

외식창업부동산점포의 입지요인이 경영성과에 미치는 영향: 창업만족도의 매개효과

이무선 (성결대학교 조교수)*

국 문 요 약

외식창업에 있어서 입지선정은 경영의 성과를 이루는데 첩경이라 할 수 있으며 이러한 의미에서 외식산업은 부동산 산업이라 해도 과언이 아니다. 본 연구는 외식창업점포의 입지요인이 매출성과에 어떠한 영향을 주는지 살펴보고, 입지요인이 창업만족도에 영향을 미쳐 궁극적으로 경영성과에 미치는 영향을 검증하였다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 조사대상은 외식자영업자들을 대상으로 정하였으며, 설문조사는 안양시에 소재하고 있는 외식창업업자를 대상으로 2016년12월1일부터 2017년1월30일까지 실시하였다. 설문지는 총300부가 배포되어 245부가 회수되었고, 불성실한 답변을 제외한 198부가 실증연구에 사용되었다. 실증 분석은 SPSS 22.0 통계패키지 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 빈도분석, 요인분석, 회귀분석을 활용하였다.

본 연구의 주요결과는 다음과 같다. 첫째, 외식창업점포의 입지요인으로 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성 등 4가지로 구분하였다. 둘째, 입지요인이 매출성과에 미치는 영향에서 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성 모두가 유의미한 영향을 미쳤다. 셋째, 입지요인이 매출성과에 미치는 영향에서 창업만족도는 부분매개효과가 있음을 알 수 있었다.

결과적으로 외식창업점포만의 입지선정요인을 확인하고 다른 분야의 점포의 입지선정 시 중요요인과 차별점을 찾고 싶었다. 이러한 결과는 안양지역 외식창업의 매출성과를 높이기 위해 입지선정단계부터 총력을 기울여야하며 창업의 만족도를 높이기 위해 노력하는 것이 필요하다는 시사점을 준다.

핵심주제어: 외식창업부동산점포, 입지요인, 매출성과, 창업만족도

1. 서론

외식산업의 경영성패는 고객을 유인하는 중요한 수단이자 사업에 장기적인 영향을 미치는 입지에 기인한다고 할 수 있다. 황보윤(2011)은 맛과 서비스로 이루어지는 산업이라 여기는 경향이 지배적이나 무엇보다도 현대에 와서는 이에 못지않게 좋은 입지는 신속한 접근성을 갖게 하고, 상당수의 고객을 유인할 수 있게 함으로서 시장점유율과 수익성에 현저한 영향을 미칠 수 있다고 하였다.

그러나 최근 외식창업자들이 증가하고 있고 이들의 절반이상이 실패를 하는 경향에 비추어 볼 때 단순히 경험부족으로 돌릴 일은 아닐 것이다. 국세청이 발간한 '2016 국세 통계 연보'에 따르면 2015년 창업자 수는 106만 8천여명으로 하루 평균 3천명꼴로 점포를 차렸지만, 73만9천명이 폐업해 매일 2천명씩 문을 닫았다. 창업자 3명중 2명이 폐업하는 셈이다. 이중에서 폐업한 외식창업자가 15만3천명으로 전체의 20.6%에 달해 가장 많았다(서울경제신문, 2017). 외식산업에 대한

인식 및 구조에 대한 변화로 외식산업에 대한 상권입지선정의 중요성이 자각되고 있으나 아직 미약하다 판단됨에 따라 본 연구는 외식점포입지선정에 대하여 실증적 분석을 하려고 한다. 실증분석으로부터 시사점을 도출하여 외식창업점포의 중요입지선정요인을 밝혀내며 선행연구를 통하여 예비창업자 또는 창업 중인 자영업자에게 적합한 점포입지선정의 중요요인을 파악하게 하는데 일조할 것이다.

외식점포에 관한 선행연구로는 외식창업 기업의 사전준비요인 중요도가 경영성과에 미치는 영향(이미향, 2016), 외식창업 성공요인이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구(배혜숙, 2012), 외식상권분석을 위한 정보시스템의 서비스 품질에 관한 연구(김진우·김명희, 2016)등이 있다. 한편 입지선정에 관하여는 떡볶이(배홍철, 2012), 치킨(황보윤, 2011), 프랜차이즈(외식)(임현철, 2014) 등이 있다. 그러나 소상공인 창업외식파트에 관한 연구와 직접 매출액과 창업만족도에 관한 연구가 거의 없다.

본 연구의 범위는 우리나라 한국표준산업분류표를 참고하여 외식산업점포로 한정하며 안양지역의 외식점포를 대상으로

* 성결대 파이데이터학부 조교수, 경영학박사.

· 투고일:2017-03-28

· 수정일: 2017-04-21

· 게재확정일:2017-04-27

점포입지의 중요요인을 분석한다.

결국 본 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 외식창업을 준비하는 예비창업자와 창업 중인 경영자에게 상권 분석 및 입지선정 시 의사결정에 도움을 주며 최적화된 입지선정요인을 찾는 데 있다.

둘째, 성공창업을 위해 본 연구가 특화된 점포입지 선정에 도움이 되는데 있다.

II. 이론적 배경

2.1 외식창업부동산 점포의 입지선정 요인

2.1.1 외식산업의 개념

김가영(2011)은 외식산업이란 식자재, 부대시설, 문화, 서비스 등 다양한 요소를 종합적으로 소비자들에게 제공하는 산업으로 산업의 계통도에서 가장 전방산업에 속한다고 하였다. 한국의 산업을 분류한 한국산업분류표나 국제청의 표준소득 분포 상에서도 외식이라는 말은 보이지 않는다. 아마도 외식산업이란 용어는 미국에서 일본을 거쳐 한국으로 유입되었다고 볼 수 있다. 우리나라의 경우 최초로 외식사업이란 용어가 최초로 사용된 것은 외국브랜드 체인점인 롯데리아가 1979년 개점되면서 사용한 것으로 추정된다. 미국에서는 1950년대 Food Service Industry로 칭하기 시작하였고, 일본에서는 1970년에 마스코지 지가 외식산업으로 번역하여 사용되기 시작하였다(나정기, 2007).

이렇게 볼 때, 외식산업이란 기업규모가 커지고 기업화된 음식서비스업을 종래의 생업적인 음식업과 차별화하여 일컫는 말이라 할 수 있다. 나정기(2007)는 규모면에서 확대되고 경영면에서 체계를 갖추었기 때문에 식당업, 요식업, 식품접객업, 음식업 등과 같이 하나의 업으로 불렸던 분야가 외식서비스 산업으로 불리게 되었다고 하였다.

이정환·서진우(2005)는 외식산업의 3요소는 음식의 품질(맛), 서비스, 청결이라고 하면서 이를 바탕으로 제공시간의 최적화와 분위기의 연출, 메뉴와 가격적인 측면 등이 잘 조화가 될 때, 영업의 극대화를 기대할 수 있는 산업이라고 하였다.

