The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 15, No. 1, pp. 30~46 (2009)

외식사업 창업에 따른 입지 결정 요인 분석

김 영 찬¶
고려전문학교 관광학부 호텔외식경영전공¶

An Analysis of Location Determining Factors for Starting A Food Service Business

Young-Chan Kim¶
Major in Hotel & Food Service Management, Division of Tourism, Korea Technical College¶

Abstract

This study analyzes the factors to determine the location for a food service business. The results and suggestions are as follows. Research hypothesis showed that accessibility, visibility, the property of location and community may have differences by general matters and vital statistical matters. As a result, there were significant differences statistically. Here's the critical point of the research. This result wasn't analyzed by the managers who managed restaurant business because of the restriction of time, space, etc. but by customers and soon-to-be owners or marketers, so the research requires the survey on the factors of location hereafter. Because of the restrictions, the research subject was limited, so the measurement of the vital statistics is inaccurate. According to researcher's opinion, it's a little unjustifiable to generalize this research for all types of restaurant business and conditions. The next research needs to analyze the research results by conditions and much more various subjects.

Key words : factors, location analysis, location determination, food service.

Ⅰ. 서 론

국민소득의 증대, 생활 수준의 향상, 주 5일 근무제 시행으로 인한 여가시간의 증가, 가족 단위의 외식 증가, 핵가족화 확대, 1세대 가구 수의 증가, 맞벌이 부부 증가, 여성의 사회 진출 증가, 독신세대 증가, 문화생활에 대한 의식 향상, 간편함의 추구, 건강에 대한 관심 고조, 대기업의 외식시장 참여 등의 사회·경제·문화적 환경요인의 변화가 우리나라 외식산업의 성장과 발전을 촉진시키게 된 것이다(김영찬 2002). 소득 수준이 높아짐에 따라 가구당 외식비의 지출이 늘어나고 외식에 대한 비중이 커지고 있다. 그리하여 건강을 추구하며, 분위기 및 청결요인 등을 중요시 하며, 고객의 욕구가 고급화 되었고, 이에 대응하기 위해 신규 개점 식당은 날로 다양해지고 고급화되고 있다. 김영찬(2007)은 기존의 외식시장의 외적 환경의 변화뿐만 아니라 신규 외식 브랜드의 도입으로 인한 극심한 경쟁이 예상된다고 하였다. 최근 들어 외식업체의 비약적인 개점 업체 수

¶ : 김영찬, 010-8353-3888, phd8588@yahoo.co.kr, 서울시 동작구 노량진1동 128-2 고려전문학교 관광학부

의 증가로 인해 경쟁이 날로 심화되어 매출 부진의 식당이나 폐업한 식당이 많다. 지금은 매우 불안한 시장형태를 보이고 있으나, 향후 외식시장은 21세기를 이끌어 갈 주요 성장 서비스산업으로 자연스럽게 자리를 잡아 나갈 것이다. 시장조사의 비효율성, 정보 부족 등은 외식사업을 폐업에 이르게 하겠지만 좋은 입지는 외식사업 성공에 결정적인 좋은 역할을 한다. 향후 지속적인 성장이 기대되는 외식사업은 그 특성상 입지사업이라고 해도 과언이 아닐 만큼 입지의 선택이 매우 중요하다. 식당 입지는 일단 결정되고 나면 수정이 불가능하게 되어 버리므로 입지 결정은 보다 정확성이 요구된다. 외식사업에 있어 점포의 입지 결정은 창업자가 결정해야 하는 가장 중요한 의사결정이며, 출점 입지는 점포의 성패 여부를 결정짓는 필수 불가결한 요소이다.

따라서 본 연구를 통하여 소비자들의 요구를 파악하고 외식 장소 선택 시 어떤 요인을 중요시하는지를 파악하여 창업 의사결정에 도움을 주고, 기존 업체의 경우 기존 고객의 유지와 신규 고객의 창출을 하는 데에 기여하고자 한다. 그리고 일반적 사항에 따라 레스토랑 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 차이가 있는지? 또한 인구통계학적 사항에 따라 레스토랑 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 차이가 있는지? 등을 각각 검증하여 외식사업 창업 시 입지 결정을 최적화하기 위한 입지 결정 요인을 찾아내는 데에 연구의 목적이 있다.

Ⅱ. 연구의 이론적 배경

1. 외식사업의 창업 및 입지에 대한 이론적 고찰

창업이란 인적·물적 자원을 적절히 결합하여 기업 목적을 달성하기 위하여 상품이나 서비스를 조달, 생산, 판매하거나 그와 부수된 활동을 수행하는 것으로 정의할 수 있다(이신모 2002). 창업은 새로운 혁신적 제품 또는 서비스를 제공할 수 있어야 하며, 이 혁신적 영역은 경쟁대상과 경쟁방법 뿐만 아니라 소비자의 취향, 제품, 서비스의 범위, 진출하고자 하는 지리적 위치, 유통 및 구매 채널 등을 포함하는 것이다(이선성 2007). 창업 선택을 위한 주요 창업요소는 입지력, 상품력, 서비스력, 점포력, 관리력 등이다. 이 중 입지력이란 업소가 위치한 장소상의 특성에서 유발되는 고객유인력으로 외식사업과 같은 소매업종에 있어서는 매우 중요한 선택요인이다(김정수 2005). 입지력(power of site)은 외식사업 성패의 반 이상을 좌우하는 가장 중요한 요인이다. 입지의 개념에 대해 살펴보면 다음과 같다. 유리한 입지 전략을 통해 기업은 경쟁기업보다 아주 유리한 전략적 이점을 얻을 수 있다. 입지 결정이 중요한 이유는 이 입지가 제공하는 서비스의 이점을 통해 잠재고객을 유치할 수 있기 때문이다(Vaidyanathan Jayaraman 1999). 훌륭한 위치 선정이 없다면 업주가 매우 성실하거나 아무리 광고에 지출을 많이 한다고 해도 성공할 수 없다. 위치는 지속적으로 식당 운영의 성공을 이룩하는데 있어 맨 첫 번째 기준이며, 발상의 폭을 넓힘으로써 가능한 한 많은 입지 조사 평가 결과 치 A와 B+를 받는 것은 필수이다(Anonymous 1994). 외식산업에서는 첫째도 입지, 둘째도 입지, 셋째도 입지라 해도 과언이 아닐 정도로 입지 선정은 업자가 결정해야 할 가장 중요한 의사결정이며, 좋은 입지는 성공적인 사업을 위해 절대적이다(이원옥 2001). 점포입지 선정은 소매믹스 변수에 불과하나 일단 의사결정이 이루어지고 나면 소매성과를 결정하는 가장 중요한 환경변수가 된다(김동수 2003). 외식사업을 위한 입지는 사업 성공에 아주 중요한 요인이며, 경영전략에 있어서도 하나의 수단이 된다. 좋은 입지 결정 결과에 의한 외식사업의 성패는 70~80%까지 차지한다고 볼 수 있다(송영길 2004). 상권이란 판매공간, 소비자의 생활공간, 점포의 존재거점과 같은 3요소를 파악할 수 있으며, 이때 점포의 존재거점이 되는 점(point)이 바로 입지이다(최병삼 2005). 외식점의 성공은 입지

선정에서 출발한다. 또한 기업 입지는 기업 활동을 수행하기 위해 자리 잡게 될 지리적 위치로 기업 유지 성장을 위한 기초적인 의사결정 사항이다(김영애 2005). 통상 점포의 위치를 말하는 것으로 어떠한 것이 장소를 점하고 있는 상태로서 정적이고는 공간적인 개념이다(김상수 2007). 접근 편의성과 주변 환경이 지각된 가치와 만족 및 재이용 의도에 큰 영향을 미치며, 새로이 레스토랑을 창업할 경우 입지 선정 시 선택한 업태와 주변 잠재고객과의 관련성을 고려해야 한다(김석준 등 2008). 아무리 좋은 상업성 입지일지라도 자기가 선택하려는 업종·업태에 가장 알맞은 입지가 좋은 입지이다. 현대사회가 급격히 변화하기 때문에 그에 따라 입지 여건도 변화한다(김헌희·이대홍 2002). 이러한 입지(location)의 개념을 종합해 볼 때, 입지는 점포의 위치를 말하는 것으로서 어떠한 것이 장소를 점하고 있는 상태로서 정적이고 공간적인 개념이며 점포의 존재거점이 되는 점(point)이 바로 입지라 할 수 있다. 입지는 외식사업의 반 이상을 좌우하는 중요한 요인이며, 고객이 점포를 선택하는데 결정적인 영향을 미친다.

