



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

공학석사 학위논문

# 골목상권 내 카페업종 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

A Study of the factors influencing the Sales of Cafe in  
Alley tread area

2018년 8월

서울과학기술대학교 일반대학원  
데이터사이언스학과

정 실 로

# 골목상권 내 카페업종 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

A Study of the factors influencing the Sales of Cafe in  
Alley tread area

지도교수 김경옥

이 논문을 공학석사 학위논문으로 제출함  
2018년 8월

서울과학기술대학교 일반대학원  
데이터사이언스학과

정 실 로

정실로의 공학석사 학위논문을 인준함  
2018년 8월

심사위원장 조남욱 (인)

심사위원 김경옥 (인)

심사위원 금영정 (인)

## 요 약

제 목 : 골목상권 내 카페업종 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한  
연구

전통적으로 상권분석은 오랜 시간 동안 연구되어온 분야지만 기존 연구는 주로 발달 상권을 중심으로 이루어졌다. 본 연구는 서울시 골목상권 데이터를 이용해 소상공인의 주 창업상권에 대한 매출요인에 대한 회귀분석을 진행하였다. 기존에 활용하던 인구요인, 접근성 요인, 상권 속성을 포함하며, 상권 내 동일업종 집적을 고려하여 동일 업종 밀집에 대한 속성을 추가하였다. 또한 상권이 속한 지역적 특징 중 주거인구와 근로자수에 따라서 주거지역, 상업지역, 발달지역으로 분류하여 연구를 진행하였으며, 결과에 따라 매출액에 미치는 영향력을 판단하여 주요 매출 요인을 도출하였다.

# 목 차

요약 .....	i
표목차 .....	iii
그림목차 .....	iii
I. 서 론 .....	1
II. 문헌조사 .....	3
1. 상권 내 점포 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 동향 .....	3
2. 동종 및 이종업종의 집적 관련 연구 동향 .....	5
3. 골목상권 관련 연구 동향 .....	6
III. 연구 방법 .....	9
1. 사용데이터 .....	9
2. 다중선행회귀분석 .....	13
3. 지역적 특징에 따른 개별 골목상권 .....	13
IV. 연구 결과 .....	16
1. 전체 골목상권 .....	16
2. 지역적 특징에 따라 분류된 골목상권 .....	18
V. 결 론 .....	21
참고문헌 .....	23
영문초록(Abstract) .....	25

## 표 목 차

Table 2.1 선행연구에서 활용한 매출액에 기여하는 새로운 요인 .....	4
Table 2.3.1 골목상권의 정의 .....	7
Table 2.3.2 생활밀착형업종 목록 .....	8
Table 3.1.1 골목상권 제공 데이터 테이블 .....	10
Table 3.1.2 전체 골목상권 독립변수의 기초통계량 .....	11
Table 3.1.3 골목상권과 발달상권의 기초통계량 .....	12
Table 3.3.1 특정 지역별 골목상권 독립변수의 기초통계량 .....	15
Table 4.1.1 골목상권 카페업종 매출액에 영향을 주는 요인 .....	17
Table 4.2.1 특정 지역별 골목상권 매출액에 영향을 주는 요인 .....	22

## 그림목차

Fig 2.3.1 서울시 발달/골목상권 지도 .....	8
--------------------------------	---

# I. 서 론

상권분석이란 점포가 위치한 상권의 형태와 특징을 파악하고, 점포의 입지선정조건을 확인하여 업종을 선택하는 과정을 말한다. 상권분석을 통해 분석하고자 하는 상권의 매출요인을 설명하거나, 상권 내 점포의 생존율과 폐업율에 미치는 요인을 탐색 할 수 있다. 창업자가 선택한 상권에 대한 정보와 창업하려는 업종의 특징을 통해 유리한 입지 선점에 대한 상권분석은 필수적이다.

상권분석은 상권이나 상권에 속한 점포를 대상으로 매출액이나 매출 건수, 방문자 수에 영향을 미치는 요인에 대하여 설명하려는 연구가 지속되고 있다. 연구 사례로 점포와 상권 단위의 매출액에 영향을 주는 요인을 분석하는 방향으로 지속되어 왔다. 기업형 슈퍼마켓 매출액 데이터를 통해 매출액에 영향을 주는 요인을 설명하고자 했던 연구에선 하루 평균 구매자 수, 매장이 위치한 층수, 매장면적, 매장 위치, 점포 인근 가구 수, 주택 가격 등을 변수로 구성하였다 (우철민, 2011). 또한 편의점 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석한 연구에선, 점포가 위치한 지역의 인구, 지역, 매장, 경쟁요인 모두 매출액에 영향을 미치는 것으로 파악되었다 (최유나, 2012).

앞서 언급한 연구들은 제한된 지역의 상권이나 점포의 매출액 또는 매출건수에 영향을 미치는 요인에 대하여 설명하고자 하였다. 하지만 상권은 속한 지역, 배후지 시설, 인구, 근로자 수 등에 따라 특징이 상이하기 때문에, 각각의 상권은 임대료와 창업요건이 다르다. 접근성이 용이하고, 유동인구가 큰 발달상권의 경우 높은 임대료와 대형 프랜차이즈 업종이 즐비하고, 주거 시설이 밀집되어있고, 발달상권과 떨어져있는 골목상권의 경우 발달상권에 비해 업종 분포가 다양하고, 임대료가 낮은 특징을 보인다.

기존연구에서 특징이 유사한 상권을 전체 상권에서 분리하여 상권 혹은 점포 단위의 매출액을 분석한 연구 중 골목상권을 대상으로 진행한 연구가 부족하다. 그렇기 때문에 골목상권이라는 서울시 내에 존재하는 특정 상권을 대상으로 해당 상권 내 매출액에 영향을 미치는 요인을 설명하고자 한다.

전체 업종에서 특정 업종의 매출액에 영향을 미치는 요인을 보다 자세하게 탐색하기 위해서, 골목상권에서 많은 창업활동을 하는 소상공인의 창업선호도에 따른 희망업종인 카페를 대상으로 연구를 진행하려 한다.

골목상권 내 카페 매출액 예측을 통해 카페 매출액에 영향을 미치는 요인을 확인하는 것이 연구의 목표이다. 선행연구에서 상권분석에 고려했던 요인인 인구요인, 지역요인, 상권 속성, 접근성 요인을 기반으로 진행하되 카페의 특성을 고려하여 추가적으로 카페 업종의 밀집에 관련된 부분을 세 가지로 구분하여 매출액과의 관계를 확인하고자 한다.

카페 업종의 밀집도는 우선 카페가 속한 외식업종 대비 카페 수로, 둘째 전체 업종 대비 카페 수로, 마지막으로 카페가 속한 골목상권 면적 대비로 매출액을 설명하고자 한다.

이를 통해 특정 골목상권에 창업을 시도할 때, 고려해야하는 요소를 확인하여 소상공인 창업의 생존기간 연장에 기여하고, 상권분석 서비스 고도화에 기여 할 수 있다.