김가영(2011)에 따르면 외식산업의 최근 현황으로 성장주세 지속, 소비형태 다양화·고급화 추세, 대기업의 참여확대와 다 브랜드 전략, 프랜차이즈 중심 성장, 양극화 현상(소규모와 중대형 점포)이라고 지적하고 있다.

2.1.2 외식 창업

창업이란 기업이 능력을 갖춘 개인이나 소집단이 환경으로부터 아이디어를 얻고, 그 아이디어로부터 사업기회를 포착하여 사업목표를 정하고 자본, 노동력, 설비를 확보하여 사업을 시작하는 것을 말한다.

Schumpeter(1934)는 창업을 새롭고 보다 나은 일 처리 방법

의 창출을 가지고 기존의 방법을 파괴하는 창조적 파괴(Creative destruction)의 힘으로 간주하고 있다. Timmons(1994)는 창업이란 창업자(or 창업 아이템), 자원욕구, 기회인식이라는 3가지 창업요소로 무에서 유를 창조해 나가는 인간의 가치창조활동이라 정의하고 있다. 즉, 기존사업을 인수한다거나 사회적 기회와 아이디어 습득이 용이한 사업의 개시(Start up business)의 경우는 창업(Entrepreneurship)과는 대별되어야 한다는 것이다. 이렇게 볼 때 창업은 기존업종의 검토를 통한 기회창출과 모색, 기회추구과정이자 새로운 분야에 대한 도전, 장기간에 걸친 가치추구와 현금흐름을 창출하는 것이며 위험감수의지를 가지고 비전(Vision)과 열정을 표출하는 것이라고 정의할 수 있다.

외식창업의 성공요인으로 심리적 특성, 창업아이템의 선정, 창업경영관리, 점포이미지, 입지선정을 들 수 있다. 구체적으로는 심리적 특성으로 성취욕구(McClelland, 1961; Begley & Boyd, 1987), 통제위치(Seligman, 1975), 위험감수성향(Kuratko & Hodgetts, 1998)등을 들 수 있다. 창업아이템의 선정은 수익성 있는 산출을 의미한다(Dollinger, 1995). 또한 창업경영관리는 생산관리, 기술혁신, 자금통제, 마케팅, 종업원 관리, 전문가 상담을 들 수 있다(Haswell & Holms, 1989). 여기서 입지선정요인은 아주 중요한 성공요인이 된다.

2.2 외식산업입지선정 요인

2.2.1 입지의 개념

입지에 대한 정의는 보는 시각에 따라 다소 달라질 수 있다. 어느 국어사전에서는 입지를 인간이 경제활동을 하기 위하여 선택하는 장소라고 정의하고 있다. 건축용어사전(2011)에서는 입지란 생산시설, 상업시설이나 주택 등을 세우는 토지와 위치에 관한 자원, 시장, 교통, 노후, 노동력 등의 여러 조건을 말한다 하고 있다. 특히 부지요소는 특정한 필지에 대한 물리적 특성과 관련된 사항으로 필지의 규모, 모양, 경사도, 배수, 토양특성, 도로 및 교통여건(편의성, 교통량)등이 포함된다. 따라서 심규열(2011)은 입지란 각종 경제활동을 하기 위해 선택하는 장소를 의미하며, 구체적으로 특정시설에 대한 입지는 그 시설의 경제활동과 밀접한 연관성을 가진 요소들과의 상대적인 위치와 부지 자체의 독특한 물리적인 특성들을 토대로 결정된다고 정의 하였다.

2.2.2 외식산업의 입지요인

일찍이 입지요인에 관하여 Walker & Lundberg(2001)은 일반요인으로 주거지역, 주변사무실 상황, 사업지구, 교육시설상황, 주요판매시장, 지역을 연결하는 도로상황 및 폭, 산업활동상황과 쇼핑센터 등이 이에 속하며, 도로이용거리요인과 폭, 포장상태, 도로커브상태, 조명, 경사도, 도로의 길이와 폭, 전체지역 주차이용성 그리고 주변시각성 요인으로 장애물의 위치, 광고 간판의 시각성 등을 위치선정요인으로 들었다.

입지요인에 관한 선행연구는 정광현(1998)은 지하철, 접근성, 버스접근성, 버스의 선택성을 하나의 요인으로 묶어 대중

접근성이라고 하였고, 안전성, 청결성, 교통원활성, 보행편리성을 묶어서 지구환경, 외식시설의 군집성, 변화가, 보행자의 통행량을 묶어서 지역지원성이라 명명하였다. 특히 그는 외식산업의 입지요인에 있어서 많은 영향을 주고 있는 변수로는 버스 및 지하철 접근성과 가시성, 지표성 등이 있다. 또한 이원옥·이방식(2001)은 식당이용자의 인구통계학적 특성에 따른 선호도 분석 및 입지요인 선호경향 분석을 통해 입지요인은 교통의 편리성, 외식유인력, 선택편리성, 선택이미지, 지구환경성, 대중접근성을 제시하였다. 또한 염진철·박한나(2003) 연구에 따르면 패밀리레스토랑의 입지 선정의 변수 중 임대비, 주차편리성, 상화발전성, 임대권리금, 대중교통편리성 등의 요인이 매우 중요하다고 하였다.

한편 외식산업의 매출을 좌우하는 요인은 무수히 많이 존재하고 있다. 그러므로 어떤 요소가 매출액에 영향을 끼치고 있는지 파악하기란 쉬운 일이 아니다. 그러나 외식산업에 있어서만큼은 매출액이 해당 입지에 의하여 크게 좌우된다는 것은 사실이다. 점포 매출의 요소는 크게 매출 형성 요소와 매출 제약 요소가 포함된다. 특히 매출 형성 요소는 점포가 위치하는 입지 상권의 특성에 따라 정해지는 입지의 가시성(인지성), 군집성, 위치성, 접근용이성, 도로, 상권규모, 상권의 질, 교통과 통행량, 유동인구 등을 말한다.

김영애(2005)는 외식업의 서울에 위치한 일반음식점 기준으로 입지 결정요인의 중요 인식들을 검토 분석한 결과 접근성>시계성>위치성>군집성 순으로 설문대상들이 선호되는 것을 파악하였다. 김상수(2007)는 외식업의 대전에 위치한 일반음식점을 기준으로 시계성>접근성>위치성>군집성 순으로 설문대상들이 선호되는 것을 파악하였다. 이렇게 볼 때 본 연구에서는 입지선정 요인으로 접근성, 군집성, 위치성, 시계성을 하위변인으로 삼는다.

