

증개대상물에 따른 보수요율 만족도 및 지불의사액 추정 -공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔을 중심으로-*

Estimating the Satisfaction Rate of Brokerage Fees and the Willingness to Pay:
By Using Factory, Land, Commercial Spaces, and Officetel for Offices

김 기 령(Kim, Ki-Ryeong)**

임 병 준(Rhim, Byeong-Jun)***

< Abstract >

In this study, a real estate brokerage market was segmented into sub-markets by the types of real estate products (i.e., factory, land, commercial spaces, and officetel for offices). Based on the segmented sub-market, this study estimated the value of the real estate brokerage services so that the result may contribute to the market with appropriate implications. For the study, a structured interview was employed to confirm the existence of sub-markets by real estate products. For the data collection, the contingent valuation method with double bounded dichotomous choice question was utilized. As a statistical method, probit regression analysis model with maximum likelihood function was utilized to estimate the consumers' willingness to pay. The estimated willingness to pay was used to calculate the market price-to-willingness rate, which is the ratio between the official real estate broker fees and the willingness to pay.

As a result, from the perspective of real estate brokers, it is found that the sub-market of factory requires the highest level of professional knowledge followed by the sub-markets of land, commercial spaces, and officetel. From the service consumers' side, the sub-market of factory shows the highest similarity between the market price and the WTP followed by the sub-market of land, commercial spaces, and officetels in order of similarity. This finding implies that service providers (i.e. real estate brokers) and consumers have similar level of expectation from the real estate brokerage market. Because of this difference across products, the invisible prices differentiated by the product types incurs the heterogeneous level of willingness-to-pay from the consumers.

Keyword : Contingent Valuation Method, Willingness to Pay, Double Bounded Dichotomous Choice Question, Structured Interview, Segmentation

* 이 논문은 한성대학교 교내학술연구비 지원과제임.

** 본 학회 정회원, 한성대학교 대학원 경제·부동산학과 박사과정, iryoung@hanmail.net, 주저자

*** 본 학회 정회원, 한성대학교 사회과학대학 경제·부동산학과 교수, bjrhim@hansung.ac.kr, 교신저자

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

국토교통부에 따르면, 2019년 부동산 거래량은 1,467,958건으로 이 가운데 주거용 부동산 매매는 805,000건이 거래되었다. 주택의 유형별로 살펴보면 아파트는 545,000건이 거래됐으며, 연립·다세대 155,000건, 단독·다가구 105,000건이 거래된 것으로 나타났다. 비주거용 부동산 매매 거래량은 662,958건으로 토지 매매가 588,617건이며, 상업·업무용 매매는 74,341건으로 나타났다.¹⁾ 주거용 부동산거래 비중은 54.84% 규모를 나타내고 있으며, 비주거용 부동산거래 비중은 45.16% 규모를 나타내고 있다. 이와 같이 비주거용 부동산거래가 중개시장의 절반 가까이(45.16%)를 차지하고 있음에도 불구하고 부동산중개시장에 대한 소비자의 인식은 일반적으로 주택시장에 집중되는 경향을 보인다. 소비자의 인식과는 별도로 중개업무는 주거용과 비주거용으로 세분화하여 전문화되어 왔다. 이는 「공인중개사법」에 근거한 중개업무서식의 종류에서 확인할 수 있다. 주거용과 비주거용 부동산을 모두 포함한 부동산중개시장에서 유형별 중개대상물 확인설명서는 주거용 건축물과 비주거용 건축물, 토지와 입목·광업재단·공장재단(이하 공장)²⁾으로 세분화된다.

본 논문의 분석대상인 부동산 유형은 공장, 토지, 상업용 부동산, 사무용 오피스텔이다. 「공인중개사법」에서 중개업자가 제공해야 하는 확인·설명서상의 항목의 개수는 이들 부동산 유형에 따라 다르다.

공장을 중개하는 경우, 중개업자는 의무적으로 11가지 사항을 확인·설명해야 한다. 그러나 개업공인중개사를 대상으로 한 인터뷰에 의한 설문조사(이하 인터뷰 조사라고 함) 결과에 따르면, 실제 중개시장에서는 호이스트(Hoist)³⁾ 유무, 산업용 전기용량, 업종별 영업 가능 여부, 진입도로 권리관계 등 추가로 12가지 사항을 더하여 모두 23가지 사항에 대한 정보를 제공하고 있다.

토지를 중개하는 경우, 법상으로는 비선호시설 등 9가지 사항을 확인·설명하면 된다. 그러나 실제 중개시장에서는 지형 및 지세, 군사시설, 용수 및 퇴수, 도로 권리 등 추가로 9가지 사항을 더하여 모두 18가지 정보를 제공하고 있다.

상업용 부동산을 중개하는 경우, 중개사법에 따라 의무적으로 11가지 사항을 확인·설명해야 하지만, 실제 중개시장에서는 추가로 4가지 사항을 더하여 모두 15가지 정보를 제공하고 있다.

사무용 오피스텔 중개의 경우에도 「공인중개사법」상 의무적으로 11가지 사항을 확인·설명을 해야 한다. 그러나 실제 중개시장에서는 추가로 2가지 사항을 더하여 적어도 13가지 정보를 제공하고 있다.

이와 같이 부동산 중개시장이 마치 하나인 것처럼 보이지만, 제공되는 중개서비스의 내용은 부동산유형별로 다르다. 공장중개, 토지중개, 상가용 부동산중개, 사무용 오피스텔 중개에 대한 전문성을 필요로 한다. 이러한 구분은 공공기관에서 사용하는 서식에서도 나타난다. 예를 들어, 주택은 주거용 확인설명서를 사용하고 있고, 토지에 대해서는 별도의 확인설명서 서식을 사용하고 있지만, 공장(공업용), 상가(상업용), 사무용 오피스텔(업무용)은 같은 서식의 확인설명서를 사용한다.

이처럼 중개시장에서는 부동산유형별로 각기 다른 서비스가 제공되고 있다. 하지만 중개보수 측면에서 보면, 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 법정 중개보수는 동일하게 적용되고 있다. 그렇다면 이러한 유형별 중개대상물에 대한 소비자들의 지불의사액(WTP)과 그 근접비율(지불의사액/법정 중개보수)이 얼마나 차이가 나는지 알아보는 것은 매우 흥미로운 연구가 될 것이다.

본 연구의 목적은 서비스 공급자 측면에서 인터뷰 조사방식을 도입하여 실제 중개시장에서 전문중개인에게 필요로 하는 전문성의 순서를 확인하고, 소비자 측면의 직접 설문방식을 이용하여 소비자 지불의사액 크기 순서를 보이고자 하는 것이다. 이를 위해 소비자의 심리적 요인으로서 중개보수 효율 만족도에 의한 지불의사액을 추정하고 법정 중개보수 효율의 어느 수

1) 국토교통부, www.molit.go.kr

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

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

준에 달하는지 분석하는 것이다.

2. 연구의 방법과 범위

분석은 서비스제공자인 중개업자와 서비스 소비자 측면에서 각각 접근한다. 우선, 서비스제공자 측면에서 인터뷰 조사를 진행하였다. 인터뷰 방식은 구조화된 인터뷰(Structured Interview)⁴⁾법을 사용하였다. 이를 통해, 부동산유형별로 중개보수의 차별성을 인정하고 있다는 것을 확인하였다. 둘째, 서비스 소비자 측면에서 중개보수 지불의사액을 부동산유형별로 추정하여, 법정 중개보수 대비 소비자 지불의사액이 얼마나 차이가 나타나는지 확인하였다. 셋째, 주거용 부동산과 비주거용 부동산의 중개시장에서 법정 중개보수 근접률을 비교·분석하여 연구의 시사점을 도출하였다.⁵⁾ 이를 위해서 서울시, 김포시, 파주시, 고양시에서 영업 중인 개업공인중개사를 대상으로 인터뷰 조사를 진행하였다. 지불의사액을 계산하기 위해 전국 17개 행정구역에서 최근 10년 이내 부동산을 거래한 경험이 있는 사람들을 대상으로 설문 조사를 시행하였다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제 I 장 서론에 이어, 제 II 장에서는 선행연구와 본 연구의 독창성을 살펴보고, 제 III 장은 실증분석과 조사방식에 대해 간략하게 설명하였으며, 소비자 지불의사액 및 법정 중개보수 근접률을 도출하였다. 제 IV 장에서는 본 연구결과를 요약하고 정책적 시사점을 제시하였다.

