

외식산업 종사원의 기업가정신(혁신성, 진취성, 위험 감수성)이  
자기효능감, 창업 의도 및 창업 준비 행동에 미치는 영향  
: 사회적 지지의 조절효과를 중심으로

김 영 준(제1저자)

동국대학교wise캠퍼스 호텔관광외식경영학부 조리외식경영학 전공(조교수)

황 조 혜(교신저자)

경희대학교 호텔관광대학 (교수)

The Impact of Entrepreneurship (Innovativeness,  
Proactiveness, and Risk-Taking) of Foodservice Industry  
Employees on Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention and  
Startup Preparation Behavior: The Moderating Effect of  
Social Support

Kim, Young Jun(First Author)

Dept. of Hotel & Tourism Management, Dongguk University(WISE campus) (Professor)

Hwang, Johye(Corresponding Author)

College of Hotel & Tourism Management, Kyung Hee University (Professor)

**Abstract**

This study investigates the impact of entrepreneurship traits—innovativeness, proactiveness, risk-taking, and self-efficacy—on entrepreneurial intention and startup preparation behavior among foodservice employees, with a focus on the moderating role of social support. The foodservice sector is characterized by low entry barriers and a high rate of necessity-driven entrepreneurship. Amid

ongoing economic downturns and growing employment instability, more foodservice workers are considering entrepreneurship. However, the success rate remains low, and a notable gap exists between intention and actual startup behavior. To address this, the study explores how internal entrepreneurial traits interact with external support factors. A structural model was developed based on existing literature. The study targeted employees from five-star hotels and large-scale foodservice enterprises with over 100 employees. A survey was conducted from February 1 to 21, 2025, targeting those with entrepreneurial experience or interest. Of 325 distributed questionnaires, 280 were returned, and 259 valid responses were used for statistical analysis.

*Keywords* : Entrepreneurship, Self-efficacy, Entrepreneurial Intention, Startup Preparation Behavior, Social Support

접수일(2025년 08월 22일), 수정일(2025년 09월 13일), 게재확정일(2025년 09월 21일)

## I. 서론

최근 국내 외식산업은 코로나19 팬데믹과 같은 외부 요인의 영향으로 근본적인 구조 변화에 직면하고 있다. 팬데믹 이전까지는 외식업체 수와 매출이 지속적으로 증가하는 추세였으나, 2020년 이후 급격한 소비 감소로 인해 영업이익이 전반적으로 하락하였다(이희혁·유영진, 2019). 이는 외식산업의 경영 안정성을 위협함과 동시에, 다수의 종사자들이 창업을 하나의 대안으로 고려하게 만드는 계기를 제공하였다. 정부는 이러한 경제 환경 변화에 대응하고자 실업 해소와 일자리 창출을 위한 전략의 일환으로 창업 활성화 정책을 추진 중이다(최원식·김정수, 2022). 특히 외식업 분야는 창업 진입 장벽이 낮고 소자본으로 시작할 수 있어 퇴직자나 중·장년층에게 매력적인 분야로 부상하고 있다. 반면 창업 수의 증가와는 달리, 외식업체들은 인력 부족(통계청, 2024), 평균 근속기간 단축(한국노동연구원, 2023), 정보 접근성 부족, 가격경쟁력 저하 등의 구조적인 문제에 직면하고 있다(김성훈·남정민, 2016). 이러한 맥락에서 외식업 창업의 성공은 단순한 자금 확보나 기술 습득만으로는 이루어지기 어렵고, 경영자의 내적인 역량과 태도에 큰 영향을 받는다(최동락, 2012; 원상필, 2019). 특히 혁신성, 진취성, 위험 감수성 등으로 구성된 기업가정신은 기업 운영 성과와 성장 가

능성에 직접적인 영향을 주는 핵심 요인으로 확인되고 있다(선량·허철무, 2019).

최근 연구에 따르면, 개인이 창업 관련 업무를 성공적으로 수행할 수 있다는 믿음인 자기효능감(self-efficacy)이 창업 의도 및 준비 행동에 유의미한 영향을 미친다는 결과가 다수 보고되고 있다(Boyd and Vozikis, 1994). 이는 개인의 내적 동기 형성에 기여할 뿐만 아니라 실제 행동으로 이어지게 하는 결정적인 요소로 작용하며(Sulistiyani and Suhariadi, 2022), 기업가정신과 결합하여 창업 역량의 핵심 축을 이룬다. 이와 더불어, 창업 활동은 개인 특성뿐 아니라 정부 정책, 자금 조달, 시장 규제 등 다양한 외부 환경 요인의 영향을 함께 받는다(Bruce and Mohsin, 2006). 이 중에서도 사회적 지지(social support)는 창업자가 직면하는 심리적 부담을 완화하고, 창업 행동으로의 전환을 유도하는 데 긍정적인 역할을 하는 조절 변수로 작용할 수 있다(오상훈·하규수, 2013). 하지만 기존 창업 관련 연구들은 대부분 대학생이나 예비 창업자를 대상으로 외부 환경 요인이 창업 의도에 미치는 영향을 규명하는 데 집중하였으며(Crant, 1996; Naktiyok et al., 2010), 실질적으로 창업을 준비하거나 고려 중인 외식업 종사자를 대상으로 한 연구는 매우 제한적이었다(Um and Zhang, 2021). 특히 실제 창업 행동으로 이어질 수 있는 창업 준비 행동에 영향을 미치는 개인의 내적 역량에 대한 구조적 분석은 더욱 부족한 실정이다. 기존의 기업가정신과 관련한 대부분의 연구에서는 대학생이나 예비 창업자와 같은 일반 표본에 집중하여 주로 창업 의도 형성 과정만을 다루었다(김영준, 2024). 또한 외식산업은 다른 업종에 비해 경쟁이 매우 치열하고 규모가 유사하기에 성공적인 운영을 위해서는 경쟁력을 확보하고 외식업 경영자의 기업가정신이 발휘되어야 한다(박기용, 2011; 이상화·하규수, 2015). 즉, 외식산업 종사자는 일반 창업자와 달리 직무 불안정성과 낮은 진입장벽이라는 산업 특수성을 지닌다. 따라서 본 연구는 외식기업 종사자의 산업 특성과 직무 특성을 고려하여 기업가정신, 자기효능감, 창업 준비 행동 간 구조적 관계를 실증적으로 규명함으로써 기존 연구의 한계를 보완하고자 한다. 더불어, 이들 관계에서 사회적 지지의 조절 효과를 함께 검증함으로써, 개인의 심리·행동적 요인과 외부 환경 요인이 어떻게 상호작용을 하는지 밝히고자 한다. 이를 통해 기업가역량 연구의 범위를 확장하고 외식산업이라는 맥락적 특수성을 반영한 차별적 기여를 제시하였다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 기업가정신(Entrepreneurship)

기업가정신은 기업을 운영하는 경영자에게만 요구되는 자질이 아니라, 창업을 준비하거나 미래 직업을 설계하는 개인에게도 필수적인 역량이다(이춘우, 1999). 이 개념은 본래 프랑스어 'entreprendre'에서 유래해 위험을 감수하고 새로운 일에 도전하는 사람을 뜻했으나, 점차 기업가를 의미하는 방향으로 확장되었다(황보운, 2011). 1980년대 이후 미국을 중심으로 본격적인 학문적 탐색이 이루어졌고, 오늘날에는 경영학뿐만 아니라 심리학, 경제학, 사회학, 인류학 등 다양한 분야에서 핵심 주제로 다뤄지고 있다(윤남수, 2012).

기업가정신은 새로운 가치를 창출하기 위한 행동 성향으로, 혁신적인 사고, 진취적인 태도, 그리고 위험을 감수하려는 의지를 핵심으로 한다(강병오, 2011). 이는 개인의 특성을 넘어 조직 운영과 경제 활동의 활성화를 이끄는 정신적 기반이며, 변화와 도전을 기회로 전환하는 경쟁 전략이 된다(윤상호·허원제, 2015). 이후 경쟁적 공격성, 자율성, 문제해결력 등 다양한 특성들이 기업가정신의 확장된 하위 개념으로 제시되며 이론의 외연이 넓어졌지만(고은희·조민호, 2019), 여전히 혁신성, 진취성, 위험 감수성은 기업가정신의 가장 핵심적인 구성 요소로 학문적 합의를 이루고 있다(조연성·박진영, 2010; Bayarcelik and Ozsahim, 2014; 이진석, 2017).