접근성이란 물리적이든 심리적이든 점포에 얼마나 쉽게 접근할 수 있는가 이다. 접근성은 특히 생활편의시설(대형슈퍼 등 핵 점포, 버스정류장, 지하철역 등)과 점포와의 거리에 의해 결정되는 경우가 많다. 주택지 상권에서는 더욱더 그렇다. 또한 동선 상에 점포가 위치하고 있어야 접근성이 더 우수하다 하겠다. 접근성은 상권절단 요인 중 점포 앞에 공원이거나 6차선 이사 도로 또는 철로들과 같이 물리적으로 접근을 막는 것도 있고, 동일 건물 동일 층에 치과나 내과 등 병원이 있든지 상가 앞 또는 옆에 카센터나 공작기계 등과 같은 C급사업종이 있든지 심리적으로 점포 접근성을 떨어뜨리는 것도 있다. 또한 점포 정면에 경사나 계단 및 화단 등도 역시 접근성을 떨어뜨리는 요인이 된다.

군집성이란 인간은 사람이 모여 있는 곳에 관심을 가지고 그쪽으로 이동하려는 심리를 가지고 있다. 따라서 좋은 입지는 사람을 끌어 모을 수 있는 잠재력을 가진 시설물 등이 있는가에 따라 성공 여부가 달라질 수 있다. 백화점이나 역 등과 같이 사람을 끌어 모을 수 있는 군집 시설의 존재는 입지에 중요한 요건이 된다. 현재에는 존재하고 있지 않지만 미래에 존재 가능성에 대해서도 모든 정보 채널을 통해서 활용

해 보아야 한다. 갑작스럽게 공터에 유명 브랜드의 대형 마트나, 백화점이 들어서면서 고객을 끌어 모아 인근 일대가 군집성이 강한 곳으로 급성장 하는 경우도 있다.

위치성이란 교통발생원과 교통발생원을 연결하는 사람들의 행동 선을 동선이라 한다. 이러한 동선 상에 점포가 위치하고 있는지의 여부는 입지의 성패를 판정하는 중요한 요인이 된다. 점포의 매출액은 동선 상에 위치한 점포와 동선에서 벗어난 점포와의 차이가 크게 나타난다.

시계성이란 고객이 얼마나 쉽게 상가를 식별 할 수 있는가다. 심규열(2011)은 시계성은 상가와 보도의 접면 길이나 접면 수(코너 여부), 상가와 보도의 이격 폭 그리고 간판 등의 위치에 의해 결정된다. 일반적으로 어떤 상품이나 대상을 인지하고 구매 결심을 하기까지의 시간은 5-6초 내외라고 한다. 사람이 초당 약 1,29m를 걷는다고 가정하에 계산하여 보면 약 7-8m내외의 거리라고 하였다.

일반적인 논문에서는 시계성과 가시성을 같이 보고 있으나, 점포의 가시성과 시계성은 차이가 있다. 점포의 가시성은 점포의 시계성과 점포의 형상 및 전면폭을 포함하는 큰 개념이다. 점포의 시계성은 부지나 점포가 눈에 띄는 정도를 말한다. 가시성이 충분한 입지를 선택해야 하며 입지 선택후에는 가시성을 높이는 간판, 테라스 설치 등의 활용도 중요하다. 이때에 시계성과 가시성은 동일한 개념이다.

그러나 이임동 외(2010)는 가시성에 관하여 시계성외에도 지형지세와 관련하여 검토되어야 한다고 하고 있다. 그러면 지형지세에는 저지형은 간선도로 또는 주위의 지형지세보다 현저히 낮은 지대의 토지를 말하며, 평지형은 간선도로 또는 주위의 지형지세와 높이가 비슷하거나 경사도가 미미한 토지를 말한다고 하였다. 완경사형은 간선도로 또는 주위의 지형지세보다 높고 경사도가 15°이하인 지대의 토지를 말하며, 급경사지는 간선도로 또는 주위의 지형지세보다 높고 경사도가 15°를 초과하는 지대의 토지를 말하며, 고지는 간선도로 또는 주위의 지형지세보다 현저히 높은 지대의 토지를 말한다고 하였다. 대부분 언덕길이나 높은 곳의 점포보다 낮은 곳의 점포를 선호하며, 어떤지역에 오르막, 내리막, 평지로 나뉜 상권이 있다면 가장 낮은 곳에 있는 평지를 고르게 되며 대지의 상태와 도로와의 인접성, 지대의 높고 낮음의 상태도 파악해야 한다고 주장하였다. 따라서 점면길이가 넓은 곳이 유리하고 정면입구 넓이는 접근성과 직결되는 항목으로 가시성과도 관계가 있으므로 실제로 직접 넓이를 측정해야 한다고 주장하였다. 생각건대 시계성과 가시성은 이와 같이 차이가 있을 수 있으나, 가시성은 포괄적 개념으로 이것을 본 연구의 대상으로 삼기에는 검토해야 할 부분이 너무 확장되므로 편의상 본 연구에서는 시계성만을 하위변인으로 삼고자 한다.

2.3 경영성과

서비스업을 막론하고 경영성과의 측정은 기업의 경영 상태

를 진단하여 자율적인 경영조직을 운영하기 위한 척도가 된다. 권혁률·김재민(2011)에 따르면 경영성과라 함은 기업 경영활동을 통해 얻어지는 결과로 재무, 마케팅, 조직, 품질관리, 기술관리 등의 각 분야에 따라 강조하는 바가 다르다고 지적하였다. 여러 분야에서 다양하게 사용되고 있지만 일관성이 있는 실증적인 연구가 이루어지지 못하고 있다. 각 연구자들마다 견해가 다르며 실증적인 검증보다는 개념적 수준의 논의에 머물고 있어서 명확한 정의와 측정 체계화가 어려운 상황이라고 하였다. 박진환·김상호(2007)는 재무 성과지표로써 매출순이익 증가율을 비재무 성과지표로써 경영성과에 대한 만족도를 측정하였으며 매출액, 순이익 증가율 및 창업자의 사업성과에 대한 성과지표를 측정하였다.

Stuart & Abetti(1987)는 기업의 성공을 주관적 성과와 객관적 성과로 측정하였다. 주관적 성과로는 기대목표의 달성 정도, 외부자본 조달능력, 종업원 만족도, 사회에의 기여도를 채택하였으며 객관적 성과로는 매출액, 고용성장률, 수익성, 자기자본수익률, 종업원 대비 매출액과 자산대비매출액 등을 채택하였다. 경영성과가 창업이후 어떠한 영향을 미치는가 대하여 한수입(2003)은 경영자는 재무적·비재무적 성과가 크게 발생될수록 더욱 만족하게 되어 이에 따른 향후 의도에도 영향을 미치게 된다고 하였다.

