

## 부동산 포털사이트의 매물정보 품질개선에 관한 연구 -부동산업 종사자를 대상으로-\*

A Study on Improvement of Sale Information Quality in Real Estate Portal Sites

경 정 익 (Kyung, Jungik)\*\*

### < Abstract >

Using expected mismatch paradigm by Oliver (1981), this study investigates casual relationships among variables composed of expectations on quality of sale information, perceived performance, expectation congruency and the effects of these variables on consumers' satisfaction from using real estate portal sites as well as their satisfaction with information provided.

Empirical results show that, 1) expectations on quality of sale information are positively related to perceived performance of quality of sale information and expectation congruency, 2) perceived performance of quality of sale information positively influences expectation congruency, 3) perceived performance and expectation congruency lead to consumers' satisfaction on quality of sale information, and 4) satisfaction on quality of sale information leads to satisfaction on the portal site that provides the information.

Through these series of analyses, several suggestions are made to improve quality of sale information on real estate.

주 제 어 : 부동산 포털사이트, 매물정보, 기대불일치

key word : Real estate portal site, Sale information, Expectation disconfirmation

\* 이 논문 또는 저서는 2012년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2012S1A5B5A07036884)

\*\* 행정학박사, 가천대학교 및 안산대학교 외래교수, kyungci@hanmail.net

## I. 서론

스마트시대는 대량으로 양산되는 정보 중에서 유용성과 신뢰성 있는 정보의 선별이 합리적인 의사결정의 핵심이라 할 수 있다. 유비쿼터스 컴퓨팅과 집단지성(corrective intelligence)은 언제 어디서든지 필요한 정보를 즉각 획득하여 의사결정의 질을 향상시키고 있다.

최근 모바일 인터넷이 일반화되어 휴대성, 이동성, 즉시 접속성이 결합되어 언제 어디서나 다양한 정보를 이용할 수 있는 편제 가용성(Ubiquitous Availability)과, 개인 식별성과 위치 확인성이 결합되어 나타나는 상황 인식성(Context Awareness)이 확산되고 있으며(경정의 외, 2012), 특히 SNS(Social Network Service)에 의한 정보생산 및 소통과위가 급증하고 있다. 따라서 앞으로는 정부, 기업, 개인 간에 더욱 많은 양의 정보가 생산되고 유통될 것으로 쉽게 예상할 수 있는 것이다. 따라서 이러한 빅데이터(big data) 중에서도 신뢰할 수 있는 유용한 정보의 선별과 분석이 그 무엇보다도 중요해진 것이다.

현재 부동산 활동에서 의사결정의 핵심인 부동산정보 특히 매물정보는 주지하는 바와 같이 부동산 포털사이트에서 허위로 널리 유통되고 있어 그 신뢰성과 유용성이 낮다고 할 수 있다. 이로 인하여 부동산 종사자 뿐만 아니라 업체에 대한 사회적 인식과 평가가 절하되고 있다고 할 수 있다.

따라서 정부와 공인중개사 협회, 민간업체들은 부동산거래정보망의 허위매물정보 방지를 위하여 자체적으로 또는 협력을 통해 다양한 조치를 하고 있다. 정부의 「공인중개사의 업무 및 부동산거래신고에 관한 법률」에 의한 규제정책과 부동

산 포털사업자의 자체적인 허위매물 신고제도 시행과 매물 확인제도를 운영하는 등 정화운동을 전개하고 있으나 중개업자에 대한 통제 위주의 단순한 대책으로 실효성이 미비한 실정이다. 또한 부동산포털 사업자의 경우도 공정거래위원회에서 승인한 ‘온라인 부동산광고 자율규약(안)’을 근거로 허위매물정보 방지를 위해 노력하고 있으나, 자율규약으로 강제성이 부족하여 그 실효성이 낮다.

그 근본적인 원인을 살펴보면 정확한 매물정보를 등록하게 되면 중개의뢰 유인이 저해되는 피해를 감수해야 하는 문제가 있으며, 부동산 정보제공업체는 중개업자의 매물정보 등록비용이 주 수입원으로 허위매물 유통을 강력하게 제재할 수 없는 근본적인 한계가 있다. 또한 매물제공업체는 매물 정보의 다양하고 세분화된 부동산 하위시장에서 진정성을 일일이 확인하기는 어려운 것이다.

지금까지 선행연구를 살펴보면 외향적으로 나타나는 현상에 대한 문제를 분석하고 대안을 제시하는 연구가 대부분이다.

본 연구에서는 선행연구와 다른 관점인 부동산 매물정보를 활용하는 이용자의 내면적인 인식 분석을 통해 원인을 살펴보고자 한다.

따라서 본 연구의 목적은 Oliver(1981)의 기대 불일치 패러다임(expectation disconfirmation paradigm)에 근거하여 부동산 포털사이트의 매물정보를 이용자가 인식하는 사전기대와 사용 후 인식하는 사후 만족 간의 관계분석을 통해 매물정보의 품질개선을 위한 방안을 도출하고자 하는 것이다.

## II. 이론 및 선행연구 고찰

### 1. 기대불일치 이론

기대불일치 이론은 1970년대 초반부터 다양한 분야의 연구에서 적용되어 이용자의 만족과 불만족 연구의 중심이론이 되고 있다.

Oliver(1981)에 의해 제시된 기대불일치 패러다임(expectation disconfirmation paradigm)은 이용자 만족에 관한 연구에서 가장 많이 적용되고 있으며(Bearden, Teel, 1983; Yi, 1990), 이용자 만족을 기대와 기대불일치와의 정(position)의 함수라 가정한다. 즉 기대성고가 기대보다 높아 '긍정적 불일치'가 생기면 만족하게 되고, 반대로 성과가 기대보다 낮으면 '부정적 불일치'가 발생하여 불만족하게 된다는 것이다.

Oliver, Desarbo(1988)는 그의 이론에서 소비자는 구매하기 전에 제품사용에 대한 기대를 한 상태에서 제품을 구매하고 사용한 후 지각된 제품 성과를 자신의 사용 전 기대수준과 비교했을 때 제품성고를 기대보다 못한 것으로 판단되면 이를 부정적 불일치(negative disconfirmation)라 하고 있다. 반면 제품성고가 기대보다 나은 경우는 긍정적 불일치(positive disconfirmation)라 하며, 기대했던 정도와 판단되면 단순일치(simple confirmation)라 하고 있다. 그리고 Oliver(1981)는 단순일치 및 긍정적 불일치의 경우에 만족하며, 부정적 불일치의 경우에는 불만족하게 된다고 한다.

또한 기대불일치 이론에서 기대와 불일치가 모든 만족에 결정적인 영향을 미치게 되지만, 기대와 불일치는 상호 독립적인 관계라 하고 있다. '기대'는 최종의 만족을 판단하기 위한 계기를 제공하는 것으로 그 역할을 다하는 것이고, '만

족은 기대수준과 그 결과인 기대불일치의 가법적인 영향의 결과라 하고 있다. 그러므로 기대불일치 이론에 근거한 만족은 제품이 지니는 다양한 속성에 대한 만족의 결과들에 의해 종합적으로 결정된다는 것이다.

한편 불일치와 만족 간의 관계에 관한 대부분의 기존 연구들은 불일치가 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(이유재, 1997; 이학식·임지훈, 2001).

지각된 성과는 종전의 전통적인 기대불일치 패러다임 하에서 나타나는 기대와의 불일치를 통해서 만족에 영향을 미치는 것으로 파악되고 있으나, 최근의 일부 연구에서는 특정 상황에서 지각된 성과가 만족에 직접적인 영향을 미칠 수 있음이 밝혀지고 있다(Tse, Wilton 1988; Oliver, Desarbo 1988).

