



### 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



**저작자표시.** 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



**비영리.** 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



**변경금지.** 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

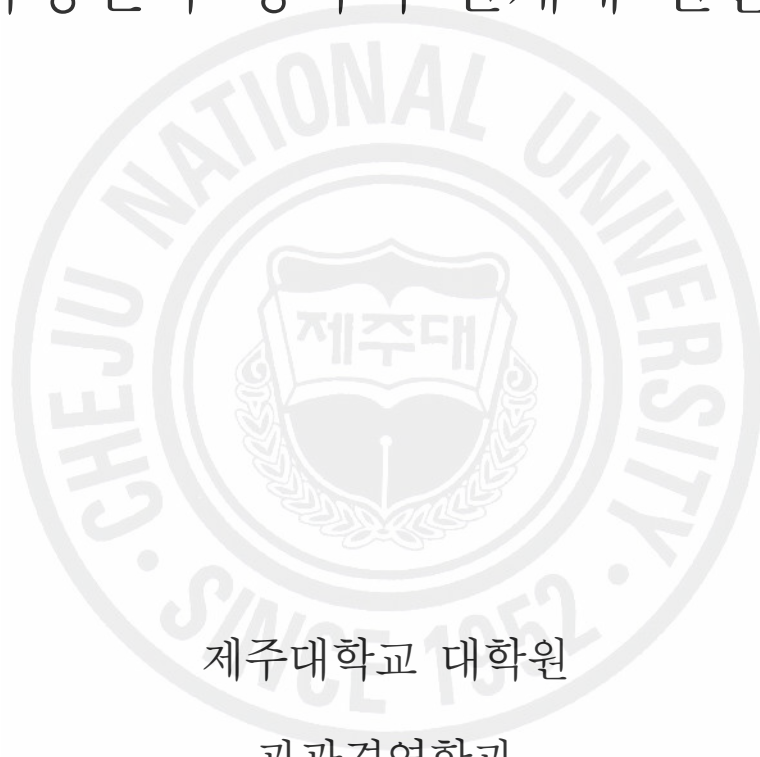
**저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.**

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

박사학위논문

관광중소기업 소유경영자의  
기업가정신과 성과의 관계에 관한 연구



제주대학교 대학원

관광경영학과

강 성 일

2006년 12월

관광중소기업 소유경영자의 기업가정신과  
성과의 관계에 관한 연구

지도교수 오 상 훈

강 성 일

이 논문을 관광학 박사학위 논문으로 제출함

2006년 12월

강성일의 관광학 박사학위 논문을 인준함

심사위원장 (인)

위 원 (인)

위 원 (인)

위 원 (인)

위 원 (인)

제주대학교 대학원

2006년 12월

Relationships of Owner-manager's  
Entrepreneurship and Performance in the  
Small and Medium Tourism Enterprises

Sung-Il Kang

(Supervised by Professor Sang-Hoon Oh)

The seal of Cheju National University is a large, faint watermark in the background. It is circular with the text "CHEJU NATIONAL UNIVERSITY" around the top and "SINCE 1952" around the bottom. In the center is a shield-shaped emblem with the Korean characters "제주대" (Jeju University) and a book below it.

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
DOCTOR OF TOURISM MANAGEMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
GRADUATE SCHOOL  
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

2006. 12.

## <목 차>

제1장 서론 .....	1
제1절 문제의 제기 .....	1
제2절 연구의 목적 .....	4
제3절 연구방법 및 범위 .....	5
제2장 이론적 고찰 .....	6
제1절 관광중소기업 .....	6
1. 관광중소기업 논의의 관점 .....	6
2. 관광중소기업의 개념과 범위 .....	9
3. 관광중소기업의 특성과 역할 .....	12
제2절 관광중소기업의 기업가정신 .....	16
1. 기업가정신 논의의 학문적 관점 .....	16
2. 기업가와 기업가정신 .....	26
3. 기업가정신의 주요속성 .....	43
4. 기업가정신과 개인특성 및 환경 .....	47
제3절 관광중소기업의 성과 .....	53
1. 개념과 측정 .....	53
2. 관광중소기업의 성과 .....	56
제4절 선행연구 고찰 .....	59
1. 기업가정신과 성과 .....	59
2. 개인특성과 기업가정신 및 성과 .....	61
3. 환경과 기업가정신 및 성과 .....	64
제3장 연구의 설계 .....	69
제1절 연구모형과 가설의 설정 .....	69

