

한식점의 경영성과에 영향을 미치는 요인 분석*

강혜정** 최지현*** 홍승지****

Keywords

외식산업(food service industry), 한식점(Korean food restaurant), 경영성과(management performance), 순위로짓모형(ordered logit model), 분위회귀모형(quantile regression model)

Abstract

This study is designed to analyze the determinants of management performance of Korean food restaurants, using a national survey data. The ordered logit model and the quantile regression method are applied to analyze the factors affecting the business status and the sales per employee, respectively. The results demonstrate that operator's human capital such as educational background and participation of training programs contributes to the advancement of management performance. Also, economies of scale plays important roles in improving management performance of Korean food restaurants.

차례

- | | |
|----------------|------------|
| 1. 서론 | 4. 분석결과 |
| 2. 조사업체 현황 | 5. 요약 및 결론 |
| 3. 분석모형 및 변수설정 | |

* 본 논문은 한국농촌경제연구원의 기본과제로 수행한 「농어업부가가치의 새로운 창출을 위한 식품산업의 중장기 발전전략(4/5차 연도)」 연구보고서(2012)에 제시된 내용을 기초로 수정·보완한 것임.

** 전남대학교 농업경제학과 부교수, 전남대학교 농업과학기술연구소

*** 한국농촌경제연구원 선임연구위원

**** 교신저자, 충남대학교 농업경제학과 부교수

1. 서론

1990년대 이후 소비자의 소득 수준 향상, 여가 시간 확대, 맛벌이 부부의 증가 등으로 외식에 대한 수요는 꾸준히 증가하였다. 이에 따라 우리나라 외식산업의 시장 규모도 음식점업 매출액 기준으로 1986년 10조 원에서 2011년에는 73조5,000억 원으로 성장하였으며, 2011년 기준 종사자 수는 약 168만 명, 음식점 업체 수는 약 60만 7,000개에 달하였다(한국농수산물유통공사 2013).

1997년 IMF 경제위기 이후 기업의 구조조정과 함께 발생된 실업률 증가와 취업난에 대응하기 위한 방편으로 외식 창업이 활발하게 이루어져 왔다. 그러나 소자본의 신규 외식 창업의 경우 사업성 검토가 미흡하거나 구체적인 사업 계획이 없는 상태에서 사업이 시작됨에 따라 수많은 외식 업체들이 폐점·휴업하는 경우가 빈번하게 발생하였으며(박대섭 2004), 한국음식업중앙회 회원 업체 중 2010년에 약 72%가 휴업 또는 폐업하는 것으로 나타났다(한국외식업중앙회 2013).¹

2000년대에는 외식산업 분야의 업종 다양화와 글로벌화로 인해 외식업체들의 경쟁은 점차 심화되고 있으나, 외식업체들의 성공적인 경영성과를 유도할 수 있는 방안 모색을 위한 연구는 많이 이루어지지 않고 있다. 외식업체의 성공요인과 관련된 기존 연구들은 주로 소비자들의 선호요인을 중심으로 외식업체의 성공요인을 실증분석하거나(강대훈 2005), 업체들을 대상으로 한 연구에서도 주로 경영자들의 심리적 특성, 점포 환경 요인, 상품요인, 서비스 요인, 마케팅 요인 등 주관적 평가에 기초한 연구들이 대부분으로(박기용 2009; 김상호, 박진환 2010) 외식업체들의 매출액과 같은 정량적인 자료를 토대로 경영성과를 분석한 연구는 미미한 상황이다.

이 연구들 이외에 외식업체들의 성공영향요인을 도출하고 이러한 성공영향요인이 외식업체의 경영성과에 미치는 영향을 실증분석하거나(장록기 등 2007), 외식산업에서 기업 간 시장점유율 차이가 기업성과에 미치는 영향을 분석한 연구(김무현 등 2005), 외식 프랜차이즈 브랜드 선정요인이 경영성과 및 재계약의도에 미치는 영향을 분석한 연구(김민수 등 2013)들이 있으나 이 연구들은 유명 외식업체 또는 기업을 대상으로 하였다는 점에서 외식산업 전반에 걸친 경영성과의 성공요인을 다루지 못하였다는 점

¹ 한국외식업중앙회에 따르면 2010년 폐업 식당 수는 4만 7,000여 곳이며, 휴업 식당 수는 25만 1,000여 개로 2010년 12월 기준 회원 업체 41만 6,000여 곳의 71.5% 정도가 휴업 또는 폐업하는 것으로 나타났다.

에서 한계가 있다. 특히, 일반 음식점업 중 한식이 차지하는 비중이 88%에 달하는 점을 고려하면 한식업체를 중심으로 경영성과 분석이 시급하다고 할 수 있으나 이와 관련된 연구는 전무한 상황이다.

이에 본 연구에서는 한식업체들의 설문조사자료를 토대로 한식업체의 현황과 문제점, 그리고 경영성과에 영향을 미치는 요인을 분석하여 우리나라 한식업체들의 경영성과를 제고할 수 있는 방안을 모색하고자 하였다. 이러한 분석결과는 우리나라 한식업체의 경영성과 제고를 위한 정책 수립과 나아가서는 식품산업 정책 수립에 필요한 기초 자료를 제공할 것으로 기대된다.

2. 조사업체 현황

우리나라 외식업체들의 경영현황 및 문제점, 경영성과 및 성과에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 한국표준산업분류상 한식업종으로 분류된 업체들을 모집단으로 하여 편의표본추출법을 이용하여 700개 외식업체를 최종표본으로 선정하였다. 표본 외식업체들은 서울, 경기권, 충청권, 전라권, 경상권 지역에 소재하고 있으며, 조사는 (사)한국외식산업경영연구원에 의뢰하여 2012년 6월 4일부터 6월 26일까지 총 23일간 실시하였다. 조사는 1:1 방문면접조사, 전화조사, e-mail 조사, fax 조사 등의 방법을 병행하였으며, 필요 시 연구진이 현지조사를 병행하였다.

조사 내용은 세 부분으로 구성되었는데 첫째는 경영 형태, 사업 형태, 창업 형태, 음식점 종류 등 음식점 형태, 둘째는 종사경력, 학력, 점포교육 이수 여부 등 경영주 특성, 셋째는 점포규모 및 좌석 수, 종사자 현황, 판촉 및 홍보활동, 매출액, 영업 상태, 경영상 문제점 등 점포 운영 및 경영현황과 관련된 문항들이다. 최종적으로 분석에 이용한 업체수는 총 525개이며, 소재지별로는 서울이 444개(84.6%)로 가장 많고, 다음은 경기 지역 57개(10.9%), 부산지역 5개(1.0%) 등의 순이었다.