### 2. 부동산 포털사이트의 매물정보 품질과 사용자 만족

#### 1) 부동산 포털사이트

포털(portal)은 문 또는 통로(gate)라는 의미로서, 포털사이트는 정보를 검색하기 위해 초기 방문으로 반드시 거쳐야 하는 사이트를 말한다. 따라서 부동산 포털사이트는 웹(web)상에서 부동산 정보검색을 하기 위해 시작하는 첫 사이트인 것이다.

부동산 포털사이트에서 제공하는 서비스는 박종천(2011)이 제시한 일반적인 포털사이트와 동일하게 3단계의 변화를 거쳐 진화하고 있다. 제1단계는 전자우편, 부동산 관련 정보검색, 시세정보 또는 부동산 관련 뉴스 등의 기본적인 정보제공 서비스를 제공하는 웹 사이트이다. 제2단계는

〈표 1〉 부동산 매물정보 제공 주요 사이트 유형별 현황

구 분		검 색 형	콘 텐 츠 형	종 합 형
공공	국토교통부	온나라 부동산종합포털		
	지방자치단체	서울시 부동산 정보광장, 지자체별 부동산 사이트		
	공 기 업	온 비드(On-bid), 한국토지주택공사 등		
민간	포털사이트	다음 부동산, 네이버 부동산 등		
	언론기관	매일경제부동산, Joinsland 등		
	금융기관	KB 부동산, 신한은행 부동산 등		
	부동산 정보서비스 업체	닥터아파트, 부동산114, 부동산뱅크, 부동산1번지 등 부동산레이더, 텐커뮤니티 부동산포스 등		

기본적인 정보제공 서비스의 기능을 넘어서 부동산과 관련된 교육 콘텐츠, 각종 통계정보 등 다양한 항목이 결합된 서비스를 제공하며, 제3단계는 커뮤니티 기반의 공동체형 서비스를 지향하는 웹 사이트이다.

또한 Timmers(1998)에 의해 제시된 11가지의 인터넷 사업모델을 기초로 부동산 포털사이트를 범주화하여 보면 검색형, 콘텐츠형, 종합형 등 3가지로 구분해 볼 수 있다. 검색형은 초기 인터넷 서비스의 이메일 기능과 더불어 부동산 관련 정보의 검색 그리고 이용자 확보차원에서 부동산 관련 뉴스, 경매, 부동산 매물정보 등을 제공한다. 콘텐츠형은 부동산 뉴스, 부동산 교육, 매물 정보, 경·공매 및 재개발·재건축에 관한 정보, 다년간 축적된 부동산 통계정보 제공 등 정보화를 기반으로 제공하는 사이트를 말한다. 콘텐츠형은 자체적으로 생산한 정보를 가공하여 제공하거나 부동산 관련 교육 콘텐츠와 축적된 데이터베이스를 기반으로 정보제공을 유료화할 수 있는 사이트이다. 종합형은 포털사이트의 초기 서비스인 이메일과 SNS에 의한 기능으로 회원 간 상호작용을 유도하여 차별화된 서비스 제공을 목적으로 하는 포털사이트를 말한다.

공공과 민간 및 언론, 금융 등 다양한 기관들에 의해 운영되는 부동산 관련 사이트는 <표 1>에서와 같다. 이러한 부동산 사이트는 부동산에 대한 종합적인 정보를 제공할 수 있도록 하여 부동산 정보를 검색하기 위해 최초로 접근하는 포털사이트 역할을 하고자 한다. 또한 최근에 이러한 사이트는 모바일과 소셜 미디어의 확산으로 다양한 의사소통 채널을 통해 실시간(real time)에 의한 사진, 이미지, 동영상 등에 대한 다양한 콘텐츠를 제공하여 정보의 유통이 확산되고 있는 추세이다.

## 2) 부동산 매물정보 품질

부동산 매물정보는 중개업자가 중개의뢰를 받은 중개 대상물의 매매·교환·임대 활동에 관한 제반 정보이다. 즉 부동산 매물정보는 거래 성사를 위하여 유통되는 부동산정보로서, 부동산시장 참여자가 거래 성사를 원하는 대상 부동산의 제반 현상을 분석하고 부동산활동의 의사결정을 하는데 필요로 하는 정보라고 할 수 있다. 매물정보는 시세 및 가격정보를 비롯하여 거래의 대상이 되는 부동산에 관한 부동산 소유현황, 거래현황, 정책현황, 과세현황 등 전반적인 내용이 모두

〈표 2〉 참여주체별 허위매물정보 근절 대응방안

구 분	소비자	중개업자	정보업체	정 부
전제조건	교육, 홍보	교육, 캠페인	정보업체의 자정노력	사업자 단체 자율조정 지원
내 용	적극적인 신고	협회차원의 자정노력	협회차원의 자정노력	법률 규제 강화
실현 가능성	높음	보통	보통	낮음

자료 : 심형석·임채관·김향란(2008), 부동산 정보사이트 허위매물 현황과 정책제언.

포함된 정보인 것이다.

현재 인터넷상의 부동산 매물정보는 다수의 포털사이트에서 매물에 대해 일일이 확인하여 보완되고 있으나, 아직도 실제 사실과는 많은 차이가 있는 허위정보가 유통됨으로써 신뢰성을 회복하는 데는 많은 연구와 노력이 요구된다.

이러한 부동산 허위매물정보는 실제 사실과 다른 정보가 포함되어 고의성 여부와 관계없이 정보 이용자에게 직·간접적으로 피해를 주게 되는 정보이다(김윤주 외, 2009). 허위매물정보의 유통은 1차적으로 이러한 허위정보에 기초하여 활동을 하는 일반인에게 물질적 정신적 피해를 주게 되며, 정보사용자는 인터넷상의 정보를 불신함으로써 부동산정보를 제공하는 서비스업체와 중개업자에게도 부메랑이 되어 2차적으로 많은 피해를 주어 결과적으로 정보제공자와 사용자 모두 피해를 보게 된다.

허위매물정보의 유형에 대한 선행연구를 살펴보면 김윤주 외(2009)는 허위정보제공, 가격조작 정보 제공, 미확인정보제공 정보, 무효 정보제공, 가격조작 정보제공으로 분류하고 있으며, 심형석 외(2008)는 가격왜곡 여부, 매물의 실제 존재 여부, 중복게재 여부 등 3가지로 분류하였다. 반면 김종삼 외(2009)는 정보의 내용을 기준으로 부존재매물정보와 가격오류매물정보, 속성오류매물정보, 조건오류매물정보의 4가지 유형을 제시하고

있다.

부동산 매물의 허위정보 근절을 위한 선행연구로 김종삼 외(2009)는 허위매물정보 방지를 위한 규제제도를 강화하고 매물정보 등록건수를 감소함으로써 허위매물정보를 감소할 수 있을 것이며, 불법 및 무등록 중개업소 차단과 부동산포털 사업자의 자율규제를 더욱 강화하여야 할 것이라고 하였으며, 심형석 외(2008)는 <표 2>와 같이 소비자와 중개업자, 정보제공업체, 정부차원의 다양한 대응방안을 제시하고 있다.

포털사이트의 정보품질과 관련된 선행연구를 살펴보면, 웹 사이트 이용자 만족에 대한 연구에서 McKenney 외(2002)은 정보품질과 시스템품질을 웹사이트 사용자 만족을 측정하는 중요한 2가지 요소라고 하였다. 그는 기대불일치 패러다임 이론에 의해 정보 품질과 시스템 품질에 대한 기대 불일치 그리고 지각된 성과를 측정하였으며, 이용자 만족을 분석하여 핵심적인 구성요소를 개발하기 위한 측정도구를 제시하였다. 또한 이용자 만족을 측정하는 도구개발을 위해 다음과 같은 과정을 설정하였다.

