

# 외식산업의 창업에 대한 연구

조병소\*

## 〈目次〉

I. 서론	IV. 창업의 기본절차
II. 외식산업의 의의와 분류	1. 업종선택의 중요성
1. 외식산업의 특징	2. 입지선정의 중요성
2. 외식업소 현황	3. 외식산업의 사업추진
III. 창업자의 능력과 자세	V. 결론
1. 사업준비계획서의 필요성	Abstract

## I. 서론

옛날부터 우리의 식생활은 하루 3식 모두가 가정 내에서 부녀자가 정성 들여 만든 음식을 먹고살았다. 산업화시대로 들어오면서 각종산업분야에 종사하는 근로자가 증가함으로써 하루 세끼중 중식정도를 외식하는 정도가 고작이었다.

그러나 이러한 전래의 외식습관도 그간 몇년사이 많은 변화가 보이고 있다. 최근 “한국소비자 보호원” 조사에 의하면 우리 나라 가구당 한달 평균 외식 비는 170,800원이며 외식빈도는 월 4.7회나 되고 가구당 외식 비는 도시근로자 가구소비지출의 11.5% 수준이면서 지난 3년간 연평균 외식비 증가율이 18.1%로 나타났다고 한다.

\* 한국 식음료 경영학회 이사, 경희대학교 사회교육원, 외식산업 컨설팅 과정 강사

이에 대한 외식비 증가는 우리 나라 국민들의 식생활 패턴이 최근 수년간 외식 쪽으로 갑자기 급신장하는데 따르는 사회적인 여건의 변화, 경제적인 환경, 소득의 수준 및 세대간의 격차의 요인등 여러 가지가 있을 것이다.

아울러 “한국음식점 중앙회”의 회원업소가 1997. 8월말 현재 389,004개로 당해 년도에도 19,108개가 증가하였다고 한다.

IMF의 한파로 인하여 대기업의 인원감축 및 구조조정으로 인한 명예퇴직자와 중소기업의 부도 및 불경기로 인한 실업자수가 약 100만명-120만 명이 늘어난다고 하며 이중 30%가 자영업을 원한다는 통계가 있듯이 이 실업자 수의 5%만 외식 업에 참여한다고 가정해도 5만명-6만 명이나 되는 엄청난 창업주가 탄생 될 것이다.

이는 현재도 외식 업의 불경기로 인하여 많은 어려움과 경쟁이 될 것이다. 이와 같이 외식시장 규모의 성장과 함께 외식 업에 참여하고자하는 창업자들은 많이 늘고 있는 추세이지만 창업에 있어서 어디서부터 시작해야 좋을지 모를 때가 많을 것이다. 그도 그럴 것이 외식 업의 오랜 역사나 엄청난 시장의 규모임에도 불구하고 외식 업의 이론구축이나 정보의 데이터가 없기 때문이다.

이를 위하여 창업을 하는 창업 주는 전반적인 상황을 점검하여 실패율을 줄이고 보다 과학적이고 이론적이면서 합리적인 창업을 위하여 외식산업의 창업을 연구하게 된 것이다.

## II. 외식산업의 의의와 분류

외식이란 용어를 국어사전에 의하면 “가정이 아닌 밖에서 음식을 사서 먹는 것”이라고 되어 있으며 인간의 식생활은 “가정내 식생활”과 “가정외 식생활”로 분류하는데 여기서 외식이란 가정외 식생활의 약어로서 가정내 식생활인 내식에 대응하는 용어이다.

일반적으로 외식산업(Food service Industry)은 가정 밖에서 식사 혹은 이에 따르는 서비스를 제공하는 상업시설이라고 하며 상품의 기본적인 요소는 ①식사와 음료 ②이에 수반되는 인적서비스 ③연출되는 외식의 분위기 ④식사에 관련되는 편의 이 네 가지를 내용으로 본질로 하는 업체이다. 아울러 외식산업은 식사를 조리해서 제공하는 측면에서는 식품제조업에 가까우며 최종소비자와 직결되어 판매한다는 측면에서는 소매업의 특성을 갖추고 있는 것이다. 따라서 외식산업은 식사를 조리해서 제공하는 식품제조업, 소비자에게 직접 판매하는 소매업, 서비스가 중추를 이루는 서비스 산업적 성격을 합한 산업이라고 정의 할 수가 있다.

미국에서의 외식산업은 1940-50년대 경제발전에 따른 식생활의 변화와 함께 “Dinning-out Industry” 또는 “Food service Industry”라는 용어로 일찍이 정착이 되었으며 그후 일본에서는

1970년대 외식산업이란 용어를 사용하기 시작하였으며 우리 나라에서는 1979년 10월 25일 한국최초의 외국브랜드 외식전문점으로 Fast Food 계열의 롯데리아가 개점한 이래 사회적 관심사가 확대되면서 M.B.C. 등에서 이 용어를 사용하기 시작한 것으로 전해진다.

외식산업의 분류는 학자마다 다르지만 1984년 경제기획원에서 발행한 한국표준산업분류에 나타난 외식업소 구분은 음식업의 범주에서 크게 식당업(Restaurants), 주점업(Drinking Places), 다과점업(Tearoom and Bakery Stores)으로 구분되었으며 다시 세부적으로 식당업에는 한식점업, 중국음식점업, 일본음식점업, 서양음식점업, 음식출장조달업, 자급식음식점업, 간이체인 음식점과 달리 분류되지 않은 식당 업이며 주점업에서는 일반유흥주점업, 무도유흥주점업, 한국식유흥주점업, 극장식주점업, 외국인전용주점업과 달리 분류되지 않은 주점업으로 구분하며 다과점업에서는 제과점업, 다방업과 달리 분류되지 않은 다과점업으로 분류하고 있다.

이와 같이 한국표준산업 분류표에 나타난 외식업소의 분류기준은 음식점 업이라는 큰 범주 안에 음식만을 주로 판매하는 식당업, 주류를 판매하는 주점업, 제과와 음료를 판매하는 다과점 업으로 간략하게 대별하여 놓았을 뿐 구체적인 내용은 되어 있지 않다.

## 1. 외식산업의 특징

외식산업의 특징에서 외식산업문제 연구회에서는 특징에 대하여 특히 산업구조면에서의 특징을 중심으로 ①영세·생산형 음식점과 기업형 체인음식점의 극단적 이중구조성 ②노동집약적 성격 ③생산과 판매의 직결 ④다품종 소량판매 ⑤입지의 의존성 ⑥신규참여 용이성 ⑦종업원의 낮은 정착율로 설명하고 있다. 스즈키는 식당경영의 특징에 대하여서는 일반소매점과 대비적인 관점에서 생산측면과 판매측면으로 나누어 다음과 같이 설명하고 있다.

즉 생산측면의 특성으로는 ①생산과 판매의 겸업 ②개별적 주문생산 원칙 ③수요예측의 곤란성 ④영업이익의 폭이 크다는 점이 있다. 아울러 판매측면의 특성으로는 ①시간적 제약 ②장소적 제약 ③상품의 빠른 부패성 ④인적서비스의 의존성 ⑤케달로그로서의 메뉴사용 ⑥건물 시설 ⑦분위기의 영향이 큰 점등을 지적할 수가 있다.

외식산업은 불특정 다수의 사람들이 식사를 즐기는 장소를 제공함으로써 소비자 자신의 가치관과 생활양식인 라이프스타일을 연출하는 공간을 제공하는 역할을 하는 곳이라 할 수가 있다. 이와 같이 외식산업의 성격상 특성으로는 ①점포위치는 최우선으로 하는 입지의 산업이며 ②People 산업으로 인간과 인간관계를 중심으로 고감도 연출을 요구하여 고객, 종업원, 경영인의 3위 1체가 되는 것이다. ③메뉴얼산업으로서표준화(standardization), 단순화(simplization), 전문화(specialization)의 3'S system 구축을 하는 산업이며 ④직영점이나 자가운영의 경험과 기술축적을 바탕으로 차후 가맹

사업 및 다점포 전개로 연계 가능한 프랜차이즈산업이다.

⑤종합예술성 첨단산업의 다점포 전개로서 서비스산업, 식품산업, 유통산업, 식자재산업, 부동산업, 호텔산업으로 특징을 지을 수가 있다. 따라서 현대적 의미의 외식서비스산업이 되기 위해서는 외식산업이 가지고 있는 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성이라는 특성들을 어떠한 방법으로 효율적인 부가가치를 창출하여 소비자의 까다로운 욕구를 충족시킬 것인가를 연구해야 하는 산업이다.

현재까지는 외식산업이라고하면 주로 식사나 음료가 주상품이라고 생각하여 왔고 일반소비자들도 외식서비스산업은 식품제조업과 동일시하는 경향이 많았다. 이와 같은 관점으로 볼 때 외식산업은 식사를 조리해서 제공하는 식품제조업, 소비자에게 직접 판매하는 소매업, 서비스가 중추를 이루는 산업적 성격이 강한 복합산업이라 볼 수가 있다. 아울러 외식산업을 일반제조업과 같은 타산업과 비교하면 다음과 같은 특징을 구분하면 (표 1)과 같다.

[표 1] 외식산업과 타산업의 비교

특징	외식산업	소비관련 제조산업
산업성	노동집약과 기술집약성	자본집약성 기계화, 생략화가 진전 장치의 산업화
생산과 유통	생산과 판매직결 개인기업, 1기업 1사업장 내에서 생산과 판매	생산과 판매가 분리 종합기업, 다기업 전문화된 유통경로가 성립
생산구성	다품목에 소량판매 소비자 욕구의 다종메뉴 작성	소품목에 다량판매
원가구성	Cost가 낮다. 모방이 용이	Cost가 높다. 연구개발원가 다양 모방 곤란
소비특성	순간소비 생산과 소비용이	장기적 소비 생산과 소비분리
입지성	과도한 입지의존 도시형 입지의존	입지의존도가 낮다.
종사원 이직율	높다.	낮다.

