

## 음식업 창업자들의 경영성과 요인 실증분석

이성호(상지대학교 경영정보학과 교수)\*

박노국(상지대학교 경영정보학과 교수)\*\*

### 국 문 요 약

본 연구는 음식업 분야의 창업자들의 창업 요인, 제품/서비스 수준, 그리고 경영 성과의 관련성을 파악하기 위하여 실증분석을 수행하였다. 그러나 본 연구는 조사대상 업소의 선정과 측정은 전국에 분포하고 있는 전 업종을 대상으로 진행되어야하나, 강원도 지역으로 한정된 점과 창업 요인을 네 가지 요인으로 제한 점, 그리고 경영 성과를 다른 재무적 성과 지표를 제외시키고 순이익 증가와 고객 증가만을 측정하였다는 한계를 지닌다.

다음 연구에서는 설문에 의한 실증분석과 병행하여 산업 분야별 특성을 고려한 객관성이 있는 연구를 위해서는 성공적이라고 평가되는 대상군과 성공적이지 못한 대상군을 대상으로 한 심층적인 사례연구도 필요할 것이다.

핵심주제어: 창업시작점, 창업 요인, 경영성과, 사업성과

## I. 서론

창업보육센터는 소규모 사업체의 성장을 지속시키고 지역사회에서 생존과 성장의 기회를 증가시키는 방안에 초점을 맞추고 있다. 일반적으로 대학내 창업보육센터는 공간과 시설이 공동으로 이용되며 사업계획서의 작성을 센터에서 도와주고, 회계, 법률, 마케팅, 금융 등과 같은 전문서비스와 연계시켜주는 역할을 하게 되는데, 이는 처음 창업을 하는 과정에서 창업자들의 제한된 경험을 보완시켜 주고 그들이 창업에 성공하도록 함으로써 고용창출의 효과가 경제회복으로 이어져 세월이 확보되고, 공공투자가 활발했기에 따라 경제의 순환과정에서 시너지 효과를 가져 올 수 있다는 것이다.

즉, 아이디어와 기술은 있으나 창업여건이 취약한 예비 창업자를 기초시설이 구비된 일정장소에 입주시키고, 기술-경영 및 행정 재정적인 지원을 통해 창업의 성공 가능성을 높여주는 사업장을 말한다. 현재 우리경제의 활력회복과 고용창출 확대를 위한 창업보육센터, 벤처타운, 테크노파크 등의 이름으로 공공기관, 대학, 컨설팅사, 산학연 연계기구 등에서 제도정비, 자금지원, 경영기법전수, 기술개발 지원 및 연계활동 등이 활발하게 진행되고 있다.

창업보육센터(BI: Business Incubator)는 1959년 미국 뉴욕 Batavia에서 방직회사가 문을 닫게 됨에 따라약 2,000명이 일 자리를 잃게 되자 Joe Mancuso가 소규모로 사업을 시작하는 사람들을 돕기 위해 저렴한 비용으로 Batavia Industrial Center에 입주하도록 한 것이 처음이다.

창업은 사업아이디어로부터 시작되는데, 성공적인 아이디어를 위해서는 되도록 많은 사업아이디어를 고려해야 한다. 왜냐하면 첨단 과학 분야에서는 수천, 수만 가지의 아이디어 중에서 한 가지만 제품화되는 경우도 있기 때문이다.

사업아이디어를 개발하는 방법은 먼저, 시장에서 소비자 욕구를 조사하고 그 욕구를 만족시킬 수 있는 제품을 찾든가, 반대로 제품아이디어를 발견하고 그 제품에 대한 욕구를 파악하는 방법이 있다.

칼 베스퍼(Karl H. Vesper)는 성공적인 사업아이디어를 발견하는 데 있어 보다 효과적인 방법이 과연 존재하는가 하는 문제를 제기하고 100여 명의 미국 창업 기업가에 대하여 실증적으로 연구한 바 있다. 그의 연구결과는 일반적으로 사업아이디어가 창업자 자신의 교육, 직장경험 및 취미활동 등을 통해 발견되는 것이다. 따라서 우연한 과정이 아니라 신중하고 체계적인 방법을 통해 창조된다는 점을 지적한다.

## II. 창업보육센터의 성공 및 실패요인

창업보육센터는 정상적인 궤도에 오르는 기업의 중간 역할을 하는 단계로서 이들 기업이 성장 및 발전을 지속적으로 유지함으로써 중견기업 및 대기업화하여 일국의 경제에 커다란 기여를 할 수 있게 된다. 창업기업의 경제적 효과가 매우 크다는 것을 고려할 때, 이들 기업의 창업을 효과적으로 지원해 줄 수 있는 제도가 마련되어야 할 것이다.

다음은 미국의 창업보육센터 성공요인에 대해 다음 10가지

\* 책임저자, 상지대학교 경영정보학과 교수, sholee@sangji.ac.kr.