II. 선행연구 고찰 및 연구의 독창성

1. 선행연구의 고찰

1) 중개보수요율에 관한 선행연구

「공인중개사법」상 중개보수의 문제점과 중개보수 현실화를 통한 개선방안을 제시한 연구(김동련, 2014)가 있으며, 중개보수 제도개선의 방향을 제시한 연구

(김대명·이대운, 2011), 중개보수 갈등을 완화하기 위한 중개보수요율체계의 단순화 및 단계별 확정요율제 필요성을 제시한 연구(김혜성·현무준·김영우, 2014), 중개의뢰인과 중개업자가 협의하게 되어있는 중개보수요율에 대한 법제화 필요성을 제시한 연구(조원용, 2015), 중개보수 결정체계의 문제점과 개선방안을 제시한 연구(임숙녀, 2017), 부동산 중개보수와 감정평가 수수료체계에 대한 문제점과 개선방안에 관한 연구(임숙녀·강태환, 2019), 부동산중개보수 청구권의 근거와 성립요건에 대한 법리적 쟁점 검토에 관한 연구(김학환, 2009), 부동산 중개보수 규제가 도입목적이나 사회후생 개선에 부합하는지에 관한 연구(이성복, 2019) 등 다양한 연구가 있다.

이처럼 중개보수에 대한 재평가가 다양하게 진행되고 있지만, 기존의 연구에서는 부동산중개서비스의 가치를 소비자 측면에서 추정하는 연구는 찾아보기 어려웠다. 본 연구에서는 이러한 점을 보완하기 위하여 소비자 관점에서 부동산중개서비스에 대한 가치추정을 위한 실증분석을 진행하고자 한다.

2) 심리적 요인에 의한 법정 중개보수 근접률에 관한 선행연구

Oliver(1993)과 Oliver, Rust, and Varki(1997)의 연구에 의하면, 재화나 서비스에 대한 부정적인 경험이 소비자의 지불의사를 감소시키는데, 이는 소비자의 만족도에 대한 부정적인 경험이 긍정적인 경험보다 더 유효하게 작동하기 때문이라고 주장하였다. Oliver & Desarbo(1988)와 Westbrook & Oliver(1991)에 의하면, 이는 소비자의 실망(disappointment)으로 인해 소비재의 부당성(disconfirmation)이 더 강화되기 때문이라고 설명하였다. 반면 Oliver(1997)에 따르면, 소비자들에게 긍정적인 만족도는 크게 영향을 주지 않는다. 소비자들은 긍정적인 만족을 오히려 당연한 것으로 여기기 때문이라고 주장하였다. 결론적으로 소비자들의 심리적 요인인 만족도가 지불의사액에 영향을 미칠 수 있다는 것을 의미한다. 이와 관련한 연구에는 심리적 요인으로서 중개서비스에 대한 만족도 및 지불의사액을 추정하여 법정 중개보수 근접률을 도출한 연

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

5) 분석을 위해 김기령·임병준(2020)이 사용한 조건부가치평가법의 이중양분선택형질문법을 이용하였으며, 프로빗회귀분석모형을 이용하여 지불의사액을 추정하였다. 김기령·임병준(2020)은 주거용 부동산을 대상으로 지불의사액을 추정하여 중개의 가치를 화폐가치로 평가함으로써 부동산중개에 대한 시사점을 제시하고 있다.

구로 김기령·임병준(2020)을 들 수 있다. 이 연구에 따르면, 현행 부동산 중개시장에서 주택에 대해 동일한 수준의 법정 중개보수 요율을 적용하고 있지만, 서비스 만족도에 대한 소비자 지불의사액이 주택유형별로 큰 차이가 있다는 것을 확인하였다.

Homburg 외(2005)는 소비자들의 심리적 요인인 소비자 만족도에 의해 지불의사액에 영향을 미칠 수 있다는 실망이론(Disappointment Theory)의 실존성을 보여준 바 있다. 실망이론에 따르면, 만약 재화나 서비스에 대해 소비자가 실망하면 지불의사액이 가파르게 낮아지고, 반대로 소비자 만족도가 높다면 지불의사액이 확연하게 상승하는 관계성이 있다. 즉, 소비자들이 만족하지 못한 경우에는 소비자들은 위험을 회피하기 위한 방식으로 지불의사액을 가파르게 낮추게 된다. 반면, 소비자가 만족한 경우에는 소비자 지불의사액이 상승하는 것을 보인다. 결국, 소비자들은 만족도가 높은 경우에는 위험을 감수할 필요가 없으므로 지불의사액 또한 높아지는 경향성을 보이는 것으로 이해할 수 있다. 따라서 서비스 제공자 측면에서는 일정 수준 이상으로 소비자 만족도를 유지해야 한다. 실망이론에 의하면, 일정량 이상의 지불의사액을 유지하면서 소비자의 시장 참여를 유도하기 위해서는 최소한 중간값 이상의 서비스 만족도를 유지할 수 있어야 한다.

또한, 지역별로는 지방 소비자들의 지불의사액이 수도권 소비자들보다 낮게 나타나 소비자의 심리적 요인이 지역에 따라 다르게 작동한다는 것을 확인하였다. 본 연구는 이러한 선행 연구의 결과를 바탕으로 비주거용 부동산유형별로 소비자들의 심리적 요인에 의해 중개서비스에 대한 지불의사액이 얼마나 차이가 나타나는지 계산하였다. 선행연구와 같은 방식으로 조건부가치평가법(CVM)의 한 방식인 이중양분선택형 질문법(DBDCQ)을 이용해 수집된 DB를 프로빗회귀분석모형을 이용하였다. 이로써 심리적 요인인 중개보수 요율에 대한 만족도가 소비자 지불의사액에 미치는 영향에 대해 논의하고자 한다.

2. 본 연구의 독창성

기존연구는 중개보수 결정체계 문제점과 개선방안, 중개보수 요율 현실화 방안 등을 위주로 연구대상으로 삼고 있다. 김기령·임병준(2020)에서는 주택시장의 소비자를 대상으로 지불의사액을 추정하여 중개보수 근접률이 유형별, 지역별로 다르다는 것을 조사하였다. 이 논문은 서비스 소비자와 주택만을 대상으로 분석했다. 이러한 분석범위를 확대하기 위해 서비스 공급자 측면에서 인터뷰 조사방식을 사용하고, 서비스 소비자 측면에서 이중양분선택형질문법을 각각 사용했다. 이러한 분석을 통해, 다음과 같은 몇 가지 독창성을 가질 수 있게 된다.

우선, 서비스 공급자 측면에서 인터뷰 조사방식을 통해 비주거용 부동산의 중개난이도 및 전문성을 조사·분석하면 각각 유형별(공업용 부동산, 토지, 상업용 부동산, 사무용 오피스텔) 중개시장이 필요로 하는 전문성의 순서를 확인할 수 있다.

둘째, 서비스 소비자 측면에서 소비자 선택행동에 의한 직접 질문방식인 이중양분선택형질문법을 통해 중개보수 요율 만족도에 의한 소비자 지불의사액을 추정할 수 있다. 이를 통해 비주거용 부동산중개시장에서 각각 유형별(공업용 부동산, 토지, 상업용 부동산, 사무용 오피스텔) 법정 중개보수 근접률 순서를 확인할 수 있다. 이로써 인터뷰 조사결과에 의한 전문성 순서와 소비자 만족도에 의한 지불의사액 크기의 순서가 일치하는지도 확인할 수 있다.

셋째, 본 연구는 김기령·임병준(2020)⁶⁾의 주택시장을 대상으로 한 선행연구에 이은 후속 연구로서, 연구의 범위를 비주거용 중개대상물인 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔까지 확대하여 비교분석 하였다. 이를 통해 비주거용 부동산의 법정 중개보수와 소비자 지불의사액에 관한 분석 및 주거용 부동산과의 비교분석도 가능할 것이다.

