

외식산업의 기업가 정신이 성과에 미치는 영향

박 기 용[¶]
동의대학교 외식산업경영학과[¶]

A Study on Entrepreneurship and Its Effects on Corporate Performance in the Foodservice Industry

Ki-Yong Park[¶]

Dept. of Restaurant and Foodservice Management, DongEui University[¶]

Abstract

Entrepreneurship is vital in the foodservice industry more than any other industry as a force to overcome the obstacles in the management environment due to the relatively small scale of the business. The existing literature shows that entrepreneurship not only leads toward innovative management, but also enhances corporate performance. This paper undertakes an analysis of the relations between entrepreneurs' needs for achievement and entrepreneurship, and the way in which entrepreneurship influences corporate performance. For this study, 250 restaurant owners in Busan were surveyed from December 10 to 20, 2008, and 232 copies of the questionnaire were analyzed. SPSS 12.0 package program and Amos 5.0 were used for statistical analysis. The result of the analysis suggests that entrepreneurs' desire to achieve goals could influence the entrepreneurship variable. Moreover, entrepreneurship enhances corporate performance. In sum, the three-dimensional scale of entrepreneurship which includes innovativeness, constructive risk taking, and proactiveness strengthens corporate performance. Future research should investigate the processes by which entrepreneurship enhances performance and other potential moderator variables.

Key words : entrepreneur, corporate entrepreneurship, foodservice industry, corporate performance, personal characteristics.

I. 서 론

경기 불황과 침체에 따른 외식기업의 내·외적인 경영환경은 경영자에게 혁신을 통한 경쟁 우위 확보를 요구하고 있다. 특히 외식산업에 속해 있는 대다수 외식사업체들의 규모가 중소기업 수준이 대부분인 상황에서 외식기업의 경영활성화를 위한 혁신적 노력들은 대부분 경영자, 즉 기업가

(entrepreneur)들에 의해 주도된다고 하겠다. Drucker (1985)는 기업가를 변화를 탐구하고 변화에 대응하며 또한 변화를 기회로써 이용하는 사람으로 정의하였고, 기업가적 행동을 발휘하는 특유의 수단을 이노베이션으로 보았다(김영수 1996). 기업가 정신에 관한 연구는 1980년대 이후부터 미국·일본 등지에서 급변하는 환경 변화에 대응하기 위해 이들 국가의 공업화와 근대화의 원동력이었던

이 논문은 2007년도 동의대학교 교내연구비에 의해 연구되었음(2007AA093).

¶ : 박기용, 051-890-2095, grepark@deu.ac.kr, 부산시 부산진구 엄광로 995 동의대학교 외식산업경영학과

기업가 정신에 대한 활발한 연구가 지속되어 오고 있다(Gibb 1990). 우리나라는 IMF 외환위기 이후 벤처기업이 활성화되면서 기업가 정신에 대한 연구에 관심이 증가하였다(이재훈 등 2006).

기업가 정신과 관련된 기존 연구들은 크게 세 가지 흐름으로 살펴볼 수 있다. 먼저 기업가 정신의 역할 또는 개인이 기업가적으로 행동하게 하는 원인들에 관심을 갖는 심리적 접근과 사회적 접근, 그리고 개인의 특정 성향보다는 기업가의 활동에 초점을 맞춘 행동적 접근을 통한 연구 등으로 대별된다(박노운 2000; Collins & Moore 1964; Casson 1982; Dollinger 1984; McClelland 1961). 이러한 기업가 정신에 관한 연구들은 대부분 창업자의 기업가 정신과 성공의 관계에 대해 연구되었는데, 기업가 정신이 기업을 효과적으로 혁신시키고 대외 경쟁력을 향상시킬 뿐만 아니라 종업원의 사기와 생산성을 높이며 본질적으로 경영성공을 증대시킨다는 결과로 나타났다(이재훈 등 2006).

이러한 기업가 정신에 관한 연구들이 여러 접근방법을 통해 지속적으로 이루어지고 있는 이유는 무엇보다 기업가적 활동이 개별 조직의 성과에 기여한다는 신념이 있기 때문이다. 그러나 외식사업이 창업의 대표적 업종으로 손꼽히고 있고 어느 업종보다 개별 사업체의 규모 정도가 크지 않은 외식산업에서 혁신을 통해 어려운 경영환경을 극복해 나갈 수 있는 경영자의 원천으로 기업가 정신(entrepreneurship)이 요구됨에도 불구하고 기업가 정신에 관한 실증적 연구는 매우 미흡한 편이다. 따라서 본 연구는 기업 성과를 위해서는 외식산업에서도 기업가 정신을 강조하지 않을 수 없음을 초점을 맞춰, 첫째, 기업가 정신의 이론적 고찰을 통하여 경영활동에서의 기업가 정신의 중요성과 역할에 대해 살펴보고, 둘째, 외식산업 경영자들의 심리적 특성과 기업가 정신 간의 관계에 대해 살펴봄, 셋째, 기업가 정신이 기업 성과에 미치는 영향에 대해서 살펴보고자 한다. 이러한 연구는 외식산업 경영자들에게 기업가 정신의

중요성을 인식시키고 이러한 기업가 정신이 전략의 수립과 실행에 반영되어 기업을 성장하고 발전시키는 데 도움을 주고자 하는데 있다.

II. 이론적 배경

1. 기업가 정신의 정의

기업가(entrepreneur)는 소유자이든 전문경영자이든 관계없이 기업의 성장과 발전에 책임을 부여받고 있는 사람으로서 막강한 힘의 원천이며 행동력인 기업가 정신(entrepreneurship)을 발휘하여 기업의 발전을 추진하기 때문에 기업가 정신은 기업행동의 중요한 원동력이 될 수 있다(김종관 1994). 기업가 정신을 구체적으로 정의하는 데 결정적 역할을 한 사람은 Cole(1959, 1968)로서 슈페터가 정의한 새로운 결합을 수행하는 혁신성에 이윤지향적 사업을 시작하고 관리하기 위한 목적을 가진 활동이라는 관리적 측면을 추가하여 기업가 정신의 혁신성, 관리, 그리고 외부 환경에의 조정이라는 활동 영역으로 기업가 정신을 확대 해석하였다. 이후 많은 연구자들의 기업가 정신에 대한 정의는 그의 관점에 바탕을 두고 있다(김종관 1994).