1. 연구모형 .....	69
2. 연구가설의 설정 .....	70
3. 변수의 조작적 정의 .....	75
제2절 연구조사설계 .....	76
1. 설문지 구성과 측정 .....	76
2. 표본추출과 자료수집방법 .....	78
3. 자료분석방법 .....	80
제3절 연구대상지 특성 .....	81
1. 연구대상지 개관 .....	81
2. 관광중소기업 현황 .....	83
제4장 실증분석 .....	86
제1절 표본의 특성과 신뢰성·타당성 검증 .....	86
1. 표본의 특성 .....	86
2. 측정변수의 신뢰성·타당성 검증 .....	87
제2절 관광중소기업가 특성분석 .....	90
1. 사업 및 배경적 특성 .....	90
2. 사업목적 및 기업가유형에 따른 특성분석 .....	94
제3절 가설검증 .....	102
1. 개인특성과 기업가정신의 관계(가설 1) .....	102
2. 사업환경과 기업가정신의 관계(가설 2) .....	104
3. 제도적 환경과 기업가정신의 관계(가설 3) .....	106
4. 기업가정신과 성과의 관계(가설 4) .....	108
제4절 분석결과의 요약 및 시사점 .....	109
1. 분석결과의 요약 .....	109
2. 분석결과의 시사점 .....	112
제5장 결 론 .....	116

제1절 연구의 요약 .....	116
제2절 연구의 시사점 .....	118
제3절 연구의 한계 및 향후 연구방향 .....	119
참고문헌 .....	121
1. 국내문헌 .....	121
2. 국외문헌 .....	124
설문지 .....	136
ABSTRACT .....	141



## 〈표 목 차〉

<표 2-1> 관광관련 문헌의 관광중소기업 논의 관점 .....	8
<표 2-2> 한국 중소기업의 분류기준 .....	10
<표 2-3> 선행연구의 ‘관광중소기업’ 표기유형과 사례 .....	11
<표 2-4> 선행연구의 관광중소기업 정의 .....	12
<표 2-5> 중소기업의 특성 .....	13
<표 2-6> 관광중소기업의 역할특성 .....	16
<표 2-7> 기업가정신 연구의 학문간 주요 논점 .....	26
<표 2-8> 기업가의 정의 .....	28
<표 2-9> 경영자와 기업가 특성비교 .....	31
<표 2-10> 관광중소기업의 조직구조와 기업가 특성 .....	37
<표 2-11> 기업가정신 개념 및 연구수준 .....	39
<표 2-12> 기업가정신 연구대상 .....	42
<표 2-13> 기업가정신 주요속성 .....	44
<표 2-14> 중소기업 실패의 원인 비교 .....	57
<표 2-15> 관광숙박업 장기생존의 긍정적 영향요인 .....	57
<표 2-16> 관광중소기업의 성과측정 매트릭스 .....	58
<표 3-1> 설문지의 구성 .....	76
<표 3-2> 제주지역의 산업구조 .....	81
<표 3-3> 관광객 및 관광수입 .....	82
<표 3-4> 관광진흥법상 관광사업체 현황 .....	82
<표 3-5> 업종별 관광사업체수 현황 .....	83
<표 3-6> 조직형태별 관광사업체수 현황 .....	84
<표 3-7> 종사자 규모별 관광사업체수 현황 .....	85
<표 4-1> 인구통계적 특성 .....	86
<표 4-2> 제도적 환경 요인의 신뢰성 및 타당성 분석 .....	88



