

위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인 및 상호작용 요인의 영향 분석

이 현 아[§] · 한 경 수

경기대학교 관광대학 외식조리학과

The Effect of Push, Pull, and Push-Pull Interactive Factors for Internationalization of Contract Foodservice Management Company

Lee, Hyun A[§] · Han, Kyung Soo

Department of Foodservice and Culinary Management, Kyonggi University, Suwon 443-760, Korea

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of push, pull and push-pull interactive factors for CFMC (Contract Foodservice Management Company)'s internationalization. The study was a quantitative study part in mixed methods (QUAL → quan) which was mainly qualitative study and quantitative study. Mail survey was carried out for quantitative study. For study subjects, 1,281 persons who completed 'Food Service Management Professional Program' of 'Y' University were selected as a population because the program was mainly for CFMC's workers. The analysis methods used in this study were frequency analysis, factor analysis, correlation analysis and multiple regression analysis with SPSS 17.0. Push factors had the saturation in domestic market and the manager's purpose (fac.1) and the investment for internationalization (fac.2). Pull factors had the company's external environment for internationalization (fac.3) and the global network and spread of culture (fac.4). Push-pull interactive factors had the information about foreign market (fac.5), the procedure and budget of overseas expansion (fac.6) and the national network and size of domestic market (fac.7). Internal dynamics factors had the deterrents for internationalization (fac.8) and the enablers for internationalization (fac.9). The result showed that the company's external environment in pull factors had positive effects on the deterrents for internationalization. The global network and the spread of culture had positive effects on the enablers for internationalization. The information about foreign market in push-pull interactive factors had positive effects on the deterrents and enablers for internationalization. The national network and the size of domestic market had positive effects on the enablers for internationalization. The deterrents and enablers for internationalization had positive effects on the level of internationalization, and the deterrents had more effects on the level of internationalization than the enablers did ($\beta = .492 > .177$). (Korean J Nutr 2009; 42(4): 386~396)

KEY WORDS: contract foodservice management company (CFMC), internationalization, push factors, pull factors, push-pull interactive factors.

서 론

2008년은 미국의 금융위기가 전 세계를 불황으로 몰고 있는 가운데, 중심도시 오피스와 관공서 등은 직원들이 일 반식당 보다 천원이라도 저렴한 구내식당을 이용하기 위해 줄을 선 반면 공장군은 일거리가 줄어들어 인원자체가 줄거나 근무시간 단축 등으로 오히려 급식인원이 대폭 줄어드는 현상을 보였다.¹⁾ 위탁급식업체는 식자재유통과 견세

접수일: 2009년 5월 11일 / 수정일: 2009년 6월 1일

채택일: 2009년 6월 17일

[§]To whom correspondence should be addressed.

E-mail: lha1231@empas.com

선 (Concession) 시장에서의 자리 굳히기 경쟁을 하고 있으며, 다양한 신규 사업진출에 노력을 기울이고 있다. 식자재 유통부문의 시장 확대에 의해 주요기업 대부분이 두 자리 수 성장률을 기록하였고, 2008년 9개 대기업의 매출 총액은 3조 5천억 여원으로 잠정 집계됐다. 이들 대기업군의 매출은 7조원 정도로 추정되고 있는 전체 급식시장에서 50%의 점유율을 차지하고 있다.²⁾

1988년 국내 위탁급식시장이 활성화 된 이후, 위탁급식 업체들은 1990년대부터 외국계 기업과 기술 제휴 및 합작 투자의 형태로 기술 및 경영 노하우를 로열티를 지불하고 지원을 받았다. 1993년 2월 미국의 Aramark와 합작 투자 계약을 체결하고 6월 아라코 (ARAKOR) 주식회사 설립,

1994년 10월 제일제당 FS사업부 일본 Shidax사 기술제휴(단체급식사업), 1995년 1월 중앙개발은 일본 니코크리스트와 업무제휴, 1995년 7월 설립된 Exofresh는 외국회사와 기술제휴를 실시, 1996년 LG유통은 일본 그린하우스와 기술제휴, 아벨라고매는 영국의 아벨라 그룹과 제휴하였다.³⁾ 이로 인해, 국내 위탁급식산업은 급성장의 기회를 마련하게 되었다.

국내 위탁급식업체는 급식경영합리화를 추구하고자 하는 사회적 요구에 부응하면서 IMF 체제하에서도 지속적으로 성장해왔다. 현재 국내 급식시장의 위탁급식산업은 이제 성숙기에 접어들어 시장 점유율 확보에 어려움을 겪고 있다는 평가를 받고 있다. 이에 위탁급식업체들은 양적 성장에서 수익성 위주로 사업이 재편되고 있는 과정 가운데 수익이 나지 않는 부실 급식소를 정리하고, 내부 조직을 정비하며 수익 위주의 사업을 전개하는 등 내실 다지기에 집중하고 있다.⁴⁾ 국내 위탁급식업체들은 국제화 단계에서 자국 중심적이며, 내수시장 위주의 초기 단계의 국제화 단계에 있는 것으로 나타나고 있다. 대기업으로 (주)신세계푸드가 2003년 9월 중국 북경 신서밍다궈찬유한공사와 계약을 통해 중국 내 회사에 3년간 단체급식사업 경영방식을 전수하고 중국 측 회사로부터 매출액의 4%의 로열티를 지급받는 형식으로 해외 진출을 시도하였다.⁵⁾ Kotra에 따르면 해외진출 급식관련 업체는 5곳이며 베트남과 중국을 중심으로 해외 진출하여 국제화한 위탁급식업체가 있는 것으로 나타났다.⁶⁾

한국수출입은행의 급식 관련 해외진출업체 사례 조사에서는 'A'캐터링을 제시하였고,⁷⁾ 중국인사화에 따르면 수양급식과 청화 F&C가 중국 상하이에 진출한 것으로 나타나고 있다.⁸⁾

