

부동산투자회사에 대한 투자자의 정보탐색활동에 관한 연구
-정보의 속성과 원천을 중심으로-

배 재 면
한성대학교 강사
1122bm@hanmail.net

A Study on the Indirect Investors' Information Search
in Real Estate Investment Trusts

Bae, Jae Myeon
Lecturer, Ph. D., Hansung University

Abstract: This paper is an attempt to investigate indirect investors' information search in REITs. This research examined into information quantities and qualities. the variables is measured degree, depth, attribute, content, direction, source, media of information search and comparative commodities.

The result shows that important factors considered by the customers among the attributes are analyzed return rate, security, AMC, CEO, human resource management, dividend yield in REITs. Expert as personal information sources and rental income rate in the comparative are considered important factors also. The findings imply developing commodities, professional asset manager in REITs and application integrated marketing communication (internet & off line).

This study contribute to understanding customer's information search in Real Estate indirect investment.

중요어 : 간접투자자, 리츠, 정보탐색, 양적정보, 질적정보

Indirect Investor, Real Estate Investment Trusts,
information search, quantitative information, qualitative information.

I. 서론

부동산 간접투자제도가 우리나라에 실질적으로 도입되면서 투자자들의 관련 정보탐색활동이 강화되고 있다. 부동산투자회사, 주택저당채권유동화회사에서 부동산 또는 부동산관련 대출, 유가증권 등에 투자하여 발생하는 수익을 투자자에게 배당하는 부동산 간접투자시스템이 실행되고 있다. 간접투자에 따르는 불안을 해소하기 위한 고객의 정보탐색은 투자의 선행조건이 될 것으로 보인다. 고객의 정보탐색이 어떻게 이루어지는지 실증적으로 밝혀 봄으로써 부동산투자회사의 운영이나 마케팅전략 수립의 토대를 마련할 것으로 본다.

본 연구는 부동산 간접투자에 따른 고객의 정보탐색활동의 방향, 방법, 내용을 밝혀보려는 것이다. 정보탐색과 관련한 선행연구들은 초기에는 정보탐색과 그것에 영향을 미치는 변수들을 단편적 관계로 파악하거나 정보탐색 전략을 개발하는데 주력해 왔다. 주로 정보탐색량, 정보탐색원천, 그리고 정보탐색에 영향을 미치는 변수들을 중심으로 연구하여 왔다(Furse, Punj과 Stewart 1984; Kiel과 Layton 1981; Blodgett와 Hill 1991; 유동근 1986; 이명국 1997). 그러나 이들의 연구대상은 가정내구용품, 자동차, 은행서비스 등이었고 부동산투자에 따른 정보탐색에 관한 실증적인 연구는 미진한 실정이다. 그래서 본 연구에서는 부동산 간접투자에 따른 고객의 정보탐색활동에 관한 실증적 연구를 시도하였다.

설문대상은 부동산투자회사제도에 대하여 잘 아는 사람으로 부동산업에 종사하거나 관련 전문직에서 일하는 사람으로 하였다. 조사기간은 2002년 1월 초에 설문지를 배부하고

1월 30일까지 회수하였다. 한국부동산증권과 삼일회계법인의 부동산증권관련 업무에 종사하는 사람과 건국대학교 부동산대학원 석사과정학생 등 120명을 표본조사 하였다. 관련정보를 취득하는 양(양적정보)을 측정하기 위하여 7점척도를 사용하였고, 질적정보를 측정하기 위하여는 해당항목을 모두 선택하도록 하였으며 기타 의견은 기록하도록 하였다.

II. 정보탐색에 관한 이론적 접근

1. 정보탐색의 개념

정보의 탐색은 투자상품이나 회사에 대하여 각종 정보를 수집할 목적으로 이루어지는 바, 그것은 적극적일 수도 있고, 소극적일 수도 있다. 일반적으로 투자자들이 정보를 탐색할 것인가의 여부를 결정할 때에 정보탐색으로부터 얻게 되는 편익과 정보를 획득하고 사용하는데 드는 물질적, 정신적 비용을 고려하여 편익이 비용을 초과할 때 정보를 탐색한다. 부동산투자 의사결정과정에서 정보탐색은 시장에서 투자 목적물에 대한 의사결정을 보다 용이하게 하기 위하여 개인이 정신적, 신체적으로 정보를 수집하고 처리하는 활동이라고 볼 수 있다. Engel, Blackwell and Kollat(1978)은 정보탐색이란 소비자가 인식된 문제를 만족시킬 다양한 대체안을 장·단점에 관해 알기 위해 정보를 추구하는 과정이라고 하며, 의사결정의 일부로 취급하고 있다. 임종원(1996)은 정보탐색은 소비자가 점포, 상품 및 구매에 대해 더 많은 것을 알고자 하는 의도적 노력이라고 하였다. 구매의사결정과정이지 않으면, 다른 어떤 결정

에서도 의사결정자는 정보를 가짐으로써 결정과 관련된 불확실성을 감소시키고 올바른 결정을 내리고자 한다. 정보의 비대칭성으로 인한 투자위험을 감소시키기 위한 투자자들의 정보탐색활동은 활발히 이루어질 것이다. 정보의 비대칭성이란 경제주체마다 보유하고 있는 정보에 있어서 차이를 보이는 것을 말하며 부동산투자회사에 대한 투자의 경우에도 부동산투자회사는 자신의 상태에 대해서 다른 어느 누구보다도 잘 알고 있는데 반해서 개인 투자자의 경우에는 그렇지 못하다는 점에서 정보의 비대칭성이 나타난다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 부동산 투자자의 정보탐색활동에 관하여 연구하고자 하므로 투자의 주체는 투자자이고 투자 대상은 부동산투자회사이다. 투자자는 투자하기 전에 특정부동산투자회사에 관한 여러 정보를 찾게 되며, 이 정보에 기초를 두고 대상물을 비교, 평가하고 최종적으로 선택한다. 그러므로 정보탐색이란 투자를 하기 전에 필요한 정보를 여러 가지 정보원천에서 찾아내는 것이라고 말할 수 있다.

