

석사학위논문

소상공인의 창업성과에 미치는
영향요인 연구
컨설팅 조절효과 중심으로

2019년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

천 기 호

석사학위논문
지도교수 주형근

소상공인의 창업성과에 미치는 영향요인 연구

컨설팅 조절효과 중심으로

A Study on the Factors Affecting the Achievement of
Small Businessmen

Focusing on Consulting Adjustment Effects

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

천 기 호

석사학위논문
지도교수 주형근

소상공인의 창업성과에 미치는 영향요인 연구

컨설팅 조절효과 중심으로

A Study on the Factors Affecting the Achievement of
Small Businessmen

Focusing on Consulting Adjustment Effects

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로
제출함

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

천 기 호

천기호의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

소상공인의 창업성과에 미치는 영향요인 연구 -컨설팅 조절효과 중심으로-

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

천 기 호

국내 저성장기조의 경제상황이 지속되는 상황과 대기업 프랜차이즈의 골목상권 침투, 인터넷 쇼핑몰 등 온라인 시장의 성장으로 국내 소상공인의 경영 상황은 쉽지 않은 상태이다. 이에 소상공인의 심리적 특성과 창업준비수준이 창업성과에 미치는 영향요인과 그 창업과정에서 업종 및 아이템 선정, 창업자금, 창업준비기간 등의 요인에 대하여 컨설팅의 조절효과를 분석하고자 하였다.

이에 본 연구는 창업 경험이 있는 200여개 전국의 소상공인을 대상으로 컨설팅이 소상공인의 창업성과에 미치는 영향에 대해서 어떤 관계를 갖는지를 규명하고자 하였으며, 연구결과 컨설팅이 소상공인의 창업성과에 미치는 영향을 분석하여 창업성과에 컨설팅의 조절효과가 중요한 영향을 미치는 것을 확인하였다

본 연구를 위해 소상공인의 심리적 특성과 창업준비수준을 독립변수로 설정하고, 재무적 성과 및 비재무적 성과를 창업성과로 묶어 종속변수로 설정하

였으며, 컨설팅을 조절변수로 하여 독립변수에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 본 연구를 달성하기 위해 기존의 선행연구와 문헌적 고찰, 실증적 연구방법을 병행하여 실시하였고 창업경험이 있는 소상공인을 대상으로 하였으며, 조사지역은 수도권, 충청지역을 대상으로 하였으며, 설문응답에 대하여 회귀분석을 수행하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 소상공인 창업성과와 관련된 기존 선행연구들을 분석하여 소상공인의 심리적 특성, 업종 및 아이템 선정, 창업자금, 창업준비기간 4개의 요인으로 구분하여 소상공인의 창업성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 창업준비기간을 제외한 3개 요인 모두 창업성과에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향으로 결과가 나타났다.

둘째, 컨설팅의 조절효과를 살펴본 결과, 조절변수로서 창업성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 업종 및 아이템선정, 창업자금과 창업성과 사이에서 유사조절변수로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다.

이번 연구결과를 선행연구들 관점에서 비교 및 분석하고 그 의의를 살펴 보았으며, 본 연구는 기존의 소상공인의 창업성과를 컨설팅의 유무에 따른 연구모형으로 확충하고 기존 소상공인의 일반적 배경은 제외하고 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템 선정, 창업자금, 창업준비기간)이 컨설팅이라는 조절변수로서 어떠한 관계를 갖는지를 파악한 것에 그 의의가 있다고 할 수 있다.

연구결과의 활용방안과 연구의 한계점, 그리고 후속 연구에 대해서도 언급하였다. 본 연구 자료를 통해 소상공인들에게 필요한 컨설팅에 대한 정책에 도움이 되기를 바란다.

【주요어】 소상공인, 심리적특성, 창업준비수준, 창업성과, 컨설팅

목 차

I. 서	론	1
1.1	연구의 배경 및 목적	1
1.2	연구의 범위 및 방법	3
II.	이론적 배경	4
2.1	소상공인	4
2.2	창업	7
2.3	심리적 특성	9
2.4	창업준비수준	13
2.5	컨설팅	15
2.6	창업성과	24
III.	연구의 설계 및 방법	27
3.1	연구모형	27
3.2	연구가설의 설정	28
3.3	변수의 조작적 정의 및 설문지 구성	29
3.4	자료수집 및 분석방법	33
IV.	연구결과	35
4.1	표본의 일반적 특성	35
4.2	기술통계 분석	38

4.3 타당도 및 신뢰도 분석	39
4.4 상관분석	48
4.5 가설검증	50
 V. 결론	 59
5.1 연구의 결론	59
5.2 연구의 시사점 및 한계	60
 참 고 문 헌	 62
 부 록	 67

표 목 차

〈표2-1〉 소상공인의 범위	5
〈표2-2〉 경영컨설팅의 5가지 특성	21
〈표2-3〉 경영컨설팅 유형의 분류	22
〈표2-4〉 경영컨설팅의 분야	23
〈표3-1〉 변수의 조작적 정의 및 관련연구	31
〈표3-2〉 설문지 구성	33
〈표4-1〉 설문응답자의 인구통계학적 특성	35
〈표4-2〉 개별 측정변수의 기술통계량분석 결과	38
〈표4-3〉 KMO 및 Bartlett의 검정	41
〈표4-4〉 설명된 총 분산	41
〈표4-5〉 회전 성분 행렬	42
〈표4-6〉 공통성	43
〈표4-7〉 신뢰도 통계 (심리적 특성)	45
〈표4-8〉 항목 총계 통계 (심리적 특성)	45
〈표4-9〉 신뢰도 통계 (업종 선정)	45
〈표4-10〉 항목 총계 통계 (업종 선정)	45
〈표4-11〉 신뢰도 통계 (창업자금)	46
〈표4-12〉 항목 총계 통계 (창업자금)	46
〈표4-13〉 신뢰도 통계 (창업준비기간)	47
〈표4-14〉 항목 총계 통계 (창업준비기간)	47
〈표4-15〉 신뢰도 통계 (창업성과)	47
〈표4-16〉 항목 총계 통계 (창업성과)	47
〈표4-17〉 신뢰도 분석 결과 요약	48
〈표4-18〉 상관관계 분석	49
〈표4-19〉 모형 요약	51
〈표4-20〉 분산 분석	51
〈표4-21〉 계수	52

〈표4-22〉 다중회귀분석 결과 요약	53
〈표4-23〉 독립변수와 종속변수간 가설검정 결과	54
〈표4-24〉 창업준비수준에 미치는 컨설팅 조절효과 검증	55
〈표4-25〉 조절회귀분석 결과(창업준비수준)	56
〈표4-26〉 연구가설의 검정 결과	57

그림 목 차

[그림 3-1] 연구 모형	28
------------------------	----

I. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

최근 우리 사회에서는 청년 취업난, 저금리로 인한 금융 소득 감소, 조기 퇴직과 명예퇴직으로 인한 퇴직자 증가와 안정적인 일자리 감소 등으로 새로운 소득을 얻기 위해 취업보다는 창업을 선호하는 생계형 창업 예정자가 증가하고 있는 것이 현실이다. 기업의 성장과 고용의 선순환 구조가 붕괴되고 있는 시점에서 소상공인들의 창업은 성장과 고용간의 선순환 구조의 매개체 역할을 수행하고, 경제의 안정, 지속 성장 토대를 제공하며 사회적 문제 해소에 기여할 수 있는 최선책일 수 있다(김홍, 2012).

그러나 창업한 모든 사업체들에게 성공이 보장되는 것이 아니며, 사업체를 운영해 나가는 과정에서 무수한 난관에 부딪힐 수도 있다(안태두, 2010). 실제로 IMF 이후 소상공인들의 창업은 떠밀리기, 생계형 창업으로 무분별하게 뛰어들다보니 성공보다는 실패의 고통을 경험하게 하였다(정종희, 2015). 그럼에도 불구하고 소상공인들의 창업은 지속적으로 이루어지고 있는 상황이며, 정부는 소상공인의 불황 극복과 경영혁신을 지원하기 위하여 많은 노력을 기울이고 있다(정종희, 2015).

일반적으로 소상공인은 제조업, 건설업, 광업, 운수업을 주된 업종으로 하는 경우, 상시근로자가 10인 미만, 그 외의 업종은 상시근로자가 5인 미만에 해당하는 기업을 말한다(정종희, 2015). 이러한 소상공인은 1997년 4월 제정된 ‘소기업 지원을 위한 특별조치법’이 2001년 6월 30일 ‘소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법(법률 제6314호)’으로 개정됨에 따라 법적 근거를 마련하였다. 소상공인은 개인 사업체 및 비법인 단체를 기업형태로 운영하기 때문에 현대 기업의 본질과는 달리 사회적 상호작용을 하는 기관이면서 동시에 개인 소유의 사적 경제기구라 할 수 있다(정종희, 2015). 따라서 현대사회

에 존재하고 경제적 기능을 수행하고 있으면서도 전통적인 사적 기업 속성을 지니는 이중적인 본질을 가지고 있다(박동수, 2000).

현재 소상공인은 국내 총 사업체의 87.6%인 약 283만개의 사업체를 운영하고 있고, 2007년 이후 사업주의 연령은 50대 이상의 비중이 증가하여 소상공인의 고령화가 진행되고 있다(정종희, 2015). 특히 베이비부머(1955-1963년생)의 은퇴시작 시점인 2010-2013년 사이에 50대 이상 소상공인의 비중이 급격히 증가(13.3%)하여 2007-2010년 증가율(9.2%)보다 높게 나타나고 있다(중소기업청, 2013). 소상공인은 대기업과 중소기업에 비하여 더 많은 일자리를 창출하고 소규모성과 민첩성을 바탕으로 새로운 기술과 상품 개발을 수행하는 주체로서의 역할을 하고 있다(정종희, 2015). 또한 대기업과 중소기업의 제품 생산을 위한 원부자재를 공급하고, 생산한 제품을 소비자에게 전달하는 유통망을 형성한다는 점에서 사회적, 경제적 안정을 위한 기반을 제공한다(이남주, 2011).

그런데 소상공인은 대기업과 달리 시작부터 규모의 영세성 및 정보 취득의 어려움으로 인하여 경영자 자질 측면과 경영능력에서 많은 부족함을 보이고 있다(정종희, 2015). 그 원인으로는 1인 다역의 문제점, 인력 확보의 어려움, 자본 확보의 어려움, 연구개발력의 미흡, 가격 경쟁력 확보의 어려움, 각종 규제 강화에 대한 대응력 부족, 특히 보호의 어려움, 기술 수준의 낙후, 제품 판매의 부진, 원자재 확보의 어려움 등을 들 수 있다(박상범, 2006).

소상공인 창업의 성공과 실패는 국내경제에 중요한 문제이며 소상공인의 수익 등의 감소와 폐업자의 수가 증가하는 추세이다. 이러한 상황에서 국내 소상공인의 창업성공을 향상시키는 방안으로써 소상공인의 창업성과에 컨설팅의 조절효과를 분석하는 작업은 중요한 의미가 있다고 할 수 있다.

본 연구는 창업 경험이 있는 소상공인을 대상으로 컨설팅을 조절효과 중심으로 검증하여 이에 대한 시사점을 제시함으로써 소상공인에게 전문적인

경영 컨설팅이 이루어지도록 하고 소상공인의 창업성과를 향상시킬 수 있도록 한다.

따라서, 소상공인의 컨설팅 유무에 따라 창업 후 창업성과를 높일 수 있는 정책 실행 방향을 제시하는데 그 목적을 두었다.

1.2 연구의 범위 및 방법

연구방법으로는 설문조사에 의하여 수집한 자료를 신뢰성분석, 요인분석, T-test를 이용한 실증분석을 수행 한다. 본 연구를 위해 자료는 소상공인 개인사업자를 대상으로 한 설문조사를 통하여 수집한다.

설문조사를 통하여 조사한 선행변수인 심리적특성, 창업준비특성을 측정하고, 매개변수는 컨설팅 유무, 종속변수는 창업성과로 작성하였으며 설문조사 대상자는 소상공인으로 하였다. 본 연구의 가설검증을 위한 통계분석은 패키지는 SPSS 20.0를 사용하여 빈도분석, 타당도와 신뢰도 검정, 상관분석 및 회귀분석을 실시하였다.

제1장은 서론으로 연구의 목적, 연구의 방법과 범위를 기술하였다.

제2장은 이론적 배경과 선행연구로 소상공인의 창업성과에 미치는 영향에 대한 이론적 배경과 본 연구와 관련된 선행연구를 검토 기술 하였다.

제3장은 연구 설계로 연구모형을 구축하였으며 연구가설을 설정한 후, 변수의 조작적 정의와 측정방법 등 본 연구에 대한 조사방법을 기술하였다.

제4장은 실증분석의 결과로 신뢰도와 타당성, 연구가설을 검증하였다.

제5장은 결론은 본 연구의 결과에 대한 요약과 시사점을 도출하였으며 본 연구의 한계점과 앞으로의 연구방향을 제시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 소상공인

2.1.1 소상공인 정의

소상공인은 우리나라에서 사회·경제적으로 커다란 비중을 차지하고 있으며, 경제적인 측면뿐만 아니라 사회적인 측면에서도 큰 역할을 담당하고 있다. 소상공인은 개인 사업체 및 비법인 단체의 기업형태를 가지고 영세적인 규모로 재화와 서비스를 사회에 제공하는 기관으로서 중소기업의 범주에 속해 있으면서 중소기업과 소기업으로부터 구분되는 특징을 가지고 있다(박동수, 2000).

우리나라에서 소상공인이라는 용어는 1997년에 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」이 제정되면서 일반화 되었다. 또한 소상공인에 대한 법적인 정의는 3년 뒤인 2000년 12월에 법이 개정되면서 이루어지게 되었다(정종희, 2015). 소상공인 범위 설정의 기준은 정책대상을 설정한다는 점에서 중요하다. 이러한 소상공인 범위는 업종에 제한을 두지 않지만 상시 근로자 수에 의해 결정된다(정종희, 2015).

일반적으로 소상공인은 중소기업에 속해 있으면서 중기업과 소기업으로 구분되는 특징을 지닌 기업이다(정종희, 2015). 소상공인은 개인 사업 및 법인 또는 비법인 단체라는 기업형태의 구분 없이 광업, 제조업, 운송업, 건설업은 상시 근로자 10인 미만, 그 외 업종은 상시 근로자 5인 미만의 상시근로자 규모로 재화와 서비스를 사회에 제공하는 집단을 의미한다(정종희, 2015). 즉 소상공인이란 소기업 중 상시근로자가 10인 미만 사업자로서, 업종별 상시근로자 수 등이 <표 2-1>의 기준에 해당하는 자(중소기업청, 2013)를 말한다.

〈표 2-1〉 소상공인의 범위

구분	소상공인 범위
광업, 제조업, 건설업 및 운수업	상시근로자수 10인 미만
그 외의 업종	상시근로자수 5인 미만

자료 : 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 제2조 제2호(정의) 및
「동법시행령」 제2조 제1항(범위)

이러한 소상공인은 1997년 4월 제정된 ‘소기업 지원을 위한 특별조치법’이 2001년 6월 30일 ‘소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법(법률 제6314호)’으로 개정됨에 따라 법적인 근거를 마련하게 되었다. 소상공인은 개인 사업체 및 비법인 단체를 기업형태로 운영하기 때문에 현대 기업의 본질과는 달리 사회적 상호작용을 하는 기관이면서 동시에 개인 소유의 사적 경제기구라 할 수 있다(정종희, 2015). 따라서 현대사회에 존재하고 경제적 기능을 수행하고 있으면서도 전통적인 사적 기업 속성을 지니는 이중적인 본질을 가지고 있다(박동수, 2000).

2.1.2 소상공인 특성

소상공인은 비법인 단체 및 개인사업체를 하나의 기업 형태로 선택하여서 사업을 운영하면서 현대의 기업본질과는 다른 자본을 출자한 자본가 소유의 사적인 경제기구이면서 사회적 상호작용을 하는 경제기구로 인식해야 할 것이다(조중연, 2015). 따라서 현대사회에 존재하고 경제적 기능을 수행하고 있으면서도 전통적인 사적기업 속성을 지니는 이중적인 본질을 가진다고 할 수 있다(박동수, 2000).

전병찬(2000)의 연구에 의하면 소상공인의 본질적인 특성으로는 소규모 기업으로서 근로자나 경영자 모두가 단일한 기능보다 생산이나 마케팅, 기술개발, 경영관리 등의 다양한 기능들을 동시에 수행한다는 점이다(조중연, 2016). 그리고 소상공인의 사업체는 주로 가족형태로 운영 되는 경우가 많고, 직위별로도 대부분 자영경영주와 무급가족으로 구성되어 있다. 또한 사업체의 규모가 대부분 영세한 특성 등으로 은행이나 제도권의 금융기관으로부터 대출을 받기가 쉽지 않으며, 대부분의 경우 사채에 의존할 가능성이 높은 특성을 가지고 있다(조중연, 2016).