자료 : 김 충호 “외식산업의 문제와 성장전망” 월간식당

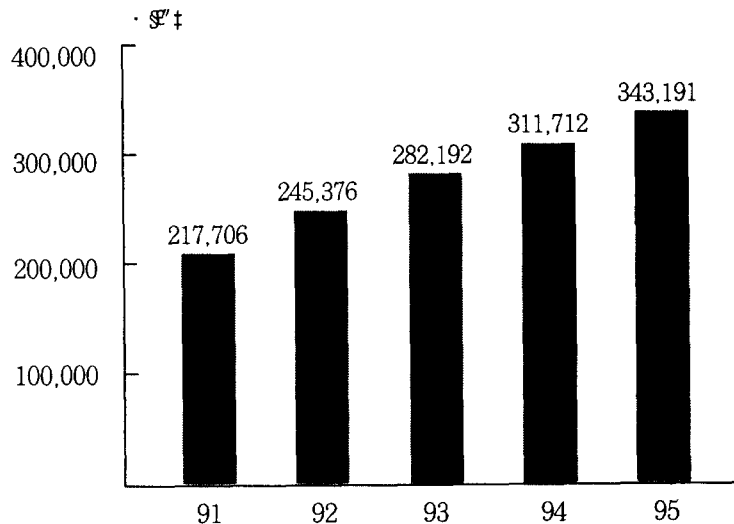
## 2. 외식업소 현황

외식업소는 최근 5년사이 배 가까이 증가하는 등 불황인 가운데 음식점 업계는 계속적으로 확대되어 가는 추세이다. 1997. 10. 25 한국음식업 중앙회가 회원업소를 집계한 8월말 전국일반 음식점수는 389,004개로 금년 들어서도 19,108개가 증가하였다고 한다.

(표 2)에 의거 1991년말 217,706개였던 음식점수는 매년 10% 안팎 늘어나 1996년말 369,896개로 5년만에 70%가 증가된 상태이다. 이는 국내 음식점수가 이미 포화상태라고 보고 있으나 최근 들어서는 명예퇴직자 등으로 회사를 그만두는 사람들이 늘면서 음식점 창업이 붐을 이루어 음식점 증가추세가 멈추지 않을 것으로 분석하고 있다.

아울러 IMF 여파와 불황으로 인한 요즘 유명한 대형음식점들까지 잇따라 문을 닫는 등 외식업계가 보기 드문 극심한 불황을 겪고 있지만 최근 명예퇴직자들의 진입으로 포화상태인 음식점이 계속해서 늘어 업계의 어려움을 가중시키고 있는 것이 현실이다.

[표 2] 전국일반 음식점 현황(회원업소)



자료 : 한국음식업 중앙회

보건복지부가 조사한 1995년말 전국 일반음식점수는 467,000개이며 통계청이 조사한 1996년 인구는 45,500,000명을 고려할 때 100명당 일반음식점이 1개씩이 배분된다.

여기에는 비경제활동 인구가 포함되어 있어 실제로 1개의 식당에서 매일 외식을 하는 인구는 이 수치의 40%인 40명도 되지 않는다는 숫자가 되는 것이다. 이는 인구에 비하여 식당이 너무 많은 것이며 음식점을 경영하는 사람이면 누구나 공감할 것이다.

1988년 약 9조원으로 단순자영업 수준이었던 국내 외식시장이 1996년말 약 23조원으로 GNP의 약 8%를 차지하고 있을 때 전체 식당수 467,000개로 나눌 경우 1개식당의 연간매출액은 약 49,000천원에 불과하여 식당 한달 평균 약 4,100천원정도의 매출을 올린다는 것은 식당숫자가 너무 많아 일정규모의 외식시장을 나눠먹기 식으로 분할 영세성을 탈퇴하지 못하고 있는 실정이다.

한국음식업 중앙회가 집계한 「전국 회원 현황」의 일반음식점업태별 분포(표 3)에 의거 1995년말 전체회원 343,000개 업소중 한식당 수는 173,000여개로 50%를 차지한다는 것은 국내에서 영업중인 식당의 최소한 절반이상이 한식당인 셈이다.

중식당은 21,700개로 전체의 6.3%, 양식당은 20,500개로 6%, 양식당은 9,000개로 2.6%를 차지하며 그 외 분식점을 포함한 기타식당이 118,000개로 34%에 달하고 있다.

아울러 1997년 8월말 한국음식업 중앙회가 집계한 현재의 전국일반음식점 수중 업태별로 증가율을 보면 일식당이 11,833개로 8.6%나 증가한 반면 중식당은 24,204개로 3.2% 늘어나는데 그쳤다.

한식당은 가장 많은 197,750개로 올 들어 4.3% 증가했으며 분식점은 35,709개로 5.2%, 양식당은 21,508개로 3.3% 증가하였다. 이에 따라 수입상품을 앞세운 고급 대형화된 서구식 외식업소 등이 급격히 증가하면서 지난해 상품도입 로열티만으로도 '95년대비 30%이상 늘어난 400억원을 지급하였다.

아울러 한국음식업 중앙회가 1996, 7월 전국 1,443명을 대상으로 실시한 설문조사에 의하면 평균적으로 한사람이 한 달에 4번 외식을 하고 매월 7만-10만원 가량 외식비를 지출하며 나이가 많거나 소득이 높을수록 외식비지출이 큰 것으로 나타났다.

40대의경우 월평균 10만원이상 지출한다는 응답자가 전체의 24% 차지했으며 월평균 150만원이상의 소득을 가진 사람중 31%는 10만원이상 외식비를 지출한다고 응답하였다.

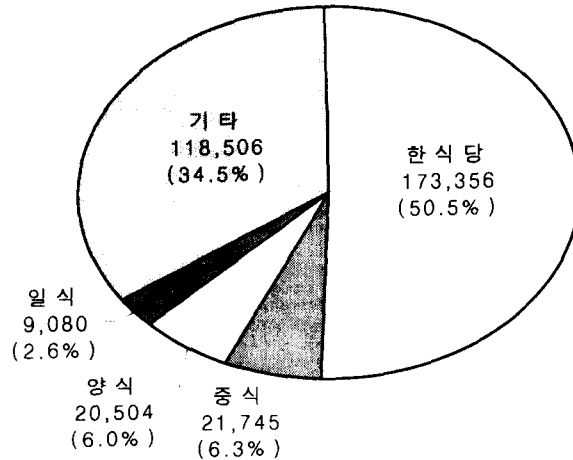
그리고 친구나 동료들과 어울리기 위하여 외식을 한다는 응답자가 전체의 32.6%이며 가족과 함께 식사하기 위한 경우가 27.4%로 전체의 60%가 친목도모를 목적으로 외식을 하는 것으로 나타났다.

아울러 외식할 때 선호하는 한식당이 70%, 양식당 8%, 일식당이 6% 순이었다. 최근 각광받고 있는 패스트푸드식당과 패밀리레스토랑은 각각 3.3%와 3.9%로 저조하며 중식당도 2.5%에 불과 중식당의 인기가 갈수록 하락하고 있음이 드러났다.

그러나 나이가 어린 학생층은 한식당을 선호하는 비율이 30%로 낮고 패스트푸드점은 20%이나 양식당 18%에 대한 높은 선호도를 나타냈다.

이와 같이 식생활문화가 변화되는 신세대를 위한 한식당의 메뉴개발이나 연구가 점차로 필요하며 창업자도 본 자료에 대하여 시장조사를 더욱 친밀하게 해야한다.

[표 3] 일반음식점업태별 분포



자료 : 한국음식업 중앙회( '95연말 일반음식점 회원업소 현황)

가구당 외식비 지출내용을 통계청이 발표한 1997년 “3분기 도시근로자 가구의 가계수지”에 따르면 도시근로자 가구의 월평균소득(월급, 보너스, 식구들의 부업수입등 모든 수입합계)은 2백42만1천9백원으로 지난해 같은 기간에 비해 7% 늘어났으며 소득증가율은 지난 85년 2분기 이후 12년만에 최저치다.

소비지출 내역을 보면 외식비지출이 월평균 16만5천3백원으로 지난해에 비하여 17%나 늘어 증가율이 지난해 12.2%에 비하여 꺾충 뛰었다.

아울러 외식비는 지난 85연말 식품비에서 차지하는 비중이 7.5%에 그쳤으며 90년 21.6%, 95년 33.5%로 비중이 높아지면서 전체 소비지출에서 차지하는 비중도 10.4% 높아졌다. '95년 평균 4%인 일본과 비교해도 2배이상 많은 셈이다.

지난해말 한 조사에 따르면 2명중 1명이 한 달에 3번 이상 외식을 하며 41.3%가 월평균 외식비로 5만~10만원을 사용하는 것으로 나타났다.

한국식품개발원은 2000년이 되면 외식비가 38만원으로 식료품비의 28%를 차지할 전망이며 식료품비중에서 외식비가 차지하는 비중이 더욱 늘어나면서 외식산업이 더욱 활성화되리라 예상된다.

