

외식창업 성공요인이 경영성과와 창업만족도에 미치는 영향 -대구·경북지역을 중심으로-

The Effect of Success Factors of Foodservice Business Start-up on Management Performance and Entrepreneurial Satisfaction -Focused on Daegu-Gyeongbuk Area-

이희혁*, 유영진**

대구가톨릭대학교 외식산업학 전공*, 대구가톨릭대학교 외식산업학과**

Heui-Hyeok Lee(okhyeok@naver.com)*, Young-Jin Yoo(yjyoo@cu.ac.kr)**

요약

본 연구의 목적은 외식창업 성공요인이 경영성과와 창업만족도에 유의한 영향을 미치는지를 파악하고, 추가적으로 경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 하는지를 파악하는 것이다. 수집된 자료는 SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 본 연구의 실증분석에 따른 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 외식창업 성공요인은 입지, 서비스, 시설, 상품 요인으로 분류되었다. 외식창업 성공요인의 입지, 서비스, 시설, 상품 요인은 모두 경영성과와 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 경영성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 본 연구결과를 통하여 외식창업 성공요인, 경영성과 및 창업만족도를 향상시킬 수 있는 전략적 시사점을 제시하였다.

■ 중심어 : | 외식창업 | 성공요인 | 경영성과 | 창업만족도 |

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of success factors of foodservice business start-up on management performance and entrepreneurial satisfaction and to analyse the mediating effect of management performance on the relationship between success factors of foodservice business start-up and entrepreneurial satisfaction. Collected data were statistically analyzed using SPSS 22.0. The results of this study are as follows: First, success factors of foodservice business start-up consists of location, service, facilities, and food. Among success factors, location, service, facilities, and food had a significant influence on management performance and entrepreneurial satisfaction. Second, management performance had a significant influence on entrepreneurial satisfaction. Third, management performance had a mediating effect between success factors of foodservice business start-up and entrepreneurial satisfaction. The conclusion section suggested strategic implications to induce success factors, management performance and entrepreneurial satisfaction based on the findings.

■ keyword : | Foodservice Business Start-up | Success Factors | Management Performance | Entrepreneurial Satisfaction |

I. 서론

창업이란 경영자의 능력을 갖춘 개인이나 단체가 사업 아이디어를 가지고 사업목표를 세우고, 적절한 시기에 자본, 인력, 원자재 등 경영자원을 결합하여 제품 생산 및 용역을 제공하는 기업을 새로이 설립하는 것을 말한다[1]. 창업활동은 한 국가의 경제 발전과 경쟁력에 영향을 미치는 중요한 요인으로 알려져 있으며, 특히 고용의 창출을 통해 경제의 발전에 공헌하고 혁신을 이끌어내며 더 나은 상품과 서비스를 생산하여 산업의 생산성과 경쟁력을 강화하는 것이다[2].

최근 경기 침체가 장기화되면서 조기퇴직자와 실직자의 수가 빠르게 확대되고 있으며, 이들을 중심으로 외식 창업을 통해 새로운 경제활동을 모색하고자 하는 사람들이 급격히 늘어나고 있는 추세이다[3]. 하지만 외식산업은 노동집약적이며, 직접 고객과의 접촉으로 판매가 이루어지는 특성을 가지고 있다. 급변하는 외식시장의 현상과 소비자의 외식형태의 변화, 과다한 경쟁으로 소규모 외식업체 경영의 문제점들이 나타나고 있다[4].

특히 개인 외식창업자의 대부분은 창업절차나 구체적인 사업계획이 없는 상태에서 출점을 하고, 소자본의 신규 외식창업의 경우 사업성 검토가 미흡하여 시장경쟁력을 상실하는 경우가 빈번하게 발생하고 있다. 또한 외식산업의 빠른 성장과 함께 식품산업의 발전과 연결되는 긍정적인 측면이 있는 반면 종업원 수 4인 이하의 영세한 외식업체들이 전체 외식업체의 약 87.6%를 차지하고 매출액에서도 영세업체가 약 53.9%를 차지하고 있어[5] 시설, 경영, 서비스 등에서 낙후성을 탈피하지 못하고 있다.

이로 인해 전문성과 경험이 부족한 외식 창업자들의 사업성공에 대한 불안감이 증폭되고 있으며 실제로 수많은 외식 점포들이 폐점 또는 휴점을 하는 등 상당한 어려움에 직면하고 있다[6]. 이에 따라 창업의 성공적인 추진과 이미 창업하여 운영 중인 외식업체의 성공적인 운영에 관한 관심이 더욱 고조되고 있으며, 창업 성공요인과 경영성과는 외식산업 전반에 걸쳐 주요 관심사로 대두되고 있다[7].

외식사업의 성패를 좌우하는 요인들로는 상품력, 입지력, 서비스력, 점포력, 관리력, 자본력 등이 있으며,

영리를 추구하는 외식업들의 경우 일반적으로 성공요인에 따른 경영성과는 매출액을 증대시키거나 비용의 절감을 통해 달성될 수 있다[8]. 이와 같은 창업 성공요인은 외식업소의 경쟁력 강화를 위한 요건일 뿐만 아니라 외식사업의 성공을 위한 필수요소로 경영성과와 창업 후 만족도에 긍정적인 영향을 주는 요소이다.

이에 외식업체의 창업에 대한 정착률을 높이기 위한 연구의 필요성이 제기되며, 이는 외식 창업자들에게 실패와 위험성을 줄이고 성공적인 창업 및 경영성과의 향상을 높일 수 있는 방안에 대한 학문적·실무적인 연구로 활용될 수 있다고 생각된다. 특히, 외식 창업자가 지속적인 경영성과로 창업만족도를 갖는데 있어 창업 성공요인의 어떤 영향 변수가 가장 중요하게 영향을 미치는지를 파악하는 것은 매우 의미 있는 연구의 시도라 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 기존에 선행된 외식창업 성공요인과 관련된 연구에서는 경영성과와의 영향관계 연구들[9-12]이 주를 이루고 있으며, 경영성과 지표에 따른 향후의 창업만족도를 분석하는 연구는 찾아보기 힘든 상황이다. 따라서 본 연구에서는 외식업체의 창업 성공요인을 파악하고 이러한 성공요인이 실질적으로 경영성과와 창업만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고자 한다. 또한 경영성과에 따라 창업에 대한 만족감을 가지게 될 것으로 판단하여 경영성과는 창업만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고, 추가적으로 창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 경영성과가 매개역할을 하는지에 대한 실증분석을 실시하고자 한다.

이를 통해 경영성과와 창업만족도에 긍정적인 영향을 미치는 외식창업 성공요인을 도출하여 창업을 준비하고 있는 예비창업자나 기창업자들에게 외식창업의 성공률을 높일 수 있는 경영전략과 경영성과 및 창업만족도를 향상시킬 수 있는 효율적인 마케팅 전략 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 외식창업 성공요인

외식창업에 관한 연구에서 가장 핵심적인 연구과제

는 성공요인에 대한 규명이라고 할 수 있다. 외식창업의 성공요인은 연구자에 따라 다양하게 제시되고 있지만 크게 점포의 선정, 시설 투자, 서비스, 마케팅, 자금 관리, 인사관리, 상품 등의 요인으로 구성되고 있다 [13].

배혜숙 외[14]는 외식창업 성공요인을 외식업을 창업하고 운영하는데 있어서 사업체의 성공을 위한 핵심적인 요인이라고 정의하였고, 입지특성, 점포특성, 업종컨셉, 자본력 등의 요인으로 구성하여 측정하였다.

강대훈[15]은 접근성, 시설, 서비스 역량, 상품, 가격 및 촉진활동을 외식창업의 주요 성공요인으로 제시하였다. 김예주·이형룡[4]은 외식창업 성공요인을 측정하기 위해 입지 및 상권, 음식의 질과 맛, 서비스, 접근편의성, 물리적환경 등을 제시하였다.