6) 김기령·임병준(2020)에 따르면, 주거용 부동산의 법정 중개보수 근접률이 유형별(아파트, 빌라·연립주택 및 단독·다가구주택) 및 지역별(수도권과 지방)로 다르게 나타났다. 이 논문의 한계로는 주거용 부동산을 대상으로만 분석했다는 것을 들 수 있다.

Ⅲ. 실증분석⁷⁾

1. 실증분석 방식

현행 공인중개사법 시행규칙 제 16조 중개대상물의 확인·설명서 서식에 관한 사항은 2012년 6월 27일 개정되어 적용되고 있다. 중개대상물 확인·설명서 서식은 주거용 건축물, 토지, 비주거용 건축물로 구분하여 확인·설명 사항을 규정하고 있다. 본 논문에서는 조사대상 부동산 유형은 연구 목적에 맞춰 비주거용 부동산인 공장, 토지, 상가용 부동산, 사무용 오피스텔 등을 유형별 중개시장으로 세분하여 상정하였다.⁸⁾

실증분석을 위한 조사는 서비스제공자 측면에서는 인터뷰 조사방식을 이용하였고, 서비스 소비자 측면에서는 설문 조사방식으로 진행되었다. 현행 부동산중개 보수는 법정 중개보수 요율로 상한제·역진제 등 법률로 정해져 있다. 따라서 수요와 공급원리를 기반으로 형성되는 완전한 시장가격을 관측하는 데 어려움이 따른다. 이러한 이유로 본 연구에서는 조건부가치평가법(CVM)의 실증적 측정방법 중 하나인 이중양분선택형 질문법(DBDCQ)⁹⁾을 사용하여 수집한 DB를 바탕으로 프로빗회귀분석모형을 이용하여 소비자 지불의사액을 추정하였다.

2. 개업공인중개사 인터뷰 분석

본 연구는 비주거용 중개대상물인 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔을 대상으로 한 중개업무와 관련하여 개업공인중개사를 대상으로 인터뷰를 진행하였다.¹⁰⁾ 인터뷰 조사항목과 조사대상은 <표 1>과 같다.

인터뷰에 참여한 개업공인중개사는 31명이고,¹¹⁾ 지역별로는 서울시, 김포시, 고양시, 파주시를 대상으로 했다. 부동산유형별 중개대상물 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 중개에 관한 경우를 세분화된 중개시장으로 상황 설정하였다.

예를 들어, “부동산중개 시 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 중개업무가 ‘차별화된 중개영역(특성상 차이가 있는 중개시장)’이라고 생각하십니까?”라고 질문하였다. 이에 응답자 모두는 ‘부동산유형별 중개

<표 1> 인터뷰 조사항목 및 조사대상

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

<표 2> 인터뷰 조사결과

구분	인터뷰 내용	인터뷰 결과
1	공장·토지는 특수한 물건으로서 전문성이 요구된다.	공장, 토지는 상대적으로 법규나 인허가사항이 복잡하다.
2	부동산유형별 중개대상물별 특성의 차이가 크다.	공장, 토지가 상대적으로 복잡하고 위험성이 크다.
3	중개를 위해 고려하는 업무량과 범위가 다르다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
4	중개업무의 난이도에 차이가 있다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
5	이용제한에 대해 사전에 알아야 할 지식이 다르다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
6	일반적으로 중개 완성까지 걸리는 시간이 다르다.	공장>토지>상가>사무용 오피스텔 순위
7	토지는 현황에 따라 다양하게 이용할 수 있다. 반면, 공장, 상가, 사무실은 상대적으로 이용이 제한적이다.	

7) 실증분석과정과 논리체계는 김기령·임병준(2020), “심리적 요인으로서 중개서비스에 대한 만족도 및 지불의사액 추정 -주택시장을 중심으로”, 「부동산학연구」, 제26집 제2호, 한국부동산분석학회, pp. 93-109

8) 공인중개사법 시행규칙 제 16조(중개대상물 확인·설명서 서식). (개정 2012.6.27)

9) 이중양분선택형질문법은 몇 가지 장단점을 가지고 있다. 장점은 다음은 다음과 같다. ① 개방형 질문법이나 지급카드 법, 경매법 등이 가진 한계 극복이 가능하다. ② 조사방법과 응답자의 의사결정이 쉽고 응답 과정이 쉽다. ③ 응답률이 높고, 고정점 편이나 전략적 편의를 감소할 수 있다. 한편 단점은 다음과 같다. ① 응답자의 응답 결과가 불연속적 자료이다 보니 정보량이 제한적이고 복잡한 계량분석이 필요하다. ② 정확성을 높이기 위해 상대적으로 많은 표본이 요구되는 등 활용상 제약이 따른다 (김기령·임병준, 2020).

10) 인터뷰에 관한 질문의 구성은 부록의 <표 B>에 상세히 설명하였다.

11) 성별은 남성 23명 여성 8명으로 남성 응답자 비율이 높았다. 연령대는 30대 4명, 40대 10명, 50대 13명, 60대 4명으로 평균연령은 45.48세로 나타났다. 중개업 경력은 2년 이상에서 5년 미만 경력 7명, 경력 5년 이상 7년 미만 5명, 경력 7년 이상 10년 미만 9명, 경력 10년 이상 15년 미만 6명, 경력 15년 이상 4명으로 응답자의 중개업 평균 경력은 7.16년으로 나타났다.

대상물에 따라 중개업무가 다른 차별화된 중개 시장이다.'라고 응답하였다. 결과적으로, 서비스제공자인 중개업자에 따르면, 실제 중개시장은 규정상 구분해 놓은 중개대상물에 따라 세분된 중개시장이 존재한다는 것을 인식하고 있었다. 이처럼 중개시장이 부동산유형별로 서로 다른 업무영역으로 세분되어있다고 지각하는 이유에 대해 인터뷰 결과를 종합해보면 <표 2>와 같다.

중개보수 측면에서 보면 현행 중개사법에서는 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대해 같은 수준의 중개보수를 적용하고 있다.¹²⁾ 그러나 인터뷰 결과 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔은 각기 다른 중개시장에서 거래되는 중개대상물이다. 또한 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 더 전문적인 영역으로 인지하고 있는 것으로 조사되었다. 특히 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 중개의 난이도가 높고, 업무량이 많으며, 중개 완성까지의 시간과 비용, 사전지식 등 각기 다른 전문성이 필요하다고 나타났다. 따라서 유형별 중개시장에 대한 전문성에 따라 중개보수 또한 달라져야 한다고 인식하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

한편, 중개업자가 중개의뢰인에게 확인·설명해야 하는 사항을 살펴보면 다음과 같다. 공인중개사법에 따르면 공장, 상가용 부동산, 사무용 오피스텔의 경우 동일하게 11가지 사항, 토지의 경우 9가지 사항에 대해 확인·설명서를 작성하고 설명해야 한다. 그러나

중개업자들이 실제 중개현장에서 중개대상물에 대해 확인·설명하는데 있어 소비자들에게 제공하고 있는 정보량은 부록 <표 A>와 같이 훨씬 더 많다. 중개업자들은 중개대상 부동산에 대한 확인·설명사항으로 공장의 경우 23가지, 토지의 경우 18가지, 상가용 부동산의 경우 15가지, 사무용 오피스텔의 경우 13가지 사항에 관한 각각의 정보를 소비자들에게 제공하는 것으로 나타났다. 이처럼 실제 중개현장에서 적용되는 시행령 및 법규가 각 중개시장마다 다르다. 이에 따라 부동산유형별 중개시장에서 중개업자에게 요구하는 특수성이 존재한다. 뿐만이 아니라, 중개업자는 매년 개정되는 시행령과 관련 법규에 대해 충분히 인지하고 있어야 한다. 이는 실제 중개현장에서 중개업자의 업무경력과 전문적인 능력을 상대적으로 많이 필요로 한다는 것을 의미한다. 이러한 이유로 중개업자는 유형별 중개대상물에 따라 각기 다른 전문성이 필요한 차별화된 중개시장이라고 인식하는 것으로 나타났다. 이런 언급한 이유들로 인해 같은 비주거용 부동산이지만 중개업자들에게 선호(選好)에 대한 차별성을 갖게 한다.