2. 선행 연구

정광현(1998)은 외식사업의 입지 결정 요인에 있어서 많은 영향을 주고 있는 변수로서는 버스 및 지하철 접근성과 가시성, 지표성 등이며, 그 다음으로는 보행편리성, 주차편리성, 보행자 통행량, 시설 연관성 등에 따라 그 영향을 많이 받고 있다고 하였다. 또한, 외식산업의 입지 요인에 있어서 많은 영향을 주고 있는 변수로서는 버스 및 지하철 접근성과 가시성, 지표성 등이며, 그 다음으로는 보행편리성, 주차편리성, 보행자 통행량, 시설 연관성 등에 따라 그 영향을 많이 받고 있는 것으로 분석하였다. 김영애(2005)는 입지 결정 요인에 대하여 소비자의 외식산업에 대한 인식들을 검토·분석하고자 하였다. 분석한 결과 접근성>시계성>위치성>군집성 순으로 설문 대상들이 선호되는 것을 파악하였다. 김상수(2007)는 시계성>접근용이성>위치성>군집성 순으로 설문 대상들이 선호되는 것을 파악하였다. 또한, 요인별 관계를 분석해 본 결과 위치성과 군집성의 관계 강도가 가장 높은 것으로 나타났다. 김문호(2005)는 입지 요인에 관한 연구로 고객들이 패밀리 레스토랑을 선택 시 어떤 부분을 고려하는지를 이용동기와 라이프스타일을 활용하여 규명하였다.

Bryan Goede et al.(2005)은 Terry Jones가 2002년에 Pocatello, Idaho에 창립한 건강식 패스트푸드 레스토랑인 Eleven에 대한 연구로 레스토랑의 입지 요인과 주 고객, 직원간의 상관관계를 규명하였다. Mitchell(1996)은 레스토랑 업주들이 창업 시 지켜야 할 규칙과 입지와 창업 실패와의 관계를 규명하였다. Cannon, Francis Vincent, JR.(1987)는 기업 위치 분석을 위한 연구에서 새 사업 확장을 위한 부지를 얻고자 경쟁할 때의 선형 프로그래밍을 바탕으로 한 최적의 절차를 제시하였다. Kimes, Sheryl Elaine(1987)는 숙박산업의 위치분석 연구에서 운영과 마케팅의 밀접한 관계를 특징짓는 한 가지 요인은 위치요인이다. 잘 운영되는 57개의 소형 호텔에 대한 자료는 답사연구를 통해 모으고 분석한 것이다. 위치 선정 결정에 기준으로 사용될 수 있는 결정규칙과 이 규칙을 생성하는데 사용된 방법론은 본 연구에 유용했을 뿐만 아니라 다른 의사결정 적용에도 사용될 수 있다고 주장하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 표본의 선정과 자료의 수집

최대한 다양한 레스토랑의 입지 결정 요인을 파악하고자 전통음식점, 이태리 식당, 뷔페 식당, 한식 가든, 삼겹살 전문점, 돼지갈비 전문점, 칼국수 전문점, 한식 뷔페 식당, 일식당, 패스트푸드, 패밀리 레스토랑, 불란서 식당, 퓨전 레스토랑, 테마 레스토랑, 각국 민족음식 식당, 기타 식당을 모두 방문하여 이들을 대상으로 분석을 해

야 하는데, 시간적, 공간적 제약요소로 인해 본 연구의 조사대상은 서울을 포함한 전국 각 지방에 소재한 양식당 4개, 뷔페 식당 7개, 패밀리 레스토랑 1개 등의 이용 고객을 대상으로 한정하였다. 이를 지역별로 보면 서울 강북 1개, 서울 강남 1개, 경기 파주 1개, 안양 1개, 강원 춘천 1개, 충북 청주 1개, 충남 대전 1개, 전북 전주 1개, 전남 광주 1개, 경북 대구 1개, 경남 부산 1개, 제주 1개 등 총 12개 레스토랑이다. 최대한 다양한 레스토랑의 입지 결정 요인을 파악하고자 하는 본 연구의 목적상 조사대상의 업종과 업태가 다양하여 이를 업태별 연구를 진행해야 하나, 본 연구에서는 시간적, 공간적 제약요소로 인해 본 연구의 조사대상은 “특정 레스토랑에서 식사하는 이용 고객이 반드시 그 레스토랑을 가장 많이 이용하는 것은 아닐 것이다”라는 상식성의 전제하에 설문지를 구성하였다. 〈Table 1〉은 설문지 측정변인 및 척도인데, 보편적으로 이용 고객 수가 많은 양식당, 뷔페 식당, 패밀리 레스토랑을 이용 중인 고객들로부터 현재 이용하는 식당을 포함하여 가장 많이 이용하는 곳을 알아내어서 최대한 다양한 레스토랑의 입지 결정 요인을 파악하고자 전통음식점, 이태리 식당, 뷔페 식당, 한식 가든, 삼겹살 전문점, 돼지갈비 전문점, 칼국수 전문점, 한식 뷔페 식당, 일식당, 패스트푸드, 패밀리 레스토랑, 불란서 식당, 퓨전 레스토랑, 테마 레스토랑, 각국 민족음

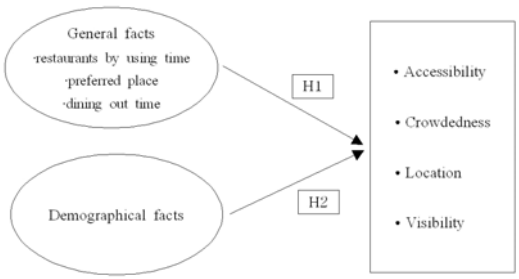
〈Table 1〉 **Measurement and scale of questionnaire**

Variables		Contents	Instructions	Items	Scale
Location decision facts	Accessibility	better to visit restaurants near the main street. etc.		10	Likert 5 point scale
	Crowdedness	prefer a group of restaurants with the equal conditions.		10	Likert 5 point scale
	Location	easy to visit restaurants located at the 1st floor.		10	Likert 5 point scale
	Visibility	visit restaurants with the conspicuous exterior of the building.		10	Likert 5 point scale
General facts		Which is the most favorite restaurant among traditional restaurants, Italian restaurants, buffet, Korean restaurants, Ribs restaurants, noodle restaurants, Korean buffet, Japanese restaurants, fast food, family restaurants, fusion restaurants and theme restaurants?	Which is the most favorite restaurant for lunch? (pick 1)	7	Nominal scales
		Which is the most favorite restaurant among traditional restaurants, Italian restaurants, buffet, Korean restaurants, Ribs restaurants, noodle restaurants, Korean buffet, Japanese restaurants, fast food, family restaurants, fusion restaurants and theme restaurants?	Which is the most favorite restaurant for dinner? (pick 1)		Nominal scales
		When do you dine out? Plus 3 more questions.			Nominal scales
		Which transportation do you mainly use when you go dining out?			Nominal scales
Demographical facts		gender, age, marriage, occupation, location, residence, monthly income, educational back-ground		8	Nominal scales
Total				55	