기업가 정신을 명확하게 정의하기는 어렵지만 개인이나 조직에서 통제 가능한 자원에 구애받지 않고 기회를 추구하는 과정(Stevenson & Jarillo 1990), 새로운 조직의 창조(Gartner 1985), 창업하거나 리더십을 발휘할 수 있는 단순한 조직의 소기업과 관련된 정신(Mintzberg 1989), 또는 기업이 새로운 무엇을 창출하기 위해 이를 탐색하고 행동으로 옮기는 것 등으로 정의된다(Baron & Shane 2005). 그러나 최근에는 기업가 정신을 단순한 조직구조를 지닌 소기업과 관련된 정신이라기보다는 기업의 경영전략 또는 관리라는 틀 속에서 기업가 정신을 검토하는 것이 바람직하다(이재훈 등 2007). 또한 기업가 정신은 독립적인 새로운 사업 창출, 즉 창업 차원을 넘어서 조직역량을 확대하고 내부적으로 창출된 새로운 자원을 결합하여 시장의

기회에 부합하는 활동도 포함한다(Burgelman 1984).

이와 같이 기업가 정신에 대한 정의는 학자들마다 다르기 때문에 통일된 정의를 내리기 어렵다. 그 이유 중 하나는 분석대상 및 수준이 학자들마다 다르기 때문이다(김영수 1996). 선행 연구들을 살펴 볼 때 외식산업에서도 기업 성과를 향상시키기 위해서는 기업가 정신의 중요성을 강조하지 않을 수 없으며, 본 연구에서는 기업가 정신을 혁신성을 갖고 새로운 사업을 시작하거나 기존 조직의 관리는 물론 개선 그리고 성과를 창출하는데 영향을 미치는 행동으로 정의하고자 한다.

2. 기업가 정신의 구성요소와 개인적 특성

1) 기업가 정신의 구성요소

기업가 정신에 관한 연구는 1980년대 이후부터 여러 분야에서 진행되어 왔는데(Gibb 1990), 초기 연구에서는 기업가들의 심리적 특성을 초점으로 한 성취 욕구(need for achievement), 통제소재(locus of control), 모호성인내도(tolerance of ambiguity), 위험감수성(risk taking), 가치관 등을 기업가 정신의 척도로 사용하였다(김동진 등 2009; 박동수·구연희 2007; McClelland 1961; Collins & Moore 1964; Norton 1975; Sexton & Bowman 1985).

그러나 한편에서는 기업가의 심리적 특성이 기업가 정신을 명확하게 설명할 수 없다는 한계가 제기되면서(Gartner 1988) 기업가의 행동에 바탕을 둔 연구들이 이루어졌다(Dollinger 1984; Mintzberg & McHugh 1985). 이는 기업가 정신이 심리적 특성이라기보다는 성장을 위해 위험을 추구하고 진취적이며 혁신적으로 행동한다(Hitt et al. 2001)는 행동적 접근에 초점을 둔 것이다. 특히 Covin & Slevin(1991)의 기업의 행동적 접근은 개인 수준의 연구에 초점을 맞춘 다른 연구들에 비해 기업가적 행동의 효과성을 성과측면에서 평가가 가능하게 하였다(김영수 1996).

이러한 행동적 접근법은 기업가 정신의 구성요소로서 대부분 혁신성, 위험감수성, 사전대응성 등

을 척도로 사용하고 있다(Covin & Slevin 1986; Miller 1983). 혁신성(innovativeness)은 시장지향적인 아이디어를 기회로 전환시키는 과정으로서 제품의 디자인, 시장 조사, 광고 등을 적극적으로 추진하는 경영활동을 말하며, 사전대응성(proactiveness)은 적극적으로 새로운 시장수요에 부응하려는 경영활동이다(이춘우 1999). 그리고 위험감수성(risk taking)은 급변하는 환경을 선호하거나 또는 모험적이고 도전적인 성향으로서 불확실한 기업 환경 속에서 기업가들의 행동 방향을 설정해 주는 중요한 요인이다(박동수·구연희 2007; Lumpkin & Dess 1996).

한편, 다른 연구(Brazel 1993; Covin & Slevin 1991; Gartner 1985; Hornsby et al. 1993)들에서는 위험감수성, 사전대응성 등의 심리적 특성을 나타내는 변수들을 기업가 정신의 선행변수인 예측원인변수로 간주하고도 있다. 이는 기업가의 심리적 특성이 존재하여야 기업가 정신이 발휘되므로 심리적 특성이 기업가 정신을 구성하는 구성개념인 척도라기보다는 기업가 정신에 영향을 미치는 예측원인변수인 선행변수로서 간주하고 있기 때문이다(박동수·구연희 2007).

이처럼 기업가 정신에 관한 초기 연구들은 개인적 특성인 심리적 요소에 초점을 두었다. 그러나 최근에는 기업가의 행동적 특성에 초점을 맞춘 연구들이 많아지고 있으며, 또한 학자에 따라서는 기업가 정신을 구성하고 있는 특성들 중 일부는 행동적 특성의 선행변수가 되기도 한다는 연구들도 있다.