### Ⅲ. 창업자의 능력과 자세

외식시장 규모의 성장과 함께 외식업에 참여하고자하는 사람들이 많이 늘고있지만 음식점 창업에 있어서 도대체 어디서부터 시작을 해야 좋을지 망설여질 때가 많을 것이다. 그도 그럴 것이 외식업의 오랜 역사와 엄청난 시장규모임에도 불구하고 외식업의 이론구축이나 정보·데이터가 없기 때문이다.

많은 학자들이 21C의 유망업종중의 하나를 외식산업을 꼽고 있으며 2000년대에는 우리 나라의 여성사회진출 확대, 고령화시대 도래, 근무시간의 단축, 여가시간의 성장 등으로 외식시장의 규모가 30조원을 훨씬 넘을 전망이다.

과거의 외식업소 창업은 경험이 없는 주인이나 주방 기기 업자, 인테리어 업자 또는 주방장에 의해 창업이 되었으며 지금은 대기업들이 외식산업에 참여하고 젊은이들이 새로운 아이디어를 가지고 창업하는 경우가 많아지면서 퇴직자, 명예퇴직자, 주부들의 부업희망자, 중소기업의 전업자 등도 참여하고 있는 실정이다. 불황이 본격화되면서 명퇴바람이 불던 1996년에는 약 8,200여명이 직장을 떠난 것으로 추측되고 있다. 이 수치에는 기업의 부도 등으로 강제로 회사를 떠나는 정리해고 인원이 포함되지 않아 실제로는 훨씬 많은 사람이 직장을 떠나고 있는 것으로 추정된다. 명퇴자들이 늘면서 당연히 창업인구도 증가한 것이다. 창업업종도 주로 외식업, 판매업이 주류를 이루고 있는데 한국산업정보 개발원이 조사한 자료에 의하면 창업업종은 외식업이 31.7%, 판매업이 20.1%가 되었으며 서비스업은 15.7% 등인데 제조업을 선택한 비율은 4.7%에 불과한 것이다.

국내 경제예측기관들은 국제통화기금(IMF) 구제금융에 따른 초(超)저 성장으로 1998년에 실업자가 100만~150만 명에 달할 것이라고 내다보고 있다. LG 경제연구원의 경우 금년도 성장률은 마이너스 1.3%으로 예측 실업률이 5.7%에 달해 실업자가 무려 130만명에 이를 것이라고 전망하였다. 그리고 정리해고제 시행에 따른 실업자수를 계측하기는 무척 어렵다. 얼마나 많은 기업이 인수합병(M&A)될지 지금으로선 전혀 예상하기 어렵기 때문이다. 그러나 정리해고의 파괴력은 대단할 것으로 우려되고 있다. 금융기관이나 제조업체 등이 M&A될 경우 외국의 예를 감안할 때 임직원이 줄잡아 절반이상 줄어들 것으로 보인다. 임직원수가 8,000명인 시중 은행의 경우 약 4,000명이 직장을 떠나야 한다는 얘기가. 이와 같이 실업자 및 고급인력 및 중견간부가 회사를 그만둘 때의 찾는 업은 외식업의 창업자가 증가한다는 것은 당연한 사실이 될 것이다. 이만큼 창업자는 증가하는 반면 이에 대한 연구와 자료가 필요하다.

창업은 무에서 유를 창조하며 도전하면서 험난한 가시밭길이지만 성공이 많으면 실패도 많은 법 창



업바람을 타고 점포를 내는 사람들이 적지 않은 만큼 실패해서 목돈을 날리거나 전업으로 재기를 시도하는 사람들도 많은 것은 사실이다. 미국에서는 매년 90만여 개의 업체가 새로 창업을 하지만 실패하는 업체는 7-8만개에 불과하지만 국내에서는 해마다 3만 여명이 창업을 하지만 이중 거의 절반이 경영부실, 판매부진 등으로 휴업, 폐업하는 것이다.

바움백과 로이어의 창업자 적성검사 법이 다음과 같이 개략적인 내용이지만 이는 보다 적극적이고 스스로 해야 할 일을 해결하려는 자세가 창업자의 정신을 나타내고 있다.

다음의 21개 질문에 답하고 그 결과에 대하여 적성과 자질을 점검하면서 그렇다3점, 때로 그렇다 2점, 그렇지 않다 1점으로 나타내며 평가방법은 총 63점으로서 최적은 52-62점이 우수이고 41-51 점은 보통이며 41점 이하는 열등이다.

- 1) 다른 사람과 경쟁하길 좋아한다.
- 2) 성공을 위하여 보상과 상관없이 격렬하게 경쟁한다.
- 3) 조심하면서 경쟁하지만 가끔 허세를 부린다.
- 4) 장래 이득을 얻기 위해 주저하지 않고 위험을 무릅쓴다.
- 5) 업무를 잘 처리하여 확실한 성취감을 갖는다.
- 6) 내기를 하기로 결정한 것은 무엇이든 1등을 하고 싶어한다.
- 7) 전통에 얽매어 있길 싫어한다.
- 8) 먼저 일을 시작하고 나중에 의존하는 경향이 있다.
- 9) 칭찬이나 보상보다는 업무수행 자체를 중시한다.
- 10) 타인의 의견에 구애받지 않고 내방식대로 한다.
- 11) 과오나 패배를 잘 인정하지 않는다.
- 12) 자발적이며 남의 말을 잘 듣지 않는다.
- 13) 좀처럼 좌절하지 않는다.
- 14) 문제가 있으면 스스로 해결한다.
- 15) 호기심이 강하다.
- 16) 남이 방해하는 것은 참지 못한다.
- 17) 타인의 명령을 듣기 싫어한다.
- 18) 비판을 받고도 참는다.
- 19) 일이 완성되는 것을 보겠다고 고집한다.
- 20) 동료나 부하들이 나처럼 열심히 일하기를 바란다.
- 21) 사업지식을 넓히기 위하여 독서한다.

바음백과 로이어 창업자 적성검사법에서 점검후 창업자 스스로가 분석하여 어느 항목에 문제가 있는지를 연구하여 보완토록 노력해 보는 것도 방법 중에 하나이다.

다음은 창업 체크리스트로서 본인과 상품 및 시장의 상황을 점검 창업자 스스로가 점검하여 어느 항목에 문제가 있는지 연구해 본다.

◇ 본인

- 1) 자본과 노력을 투자해 후회하지 않겠는가?
- 2) 성공을 위해 새벽이슬 밤공기를 맞을 수 있는가?
- 3) 스스로 종업원과 손님이 동시에 될 수 있는가?
- 4) 동시 다발로 업무를 소화할 수가 있는가?
- 5) 관련분야의 경험이나 기술이론지식이 있는가?
- 6) 실패를 무릅쓰고 하는가 아니면 성공이 눈에 보이는가?

◇ 상품

- 1) 다른 사람에게 사업을 설명했을 때 모두가 긍정적이었나?
- 2) 3가지종류 이상의 사업을 비교 검토했나?
- 3) 상품 공급원의 신용상태는 좋은가?
- 4) 특허 등으로 상품이 보호되고 있는가?
- 5) 성숙기 또는 성장기 상품인가?

◇ 시장

- 1) 진출한 시장이 점점 커지고 있나?
- 2) 계절이나 시간의 제약을 받는가?
- 3) 이용하는 시간이 너무 길거나 라이프사이클이 짧지는 않나?
- 4) 배후지 세력이 흥하는 곳인가 망하는 곳인가?
- 5) 주변환경이 프랜차이즈 쪽으로 가고 있는가?

창업을 하려는 창업자는 누구나 성공한 자신의 모습을 생각하려고 한다. 그러나 조금만 더 생각이 진척되면 실패하면 어떻게 하나 하는 걱정을 자신이 처음 고민했던 원점으로 다시 돌아가기가 쉽다. 막상 창업을 구체적으로 결단한 후에도 구체적인 추진과정에서 오는 온갖 갈등과 고뇌로 결단을 여러 번 번복하기도 한다.

그만큼 창업은 막바지에 몰리지 않는 한 사업의 결단과 실행이 쉽지 않은 것만은 사실이다. 창업은

미리부터 성공할 것인가 실패할 것인가의 고민할 문제가 아니다. 그것은 시험을 치러봐야 성적이 나오듯 바로 창업자 자신이 어떻게 하느냐에 달려있고 어느 정도의 운도 따라야하며 이러한 고민은 실제로 사업성공을 위해서는 아무런 성과가 없는 낭비적인 고민일 뿐이다. 오히려 그런 고민과 걱정의 갈등이 있는 동안 사업성공을 위한 보다 체계적이고 과학적이면서 합리적인 계획수립과 준비를 하는 것이 훨씬 득이 될 수가 있다.

따라서 창업자는 사업의 성공과 실패를 고민하기 전에 나는 과연 창업을 할 것인가 말 것인가를 확실하고 명백히 결단을 해야한다. 결단이 되어 비로소 사업의 출발선이 서는 것이고 일단 출발부터는 "어떻게 하면 성공하는 사업을 할 것인가?"에 모든 힘과 노력을 해야 할 것이다

창업을 결단한 창업자는 다음과 같은 사람을 말한다.

- 1) 현직에 만족하지 못하고 끊임없는 자영의 욕구가 생기는 사람
- 2) 독립심과 인화력 및 인내심은 있지만 자본과 경험중 어느 것 하나가 부족해 망설이는 사람
- 3) 몇 년 후 퇴직이 다가오고 퇴직 후에 개인사업을 하려는 사람
- 4) 마땅히 취직하기 어려운 여성 그러나 성격이 적극적이고 활달한 여성
- 5) 친분이 두터운 관계에 있는 성공한 개인사업가가 사업을 권하는 사람
- 6) 일정방면의 뚜렷한 노하우와 두터운 인맥이 있는 사람

창업의 성공은 창업자 자신의 능력(역량)과 환경(배경) 적절한 운(신념)이 합해진 결과라고 생각한다. 중요한 것은 결국 창업자의 능력이다.

