

임차인의 임대차계약 의사결정 실증분석*

An Analysis of Leasehold Contract Decision Making of Tenants

김 동 환 (Kim, Donghwan)**

< Abstract >

The tenant decision making of leasehold contract for large scale office building should be researched by focusing on the point that the most of tenants is a business, and the purpose for office building rent to make a leasehold contract with landlord not as for the everyday life, but as for the support of the business activities or production activities of a company. The leasehold contract of office building and decision-making of the lease agreement are organizationally conducted in the leasehold contract center or jointly as well as organizational purchasing is made by buying center.

This study carried out the analysis of differences of tenant decision-making behavior for leasehold contract such as influences on the each steps of decision-making of leasehold(7 steps), characteristic recognition of decision-making of leasehold contract(7 characteristics) depending on the environmental characteristics of leasehold contract such as tenant's company characteristics (company size and sector) and representative characteristics of leasehold contract(working period in the leasehold contract department and title), and situation of leasehold contract such as rental space(more than 331m² and under 331m²) and rental period(more than 2 years and under 2 years).

H1 is to know the effect of the environmental characteristics of leasehold contract and the results of the empirical analysis are accepted partially. H2 is to know the effect of the situation of leasehold contract and the results of the empirical analysis are accepted partially.

According to this results, landlord and property manager of large scale office building must differentiate their property in the market and retain tenants in the long term. Also, they need to increase contemporary customer satisfaction rather than one-year-before customer satisfaction to achieve a higher relationship satisfaction and tenant retention in the long term.

주 제 어 : 오피스빌딩 임대차계약 의사결정, B2B, 산업재, 오피스빌딩 서비스품질

key word : Office Building Leasehold Contract Decision Making, B2B, Business Goods, Office Building Service Quality

* 본 논문은 저자의 박사학위논문의 일부 내용을 수정·보완한 것임.

** 서울사이버대 부동산학과 교수, DHkim@iscu.ac.kr (주저자)

I. 서론

오피스빌딩 임차인들의 임대차계약과 관련한 의사결정은 실무에서는 그 유용성이 너무나 중요하게 인식되고 있을 뿐만 아니라 임대차계약 업무에 많은 영향을 미치고 있음에도 불구하고 이와 관련한 연구는 국내·외를 불구하고 너무나 미미한 실정이며, 임차인이 기업이나 조직형태인 B2B 산업재로 접근해서 임대차계약 의사결정을 실시한 연구는 더욱더 부족한 실정이다(Parasuraman et. al., 1988).

특히 대형 오피스빌딩의 경우에는 오피스빌딩에 입주해 있는 대부분의 임차인들은 기업이나 조직 형태로서 이들이 오피스빌딩을 임대차하는 목적이 임대인과 임대차계약을 하고 임대료지급의 반대급부로서 오피스공간(office space)과 자산관리서비스(property service)를 제공받아서 임차인 회사의 생산활동을 지원하거나 직접 영업활동에 투입하기 위해서이다.

이러한 이유로 오피스빌딩이 제공하는 오피스 공간이나 자산관리서비스는 임차인의 입장에서는 회사의 생산활동 지원이나 영업활동에 사용되는 생산요소나 중간소비재라고 할 수 있기 때문에, 임차인이 임대인과 체결하는 오피스빌딩의 임대차계약은 B2B 산업재와 관련해서 기업의 생산활동이나 영업활동을 위한 임차인 회사의 임대차계약이라고 할 수 있다(김동환, 2013).

이에 본 연구에서는 임차인의 임대차계약을 위한 의사결정과 관련해서, 대형오피스빌딩의 회사나 조직형태의 임차인들이 임대차계약 의사결정을 할 때 임대차계약의 의사결정 행동이 임대차계약 환경 특성과 임대차계약 상황에 따라서 어떻게 달라지며 어떤 의사결정 행동들이 중요하

게 반영되는지 등에 대해서 B2B 산업재 측면에서 실증분석을 통해서 검증해 보는데 본 연구의 목적이 있다.

연구의 방법으로는 먼저 연구의 목적을 수행하기 위해서 국내·외의 문헌을 고찰하여 임대차계약 의사결정과 관련된 연구내용을 이론적으로 검토하였으며, 선행연구에서 사용한 설문항목들을 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정의 설문문항으로 도입하기 위해서 전문가들로부터 심도 있는 면담을 통해서 설문내용을 정제해서 확정했으며 최종 선정된 설문문항들을 가지고 실증분석을 실시했다.

이를 위해서 서울시 3대 권역 CBD, GBD, YBD의 11층 이상, 10,000m² 이상의 대형 오피스빌딩의 임차인 회사의 임대차계약담당자들을 대상으로 설문조사를 실시해서 임대차계약 환경특성과 임대차계약 상황이 임대차계약 의사결정 행동에 어떤 요인들이 중요하게 영향을 미치는지를 SPSS 21.0 통계패키지를 이용해서 분석했다.

II. 이론적 배경

1. 조직구매 의사결정

1) 조직구매 의사결정에 미치는 영향요인
Webster and Wind(1972)는 B2B 산업재 측면에서 구매의사결정에 미치는 영향요인을 환경변수, 조직변수, 집단변수, 개인변수의 4가지로 구분했다.

(1) 환경변수(environmental influences)

환경변수는 조직 외부의 모든 변수들로 정치,

법, 문화, 기술, 경제 등을 의미한다. 환경변수는 정부, 노동조합, 공급자, 경쟁보직 등의 사회·경제적 기구를 통해 구매의사결정과정에서 영향을 준다.

(2) 조직변수(organizational influences)

조직변수는 구매센터가 집중화되어 있는지 분권화되어 있는지의 여부를 의미한다. 구매센터 내의 구매자가 수행하는 지리적 위치, 구매자와 구매최고책임자 사이의 관계, 구매자와 사용자 사이의 공식적인 커뮤니케이션 특성, 구매자와 사용자의 비공식 관계 등 다양한 요인들에 따라 달라진다.

(3) 집단변수(group influences)

그룹 프로세스는 활동, 의견 그리고 구매과업 그 자체뿐만 아니라, 그룹 기능의 비과업적 측면의 상호관계까지도 포함한다. 그룹 의사결정 프로세스의 결과는 구매 문제를 해결할 뿐만 아니라 비과업적 만족과 함께 그룹 및 조직원들의 성장에 도움을 준다.

(4) 개인변수(individual influences)

모든 조직구매 행위도 구매센터를 구성하는 개인들의 행위와 관련되며, 조직내부의 개인들은 조직의 목표를 달성하고 자신의 과업을 성취하기 위해 조직의사결정에 참여하기 때문에 참여자 개인의 인지 정도를 이해하는 것이 매우 중요하다.

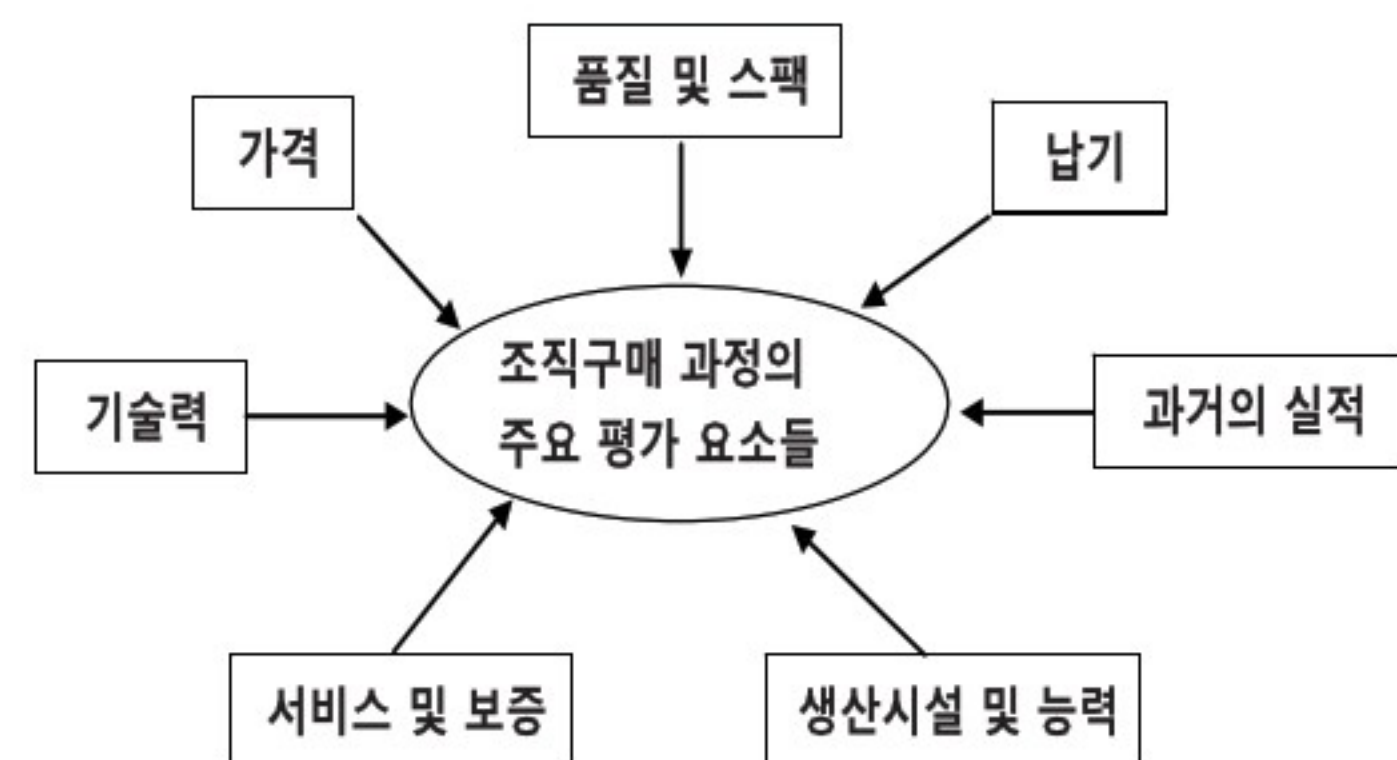
2) 공급자 선택의 주요 원인

McMillan(1973)은 공급업자 선정에 중요하게 영향을 미치는 요소를 제품변수로는 총비용, 성과, 품질, 품질일관성, 판매원변수로는 정직성, 약

속의 신뢰성, 능력, 효율성, 기업변수로는 납품시간준수능력, 서비스, 혁신성, 약속의 신뢰성, 미래 수요공급능력, 상호주의, 기술적 능력, 비상시 지원, 전체평가로는 현재 공급업자의 전반적 평가 등을 제시하고 있다.

한상린(2012)은 구매결정 요소로서 B2B 산업재의 경우 구매의사결정과정에서 중요하게 고려되고 평가되는 요소 파악이 중요하다고 주장하면서, 가격은 항상 중요한 요소이지만 B2B 거래에서는 반듯이 가격이 제일 중요한 요소는 아니라는 점을 강조하였다. 특히 품질 스펙이나 납기 스케줄 또는 생산능력 및 안정적인 공급역량 등이 가격보다 중요한 요소가 될 수 있다고 주장했다. B2B 산업재 조직구매자의 주요 구매 평가 요소를 보면 <그림 1>과 같다.