2) 기업가의 개인적 특성과 성취 욕구

기업가로 성공하기 위해서는 특별한 개성이 필요하다. 새로운 사업을 시작하고 기업을 성공적으로 운영하고 있는 대부분의 기업가들은 성취 및 성공 욕구가 강하며 보통 사람들과는 달리 개인적으로 각기 다른 배경과 심리적 특성을 소유하고 있다. 이러한 기업가의 개인적 특성은 기업가 정신을 형성하는데 있어 중요한 결정요소로

작용하는데, 특히 기업에 곧바로 반영되어 기업가적 행동에 영향을 주기 때문에 기업가 정신의 연구에서 중요하게 인식되어 왔다(김영수 1996). 특히 사업 규모가 작은 외식산업에서는 기업가 개인이 많은 영향력을 발휘하므로 개인적 특성과 기업가 정신은 매우 밀접한 관계에 있다고 할 수 있다.

개인적 특성은 다시 개인의 배경적 특성과 심리적 특성으로 살펴 볼 수 있다. 먼저 기업가의 배경적 특성에 관한 연구는 가정환경, 성별, 교육 수준, 경험 등과 관련한 인구통계적 특성을 파악하여 기업가적 행동을 예측하는 것이다. 그리고 심리적 특성에 관한 연구는 연구자들마다 다른 변수로서 연구되었는데, 성취 욕구(need for achievement), 모호성인내도(tolerance of ambiguity), 통제소재(locus of control) 등의 변수가 가장 많은 관심을 받았다(김영수 1996; McClelland 1961; Sexton & Bowman 1985). 아무래도 기업가는 개인의 심리적 특성에서 일반사람과 구별되며, 기업가 정신을 형성하는 데 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 한편, McClelland(1961), Collins & Moore(1964) 등은 심리적 특성을 기업가 정신의 구성요소로 본 반면 Gartner(1985), Covin & Slevin(1991) 등은 이들 변수를 기업가 정신의 예측원인변수로 보기도 하였다(박동수·구연희 2007).

3. 기업가 정신과 성과의 연구

기업가 정신과 성과간의 관계는 국내외에서 많은 연구가 이루어졌다. Peterson & Berger(1971)는 기업가 정신이 조직에 이익 증대를 가져다 주는 신규 사업 창출에 기여하며, Schollhammer(1982)는 경쟁 우위를 차지하고 재무적 성과를 높이는데 중요한 요소라고 주장하였다. Covin & Slevin(1991)은 기업가 정신이 기업 성과(corporate performance)에 직접적이면서도 긍정적으로 영향을 미친다고 하였고, Zahra(1991)는 환경, 전략, 조직 등이 기업가 정신에 영향을 미치는 것을 검증하고, 아울러 기업가 정신이 기업의 재무적 성과에도 영향이 미

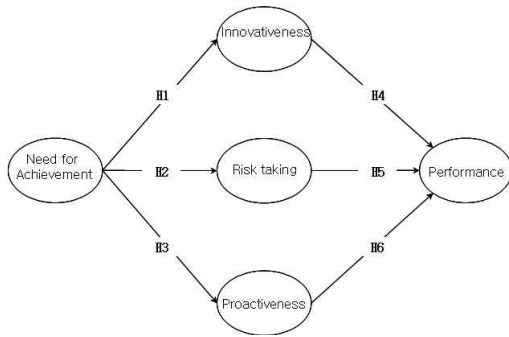
치고 있음을 증명하였다. 그리고 Chandler & Jansen(1992) 역시 이러한 기업가적 특성이 조직 성과에 영향을 미치고 있음을 실증적으로 검증하였으며, Zahra & Covin(1995)의 연구에서도 기업가 정신과 조직 성과 간에는 유의한 관계가 있음을 증명하였다. 또한 Barringer(1995), Barret(1996) 등도 기업가 정신이 기업 성과에 영향을 미치고 있음을 밝혔다.

한편, 김영수(1996)는 기업가적 행동 성향이 성과에 미치는 영향력이 높음을 증명하였고, 정찬근과 정동섭(1997)은 기업가 정신이 강한 기업이 높은 성과를 내고 있음을 연구하였으며, 오종석과 이용탁(1999)도 벤처기업의 기업가 정신이 벤처기업의 성과에 영향을 미치고 있음을 실증적으로 증명하였다. 그리고 박노윤(2000)은 기업가적 행동이 장기적인 수익성, 고객의 이미지와 호감도에 대해서 기업가적 행동이 유의한 영향을 미친다는 것을 검증하였으며, 윤종록 등(2003)은 조직의 기업가 정신이 조직 몰입, 직무 만족, 창의성 발휘 등에 유의적인 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 또한 이재훈 등(2006)은 기업가 정신이 강할수록 조직 성과가 향상된다는 것을 검증하였으며, 박동수와 구연희(2007)는 기업가 정신이 성장변수, 즉 자원의 집적화 의도, 기술적 개선 의도, 시장 확장 의도 모두에 영향을 미쳤음을 보여주었고, 기업가 정신이 기업 성장에 중요한 변수임을 증명하였다. 또한, 정준이 등(2007)의 연구에서는 기업가 정신이 직접적으로 기업 성과에 영향을 주지는 않았지만 간접적으로 기업 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구는 외식산업에서 활동하는 경영자의 심리적 특성이 기업가 정신에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고, 기업가 정신이 성과에 미치는 영향에 대해 실증분석하고자 한다. 이러한 연구목적



<Fig. 1> Research model.

을 달성하기 위한 연구모형은 <Fig. 1>과 같다. 연구모형에서 보는 바와 같이 외생변수로는 성취 욕구(need for achievement), 내생변수의 기업가 정신은 혁신성(innovativeness), 위험감수성(risk taking), 사전대응성(proactiveness), 그리고 기업 성과(corporate performance)로 구분하였다.

