

# 고객의 증권점포 선택요인에 관한 연구

- 온라인 주식거래 비중을 중심으로 -

A Study on the Selection Factors for the Main Security Branch Office  
- Focused on Client's On-Line Stock Trading Weight -

심재우·이호병

Shim, Chau · Lee, Ho Byung

## 目次

I. 서론	IV 증권점포 선택요인 실증분석
1. 연구배경 및 목적	1. 요인분석 및 선택요인별 만족도 분석
2. 연구범위 및 방법	2. 선택요인별 점포만족도 회귀분석
II. 이론적 고찰	3. 분석요약
1. 온라인 주식거래의 변천과 입지의 의의	V. 결론
2. 소비자의 점포 선택과정의 이론	1. 연구결과의 요약 및 시사점
3. 선행연구의 검토	2. 연구의 한계점 및 연구과제
III. 분석의 틀	<abstract>
1. 분석의 개요	<참고문헌>
2. 회귀분석 기법	

## ABSTRACT

### 1. CONTENTS

#### (1) RESEARCH OBJECTIVES

The purpose of this study is to analyze the selection factors for the main security branch according to weight of on-line stock trading in Seoul metropolitan area.

#### (2) RESEARCH METHOD

This study is focused on survey analysis. The data for the analysis were collected from the questionnaire. This study used statistical analysis techniques such as basic statistics analysis, factor analysis and regression analysis.

#### (3) RESEARCH FINDINGS

This study showed that satisfactions are different depending on client's residential area and

\* 주 저 자 : 단국대학교 도시계획 및 부동산학과 박사과정 수료, chau8934@daum.net

\*\* 교신저자 : 단국대학교 도시계획 및 부동산학과 교수, 도시 및 지역계획학박사, hobyung@dankook.ac.kr

▷ 접수일(2016년 10월 26일), 수정일(1차: 2016년 11월 2일), 게재확정일(2016년 12월 16일)

on-line stock trading weight. The group with 50% or higher on-line stock trading weight were effected by the ease of trading regardless of residential area.

## 2. RESULTS

The result of this study produced the following primary findings. Satisfactions are different according to client's residential area and on-line stock trading weight. There were differences among the three areas - Gangnam, Seoul except Gangnam and Kyung-gi newtown area: Gangnam's clients were effected by the ease of trading; Seoul's clients except Gangnam's clients were effected by the cost and the ease of home trading system; and Kyung-gi newtown's clients were effected by the professionalism. The group with 50% or higher on-line stock trading weight were effected by the ease of trading regardless of residential area. But the group with below 50% on-line stock trading weight were not effected by the ease of trading regardless of residential area.

## 3. KEY WORDS

- on-line stock trading weight, selection factor, satisfaction, factor analysis, regression analysis, residential area
- 
- 

## 국문초록

본 연구는 온라인 주식거래 비중에 따른 고객들의 증권회사의 주거래 점포 선택요인을 파악하기 위하여 온라인 거래비중과 3개 지역으로 구분하여 분석 하였다. 첫째, 서울 강남 지역에서는 온라인 거래비중이 높은 그룹의 경우 거래의 용이성이 유효하게 나타났다. 경쟁이 심한 서울 강남지역의 경우는 비용과 HTS의 편리성 등에 민감하다는 것으로 보인다. 둘째, 강남 외 서울지역은 온라인비중이 낮은 사용자의 경우가 상대적으로 접근성에 민감하다는 것으로 나타났다. 점포가 서울 강남 지역에 비해 인근에 점포가 많지 않기 때문에 선택권이 적어 점포와의 거리를 중요시 한다는 것을 알 수 있다. 셋째, 수도권 신도시의 경우 거래비중 상·하 모두 접근성이 유효하지 않았다. 특히 온라인비중이 낮은 경우는 전문성만이 유효하였는데, 수익률이나 고급의 투자정보를 위해서는 접근성은 극복이 가능하다는 의미로 보인다. 마지막으로, 온라인 비중이 높은 집단에서는 모든 지역에서 거래의 용이성이 유의미 하였다. 반면 낮은 집단에서는 거래의 용이성이 무의미한 결과를 보였다. 이는 온라인 비중이 높은 그룹에서는 지역에 상관없이 수수료와 HTS의 편리성 등을 중시 한다는 것으로 보인다.

**핵심어 :** 온라인 주식 거래비중, 증권점포 만족도, 선택요인, 요인분석, 회귀모형, 거주지역

---

---

## I. 서론

### 1. 연구배경 및 목적

20세기 중반부터 정보화시대의 서막이 오르고, 인터넷 등 정보통신기술의 발달로 삶의 양식이 급변하고 있다. 물리적 거리에 대한 공간극복 능력의 향상으로 거주공간의 모습은 물론 각종 부동산의 입지도 변화하고 있다. 정보화의 진전

으로 전자상거래가 발달하고 있으며, 소비자들은 온라인 쇼핑을 통하여 많은 재화와 서비스를 구매하고 있는 추세이다.

2015년 IT업체들이 대주주로 있는 카카오와 KT가 인터넷 은행의 사업자로 선정되어 은행 업무의 시작부터 모든 업무를 인터넷으로 하는 지점 없는 은행이 탄생했다. 또한, 2016년 증권업계에서는 고객들이 증권계좌를 지점에 방문하지 않아도 되는 '비대면 계좌개설 서비스'를 통하

여 점포는 더욱더 무기력해지고 있다. 고객은 온라인을 통하여 쉬운 접근이 가능하고 오프라인 거래보다 낮은 수수료 덕분에 고객들이 온라인 거래를 더욱 선호하고 있다. 1990년대 이후 인터넷뱅킹 등 비대면 채널이 확산되면서 은행점포는 크게 위축될 것으로 예상되었으나 전통적 영업점은 여전히 대면채널로서의 중요한 역할을 수행하고 있다.<sup>1)</sup>

이렇듯 온라인 거래의 비중이 높아지면서 금융권의 점포입지 전략이 영향을 받을 수밖에 없는 상황이 됐다. 금융시장 전반에도 이러한 정보의 신속성이 고객의 선택기준에 가장 민감하게 영향을 주는 분야이므로, 온라인금융거래의 확대가 증권회사 점포의 입지선택이나 점포의 수에도 상당한 영향을 미치고 있는 현실이다. 금융 산업의 빠른 발전과 변화의 과정에서 증권업에도 상당한 변화와 구조조정이 최근 2년간 진행되고 있다. 대기업금융 계열사들의 경우 경쟁적으로 확장일변도의 정책으로 마치 점포의 수가 회사의 경쟁력을 나타내기라도 하는 것 인양 급속도로 점포를 늘려나갔다. 하지만 인터넷의 발달과 증권 산업의 발전 속도의 저해로 인해 증권사들은 2013년 이후 점포의 정책을 확장에서 수익구조의 개선을 위해 축소 슬림화하는 방향으로 선회하여 다양한 변화들을 시도하고 있다.