대체적으로 소상공인의 공통적인 특성으로는 가족 생계형으로 창업되어 가족 노동 중심의 기업 형태로 사업이 운용됨으로써 대부분의 기업들이 소유와 경영이 동일하며, 자본의 규모도 영세하여 제도권 금융으로부터의 자본조달에 많은 어려움이 따른다는 점이다(조중연, 2016). 또한 소상공인이 갖는 경제적, 사회적 특성을 보면, 소상공인의 경우 대부분 3차 산업분야에 해당하며 그중에서도 분포도가 가장 높은 업종은 도·소매업, 음식 및 숙박업, 제조업, 개인서비스업 순으로 분포되어 있다(조중연, 2016). 지역적으로는 인구밀도가 높은 지역에 많이 분포되어 있다는 특징을 들 수 있다. 전병찬(2000)과 빈봉기·박정기(2001)의 연구를 참고하여 소상공인의 특성을 정리하면 다음과 같다.

첫째로는, 소상공인의 상당수가 가족 중심으로 생계를 영위하기 위하여 사업을 하는 특성으로, 한 명의 종사자가 한 명의 가족이 있다 하면 소상공인에 의해 관계되는 사람의 수는 1,000만 명 이상 되는데 이러한 수치는 국민의 25.0%에 달하는 수치이다(조중연, 2016). 그러므로 소상공인은 국민 다수의 경제적·사회적 안전망과 직접적으로 연관되어 있음을 의미한다(조중연, 2016). 둘째는, 소상공인의 업태 및 업종의 변화가 다양하고 유행에 따라 업종의 변화가 심한 양상을 보이기도 한다. 소상공인은 업종이 다양하며 형태를 보면 다산다사 형의 구조를 보이고 있다. 업체 수가 많으면서 소상공인들끼리 경쟁까지 치열해져 창업과 폐업도 지속적으로 이루어지고 있다.

소상공인의 특성과 더불어 소상공인의 중요성을 살펴보면, 첫째로 소상공인은 산업의 싹뿌리로 새로운 기업의 생성과 발전의 토대이며, 산파의 역할을 한다(조중연, 2016). 그렇기 때문에 소상공인이 튼튼하지 못하면 중 기업이나 대기업들 또한 건재할 수 없다. 둘째로 소상공인은 기술혁신의 첨병역할을 한다. 기술을 기반의 기업들도 창업 시에는 주로 소규모인 소상공인 창업 형태가 많았으므로 소상공인 육성을 잘 해야 고도의 기술기반형 기업도 발달할 수 있다고 본다. 그리고 마지막으로 소상공인은 사회적 안전망의 역할도 한다는 점으로 그 중요성이 부각되고 있다(조중연, 2016). 소상공인은 전문적인 기술이 없는 단순 노동자나 준비되지 않은 실직자, 저학력의 근로자들에게 일자리를 제공하는 중요한 역할을 한다(조중연, 2016). 이러한 점으로 소상공인 역할의 중요성은 점차 강조되고 있

으며 국내경제와 사회 안정에 중요한 역할을 수행하고 있다.

소상공인의 역할은 첫째로는 고용의 기회를 제공하며 소상공인은 일상생활에 필요한 재화나 서비스를 생산하고 많은 사람들에게 일자리를 제공하는 장으로서 생산과 고용향상에 기여하고 있다. 둘째, 창업의 기회를 제공하여 소규모 벤처 기술창업 및 생계형 창업 등 다양한 창업의 기회를 제공하는 역할을 한다. 셋째, 소상공인은 국내 경제기반을 조성하고 국가경제 발전에 기여한다. 제조업 부분의 소상공인은 중소기업이나 대기업의 생산 활동에 소요되는 재화를 제공하며, 도·소매부문에 있어서는 대기업 및 중소기업으로부터 생산된 재화를 최종소비자에게 전달하는 역할을 한다(조중연, 2016). 넷째, 소상공인은 자신이 위치해 있는 지역 사회의 발전에 기여한다. 소상공인은 전국에 분포되어 능력과 자질을 갖춘 사람이 전문적 기술이나 능력을 발휘할 수 있는 장소이며 동시에 사회적 문제로 대두되고 있는 실업 및 실직자들로 하여금 자기고용의 기회를 제공함으로써 경제활동을 적극적으로 수행할 수 있게 하는 역할로 사회발전과 함께 사회적 문제점과 불안요소를 해소하는데 기여하고 있다(조중연, 2016). 마지막으로 대기업은 규모의 경제를 실현할 수 있는 장점이 있지만 다양한 소비자의 욕구를 즉각적으로 충족시키는 유연한 다품종 소량생산에는 적합하지 않다. 이러한 점은 소상공인은 국내경제에서 소규모 생산과 분배를 실현할 수 있어 다양한 소비자의 욕구 충족에 있어 즉각적인 대응이 가능한 입장을 갖는다.

2.2 창업

2.1.1 창업의 개념

많은 학자들의 창업에 대한 정의를 살펴보면, Schumpeter(1984)는 창업에 대하여 “점진적인 부를 창출 창조하는 과정으로서 이러한 부는 재산과 시간, 그리고 스스로의 미래를 담보하며 위험 등을 극복하려는 사람에 의해 창조된다(조중연, 2016). 또한, 그들로부터 제공되는 서비스나 제품들이 독특하지 않을 수도 있지만, 자원이나 기술을 활용하여 그들에게 필요한 가치를 만들어 줘야만 한다.”고 정의하였다. 또한, Drucker(1985)는 창업이란 새로운 부를 만들어내는 능력으로

모든 기존의 자원들을 투입하는 혁신적인 행위라고 정의하였으며, Hisrich와 Brush(1985)는 “창업에 대하여 창업의 과정에서 겪게 되는 사회적 위험 및 심리적 위험, 재정적 위험 등을 감수하고, 모든 노력과 시간 등을 투입하여 새로운 가치를 창조함으로써 자신의 독립감과 경제적인 보상, 그리고 그를 통해 개인적인 만족감을 얻으려는 과정”이라고 정의하였다(남시태, 2018).

일반적으로 창업(創業, start-up)이란 ‘새로운 업(業)을 시작하는 것’을 말하는 것으로서, 강학상은 창업에 대한 정의로 창업이란 ‘창업가(創業家, entrepreneur)’, 혹은 ‘창업가정신(創業家情神, entrepreneurship)’에서 가리키는 창업으로 ‘새로운 사업의 시작’, 혹은 ‘새로운 기업의 설립’을 뜻하는 사전적 의미 외에 기존 조직 내에서의 제품, 기술, 생산 공정, 조직 구조 등의 개선을 모두 포괄하는 의미가 담겨있다(강병오, 2011).

창업의 법률적인 의미로는 기존 영위하던 사업을 증여 또는 상속, 그리고 합병 및 권한의 양수도 등의 방법으로 승계하지 않고 새로운 사업을 시작(start-up)하는 것을 말한다(조중연, 2016). 또한, 업종을 추가하거나 조직을 변경한 것만으로는 새로운 창업에 해당되지 않는다. 그러나 개인이나 또는 법인이 사업을 하기 위하여 새롭게 설립하는 것으로서, 고용창출 및 신규투자 등의 효과를 얻을 수 있다고 판단되는 경우에는 창업으로서 인정된다. 분류 기준에 따라서 창업의 유형은 법인과 개인, 공동과 1인 창업, 영리기업과 비영리조직의 창업, 하이테크(high-tech)와 로우테크(low-tech)의 창업, 그리고 제조업과 서비스업, 자영업 창업 및 벤처창업 등의 다양한 기준으로 분류할 수 있다(조중연, 2016).

2.2.2 창업의 핵심요소

창업의 다양한 요소들 중에서 가장 중요한 것은 사람, 사업아이디어(기술, 제품, 서비스), 시장, 자본의 네 가지 요소를 창업의 핵심요소라 할 수 있다(조중연, 2016). 결국 우수한 투입요소들의 합리적인 결합에 의해서 훌륭한 기업의 탄생이 가능하게 된다(박정기, 2005).

2.3 심리적 특성

성취욕구가 높은 소상공인들은 스스로 도전적인 목표를 수립하고, 또한 높은 기준으로 수립된 목표와 경쟁하며, 지속적으로 자신의 성과를 향상시키기 위해 노력하고 자신의 사업체에 대한 열정과 리더십을 발휘한다(조중연, 2016). 결국 이러한 행동들은 소규모 기업을 운영하는데 있어서 더 적극적인 태도가 소규모 사업의 창업성과를 높이는데 매우 중요한 요소로 작용하게 될 것이다.

창업 및 경영과정에서 부딪히는 어느 정도의 위험을 피할 수 없다면, 창업자가 이러한 위험들에 맞서 얼마만큼 적극적인 대처를 하고, 얼마나 조직적으로 관리를 잘 할 수 있는지 등이 창업자 스스로 자신의 심리적인 안정은 물론, 창업에 있어 성공적으로 운영하는데 기본적인 요소가 될 것이다(김완재, 2007).

2.3.1 창업자의 심리적 특성

개인특성으로서 창업자의 심리적 특성은 창업 및 경영성과에 미치는 요인으로 연구자들에게 주목을 받아왔으며, 창업자와 비창업자를 구별해주는 개인특성으로도 많은 연구자들에 의해 활용되었다(황보 윤, 2011). 심리적 특성들 중에서도 연구자들에게 많은 주목을 받아온 심리적 특성으로는 성취욕구, 위험감수성향 그리고 모호성에 대한 인내력 등을 들 수 있다(조중연, 2016).

가. 성취욕구

성취욕구(Need for achievement)는 연구자들에게 가장 자주 언급되는 경영자의 특성으로 경영자가 목표를 달성하고자 하는 욕구를 말하는 것으로 어떠한 목적을 신속하게 문제없이 잘 수행하려는 바람 또는 심리적 상태이며, 성취 욕구가 높은 경우 기업의 성장에도 많은 영향을 미치며 높은 성취 욕구는 성공한 경영자들에 대한 많은 연구에서 주요 요소로서 간주되어 왔다(조중연, 2016).

McClelland(1961)는 ‘성취하는 사회’라는 그의 저서에서 경제발전에 있어 일

반적으로 중요하게 여겨지는 심리적 요인으로 인간의 잠재력을 유발할 수 있는 요소들인, 성취욕구, 권력욕구, 친교욕구로 구성되어 있고, 높은 성취 욕구를 가진 개인들의 경우 문제해결과 목표설정, 그리고 자신의 노력 등으로 설정된 목표를 달성하기 위해서 본인 스스로가 책임지는 것을 좋아하며, 자기 자신에게 발생하는 상황들에 대하여 본인 스스로가 책임지는 것을 좋아하고, 명확한 목표 수립을 세우고 스스로 도전적이며, 모든 결과에 대해서도 스스로가 책임을 지려고 한다고 하였으며 또한 McClelland(1965)는 연구에서 성공하기 위한 욕망을 강하게 가진 사람을 높은 성취 욕구를 가진 사람으로 특징짓고 다음의 세 가지 유형의 속성을 갖는다고 하였다(조중연, 2016).

첫째, 기술적인 기능으로서 적절한 위험감수자가 된다. 둘째, 의사결정에 대한 개인적 책임을 선호한다(김윤자, 2002). 셋째, 의사결정의 결과에 대해 완전한 의식을 하고자 한다(김윤자, 2002). 따라서 이러한 속성으로 보아 강한 성취 욕구는 성공창업자가 되도록 유도한다고 결론지었다.

성취욕구와 관련된 많은 연구들 중에서 Begley & Boyd(1987)와 Carsrud & Olm(1986)는 성취 욕구에 관한 연구로서 리더의 성취욕구와 벤처기업의 성과간의 관계를 밝혔으며, Komives(1972)는 성공적인 첨단 기술관련 경영자의 높은 성취욕구가 경영자의 공통적인 특성임을 밝혀냈다(조중연, 2016). 그리고 Stewart, Watson, Carland, & Carland.(1998)의 연구에서는 대기업과 소규모기업주들보다 벤처기업가들의 성취욕구가 더 높음을 밝혀냈으며, Hornaday & Aboud(1971)는 일반인들보다 기업가들의 성취욕구가 더 높다는 것을 확인하였다(조중연, 2016). 이처럼 많은 연구자들에 의해 성공적인 창업자들의 높은 성취 욕구는 창업성과에 있어서 주요한 성공요소로 간주되어 왔다.

연구결과를 종합해보면, 성취욕구가 높은 경영자들은 스스로 도전적인 목표를 수립하고, 또한 높은 기준으로 수립된 목표와 경쟁하며, 지속적으로 자신의 성과를 향상시키기 위해 노력하고 책임을 지려한다. 결국 이러한 행동들은 사업체를 운영하는데 있어서 더 긍정적이고 적극적인 태도와 사업의 성과를 높이는데 매우 주요한 요소로 작용하게 될 것이다(조중연, 2016).

나. 위험감수성향

위험감수성향(risk-taking propensity)은 창업자와 관련된 연구에서 주로 언급되어 온 심리적 특성 중 하나로서, 창업자가 사업관련 의사결정을 내려야하는 상황에서 기회를 잡고자 위험도 감수하려는 심리적인 의지를 말하는 개념이다(정성한·김해룡, 2001).

일반적으로 기회를 얻기 위해 위험을 감수하려는 의지는 사람들에 따라 차이를 보이고 있으며 특히 높은 성과를 추구하는 경영자들의 경우 대체적으로 위험감수성향이 높으며, 위험감수성향이 높은 경영자일수록 높은 성과를 달성할 수 있다. 또한, 의사결정을 내리는 과정에서 높은 위험감수성향을 가진 사람들은 결정을 빨리 내리며, 기회를 기꺼이 잡으려고 하지만, 위험 감수성이 낮은 사람들은 조심스럽고 신중하게 의사결정을 내리며, 위험을 최소화하려고 노력한다(빈봉식·박정기, 2002).

Palmer(1971)의 연구에 의하면, 효과적인 창업자는 위험성을 정확하게 이해할 수 있으며 창업의 내재된 위험요소를 최소화하기 위한 정책 결정을 할 수 있다고 제시하였으며, Kuratko(1998)는 “새로운 사업체를 급변하는 시장 환경에 보다 빠르게 대응하기 위해서는 창업자의 위험감수성향이 필요하지만, 그로 인해 때로는 커다란 대가를 부담해야 하는 의사결정을 내릴 수도 있다” 라고 하였다. Begley와 Boyd(1987)는 지나치게 높은 위험감수성으로 재무적인 경영성과를 감소시킬 수도 있지만, 적절한 위험감수성향은 재무적인 경영성과의 증가와 연관되어 있음을 발견하였다(조중연, 2016).

창업 및 경영과정에서 부딪히는 어느 정도의 위험을 피할 수 없다면, 창업자가 이러한 위험들에 맞서 얼마만큼 적극적인 대처를 하고, 얼마나 조직적으로 관리를 잘 할 수 있는지 등이 창업자 스스로 자신의 심리적인 안정은 물론, 창업에 있어 성공적으로 운영하는데 기본적인 요소가 될 것이다(김완재, 2007).

대부분의 기업가는 그들의 시장 환경 탐색을 통해 외부의 기회를 탐구함과 동시에 위험요소를 회피하고자 한다. 이러한 것은 위험을 감수하고자하는 의지로서, 하나의 기업이 성공하기 위해서는 높은 위험을 감수하고자하는 경영자의 의지가 중요하다. 그리고 경영자는 창업과 창업 후 경영과정에서 나타나는 어느 정도의 위험은 감수해야 하며, 피할 수 없는 위험이라면 이러한 위험을 얼마나 적극적으로 대처를 잘하느냐에 따라서 성공적인 창업과 경영성과에 긍정적인 영향으로 작용할 수 있을 것이다(조중연, 2016).

다. 모호성에 대한 인내

모호성에 대한 인내(tolerance for ambiguity)는 불확실한 어떠한 상황들에 대한 인내하는 정도를 표출하는 것을 말한다(조중연, 2016). Budner(1962)는 모호성에 대한 인내력에 대하여 모호성은 복잡함과 생소함 등에서 생긴다고 하였으며, 모호성에 대한 비인내력(insolubility)이 위험받는 것만큼 모호한 상황에 대하여 파악하고 지각하려하며, 희망하는 상황을 지각하고자하는 경향으로 정의하고 있다(조중연, 2016). Sexton & Bowman(1985)은 모호성 인내는 ‘모호한 상황과 관련된 정보를 개인이 조직화하는데 영향을 미치는 성격특성’이며, 특정된 상황을 구조화하는데 있어 충분한 단서들이 부족할 때 개인들은 모호성을 지각했다고 하였다(조중연, 2016). 일반적으로 사람들이 모호성을 지각하는 경우로는, 불확실한 현재의 상황에 대하여 인지할 수 있는 사전정보를 충분히 획득하지 못한 경우로 새롭거나 또는 복잡하고 해결이 어려울 때 일수록 개인들은 모호성에 대한 인내가 발휘가 된다(조중연, 2016).

