

외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감과 창업자 태도에 미치는 영향

The Effects of Business Startup Attributes on the Overconfidence of Business Startup and Entrepreneur's Attitude in Foodservice Industry

송경숙
원광보건대학교

Kyong-Suk Song(greeting@wu.ac.kr)

요약

본 연구는 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감과 창업자 태도에 미치는 영향을 밝히는데 목적을 갖고, 외식업 창업자 총 300명을 대상으로 2012년 10월 1일부터 30일까지 설문조사하였다. 분석결과 첫째, 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감에 미치는 영향을 검증한 결과 창업자 특성, 창업자금, 입지, 상품요인이 창업 자신감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<.05$). 둘째, 외식산업 창업속성이 창업자 태도에 미치는 영향을 검증한 결과 창업자금, 입지, 상품요인이 창업자 태도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<.01$). 셋째, 창업 과잉자신감이 창업자 태도에 미치는 영향을 검증한 결과 창업 과잉자신감은 창업자 태도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<.001$). 이는 창업자 특성변인으로서 전문화된 경영마인드와 관련 지식, 경험이 그만큼 중요하고, 이에 기반한 충분한 자금조달과 준비속에 고객의 유동인구가 상품특성과 결합하여 적합한 곳에 입지할 때 고객의 이용과 선택 또한 안정된 경영으로 이어져 자신감과 함께 안정경영을 통한 긍정적인 태도로 나타남을 의미한다.

■ 중심어 : | 외식산업 | 창업속성 | 창업 과잉자신감 | 창업자태도 |

Abstract

The purpose of this study is to examine the effects of business startup attributes on the overconfidence of business startup and entrepreneur's attitude in foodservice industry. To achieve this, a survey was carried out to 300 entrepreneurs in the foodservice industry through October 1 to October 30, 2012. The results were as follows. First, entrepreneur's characteristics, funds for business startup, locations and products had a statistically significant positive effect on the overconfidence of business startup($p<.05$). Second, funds for business startup, locations and products had a statistically significant positive effect on entrepreneurs' attitude($p<.01$). Third, the overconfidence of business startup had a statistically significant positive effect on entrepreneurs' attitude($p<.001$). The findings stated above mean that knowledge or experience related to specialized management mind as entrepreneur's characteristic factors are just as important, and customers' use and choice of restaurants are also connected to stable management when the floating population of them are located to a suitable place in combination with product characteristics in enough financing and preparation based on this, showing entrepreneur's positive attitude through stable management along with confidence.

■ keyword : | Foodservice Industry | Entrepreneurial Attributes | Entrepreneurs' Overconfidence | Entrepreneurs' Attitude |

* 이 논문은 2013년도 원광보건대학교 교내 연구 지원비에 의해 연구한 논문임.

접수일자 : 2013년 12월 27일

심사완료일 : 2014년 02월 10일

수정일자 : 2014년 02월 06일

교신저자 : 송경숙, e-mail : greeting@wu.ac.kr

I. 서론

외식창업과 일반창업자들간의 경영형태에 따라 창업을 선택하게 되는 이유가 무엇인지 밝혀진 기존의 연구들을 보면 자본의 소유형태, 도전의식 발휘, 개인생활의 취향과 성격, 재정적 안정, 능력발휘 등 창업자가 가지고 있는 지식, 기술, 개인적 특성에 따라 달라짐을 알 수 있다[1]. 특히, 대기업의 창업은 안정추구, 직위·권한 및 위신에 대한 욕구 달성, 경영종류와 형태, 그리고 고소득이 높은 반면, 중소기업의 창업은 독립감과 부와 명예, 가족을 부양하기 위해, 자신만이 생산할 수 있는 제품을 제공하기 위해 창업을 선택하는 것으로 알려져 있다[2][3].

이중 현재 기존 창업자들이 가장 창업을 많이 하고 있는 업종이 외식업종이다[4]. 이는 외환위기 이후 많은 사람들이 외식산업에 참여해 전국의 상권이 포화상태에 이르고 있는 데서 그 시발이 되었다. 그런데도 불구하고 현재 외식업소들은 계속 늘어나고 있는 실정이며, 이는 일본의 경우 인구 157.4명당 외식업체가 1곳, 미국과 중국이 각각 334명과 342명 당 1곳인데 비해 한국은 64명당 1개로 인구대비 외식업체수가 포화상태임을 증명해 준다[2]. 2010년 기준 경제협력개발기구(OECD) 회원국의 평균 자영업자 비율은 15.9%인데 반해 한국은 28.8%로 두배에 가깝게 자영업자의 비중이 매우 높은 편이다. 특히, 우리나라 자영업의 특성은 다진입·다퇴출 현상을 보이고 있으며, 연평균 60만개 사업체가 새로 생기고, 58만개가 사라지고 있다[5]. 이같은 많은 창업자가 외식산업에 몰리는 이유는 인간과 인간관계를 중시하는 환대산업으로 식음료 산업과 밀접한 외식산업은 매뉴얼 산업이면서 쉽게 수익성을 낼 수 있다는 기대심리 때문이다. 소자본창업을 준비하는 예비창업자가 가장 많이 선택하는 창업분야는 외식업으로 나타났다. 외식업을 선호하는 가장 큰 이유는 너무나 잘 알고 있는 친숙한 분야이며, 타 업종에 비해 시장 진입 장벽이 낮다는 점을 들었다. 또한 외식업에 대한 높은 지식과 기술수준은 예비창업자로 하여금 과도한 자신감을 유발시켜 높은 성공의 확률을 예측하게 함으로써 외식업의 편중된 창업으로 이어질 수 있다[6].

이같은 현상은 외식업계 동향을 통해 입증될 수 있는데, 국내외식업계의 추이는 한마디로 극한 양극화 현상이 증가하고 있다[7]. 창업에서의 전략 부재는 창업 선택시 반드시 고려해야 할 고유속성을 반영치 않음에 기인한 것으로 이는 많은 선행연구에서도 그의 중요성을 지적한데서 알 수 있다. 즉, 개인특성 고려[1][8]와 업종에 따른 컨셉의 중요성을 지적하고, 자기자본 조달의 중요성을 강조한 연구[9][10]에서 볼 수 있듯이 각 업종 형태나 특성에 따라 사전 철저한 조사계획 하에 당해 업종 형태에 맞는 컨셉으로 창업이 선택되어야만 실패나 오류를 줄일 수 있는 것이다. 이는 창업자들의 창업 이후 정착물에서도 알 수 있는데 창업 후 5년 이내에 실패할 확률이 50%를 넘는 것으로 알려져 있듯이 이것은 창업에 앞서 예비적으로 실시하는 사업성 분석에 애초부터 결함이 있거나 부족한 사전조사와 빈약한 정보로 사업계획을 잘못 계획함으로써 실패의 씨앗을 잉태한 채 무모하게 사업을 개시하기 때문이다.

