The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 21, No. 6, pp. 1~13 (2015)

창업자기능감, 일가치 및 창업지원서비스가 창업의도에 미치는 영향 - 커피전문점 창업을 중심으로 -

구 지 은 · 전 병 길¶
동국대학교 호텔관광경영학부¶

The Influences of Entrepreneurial Self-Efficacy, Work Value, and Entrepreneurial Service on the Entrepreneurial Intention of Coffee Shop Founders

Ji-Eun Koo · Byung-Gil Chun¶
Dept. of Hotel & Tourism Management, Dongguk University¶

Abstract

This study was performed to empirically verify how the degree of entrepreneurial self-efficacy, the degree of work value which each founder gains from starting a shop, and the degree of usefulness perception of the entrepreneurial service given by the public sector influence founder's entrepreneurial intentions. The degree of entrepreneurial self-efficacy and internal work value was found to influence entrepreneurial intentions. In addition, would-be coffee shop founders' usefulness perception of entrepreneurial service had an impact on entrepreneurial intention. The results of this study could allow a wider understaning of what factors influence entrepreneurial intentions of a coffee shop founder and the importance of governmental support(education, funding, skills, and management).

Key words: entrepreneurial self-efficacy, work value, entrepreneurial service, entrepreneurial intention

Ⅰ. 서 론

취업난 속에서 창업은 계속해서 늘어나는 추세에 있으나, 더불어 실패하는 창업자들도 크게 늘고 있는 것이 현실이다(연합뉴스, 2015). 이러한 현상은 더 이상 창업이 투자의욕이나 사업 욕심만 가지고 성공할 수 있는 것이 아니기 때문이다. 실제로 우리나라에서는 매년 50만개 업체가 창업을 하고, 40만개 이상의 업체가 폐업을 하는 것으로 보고되고 있으며, 지난 10년의 통계를 확인하면 373만개 업체가 새로 생기고, 346만개 업체가 문을 닫았다(매일경제, 2012). 이러한 현상의 원인은 국내의 창업 지원제도 미비, 산업 인프라 취약, 사업자금 조달의 어려움, 인력 확보의 어려움 등 창업자 본인 이외의 요인들을 중심으로 분석할 수 있지만, 또 한편으로는 창업자 본인이 사업을 시작하기 이전에 사업 경영관리 능력을 갖추지 못한 것이 사업 실패의 가장 큰 원인으로 지적될 수 있다(Shin JK · Ha GS 2013). 따라서 성공적인 창업의 선행요인으로 개인특성과 외부지원 등의 환경적 특성이 함께 고려되어야 한다.

이에 본 연구에서는 본인의 사업 경영능력 및

¶ : 전병길, bgchun@dongguk.ac.kr, 경북 경주시 동대로 123, 동국대학교 호텔관광경영학부

자신감에 대한 지각을 반영하는 창업 자기존중감이라는 개인특성 요인과 더불어 예비 창업자 및 창업자들을 둘러싼 환경요인인 공공부문의 창업지원서비스가 커피전문점 예비 창업자들에게 어떠한 영향을 미치는지를 탐색하고자 한다. 이론적 측면에서도 과거 창업의도나 창업의지에 대한 결정요인을 탐색한 기존 연구들은 주로 교육수준이나 가족배경, 경력, 성취 욕구, 혁신역량 , 위험감수 성향 등의 개인의 심리 특성 및 배경 특성이 창업의도에 미치는 영향을 탐색해왔다(Lee HT · Jing J 2013; Yook CH · Jeon IO 2014). 그러나 치열한 창업환경에서 창업자들의 창업결정요인을 파악하는데 있어 개인적 특성변수들만을 통해 충분한 접근이 이루어지기는 어렵다. 이에 본 연구에서는 기존에 개인의 심리 특성 및 배경 특성들에 초점을 두었던 창업의도 결정요인에 관한 연구의 틀을 보다 확대하여 객관적 창업환경범주에 포함되는 공공부문의 지원요인 등을 포함하고자 하였다. 한편 창업 결정은 개인에게 있어서 인생의 중요한 선택이다. 창업을 통해 얻게 되는 일 자체는 경제적인 소득원임과 동시에 삶의 가치를 실현하는 소중한 터전이 되어야 한다. 이는 개인이 창업을 통해 하게 되는 일에 대한 경제적 가치나 경제 외적인 가치를 어떻게 평가하는가가 창업 결정에 있어 매우 커다란 영향을 미친다는 것을 의미한다. 따라서 본 연구는 창업의도의 선행요인으로 일가치(job value)를 함께 고려하였다. 이러한 시도는 결국 창업결정요인을 종합적인 관점에서 다루는데 의의가 있으며, 본 연구를 통해 현재 과열양상인 커피전문점을 창업하고자 하는 예비창업자들에게 체계적인 방안을 제시해줄 수 있을 것이다.

본 연구에서는 커피전문점의 창업의도를 가지고 있는 커피전문점 종사자를 대상으로 창업 자기효능감의 지각 정도, 창업으로부터 얻게 되는 일에 대해 각자가 부여하는 가치 정도, 그리고 공공부문에서 제공하는 창업지원서비스에 대한 유용성 지각 정도가 창업의도에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 창업 자기효능감

창업 자기효능감(entrepreneurial self-efficacy)은 자기효능감의 특수한 형태로서 창업자가 특별한 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 신념의 강도라고 정의할 수 있다. Cox L 등(2002)에 의하면, 창업 자기효능감은 창업에 대한 역할과 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 신념이며, 창업 자기효능감이 높은 사람은 창업에서 직면하게 될 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처하고 통제할 수 있다는 믿음이 있을 뿐만 아니라, 치열한 창업환경 속에서 기회를 찾아 추진해나갈 수 있다는 강한 신념이 있기 때문에, 창업은 물론 창업으로 인한 성공과 가장 관련이 크다.