손무호(2008)는 외식창업자의 만족도는 대부분이 경제적 성장에 기인한 재무성과에 크게 영향을 받는다고 가정하였다. 다양한 마케팅 및 판촉활동과 그에 따른 의식기업의 성장과정에서 다양한 결과에 대하여 종합적인 판단이 수반되었지만, 가장 큰 요소는 경제적인 이익창출에 기초한다는 것이다. 그리고 사업지속의도에 대한 경영성과의 영향력은 매우 큰 의미를 지니게 되는데, 다만 창업만족을 발생시키는 경영성과에 가장 큰 부분이었던 재무성과의 비중이 비교적 낮아지고, 다른 부분인 조직성과 및 고객성과의 영향이 높아지고 있다고 하였다.

2.4 창업만족도

만족도란 부족함이 없이 흡족한 상태의 정도를 의미한다. 사회과학 연구에서는 조직만족도, 직무만족도, 고객만족도의 연구로 익숙해져왔다. 만족도는 예상되는 기대와 생산되는 실제성 사이의 인지된 불일치의 평가치를 말하며, 기분좋은 충족으로 정의될 수 있다. 현재 창업 만족이란 용어에 대한 명확한 정의는 없다. 하지만 직무만족에 대한 보편화된 정의를 창업 CEO의 직무만족도와 연계하여 창업만족이라는 용어를 정의하는 것이 가능할 것으로 판단된다.

창업만족은 위와 같은 직무만족에 대한 정의 및 직무만족과 성과 간의 관계를 바탕으로 용어에 대한 명확한 정의를 할 필요성이 있다. 창업만족은 창업 CEO가 체감하는 여러 가지 사항들에 대한 감정적인 표현이자, 창업성과를 측정하는 간접지표로의 취급이 가능하기 때문이다. 직무만족에 대한 선행연구를 바탕으로 창업만족에 대한 정의를 내리자면 창업

CEO의 창업환경, 이윤창출, 사회적 경제적 지위의 변화, 목표의 성취, 창업기업의 현재와 미래에 대한 인지상태 등 창업 CEO가 창업을 통해 느끼는 현재 상황과 미래 기대감에 대한 인지상태 등 포괄적 감정 상태로 정의할 수 있다.

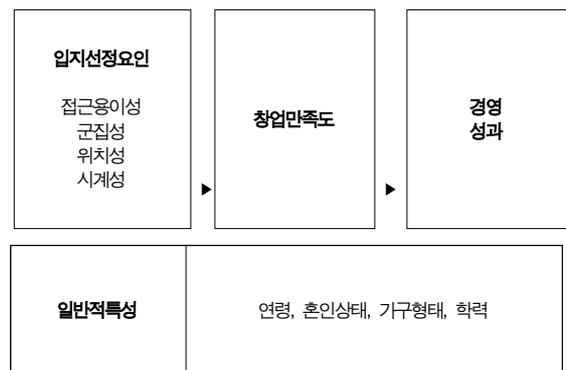
창업만족이란 개인이 현재 창업한 업종에 대해서 주관적으로 느끼는 느낌이라 정의할 수 있으며, 만족도란 부족함이 없이 흡족한 상태의 정도를 의미한다. 사회과학연구에서는 조직 만족도, 직무 만족도, 고객 만족도의 연구로 익숙해져왔는데, 김경애(2013)는 만족도는 예상되는 기대와 생산되는 실제 성과 사이에서 발생하는 불일치에 대한 정도를 말한다고 하였다. 조재용(2005)은 창업 만족이 사업지속에 영향을 미치는지, 또한 간접적인 영향의 매개변수가 무엇인지를 파악하는 것이 중요하다고 하였으며, 창업 만족은 이후의 태도뿐만 아니라 사업지속에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

III. 연구방법

3.1 연구모형 및 연구가설

3.1.1 연구 모형

본 연구에서는 외식창업점포 참여자의 일반적 특성, 창업만족도, 경영성과의 차이를 알아보고, 입지선정요인이 창업만족도와 경영성과에 주는 영향과 입지 선정요인이 경영성과에 미치는 영향에서 창업만족도의 매개효과를 파악하고자 <그림 1>과 같이 연구모형을 설계하였다.



<그림 1> 연구모형

3.1.2 연구가설

H1: 외식창업점포의 입지선정요인이 경영성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 접근용이성은 경영성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 군집성은 경영성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 위치성은 경영성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.
- 1-4: 시계성은 경영성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H2: 입지선정요인이 경영성과에 영향을 미칠 때 창업만족도의 매개효과가 있을 것이다.

3.2 변수의 조작적 정의

3.2.1 입지선정요인

본 연구를 시작함에 있어 외식창업입지선정에 영향을 주는 요인으로 점포의 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성을 들었다. 접근성은 점포에 있어서 얼마나 쉽게 접근할 수 있는가이며, 군집성은 사람 및 공공업종 등 모여 있어 고객을 끌어들여주는가이며, 위치성은 교통발생원인 및 접객시설에 사람들의 행동선상과 점포관계를 말하며, 시계성은 얼마나 쉽게 점포를 식별할 수 있는가의 문제를 말한다(배홍철, 2012).

3.2.2 경영성과

제조업과 서비스업을 막론하고 경영성과의 측정은 기업의 경영 상태를 진단하고 효율적인 경영조직을 운영하기 위한 척도가 된다. 경영 성과란 기업에서 경영활동을 통해 얻어지는 결과로 재무, 마케팅, 조직, 품질관리, 기술관리, 일반관리 등의 각 분야에 따라 강조하는 바가 다르다(권혁률·김재민, 2001), 본 연구에서는 신금순(2005), 이용천(2014)의 연구에서 변수를 추출하였다.

3.2.3 창업만족도

창업만족이란 개인이 현재 창업한 업종에 대해서 주관적으로 인지되는 느낌이라 정의할 수 있으며 만족도란 부족함이 없이 흡족한 상태의 정도를 말한다. 사실 사회과학연구에서 만족도란 예상되는 기대와 생산되는 실제성과 사이에서 발생하는 불일치 정도를 말한다(김경애, 2013).

3.3 설문지 구성 및 측정도구

본 연구에서 사용된 설문지는 다음과 같은 변수를 측정하기 위해 입지요인 12개, 경영성과 6개, 창업만족도 5개, 일반적 특성 16개 등 총 39개 문항으로 구성되어 있으며, <표1>은 이들에 대한 구체적인 정보를 제공하고 있다.

<표 1> 설문지 구성

측정변수		문항수	측정척도	배경
입지 요인	접근 용이성	3	리커트 5점 척도	배홍철(2012)
	군집성	3	리커트 5점 척도	
	위치성	3	리커트 5점 척도	
	시계성	3	리커트 5점 척도	
경영성과	6	리커트 5점 척도	신금순 (2008) 이용천(2014)	
창업만족도	5	리커트 5점 척도	김경애(2013)	
일반적 특성	16	명목척도 등간척도		

3.4 연구조사방법

3.4.1 조사대상 및 자료수집 방법

본 연구를 위한 조사대상은 외식 자영업자를 대상으로 정하였으며, 설문조사는 안양에 소재하고 있는 외식자영업자를 대상으로 2016년 12월 1일부터 2017년 1월 31일까지 2개월 간 실시하였다.