<그림 1> B2B 조직구매자의 주요 구매 평가 요소



(자료출처 : 한상린(2012), 「마켓 센싱에서 성과 측정까지 B2B마케팅」, 21세기북스, P. 79)

2. 임대차계약 의사결정 측정

1) 임대차계약 의사결정의 이론적 개념

임차인의 임대차계약 의사결정 측정을 조직구매와 조직구매 의사결정 차원에서 살펴보기 위해서, 먼저 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정을 B2B 산업재 측면에서 개념이나 특성에 기초한

조직구매와 조직구매의 의사결정행동의 이론적 근거를 살펴보고자 한다.

그러나 오피스빌딩 서비스에 대한 상품적 측면의 개념정립이나 B2B 산업재로서의 개념적 분류는 거의 없으며, 단지 Kotler(1997)와 김대기 외(2009) 등의 B2B 산업재에 대한 정의에 근거해서 오피스빌딩의 서비스도 산업재로서 생산요소나 중간소비재에 속하는 상품적 개념과 특성을 가진다는 이론적 근거를 기초로 임차인의 임대차계약 의사결정도 B2B 산업재 측면의 조직구매나 조직의사결정에 속한다는 점을 새롭게 이론 정립했다.

즉, 대형오피스빌딩에 입주해 있는 임차인은 조직형태나 기업의 형태인 경우가 대부분이기 때문에 임대인과의 임대차계약 체결과 관련된 업무 활동이나 의사결정 행동도 B2B 산업재재 측면에서의 조직구매와 조직구매의사결정에 초점을 맞추어서 논의를 해야 한다는 것이다.

2) 임대차계약 의사결정에 미치는 영향요인

Webster and Wind(1972)의 B2B 산업재 측면의 조직구매의사결정에 미치는 영향요인에 기초하여, 임대차계약 의사결정에 영향을 미치는 요인도 다음과 같이 4가지를 제시할 수 있다.

첫째로는 임대차계약 환경적 요소로, 임대차계약 의사결정과정에서 영향을 미치는 업무적 환경과 비업무적 환경을 지칭하며 임대차계약 환경특성이나 상황이 이에 속한다.

둘째로는 조직적 요소로, 임차인의 기업특성 요인들이 의사결정에 영향을 미치는 것이다. 임대차계약에서 조직적 요소로는 임차인기업특성이 있으며 기업규모, 임차인회사 업종 등이 영향을 미친다.

셋째로는 임대차계약센터 내의 임대차계약 참여자들의 인간관계로, 임대차계약에 참여하는 개인 간 내적 관계가 중요하다. 임대차계약센터에는 구매부서, 총무부서, 관리부서 등과 외부의 부동산 전문가 등이 임대차계약에 참여한다.

넷째로는 임대차계약 담당자의 개인적 요소로, 산업재 구매의사결정에 참가하는 개인들의 수입, 연령, 교육, 개성 자신감 등은 이들 개인의 의사결정에 영향을 미침으로서 전체 임대차계약 의사결정에 영향을 미친다. 임대차계약 담당자특성으로는 임대차계약부서 근무기간이나 직위 등이다.

3) 임대차계약센터(leasehold contract center)

Webster and Wind(1972)가 주장한 구매센터(buying center) 이론에 기초해서 오피스빌딩의 임대차계약 체결과 관련된 임차인의 임대차계약 집단을 오피스빌딩의 임대차계약센터(leasehold contract center)라고 할 수 있다.

임대차계약센터의 구성은 Webster and Wind(1972)가 제시한 7개의 구성원과는 다른 형태로 사용자(user)에 해당하는 사용부서, 의사결정자(decider)나 승인자(approver)에 해당하는 최종의사결정부서, 구매자(buyer)에 해당하는 임대차계약 담당부서와 외부 오피스빌딩 임대차전문회사로 구성된다.

또한 임대차계약센터의 계약담당자와 관리자가 전문성을 가지고 업무를 수행하는 것이 일반적이며, 외부의 오피스빌딩임대차 관련 전문가에게 의뢰해서 시장조사나 임대차계약체결업무를 진행한다. 오피스빌딩의 임대차계약업무는 일반 조직구매에 있어서의 구매의사결정과정과 차이가 있기 때문에 일반산업의 구매의사결정과정과는 다른 형태의 조직구매의사결정 과정을 가진다.

3. 임대차계약 의사결정 단계 및 특성

1) 임대차계약 의사결정 단계

Robinson, Farris and Wind(1967)의 구매등급 모형(buy-class model)에 따라서 임대차계약 의사결정 형태를 신규계약과 계약갱신으로 구분했으며, Webster and Wind(1972)의 산업재 구매의사결정과정의 5단계모형(buy-phase model), Choffray and Lilien(1978)의 구매의사결정 매트릭스(decision matrix)와 Johnston and Lewin (1996) 및 한상린(2012)의 구매과정의 8단계를 기초로 오피스빌딩의 임대차계약에 대한 의사결정단계를 도출했다.

특히 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정과 관련한 직접적인 선행연구가 없어서 Cardozo(1983)의 이론을 기초로 임대차계약 의사결정 단계를 7 단계로 구분하여 <표 1>과 같이 설정했다.

(1) 임대차계약의 필요성 및 문제제기 단계

회사의 각 부서에서 영업이나 생산활동에 필요한 사무실에 대해서 임대차계약 담당부서에 임대차계약의 체결의뢰와 의뢰자의 문제의식을 확인하는 단계이다.

(2) 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화 단계

요구면적에 대해서 회사의 시설부서에서 규정하고 있는 1인당 사무실면적에 따라 총 계약면적을 확정하고 보증금이나 임대료 및 관리비 등을 회사예산에 맞게 계약조건을 확정하는 단계이다.

(3) 오피스빌딩 조사 단계

요청한 위치와 계약조건에 맞는 오피스빌딩을 조사하는 단계로, 때로는 전문적으로 오피스빌딩

의 임대차업무를 취급하는 중개인에게 조사의뢰하는 경우도 있다.

(4) 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정 단계

빌딩의 위치와 계약조건에 맞는 잠정적인 오피스빌딩을 2~3개 정도 선정해서 임대인과 계약조건을 확인하고 최종적으로 계약조건의 협상완료 및 빌딩을 선정하는 단계이다.

(5) 임대차조건 확정 및 임대차여부 결정 단계

최종 선정된 빌딩을 의뢰부서에 통보하고 시설부서와 통신시설 및 인테리어 등을 확인하고 재무부서와 임대료 및 관리비 등의 예산범위를 확인한 후 계약내용을 최종 의사결정자로부터 결제를 완료하는 단계이다.

(6) 임대인과 임대차계약 체결 단계

담당 변호사로부터 확인받아 결제 완료된 계약사항과 계약조건(terms and conditions)이 포함된 임대차계약서로 임대인과 임대차계약을 최종적으로 체결하는 단계이다.

<표 1> 오피스빌딩 임대차계약 의사결정 단계

임대차계약 의사결정 단계	신규 계약	계약 갱신
1. 임대차계약의 필요성 및 문제제기	예	아니오
2. 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화	예	예
3. 오피스빌딩 조사	예	예
4. 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정	예	예
5. 임대차조건 확정 및 임대차 여부 결정	예	예
6. 임대인과 임대차계약 체결	예	예
7. 근무 후 빌딩 만족도 평가	예	예

(7) 근무 후 빌딩 만족도 평가(POE) 단계

의뢰자가 임차한 사무실을 사용한 후 오피스 빌딩이 제공하는 오피스빌딩 서비스품질에 대한 만족도를 평가한 후 계약완료시 계약갱신 의사결정을 할 때 반영하는 단계이다.

또한 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정단계는 신규계약에서는 물론 계약갱신(재계약)의 경우에도 대부분의 의사결정과정을 밟는 것과 관련해서, 일반 조직구매 의사결정과정의 수정구매나 신규구매와 비슷한 형태의 의사결정단계를 나타내는 것으로 확인 되었다. 따라서 본 연구에서는 계약갱신과 신규계약을 구분하지 않고 신규계약으로만 분류했다.

2) 임대차계약 의사결정 특성

Robey and Johnston(1977)의 구매상황의 분류 주장 관련 2차적 특성에 의한 중요도(importance), 복잡도(complexity), 새로운 정도(newness) 및 불확실성(uncertainty)을 기초로 오피스빌딩 임대차계약 의사결정의 특성 요인들을 분류했다.

또한 McMillan(1973)과 한상린(2012)의 공급자 선정 기준을 기초로 임차인이 임대차계약 의사결정 행동을 할 때 고려하는 임대차계약 의사결정 특성을 전체적으로 다음과 같이 분류했다(Robey and Johnston, 1977; 박효상, 1992).

첫째, 오피스빌딩 서비스품질이 기업성과 실현에 미치는 중요성

둘째, 오피스빌딩 임대차계약 의사결정의 복잡성

셋째, 임대차계약 체결의 필요성을 느낀 때부터 빌딩선정까지 소요시간

넷째, 임대차계약 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도

다섯째, 임대차계약 의사결정시 회사 내 타인

과의 의견불일치 가능성

여섯째, 오피스빌딩 임대차계약 의사결정이 잘못될 것으로 나타날 가능성

일곱째, 임대차계약의 잘못이 임대차계약 담당자에게 미치는 부정적 영향

4. 선행연구의 검토 및 연구의 차별성

1) 선행연구의 검토

(1) 기존 조직구매 의사결정 선행연구

조직구매 의사결정과 관련된 선행연구는 주로 산업재 구매의사결정기준에 관한 것으로서 의사결정기준의 상대적 중요성이 제품유형(Lehmann and O'Shaughnessy, 1974), 조직특성(Kiser and Rao, 1977), 산업별(Dempsey, 1978)로 어떻게 변화하는가를 연구하였다(김재일, 1993).

산업재 구매자의 정보원과 의사결정 기준의 중요성에 영향을 미치는 요인들로는 구매의사결정자의 특성, 구매조직의 특성, 구매과정 단계를 들 수 있다(Webster and Wind, 1972; Anderson and Chambers, 1985; 김재일, 1992).

구매상황적 특성 중 환경적 불확실성은 구매 과정에 영향을 미치는 중요한 변수로 인식되어 왔지만(Moller and Laaksonen, 1986), 과거에는 주로 구매중심부의 구조와 관련하여 연구되어졌다(Spekman and Stern, 1979; 김재일, 1991). 또한 구매의 중요성 복잡성, 참신성, 시간적 압박감 등 제품관련 요인도 구매중심부의 구조 및 구매 영향력과 관련하여 연구되어 왔지만(Spekman and Johnston, 1986; 김재일, 1991), 이들 요인이 구매기준 및 정보원의 중요성에 미치는 영향에 관한 연구는 거의 없으며 이 연구조차도 이 요인

들 중 단지 몇 개의 요인만 다루고 있다.

김재일(1993)은 구매상황과 조직특성이 구매의사결정기준의 중요성 및 정보원의 중요성에 미치는 영향관계를 분석했는데, 구매상황으로는 불확실성, 구매경험/지식의 정도, 시간압박감, 제품복잡성/차별성, 중요성의 변수를 고려했으며, 조직특성으로는 표준화, 다양성, 분권화, 규모 및 복잡성, 혁신성을 변수로 도입했다. 구매결정기준의 중요성으로는 가격, 납기이행, 원산지, 품질, 기술교육, 과거 거래 관계, 애프터서비스, 그룹계열사제품을 변수로 고려했으며, 정보원의 중요성으로는 거래처사람, 사용부서, 구매부서, 전시회, 관련협회자료/발간물, 각종 간행물 광고를 변수로 고려했다.