일반적으로 기업의 국제화란 '국내시장에서 처음 기업 활동을 시작한 기업이 점진적인 성장, 발전 과정을 거쳐 외국 시장에 진출하게 되는 것'을 말하며, 오늘날 흔히 국제기업이란 '국제적인 기업 활동이 기업 내에서 차지하는 비중이 상당히 높은 기업'이라고 할 수 있다.⁹⁾ 국제화에 대한 개념에 대해 여러 학자들의 정의가 다양하나, Johanson, Wiedersheim-Paul¹⁰⁾은 국내시장에서 처음 시작한 기업이 점진적 의사결정 과정을 거쳐 성장해 나가는 과정이라고 하였고, Welch, Wiedersheim-Paul¹¹⁾은 기업이 그 활동범위를 넓혀가면서 성장을 이룩해 나가는 여러 단계에 걸친 활동이라 하였다. Johanson, Vahlne¹²⁾는 기업이 점진적으로 학습과정을 통해서 국제경영활동을 확대해 나가는 단계적 과정이라고 하였고, Wortzel, Wortzel¹³⁾은 현지에서의 마케팅기능과 생산기능을 점차 내부화시켜 나가는 과정이라고 하였다.¹⁴⁾ 또한, 기업의 국제화를 '기업이 환경변화에 대

응하여 목표를 달성하기 위하여 보유하고 있는 경영자원을 해외로 이전시키고 국제 경영자원을 내부화 함으로써, 국제적 기업 활동의 개입 수준을 강화하고 기업 경영관리의 국제화를 추진하는 점진적이고 단계적인 의사결정 과정'이라는 개념으로 보는 견해도 있다.¹⁶⁾

국제화에 영향을 미치는 결정요인에 대한 연구는 1970년도 중반부터 국제화의 단계 및 과정에 대한 연구가 활발하게 이루어지며 함께 연구되어졌고, Greiner¹⁵⁾는 기업조직이 성장하면서 직면하는 환경변화에 적응하는 속도에 따라 국제화 정도가 결정된다고 주장하였다. 또한, Davidson, Harrigan¹⁶⁾은 제품의 특성, 시장의 특성, 시장지출 순서 및 시기가, Johanson, Vahlne¹²⁾은 기존시장의 위협, 신규시장의 기회, 기업내부의 능력 및 경험, 성장의지 등이 국제화에 영향을 미친다고 주장하였다. Bilkey¹⁷⁾은 기업특유의 비교우위, 경영관리자의 의지, 해외진출에서 예상되는 성과, 해외진출에의 조직참여 정도가 국제화에 미치는 영향을 검증하였다.⁹⁾ Root¹⁸⁾와 Terpstra, Russow¹⁹⁾는 기업 내부·외부적 요인에 의한 국제화 연구를 하였고, Etemad²⁰⁾은 국제화에 영향을 미치는 요인들의 상호작용 관계에 대한 연구의 틀 연구에서 국제화의 과정과 결과에 영향을 미치는 요인을 push, pull, push-pull interactive factors라 하였고, 매개요인으로 국제화를 가능 및 저해하는 내부적 원동력 요인을 제시하였다. 여기서 추진요인(push factors)은 국제화를 위한 기업 내부적 요인, pull factors는 기업 외부적, 환경적 요인, push-pull interactive factors는 추진요인과 유인요인 상호작용 요인이라 할 수 있다. Yip²¹⁾은 국제화 촉진요인으로 시장, 정부, 비용, 경쟁요인을 제시하였고 Lee²²⁾는 국제화를 가능 및 저해하는 요인을 Jang²³⁾은 국제화 촉진요인을 제시하였다.

기업의 국제화 연구는 업살라 국제화 모델(The uppsala international model)을 근간으로 하는 '점진적인 국제화 과정'을 따르다가, 중소기업과 벤처기업 연구에서 '변형된 국제화 과정'이 연구되고 있으며, 현재는 '태생적 국제화 과정'에 대한 연구가 진행되고 있다. 이렇듯 다양한 견해를 기반으로 제조기업의 국제화 연구는 국제화 결정요인 및 국제화 전략의 연구가 활발히 이루어지고 있다.²⁴⁾

위탁급식업체에 대한 국제화 사례가 많지는 않지만, 해외 선진 위탁급식업체들의 발전과정에 따른 국내 위탁급식업체도 국제화에 대한 관심과 기회가 증대되고 있다. 따라서 본 연구의 목적은 위탁급식업체 국제화를 위한 추진요인, 유인요인, 추진-유인 상호작용 요인이 국제화를 가능 및 저해 시키는 내부원동력 요인과의 인과관계를 분석하여, 향후 국제화 연구를 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

연구방법

조사 대상 및 내용

본 연구의 조사대상은 Y대학 급식경영전문인 과정 수료생 (1,287명)으로 우편조사법으로 전수 조사하였다. 설문 내용은 위탁급식업체 국제화를 위한 추진 요인, 유인 요인, 상호작용 요인, 국제화를 가능 및 저해하는 내부 원동력 요인, 위탁급식업체 국제화 일반적인 현황, 기업의 일반적인 사항으로 총 6개 부분으로 구성되어 있다.

가설 설정

위탁급식업체의 국제화 단계는 국내 지향적이며 초기단계라 볼 수 있고, Kotra에서 제공하는 해외 진출한 한국기업의 디렉토리에서 '급식' 관련 업체들은 대부분 대기업이 아닌 중소기업으로 나타나고 있다. 또한 위탁급식업체 국제화에 관련된 선행연구가 전무한 실정이기 때문에, 국제화를 위한 요인 간의 관계를 분석하는 탐색적 연구가 필요할 것으로 사료되었다. 따라서 본 연구에서는 국제화에 영향을 미치는 요인들의 관계를 탐색적으로 검증하기 위하여 첫째, 추진요인, 유인요인, 추진-유인요인의 상호작용 요인과 국제화를 가능 및 저해하는 내부 원동력 요인 간의 관계를 검증하고자 하였고 둘째, 국제화를 가능 및 저해하는 내부원동력 요인과 국제화 단계와의 관계를 검증하고자 하였다. 탐색적 검증 과정을 통하여 위탁급식업체 국제화를 위한 기초 자료를 제공하고자 하며 세부적 가설은 다음과 같다.