McClelland(1969)는 모호성에 대한 인내력을 높게 지닌 사람은 비정형적인 상황을 의도적으로 찾는다고 주장하였으며, Begley와 Boyd는 소규모기업 즉 소상공인의 경우 경영자 모호성에 대한 인내도의 차이를 조사한 결과, 경영자의 모호성 인내력이 강한 사람일수록 그렇지 못한 경영자보다 높음을 발견하였다(조중연, 2016). Schere(1982)는 경영자와 관리자를 대상으로 모호성 수용력에 대한 실험을 통하여 경영자가 관리자보다 더 높은 수용력을 가지고 있다는 것을 밝혀

냈으며, Sexton & Bowman(1984)도 그의 연구에서 잠재적 경영자들과 관리자들을 대상으로 비교 분석한 결과, 잠재적 경영자들이 관리자들보다 더 높은 모호성 수용력을 나타내고 있다고 밝혀냈다(조중연, 2016). 경영자들의 대부분은 새로운 환경에서 다양한 기회를 통해 활력을 얻는다고 할 수 있으나 이러한 많은 불확실성과 모호성을 내포하고 있는 새로운 환경에 경영자들은 어떻게 이러한 상황을 인식하고 받아들이는가가 중요하다고 할 수 있다(조중연, 2016).

모호성에 대한 인내력(tolerance for ambiguity)은 개인이 어떤 상황을 정리하거나 파악 할 때 그 상황에 충분한 실마리를 찾지 못하면 모호성을 지각한다(안태항, 2010). 모호성은 복잡하거나 또는 해결이 어려울 때 모호성을 느낀다고 본다. Bunder(1962)는 모호성에 대한 비인내력(insolubility)을 위협받는 것만큼 모호한 상황을 지각하려는 경향을 파악하고, 모호성에 대한 인내력은 희망하는 상황을 지각하려는 경향으로 정의하고 있다(안태항, 2010). 모호성에 대한 인내란 애매한 상황을 바람직하다고 느끼는 경향인 반면, 모호성에 대한 인내력이 없거나 부족하면 그러한 상황을 위협으로 받아들인다. 모호성의 인내력이 동기부여의 촉매제 역할을 한다면 창업자의 사업에 대한 태도나 성과에 영향을 미칠 수 있을 것이다(안태항, 2010).

2.4 창업준비수준

2.4.1 업종 및 아이템 선정

일반적으로 창업자가 창업을 하는데 있어서 제일 먼저 고민하는 것이 사업아이템으로, 새로운 사업아이템은 여러 가지의 경로를 통해서 창업의 동기가 부여되며, 새로운 창업을 시작하는 과정에 있어서 창업아이템을 선정하는 단계 또한 매우 중요한 단계라 할 수 있으므로 예비 창업자들이 창업 업종과 아이템을 어떤 과정을 거쳐서 선정하게 되는지 선정단계에 대해 연구해 볼 필요가 있다(조중연, 2016).

첫째, 계획적인 창업의 아이템은 창업자 본인에게서 아이템을 찾아야 하고, 우연적인 창업이라도 아이템 선정은 창업자 본인에게 적합한 아이템이어야 하며, 두 번째, 시장과 고객을 충분히 분석 후 아이템을 찾고 현재의 아이템이 적합한 것인지를 판단할 수 있을 것이다(여경은, 2016). 결국 아이템 선정은 내가 관심을 가지고 있으며, 내가 좋아하는 일, 내가 잘 할 수 있는 일에서부터 아이템을 찾아가야 하며, 시장과 고객 분석을 통해 고객의 니즈를 시장에서 고민하고, 고객이 불편해하고 원하는 것, 시장의 기회가 있는 것을 찾아내야 한다(여경은, 2016). 또한, 소비자의 이목을 잡을 수 있는 차별화된 아이템으로서, 생산이 가능한 것이어야 한다(여경은, 2016). 생산이 불가능한 것이면 아무리 좋은 아이템이라도 사업성에 맞지 않음으로 의미가 없다(조중연, 2016).

즉, 업종 및 아이템은 창업의 동기를 부여하며 새로운 비즈니스 모델을 구축하는데 매우 중요한 단계라 할 수 있으며 어떤 비즈니스 모델을 구축하느냐에 따라 창업자, 시장, 고객을 분석 후 실현가능한 최적의 적합성을 가진 아이템을 선정하여야 할 것이다.

2.4.2 창업자금

새로운 사업체를 계획하고 운용하는 것에 대하여 자금 조달은 창업에 있어서 중요한 요인이므로 자본의 핵심적인 기능과 역할에 대한 이해가 필요하다. 자금의 규모나 자금수요의 패턴은 창업하는 업종과 비즈니스 모델에 따라 달라지고, 자금수요 또한 어떠한 과정을 거치면서 창업이 실제로 진행되는가에 따라 서로 달라진다. 현실적인 창업추진의 시작점은 창업자금의 확보라 할 수 있으며, 창업 성공의 기본적인 조건과는 또 다른 의미로 창업을 성공하게 하는 결정요인이 될 수 있다. 그것은 창업자가 사업체를 경영하는데 있어, 창업자금은 가장 필요하며 중요한 요소이기 때문이다.(조중연, 2016)

창업자가 창업에 실패하는 요인으로서는 적절한 시장 확보의 실패 또는 급변하는 기업환경에 능동적인 대처 부족, 창업자의 미숙한 경영관리 능력 등 여러 가지

이유도 있겠지만, 사업 실패의 결정적인 원인은 창업자금의 부족에 있다(조중연, 2016). 따라서 충분한 창업자금의 확보가 선행됨으로서 성공적인 창업이 될 수 있으며, 충분한 창업자금의 확보는 창업성공에 있어 주요한 요인이 된다(정수원, 2001).

소상공인에게 있어 자금조달의 원천은 실질적으로 매우 제한적이고 자금조달의 각 원천에 따른 요구조건들도 엄격한 편이다. 적절한 시기에 어떤 원천을 통해서 필요한 자금을 최소의 금융비용으로 조달하느냐는 소상공인 경영에 있어 사업체의 성공에 유의한 영향을 미치게 될 것이다. 실제로 현실적인 창업추진의 출발점은 창업자금의 확보라 할 수 있으며, 창업성공의 기본적인 조건과는 또 다른 의미로 창업을 성공하게 하는 결정적인 요인이자 사업 운영의 필수 요인이라고 할 수 있다.

2.4.3 창업준비기간

전국 소상공인 실태조사 보고서(2010.7, 소상공인 진흥원)에 나타난 자료를 보면 사업을 위한 준비부터 사업을 하기 시작한 기간까지 창업의 준비 기간으로 23.2%로 '3-6개월 미만'이 가장 많았으며, '1-3개월 미만'도 23.0%로 매우 많게 나타났다(조중연, 2016). 특히 '1개월 미만'이 14.2%나 되고, '1-6개월 미만'의 준비기간을 갖는다는 응답이 전체의 60.4%인 것으로 나타났다. 업종별로 창업 준비기간을 보면, 숙박 / 외식업의 경우 '1-3개월 미만'이 29.1%, 그리고 오락/문화/운동의 경우 28.9%가 '3-6개월 미만'으로 높게 나타났다. 하지만 운수/통신업의 경우 '2년 이상'이라는 응답이 53.4%로 다른 업종에 비해 높게 나타나 준비기간이 긴 것으로 조사되었다(조중연, 2016).

2.5 컨설팅

2.5.1 경영컨설팅 개념 정의

컨설팅의 사전적 의미는 특정 대상에 대하여 해당 분야의 전문가가 자신의 전문지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결방안을 제시하는 것이라 할 수 있다(조영대, 2005). 따라서 경영컨설팅은 기업이 당면하고 있는 다양한 문제에 대하여 특정 분야의 전문가가 일정기간 의뢰기업을 상대로 자신이 보유하고 있는 경험과 전문지식을 활용하여 문제해결의 솔루션을 제시하고 고객의 의사결정을 지원하는 서비스 프로세스 활동이다.

최근 컨설팅의 개념은 어느 특정분야에 한정되지 않고 컨설팅을 받고자 의뢰하는 다양한 고객의 목적 달성을 위하여 지식, 기술, 프로세스의 차별성으로 고객의 눈높이에 맞게 제공한다는 측면에서 넓은 의미의 법률 컨설팅, 웨딩컨설팅, 생애설계 컨설팅, 부동산컨설팅, 입시 및 교육컨설팅, 뷰티컨설팅, 피부관리 컨설팅 등으로 분류하고 있다(송갑호, 2005).

미국 경영컨설팅 엔지니어협회(Association of Consulting management Engineer : ACMC)를 비롯하여 호주의 경영컨설팅협회와 영국의 경영컨설팅협회들은 “일정한 자격과 경험을 보유한 외부전문가들이 고객들이 요구하는 다양한 문제들을 연구·분석·정리하여 적절한 해결방안을 제시하고 자문하거나 지도, 조언하는 행위의 전문서비스를 제공하는 것”이라고 경영컨설팅에 대한 개념을 정의하고 있다.

국제경영컨설팅협의회(International Council of Management Consulting Institute : ICMCI)에서는 “경영책임을 지니고 있는 고객을 대상으로 경영운영 과정에 대하여 독자적이며 독립적인 제안과 조언 및 지원을 제공하는 것”이라고 컨설턴트의 독립성과 컨설팅 대상에 대한 개념을 정의하고 있고, 한편으로 국제노동기구(1998)에서는 “독립된 전문자문 서비스”라고 정의 하였다.

국내 개념 정의로 중소기업컨설팅산업백서(중소기업청, 2008)에 따르면 컨설팅이란 기업경영상 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와

주는 행위로 규정하고 있다.

경영컨설팅에 대한 학자들의 다양한 정의를 살펴보면, Fritz(1975)는 경영컨설팅은 기업의 과제 해결을 도와주는 역할을 수행하지만 직접적인 책임이 없는 단순한 조력자 역할로 과제의 내용, 운영 구조, 운영 규칙에 관한 관리 책임을 맡아 이를 실행하는 담당에게 과제 실행에 대한 현실적인 책임을 갖고 있지 않는 경영컨설턴트가 의뢰기업의 프로세스에 도움을 제공하는 것으로 정의하고 있고, Turner(1982)는 “경영컨설팅은 기업·조직의 여러 가지 문제점을 규명하고, 문제해결을 위한 필요한 이론과 외부적인 환경정보를 지원하고, 진단분석을 통해 지속적인 성과창출을 구축할 수 있도록 조직의 변화와 학습을 제공하는 것을 목적으로 한다”고 정의 하였다.

Greiner & Metzger(1983)는 경영컨설팅은 훈련을 통해 특정한 전문지식 및 자격을 갖춘 전문가가 기업의 문제를 발굴하고 해결하는 역할로 직접적인 측면을 강조하였으며, Williams & WoodWare(1997)는 경영컨설팅은 “컨설턴트가 전문가적 지식을 고객의 요구에 부합하는 서비스를 제공하는 것”으로 점차 전문성이 강조되고 있다고 정의하였다.

Milan Kubr(2002)는 경영컨설팅을 “특화된 훈련을 받아 기존의 적합한 자격을 가진 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 자세로 고객이 경영상의 문제들을 인지하고 정확하게 확인하는 것을 도와주고 추천 제안하는 것이며, 또한 고객이 이러한 해결책에 대한 구체적인 실행에 대한 도움을 요청하였을 때 도움을 지원하는 조언 서비스(Advice Service)”라고 정의 하였다.

또한 국내의 학자들의 경영컨설팅에 대한 연구들을 살펴보면 다양하게 정의하고 있다. 경영컨설팅은 외부 컨설턴트가 조직인 고객을 대상으로 기업 경영과 관련된 다양한 서비스를 제공해 주는 자문활동이다(장영, 1996).

김광훈은 경영컨설팅이란 전문적 서비스로 서비스 제공자가 특화된 지식이나 경험 또는 기법을 이용하여 고객의 개별화되고 전문화된 요구를 만족시키기 위한 서비스라고 정의 했다(김광훈, 2001).

기업 또는 조직이 직면하고 있는 경영상의 문제점이나 경영전략을 실행함에 있어 기업의 성장을 위해 필요한 학식이나 경험이 많은 외부 전문가가 기업의 요청에 의하여 실질적으로 조사 분석하고, 그 기업의 발전을 촉진하기 위한 권고와 실천, 지도와 조언 그리고 전략과 해법을 제시하는 프로페셔널 서비스라고 했다(조영대, 2004).

김광용은 컨설팅이란 전문적인 지식과 경험을 가진 사람들이 조직의 목표를 달성하는데 경영, 업무상의 문제점을 객관적이고 독립적인 입장에서 문제를 규명하고 분석하여 해결방안을 제시하고 적기에 실행토록 함으로써 조직이 추구하는 목적을 달성하기 위한 전문적인 서비스 활동이라고 정의 했다(김광용 외, 2008).

경영컨설팅은 기업의 경영활동상 문제해결을 위한 해법 모색과 미래 환경변화에 적응준비, 경영상의 중요한 의사결정을 할 때, 외부전문가에게 자문을 구하게 되는데, 이때 기업의 문제점을 진단하고 상황에 적합한 처방을 내리는 일련의 활동을 경영컨설팅이라 할 수 있다(조재룡, 2001). 경영의 특정 분야에 대해 전문적인 지식과 경험을 갖춘 사람이 그를 필요로 하는 상대방에게 적절한 방법을 통해 교육, 자문 등의 해결책을 제시하여 도움을 주는 행위이다(김후진, 2014).

이와 같이 경영컨설팅은 기업이 직면한 문제점 해결과 추구하는 목표 달성을 위해 연구와 조사를 실시하고, 합리적인 해결방안을 제시하거나 기업에서 필요로 하는 기능적인 측면에서의 도움을 주는 서비스라고 정의했다(여우현, 2015)

경영컨설팅에 대한 위의 선행연구들을 조합하면, 기업의 경영진이 경영상에서 발생하는 제반의 문제들에 대해 기업 자체의 능력으로 해결하기 어려워 하거나 많은 비용과 시간을 필요로 하는 경우, 이를 해결하기 위한 방안으로 외부의 전문가가 적기에 투입되어 그 기업의 근본적인 문제의 원인을 진단 및 파악하여 실행 가능한 해결방안을 제시하고 실행하도록 진단하고 조언하는 일련의 자문활동이라고 할 수 있다.

최근의 경영컨설팅 영역이 복잡하고 다양한 경제 현황을 반영하여 생존과 지속적 성장을 위한 경영전략 수립, 회계와 재무분야, 고객관계관리, 기업의 생산성 혁신과 경영성과 달성을 위한 솔루션 제공 등에서 다양한 문제해결의 영역으로 확대되어 가고 있다.

2.5.2 경영컨설팅의 특성 및 유형

경영컨설팅이란 선행연구자들의 정의와 같이 기업에 대한 조합적인 경영자문 활동으로 경영자들이 고민하고 있는 경영상 주요 이슈와 문제점들에 대한 조사, 분석, 종합 정리하여 보다 적절하고 실행 가능한 현실적 개선방안과 해결책을 수행할 수 있도록 적시에 도움을 제공하는 전문적인 자문활동을 의미하는 것으로 이는 기업들이 추구하는 목표달성, 경영과 비즈니스 상의 다양한 문제해결, 새로운 사업기회의 발견과 활용, 학습의 증대, 변화의 실행 등과 같은 일반적인 5가지의 경영컨설팅의 목적을 이루는 것이 곧 경영컨설팅의 특성이다(Kubr, 1997).

신상복(2012)은 경영컨설팅의 목적을 조직이 추구하고자 하는 목표 달성, 새로운 기회 발견, 학습의 증대, 변화의 지속적 실행, 경영과 비즈니스의 문제해결을 위한 자문역할을 컨설팅의 주요 특징이라 하면서 이들의 주요 자문 형태는 경영문제의 자문, 지원하는 산업의 원활한 활동을 위한 경영자문, 특정부문 경영자문, 전략기획자문, 시장관리와 전략 자문, 생산관리 자문, 재정관리 및 확보 자문, 인력관리 및 개발 자문 등으로 제시했다(신상복, 2012).