박효상(1992)은 산업구매의사결정과 관련한 구매영향요인들로 기업특성, 산업특성 및 구매자특성으로 분류했으며, 구매의사결정에 영향을 미치는 요인으로 환경적 요인들과 구매과정 요인들에 의해 나타나는 구매의사결정 특성 간의 상호관계를 검토하였다.

(2) 임대차계약 의사결정에 적용된 선행연구

하지만 지금까지의 B2B 산업재 관련 조직구매와 조직구매 의사결정에 관한 선행연구들은 일반 산업재에 관련된 연구들이 주를 이루고 있으며, 오피스빌딩 임차인의 B2B 산업재 측면의 임대차계약 의사결정은 국내·외를 불구하고 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 B2B 산업재 측면의 임대차계약 의사결정의 연구와 관련하여 임대차계약 의사결정 행동과 임대차계약의 환경 특성 및 임대차계약 상황의 인과관계를 분석하기 위하여 기존 B2B 산업재 관련 선행연구 중에서 Robinson,

Farris and Wind(1967)의 구매등급모형(buy-class model), Johnson and Lewin(1996) 및 한상린(2012)의 구매과정의 8단계, Webster and Wind(1972)의 산업재 구매의사 결정과정의 5단계모형, Choffray and Lilien(1978)의 의사결정 매트릭스, Robey and Johnston(1977)의 구매상황 분류, 김재일(1993)의 구매상황과 조직특성이 구매의사결정기준의 중요성 및 정보원의 중요성에 미치는 영향관계, 박효상(1992)의 산업구매의사결정과 관련된 구매영향요인들로 기업특성, 산업특성 및 구매자특성으로 분류하고 구매의사결정에 영향을 미치는 요인으로 환경적 요인들과 구매과정 요인들에 의해 나타나는 구매의사결정 특성 간의 상호작용을 연구했는데, 이러한 기존 B2B 산업재 관련 선행연구들을 오피스빌딩 임차인의 B2B 산업재 측면 임대차계약 의사결정 연구에 적용했다.

2) 연구의 차별성

본 연구는 오피스빌딩 임차인의 임대차계약 의사결정을 B2B 산업재 측면에서 연구했다. 즉 기존 연구와는 다른 임차인이 임대차계약을 하는 것이 오피스빌딩이 제공하는 오피스공간이나 자산관리서비스를 생산활동의 지원이나 영업활동에 투입하기 위하여 임대차계약을 한다는 측면에서 임차인의 임대차계약 의사결정에 대한 연구를 B2B 산업재 측면에서 새롭게 시도했다는 점이 기존 논문과의 차별성이라고 할 수 있다.

특히 지금까지 오피스빌딩의 경우에는 조직구매와 조직의사결정 행동에 대한 연구가 거의 없었는데, 본 연구에서는 B2B 산업재 측면에서 조직구매 의사결정의 영향요인을 도입해서 임차인의 임대차계약 의사결정을 연구한 점과, 임차인이 임대차계약을 할 때 임대차계약 의사결정 행

동과 임대차계약 환경 특성 및 임대차계약 상황 간의 인과관계를 모형으로 설정하고 대형오피스 빌딩 임차인 회사의 임대차계약담당자들로부터 직접 설문을 통하여 실증분석을 했다는 점이 중요한 차별성이라고 할 수 있다.

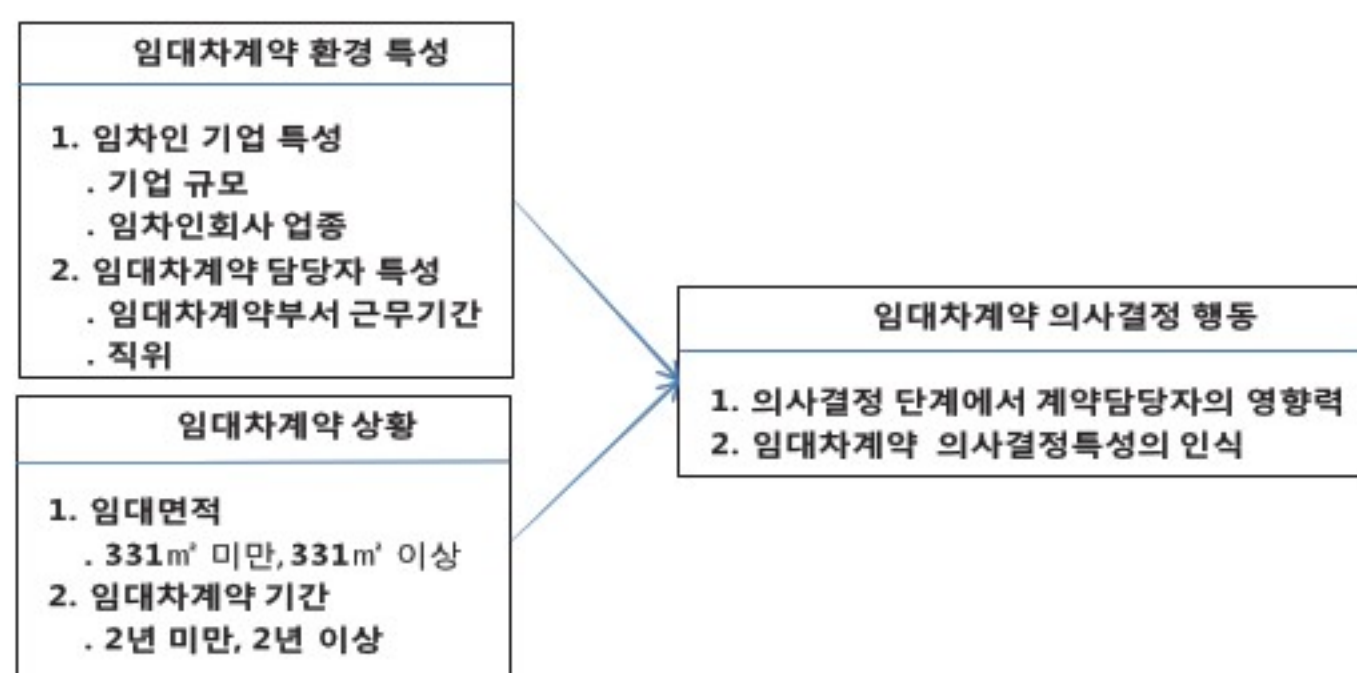
Ⅲ. 분석의 설계

1. 연구모형

임대차계약 환경특성은 ‘임차인 기업특성’, ‘임대차계약담당자 특성’으로 구분했으며(Webster and Wind, 1972), 임대차계약 상황은 ‘임대면적’, ‘임대차계약기간’으로 구분했다(McMillan, 1973; Robey and Johnston, 1977).

또한 Choffray and Lilien(1978)의 의사결정 매트릭스에 기초해서 오피스빌딩 임대차계약 의사결정 행동은 ‘의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력’, ‘임대차계약 의사결정특성의 인식’으로 구분했다. 이러한 이론과 가정을 기초로 오피스빌딩 임차인의 임대차계약 의사결정의 실증분석을 위한 연구모형을 <그림 2>와 같이 설정했다.

<그림 2> 연구모형



2. 연구가설

1) 임대차계약 환경특성과 임대차계약 의사 결정 행동

Webster and Wind(1972)는 구매의사결정은 환경적 요인, 조직적 요인, 사회적 요인, 개인적 요인에 따라서 차이가 발생한다고 주장했는데, 이들은 산업구매에 대한 체계적이고 현실적인 모델을 처음으로 제시함으로써 구매의사결정에 중요한 변수들을 밝혔다는데 그 의의가 크다.

박효상(1992)은 구매환경 특성은 구매과정특성의 중요성을 나타내는 요인들인 ‘구매의 중요성’, ‘의사결정의 복잡성’, ‘구매소요 시간’, ‘정보 탐색량’, ‘갈등발생 가능성’, ‘구매실패 가능성’, ‘구매결과 위험’, ‘구매 영향력’ 등의 요인들에 의해서 차이가 발생한다는 점을 실증적으로 분석했다.

따라서 이와 같은 연구결과들과 이론들을 기초로 오피스빌딩 임차인의 임대차계약 의사결정 행동도 임대차계약 환경특성에 따라서 차이가 발생할 수 있다는 점에 대해서 이론적 가정을 할 수 있다. 이러한 선행연구를 토대로 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1 : 임대차계약 환경특성에 따라서 임대차계약 의사결정행동에 차이가 있을 것이다.

가설 1-1 : 임대차계약 환경특성에 따라서 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기에 차이가 있을 것이다.

가설 1-2 : 임대차계약 환경특성에 따라서 임대차계약 의사결정특성의 인식의 크기에 차이가 있을 것이다.

2) 임대차계약 상황과 임대차계약 의사결정 행동

구매상황이 다른 영향요인 즉 조직구조나 개인요인에 비해서 조직의 구매의사결정 행동을 더 잘 설명해 준다는 것이 여러 연구들에서 입증되고 있으며(Spekman and Stern, 1979; Crow and Lindquist, 1985), 구매상황은 제품유형이나 구매 형태에 따라서 달라진다고 했다(Moriarty and Calper, 1978).

또한 구매상황에 따라서 구매행동에 차이가 발생한다고 했으며(Robey and Johnston, 1977), 박효상(1992)도 구매상황이 구매의사결정 특성의 인식에 영향을 준다는 점을 실증적으로 증명했다.

이와 같은 연구결과들과 이론들을 기초로 오피스빌딩 임차인의 임대차계약 의사결정행동도 임대차계약 상황에 따라서 차이가 발생할 수 있다는 점에 대해서 이론적 가정을 할 수 있다. 이러한 선행연구를 토대로 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2 : 임대차계약 상황에 따라서 임대차계약 의사결정행동에 차이가 있을 것이다.

가설 2-1 : 임대차계약 상황에 따라서 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기에 차이가 있을 것이다.

가설 2-2 : 임대차계약 상황에 따라서 임대차계약 의사결정특성의 인식의 크기에 차이가 있을 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

1) 임대차계약 환경특성

Webster and Wind(1972)가 제기하는 환경적 요인, 조직적 요인, 사회적 요인 및 개인적 요인과 박효상(1992)의 구매영향요인들로 기업특성, 산업특성 및 구매자특성 분류에 초점을 맞추어서, 임차인이 임대차계약과 관련하여 의사결정을 할 때 임대차계약 환경특성에 따라서 임대차계약 의사결정 행동에 어느 정도 차이가 있는지의 정도로 임대차계약 환경특성을 정의했다. Webster and Wind(1972)의 연구와 박효상(1992)의 연구를 토대로 본 연구의 목적에 맞는 측정항목을 선정했다.