식 식당, 기타 중 어느 곳을 많이 이용하는지를 질문하여 그 중 점심식사에 많이 이용하는 식당은 무엇인지, 또한 저녁식사에 많이 이용하는 식당은 무엇인지 각각 1개만 선택해 응답토록 하였다. 이때 식사 모임을 주도하여 접대를 하는 고객이 자주 이용하는 식당과 그 좌석의 동반 고객들의 많이 이용하는 식당은 점심, 저녁식사 별로 각자 취향이 다를 것이라는 전제하에 다양한 16개 식당(기타 포함) 중 1개만 선택토록 하였음을 밝힌다. 〈Table 1〉을 살펴보면 측정도구 및 변인을 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성 변인을 각 10문항씩 사용하였으며, 인구통계요인을 8문항으로 사용하였고, 일반적 사항에 대한 요인을 7문항 총 55문항을 사용하였다. 3군데 레스토랑을 이용해 본 고객은 거의 딴 레스토랑을 이용해 보았다는 전제하에 설문지를 개발하였으며, 기존 연구자료 김동수(2003), 김영애(2005), 김상수(2007), 최현정(2002), 함동철(2005)의 외식산업 입지 결정 요인에 관한 선행 연구에서 사용된 설문과 이론, 교재, 기타 자료에서 설문지 구성항목을 발췌하였고, 연구목적에 적합하도록 수정·보완하여 문항을 작성하였다. 연구자와 사전교육을 받은 대학생 그리고 연구자의 위임을 받은 식당 지배인들이 응답자들에게 접근하여 설문조사 목적을 설명하고 설문지를 배포하여 설문에 응답하도록 하는 방식을 택하였다. 2008년 5월 15일부터 6월 15일까지 조사하였고, 설문지는 총 270부를 배포하여 225부를 회수하였고, 회수된 설문지 중 무성의하거나 분석에 사용할 수 없는 27부를 제외하고 198부를 분석에 이용하였다.

2. 연구모형 및 연구가설

본 연구의 각 요인들은 앞에서 고찰한 개념과 외식산업의 하위 입지 요인들을 바탕으로 구성되었다. 김기영·김지응(2008), 김동수(2003), 김영애(2005), 김진수(2004), 김상수(2007), 김영훈·조용범(2008), 민혜선·고재윤(2008), 정광현(1998), 최현정(2003), Malczewski & Jacek(1995)의 연구



〈Fig. 1〉 **Research model.**

에서 도출한 각 개념들 간의 관계를 토대로 〈Fig. 1〉과 같이 본 연구의 모형을 설정하여 이를 실증적 분석을 통해 고객들이 일반적 사항과 인구통계학적 사항에 따라 레스토랑 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 차이가 있는지를 각각 검증하여 입지 결정을 최적화하가 위한 입지 결정 요인을 찾아내고자 한다. 따라서 본 연구의 연구가설을 선행 연구를 토대로 설계하면 다음과 같다.

H1: 레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 일반적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.

H2: 레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 인구통계학적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.

3. 자료처리방법

본 연구에서는 구체적인 목적을 달성하기 위해서 SPSS WIN 15.0 통계 패키지 프로그램을 사용하였으며, 사용된 통계기법은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 사용된 입지 결정 요인 설문척도의 신뢰성 검증을 위하여 신뢰성 분석을 실시하여 Cronbach α를 구성하였다. 둘째, 응답자의 일반적인 특성 및 외식 이용 일반현황을 분석하기 위해서 빈도분석을 실시하였으며, 셋째, 인구통계학적 특성 및 이용 형태(주이용 장소, 외식 이용 시간, 시간대별 이용 식당)에 따른 차이를 검증하기 위해 *t*-test 및 일원배치분산분석을 실시하였다. 또한, 일원배치분산분석에서 유의미한 차이가 나타나는 경우 Scheffe의 사후검정을 통해

집단간 차이를 재확인하였다.

Ⅳ. 분석결과

1. 척도의 타당도 및 신뢰도분석 결과

각 요인의 타당도 및 문항 간 내적일관성을 파악하기 위해서 요인분석과 Cronbach's α계수를 이용한 신뢰도분석 결과는 〈Table 2〉와 같다.

총 4개의 요인으로 구성되었으며, 전체 설명력은 68.0%로 높은 수준이었다. 또한, 각 요인과 문항간의 상관정도인 요인 적재치(factor loading)는 0.40 이상이며, 2개 이상의 요인에 동시에 0.4 이상의 높은 상관을 보인 문항은 없어 집중타당성과 판별타당성이 동시에 확보되었다. 요인 1은 11~20번 10개 문항으로서 '군집성'을 구성하는 문항으로 파악되었다. 요인 2는 31~40번 10개

〈Table 2〉 Results of the reliability and factors analysis

	Questions	Fact 1	Fact 2	Fact 3	Fact 4
Crowdedness	Secluded area than crowded area	0.690	0.055	0.080	0.072
	Fast food than general restaurants	0.685	0.063	-0.036	0.127
	Prefer accommodation in case of equal condition	0.573	-0.024	0.161	0.043
	Place with various menu than simple menu	0.557	0.197	0.238	-0.088
	Take place which has special atmosphere	0.547	0.128	0.119	-0.153
	Restaurants by each of ages.	0.528	0.212	0.022	0.058
	Place which offers events(ex. Discount, coupon, gift)	0.463	0.110	0.241	0.176
	Take low-priced place rather than better taste and atmosphere.	0.459	0.206	0.171	0.123
	Prefer a group of restaurants with equal condition.	0.440	0.224	0.292	0.222
	Wide space with the communication privacy guaranteed.	0.425	0.181	0.125	-0.025
Visibility	Visit restaurants with the conspicuous exterior of the building.	0.053	0.751	0.031	0.136
	Visit restaurants with cleanness of the indoor and a toilet.	-0.076	0.720	0.283	-0.111
	Visit restaurants which serve right meals.	0.028	0.694	0.252	-0.001
	Visit restaurants which doesn't have obstructions around.	-0.013	0.661	0.017	0.214
	Visit restaurants with the fine interior.	0.111	0.659	0.181	-0.019
	Visit restaurants with clean environment.	0.208	0.659	0.136	0.144
	No waste disposal sites and foul smells.	-0.070	0.654	0.312	-0.174
	Visit restaurants with polite attitude and fine uniform of the employees.	0.049	0.649	0.223	0.105
	Visit a well-located restaurants.	0.117	0.647	0.038	0.220
	Remember nearby buildings than restaurant names or brand names.	0.273	0.577	-0.086	0.093
Accessibility	Prefer place where i can go safely at night.	-0.013	0.100	0.744	0.186
	Prefer place with convenient public transportation.	-0.061	0.303	0.684	0.148
	Prefer place where i can use parking lot easily.	0.242	0.168	0.640	0.184
	Better to visit restaurants near the main street.	0.170	0.299	0.627	0.194
	Visit restaurants which has numerous bus routes.	0.260	0.042	0.610	0.338
	Prefer restaurants which has well traffic communication.	0.047	0.108	0.585	0.315
	Mainly visit restaurants near the subway/bus station.	0.320	0.092	0.515	0.383
	Use restaurants which has known by mass media.	0.174	0.068	0.513	0.313
	Mainly use restaurants which located near the subway station.	0.233	0.265	0.468	0.155
	Visit closest restaurants to one's home.	0.236	0.151	0.446	0.397

〈Table 2〉 **Continued**

	Questions	Fact 1	Fact 2	Fact 3	Fact 4
Location	Visit restaurants which located in an outlet or a department store.	0.190	−0.092	0.040	0.626
	Avoid a place near the police office or a fire station.	0.392	−0.098	−0.123	0.625
	Visit restaurants which one can use a fitness club after a meal.	0.328	−0.168	0.001	0.614
	Visit restaurants with rapid community development.	0.259	0.052	0.036	0.608
	Mainly visit restaurants which located near watching facilities.	0.150	0.102	0.218	0.586
	Mainly visit restaurants which has the most floating population.	0.186	0.168	0.295	0.547
	Mainly visit restaurants which located near a school or an office.	0.348	0.103	0.077	0.461
	Easy to visit restaurants on the 1st floor.	0.293	0.286	0.340	0.438
	Wish to eat meals with a fine view rather than on the 1st floor.	0.273	0.010	0.353	0.422
	Prefer restaurants which doesn't need to use over or under pass.	0.106	0.266	0.345	0.421
Eigen-value		5.932	5.376	4.834	4.058
Explanatory ability		19.830	18.441	17.085	12.645
Aumulative explanatory ability		19.830	38.270	55.355	68.000
Cronbach's α		0.839	0.875	0.883	0.823

문항으로서 '시계성'을 의미하는 문항으로 구성되었으며, 요인 3은 1~9번으로서 '접근용이성', 그리고 요인 4는 21~30번 10개 문항의 '위치성'과 관련된 문항으로 구성되었다. 그리고 신뢰도 분석 결과, 요인에서 최소 0.80 이상의 높은 신뢰도 값을 보여 문항의 내적 일관성은 확보되고 있는 것으로 볼 수 있다.

