



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석 사 학 위 논 문

부동산 중개업의
경영성과 결정요인에 관한 연구

2011년



HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 부동산대학원

부동산개발 및 관리전공

김 창 돈

석 사 학 위 논 문
지도교수 민태욱

부동산 중개업의
경영성과 결정요인에 관한 연구

A Study on the Determinants of Management Performance
for Real Estate Agency

2011년 6월 일

한성대학교 부동산대학원

부동산개발 및 관리전공

김 창 돈

석사학위논문
지도교수 민태욱

부동산 중개업의
경영성과 결정요인에 관한 연구

A Study on the Determinants of Management Performance
for Real Estate Agency

위 논문을 부동산학 석사학위 논문으로 제출함

2011년 6월 일

한성대학교 부동산대학원

부동산개발 및 관리전공

김 창 돈

김창돈의 부동산학 석사학위논문을 인준함

2011년 06월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

국문초록

부동산 중개업의 경영성과 결정요인에 관한 연구

한성대학교 부동산대학원

부동산개발 및 관리전공

김 창 돈

본 논문은 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 규명함으로써 부동산 중개업의 경영성과를 향상시킬 수 있는 방안을 모색하는데 그 목적이 있다. 이를 위해 부동산 중개업에 관한 선행연구들을 검토하였으며, 이를 통해 부동산 중개업의 경영성과 결정요인들을 제시하였다.

이러한 부동산 중개업의 경영성과 결정요인을 토대로 수도권의 서울시·고양시와 충청남도의 당진군·태안군·서산시를 중심으로 부동산 중개업에 종사하는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 실증분석을 위해 부동산 중개업 경영성과에 영향을 미치는 요인을 공인중개사의 개인적 특성, 중개업소의 운영특성, 중개업소의 지리적 특성으로 제시하고, 부동산 중개업의 경영성과는 월 매출액과 월 거래건수로 설정하였다. 이러한 요인들이 부동산 중개업 경영성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하기 위해 총 14개의 가설을 설정하였으며, 구체적인 가설검증 결과는 다음과 같다.

먼저 경영성과로 월 매출액을 사용한 분석결과 개인적 특성 요인 중 학력과 부동산 중개업의 운영 특성 요인 중 부동산 중개업소의 자기 자본의 규모가 월 매출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인에서는 부동산 중개업소의 위치가 수도권이며, 역세권에 위치하고, 주변의 인구통행량이 많은 경우 부동산 중개업

소의 월 매출액이 높아지는 것으로 나타나고 있다.

다음으로 월 거래건수를 경영성파로 사용한 분석결과 개인적 특성 요인에서는 성별과 전문교육 이수 여부, 부동산 중개업의 운영 특성 요인에서는 중개 프랜차이즈 가입 여부가 월 거래건수에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인에 있어서는 중개대상물의 수, 인구통행량, 재개발·재건축 대상단지일 경우 월 거래건수가 증가하는 것으로 나타났다.

【주요어】 부동산 중개업, 경영성파, 부동산 중개시장



목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 범위 및 방법	4
1. 연구의 범위	4
2. 연구의 방법	5
 제2장 부동산 중개업 경영성과에 관한 이론적 검토	6
제1절 부동산 중개업의 의의	6
1. 부동산 중개업의 개념	6
2. 부동산 중개업의 특징	8
3. 외국의 부동산 중개업	13
4. 부동산 중개업의 변천과정	26
제2절 부동산 중개시장의 현황	29
1. 부동산 시장의 규모	29
2. 부동산 중개업자 현황	32
3. 부동산 시장 동향	33
제3절 부동산 중개업의 경영성과	35
1. 기업 경영성과관련 접근시각	35
2. 부동산 중개업의 경영성과	38
제4절 선행연구 검토	41
1. 일반 유통산업의 성과에 관한 연구	41
2. 부동산 중개업 성과에 관한 연구	44

제3장 연구모형의 설계	51
제1절 연구가설의 설정	51
1. 공인중개사의 개인적 특성 요인과 경영성과	51
2. 부동산 중개업의 운영특성 요인과 경영성과	53
3. 부동산중개업소의 지리적 특성과 경영성과	55
제2절 분석모형의 설정	57
제4장 실증분석	59
제1절 응답자의 일반적 특성 분석	59
1. 설문대상자의 선정	59
2. 응답자의 일반적 특성	59
제2절 부동산중개업의 특성 및 성과에 대한 빈도분석	61
1. 공인중개업소 운영방식에 관한 빈도분석	61
2. 공인중개업소 지리적 특성에 관한 빈도분석	63
3. 공인중개업 성과에 관한 빈도분석	65
제3절 회귀분석 및 가설검증	67
1. 회귀분석 결과	68
2. 가설검증 및 분석결과 종합	81
제5장 결론	86
제1절 연구의 요약	86
제2절 연구의 한계와 향후과제	87
【참고문헌】	88
【부 록】	92
ABSTRACT	96

【 표 목 차 】

[표 2-1] 경제활동별 GDP 및 GNI	30
[표 2-2] 부동산업체수, 매출액, 종사자수(2009년 12월)	31
[표 2-3] 부동산중개업자 현황(2009년 4/4분기)	33
[표 2-4] 스텐(Stern)과 엘-엔 씨리(El-Ansary)의 성과 측정기준	41
[표 2-5] 일반 유통산업의 경영성과에 관한 선행연구	48
[표 2-6] 부동산중개업의 경영성과에 관한 선행연구	49
[표 4-1] 응답자의 일반적 특성	60
[표 4-2] 업소근무인원 관한 빈도조사	61
[표 4-3] 프랜차이즈 빈도분석	61
[표 4-4] 매물종류 빈도분석	62
[표 4-5] 온라인 빈도분석	62
[표 4-6] 자본규모 빈도분석	63
[표 4-7] 역세권 빈도분석	63
[표 4-8] 매물 수 빈도분석	64
[표 4-9] 인구통행량 빈도분석	64
[표 4-10] 입지특성 빈도분석	65
[표 4-11] 월 매출액 빈도분석	65
[표 4-12] 월 거래건수 빈도분석	66
[표 4-13] 고정경비 빈도분석	66
[표 4-14] 부수수입 빈도분석	67
[표 4-15] 지역특성 빈도분석	67
[표 4-16] 모형요약 및 분산분석	68
[표 4-17] 월 매출액에 영향을 끼치는 공인중개사 특성	69
[표 4-18] 모형요약 및 분산분석	69
[표 4-19] 월 매출액에 영향을 끼치는 중개업소의 운영방식 특성	70
[표 4-20] 모형요약 및 분산분석	71
[표 4-21] 월 매출액에 영향을 끼치는 중개업소의 지리적 특성	72

[표 4-22] 모형요약 및 분산분석	72
[표 4-23] 월 매출액에 영향을 끼치는 부동산 중개업 특성	73
[표 4-24] 모형요약 및 분산분석	74
[표 4-25] 월 거래건수에 영향을 끼치는 공인중개사 특성	75
[표 4-26] 모형요약 및 분산분석	76
[표 4-27] 월 거래건수에 영향을 끼치는 중개업소의 운영방식 특성	77
[표 4-28] 모형요약 및 분산분석	77
[표 4-29] 월 거래건수에 영향을 끼치는 중개업소의 지리적 특성	78
[표 4-30] 모형요약 및 분산분석	79
[표 4-31] 월 거래건수에 영향을 끼치는 부동산 중개업 특성	80
[표 4-32] 가설검증 결과	84
[표 4-33] 경영성과 결정요인 종합요약	84



【 그림 목 차 】

<그림 1-1> 연구의 체계	5
<그림 2-1> 연도별 부동산중개업자 증감 현황	32
<그림 2-2> 2004년 이후 주택매매가격 지수 추이	34
<그림 3-1> 분석모형	58



HANSUNG
UNIVERSITY

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

오늘날 경제활동에서 부동산이 갖는 독특한 특성에 의해 시장의 형성이나 소유권에 대한 이해관계의 변동 등에서 독특한 유통구조와 경로를 갖게 된다. 부동산의 거래 내지 유통의 가장 큰 차이점은 부동산이 갖는 거래의 대규모성, 이동 불가능성 내지 입지성, 소규모 단위로의 불가분성 등으로 인하여 그 생산자와 소비자 간의 유통에는 대부분의 경우 중개활동이 개입해 왔던 것이며 이러한 연유로 부동산중개업이 하나의 유통기관으로 발전해 왔다.

토지는 물리적 공급에 있어서 비탄력성을 가지고 있으며, 이로 인해 부동산시장은 일반재화 시장과는 달리 불완전 경쟁 시장 상태에 놓이게 된다. 즉, 부동산의 매매나 임대와 부동산 중개업자에 의존하여 이루어질 수밖에 없는 특수한 유통 체계를 가지고 있으며, 부동산 중개업은 건전한 부동산 유통에 있어서 중요한 사회적 기능을 담당하고 있는 것이다.

우리나라는 1983년 부동산중개업법, 1984년 부동산중개업법 시행령이 제정·공포됨으로써 공인중개사 제도가 시행되었다. 이러한 공인중개사 제도의 시행과 함께 급속한 경제성장 과정에서 부동산 가격은 가파르게 상승하였고, 그 결과 부동산업과 부동산 중개업에 대한 사회적 인식도 점차 높아지고 있는 실정이다.

국내 부동산 시장은 1996년부터 1998년까지 급속도로 개방되어 1996년에 부동산 중개업과 부동산 감정업, 부동산 관리업 등 부동산 서비스업을 개방하였고, 1998년에는 주거용·비주거용 건물 임대업과 분양 공급업, 그리고 토지 공급업과 임대업무 영역까지 개방하였다. 그리고 1998년 6월에는 외국인의 토지취득을 전면 허용함으로써 외국의 세계적인 선진 대형 부동산 회사와 부동산 중개업 회사들이 국내에 진출하였으며, 개방화, 국제화, 정보화 바람을 타고 이는 더욱더 가속화 되고 있다. 또한 IMF 외환위기 이후 산업구조 조정을 거치면서 자본시장과 금융시장, 부동산 시장이 통합되어 가는 현상을 보이고 있는데 이는 부동산 시장이 금융시장, 자본

시장과 직접 연결하는 틀이 제도화되고 있는 것을 의미한다.

한동안 호황기를 누리던 아파트, 재개발·재건축, 상가, 주상복합, 오피스텔 등 부동산 시장이 하향곡선을 그리고 있다. 400조원이 넘는 부동산금이 부동산 시장을 주시하고 있지만 부동산 경기가 되살아나는 것은 쉽지 않다. 노무현 정부에서 지속적으로 발표한 부동산 종합대책 이후 미래에 대한 기대감이 사라져 투자심리가 위축된 것도 원인이지만 더 큰 이유는 우리나라도 이제는 부동산 공급이 수요를 초과하고 있어 실수요자들이 쉽게 매수에 참여하지 않는데 있다.

물론 여전히 부동산 중개업에 대한 선호도는 높은 수준을 유지하고 있지만, 부동산 중개업의 개업을 뿐만 아니라 폐업을 역시 높은 수준을 나타내고 있다. 이러한 상황에서 부동산 중개업자들은 중개업의 개업과 운영에 있어서 경영성과를 고려하지 않을 수 없게 되었다. 즉, 부동산 중개업의 경영성과를 향상시키기 위해서 어떠한 요인들에 보다 많은 관심을 기울여야 하는지를 파악할 필요성이 제기되고 있는 것이다.

이제는 부동산 중개업도 공인중개사 자격만으로 영위할 수 있는 단순하고 영세한 업에서 벗어나 시대의 변화와 여건변동에 부응할 수 있는 체계적이고 고차원적인 업으로 발전시켜 나가야 한다. 아울러 부동산시장에서 중요한 역할과 비중을 담당하고 있는 부동산중개업의 체질 개선 및 경쟁력제고는 필요 불가결한 사안의 요청인 것이다.

또한 1998년부터 도입되기 시작한 부동산금융은 PF(Project Financing), Mortgage, 자산증권화, 부동산유동화 등으로 부동산시장의 금융화가 활발히 이루어지고 있다. 또한, 다양한 부동산수요에 대응하는 부동산컨설팅 및 부동산투자자와 개발, 관리, 마케팅과 같은 새로운 투자전략이 형성되고 있고 부동산 관련 제반 종합서비스가 요구받는 상황이다.

부동산 시장 및 중개시장의 환경이 정보화, 대형화, 기업화, 글로벌화로 변화되는 시점에서 외국 대형컨설팅 중개기업의 국내 진출에 따른 국내 중개업에 종사하는 개인 및 영세업체들의 입지가 위협받고 있는 실정이다. 특히 정보화 측면에서의 시대변화는 부동산산업 또한 예외는 아닐 것이고 특히 부동산의 특성상 그 어떤 산업보다도 부동산산업은 정보의 중요성이

강조된다고 할 수 있을 것이다. 그 중 부동산중개업도 포함되어진다고 볼 수 있다.

부동산중개업은 업종 특성상 각종 부동산관련 정보들을 수집, 분석 후 이를 활용해야 함에도 불구하고 그 활용도가 미진하다. 우리나라 부동산시장의 중요한 부분을 차지하고 있는 공인중개사들은 외국의 업체와 경쟁할 수 있는 능력이 조직적 체계적인 면에서 부족한 실정이다. 우리나라 대부분의 부동산중개업체는 이러한 시대변화에 적응하지 못하고 중개업운영에 대한 연구와 노력 없이 단순중개에만 치우쳐 자기개발과 업무형태 개선, 업무영역 확대와 서비스의 다양화를 추구하고 있지 못하다.

또한 투기억제 등 정부의 정책목표 달성을 위한 검업제한을 비롯한 각종 규제를 받고 있어서 수요자 요구의 서비스가 이루어지지 못한 채 영세한 규모에 머물러 있다. 그 결과, 중개의뢰인의 욕구는 꾸준히 증가되어 높은 수준의 서비스를 원하는 상황임에도 불구하고 우리나라 중개업자의 서비스 수준은 고객의 욕구를 충족시키기에는 턱없이 부족하여 상대적으로 외국의 경쟁업체가 진입하기 좋은 상황이 되었다.

그리고 산업구조조정의 영향으로 인하여 지금까지의 공급자중심에서, 소비자가 원하는 부동산의 형태 및 특성에 대한 기호가 다양해지면서 부동산의 전문기능화가 요구되고 있으며, 정보고도화 시대와 부동산 금융시장의 도래로 부동산 시장에서의 경쟁상황과 수급변화에 의한 시장상황의 변화가 야기되고 있는 실정이다. 이러한 환경에 당면한 우리나라 부동산중개업 및 부동산서비스업에 종사하는 경영자들은 시장개방에 따른 경쟁력제고를 위해 규모의 대형화, 법인화 등을 통한 종합서비스시스템의 도입에 의한 경영으로의 변화와 부동산 중개업에도 체계적인 마케팅 개념의 도입 등을 통한 부동산중개업운영의 필요성을 느끼고 있다.

이러한 현실적 요청에도 불구하고 아직까지 우리나라 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들에 대한 실증적인 분석을 많이 이루어지지 않고 있다. 이에 본 연구에서는 우리나라 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 규명해보고자 한다. 즉, 어떠한 요인들이 부동산 중개업의 경영성과에 긍정적인 영향을 미치고, 어떠한 요인들이 부정적인

영향을 미치는지를 파악하여 우리나라 부동산 중개업의 경영성과를 높이기 위한 방안을 모색해보고자 한다.

제 2 절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

본 논문은 부동산 중개업소를 연구의 대상으로 삼고 있으며, 실증분석에 있어서는 서울의 성북구·용산구와 고양시 등 수도권에 위치한 부동산 중개업소와 충청남도의 당진군·태안군·서산시에 위치한 부동산 중개업소의 부동산 중개업자를 대상으로 분석을 실시하였다.

본 논문은 총 5개의 장으로 구성되어 있으며, 구체적인 내용은 다음과 같다. 먼저 제1장은 연구의 배경 및 목적, 연구의 범위 및 방법으로 이루어졌다.

제2장에서는 부동산 중개업의 경영성과에 관한 이론적 논의를 제시하였다. 즉, 부동산 중개업의 의의, 부동산 중개시장의 현황, 부동산 중개업의 경영성과에 관한 이론적 논의 및 선행연구에 대한 검토를 다루고 있다.

제3장에서는 연구의 가설과 분석모형을 제시하고 있다. 연구가설은 크게 공인중개사의 개인적 특성 요인과 경영성과에 관한 가설, 부동산 중개업의 운영특성 요인과 경영성과에 관한 가설, 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인과 경영성과에 관한 가설로 구분할 수 있다.

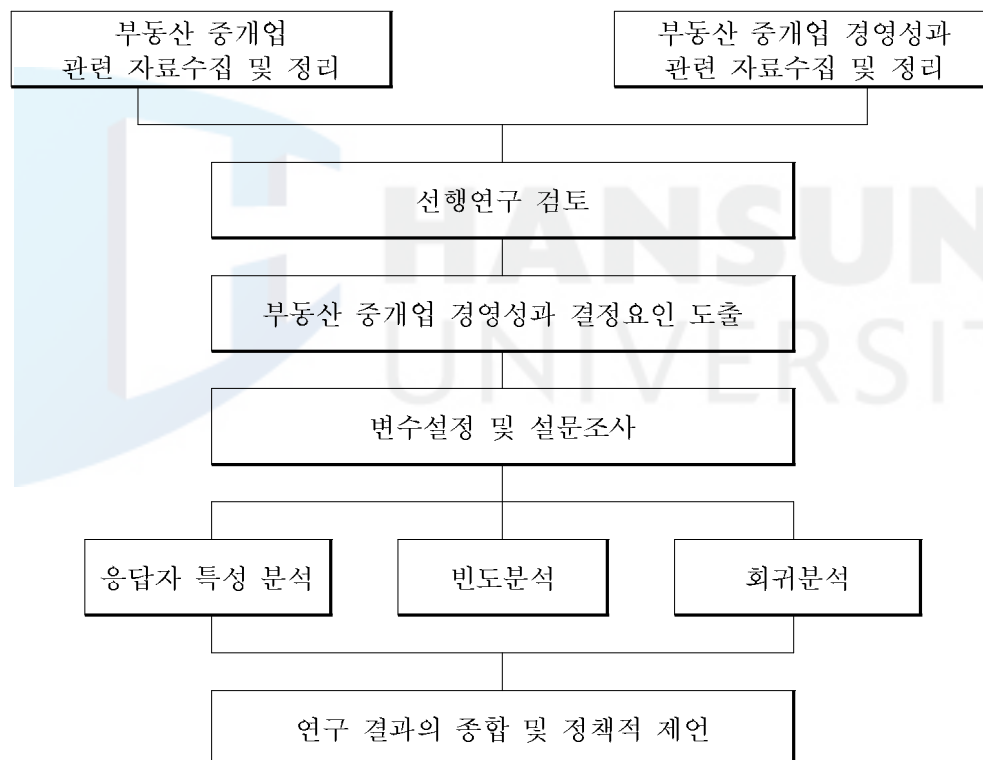
제4장에서는 설문조사를 통한 실증분석 결과를 제시하고 있다. 설문응답자의 일반적 특성 분석, 부동산 중개업의 특성 및 성과에 대한 빈도분석, 회귀분석을 통해 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 파악하고 있다.

마지막으로 제5장에서는 분석결과를 중심으로 연구결과를 요약하고 있으며, 부동산 중개업의 경영성과 결정요인을 바탕으로 부동산 중개업의 경영성과를 향상시킬 수 있는 방안을 제시하고 있다.

2. 연구의 방법

본 연구는 크게 두 부분으로 구분할 수 있다. 먼저 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 도출하기 위해 국내·외 선행연구들에 대한 검토를 실시하고자 한다. 이를 통해 부동산 중개업의 경영성과에 대한 영향요인을 도출하고, 이를 바탕으로 실증분석에 사용할 변수, 가설 및 연구모형을 설정하도록 하겠다.

다음으로는 이론적 논의를 통해 도출된 변수들을 바탕으로 설문조사를 실시하여 부동산 중개업 경영성과의 영향요인에 관한 실증분석을 실시하고자 한다. 실증분석에 있어서 빈도분석을 통해 부동산 중개업의 경영성과에 관한 일반적 내용들을 분석하고 있다. 그리고 본 연구에서 가장 중점을 두고 있는 부분은 다중회귀분석을 통해 부동산 중개업 경영성과의 영향요인을 규명하는 것이다.



[그림 1-1] 연구의 체계

제2장 부동산 중개업 경영성과에 관한 이론적 검토

제 1 절 부동산 중개업의 의의

1. 부동산 중개업의 개념

부동산(real estate)이란 우리나라 민법 제99조 제1항에 ‘토지 및 그 정착물’을 말한다고 규정되어 있다. 토지의 정착물이란 토지 위에 그 형체를 갖추고서 부착되어 있는 물건을 말하는데, 정착물 중에는 토지와는 독립된 부동산으로 취급되는 것이 있는가 하면, 토지의 일부로 취급되는 것도 있다. 토지와는 독립된 부동산으로 취급되는 것으로는 주택, 아파트, 빌딩, 상가 등의 건물을 들 수 있으며, 토지의 일부로 취급되는 것으로는 도로, 교량, 축대 등의 공작물을 들 수 있다. 건물과 공작물을 합쳐 정착물이라고 하며, 가식중인 수목, 헐어버린 건축물, 판잣집 등은 완전한 정착물이 아니거나 정착물에서 벗어난 것들로 보아 동산으로 분류된다.¹⁾

부동산 중개업은 부동산업(realestate business)의 한 분야로써 부동산 금융 및 투자업, 부동산 개발업, 부동산 서비스업과 함께 부동산업의 네 가지 유형중 하나에 포함된다.²⁾ 김영진(2000)은 “부동산 중개업은 타인의 부동산 거래를 중개하고 요금을 받는 업”³⁾이라 하고 이원준(2000)은 “부동산 중개업이란 자연인이나 법인이 중개업자가 타인의 부동산 거래를 돕고 보수를 받는 업”⁴⁾이라고 정의하고 있으며, 조주현(2003)은 부동산 중개란 일반적으로 부동산 중개업자가 거래당사자 사이에 거래가 성립되도록 중개, 알선하는 행위라 하고 있다.⁵⁾

이에 「공인중개사의 업무 및 부동산거래신고에 관한 법률」 제2조 1목에서 정의하는 중개란 토지, 건축물, 토지의 정착물, 그 밖의 대통령령이

1) 유선종, 부동산 입문, 부연사, 2004, p.24.