임대차계약 환경특성을 ‘임차인 기업특성’, ‘임대차계약담당자 특성’으로 구분했으며, ‘임차인 기업특성’은 ‘기업규모’, ‘임차인회사 업종’으로 구분했고, ‘임대차계약담당자 특성’은 ‘임대차계약부서 근무기간’, ‘직위’로 구분했다. ‘기업규모’는 중소기업, 중견기업, 대기업으로 다시 구분했고, ‘임차인회사 업종’은 제조업, 도/소매업, 금융/보험업, 사업서비스업, 기타로 다시 구분했다. ‘임대차계약 근무기간’은 2년 미만, 2년 이상~6년 미만, 6년 이상으로 다시 구분했고, ‘직위’는 계약담당 사원, 계약담당 관리자, 계약담당 임원으로 다시 구분했다.

2) 임대차계약 상황

Robinson, Faris and Wind(1967)는 조직의 구매행동을 구매상황의 함수로 파악했으며, 박효상(1992)의 구매상황이 구매의사결정 특성의 인식에 영향을 준다는 실증적인 연구에 초점을 맞춰서, 임대차계약 상황은 임대면적이나 임대차계약

기간에 따라서 임대차계약 의사결정 행동이 어떻게 달라지는지의 정도로 임대차계약 상황을 정의했다. 또한 오피스빌딩의 임대차계약은 거의 대부분 임대차계약을 갱신할 때 계약기간이 장기간이기 때문에 모든 계약조건을 다시 재협상해서 재계약을 체결하는 경우가 대부분으로 거의 신규 구매와 유사한 구매 상황과 같으므로 임대차계약은 신규계약 상황만 고려하는 것으로 했다. Robinson, Faris and Wind(1967)의 연구와 박효상(1992)의 연구를 토대로 본 연구의 목적에 맞는 측정항목을 선정했다.

임대차계약 상황을 ‘임대면적’, ‘임대차계약기간’으로 구분했으며, ‘임대면적’은 ‘331m² 미만’, ‘331m² 이상’으로 구분했고, ‘임대차계약기간’은 ‘2년 미만’, ‘2년 이상’으로 구분했다.

3) 임대차계약 의사결정 행동

Johnston and Lewin(1996)은 조직구매자들이 B2B 산업재를 구매할 때 ‘구매단계’를 ‘구매의 필요성 인식’, ‘구매내용의 명확화’, ‘제품스펙 결정’, ‘공급업체 탐색’, ‘공급업체 제안서 평가’, ‘공급업체 선정’, ‘계약서 작성 및 주문처리’, ‘구매 후 성과 평가’의 8단계를 거친다고 설명하고 있으며, Webster and Wind(1972)의 산업재 구매 의사 결정과정의 5단계 모형을 주장하고 있다. 박효상(1992)은 ‘구매의사결정’과 관련한 ‘구매과정특성’을 ‘구매의 중요성’, ‘의사결정의 복잡성’, ‘구매소요시간’, ‘정보탐색량’, ‘갈등발생 가능성’, ‘구매실패 가능성’, ‘구매결과 위험’, ‘구매영향력의 크기’ 등으로 규정하고 이러한 ‘구매과정특성’이 ‘구매행동’에 얼마나 크게 영향을 미치는지를 평가하고 있다. 이러한 연구들의 결과를 기초로 임대차계약 의사결정 행동과 임대차계약 환경 특

성 및 임대차계약 상황의 인과관계 정도로 임대차계약 의사결정 행동을 정의했다.

Johnston and Lewin(1996)의 연구, Webster and Wind(1972) 및 박효상(1992)의 연구를 토대로 본 연구의 목적에 맞도록 측정항목을 선정했다.

‘임대차계약 의사결정 행동’을 측정하기 위해서 ‘의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력’, ‘임대차계약 의사결정특성의 인식’으로 구분했다.

‘의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력’은 ‘임대차계약의 필요성 및 문제제기’, ‘사무실 계약면적 및 계약조건 구체화’, ‘오피스빌딩 조사’, ‘임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정’, ‘임대차계약조건 확정 및 임대차 여부 결정’, ‘임대인과 임대차계약 체결’, ‘근무 후 만족도 평가’로 구분했다.

‘임대차계약 의사결정특성의 인식’은 ‘서비스 품질이 기업성과 실현에 미치는 중요성’, ‘임대차계약 의사결정의 복잡성’, ‘계약필요성을 느낀 때 부터 빌딩선정까지의 소요시간’, ‘의사결정에 필요한 정보의 탐색 정도’, ‘의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성’, ‘임대차계약 의사결정이 잘못될 가능성’, ‘잘못된 임대차계약이 계약담당자에게 미치는 부정적 영향’으로 구분했다.

IV. 실증분석

1. 설문문의 구성 및 조사방법

조사대상은 11층 이상 이고, 10,000m² 이상의 대형오피스빌딩에 입주한 임차인 회사의 임대차 계약 담당부서에 근무하는 임대차계약 담당자로 설정하였다. 조사한 대형오피스빌딩 중 총 152개의 오피스빌딩(CBD: 54개, GBD: 60개 YBD: 38

〈표 2〉 설문조사 구성

임 대 차 계 약 의 사 결 정 행 동	의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기 (7)	임대차계약의 필요성 및 문제의 제기	리커트 7점
		사무실계약면적 및 계약조건 구체화	
		오피스빌딩 조사	
		임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정	
		임대차계약조건 확정 및 임대차여부 결정	
		임대인과 임대차계약 체결	
		근무 후 만족도 평가	
	임대차계약 의사결정특성 인식의 크기 (7)	서비스품질의 기업성과실현에의 중요성	리커트 7점
		임대차계약 의사결정의 복잡성	
		계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간	
		임대차계약 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도	
		의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성	
		임대차계약 의사결정이 잘못될 가능성	
		임대차계약 담당자에게 미치는 부정적 영향	
빌딩현황 (5)	소재지, 용도, 지상 층수, 지상 연면적, 경과 연수	명목척도	
임차인회사 현황 (3)	기업규모, 회사설립연도, 회사업종,	명목척도	
임대차계약담당자 인적사항 (4)	성별, 연령, 현부서 근무기간, 직위	명목척도	

개)을 설문대상으로 한정하였으며, 빌딩 당 2~3명 정도의 임대차계약담당자를 일대일로 심층면접을 실시하였다. 설문조사 구성은 <표 2>과 같다.

표본추출은 층화추출법을 사용하여 개별적으로 심층면접을 실시하였으며, 수집된 설문에 대해서는 누락된 내용이나 응답 란에 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 총 314부의 유효한 설문지를 얻어서 연구내용을 검증하는데 이용되었다. 통계처리는 SPSS 21.0 패키지를 이용하여 분석하였으며, 기초통계량 분석, 빈도분석, 상관분석, 신뢰도 분석 및 다변량분산분석(MANOVA), T분석 등을 실시하였다.

2. 기초분석

1) 응답자의 특성

본 설문에 응답한 사람들의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 남성은 62.4%, 여성은 37.6%로, 계약담당부서 근무기간은 2년 미만이 43.9%, 2년 이상~6년 미만이 36.3%로 직위는 과장이 24.5%, 주임/대리는 24.2%로 나타났으며, 기업규모는 중소기업이 41.7%, 대기업이 32.2%로, 업종은 사업서비스업이 30.6%, 금융/보험업이 15.0%로 나타났다. 응답자의 특성은 <표 3>과 같다.

2) 빌딩의 특성

임차인 회사가 입주해 있는 오피스빌딩의 특성은 CBD가 37.3%, GBD가 32.8%, YBD가 29.9%로, 빌딩의 층수규모는 11층~15층 이하

〈표 3〉 응답자의 특성

구분	유형	응답자수(%)	구분	유형	응답자수(%)
성별	남성	196(62.4)	기업 규모	중소기업	131(41.7)
	여성	118(37.6)		중견기업	82(26.1)
	합계	314(100.0)		대기업	101(32.2)
		합계		314(100.)	
연령	30대 이하	172(54.8)	임자인 회사 설립연도	10년 미만	151(48.1)
	40대	107(34.1)		10년 이상~20년 미만	95(30.3)
	50대 이상	35(11.1)		20년 이상	68(21.7)
	합계	314(100.0)		합계	314(100.0)
계약담당 부서 근무기간	2년 미만	138(43.9)	회사 업종	제조업	25(8.0)
	2년 이상~6년 미만	114(36.3)		도/소매업	40(12.7)
	6년 이상	62(19.7)		정보통신업	38(12.1)
	합계	314(100.0)		금융/보험업	47(15.0)
직위	계약담당 사원	60(19.1)		부동산/임대업	19(6.1)
	주임/대리	76(24.2)		사업서비스업	96(30.6)
	과장	77(24.5)		건설업/개발업	30(9.6)
	차장	31(9.9)		교육서비스업	9(2.9)
	부장	28(8.9)		기타	10(3.2)
	이사/중역	16(5.1)		합계	314(100.0)
	대표이사	26(8.3)			
	합계	314(100.0)			

〈표 4〉 빌딩의 특성

구분	유형	응답자수(%)	구분	유형	응답자수(%)
소재지	CBD	117(37.3)	연면적	10,000m ² 이상~20,000m ² 미만	142(45.2)
	GBD	103(32.8)		20,000m ² 이상~30,000m ² 미만	41(13.1)
	YBD	94(29.9)		30,000m ² 이상~40,000m ² 미만	46(14.6)
	합계	314(100.0)		40,000m ² 이상~60,000m ² 미만	26(8.3)
용도	임대 전용	260(82.8)		60,000m ² 이상	59(18.8)
	사옥/임대 겸용	54(17.2)	합계	314(100.0)	
	합계	314(100.0)	경과년수 (12년 기준)	10년 미만	51(16.2)
층수	11층~15층이하	115(36.6)		10년 이상~20년 미만	89(28.3)
	16층~20층이하	100(31.8)		20년 이상~30년 미만	133(42.4)
	21층~25층이하	69(22.0)		30년 이상~40년 미만	31(9.9)
	26층~30층이하	13(4.1)		40년 이상	10(3.2)
	31층이상	17(5.4)		합계	314(100.0)
	합계	314(100.0)			

〈표 5〉 B2B 임대차계약 의사결정 행동에 대한 기초통계량

구 분		통계량 (N)	평균	표준 편차	α 값
의사결정 단계에서 계약담당자 영향력의 크기(4.41)	임대차계약의 필요성 및 문제의 제기	314	4.40	1.278	.933
	사무실계약면적 및 계약조건 구체화	314	4.40	1.330	
	오피스빌딩 조사	314	4.29	1.376	
	임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정	314	4.36	1.316	
	임대차계약조건 확정 및 임대차 여부 결정	314	4.30	1.323	
	임대인과 임대차계약 체결	314	4.42	1.406	
	근무 후 만족도 평가	314	4.67	1.354	
임대차계약 의사결정특성 인식의 크기(4.18)	서비스품질의 기업성과실현에의 중요성	314	4.70	1.054	.821
	임대차계약 의사결정의 복잡성	314	4.19	1.050	
	계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간	314	4.26	1.061	
	의사결정에 필요한 정보의 탐색정도	314	4.31	1.091	
	의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성	314	3.89	1.083	
	임대차계약 의사결정이 잘못될 가능성	314	3.88	1.170	
	임대차계약 담당자에게 미치는 부정적 영향	314	4.03	1.81	

주 : ()는 각 수준별 측정항목의 평균값의 평균임.

