

소상공인 외식서비스업체의 경영성과 요인에 관한 연구*

황보윤(호서대학교 글로벌창업대학원 교수) **

국 문 요 약

본 연구는 소상공인 외식 서비스업체들을 대상으로 경영성공요인을 분석하는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 국내 최대 치킨 전문점인 B사의 가맹점의 경영자들을 대상으로 직접 방문 또는 전화 방문 조사를 하였다. 소상공인 외식서비스업체 경영의 성공요인을 경영자의 개인 배경적 특성, 심리적 특성, 경영관리요인, 입지특성요인으로 구분하였다. 입지특성요인들은 점포수요원, 점포입점지역 특성요인, 점포특성요인으로 구분하였다. 치킨점 경영자들을 대상으로 실증 연구 결과 경영성과인 연평균 매출액에 유의적으로 영향을 미치는 요인은 개인 배경적 특성중 업종경력과 경영관리요인중 품질 우수성, 입지특성요인 중 의자수로 나타났다. 품질우수성과 의자수는 정(+)의 영향을 미치는 반면 업종경력 은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 외식 서비스업체의 중요한 경영 성공요인인 입지특성을 별도의 변수로 구분하였다는 데 그 의의가 있다. 그러나 표본 추출수의 한계로 하위 요인중 많은 변수가 유의적 변수로 나타나지 않은 것은 추가적 연구의 필요성을 갖게 한다.

핵심주제어: 소상공인, 입지특성요인, 외식서비스업, 경영성과

1. 서 론

대부분의 일반 벤처기업이 본점 주소지의 특정 소재지에 경영 성과가 업매이지 않는 반면 소상공인들의 업종 중에는 본점 주소지의 특정 소재지에 주로 그 업종의 경영 성과가 좌우되는 업종이 있다. 즉 음식점업종이나 지역상권 주민을 주로 대상으로 하는 소매유통업종, 공중위생업종들이 그에 해당한다.

식당, 소매점, 이.미용실, 공중목욕탕, 지역은행, 소규모 의원, 학원, 모텔 등의 대부분의 서비스 기업의 경우 제조업과는 달리 소비자들이 서비스 생산 현장에 존재해야

* 본 연구는 호서대학교에서 시행한 교내학술연구 지원사업의 연구결과임.

** 제1저자, 호서대학교 글로벌창업대학원 교수, yun@hoseo.edu.

· 투고일: 2011. 06 08

게재확정일: 2011. 06. 13

하는 특성, 즉 생산/소비의 동시성의 문제로 소비자들은 방문하기 편리한 장소에 위치한 서비스 기업을 선호한다. 서비스기업이 어떤 서비스를 소비자들에게 판매하든지 잠재 소비자들이 서비스를 구매하기 위해서는 입지를 통해 가능한 것이다.

입지요인에 의해 사업의 성패가 좌우되는 성격을 지닌 소상공인 서비스업종의 경우 창업을 위해 투입하는 비용 중 사업장 임차관련 자금에 대한 비중이 높다. 또한 한번 임차한 사업장에서 경영성과가 저조할 경우 이를 단 기간 내에 만회하기 어려운 특징으로 인해 입지선정은 매우 중요한 결정 중에 하나이다.

따라서 이러한 현실은 소상공인 서비스업체를 위하여 다루어야 할 연구과제로 소상공인 서비스업체의 경영 성공 요인이 무엇인지, 또 소상공인 서비스업체의 경영 성공에 많은 비중을 차지할 것으로 예상되는 입지요인들이 무엇인지를 제기하는 것이다. 그로인해 소상공인 서비스업체의 창업 시 가장 많은 비용이 소요되는 입지 선정에 있어 고려해야할 요인들을 제시함으로써 창업 실패 확률을 줄일 수 있도록 지도와 연구가 필요한 것이다.

선행연구들이 입지특성을 경영관리요인 중 한 변수로 다루었던 것과 달리 본 연구에서는 입지특성을 경영관리요인과 별도로 구분한다. 입지 상권 데이터는 선행연구에서 입지 특성 조사시 조사자의 주관적인 판단에 근거한 한계를 객관화하고자 중소기업청의 상권정보 시스템에서 제공하는 데이터를 활용한다. 따라서 본 연구의 분석 결과에 따라 위 상권 정보 시스템이 경영 성과 판단이나 창업 준비를 위해 어떻게 도움이 되는 지를 제안하고자 한다.

이러한 목표들을 위해 본 연구는 소상공인 외식서비스업체 경영의 성공요인을 경영자의 개인 배경적 특성, 심리적 특성, 경영 관리 요인, 입지특성요인으로 구분하여 각 요인들의 경영성과와의 관련성을 분석하였다. 입지특성요인들은 점포수요원, 점포입점 지역특성요인, 점포특성요인으로 구분하여 각 요인들이 경영성과에 미치는 영향에 대해 정보를 제공함으로써 입지 선정의 성공률을 높일 수 있는 방안을 제시하고자 하였다.

II. 이론적 배경

2.1 소상공인의 경영성공 요인

‘소상공인’은 제조업, 건설업, 운수업, 도·소매업 및 그 밖의 서비스업을 소규모로 영위하는 개인 또는 기업으로 정의하고 있다(김성진, 2006). ‘소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법’ (이하 “법” 이라한다) 제2조 제2항 및 동법 시행령 제2조 제1항에서는 소상공인을 광업·제조업·건설업 및 운수업의 경우 상시근로자 10

인 미만, 개인서비스업, 숙박 및 음식점업, 부동산, 임대 및 사업서비스업, 도·소매업, 교육서비스업 등의 업종은 상시근로자 5인 미만의 사업자를 소상공인으로 정의했다. 소상공인의 경영 성과 요인들에 관한 연구가 최근에 이루어지고 있으나 그 연구 결과물이 많지 않다. 따라서 소상공인 창업의 성공요인들을 살펴봄으로써 경영 성공요인에 적용하고자 한다(황보운, 2009).

소상공인의 경영성공 요인에 관한 초기 연구는 주로 소상공인의 창업성공 요인을 대상으로 이루어졌으며, 소상공인의 배경적 특성과 심리적 특성, 경영관리를 주요요인으로 제시하고 있다(정성한·김해룡, 2001; 빈봉식·박정기, 2002; 윤성욱·서근하, 2003). 이후 소상공인의 경영성과 요인에 관한 연구는 추가로 입지특성(황보운, 2009), 시장 환경특성과 경영전략(이윤원외, 2009), 성장단계별 경영전략과 지원서비스(이남주·이충섭, 2010), 정부자금지원과 창업 상담 및 교육 변수(조준희·김찬중, 2010) 등이 경영 성공 요인으로 분석되어 지고 있다.

중소기업중앙회(2006)의 서울소재 500개업체를 대상으로 한 소상공인의 창업성공 요인에 대한 실태조사에서 소상공인들이 선정한 주요 성공요인으로는 성실성과 부지런함, 친절과 미소, 배우려는 자세, 합리성, 정직성, 적성들의 개인적 특성과 입지상권과 업종의 조화 및 자금동원 능력들로 나타났다. 소상공인진흥원(2008)에서 전국 7,039 개 소상공인을 대상으로 한 실태조사 보고서에서 나타난 주요 경영 성공요인으로는 친절서비스, 시설 및 경영기법 개선, 입지선정, 가격경쟁력 확보들로 나타났다.