2) A. A. Ring & J. Dasso, *Real Estate*, 10th ed. N.J : Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc., 1985, p.29.

3) 김영진, 부동산총론, 법문사, 2000, p.216.

4) 이원준, 부동산학원론, 박영사, 2000, p.680.

5) 조주현, 부동산학원론, 건국대학교 출판부, 2003.

정하는 재산권 및 물건 등 중개대상물에 대하여 거래당사자간의 매매·교환·임대차 그 밖의 권리의 득실·변경에 관한 행위를 알선하는 것으로 정의하고 있다.

외국의 경우 다양한 정의가 존재한다. Maurice A. Unger(1979)는 “부동산 또는 부동산에 관한 이익의 구입·매각·교환·임대차를 협상해서 보수를 받는 업”이라 하여⁶⁾ 법률적 측면에서 다소 구체적으로 정의하고 있다.

또한 미국 캘리포니아주의 법률에 의하면 ‘부동산 국장으로부터 정규의 면허를 받고 판매원(real estate salesman) 1명 이상을 고용하여 주의 법률에 따라 부동산의 매각 기타의 거래를 행하는 부동산업자이다’.⁷⁾ 이처럼 미국에서는 기업주로서의 부동산 중개업자(real estate broker)와 판매원(salesman)이 구별되는, 중개업자 (broker)는 원래 중재 또는 중개인(middle man)의 행위를 하고 그 결과에 따라 보수(compensation)를 받는 사람을 말하며 그 영업을 칭하여 중개업(brokerage)이라 한다.⁸⁾

일본의 「택지건물거래법」에 의한 부동산 중개업의 정의를 살펴보면 ‘택지와 건물의 매매 또는 교환, 택지와 건물의 매매·교환·임대차의 대리 또는 매개행위를 업으로 하는 것’이라 한다(동법 제2조의 2).

또한 부동산 중개업은 다음의 세 가지 요건을 충족해야 한다.⁹⁾

첫째, 부동산 중개업자가 중개 업무에 관하여 중개의뢰인으로부터 소정의 수수료를 받아야 한다.

둘째, 거래 당사자 간의, 법정 중개대상물에 대한 매매, 교환, 임대차 및 기타 권리의 득실, 변경에 관한 행위의 알선, 중개행위가 있어야 한다. 중개행위의 대상은 토양이나 건축자재 자체의 물질적 상태이기보다는 중개대상물에 수반된 물권 및 채권의 득실, 변경에 관한 법률행위가 더욱 중요한 것이다. 중개대상 물권으로는 소유권, 지상권, 지역권, 전세권, 저당권 등이 있고, 채권으로서 임차권이 있다. 점유권이나 유치권도 물권이기는

6) Maurice A. Unger and George R. Karvel, *Real Estate Principles and Practices*, 6th ed. South Western Pub., Cincinnati Ohio, 1979, pp.379-380.

7) 캘리포니아주 부동산협회 표준양식.

8) 오관열, 미국부동산해설 하권, (뉴욕 : KOAM Institute of Real Estate, 1986), p.232.

9) 김대진, “부동산중개업의 문제점과 개선방안에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 2007, pp.6-7.

하나 점유를 본질로 함으로 점유상태가 소멸하면 권리 자체도 소멸될 뿐만 아니라 특히 민법제324조 제2항에서 유치권자는 채무자의 승낙 없이 유치물의 사용, 대여, 담보제공을 하지 못하도록 규정되어 있으므로 중개대상물로서 부적합한 것이다.

셋째, 중개행위를 업으로 하여야 한다. 업으로 한다 함은 영리를 목적으로 동종의 중개행위를 일정한 계획에 따라 불특정 다수인을 상대로 계속 반복하는 것을 말하며, 이는 상법상 영업적 행위에 해당되어 중개업자는 당연상인이 된다.

이상의 부동산 중개업의 개념은 전통적 의미의 개념이라 할 수 있다. 그러나 오늘날 부동산 중개업이 전문화·고도화하는 추세에 비추어 볼 때 보다 포괄적인 개념이 필요하다. 이미 부동산 중개업계에는 부동산컨설팅과 프렌차이즈, 경매알선, 관리대행 등을 할 수 있도록 부동산 중개업법을 개정한 바 있다. 따라서 이러한 업종을 포괄하는 의미의 부동산 중개업의 개념은 다음과 같이 요약할 수 있다. 즉, 부동산 중개업이란 타인의 부동산을 객체로 매매, 임대, 교환, 경매알선, 분양총판, 관리대행 등을 수행함으로써 일정한 보수를 받는 전문업이라고 할 수 있다.¹⁰⁾

즉 부동산 중개업이란 타인의 부동산 등을 일정한 수수료를 받고 매매·교환·임대 등의 행위를 알선하는 전문업이라 할 수 있다.

2. 부동산 중개업의 특징

부동산시장이란 부동산에 관한 권리의 교환, 상호 유리한 교환으로서의 가액결정, 경쟁적 이용에 따른 공간배분, 토지의 공간이용의 패턴결정 및 수요와 공급을 조절하기 위해 의도된 사업 활동의 장이라고 정의된다.¹¹⁾

일반적으로 시장이란 매수자와 매도자에 의해서 재화의 교환이 자발적으로 이루어지는 곳이라고 할 수 있다. 시장은 반드시 지리적 공간을 수반할 필요는 없으나 부동산시장(Real Estate Market)은 일발재화시장과는 달리 지리적 공간을 수반한다. 이러한 부동산시장은 부동산의 자연적 특성

10) 이종욱, “부동산중개업 발전방안에 관한 연구”, 청주대학교 석사학위논문, 2009, p.6.

11) 이태교, 부동산마케팅, 경영문화원, 1984, p.85.

인 부동성, 부증성, 불변성과 인문적 특성인 용도의 다양성, 병합 분할의 가능성, 사회적 경제적 행정적 위치의 가변성 등으로 말미암아 일반재화와 구분되는 특성을 갖는다. 따라서 부동산 특성으로 인하여 부동산 시장은 일반 상품시장과는 달리 시장의 지역성, 거래의 비공개성, 상품의 비표준화성, 시장의 비조직성, 시장 수급조절의 곤란성 등의 고유하고 특별한 특징을 나타낸다.¹²⁾

부동산 중개업은 타인의 의뢰에 의한 일정한 수수료를 받고 중개대상물에 대하여 거래당사자간에 매매·교환·임대차 기타 권리의 득실·변경 등에 관한행위를 중개하는 개인적인 서비스 업무로서 다음과 같은 특성을 지니고 있다.¹³⁾

1) 전문가적 지식의 필요

부동산의 용도나 가격은 부동산을 둘러싼 사회·경제·행정·물리적 제반요인에 의해 결정되며, 개인 간의 부동산거래에 있어서는 복잡한 법률적 문제가 개입되는 경우도 많다. 부동산 중개업자는 이해관계가 대치되는 거래당사자 쌍방사이에서 거래와 관련된 적절한 정보제공과 의견조정 등의 업무를 수행함에 있어 거래당사자 쌍방 모두에게 신의·성실·공정중개의무와 선량한 관리자의 중의 의무를 부담하는 전문가로서, 부동산에 관련된 각종 전문적인 지식을 사전에 습득하고 이를 활용해야한다.

아울러 급속한 사회의 변화와 기술의 발전 등으로 인해 변화하는 전문적인 지식을 지속적으로 습득하는 지속적 노력도 필요하며, 전문적지식의 습득과 활용이 이루어지지 않을 경우 부동산거래시장에서 도태됨은 물론, 거래사고 발생 시 민사상의 책임까지 부가되는 경우도 발생한다.

2) 지역 활동의 특성

부동산이 지닌 지리적 위치의 고정성으로 인해 부동산의 가격이나 최유

12) 김재덕, 부동산경영론, 박영사, 1997, pp.340~345.

13) 강해규 외, 부동산중개론, 형설출판사, 2001, pp.6~9.

효 이용은 인근지역의 토지 가격수준이나 지역현황 등에 의해 좌우되며, 이들 요인은 지속적으로 변화하고 있다.

부동산 중개업자의 업무전반을 보면 부동산거래 당사자 쌍방을 소개해주는 단순 소개업무 보다는 대상 부동산에 대한 적절한 분석과 확인·설명이나 상담업무가 중개업의 성패를 결정하고 있다. 따라서 중개업자는 사무소 소재지 등 주된 활동지역의 부동산가격이나 지역현황에 대해 철저한 분석과 끊임없는 조사·분석활동이 필요하며, 이로 인해 부동산 중개업무는 지역적으로 한정되는 결과를 낳는다.

3) 입장활동의 필수성

부동산은 유형적인 형태를 지니고 있으므로, 등기부나 지적공부 등 공부에 표시된 정보만으로는 대상 부동산을 정확하게 분석할 수 없으며, 부동산을 둘러싼 각종 변화요인들을 공부로 표시하는 것도 불가능한 실정이다.

따라서 부동산거래를 위해서는 대상 부동산의 현황과 인근지역의 현황을 반드시 조사해야한다. 부동산은 지리적 위치가 고정되어 있어 중개업자의 조사활동은 현장방문을 통한 입장활동이 필수적일 수밖에 없다.

4) 정보활동의 특성

부동산거래란 법률적 측면에서 부동산에 대한 소유권이나 임차권 등 권리의 거래모습으로 나타난다. 또한 부동산성(지리적 위치의 고정성)의 특성으로 인하여 부동산 중개업자와 거래당사자 사이의 상담이나 교섭은 대상 부동산에 대한 정보를 분석하고 제공하는 형태로 나타난다. 거래과정에서 대부분의 매도인은 보다 많은 부동산을 보고 가장 유리한 조건에 양호한 부동산을 구입하기를 원한다. 따라서 중개업무의 중요한 부분 중 하나가 많은 매도·매수 중개의뢰를 접수하는 것이다. 이와 같은 요구에 부응하기 위하여 지역에 따라서는 중개업자 상호간에 중개대상물의 정보를 상호 공유하는 공동중개를 필요로 하기도 한다.

5) 개별 활동의 특성

부동산이 가진 개별성의 특성으로 인해 부동산 중개업자는 각각의 중개 대상물에 대한 개별요인을 철저히 분석해야 하며, 분석과정에서 습득한 정보를 활용해 거래당사자 쌍방의 거래를 알선하게 된다. 따라서 중개업자는 중개대상물의 개별적 특성에 정통하지 않으면 거래전문가로서의 역할을 수행하기 어렵다. 또한 고객인 중개의뢰인 역시 거래의 동기나 자금여력, 선호도 등이 각각 다른 것이 일반적이어서 대부분의 부동산중개활동은 개별적인 중개의뢰인에 대한 개별적 활동으로 귀착된다. 이로 인해 중개서비스는 개인서비스의 성격을 가지게 되며, 중개업자와 중개의뢰인 사이에는 개인적인 신뢰관계가 필요하다.

6) 규모화의 곤란성

중개업무는 개별적인 부동산에 대한 중개의뢰인별 개인적 서비스의 형태로 이루어지므로 업무전반을 규격화하기 어려워 중개사무소 소속직원의 중개활동에 대한 통제나 감시가 거의 불가능한 실정이다. 이러한 특성으로 인해 대부분의 중개업무를 전문으로 하는 중개사무소에서는 중개업자 단독으로 중개업무를 수행하거나 2-3명 이내의 한정된 중개업무보조원을 두고 있으며, 중개업무보조원에 대한 급여체제도 고정급이 아닌 수당지급 방식에 의존하고 있는 경우가 대부분이다.

7) 부동산경기 의존성

중개계약의 도급적 성격으로 인해 중개수수료청구권은 거래계약이 체결되어야 청구할 수 있는 것으로, 부동산경기 의존성이 높은 우리나라 부동산시장에서 중개업자의 수익은 부동산 경기의 흐름과 밀접한 관련이 있다. 이러한 특성은 주택과 같은 필수재 보다는 임야나 상가주택과 같은 투자

재 시장에서 더욱 현저하게 나타난다. 또한 부동산경기 역시 지역별로 시차를 갖는 등 각각 다르게 나타나는 것이 일반적이어서 신규개발지역이나 대단위 아파트단지 지역을 중심으로 중개사무소가 밀집되는 경향도 나타난다.

8) 중개의뢰의 불연속성

높은 부동산가격이나 거래부대비용, 인간의 정주본능 등으로 인해 상당수의 중개의뢰인은 다시 중개를 의뢰할 때까지 몇 년이 걸리거나 또 다른 중개수요를 창출하지 않는 경우도 많다. 이에 중개업은 일반적인 서비스업과는 달리 고객과의 반복적이고 지속적 유대관계 형성이 사실상 어려운 특성이 있다. 중개의뢰의 불연속성은 자칫 중개업자의 윤리의식을 흐리게 할 가능성이 있으며, 일반상품이나 서비스의 판매와 같은 고객관리이론이 적용되기 어렵다. 또한 대부분의 고객은 중개업자와 첫 거래를 하게 되어 신뢰관계가 완전하게 구축되지 않는 상황에서 거래계약이 체결되는 경우가 많으며 자신에게 조그마한 피해가 발생되더라도 중개업자의 잘못으로 인해 피해를 본 것으로 인식하는 경우도 흔히 볼 수 있다.

9) 공공성

부동산 중개업법은 국민의 재산권 보호라는 공공의 이익을 달성하기 위하여 제정된 것으로, 중개업법 전반에 걸쳐 부동산 중개업자에게 공익적 성격의 의무를 부여하고 있다.

이와 같은 공적의무로 인해 중개업자는 중개의뢰인의 거래가 안전하고 능률적인 거래가 이루어지도록 하는 등 부동산거래질서에 적합한 부동산 활동을 해야 하는 수동적인 위치뿐만 아니라 부동산거래시장을 주도하는 전문가로서 전체 부동산문제의 해결에 기여해야하는 윤리적 위치를 지닌다.

3. 외국의 부동산 중개업

아래에서는 미국, 영국, 일본, 독일을 중심으로 외국의 부동산 중개업의 주요 내용들에 대해 살펴보도록 하겠다.¹⁴⁾

1) 미국

미국의 부동산중개제도는 크게 면허법과 대리법 으로 나누고 있다. 미국은 모든 주에서 부동산 중개업을 하기 위한 중개업자와 판매원에게 면허를 요구한다.¹⁵⁾

면허법에서는 중개인과 판매인의 자격요건, 면허시험, 교부, 위반 등을 정리하고 있으나, 면허는 면허를 교부한 주에서만 유효하다. 대리법은 중개인의 대리인으로서의 법적 지위를 인정하고 있고, 대리의 기능, 대리인과 의뢰인의 의무, 대리의 고지, 쌍방 거래 시의 문제점 등을 정하고 있고 또한 부동산 중개업을 하기 위해서는 면허를 받아야하고 면허가 필요한 사람은 판매원과 중개인이다. 판매원은 업무수행에 있어서 중개인의 감독을 받아야 하며, 중개인은 면허를 받은 판매원들이 영업을 하면서 행한 행위에 대하여 법적으로 책임을 부담한다.¹⁶⁾

부동산중개면허를 취득하고자 하는 자는 몇 가지의 자격요건을 갖추어야 한다. 모든 주에서는 고등학교 교육수준에 상응하는 최소한의 일반적인 교육과 최소한의 연령을 요건으로 하고 있다. 대부분의 주에서 부동산중개인 또는 부동산판매원에게 규정된 수준의 교육과정 이수를 요구하고 있다.

그리고 대다수의 주에서는 면허를 받은 부동산판매원으로서 일정한 시간 동안 중개업무에 종사하지 않으면 부동산중개인 시험을 치를 수 없도록 하고 있다. 부동산면허는 그 면허를 교부한 주 내에서만 유효하다. 그러므로 1개 이상의 주에서 영업을 하려고 하는 자는 그가 영업하려고 하

14) 최희재, “부동산중개제도의 실상과 개선방안에 관한 연구”, 목포대학교 석사학위논문, 2005, pp.28~40.

15) 국토개발연구원, 외국의 부동산중개제도, 1999, p.325.

16) 김민준, “부동산중개업의 개선방안에 관한 연구”, 단국대학교 석사학위논문, 2003, p.34.

는 주에서 면허를 취득하여야만 한다.

중개업자는 법적으로는 대리인으로서 면허법은 물론 대리법을 준수하여야한다.¹⁷⁾ 면허법이 일반적으로 성문화되고 적절하게 기술되어 있는데 비해 대리법은 오랜 세월을 거쳐 명시적으로 성문화되거나 보통법의 일부로서 발전되어 왔다. 대리법의 많은 내용이 면허법에 포함되어 있지만 중개업자들은 대리법에 대하여도 숙지하여야 한다. 대리인은 의뢰인에 의하여 고용된다. 중개업자는 그 권한이 한정된 특별대리인으로서 의뢰인을 대신하여 다른 제3자와 거래하는 것이 주 업무다. 중개업자가 의뢰인을 위하여 매수 또는 매도를 권유하지만 일단 청약이 이루어지면 계약체결은 의뢰인이 하고 중개업자는 협상과정에서 의뢰인을 돕거나 조언을 할 수 있을 뿐 어떤 계약도 할 수 없다.

(1) 중개업자에 관한 규정

중개인은 독립적으로 영업할 수 있도록 면허 받은 자이다. 중개인은 일반적으로 자신의 영업행위에 대하여 법률적으로 책임을 지고 중개인이 고용하고 있는 판매원에 의한 영업행위까지 확대된다. 대부분의 주에서는 중개회사가 1개 이상의 사무실을 가지고 있을 경우 면허를 받은 중개인이 각 지점의 책임자일 것을 요구하고 부동산판매원은 부동산중개인에게 고용된 대부분의 업무를 수행할 수 있다. 일반적으로 그는 중개인의 감독이 없으면 거래를 완결 할 수 없다. 판매원에 대한 면허는 중개인이 보관하며, 판매원은 그 중개인의 피고용인 또는 대리인으로 간주되고 중개인의 이름으로 행하는 판매원의 모든 행위는 중개인이 책임을 부담한다.

(2) 부동산 중개업자의 법적 지위 및 의무

중개인은 의뢰인을 위하여 매수 또는 매도를 권유하지만, 일단 청약이 이루어지면 계약체결은 의뢰인이 한다. 대리인은 자신에게 이익이 되지 않

17) 국토개발연구원, 전계서, 1999, p.325.

더라도 최대한 의뢰인의 이익을 위하여 행동하여야 한다. 미국의 대부분의 주에서는 면허를 소지한 중개인들이 어느 당사자를 대리하는지 장래 고객에게 고지할 것을 요구하고 있다. 의뢰인 역시 대리인에 대하여 책임을 부담한다. 그는 대리인이 제공한 서비스에 대하여 대가를 지불하여야 하고, 그를 위하여 대리인이 부담한 비용에 대하여 보상을 하여야 한다. 그러나 대체로 광고, 표지, 부동산 전시 등에 소요되는 비용은 의뢰인이 지불하는 수수료에서 지불된다. 의뢰인은 대리인에게 그의 의무의 내용에 대하여 충분히 이해시켜야 하고 의무이행에 영향을 미칠 수 있는 모든 사항에 대하여 알려야 한다.

미국에서 매수인과 매도인을 동시에 대리하는 쌍방대리를 부동산 중개업에서 흔히 볼 수 있다. 대부분의 주에서 쌍방 대리는 합법적이지만, 그것은 좋은 해결방법이 아니다. 쌍방대리에 있어서 고지를 보면 쌍방대리인이 할 수 없는 사항들이 많이 있다. 그들 중의 많은 것이 의뢰인에게 유용한 서비스 및 조언들이며, 단독대리에 있어서 대리인의 주요한 의무들이다. 이로 인해 쌍방대리는 어느 일방에게도 적절한 대리를 할 수 없는 경우가 많다.

(3) 부동산중개계약의 유형

중개계약은 다양한 유형이 존재하는데 수수료가 지불되는 방식, 수수료를 누구에게 지불해야 하는가에 대한 방식과 그 중개고용인이 수수료 지불에 대해 책임을 지는 정도에 따라 나누어진다.

① 일반중개계약

일반중개계약은 대리인이 구매인을 실제로 발견할 때만 대리인에게 거래 당사자가 보수를 지불할 것에 동의하는 중개계약 유형을 말한다. 이러한 중개계약은 독점적인 것이 아니다. 즉 소유하고 있는 부동산을 처분하고자 하는 사람은 여러 중개인을 대상으로 공개적으로 중개계약을 체결

할 수 있다. 그 이유는 그 채무관계가 단지 계약이 이행되어질 때만 성립되기 때문이다. 중개인들은 일반적으로 일반중개계약에 협력하지 않는 경향이 있다 이는 구매인을 최종적으로 발견한 한 사람의 중개인만이 중개수수료를 받을 수 있기 때문이다.

② 독점대리중개계약

독점대리중개계약은 거래당사자가 다른 중개인을 고용하지 않는다는 것에 동의하는 중개계약 유형이다. 만약 다른 중개인이 거래를 성사시킨다면 그 중개수수료는 계약을 체결한 중개인에게 지불될 것이다. 이때 그 중개인은 거래시 협력한 다른 중개인에게 일정부분의 몫을 지불하면 된다. 독점대리중개계약을 체결했다 하더라도 의뢰인이 중개인의 도움없이 구매자를 발견했다면, 중개수수료를 지불할 의무가 없다.

③ 독점판매중개계약

독점판매중개계약은 누가 구매인을 발견하든지 간에 중개인에게 중개수수료를 거래당사자가 지불할 것을 보증하는 중개계약이다. 사실상 이 중개는 거래가 성사되면 중개인이 합의된 중개수수료를 획득하는 것을 의미한다. 심지어소유주가 중개인의 도움 없이 스스로 구매인을 발견한다 할지라도, 중개수수료는 지급해야 한다. 독점판매중개계약의 장점은 다른 두 가지 경우와 다르게 판매자가 판매과정에 참여하지 않도록 한다는 점이고, 판매자가 판매과정에 개입하지 않을 때 판매자는 구매인에게 더 나은 전망을 제공할 수 있기 때문이다.