가 36.6%, 16층~20층 이하가 31.8%로, 연면적은 10,000㎡ 이상~20,000㎡ 이하가 45.2%, 20,000㎡ 이상~30,000㎡ 미만이 13.1%로 나타났다. 빌딩의 특성은 <표 4>와 같다.

3. 기본적인 통계분석 결과

1) 기초통계량 및 신뢰도분석

본 설문조사의 각 항목별 기초통계량은 <표 5>와 같이 '의사결정의 단계에서 계약담당자 영향력의 크기'의 평균값은 4.41로 임대차계약 의사결정의 각 단계에서 계약담당자의 영향력이 큰 것으로 나타났다. '임대차계약 의사결정특성 인식의 크기'에 대한 평균값은 4.18로 대형오피스빌딩의 경우 임대차계약을 할 때 계약담당자들이 임대차계약 의사결정특성에 대한 인식을 크게 하는 것으로 나타났다.

또한 각각의 설문문항들에 대한 신뢰도 확인을 위한 Cronbach's α 값이 .821 이상이 나와서 각 측정문항이 본 내용을 측정하기에 문제가 없는 것으로 판단된다.

2) 각 변수들 간의 상관관계

다변량분산분석(MANOVA)에 따르는 각각의 변수들 간의 상관관계분석 결과는 <표 6>과 같다.

4. 가설의 검증 및 분석 결과

1) 가설 1의 검증

가설1은 임대차계약 환경특성에 따라서 임대차계약 의사결정행동에 차이가 있는지를 검증하려는 것이다. 가설1의 검증을 위해서 다변량분산분석(MANOVA) 분석을 실시했다. MANOVA 분석의 경우에는 Scheffe와 Bonferroni의 사후검

〈표 6〉 각 변수들 간의 상관관계 분석

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	.692**	.628**	.747**	.721**	.685**	.437**	.312**	.553**	.373**	.442**	.402**	.099	.134*	.213**	.023	.100	.367**	.176**	.313**
2	.692**	1	.715**	.763**	.716**	.743**	.532**	.362**	.570**	.431**	.601**	.564**	.145*	.146**	.222**	.003	.135*	.399**	.297**	.385**
3	.628**	.715**	1	.792**	.661**	.723**	.542**	.242**	.590**	.472**	.580**	.620**	.225**	.216**	.360**	-.012	.198**	.423**	.376**	.453**
4	.747**	.763**	.792**	1	.785**	.817**	.531**	.361**	.643**	.488**	.574**	.586**	.248**	.243**	.255**	.052	.119*	.431**	.288**	.442**
5	.721**	.716**	.661**	.785**	1	.768**	.457**	.322**	.672**	.484**	.490**	.436**	.160**	.180**	.172**	.089	.092	.420**	.186**	.352**
6	.685**	.743**	.723**	.817**	.768**	1	.499**	.330**	.610**	.441**	.543**	.492**	.205**	.141*	.243**	-.016	.187**	.451**	.287**	.410**
7	.437**	.532**	.542**	.531**	.457**	.499**	1	.378**	.393**	.326**	.420**	.428**	.147**	.133*	.199**	.021	.037	.252**	.202**	.261**
8	.312**	.362**	.242**	.361**	.322**	.330**	.378**	1	.429**	.289**	.355**	.377**	.225**	.235**	.057	.013	-.003	.192**	.074	.117*
9	.553**	.570**	.590**	.643**	.672**	.610**	.393**	.429**	1	.550**	.537**	.498**	.212**	.261**	.171**	-.018	.108	.438**	.209**	.312**
10	.373**	.431**	.472**	.488**	.484**	.441**	.326**	.289**	.550**	1	.537**	.542**	.269**	.266**	.181**	-.010	.119*	.252**	.183**	.285**
11	.442**	.601**	.580**	.574**	.490**	.543**	.420**	.355**	.537**	.537**	1	.757**	.373**	.212**	.246**	-.045	.141*	.236**	.222**	.325**
12	.402**	.564**	.620**	.586**	.436**	.492**	.428**	.377**	.498**	.542**	.757**	1	.378**	.271**	.291**	-.091	.105	.270**	.281**	.372**
13	.099	.145*	.225**	.248**	.160**	.205**	.147**	.225**	.212**	.269**	.373**	.378**	1	.637**	.230**	-.120*	-.041	.002	.119*	.102
14	.134*	.146**	.216**	.243**	.180**	.141*	.133*	.235**	.261**	.266**	.212**	.271**	.637**	1	.132*	-.044	-.021	.015	.087	.056
15	.213**	.222**	.360**	.255**	.172**	.243**	.199**	.057	.171**	.181**	.246**	.291**	.230**	.132*	1	-.188**	.205**	.043	.649**	.476**
16	.023	.003	-.012	.052	.089	-.016	.021	.013	-.018	-.010	-.045	-.091	-.120*	-.044	-.188**	1	-.044	.055	-.115*	-.013
17	.100	.135*	.198**	.119*	.092	.187**	.037	-.003	.108	.119*	.141*	.105	-.041	-.021	.205**	-.044	1	.214**	.268**	.247**
18	.367**	.399**	.423**	.431**	.420**	.451**	.252**	.192**	.438**	.252**	.236**	.270**	.002	.015	.043	.055	.214**	1	.168**	.363**
19	.176**	.297**	.376**	.288**	.186**	.287**	.202**	.074	.209**	.183**	.222**	.281**	.119*	.087	.649**	-.115*	.268**	.168**	1	.587**
20	.313**	.385**	.453**	.442**	.352**	.410**	.261**	.117*	.312**	.285**	.325**	.372**	.102	.056	.476**	-.013	.247**	.363**	.587**	1

- 주 1) 1. 임대차계약의 필요성 및 문제의 제기,
 3. 오피스빌딩 조사,
 5. 임대차계약조건 확정 및 임대차여부 결정,
 7. 근무 후 만족도 평가,
 9. 임대차계약 의사결정의 복잡성,
 11. 임대차계약 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도,
 13. 임대차계약 의사결정이 잘못될 가능성,
 15. 기업규모,
 17. 임대차계약부서 근무기간,
 19. 임대면적,

2. 사무실계약면적 및 계약조건 구체화
 4. 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정
 6. 임대인과 임대차계약 체결
 8. 서비스품질의 기업성과실현에의 중요성
 10. 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간
 12. 의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성
 14. 임대차계약담당자에게 미치는 부정적인 영향
 16. 임차인회사업종
 18. 직위
 20. 임대차계약 기간

- 주 2) 1. pearson의 상관계수 값이며, N은 314임.
 2. *P<0.05 **P<0.01 ***P<0.001

정)을 실시하여 각 집단 간에 유의한 차이가 있는지와 유의한 차이가 있는 경우 이에 따른 크기를 대소로 구분해서 표기했다. 본 연구에서는 주로 Scheffe의 사후검증 결과를 기준으로 검증결과를 제시했다.

가설 1-1 : 임대차계약 환경특성에 따라서 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기에 차이가 있을 것이다.

임대차계약 환경특성은 ‘임차인 기업특성’, ‘임대차계약 담당자 특성’으로 나누었으며, ‘임차인 기업특성’은 ‘기업규모’, ‘임차인회사 업종’이며, ‘계약담당자 특성’은 ‘임대차계약부서 근무기간’, ‘직위’ 등이다. ‘의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기’로는 ‘① 임대차계약의 필요성 및 문제제기’, ‘② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화’, ‘③ 오피스빌딩 조사’, ‘④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정’, ‘⑤ 임대차계약조건 확정 및 임대차 여부 결정’, ‘⑥ 임대인과 임대차계약

1) 사후검증에는 Tukey법, Scheffe법, Bonferroni법, Duncan법 등이 있는데, Tukey법은 일반적으로 각각의 cell의 크기가 같을 때 사용하며, Scheffe법, Bonferroni법은 각각의 cell의 크기가 같거나 다르거나 상관없이 사용할 수 있다(여운승, 2006 : 439-443)

〈표 7〉 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력 크기의 분산분석 결과

항 목	구 분			N	평균	표준 편차	F(p)	사후검증
① 임대차 계약의 필요성 및 문제제기	임차인 기업특성	기업 규모	중소기업(1)	131	4.1	1.477	7.488 (.001**)	1<3**
			중견기업(2)	82	4.48	1.009		
			대기업(3)	101	4.73	1.104		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당 사원(1)	136	3.94	1.14	24.378 (.000***)	1<2,3*** 2<3**
			계약담당 관리자(2)	136	4.57	1.146		
			계약담당 임원(3)	42	5.33	1.476		
② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화	임차인 기업특성	기업 규모	중소기업(1)	131	4.01	1.47	10.637 (.000***)	1<2,3**
			중견기업(2)	82	4.71	1.181		
			대기업(3)	101	4.67	1.115		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당 사원(1)	136	3.87	1.21	29.499 (.000***)	1<2,3*** 2<3**
			계약담당 관리자(2)	136	4.63	1.185		
			계약담당 임원(3)	42	5.40	1.38		
③ 오피스빌딩 조사	임차인 기업특성	기업 규모	중소기업(1)	131	3.69	1.369	25.022 (.000***)	1<2,3***
			중견기업(2)	82	4.56	1.187		
			대기업(3)	101	4.83	1.233		
	계약 담당자 특성	계약부서 근무기간	2년미만(1)	138	4.04	1.317	6.550 (.002**)	1<3**
			2년이상~6년미만(2)	114	4.31	1.358		
			6년이상(3)	62	4.79	1.416		
	직위	계약담당 사원(1)	136	3.64	1.165	35.324 (.000***)	1<2,3***	
		계약담당 관리자(2)	136	4.65	1.313			
		계약담당 임원(3)	42	5.19	1.273			
④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정	임차인 기업특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.93	1.453	12.856 (.000***)	1<2** 1<3***
			중견기업(2)	82	4.63	1.083		
			대기업(3)	101	4.69	1.147		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당 사원(1)	136	3.80	1.16	35.566 (.000***)	1<2,3*** 2<3***
			계약담당 관리자(2)	136	4.57	1.171		
			계약담당 임원(3)	42	5.48	1.348		
⑤ 임대차계약조건 확정및임대차여 부 결정	임차인 기업특성	기업규모	중소기업(1)	131	4.03	1.493	5.087 (.007**)	1<3*
			중견기업(2)	82	4.43	1.123		
			대기업(3)	101	4.55	1.179		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당 사원(1)	136	3.82	1.156	36.139 (.000***)	1<2,3*** 2<3***
			계약담당 관리자(2)	136	4.39	1.175		
			계약담당 임원(3)	42	5.60	1.38		
⑥ 임대인과 임대차계약 체결	임차인 기업특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.98	1.468	11.426 (.0000***)	1<2** 1<3***
			중견기업(2)	82	4.68	1.195		
			대기업(3)	101	4.76	1.343		
	계약 담당자 특성	계약부서 근무기간	2년미만(1)	138	4.17	1.321	5.680 (.004**)	1<3**
			2년이상~6년미만(2)	114	4.47	1.453		
			6년이상(3)	62	4.87	1.397		
	직위	계약담당 사원(1)	136	3.77	1.161	39.658 (.000***)	1<2,3*** 2<3***	
		계약담당 관리자(2)	136	4.70	1.341			
		계약담당 임원(3)	42	5.60	1.289			
⑦ 근무 후 빌딩만족도 평가	임차인 기업특성	기업규모	중소기업(1)	131	4.38	1.566	6.400 (.002**)	1<3**
			중견기업(2)	82	4.71	1.012		
			대기업(3)	101	5.01	1.221		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당 사원(1)	136	4.32	1.381	10.558 (.000***)	1<2** 1<3***
			계약담당관리자(2)	136	4.83	1.208		
			계약담당임원(3)	42	5.29	1.419		

*p<0.05 **p<0.01, ***p<0.001

체결', '⑦ 근무 후 빌딩 만족도 평가' 등의 7개 단계에 대해서 MANOVA분석을 실시했다. 의사결정단계에서 계약담당자의 영향력의 크기의 분산분석 결과는 <표 7>과 같다.