경영컨설팅의 특성에 대하여 중소기업기술정보진흥원은 경영컨설팅의 목적을 달성하기 위하여 요구되는 컨설팅 특성을 전문성, 사업성, 고객지향성, 지속성, 환경대응성과 같이 구분하고 <표 2-1>와 같이 설명하였다(중소기업 기술정보진흥원, 2011).

이러한 경영컨설팅의 특성을 기반으로 실행되는 경영컨설팅 효과는 기업과 조직에 새로운 경영 전략적 기회를 제공할 뿐 아니라, 타 산업의 발전과 성장을 동시에 견인하는 역할을 수행함에 따라 경영컨설팅의 중요성을 강조하고 있다(신상복, 2012).

따라서 경영컨설팅은 기업 내부와 외부의 정보를 체계적이고 과학적인 방법으로 수집, 통합 및 분석하여 고객의 경영 제반의 문제를 정확히 이해하고 해결하기 위한 목표를 설정하고 그에 따른 실행방안을 제시하고 가시적인 경영성과를 달성할 수 있도록 지원해야 한다. 이러한 성과는 새로운 사업 기회를 발견할 수 있도록 도와주고, 타 산업 발전의 견인적인 역할을 수행할 수 있다.

〈표2-2〉 경영컨설팅의 5가지 특성

구 분	특성 개념
전문성	고객의 경영컨설팅을 수행함에 있어 가장 중요하고 긴급한 문제해결 능력, 고객이 컨설팅 수행 결과에 대하여 신뢰성과 타당성을 결정하는 요소
사업성	경영컨설팅 개인이나 조직은 전문성을 바탕으로 영리를 목적으로 사업을 영위하고 발전시켜 나아가야 하며, 컨설턴트가 제공하는 경영컨설팅 결과물은 전문서비스로서의 상품적 가치가 충분해야 하고, 고객은 그들이 제공하는 결과물에 대한 대가를 지불하여야 함
고객지향성	고객과의 관계에서는 여타 사업처럼 투철한 고객 지향적인 서비스 정신이 요구됨을 의미함 고객의 고충과 문제를 충분히 이해하고 고객 만족을 위해 성실하고 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과물에 대한 효용가치를 극대화하기 위한 고도의 전문성과 도덕적 윤리성을 발휘할 수 있어야 함
지속성	단 한 번의 컨설팅으로 끝나는 것이 아니라, 고객과의 관계를 유지하며 지속적으로 그 성과를 체크하고 개선해 나가야 하며, 동시에 경영 내부와 외부의 환경변화에 따라 기업의 전략적 대응차원에서 경영컨설팅의 필요성이 확대되는 바, 기업의 경영성과는 컨설팅이 순환적이어야 하고 프로젝트차원에서도 지속적이어야 함
환경 대응성	경영컨설팅은 녹색성장, 사회적 책임경영, 모바일 환경 등과 관련하여 변화하는 기업의 환경에 따라 계속적으로 진화해 가야함

자료 : 중소기업기술정보진흥원, 『컨설팅산업 현황 분석 및 활성화 방안연구』, 2011

경영컨설팅의 유형은 서비스의 형태와 기간에 따라 전문서비스, 자문서비스, 독립서비스, 일시적인 서비스, 상업적인 서비스로 구분되는 외형적 측면과 경영컨설팅 수행을 조직의 변화와 혁신을 촉발하는 수단으로 보고 혁신성 분류차원에서 4가지 형태로 내부적 측면으로 컨설팅 유형을 분류하며(장영, 1996), 경영컨설팅 산업의 마케팅 측면에서 컨설팅 프로젝트 유형의 복잡성 정도에서 상급(Brain), 중급(Grey Hair), 하급(Procedure)으로 분류하고 있다(Maister, 1982).

〈표2-3〉 경영컨설팅 유형의 분류

구 분		유형 분류	주요 특성
외형적 분류		자문서비스	고객에게 조언을 하는 자문역할을 수행함으로써 컨설팅 결과에 대한 직접적인 책임이 없음
		독립서비스	컨설팅 결과물은 의뢰인의 친분이나 조직에 상관없이 독립적으로 제공 할 수 있어야 함
		자문서비스	전문지식과 경험을 바탕으로 해결책을 제시하고, 의뢰인의 이익보호차원에서 윤리성을 필요로 함
		일시적인 서비스	경영컨설턴트는 의뢰인이 요청할 시 한시적으로 컨설팅 업무를 수행하며 업무가 완료됨과 동시에 이직함
		사업적인 서비스	경영컨설팅은 구매자와 판매자의 관계이므로 컨설팅 계약을 체결할 시에 적절한 이익이 확보되어야 함
내용적 분류	혁신성 분류	부문개선컨설팅	컨설팅 업무영역이 좁은, 공정재편성, 공정자동화 등의 특정분야에 한정되지만 변화의 정도가 크고 짧은 시간에 변화의 신속함을 요구함
		부문혁신컨설팅	컨설팅 업무영역이 좁은, 인사관리, 마케팅, 공정개선, 설비보전 등의 특정분야에 한정되어 있음
		전사개선컨설팅	컨설팅 업무영역이 넓은 사무자동화, 프로세스개선(PI), 전사적 품질경영(TQM), 목표관리(MBO), 경영정보시스템(MIS) 등으로 특정분야에 한정되어 있지 않음
		전사혁신컨설팅	컨설팅 업무영역이 넓은 프로세스리엔지니어링(BPR), 다운사이징, 리스트럭처링 등의 복잡하고 난이도가 높으므로 특정분야에 한정되지 않음
	복잡성 분류	상급(Brain)	기업의 당면 과제가 상대적으로 복잡하여 고급 컨설턴트가 상대적으로 많이 투입됨
		중급(Grey Hair)	기업의 당면 과제가 중간 정도의 복잡성이 있음
		하급(Procedure)	기업의 문제가 보편화되어 있어 경험이 적은 컨설턴트가 투입됨

자료 : 여우현(2015)의 내용을 재구성

2.5. 경영컨설팅의 분야

경영컨설팅의 분야를 살펴보면 한국컨설팅협회에서 경영컨설팅을, ① 경영 관리 및 혁신, ② 재무와 회계, ③ 인적자원, ④ 생산관리, ⑤ 제품개발 및 마케팅, ⑥ 연구개발, ⑦ IT의 총 7개 부문으로 분류하고 있다(한국컨설팅협회, 2005).

한국경영기술지도사회는 ① 경영환경, ② 재무, ③ 마케팅, ④ 경영시스템, ⑤ 성과(조직전반), ⑥ 생산, ⑦ 인적자원, ⑧ 연구개발의 총 8개 부문으로 분류하고 있다(한국경영기술지도사회, 2008)

〈표2-4〉 경영컨설팅의 분야

구 분	내용
경영환경 분야	거시경제적 환경, 사회문화 등으로 기업이 처해있는 환경에 대하여 전반적인 분석을 하는 것
재무 분야	재무관리의 업무를 정형화하고 통합하고 재무분야의 내부 통제 구조를 정립함
마케팅 분야	효율적인 상품기획(M/D) 및 신상품개발 프로세스 구축, 개발된 제품의 경쟁력 분석과 수요예측
경영시스템 분야	CRM, BPR, ERP, PPM, SI
성과(조직전반) 분야	사업타당성, 경영전략, 사업다각화, 수익성 분석, 중장기적인 경영계획 수립 및 부문별 목표달성을 위한 실행계획 수립
생산 분야	생산손실 개선 및 낭비제거, 설계 및 제조원가 혁신, 공정작업관리
인적자원 분야	목표관리 시스템, 조직개발 및 인력관리, 신인사제도, 연봉제,
연구개발 분야	R&D 서비스 및 기술검사

자료 : 한국경영기술지도사회, 2008

2.6 창업성과

2.6.1 재무적 성과지표

성과측정으로 기업의 이익 기여 여부와 정도를 판단하는 측정지표를 재무적 성과라고 하였으며, 과거 기업의 성과측정은 재무적인 부분에 치우쳐 있어, 고객 및 조직과의 연계성도 부족한 것이 현실이었다(박정아,2001). 이런 현상은 기업에 있어서 연구개발이나 교육·훈련비용 등 지출을 축소하여 기업의 미래경쟁력을 저하하는 결과를 가져올 수도 있다.

Gupta and Gonvindarajan(1990)은 재무적 성과에 대하여 측정도구로 매출액 증가의 정도, 세전 이익 증가, 시장의 점유율, 세전 고정자산 이익률, 신제품 개발정도, 조직원 복지 증대, 조직원 사기 증대 등을 지표로 활용하였다.

Kividarvi & Saarinen(1995)는 경영성과를 기업의 최근 3년간 매출액 상승률을 활용하여 측정하였으며, 총자산 수익률 및 매출액 순수익률을 사용하기도 하였다. 또한, 총매출에 대비한 비율적 측면을 고려하여, 제조원가, 간접비 비율, 원가 비율 등을 활용하여 재무적 성과를 측정하였다(Mitra & Chaya,1996).

하위 항목이 재무 관점, 고객 관점, 내부 프로세스 관점, 학습과 성장관점인 Kaplan & Norton(1996)의 균형 성과지표(BSC)를 사용하여, 관광호텔의 경영성과를 측정하는 지표로 활용하였다(박정아,2001).

기업의 규모, 기타 여러 전략사업에 따라 매출액과 같은 계량적 지표의 사용은 의미가 없을 수도 있다. 따라서, 계량적 지표가 아닌 비율 형태의 지표 사용도 유용하며, 다양한 재무 비율 가운데 총자본이익률 또는 매출액 영업이익률은 기업의 수익적 측면과 활동적 측면 등 영업 활동의 양측면을 측정할 수 있다는 점에서 의미가 있다(정지호, 2014).

2.4.2 비재무적 성과

비재무적 성과에 대한 기존 연구에서는 많이 사용하는 변수로써 시장점유율, 고객만족도 및 기존 고객 유지 등의 연구가 대부분을 차지하였다. 이외에도 경쟁사 대비 고객충성도, 재구매율 등의 변수들이 활용되어졌다.

Schmit & Allscheid(1995)는 관리자 또는 감독, 금전적 서비스 지원 등의 기업내부 환경이 조직의 분위기에 영향을 주어 이에 대한 구성원들의 인식이 외부서비스에 영향을 주고 고객만족에 영향을 준다는 결과를 제시하였다. Garbarino and Johnson(1990)은 지속적인 고객만족도와 충성도 같은 관계 설정이 경영성과를 이끌어낸다고 주장하였다.

Oliver(1997)는 고객만족에 대해 제품이나 서비스를 소비하는 대상의 충족 상태에서 미충족 또는 과충족을 포함하여 유쾌한 수준에서 제공하였는가에 대해 판단이라고 정의하였다(정지호, 2014).

김광근(1996)은 호텔분야에서 총지배인이 가지고 있는 고객서비스, 기업이미지, 품질향상정도에 대한 주관적인 인식 정도를 비재무적 성과지표로 활용하여 경영성과를 측정하였으며, Beard & Dess(1981)는 비재무적 성과지표로 시장점유율 분석을 제시하여 시장점유율이 높은 기업은 규모의 경제, 유통 경로 지배 등 자신에게 유리한 시장 환경을 조성함으로써 수익성을 확보할 수 있다고 제시하였다(이진혁, 2017).

Venkatraman(1986)은 개인 기업을 대상으로 한 연구에서 순자산이익률과 연계된 37개 요소 중 시장점유율이 가장 중요하다고 하였으며 기업 이익 극대화를 위해서 시장 점유율을 높이는 것이 중요하다고 하였다(정지호, 2014).

Buzzel, Gale & Sulten(1985) 역시 시장점유율이 높은 규모의 경제, 경쟁

능력 등의 요인으로 기업이 이익을 실현하는데 유리하며, 시장점유율을 결정하는 주요 변수로, 브랜드충성도, 가격, 광고, 경쟁 제품 수, 진입순위 등이 중요 변수라고 제시하였다(배은영, 2000).

Ⅲ. 연구의 설계 및 방법

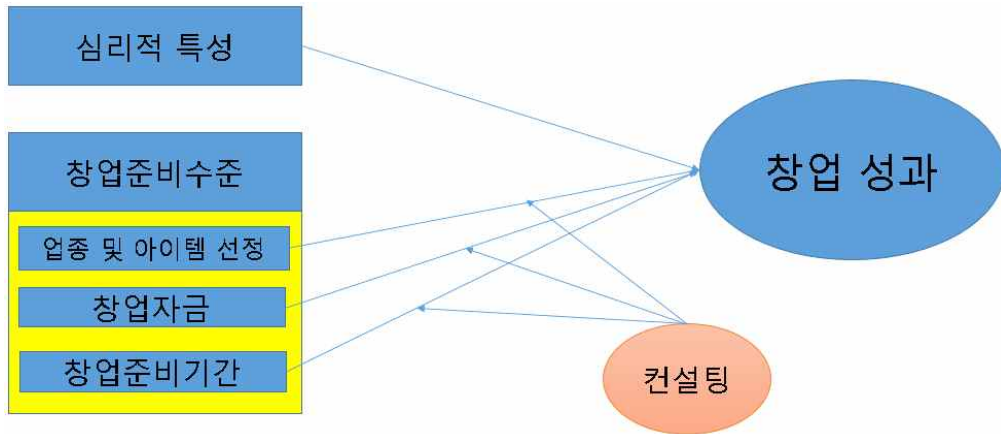
3.1 연구모형

본 연구모형은 소상공인의 창업성과에 영향을 미치는 요인을 연구함에 있어서 안태두(2010), 조중연(2016), 정종희(2015)의 연구를 토대로 하여 창업성과에 영향을 미치는 요인변수로 심리적 특성, 창업준비수준 [업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간]으로 선정했다. 창업준비수준은 업종 및 아이템 선정, 창업자금과 창업준비기간을 하위변수로 하여 컨설팅이 창업성과에 조절역할을 하는지를 검증하기 위한 것이다.

본 연구에서는 선행연구와 관련된 문헌 검토를 바탕으로 소상공인의 창업과 관련한 심리적 특성과 창업준비수준을 독립변수로 하고 창업성과를 종속변수로 하였다. 또한 독립변수중 창업준비수준의 하위변수인 업종 및 아이템 선정, 창업자금, 창업준비기간과 창업성과간에 컨설팅을 조절변수로 하여 어떠한 영향관계가 있는지 검증하고자 한다.

본 연구가 선행연구와 차이점은 창업준비수준을 업종 및 아이템선정, 창업자금과 창업준비기간의 하위변수로 선정하여 조절요인으로서 컨설팅이 미치는 조절효과를 측정하였다는데 있으며 구체적인 연구모형을 나타내면 <그림 3-1>과 같다.

〈그림 3-1〉 연구모형



3.2 연구가설의 설정

본 연구의 연구모형은 선행연구를 참고하여 연구가설을 설정하였다. 조중연(2016)는 개인기업의 창업성과에 영향을 미치는 요소로서 개인적 특성, 창업준비수준이 있다고 보았다. 각각의 독립변수에 대한 세부사항으로 개인적 특성은 심리적 특성을 독립변수로 선정하였고, 창업준비수준은 업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간을 독립변수로 선정하여 연구하였다.

안태두(2010) 또한 소상공인의 창업성과에 영향을 미치는 요소로서 소상공인의 개인적 특성이 있다고 보았으며 심리적 특성을 독립변수로 선정하였다. 소상공인의 심리적 특성은 창업 지향성, 모호성 인내, 창업자마인드로 선정하였다.

본 연구는 이상의 선행연구에서 소상공인의 심리적 특성과 창업준비수준이 창업성과에 유의한 영향을 미치고 컨설팅 조절효과가 있을 것이다 라는 가정하에 다음과 같이 가설을 설정하여 분석하고자 한다.

- 〈가설 I〉 심리적 특성은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 〈가설 II〉 창업준비수준은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 〈가설 II-1〉 업종 및 아이템선정은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
- 〈가설 II-2〉 창업자금은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
- 〈가설 II-3〉 창업준비기간은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

또한, 조절요인으로서 컨설팅은 소상공인의 창업성과에 영향을 미칠 것이라고 가정하여 컨설팅의 조절효과에 대하여 검증하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하여 분석하고자 한다.