그러므로 본 연구에서 정보탐색활동이란 “보다 합리적인 투자를 위하여 투자자가 정신적, 육체적으로 행하는 투자상품 및 투자회사에 대한 정보획득 행위”라고 정의한다.

2. 정보탐색의 접근방법

소비자 정보탐색을 설명하는 접근 방법에는 경제적 접근, 심리적 접근, 정보처리적 접근 방법이 있다.

경제적 접근은 탐색의 비용과 혜택의 구조를 바탕으로 하고 있다. Stigler(1961)는 정보경제학에서 소비자

가 시장의 가격분산 속에서 보다 낮은 가격을 추구해 나가는 이유에 대해서 설명하였는데, 소비자가 탐색을 증가시킴에 따라 기대되는 가격감소의 혜택은 점점 더 작아질 것이라고 하였다. 경제학에서 비용-혜택구조에 대한 설명은 간결하고 명확하며, 많은 소비자 정보탐색의 연구(Stigler 1961; Kohn와 Shall 1976; Ratchford 1982; Meyer 1982; Punj와 Staelin 1983; Hagestry와 Aaker 1984)에서 실증적으로 지지되고 있다. Meyer(1982)는 비용-혜택의 구조를 연구하면서 비용-혜택 구조의 주요한 영향력 변수는 위험과 기대라고 하였다.

소비자의 합리성을 전제로 한 경제적 접근과는 대조적으로 심리적 접근은 소비자의 비합리성을 설명하고 있다. 소비자학의 심리적 접근은 구매에 대한 소비자 동기를 이해하기 위한 연구로 1950년대에 시작되었다. 심리적 접근의 주요한 구성요소의 특징은 동기이다. 정보탐색을 이해하는데 심리적 접근을 취하던 이전의 소비자 연구가들은 (Kollat, Bkackwell 1978) 동기를 정보탐색을 하도록 하는 추진력으로 간주했다. 동기를 설명하는데에는 학자들마다 다양한 견해를 제시하고 있다. 프로이드의 정신분석이론은 초창기 동기 연구의 이론적 기초가 되었으나 실증적 검증의 어려움과 동기를 개인의 본능적 충동이라고 비교적 단순화된 개념으로 파악함으로써 동기의 다양한 측면을 간과하였다. 이에 대한 비판으로 추동이론(drive theory), 장이론(field theory), 성취이론(achievement theory), 인식이론(cognitive theory) 등이 있으며 동기 연구 방향은 다양하게 발전되어 왔다. 또 프로스펙트 이론(Kahneman, Tversky 1981)에서는 마케팅 측면에서 고객의 준거점과 상황을 중시해야 함

을 실증적으로 설명하고 있으며 이는 작금에 새로운 관점을 제시하면서 소비자 행동연구에 많은 영향을 미치고 있다.

정보처리적 견해는 심리학적 주류로부터 전개되었으며, 심리학보다 기억의 역할을 훨씬 더 많이 강조하고 있다 (Sterthal과 Craig 1982). 정보처리이론은 문제 해결에 대한 연구가 아니라, 복잡한 과정에 대한 이해와 동시에 내적이고 상징적인 기제를 명확히 하여야 한다는 것이다. 즉 정보처리적 접근은 의사결정 과정에 연구의 초점을 맞추고 있다. 정보처리적 접근은 크게 세 가지로 나누어 볼 수 있는데 (Loken과 Hoverstad 1985) 첫째는 사실에 대한 기억 둘째, 태도에 대한 기억 셋째, 위의 두 접근법들 간의 절충이다. 정보처리 목적에 따라 때로는 사실에 대한 기억이 때로는 태도에 대한 기억이 나타난다고 보는 접근법이다.

위 세 가지 접근법 중에 어떤 것에 의한 정보의 기억, 인출, 평가의 과정은 공통된 것이며, 이들은 정보처리과정에서 기억, 인출, 평가능력을 정보처리능력이라고 할 수 있다.

3. 정보탐색의 유형

정보탐색은 저장기억을 재생하여 이용하느냐, 외부정보원을 이용하느냐에 따라 내부탐색과 외부탐색으로 분류(Bettman 1979)하였고, 소비자가 자극에 대하여 어떻게 반응하느냐에 따라 인지적 정보탐색과 감각적 정보탐색으로 분류(Venkatraman과 MacInnis 1985)하였으며, 구매과정과 관련하여 구매 전 정보탐색과 지속적 정보탐색(Bloch과 Sherrel, Ridgway 1986)으로 분류하였다. 본 연

구에서는 정보탐색의 자극과 과정의 문제를 함께 포괄하고 있는 분류법인 내부탐색과 외부탐색으로 정보탐색에 접근해 나가고자 한다.

1) 내부정보탐색

소비자가 구매에 대해 더 많은 것을 알고자 의도적으로 노력을 기울일 때에 소비자는 먼저 자기 기억장치에 보관된 과거 경험이나 지식 등에 탐색을 집중한다. 이는 구매결정단계의 첫 단계인 소비자의 문제인식 직후에 나타나는 것으로, 실제 구매상황에 관계되어 기억 속에 저장된 정보를 회상하고 기억하는 과정이다.

Engel과 Blackwell(1982)은 내적정보탐색은 '소비자 자신의 기억 속에 저장되어 있는 정보를 탐색하는 것'으로 정의하였고 Beals와 Staelin(1981)은 '과거의 구매경험이나 정보탐색으로부터 획득되어 기억 속에 축적되어 있는 정보를 탐색하는 것'으로 정의하였다.

