이 논문은 한국디지털정책학회 연구윤리위원회 심의(2020.5.25) 결과, 연구부정행위(표절)가 확인되어 게재가 철회된 논문입니다.

http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2014.12.12.129

입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향 요인분석
-부산지역 · 경남지역 대상으로 비교분석-

황규성*, 이찬호**
동의과학대학교 부동산경영과 교수*, 부산대학교 경영학과 교수**

Analysis on the Effects of Location Factors on Sales of Convenience Stores
-Comparative Analysis on Busan and Gyeong-nam Region-

Kyu-Sung Hwang*, Chan-Ho Lee**
Dept. of Real Estate Management & Consulting, Dong-Eui Institute of Technology*
Dept. of Business Administration, Pusan National University**

요 약 본 연구의 목적은 부산지역과 경남지역의 편의점의 주요 입지 요인을 파악하는 것이다. 이는 입지요인들과 매출·이익과의 상관관계분석을 실시하고 그 중 주요 상관관계 변수를 선택하여 회귀분석을 실시하여 각 요인들의 영향정도를 분석함으로서 파악 된다. 경쟁요인은 매출, 수익과 유의적인 결과가 나타났으며, 그 영향정도도 모든 입지요인 중에서 가장 큰 것으로 나타나 편의점 입지선정에서 가장 중요한 입지요인이다. 이를 통해 최근 편의점의 입지선정 기준을 제시하고 시사점을 제공함으로써, 편의점 예비창업자 및 점포개발자 뿐만 아니라 기타 소매점 점포창업 준비자에게 입지선정방법에 대한 대응방안을 제시하고자 한다.

주제어 : 상권, 편의점, 입지요인, 경쟁, 비용요인

Abstract The purpose of this study is to understand major factors of site selection of convenience stores in Busan and Gyeong-nam Region. This will be done by analyzing correlations of sale, profit and localization factors and choosing the major correlation factors out of them and carrying out regression analysis to analyze each factor's influence extent. the competition factor : It is shown that the competition factor has significant result with the sale and the profit and the effect of that is proved the biggest among all location requirements. Therefore, the competition factor is the most important factors above all. By providing recently standards and implications of site selection of stores, this study suggests a guideline for site selection not only to prep entrepreneurs and store developers but also prep entrepreneurs of retail store.

Key words : Trading area, Convenience store, Site factors, Competition, Cost factors.

Received 23 September 2014, Revised 30 October 2014
Accepted 20 December 2014
Corresponding Author: Chan-Ho Lee
(Pusan National Universituy)
Email: lechanho@pusan.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

RETRACTED

RETRACTED

1. 서 론

1.1 연구의 배경과 목적

입지는 점포의 성공에 영향을 미치는 여러 요인 중에서 가장 중요한 요인이며 점포의 입지가 좋으면 비효율적인 경영으로 인하여 발생하는 문제점들을 극복 할 수 있지만 입지가 나쁘면 경영이 효율적이라 하더라도 점포경영을 성공시키기는 어렵다. 따라서 입지선정은 매우 중요한 전략적 의사결정요인이며 실제로 입지에 따라 매출이나 수익이 좌우되기 때문에 소매업에서 입지는 사업의 성공 여부에 절대적 영향을 미친다. 그러므로 예비창업주와 점포개발담당자는 신규 출점을 하기에 앞서 입지의 중요성을 인식하고 철저한 조사를 해야 한다.

본 연구의 목적은 부산지역과 경남지역에 대하여 편의점의 주요 입지 요인을 파악하고, 이들 입지요인들과 매출·수익과의 상관관계 및 회귀분석을 이용하여 편의점 매출성과에 영향을 준다고 선정된 독립변수들이 종속변수에 어떠한 영향을 미치는지 최적의 입지 모델을 구한 뒤 부산지지역과 경남지역의 각 요인들의 영향정도 차이를 파악하고자 한다.

1.2 연구범위와 방법

본 연구는 편의점 매출에 영향을 미치는 입지적 요인들에 대해 알아보고자 한다. 선정된 편의점의 주요 입지요인들을 변수로 매출과 수익에 영향을 주는 요인을 다각적으로 고려하기 위하여 상관관계분석을 실시한다. 이를 바탕으로 회귀분석을 이용하여 편의점 매출성과에 영향을 준다고 선정된 독립변수들이 종속변수에 어떠한 영향을 미치는지 최적의 입지 모델을 구할 것이다. 실증분석결과를 바탕으로 최근 편의점의 입지선정기준을 마련하고 연구의 결과를 통한 매출에 영향을 미치는 입지요인과 그 정도의 차이를 파악하고자 한다.

본 연구의 공간적 범위로는 브랜드 선호도의 차이를 없애고자 동일 브랜드편의점을 조사하였다. K사의 부산광역시의 52개 점포와 경남지역 61개 점포를 대상으로 한다. 자료구축의 제약으로 인하여 최근 2012년 1월~2014년 3월 이전 오픈 한 매장 중 신규 출점된 점포로 한정한다. 내용적 범위는 점포의 상권조사 자료와 임대가 및 POS DATA를 통한 매출 데이터는 실제 데이터와 오픈 직전 이뤄지는 상권조사표를 기본으로 한다. 통계 프로그램은 SPSS WIN 21.0을 사용하였다[1].