2. 조사대상자의 일반적 특성

총 198명으로부터 유효한 응답을 확보하였으며, 그 결과는 〈Table 3〉과 같다.

〈Table 3〉에서 '성별' 변수에서 여성이 남성의 비율보다 높게 나타났다. '연령' 변수는 30대가 제일 높은 비율로 나타났고, 그 다음으로 20대, 40대, 50대 순이었으며, 10대, 60대, 70대는 제일 낮은 비율로 나타났다. 그리고 '직업' 변수는 서비스·영업직>공무원>전문직>일반사무직>자영업·금융업·주부>학생>기타 순이었다. '주거 입지' 변수는 일반주택과 아파트가 대부분이었고, 도심상가, 기타가 다음을 차지했으며, 시장 부근, 학교 부근, 교외 등은 제일 낮은 비율로 나타났다. '거주지별' 변수는 경기, 서울 강남, 서울 강북 순

〈Table 3〉 **General facts surveyed**

(Frequency: persons, Ratio: %)

Fluent	Division	Freq.	Ratio
Gender	Male	93	47.0
	Female	105	53.0
Age	Teens	2	1.0
	Twenties	52	26.3
	Thirties	73	36.9
	Forties	46	23.2
	Fifties	22	11.1
	Sixties	2	1.0
	Over seventies	1	0.5
Marriage	Unmarried	69	34.8
	Married	129	65.2
Occupation	Self-employed	14	7.1
	Office workers	20	10.1
	Tech workers	11	5.6
	Service, business	62	31.3
	Financial business	14	7.1
	Public officials	30	15.2
	Professionals	23	11.6
	Students	6	3.0
	Housewives	14	7.1
	Etc	4	2.0

〈Table 3〉 **Continued**

(Frequency: persons, Ratio: %)

Fluent	Division		Freq.	Ratio
Location	Apartments		53	26.8
	Dwellings		65	32.8
	Shopping center		23	11.6
	Nearby markets		9	4.5
	Nearby schools		9	4.5
	The suburbs		9	4.5
	Etc		30	15.2
Residence	Seoul(north)		34	17.2
	Seoul(south)		36	18.2
	Gyeong-gi		43	21.7
	Gang-won		11	5.6
	Choong-buk		6	3.0
	Choong-nam		7	3.5
	Jun-buk		7	3.5
	Jun-nam		2	1.0
	Gyeong-buk		7	3.5
	Gyeong-nam		5	2.5
	Je-ju		9	4.5
	Visitors	Australia	7	3.5
		Japan	1	0.5
		U.S.	1	0.5
		Etc	22	11.1
Monthly income	Under $600		6	3.0
	$600~$1,000		30	15.2
	$1,000~$1,400		27	13.6
	$1,400~$1,800		37	18.7
	$1,800~$2,200		67	33.8
	$2,200~$2,600		13	6.6
	$2,600~$3,000		7	3.5
	Above $3,000		11	5.6
Educational background	High school graduates		13	6.6
	Colleges		70	35.4
	Be in college		13	6.5
	Undergraduates		41	20.7
	Graduates		8	4.0
	Graduates and upwards		20	10.1
	Etc		33	16.7
Total			198	100.0

으로 제일 높은 비율로 나타났고 전남이 가장 낮은 비율로 나타났다. 다음으로 한국의 친지를 방문하여 식사 중인 해외 거주 고객으로써 설문에 응답한 자는 호주 7명, 일본 1명, 미국 1명으로 파악되었다. '월수입' 변수는 301~400만원>201~300만원>101~150만원>151~200만원>401~500만원>600만원 이상>501~600만원 순이었다. 마지막으로 '최종 학력' 변수는 전문대, 대졸이 제일 높은 비율로 나타났고, 고졸, 대재, 대학원재가 가장 낮은 비율로 나타났다.

3. 조사대상자의 외식 이용 행태

총 198명으로부터 유효한 응답을 확보하였으며, 조사대상자의 외식 이용 행태는 〈Table 4〉와 같다.

〈Table 4〉의 결과를 살펴보면, '외식 장소' 변수에서 집 근처>할인매장/백화점>번화가>직장(학교)근처>교외 순으로 비율이 나타났다. '이용 시간' 변수는 저녁>점심>브런치>아침>야식 순이었고, '점심 이용 식당' 변수는 전통음식점>뷔페 식당>한식 뷔페 식당>한식 가든>패밀리 레스토랑>칼국수 전문점>이태리 식당·각종 민속음식 식당>패스트푸드>삼겹살 전문점>일식당>퓨전 레스토랑>돼지갈비 전문점>테마 레스토랑 순이었다. '저녁 이용 식당' 변수는 뷔페 식당>한식 뷔페 식당>한식 가든>삼겹살 전문점>전통음식점>돼지갈비 전문점>이태리 식당>각종 민속음식 식당>패밀리 레스토랑>일식당>퓨전 레스토랑>패스트푸드>테마 레스토랑>칼국수 전문점> 순이었다. '선호 장소' 변수는 개방형>칸막이형>밀폐형>기타 순으로 각각 비율이 나타났다.

4. 가설 1의 검증

이번 분석에서는 연구가설 1인 '레스토랑 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 일반적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.'를 검증하였다. 그 결과는 〈Table 5〉와 같다.

〈Table 4〉 **Dining out habits surveyed**

Fluent	Division	Freq.	Ratio(%)
Place	The suburbs	5	2.5
	Nearby offices, schools	31	15.7
	Nearby houses	61	30.8
	Department stores	53	26.8
	Shopping center	48	24.2
Lunch	Traditional restaurants	32	16.2
	Italian restaurants	11	5.6
	Buffet	30	15.2
	Korean restaurants	26	13.1
	Boned ribs restaurants	7	3.5
	Ribs restaurants	4	2.0
	Noodle restaurants	12	6.1
	Korean buffet	27	13.6
	Japanese restaurants	6	3.0
	Fast food	8	4.0
	Family restaurants	17	8.6
	Fusion restaurants	5	2.5
	Theme restaurants	2	1.0
	Etc	11	5.6
Preferred place	Closing	38	19.2
	Partitioning	67	33.8
	Opening	82	41.4
	Etc	11	5.6
Using time	Breakfast	11	5.6
	Brunch	34	17.2
	Lunch	54	27.3
	Dinner	93	47.0
	Snack	6	3.0
Dinner	Traditional restaurants	14	7.1
	Italian restaurants	12	6.1
	Buffet	34	17.2
	Korean restaurants	30	15.2
	boned ribs restaurants	23	11.6
	ribs restaurants	13	6.6
	noodle restaurants	1	0.5
	Korean buffet	31	15.7
	Japanese restaurants	8	4.0
	Fast food	5	2.5
	Family restaurants	9	4.5
	Fusion restaurants	6	3.0
	Theme restaurants	2	1.0
	Etc	10	5.1
Total		198	100.0

먼저 하부 영역의 평균을 보면 접근용이성 3.42, 군집성 3.35, 위치성 3.27, 시계성 3.64로 각각 나타났다. 즉, 가설 1을 구성하는 하부영역들은 대부분 보통(3.0) 이상의 만족 수준을 보이고 있었다. 그 중 창업입지 요인을 살펴보면, 창업한다고 가정할 경우 시계성>접근용이성>군집성>위치성 순으로 이용자들은 선호하는 것으로 볼 수 있다. 그 중 창업입지 요인을 살펴보면, 창업한다고 가정할 경우 시계성>접근용이성>군집성>위치성 순으로 이용자들은 선호하는 것으로 볼 수 있다.