소비자들이 내부적 탐색에만 전적으로 의존할지 여부는 그들이 가지고 있는 기존 지식의 적합성과 질에 의존한다. 또한 과거 구매에 어느 정도 만족했는가도 소비자의 내부적 탐색에 대한 의존에 영향을 준다. 내부적 탐색에서 적절한 정보를 얻게 된다면 외부적 탐색은 필요 없게 되나 기억에 저장된 내적 정보가 불충분하거나 부적절하여 의사결정에 충분하지 못하면 외적탐색을 유도한다.

2) 외부정보탐색

외부탐색의 개념은 학자에 따라 다양하게 정의되고 있다.

Nicosia(1966)는 의식적이든 무의식적

이든지, 의도적이든지 비의도적이든지 어떤 주체의 특별한 문제에 대한 정보를 추구하는 활동을 외부탐색이라고 하였다.

Bettman(1979)은 외부탐색은 기억보다는 친구, 광고, 상점진열, 소비자보고서 등의 잡지와 같은 정보원으로부터 정보를 얻는 것이라고 정의하고 있다. Engel, Kollat과 Blackwell(1982)은 외부탐색은 동기를 부여하고 새로운 정보를 찾는 완전히 자발적인 결정이라고 한다. 요컨대 외부탐색이란 소비자가 자체기억에서 회상할 수 있는 정보만으로는 불충분할 경우 외부의 정보원으로부터 정보를 획득하는 과정이라고 할 수 있다. 그러나, 외부탐색에 앞서서 반드시 내부탐색이 완료되어야 한다는 개연성은 없으며 그들 사이에는 복잡한 연관성이 있다.

외부정보탐색도 내부정보탐색과 마찬가지로 방향, 정도, 순서상의 특징을 갖는다. 방향은 현재 소비자의 목표와 관련되거나 정보 비용과 이익, 환경적인 요인 및 개인 차이, 갈등 유형에 의해 결정되며, 순서는 상표 중심적 전략과 속성 중심적 전략으로 대별된다. 우리 나라의 이명국(1997)은 商標別 處理(processing by brand: PBB)와 屬性別 處理(processing by attitude: PBA)방식이 어떠한지 연구하였다. 소비자 관여와 정보처리 관계를 파악함에 있어 친숙도와 주관적 전문성, 그리고 다양성추구성향을 속성 요소로 사용하였다. 속성별처리는 제품의 특정한 속성에 관하여 먼저 살펴본 후에 이 속성을 근거로 동일 속성을 가진 타 상표와 비교하게 되고 이 다음의 둘째, 셋째 속성에 관해서도 이와 동일한 방법으로 평가하게 되는 것을 말한다.

정보탐색을 하는데 있어서 PBA와 PBB에 의한 방법은 대안을 선택하는데 중요한 전략이 되고 있다. 본 연구는 부

동산투자회사에 대한 투자자의 선택에서 고려하는 속성이 무엇인지 우선순위를 밝혀서 마케팅 전략 수립의 기초를 제공하고자 한다.

그런데 본 연구에서도 일반적인 정보탐색에 관한 연구처럼 외적정보탐색활동 중심으로 전개될 것이다. 왜냐하면 투자자의 내적 정보탐색활동은 그 측정이 거의 불가능하기 때문이다.

4. 情報探索의 源泉

소비자정보탐색의 원천은 그 특성과 내용에 따라 다양하게 분류하고 있는 바 Rogers(1974)는 세 가지로 분류하고 있다. ①라디오, TV, 신문, 인터넷, 잡지 등과 같은 광고, 판매원, 포장, 점포내의 정보 등 企業提供源泉 ②가족, 친지, 동료 등 消費者 源泉 ③ 소비자 보호원이나 정부기관 혹은 언론기관의 발행물 등 中立的 源泉 등이다. Andreasen(1973)은 정보원천을 다섯가지로 분류하였다. ①대중 전달매체인 TV, 라디오, 신문광고 등 非人的 宣傳的 정보원천 ② 상품에 대한 기술적인 보고서를 찾는 것으로 학술지, 소비자 단체의 간행지 등 非人的 中立的 정보원천 ③ 판매점원이나 점포경영자의 의견을 묻는 人的 宣傳的 정보원천 ④ 친구가 사용한 상표를 기억하거나 친구, 가족, 이웃의 의견을 묻는 人的 中立的 정보원천 ⑤ 과거 경험에 근거하여 상품 입증을 요구하거나 사기전에 상품을 시험해 보는 것, 혹은 포장의 정보를 읽는 것으로 구분하였다.

국내학자의 연구에서도 최병룡(1981), 이은희(1982), 박도형(1998) 등이 정보원천을 조금씩 다르게 분류하였으나 국내외 연구를 종합해 볼 때, 정보원천의 유

형은 대체로 마케터 주도형 정보원, 소비자 주도형 정보원, 중립적 정보원천의 세 가지로 나뉘든지 인적 정보원천과 비인적 정보원천의 두 가지로 크게 나뉘을 알 수 있다.

본 연구에서는 상술한 여러 가지의 정보원천 중 부동산투자회사에 대하여 투자자들의 정보원천이 무엇인지 설문조사를 통하여 분석해 본다.

III. 연구문제 설정과 측정

1. 연구문제 설정

본 연구에서는 부동산투자회사에 대한 고객들의 정보탐색활동이 어떻게 이루어지는가를 밝혀본다. 즉, 정보탐색의 정도, 내용, 정보 원천, 정보의 속성, 비교대상 상품 등을 알아보고자 한다.