추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인과 내부 원동력 요인에 대한 가설 설정

기업이 지역시장에서 국제시장으로 가는 국제화에 상호적으로 영향을 주는 요인으로 지역시장에서 해외시장으로 밀어내는 (Pushing) 추진요인과 해외시장 방향으로 끌어당기는 (Pulling) 유인요인, 추진요인과 유인요인을 중재 (intermediating)하는 상호작용 요인을 들 수 있다. 국제화 추진요인 (push factors)은 기업 내부적 요인으로 기업이 혁신적인 제품, 서비스와 과정을 가지고 있을 때, 기회를 "창출"해 내기 위한 것이며 국제화 과정을 추진 (pushing)하거나 가속화해서 국제화의 기회를 개발하는 것이라 볼 수 있다. 국제화 유인요인 (pull factors)은 기업 외부적, 환경적 요인으로 국제화를 위한 기업의 경쟁력을 향상시키고, 기업이 국제화하도록 유인 (pull)하며 동기를 제공하여, 국제화 과정을 쉽고 빠르게 만든다. 추진-유인요인 상호작용 요인 (the interactive factors)은 기업에 영향을 미치는 Pull and Push forces의 구성요소 사이의 상호작용으로부

터 생기는 힘이라고 볼 수 있으며, 상호작용 요인은 국제화 과정을 촉진시키거나 지연시킨다.²⁰⁾ 추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인들은 기업 자신의 내부적인 원동력 (dynamics)에 의해 중재 (intermediate)되며, Lieberman, Montgomery²⁵⁾에 의하면 이 원동력은 기업이 국제화하려는 경향과 기업의 방침, 경영진의 태도를 포함하고 있다고 하였다.

기업 자신의 내부적인 의사결정이나 전략 조직과 실행 원동력 (dynamics)은 많은 내부적, 외부적인 힘과 요인 (forces and drivers)의 상황에 의해 조절되며, 내부적인 자원 (기업 인적자원, 가능성, 능력 등)을 포함하는 국제화를 가능하게 하는 가능요인 (The enablers)과 재정적인 자원 제약, 국제시장과 이문화 소비자 행동에 대한 올바르지 못한 지식, 강한 지역 경쟁상황에 직면했을 때에 대한 높은 두려움, 국제적인 네트워크의 부족 등을 포함하는 저해요인 (The deterrents)으로 나뉜다.²⁰⁾ 따라서, 본 연구에서는 위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인과 내부 원동력 요인간의 인과관계를 규명하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 위탁급식업체의 추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인은 국제화를 저해하는 내부 원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 위탁급식업체 추진요인은 국제화를 저해하는 내부 원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 위탁급식업체 유인요인은 국제화를 저해하는 내부원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 위탁급식업체 상호작용 요인은 국제화를 저해하는 내부 원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 위탁급식업체의 추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인은 국제화를 가능하게 하는 내부 원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-1. 위탁급식업체 추진요인은 국제화를 가능하게 하는 내부 원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2. 위탁급식업체 유인요인은 국제화를 가능하게 하는 내부원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-3. 위탁급식업체 상호작용 요인은 국제화를 가능하게 하는 내부원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

내부 원동력 요인과 국제화 단계에 대한 가설 설정

국제화 과정과 결과에 대해서 Lee²⁶⁾는 보통 기업의 국제화 과정에 대한 연구는 공통적으로 기업의 국제화 과정을 몇 단계로 구분하고 각 단계에서 국제화 동기나 국제경쟁우위요인을 규명하여 국제화 단계별 차이점을 제시하고 있다고 하였다. 비록 대부분의 선행연구들이 부분적인 요

인을 기준으로 국제화 단계를 규명한다는데 한계가 있으나, 분석요인을 내부경쟁요인과 외부경쟁요인으로 분류하여 국제화 단계를 부분적이거나 규명하고 있는 점은 높이 평가된다고 하였다.

기업의 국제화 과정은 기업의 활동이 해외로 확대되는 과정을 단계별로 구분하여 설명하는 발전 단계론적인 개념이라 할 수 있고, 기업의 국제화 과정에 대한 그동안의 연구는 크게 두 가지 방향으로서 첫째, 기업 활동의 국제화에 초점을 맞춘 연구, 둘째, 기업경영관리의 국제화에 초점을 둔 연구로 구분할 수 있다. 기업 활동의 국제화에 대한 연구는 대부분 국내생산 및 판매활동을 영위하던 국내기업이 점차 수출, 라이선싱, 해외직접투자 등으로 기업 활동을 국제적으로 확대해 가는 과정 (process)에 분석에 초점을 맞추고 있다. 외국의 기업을 대상으로 하는 국제화 단계 연구에서 Czinkota, George,²⁷⁾ Reid²⁸⁾의 국제화 모델을 보면 5~6단계로 국제화 단계를 설명하고 있고, 한국기업을 대상으로 하는 Jo,²⁹⁾ The support project team for enterprises' internationalization,³⁰⁾ Heo, Gang³¹⁾의 국제화 단계 연구에 의하면 국제화 모델을 제1기에서 제5기까지로 제시되고 있다. 제1기는 국내지향기업, 제2기는 해외지향기업 (수출기업), 제3기는 현지지향기업 (다국적기업), 제4기는 세계지향기업 (세계기업), 제5기는 Global화로 제시가 되고 있으나, 본 연구에서의 국제화 단계는 Jo²⁹⁾의 제1기부터 제4기까지로 한정하였다.

가설 3. 위탁급식업체 내부 원동력 요인은 국제화 단계에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

자료수집 및 기간

연구 분석의 틀을 토대로 탐색적인 영향 관계를 검증하고자 설문지 방법을 사용하여 연구를 실시하였다. 설문지는 우편설문방법을 사용하였다.

우편발송은 회신봉투를 포함하여 총 1,271부를 2009년

3월 20일부터 23일 까지 1차 우편 발송하였고, 회수율을 높이기 위하여 e-mail설문과 전화 설문을 동시에 실시하였다.

설문지 회수 결과 총 118부가 회수되었고 불성실한 11부를 제외하여, 총 107부의 설문지 연구에 사용되었다 (회수율 8.4%). 조사 대상의 근무지의 이사, 근무자 퇴사, 주소오류로 총 415부가 설문지 반송되었다. 설문 배부와 회수기간은 2009년 3월 20일부터 4월 30일까지 이다.

통계적 분석방법

조사자의 특성을 나타내기 위하여 빈도분석 (Frequency Analysis)을 실시하였고, 요인 별로 신뢰성 분석을 실시한 후 타당성 검증을 위하여 구성개념 (요인)별로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 추진, 유인, 상호작용 요인과 내부원동력 요인, 내부원동력요인과 국제화 단계의 관련성 검증을 위하여 상관관계분석을 실시하였으며, 요인 별 인과관계를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 실증분석은 모두 유의수준 $p < 0.05$ 에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSS 17.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

결 과

조사대상의 특징

조사 대상자의 소속 기업은 대기업 54.2%, 중소기업은 45.8%로 나타났고, 대기업과 중소기업이 비슷한 비율을 보이고 있는 것으로 나타났다. 대기업에 포함되는 업체의 수는 8개인 것으로 나타나고, 중소기업에 포함되는 업체의 수는 12개인 것으로 나타나 조사대상자가 소속된 업체의 수는 20개로 조사되었다. 조사대상자의 직급에 따른 분류는 조사대상의 59.8%가 대리, 20.6%가 과장, 13.1% 부장, 6.5% 기타로 나타났다. 조사대상자가 소속된 업체의 국제화 단계에 대해서는 국내지향적인 1단계는 79.4%, 해외지향적인 2단계 20.6%로 응답하였다 (Table 1).