- 〈가설 III〉 컨설팅은 창업성과에 조절작용을 할 것이다.
- 〈가설 III-1〉 컨설팅은 업종 및 아이템선정에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 할 것이다.
- 〈가설 III-2〉 컨설팅은 창업자금에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 할 것이다.
- 〈가설 III-3〉 컨설팅은 창업준비기간이 창업성과에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 할 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

3.3.1 변수의 조작적 정의

본 연구에서 사용되는 다양한 용어들은 여러 가지의 의미를 포함하고 있고 연구목적에 따라 학자들마다 다르게 정의하므로 가설을 검증하기 위한 주요 개념들을 측정하기 위하여 기존 선행연구들을 기본으로 하여 선행연구들의 항목들에 대해 조작적 정의를 하였다. 조작적 정의를 통하여 변수의 측정 항목들을 개념화 하였다. 측정 항목은 선행연구의 척도를 이용하였으며 본 연구의 목적에 적합하게 수정하였는데, 심리적 특성, 업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간을 독립변수로 채택하였으며, 종속변수로는 창업성과, 조절

변수로는 컨설팅을 사용하였다.

3.3.1.1 심리적 특성

소상공인의 심리적 특성이란 창업 및 경영과정에서 부딪히는 위험들에 맞서 얼마만큼 적극적인 대처를 하고, 얼마나 조직적으로 관리를 잘 할 수 있는지 등이 창업자 스스로 자신의 심리적인 안정은 물론, 창업에 있어 성공적으로 운영하는데 기본적인 요소라고 할 수 있으며 창업자가 경영과정에서 어떠한 대처를 할 수 있는지 창업자의 개인적 특성을 의미한다(조중연, 2016).

3.3.1.2 창업 준비수준의 측정 항목

본 연구에서는 창업성가에 미치는 요인 중 창업 준비수준의 측정항목으로 업종 및 아이템선정, 창업자금 그리고 창업자의 창업 준비기간을 주요변수로 사용하였다(조중연, 2016).

1) 업종 및 아이템선정

업종 및 아이템 선정은 새로운 비즈니스 모델을 구축하는데 매우 중요한 단계라 할 수 있으며 창업자, 시장, 고객을 분석 후 실현가능한 최적의 적합성을 가진 아이템을 결정하여야 하며 비즈니스 모델 구축 필수 요인이라고 할 수 있다. 업종 및 아이템은 비즈니스 모델의 핵심 요소로 사업 추진의 원동력이자 사업운영의 구체적이고 주요한 수단을 의미한다.

2) 창업자금

실제로 현실적인 창업추진의 출발점은 창업자금의 확보라 할 수 있으며, 창업성공의 기본적인 조건과는 또 다른 의미로 창업을 성공하게 하는 결정적인 요인이자 사업 비즈니스모델의 필수 요인이라고 할 수 있다. 사업을 경영하는 데에 쓰는 자금으로 창업준비부터 사업운영시까지 필요한 경제적 가치

를 의미한다.

3) 창업준비기간

창업준비기간이란 창업자가 창업을 결정하고 사업을 실제로 운영하기 전까지의 기간이라고 할 수 있다.

3.3.1.3 컨설팅

컨설팅이란 특정 대상과 관련하여 해당 분야의 전문가가 자신의 전문지식을 통해 문제점을 확인하여 구체적인 해결방안을 제시하는 것이다.

3.3.1.4 창업성과

창업성과는 비재무적성과와 재무적성과를 종합하였으며 비재무적 성과는 창업자가 느끼는 경쟁업체와의 경쟁력 및 전반적인 성과에 대한 만족도, 재무적성과는 창업 후 매출액증가율, 투자한 자본대비 수익률을 의미한다.

〈표 3-1〉 변수의 조작적 정의 및 관련연구

연구변수	조작적 정의	선행연구
심리적 특성	창업 및 경영과정에서 어떠한 대처를 할 수 있는지 등 창업자 개인적 특성	조중연(2016) 안테두(2015) 정종희(2015)
업종 및 아이템 선정	업종 및 아이템은 비즈니스 모델의 핵심 요소로 사업 추진의 원동력이자 사업운영의 구체적이고 주요한 수단	조중연(2016) 안테두(2015) 정종희(2015)
창업자금	사업을 경영하는 데에 쓰는 자금으로 창업준비부터 사업운영시까지 필요한 경제적 가치를 지닌 투입 자금	조중연(2016) 안테두(2015) 정종희(2015)
창업준비기간	창업자가 창업을 결정하고 사업을 실제로 운영하기 전까지의 기간	조중연(2016) 안테두(2015) 정종희(2015)

컨설팅	특정 대상에 대해 해당 분야의 전문가가 자신의 전문지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결방안을 제시하는 것	류재희(2017) 전우소(2017) 주형근(2016) 여우현(2015) 김후진(2014) 조재룡(2011) Block(2011) Ciampi(2009) Milan Kubr(2002) Williams & Woodward(1994)
창업성과	창업자가 느끼는 경쟁업체와의 경쟁력 및 전반적인 성과에 대한 만족도 및 매출액증가율, 현재 투자한 자본대비 수익률 등 회계적 성과	조중연(2016) 노경섭(2016)

3.3.6 설문지의 구성

본 연구에 사용된 설문지는 연구목적에 부합할 수 있게 질문의 범위를 선행연구를 바탕으로 도출하여 심리적 특성, 업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간, 컨설팅 유무, 창업성과를 포함하여 총 7개의 그룹으로 구분하였다. 설문 문항은 선행연구에서 검토된 신뢰성 또는 타당성이 검증된 사항을 추출하여 본 연구목적에 적합하게 일부를 수정하거나 보완하여 활용하였다.

첫 번째는 심리적 특성을 측정하기 위하여 6개 문항으로 구성되어 있다.

두 번째는 업종 및 아이템선정을 측정하기 위한 질문으로 5개 문항으로 구성되어 있다.

세 번째는 창업자금을 측정하기 위한 질문으로 5개 문항으로 구성되어 있다.

네 번째는 창업준비기간을 측정하기 위한 질문으로 5개 문항으로 구성되어 있다.

다섯 번째는 창업성과를 측정하기 위한 질문으로 4개 문항으로 구성되어 있다.

여섯 번째는 컨설팅의 조절효과를 측정하기 위한 질문으로 컨설팅을 수행받은 경험이 있는지 여부에 대한 1개 문항으로 구성되어 있다.

마지막 일곱 번째는 일반현황에 관한 질문으로 소상공인의 성별, 연령, 매출규모, 지역, 업종의 형태, 사업기간, 사업업종, 창업자금, 현업종에 대한 경험, 학력으로 10개 항목으로 구성되었다.

설문지 평가에는 리커트 평가척도로 “전혀 아니다”, “아니다”, “보통이다”, “그렇다”, “매우 그렇다”로 구성된 5점 척도를 이용하였다.

〈표 3-2〉 설문지 구성

구분	하위변수	문항수	출처
독립변수	심리적특성	6	조중연(2016)
	업종 및 아이템선정	5	
	창업자금	5	조중연(2016)
	창업준비기간	5	조중연(2016)
조절변수	컨설팅 수임 여부	1	류재희(2017) 전우소(2017) 주형근(2016)
종속변수	창업성과	4	조중연(2016)
일반적 특성	성별, 연령, 매출규모, 지역, 업종의형태, 사업기간, 사업업종, 창업자금, 현업종에 대한 경험, 학력	10	조중연(2016)
합계		36	

3.4 자료수집 및 분석방법

3.4.1 자료수집

본 연구는 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업

준비기간)이 소상공인의 창업성과에 미치는 영향을 연구하고, 창업성과에 영향을 미칠 것으로 예상되는 컨설팅의 조절효과를 검증하여 컨설팅의 필요성에 대해 연구하는데 있다. 이에 연구목적을 달성하기 위하여 창업준비수준[업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간]과 관련하여 컨설팅을 받은 소상공인과 컨설팅을 받지 않은 소상공인을 대상으로 하였으며, 조사지역은 수도권, 충청권 지역을 대상으로 하였다.

3.4.2 자료 조사기간과 조사방법

본 설문조사는 2018년 7월부터 10월까지 4개월 동안에 걸쳐 실시되었다. 설문 대상은 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간)에 대해서 컨설팅을 받은 소상공인과 컨설팅을 받지 않은 소상공인을 대상으로 하였다. 주로 연구대상자에게 직접 설문지를 전달 및 회수하였고 예외적으로 팩스를 통하여 수집하였다. 배포된 설문지는 총 250부이고 회수된 설문지는 총 172부이나 설문지 중 응답내용이 불성실한 설문지 7부를 제외하여 165부를 연구의 분석에 사용하였다.

3.4.3 자료 분석

본 연구에서는 통계소프트웨어 SPSS 22.0을 사용하여 수집된 자료를 분석하였다.

첫째, 빈도 및 기술통계 분석을 실시하여 조사대상자의 일반적인 특성을 파악하였다.

둘째, 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 사용된 척도의 타당성과 신뢰성을 파악하였고, Pearson 상관관계 분석을 통해 변수간의 상관관계를 파악하였다.

셋째, 회귀분석을 실시하여 설정한 가설을 검증하였으며, 위계적 회귀분석을 실시하여 컨설팅의 조절효과를 검증하였다.

IV. 연구결과

4.1 표본의 일반적 특성

본 연구에 사용된 표본 수는 총 165개로서, 표본의 기본적인 특성을 확인하기 위한 방법으로 인구통계학적 특성별 분포를 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 매출규모, 지역, 학력, 사업업종, 사업기간 등으로 빈도분석 결과는 [표 4-1] 과 같다.

〈표 4-1〉 설문응답자의 인구통계학적 특성

(단위 : 명, %)

구분		빈도수(명)	백분율	누적(%)
건설팅	경험 있음	123	74.5	74.5
	경험 없음	42	25.5	100.0
성별	남자	118	71.5	71.5
	여자	47	28.5	100.0
연령	30세 미만	4	2.4	2.4
	30세 이상 ~ 40세 미만	24	14.5	17.0
	40세 이상 ~ 50세 미만	45	27.3	44.2
	50세 이상 ~ 60세 미만	69	41.8	86.1
	60세 이상	23	13.9	100.0
학력	고졸이하	2	1.2	1.2
	전문대졸	15	9.1	10.3
	대학교졸	145	87.9	98.2
	대학원졸(대학원 재학 포함)이상	3	1.8	100.0
	60세 이상	23	13.9	100.0
매출규모	5억 미만	85	51.5	1.2

	5억 이상 ~ 10억 미만	54	32.7	10.3
	10억 이상 ~ 50억 미만	22	13.3	98.2
	50억 이상	4	2.4	100.0
지역	충남	48	29.1	29.1
	충북	54	32.7	61.8
	서울·경기	63	38.2	100.0
업종형태	독립점포 경영	109	66.1	66.1
	가맹점 경영	56	33.9	100.0
사업기간	3년 미만	2	1.2	1.2
	3~5년 미만	7	4.2	5.5
	5~10년 미만	27	16.4	21.8
	10년 이상	129	78.2	100.0
사업업종	제조업	23	13.9	13.9
	숙박 및 음식점업	68	41.2	55.2
	서비스업	45	27.3	82.4
	부동산임대업	5	3.0	85.5
	도소매 및 소비자용품	10	6.1	91.5
	기타	14	8.5	100.0
창업시 자금	5천만원 미만	55	33.3	33.3
	5천만원 이상 ~ 1억원 미만	72	43.6	77.0
	1억원 이상 ~ 3억원 미만	35	21.2	98.2
	3억원 이상	3	1.8	100.0
	기타	14	8.5	100.0
현업종 경험	예	120	72.7	72.7
	아니오	45	27.3	100.0

응답자의 남녀의 수를 보면 남자가 118명(71.5%), 여자가 47명(28.5%)이

며, 연령대는 30대 미만인 4명(2.4%), 30세 이상~40세 미만인 24명(14.5%), 40세 이상~50세 미만인 45명(27.3%), 50세 이상~60세 미만인 69명(41.8%), 60세 이상이 23명(13.9%)으로 나타났다.

매출액 규모는 5억 원 미만인 85개(51.5%)로 가장 많았으며 5억 이상~10억 미만인 54개(32.7%), 10억 이상~50억 미만은 22개(13.3%), 50억 이상이 4(1.8%)로 나타났다.

지역은 충남 48명(29.1%), 충북 54명(32.7%), 서울·경기 63명(38.2%)으로 나타났다.

사업 기간은 10년 이상이 129개(78.2%)로 가장 많았고, 5~10년 미만인 27개(16.4%), 3~5년 미만은 7개(4.2%), 3년 미만은 2개(1.2%)를 나타내고 있다.

컨설팅 경험유무에서 유경험의 경우는 123개(74.5%), 무경험은 42개(25.5%)로 나타났다.

업종운영형태는 독립점포경영의 경우는 109개(66.1%), 가맹점경영은 56개(33.9%)로 나타났다.

현업종 경험은 유경험은 120개(72.7%), 무경험은 45개(27.3%)로 나타났다.

창업시 자금은 5천만원 미만인 55개(33.3%)이고, 5천만원 이상~ 1억원 미만이 72개(43.6%)로 가장 많았고, 1억원 이상~3억원 미만은 35개(21.2%), 3억원 이상은 3개(1.8%)를 나타내고 있다.

학력은 고졸이하가 2개(1.2%)이고, 전문대졸이 7개(4.2%)로 가장 많았고, 대학교졸은 145개(87.9%), 대학원졸(대학원 재학포함)이상 3개(1.8%)를 나타내고 있다.

업종별로는 숙박 및 음식점업이 68개(41.2%), 서비스업이 45개(27.3%), 제조업이 23개(13.9%), 부동산임대업이 5개(3.0%)로 나타났으며, 기타, 도소매 및 소비자용품, 부동산임대업의 순으로 나타났으며, 이를 종합적으로 소상공인이 창업준비수준의 하위요소인 업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간을 고려하는 상황을 볼 때, 음식점업 및 서비스업이 68.5%의 비중을 차지하고 있으므로 본 연구대상의 표본으로서 적절하다고 할 수 있다.

4.2 기술통계 분석

본 연구에서는 기술통계량분석을 실시하여 측정변수에 대한 정규성(normality)을 분석하였으며 그 결과는 다음 표 <4-2>와 같다. 신건권의 기술통계량분석 결과의 제시 기준은 표준편차가 3이하, 왜도의 절대값 3이하, 첨도의 절대값 8 이하이면 개별 측정변수들은 정규분포를 가지는 것으로 확인되었다(신건권, 2013).

〈표 4-2〉 개별 측정변수의 기술통계량분석 결과

변수	평균	표준 편차	왜도	첨도
심리적특성1	3.54	1.062	-.506	-.073
심리적특성2	3.27	1.038	-.171	-.578
심리적특성3	2.85	1.138	.290	-.565
심리적특성4	3.02	1.076	-.019	-.746
심리적특성5	3.33	1.123	-.479	-.508
심리적특성6	3.38	.926	-.166	-.155
업종선정1	3.68	.999	-.633	.072
업종선정2	3.58	1.036	-.521	-.216
업종선정3	3.65	1.022	-.651	.042
업종선정4	4.02	.927	-.873	.480
업종선정5	4.09	.882	-.826	.328
창업자금1	2.78	.996	.164	-.735
창업자금2	3.51	1.097	-.445	-.451
창업자금3	3.26	1.081	-.126	-.692
창업자금4	3.30	1.038	-.206	-.671
창업자금5	3.18	.983	.133	-.393
준비기간1	3.42	.976	-.302	-.430
준비기간2	3.85	.919	-.613	.097
준비기간3	3.64	1.000	-.492	-.227
준비기간4	3.23	1.057	-.380	-.401
준비기간5	3.72	.980	-.580	.015

창업성과1	3.67	.857	-.433	.200
창업성과2	3.90	.806	-.388	-.275
창업성과3	3.78	.784	-.274	-.254
창업성과4	3.66	.815	-.120	-.133

4.3 타당도 및 신뢰도 분석

4.3.1 타당도 분석

본 연구는 설문을 이용하여 실증연구 방법을 적용하였으므로, 가설검정에 앞서 독립변수인 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간)과 조절변수인 컨설팅, 종속변수인 창업성과의 측정변수에 대하여 개념의 타당성과 신뢰성 검증을 수행하였다. 타당성 분석은 연구자가 측정하고자 하는 개념 또는 속성을 측정하기 위해 개발한 측정도구가 그 개념 또는 속성을 얼마나 정확히 측정하는가를 분석하는 것이고, 요인분석은 연구하고자 하는 연구 개념에 대해 얼마나 정확히 측정하는가를 파악하는 것으로서 같은 개념의 연구를 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지 확인하는 것으로서 측정도구의 타당성을 확인하기 때문에 논문에서는 타당성 검증이라고 한다(최창호, 2013).

요인분석은 상관관계가 높은 변수들을 묶어줌으로써 그 내용을 단순화 시키고, 일반적으로 요인 적재치가 0.5 이하 일 때 해당 변수를 제거한다(채서일 외, 2015). 본 연구에서도 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 이는 이론적으로 체계화되어 있지 않은 연구에서 향후의 연구방향을 파악하기 위한 것이다. 신뢰성은 유사한 측정도구 또는 동일한 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 반복적으로 측정했을 때 일관성 있는 결과가 나타나는 것을 의미하고, 신뢰도 분석은 측정하고자 한 개념이 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것이다(김한나, 2015).