2.1. 음식점 형태 및 경영주 특성

조사업체의 음식점 특성에 대한 기초통계량은 <표 1>과 같다. 우선 경영 형태는 개인사업자가 486개(92.6%), 회사법인 37개(7.0%), 기타가 2개(0.4%)였으며, 사업 형태는

단독 개인 점포가 가장 많은 377개(71.8%), 가맹점은 106개(20.2%), 체인본부 직영점 34개(6.5%) 순이었다. 음식점 종류는 고기 구이집(삼겹살, 불고기, 등심, 갈비, 곱창 등)이 165개(31.4%)로 가장 많았고, 단품 한식요리 전문점(해장국, 만둣국, 설렁탕, 칼국수, 해물탕 등) 159개(30.3%), 다양한 복합메뉴 제공 한식점(백반, 각종 찌개, 덮밥 등) 118개(22.5%), 기타 71개(13.5%), 정통 코스 중심의 한정식당이 12개(2.3%)로 나타났다. 점포창업 형태는 단독투자에 의한 독립창업이 435개(82.9%)로 가장 많았으며, 다음으로는 공동투자에 의한 공동창업 52개(9.9%), 가족이나 친척으로부터 승계경영 33개(6.3%) 순이었다.

표 1. 조사업체의 음식점 형태

구 분		빈도(개)	구성비(%)
경영 형태	개인사업자	486	92.6
	회사법인	37	7.0
	기타	2	0.4
사업 형태	가맹점(프랜차이즈 가맹점)	106	20.2
	체인본부 직영점	34	6.5
	단독 개인 점포	377	71.8
	기타	8	1.5
음식점 종류	단품 한식요리 전문점	159	30.3
	다양한 복합메뉴 제공 한식점	118	22.5
	고기 구이집	165	31.4
	정통 코스 중심의 한정식당	12	2.3
	기타	71	13.5
창업 형태	단독투자에 의한 독립창업	435	82.9
	공동투자에 의한 공동창업	52	9.9
	가족이나 친척으로부터 승계경영	33	6.3
	기타	5	1.0

표 2. 조사업체 경영주의 일반 현황

구 분		빈도(명)	구성비(%)	구 분		빈도(명)	구성비(%)
연령	20대	9	1.8	학력	중졸 이하	42	8.1
	30대	69	13.1		고졸	278	53.7
	40대	171	32.6		대졸 이상	198	38.2
	50대	205	39.0	음식점 종사경력	5년 미만	195	37.1
	60대	62	11.8		5~10년	164	31.2
	70대	9	1.7		10~15년	70	13.4
성별	남성	284	54.1		15~20년	59	11.2
	여성	241	45.9	21년 이상	37	7.1	

주: 학력항목 결측치 7명.

표 3. 조사업체 경영주의 창업·점포운영관련 교육 및 컨설팅 진단 경험 현황

구분	창업 교육		점포 운영 관련 전문 교육		점포 운영 관련 컨설팅 진단		기타 교육	
	빈도(개)	구성비(%)	빈도(개)	구성비(%)	빈도(개)	구성비(%)	빈도(개)	구성비(%)
있다	214	40.8	175	33.3	103	19.6	234	44.6
없다	311	59.2	350	66.7	422	80.4	291	55.4
합계	525	100.0	525	100.0	525	100.0	525	100.0

조사업체들의 경영주 연령은 50대가 가장 많은 39.0%, 40대가 32.6%, 30대가 13.1% 순이며, 평균연령은 49세였다. 경영주의 성별은 남성이 여성보다 약 10%가량 많은 54.1%이며, 경영주의 학력은 고졸이 53.7%, 대졸 이상이 38.2%로 나타났다. 경영주들의 음식점 종사 평균경력은 9.7년이며, 5년 미만이 37.1%, 5~10년 31.2%, 10~15년이 13.3%로 경력이 적은 경영주들이 상대적으로 많은 것으로 나타났다.

창업 및 점포 운영과 관련된 교육 이수 경험은 관련 문항 모두 조사업체 절반 이상이 없는 것으로 나타났다. 교육 내용별로는 창업 교육은 경험이 ‘없다’가 ‘있다’보다 약 20%가량 많은 59.2%였으며, 점포 운영에 대한 전문 교육은 33.3%만 교육을 받은 경험이 있고, 66.7%는 교육 경험이 없었다. 점포 운영 관련 컨설팅 진단 경험은 19.6%만이 있다고 응답하였으며, 대다수의 업체들이 컨설팅 진단 없이 점포를 운영하는 것으로 나타났다<표 3>. 창업에 대한 교육 경험이 없는 경우 창업 절차나 구체적인 사업 계획, 사업성 등에 대한 검토의 부족으로 시장 경쟁력이 상실되어 소자본으로 창업하는 수많은 외식업체들이 폐점 또는 휴점하는 현상이 증가되는 요인으로 지적되고 있다(박대섭 2003).

창업 및 점포 운영과 관련된 교육 이수 경험과 관련하여 조사업체의 음식점 형태 중 사업 형태별로 상이한 것으로 나타났다. 구체적으로는 가맹점의 창업 교육 경험이 ‘있다’가 60.4%로 가장 높았고, 다음으로는 체인본부직영점이 48.5%, 단독 개인 점포는 34.8% 순이었다. 한편, 점포 운영 관련 전문교육이나 컨설팅 진단은 체인본부직영점이 각각 63.6%와 48.5%로 가장 높은 반면, 가맹점은 47.2%와 23.6%, 단독 개인 점포는 26.9%와 16.0%로 사업 형태에 따라 교육 이수 경험에 차이가 있는 것으로 나타났다.

2.2. 점포 운영 및 경영현황

조사업체들의 점포규모 평균은 60.3평, 표준편차는 99.1평이며, 최소 1평에서 최대

1,200평까지 다양하게 분포되어 있다. 30평 미만인 업체는 전체의 53.7%인 282개, 31~50평은 18.6%인 98개, 50평 이상인 업체는 27.6%인 145개로 조사업체들의 70% 이상이 50평 미만으로 나타났다. 점포 내 좌석 수의 평균은 73.9석(표준편차 94.0석)이며, 20석 이하가 142개(27.0%)로 가장 많았고, 다음으로는 21~40석이 122개(23.2%), 101석 이상이 103개(19.6%) 순으로 매장 평수와 비례하게 좌석 수 또한 업체 간의 격차가 큼을 알 수 있다. 조사업체들의 점포 사용 형태는 임차 점포가 450개(85.7%), 자가 소유 점포 69개(13.1%), 무상사용 점포와 기타가 각각 3개(0.6%)로 대다수의 업체가 점포를 임차하는 것으로 나타났다<표 4>.