이 중 혁신성은 다양한 자원을 새로운 방식으로 결합하여 창의적인 변화를 이끌어내는 능력으로, Schumpeter(1934)에 의해 창업가 정신의 본질적 요소로 처음 제시된 이후 지속적으로 강조 되어왔다. 이는 새로운 상품의 개발, 생산 공정의 개선, 새로운 시장 개척 등을 포괄하며, 단순한 개선이 아닌 기존 질서를 전환하는 활동으로 이해된다(곽기영, 2013). Drucker(1985)는 변화에 대한 능동적 대응과 기회 포착 능력을 기업가의 핵심 역량으로 보았고, Gurel et al.(2010)은 대학생들이 창업을 고려할 때 높은 수준의 혁신성을 보인다고 보고하였다.

진취성은 시장에서 선도적인 위치를 차지하려는 적극적인 태도를 의미하며, 경쟁자의 움직임에 수동적으로 반응하기보다는 미래의 기회를 예측하고 선제적으로 대응하려는 경향을 반영한다(Dess, Lumpkin and Covin, 1997). 이는 기존 방식에 안주하지 않고 새로운 해결책을 제시하려는 의지와 관련이 있으며, 창업 의도 형성에 중요한 영향을 미친다. 특히 창업자가 시장 내 자신의 입지를 새롭게 구축하고자 할 때 진취성은 필수적인 심리적·행동적 요소가 된다.

위험 감수성은 기업가가 새로운 기회를 포착하고 이를 실현하기 위해 위험을 감내하면서도 자원이나 기존 환경에 얽매이지 않고 적극적으로 행동하려는 태도를 의미한다(Covin and Slevin, 1993). 이와 같은 성향은 불확실한 상황 속에서도 가능성을 탐색하고, 경쟁이 치열한 시장 환경에서 기회를 실현하는 데 핵심적인 역할을 한다. 즉, 기업가는 명확한 결과가 보장되지 않더라도 과감하게 새로운 영역에 도전하는 경향을 지니며(Wiklund and Shepherd, 2003), 실패 가능성이 존재하는 상황에서도 실행을

주저하지 않는 특징을 보인다(Dess and Lumpkin, 2005). 나아가 상당한 자원을 불확실한 환경에 투입하는 과감한 결정도 위험 감수성의 한 형태로 볼 수 있다(Rauch et al., 2009). 이러한 성향은 창업 과정 전반에 걸쳐 내재된 심리적 특성으로 작용하며, 창업자의 중요한 개인적 역량 중 하나로 평가된다(김춘화, 2013).

기업가정신은 기업이 변화하는 환경에 적응하고 지속적인 성장을 도모하는 데 필수적인 자산으로, 단순한 전략이 아닌 조직 전체의 태도와 행동을 포함하는 개념이다(노인균, 2019). 나아가 기업가정신은 조직 내부의 혁신을 촉진하고, 외부적으로는 고용을 창출하며 경제적 가치와 사회적 부를 확산시키는 역할도 수행한다(Wong et al., 2005). 특히 빠르게 변화하는 외식산업과 같이 경쟁이 치열하고 소비자 트렌드가 민감하게 변동하는 분야에서 기업가정신은 새로운 시장 기회를 포착하고 이를 사업화함으로써 기업의 성장과 지속가능성을 견인하는 중심축이 된다.

## 2.2 자기효능감(Self-Efficacy)

자기효능감은 특정 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 신념으로, Bandura(1997)의 사회 인지 이론에서 비롯된 핵심 개념이다. 이는 단순한 성향이 아니라, 목표를 달성하는 데 필요한 행동을 조직하고 실행할 수 있다는 인지를 의미하며(Zimmerman and Moylan, 2009), 다양한 과업 상황에서 자신의 능력을 발휘할 수 있다는 심리적 신념이며, 과업 수행에 대한 자신감을 통해 행동을 유도한다(Gist and Mitchell, 1992; Gardner and Pierce, 1998). 특히 창업과 같은 불확실한 상황에서는 문제 해결과 실행력을 뒷받침하는 핵심 동기 자원으로 작용하며(Wood and Bandura, 1989; Pruett, 2012), 자기효능감이 높은 사람은 위험 상황에서도 기회를 탐색하고 능동적으로 대처하는 경향이 있다.

창업 맥락에서는 이 개념이 기업가 효능감(Entrepreneurial Self-Efficacy, ESE)으로 확장되며, 창업자의 역할과 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 믿음을 의미한다(McGee et al., 2009). 기업가 효능감이 높은 사람은 창업에 적극적으로 참여하고 아이디어 실현 가능성을 높이며(Kearney et al., 2008; Dempsey and Jennings, 2014), 반대로 낮은 사람은 창업보다 고용 안정성을 선호하는 경향이 있다(Markman and Baron, 2003). 따라서 창업 준비 단계에서 자기효능감을 강화하는 것은 성공 가능성 제고를 위한 핵심 전략이라고 할 수 있다(이선경, 2023).

## 2.3 창업 의도(Entrepreneurial Intention)

Ajzen(2005)은 창업 의도를 개인이 특정 행동을 수행할 준비 상태로 설명하며,

이는 실제 행동을 예측할 수 있는 핵심 요소로 간주하였다. 이는 개인이 창업 활동을 통해 얼마나 인내력 있게 가치를 실현할 수 있는지를 반영하는 심리적 개념이다(박시사·강성일, 2007). 창업 의도는 독립적인 사업체를 시작하거나 소유하려는 강한 동기를 의미하며(Bird, 1988), 전통적인 고용 관계를 대체하려는 잠재적 창업자의 심리 상태를 설명하는 핵심 변수로 활용된다(신하성, 2018). Crant(1996)는 창업 의도를 개인의 창업 가능성을 내포한 계획으로 보았으며, 높은 창업 의도를 가진 사람은 환경 제약을 뛰어넘어 행동할 가능성이 크다고 설명하였다(Shapero, 1982). 창업 의도는 창업 결정 과정에서 중심적 역할을 하며, 이와 관련한 다수의 실증 연구가 진행되었다. 김진희·양동우(2018)는 직무만족과 기업가정신, 특히 혁신성과 위험 감수 성향이 창업 의도에 긍정적 영향을 미친다고 밝혔다.

## 2.4 창업 준비 행동(Startup Preparation Behavior)

창업 준비 행동은 예비 창업자가 창업을 실현하기 위해 정보를 수집하고 자원을 확보하는 일련의 구체적인 활동을 의미한다(윤지영·이은정, 2013). 창업 관련 교육 프로그램이나 동아리 참여, 지식 교환, 시장 정보 탐색 등은 창업 실행을 위한 실질적인 준비로 간주된다(조우제, 2020). 이러한 활동은 창업 목표 달성을 위해 필요한 조건을 갖추고 사전 학습이나 훈련을 수행하는 일련의 준비 과정이다(이예진·이기학, 2010; 양재장·남중현, 2015). 또한 창업 준비 행동은 단순히 정보를 탐색하는 단계를 넘어서, 사업 실행을 위한 사전 전략 수립과 자원 활용 방안을 포함하는 포괄적인 활동이다(이선경, 2023). Lussier(1995)는 성공적인 창업을 위해 체계적인 사전 준비의 중요성을 강조했으며, 이 과정에는 교육 참여, 자금 확보, 전문가와의 상담 등이 포함된다. Braunerhjelm(2010)은 창업 준비 행동을 정보 수집뿐만 아니라 창업에 필요한 조건을 충족시키는 실천적 행위로 보았으며, 윤지영·이은정(2013)은 이를 교육 참여, 창업 동아리 활동, 정보 탐색 등으로 구체화하며, 이러한 활동이 창업 성공에 직접적으로 기여한다고 주장하였다. 이처럼 창업 준비 행동은 단순한 사전 조사 활동이 아니라, 예비 창업자가 실제 창업 능력을 강화하고 창업 성공 가능성을 높이는 데 결정적인 역할을 하는 전략적 실천 과정으로 볼 수 있다. 결국 창업 준비 행동은 창업을 희망하는 개인이 자신의 목표를 실현하는 데 필요한 역량을 체계적으로 개발하고, 창업 과정에서의 다양한 도전을 관리할 수 있는 기반을 마련하는 일련의 행동으로 정의할 수 있다.