첫째 웹 정보품질(Web-IQ: Information Quality)과 웹 시스템품질(Web-SQ: System Quality)의 뚜렷한 차이를 확인하는 것이다. 둘째 개념을 측정하는 도구를 개발하고 이에 대한 측정모델로 참가자들의 IQ와 SQ기대가 웹 사이트 사용자 만족에 대한 기대와 영향 등의 수준을 통제하고 측정

〈표 3〉 정보품질(IQ)의 상·하위 측정항목

상위항목	정 의	대표적 연구
관련성	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보의 관련성, 명확성 및 우수성 문제와 관련됨</li> <li>적용가능하고 관련성이 있으며 명확함</li> </ul>	Zmud 1978, Bailey and Pearson 1983, Doll and Torkzadeh 1988, Saracevic et al. 1988, Davis et al. 1989, Eighmey 1997, Seddon 1997, Wilkerson et al. 1997, Eighmey and McCord 1998, Bruce 1998.
시기 적절성	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보의 시간성과 연관됨</li> <li>현재성 및 지속적인 업데이트</li> </ul>	Zmud 1978, Bailey and Pearson 1983, King and Epstein 1983, Doll and Torkzadeh 1988, Wilkerson et al. 1997, Abels et al. 1997.
신뢰성	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보의 정확성, 의존성 및 일관성의 정도와 관련됨</li> <li>신뢰할 수 있고 정확하고 일관됨</li> </ul>	Zmud 1978, Bailey and Pearson 1983, King and Epstein 1983, Doll and Torkzadeh 1988, Eighmey 1997, Wilkerson 1997, Eighmey and McCord 1998.
범 위	<ul style="list-style-type: none"> <li>웹 사이트가 제공하는 정보의 정도와 정보의 범위 및 세부사항의 수준을 평가</li> <li>충분하고 완전하며 넓은 범위를 포괄하고 자세함</li> </ul>	Zmud 1978, Bailey and Pearson 1983, King and Epstein 1983, Doll and Torkzadeh 1988, Wilkerson et al. 1997, Schubert and Selz 1998.
지각된 유용성	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보가 자신의 구매 결정을 높일 확률을 사용자가 평가</li> <li>유익함, 가치 있는 도구성</li> </ul>	Larcker and Lessig 1980, Bailey and Pearson 1983, Davis et al. 1989, Moore and Benbasat 1991, Venkatesh and Davis 1996, Abels et al. 1997, Seddon 1997, Eighmey 1997, Doll et al. 1998, Eighmey and McCord 1998, Venkatesh and Davis 2000.

\* 자료 : Vacki McKinney et al.(2002), The Measurement of Web-Customer Satisfaction : An Expectation and confirmation Approach Information Systems Research Vol. 13 No. 3, pp. 301.

하기 위한 설정이었다. McKenney 외(2002)에 의하면 웹 사용자의 IQ만족을 측정하기 위한 세 가지 요인은 IQ기대, IQ불일치, 그리고 IQ 지각된 성과라고 주장하고 있다.

또한 본 연구의 정보품질을 측정하기 위한 항목은 McKenney 외(2002)이 제시한 <표 3>을 근거로 하여 부동산 정보의 특성과 밀접하게 연관이 있는 시기 적절성, 신뢰성, 지각된 유용성을 측정항목으로 선정하였다.

### 3) 부동산 포털사이트 이용자 만족

웹 사이트 이용자는 이용에 대한 평가를 만족과 불만족으로 판단하게 된다. Muyllle 외(2003)은 그의 IS(Information System)성공 이론에서 웹 사이트 이용자 만족은 최종 이용자의 의사결정 과정에서 조직의 웹 사이트 유용성 측정으로 간주할 수 있으며, 웹 사이트에 대한 이용자의 태도로 정의할 수 있다고 한다. 또한 웹 사이트 사용자 만족은 사용자 환경에 적합한 하이퍼미디어 설계와, 사용자 만족 개념을 조사하기 위한 정보 시스템 성공으로 구성된다고 하였다.



Davis 외(1989)은 정보시스템과 포털사이트는 근본적으로 차이가 있지만 정보시스템 중의 하나인 경영정보시스템(MIS)의 성공요인에 대한 이론을 웹 사이트 사용자 만족에 대한 연구에 적용할 수 있다는 것이다. 따라서 정보시스템에 대한 선행연구에서 포털사이트 성공요인을 추출할 수 있을 것이다.

Phelps, Mok(1999)는 성공적인 인터넷 시스템 개발과 관련한 연구에서 이용자 만족(User Satisfaction)에 영향을 미치는 요인으로 지각된 유용성을 제시하였다.

DeLone, McLean(1992)은 정보시스템에 대한 사용자 만족도의 성과모형을 개발하여 수신자의 효과적인 성공을 측정하는 것으로 4가지(직무과정, 직업만족, 시스템 호환성, 의사결정) 변수를 선정하였다. 또한 경정의 외(2010)는 부동산 정보시스템의 정보의 품질과 시스템 품질, 서비스 품질이 사용자 만족도를 높일 수 있는 중요한 변수라고 하였다.

따라서 이와 같이 정보시스템에서 사용자 만족에 영향을 미치는 요인을 포털 사이트에 영향을 미치는 요인으로 고려할 수 있을 것이다.

Jarvenpss 외(1997)는 웹사이트 사용의 만족에서 신뢰가 소비자의 구매의도를 촉진시키는 역할을 하여 인터넷 쇼핑의 성공요인으로 꼽았으며, 소비자의 위험을 감소시키고 인터넷 쇼핑물 태도에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 검증하였다.

이재홍(2006)은 포털사이트에서 만족도를 결정하는 요인으로 편리성, 정보제공성, 오락성, 상호작용성 등을 선정하였다.

따라서 부동산 포털사이트의 사용자 만족은 포털 사이트의 편리성과 안정성, 상호작용성 그리고 사용자가 요구하는 정보를 얼마나 잘 제공

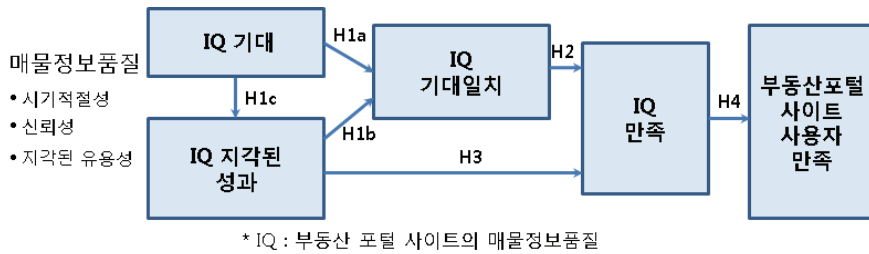
하는가 하는 정보제공성에 의해 결정된다고 할 수 있을 것이다.

### III. 연구모형 설계

#### 1. 연구모형의 설정

본 연구는 기대불일치 이론에 의한 부동산 포털 사이트의 매물정보 품질 개선에 관한 최초 연구로서, 부동산 포털사이트는 포털사이트의 한 유형으로 볼 수 있다. 따라서 앞에서 기술한 기대불일치 이론을 적용한 정보품질과 사용자 만족에 관한 선행연구의 성과를 적용할 수 있을 것이다. 즉 Spreng 외(1996)과 Churchill, Surprenant(1982), Yi(1990)의 기대 불일치의 긍정적 또는 부정적 효과에 대한 연구결과에 근거하여 매물정보품질(IQ: Information Quality)의 만족에 미치는 영향요인을 부동산 포털 사이트의 IQ 기대, IQ 불일치 그리고 IQ지각된 성과로 설정하여 실증검증을 진행하고자 한다. 즉 Spreng 외(1996)은 기대의 긍정·부정적 효과 감증을 위해 기대가 기대불일치에 영향을 미친다고 가정하고 있으며 지각된 성과에도 긍정적인 효과를 미친다고 가정한 반면 지각된 성과는 기대일치에도 긍정적인 영향을 미친다는 것이다. 또한 Churchill, Surprenant(1982), Yi(1990)도 기대와 기대불일치간의 부정적인 효과는 지각된 성과를 통한 긍정적인 간접효과가 있다고 한다.