본 연구의 목적은 이렇게 변화하는 환경에서 회사는 회사의 이익을 극대화하기 위해서 여러 가지 방안을 검토할 수밖에 없다. 점포수의 축소나 이전 확대를 통한 최선의 선택을 할 것이다. 이때 고객들은 어떠한 기준을 가지고 점포를 선택하는지를 분석하고 이를 통해 회사가 증권점포의 입지선택에 최적의 선택을 하는데 도움을 주고자 한다.

2015년 말 증권회사 점포 국내 지점의 수는 1139개로 2010년 말 1790개에 비해 36.37% 감소하여<sup>2)</sup> 온라인 거래비중의 증가가 증권회사 점포에 큰 변화를 가져왔다. 온라인과 모바일을

통해 상당수 업무가 가능해진 까닭에 최근의 증권점포전략은 '대형화'와 '집중화' 그리고 '협업화'다.

본 연구의 목적은 증권점포를 이용하는 고객의 온라인 주식거래 비중을 50%를 기준으로 나누어 비중에 따라 증권점포 만족도 요인을 분석하고자 한다. 또한, 지역별 온라인 주식거래 비중을 성향별로 분석하여 후에 증권사의 입지선택에 도움이 되고자 한다.

## 2. 연구범위 및 방법

본 연구는 금융 산업 전반에 영향을 미치고 있는 전자금융시대를 맞이하여, 과거 시세전광판을 통해 매매 중심이었던 증권회사점포 입지선택이 온라인 거래활성화로 증권회사 지점이 새로이 변화해야 할 시점으로 보고 전자금융시대 증권회사의 변화에 따른 입지선택에 대해 살펴보고자한다.

본 연구의 내용적 범위는 증권 점포 선택 시 온라인 거래비중에 따라 지역별로 고객의 만족도에 영향을 주는 차이를 요인분석을 통해 입지관점에서 분석하고자 한다. 따라서 현재 증권회사의 점포를 이용하고 있는 고객들을 대상으로 온라인 주식 거래비중에 따라 증권 점포를 선택함에 있어 어떠한 행태의 차이를 보이는지를 분석하여 향후 증권회사의 입지선택 과정이나 전체적인 영업전략 수립에 기여하고자 한다. 그 시간적 범위는 2016년 2월 20일부터 3월 15일까지로 설정하였다. 공간적인 범위로는 서울을 포함한 수도권 지역 증권점포를 대상으로 하며, 설문조사는 증권점포를 방문하는 20대 이상 성인 남녀를 대상으로 1대1 면접을 통하여 설문조사를 실시하였다.

연구방법은 문헌조사에 의한 기술적 연구방법, 주식거래를 이용하는 성인을 대상으로 한 설문조사에 의한 기술통계적 연구방법, 온라인 주식거래 비중에 따른 집단 간 차이를 분석하였다. 이러한 실증분석을 위하여 요인과 관련된 변수에

1) 김선철 외 2, "AHP를 이용한 은행점포의 선택요인에 관한연구", 부동산연구, 한국부동산 연구원, 2013. 제23집 제1호 p.199.

2) 헤럴드경제, 2016.3.8일자.

대한 기술통계와 요인분석, 회귀분석을 실시하고자 하였다. 이 모든 분석은 SPSS 20.0패키지를 이용하였다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 온라인 주식거래의 변천과 입지의 의의

온라인 주식거래는 비대면 계좌개설 서비스를 통하여 보다 확산되고 있는 실정이다. 온라인 주식거래의 장점은 수수료인하, 신속한 업무처리 증가, 증권인구의 다변화 측면도 있다. 반면, 금융 사고의 가능성이 높고, 정보 왜곡 현상 등이 일어나고 있어 우려되고 있다. 이와 관련하여 입지이론을 소개하고자 한다.

입지(Location)란 도소매업, 제조업, 농업, 오피스서비스, 주거, 공공서비스 등 각종 경제 활동을 하기 위한 장소를 의미하며, 더 나아가 특정시설에 대한 입지를 그 시설의 경제활동과 밀접한 연관이 있는 요소들과의 상대적인 위치와 그 자체의 독특한 물리적 특성을 바탕으로 결정된다.<sup>3)</sup> 따라서 점포의 입지는 해당 점포가 위치하고 있는 점(點)의 개념이라고 할 수 있으며, 상권은 상업지역의 영역이 미치는 범위로서 한 점포나 상점가에 고객이 유입되고 있는 지리적 범위를 나타내는 면(面)의 개념이라고 할 수 있다. 각종 경제활동을 하는 사업할 장소가 위치하고 있는 곳이다.

부동산의 물리적 특성 중 부동산이란 부동산은 물리적인 의미에서 그 지리적 위치가 고정되어 있다는 것이다. 토지를 구성하고 있는 물리적 실체, 예를 들면 토양, 광물 등은 이동될 수 있으나, 토지의 지리적 위치 자체는 이동되는 것이 아니라는 것이다. 이것을 부동산성(위치고정성)이라고 한다. 이러한 부동산성으로 인하여 토지시장에서는 위

치(경제)지대가 발생한다.<sup>4)</sup> 한편, 수요자의 입장에서 보면 입지 에 따라 토지와 건물의 대체수요가 형성되는 것을 볼 수 있다. 즉, 도심에서 멀어질수록 접근성이 나빠져서 지가는 하락하게 되며, 수요자들은 도심에서 멀어짐으로써 발생하는 추가적인 교통비의 부담을 주택과 토지의 소비 증가로써 상쇄하려 할 것이다. 이러한 시장 움직임의 최종 결과는 도심에서부터 멀어질수록 토지 이용 밀도가 낮은 형태로 나타나게 되는 것이다.<sup>5)</sup> 이러한 부동산의 부동산성과 같은 특징 때문에 입지의 최적화를 위한 연구가 지속되고 있다.