뿐만 아니라 높은 창업 자기효능감을 가진 사람은 사회로부터 인정, 심리적 성취감과 같은 성공의식과 밀접하게 맞닿아 있는 반면, 낮은 창업 자기효능감을 가진 사람은 실패, 불명예 및 스트레스와 같은 패배의식과 밀접하게 연관된다(Wilson F et al 2007). McGee LE 등(2009)의 연구에서도 높은 창업 자기효능감을 가진 사람은 불확실성과 위험, 어려움과 같은 창업현실을 마주 한다고 하더라도 창업 자기효능감이 낮은 사람보다 현실을 능동적으로 해쳐나갈 수 있다는 더 많은 자신감에 충만하기 때문에 창업의도가 높아진다는 사실이 밝혀졌다. 동일한 맥락에서 일찍이 Krueger NF & Brazeal DV(1994)은 예비창업자가 갖추어야 할 주요 필수조건들 가운데 하나로 창업에 대한 자신감을 제안했으며, 이러한 자신감과 같은 신념이 높은 예비창업자는 경쟁적인 창업환경에 대하여 기회가 충분한 것으로 지각하고 위험하고 불확실한 창업환경에서도 유능하게 대처할 수 있다고 느끼고, 실패가능성을 낮게 지각한다고 주장한 바 있다.

창업의도가 창업행동으로 실현될 가능성을 설

명하고 예측하는 선행변수들 중 하나라고 본다면 창업 자기효능감은 창업행동을 예언하는 변수인 창업의도의 형성을 설명할 수 있는 선행변수라고 말할 수 있다. 이처럼 창업 자기효능감은 기업가의 행동과 성과에 대한 예측력이 크고, 창업과정을 설명할 수 있는 중요한 개념이라 할 수 있다.

2. 일가치(Work Values)

가치가 개인이 바라는 궁극적인 목표 상태를 나타내듯이, 일가치(work values)는 사람들이 일을 통해서 추구하는 목표들의 상대적 중요성을 의미한다고 볼 수 있다. 즉, 가치는 일상은 물론 자신의 일과 관련되어서도 중요한 행동의 기준으로도 작용되고 있다(Ko DW · Chun BG 2002). 이러한 가치를 일과 관련하여 많은 연구자들이 다양한 정의를 내리고 있다.

일찍이 Wollack S 등(1971)은 일가치란 사람들이 자신의 일의 역할에 대해 부여하고 있는 의미에 대한 전반적인 태도라고 하였으며, Sagie A 등(1996)은 일가치를 작업맥락에서 얻고자 하는 특정의 결과에 대한 개인이 부여하는 중요성으로 정의하였다. 그 밖에도 Kalleberg AL 등(2003)은 일가치를 개인이 자신의 일에 대하여 가지게 되는 생각으로, Nord WR 등(1988)은 사람들이 일을 통해 실현하기 원하고, 또 실현할 수 있어야 한다고 생각하는 궁극적인 상태라고 정의하였다. 일가치에 대한 연구자들의 정의를 종합하면 일가치란 사람들이 자신의 일에 대해서 부여하고 있는 의미, 일을 통해 실현하고자 하는 목표 상태를 의미한다고 할 수 있다.

한편, 일가치와 관련하여 Ko DW와 Chun BG (2002)의 연구에서는 사람들이 자기의 현재 혹은 장래의 직업에 대하여 스스로 가치를 평가하는 것뿐만이 아니라, 그러한 가치 평가에 의해 사회적 체면이나 자기 존중감이 달라진다는 현상에 주목하여 '직무존중감'이라는 개념이 제안되었다. 하지만 두 연구자는 '직무존중감'의 표현은 용어의 사용에 있어서 업무의 특성뿐만이 아니라, 직업 그 자체를 포괄할 수 없다는 점을 들어서 직무존중감의 표현을 '직업존중감'의 용어로 제안하고, 자기의 현재 또는 장래 직업에 대하여 나름대로 부여하는 가치 평가 및 기대의 정도라고 정의하였다.

일가치의 정의와는 별개로 일가치의 구성요인에 대한 논의가 되었다. Ginzberg E(1972)는 조직구성원들이 자신의 일을 통해 추구하는 가치를 세 가지의 형태로 분류하였는데, 첫 번째는 특정 활동을 추구하거나, 특정 목표를 달성함으로써 얻어지는 쾌락과 같이 직무 활동 자체에 관한 것, 두 번째로는 금전이나 권위와 같이 직무 수행에 따른 보상, 세 번째는 특정한 근무환경에서 특정한 사람들과 함께 일하는 것에서 갖게 되는 보람 등과 같은 부가적인 산물 등의 형태로 분류하였다.

Super DE(1973)는 만족의 관점에서 일의 활동 자체에서의 만족과 일의 활동의 결과로서의 만족으로 구분하였는데, 전자는 내재적 일가치로, 후자는 외재적 일가치로 구분하였다. 동일한 맥락에서 Kalleberg AL(1977) 또한, 일과 관련하여 여러 가지 특성이나 보상의 종류에 따라서 내적 일가치와 외적 일가치로 나누고, 내적 일가치는 직업에 있어 일과 관련된 것들을 얼마나 중요하게 생각하는가를 나타내는 것으로, 일과 관련하여 얼마나 흥미 있는지, 일을 하는데 있어 자율성을 얼마나 갖는지, 반면에 외적 일가치는 임금, 후생복지, 직업 안정 등과 같은 일에 따르는 물질적 보상이나 조건을 얼마나 중요하게 생각하는 지로 내적 일가치와 외적 일가치로 구분하였다. 국내 연구로 Oh DK(2004)는 일가치를 결정하는 주요 요인으로 업무의 중요성, 과정의 효율성, 결과의 유용성, 비전의 실현성, 사회적 인정 등을 제안한 바 있다.