가장 중요한 능력인 창업에 임하는 정신자세로는

①창업은 월급쟁이 생활과 전혀 다르다. 일상적인 일을 적당히 반복하는 월급쟁이는 사실 편한 직업이지만 창업은 월급쟁이보다 더 많은 노력과 수고가 필요하다.

②성공은 기쁘고 행복하지만 실패는 더욱 쓴 법이다. 그래서 신중해야하며 시작한 일은 반듯이 승리할 수 있도록 만반의 준비를 해야한다.

③아주 작은 성공으로 출발한다.

④창업은 창업자 스스로의 싸움이다. 창업자는 최고의 결정자이며 자신이 모든 것을 결정해야 한다. 스스로가 나태해지면 일도 만찬가지이며 자신과 싸움에서 이겨야하면서 극기야말로 최고의 자세이다.

⑤창업은 가시밭길이다. 작은 성공으로 자신을 꾸미고 화려하게 치장하기 시작한다면 멸망으로 가는 지름길을 타면서 창업은 무한한 시련이면서 극복이다.

⑥창업은 모험이다. 위험을 무릅쓰고하는 창업이기 때문에 창업승부사의 기본조건이다. 모험은 신념이 강한 사람만이 주저 없이 하면서 자기자신에 대한 믿음과 신념으로서 위험을 돌파하는 것이 창업의 백미인 것이다.

## 1. 사업준비 계획성의 필요성

사업계획서는 “당신의 사업에 대한 미래의 청사진을 예측하는 문서이다.”라는 뜻과 같이 창업의 체계적인 사업준비계획을 작성하는 것은 매우 중요하며 창업에 대한 계획을 주먹구구식의 진행을 예방하며 합리적인 판단을 가능케 하는 것이다.

어떤 사람들은 심사숙고 끝에 사업을 시작하는가하면 어떤 사람은 아무런 계획이나 준비가 없이 사업에 뛰어들면 실패하기 쉬운 것이다. 뒷장에서 우리는 업종선택에서 업종의 시기가 얼마나 중요한가를 살펴보겠지만 사업계획과 사업의 진행을 수행하는 창업자만이 성공할 것이다.

사업준비계획서란 아주 거창하고 굉장히 큰 계획이란 관념을 갖기 마련인데 누구나 사업을 시작하기 전에 많은 준비사항들을 생각하는데 이것을 정리하고 점검할 수 있게끔 창업자 본인스스로가 조건에 따라 하나씩 하나씩 작성하면 되는 것이다.

이와 같이 창업자가 절대적으로 필요하면서 사업계획서를 작성하게되면 그냥 지나치기 쉬운 문제들을 잊지 않고 처리하면서 자신의 구상을 아주 치밀히 다듬는 것이다. 그러나 사업준비계획서는 창업의 계획서와는 다르다.

사업준비 계획서는 글자그대로 창업을 결심하고 사업을 시작하기 위한 준비과정의 필요한 계획서로 이미 업종을 정하고 장소로 정하려고 하고 어떻게 운영할까등 정하는 창업의 계획서 작성 이전단계라고 생각하면 될 것이다.

사업준비계획서는 제3자에게 보여주위 설득키 위한 것이 아니라 자신이 체계적으로 준비키 위한 것이므로 형식에도 구애될 필요 없이 단지 각 항목별로 해야할 업무를 정하고 언제까지 이것을 실행할 것이라는 목표를 세워 달성 가능을 체크하면 되는 것이다.

이와 같이 사업준비계획서는 업종과 조건에 따라서 약간의 차이는 있겠지만 소규모창업을 계획하는 창업자에게는 기본적으로 필요한 것이다.

사업준비계획 점검현황에는 간단하게 ①주변여건 조성관계 ②업종선택과 입지선정 계획사항 ③자금확보 계획수립 ④사업운영 능력향상 계획을 구분으로 하여 준비사항과 실행사항을 다음과 같이 세분화 해본다.

[표 4] 사업준비계획 점검현황

구분	준비사항	실행사항	비고
주변여건 조성관계	가족친인척 동의	특히 배우자, 부모	사업결단 직후 형제 상의
	보증인 관계	금융기관을 위한 준비	창업이전
업종선택과 입지선정 계획사항관계	업종별 사업전망점토	- 자료수집 및 정보 - 주변가 접촉대상자설정 - 업종별 운영점포 답사	각 항목별로 세부일정 계획을 수립
	입지선정을 위한 준비작업 관계	- 입지에 대한 검토 - 입지에 대한 필요자금 규모 - 사업희망지역 물색	각 항목별로 세부일정 계획을 수립
자금확보 계획수립관계	예상 필요자금 산출(예상금액의 1.5배정도)	- 필요자금 산출계산 - 임대료, 고정비, 시설비, 운영자금 예비비 등	업종결정 직후 계획
사업운영 능력향상을 위한 계획관계	업종에 따른 사업 노하우 문제	- 기술, 자격증, 사업주의사항등	업종결정이후 세부일정 수립 사전에 계획
	기타사업 경영에 필요한 사항	- 세금, 수표, 어음, 기장정리 등의 관리요령 - 인력확보계획 등	창업이전까지 세부일정계획수립

## IV. 창업의 기본절차

외식업소 창업에는 기본적으로 필요한 것이 창업자, 자본, 사업의 아이디어이다. 창업자는 외식업소의 설립을 계획하고 실행할 사람이다. 자본은 창업을 하는데 필요한 토지, 건물, 설비, 비품 등의 구입대금등 각종비용을 의미하며 사업의 아이디어는 어떤 메뉴품목을 어떤 방법으로 어떠한 가격대에 누구에게 팔 것인가 등에 대한 것으로 이를 식당개념(Concept)이라 한다.

그리고 식당경영에 있어서 무엇을 팔 것인가? 어떻게 팔 것인가? 누구에게 팔 것인가? 하는 문제를 우선 생각하지 않으면 안된다.

여기서 무엇을 팔 것인가 하는 것은 업종의 문제이며 어떻게 팔 것인가하는 것은 업태의 문제이고 누구에게 판매하느냐하는 것은 고객층이 찾아오는 동기의 문제이다.

식당개념이란 어떠한 업종과 업태간의 식당을 창업하느냐에 관한 것이다. 식당개념을 이루는 요소는 메뉴품목, 서비스 방법, 가격, 입지, 분위기, 규모이용 상황, 지향시장 등이다.

메뉴품목은 어떤 종류의 음식이나를 의미하고 서비스 방법은 셀프 서비스나, 양식 서비스나, 정식 서비스나 문제이다. 아울러 가격대는 얼마정도에 판매할 것이냐를 결정하는 것이고 입지는 주택가 및 사무실, 빌딩가 등이 주변이고 규모는 몇 평을 의미하며 이용상황을 간단하게 생리적 욕구를 때우는 것이냐 아니면 귀중한 고객을 모시고 식사하는 상황이나의 문제이다.

지향시장은 연령별로도 구분이 되어야하며 소득별로도 나눌 수 있다. 그리고 업종과 업태의 선택은 위험성이 적고 앞으로 성장 가능성이 있는 분야인가도 확인해 봐야한다.

이와 같이 위의 창업 주요요소가 갖추어지면 이를 바탕으로 창업이라는 것이 시작되는 것이다. 이를 몇 가지의 중요성을 설명해본다.

### 1. 업종선택의 중요성

창업은 남이 하는 것도 아니고 누구의 도움도 필요한 것이 아니라 내자신인 창업자가 되어야하며 아무리 유망하고 좋은 업종을 추천한다해도 창업자 스스로가 할 수 없는 조건이라면 포기하는 것은 당연하며 업종선택의 중요한 것은 창업자 자신의 조건을 정확히 파악하고 전체적인 전망 속에서 어느 업종을 선택하는 것이 창업자에게 가장 승산이 있는지를 판단해야만 할 것이다.

업종의 선택에 있어서도 발전성과 안전성이 겸비하면 최고이겠지만 이것으로도 끝나지 않는다. 아무리 수익성이 좋다해도 창업자에게 맞지 않는 영역이라면 실패하기가 쉬운 것이며 새로이 시작하는

창업자야 의욕이 높아져서 어떤 열악한 조건도 감수할 수 있다하지만 어디 무엇이든지 뜻대로 되겠는가. 업종을 선택할 때 고려해야할 사항들은 창업자마다 다를 수도 있고 그 모든 조건을 다 충족시킬 수도 없는 것이다. 많은 고려사항 중에서 창업자가 볼 때 가장 중요한 것을 중심에 놓고 나머지 조건들을 보완 수정하는 방법을 찾는 것도 현명한 방법 중에 하나인 것이다.

(표 5)에 의거 업종과 업태별의 상관표에서 특성을 비교하면 다음과 같다.