### 2. 소비자의 점포 선택과정의 이론

소비자 행동은 개인 또는 집단이 그들의 욕구를 만족시키기 위하여 사회적 상호 관련성과 환경적 요인의 제약 하에서 정보를 처리하는 심리과정과 의사결정을 거쳐 재화 및 서비스를 접근, 구매, 사용하고 이에 따른 경험을 통해 나타내 보이는 일련의 행동 과정이다.<sup>6)</sup>

소비자의 점포선택에 영향을 미치는 변수는 다양하지만, 이들은 크게 나누어 소비자의 심리 변수, 인구통계학 변수, 그리고 점포특정변수로 구분하여 볼 수 있다. 소비자의 심리 변수는 소비자가 외부 자극에 대해 각기 나름대로의 지각을 하며 또 선택으로 지각하기도 한다. 따라서 점포의 질, 가격, 입지 등에 대한 소비자 지각의 차이에 따라 점포선택이 달라질 수 있다. 인구통계 변수는 소비자의 나이, 성별, 가족, 생활주기, 소득, 직업, 교육수준 등이 있는데 이들은 개인의 일상생활의 여러 측면에 직접적으로 영향을 미치며 점포선택에 있어서도 폭넓게 작용한다. 점포 특성변수는 점포가 입지한 위치, 상품의 구색의 양, 질, 가격, 판매원의 서비스, 분위기, 주차시설, 휴게시설 등을 말하는데, 소비자의 점포이미지를 형성하는데 영향력 있게 작용하며, 궁극적

3) 이호병, 부동산 입지론, 형설출판사, 2005, p.9.

4) 안정근, 현대부동산학, 제3판, 법문사, 2003, pp.54-55.

5) 조주현, 부동산학원론, 제4판, 건국대학교출판부, 2006, p.41.

6) 서성한, 소비자 행동론, 박영사, 1991, p.9.

인 점포선택행위에도 관련을 갖게 된다.<sup>7)</sup>

Engel et al.(1978)은 소비자들이 소매점을 선택하는 과정을 개념화 하여 설명하였는데, 이 모델은 소비자의 평가기준, 지각된 소매점 특성, 비교과정, 마음에 드는 소매점, 그렇지 못한 소매점 등으로 구성돼 있다. 한 점포에 과거의 경험이 만족스럽다면 단순한 과정으로 끝나지만 대부분의 점포선택을 신중하고도 확장된 과정이 선행되고서야 일어나는 것이다.<sup>8)</sup> 이렇듯 소비자의 점포 선택에는 다양한 요인들이 복합적으로 작용하여 선택되는 것이라고 볼 수 있다.

### 3. 선행연구의 검토

증권점포 선택요인에 관한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

이정대·김재태(2014)<sup>9)</sup>는 은행지점의 입지특성 및 점포특성이 매출에 미치는 영향에 관한 연구에서 은행점포의 입지는 상업지역과 주거지역으로 양분되는 특성을 가지고 있으며, 그 비율이 85:15의 비율로 확인되었다. 이는 상주인구인 주민등록인구수보다 유동인구가 매출 증가에는 도움이 되는 석으로 해석하였으며, 상업지역에서는 대형쇼핑시설과의 거리, 주거지역에서는 주민 센터와의 거리를 기준으로 은행점포의 입점전략을 세우고 상업지역에서는 전철역보다는 대형쇼핑시설과 가까운 점포가 매출 증가에 유리하고, 주거지역에서는 주민 센터와 인접한 은행점포가 매출 증가에 효율적이라고 밝혔다.

김선철(2013)<sup>10)</sup>은 AHP를 이용한 은행점

포의 선택요인에 관한 연구로 각 요인들 간의 중요도와 우선순위를 도출하여 고객이 기존 은행점포의 선택에 영향을 미치는 중요도와 우선순위가 무엇인지 밝히고, 신규 은행점포 출점 시 은행점포 선택의 중요도와 우선순위에 따른 입지특성을 고려한 점포 출점전략의 기초자료로 활용하였다. 이에 은행점포 선택요인을 점포내적요인과 외적요인으로 나누었고, 분석결과 1위가 점포의 거리, 2위가 점포의 규모, 3위가 저금리 대출상품으로 나타났다.

고홍(2013)<sup>11)</sup>은 은행점포가 개점 후 점포 매출, 총 수신평잔, 총 대출평잔에 영향을 주는 광역 및 점포특성 변수와의 관계를 연구 하였다. 그리고 점포매출에 대하여 영업기간 특성을 구분하고, 이에 따른 독립변수 등의 입지영향과 변화를 행정데이터를 통해 통계 분석하였다. 통계분석 결과 영업기간, 근무인원, 업무유형, 업무지역이 매출증가에 영향을 미친다는 것을 밝혔다.

이창구(2002)<sup>12)</sup>는 “금융기관의 수익성확보에 중요한 요인 중 하나는 입지에 관한 사항이며, 우리나라와 같이 금융기관별 금리차이가 미미하고, 서비스형태가 유사한 경우에는 고객의 금융서비스에 대한 접근성, 즉 금융기관의 입지가 금융기관의 영업실적을 좌우한다.”고 주장하면서 입지의 중요성을 강조하였다.

다음으로 국외의 관련 논문을 살펴보면 Cinar(2009)<sup>13)</sup>는 터키에 은행지점 위치 선택을 위해 가장 적합한 선택을 위하여 5가지 요인을 인구, 지역경제, 고용수준, 은행점포 수, 거래 가능성을 기준으로 분석하였다. Okeahalam(2009)<sup>14)</sup>

7) 유동근, 소비자 행동론, 미래경영, 1992, p.19.

8) 이정섭, “입지특성에 따른 고객의 은행점포 선택요인에 관한 연구”, 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2006, p.40.

9) 이정대·김재태, “은행지점의 입지특성 및 점포특성이 매출에 미치는 영향에 관한 연구”, 주거환경, 한국주거환경학회, 2014, 제12권 제3호, pp 445-466.

10) 김선철 외 2, “AHP를 이용한 은행점포의 선택요인에 관한 연구”, 부동산연구, 한국부동산연구원, 2013, 제23권 제1호, pp.197-221.

11) 고홍, “서울지역 은행지의 매출과 점포입지 특성에 한 연구”, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2013, p.17.

12) 이창구, “금융기관의 입지에 관한 연구”, 대구대학교 대학원 석사학위 논문, 2002, p.21

13) Nihan Cinar, “A Decision Support Model for Bank Branch Location Selection”, *World Academy of Science*, 2009, Vol:3, No:12, p.2.