3. 창업지원 서비스

정부는 자금지원, 창업절차간 소화, 창업정보 제공 및 창업절차 대행, 창업보육센터의 육성 등 종합적인 창업지원제계를 마련하기 위하여 1986

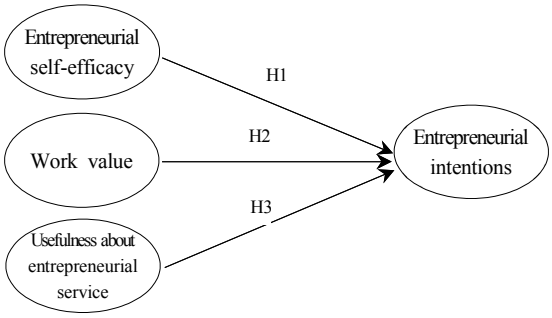
년 4월 '중소기업 창업지원법'을 제정하였다. 이에 따라 창업지원기금이 조성되었으며, 창업투자회사와 창업투자조합을 통한 창업기업에 대한 투자지원이 이루어져 왔으며, 창업사업계획의 승인제도에 따라 창업과 관련된 인, 허가 절차를 간소화하고, 중소기업상담회사를 통해 창업정보제공 및 상담, 창업절차대행 등을 지원하고 있다. 또한, 창업보육센터를 설립하여 창업에 따른 비용과 위험을 줄여주고, 창업성공률을 제고시키기 위한 노력을 하고 있다. 또한, 지역별로 소상공인지원센터 개설을 통해 교육, 컨설팅, 상담 등 창업지원이 이루어지고 있다. 창업지원서비스의 영역에는 자금지원, 기술지원, 경영지원(사업타당성 및 사업계획, 입지선정 및 점포구성, 마케팅, 회계재무, 종업원 채용 및 관리), 교육지원 등이 포함된다.

정부의 창업지원 서비스가 갖는 순기능에 대한 학술적 근거들이 보고되고 있는데, 우선 Park CR 등(2009)은 창업자가 다양한 형태의 창업지원서비스를 이용할 경우, 다른 업체와의 차별화를 통해 창업의 성과를 보다 효과적으로 높일 수 있다고 하였다. 같은 맥락에서 Park CY(2000)의 연구에서는 소상공인지원센터 이용자들의 만족도를 조사하였는데, 전체적인 만족도에서 83.1%가 만족하였다는 결과가 나타났으며, 소상공인지원센터의 서비스는 일자리 창출과 경영개선에 도움이 되는 것으로 밝혀져 소상공인지원센터 증설의 타당성을 제시한바 있다. Oh SH과 Ha GS(2013)도 창업보육제도가 예비창업자들의 창업의지 결정에 중요한 환경요인이 될 수 있다는 사실을 보고한 바 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

본 연구는 커피전문점 예비창업자들을 대상으로 커피전문점 창업의도에 창업 자기효능감, 일가치 및 창업지원서비스에 대한 유용성 지각 등이 영향을 미치는지를 확인하고자 한다. 이를 위해



<Fig. 1> Research model.

<Fig. 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

2. 연구가설

1) 창업 자기효능감과 창업의도

Krueger NF & Brazeal DV(1994)은 창업가의 자기효능감이 새로운 창업에 대한 실현가능성을 판단하는 것으로, 자기효능감이 높은 창업가는 높은 자신감과 강한 신념으로 기업가적 의도를 가지며, 구체적인 창업계획을 수립하며, 창업활동을 한다고 보고한 바 있다. Boyd N & Vozikis G (1994)도 자기효능감은 기업가적 의도에 영향을 미친다고 제시하였다. 즉, 자기효능감은 창업에 대한 구체적인 계획을 가지고 기업가적 의도에 영향을 주게 되며, 이때 창업가는 새로운 창업을 위한 기업가적 의도를 가지고 창업을 실행한다는 것이다.

Cox L 등(2002)과 McGee LE 등(2009)은 창업 자기효능감과 창업의도와의 관계를 실증적으로 규명하고, 창업 자기효능감이 높은 예비창업자는 창업으로부터 수반되는 불확실성과 위기, 도전 상황에서 효과적으로 대응하고 통제할 수 있다는 믿음을 지니며, 성공에 대한 자신감 및 신념이 있어 창업의도가 높아진다고 보고하였다. 최근 국내 연구에서도 자기 유능감은 창업의도 및 창업의지와 긍정적 관계가 있음이 규명된 바 있다(Lee JW 2000; Kim MS · Kim YG 2012; Lee SK 등 2012).

Lee SK 등(2012)은 호텔조리사들을 대상으로 창업 자기효능감이 높을수록 창업에 대한 의지가 높다는 사실을 실증적으로 검증한 바 있다. 따라서 본 연구에서는 상기와 같은 논거를 바탕으로 하여 커피전문점 예비창업자의 개인요인인 창업 자기효능감 지각이 창업의도에 영향을 주는 것으로 보고 아래와 같은 가설을 설정하였다.

〈가설 1〉 창업 자기효능감 지각은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 일가치와 창업의도

일가치에 관해 여러 연구자들은 사람들이 자신의 일에 대해서 부여하고 있는 의미와 일을 통해 실현하고자 하는 목표 상태라고 정의하고 있다. Hackman JR & Oldham GR(1974)의 주장에 따르면 인간은 자신이 하는 일이 의미 있고, 가치 있고, 보람 있는 일이라고 지각하게 되면 일에 대한 만족감이 향상된다고 하였다. 즉, 개인이 자신의 업무를 수행함에 있어서 자율성, 다양성, 정체성 등의 일가치가 제공되면, 인간은 자신의 일에 대한 유의미성을 지각하게 되고, 이를 통해 직무만족이 증가하게 되는 것으로 보고 있다. Oh DK (2004)도 일 자체가 갖는 업무의 중요성, 과정의 효율성, 결과의 유용성, 비전의 실현성, 사회적 인정 등이 일가치감을 결정하고, 이러한 일가치감 (perceived value of work)이 높을수록 직무만족, 직무몰입 등의 직무효과성이 증대한다는 사실을 실증하였다.

