

창업기업의 경영성과에 미치는 영향요인에 관한 연구: 외식산업을 중심으로

황정희(관동대학교 산학연구처 연구교수)*

정규석(강원대학교 경영학과 교수)**

홍승표(강원대학교 경영학과 겸임교수)**

국 문 요 약

본 연구는 국내 문헌연구와 외식업 성공사례들을 통해 외식업 창업성공요인들을 도출하고, 이 요인들이 경영성과에 미치는 영향을 창업외식업체에 대한 설문조사를 통하여 실증적 연구를 수행하였다.

첫째, 창업자 특성 요인이 경영 성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 사회적 기술은 순이익 증가율과 고객 증가율에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며 창업 준비성은 순이익 증가율, 고객 증가율 및 좌석 회전율에 유의한 결과가 확인되었다. 둘째, 운영 관리 요인에서는 접근성이 고객 증가율과 좌석 회전율에, 시설은 좌석 회전율에, 서비스 역량은 순이익 증가율과 고객 증가율 및 좌석 회전율에, 촉진 활동은 고객 증가율에 각각 유의한 것으로 확인되었다. 셋째, 상품 요인에서는 창업외식업의 경우에 품질지향성이 경영성과에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 확인되었다.

따라서 본 연구는 외식업의 창업을 위한 요인을 제시함으로써 외식업을 창업하려는 외식창업 준비자 및 기존 외식업 사업자들의 성공전략수립에 기여할 것이다.

핵심주제어: 외식산업, 창업, 경영성과

I. 서 론

우리나라 외식산업의 시장규모는 꾸준히 성장하고 있다. 최근 국내 소비자의 48.2%가 주 1회 이상 외식을 하는 것으로 나타났으며(<http://month.foodbank.co.kr>), 2003년에 22만원이었던 가구당 월평균 외식비용이 2011년 말에는 30만원까지 증가하였다. 2010년말 기준으로 외식산업체수 42만개, 종사자 수 124만명, 연간매출액 56조원의 거대한 시장으로 형성되었다(<http://kostat.go.kr>). 이와 같이 우리나라의 외식산업이 활성화됨에 따라 신규창업자의 절반이 외식산업을 창업하고 있으며 프랜차이즈에서도 외식산업 비중이 절반에 이르고 있다(이건희, 2010).

타 산업에 비해 비교적 창업이 쉬운 이유로 인하여 외식 창업 희망자들이 증가하였으며, 대기업의 외식산업에 대한 시장침투 및 확장전략으로 인하여 외식업종이 다양화되고, 대형화됨에 따라 외식 창업의 경쟁은 점점 심화되고 있다. 경쟁이 점점 치열해 짐에 따라 한식 음식점의 경우 평균 생존기간은 2.8년이고 3년 생존율은 35.3%로 나타나고 있다(이재형, 2012).

특히 소규모 창업자의 실패율이 높다는 것이 사회적으로 문제가 되고 있다. 중소기업의 외식산업 창업자를 위한 효과적인 가이드라인이 없고 창업 지망자들이 제대로 된 지식이나 사업구상 없이 무모하게 창업을 시도하여 많은 실패를 하고 있는 현실이다(박대섭, 2004).

따라서 외식산업 창업의 경우 초기 실패율이 높다는 문제점을 해결하기 위해서는 창업기업만을 대상으로 한 연구가 매우 필요한 실정이다. 그러나 지금까지의 국내 연구는 전체 외식산업체를 대상으로 한 외식산업 성공요인에 관한 연구가 대부분이다.

본 연구에서는 다음과 같은 점에서 기존 연구들과의 차별화를 기하고자 하였다.

첫째, 기존 논문은 외식 기업 전체를 대상으로 하였으나 본 연구에서는 중소기업창업지원법에서 정한 7년 미만의 외식산업 창업 기업들을 대상으로 설문조사를 통하여 창업 외식산업 성공요인에 관한 실증적 연구를 수행하였다.

둘째, 창업기업을 대상으로 함에 따라 독립변수와 성과변수도 창업기업의 특성에 맞추어 차별화하였다. 경영자 특성 중 창업 준비성은 전체 외식산업을 대상으로 하는 기존 연구에

* 주저자, 관동대학교 산학연구처 연구교수, drjh65@hanmail.net

** 교신저자, 강원대학교 경영학과 교수, kschung@kangwon.ac.kr

*** 공동저자, 강원대학교 경영학과 겸임교수, kc14202@hanmail.net

· 투고일: 2013-03-05

· 게재확정일: 2013-03-15

서는 변수로 채택하지 않았다. 그러나 창업자 특성에 관한 일반 연구(강순빈, 2012; 이길형, 2009; 조준화·김찬중, 2010)와 외식산업 창업성공사례에서는 창업자의 특성 중에서 창업준비성이 매우 중요한 변수로 파악되었다(홍용웅, 2009; 홍용웅, 2010). 따라서 본 논문에서는 창업 준비성을 성공영향변수로 채택하였다. 성과변수의 경우도 무에서 시작하는 창업기업의 경우는 성장률과 수익이 손익분기점에 이르렀는지가 중요한 요인이다. 따라서 성과변수도 창업기업의 특성에 맞추어 설정하였다. 즉, 창업기업의 특성에 맞게 순이익 증가율과 고객 증가율과 같이 안정적 정상화를 향한 진척관련 지표를 선정하였다. 창업 외식 기업은 생존기간이 짧다는 것이 중요한 문제이므로, 폐업하지 않고 유지되기 위해서는 손익분기점에 이르렀느냐가 중요하다. 따라서 성과변수로서 기존 연구에는 없었던 좌석회전율을 새롭게 추가하였다.

셋째, 창업기업의 성공요인에 대한 분석을 실시한 후, 창업기업의 성공특성이 전체 외식산업의 성공 특성과 어떻게 다른지를 기존연구와의 비교분석을 통해서 수행하였다.

이 연구의 결과는 외식창업자가 창업의 실패율을 낮추고 성공적인 성과를 얻기 위한 지침을 얻는데 일조할 것이다.