2.1.1 개인의 배경적 특성

1970년대 후반부터 많은 연구자들이 사업체의 성공적인 운영에 있어서 가장 중요한 요소는 창업자이자 경영자인 그 개인 자신이라고 판단하여 개인적 특성으로서 성별, 연령, 학력, 경험, 심리학적 특성 등과 같은 다양한 특성들을 다루어왔다(Begley & Boyd, 1987; Bird, 1993; Box, White & Barr, 1994; Gartner, 1989 ; Vesper, 1990; 박동수, 2000; 정성한·김해룡, 2001).

성별의 차이에 관하여 Smith and Miner는 위험감수성이 높은 남성의 경우 기회추구형 창업에 유리하며, 다양한 제품과 서비스 제공에서 뛰어난 여성은 자율성이 강한 장인형 기업에서 더욱 강점을 살릴 수 있는 것으로 밝혔다.

윤성욱·서근하(2003)는 한국의 소상공인 창업자의 개인적 특성과 마케팅인식을 중심으로 사업체를 성공업체와 실패업체의 둘로 구분하여 분석한 결과 남, 여 성별의 차이가 경영성과에 유의한 차이가 있고 소상공인 분야는 남성측이 창업성공에 유의하다는 사실을 제시한 바가 있다.

연령에 관하여는 Cooper(1985)는 나이 많은 창업자들이 젊은 창업자에 비하여 생

존의 가능성도 높고, 수입 면에서도 많은 소득을 올리고 있다고 주장하였다. 윤성욱·서근하(2003)는 소상공인 창업분야는 연령의 차이에 따라서 경영성과가 차이가 있으며 40대 이상이 40대 미만보다 창업성공에 유의한 영향이 있음을 제시하였다.

학력이 경영성과에 미치는 영향에 관한 부문에서 Cooper et al.(1994)와 Cooper and Gascon(1995)은 창업자의 학력은 지식, 기술, 문제해결 능력, 동기유발 그리고 자신감과 관련되어 있고, 학력이 높을수록 창업 및 경영과정에서 직면하게 되는 다양한 문제들을 보다 쉽게 극복하게 해 주는 것으로 보았다.

그러나 Cooper(1985)와 Sandberg and Hofer(1987)는 창업자의 학력이 경영성과와 (-)의 관계를 가질 수 있음을 주장했다. 창업자의 특성이 진취성과 독립성을 나타냄으로 인하여 학력의 축적과는 상관이 없으며 창업기회가 되면 언제든지 학업을 그만두고 창업전선에 뛰어든 경우가 많았기 때문이다. 반대로 혁신성이 높은 기술적 사업에 대하여 창업자의 높은 교육수준이 기업의 생존 가능성을 제고시키므로 이러한 업종은 학력이 높음과 유의한 관계가 있음을 밝혔다. 이러한 현상은 우리나라의 첨단 기술과 생명공학의 벤처기업에서도 유사한 사례를 보이고 있다.

윤성욱·서근하(2003)는 소상공인 창업분야에서는 학력에 따른 창업결과가 차이가 있으며 고졸보다는 전문대 이상이 창업성공에 유의함을 보고했다. 황보윤(2009)의 소상공인 미용서비스업체를 대상으로 조사한 결과에서도 학력에 따른 소상공인 경영성과 차이가 있으며 고졸보다 전문대 학력자가 5% 유의수준에서 높은 결과를 나타냈다.

경험이 경영성과에 미치는 영향에 관한 부문에서 선행연구들은 업종경험, 창업경험 및 경영경험에 초점을 맞추어 왔다.

Lamont(1972)는 창업자의 과거경험에 관한 연구에서 창업자로서 경험이 있는 창업자가 그렇지 않은 창업자보다 더 높은 성과를 얻었다는 것을 보여주었다.

Cooper외(1987)의 연구에서는 산업이나 기업의 규모에 따라 차이가 나기도 하는데, 기업규모가 클수록 높은 직위를 지낸 경험이 있는 기업가에 의하여 창업을 한 것으로 보고되었다. 그리고 이전의 창업경험도 종종 논의되는데, 이전의 창업경험이 있으면 기업가는 창업초기의 기업들이 겪게 되는 문제를 예상할 수 있을 뿐만 아니라 적절한 경영기법의 사용이 가능하다. 이는 이전의 경영관리 경험은 창업자로 하여금 새로운 사업체를 위해 올바르게 준비하고 보다 큰 성공을 이끌 수 있도록 해주는 것이다.

2.1.2 개인의 심리적 특성

경영 성과에 영향을 미치는 개인특성으로 심리적 특성은 성취욕구, 통제위치, 위험

감수성향, 그리고 모호성 수용력들이 여러 연구자들로부터 가장 많은 주목을 받아 왔다(정성한·김해룡, 2001). 이들 특성들이 필연적으로 비록 비기업가들로부터 기업가들을 구별 짓는 것은 아닐지 모르지만 이들 특성들이 사업을 시작하는 과정에서 그리고 그 사업을 운영해나가는 과정에서 중요한 요인으로 작용한다는 것을 가리키고 있다(박동수, 2000).

심리학적 특성 중 성취욕구(need for achievement)는 가장 오랜 역사를 가지고 있을 뿐만 아니라 가장 빈번하게 언급되는 창업자의 특성이다.

Komives(1972)는 높은 성취욕구가 첨단 기술 분야에서 성공적인 창업자의 공통적 특성이라는 것을 발견하였다.

Smith·Miner(1984)는 창업자의 성취지향적 성향과 그 회사의 성장률간의 상관관계를 확인하였고, Begley와 Boyd(1987)는 성취욕구와 재무적 성과가 상호 관련되어 있다는 것을 실증적으로 검증하였다.

또한 Sineath·Hand(1987)도 기업가적 사업의 모의실험게임에 참여한 35개 학생팀들을 비교함으로써 팀 성과가 팀의 평균 성취욕구점수에 기초하여 차별화될 수 있다는 것을 발견하였다. 즉, 높은 성과를 낸 팀들은 낮은 성과를 낸 팀들보다 높은 평균 성취욕구점수를 보였다.

박동수(2000)와 정성한·김해룡(2001)은 소상공인을 대상으로 한 연구에서 성취욕구가 만족도에 유의하면서 (+) 영향을 미침을 확인하였다.

또 다른 주요 심리적 특성은 통제위치(locus of control)로서, 자신에게 일어난 것들이나 직면하고 있는 상황에 대해 자신이 직접 통제하고 영향을 미칠 수 있다고 생각하는 '내재적 통제 위치'와 자신의 상황들이 자신의 행위들과는 연계가 없는 것으로 생각하고 자신의 통제를 넘어선 환경적 원인에 따라 자신의 운명이 결정된다는 '외재적 통제 위치'로 나뉜다.

Brockhaus(1980)는 종단적 연구를 통해 새롭게 사업을 시작한 소유주로부터 1975년에 취득한 통제 위치에 대한 자료를 그들의 사업성과를 결합하여 분석하였다. 3년이 지난 1978년에 종전사업을 계속 영위하며 생존하고 있는 소유주는 종전사업을 그만둔 소유주보다 높은 내재론적 신념, 즉 내재적 통제 위치를 가지고 있다는 것을 발견하였고, 따라서 내재론적 신념이 사업체의 결과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 결론을 내렸다.

소상공인에 대한 연구에서는 박동수는 소상공인의 통제위치가 만족도에 10% 유의수준에서 (+) 영향을 미치는 것을 정성한·김해룡은 1% 유의수준에서 정(+의 영향을 미친다는 발견하였다.

심리적 특성의 또 다른 것은 위험감수성향(risk-taking propensity)으로 개인이 의사결정 상황에서 기회를 잡기 위해 위험을 감수하려는 의지를 나타내는 개념이다.