일반적으로 타당도 분석 즉, 탐색적 요인분석은 먼저 측정변수 수와 표본 수가 적정한지 나타내는 KMO척도(조건: >0.8 , 최소 >0.5), 변수들 간의 상관행렬이 단위행렬이 아닌 지를 확인하는 Bartlett 구형성 검정(조건: $p<0.05$)을 각각 실시한 후, 회전 제곱합 적재 값의 % 누적값(조건: >0.6)을 확인하여 공통으로 묶인 요인 모두가 전체 측정변수의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하며, 회전된 성분행렬에서 성분(요인)별 요인적재값과 교차요인 적재값을 확인하여 집중타당도(조건: >0.5) 및 판별타당도(조건: <0.4)를 저해하는 항목을 제거하는 변수정제과정(단일차원성 확보)으로 이루어진다(강성천, 2015).

본 연구에서는 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간)을 독립변수로 설정하고, 창업성과를 종속변수로, 컨설팅을 조절변수로 하여 우선 각 변수들에 대해 타당도 분석과 신뢰도 분석을 실시하였으며, 타당도와 신뢰도가 확보된 상태에서 변수들 간의 상관분석, 다중회귀 분석을 실시하였다. 우선, 독립변수인 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간)과 종속변수인 창업성과의 모든 설문 문항을 대상으로 Varimax 직각회전방식을 이용하여 탐색적 요인분석을 실시하였고, 독립변수 및 종속변수에 대한 타당도 분석결과 <표4-3>는 Kaiser-Meyer-Olkin 표본적합도와 Bartlett의 구형성 검정결과를 나타낸다.

<표4-3>에 의하면 KMO 값은 0.873로 우수한 수준인 0.8 이상이고, Bartlett의 구형성 검정은 유의수준(p) 0.000($p<0.05$)으로 KMO와 Bartlett 검정 결과는 탐색적 요인분석에 적합성을 보여주었으며 설명된 총분산 <표4-6>에서 공통성의 추출값을 보면, 모든 값이 일반적인 수준인 50%를 상회하여 공통성의 설명력이 확보되었으며, <표4-4>에서 추출된 전체요인의 설명력인 % 누적값은 68.177%($>60\%$)으로 높게 나타나 4개 요인의 총분산을 충분히 설명하고 있는 것으로 나타났다<표4-4 참조>.

한편, 측정변수는 <표4-5>의 회전성분행렬을 보면, 척도 순환과정을 통

해 요인적재치 0.4미만과 이론적 구조에 적합하지 않게 적재된 항목인 창업 자금1, 준비기간1, 준비기간2를 제거하고, 문항의 선택기준은 고유값 1.0이상, 요인적재값 0.5이상을 기준으로 하였다. 요인분석 결과 4개의 요인으로 구분되었으며, 총 25개의 문항 중 3개의 문항을 제거하여 22개의 문항을 분석한 결과 모든 변수의 요인적재치는 일반적인 기준인 0.5를 상회하고 있고, 공통성도 일반적인 기준인 0.5를 모두 초과하고 있어 판별타당도 및 집중타당도가 모두 확보 되었다고 볼 수 있다.

〈표4-3〉 KMO 및 Bartlett의 검정

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.		.873
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	1980.608
	df	231
	유의수준	.000

〈표4-4〉 설명된 총 분산

구 성 요 소	초기 고유값			추출 제곱합 로딩			회전 제곱합 로딩		
	총계	분산 의 %	누적률 (%)	총계	분산 의 %	누적 률 (%)	총계	분산 의 %	누적 률 (%)
1	8.023	36.468	36.468	8.023	36.468	36.468	3.835	17.430	17.430
2	2.184	9.928	46.396	2.184	9.928	46.396	3.199	14.542	31.972
3	2.084	9.474	55.869	2.084	9.474	55.869	2.759	12.543	44.515
4	1.545	7.025	62.894	1.545	7.025	62.894	2.742	12.464	56.978
5	1.162	5.283	68.177	1.162	5.283	68.177	2.464	11.199	68.177
6	.831	3.775	71.952	.	.	.	.	.	.
7	.775	3.523	75.475	.	.	.	.	.	.
8	.650	2.955	78.429	.	.	.	.	.	.

9	.555	2.522	80.951	.	.	.	.	.	.
10	.532	2.419	83.370	.	.	.	.	.	.
11	.456	2.071	85.441	.	.	.	.	.	.
12	.427	1.940	87.381	.	.	.	.	.	.
13	.388	1.765	89.145	.	.	.	.	.	.
14	.374	1.701	90.846	.	.	.	.	.	.
15	.329	1.495	92.341	.	.	.	.	.	.
16	.321	1.457	93.798	.	.	.	.	.	.
17	.275	1.252	95.050	.	.	.	.	.	.
18	.268	1.220	96.270	.	.	.	.	.	.
19	.249	1.130	97.400	.	.	.	.	.	.
20	.218	.990	98.390	.	.	.	.	.	.
21	.186	.845	99.234	.	.	.	.	.	.
22	.168	.766	100.000	.	.	.	.	.	.

추출 방법: 프린시펄 구성요소 분석

〈표4-5〉 회전 성분 행렬^a

구분	구성요소				
	1	2	3	4	5
심리적특성4	.783	.093	.184	.092	.074
심리적특성1	.739	.139	.138	.053	.061
심리적특성2	.687	.298	.168	.087	.050
심리적특성3	.684	-.025	.116	.044	.184
심리적특성5	.670	.265	.134	-.104	.357
심리적특성6	.572	.361	.279	.255	.051
창업자금3	.101	.834	.267	.102	.062
창업자금4	.219	.796	.101	.161	.232
창업자금5	.352	.723	.032	.109	.192
창업자금2	.082	.698	.269	.320	-.001
창업성과3	.186	.084	.842	.127	.071
창업성과2	.135	.080	.807	.213	-.085
창업성과1	.264	.187	.733	.083	.111
창업성과4	.185	.367	.595	.065	.065
업종선정5	-.064	.162	.150	.803	.162
업종선정4	-.150	.026	.307	.731	.139
업종선정3	.368	.201	.019	.624	.333

업종선정1	.443	.211	.116	.621	.140
업종선정2	.400	.363	.013	.595	.139
준비기간5	.079	.223	.050	.217	.845
준비기간3	.188	-.064	.143	.176	.843
준비기간4	.232	.249	-.087	.194	.738
고유값	3.835	3.199	2.759	2.742	2.464
분산의 %	17.430	14.542	12.543	12.464	11.199
누적률(%)	17.430	31.972	44.515	56.978	68.177

추출 방법: 프린시펄 구성요소 분석

회전 방법: 카이저 정규화를 사용한 베리맥스

a. 5 반복에서 회전이 수렴됨.

〈표4-6〉 공통성

	초기	추출
심리적특성1	1.000	.591
심리적특성2	1.000	.599
심리적특성3	1.000	.518
심리적특성4	1.000	.669
심리적특성5	1.000	.676
심리적특성6	1.000	.603
업종선정1	1.000	.659
업종선정2	1.000	.666
업종선정3	1.000	.677
업종선정4	1.000	.670
업종선정5	1.000	.723
창업자금2	1.000	.669
창업자금3	1.000	.791
창업자금4	1.000	.772
창업자금5	1.000	.696
준비기간3	1.000	.802
준비기간4	1.000	.706
준비기간5	1.000	.819
창업성과1	1.000	.662

창업성과2	1.000	.729
창업성과3	1.000	.772
창업성과4	1.000	.532

추출 방법: 프린시펄 구성요소 분석

4.3.2 신뢰도 분석

일반적으로 가장 많이 쓰이는 방법은 Cronbach의 알파계수 값을 이용하는 것으로서 내적일관성법에 의한 척도의 신뢰성을 평가한다. 내적일관성법은 신뢰성을 측정하는 방법들 가운데 한 가지로서, 동일한 개념을 지닌 두 개 이상의 항목들을 동시에 측정하여 이들이 동일한 개념을 가지고 있는가를 파악하고 비교하는 방법이다(김동민, 2018). 표준화 알파계수 값은 분산이 1이 되도록 표준화 시킨 것으로서 몇 개의 측정항목으로 측정되고 측정항목 간 타당성이 인정된 하나의 개념에 대해 알파 값을 계산하고 계산된 값이 0.60 이상이면 측정항목의 신뢰성을 인정하는 방식이다(김동민, 2018). 개념을 새롭게 개발하는 탐색연구에서는 0.6 이상이면 신뢰성이 있는 것으로 판단을 하고, 기초연구 분야나 응용연구 분야에서는 0.80 이상이면 충분하다고 판단한다(구동모, 2015). 연구자의 판단에 따라 Cronbach의 알파계수 값의 크기를 저해하는, 즉 상관관계가 낮은 항목들을 제거함으로써 계수 값을 크게 할 수 있다.

본 연구에서는 타당도 분석을 통하여 단일 차원성을 확보한 상태에서, 독립변수로 활용된 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간), 종속변수로 활용된 창업성과, 조절변수인 컨설팅 등 측정변수에 대해 SPSS22.0 통계프로그램을 활용하여 각각 신뢰도 분석을 실시하였다.

먼저, <표4-7>, <표4-8 >에 의하면 심리적 특성(N=6)에 대한 전체 Cronbach의 알파계수 값이 0.854 ($\alpha > 0.6$)로 항목제거 없이 신뢰도가 확보된 것으로 판단된다(표4-7, 4-8 참조).

〈표4-7〉 신뢰도 통계 (심리적 특성)

Cronbach의 알파	항목의 N
.854	6

〈표4-8〉 항목 총계 통계 (심리적 특성)

	항목 삭제 시 적도 평균	항목 삭제 시 적도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제 시 Cronbach의 알파
심리적특성1	15.86	16.694	.653	.827
심리적특성2	16.13	16.746	.666	.825
심리적특성3	16.55	16.932	.561	.845
심리적특성4	16.38	16.248	.701	.818
심리적특성5	16.07	16.282	.656	.826
심리적특성6	16.02	17.816	.615	.835

〈표4-9〉, 〈표4-10〉에 의하면 업종 선정(N=5)에 대한 전체 Cronbach의 알파계수 값은 0.826 ($\alpha > 0.6$)로 신뢰도가 항목제거 없이 확보된 것으로 판단된다(표4-9, 4-10 참조).

〈표4-9〉 신뢰도 통계 (업종 선정)

Cronbach의 알파	항목의 N
.826	5

〈표4-10〉 항목 총계 통계 (업종 선정)

	항목 삭제 시	항목 삭제 시	수정된 항목	항목 삭제 시
--	---------	---------	--------	---------

	척도 평균	척도 분산	총계 상관	Cronbach의 알파
업종선정1	15.35	8.996	.670	.777
업종선정2	15.45	8.895	.653	.782
업종선정3	15.38	8.895	.667	.777
업종선정4	15.01	10.207	.496	.825
업종선정5	14.94	9.777	.625	.791

〈표4-11〉, 〈표4-12〉에 의하면 창업자금(N=4)에 대한 전체 Cronbach의 알파계수 값은 0.864 ($\alpha > 0.6$)로 신뢰도가 항목제거 없이 확보된 것으로 판단된다(표4-11, 4-12 참조).

〈표4-11〉 신뢰도 통계 (창업자금)

Cronbach의 알파	항목의 N
.864	4

〈표4-12〉 항목 총계 통계 (창업자금)

	항목 삭제 시 척도 평균	항목 삭제 시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제 시 Cronbach의 알파
창업자금2	9.75	7.435	.653	.851
창업자금3	9.99	6.933	.780	.797
창업자금4	9.95	7.217	.762	.806
창업자금5	10.07	7.922	.661	.847

〈표4-13〉, 〈표4-14〉에 의하면 준비기간(N=3)에 대한 전체 Cronbach의 알파계수 값은 0.837 ($\alpha > 0.6$)로 신뢰도가 항목제거 없이 확보된 것으로 판단된다(표4-13, 4-14 참조).

〈표4-13〉 신뢰도 통계 (창업준비기간)

Cronbach의 알파	항목의 N
--------------	-------

〈표4-14〉 항목 총계 통계 (창업준비기간)

	항목 삭제 시 척도 평균	항목 삭제 시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제 시 Cronbach의 알파
준비기간3	6.95	3.454	.675	.797
준비기간4	7.36	3.280	.670	.805
준비기간5	6.87	3.307	.756	.720

〈표4-15〉, 〈표4-16〉에 의하면 종속변수인 창업성과(N=4)에 대한 전체 Cronbach의 알파계수 값은 0.826 ($\alpha > 0.7$)로 나타나 신뢰도가 항목제거 없이 확보된 것으로 판단된다(표4-15, 4-16 참조).

〈표4-15〉 신뢰도 통계 (창업성과)

Cronbach의 알파	항목의 N
.826	4

〈표4-16〉 항목 총계 통계 (창업성과)

	항목 삭제 시 척도 평균	항목 삭제 시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제 시 Cronbach의 알파
창업성과1	11.34	4.006	.659	.778
창업성과2	11.11	4.147	.672	.772
창업성과3	11.24	4.084	.727	.748
창업성과4	11.35	4.424	.557	.823

신뢰도 분석 결과를 요약하면 다음 표와 같다(표4-17 참조).

〈표4-17〉 신뢰도 분석 결과 요약

변수	항목	항목삭제시 Cronbach α	Cronbach α
심리적 특성	심리적특성1	.827	.854
	심리적특성2	.825	
	심리적특성3	.845	
	심리적특성4	.818	
	심리적특성5	.826	
	심리적특성6	.835	
업종선정	업종선정1	.777	.826
	업종선정2	.782	
	업종선정3	.777	
	업종선정4	.825	
	업종선정5	.791	
창업자금	창업자금2	.851	.864
	창업자금3	.797	
	창업자금4	.806	
	창업자금5	.847	
준비기간	준비기간3	.797	.837
	준비기간4	.805	
	준비기간5	.720	
창업성과	창업성과1	.778	.826
	창업성과2	.772	
	창업성과3	.748	
	창업성과4	.823	

Cronbach의 알파계수 값을 활용한 신뢰도 분석 결과 독립변수는 0.826 ~ 0.864, 종속변수는 0.826로 모든 변수의 값이 일반적인 수준인 0.6을 상회하고 있어 신뢰도는 확보된 것으로 판단된다.

4.4 상관분석

상관관계란 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는지와 같은 변화의 강도와 방향을 말하는 것으로 상

관관계의 정도는 0에서 ± 1 사이로 나타나며, ± 1 에 가까울수록 상관관계는 높아지고, 0에 가까울수록 상관관계는 낮아진다(김동민, 2018).

본 연구에서는 설정한 가설을 검정하기 위해 독립변수로서 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간)과 종속변수인 창업성과에 대하여 각각 상관관계 분석을 실시한 바, 분석결과는 <표 4-18>와 같다. 분석결과를 보면, 심리적특성은 업종선정과 0.447^{**} , 창업자금과 0.509^{**} , 준비기간과 0.405^{**} , 창업성과와 0.469^{**} 의 상관계수 값을 보이고 있다. 업종선정은 창업자금과 0.529^{**} , 준비기간과 0.506^{**} , 창업성과와 0.418^{**} 의 상관계수 값을 보이고 있다. 창업자금은 준비기간과 0.368^{**} , 창업성과와 0.459^{**} 의 상관관계를 보이고 있다. 준비기간과 창업기간은 0.196^{**} 의 상관계수 값을 보이고 있다.