본 연구는 다음과 같이 구성된다. 2장에서는 상권 내 점포 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 동일 업종 군집 특성 관련 연구들의 동향을 소개하고 기존 연구의 한계점에 대해 알아본다. 3장에서는 활용한 데이터인 골목상권 데이터와 회귀분석에 활용한 카페 업종에 관한 국내 시장 현황에 관해 설명하고, 4장에서는 골목상권 내 카페 업종 매출액 예측 회귀모델의 결과와 골목상권이 속한 지역을 주거지역, 상업지역, 복합 지역으로 구분하여 개별 모델링한 결과를 통해 골목상권 내 카페 매출액에 영향을 미치는 요인에 대해 파악하고자 한다. 마지막으로 5장에서는 본 연구의 결론과 향후 연구 방향 및 한계점을 제시한다.



## II. 문헌 조사

### 1. 상권 내 점포 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 동향

상권분석이란 창업을 위해 상권과 업종 선택을 위한 작업으로, 선택한 상권과 업종에 대한 경쟁사분석, 유동인구분석, 매출요인분석 등이 있다.

점포 또는 상권 단위 매출 데이터와 그에 따른 요인을 결합하여 매출액 요인을 분석한 연구 사례를 살펴보면, 우선 전체 상권 혹은 특정 상권을 대상으로 한 연구들이 수행되었다. 이연수 외(2014)는 서울시에 존재하는 대학가 상권을 대상으로 해당 상권 매출액에 미치는 영향에 대한 입지요인을 분석하였다. 대학가 상권은 업종 밀도에 있어 대형 상권과 큰 차이를 보이고 있으며, 신촌, 홍대, 건대 상권 등의 대학가 성격을 띤 상권들이 다수의 매체에서 이슈화가 되어서 대형 상권에 비해 더 발달되는 양상을 보이기 때문이다.

점포의 생존율과 폐업율에 대한 연구로 정동규 외(2017)는 이태원 지역을 대상으로 발달상권과 골목상권에 위치한 음식점의 생존과 폐업을 비교하였는데, 이태원은 발달상권인 이태원, 홍대가 존재하며, 골목상권으로 볼 수 있는 경리단길, 연희동, 상수동을 포함하고 있는 지역이기 때문이다. 해당 연구에서 음식점 인허가 데이터를 활용, 커널 밀도분석을 이용해 상권의 영역을 추정하였으며, 추정된 각각의 상권에 속하는 음식점의 생존과 폐업 위험 추이를 생존 분석을 이용해 비교하고, 각 상권에서 이들의 폐업에 영향을 미치는 점포특성과 입지특성 요인을 비교하였다. 공통적으로 낮은 폐업 확률을 보이는 특징으로 프랜차이즈가 도출되었고, 발달상권에서는 접근 가능성, 주거용도지구, 음식점 1층 입점 여부가, 골목상권에서는 지하철, 주간선도로까지의 거리, 경사로 변수가 폐업에 영향을 미치는 변수로 나타났다.

Table 2.1에 선행연구에서 각각의 연구에서 매출액 예측에 활용된 설명변수를 확인 할 수 있다.

이형주 외(2012)는 외국 연구 사례를 통해 매출액에 영향을 주는 요인을 추출하여 분석하였는데, 환경성, 편의성, 쾌적성, 매력성, 청결성 등 소비자가 점포에서 체험할 수 있는 부분을 변수로 구성하여 설문조사를 통해 매출액과의 상관관계를 분석하였다. 우철민 외(2011)는 기업형 슈퍼마켓 매출액에 영향을 주는 요인으로 하루 평균 구매자 수, 매장이 위치한 층수, 매장면적, 매장 위치, 브랜드, 가구 수, 주택가격 등을 변수로 구성하여 분석하였다. 분석 결과 매장 위치와 브랜드 등의 변수가 매출액에 큰 영향을 주는 것으로 파악되었다. 최막중 외(2001)는 연구에서 보행량이 소매업 매출액에 미치는 영향을 연구하였는데, 해당 연구의 경우 보행에 관련된 환경적인 변수와 보행량이 소매업 매출액에

영향을 미친다는 분석결과를 제시하였다. 최유나 외(2012)의 연구에서는 인구요인, 지역요인, 매장요인, 경쟁요인 등을 변수로 하여 편의점 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석하였는데, 결과 인구, 지역, 매장, 경쟁요인 모두 매출액에 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 특히 지역적으로 유흥역세권일수록, 점포면적이 클수록 편의점 매출액이 증가한다는 결과를 제시하였다. 왕효석(2011)은 상점의 매출액에 영향을 주는 요인들로 소득, 총인구, 가구 규모, 인구변화, 경사도, 용적률, 건폐율, 층수, 점포면적 등을 활용하였는데, 소득과 관련된 변수가 매출액에 큰 영향을 준다고 파악하였다. 손동욱(2012)은 기존 매출액 요인 분석 연구에서 활용하는 변수와 더불어 경쟁업종 분포밀도 변수를 추가로 연구를 진행하여 실제 매출액에 영향을 미친다는 것을 분석하였고, 상권의 범위를 400m에서 1000m로 다양하게 분석했다는 점이 연구에 의미를 더한다.

기존의 연구들에서 사용된 변수들을 보면, 인구, 대중교통을 이용한 접근성, 점포가 갖는 지리적 특성, 주변 토지이용특성 등이 여러 연구에서 공통적으로 매출액에 영향을 준다고 파악되었음을 알 수 있다.

Table 2.1 선행연구에서 활용한 매출액에 기여하는 새로운 요인

저자	지역 및 상권	매출액에 영향을 미치는 요인
최막중 외(2001)	중구 내 음식점	보행량과 관련된 환경적 변수
이영은 외(2007)	종로구 내 음식점	상권 인근 지하철 역수와 이용객 수
우철민 외(2011)	서울시 전지역	기업형 슈퍼마켓의 브랜드, 매장 위치
왕효석 (2011)	전국 114개 H마트 주변상권	상점이 위치한 건물의 건폐율, 용적률
손동욱 (2012)	전국 커피숍	상점이 위치한 지역의 토지이용
이형주 (2012)	서울 내의 카페	점포 내 소비자가 느낄 수 있는 환경적 요소

## 2. 동종 및 이종업종의 집적 관련 연구 동향

집적경제는 산업의 집적으로 발생하는 궁극적인 외부효과로 지리학 및 도시 경제학에서 오랜 역사를 가지고 발전해왔다. 집적에 관한 연구는 경제학, 네트워크 사회학, 진화주의, 경영학 등의 학문 영역과 정적, 동적인 관점 등 다방면으로 진행됐다. 도시의 관점에서 공간 집적경제를 나누어 보면, 전문성 부분의 외부효과인 지역화 경제와 다양성 부분의 외부효과인 도시화 경제로 나뉜다. 지역화 경제는 동종 산업들이 지리적으로 근접하여 발생하는 외부효과로 Marshall에 의해 MAR(Marshall-Arrow-Romer)의 이론으로 발전하였다. MAR이론은 동일한 업종의 산업이 집적하여 특화되어 있을 때 해당 산업간의 지적 파급력이 활발히 이루어져 산업의 경쟁력을 높임으로써 잠재력이 향상된다는 것이다. 점포의 공간적 분포에 대한 연구는 구매자특성과 시장의 확장과 같이 꾸준히 연구됐다. 최근의 소매업 공간 관련 연구를 살펴보면 산업 공간의 군집분포를 고려한 연구가 많이 진행됐다 (정은애 외, 2016).