2. 이론적배경

2.1 편의점에 대한 일반적 고찰

편의점(CVS:Convenience Store)이란 미국, 일본 등 선진국에서 발전된 체인 스토어 형태로 20~40평 규모의 매장으로 소비자들의 생활 패턴이나 소비형태와 욕구에 맞추어 보통 좋은 위치에 입지하여 접근이 용이하여 시간절약과 보다 자유로운 소비기회를 제공하기 위해 생성되고 발전된 업태이다[2].

편의점 협회자료에 따르면 2010년도 한해 신규 출점수는 3687개, 2011년도는 4523개로 지속적으로 매년 증가하고 2011년 말 총 2만점을 돌파하였다[3]. 편의점은 작게는 6평에서도 오픈이 가능한 점포로 연중무휴 24시간 우리의 곁에서 쉽게 찾을 수 있으며 식료품, 일용 생필품 등을 판매하는 점포이다.

편의점 입지 선정시 고려해야할 요인으로는 성별이나 연령별로 상주하는 배후인구수, 배후 세대수, 유동인구인 통행인구수 혹은 차량통행 수를 통한 인구요인, 상권이 주택인지 유흥 인지 역세인지 복합인지 특수인지 등의 지역요인, 매장요인(가시성, 접근성, 매장면적, 보증금 임대료 권리금 등 비용요인), 경쟁요인 등을 들 수 있다.

2.2 선행연구에 대한 고찰

신선미[4]의 경우는 8개라는 적은 표본의 사용과 매출에 영향을 주는 독립변수를 보행량을 사용하였다. 유의적인 결과를 얻었으나 일반화하기엔 설득력이 떨어진다.

이호신[5]의 경우는 다소 표본수가 늘어난 35개이며 유동인구와 경쟁점수, 가시성을 나타내는 코너와 일면의 구분하였고 마지막으로 매장면적을 독립변수로 하여 면적을 제외하고 유의적인 결과를 얻었다. 하지만 변수와 표본의 수가 적다.

박준규[6]는 이경순[7]과 유사한 연구방법을 선택 하였고, 입지요인에 대한 결론으로는 인구밀도가 높은 곳과 유동인구의 대리변수인 유흥, 문화, 서비스업체수가 많은 곳에 편의점수가 많은 것으로 나타나 배후인구와 유동인구는 편의점의 중요한 입지요인임을 제시하였고, 가시성과 접근성 항목인 점포 앞 도로차선이 넓은 곳, 코너형 점포, 버스정류장, 횡단보도와 인접한 곳에 편의점 수가 많은 것으로 나타나 접근성과 가시성을 중요한 입지요인으로 제시하였다.

이임동[8]의 연구를 보면 기본의 선행과의 차별성이 눈에 띈다. 위 연구는 가장 많은 표본 129개를 사용하였으며 배후인구, 유동인구, 접면수, 전면길이, 점포 앞 도로유형, 경쟁점수, 전용면적, 임차료라는 독립변수와 매출과 임대료를 이용한 수익이라는 종속변수들에 대한 관계를 연구하였다.

최유나[9] 연구에서 사용한 변수들에 추가로 소득대비 소비지출비중, 계단유무, 파라솔 설치가능 수, 권리금, 영업일수, 건물층수, 건물의 전사용용도, 상권더미 등의 독립변수를 단위면적당일매출, 마진과 임대료를 고려한 수익을 종속변수로 하여 회귀 분석을 실시하였다. 권리금 유무, 계단 여부, 건물의 전사용용도, 소득 대비 식비지출 비중은 유의미한 결과를 얻지 못했다.

3. 실증분석을 위한 모형정립

3.1 분석대상의 자료특성

3.1.1 연구대상 선정

본 연구의 브랜드선호도의 차이를 없애고자 동일 브랜드 편의점 K사의 부산광역시의 52개 점포와 경남지역 61개 점포를 대상으로 한다.

관광지, 공장단지, 같은 경우 배후상권은 전무한 반면 관광지의 경우 주말 혹은 성수기시즌에는 매출이 높다. 병원 경우 담배판매허가권이 없어 마진율도 높다. 공항 같은 경우 유동인구가 특별히 많기에 다른 일반 점포들과 비교하기 힘들어 제외시켰다.

담배의 마진이 10%이기 때문에 담배판매허가권이 없는 경우 전체 마진율이 올라가 40%이상이고 반면 담배허가권이 있는 경우 비중이 커질수록 전체 마진율은 떨어지며 20~30%선 이다. 담배판매권이 없는 점포의 매출은 완전히 상이한 매출추이를 보여주기 때문이다. 따라서 담배판매허가권이 없는 점포는 제외시켰다.

3.2 분석항목과 변수정의

매출, 수익과 입지요인들과의 영향을 파악하기 위한 각 입지요인별 조사항목은 크게 설명변수를 인구요인, 매장요인, 경쟁요인, 비용요인, 지역요인으로 구분 하였다. 종속변수로는 매출액, 수익으로 한다.