[표 5] 업종, 업태별 상관현황

업태 업종	한식	일식	중식	양식	선술집	특성
F. F (FastFood)	분식집 도시락집	일본식 라면집	짜장면집	롯데리아 맥도날드	꼬치구이집	- 객단가 : 3,000원-5,000원이하 - 서비스형태 : 셀프서비스 - 메뉴 : 한정적 - 주 대상객 : 남녀노소, 대중적
F. R. (Family Restrant)	대중음식점	우동집	대중중국집	코코스	로바다 야기집	- 객단가 : 5,000원-10,000원이하 - 제공시간 : 15분이내 - 서비스 형태 : 테이블 서비스 - 주 대상객 : 젊은층, 대중성
F. D. (Family Dinning)	갈비집 (가든)	초밥집		T. G. I. Friday	비어가든	- 객단가 : 10,000원-20,000원이하 - 서비스 형태 : 풀 서비스 - 메뉴 : 한정적 - 주 대상객 중류층 이상:
D. H. (Dinner House)	고급한정식	고급일식	고급중식	고급양식	고급술집 (호텔빠)	- 객단가 : 20,000원이상 - 제공시간 : 20분이내 - 서비스 형태 : 풀 서비스 - 메뉴 : 한정적 - 주 대상객 : 가족모임 단체, 중류층 이상

## 2. 입지선정의 중요성

불특정 다수의 유동고객을 대상으로 하는 외식산업의 성공과 실패는 입지조건에 의하여 크게 좌우되는 관계로 흔히들 입지산업이라고도 부른다. 그러나 좋은 장소에 대한 개념이 다양하여 좋은 장소를 선정하는데는 신중한 결정을 해야한다.

이와 같이 외식산업의 성공여부는 80%가 입지선정에서 시작되기 때문에 창업자가 창업을 하려는 업종과 업태에 맞는 입지를 잘 선정해야 할 것이다.

업종이란 한·일·중·양식이냐의 판매음식 종류가 어떤 것이냐에 따라 다르고 서비스 방법과 분위기에 따라서 업태도 다른 의미를 갖게되는 것이다.

예를 든다면 맥도날드는 양식업종에 패스트푸드(업태)의 외식업소이고 코코스는 양식업종에 가족형 식당(업태)이며 늘부보쌈같은 것은 한식업종에 가족형 식당(업태)이면서 장터국수는 한식업종에 패스트푸드 스타일의 외식업소이다.

아울러 호텔신라의 불란서식당은 양식업종에 고급형 식당으로서 외식업소의 입지선정이 업종과 업태에 따라서 매우 다양해 질 수가 있다.

외식업소도 소매업이라 할수있는듯 소매업은 구매를 필요로 하는 구매자에게 직접 판매하는 업종이기 때문에 소비자에게 접근하기 좋은 곳에 위치하는 것이 절대적으로 중요한 것이다. 즉 입지는 고객을 유인하는 수단이면서 다른 경쟁업체와의 경쟁수단이기도하다.

외식업소는 입지에 의한 영업을 해야 함으로 동일한 지역이라도 고객의 흐름이 대단히 중요시된다. 같은 고객의 흐름이라도 출퇴근시의 흐름, 점심, 저녁시간대의 흐름에 따라 매출에 상당한 격차가 생길 수도 있는 것이다. 이렇게 중요한 입지를 선정함에 있어서 사업의 명확한 컨셉션을 확립해야만 한다.

처음부터 대도시를 중심으로 점포를 전개할 것인가, 고급지로 할 것인가, 전국적인 체인운동을 할 것인가 등을 사전에 확립시켜야 한다. 왜냐하면 이러한 명확한 컨셉션이 없고서는 주방 기기의 규격 선정이나 인테리어의 설정 주방의 규모, 종업원 수에 대한 표준을 정할 수 없기 때문이다.

입지에 대한 명확한 컨셉션이 정립되면 이에 의한 구체적인 입지조사가 수행되어야 한다.

그 업소가 어떤 형태인가를 정해야한다. 즉 그 형태는 주택지형 점포, 번화가형 점포, 행락지형 점포, 오피스가형 점포, 패션가형 점포, 특수지역임시형 점포, 단독건물 전체를 활용하는 형의 점포, 빌딩내형 점포, 단독형 점포, 복합형 점포 등의 분류를 기준으로 점포형에 맞는 특성을 집중적으로 조사하고 분석해야 한다.

여러 가지 타입의 점포입지 조사에 있어서도 다음의 항목을 종합적으로 창업자 스스로가 조사가 되어야 할 것이다.



1) 상권내의 거주 인구

- ① 세대주                      ② 남녀구성 비율
- ③ 직업의 분류              ④ 가족구성 관계
- ⑤ 세대의 특성              ⑥ 인구수 및 연령층
- ⑦ 주거형태

2) 점포앞 통행량 및 흡입예상 고객수

- ① 1일평균 통행인 수( 평일, 토, 일, 휴일의 통행량 및 평균 1일 통행인 수)
- ② 통행인 중 구매목적의 비율
- ③ 통행인 중 주요타겟으로 예상하는 고객의 성별 및 연령층
- ④ 통행인의 주선 흐름(방향별, 통과형, 왕복형)

3) 지역의 특성

- ① 소비의 패턴
- ② 인근 상업지구의 사람이 모이는 장소 유무  
(백화점, 학교, 여관, 영화관, 지방행정관청, 은행, 상가, 학원, 레저타운 등)
- ③ 외식비지출 통계

4) 점포 소재지의 구매력

- ① 세대당 식료비지출 내역    ② 주민의 소득수준

5) 도로교통 사정

- ① 자동차유입 및 유출대수
- ② 점포앞 보도 및 차도 넓이
- ③ 근거리 주차장 공간 유무 및 규모
- ④ 가까운 곳의 버스, 지하철의 승하차 고객의 유입과 유출인구

6) 지역의 장기적 발전성

- ① 도시계획 도로 및 지하철 계획
- ② 대단위 주택단지 및 공업단지 계획

7) 예상고객의 특성과 지역주민과의 비율

- ① 학교수 ② 가족구성 ③ 교육수준 등

8) 경쟁업체

- ① 경쟁의 동업점포 유무와 영업상태 분석
- ② 동업점포 매출액
- ③ 유사업종 진출 여부
- ④ 기타 음식점 판매현황

9) 적합한 메뉴

- ① 메뉴수 및 특성 ② 중심메뉴 선정 ③가격 대

10) 영업시간 및 휴장일자

- ① 개점시간 및 폐점시간 ② 휴무일자 및 휴무

아울러 업종선택의 중요성에 대하여 몇 가지를 세부적으로 나열해본다.

**1) 수익성과 성장가능성을 확인해야 한다.**

사업에도 일생이 있는 것이다. 초기단계(The Introduction stage)에 식당을 개업하면 업계에 소개되는 과정으로 도입기가 되며 성장단계(The Growth stage)의 식당이 알려지면서 시장을 점차로 점유하여 판매량이 증가되기 시작하는 성장기이며 성숙단계(The Maturity stage)의 고정적인 고객 확보로 매출액이 안정되기 시작하는 과정인 성숙기이고 쇠퇴단계(The Decline stage)의 매출액이 점차로 감소하기 시작하여 식당의 폐업까지 몰고가는 과정의 쇠퇴기로서 자연의 법칙화와 크게 다르지 않다. 이와 같이 일반적으로 한 업종의 라이프사이클은 보통 3-5년의 주기를 가진다고 한다.

창업주는 권리금을 지급하고 운영하기 전 본 업종의 선택이 성장단계인지 성숙단계인지의 상황을 면밀히 검토한 후 사업을 선택해야 한다.

그리고 업종을 선택하기 위해서는 긴 안목이 요구되며 선택의 업종이 성장업종인가 미래업종인가 사회적으로 부도덕한 업종인가 아울러 대기업이나 대자본의 참여로 입지가 사라질 업종은 아닌가 혹은 사회적 변화에 부흥하고 소비시장에 더욱 확대될 수 있는 업종인가 등을 세심하게 확인하는 것이 바람직하다.

보편적으로 안정적인 업종을 선택하는 사람은 도입기 후반이나 성장기 업종을 선택하는 것이 좋고

발전적인 업종을 원하는 사람은 도입기 업종을 선택하는 것이 유리하다.

초보자의 창업자에게는 지나치게 초기도입기에 있는 오히려 경기변화가 심할수록 업종의 수명이 짧아지기 때문에 선진국의 사례도 연구하고 최소한 2년이상 지속할 수 있는 안정적인 업종은 선택하고 성숙기나 쇠퇴기에 접어들 업종은 자칫 막차를 타는 위험부담이 크기 때문에 도입된 지 1-2년이 지난 업종을 검증 받는 것이 초보자 창업자에게는 적당한 것이다.

## 2) 창업자의 적성과 조건이 맞아야 한다.

수익성과 안정성의 전망이 좋은 업종이라도 창업자의 적성에 맞지 않는다면 그 업종에 대해서는 포기하는 것이 현명하며 사업이라는 것이 몇 개월 내에 끝나는 것이 아니라 장기적으로 창업자가 모든 것을 투자하면서 모든 영역을 혼자서 해결해야 하기 때문에 업종의 선택은 자신의 적성을 알고 그에 맞는 업종을 선택하는 것이 제일 중요하다.

특히 대부분의 사업은 직장생활보다 훨씬 장시간을 혼자 근무하면서 육체적인 피로뿐만 아니라 정신적인 피로까지 직장생활보다 훨씬 심한 것은 사실이다.

일에 흥미를 느끼면 일이 힘들지 않으며 의욕을 갖게되어 창조적이고 기발한 경영노하우가 나오게끔 된다. 어떤 업종에 적성이 맞는가 안 맞는가를 가장 현명한 방법은 관심 있는 업종의 구체적인 정보와 문제점을 파악한 후 자신의 적성과 부합하는가를 최우선의 방법이다.

주위로부터 그 업종에 적성이 맞을 것 같다는 말을 듣고 스스로 즐겁게 흥미 있는 사업이라고 느껴진다면 자신 있게 결정할 수 있어야하며 그래도 의심이 나면 해당업종의 점포에서 현장체험을 갖는 것도 한 방법일수가 있다.