- 가설 1: 기업가의 성취 욕구는 혁신성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2: 기업가의 성취 욕구는 위험감수성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 기업가의 성취 욕구는 사전대응성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4: 기업가의 혁신성은 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5: 기업가의 위험감수성은 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6: 기업가의 사전대응성은 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 설문지의 구성 및 측정변수의 조작적 정의
본 연구의 설문지 구성은 자기기입법에 의한 선택형 설문지 조사방법을 사용하였으며, 선행 연구에서 사용된 설문내용과 이론적 근거를 바탕으로 설문지를 작성하였고 연구목적에 맞도록 수정·보완하였다.
실증분석에 사용된 각 측정변수들에 대한 조작적 정의와 측정방법은 다음과 같다.

1) 성취 욕구

외식산업에서는 기업가 개인의 심리적 특성에 따라 경영활동에서 강하게 영향력을 발휘하는 상황이 많다. 선행 연구에서 살펴본 바와 같이 성취 욕구, 모호성인내, 통제소재 등과 같은 개인의 심리적 특성은 기업가 정신에 영향을 주고 있다. 이러한 심리적 특성을 김영수(1996), 박동수와 구인회(2007), Gartner(1985), Covin & Slevin(1991) 등은 기업가 정신의 예측원인변수로 살펴보았다. 본 연구에서도 외식산업 경영자로서 필요할 것으로 판단되는 성취 욕구를 목적에 맞게 4개 문항으로 구성하였으며, Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

2) 기업가 정신

기업가 정신의 구성요소에 대한 초기 연구는 개인의 심리적 특성에 기인한 척도들을 사용하였다(Collins & Moore 1964; McClelland 1961; Norton 1975; Sexton & Bowman 1985). 그러나 이러한 척도들이 기업가 정신을 명확하게 설명할 수 없다는 한계가 제기되면서 기업가의 행동에 초점을 둔 연구들이 이루어졌다(Dollinger 1984; Mintzberg & McHugh 1985).

기업가 정신의 구성요소는 다양하지만 Miller (1983), Covin & Slevin(1991), Barringer(1995), 김영수(1996), Morris & Kuratko(2002), 정준이 등(2007) 등의 연구에서 제시하고 있는 혁신성, 위험감수성, 사전대응성, 진취성 등을 토대로 본 연구의 목적에 맞게 모두 10개 문항으로 구성하였으며, Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3) 성과

기업가 정신은 기업 성과에 직접적이면서도 긍정적으로 영향을 미치는데(김영수 1996; Covin & Slevin 1991; Zahra 1991). 기업 성과에 대한 측정은 주관적 평가와 객관적 평가 모두를 사용하거나 둘 중 하나만을 사용하기도 하였다(정준이 등 2007). 기존의 연구들은 주관적 방법을 통해 측정된 성과와 객관적인 성과자료의 상관관계가 매우

높다는 사실을 입증하고 있는데(박노운 2000), 객관적 자료로는 판매량, 영업이익, 시장점유율 등이 많이 사용되나 개별 기업의 재무적 자료의 확보가 어렵기 때문에 대부분의 연구에서는 주관적 평가를 활용하고 있다(김영수 1996; 정준이 등 2007; Narver & Slater 1990).

본 연구에서도 기업 성과를 측정하기 위해 주관적 방법으로서 경영자가 인식하는 최근 3년 동안의 경쟁 유사 업종 대비 전반적인 경쟁적 지위, 시장점유율, 수익성, 기업이미지 등을 토대로 본 연구에 맞게 모두 5개의 문항으로 구성하였으며, Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 위와 같은 목적을 달성하기 위해 문헌 연구와 실증조사를 실시하였다. 실증조사는 2008년 말 현재 음식점부산지회에 등록된 외식업체들 중에서 직원수 5명 이상의 업체들을 대상으로 협회의 추천과 협조를 받아 조사하였으며, 자료의 편중가능성을 배제하기 위해 여러 업종의 외식사업체를 대상으로 하였다. 설문조사는 2008년 12월 10일부터 20일까지 10일에 걸쳐 진행하였으며, 총 250부의 설문지를 배포하여 242부를 회수하였고, 회수된 설문지 중 불성실한 응답을 보인 10부를 제외한 232부를 본 연구에 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS/WIN 12.0을 이용하여 신뢰성과 타당성을 검증하였으며, 또한 자료의 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 하였다. 연구모형에서 제시된 구성개념들(constructs)간에 상호 영향관계를 검증하기 위하여 공변량 구조분석을 통해 구성개념들 간의 상호관계를 검증하는데 편리한 AMOS 5.0을 이용하였다.

IV. 분석결과

1. 표본의 인구통계학적 특성

표본의 인구통계학적 특성은 <Table 1>에 제시된 바와 같다. 성별에서는 남성이 140명(60.3%)으

<Table 1> General characteristics of the subjects

Characteristics	Classification	Number (=232)	%
Gender	Male	140	60.3
	Female	92	39.7
Age	Under 30	26	11.2
	31~35	37	15.9
	36~40	44	19.1
	41~45	55	23.7
	46~50	38	16.4
	51~55	24	10.3
Education	56~60	8	3.4
	Highschool graduate	104	44.8
	College/university graduate	118	50.9
	Graduate school	10	4.3
Former job	Major companies	12	5.2
	Small business	32	13.8
	Sales/service	105	45.3
	Manufacturing	7	3.0
	Public official	8	3.4
	Teacher workers	5	2.2
	Foodservice	53	22.8
Type of business	Others	10	4.3
	Korean restaurant	64	27.6
	Western restaurant	74	31.9
	Chinese restaurant	25	10.8
	Japanese restaurant	22	9.5
Business experiences	Snack	47	20.2
	Yes	57	24.6
	No	175	75.4

로 여성 92명(39.7%)에 비해 많았고 연령대는 41~45세(23.7%)가 가장 많았으며, 46~50세(16.4%), 31~35세(15.9%) 등의 순으로 나타났다. 그리고 학력은 대졸(50.9)이 가장 많았으며, 현재 운영하고 있는 업종으로는 양식 74명(31.9%), 한식 64명(27.6%), 분식 47명(20.3%) 등의 순으로 나타났다. 그리고 외식사업을 하기 전 창업 경험에 대해서는 창업 경험이 없는 사람이 175명(75.4%)으로 창업 경험이 있는 사람 57명(24.6%)보다 높게 나타났다. 한

편, 외식사업을 하기 전 근무 경력에 대해서는 상업 및 서비스업 105명(45.3), 처음부터 현재의 사업을 했던 사람이 53명(22.8%), 중소기업 32명(13.8%) 등의 순으로 나타났다.