3. 설문 조사분석

설문 조사는 부동산거래 경험을 가진 성인 남녀 951명에게 시행되었으며, 응답자 인구통계학적 특성을 <표 3>과 같이 정리하였다. 지역별로는 수도권에서 627명(65.92%), 지방에서 324명(34.06%)으로 나타

<표 3> 응답자 인구통계학적 특성

구 분		응답자수(명)	비율(%)	구 분		응답자수(명)	비율(%)
성별	여성	529	55.63	학력	초등학교	1	0.11
	남성	422	44.37		중학교	0	0.00
지역	수도권	627	65.92		고등학교	91	9.57
	지방	324	34.06		대학교	745	78.34
직업	부동산중개업 관련	9	0.95	대학원 이상	114	11.99	
	주부	104	10.94	200만원미만	50	5.26	
	자영업	121	12.72	200~300만원	157	16.51	
	공무원	60	6.31	300~500만원	323	33.96	
	전문직	240	25.24	500~700만원	245	25.76	
	기타	417	43.85	700만원 이상	176	18.51	

12) 공인중개사법에 따르면, 현행 중개보수체계는 주택(주택의 부속토지, 주택분양권 포함), 오피스텔(주거용은 주택과 같음), 주택·오피스텔 외(토지, 상가 등)로 구분하고 있다. 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구주택 매매·교환 시 9억원 미만 경우 상한 요율 이내에서 한도액을 초과할 수 없다. 9억원 이상 경우 0.9% 이내에서 쌍방이 협의하여 정하도록 하고 있다. 임대차의 경우 6억원 미만 경우 상한 요율 이내에서 한도액을 초과할 수 없다. 6억원 이상 경우 0.8% 이내에서 쌍방이 협의하여 정하도록 하고 있다. 비주택인 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔은 매매·교환·임대차 시 거래가격의 0.9% 이내에서 쌍방이 협의하여 정하도록 하고 있다.

<표 4> 응답자 변수의 기초통계량 표시

구 분		표준 편차	평균	최소	최대	구 분	응답자(경험유무)				
							있음	비율(%)	없음	비율(%)	
연령 (나이)		9.46	38.35	20	67						
보수 요율 만족도	보수요율 만족도	2.03	4.66	1	10	거래 경험	공업용 부동산	4	0.42	947	99.58
	친구·동료 추천의향	2.12	4.75	1	10		토지	60	6.31	891	93.96
	구매목적 달성도	1.95	5.48	1	10		상가용 부동산	44	4.63	907	95.37
	서비스 만족도	2.04	4.72	1	10		사무용 오피스텔	38	4.00	913	96.00
							합계	123	12.93	828	87.07

났다.¹³⁾ 응답자의 대부분인 859명(90.33%)이 대학교 이상의 교육을 받은 것으로 나타났다. 이처럼 최종학력이 높다는 것은 지불의사액에 대한 응답자 의사표현이 매우 명확할 수 있다는 점으로 관측된다.

<표 4>에서는 설문 조사결과 응답자 변수에 대한 기초통계량을 정리하였다.

1) 공업용 부동산 및 토지에 대한 프로빗회귀분석 결과

공업용 부동산 및 토지에 대한 프로빗회귀분석 결과는 <표 5>에 정리되어 있다. 공업용 부동산-수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 설명변수는 ‘보수요율 만족도’인 것으로 나타났다. 하지만 ‘친구·동료 추천의향’은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지방에서는 지불의사액에 정(+)의 영향을 주는 설명변수는 ‘친구·동료 추천의향’으로 나

타났다. 이는 수도권에서는 보수요율 만족도가 클수록, 소비자 지불의사액이 더 커질 수 있다는 것을 의미한다.

토지-수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 나타낸 설명변수는 토지거래 경험, 보수요율 만족도, 서비스 만족도인 것으로 나타났다.¹⁵⁾ 지방의 경우 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 나타낸 설명변수는 보수요율 만족도인 것으로 나타났다. 다만, 여성이 지불의사액에 부(-)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 수도권 응답자는 토지에 대한 거래 경험이 많을수록, 서비스 만족도가 클수록, 중개 보수요율에 관한 만족도가 높을수록 소비자의 지불의사액이 더 높아질 수 있다는 것을 의미한다. 그러나 친구·동료 추천의향은 지불의사액에 부(-)의 영향력을 미치고 있는데, 이는 친구·동료에 대한 추천의향이 높아질수록 중개보수 지불의사액은 낮아진다는 것을 의미한다. 프로빗회귀식에서 친구·동료추천의향을 사용하여 지불의사액(WTP)을 추정할 때, 중개보수요율에 대한 만족도는 통제변수가 된 상태에서 회귀계수가 추정된다. 이때 보수요율 만족도가 통제된 상태에서 중개보수 지불의사액에 부(-)의 영향력을 미친다는 것은, 중개보수요율에 대한 만족도 수준이 같다면 더 낮은 가격을 추천하고자 하는 의향이 있다는 것을 의미한다. 이는 보수요율 만족도와 친구·동료추천의향이 단순히 정(+)의 관계가 아니라는 Julander and Söderlund (2003)의 기존연구와 맥락을 같이 한다(김기령·임병준, 2020). Julander and Söderlund (2003)에 의하면, 소비자들의 충성도나 추천의향은 서

<표 5> 공업용 부동산 및 토지에 대한 프로빗회귀분석 결과

구분	공업용 부동산		토지	
	수도권	지방	수도권	지방
성별(여=1, 남=0) ¹⁴⁾	15.50	-121.67	0.62	-68.76*
나이	-1.02	3.71	-1.37	2.56
거래 경험	328.43	15.68	133.57**	48.74
보수요율 만족도	74.71***	31.61	39.96***	32.26**
친구·동료 추천의향	-43.14*	65.13*	-25.60**	24.28
구매목적 달성도	22.42	-17.60	10.23	-2.85
서비스 만족도	37.83	40.16	24.18**	8.29
회귀 상수	220.20	-9.50	135.02**	-35.00

주: 1) * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

13) 응답자들의 성별 비율을 보면 여성 529명(55.63%), 남성 422명(44.37%)로 나타나 여성 응답자가 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 직업에 따른 응답자는 자영업자 121명(12.72%), 부동산중개업 관련 9명(0.95%), 전문직 240명(25.24%), 주부 104명(10.94%), 공무원 60명(6.31%), 기타 응답자가 417명(43.85%)으로 나타났다. 최종학력은 대학교 745명(78.34%)으로 나타났으며, 대학원 이상의 응답자는 114명(11.99%)으로 나타났다. 초등학교 1명(0.011%)으로 나타났으며, 중학교 0명(0.00%), 고등학교 91명(9.57%)으로 나타났다.

14) 본 연구에서는 절편 값이 다르고 기울기 같다는 가정 하에 남성을 0으로 놓고, 여성을 1로 더미 처리하였다(남준우·이한식, 2005).