④ 순가중개계약

순가중개계약은 거래 당사자가 판매가격의 몫을 특정한 순익으로 한정

하는데 동의하는 것이다. 만약 판매가격이 그 순익을 초과한다면, 중개인은 그 대가로 초과분을 전부 갖게 된다. 많은 주에서 순가중개계약은 불법이라고 하여 사용하지 않고 있으며, 가장 큰 문제는 대리인이 고용인의 이익을 위해서라기보다 그 자신의 이익을 위해 강력하게 행동할 유혹을 받을 수 있다는 점이다.

(4) 부동산중개수수료

의뢰인과 중개인과의 수수료 약정은 협상의 문제이며, 면허법은 부동산 중개인의 수수료에 대한 특정한 비율을 규정하지 않고 있다. 그러나 처음부터 협상에 맡긴 것은 아니다. 1960년대 후반까지는 지역 중개회사들이 단일중개수수료율을 정하여 운용하는 경향이 있었다. 그러나 그러한 정책은 공정거래를 방해한다는 이유로 법무부 산하 반독점국에 의해 불법적인 행위로 간주되어 금지 되었다. 그때부터 중개수수료가 중개인과 의뢰인간 협상의 대상이 되기 시작했다.

미국의 부동산시장에서 주택을 판매할 경우 중개수수료율은 6%~7% 정도이다 그러나 주택가격이 매우 높은 지역의 시장에서는 중개수수료율이 5%~6%로 조금 낮은 경향을 보이기도 한다. 중개수수료는 중개계약을 체결하고 판매하는 난이도에 따라 어느 정도 조정 될 수 있다. 매우 비싼 주택은 중개수수료가 높기 때문에 수수료율은 정상비율보다 상당히 낮게 협상 될 수 있다. 토지, 농장 그리고 구체적인 재산에 대한 중개수수료율은 또한 정상가보다 높을 수 있는데, 이러한 재산들은 팔기가 어려우며 1가구주택의 판매보다 좀 더 세련되고 복잡한 협상과 거래를 요구하기 때문이다.

최근에는 균일중개수수료를 받는 경우도 발견된다. 일반적으로 이러한 회사들은 안전한 중개서비스를 원하지 않는 사람들과 완전한 중개서비스를 해보지 못한 사람들을 상대로 마당에 표지판을 설치하고, 그 재산을 광고하며, 협상과정과 종료 시에 판매자에게 제한된 조언을 해주는 것과 같은 제한된 서비스를 제공한다. 회사에 의해 받아들여진 모든 요구들은 재

산소유자에게 알려진다. 사실상 균일한 수수료를 제공하는 구매자에게 좀 더 많은 중개계약 근거들을 제공한다.

구매자는 낮은 수수료와 낮은 가격으로 재산을 판매한다는 광고에 관심을 갖는다. 이러한 회사가 위탁서비스 보다 좀 더 나으며, 결국 시장이 그들을 그러한 식으로 인정할 것이다.

2) 영 국

(1) 중개업과 중개업자

영국은 토지를 국왕에 속하는 것으로 보고 있어 점유권에 가까운 토지 소유권 개념을 가지고 있다. 점유권에는 자유보유권(Free Hold)¹⁸⁾과 임대보유권(Lease Hold)이 있는데 자유보유권은 점유하는 부동산에 대한 권리를 반영구적으로 행사할 수 있는 것인데 비해 임대보유권은 일정기간 동안 그 권리를 행사할 수 있다. 부동산의 양도는 양 당사자가 계약서에 서명하지 않는 한 직접적인 구속력이 없으며 England Wales에서는 토지의 등록제도가 실시되고 있다.

영국은 정부가 공영주택의 공급을 적극적으로 추진해온 결과 공공임대주택이 많고 민간임대주택은 전체의 10%에 불과하여 영국의 부동산업은 대부분 상업용 부동산시장을 대상으로 하고 있으며 상업용 부동산에 관한 개발업무가 부동산업의 핵심을 이루고 있다. 영국의 부동산업은 개발업무, 개발의 모든 단계에서 조안을 제공하는 중개·대리업무, 임대업무까지 포함한 관리업을 의미한다. 따라서 부동산업에는 개발업자, 부동산업자, 측량사, 도시계획과 설계, 기술분야의 컨설턴트, 금융기관의 투자가 등의 활동이 포함된다. 영국의 부동산업은 등록제이므로 자격 없이 부동산업을 할 수 있으나 부당행위를 방지하기 위하여 부동산 중개업법에 처벌조항은 규정하고 있다. 부동산업에 종사하는 자는 협회를 만들어 이 협회에서 자격

18) 이영석, 세계의 부동산업 사정, 우일출판사, 1993, p.2.

제도를 운용하고 있는데 이는 법령에 의한 질서유지가 아니라 높은 직업적 전문성을 가진 전문가들이 스스로 규제하여 질서를 형성하고 사회적 비용을 낮추고 있는 예라 할 수 있다.

또한 영국은 부동산거래에서 부동산중개는 측량사가 하고 계약서 작성은 보통 매도인과 매수인이 각각 솔리시터라고 불리는 변호사를 세워서 행한다. 거래관련서류를 작성하고 등기를 하며, 토지거래의 공평성을 확보하는 업무를 하고 있다. 부동산의 중개업무는 RICS¹⁹⁾(왕립측량사협회)의 회원인 적산사(측량사)가 한다. 왕립측량사협회의 회원이 아닌 자는 적산사 칭호를 쓸 수 없다. 적산사가 할 수 있는 업무는 중개업무 외에도 감정평가, 토지나 빌딩행정 등의 업무가 있다. 중개업무의 내용은 주택의 매각 또는 임대차의 중개, 상·공업용 부동산의 매각·임대, 토지에 관한 대리인, 부동산, 골동품, 가축의 경매 등이다.

부동산 중개업자는 면허가 아닌 허가에 의해 중개업을 할 수 있다. 중개서비스는 토지권리의 취득 또는 사용과 관련하여 잠재적 구매자에게 이용이 가능하도록 유상으로 제공된 서비스를 의미한다. 중개업법에서는 중개업무와 관련하여 중개업자가 지켜야 하는 원칙들을 정하고 있는데 정직과 정확, 중개계약 및 거래의 투명성, 차별대우의 철폐, 매수 제의에 관하여 고객에게 설명할 법적 의무, 고객자금을 본인의 자금과 분리관리 하는 것 등이다. 부동산 중개업자는 찾아오는 고객에게 중개계약 체결 이전에 중개계약의 종류, 중개수수료에 대한 정보를 제공하여야 하는데 부동산 중개업자와 고객 사이에 계약내용의 변동이 있으면 반드시 고객의 동의를 얻은 후에 변동사항을 서면으로 작성하여야 한다. 계약내용의 변동은 마케팅 비용에 있어서 예산의 증가를 초래한다.

중개계약 체결 이전에 제공하는 정보는 고객이 중개업자에게 수수료를 지불하여야 하는 구체적 상황, 지불될 금액 또는 지불될 금액의 액수를 고지할 당시 확정할 수 없으면 보수산정방식에 관한 명세 또는 중개수수료 이외의 비용 추정액과 추정액 산출방법의 명세를 고객에게 설명하여야 한다. 지불비용은 합리적으로 이루어져야 한다. 간판, 안내문, 부동산의 명세

19) Royal Institution of Chartered Surveyors.

에 관한 준비물과 사진 등은 항목화가 가능하므로 청구될 액수에 대한 상세한 내역이 제공될 수 있다. 이들은 중개업자가 어떠한 지출을 고객에게 부과하고 있는지 처음부터 알거나 알아야 할 사항들이다. 중개업자는 이런 비용에 대해 고객에게 처음부터 금액을 산정하여 최종결산 시 가능한 한 빨리 항목화 된 형태로 확실하게 제시하여야 한다. 확정액수와 동일하지 않고 추정치를 초과한다면 중개업자는 즉시 고객에게 수정된 액수에 관한 추가정보를 제공하여야 한다. 중개업자가 전에 합의한 마케팅 예산의 총액을 초과한다면, 고객의 주의를 환기시키고 동의를 받아 다시 서면으로 작성하여야 한다.

(2) 부동산 중개업 관련법

주거용 부동산 중개행위실무에 관한 규정(이하 실무규정이라 함)은 RICS 회원들에게 강제되고 인가된 조사자가 대표자, 동업자, 감독자의 자격을 갖는 영국 내 주거용 부동산을 구매 또는 판매하는 개인 또는 단체에 제공하는 규정이다. 실무규정은 주거용 부동산의 중개서비스 수준을 최고로 제고함을 목적으로 하므로 고객의 인종, 신념, 성별, 국적에 관계없이 평등하게 서비스를 제공하여야 하며, 위 열거사항을 근거로 사람이나 인종을 차별하는 계획이나 합의에 가입해서는 아니 된다. 중개업자는 언제나 법의 범위 안에서 고객의 최대 이익을 위하여 행동하여야 하며, 이해충돌을 일으킬 수 있는 상황을 고객에게 즉시서면으로 통지하여야 한다.

그렇지만 위 의무는 제시된 구매나 판매와 관련된 모든 사항을 공정하게 고려하여야 한다는 의무를 면제시켜 주지는 않는다. 중개업자는 부동산의 구매나 판매과정에서 고객으로부터 얻은 정보를 고객의 허가 없이 누설하거나 오용하여서는 안 되며 자신과 의뢰인이 이 규정을 준수하는지와 부동산중개와 관련한 모든 법령에 대하여 충분한 실무지식을 가지고 있는지를 확인하여야 한다. 또 중개업자는 부동산의 구매 또는 판매 시 고객을 대신하여 행동할 수 있다는 고객의 중개의뢰에 대한 서면확인서를 고객에게 교부하여야만 한다. 중개업자는 중개업자 자신이나, 동업자 또는 관련된 자가 당해 중개업자를 통해 고객의 부동산을 구입하려는 사람에게 부

동산중개, 조사, 투자, 보험이나 다른 서비스를 제공하고자 하는 경우 이를 고객에게 서면통지 하여야 한다.

그리고 중개업자는 고객의 허락 없이 타 중개업자에게 부동산판매에 대한 수임지시를 하여서는 안 되며 고객의 허락이 있는 경우에는 타 중개업자가 이 규정을 준수하는지에 대하여 확인하여야만 한다. 중개업자는 수수료, 비용, 직무조건의 상세한 내용을 고객에게 서면으로 통지하여야 하며 고객이 중개업자와의 중개행위에 대한 계약을 종료하고자 할 경우에는 서면확인서를 받아두어야 한다. 고객에게는 더 이상 그를 위하여 중개행위를 하지 않는다는 내용의 서면확인서와 고객이 지불하여야 할 수수료와 요금에 대한 명세서를 교부하여야 한다.

부동산중개 또는 개발사업을 수행하는 과정에서 부동산에 관한 허위 또는 유인성의 진술을 하는 행위를 금지하기 위하여 부동산허위표시법이 제정되었다.²⁰⁾ 이 법에서 허위라 함은 구체적인 결과를 초래하는 허위로서 부동산 중개업이나 부동산개발사업상 구체적 문제에 관하여 거짓된 혹은 오해를 불러일으키는 진술을 뜻한다. 진술은 구두 또는 서면의 언어뿐만 아니라 그림, 사진, 광고 등의 의미전달 수단에 의하여 행해질 수 있다.

이 법은 부동산 중개업자, 부동산을 판매하는 사무변호사와 사업상 판매를 목적으로 부동산을 제공하는 부동산개발업자 등 일반 매도인을 제외한 부동산중개에 관한 모든 사무(토지에 관련된 권리의 처분 또는 취득과 관련하여 권리의 이전·양도, 계약 기타 서면의 작성 및 이에 부대되는 서비스 등)에서 적용된다. 부동산 중개업자는 이법에 의해 어떤 정보를 제공하거나 어떤 기술을 하도록 요구되지 않으나, 잠재적 매수인에게 재산에 대한 어떤 유해한 정보까지 제공할 의무는 없다. 그러나 중개업자가 일단 어떤 정보여서는 안 되며 소정사항에 관하여 허위 또는 유인성의 진술이 행해진 경우에는 허위표시법에서 규정한 위반의 죄가 성립된다.

3) 중개서비스 수준과 손해배상책임

20) 국토개발원, 전게서, 1999, p.97.

양도과정에서 부동산중개는 중개업자가 하고 계약서 작성은 거래당사자의 소송대리인이 하는 것이 일반적이다. 영국에서는 중개업자가 중개대상물에 대하여 현지조사를 통해 주요시설과 중개대상물의 보수내용에 관해 알 수 있도록 체크리스트를 작성하게 하고 이를 허위로 기재할 경우에는 법규정에 의거처벌 받도록 하고 있다. 주택소유주가 주택을 매각할 경우에는 그 지역 중개업자에게 의뢰하는 것이 일반적이며, 매도인은 몇 개의 중개회사에 견적을 받아 좋은 조건의 중개업자를 선정하여 중개계약을 체결한다. 중개계약서의 작성, 계약내용의 서면화, 구체적이고 정확한 체크리스트제도의 운용 등 서비스수준 고취를 위한 제도적 장치가 잘 정비되어 있다. 선진국들의 부동산거래과정이나 중개계약의 형태는 서로 비슷하나 독점중개계약의 형태와 중개업자가 중개대상물에 관해 확인 설명하는 것이 일반화되어 있는데 구체적인 정도는 매수인 및 임차인이 현장을 방문하지 않아도 거래여부를 파악할 수 있을 정도이다.

3) 일 본

(1) 부동산 중개업

일본의 부동산 중개업은 택지건물의 매매·교환, 임대차의 대리 또는 중개를 업으로 하는 것으로 택지건물 거래업이라 한다. 택지건물 거래업은 건설대신이나 도도부현 지사의 면허를 받아야하며 면허를 받아 택지건물 거래업을 영위하는 자를 택지건물 거래업자라 한다. 일본의 개발에 관한 업무, 대리·중개에 관한 업무, 임대에 관한 업무, 관리에 관한 업무를 부동산서비스업의 주요업무로 하고 있다.

「택지건물거래업법」은 면허제도와 함께 택지건물거래업자에게 택지건물 거래에 관한 전문가로서의 역할을 충분히 발휘하도록 하기 위해 그 사무소 또는 안내소 등 건설성령에서 정하는 장소마다 일정 수 이상의 성년자인 전임의 거래주임자를 두는 것을 의무로 하고 있다. 거래주임자는 택지건물 거래주임자 자격시험에 합격한 뒤 도도부현 지사의 등록을 받고

택지건물거래주임자증의 교부를 받아야 한다. 거래주임자에는 사무소마다 전임상태로 두어야 하는 자(전임주임자)와 그 외의 자(일반거래주임자)가 있다. 거래주임자는 실제 택지건물을 거래하는 경우에 아주 중요한 역할을 수행하고 있다.

먼저 택지건물 거래업자는 계약 성립까지 서면으로 거래의 상대방 등에 대하여 물건에 관한 사항이나 거래조건 등 중요사항의 설명을 하여야 한다. 또 “서면의 교부의무”라 하여 서면에서 반드시 거래주임자의 기명날인이 필요하고 물건의 매매 등 계약이 성립한 때에 택지건물거래업자는 지체 없이 일정한 사항을 기재하여 상대방 등에게 교부 하여야 하는데, 통상은 매매계약서 등의 계약서에 기명·날인함으로써 이 의무를 이행하고 있다. 택지건물 거래업에 종사하는 자 중에는 거래주임자 이외에 종업원이 있는데 실제 부동산거래과정에서 큰 역할을 하며 그 숫자도 많다. 예를 들어 중요사항의 설명을 거래주임자가 행하기 이전에 현지 안내 등을 하고 물건 등에 관해 구두로 설명을 하여 고객의 구입의사를 결정하게 하는 경우이다. 그러므로 이들 종업원에게도 공정하고 안전한 부동산 거래를 실현하기 위한 자각과 책임이 필요하다.

(2) 손해배상책임과 중개업관련법

일본에서는 택지건물거래업자와 손해를 입은 의뢰인을 위한 제도로 영업보증금제도와 변제업무제도를 같이 운영하고 있다. 영업보증금제도는 택지건물거래업자의 신용을 증대시키고, 의뢰자가 만약 손해를 받더라도 영업보증금으로 변제하게 함으로써 안심을 준다는 목적으로 영업보증금제도를 운영하고 있다. 영업보증금의 공탁이란 의뢰인 등에게 손해를 주지 않는다는 것을 보증하기위해 국가기관인 공탁소에 일정금액을 보관해 두는 것을 말한다. 새로이 택지건물 거래업을 하려고 할 때, 사무소를 증설할 때 영업보증금에 대해 환부가 발생할 때, 유가증권 또는 유가증권과 금전으로 공탁하고 있는 경우 그 주된 사무소를 이전함으로써 공탁소가 변경된 때, 유가증권으로 공탁하고 있는 경우에 영업보증금의 변환을 하려고

하는 때에도 공탁이 필요하다

변제업무제도는 택지건물 거래업 협회가 그 회원으로부터 변제업무보증금 분담금의 납부를 받고 그 납부액에 해당하는 변제업무보증금을 공탁소에 공탁하며, 그 회원과 택지건물 거래업에 관한 거래를 한 자가 그 거래로 인해 받은 손해를 변제업무보증금에서 변제하는 제도이다. 택지건물 거래업 보증협회는 변제업무보증금 분담금의 납부를 받은 때에는 1주일 이내에 납부액과 동액의 변제업무보증금을 공탁하여야 하고, 반환이 이루어진 때에는 반환통지일로부터 2주 이내에 반환액과 동액의 변제업무보증금을 금전 또는 유가증권으로 공탁하여야 한다. 회원인 업자와 택지건물 거래업 제 관해 거래를 한 자는 그 거래로 인해 발생한 채권에 관해 택지건물 거래업 보증협회가 공탁한 변제업무보증금에서 변제를 받을 수 있다. 그러나 회원이 아니었다면 공탁하여야 할 영업보증금액에 상당하는 액의 범위 내에서 변제받을 수 있다.

영업보증금제도와 택지건물 거래업 협회가 하는 변제업무제도는 다 같이 택지건물거래업자와 택지건물 거래업에 관한 거래를 하여 손해를 받은 자에게 보전하기 위한 제도이다. 그러나 영업보증금제도는 개개의 택지건물거래업자가 스스로 영업보증금을 공탁소에 공탁하고, 택지건물거래업자와 택지건물 거래업에 관해 거래를 하여 손해를 받은 자는 택지건물거래업자가 공탁한 영업보증금에서 환부를 받는데 비해 변제업무제도는 택지건물 거래업 보증협회가 그 회원인 택지건물거래업자로부터 변제업무보증금 분담금을 받은 후에 납부액에 상당하는 변제업무보증금을 공탁하고, 택지건물거래업자와 손해를 받은 자가 그 택지건물 거래업 보증협회가 공탁한 변제업무보증금에서 환부를 받는 것이다. 택지건물거래업자는 이 두 제도 중 어느 하나를 선택하는 것인데 약 90%는 택지건물 거래업 보증협회의 변제업무보증금에 가입하고 있다.

(3) 중개서비스 수준

일본에서도 주택을 구입하면 계약금 지불과 잔금지불의 과정을 거치며

중개업자가 중개대상물에 대하여 현지조사를 하여 체크리스트를 작성하여야 한다. 토지의 경우 매도인 및 토지의 소재에 관한 일반적인 사항 외에 부지의 상황, 도로, 생활 관련시설, 교통 등에 관한 사항이 포함되며 건물은 매도인 및 거물의 소재에 관한 사항이 포함된다. 전임중개계약이나 전임전속중개계약 모두 유효기간은 3개월이나 의뢰인에 의하여 갱신이 가능하고 중개업자는 의뢰인에게 1~2주 단위로 보고하여야 한다.

4) 독 일

독일에서는 부동산중개사의 자격을 얻기 위해 RDM²¹⁾라고 하는 부동산 전문업협회의 회원이 되기 위한 민간기관이 실시하는 일정한 자격시험을 거쳐야 한다. 한편 부동산 전문업자를 양성하는 전문교육기관으로서 몇 개 대학에 부동산연구소가 있으며, 이들 대학의 연구과정을 수료한 후 일정한 시험에 합격하여야 “부동산 전문업자 수료증”을 수여받게 된다. 1975년 경제성에 의해 부동산 중개업의 개업은 도청의 허가를 받도록 되었고, 업무상 과실에 의함 보험 및 보증 채무 신탁제가 의무화 되었다.

RDM은 1975년 독일은행과 공동으로 부동산정보센터를 설립하여 부동산정보 유통의 원활을 기하고 있다. RDM회원은 의뢰받은 모든 물건을 부동산정보센터의 운영경비의 일부는 회비형태로 징수하고 일부는 은행이 부담하나, 이에 대해 은행이 받는 반대급부는 반드시 동 은행을 통하여 융자받도록 제약되어 있다.

계약의 합치가 성립되면 당사자와 중개업자는 공증인에게 약정계약서 등을 작성하고 공증인은 계약의 등록을 공적장부에 기입·서명하고 그 기록의 정확성에 대해 책임을 부담한다.²²⁾

21) 독일의 부동산업 단체는 실질적으로 RDM 이라는 하나로 통일되어 있다고 해도 무난하다. RDM 은 1925년에 설립되어 각 부동산 부문에 종사하는 약 3,000여명의 회원을 가지고 있으며 거의 세습적 직업이다(김민준, 부동산중개업의 개선방안에 관한 연구, 2003, p.56).

22) 김창식, “공인중개사의 전문화제도에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위논문, 2001, p.21.

4. 부동산 중개업의 변천과정

1) 법제정 이전 시대

부동산거래에 관한 특별한 법률이나 제도가 없던 고대에도 부동산 거래는 있었다.²³⁾ 몇몇 고문서에서 당시의 상황이 짐작된다.²⁴⁾ 고문서의 기록을 검토해보면 토지, 즉 전답이나 주택의 매매는 명문이라는 문서에서 찾아볼 수 있다. 명문에는 오늘날의 매매계약서검 권리증으로 매매목적물의 표시와 위치 그리고 매각사유를 밝히고 매매대금을 기록하고 있다.