3.2.1 인구요인

배후인구: 대부분 편의점은 좁은 상권반경 즉 80M~200M을 형성하고 있고 저가품의 일반적인 편의품을 판매하는 소매점으로 소재지별 매출차이는 거의 없는 것으로 업계에서는 인식하고 있어 인구에 대한 조사항목으로는 점포를 중심으로 반경 75M내 배후인구와 150M내 배후인구로 2상권으로 구분 짓고 그 안에 포함되는 인구수를 사용하였다. 단, 하천, 철도나 6차선이상의 도로 등으로 점포의 상권범위로 볼 수 없는 경우에는 150M에 있더라도 제외하였다. 또한 소지역배후인구는 점포를 중심으로 반경 75M 내의 거주인구수와 상주인구수이다.

유동인구: 유동인구의 경우 상권조사표의 것을 사용하였다. 상권조사표에 기록된 내용은 점포 전, 측면의 인도나 보도에서 유동하는 인구수이며 08시(오전)~04시(새벽)까지 2시간 단위로 15분씩 측정한 수이다.

3.2.2 매장요인

가시성: 가시성을 대변하는 변수로 전면 길이와 측면 길이, 접면수가 있다. 전면 길이는 편의점 전면의 길이로 간판이 달려지므로 중요하다. 점포 전면, 측면의 길이는 고객에게 인지되는 간판 및 점포의 끝선이며 단위는 m이다. 점포 접면 수는 보도 및 차도와의 접면수이며 일면 점포이면 1개 코너이면 2개 이상을 가지고 있다.

접근성: 접근성을 대변하는 변수로는 점포 전면, 측면의 도로 유형(소방도로, 왕복2차선, 왕복4차선, 왕복6차선, 왕복8차선)을 말한다.

매장면적: 매장면적은 전용면적을 기준으로 하였다.

3.2.3 경쟁요인

상권범위는 150m내로 판단하지만 경쟁점의 영향력을 고려하여 200m내의 경쟁점은 후보 점에 영향을 미친다고 판단하고 동일한 상권조사를 실시한다.

첫째, 경쟁점은 점포에서 반경 200m내 종합소매점(구멍가게, 슈퍼 ,편의점, 마트)수.

RETRACTED

둘째, 점포에서 반경 200m내 편의점수.

셋째, 점포에서 반경 200m내 슈퍼마켓으로 선정하였다. 일반적인 슈퍼마켓의 기준은 약 330㎡~660㎡으로 본다.

3.2.4 비용요인

비용요인을 나타내는 변수는 임대차 계약 당시의 임대료와 보증금, 권리금이 있다. 보증금은 년 12%의 월임대료로 환산하였다. 보증금이 4000만원이고 월세가 100만원이라면 보증금을 환산하면 40만원이 되며 따라서 조정된 월 임차료는 140만원이 된다. 권리금의 경우 권리금 여부를 권리금이 있으면 1없으면 0으로 더미변수화 하였다.

3.2.5 매출요인

매출은 최근 1년 동안의 일평균 매출이며 매익율은 28%로 환산하였다. 매익율은 매출에 대한 매출총수익율을 의미한다. 매익율 28%로 환산한 이유는 동일 매익율로 환산해야 매출을 같은 기준으로 적용 비교분석 할 수 있기 때문이다. 매익율은 매출총수익율을 말하고 부가세는 제외되었다.

3.3 분석모형 설정

편의점의 성과에 영향을 미치는 입지요인을 규명하고자 상관관계분석과 다중회귀분석을 실시하고자 한다. 분석항목의 정의에 따른 조사 자료를 바탕으로 입지요인과 매출·수익과의 상관관계분석을 실시한 뒤, 상관관계가 큰 각 입지 요인들을 독립변수로 하고, 종속변수인 편의점의 성과는 매장면적단위당 일평균매출액과 한 달 영업을 통해 얻게 되는 수익에 대하여 각각 모형을 분석하여 최적의 모형을 찾고자한다.

4. 분석 결과

4.1 기술 통계분석 결과

본 연구에서 고려하였던 자료들의 기술통계량은 <Table 1>과 같으며 자세한 설명은 생략한다.

회귀분석을 위한 최종 변수를 선정하기 위해 이들 변수를 이용하여 상관관계분석을 실시하였다.

〈Table 1〉 Technical statistic analysis.