2. 타당성과 신뢰성 분석

측정척도인 심리적 특성의 성취 욕구, 기업가 정신, 그리고 기업 성과에 대한 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인들 간의 상호 독립성을 유지하여 회전하는 방법인 직각회전(varimax rotation)을 실시하여 아이겐값(eigen value) 1을 기준으로 1 이상인 요인들을 추출하였다. 또한, 요인범주 내에서 속성들의 결합이 내적 일관성을 갖고 있는지를 확인하기 위하여 내적일관도 검증을 실시하여 Cronbach α 값을 제시하였다.

분석 결과는 <Table 2>와 같이 성취 욕구가 요인적재량이 낮은 1개 항목을 제외하고 하나의 요인으로 추출되었으며, 기업가 정신은 요인적재량이 낮은 1개 항목을 제외하고 3개의 요인으로 추

출되었고, 성과도 요인적재량이 낮은 1개 항목을 제외하고 하나의 요인으로 추출되었으며, 각각의 분산 설명력은 69.3%, 56.7%, 69.9%로 나타났다. 한편, Cronbach α 값은 기업가의 성취 욕구 0.748, 혁신성 0.822, 위험감수성 0.748, 사전대응성 0.700, 성과 0.742로 나타나 측정 척도는 타당성과 신뢰도를 지닌 것으로 판단할 수 있다.

한편, 이론적 기반의 개념과 실제 조작화된 측정도구 사이의 일치 정도를 측정하기 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 항목구성의 최적 상태를 도출하기 위한 적합도 평가를 위하여 χ^2 (CMIN), p 값과 RMR(root mean square residual), GFI(goodness of fit index), AGFI(adjusted GFI), NFI(normed fit index) 등을 이용하였다. 확인적 요인분석을 통해 확정된 연구 모델을 분석한 결과는 <Table 3>에 나타난 바와 같다. 전체 측정개념간의 확인적 요인분석 모델의 적합도를 살펴보면 $\chi^2=158.906$, $df=94$, $p=0.000$ 으로 모형이 모집단 자료에 적합한가를 검증하는 카이제곱 값이 모형의 적절성을 충족시키지 못하

<Table 2> Result of validation and reliability

Factor	Characteristics	Factor loading	Eigen value	Variance	Alpha
Need for achievement	Always do the best	0.845	1.996	66.52	0.748
	Have strong desire to achieve	0.819			
	Wish to resolve difficult tasks	0.781			
Innovativeness	Emphasize research development and innovation	0.863	2.399	26.657	0.822
	Launch new products	0.802			
	Make efforts to improve products	0.752			
Entrepreneurship	Risk taking	0.799	2.081	23.126	0.748
	Interested in growth more than stability	0.788			
	Move to reach the goals	0.753			
Proactiveness	Able to withstand fierce competition	0.881	1.719	69.887	0.700
	Tend to lead the industry	0.663			
	Early adaptation of new technology	0.565			
Performance	Competitiveness	0.816	2.270	56.743	0.742
	Market share rate	0.798			
	Profitability	0.725			
	Restaurant image	0.664			

〈Table 3〉 Maximum likelihood estimate of the measuring model

Regression weight		Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	S.E	C.R.	p
Need for achievement	Always do the best	1.000	0.633			
	Have strong desire to achieve	1.159	0.715	0.152	7.645	0.000***
	Wish to resolve difficult tasks	1.297	0.774	0.170	7.635	0.000***
Innovativeness	Emphasize research development and innovation	1.000	0.763			
	Launch new products	1.023	0.808	0.089	11.472	0.000***
	Make efforts to improve products	1.035	0.773	0.093	11.079	0.000***
Risk taking	Able to handle tough situations	1.000	0.705			
	Interested in growth more than stability	1.023	0.747	0.118	8.684	0.000***
	Move to reach the goal	1.008	0.669	0.123	8.193	0.000***
Proactiveness	Able to withstand fierce competition	1.000	0.660			
	Tend to lead the industry	1.081	0.723	0.129	8.357	0.000***
	Early adaptation of new technology	0.814	0.589	0.112	7.235	0.000***
Performance	Competitiveness	1.000	0.749			
	Market share rate	0.855	0.729	0.097	8.851	0.000***
	Profitability	0.645	0.522	0.094	6.829	0.000***
	Restaurant image	0.826	0.610	0.105	7.849	0.000***

$$\chi^2=158.906, df=94, GFI=0.92, AGFI=0.885, NFI=0.877, RMR=0.048$$

* $p<0.1$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$.

고 있지만 모형 적합도 판단은 단일 기준을 사용하기보다 여러 가지 기준들이 혼용된 다차원적 접근이 권장된다(MacCallum 1986). 따라서 $GFI=0.92$, $AGFI=0.885$, $NFI=0.877$, $RMR=0.048$ 등으로 조사되어 신뢰할 만한 수준으로 나타나 측정도구의 타당성에는 큰 문제가 없는 것으로 평가된다.

그리고 구성개념간의 관련성 정도 및 방향성을 파악하기 위해 상관분석을 실시하였다. 〈Table 4〉에 나타난 바와 같이 구성개념들 간의 상관관계

는 유의수준 0.05에서 통계적으로 모두 유의하게 나왔다. 이것은 구성개념들 간의 관계가 양의 방향성을 보이고 있어 연구가설에 제시된 요인들 간의 관계와 일치하는 것으로 나타나 기준타당성을 만족한다고 볼 수 있다.