기본적으로 실제 사업장을 운영하는 업주를 대상으로 조사하였으며, 설문지는 총 300부가 배포되어 245부가 회수되었으나 이중 불성실한 응답으로 인해 분석이 적합지 않다고 판단되는 응답을 제외한 198부가 실증연구에 사용되었다.

3.4.2 자료의 분석방법

본 연구에서는 연구의 목적을 달성하기 위해 수집된 자료의 통계처리를 위하여 데이터코딩 과정을 거쳐서 실증분석을 하였다. 실증 분석은 SPSS 22.0 통계 패키지 프로그램을 이용하였는데, 분석방법을 정리해보면 다음과 같다.

첫째, 표본의 일반적 인적사항의 특성과 측정 변수의 기초통계를 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 각 항목들 간에 대한 신뢰성 검증을 위해 신뢰도 분석을 실시하였고 각 유형별 요인분석(Factor Analysis)을 통해 변수들의 내적 타당성을 검증하였다.

셋째, 변수 간의 상관성을 검증하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 넷째, 본 연구의 가설을 검증하기 위해 다중회귀분석(Regression Analysis)을 실시하였다.

IV. 실증분석

4.1 일반적인 표본의 특성

성별, 학력, 연령은 일반적인 조절변수로서의 역할을 하나, 월 매출, 창업 년 수, 업종 등은 통제변수로서의 역할을 한다. 그러나 본 연구에서는 연구대상의 인구통계학적 특성으로 위의 양 변수를 통합하여 설명하기로 한다.

연구대상의 인구통계학적 특성을 빈도분석한 결과는 <표 2>와 같다. 남성 92명(46.5%), 여성 106명(53.5%)으로서 여성이 남성보다 조금 높게 나타났고, 연령은 20대 17명(8.6%), 30대 34명(17.2%), 40대 72명(36.4%), 50대 이상 75명(37.9%)가 응답하였으며, 학력은 고등학교 졸업 이하가 102명(51.5%), 전문대 졸업 이상이 22명(11.1%), 대학 졸업 이상이 74명(37.4%), 로서 대학졸업자 이상이 많았다. 월 매출액은 5백만~천만원 미만인 21.7%이며, 2천만원 이상도 39.4%를 차지하였고, 창업 년 수는 3년 미만이 52.0%로서 초생창업자가 절반을 넘었으며 창업형태는 한식이 48.0%로서 가장 많았고, 기타가 32.3%로 그 다음을 이었다.

창업의 형태로는 독립창업이 55.1%로 가장 많았고, 가맹점 창업과 인수 창업의 순이었다.

<표 2> 연구대상의 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
성별	남	92	46.5
	여	106	53.5
연령	20대	17	8.6
	30대	34	17.2
	40대	72	36.4
	50대 이상	75	37.9
학력	고등학교 졸업 이하	102	51.5
	전문대학 졸업 이상	22	11.1
	4년제 대학 졸업 이상	74	37.4
월 평균 매출	5백만원 미만	41	20.7
	5백~천만원 미만	43	21.7
	1천만~1500만원 미만	13	6.6
	1500~2천만원 미만	23	11.6
	2천만 이상	78	39.4
창업 연수	3년 미만	103	52.0
	3~6년 미만	46	23.2
	6년~10년 미만	17	8.6
	10년 이상	32	16.2
창업 형태	독립 창업	109	55.1
	가맹점 창업	32	16.2
	인수 창업	42	21.2
	공동 창업	11	5.6
	창업 2세	4	2.0
업종	한식	95	48.0
	일식	11	5.6
	중식	13	6.6
	양식	15	7.6
	기타	64	32.3
합계			

4.2 분석도구의 신뢰성 타당성 검증

신뢰성 검증은 측정 항목의 타당성 검증을 통한 하나의 개념(Concept)을 연구자가 해당 응답자들에게 다시 측정하였을 경우 시간이나 상황에 영향을 받지 않고 일관된 결과가 나타나는 지를 알아보는 것이다. 즉 측정 도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것이다. 일반적으로 신뢰성 분석의 결과는 Cronbach's α 계수와 같은 신뢰도 척도를 계산한 값을 가지고 판단하는데, 일반적으로 사회과학 분야에서는 알파 값이 0.60 이상이면 신뢰도가 충분하다고 할 수 있다.

신뢰성 분석 결과는 <표 3>와 같은데, 입지요인 중 접근 용이성에 대한 신뢰계수는 .702, 군집성에 대한 신뢰계수는 .907, 위치성에 대한 신뢰계수는 .894, 시계성에 대한 신뢰계수는 .868, 창업만족도에 대한 신뢰계수는 .890을 나타내서 신뢰성이 확보되었다.

한편 변수의 타당성을 분석하기 위해 탐색적 요인분석을 사용하였다. 타당성은 특정 개념이나 속성을 측정하기 위해 개발된 측정 도구가 해당 개념이나 속성의 내용을 얼마나 정확히 반영하는가 하는 정도를 나타내는 지표인데, 본 연구에서는 측정 도구들의 타당성을 평가하기 위하여 요인분석을 사용하였다(<표 3>). 요인추출법은 선형결합인 주성분 분석을

이용하였으며, 요인회전은 요인 적재 값의 단순화를 위하여 베리맥스(Varimax) 회전법을 이용하였다. 요인 적재 값은 각 변수와 요인 간의 상관관계의 정도를 나타내며, 고유 값(Eigen value)은 특정요인에 적재된 모든 변수의 적재량을 제곱하여 합한 값을 말하는 것으로, 특정 요인에 관련된 표준화된 분산을 가리킨다. 일반적으로 사회과학 분야에서 요인과 문항의 선택 기준은 고유 값(Eigen value)이 1.0 이상, 요인 적재 값이 0.40이상이며 유의한 변수로 간주하며 0.50을 넘으면 아주 중요한 변수로 본다.

요인분석은 분석방법의 특성상 각 항목들 간의 상관관계가 높아야하는데 KMO척도와 Bartlett의 구형성 검정은 각 항목들 간의 상관행렬을 확인함으로써 사용 항목들이 요인분석에 적합하기를 나타내주는 방법이다.

KMO는 변수 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 얼마나 잘 설명되는가 그 정도를 나타내는 것이다. 일반적으로 KMO 값이 0.90이상이면 상당히 좋은 것이고, 0.80~0.89는 꽤 좋은 편, 0.70~0.79는 적당한 편, 0.60~0.69는 평범한 편, 0.50~0.59는 바람직하지 못한 편, 0.50 미만이면 채택할 수 없는 수치로 판단한다. Bartlett의 구형성 결정은 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 것이다. 요인분석 모형으로서 적합하지는 유의확률로서 파악하게 된다.