	N		MAX	MIN	AV	SE
①	Busan	52	27.1	168.6	76.0	32.9
	Gyeong-nam	61	38.0	148.8	75.330	28.7
②	Busan	52	740.2	16205.4	4052.7	2813.7
	Gyeong-nam	61	907.5	7980.0	2545.3	1470.1
③	Busan	52	0.0	100000	23618	25011.0
	Gyeong-nam	61	0.0	98000.0	12742.6	20091.6
④	Busan	52	0.0	1.0	0.6	0.5
	Gyeong-nam	61	0.0	1.0	0.4	0.5
⑤	Busan	52	1.0	4.0	2.2	1.1
	Gyeong-nam	61	1.0	4.0	2.3	.9
⑥	Busan	52	0.0	3.0	0.9	0.7
	Gyeong-nam	61	0.0	4.0	1.1	.76
⑦	Busan	52	1.0	3.0	1.8	0.5
	Gyeong-nam	61	1.0	3.0	1.8	.43
⑧	Busan	52	3.0	16.0	7.7	2.6
	Gyeong-nam	61	4.0	16.5	8.0	2.5
⑨	Busan	52	0.0	18.0	7.0	4.6
	Gyeong-nam	61	0.0	20.0	7.40	4.5
⑩	Busan	52	1.0	9.0	4.8	1.7
	Gyeong-nam	61	1.0	7.0	3.82	1.4
⑪	Busan	52	0.0	5.0	1.9	1.4
	Gyeong-nam	61	0.0	5.0	1.00	1.1
⑫	Busan	52	0.0	2.0	0.3	0.5
	Gyeong-nam	61	0.0	2.0	0.44	0.6
⑬	Busan	52	1.0	7.0	3.3	2.3
	Gyeong-nam	61	1.0	7.0	4.1	2.5
⑭	Busan	52	678.0	7297.0	2308.4	1528.9
	Gyeong-nam	61	322.0	6234.0	1415.2	1037.2
⑮	Busan	52	140.0	4020.0	924.0	780.3
	Gyeong-nam	61	99.0	2951.0	623.5	442.7
⑯	Busan	52	65.0	3317.0	772.1	605.8
	Gyeong-nam	61	26.0	2056.0	583.5	329.850
⑰	Busan	52	604.7	2203.0	1259.7	390.5
	Gyeong-nam	61	683.3	3061.8	1288.94	443.3
⑱	Busan	52	69.6	566.7	264.7	104.2
	Gyeong-nam	61	97.5	797.3	302.7	124.1

①Area(m^2) ②Rent fee(m^2) ③Fore gift ④Good will dummy variable ⑤Front road type ⑥Side road type ⑦The number of border's road ⑧The front length of store(m) ⑨The side length of store(m) ⑩The number of competition stores ⑪The number of convenience stores ⑫The number of supermarkets ⑬The type of location ⑭Residing populations(150m) ⑮Residing populations(75m) ⑯Total floating populations ⑰Daily mean sales account ⑱ Daily mean revenue

4.2 상관관계분석 결과

상관관계분석에서 편의점 성과인 매출과 수익에 대하여 자연로그를 취한 값이 변화의 영향력을 %로 나타내므로 한계효과를 더 잘 설명하기에 자연 로그값을 취하였다.

RETRACTED

4.2.1 인구요인

인구와 편의점의 성과를 의미하는 각종 종속변수들 간의 관계를 보고자 상관분석을 실시하였다. 그 내용은 다음 <Table 2>와 같다.

〈Table 2〉 The correlation analysis of population factor.

		Ln(sales accoun)		Ln(revenue)	
		Busan	Gyeong-nam	Busan	Gyeong-nam
①	coefficient	0.297*	0.102	0.192	0.111
	p-value	0.035	0.434	0.178	0.393
②	coefficient	0.287*	0.277*	0.194	0.265*
	p-value	0.041	0.030	0.172	0.039
③	coefficient	-0.165	0.026	-0.245	-0.051
	p-value	0.248	0.841	0.083	0.696
④	coefficient	-0.154	0.014	-0.249	0.061
	p-value	0.280	0.916	0.078	.0.641
⑤	coefficient	0.247	-0.042	0.193	-0.054
	p-value	0.081	0.750	0.176	0.679
⑥	coefficient	-0.137	-0.021	0.005	-0.070
	p-value	0.339	0.874	0.970	0.591

①Residing populations(75m) ②Residing populations (150m) ③Total floating populations ④Morning ⑤Afternoon ⑥ Evening

150M 상권내 상주인구수는 매출과 상관관계를 살펴보면 부산지역과 경남지역이 유의미한 상관관계를 나타내고, 수익은 경남지역만 유의미한 상관관계를 나타낸다. 75M의 상권내 상주인구수와 매출은 부산지역만 유의미한 상관관계를 나타낸다.

점포 앞 유동인구는 부산지역에서는 매출과 수익에 음(-)의 상관관계를 경남지역에서는 수익에 음(-)의 상관관계를 나타내고 있다. 상권외부에서 유입된 유동 인구는 유의미한 상관관계를 보여주지 않는 것으로 나타났다. 즉 배후인구와 유동인구의 영향력을 비교하면 배후인구와는 상관관계가 있으나 유동인구는 부산, 경남 두 지역 모두 상관관계가 없다.

4.2.2 매장요인

매장요인을 나타내는 변수들도 <Table 3>과 같이 종속변수와의 상관분석을 실시하였다.

면적의 경우 매출액과 상관분석결과는 부산과 경남지역이 유의미한 상관관계를 나타내고 수익은 양(+)방향의 상관관계를 나타내고 있다. 매장면적이 늘면 상품구색이 좋아지고 가시성이 좋아져 매출이 증가함을 알 수 있다.

전면길이는 부산과 경남지역이 모두 매출액과 수익에 양(+)의 방향임을 알 수 있다. 이는 전면길이가 길어지면 가시성이 높아져서 매출과 수익이 증가 함을 볼 수 있다.