소비자의 지각된 위험은 외적 정보탐색의 자극이 된다(David F. Midgley, 1983). Jacoby, Chestnet & Fisher (1987)는 구매 의사결정과정에서 필요한 지식이 부족하거나 자신감이 부족한 경우에 위험을 지각하게 되고, 그 위험을 감소시키기 위하여 더 많은 정보를 탐색한다고 하였다.

지각된 위험과 정보탐색간에는 정의 관계가 존재한다는 연구 결과가 제시되고 있다. 대체적으로 위험을 높게 지각하는 고객일수록 인적/독립적 정보원이나 직접 관찰 및 경험을 많이 이용하는 것으로 밝혀지고 있다. 소비자가 구매경험을 축적함에 따라 구전정보원으로 부터 정보탐색은 감소하는 것으로 밝혀졌으며 매스미디어 원천은 혁신 수용의 초기 인지와 관심단계에서 이용되는 반면, 구전 원천은 평가와 사용단계에서 많이 사용되는 경향이 있는 것으로 밝혀졌다(권영걸, 1996).

2. 측정방법

본 연구의 목적을 위하여 정보탐색활동을 측정하는 요소는 정보를 취득하는 정도와 정보의 속성, 정보원, 투자비교상품 등이다.

Bettman(1979)은 정보탐색을 할 때는 정도, 방향, 양식의 세 유형을 고려해야 한다고 주장했다. 즉, 정보탐색의 정도는 소비자가 얼마나 정보탐색을 하는가를 나타내는 전반적인 정보탐색량이라고 할 수 있고, 정보탐색의 방향은 어떤 원천을 통하여 탐색하느냐는 것이고, 정보탐색의 양식은 어떤 정보를 탐색하는지, 다시 말하면 어떤 양식의 내용을 탐색하는지를 고려해야 한다는 것이다. 그 동안 대부분의 선행연구들(Duncan과 Olshavsky 1982; Furse와 Punj 그리고 Stewart 1984; Brucks 1985; Biehal과 Chakravarti 1986)은 정보탐색을 정보탐색량으로만 측정하여 설명해 왔다. 많은 실증적 연구에서 정보탐색에 의한 소비자들의 정보탐색량을 조사한 측정단위를 살펴보면 다음과 같다. Newman과 Staelin(1972)의 연구에서 행해진 탐색량 측정단위는 정보를 탐색하는데 소요되는 시간과 방문 점포의 수, 쇼핑 횟수, 쇼핑시간, 고려된 제품 속성의 수, 고려된 상표의 수, 고려된 가격 범위의 수 등을 들 수 있다. Bettman(1979)은 방문하는 상점의 수, 쇼핑의 횟수, 소비하는 시간, 사용한 정보원의 숫자 등을 점수화하고, 이를 묶어 전체 표를 만드는 과정을 통해 측정하였다. Kiel과 Layton(1981)은 능동적 정보탐색시간, 전화문의 횟수, 방문 상점수, 상점 방문에 소요된 시간, 현재 같은 자동차를 사용하고 있는 사람과의 대화빈도, 기억하고 있는 광고의 수, 이용

한 인쇄 매체의 수, 고려한 타 상표의 수, 고려한 판매자의 수 등을 측정하였다. Claxton, Fly and Fortis(1974)는 예금의 대안적 사용처에 대한 고려, 고려한 대안적 상표, 고려한 대안적 가격 수준을 합성하여 대안의 수를 측정하였으며 정보원의 수, 총 방문 횟수, 소요시간 등으로 정보탐색을 측정하였다. Engel, Blackwell and Miniard(1990)는 탐색의 정도는 정보탐색에 소요되는 시간뿐만 아니라 정보탐색 동안 고려되는 상표, 점포, 속성 및 정보원의 수에 따라 달라진다고 하였다.

이제까지 내부 탐색에 관하여 실시된 실증적 연구가 별로 많지 않을 뿐만 아니라 외부 탐색의 양을 측정하기 위한 연구에서도 각 연구자가 다른 변수를 채택하고 있고 변수의 조작화에 많은 차이가 있으므로 아직까지 외부적 탐색의 양을 측정하기 위한 표준 척도가 개발되지 않음을 알 수 있다. 더구나, 부동산정보탐색에 관한 체계적인 연구는 이루어지지 않고 있는 실정이다. 그래서 본 연구에서는 부동산 간접투자자의 대표적인 사례가 되는 부동산투자회사에 대한 투자

자들의 정보탐색활동이 어떤 매체를 통하여 어떤 속성의 정보를 취득하려고 하는지 밝혀보고자 한다. 또 투자할 경우에 비교 대상으로 삼는 것은 무엇인지 밝힘으로써 부동산투자회사의 마케팅 전략에 도움을 주고자 한다. 본 연구는 부동산금융서비스 상품의 특성을 고려하여 Newman과 Staelin(1972)의 탐색량 측정단위, Bettman(1979)의 세 가지 유형과 Engel, Blackwell and Miniard(1990)는 탐색의 정도를 기준으로 정보탐색노력을 측정하고자 한다.

본 연구에서는 정보탐색활동을 양적정보탐색과 질적정보탐색으로 구분하였다.

양적정보탐색은 정보탐색에 사용한 시간이나 노력의 정도를 말하며, 질적정보탐색은 어떤 내용의 정보를 취득하기 위하여 노력하는가에 관한 것을 말한다. 정보탐색노력의 측정은 정보탐색에 일반적으로 사용되는 방법인 정보를 탐색하는데 소요된 시간, 정보탐색 횟수의 정도 등으로 양적정보탐색 활동을 측정하며, 고려하는 비교 상품 종류, 제품의 속성, 정보원천의 종류 등으로 질적정보탐색 활동을 측정하였다. 양적정보는 7점척도로 측정하였으며 질적정보는 해당항목을 모두 선택하도록 하였고 기타사항이 있으면 직접 기록하도록 하였다.