국내에선 외국의 초기 연구와 같이 분포 특성이나 변화에 대한 연구가 많이 진행되었는데, 신우진(2010)은 29개의 실제 소매 업종을 대상으로 동종 및 이종업종 간의 군집이 점포 매출액에 미치는 영향을 실증적으로 규명하였다.

이처럼 동일 업종의 밀집 즉 업종의 집적이 실제 점포의 이익이나 매출액에 어떤 영향을 미치는지 분석한 연구는 국내에서 부족한 것이 사실이다. 집적연구 관련 초기에는 상권의 범위를 도출하기 위한 연구에서 점포의 군집 특성이 활용되었지만, 현재는 점포의 임대료나 매출액과 같은 실생활에 밀접한 부분과 관련하여 동종업종의 군집특성이 어떤 영향력을 나타내는지 파악하는 연구가 필요하다. 따라서 본 연구는 골목상권 내 위치한 카페업종의 밀집도를 통해 동일 업종의 밀집이 매출액에 어떤 영향을 보이는지 파악하려 한다.

### 3. 골목상권 관련 연구 동향

서울시는 골목상권을 Table 2.3.1과 같이 정의하였다.

골목점포는 Table 2.3.2의 표에 나와 있는 생활밀착형 업종에 포함되는 골목점포를 말하며, 생활밀착형 업종은 크게 외식업, 서비스업, 도소매업으로 분류된다. 해당 분류는 골목상권의 정의와 마찬가지로 서울시에서 지정한 업종을 대상으로 생활밀착형업종으로 분류하였다.

Table 2.3.1 골목상권의 정의

단계	정의
1단계 골목과 상권의 사전적 정의	골목 : 큰길에서 들어가 동네 안을 이리저리 통하는 좁은 길 상권 : 상업상의 세력이 미치는 범위 골목상권 ; 대로변이 아닌 거주지 인근의 좁은 도로를 따라서 형성된 상업 세력의 범위
2단계 골목상권의 개념적 정의	1. 대형 유통 시설이 포함되지 않는 범위 2. 주택이 밀집된 곳에 형성된 상권 3. 왕복 4차로 이상의 대로변 뒷골목 4. 도소매업, 외식업, 서비스업의 생활밀착업종에 한함 5. 50개 이상의 생활밀착형업종 밀집지역
3단계 골목상권의 사전적 정의	골목점포의 정의 1. 생활밀착형 업종에 포함되는 점포 2. 4차선 이하의 길에 속하는 점포 3. 발달상권에 포함되지 않는 점포 4. 대형유통점 인근에 포함되지 않는 점포 5. 배후지가 주거지역에 포함되는 점포 골목상권의 정의 1. 일정 점포수 이상의 상권 2. 골목점포의 밀집도가 높은 상권

Table 2.3.2 생활밀착형업종 목록

업종(대분류)	업종(소분류)		
외식업	한식음식점 치킨집 일식집 중국집	분식집 패스트푸드점 제과점 커피음료	호프간이주점 양식집
서비스	한의원 일반의원 보육시설 부동산중개업 인테리어 노래방 PC방 헬스클럽 노인요양시설 미용실	네일샵 피부관리실 여관업 세탁소 자동차수리 자동차미용 임시보습학원 당구장 골프연습장 외국어학원	예체능학원 치과의원
도소매업	슈퍼마켓 정육점 과일채소 의류점 패션잡화	약국 문구점 편의점 컴퓨터판매수리 휴대폰	화장품

골목상권을 대상으로 한 기존연구를 살펴보면, 서지수는 골목상권 별 통계량을 비교하여 창업자가 선택한 업종에 알맞은 골목상권을 추천하는 시스템을 제안하였는데, 이는 서울시 ‘우리 마을 가게 상권분석 서비스’<sup>1)</sup>에서 제공하는 분석내용을 이용자에게 전달할 뿐 자체적인 분석을 포함하고 있지 않다. 또한 정동규는 발달상권과 골목상권의 입지요인을 분석하고, 각각의 상권에 위치한 음식점의 생존과 폐업에 영향일 미치는 요인을 분석하였다.

1) 우리 마을 가게 상권분석 서비스 URL : <http://golmok.seoul.go.kr/sgmc/main.do>

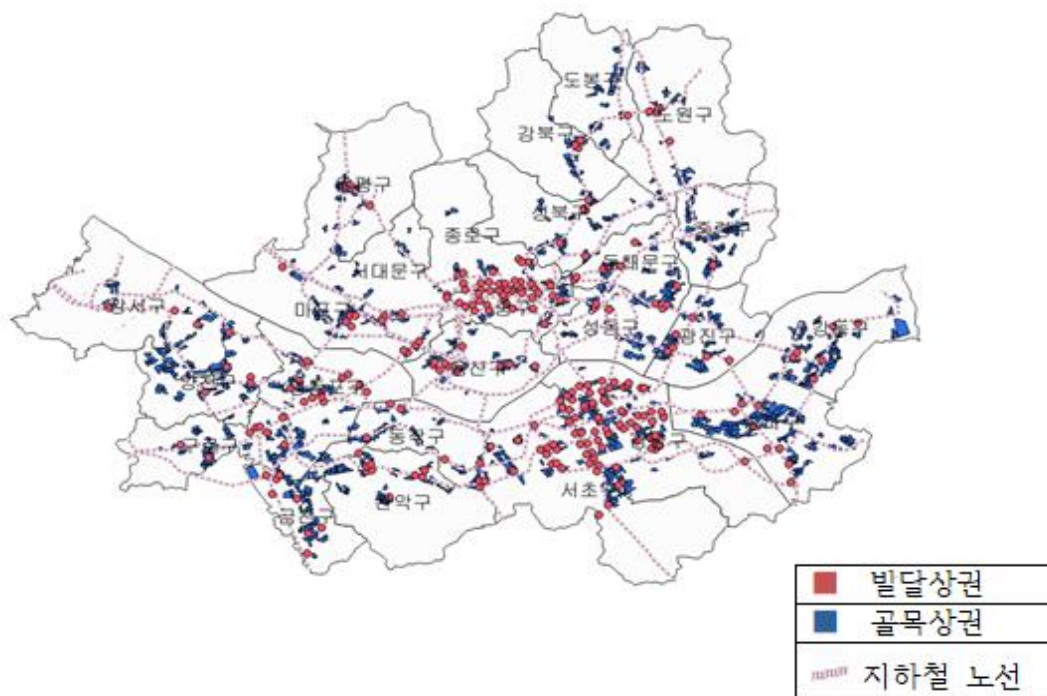


Fig 2.3.1 서울시 발달/골목상권 지도

골목상권의 성장에 따라 골목상권 내 전체 혹은 특정업소의 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구와 유동인구분석, 경쟁사 분석등과 같은 연구를 수행할 필요가 있다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 사용 데이터

본 연구에서는 2015년 1월부터 12월까지를 기준으로 서울 열린 데이터 광장<sup>2)</sup>의 서울시 골목상권 데이터, 버스정류장과 지하철의 위치데이터와 통계지리정보서비스<sup>3)</sup>에서 제공하는 집계구 단위의 센서스 데이터를 활용하였다.