(1) 임차인기업특성에 대한 분석결과

첫째, 기업규모는 '의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기'에 대해서 '① 임대차계약의 필요성 및 문제제기', '② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화', '③ 오피스빌딩 조사', '④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정', '⑤ 임대차계약조건 확정 및 임대차 여부 결정', '⑥ 임대인과 임대차계약 체결', '⑦ 근무 후 빌딩 만족도 평가' 등의 7개 단계 모두에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

기업규모는 '② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화'를 제외한 모든 단계에서 대기업이 가장 큰 것으로 나타났는데(4.55 이상), 이는 대기업은 임대차계약 업무가 업무분장이 잘 되어 있고 임대차계약 업무를 담당하는 부서나 담당자의 역할이나 권한이 중견기업이나 중소기업보다 크기 때문인 것으로 판단된다. '② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화' 단계에서 중견기업(4.71)이 가장 크게 나타난 것은 대기업(4.67)과의 차이는 0.04로 크지는 않지만 이유는 본 단계는 일반적으로 회사 내의 여러 부서와 관련된 업무로서 회사 내에서 결정해야 할 사안이기 때문에 대기업은 여러 관련 부서들이 공동으로 협의해야 하기 때문에 계약담당자의 영향력은 그만큼 줄어들며, 중견기업의 경우에는 협력부서가 적기 때문에 계약담당자나 계약담당부서의 역할이 그만큼 커지기 때문으로 판단된다.

사후검증 결과는 7개 단계 모두에서 대기업이

나 중견기업이 중소기업보다 크게 나타나거나, 대기업이 중견기업보다 크거나 중견기업이 중소기업보다 크게 나타나고 있다($p < .05$ 이하).

둘째, 임차인회사의 업종은 '의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기'에 대해서 7단계 모두에서 비유의적으로 나타났다. 그 이유는 임대차계약 의사결정은 모든 단계가 회사의 업종과 관계없이 아마도 비슷하게 이루어지고 있어서 업종별로 큰 차이가 없어서 유의성이 없는 것으로 분석결과가 나타난 것으로 생각된다.

(2) 임대차계약 담당자특성에 대한 분석결과

첫째, 임대차계약부서 근무기간은 '의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기'에 대한 '③ 오피스빌딩 조사', '⑥ 임대인과 임대차계약 체결' 등의 2개 단계에서만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

계약부서 근무기간은 6년 이상이 2개 단계에서 모두 가장 크게 나타났는데(4.79 이상), 이는 다른 단계에서보다 오피스빌딩 조사나 임대인과 임대차계약 체결 단계에서 임대차계약부서 근무기간이 길수록 오피스빌딩 조사나 임대차계약체결 시에 많은 경력과 노하우로 좋은 빌딩을 찾을 수 있거나 유리한 계약조건을 이끌어 낼 수 있는 능력이 있기 때문에 그만큼 영향력이 크게 나타난 것으로 판단된다.

사후검증 결과는 2개 단계 모두에서 6년 이상이 2년 미만보다 크게 나타나고 있다($p < .01$ 이하).

둘째, 직위는 '의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기'에 대한 '① 임대차계약의 필요성 및 문제제기', '② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화', '③ 오피스빌딩 조사', '④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정', '⑤ 임대차계약조

〈표 8〉 임대차계약 의사결정특성 인식의 크기의 분산분석 결과

항 목	구 분			N	평균	표준 편차	F(p)	사후검증
① 서비스품질이 기업성과실현에 미치는 중요성	계약 담당자 특성	직위	계약담당사원(1)	136	4.51	1.068	6.156 (.002**)	1<3*
			계약담당관리자(2)	136	4.75	0.964		
			계약담당임원(3)	42	5.14	1.16		
② 임대차계약 의사결정의 복잡성	임차인 기업 특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.99	1.092	5.252 (.006**)	1<3**
			중견기업(2)	82	4.22	0.903		
			대기업(3)	101	4.44	1.062		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당사원(1)	136	3.92	0.935	10.556 (.000***)	1<2** 1<3***
			계약담당관리자(2)	136	4.32	1.039		
			계약담당임원(3)	42	4.67	1.203		
③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간	임차인 기업 특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.90	0.999	13.885 (.0000***)	1<2,3***
			중견기업(2)	82	4.55	1.008		
			대기업(3)	101	4.49	1.055		
	계약 담당자 특성	임대차계약 부서 근무기간	2년미만(1)	138	4.11	0.918	3.145 (.044*)	1<3*
			2년이상~6년미만(2)	114	4.31	1.153		
			6년이상(3)	62	4.50	1.142		
		직위	계약담당사원(1)	136	3.99	0.97	9.261 (.000***)	1<2,3**
			계약담당관리자(2)	136	4.39	1.117		
			계약담당임원(3)	42	4.69	0.95		
④ 임대차계약 의사결정에필요한 정보의 탐색정도	임차인 기업 특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.92	1.045	16.077 (.000***)	1<2,3***
			중견기업(2)	82	4.51	0.959		
			대기업(3)	101	4.64	1.101		
		임차인회사 업종	제조업(1)	25	4.88	1.013	3.634 (.007**)	4<1*
			도/소매업(2)	40	4.40	1.236		
			금융/보험업(3)	47	4.28	1.174		
	사업서비스업(4)		96	4.03	1.01			
	기타(5)		106	4.40	1.03			
	계약 담당자 특성	직위	계약담당사원(1)	136	3.96	0.999	13.284 (.000***)	1<2,3***
			계약담당관리자(2)	136	4.52	1.115		
			계약담당임원(3)	42	4.71	0.995		
	⑤ 임대차계약 의사결정시타인과 의견불일치 가능성	임차인 기업 특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.60	1.043	8.941 (.000***)
중견기업(2)				82	3.99	1.083		
대기업(3)				101	4.18	1.053		
⑥ 임대차계약 의사결정이잘못될 가능성	임차인 기업 특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.77	1.147	3.958 (.020*)	1<3*
			중견기업(2)	82	3.73	1.066		
			대기업(3)	101	4.15	1.244		
⑦ 임대차계약 담당자에게 미치는부정적 영향	임차인 기업 특성	기업규모	중소기업(1)	131	3.72	1.165	8.961 (.000***)	1<3***
			중견기업(2)	82	4.13	1.063		
			대기업(3)	101	4.35	1.204		
	계약 담당자 특성	직위	계약담당사원(1)	136	3.85	1.051	3.586 (.029*)	1<2** 1<3***
			계약담당관리자(2)	136	4.23	1.167		
			계약담당임원(3)	42	3.95	1.513		

건 확정 및 임대차 여부 결정', '⑥ 임대인과 임대차계약 체결', '⑦ 근무 후 빌딩 만족도 평가' 등의 7개 단계 모두에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

직위는 모든 단계에서 계약담당 임원이 가장 크게 나타났는데(5.19 이상), 이는 계약담당 임원은 회사의 경영에 대한 책임자로서 의사결정의 모든 단계에서 당연히 계약담당 관리자나 계약담당사원보다 영향력이 크기 때문인 것으로 판단된다. 계약담당 관리자는 계약담당사원보다 모든 단계에서 영향력이 큰 것으로 나타나고 있다.

사후검증 결과는 7개 단계 모두에서 계약담당 임원이 계약담당 관리자나 계약담당사원보다 크게 나타나거나, 계약담당 관리자가 계약담당 사원보다 크거나 계약담당 임원이 계약담당 사원보다 크게 나타나고 있다($p < .01$ 이하).

(2) 가설 1-2 : 임대차계약 환경특성에 따라서 임대차계약 의사결정특성의 인식의 크기에 차이가 있을 것이다.

임대차계약 환경특성은 '임차인 기업특성', '임대차계약 담당자 특성'으로 나누었으며 상세 내용은 가설 1-1과 같다.

'임대차계약 의사결정특성 인식의 크기'로는 '① 서비스품질의 기업성과 실현에의 중요성', '② 임대차계약 의사결정의 복잡성', '③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간', '④ 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도', '⑤ 의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성', '⑥ 임대차계약 의사결정이 잘못될 가능성', '⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향' 등에 대해서 MANOVA 분석을 실시했다. 임대차계약 의사결정특성의 크기의 분간분석 결과는 <표 8>과 같다.

(1) 임차인기업특성에 대한 분석결과

첫째, 기업규모는 '임대차계약 의사결정특성의 인식'에 대해서 '① 서비스품질의 기업성과 실현에의 중요성'을 제외한 '② 임대차계약 의사결정의 복잡성', '③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간', '④ 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도', '⑤ 의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성', '⑥ 임대차계약 의사결정이 잘못될 가능성', '⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향' 등의 6개 인식에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

기업규모는 '③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간'을 제외한 모든 인식에서 대기업이 가장 큰 것으로 나타났는데(4.15 이상), 이는 대기업은 중소기업이나 중견기업보다 임대차하는 계약면적도 크고 따라서 임대료나 관리비 등의 지출도 많으며, 의사결정을 하는 조직도 크고 의사결정 단계도 많기 때문에 '임대차계약 의사결정특성의 인식'의 대부분을 더 크게 인식하고 있는 것으로 판단된다. 특히 '③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간' 인식이 중견기업(4.55)이 가장 크게 나타난 것은 대기업(4.49)과의 차이는 0.06로 크지 않기 때문에 특별한 의미가 없는 것으로 추측된다.

사후검증 결과는 6개 인식 모두에서 대기업이나 중견기업이 중소기업보다 크게 나타나거나, 대기업이 중견기업보다 크거나 중견기업이 중소기업보다 크게 나타나고 있다($p < .05$ 이하).

둘째, 임차인회사의 업종은 '임대차계약 의사결정특성의 인식'에 대해서 '④ 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도'의 1개 인식에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 임차인회사 업종은 제조업의 크기가 가장 큰 것으로 나타났는데(4.88), 이유는 제조업들은 일반적으로 대기업인

경우가 많았으며, 다른 업종에 비해서 회사도 오래되고 의사결정 구조도 복잡하기 때문에 의사결정에 필요한 정보의 탐색을 더 많이 하는 것으로 인식하기 때문으로 판단된다.

사후검증 결과는 제조업이 사업서비스업보다 인식을 크게 하고 있는 것으로 나타났는데 ($P<.05$), 이는 제조업이 사업서비스업보다 회사규모도 크고 의사결정 구조나 단계가 더 복잡하기 때문에 정보의 탐색정도가 더 높은 것으로 판단된다.