<표4-18> 상관관계 분석

항목		심리적 특성	업종선정	창업자금	준비기간	창업성과
심리적 특성	Pearson 상관계수	1	.447**	.509**	.405**	.469**
	유의수준 (양쪽)		.000	.000	.000	.000
	N	165	165	165	165	165
업종 선정	Pearson 상관계수	.447**	1	.529**	.506**	.418**
	유의수준 (양쪽)	.000		.000	.000	.000
	N	165	165	165	165	165
창업 자금	Pearson 상관계수	.509**	.529**	1	.368**	.459**
	유의수준 (양쪽)	.000	.000		.000	.000
	N	165	165	165	165	165
준비 기간	Pearson 상관계수	.405**	.506**	.368**	1	.196*
	유의수준 (양쪽)	.000	.000	.000		.011
	N	165	165	165	165	165

창업 성과	Pearson 상관계수	.469**	.418**	.459**	.196*	1
	유의수준 (양쪽)	.000	.000	.000	.011	
	N	165	165	165	165	165

** . 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

4.5 가설검증

회귀분석을 실시하는 일반적인 연구에서는 종속변수 Y의 변화에 대해서 독립변수 X 하나로 결정하기보다는 2개 이상의 독립변수로 결정하는 경우가 많은데 독립변수가 1개인 경우를 단순회귀분석이라 하고 2개 이상인 경우를 다중회귀분석이라 한다(이일현, 2014). 다중회귀분석에서는 독립변수들 간에 다중공선성(multi-collinearity)이 존재하지 않아야 하며, 다중공선성이란 독립변수들 간의 상관관계를 의미하고, 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 본다(이훈영, 2013). 다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10 이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

4.5.1 소상공인의 창업성과에 영향을 미치는 요인

본 연구는 독립변수가 2개 이상으로서 독립변수인 심리적 특성, 창업준비 수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간)과 종속변수인 창업성과에 미치는 영향을 확인하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-19>에서, 독립변수와 종속변수간의 상관관계는 0.563의 상관관계를 보이고 있다. 독립변수의 종속변수에 대한 전체 설명력인 조정된 R^2 은 30.0%($0 \leq R^2 \leq 1$)로 나타나고 있으며, Durbin-Watson지수(잔차의 독립성 검정)는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.929로 나타났다. 따라서, 종속변수의 자기상관 없이 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다(표4-19 참조).

〈표4-19〉 모형 요약^b

모형	R	R ²	조정된 R ²	표준 추정값 오류	Durbin- Watson
1	.563a	.317	.300	.55349	1.929

a. 예측변수: (상수), 준비기간, 창업자금, 심리적 특성, 업종선정

b. 종속 변수: 창업성과

〈표 4-20〉 분산분석 결과 F 값은 18.551, 유의확률 P-value(.000)가 0.05보다 작기 때문에, 독립변수인 심리적 특성, 창업준비수준(업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업 준비기간) 중에서 종속변수인 창업성과에 유의한 영향을 미치는 변수가 있음을 확인하였다. 따라서, 충분한 통계적 의미를 갖는 회귀분석 모형이라는 것을 확인하였다〈표 4-20 참조〉.

〈표4-20〉 분산 분석^a

모형	제곱합	df (자유도)	평균 제곱	F	유의확률
회귀분석	22.732	4	5.683	18.551	.000b
1 잔차	49.016	160	.306	.	.
총계	71.748	164	.	.	.

a. 종속 변수: 창업성과

b. 예측변수: (상수), 준비기간, 창업자금, 심리적 특성, 업종선정

소상공인의 창업성과에 영향을 미치는 요인과 창업성과 간의 회귀분석 계수는 〈표-21〉과 같다. 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.426 ~ 1.686로서 VIF가 10.0 미만 값으로 나타나 독립변수 간의 다중공선성은 없으므로 다중

회귀분석을 실시할 수 있다.

〈표4-21〉 계수^a

모형		비표준화 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	1.960	.246		7.965	.000		
	심리적특성	.246	.065	.301	3.769	.000	.670	1.493
	업종선정	.196	.075	.222	2.612	.010	.593	1.686
	창업자금	.175	.062	.234	2.834	.005	.625	1.599
	준비기간	-.093	.059	-.124	-1.588	.114	.701	1.426

a. 종속 변수: 창업성과

구체적으로 확인해 보면 Durbin-Watson 지수를 이용하여 종속변수의 자기상관을 확인하였고, VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하여 독립변수 간의 다중공선성을 검토하였다. Durbin-Watson 지수가 1.929로 나타나 자기상관이 없어 독립적이며, 독립변수 간 VIF 지수는 1.426 ~ 1.686로서 10 미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타나 본 분석 자료는 회귀분석을 실시하는데 적합하다고 할 수 있다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 심리적 특성의 t값이 3.769(p=0.000), 창업자금의 t값이 2.834(p=0.005), 업종선정의 t값이 2.612(p=0.010) 95%로 신뢰수준에서 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미친다.

그러나, 준비기간의 t값이 -1.588(p=0.114)로서 유의확률이 0.05보다 크기 때문에 종속변수에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 회귀분석 결과 독립변수 중 준비기간은 종속변수인 창업성과에 통계적으로 무의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한, 비표준화 계수 B값인 심리적 특성($B = .246$)이 클수록, 업종선정($B = .196$)이 클수록, 창업자금($B = .175$)이 클수록 창업성과가 커지는 것을 확인할 수 있다. 한편, 준비기간은 -0.093 으로 나타나 통계적으로 부의 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다.

본 회귀분석에서 심리적 특성의 베타 값은 0.301로서 창업성과에 통계적으로 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며 다음으로 창업자금의 베타 값이 0.234, 업종선정의 베타 값이 0.222 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독립변수가 종속변수인 창업성과를 설명하는 설명력은 31.7% (조정된 $R^2 = 0.300$)이다.

다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 <표4-22> 와 같다.

<표4-22> 다중회귀분석 결과 요약

모형	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	1.960	.246		7.965	.000	
심리적특성	.246	.065	.301	3.769	.000	1.493
업종선정	.196	.075	.222	2.612	.010	1.686
창업자금	.175	.062	.234	2.834	.005	1.599
준비기간	-.093	.059	-.124	-1.588	.114	1.426

$R^2 = .317$, 조정된 $R^2 = .300$, $F = 18.551$ ($p < .001$), Durbin-Watson = 1.929

* $P < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

독립변수인 심리적특성, 업종선정, 창업자금, 준비기간이 종속변수인 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 <표4-23>과 같다.

<표4-23> 독립변수와 종속변수간 가설검정 결과

가 설	p값	검증결과
-----	----	------

가설 I	심리적특성은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.301(.000)	채택
가설 II	업종선정은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.222(.010)	채택
가설 III	창업자금은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.234(.005)	채택
가설 IV	준비기간은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	-.124(.114)	기각

4.5.2 소상공인의 창업성과에 영향을 미치는 요인

조절효과를 검증하기 위하여 독립변수의 조절변수를 투입한 회귀분석과 상호작용항을 추가로 투입한 회귀분석을 통해 조절효과를 확인하였다. 이때, 상호작용항 투입시 다중공선성이 나타날 수 있기 때문에 독립변수와 조절변수를 평균값으로 산출하여 다중공선성을 해결하였다. 다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10 이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

회귀분석의 결과를 비교하여 조절변수는 유의하나 상호작용항이 유의하지 않으면 조절효과가 없는 것이고, 조절변수는 유의하지 않으나 상호작용항이 유의하면 순수조절변수이며, 조절변수와 상호작용항이 모두 유의하면 유사조절변수이고 상호작용으로 인하여 결정계수에 유의미한 변화가 나타나면 조절효과가 있다고 판단할 수 있다(이상화, 2015).

또한, 조절변수인 컨설팅 유무는 명목척도이므로 더미변수로 전환하여 양적 척도화 하여 조절변수(더미컨설팅)로 사용하였다(최창호, 2018)

조절효과 분석 절차는 3단계로 이루어지는데 제1단계는 독립변수와 종속변수간의 회귀분석, 제2단계는 독립변수와 조절변수 그리고 종속변수 간의 회귀분석, 제3단계는 독립변수와 조절변수 그리고 상호작용항(독립변수×조절변수)과 종속변수 간의 회귀분석이다. 1단계, 2단계, 3단계 과정을 거치고 3단

계에서 상호작용항을 회귀식에 추가로 투입하였을 때, 설명력(R^2)이 유의수준 하에서 유의하게 증가(유의확률 F변화량 값)하였다면 조절효과가 있다고 해석되어지는 것이다.

4.5.2.1 창업준비수준과 창업성과 간의 컨설팅 조절효과

업종선택이 소상공인의 창업성과에 미치는 영향에 대하여 컨설팅의 조절 효과 분석 결과는 <표4-24>과 같다.

<표4-24> 창업준비수준에 미치는 컨설팅 조절효과 검증^d

모형	R	R 제곱	조정 된 R 제곱	표준 추정값 오류	통계 변경			Durbin- Watson
					R^2 변화량	F 변화량	유의수준 F 변화량	
1	.506 ^a	.256	.242	.576	.256	18.484	.000	1.966
2	.506 ^b	.256	.238	.577	.000	.020	.889	
3	.535 ^c	.286	.254	.571	.030	2.195	.091	

a. 예측변수: (상수), 준비기간, 창업자금, 업종선택

b. 예측변수: (상수), 준비기간, 창업자금, 업종선택, 더미_컨설팅

c. 예측변수: (상수), 준비기간, 창업자금, 업종선택, 더미_컨설팅, 준비기간_컨설팅, 창업자금_컨설팅, 업종선택_컨설팅

d. 종속 변수: 창업성과

조절변수인 컨설팅을 투입하여 조절효과 검증을 위한 회귀분석결과 설명력인 R^2 이 모형2의 25.6%, 모형3의 28.6%로 증가하여 상호작용항인 회귀식 설명력 증가분은 0.030으로 증가하고 있으나, F변화량의 유의수준 값이 ($p=0.091>0.1$)로 나타나 통계적으로 유의미하게 나타났다.

조절효과의 최종 판단을 위해 상호작용항의 유의성과 영향력의 방향이 타당한지 검증한다<표4-25 참조>.

〈표4-25〉 조절회귀분석 결과^a(창업준비수준)

모형	비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계	
	B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	2.175	.249	8.736	.000		
	업종선택	.239	.077	.271	.3106	.607	1.646
	창업자금	.254	.060	.340	4.202	.706	1.415
	준비기간	-.049	.060	-.066	-.826	.730	1.370
2	(상수)	2.153	.296	7.263	.000		
	업종선택	.238	.078	.270	3.062	.600	1.667
	창업자금	.256	.063	.343	4.090	.662	1.511
	준비기간	-.048	.060	-.064	-.800	.719	1.391
	더미_컨설팅	.019	.134	.010	.140	.908	1.101
3	(상수)	1.739	1.021	1.704	.090		
	업종선택	-.782	.474	-.885	-1.651	.016	63.198
	창업자금	.926	.368	1.240	2.520	.013	53.255
	준비기간	.426	.309	.566	1.375	.027	37.233
	더미_컨설팅	.420	.219	.224	1.913	.058	3.025
	업종선택_컨설팅	.780	.359	1.134	2.171	.031	59.970
	창업자금_컨설팅	-.611	.330	-.868	-1.850	.066	48.445
	준비기간_컨설팅	-.434	.277	-.615	-1.564	.120	33.984

a. 종속 변수: 창업성과

분석결과를 확인하면, 조절변수인 더미_컨설팅의 t값은 1.913(<1.96)이고, 유의확률은 0.058(<0.1)로서 신뢰수준 90%에서 통계적으로 유의미하다,

상호작용항인 업종선택_컨설팅의 t값은 2.171(절대값으로 1.96보다 크다)이고, 유의확률은 0.031(<0.05)로서 신뢰수준 95%에서 통계적으로 유의미하다.

상호작용항인 창업자금_컨설팅의 t값은 -1.850(절대값으로 1.96보다 작다)이

고, 유의확률은 0.066(<0.1)로서 신뢰수준 90%에서 통계적으로 유의미하다.

상호작용항인 준비기간_컨설팅의 t값은 -1.5641(절대값으로 1.96보다 작다)이고, 유의확률은 0.120(>0.05)로서 신뢰수준 95%에서 통계적으로 무의미하다.

즉, 조절변수 컨설팅은 업종선정과 창업자금에서 유사조절변수로 조절효과가 있음을 확인하였다.

4.5.2.2 조절회귀분석 결과

실증분석을 통하여 연구가설 검정 결과는 <표4-26>과 같다.

<표4-26> 연구가설의 검정 결과

가 설		t값	p값	검증결과
가설 I	심리적특성은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	3.769	.000	채택
가설 II	창업준비수준은 창업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.			부분채택
가설 II-1	업종맞아이템선정은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	2.612	.010	채택
가설 II-2	창업자금은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	2.834	.005	채택
가설 II-3	창업준비기간은 창업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	-1.588	.114	기각
가설 III	컨설팅은 창업성과에 조절작용을 할 것이다.			부분채택

가설 Ⅲ-1	컨설팅은 업종 및 아이템 선정이 창업성과에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 할 것이다.	2.171	.031	채택
가설 Ⅲ-2	컨설팅은 창업자금이 창업성과에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 할 것이다.	-1.850	.066 (90%)	채택
가설 Ⅲ-3	컨설팅은 창업준비기간이 창업성과에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 할 것이다.	-1.564	.120	기각

연구 결과, 심리적 특성은 소상공인 창업성과에 유의미한 영향을 미치고, 창업준비수준에서 업종 및 아이템선정, 창업자금은 창업성과에 유의미한 영향을 미친다는 가설은 채택되었고 창업준비기간은 기각되었다.

또한, 컨설팅 조절효과에 대해서는 업종 및 아이템 선정, 창업자금이 창업성과에 유의미한 영향을 미치는 것에 조절작용을 한다는 가설이 채택되었고 창업준비기간은 기각되었다.

V. 결론

5.1 연구의 결론

국내 저성장 기조와 더불어 임금, 원재료, 임대료 등 비용 상승으로 소상공인의 경영상황이 쉽지 않고 우리나라 대부분의 소상공인은 창업에 대해 철저한 준비가 성공의 조건이라는 것을 인식하고는 있지만 소상공인이 창업시 전문지식과 경험 부족으로 준비된 창업을 한다는 것이 어려운 것이 현실이다.

소상공인의 심리적 특성과 창업준비수준은 창업성과에 있어 매우 중요한 역할을 한다. 이러한, 소상공인의 창업성과를 위해서 소상공인을 지원하기 위한 다양한 사업 및 프로그램이 진행 중에 있으며 컨설팅도 그 중에 하나이다. 따라서, 본 연구에서는 소상공인의 심리적 특성과 창업준비수준이 창업성과에 영향을 미치는 컨설팅의 조절효과를 실증적으로 규명하여 소상공인에 대한 컨설팅에 대한 효과성을 제공하고 나아가 정부지원정책에 효과적인 지원 방안을 제시하고자 한다. 본 연구를 통해 도출된 결과는 다음과 같다.

첫째, 소상공인 창업성과와 관련된 기존 선행연구들을 분석하여 소상공인의 심리적 특성, 업종 및 아이템 선정, 창업자금, 창업준비기간 4개의 요인으로 구분하여 소상공인의 창업성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 창업준비기간을 제외한 3개 요인 모두 창업성과에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 창업자는 본인의 심리적 특성, 업종 및 아이템선정, 창업자금에 대한 중요성을 인식하여야 하고 창업자에게는 이 분야에 대한 전문적인 컨설팅이 필요하다고 할 것이다.

둘째, 컨설팅의 조절효과를 살펴본 결과, 조절변수로서 창업성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 컨설팅은 업종 및 아이템선정과 창업자금의 창업성과 사이에서 상호작용항으로도 유사조절변수로 통계적으로 유의미한 결

과를 나타냈다.

이러한 결과를 토대로 볼 때, 소상공인의 심리적 특성과 창업준비수준 [업종 및 아이템선정, 창업자금, 창업준비기간]은 소상공인의 창업성과에 중요한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 또한, 컨설팅의 조절효과에 의하여 예비창업자에게 업종 및 아이템선정, 창업자금 등에 대한 전문 경영 컨설팅이 제공 된다면 창업성과가 더 크게 효과가 있을 것으로 보여진다.

즉, 정부지원 정책방향의 시사점은 현재는 소상공인의 창업이후에 집중적으로 컨설팅 지원사업이 이루어지고 있는 현실을 반영한다면 창업이전에도 예비창업자를 대상으로 업종 및 아이템선정, 창업자금에 대한 사전 컨설팅 지원사업이 필요하다는 시사점을 제시하고 있다.

5.2 연구의 시사점 및 한계

5.2.1 연구의 시사점

본 연구의 시사점으로는 첫째, 소상공인의 창업성과에 관한 기존의 선행연구들이 주로 소상공인의 심리적 특성, 창업준비수준이 창업성과의 관계를 다룬 데 반해 본 연구는 소상공인이 창업준비수준[업종 및 아이템 선정, 창업자금, 창업준비기간]에 조절변수로 컨설팅이라는 정성적인 변수를 사용하여 소상공인의 창업성과에 미치는 영향을 분석하고 컨설팅의 조절효과가 창업성과에 정의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 둘째, 창업성과에 대한 컨설팅의 조절 효과를 검증함으로써 정부지원 자원들이 예비 창업자에게도 효과적으로 배분되어 소상공인들의 창업 초기 경영의 어려움과 창업성과를 향상시킬 수 있도록 정책의 방향성에 대한 제시에 의미가 있다고 할 수 있다. 소상공인의 생존이 어려워지는 상황에서 창업 이전의 전문가의 컨설팅 지원은 정부의 다른 소상공인 지원정책보다 큰 효과가 있을 것 이며, 창업이후 소상공인들에게 큰 힘이 될 것으로 기대할 수 있다.