최근 많은 관심으로 중요성이 대두되고 있는 과잉자신감은 잘못된 판단을 초래하여 실패를 자초할 수 있는 중요한 변수임에도 이에 관한 연구는 거의 없는 실정이다. 이러한 창업가의 자신감과 관련하여 과잉자신감은 많은 관심과 주목을 받은 바 있는데 창업에서 과잉자신감은 자신의 의사결정에서 자의적 판단과 편견을 가지고, 이용 가능한 새로운 정보를 받아들이지 않고, 사업 성과를 지나치게 낙관적으로 예측하여 실패를 자초할 수 있다는 것이다[3][11]. 이러한 현실에도 불구하고 창업에 대한 논의는 1990년대 이후 여러 서구 선진학자들에 의해 활발히 진행되어 왔지만[12][13] 이와 관련한 창업동기에 관한 국내연구는 주로 내용이론에 의한 창업가의 창업동기와 관련된 한 논문이 대부분의 주류를 이루어 왔다[14][15].

따라서 본 연구에서는 이러한 외식산업 창업속성에 대한 문제제기를 바탕으로 창업자의 고유속성에 따른 창업요인이 창업자의 과잉자신감과 태도에 어느정도 영향을 미치는지 이들 상호간의 인과관계를 밝히는 데 본 연구의 목적을 갖는다.

II. 이론적 배경

1. 외식산업 창업속성

창업속성은 창업의 성공여부에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 여겨져 왔으며, 초기에는 주로 배경적 특성 즉, 창업자의 연령, 교육수준, 전직경력, 창업이전경험, 가족배경 등을 분석하고자 하는 연구들이 많이 시도되었다[16]. 그러나 현재는 다원화되고 있는데 선행연구를 바탕으로 창업자 속성으로 가장 많이 선택되고 있는 창업자 특성, 창업자금, 입지, 시설, 상품요인을 위주로 살펴보면 다음과 같다[17].

첫째, 창업자 특성으로 창업자의 특성을 파악하는 전통적인 접근방법 중의 하나가 전형적인 창업자의 배경으로부터 나오는 인구통계적인 자료를 사용하는 것이다. 이 방법은 유사한 배경을 가진 사람은 유사한 특징을 가지고 있다는 것으로 이러한 가정을 하게 되면 이미 알려진 기업가의 인구통계적 특성을 파악함으로써 새로운 모집단에 대한 기업가적 행동을 예측하는 것이 가능하다[18][19]. 왜냐하면 새로운 모집단 중에서 전형적인 기업가와 유사한 인구통계적 특징을 소유한 사람은 이전의 기업가와 유사한 특징을 소유했다는 가정이 가능하기 때문이다.

둘째, 창업자금으로 창업자본이란 기업을 설립하는데 필요한 금전적인 자원뿐만 아니라 자본을 이용하여 동원할 수 있는 토지, 기계, 기술자, 원재료 등을 포괄적으로 의미한다[20]. 자본은 창업자 자신의 출자일 수도 있고, 창업팀에 속한 여러 사람이 제공할 수도 있다. 또, 자본은 창업과 경영에 있어서 직접 참여하지 않는 제 3자로부터 조달될 수도 있다. 기업은 설립하려고 하면 자본조달이 어려운 것을 경험하게 되는데, 여러 연구조사 결과를 보면 창업의 가장 큰 장애요인은 창업자금의 확보의 어려움이다[16][21].

셋째, 입지로 급변하는 마케팅 환경 하에 점포의 장기적인 효과성을 보장하기 위해서는 점포입지의 선정, 점포의 적정규모의 결정, 점포 이미지 확립 및 서비스 수준의 결정 등이 필요하나 이중에서도 점포의 합리적인 입지는 가장 중요한 요건이 된다[22]. 상권은 점(point), 선(line), 면(space), 흐름(flow)의 4요소로 구성

되는데[23] 점은 시장의 지리적 거점으로서 점포, 시설로서의 중심성을 의미하며, 선은 지역 간의 의존관계내지 기능의 상호의존성을 나타내는 흡인성을 의미한다. 또한 면은 시장의 지역적 범위를 의미하며, 이는 곧 중심지에 의한 흡인력이 작용하는 범위를 의미하며, 흐름이란 시장에서 동태적으로 수행되고 있는 마케팅 활동을 의미한다. 따라서 상권이란 판매공간, 소비자의 생활공간, 점포의 존재거점과 같은 3요소로 파악할 수 있으며, 이 때 점포의 존재거점이 되는 점(point)이 바로 입지이다[16].

넷째, 시설로 외식사업의 경쟁이 더욱 치열할수록 물리적 환경 즉, 시설을 이용하여 서비스를 차별화시키고자 노력하고 있으며, 서비스를 구매하는 소비자들은 그런 유형적 단서나 시설을 통해서 서비스를 평가하게 되므로 시설은 서비스 기업에 있어서 중요한 전략이다[7]. 시설은 신용 속성에 근거한 서비스의 커뮤니케이션에 특히 중요하며, 경험적 속성에 근거하는 레스토랑, 호텔, 병원, 테마파크 등의 서비스에도 매우 큰 의미를 갖고 있다[11].

다섯째, 상품요인으로 창업자의 실질적인 창업의 출발은 사업의 아이템 즉, 상품이다[16]. 몇몇 상품은 성공적인 사업체로 발전하는 한편, 많은 상품들이 성공창업 단계에 도달하지 못하고 사장된다. 따라서 사업에 있어 상품의 존재와 그 평가가 창업에 대한 의사결정 과정에서 매우 중요한 부분을 차지한다. 창업하는 기업이 어떤 제품을 생산할 것인가에 대한 해답이 되는 것은 사업 아이디어로 기업의 시스템 중 산출을 의미하는 것으로 기업의 생산품은 재화이던가 서비스다[20].