다음으로 접근용이성의 경우, 일반적 사항에 따른 차이분석에서, 이용 시간(p<0.001) 그리고 점심 이용 식당(p<0.01)과 저녁 이용 식당(p<0.05)에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 이용 시간의 경우 저녁/야식이 가장 높은 반면, 아침/브런치의 접근용이성이 가장 낮게 나타났다. 점심 이용 식당의 경우 삼겹살, 돼지갈비 식당, 한식 가든, 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑이 가장 높은 반면, 한식 뷔페 식당의 접근용이성이 가장 낮게 나타난 것으로 파악되었고, 저녁 이용 식당의 경우 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑, 한식 가든이 가장 높은 반면, 이태리 식당과 한식 뷔페 식당의 접근용이성이 가장 낮게 나타났다. 위치성에서는 이용 시간과 점심 이용 식당에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(p<0.05). 이용 시간의 경우 점심, 저녁/야식이 가장 높은 반면, 아침/브런치의 위치성이 가장 낮게 나타난 것으로 파악되었고, 점심 이용 식당의 경우 기타(칼국수, 일식, 패스트푸드)의 위치성이 가장 높은 반면, 전통, 민족 식당의 위치성이 가장 낮게 나타났다. 마지막으로 시계성의 경우, 이용 시간(p<0.001) 그리고 점심 이용 식당(p<0.01)과 저녁 이용 식당(p<0.001)에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 이용 시간의 경우, 저녁/야식이 가장 높은 반면, 아침/브런치의 시계성이 가장 낮게 나타났다. 점심 이용 식당의 경우 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑이 가장 높은 반면, 한식 뷔페 식당의 시계성이 가장 낮게 나타난 것으로 파악

<Table 5> Difference analysis of accessibility, crowdedness, property of location, and visibility by the user's facts

Fluent	Division	Accessibility		Crowdedness		Location		Visibility	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
	Total average	3.42	0.64	3.35	0.56	3.27	0.57	3.64	0.61
Place	The suburbs	3.55	0.71	3.37	0.66	3.32	0.57	3.78	0.69
	Nearby offices, schools	3.54	0.65	3.20	0.41	3.21	0.54	3.45	0.50
	Nearby houses	3.33	0.61	3.36	0.59	3.24	0.62	3.60	0.54
	Department stores	3.34	0.58	3.38	0.50	3.27	0.53	3.66	0.65
	F-value	1.727		0.735		0.256		2.071	
	p	0.163		0.532		0.857		0.106	
Using time	Breakfast, brunch	3.03^{b}	0.47	3.21	0.42	3.05b	0.39	3.18^{b}	0.40
	Lunch	3.45^{ab}	0.67	3.34	0.58	3.31^{a}	0.60	3.63^{ab}	0.59
	Dinner, snack	3.58^{a}	0.62	3.41	0.60	3.34^{a}	0.60	3.85^{a}	0.60
	F-value	12.219		1.804		4.094		21.305	
	p	0.000***		0.168		0.018*		0.000***	
Lunch	Traditional restaurants	3.23^{ab}	0.45	3.13	0.46	3.05^{c}	0.51	3.58^{b}	0.60
	Italian restaurants	3.36^{ab}	0.53	3.43	0.49	3.34^{ab}	0.51	3.50^{b}	0.75
	Buffet	3.47^{ab}	0.69	3.34	0.57	3.35^{ab}	0.53	3.51^{b}	0.61
	Korean restaurants	3.70^{a}	0.60	3.48	0.56	3.40^{ab}	0.58	3.91^{a}	0.45
	Ribs restaurants	3.71^{a}	0.87	3.42	0.58	3.23^{bc}	0.61	3.57^{b}	0.43
	Korean buffet	3.13^{b}	0.45	3.30	0.35	3.13^{bc}	0.39	3.25^{c}	0.45
	Family, fusion restaurants	3.70^{a}	0.67	3.46	0.71	3.38^{ab}	0.61	3.95^{a}	0.55
	Etc	3.44^{ab}	0.81	3.51	0.76	3.54^{a}	0.78	3.82^{ab}	0.77
	F-value	3.186		1.539		2.197		3.852	
	p	0.003**		0.157		0.037*		0.001**	
Dinner	Traditional restaurants	3.26^{bc}	0.51	3.18	0.53	3.15	0.50	3.55^{ab}	0.65
	Italian restaurants	3.17^{c}	0.44	3.38	0.26	3.13	0.48	3.23^{c}	0.43
	Buffet	3.38^{bc}	0.67	3.46	0.59	3.37	0.50	3.62^{ab}	0.59
	Korean restaurants	3.64^{a}	0.65	3.47	0.67	3.43	0.59	3.92^{a}	0.61
	Ribs restaurants	3.53^{b}	0.67	3.38	0.62	3.24	0.66	3.84^{a}	0.55
	Korean buffet	3.17^{c}	0.66	3.16	0.42	3.08	0.45	3.32^{c}	0.50
	Family, fusion restaurants	3.69^{a}	0.65	3.32	0.65	3.28	0.74	3.84^{a}	0.56
	Etc	3.60^{a}	0.45	3.42	0.42	3.40	0.46	3.33^{c}	0.81
	F-value	2.371		1.132		1.295		4.292	
	p	0.024*		0.345		0.255		0.000***	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

되었고, 저녁 이용 식당의 경우 한식 가든이 가장 높은 반면, 이태리 식당의 시계성이 가장 낮게 나타났다.

5. 가설 2의 검증

이번에는 연구가설 2로서 '레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 인구통계학적 사항

<Table 6> Difference analysis of accessibility, crowdedness, property of location, and visibility by the user's vital population statistical facts

Fluent	Division	Freq.	Accessibility		Crowdedness		Location		Visibility	
			M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
	Average		3.42	0.64	3.35	0.56	3.27	0.57	3.64	0.61
Gender	Male	93	3.50	0.62	3.50	0.55	3.44	0.57	3.68	0.62
	Female	105	3.35	0.65	3.22	0.54	3.12	0.52	3.61	0.61
	t-value		1.617		3.501		3.977		0.808	
	p		0.107		0.001**		0.000***		0.420	
Age	Twenties	54	3.54	0.64	3.28	0.56	3.17	0.54	3.70	0.53
	Thirties	73	3.44	0.58	3.40	0.52	3.35	0.54	3.70	0.60
	Forties	46	3.32	0.62	3.38	0.61	3.29	0.57	3.59	0.68
	Over fifties	24	3.32	0.81	3.28	0.61	3.20	0.69	3.42	0.68
	F-value		1.162		0.576		1.186		1.466	
	p		0.326		0.631		0.316		0.225	
Marriage	Unmarried	69	3.54	0.64	3.34	0.58	3.18	0.59	3.81	0.56
	Married	129	3.36	0.63	3.35	0.56	3.31	0.55	3.54	0.63
	t-value		1.829		−0.182		−1.536		2.944	
	p		0.069		0.856		0.126		0.004**	
Occupation	Self-employed, tech workers	45	3.48	0.63	3.44	0.54	3.36^{a}	0.60	3.71^{a}	0.61
	Service, business	62	3.57	0.65	3.37	0.63	3.28^{ab}	0.65	3.83^{a}	0.54
	Finance, professionals	37	3.38	0.68	3.33	0.59	3.35^{a}	0.51	3.44^{b}	0.62
	Public officials	30	3.26	0.67	3.29	0.53	3.29^{ab}	0.48	3.42^{b}	0.60
	Etc	24	3.22	0.42	3.20	0.40	2.93^{b}	0.33	3.59^{ab}	0.67
	F-value		2.063		0.774		2.776		3.702	
	p		0.087		0.544		0.028*		0.006**	
Location	Apartments	53	3.63^{ab}	0.61	3.47	0.68	3.33	0.69	3.84	0.59
	Dwellings	65	3.47^{b}	0.58	3.36	0.46	3.28	0.50	3.55	0.54
	Shopping center	23	3.24^{bc}	0.66	3.27	0.56	3.36	0.50	3.55	0.59
	Markets, schools	18	3.73^{a}	0.73	3.46	0.64	3.27	0.62	3.71	0.42
	Etc	39	3.03^{c}	0.52	3.16	0.47	3.11	0.48	3.53	0.78
	F-value		7.371		1.991		1.091		2.224	
	p		0.000***		0.098		0.363		0.068	
Residence	Seoul(north)	34	3.68^{a}	0.64	3.53	0.55	3.33^{ab}	0.64	3.72^{ab}	0.52
	Seoul(south)	36	3.29^{b}	0.66	3.31	0.57	3.23^{ab}	0.58	3.67^{ab}	0.61
	Gyeong-gi	43	3.52^{ab}	0.62	3.38	0.70	3.22^{ab}	0.63	3.83^{a}	0.64
	Provinces	54	3.51^{ab}	0.65	3.38	0.52	3.44^{a}	0.50	3.53^{ab}	0.55
	Etc	31	3.03^{c}	0.40	3.11	0.34	3.03^{b}	0.39	3.40^{b}	0.71
	F-value		5.665		2.265		2.848		2.881	
	p		0.000***		0.064		0.025*		0.024*	