IV. 부동산투자회사에 대한 투자자의 정보탐색 현황분석

1. 조사방법

본 연구는 부동산투자회사에 대한 투자자들의 정보탐색을 밝혀보기 위하여 설문조사를 실행하여 통계분석 하였다. 조사 대상자는 삼일회계법인의 회계사와 리츠관련 회사원, 한국증권금융의 부동산금융관련직원, 건국대학교 부동산대학원생을 대상으로 150매의 설문지를 배부하여 132매를 회수하였고 그 중 불성실히 응답한 것은 버리고 120매만을 유효표본으로 확정하여 통계분석하였다. 수집된 설문 자료는 통계 프로그램인 SPSS Windows 10을 활용해 분석하였으며 통계분석방법은 기술적통계분석을 적용하였다.

2. 타당성과 신뢰성 분석

먼저 설문지의 타당성을 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였고, 신뢰도를 확인하기

[표 1] 양적정보의 신뢰성 및 타당성 검증

공통성		성분행렬 ^a		Cronbach' α
측정항목	추출	성분1		
리츠 관련 기사(신문, 잡지 등) 읽은 경험	.510	.714		0.8570
다른 사람과 리츠 관련 대화 경험	.687	.829		
전문가와 상담	.468	.684		
리츠 관련 법령 읽은 경험	.747	.864		
리츠 관련 세미나, 설명회, 공청회 참석	.490	.700		
리츠 관련 정보 인터넷 검색	.627	.792		
추출방법 : 주성분 분석		a.추출된 1성분		

[표 2] 질적 정보의 신뢰성 및 타당성

공통성		성분행렬 ^a		Cronbach' α
측정항목	추출	성분1		
고려하는 속성	.472	.687		0.7307
정보원천	.699	.836		
투자비교상품	.795	.892		
추출방법 : 주성분 분석		a.추출된 1성분		

위해 Cronbach' α 신뢰도 검증을 하였다. 타당성 분석을 위하여 요인분석을 실시하였다. 먼저 정보탐색활동 전체에 대한 판별 타당성을 분석하기 위하여 양적정보와 질적정보의 측정항목을 함께 투입하여 주성분분석을 한 결과 추출성분이 2개의 요인으로 나타났다.

그래서 양적정보와 질적정보를 분리하여 주성분분석 하여 양적정보 1요인 [표 1], 질적정보 1요인으로 나타났다[표 2]. 그러므로 양적정보탐색과 질적정보탐색을 측정하는 설문 항목의 내용 타당성과 판별타당성을 확보하였다. 설문항목의 내적 일관성을 알아보기 위한 신뢰도 검증에서는 측정항목들은 양적정보의 Cronbach' α 값이 0.8570, 질적정보 0.7307로서 내적 일관성이 있는 척도로 나타났다.

3. 정보탐색활동의 현황 분석

1) 양적정보탐색활동 현황의 분석

정보탐색을 어느 정도 하는지 측정한 결과 대체로 높은 값을 나타내고 있다[표3]. 그러므로 부동산투자회사에 대한 정보탐색을 적극적으로 하는 것으로 볼 수 있다. 이들은 실제 투자자를 한 사람이 아니므로 실제 투자를 한다면 더 높은 값을 나타낼 것으로 보인다. 개별 문항 중에서 신문·잡지·텔레비전 등에서 관련 뉴스를 본 경험이 많은 것으로 나타났고 인터넷 정보 검색이나 동료·친구 등과의 대화도 자주 하는 것으로 밝혀졌으나 전문가와의 상담은 부족한 것으로 밝혀졌다. 이는 리츠 관련 전문가가 부족하기 때문인 것으로 보인다. 이는 관련 분야 전문가의 육성이 필요함

[표 3] 양적 정보탐색활동의 기술적 통계값

요인명	측정항목	N	최소값	최대값	평균	표준편차
양적 정보탐색활동	리츠 관련 기사(신문, 잡지 등) 읽은 경험	120	1	7	6.02	1.51
	다른 사람과 리츠 관련 대화 경험	120	1	7	5.46	1.72
	전문가와 상담	120	1	7	3.27	1.51
	리츠 관련 법령 읽은 경험	120	1	7	5.21	1.84
	리츠 관련 세미나, 설명회, 공청회 참석	120	1	7	4.62	1.67
	리츠 관련 정보 인터넷 검색	120	1	7	5.87	1.86

[표4] 고려 속성의 분포 현황

투자고려속성	속성인자	수익율	안정성	배당금	자산관리회사	임원직의 질	자본금	투자자문회사	CEO	세금	출자회사	FFO	거래수수료	역사	총합
빈도		104	98	61	52	45	43	41	41	39	34	31	30	1	620
응답비율		86.7	81.6	50.8	43.3	36.7	35.8	34.7	34.7	32.5	28.3	25.9	25.8	0.8	43.1
점유비율		16.8	15.8	9.84	8.39	7.26	6.94	6.61	6.61	6.29	5.48	5.0	4.84	0.16	100

을 시사한다고 볼 수 있다. 설명회, 세미나 등의 참석한 경험도 있는 응답자들이 다소 있는 것으로 나타났다. 관련 법령에도 관심을 가지고 특별히 탐독한 응답자가 적지 않았다.

전체적으로 정보탐색 활동을 조금 이상 행하는 것으로 나타나서 응답자들의 관심이 높음을 알 수 있다.