II. 이론적 배경

일반적으로 외식이라는 용어의 정의는 국어대사전(이희승, 2003)에 의하면 자기 집이 아닌 밖에서 식사를 하는 것으로 정의하고 있다. 신재영·박기용(1999)은 외식산업을 식사와 관련된 음식, 음료, 주류 등을 제공할 수 있는 일정 장소에서 직·간접적으로 생산 및 제조에 참여하여 특정한 또는 불특정 다수에게 상업적 혹은 비상업적으로 판매 및 서비스 경영 활동을 하는 모든 업소들의 집합이라고 정의하였다.

외식산업은 국가마다 외식 메뉴에 차이가 크며, 외식에 대한 구매동기나 구매행동도 차이가 크다. 따라서 상황이 크게 다른 외국의 사례나 연구결과를 한국 외식산업에 그대로 적용하는 것은 의미가 적다. 따라서 본 연구에서는 우리나라의 상황과 환경이 다른 외국의 외식산업을 대상으로 한 연구결과는 고려하지 않고 국내 외식산업에 대한 기존 연구만을 중심으로 이론적 고찰을 하였다.

국내 외식산업 성공요인에 관한 주요 논문의 연구결과를 살펴보면 다음과 같다.

박진환(2007)은 외식산업의 창업 성공요인을 창업자의 심리적 특성(진취성, 인내력), 점포환경요인(접근성, 시설), 서비스 요인, 상품요인(품질, 건강·고급화), 마케팅 요인(촉진 활동)으로 구분하고 이 요인들이 경영성과에 미치는 영향을 실증 조사하였다. 신금순(2007)은 외식산업 창업자들의 특성요인(자신감, 진취적 성향)과 서비스 지향성(서비스 역량) 및 고객지향성(촉진활동)이 외식산업 성공에 미치는 영향을 분석하고 외식산업 경영의 개선책을 제시하였다. 김의근과 배금연(2010)은 창업자 특성(사회적 기술, 진취적 성향, 성취 욕구, 자신감), 창업환경 그리고 경영관리(자금, 인사 관리)가 창업

성과에 미치는 영향을 연구하였다. 위의 연구들은 연구 대상이 창업 기업만이 아니라 기존 외식산업까지도 포함하고 있으므로 창업 외식산업만을 대상으로 한 연구 결과라고 보기에는 한계가 있다.

전체 외식산업을 대상으로 한 연구를 살펴보면 다음과 같다. 강대훈(2005)은 접근성, 시설, 서비스 역량, 촉진활동, 품질 지향성 및 가격을 외식산업의 주요 성공요인으로 제시하였다. 장록기·원철석·박헌진(2007)은 국내 유명 외식산업체(패밀리 레스토랑)를 대상으로 외식산업체의 경영성과에 미치는 성공영향요인들의 영향을 분석하였으며 시설, 서비스 역량, 촉진 활동, 인사 관리 및 품질 지향성이 주요한 성공요인임을 분석하였다. 김상호와 박진환(2010)은 진취적 성향, 접근성, 시설, 서비스 역량, 촉진 활동 및 품질지향성을 외식산업의 성공 요인들로 제시하였다.

위 연구들은 창업 외식산업이 아닌 전체 외식산업을 대상으로 하였으며, 창업자 특성이라고 언급한 부분도 창업자라기 보다는 외식산업체의 대표자를 의미한다고 볼 수 있다.

기존 연구들을 종합해보면 외식산업 성공 요인들은 크게 창업자의 특성 요인, 점포의 선정, 시설 투자, 서비스, 마케팅, 자금관리, 인사관리 등 전반적인 운영관리 요인, 음식의 질과 가격 등의 상품 요인의 3가지 요인으로 대별된다고 볼 수 있다. 이것은 일반적으로 핵심 기업경영요소들로 일컬어지는 사람(people), 운영(process), 상품(product)의 3P 요소를 대변한다고 볼 수 있을 것이다. 이러한 3가지 요인별 분류에 맞추어 기존연구들의 결과를 정리하면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 외식산업 성공요인에 관한 주요 연구

변수	연구자	○: 유의 △: 유의하지 않음						본연구	
		①	②	③	④	⑤	⑥		
독립 변수 (창업 성공 요인)	경영자 또는 창업자	사회적 기술						○	√
		창업 준비성							√
		진취적 성향		○	○			○	△
		인내력		△				△	
		성취욕구						△	
	운영 관리	자신감			○			○	
		접근성	○	○		△	○		√
		시설	○	○		○	○		√
		서비스 역량	○	○	○	○	○		√
		촉진 활동	○	○	○	○	○		√
상품	자금							△	
	인사관리				○			△	
	품질 지향성	○	○		○	○		√	
종속 변수 (경영 성과)	재무 성과	가격	○			△			
		건강·고급화		○			○		
		매출증가율		○	○	○	○		
	비재무 성과	순이익증가율		○			○		√
		영업이익의 증가율			○				
		노동생산성				○			
		고객증가율			○				√
		좌석회전율							√
		경영성과만족도		○			○		
		종업원만족도				○			
시장점유율				○					
고객만족	○								
기대충족정도							○		

연구자: ①강대훈(2005) ②박진환(2007) ③신금순(2007) ④장록기 외(2007) ⑤ 김상호 외(2010) ⑥김의근 외(2010)