Table 1. Demographic factor of CFMC (Contract Foodservice Management Company)

| | | Number | Percent |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------|---------|
| Size of CFMC (Number of CFMC) | Large enterprise (8) | 58 | 54.2 |
| | Small and medium enterprise (12) | 49 | 45.8 |
| | Total (20) | 107 | 100.0 |
| Position in CFMC | General manager | 14 | 13.1 |
| | Manager | 22 | 20.6 |
| | Assistant manager | 64 | 59.8 |
| | Etc. | 7 | 6.5 |
| | Total | 107 | 100.0 |
| Internationalization level (process) | Level 1-Domestic market oriented | 85 | 79.4 |
| | Level 2-International market oriented | 22 | 20.6 |
| | Total | 107 | 100.0 |

추진, 유인 및 상호작용 요인과 내부원동력 요인 신뢰도 및 타당성 분석

측정항목에 대한 내적일관성이 있는지를 알아보기 위해 Chronbach's α 계수를 이용하여 신뢰성을 검증하였다. 본 연구에서 검증된 변수들의 항목들에 대한 Chronbach's α 계수는 .729~.964로 나타나 신뢰도는 비교적 높은 것으로 나타났다.

타당도분석을 위하여 본 연구에서 사용한 측정항목은 일차적으로 기존 문헌 연구를 하였고, 질적 연구를 통하여 기존 문헌 연구의 이론적 근거에서 벗어나지 않는 변수들을 사용하였다. 척도의 타당성을 검증하기 위해 본 연구에서는 탐색적 요인분석 (Exploratory Factor Analysis)을 통해 판별타당성 (Discriminant Validity)을 검증하였다. 판별타당성 확보를 위해, 요인의 수와 정보손실을 최소화 할 수 있는 주성분 분석 (Principal Component Analysis)을 실시하였고 이를 직각회전 (varimax rotation)하여 고유 값이 1 이상인 요인만을 선택하였는데 요인적재량이 0.5 이상이면 유의한 것으로 간주하였다. 요인분석 결과 요인 내에서 요인적재량 0.5 이상을 만족하는 집중타당성을 보임으로써 각 요인 간에는 개별타당성이 유지되고 있다. 각 항목들의 해당 요인의 적재치는 .549에서 .982의 범위를 가지는 등 대체로 높게 나타났고, 구성항목인 추진요인과 유인은 각 2개의 하위요인으로 나뉘었고, 추진-유인 상호작용요인은 3개의 하위요인으로 나뉘었다. 매개요인인 내부원동력 요인은 2개의 요인으로 나뉘어졌다. 추진요인의 2개의 하위요인은 '국내시장포화 및 경영자의 의지'와 '국제화를 위한 투자'로 요인명을 부여하였고, 유인요인의 2개 하위요인은 '기업 외부적 국제화 환경'과 '글로벌네트워크와 문화전파'로 요인명을 부여하였다. 추진-유인 상호작용 요인의 3개의 하위요인은 '국외시장정보', '해외진출 절차와 예산'과 '국내네트워크와 시장규모'로 요인명을 부여하였고, 내부원동력 요인은 국제화 저해요인과 국제화 가능요인으로 명명하였다 (Table 2).

위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인 및 상호작용 요인, 국제화단계 상관관계 분석

Table 3은 변수간의 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계분석 (Correlation Analysis)을 실시한 결과이다. 분석결과 전반적으로 추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인, 내부원동력요인 간에 유의한 정 (+)의 상관관계를 보이고 있으며, 상호작용요인과 내부원동력 요인의 국제화 가능하게 하는 요인에서만 음 (-)의 상관관계를 나타내고 있다. 요인의 하위변수인 국내시장포화 및 경영자의 의지, 기업 외

부적 국제화 환경, 글로벌네트워크와 문화전파, 국내네트워크와 시장규모, 국제화 저해와 국제화단계는 $p < 0.05$ 에서 유의한 정 (+)의 상관관계를 나타냈다.

가설 검증

가설의 검증을 위해 다중회귀분석 (Multi Regression Analysis)을 실시하여 요인 간의 영향관계를 규명하였다 (Table 4-6).

추진요인, 유인요인, 상호작용요인과 내부원동력 요인에 대한 가설 검증

가설 1의 검증. 가설 1은 위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인, 상호작용 요인과 내부원동력 요인의 국제화 저해요인 간의 영향관계를 검증하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과이다 (Table 4). 분석결과 회귀모형의 설명력은 82%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다 ($F = 62.270, p < 0.01$). 각 독립변수들에 대한 검증은 유인요인에 해당하는 기업 외부적 국제화 환경의 t값이 14.624로 유의수준 0.001에서 유의하여 기업 외부적 국제화 환경이 국제화 저해요인에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상호작용 요인에 해당하는 국외시장정보의 t값은 -.112로 유의수준 0.05에서 유의하여 국외시장정보는 국제화 저해요인에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 추진요인에 해당하는 독립변수인 국내시장포화 및 경영자의 의지, 국제화를 위한 투자가 국제화 저해요인의 정 (+)의 영향을 미치지 않아 가설 1-1은 기각되었고, 유인요인에 해당하는 글로벌네트워크와 문화전파는 국제화 저해요인에 정 (+)의 영향을 미치지 않아 가설 1-2는 부분적 채택되었다. 상호작용 요인에 해당하는 해외진출 절차와 예산, 국내네트워크와 시장규모는 국제화 저해요인에 정 (+)의 영향을 미치지 않아 가설 1-3도 부분적으로 채택되었다. 따라서 가설 1인 위탁급식업체 추진, 유인, 상호작용 요인이 국제화를 저해하는 내부원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이라는 부분 채택되었다.