Begley·Boyd(1987)는 과도하게 높은 위험감수성향이 재무적 성과를 감소시킬 수 있지만 중간 정도의 위험감수성향이 재무적 성과의 증가와 관련되어 있다는 것을 발견하였다.

박동수(2000)는 위험감수성향이 소상공인의 월순수익 변수에 유의수준 10%에서 정(+)의 영향을 미치고, 정성한·김해룡(2001)은 위험감수성향이 소상공인의 만족도에 정적인 영향을 미치는 것으로 검증하였다.

창업자의 또 다른 심리적 특성으로서 모호성의 수용력(ambiguity tolerance)은 개인이 모호한 상황에 대한 정보를 조직화하는 방식에 영향을 미치는 성격특성을 말한다(Sexton & Bowman(1985)).

Gasse(1982)의 관찰에 따르면 창업자들은 불확실성을 위협 또는 위험으로 보기보다는 흥미로운 자극으로 간주한다. 그러므로 모호성의 수용력이 동기부여의 역할을 한다면 이는 창업자의 사업에 대한 태도나 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다.

모호성의 수용력에 대해 기업가 또는 잠재적 기업가가 관리자 또는 잠재적 관리자보다 높은 모호성 수용력을 보이고 있음이 밝혀졌다(Scheré, 1982; Sexton과 Bowman, 1984).

이상의 개인의 배경적, 심리적 특성과 경영성과와의 관계에 관한 연구들에 대한 비판의 의견도 있다(Gartner, 1988).

이는 지금까지의 많은 특성연구들이 연구표본의 가변성, 상이한 조작적 정의, 측정상의 일관성 부재 등으로 인하여 다양하고 상이한 결과들을 도출함으로써 일관된 결과들을 얻지 못하였다는 데서 비롯되었다는 견해가 있다(Johnson, 1990).

2.1.3 경영관리 요인

경영관리와 관련한 다양한 요인들이 창업사업체의 성공과 실패에 영향을 미친다는 것이 지적되어 오고 있다(Haswell, S. and Holmes, 1989). 경영관리와 관련된 요인은 자금관리, 계획성, 종업원관리, 전문가와의 상담, 마케팅 활동, 제품 우수성 등 다양한 요인들이 강조되고 있다.

경영관리 요인 중 자금 통제적 측면 즉 자금 관리는 선행연구들도 성공한 사업체들이 완벽한 재무 기록을 가지고 있고 그것을 잘 활용하고 있다고 지적한다(Reynolds & Miller, 1989 ; Vesper, 1990).

또 다른 경영관리 요인으로는 계획성(planning)을 들 수 있다. Bruno 및 그의 동료들(1987) 과 Kennedy(1985)는 충실한 사업계획이 그 사업체의 성공 혹은 실패에 영향을 미친다고 주장하였다. Lussier(1996)도 창업사업체의 성공·실패를 설명해

주는 예측모형을 개발하는데 계획이 중요한 예측변수임을 보고하였다.

경영관리 요인중 다른 요인은 전문가와의 상담(advice)이다. 박춘엽(2000)은 전문가와의 상담(advice)은 창업자가 활용할 수 있는 지식의 양 및 질을 확대시킴으로써 사업체의 성공에 영향을 미칠 수 있다고 제시하였다. Cooper외(1991)과 Vesper(1990)는 전문가와의 상담이 성공확률을 높인다고 주장한다. Lussier(1995)도 성공한 사업체들과 실패한 사업체들의 소유주나 경영자들을 대상으로 한 연구에서 전문가와의 상담이 성공사업체와 실패사업체를 구분지을 수 있는 유의한 예측변수임을 보고하였다.

또 다른 경영관리 요인은 마케팅활동이다. Lussier(1995)에 따르면, 마케팅기술을 가지지 못한 사업체는 그 기술을 가진 사업체보다 실패확률이 높다는 것이다. Vesper(1990)는 일반적으로 몇몇 기업들이 적절한 사전 시장조사와 함께 사업을 시작하는데 시장조사를 실시한 기업들 중 많은 수가 성공을 거두었다고 설명하고, 시장에 대한 지식이 사업체의 성공과 정(+)의 상관관계를 명확히 가질 것으로 주장하였다.

경영 관리 요인중 종업원 관리가 있다. 소상공인의 경우 종업원의 역할에 따라 매출이 크게 달라지기 때문에 우수한 종업원을 얼마나 확보하느냐에 따라서 사업체의 성공과 실패가 달라진다(빈봉식·박정기, 2002). Sommers & Koc(1987)는 유능한 종업원들을 유인하고 보유한 사업체는 그러한 능력을 가지지 못한 사업체들보다 더욱 높은 성공확률을 가질 것이라고 주장하였다.

특히 본 연구의 대상인 소상공인 서비스업체의 종업원은 고객과 직접 대면하면서 수행하는 마케팅의사 전달자로서 대단히 중요한 역할과 기능을 담당하고 있다. 즉 종업원들의 역량이 소상공인 서비스업체의 사업성과에 많은 영향을 미치게 한다. 따라서 종업원들의 능력과 만족도를 높이기 위해서는 교육과 훈련이 필수적이다. 사업체로서는 우수한 인력을 확보할 수 있고, 종업원은 자기계발을 통한 자기 발전의 기회를 가질 수 있기 때문이다.

선행연구들에서 입지요인은 경영관리요인에 포함하였다. 그런데 소상공인 서비스업체에 경우에는 특별히 입지요인이 경영성과에 상당히 영향을 미칠 것으로 판단되어 입지특성을 별도의 변수로 다루어야 할 필요가 있다.

2.2 외식 서비스업의 경영 성공요인

2.2.1 외식업의 경영성과 영향 요인

외식 산업은 서비스 지향적임과 동시에 인적자원의 의존도가 높은 산업의 특성을

가지고 있다. 외식 산업의 성공 요인으로 이대봉(1999)은 경영자의 철학, 장소 선정, 전략적 점포 설계, 외식 상품, 종업원 관리 등을 제시하였다. 조정제(2004)는 소자본 음식점 창업자의 성공 요인에 관한 실증연구에서 창업자의 심리적 특성, 창업 아이템 선정, 창업경영관리, 점포 이미지 등이 사업 성과에 영향을 미친다고 하였다.

김의근·배금연(2010)은 외식 창업자의 창업 성과 영향 요인으로 창업자 특성인 자기 효능감(자신감)과 상대방에게 창조적으로 적응할 수 있는 사회적 기술, 경영관리 요인으로 전문가 조언과 운영관리 등이 유의적인 요인들로 제시하였다.

김상호·박진환(2010)은 외식업체의 창업성공요인으로 창업자의 진취적 성향, 음식점의 점포환경요인, 서비스요인, 마케팅요인, 상품요인, 음식의 품질과 건강지향성 등을 유의적인 요인들로 제시하였다.

2.2.2 입지 선정 요인

입지특성에 관한 선행연구는 주로 소매업, 유통업체, 대형할인점에 대한 연구가 주를 이루고 있다.

이는 제조기업 들에게 있어서 입지 선정은 생산비용에 영향을 미치는 요소이지만 서비스기업들에게 있어서 입지 선정은 매출 증대 및 수익 창출과 밀접한 관련이 있는 요소이기 때문이다(Ghosh & McLafferty, 1987; Krajewski & Ritzman, 1999; Metters, Kin-Metters & Pullman, 2003).

따라서 호텔산업(Angelo & Vladimir, 2001, 외식(Melaniphy, 1991,소매(Ghosh, 1990; Davis & Harris, 1990, 의료(Verter & Lapierre, 2002) 등 다양한 서비스 분야에서 입지 의사결정의 중요성은 상당히 강조되어 있는 현실이다(차길수, 2004).