## 2.5 사회적 지지

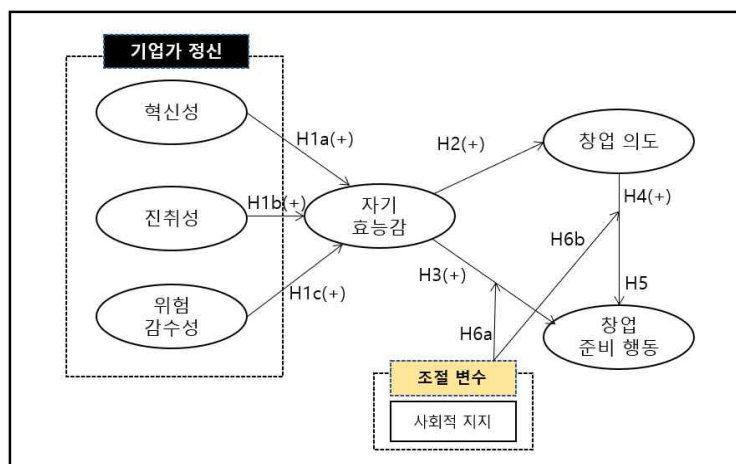
사회적 지지는 개인이 주변의 인간관계 속에서 얻는 긍정적인 자원으로, 다양한 스트레스 상황이나 위기를 극복하는 데 중요한 심리적 자원으로 작용한다(Cohen and Hoberman, 1983; 임수진, 2017). 사람은 타인과의 상호작용을 통해 정서적 유대감을 형성하게 되며, 사회적 지지는 이러한 상호작용 속에서 개인이 느끼는 안정감과 지지감을 통해 무력감이나 문제 상황을 해소하도록 돕는다(박재환·김재호, 2014). 창업 초기에는 실패에 대한 두려움과 불확실성이 크기 때문에, 사회적 지지는 창업자의 행동과 태도에 실질적인 영향을 미친다(Shiri et al., 2012). 특히 사회적 지지를 높게 인식하는 사람은 실패에 대한 불안이 낮고 창업에 더욱 적극적인 태도를 보이는 경향이 있다(박재환·김재호, 2013). 가족, 친지, 지인 등 가까운 인간관계로부터 얻는 지지는 심리적 안정감은 물론, 환경에 대한 적응력과 통제감을 높여주며, 창업 의도 형성에 긍정적 영향을 미친다(Farooq et al., 2018; 강은정, 2023).

## Ⅲ. 연구 설계

### 3.1 연구모형

본 연구는 선행 연구를 바탕으로 외식산업 종사원의 기업가정신에 따른 자기효능감, 창업 의도, 창업 준비 행동의 인과관계를 살펴보고자 한다. 연구의 목적을 수행하기 위해 <그림 1>과 같은 연구모형을 설계하여 검증하였다.

<그림 1> 연구모형



## 3.2 연구가설

### 3.2.1 기업가정신과 자기효능감의 관계

기업가정신은 경영 전반의 혁신과 조직 내부의 역량 강화를 지향하는데 이는 조직 구성원의 사기 및 생산성 향상에 기여하며 최종적으로는 기업의 성과를 증대시키는데 중요한 역할을 한다(Pearson, 1989). 실제로 이기화·신용준(2010)의 벤처기업 CEO들을 대상으로 한 연구를 살펴보면 기업가정신의 혁신성과 위험 감수성이 구성원들의 자기효능감에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다. 또한 이러한 기업가정신은 개인적으로 창업을 위한 자기 확신을 높이는 데 기여한다고 하였다. 기업가정신은 업무 몰입에 긍정적인 영향을 주며 스스로 동기부여가 되도록 하여 자기효능감에 영향을 미친다(박정우·김진모, 2020). 기업가정신이 높은 구성원일수록 업무에 더욱 확신을 가지고 스스로 리드하여 좋은 성과를 내는 경우가 많다(Peterson and Arn, 2005). 이러한 다수의 선행 연구를 바탕으로 기업가정신이 개인과 조직의 성과에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요소임이 확인할 수 있었다. 이에 반해 기업가정신과 자기효능감 사이의 실질적인 관계를 규명한 실증 연구는 상대적으로 드물다는 점에서 본 연구의 필요성이 크다. 이에 본 연구는 잠재적 예비 창업가인 외식산업 종사원들의 기업가정신이 자기효능감에 미치는 영향을 알아보고자 다음과 같이 가설을 제시하였다.

H1: 기업가정신은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1a: 혁신성은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1b: 진취성은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1c: 위험 감수성은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2 자기효능감과 창업 의도의 관계

정경희·성창수(2016)는 자기효능감이 창업 의도를 형성하는 데 있어 핵심적인 신념 역할을 하며 이는 개인의 창업 행동을 증가시키는 결과를 가져온다고 주장하였다. 사회 인지 이론에 따르면 자기효능감은 개인의 행동 선택, 노력의 지속, 그리고 환경에 대한 대처 방식에 중요한 역할을 한다. 특히 업무 수행에 대한 자신감이 높으면 그 활동을 추구하는 반면 자신감이 낮으면 회피하는 경향이 있다고 보았다(Wood and Bandura, 1989). 이와 관련하여 Chen et al.(1998)은 비즈니스 및 심리학 전공 학생들을 대상으로 한 연구에서 자기효능감이 기업가적 의도와 긍정적인 관계가 있다는 결과를 보고하였다. 이러한 연구 결과는 자기효능감이 기업가 의도의 중요한 예측 변수로 작용할 수 있음을 시사한다. 이러한 선행 연구를 바탕으로 본 연구는 다음과 같

이 가설을 설정하였다.

**H2: 자기효능감은 창업 의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.**

### 3.2.3 자기효능감과 창업 준비 행동의 관계

그동안의 선행 연구는 주로 자기효능감이 진로 준비 행동에 미치는 영향을 다루었으며 자기효능감이나 기업가 효능감과 창업 준비 행동 간의 연관성을 탐색한 연구는 상대적으로 부족하다. 옥준우·현병환·장은실·양재민(2020)의 연구에 따르면 창업자의 자기효능감이 창업 의도와 창업 행동에 직접적으로 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 또한 양재장·남중현(2015)은 창업 동기와 창업 교육 만족도가 창업 준비 행동과 자기효능감, 외식 창업 의도에 미치는 영향을 연구하였는데 자기효능감이 창업 준비 행동에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다.

이러한 선행 연구를 토대로 자기효능감이 창업 준비 행동에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상되어 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H3: 자기효능감은 창업 준비 행동에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.**

### 3.2.4 창업 의도와 창업 준비 행동의 관계

창업 의지가 창업 준비 행동에 유의미한 영향을 미친다는 다수의 연구 결과가 있다(이예진·이기학, 2010; 김수란·정미경, 2014; 양재장·남중현, 2015; 김영준, 2024). 시니어를 대상으로 한 연구에 따르면 창업 의지가 창업 준비 활동에 직접적인 영향을 미쳤는데 이는 창업 의지가 창업 준비 활동을 하게 하는 중요한 선행 조건임을 시사한다고 할 수 있다(박종범·양영석·김명숙, 2020). 이러한 연관성을 고려하여 본 연구에서는 창업 의도가 창업 준비 행동에 긍정적인 영향을 줄 것이라고 예상하였다. 더 나아가 전술하였던 자기효능감이 창업 의도와 창업 준비 행동에 유의한 영향을 줄 수 있다는 선행 연구를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H4: 창업 의도는 창업 준비 행동에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.**

**H5: 외식산업 종사원의 창업 의도는 자기효능감과 창업 준비 행동의 영향 관계를 매개할 것이다.**

### 3.2.5 사회적 지지의 조절효과

창업을 저해하는 다양한 원인 중 가족의 반대나 경제적 어려움은 개인의 도전이나 결정 과정에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요인이다(Lent and Brown, 2020). 특히 가족이나 지인의 반대는 예비 창업자에게 중요한 외부 방해 요소로(Swanson and

Woitke, 1997), 개인의 결정과 행동에 큰 영향을 미친다(공윤정, 2005; 천석준·이기학, 2008). 또한 실패에 대한 두려움은 전문성과 경험이 충분하지 못하다고 인식하는 불안함에서 비롯되기 때문에 초기의 예비 창업자일수록 사회적 지지가 큰 영향을 미칠 수 있다(박재환·최민정, 2016). 즉, 창업 관련 경험이나 기술, 정보의 습득, 주변인의 지지, 경제적 도움 등의 사회적 지지를 통해 창업에 대한 두려움을 없애고 자신감이 높아지는 것이다(천석준·이기학, 2008).