14) Charles Okeahalam, “Bank Branch Location: a Count Analysis”, *Spatial Economic Analysis*, September, 2009, Vol.4, No.3, pp.2-3.

은 남아프리카공화국의 지역경제 변수와 은행지점의 공간배분 상관관계에 대한 연구를 실시하였고, 그 결과 지역경제의 총수익이 은행지점 수 결정의 가장 중요한 결정요인이라는 사실을 발견했다. 4개의 주요은행은 같은 지역에 지점이 위치하는 것을 보여주었으며, 다른 여러 경제변수는 지점위치에 영향을 미치지 못한다는 결론을 도출했다.

본 연구에서 기존 연구와의 차이점을 보면 대부분의 선행연구들의 경우 은행점포관련 입지 분석이 대부분을 차지하였으나 증권점포 관련된 입지 연구는 일부 석사논문에서 제한적으로 다루어져서 이를 증권점포에 적용하여 지역과 온라인 비중에 따라 특성을 분석하였다. 이 때 지역은 서울 강남지역(강남구, 서초구, 송파구)과 강남 외 서울 지역, 수도권 신도시로 구분하였으며<sup>15)</sup> 온라인 비중은 50%를 기준으로 상하로 구분하였다.

이를 위한 통계분석은 기술통계 분석, 신뢰도 분석, 요인분석, 회귀분석을 통해 이루어 졌다.

### Ⅲ. 분석의 틀

#### 1. 분석의 개요

본 논문의 설문분석은 2016년 3월부터 4월까지 서울 시내 거주하는 증권거래 고객 450명을 대상으로 실시한 설문조사 중 유효한 설문지 427개를 중심으로 분석하였다.

설문조사 대상자의 표본을 살펴보면 다음 <표 1>과 같다.

이 표에서 보듯이 남성비(68.6)가 상대적으로 여성에 비해 높고, 연령대의 경우 40대가 35.1%로 가장 높고 30대가 28.3%로 상대적으로 높으며, 학력의 경우 대학졸업자와 대학원 이상자가 각각 72.6%, 16.6%로 90%에 가까운 대부분을 차지했다.

<표 1> 표본의 특성

변수	항목	사례수	퍼센트
성별	남자	293	68.6
	여자	134	31.4
연령대	20대	15	3.5
	30대	121	28.3
	40대	150	35.1
	50대	76	17.8
	60대 이상	65	15.2
학력	중졸 이하	3	.7
	고졸	22	5.2
	전문대 졸 (재학 포함)	20	4.7
	대학 졸 (재학 포함)	310	72.6
	대학원 이상	71	16.6
	기타	1	.2
거주 지역	서울 강남 지역	134	31.4
	강남 외 서울 지역	160	37.5
	수도권 신도시	116	27.2
	공백	17	4.0
온라인 거래비중	50이하	194	45.4
	50초과	233	54.6
	합계	427	100.0

거주 지역은 서울 강남 지역이 134명 31.4%, 강남 외 서울 지역이 160명 37.5%, 수도권 신도시가 116명 27.2%로 조사되었다. 온라인 거래 비중은 50초과가 233명 54.6%로 50% 이하 194명 45.4%보다 약간 많았다.

유의한 통계치와 샘플의 비중을 고려해서 중간 값인 50%를 기준으로 초과와 이하로 온라인 거래비중을 구분하였다.

지역별 온라인 주식거래 비중은 <표 2>에서와 같이 서울 강남 지역은 각 50%로 같았으며, 강남 외 서울지역은 온라인 거래 비중 50%초과가 97명 60.6%로, 온라인 비중 50%이하가 63명 39.4%보다 많았으며, 수도권 신도시지역 또한 온라인 거래 비중 50%초과가 62명 53.4%로, 온라인 거래 비중 50%이하가 54명 46.6%보다 높았다.

15) 상위 15개 증권사의 경우 서울경기지역이 전국점포의 50%이상을 차지하고 서울에서는 강남3구가 서울전체의 50%이상의 점포가 강남 3구에 위치하고 있어서 서울 지역을 강남3구와 그 외 지역으로 나누고 수도권 신도시와 구분하였다.

〈표 2〉 지역별 온라인 주식 거래비중

		50%이하	50%초과	합계
서울 강남 지역	사례수	67	67	134
	행 %	50.0	50.0	100.0
강남 외 서울 지역	사례수	63	97	160
	행 %	39.4	60.6	100.0
수도권 신도시	사례수	54	62	116
	행 %	46.6	53.4	100.0
결측	사례수	10	7	17
	행 %	58.8	41.2	100.0
합계	사례수	194	233	427
	행 %	45.4	54.6	100.0

지역별로는 서울 강남 지역을 제외한 나머지 지역에서 온라인주식거래 비중 50%초과 집단이 많은 것으로 조사되었다.

온라인 주식 거래 비중별 온라인 증권거래 이용 시 주이용 업무에 관한 내용은 다음 〈표 3〉과 같다.

온라인 거래비중 50% 이하 집단에서는 현재가 검색이 27.8%로 가장 많았으며, 주문 19.6%, 계좌조회 18.0%순이다. 반면, 온라인 거래비중 50%초과 집단에서는 주문이 47.2%로 월등히 높았으며, 현재가 검색이 19.7%, 종목검색 17.2% 순으로 나타나 50%이하 집단에서는 현재가 검색을 50%이상 집단에서는 주문을 주로 하는 것으로 차이를 보인다. 이는 50%이상인 집단에서는 주문과 같은 실제로 거래하는

비중이 높은 반면 50%이하의 집단에서는 실거래가 아닌 단순한 조회업무의 비중이 높은 것을 알 수 있다.

## 2. 회귀분석 기법

회귀분석기법은 특정 장소에서의 소매점의 수익성에 영향을 미치는 요소들을 결정하기 위해서 사용된다. 설명변수가 하나인 경우 단순회귀모형(Simple Regression Model)이라고 하며, 여러 개의 독립변수들로 설명하는 경우 다중회귀모형(Multiple Regression Model)이라고 한다.