<표 4-3> 기업가정신 요인의 신뢰성 및 타당성분석 .....	89
<표 4-4> 성과요인의 신뢰성 및 타당성분석 .....	90
<표 4-5> 사업특성 .....	91
<표 4-6> 배경적 특성 .....	93
<표 4-7> 사업목적 요인의 요인분석 .....	95
<표 4-8> 사업목적에 따른 관광중소기업가 유형 .....	96
<표 4-9> 사업목적에 따른 관광중소기업가 프로파일 .....	97
<표 4-10> 인구통계적 특성에 따른 관광중소기업가 특성 .....	98
<표 4-11> 인구통계적 특성에 따른 관광중소기업가 프로파일 .....	98
<표 4-12> 사업특성에 따른 관광중소기업가 특성 .....	99
<표 4-13> 사업특성에 따른 관광중소기업가 프로파일 .....	100
<표 4-14> 배경적 특성에 따른 관광중소기업가 특성 .....	101
<표 4-15> 배경적 특성에 따른 관광중소기업가 프로파일 .....	102
<표 4-16> 개인특성과 기업가정신과의 관계분석 결과 .....	103
<표 4-17> 사업환경 요인과 기업가정신의 상관관계 .....	105
<표 4-18> 사업환경 요인과 기업가정신의 정준상관분석 .....	106
<표 4-19> 제도적환경요인과 기업가정신의 관계 .....	107
<표 4-20> 환경요인과 기업가정신의 정준상관분석 .....	108
<표 4-21> 기업가정신과 성과와의 관계분석결과 .....	109
<표 4-22> 가설검증의 요약결과 .....	112

## <그림목차>

<그림 2-1> 관광중소기업 접근시각 .....	6
<그림 2-2> 기업가정신의 학문적 접근유형 .....	16
<그림 2-3> 관광경영학적 관점의 기업가정신 논의구조 .....	20
<그림 2-4> Lundgren의 모델 .....	24
<그림 2-5> 산업생명주기모델 .....	25
<그림 2-6> 기업가와 경영자 구분에 관한 입장 .....	30
<그림 2-7> 관광중소기업 소유경영자 유형의 개념화 .....	37
<그림 2-8> 기업가정신의 주요속성 차원의 개념영역 .....	47
<그림 2-9> 성과의 개념과 흐름 .....	54
<그림 2-10> Covin & Slevin의 모형 .....	65
<그림 2-11> Zahra 모형 .....	66
<그림 3-1> 연구모형 .....	70

# 제1장 서론

## 제1절 문제의 제기

현대관광의 메가트렌드(mega-trends)는 전통적인 4S(Sun, Sea, Sand, Sex)와 수동적 경관관람 위주의 관광에서 보다 능동적 관광, 4I(Information, Insight, Involvement, Inspiration)로의 급속한 변화이다.<sup>1)</sup> 세계화·정보화는 관광목적지와 관광산업간의 경쟁을 심화시키고, 대규모 프로젝트 위주의 하드웨어적 개발은 관광목적지 지역사회의 지속가능한 발전과 관련한 대안적 방법에 대한 요구를 증대시키고 있다.

관광산업은 단일산업으로 세계 최대의 산업이며 외화획득, 고용창출, 지역발전을 위한 전략이다.<sup>2)</sup> 하지만 공급과 수요부문의 관광환경 변화로 인해 관광이 지역발전을 위한 대안산업으로 자리 잡기 위해서는 관광산업과 지역경제를 연계시키기 위한 시각의 전환 또한 요구되고 있다. 오늘날 성공하고 있는 관광목적지는 관광과 지역주민의 생활을 극명하게 분리하기 보다는 관광목적지에 존재해 오던 고유성을 적절히 가꾸어 감으로써 착실히 방문객을 늘여가고 있는 곳이란 점이 이를 시사한다.<sup>3)</sup>