\*\* 교신저자, 상지대학교 경영정보학과 교수, rogpark@sangji.ac.kr.

· 투고일: 2012-08-17 · 수정일: 2012-09-12 · 게재확정일: 2012-09-14

요건을 제시하고 있다. 우리나라의 경우 창업보육센터가 대학 내에 설립된지 15년 이상이 지난 시점에서 선진국의 창업 성공 요인을 벤치마킹해 볼 필요가 있다.

첫째, 경영 전문성 : 창업기업들의 대부분은 사업의 노하우를 충분히 보유하고 있지 못하기 때문에 이를 보육센터가 충분히 보완해 주어야 한다. 특히 사업을 처음 접한 경우의 사업자들을 위해 사업계획, 마케팅, 회계, 일반경영 등의 측면에서 보육센터 조직 또는 외부 네트워크를 통해 기업들에 관련자원을 제공하는 것이 매우 중요하다.

둘째, 자금조달 지원 : 정부, 금융기관, 벤처캐피탈, 엔젤 등 다양한 자금원과 입주기업을 연계시키는 노력이 중요하다. 아울러 입주기업에 자금조달과 관련하여 적절한 조언을 하는 것 역시 필요하다.

셋째, 사무·행정 지원 : 문서작성 및 수발, 컴퓨터 등 다양한 자금기자재 제공, 보완, 회의실 및 접견실 마련 등을 통해 기업들의 편의를 제공하고 경비를 절감할 수 있도록 해야 한다.

넷째, 지역사회의 지원 : 해당지역의 자치단체, 기존기업 등의 지원을 유도함으로써 보육 자원을 확보하는 것이 필요하다. 창업보육센터는 고용창출, 창업활성화, 경제기반 다변화 등의 측면에서 지역경제에 기여하기 때문에 지역사회의 지원을 받을 충분한 근거를 가지고 있다.

다섯째, 네트워크 구축 : 기업의 창업과 성장은 정태적이지 아니라 동태적 과정이므로 개인 및 기관과의 관계가 긴밀히 구축되어야 성공의 기회를 높일 수 있다. 네트워크의 망이 강하고 다양할수록 기업들이 수시로 당면하는 문제의 해결 가능성이 커진다.

여섯째, 교육의 중요성 : 입주기업은 보호의 환경에서 벗어나 결국 첨예한 경쟁의 시장에서 홀로 설 수 있어야 하며, 따라서 이들이 기업을 영위하는데 필요한 다양한 노하우들을 충분히 습득할 수 있도록 공식적이며 조직적인 프로그램을 통해 교육을 실시하여야 한다.

일곱째, 창업보육센터의 명성을 확보 : 보육센터가 성공적으로 잘 운영되고 있다는 명성을 확보하면 필요자원의 확보에 큰 도움이 되고 입주기업들의 시장 내 지위도 그만큼 상승할 것이다. 양호한 설비, 명성있는 기관의 부설센터로서의 지위, 숙련된 매니저, 명망있는 이사진이나 자문위원, 유망한 입주기업, 성공한 졸업기업 등은 보육센터가 명성을 확보하는데 큰 도움이 될 것이다.

여덟째, 분명한 입주기업의 선정 및 퇴출 : 엄격한 기준에 바탕을 두고 기업의 선정 및 퇴출 정책을 통해 자원이 투입될 대상을 선별하는 것이 필요하다. 성장잠재력, 고용창출 능력, 사업계획, 시장분석, 운영경비 지급능력, 특정산업 집중력 등의 측면에서 보육센터의 특성에 맞는 기준을 마련하고 이를 바탕으로 보육 대상기업을 면밀히 검토하여 선별하는 것이 중요하다.

아홉째, 대학(자원)의 연계 : 대학의 교수(전문가)와 공식, 비공식적인 연계를 맺어 대학의 한 부분으로서 기능하고, 이를

통해 대학의 자원을 활용하는 것이 필요하다. 대학 역시 창업보육센터를 보유기술의 상업화 메커니즘의 하나로 활용함으로써 이익을 얻을 것이다.

열째, 투명한 보육정책 및 과정을 가진 상세한 프로그램 : 입주기업이 얼마나 빨리 발전할 수 있는가는 보육센터와 입주기업간의 긴밀한 상호작용에 크게 의존한다.

따라서 보육센터는 무엇을 보육 받을 수 있는지, 보육센터가 무엇을 제공할 수 있는지, 입주기업 자신이 어떻게 평가 받고 있는지, 보육센터의 일상적인 과정과 운영정책은 무엇인지 등을 충분히 알 수 있도록 상세한 정보를 제공하여야 한다.

창업보육센터에 입주한 기업은 창업 시 제한된 자원과 경험에서 출발하기 때문에 여러 이유로 어려움에 직면하게 되고, 창업 후 5년 이내에 약 80%의 기업들이 자금부족, 신용상실 또는 그들 제품의 시장위축 등의 이유로 사업을 중단하게 된다.