15) 친구·동료 추천의향은 유의하다고 나타났지만, 부(-)의 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6> 상가용 부동산 및 사무용 오피스텔
프로빗회귀분석 결과

구분	상가용 부동산		사무용 오피스텔	
	수도권	지방	수도권	지방
성별(여=1,남=0)	14.16	-25.64	-1.37	-46.18*
나이	-0.72	0.15	-1.89	0.12
거래 경험	81.19*	77.52	29.61	99.45
보수요율 만족도	26.08***	18.25	32.27***	20.30
친구·동료 추천 의향	-15.73*	19.51	-18.35*	25.00*
구매목적 달성도	20.13**	-0.52	4.40	-12.96
서비스 만족도	5.12	4.87	19.20*	14.43
회귀 상수	58.58	19.11	114.82*	24.33

주: 1) * p < 0.1; ** p < 0.05; *** p < 0.01

비스나 재화의 가격에 영향을 받는데, 소비자만족도가 높더라도 가격이 높은 경우 소비자들의 추천의향이 낮아질 수 있다고 주장하였다. 김기령·임병준(2020)은 이러한 Julander and Söderlund(2003)의 주장이 국내주택시장에서도 유효하다는 것을 확인하였다. 이 경우, 다중공선성의 문제가 발생할 가능성이 있으므로 프로빗회귀분석 이후에 분산팽창지수(VIF)를 확인하였다. 분산팽창지수 확인 결과 모든 모델에서 분산팽창지수(VIF)가 4.00을 넘지 않아 다중공선성의 문제는 없는 것으로 판단된다.¹⁶⁾

2) 상가용 부동산 및 사무용 오피스텔에 대한 회귀분석 결과

<표 6>은 상가용 부동산 및 사무용 오피스텔에 대한

프로빗회귀분석결과를 표로 나타낸 것이다. 상가용 부동산-수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 나타낸 설명변수는 ‘거래 경험’, ‘보수요율 만족도’, ‘구매목적 달성도’로 나타났다. 하지만, 친구·동료 추천의향이 지불의사액에 부(-)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

사무용 오피스텔-수도권의 경우, 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 나타낸 설명변수는 ‘보수요율 만족도’, ‘서비스 만족도’로 나타났다. 여기에서도 친구·동료 추천의향이 부(-)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지방의 경우 지불의사액에 정(+)의 유의미한 영향력을 나타낸 설명변수는 ‘친구·동료 추천의향’으로 나타난 반면, ‘여성’이 부(-)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 수도권에서는 보수요율 만족도가 클수록, 서비스 만족도가 높을수록 지불의사액이 더 커질 수 있다는 것을 의미한다. 반면, 지방의 여성 응답자들의 경우 서비스에 대한 만족과 상관없이 중개보수를 덜 지불하고자 하는 경향이 있는 것으로 풀이할 수 있다.

3) 지불의사액과 법정 중개보수 근접률

이상의 분석결과를 바탕으로 연구의 주된 목적인 지불의사액과 법정 중개보수 근접률을 추정하였다. 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 지불의사액 및 법정 중개보수 근접률을 <표 7>에 정리했다.

공업용 부동산의 경우, “만약 거래가격이 10억 원일

<표 7> 지불의사액 및 법정 중개보수 근접률 표시

구분 (n=수도권 지방)	거래 가격	법정 중개보수 (만원)	수도권			지방		
			보수요율 만족도	지불 의사금액 (만원)	법정 중개보수 근접률 ^{주2)}	보수요율 만족도	지불 의사금액 (만원)	법정 중개보수 근접률 ^{주2)}
공업용 부동산 (n=3 1)	10억원	900	74.71***	654.91*	72.76%	31.61	7.52	0.83%
토지 (n=29 31)	5억원	450	39.96***	316.59***	70.35%	32.26**	9.53	2.11%
상가용 부동산 (n=31 13)	4억원	360	26.08***	188.80***	52.44%	18.25	113.25	31.46%
사무용 오피스텔 (n=31 7)	4억원	360	32.27***	178.70**	49.64%	20.30	124.48	34.57%

주: 1) * p < 0.1; ** p < 0.05; *** p < 0.01.

주: 2) 법정 중개보수 근접률 = (지불의사액 / 법정 중개보수 상한) x 100.

주: 3) 지불의사액: 수도권의 공업용 부동산(p < 0.1), 토지(p < 0.01), 상가용 부동산(p < 0.01), 사무용 오피스텔(p < 0.01)로 유의미하게 나타났지만, 지방에서는 모두 지불의사액이 유의미하지 않게 나타났다.

16) 프로빗 회귀분석 이후 다중공선성 문제에 관한 분산팽창지수(Variance Inflation Factor: VIF) 확인결과: 공장: 수도권 VIF=2.50, 공장: 지방 VIF=2.66, 토지: 수도권 VIF=2.49, 토지: 지방 VIF=2.67, 상가: 수도권 VIF=2.49, 상가: 지방 VIF=2.66, 사무용 오피스텔: 수도권 VIF=2.49, 사무용 오피스텔: 지방 VIF=2.67로 나타났다. Hair외(1995)에 의하면 독립변수들의 분산팽창지수(VIF)가 10보다 크면, Rogerson(2001)은 5보다 크면, Pan and Jackson(2008)은 VIF가 4보다 크면 다중공선성 문제가 있다고 하였다. 따라서 가장 보수적인 Pan and Jackson(2008)이 제시한 VIF가 4보다 낮았으므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단하였다(김기령·임병준, 2020).

때 거래가격의 0.9%인 900만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까?”에 대해 프로빗회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 경우, 소비자 지불의사액은 6,549,100원으로 추정되었으며, 법정 중개보수 근접률은 72.76%로 나타났다. 그러나 지방 응답자의 경우, 지불의사액은 75,200원으로 추정되었고, 법정 중개보수 근접률은 0.83%로 나타났다.¹⁷⁾

토지의 경우, “만약 거래가격이 5억원일 때 거래가격의 0.9%인 450만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까?”에 대해 회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 경우, 지불의사액은 3,165,900원으로 추정되었고, 법정 중개보수 근접률은 70.35%로 나타났다. 그러나 지방 응답자들의 경우, 지불의사액이 95,300원으로 추정되었으며, 법정 중개보수 근접률은 2.11%로 나타났다.

상가용 부동산의 경우, “만약 거래가격이 4억원일 때 거래가격의 0.9%인 360만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까?”에 대해 프로빗회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 경우, 지불의사액은 1,888,000원으로 추정되었고, 법정 중개보수 근접률은 52.44%로 나타났다. 그러나 지방 응답자들의 경우, 지불의사액은 1,132,500원으로 추정되었으며, 법정 중개보수 근접률은 31.46%로 나타났다.

사무용 오피스텔의 경우, “만약 거래가격이 4억원일 때 거래가격의 0.9%인 360만원을 중개보수로 지급할 의사가 있습니까?”에 대해 프로빗회귀분석을 시행하였다. 수도권 응답자들의 경우, 지불의사액은 1,787,000원으로 추정되었으며, 법정 중개보수 근접률은 49.64%로 나타났다. 그러나 지방 응답자들의 경우, 지불의사액은 1,244,800원으로 추정되었고, 법정 중개보수 근접률은 34.57%로 나타났다.

한편, 같은 방식으로 주택시장에 대해 분석한 김기령·임병준(2020)의 선행연구에 따르면, 아파트매매의 경우 수도권에서 법정 중개보수 근접률 76.21%, 지방에서 법정 중개보수 근접률 53.18%로 나타났다. 빌라·연립주택 매매의 경우, 수도권에서 법정 중개보수 근접률은 46.19%, 지방에서 법정 중개보수 근접률은 46.19%로 나타났으며, 단독·다가구주택 매매의 경우, 수도권에서 법정 중개보수 근접률은 52.66%로 나타나 같은 주거용 부동산에서조차 모두 다르게 나타나

으로써 현행 법정 중개보수 제도에 대한 시사점을 제시한 바가 있다. 즉, 현행 법정 중개보수는 같은 유형의 부동산에는 동일한 수준의 중개보수 요율이 지역별 차이가 없이 적용된다. 그러나 소비자들의 심리적 요인을 고려하여 지불의사액을 분석한 결과, 같은 주거용 부동산이라고 하더라도 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구주택 소비자 지불의사액이 차이가 날 뿐만 아니라, 수도권 및 지방 시장에서 지역별 차이가 나타난 것을 확인했다.

공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에서도 같은 수준의 법정 중개보수 요율을 적용하고 있음에도 불구하고 법정 중개보수 근접률이 모두 다르게 나타났다. 또한, 수도권보다 지방에서 소비자 지불의사액이 더 낮게 나타났다. 이는 현행 법정 중개보수에 비해 소비자 지불의사액이 매우 낮은 수준(법정 중개보수 근접률: 49.64%~72.76%)임을 보여준다. 또한, 거래 경험이 있는 중개사무소를 친구·동료에게 추천할 의향에 대해서는 부정적인 작용을 하는 것으로 나타났다. 하지만 중개보수요율은 만족도가 높아질수록, 구매목적 달성도가 올라갈수록, 서비스 만족도가 증가할수록 지불의사액이 더 증가할 수 있다는 경향성을 엿볼 수 있다.