가설 2의 검증. 가설 2는 위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인, 상호작용 요인과 내부원동력 요인의 국제화 가능요인간의 영향관계를 검증하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과이다 (Table 4). 분석결과 회귀모형의 설명력은 50%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다 ($F = 14.004, p < 0.01$).

유인요인에 해당하는 글로벌 네트워크와 문화전파는 국제화 가능요인의 t값이 .605로 유의수준 0.001에서 유의한 것으로 나타나 국제화 가능요인에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 상호작용 요인에 해당하는 국외시장

Table 2. Reliability and feasibility analysis of factors for CFMC's internationalization

| Push factors | Saturation in domestic market and Manager's purpose | Investment for internationalization | |
|--|---|--|--|
| Intense domestic competition | .881 | | |
| Constrained resources at home | .813 | | |
| Overseas expansion of a subsidiary company | .782 | | |
| Continuous innovation | .780 | | |
| Manager's purpose | .774 | | |
| Manager's support | .627 | | |
| Investment for R&D cost | | | .885 |
| Information of international market | | | .879 |
| An international prior occupation company | | | .875 |
| International human resources | | | .856 |
| Eigen-value | 3.684 | 3.283 | |
| % of Variance | 36.837 | 32.831 | |
| Cumulative % | 36.337 | 69.669 | |
| Cronbach's α | .874 | .902 | |
| Pull factors | Company's external environment for internationalization | Global network and spread of culture | |
| Borderless and inter-linked economies | .903 | | |
| Precedent of domestic food service companies' overseas expansion | .902 | | |
| Advances in information and communication and transportation technologies | .892 | | |
| Increase of M&A by foreign companies | .889 | | |
| Global network with foreign companies and managers | | | .982 |
| Liberalization of international markets | | | .979 |
| Spread of Korean culture | | | .917 |
| Eigen-value | 3.259 | 2.825 | |
| % of Variance | 46.563 | 40.353 | |
| Cumulative % | 46.563 | 86.916 | |
| Cronbach's α | .924 | .964 | |
| Interactive factor | Information about foreign market | Procedure and budget of overseas expansion | National network and size of domestic market |
| Obtainment of international market information | .837 | | |
| Information related Infra building about foreign information | .795 | | |
| Degree of competition among foreign competitive companies | .595 | | |
| Procedure of overseas expansion | | .905 | |
| Investment budget of overseas expansion | | .854 | |
| Fast growth pace of domestic CFMC | | .549 | |
| Information interchange between domestic companies | | | .764 |
| The size of domestic market | | | .745 |
| Operating capital of overseas expansion | | | .699 |
| Eigen-value | 2.317 | 2.065 | 1.994 |
| % of Variance | 25.742 | 22.945 | 22.155 |
| Cumulative % | 25.742 | 48.687 | 70.842 |
| Cronbach's α | .729 | .765 | .770 |
| Internal dynamics factors | The deterrents for internationalization | The enablers for internationalization | |
| Difficulty of CFMC's internationalization from the point of view of a manager | .901 | | |
| Overhead cost (headquarter operating expenses) rate compared to other industries in overseas expansion | .855 | | |

Table 2. Continued

| Internal dynamics factors | The deterrents for internationalization | The enablers for internationalization |
|---|---|---------------------------------------|
| Direct cost (the material cost, labor costs and expenses used in food service production) rate compared to other industries in overseas expansion | .796 | |
| Organization focuses on short-term target | .763 | |
| Financial risk of a company | .678 | |
| Importance of CFMC's internationalization from the point of view of a manager | | .814 |
| Obtainment of knowledge about customer behavior in other cultures | | .790 |
| Foreign people is working for a company | | .704 |
| Organization focuses on long-term target | | .688 |
| Eigen-value | 3.429 | 2.640 |
| % of Variance | 38.102 | 29.331 |
| Cumulative % | 38.102 | 67.434 |
| Cronbach's α | .894 | .791 |

Table 3. Correlation analysis of factors for CFMC's internationalization

| | | Push factors | | Pull factors | | Interactive factor | | | Internal dynamics factors | | Internationalization level |
|----------------------------|-------|--------------|------|--------------|--------|--------------------|-------|--------|---------------------------|------|----------------------------|
| | | fac1 | fac2 | fac3 | fac4 | fac5 | fac6 | fac7 | fac8 | fac9 | fac10 |
| Push factors | fac1 | 1 | | | | | | | | | |
| | fac2 | .002 | 1 | | | | | | | | |
| Pull factors | fac3 | .646** | .003 | 1 | | | | | | | |
| | fac4 | .187 | .037 | .003 | 1 | | | | | | |
| Interactive factors | fac5 | .198* | .068 | .250** | .002 | 1 | | | | | |
| | fac6 | .237* | .166 | .223* | .111 | .002 | 1 | | | | |
| | fac7 | .357** | .075 | .355** | .049 | .003 | .004 | 1 | | | |
| Internal dynamics factors | fac8 | .623** | .042 | .894** | .004 | .129 | .180 | .355** | 1 | | |
| | fac9 | .096 | .029 | .039 | .480** | .278** | -.026 | -.097 | .008 | 1 | |
| Internationalization level | fac10 | .426** | .088 | .552** | .275** | .075 | .153 | .194* | .492** | .177 | 1 |

*: $p < .05$, **: $p < .001$

fac1: Saturation in domestic market and Manager's purpose
 fac3: Company's external environment for internationalization
 fac5: Information about foreign market
 fac7: National network and size of domestic market
 fac9: The enablers for internationalization

fac2: Investment for internationalization
 fac4: Global network and spread of culture
 fac6: Procedure and budget of overseas expansion
 fac8: The deterrents for internationalization
 fac10: Internationalization level

정보와 국제화 가능 요인과 국내 네트워크와 시장규모의 t 값은 .351 ($p < 0.001$)과 -0.199 ($p < 0.05$)로 유의하게 나타나 국제화 가능요인에 정 (+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그러나 추진요인에 해당하는 독립변수인 국내시장포화 및 경영자의 의지, 국제화를 위한 투자가 국제화 가능요인의 정 (+)의 영향을 미치지 않아 가설 2-1은 기각되었고 유인요인의 독립변수인 기업 외부적 국제화 환경인 국제화 가능요인에 정 (+)의 영향을 미치지 않아 가설 2-2는 부분 채택되었다. 상호작용 요인은 해외진출 절차와 예산이 국제화 가능요인에 정 (+)의 영향을 미치지 않아 가설 2-3도 부분 채택되었다. 따라서 가설 2 위탁급식업

체 추진, 유인, 상호작용 요인이 국제화를 가능하게 하는 내부원동력 요인에 정 (+)의 영향을 미칠 것이라는 부분 채택되었다.