2) 질적정보탐색활동 현황의 분석

부동산투자회사의 질적 정보탐색으로 속성, 정보원천, 투자비교상품에 관하여 투자자들의 선호도를 조사하고 기술적 통계분석을 실시하였다. 속성은 12항목, 정보원천 8항목, 비교대상상품 8항목으로 나열하여 해당사항을 모

두 선택하도록 하였으며 기타 해당 사항은 기록하도록 하였다. 기타 해당사항에 기록된 것은 속성에서 역사, 정보원천에서 포트폴리오와 외국사례가 있었다. 빈도는 응답자들이 선택한 수를 기록한 것이며 응답비율은 전체응답자 120명 중에서 해당항목을 선택한 비율을 나타낸다. 점유비율은 응답 항목 전체 수에서 해당항목이 차지하는 비율을 말한다.

(1) 고려 속성의 분석

고려 속성의 구성항목 12개(기타 사항 응답 제외: 역사) 중에서 평균적으로 선택한 항목 수는 4.31개였다[표4]. 고려도가 가장 높은 수익률은 응답자의 87%가 투자시에 고려

[표 5] 정보원천의 분포

정보원천	정보원천	전문가	신문 잡지	인터넷	회사 상담원	의견 선도자	T.V	친구	친척	포트폴 리오	외국 사례	총합
	빈도	104	49	45	19	15	9	8	2	2	1	254
	응답비율	86.7	40.83	37.5	15.8	12.5	7.5	6.7	1.7	1.7	0.83	26.6 (960)
	점유비율	63.7	19.3	17.7	7.5	5.9	3.54	3.2	0.79	0.79	0.39	100%

[표 6] 비교상품의 분포 현황

투자 비교 상품	비교상품 종류	부동산 임대수익	주식	다른 리츠상품	예금	채권	MBS	실물 자산가액	보험	기타	총합
	빈도	65	62	52	50	45	29	23	9	1	336
	응답비율	54.7	51.7	43.3	41.7	37.5	24.2	19.7	7.5	0.83	40
	점유비율	19.3	18.5	15.5	14.9	13.4	8.6	6.8	2.7	0.29	100

하는 것으로 나타났으며, 안정성은 87%로서 위험과 수익을 동시에 고려하고 있음을 알 수 있었다. 이 밖에도 응답자의 40% 이상의 응답자가 고려하는 속성으로는 배당금, 자산관리회사(AMC), 임직원 질, 자본금, 투자자문회사, CEO 등이다. 자산관리회사, 투자자문회사 등의 규모·임직원의 질·CEO·자산상태와 관련회사(AMC, 투자자문회사)의 인지도와 재무구조를 중시하는 것으로 볼 수 있다. 세금 문제도 중요한 속성으로 고려하고 있는데 이는 현재 CR-리츠는 활성화되는데 비하여 일반리츠의 개인 투자자 모집 실패의 원인으로 지적되고 있다. 또 출자회사, FFO, 거래수수료 등도 투자자에 고려하는 것으로 나타났다.

속성에 대한 전체 응답 항목의 점유비율 중에서 수익률과 안정성이 각각 15% 이상을 차지하고 있으며 여기에 배당금과 자산관리회사의 점유비를 합하면 전체 50.83%를 차지

하고 있다. 중요한 속성인 자산관리회사, 임직원의 질, 투자자문회사, CEO 등은 부동산투자회사 차원에서 선택할 수 있는 문제이다. 그러므로 인지도 높은 자산관리회사와 투자자문회사, 경영능력이 뛰어난 CEO, 전문성을 갖춘 임직원 조직 등을 통해서 투자자에게 긍정적인 이미지를 주도록 힘써야 할 것이다.

(2) 정보원천의 분석

정보원천의 구성항목 8개(기타 사항 제외: 포트폴리오, 외국사례) 중에서 평균적으로 선택한 항목 수는 2.66개였다[표5]. 정보원천은 인적정보인 전문가를 선호하고 있다. 전체 응답자의 87%, 선택응답전체의 63.7%가 전문가로부터 정보를 취득하려고 생각하는 것으로 나타났다. 이는 매우 압도적인 비율로 정보원천을 전문가로부터 선택하려는 것으로서 투자자들이 위험을 높게 인식하고

있음을 알게 한다. 대체로 위험을 높게 지각하는 집단일수록 인적/독립적 정보원에 영향을 많이 받는 것으로 나타나고 있다(1998, 김호). 또 지각된 위험과 정보탐색간에는 정관계가 존재한다는 연구 결과가 많이 제시되고 있다. 투자자의 지각된 위험은 외적 정보 검색의 자극이 된다(David F. Midgley, 1983). Jacoby, Chestnet & Fisher(1978) 등은 구매의사결정에서 소비자가 올바른 선택을 할 수 있는 자기능력에 대한 자신감이 부족한 경우에 위험을 지각하게 되고, 그 위험을 감소시키기 위하여 더 많은 정보를 탐색한다고 하였다.

부동산투자회사에서 부동산증권 전문가를 키워 나가야 함을 시사해 주고 있으며 부동산투자회사에서 전문가를 많이 확보하고 있을수록 고객유치가 용이할 것임을 추론하게 한다.

한편 정보원천으로는 신문과 잡지, 인터넷도 선호하고 있다. 부동산 정보탐색의 주된 매체가 신문과 잡지는 사실은 이미 밝혀졌으나, 인터넷이 이처럼 높은 선호를 보이는 것은 전자상거래의 도래와 깊은 관련이 있는 것으로 보이며 사이버투자의 길을 열고 배너광고의 확대가 요구된다고 본다. 이러한 정보매체의 선호도 통계 결과는 부동산 애드 믹스에 대하여 시사점을 찾을 수 있다. 전문가를 활용하는 광고 방안으로 CEO, 임직원 등을 부동산 전문가로 초빙하여 회사 이미지를 높이는 방법이 있으며 홍보, 광고 등 매체 활용에서 신문, 잡지, 인터넷이 중요한 매체가 됨을 알 수 있게 한다.