미국이 경우를 살펴보면, 1970년대에는 사업 실패율이 높은 기업유형을 규모가 작거나, 농촌지역에 위치해 있거나, 저가격 판매, 1인 경영 등을 분류하고 있었으나, 1990년대에는 실패율이 높은 기업의 유형으로 다음과 같은 구체적인 소규모 기업의 실패 이유가 제시되고 있다.

- ① 경영시스템의 미비 : 정보창출과 의사결정에 대한 체계적인 방법이 없거나, 운영되지 못하고 있다. 기업에 필요한 자료를 이용하고 유용한 정보로 변화시킬 능력이 요구되어 진다.
- ② 경영자 비전과 목표의 미 설정 : 기업가는 목적을 추구하기 위한 도구로써 그들의 사업에 대한 전반적인 경영이 요구되나, 그렇지 못한 경우에는 위험에 노출될 가능성이 커지게 된다.
- ③ 재무계획과 검토의 미비 : 대부분의 소유 경영자는 대부분 소득 발생에만 관심을 두게 되는 경향이 있어서 장기적인 자금조달과 운영에 대한 계획과 이에 대한 대안 마련에 소홀하게 된다.
- ④ 어느 특정 개인에게 과다 의존 : 사업에 대한 부족한 경험과 자원을 단기적으로 해결하기 위하여 어느 특정인에게 과다하게 의존하게 되어, 중요한 문제가 발생할 때 이에 효과적으로 대처할 수 있는 능력이 부족하게 된다.
- ⑤ 빈약한 시장세분화 또는 전략 : 대부분의 기업가는 소비자에 대한 정보를 소홀히 하는 경향이 있다. 고객의 개성, 가족구성원, 연령 주거 장소 등은 고객들의 구매형태에 큰 영향을 미친다.
- ⑥ 기업목표 설정 또는 전달의 실패 : 기업가는 기업의 목표를 명확하게 설정하고, 이를 조직구성원에게 효과적으로 알릴 필요가 있다. 이렇게 하지 못 할 때 기업은 위험에 노출되게 된다.
- ⑦ 경쟁 또는 시장지식의 주재 : 소유경영자는 주로 일상적인 업무에 매달리게 되어, 경영상황과 경쟁에 대처하는 방법을 알지 못하는 경우가 많다.

- ⑧ 부적절한 자본투자 : 부적절한 자본투자 또는 자금부족이 기업실패의 주요 요인이자, 실질적인 예비증상이다.
- ⑨ 표준화된 품질 프로그램의 부재 : 사업가는 좋은 결과를 달성하고, 고객에게 더 좋은 서비스를 제공하는 과정을 설정하고, 지속적으로 평가할 필요가 있다.
- ⑩ 전략의 부재 : 소유주가 전략인 문제보다는 지역적인 문제에 집중하게 되면, 어려운 환경에 노출되었을 시 적절한 전략적 대안 수립에 대한 실기의 가능성이 높기 때문이다.

창업기업은 소비, 생산, 그리고 경영측면에서도 새로움에 의하여 실패의 위험에 직면할 수도 있다는 것이다. 여기서, 소비자층의 새로운 방향, 잠재고객들의 인지, 비용, 유용성, 소비방법과 그 제품의 사용에 따른 이익 등에 의한 위험을 말하며, 생산측면의 새로운 것은 제품생산 기술이 기존의 생산 기술과 유사한 정도와 비교함으로써, 기존 제품보다 신제품을 제조하는 것이 어려워짐을 의미한다. 경영 측면에서는 기업 경영자들이 해당 제품을 위한 경영기법에 대한 지식과 경험을 보유하는 정도를 말하는 것으로 경영능력의 미숙을 의미한다.

아울러 창업기업에게 실패의 위험을 가증시키는 요인으로는 고객가치, 개인주의, 세계적 경쟁, 기술의 영향을 들 수 있다.