이와 같이 일가치에 대한 개념은 주로 조직 장면에서 직무만족과 직무몰입과 같은 직무태도에 대한 선행변수로 다루어져 왔지만, 일가치에 대한 개념 고찰을 통해 창업의도와 일가치와의 관계를 유추해 볼 수 있다. 즉, 커피점 예비창업자들이 창업 후 커피점 운영에 수반되는 일에 대한 가치를 높게 평가한다면 직접적으로 창업을 할 가능성이 높아질 것이다. 구체적으로 커피점 창업 후 본인이 수행해야 할 일에 대해 긍정적인 의미를 부여하고, 가치 있고 보람 있는 일이라고 간주한다면 해당 일을 긍정적으로 평가하여 궁극적으로 선택할 가능성이 높아질 것이다.

한편, 본 연구에서는 일가치의 개념을 내재적 가치요인과 외재적 가치요인으로 세분화하여 창업의도에 영향을 미칠 것으로 보았다. 구체적으로 살펴보면, 내재적 가치요인은 이타성, 창의성, 독립성, 지적자극, 심미성, 성취성, 경영관리 등 해당 일에 대한 본질적 속성과 관련된다고 볼 수 있다. 최근 인기직종으로 떠오른 바리스타의 경우, 자신만의 창의적인 메뉴개발과 매장분위기 등 독특한 개성을 살릴 수 있고, 고객맞춤 서비스 등의 타 동종 업계와 차별화한 자신만의 경영관리가 가능해 젊은 층뿐만 아니라, 노인층까지도 많은 매력을 느끼고 있다. 특히 커피전문점 창업으로 인해 독립적인 사업영역을 얻게 될 수 있기 때문에 커피전문점 창업으로 인해 수반되는 일에 대한 내재적 가치를 높게 지각할수록 창업의도가 증가할 가능성이 높다. 반면에 외재적 가치요인은 생활방식, 안정성, 명예, 경제적 보수 등 일로부터 파생되는 사회경제적 혜택과 관련이 있다. 최근 경기 불황에도 커피의 대중화가 확산되면서 에스프레소 커피업계는 매출 성장을 보이며, 커피업계가 호황을 누리고 있다. 이에 따라 커피전문점 창업과 운영으로 인해 생활 및 경제적 안정성과 사회적 인정을 확보할 수 있다는 판단을 한다면 창업전선에 뛰어들 가능성이 높아질 것이다. 이상의 논거를 토대로 다음의 가설을 설정하였다.

〈가설 2〉 일가치 지각은 예비창업자의 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 : 내재적 일가치 지각은 예비창업자의 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : 외재적 일가치 지각은 예비창업자의 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 창업지원서비스의 유용성과 창업의도

정부의 기술교육 및 강도 높은 훈련 등에 대한

지원은 창업의 어려움을 극복하는데 도움이 되고, 이러한 지원은 창업에 필요한 기술을 보유하게 하고, 관련 기술 개선 및 개발을 통해 제품의 차별화를 가져와 시장경쟁력을 높이게 한다(Aspen Institute 2000; Sandberg WR & Hofer CW 1987).

Yoon BS(2004)은 창업을 활성화하기 위해 정부가 시행하는 다양한 정책적, 제도적 지원은 창업의도를 가진 사람들로 하여금 실제 창업 시도에 도움을 준다고 하였고, Jun SW(2009)의 연구에서도 사회적 인식 및 창업정책은 창업의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. Oh SH과 Ha GS(2013)도 창업보육제도가 예비창업자들의 창업의지를 제고시킨다는 사실을 제안하였다. 이처럼 창업자가 다양한 형태의 창업지원서비스를 이용할 경우, 다른 업체와의 차별화를 통해 창업의 성과를 보다 효과적으로 높일 수 있을 것이다(Park CR 등 2009). 따라서 본 연구에서는 상기와 같은 논거를 바탕으로 하여 커피전문점 예비창업자의 창업지원서비스에 대한 유용성 지각이 창업의도에 영향을 주는 것으로 보고 아래와 같은 가설을 설정하였다.

〈가설 3〉 창업지원서비스에 대한 유용성 지각은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 측정변수

1) 창업 자기효능감

본 연구에서는 창업 자기효능감을 창업에 필요한 행위를 조직하고 실행해 나가는 자신의 능력에 대한 판단이라고 정의한다. 측정문항은 Wilson F 등(2007) 및 Kim MS과 Kim YG(2012) 등의 연구를 토대로 문제해결능력, 의사결정능력, 자금관리능력, 창의성, 리더십, 인간관계 등 총 6개 문항으로 구성하였다. 창업 자기효능감의 문항을 측정하기 위하여, 각 문항에 대하여 1: '전혀 그렇지 않다', 2: '그렇지 않다', 3: '보통이다', 4: '그렇다', 5: '매우 그렇다'의 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2) 일가치

본 연구에서는 일가치를 일을 통해서 경험하는 심리적 상태로 일이 지니고 있는 본질적인 측면에 대한 가치지각과 그 일로부터 획득하게 되는 사회경제적 혜택에 대한 지각으로 정의한다. 따라서 일 자체가 갖는 본질적인 속성과 관련한 내재적 가치와 해당 일로부터 수반되는 사회적 혜택 및 경제적 혜택을 포함하는 외재적 가치로 구성하고자 하였다. 본 연구에서는 Super DE(1970)의 연구에서 사용한 내재적 가치요인 9문항과 외재적 가치요인 6문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3) 창업지원서비스의 유용성

창업지원서비스는 주로 창업운영상에 어려움을 겪는 소액창업자들의 창업을 지속시키기 위한 공공서비스이다. 본 연구에서는 예비창업자를 대상으로 창업지원서비스에 대한 유용성이 창업의도에 영향을 미치는지를 확인하고자 한다. 따라서 창업지원서비스의 유용성을 창업 시 제공받을 수 있는 자금지원 및 경영지원 등이 창업운영상에 도움이 된다고 믿는 정도로 정의한다. 이러한 정의를 토대로 창업지원서비스에 대한 유용성에 대한 측정도구는 Lussier RN(1995)의 연구를 참조하여 총 7개 문항으로 구성하였다. 창업지원서비스의 영역을 자금지원, 기술지원, 사업타당성 및 사업계획, 입지선정 및 점포구성, 마케팅, 회계재무, 종업원 채용 및 관리 등으로 구분하였다.