이에 본 연구는 어려운 상황에서도 위로와 지지, 경제적 지원, 정보 제공 등의 사회적 지지가 창업 준비 행동의 관계를 조절하는지 파악하는 것이 중요하다고 판단하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H6: 사회적 지지는 자기효능감, 창업 준비 행동, 창업 의도와의 관계를 조절할 것이다.**

H6a: 사회적 지지는 자기효능감과 창업 준비 행동의 관계를 조절할 것이다.

H6b: 사회적 지지는 창업 의도와 창업 준비 행동의 관계를 조절할 것이다.

### 3.3 조사 설계 및 자료 수집

본 연구는 외식기업, 호텔, 레스토랑 등에서 조리, F&B, 사무실에서 근무하는 외식산업 종사원을 대상으로 2025년 2월 1일~2월 21일까지 3주에 걸쳐 설문하였다. 특히 본 연구는 외식산업 종사원(5성급 호텔 또는 100인 이상의 외식 업체)을 대상으로 무작위 표본추출 방법을 적용하여 설문을 진행하였다. 설문은 325부를 배부하여 총 280부가 회수되었고 불성실하게 응답한 21개를 제외하고 최종적으로 259부의 데이터를 통계분석에 사용하였다.

### 3.4 분석 방법

본 연구는 설문조사를 통해 얻은 데이터의 통계분석을 위해 SPSS 26.0, AMOS 22.0, PROCESS macro 4.2 버전을 이용하여 다음과 같은 분석을 시행하였다. 본 연구에서 사용한 측정 항목들은 관련 문헌 연구를 통해 추출되었고 예비조사를 통해 문항의 수정을 거쳤다. 이로써 내용 타당성을 확보하였으며 신뢰도 분석을 통해 내적 일관성 여부를 확인할 수 있었다. 외식산업 분야 종사원의 기업가 신에 따른 창업 의도 및 준비 행동에 대한 영향 관계를 살펴보기 위해 구조방정식 모델을 이용하여 전체 모형의 적합도를 측정하였고 사회적 지지가 창업 준비 행동을 위한 경로에서 조절된 매개효과를 보기 위해 Process macro model 15를 통해 검증하였다.

## IV. 실증분석 결과

### 4.1 표본의 인구통계학적 특성

본 연구에서는 연령, 성별, 학력 등 일부 인구통계학적 요인이 창업 의도 및 준비 행동에 영향을 미칠 수 있으나 표본 수 제한 및 모형 단순화를 위해 주요 변인만을 포함하였다. 대신 인구통계학적 특성의 영향은 사전 기술통계를 통해 확인하여 타당성을 확보하였다. 총 259명의 응답자 중에서 남성은 54.4%(141명), 여성은 45.6%(118명)이었고, 연령대는 20대 29.3%(76명), 30대 29.7%(77명), 40대 19.3%(50명), 50대 12.0%(31명), 60대 이상 9.7%(25명)로 조사되었다. 결혼 여부에서는 미혼 50.2%(130명), 기혼 49.8%(129명)로 기혼자의 비율이 더 높았다. 학력별 분포는 고등학교 졸업 6.6%(17명), 전문대학 졸업 34.4%(89명), 대학교 졸업 42.1%(109명), 대학원 졸업 17.0%(44명)로 대학교 졸업자가 가장 높은 비중을 차지하였다. 근무지는 외식기업 27.8%(72명), 호텔 23.9%(62명), 레스토랑 41.7%(108명), 기타 6.6%(17명)로 개인 레스토랑 근무자가 가장 높은 비율을 보였다.

<표 1> 인구통계학적 특성(N=259명)

구분		빈도	%	구분		빈도	%
성별	남성	141	54.4	학력	고졸 이하	17	6.6
	여성	118	45.6		전문대졸	89	34.4
연령	20대	76	29.3		대졸	109	42.1
	30대	77	29.7	대학원 재학 이상	44	17.0	
	40대	50	19.3	근무지	외식기업	72	27.8
	50대	31	12.0		호텔	62	23.9
60대 이상	25	9.7	레스토랑		108	41.7	
결혼	미혼	130	50.2		기타	17	6.6
	기혼	129	49.8	합계	259	100	

이와 같은 결과를 통해, 본 연구의 표본은 다양한 연령대와 학력, 근무지를 포함하고 있으며 특히 대학교 졸업자와 개인 레스토랑 종사자의 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

## 4.2 신뢰성과 타당성

본 연구에서는 측정 항목의 타당성과 신뢰도를 확보하기 위해 확인적 요인분석과 신뢰도 분석을 실행하였다. 주성분 분석 방법과 베리맥스(Varimax) 직각 회전방식을 사용하여 요인을 추출하고 요인 구조를 명확히 하였다. 요인 선별 기준으로는 고윳값(Eigenvalue) 1 이상, 공통성과 요인 적재량 0.5 이상을 적용하였다. 확인적 요인분석 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 확인적 요인분석과 신뢰도 분석

구분		표준화 계수	Cronbach $\alpha$	AVE	CCR
혁신성	나는 항상 새로운 제품이나 기술에 관심이 많다.	0.728	0.868	0.558	0.809
	나는 창의력이 뛰어나고 독창적이다.	0.742			
	나는 새로운 아이디어를 높게 평가한다.	0.74			
	나는 독창적이고 혁신적인 아이디어를 적극 수용한다.	0.792			
	나는 창조적인 행동을 하는 사람이다.	0.794			
진취성	나는 무엇을 하든 늘 남보다 잘하고 싶다.	0.754	0.797	0.561	0.772
	나는 옛 것보다 새 것이 좋다.	0.645			
	나는 보수적이기보다는 개혁적이라고 생각한다.	0.619			
	나는 고생을 하더라도 진취적인 일을 하고 싶다.	0.806			
위험 감수성	나는 위험을 감지하면 이를 극복할 방법을 모색한다.	0.965	0.884	0.649	0.878
	나는 불확실하더라도 과감하게 의사결정을 한다.	0.914			
	나는 새로운 도전에 대한 두려움이 없다.	0.633			
	나는 환경이 변하더라도 잘 대응할 수 있다.	0.74			
자기 효능감	나는 내가 이루고자 하는 목표를 달성할 수 있다.	0.923	0.900	0.735	0.917
	나는 업무를 처리하는 데 필요한 기술을 갖추고 있다.	0.84			
	나는 리더로써 사람들이 잘 따를 수 있게 할 자신이 있다.	0.858			
	나는 업무 처리에 필요한 충분한 역량을 갖추고 있다.	0.703			
창업 의도	나는 머지않아 사업체를 설립할 분명한 계획이 있다.	0.998	0.989	0.982	0.996
	나는 머지않아 외식사업체를 설립할 분명한 계획이 있다.	0.998			
	나는 언젠가 사업체를 가질 것이다.	0.995			
	나는 언젠가 외식사업체를 가질 것이다.	0.998			
창업 준비 행동	나는 향후 창업을 위한 경험을 여러 방면에서 쌓고 있다.	0.973	0.976	0.873	0.954
	나는 향후 창업에 대한 전문성을 위해 노력하고 있다.	0.955			
	나는 향후 창업을 하기 위해 프로그램에 참여하고 있다.	0.967			
사회적 지지	내가 좌절할 때 나를 위로해 줄 누군가가 있다.	0.912	0.935	0.768	0.914
	내가 경제적으로 어려움을 겪을 때 도와줄 누군가가 있다.	0.935			
	나에게 창업과 관련한 정보를 제공해 줄 누군가가 있다.	0.984			
$\chi^2(377) = 830.073$ , $\chi^2/df = 2.202$ , $TLI = 0.943$ , $CFI = 0.950$ , $RMSEA = 0.068$ , $SRMR = 0.0520$					

### 4.3 가설검증

#### 4.3.1 기업가정신이 자기효능감에 미치는 영향

본 연구는 기업가정신의 하위 요인이 자기효능감에 미치는 영향을 검증하기 위해 다중회귀분석을 수행하였다. 분석 결과 혁신성( $\beta=0.130$ ,  $p=0.044$ ), 진취성( $\beta=0.136$ ,  $p=0.029$ ), 위험 감수성( $\beta=0.127$ ,  $p=0.048$ )으로 나타났다. 이러한 결과는 혁신성과 진취성이 높을수록 새로운 시도를 하는 과정에서 적극적인 태도를 보이며, 위험 감수성이 높은 사람일수록 불확실성을 감수하고 창업과 같은 도전에 나설 가능성이 높다는 점을 시사한다. 이에 가설 1은 채택되었다(<표3>).