내부원동력 요인과 국제화 단계에 대한 가설 검증

가설 3은 위탁급식업체 국제화를 저해 및 가능하게 하는 내부원동력 요인과 국제화 단계 간의 영향관계를 검증하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과이다 (Table 5). 분석결과 회귀모형의 설명력은 27%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다 ($F = 19.618, p < 0.01$).

국제화 저해요인은 t값이 5.893으로 유의수준 0.001에서 유의한 것으로 나타났고, 국제화 가능요인은 t값 2.122

Table 4. Regression analysis of hypotheses 1-2 testing

| Dependent variable | (H)Independent variable | Standardized β | t | F value | R ² |
|--|--|----------------------|----------|---------|----------------|
| The deterrents for internationalization | H1-1 Saturation in domestic market and Manager's purpose | .099 | 1.636 | 62.270 | .821 |
| | Investment for internationalization | .057 | 1.272 | | |
| | H1-2 Company's external environment for internationalization | .867 | 14.624** | | |
| | Global network and spread of culture | -.033 | -.736 | | |
| | H1-3 Information about foreign market | -.112 | -2.458* | | |
| | Procedure and budget of overseas expansion | -.059 | -1.273 | | |
| The enablers for internationalization | National network and size of domestic market | .017 | .353 | 14.004 | .508 |
| | H2-1 Saturation in domestic market and Manager's purpose | -.028 | -.284 | | |
| | Investment for internationalization | .006 | .080 | | |
| | H2-2 Company's external environment for internationalization | .039 | .398 | | |
| | Global network and spread of culture | .605 | 8.161** | | |
| | H2-3 Information about foreign market | .351 | 4.659** | | |
| Procedure and budget of overseas expansion | -.054 | -.707 | | | |
| National network and size of domestic market | -.199 | -2.513* | | | |

*: p < .05, **: p < .001

Table 5. Regression analysis of hypothesis 3 testing

| Dependent variable | (H)Independent variable | Standardized β | t | F value | R ² |
|----------------------------|--|----------------------|---------|---------|----------------|
| Internationalization level | (H3-1) The deterrents for internationalization | .492 | 5.893** | 19.618 | .274 |
| | (H3-2) The enablers for internationalization | .177 | 2.122* | | |

*: p < .05, **: p < .001

로 유의수준 0.05에서 유의할 것으로 나타났다. 국제화를 저해 및 가능하게 하는 내부원동력 요인은 국제화 단계에 정 (+)의 영향 관계가 있는 것으로 나타났고, 국제화를 저해 요인이 국제화 가능 요인 보다 국제화 단계에 더 영향을 미치는 것으로 나타났다 ($\beta = .492 > .177$) 따라서 가설 3인 위탁급식업체 국제화를 위한 내부원동력 요인은 국제화 단계에 정 (+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

고 찰

위탁급식업체의 국제화 단계는 대부분 1기-국내 지향적이며 국제화 초기단계라 볼 수 있으며, Kotra에 따르면 해외진출 급식관련 업체는 중소기업 5곳으로 나타나고 있다. 또한, 위탁급식업체 국제화에 관련한 선행연구가 전무하기 때문에, 본 연구는 제조기업의 국제화 선행연구를 토대로 진행하였다. 기업 국제화 연구는 국제화를 실시한 업체를 대상으로 실시하고 있으나, 위탁급식업체 국제화 사례가 많지 않으므로, 위탁급식업체 국제화를 위한 요인 간 인과관계를 분석하는 탐색적 연구가 필요할 것으로 사료되었다. 따라서 위탁급식업체 국제화를 위한 추진요인, 유인요인, 추

진-유인요인의 상호작용 요인과 국제화를 가능 및 저해하는 내부 원동력 요인 간의 관계를 검증하고, 이와 동시에 국제화를 가능 및 저해하는 내부원동력 요인과 국제화 단계와의 관계를 검증하고자 하였다.

추진요인의 2개의 하위요인은 '국내시장포화 및 경영자의 의지'와 '국제화를 위한 투자'로 구성되었으며, 유인요인의 2개 하위요인은 '기업 외부적 국제화 환경'과 '글로벌네트워크와 문화전파'로 구성되었다. 추진-유인 상호작용 요인의 3개의 하위요인은 '국외시장정보', '해외진출 절차와 예산'과 '국내네트워크와 시장규모'로 구성되었고, 내부원동력 요인은 국제화 저해요인과 국제화 가능요인으로 구성되었다.

가설 1은 위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인, 상호작용 요인과 국제화 저해요인 간의 인과관계를 검증하고자 하였다. 본 연구에서 국제화 저해요인에 통계적으로 유의하게 정 (+)의 영향을 미치는 요인은 기업 외부적 국제화 환경과 국외시장정보로 나타났다. 또한 국제화 저해 요인에 가장 영향을 많이 미치는 변수는 기업 외부적 국제화 환경인 것으로 나타났다($\beta = .867$) 기업 외부가 국제화 환경에 둘러싸이게 되고, 다국적 기업이 늘어날수록 위탁급

식업체 국제화가 저해 될 수 있음을 나타내고 있다. 추진 요인의 국내시장포화 및 경영자의 의지, 국제화를 위한 투자요인과, 유인요인의 글로벌네트워크와 문화전파 요인과 상호작용 요인의 해외진출 절차와 예산과 국내 네트워크와 시장규모 요인은 국제화 저해 요인에 통계적으로 정 (+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