3. 연구모형 검증

모형의 적합성을 판단하기 위해 Amos를 이용하는 공분산 구조분석을 실시하였다. 전체적으로 적

〈Table 4〉 Result of discriminant validity analysis

	Need for achievement	Innovativeness	Risk taking	Proactiveness	Performance
Need for achievement	1.00				
Innovativeness	0.172***	1.00			
Risk taking	0.150***	0.468***	1.00		
Proactiveness	0.135***	0.579***	0.465***	1.00	
Performance	0.295**	0.324***	0.275***	0.366***	1.00

* $p<0.1$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$.

<Table 5> The regression weight of result

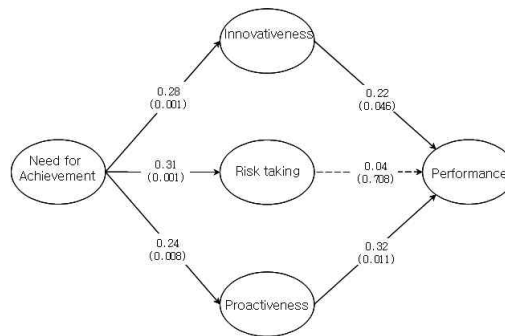
Hypothesis	Regression weight	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	S.E.	C.R.	p
H1	Need for achievement → Innovativeness	0.28	0.28	0.08	3.37	0.001***
H2	Need for achievement → Risk taking	0.29	0.31	0.09	3.42	0.001***
H3	Need for achievement → Proactiveness	0.19	0.24	0.07	2.64	0.008***
H4	Innovativeness → Performance	0.18	0.22	0.09	1.99	0.046**
H5	Risk taking → Performance	0.04	0.04	0.11	0.38	0.708
H6	Proactiveness → Performance	0.35	0.32	0.14	2.55	0.011**

$\chi^2=123.830(p=0.006)$, $df=87$, $GFI=0.936$, $AGFI=0.900$, $NFI=0.904$, $RMR=0.049$

* $p<0.1$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$.

합도가 낮게 나타나 권장수준에 도달하지 못하여 적절한 모형을 구성하기 위해 수정지수(modification indices)를 이용하여 연구모형을 수정하였다. 수정된 연구모형에서의 적합도 지수결과는 <Table 5>와 같이 측정모델의 적합도가 $\chi^2=123.830$, $df=87$, $p=0.006$ 으로 χ^2 값이 유의적으로 나타났으나 $GFI=0.936$, $AGFI=0.900$, $NFI=0.904$, $RMR=0.049$ 등 대부분의 다른 적합도 지수가 모형 적합도 기준을 만족시키고 있는 것으로 나타나 본 연구모형이 연구개념들 간의 영향관계를 설명하기에 적합한 것으로 판단되었다.

연구모형 검증은 통한 가설 검증결과는 <Fig. 2>와 같다. 먼저 기업가의 성취 욕구는 혁신성에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 1을 검증한 결과, 두 변수간의 표준화 경로계수가 0.28(C.R.=3.37, $p=0.001$)로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하기 때문에 가설이 채택되었다. 따라서 기업가의 성취 욕구가 혁신성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 기업가의 성취 욕구는 위험감수성에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 2를 검증한 결과, 두 변수간의 표준화 경로계수가 0.31(C.R.=3.42, $p=0.001$)로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하기 때문에 가설이 채택되었다. 따라서 기업가의 성취 욕구가 위험감수성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 기업가의 성취 욕구는 사전대응성에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 3을 검증한 결과, 두 변수



$\chi^2=123.830$, $p=0.006$, $GFI=0.936$, $AGFI=0.900$, $NFI=0.904$, $RMR=0.049$

<Fig. 2> The final analysis model.

간의 표준화 경로계수가 0.24(C.R.=2.64, $p=0.008$)로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하기 때문에 가설이 채택되었다. 따라서 기업가의 성취 욕구가 혁신성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그리고 기업가의 혁신성은 기업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 4를 검증한 결과, 두 변수간의 표준화 경로계수가 0.22(C.R.=1.99, $p=0.046$)로 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하기 때문에 가설이 채택되었다. 따라서 기업가의 혁신성이 기업 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, 기업가의 위험감수성은 기업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 5를 검증한 결과 두 변수간의 표준화 경로계수가 0.04(C.R.=0.38, $p=0.708$)로서 유의수준 0.05에서 통계

적으로 유의하지 않기 때문에 가설이 기각되었다. 따라서 기업가의 혁신성이 기업 성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 기업가의 사전대응성은 기업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다라는 가설 6을 검증한 결과 두 변수간의 표준화 경로계수가 0.32(C.R.=2.55, $p=0.011$)로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하기 때문에 가설이 채택되었다. 따라서 기업가의 위험감수성이 기업 성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 시사점

외식산업이 지속적으로 성장하고 발전하면서 개인은 물론 기업들의 외식사업에 대한 관심이 크게 증대하고 있으며, 이러한 분위기는 결국 창업이라는 결과와 연결되기 마련이다. 이는 외식산업이 전망있는 산업임은 물론, 개인이나 법인 모두 창업하기 좋은 수익성 사업으로 평가되고 있기 때문이다. 여타 사업들과 마찬가지로 외식사업도 기업가(entrepreneur)에 의해 창업되고 운영된다. 이러한 기업가는 회사를 소유하는 데 따르는 재무적 위험을 감수해야 하지만 사업을 성공적으로 경영하게 되면 직접적인 이득을 얻게 된다. 기업가가 외식사업을 성공적으로 이끌기 위해서는 규모의 크고 작음을 불문하고 기업가 정신(entrepreneurship)을 중요한 특성으로 꼽는다.