이처럼 오늘날 관광환경은 수요와 공급측면에서 뿐만 아니라 환경과 관광목적지 지역 사회 등 다방면에서 변화하고 있어 복잡성과 불확실성은 증대되고 있다. 관광환경의 변화로 인한 불확실성의 증대가 관광목적지나 관광산업에게 주는 가장 큰 의미는 기회와 위협을 가져다주는 동시에 이에 대한 적절한 대응을 요구한다는 것이다. 즉, 환경의 변화에 얼마만큼 민첩하게 대응할 수 있는지의 여부는 관광목적지 및 관광기업의 성장과 성공여부와 관련되어 있다.

관광중소기업(SMTEs: small and medium tourism enterprises)과 기업가(entrepreneur)에 대해 주목할 필요는 오늘날 공급과 수요부문의 환경변화와 관광산업

1) Conference Reports, Entrepreneurship in Tourism and the Contexts of Experience Economy, University of Lapland, Rovaniemi, Finland, 4-7 April 2001. *Tourism Management*, 23, 2002, p.427.

2) APEC Tourism Charter 2000. *Seoul Declaration on APEC Tourism Charter. Adopted at the 1st APEC Tourism Ministerial Meeting*, 4-7 July.

3) 한국문화관광정책연구원, 『한국관광정책』, 20, 2005 여름, p.18.

에 요구되는 시대적 역할에 부합하는 측면이기 때문이다.<sup>4)</sup>

관광중소기업은 기업규모의 특성으로 인해 환경변화에 보다 효과적으로 반응하는 조직구조를 갖고 있고, '지역 오너십(local ownership)'에 의존함으로써 관광시설의 소유권과 운영에 지역민의 능동적인 관여 기회를 보장한다.<sup>5)</sup> 또한 대기업이나 관료적 조직이 간과하는 틈새시장(niche market)을 개척해서 관광지의 경쟁력을 강화시키는 기업형태이다.<sup>6)</sup>

경제학자 Schumpeter는 환경변화로 인한 시장기회를 혁신적 활동을 통해 추구한다는 점에서 기업가는 경제발전의 위한 원동력이며, 이러한 기업가의 활동을 기업가정신(entrepreneurship)<sup>7)</sup>이라고 보았다.<sup>8)</sup> Drucker도 경제발전이란 거시적 측면뿐만 아니라 기업경영의 미시적 측면에서도 성공과 실패의 가장 중요한 요소로 기업가정신을 가진 기업가의 존재를 지적하였다.<sup>9)</sup> 우리나라 30대 기업의 성공요인을 분석한 강신일·이창원의 연구에서도 최고경영자의 리더십은 가장 중요한 핵심성공요인 중의 하나로 나타났다.<sup>10)</sup> 특히, 중소기업은 조직보다는 기업가 자체의 능력이 기업의 성공에 보다 밀접한 중요한 요소로 작용하는 조직구조를 갖는다는 점에서 기업가의 기업가정신은 중소기업에서 더욱 중요하다고 볼 수 있다.

다수의 연구에서 관광산업은 관광목적지 경제에서 차지하는 비중이 높고, 지역관광산업에서 관광중소기업이 차지하는 비중은 90%를 상회하는 것으로 나타나고 있다. 관광부문은 다양한 업종이 존재하고 소규모 사업기회 또한 다양하다. 이로 인해 소규모 자본으