표 4. 조사업체들의 점포규모, 좌석 수, 점포 사용 형태

구 분		빈도(개)	구성비(%)
점포규모	10평 이하	75	14.3
	11~20평	107	20.4
	21~30평	100	19.0
	31~40평	58	11.0
	41~50평	40	7.6
	51~100평	75	14.4
	101평 이상	70	13.3
음식점 종류	20석 이하	142	27.0
	21~40석	122	23.2
	41~60석	63	12.0
	61~80석	55	10.6
	81~100석	40	7.6
	101석 이상	103	19.6
점포 사용 형태	자가소유	69	13.1
	임차점포	450	85.7
	무상사용점포	3	0.6
	기타	3	0.6

조사업체의 평균종사자 수는 가족종사자, 상용근로자(정규직, 1년 이상 계약직), 임시 및 일용근로자(1년 미만 고용)를 모두 포함한 경우 8.1명이며, 종사자가 3명인 업체가 117개(22.3%)로 가장 많고, 다음으로는 6~10명이 95개(18.1%), 2명이 89개(17.0%), 11~20명이 61개(11.6%), 4명이 52개(9.9%) 순으로 나타났다. 가족종사자와 상용근로자만 포함한 경우 평균 종사자 수는 6.4명으로 임시 및 일용고용자를 포함한 경우보다 1.7명 정도 적었다. 종사자가 2명인 업체가 145개(27.7%)로 가장 많았고, 3명

인 업체는 93개(17.7%), 11~20명 60개(11.4%), 1명은 57개(10.9%)로 종사자가 3명 이하인 업체의 비중이 절반을 상회하여 종사자 수 측면에서 조사업체들의 규모가 영세한 것으로 나타났다<표 5>.

매출 증대를 위해 평소 판촉 활동이나 홍보를 하는가에 대한 질문에는 223개(42.5%) 업체가 ‘하고 있음’을, 302개(57.5%) 업체가 ‘하고 있지 않음’이라고 응답하였다. 판촉 활동이나 홍보를 하고 있는 223개 업체들의 구체적인 활동 내용으로는 ‘단골고객 구전 홍보’가 22.4%로 가장 높았으며, ‘인터넷 사이트’ 12.6%, ‘소형판촉물’과 ‘신문 전단지’가 각각 10.8%로 나타나 비교적 적은 비용으로 판촉 및 홍보를 하는 것으로 나타났다 <표 6>. 판촉 및 홍보비용에 대한 질문에는 140개 업체가 응답하였으며, 연간 100만 원 이하가 32.1%로 가장 많았고, 100~300만 원과 300~500만 원이 각각 19.3%인 반면 900만 원 초과도 22.1% 조사되어 판촉 및 홍보 비용의 업체 간 차이가 큰 것으로 나타났다.

표 5. 조사업체들의 종사자 현황

구 분	가족+상용+임시 및 일용		가족+상용	
	빈도(개)	구성비(%)	빈도(개)	구성비(%)
1명	23	4.4	57	10.9
2명	89	17.0	145	27.7
3명	117	22.3	93	17.7
4명	52	9.9	51	9.7
5명	45	8.6	35	6.7
6~10명	95	18.1	56	10.7
11~20명	61	11.6	60	11.4
21~50명	34	6.5	22	4.2
51~100명	4	0.8	3	0.6
101명 이상	4	0.8	2	0.4
평균(표준편차)	8.08(12.95)		6.36(10.61)	
합 계	524	100.0	524	100.0

주: 결측치 1개.

표 6. 조사업체들의 판촉 및 홍보 활동 내용

판촉 및 홍보 활동 내용	빈도(개)	구성비(%)
신문 진단지 활용	24	10.8
지역 음식점소개 소책자 활용	19	8.5
인터넷 사이트 개설	28	12.6
지역신문, 중앙일간지 광고 활용	4	1.8
중앙점포주변 광고 간판 활용	7	3.1
점포주변 플래카드 활용	21	9.4
지역유선TV, 지상파TV 활용	19	8.5
SNS 적극 활용	9	4.0
단골고객의 구전홍보 의존	50	22.4
소형판촉물 활용	24	10.8
이벤트와 공짜시식회 등 활용	10	4.5
기타	8	3.6
합 계	223	100.0

표 7. 조사업체들의 월평균 영업 매출액

매출액(만 원/월)	빈도(개)	구성비(%)	평균(표준편차)
500 이하	53	13.1	5,839 (10,406)
501~1,000	73	18.0	
1,001~1,500	43	10.6	
1,501~2,000	48	11.9	
2,001~3,000	46	11.4	
3,001~4,000	13	3.2	
4,001~5,000	15	3.7	
5,001~10,000	56	13.8	
10,001 이상	58	14.3	
합 계	405	100.0	

주: 결측값 120개(무응답 119, 이상치 1).

표 8. 조사업체들의 영업 상태

영업 상태	빈도(개)	구성비(%)
수년간 적자 상태 지속	37	7.0
겨우 현상 유지	288	54.9
완만하게 수지가 호전	186	35.4
매년 빠른 매출 성장으로 수익 확대	14	2.7
합 계	525	100.0

조사업체들의 월평균 영업 매출액의 평균은 5,839만 원(표준편차 1억 406만 원)이며, 1,000만 원 이하가 31.1%, 1,000~2,000만 원이 22.4%로 2,000만 원 이하가 절반 이상을 차지했으며, 5,000~10,000만 원 13.8%, 1억 원 이상은 18.5%로 업체 간 매출액 차이가 큰 것으로 나타났다<표 7>.

음식점의 영업 상태를 어떻게 생각하는가에 대한 질문에는 절반 이상인 288개 업체(54.9%)가 겨우 현상 유지를, 37개 업체(7.0%)는 수년간 적자 상태 지속이라고 응답한 반면, 완만하게 수지가 호전되거나 매년 빠른 매출 성장으로 수익이 확대되고 있다고 응답한 업체는 200개 업체(38.1%)로 음식업체들의 경영상황이 크게 개선되지 않는 것으로 나타났다<표 8>. 사업 형태별로는 체인본부직영점의 ‘완만하게 수지가 호전’ 및 ‘매년 빠른 매출 성장으로 수익 확대’의 응답 비중이 54.5%로 가맹점 38.8%, 단독 개인점포 36.4%에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

음식점 경영상의 문제점에 대한 조사결과는 <표 9>와 같이 요약된다. 먼저 국내산 식재료에 대한 설문결과 구입가격의 불안정성, 수입산 대비 높은 가격 수준, 안정적 조달의 어려움 모두 ‘그렇다’ 또는 ‘매우 그렇다’라고 응답한 비율(73.0%, 84.4%, 53.6%)이 ‘아니다’ 또는 ‘전혀 아니다’라고 응답한 비율(4.6%, 2.9%, 16.0%)보다 매우 높아 국내산 식재료가 외식업체 경영의 큰 문제점으로 인식되고 있음을 알 수 있다. 따라서 국내산 식재료의 안정적인 공급과 가격안정을 도모할 수 있도록 외식업체와 생산 농가 및 생산자 단체와의 상호협력체계를 구축하고 국내산 농산물의 안정적인 수급을 담보할 수 있는 유통망 구축이 절실하다고 판단된다. 이는 외식산업의 발전뿐만 아니라 국내 생산농가들의 소득안정 차원에서도 중요하게 고려되어야 할 사항이다.