외식업 경영에서 입지는 소비자가 점포는 선택하는데 결정적인 영향을 준다(James & David, 1969). 이는 외식업은 생산과 소비가 동시에 일어나는 산업으로 고객이 쉽게 접근할 수 있어야 타업소와 비교하여 경쟁력을 가질 수 있는데 그 가장 근본적인 수단이 되는 것이 바로 입지이기 때문이다(박경주, 2010).

이정실(1999)은 그의 연구에서 외식업체의 성과결정요인을 위한 다중회귀모델에서 외식업 매출을 설명하는 독립변수로 입지요인, 점포속성, 시장속성, 제품가격, 경쟁상태 등을 변수로 선정하였다. 김동수(2007)는 입지요인이 외식 장소 선택시 부분적으로 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 입지요인별로 보면 시계성, 접근용이성, 위치성, 군집성 순으로 조사되었다.

2.2.3 상권 반경의 설정

상권 반경의 설정은 고객 유입이 이루어지는 지리적 영역의 경계를 결정하는 것으로 거리적 범위, 입지 조건 및 취급하는 상품 또는 서비스의 종류에 따라 상권의 범위를 설정하게 된다.

Lalonde(1962)는 상권을 “소비자가 선호하는 공간의 범위”라고 했고, Applebaum and Cohen(1981)은 “한 점포가 특정 기간동안에 거래를 획득하는 지역을 정의했다. 이들 외에서도 상권과 관련된 연구로는 판매자와 소비자의 관점에서 정리된 Christaller의 중심지 이론, 소비자 흡수 범위와 관련된 Applebaum의 1, 2, 3차 상권이론, 경험적 가설에 근거한 Reilly와 Converse의 수리적 모형과 Huff의 확률 모형이 있다(신우진외, 2002). 이들 이론들은 나름대로의 논리를 가지고 있지만, 도시구조와 구매 관습이 나라마다 서로 다르기 때문에 그대로 적용되는 경우는 많지 않다(조주현, 1996).

상권에 대한 실증적 연구 결과를 살펴보면, Applebaum(1966)은 시간거리를 기준으로 점포고객의 60%~70%가 거주하는 지역을 1차 상권, 15%~20%가 거주하는 지역을 2차 상권, 나머지를 3차 상권이라고 보았다. 市原實(1995)은 일본을 대상으로 소매업종별로 상권 반경, 점포 규모, 상권인구를 구체적으로 제시하였는데, 미니슈퍼의 경우 상권반경 500m~1,000m, 점포규모는 1,000세대당 100평, 상권인구는 1,500세대가 필요하다고 주장했다(신우진외, 2002).

상권 반경에 관하여 상품 또는 서비스 공급 기업들의 관리자 및 연구자들의 경험의 법칙(rules of thumb)으로 볼 때 개별 점포 매출액 또는 이용고객의 60%~70%가 기여하는 반경 500m 이내의 거리를 1차상권이라고 한다(오종근외, 2007). 1차상권은 이용고객이 상점에 근접해 있어 고객 수나 고객 1인당 판매액이 높은 지역으로 식료품 같은 편의품(일상생활에 필요하여 가까운 점포에서 구하여야 하는 상품)이나 화장품 같은 선매품(구매할 때 여러 점포를 돌아다니며 값, 품질, 디자인 등을 비교하여 선택하는 상품)이 유리한 상권을 말한다. 2차상권은 매출액 또는 이용고객의 20%~30%가 의존된 지역으로 반경 1km 이내, 3차상권은 매출액 또는 이용고객의 5%~10%의 고객 분산도를 가진 지역을 말한다.

이성근외(2005)는 소매점의 시계성과 경쟁자의 수를 측정할 때 반경 50m 를 적용하여 관찰하였다. 최대웅(1992)은 2km 내의 개별매장의 세대수를 가정하였고, 김진수(2005)는 3km 반경내의 고객이 70% 유입된다고 적용하였다.

신우진외(2002)는 GIS를 이용하여 1980년, 1985년, 1990년, 1995년, 2000년까지 5개년도 간격으로 시간에 따른 서울시 강남구 소매업 상권반경의 변화 추세를 분석한 결과 상권반경이 시간에 따라 점차 작아지는 정도를 보여준 것으로 주장하였다.

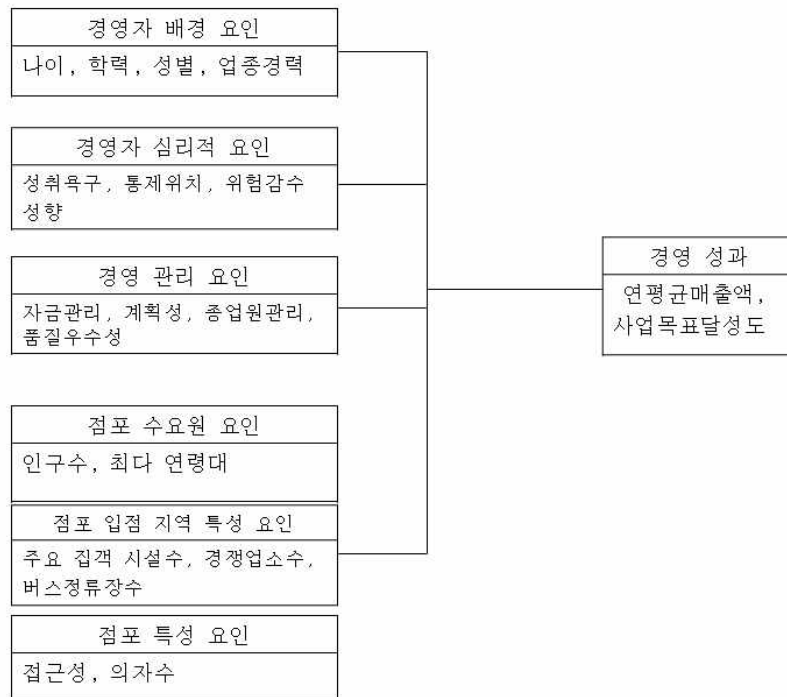
즉 1980년대 초에는 161m에서 3,372m까지 업종별 상권반경이 폭넓게 나타났으나, 점포수가 늘어나면서 2000년에는 33m에서 1,803m의 상권반경을 갖게 되어, 전 업종에 걸쳐 점포들의 상권반경이 줄어들고 있다고 밝혔다.

따라서 본 연구는 Applebaum(1966)과 오종근외(2007) 주장들을 근거로 하여 연구대상인 소상공인 서비스업 중 상권반경을 500m로 조작화하여 분석하고자 한다.

III. 연구모형과 가설

3.1 연구모형의 설정

본 연구 모형은 소상공인의 경영성과 요인에 관한 연구(정성한·김해룡,2001)와 소상공인 서비스업의 특성에 따른 입지요인과 사업성과와의 관계에 대한 연구(차길수,2004;김진수,2005;황보운,2009)를 융합하여 <그림1>과 같은 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구 모형

<그림 1>에서와 같이 연구모형은 소상공인 외식 서비스업체의 경영자 배경요인, 경영자 개인 심리적 요인, 경영관리요인, 입지 요인이 경영성과에 어떠한 영향을 미치는

가에 대하여 제시하고자 하는 모형이다.

위 모형에서 경영자 배경요인은 성별, 학력, 연령, 업종경력, 경영자 개인 심리적 요인은 성취욕구, 통제위치, 모호성 수용력, 위험 감수성향 등을 변수로 정하였다.