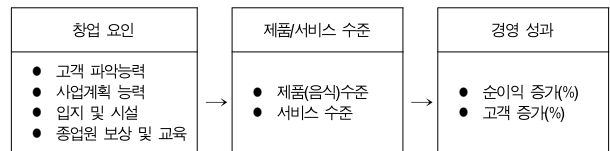
- ① 고객가치 : 개인적 자유와 부가 증가함에 따라 물질적, 사회적, 그리고 정신적 가치를 보다 다양화하게 된다. 개인의 가치패턴은 매우 다양화 되고, 그 결과로 인하여 예측할 수도 없고, 확일적이지도 않게 된다. 가치는 점증적으로 시간에 관련되며, 정교한 형태로 바뀌어가고 있다.
- ② 개인주의 : 대자의 소유와 생산수단의 어느 것도 미래에는 힘의 원천을 제공하지 못한다. 경제적 힘은 정보의 구비와 그의 확산 통제에 있다. 정보는 대부분의 문화에서 개인적 개념이며, 거대 집단보다는 개인으로서의 인적 자본은 사회적, 정치적, 그리고 경제적 조건에 유의한 것이다.
- ③ 세계적 경쟁 : 세계적 경쟁을 개방시킬 수 있는 더 이상의 정치적 장벽은 존재하지 않으며, 세계적 정치, 경제학과 통신의 본질이 조직에게 상대적으로 작고, 장소에 구애됨이 없이 통제할 수 있는 방법으로 수행할 수 있게 해준다. 세계적 기업은 고용과 계약형태가 지속적으로 기술수준을 증가시키는 세계인과 연계시킴으로써 점증적으로 힘과 유연성을 갖게 된다.
- ④ 기술 : 정보기술은 비법을 관리, 확산, 유통시킬 수 있는 도구를 제시하고 있다. 정보는 점차적으로 서비스로 제공되기 보다는 제품으로 구축되는 경향이 있다.

### III. 연구논문에 대한 설계

#### 3.1 연구모형 및 가설의 설정

##### 3.1.1 연구모형

창업을 준비하고 있는 사람들은 비교적 음식업 분야가 비교적 창업이 수월하다고 인식하고 있는 상황이다. 창업자 본인의 관련 기술 보유 여부와 관계없이 창업이 가능하며, 고객을 잘 알고, 사업계획을 수립할 능력이 있으며, 입지와 시설이 우수하고, 종업원에 대한 보상이 충분하다면, 사업의 성과도 좋을 수 있다고 인식하는 경향이 있다. 이러한 이유에서 음식 분야에서 창업을 고려하고 있는 사람들에게 의사결정에 필요한 정보를 제시해줄 필요성이 있다. 따라서 창업요인이 제품과 서비스 수준에 영향을 미칠 것이고, 이들 수준은 성과에 영향을 미칠 것이기 때문에 이를 확인하고자 (그림 1)과 같은 연구 모형을 설정한다.



<그림 1> 연구 모형

##### 3.1.2 연구가설

창업에 필요한 요인들은 여러 가지가 있을 수 있으나, 창업자의 고객파악 능력과 사업계획 능력, 사업장의 입지와 사업장의 시설, 그리고 종업원에 대한 보상을 들 수 있다. 이들 요인은 제품(음식)과 서비스의 수준에 영향을 미치게 될 것이고, 이들 제품/서비스 수준은 다시 이들의 성과에 영향을 미칠 것으로 예상되기 때문에 이를 확인하기 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

가설 1. 창업 요인은 제품서비스 수준에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1. 창업요인은 창업자의 제품(음식) 수준에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2. 창업요인은 창업자의 서비스 수준에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 창업자의 제품서비스 수준은 경영 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 2-1. 창업자의 수준은 순이익에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-2. 창업자의 수준은 고객 수에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.1.3 변수의 조작적 정의 및 측정도구

#### 3.1.3.1 창업 요인

창업 요인은 창업자가 창업을 준비하는 과정에서 준비해야 하는 요인과 창업에 따른 의사결정 요인을 말하는 정의하며, 본 연구에서는 창업 요인을 고객 파악능력, 사업계획 능력, 입지 및 시설, 그리고 종업원 보상 및 교육으로 구별한다.

이들 네 가지 요인은 ① 고객 파악능력은 고객 의도의 파악, 고객 요구에 대응, 고객 반응에 대응, ② 사업계획 능력은 사업계획서 작성, 사업타당성 검토, 메뉴 개발 노력, ③ 입지 및 시설은 주차 용이성, 대중교통 편리성, 사업장 규모, 주변 전망, 청결, 인테리어 상태, ④ 종업원 보상 및 교육은 복지수준, 성과 제도, 교육 수준 정도를 리커트형 5점 척도로 측정하였다. 실증분석에서는 각 요인별 총합점수를 실증분석에 이용한다.

#### 3.1.3.2 제품/서비스 수준

제품/서비스 수준은 창업자가 제품과 서비스에 대한 강조 의지로 정의한다. 창업자는 제품인 음식 자체와 고객에 대한 서비스를 나름대로의 기준에 의하여 강조하려는 의지가 있으며, 이는 창업자의 인적 특성에 따라 다를 것이다.

제품(음식) 수준은 음식의 양, 맛, 다양한 반찬, 음식의 청결함, 서비스 수준은 인사, 친절함, 주문처리 신속성 정도를 리커트형 5점 척도로 측정하였으며, 실증분석에서는 수준별 총합점수를 실증분석에 이용한다.

#### 3.1.3.3 경영 성과

경영 성과는 창업 후 전년도와 비교한 조사 당해 연도의 이익 증가와 고객 수의 증가를 말하는 것으로 순이익 증가율과 고객 증가율로 측정하였다.