식재료비, 인건비, 임차료, 부과세 및 카드 수수료 등 경영비의 주요 항목들이 부담이 되는가에 대한 질문에서는 ‘그렇다’ 또는 ‘매우 그렇다’라고 응답한 비율(70.8%, 72.7%, 68.4%, 79.9%)이 ‘아니다’ 또는 ‘전혀 아니다’라고 응답한 비율(4.2%, 7.2%, 9.9%, 3.8%)보다 매우 높게 나타나 경영비의 항목들이 외식업체 경영에 큰 애로사항으로 인식되고 있다. 한편, 판촉 및 홍보 비용 부담에 대한 질문에서는 ‘그렇다’ 또는 ‘매우 그렇다’라고 응답한 비율(24.9%)이 ‘아니다’ 또는 ‘전혀 아니다’라고 응답한 비율(37.5%)보다 낮아 상대적으로 다른 경영비 항목에 비해 부담이 적은 것으로 나타났다.

조리사 및 홀서빙 등 종업원 확보가 어려운가에 대한 질문에서는 ‘보통이다’ 27.2%, ‘아니다’ 11.0%, ‘전혀 아니다’는 1.9%가 응답한 반면 ‘그렇다’는 36.2%, ‘매우 그렇다’는 23.6%가 응답하여 인력수급에 문제가 큰 것으로 나타났다. 새로운 메뉴개발이 어렵고 조리기술 개발이 미흡한가에 대한 질문에는 ‘그렇다’ 또는 ‘매우 그렇다’라고 응답한 비율(41.7%)이 ‘아니다’ 또는 ‘전혀 아니다’라고 응답한 비율(18.7%)보다 높은 것으로

로 나타났다. 따라서 외식업체들의 인력수급과 새로운 기술 및 메뉴 개발에 대한 다양한 지원방안을 모색할 필요가 있다고 판단된다.

표 9. 조사업체들의 음식점 경영상의 문제점에 대한 의견

단위: %

경영상의 문제점	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
국내산 식재료의 구입가격이 불안정하다	1.0	3.6	22.5	50.7	22.3
국내산 식재료 가격이 수입산에 비해 매우 높다	0.4	2.5	12.8	56.6	27.8
국내산 식재료의 안정적 조달이 어렵다	1.3	14.7	30.5	40.6	13.0
경영규모나 투자 자본에 비해 수익이 상대적으로 낮다	0.8	5.5	25.3	49.7	18.7
수익에 비해 과도한 식재료비 지출이 부담된다	0.4	3.8	23.0	52.8	20.0
수익에 비해 과도한 인건비가 부담된다	1.1	6.1	20.0	47.4	25.3
수익에 비해 과도한 임차료가 부담된다	3.0	6.9	21.7	43.8	24.6
수익에 비해 과도한 관촉(홍보)비용이 부담된다	5.1	32.4	37.5	17.5	7.4
수익에 비해 부과세, 카드 수수료 등이 부담된다	0.2	3.6	16.4	42.9	37.0
종업원(조리사, 홀서빙 등)의 확보가 어렵다	1.9	11.0	27.2	36.2	23.6
새로운 메뉴개발이 어렵고 개발기술이 미흡하다	2.9	15.8	39.6	34.5	7.2

경영규모나 투자 자본에 비해 수익성이 상대적으로 낮은가에 대한 질문에서는 ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’가 68.4%인 반면, ‘아니다’와 ‘전혀 아니다’라고 응답한 비율은 6.3%에 그쳐 외식업체들의 수익성에 대한 인식이 매우 낮은 것으로 나타났다. 이는 외식업체들의 식재료 및 경영비에 대한 인식과 일맥상통한다고 할 수 있다.

3. 분석모형 및 변수 설정

3.1. 분석모형

본 연구는 한식점의 경영성과에 영향을 미칠 것으로 예상되는 요인들을 중심으로 가설을 설정하고, 계량경제 분석을 통해 그 가설을 검증한다. 분석에 이용된 독립변수로는 외식산업 경영성과에 영향을 미칠 것으로 예상되는 요인들을, 종속변수로는 경영성과를 이용하였다.

기업의 경영 성과와 관련된 선행 연구에서 일반적으로 사용되는 경영성과의 지표는

주관적 지표와 객관적 지표로 구분할 수 있으며, 객관적 지표는 다시 재무적 지표와 비재무적 지표로 구분된다(Stuart & Abetti 1987; Tsailan et al. 1991).

Stuart & Abetti(1987)는 기업의 성공을 매출액, 고용성장률, 수익성, 자기자본 수익률, 종업원 대비 매출액, 자산 대비 매출액 등의 객관적 지표와 기대 목표의 달성정도, 생존 확률, 외부 자본 조달 능력, 종업원 만족도, 사회에의 기여 등 주관적 지표를 통해 기업의 성공을 실증적으로 측정하였다. Tsailan et al.(1991)은 경영성과 측정의 정확성을 확보하기 위하여 객관적 지표와 주관적 지표 모두 파악하는 것이 중요하다고 하였다.²

본 연구에서는 선행연구들을 토대로 한 주관적 지표와 객관적 지표를 통해 조사대상 한식점의 경영성과를 분석하고자 한다. 구체적인 경영성과의 주관적 지표로는 조사업체들의 영업 상태에 대한 판단을 이용하며, 객관적 지표로는 종업원 대비 매출액 자료를 이용한다. 어떤 산업의 재무성과는 총자산순이익률(Return on Assets: ROA), 자기자본순이익률(Return on Equity: ROE), 총매출액순이익률(Return on Sales: ROS), 종업원 1인당 매출액의 4개 지표로 대표될 수 있으므로(Venkatraman and Ramanujam 1986), 본 연구에서는 설문조사 자료를 통해 설정 가능한 지표인 종업원 1인당 매출액 지표를 이용하였다. 종업원 1인당 매출액이 높다는 의미는 노동력의 단위당 성과인 노동생산성이 높다는 것을 의미한다.

주관적 지표를 이용하여 경영성과를 분석할 경우, 종속변수인 영업 상태에 대한 응답이 적자 상태 유지, '현상 유지', '완만한 수지의 호전', '빠른 매출 성장에 따른 수익 확대'로 순서화되어 있어 통상적인 선형회귀모형(OLS)보다는 순위프로빗모형(ordered probit model)이나 순위로짓모형(ordered logit model)을 활용한다. 순위프로빗모형은 분석모형의 무작위 오차가 표준 정규분포를 따른다고 가정하는 반면, 순위로짓모형은 로지스틱 분포를 따른다고 가정하는 차이가 있으나, 두 모형의 분석결과에는 거의 차이가 없으며, 본 연구에서는 순위로짓모형을 이용하였다.

경영성과의 객관적 지표인 종업원 1인당 매출액을 종속변수로 이용할 경우에는 통상적인 선형회귀모형을 통해 분석을 실시할 수 있다. 더 나아가, 경영규모별 한식점업의 특성을 고려한 분위회귀분석기법(quantile regression)을 이용하여, 종속변수인 종사자 1인당 매출액의 조건부 분위별 경영성과의 결정요인을 분석한다.

² 기업 성과의 측정과 관련된 연구에서 개관적으로 인정된 측정 방법이 현재까지 정리되지 않고 있는 상황이지만, 주관적 성과지표와 객관적 성과지표 간에 밀접한 연관성이 있다면 어떤 지표를 이용하더라도 성과의 측정이 가능하다(김상호 등 2010).