연구결과 주목할 점은 중개서비스 공급자 측면에서 보면, 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔의 순위로 업무량, 난이도, 전문적인 능력에 따라 선호가 다르게 조사되었다. 소비자 측면에서 보면, 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순위로 법정 중개보수 근접률이 다르게 나타났다. 즉, 유형별 중개대상물에 대해 개업공인중개사 인터뷰법을 이용한 조사결과와 조건부가치평가법을 이용한 법정 중개보수 근접률 차이를 비교한 결과 순서가 서로 일치하게 나타났다. 이러한 결과는 서비스 공급자인 중개업자들과 서비스 소비자인 중개의뢰인들이 유형별 중개대상물에 대해 각기 같은 기대치를 갖는 것으로 해석할 수 있다.

IV. 결론 및 시사점

현행 부동산중개시장에서 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔의 법정 중개보수는 동일한 수준으로 적용되

17) 지방에서의 보수요율 만족도가 수도권보다 유의하지 않게 나타났다. 거래를 경험했던 사람의 수가 너무 적게 관측되었으며 n의 값도 상대적으로 너무 적게 나타났다. 이러한 이유로 지방의 법정 중개보수 근접률이 유의하다고 보기 어려운 이슈가 있다. 따라서 이 부분에 대한 논의는 추후 연구과제로 삼고자 한다.

고 있다. 그러나 소비자 측면에서 설문 조사한 결과 보수요율 만족도에 의한 소비자 지불의사액이 모두 다르게 나타났다. 서비스 공급자 측면에서도 개업공인중개사 인터뷰 조사결과 중개시장에서 요구되는 전문성이 다르게 나타났다. 결론적으로 심리적 요인인 중개 보수 요율 만족도가 증가할수록 소비자 지불의사액이 더 증가할 수 있는 경향성이 있다는 것을 확인하였다. 이는 본 논문의 이론적 배경인 소비자의 심리적 요인에 따른 중개보수 요율 만족도가 지불의사액에 영향을 미친다는 Homburg 외(2005)와 김기령·임병준(2020)의 기존 논문을 지지한다. 즉, 부동산중개시장에서 중개보수 지불의사액과 관련하여 소비자의 심리적 요인이 고려되어야 한다는 것을 의미한다.

본 연구는 서비스공급자 측면에서 인터뷰 조사방식을 이용하여 유형별 중개시장에서 요구되는 중개업자의 전문성에 대한 순서를 확인하였으며, 서비스소비자 측면에서 조건부가치평가법을 이용하여 소비자 지불의사액에 의한 법정 중개보수 근접률의 순서가 일치한다는 것을 보여주었다. 이러한 연구결과를 바탕으로 도출한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 소비자 측면의 설문 분석에 따르면, 부동산 유형별 보수요율 만족도 및 지불의사액에 의한 법정 중개보수 근접률 순서가 공장 72.76%, 토지 70.35%, 상가 52.44%, 사무용 오피스텔 49.64%의 순서로 나타났다. 또한, 공급자 측면의 인터뷰 분석결과, 실제 중개 시장에서 중개업자들에게 필요한 전문적인 능력이 공인중개사법에 규정하는 확인·설명서 사항 이외에도 추가로 공장 12가지, 토지 9가지, 상가 4가지, 사무용 오피스텔 2가지 순서로 각각의 중개시장에서 요구되는 전문성이 다르게 나타났다.¹⁸⁾ 이처럼 소비자 측면의 중개보수 근접률 순서가 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 나타났고, 중개업자에게 요구되는 전문성 또한 같은 순서로 나타났다는 점에 주목할

필요가 있다. 이는 비주거용 부동산중개시장에서 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대해 중개업자들이 갖추어야 하는 전문적인 능력과 중개의뢰인들이 요구하는 전문성에 대한 기대치의 순서가 같은 것으로 해석할 수 있다. 결국, 소비자 측면에서는 기대치에 대한 만족도가 높을수록 지불의사액이 높아질 수 있고, 중개업자 측면에서는 중개시장에서 요구되는 정보량이 많고 전문성이 높을수록 중개보수를 더 받고자 하는 기대치가 일치한다는 것을 의미한다. 따라서 이에 대한 추가적인 논의가 필요할 수 있겠다.¹⁹⁾

둘째, 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔의 현행 법정 중개보수²⁰⁾는 지역에 대한 차등이 없이 동일한 수준의 법정 중개보수 요율이 적용되고 있다. 그러나 수도권권과 지방에서 소비자의 지불의사액이 서로 다르게 나타나고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 예를 들어, 상가용 부동산의 경우, 매매가 4억원인 경우에 법정 중개보수는 지역별 차등 없이 360만원이 적용되고 있다. 그러나 소비자 지불의사액 추정결과 수도권에서 1,888,000원으로 나타났으며, 지방에서 1,132,500원으로 지역 간에 차이가 크다는 것을 확인할 수 있다. 이는 지역별 시장상황이 다를 수 있고 그에 따른 소비자 심리적 요인이 다르게 작용할 수 있음을 의미한다. 따라서 법정 중개보수에 대한 기준을 지역별 특성에 맞게 적용하는 것에 대해 추가적인 논의가 필요할 수 있겠다.

셋째, 현행 공인중개사법에 따르면 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 법정 중개보수 요율은 같은 수준에서 적용되고 있다. 그러나 분석결과 부동산 유형별로 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 따라 지불의사액이 다르게 나타났으며 지역별로도 수도권과 지방에서 각각 다르게 나타났다.²¹⁾

또한 주거용 부동산인 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구 주택에서도 같은 법정 중개보수 요율 기준

18) 공인중개사법에 따르면, 중개업자가 소비자에게 확인·설명을 해줘야 할 사항은 공장 11가지 사항, 토지 9가지 사항, 상가 11가지 사항, 사무용 오피스텔 11가지 사항이 있다. 그러나 실제 중개현장에서는 공장 23가지, 토지 18가지, 상가 15가지, 사무용 오피스텔 13가지 사항으로 분석되었다.

19) 예를 들어 비주거용 부동산의 공업용 부동산, 토지, 상업용 부동산, 사무용 오피스텔로 구분되는 중개시장에서 설문 조사결과 나타난 소비자의 지불의사액의 기대치에 대한 순서와 인터뷰 결과 나타난 중개업자의 전문성에 대한 순서가 일치되게 나타나므로 현실시장을 반영한 추가적인 논의 등을 예로 들 수 있겠다. 그러나 소수 응답자만을 대상으로 한 연구이기 때문에 이를 일반화하는 데는 해석상의 주의가 요구된다.

20) 공인중개사법 제32조(중개보수 등). ④항에 따르면, “주택의 경우 시·도조례로 정하고, 주택 이외의 경우 국토교통부령으로 정한다”로 되어 있지만 실제 중개현장에서는 주택도 마찬가지로 지역별 차등이 없이 동일하게 적용되고 있다.

21) 비주거용 부동산의 법정 중개보수 근접률: 공업용 부동산(수도권 72.76%, 지방 0.83%), 토지(수도권 70.35%, 지방 2.11%), 상가용 부동산(수도권 52.44%, 지방 31.46%), 사무용 오피스텔(수도권 49.64%, 34.57%)로 나타났다.

을 적용하고 있다. 그러나 주거용 부동산에 관한 기존 연구에서 김기령·임병준(2020)은 아파트, 빌라·연립주택, 단독·다가구 주택의 소비자 지불의사액이 유형별, 지역별로 다르게 나타난다는 것을 보여주었다.²²⁾

이는 주거용 부동산에서도 비주거용 부동산과 마찬가지로 유형별, 지역별로 법정 중개보수 근접률의 큰 차이가 있다는 것을 실증하였다. 이러한 결과는 부동산이 갖는 특성과 지역시장의 특수성, 시장 외적 요인이 소비자의 심리적 요인으로 작용되어 소비자 지불의사액이 다르게 나타난 것으로 이해할 수 있다. 따라서 현실 중개시장의 상황을 반영한 추가적인 논의가 필요할 수 있겠다. 본 연구는 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔을 대상으로 서비스 공급자 측면에서 인터뷰 조사 방식을 이용하여 전문성의 순서를 확인하고, 서비스 소비자 측면에서 이중양분선택형질문법을 이용하여 지불의사액 크기의 순서를 보여줌으로써 몇 가지 시사점을 제시하고 있다. 하지만 여러 가지 한계점도 있다.