III. 연구모형 및 가설의 설정

3.1 연구모형

앞의 이론적 고찰에서 보았듯이 창업외식산업의 경영성과에 영향을 미치는 요인들은 크게 창업자, 운영관리, 상품의 3 요인으로 구분될 수 있다. 따라서 본 연구에서도 <그림 1>에서 보는 바와 같이 3가지 요인들이 경영성과에 영향을 미친다고 연구모형을 설정하였다. 본 연구에서 3개 요인 및 성과 변수로서 사용한 변수는 다음과 같다. 첫째, 창업자 특성 요인으로서 기존 연구들은 진취적 성향, 인내력, 성취욕구, 자신감을 주로 사용하였으나 본 연구에서는 김의근 외(2011) 연구에서만 다루었던 사회적 기술과 기존 연구에서 다루지 않았던 창업 준비성을 독립변수로 택하였다. 다른 4개의 변수들은 창업자의 선천성 속성이나 후천적으로 오랜 기간에 걸쳐서 키워진 속성이므로 창업자 스스로 통제하기가 어렵고 쉽게 변경이 가능하지 않다. 따라서 의미있는 결과가 나오더라도 연구결과의 실질적 활용성이 떨어진다. 반면에 고객과의 소통에 근거한 사회적 기술은 후천적 의지가 영향을 미치므로 어느 정도 통제가 가능한 변수라고 볼 수 있다. 창업준비성은 창업성패에 관한 여러 사례에서나(홍용웅, 2009; 홍용웅, 2010) 창업 관련 기존 연구에서는 언급된 변수이나(강순빈, 2012; 이길형, 2009; 조준희&김찬중, 2010), 기존 외식산업에 관한 연구에서는 다루지 않았다. 그러나 본 연구는 창업기업을 대상으로 하는 연구이므로 이 변수를 새롭게 추가하였다.

둘째, 운영관리 요인 중 기존연구에서 유의하지 않았거나 또는 중요하게 다루어지지 않은 자금 및 인사관리 항목을 제외하였다. 여러 선행 연구에서 다루어 졌으며 대체적으로 유의한 결과를 나타낸 접근성, 시설, 서비스 역량, 촉진 활동의 4개 변수를 채택하였다.

셋째, 상품 요인 중 가격과 건강·고급화는 차별화 또는 틈새 전략의 한 방법이라고 볼 수 있으나 모든 외식산업체에 보편적으로 요구되는 속성이라고 보기는 어려우므로 본 논문에서 제외하였다. 반면에 여러 선행연구들이 채택한 품질 지향성은 모든 외식산업체가 채택해야 할 기본 항목이므로 선택하였다.

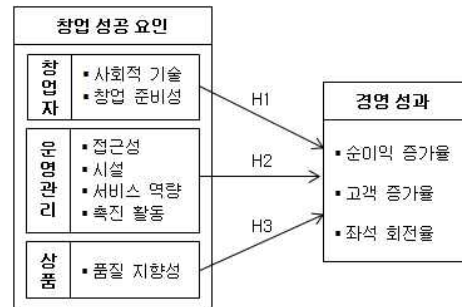
넷째, 경영성과는 재무적 경영성과와 비재무적 경영성과로 나눌 수 있다. 재무적 성과에 있어서 기존 논문들은 4개 논문이 매출 증가율을 2개 논문이 순이익증가율을 채택했으며, 각각 1개 논문이 영업이익증가율과 노동생산성을 택하고 있다. 매출증가율은 매출 실적에 대한 공식 자료가 없기 때문에 설문에만 의존할 수밖에 없는데 예비조사에서 대부분의 업체 대표들이 세금 부과 기준이 될 수도 있는 매출액이나 매출액 증가율 및 이익율을 영업비밀로 여기고 있어 공개를 꺼리는 경우가 많아 본 조사에서는 제외하였다. 그러나 순이익 증가율에 대해서는 비교적 쉽게 응답해 줄 수 있음이 예비 설문에서 확인되었다. 그러므로 본 연구에서는 수익성과

성장성을 동시에 측정할 수 있는 순이익증가율을 재무적 성과로 채택하였다. 또한 영업이익이나 노동생산성의 경우는 예비조사에서 응답자들이 그 개념을 정확히 이해하고 계산하는 경우가 적었으므로 제외하였다.

비재무적 성과에 대해서는 기존 논문들은 외식산업 경영자를 상대로 종업원만족도 및 고객만족을 질문하여 분석하였으나 이는 대표자의 주관성이 많이 개입될 수 있는 항목으로서 대표자의 응답으로 파악하기에는 부적합한 항목이므로 본 연구에서는 제외하였다. 경영성과 만족도나 기대수준 충족도는 너무 포괄적이고 추상적인 항목이므로 다른 구체적인 성과변수가 있다면 굳이 채택할 필요가 없을 것으로 판단되었다. 그 외에도 다른 선행연구에서 채택하였던 시장점유율은 외식산업체의 업종과 규모 및 목표시장이 다양하므로 시장의 범위와 경쟁자를 누구로 정의할 것인가의 문제 등으로 인하여 측정이 어려운 한계가 있어서 자료의 획득이 불가능하므로 본 연구에서 제외하였다.

본 논문에서는 고객증가율을 비재무적 성과변수로 채택하기로 하였다. 고객증가율은 창업기업이 장기적 생존을 위한 안정적 단계로 이전되어 가는지를 판단할 수 있는 적절한 성과변수라고 할 수 있다. 또한 기업규모에 따른 매출액을 대신하여 외식산업의 특성을 반영하는 좌석회전율은 시설의 효율적 운용 및 생존에 필요한 손익분기점 달성 여부를 나타내는 것이므로 좌석회전율을 성과변수로 채택하였다.

이론적 배경을 토대로 하여 구성한 연구모형 및 본 연구에서 사용한 독립변수와 성과변수들은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구 모형

3.2 가설의 설정

본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- <가설 1> 창업자 특성 요인은 경영성과에 영향을 미칠 것이다
 - <가설 1.1> 사회적 기술은 경영성과에 영향을 미칠 것이다
 - <가설 1.2> 창업 준비성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다
- <가설 2> 운영관리 요인은 경영성과에 영향을 미칠 것이다
 - <가설 2.1> 접근성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다
 - <가설 2.2> 시설은 경영성과에 영향을 미칠 것이다
 - <가설 2.3> 서비스 역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다

<가설 2.4> 촉진 활동은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3> 상품 요인은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3.1> 품질 지향성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

3.3 측정변수의 조작적 정의

연구모형을 검증하기 위하여 개념적 정의를 측정 가능한 조작적 변수로 설정함에 있어 그 기준은 <표 2>와 같다.