## 3.2 조사연구의 설계

### 3.2.1 표본의 설계

창업이 비교적 용이하다고 인식되고 있는 음식업 분야에서의 창업이 매우 활발하나, 창업에 따른 성과의 판단에는 의문이 남아있다. 따라서 본 연구는 이러한 의문을 해결하고자 강원지역에서 2010년 이전까지의 음식업 창업자를 대상으로 하여, 할당추출과 단순무작위 추출방법에 의하여 조사대상을 선정하였다.

### 3.2.2 설문구성과 자료의 수집

#### 3.2.2.1 설문의 구성

본 연구에서 사용된 설문의 구성은 <표 1>에 나타나 있다.

<표 1> 설문의 구성

측정 변수		문항수	척도
창업 요인	고객 파악능력	3	리커트형 5점 척도
	사업계획 능력	3	
	입지 및 시설	6	
	종업원 보상 및 교육	3	
수준	제품(음식) 수준	4	리커트형 5점 척도
	서비스 수준	3	
경영 성과	순이익 증가 고객 증가	1 1	비율 척도(%)
애로사항	정부 규제 인력 부족 및 양성 세금 및 준조세 카드 수수료 초기 투자자금 및 경영자금 사회적 인식부족	6	리커트형 5점 척도
일반사항	고객 특성	4	명목 척도 비율척도
	응답자 특성	3	
	업소 특성	6	
	창업준비 기간	1	

#### 3.2.2.2 자료의 수집

자료의 수집은 조사대상 업소에 대하여 설문지에 의하여 이루어졌으며, 설문지의 작성은 중소기업청 0000 교육에 참여했던 창업자를 대상으로 진행되었다.

자료의 수집기간은 2011년 12월 1일부터 30일까지였으며, 총155개 업소의 창업자에 배포하여 회수된 설문지는 151개였으나, 회수된 자료 중에서 설문문항의 이해부족과 응답 편의에 문제가 있다고 판단되는 6개를 제외한 145개의 업소의 자료를 분석대상으로 삼았다.

## 3.3 자료의 분석방법

수집된 자료에 대한 분석은 SPSS ver. 17을 이용하여 처리되었다. 자료에 대한 기초 분석과 가설검증을 실시하였다. 가설검증을 위한 통계분석 방법은 회귀분석을 이용하였다.

## IV. 실증분석

### 4.1 표본의 특성

#### 4.1.1 고객 특성

조사대상 업소의 일반적 특성인 고객 방문 시간대, 고객 유형, 고객 연령대, 그리고 고객 남녀 비율이 <표 2> ~ <표 5>에 나타나 있다.

고객의 방문 시간대는 저녁이 83업소 57.2%, 고객 유형은 직장인 71업소 49.0%, 고객 연령대는 40대~50대 93업소 64.1%, 그리고 고객의 남녀비율은 49업소 33.8%가 가장 많았다.

&lt;표 2&gt; 고객 방문 시간대

방문 시간대	빈도수	%
아침	0	0
점심	51	35.2
저녁	83	57.2
심야	11	7.6
합계	145	

&lt;표 3&gt; 고객 유형

유형(단위)	빈도수	%
가족	35	24.1
직장	71	49.0
친구	34	23.4
기타	5	3.4
합계	145	

&lt;표 4&gt; 고객 연령대

연령대	빈도수	%
20대 미만	0	0
20대-30대	46	31.7
40대-50대	93	64.1
60대 이상	6	4.1
합계	145	

&lt;표 5&gt; 고객 남녀 비율

남녀 비율	빈도수	%
8 : 2	6	4.1
7 : 3	17	11.7
6 : 4	49	33.8
5 : 5	27	18.6
4 : 6	34	23.4
3 : 7	12	8.3
2 : 8	0	0
합계	145	

#### 4.1.2 응답자 특성

조사대상 업소의 응답자 특성인 성별, 연령, 그리고 학력이 <표 6> ~ <표 8>에 나타나 있다.

응답자의 성별은 남 77명, 여 63명이었으며, 연령은 50대가 69명 47.6%, 학력은 대졸이 55명 37.9%가 가장 많은 것으로 나타났다.

&lt;표 6&gt; 응답자 성별

성별	빈도수	%
남	77	55.0
여	63	45.0
합계	140	무응답: 4

&lt;표 7&gt; 응답자 연령

연령	빈도수	%
20대	5	3.4
30대	20	13.8
40대	32	22.1
50대	69	47.6
60대 이상	19	13.1
합계	145	

&lt;표 8&gt; 응답자 학력

연령	빈도수	%
중졸 이하	0	0
고졸	52	35.9
전문대졸업	32	22.1
대학 졸업	55	37.9
대학원 졸업	6	4.1
합계	145	

#### 4.1.3 업소 특성

조사대상 업소의 특성인 경영 참여자, 업종, 업소 위치, 업소 소재지, 그리고 창업 유형이 <표 9> ~ <표 14>에 나타나 있다.