이상의 5가지 요인이 창업전략이나 창업의 시기를 결정하기에 앞서 제일 먼저 어떤 창업을 할 것인가에 대한 사업 고려요인으로 이를 결정하는 것이 사업을 시작하는 과정 중 당연한 귀결이 될 것이다. 따라서 이들 요인을 반영하여 측정하고자 한다.

2. 창업 과잉자신감

자신감과 창업의지 사이의 관계는 Shapero[24]의 주장에서도 유추될 수 있다. 그는 새로운 기업을 시작할 가능성에 영향을 미치는 요인 중 하나로 실현가능성을

들고 있다. 창업은 그것의 실현가능성에 영향을 받으며 그런 실현가능성의 평가에 결정적인 역할을 하는 것이 바로 자신감이라고 할 수 있다[25].

경력과 관련해서는 특정 직무나 과업들을 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감은 경력관련 환경에 대한 자신의 영향력에 관한 평가를 결정한다. 경력관련 환경의 속성을 정확히 인식하고 그 속에서 자신에게 적합한 기회를 찾아 적극 활용할 수 있다는 자신감은 한 개인의 창업의지에 긍정적 영향을 줄 것이다. 즉, 창업의지에 영향을 주는 개인특성 요인은 바로 창업에 대한 자신감이다[26].

창업에 대한 자신감은 창업을 할 수 있다는 자신감을 의미한다. 자신감은 특질(trait)처럼 다양한 상황에 적용될 수 있는 일반적 경향의 높은 차이가 아니라, 과업의 존적인 자신감을 의미하므로 창업의지를 규명하는데 유용성이 높을 가능성이 높다. 자기유능성은 동기와 성과를 예측하는 강력한 개인변수로서 조직에서 광범하게 연구가 이루어져 왔다. 자신감은 과업수행의 노력, 지속성, 성과에 긍정적 영향을 주며, 무엇보다 과업의 선택과 목표의 선택에 영향을 준다[19]. 그러므로 창업에 대한 자신감은 창업 의지에 긍정적 영향을 줄 것이다.

그러나 현재 많은 창업자들이 자신의 개인적 지식과 능력, 타인의 성과를 극복할 가능성에 대해서 비현실적인 긍정적 신념을 지니고 있다. Buzenitz & Barney[27]에 따르면 과잉자신감은 비 창업가 보다 창업가들에게 많이 나타나는데, 과도한 자신감을 가지고 있는 창업가들은 더 많은 자의적 판단과 편견으로 의사결정에서 이용 가능한 새로운 정보를 받아들이지 않고 어떠한 상황을 최초 평가하는데 지나치게 낙관적으로 판단하여 실패할 수 있다는 것이다. 또한 과도한 자신감을 가진 사람은 자신의 노력에 대해 지나친 긍정적 기대와 이치에 맞지 않게 자신의 개인적 신념과 능력에 대해 높은 평가를 함으로써 실패를 자초할 수 있다[28].

3. 창업자 태도

창업자 태도는 창업에 대한 개인적 태도를 의미하는 것으로 일반적으로 개인적 태도는 어떤 대상(사람, 사물, 사안)에 대해 일관성 있게 호의적 또는 비호의적으

로 반영하려는 개인의 학습된 경향을 의미한다[29]. 이러한 태도는 행동의도와 밀접한 관련을 가지고 있다. 특정행동에 대해 개인이 태도가 호의적일수록 그 행위를 수행할 의도 또한 더 높아진다.

즉, 태도는 어떤 대상물에 대한 느낌이나 감정적인 반응인 반면, 신념은 그 대상물이 가지고 있는 각 속성에 대한 인지적 지식이라고 할 수 있다[30]. 이러한 행동에 대한 태도는 특정 행동 수행결과에 관한 신념과 그러한 행동결과에 대한 평가의 태도적 신념 구조에 의해 결정된다. 행동수행 결과에 관한 신념은 특정행위가 특정 결과를 가져올 것이라는 주관적 확률을 의미하고, 행동결과에 대한 평가는 특정 행동결과가 바람직한가에 대한 평가 즉, 특정행동 결과가 중요한 정도를 의미한다.

초기의 창업가들은 아직 새로운 창업을 시작하지 않은 잠재 창업자로 이들은 새로운 사업을 시작하고 싶은 욕구를 가지고 그러한 욕구로부터 발생하는 특정 활동과 밀접한 관련이 있다[31]. 이러한 창업가 태도는 최근 새로운 사업에 대해 진지하게 생각하고 있을 뿐만 아니라 사업계획서를 작성하거나 돈을 투자하거나 창업에 필요한 설비를 찾는 정보탐색과 창업조직을 조직화하는 창업가적인 활동을 수행[32]한다는 점에서 창업자의 태도요인을 반영하여 다음 장에서의 연구설계를 통해 인과관계를 검정하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구모형

Schneider[33]은 성격과 상황의 상호작용관점과 유인-퇴출과정을 통해 성격이 조직의 본질을 결정한다는 견해를 피력했다. 특히, 창업초기 단계에 있는 기업의 최고경영자는 조직목표설정, 집행, 평가의 제반과정에 깊이 관여하고 리더 본인의 행동은 물론 구성원의 행동에도 영향을 미치는 것으로 나타났다. McClelland[34]은 높은 성취욕구를 가진 사람들은 문제해결과 목표설정을 위해 그리고 자기 자신의 노력으로 이러한 목적을 달성하기 위해 개인적인 책임감을 지닌 것을 선호하며,

자신들의 과제를 얼마나 잘 달성하였는지에 대해 알기를 원한다고 하였으며, 그 결과 성취욕구는 창업자에게 있어 중요한 동기요소가 되며 사회의경제적 발전에 있어서도 중요하다고 하였다[35].

김영문·박신제[36] 또한 제품에 대한 가치 인식에 대해 물적 자원환경이 영향을 미친다는 것을 밝혀냈으며, 또한 물리적 환경이 기업의 성과에 더 영향을 미친다는 인과관계를 규명하였다.

이렇듯 선행되어진 연구들에서 제시한 이론적 배경과 연구의 결과를 바탕으로 본 연구에서의 외식창업과 관련한 선행요인으로 창업자의 특성, 창업자금, 입지, 시설, 상품요인 등의 5개 요인이 창업 과잉자신감과 창업자태도에 유의한 영향을 미치는지 관련 요인을 선정하였다. 즉, 본 연구는 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감과 창업자 태도에 미치는 영향을 알아보는데 목적을 갖고 다음 [그림 1]과 같은 연구모형을 바탕으로 가설을 설정하였다.