접면수는 경남지역의 경우 매출과 수익에 유의미한 상관관계를 나타내며 부산지역의 경우 양(+)방향의 상관관계가 있어서 점포가 양면시 매출과 수익이 증가함을 알 수 있다.

전면도로는 부산지역의 경우 매출과 수익에 대하여에서는 음(-)의 상관관계를 하고 경남지역에서는 수익에서 음(-)의 방향의 상관관계로 전면도로가 클수록 매출과 수익이 감소함을 알 수 있다.

입지유형은 부산지역의 경우 매출과 수익에 유의미한 상관관계를 나타내며 경남지역의 경우 매출과 수익에 양(+)방향의 상관관계가 있다. 입지형태가 매출과 수익에 관계가 있음을 알 수 있다.

〈Table 3〉 The correlation analysis of store factor.

		Ln(sales accounts)		Ln(revenue)	
		Busan	Gyeong-nam	Busan	Gyeong-nam
①	coefficient	0.281*	0.265*	0.226	0.213
	p-value	0.046	0.039	0.111	0.099
②	coefficient	-0.067	0.035	-0.201	-0.012
	p-value	0.638	0.791	0.158	0.928
③	coefficient	-0.168	0.162	-0.115	0.209
	p-value	0.239	0.213	0.422	0.105
④	coefficient	-0.038	0.265*	0.094	0.309*
	p-value	0.793	0.039	0.524	0.015
⑤	coefficient	0.315	0.218	0.248	0.183
	p-value	0.024	0.091	0.079	0.157
⑥	coefficient	0.106	0.198	0.195	0.232
	p-value	0.459	0.125	0.171	0.072
⑦	coefficient	0.294*	0.176	0.327*	0.085
	p-value	0.036	0.174	0.019	0.512

①Area(m^2) ②Front road type ③Side road type ④The number of border's road ⑤The front length of store(m) ⑥The side length of store(m) ⑦The type of location

4.2.3 경쟁요인 및 비용요인

경쟁요인과 비용요인을 나타내는 변수들도 <Table 4>와 같이 종속변수와의 상관분석을 실시하였다.

상권범위내 경쟁점수는 부산과 경남지역이 모두 매출액과 수익에 가장 강한 유의미한 (-)의 상관관계를 나타낸다. 편의점수는 부산과 경남지역이 모두 수익 유의미

RETRACTED

한 (-)의 상관관계를 나타내고 있다. 슈퍼마켓은 부산지역에서 매출액과 수익 유의미한 (-)의 상관관계를 나타내고 있다. 경쟁점수, 편의점수, 슈퍼마켓은 수익과 매출에 반비례하는 것으로 예측 된다.

임대료와 ㎡당 임대료와 관련해서는 매출은 양(+)의 상관관계를 나타내고 수익은 음(-)의 상관관계를 나타내고 있다. 이는 단위임대료가 높은 곳일수록 매출은 상승하나 값비싼 임대료 부담으로 인해 수익은 적게 나타나고 있음을 말해주는 것이다.

영업권더미의 경우 권리금이 있으면 1로 없으면 0으로 더미변수화 하였다. 영업권은 매출에는 도움이 되나 수익과 단위면적당 매출에는 도움이 되지 않음을 알 수 있다. 이는 영업권이 있는 곳일수록 매출은 상승하나 영업권의 부담으로 인해 수익은 적게 나타나고 있음을 말해주는 것이다.

〈Table 4〉 The correlation analysis of competition factor.

		Ln(sales accounts)		Ln(revenue)	
		Busan	Gyeong-nam	Busan	Gyeong-nam
①	coefficient	0.320*	0.126	-0.160	-0.192
	p-value	0.022	0.333	0.262	0.138
②	coefficient	0.027	-0.024	-0.343*	-0.281*
	p-value	0.852	0.854	0.014	0.028
③	coefficient	-0.525**	-0.700**	-0.497**	-0.702**
	p-value	0.000	0.000	0.000	0.000
④	coefficient	-0.226	-0.195	-0.376**	-0.274*
	p-value	0.111	0.132	0.007	0.033
⑤	coefficient	-0.384**	-0.151	-0.339*	-0.138
	p-value	0.005	0.245	0.015	0.288
⑥	coefficient	0.042	-0.066	0.011	-0.026
	p-value	0.772	0.615	0.937	0.845
⑦	coefficient	-0.145	-0.211	-0.128	-0.144
	p-value	0.316	0.102	0.374	0.267

①Rent fee ②Rent fee(m^2) ③The number of competition stores ④The number of convenience stores ⑤The number of supermarkets ⑥Fore gift ⑦Good will dummy variable

4.3 회귀분석 결과

상관관계분석에서 유의미한 상관관계를 가지는 것과 유의미한 상관관계를 가지는 것들 중에서는 상관계수가 높은 것을 우선 선정하여 독립변수로 선정하고 선별기준에서 제외되는 변수는 각각의 회귀식에 한 변수씩 적용한 결과 10개의 종속변수의 회귀모형이 도출되었다.