또한 후일 자손이 문제를 제기하지 않도록 관에 증거로 이 명문을 기록한다는 내용과 함께 매매 당사자의 이름을 적고 수결을 했다. 매매 당사자의 수결 옆에는 대부분 필집(筆執)의 성명과 수결이 있는데 아마도 필집이 오늘날의 부동산 중개업자 역할을 하는 사람이었을 것으로 추정된다.²⁵⁾ 특별한 법령은 없었지만 이처럼 관행에 따라 부동산 거래계약이 이루어져 왔던 것이다.²⁶⁾

2) 객주·거간의 규칙

부동산 중개업에 관한 최초의 법제로서 1890년에 「객주·거간 규칙」이 발표되었다. 이는 객주와 거간의 난립을 방지할 목적으로 제정하였는데 부동산 중개업을 근대적으로 제도화 하는 계기가 되었다. 1893년에는 한성부에 거간 인가증을 발부 받아야 영업을 할 수 있는 거간인가제를 시행하였으나, 일제 식민 초기인 1913년 토지조사사업 실시과정에서 일본의 토지강탈을 쉽게 하기 위해 객주거간규칙 거간인가제가 폐지되었다.²⁷⁾

23) 이종욱, 전제논문, 2009, pp.10~11.

24) 소성규, 부동산중개계약론, 부연사, 1998, pp.28-30.

25) 김형선, 부동산중개업법 및 실무, 도서출판 정상, 2003, pp.23~24.

26) 배성환, “공인중개사의 업무 및 부동산거래신고에 관한 법률의 입법적 개선방안에 관한 연구”, 단국대학교 석사학위논문, 2008, pp.15~19.

27) 김형선, 전제서, 2003, pp.23~24.

3) 소개영업법

소개영업과 그 단속에 관한 사항을 규정하여 국민생활의 편익증진에 기여하고자 1961년 소개영업법이 제정되었는데, 이 당시에는 부동산이나 동산, 기타 재산권에 관한 소개뿐 아니라 혼인알선, 고용알선 등 다양한 민사 중개업무를 취급하였다가 1962년 부동산, 동산 기타 재산권에 관한 소개만 할 수 있도록 개정되었다. 「소개영업법」은 특별한 자격 없이 일정한 서류를 갖추어 영업소 관할 시·읍·면장에게 신고만 하면 영업이 가능하므로 사실상 영업에 따른 책임이 없었다.²⁸⁾

4) 부동산 중개업법 제정

1970년대 이후 급속한 경제성장과 사회발전에 따라 부동산시장 및 부동산거래의 태양은 큰 변화를 가져왔고, 그동안 실수요 중심의 부동산이 투자 또는 투기의 대상으로 변모하면서 부동산거래질서의 문란과 그로 인한 부동산거래사고의 급증 등 부동산문제가 심각한 사회문제로 대두되었다. 이와 같은 상황변화에 대하여 종전의 「소개영업법」으로 대처하기에는 크게 미흡하였으므로 정부에서는, 비로소 소개영업이란 명칭을 부동산 중개업으로 바꾸어 종전의 신고제를 허가제로 전환하고, 공인중개사제도의 도입 및 중개업자의 손해배상책임을 보장하기 위한 업무보증제 등을 주요 골자로 하는 「부동산중개업법」을 제정(1983. 12. 30, 제3676호)하여 오늘에 이르고 있다.

그러나 어떤 법제의 입법과정에서나 당면하게 되는 현실과 이상의 부조화문제는 부동산 중개업 입법과정에서도 나타나게 되었으니 특히 종래의 소개영업자에 대한 기득권 인정과 중개업 신규허가에 대한 자격제한의 미비 및 업무보증의무의 차등적용 등이 그것이다.

따라서 1989년 12월 30일 1차 개정(법률 제4153호)을 통하여 향후 부동산 중개업의 허가는 법인 및 공인중개사에 한하도록 하고 중개업자의 손

28) 강병기 외, 부동산 중개론, 형설출판사, 2002, pp.93~94.

해배상책임 및 교육의무를 강화한 반면 무허가·불법 중개행위자에 대한 규제와 벌칙을 크게 강화하였다. 특히, 부동산 중개업자를 ‘전문직업인’으로 명문화하고, ‘영업’이란 용어를 ‘업무’란 용어로 전환함으로써 부동산 중개업을 사회 공익적 기능에 적응하는 전문 직업으로 지도육성하려는 의지를 보인 것으로 인정된다.

그러나 부동산 중개업 법령이 지나친 규제 위주라는 비난을 면하기 어려웠고, 변화하는 경제 환경과 국제화 등의 변화에 대응하기에는 역시 미흡하였으므로, 정부에서는 부동산유통시장의 근대화를 위한 과감한 법 개정을 시도하였다. 그 결과 1993년 12월 27일 부동산중개업법의 개정(법률 제4628호)을 통하여 중개업자의 업무영역을 과감히 확대하고, 전속중개계약제도의 도입 및 부동산거래정보망을 설치·운영할 수 있도록 함으로써, 부동산 중개업의 근대화에 크게 기여할 수 있는 제도적 장치를 마련하게 되었다.

그 후 1999년 3월 31일 낙후된 중개업을 발전시키기 위하여 불필요한 규제(사용인 고용에 대한 제한, 교육, 협회가입 등)를 완화하고, 중개시장의 대외개방에 따라 중개업의 전문화와 대형화를 유도하여 경쟁력을 제고하였으며, 중개업이 자율적으로 성장할 수 있는 기반을 조성(부동산 중개업 허가를 사무소 개설 등록으로 개선)하였다(법률 제5957호).

2000년 1월 28일 영업구역제한을 완화하고 중개사무소의 이전절차를 간소화하는 등 불합리한 규제를 정비하는 한편, 중개의 대상이 되는 부동산에 대한 중개업자의 확인 및 설명의 범위를 확대함으로써 부동산 중개에 다른 서비스가 향상될 수 있도록 개정하였다(법률 제6236호).

2005년 7월 29일 부동산 투기근절 및 공정하고 투명한 부동산거래질서를 목적으로 그 법률의 명칭도 기존의 「부동산중개업법」에서 「공인중개사의업무및부동산거래신고에관한법률(법률 제7638호, 이하 “공인중개사법”)」로 개칭하였으며, 중개업자의 사회적 책무를 특히 강화하였다.²⁹⁾

29) 김동빈, “부동산중개업의 마케팅과 성과결정에 관한 연구”, 중앙대학교 석사학위논문, 2011, pp.9~11.

제 2 절 부동산 중개시장의 현황

1. 부동산 시장의 규모

1) 국내 부동산 중개시장

한국은행에서 발표하는 경제활동별 명목 국민총생산표에 의하면 부동산업 전체의 총 생산액은 1999년 43조4,951억에서 2009년 74조3,446억으로 10년 동안 약 1.7배의 증가율을 나타내고 있다. 또한 1997년 국민총생산량 대비 부동산업의 총생산량의 비율은 6%로 부동산시장규모가 전체 산업에서 차지하는 비율도 차츰 줄어들고 있음을 알 수 있다.³⁰⁾



HANSUNG
UNIVERSITY

30) 임일환, “부동산중개업의 경영성과 결정요인에 관한 연구”, 전주대학교 박사학위논문, 2008 참조.

[표 2-1] 경제활동별 GDP 및 GNI

(단위: 십억원)

항목명	1999	2005	2006	2007	2008	2009
농림어업	24,799.2	25,853.0	25,751.2	25,208.8	24,686.0	24,928.8
광업	1,636.0	1,992.9	1,925.8	2,001.2	2,336.0	2,170.3
제조업	133,657.0	213,646.2	220,940.1	238,610.9	256,209.4	265,783.0
전기, 가스, 수도사업	12,287.0	17,611.5	18,546.9	19,155.3	12,298.6	17,412.8
건설업	38,019.6	59,284.5	61,359.3	64,979.0	64,612.2	66,472.3
도소매 및 음식숙박업	57,073.3	82,469.7	87,320.8	93,405.5	100,419.3	105,343.0
운수 및 보관업	22,510.0	35,292.2	36,424.2	40,070.5	41,613.1	42,145.4
금융보험업	33,186.4	53,394.8	55,234.7	61,114.0	65,132.2	66,283.3
부동산 및 임대업	43,495.1	63,215.4	65,534.7	69,435.7	71,886.2	74,344.6
정보통신업	20,862.2	36,255.7	37,969.9	39,198.1	39,666.8	40,195.2
사업서비스	21,478.8	37,892.5	41,292.3	45,056.0	49,905.7	49,699.6
공공행정 및 국방	28,550.8	48,200.9	52,262.6	55,515.9	59,396.8	64,430.5
교육서비스업	25,441.5	46,502.1	51,036.7	55,554.4	60,940.1	63,430.9
보건 및 사회복지	13,691.2	28,558.2	31,617.7	35,451.6	38,452.1	43,080.3
문화 및 오락서비스업	5,323.9	10,110.7	10,859.2	12,209.1	13,048.9	13,139.3
기타서비스	10,210.6	15,609.5	16,610.1	17,816.1	19,084.6	19,372.0
순생산물세	56,782.2	89,351.3	94,057.8	100,231.0	106,763.8	104,827.7
국내총생산(시장가격)	549,005.0	865,240.9	908,743.8	975,013.0	1,026,451.8	1,063,059.1

자료: 한국은행 경제통계시스템 ECOS(<http://ecos.bok.or.kr/>).

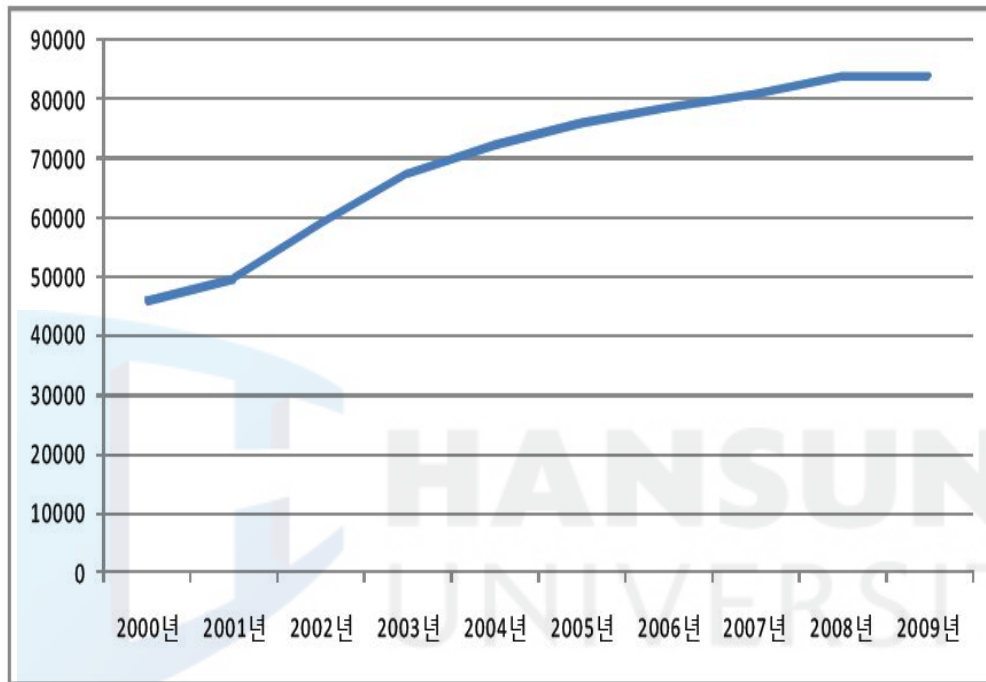
[표 2-2] 부동산업체수, 매출액, 종사자수(2009년 12월)

업 종	사업체수(개)	종사자수(명)	매출액(백만원)
부동산업	125,804	444,185	53,826,272
부동산 임대 및 공급업	112,653	398,609	48,775,176
부동산 임대업	9,827	58,886	29,065,885
주거용 건물 임대업	6,698	30,115	4,749,823
비주거용 건물 임대업	1,149	2,377	351,157
기타 부동산 임대업	5,491	27,551	4,366,549
부동산 임대업	58	187	32,117
주거용 건물 개발 및 공급업	3,129	28,771	24,316,062
비주거용 건물 개발 및 공급업	1,555	12,505	12,202,014
기타 부동산 개발 및 공급업	640	4,076	1,176,992
부동산 관련 서비스업	934	12,190	10,937,056
부동산 관리업	102,826	339,723	19,709,291
주거용 부동산 관리업	24,026	204,602	14,619,811
비주거용 부동산 관리업	16,956	146,729	10,419,788
부동산 중개 및 감정평가업	7,070	57,873	4,200,023
부동산 자문 및 중개업	78,800	135,121	5,089,480
부동산 감정평가업	78,452	128,570	4,345,484

자료: 국가통계포털(<http://kosis.kr>).

2. 부동산 중개업자 현황

국토해양부에서 조사한 통계자료에 의하면 2009년 4/4분기에는 중개업자의 수가 총 83,728업체로서 전년 대비 101개 업체 증가하였으며, 2007에 비하면 무려 2,901개 업체가 증가하였다. [그림 2-1]은 2000년부터 2009년까지의 중개업자증감 현황³¹⁾을 그래프로 나타낸 것이다.³²⁾



[그림 2-1] 연도별 부동산중개업자 증감 현황

위의 그림을 보면 부동산중개업자의 수는 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있다. 2009년 4/4분기를 기준으로 전국 중개업자 현황을 살펴보면 아래에 제시된 [표 2-3]과 같다.

31) 국토해양부 홈페이지(www.moet.go.kr).

32) 김동빈, 전제논문, 2011, pp.11~12.

[표 2-3] 부동산중개업자 현황(2009년 4/4분기)

구분	계	공인중개사	중개인	중개법인
계	83,728	74,227	9,090	411
서울	24,683	20,871	3,607	205
부산	3,891	3,467	401	23
대구	2,984	2,694	274	16
인천	6,038	5,576	451	22
광주	1,687	2,529	262	7
대전	2,363	2,116	237	10
울산	1,197	1,053	142	2
경기	25,520	23,661	1,777	82
강원	1,499	1,316	183	—
충북	1,639	1,395	238	6
충남	3,029	2,614	411	4
전북	2,925	1,590	209	15
전남	925	689	228	8
경북	2,283	2,001	277	5
경남	3,680	3,310	356	14
제주	496	456	37	3

자료: 국토해양부 홈페이지(www.moct.go.kr).

3. 부동산 시장 동향

참여정부에서 실용정부로의 정권교체가 이루어짐에 따라 부동산정책 변화가능성이 존재한다.³³⁾ 그러나 당분간 참여정부의 부동산시장안정대책의 큰 틀은 유지되면서 양도세감면, 종부세 감면 등 주택거래활성화를 위한 일부 수요완화 정책이 이루어지는 한편, 서울의 뉴타운개발 활성화 등 정부주도의 주택공급이 이루어 질 것으로 보여 과거의 수요억제보다는 공급

33) 조항수, "부동산시장의 환경변화에 따른 부동산 중개업의 선진화 방안에 관한 연구", 한양대학교 석사학위논문, 2008, p.30.

중심으로 정부의 주택정책이 변화될 것으로 예상되고 있다.³⁴⁾

고가주택에 대한 중부세 부담 강화, 대출규제 등 금융규제와 함께 이와 같은 도심지역 재개발에 대한 기대감으로 인해 최근 서울강남지역의 아파트 가격은 다소 보합세를 보이는 반면, 연립주택 및 비강남권 중소형아파트를 중심으로 매매가격이 상승세를 보이고 있는 상황이다.



자료: 국민은행 홈페이지.

[그림 2-2] 2004년 이후 주택매매가격 지수 추이

한편, 최근 글로벌 금융시장에서의 신용경색을 완화하기 위한 미국 연방준비은행의 금리인하 지속, 국내 주식시장의 침체에 따른 은행예금 증가에 힘입은 금리상승추세 완화 등으로 단기적으로는 금리인상압력이 완화될 수 있다. 그러나 중장기적으로는 미국의 서브프라임모기지 채권의 부실로 인한 문제점, 고유가 및 수입원자재가 상승부담으로 인한 금리 상승 등으로 인한 금리의 변동성이 높은 현 상황은 주택시장에 부정적인 영향을 미칠 여지가 있다.

34) 박노경, 부동산시장 동향 및 전망, SPECIAL REPORT, 2008, 3, 3.

제 3 절 부동산 중개업의 경영성과

1. 기업 경영성과관련 접근시각

많은 연구들이 기업의 성과에 영향을 주는 요인을 밝히기 위해 노력해 왔으며 이러한 연구들의 접근방법을 분석하면, 기업의 고유 특성요인과 기업성과와의 관계를 단일차원의 함수관계로 파악하는 전통적인 시각의 접근방법과 복수의 성공요인에 관한 차원이나 관계구조로 파악하는 현대적인 시각의 접근방법으로 분류할 수 있다. 본 절에서는 이와 같은 기업의 성과관련 두 가지 접근시각과 경영성과의 측정에 관하여 살펴본다.³⁵⁾

1) 전통적 시각

기업의 성과요인에 관한 첫 번째 접근시각은 주로 기업의 고유 특성요인과 기업성과와의 관계를 단일차원의 함수관계로 파악하는 연구들이다.

초창기의 이러한 연구들은 대개 다음의 세 가지 측면에서 전개되어왔다. 첫째, 초기의 기업가정신(entrepreneurship) 연구에서 주로 나타난 형태로 벤처기업의 성과는 기업가정신과 함수관계가 있다고 보고 있다. 이러한 연구들은 창업인의기질과 특성, 경험 등을 벤처기업 성과에 영향을 주는 유일한 차원으로 간주하였다. 따라서 벤처성과(venture performance)를 기업가정신(entrepreneurship)과의 함수관계로 보고 $Venture\ Performance\ (VP)=f(E)$ 라는 함수식으로 설명하였다.

둘째, 산업조직론 분야에서 주로 이루어진 연구로서 산업의 규모나 자본, 제품이질성 같은 구조적 특성들이 산업진입에 있어 장벽으로 작용한다고 예측하였다. 그러한 진입장벽들이 이미 산업 내에 있는 기업들에 비해 상대적으로 불리하게 된다는 것이다. 이러한 관점에서 연구자들은 벤처기업의 성과를 산업구조와 함수관계가 있다는 측면에서 연구를 수행하였다.

35) 김효중, “중소·벤처기업의 경영성과 영향요인에 관한 실증연구”, 경기대학교 서비스경영전문대학원 박사학위 논문, 2006, p.5.

셋째, 전략경영분야에서 주로 수행된 연구로서 벤처기업의 성과는 전략과 함수관계가 있다고 보는 관점에서 연구를 수행하여 왔다. 이와 같이 초창기의 연구는 창업자의 특성, 산업 환경, 전략 등 단일차원의 연구가 주류를 이루었다³⁶⁾

2) 현대적 시각

기업의 성과요인에 관한 두 번째 접근시각은 복수의 성공요인에 관한 차원이나 관계구조로 파악하는 수준의 연구들이다. 여기서 주로 다루어지는 핵심 성공요인(critical/key success factor)은 기업이 속한 산업 내에서 지속적으로 생존하고 번영하기 위해 필요로 하는 가장 중요한 요소들로서 정의된다.

이러한 관점의 예는 Covin & Slevin(1991)의 연구경향과 같은 부류를 통하여 확인할 수 있다. 이들은 기업가 개인의 특성에 초점을 맞춘 전통적인 기업가정신 모형(entrepreneurship model)보다 기업행위 모형(firm-behavior model)을 채택 시 얻게 되는 여러 가지 이점을 주장하고 있다. 즉, 기업가의 유효성은 기업의 성과관점에서 측정되어야 하며, 기업성과는 개인차원 행위뿐만 아니라 조직기능차원이 포함된다는 것이다. 따라서 기업가 부문의 개인차원 행위는 조직에 영향을 미치게 되고 결과적으로는 전략, 조직구조, 그리고 시스템의 창조를 통해 통제되어 진다고 주장하고 있다.

이러한 관점은 벤처기업의 성공요인 연구방향이 창업자 개인특성 중심의 속성 관점(attribute perspective)차원에서 기업행위 관점(firm-behavior perspective)차원으로 변화되면서 나타난 연구경향이라고 볼 수 있다. 따라서 단일차원 함수관계로 파악하는 전통적 시각의 연구들은 벤처성과를 기업가정신(entrepreneurship)과의 함수관계로서 $Venture\ Performance(VP)=f(E)$ 로 나타내었으나, 성과에 대한 설명의 한계 때문에 이처럼 다차원적인 측면에서 벤처기업의 성과를 설명하려는 현대적 시각의 접근방법이 나타나게 되었다고 볼 수 있다.

36) 김효중, 전제논문, 2006, pp.5-6.

Sandberg & Hofer(1987)는 벤처기업의 성공이 기업가의 특성, 산업구조와 전략의 상호작용에 있다는 확장된 모델, 즉, New Venture Performance (NVP)=f(E, IS, S)라는 수학적 함수관계를 제시하였다. 이들은 독립변수로 기업가(E: entrepreneur), 산업구조(IS: industry structure), 전략(S: strategy)의 3가지를 선정하였다. 기업가의 요소에는 기업경영의 경험, 벤처창업경험, 관련된 산업에서 관리자로서의 경영경험, 기업의 성공 또는 실패경험, 교육수준 및 나이를 변수로 선정하였고, 산업구조 요소에는 산업유형, 산업 생명주기, 산업구조, 산업 불균형의 존재여부, 진입장벽을 변수로 선정하였으며, 전략 요소에는 집중전략, 차별화전략, 비 차별화전략의 3가지 전략유형을 변수로 선정하였다. 그리고 종속변수인 벤처기업 성과로는 자본에 대한 수익성을 성과척도로 사용하였다.

이들은 각 산업에서 성공한 17개 기업을 표본으로 하여 벤처투자자들을 대상으로 한 조사결과 산업구조와 전략이 각각, 그리고 서로 결합하여 벤처기업의 성과에 영향을 미친다고 주장하였다. 즉, 기업가, 전략, 산업구조의 상호작용효과가 각각의 독립된 변수보다 기업의 성과에 더 큰 영향을 미친다는 것이다. 이들의 연구결과에서는 기업가의 특성이 신생 벤처기업의 성과에 큰 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났지만, 이는 기업가가 벤처기업의 성공에 중요하지 않다는 의미가 아니라 기업성공의 핵심요인은 아니라는 것이다.