경영 참여자 유형은 부부 공동이 64업소 44.1%, 업종은 일반 한식당이 55업소 37.9%, 업소의 위치는 주택가가 74업소 51.0%로 가장 많은 것으로 나타났다.

차량 통행량은 많음이 67업소 42.2%, 업소 소재지는 중소도시가 97업소 66.9%, 창업 유형은 독립 창업이 97업소 66.9%로 가장 많이 나타났다.

&lt;표 9&gt; 경영 참여자 유형

참여자	빈도수	%
부부 공동	64	44.1
남자	33	22.8
여자	48	33.1
합계	145	

&lt;표 10&gt; 업종

업종	빈도수	%
한식(일반)	55	37.9
한식(고기집)	46	31.7
양식	13	9.0
중식	11	7.6
일식	5	3.4
기타	15	10.3
합계	145	

&lt;표 11&gt; 업소 위치

위치	빈도수	%
인구 밀집지역	46	31.7
주택가	74	51.0
외곽지역	25	17.2
합계		

&lt;표 12&gt; 차량 통행량

통행 상태	빈도수	%
거의 없음	10	6.9
보통	62	49.7
많음	67	42.4
합계	139	무응답: 6

<표 13> 업소 소재지

소재지	빈도수	%
중소도시	97	66.9
읍면	24	16.6
기타	24	16.6
합계	145	

<표 14> 창업 유형

유형	빈도수	%
독립 창업	97	66.9
가맹점 창업	16	11.0
가맹본부	12	8.3
기존 사업소 인수	20	13.8
합계	145	

#### 4.1.4 경영 성과

조사대상 업소의 경영 성과인 순이익 증가율과 고객 증가율이 <표 15> ~ <표 16>에 나타나 있다.

순이익 증가율은 -19 ~ -10%가 43업소 29.6%가 가장 많았으며, 145업소 전체 평균은 0.12%로 나타났다. 고객 증가율은 -19 ~ -10%가 61업소 32.0%가 가장 많았고, 전체 업소 평균은 0.08로 나타났다.

<표 15> 경영 성과(순이익 증가율)

순이익 증가율	빈도수	%
-20 미만	17	11.7
-19 ~ -10	43	29.6
-9 ~ -1	6	4.1
0	20	13.8
1 ~ 9	22	15.1
10 ~ 19	25	17.2
20 이상	12	8.2
합계	145	

평균: 0.12 표준편차: 11.59

<표 16> 경영 성과(고객 증가율)

고객 증가율	빈도수	%
-20 미만	0	0
-19 ~ -10	61	32.0
-9 ~ -1	5	3.4
0	20	13.8
1 ~ 9	17	11.7
10 ~ 19	30	20.7
20 이상	12	8.2
합계	145	

평균: 0.08 표준편차: 15.54

#### 4.1.5 애로 사항

조사대상 업소의 창업 시의 애로사항을 전혀 없음(1) ~ 매우 많음(5)의 척도로 질문했으며, 6문항의 애로사항에서 카드 수수료 3.93, 세금 및 준조세 3.70, 초기 투자자금 및 경영자금 3.65 순으로 나타났다.

<표 17> 창업 시의 애로사항

애로 사항	최소값	최대값	평균	표준 편차
정부 규제	2	5	3.12	.754
인력 부족 및 양성	2	5	3.13	.775
세금 및 준조세	3	5	3.70	.602
카드 수수료	3	5	3.93	.481
초기 투자자금 및 경영자금	1	5	3.65	.997
사회적 인식부족	2	4	3.23	.761

#### 4.1.6 창업준비 기간

조사대상 업소의 창업 준비 기간은 12개월이 80업소 55.6%, 6개월이 17업소 11.8%, 36개월 12업소 11.8% 순으로 나타났으며, 평균 준비기간은 15.74개월로 나타났다.

<표 18> 창업준비 기간

준비기간(개월)	빈도수	%
6	17	11.8
8	5	3.5
10	1	.7
12	80	55.6
16	5	3.5
22	6	4.2
24	6	4.2
30	6	4.2
31	6	4.2
36	12	8.3
합계	144	무응답: 1

평균: 15.74 표준편차: 8.87

#### 4.2 신뢰성 분석

본 연구에서는 창업 요인과 제품/서비스수준, 제품/서비스수준과 경영성과의 영향을 검증하기 위해 앞서 대부분의 사회과학 분야 연구에 많이 이용되고 있는 내적일관도 측정방법인 Cronbach's  $\alpha$  계수를 사용하여 신뢰도 분석을 수행하였다. 신뢰도분석 결과는 <표 19>에 제시하였다. 창업 요인과 수준의 신뢰계수 값이 0.779에서 0.662까지 나타났다. 따라서 본 연구의 신뢰도 분석결과는 전체적으로 신뢰성 계수(Cronbach's alpha)가 높기 때문에 본 연구에서 사용된 측정도구의 반복적 측정에 문제가 없는 것으로 나타났다.