<표 3> 다중회귀분석 결과

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	$\beta$		
(상수)	2.610	0.397		6.574	.000
혁신성	0.102	0.050	0.130	2.026*	.044
진취성	0.127	0.058	0.136	2.198*	.029
위험 감수성	0.111	0.054	0.127	2.048*	.042

Note: \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

#### 4.3.2 자기효능감이 창업 의도에 미치는 영향

자기효능감이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 자기효능감은 창업 의도에 통계적으로 유의한 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=0.480$ ,  $p <0.001$ ) (<표 4>). 이는 자기효능감이 높은 사람일수록 창업을 실현하려는 인지적 동기가 강하게 형성됨을 의미하며 자기효능감이 창업 결정 과정에서 중요한 예측 변수임을 시사한다.

<표 4> 자기효능감이 창업 의도에 미치는 영향

변수	계수( $\beta$ )	SE	t	p	LLCI	ULCI
(상수)	3.210	0.585	5.490	<0.000	2.061	4.359
자기효능감	0.480	0.073	6.575	<0.000	0.337	0.623

Note: \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ , LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값, ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

#### 4.3.3 창업 의도 및 자기효능감이 창업 준비 행동에 미치는 영향

창업 준비 행동을 종속변수로 설정하여 자기효능감과 창업 의도가 동시에 영향을

미치는지를 분석하였다. 분석 결과, 자기효능감은 창업 준비 행동에 유의한 정(+)의 직접 효과를 보였으며( $\beta=0.765, p<0.001$ ), 창업 의도 역시 창업 준비 행동에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=0.305, p<0.001$ ) (<표 5>). 이는 인지적 의도 형성이 창업 준비 행동으로 이어지는 경향성을 실증적으로 입증한 결과라고 할 수 있다.

<표 5> 자기효능감과 창업 의도가 준비 행동에 미치는 영향

변수	계수( $\beta$ )	SE	t	p	LLCI	ULCI
(상수)	-0.980	0.285	-3.440	0.007	-1.543	-0.417
자기효능감	0.765	0.062	12.340	<0.000	0.643	0.887
창업 의도	0.305	0.056	5.450	<0.000	0.195	0.415

Note: \* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ , LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값, ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

#### 4.3.4 매개효과 유무 및 간접효과 분석(부트스트랩 신뢰구간 포함)

PROCESS macro 부트스트래핑(5,000회) 분석 결과, 자기효능감이 창업 의도를 매개로 창업 준비 행동에 미치는 간접효과는 0.146(95% CI [0.082, 0.221])로 유의하였다(<표 6>). 직접효과( $\beta=0.308, p<0.05$ ) 역시 유의해 부분 매개 구조가 확인되었으며, 이는 Cohen(1988) 기준 중간 이상 수준의 효과 크기에 해당한다. 이 결과는 사회인지이론(Bandura, 1997)과 계획행동이론(Ajzen, 1991)을 지지하며, 자기효능감이 높을수록 창업 의도가 강화되고 이를 통해 준비 행동이 촉진됨을 보여준다. 또한 자기효능감은 의도를 통한 간접경로와 직접 경로 모두에서 창업 준비 행동에 영향을 미친다. 이에 가설 2, 3, 4, 5가 모두 채택되었으며, 이후 분석에서는 사회적 지지에 따른 이 관계의 변화를 추가 검증하였다.

<표 6> 자기효능감-창업 의도-창업 준비 행동 간의 간접효과 분석 결과

매개 경로	간접효과	BootSE	BootLLCI	BootULCI
자기효능감-창업 의도-창업 준비 행동	0.146	0.034	0.082	0.221

Note: LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값, ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

#### 4.3.5 사회적 지지의 조절효과 분석(Model 15)

본 연구는 사회적 지지가 자기효능감과 창업 의도 간의 경로 및 이들이 창업 준비 행동에 미치는 영향력의 크기 변화를 포괄적으로 살펴보는 이중 조절된 매개효과 분석을 위해 PROCESS macro의 Model 15를 사용하였다. 자기효능감(X)이 창업 의도

(M)를 매개로 하여 창업 준비행동(Y)에 미치는 영향과 이 경로에 사회적 지지(W)가 조절변수로 작용하는지를 확인하기 위하여 분석하였다.

#### 4.3.5.1 자기효능감과 사회적 지지, 창업 의도와 사회적 지지의 상호작용항 유의성

자기효능감×사회적 지지(X×W) 항은  $\beta=0.095(p=0.005)$ ,  $\Delta R^2=0.016(p=0.002)$ 로 유의하여, 사회적 지지가 높을수록 자기효능감이 창업 준비 행동에 미치는 긍정적 효과가 강화됨을 확인했다. 반면, 창업 의도×사회적 지지(M×W)항은 계수( $\beta=0.074$ ,  $p=0.006$ )는 유의했으나 설명력 증가( $\Delta R^2=0.002$ ,  $p=0.915$ )는 나타나지 않아, 창업 의도 단계에서는 사회적 지지가 행동 전환에 실질적 기여를 하지 않는 것으로 해석된다(<표 7>). 이는 사회인지이론(Bandura, 1997)과 자원기반관점(Barney, 1991)에 따라, 심리적 자원(자기효능감)은 사회적 지지와 결합할 때 행동으로의 전환이 촉진되지만, 의도 형성 이후에는 시간·자금·기회 등 현실적 자원이 더 직접적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

<표 7> 자기효능감-사회적 지지, 창업 의도-사회적 지지의 상호작용 유의성 결과

상호작용	회귀계수( $\beta$ )	SE	t	p	LLCI	ULCI
자기효능감×사회적 지지	0.095	0.034	2.790	0.005	0.028	0.162
상호작용에 따른 R <sup>2</sup> 증가	R <sup>2</sup> =0.016, F=10.01**, p=0.002					
창업 의도×사회적 지지	0.074	0.027	2.740	0.006	0.021	0.127
상호작용에 따른 R <sup>2</sup> 증가	R <sup>2</sup> =0.000, F=0.01, p=0.915					

Note: \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ , LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값, ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

#### 4.3.5.2 사회적 지지의 조건부 직접 효과 및 간접효과 분석

분석 결과, 사회적 지지가 낮을 때 자기효능감의 창업 준비 행동에 대한 효과는  $\beta=0.657(p<0.001)$ , 높을 때는  $\beta=0.847(p<0.001)$ 로, 사회적 지지가 높을수록 영향력이 강화되었다. 창업 의도→준비 행동 경로 역시 낮을 때  $\beta=0.237$ , 높을 때  $\beta=0.351$ 로 유의한 증폭 효과가 나타났다 (<표 8>). 또한 조건부 간접효과 분석에서, 사회적 지지가 낮은 경우 간접효과는  $\beta=0.114$ , 높은 경우  $\beta=0.169$ 로 모두 유의하였으며, 높은 수준에서 효과 크기가 더 컸다. 이는 사회적 지지가 자기효능감의 직접 효과뿐만 아니라 창업 의도를 매개로 한 간접효과까지 강화함을 보여준다 (<표 9>).

이러한 결과는 사회적 지지가 심리적 자원(자기효능감)을 행동으로 전환하는 데 필수적인 사회·관계적 자원으로 작용하며, 두 자원의 결합이 창업 준비 과정에서 시너지 효과를 낼 수 있다는 점을 시사한다.