(3) 비교 상품의 분석

비교 대상품 8개(기타 사항 응답 제외) 중에서 평균적으로 선택한 항목 수는 4 개였다 [표6]. 비교 대상상품으로는 부동산 임대수익율이 가장 관심 갖는 비교상품인 것으로 나타났으며 응답자의 40%이상이 비교상품으로

고려하는 대상이 주식, 다른 리츠 상품 등이었다. 예금, 채권 등도 40% 내외로 선호하는 것으로 나타났다. 이는 리츠 시장의 활성화는 부동산 임대시장과 높은 관련성이 있음을 밝혀 준다. 부동산투자회사법 도입 후부터 지금까지 우리나라 리츠 시장에 발매된 상품이 주로 기업구조조정용부동산의 임대용 부동산임을 비추어 볼 때 당연한 결과로 보이지만 초기 시장기를 지나면 다양화, 특성화 된 리츠 상품이 부동산간접투자시장에 선보일 것으로 보인다.

전체적으로 부동산투자회사에 대한 투자자들의 정보탐색활동이 적극적이고 정보탐색 속성으로는 수익률과 안정성을 고려하면서 투자사비고 상품으로는 같은 부동산 임대수익율, 증권, 다른 리츠 상품, 채권 등을 고려하는 것으로 밝혀졌다. 또 정보원으로는 전문가, 상담원 등 인적 정보원을 선호하고 있으며 신문·잡지, 인터넷 사이트에서 정보를 취득하는 것으로 밝혀졌다. 그러므로 광고 믹스에 대한 전략을 적절히 실행해야 할 것이다. 증권투자에서 사이버거래가 증가하는 시대적 추세를 볼 때 부동산투자회사에 대한 투자에 있어서도 인터넷을 통한 정보 취득과 사이버 투자자들이 증가할 것으로 보인다.

따라서 온 라인과 오프라인을 통합적으로 관리하는 커뮤니케이션 전략이 필요하다고 본다. 이 점은 회사의 브랜드 관리 측면에서도 중요하게 고려되어야 할 것이다.

한편 부동산투자회사에서는 안정적이면서 채권이나 부동산 임대수익율 이상을 확보할 수 있는 상품 개발에 주력해야 할 것으로 사료다.

V. 결 론

부동산 간접투자를 할 때 투자자들이

부동산투자회사에 대하여 어느 정도 정보탐색활동을 하며 어떤 정보를 원하고 어떤 기준으로 투자를 하는지에 관하여 실증적인 연구를 하였다. 본 연구에서는 부동산투자회사에 대하여 투자자들이 정보탐색을 하는 정도, 내용, 정보원, 투자비용, 비교상품 등에 대하여 설문조사를 실시하였다. 실증 연구 결과, 투자자들은 관련 기사를 많이 읽고 인터넷 정보 검색을 많이 하며 수익성과 안정성을 중시하면서 투자에 대한 위험을 회피하기 위하여 전문가로부터 정보를 취득하려 함이 밝혀졌다. 그리고 투자 기준으로는 부동산 임대수익, 주식, 다른 리츠 상품, 채권 등과 비교하는 것으로 밝혀졌다.

그러므로 부동산투자회사는 자산관리회사(AMC), 임직원 질, 자본금, 투자자문회사, CEO 등 인적자원관리와 관련회사 연계에 힘써야 할 것이다.

본 논문이 갖는 의미는 부동산 간접투자를 위한 고객의 정보탐색활동이 어떻게 이루어지느냐를 실증적으로 밝혀 봄으로써 부동산투자회사에서 고객 이해를 바탕으로 전략적인 시장접근을 모색할 수 있게 한 점이라고 사료된다.

그러나 본 연구는 부동산간접투자에 따르는 고객의 정보탐색활동에 대하여 부동산투자회사만을 대상으로 하였고, 잠재적인 투자자를 설문 대상으로 하였다. 부동산간접투자의 대상은 다양하게 증가하므로 연구 대상을 넓혀 가야 할 것이며 이제 부동산투자회사법이 제정 완료되어 코크랩 1,2호, 교보 메리츠, 리얼티 등 실제적으로 리츠 상품이 개발되어 투자자가 현존하므로 실제 투자자를 대상으로 실증 연구하는 것이 더욱 효과가 높을 것으로 사료된다. 또한 본 연구는 부동산투자회사에 대한 정보탐색 현황을 실증 분석하였으나 양적정보와 질적정보의 관련성, 정보탐색활동의 조절작용 등에 대하여는 밝히지 못하였다. 그

러므로 이에 대한 연구는 계속되어야 할 것이다. 그리고 부동산 간접투자시장의 규모가 증대될 것이고 투자자들은 정보탐색활동을 강화할 것이므로 본 연구와 관련한 후속 연구가 이어져서 부동산시장의 투명성과 신뢰를 가져오는 기틀이 되기를 기대한다.