우선 골목상권 데이터에서 제공되는 데이터 셋을 살펴보면 Table 3.1.1과 같다. 데이터는 상권 영역과 상권 배후지를 포함하여 제공한다. 골목상권과 배후지의 인구, 집객시설, 아파트, 지수지표 등과 같은 정보를 제공한다. 연구에서 활용된 종속변수로 2015년 1월부터 12월까지의 골목상권 내 카페 월 매출액의 평균값을 log변환하여 사용하였다.

Table 3.1.1 골목상권 제공 데이터 테이블

No	데이터셋명	데이터셋내용
1	골목상권영역	골목상권영역shape 파일
2	상권/배후지-추정유동인구	추정유동인구 정보
3	상권/배후지-직장인구	직장인구 정보
4	상권/배후지-상주인구	상주인구 정보
5	상권/배후지-추정매출	추정매출 정보
6	상권/배후지-소득소비	추정소득소비 정보
7	상권/배후지-점포	점포 정보
8	상권/배후지-아파트	아파트 통계 정보
9	상권/배후지-집객시설	집객시설 정보
10	상권/배후지-지수지표	상권의 과밀지수, 안정성지표, 활성화지표, 성장성지표 정보

2) 서울 열린 데이터 광장 URL : <http://data.seoul.go.kr/>

3) 통계지리정보서비스 URL : <https://sgis.kostat.go.kr/view/index>

Table 3.1.2에 나와 있는 골목상권의 기초 통계량을 보면 인구요인, 상권속성, 접근성 요인, 상권 내 밀도속성 요인으로 구분하여 전체 골목상권이 갖는 통계 값을 나타낸다. 발달상권과 골목상권의 속성들 중 인구요인은 통계청의 센서스 데이터를 활용하였고, 상권면적과 밀도요인은 골목상권데이터를, 접근성요인은 서울시 버스정류장, 지하철, 발달상권 정보를 통해 부여하였다.

골목상권에서 인접한 상권은 배후지를 공유하기 때문에 골목상권이 갖는 지리적 특성, 접근성 등이 매우 유사하다. 그래서 인접한 골목상권을 독립적으로 처리하지 않고, 통합하여 하나의 상권으로 볼 필요가 있다.

인접한 골목상권을 처리하는 과정은 다음과 같다. 우선 인접한 전체 골목상권을 대상으로 서로 인접한 골목상권끼리 묶는 1차적인 처리를 하였다. 이후 서로 인접하지만 지리적인 환경에 의해 구분 할 필요성이 있는 골목상권을 분리하는 기준으로 골목상권이 속한 행정동을 확인하였다. 이를 통해 골목상권은 서로 인접하며, 행정동이 동일한 골목상권 끼리 하나의 상권으로 처리하여, 총 1007개의 골목상권을 427개의 골목상권으로 통합하였다.



Table 3.1.2 전체 골목상권 기초 통계량

구분	변수명	평균	표준편차	최소값	최대값
인구요인	거주인구	17228.13	5980.27	2400.00	33207.00
	근로자 수	9033.47	7623.16	175.00	72731.00
	사업체 수	1248.68	972.96	20.00	12824.00
	10대 인구비율	0.13	0.06	0.0	0.39
	20대 인구비율	0.12	0.05	0.01	0.43
	30대 인구비율	0.14	0.05	0.01	0.32
	40대 인구비율	0.13	0.51	0.01	0.35
	50대 인구비율	0.13	0.05	0.01	0.31
	60대 인구비율	0.08	0.03	0.01	0.20
	70대 인구비율	0.05	0.02	0.00	0.12
	80대 인구비율	0.01	0.01	0.00	0.06
	주택 수	4747.85	1763.07	716.00	10616.00
상권 속성	상권면적	9.43	10.42	0.58	87.36
접근성 요인	버스정류장 개수	15.37	5.72	2.00	36.00
	지하철까지의 거리	0.47	0.31	0.03	2.85
	발달 상권까지의 거리	0.77	0.63	0.06	3.54
상권 내 밀도 속성	외식업 대비 카페밀도	0.14	0.02	0.01	0.17
	모든업종 대비 카페 밀도	0.09	0.02	0.01	0.12
	상권면적 대비	0.03	0.06	0.04	1.00
	카페밀도				

골목상권은 거주지 인근의 좁은 도로를 따라 형성되었고, 업종의 밀집도가 일정 수준 이상이 되어야 하는 특성에 따라 인접한 골목상권이 다수 분포되어있다. 이와 같은 특징은 먼저 구축된 상권인 발달상권과는 다른 특징을 보이는데 발달상권과 골목상권의 차이점을 Table 3.1.3에서 확인할 수 있다.

발달상권은 골목상권보다 상대적으로 거주인구 수와 근로자 인구수 모두 높은 것으로 나타났다. 주거지역을 반드시 포함한 골목상권이 발달상권보다 거주인구가 낮은 까닭은

주택 유형 부분에서 골목상권에 위치한 다수의 주거 형태는 빌라와 다세대주택이며, 발달상권은 골목상권에 비해 상대적으로 아파트가 많이 분포하기 때문이다. 이처럼 발달상권과 골목상권은 상이한 특징을 보이는 만큼, 서울시에 위치한 전체 상권에서 발달상권과 골목상권을 분리하여 연구할 필요가 있다.

Table 3.1.3 골목상권과 발달상권의 기초통계량

	골목상권		발달상권	
	평균	표준편차	평균	표준편차
거주인구	18653.68	5645.28	22664.41	13088.19
근로자	9010.48	7206.99	20718.05	17539.60
사업체	1265.48	1016.64	2651.05	2625.91
평균 연령	40.45	2.17	40.64	3.74
주택 수	5022.34	1690.10	3128.10	1809.29
버스정류장 개수	15.33	6.16	15.72	6.35
지하철까지의 거리	0.48	0.32	0.32	0.21

위와 같이 골목상권을 통합하는 과정에서 골목상권의 면적이 달라지면서 새롭게 골목상권영역과 배후지 정보를 구축했다.

우선 골목상권과 배후지에 해당하는 골목상권 중심을 기준으로 400m내 집계구에 해당하는 인구, 근로자, 사업체, 주택 수, 연령별 인구비를 생성하였다.

각각의 골목상권 근처에 위치한 버스정류장과 지하철역을 확인하고자 네이버 API를 통해 주소를 동일한 좌표계를 갖는 좌표로 변환하는 과정을 수행하였다.

추가적으로 골목상권 내 카페 집적이 매출액에 미치는 영향을 확인하고자 카페 밀도와 관련된 변수를 생성하였는데, 카페 수와 카페 포함된 상권의 외식업 점포 대비 밀도, 카페 수와 상권 내 모든 업종의 점포 대비 밀도, 카페 수와 카페가 포함된 골목상권의 면적 대비 밀도를 각각 생성하였다. 이때 사용된 카페 수와 외식업 점포 수, 다른 업종의 점포수는 골목상권 테이블 셋에 포함된 데이터를 활용하였다.