- 4) Fleischer, A. & A. Pizam, Rural Tourism in Israel. *Tourism Management*, 18, 1997, pp.367-372.
- 5) C. Echter, Training in Developing Countries, *Annals of Tourism Research*, 22(1), 1995, pp.119-134.
- 6) Eric E. Rodenburg, The Effects of Scale in Economic Development: Tourism in Bali. In *Towards Appropriate Tourism: The Case of Development Countries*, Tej Vir Singh, H. Leo Theuns & Frank M. Go, (eds.), Frankfurt am Main: Peter Lang, 1989, pp. 205-225.
- 7) 기업가정신 연구가 발전하면서 일본인이 'Entrepreneurship'을 '기업가정신'이라는 번역한 것을 그대로 사용한 국내문헌의 표기는 기업가정신의 본질을 이해하는데 혼란을 일으키고 있다. 기업가정신을 원어로 표현한 'Entrepreneurial Spirit' 용어가 있는 이상 현재 국내에서 사용되고 있는 기업가정신은 '기업가적 활동/행동(Entrepreneurship Activity/Behavior)'으로 이해하는 것이 보다 옳바를 수 있다(김영수, 1996). 한편 일부학자 그룹, 특히 인지사회심리학자들은 기업가정신을 '창업'의 개념으로 이해하기도 한다(Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000).
- 8) J.A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press. 1934; 박영호 역, 『경제발전의 이론』, 박영출판사, 2005.
- 9) P. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, 1985; 이재규 역, 『기업가정신』, 한국경제신문. 2004.
- 10) 강신일·이창원, 『한국의 기업가정신과 기업성장』, 자유기업센터, 1997.

로도 특정지역에 대한 전문화된 지식을 갖추고 특화된 관광상품을 취급한다면 지역주민이 기업가로 성장할 수 있는 기회는 많다. 그러나 자연경관 위주의 대다수 관광목적지는 기업이나 사업운영과 관련한 기술, 자본, 정보 등의 경영자산이나 경영기술이 부족한 지역이기 쉽다. 따라서 실질적으로 지역주민이 기업가적 기회추구를 통해 기업가로 성장할 수 있는 자양분이 부족한 경우가 많다.

연구대상지인 제주지역 또한 관광산업 비중이 27.9%로 타 산업에 비해 높고, 이중 97%는 10인 이하의 종사원 수를 가진 중소기업인 것으로 나타나고 있다. 그러나 관광객수 및 실질관광수입은 2000년 이후 감소 혹은 정체될 거둬두고 있으며, 1인당 실질관광수입은 더욱 부진한 상황이다.<sup>11)</sup> 따라서 제주지역 관광산업의 경쟁력을 강화하고 고품질의 관광서비스를 제공하기 위해서는 관광중소기업 기업가들의 기업가정신을 고취할 수 있는 방안마련의 필요성이 제기되고 있다.

기존 관광연구에서 관광중소기업은 관광을 통한 경제발전이나 기업경영과 관련한 논의에서 그간 간과되어 왔던 부문이다.<sup>12)</sup> 일부 기업가정신에 대한 기존 연구도 지속가능한 관광발전에 있어서의 관광중소기업과 기업가의 역할 당위성만 강조되고 있고, 통합적인 연구나 실증연구들이 부족하여 다른 분야에 비해서 상대적으로 연구가 덜 이루어진 분야이다. 더구나 연구수준도 기업가 특성을 파악하는데 집중되어 있어 기업활동이라는 전체적인 맥락에서 기업가정신의 중요성은 간과되고 있는 실정이다.

중소기업은 선·후진국, 업종을 막론하고 경제적 건전성을 확보하고 유지하는데 중요한 역할을 한다. 관광객은 개별 관광기업보다 먼저 관광목적지를 선택하고, 관광산업의 다수가 중소기업이라는 측면에서 관광목적지의 축진은 관광중소기업의 축진이라 볼 수 있다. 따라서 관광중소기업의 경쟁력을 강화하고 이를 통해 관광목적지를 발전시키는 대안적 전략으로서 관광중소기업가의 기업가정신을 축진시킬 필요성이 제기되고 있지만, 그간 학술연구는 미진한 부문이라는 점을 문제의 제기로 삼고자 한다.