<표 2> 변수의 개념과 조작적 정의

요인	개념	조작적 정의	비고
창업자	사회적 기술	1. 고객의 숨은 의도나 동기를 파악하는 능력 2. 고객의 다양한 요구에 대응하는 능력 3. 고객의 다양한 반응에 효과적으로 대응하는 정도	5점 등간 척도 1점: 전혀 아니다 2점: 아니다 3점: 보통이다 4점: 그렇다 5점: 매우 그렇다
	창업 준비성	1. 사업 시작 전 사업타당성 검토 수행 2. 사업 시작 전 사업계획서 작성 및 검토	
접근성	1. 대중교통 이용의 편리성		
운영관리	시설	1. 주차 용이성 2. 외식산업체의 규모 3. 외식산업체의 주변 전망 양호	
	서비스 역량	1. 인테리어 비용의 지출 정도 2. 종업원 급여 및 복지수준 3. 종업원의 교육(친절교육 등) 4. 종업원에게 성과 인센티브 제공	
	촉진 활동	1. 광고비용 2. 단골 고객에 대한 특별 서비스	
상품	품질 지향성	1. 외식산업체의 청결상태 수시 점검 2. 주방장의 조리능력 3. 외식산업체의 재방문 이유는 맛 4. 메뉴 개발에 노력	
	경영 성과	순이익 증가율, 고객 증가율, 적체 회전율	

3.4 자료 수집 및 분석방법

본 연구의 모집단은 국내 외식산업 창업자들이다. 본 연구에서는 전문가들과의 면담 및 예비설문을 먼저 실시하였으며 이를 통해 나타난 문제점을 수정·보완한 후, 본 조사를 위한 설문지 구성을 하였다.

이와 같은 사전 조사 후, 전국에 소재하고 있는 7년 이하의 외식산업 창업자들을 대상으로 2011년 8월 1일부터 9월 23일 까지 설문을 실시하였으며 총 400부를 배포하여 312부를 회수하였다. 회수된 설문지 중 불성실한 설문지 30부를 제외한 282부(70.5%)를 최종 분석에 사용하였다.

VI. 실증분석

4.1 표본의 특성

표본으로 정의된 집단의 특성에 대한 정보를 얻기 위해 빈도분석을 실시한 결과, 외식산업체 대표자들 중 남자 137명, 여자 145명으로 남녀 성비의 균형을 이루고 있으며, 연령대는 30대 이하 72명, 40대 106명, 50대 이상 104명의 분포를 보임에 따라 본 연구 설문에 상당히 정확한 응답을 기대할

수 있다.

4.2 신뢰성 검증 및 변수의 타당성

본 연구는 외식산업 창업성공요인에 관한 연구 단위들을 다 항목으로 측정하였으며, 각 연구 단위들의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach's α 를 계산하였다. 각 연구 단위들의 Cronbach's α 를 계산한 결과 <표 3>에서 보는 바와 같이 촉진 활동을 제외한 모든 항목에서 비교적 높은 신뢰수준을 보였다.

<표 3> 신뢰도 분석 결과

항목	항목수	Cronbach's α
창업자	사회적 기술	.825
	창업 준비성	.719
운영관리	접근성	-
	시설	.673
	서비스 역량	.790
	촉진 활동	.604
상품	품질 지향성	.741
	전체	.752

요인분석은 측정도구의 타당성을 평가하는데 사용할 수 있으며, 요인분석 결과에서 하나의 요인으로 묶여지는 변수들은 측정의 타당성이 있다고 볼 수 있다. 요인의 추출방법으로는 주성분분석법을 사용하였다. 요인분석의 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 창업성공요인에 대한 요인분석 결과

질문 항목	요인 적재량						
	창업자	운영 관리			상품		
	사회적 기술	창업 준비성	접근성	시설	서비스 역량	촉진 활동	품질 지향성
고객의 숨은 의도 파악능력	0.738	0.326	-0.056	0.153	0.025	0.048	0.139
고객의 다양한 요구 대응능력	0.873	0.028	0.022	0.031	0.154	0.029	0.183
고객 다양한 반응에 효과적 대응	0.864	0.072	0.074	0.070	0.134	0.012	0.144
사업 전 사업 타당성 검토 수행	0.244	0.791	0.065	0.087	0.131	0.053	0.198
사업 전 사업계획서 작성 및 검토	0.099	0.785	0.203	0.057	0.209	0.045	0.030
대중 교통 이용의 편리	0.035	0.232	0.867	0.007	0.055	0.137	0.042
주차 용이	0.017	-0.043	0.268	0.765	0.031	-0.098	0.075
인근 외식산업체에 비해 규모 큰편	0.131	0.117	-0.169	0.724	0.138	0.259	0.112
주변 전망 좋음	0.105	0.124	-0.082	0.716	0.140	0.115	0.180
인테리어 비용 충분히 지출	-0.012	0.331	-0.054	0.363	0.468	0.218	0.173
주변 외식산업체보다 급여복지 수준 높음	0.081	0.268	-0.064	0.156	0.701	0.209	0.218
종업원 친절 교육 자주실시	0.116	0.205	0.035	0.035	0.838	0.013	0.147
종업원 성과 인센티브 제공	0.196	-0.070	0.137	0.131	0.741	0.245	0.111
광고 비용 많이 지출	0.035	0.176	-0.004	0.040	0.397	0.735	0.044
단골 고객에 특별서비스 제공	0.030	-0.035	0.182	0.171	0.101	0.756	0.301
외식산업체 청결상태 수시 점검	0.138	-0.109	0.174	0.371	0.322	-0.213	0.596
주방장 조리능력 주변 외식산업체 보다 좋음	0.141	0.134	0.009	0.099	0.124	0.207	0.758
고객의 외식산업체 재방문은 이유는 맛	0.129	0.153	-0.117	0.083	0.125	0.046	0.815
다른 외식산업체 보다 메뉴개발에 노력	0.215	0.057	0.154	0.131	0.123	0.259	0.616
아이겐값	2.426	2.343	2.315	2.038	1.755	1.536	1.042
누적분산설명비율(%)	12.766	25.098	37.282	48.010	57.249	65.335	70.817