<표 8> 사회적 지지 수준에 따른 자기효능감, 창업 의도의 조건부 효과

	조절 변수		직접 효과	SE	t	p	95% 신뢰구간 (LLCI, ULCI)
자기 효능감	사회적 지지	낮음	0.657	0.049	13.40	<0.000	(0.560, 0.754)
		높음	0.847	0.038	22.30	<0.000	(0.773, 0.921)
창업 의도	사회적 지지	낮음	0.237	0.044	5.39	<0.000	(0.151, 0.323)
		높음	0.351	0.042	8.36	<0.000	(0.269, 0.433)

<표 9> 사회적 지지 수준에 따른 간접효과

조절변수		간접효과	BootSE	BootLLCI	BootULCI
사회적 지지	낮음	0.114	0.031	0.056	0.181
	높음	0.169	0.036	0.103	0.242

Note: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값, ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

#### 4.3.5.3 조절된 매개효과 검정

사회적 지지가 자기효능감이 창업 의도를 거쳐 창업 준비 행동에 미치는 간접효과를 조절하는지 검증한 결과, Moderated Mediation Index는 0.055(boot SE = 0.021, 95% CI [0.017, 0.103])로 0을 포함하지 않아 통계적으로 유의하였다(<표 10>). 이는 Cheung and Lau(2008)의 기준에서 작은~중간 수준의 효과로, 사회적 지지가 높을수록 자기효능감이 창업 의도를 강화하고 이를 통해 준비 행동으로 이어지는 간접경로의 영향력이 증폭됨을 의미한다. 이러한 결과는 조건부 간접효과 분석(<표 9>)에서 사회적 지지가 높은 경우 간접효과가 0.169로 증가한 것과 일치하며, 가설 6을 지지한다.

<표 10> 조절된 매개효과 지수

조절변수	지수(Index)	BootSE	BootLLCI	BootULCI
사회적 지지	0.055	0.021	0.017	0.103

## V. 결 론

### 5.1 논의 및 결론

본 연구는 외식산업 종사원을 대상으로 내부 역량 요인인 기업가정신과 자기효능감, 외부 환경 요인인 사회적 지지가 창업 의도와 창업 준비 행동에 미치는 구조적 관계를 실증 분석하였다. 주요 결과와 해석은 다음과 같다.

첫째, 기업가정신의 세 하위 요인(혁신성, 진취성, 위험 감수성)은 모두 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 기업가정신이 심리적 자원으로 작용하여 도전적 목표 설정과 자기 신념 형성을 촉진한다는 Ireland et al.(2009)의 주장과 일치하며, 선행 연구(유시정·김영택·양태식, 2006; 박정우·김진모, 2020)에서도 확인된 바와 같이 혁신·도전 성향과 위험 감수 태도가 자기효능감을 강화하고 창업 성과를 높이는 토대가 될 수 있음을 시사한다.

둘째, 자기효능감은 창업 의도와 창업 준비 행동 모두에 강한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 창업 의도 역시 창업 준비 행동에 유의한 영향을 나타냈다. 또한 자기효능감이 창업 의도를 매개로 창업 준비 행동에 영향을 미치는 간접효과도 통계적으로 유의하였다. 이는 자기효능감이 직접적으로 행동을 유발할 뿐 아니라, 의도를 강화하여 행동으로 전환하는 매개 경로를 거친다는 점에서 Bandura(1997)의 사회인지이론과 Ajzen(1991)의 계획된 행동이론을 동시에 지지한다. 특히 외식기업 종사자의 높은 이직률과 불안정한 근로 환경은 자기효능감과 같은 요인이 창업 준비 행동으로 이어질 가능성이 높다. 또한 제조업이나 IT산업과 달리 외식산업에서는 창업 의도가 실질적인 창업 준비 행동으로 이어짐을 알 수 있다.

셋째, 사회적 지지는 자기효능감과 창업 준비 행동 간 관계에서 유의한 조절효과를 보였다. 이는 정서적·정보적 지지가 개인의 심리적 자원을 실질적 행동으로 구체화하는 촉진 요인임을 의미한다. 그러나 창업 의도와 창업 준비 행동 간 관계에서 사회적 지지의 조절효과는 통계적으로 유의하더라도 설명력 증가가 미미하여, 이미 형성된 동기를 행동으로 전환하는 과정에서는 영향력이 제한적임을 시사한다. 이는 사회적 지지가 행동의 초기 단계, 즉 심리적 기반 형성과 실행 가능성 확보에는 중요한 역할을 하지만, 행동 자체를 구조적으로 변화시키는 데는 한계가 있다는 점을 보여준다. 이러한 결과는 사회인지이론(Bandura, 1997)과 자원기반관점(Resource-Based View; Barney, 1991)에 근거하여 해석할 수 있다. 자기효능감은 개인이 보유한 내적 역량이자 경쟁 우위의 원천이며, 사회적 지지는 이를 극대화하는 외부 자원으로써 기능한다. 따라서 외식산업 종사자의 창업 활성화를 위해서는 개인의 혁신적·도전적 역

량 개발과 함께, 사회적 지지 네트워크를 강화하는 전략이 병행되어야 할 것이다.

## 5.2 연구의 학문적·실무적 시사점

### 5.2.1 학문적 시사점

본 연구는 창업 관련 역량 개념을 다차원적으로 확장·구성하여 실증 검증했다는 점에서 의의가 있다. 첫째, 창업 관련 역량을 다차원적으로 구성하고 이를 실증 검증하였다. 기존 연구가 주로 기업가정신과 성과 간의 단편적 관계에 초점을 맞춘 반면, 본 연구는 혁신성·진취성·위험 감수성을 포함한 기업가정신과 자기효능감, 창업 의도, 창업 준비 행동 간의 구조적 관계를 외식산업 종사자 대상으로 규명하였다.

둘째, 자기효능감이 창업 행동에 미치는 직접·간접 경로를 동시에 분석하여, 자기효능감이 의도를 매개로 행동 변화를 유도함을 확인하였다.

셋째, 창업 의도와 준비 행동 간 인과 경로를 실증 분석함으로써 ‘의도-행동 괴리(intention-behavior gap)’ 문제를 보완하였다. 단순히 의도를 측정하는 데 그치지 않고 준비 행동을 결과 변수로 설정하여 창업 의사결정 이론의 설명력을 높였다.

넷째, 사회적 지지를 조절변수로 도입해 환경 요인이 개인 역량의 발휘 수준을 변화시킬 수 있음을 확인함으로써, 창업 행동 연구에 환경적 맥락 변수를 통합하였다.

종합하면, 본 연구는 외식 창업을 개인 역량과 환경 요인의 상호작용 관점에서 분석하여, 경쟁이 치열하고 생존율이 낮은 산업에서의 창업 연구에 새로운 이론적 통찰을 제공하였다고 할 수 있겠다.

### 5.2.2 실무적 시사점

본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같은 실무적 시사점을 제시할 수 있다.

첫째, 기업가정신의 세부 요소인 혁신성, 진취성, 위험 감수성은 자기효능감을 향상시키는 핵심 심리자원으로 확인되었다. 따라서 창업교육과 훈련 과정에서는 이러한 역량을 체계적으로 함양하는 전략이 필요하다. 혁신성과 창의력 제고를 위해서는 디자인 씽킹(Design Thinking) 기반 아이디어 발굴, 고객 경험 중심 서비스 개선 프로젝트 등 실습 중심의 교육 콘텐츠를 확대하는 것이 바람직하다. 진취성 강화를 위해서는 실패 사례 분석, 도전과제 수행형 실습을 도입하고, 위험 감수성 함양을 위해 리스크 시나리오 대응 훈련과 의사결정 역할극(Role Play)과 같은 체험형 학습이 효과적이다. 아울러 수요 변동, 인건비 상승, 원가 변동 등 다양한 위기 상황에 대비할 수 있도록 사전 위기관리 매뉴얼과 상황별 대응 워크숍을 병행하여 회복 탄력성을 높일 필요가 있다.

둘째, 자기효능감이 창업 의도를 매개로 창업 준비 행동으로 이어지는 경로가 유의

하게 확인된 만큼, 교육 프로그램은 심리적 자신감 형성과 실행 계획 구체화를 동시에 고려해야 한다. 이를 위해 창업 초기 단계에서의 심리적 불안과 스트레스 완화를 목표로 한 정서 조절 훈련, 긍정심리 기반 상담 프로그램을 운영하고, 사업계획서 작성 실습, 전문가 피드백 워크숍, 단계별 준비 행동 진단·보완 체계를 통해 창업 의도를 실행 가능한 행동으로 전환할 수 있는 구조를 마련해야 한다.