송경숙[11]은 외식창업 성공요인을 창업입지, 창업시설, 창업상품, 창업자금 등으로 구분하고 이러한 창업성공 요인들이 고객지향성과 창업성과에 미치는 영향을 연구하였다. 김상호·박진환[9]은 외식창업 성공요인을 점포환경요인(접근성, 시설), 상품요인(품질, 건강·고급화), 마케팅요인(촉진활동) 등으로 구분하고 이러한 요인들이 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다.

이상의 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서는 외식창업 성공요인을 입지, 서비스, 시설 및 상품 요인으로 구성하여 측정하고자 한다.

1) 입지

입지란 기업행위가 영위되는 장소를 말하며 외식업 경영에 있어서 아주 중요한 문제로 소비자가 점포를 선택하는데 결정적인 영향을 준다[16]. 입지는 점포가 위치한 장소상의 특성에서 유발되는 고객 유인력으로 외식사업과 같은 생산업종에 있어서는 매우 중요한 성공요인이며, 급변하는 마케팅 환경 하에서 점포의 장기적인 효과성을 보장하기 위한 중요한 요건이 된다[17].

외식산업에서는 첫째도 입지, 둘째도 입지, 셋째도 입지라 해도 과언이 아닐 정도로 입지선정은 창업자가 결정해야 할 가장 중요한 의사결정이며, 좋은 입지는 성공적인 사업을 위해 절대적으로 필요하다. 즉 외식사업의 경영성과를 좌우하는 요인은 많이 존재하지만 특히 해당 입지에 의해 크게 좌우된다는 것이다[18].

2) 서비스

음식점의 서비스 요인에는 종업원의 반응성, 전문성, 신뢰성 등의 서비스품질이 포함된다. 이는 고객들의 서비스품질 지각에 큰 영향을 미치며, 고객의 음식점 선호 요인으로도 작용을 한다. 따라서 서비스 요인은 음식점 창업의 성공에 중요한 요소라고 할 수 있다[19].

외식사업이 진정한 의미의 외식서비스산업이 되기 위해서는 고객의 욕구에 부응하는 서비스로서 서비스의 특징인 무형성, 소멸성을 어떻게 효율적으로 유형화하여 소비자의 욕구를 충족시킬 것인지 생각해야 한다. 이를 위해서는 인적서비스, 점포의 분위기, 점포의 서비스방침 등을 매뉴얼로 작성해 지속적인 교육의 실행을 뒷받침하여야 하며, 경쟁업체가 동일한 상품을 제공한다면 경쟁업체와 차별화할 수 있는 가장 강력한 방법은 서비스가 될 것이다[20].

3) 시설

외식업체의 경쟁이 더욱 치열할수록 시설, 즉 점포환경을 이용하여 차별화 시키고자 노력하고 있다. 소비자들은 시설과 같은 유형적 단서를 통해서 서비스를 평가하게 되므로 시설은 외식업체에 있어서 중요한 전략이라고 볼 수 있다[10].

시설은 외적형태로 좌우되는데 시설의 외관 및 외형은 입지만큼이나 중요한 성과요인으로 가시적인 것뿐만 아니라 경영상의 이점을 유도할 수 있다[21]. 또한 시설은 종사원과 고객 모두에게 영향을 미칠 수 있기 때문에 주의 깊게 다루어져야 한다[22].

4) 상품

창업자의 실질적인 창업의 출발은 사업의 아이템, 즉 상품이다. 몇몇 상품은 성공적인 사업체로 발전하는 한편, 많은 상품들이 성공 단계에 도달하지 못하고 사장된다. 따라서 사업에 있어 상품의 존재와 그 평가가 창업에 대한 의사결정 과정에서 매우 중요한 부분을 차지한다[23].

외식 상품은 음식과 음료 등의 유형적 상품과 분위기, 청결 등의 무형적 서비스가 종합된 상품으로 고객의 욕구를 만족시키고, 인상적인 경험이 되도록 전달하여 고객의 재방문을 목표로 한다. 고객은 단지 음식 값

뿐만 아니라 외식점포의 종합적인 경험에 대해 지불을 하는 것이기 때문에 목표로 하는 시장에 맞는 창업 상품을 만드는 것이 중요하다[24]. 상품은 고객이 구매를 고려할 때 가장 중요한 선택요인으로 맛, 메뉴, 품질, 가격, 식재료 등에 의해 그 경쟁력의 우위가 가려진다[25].

2. 경영성과

기업 경쟁력의 원천이 결국 경영성과에 기인함을 생각할 때 경영성과의 분석 및 현상 파악은 곧 기업 경쟁력을 평가하는 척도가 된다[26]. 경영성과는 기업의 경영활동을 통해 얻어지는 결과를 말하는 것으로[27], 기업의 생산성, 수익성, 매출액, 순이익, 조직의 목표달성도, 조직이 필요로 하는 자원획득을 위한 환경의 개척 능력, 변화하는 환경에 대한 적응 및 생존능력 등 다양하게 정의되고 있다[28].

변충규·성창수[29]는 경영성과를 일정기간 경영활동의 결과로 얻은 종합적인 성과와 조직활동의 효율성을 평가하는 수단으로 정의하였고, 경쟁사 대비 매출액 성장률, 경쟁사 대비 투자수익성 등으로 구성된 재무성과와 고객만족도, 이미지의 수준 등으로 구성된 비재무적 성과로 구성하여 측정하였다.

김의근 외[30]는 경영성과를 외식사업자의 기대성과의 충족 정도와 타 경쟁업체 대비 경쟁우위의 성과지표라고 정의하였고, 재무적성과의 경우 순이익 증가율, 매출액 증가율, 시장점유율, 전반적인 재무적 경영성과 등의 문항으로 측정하였으며, 비재무적성과의 경우 단골 고객 유지율, 기존고객 유지율, 신규고객 유지율, 불평 고객 감소율 등의 문항으로 구성하여 측정하였다.

서근하[31]는 경영성과를 매출액, 연평균(월평균) 순수익, 투자자본 대비 수익률, 자산 대비 매출액 등으로 재무적성과를 측정하였고, 김기남[32]은 고객만족도, 고객유지율, 고객들의 평판이나 이미지 등으로 비재무적성과의 개념을 측정하였다. 또한 이무선[18]은 경영성과를 지속적인 매출액 증가, 영업이익 증가, 원가절감 노력 등의 재무적 성과와 경쟁업체보다 좋은 이미지 구축, 높은 직무만족도 등의 비재무적 성과로 구성하여 측정하였다.

Zirger & Maidique[33]는 경영성과를 재무적성과와 비재무적성과로 구분하여 측정하였고, Rapert &

Wren[34]은 경영성과를 순매출액의 증가, 전반적인 재무성과 등의 재무적성과와 서비스 향상에 의해 기대되는 고객의 만족, 기업의 전반적인 이미지의 향상 등의 비재무적성과로 구분하여 측정하였다. Kaplan & Norton[35]은 경영성과의 측정을 재무적성과와 비재무적성과를 적절히 조합하여 측정하는 것이 전반적으로 기업의 경영최적화를 이룰 수 있다고 주장하였다.

이상의 연구에서와 같이 경영성과의 개념과 지표를 한마디로 단정하여 말하기는 어려우나 경영성과에 대한 여러 선행연구를 종합해보면 재무적성과와 비재무적성과로 크게 두 가지 방향에서 기준을 정의하여 측정하고 있다.

먼저 재무적성과는 거래 활동 등의 모든 결과들을 화폐 단위로서 회계적인 표현을 할 수 있는 측정지표이다[36]. 따라서 기업의 궁극적인 목표점인 이익의 극대화에 초점을 맞춘 성과로 매출액, 순이익, 판매 이익률, 투자 수익률, 시장 점유율, 자기 자본 이익률 등으로 구분해볼 수 있으며, 이는 경영성과로 이어진다. 따라서 재무적 관점에서 성과측정치표는 기본적으로 아주 중요한 지표이다[37].

하지만 기업의 성과를 재무적 지표만을 가지고 측정하기에는 한계가 있기 때문에 새로운 경영전략의 수립 강화를 위해 비재무적 지표를 통해 성과를 측정하기 시작했다. 따라서 비재무적 성과에 대한 측정지표는 조직 성과, 기술성과, 고객성과, 혁신, 고객만족도, 부서차원, 직원차원, 고객차원에서 접근하는 등 기업의 핵심적인 성공요인을 탐색하여 이를 활용할 수 있는 장점을 갖는 것이라고 정의하고 있다[38].