4.3 요인 간의 상관관계

요인간의 상관관계를 확인하기 위하여 요인값은 해당요인에 포함되는 변수들의 평균값을 구하여 사용하였다. <표 5>에서 보는 바와 같이, 서비스 역량과 촉진 활동은 상관관계가 높음이 발견되었다. 외식 업체의 서비스 역량이 촉진 활동에 영향을 준다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 그러나 사회적 기술과 접근성, 사회적 기술과 촉진 활동은 상관관계가 낮은 것으로 나타나 외식산업 창업자의 사회적 기술은 접근성과 촉진 활동에 미치는 영향이 낮음을 알 수 있다. 그리고 접근성과 서비스 역량, 접근성과 품질 지향성도 상관관계가 낮은 것으로 나타났다. 그 이외의 요인 간은 상관관계가 비교적 높은 것으로 확인 되었다.

요인 간의 상관 분석의 결과는 다음과 같다.

<표 5> 요인 간의 상관 관계표

구분	창업 준비성	접근성	시설	서비스 역량	촉진 활동	품질 지향성	
사회적 기술	Pearson 상관계수	0.363	0.099	0.238	0.347	0.163	0.422
	유의확률 (양측)	***	△	***	***	**	***
창업 준비성	Pearson 상관계수		0.283	0.236	0.433	0.269	0.298
	유의확률 (양측)		***	***	***	***	***
접근성	Pearson 상관계수			0.107	0.168	0.207	0.143
	유의확률 (양측)			△	**	***	*
시설	Pearson 상관계수				0.389	0.303	0.409
	유의확률 (양측)				***	***	***
서비스 역량	Pearson 상관계수					0.503	0.489
	유의확률 (양측)					***	***
촉진 활동	Pearson 상관계수						0.395
	유의확률 (양측)						***

유의확률 (△ : 0.1,* : 0.05,** : 0.01,***: 0.001)

4.4 가설의 검정

가설을 검정하기 위하여 원인변수와 결과변수와의 관계에 대한 통계분석을 실시하였다. 원인변수로 사용되는 성공요인의 변수값으로는 각 요인에 포함되는 질문항목 응답값의 평균치를 사용하였다. 결과변수인 경영성과의 변수값으로는 순이익증가율과 고객증가율 및 좌석회전율을 사용하였다. 순이익증가율과 고객증가율의 경우에는 증가집단과 감소집단으로 나누어 명목척도화 하여 분산분석을 실시하였다. 순이익과 고객 증가율의 경우에는 증감 자체가 창업 외식산업의 생존 유지 또는 실패에 중요하므로 증감 자체를 성과 변수값으로 채택하였다. 그리고 좌석회전율은 일일방문고객수를 좌석수로 나누어 구한 다음 원인변수와 회귀분석을 실시하였다.

4.4.1 가설 1의 검정

<가설 1> 창업자 특성 요인은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 1.1> 사회적 기술은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 1.2> 창업 준비성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<표 6> 사회적 기술의 순이익 증가율에 대한 분산분석 결과

구분	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의 확률
집단-간	5.564	10	.556	2.518	.007
집단-내	50.155	227	.221		
합계	55.718	237			

<표 7> 사회적 기술의 고객 증가율에 대한 분산분석 결과

구분	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의 확률
집단-간	6.332	10	.633	2.853	.002
집단-내	48.820	220	.222		
합계	55.152	230			

<표 8> 사회적 기술의 좌석 회전율에 대한 회귀분석 결과

구 분		계수(a)				t	유의확률
		비표준화 계수 B	표준화계수	표준오차	베타		
1	(상수)	2.347	.671			3.498	.001
	사회적 기술	-.083	.186		-.027	-.443	.658

a종속변수: 좌석 회전율

<표 9> 창업 준비성의 순이익 증가율에 대한 분산분석 결과

구분	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의 확률
집단-간	3.308	8	.414	1.801	.078
집단-내	52.128	227	.230		
합계	55.436	235			

<표 10> 창업 준비성의 고객 증가율에 대한 분산분석 결과

구분	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의 확률
집단-간	3.885	8	.486	2.097	.037
집단-내	50.954	220	.232		
합계	54.838	228			

<표 11> 창업 준비성의 좌석 회전율에 대한 회귀분석 결과

구 분		계수(a)				t	유의확률
		비표준화 계수 B	표준화계수	표준오차	베타		
1	(상수)	1.148	.475			2.418	.016
	창업 준비성	.280	.142		.118	1.978	.049

a종속변수: 좌석 회전율

<표 12> 창업자 특성 요인에 대한 분산분석 결과 요약

원인 변수	성과 변수	순이익 증감	고객 증감	좌석 회전율
사회적 기술		**	**	기각
창업 준비성		△	*	*

유의확률 (△ : 0.1,* : 0.05,** : 0.01,***: 0.001)

<표 6> <표 7>에서 보는 바와 같이, 사회적 기술은 외식 업체의 순이익 증가율과 고객 증가율에 유의한 것으로 나타나 가설이 지지되었다. 이 결과는 사회적 기술이 외식산업 경영 성과에 매우 중요하다는 것을 보여주는 것으로, 외식산업 창업자는 이 부분에 대한 철저한 준비가 필요할 것이다. 고객의 의도를 파악하고 대응하는 창업경영자의 사회적 기술은 고객의 욕구를 충족시키는데 기여함으로써 고객의 재방문을 초래할 수 있으며, 고객의 재방문은 결과적으로 순이익의 증가를 유도할 수 있다고 보여진다. 따라서 외식산업 경영자는 고객의 숨은 의도를 파악하는 능력, 다양한 요구에 대응하는 능력 및 다양한 형태의 반응에 대응하는 능력 등의 사회적 기술 배양에 많은 노력을 해야 할 것이다. <표 8>에서 보는 바와 같이 사회적 기술이 좌석회전율에 미치는 영향에 대해서는 가설이 기각되었다. 그 이유에 대해 살펴보면 사회적 기술이 단기적 속성이 강한 고객 및 이익의 증감에는 영향을 주지만 보다 시간이 오래 걸리는 고객의 축적량이라고 볼 수 있는 좌석 회전율까지는 유의한 영향을 못 미친다고 해석할 수 있을 것이다.