<표 19> 측정 변수의 신뢰성 분석 결과

측정 변수		문항수	Cronbach's alpha
창업 요인	고객 파악능력	3	.778
	사업계획 능력	3	.779
	입지 및 시설	6	.752
	종업원 보상 및 교육	3	.712
수준	제품(음식) 수준	4	.714
	서비스 수준	3	.662

#### 4.3 가설검증

제시된 가설을 검증하기 위해 앞서 회귀분석에 이용될 창업 요인, 수준, 그리고 경영 성과에 대한 기술 통계량이 <표 20>에 나타나 있다.

&lt;표 20&gt; 설문문의 구성

측정 변수	문항수	통계량				
		최소	최대	평균	표준편차	
창업 요인	고객 파악능력	3	2.33	5.00	3.56	.62
	사업계획 능력	3	1.67	5.00	3.36	.81
	입지 및 시설	6	2.60	4.80	3.48	.56
	종업원 보상 및 교육	3	2.00	4.33	3.15	.58
수준	제품(음식) 수준	4	2.75	4.75	4.01	.50
	서비스 수준	3	3.00	5.00	4.14	.57
경영 성과	순이익 증가	1	-20	30	0.12	11.59
	고객 증가	1	-19		.008	15.54

### 4.3.1 가설 1의 검증

창업자의 고객파악 능력, 사업계획 능력, 사업장 입지와 시설, 그리고 종업원에 대한 보상과 교육은 제품(음식)과 서비스의 수준에 영향을 미치게 될 것이다. 이를 검증하기 위하여 ‘창업 요인은 제품/서비스 수준에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’라는 가설을 설정하였으며, 창업 요인을 독립변수로 제품과 서비스 수준을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 이들의 결과는 <표 21>과 <표 22>에 나타나 있다.

&lt;표 21&gt; 창업 요인이 제품(음식) 수준에 미치는 영향

독립변수	통계량		
	B	t-값	p-값
고객 파악능력	.058	.888	.376
사업계획 능력	-.254	-5.418	.000
입지 및 시설	.394	6.636	.000
종업원 보상 및 교육	.433	6.658	.000
Ad. $R^2$	.521		
F(p)	40.081(.000)		
N	145		

&lt;표 22&gt; 창업 요인이 서비스 수준에 미치는 영향

독립변수	통계량		
	B	t-값	p-값
고객 파악능력	.200	2.012	.046
사업계획 능력	-.109	-1.527	.129
입지 및 시설	.253	2.791	.006
종업원 보상 및 교육	.066	.663	.509
Ad. $R^2$	.133		
F(p)	6.504(.000)		
N	145		

<표 21>에서 알 수 있듯이 창업 요인이 제품(음식) 수준에 미치는 영향은 창업 요인 중 종업원 보상 및 교육(B=.433, p=.000), 입지 및 시설(B=.394, p=.000)은 제품(음식) 수준에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 사업계획 능력(B=-.254, p=.000)으로 음의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 <표 22>에서와 같이 창업 요인이 서비스 수준에 미치는 영향은 창업 요인 중 입지 및 시설(B=.253, p=.046), 고객 파악능력(B=.200, p=.046)은 서비스 수준에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

### 4.3.2 가설 2의 검증

창업자의 창업 요인들은 제품(음식)과 서비스의 수준에 영향을 미치게 될 것이고, 이들 제품/서비스 수준은 다시 이들의 성과에 영향을 미칠 것으로 예상되기 때문에 이를 확인하기 위하여 ‘창업자의 제품/서비스 수준은 경영 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’라는 가설을 설정하였으며, 제품과 서비스 수준을 독립변수로 하고, 경영성과를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 이들의 결과는 <표 23>과 <표 24>에 나타나 있다.

<표 23>에서 알 수 있듯이 수준이 경영성과의 순이익 증가에 미치는 영향은 제품 수준(B=10.823, p=.000)만이 순이익 증가에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 서비스 수준은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한 <표 24>에서와 같이 수준이 고객 증가에 미치는 영향은 제품 수준(B=12.396, p=.000)만이 고객 증가에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 서비스 수준은 영향을 미치지 못하고 있었다.