3.1.1. 한식점의 영업 상태에 영향을 미치는 요인 분석 모형: 순위로짓모형 (ordered logit model)³

4점 척도로 순위화된 음식점의 영업 상태에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해, 순위로짓모형을 이용한다. 순위로짓모형은 다음의 식(1)과 같이 나타낼 수 있다.

$$(1) \quad y^* = \sum_{k=1}^K \beta_k x_k + \epsilon, \text{ 단, } \epsilon \text{는 } E(\epsilon) = 0 \text{인 대칭분포를 따름.}$$

식(1)에서 y^* 는 관찰 불가능한 응답변수(response variable) 또는 잠재변수(latent variable)이며, 응답자가 관찰 가능한 응답 y 를 선택하는 기준을 제공한다. 식(1)을 일반적인 회귀식과 동일하게 취급하기 위해 순서화된 종속변수와 설명변수 간의 관계를 가정하고 있다. 구체적으로는 응답자가 선택 가능한 응답 y 가 J 개 존재할 경우 1부터 J 까지 선택하기 위한 응답자의 내재적 기준 y^* 가 일정 범위 내에서 j 를 선택할 수 있도록 하는 관찰 불가능한 기준이 된다.

식(2)은 범주화된 기준 y^* 와 관찰 가능한 응답 y 간의 관계를 나타낸다.

$$(2) \quad \begin{aligned} y &= 1 \text{ if } y^* \leq \mu_1 (= 0) \\ &= 2 \text{ if } \mu_1 < y^* \leq \mu_2 \\ &\quad \vdots \\ &= J \text{ if } \mu_{J-1} < y^* \end{aligned}$$

식(2)에서 μ_1 에서 μ_{J-1} 은 y^* 의 경계값(threshold)을 나타내며, 총 J 개의 관찰 가능한 응답들에 대해 j 를 선택할 수 있는 기준들이 된다. 일반적으로 μ_j 는 회귀분석의 용이성을 위해 $\mu_1 = 0$ 으로 정규화시키는 작업을 거치게 된다.

순위로짓모형은 이산적인 종속변수를 확률의 개념을 이용하여 연속성을 확보하기 때문에 응답자가 $j(=y)$ 를 선택할 확률을 구할 수 있다. 식(2)에서 $y=j$ 일 경우 $\mu_{j-1} < y^* \leq \mu_j$ 이므로 누적분포함수의 성질을 이용한 확률값은 식(3)과 같다.

³ 순위로짓모형에 대한 설명은 이성우 등(2005)을 참고하였다.

$$\begin{aligned}
 (3) \quad Prob(y = j) &= Prob(\mu_{j-1} < y^* = \sum_{k=1}^K \beta_k x_k + \epsilon \leq \mu_j) \\
 &= Prob(\mu_{j-1} - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k < \epsilon \leq \mu_j - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k) \\
 &= F(\mu_j - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k) - F(\mu_{j-1} - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k)
 \end{aligned}$$

식(3)에서 $F(\cdot)$ 은 누적확률함수로 이를 누적로짓분포함수로 변환하면 $y \leq j$ 일 누적확률은 식(4)와 같이 나타낼 수 있다.

$$(4) \quad Prob(y \leq j) = Prob(y^* \leq \mu_j) = \frac{e^{\mu_j - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k}}{1 + e^{\mu_j - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k}}$$

누적로짓분포함수를 $L(\cdot)$ 로 나타내면, 식(3)에서 $j = 1, 2, \dots, J$ 에 대한 확률값을 식(5)와 같이 나타낼 수 있다.

$$\begin{aligned}
 (5) \quad Prob(y = 1) &= L(\mu_1 - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k) = L(-\sum_{k=1}^K \beta_k x_k) \quad \because \mu_1 = 0 \\
 Prob(y = 2) &= L(\mu_2 - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k) - L(\mu_1 - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k) \\
 &\quad \vdots \\
 Prob(y = J) &= 1 - L(\mu_{J-1} - \sum_{k=1}^K \beta_k x_k) \quad \because P(y \leq J) = 1
 \end{aligned}$$

3.1.2. 한식점의 매출액에 영향을 미치는 요인 분석 모형: 분위회귀모형 (quantile regression)

한식점업의 종업원 1인당 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 식(6)과 같은 회귀모형을 설정한다.

$$(6) \quad y_i = x_i \beta + \epsilon_i$$

여기서 y_i 는 종사자 1인당 매출액의 로그값이고, x_i 는 설명변수 벡터이다.

조사대상 한식점의 경영규모는 다양하나, 전체 표본을 대상으로 평균적 한식점의 경영성과 결정요인을 추정하는 것은 경영규모에 따른 한식점업의 특성을 정확히 파악하지 못하는 문제가 발생한다. 예를 들어, 매출액 상위 10%에 속하는 기업과 하위 10%에 속하는 한식점의 특징이 다르다면, 단지 평균적 한식점의 결정요인만을 추정하는 일반적인 OLS으로는 그 차이를 파악할 수 없을 것이다. 또한 전체 표본을 좌석 수 또는 종업원 수 등의 기준으로 몇 가지 그룹으로 나누는 것도 다분히 임의적인 규모 구 분 방법이므로, 한식점업의 규모에 따른 경영성과 차이의 원인을 정확하게 분석하지 못할 수 있다. 즉, 평균적 결정요인만을 추정하는 통상회귀모형으로는 규모별 한식점업의 매출액 결정요인을 식별할 수 없는 한계가 있다. 오히려 종속변수인 종업원 1인당 매출액 분포의 각 분위별 경영성과 결정요인을 분석하는 것이 한식점업의 경영규모 특성을 고려한 분석법이다(최강식 등 2005). 따라서 본 연구는 식(6)을 분위회귀분석기법(quantile regression)을 이용하여, 종속변수인 종업원 1인당 매출액의 조건부 분위별 경영성과의 결정요인을 분석한다. 분위회귀분석은 임의로 표본의 관찰치를 분할하지 않고 표본의 모든 관찰치를 사용하며, 종업원 1인당 매출액을 분위에 따라 가중치를 다르게 부여하여 추정한다는 점에서 본 연구에 더 적절한 방법이다.

한식점 i 의 종업원 1인당 매출액을 y_i , 이를 설명하는 설명변수 벡터를 X_i 라 할 경우 θ 분위 추정량 $\hat{\beta}_\theta$ 는 다음을 최소화하는 β_θ 의 값이다(Koenker and Bassett 1978)⁴.

$$(7) \quad Q(\beta_\theta) = \sum_{i: y_i \geq X_i' \beta} \theta |y_i - X_i' \beta_\theta| + \sum_{i: y_i < X_i' \beta} (1 - \theta) |y_i - X_i' \beta_\theta|$$

3.2. 변수설정

음식점의 경영성과 결정요인을 살펴보기 위한 첫 번째 분석으로 순위로짓모형을 이용하여 음식점의 동태적인 영업 상태(영업 상태의 변화)에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 종속변수는 경영주가 평가한 4점 척도로 순위화된 음식점의 영업 상태이다. 즉, 적자 상태를 지속하는 경우 1점, 현상 유지 2점, 완만한 호전 3점, 빠른 성장은 4점으로 나타난다. 두 번째 분석모형의 경우, 통상회귀모형과 분위회귀모형을 이용하여 중

⁴ 추정량 $\hat{\beta}_\theta$ 의 분산-공분산은 부스트래핑 기법을 이용해 구해진다.