〈Table 6〉 **Continued**

Fluent	Division	Freq.	Accessibility		Crowdedness		Location		Visibility	
			M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Monthly income	Under $600	36	3.42	0.54	3.12	0.37	3.00[b]	0.41	3.61	0.41
	$600~$1,000	27	3.65	0.68	3.37	0.61	3.23[ab]	0.62	3.92	0.67
	$1,000~$1,500	37	3.28	0.62	3.43	0.61	3.37[a]	0.56	3.64	0.69
	$1,500~$2,000	67	3.44	0.67	3.44	0.59	3.34[a]	0.61	3.63	0.61
	Above $2,000	31	3.37	0.66	3.28	0.54	3.31[a]	0.54	3.45	0.63
	F-value		1.301		2.146		2.665		2.072	
	p		0.271		0.077		0.034*		0.086	
Educational background	High school graduates	46	3.08[b]	0.54	3.16[b]	0.37	3.05[b]	0.46	3.39[b]	0.58
	Colleges	70	3.60[a]	0.62	3.35[ab]	0.57	3.20[ab]	0.56	3.78[a]	0.54
	Undergraduates	54	3.55[a]	0.64	3.52[a]	0.63	3.51[a]	0.62	3.68[ab]	0.64
	Graduates	28	3.28[ab]	0.61	3.29[ab]	0.56	3.31[ab]	0.48	3.57[ab]	0.70
	F-value		7.800		3.384		6.148		3.980	
	p		0.000***		0.019*		0.001**		0.009**	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

에 따라 차이가 있을 것이다.'를 파악하였으며, 그 결과는 〈Table 6〉에서 정리한 바와 같다.

먼저 접근용이성의 경우, 인구통계학적 특성에 따른 차이분석에서, 주거 입지 형태와 거주지 그리고 최종 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p<0.001$). 주거 입지 형태의 경우, 시장, 학교 부근이 가장 높은 반면, 교외, 기타의 접근용이성이 가장 낮게 나타난 것으로 파악되었다. 거주지의 경우, 거주지는 서울 강북에서 가장 높은 반면, 해외/기타(한국의 친지를 방문하여 식사중인 해외 거주 고객으로써 설문에 응답한 자)에서의 접근용이성이 가장 낮게 나타났으며, 최종 학력의 경우 전문대가 가장 높은 반면, 고졸, 기타의 접근용이성이 가장 낮게 나타났다.

다음으로 군집성에서는 성별($p<0.01$)과 최종 학력($p<0.05$)에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 성별의 경우, 남자가 여자에 비해 군집성이 유의미하게 높은 것으로 파악되었고, 최종 학력의 경우 대재/대졸 집단이 가장 높은 반면, 고졸/기타 집단의 군집성이 가장 낮게 나타났다.

위치성에서는 성별($p<0.001$), 직업($p<0.05$), 거주지($p<0.05$), 월수입($p<0.05$), 최종 학력($p<0.01$)에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 성별의 경우, 남자가 여자에 비해 위치성이 유의미하게 높은 것으로 파악되었고, 직업의 경우 자영업, 사무기술직이 가장 높은 반면, 학생, 주부, 기타의 위치성이 가장 낮게 파악되었다. 거주지의 경우, 지방이 가장 높은 반면, 해외/기타의 위치성은 낮게 나타났다. 월수입의 경우 201~300만원이 가장 높은 반면, 150만원 이하의 위치성이 가장 낮게 파악되었고, 최종 학력의 경우 대재/대졸 집단이 가장 높은 반면, 고졸/기타 집단의 위치성이 가장 낮게 나타났다. 마지막으로 시계성에서는 결혼 여부($p<0.01$), 직업($p<0.01$), 거주지($p<0.05$), 최종 학력($p<0.01$)에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 결혼 여부의 경우, 미혼이 기혼에 비해 시계성이 유의미하게 높은 것으로 파악되었고, 직업의 경우 서비스, 영업직이 가장 높은 반면, 공무원의 시계성이 가장 낮게 나타났다. 거주지의 경우 경기가 가장 높은 반면, 해외/기타의 시계성은 낮은 것으로 파악되었고 최종 학력의 경우 전문대 집단이 가장 높은 반면, 고졸/기타 집단의 시계성이 가장 낮게 나타났다.

Ⅴ. 결 론

1. 연구결과 및 시사점

응답자의 거주지를 살펴보면 경기, 서울 강남, 서울 강북, 강원, 제주, 경북, 충남, 전북, 충북, 경남, 전남, 기타 순으로 거주하고 있었고, 해외 거주자(한국의 친지를 방문하여 식사중인 해외 거주 고객으로써 설문에 응답한 자)는 호주 7명, 미국 1명, 일본 1명이었다. 외식 장소로는 집 근처, 할인매장/백화점, 번화가, 직장(학교) 근처, 교외 순으로 이용하고 있는 것으로 나타났다.

이용 시간으로는 저녁, 점심, 브런치, 조식, 야식 순으로 외식 시 저녁 이용을 가장 선호하는 것으로 파악되었다. 한편, 점심 이용 식당은 전통음식점, 뷔페 식당, 한식 뷔페 식당, 한식 가든, 패밀리 레스토랑, 칼국수 전문점, 이태리 식당, 패스트푸드, 삼겹살 전문점, 일식당, 돼지갈비 전문점, 퓨전 레스토랑, 테마 레스토랑, 각종 민속음식식당(ethnic)/기타 순으로 이용하는 것으로 조사되었다. 따라서 점심식사 이용을 많이 하는 고객 분포도가 높은 지역에서는 전통음식점, 뷔페, 한식 가든, 패밀리 레스토랑, 칼국수 전문점 등의 출점이 유리할 것이고, 저녁 이용 식당은 뷔페 식당, 한식 뷔페 식당, 한식 가든, 삼겹살 전문점, 전통음식점, 돼지갈비 전문점, 이태리 식당, 패밀리 레스토랑, 일식당, 퓨전 레스토랑, 패스트푸드, 테마 레스토랑, 칼국수 전문점, 각종민속음식식당/기타 순으로 이용하는 것으로 파악되었다. 따라서 저녁식사 이용을 많이 하는 고객 분포도가 높은 지역에서는 뷔페 식당, 한식 가든, 삼겹살 전문점, 전통음식점, 돼지갈비 전문점, 이태리 식당 등의 출점이 유리할 것이다. 선호 장소는 개방형, 칸막이형, 밀폐형, 기타 순으로 조사되었는데, 이 결과는 식당 인테리어 시공 시 보편적으로 개방형이 무난함을 시사한다. 그러나 연구자의 견해로는 일식당 또는 중국식당 등을 창업을 계획할 때에, 사업상 접대고객이 많은 지역이나 정치인들이 많이 이용하는 지역에서는 칸막이, 별실 등을 적절히 추가해서 시설을 함이 바람직할 것이다. 첫 번째 연구가설인 '레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 일반적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.'를 파악하였는데, 그 결과 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 창업 입지 요인을 살펴보면, 창업한다고 가정을 할 경우 시계성>접근용이성>군집성>위치성 순으로 이용자들은 선호하는 것으로 나타났다. 이 결과는 외식사업의 입지 선정 시 고객들의 눈에 잘 띄고 주변거리가 깨끗한 은행 또는 백화점, 대형 빌딩 등이 많은 곳, 보행자와의 근접 정도가 좋은 곳에 입점함이 바람직함을 시사해 주고 있다.