따라서 기업의 경영성과 관리에 있어 재무적 성과에만 집착하거나 혹은 재무적성과가 달성된다고 하여도 기업의 지속적인 성장이 확보될 수 없으며, 기업의 지속적인 성장을 위해서는 재무적 성과와 비재무적 성과가 함께 관리되어야 한다[39].

3. 창업만족도

만족도란 부족함이 없이 흡족한 상태의 정도를 의미한다. 창업만족도란 창업자가 창업 준비 단계에서 가졌던 기대와 창업 후 나타나는 성과 사이의 일치나 불일치를 통해 만족이나 불만족이 생기는 기대불일치의 정

도로[37] 창업자가 창업한 업종에 대해서 주관적으로 느끼는 느낌이라 정의할 수 있다[40].

기대불일치 이론은 Oliver[41]에 의해 소비자만족에 관한 불일치에서 발전이 되었으며 소비자가 소비 전에 대상제품에 대한 기대를 가지게 되며, 실제소비를 통해 형성되고 인지된 성과는 소비 전 기대와 비교된다. Oh[42]는 이러한 기대불일치 이론에 근거를 둔 고객들의 평가는 특히 무형의 서비스가 유형의 상품처럼 중시 되는 외식업체를 대상으로 적용될 수 있다고 하였다.

Cooper & Artz[43]는 기대불일치 이론을 적용하여 창업에 대한 기대와 실제성과의 차이를 밝힌 연구에서 창업만족도에 대한 결정요인은 창업에 대한 기대와 실제 성과와의 차이에 의해 결정이 되며, 경영성과에 대한 기대의 통계가 창업만족도에 영향을 미친다고 밝혔다. 또한 Joern & Philipp[44]은 창업자를 대상으로 창업에 대한 자기기입식 만족도를 조사 한 연구 결과에서 경영성과는 창업만족도에 큰 영향을 준다는 결과를 도출하였다. 즉, 창업만족도는 경영성과에 크게 영향을 받는다는 것이다.

김경애[45]는 창업만족도를 예상되는 기대와 생산되는 실제 성과 사이에서 발생하는 불일치에 대한 정도라고 정의하였고, 이무선[18]은 창업자의 창업환경, 이윤 창출, 사회적 경제적 지위의 변화, 목표의 성취, 창업기업의 현재와 미래에 대한 인지상태 등 창업자가 창업을 통해 느끼는 현재 상황과 미래 기대감에 대한 인지상태 등 포괄적 감정 상태로 정의하였다.

손희철[46]은 창업만족도에 대해 사업에 대한 만족도 높음, 가치, 적성과 맞음, 전반적인 만족도 등의 측정항목을 추출하여 사용하였고, 이상화[47]는 창업만족도에 관해 창업에 대한 전반적인 만족도, 창업가로서 자랑스러움, 창업을 통해 성장하고 있음, 창업에 대한 지속적인 활동, 현재까지의 창업 성과에 대한 만족감 등의 문항으로 구성되어 측정하였다.

김유정[48]은 창업만족도를 창업가가 창업 전에 가지고 있던 기대와 창업 후 성과 사이의 차이에 대해 느끼는 포괄적인 감정이며 욕구충족의 정도라 정의하였고, 경영성과에 만족, 창업한 것에 대해 전반적으로 만족 등의 문항으로 구성되어 측정하였으며, 이러한 창업만족도는 경영성과에 영향을 받는다고 주장하였다.

III. 연구설계

1. 연구모형

본 연구는 외식창업 성공요인의 각 차원이 경영성과와 창업만족도에 유의한 영향을 미치는지, 경영성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치며 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 하는지를 실증적으로 분석하기 위하여 선행연구를 바탕으로 [그림 1]과 같은 연구모형을 설정하였다.

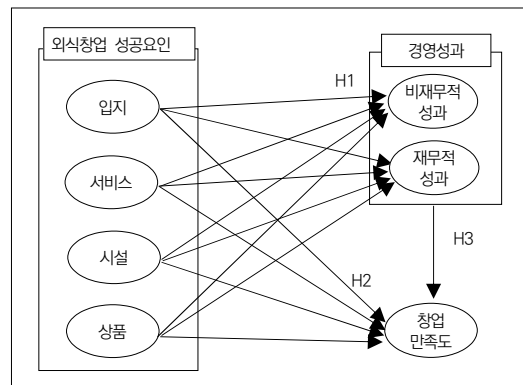


그림 1. 연구모형

2. 가설설정

외식창업 성공요인은 외식업체의 경쟁력 강화를 위한 요건일 뿐만 아니라 외식사업의 성공을 위한 필수요소로 경영성과에 긍정적인 영향을 주는 요소이다.

손무호[10]의 연구에서 창업 성공요인인 입지, 상품, 시설 요인이 경영성과인 재무적성과와 비재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 김상호·박진환 [9]은 외식창업 성공요인이 경영성과에 미치는 영향관계 연구에서 성공요인인 음식점의 점포 환경, 서비스, 상품, 마케팅 요인이 경영성과인 재무적성과와 비재무적성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있음을 확인하였다.

또한 Brady & Cronin[49], Hansen[50], Young et al.[51]의 연구에서는 외식창업 성공요인인 점포 시설, 서비스, 상품 요인이 경영성과인 재무적성과와 비재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 외식창업 성공요인은 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 입지는 비재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 서비스는 비재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 시설은 비재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-4: 상품은 비재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-5: 입지는 재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-6: 서비스는 재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-7: 시설은 재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-8: 상품은 재무적성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이무선[18]의 연구에 따르면 외식창업 성공요인은 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 김유정[48]의 연구에서도 외식창업 성공요인이 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이에 따라 좋은 입지, 고품질의 서비스, 잘 갖추어진 시설, 경쟁력 있는 메뉴 등의 외식창업 성공요인은 창업만족도를 향상시키는 선행변수로서의 역할을 충분히 할 수 있다고 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 외식창업 성공요인은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 2-1: 입지는 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-2: 서비스는 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-3: 시설은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-4: 상품은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

한수임[52]은 경영성과가 창업이후 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 분석한 결과, 경영성과인 재무적성과와 비재무적성과가 크게 발생될수록 창업만족도는 더욱 높게 나타나게 된다고 하였다. 김철성[37]은 경영성과(비재무적성과, 재무적성과)를 독립변수로 하고, 창업만족도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 경영성과인 비재무적성과, 재무적성과 모두 창업만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 매출액이 늘고 고객의 수가 증가하는 등 창업성과가 향상 될수록 창업만족도는 높아진다고 주장하였다. 따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3: 경영성과는 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 3-1: 비재무적성과는 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3-2: 재무적성과는 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

손무호[10]의 연구에 따르면 외식창업 성공요인은 경영성과에 유의한 영향을 미치고, 경영성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이종성[40]의 연구에서도 외식창업 성공요인은 경영성과에 유의한 영향을 미치고, 경영성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 충분히 할 수 있을 것이라 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4: 경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.

- 4-1: 비재무적성과는 입지와 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.
- 4-2: 비재무적성과는 서비스와 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.
- 4-3: 비재무적성과는 시설과 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.
- 4-4: 비재무적성과는 상품과 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.

- 4-5: 재무적성과는 입지와 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.
- 4-6: 재무적성과는 서비스와 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.
- 4-7: 재무적성과는 시설과 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.
- 4-8: 재무적성과는 상품과 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.

3. 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서는 외식창업 성공요인을 '외식업을 창업하고 경영하는데 있어 외식점포의 성공을 위한 핵심적인 요인들'이라고 정의하고, 박진환[20], 송경숙[11], 이용천[26], Brady & Cronin[49], Watson et al.[53] 등의 선행연구를 토대로 입지 4문항, 서비스 4문항, 시설 4문항, 상품 4문항 등 총 16개 문항으로 구성된 후 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

경영성과는 '일정기간 기업 활동의 결과로 얻은 재무적인 성과와 비재무적인 성과'라고 정의하고, 박승환·송노섭[54], 신금순·양동우[55], Keh et al.[56] 등의 선행연구를 참고하여 재무적 성과 4문항, 비재무적 성과 4문항 등 총 8개의 문항으로 구성된 후 Likert 5점 척도로 측정하였다.