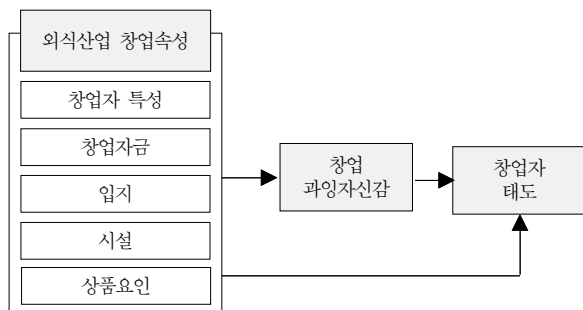


그림 1. 연구모형

2. 가설설정

창업은 새로운 기업이 탄생하는 과정으로 처음 조직적인 실체로 구체화되는 일련의 행동을 말한다[16]. 창업속성은 그 창업을 설명하는 가장 중요한 변수라고 볼 수 있다. 특히 속성은 그 행위를 관찰하기 어렵거나, 발생하기 어려운 경우, 또는 예측할 수 없는 수치를 포함하는 경우에 행동대신 유용하게 사용할 수 있는 개념이라 할 수 있다.

창업속성에 미치는 변수 중에서 중요한 변수로 창업가 개인적 자질을 들 수 있다. 즉, 창업가들은 비 창업

가와 구분되는 독특한 개인적 특성을 갖고 있다[37]. 이와 관련하여 선행연구는 창업의도를 인적자본이론 (human capital theory)을 가지고 자본력과 시설, 상품을 설명하고 있다[38]. 이 이론에 따르면 더 많은 인적자본을 가지고 있는 개인이 관련 과업을 수행하는데 더 높은 성과를 달성할 수 있다는 것이다. 특히, 입지의 경우 일반적으로 외식사업체의 상권이 좋다는 것은 곧 입지조건이 양호하다는 것과 같은 뜻으로 보지만 좋은 조건의 창업의 입지결정에 필요한 조건은 외부적 요인보다는 내적인 요인이 더 크다는 사실을 인지해야한다 [22]. 즉, 외식사업 창업을 위한 양호한 조건으로 고객들의 주거지에서 가까울수록, 또한 고객들이 선택하는 요소가 다양하게 형성되어야 한다.

또한 자신감은 어떤 일을 성공적으로 해낼 수 있다는 마음 상태로 자신의 능력으로 다가오는 문제를 해결할 수 있다는 생각이다. 그러므로 자신감은 수행해야 할 과제와 자신의 능력에 대한 상대적인 판단에서 온다 [23]. 이는 성공하는데 필요한 행동을 해낼 수 있다는 의미가 포함되어 있으며, 자신감은 원하는 결과를 얻는데 필요한 행동을 성공적으로 수행해 낼 수 있다는 믿음인 것이다[39]. 즉, 자신의 능력에 대해 자신감을 갖고 있는 사람일수록 환경 속에서 기회를 찾아 활용하려는 강한 의지를 보일 것이며, 창업 역시 그런 기회 일부로 간주될 수 있을 것이다. 따라서 자신감은 창업과 관련된 다양한행동과 의사결정에 중요한 영향을 미친다[40]. 한편, 과잉자신감은 창업활동에서 긍정적 영향을 미치는데 예를 들면 과잉자신감을 가지고 있는 개인은 새로운 사업운영에 대한 위험을 낮게 인식하여 도전감을 가지고 기회를 포착하기 때문에 창업을 통한 성공의 확률을 높일 수 있다[41]. 즉, 자신감이 높은 사람은 창업의 상황이 가져다줄 수 있는 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처하고 통제할 수 있다는 믿음이 있으며, 환경 속에서 기회를 찾아 활용할 수 있다는 신념이 있으므로 창업의도에 긍정적인 영향을 줄 수 있다[3].

마지막으로 선행연구들은 창업가의 인적자본으로 창업태도를 제시하고 있는데 즉, 그 분야에 대한 창업태도가 강할수록 창업의도가 높아진다는 것이다[38]. 또한 선행연구들은 창업속성에 영향을 미치는 태도로 즐

거음, 도전정신, 흥미, 성취감을 제시하고 있다[42]. 즉, 이들에 대한 태도가 강할수록 창업의도가 높다는 것이다.

따라서 선행연구와 연구모형을 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정한다.

H1 : 외식산업 창업속성은 창업 과잉자신감에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

- H1-1: 창업자 특성은 창업 과잉자신감에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H1-2: 창업자금은 창업 과잉자신감에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H1-3: 입지는 창업 과잉자신감에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H1-4: 시설은 창업 과잉자신감에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H1-5: 상품요인은 창업 과잉자신감에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 외식산업 창업속성은 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

- H2-1: 창업자 특성은 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H2-2: 창업자금은 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H2-3: 입지는 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H2-4: 시설은 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.
- H2-5: 상품요인은 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H3 : 창업 과잉자신감은 창업자 태도에 유의미한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3. 조사대상 및 기간

조사대상은 외식업을 창업하여 운영하는 서울지역소재 창업자 총 300명을 대상으로 설문지 조사방법을 사

용하였다. 설문조사 기간은 2012년 10월 1일부터 10월 30일까지 총 30일간 실시하였으며, 구조화된 설문지를 이용하여 각 가맹점 점주에 직접 양해를 구하고 조사하였다. 총 300부의 설문지를 배포하여 이 중 불성실 응답자와 결측치 26부를 제외한 274부(91.3%)를 통계분석에 사용하였다.

표 1. 조사개요

조사대상	외식업을 창업하여 운영하는 창업자(중소규모 프랜차이즈 가맹 소상공인 대상)
표본 수	총 300명
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 방문 조사
조사기간	2012년 10월 1일 ~ 2012년 10월 30일(총 30일간)

4. 측정도구의 조작적 정의 및 설문지 구성

설문지의 각 항목들은 선행연구에서 사용된 설문과 이론을 근거로 총 4개 영역으로 구성하였다. 먼저 인구통계학적 요인인 개인적인 특성은 명목척도로 구성하였고, 외식산업 창업속성, 창업 과잉자신감, 창업자 태도의 항목은 Likert 5점 척도를 사용하였는데, ‘매우 그렇다’ 5점, ‘그렇다’ 4점, ‘보통’ 3점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘전혀 그렇지 않다’ 1점으로 측정하여 점수가 높을수록 각 문항에 대한 인식이 높은 것으로 볼 수 있다.