4.3.1 Log(일평균매출액)에 대한 회귀분석

회귀모형에서 일평균매출액 그대로 보다는 자연로그를 취한 값이 설명변수의 1단위 변화의 영향력을 %로 나타내므로 한계효과를 더 잘 설명하기에 자연 로그 값을 취하였다. <Table 5>은 선정된 입지변수들과 일평균매출액의 자연로그 값을 취한 종속변수와의 분석결과이다.

<Table 5>을 보면 경쟁점수는 부산지역과 경남지역 모두 통계적 유의미한 관계를 나타내고, 부산지역에서 통계적 유의미한 관계를 나타내는 입지요인변수는 슈퍼수, 측면도로 배후인구이고, 경남지역에서 통계적 유의미한 관계를 나타내는 입지요인변수는 접면수, 전체유동인원수 이다. 면적, 전면도로, 접면수, 배후인구, 전체유동인구는 양(+)의 방향 부호를 가지고 그 외의 모든 변수는 음(-)의 방향 부호를 가진다.

표준화 계수의 베타 값은 회귀계수의 상대적 중요도를 나타내는데 순서대로 배열해보면 부산지역의 경우 **경쟁점수> 슈퍼수> 측면도로> 배후인구> 전면길이> 접면수> 전체유동인구> 면적** 순이고, 경남지역의 경우 **경쟁점수> 접면수> 전체유동인구> 영업권더미> 면적> 슈퍼수> 배후인구> 측면도로> 전면도로** 순이다.

경쟁점수와 슈퍼수는 전 모형에서 가장 영향력이 큰 것(매출과 수익에 반비례관계로)으로 나타났다.

앞서의 상관관계분석 결과와 비교해 볼 때 경쟁점수와 배후인구는 동일한 결과가 나타났으나 전체유동인구는 다른 결과가 나타나고 있다. 이는 개별편의점이 입지한 상권상황에 전체유동인구가 유의하진 않으나 매출에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

점포요인에 있어서 측면 도로유형은 부산지역에서 유의적인 통계결과가 나타났고 접면수는 경남지역에서 유의적인 것으로 나타나서 측면의 도로유형과 접면수가 매출에 영향이 큼을 알 수 있다.

4.3.2 Log(수익)에 대한 회귀분석

<Table 6>은 선정된 입지변수들과 수익의 자연로그 값을 취한 종속변수와의 분석결과이다.

표준화 계수의 베타 값은 부산지역의 경우 **경쟁점수> ㎡당 임대료> 슈퍼수> 측면도로> 배후인구> 접면수> 전체유동인구> 점포전면길이** 순이고, 경남지역의 경우 **경쟁점수> 접면수> ㎡당 임대료> 전체유동인구> 슈퍼수> 영업권더미>배후인구> 전면도로> 점포**

RETRACTED

전면길이 순이다.

경쟁점수는 부산지역과 경남지역 모두 통계적 유의미한 관계를 나타내고, 부산지역에서 통계적 유의미한 관계를 나타내는 입지요인변수는 슈퍼수, ㎡당 임대료, 배후인구이고, 경남지역에서 통계적 유의미한 관계를 나타내는 입지요인변수는 접면수 이다.

부산지역과 경남지역 모두 음(-)의 방향 나타내는 입지요인은 ㎡당 임대료, 경쟁점수, 슈퍼수이고 부산지역과 경남지역 모두 양(+)의 부호 나타내는 입지요인은 접면수, 배후인구, 전체유동인구이다.

㎡당 임대료는 상관관계분석과 회귀분석에서 수익에 대해 음(-)의 방향 나타내므로 임대료가 높은 지역에 가면 수익이 높을 것이라는 생각은 잘못된 것이라 볼 수 있고 제한적으로는 오히려 편의점 수익과 반비례할 수 있기 때문에 가급적 저렴한 점포를 선택하는 것이 바람직하다.

배후인구에 대해서는 유의한 결과와 양(+)의 방향 부호를 가진다. 배후인구가 많은 곳에 편의점의 매출과 수익이 높게 실현되다. 결국 상권유형에 따라 전체배후인구도 중요한 입지요인임은 분명한 사실이다.

수익에 대한 유동인구의 영향력은 경쟁점과 비교하면 미약하고, 점포항목의 영향력과 거의 유사하여 편의점

〈Table 5〉 The regression analysis of Ln(sales account)

Model Summary

Model		R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate	Change Summary					Durbin -Watson
						R^2 Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	Busan	.818	.670	.574	.08234	.670	7.002	10	39	.000	1.796
	Gyeong-nam	.775	.601	.521	.09209	.601	7.536	10	50	.000	2.111

Coefficient[a]