창업만족도는 '창업자가 창업에 대한 행위와 결과에 대하여 주관적으로 지각하는 만족의 정도'라고 정의하고, 방혜민·전인오[57], 손무호[10], 이무선[18] 등의 선행연구를 참고하여 5문항으로 구성된 후 Likert 5점 척도로 측정하였다.

4. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서의 모집단은 현재 국내 소규모 외식업체이며, 표본집단은 대구·경북지역에 소재하는 소규모 외식업체를 대상으로 하였다. 본 연구에서 말하는 외식업체란 '소상공인 보호 및 지원에 관한 법률' 제2조에 의거 상시근로자 5인 미만의 소규모 외식업체로 정의하고자 한다.

본 연구의 실증조사는 측정척도의 타당성을 확보하기 위해 소규모 외식업체를 창업하여 운영하고 있는 경영자 50명을 대상으로 예비조사를 통해 측정문항의 수

정 및 보완을 거쳐 최종설문지를 완성하였다. 본 조사는 2018년 10월 15일부터 2018년 11월 15일까지 대구·경북지역에 소재하는 소규모 외식업체를 직접 방문하여 실시하였다. 설문조사에 앞서 본 연구의 취지 및 목적, 설문지 작성방법 등에 대하여 경영자에게 충분히 설명한 후 설문조사를 실시하였다.

자료수집은 응답자가 설문지에 직접 기입하는 자기 기입식 설문조사방법으로 진행하였고, 표본추출방법은 비확률표본추출방법 중 편의표본추출법을 사용하였다. 설문지는 총 330부를 배포하여 315부를 회수하였으며, 설문응답이 불성실한 14부를 제외한 총 301부를 유효 표본으로 사용하였다.

수집된 자료는 SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 빈도 분석, 요인분석, 신뢰도분석, 단순회귀분석, 다중회귀분석 및 매개회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 표본의 일반적 특성

본 연구에 사용된 표본의 일반적 특성에 대하여 빈도 분석을 실시한 결과 [표 1]과 같이 나타났다. 성별은 남성 169명(56.1%), 여성 132명(43.9%)으로 남성이 여성보다 조금 더 많은 분포로 나타났다. 연령은 40대가 91명(30.2%)으로 가장 많았고, 다음으로 50대 80명(26.6%), 30대 79명(26.2%), 20대 29명(9.6%), 60대 이상 22명(7.4%)의 순으로 나타났다. 결혼여부는 기혼 202명(67.1%), 미혼 99명(32.9%)으로 기혼이 미혼보다 많은 분포를 보이고 있다. 학력은 고졸이자가 110명(36.5%)로 가장 높게 나타났고, 4년제 대학 재학/졸업 107명(35.5%), 전문대 재학/졸업 75명(24.9%)의 순으로 나타났다. 또한 초기 총투자금액은 5천만원-1억원 미만이 149명(49.5%)으로 가장 높은 비율을 차지하였고, 5천만원 미만 85명(28.2%), 1억원-2억원 미만 61명(20.3%) 등의 순으로 나타났다. 월 평균 매출액은 500만원-1,000만원 미만이 114명(37.8%)으로 가장 높았고, 500만원 미만 82명(27.2%), 1,000만원-2,000만원 미만 64명(21.3%), 2,000만원-3,000만원 미만 24명(8.0%), 3,000만원-5,000만원 미만 15명(5.0%) 등의 순으로 나타났다.

표 1. 표본의 일반적 특성

구분		빈도(명)	구성비율(%)
성별	남성	169	56.1
	여성	132	43.9
연령	20대	29	9.6
	30대	79	26.2
	40대	91	30.2
	50대	80	26.6
	60대 이상	22	7.4
결혼 여부	미혼	99	32.9
	기혼	202	67.1
학력	고졸 이하	110	36.5
	전문대 재학/졸업	75	24.9
	4년제 대학 재학/졸업	107	35.5
	대학원 재학/졸업	9	3.1
총 투자 금액	5천만원 미만	85	28.2
	5천만원~1억원 미만	149	49.5
	1억원~2억원 미만	61	20.3
	2억원~3억원 미만	3	1.0
월평균 매출액	3억원~5억원 미만	3	1.0
	500만원 미만	82	27.2
	500만원~1,000만원 미만	114	37.8
	1,000만원~2,000만원 미만	64	21.3
	2,000만원~3,000만원 미만	24	8.0
n	3,000만원~5,000만원 미만	15	5.0
	5,000만원 이상	2	0.7
	n	301	100.0

2. 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구의 실증분석에 이용된 측정척도의 타당도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 측정 변수의 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석을 사용하였으며, 요인 적재치를 단순화하기 위하여 직각회전(orthogonal rotation)의 방법 중에서 varimax회전방식을 채택하였다. 또한 요인수의 결정은 고유값(eigen value)이 1.0이상인 요인을 선정하였고, 요인 적재치는 .40이상을 기준으로 선정하였다.

창업 성공요인에 대한 탐색적 요인분석 결과 [표 2]와 같이 입지, 서비스, 시설, 상품 등 4개 요인으로 추출되었고, 총 분산 설명력은 67.644%로 나타났다. 변수의 요인분석이 타당한지, 그리고 요인분석의 모형은 적합한지 알아보기 위한 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 .841로 나타났고, Bartlett's Test of Sphericity 값은 2050.811(p=.000)로 분석되어 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 또한 측정항목들의 신뢰성을 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 검토한 결과, 4개의

차원은 .717~.870으로 분포되어 Nunnally & Bernstein[58]이 제시하는 .70보다 높은 것으로 나타나 각 변수의 측정척도는 타당성과 신뢰성을 지닌 것으로 판단할 수 있다.

표 2. 창업 성공요인에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

변수	요인명	항목	요인 적재치	고유값	분산 설명력 (%)	신뢰도
창업 성공요인	입지	점포 입지가 좋음	.879	2.933	19.554	.870
		눈에 잘 띄는 곳에 위치함	.878			
		유동인구가 많은 곳임	.784			
		교통 편리한 곳에 위치함	.780			
서비스	직원	직원은 친절하고 예의바름	.803	2.755	18.364	.837
		주문한 음식 정확히 제공	.782			
		신속하고 즉각적인 서비스	.774			
		메뉴에 대한 정확한 답변	.751			
시설	사설	사설물, 가구, 동선 우수함	.798	2.267	15.114	.824
		인테리어, 내부시설 좋음	.792			
		온도, 습도, 청결도 우수함	.768			
		대표 주력 메뉴를 보유함	.832			
상품	차별화	차별화 된 메뉴를 보유함	.705	2.192	14.612	.717
		양질의 식재료를 사용함	.635			
		음식의 맛이 좋음	.619			

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)=.841
Bartlett's Test of Sphericity=2050.811, (p=.000), 총분산설명력(%)=67.644

경영성과에 대한 탐색적 요인분석 결과 [표 3]과 같이 비재무적성과, 재무적성과 등 2개 요인으로 추출되었고, 총 분산 설명력은 70.885%로 나타났다. 변수의 요인분석이 타당한지, 그리고 요인분석의 모형은 적합한지 알아보기 위한 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 .825로 나타났고, Bartlett's Test of Sphericity 값은 1294.520(p=.000)로 분석되어 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 또한 측정항목들의 신뢰성을 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 검토한 결과, 2개의 차원은 .857~.862로 분포되어 Nunnally & Bernstein[58]이 제시하는 .70보다 높은 것으로 나타나 각 변수의 측정척도는 타당성과 신뢰성을 지닌 것으로 판단할 수 있다.