다중회귀모형은 매출과 독립변수 사이의 영향관계를 파악하거나, 특정 점포의 매출을 추정하는데 유용하게 사용할 수 있다. 또한 다른 모형에 비해 조작이 쉽고 상대적으로 빠르게 결과를 도출할 수 있으며, 다양한 독립변수들의 영향관계를 파악할 수 있다는 장점이 있다.<sup>16)</sup>

다중회귀분석을 위한 모형은 다음 식(1)과 같다.

$$Y = (\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \epsilon) \quad (1)$$

- 여기서, Y : 증권점포 전체 만족도
- X : 독립변수
- k : 독립변수의 수
- $\beta$  : 회귀식의 절편
- $\epsilon$  : 오차항

〈표 3〉 온라인 주식거래 비중별 온라인 증권거래 주이용 업무

온라인주식거래비중		계좌조회	종목검색	현재가	차트	주문	기타	전체
50% 이하	사례수	35	27	54	6	38	34	194
	행 %	18.0	13.9	27.8	3.1	19.6	17.5	100.0
50% 초과	사례수	24	40	46	12	110	1	233
	행 %	10.3	17.2	19.7	5.2	47.2	0.4	100.0
전체	사례수	59	67	100	18	148	35	427
	행 %	13.8	15.7	23.4	4.2	34.7	8.2	100.0

$\chi^2$ -값(유의확률) : 70.380(0.000)\*\*\*

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

16) Ladle Joshua K·David·Duane Stiller, "Retail Site Selection:A New, Innovative Model for Retail Development", *Cornell Real Estate Review*. 2009, p.10.

i · 번째 관찰점에 대한 표현은 다음 식 (2) 과 같다.

$$Y_i = (\beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_k X_{ik} + \epsilon_i) \quad (2)$$

여기서,  $\epsilon_i$ 는,  $\epsilon_i \sim N(0, \sigma^2)$  이며 오차이다.

행렬로는 식(3)과 같이 표현한다.

$$Y = X\beta + \epsilon \quad (3)$$

$$\epsilon \sim N(0, I\sigma^2)$$

여기서,  $X = \begin{bmatrix} 1 & X_{11} & X_{12} & \dots & X_{1k} \\ 1 & X_{21} & X_{22} & \dots & X_{2k} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 1 & X_{n1} & X_{n2} & \dots & X_{nk} \end{bmatrix}$  이고,

$$\beta = \begin{bmatrix} \beta_0 \\ \beta_1 \\ \beta_2 \\ \vdots \\ \beta_k \end{bmatrix}, Y \text{와 } \epsilon \text{는 } n \times 1 \text{ 행렬,}$$

n은 데이터의 크기이다.

## IV. 증권점포 선택요인 실증분석

### 1. 요인분석 및 선택요인별 만족도 분석

본 연구는 온라인 거래 비중에 따른 증권점포 선택 시 미치는 요인을 파악하기 위한 첫 단계로 거래증권 점포 선택속성 항목에 대한 요인 분석을 실시 하고자 한다. 이를 위하여 17개의 선택속성 항목을 주성분 분석방법을 이용하여 요인 분석 하였다. 베리맥스(varimax) 인자회전을 통하여 회전된 최종 성분 행렬 표를 구한 결과는 다음 <표 4>와 같다.

요인분석결과를 세부적으로 살펴보면 첫 번째 요인으로는 직원의 전문성, 직원과의 신뢰관계, 투자수익률, 투자정보의 제공(다양성, 신속성, 정확성)으로 4개 항목으로 구성되어 전문성으로 명명하였으며, 두 번째 요인으로는 비용(저렴함 수수료 등), 온라인증권거래(HTS)의 편리성, 지점망 분포 수, 금융관브랜드 및 자산건전성으로 4개 항목으로 구성되어 거래용이성으로 명명하였으며, 세 번째 요인으로는 시설(냉난방시설, 실내인테리어), 점포의 규모로 2개 항목으로 구성되어 시설환경성으로 명명하였으며, 네 번째 요인으로 주거지/직장으로 부터의 거리, 대중교

<표 4> 요인분석 및 신뢰도 분석

	요인	1	2	3	4	신뢰도
전문성	직원의 전문성	0.852	0.009	0.201	0.064	0.827
	직원과의 신뢰관계(거래 기간 등)	0.808	0.028	0.114	-0.021	
	투자 수익률	0.759	0.183	-0.117	0.179	
	투자정보의 제공(다양성,신속성,정확성)	0.752	0.228	0.166	0.092	
거래용이성	비용(저렴한 수수료등)	0.056	0.836	-0.028	0.122	0.747
	온라인 증권거래(HTS)의 편리성	0.228	0.673	0.289	0.045	
	지점망 분포수	-0.056	0.649	0.136	0.397	
	금융기관 브랜드 및 자산 건전성	0.253	0.646	0.271	0.126	
시설환경성	시설(냉난방 시설, 실내인테리어)	0.124	0.166	0.880	0.172	0.862
	점포의 규모	0.135	0.221	0.863	0.194	
접근성	주거지/직장으로부터의 거리	0.135	0.224	0.119	0.870	0.822
	대중교통(지하철/버스)의 편리성	0.104	0.151	0.231	0.858	
	고유 값	2.705	2.225	1.855	1.796	
	분산(%)	22.545	18.543	15.461	14.967	

통(지하철, 버스)의 편리성으로 2개 항목으로 구성되어 접근성으로 명명 하였다. 요인분석에 의해 도출된 각 요인에 대해 요인구성 항목들 간의 내적일관성 항목을 측정하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 통한 신뢰도 분석을 시행한 결과 4개요인(전문성, 거래용이성, 시설환경성, 접근성)에 대해 Cronbach's  $\alpha = .827, 0.747, 0.862, 0.822$ 로 나타나 모두 0.6이상으로 내적일관성이 있는 것으로 보며 충분한 신뢰도 확보가 가능하다.