11) 한국은행 제주본부, 『제주관광산업의 사업체현황과 시사점』, 2004. 12; 한국은행 제주본부, 『제주지역 자영업 현황과 향후 대응과제』, 2006. 9. 참조

12) Fleischer, A. & Felsenstein, D. Support for Rural Tourism: Does it Make a Difference?, *Annals of Tourism Research*, 27(1), 2000, pp.1007-1024.

## 제2절 연구의 목적

본 연구는 지금까지 연구된 관광부문의 기업가정신에 관한 문헌고찰을 하고, 관광중소기업 소유경영자의 기업가정신과 성과의 관계를 규명하는데 목적을 두고 있다.

이러한 연구목적을 달성하기 위한 세부목적을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 관광중소기업과 기업가정신 관련분야의 문헌연구를 통해 관광중소기업의 개념 및 특성뿐만 아니라 이들 기업가의 특성을 사업동기나 목표를 고려하여 살펴보고, 이러한 특성들과 기업가정신, 성과와의 관계와 관련된 본 연구의 개념적 틀/framework)을 설정한다.

둘째, 본 연구에서는 지금까지 이루어진 기업가정신 관련 문헌고찰을 통해 기업가정신의 주요 속성과 선행요인, 성과는 무엇인가를 파악하여, 이들 간의 관계를 종합적으로 검토해 보고자 한다. 특히, 관광부문의 특성을 반영할 경우와의 차이를 중심으로 고찰한다.

셋째, 기업가정신과 그 영향요인들과의 관계, 기업가정신과 성과와의 관계를 관광부문의 특성을 반영해 실증연구 함으로써 이론적, 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

이를 위한 구체적인 절차는 다음과 같다.

- ① 제주지역 관광중소기업가의 특성을 인구통계적 특성, 배경적 특성, 사업특성과의 차이분석을 통해 제주지역 관광중소기업가의 구체적인 프로파일을 도출하고 분석한다.
- ② 문헌고찰을 통해 도출된 관광중소기업가의 개인적 특성 중 어떠한 변수가 기업가정신에 어떤 영향을 미치는가를 분석한다.
- ③ 문헌고찰을 통해 도출된 기업을 둘러싼 환경 중 어떤 속성이 관광부문의 기업가정신과 중요한지를 분석한다.
- ④ 기업가정신의 주요 속성과 성과의 관계를 실증분석을 통해 파악한다.
- ⑤ 이상과 같은 이론적 논리검토와 실증적 분석결과를 통해 확인된 자료를 토대로 하여 관광중소기업 경영자의 기업가정신을 고취시킬 수 있는 방안 등과 관련해 이론적, 실무적 시사점을 제시한다.

### 제3절 연구방법 및 범위

과학의 기본목적은 사회현상 및 자연현상을 포함하여 모든 현상을 체계적으로 설명하는 이론을 제시하는 것이고, 연구방법이란 연구에서 제기된 모든 유형의 문제를 해결하는데 필요한 방법이나 절차를 말한다.<sup>13)</sup>

본 연구에서 연구목적을 달성하기 위하여 도입된 연구방법은 문헌적 연구방법(documentary study)과 실증적 연구방법(empirical study)을 병행하였다. 문헌연구는 국·내외 서적, 논문, 기타 각종 간행물의 검토하여 관광중소기업과 기업가정신에 관한 일반적인 이론과 주요특징 및 속성, 관련 변인들을 파악하여 체계화 하였다.

실증연구는 관광중소기업 소유경영자의 기업가정신과 성과의 관계는 어떠한지를 알아보기 위해 기업가정신의 주요 속성을 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 구분하여 적용하고 있으며, 성과는 주관적 성과로 설정하였다. 나아가 기업가정신에 영향을 미치는 변인들로 개인특성과 환경변인을 선정하여 변인들간의 관계를 통합적으로 분석하였다.