그리고 창업 준비성은 <표 9><표 10><표 11>에서 보는 바와 같이 5% 유의수준에서 고객 증감과 좌석회전율에 유의한 결과를 보였으며 순이익 증감에는 5% 유의수준에서는 유의하지 않았으나 10% 유의 수준에서는 유의한 결과를 보였다. 이 분석의 결과는 사업을 시작하기에 앞서 사업의 타당성을 분석하고 사업계획서를 작성하는 활동은 철저하게 시장성을 분석함으로써 고객을 확보하는 전략을 수립할 수 있으며, 예측되는 고객의 수와 수용 가능한 시설을 미리 준비함으로써 좌석회전율에 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 그러나 순이익의 경우에는 운영하는 과정에서 발생하는 여러 가지 요인에 영향을 받을 수 있으므로 다른 성과 지표에 대한 영향보다는 유의성이 다소 떨어진다고 볼 수 있을 것이다. 이러한 결과는 창업 이전의 준비 활동이 창업 이후의 성과 향상에 작용한다는 것을 보여주는 것으로서, 외식산업 창업자는 본격적인 사업 활동에 앞서 사업 타당성 분석 등 치밀한 사업 계획을 수립해야 할 것이다.

<가설 1>에 대한 분석 결과를 요약하면 <표 12>와 같다.

4.4.2 가설 2의 검증

<가설 2> 운영관리 요인은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2.1> 접근성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2.2> 시설은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2.3> 서비스 역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2.4> 촉진 활동은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2>에 대한 분석은 <가설 1>과 동일한 방법으로 수행하였으며, 결과의 요약만을 <표 13>에 정리하였다.

<표 13> 운영 관리 요인에 대한 분석 결과 요약

원인 변수	성과 변수	순이익 증감	고객 증감	좌석 회전율
접근성	기각	△	△	
시설	기각	기각	기각	** (부호 -)
서비스 역량	***	***	***	*
촉진 활동	기각	△	기각	기각

유의확률 (△ : 0.1,* : 0.05,** : 0.01,***: 0.001)

접근성은 5% 유의 수준에서는 3개 성과 변수에 모두 유의하지 않은 것으로 나타났으나, 10% 유의 수준에서는 고객 증감과 좌석회전율에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서의 접근성 요인은 대중교통의 접근성을 조작적 정의로 하여 측정하였는데 접근성이 좋은 장소는 그만큼 경쟁자도 많고 임대료도 높을 것이므로 접근성의 경영성과에 대한 영향은 향후 더 많은 연구가 필요할 것으로 판단된다.

시설의 순이익 증감과 고객 증감에 대한 영향은 기각되었으며 좌석회전율에 대한 영향에는 유의한 것으로 나타났으나 예상과는 다르게 네거티브 영향을 미치는 것으로 나타났다. 주차장, 규모, 전망과 같은 시설 관련 변수들은 고객 수, 매출 및 순이익 등 정태적 성과 변수에는 영향을 줄 수 있을 것이나, 본 연구에서의 동태적 또는 성장성 관련 성과 변수인 고객 및 순이익 증감에는 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 시설이 좌석회전율에 부정적인 영향을 미치는 것은 특히 창업 외식산업의 경우 대규모 투자가 해로울 수도 있다는 결과를 보여주는 것이라고 해석될 수 있을 것이다. 창업 외식산업의 경우 시설 규모에 대한 충분한 예측과 준비가 필요한 것이라고 볼 수 있을 것이다. 따라서 외식산업의 창업자는 시설이 효율적으로 운영될 수 되도록 투자 단계부터 시설 최적화에 보다 많은 관심을 가져야 할 것이다.

서비스 역량은 순이익 증감, 고객 증감 및 좌석 회전율에 통계적으로 유의한 것으로 나타나 채택되었다. 높은 서비스 역량은 고객 증가에 영향을 주고 고객 증가는 좌석회전율을 높여서 순이익의 증가로 나타난다고 볼 수 있을 것이다. 본 연구에서의 서비스 역량 요인은 주로 종업원들에게 높은 급여 복지 수준을 제공하고 교육을 실시하며 종업원들의 성과 인센티브를 제공하는 것이다. 따라서 종업원들의 사기와 만족이 창업 외식산업의 경영 성과에 가장 중요한 변수로 나타났다. 고객과의 접점에서 일하는 종업원들의 인센티브와 복지에도 많은 신경을 써야 할 것으로 보인다.

촉진활동은 5% 유의 수준에서 모두 성과변수에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 그러나 10% 유의 수준에서는 고객증감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 촉진활동 요인의 변수인 광고비용 지출과 단골 고객에 대한 특별 서비스 제공은 고객 증감에는 어느 정도의 영향을 미칠 수도 있으나 좌석 회전율이나 순이익 증감에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉 분석 결과는 촉진을 위한 비용 지출이 그 이상의 이익 증가로 이어지지 않는다는 것을 보여

준다고 할 수 있을 것이다.

4.4.3 가설 3의 검증

<가설 3> 상품 요인은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3.1> 품질 지향성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3>에 대한 분석은 <가설 1>과 동일한 방법으로 수행하였으며, 결과의 요약만을 <표 14>에 정리하였다.