Model			Unstandardized Coefficients		standardizedCoefficients	t	p-value	Collinearity Statistics	
			B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	Busan	5.973	0.097		61.724	0.000		
		Gyeong-nam	6.119	0.096		63.9640	0.000		
	①	Busan	-0.045	0.008	-0.597	-5.366	0.000**	0.701	1.426
		Gyeong-nam	-0.067	0.009	-0.690	-7.135	0.000**	0.853	1.173
	②	Busan	-0.085	0.025	-0.350	-3.442	0.001**	0.841	1.190
		Gyeong-nam	-0.015	0.024	-0.063	-0.614	0.542	0.760	1.316
	③	Busan	-0.003	0.029	-0.013	-0.112	0.912	0.662	1.520
		Gyeong-nam	-0.035	0.028	-0.132	-1.262	0.213	0.728	1.374
	④	Busan	0.000	0.001	0.111	0.852	0.400	0.522	1.953
		Gyeong-nam	0.001	0.001	0.123	1.025	0.310	0.556	1.799
	⑤	Busan	0.002	0.012	0.017	0.172	0.864	0.860	1.163
		Gyeong-nam	0.006	0.015	0.039	0.398	0.692	0.819	1.221
	⑥	Busan	-0.064	0.022	-0.342	-2.959	0.005**	0.652	1.534
		Gyeong-nam	-0.007	0.020	-0.043	-0.368	0.715	0.593	1.686
	⑦	Busan	0.050	0.029	0.198	1.710	0.096	0.650	1.538
		Gyeong-nam	0.081	0.037	0.260	2.164	0.035*	0.551	1.815
	⑧	Busan	0.011	0.007	0.201	1.557	0.128	0.520	1.922
		Gyeong-nam	-0.002	0.007	-0.033	-0.268	0.790	0.513	1.950
	⑨	Busan	0.000	0.000	0.329	3.219	0.003**	0.833	1.201
		Gyeong-nam	6.038E-06	0.000	0.047	0.493	0.624	0.875	1.143
	⑩	Busan	0.000	0.000	0.191	1.663	0.105	0.661	1.523
		Gyeong-nam	9.648E-05	0.000	0.239	2.204	0.032*	0.678	1.475

a Dependent variable : log(sales account)

①The number of competition stores ②The number of supermarkets ③Good will dummy variable ④Area(m^2) ⑤Front road type ⑥Side road type ⑦The number of border's road ⑧The front length of store(m) ⑨Residing populations(150m) ⑩ Total floating populations

RETRACTED

〈Table 6〉 The regression analysis of Ln(net profit)

Model Summary

Model		R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate	Change Summary					Durbin -Watson
						R^2 Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	Busan	.809	.654	.554	.118	.654	6.531	10	39	0.000	1.859
	Gyeong-nam	.773	.598	.518	.11422	.598	7.436	10	50	0.000	2.113

Coefficient[a]

Model			Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	p-value	Collinearity Statistics	
			B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	Busan	5.452	0.140		38.893	0.000		
		Gyeong-nam	5.577	0.121		45.945	0.000		
	①	Busan	0.000	0.000	-0.363	-2.758	0.009**	0.553	1.807
		Gyeong-nam	-1.986E-08	0.000	-0.178	-1.648	0.106	0.692	1.444
	②	Busan	-0.053	0.012	-0.577	-4.922	0.000**	0.698	1.432
		Gyeong-nam	-0.080	0.012	-0.668	-6.886	0.000**	0.855	1.170
	③	Busan	-0.097	0.035	-0.302	-2.894	0.006**	0.880	1.137
		Gyeong-nam	-0.020	0.030	-0.068	-0.672	0.504	0.778	1.286
	④	Busan	-0.001	0.041	0.020	0.170	0.866	0.710	1.408
		Gyeong-nam	-0.020	0.037	-0.060	-0.543	0.589	0.650	1.538
	⑤	Busan	-0.001	0.018	0.017	0.148	0.883	0.766	1.306
		Gyeong-nam	0.004	0.019	0.022	0.222	0.825	0.795	1.258
	⑥	Busan	-0.111	0.031	-0.284	-2.323	0.026	0.642	1.558
		Gyeong-nam	-4.806E-05	0.025	0.000	-0.002	0.998	0.622	1.607
	⑦	Busan	0.091	0.043	0.228	1.855	0.071	0.637	1.570
		Gyeong-nam	0.100	0.046	0.260	2.172	0.035*	0.561	1.784
	⑧	Busan	0.005	0.008	0.095	0.843	0.405	0.749	1.336
		Gyeong-nam	-0.001	0.007	-0.019	-0.174	0.862	0.645	1.551
	⑨	Busan	0.000	0.000	0.277	2.506	0.017*	0.787	1.271
		Gyeong-nam	1.044E-05	0.000	0.066	0.679	0.500	0.855	1.169
	⑩	Busan	0.000	0.000	0.047	0.403	0.690	0.702	1.425
		Gyeong-nam	8.544E-05	0.000	0.171	1.465	0.149	0.588	1.702

a Dependent variable : log(revenue)
①Rent fee(m^2) ②The number of competition stores③The number of supermarkets ④Good will dummy variable ⑤Front road type ⑥ Side road type ⑦The number of border's road ⑧The front length of store(m) ⑨Residing populations(150m) ⑩ Total floating populations

RETRACTED

출점에 있어서 유동인구의 비중이 상대적으로 적음을 알 수 있다.

점포의 접면수도 편의점 매출과 수익에 영향을 끼침을 알 수 있다.