연구방법은 설문조사 및 통계적 분석을 통해 이루어졌다. 연구가설은 문헌연구 결과에 근거하여 설정하고, 설문조사 자료의 분석을 통하여 가설을 검증하는 경험적 연구방법을 채택하였다. 설문조사 방법은 연구조사과정에서 조사목적에 맞는 유용한 자료를 수집하는 수단이며, 이를 통해 얻어진 자료를 분석하여 조사의 결론에 도달하는 중요한 방법이다. 또한 표준화된 설문을 이용함으로써 결과의 비교가능성을 높일 수 있다

본 연구의 시간적, 공간적, 내용적 범위는 다음과 같다.

공간적 범위로는 한국의 대표하는 관광목적지인 제주도에서 관광관련 사업체나 기업을 운영하고 있는 소유경영자를 대상으로 하였다. 조사대상자는 대기업 등의 다른 법인의 계열기업 등은 조사대상에서 제외한 종업원수 10인 미만의 중소기업의 개인기업가로 한정하였다.

시간적 범위는 1980년부터 2004년 현재까지 관광중소기업 소유경영자를 대상으로 하였고, 설문조사기간은 2006년 4월~9월로 한정하였다. 내용적 범위는 관광중소기업 및 관광중소기업가의 개념과 특성, 기업가정신의 결정요인을 파악하고 이들 요인과 기업가정신의 관계 그리고 기업가정신과 기업성과의 관계를 분석하는데 한정하였다.

13) 채서일, 『사회과학 조사방법론』, 학연사, 1992, p.7.

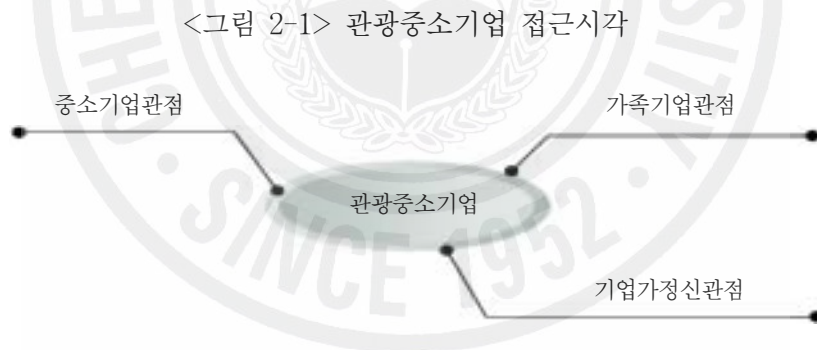
## 제2장 이론적 고찰

### 제1절 관광중소기업

#### 1. 관광중소기업 논의의 관점

관광중소기업은 관광목적지 경제에서 관광산업이 차지하는 비중에 비해 상대적으로 주목받지 못한 부문이다. 관광산업 및 관광기업과 관련한 연구에서도 그 개념 및 범위에 대한 명확한 체계를 찾아볼 수 없다. 이것은 아직까지 관광중소기업이라는 개념 자체에 대한 인식이 생소하고, 용어에 대한 개념이 정립되어 있지 않기 때문이다. 따라서 관광중소기업에 대한 개념 정립은 이 분야 연구의 시발점이라 할 수 있다.

이러한 기본 인식하에 관광중소기업 관련 접근시각을 살펴보면 다음과 같다.



##### 1) 중소기업 관점

중소기업 관점은 기업의 규모에 중점을 둔 시각이다. 중소기업은 대기업의 상대적인 개념이며, 제한된 시장에서 제한된 고객을 상대하지만 소비자의 다양한 기호를 충족시킬 수 있는 이점이 있다. 이 관점은 규모에 따른 장단점 및 특성을 규명한다는 측면에서 연구의 본질적인 시각이라 볼 수 있다.



그러나 ‘규모’ 자체로는 업종별 특성이나 차이를 밝히기는 어려우므로 관광산업의 일반적인 연구접근법의 결점을 보완하는 측면이 강하다. 즉, 대기업 중심의 기존 모델을 직접적으로 적용하는 것이 아니라 규모에 따른 조직구조와 같은 연구대상의 특성을 반영하여 분석한다.