창업지원서비스의 유용성 문항을 측정하여 위하여, 각 문항에 대하여 1: '전혀 그렇지 않다', 2: '그렇지 않다', 3: '보통이다', 4: '그렇다', 5: '매우 그렇다'의 5점 리커트 척도로 측정하였다.

4) 창업의도

창업과 창업의도와의 관계는 사회심리학자들

이 제시한 의도적 행동모델에서 이론적 틀이 연구되었다. 이에 따르면 창업의도는 창업과 관련된 행동과 매우 밀접한 관계를 갖는 중요한 변수라 할 수 있다(Lee JW 2000). 따라서 창업이 활발하게 이루어지려면 창업의도가 어느 정도인가에 따라 결정된다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 Lee JW(2000), Yoon BS(2004) 등의 연구에서 사용한 문항을 기초로 4문항을 구성하였다.

4. 자료수집 및 분석방법

조사대상의 범위는 커피전문점 종사자들을 대상으로 하였고, 향후 커피전문점 창업의향이 있는 자를 대상으로 하였다. 설문지역으로 커피전문점이 가장 활발하게 활성화되어 있는 수도권(서울, 경기, 인천 지역) 소재 커피전문점을 방문하여 조사하였다.

설문조사는 2012년 10월 15일부터 10월 27일까지(2주간) 대상자를 편의 추출 후 직접 방문하여 충분한 설명을 한 후, 직접 기입방법으로 300부의 설문지를 배포하여 실시하였다. 본 연구에서는 데이터를 수집한 후에 SPSS, AMOS 통계패키지 프로그램을 이용하여 데이터를 분석하였다.

Ⅳ. 분석결과

1. 표본의 일반적 특성

본 연구에 대한 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 인구통계학적 특성인 성별, 연령, 학력, 월 평균 소득수준, 커피전문점유형, 커피관련 자격증 소지 여부에 대하여 빈도분석을 실시하였다.

조사대상에서 성별은 남자는 152명(50.7%), 여자는 148명(49.3%)로 나타났다. 연령에서는 30세 이하가 240명(80.0%)로 가장 높았으며, 그 다음으로는 31~40세가 40명(13.3%) 등의 순으로 나타났다. 학력에서는 초 대졸 이하가 156명(52%)로 가장 높았고, 그 다음으로는 대졸이 122명(40.7%)이었다. 월 평균 소득수준에서는 100만 원 이하가 116명(8.7%)으로 가장 높았으며, 그 다음으로는 101~200만원이 97명(32.3%), 201~300만원이 64명(21.3%) 등의 순이었다. 또한, 조사대상이 근무하는 커피전문점의 유형에서 프랜차이즈 매장에서 근무하는 경우가 174명(58%)이었으며, 개인창업 매장에서 근무하는 경우가 126명(42%)으로 나타났다. 바리스타 자격증 소지 여부는 없음이 174명(58%)이었으며, 있는 경우가 126명(42%)으로 나타났다.

조사대상에서 과거의 창업 경험에 대하여 경험이 없는 경우가 238명(79.3%), 있는 경우가 62명(20.7%)로 나타나 조사대상에서 창업경험이 없는 경우가 많은 분포를 차지하였다. 향후 창업할 경우, 예상창업비용에 대한 질문에서 1~2억 원이 132명(44.0%)으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 2~3억 원이 85명(28.3%), 1억 미만이 56명(18.7%), 3억 원 이상이 27명(9%)이었다.

희망하는 창업형태에서는 개인창업이 185명으로 61.7%이었으며, 프랜차이즈 가맹점 형태의 창업은 115명(38.3%)로 나타났다. 창업지역에서는 경기지역이 138명(46%)으로 가장 높았으며, 그 다음으로는 서울이 113명(37.7%), 그 외 지역이 49명(16.3%)으로 나타났다.

2. 신뢰도 및 타당도 분석

우선 연구개념을 측정하는 항목들의 정제를 위해 각 변수에 대해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 주성분분석 결과, 창업 자기효능감 6개 문항은 총 분산 설명량 61.2%를 갖는 단일차원으로 확인되었으며, KMO 측도 값은 .887로 적합성에 문제가 없는 것으로 나타났다(χ^2=774.895, p<.001). 일가치의 경우, 내재적 일가치와 외재적 일가치를 함께 주성분분석을 실시하였으며, 예상대로 내재적 일가치(분산 설명량 32.3%)와 외재적 일가치(분산 설명량 21.5%)의 2차원으로 구분되었다. 이 과정에서 요인적재치가 .50 미만으로 낮게 나타난 내재적 가치 1개 문항(나의 일과 관련하여 나는 지역사회에 기여할 수 있다)과 외재적 가치 2개 문항(일을 수행하면서 개인시간을 충분

히 가질 수 있다. 일을 수행하면서도 내 자신이 원하는 생활방식을 누릴 수 있다)이 제거되었다. KMO 측도 값은 .902로 적합성에 문제가 없는 것으로 나타났다(χ^2=1,321.032, p<.001). 창업지원서비스에 대한 유용성 지각 7개 문항의 경우도 총 분산 설명량 56.9%를 갖는 단일차원으로 확인되었으며, KMO 측도 값은 .873로 적합성에 문제가 없는 것으로 나타났다(χ^2=919.444, p<.001). 마지막으로 창업의도에 대한 주성분분석을 실시한 결과, 4개의 측정문항 또한, 총 분산 설명량 68.3%를 갖는 단일차원으로 확인되었으며, KMO 측도 값은 .798로 적합성에 문제가 없는 것으로 나타났다(χ^2=499.705, p<.001).