가설 2는 위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인, 상호작용 요인과 내부원동력 요인의 국제화 가능 요인간의 영향관계를 검증하고자 하였다. Etemad²⁰⁾에 의하면 국제화 추진요인 (push factors)은 기업가적이며, 기업이 혁신적인 제품, 서비스와 과정을 가지고 있을 때, 기회를 “창출”해 내기 위한 것이며 국제화 과정을 추진 (pushing)하거나 가속화해서 국제화의 기회를 개발하는 것이라 볼 수 있으며, 지역시장에서 해외시장으로 밀어내는 요인이라 하였다. 그러나 본 연구에서 추진요인인 국내시장포화 및 경영자의 의지, 국제화를 위한 투자요인은 국제화 가능요인에 통계적으로 유의한 정 (+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 유인요인의 기업 외부적 국제화 환경은 국제화 저해요인의 정 (+)의 영향 관계이며, 국제화 가능요인에는 정 (+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 글로벌 네트워크와 문화전파 요인과 국제화 저해요인은 정 (+)의 영향관계가 없는 것으로 나타났고, 국제화 가능요인에 대해서는 정 (+)의 영향관계로 나타났다. 이것은 외부적인 국제화 환경은 국제화를 저해하지만, 글로벌 네트워크와 문화가 전파되어 있을수록 국제화를 가능하게 하는 것으로 사료된다. 국제화를 위해 지역시장에서 해외시장 방향으로 끌어당기는 (Pulling) 유인요인은 기업 외부적, 환경적 요인이며 국제화를 위한 기업의 경쟁력을 향상시키고, 기업이 국제화하도록 유인 (pull)하며 동기를 제공하여, 국제화 과정을 쉽고 빠르게 만든다. 따라서 위탁급식업체 국제화를 위해 글로벌 네트워크를 형성하는 것과 음식문화 전파에 대한 관심의 고조가 필요할 것으로 사료된다. 추진-유인요인 상호작용 요인 (the interactive factors)은 기업에 영향을 미치는 Pull and Push forces의 구성요소 사이의 상호작용으로부터 생기는 힘이라고 볼 수 있으며, 상호작용 요인은 국제화 과정을 촉진시키거나 지연시킨다.²⁰⁾ 상호작용 요인에 해당하는 국외시장정보, 국내 네트워크와 시장 규모는 국제화 가능 요인에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위탁급식업체 국제화에 대한 사업타당성을 검토하고자 할 때 해외시장에 대한 정보는 긍정적인 영향을 끼칠 것으로 사료된다.

복잡한 해외 진출 절차와 예산이 국제화에 영향을 미칠 것이라 예측되었지만, 해외진출 절차가 복잡하고 어려운 것

과 예산에 관련된 사항은 통계적으로 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 국내 네트워크가 원활하고 시장 규모가 클수록 국제화가 촉진된다고 볼 수 있다. 국제화를 저해 및 가능하게 하는 내부원동력 요인은 국제화 단계에 정 (+)의 영향 관계가 있는 것으로 나타났고, 국제화를 저해하는 요인이 가능하게 하는 요인 보다 국제화 단계에 더 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설 3은 위탁급식업체 국제화 저해요인과 가능요인과 국제화 단계 간의 관계를 검증하였다. 국제화의 내부원동력 요인은 국제화 저해요인과 가능요인으로 나뉘며 저해요인과 가능요인 모두 국제화 단계에 정 (+)의 영향을 미치고 있으며, 본 연구에서는 국제화 저해요인이 가능요인 보다 더 큰 영향을 미치고 있어서 위탁급식업체들이 적극적인 국제화를 못하고 있는 것으로 사료된다. 추진, 유인, 추진-유인 상호작용 요인들은 기업 자신의 내부적인 원동력 (dynamics)에 의해 중재 (intermediate)되며, Etemad²⁰⁾에 의하면 이 원동력은 기업이 국제화하려는 경향과 기업의 방침, 경영진의 태도를 포함하고 있으며 이것은 국제화의 과정과 결과에 영향을 미치게 된다. 국제화 과정과 결과는 국제화 단계²⁹⁾로 측정 가능하다.

요 약

위탁급식업체 국제화를 위한 추진, 유인, 추진-유인요인 상호작용 요인과 국제화를 저해 및 가능하게 하는 내부원동력 요인과의 인과관계와 내부원동력 요인과 국제화 단계의 인과관계에 대해 연구한 결과의 요약은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성에서 조사대상자의 근무하는 기업의 형태는 대기업 58명 (54.2%), 중소기업 49명 (45.8%)로 비슷한 비율로 나타났고, 조사 업체 수는 중소기업 12곳, 대기업 8곳으로 나타났다. 직급은 대부분 대리 (59.8%)였고, 조사대상자가 속해 있는 업체의 국제화 단계는 대부분 국내지향적인 1단계로 나타났다 (79.4%).

둘째, 신뢰도 분석결과 Chronbach's α 계수는 .729~.964로 나타나 신뢰도는 비교적 높은 것으로 나타났다. 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석 (Exploratory Factor Analysis) 실시 결과 해당 요인의 적재치는 .549에서 .982의 범위를 가지는 등 대체로 높게 나타났다. 추진요인의 2개의 하위요인은 ‘국내시장포화 및 경영자의 의지’와 ‘국제화를 위한 투자’로 요인명을 부여하였고, 유인요인의 2개 하위요인은 ‘기업 외부적 국제화 환경’과 ‘글로벌네트워크와 문화전파’로 요인명을 부여하였다. 추진-유인 상호작용 요인의 3개의 하위요인은 ‘국외시장정보’, ‘해외진

출 절차와 예산'과 '국내네트워크와 시장규모'로 요인명을 부여하였고, 내부원동력 요인은 2개의 요인으로 나뉘었고, 국제화 저해요인과 국제화 가능요인으로 명명하였다.

셋째, 가설검증 결과 추진요인 (국내시장포화 및 경영자의 의지, 국제화를 위한 투자)은 국제화 저해 요인과 국제화 가능 요인에 모두 정 (+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 유인요인인 기업 외부적 국제화 환경 요인과 국제화 저해요인 간에 정 (+)의 영향관계가 있는 것으로 나타났고, 국제화 가능요인에는 정 (+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 또한 글로벌네트워크와 문화전파는 국제화 저해요인에 정 (+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났고, 국제화 가능요인에 대해서는 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유인요인의 외부적인 국제화 환경은 국제화를 저해하지만, 글로벌 네트워크와 문화가 전파되어 있을수록 국제화를 가능하게 하는 것으로 사료된다. 추진-유인 상호작용 요인과 국제화 저해 요인과 국제화 가능 요인과의 영향관계를 살펴보면, 상호작용 요인의 국외 시장정보는 국제화 저해요인과 가능요인에 모두 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 국외 시장에 대한 정보가 국제화를 저해할 수도 있다는 것이다. 해외진출 절차와 예산은 국제화 저해요인과 가능요인에 모두 정 (+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 국내네트워크와 시장 규모는 국제화 저해요인에 정 (+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났고, 국제화 가능요인에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 국제화 저해 요인과 가능 요인은 국제화 단계에 정 (+)의 영향 관계가 있는 것으로 나타났고, 국제화를 저해 요인이 가능 요인 보다 국제화 단계에 더 영향을 미치는 것으로 나타났다 ($\beta = .492 > .177$)