본 연구에서는 부동산 매물정보의 부정적인 기대일치에 의한 효과보다는 지각된 성과를 통한 긍정적인 기대가 더욱 크게 예상됨으로써 기대일치를 통한 전체 만족에 대한 지각된 성과의 간접효과를 적용하였다. 따라서 앞에서 기술한 선행



〈그림 1〉 연구모형

연구에서 밝힌 바와 같이 ‘기대일치’가 전반적인 만족에 미치는 매개역할을 하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.

부동산 포털사이트의 정보품질에 대한 기대(IQ Expectation)를 의미하여 ‘매물정보품질’만을 변수로 채택하였다.

즉 부동산 포털사이트 매물정보 이용자(이하 이용자)의 만족 또는 불만족을 결정하는 기대는

## 2. 주요변수의 조작적 정의

〈표 4〉 변수의 조작적 정의

변 수	조작적 정의	측정 항목	비 고
매물정보품질의 기대 (expectation)	○ 매물정보품질은 시기 적절성(timeliness), 신뢰성(reliability), 지각된 유용성(usefulness) 변수로 구성	8	Vacki McKinney et al.(2002), Abels et al. 1997
	○ 부동산 정보를 검색하기 전에 매물정보가 어떠한 것인지에 대한 사전 느낌		Oliver(1980) Oliver and Desarbo(1988)
지각된 성과 (perceive performance)	○ 제품의 속성과 그 수준 또는 결과에 대한 신념 ○ 실제로 특정 부동산 포털사이트를 검색하여 해당 사이트에 제공하는 매물정보가 실제 기대했던 바의 충족을 의미	8	Oliver(1980) Oliver and Desarbo(1988)
기대일치 (expectations congruency)	○ 웹 사이트를 이용해 검색한 매물정보의 품질이 기대했던 바와 일치 여부 ○ 이는 불일치(disconfirmation)라는 용어를 대신하여 웹 사이트의 매물정보의 품질에 대한 일치라는 의미	8	Churchill and Surprenant(1982) Oliver(1980) Spreng et al.(1996)
매물정보품질 만족 (satisfaction)	○ 이용자의 사이트 탐색 경험에 대한 정서적인 상태 ○ 정보품질만족(IQ Satisfaction)은 부동산 포털사이트에서 제공하는 매물정보의 정보처리 행동을 통하여 의사결정의 질적인 우수 상태를 의미	5	DeLone and McLean(1992) Jarvenpss et al.(1999)
부동산 포털사이트 사용자 만족 (user satisfaction)	○ 부동산 포털사이트를 방문했을 때 이용자의 사이트 탐색 경험에 대한 정서적인 상태 ○ 이용자만족은 부동산 포털사이트를 이용해 본 결과 종합적인 평가를 한다면 실제로 어느 정도 질적으로 우수한가로 정의	6	Muylle et al.(2003) 경정의 외(2010)



### 3. 연구가설의 설정

#### 1) 지각된 성과와 기대일치

기대(expectation)는 기대불일치 모델의 핵심이나 기대에 대한 효과가 명확하게 규명되지 않은 상태로써 많은 학자들은 기대와 기대불일치의 관계에 대해 다양한 의견을 제시하고 있다.

Oliver(1981)는 기대와 기대불일치는 상호 연관이 없다고 주장하는 반면 Churchill, Surprenant(1982), Yi(1990)는 부(-)의 관계가 있다고 한다. 다시 말해 기대가 높으면 기대불일치로 부정적으로 인식하게 되며, 기대가 낮으면 상대적으로 기대불일치로 만족에 긍정적인 인식을 하게 될 가능성이 있다는 것이다. 즉 기대불일치와 만족은 정의 관계가 성립된다고 할 수 있는 것이다. 따라서 Davidow, Uttal(1989)은 말하기를 “공급자는 기대불일치에 따른 이용자의 기대를 낮추어 더 많은 만족을 할 수 있도록 하여야 한다.”고 주장한다. 그리고 Olshavsky, Yi(1990)는 “기대는 자각에 동화되기 때문에 기대는 어떠한 것에 대한 지각에 영향을 미치게 된다.”고 한다. 실제 Hock과 Ha(1996)는 제품의 사용경험이 모호할 때 제품성과에 대한 지각이 기대방향으로 움직인다는 것을 발견했다. 따라서 지각된 성과는 만족에 긍정적인 영향을 미치기 때문에 기대는 지각된 성과를 통해 만족에 긍정적인 효과를 미치게 된다는 것이다.

Boulding 외(1993)은 앞서 언급한 바와는 다르게 예측적 기대(predictive expectation)를 높일 것을 권장하고 있다. 또한 Yi(1990)은 상품에 대한 기대를 높이는 것이 지각된 성과를 높일 수 있는 반면 불일치를 증가시킬 수도 있다고 한다.

따라서 불일치모델에 대한 근본적인 문제는

만족에 미치는 기대의 전체적인 효과에 관련이 있다는 것이다. 이에 대해 Oliver(1980)는 전반적인 만족에 미치는 기대의 긍정적인 직접효과가 있을 것으로 가정한다면 기대는 적정수준에서 작용한다는 것이다. 이 효과는 간접적으로 지각된 성과를 통해서 만족에 영향을 미치는 동화효과(assimilation effect)로서 이론적인 해석이 가능하다고 주장한다.

Spreng 외(1996)은 기대의 긍정·부정적 효과검증을 위해 기대가 기대일치에 부정적인 영향을 미친다고 가정하였으며, 지각된 성과에는 긍정적인 효과를 미친다고 가정하는 반면 지각된 성과는 기대일치에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보고 있는 것이다.

따라서 이에 근거하여 본 연구에서는 부동산 매물정보 품질의 기대와 기대일치(불일치), 지각된 성과의 유의적인 차이를 규명하고자 하는 것이다. 따라서 다음과 같이 가정을 설정하였다.

<H 1a> : 부동산 포털사이트의 정보품질의 기대는 기대일치에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

<H 1b> : 부동산 포털사이트의 정보품질의 지각된 성과는 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<H 1c> : 부동산 포털사이트의 정보품질의 기대는 지각된 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 2) 기대일치 효과

Churchill, Surprenant(1982), Yi(1990)은 많은 연구에서 기대일치가 만족에 영향을 미친다는 것을 입증하였으며, 또한 기대일치는 기대와 경험

의 성과를 비교한 주관적인 평가로 정의하고 있다. 예를 들어 기대한 만큼 그 성과가 나타나면 만족하지만 그 반대로 그 성과가 부정적으로 불일치한다면 사용자는 그 정보에 대해 불만족할 가능성이 있는 것이다.

따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

<H 2> 부동산 포털사이트의 매물정보 품질의 기대일치는 매물정보품질 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3) 지각된 성과가 만족에 미치는 효과

Cadotte 외(1987)은 기대를 비교할 수 있는 대상에서만 기대불일치 모델을 적용할 수 있다고 하고, Bearden, Teel(1983), Oliver, Desarbo(1988) 등은 성과를 만족의 직접적인 요인으로 포함하지 않는다고 한다. 또한 Anderson 외(1994), Churchill, Surprenant(1982), Tse, Wilton(1988)은 기대불일치 모델에서 지각된 성과와 만족 간에 강한 직접관계가 있는 것으로 보이나 그 효과는 기대불일치에 의하여 완전히 중개되지는 않는다고 한다.