속변수로 종사자 1인당 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석하였다.

관련 선행연구들을 살펴보면, 외식산업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 크게 경영환경요인, 고객선택요인, 경영전략요인 등으로 구분하고 있다(김무현 등 2005; 장록기 등 2007; 김상호, 박진환 2010⁵).

경영환경은 외식산업에 직접적 영향을 미칠 수 있는 거시 및 미시적 환경을 의미하며, Dubrin(1997)은 관련 변수로 고객, 주주와 공급자, 노동시장, 경쟁자를 제시하였다. 고객선택요인은 음식의 품질, 음식의 양, 서비스 품질, 분위기, 가격, 메뉴의 다양성, 청결성, 위치, 건물외관 등이 해당한다. 경영전략요인은 경영자의 전문성, 마케팅 전략, 브랜드, 교육훈련, 규모, 시장점유율⁶ 등을 들 수 있다(박기용 2004). 본 논문이 이용한 설문조사는 경영전략요인을 중심으로 조사되어, 분석모형에서도 경영전략 관련 변수가 경영성과에 미치는 영향을 살펴볼 것이다.⁷ 한식점의 경영성과에 영향을 미치는 전략요인으로는 음식점 형태, 경영주 특성, 경영규모 및 운영특성 등과 관련된 변수들을 설정하였다.

음식점 형태 관련 변수로는 사업 형태(프랜차이즈 가맹점, 체인본부 직영점, 단독 개인 점포), 창업 형태(독립창업, 공동창업, 가족 승계), 음식점 종류(단품 한식전문점, 복합메뉴 한식점, 고기구이집, 정통 한정식당, 기타) 변수들을 각각 더미변수로 포함하였다.

경영주 특성 변수로는 종사경력, 정규학력 더미변수(중졸 이하, 고졸, 대졸 이상), 점포운영 교육 이수 경험 여부의 더미변수를 포함하였다.

경영비용 및 운영특성 관련 변수로는 종사자 1인당 좌석 수의 로그값(규모 변수), 고용종사자 비중(전체 종사자 중 상시 및 일용종사자 비중), 판촉 및 홍보 여부, 경영운영의 애로사항에 관한 변수들을 포함하였다.

종사자 1인당 좌석 수는 종사자 한 사람이 어느 정도의 좌석 수를 서비스하는지를 나타내는 지표로 자본집약도 또는 반대로 노동집약도를 나타낸다. 즉, 종사자 1인당 좌석수가 많다는 것은 노동절약적 형태의 음식업을 나타내는 동시에, 유형자산투자가 상

5 김상호, 박진환(2010)은 외식창업업체의 경영성과 결정요인을 심리적 요인, 점포환경요인, 서비스 요인, 상품요인, 마케팅 요인으로 규정하고 있다.

6 김무현 등(2010)은 시장점유율이 외식업체의 경영성과에 유의하게 영향을 미치고 있음을 입증하였다.

7 장록기 등(2007)은 외식산업 경영전략요인이 경영성과에 미치는 영향을 분석하고, 직원의 교육훈련, 윤리경영, 리더십 경영팀의 경험과 전문성에 대하여 많은 투자와 노력할 것을 제시하였다.

대적으로 많다는 것을 의미한다.

종사자 수 변수는 음식점의 외형적 규모를 나타내는 변수로, 종사자 수가 많을수록 경영규모가 큰 음식점을 나타낸다.

경영상의 문제점과 관련된 변수는 첫째, 국내산 식재료 구입가격의 불안정성, 국내산 식재료의 안정적 조달 여부 등을, 둘째, 경영비의 과도한 부담과 관련하여 식재료비, 인건비, 임차료, 판촉 비용, 부과세 및 카드 수수료 등을, 셋째, 종업원 확보의 어려움과 메뉴개발 등이 5점 리커트형 척도로 조사되었다.

4. 분석결과

4.1. 음식점 영업 상태에 영향을 미치는 요인 분석 결과

조사대상 한식점을 대상으로 음식점 영업 상태에 영향을 미치는 요인을 순위로짓 모형을 이용하여 추정하였다. 설명변수는 크게 음식점 형태, 경영주 특성, 경영비용 및 운영 특성 변수들로 구분된다.

Wald 검증 결과, 추정모형이 통계적으로 유의하게 나타났다. 또한 각 임계치의 추정치도 통계적으로 유의하게 나타나, 순위로짓모형이 통계적으로 적합하다는 것을 알 수 있다.

추정결과, 프랜차이즈점, 체인본부 가맹점, 단독 개인 점포 등의 사업 형태가 영업 상태에 통계적으로 유의하게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 반면, 창업 형태 측면에서 독립창업에 비해 가족이나 친척으로부터 승계한 음식점의 영업 상태가 더 좋을 확률이 통계적으로 유의하게 나타났다. 가족으로부터 승계하여 운영 중인 음식점의 경우 몇 세대에 걸쳐 오랜 기간 운영되고 있다는 점에서 이미 경쟁력이 입증되었다고 볼 수 있다. 즉, 통계적으로 유의한 양의 가족승계 더미변수 추정치는 경쟁력 있는 음식점이 자녀 및 가족에게 승계되고, 그 음식점들의 영업 상태는 상대적으로 더 좋다는 사실을 나타낸다.

경영주 특성 측면에서 경영주의 종사경력은 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났으나, 경영주의 정규학력 수준은 음식점 영업 상태에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 중졸 이하, 고졸의 경영주에 비해 대졸 이상의 학력을 가진 경영주가 운영 중인 음식점의 영업 상태가 더 좋은 것으로 나타났다. 또한 점포

운영 관련 교육에 참여한 경험을 가진 경영주가 운영 중인 음식점의 영업 상태가 더 나은 것으로 나타났다. 따라서 학력 수준 및 사후 관련 교육 참여 등으로 나타나는 경영주의 인적자본이 높을수록 음식점의 영업 상태는 더 개선되고 있음을 알 수 있다.