(2) 임대차계약 담당자특성에 대한 분석결과

첫째, 임대차계약부서 근무기간은 ‘임대차계약 의사결정특성의 인식’에 대해서 ‘③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간’의 1개 인식에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

계약부서 근무기간은 6년 이상이 가장 큰 것으로 나타났는데(4.50), 이는 임대차계약부서 근무기간이 길면 일반적으로 직위도 높고, 직위가 높으면 의사결정에 필요한 정보를 많이 확인해야 하고 다른 부서와도 협력해야 하는 업무가 많아서 소요시간이 많이 걸릴 거라고 인식할 것으로 판단된다.

사후검증 결과는 6년 이상이 2년 미만보다 크게 나타나고 있는데($p<.05$), 6년 이상이면 대부분 관리자나 임원이기 때문에 그만큼 소요시간이 많이 걸릴 것이라고 판단된다.

둘째, 직위는 ‘임대차계약 의사결정특성의 인식’에 대해서 ‘① 서비스품질의 기업성과 실현에의 중요성’, ‘② 임대차계약 의사결정의 복잡성’, ‘③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간’, ‘④ 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도’, ‘⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향’ 등의 5개 인

식에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

직위는 ‘⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향’을 제외한 모든 인식에서 계약담당 임원이 가장 크게 나타났는데(4.69 이상), 계약담당 임원은 임대차계약을 할 때 임원으로서 회사의 전체적인 경영을 책임지고 있기 때문에 ‘임대차계약 의사결정특성의 인식’의 대부분에 대해서 크게 인식을 할 것으로 판단된다. ‘⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향’에서 계약담당 관리자가 계약담당 임원보다 인식을 더 크게 하는 이유는 임대차계약의 특성상 임대차계약관리자가 대부분 최종의사결정을 하는데 필요한 사항들을 확인하고 임대인이나 전문자산관리회사와 직접 접촉해서 계약조건을 협의하고 최고의사결정자가 필요로 하는 정보들을 탐색하고 제공하기 때문에 계약담당임원보다 더 업무적으로 책임이 많은 것으로 인식하기 때문으로 판단된다.

사후검증 결과는 7개 단계 모두에서 계약담당 임원이 계약담당 관리자나 계약담당사원보다 크게 나타나거나, 계약담당 관리자가 계약담당 사원보다 크거나 계약담당 임원이 계약담당 사원보다 크게 나타나고 있다($p<.05$ 이하).

2) 가설 2의 검증

가설2는 대형오피스빌딩의 임대차계약 상황에 따라서 임대차계약 의사결정행동은 어떤 차이가 있는지를 살펴보기 위해서 T검정을 실시했다. T검정은 독립된 두 개의 표본 평균 간의 차이를 검증할 때 이용 된다(이학식·임지훈, 2012 : 151-152). 분석결과는 T통계량과 유의수준($*p<.05$, $**p<.01$, $***p<.001$)으로 표시하였다.

<표 9> 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기의 T분석 결과

항 목	구 분		N	평균	표준편차	F(p)	
① 임대차계약의 필요성 및 문제제기	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.19	1.386	3.165 (.002**)
			331 이상(2)	144	4.65	1.093	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	4.01	1.275	5.831 (.000***)	
		2년이상(2)	155	4.81	1.151		
② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.04	1.378	5.499 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.83	1.134	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.90	1.294	7.374 (.000***)	
		2년이상(2)	155	4.92	1.16		
③ 오피스빌딩 조사	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	3.81	1.337	7.161 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.85	1.202	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.67	1.26	8.965 (.000***)	
		2년이상(2)	155	4.92	1.195		
④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.01	1.41	5.308 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.77	1.063	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.79	1.26	8.707 (.000***)	
		2년이상(2)	155	4.95	1.098		
⑤ 임대차 계약조건 확정 및 임대차 여부 결정	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.08	1.455	3.342 (.001**)
			331 이상(2)	144	4.57	1.095	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.84	1.261	6.652 (.000***)	
		2년이상(2)	155	4.77	1.22		
⑥ 임대인과 임대차계약 체결	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.05	1.426	5.284 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.85	1.251	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.85	1.289	7.941 (.000***)	
		2년이상(2)	155	5.00	1.279		
⑦ 근무 후 빌딩만족도 평가	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.42	1.49	3.641 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.97	1.106	
	임대차계약 기간	2년미만(1)	159	4.32	1.455	4.772 (.000***)	
		2년이상(2)	155	5.03	1.139		

가설 2-1 : 임대차계약 상황에 따라서 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기에 차이가 있을 것이다.

임대차계약 상황으로는 '임대면적', '임대차계약기간'으로 나뉘었으며, '임대면적'은 '331m² 미

만', '331m² 이상'이며, '임대차계약기간'은 '2년 미만', '2년 이상' 등이다. '의사결정단계에서 계약담당자의 영향력의 크기'의 상세한 내용은 가설 1-1과 같으며 7개 단계에 대해서 T분석을 실시했다. 의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기의 T분석 결과는 <표 9>와 같다.

〈표 10〉 임대차계약 의사결정특성의 인식의 크기의 T분석 결과

항 목	구 분			N	평균	표준편차	F(p)
① 서비스품질이 기업성과실현에의 중요성	임대차 계약 상황	임대차계약 기간	2년 미만(1)	159	4.58	1.155	2.088 (.038*)
			2년 이상(2)	155	4.83	0.927	
② 임대차계약 의사결정의 복잡성	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.02	1.057	3.289 (.001**)
			331 이상(2)	144	4.4	1.006	
		임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.9	0.956	5.250 (.000***)
			2년이상(2)	155	4.5	1.059	
③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.04	1.057	4.030 (.000****)
			331 이상(2)	144	4.51	1.01	
		임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.92	1	6.069 (.000***)
			2년이상(2)	155	4.61	1.01	
④ 임대차계약 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	4.02	1.109	5.181 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.64	0.972	
		임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.91	1.101	7.078 (.000***)
			2년이상(2)	155	4.72	0.917	
⑤ 임대차 계약의사결정시 타인과 불일치 가능성	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	3.77	1.093	2.108 (.036*)
			331 이상(2)	144	4.03	1.057	
⑦ 임대차 계약담당자에게 미치는 부정적 영향	임대차 계약 상황	임대면적(m ²)	331 미만(1)	170	3.74	1.096	4.959 (.000***)
			331 이상(2)	144	4.38	1.188	
		임대차계약 기간	2년미만(1)	159	3.79	1.103	3.659 (.000***)
			2년이상(2)	155	4.27	1.213	

분석한 결과는 ‘의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기’의 ‘① 임대차계약의 필요성 및 문제제기’, ‘② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화’, ‘③ 오피스빌딩 조사’, ‘④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정’, ‘⑤ 임대차계약조건 확정 및 임대차 여부 결정’, ‘⑥ 임대인과 임대차계약 체결’, ‘⑦ 근무 후 빌딩 만족도 평가’ 등의 7개 단계에 모두에서 임대면적은 331m² 이상의 평균이 높게 나타났으며, 임대차계약 기간은 2년 이상의 평균이 높게 나타났는데, 모두 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 즉 모든 단계의 의사

결정 행동은 임대면적이 넓을수록 임대차계약기간이 장기일수록 임대차계약담당자의 영향력이 크다는 것을 알 수 있다.

가설 2-2 : 임대차계약 상황에 따라서 임대차 계약 의사결정특성의 인식의 크기에 차이가 있을 것이다.

임대차계약 상황으로는 ‘임대면적’, ‘임대차계약기간’으로 나뉘었으며 상세 내용은 가설 2-1과

〈표 11〉 전체 가설검증 결과 요약

가설		임대차계약 환경특성				임대차계약 상황		가설 채택 여부
		임차인 기업특징		임대차계약 담당자특성		임대 면적	임대차 계약 기간	
		기업 규모	업종	근무 기간	직위			
가설1 : 임대차계약 환경특성에 따른 임대차계약 의사결정 행동 차이 :								
1-1.	의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기							△
	① 임대차계약의 필요성 및 문제제기	+	-	-	+			
	② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화	+	-	-	+			
	③ 오피스빌딩 조사	+	-	+	+			
	④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정	+	-	-	+			
	⑤ 임대차계약조건 확정 및 임대차여부 결정	+	-	-	+			
	⑥ 임대인과 임대차계약체결	+	-	+	+			
	⑦ 근무 후 빌딩 만족도 평가	+	-	-	+			
1-2.	임대차계약 의사결정특성의 인식의 크기							△
	① 오피스빌딩 서비스품질이 기업성과 실현에 미치는 중요성	-	-	-	+			
	② 임대차계약 의사결정의 복잡성	+	-	-	+			
	③ 임대차계약 필요성을 느낀 때부터 빌딩선정까지의 소요시간	+	-	+	+			
	④ 임대차계약 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도	+	+	-	+			
	⑤ 임대차계약 의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성	+	-	-	-			
	⑥ 임대차계약 의사결정이 잘못된 것으로 나타날 가능성	+	-	-	-			
	⑦ 임대차계약의 잘못이 계약담당자에게 미치는 부정적 영향	+	-	-	+			
가설2 : 임대차계약 상황에 따른 임대차계약 의사결정 행동 차이								
2-1.	의사결정 단계에서 계약담당자의 영향력의 크기							○
	① 임대차계약의 필요성 및 문제제기					+	+	
	② 사무실 계약면적 및 계약조건 구체화					+	+	
	③ 오피스빌딩 조사					+	+	
	④ 임대인과 협상 및 오피스빌딩 선정					+	+	
	⑤ 임대차계약조건 확정 및 임대차여부 결정					+	+	
	⑥ 임대인과 임대차계약 체결					+	+	
	⑦ 근무 후 빌딩 만족도 평가					+	+	
2-2.	임대차계약 의사결정특성의 인식의 크기							△
	① 오피스빌딩 서비스품질이 기업성과 실현에 미치는 중요성					-	+	
	② 임대차계약 의사결정의 복잡성					+	+	
	③ 임대차계약 필요성을 느낀 때부터 빌딩선정까지의 소요시간					+	+	
	④ 임대차계약 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도					+	+	
	⑤ 임대차계약 의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성					+	-	
	⑥ 임대차계약 의사결정이 잘못된 것으로 나타날 가능성					-	-	
	⑦ 임대차계약의 잘못이 계약담당자에게 미치는 부정적 영향					+	+	

주) 관계 ; + : 유의, - : 비유의, 채택여부 ; ○ : 전체채택, △ : 부분채택, × : 기각

같다. ‘임대차계약 의사결정특성 인식의 크기’의 상세한 내용은 가설 1-2와 같으며 7가지 인식에 대해서 T분석을 실시했다. 임대차계약 의사결정 특성의 인식 크기의 T분석 결과는 <표 10>과 같다.

첫째, 임대면적에 대한 분석결과는 임대면적은 ‘임대차계약 의사결정특성 인식의 크기’의 ‘② 임대차계약 의사결정의 복잡성’, ‘③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간’, ‘④ 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도’, ‘⑤ 의사결정시 타인과의 의견불일치 가능성’, ‘⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향’ 등의 5개 인식에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

임대면적은 5개 인식 모두에서 ‘331m² 이상’의 평균이 높게 나타났는데(4.03 이상), 이는 임대면적이 넓을수록 ‘임대차계약 의사결정특성 인식’을 크게 하는 것으로 판단할 수 있다.