<표 14> 상품 요인에 대한 분석 결과 요약

원인 변수	성과 변수		
	순이익 증감	고객 증감	좌석 회전율
품질 지향성	기각	기각	기각

유의확률 (Δ : 0.1, * : 0.05, ** : 0.01, *** : 0.001)

품질지향성이 경영 성과에 미치는 영향을 분석한 결과에서는 품질지향성이 순이익 증가율, 고객 증가율 및 좌석 회전율에 영향을 미친다는 가설은 통계적으로 유의하지 않아 기각되었다. 품질지향성 요인에는 청결 상태, 주방장의 조리 능력, 다양한 메뉴 개발, 고객의 재방문은 맛 때문이라는 인지 등의 변수가 포함되었다. 상식적으로 품질지향성이 고객증가 등 경영성과에 영향을 미칠 것으로 기대되었으나, 연구결과는 이를 지지하지 않았다. 이는 음식점에서 청결상태는 기본 항목이고, 주방장의 조리능력이 주변식당보다 높다고 하여 음식의 질과 맛이 반드시 차이 나게 높다고 볼 수는 없는 것이 아닌가 하는 해석을 하게 된다. 기존의 품질지향성을 다룬 4개의 연구에서는 모두 유의한 결과를 보였다. 이 사실은 다른 한편으로는 품질지향성이 실제 고객이 느끼는 품질이라기보다는 주인이 지각하는 품질이므로 창업자의 경우에는 어느 정도 오래 된 외식산업의 경영자에 비하여 주인의 지각과 고객의 품질지각 사이에는 차이가 더 큰 것이 아닌가 해석해 볼 수도 있을 것이다. 이에 대해서는 향후 더 많은 연구가 필요할 것이다.

4.5 전체 외식산업과 창업 외식산업의 연구 결과 비교

기존의 논문들은 전체 외식산업을 대상으로 성공요인을 파악한 연구이고 본 연구는 창업 외식산업을 대상으로 성공요인을 도출한 연구이다. 기존의 전체외식산업을 대상으로 한 연구결과와 창업 외식산업을 대상으로 한 본 연구의 결과가 어떻게 차이가 나는지 비교한 결과는 아래의 <표 15>와 같다.

<표 15> 전체 외식산업과 창업 외식산업의 연구 결과 비교

구분	변수	전체 외식산업						창업 외식산업	
		①	②	③	④	⑤	⑥		
경영자 또는 창업자	사회적 기술						○	○	
	창업 준비성							○	
	진취적 성향		○	○		○	△	-	
	자신감			○			○	-	
	창업 성공 요인	운영 관리	접근성	○	○		△	○	△
			시설	○	○		○	○	△
서비스 역량			○	○	○	○	○	○	
상품		촉진 활동	○	○	○	○	○	△	
		인사관리				○		△	-
		품질 지향성	○	○		○	○		△
가격	가격	○			△			-	
	건강·고급화		○			○		-	

연구자 : ①강대훈(2005) ②박진환(2007) ③신금순(2007) ④장록기 외(2007) ⑤김삼호 외(2010) ⑥김의근 외(2010)

전체 외식산업을 대상으로 한 연구결과와 창업 외식산업을 대상으로 한 연구결과를 비교한 결과, 성공요인에서 다음과 같은 차이를 찾아내었다.

첫째, 본 연구에서는 전체 외식산업을 대상으로 한 기존 연구에서 다루지 않았으나 기존의 창업기업에 관한 연구나, 외식산업 성공사례들에서 강조되었던 요인인 창업 준비성이 경영성과에 유의한 요인으로 확인 되었다. 이는 창업 외식산업의 특성이 반영된 결과라 할 수 있겠다.

둘째, 본 연구에서 유의한 변수로 확인된 사회적 기술과 창업 준비성 및 서비스 역량은 모두 사람과 관련된 요인이라 할 수 있다. 사회적 기술과 창업 준비성은 창업자 요인이며 서비스 역량은 종업원과 관련된 요인이다. 그러나 기존의 연구에서는 사람 관련 요인들이 중요하다는 특징들이 부각되지 않고 여러 유의한 요인 들 중의 하나로만 나타났다.

반면에 본 연구에서는 다른 요인들은 전부 유의하지 않은 결과를 나타내었다. 따라서 창업 외식산업은 다른 어떤 요인보다도 창업자와 종업원을 포함하여 인적요소가 핵심이라는 것을 알 수 있다. 특히, 양자 중에서도 종업원 서비스와 관련된 서비스 역량이 모든 성과변수에 유의하면서도 영향력이 강한 것으로 나타나 가장 중요한 요인으로 분석되었다.

셋째, 기존 연구들에서 유의한 요인으로 나타난 접근성, 시설 및 촉진 활동, 품질지향성이 본 연구에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과가 창업외식산업과 전체 외식산업의 차이인지, 연구에 따른 편차인지는 판단하기 어렵다. 이 결과에 대해서는 더 많은 연구들이 이루어질 필요가 있을 것이다.

V. 결론

본 연구는 국내·외 문헌 연구와 국내 외식산업 성공사례를 통해 외식산업 창업성공요인을 도출하여, 이 요인들이 경영 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 연구 결과를 종합해보면 다음과 같다.

첫째, 창업자 특성 요인이 경영성과에 어떠한 영향을 주는 지를 살펴보았다. 창업자 특성 요인 중에서 사회적 기술은 순이익 증가율과 고객 증가율에 유의한 것으로 나타났으며 창업 준비성은 순이익 증가율, 고객 증가율 및 좌석회전율에 유의한 결과가 나타났다. 이 결과는 외식산업을 창업하고자 하는 경영자는 사회적 기술 배양에 많은 노력을 해야 할 것이며, 창업 이전에 창업 준비 활동을 철저히 해야 함을 강조한다.

둘째, 운영 관리 요인이 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 운영 관리 요인 중에서, 접근성은 고객 증가율과 좌석회전율에, 시설은 좌석회전율에, 서비스 역량은 순이익 증가율, 고객 증가율 및 좌석회전율에, 촉진 활동은 고객 증가율에 유의한 것으로 나타났다.

셋째, 상품 요인이 경영성과에 어떠한 영향을 주는 지를 파악하였다. 상품 요인으로는 품질지향성을 선택하여 분석하였으며 품질지향성이 경영성과에 영향을 준다는 가설은 기각되었다.