5. 결 론

첫째, 인구요인의 경우 부산지역과 경남지역 모두 배후인구가 많은 곳에 편의점의 매출과 수익이 높게 실현되다. 배후인구가 중요한 입지요인임을 알 수 있다. 부산지역에서 전체유동인구는 매출과 수익에 상관관계가 유의적이진 않지만 음(-)의 관계를 나타내고 경남지역은 양(+)의 관계를 나타낸다. 이는 부산지역의 경우 유동인구와 수익이 음(-)의 상관관계가 나타난 이유는 유동인구가 많은 지역에 경쟁점이 상대적으로 많아서 유동인구의 수요가 분산되었기 때문인 것으로 이해된다. 따라서 실무적으로 볼 때, 유동인구는 상권 범위내 경쟁상황을 고려하여 그 가중치를 선별적으로 적용하여 판단하면 좋을 것이다.

둘째, 매장요인 중 가시성을 나타내는 전면길이와 접면수는 양(+)의 방향 값을 나타내고 있어서 고객의 관점에서 오랫동안 점포를 인지할 수 있게 하는 가시성은 충동구매가 이루어지는 편의점에 있어서는 상당히 중요한

입지요인이다. 점포의 접면수도 편의점 매출과 수익에 영향을 끼침으로 고려해야 할 변수이다.

면적의 경우 단위면적당 일평균매출액과 수익은 음(-)방향의 상관관계가 있음을 알 수 있다. 매장면적이 늘면 상품구색이 좋아지고 가시성이 좋아져 매출이 늘지만 단위 면적당 매출과 수익은 반비례함을 알 수 있다.

셋째, 경쟁요인은 부산지역과 경남지역 모두 매출, 수익과 유의적인 결과가 나타났으며, 그 영향정도도 모든 입지요인 중에서 가장 큰 것으로 나타나 편의점 입지선정에서 가장 중요한 입지요인이다.

넷째, 비용요인으로 ㎡당 임대료는 매출에서는 양(+)의 방향의 상관관계를 나타나지 만 수익에서는 오히려 음(-)의 상관관계가 나타났다. 이는 ㎡당 임대료가 높은 곳은 배후인구, 유동인구가 많은 곳이지만 또한 경쟁점이 많은 곳으로 유동인구의 수요가 분산되어 수익과 음(-)의 상관관계가 나타났다고 볼 수 있다.

본 연구의 결과는 최근 출점하는 편의점을 대상으로 입지특성과 편의점성과와의 관련성을 보면서 편의점을 창업하려는 예비창업주 및 점포개발담당자에게 기준점이 될 것이다.

추후 연구사항 : 상권의 변화와 함께 창업환경이 급격히 변화하고 있는 상황에서 입지선정에 대한 연구는 객관적인 자료 수집의 어려움으로 사실상 부족한 것이 현실이다. 향후 편의점 입지유형별 연구와 횡단면적인 자료가 아닌 시계열 자료를 이용한 분석연구와 다양한 소재에 대한 연구가 필요 할 것이다.

Reference

[1] Seo-Il Chae, Social Science Research Methods, B and M Books, pp.340~364. 2011.

[2] Jong-Guk Shin · Myeong-Whan Cheon · Min-Sook Park, Distribution Principles, McgrawHill Korea, Distribution Principles, pp.23~150, 2008.

[3] Korea Association of Convenience Stores, Convenience stores operating trends, pp.21~230, 2012.

[4] Sun-Mi Shin, The Effects of Pedestrian Volume On Retail Sales, Master dissertation, Hanyang University, pp.3~35, 2000.

[5] Ho-Sin Lee, Location Factors Affecting The Convenience Store Sales, Master dissertation, ChungBuk National University, pp. 34~47, 2003.

[6] Jun-Qyu Park, A Study on Spatial Characteristics of Convenience Store in Metropolitan Area : The Case of Daegu-City, Master dissertation, Gyeomyeong University, pp.5~25, 2003.

[7] Kyeong-Sun Lee, An Analysis of The Location of Convenience Stores in Kwangju-Si, Master dissertation, JyeonNam University, pp.12~36, 1998.

[8] Yim-dong Lee, The study of site factors affecting the sales of convenience stores, Master dissertation, Pusan National University, pp. 12~46, 2009.

[9] Yoo-Na Choi, A Study on the Effects of Location Factors on Sales of Convenience Stores, Master dissertation, KonKuk University, pp.42~72, 2012.

황 규 성(Hwang, Kyu-sung)

· 1994년 2월 : 동아대학교 대학원 산업공학과(공학박사)
· 1993년 3월 ~ 현재 : 동의과학대학 부동산경영과 교수
· 1991년 1월 ~ 1993년 2월 : 포항공대 연구원
· 관심분야 : 부동산 개발, 부동산투자분석

· E-Mail : kyusung@dit.ac.kr

이 찬 호(Lee, Chan-ho)

· 1995년 2월 : 아주대학교, 경영학박사
· 2010년 8월 : 건국대학교, 부동산학 박사
· 2006년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 경영학부 교수
· 관심분야 : 부동산평가 · 금융, 원가 · 관리회계

· E-Mail : lechanho@pusan.ac.kr

RETRACTED