셋째, 사회적 지지가 창업 행동의 중요한 촉진 요인으로 파악됨을 통해 다층적 지원 네트워크 구축이 필요하다. 정기적인 멘토링·코칭 프로그램을 운영하여 업계 전문가와 선배 창업자가 1:1로 실무적 조언을 제공할 수 있도록 하고, 창업자 간 네트워킹과 정보 공유를 촉진하는 지역 창업 커뮤니티를 활성화함으로써 심리적 안정감과 실행 의지를 높일 수 있다.

결론적으로, 개인의 핵심 역량 개발, 심리 기반의 실행 전략, 사회적 지원이 유기적으로 결합 될 때 창업 의도가 실질적인 준비 행동으로 전환될 가능성이 높아지며, 이는 외식산업에서의 창업 지속가능성과 성공 가능성을 제고하는 중요한 기반이 될 것이다. 구체적으로 현장에서는 기업 내부 교육 과정에 혁신적인 기술이나 위험을 관리할 수 있는 교육을 강화해야 할 것이다. 또한 자기효능감과 사회적 지지를 촉진할 수 있는 정책 개발 및 멘토링, 네트워킹 지원을 확대해야 할 것이다.

### 5.2.3 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 외식산업 종사자를 대상으로 기업가정신, 자기효능감, 창업 의도, 창업 준비 행동 간의 관계를 분석하고, 사회적 지지의 조절 효과를 검증하였다. 그러나 다음과 같은 한계가 존재하며, 이를 토대로 후속 연구 방향을 제시한다.

첫째, 연구 표본이 서울과 경상북도 지역의 외식산업 종사원을 중심으로 구성되어 있어 지역·문화적 특성에 따른 일반화 가능성에 한계가 있다. 향후 연구에서는 지역, 직종, 연령 등을 다양화하여 외적 타당성을 높일 필요가 있다.

둘째, 횡단적 설계와 자기 보고식 설문에 의존함으로써 주관적 응답 편향과 인과관계 추론의 제약이 존재한다. 이는 동일방법편의 가능성을 배제할 수 없는데(박원우·김미숙·정상명·허규만, 2006) 이를 보완하기 위해 설문 항목 배치 시 독립변수와 종속변수를 분리하고, 응답자의 익명성을 보장하였으나 향후 연구에서는 종단 연구 설계나 심층 인터뷰·행동 관찰 등 질적 방법을 병행해 창업자의 태도 변화와 행동 전환 과정을 정밀하게 추적하여 동일방법편의를 최소화할 필요가 있다.

셋째, 변수 측정 도구가 표준화되지 않아 일부 측정의 신뢰성과 타당성이 환경적·상황적 요인에 영향을 받았을 가능성이 있다. 향후 연구에서는 하위 요인을 세분화하고, 창업 준비 행동의 유형·빈도·몰입도·전략 등을 포함하는 다차원적 측정 지표를 개발하는 것이 필요하다.

넷째, 창업 의도와 실제 창업 간의 전환 여부는 분석하지 못했다. 후속 연구에서는 경제적·정책적 지원, 사회적 네트워크, 심리적 장애 요인 등 외부·내부 변수를 함께 고려해 의도-행동 간 격차를 설명하는 모형을 제시할 필요가 있다.

이러한 한계에도 불구하고 본 연구는 외식산업 종사자의 창업 준비 행동 영향 요인을 실증적으로 규명한 기초 연구로서 의의를 지닌다. 향후 연구는 본 결과를 확장해 외식 창업 성과와의 연계성을 심화시킴으로써 실천적·정책적 함의를 강화할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 장병오. (2011). *중소기업 CEO 의 창업가정신이 기업성파에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 중앙대학교.
- 강은정. (2023). 경력단절여성의 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향. *Entrepreneurship and ESG 연구*, 3(1), 57-85.
- 고은희, 조민호. (2019). 기업가정신과 내·외부 CSR 활동이 호텔 종사원의 조직신뢰와 직무만족에 미치는 영향 연구. *관광학연구*, 43(1), 155-177.
- 공윤정. (2005). 진로장벽: 이론적 고찰 및 상담 실제에의 적용. *상담학연구*, 6(3), 861-874.
- 김성훈, 남정민. (2016). 대한민국 창업생태계 현황 및 인식 연구: 창업가, 예비창업가, 학생을 중심으로 현황 및 인식 비교 분석. *벤처창업연구*, 11(6), 175-183.
- 김수란, 정미경. (2014). 대학생 대상 진로교육 교과목이 진로장벽, 진로결정, 진로준비행동, 진로결정 자기효능감에 미치는 효과. *교육방법연구*, 26(3), 409-433.
- 김영준. (2024). 외식 창업 교육 서비스 품질이 교육 만족 및 창업 준비 행동에 미치는 영향: 창업 효능감에 따른 조절 효과를 중심으로. *한국의식산업학회지*, 20(4), 95-106.
- 김진희, 양동우. (2018). 직무만족도 및 기업가정신이 HYBRID 창업의도에 미치는 영향: 창업 자기효능감의 매개효과를 중심으로. *한국창업학회*, 9(3), 1-22.
- 김춘화. (2013). 점포창업자의 창업 전 창업교육 및 현장체험이 점포성파에 미치는 영향에 관한 실증 연구. *한국산학기술학회*, 14(3), 1135-1147.
- 노인균. (2019). *외식 창업자의 자기 결정성과 창업환경이 창업기회역량에 미치는 영향: 창업가정신의 조절 효과를 중심으로*. 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박시사, 강성일. (2007). 개인특성과 창업의지의 관계에 관한 연구: 여행업 종사자를 중심으로. *관광학연구*, 31(2), 187-204.
- 박원우, 김미숙, 정상명, 허규만. (2006). 동일방법편의의 원인과 해결. *인사조직연구*, 15(1), 89-133.
- 박재환, 김재호. (2014). 청년 예비창업가의 사회적창업가정신, 사회적지지, 창업가적 프로세스 및 창업행동에 관한 연구. *경영교육연구*, 29(2), 258-278.
- 박재환, 최민정. (2016). 대학생의 창업효능감이 창업의지에 미치는 영향: 조절초점의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 11(2), 9-19.
- 박정우, 김진모. (2020). 초기 스타트업 창업가의 기업가적 리더십, 팀 학습 행동, 팀

- 경계 확장 행동 및 지각된 성과의 관계. *중소기업연구*, 42(1), 135-165.
- 박종범, 양영석, 김명숙. (2020). 액티브 시니어의 경력지향성과 창업교육 만족이 창업의지와 창업준비행동에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 15(1), 285-301.
- 선량, 허철무. (2019). 예비 청년 창업가의 창업동기가 창업 기회역량에 미치는 영향: 창업 효능감과 기업가 지향성의 매개변수의 효과 중심으로. *벤처창업연구*, 14(1), 117-137.
- 신하성. (2018). IT 분야 예비창업자의 성격 5 요인이 개인혁신성, 자기효능감, 창업의지에 미치는 영향. *전산회계연구*, 16(1), 111-133.
- 양재장, 남중현. (2015). 창업동기와 창업교육 만족이 창업 준비행동, 자기효능감 그리고 외식 창업의도에 미치는 영향: 경남 지역 창업교육 수료생을 중심으로. *광업연구*, 30(6), 47-66.
- 오상훈, 하규수. (2013). 창업 환경 및 인식이 사업실패부담감을 매개로 창업의지에 미치는 영향. *디지털융복합연구*, 11(8), 143-157.
- 육준우, 현병환, 장은실, 양재민. (2020). 사회적 지지가 창업의도 및 창업행동에 미치는 영향에 관한 연구: 창업자기효능감과 창업의도의 매개효과. *벤처창업연구*, 15(1), 151-165.
- 원상필. (2019). *4차산업혁명인식과 기업가정신이 창업의지와 창업행동에 미치는 영향*. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 유시정, 김영택, 양태식. (2006). CEO 의 리더십과 내부서비스품질 촉진요인이 직원 만족 및 조직성과에 미치는 영향. *서비스경영학회지*, 7(1), 25-54.
- 윤남수. (2012). 잠재적 창업자의 창업동기 요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과: 기업가정신의 매개효과. *산업경제연구*, 25(2), 1537-1557.
- 윤상호, 허원제. (2015). 우리나라 기업가정신의 평가와 창조경제의 미래. *KERI Insight*, 2015(3), 1-19.
- 윤지영, 이은정. (2013). 대학생의 진로장벽에 대한 인지와 기업가 성향이 창업의지와 창업준비행동에 미치는 영향: 전문 경영인 양성을 위한 시사점. *전문경영인연구*, 16(4), 61-81.
- 이기화, 신용준. (2010).造船機資材 벤처企業의 CEO 와 人的資源管理 特性이 自己效能感과 組織有效性에 미치는 影響에 관한 研究. *산업경제연구*, 23(3), 1259-1295.
- 이선경. (2023). *경력단절여성의 외식창업교육이 창업의지, 자기효능감, 창업준비행동에 미치는 영향: 창업경험의 조절효과*. 대구카톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