본 연구는 외식산업 창업 관련 논문과 성공 사례 등을 통해 수집한 창업성공요인들이 경영성과에 어떤 영향을 주는 지를 파악하였다는 점에서 의미를 가진다고 할 수 있다. 위와 같은 결과는 외식산업을 창업하고자 하는 예비창업자 또는 창업 초기기업들에게 창업의 길잡이 역할을 할 수 있을 것이다.

그러나 외식산업을 한식, 중식, 일식, 양식 등 일반적인 업종만을 대상으로 하였다는 점에서 한계를 지닌다고 할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 일반적인 분류 외에 최근 많은 관심을 받고 있는 프랜차이즈를 별도로 연구할 필요가 있을 것이다. 그리고 일반 업종과 프랜차이즈 업종을 비교 분석하는 것도 외식산업의 다음 연구를 위한 기회로 남겨두고자 한다.

Reference

Chung, W. Y and Yang, Y. S.(2007), Literature Studies for Testing validity of Business Model of High-tech Starts-up; Utilizing BMO Model, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 2(2), 4.

Cho, J. H and Kim, C. J(2010), A Study on Performance Factors on the Small Business, *Korea Industrial Economics Association*, 23(1), 141.

Foodbank(2010.01.29), *A Survey on the Actual Condition for Dining-out in 2010*, Retrieved from <http://www.month.foodbank.co.kr>

Hong, K. W.(2002), A Study on Pattern of Dining Behavior based on Dining-out Expense, *Korean Journal of*

Culinary Research, 8(2), 93-116.

Hong, S. H.(2004), A Study on the Market Segmentation for Ethnic Food Restaurant, Master's thesis, Seoul; Konkuk University Graduate School.

Hong, Y. U.(2009). *Case Studies*, Daejeon; Small Enterprise Development Agency

Hong, Y. U.(2010). *Case Studies*; Daejeon; Small Enterprise Development Agency.

Jang, R. K and Won, C. S and Park, H. J.(2007), A Study on the effects of success factors on business performance in food service industry, *Journal of Hotel & Resort*, 6(2), 163-179.

Kang, D. H.(2005), *Research on Success Startegies for the Food Service Business*, Doctoral dissertation, Seoul; Kyonggi University Graduate School.

Kang, S. B.(2012), *Report on corporation performance influenced by entrepreneur's motive, entrepreneurship, and advanced preparation*, Master's thesis, Seoul, Chungang University Graduate School.

Kim, E. K. and Bae, K. Y.(2010). The Effect of Entrepreneurs's Psychologic Characteristics, Start-up Environment and Managerial Factors on The Start-up Performance: A Case Study of Food service Industry, *The Korea Academic Society of Tourism and Leisure*, 22(2), 303-322.

Kim, S. H. and Park, J. W.(2010), The Effects of Success Factors for Starting Business in the Food Service Industry on Management Performance, *The Korea Academic Society of Culinary*, 16(2), 215-231.

Lee, H. S.(2003), *Bilingual dictionary*, Seoul, Minjungseorim.

Lee, J. H.(2009), A Study on the Feasibility Analysis of Franchisee Case and Independent Entrepreneurship Case, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 4(4), 28.

Lee, J. H.(2012), The reality of the poor Company, *KDI FOCUS*, 20.

Lee, K. H.(2009), An Exploratory Study on the Success Factors of Small Knowledge-based Firms, *Korean Corporation Management Review*, 16(3), 158.

Lee, K. H.(2010, October 25). *Money Today*, http://news.mtn.co.kr/newscenter/news_viewer.mtn?gidx=2010101313548189226

Park, D. S.(2004), *The Impact of Korean Restaurant Business Entrepreneurs Characteristics and Talents on their Successful Venture Management and Recommendation Intension of Venture Business*, Doctoral dissertation, Seoul; Kyeonggi University Graduate School.

Park, J. W.(2007), *Analysis of Success Factors for Business Starting-up in the Food Service Industry*, Master's thesis, Daegu, Kyungpook National University Graduate School.

Shin, J. Y and Park, K. Y.(1999), Introduction to the Korean foodservice industry; Seoul; Daewangsa.

Shin, K. S.(2007), *The Empirical Study on Effect of Entrepreneurship and Service Orientation on Venture's Success in Restaurant Business*, Doctoral dissertation, Chungnam; Hoseo University Graduate School.

Statistics Korea(2012.12.28), *Korean Statistical Information Service*, Retrieved from <http://kostat.go.kr>

A Study on the Influencing Effects of the Business Performance in Start-up Company: Focusing On Food Service Industry

Hwang, Jeong Hee*
Chung, Kyu Suk**
Hong, Seung Pyo***

Abstract

This study, through the domestic literature research and the success stories of restaurant business, derived the success factors, the impact of these factors on the management performance was carried out through a survey for the establishment of Foodservice Business empirical research .

First, according to the result that analyze effect that founder special quality factor gets in management result, was expose that a social technology causes effect that keep in mind in net profit growth rate and customer rate of increment and result that establishment readiness keeps in mind in net profit growth rate, customer rate of increment and seat turnover rate was confirmed. Second, in operation management factor accessibility in customer rate of increment and seat turnover rate, facilities in seat turnover rate, service capacity in net profit growth rate and customer rate of increment and seat turnover rate, promotion activity was confirmed that keep in mind each in customer rate of increment. Third, the effect that quality directivity gets in management result in occasion of establishment restaurant business in goods factor was confirmed that do not keep in mind statistically. Therefore, this study, by presenting the factors for establishment of restaurant business, may contribute to the success strategy establishment of the establishment restaurant business preparator and existing restaurant businessmen.

Key words: Food Service Industry, Start Up, Business Performance

* First Author, Research Professor, Kwandong University Industry and Academic Cooperation Foundation

** Corresponding Author, Professor, Department of Business Administration, Kangwon National University

*** Co-Author, Adjunct Professor, Department of Business Administration, Kangwon National University