4.1 외식산업 창업속성

외식산업 창업속성은 창업자가 창업과정에서 발생할 수 있는 다양한 요인으로 창업자 특성, 창업자금, 입지, 시설, 상품요인 등을 의미한다. 먼저 창업자 특성은 조형래[42], Chandler & Jansen[43] 등의 연구를 바탕으로 창업자의 개인적 특성, 기업가적 특성, 심리적 특성 등 총 5문항, 창업자금은 손무호[16], 조은화[21] 등의 연구를 바탕으로 창업준비자금, 창업실행자금, 사업초기 운영자금, 자금 조달 능력의 총 4문항, 입지는 김기영[44], 김동수[45]의 연구를 바탕으로 접근성, 부대시설, 유동인구량, 주변환경 청결상태 등 총 5문항, 시설은 어재석[46], 유중근[47]의 연구를 바탕으로 내부 청결상태, 시설규모, 시설외향, 내부인테리어, 업장환경 등 총 5문항, 상품요인은 박정기[18], 강대훈[48]의 연구를 바탕으로 신상품 개발, 가격정책, 상품 질, 양, 신선

도 등 총 5문항으로 구성하였다.

4.2 창업 과잉자신감

창업 과잉자신감은 창업자가 창업 시 창업에 대해 성공할 자신감을 의미한다. 본 연구에서는 Bandura[49], 이지우[50]의 연구를 바탕으로 총 3문항으로 구성하였다.

4.3 창업자 태도

창업자 태도는 창업자가 창업 후 자신의 행위 및 결과에 대한 만족 정도를 의미한다. 본 연구에서는 박정희[51], 서근하[52], Hackman & Oldham[53]의 연구를 바탕으로 총 4문항으로 구성하였다.

5. 자료분석방법

자료 분석 방법으로 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩과 데이터 크리닝 과정을 거쳐, SPSS v. 14.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도 분석을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 셋째, 각 변수간에 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계분석을 사용하였으며, 각 변수간 인과관계를 알아보기 위하여 선형회귀 분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

다음 [표 2]는 조사대상자의 인구통계학적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 성별은 남자 164명(59.9%), 여자 110명(40.1%)으로 나타났고, 연령은 30대 이하 98명(35.8%), 40대 123명(44.9%), 50대 이상 53명(19.3%)으로 나타났다. 결혼여부는 기혼 194명(70.8%), 미혼 80명(29.2%)으로 나타났고, 최종학력은 고졸이하 64명(23.4%), 전문대 졸 125명(45.6%), 대학교 졸 64명(23.4%), 대학원 이상 21명(7.7%)으로 나타났다. 창업기간은 1년 미만 20명(7.3%), 1-3년 미만

128명(46.7%), 3-5년 미만 91명(33.2%), 5년 이상 35명(12.8%)으로 나타났다.

표 2. 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도	퍼센트
성별	남자	164	59.9
	여자	110	40.1
연령	30대 이하	98	35.8
	40대	123	44.9
	50대 이상	53	19.3
결혼여부	기혼	194	70.8
	미혼	80	29.2
최종학력	고졸이하	64	23.4
	전문대 졸	125	45.6
	대학교 졸	64	23.4
	대학원 이상	21	7.7
가맹점 영업기간	1년 미만	20	7.3
	1-3년 미만	128	46.7
	3-5년 미만	91	33.2
	5년 이상	35	12.8
합계		274	100.0

2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

변수의 타당성을 검증하기위해 본 연구에서는 구성개념 타당도를 검증하기위한 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 사용하였다. 타당성이란 측정을 위해 개발한 도구를 사용하여 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표이다. 특히, 요인의 수를 최소화하여 정보의 손실을 최소화하기 위해 주요인분석(principal components analysis)방식을 이용하였고, 회전방식은 직각회전(varimax)방식을 사용하였다. 요인의 수 결정은 고유값(eigen value)이 1 이상인 요인만 선택하였으며, 각 변수와 요인간의 상관관계를 나타내주는 요인적재치(factor loading)는 그 값이 0.4 이상인 경우를 유의적인 것으로 판단하였다.

2.1 외식산업 창업속성에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

외식산업 창업속성에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 다음 [표 3]과 같다.

표 3. 외식산업 창업속성에 대한 타당성 및 신뢰도 검정

구 분	성 분				
	입지	창업자 특성	시설	상품 요인	창업 자금
11. 업장의 접근성	.868	.022	.168	.107	.152
13. 많은 유동인구	.825	.040	.212	.205	.207
15. 주변의 청결성	.809	.099	.224	.233	.146
14. 눈에 띄는 위치	.688	.226	.214	.092	.094
12. 충분한 주차공간	.646	.304	.224	.038	.060
1. 메뉴 개발의 기술적 참여도	.132	.803	.082	.095	.108
2. 환경특성에 따르 사업진행	.080	.785	.090	.064	.123
5. 상황 주도성향	.151	.704	.252	.105	.197
4. 철저하고 빈틈없는 업무	.055	.694	.054	.193	.233
3. 공격적인 대응	.189	.682	.127	.208	.264
17. 업장의 규모	.216	.135	.732	.155	.127
19. 업장의 인테리어	.216	.180	.702	.199	.208
18. 업장의 외양	.159	.157	.701	.269	.048
20. 업장의 온도 및 습도	.182	.068	.689	.204	.178
16. 업장의 청결성	.339	.083	.608	.201	.095
23. 음식의 질	.306	.155	.130	.730	-.053
24. 음식의 양	.191	.086	.239	.680	.105
21. 신상품 개발 추진	.029	.192	.211	.672	.294
22. 유통 및 운영 혁신을 통한 가격경쟁력 확보	-.020	.283	.260	.584	.284
25. 음식의 신선도	.159	.042	.306	.578	.219
8. 사업초기 운영자금의 중요성	.143	.189	.217	.093	.823
6. 창업준비자금 중요성	.250	.280	.229	.178	.762
7. 창업실행자금 중요성	.136	.278	.083	.173	.681
9. 자금조달 능력의 중요성	.150	.264	.104	.353	.509
고유값	3.610	3.356	3.078	2.757	2.601
분산변량%	15.044	13.984	12.827	11.490	10.838
누적변량%	15.044	29.028	41.855	53.344	64.183
신뢰도	.887	.851	.835	.796	.821

KMO =0.909, Bartlett's test결과 $\chi^2=3478.213$ (df=276, Sig.=0.000)

먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=3478.213$ (Sig.=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.909로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 5개의 요인이 도출되었고 각 요인을 구성하는 문항들의 중심 개념을 바탕으로 요인 명을 부여하였다. 요인분석 결과로서 요인1은 '입지'(15.044%)로 명명하였고, 요인2는 '창업자 특성'(13.984%)로, 요인3은 '시설'(12.827%)로 명명하였다. 요인4는 '상품요인'(11.490%)로 명명하였고, 요인5는 '창업자금'(10.838%)로 명명하였다. 이 5개의 요인 적재값이 ±.4이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며 신뢰도 또한 모

두 .6 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

2.2 창업 과잉자신감에 대한 타당성 및 신뢰도 검정
 창업 과잉자신감에 대한 타당성 및 신뢰도 검정 결과는 다음 [표 4]와 같다.