경영관리요인은 자금관리, 계획성, 종업원 관리, 품질 우수성으로 하였다.

입지요인은 점포수요원 요인, 점포입점지역특성요인, 점포특성요인으로 구분하여서 점포수요원 요인은 인구수, 최다연령대, 점포입점지역특성요인은 주요집객시설수, 경쟁업소수, 버스정류장수, 점포특성요인은 점포의 접근성, 의자수로 구성하였다.

경영성과는 연평균매출액, 사업목표달성도 등을 변수로 제시하였다.

3.2 연구 가설

외식 서비스업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들이 어떤 건인지를 밝혀내기 위해 앞서 제시한 여러 선행 연구들을 검토하였다. 경영자 개인의 특성 중에서 경영성과에 영향을 미치는 요인들로는 성별, 연령, 학력, 경험, 심리학적 특성 등과 같은 다양한 특성들을 다루어 왔다(Bird, 1993; Box, White & Barr, 1994; 박동수, 2000; 정성한·김해룡, 2001). 윤성욱·서근하(2003)는 성별과 연령차이에 따라, 황보운(2009)은 학력차이에 따라 경영성과에 유의적인 영향을 미치는 것으로 제시하였다. Cooper외(1987)는 경험 있는 기업가의 창업 기업규모가 큰 것으로 보고하였다. 심리적 특성에는 박동수(2000)와 정성한·김해룡(2001)은 성취욕구와 통제위치, 위험감수성향이 재무 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 제시하였다.

경영관리 요인으로는 Lussier의 연구(1995, 1996)에서는 자금관리, 계획성, 상담, 가격, 촉진, 입지 및 품질이 포함되었다. 빈봉식·박정기(2002)는 우수한 종업원을 얼마나 확보하느냐에 따라서 경영 성공과 실패가 달라진다고 보고하였다.

외식업체의 경영 성공요인으로 조정제(2004)는 창업자의 심리적 특성, 창업 아이템 선정, 경영관리, 점포 이미지들을 제시하였고, 김상호·박진환(2010)은 창업자의 진취적 성향, 음식점의 점포환경요인, 서비스요인, 마케팅 요인, 상품요인, 음식의 품질과 건강지향성들을 제시하였다. 김동수(2007)는 입지요인중 시계성, 접근용이성, 위치성, 군집성 순으로 외식 장소 선택시 영향을 미치는 것으로 보고하였다.

이와 같은 선행연구들을 검토한 결과 본 연구에서는 소상공인 외식 서비스업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 경영자의 개인 배경적 특성, 심리적 특성, 경영관리 특성, 점포 입지요인 특성들로 정리하여 월평균 매출액과 사업목표 달성도에 대한 영향 관계를 밝히고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 외식 서비스업 경영자의 개인 배경적 특성이 경영성과에 유의한 영향을 미

칠 것이다.

가설 1의 하위가설은 개인 배경적 특성인 성별, 학력, 연령, 업종경력 등이 경영성과인 연평균매출액, 사업목표달성도 등에 각각 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설들이다.

가설 2: 외식 서비스업 경영자의 개인 심리적 특성이 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2의 하위가설은 개인 심리적 특성인 성취욕구, 통제위치, 위험감수성향 등이 경영성과인 연평균매출액, 사업목표달성도 등에 각각 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설들이다.

가설 3: 외식서비스업 경영자의 경영관리 특성이 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3의 하위가설은 경영자의 경영관리 특성인 자금관리, 계획성, 종업원 관리, 품질 우수성 등이 경영성과인 연평균매출액, 사업목표달성도 등에 각각 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설들이다.

가설 4: 외식서비스업 점포 입지요인 특성이 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 4의 하위가설은 입지요인 특성인 점포수요원 요인, 점포입점지역특성요인, 점포특성요인 등이 경영성과인 연평균매출액, 사업목표달성도 등에 각각 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설들이다.

가설 4의 하위가설의 하하위 가설은 점포 수요원 요인인 인구수, 최다연령대, 점포입점지역특성요인인 주요집객시설수, 경쟁업소수, 버스정류장수, 점포특성요인인 점포의 접근성, 의자수 등이 경영성과인 연평균매출액, 사업목표달성도 등에 각각 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설들이다.

IV. 설문 항목과 표본 설계

4.1 설문 항목과 표본 척도

구체적인 설문내용은 앞에서 논의된 이론적 배경을 통하여 추출된 연구변수들을 활용하여 크게 5가지 측정 영역으로 구성되었다. 앞서 제시된 연구모형에서 나타나듯이

첫째, 경영자의 개인적 특성으로 4개, 심리적 특성으로 성취욕구 항목 3개, 통제위치 3개, 위험 감수 성향 3개, 경영관리 요인으로 자금관리 항목 3개, 계획성 항목 3개, 종업원관리 3개, 품질 우수성 3개 이다. 기업성과는 사업목표 달성도 2개, 3년간 연평균 매출액 이다.

설문조사서의 각 조사영역에 대한 측정문항들의 추출근거와 측정척도에 대하여 설명하면 다음과 같다.

경영자의 개인적 특성과 심리적 특성문항은 정성한·김해룡(2001)과 박동수, 2000), 황보윤, 2009) 등의 선행연구에서 추출하였으며, 심리적 특성은 리커트 5점 척도(1=전혀그렇지 않다, 5=정말 그렇다)로 측정하였다.

경영관리 요인 항목은 정성한·김해룡(2001), 빈봉식·박정기(2002) 등의 연구에서 추출하였으며, 리커트 5점 척도(1=전혀그렇지 않다, 5=정말 그렇다)로 측정하였다.

입지특성요인으로서는 차길수(2004), 이성근·최지호(2005), 황보윤(2009) 등의 연구에서 추출하여 크게 점포수요원요인과 점포입점지역특성요인, 점포특성요인으로 구성된다.

첫째, 점포수요원요인은 외식서비스업체의 경영성과에 주 영향을 미치는 수요원으로서 점포 주위의 인구수와 지역 인구 최다 연령대를 설정하였다.

둘째, 점포입점지역특성요인은 유동인구의 규모와 성격을 파악하는 자료로 중소기업청 소상공인지원센터 상권정보시스템(www.sbdc.or.kr)의 주요시설수와 집객시설수의 합을 변수로 정하였다. 주요시설수는 국가기관/단체, 금융기관, 언론/미디어, 의료/복지, 학문/교육 시설들의 합을 말하고, 집객시설 수는 관광/여가/오락, 교통/운송, 생활서비스, 소매/유통, 숙박, 스포츠 시설들의 합으로 하였다.

또 하나의 점포입점지역특성요인은 동종업체수 또는 경쟁업체수로 반경 500m 이내의 동일업종의 경쟁자수를 중소기업청 상권정보시스템에서 제공하는 자료를 활용하였다.

경영성과는 일반적으로 재무적 성과(총자산순이익률, 자기자본 순이익률, 매출액 성장률, 매출액 수익률 등) 과 비재무적 성과(종업원증가율, 사회기여도, 기업의 학습정도, 성장잠재력 등), 객관적 성과 와 주관적 성과로 구분된다(Stuart & Abetti, 1987).

본 연구에서는 재무적 성과인 3년간 연평균 매출액과 비재무적 성과인 사업 목표 달성도로 측정 하였다.