첫째, 접근용이성은 이용 시간의 경우 저녁/야식이 가장 높은 반면, 아침/브런치의 접근용이성을 가장 적게 고려했다. 따라서 저녁식사와 야식을 제공하는 식당을 개점하고자 할 때에는 잠재고객들이 쉽게 찾아올 수 있는 도로에 근접한 곳, 지하철역에 최대한 가까운 곳, 버스정류장 인근에 입점해야할 것이다. 점심 이용 식당의 경우, 삼겹살, 돼지갈비 식당을 방문 시 접근용이성을 가장 높게 고려하며, 한식 뷔페 식당을 이용할 때는 접근용이성을 중요시 않는 것으로 파악되었다. 따라서 점심 이용 고객이 많은 지역에서 삼겹살, 돼지갈비 식당을 개점하고자 할 때에는 대상고객들이 최단시간에 찾아올 수 있는 대 도로변 빌딩이나 주차장을 갖춘 곳에 입점해야 할 것이다. 저녁 이용 식당의 경우 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑을 이용할 때는 접근용이성을 가장 고려하는 반면, 이태리 식당과 한식 뷔페 식당을 이용할 때는 접근용이성을 중요시 않는 것으로 파악되었다. 따라서 저녁식사 이용 고객이 많은 분포를 가진 지역에서 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑을 개점하고자 할 때에는 지하철역에서 가장 근접한 곳이나 버스정류장에 가장 근접한 곳이 유리하다.

둘째, 위치성에서는 이용 시간의 경우 저녁/야식이용 시 가장 위치성을 고려하며, 아침/브런치 이용할 때는 그렇지 않는 것으로 파악되었다. 한편, 점심 이용 식당의 경우 기타(칼국수, 일식, 패

스트푸드) 식당 이용 시 위치성을 높게 고려하고, 반면, 전통, 민족 식당은 위치성을 가장 고려하지 않고 있었다. 이 결과는 저녁 야식 이용 고객이 많은 지역에 입점 시 1층이나 2층, 아니면 전망이 좋은 고층부, 저녁 및 야간 시간대에 유동인구가 많은 곳을 택하여야 함을 보여준다. 한편, 기타(칼국수, 일식, 패스트푸드) 업종으로 점심 이용 고객이 많은 지역에 입점을 희망 시에는 극장이나 1층, 유동인구가 많은 곳에 우선적으로 입점하여야 한다.

셋째, 시계성의 경우, 이용 시간의 경우 저녁/야식 이용 시 시계성을 중요시하며, 아침/브런치 식사 이용할 때는 시계성을 낮게 고려하는 것으로 나타났다. 점심 이용 식당의 경우, 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑 이용할 때에는 시계성을 중요시하였다. 반면, 한식 뷔페 식당을 이용할 때는 시계성을 고려하지 않았다. 저녁 이용 식당의 경우, 한식 가든을 갈 때 시계성을 고려하고 이태리 식당을 갈 때는 시계성을 고려하지 않는 것으로 파악되었다. 마지막으로, 군집성에서는 전반적으로 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이 결과는 패밀리, 퓨전, 테마 레스토랑을 점심식사 이용 고객이 많은 지역에 입점하려 할 때와 한식 가든을 저녁식사 이용 고객이 많은 곳에 각각 입점하고자 할 때에는 보행로와의 근접 정도, 건물 외관이 눈에 띄는 정도가 가장 양호한 곳에 입점을 해야 함을 시사한다. 두 번째 연구가설인 ‘레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 인구통계학적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.’를 파악하였는데, 그 결과 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

첫째, 접근용이성의 경우, 인구통계학적 특성에 따른 차이분석에서, 주거 입지 형태와 거주지 그리고 최종 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 주거 입지 형태의 경우, 시장, 학교 부근에 있는 집에 거주하는 사람들이 접근용이성을 가장 중요시 하였고, 교외, 기타에 거주하는 사람들은 식당을 갈 때 접근용이성을 가장 낮게 고려한 것으로 파악되었다. 거주지 부분에서 서울 강북에 사는 사람들은 접근용이성을 가장 중요시 한 반면, 해외/기타에서 사는 사람들은 접근용이성을 식당이용 시 가장 낮게 고려함으로 나타났으며, 최종 학력의 경우 전문대가 가장 높게 접근용이성을 고려한 반면, 고졸, 기타 경우 식당이용 시 접근용이성을 가장 낮게 고려하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서울 강북에서 시장, 학교 부근에 식당을 출점 시, 도로에 근접한 곳, 지하철역, 버스정류장에 근접한 곳, 차량의 소통이 원활한 곳에 입점함이 바람직함을 시사해 주고 있다.

둘째, 군집성에서는 성별과 최종 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 성별의 경우, 남자가 여자에 비해 군집성이 유의미하게 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 남자 이용 고객의 분포도가 높은 지역에서는 남자 이용 고객들은 자기 나이에 맞는 식당을 선호하므로 입점하고자 하는 지역의 잠재고객 층의 연령대도 반드시 고려해 보아야 하며, 식당이 많이 몰려 있는 곳, 한적한 곳 등을 고려하여 입지 결정을 최적화 하여야 함이 바람직함을 시사해 주고 있다. 그리고 영업적인 측면에서는 다음 사항을 고려해야 할 필요도 있다. 가격을 낮게 책정하여야 하고 이벤트(할인, 쿠폰, 선물) 제공을 한다든지, 일반 음식점보다 간편한 빠른 서비스를 실시한다든지, 테마적인 분위기 연출, 대화가 보장되는 넓은 식당 공간을 제공한다든지 하는 것 등이다. 최종 학력의 경우, 대재/대졸 집단이 가장 높은 반면, 고졸/기타 집단의 군집성을 가장 적게 고려했다.

셋째, 위치성에서는 성별, 직업, 거주지, 월수입, 최종 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 성별의 경우, 남자가 여자에 비해 위치성을 높게 고려했고, 직업의 경우 자영업, 사무기술직이 가장 높은 반면, 학생, 주부, 기타는 위치성을 가장 낮게 고려했다. 거주지의 경우, 지방이 가장 높은 반면, 해외/기타에 거주자는 위치성을 적게 고려했다. 월수입의 경우 201~300만원

이 위치성을 가장 높게 고려한 반면, 150만원 이하 위치성을 가장 낮게 고려하였고, 최종 학력의 경우 대재/대졸 집단이 높고 반면, 고졸/기타 집단은 가장 적게 고려했다. 이러한 결과는 남자 고객의 분포도가 높은 지역, 자영업자, 사무기술직, 샐러리맨이 많이 상주하는 지역에 입점을 희망시 1층, 2층, 고층부(전망이 좋은 곳), 유동인구가 많은 곳, 육교, 지하도 등을 고려하여 입지를 결정하여야 함을 시사해 주고 있다. 넷째, 시계성에서, 결혼 여부의 경우를 살펴보면, 미혼이 기혼에 비해 시계성을 유의미하게 높게 고려한 것으로 파악되었고, 직업별로는 서비스, 영업직이 가장 높은 반면, 공무원은 시계성을 가장 적게 고려했다. 거주지의 경우, 경기가 가장 높은 반면, 해외/기타는 시계성이 낮은 것으로 파악되었고 최종 학력의 경우 전문대 집단이 가장 높은 반면, 고졸/기타 집단은 가장 적게 고려했다. 따라서 미혼의 잠재고객이 많은 지역, 서비스·영업직에 종사하는 사람이 많은 분포를 차지하는 지역에 입점을 희망할 시에는 주변거리가 깨끗한 곳, 은행 또는 백화점이 인접한 곳 또는 그 안의 식당가, 레스토랑이나 주점이 밀집된 먹을거리 형성지역 등에 입점을 함이 바람직함을 시사해 주고 있다.