둘째, 임대차계약 기간에 대한 분석결과는 임대차계약기간은 ‘임대차계약 의사결정특성 인식의 크기’의 ‘① 서비스품질의 기업성과 실현에의 중요성’, ‘② 임대차계약 의사결정의 복잡성’, ‘③ 계약필요성부터 빌딩선정까지의 소요시간’, ‘④ 의사결정에 필요한 정보의 탐색정도’, ‘⑦ 계약담당자에게 미치는 부정적 영향’ 등의 5개 인식에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

임대차계약기간은 5개 인식 모두에서 ‘2년 이상’의 평균이 높게 나타났는데(4.27 이상), 이는 임대차계약기간이 장기간일수록 회사에 미치는 영향이 커지게 됨으로 ‘임대차계약 의사결정특성 인식’을 그만큼 더 많이 하는 것으로 판단된다.

지금까지 분석한 가설에 대한 전체적인 분석 결과를 요약하면 <표 11>과 같다.

V. 결론

1. 연구결과 및 시사점

본 연구는 대형오피스빌딩에 입주해 있는 기업이나 조직형태인 임차인의 임대차계약 의사결정을 B2B 산업재 측면에서 분석한 연구로서, 대형오피스빌딩의 임차인들이 임대차계약 의사결정을 할 때, 임대차계약 의사결정 행동에 대해서 임대차계약 환경특성인 임차인기업 특성, 임대차계약 담당자 특성과 임대차계약 상황에 따라서 임차인의 임대차계약 의사결정 행동이 달라질 거라는 점에 착안해서 본 연구를 시작했다.

대형오피스빌딩의 임차인들은 오피스빌딩을 임대차하는 목적이 단순히 오피스빌딩에서 일상적인 생활을 위해서 임대차계약을 하는 것이 아니라 기업의 생산활동을 지원하거나 경영활동을 위한 생산요소나 중간소비재로서 활용하기 위해서 임대차계약을 체결한다는 점과, 오피스빌딩의 임대차계약의 경우 임대차계약센터(leasehold contract center)에서 임대차계약이 이루어지고 이를 위한 조직적인 의사결정이 이루어진다는 점에 초점을 맞추어서 실무적인 차원에서 연구가 이루어졌다. 본 논문의 연구목적에 따라서 연구한 결과는 다음과 같다.

첫째, ‘임대차계약 의사결정 행동’은 ‘임대차계약 환경특성’에 따라서 차이가 있을 것이라는 가설 1과 ‘임대차계약 의사결정 행동’은 ‘임대차계약 상황’에 따라서 차이가 있을 것이라는 가설 2의 분석결과들이 모두 부분적으로 유의적인 차이가 있는 것으로 검증되어서 부분적으로 입증되었다.

둘째, 오피스빌딩 임차인의 임대차계약도 일반 최종소비자와 관련된 계약관계가 아니고 회사의 생산활동을 지원하거나 경영활동을 위한 임대차 계약이기 때문에, 임차인이 B2B 산업재 측면에서 임대차계약업무를 효율적이고 회사의 생산활동이나 영업활동에 도움이 되도록 임대차계약의 여러 상황들을 잘 파악해서 임대차계약 의사결정 행동을 해야 한다는 점이다.

본 논문의 연구목적에 따라 연구한 실무적인 결과와 학술적인 결과의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 임차인의 입장에서 임대차계약 환경과 임대차계약 상황별로 임대차계약 의사결정 행동이 어떻게 달라지는지를 알 수 있으므로 임대차계약 업무의 효율성을 높이는데 활용할 수 있다.

둘째, 임대인의 입장에서는 임차인과의 임차인 유지(tenant retention) 차원에서 마케팅전략을 보다 효율적으로 할 수 있고, 임차인의 임대차계약 의사결정 행동의 어떤 항목에 비용과 노력의 선택과 집중을 할 것인지에 대한 회사의 경영방향을 결정하는 데 활용할 수 있다.

셋째, 학술적으로는 오피스빌딩의 운영수입에 가장 중요한 영향을 미치는 임차인에 대한 B2B 산업재 측면의 임대차계약 의사결정에 대한 새로운 연구라는 점이다. 또한 국내는 물론이고 국외에서조차도 거의 연구된바가 없는 산업재로서 오피스빌딩 임차인의 임대차계약 의사결정에 대한 연구를 B2B 산업재 측면에서 최초로 시도했다는 점이다. 이를 기초로 부동산시장구조가 임대인시장에서 임차인시장으로 바뀌어 가고 자본이득보다는 운영소득에 초점이 맞춰지고 있는 요즘의 새로운 트렌드에 맞춰서, 기업이나 조직형태의 임차인의 임대차계약 의사결정에 대한 연구의 초석이 되는 연구라고 할 수 있다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 임차인의 임대차계약을 B2B 산업재에 초점을 맞춰서 임차인의 임대차계약 의사결정이라는 새로운 측면의 연구를 시도했다는 점에서 독창성과 학문적 및 실무적인 기여를 했다고 할 수 있지만 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, B2B 산업재 측면에서 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정의 특성과 임대차계약 환경적인 특성을 보다 광범위하게 고려하고 있는 못한 한계점이 있다. 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정의 특성과 임대차계약 환경적인 특성은 B2B 산업재 측면에서 여러 가지 요인들이 있을 것으로 생각되나 이들을 모두 연구모형과 가설에 포함하지 못하였다는 점이다.

둘째, 국내는 물론 국외에도 B2B 산업재 측면에서 접근한 오피스빌딩의 임대차계약 의사결정과 관련한 선행논문이 거의 없는 실정이어서 임대차계약 의사결정관련 직접적인 선행논문을 반영하지 못했기 때문에 오피스빌딩 전반에 걸쳐 일반화시키는데 한계점이 있을 수 있다.

셋째, 임대차계약 의사결정이 기업의 재무성과 달성이나 업무효율성 달성에 미치는 영향이 있다는 주장이 있지만 본 연구에서는 임대차계약 의사결정이 회사의 재무성과 달성이나 업무효율성 달성에 얼마나 기여하는지를 수치적으로 분석하지 못한 점이다.

이러한 한계점을 극복하기 위해서 후속적인 보완 연구가 계속적으로 이루어져야 하며 또한 기업에서도 임대차계약 의사결정 연구와 관련하여 임대차업무를 담당하는 담당자나 관리자 및 최고경영자의 적극적인 협조가 이루어져야 한다.

논문접수일 : 2014년 10월 13일

논문심사일 : 2014년 11월 3일

게재확정일 : 2014년 12월 14일

참고문헌

1. 김대기·노영기·안국신, 「현대경제학원론」, (제5판), 박영사, 2009.
2. 김동환, “중·대형 오피스빌딩 임차인의 B2B 임대차계약 의사결정에 관한 연구 - B2B 산업재 및 조직구매 의사결정을 중심으로 -”, 「주거환경」, 제11권 제2호, 한국주거환경학회, 2013, pp.149-167.
3. 김재일, “산업시장에 있어서 구매센터의 성격 및 유형에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 「경영논집」, 제25권 제1호, 한국경영연구소, 1991, pp.83-102.
4. 김재일, “산업재구매의사결정모형”, 「경영논집」, 제26권 제1호, 한국경영연구소, 1992, pp.303-323.
5. 김재일, “구매상황 및 조직특성이 구매의사결정기준과 정보원의 중요성에 미치는 영향”, 「마케팅연구」, 제8권 제1호, 한국마케팅학회, 1993, pp.70-83.
6. 박효상(1992), “산업구매의사결정에 관한 연구 -구매상황을 중심으로-”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원. 1992.
7. 여운승, 「다변량행동조사」, 민영사, 2006.
8. 한상린, 『마켓 센싱에서 성과 측정까지 B2B마케팅』, 21세기북스, 2012.
9. Anderson, P., and T. Chambers, “A reward measurment of organizational buying behavior”, *Journal of Marketing*, Vol. 49, 1985, pp.7-23
10. Cardozo, Richard N., "Modelling Organizational Buying as a Sequence of Decisions", *Industrial Marketing Management*, 12, 1983, pp.75-81
11. Choffray, J. M. and G. Lilien, “Assessing Response to Industrial Marketing Strategy”,

- Journal of Marketing*, vol. 42, 1978, pp.20-34.
12. Crow Lowell E. and Jay D. Lindquist, "Impact of Organizational and Buyer Characteristics on the Buying Center", *Industrial Marketing Management*, Vol.14, 1985, pp.49-58.
 13. Dempsey, W., "Vendor Selection and the Buying Process," *Industrial Marketing Management*, Vol.7, 1978, pp.257-267.
 14. Johnston and Lewin, "Organization Buying Behavior: Toward and Integrative Framework", *Journal of Business Research*, January, 1996.
 15. Kiser, G.E and Rao, C.P., "Important Vendor Factors in Industrial and Hospital Organization: A Comparison," *Industrial Marketing Management*, Vol.4, 1977, pp.45-54.
 16. Kotler, Philip, 「*Marketing Management*」, 2th ed., Prentice-Hall, 1997.
 17. Lehmann, Donald R and J. O'Shaughnessy, "Differences in Attribute Importance for Different Industrial Products", *Journal of Marketing*, Vol.38(April), 1974, pp.36-42.
 18. McMillan, J.R., "The Role of Perceived Risk in Industrial Marketing Decision", Becker, BW and Beker H eds, Combined Proceedings 1972, (Chicago American Marketing Association, 1973, pp.412-417.
 19. McMillan, J.R., "Role Differentiation in Industrial Buying Decision", in *Increasing Marketing Productive*, Tomas V. Greer, ed., Chicago : AMA, 1973.
 20. Moller, K. E. K. and Laaksonen, M., "Situational Dimensions and Decision Criteria in Industrial Buying: Theoretical and Empirical Analysis," In: Woodside, A., ed., *Advances in Business Marketing*, Greenwich, CT: JAI Press, 1986, pp.163-207.
 21. Moriarty, Rowland T. and Calper, "Organizational Buying Behavior : A state of Art Review and Conceptualization", MSI Working Paper, Report No.78-101, Cambridge, MA : Marketing Science Institute, 1978.
 22. Parasuraman A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, 1988, pp.12-40.
 23. Robey, D. and Johnston, W. J., "Lateral Influences and Vertical Authority in Organizational Buying", *Industrial Marketing Management*, Vol.6, 1977, pp.451-462.
 24. Robinson, P. J. C. W. Faris and Y. Wind, "Industrial Buying Behavior and Creative Marketing", Boston : Allyn & Bacon, 1967.
 25. Spekman, R.E. and L.W. Stern, "Environmental Uncertainty and Buying Group Structure: An Empirical Investigation," *Journal of Marketing*, Vol.43.(Spring), 1979, pp.54-64
 26. Spekman, R. E. and Johnston, W. J., "Relationship Management: Managing the Selling and the Buying Interface", *Journal of Marketing Research*, Vol.14, 1986, pp.519-531.

27. Webster, F. E. and Y. Wind, Organizational Buying Behavior, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N. J., 1972.
28. Webster, F. E. Jr and Wind, Y., "A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior," Journal of Marketing Vol.36, April, 1972, pp.12-19.