Roure & Keeley(1990)는 36개의 벤처기업을 대상으로 경영자, 기업전략, 환경의 3가지 차원으로 분류하여 실증분석을 하였다. 이들은 경영자 요소로는 과거의 경영경험, 고성장경험, 팀의 완벽성, 과거의 팀으로써 일한 경험 등을 변수로 삼았고, 기업전략 요소로는 제품우위성, 제품개발기간을 변수로 삼았으며, 환경 요소로는 창업자의 자기자본 비율, 시장에서 경쟁자의 영향력, 시장 점유율, 구매자의 집중정도 등을 변수로 삼았다. 이들의 연구결과에서는 경영자, 기업전략, 그리고 환경의 3가지 요소들이 벤처기업의 성과와 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

또한 McDougall 등(1992)은 벤처기업의 성과를 창업형태(O: origin), 산업구조(IS: industry structure), 벤처전략(S: strategy), 그리고 산업구조와

벤처전략의 상호작용으로 보고 벤처기업의 성과를 $NVP = f(O, IS, S, IS \cdot S)$ 의 수학적 함수관계로 나타내었다.

Zahra(1996)는 벤처기업의 성과에 영향을 미치는 요소를 환경, 벤처전략, 조직의 3가지 차원으로 분류하였다. 그는 환경의 요소로 산업구조, 시장환경, 경쟁환경 등을 포함하는 미시적 환경과 경제 변화, 정치 변화 등 거시적 환경을 변수로 설정하였다. 벤처전략 요소로는 전략의 범위, 경쟁 무기, 시장 세분화, 차별화전략을 변수로 설정하였으며, 조직 요소로는 조직의 기능적 능력, 기업가의 심리적 특성 및 배경적 특성, 조직특성, 벤처기업의 성장단계 등을 변수로 설정하였다.

Chrisman 등(1998)은 1962년부터 1992년까지 이루어진 벤처기업 창업 및 경영성과에 관련된 62편의 논문을 분석하고 이를 기초로 신생벤처기업 성과 결정요인의 확장모형을 제시하였다. 이들은 Sandberg & Hofer(1987)의 벤처기업 성과모형이 기업가 (E : entrepreneur), 산업구조(IS : industry structure), 사업전략 (BS : business strategy)으로 되어 있는데 여기에 자원(R : resources), 조직구조·과정·시스템(OS : organizational structure, processes, and systems)을 추가로 포함시켜서 New Venture Performance ($NVP=f(E, IS, BS, R, OS)$)와 같은 수학적 함수식으로 신생벤처기업의 확장모형을 제시하였다. 이들은 Sandberg & Hofer(1978)의 전략경영이론(strategic management theory)에 필수부분으로 자원과 조직구조·과정·시스템이 포함되어 있었던 것을 고려하여 그 이론의 특별한 경우를 표현한 조직들이 신생벤처라고 설명하고 있다.³⁷⁾

2. 부동산 중개업의 경영성과

부동산중개업에 있어 과업이란 부동산중개를 성립시키기 위해 다수의 시장행위자와 상호 경쟁하면서 상품 및 서비스를 형성하여 최종소비자에게 유통시킴으로써 이익을 창출하는 것을 말하는데, 부동산중개의 과업수행을 통하여 획득하는 것이 부동산중개업의 성과이며, 그것은 중개서비스

37) 김효중, 전제논문, 2006, pp.6-8.

에 대한대가로서 창출되는 중개부가가치를 말한다(Mason and Mayer, 1984).

성과기준은 판매량이나 판매액, 이익, 행위 등으로 나누어진다. 여기서 양적인 성과기준은 판매량이나 판매액, 이익 등이고 질적인 성과기준은 행위이다. 본 연구에서는 성과를 중개성으로 보고 측정하고자 한다. 일반적으로 조직의 성과는 어떤 기준, 예를 들어 목표란 관점에서 기업의 성취 정도로 평가된다. 이념적으로 조직의 목표는 외적으로는 만족, 제품의 질 그리고 개인적 또는 사회적인 필요와 욕구와 관련해서 소비자 집단에게 바람직한 영향을 주어야 하고 내적으로는 바람직한 조직의 성과 또는 결과인 시장점유율, 매출성장율, 이익성장률, 현금흐름 그리고 투자에 대한 회수 등이 달성되어야 한다.³⁸⁾

목표의 성과 또는 결과가 기업의 생존과 번영에 직접적으로 그리고 중요하게 영향을 미치는 모든 사업영역에 요구된다. 또한 목표는 영리집단이나 비영리집단 등 모든 조직에서 요구된다. 기업에 있어서 특별한 목표의 설정은 주요한 결과 영역의 정립에 근거되는데, 그러한 결과 영역은 기업의 성공에 직결되는 활동으로 이루어진다.

전략적 사업계획자들은 당기간의 번영을 달성하고자 보통 다음과 같은 일곱 가지 영역에서 장기목표를 설립한다.³⁹⁾ 이익, 제품의 질, 경쟁적 우위, 고용증가, 노사관계, 그리고 사회적 책임이다. 성과척도는 당연히 목표에 근거되는데, 그 이유는 목표가 성과척도에 대한 기본이기 때문이다. 예를 들어 조직의 성과는 매출, 이익 비용, 품질 및 생산성과 같은 목표의 관점에서 측정될 수 있다. 더불어 조직의 성과는 조직의 내적자원의 활용과 변화하는 외적환경의 적응을 고려하는 데서 나타나게 된다.⁴⁰⁾

그러나 성과에 대한 단일 기준은 존재하지 않는다. 비록 성과척도에 있어서 기본적으로 일치하지 않더라도, 성과가 다차원적 구조라는 인식을 갖

38) A. A. Thompson, and Strickland, A. J., *Strategy Formulation and Implementation revised*, Plano, TX: business Publication, Inc., 1983, pp.24-25.

39) J. A. Pearce, and Richard B. R., *Environmental Forecasting :Key to Strategic Management, Business*, Vol.33, 1983, pp.3-12.

40) A. A. David, *Developing Business Strategy*, New York, NY :John Wiley & Sons, 1984, pp.21-24.

이하고 있다.⁴¹⁾

인젠(Ingene)과 러쉬(Lusch)는 소매점의 성과를 측정하기 위한 세 가지 척도로서 이익, 소비자에 대한 경제적·사회적 복지 및 피고용인의 만족을 주장하고 있다. 반면에, 로젠블룸은(Rosenbloom)은 전반적 재무성과와 상품화 성과란 두 가지 기준으로 소매점 시장성과를 제시하고 있다.⁴²⁾ 또한 스미스(Smith)는 성과척도로서 가맹점의 만족과 재무적 성과의 실현을 제시했다.

그리고 모어(Mohr)와 네빈(Nevin)은 만족도와 재무적 성과를 성과척도로 제시하면서 다음과 같이 설명하고 있다. 지금까지의 선행연구를 보면 성과는 두개의 단계로 구성되는데, 첫 단계는 만족도와 같은 정성적 척도이고 다음 단계는 재무적 성과와 같은 정량적 척도이다.⁴³⁾

가스키(Gaski)도 대부분의 선행연구들을 검토한 결과 성과를 종속변수로 할 경우 만족도와 재무적 성과를 척도로 하는 모형을 그의 논문에서 제시하고 있다. 또한 바조찌(Bagozzi)는 만족도와 재무적 성과에 대한 관계를 알아보기 위하여 인과모형법(Causal modeling methodology)으로 실험하였다. 그 역시 양 척도를 성과로 보는 연구모형을 제시하였다.⁴⁴⁾ 그 외에 선행연구를 보면 만족도를 성과척도로 한 대표적인 연구는 Schul, Little 및 Pride(1983), Frazier(1983), Ruekert와 Churchill(1984) 등이 있으며, 재무적 성과를 성과척도로 한 대표적인 연구는 Lusch(1976)와 Bennett(1988) 등이 있다. 그리고 스텐(Stern)과 엘-엔씨리(El-Ansary)는 아래의 표와 같이 성과의 측정기준으로 수익성, 공평성, 생산성, 효과성을 그 측정기준으로 설명하였다.

41) B. Louis, *Structure, Conduct, and Profitability in Distribution*, in Hans B. Thorelli. ed., Bloomington, IN:Indiana University Press, 1974, pp.219-236.

42) Rosenbloom, *Retailing Marketing*, New York, NY : Random House, Inc., 1981, pp.13-16.

43) J. Mohr and Nevin, J. R., "Communication Strategies in Marketing Channels : A Theoretical Perspective", *Journal of marketing*, vol.54, 1990, pp.36-51.

44) R. Bagozzi, 1975, "Marketing as Exchange", *Journal of Marketing*, Vol.39, pp.32-39.

[표 2-4] 스테른(Stern)과 엘-엔 씨리(El-Ansary)의 성과 측정기준

측정기준	개념
수익성	○ 투자수익률, 매출, 자본구조, 이익의 성장잠재력 등으로 구성되어있는 재무적 능률 ○ 생산성과 정의 상관관계 있음
효과성	○ 최종 소비자에게 제공되는 서비스 산출물 ○ 서비스산출물은 배달시간, 취급품목의 숫자, 취급품목의 형태 등
생산성	○ 노동, 자본 등의 투입에 따른 총매출, 총이익, 부가가치
공평성	○ 타시장과 얼마나 동일하게 봉사하고 있는가에 관한 것

자료: 김의근, 2000. 프랜차이즈의 공정성이 프랜차이즈의 성과에 미치는 영향에 관한 연구, p. 34.

제 4 절 선행연구 검토

현재 부동산중개업의 경영성과 결정요인에 관한 선행연구는 많지 않은 실정이다. 따라서 본 연구에서는 먼저 일반 유통산업의 성과 결정요인에 대해 먼저 살펴본 후 부동산 프랜차이즈 중개업을 중심으로 중개성과 결정요인을 고찰해 보도록 하겠다.

1. 일반 유통산업의 성과에 관한 연구

1) 홀(M. Hall) · 냅(J. Knapp) · 윈스턴(C. Winstern)의 연구

시장요인(market forces)이 소매업 성과에 미치는 영향에 대하여 최초로 자 비교적 충실한 연구는 마가렛 홀의 주도하에 1955년에 이루어진 식품점 및 의류업체를 대상으로 한 연구로 그들은 연구의 자료로 영국, 미국, 캐나다에 있어서의 여러 상업센서스를 포괄적으로 이용하였다.⁴⁵⁾ 그들의 연구목적은 이들 3개국에 있어서 소매업의 성과수준을 비교하고, 그 차

45) M. Hall, J. Knapp and C.Winstern, *Distribution in Great Britan and North America*, London Oxford University Press, 1961, pp.131-138.

이에 대해 설명하고자 하는 것이었다. 그들은 성과를 종업원 수(풀타임 종업원)에 대한 매출액의 비율로 보고 이에 영향을 미치는 요인으로 1인당 소득, 인구밀도, 인구 성장률, 정착기간 등을 제시하고 있다. 이러한 요인들 중 인구 밀도는 성과에 유의미한 영향을 미치지 못하였으며, 나머지 요인들은 성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 아난드(Anand)의 연구

Anand(1987)는 3년 이상 영업한 편의점 가맹점을 대상으로 가맹점의 속성과 성과간의 관계에 대하여 연구하였다. 그 결과 본부 주도의 이익 발생 그룹은 그들의 성공이 본부의 능력과 노력에 기인한다고 믿고 있으며, 가맹점 주도의 이익 발생 그룹은 성공이 그들의 능력이나 노력에 기인한다고 믿는다. Anand는 이 연구에서 ‘가맹점주도의 이익 발생가맹점들의 성공요인은 가맹점의 능력과 노력에 귀속하며 그 역도 성립한다.’라고 주장했다.⁴⁶⁾

3) 트레보(S.M.Trevor)의 연구

트레보는 채널성과 향상을 위한 연구에서 완전한 체인과 불완전한 체인을 구분하여 연구하였는데, 조직성과는 불완전한 체인에서 보다 완전한 체인에서 우수하게 나타났으며, 비공식적인 조직보다 공식적인 조직에서 조직성과가 나타났음을 밝혀 주고 있다.⁴⁷⁾

4) 러쉬(R.F.Lusch)의 연구

러쉬는 소매점 운영에 관한 성과결정요인에 관한 연구에서 경쟁특성과

46) Punam Anand, "Inducing Franchisees to Relinquish : An Attribution Analysis", *Journal of Marketing Research*, Vol.24, 1987, pp.215-217.

47) S. M. Trevor, "Relational Contract Theory a Framework for Assessing Channel Performance", The University of Wisconsin-Madison, Ph. D. 1989, pp.1-214.

갈등특성을 중심으로 연구를 하였다. 연구결과 경쟁특성에서는 일정한 상권에 기존의 가맹점이 형성되어 있음에도 불구하고 새로운 가맹점을 설치할 경우 경쟁에 대한 연구를 하였는데, 이는 기존의 학자들이 두 가지 결과가 있다고 하였는데, 첫째는 새로운 가맹점을 설치하게 되면 상호경쟁을 통해서 성과가 늘어난다는 것이고 둘째는 가맹점이 새로이 증가하면 가맹점 상호간의 경쟁으로 인하여 당연히 성과가 줄어든다는 것이다. 갈등특성에서는 채널간의 갈등을 중심으로 연구하였는데, 일반적으로 프랜차이즈의 가맹점이 증가하면 이익이 처음에는 증가하다가 일정 수준 후에는 감소하는 것으로 이해할 수 있으나, 프랜차이즈의 가맹점에 대한 수가 증가하면 이익이 줄어든다는 종전의 연구결과를 다시금 확인하였다.⁴⁸⁾

5) 기타

김종훈(1989)은 프랜차이즈 채널통합에 있어서 가맹점의 성과에 관한 연구에서 프랜차이즈 시장을 통합하는데 있어서 그 성과는 어느 경우에 효과적인 성과를 가져다주고 있는지에 대해서 연구하였다.⁴⁹⁾ 그는 마케팅 채널통합의 유효성을 연구하기 위하여 본부에서 가맹점에 제공하는 기회제공, 정보교환, 광고 등의 변수를 사용하였는데, 이러한 변수들의 값이 높을수록 채널통합이 용이하고 흡인력이 있음을 발견 하였다. 채널의 통합은 기업의 상황에 따라 다른데, 결국 기업내부의 질적인 요소가 좋으면 좋을수록 프랜차이즈 성과는 우수하게 나타난다는 것이다.

유영호(1987)는 가맹점의 입지선정 기준에 대한 연구에서, 지역특성, 경쟁특성, 주민특성, 특히 주민특성은 입지형태에 따라 변화가, 변화가 및 주거지, 그리고 주거지 등으로 나누어 각 특성에 따라 입지선정이 다르며, 입지선정이 가맹점의 중요한 요소임을 밝혔다.⁵⁰⁾

48) R. F. Lusch, "Channel Conflict : Its Impact on Retailer Operating Performance", *Journal of Retailing*, Vol.52, 1976, pp.3-12.

49) Jonghoon Kim, "The Effect of Marketing-Channel Integration on Channel Performance : A Contingency View, University of Georgia", Ph. D, 1989, pp.72-232.

50) 유영호, "FastFood산업의 프랜차이즈 도입에 따른 점포입지 전략에 관한 연구", 한국외국어대학교 석사학위논문, 1987, pp.68-72.

그리고 양재필(1981)은 소비자의 점포선택 행동에 영향을 미치는 점포속성 변수로서 정보 및 지식원, 즉 광고의 역할이 중요한 변수임을 입증하였다.⁵¹⁾ 신창락(1933)도 가맹점 성과에 대한 결정요인으로서 본부특성 변수인 영업지원을 중요한 변수로 주장하였다.⁵²⁾

2. 부동산 중개업 성과에 관한 연구

1) 국외의 연구

(1) 앤더슨(R.I.Anderson) · 루이스(D.Lewis) · 점파노(L.V.Zumpano)의 연구

앤더슨(Anderson) 등은 주거용 부동산중개업의 효율성을 비용과 이윤의 관점에서 분석하였다.⁵³⁾ 그들은 미국부동산협회(NAR)로부터 구한 1994년부터 1995년의 미시경제자료를 이용하여 전통적 확률프론티어 모형과 베이지언 확률프론티어 모형을 기초로 주거용부동산 중개시장에서 비용 및 이윤X-효율성을 추정하였다.

그들은 회귀분석을 이용하여 부동산중개업의 효율성에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과 프랜차이즈의 가입 유무, 창업기간 등이 부동산 중개업소의 효율성에 정의 영향을 미치고 MLS(Multiple Listing Service)와 균형산출량 목록의 생산량은 경영효율성을 감소시키는 것으로 나타났다. 그리고 규모의 경제를 추정한 결과 부동산 중개업소는 규모에 대한 수익이 증가하는 구간에서 활동하는 것으로 나타났다.

효율 프론티어로부터 규모의 경제를 분석한 결과도 그 전의 다른 연구결과와 동일한 결과를 도출 할 수 있었는데 그것은 부동산 중개업소가 수

51) 양재필, "한국페스트푸드 프랜차이즈에 있어 소비자의 점포선택행동에 관한 실증적 연구", 성균관대학교 석사학위논문, 1991, pp.42-69.

52) 신창락, "프랜차이즈 가맹점의 성과 결정요인에 관한 연구", 국민대학교, 박사학위논문, 1994, pp. 93-96.

53) R. I. Anderson, Lewis D. and Zumpano L. V., "Residential Real Estate Brokerage Efficiency from a Cost and Profit Perspective", *Journal of Real Estate Finance and Economics*, vol.20, 2000, pp.295-310.

익체증 하는 구간에서 활동한다는 사실이었다. 이는 부동산 중개업소가 보다 많은 중개계약을 체결하고 주택을 판매함에 따라 보다 많은 경영성과를 얻는다는 것을 의미한다. 그리고 프랜차이즈 가입업소는 일반 부동산 중개업소보다 비용이 감소하는데 이는 프랜차이즈 가입 업소가 많이 존재하는 원인이라고 주장하였다. 그리고 경영기간이 길수록 비용효율성이 크고 MLS와 균형 산출량 목록의 생산량은 효율성을 감소시킨다는 사실을 발견 하였다.

(2) 문네크 (H.J.Munneke) · 야바스(A.Yavas)의 연구

문네크(Munneke) 등은 부동산 중개업자들이 성공할 수 있는 요인은 무엇이며, 무엇이 성공한 최고의 중개인들이 다른 회사로 옮겨가도록 유인하는지에 대하여 연구하였다. 그 결과 그것은 중개인들이 그들의 수수료 수입을 회사와 분담하는 방법의 차이에 의하여 결정된다는 사실을 발견하였다. 이와 같은 상황에서 두 가지의 분석을 실시하였는데 하나는 중개수수료 구조의 차이가 부동산 중개 네트워크에 가입한 중개인들(RE/MAX)⁵⁴⁾의 영업성과에 미치는 영향을 이론적 모형으로 제시하는 것이다. 다른 하나는 부동산 중개 네트워크에 가입한 중개인들의 영업성과를 실증적으로 검증하는 것이다.

분석결과 그들은 부동산 중개 네트워크(RE/MAX)에 가입한 중개인들은 전통적인 업소에서 일하는 중개인들보다 더 많은 중개계약을 체결하는 것을 밝히고 있다. 그리고 중개매물의 증가는 각 매물에 할당하는 시간과 주의력을 감소시키는 경향이 있다는 것을 밝혔다.⁵⁵⁾

(3) 주드(Jud,G.D) · 로저(R.C.Rogers) · 크레린(G.E.Crellin)의 연구

Jud, Rogers and Crellin(1994)의 연구에서는 National Association of

54) Real Estate Maximus Incorporated

55) H. J. Munneke, Yavas, A., "Incentives and Performance in Real Estate Brokerage", *Journal of Real Estate Finance and Economics*, vol.20, 2001, pp.295-310.

Realtors(NAR)자료를 사용하여 부동산 중개기업의 Production and Revenue Function을 추정하였다. 이들은 중개기업에 의해 판매되는 집의 수는 기업의 규모, 연도, MLS가입에 따라 증가하는 것을 발견하였다. 매출액도 도시 규모와 정의 관계를 보여주고 있다.⁵⁶⁾

2) 국내의 연구

이상준(2002)은 부동산중개업의 판매자행동을 과업중심행동과 적응중심행동으로 나누어 판매성과에 미치는 영향을 연구하였는데, 과업중심행동은 지식, 기획, 정보, 관리의 4가지 요인 중에서, 거래동향, 거래시세 정보를 토대로 하여 중개물건을 확보하고 시장을 부동산 종류별, 가격별, 지역별로 세분화하여 중개하고자 하는 기획요인만이 유효하게 영향을 미치고 지식, 정보 및 관리요인은 판매성과에 영향을 미치지 아니하였다. 적응중심 행동요인 중 판매성과에 영향을 미치는 요인으로서는 적응성, 융통성, 민감성, 창의성의 4가지 요인 중 적응성만이 판매성과에 유효한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 융통성과 민감성, 창의성은 별다른 영향을 미치지 못하고 있었다.

그리고 장우진(2005)은 부동산업 중 부동산중개업의 경영혁신 전략을 모색하기 위하여 비-가격마케팅(non-price marketing)의 관점에서 중개업체의 서비스 지향성과 경영성과의 관계를 실증분석 하였다. 분석결과 서비스보상요인이 가장 부동산 중개업체의 경영성과에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 분석되었고, 그 다음으로는 중개업체의 서비스문화, 그리고 서비스예방과 서비스표준 등의 순서로 그 영향력이 확인되었다.

한성원(2006)은 중개업소관련변수,중개사관련변수,중개거래관련변수로 나누어 부동산중개업의 판매성과 결정요인 변수가 월 평균 매출액에 어느 정도 영향을 미치고 있는지를 분석하였다. 분석결과에 의하면 중개업소 관련 변수 중에서는 컴퓨터대수와 법인여부, 중개사관련 변수 중에서는 정보수집 및 분석능력과 설득 및 협상능력, 총 종업원 수 등이 영향을 미치고

56) Jud, G. D., R. C. Rogers and G. E. Crellin., "Franchising and Real Estate Brokerage", *Journal of Real Estate Finance and Economics*, Vol.8, 1994, pp.87-93.

있었으며, 중개거래관련 변수는 중개비중과 분양대행비중이 높을수록 중개 비중 중 아파트와 토지가 차지하는 비중이 높을수록 판매성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다음으로 정용(2007)은 부동산중개협상의 성과와 결정요인에 관한 연구에서 부동산 중개물건의 유형에 따라 중개협상의 결정요인이 다르게 나타날 것으로 보아 부동산 중개물건 중 대표적인 주거대상물건(아파트·주택), 상가대상 물건(상업용 건물)을 중심으로 비교분석하였다. 연구결과 주거대상물건은 사회적요인, 정책·제도적 요인이 중개협상의 성과에 영향을 받는 것으로 나타났으며, 상가대상물건은 중개협상의 경우 환경적 결정요인과 시장적 결정요인이 협상성과에 영향을 준다⁵⁷⁾.