2. 연구의 한계점 및 향후 방향

본 연구는 설문조사의 편의상 부분적인 연구과정의 한계가 있었다.

첫째, 시간적, 공간적, 인력적인 제약요소 때문에 외식사업체를 경영하는 경영자를 대상으로 분석을 실시한 것이 아니고 장래 창업을 희망하는 자를 포함한 식당 이용 고객을 대상으로 한 점이다. 따라서 향후의 연구에서는 입지 결정 요인의 측정에 대한 개선이 요구된다.

둘째, 연구의 공간적 범위는 최대한 다양한 레스토랑의 입지 결정 요인을 파악하고자 전통음식점, 이태리 식당, 뷔페 식당, 한식 가든, 삼겹살 전문점, 돼지갈비 전문점, 칼국수 전문점, 한식 뷔페 식당, 일식당, 패스트푸드, 패밀리 레스토랑, 불란서 식당, 퓨전 레스토랑, 테마 레스토랑, 각국 민속음식식당, 기타 식당을 모두 방문하여 이들을 대상으로 분석을 해야 하는데, 시간적, 공간적 제약요소로 인해 본 연구의 조사대상을 서울을 포함한 전국 각 지방에 소재한 양식당, 뷔페 식당, 패밀리 레스토랑 이용 고객을 대상으로 한정하였다. 이에 따라 인구 통계적 측정에 제한을 받고 있다. 이를 전체 외식시장의 모든 업종과 업태에 일반화하기에는 다소 무리가 있으리라는 것이 연구자의 견해이다. 향후의 연구에서는 업태별 연구결과를 분석할 필요가 있다. 또한, 보다 다양한 표본을 대상으로 한 연구결과를 비교분석할 필요가 있다고 본다. 본 연구 결과가 향후 외식창업을 바라는 예비창업자나 연구자의 의사결정에 기여할 수 있기를 바란다. 그러나 부분적으로 연구자의 한계성을 극복하지 못한 점은 후속 연구 과제로 삼아 계속 연구 노력하겠다.

한글초록

연구결과 및 시사점은 다음과 같다. 첫 번째 연구가설인 ‘레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 일반적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.’를 파악하였는데, 그 결과 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 두 번째 연구가설인 ‘레스토랑 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 인구통계학적 사항에 따라 차이가 있을 것이다.’를 파악하였는데, 그 결과 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 본 연구는 시간적, 공간적, 인력적인 제약요소 때문에 외식사업체를 경영하는 경영자를 대상으로 분석을 실시한 것이 아니고 장래 창업을 희망하는 고객을 포함한 식당 이용 고객을 대상으로 한 점이다. 따라서 향후의 연구에서는 입지 결정 요인의 측정에 대한 개선이 요구된다. 이를 전체 외식시장의 모든 업종과 업태에 일반화하기에는 다소 무리가 있으리라는 것이 연구자의 견해이다. 향후의 연구에서는 업태별 연구결과를 분석할 필요가 있다. 또한, 보다 다양한 표본을 대상

으로 한 연구결과를 비교분석할 필요가 있다고 본다.

참고문헌

1. 김기영 · 김지응 (2008) : 미니홈피를 통한 구전 커뮤니케이션이 외식상품 구매 속성에 미치는 영향. *한국조리학회지* 14(2):90-91.
2. 김동수 (2003) : 외식산업 창업에 따른 입지 결정 요인에 관한 연구. 경기대학교, 41-43, 83, 서울.
3. 김문호 (2005) : 패밀리 레스토랑 선택 시 고려되는 입지 요인에 관한 연구 : 이용 동기와 라이프 스타일 속성을 중심으로. 세종대학교, 12-13, 서울.
4. 김상수 (2007) : 외식산업 창업입지 결정 요인에 관한 실증적 연구. 한밭대학교, 42, 90-93, 대전.
5. 김석준 · 정광현 · 조용범 (2008) : 패스트푸드 레스토랑 이용객의 재방문 의도 영향 요인에 관한 연구. *한국조리학회지* 14(2):30-31, 42.
6. 김영애 (2005) : 외식산업 입지 결정 요인에 관한 연구. 경원대학교, 4, 경기.
7. 김영찬 (2002) : 외식산업 선택속성을 통한 포지셔닝에 관한 연구. 경기대학교, 1, 서울.
8. 김영찬 (2007) : 서양식 패밀리 레스토랑의 브랜드 인지도에 관한 분석. *한국조리학회지* 13(4): 31, 33-34.
9. 김영훈 · 조용범 (2008) : 외식기업 브랜드 자산 구성 요인간의 관계 연구. *한국조리학회지* 14(2):132-133.
10. 김정수 (2005) : 예비창업자의 외식경영형태 선택에 따른 창업선택요인에 관한 연구. 세종대학교, 23-27, 서울.
11. 김진수 (2004) : 외식업체의 입지 요인과 매출에 관한 실증 연구. 건국대학교, 47-55, 89, 서울.
12. 김헌희 · 이대홍 (2002) : 외식창업실무론. 백산출판사, 76, 82-83, 서울.
13. 민혜선 · 고재윤 (2008) : 서비스실패의 심각성과 통제성이 공정성지각과 신뢰성 및 충성도에 미치는 영향. *외식경영연구* 11(2):315-316.
14. 송영길 (2004) : 외식업체 입지 선택속성의 중요도 및 만족도에 관한 연구. 경성대학교, 16-18, 63, 부산.
15. 이선성 (2007) : 소상공 창업의 성공요인과 창업자 특성에 관한 연구. 인천대학교, 21, 경기.
16. 이신모 (2002) : 창업학. 다성출판사, 63, 서울.
17. 이원옥 (2001) : 외식사업체의 입지 선정이 경영성과에 미치는 영향 연구. 경주대학교, 9-16, 53, 경주.
18. 정광현 (1998) : 외식산업의 최적입지 요인에 관한 연구. 동아대학교, 7, 10-12, 부산.
19. 최병삼 (2005) : 외식산업의 입지 요인과 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구. 서경대학교, 3-74, 서울.
20. 최현정 (2003) : 패스트푸드점과 패밀리 레스토랑 이용 고객의 입지 요인 선호경향 연구 및 비교. 배재대학교, 4, 26-29, 대전.
21. 함동철 (2005) : 패밀리 레스토랑 입지 요인이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구 : 서울 지역을 중심으로. 세종대학교, 5-8, 45-49, 서울.
22. Anonymous (1994) : Franchising footwork : Playing the real estate game. *Nations Restaurant News* 28(43):56, 3.
23. Bryan Goede · Philip D Olson · Jennifer J Olson (2005) : Eleven: A start-up restaurant case study. Allied Academies International Conference. *International Academy for Case Studies. Proceedings* 12(2):55.
24. Cannon, Francis Vincent, JR. (1987) : Optimal financial incentive determination for business location analysis. The University of Wisconsin, 376, Milwaukee.
25. Kimes, Sheryl Elaine (1987) : Location analy-

sis in the lodging industry. The University of Texas, 194, Austin.
26. Malczewski, Jacek (1995) : The right place: Shared responsibility and the location of public facilities by Bryan H. Massam, *Canadian Geographer* 39(4):377-378.
27. Mitchell LA (1996) : Start-up help restaurant group aids newcomers. *Arizona Business Gazette* Mar 14 : 17 Phoenix.
28. Vaidyanathan Jayaraman (1999) : A multi-objective logistics model for a capacitated service facility problem. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 29(1):65-81.

2008년 8월 4일 접 수
2008년 8월 22일 1차 논문수정
2008년 12월 4일 2차 논문수정
2009년 3월 12일 3차 논문수정
2009년 3월 20일 게 재 확 정