<표 3> 타당성과 신뢰성에 대한인 분석 결과

요인	측정항목	요인 적재량	Cronbach 'α	Eigen 값	분산 비율 (%)
접근 용이성	교통의 접근성으로 사업비용 절감이 되고 있다	.884	.702	3.111	5.778
	현재 점포의 접근성이 좋다고 생각한다	.849			
군집성	비슷한 음식점이 모여있어 경쟁력이 증가한다	.931	.907	5.012	9.456
	지금 있는 점포는 동종 점포의 혼재로 되어있다	.858			
위치성	현재 점포는 지하철 역과 가까운데 위치하고 있다	.791	.894	4.605	8.688
	현재 점포의 위치는 아주 좋은 곳에 위치하고 있다	.776			
시계성	현재 점포는 지나가는 사람이 많은 보아도 눈에 띄게 되어있다	.873	.879	3.784	7.140
	점포의 시계성은 매출액 증가에 중요한 요소이다	.770			
경영 성과	경쟁업체보다 좋은 이미지 구축	.785	.868	3.616	6.823
	지속적인 매출액 증가	.784			
	지속적인 영업이익 증가	.664			
	지속적인 원가절감노력	.642			
	전반적으로 높은 직무만족도	.579			
창업만족도	현재 사업을 즐겁게 운영	.807	.890	3.379	6.375
	현재 사업에 집중	.896			
	사업이 성취감을 줌	.743			
	사업이 안정단계 도달	.682			
	창업에 만족함	.580			

4.3 상관관계 분석

외식 점포의 입지요인(접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성)과 경영성과와의 관계, 그리고 창업만족도와와의 관계를 분석하기 위하여 각각의 변수에 대한 상관관계 분석을 실시하였다. 분석 결과가 유의하게 나타나는 경우 기준타당성을 만족시킨다고 할 수 있다. 일반적으로 상관관계의 정도는 0에서 ±1에 가까울수록 상관관계의 정도는 높아지고, 0에 가까울수록 상관관계의 정도는 낮아진다. 즉, 변화의 강도는 절댓값이 1에 가까울수록 높고, 변화의 방향은 (+)는 정의 방향, (-)는 음의 방향이라고 한다. 각 변수 간의 상관관계 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 상관관계

	1	2	3	4	5	6
접근 용이성	1					
군집성	.320**	1				
위치성	.435**	.489**	1			
시계성	.376**	.381**	.276**	1		
경영 성과	.386**	.224**	.227**	.367**	1	
창업 만족도	.338**	.180**	.230**	.300**	.279	1

*p<0.05, **p<0.01

4.4 입지선정이 경영성과에 미치는 영향

외식점포의 입지요인이 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위하여 입지요인을 요인분석하여 분석된 접근 용이성, 군집성, 위치성, 시계성을 독립변수로 하고 경영성과를 종속 변수로 하여 다중회귀분석을 한 결과는 <표 5>와 같다.

검증결과 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성은 경영성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀식의 설명력은 $R^2=.330$ 으로 나타났으며, F값은 10.309이고 유의확률은 .000으로 모델은 적합한 것으로 나타났다. Durbin-Waston 통계량은 2.033으로 Durbin-Waston이 2에 가까움으로 자기상관이 없는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-1은 1-2, 1-3, 1-4는 각각 채택되었다.

<표 5> 입지요인이 경영성과에 미치는 영향

	비표준화계수		표준화계수	t-value	유의 수준
	B	표준 오차	베타(β)		
상수	1.024	.277		3.695	.000
접근 용이성	.037	.076	.040	.483	.630
군집성	.177	.081	.173	2.718*	.031
위치성	.074	.060	.095	1.242*	.216
시계성	.050	.046	.075	1.099	.273
$R^2=.330$, Adjusted $R^2=.298$, F=10.309 P=0.000 Durbin Waston 2.033					

종속변수 : 경영성과 *p<.05, **p<.01

4.5 입지선정요인이 경영성과에 미치는 영향에서 창업 만족도의 매개효과

입지선정요인이 경영성과에 미치는 영향에서 창업만족도의 매개효과에 대해 살펴 본 결과<표 6>, 먼저 독립변수로 입지요인을 투입한 모델 I 은 약 1.7%($R^2=.017$)의 설명력을 지니며, 경영 성과에는 시계성($\beta=.109$, $P<.01$)이 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. 다음으로 독립변수로 입지요인과매개변수로 창업만족도를 투입한 모델II는 약 7.2% ($R^2=.072$)의 설명력을 지니며, 경영성과에는 창업만족도($\beta=.028$, $p<.001$)가 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미쳤다. 따라서 창업만족도는 입지요인이 경영성과에 미치는 영향에서 부분매개효과가 있음을 알 수 있다.

<표 6> 입지요인이 경영성과에 미치는 영향에서 창업만족도의 매개효과

구분		모델 I				모델 II			
		b	β	t	p	b	β	t	p
입지 요인	접근 용이성	0.130	0.109	2.681	0.008	0.040	0.080	0.803	0.422
	군집성	0.031	0.026	0.630	0.529	-0.054	0.049	1.089	-0.272
	위치성	0.044	0.108	1.331	0.411	0.081	0.080	0.811	0.433
	시계성	0.041	0.025	1.222	0.007	0.044	0.331	0.339	0.311
창업만족도						-0.190	0.028	-6.888***	0.000
Constant		3.318		28579***	0.000	3.664		16851**	0.000
R2		0.017				0.072			
ΔR^2		0.017				0.065			
F(P)		13.786** (0.000)				20.436** (0.000)			
$\Delta F(P)$		13.786*** (0.000)				23.373*** (0.000)			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4.6 가설검증 결과 요약

<표 7> 가설검증요약

가설	종속 변수	독립 변수	매개 변수	세부가설		채택 여부
H1	경영 성과	창업만족도	접근 용이성	H1-1	접근용이성 → 경영성과	채택
				H1-2	군집성 → 경영성과	채택
				H1-3	위치성 → 경영성과	채택
				H1-4	시계성 → 경영성과	채택
H2	경영 성과	입지 요인	창업만족도	입지요인 → 경영성과 창업만족도 매개효과		채택

V. 결론

본 연구는 창업의 대박 보다는 안착을 원하는 대부분의 생계형 외식창업자들이 입지요인의 중요성을 인식하고, 실패율이 높은 외식창업의 문제점을 해결하기 위해 외식창업점포의 입지요인이 경영성과에 미치는 영향 및 영업업종에 대한 창업만족도 등을 분석하고, 이를 통해 창업이 성공적으로 안착할 수 있는 실무적 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구에서는 외식산업창업에 관련된 논문과 성공사례 등을 통해 수집한 외식창업입지요인이 경영성과에 주는 중요한 요인임을 보여주었으며 또한 경영성과가 창업만족도와 상호작용하여 영향을 주는 것으로 연구결과가 나타났다. 이를 구체적으로 보면 다음과 같다.