다음으로 창업 자기효능감, 창업의도, 일가치, 창업지원서비스에 대한 유용성 지각 변수에 대한 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도 분석결과, 창업자기효능감은 Cronbach's α 계수가 0.873, 창업의도는 0.842, 일가치는 0.879, 창업지원서비스에 대한 유용성 지각은 0.873으로 나타나, 측정항목의 신뢰도가 확보되었다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 측정항목의 타당도를 확인하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)은 이론적인 배경 하에서 변수들 간의 관계를 미리 설정해 놓은 상태에서 요인분석을 하는 경우를 의미한다. 창업 자기효능감, 창업의도, 일가치(내재적 일가치, 외재적 일가치), 창업지원서비스에 대한 유용성 지각에 대한 확인적 요인분석 결과, 요인들의 적합도는 만족할만한 수준으로 나타나, 측정척도를 사용하는 데는 문제가 없는 것으로 판단하였다.

한편, 가설검증을 실시하기에 앞서 변수들 간의 상관관계를 분석하였다. 상관관계는 변수들 간의 관계를 말하는 것으로써, 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어

<Table 1> Results of confirmatory factor analysis

Factors	No. of items		CMIN/df	GFI	RMR	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
	Before	After							
Entrepreneurial self-efficacy	6	6	2.98	0.978	0.049	0.949	0.925	0.938	0.0453
Entrepreneurial intentions	4	4	1.97	0.976	0.034	0.952	0.955	0.967	0.0448
Internal work value	8	8	2.34	0.946	0.036	0.994	0.996	0.996	0.0531
External work value	4	4	2.88	0.924	0.045	0.947	0.943	0.921	0.0482
Usefulness about entrepreneurial service	7	7	2.36	0.977	0.048	0.978	0.934	0.947	0.0492

<Table 2> Result of correlation analysis

	Mean	S.D.	Correlation				
			1	2	3	4	5
Entrepreneurial self-efficacy	3.36	0.765	1				
Internal work value	3.59	0.605	.378(**)	1			
External work value	3.72	0.584	.428(**)	.580(**)	1		
Usefulness about entrepreneurial service	3.96	0.668	.248(**)	.325(**)	.431(**)	1	
Entrepreneurial intentions	3.83	0.736	.344(**)	.382(**)	.554(**)	.482(**)	1

주) ** p<0.01 수준(양쪽)에서 유의함.

<Table 3> **Result of regression analysis**

Dependent variable	Independent variable	Non-standardized coefficient B	Non-standardized coefficient Standard error	Standardized coefficient(β)	*t*	*p*
Entre-preneurial intentions	(Constant)	.372	.262		1.421	.156
	Entrepreneurial self-efficacy	.098	.049	.102	1.992	.047*
	Internal work value	.459	.076	.364	5.999	.000***
	External work value	.047	.069	.039	.680	.497
	Usefulness about entrepreneurial service	.317	.056	.287	5.663	.000***
R^2=.382, F=47.155, p<.001, n=300						

주) * p<0.05, *** p<0.001.

떻게 변화하는지와 같은 변화의 강도와 방향을 의미한다. 상관관계 분석결과, 모든 변수들 간의 상관관계가 있는 것으로 검증되었다.

3. 가설검증

가설검증을 위해 회귀분석을 실시하였으며, 가설검증을 위해 창업 자기효능감, 내재적 일가치, 외재적 일가치, 그리고 창업지원서비스에 대한 유용성 지각에 대한 측정치를 각각 독립변수로 하고, 창업의도를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과, R^2=.382, F=47.155, 유의확률 p<.001로 모형적합도가 비교적 양호하여 측정항목들의 설명량을 유의적으로 보여주었다(Table 3 참조). 또한, 다중공선성 검증결과, VIF가 1.24에서 1.78사이로 나타나, 독립변수 간 다중공선성의 가능성이 적다고 말할 수 있다.

가설검증 결과는 다음과 같다. 커피전문점 예비창업자의 창업 자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 1의 검증 결과, 커피전문점 예비창업자의 창업 자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향(β=.102, t=1.992, p=.047)을 미치는 것으로 나타나, 가설 1은 채택이 되었다. 이러한 결과는 Kim MS과 Kim YG(2012), Lee SK 등(2012)의 연구와 동일하다.

커피전문점에 대한 일가치 지각은 예비창업자의 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 2의 검증 결과, 가설 2-2인 커피전문점에 대한 외재적 일가치 지각은 예비창업자의 창업의도에 영향관계가 없는 것으로 나타나(β=.039, t=.680, p=.497) 채택이 되지 않은 반면, 가설 2-1인 커피전문점에 대한 내재적 일가치 지각은 예비창업자의 창업의도에 정(+)의 영향(β=.364, t=5.999, p=.000)을 미치는 것으로 나타나 채택되었다.

커피전문점 예비창업자의 창업지원서비스의 유용성은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 3의 검증 결과, 커피전문점 예비창업자의 창업지원서비스의 유용성 지각은 창업의도에 정(+)의 영향(β=.287, t=5.663, p=.000)을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다. Jeon SW (2009)의 연구와 동일한 결과이다.

요약하면, 창업의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 차례로 내재적 일가치, 다음으로는 창업지원서비스에 대한 유용성 지각, 마지막으로 창업자기효능감 순으로 나타났다. 창업의도와 설명 변수간의 인과관계가 대부분 지지되었다고 볼 수 있다.