마지막으로 박현정(2007)은 부동산중개업의 프랜차이즈 가입이 중개성과에 미치는 영향에 관한 연구를 하였으며, 부동산중개업의 프랜차이즈가입 여부가 부동산중개업의 판매성과인 월평균매출액에 어느 정도 영향을 미치는지를 분석하였다. 분석결과에 의하면 프랜차이즈가입이 총매출액과 거래건수에는 유의한 영향을 미치지만 중개의뢰인수 측면에서는 일반중개업소와 별다른 차이가 없다⁵⁸⁾.

57) 정용, "부동산중개협상의 성과와 결정요인에 관한 연구", 영남대학교 박사학위논문, 2007, pp.120-121.

58) 박현정, "부동산중개업의 프랜차이즈 가입이 중개성과에 미치는 영향에 관한 연구", 건국대학교 석사학위논문, 2007, pp.62-63.

[표 2-5] 일반 유통산업의 경영성과에 관한 선행연구

연구자	표본	연구과제	분석방법	결정요인	결과
Hall Knapp Winstern (1961)	식료품점 의류점	프랜차이즈 가맹점의 성과에 관한 연구	회귀분석	- 1인당소득 - 인구성장률 - 인구밀도 - 정착기간	인구밀도를 제외하고 모두 유의미함
Lush (1976)	신차 판매점	채널갈등과 가맹점 경영성과간의 연구	회귀분석	- 채널갈등	본부와 가맹점간의 갈등수준이 증가할 수록 가맹점의 경영 성과는 낮아짐
Good (1984)	식료품 소매점	점포와 성과에 영향을 미치는 요인	회귀분석	- 규모설비 이용도 - 사업조직 형태	점포규모가 성과차 이를 설명하는 가장 중요한 변수, 다음 이 설비이용도임
Anand (1987)	3년이상 영업한 편의점 가맹점	성과를 높이기 위해 가맹점이 속성을 선택하는 과정을 설명 함으로써 속성이론을 제시	회귀분석	- 본부주도 이익발생 - 본부주도 비이익발생 - 가맹점주도 이익발생 - 가맹점주도 비이익발생	본부주도 이익발생 그룹의 성과는 본부 의 능력과 노력에서 기인하며, 가맹점 주도 이익발생 그룹 의 성과는 그들 능 력이나 노력에서 기 인함
Trevor (1989)	중대형 트럭 소매장	가맹점 상호간의 관계와 성과에 영향을 주는 요인	회귀분석	- 체인결합의 완전도 - 조직의 공식화 정도	• 완전한 체인&불 완전한 체인 상호간 의 관계가 성과에 영향을 미치며, 공 식 조직을 활용할 때 질이 높게 나타 남

[표 2-6] 부동산중개업의 경영성과에 관한 선행연구

연구자	표본	연구과제	분석방법	결정요인	결과
Jud Rogers Crellin (1994)	부동산 중개회사	중개회사의 production and revenue function추정	회귀분석	- 기업의 규모 - MLS의 가입여부 - 도시규모	· 거래건수는 기업의 규모, 년도, MLS 가입에 따라 증가함 · 매출액은 도시규모와 정의 관계를 가짐 · 프랜차이즈 가맹은 순수익 9% 증가시킴
Anderson Lewis Zumpano (2000)	부동산 중개회사	부동산 중개업의 효율성에 영향을 미치는 요인	회귀분석	- 프랜차이즈 가입 여부 - 창업기간 - MLS의 가입여부 - 균형 산출량 - 목록의 생산량	· 프랜차이즈가입여부, 창업기간은 정의 효과 · MLS, 균형산출량 목록의 생산량은 부의 효과
Munnke Yavas (2001)	부동산 중개인	부동산중개 수수료 차이에 따른 성과영향 분석	회귀분석	- 총 수수료 - 중개업체와 전통적 중개업체의 중개수수료의 차이	총수수료 중개업체들의 중개인들이 더 많은 중개계약 체결
Frew Jud (1994)	가맹점 중개회사와 독립 중개회사	가맹점과 비가맹 중개업소의 성과모델 추정	회귀분석	- 사무실 규모 - 보조원의 경험 - 중개사의 경험 - 프랜차이즈 유무	규모, 보조원과 중개사의 경험을 통제한 상태에서 프랜차이즈의 가입유무는 매출에 정의 효과를 가지고 있음
한성원	서울시 부동산 중개업소	부동산중개업의 판매성과 결정요인분석	회귀분석	- 중개업소 관련변수 - 중개사 관련변수 - 중개거래 관련변수	· 중개업소 관련변수 (컴퓨터대수, 법인여부) · 중개사 관련변수 (정보수집 및 분석능력, 설득 및 협상능력) · 중개거래 관련변수 (중개 및 분양대행)
이상준	부동산 중개업소	부동산중개업의 판매자 행동이 판매성과에 미치는 영향	t-test 회귀분석	- 과업중심행동 - 적응중심행동 - 고객만족	과업중심행동(기획), 적응중심행동(적응성), 고객만족은 성과와 유의적임

[표 계속]

연구자	표본	연구과제	분석 방법	결정요인	결과
장우진	청주시 부동산 중개업소	중개업체의 서비스지향성과 경영성과의 관계	회귀 분석	- 서비스지향성 - 서비스문화 - 고객초점 - 중개인권한 - 서비스보상 - 서비스훈련 - 서비스예방 - 서비스표준	서비스 보상, 서비스 문화, 서비스 예방, 서비스 표준 등의 순서로 영향력이 큼
박현정	부동산 중개업소	프랜차이즈 가입이 중개성과에 미치는 영향	t-test 회귀 분석	- 공인중개특성 - 중개사무소 특성	프랜차이즈 가입이 매출액과 거래건수 에 영향력을 미침
정용	부동산 중개업소	중개협상의 성과 결정요인분석	t-test 회귀 분석	- 개인적 결정요인 - 환경적 결정요인 - 사회적결정요인 - 정책·제도적 결정 요인	주거용 중개물건은 사회적요인과 제도 적 결정요인이, 상가중개 물건은 환 경적요인과 시장적 요인이 협상 성과에 영향력을 미침

제 3 장 연구모형의 설계

제 1 절 연구가설의 설정

앞에서 살펴본 것처럼 부동산중개업의 경영성과 결정요인에 관한 선행 연구를 중심으로 부동산중개업의 경영성과 결정요인에 관한 가설을 설정하면 다음과 같다. 즉, 공인중개사의 특성, 공인중개업소의 특성, 부동산중개업 거래의 특성에 따라 경영성과의 차이를 알아보는 가설과 각 특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 가설로 구분할 수 있다.

1. 공인중개사의 개인적 특성과 경영성과

1) 성별

각 분야별 상담사, 텔레마케터 등을 보아도 알 수 있듯, 일반적으로 여성은 남성보다 부드럽고 감성적이면서 상대방의 신뢰를 얻기 수월하다고 평가되므로 고객의 접객, 상담 등 고유한 부동산 중개업무에서 남성보다 유리한 위치를 점할 수 있기 때문에 부동산중개업 영위시 여성의 경영성과는 남성보다 더 클 것으로 판단된다.⁵⁹⁾

가설1. 여성 공인중개사의 경영성과는 남성 공인중개사의 경영성과 보다 클 것이다.

2) 학력

공인중개사들의 학력은 중졸 이상부터 대학원 졸업까지 다양하게 분포

59) 이미숙, “부동산중개업의 직무분석을 통한 경영성과에 관한 연구”, 전주대학교 대학원 박사학위 논문, 2008.

되어 있다. 일반적으로 교육수준이 높을수록 지적능력이 높다고 할 수 있으므로 대졸이상의 학력자들의 경영성과는 고졸이하의 학력을 가진 중개업자보다 더 높을 것으로 판단된다.⁶⁰⁾

가설2. 공인중개사의 학력은 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 부동산 업체 종사기간

부동산 업체에서 종사한 기간이 길수록 자연스럽게 부동산관련 세법, 공시법, 민법, 공인중개사법 등의 부동산 관련법뿐만 아니라 부동산시장에 대한 경제적 분석, 거시경제의 흐름, 권리분석 등 실제로 부동산 중개활동을 영위하는데 필요한 부동산투자정보 등의 지식 등이 축적되어 이를 노하우로 활용할 수 있으므로 부동산업체에 종사한 기간이 길수록 경영성과가 높을 것이다.

가설3. 공인중개사의 경력은 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4) 공인중개관련 전문교육

공인중개와 관련한 전문 교육이란 협회나 대학에서 공인중개사를 대상으로 개설하고 있는 부동산중개업 전반에 걸친 특별 실무교육 과정으로, 경·공매과정, 컨설팅, 재건축·재개발실무, 창업실무, 풍수지리교육 등을 의미하는 것으로 이러한 교육을 받은 공인중개사의 경우 받지 않는 공인중개사에 비해 경영성과가 더 높을 것으로 판단된다.⁶¹⁾

60) 김효중, 2006, 전계논문.

61) 임일환, 2008, 전계논문.

가설4. 공인중개사의 공인중개관련 전문교육 이수는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 부동산 중개업의 운영특성 요인과 경영성과

1) 직원의 수

중개사무소의 직원 수가 많게 되면 보다 많은 고객들을 접대 가능하게 할 것이고, 그 만큼 중개 가능한 중개 대상물의 수가 많아질 것으로 예상되므로 직원의 수가 많을 경우 그 중개사무소의 경영성과는 높게 나타날 수 있다.⁶²⁾

가설5. 중개사무소의 직원 수는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 프랜차이즈 가입

부동산중개업은 고정적 위치를 가지고 있다는 특징을 가지고 있다. 이러한 경우 부동산시장의 정보 구득 비용의 증가를 가져오게 되는데, 중개프랜차이즈에 가입할 경우 정보의 공유가 원활해지고, 타 지역의 중개대상물까지 그 범위를 확장 시킬 수 있게 된다. 따라서 중개 프랜차이즈 가입은 가맹수수료로 인한 지출의 증가보다 더 높은 경영성과를 창출할 수 있을 것으로 예상된다.⁶³⁾

62) 이미숙, 2008, 전제논문.

63) 김진서, "Franchise 도입에 따른 不動産仲介制度의 發展方案에 관한 연구", 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2002.

가설6. 중개사무소의 중개 프랜차이즈 가입은 부동산 중개업 경영성
과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 취급매물의 유형

중개업자의 중개대상물은 아파트, 주택의 전·월세부터 토지와 상가 등 다양하게 분류될 수 있는데, 중개수수료는 부동산가격의 비율로 정해지므로 가격이 높은 부동산의 중개는 더 많은 수수료를 발생시키게 된다. 일반적으로 아파트, 주택보다 토지나 상가건물의 경우 그 단위면적이 크고 가격이 높으므로 아파트, 주택만을 취급하는 중개사무소보다는 토지 혹은 상가건물에 집중하는 중개사무소의 경영성과가 더 높을 수 있는 가능성이 있다고 하겠다.⁶⁴⁾

가설7. 토지 또는 상가건물을 주로 다루는 중개사무소의 경영성과는 그
렇지 않은 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.

4) 인터넷 마케팅 활용여부

박선홍(2009)의 연구에서 부동산 매물 문의 비율을 조사한 결과 평균 매매의 경우 41%, 임대인 경우 60%에 이르는 고객이 ‘인터넷을 통해 문의한다’라고 조사되었고, 일부중개업소의 경우는 임대인 경우 90%가 ‘인터넷을 통해 문의 온다’라고 답했다고 하고 있다. 또한 부동산시장의 주 고객층이 점점 더 젊어지고, 이러한 고객층이 인터넷 상거래에 익숙해져 있다는 점을 미루어 볼 때, 부동산중개사무소가 독자적, 혹은 연합적 형태의 인터넷 마케팅 또는 홈페이지(블로그, 카페)등을 운영하여 매물의 사진, 가격 등을 제시하는 형태의 마케팅이 부동산중개 경영성과를 더 높일 수 있

64) 정길상, “부동산 중개 서비스 품질이 고객만족과 신뢰 및 추천의도에 미치는 영향: 상품 및 고객 특성의 조절효과분석을 중심으로”, 한성대학교 박사학위논문, 2009.

을 것으로 예상된다.⁶⁵⁾

가설8. 중개사무소의 인터넷 마케팅 활용여부는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

5) 자기자본의 규모

자기 자본의 규모가 크다는 의미는 이러한 자본력을 이용한 마케팅, 정보의 이용, 또는 공시지가 등이 높은 지역에 위치할 수 있다고 해석할 수 있다. 이러한 점을 고려해 볼 때 중개사무소의 자본규모가 클수록 그 경영성과는 더 높아질 가능성이 있다.⁶⁶⁾

가설9. 중개사무소의 자기 자본의 규모는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 부동산중개업소의 지리적 특성과 경영성과

1) 수도권 위치 여부

수도권의 경우 인구밀도가 높고, 부동산가격 또한 타 지역에 비해 높게 형성되어 있는 지역으로, 중개대상물이 많고, 중개건수 당 수수료가 높을 것으로 예상되므로 수도권에 위치한 중개사무소의 경영성과는 비수도권에 위치한 중개사무소보다 더 높을 것으로 예상된다.⁶⁷⁾

65) 박선희, “부동산중개업소의 인터넷 프랜차이즈 가맹이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위논문, 2009.

66) 서진형, “부동산중개업의 성과결정요인에 관한 연구: 프랜차이즈중개업을 중심으로”, 대구대학교 박사학위논문, 2001.

67) 이미숙, 2008, 전계논문.

가설10. 중개사무소의 수도권 위치여부는 부동산 중개업 경영성과에
정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 역세권 위치 여부

역세권의 경우 기본적으로 중개대상물의 가격이 높게 형성되어 있고, 완화된 용적률이 적용됨으로써 높은 주상복합들의 상업, 주거용 중개대상물이 위치해 있는 경우가 많으므로 역세권에 위치한 중개사무소가 비 역세권에 위치한 중개사무소 보다 더 높은 경영성과를 올릴 가능성이 높다고 할 수 있다.⁶⁸⁾

가설11. 역세권에 위치한 중개사무소의 경영성과는 비역세권에 위치한 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.

3) 중개대상 매물의 수

중개사무소 인근 지역이 대학가의 원룸촌, 오피스텔 밀집지역과 같은 중개대상물이 많은 지역에 위치한 중개사무소의 경영성과는 중개대상물이 적은 곳에 위치한 중개사무소보다 더 높을 것으로 예상된다.⁶⁹⁾

가설12. 중개대상물이 많은 곳에 위치한 중개사무소의 경영성과는 그렇지 않은 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.

4) 인구통행량

유동인구가 많게 되면 기본적으로 중개사무소에 대한 큰 광고효과를 불

68) 이미숙, 2008, 전계논문.

69) 이미숙, 2008, 전계논문.

러 일으킬 수 있다. 또한 유동인구가 많은 지역이 변화가일 가능성이 높기 때문에 주변 지역의 중개대상물의 가격이 높게 책정되어 중개 수수료가 높을 것으로 예상되므로 유동인구가 많은 곳에 위치한 중개사무소가 유동인구가 적은 곳에 위치한 중개사무소보다 더 높은 경영성과를 가질 것으로 예상된다.⁷⁰⁾

가설13. 중개사무소 주변의 인구통행량은 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

5) 중개대상 지역의 특성

재개발, 재건축 대상단지의 경우 일반 대규모 개발계획이 없는 주택시장보다 투자수요에 의해 거래가 활발히 일어나는 시장이므로 중개대상물의 지역범위에 재개발 혹은 재건축 등의 대규모 개발계획이 포함되어 있는 중개사무소의 경우 더 높은 경영성과를 달성할 가능성이 높을 것으로 판단할 수 있다.⁷¹⁾

가설14. 대규모 개발계획이 포함되어 있는 중개사무소의 경영성과는 그렇지 않은 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.

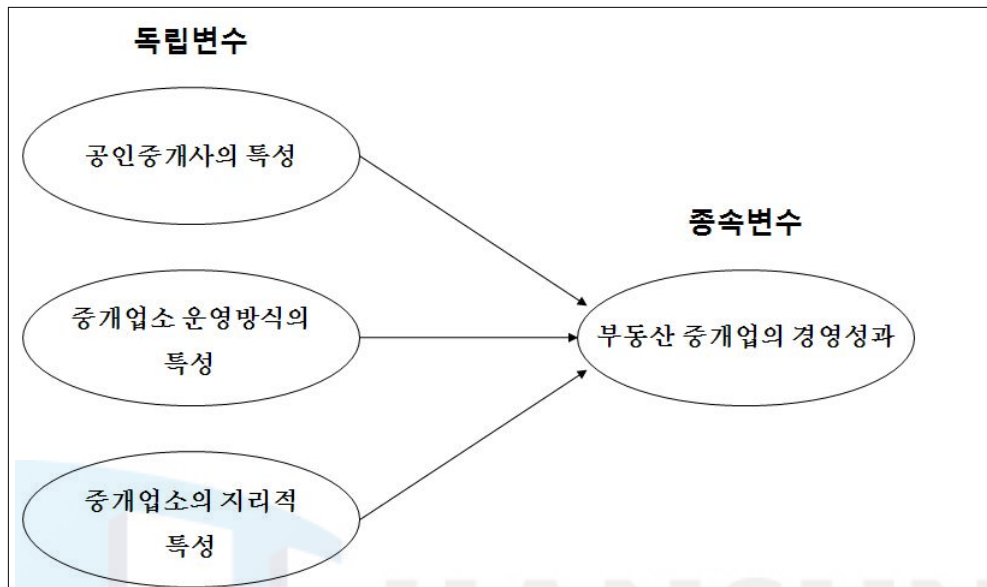
제 2 절 분석모형의 설정

본 논문은 부동산 중개업 경영성과의 결정요인을 규명하는 것을 목적으로 하고 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 이론적 논의 및 선행연구 검토를 통해 부동산 중개업의 경영성과를 결정하는 요인들을 도출하였다.

70) 임일환, 2008, 전제논문.

71) 장성대·엄수원, “부동산중개업소의 서비스요인이 고객만족과 서비스성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 도시행정학보 제23집 제2호, 한국도시행정학회, 2010.

그리고 도출된 변수들을 바탕으로 공인중개사의 개인적 특성 요인과 경영 성과에 관한 가설, 부동산 중개업의 운영특성 요인과 경영성과에 관한 가설, 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인과 경영성과에 관한 가설을 설정하였다. 본 논문의 실증분석에서 사용하고 있는 분석모형은 아래의 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 분석모형

제 4 장 실증분석

제 1 절 응답자의 일반적 특성 분석

1. 설문대상자의 선정

본 논문에서는 부동산 중개업의 경영성과 결정요인들을 파악하고, 이를 통해 부동산 중개업의 경영성과를 개선하기 위한 방안을 도출하기 위해 설문조사를 통한 실증분석을 실시하였다. 설문조사는 2011년 4월 25일부터 5월 13일까지 수도권의 서울시·고양시와 충청남도의 당진군·태안군·서산시를 중심으로 부동산 중개업에 종사하는 사람들을 대상으로 실시하였다. 설문대상자 중 수도권 종사자 50명과 비수도권 종사자 100명 등 총 150부의 설문지를 배포하였으며, 전체 설문지 150부 중에서 121부를 회수하여 80.6%의 회수율을 나타냈다. 최종적으로 회수된 설문지 121부 전체를 본 실증분석에 사용하였다.

2. 응답자의 일반적 특성

부동산 중개업 경영성과의 결정요인을 파악하기 위한 설문조사에 있어서 전체 응답자 121명의 일반적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

먼저 성별의 경우 여성이 32명(26.4%)고, 남성이 89명(73.6%)으로 여성 응답자에 비해 남성 응답자가 매우 많은 것으로 나타나고 있다. 그리고 연령대의 경우에는 30세 이하는 0명(0.0%)으로 조사 되었고, 31~40세는 17명(14.0%), 41~50세가 48명(39.7%)으로 가장 많았고, 51~60세가 44명(36.4%), 61세 이상이 11명(9.1%)으로 조사되었다.

또한 학력의 경우 고졸이하가 40명(33.1%)이고, 전문대졸이 45명(37.2%)로 가장 많았으며, 대졸은 33명(27.3%), 대학원 이상은 3명(2.5%)로 조사되었다. 중개업에 종사한 기간을 살펴보면 1년 미만이 3명(2.5%)으로 가장 적었고, 7년 이상이 가장 많은 42.1%(51명)의 응답을 보이고 있다. 또한 5

년~7년 미만이라는 응답자가 전체의 38명(31.4%)으로 응답자의 대부분이 5년 이상 중개업에 종사한 것으로 볼 수 있다.

[표 4-1] 응답자의 일반적 특성

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
성별	여 성	32	26.4
	남 성	89	73.6
	합 계	121	100.0
연령	30세 이하	0	0.0
	31~40세	17	14.0
	41~50세	48	39.7
	51~60세	44	36.4
	61세 이상	11	9.1
	무응답	1	0.8
	합 계	121	100.0
학력	고졸이하	40	33.1
	전문대졸	45	37.2
	대졸	33	27.3
	대학원이상	3	2.5
	합 계	121	100.0
종사기간	1년 미만	3	2.5
	1~3년 미만	5	4.1
	3~5년 미만	24	19.8
	5~7년 미만	38	31.4
	7년 이상	51	42.1
	합 계	121	100.0
교육여부	있다	59	48.8
	없다	62	51.2
	합 계	121	100.0

마지막으로 공인중개와 관련된 전문 교육의 수료 여부에 대한 응답으로는 전체 51.2%(62명)가 수료한 적이 없다고 응답하였고, 48.8%(59명)가 수료한 적이 있다고 응답하였다.

제 2 절 부동산중개업의 특성 및 성과에 대한 빈도분석

1. 공인중개업소 운영방식에 관한 빈도분석

[표 4-2] 업소근무인원 관한 빈도조사

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
업소 근무 인원	1 명	16	13.2
	2 명	93	76.9
	3 명	8	6.6
	4 명	4	3.3
합 계		121	100.0

공인중개업소의 운영방식 중 중개사무소 직원 수에 관한 빈도분석 결과 2명이라는 응답이 93명(76.9%)으로 가장 많았고, 4명이라는 응답이 4명(3.3%)으로 가장 적었다.