&lt;표 23&gt; 수준이 경영성과(순이익 증가)에 미치는 영향

독립변수	통계량		
	B	t-값	p-값
제품 수준	10.823	3.755	.000
서비스 수준	-.938	-.369	.713
Ad. $R^2$	.099		
F(p)	8.898(.000)		
N	145		

&lt;표 24&gt; 수준이 경영성과(고객 증가)에 미치는 영향

독립변수	통계량		
	B	t-값	p-값
제품 수준	12.396	6.268	.000
서비스 수준	-1.724	-.988	.325
Ad. $R^2$	.238		
F(p)	23.480(.000)		
N	145		

## V. 결론

일반적으로 음식업 분야가 비교적 창업이 수월하다고 인식되어지고 있는 상황에서 창업자의 창업 요인, 제품/서비스 수준, 그리고 경영 성과간의 관련성을 파악하여 음식 분야에서 창업을 고려하고 있는 사람들에게 의사결정에 필요한 정보를 제시해줄 필요성에서 실증분석을 실시하였다.

연구가설에 대한 실증분석의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 창업 요인이 제품(음식) 수준에 미치는 영향은 창업 요인 중 종업원 보상 및 교육(B=433, p=.000), 입지 및 시설(B=.394, p=.000)은 제품(음식) 수준에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 사업계획 능력(B=-.254, p=.000)으로 음의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 창업 요인이 서비스 수준에 미치는 영향은 창업 요인 중 입지 및 시설(B=.253, p=.006), 고객 파악능력(B=.200, p=.046)은 서비스 수준에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 제품/서비스 수준이 경영성과의 순이익 증가에 미치는 영향은 제품 수준(B=10.823, p=.000)만이 순이익 증가에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 제품/서비스 수준이 고객 증가에 미치는 영향은 제품 수준(B=12.396, p=.000)만이 고객 증가에 통계적으로 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

본 연구는 음식업 분야의 창업자들의 창업 요인, 제품/서비스 수준, 그리고 경영 성과의 관련성을 파악하기 위하여 실증분석을 수행하였다. 그러나 본 연구는 ① 조사대상 업소의 선정과 측정은 전국에 분포하고 있는 전 업종을 대상으로 진행되어야하나, 강원도 지역으로 한정된 점과 창업 요인을 네 가지 요인으로 제한 점, 그리고 경영 성과를 다른 재무적 성과 지표를 제외시키고 순이익 증가와 고객 증가만을 측정하였다는 한계를 지닌다.

앞으로의 연구는 이와 같은 방법론적 측면에서의 한계점을 보완하여 세부적이고 실천적 측면에서의 후속연구가 요청된다. 이에 따라 다음과 같은 연구 방향을 제시하고자 한다.

첫째, 창업 요인과 제품/서비스 수준, 제품/서비스 수준과 경영 성과를 분리시켜 회귀분석을 실시하였으나, 향후의 연구에서는 이들 세변수를 연결시킨 구조방정식모형으로 분석해야 이들 간의 관계에 대한 보다 정확한분석이 가능할 것으로 예상된다.

둘째, 음식업 분야만을 분석 대상으로 삼았으나, 다른 분야인 제업업과 순수 서비스 분야에 대한 실증분석도 요구된다.

마지막으로, 설문에 의한 실증분석과 병행하여 산업 분야별 특성을 고려한 객관성이 있는 연구를 위해서는 성공적이라고 평가되는 대상군과 성공적이지 못한 대상군을 대상으로 한 심층적인 사례연구도 필요할 것이다.

## 참고문헌

- 김중재·윤종록·이경근(2005), *중소기업의 창업과 경영*, 박영사.  
 박노국(2004), 창업보육센터 활성화 방안, *한국산업경영시스템학회 추계학술대회 자료집*, 73-77.  
 박노국(1998), 창업보육센터에 관한 개념적 고찰, *상지대학교 생산기술논총*, 4, 13-19.  
 박영수·김철열·이재맹(2004), *창업경영과 세금*, 학현사.  
 정승화(2000), *벤처창업론*, 박영사.

- 신창호(1997), *창업보육센터의 발전방향*, 서울시 시정개발연구원.  
 전타식(2009), *창업경영론*, 두남.  
 최진호(2002), *창업보육센터 운영사례*, 행정자치부.  
 한국벤처창업학회(2012), *창업론*, 명경사.  
 홍성도(2003), *벤처창업론*, 무역경영사.  
 Smilor, R. W. and Gill, M. D. Jr.(1996), *The New Business Incubator*, Lexington Books.



## An empirical analysis of business performance factors of restaurant business start-up

Lee, Song Hoo\*  
Park, Roh Gook\*\*

### Abstract

This study performs an empirical analysis of relationships between business start-up factors, product/service level, and business performance of restaurant business start-up. This study has some limitations in that it covers only the restaurants in Kangwon-Do province instead of nationwide, it considers only four start-up factors, and it measures the business performance only by the increase in net-profit and customers excluding other financial performance factors. Some in-depth case study for successful versus unsuccessful groups considering the features of industrial types is left for further study.

*Key Words: business start-up, business start-factor, Management performance, business performance.*

---

\* First author, Professor, Dept. of Management Information System in Sangji University.

\*\* Corresponding author Professor, Dept. of Management Information System in Sangji University.