표 4. 창업 과잉자신감에 대한 타당성 및 신뢰도 검정

구 분	성 분
	창업 과잉자신감
1. 성공 자신감	.881
2. 고난 극복할 자신감	.878
3. 금융위기 극복할 자신감	.868
고유값	2.301
분산변량%	76.693
누적변량%	76.693
신뢰도	.847

KMO =0.730, Bartlett's test결과 $\chi^2=344.711$ (df=3, Sig.=0.000)

먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=344.711$ (Sig.=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.730으로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 1개의 요인이 도출되었고, 요인1은 '창업 과잉자신감'(76.693%)으로 명명하였다. 이 1개의 요인 적재값이 ±.4 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며 신뢰도 또한 모두 .6 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

2.3 창업자 태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검정

창업자 태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검정 결과는 다음 [표 5]와 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=869.168$ (Sig.=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.854로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 1개의 요인이 도출되었고, 요인1은 '창업자 태도'(81.683%)로 명명하였다. 이 1개의 요인 적재값이

±4이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며 신뢰도 또한 모두 .6 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

표 5. 창업자 태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검정

구 분	성 분
	창업자 태도
3. 업무의 즐거움	.932
1. 창업성공여부	.919
4. 업무의 도전성, 흥미, 성취감	.912
2. 창업만족여부	.849
고유값	3.267
분산변량%	81.683
누적변량%	81.683
신뢰도	.925

KMO =0.854, Bartlett's test결과 $\chi^2=869.168$ (df=6, Sig.=0.000)

3. 가설의 검증

3.1 각 변수간 상관관계

각 변수간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시한 결과 [표 6]과 같다. 분석결과 외식산업 창업속성의 하위요인별 창업자 특성, 창업자금, 입지, 시설, 상품요인은 창업 과잉자신감과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계가 있는 것으로 나타났으며 ($p<.001$), 창업자 태도와도 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계가 있는 것으로 나타났다($p<.001$). 또한 창업 과잉자신감은 창업자 태도와 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계가 있는 것으로 나타났다($p<.001$).

표 6. 각 변수간 상관관계 검정

구 분	외식산업 창업속성					창업 과잉자신감	창업자 태도
	창업자 특성	창업 자금	입지	시설	상품 요인		
외식 산업 창업 속성	창업자 특성	1					
	창업 자금	.585***	1				
	입지	.393***	.454***	1			
	시설	.413***	.499***	.572***	1		
	상품 요인	.459***	.553***	.460***	.616***	1	
창업 과잉자신감	.470***	.565***	.521***	.461***	.500***	1	
창업자 태도	.375***	.478***	.431***	.371***	.468***	.654***	1

*** $p<.001$

3.2 가설의 검정

3.2.1 가설 1의 검정

다음 [표 7]은 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다.

표 7. 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	F	R ²
	B	표준오차	베타				
(상수)	.222	.212		1.045	.297		
창업자 특성	.136	.063	.124	2.137*	.033		
창업자금	.294	.067	.274	4.356***	.000	41.972***	.429
입지	.264	.059	.261	4.501***	.000		
시설	.031	.069	.029	.446	.656		
상품요인	.175	.072	.153	2.434*	.016		

종속변수: 창업 과잉자신감

* $p<.05$, *** $p<.001$

분석결과 회귀모형의 설명력은 42.9%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=41.972$, $p<.001$). 독립변수별로는 창업자 특성, 창업자금, 입지, 상품요인이 창업 과잉자신감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며($p<.05$). 즉, 창업 자금이 높아지면 창업 과잉자신감은 .274의 상승이 있는 것으로 나타났고, 입지가 높아지면 창업 과잉자신감은 .261의 상승이, 상품요인이 높아지면 창업 과잉자신감은 .153의 상승이, 창업자 특성이 높아지면 창업 과잉자신감은 .124의 상승이 있는 것으로 나타났다. 따라서 창업 과잉자신감의 향상에 있어 외식산업 창업속성 중 창업자 특성, 창업자금, 입지, 상품요인이 중요한 요인임을 알 수 있다.

3.2.2 가설 2의 검정

다음 [표 8]은 외식산업 창업속성이 창업자 태도에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 분석결과 회귀모형의 설명력은 31.1%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=25.610$, $p<.001$). 독립변수별로는 창업자금, 입지, 상

품요인이 창업자 태도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.01). 즉, 상품요인이 높아지면 창업자 태도는 .236의 상승이 있는 것으로 나타났고, 창업자금이 높아지면 창업자 태도는 .233의 상승이, 입지가 높아지면 창업자 태도는 .215의 상승이 있는 것으로 나타났다. 따라서 창업자 태도의 향상에 있어 외식산업 창업속성 중 창업자금, 입지, 상품요인이 중요한 요인임을 알 수 있다.

표 8. 외식산업 창업속성이 창업자 태도에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수 베타	t	p	F	R ²
	B	표준 오차					
(상수)	.642	.241		2.663	.008	25.610***	.311
창업자 특성	.070	.072	.062	.973	.331		
창업자금	.258	.077	.233	3.364**	.001		
입지	.225	.067	.215	3.379**	.001		
시설	-.044	.079	-.040	-.558	.577		
상품요인	.279	.082	.236	3.416**	.001		

종속변수: 창업자 태도

p<.01, *p<.001

3.2.3 가설 3의 검정

다음 [표 9]는 창업 과잉자신감이 창업자 태도에 미치는 영향을 검증하기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과이다. 분석결과 회귀모형의 설명력은 42.6%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다 (F=203.494, p<.001).