음식점의 규모 및 운영 특성 측면에서, 종사자 1인당 좌석 수가 많을수록 영업 상태가 좋을 확률이 높게 나타났다. 이는 종사자 1인당 생산성이 높을수록 영업 상태가 더 좋은 것으로 해석할 수 있다. 또한 종사자 수가 많을수록 영업 상태가 더 좋은 것으로 나타났다. 이는 가족 중심의 영세음식점보다는 상대적으로 규모가 큰 한식점의 영업 상태가 좋을 확률이 높음을 시사한다. 즉, 규모의 경제 효과가 음식점의 영업 상태 판단에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

표 10. 음식점 영업 상태에 영향을 미치는 요인 모형의 추정결과

구 분			음식점 영업 상태		
			추정치	z값	
음식점 형태	사업 형태	프랜차이즈 가맹점	-0.127	-0.92	
		체인본부 직영점	-0.422	-1.67	
	창업 형태	공동창업	0.003	0.01	
		가족 승계	0.618	3.17**	
경영주 특성	종사경력		0.007	0.93	
	정규학력 더미변수	중졸 이하	-0.609	-2.9**	
		고졸	-0.227	-1.85*	
	운영교육 경험 여부		0.302	2.4*	
경영규모 및 운영특성	종사자 1인당 좌석수		0.011	2.19*	
	종사자 수		0.009	2.48*	
	관측홍보활동 여부		0.406	3.47***	
	경영상 애로사항	불안정한 식재료 구입가격		-0.086	-1.14
		식재료 조달의 어려움		0.066	1.03
		식재료비 부담		-0.050	-0.6
		인건비 부담		-0.105	-2.41*
		임차료 부담		-0.112	-1.72
		관측홍보비 부담		-0.068	-1.24
		부과세, 카드 수수료 부담		-0.102	-2.39*
중업원 확보의 어려움		0.097	1.45		
신메뉴, 신기술 개발 어려움		-0.134	-2.05*		
임계치1			-3.405***		
임계치2			-1.399*		
임계치3			0.524*		

Wald chi2(20): 126.1***

Log pseudolikelihood: -457.107

주: 1) * p<0.05; ** p<0.01; *** p<0.001

2) 추정을 위해 제외된 사업 형태 더미변수는 '단독 개인 점포', 창업 형태 더미변수는 '단독투자에 의한 독립창업', 정규학력 더미변수는 '대졸 이상'임.

5점 척도로 나타난 경영상 애로사항에 관한 영향을 살펴보면, 여러 가지 애로사항 중에서 인건비 부담, 부과세 및 카드 수수료 부담, 신메뉴 및 신기술 개발의 어려움을 크게 느끼고 있을수록, 영업 상태가 악화될 확률이 더 높은 것으로 나타났다.

분석결과에 근거하면, 음식점 영업 상태 개선을 위해 무엇보다도 경영주 인적자본 향상, 경영비 절감, 규모의 경제 효과가 나타날 수 있는 경영 전략 마련이 필요할 것이다.

4.2. 음식점의 종업원 1인당 매출액에 영향을 미치는 요인 분석 결과

매출액 분위 $\theta = 0.1, 0.25, 0.5, 0.75, 0.9$ 별 종업원 1인당 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석한 분위회귀모형 분석결과는 <표 11>과 같다. 종사자 1인당 매출액 분위의 상위 10% 분위기를 제외한 모든 분위에서 경영주의 종사경력이 많을수록 경영성고가 높은 것으로 나타나, 오랜 기간 쌓인 경영주의 노하우는 경영성고를 증대시키는 요인임을 알 수 있다. 하위 10%를 제외한 분위에서 경영주의 정규학력 수준이 높을수록 경영성고가 높은 것으로 나타났다. 하위 10%의 영세한 음식점에서는 경영주의 종사경력은 중요한 요인으로 작용하나, 경영주의 학력변수는 통계적으로 유의하게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

또한 중위계층(분위 50%)에서는 점포 운영교육 참여가 경영성고를 높이는 유의한 요인으로 나타나, 중소규모 음식점의 매출액 증대를 위한 인프라 구축 방안으로 점포 운영교육의 중요성을 시사한다.

종사자 1인당 좌석 수 변수의 추정치는 모든 분위에서 정(+)의 통계적으로 유의한 값을 나타낸다. 즉, 노동집약도가 낮을수록 종사자 1인당 매출액이 높아지는 것을 나타낸다. 이는 노동집약도가 낮아지면 인건비 절감으로 인해 음식점의 경영성고가 높아진다는 것을 의미한다.

상위 10%를 제외한 모든 분위에서 종사자 수 변수의 추정치가 정(+)의 값으로 나타나, 한식점의 규모가 클수록 종사자 1인당 매출액이 크다는 것을 알 수 있다. 즉, 한식점이 가족중심의 경영에서 벗어나 종업원 수가 많아지면, 경영성고도 높아진다는 것을 의미한다. 조사대상 한식점에서 규모의 경제 효과가 발생하고 있음을 알 수 있다.

그러나 매출액 상위 10%의 한식점에서는 종사자 수 증가가 종사자 1인당 매출액에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타나, 비용을 최소화할 수 있는 적정규모 운영의 필요성을 시사한다.

하위 10%, 25%, 50% 분위에서 판촉홍보활동 여부를 나타내는 더미변수의 추정치는

통계적으로 유의하게 정(+)의 값이 나타났고, 상위 25%, 10%에서는 이 변수의 추정치가 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 즉, 상대적으로 영세한 중소기업의 한식점일수록 판촉홍보활동은 경영성과를 증대시키는 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

표 11. 분위별 종업원 1인당 매출액에 영향을 미치는 요인 분석 결과

구 분			분위(Quantile)				
			10%	25%	50%	75%	90%
음식점 형태	사업 형태	프랜차이즈 가맹점	-0.066	0.201	0.019	0.038	-0.079
		체인본부 직영점	0.033	0.003	-0.071	-0.012	-0.095
	창업 형태	공동창업	-1.358	0.028	0.180	-0.032	0.367
		가족 승계	0.179	0.070	0.114	0.076	0.151
경영주 특성	종사경력		0.016*	0.017**	0.012**	0.016*	0.008
	정규학력 더미변수	중졸 이하	-0.227	-0.289*	-0.337*	-0.266*	-0.443*
		고졸	-0.208	-0.314**	-0.182**	-0.144*	-0.141
	운영교육 경험 여부		0.035	0.117	0.162*	0.132	0.046
경영규모	log(종사자 1인당 좌석수)		0.459***	0.262***	0.227***	0.226**	0.265***
	log(종사자 수)		0.007**	0.007***	0.005***	0.004**	0.003
운영특성	판촉홍보활동 여부		0.511*	0.085*	0.130*	0.139	0.051
상수항			3.686***	4.802***	5.273***	5.638***	6.126***

주: 1) * p<0.05; ** p<0.01; *** p<0.001

2) 추정을 위해 제외된 사업 형태 더미변수는 '단독 개인 점포', 창업형태 더미변수는 '단독투자에 의한 독립창업', 정규학력 더미변수는 '대졸 이상'임. t값은 생략함.

5. 요약 및 결론

본 연구는 한식점업 대상 설문조사 자료를 토대로 한식점업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 경영성과를 나타내기 위해 주관적 지표와 객관적 지표를 모두 활용하였으며, 주관적 지표로는 조사업체들의 영업 상태에 대한 판단을, 객관적 지표로는 종업원 대비 매출액 자료를 이용하였다.