## 2. 다중선형회귀분석

다중선형 회귀분석은 기본적으로 단순선형 회귀분석과 같지만 독립변수가 두 개 이상이라는 부분에서 다르다. 독립변수를 여러 개 이용하여 설명력을 높일 수 있다. 종속변수  $Y$ 와 독립변수군  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_i$ 사이의 다중선형 회귀분석의 기본 모형은 다음과 같다.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \epsilon$$

위의 식에서  $\beta$ 는 회귀계수(coefficient)이고,  $\epsilon$ 는 종속변수  $Y$ 에 대한 오차이다. 다중선형 회귀분석모형에서는 결정계수(coefficient of determination,  $R^2$ )를 통해 설명력을 나타낸다.

## 3. 지역적 특징에 따른 개별 골목상권

골목상권은 주거지역을 필수적으로 포함하는데, 주거지역만 포함하고 있는 지역과 골목상권 인근 상업지역이 함께 포함된 상권이 존재한다. 그렇기 때문에 해당 지역의 특징을 구분하여 개별적으로 카페 매출액에 영향을 미치는 요인을 확인할 필요성이 있다. 골목상권이 분포된 지역은 주거지역, 상업지역, 발달지역으로 구분하였는데, 주거지역과 상업지역은 거주인구와 근로자 인구로 구분하였으며, 해당 상권에 거주인구와 근로자 인구가 모두 상위에 속한다면 발달상권으로 구분하였다.

우선 Table 3.3.1에 개별 상권별 기초 통계량을 통하여 각 골목상권마다 갖는 특징을 파악 할 수 있다. 주거지역과 상업지역 그리고 발달지역을 나눈 기준은 골목상권이 속한 집계구 단위 영역에 거주인구 수와 근로자 수를 고려하였는데, 우선 발달지역은 골목상권과 배후지역에 거주인구와 근로자 수 모두가 전체골목상권의 50%이상인 지역을 발달지역으로 지정하였다. 그 외의 골목상권은 해당 골목상권과 배후지에 거주인구와 근로자를 직접 비교하여 거주인구가 많을 경우 주거 지역으로, 근로자 수가 많을 경우 상업지역으로 분류하였다. 이를 통해 분류된 주거지역은 200개, 상업지역은 74개 그리고 발달지역은 153개이다.

주거지역은 다른 지역에 비교해 거주하고 있는 인구의 평균 연령이 높고, 골목상권의 영역이 상대적으로 규모가 컸으며, 골목상권 영역 대비 카페 밀집도가 낮았다. 또한 가장 가까운 지하철역과 발달상권까지의 거리가 멀고, 다른 업종 대비 카페 밀도가 낮은 측면을 확인 할 수 있었다. 상업지역의 경우 주거지역에 비해 거주인구와 주택 수가

30%가량 낮았다. 또한 상권의 접근성 요인인 가장 가까운 지하철까지의 거리와 발달상권까지의 거리가 다른 지역에 비교해 가장 가까운 것을 확인 할 수 있었다. 이는 주거인구와 유동인구가 많은 지역에 활발하게 카페 창업이 시도되고 있음을 보여준다. 발달지역은 거주인구와 근로자 수가 높고, 상권면적 대비 카페 밀도가 다른 지역에 비하여 가장 높았다.

Table 3.3.1 특정 지역별 골목상권 독립변수의 기초통계량

지역 구분	주거지역		상업지역		발달지역	
변수명	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
거주 인구	18903.42	5573.06	11290.89	5445.02	18292.13	4998.44
근로자 수	5252.03	2939.32	18723.06	10227.51	9289.16	6065.00
사업체 수	853.28	455.70	2231.90	1581.17	1289.45	710.44
10대 인구 비율	0.14	0.05	0.06	0.04	0.14	0.05
20대 인구 비율	0.13	0.05	0.08	0.04	0.13	0.05
30대 인구 비율	0.15	0.05	0.09	0.05	0.15	0.04
40대 인구 비율	0.14	0.04	0.07	0.04	0.14	0.04
50대 인구 비율	0.14	0.04	0.07	0.04	0.13	0.04
60대 인구 비율	0.09	0.03	0.05	0.02	0.08	0.02
70대 인구 비율	0.05	0.01	0.02	0.01	0.05	0.01
80대 인구 비율	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
주택 수	5043.36	1682.48	3224.44	1577.33	5088.27	27.00
상권 면적	13.54	12.48	11.14	8.62	3.22	1.46
버스 정류장 개수	15.94	5.68	13.56	5.27	15.49	5.83
지하철 까지의 거리	0.52	0.37	0.44	0.18	0.41	0.26
발달상권까지 의 거리	1.00	0.68	0.43	0.26	0.65	0.57
외식업종 대비 카페 밀도	0.06	0.02	0.02	0.04	0.07	0.02
모든 업종 대비 카페밀도	0.02	0.01	0.04	0.01	0.03	0.01
상권면적 대비 카페밀도	0.12	0.08	0.21	0.13	0.25	0.18

## IV. 연구 결과

### 1. 전체 골목상권

Table 4.1.1은 전체 골목상권을 대상으로 한 회귀분석 결과이다. 회귀분석 결과에서 인구요인에 해당하는 평균 연령, 근로자 수, 사업체, 거주인구 주택 수가 통계적으로 유의하였으며 그중 거주인구에 따른 영향력이 근로자 수보다 컸다. 거주인구는 증가할수록 매출액에 감소하는 영향을 주지만, 근로자 수의 경우 반대로 증가하는 영향을 주었다. 하지만 거주 인구, 근로자 수와 각각 상관성이 높은 주택 수, 사업체 수의 경우 매출액과의 관계가 반대로 나타났다. 주택 수의 경우 거주 인구와 상관성이 높지만 거주 인구와는 반대로 매출액과의 관계가 정(+)의 관계를 갖는다. 또한 근로자 수와 상관성이 높은 사업체의 경우 매출액에 부정적인 영향을 주는데, 사업체 수가 적고 근로자 수가 많은 밀집된 상업지역에 더욱 높은 매출액을 나타내기 때문이라고 생각된다.

연령별 인구비율 변수에서 10대와 20대가 통계적으로 유의한 변수로 도출되었다. 연령별 카페 매출액 점유율에 따르면 10대가 가장 낮은 점유율을 보이고, 20대가 가장 높은 점유율을 보이는 것과 연결된다. 또한, 카페 매출액 점유율에서 20대와 유사한 점유율은 가진 30대의 경우 통계적으로 유의하지 않았는데, 이는 연령별 인구 비율을 상권과 배후지 내에 거주 인구로 변수를 생성했기 때문이다. 카페 이용객은 주거인구 이외에 근로자, 외부 유입인구와 다양한 형태 구성되는데, 30대의 경우 주거지역보단 경제활동이 이루어지는 지역에서 카페를 이용한다는 것을 알 수 있다.