표 9. 창업 과잉자신감이 창업자 태도에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수 베타	t	p	F	R ²
	B	표준 오차					
(상수)	1.091	.155		7.053	.000	203.494***	.426
창업 과잉 자신감	.676	.047	.654	14.265***	.000		

종속변수: 창업자 태도

***p<.001

독립변수로서 창업 과잉자신감은 창업자 태도에 통

계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며(p<.001), 창업 과잉자신감이 높아지면 창업자 태도는 .654의 상승이 있는 것으로 나타났다. 따라서 창업자 태도의 향상에 있어 창업 과잉자신감이 중요한 요인임을 알 수 있다.

V. 결론

본 연구는 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감 및 창업자 태도에 미치는 영향을 밝히는데 목적을 갖고 연구하였는데 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 외식산업 창업속성이 창업 과잉자신감에 미치는 영향을 검증한 결과 창업자 특성, 창업자금, 입지, 상품요인이 창업 과잉자신감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.05). 즉, 창업자금이 높아지면 창업 과잉자신감은 .274의 상승이 있는 것으로 나타났고, 입지가 높아지면 창업 과잉자신감은 .261의 상승이, 상품요인이 높아지면 창업 과잉자신감은 .153의 상승이, 창업자 특성이 높아지면 창업 과잉자신감은 .124의 상승이 있는 것으로 나타났다.

둘째, 외식산업 창업속성이 창업자 태도에 미치는 영향을 검증한 결과 창업자금, 입지, 상품요인이 창업자 태도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.01). 즉, 상품요인이 높아지면 창업자 태도는 .236의 상승이 있는 것으로 나타났고, 창업자금이 높아지면 창업자 태도는 .233의 상승이, 입지가 높아지면 창업자 태도는 .215의 상승이 있는 것으로 나타났다.

셋째, 창업 과잉자신감이 창업자 태도에 미치는 영향을 검증한 결과 창업 과잉자신감은 창업자 태도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며(p<.001), 창업 과잉자신감이 높아지면 창업자 태도는 .654의 상승이 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과는 외식산업의 창업속성으로서 창업자 개인의 특성과 자금, 입지, 상품이 창업자의 과잉자신감과 태도에 긍정적인 영향을 미쳐 창업을 촉진시키는 것으로 나타났다. 특히, 창업자 자신이 갖고 있는 특성이 부합되어 높아질 때 창업 과잉자신감 또한 높게 평가하

여 창업자 자신이 갖고 있는 창업에 대한 과잉욕구가 태도로 이어짐을 뒷받침해 준다. 이는 창업자 특성변인으로서 전문화된 경영마인드와 관련 지식이나 경험이 그만큼 중요하고, 이에 기반한 충분한 자금조달과 준비 속에 고객의 유동인구가 상품특성과 결합하여 적합한 곳에 입지할 때 고객의 이용과 선택 또한 안정된 경영으로 이어짐을 알 수 있다.

이같은 결과는 많은 외식창업자들의 창업속에 90%가 정착하지 못하고 도태되는 환경속에 본 연구에서 채택된 변수들에 대한 창업자들의 경영준비나 전환에 이들 요인을 결합시킨 자신감과 태도로 확고한 신념 속에 뒷받침될 때 안정된 경영으로 이어질 수 있음을 시사해 준 것이라 할 수 있다. 따라서 창업자의 전문화된 식견에 따른 특성과 자금력, 입지, 상품에 대한 차별적이며, 경쟁력 있는 창업으로 끈기와 인내력을 바탕으로 외식산업 틈새시장으로의 진입이 될 때 성공적인 창업으로서 조기 정착될 수 있다는 결론을 얻었다. 이는 최근 창업자의 실패율이 높아지는 현실속에 자신의 특성과 부합된 창업에 대한 자신감 함양을 통해 이를 입증함으로써 본 연구가 기존 연구와의 차별적 공헌점을 갖는다고 할 수 있다.

참 고 문 헌

- [1] 신금순, *외식업 창업자의 특성과 서비스지향적 노력이 창업성공에 미치는 영향에 관한 연구*, 호서대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- [2] 송경숙, "외식산업 창업속성이 고객지향성 및 창업성공에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회논문지*, 제13권, 제6호, pp.481-495, 2013.
- [3] 김예주, 김영국, "외식업의 지식과 기술, 창업태도가 창업의도에 미치는 영향; 과잉자신감의 매개효과", *외식경영연구*, 제16권, 제2호, pp.97-118, 2013.
- [4] 이주현, "창업동기와 창업의사결정에 관한 연구", *중소기업연구*, 제30권, 제1호, pp.93-116, 2008.
- [5] 현대경제연구원, *2012년 보고서*, 현대경제연구원, 2012.
- [6] 이태용, 유영진, "프랜차이즈 본사의 외부환경이 경영성공에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제3호, pp.351-367, 2011.
- [7] 송병화, 고재윤, 김현주, "외식 프랜차이즈 창업사업태별 선택 속성차이 연구", *호텔리조트연구*, 제4권, 제2호, pp.365-378, 2005.
- [8] D. F. Kuratko and R. M. Hodgetts, *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, 4th ed. Fort Worth, TX: The Dryden Press, 1998.
- [9] 전정아, 김상희, "컨셉일치성을 이용한 호텔 외식업 브랜드 확장", *호텔경영학연구*, 제15권, 제3호, pp.127-142, 2006.
- [10] 진양호, 김미자, "외식창업 컨셉결정을 위한 외식소비환경 분석", *한국조리학회지*, 제6권, 제3호, pp.291-305, 2000.
- [11] 이상권, 조춘봉, 채규진, "호텔 조리사들의 경력, 심리적 특성요인과 창업의도의 관계", *외식경영연구*, 제15권, 제4호, pp.61-84, 2012.
- [12] E. J. Gatewood, W. B. Gartner, and K. G. Shaver, "A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-up Behaviors and Success at Venture Creation," *Journal of Business Venturing*, Vol.10, No.2, pp.371-391, 1995.
- [13] D. M. Townsend, L. W. Busenitz, and J. D. Arthurs, "To Start or Not to Start: Outcome and Ability Expectations in the Decision to Start a New Venture," *Journal of Business Venturing*, Vol.25, No.2, pp.192-202, 2010.
- [14] 김현철, 홍경완, "외식창업동기 척도개발 및 타당성 검증", *호텔관광연구*, 제10권, 제2호, pp.57-69, 2008.
- [15] 이상석, "여성기업의 창업동기, 성공요인, 성과간의 관계에 관한 연구", *중소기업연구*, 제28권, 제4호, pp.45-64, 2006.
- [16] 손무호, *외식사업 창업요인과 경영성공, 창업자*