본 연구에서는 만족에 미치는 지각된 성과의 직접효과가 기대일치에 의해서 매개된다고 가정하고자 한다.

<H 3> 부동산 포털사이트의 지각된 성과는 매물정보 품질 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 4) 부동산 포털사이트의 매물정보 품질 만족

Gardial(1994)의 연구에 따르면 기대일치성에 의한 매물정보 만족은 사용자 만족에 미치는 효

과로 매개변수 역할을 한다고 제시하고 있다. 따라서 본 연구에서는 매물정보품질에 대한 기대일치가 부동산 포털사이트의 전반적인 만족에 영향을 미친다는 가정 하에 다음과 같이 가설을 설정하고자 한다.

<H 4> 부동산 포털사이트의 매물정보 품질의 만족은 웹 사용자의 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## III. 실증분석

### 1. 표본설정 및 분석방법

본 연구는 부동산 매물정보의 품질에 대한 인식을 조사하기 위한 Oliver(1980)와 Churchill, Surprenant(1982)의 연구를 참고로 하여 연구목적에 적합하도록 <표 5><표 6>와 같이 측정문항을 개발하고 5점 척도에 의해 측정하였다. 설문조사는 부동산 포털 사이트에서 매물에 관련된 정보를 자주 검색하는 부동산공인중개사와 부동산 중개업무를 담당하는 경기도내 시·군 공무원을 대상으로 하여 2013년 3월 27일부터 5월 10일까지 실시하였다.

설문조사의 내용적 타당성을 높이기 위해 전문가 2인에 의한 사전 설문조사를 통해 보완을 하였고, 설문지의 신뢰성을 높이기 위해 실제 설문조사는 연구자에 의한 사전 설문을 실시한 후 설문조사를 실시하였다.

접수된 설문조사서는 불성실하게 작성한 27부의 제외한 159부로서 SPSS(PASW)18.0을 이용하여 실증분석을 실시하였다.

〈표 5〉 정보품질의 기대, 성과, 기대일치에 대한 세부측정항목

변 수	측 정 항 목			선행연구자	
정보품질 (IQ)	시기 적절성	최신 부동산 매물정보의 제공	A1	Oliver(1980)	
		매물정보의 지속적인 업데이트	A2	Oliver and Desarbo(1988)	
	신뢰성	신뢰할 만한 매물정보 제공	A3	DeLone and McLean(2003)	
		정확한 매물정보 제공	A4	경정익·임병준(2010)	
	기대	유용성	유익한 매물정보 제공	A5	DeLone and McLean(2003) 손병모(2005) 김현명(2007)
			부동산활동에 중요한 매물정보 제공	A6	
			부동산활동에 충분한 매물정보 제공	A7	
			부동산활동에 완전한 매물정보 제공	A8	
정보품질 (IQ)의 지각된 성과	시기 적절성	최신의 부동산 매물정보 활용	B1	Oliver(1980)	
		매물정보의 계속적인 업데이트 여부	B2	Oliver and Desarbo(1988)	
	신뢰성	신뢰할 만한 매물정보로 활용	B3	Fogg et al.(2001)	
		정확한 매물정보의 활용	B4	경정익·임병준(2010)	
	유용성	유익한 매물정보의 활용	B5	Gefen et al.(2003)	
		부동산활동에 중요한 매물정보의 활용	B6	Davis(1989)	
		의사결정에 충분한 매물정보 활용	B7	경정익·임병준(2010)	
		의사결정에 완전한 매물정보 활용	B8	경정익(2011)	
정보품질 (IQ)의 기대일치	시기 적절성	최신 매물정보 제공의 기대일치	C1	Oliver(1980)	
		매물정보의 계속 업데이트에 대한 기대일치	C2	Oliver and Desarbo(1988)	
	신뢰성	신뢰할 만한 매물정보에 대한 기대일치	C3	Churchill and Surprenant(1982) Oliver(1980) Spreng et al.(1996)	
		정확한 매물정보 제공에 대한 기대일치	C4		
	유용성	유익한 매물정보 제공에 대한 기대일치	C5		
		중요한 매물정보에 대한 기대일치	C6		
		부동산활동에 충분한 정보에 대한 기대일치	C7		
		부동산활동에 완전한 정보에 대한 기대일치	C8		

〈표 6〉 매물정보 품질의 만족에 대한 세부측정항목

변 수	측 정 항 목		선행연구자
매물정보 품질 만족	부동산 매물정보는 정확하여 만족	D1	DeLone and McLean(1992) 경정익·임병준(2010)
	부동산 매물정보는 다양하여 만족	D2	
	부동산 매물정보는 최신정보로 만족	D3	
	검색된 매물정보는 유용하여 만족	D4	
	검색된 정보는 이해가 용이하여 만족	D5	
부동산 포털사이트 사용자 만족	제공되는 매물정보는 정확하여 만족	E1	김영춘·최해범(2009)
	제공되는 매물정보는 충분하여 만족	E2	
	부동산 포털사이트의 안정적인 관리로 만족	E3	
	부동산 포털사이트는 이용이 편리하여 만족	E4	
	부동산 포털사이트는 전문적인 정보제공으로 만족	E5	
	부동산 포털사이트는 개선요구가 반영되어 만족	E6	

## 2. 표본특성

본 연구의 기초조사에 사용된 표본의 특성을 살펴보면 성별로는 남자 47.9% 여자 52.2%이며, 연령별로는 50대가 42.8% 40대가 40.3% 30대가 11.3% 순으로 나타나고 있으며, 학력은 73.6%가 대졸 이상의 고학력자이다. 또한 56%가 중개업 경험이 있어 부동산 포털사이트의 매물정보를 이용한 경험이 충분히 있는 것으로 보인다.

## 3. 변수의 신뢰성과 타당성 분석 결과

앞에서 설정한 가설을 본격적으로 검증하기 전에 연구모형의 구성개념에 대한 측정의 적절성이 구비되었는지를 먼저 검토하였다. 선행연구를 통하여 선정된 측정변수는 척도순화과정을 통해 주성분분석(principle component analysis)으로 구성요인을 추출하였으며, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다.

본 연구에서 측정문항의 채택기준은 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인적재치는 0.5 이상

으로 기준을 선정하여 요인분석을 실시한 결과 <표 7><표 8>과 같이 총 5개 요인으로 되었으며 35개 측정항목 중 이론구조가 적절하지 않는 15개 항목이 제거되어 20개 측정항목이 최종적으로 채택되었다.

따라서 부적절한 측정항목을 제거한 후 크론바 알파 값을 기준으로 신뢰성을 측정한 결과 크론바 알파 값이 0.8 이상으로 높은 신뢰성을 보이고 있다.

## 4. 가설검증 결과

1) 매물정보품질의 기대일치에 따른 기대와 지각된 성과

부동산 매물정보품질의 기대와 지각된 성과가 기대일치에 영향을 미치는지에 대한 가설<H 1a>와 <H 1b>를 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 10>과 같다. 회귀모형은 F값이 64.034이며 유의확률은 .000( $p < .05$ )으로 나타나 적합한 것으로 나타났다. 또한 수정된  $R^2$ 는 .444로 44.4%의 설명력을 나타내고 있으며, VIF(Variation

<표 7> 표본의 주요 특성

주요 특성		빈도	%	주요 특성		빈도	%
성별	남자	76	47.9	직업	공인중개사*	125	78.6
	여자	83	52.2		부동산전문가	2	1.3
연령	20대	3	1.9		일반인	11	6.9
	30대	18	11.3		공무원	21	13.2
	40대	64	40.3	중개업 경력	1-5년	68	42.8
	50대	68	42.8		6-10년	9	5.7
60대이상	6	3.8	11-15년		6	3.8	
학력	고졸이하	36	22.6		16-20년	5	3.1
	대학졸/재학	113	71.1		20년 이상	1	0.6
	대학원 이상	10	6.3	없음	70	44.0	

\* 공인중개사 : 자격증을 취득하고 실무교육을 이수한 예비중개사 포함.