다른 주요 변수로써, 접근성 요인으로서는 가장 가까운 지하철역까지의 거리와 발달상권까지의 거리가, 밀도 관련 변수에서는 골목상권 면적대비 카페 밀도가 꼽혔다. 거리와 관련된 변수는 골목상권에서 지하철역과 발달상권이 가까울수록 매출액에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 이는 골목상권의 특징상 상권 영역 내 활동인구와 상권 인근의 배후지 내 활동인구뿐만 아니라 상권 외부의 인구 유입이 골목상권 내 카페 매출액에 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 이러한 접근성 요인은 발달상권의 입지요인으로 가장 강조하는 부분 중 하나이다. 실제로 접근성은 상권의 임대료, 점포의 업종 등에 매우 큰 영향을 준다.

상권면적 대비 카페 밀도 변수 역시 매출액과 정(+)의 관계를 가졌는데, 밀도가 높아지는 상황을 생각해보면, 실제 카페 수가 많을 경우와 해당 상권의 면적이 작은 경우 두 가지를 고려 할 수 있다. 두 번째 사항은 근로자 수와 사업체 수에서 언급한 결과와 연결 할 수 있는데, 사업체 수가 적고 근로자 수가 많은 밀집된 상업지역의 경우 상권

의 면적이 다른 상권에 비교해 작은 경우를 확인 할 수 있었다. 실제 강남과 종로와 같은 상업지역의 상권이 전체 상권보다 카페 매출액이 높음을 확인 할 수 있었다.

Table 4.1.1 골목상권 카페업종 매출액에 영향을 주는 요인

변수명	coefficient	p-value
거주 인구	-0.595	0.000***
근로자 수	0.131	0.005***
사업체 수	-0.135	0.003***
주택 수	0.432	0.000***
10대 인구 비율	-3.280	0.009***
20대 인구 비율	1.680	0.003***
30대 인구 비율	-0.125	0.856
40대 인구 비율	1.990	0.270
50대 인구 비율	-0.643	0.657
60대 인구 비율	0.896	0.698
70대 인구 비율	-1.547	0.544
80대 인구 비율	-3.183	0.358
상권 면적	0.001	0.915
버스 정류장 개수	-0.002	0.406
지하철까지의 거리	-0.152	0.004***
발달상권까지의 거리	-0.144	0.000***
외식업 대비 카페 밀도	2.098	0.142
모든 업종 대비 카페밀도	-3.501	0.234
상권면적 대비 카페밀도	0.356	0.073*
N	375	
$R^2$	0.511	

\* p-value<0.1, \*\* p-value<0.05, \*\*\* p-value <0.01

## 2. 지역적 특징에 따라 분류된 골목상권

주거지역, 상업지역, 발달지역으로 분류하여 개별 회귀분석 결과인 Table 4.2.1을 보면 지역별 특징이 반영된 결과가 나타나는데, 우선 주거지역의 경우 거주인구와 지하철까지의 거리, 발달상권까지의 거리 그리고 상권면적 대비 카페 밀도, 10대 연령비율 변수가 주요 변수로 도출되었다. 주거지역인 만큼 거주인구에 따라 종속변수인 매출액과 정(+)의 관계를 갖는다. 이는 전체 골목상권과 상반되는 결과이다. 전체 골목상권과 동일한 결과를 도출한 10대 연령비율 변수는 매출액과 부(-)의 관계 나타내어 카페 매출 점유율과 연결되는 점을 확인하였다. 이는 주거지역뿐만 아니라 상업지역, 발달지역 모두 동일하게 도출되었다.

또한, 접근성 요인인 지하철까지의 거리와 발달상권까지의 거리가 가까울수록 매출 증가 요인으로 확인되었다. 주거지역도 모든 상권과 동일하게 유동인구의 접근성이 카페 매출액에 긍정적인 영향을 주는 것으로 파악된다.

주거지역에서의 상권면적 대비 카페 밀도 역시 주요변수로 확인되었다. 주거지역의 상권면적은 다른 상업지역과 발달지역보다 넓으며, 전체 골목상권의 면적보다 약 1.5배 가량 넓었다. 해당 지역의 골목상권 내 카페 집적이 매출액과 정(+)의 관계 갖는 것은 전체 골목상권과는 다른 관점이다.

전체 골목상권에서는 사업체와 근로자 수의 상관성이 상권의 면적과 조합되었다면, 주거지역의 골목상권의 경우 거주인구와 상권면적을 고려해야 한다. 주거지역의 경우 다른 지역과 달리 사업체 수가 적고 주택 수는 많으며 상권면적이 매우 넓다. 이는 토지와 건물 다수를 주거 용도로 활용하고 있음을 알 수 있다. 동일한 주거용도 건물이라도 아파트, 빌라, 단독주택 등과 같이 다양한 형태가 존재하는데, 넓은 부지를 필요로 하는 아파트가 분포하기보단, 작은 부지를 사용하는 빌라가 다수 밀집한 형태의 지역임을 확인하였다.

상업지역의 경우 근로자 수와 상관성이 높은 사업체 수가 주요 변수로 확인되었다. 상업지역의 경우 골목상권을 지역적 특성으로 구분하는 과정에서 74개로 분류되었고, 해당 지역의 회귀분석 모형의  $R^2$ 값이 다른 지역을 대상으로 한 모형에 비교해 낮았는데, 이는 상업지역에 위치한 골목상권 내 카페 매출액을 설명하기엔 현재 모형에서 사용한 설명변수가 충분하지 않음을 뜻한다.

마지막으로 발달지역은 주거지역의 특징과 상업지역의 특징을 모두 가지고 있다. 회귀분석에서 도출된 주요 변수를 보면, 근로자 수, 발달상권까지의 거리, 모든 업종 대비 카페 밀도가 나타났다. 발달상권은 주거지역과 유사하게 거주인구가 분포하지만, 매출액



에 통계적으로 유의미한 영향을 끼치는 변수는 근로자 수로 나타났다.

발달지역의 높은 사업체 수, 근로자 수와 상권면적은 근로자의 행동반경과 관련 있을 것이라 생각한다. 근로자가 상권 내 점포를 이용할 때, 사업체와의 인접성이 선택의 중요한 요소인데, 이를 반영하여 상권 자체가 작게 형성되었음을 볼 수 있다. 실제 발달지역의 상권면적이 다른 지역에 비해 가장 작게 나타났다.

발달지역은 상권의 접근성을 나타내는 발달상권까지의 거리가 주요 변수로 도출되었는데 그 영향력이 다른 상권에 비교해 계수의 절댓값을 기준으로 컸다. 발달상권은 대개 교통의 요충지에 위치하여, 지하철역 인근에 형성되어있는 경우가 많다. 발달지역 내 골목상권은 다른 지역에 비해 지하철이 인접하기 때문에 발달상권까지의 거리의 영향을 카페 매출이 더욱 크게 받는다.