4.2 표본의 선정과 자료수집

실증연구를 위한 설문조사서는 예비설문조사(pilot test)를 거쳐 수정 보완한 후에

본 조사를 실시하였다. 예비조사는 외식 서비스업체 경영자 30명을 대상으로 실시하였다. 본 연구의 표본은 소상공인 외식서비스업체를 대상으로 연구 범위를 정하기 위하여 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」(제2조 제2항 및 동법 시행령 제2조 제1항)에 규정하는 소상공인 범위에 속하는 외식 서비스업체를 대상으로 선정하였다. 또한 외식 서비스업체별로 경영자의 기술적 차이로 인한 제품 품질의 차이에 따른 경영성과 차이를 줄이기 위하여 동일 한 제품 품질을 제공하는 서울 지역의 외식 프랜차이즈 업체(치킨 전문점)인 B업체의 경영자들을 대상으로 직접 방문 설문조사 하여 154개의 설문지를 회수하였고, 불성실하거나 오류가 있는 내용 11개를 제외한 143부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

V. 연구 결과

5.1 표본의 특성

경영자의 성별은 남성이 132명으로 92.3%, 여성이 11명으로 7.7%를 차지하였다. 연령은 40대가 79명으로 55.2%, 30대 39명 27.3%, 50대가 23명 16.1%, 20대가 2명 1.4%로 나타났다. 학력은 전문대졸이 82명 57.3%, 대졸이 25명 17.5%, 고졸이 23명 16.1%, 중졸이하가 12명 8.4%, 대학원졸 이상이 1명 0.7%로 나타났다

현 사업장 사업 목표 또는 비전 달성도 조사에서는 보통이 85명 59.4%, 불만족이 51명 35.7%, 만족한다가 10명 7%로 나타나 대다수의 경영자들이 보통이하의 만족도를 보였다.

종업원수는 2명이 131개 91.6%로 가장 많고, 1명과 3명 고용업소수가 각각 6명으로 4.2%를 차지하였다.

5.2 타당성과 신뢰도 분석

5.2.1 신뢰성 검증

경영자들의 심리적 특성과 경영관리 요인에 관한 신뢰성을 평가하기 위하여 본 연구에서는 Cronbach's Alpha 계수를 이용한 내적일관성 분석방법을 사용하였다. Cronbach's Alpha 계수는 다항목으로 된 변수의 내적 일관성을 알아보기 위한 것으로 임계치는 정해져 있지 않으나, Nunnally & Bernstein(1994)이 추천한 0.5~0.6 수준이면 신뢰성을 보증할 수 있는 것으로 본다.

<표 1> 신뢰성과 타당성 검증 결과

요인	변수	요인적 재값	고유 값	누적분산%	Alpha
성취욕구	지금보다 더 큰 실적 올리려고 노력 어려워도 큰 성취감을 주는 일을 선호	.911 .886	2.665	33.31	.816
통제위치	성공이 운보다 자신의 능력,노력의결과 자신의 노력으로 무엇이든 할 수 있음	.903 .887	1.435	51.244	.817
위험감수	위험이 높더라도 수익이 큰 사업 선호 약간 무모하더라도 공격적인 자세	.838 .820	1.014	78.607	.600
자금관리	매일 수입과 지출을 계산하여 맞춤 고객및공급업자와 거래 기록작성 매월 수입, 지출 내역을 정확히 파악	.811 .778 .532	2.066	32.434	.612
계획성	창업시 사업계획서 작성하여 진행 계획에 따라 일을 수행하고 수시점검	.807 .777	1.516	42.544	.629
품질우수성	고객반응이 서비스품질떨어짐(reversed) 경쟁업체보다 더 좋은 서비스 제공	.824 .737	1.266	50.982	.600
종업원관리	종업원 얼마가지 않아 그만둠(reversed) 유능한 종업원 구하기 쉬운 편임	.790 .746	1.119	58.441	.600

본 연구에서는 <표 1>에서 제시된 바와 같이 항목간 상관관계가 낮아 신뢰성을 저해하는 항목을 제거한 후 측정된 알파계수의 값이 0.600에서 0.816까지 인 것으로 나타나 내적 일관성이 확보된 것으로 나타났다.

5.2.2 타당성 검증

경영자들의 심리적 특성과 경영관리 요인에 관한 타당성(Validity) 검증을 위해 요인분석을 실시하였다. 요인 추출방법은 주성분 분석(principle component analysis)을 이용하였고, 고유값(eigen value) 1.0을 기준으로 요인을 추출하였다. 그리고 Kaiser 정규화가 있는 배리맥스(Varimax) 방법에 따른 직각회전법을 이용하여 회전하였다. 요인분석 결과 심리적 특성에는 3개의 요인이, 경영관리요인에는 4개의 요인이 도출되었다. <표1>은 측정항목에 대한 요인분석 결과를 나타낸다.

5.2.3 가설의 검증

가설을 검증하기 위하여 회귀분석을 이용하였다. 경영성과중 연평균 매출액을 종속 변수로 하여 독립변수들의 영향에 대해서 <표2>에서 보는 바와 같이 1% 유의수준

내에서 연평균매출에 영향을 미치는 변수는 업종경력, 품질우수성, 의자수로 나타났으며, 공차한계가 0.1 이상이고 VIF 는 10이하이므로 다중공선성 문제는 없다.

<표2>에서 보는 바와 같이 연평균매출액에 대한 전체 입력 회귀모형의 R제곱 값은 0.375 로서 설명력은 37.5% 로 나타났다. 가설 검증 결과를 요약하면 가설 1과 가설 3, 가설 4는 채택되었으나, 가설 2는 기각되었다. 심리적 요인들이 경영성과에 유의적으로 나타나지 않는 결과는 빈봉식·박정기(2002), 황보운(2009)의 연구와 일치한다. 심리적 요인들이 경영성과에 유의적으로 나타나지 않은 이유는 이전의 연구와는 표본특성이 다른 점 때문이라고 추론한다. 소상공인 서비스업 경영자 특히 치킨전문점 경영자들의 대부분은 강한 성취욕구 등을 소유하고 창업하였다고 하기 보다는 대부분 생계형 창업이 많을 것으로 판단되어 심리적 특성요인과 경영성과 사이의 유의성이 나타나지 않는 것으로 이해되어진다(황보운, 2009).

가설1의 하위가설에서 연평균매출액에 1%내에서 유의적으로 영향 있는 변수는 업종경력으로 나타났다. 표준화된 계수 베타 값의 부호는 (-)로 나타난 것으로 볼 때 업종경력이 많을수록 오히려 연평균매출액을 감소하는 것으로 이해할 수 있다. 이는 치킨전문점의 경우 업종 경력이 적을수록 적극적인 홍보 및 마케팅 활동을 벌일 것으로 추측한다. 이러한 결과는 소상공인 서비스업체중 미용서비스 업종에 경우에도 동일한 결과가 도출되었다(황보운,2009).

V. 결론

본 연구는 소상공인 외식 서비스업체들을 대상으로 경영성공요인을 분석하는 데 그 목적이 있으며 이를 위해 국내 최대 치킨 전문점인 B사의 가맹점의 경영자들을 대상으로 직접 방문 또는 전화 방문 조사를 하였다.

소상공인 외식서비스업체 경영의 성공요인을 경영자의 개인 배경적 특성, 심리적 특성, 경영관리요인, 입지특성요인으로 구분하여 각 요인들의 경영성과의 관련성을 분석하였다. 입지특성요인들은 점포수요원, 점포입점지역 특성요인, 점포특성요인으로 구분하여 각 요인들이 경영성과에 미치는 영향에 대해 정보를 제공하고자 하였다.

특히 소상공인 서비스업체의 경우 입지요인은 사업의 성패가 좌우되는 성격을 지닌다. 이는 창업을 위해 투입하는 비용중 사업자 임차관련 자금에 대한 비중이 높고, 한번 임차한 사업장에서 경영성과가 저조할 경우 이를 단 기간내에 만회하기 어려운 특징을 가지기 때문이다.