Ⅴ. 결론 및 시사점

본 연구는 커피전문점 예비창업자들을 대상으

로 커피전문점 창업의도에 창업 자기효능감, 일가치 및 창업지원서비스에 대한 유용성 지각 등이 영향을 미치는지를 확인하고자 하였다. 이를 위해 창업 자기효능감, 일가치, 창업지원 서비스에 대한 유용성 지각 및 창업의도에 대하여 선행연구를 통해 이론적 고찰을 연구모형, 설계 및 조사분석을 실시하였다. 본 연구의 실증분석을 통한 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

커피전문점 예비창업자의 창업 자기효능감은 창업의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 예비창업자들에게 창업에 대한 자신감을 높일 수 있다면 그들이 창업에 좀 더 쉽게 접근할 수 있다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

커피전문점 창업에 대한 일가치 지각과 창업의도와의 관계에서는 내재적 일가치가 창업의도와 통계적으로 유의한 영향관계에 있다는 것이 밝혀졌다. 이는 경제적 보수, 지위 등의 외재적인 가치요인보다 자기개발, 발전가능성, 자기만족 등 창업이란 새로운 직업이 제공하는 본질적인 가치속성들이 커피전문점을 창업하고자 하는데 더 큰 영향을 미친다는 것을 의미한다. 반면, 경제적 보수 및 지위 등 외재적 일가치요인과 창업의도 사이의 인과관계가 나타나지 않은 이유는 실제로 예비 창업자들의 커피 전문점 창업을 통해 얻을 수 있는 소득수준이나 지위에 대한 기대가 그리 크지 않을 수 있기 때문일 것이다. 이는 본 연구의 표본 특성을 반영한 것으로 설문 대상자의 80%가 20대임을 감안한다면, 창업의사나 창업결정에 경제적 소득이 주는 가치보다는 직업 자체가 지니는 본질적인 가치에 상대적으로 큰 의미를 부여한 결과로 보여진다. 마지막으로 커피전문점 예비창업자의 창업지원서비스에 대한 유용성 지각은 창업의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 정부의 창업지원서비스의 중요성을 다시 한 번 일깨워준다.

본 연구는 최근에 여러 가지 상황으로 커피전문점이 확대되는 상황에서 이와 관련된 이론적 자료와 향후 창업지원에 대한 정책적 시사점을 제공하고 있다. 우선 연구결과의 이론적 시사점으로는 커피전문점 창업에 관련한 연구가 미비한 실정에서 본 연구는 커피전문점 창업의도에 어떤 요인들이 영향을 미치는지에 대한 폭 넓은 이해를 돕는다. 나아가 창업에 있어 필수요소인 창업교육, 자금지원이나 기술지원, 경영지원 등 정부의 창업지원정책의 중요성을 이해하는데 도움을 줄 수 있으며, 창업이라는 직업에 대해 예비창업자가 갖는 일가치 지각이 어떻게 창업의도에 영향을 미치는지를 규명을 함으로써, 창업연구에서의 일가치의 중요성을 제안하였다.

정책적 시사점으로는 첫째, 창업에 필요한 전문적인 교육서비스 제공을 통해 창업 자기효능감을 높이는 것이 창업 진흥과 성공의 중요한 열쇠가 될 수 있다. 창업 자체는 불확실한 상황을 극복하기 위하여 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처해야 하는 어려운 과정이기 때문에 다양한 창업교육이 필요하며, 효과적인 창업교육은 창업 자기효능감을 높이게 된다(Zhao H 등 2005). 따라서 정부나 관련 기관에서는 문제해결능력, 자금관리능력, 창의적인 의사결정능력, 리더십, 대인관계능력 등 창업관련 자기효능감을 높일 수 있는 다양한 창업교육프로그램을 개발하여, 창업교육서비스가 창업 수요층에게 제공될 수 있도록 할 필요가 있다.

둘째, 타인으로부터의 인정 및 경제적 수입 등 외식관련 창업에 대한 외재적 가치보다 창업 자체로부터 획득될 수 있는 전문성, 일의 도전성, 보람 및 주인의식, 자기 발전성 등 긍정적인 내적 가치를 중심으로 창업에 대한 홍보를 확대할 필요가 있다. 생계유지를 위한 주먹구구식의 창업이 아닌 철저히 계획성과 전문성을 확보한 창업으로의 유도를 통해 창업에 대한 내재적 일가치를 높일 필요가 있다. 셋째, 창업 시 어려움을 줄이기 위해서는 정부의 창업지원서비스 확대가 필요하다. 국가경제에서 창업 중소기업이 수행하고 있는 역할의 중요성을 인식하고, 다양한 지원제도 및 정책을 집행하여야 한다. 즉, 예비창업자들이 창

업을 하는 데 있어 어려움을 덜어줄 수 있도록 사업계획서 지원 및 조세나 금융 등의 자금지원, 입지선정 및 점포구성 지원, 마케팅 지원 등의 광범위하고 다양한 지원을 마련하여야 할 것으로 본다.

본 연구의 한계로는 첫째, 향후 창업의향이 있는 커피전문점 종사자를 대상으로 수도권지역만을 조사하였기 때문에 연구 결과를 일반화하기에는 한계가 있을 수 있다. 또한, 향후에는 실제 커피전문점을 창업하고자하는 실제 예비창업자를 조사할 필요가 있다. 둘째, 창업하고자 하는 커피전문점의 규모나 형태에 따른 구분 없이 조사분석이 이루어졌기 때문에 커피전문점 창업의 규모나 형태에 따라 나타날 수 있는 가변성을 고려하지 못하였다. 이러한 문제를 해소하는 방안으로 확장된 표본을 대상으로 한 후속 연구가 필요하며, 향후 동일 모집단의 다른 표본을 이용한 모델 안정성 검증, 다른 모집단의 표본을 이용한 타당성 확장을 검증함으로써 일반화 가능성을 탐색할 필요가 있다. 또한, 보다 심도 있는 연구를 위해서 심층면접법, 참여관찰법과 같은 질적인 조사방식을 도입하여 설문조사와 병행할 필요가 있다.