- 이예진, 이기학. (2010). 진로동기수준에 따른 군집 유형과 진로준비행동과의 관계: 자기결정성 이론을 바탕으로. *직업교육연구*, 29(2), 267-287.
- 이진석. (2017). *기업가정신이 기업의 사회적 책임 (CSR), 경영혁신 및 기업성과에 미치는 영향*. 부산대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이춘우. (1999). *조직앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구: 자원기초이론을 중심으로*. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이희혁, 유영진. (2019). 외식창업 성공요인이 경영성과와 창업만족도에 미치는 영향-대구·경북지역을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 19(5), 233-248.
- 임수진. (2017). 대학생의 진로장벽이 진로결정 자기효능감에 미치는 영향: 사회적 지지의 조절효과: 사회적 지지의 조절효과. *한국콘텐츠학회논문지*, 17(9), 575-586.
- 정경희, 성창수. (2016). 대학 창업교육이 진로결정 자기효능감, 경력준비행동 및 기업가적 경력의도에 미치는 영향: 창업교육의 조절효과. *벤처창업연구*, 11(4), 49-57.
- 조연성, 박건영. (2010). 기업가 정신과 사회적 활동으로서 NGO 네트워크 구축이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구. *현상과 인식*, 34(4), 221-251.
- 조우제. (2020). 일가치관, 자기효능감, 창업준비행동과의 구조적관계연구. *관광연구*, 35(4), 181-195.
- 천석준, 이기학. (2008). 신경증, 불안, 자기효능감 및 진로탐색행동 간의 경로모형 검증: 조절초점이론의 관점으로. *한국심리학회지: 사회및성격*, 22(4), 93-110.
- 최동락. (2012). *정부의 소상공인 지원프로그램이 소상공인 경영성과에 미치는 영향 연구: 부산지역을 중심으로*. 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 최원식, 김정수. (2022). 조리외식전공 대학생들의 외식 창업동기가 창업교육만족, 자기효능감이 창업의도에 미치는 영향: 성별 조절효과. *외식경영연구*, 25(6), 29-53.
- 통계청. (2024). 창업기업 동향. [https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx\\_cd=1182](https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1182)
- 한국노동연구원. (2023). 한국가구와 개인의 경제 활동: 한국노동패널 보고서. [https://www.kli.re.kr/kli/rschRptView.es?mid=a10102010000&sch\\_rsched\\_no=1&publct\\_sn=9973](https://www.kli.re.kr/kli/rschRptView.es?mid=a10102010000&sch_rsched_no=1&publct_sn=9973)
- 황보윤. (2011). 소상공인 외식서비스업체의 경영성과 요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 6(2), 51-73.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality and behaviour. *McGraw-hill education* (UK).
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. *Macmillan*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99–120.
- Boyd, N. G., and Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63–77.
- Bruce, D., and Mohsin, M. (2006). Tax policy and entrepreneurship: New time series evidence. *Small business economics*, 26, 409–425.
- Chen, C. C., Greene, P. G., and Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing*, 13(4), 295–316.
- Cheung, G. W., and Lau, R. S. (2008). Testing mediation and suppression effects of latent variables: Bootstrapping with structural equation models. *Organizational research methods*, 11(2), 296–325.
- Cohen, S., and Hoberman, H. M. (1983). Positive events and social supports as buffers of life change stress 1. *Journal of applied social psychology*, 13(2), 99–125.
- Covin, J. G., and Slevin, D. P. (1993). A response to Zahra's "Critique and extension" of the Covin-Slevin entrepreneurship model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 23–28.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Management*, 29(3), 62–74.
- Dempsey, D., and Jennings, J. (2014). Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective. *International Journal of Gender and entrepreneurship*, 6(1), 28–49.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., and Covin, J. G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. *Strategic management journal*, 18(9), 677–695.
- Drucker, P. F. (1985). Entrepreneurial strategies. *California management review*,

- 27(2).
- Farooq, M. S., Salam, M., ur Rehman, S., Fayolle, A., Jaafar, N., and Ayupp, K. (2018). Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. *Education+ Training*, 60(4), 335–353.
- Gardner, D. G., and Pierce, J. L. (1998). Self-esteem and self-efficacy within the organizational context: *An empirical examination*. *Group & Organization Management*, 23(1), 48–70.
- Gist, M. E., and Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management review*, 17(2), 183–211.
- Gurel, E., Altinay, L., and Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of tourism research*, 37(3), 646–669.
- Kearney, C., Hisrich, R., and Roche, F. (2008). A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, 295–313.
- Lent, R. W., and Brown, S. D. (2020). Career decision making, fast and slow: Toward an integrative model of intervention for sustainable career choice. *Journal of Vocational Behavior*, 120, 103448.
- Lussier, R. N. (1995). A nonfinancial business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 33(1), 8.
- Markman, G. D., and Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human resource management review*, 13(2), 281–301.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., and Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship theory and Practice*, 33(4), 965–988.
- Naktiyok, A., Nur Karabey, C., and Caglar Gulluce, A. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International entrepreneurship and management journal*, 6, 419–435.
- Pearson, R. G. (1989). Absolute electronegativity and hardness: applications to organic chemistry. *The Journal of Organic Chemistry*, 54(6), 1423–1430.
- Peterson, T. O., and Arnn, R. B. (2005). Self-efficacy: The foundation of human

- performance. *Performance Improvement Quarterly*, 18(2), 5–18.
- Pruett, M. (2012). Entrepreneurship education: Workshops and entrepreneurial intentions. *Journal of Education for Business*, 87(2), 94–101.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., and Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 761–787.
- Schumpeter, J. A. (1934). *Business cycles.*, New York Toronto London; McGraw-Hill. *Reddigs Fels.*
- Shapiro, A. (1982). Taking control. Commencement Address. Columbus: *The Ohio State University.*
- Shiri, N., Mohammadi, D., and Hosseini, S. M. (2012). Entrepreneurial intention of agricultural students: effects of role model, social support, social norms and perceived desirability. *Archives of Applied Science Research*, 4(2), 892–897.
- Sulistiyani, N. W., and Suhariadi, F. (2022). Self-efficacy as a mediator of the impact of social capital on entrepreneurial orientation: A case of dayak ethnic entrepreneurship. *Sustainability*, 14(9), 5620.
- Swanson, J. L., and Woitke, M. B. (1997). Theory into practice in career assessment for women: Assessment and interventions regarding perceived career barriers. *Journal of career assessment*, 5(4), 443–462.
- Um, H., and Zhang, S. (2021). The effects of global and artistic competence on the intention of start-up. *Journal of Digital Convergence*, 19(4), 57–71.
- Wiklund, J., and Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic management journal*, 24(13), 1307–1314.
- Wong, P. K., Ho, Y. P., and Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small business economics*, 24, 335–350.
- Wood, R., and Bandura, A. (1989). Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making. *Journal of personality and social psychology*, 56(3), 407.
- Zimmerman, B. J., and Moylan, A. R. (2009). Self-regulation: Where metacogniti

on and motivation intersect. *In Handbook of metacognition in education* (pp. 299–315). Routledge.

**\* 저자소개 \***

· **김 영 준(kyjun83@dongguk.ac.kr)**

프랜차이즈 외식업체에서 메뉴 개발자로 15년간 근무하였으며, 현재는 동국대학교 WISE캠퍼스 호텔관광외식경영학부 조리외식경영학 전공 조교수로 재직 중이며 주요 강의 및 연구 분야는 프랜차이즈, 창업, 메뉴 개발 등이다.

· **황 조 혜(hwangj@khu.ac.kr)**

Pennsylvania State University에서 Hospitality 경영학 박사학위를 취득하였다. 현재 경희대학교 호텔관광대학 교수로 재직 중이며 주요 강의 및 연구 분야는 푸드 마케팅, 서비스 경영 등이다.