발달지역 내 모든 업종 대비 카페 밀도 변수 역시 주요변수로 도출되었는데, 모든 업종 대비 카페의 밀도가 매출액과의 정(+)관계를 갖고, 이는 카페 집적이 매출액에 긍정적인 결과를 나타낸다고 할 수 있다. 발달지역은 상권면적에 비해 많은 사업체가 밀집된 특징을 갖는다. 또한, 다른 지역에 비해 외식업종 대비 카페 밀도와 상권면적 대비 카페 밀도가 가장 높다. 이를 유기적으로 조합하면, 상권 면적이 작고 카페 밀도가 높지만, 모든 업종 대비 카페 밀도 변수가 매출액과의 정(+)관계를 갖는다는 것은 카페가 포화하지 않았음을 뜻한다. 상권 면적이 작지만, 면적과 규모는 비례하지 않기 때문에, 도소매업과 서비스업의 분포를 확인하여 카페가 진입하기 쉬운 업종 분포를 확인한다면, 유리한 입지선점이 가능할 것이다.

Table 4.2.1 특정 지역별 골목상권 매출액에 영향을 주는 요인

지역 구분	주거지역		상업지역		발달지역	
변수명	coefficient	p-value	coefficient	p-value	coefficient	p-value
거주 인구	0.349	0.026**	-0.088	0.834	0.140	0.770
근로자 수	0.154	0.324	0.041	0.722	0.031	0.024**
사업체 수	-0.103	0.168	-0.118	0.049*	-0.168	0.096
주택 수	0.451	0.004***	-0.102	0.747	0.362	0.104
상권 면적	0.002	0.236	-0.003	0.586	0.037	0.109
10대 인구 비율	-3.752	0.026**	-8.076	0.118	-4.031	0.073*
20대 인구 비율	1.048	0.248	0.751	0.695	2.031	0.063*
30대 인구 비율	-0.229	0.821	-0.906	0.676	-1.099	0.336
40대 인구 비율	1.414	0.588	6.666	0.285	5.115	0.078
50대 인구 비율	-1.765	0.399	6.485	0.186	0.249	0.917
60대 인구 비율	1.518	0.625	-4.563	0.556	1.359	0.727
70대 인구 비율	-0.724	0.832	-1.651	0.860	-5.259	0.216
80대 인구 비율	-6.502	0.261	-14.995	0.107	-1.636	0.761
버스 정류장 개수	-0.004	0.293	-0.009	0.281	-0.001	0.852
지하철까지의 거리	-0.154	0.000***	0.737	0.710	-0.070	0.589
발달상권까지 의 거리	-0.142	0.000***	-0.055	0.738	-0.102	0.016**
외식 업종 대비 카페밀도	0.642	0.771	0.706	0.160	0.061	0.781
모든 업종 대비 카페밀도	-3.75	0.549	-6.022	0.151	1.101	0.049**
상권면적 대비 카페밀도	0.901	0.033**	0.716	0.206	0.170	0.432
N	200		74		153	
$R^2$	0.438		0.372		0.445	

\* p-value&lt;0.1, \*\* p-value&lt;0.05, \*\*\* p-value &lt;0.01

## V. 결 론

본 연구는 서울시 골목상권 데이터를 활용하여 카페업종의 매출요인을 탐색하여 동일 업종밀집에 따른 특성을 파악하였다. 1007개의 골목상권을 인접하며 다른 행정동끼리 통합하여 427개의 골목상권으로 재구성하여 연구를 진행하였다. 이때 골목상권의 접근성을 고려하여 배후지를 설정하고, 골목상권의 속성을 부여하였다. 골목상권의 배후지는 서울시 소상공인협회에서 지정한 배후지 권역 400m를 차용하여 통계청에서 제공하는 가장 작은 단위의 집계구별 영역 중 인구, 가구, 주택, 사업체 데이터를 활용하여 골목상권 속성을 연구에 활용하였다. 골목상권 내 카페업종의 2015년 월 매출액 평균을 종속변수로 하여 골목상권의 독립변수를 이용하여 회귀분석을 진행하였다. 이때 활용한 독립변수는 크게 인구요인, 접근성 요인, 골목상권 속성, 골목상권 내 동일업종 밀도 요인을 이용하였다.

전체 골목상권을 대상으로 한 회귀분석 결과에서 근로자 수, 사업체, 거주인구 주택 수, 10대와 20대 인구 비율 변수가 통계적으로 유의하였다. 인구 비율 변수에서 10대 인구비율은 매출과 부(-)의 관계를, 20대 인구비율은 정(+)의 관계를 갖는다. 이는 연령별 카페 매출 점유율과 연결된다. 10대의 경우 카페 매출 점유율이 다른 연령에 비해 가장 낮은 점유율을 보였으며, 20대의 경우 가장 높은 점유율을 보였다. 또한 30대의 경우 20대와 유사한 카페 매출 점유율을 보였지만, 회귀분석 결과에서 통계적으로 유의하지 않게 나왔다. 30대의 경우 경제활동이 20대보다 상대적으로 높으므로 거주 지역 내 카페보다 경제활동 지역에서 카페 이용 비율이 높음을 알 수 있다.

또한, 다른 주요 변수로써, 접근성 요인인 가장 가까운 지하철역까지의 거리 그리고 발달상권까지의 거리가, 밀도 관련 변수에서는 골목상권 면적대비 카페 밀도가 꼽혔다. 그중 면적대비 카페 밀도의 계수가 통계적으로 유의하며, 매출액과 정(+)의 관계를 나타낸다. 이는 골목상권의 면적과 카페 업종의 집적이 카페매출액에 긍정적인 영향을 끼친다고 볼 수 있다. 이는 상권 면적이 작은 경우와 카페 수가 많은 경우로 나눌 수 있는데, 상권 면적이 작은 종로의 경우 면적대비 카페밀도가 높으며, 실제 카페 매출액이 높음을 확인 할 수 있다.

골목상권마다 가지는 지역적 특성에 따라 주거지역, 상업지역, 발달지역으로 분류하여 개별 회귀분석을 진행하였는데, 지역적 특성을 나타내는 거주인구와 근로자 수의 변수가 주거지역과 발달지역에서 각각 주요 변수로 나타났다. 유동인구 유입과 관련된 발달상권까지의 거리의 경우 주거지역과 발달지역, 모두에서 주요 변수로 확인되었다. 발달상권까지의 거리가 가까울수록 매출액과의 관계가 정(+)의 관계를 나타내어, 접근성이

좋은 상권을 고려해야 한다는 것을 다시 확인하였다.

카페 밀도에 관련된 변수에서 주거지역의 경우 다른 지역보다 상대적으로 큰 상권면적과 연관되어, 상권면적 대비 카페 밀도와 매출액과의 관계가 정(+)을 나타냈다. 이는 상권면적에 비교해 카페 수, 그리고 거주 인구를 종합적으로 고려했을 때, 수요 공급 차원에서 접근하여 카페 창업을 시도 할 수 있는 하나의 지표로 활용 할 수 있을 것이라 기대한다. 기존에는 경쟁 차원에서 동일상권 내 동일업종의 집적이 매출액과의 관계가 부(-)를 나타낼 것으로 생각한 것과 다른 결과이다.