한글 초록

본 연구는 커피전문점 예비창업자들을 대상으로 커피전문점 창업의도에 창업 자기효능감, 일가치(내재적 일가치 및 외재적 일가치) 및 창업지원서비스에 대한 유용성 지각 등이 영향을 미치는지를 확인하고자 하였다. 커피전문점 종사자 중 향후 커피전문점 창업의도가 있는 자 300명으로부터 자료를 수집하였다. 분석결과, 첫째, 커피전문점 예비창업자의 창업 자기효능감은 창업의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 커피전문점창업에 대한 일가치 지각과 창업의도와의 관계에서는 내재적 일가치만 창업의도와 통계적으로 유의한 영향관계에 있다는 것이 밝혀졌다. 이는 경제적 보수, 지위 등의 외재적인 가치요인보다 자기개발, 발전가능성, 자기만족 등 창업이란 새로운 직업이 제공하는 본질적인 가치속성들이 커피전문점을 창업하고자 하는데 더 큰 영향을 미친다는 것을 의미한다. 마지막으로, 커피전문점 예비창업자의 창업지원서비스에 대한 유용성 지각은 창업의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 정부의 창업지원서비스의 중요성을 다시 한 번 일깨워 준다.

주제어: 창업 자기효능감, 일가치, 창업지원서비스, 창업의도

참고문헌

매일경제신문. 2012. “자영업 절반 3년 내 망하는 현실 기가 막힌다”. 10월 10일 사설.

연합뉴스. 2015. “자영업은 월급쟁이의 무덤”. 10월 5일자 기사.

Aspen Institute (2000). Fostering entrepreneurship through training and technical assistance. *Field Forum 4*.

Boyd N, Vozikis G (1994). The influence of self-efficacy on the development entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice* Summer:63-77.

Cox L, Mueller S, Moss S (2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education* 1(2):286-299.

Ginzberg, E (1972). Toward a theory of occupational choice: A restaurant. *Vocational Guidance Quarterly* 20:169-176.

Hackman JR, Oldham GR (1974). Motivation through the design of work: Test of a theory. Technical report, No. 6, *Department of Administrative Science* Yale University.

Jun SW (2009). The effect of individualities, environmental traits, and entrepreneurship educa-

tion on the entrepeneurship intention. MS Thesis, Pusan National University.

Kalleberg AL (1977). Work values and job rewards: A theory of job satisfaction. *American Sociological Review* 42:124-143.

Kalleberg AL, Reynolds J, Marsden PV (2003). Externalizing employment: Flexible staffing arrangements in U.S. organizations. *Social Science Research* 32(4):525-552.

Kim MS, Kim YG (2012). Effects of individual trait, educational, organizational factors on entrepreneurial intentions in tourism college students: The mediating effects of entrepreneurial self-efficacy. *J of Foodservice Management* 15 (4):61-84.

Ko DW, Chun BG (2002). The concept and measurement scale of job-esteem : The case of undergraduates majoring tourism studies. *J of Tourism Sciences* 26(3):279-297.

Krueger NF, Brazeal DV (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3):91-104.

Lee HT, Jing J (2013). The effects of Chinese college student"s individual and environmental characteristics on entrepreneurial intention for distribution area. *Korea Research Academy of Distribution Information* 16(6):133-143.

Lee JW (2000). Individual characteristics and entrepreneurial intentions. *Asia Pacific J of Small Business* 22(1):121-146.

Lee SK, Cho CB, Chae GJ (2012). The relationship of the work career, psychological characteristic factor and entrepreneurial intention in the hotel cooks. *J of Foodservice Management* 15(4): 257-275.

Lussier RN (1995). A startup business success advice from business owners to would-be entrepreneurs. *SAM Advanced Management Journal* 60(1):10-13.

McGee LE, Peterson M, Mueller SL, Sequeira JM (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice* 33(4):965-988.

Nord WR, Brief AP, Aeith JM, Doherty EM (1988). Work values and conduct of organizational behavior. In B. M. Staw and L. L. Cummingx(eds.), *Research in Organizational Behavior* 10:1-42.

Oh DK (2004). Eeffect of perceived value of work on job effectiveness. *The Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology* 17 (3):375-399.

Oh SH, Ha GS (2013). Effects on entrepreneurial intention by start-up environment and self-efficacy mediated by fear of business failure. *Journal of Digital Convergence* 11(8):143-157.

Park CR, Lee NJ, Lee CS (2009). Mediating effect of supporting services on the relationship between management strategies and business performance of small & micro business. *J of Finance and Accounting Information* 9(2):81-99.

Park CY (2000). A study of satisfaction of customers to the small business development center in Korea. *Asia Pacific J of Small Business* 22(1):169-194.

Sagie A, Elizur D, Koslowsky M (1996). Work values: A theoretical overview and a model of their effect. *Journal of Organizational Behavior* 17:503-514.

Sandberg WR, Hofer CW (1987). Improving new venture performance: The role of strategy. industry, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing* 2(1):5-28.

Shin JK, Ha GS (2013). Determinants and pattern of entrepreneurial failure. *Journal of Digital*

Convergence 11(5):257-265.

Super DE (1970). Work Values Inventory: Manual. Houghton-Mifflin 50.

Super DE (1973). The work valus inventory, In D. G. Zytowski(Ed.), Contemporary Approaches to Interest Measurement, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Wilson F, Kickul J, Marlino D (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31(3):387-406.

Yoon BS (2004). Determinants of entrepreneurial intentions: Individual characteristics and environmental factors. *Korean Business Review* 17 (2):89-110.

Yook CH, Jeon IO (2014). Effect of entrepreneur's characteristics on the intention of entrepreneruship - Focusing on the moderating effect of entrepreneurship mentoring in Korean. *The Korea Contents Society* 14(10):661-676.

Zhao H, Hills GE, Seibert SE (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology* 90(6):1265-1272.

2015년 08월 11일 접수
2015년 10월 19일 1차 논문수정
2015년 10월 29일 2차 논문수정
2015년 12월 01일 논문게재확정