- 태도 간의 관계 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2007.
- [17] 박영수, 고재용, “외식업 예비창업자의 심리적 특성이 창업교육만족도, 창업스킬, 창업의지에 미치는 영향”, *외식경영연구*, 제14권, 제1호, pp.157-179, 2011.
- [18] 박정기, *소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구*, 동의대학교 대학원 박사학위논문, 2001.
- [19] 신금순, 양동우, “외식업 창업자의 특성과 서비스지향적인 노력이 창업성공에 미치는 영향에 관한 연구”, *대한경영학회지*, 제20권, 제6권, pp.2639-2666, 2007.
- [20] 김상순, 양영석, 김종원, “정부의 창업지원제도가 창업과정특성과 사업성과에 미치는 영향분석”, *한국벤처창업학회 학술대회*, 제2012권, 제1호, pp.209-221, 2012.
- [21] 조은화, *외식창업시 고객변수의 중요도에 관한 연구*, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
- [22] 김영찬, “외식사업 창업에 따른 입지 결정 요인 분석”, *한국조리학회지*, 제15권, 제1호, pp.30-46, 2009.
- [23] 박경주, “외식업의 입지결정요인이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, *서비스경영학회지*, 제11권, 제2호, pp.119-144, 2010.
- [24] A. Shapero, “Self-renewing Economics,” *Economic Development Complementary*, Vol.5, pp.19-22, 1981.
- [25] 김형철, *벤처기업의 창업가특성과 차별화전략이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 조선대학교 대학원 박사논문, 2009.
- [26] N. F. Kreuger and D. V. Brazea, “Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.18, No.3, pp.91-104, 1994.
- [27] L. W. Busenitz and J. B. Barney, “Differences between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-making,” *Journal of Business Venturing*, Vol.12, pp.9-30, 1997.
- [28] D. P. Forbes, “Are some Entrepreneurs more Overconfident Than Others?,” *Journal of Business Venturing*, Vol.20, pp.623-640, 2005.
- [29] I. Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, No.2, pp.179-211, 1991.
- [30] 성장수, *시니어창업 의사결정에 미치는 영향요인에 관한 연구*, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, 2011.
- [31] N. M. Carter, W. B. Gartner, and P. D. Reynolds, “Exploring Start-up Event Sequences,” *Journal of Business Venturing*, Vol.11, No.3, pp.151-166, 1996.
- [32] H. E. Aldrich and M. A. Martinez, “Many are Called, but Few are Chosen: An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.25, No.4, pp.41-56, 2001.
- [33] B. Schneider, “The People Make the Place,” *Personal Psychology*, Vol.40, pp.437-454, 1987.
- [34] D. C. McClelland, *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van No Strand, 1961.
- [35] 고희준, *외국인 노동자의 근로조건과 직무만족도가 기업경영성과에 미치는 영향*, 수원대학교 대학원 박사학위논문, 2005.
- [36] 김영문, 박신제, “벤처창업기업의 인터넷마케팅 전략과 제품브랜드에 대한 가치인식이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, *경영경제*, 제43권, 제2호, pp.25-56, 2010.
- [37] R. H. Brockhaus, *The Psychology Of The Entrepreneur*. In *Encyclopedia Of Entrepreneurship*, ed. C. A. D. L. Kent, Sexton, and K. H. Vesper. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.
- [38] E. J. Douglas and D. A. Shepherd, “Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility

Maximization," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.26, No.3, pp.81-90, 2002.

[39] 이성진, "기업가특성이 벤처창업의지와 창업에 대한 자신감에 미치는 영향에 관한 연구", *한국컴퓨터정보학회논문지*, 제11권, 제5호, pp.281-290, 2006.

[40] 이상권, *조리 종사자의 경력 및 교육자세가 외식 창업 자신감에 미치는 영향에 관한 연구*, 청운대학교 대학원 박사학위논문, 2012.

[41] M. Simon and S. M. Houghton, "The Relationship between Overconfidence and the Introduction of Risky Products: Evidence from a Field Study," *Academy of Management Journal*, Vol.46, No.2, pp.139-150, 2003.

[42] 조형래, *창업인의 특성. 제품혁신성과 벤처기업 성과간의 상황적 관계*, 한국과학기술원, 1995.

[43] G. N. Chandler and E. Jansen, "The Founder's Self-assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing*, Vol.7, No.3, pp.239-254, 1992.

[44] 김기영, "외식사업 창업을 위한 입지결정 분석모델 개발에 관한 연구", *호텔·외식경영학연구*, 제6권, 제1호, pp.113-130, 1997.

[45] 김동수, *외식사업 창업에 따른 입지 결정요인에 관한 연구*, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 21002.

[46] 어재석, *스키학교 강습 유형에 따른 강습생의 기대, 지각, 만족도에 관한 연구*, 한국체육대학교 대학원 석사학위논문, 2000.

[47] 유중근, *대학생 스키수업을 통한 스키장의 시설 및 서비스 만족도 조사 연구*, 명지대학교 대학원 박사학위논문, 2002.

[48] 강대훈, *외식사업 성공전략에 관한 연구*, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2005.

[49] A. Bandura, *Self-efficacy: The Exercise of Control*, NY: Freeman, 1997.

[50] 이지우, "개인특성과 창업의지와 관계", *중소기업연구*, 제22권, 제1호, pp.121-146, 2000.

[51] 박정희, *산재장애인의 창업의 사업성과에 관한 연*

구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

[52] 서근하, *소상공인 특성과 창업 성공요인 분석*, 동아대학교 대학원 석사학위논문, 2001.

[53] J. R. Hackman, and G. R. Oldham, "Motivation through the Design of Work: Test of a Theory," *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol.16, No.2, pp.250-279, 1976.

저자 소개

송 경 숙(Kyeong-Suk Song)

정회원



- 1996년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(관광학 석사)
- 2009년 9월 : 경기대학교 외식조리관리학과(관광학 박사)
- 2010년 9월 ~ 현재 : 원광보건대학교 외식조리산업과 교수

<관심분야> : 외식산업, 외식마케팅, 외식서비스