우선, 소수의 중개업자만을 대상으로 각 중개시장의 차별성과 중개대상에 대한 업무난이도의 수준을 제시하고 있다는 점에서 전체 시장 참여자를 대변하여 일반화하는 데는 한계가 있다. 또한, 지불의사액을 추정하기 위한 설문대상을 소비자만을 대상으로 할 수밖에 없는 구성상의 한계와 조사시기가 부동산가격 상승기에 조사한 것으로서 가격 하락기까지 일반화하여 적용하는 데는 해석상의 주의가 요구된다.

둘째, 본 연구의 설문지는 951명의 부동산거래 경험을 가진 사람에게 시행되었으며, 이들은 공업용 부동산, 토지, 상업용 부동산, 사무용 오피스텔과 관련하여 모든 질문에 응답했다. 따라서 한 사람의 응답자가 각각의 부동산에 중복하여 응답할 수 있게 구성되었으며, 이를 각각 유형별로 나눠서 연구를 진행하였다. 그러나 비교적 빈번하게 거래되는 주거용 부동산과는 다르게 비주거용 부동산에 대한 거래 경험자의 응답자 비율이 높지 않았다. 특히 지방 응답자 확보가 어려워 수도권과 지방을 비교하기가 쉽지 않은 이슈가 발생한다. 향후 이러한 한계점을 극복하는 연구를 진행하면 더욱 의미 있는 결과가 나올 것으로 기대된다.

셋째, 본 연구는 소비자의 심리적 요인을 강조하고 보수요율 만족도를 중심으로 지불의사액을 추정하였다. 따라서 이에 따른 구성상의 한계점을 가지고 있다.

추후 더 많은 심리적 요인이나 다양한 환경적 요인을 고려하는 연구가 등장하기를 기대한다. 마지막으로 본 논문은 지불의사액의 유형별, 지역별 차이가 존재하는 것을 보이는 것이 주된 목적이기에 그러한 차이가 나타나는 원인에 대해서는 검토하지 않았다는 점에 주의가 필요하다. 이는 향후 논문의 과제로 삼고자 한다.

논문접수일 : 2020년 8월 18일
 논문심사일 : 2020년 8월 24일
 게재확정일 : 2020년 9월 21일

22) 주거용 부동산의 법정 중개보수 근접률: 아파트매매(수도권 76.21%, 지방 53.18%), 빌라·연립주택 매매(수도권 46.19%, 지방 54.93%), 단독·다가구주택 매매(수도권 52.66%, 지방 28.88%)로 나타났다.

참고문헌

1. 김기령·임병준, “심리적 요인으로서 중개서비스에 대한 만족도 및 지불의사금액 추정: 주택시장을 중심으로”, 「부동산학연구」, 제26집 제2호, 한국부동산분석학회, 2020, pp. 93-109
2. 김대명, 이대운, “부동산중개수수료에 대한 비판적 고찰”, 「부동산경영」, 제3집, 부동산경영학회, 2011, pp. 38-57
3. 김동련, “공인중개사법상 중개보수의 문제점과 개선방안”, 「일감부동산법학」, 제9권, 건국대학교법학연구소, 2014 pp. 49-80
4. 김학환, “부동산중개수수료청구권의 쟁점 검토”, 「대한부동산학회지」, 제29호, 대한부동산학회, 2009, pp. 137-156
5. 김해성, 현무준, 김영우, “중개수수료에 대한 시장참여자의 만족도 분석-서울특별시 강서구와 양천구를 중심으로” 「대한부동산학회지」, 제38호, 대한부동산학회, 2014, pp. 25-49
6. 남준우·이한식, 「계량경제학」, 홍문사, 2005
7. 이성복, “부동산중개보수 규제에 관한 연구”, 「부동산분석」, 제5권 제2호, 한국감정원, 2019, pp. 57-88
8. 임숙녀, “부동산 중개수수료 결정체계에 관한 고찰” 「토지공법연구」, 제 80집, 한국토지공법학회, 2017, pp. 333-351
9. 임숙녀, 강태환, “부동산 중개 및 감정평가 수수료에 관한 고찰”, 「토지공법연구」, 제 87집, 한국토지공법학회, 2019, pp. 287-302
10. 조원용, “부동산중개수수료를 법제화 필요성에 관한 일고찰”, 「부동산법학」, 제19집, 한국부동산법학회, 2015, pp. 123-139
11. Adams, K. A., & Lawrence, E. K., “Research Methods, Statistics, and Applications”, Thousand Oaks, CA: Sage, 2019.
12. Hair, J. F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R. L. and Black, W. C., Multivariate Data Analysis(3rd ed), New York: Macmillan, 1995
13. Homburg, C., Koschate, N., and Hoyer, W., “Do Satisfied Customers Really Pay More? A Study of The Relationship Between Customer Satisfaction and Willingness to Pay”, Journal of Marketing, 69(2), 2005, pp. 84-96
14. Julander, C. R., & Söderlund, M., “Effects of Switching Barriers on Satisfaction, Repurchase Intentions, and Attitudinal Loyalty”, Working Paper Series in Business Administration, 1, 2003
15. Oliver, Richard L., “Cognitive, Affective, and Attribute Bases of The Satisfaction Response”, Journal of Consumer Research, 20 (December), 1993, pp. 418-430
16. Oliver, Richard L., “Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer”, Boston: McGraw-Hill, 1997
17. Oliver, Richard L, Rust, R. T., and Varki, S., “Customer Delight: Foundations, Findings, and Managerial Insight”, Journal of Retailing, 73(3), 1997, pp. 311-316
18. Oliver, Richard L, and Wayne S. DeSarbo, “Response Determinants in Satisfaction Judgments”, Journal of Consumer Research, 14(4), 1988, pp. 495-507
19. Pan, Y, and Jackson, R. T., “Ethnic Difference in Relationship Between Acute Inflammation and Serum Ferritin in US Adult Males. Epidemiology and Infection”, 136, 2008, pp. 421-431
20. Rogerson, p. A, “Statistical Methods for Geography”, London: Sage, 2001
21. Westbrook, Robert A. and Richard L. Oliver, “The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Sat Isfaction”, Journal of Consumer Research, 18 (June), 1991, pp. 84-91
22. 대법원 종합법률정보, www. glaw.scourt.go.kr
23. 법제처, www. moleg.go.kr
24. 국토교통부, www.molit.go.kr

<국문요약>

중개대상물에 따른 보수요율 만족도 및 지불의사액 추정 -공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔을 중심으로-

김 기 령 (Kim, Ki-Ryeong)
임 병 준 (Rhim, Byeong-Jun)

본 연구는 부동산중개 시장을 부동산 유형별 중개대상물(공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔)을 기준으로 세분화하여 부동산중개 서비스에 대한 가치를 측정함으로써 부동산중개에 대한 시사점을 제공하기 위해 작성되었다. 연구를 위해, 개업공인중개사를 대상으로 한 구조화된 인터뷰 방식을 이용하여 부동산시장 내에 존재하는 세부 시장을 조사하였고, 조건부가치평가법(CVM)의 한 방식인 이중양분선택형질문법(DBDCQ)을 이용하여 데이터를 수집하였다. 수집된 데이터를 토대로 프로빗회귀분석과 최대우도함수를 이용하여 지불의사액(WTP)를 추정하였으며, 법정 중개보수 근접률을 도출하였다.