본 연구에서는 입지특성요인을 경영관리요인중 하나로 다루었던 선행연구와 달리 별도의 한 변수로 구분한 것이 그 차별성이 있다. 또한 입지특성요인을 객관화하기 위하여 정부에서 발표하는 객관적 자료를 활용한 것이 그 특징이다.

<표 2> 연평균매출액에 대한 다중회귀분석(동시입력방식)

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 활률	공선성 통계량	
	B	표준오차 오류	Betha			공차	VIF
(상수)	4892.474	1181.290		4.142	.000		
나이	14.910	14.310	.083	1.042	.299	.794	1.260
성별	-181.158	305.534	-.044	-.593	.554	.895	1.117
학력	147.223	105.552	.112	1.395	.166	.784	1.276
업종경력	-114.278	40.483	-.231	-2.823	.006	.752	1.329
성취욕구	-104.760	92.042	-.096	-1.138	.257	.706	1.417
통제 위치	-87.960	85.503	-.081	-1.029	.306	.818	1.223
위험 감수 성향	101.370	83.010	.093	1.221	.224	.867	1.153
자금관리	107.802	85.497	.099	1.261	.210	.818	1.223
계획성	98.793	83.679	.091	1.181	.240	.854	1.172
1 품질 우수성	230.222	78.819	.211	2.921	.004	.962	1.039
종업원 관리	1.562	84.832	.001	.018	.985	.831	1.204
인구수	.011	.012	.085	.972	.333	.660	1.515
최다 연령대	7.802	112.287	.005	.069	.945	.838	1.194
주요집객시설수	-.599	6.603	-.008	-.091	.928	.699	1.431
경쟁업소수	-17.961	15.632	-.112	-1.149	.253	.526	1.900
버스 정류장 수	20.024	12.648	.124	1.583	.116	.820	1.219
의자수	82.030	15.200	.418	5.397	.000	.841	1.190
접근성	-120.743	121.689	-.077	-.992	.323	.846	1.182

주: 종속변수(연평균매출액), R2= 0.375, Adj R2=0.284

치킨점 경영자들을 대상으로한 실증연구 결과 경영성과인 연평균 매출액에 유의적으로 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 개인 배경적 특성중 업종경력과 경영관리요인 중 품질 우수성, 입지특성요인중 의자수로 나타났다. 심리적 특성이 경영성과에 유의적으로 영향을 미치지 않는 것으로 나타난 것은 소상공인 외식 서비스업체인 치킨점이 성취욕구가 강한 동기에서 창업하기 보다는 생계형 창업이 많은 데서 그 이유가 있다고 사료된다.

본 연구의 한계점은 개인 배경적 특성의 하위요인과 경영관리요인, 점포특성요인들의 하위요인중 많은 변수들이 연평균매출액과 유의하지 않은 것으로 나타난 것으로 이는 표본 추출수의 한계로 이해한다.

또한 본 연구는 외식 서비스업체 중 주로 배달에 의해 판매가 이루어지는 치킨전문점을 대상으로 조사하였다. 따라서 본 연구 결과가 외식 서비스업체 전체를 설명할 수 있다고 할 수는 없다. 향후 연구 방향은 경영성공 모델의 설명력을 높이는 추가적

인 변수를 찾아야 하며 특히 변수가 증가함에 따라 표본 조사 수도 증가시켜야 한다.

참 고 문 헌

- 김동수(2007), "외식산업 점포 입지 결정에 관한 연구", 「관광정보 연구」, 제26호, p.55-71.
- 김상호·박진환(2010), "외식 산업 창업 성공요인이 경영성과에 미치는 영향", 「한국 조리학회지」, 제16권, 제2호, pp.215-231.
- 김성진(2006), "한국의 중소기업", 매일경제신문사, pp.426-434
- 김의근·배금연(2010), "외식 창업자의 심리적 특성, 창업환경 그리고 경영관리가 창업성과에 미치는 영향", 「관광레저연구」, 제22권, 제2호, pp.303-322.
- 김진수(2005), "외식업체의 입지요인과 매출에 관한 실증연구", Working Paper Series, No.94-05, 건국대학교 부동산 정책연구소.
- 박경주(2010), "외식업의 입지결정요인이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구-창업 유형의 조절효과를 중심으로-", 「서비스경영학회지」, 제11권, 제2호, pp.119-143.
- 박동수(2000), "창업 소상공인 개인특성과 사업성과의 관련성", 「서울대학교 경영대학경영연구소 경영논집」, 제34권, 제3호, pp.95-115.
- 빈봉식·박정기(2002), "소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구", 「중소기업연구」, 제24권 제3호, pp.135-158.
- 신우진·정창무·이상경(2002), "GIS를 이용한 소매업종 상권변경과 중심지 이동분석", 「부동산연구」, 제8집, 제1호, 한국부동산분석학회, pp.1-11.
- 오종근·김세중·김용배·김동균(2007), 「소자본 창업가이드」, 도서출판 대경
- 윤성욱·서근하(2003), "한국의 소상공인 창업문화에 관한 연구", 「소비문화연구」, 제6권, 제1호, pp. 70-95.
- 이남주·이충섭(2010), "소상공인의 성장단계별 경영전략과 지원서비스의 기업성과 영향", 「재무와 회계정보 저널」, 제10권 제2호, pp.167-188.
- 이대봉(1999), "한국외식산업 활성화 방안에 관한 연구", 청주대학교, pp.1-45.
- 이성근·최지호(2005), "소매점의 입지특성과 점두관측이 소매점 성과에 미치는 영향", 「유통연구」, 제10권, 제1호, pp.107-122.
- 이유재(1994), "고객만족의 결과 변수에 대한 이론적 연구", 「경영논집」, 서울대학교 경영대학, 제28권, 제1호, pp.201-232.
- 이운원·이남주·이혜옥·이충섭(2009), "소상공인의 시장 환경특성과 경영전략이 기업성과에 미치는 영향", 「재무와 회계정보 저널」, 제9권, 제1호, pp.91-111.

- 이정실(1999), "외식업의 입지선정 모델에 관한 연구", 「산업경제연구」, 제12권, 제1호 .
- 정성한·김해룡(2001), "소상공인 창업성공요인에 대한 탐색적연구", 「벤처경영연구」, 제4권, 제2호, p.5.
- 조주현(1996), "부동산 개발상권 추정의 합리화 방안 연구" , 「건국대 사회과학논총」 .
- 조준희·김찬중(2010), "소상공인 창업의 재무성과 영향 요인 연구", 「산업경제연구」, 제23권, 제1호, pp.127-144.
- 조정제(2004), "소자본 창업의 성공 요인에 관한 연구: 중소기업 레스토랑(음식점)을 중심으로", 창원대학교, pp.5-56, 경남.
- 차길수(2004), "서비스 기업의 입지 의사결정에 관한 개념적 연구", 「외식경영연구」, 외식경영학회, Vol.7, No. 2, pp. 185-208.
- 최대웅(1992), 「외식사업 경영론」, 서울: 백산출판사, 1992.
- 황보윤(2009), "소상공서비스업종 경영성공요인에 관한 연구-미용서비스업종을 대상으로-", 호서대학교박사학위논문, pp.17-55.
- Cooper, A. C., Gasconm, F. J. and Woo, C.(1991), "A Resource-based Predication of Venture Survival and Growth", *Proceedings of Academy of Management 1991*, pp.113-119.
- Angelo, M. R. and Vladimir, A. N.(2001), "Hospitality Today : An Introduction, East Lansing, MI.", Educational Institute of the American Hotel Motel Association,
- Applebaum, W. & Cohen, S. B.(1981), "Stroe Trading Areas in a Changing Market", *Journal of Retailing*, p.18.
- Applebaum, W.(1966), "Methods for Determing Store Trade Areas, Market Penetration & Potential Sales", *Journal of Marketing Research*, Vol.3, pp.127-141.
- Begley, T. M. and Boyd, D. P.(1987), "Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses," *Journal of Business Venturing*, Vol.2, pp. 79-93.
- Bird, B. J.(1993), "Demographic Approaches to Entrepreneurship: The Role of Experience and Background," In J. A. Katz and R. H. Brockhaus(Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Greenwich, Ct: JAI Press, Vol.1, pp.11-48.
- Box, T. M., White, M. A. and Barr, S. H.(1994), "A Contingency Model of New Manufacturing Firm Performance," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.18, pp.31-45.
- Brockhaus, R. H.(1980), "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs," *Academy of*

