 선정 시 서울 지역의 중개사무소에서 거래 계약을 체결한 사람만을 대상으로 하여 일부에 국한 된 부분이 있었다. 서울 지역 외 타 지역의 조사도 이루어진다면 더 정확한 결과를 산출 할 것으로 생각된다.

둘째, 부동산중개서비스 품질 요인을 중개업자의 전문지식, 중개업자의 영업능력, 중개업자의 책임의식, 중개사무소의 입지, 프랜차이즈 가맹여부뿐만 한정하여 다루어, 다른 다양한 중개서비스 품질요인에 관한 연구가 추가적으로 필요할 것이다.

위와 같은 연구의 한계점과 추가적인 연구의 필요성에도 불구하고 본 연구는 고객이 부동산중개서비스 품질요인을 어떻게 평가했는지 확인함으로써 중개업계에 발전시켜야 할 점과 개선해야 할 점이 무엇인지 시사해 주었다는 데에 의미가 있다. 지금도 치열한 경쟁 속에 있는 중개업자들에게 개선 방향을 제시해 줌으로써 향후 우리나라의 중개업 발전에 기여할 수 있는 초석이 되길 바란다.

## 참고 문헌

- [1] 김용상, "서비스사회", 대왕사, pp.100-101, 2011.
- [2] 변병목, "계층화 의사결정방법(AHP)에 의한 중개업자의 직무만족도 분석연구", 영산대학교 대학원, pp. 130-135, 2011.
- [3] 장성대, "부동산중개업의 서비스 요인이 고객만족과 서비스 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 전주대학교 일반대학원, pp. 85-87, 2010.
- [4] 신광식, "부동산중개업 구성요소와 서비스 가치, 재이용의도, 구현효과와의 관계에 관한 연구", 한국전자통신학회논문지, 5권, 6호, pp. 657-663, 2010.
- [5] 정길상, "부동산중개품질이 고객만족과 신뢰 및 추천의도에 미치는 영향", 한성대학교 대학원, pp. 113-116, 2009.
- [6] 정용, "부동산 중개협상의 성과와 결정요인에 관한 연구", 영남대학교 대학원, pp. 120-123, 2007
- [7] 이의중, 조광행, "부동산마케팅에서 구매 및 구매 후 행동에 관한 연구", 한국전자통신학회논문지 5권 4호, pp. 457-463, 2010.
- [8] 정미애, 민규식, "부동산거래의 분쟁해결 방안에 관한 연구", 한국전자통신학회논문지 5권, 4호, pp. 464-470, 2010.

## 저자 소개



### **최윤경(Yun-Kyong Choi)**

2010년 2월 서울디지털대학교 부동산학과 졸업 (부동산학사)

2011년 국민대학교 법무대학원 부동산학 졸업(법학석사, 부동산전공)

※ 관심분야 : 부동산중개, 부동산보상, 부동산투자.



### **신광식(Kwang-Shig Shin)**

1985년 2월 사관학교 행정학과 졸업 (행정학사)

1990년 8월 경북대학교 행정대학원 도시 및 이론행정 졸업(행정학 석사)

2010년 8월 서울벤처정보대학원대학교 부동산학과 졸업(부동산학 박사)

국민대학교 법무대학원 부동산학과 겸임교수

나사렛대학교 부동산학과 외래교수

(주)유니테크 상무이사.

※ 관심분야 : 부동산중개, 부동산보상, 부동산투자, 부동산정책, 부동산유통