이상에서 살펴본 결과, 위탁급식업체 국제화는 기업 내부적인 추진요인보다는 기업 외부적, 환경적 요인과 추진, 유인 단독요인 뿐만 아니라 추진요인과 유인요인의 상호작용 요인과 영향 관계에 있다는 것이다. 이것은 위탁급식업체가 국제화 하고자 할 때 이론적으로 고려해야할 사항으로 사료된다. 또한, 위탁급식업체 국제화를 저해 및 가능하게 하는 내부원동력 요인은 국제화 단계와 관련성이 있는 것으로 나타났다. 지금도 꾸준히 위탁급식업체의 국제화가 진행되고 있는데, 해외업무 담당자들은 위탁급식업체 국제화에 미치는 요인과 요인들 간의 관계성 분석을 통하여 합리적인 국제화 모델을 찾아야 할 것으로 사료된다.

본 연구의 제한점은 조사 방법에 있어 회수율이 낮은 우편 설문을 실시하여, 낮은 설문회수율을 나타내고 있어 연구 결과에 대한 일반화에 대해 한계를 가지고 있으며, 요인의 하위 변수 선정에 있어서 다양한 변수를 사용하지 못한

점이다. 또한, 위탁급식업체를 대상으로 국제화에 대한 연구가 전무하여, 관련 대상의 결과를 비교 고찰할 연구의 결과가 부족하였다. 본 연구는 초기단계의 탐색적 연구로 변수도출을 위한 위탁급식업체 실무자를 대상으로 개별심층면접을 실시하는 선행 단계를 통해 본 연구를 진행하게 되었는데, 면접자의 수가 많지 않아 이에 따른 변수도출의 신뢰성과 타당성에도 한계가 있었다. 따라서 향후 연구에서는 심층면접 대상자를 늘려서 연구의 신뢰성과 타당성을 증대시키고, 다양한 변수 도출을 위한 선행연구가 더욱 필요할 것으로 사료된다. 설문 조사대상을 지역별, 규모별로 업체를 구분하여 규모를 늘리고, 일대일면접 설문방법을 사용하여 회수율을 높일 수 있는 방안을 강구하여 연구 결과의 일반화에 대한 오류를 줄여야 할 것이다. 또한, 금융 위기의 국제 정황 가운데, 국제화를 위한 꾸준한 연구를 통하여, 선진 다국적 기업화 방안에 대한 연구들이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

Literature cited

- 1) Korea Foodservice Information. A Korean food service yearbook; 2009. p.151
- 2) Korea Foodservice Information: Available from: <http://www.foodbank.co.kr>
- 3) Yang IS, Lee JM. The present situation and prospect of contract food service management companies. *Food Industry & Nutrition* 1997; 2(2): 1-3
- 4) Park ME. A Study on the Cost Structure of Foodservice Center in Institutions. *Korean J Culinary Res* 2005; 11(3): 151-165
- 5) Han KS, Yang IS. A proposal for re-takeoff of Korean contract food service management industry. The academic seminar of the food service industry with academic and industrial cooperation; 2004. p.61-62
- 6) Korea trade-investment promotion agency (KOTRA). 2007/2008 Directory of Korean companies in overseas expansion; 2008
- 7) The export-import bank of Korea: Available from: <http://www.koreaexim.go.kr>
- 8) The Korean chamber of commerce in Shanghai: Available from: <http://www.kochamsh.com>
- 9) Bae JW, Bae JT. Internationalization Processes and Strategies of High-Tech Venture Firms: The Case of Korean Ventures in the IT Industry. *Korean J Venture Business Studies* 2003; 6(1): 45-46
- 10) Johanson, Wiedersheim-Paul. The Internationalization of the Firm-Four Swedish Cases. *J Manage Stud* 1975; 12(3): 305-322
- 11) Welch L, Wiedersheim-Paul F. Export Promotion Policy-a new approach. *Aust J Manage* 1979; 4(2): 165-178
- 12) Johanson Vahlne. The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment. *J Int Bus Stud* 1977; 4: 20-29
- 13) Wortzel L, Wortzel H. Export Marketing Strategies for NIC and LDC-based Firms. *International Executive* 1982; 24(1): 18-19

- 14) Hwang JS. The theory of environment for international enterprises. Mungyeong press; 1994
- 15) Greiner L. Evolution and Revolution as Organization Grow. *Harvard Business Review* 1998; 76 (3): 55-68
- 16) William H, Richard H. Key Decision in International Marketing: Introducing New Products Abroad. *Columbia J World Bus* 1997; 12 (4): 15-23
- 17) Bilkey W. Export Marketing Practices and Export Profitability. *Research in Marketing* 1984; 7: 211-236
- 18) Root R. Entry Strategies for International Markets, Lexington Books; 1987
- 19) Terpstra V Russow. International Dimensions of Marketing 4E, South-Western College Publishing; 2000
- 20) Etemad H. Internationalization of small and Medium-sized Enterprise: A Grounded Theoretical Framework and an overview. *Can J Adm Sci* 2004; 21 (1): 1-21
- 21) Yip G. Total Global Strategy; 1992
- 22) Lee SH. Global Marketing. Daemyeong; 2004
- 23) Jang SJ. Management Strategies. Pakyoungsa; 2008
- 24) Kang TG. An Empirical Study on the Internationalization Process of Korean Firms: Theory and Evidence. *Korean J International Management* 2001; 12 (2): 1-29
- 25) Lieverman M, Montgomery D. First-mover (dis) advantages: Retrospective and link with the resource-based view. *Strateg Manage J* 1998; 19: 1111-1125
- 26) Lee JH. A Field Study on the Internationalization Strategy Of Korean Corporates [Ph.D's thesis]. Seoul: Konkuk University; 1999
- 27) Czinkota M, George T. Export management: An International context, New York: Praege publishers; 1982
- 28) Reid S. The Decision-Marker and Export Entry and Expansion. *J Int Bus Stud* 1981; 12 (2): 101-112
- 29) Jo DS. International business for the 21st century. Seoul economy administration; 2007
- 30) The support project team for enterprises' internationalization. Long-term vision and strategies for internationalization of enterprises in the 21st century; 1994
- 31) Heo YD, Gang JY. Measurement for the level of enterprises' internationalization by stages. Jipmundang; 1997