본 연구에서는 기업가 정신이 기업 성과에 영향을 미치는지 실증분석하고자 하였으며, 연구의 결과와 시사점은 다음과 같다. 첫째, 기업가의 성취 욕구는 기업가 정신의 구성요소인 혁신성, 위험감수성, 사전대응성 모두에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행 연구들과 동일하였는데, 외식산업의 기업가들도 항상 최선을 다하고 업적을 이루고 싶어 하며 어려운 일을 잘해내고 싶은 성취 욕구의 심리적 특성이 기업가 정신을 나타내는 혁신성, 위험감수성, 사전대응성 모두에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 따라서 외식산업 경영자는 도전의식을 갖고

경영목표를 향해 최선을 다하겠다는 심리적 노력이 경영성과에 영향을 주는 기업가 정신을 형성하는 만큼 성취 욕구에 대한 경영마인드를 갖추도록 노력해야 할 것으로 판단된다. 특히 개별 사업체의 규모 정도가 크지 않고 경기 불황으로 어려운 경영환경에서 이를 극복해 나갈 수 있는 원동력이 기업가 정신에 있음을 볼 때 이에 영향을 미치는 심리적 성취 욕구를 자극하고 상승시킬 수 있는 지속적 교육이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 기업가 정신의 구성요소인 혁신성, 위험감수성, 사전대응성이 기업 성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 혁신성과 사전대응성만이 기업 성과에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 분야가 다르기는 하지만 정준이 등 (2007)의 연구와 일치한다. 이는 혁신성과 사전대응성이 외식산업 경영자의 기업가 정신을 실행하는 주체이고 이들이 기업 성과에 직접적으로 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 특히 경쟁자보다 앞서 나가고 새로운 기술을 도입하려고 하는 사전대응성이 경영성과에 가장 높게 영향을 미치고 있음을 알 수 있었는데, 이는 경영자가 기대하는 경영성과를 달성하기 위해서는 시장과 경쟁에 대응하고자 하는 노력과 새로운 기술을 도입하는 사전대응적인 노력을 기울이면 긍정적인 경영성과를 달성할 수 있음을 시사한다. 특히 외식산업은 트렌드에 대한 예측과 대비가 새로운 업체는 물론 메뉴 개발에도 크게 영향을 미치는 만큼 외식산업 경영자는 이러한 트렌드를 주시하는 사전대응요소들을 분석하여, 향후 경영전략을 계획하고 실행하는데 반영될 수 있도록 노력해야 할 것으로 판단된다. 아울러 외식산업 경영자의 혁신성이 성과에 영향을 미치는 바, 이는 경영자의 시장지향적인 아이디어 창출이 성과에 영향을 미치는 데 중요함을 시사한다. 즉, 경쟁기업과의 차별화된 시장지향적인 아이디어 창출로서 경쟁 우위를 누리하고자 하는 노력인 만큼 메뉴, 서비스, 시장조사, 촉진활동 등을 적극적으로 추진하고 기타 혁신적인 경영관리활동에 대한 노력도 요구된다

고 하겠다.

이상의 연구결과들을 종합적으로 살펴볼 때 기업가의 성취 욕구가 기업가 정신을 구성하는 요소에 모두 영향을 미치는 것으로 나타나 기업가 정신에 영향을 미치는 선행변수 역할을 하고 있음을 알 수 있었다. 아울러 기업가 정신의 혁신성과 위험감수성이 기업 성과에 유의한 영향을 미친다는 결과는 곧 기업가 정신의 구성요인들이 높을수록 기업 성과를 제고시킬 수 있음을 의미한다.

한편, 본 연구를 수행하면서 한계점과 향후 연구과제도 살펴볼 수 있다. 먼저 표본 집단을 부산·경남지역으로만 설정하였는데 기업가 정신은 한정된 지역의 외식사업체들뿐만 아니라 전국의 모든 외식사업체들에도 해당되므로 연구결과가 일반성을 갖기 위해서는 대상을 확대하여야 할 것이다. 또한, 본 연구에서는 성취 욕구만을 기업가의 심리적 특성의 구성개념으로 사용하였지만 향후 연구에서는 개인적 배경이나 심리적 특성을 나타내는 기타 변수들을 함께 사용한다면 기업가 정신과의 관계를 보다 실증적으로 연구할 있을 것으로 사료된다. 아울러 기업가 정신과 성과와의 관계에서 기업의 경영환경특성과 기업의 내부적 상황요인 등에 따른 조절효과의 결과에 대해서도 살펴본다면 보다 객관적이고 실증적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 사료된다.

한글초록

사업 규모가 크지 않은 외식산업에서는 어려운 경영환경을 극복해 나갈 수 있는 원동력으로 기업가 정신(entrepreneurship)이 요구된다. 기업가 정신은 외식사업을 혁신적으로 경영할 뿐만 아니라 기업 성과(corporate performance)도 증대시킨다는 연구결과들이 많다. 따라서 본 연구는 외식산업에서 기업가(entrepreneur)가 기업 성과를 향상시키기 위해서는 기업가 정신이 중요하다라는 사실에 초점을 맞춰 기업가의 성취 욕구(need for achieve-

ment)와 기업가 정신의 관계를 살펴보고 아울러 기업가 정신이 기업 성과에 미치는 영향에 대해서도 살펴보았다. 연구결과 외식산업에서 기업가의 성취 욕구가 기업가 정신에서 영향을 미치는 선행변수 역할을 하고 있음을 알 수 있었다. 그리고 기업가 정신의 혁신성(innovativeness)과 사전 대응성(proactiveness)이 기업 성과에 영향을 미쳤음을 알 수 있었는데, 특히 사전대응성이 기업 성과에 크게 영향을 미치고 있었다. 결론적으로 외식산업에서 기업가 정신의 혁신성과 사전대응성이 기업 성과를 높이는 요인임을 알 수 있었다.