표 3. 경영성과에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

변수	요인명	항목	요인 적재치	고유값	분산 설명력 (%)	신뢰도
경영성과	비재무적	고객만족도는 높은 편임	.843	2.870	35.873	.862
		메뉴는 고객의 좋은 평가	.831			
		기존 고객유지율 높은 편	.825			
		점포는 좋은 이미지 구축	.757			
	재무적	투자자본 대비 높은 수익	.863	2.801	35.012	.857
		시장점유율이 높은 편임	.852			
		순이익 꾸준히 유지/증가	.805			
		매출액 꾸준히 유지/증가	.708			
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)=.825 Bartlett's Test of Sphericity=1294.520, (p=.000), 총분산설명률(%)=70.885						

창업만족도에 대한 요인분석 결과 [표 4]와 같이 1개 요인이 추출되었고, 총 분산 설명력은 72.895%로 나타났다. 변수의 요인분석이 타당한지, 그리고 요인분석의 모형은 적합한지 알아보기 위한 KMO값은 .873, Bartlett's Test of Sphericity값은 950.062(p=.000)로 분석되어 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 또한 측정항목들의 신뢰성을 검증하기 위한 Cronbach's α 계수는 .919로 Nunnally & Bernstein[58]이 제시하는 .70 보다 높은 것으로 나타나 각 변수의 측정척도는 타당성과 신뢰성을 지닌 것으로 판단할 수 있다.

표 4. 창업만족도에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

변수	요인명	항목	요인 적재치	고유값	분산 설명력 (%)	신뢰도
창업만족도		현재 사업은 성취감을 줌	.883	3.645	72.895	.919
		창업에 만족함	.871			
		현재 사업을 즐겁게 운영함	.860			
		창업을 잘 했다고 생각함	.846			
		창업에 성공했다고 생각함	.806			
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)=.873 Bartlett's Test of Sphericity=950.062, (p=.000)						

3. 상관관계분석

상관관계분석은 가설검증을 실시하기에 앞서 측정변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변수들 간의 관련성에 대한 대체적인 윤곽을 제시해 준다. 각 구성개념들이 서로의 관계가 어떤 방향이며 어느 정도의 관련성을 갖는지를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시한 결과 [표 5]와 같이 도출되었다. 모든 측정 변수들

간의 상관관계는 유의수준 $p < .01$ 수준에서 유의성을 확보한 정(+)의 관련성을 보이고 있다.

표 5. 상관관계분석

	외식창업 성공요인				경영성과		7. 창업만족도
	1. 입지	2. 서비스	3. 시설	4. 상품	5. 비재무적	6. 재무적	
1	1.000						
2	.269**	1.000					
3	.340**	.533**	1.000				
4	.302**	.389**	.427**	1.000			
5	.330**	.419**	.432**	.367**	1.000		
6	.387**	.373**	.423**	.406**	.487**	1.000	
7	.365**	.374**	.406**	.383**	.565**	.691**	1.000

** $p < .01$

4. 가설검증

1) 외식창업 성공요인이 경영성과에 미치는 영향 검증

먼저 외식창업 성공요인이 경영성과 중 비재무적성과에 미치는 영향을 분석한 결과 [표 6]에서 제시하는 바와 같이 통계적으로 유의한($p < .001$) 회귀식이 도출되었으며, $R^2 = .283$ 으로 28.3%의 설명력을 보이고 있다. 공차한계는 모두 .01을 초과하고 있어 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 또한 창업 성공요인인 입지($t = 2.975, p = .003$), 서비스($t = 3.528, p = .000$), 시설($t = 3.253, p = .001$), 상품($t = 2.677, p = .008$) 요인 모두 비재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 서비스 요인의 β 값이 .211로 가장 높게 나타나 비재무적성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 <H1-1>, <H1-2>, <H1-3>, <H1-4>는 채택되었다.

다음으로 외식창업 성공요인이 경영성과 중 재무적 성과에 미치는 영향을 분석한 결과 [표 6]에서 제시하는 바와 같이 통계적으로 유의한($p < .001$) 회귀식이 도출되었으며, $R^2 = .300$ 으로 30.0%의 설명력을 보이고 있다. 공차한계는 모두 .01을 초과하고 있어 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 또한 창업 성공요인인 입지($t = 4.274, p = .000$), 서비스($t = 2.234, p = .026$), 시설($t = 3.080, p = .002$), 상품($t = 3.690, p = .000$) 요인 모두 재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 입지 요인의 β 값이 .226으로 가장 높게 나타나 재무적성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었

다. 따라서 <H1-5>, <H1-6>, <H1-7>, <H1-8>은 채택되었다.

표 6. 창업 성공요인이 경영성과에 미치는 영향 검증

독립 변수	비표준화계수		표준화계수	t-value	p-value	공차한계
	B	표준오차	β			
(상수)	1.084	.257	-	4.225	.000	-
입지	.121	.041	.159	2.975	.003**	.850
서비스	.219	.062	.211	3.528	.000***	.680
시설	.169	.052	.201	3.253	.001**	.635
상품	.153	.057	.151	2.677	.008**	.760
종속변수: 비재무적성과, $R^2=.283$, 수정된 $R^2=.273$, $F\text{-value}=29.182$, $p=.000***$, Durbin-Watson=1.787						
(상수)	.186	.327	-	.568	.570	-
입지	.222	.052	.226	4.274	.000***	.850
서비스	.177	.079	.132	2.234	.026*	.680
시설	.204	.066	.188	3.080	.002**	.635
상품	.269	.073	.206	3.690	.000***	.760
종속변수: 재무적성과, $R^2=.300$, 수정된 $R^2=.290$, $F\text{-value}=31.643$, $p=.000***$, Durbin-Watson=1.795						

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

2) 외식창업 성공요인이 창업만족도에 미치는 영향 검증

외식창업 성공요인이 창업만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 [표 7]에서 제시하는 바와 같이 통계적으로 유의한(p<.001) 회귀식이 도출되었으며, $R^2=.275$ 로 27.5%의 설명력을 보이고 있다. 공차한계는 모두 .01을 초과하고 있어 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 또한 창업 성공요인인 입지(t=3.888, p=.000), 서비스(t=2.545, p=.011), 시설(t=2.800, p=.005), 상품(t=3.285, p=.001) 요인 모두 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 입지 요인의 β 값이 .209로 가장 높게 나타나 창업만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 <H2-1>, <H2-2>, <H2-3>, <H2-4>는 채택되었다.

표 7. 창업 성공요인이 창업만족도에 미치는 영향 검증

독립 변수	비표준화계수		표준화계수	t-value	p-value	공차한계
	B	표준오차	β			
(상수)	.230	.335	-	.687	.492	-
입지	.207	.053	.209	3.888	.000***	.850
서비스	.207	.081	.153	2.545	.011*	.680
시설	.190	.068	.174	2.800	.005**	.635
상품	.245	.075	.186	3.285	.001**	.760
종속변수: 창업만족도, $R^2=.275$, 수정된 $R^2=.266$, $F\text{-value}=28.122$, $p=.000***$, Durbin-Watson=1.8337						

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 경영성과가 창업만족도에 미치는 영향 검증

경영성과가 창업만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 [표 8]에서 제시하는 바와 같이 통계적으로 유의한(p<.001) 회귀식이 도출되었으며, $R^2=.545$ 로 54.5%의 설명력을 보이고 있다. 공차한계는 모두 .01을 초과하고 있어 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 또한 경영성과인 비재무적성과(t=6.689, p=.000), 재무적성과(t=12.179, p=.000) 요인 모두 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 재무적성과 요인의 β 값이 .545로 비재무적성과 보다 높게 나타나 창업만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 <H3-1>, <H3-2>는 채택되었다.

표 8. 경영성과가 창업만족도에 미치는 영향 검증

독립 변수	비표준화계수		표준화계수	t-value	p-value	공차한계
	B	표준오차	β			
(상수)	.138	.198	-	.696	.492	-
비재무적	.389	.058	.299	6.689	.000***	.763
재무적	.549	.045	.545	12.179	.000***	.763
종속변수: 창업만족도, $R^2=.545$, 수정된 $R^2=.542$, $F\text{-value}=178.629$, $p=.000***$, Durbin-Watson=1.751						

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4) 경영성과의 매개효과의 검증

매개효과 분석은 Baron & Kenny[59]가 제시한 3단계 매개회귀분석을 실시하였다. 외식창업 성공요인이 창업만족도에 미치는 영향관계에서 있어서 경영성과 중 비재무적성과의 매개효과를 검증한 결과는 [표 9]에 제시된 것과 같다.