거주지 및 온라인 거래비중별 요인별 만족도는 <표 5>에서 보듯이 서울 강남 지역 전체의 경우

에서는 50%이하 사용자의 경우 전문성에 5.175의 가장 큰 만족도를 보였으며, 시설환경성부분에서 50%초과 사용자의 경우가 50%이하에 비해 상대적으로 만족도가 차이가 나타난 것을 볼 수 있다. 이는 많은 증권사들이 경쟁적으로 몰려 있는 서울 강남 지역의 경우는 다른 부분에 차이가 없을 경우 인테리어나 점포의 규모가 포함된 시설환경성도 중요하게 생각한다고 할 수 있다. 수도권신도시의 경우 온라인 50%이하 사용자의 경우 전문성이 5.181로 가장 크게 나타났고 50%초과 사용자의 만족도와의 차이도 가장 크게 나타났다. 이는 신도시의 경우 오프라인의 비중이 상대적으로

<표 5> 거주지 및 온라인 거래비중

거주지	온라인 거래비중	항목	전문성	거래 용이성	시설 환경성	접근성	전체 만족도
서울 강남 지역	50%이하	사례수	67	67	67	67	67
		평균	5.175	3.810	3.903	4.321	4.970
		표준편차	0.949	0.958	1.493	1.065	0.953
	50%초과	사례수	67	67	67	67	67
		평균	4.757	4.131	4.716	4.687	4.761
		표준편차	1.108	1.112	1.501	1.293	1.280
강남 외 서울 지역	50%이하	사례수	63	63	63	63	63
		평균	4.635	3.837	4.024	4.302	4.444
		표준편차	1.196	1.031	1.407	1.159	1.188
	50%초과	사례수	97	97	97	97	97
		평균	4.415	4.201	4.072	4.495	4.577
		표준편차	1.026	1.118	1.375	1.147	1.039
수도권 신도시	50%이하	사례수	54	54	54	54	54
		평균	5.181	4.116	4.065	4.352	5.000
		표준편차	1.170	1.106	1.646	1.123	0.952
	50%초과	사례수	62	62	62	62	62
		평균	4.605	4.218	4.290	4.677	4.629
		표준편차	0.929	1.178	1.351	0.976	1.044
전체	50%이하	사례수	184	184	184	184	184
		평균	4.992	3.909	3.992	4.323	4.799
		표준편차	1.128	1.031	1.505	1.109	1.065
	50%초과	사례수	226	226	226	226	226
		평균	4.569	4.185	4.323	4.602	4.646
		표준편차	1.032	1.129	1.427	1.148	1.115

로 높은 사용자의 경우 수익률, 투자정보제공, 신뢰관계가 포함된 전문성의 만족도가 거래점포선택의 중요한 지표라는 것을 나타낸다. 이는 전문성을 위해서라면 온라인 비중이 낮은 사용자의 경우는 거리와는 상관없이 원거리 거래도 가능하다는 것을 나타낸다.

## 2. 선택요인별 점포만족도 회귀분석

본 연구에서는 지역에 따라 온라인 거래 비중에 따른 요인별 만족도의 특징적인 차이가 있는지를 알아보기 위해 서울과 수도권신도시를 중심으로 지역별로 구분을 하였다.

그 중에서도 서울지역은 강남·서초·송파구의 강남3구가 서울 전체에서 차지하는 비중이 50%이상이면서 상징적인 의미를 가지고 있어서 따로 구분하여 서울 강남지역으로 명하였고, 그 외 서울과 수도권 신도시로 지역별 구분을 하였다.

### 1) 서울 강남 지역

서울 강남 지역 고객만을 대상으로 점포만족도를 종속변수로 하고 전문성, 거래용이성, 시설환경성과 접근성 4개의 독립변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 서울 강남 지역의 회귀분석 결과에서는 온라인비중이 높은 그룹에서 거래 용이성이 유의하게 나오고 50% 이하 낮은 그룹에서는 상대적으로 유의하지 않게 나타난 것은 증권사의 밀집도가 높으면서 선택의 폭이 상대적으로 넓은 서울 강남 지역의 경우 비용과 HTS의 편리성이 포함된 거래의 용이성이 중요하게 유의성을 나타냈다고 볼 수 있다. 이는 서울 강남지역의 온라인 비중이 높은 그룹의 경우가 낮은 그룹에비해서 상대적으로 좀 더 민감하게 반응한다고 볼 수 있다.

### 2) 강남 외 서울 지역

강남 외 서울 지역의 회귀분석 결과는 다음

<표 6> 서울 강남지역 회귀분석

		B	표준오차	베타	t-값	유의확률	VIF
서울 강남지역 전체	(상수)	-0.264	0.411		-0.642	0.522	
	전문성	0.569***	0.065	0.529	8.810	0.000	1.048
	거래용이성	0.230***	0.069	0.213	3.334	0.001	1.185
	시설환경성	0.049	0.047	0.067	1.040	0.300	1.214
	접근성	0.262***	0.060	0.277	4.334	0.000	1.186
F-값 : 40.456(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.556	
서울 강남지역 온라인 비중 50% 이하	(상수)	0.007	0.518		0.013	0.990	
	전문성	0.578***	0.081	0.576	7.126	0.000	1.018
	거래용이성	0.155	0.102	0.156	1.518	0.134	1.636
	시설환경성	0.062	0.055	0.097	1.135	0.261	1.149
	접근성	0.264***	0.091	0.295	2.889	0.005	1.621
F-값 : 23.476(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.602	
서울 강남지역 온라인 비중 50% 초과	(상수)	-0.657	0.640		-1.027	0.308	
	전문성	0.490***	0.108	0.424	4.543	0.000	1.195
	거래용이성	0.315***	0.106	0.274	2.979	0.004	1.159
	시설환경성	0.069	0.081	0.081	0.854	0.396	1.245
	접근성	0.311***	0.091	0.314	3.412	0.001	1.158
F-값 : 18.747(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.547	

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

〈표 7〉과 같다. 강남 외 서울지역 전체의 회귀분석 결과이다. 먼저 강남 외 서울지역의 전체를 점포만족도를 종속변수로 하고 전문성, 거래용이성, 시설환경성과 접근성 4개의 독립변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과, 접근성을 제외한 전문성, 거래용이성, 시설환경성 3개 요인에서 통계적으로 유의한 결과를 나타냈다. 온라인 비중 50%이하의 집단에서는 독립변수 전문성과 접근성이 유의하게 나타났으며, 온라인 비중이 50% 초과 집단에서는 접근성을 제외하고 전문성, 거래용이성과 시설환경성이 통계적으로 유의하게 나타났다.

이는 온라인 비중이 낮은 사용자의 경우 비중이 높은 집단에 비해 접근성에 보다 민감하다는 것을 나타낸 것으로 보인다. 이지역에서도 온라인 비중이 50%이상인 집단은 거래의 용이성이 유의미한 수치를 보여 거래 비중이 50% 이하인 집단과 차이를 보였다.