이때 현장체험에서 직접파악하고 경험을 얻어서 자신의 적성과 조건을 결부지어 보다 더 확실하게 업종을 선택할 기회가 부여된다.

## 3) 자본규모에 맞는 업종선택이 중요하다.

창업자가 하고싶은 유망업종이 있어도 필요한 자본이 없으면 한낱 꿈이 되어버리고 자본규모란 단순히 창업에만 필요한 자금뿐만 아니라 운영자금까지 적절하게 계산하여 창업에 임하는 것이 실패를 줄이는 것이다.

최소한 50백만원이상의 자본이 필요한 업소를 창업하고 싶어도 가지고 있는 자본이 20%가 부족하다해도 자본규모에 맞는 업종이나 자본이 적게드는 업종으로 생각을 바꾸는 것이 타당하다.

더욱이 초심자가 창업의 자본만 있으면 어떠한 업종이라고 할 의욕이 있다고 하지만 대부분의 경우 1년정도까지는 걱정이운을 넘지 못하는 것이 현실이고 업종별로 자본의 규모를 구분한다는 것은 어

렵지만 별의미가 없다.

같은 업종이라도 장소에 따라 자본의 투자금액이 다르고 전세 및 월세의 임대방법도 사업자금의 규모에 큰 차이가 있으며 업종별로 자본규모를 알기 위해서는 업소의 입지, 계약의 조건, 규모등 여러 가지를 종합해야 하며 이것을 각기의 구체적 조건 속에서 판단할 수 밖에 없다.

1997. 12. 10 조선맥주 사보팀이 서울시내 20-40대 직장인 300명을 대상으로 설문조사를 벌인 결과 창업에 필요한 자금에 대해서는 34.3%가 1억-2억원이라고 답했으며 26.3%는 1억원미만이라고 말해 절반이상이 2억원미만가량 소요되는 사업에 뜻을 두고 있다고 하지만 자금만 이야기할 뿐 어떠한 업종에는 원치 않았지만 중소기업 협동중앙회가 최근 펴낸 “소자본 창업을 위한 아이템 자료집”은 1,000만원에서 1억원대의 적은 자본으로 창업절차가 비교적 단순하면서 부가가치와 성장가능성이 높은 아이템 134개를 소개했다.

중소기업 중앙회 측은 최근 서비스 업종에 대한 창업선호도가 높아지고 있으나 면밀한 사전 검토 없이 시장에 참여했다가 실패하는 경우가 많다면서 성공률은 높이기 위해서는 자본규모에 맞게 부가가치가 높고 성장 유망한 아이템을 적절히 선택하는 것이 가장 중요하다고 하였다.

이에 대한 자본규모별 유망업종 (표 6)을 다음과 같이 나열해본다.

[표 6] 자본규모별 유망 업종

투자규모	업종의 중요 특성	가능업종
1억원대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 권리금을 낼 수 있는 업종</li> <li>- 시설비를 투자할 수 있는 업종</li> <li>- 고급품을 취급할 수 있는 업종</li> </ul>	복합할인 사무용품점, 놀이학습센터, 안경점 신세대겨냥 영상독서실, 서비스 카페, 어린이 실내놀이터, 과목별 입시학원, 신도볼이 건강사업, 컴퓨터 대여업, 카센터, 사무자동화기기 편의점, 실내서바이벌 자격장, 게임 테마파크, 햄버그 체인점, 24시간 편의점, 생활용품 대여점,
5,000만원대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상업지에 있는 소점포</li> <li>- 시설비가 적게들며 장소가 좀 나은 업종</li> <li>- 전문 판매점</li> <li>- 중·고가품을 취급 할 수 있는 업종</li> </ul>	가격파괴 삼겹살 전문점, 유리창 디자인업, 어린이를 위한 컴퓨터 전문학원, 생맥주집  할인 시푸드 전문점, 남성 피부전문관리 센터, 남성화장품 전문점, 카페에식장, 천연생과일점, 즉석아이스크림 전문점, 피자부페점, 제과점, 청소대행업, 윈맨스피드 캡슐점, 음식전문점, 실내운전 연습장, 패션속옷 전문점, CD룸, 타이슨 전문점, 건강체형미 센터, 서점, 메리야스 전문점,
3,000만원대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통 업종</li> <li>- 공간이 좁은 곳에서의 가능 업종</li> <li>- 유동인구가 많은 상업지역이 아닌 주택가 상업지역의 주변</li> <li>- 소점포 개업의 일반적인 규모</li> </ul>	포트아트 전문점, CD 대여점, 육실코팅업, 향수 전문점, 다이어트 전문점, 김밥 체인점, 게임기팩 대여업, 셀프 드라이클리닝, 생수자동판매기 사업, 자연향기 전문점, 고성능 복사기점, 신혼여행용품 전문점, 1분 덮밥 전문점, 증저가 귀금속류 전문점, 전통찻집, 스넥코너, 분식체인점, 커튼전문점, 신발가계점, 피자체인점, 조립식 원목가구점, 자연건강 식품점, 수족관 판매점, 유아용품점, 야식전문 배달업, 비서 대행업, 테이프점, 결혼준비 대행업, 안전용품 대여점, 꽃가게, 재고처리 대행업, 정원관리 컨설팅, 경조사연락 대행업, 김치양념 판매업, 도배공사 전문점, 핫도그 전문점, 반찬전문점 창고형 문구점, 가발토탈 관리숍, 세탁 체인점, 수학여행 전문여행사, 자동판매기 사업, 무점포 판매업,
1,000만원대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 임대료 부담이 적은 장소</li> <li>- 저가품 취급</li> <li>- 자투리공간 활용 매점</li> <li>- 무점포 판매방식이나 용역서비스업</li> <li>- 아주 간단한 서비스업</li> </ul>	(이 부분의 내용은 표의 다른 행과 겹쳐져서 가독성이 떨어지므로, 표의 전체 내용을 종합하여 정리함)

외식업소 상권분석 (표 7)과 같이 입지에 대한 특성과 해당업종, 업태에 맞는 고객이 퍼져있는 지리적 범위를 확인하고 그 특성을 파악하는 일이다. 아울러 점포분석에 있어서는 자기 점포가 입주할 장소에 대한 분석으로 나대지인 경우에는 부지면적, 형태, 토지용도, 건폐율, 용적률 등을 조사하면서 건물인 경우에는 면적형태, 건물외형, 건축년수 등이 포함된다.

[표 7] 외식업소 상권분석

입지 구분	입지특성	주 고객층	적합한 업태와 업종
유흥가	- 유동 인구가 많다. - 주·야간 영업이 가능한 장소 - 터미널·환송역 중심의 입지	매우 다양	어떤 업종, 업태든지 좋다
변화가	- 유동 인구가 많다. - 임대료가 비싸다. - 야간영업 비중이 크다.	매우 다양	어떤 업종, 업태든지 좋다
사무실가	- 점심시간의 매출이 높다. - 휴일과 야간에는 공동화 현상이 일어난다.	셀러리맨	중저가형의 깨끗한 업소
주택가	- 주말 매출이 높다. - 임대료가 비교적 저렴 - 거주자가 목적객 - 단골 고객이 많다. - 고객 성향이 비슷하다.	지역 주민 가족형 식당	
역권가	- 유동 인구가 많다. - 임대료가 비싸다.	매우 다양	중저가의 신속한 서비스를 제공할 수 있는 업소
학교가	- 개학기에는 번창하다 방학기는 한산 - 중복요소가 형성되면 유리 - 대학가는 야간과 방학기간에는 매출이 양호하나 중·고교 주변은 야간과 방학기간에는 매출이 감소	학생층	저렴한 가격대의 업종 및 업태
교외가	- 통행 인구는 거의 없다 - 임대료가 비교적 저렴하다. - 주차장이 넓다.	근접지 주민 또는 행락객	주차장이 갖추어진 중고가의 업태

고객이 얼마나 쉽게 외식업소까지 갈 수 있느냐 인데 2층이나 지하층보다는 1층이 접근성이 좋지만 업종과 업태에 따라서는 반대일 수도 있다.

가시성은 얼마나 쉽게 눈에 띄느냐인데 가시성을 높이는 방법중의 하나가 훌륭한 간판이다. 그리고 외식업소 입지선정에서 항시 문제되는 것이 권리금인데 권리금은 이전 경영주가 투자한 실내장식과 영업 실적에 대한 보상이라고 할 수 있지만 법적으로는 인정받지 못하다는 것을 알고 있어야 한다.

창업자는 본인 스스로가 입지선정을 위한 외식업소 호입지 7대 권역에 대한 평가표(표 8)를 작성 입지판정에 80-90점은 우수한 입지이며 50-79점은 재검토 대상이면서 0-49점은 불량한 입지가 된다.