〈표 8〉 요인분석 결과(1)

측정항목	성 분			신뢰도 (크론바 알파)
	IQ 기대일치	IQ 기대	IQ 지각된 성과	
C8	<b>.839</b>	.149	.088	0.825
C7	<b>.778</b>	.062	.371	
C4	<b>.777</b>	.369	.243	
C3	<b>.734</b>	.303	.306	
A1	-.034	<b>.777</b>	.269	0.818
A3	.282	<b>.751</b>	.142	
A2	.225	<b>.734</b>	.236	
A4	.451	<b>.724</b>	.140	
B6	.403	.109	<b>.816</b>	0.879
B5	.165	.372	<b>.747</b>	
B1	.275	.479	<b>.649</b>	

요인추출 방법: 주성분 분석, 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a 6 반복계산에서 요인회전이 수렴되었음.

〈표 9〉 요인분석 결과(2)

측정항목		성 분		신뢰도 (크론바 알파)
		IQ 만족	사용자 만족	
IQ 만족	D2	.851	.177	.900
	D5	.831	.211	
	D4	.796	.315	
	D3	.718	.456	
	D1	.710	.442	
사용자 만족	E2	.329	.796	.829
	E5	.194	.782	
	E6	.205	.749	
	E1	.391	.722	

요인추출 방법: 주성분 분석, 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a 3 반복계산에서 요인회전이 수렴되었음.

Inflation Factor)가 모든 독립변수가 10 미만으로 다중 공선성은 없는 것으로 나타났다.

부동산 포털사이트의 정보품질의 기대는 기대 일치에 부(-)의 영향을 미칠 것이라는 가설<H 1a>에 대한 회귀분석결과를 보면 t값이 3.340

( $p < .001$ )으로 나타나 정(+)의 영향이 미치는 것으로 나타나 기각되었다. 이에 대한 선행연구결과에서는 기대수준을 높이면 기대가 불일치되어 불만으로 이어진다는 기존의 대부분의 연구결과와는 상반되는 결과이다.

〈표 10〉 기대일치와 기대 및 지각된 성과 간 회귀분석 결과

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
기대일치	(상수)	.477	.187		2.546	.012		
	IQ기대	.249	.075	.260	3.340	.001	.583	1.716
	IQ 지각된 성과	.466	.076	.474	6.098	.000	.583	1.716

R= .671, R2= .451,  $\bar{R}^2$ =.444, F=64.034 (p=.000)

또한 IQ지각된 성과는 t값이 6.098(p<.000)으로 나타나 부동산 포털사이트 정보품질의 지각된 성과는 기대일치에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다.

이는 부동산 포털사이트의 정보품질의 지각된 성과가 높을수록 웹 정보품질의 기대에 대한 일치 정도가 높음을 의미한다.

또한 부동산 정보품질에 대한 기대와 지각된 성과간에 인과관계를 분석한 결과 <표 11>과 같이 정보품질의 기대는 t값이 10.601(p<.000)로 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 <가설 1c>는 채택되었다.

이러한 결과는 전반적으로 기대수준을 높이면 지각된 성과수준도 높아진다는 것이다. 그러나 매물정보 품질의 기대가 높을수록 기대일치를 하게 되고, 가설2(H 2)의 결과에서 보는 바와 같이 기대일치가 되면 만족하게 되는 것이다. 이를 달리 표현하면 기대일치는 부동산 매물정보 품질의 기대수준을 벗어나면 불만족요인이 된다는 것으로 최적의 기대일치 수준을 유지할 수 있는 범위 내에서 최대 기대수준을 조성하면 부동산 포털사이트 매물정보의 사용자는 만족하게 될 것이라는 것이다.

## 2) 매물정보품질의 만족에 따른 기대 일치와 지각된 성과

정보품질의 기대일치와 지각된 성과가 부동산 매물정보 품질의 만족에 영향을 미치는지에 대한 가설<H 2>와 <H 3>을 검증하기 위해 다중회귀 분석을 실시한 결과, 회귀모형의 F값은 187.193이고 유의확률은 .000(p<.05)으로 나타나 회귀선의 모델이 적합한 것으로 나타났다. 또한 수정된 R<sup>2</sup>는 .702로 70.2%의 설명력을 나타내고 있으며, VIF가 모든 독립변수가 10미만으로 변수 간에 다중 공선성은 없는 것으로 나타났다.

분석한 결과는 <표 12>에서 보는 바와 같이 정보품질의 기대일치는 t값이 6.874(p<.000)이며, IQ지각된 성과는 t값이 9.464(p<.000)로 나타나 부동산 매물정보 품질의 만족에 모두 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설<H 2>와 <H 3>은 모두 채택되었다.

가설 2의 검증결과를 보면 부동산 포털사이트의 매물정보품질에 대한 기대일치는 매물정보품질의 만족에 긍정적인 영향을 미친다는 것으로 부동산 포털사이트의 정보품질의 만족을 이루기 위해서는 매물정보 품질에 대한 기대가 일치되어야 함을 의미한다.

가설 3의 검증결과는 부동산 포털사이트의 정보품질의 지각된 성과인 시기 적절성, 이해가능



〈표 11〉 기대와 지각된 성과 간 회귀분석 결과

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
지각된 성과	(상수)	1.114	.174		6.390	.000		
	IQ기대	.631	.060	.646	10.601	.000	1.000	1.000

R= .646, R<sup>2</sup>= .417,  $\bar{R}^2$  =.413, F=112.379 (p=.000)

〈표 12〉 IQ만족과 기대일치 및 지각된 성과 간 회귀분석 결과

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
IQ 만족	(상수)	.152	.139		1.091	.277		
	기대일치	.406	.059	.389	6.874	.000	.588	1.699
	지각성과	.549	.058	.536	9.464	.000	.588	1.699

R= .840, R<sup>2</sup>= .706,  $\bar{R}^2$  =.702, F=187.193 (p=.000)

성, 신뢰성이 매물정보 품질에 대한 만족에 긍정적인 영향을 미친다는 의미로서 부동산 포털사이트의 정보품질에 대한 만족을 이루기 위해서는 지각된 성과가 긍정적으로 나타나야 함을 의미한다.

### 3) 매물정보품질의 만족에 따른 부동산 포털사이트 사용자 만족

부동산 매물정보 품질이 부동산 정보포털 사용자의 만족에 영향을 미치는지에 대한 가설<H 4>를 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과, 회귀모형의 F값은 123.868이고 유의확률은 .000 (p<.05)으로 나타나 회귀선의 모델이 적합한 것으로 나타났다. 또한 수정된 R<sup>2</sup>는 .437로 43.7%

의 설명력을 나타내고 있다.

분석결과는 <표 13>에서 보는 바와 같이 부동산 매물정보 품질의 만족은 t값이 11.130(p<.000)으로 나타나 부동산 포털사이트 사용자의 만족에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설<H 4>는 채택되었다.

이러한 결과는 부동산 포털사이트 정보품질의 만족은 곧 사용자의 총체적인 만족으로 나타날 수 있다.