### 3) 수도권 신도시

수도권 신도시 고객만을 대상으로 점포만족도를 종속변수로 하고 전문성, 거래용이성, 시설환경성과 접근성 4개의 독립변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과는 〈표 8〉과 같다. 먼저 수도권 신도시 전체 분석결과 전문성과 거래용이성이 유의하게 나타나 서울 강남 지역과 강남 외 서울지역에서의 회귀분석결과와 같은 요인이 유의한 결과를 나타냈다. 온라인 비중이 50%이하 집단에서는 전문성요인이 유의한 결과를 나타냈고, 온라인 비중이 높은 50%초과의 집단에서는 전문성과 거래용이성, 시설환경성이 통계적으로 유의미하게 나타났다. 이는 수도권 신도시의 고객층은 전문성을 중시하는데 앞서 살펴본 만족도 점수와 비교해 보면, 온라인 비중 50%이하집단의 평균은 5.181, 50% 초과 평균은 4.605이다.<sup>17)</sup> 이는 온라인비중이 높은 집단에 비해 온라인 비중이 낮은 집단은 수익률, 기타 정보의 제

〈표 7〉 강남 외 서울 지역 회귀분석

	B	표준오차	베타	t-값	유의확률	VIF	VIF
강남 외 서울지역 전체	(상수)	0.931***	0.340		2.738	0.007	
	전문성	0.389***	0.064	0.389	6.084	0.000	1.169
	거래용이성	0.230***	0.075	0.229	3.041	0.003	1.623
	시설환경성	0.206***	0.055	0.260	3.740	0.000	1.383
	접근성	0.017	0.068	0.018	0.246	0.806	1.465
F-값 : 32.772(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.458	
강남 외 서울지역 온라인 비중 50% 이하	(상수)	0.790	0.626		1.261	0.212	
	전문성	0.474***	0.104	0.477	4.538	0.000	1.097
	거래용이성	-0.079	0.161	-0.069	-0.492	0.625	1.940
	시설환경성	0.176	0.107	0.209	1.645	0.105	1.599
	접근성	0.245*	0.146	0.239	1.676	0.099	2.014
F-값 : 10.321(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.416	
강남 외 서울지역 온라인 비중 50% 초과	(상수)	1.001**	0.382		2.623	0.010	
	전문성	0.340***	0.084	0.336	4.042	0.000	1.399
	거래용이성	0.337***	0.082	0.362	4.115	0.000	1.567
	시설환경성	0.207***	0.061	0.274	3.400	0.001	1.315
	접근성	-0.041	0.075	-0.046	-0.550	0.584	1.388
F-값 : 27.523(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.545	

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

17) 본 학술지 〈표 5〉 거주지 및 온라인 거래비중별 요인별 만족도

공, 신뢰관계가 포함된 전문성을 위해서라면 상대적으로 거리가 포함된 접근성에는 영향을 덜 받는다는 것을 보여 준다. 반면 온라인 비중이 높은 그룹의 경우 접근성을 제외한 거래용이성, 시설 환경성, 전문성에 유의한 결과를 나타냈는데 이는 온라인 거래비중이 높은 사용자의 경우는 거리가 포함된 접근성 부분 이외의 모든 부분 전문성, 거래용이성, 시설환경성에서 만족도에 민감하게 영향을 미친다는 것을 보여 준다.

### 3. 분석 요약

주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

서울 강남 지역, 강남 외 서울 지역, 수도권 신도시 3개의 지역을 구분하고 온라인 거래비중을 50%를 기준으로 이상과 이하로 구분해 비교한 결과 지역별 요인별 만족도에 차이를 나타냈다.

첫째, 서울 강남지역에서는 온라인 거래비중이 높은 그룹의 경우 거래의 용이성이 유효하

게 나타났다. 이는 경쟁이 심한 서울 강남지역의 경우는 비용과 HTS의 편리성 등에 민감함을 나타냈다.

둘째, 강남 외 서울지역은 온라인 비중이 낮은 사용자의 경우가 상대적으로 접근성에 민감한 결과를 보였다.

셋째, 수도권신도시의 경우 온라인 거래비중 상하 모두 접근성이 유효하지 않은 결과를 보였다. 특히 온라인 비중이 낮은 경우는 전문성만이 유효한 값을 보였다.

마지막으로, 온라인 비중이 50%이상인 집단에서는 모든 지역(서울 강남지역, 강남 외 서울 지역, 수도권 신도시)에서 거래의 용이성이 유의미한 값을 나타냈으나, 온라인 거래비중이 50%이하인 집단에서는 거래의 용이성이 유의미한 결과를 얻지 못했다. 이는 온라인 비중이 높은 집단일수록 지역에 상관없이 비용이나 HTS의 편리성 등이 포함된 거래의 용이성을 중시 한다는 것을 알 수 있었다.

〈표 8〉 수도권 신도시 회귀분석

	B	표준오차	베타	t-값	유의확률	VIF	VIF
수도권 신도시 전체	(상수)	1.551***	0.420		3.694	0.000	
	전문성	0.345***	0.078	0.368	4.444	0.000	1.245
	거래용이성	0.236***	0.086	0.266	2.748	0.007	1.694
	시설환경성	0.079	0.062	0.117	1.283	0.202	1.506
	접근성	0.056	0.083	0.058	0.678	0.499	1.334
F-값 : 17.629(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.388	
수도권 신도시 온라인 비중 50% 이하	(상수)	2.284***	0.633		3.611	0.001	
	전문성	0.305***	0.106	0.375	2.881	0.006	1.175
	거래용이성	0.188	0.140	0.218	1.340	0.186	1.835
	시설환경성	-0.061	0.089	-0.106	-0.684	0.497	1.654
	접근성	0.140	0.113	0.166	1.237	0.222	1.241
F-값 : 5.059(0.002)***						R <sup>2</sup> : 0.292	
수도권 신도시 온라인 비중 50% 초과	(상수)	1.003*	0.504		1.990	0.051	
	전문성	0.199	0.127	0.177	1.565	0.123	1.741
	거래용이성	0.307***	0.097	0.346	3.155	0.003	1.634
	시설환경성	0.299***	0.080	0.387	3.748	0.000	1.445
	접근성	0.029	0.118	0.027	0.243	0.809	1.658
F-값 : 19.698(0.000)***						R <sup>2</sup> : 0.580	

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

## V. 결론

### 1. 연구결과의 요약 및 시사점

본 분석은 서울과 수도권 신도시의 증권점포를 이용하는 고객의 온라인 주식거래비중별 증권점포 선택 시 만족도를 살펴보았다.