참고문헌

1. 강미옥, “소비자 정보탐색 요소에 따른 소비자 만족”, 건국대학교대학원 박사학위논문, 1997
2. 강인원, “전통적상거래에서의 신뢰가 인터넷상거래의 소비자행동과정에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국항공대학교 대학원 박사학위 논문, 2000
3. 구본웅, “지각된 위험과 자신감이 소비자 정보탐색에 미치는 영향에 관한 연구”, 한양대학교대학원 석사학위논문, 1986
4. 김경훈, “마케팅 연구에 있어서 신뢰도 측정 방법의 문제점” 마케팅 연구 제 8권 2호, 1993
5. 김성환, “소비자관여가 정보탐색에 미치는 영향에 관한 연구”, 동아대학교 대학원 박사학위논문, 1997
6. 김영곤 외 7인, 『우리나라 리츠이론과 실무』, 형설출판사, 2001 “부동산투자회사제도 도입과 부동산자산관리에 관한 소고”, 한국부동산분석학회지 제6집 2호, 2000
7. 김인숙, “노인소비자의 정보탐색에 관한 연구-건강보조식품을 중심으로-”, 부산대학교대학원 박사학위 논문, 1998
8. 이장홍, “금융서비스에 대한 지각위험과

- 위험감축행동에 관한 연구”, 전남대학교 대학원 경영학과 박사학위논문, 2000
9. 이형석·김영, 『SPSS 10.0 매뉴얼』, 법문사, 2001
 10. 임종원, 『마케팅조사 이렇게』, 법문사, 1997
 11. Barbara A. Laffery, Ronald E. Goldsmith, "Corporate Credibility's Role in Consumers' Attitudes and Purchase Intentions When a High versus a Low Credibility Endorser is Used in the Ad," *Journal of Business Research*, Vol. 44, 1999
 12. Biehal, G.J. & Chakravarti, D., "Information Presentation Format and Learning Goals as Determinants of Consumers' Memory-Retrieval and Choice Processes," *Journal of Consumer Research*, Vol. 8(March), 1982
 13. Block, Ralph L, "*Investing in REITs*", Bloombreg Press, 1998
 14. Blodgett, J., & Hill, D., "An Exploratory Study Comparing Amount of Search Measure to Consumer' Reliance on Each source of Information," *Advance in Consumer Research*, Vol. 18, 1991
 15. Brucks, M. "The Effects of Product Class Knowledge on Information Search Behavior," *Journal of Consumer Research*, 12 (June 1985).
 16. Doran P.A, "*Real Estate Investment Trust*", KDI, 1999
 17. Furse D. H.G. N. Punj and D. W. Stewart, "A Typology of Individual Search Strategies among Purchasers of New Automobiles," *Journal of Consumer Research*, 10 (March 1984)
 18. Garrigan, Richard T, 『*Real Estate Investment Trust*』: S.A& S, McGraw-Hill, 1998
 19. Gilbert A. Churchill, Jr. 『*Marketing Research Methodological Foundations*』, 6th ed., The Dryden Press, 1996
 20. James R. Bettman and C. Whan Park, "Effects of prior Knowledge and Experience and Phase of the Choice Process on Consumer Decision Process; A Protocol Analysis," *Journal of Consumer Research*, 7, (December 1980).
 22. John, A. Mullaney, "*REITs: Building Portfolio with Real Estate Investment Trust*", John Wiley & Sons, 1997
 23. John E. Swan, Michael R. Bowers & Lynne D. Richardson, "Customer Trust in the Salesperson: An Integrative Review and Meta-Analysis of the Empirical Literature," *Journal of Business Research*, Vol.44, 1999
 24. Kahneman, Daniel & Amos Tversky, "Prospect theory: An Analysis of Decision Under Risk," *Econometrica*, Vol. 47(March), 1979
 25. Kiel, G.C. and Layton, R. A., "Dimensions of Consumer Information Seeking," *Journal*

of Marketing Research, Vol.
18 (May 1981)

26. Victor V. Cordell, "Consumer Knowledge Measures as Predictors in Product Evaluation," *Psychology and Marketing*, 14 (May 1997)
27. Whan Park, C. David L. Mothersbaugh, and Lawrence Feick, "Consumer Knowledge Assessment," *Journal of Consumer Research*, 21 (June 1994).

설문지

* 다음은 귀하께서 부동산투자회사에 대한 투자와 관련하여 '정보를 취득하는 정도'에 관한 문항입니다. 아래의 문항에 대하여 귀하께서 동의하는 정도를 [보기]와 같이 번호를 써 주시기 바랍니다.

[보기]

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다
- ③ 그렇지 않은 편이다 ④ 보통이다
- ⑤ 조금 그렇다 ⑥ 많이 그렇다
- ⑦ 매우 많이 그렇다.

1. TV, 라디오, 신문, 잡지 등에서 부동산투자회사에 관련된 기사(내용)를 읽어 본 적이 있다. ()
2. 부동산 전문가와 상담을 한 적이 있다. ()
3. 부동산투자회사에 관한 법령을 읽은 적이 있다. ()
4. 부동산투자회사 관련 설명회나 공청회, 세미나 등에 참석한 적 있다. ()
5. 인터넷에서 리츠 관련 정보를 찾아 본 적이 있다. ()
6. 만약 귀하께서 부동산투자회사에 투자하신다면 부동산투자회사의 다음과 같은 속성 중 고려하는 사항에 모두 체크(√)해 주시고 기타 고려사항이 있으시면 직접 써 주시기 바랍니다.

『수익율, 운영자금(FFO), 자산관리회사, 투자자문회사, 배당금, 안정성, 출자회사, 자본 규모, CEO, 회사임직원의 질, 세금, 거래 수수료, 기타() 』

7. 부동산투자회사에 투자하신다면 다음 중

어떤 원천(사람이나 매체)으로부터 정보를 얻고자 하는지 해당 사항에 모두 체크(√)해 주시고 기타 고려사항이 있으시면 직접 써 주시기 바랍니다.

『의견선도자, 친척, 친구, 신문·잡지의 기사, 인터넷, 텔레비전 광고, 회사의 상담원, 그 분야의 전문가, 기타()』

8. 부동산투자회사에 투자하신다면 고려하게 될 비교 상품에 모두 체크(√)해 주시고 기타 고려사항이 있으시면 직접 써 주시기 바랍니다.

『증권(일반 주식), 채권, 예금, 보험, MBS, 다른 리츠 상품, 실물자산의 가격, 부동산 임대수익율, 기타 () 』