- Management Journal*, Vol.23, pp.509–520
- Cooper, A. C.(1985), "The Role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-Oriented Firms", *Journal of Business Venturing*, Vol.1, No.1, pp.75–86.
- Cooper, A. C., Gascon, F. J. and Woo, C. Y.(1994), "Initial Human and Financial as Predictors of New Venture Performance", *Journal of Business Venturing*, Vol.9, No.5, pp.371–395
- Cooper, A. C. and Gascon, F. J.(1995), "Entrepreneurs, Processes of Founding, and New-Firm Performance," In D. L. Sexton and J. D. Kasarda(Eds.), *The State of the Art of Entrepreneurship*, Boston: PWS Kent Publishing, pp.301–340.
- Cooper, A. C., Woo, C. Y. and Dunkelberg, W. C.(1987), "Entrepreneurs Perceived Chance for Success," *Journal of Business Venturing*, Vol.2, No.3, pp.215–230.
- Davies, G. J. and Harris, K.(1990), "Small Business: The Independent Retailer", Basingstoke: Macmillan.
- Gartner, W. B.(1989), "Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.14, pp.27–38.
- Gartner, W. B.(1988), "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question", *American Journal of Small Business*, Vol.12, No.4, pp.11–32.
- Gasse, Y.(1982), "Elaborations on the Psychology of the Entrepreneur," In C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper(Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp.57–66.
- Ghosh and McLaffety, S. L.(1987), "Location Strategies for Retail and Service Firms", MA: Lesington Books.
- Ghosh, A.(1990), "Retail Management", Hinsdale: Dryden,
- Haswell, S. and Holmes, S.(1989), "Estimating the Small Business Failure Rate: A Reappraisal," *Journal of Small Business Management*, Vol.27, July, pp.68–74.
- James, F. E., Roger, D. B. and David, T. K.(1969), "Personality Measures and Market Segmentation: Evidence favors interaction view," *Business Horizons*, Voll.12, Nol.3, pp.61–70.
- Johnson, B. R.(1990), "Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Care of Achievement Motivation and the Entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.14, No.3, pp.39–54.
- Komives, J.(1972), "A Preliminary Study of the Personal Values of High Technoloty Entrepreneurs," In Cooper, A. C. and Komives(Eds.), *Technical Entrepreneurship: A Symposium*. Milwaukee: Center for Venture Management.

- Kotler, P.(1994). "MARKETING Management," 8th eds. Prentice-Hall international, Inc.
- Krajewski, L. J. and Ritzman, L. P. (1999), "Operations Management: Strategy and Analysis", New York: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Lalonde, B. J.(1962), "Differentials in Supermarket Drawing Power", Bureau of Business and Economic Research, Michigan State University, Paper No.11, East Lansing Mich., p.59.
- Leve, M.(1980). "A nation wide study of court and health ciubs". NJ: Prentice-Hall.
- Lamont, L. M.(1972) "What Entrepreneurs Learn from Experience," *Journal of Small Business Management*, Vol.10, pp.36-41.
- Lussier, R. N.(1995), "A Nonfinancial Business Success versus Failure Prediction Model," *Journal of Small Business Management*, Vol.33, pp. 8-20.
- Lussier, R. N.(1996), "A Startup Business Success versus Failure Prediction Model for the Retail Industry," *The Mid-Atlantic Journal of Business*, Vol.32, pp.79-92.
- Melaniphy, J. C.(1991), "Restaurant and Fast Food Site Selection", New York : John Wiley & Sons,
- Metters, R., Kin-Metters, and Pullman, M.(2003), "Successful Service Operations Management", Canada: South-Western,
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H.(1994) "Psychometric Theory", 3rd eds., McGraw-Hill, pp.199-206., New York.
- Reynolds, P. and Miller, B.(1989), "New Firm Survival: Analysis of a Panel's Fourth Year," In R. H. Brockhairs, N. C. Churchill, J. A. Katz, B. A. Kirchoff, K. H. Vesper and W. E. Wetzel(Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College,
- Sandberg, W. R. and Hofer, C. W.(1987), "Improving New Venture Performance The Role of Strategy, Industry Structure, and The Entrepreneur," *Journal of Business Venturing*, Vol.2, No.1, pp.5-28.
- Scher, J. L.(1982), "Tolerance of Ambiguity as a Discriminating Variable between Entrepreneurs and Managers", *Proceedings of the National Academy of Management*, pp.404-408.
- Sexton, D. L. and Bowman, N.(1984), "The Effects of Preexisting Psychological Characteristics on New Venture Initiations", *Presented at the Academy of Management meeting*, Boston, MA.

- Smith, N. R. and Miner, J. B.(1984), "Motivational Considerations in the Success of Technologically Innovative Entrepreneurs," In J. A. Hornaday, F. Tarpley, J. A. Timmons, and K. H. Vesper(Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Sineath, W. P., and Hand, H. H.(1987), "Creativity, Entrepreneurship, Strategy, and Performance: A Preliminary Study," *Southern Management Association Proceedings*, Atlanta, G.A., pp.229-231.
- Stuart, R. and Abetti, P. A.(1987), "Start-up ventures: Towards the prediction of initial success", *Journal of Business Venturing*, Vo.12, No.3, pp.215-230
- Verter. V. and Lapierre, S. D.(2002), "Location of Preventive Health Care Facilities", *Annals of Operations Research*, Vol.110, pp.123-132.
- Vesper, K. H.(1990), "New Venture Strategies", Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Wellesley, MA.(1984), "Babson Center for Entrepreneurship Studies", pp. 488-495.
- Sommers, W. and Koc, A.(1987), "Why Most New Ventures Fail(and How Others Don't)," *Management Review*, pp. 35-39.
- 市原實(1995), "商圈と賣上高豫測", 東京: 同友館, pp.4-11.

Determining Factors on Small Food Service Business Performance

Hwangbo, Yun*

Abstract

This study aims to examine factors affecting small food service business performance, which is assumed to be dependent primarily on its outskirts residents. In contrast to the prior research, this paper measures several location traits as a separate service business success factor without including the factor in management factors. The empirical results show that small food service's sales can be determined significantly by business career in entrepreneurs' background features. Secondly, its sales can't be influenced by any psychological factors such as a desire of achievement, a propensity of risk taking and locus of control. It is assumed that questions about psychological traits based by the prior research do not suit for small food entrepreneur. Thirdly, qualified product have a significant effect on its sales. Finally, its sales can be significantly impacted by the number of customer chair.

Keywords: *Micro Business, location decision, food Service Business, business performance*

*Professor, Graduate school of Entrepreneurship, Hoseo University.