이는 정보품질에 대한 만족은 사용자 만족에 중요한 변수라는 경정익 외(2010)<sup>1)</sup>의 연구와도 동일한 결과인 것이다.

### 4) 가설검증결과 종합

앞에서 각 변수 간에 회귀분석을 통하여 나타

1) 경정익 외(2010)의 “부동산 정보시스템의 품질이 중개업무성과에 미치는 영향”에서 정보품질이 시스템 품질과 서비스 품질 보다 중요도가 높은 변수임을 실증.

〈표 13〉 사용자 만족과 IQ만족 간 회귀분석 결과

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
사용자 만족	(상수)	1.032	.151		6.818	.000		
	IQ만족	.590	.053	.664	11.130	.000	1.000	1.000

R= .664, R<sup>2</sup>= .441,  $\bar{R}^2$ = .437, F=123.868 (p=.000)

〈표 14〉 회귀분석 결과 종합

가 설		검증 결과
H 1a	부동산 포털사이트의 정보품질의 기대는 기대일치에 부(-)의 영향을 미친다.	기각
H 1b	부동산 포털사이트의 정보품질의 지각된 성과는 기대일치에 긍정적인 영향을 미친다.	채택
H 1c	부동산 포털사이트의 정보품질의 기대는 지각된 성과에 긍정적인 영향을 미친다.	채택
H 2	부동산 포털사이트의 매물정보 품질의 기대일치는 웹 정보 품질 만족에 긍정적인 영향을 미친다.	채택
H 3	부동산 포털사이트의 지각된 성과는 매물정보 품질 만족에 긍정적인 영향을 미친다.	채택
H 4	부동산 포털사이트의 매물정보 품질 만족은 웹 사용자의 총체적인 만족에 긍정적인 영향을 미친다.	채택

난 가설검증 결과를 종합해 보면 <표 14>와 같다.

실증분석에 의해 설정된 가설을 검증한 결과를 통해 몇 가지 매물정보 품질을 개선하고자 하는 방안을 도출해 낼 수 있다.

## IV. 결 론

### 1. 연구요약

본 연구는 Oliver(1981)의 기대불일치 이론에 의해 부동산 포털사이트 매물정보품질 기대와 기대에 대한 지각된 성과수준 그리고 기대일치가 매물정보 만족과 사용자 만족에 미치는 영향으로 구성된 각 변수 간의 인과관계를 통하여 부동산 매물정보의 품질을 높이기 위한 방안을 강구하고자 하였다.

첫째 부동산 포털사이트의 정보품질의 기대가 기대일치에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 결과는, Oliver(1981)의 기대불일치이론에 의한 기대수준을 높이면 기대와 성과가 불일치되어 불만으로 이어진다는 기존의 대부분의 연구결과와 상반된다.

이와 같은 연구결과에 대해서 다음과 같은 몇 가지를 유추해 볼 수 있다. 공공과 민간의 정보화 추진은 최신의 정보기술을 적용하고 있는 반면 이용자<sup>2)</sup>는 정보기술에 대한 지적수준과 활용수준이 상대적으로 낮아 부동산 포털사이트에서 검색된 매물정보의 품질이 기대보다 높게 인식되

기 때문인 것으로 보인다. 그리고 그간 부동산 허위매물의 유통방지를 위한 공공과 민간업체 그리고 공인중개사에 이르기까지 자정과 지속적인 개선 노력으로 나타난 결과로 해석할 수 있을 것이다. 부동산 허위매물정보의 유통이 과거와는 달리 많이 개선되어 부동산 매물정보에 대한 이용자의 기대를 충족하게 됨으로써 부동산 포털사이트 사용자의

사전적 매물정보의 품질기대가 실제 검색결과에 상당히 접근하고 있음을 추측하게 한다.

따라서 부동산 포털사이트의 매물정보 이용자의 만족을 높이기 위해서는 사용자의 기대를 좀 더 높게 설정하기 위해 이용자의 정보화에 대한 교육을 강화하여 기대에 일치하도록 하여야 할 것이다. 부동산 포털사이트의 매물정보에 대한 사전 기대수준이 높을수록 사후적인 기대일치가 이루어지기 용이할 것이라는 해석이 가능하다. 따라서 현재 부동산분야에 적용된 정보화 수준에 부합되게 사전 기대수준을 어느 정도 높게 조성할 필요가 있으며, 이는 사후적 기대에 일치되었을 때 매물정보품질의 만족으로 이어질 수 있을 것이다.

둘째 부동산 매물정보품질에 대한 지각된 성과 수준을 높임과 동시에 기대일치 수준을 높이면 매물정보의 품질이 높아지게 될 것이며 나아가 부동산 포털사이트의 매물정보의 수준이 전체적으로 높아질 수 있을 것이다. 따라서 부동산 매물정보품질의 시기 적절성, 신뢰성, 유용성을 높이기 위한 다양한 방안을 강구하여 이용자가 기대하는 성과를 실감할 수 있게 하는 것이 우선되어야 할 것이다.

셋째 전반적인 기대수준을 높일수록 지각된 성과수준도 높아질 수 있다고 할 수 있다. 그러나 기대일치수준을 벗어나면 불만족 요인이 되므로 최적의 기대일치수준의 확보를 전제로 최대 기대수준이 조성되면 부동산 포털사이트의 이용자는 만족하게 될 것이다.

넷째 부동산 포털사이트의 매물정보품질의 유용성, 시기 적절성, 신뢰성에 대한 지각된 성과는 매물정보 만족에 긍정적인 영향을 미친다. 이는 부동산 포털사이트의 매물정보의 만족을 이루기 위해서는 정보품질의 지각된 성과가 나타나야 함을 의미하는 것이다.

여섯째 부동산 포털사이트의 매물정보품질에 대한 만족이 이루어져야 총체적으로 사용자 만족을 할 수 있다는 것이다. 이는 정보품질의 만족이 시스템 품질 또는 서비스 품질 등 다른 변수에 비해 중요도 비중이 매우 높음을 의미한다고 할 수 있다.

이와 같은 가설검증 결과를 정리하여 보면 부동산 포털사이트의 매물정보품질에 대한 기대와 지각된 성과가 사후적인 기대일치를 하게 되면 사용자는 매물정보품질에 만족하며 이는 궁극적으로 부동산 포털사이트에 만족하게 된다는 것이다. 따라서 매물정보품질에 대한 기대수준을 높일 수 있도록 하여야 할 것이다.

## 2. 시사점

본 설문조사결과인 <표 15>를 보면 실제 조사 대상자의 부동산 포털사이트 매물정보품질에 대한 기대는 대체로 낮은 것으로 나타나고 있다.

2) 본 연구의 설문조사는 공인중개사와 부동산중개업을 관리하는 공무원을 대상으로 함으로서 이에 대한 의식을 분석한 결과인 <표 15>를 참조.

〈표 15〉 설문조사 항목에 대한 인식 수준

구 분	IQ기대	IQ기대성과	IQ기대일치	IQ만족	사용자 만족	비 고
평균	2,9260	2,8418	2,5872	2,7974	2,6821	5점척도
표준편차	0,5925	0,52301	0,54621	0,58154	0,51648	

이는 본 연구의 설문조사 대상인 공인중개사와 부동산중개업 담당 공무원의 정보기술과 정보화 활용에 대한 소양 수준이 낮아 매물정보 품질에 대한 기대수준이 낮음을 의미하는 것으로 해석할 수 있을 것이다. 따라서 공인중개사와 부동산중개업 담당 공무원의 정보화 소양 수준을 높일 수 있도록 정보화 활용 교육을 강화하여야 할 것이다. 또한 부동산 매물정보 제공업체는 최신 정보기술을 적용한 개발로 사용자의 기대에 부응하여야 할 것이다. 따라서 매물정보의 품질 개선을 위한 정보품질의 유용성, 이용가능성, 신뢰성에 대해서는 개선 노력이 필요하다고 할 수 있다. 부동산 포털사이트 사용자들은 기대와 자각수준이 계속 변하기 때문에 정기적인 조사를 통하여 부동산 포털사이트에 대한 만족을 수시로 점검하여 사이트의 개선에 힘써야 할 것이다.