주관적 지표를 이용한 경영성과 분석은 종속변수인 영업 상태에 대한 응답이 4점 척도로 순서화되어 있어 순위프로빗모형(ordered probit model)을 이용하였다. 한편, 객관

적 지표를 이용한 경영성과 분석은 종속변수인 종업원 1인당 매출액의 규모별 한식점업의 특성을 고려하기 위해 분위회귀분석기법(quantile regression)을 이용하였다. 한식점의 경영성과에 영향을 미치는 요인으로는 음식점 형태, 경영주 특성, 경영규모 및 운영특성 등과 관련된 변수들을 설정하였다.

주관적 경영성과 요인 분석결과, 경영주의 정규학력 수준과 운영교육 참여 여부가 한식점 영업 상태에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 학력 수준 및 사후 관련 교육 참여 등으로 나타나는 경영주의 인적자본이 한식점의 영업 상태를 개선시키는 중요 요인임을 알 수 있다. 또한 종사자 1인당 좌석 수가 많을수록, 종사자 수가 많을수록 영업 상태가 더 좋은 것으로 나타나, 가족 중심의 영세음식점보다는 규모가 상대적으로 큰 음식점의 영업 상태가 호전될 확률이 높음을 시사한다. 즉, 규모의 경제 효과가 음식점의 영업 상태 판단에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

객관적 경영성과 요인 분석결과, 종사자 1인당 매출액 분포의 상위 10% 분위를 제외한 모든 분위에서 경영주의 종사경력이 많을수록 경영성과가 높은 것으로 나타났으며, 하위 10%를 제외한 분위에서 경영주의 정규학력 수준이 높을수록 경영성과가 높은 것으로 나타났다. 중위계층(분위 50%)에서는 점포 운영교육 참여가 경영성과를 높이는 유의한 요인으로 나타났으며, 하위 10%, 25%, 50% 분위에서 관측홍보활동 더미변수의 추정치는 통계적으로 유의하게 정(+)의 값이 나타났다. 또한 종사자 1인당 좌석 수 변수와 종사자수 변수의 추정치가 정(+)의 값으로 나타나, 한식점에서 규모의 경제 효과가 발생하고 있음을 재확인할 수 있었다. 그러나 매출액 상위 10%의 한식점에서는 종사자 수 증가가 종사자 1인당 매출액에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타나, 비용을 최소화할 수 있는 적정규모가 존재함을 시사한다.

주관 및 객관적 경영성과 요인 분석결과에 근거하면, 한식점의 경영성과 향상을 위해서는 경영주 인적자본 향상과 규모의 경제 효과가 나타날 수 있는 경영 전략 마련이 무엇보다도 중요하다.

실증분석 결과에서 보듯이 중위계층에서 점포 운영교육 참여가 경영성과를 높이는 데 효과가 큰 것으로 나타나 외식업자의 경쟁력 확보를 위해서는 조리, 위생, 서비스 및 마케팅 등 경영전반에 관한 기본 교육 이수가 절실히 필요한 과제로 판단된다. 외식 관련 교육은 창업교육을 포함해서 일반교육과 전문교육까지를 포함하며, 다른 부처의 교육과 마찬가지로 60~70%의 정부지원이 요구된다.

규모의 경제 효과를 얻기 위해서는 매출액 확대가 선결과제이다. 한식점의 경우 비교적 창업이 쉬어 생계형 업체가 많이 시장에 진출함에 따라 경쟁이 과열화되고 있다. 최근 대기업들의 프랜차이즈 외식업 진출이 크게 증가하면서 업종 특성을 갖추지 못한

생계형 외식업체들은 규모면에서나 메뉴 전문성 등에 있어서 경쟁력이 낮다. 영세업체의 경우 지속적인 매출 확대 없이는 수익을 실현하기가 어려운 상황이다. 매출 확대는 메뉴의 전문성, 맛의 차별성, 서비스 개선 등 복합적인 요인들이 영향을 미치므로 다각적인 노력을 통해서 극복해야할 과제일 것이다.

마지막으로, 상대적으로 영세한 중소규모의 한식점일수록 관측홍보활동은 경영성과를 증대시키는 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 따라서 중소규모 한식점들의 매출액 증대를 위한 인프라 구축 방안으로 관측홍보활동의 필요성을 시사한다.

참고 문헌

- 강대훈. 2005. “외식산업 성공전략에 관한 연구.” 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김무현, 전진화, 진양호. 2005. “외식업체의 경영전략이 기업성장에 미치는 영향에 관한 연구: 시장점유율을 중심으로.” 『Tourism Research』 제21권. pp. 83-104.
- 김민수, 김호석, 김동수. 2013. “외식산업 프랜차이즈 브랜드 선정요인이 경영성과 및 재계약의도에 미치는 영향.” 『외식경영연구』 제16권 제1호. pp. 35-57.
- 김상호, 박진환. 2010. “외식산업 창업 성공 요인이 경영 성과에 미치는 영향.” 『한국조리학회지』 제16권 제2호. pp. 215-231.
- 박기용. 2009. “외식산업의 기업가 정신이 성과에 미치는 영향.” 『한국조리학회지』 제15권 제3호. pp. 153-165.
- 박대섭. 2004. “한국 외식 창업자의 특성과 자질이 창업성공 및 권유에 미치는 영향.” 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이성우 등 2005. 「로짓·프라빗모형 응용」. 박영사.
- 장록기, 원철식, 박현진. 2007. “외식산업의 성공영향요인이 경영성과에 미치는 영향.” 『호텔리조트카지노연구』 제6권 제2호. pp. 163-179.
- 최강식, 정진욱, 정진화. 2005. “자영업 부문의 소득분포 및 소득결정요인: 분위회귀분석.” 『노동경제논집』 제28권 제1호. pp. 135-156.
- 최지현 등. 2012. 「농어업부가가치의 새로운 창출을 위한 식품산업의 중장기 발전전략(4/5차 연도)」. R667. 한국농촌경제연구원.
- 한국농수산식품유통공사. 2013. 「2012년도 식품산업 주요지표」.
- 한국외식업중앙회. <www.foodservice.or.kr>.
- Koenker, R. and G. Bassett. 1978. “Regression Quantiles.” *Econometrica* vol. 46, no. 1, pp. 33-50.
- Stuart, R.W. and P.A. Abetti. 1987. “Start-up Venture: Towards the Prediction of Initial Success.” *Journal of Business Venturing* vol. 2, no. 3, pp.: 215-230.
- Tsailan W.M., I.C. MacMillan. and M.B. Low. 1991. “Effects of Strategy and Environment on Corporate Success in Industrial Markets.” *Journal of Business Venturing* vol. 6, no. 1, pp. 9-28.
- Venkatraman M. and V. Ramanujam. 1986. “Measurement of Business Performance on Strategy Research: A Comparison of Approaches.” *Academy Management Review* vol. 11, no. 4, pp. 801-814.

원고 접수일: 2013년 4월 5일
원고 심사일: 2013년 4월 24일
심사 완료일: 2013년 7월 24일