분석결과, 중개서비스 공급자 측면에서 보면, 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 차별화된 전문성이 중개시장별로 요구된다는 것이 조사되었다. 소비자 측면에서 보면, 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 순서로 법정 중개보수 근접률이 다르게 나타났다. 즉, 인터뷰방식을 이용한 조사결과에서 보여지는 각 유형별 중개시장에서 중개업자에게 요구되는 전문성의 순서와 조건부가치평가법을 이용한 분석결과에서 나타난 소비자 지불의사액 크기 순서가 일치하였다. 이는 서비스 공급자인 중개업자와 서비스 소비자들 사이에 유형별 중개대상물에 갖는 기대치가 같다는 것을 의미한다. 이러한 세부적인 특성의 차이로 인해서 보이지 않는 차별화된 가격이 소비자들의 지불의사액(WTP)로 나타난다.

주제어 : 조건부가치평가법, 지불의사액, 이중양분선택형 질문법, 구조화된 인터뷰, 세분화

부록

1. 부동산중개 시 부동산 유형별 특별히 고려하는 사항

<표 A> 법 규정상 확인·설명 사항 및 전문가가 실제 현장에서 특별히 고려하는 사항

구분	항 목	공장		토지		상가		사무용 오피스텔	
		법	현장	법	현장	법	현장	법	현장
1	공통 사항	대상물건의 표시 ²³⁾		○	○	○	○	○	○
2		거래예정금액(개발공시지가, 건물공시가격)		○	○	○	○	○	○
3		권리관계		○	○	○	○	○	○
4		취득 관련 조세		○	○	○	○	○	○
5		중개보수 및 실비의 금액에 대한 산출 내역		○	○	○	○	○	○
6	공통 추가	호이스트 유무		-	○	-	-	-	-
7		층고(처마 높이)		-	○	-	-	-	-
8		동력용량(전기)		-	○	-	-	-	-
9	기본 사항	공법상 이용제한 및 거래규제		○	○	○	○	○	○
10		입지조건(도로, 교통, 주차장, 교육시설, 판매·의료)		○	○	○	○	○	○
11		관리에 관한 사항 (경비실, 관리주체)		○	○	-	-	○	○
12		비선호시설		-	-	○	○	-	-
13	기본 추가	공장등록 가능 여부		-	○	-	○	-	-
14		영업 인허가사항		-	○	-	-	○	-
15		개발행위 가능 여부		-	-	-	○	-	-
16		도시계획시설 계획선		-	-	-	○	-	-
17		인접토지와와 경계		-	○	-	○	-	-
18		진입도로 권리관계		-	○	-	○	-	-
19	세부 사항	실제 권리관계, 미공시 물건 및 권리		○	○	○	○	○	○
20		내·외부 시설물 상태(전기, 수도, 가스, 소방)		○	○	-	-	○	○
21		벽면 및 도배상태		○	○	-	-	○	○
22	기타 추가 사항	환경조건(일조량, 소음)		-	○	-	○	-	-
23		공유부분 유지·관리비 ²⁴⁾		-	○	-	○	-	○
24		용수·퇴수로		-	○	-	○	-	-
25		물류비용		-	○	-	-	-	-
26		민원 발생 가능성		-	○	-	-	-	-
27		등록전환 후 면적		-	-	-	○	-	-
28		상권형성 여부		-	-	-	-	○	-
29	권리금 유무		-	-	-	-	○	-	
법에 따른 확인·설명/전문가 고려하는 사항 합계		11	23	9	18	11	15	11	13
중개현장 개업공인중개사 인터뷰 설명사항 많은 순위			1		2		3		4

주: ○: 중개 시 특별히 고려하는 사항.

-: 특별히 고려하는 사항은 아님

23) 토지의 경우: 소재지, 면적, 지목(공부상, 실제). 건물의 경우: 면적, 기본, 준공연도, 건축물의 용도, 실제용도, 구조, 방향, 내진설계, 내진능력, 위반건축물 여부

24) 건축물의 공유지분과 전유부분에 대한 권리, 도로나 구거 이용료, 현황도로와 지적공부상의 불합치 등에 따라 발생하는 비용을 포함한다.

2. 개업공인중개사 인터뷰 질문의 구성

부동산 유형별 중개시장에 대한 특성을 연구하기 위해 현재 부동산중개업에 종사하고 있는 개업공인중개사를 대상으로 개업공인중개사 인터뷰를 시행하였다. 중개대상물 유형별로 차별화된 중개시장에 관한 부동산의 종류를 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔 중개에 대한 경우로 상황 설정하였다. 개업공인중개사 인터뷰에 관한 질문의 구성은 <표 B>와 같다.

3. CVM에 의한 설문지의 구성

지불의사액을 추정하기 위해 설문지는 크게 6개 부분으로 구성하였다. 첫 번째는 최근 10년 이내 부동산

산거래 경험에 대한 가부를 질문하였다. 두 번째는 부동산유형별 거래 경험 횟수에 대해 질문하였다. 세 번째는 조건부 가치평가법(CVM)의 이중양분선택형질문법(DBDCQ)을 적용하여 지불의사액(WTP)을 추정하기 위한 질문으로 구성하였다. 네 번째는 중개보수에 대한 응답자의 인식 및 태도에 관한 질문을 구성하였다. 다섯 번째는 서비스 만족도에 관한 질문으로 중개보수요율 만족도, 서비스 만족도, 친구·동료 추천의향, 방문목적 달성도 등을 질문하였다. 마지막으로 기초통계변수 및 인구통계학적 특성에 대해 질문으로 구성하였다. <표 C>는 CVM을 이용한 공업용 부동산 매매·임대차에 대한 설문 구성 사례를 표로 정리하였다.

<표 B> 개업공인중개사 인터뷰에 사용한 질문내용

1. [질문 A] 공장을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.
2. [질문 B] 공장을 중개하면서 토지, 상가, 사무용 오피스텔과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복 표시 가능)
3. [질문 C] 토지를 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.
4. [질문 D] 토지를 중개하면서 공장, 상가용 부동산, 사무용 오피스텔과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복 표시 가능)
5. [질문 E] 상가를 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.
6. [질문 F] 상가를 중개하면서 공장, 토지, 사무용 오피스텔과 비교해서 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복 표시 가능)
7. [질문 G] 사무용 오피스텔을 중개하면서 실무차원에서 고려(확인)하는 사항을 모두 나열해 주십시오.
8. [질문 H] 사무용 오피스텔을 중개하면서 공장, 토지, 상업용 부동산과 비교하여 반드시 고려해야 하는 사항이 있다면, 한 번 더 표시해 주십시오. (중복 표시 가능)
9. [질문 I] 부동산중개 시 공장, 토지, 상가, 사무용 오피스텔에 대한 중개업자가 “차별화된 중개영역(특성상 차이가 있는 중개시장)”이라고 생각하십니까? (√/표 해 주십시오)
 - ① 중개물건 특성상 서로 차이가 있는 중개업 시장이다 ()
 - ② 중개물건의 특성상 서로 차이가 없는 중개업 시장이다 ()
10. 위 5번 응답에 대한 귀하의 견해를 몇 줄 적어 주십시오.

<표 C> CVM을 이용한 공업용 부동산 매매·임대차에 대한 설문 구성 사례

1. [질문 A] 만약 귀하께서 중개사를 통한 부동산 거래에 만족한다면 공장 매매·임대차 거래가액이 10억원인 경우 거래가액의 0.9%인 900만원을 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?
 - ① 있다 → 52번 문항으로
 - ② 없다 → 53번 문항으로
2. [질문 B] 그렇다면 51번에서 제시한 금액의 2배인 1.8%(1,800만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?
 - ① 있다 → 55번 문항으로
 - ② 없다 → 55번 문항으로
3. [질문 C] 그렇다면 51번에서 제시한 금액의 1/2인 0.45%(450만원)를 중개보수로 지불할 의사가 있습니까?
 - ① 있다 → 55번 문항으로
 - ② 없다 → 54번 문항으로
4. [질문 D] 그렇다면 귀하는 중개보수로 단 1원도 지불할 의사가 없습니까?
 - ① 있다 → 55번 문항으로
 - ② 없다 → 61번에 답해 주시고, 56번 문항으로
5. [질문 E] 그렇다면 귀하가 최대 지불할 용의가 있는 중개 보수요율은 얼마입니까? (%)