[표 4-3] 프랜차이즈 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
프랜 차이즈 가입	예	40	33.1
	아니오	80	66.1
	무응답	1	0.8
합 계		121	100.0

다음으로 중개업소의 중개 프랜차이즈 가입여부에 대한 설문으로 프랜차이즈에 가입했다고 응답한 경우는 전체 33.1%이고, 가입하지 않았다고 응답한 경우는 전체 66.1%로 나타났다.

[표 4-4] 매물종류 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
매물종류	주택	25	20.7
	아파트	30	24.8
	토지	65	53.7
	기타	1	0.8
합 계		121	100.0

중개사무소의 주 거래대상물에 대한 설문으로 토지라고 응답한 경우가 53.7%로 가장 많았고, 아파트의 경우 24.8%, 주택이 20.7%, 기타가 0.8%로 나타났다.

[표 4-5] 온라인 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
온라인 활용 여부	예	72	59.5
	아니오	49	40.5
합 계		121	100.0

중개사무소에서 온라인을 이용한 마케팅 및 광고 등의 활용여부를 설문한 결과 온라인을 통한 마케팅을 하고 있다고 응답한 경우는 59.5%였고, 온라인을 활용하고 있지 않다고 응답한 경우는 40.5%로 나타났다.

[표 4-6] 자본규모 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
자본규모	5천만원 미만	19	15.7
	5천만원~1억원 미만	79	65.3
	1억원~2억원 미만	11	9.1
	2억원 이상	12	9.9
합 계		121	100.0

중개사무소의 자본규모에 대한 설문으로 5천만원~1억원 미만이라고 응답한 경우가 65.3%로 가장 많았고, 5천만원 미만이라고 응답한 경우가 15.7%로, 1억원~2억원 미만은 9.1%, 2억원 이상은 9.9%로 각각 나타났다.

2. 공인중개업소 지리적 특성에 관한 빈도분석

[표 4-7] 역세권 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
역세권 여부	예	21	17.4
	아니오	100	82.6
합 계		121	100.0

중개사무소가 역세권에 위치해 있는가에 대한 설문으로 응답자의 82.6%가 역세권이 아니라고 응답하였고, 17.4% 역세권이라고 응답 하였다. 이를 보아 응답자의 대부분이 비 역세권에 위치한 사무소를 운영하고 있는 것을 알 수 있다.

[표 4-8] 매물 수 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
매물 수	1,000개 미만	20	16.5
	1,000~3,000 미만	73	60.3
	3,000~5,000 미만	13	10.7
	5,000~10,000 미만	5	4.1
	10,000 이상	10	8.3
합 계		121	100.0

중개사무소의 인근 지역의 중개대상물 수에 대한 설문결과 1,000개~3,000개 미만이라고 응답한 경우가 60.3%로 가장 많았고, 1,000개 미만이라고 응답한 경우가 16.5%로 두 번째로 나타났고, 10,000개 이상이라고 응답한 경우는 8.3%로 나타났다.

[표 4-9] 인구통행량 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
인구통행량	매우 적다	1	0.8
	적다	5	4.1
	보통이다	102	84.3
	많다	12	9.9
	매우 많다	1	0.8
합 계		121	100.0

중개사무소가 위치한 지역의 유동인구를 알아보기 위한 설문으로 인구통행량이 보통이라고 응답한 경우가 84.3%로 가장 많았고, 많다고 응답한 경우는 9.9%, 적다라고 응답한 경우는 4.1%, 매우 적다와 매우 많다고 응답한 경우는 각각 0.8%로 나타났다.

[표 4-10] 입지특성 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
입지 특성	신도시개발지역	27	22.3
	재개발·재건축 및 뉴타운	32	26.4
	상업업무시설지역	3	2.5
	주택밀집지역 및 상가혼재지역	59	48.8
합 계		121	100.0

중개사무소 인근의 중개대상지역의 특성에 관한 설문으로 주택밀집지역 및 상가혼재지역이라고 응답한 경우가 48.8%로 가장 많았고, 그 다음으로 재건축·재개발 및 뉴타운인 경우가 26.4%, 신도시 개발지역인 경우는 22.3%, 상업업무시설지역인 경우는 2.5%로 나타났다.

3. 공인중개업 성과에 관한 빈도분석

[표 4-11] 월 매출액 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
월 매출액	300만원 미만	5	4.1
	300~600만원 미만	48	39.7
	600~900만원 미만	34	28.1
	900~1200만원 미만	25	20.7
	1200만원 이상	9	7.4
합 계		121	100.0

중개사무소의 월 매출액에 대한 빈도분석결과 300~600만원 미만인 경우

가 39.7%로 가장 많았고 600~900만원 미만인 경우가 28.1%로 나타났고, 900~1200만원 미만인 경우가 20.7%, 1200만원 이상인 경우가 7.4%, 300만원 미만인 경우는 4.1%로 나타났다.

[표 4-12] 월 거래건수 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
월 거래건수	5건 이하	69	57.0
	6~10건	15	12.4
	11~15건	15	12.4
	16~20건	13	10.7
	21건 이상	9	7.4
합 계		121	100.0

중개사무소의 월 거래건수의 경우 5건 이하인 경우가 57.0%로 가장 많았고, 6~10건인 경우는 12.4%, 11~15건인 경우도 12.4%로 나타났다.

[표 4-13] 고정경비 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
고정경비	100만원 미만	11	9.1
	100~200만원 미만	40	33.1
	200~300만원 미만	30	24.8
	300~400만원 미만	29	24.0
	400만원 이상	11	9.1
합 계		208	100.0

중개사무소의 고정경비에 관한 빈도분석 결과 100만원~200만원 미만 이라고 응답한 경우가 33.1%로 가장 많았고, 200만원~300만원 미만이라고

응답한 경우가 24.8%로 두 번째로 많았다.

[표 4-14] 부수수입 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
부수수입	있다	39	32.2
	없다	82	67.8
합 계		121	100.0

부동산 중개업 이외의 경매와 같은 부수수입이 있는가에 대한 설문 결과 없다고 응답한 경우가 67.8%였고, 있다고 응답한 경우는 32.2%였다.

[표 4-15] 지역특성 빈도분석

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
지역특성	수도권	30	24.8
	비수도권	91	75.2
합 계		121	100.0

마지막으로 중개업소의 위치에 대한 설문으로 수도권(성북, 용산, 일산)인 경우가 24.8%였고, 비수도권(서산, 태안, 당진)인 경우가 75.2%로 나타났다.

제 3 절 회귀분석 및 가설검증

부동산중개업의 경영성과 결정요인을 알아보기 위해 종속변수인 경영성과를 월 매출액과 월 거래건수로 설정하고, 독립변수는 공인중개사의 특성, 중개업소의 운영방식 특성, 중개업소의 지리적 특성으로 설정하였다. 가설의 검증을 위해 각각 변수들을 다중회귀분석을 통해 분석하였다.

1. 회귀분석 결과

1) 월 매출액의 중개성과 결정요인

경영성과중 하나인 월 매출액을 종속변수로 공인중개사의 특성, 중개업소의 운영방식 특성, 중개업소의 지리적 특성을 독립변수로 하여 회귀분석한 결과이다.

(1) 공인중개사의 특성과 월 매출액

[표 4-16] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.287(a)	.083	.051	346.089

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	1250812.026	4	312703.006	2.611	.039
잔차	13894187.974	116	119777.483		
합계	15145000.000	120			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R 제곱값은 공인중개사의 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .083 즉 8.3%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F값)을 보면 유의미한 것($p < 0.05$)으로 나타났다. 하지만 이 모형의 경우 설명력이 .051인 점을 미루어 전체 설명력이 낮다는 문제점을 가진다.

월 매출액을 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-17]과 같다. 분석결과에 의하면 학력, 종사기간, 성별 더미변수, 부동산중개 관련 교육 이수 더미변수 중 학력만이 10%의 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 부동산중개 관

런 교육 이수 더미변수에서 정(+)의 방향이 나타났고 따라서 중개와 관련된 교육을 받으면 월 매출액이 증가하는 것을 알 수 있다.

[표 4-17] 월 매출액에 영향을 끼치는 공인중개사 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수		666.362	188.870		3.528	.001		
공인 중개사 특성	학력	80.574	46.141	.191	1.746	.083*	.662	1.511
	중사기간	-44.443	34.442	-.126	-1.290	.199	.831	1.203
	성별 (dummy)	56.568	77.899	.071	.726	.469	.839	1.192
	교육경험 (dummy)	23.858	76.260	.034	.313	.755	.681	1.468

* P<0.1에서 유의함

** P<0.05에서 유의함

*** P<0.01에서 유의함

(2) 중개업소의 운영방식 특성과 월 매출액

[표 4-18] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.627(a)	.393	.366	282.728

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	5892331.450	5	1178466.290	14.743	.000
잔차	9112585.217	114	79934.958		
합계	15004916.667	119			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R 제곱값은 중개업소의 운영방식 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .393 즉 39.3%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다.

[표 4-19] 월 매출액에 영향을 끼치는 중개업소의 운영방식 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수		-152.539	114.153		-1.336	.184		
중개업소의 운영방식 특성	직원수	201.961	45.800	.330	4.410	.000***	.953	1.050
	자본규모	186.750	34.785	.420	5.369	.000***	.871	1.148
	프랜차이즈 (dummy)	95.478	60.810	.127	1.570	.119	.811	1.234
	온라인 (dummy)	84.508	61.775	.117	1.368	.174	.727	1.375
	매물종류 (dummy)	-105.903	58.467	-.149	-1.811	.073*	.783	1.277

* $P < 0.1$ 에서 유의함

** $P < 0.05$ 에서 유의함

*** $P < 0.01$ 에서 유의함

월 매출액을 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-19]와 같다. 분석결과에 의하면 직원수, 자본규모, 매물종류 더미변수가 1%, 10%의 유의수준에서 각각 유의하게 나타났다. 직원수, 자본규모가 정(+)의 방향으로 나타났고, 매물종류 더미변수는 부(-)의 방향으로 나타났다. 따라서 직원의 수가 많고 자본규모가 클수록 월 매출액이 증가하며, 주거용 매물의 종류가 상가·빌딩 및 토지인 경우는 월 매출액이 감소하는 것을 알 수 있다.

(3) 중개업소의 지리적 특성과 월 매출액

[표 4-20] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.618(a)	.382	.355	6.450

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	2961.894	5	592.379	14.237	.000
잔차	4784.982	115	41.609		
합계	7746.876	120			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱 값은 중개업소의 지리적 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .382 즉 38.2%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F 값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다.

월 매출액을 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-21]과 같다. 분석결과에 의하면 인구통행량, 역세권위치 더미변수, 수도권여부 더미변수, 재개발·재건축지역에 위치 더미변수가 5%, 10%의 유의수준에서 각각 유의하게 나타났다. 인구통행량, 역세권위치 더미변수, 수도권여부 더미변수가 정(+)의 방향으로 나타났고, 재개발·재건축지역 더미변수는 부(-)의 방향으로 나타났다. 따라서 중개업소 위치가 인구통행량이 많고, 역세권이며, 수도권에 위치하면 월 매출액이 증가하며, 재개발·재건축지역에 위치할 경우는 월 매출액이 감소하는 것을 알 수 있다.

[표 4-21] 월 매출액에 영향을 끼치는 중개업소의 지리적 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수		-.639	4.617		-.138	.890		
중개 업소의 지리적 특성	인구통행량	3.080	1.464	.174	2.104	.038**	.789	1.267
	역세권 (dummy)	8.999	1.818	.426	4.951	.000***	.726	1.378
	수도권여부 (dummy)	4.855	1.900	.262	2.555	.012**	.511	1.958
	재개발· 재건축지역 (dummy)	-3.795	1.535	-.237	-2.472	.015**	.584	1.712
	매물수	-.433	.599	-.057	-.724	.471	.866	1.155

* P<0.1에서 유의함

** P<0.05에서 유의함

*** P<0.01에서 유의함

(4) 부동산중개업 특성과 월 매출액

[표 4-22] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.790	.624	.574	.14804

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	3.814	14	.272	12.431	.000
잔차	2.301	105	.022		
합계	6.115	119			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 부동산중개업 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한

전체 설명력이 .624 즉 62.4%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다.

[표 4-23] 월 매출액에 영향을 끼치는 부동산 중개업 특성

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수	2.360	.152		15.570	.000		
부동산 중개업 특성	학력	-.002	.023	-.006	.945	.495	2.022
	종사기간	-.048	.017	-.211	.005**	.648	1.544
	직원수	.092	.026	.234	.001**	.794	1.259
	자본규모	.121	.019	.426	.000***	.793	1.262
	매물수	.040	.015	.186	.009**	.723	1.384
	인구통행량	.007	.038	.014	.854	.613	1.631
	교육경험 (dummy)	.055	.040	.123	.173	.449	2.229
	프랜차이즈 (dummy)	.044	.046	.093	.972	.395	2.531
	온라인 (dummy)	.077	.036	.167	.035**	.587	1.702
	역세권 (dummy)	-.021	.046	-.035	.654	.604	1.656
	성별 (dummy)	.024	.039	.047	.615	.601	1.663
	매물종류 (dummy)	-.152	.047	-.337	.002**	.326	3.067
	수도권여부 (dummy)	-.124	.065	-.238	.059*	.230	4.342
	재개발· 재건축지역 (dummy)	.159	.042	.352	.000***	.422	2.367

* $P < 0.1$ 에서 유의함

** $P < 0.05$ 에서 유의함

*** $P < 0.01$ 에서 유의함

월 매출액을 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-23]과 같다. 분석결과에 의하면 종사기간, 직원수, 자본규모, 매물수, 온라인 더미, 매물종류 더미, 수도권 더미, 재개발·재건축지역 더미변수가 각각 1%, 5%, 10%의 유의 수준에서 유의하게 나타났다. 직원수, 자본규모, 매물수, 재개발·재건축지역 변수가 정(+)의 방향으로 나타났다. 따라서 중개업소에 직원이 많을수록, 자기자본의 규모가 클수록, 주변지역의 매물의 수가 많을수록, 중개업소의 위치가 재개발·재건축지역일 경우에 월 매출액이 증가하는 것을 알 수 있다.

2) 월 거래건수의 중개성과결정요인

경영성과중 하나인 월 거래건수를 종속변수로 공인중개사의 특성, 중개업소의 운영방식 특성, 중개업소의 지리적 특성을 독립변수로 하여 회귀분석한 결과이다.

(1) 공인중개사의 특성과 월 거래건수

[표 4-24] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.495(a)	.245	.219	7.103

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	1894.981	4	473.745	9.391	.000
잔차	5851.895	116	50.447		
합계	7746.876	120			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 공인중개사의 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .245 즉 24.5%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다.

월 거래건수를 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-25]와 같다. 분석결과에 의하면 성별 더미변수, 부동산중개 관련 교육 이수 더미변수가 각각 5%의 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 유의한 두 변수는 정(+)의 방향이 나타났고 따라서 공인중개사의 성별이 여성인 경우, 중개와 관련된 교육을 받으면 월 거래건수가 증가하는 것을 알 수 있다.

[표 4-25] 월 거래건수에 영향을 끼치는 공인중개사 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수		3.169	3.876		.817	.415		
공인 중개사 특성	학력	1.241	.947	.130	1.311	.193	.662	1.511
	중사기간	-.122	.707	-.015	-.173	.863	.831	1.203
	성별 (dummy)	4.553	1.599	.251	2.848	.005**	.839	1.192
	교육경험 (dummy)	4.846	1.565	.303	3.096	.002**	.681	1.468

* $P < 0.1$ 에서 유의함

** $P < 0.05$ 에서 유의함

*** $P < 0.01$ 에서 유의함

(2) 중개업소의 운영방식 특성과 월 거래건수

[표 4-26] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.749	.561	.542	5.457

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	4338.447	5	867.689	29.140	.000
잔차	3394.544	114	29.777		
합계	7732.992	119			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 중개업소의 운영방식 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .561 즉 56.1%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다.

월 거래건수를 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-27]과 같다. 분석결과에 의하면 프랜차이즈 더미변수, 매물종류 더미변수가 각각 1%의 유의수준에서 유의하게 나타났다. 프랜차이즈 더미변수가 정(+)의 방향으로 나타났고, 매물종류 더미변수는 부(-)의 방향으로 나타났다. 따라서 프랜차이즈에 가입한 경우는 월 거래건수가 증가하며, 주거매물의 종류가 상가·빌딩 및 토지인 경우는 월 거래건수가 감소하는 것을 알 수 있다.

[표 4-27] 월 거래건수에 영향을 끼치는 중개업소의 운영방식 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수		8.867	2.203		4.025	.000		
중개업소의 운영방식 특성	직원수	1.441	.884	.104	1.630	.106	.953	1.050
	자본규모	.154	.671	.015	.230	.819	.871	1.148
	프랜차이즈 (dummy)	4.363	1.174	.256	3.717	.000***	.811	1.234
	온라인 (dummy)	.847	1.192	.052	.711	.479	.727	1.375
	매물종류 (dummy)	-9.935	1.128	-.617	-8.804	.000***	.783	1.277

* P<0.1에서 유의함

** P<0.05에서 유의함

*** P<0.01에서 유의함

(3) 중개업소의 지리적 특성과 월 거래건수

[표 4-28] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.452	.205	.170	323.663

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	3097873.329	5	619574.666	5.914	.000
잔차	12047126.671	115	104757.623		
합계	15145000.000	120			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 중개업소의 지리적 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .205 즉 20.5%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F

값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다. 하지만 이모형의 경우 설명력이 .051인 점을 미루어 전체 설명력이 낮다는 문제점을 가진다.

[표 4-29] 월 거래건수에 영향을 끼치는 중개업소의 지리적 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
상 수		-196.001	231.656		-.846	.399		
중개 업소의 지리적 특성	인구통행량	197.593	73.457	.252	2.690	.008**	.789	1.267
	역세권 (dummy)	60.400	91.207	.065	.662	.509	.726	1.378
	수도권여부 (dummy)	-111.675	95.358	-.136	-1.171	.244	.511	1.958
	재개발· 재건축지역 (dummy)	188.605	77.028	.266	2.449	.016**	.584	1.712
	매물수	83.494	30.054	.248	2.778	.006**	.866	1.155

* $P < 0.1$ 에서 유의함

** $P < 0.05$ 에서 유의함

*** $P < 0.01$ 에서 유의함

월 거래건수를 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-29]과 같다. 분석결과에 의하면 인구통행량, 재개발·재건축지역 더미변수, 매물수가 각각 5%의 유의수준에서 유의하게 나타났다. 인구통행량, 재개발·재건축지역 더미변수, 매물수 모두 정(+)의 방향으로 나타났다. 따라서 중개업소 위치가 인구통행량이 많고, 재개발·재건축지역에 위치하고, 중개업소 주변에 매물수가 많은 경우에 월 매출액이 증가하는 것을 알 수 있다.

(3) 부동산중개업 특성과 월 거래건수

[표 4-30] 모형요약 및 분산분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.821	.674	.631	4.898

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
선형회귀분석	5214.094	14	372.435	15.525	.000
잔차	2518.898	105	23.990		
합계	7732.992	119			

위의 분석결과로부터 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 부동산중개업 특성이라는 독립변수가 투입됨으로써 종속변수에 대한 전체 설명력이 .674 즉 67.4%라는 것을 의미하며, 분산분석 검정(F값)을 보면 유의미한 것($p < 0.01$)으로 나타났다.

월 거래건수를 종속변수로 측정한 모형은 [표 4-31]과 같다. 분석결과에 의하면 학력, 종사기간, 직원수, 매물수, 역세권 더미, 매물종류 더미, 수도권 여부 더미변수가 각각 1%, 5%, 10%의 유의수준에서 유의하게 나타났다. 직원수와 역세권 여부만이 정(+)의 방향으로 나타났다. 따라서 중개업소의 직원의 수가 많고, 위치가 역세권인 경우 중개업소의 월 거래건수가 증가하는 것으로 나타났다.

[표 4-31] 월 거래건수에 영향을 끼치는 부동산 중개업 특성

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	메타			공차한계	VIF
상 수		15.603	5.015		3.111	.002		
부동산 중개업 특성	학력	-1.529	.760	-.159	-2.012	.047**	.495	2.022
	종사기간	-.925	.555	-.115	-1.667	.098*	.648	1.544
	직원수	1.629	.869	.117	1.874	.064*	.794	1.259
	자본규모	.014	.632	.001	.022	.982	.793	1.262
	매물수	-1.051	.501	-.137	-2.098	.038**	.723	1.384
	인구통행량	.492	1.262	.028	.390	.697	.613	1.631
	교육경험 (dummy)	2.011	1.335	.125	1.506	.135	.449	2.229
	프랜차이즈 (dummy)	1.585	1.509	.093	1.050	.296	.395	2.531
	온라인 (dummy)	1.705	1.191	.104	1.432	.155	.587	1.702
	역세권 (dummy)	6.853	1.514	.324	4.526	.000***	.604	1.656
	성별 (dummy)	-.570	1.304	-.031	-.437	.663	.601	1.663
	매물종류 (dummy)	-10.143	1.570	-.630	-6.462	.000***	.326	3.067
	수도권여부 (dummy)	-5.453	2.152	-.294	-2.534	.013**	.230	4.342
	재개발· 재건축지역 (dummy)	1.572	1.377	.098	1.142	.256	.422	2.367

* $P < 0.1$ 에서 유의함

** $P < 0.05$ 에서 유의함

*** $P < 0.01$ 에서 유의함

2. 가설검증 및 분석결과 종합

1) 가설검증 결과

본 연구에서는 부동산중개업 경영성과에 영향을 미치는 요인을 공인중개사의 개인적 특성, 중개업소의 운영특성, 중개업소의 지리적 특성으로 제시하고, 부동산중개업의 경영성과는 월 매출액과 월 거래건수로 설정하고 있다. 이러한 요인들이 부동산중개업 경영성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하기 위해 총 14개의 가설을 설정하였으며, 구체적인 가설검증 결과는 다음과 같다.

(1) 공인중개사의 개인적 특성과 경영성과에 관한 가설검증

① 월 매출액

경영성과를 월 매출액으로 보았을 때 개인적 특성과 관련한 연구가설의 검증결과 [가설 3]이 채택되었다. 즉 공인중개사의 중개경력이 오래될수록 중개업소의 월 매출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

② 월 거래건수

경영성과를 월 거래건수로 보았을 때 개인적 특성과 관련한 연구가설의 검증결과 정(+)의 영향을 미치는 변수는 없는 것으로 나타났다.