첫째, 외식창업점포의 입지요인으로 다양한 요소 가운데 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성을 발견하였다.

둘째, 입지요인의 각 요소는 경영성과에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다.

셋째, 입지요인이 경영성과에 영향을 줄 때 창업만족도의 매개 효과가 있음을 알 수 있었다.

본 연구결과를 바탕으로 학문적, 실무적 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 그동안 창업관계의 연구는 주로 외식산업의 창업자 특성으로 범위를 한정하여 대상으로 삼았으나, 본 연구는 외식창업의 입지요인의 중요성을 인식하고 입지요인과 경영성과, 창업만족도에 미치는 영향을 살펴봄으로서 새로운 연구 모델을 제시하였다.

둘째, 외식산업은 성공의 중요요인이 입지요인임에도 불구하고 이에 대한 선행연구가 부족한 상태에서 본 연구를 통하여 외식창업을 준비하는 사업주들에게 필요사항이 무엇인지를 제시하였다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 몇가지 연구의 한계가 있다.

첫째, 본 연구의 표본추출이 안양에 위치한 외식 자영업자를 대상으로 한 것이어서 외식 자영업자 자체를 일반화하기에는 무리가 따른다. 따라서 추후 연구에서는 지역을 좀 더 확대하여 연구를 수행할 필요가 있다.

둘째, 연구가 주로 외식창업점포의 입지요인에 대한 분석이었는데, 향후에는 점점 중요성이 부각되고 있는 예비창업자의 창업 준비성에 대한 연구도 심도있게 다루어져야 할 필요가 있다.

셋째, 본 연구가 선행연구와 설문지에 의존하는 한계가 있으나, 다양한 경험을 갖고 있는 다수의 전문가의 의견을 반영할 수 있는 방법을 강구하여야 할 필요가 있다.

넷째, 외식창업 점포의 입지요인으로 본 연구에서는 독립변수로 접근용이성, 군집성, 위치성, 시계성을, 매개변수로 창업만족도로 국한하고 있는 한계성이 있으나, 독립하위변수의 다변화(가시성, 라이프스타일 등), 매개변수(서비스품질 요인 등)(조인석 외, 2016)의 다변화가 이루어질 필요가 있다.

REFERENCE

- 건축용어사전(2011), 건축용어사전, *현대건축 관련용어 편찬 위원회*, 서울: 성민당.
- 권혁률·김재민(2011), 국내 온라인 여행사의 전략경영 및 기업성과에 관한 실증적 연구, *호텔관광연구*, 5(-), 9-23.
- 김가영(2011), *호텔&레스토랑*, 서울: 에이지알.
- 김경애(2013), *소상공인의 심리적 특성, 창업가정신, 창업만족, 창업추천의도와의 관계에 관한 연구*, 박사학위논문. 경성대학교 대학원.
- 김상수(2007), *외식산업의 창업입지결정요인에 관한 실증적 연구*, 석사학위논문. 한밭대학교 대학원.
- 김영애(2005), *외식산업의 입지 결정요인에 관한 연구*, 석사학위논문. 경원대학교 대학원.
- 김진우·김명희(2016), 외식상권분석을 위한 정보시스템의 서비스품질에 대한 연구, *외식경영연구*, 19(1), 317-345.
- 나정기(2007), *외식산업의 이해*, 서울: 백산출판사.
- 박진환·김상호(2007), 외식산업 창업성공요인이 경영성과에 미치는 영향, *한국조리학회지*, 16(2), 215-231.
- 배혜숙(2012), *외식창업성공요인이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 석사학위논문. 한성대학교 대학원.
- 배홍철(2012), *외식업점포입지선정의 실증적 연구: 서울지역의 떡볶이 전문점 중심*, 석사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 김동호(2017.2.24), *폐업을 증가하는 외식 프랜차이즈 창업 아이템 정말 괜찮을까?*, 서울경제신문, Retrieved from <http://www.sedaily.com/NewsView/10C7XV52K7>.
- 손무호(2008), *외식사업 창업요인과 경영성과, 창업자 태도 간의 관계 연구*, 박사학위논문. 경기대학교 관광전문대학원.
- 신금순(2005), *외식업 창업자의 특성과 서비스 지향적 노력이 창업 성공에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위논문. 호서대학교 벤처대학원.
- 심규열(2011), *부동산 마케팅과 입지론 및 실제*, 서울: 청목.
- 염진철·박한나(2003), AHP를 이용한 패밀리레스토랑의 입지선정, *외식경영연구*, 6(3), 167-178.
- 이미향(2016), *외식창업기업의 사전준비요인 중요도가 경영성과에 미치는 영향*, 박사학위논문. 국민대학교 대학원.
- 이용천(2014), *외식창업자의 개인특성이 경영성과에 미치는 영향*, 박사학위논문. 경기대학교 대학원.
- 이원옥·이방식(2001), 식당이용자의 인구통계특성에 따른 외식업 입지요인 선호경향 분석, *호텔경영학연구*, 10(3), 127-148.
- 이임동·이찬호·강상목(2010), 편의점 매출에 영향을 미치는 입지요인에 대한 실증연구, *부동산학연구*, 16(4), 53-77.
- 이정환·서진우(2005), *외식사업경영실무론*, 서울: 대왕사.
- 임현철(2014), 외식프랜차이즈의 전통시장입점을 통해 빈 점포 활성화, *Tourism Research*, 45(-), 65-82.
- 정광현(1998), *외식산업의 최적입지요인에 관한 연구*, 석사학위논문. 동아대학교.
- 조인석·조규연·안상봉(2016), 외식프랜차이즈 입지요건과 서비스 품질요인이 고객만족에 미치는 영향, *벤처창업연구*, 11(5), 77-90.
- 조재용(2005), *서비스회복노력에 의한 관계의 질이 재구매 의도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구*, 석사학위논문. 경기대학교 대학원.
- 한수임(2003), *기업자원 봉사활동의 만족에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*, 석사학위논문. 연세대학교 대학원.
- 황보윤(2011), *소상공인외식서비스업체의 경영성과 요인에 관한 연구*, *벤처창업연구*, 6(2), 51-73.