감사의 글

이 논문은 2007년도 동의대학교 교내연구비에 의해 연구되었습니다(2007AA093).

참고문헌

1. 김동진·엄태성·변광인 (2009). 잠재창업자의 직업 성격 유형이 창업의지에 미치는 영향. *조리연구* 15(1):67-78.
2. 김영수 (1996). 기업가적 행동 성향의 결정요인과 성과와의 관계. 한양대학교 대학원 박사학위논문, 17-30. 서울.
3. 김종관 (1994). 기업가 정신의 개념과 연구접근방법. *동남경영* 9:27-52.
4. 박노윤 (2000). 조직행동으로서의 기업가 정신과 성과의 관계. *인사관리연구* 24(1):253-287.
5. 박동수·구연희 (2007). 벤처기업의 기업가 정신이 성장의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구. *대한경영학회지* 20(6):2979-3011.
6. 오종석·이용탁 (1999). 벤처기업의 기업가 정신과 성과와의 관계. *대한경영학회지* 12(1):285-307.
7. 윤종록·위홍복·최광신 (2003). 조직기업가 정신이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구. *대한경영학회지* 16(3):869-888.

8. 이재훈 · 이정호 · 윤정현 (2007). 기업가 정신과 공식화 및 조직문화와 조직 성과간의 관련성에 관한 연구. *경영연구* 22(1):91-118.
9. 이춘우 (1999). 조직앙트라프러뉴십의 역할과 조직 성과에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문, 20-35, 서울.
10. 정준이 · 권규미 · 반성식 (2007). 기업가 정신과 기업 성과: 비영리조직과 파트너십의 조절 효과를 중심으로. *대한경영학회지* 20(4):1797-1820.
11. 정찬근 · 정동섭 (1997). 한국중소기업에서의 기업가적 경향과 조직구조의 유기성간의 관련성. *한국중소기업학회지* 19(1):213-230.
12. Baron · Shane (2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Southwestern Thomson, Cincinnati, OH 35-62.
13. Barrett H (1996). Relations among Corporate Entrepreneurship, Marketing Mix Factors, and Business Performance. School of Business and Entrepreneurship, Nova Southeastern University. 45-67.
14. Barringer BR (1995). The Performance Implications of Achieving a Fit between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management Practices, The Graduate School University of Missouri-Columbia, a Dissertation of Ph. D. 23-44.
15. Brazeal D (1993). Organizing for internally developed corporate ventures. *Journal of Business Venturing* 8(1):75-100.
16. Burgelman RA (1984). Designs for corporate entrepreneurship. *California Management* 37(1): 9-37.
17. Casson MC (1982). *The Entrepreneur*, Martin Robertson, Oxford 18-36.
18. Chandler GN · Jansen EJ (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing* 7(3):223.
19. Cole AH (1959). *Business Enterprise in Its Social Setting*. Harvard University Press, 9-28.
20. Cole AH (1968). The Entrepreneur : Introductory remarks. *American Review of Economics* May 60-63.
21. Collins OF · Moore DG (1964). *The Enterprising Man*. Michigan State University, East Lansing, MI. 22-34.
22. Covin JG · Slevin DP (1986). The Development and Testing of an Organizational-level Entrepreneurship Scale. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA.: Babson College, 628-639.
23. Covin JG · Slevin DP (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(1):7-25.
24. Dollinger MJ (1984). Environmental boundary spanning and information processing effects on organizational performance. *Academy of Management Journal* 27(2):351-368.
25. Drucker PF (1985). *Innovation & Entrepreneurship*, Harper & Row, 30-35.
26. Gartner WB (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review* 10(1):696-706.
27. Gibb AA (1990). Entrepreneurship and intrapreneurship-exploring the difference, On R. Donckels and A. Miettinen(eds), *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship*. Hants : Avebury, Gower Publishing Company Ltd, 33-67.
28. Hitt MA · Ireland RD · Camp SM · Sexton DL (2001). Guest editors' introduction to the special issue strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal* 22(6-7):479-491.
29. Hornsby JS · Naffziger DW · Kuratko DF · Montagno RV (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice* 17(2):29-37.

30. Lumpkin GT · Dess G (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review* 21(1):135-172.
31. MacCallum R (1986). Specification searches in covariance structure modeling. *Psychological Bulletin* 100(1):107-120.
32. McClelland DC (1961). *The Achieving Society*, Van Nostrand, Princeton, NJ, 22-40.
33. Miller D (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29(7):770-791.
34. Mintzberg H (1989). Visionary and strategic management. *Strategic Management Journal* Summer: 10-17.
35. Mintzberg H · McHugh A (1985). Strategy formulation in an adhocracy. *Administrative Science Quarterly* 30(1):160-197.
36. Morris MH · Kuratko DF (2002). *Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial Development Inside Organizations*, Fort Worth, Harcourt Publishers, 45-67.
37. Narver JC · Slater SF (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing* 15(1):137-146.
38. Norton R (1975). Measurement of ambiguity tolerance. *Journal of Personality Assessment* 39(1): 607-619.
39. Peterson RJ · Berger D (1971). In organizations. *Administrative Science Quarterly* 16(2):97-106.
40. Schollhamer H(1982). Level of entrepreneurship and scanning source usage in very small business, entrepreneurship. *Theory and Practice* 15(1):19-31.
42. Sexton DL · Bowman NB (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. *Journal of Business Venturing* 1(1):129-140.
43. Stevenson HH · Jarillo JC (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal* 11(2):17-27.
44. Zahra SA (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 6(3): 258-282.
45. Zahra SA · Covin JG (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing* 10(1):43-58.

2009년 5월 1일 접수
 2009년 5월 29일 1차 논문수정
 2009년 6월 16일 2차 논문수정
 2009년 8월 31일 3차 논문수정
 2009년 9월 14일 게재확정