[표 8] 외식업소 호입지 7대 권역 평가표

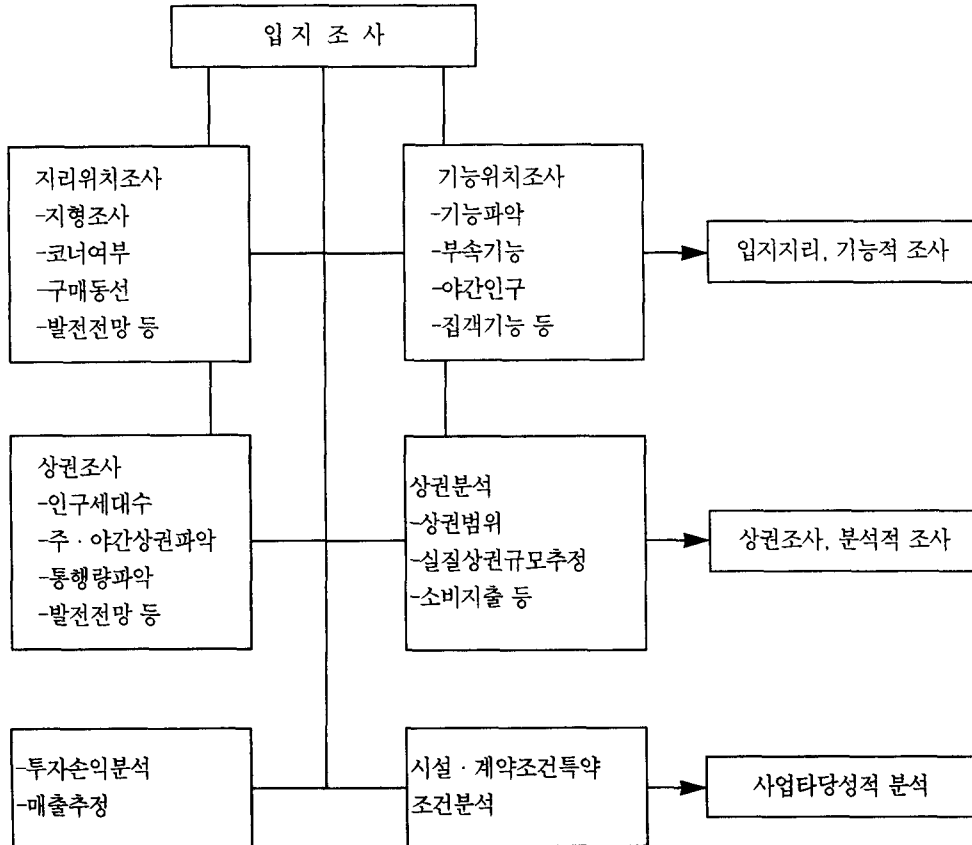
권역별	입지 특성시설 구분	평점
교통 간선 지구	교통기관의 간선 집결지 주변지역	20
상업 지구	관청, 상업학교, 금융가, 무역회사, 밀집지역	20
물류 지역	상점가, 교통센타, 메스컴, 전시장	20
위락 지구	오락, 사교, 음식, 야간 레저	20
관광, 문화 지구	도시 리조트, 스포츠, 레크레이션, 건강, 문화교실, 관광지	10
경승지 주변	강, 공원, 천, 야경, 항구	5
유명 시설 지구	건축기술상, 상징성, 명물화, 가시성, 지명도, 화세성	5

입지선정의 중요성에서 살핀 것과 같이 입지조사, 상권조사, 업종선택은 상호간의 맞물리는 불가분의 관계(표 9)와 같이 구성되고 있으며 창업을 대비한 성공사업의

창업자들은 보다 과학적인 분석에 의해 그 위험(risk)을 최대한 줄여가야 할 것이며 이러한 분석에 의할 때 보다 빠르고 확실한 성공의 창업주가 될 수 있을 것이다.

그러나 가장 중요한 것은 역시 사람이다. 사업을 충분히 검토한 후 이를 신속하게 결정할 수 있는 의사 결정력이 성공사업의 뒷받침인 것이다.

[표 9] 입지조사 상관관계



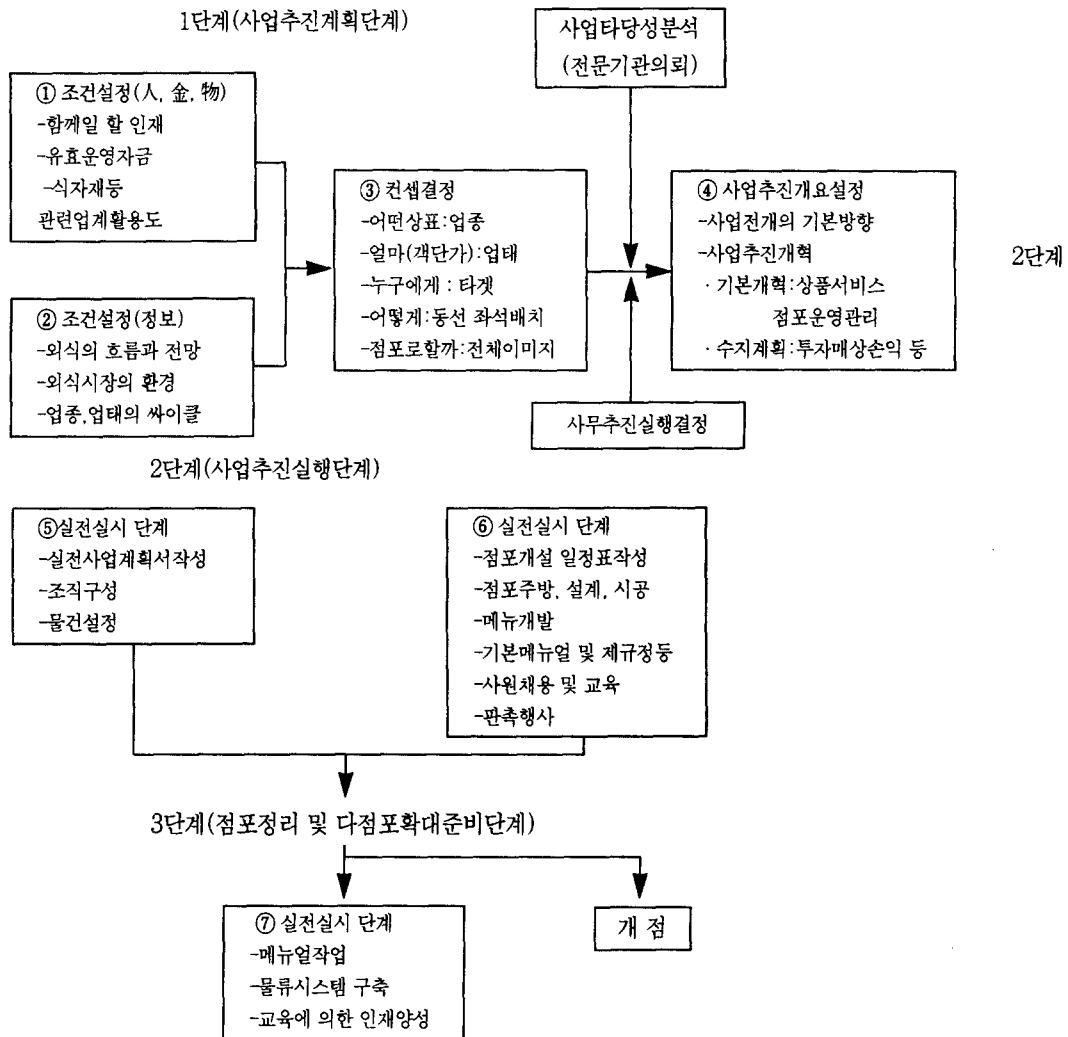
### 3. 외식산업의 사업추진

외식산업의 사업추진에 있어서 신규외식사업과 시장조사 및 사업추진 FLOW(표 10)에 의거 1단계는 사업추진 계획단계로 2단계는 사업추진 실행단계 3단계는 점포정비 및 다점포확대 준비단계로 3단계로 구분해본다. (표 10)의 1단계에서 ①②도 중요하지만 외식업 창업에 있어서는 무엇보다도 컨셉결정인 ③도 매우 중요하다. 이는 주변의 이야기나 창업자 스스로가 판단으로만 선불리 결정할 것이 아니라 1단계, 2단계를 잘 검토한 후 결정해야 한다. 앞장에서도 설명하듯이 외식업도 유기체처