우선 지역별로 세 부분으로 나누어서 분석을 실시하였다. 지역의 구분은 서울시에서 증권사들의 밀집도가 가장 높으면서 50%이상의 밀집도를 나타내는 서울 강남지역과 강남 외 서울지역 그리고 수도권 신도시 지역으로 나누어서 구분을 지었다. 지역별로 온라인 거래비중이 50%초과 지역과 50%이하 지역을 각각 상하로 나누어서 거래 비중별로 어떠한 행태의 차이를 보이는지를 회귀분석을 통해 분석해 보았다. 이는 온라인 주식거래 비중에 따라서 고객들의 증권회사 주거래 점포 선택요인을 살펴보고, 이를 체계적으로 분석함으로써 온라인거래의 발달에 따른 증권회사의 입지전략 수립에 기여하고자 한 것이다.

또한 이를 통해 고객들의 선택권이 점점 강화되고 증권회사의 차별성이 줄어드는 상황에서 적절한 대응책을 마련하는데 일조 하고자 한다.

본 연구의 주요결과 및 시사점을 요약하면 다음과 같다.

온라인 거래비중과 서울 강남지역, 강남외 지역, 수도권신도시 3개 지역을 구분해서 비교한 결과 지역별 온라인 거래비중별로 유의수준 1%에서 요인별 만족도에 차이가 나타났다.

첫째, 서울 강남지역에서는 온라인 거래비중이 높은 그룹의 경우 거래의 용이성이 유효하게 나타난 것은 경쟁이 심한 서울 강남지역의 경우는 비용과 HTS의 편리성 등에 민감하다는 것을 나타냈다.

둘째, 강남이외 서울지역은 온라인비중이 낮은 사용자의 경우가 상대적으로 접근성에 유의한 결과를 보였으며 민감하다는 것을 나타냈다. 이는 오프라인의 비중이 상대적으로 높은 사용자

의 경우 거래할 수 있는 점포가 서울 강남지역보다 인근에 많지 않기 때문에 선택권이 적어 점포와의 거리를 중요시 한다는 것을 알 수 있다.

셋째, 수도권 신도시의 경우 거래비중 상.하 모두 접근성이 유효하지 않은 결과를 보였는데 특히 온라인비중이 낮은 경우는 전문성만이 유효한 값을 보였는데 이는 수익률이나 고급의 투자정보를 위해서는 접근성은 극복이 가능하다는 의미를 나타냈다.

마지막으로 온라인 거래 비중이 50%이상인 높은 전체 지역에서는 지역에 상관없이 비용과 HTS의 편리성이 포함된 거래의 용이성이 유의한 결과를 나타냈다. 이는 온라인 거래 비중이 50%이하인 거래집단에서는 거래의 용이성이 유효하지 않은 결과를 나타낸 것과 극명한 차이를 나타냈다. 이는 온라인 비중이 높은 집단의 경우 지역에 상관없이 거래의 용이성을 중시한다는 것을 알 수 있었다. 이에 따라 본 연구의 결과가 급변하는 시장상황에서 선제적인 대응과 수익성을 강화하기 위해 증권회사에 점포전략 수립 시 온라인의 발달과 지역적인 특성을 감안하여 전략을 수립하는데 참조하여 증권 산업 발전에 조금이나마 도움이 되길 기대한다.

### 2. 연구의 한계점 및 연구과제

연구의 한계점 및 연구 과제를 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 서울과 수도권 신도시로 한정하여 수행되었다. 이에 따라 본연구의 결과를 증권사 전체 적용하기에는 한계가 있다. 그러므로 향후 이와 관련 하여 추가적인 연구가 필요할 것으로 본다.

둘째, 본연구의 내용으로 보아 급변하는 온라인 시장의 발달로 해당시점의 금융정책이 어떻게 변화하는 지에도 영향을 받을 수 있다. 이에 따라 특정 시점에 국한하여 행해진 한정된 결과라는 한계점이 있다.

參考文獻

- 고홍, "서울지역 은행지의 매출과 점포입지 특성에 한 연구", 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2013.
- 구찬림·정준호·방경식, "은행점포의 경영성과에 영향을 미치는 요인", 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, Vol.61.
- 김선철·임병준·백성준, "AHP를 이용한 은행점포의 선택요인에 관한 연구", 부동산연구, 한국부동산분석학회, 2013, Vol.23.
- 김현동·이상엽, "백화점형 할인점 개발을 위한 빅데이터 기반 소비자 행태 및 입지특성 분석에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, Vol.63.
- 박연호·이상국, 현대행정관리론, 박영사, 2002.
- 서성한, 소비자행동론, 박영사, 1991.
- 송우석·이호병, "기업형 슈퍼마켓의 입지유형에 따른 점포선택 속성의 고객 재방문 의도에 대한 영향 비교분석연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, Vol.62.
- 안정근, 현대부동산학. 제3판, 법문사, 2003.
- 유동근, 소비자행동론, 미래 경영, 1992.
- 이정대·김재태, "은행지점의 입지특성 및 점포특성이 매출에 미치는 영향에 관한 연구", 주거환경, 한국주거환경학회, 2014, 제12권제3호.
- 이정섭, "입지특성에 따른 고객의 은행점포 선택요인에 관한 연구", 단국대학교 박사학위 논문, 2006.
- 이창구, "금융기관의 입지에 관한 연구", 대구대학교 석사학위 논문, 2002.
- 이호병, 부동산 입지론, 형설출판사, 2005.
- \_\_\_\_\_, "주택모기지론 거래은행 선택요인 분석", 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, Vol.62.
- \_\_\_\_\_, "커피전문점 선택속성의 만족도에 기초한 점포 입지 및 고객 특성별 세분화모형에 관한 연구", 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, Vol.59.
- 정철현, 행정의사결정론, 다산출판사, 2001.
- 조덕훈, "정보화에 따른 오프라인 서점의 입지변화 분석", 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, Vol.61.
- 조주현, 부동산학원론. 제4판, 건국대학교출판부, 2006.
- 황규성, "편의점 입지 선정시 매출에 영향을 미치는 요인 분석", 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, Vol.56.
- 堀内昭義, 金融システムの未來-不良債權問題とビックバン, 岩波書店, 1998.
- 前川俊一, 不動産經營論, 清文社, 1994.
- Cinar, Nihan, "A Decision Support Model for Bank Branch Location Selection", *World Academy of Science*, 2009. Vol:3, No:12.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard, *Consumer Behavior*, New York: The Dryden, 1986.
- Okeahalan, Charles, "Bank Branch Location: a Count Analysis", *Spatial Economic Analysis*, September 2009. Vol. 4, No. 3.