공인중개사와 공무원 위주로 하게 되었다. 향후 연구에서는 실제 매물정보를 이용하는 일반인을 대상으로 조사를 하여야 할 것이다.

둘째, 부동산 포털사이트의 정보품질의 기대는 기대일치에 부(-)의 영향을 미칠 것이라고 설정한 가설은 대부분의 선행연구와는 달리 기각이 되어 이에 대해서는 추가적인 측정변수 개발과 폭 넓은 표본설정 등 심층적인 분석이 요구된다.

논문접수일 : 2013년 7월 25일  
 논문심사일 : 2013년 8월 1일  
 게재확정일 : 2013년 9월 23일

### 3. 연구의 한계

본 연구는 향후 부동산 포털사이트의 매물정보품질 개선에 대한 연구에 이론적 토대를 제공해 줄 수 있다는 점에서 의미가 있다고 하겠으나 다음과 같은 연구의 한계가 있어 이에 대해서는 향후 추가적인 연구가 필요하다.

첫째, 자료수집과 연구의 일반화 측면에서 한계점을 가진다. 먼저 설문조사의 적절한 대상은 매물정보를 실제 이용하는 연령층(20, 30대)으로 하여야 하나 아직 이러한 일반인은 매물정보를 이용한 경험이 부족한 현실로 인해 불가피하게

## 참고문헌

1. 경정익·임병준, “부동산 정보시스템의 품질이 중개업무성과에 미치는 영향”, 「부동산학연구」, 제16집 제1호, 한국부동산분석학회, 2010, pp. 5-23
2. 경정익, “부동산 정보화정책의 효율성을 위한 개선방안”, 「부동산학연구」, 제17집 제1호, 한국부동산분석학회, 2011, pp. 95-117
3. 경정익·이국철·강병기, “모바일 부동산 정보서비스의 특성이 만족도와 재사용 의도에 미치는 영향”, 「부동산학연구」, 제18집 제3호, 한국부동산분석학회, 2012, pp. 89-108
4. 김윤주·이국철·강병기·김종삼, “부동산정보 허위공개 실태분석 연구”, 「부동산학보」 제38집, 한국부동산학회, 2009, pp. 127-139
5. 김종삼·이국철·강병기, “부동산 중개광고 진성화 방안에 관한 연구”, 「부동산학보」 제39집, 한국부동산학회, 2009, pp. 95-108
6. 박종천, “인터넷 포털사이트 신뢰성에 따른 만족이 재방문 결정에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, 「e-비즈니스 연구」, 제12권 제3호, 국제e-비즈니스학회, 2011, pp. 85-104
7. 심형석·임채관·김향란, “부동산 정보사이트의 허위매물현황과 정책제언”, 「부동산학연구」 제14집 제1호, 한국부동산분석학회, 2008, pp. 17-33
8. 유현경·김기옥, “쇼핑몰 유형별 인터넷 쇼핑에 대한 소비자 만족 모델”, 「소비자학연구」 제12권 제4호, 한국소비자학회, 2001, pp. 223-255
9. 이유재, “고객만족형성과정의 제품과 서비스간 차이에 관한 연구”, 「소비자학연구」 제8집 제1호, 한국소비자학회, 1997, pp. 101-118
10. 이재홍, “무역포털사이트 6C's의 관계결속이 전자무역활용에 미치는 영향”, 「통상정보연구」 제7권 제1호, 한국통상정보학회, 2006, pp. 121-144
11. 이학식·임지훈, “소비관련 감정, 만족, 그리고 제품 태도간에 구조적 관계”, 「경영학연구」 제30집 제4호, 한국경영학회, 2001, pp. 1115-1142
12. 공인중개사의 업무 및 부동산거래신고에 관한 법률(1996), 제24조 제7항
13. Anderson, E. W. Claes Fornell, and Lehmann, D. R., "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability," *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3 (July), 1994, pp. 53-66
14. Bearden, W. O. and Teel, J. E., "Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports," *Journal of Marketing Research*, Vol. 20 No. 1, 1983, pp 21-28
15. Boulding, William, Ajay Kalra, Richard Staelin Valarie A. Zeithaml, "A dynamic process model of consumer satisfaction", *Journal of Marketing Research*, Vol. 30 No. 1, 1993, pp. 7-27
16. Cadotte, Renest R., Robert B. Woodruff, and Roger L. Jenkins, "Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 24, August, 1987, pp. 305-315
17. Churchill Gillbert A., Jr., Carol Surprenant, "An investigation into the deternimants of customer satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 1982, pp. 491-504
18. Davidow, W., Uttal, B., *Harvard Business Review*, Vol. 67 No. 4, 1989, pp. 77-85

19. Davis F. D., R. p. Bagozzi, P.r. Warshaw, "User acceptance of computer technology: a comparision of two theoretical models," *Management Science* Vol. 35 No. 8, 1989, pp. 982-1003
20. DeLone, W. H, & McLean, E. R., "Information Systems Success," *Information Systems Research*, Vol. 3 No. 1, 1992, pp. 60-95
21. Gardial, F.S., Clemons, D. S., Woodruff, B. R., Schumann, W. D., Burns, J. M., *Journal of Consumer Research*, Vol. 20 No. 1, 1994, pp. 548-560
22. Jarvenpps, SI, L., and P. A. Todd, "Consumer Relations to Electronic Shopping on the World Wide Web," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 1 No. 2, 1997, pp. 59-88
23. Mckenney Vicki, Kanghyun Yoon, Fatemeh "Marian" Zahedi, "The Maesurement of Wed-Customer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach," *Informaton System Research* Vol. 13 No. 3, September 2002, pp. 296-315
24. Muylle Steve, Rudt Moenaert, Marc Despontin, "The conceptualization empirical validation of web site user satisfaction," *Information and Management* 10 September, 2003, pp. 1-18
25. Oliver, R. L., "Measurement and evaluation of satisfiation process in retail setting", *Journal of Retailing*, Vol. 57 No. 3, 1981, pp. 25-48
26. Oliver, R. L. and Desarbo, W. S. "Response determinants in satisfaction judgement," *Journal of Consumer Research*, Vol. 14 No. 4, 1988, pp. 495-507
27. Olshavsky, R. W., Miller, J. A. *Journal of Marketing Research*, Vol. 9, 1972, pp. 19-21
28. Phelps, R. and Mok, M. "Managing the Riks of Intranet Implementation: An Empirical study of User Satisfaction.," *Journal of Information Technology*, Vol. 13 No. 1, 1999, pp. 39-52
29. Spreng, Richard A., Scott B., MacKenzie, Richard W. Olshavsky, "A reexamination of the determinants of consumer satisfaction," *J. Marketing*, Vol. 60(July), 1996, pp. 15-32
30. Timmers, P., "Business Models for Electronic Markets," *Electronic Markets*, Vol. 8 No. 2, Spring, 1998, pp. 3-8
31. Tse, D. K., Wilton, P.C., *Journal of Marketing Research*, Vol. 25 No. 2, 1988, pp. 204-212
32. Yi, Youjae. "A Critical Review of Consumer Satisfaction." In *Review of Marketing 1990*. Ed. Valarie A. Zeithaml. Chicago: American Marketing Association, 1990, pp. 68-123