구체적으로 성공요인 중 입지 요인과 창업만족도 간의 영향관계에서 비재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .330으로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .365, 3단계에서는 독립변수가 .201, 매개변수가 .498의 값을 나타내고 있다. 서비스와 창업만족도 간의 영향관계에서 비재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .419로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .374, 3단계에서는 독립변수가 .167, 매개변수가 .495의 값을 나타내고 있다. 시설과 창업만족도 간의 영향관계에서 비재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .432로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .406,

3단계에서는 독립변수가 .199, 매개변수가 .479의 값을 나타내고 있다. 상품과 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .367로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .383, 3단계에서는 독립변수가 .203, 매개변수가 .490의 값을 나타내고 있다.

유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 p값은 1단계, 2단계, 3단계 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과는 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 이와 같은 결과는 성공요인인 입지, 서비스, 시설, 상품과 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과는 매개효과가 있음을 알 수 있다. 따라서 <H4-1>, <H4-2>, <H4-3>, <H4-4>는 채택되었다.

표 9. 비재무적성과의 매개효과 검증

독립/매개/종속변수	매개효과 검증단계	Stand. β값	t-value	p-value	R ²
입지/ 비재무성과 / 창업만족도	1단계	.330	6.036	.000***	.109
	2단계	.365	6.785	.000***	.133
	3단계(독립변수)	.201	4.079	.000***	.355
3단계(매개변수)	.498	10.114	.000***		
서비스/ 비재무성과 / 창업만족도	1단계	.419	7.988	.000***	.176
	2단계	.374	6.978	.000***	.140
	3단계(독립변수)	.167	3.221	.001**	.342
3단계(매개변수)	.495	9.556	.000***		
시설/ 비재무성과 / 창업만족도	1단계	.432	8.274	.000***	.186
	2단계	.406	7.676	.000***	.165
	3단계(독립변수)	.199	3.848	.000***	.351
3단계(매개변수)	.479	9.255	.000***		
상품/ 비재무성과 / 창업만족도	1단계	.367	6.819	.000***	.135
	2단계	.383	7.174	.000***	.147
	3단계(독립변수)	.203	4.067	.000***	.355
3단계(매개변수)	.490	9.797	.000***		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

외식창업 성공요인이 창업만족도에 미치는 영향관계에서 있어서 경영성과 중 재무적성과의 매개효과를 검증한 결과는 [표 10]에 제시된 것과 같다.

구체적으로 성공요인 중 입지 요인과 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .387로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .365, 3단계에서는 독립변수가 .115, 매개변수가 .646의 값을 나타내고 있다. 서비스와 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과의 매개효과를

분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .373으로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .374, 3단계에서는 독립변수가 .135, 매개변수가 .640의 값을 나타내고 있다. 시설과 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .423으로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .406, 3단계에서는 독립변수가 .139, 매개변수가 .632의 값을 나타내고 있다. 상품과 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과의 매개효과를 분석한 결과, 1단계 회귀계수는 .406으로 유의한 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .383, 3단계에서는 독립변수가 .123, 매개변수가 .641의 값을 나타내고 있다.

유의수준을 가늠할 수 있는 t값과 p값은 1단계, 2단계, 3단계 모두 유의한 결과를 보여주고 있다. 또한 2단계에서의 독립변수의 효과는 3단계에서의 독립변수 효과보다 크게 나타나고 있다. 이와 같은 결과는 성공요인인 입지, 서비스, 시설, 상품과 창업만족도 간의 영향관계에서 재무적성과는 매개효과가 있음을 알 수 있다. 따라서 <H4-5>, <H4-6>, <H4-7>, <H4-8>은 채택되었다.

표 10. 재무적성과의 매개효과 검증

독립/매개/종속변수	매개효과 검증단계	Stand. β값	t-value	p-value	R ²
입지/ 재무적성과 / 창업만족도	1단계	.387	7.263	.000***	.150
	2단계	.365	6.785	.000***	.133
	3단계(독립변수)	.115	2.561	.001**	.488
3단계(매개변수)	.646	14.372	.000***		
서비스/ 재무적성과 / 창업만족도	1단계	.373	6.951	.000***	.139
	2단계	.374	6.978	.000***	.140
	3단계(독립변수)	.135	3.047	.003**	.493
3단계(매개변수)	.640	14.394	.000***		
시설/ 재무적성과 / 창업만족도	1단계	.423	8.066	.000***	.179
	2단계	.406	7.676	.000***	.165
	3단계(독립변수)	.139	3.043	.003**	.493
3단계(매개변수)	.632	13.883	.000***		
상품/ 재무적성과 / 창업만족도	1단계	.406	7.674	.000***	.165
	2단계	.383	7.174	.000***	.147
	3단계(독립변수)	.123	2.724	.007**	.490
3단계(매개변수)	.641	14.148	.000***		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

5) 가설검증 결과의 요약

본 연구의 가설검증 결과를 요약하면 [표 11]과 같다.

표 11. 가설 검증 결과의 요약

가설		채택유무
가설 1	외식창업 성공요인은 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	1-1: 입지는 비재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-2: 서비스는 비재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-3: 시설은 비재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-4: 상품은 비재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-5: 입지는 재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-6: 서비스는 재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-7: 시설은 재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다. 1-8: 상품은 재무적성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2	외식창업 성공요인은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	2-1: 입지는 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다. 2-2: 서비스는 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다. 2-3: 시설은 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다. 2-4: 상품은 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3	경영성과는 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	3-1: 비재무적성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다. 3-2: 재무적성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택
	4-1: 비재무적성과는 입지와 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-2: 비재무적성과는 서비스와 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-3: 비재무적성과는 시설과 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-4: 비재무적성과는 상품과 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-5: 재무적성과는 입지와 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-6: 재무적성과는 서비스와 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-7: 재무적성과는 시설과 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다. 4-8: 재무적성과는 상품과 창업만족도 간 매개역할을 할 것이다.	채택

V. 결론 및 제언

본 연구는 외식창업 성공요인을 측정할 수 있는 측정 변수를 도출하고, 이를 토대로 외식창업 성공요인이 경영성과와 창업만족도에 어떠한 영향을 미치는지, 경영성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치며 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 하는지를 분석하였다.

본 연구의 실증분석에 따른 결과는 다음과 같다.

첫째, 외식창업 성공요인은 입지, 서비스, 시설, 상품 등 4개 하위요인이 도출되었고, 이러한 성공요인이 경영성과에 유의한 영향을 미치는지를 분석한 결과, 성공요인의 하위 요인 모두 경영성과인 비재무적성과와 재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 김상호·박진환[9], Hansen[50], Young et al.[51] 등의 연구결과를 지지하는 것으로 외식창업 성공요인

은 경영성과를 높이는 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 외식창업 성공요인이 창업만족도에 유의한 영향을 미치는지를 분석한 결과, 외식창업 성공요인의 하위 요인 모두 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 김유정[48], 이무선[18] 등의 연구결과와 맥락을 같이하는 것으로 외식창업 성공요인은 창업만족도를 향상시키는 선행요인임을 알 수 있다.

셋째, 경영성과가 창업만족도에 영향을 미치는지를 분석한 결과, 경영성과인 비재무적성과와 재무적성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 김철성[37], 한수임[52] 등의 연구결과에서도 알 수 있듯이 경영성과는 창업만족도에 영향을 미치는 선행요인으로써 경영성과가 높아지면 창업만족도가 높아지게 된다는 것을 알 수 있다.

넷째, 경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개역할을 하는 것으로 분석되었다. 이는 손무호[10], 이종성[40]의 연구결과를 지지하는 것으로 외식창업 성공요인이 경영성과의 향상을 통해 창업만족도로 이어짐을 알 수 있다.