발달지역의 경우 모든 업종대비 카페 밀도 변수가 매출액과의 관계에서 정(+)의 관계를 갖는 것으로 확인되었는데, 카페 집적이 모든 업종대비 밀도 측면에서 일정 부분 상승하여도, 매출액에 긍정적인 영향을 기대 할 수 있다는 것을 나타낸다. 발달지역은 다른 지역에 비해 상권면적 대비 카페 밀도와 외식업종 대비 카페 밀도가 상대적으로 크지만, 카페가 발달지역에서 포화하지 않았음을 확인 할 수 있는 대목이었다. 이를 통해 앞서 주거지역의 카페집적에 대한 부분을 언급한 것처럼, 동일 상권 내 동일 업종 집적이 카페 매출액에 긍정적인 결과로 연결된다는 결과를 도출하였다.

본 연구의 한계점으로는 분석에 활용한 종속변수로 커피음료 업종 단일 대상으로 진행하였던 점이 있다. 골목상권 내에는 생활밀착형 업종 43종이 존재하는데 이는 대분류로 외식업, 서비스업, 도소매업이 존재한다. 대표업종을 선정하여 비교·분석한다면 상권이 속한 지역의 특성에 따라, 업종에 따라 매출액에 미치는 요인들을 확인할 수 있을 것이다. 그리고 상권이 갖는 독립변수에 대해 고려하지 못한 부분 중 골목상권이 대로변과의 인접성정보 혹은 골목상권 내 토지이용도, 카페가 위치한 건물의 층수, 카페 면적 등을 추가한다면 보다 정확한 회귀분석과 다양한 매출액에 영향을 미치는 요소를 자세히 알 수 있다.

## 참고 문헌

- [1] 정은애, 성현곤(2016). “서울시 소매업 동종 및 이종의 공간적 군집특성이 매출에 미치는 영향분석”, 국토계획 51(5), 2016.10, pp. 63-83
- [2] 이연수, 박현신, 유승환, 강준모. (2014). “캠퍼스상권 매출액에 영향을 미치는 입지요인 분석”, 서울도시연구 15(1), 2014.03, pp. 17-34
- [3] 최유나, 정의철(2012). “입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산·도시연구 제5권 제1호 (2012년 8월), pp. 81-95
- [4] 박순철 (2008). “커피시장의 발전과정에 관한 연구”, 경기대학교 일반대학원 석사학위논문.
- [5] 유진주 (2015). “커피전문점 선택속성과 시장세분화에 관한 연구”, 경희대학교 석사학위논문.
- [6] 정동규 (2017). “발달상권과 골목상권에 위치한 음식점의 생존과 폐업 비교 -이태원 지역을 중심으로-”, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- [7] 정연승, 최순화 (2016). “한국형 스트리트형 상권(문화쇼핑거리)의 현황과 발전방안”, 유통연구 21(2) (2016년 4월), pp. 125-151
- [8] 정승영, 도희섭 (2010). “상가권리금의 군집분석을 이용한 시장세분화에 관한연구 -서울시를 중심으로”, 대한부동산학회지 28(2), 2010.10, pp 291-309
- [9] 정승영, 김진, 김봉태 (2017). “상가권리금에 영향을 주는 변수에 관한 연구”, 대한부동산학회지 35(1), 2017.4, pp. 307-320
- [10] 윤윤채, 박진아 (2016). “상업용도 변화 측면에서 본 서울시의 상업 젠트리피케이션 속도 연구”, 서울도시연구 17(4), 2016.12, pp. 17-32
- [11] 허자연, 정연주, 정창무 (2015). “상업공간의 젠트리피케이션 과정 및 사업자 변화에관한 연구 : 경리단길 사례”, 서울도시연구 16(2), 2015.6, pp 19-33\
- [12] 서지수, 공정환, 윤병철, 최진영, 이석원, 최영준 (2018). “예비 창업자를 위한 향상된 골목상권 추천 및 분석 시스템”, 한국통신학회, 2018.1, pp 924-925

- [13] 강선아, 이은용 (2013). “커피전문점의 포지셔닝 맵에 관한 연구”, 한국호텔외식관광경영학회, 2013.4, pp 169-186
- [14] 김동준, 정용해 (2013). “커피전문점의 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향연구 : 대전지역을 중심으로”, 한국호텔외식관광경영학회, 2013.2, pp 131-149
- [15] 정재원, 김승규 (2015). “대구 커피전문점의 시장 경쟁력 요인도출 : 지역 자생 커피프랜차이즈 성공요인을 중심으로”, 한국조리학회, Culinary Science & Hospitality Research 21, 2015.12, pp 312-330
- [16] 서지수, 공정환, 윤병철, 최진영, 이석원, 최영준 (2018), “예비 창업자를 위한 향상된 골목상권 추천 및 분석 시스템”, 한국통신학회 학술대회논문집, 2018.1, pp 924-925
- [17] 오홍록, 배범석, 문혜정, “빅데이터 분석을 통한 서울시 골목상권 분석”, 한국경영학회 통합학술발표논문집, 2017.8, pp 344-372
- [18] 백화점 매출액의 영향요인에 관한 연구 : 입지요인과 비입지요인의 영향력 비교를 중심으로, 한국도시설계학회지 도시설계 15(1), 2014.2, pp 51-66
- [19] 김성문, 안지상, 심교언, “대형할인점의 매출액 영향요인에 관한 연구 : 대형할인점 BIG3(이마트, 홈플러스, 롯데마트)를 대상으로”, 한국도시행정학회 도시행정학보 27(2), 2014.6, pp 19-38
- [20] 김수현, 김태현, 임하나, 최창규, “소매업의 매출액을 결정하는 보행량 및 건조 환경 요인에 관한 연구 : 서울시 편의점 화장품 소매점, 커피전문점을 중심으로”, 대한국토,도시계획학회 50(3), 2015.4, pp 299-318
- [21] 여은실, 최창규, “역세권 상업지역의 업종별 매출액에 영향을 미치는 요인 분석 : 서울시 한식, 중식, 일식을 중심으로”, 한국도시행정학회 학술발표대회 논문집, 2015.5, pp 147-157
- [22] 정대석, 김형보, “상권 업종별 분포 및 매출 영향요인 분석 : 경기도 31개 시군을 대상으로”, 경기연구원, GRI 연구논총 16(2), 2014.8, 101-122
- [23] 심우진, 심우화, “동종 및 이종 소매업종 간 공간상관관계에 관한 고찰 : 서울특별시 3가역과 역삼역 주변을 대상으로”, 서울연구원, 서울도시연구 11(4), 2010.12, 131-150

# Abstract

A Study of the factors influencing the Sales of Cafe in Alley tread area

Jeong, Sil Ro

(Supervisor Kim, Kyoung Ok)

Dept. of Data Science

Graduate School of

Seoul National University of Science and Technology

Traditionally, trade area analysis has been a field of research for a long time, but the previous research on trade area has focused on large trade area. This study used regression analysis of the sales factors of the cafe by using Seoul city alley tread area data. Including population factors and accessibility factors that were used in the past, we added attributes for the same industry densities considering the same industry accumulation in the trade sector. In addition, according to the regional characteristics of the trade area, residential area, commercial area, and development area were classified according to the resident population and workers, and the research was conducted.