반면 중개사의 학력이 높을수록, 경력이 오래되었을 수록의 경우가 중개업소의 월 거래건수에 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(2) 부동산 중개업의 운영 특성 요인과 경영성과에 관한 가설검증

① 월 매출액

경영성과를 월 매출액으로 보았을 때 중개업소의 운영특성과 관련한 연구가설의 검증결과 [가설 5], [가설 7], [가설 8], [가설 9]가 채택되었다. 즉 중개업소의 직원 수가 많고, 주거래 매물의 종류가 상가 및 토지인 경우, 온라인 활용여부, 중개업소의 자기자본 규모가 중개업소의 월 매출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

② 월 거래건수

경영성과를 월 거래건수로 보았을 때 중개업소의 운영특성과 관련한 연구가설의 검증결과 [가설 5]가 채택되었다. 즉 중개사무소 직원의 수가 많은 경우 중개업소의 월 거래건수에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

반면, 부동산중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상했던 [가설 7] 취급매물의 유형의 경우 분석결과 가설과는 반대로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(3) 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인과 경영성과에 관한 가설

① 월 매출액

경영성과를 월 매출액으로 보았을 때 중개업소의 지리적 특성과 관련한 연구가설의 검증결과 [가설 12], [가설 14]가 채택되었다. 즉 중개사무소의 위치가 재개발·재건축지역이고, 인근지역의 중개 매물수가 많은 경우 중개업소 월 매출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

반면, 부동산중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상했던 [가설 10] 중개업소 위치의 수도권 여부는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

② 월 거래건수

경영성과를 월 거래건수로 보았을 때 중개업소의 지리적 특성과 관련한 연구가설의 검증결과 [가설 11]이 중개업소의 월 거래건수에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 중개사무소의 위치가 역세권인 경우에 중개사무소의 월 거래건수에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

반면, 부동산중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상했던 [가설 10], [가설 12] 중개업소 위치의 수도권 여부와 중개업소 인근 매물의 수는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 가설검증 결과의 종합

분석결과 경영성과를 월 매출액으로 보느냐, 월 거래건수로 보느냐에 따라서 결정요인이 다소 차이가 있는 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 다음의 [표 4-28]과 같이 가설들을 선택하게 된다.

[표 4-32] 가설검증 결과

구 분	선택된 가설
월 매출액	가설5. 중개사무소의 직원 수는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	가설9. 중개사무소의 자기 자본의 규모는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	가설12. 중개대상물이 많은 곳에 위치한 중개사무소의 경영성과는 그렇지 않은 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.
	가설14. 대규모 개발계획이 포함되어 있는 중개사무소의 경영성과는 그렇지 않은 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.
월 거래건수	가설5. 중개사무소의 직원 수는 부동산 중개업 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	가설11. 역세권에 위치한 중개사무소의 경영성과는 비역세권에 위치한 중개사무소의 경영성과 보다 클 것이다.

3) 분석결과 종합

[표 4-33] 경영성과 결정요인 종합요약

구 분		정(+)의 효과	부(-)의 효과
공인중개사의 특성	월 매출액	중개업 종사기간	학력 중개업 종사기간
	월 거래건수		
중개업소의 운영방식 특성	월 매출액	직원 수 인터넷 마케팅 활용 자본규모	매물종류 (상가·빌딩 및 토지)
	월 거래건수	직원 수	매물종류 (상가·빌딩 및 토지)
중개업소의 지리적 특성	월 매출액	매물 수 재개발·재건축지역	수도권 여부
	월 거래건수	역세권	수도권 여부 매물 수

공인중개사의 특성에서 중개업자의 종사기간의 경우 종사기간이 길수록 중개업에 대한 신뢰를 얻을 수 있으므로 거래액이 큰 거래 성사를 유도하여 월 매출액에 영향을 미치는 것으로 보인다. 반면 월 거래건수는 매물의 수나, 직원 수와 같은 다른 변수들에 의해 조절될 수 있기에 중개업자의 종사기간이 부(-)의 영향이 나타난 것으로 보인다.

중개업소의 운영방식의 경우 직원의 수가 많은 경우 같은 시간동안 직원 수 만큼 더 많은 고객에게 상담과 안내를 할 수 있고, 자본규모가 큰 경우 마케팅 수단의 동원이 용이하기 때문에 경영성과에 영향을 미치는 것으로 보인다.

중개업소의 지리적 특성의 경우 역세권일수록 업소의 홍보가 용이하고 보다 많은 고객들에게 친근한 이미지를 심어 줄 수 있으며, 매물의 수가 많고 재개발·재건축 지역의 경우 주로 거래액이 크기 때문에 경영성과 중 월 매출액에 영향을 미치는 것으로 보인다.

반면, 주로 거래하는 매물의 종류가 상가, 빌딩, 토지인 경우 부(-)의 효과로 분석된 점을 미루어 이러한 매물은 매매단위가 크고 매물이 원룸, 주택과 같은 매물에 비해 그 수가 적은 점에 거래건수가 적어 부(-)의 효과가 나타난 것으로 볼 수 있다.

제 5 장 결론

제 1 절 연구의 요약

본 논문은 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 규명함으로써 부동산 중개업의 경영성과를 향상시킬 수 있는 방안을 모색하는데 그 목적이 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 먼저 부동산 중개업에 관한 이론적 논의 및 선행연구들을 검토하였으며, 이를 통해 부동산 중개업의 경영성과 결정요인들을 제시하였다. 즉, 본 논문에서는 부동산 중개업의 경영성과 결정요인으로 크게 공인중개사의 개인적 특성, 부동산 중개업의 운영 특성, 부동산 중개업의 지리적 특성으로 분류하였다. 보다 구체적으로 공인중개사의 개인적 특성에는 공인중개사의 성별, 학력, 부동산업 종사기간, 공인중개관련 전문교육 이수 여부가 포함되었으며, 부동산 중개업의 운영 특성으로는 부동산 중개업소의 직원 수, 프랜차이즈 가입 여부, 취급매물의 유형, 인터넷 마케팅 활용여부, 자기자본 규모 등이 고려되었다. 마지막으로 부동산 중개업소의 지리적 특성으로는 수도권 위치 여부, 역세권 위치 여부, 중개대상 매물의 수, 인구통행량, 중개대상 지역의 특성 등이 검토되었다.

이러한 부동산 중개업의 경영성과 결정요인을 토대로 수도권의 서울시·고양시와 충청남도의 당진군·태안군·서산시를 중심으로 부동산 중개업에 종사하는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 실증분석을 위해 부동산 중개업 경영성과에 영향을 미치는 요인을 공인중개사의 개인적 특성, 중개업소의 운영특성, 중개업소의 지리적 특성으로 제시하고, 부동산중개업의 경영성과는 월 매출액과 월 거래건수로 설정하였다. 이러한 요인들이 부동산 중개업 경영성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하기 위해 총 14개의 가설을 설정하였으며, 구체적인 가설검증 결과는 다음과 같다.

먼저 경영성과로 월 매출액을 사용한 분석결과 개인적 특성 요인에서는 중개업 종사기간이 부동산 중개업소의 월 매출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 부동산 중개업의 운영 특성 요인에서는 부동산 중

개업소의 자기 자본의 규모, 직원 수, 인터넷 마케팅 활용여부가 부동산 중개업소의 월 매출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인에서는 부동산 중개업소의 위치가 재개발·재건축지역이며, 인근지역 중개 매물 수가 많은 경우 부동산 중개업소의 월 매출액이 높아지는 것으로 나타나고 있다.

다음으로 월 거래건수를 경영성으로 사용한 분석결과 정(+)의 영향을 주는 변수는 나타나지 않았다. 반면 중개업자의 학력과, 중개업 종사기간 변수가 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 부동산 중개업의 운영 특성 요인에서는 중개업소의 직원이 많은 경우 월 거래건수가 증가하는 것으로 나타났다. 마지막으로 부동산 중개업소의 지리적 특성 요인에 있어서는 중개사무소의 위치가 역세권일 경우 월 거래건수가 증가하는 것으로 나타났다.

제2절 연구의 한계와 향후과제

본 연구는 부동산중개업의 경영성과 결정요인에 관하여 연구가설 및 모델을 제시하고 있지만 이와 관련하여 다음과 같은 한계를 가지고 있다.

첫째, 연구의 대상이 전국이 아니라는 점이다. 이로 인해 본 논문의 분석 결과를 일반화시키기에는 다소 한계가 있다.

둘째, 연구가설과 연구문제 해결을 위해 자료 활용을 설문 조사에만 의존하였다는 점에서 객관적인 연구수행이 힘들었다고 할 수 있다.

또한 무자격자의 중개행위가 아직도 성행하고 있으며, 공인중개사가 이들과 손잡고 중개업을 하고 있다는 점을 미루어 보아 부동산중개업의 경영성과를 특정하기 위해서는 더 자세하고, 세분화된 요인들을 살펴보고, 객관적이고 보다 정교한 통계기법을 활용한 실증연구가 요구된다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

강병기 외, 부동산 중개론, 형설출판사, 2002.

강해규 외, 부동산중개론, 형설출판사, 2001.

국토개발연구원, 외국의 부동산중개제도, 1999.

곽노경, 부동산시장 동향 및 전망, SPECIAL REPORT, 2008, 3.

김동빈, “부동산중개업의 마케팅과 성과결정에 관한 연구”, 중앙대학교 석사학위논문, 2011.

김대진, “부동산중개업의 문제점과 개선방안에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 2007.

김민준, “부동산중개업의 개선방안에 관한 연구”, 단국대학교 석사학위논문, 2003.

김영진, 부동산총론, 법론사, 2000.

김재덕, 부동산경영론, 박영사, 1997.

김진서, “Franchise 도입에 따른 不動産仲介制度의 發展方案에 관한 연구”, 건국대학교 부동산대학원 석사학위논문, 2002.

김창식, “공인중개사의 전문화제도에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위논문, 2001.

김형선, 부동산중개업법 및 실무, 도서출판 정상, 2003.

김효중, “중소·벤처기업의 경영성과 영향요인에 관한 실증연구”, 경기대학교 서비스경영전문대학원 박사학위 논문, 2006.

민태욱, 부동산조세법, 서울: 부연사, 2010.

_____, 부동산사법, 서울: 부연사, 2010.

_____, 부동산공법, 서울: 부연사, 2010.

_____, “공시지가를 기준으로 하는 토지감정평가체계의 재검토”, 토지공법연구 제 51집: 67-88, 2010

_____, “부동산양도세제의 문제점과 개선방향”, 토지공법연구 제36집:53-75, 2007.

박현정, “부동산중개업의 프랜차이즈 가입이 중개성과에 미치는 영향에 관한 연

- 구”, 건국대학교 석사학위논문, 2007.
- 배성한, “공인중개사의 업무 및 부동산거래신고에 관한 법률의 입법적 개선방안에 관한 연구”, 단국대학교 석사학위논문, 2008.
- 서진형, “부동산중개업의 성과결정요인에 관한 연구: 프랜차이즈중개업을 중심으로”, 대구대학교 박사학위논문, 2001.
- 소성규, 부동산중개계약론, 서울: 부연사, 1998.
- 신창락, “프랜차이즈 가맹점의 성과 결정요인에 관한 연구”, 국민대학교, 박사학위논문, 1994.
- 안연식, “소프트웨어 벤처기업의 성과요인에 관한 연구”, 국민대학교 박사학위논문, 2001.
- 안정근, 부동산평가실무, 서울: 양현사, 2009.
- _____, 현대부동산학, 서울: 양현사, 2009.
- _____, · 박무석, “해양산업도시의 도시재생에 관한 연구: 거제시를 중심으로”, 대한국토·도시계획학회, 제45권 제1호: 101-110, 2010.
- 양재필, “한국패스트푸드 프랜차이즈에 있어 소비자의 점포선택행동에 관한 실증적 연구”, 성균관대학교 석사학위논문, 1991.
- 오관열, 미국부동산해설 하권, 뉴욕: KOAM Institute of Real Estate, 1986.
- 유선종, 부동산 입문, 부연사, 2004.
- 유영호, “FastFood산업의 프랜차이즈 도입에 따른 점포입지 전략에 관한 연구”, 한국외국어대학교 석사학위논문, 1987.
- 이미숙, “부동산중개업의 직무분석을 통한 경영성과에 관한 연구”, 전주대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- 이영석, 세계의 부동산업 사정, 서울: 우일출판사, 1993.
- 이용만, “부동산정책의 규제완화 방향: 주택정책을 중심으로”, 부동산·도시연구 제1권 1호: 5-22, 2008.
- 이용만·이태교·백성준, 부동산정책론, 서울: 법문사, 2009.
- 이원준, 부동산학원론, 박영사, 2000.
- 이종욱, “부동산중개업 발전방안에 관한 연구”, 청주대학교 석사학위논문, 2009.
- 이태교, 부동산마케팅, 경영문화원, 1984.

- 임일환, “부동산중개업의 경영성과 결정요인에 관한 연구”, 전주대학교 박사학위논문, 2008.
- 정용, “부동산중개협상의 성과와 결정요인에 관한 연구”, 영남대학교 박사학위논문, 2007.
- 조주현, 부동산학원론, 건국대학교 출판부, 2003.
- 조항수, “부동산시장의 환경변화에 따른 부동산 중개업의 선진화 방안에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문, 2008.
- 최성범, “벤처기업 사멸에 관한 연구”, 국민대학교 박사학위논문, 2003.
- 최희재, “부동산중개제도의 실상과 개선방안에 관한 연구”, 목포대학교 석사학위논문, 2005.
- 한상설, “벤처전략, 산업구조 및 기업가 특성이 벤처성장에 미치는 영향”, 단국대학교 박사학위논문, 1997.

2. 국외문헌

- Anderson. R. I., Lewis D. and Zumpano L. V., Residential Real Estate Brokerage Efficiency from a Cost and Profit Perspective, *Journal of Real Estate Finance and Economics* 20, 2000.
- Bagozzi. R., Marketing as Exchange, *Journal of Marketing*, Vol. 39, 1975.
- David. A. A., *Developing Business Strategy*, New York, NY :John Wiley & Sons, 1984.
- Hall. M, Knapp. J. and Winstern. C., *Distribution in Great Britan and North America*, London: Oxford University Press, 1961.
- Jonghoon Kim, *The Effect of Marketing-Channel Integration on Channel Performance : A Contingency View*, University of Georgia, Ph. D, 1989.
- Jud, G. D., R. C. Rogers and G. E. Crellin., Franchising and Real Estate Brokerage, *Journal of Real Estate Finance and Economics*, Vol. 8, 1994.

- Louis. B., Structure, Conduct, and Profitability in Distribution, in Hans B. Thorelli. ed., Bloomington, IN:Indiana University Press, 1977.
- Lusch. R. F., Channel Conflict : Its Impact on Retailer Operating Performance, *Journal of Retailing*, Vol. 52, 1976.
- Maurice A. Unger and George R. Karvel, *Real Estate Principles and Practices*, 6th ed, South Western Pub., Cincinnati Ohio, 1979.
- Mohr. J. and Nevin, J. R., Communication Strategies in Marketing Channels : A Theoretical Perspective, *Journal of marketing*, 1990.
- Munneke. H. J, and Yavas, A., Incentives and Performance in Real Estate Brokerage, *Journal of Real Estate Finance and Economics* 20, 2001.
- Pearce J. A, and Richard B. R., Environmental Forecasting : Key to Strategic Management, *Business*, Vol. 33, 1983.
- Punam Anand, Inducing Franchisees to Relinquish : An Attribution Analysis, *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, 1987.
- Ring. A. A. & J. Dasso, *Real Estate*, 10th ed. N. J.: Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc., 1985.
- Rosenbloom, *Retailing Marketing*, New York, NY : Random House, Inc., 1981.
- Thompson. A. A, and Strickland, A. J., *Strategy Formulation and Implementation revised*, Plano, TX: business Publication, Inc., 1983.
- Trevor. S. M., *Relational Contract Theory a Framework for Assessing Channel Performance*, The University of Wisconsin-Madison, Ph. D, 1989.

【부 록】

부동산 중개업의 경영성과 결정요인에 관한 설문조사

안녕하십니까?

귀중한 시간에 설문에 응답해 주신 점 감사드립니다.

저는 한성대학교 대학원에서 「부동산 중개업의 경영성과 결정요인에 관한 연구」로 석사학위 논문을 준비하고 있습니다.

본 설문은 부동산 중개업의 경영성과에 영향을 미치는 요인에 대한 인식을 조사하는 것으로서, 평소 선생님께서 환경협오시설에 대해 생각하시는 대로 응답해주시면 됩니다.

이 설문을 통해 선생님께서 주신 의견은 부동산 중개업소의 경영성과를 개선하는데 필요한 요인들을 파악하기 위한 자료로 사용될 것이며, 나아가 보다 활발하고 적극적인 부동산 중개업 시장의 형성을 위한 소중한 자료로 사용될 것입니다.

아울러 본 설문조사는 익명으로 실시되며, 「통계법」 제33조(비밀 보호 등)에 의거 개인의 비밀을 철저히 관리하여 논문작성을 위한 학술적 목적으로만 사용할 것임을 약속드리겠습니다. 설문 중 의문사항은 아래 연락처로 연락 주시면 감사하겠습니다.

2011년 4월 25일

지도교수 : 민 태 욱

석사과정 : 김 창 돈 (010-6412-8777)

I. 다음은 공인중개사의 특성에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ()

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 나이는? ()

- ① 30세 이하 ② 31~40세 ③ 41~50세 ④ 51~60 ⑤ 61세 이상

3. 귀하의 최종학력은? ()

- ① 고졸이하 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

4. 귀하의 부동산중개업 전체 종사기간은? ()

- ① 1년 미만 ② 1~3년 미만 ③ 3~5년 미만 ④ 5~7년 미만
⑤ 7년 이상

5. 귀하는 협회의 사전교육 외에 부동산중개업을 위한 전문교육을 받아본
경험이 있습니까? ()

- ① 있다 ② 없다

전문교육이란 협회나 대학에서 공인중개사를 대상으로 개설하고 있는
부동산중개업 전반에 걸친 특별 실무교육 과정으로, 경·공매과정, 컨
설팅, 재건축·재개발실무, 창업실무, 풍수지리교육 등을 의미한다.

II. 다음은 귀 업체의 운영방식 특성에 관한 질문입니다.

1. 귀 업체에 근무하는 전체 인원은 몇 명입니까(본인 포함)? ()
2. 귀 업체는 부동산 프랜차이즈 회원가입 업체입니까? ()
① 예 ② 아니오
3. 귀 업체는 전문적으로 주로 어떤 부동산을 중개하십니까? ()
① 주택 ② 아파트 ③ 상가 및 빌딩 ④ 토지 ⑤ 기타
4. 귀 업체는 지속적으로 관리하는 온라인 광고 또는 인터넷 홈페이지(블로그, 카페 등)가 있습니까? ()
① 예 ② 아니오
5. 귀 업체의 총 자본규모(자기자본)는 얼마입니까? ()
① 5천만원 미만 ② 5천만원~1억원미만 ③ 1억원~2억원미만
④ 2억원 이상

III. 다음은 귀 업체의 지리적 특성에 관한 질문입니다.

1. 귀 업체 사무실의 지역은 어디입니까?
(도 시 구)
2. 귀 업체는 역세권에 위치해 있습니까? ()
① 예 ② 아니오

3. 귀 업소의 영업범위내의 중개대상물(주택, 상가, 토지, 아파트, 원룸 등) 수는 개략적으로

어느 정도 입니까? ()

- ① 1,000개 미만 ② 1,000~3,000 미만 ③ 3,000~5,000 미만
④ 5,000~10,000 미만 ⑤ 10,000 이상

4. 귀 업소 주변의 인구통행량은 어떻다고 생각하십니까? ()

- ① 매우 적다 ② 적다 ③ 보통이다 ④ 많다 ⑤ 매우 많다

5. 귀 업소의 입지의 특성은 무엇입니까? ()

- ① 신도시개발지역 ② 재건축·재개발 및 뉴타운지역
③ 상업업무시설지역 ④ 주택밀집지역 및 상가혼재지역

IV. 부동산중개업의 성과에 관한 질문입니다.

1. 귀 업소의 월평균 매출액은 얼마입니까? 월평균 ()만원

2. 귀 업소의 월평균 임대·매매거래건수는 몇 건입니까? 월평균 ()건

3. 귀 업소의 월평균 고정경비(대표자 급여제외)는 얼마입니까? 월평균 ()만원

4. 중개업무외에 분양대행, 매수신청대리, 부동산관리, 이사 업체소개 등의 부수 업무로 발생하는 수입이 있습니까? ()

- ① 있다 ② 없다

ABSTRACT

A Study on the Determinants of Management Performance for Real Estate Agency

Kim, Chang-don

**Major in Real Estate Development
and Management**

**Graduate School of Real Estate
Hansung University**

This research is for seeking avenues to improve management performance with identifying determinants, which affect to management performance of real estate agency. First and foremost, from reviewing precedent literatures pertaining to real estate agency, and, I suggests determinants of management performance.

As a methodology, I conducted a survey analysis with real estate agency workers of metropolitan area and Chungcheongnam-do (Dangjin-gun, Taean-gun, and Seosan-si). For empirical test, this research use a private feature, operational feature, and geographic feature of the agency as determinants, which affect to management performance of the real estate agency, and set up monthly sales and monthly transactions as performance of real estate agency. I have tested fourteen hypotheses, and specific result of the test is right below.

First, the result of the test, which sets a performance as a monthly sales, demonstrates that positive causality is presented from the relationship between the variables (academic ability of the private feature factor, the size of owner's equity of the operational feature factor) and the performance factor. Also the location of the real estate agency, one of variables of geographic feature factor, shows that the monthly sales is increased when the agencies are located in the capital area, vicinity of the station, and has more floating people.

From the result of analysis that using monthly transactions as a performance index, the variables, gender, and completeness or non-completeness of professional education of the private feature factor, member or non-member of agency franchise of the operational feature factor, have positive effect to the monthly transactions. Lastly, for the geographic feature of real estate agency, the number of agency subjects the number of floating people, and redevelopment area tend to increase the number of transactions.