- Bae, H. C.(2012), *A study on Location selection Factors for A Food service store : Focused on spice seasoned Rice cake store in Seoul*, Master's degree SeJong University.
- Bae, H. S.(2012), *A Study on the Effects of Success Factors of New Food Service Business On Entrepreneurial Intention*, Master's degree Hansung University.
- Begley, T. M. & Boyd. D. P.(1987), Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses, *Journal of Busines Venturing*, 2, 79-93.
- Cho. I. S., Cho, K. Y., & Ahn, S. B.(2016), A Study on Food Service Francise Location Factors and Quality of Service Factors, The Impact on Customer Satisfaction, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship* 11(5), 77-90.
- Dollinger, M. J.(1995), *Entrepreneurship : Strategies and Resources*. Burr Ridge, IL : Austen Press.
- Han, S. Y.(2003), *The primary factors in the satisfaction of cooperate volunteer service activities*, Master's degree YeonSei University.
- Haswell, S., & Holmes. S.(1989), Estimating the Small Bussiness Failure Rate: A Reappraisal, *Journal of Small Business Management* 27, July, 68-74.
- Hwang, B. Y.(2011), Determining Factors ong small Food services Business Performance, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship* 6(2), 51-73.
- Jo, J. Y.(2005), *A study on the impact of customer relationship and intention by service recovery strategies*, Master's degree, Kyeong kee University.
- Jung, K. H.(1998), *A Study on the Optimizing Location Factor in Food Service Industry*, Master's degree DongA University.
- Kim, D. H.(2017.2.24), *Establishment Item of Restaunt Franchise which Closure Rate Increases is It Really Okay?*, Sedaily, Retrieved from <http://www.sedaily.com/NewsView/10C7XV52K7>.
- Kim, J. W., & Kim. M. H(2016), Research Aritice : A study on information systems service Quality for Restaurant Trade Area Analysis, *Research on Restaurant Management* 19(1), 317-345.
- Kim, K. A.(2013), *A study on relations among small business persons psychological characeteristis, entrepreneurship, entrepreneurial satisfaction, a entrepreneurial recommendation intention*, Doctoral dissertation, Kyung Sung University.
- Kim, S. S.(2007), *A study on the Factors of Location Determination for the start-ups in Foods service Business*, Master's degree, HanBat University.
- Kim, Y. A.(2005), *A study on the factors of location determination in food service business*, Master's degree Gachon University.
- Kuratko, D. F. & Hodgetts. R. M.(2001), *Entrepreneurship : A Contemporary Approach*, New York: The Dryden Press.
- Kwon, H, R, & Kim. J. M.(2001), A study on the influence of strategics of the online travel industry, *Hotel Travelee*, 5(-), 9-23.
- Lee, I. D., Lee. C. H. & Kang. S. M.(2010), The Study of Site Factors Affecting the Sale of Convenience Stores, *Kreaa* 16(4), 53-77.
- Lee, J. H, & Seo J. W.(2005), *Practice of Restaunt Management*, Seoul: DaeWang Press Sa.
- Lee, M. H.(2016), *Critical recognition impact factors of food service start-up's preparation on business performance*, Master's degree GookMin University.
- Lee, Y. C.(2014), *The Effects of Food Service Business Founders individual Characteristics on the Management Performance*, Doctoral dissertation KyungKee University.
- Lee, Y. O., & Lee. B. S.(2001), Preference Tendency by Dinners Demographic Profiles on Restaunt Location Factors, *Hotel Management Review* 10(3), 127-148.
- Lim, H. C.(2014), *Vitalizing Traditional Markets by Launching Franchise Restaunts in Vacant spaces*, *Tourism Research* 45(-), 65-82.
- McClelland, D. C.(1961), *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van No Stand.
- Park, J. H & Kim. S. H(2007), The Effects of Success Factors for starting Business in the Food service industry on Management Performance, *Culinary* 16(2) 215-231.
- Ra, J. G.(2007), *Understanding the Food Service Industry*, Seoul: BaekSan Press.
- Schumpeter, J. A.(1934), *The Theory of Economic Develoment: An Inquiry into Profit, Cpapta: Credit. Interest and the Business Cycle*, Cambridge, M.A: Harvard University Press.
- Seligman. M. E. P.(1975), *Helplessness: On Depression, Development and Death*, San Francisco Freeman. 1975.
- Sin, K. S.(2008), *The Empirical study on Effect of Entrepreneurship and service orientation on Venture's Success in Restaurant Business*, Doctoral dissertation Hoseo University.
- Shim, G. Y.(2011), *Real Estate Marketing*, Seoul: Chungmok press sa.
- Son, M. H.(2008), *Relation Between the start-up Factor and business founder's Attitude in Food Service Business*, Doctoral dissertation, KyungKee University.
- Stuart, R. W. & Abetti. P. A.(1987), Start-up Ventures : Towards the Prediction of Initial Success, *Journal of Business Venturing* 2(3), 215-230.
- Timmons, J. A.(1994), *New Venture Creation, IL-Irwin*.
- Walker, J. R & Lundberg. D. E.(2001), *The Restaurant From Concept to Operation*, Jhon, Willey & Sons Inc.
- Yum, J. C. & Park. H .N.(2003), The Location Decision of Family Restaurant Using AHP, *Journal of Food Service Management* 6(3), 167-178.

A Study on Influence of Location Factors of Food Service Business Start-up Real Estate Store on Business Performance: Mediated Effect of Start-up Business Satisfaction

Lee, Mu-Seon*

Abstract

Selection of location in food service start-up business is sure to be a shortcut to achievement of business performance, and in this context, it's no exaggeration to say that food service industry is an real estate industry. This study looked into what influence of the location factor in food service start-up business had on sales performance, and intended to verify whether the location factors ultimately influenced business performance consequent on the influence of location factors on start-up business satisfaction.

To this end, this study set food service owner-operators as its research subject, and conducted a survey of the operators (of restaurants) located in Anyang-si from December 1, 2016 until January 30, 2017. This study distributed a total of 300 copies of questionnaires, and collected 245 copies, among which this study used 198 copies for empirical study excluding the copies whose reply was unfaithful. This study did empirical analysis of 198 copies using SPSS 22.0 Statistical Package Program, together with the application of frequency analysis, factor analysis and regression analysis.

The major results of this study are as follows: First, this study divided the location factors in food service start-up business stores into the four, i.e. accessibility, clustering property, placeness and visibility, etc.

Second, the study results showed that accessibility, clustering property, placeness and visibility had significant influence as one in the influence of locational factors on sales performance.

Third, this study could understand that start-up business satisfaction had a partial mediated effect in the influence of location factors on sales performance.

Resultantly, this study confirmed food service start-up business's own selection of location, and wished to find major factors and a differentiated point in time of selection of location of stores in other fields. Such a result gives an implication that it's necessary to concentrate all efforts to increase sales performance of food service start-up business from the location selection phase, and to make efforts to increase start-up business satisfaction.

Keyword : Food Service Start-up Business Real Estate Store, Location Factor, Sales Performance, Start-up Business Satisfaction

* SungKyul University, Assistant Professor, Ph.D.