본 연구결과를 토대로 이론적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 외식창업 성공요인과 관련된 기존 연구들은 대부분 창업의지나 경영성과에 미치는 영향들을 다루고 있다. 본 연구에서는 기존연구에서 한걸음 더 나아가 창업 후 태도로 나타날 수 있는 창업만족도까지 확장하여 외식창업 성공요인이 경영성과와 창업만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증분석 함으로써 외식창업 성공요인에 대한 연구범위를 확장시켰다는 점에서 기존 연구들과의 차별성 및 학문적 의의가 있다고 할 수 있다.

둘째, 본 연구에서는 외식창업 성공요인과 창업만족도 간의 영향관계에서 경영성과의 매개효과를 추가로 검증함으로써 향후 다양한 매개효과를 활용한 후속연구들이 진행될 수 있는 초석을 제공하였다.

본 연구결과를 토대로 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 외식창업 성공요인인 입지, 서비스, 시설, 상품 요인 모두 경영성과인 비재무적성과와 재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 중에서도

서비스 요인은 비재무적성과에, 입지요인은 재무적성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 경영성과 향상에 있어 특히 서비스와 입지 요인이 매우 중요한 성공요인임을 시사하고 있다. 따라서 경영성과를 최대한 높이기 위해서는 먼저 고객과의 접촉 주체인 종업원이 정확하고 신속한 서비스를 제공할 수 있도록 서비스에 대한 매뉴얼을 표준화시키고 종업원에 대한 교육을 지속적으로 해 나가야 할 것이다. 또한 점포 입지의 경우 한번 정해지면 바꾸기가 힘든 부분이므로 새롭게 외식 창업을 계획하고 있는 신규 창업자들은 입지 선정에 있어 무엇보다 신중한 결정을 해야 할 필요성이 제기된다.

둘째, 외식창업 성공요인은 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 입지, 시설, 서비스, 상품 요인은 창업 성공요인으로써 창업자들의 만족도를 높일 수 있는 선행변수임을 시사하고 있다. 따라서 창업만족도를 높이기 위해서는 외식 점포가 눈에 잘 띄고, 교통이 편리하며, 많은 주변 유동인구 보유 등 좋은 입지조건을 갖춘 곳에 위치할 필요가 있다. 하지만 점포의 주변 환경이나 입지는 경영자가 임의대로 변화시키거나 조성하기 어려운 부분이 있으므로 입지에 대한 약점이 있다면 고객들의 시선을 점포 내부의 시설 부분으로 끌어들이 수 있도록 독특한 인테리어 조성, 쾌적한 실내 환경 구비, 잘 정비된 공간배치 등을 통해 보완하는 노력이 필요할 것이다. 또한 음식의 맛과 질에 대한 수준을 높이고, 주력 메뉴의 보유 및 개발 등 상품에 대한 차별화에 만전을 기해야 할 것이다. 뿐만 아니라 고객의 요구에 친절하고 즉각적인 서비스가 제공될 수 있도록 노력해야 할 것이다.

셋째, 경영성과는 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었는데, 이는 경영성과의 달성 정도가 클수록 창업에 대한 만족도 수준이 높다는 것을 시사하고 있다. 따라서 창업만족도를 높이기 위해서는 매출액, 수익률 등 재무적성과를 꾸준히 유지 및 증가시키기 위한 노력이 필요하다. 또한 고객만족도를 높이고, 좋은 평판 및 이미지 구축 등 비재무적성과를 향상시키기 위한 노력을 해나가야 할 것이다.

넷째, 경영성과는 외식창업 성공요인과 창업만족도 간의 영향관계에서 매개효과가 있다는 연구결과는 경

영성과가 외식창업 성공요인과 창업만족도 사이에서 매개변수로서 중요한 역할을 하고 있음을 시사하고 있다. 따라서 창업 시 입지조건을 잘 파악하여 좋은 입지를 선정하여 내·외부시설 및 환경을 잘 구비하고, 차별화된 상품과 질 좋은 서비스 등의 성공요인들을 잘 조화시켜 운영함으로써 경영성과의 증진을 통해 창업만족도를 향상시켜 나가야 할 것이다. 특히 매개변수로서의 중요한 역할을 담당하고 있는 경영성과를 증진시키기 위해서는 순이익, 투자자본 대비 수익률, 시장점유율 등 재무적성과 향상을 위한 노력뿐만 아니라 고객만족도를 높이고, 기존 고객들을 지속적으로 유지시킴, 고객들에게 좋은 이미지와 평가를 받는 등 비재무적성과를 높이기 위한 노력도 함께 이루어져야 할 것이다.

본 연구결과의 한계점 및 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 표본추출에 있어 대구·경북지역에 소재하는 외식업체만을 대상으로 하였기 때문에 연구결과의 일반화에 한계점이 있을 수 있다. 따라서 향후 표본추출지역을 확대하여 연구한다면 일반화 가능성을 좀 더 높일 수 있을 것이라 사료된다.

둘째, 본 연구에서는 경영성과의 재무적성과 측정에 있어 객관화된 자료인 재무제표 등을 이용하여 구체적인 수치로 측정하는 것이 타당하나 재무적성과에 대한 외식창업자의 정량적 인지와 지각 정도로 측정하였기 때문에 연구결과를 객관화하는데 한계점이 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 이상과 같은 문제점을 보완하는 연구가 진행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 김미애, 오인수, “우리나라 대학생 창업의 실패분석과 창업지원 개선안,” 한국중소기업학회 춘계학술발표논문집, pp.152-165, 2003.
- [2] 이상건, 김기훈, “외식업체 고객의 관계효익에 관한 연구,” 외식경영학회, 제13권, 제4호, pp.385-402, 2010.
- [3] 장인석, *외식 프랜차이즈 비즈니스의 성공모델에 관한 연구: 교육부문을 중심으로*, 중앙대학교 대학원, 박사학위논문, 2004.