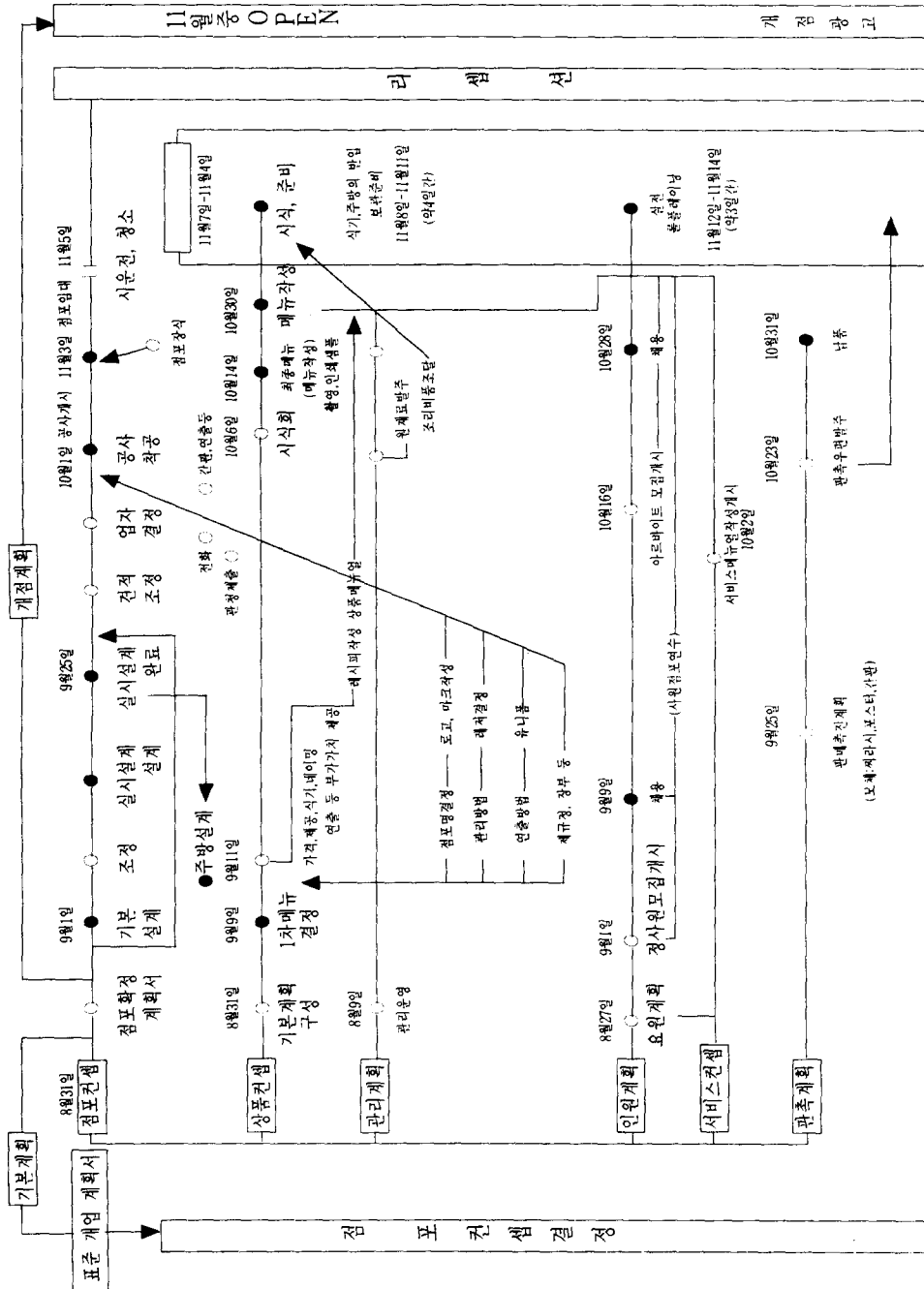
럼 도입기 → 성장기 → 성숙기 → 쇠퇴기의 과정을 거치며 생멸을 하고 있다는 것을 알고 있듯이 지금 하고자 하는 업종업태가 어느 상태에 와있는가를 잘 파악해야 한다.

[표 10] 신규의식사업과 시장조사 및 사업추진 FLOW



특히 (표 10)의 실전 실시 ⑤⑥에 있어서는 (표 11) 오픈공정표와 같이 구체적으로 각자의 점포컨셉에 맞게 진행 상황표를 만들어 놓고 시작하는 것이 바람직하다.

[표 11] 오픈공정표



이 표의 유용한 활용을 위해서는 첫째, 스케줄을 정확히 세워야 한다.

대부분 전체공정스케줄은 점포의 Hard부분에 해당하는 점포의 설계시공에 따라 결정되어지므로 업자와 정확한 계약을 함으로써 오픈 당일 날에도 공사를 하는 경우가 절대로 발생하는 일이 없도록 해야한다.

둘째는 주요멤버(Key-Men)를 선정해야 한다.

규모가 작은 경우에는 상관없지만 규모가 클 경우 반드시 홀책임자, 주방책임자를 점포컨셉 결정 후 곧바로 채용해 가능한 한 모든 일을 함께 추진하는 것이 바람직하다.

셋째는 실제로 업무를 시작해 본다. 오픈 전에 반드시 실전교육을 해서 주방과 홀쪽의 호흡을 맞추므로써 전체적인 운영을 원활하게 하여 문제점을 찾아 시험토록 한다. 아울러 주변사람들을 가상고객으로 끌어들여 최소한 2-3일의 연습도 해보는 것이 바람직하다.

아직도 많은 창업자들은 외식업을 하면 무조건 돈을 벌 수 있다고 생각하는 경우가 많은 것 같다. 물론 타업종에 비하여 접근하기도 쉬우며 시장점유율이 엄청나서 무한한 가능성이 있다는 것은 사실이다. 하지만 그러한 가능성과 함께 전체적으로 수준이 떨어지고 체계가 안 잡혀 있어 많은 점포들이 창업과 함께 폐업을 하거나 업종을 전환하는 경우도 많다는 것을 알아야한다.

사업의 본래 목적은 이윤추구에 있다. 이를 위해서는 반짝이는 오픈경기가 아니라 지속성이 요구되며 따라서 좀더 장기적인 번영과 확대를 위한 사전계획이 필요하다.

## V. 결론

21C의 우리 나라는 여성의 사회진출 증대, 고령화시대 도래, 근무시간의 단축, 여가시장의 성장 등으로 외식시장 규모가 약 30조원 훨씬 넘을 전망이며 많은 사업가 및 학자들은 유망업종을 외식산업을 꼽고 있으며 많은 외식업체들이 증가추세인 것은 사실이다.

그러나 1998년은 유례없는 불화예다. IMF 관리체제는 외부적인 특수상황이 더해져 지난해에 이어 사회적인 요인과 외부산업 환경의 변화라는 일대 전환기임에도 불고하고 창업자는 계속 늘어나고 있는 추세이다. 아울러 실업인구가 120만명을 넘을 것으로 예상되며 고용불안이 사회적으로 팽배하면서 소자본으로 창업할 수 있는 외식산업에 대한 관심이 날로 커질 것으로 전망되며 실직한 가정은 당장 가계를 꾸려나갈 구체적인 가계를 마련해야 하기 때문이다. 이들에게 희망을 줄 수 있는 것은 이미 많은 명예퇴직자나 조기퇴직자들이 창업을 통해 제2의 인생을 살아가고 있다는 것이다.

이와 같이 외식산업의 창업자는 증가추세이지만 실패율도 많은 것은 사실이다.

미국에서는 매년 90만여개의 외식업체가 새로이 창업을 하지만 실패업체수는 7만-8만개의 10% 미만이며 우리 나라는 해마다 3만명의 창업자가 있지만 이중 거의 50%가 실패를 하며 외식업을 하고 있는 창업자의 약 70%가 1년 이내에 업종을 전환하고 있으며 30%이내에 있는 업체도 안정적이고 성공적이며 기업화되려면 운영에 있어서도 지속적으로 치밀한 사항을 꼼꼼히 점검해 나가지 않으면 안된다. 본 연구에서는 외식산업에 대한 창업자의 실패율을 줄이며 성공을 위한 중요사항을 요약하게 되면 첫째로 창업의 성공은 창업자 스스로의 능력과 정신자세에 있으며 둘째는 창업에 가장 중요한 요소는 업종의 선택에 있으며 셋째는 불특정 다수의 유동고객을 대상으로 하는 외식업의 성공과 실패는 입지선정에 있으며 넷째는 창업을 하는 창업주는 전반적인 제반사항을 점검하는데 과학적이고 합리적인 외식사업 추진표와 오픈공정표를 작성하여 세부사항을 하나씩 점검해 나가야 할 것이다.

## 참고문헌

- 손 일락 미래의 식당경영 형설출판사 1993  
원 용희 외식산업론 대왕사 1994  
임 경인 식당경영 원론 대왕사 1994  
최 혜숙외 6인 유망점포 200(I) (주)도서출판 길벗 1996(6쇄 발행)  
김 영배외 3인 '97 성공사업 성공부업 도서출판 가로수 1997  
정 대용 창업스쿨 21세기 북스 1997(2쇄 발행)  
김 동승외 3인 최신급식 경영학 광문각 1997  
박 병렬 김 태경 공저 호텔식당경영 관리론 기전연구사 1994  
김 현희 실무자를 위한 핸드북 외식 서비스산업 한국마케팅연구원 1990  
박 기용 "미국외식산업의 분류와 업종에 관한 연구  
한국식음료 경영학회, 1997. 5  
이 지호 임 봉영 공저 외식산업 경영론 형설출판사 1996  
박 상배 임 봉영 공저 외식사업 개론 대왕사 1991  
Gerald W, Lattin, The Lodging and Food service Industry. 1989  
Robert D, Reid Fooe service and Restaurant Marketing. 1983  
小態展夫著 食堂の開店實務 紫田書店 1974  
한국음식업 중앙회 '96 한국외식산업년감 1997  
월간 성공사업 1994. 11 - 1995. 3  
경제기획원 한국표준산업 분류 1984  
통계청 3분기 도시근로자가구 가계수지 1997

## ABSTRACT

### **A Study on New Business of the Food Service Industry**

by Byong-So, Cho

INTERNATIONAL MONITORY FUNDS wave swept the Economic structural insolvency lies one upon another with low growth, low trust, low prices, low interest and low employment as [ 2 down 3 up ] phenomenon s have been distinguished and low growth and enterprises control of structures due to forecasting 200 million unemployment, including 600 million unemployed the head of a family population have a difficulty in their life.

Only way to give them hope is through the commencement of an enterprises to have 2nd career development. But, end of 1995, 467,000 dining out companies have been established and recently business are in depression.

There are many business conditions of change of business or reduce operations, if unemployment populations of 5%, 100,000 peoples doing the commencement of an enterprises, enormous number of dining out companies will be increased and the competition will be fierce, especially those who have short knowledge and experience doing the commencement of an enterprises have high failure than success which will give a problems to society.

Our study is to make the commencement of an enterprise to reducing the failure and to be successful for main point to successful commencement of an enterprise, the established can self capability and mental condition, the main important factor is types of industry selection, successful and failure of business to be determines by importance in conditions of selection and those established who takes this conditions will very carefully inspect various matters by scientifically and rationally mind industry's propulsion graphs and open official fixture graphs will framing detail factors. One by one inspect the reduction of failure, and successful commencement of an enterprises mind industry have been studied.