5.2.2 연구의 한계점과 향후 연구방안

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 첫째, 기존 선행연구를 바탕으로 하여 변수를 설정하였기 때문에 타당성과 신뢰성이 어느 정도 보장되어 된 채로 연구가 진행되었다고 할 수 있다. 둘째, 본 연구 대상 업종과 컨설팅 분야 등을 세분화하지 않고 연구를 진행하였기에 이에 대한 차이요소를 확인할 수 없다는 한계점이 있다. 셋째, 컨설팅으로 한정되어 있어 정부지원 정책이 다양함에도 연구가 이루어지지 않은 한계점이 존재하였다. 따라서 본 연구의 향후 과제는 다음과 같이 제시할 수 있다. 첫째, 기존 선행 연구를 통해 제한된 범위에서 연구 모형을 설계하였기 때문에 향후 연구에서는 새로운 산업 흐름에 맞게 새로운 변수를 개발하여 연구를 진행할 필요가 있다. 둘째, 업종과 컨설팅 분야 등에 따라 그 차이가 있기 때문에 표본 수집 단계에서 범위를 구분하여 보다 다양한 연구가 필요성이 있다. 셋째, 다양한 정부지원 정책에 대해 연구하여 보다 효과적인 지원 방안을 모색할 수 있을 것이다.

향후의 보다 다양한 소상공인의 창업성과와 창업이전 컨설팅 지원을 위해 본 연구가 중요한 역할이 될 것으로 기대해본다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강병오. (2011). “중소기업CEO의 창업가 정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구“. 중앙대학교 대학원. 박사학위논문.
- 김광훈, 황규승. (2001). “경영컨설팅 서비스품질 구성요인에 관한 연구”. 『경영과학』. 제18권 제1호.
- 김광용, 김명섭, 이채언, 이용희. (2008). 『비즈니스 컨설팅 서비스의 이해와 활용』. 서울 : 도서출판청람.
- 김완재. (2007). “창업자 특성과 소기업 사업성과 간 관계에 관한 연구“. 한밭대학교 창업경영대학원. 석사학위논문.
- 김운자. (2002). “요리학원 교육과 외식창업 성공에 관한 연구“. 경기대학교 서비스 경영전문대학원. 석사학위논문.
- 김홍. (2012). “편의점 프랜차이즈 가맹점주의 긍정적 감정표현이 경영성과에 미치는 영향“. 전북대학교 경영대학원. 석사학위논문.
- 김후진. (2014). “경영컨설팅서비스와 경영컨설턴트의 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구“. 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 남시태. (2018). “중소기업 창업자의 개인적 특성과 기업가정신이 창업준비정도를 매개로 경영성과에 미치는 영향“. 경남과학기술대학교 산업복지대학원. 석사학위논문.
- 노경섭. (2016). “소상공인 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구” 호서대학교. 석사학위논문
- 정성한·김해룡. (2001). “기업가정신과 벤처연구”
- 빈봉식, 박정기. (2001). “부산지역 소상공인 창업의 효율적인 지원에 관한 연구” 동의 대학교 동의논집. 34.
- 빈봉식, 박정기. (2001). “부산지역 소상공인지원센터 이용자의 만족도에 관한 연구” 동의대학교 동의논집. 35.

- 박정기. (2001). “창업과 취업전략” 서울 : 도서출판 대명.
- 박정기. (2002). 벤처기업 창업실무 부산 세종출판사
- 박정기. (2002). “소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구”. 동의대학교 대학원. 박사학위논문.
- 박정아. (2001). “프랜차이즈형 편의점에 대한 소비자의 관계지향성 형성에 미치는 영향요인에 관한 연구”. 연세대학교 대학원. 석사학위논문.
- 박동수. (2000). “창업 소상공인 개인특성과 사업성과의 관련성”. 한국산업경영학회. 하계 발표논문집.
- 배은영. (2000). “의약품 시장점유율 결정요인에 대한 연구”. 서울대학교 대학원. 박사학위논문.
- 소상공인진흥원. (2010). “2010 전국소상공인실태조사”
- 소상공인진흥원. (2008). “소상공인 정책 비전 및 중장기 발전방안”
- 소상공인진흥원. (2010). “2010년 소상공인 실태조사보고서”
- 송갑호. (2009). “비즈니스컨설턴트의 비윤리적 컨설팅 행동에 미치는 요인에 관한 연구”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 신상복. (2012). “경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구”. 동명대학교 대학원 박사학위논문.
- 안태두.(2010). “소상공인의 배경적 특성과 심리적 특성이 창업성과에 미치는 영향”. 중앙대학교 산업경영대학원 석사학위논문.
- 안태항. (2010). “소상공인의 배경적 특성과 심리적 특성이 창업성과에 미치는 영향”. 중앙대학교 산업창업경영대학원. 석사학위논문
- 여경은. (2016). “사업유지의사와 사업추천의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 사업만족도의 매개효과”. 호서대학교 벤처대학원. 박사학위논문
- 여우현. (2016). “경영컨설턴트 역량 및 컨설팅완성도가 경영성과에 미치는 영향”. 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 이남주. (2010). “소상공인의 경영성과 결정요인에 관한 연구”. 동아대 박사학위 논문.
- 이진혁. (2017). “청년창업멘토링이 멘토링 만족도와 경영성과에 미치는 영향

- 에 관한 연구 : 중소기업진흥공단 청년전용창업자금 지원 기업을 대상으로”. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원. 석사학위논문.
- 장영. (1996). 비서직에 요구되는 사무매너 교육과정 구성을 위한 기초연구. 『비서-사무경영연구. 학국비서협회』. Vol.4. 21-40
- 전병찬 등. (2000). “한국의 소상공업 분포와 함축적 의미” 중소기업연구. 22(1). 147-168.
- 정종희. (2015). “소상공인의 경영성과에 영향을 미치는 요인에 대한 정부지원 프로그램의 조절효과” 울산대학교 대학원. 공학박사학위 논문
- 정지호. (2014). “ 창업교육이 기업가정신과 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 건국대학교 대학원. 박사학위논문.
- 정수원. (2001). 「소자본창업과 경영」, 서울: 문영사.
- 정수원. (2005). “부산광역시 소상공인 창업 및 경영실태 연구“. 대한 경영학회지. 18(5). 2257-2275.
- 조영대. (2005). 『비즈니스 컨설팅 서비스』. 서울 : 남두도서 출판.
- 조재룡, 이희정. (2012), “중소기업 경영컨설팅을 위한 전사적 프로세스 평가 모델 개발”. 『산업경영시스템학회지』.
- 조중연. (2016). “소상공인 창업자의 개인적 특성과 창업준비수준이 창업성과에 미치는 영향” 중앙대학교 석사학위논문.
- 최창호. (2018). 『논문 작성을 위한 SPSS, AMOS 한번에 끝내기』. 서울 : (주)피오디컴퍼니.
- 황보 윤. (2011). “소상공인 외식서비스업체의 경영성과 요인에 관한 연구”. 한국벤처창업학회
- 중소벤처기업부. (2018) 검색일자 : 2018. 11. 9. www.mss.go.kr
- 중소기업기술정보진흥원.(2018) 검색일자 : 2018.11.10. www.tipa.or.kr
- 한국컨설팅산업협회. (2018) 검색일자 : 2018.11.05. <http://www.ekcia.org/>
- 중소기업청. (2013). “소기업지원 법 해설”
- 중소기업청. (2008). 중소기업 컨설팅산업 백서.
- 중소기업기술정보진흥원. (2011). 컨설팅산업 현황 분석 및 활성화 방안 연구.
- 한국경영기술지도사회. (2009). 중소기업컨설팅 기본모델.
- 산업통상자원부. (2007). 컨설팅 서비스산업 경쟁력 강화방안.

중소벤처기업부. (2018) 검색일자 : 2018. 11. 9. www.mss.go.kr

중소기업기술정보진흥원.(2018) 검색일자 : 2018.11.10. www.tipa.or.kr

한국컨설팅산업협회. (2018) 검색일자 : 2018.11.05. www.ekcia.org/

소상공인시장진흥공단. ((2018) 검색일자 : 2018.11.12. www.semas.or.kr

서민금융진흥원. (2018). 검색일자 : 2018.11.15. www.kinfra.or.kr

2. 국외문헌

- Block, P. (2011). *Flawless consulting: A guide to getting your expertise used*. John Wiley & Sons.
- Kubr, M. (1997). "How the Select and Use Consultants", 2nd, *ILO, Geneva*.
- Kubr, M. (Ed.). (2002). *Management consulting: A guide to the profession*. International Labour Organization.
- Williams, A. P. O. & Woodward, S. (1994). "The Competitive Consultant: A Client-Oriented Approach for achieving Superior Performance" The Macmillan Press Ltd, U.K.

부 록

설 문 지

안녕하십니까? 귀사(귀하)의 무궁한 발전과 건승을 기원합니다. 먼저 바쁘신 중에 귀중한 시간을 내어 설문에 응해주신 것에 대해 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

본 설문은 국내 소상공인을 대상으로 “소상공인의 창업성과에 미치는 영향요인 연구”를 위해 기초자료를 수집하고 있습니다. 소상공인의 창업성과에 영향을 미치는 요인과 컨설팅 조절효과를 분석하기 위한 질문들로 구성되었습니다.

귀하께서 응답하신 결과를 기반으로 소상공인의 창업성과 관련 실태를 조사하여 창업준비수준에 대한 컨설팅 조절 효과를 분석하고자 합니다.

본 설문을 통해 얻어진 내용은 연구의 중요한 기초자료가 되며 응답자의 모든 설문자료는 통계법 제33조에 의거하여, 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 절대 사용하지 않습니다.

2018. 07.

- 지도 교수 : 주 형 근(한성대학교 지식서비스&컨설팅학과 교수)
- 연구자 : 천 기 호(한성대학교 대학원 지식서비스&컨설팅학과 석사과정)

e-mail : 1000dream@hanmail.net, (010-3981-1815)

I. 다음은 소상공인 창업자의 “심리적 특성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “심리적 특성”에 대한 내용입니다.		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	1-1. 나는 지금까지의 사업실적보다 더 높은 실적을 올리려고 노력한다.					
2	1-2. 나는 경쟁업체들보다 더 높은 성과를 올리려고 노력한다.					
3	1-3. 나는 쉬운 일을 하는 것 보다 다소 어렵지만, 완수했을 때 큰 성취감을 주는 일을 하는 것을 좋아한다.					
4	1-4. 나는 불확실한 상황이 나아질 때까지 기다리기 보다는 적극적으로 상황을 헤쳐 나간다.					
5	1-5. 나는 위험이 적고 수익률이 낮은 것 보다는 위험이 높더라도 수익이 높은 것을 원한다.					
6	1-6. 나는 모험적이고 도전적인 사람들이 보수적 이고 안정을 추구하는 사람보다 미래의 보상이 더 크다고 생각한다.					

II. 다음은 창업자의 “창업준비수준” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 및 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “업종 및 아이템선정”에 대한 내용입니다.		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	나는 아이템의 선정이 창업의 성공을 좌우 할 수 있다고 생각한다.					
2	나는 적성에 맞는 아이템을 선정하였다.					
3	나는 과거의 직업 또는 경험이 있는 분야의 아이템을 선정하였다.					
4	나의 아이템은 누구나 할 수 있는 보편타당한 아이템이다.					
5	나의 아이템은 유행하고 있는 아이템이다.					
○ 다음은 “창업자금”입니다.		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	나는 창업자금이 창업의 성공을 좌우한다고 생각한다.					
2	나는 적절한 규모의 자금으로 창업을 하였다.					

3	나는 무리하게 자금을 조달하여 창업을 하였다					
4	나는 충분한 운영자금을 보유하고 있다					
5	나는 자금 계획을 충분히 세울 수 있다.					
○ 다음은 “창업 준비기간”에 대한 내용입니다.		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	나는 충분한 창업 준비기간이 창업의 성공을 좌우한 다고 생각한다.					
2	나는 충분한 준비기간을 두고 창업을 하였다.					
3	나는 충분한 준비기간으로 창업에 대한 준비를 잘 할 수 있었다.					
4	나는 부족한 준비기간으로 경영상의 아쉬움이 있다. (준비기간이 부족했다면 경영상 어려움이 있었을 것이다.)					
5	나는 준비기간 중 사업계획서 작성을 충실히 하였 다.					

III. 다음은 소상공인의 “창업성과” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 및 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “창업성과”에 대한 의견입니다		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	전년대비 매출액 증가율은 상승하였는가?					
2	투자한 자본대비 수익률은 상승하였는가?					
3	경쟁업체와 비교하여 귀하의 경쟁적 위치는 강화되었는 가?					
4	귀하가 느끼는 현 사업에 대한 만족도는 창업후 상승하 였는가?					

IV. 다음은 소상공인의 “컨설팅 유무”에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 및 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “컨설팅 유무”에 대한 내용입니다.		내용
1	4-1귀하께서는 현업중 창업시 컨설팅을 수행받은 사실이 있습니까?	① 예 ② 아니오

Ⅸ. 다음은 일반현황에 대한 사항입니다. 해당하는 항목에 “○” 및 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다. [창업과 관련한 배경적특성]

순 번	항 목	내 용
1	성 별	① 남성 ② 여성
2	연 령	① 30세 미만 ② 30세 이상 ~ 40세 미만 ③ 40세 이상 ~ 50세 미만 ④ 50세 이상 ~ 60세 미만 ⑤ 60세 이상
3	매출규모	① 5천만원 미만 ② 5천만원 이상 ~ 1억원 미만 ③ 1억원 이상 ~ 2억원 미만 ④ 2억원 이상 ~3억원 미만 ⑤ 3억원 이상
4	지 역	① 충남 ② 충북 ③ 서울경기
5	업종의 형태	① 독립점포 경영 ② 가맹점 경영
6	사업기간	① 3년 미만 ② 3~5년 미만 ③ 5~10년 미만 ④ 10년 이상
7	사업업종	① 제조업 ② 숙박 및 음식점업 ③ 서비스업 ④ 부동산, 임대업 ⑤ 도·소매 및 소비자용품 ⑥ 기타
8	창업자금	① 5천만원 미만 ② 5천만원 이상 ~ 1억원 미만 ③ 1억원 이상 ~ 2억원 미만 ④ 2억원 이상 ~3억원 미만 ⑤ 3억원 이상
9	현업종에 대한 경험	① 예 ② 아니오
10	학 력	① 고등학교 졸업 ② 전문대학 졸업 ③ 대학교 졸업 ④ 대학원 이상

* 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

ABSTRACT

A Study on the Factors Affecting the Achievement of Small Businessmen : Focusing on Consulting Adjustment Effects

Cheon, Ki-Ho

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service Consulting

Hansung University

Korea's low-growth economy is continuing, and the growth of the online market such as street vendors, Internet shopping malls and other small business owners are not easy to manage. The purpose of the analysis was to analyze the effect of consulting on the psychological characteristics of small business owners and factors such as the selection of industries and items, the founding fund, and the preparation period for start-ups in the course of the start-up operation.

In this study, we tried to identify the relationship of consulting to the results of small business owners across 200 countries with experience in starting businesses and found that the adjustment effect of consulting has an important effect on the results of small business owners by analyzing the effect of consulting on the results of the start-up.

For this research, the psychological characteristics and level of preparation for start-up of small businesses were set as independent variables, financial and non-financial performances were combined into start-up performances, and the consultation variables were used as adjustment variables to analyze their impact on independent variables. To achieve this research, the existing prior study, literature review, and empirical research methods were conducted in parallel, and small-scale public workers with business experience were surveyed in the Seoul Metropolitan area and Chungcheong area, and the survey areas were conducted for the following results by performing a regression analysis on the survey responses:

First, an analysis of existing prior research related to the performance of start-up by small business owners shows that all three factors except the preparation period have statistically significant effects on the performance of start-up companies by dividing them into four factors: psychological characteristics of small business owners, selection of industries and items, establishment funds, and preparation period.

Second, the adjustment effect of consulting was found to have a significant positive effect on the performance of the business as a adjustment variable and to have statistically significant effects on the performance of the business sector and item selection and the interaction between the start-up and the start-up.

The results of this study were compared and analyzed from the perspective of prior studies, and this study was intended to expand the results of the existing small business owners into a research model based on the existence of consulting, and to identify the relationship between

psychological characteristics, preparation level (business and item selection, start-up funds, preparation period) as the adjustment variables for consulting, except for the general background of existing small business owners.

It also mentioned the use of the research results, the limitations of the research, and subsequent research. I hope this research will help us with our policy on consulting that small business owners need.

【Key words】 psychological characteristics, preparation level, results of start-up, consulting