- [4] 김예주, 이형룡, “중소규모 외식업체 경영자특성 및 성공요인이 경영성과에 미치는 영향,” *외식경영연구*, 제19권, 제1호, pp.431-455, 2016.
- [5] 통계청, *서비스업 총조사보고서*, 2013.
- [6] 박대섭, *한국 외식창업자의 특성과 자질이 창업 성공 및 권유에 미치는 영향*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2003.
- [7] 장성한, 김해룡, “소상공인 창업 성공요인에 대한 탐색적 연구,” *벤처경영연구*, 제4권, 제2호, pp.3-29, 2001.
- [8] 이문희, 김광지, 박기용, “가맹본부의 프랜차이즈 패키지가 가맹점 사업자의 성과와 만족, 재계약의도에 미치는 영향: 외식산업을 중심으로,” *외식경영연구*, 제17권, 제3호, pp.261-278, 2014.
- [9] 김상호, 박진환, “외식산업 창업 성공요인이 경영성과에 미치는 영향,” *한국조리학회지*, 제16권, 제2호, pp.215-231, 2010.
- [10] 손무호, *외식사업 창업요인과 경영성과, 창업자 태도 간의 관계 연구*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2008.
- [11] 송경숙, “외식산업 창업속성이 고객지향성 및 창업성과에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제13권, 제6호, pp.481-495, 2013.
- [12] 신충섭, 황규삼, 김혜숙, “외식창업자의 창업성공요인이 창업성공 및 창업권유에 미치는 영향,” *관광산업연구*, 제9권, 제2호, pp.129-152, 2015.
- [13] 황정희, 정규석, 홍승표, “창업기업의 경영성과에 미치는 영향요인에 관한 연구: 외식산업을 중심으로,” *벤처창업연구*, 제8권, 제1호, pp.51-59, 2013.
- [14] 배혜숙, 허진, 김영길, “창업자 특성에 따른 외식창업 성공요인이 창업의도에 미치는 영향,” *호텔리조트연구*, 제11권, 제2호, pp.377-393, 2012.
- [15] 강대훈, *외식사업 성공전략에 관한 연구*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2005.
- [16] 장해운, *외식업 성공결정 요인이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 강원대학교 대학원, 석사학위논문, 2009.
- [17] 배혜숙, *외식창업 성공요인이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 한성대학교 대학원, 석사학위논문, 2012.
- [18] 이무선, “외식창업부동산점포의 입지요인이 경영성과에 미치는 영향: 창업만족도의 매개효과,” *벤처창업연구*, 제12권, 제2호, pp.77-86, 2017.
- [19] 최낙환, 최관신, 김병구, “음식점 이용에서 소비유형에 따른 추구가치와 선호 요인에 관한 연구,” *대한경영학회지*, 제15권, 제4호, pp.239-267, 2002.
- [20] 박진환, *외식산업 창업 성공요인 분석*, 경북대학교 대학원, 석사학위논문, 2007.
- [21] T. Powers, *Marketing Hospitality*, John Wiley & Sons, 2001.
- [22] M. J. Bitner, J. C. Ward, and J. Bames, “Measuring the prototypicality and meaning of retail environments,” *Journal of Retailing*, Vol.68, No.2, pp.194-220, 1992.
- [23] 조정제, *소자본 창업의 성공요인에 관한 연구*, 창원대학교 대학원, 석사학위논문, 2004.
- [24] 송흥규, “경영성과에 미치는 창업가정신에 관한 연구,” *외식경영연구*, 제16권, 제4호, pp.97-118, 2013.
- [25] 김미경, 이애주, “계층화 분석기법(AHP)을 이용한 소규모 외식창업 성공요인의 상대적 중요도와 우선순위에 관한 연구,” 제18권, 제3호, pp.105-126, 2015.
- [26] 이용천, *외식창업자의 개인특성이 경영성과에 미치는 영향*, 경기대학교 대학원, 석사학위논문, 2015.
- [27] 권혁률, 김재민, “국내 온라인 여행사의 전략경영 및 기업성과에 관한 실증적 연구,” *호텔관광연구*, 제5권, pp.9-23, 2011.
- [28] 김의근, 정소진, 장준호, “외식프랜차이즈 관계결속이 경영성과, 가맹만족 및 재계약의도에 미치는 영향,” *관광학연구*, 제31권, 제1호, pp.287-308, 2007.
- [29] 변충규, 성창수, “외식창업자의 기업가지향성이 경영성과에 미치는 영향: 조직학습 및 시장지향성의 매개효과를 중심으로,” *관광·레저연구*, 제23권, 제5호, pp.171-190, 2011.
- [30] 김의근, 배금련, 이철우, “외식창업자의 특성이 마케팅지향성과 창업성과에 미치는 영향,” *관광·레저연구*, 제24권, 제4호, pp.315-333, 2012.
- [31] 서근하, *창업가정신과 마케팅 활동성이 소기업 경영성과에 미치는 영향*, 동아대학교 대학원, 박사학위논문, 2006.
- [32] 김기남, *소상공인의 개인 및 창업과정 특성과 창업초기 성과와의 관계*, 영남대학교 대학원, 석사학위논문, 2004.
- [33] B. J. Zirger and M. A. Maidique, “A model of new product development: An empirical test,”

- Management Science, Vol.36, No.7, pp.867-883, 1990.
- [34] M. I. Rapert and B. M. Wren, "Service quality as a competitive opportunity," *Journal of Services Marketing*, Vol.12, No.3, pp.223-240, 1998.
- [35] R. S. Kaplan and D. P. Norton, "The balanced scorecard-measures that drive performance," *Harvard Business Review*, Vol.70, No.1, pp.71-79, 1992.
- [36] 조중연, *소상공인 창업자의 개인적 특성 및 창업 준비 수준이 창업성과에 미치는 영향*, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문, 2016.
- [37] 김철성, *상권분석시스템이 소상공인 창업성과, 사업 지속의도, 창업만족도에 미치는 영향*, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문, 2018.
- [38] 주원식, *소상공인 소셜커머스 활용역량이 경영성과에 미치는 영향: 소셜커머스 회사와의 관계와 창업가 정신의 조절효과를 중심으로*, 경성대학교 대학원, 박사학위논문, 2014.
- [39] 조현연, 최현정, "성감지표의 속성과 종업원 만족도에 관한 실증 연구," *대한경영학회지*, 제21권, 제6호, pp.2919-2946, 2008.
- [40] 이종성, *외식창업자 특성이 경영성과와 창업만족도, 사업지속의도에 미치는 영향*, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, 2016.
- [41] R. L. Oliver, "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfactions," *Journal of Marketing Research*, Vol.17, No.4, pp.460-469, 1980.
- [42] H. Oh, "Service quality, customer satisfaction and customer value: A holistic perspective," *International Journal of Hospitality Management*, Vol.18, No.1, pp.67-82, 1999.
- [43] A. C. Cooper and K. W. Artz, "Determinations of satisfaction for entrepreneurs," *Journal of Business Venturing*, Vol.19, No.6, pp.439-457, 1995.
- [44] B. Joern and K. Philipp, "I can't get no satisfaction-necessity entrepreneurship and procedural utility," *Kyklos*, Wiley Blackwell, Vol.62, No.2, pp.191-209, 2009.
- [45] 김경애, *소상공인의 심리적 특성, 창업가 정신, 창업만족, 창업추천의도의 관계에 대한 연구: 디저트 카페 창업자를 중심으로*, 경성대학교 대학원, 박사학위논문, 2013.
- [46] 손희철, *창업교육과 조직의 마음챙김이 창업지향성 및 창업만족에 미치는 영향*, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문, 2012.
- [47] 이상화, *창업가정신, 창업역량 및 창업가특성이 창업만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 플로우(Flow)경험의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 대학원, 박사학위논문, 2016.
- [48] 김유정, *SNS외식정보 특성이 브랜드관리, SNS활용, 창업성과, 창업만족도에 미치는 영향*, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문, 2018.
- [49] M. Brady and J. J. Cronin, "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach," *Journal of Marketing*, Vol.65, No.3, pp.34-49, 2001.
- [50] T. Hansen, "Rethinking consumer perception of food quality," *Journal of Food Products Marketing*, Vol.11, No.2, pp.75-92, 2005.
- [51] J. A. Young, P. W. Clark, and F. S. McIntyre, "An exploratory comparison of the casual dining experience: Chain versus independent restaurants," *Journal of Foodservice Business Research*, Vol.10, No.3, pp.87-105, 2007.
- [52] 한수임, *기업자원 봉사활동의 만족에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 2003.
- [53] K. Watson, S. Hogarth-Scott, and N. Wilson, "Small business start-ups: Success factors and support implications," *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol.4, No.3, pp.251-265, 1998.
- [54] 박승환, 송노섭, "기업 내의 관계형성과 경영성과의 구조적 인과관계," *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제3호, pp.322-334, 2012.
- [55] 신금순, 양동우, "외식업 창업자의 특성과 서비스지향적인 노력이 창업성공에 미치는 영향에 관한 연구," *대한경영학회지*, 제20권, 제6호, pp.2639-2666, 2007.
- [56] H. T. Keh, T. T. M. Nguyen, and H. P. Ng, "The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of

SMEs,” *Journal of Business Venturing*, Vol.22, No.4, pp.592-611, 2007.

[57] 방혜민, 전인오, “멘토의 역량과 멘토링 기능이 창업의 초기성과만족도에 미치는 영향에 관한 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제15권, 제5호, pp.444-454, 2015.

[58] J. C. Nunnally and I. H. Bernstein, *Psychometric theory(3rd ed)*, NY: McGraw-Hill, 1994.

[59] R. N. Baron and D. A. Kenny, “The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations,” *Journal of Personality & Social Psychology*, Vol.51, No.6, pp.1173-1182, 1986.

저 자 소 개

이 희 혁(Heui-Hyeok Lee)

정회원



- 2017년 : 대구가톨릭대학교 의료보건과학대학원 식품외식산업학과(보건학석사)
- 2019년 : 대구가톨릭대학교 대학원 외식산업학전공 수료

〈관심분야〉 : 외식경영, 서비스마케팅

유 영 진(Young-Jin Yoo)

정회원



- 1995년 : 세종대학교 호텔경영학과(경영학석사)
- 2000년 : 세종대학교 호텔관광경영학과(경영학박사)

〈관심분야〉 : 외식경영, 서비스마케팅