연구의 주요초점은 관광중소기업의 개념 및 특성분석, 규모로 인한 기업운영 상의 제반문제, 지속가능한 관광발전에 있어 관광중소기업의 역할, 성공과 실패 등이다. 이 관점의 대표적인 연구논문은 Thomas, Page, Forer & Lawton, Wanhill 등이다.<sup>14)</sup>

## 2) 가족기업 관점

가족기업 관점은 기업운영과 관련한 가족의 관여를 주요 기준으로 삼고 있다.

관광중소기업은 가족의 노동력에 의존하는 경우가 많다. 이렇게 기업운영에 가족이 관여함으로써 발생하는 장·단점 및 운영상의 특성 등을 밝히고자 하는 것이 가족기업 관점의 주요 목적이다. 즉, 관광중소기업의 특성을 규모에 두고 있는 것이 아니라 가족공동운영과 관련한 특성 규명에 초점을 둔다.

연구의 주요초점은 가족, 가족의 목표, 가족생애주기, 가족간의 상호관계가 기업운영에 미치는 영향 등이다. 따라서 관광중소기업의 이해의 본질적 측면이라기보다는 이들 기업에 대한 이해를 넓히는데 이점이 있다. 이 관점의 대표적인 연구논문은 Getz & Carlson, Getz, Carlsen & Morrison, Getz & Nilsson 등이다.<sup>15)</sup>

14) Thomas, R. An Introduction to the Study of Small Tourism and Hospitality Firm. In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), London and N. Y.: Cassell, 1998; Page, S.J. Forer, P. & Lawton, G.R. Small Business Development and Tourism: Terra Incognita? *Tourism Management*, 20, 1999, pp.435-459; Wanhill, S. Small and Medium Tourism Enterprises, *Annals of Tourism Research*, 27(1), 2000, pp. 132-147.

15) Getz, D. & Carsen, J. Characteristics and Goals of Family and Owner-operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors, *Tourism Management*, 21, 2000, pp.547-560; Getz, D., Carlsen, J. & Morrison, A. The Family Business in Tourism and Hospitality. CABI Publishing, 2004; Getz, D. & Nilsson, P. Responses of Family Businesses to Extreme Seasonality in Demand: The Case of Bornholm, Denmark. *Tourism Management*, 25, 2004, pp.17-30;

### 3) 기업가정신 관점

기업가정신 관점은 관광중소기업이라는 조직보다 기업을 창업해서 운영하는 기업가 또는 소유자에 대한 특성을 밝히고, 지역경제에서의 역할과 기능에 대해 이해하려는 데 의의를 두는 시각이다.

즉, 기업운영의 일차적 동기이자 목표인 이익창출이라는 일반적 가정이 관광기업 적용에 있어서의 문제점은 없는 지를 밝히고, 기업운영상에 있어 라이프스타일과 같은 개인가치의 중요성을 인식하게 하는 점에서 관광중소기업 연구의 폭을 넓히는데 기여한다.

연구의 주요초점은 관광중소기업가의 특성, 관광중소기업의 창업특성 및 창업과정 이해, 관광지 발전과 기업가정신의 관계, 지역주민참여 및 기업가정신 교육 등이다. 주요 연구자는 Echtner, Altjevic & Doorne, Morrison, Rimmington & Williams, Domenico, Russell & Faulkner 등이 있다.<sup>16)</sup>

<표 2-1> 관광관련 문헌의 관광중소기업 논의 관점

관점	주요내용	주요 연구자
중소기업 관점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관광중소기업의 개념 및 특성 규명</li> <li>· 관광기업 운영에서의 규모문제 규명</li> <li>· 관광중소기업과 지속가능한 관광발전</li> <li>· 기업운영상의 문제규명(성공과 실패)</li> </ul>	Thomas, 1998; Page, et al. 1999; Lerner & Haber, 2000; Wanhill, 2000; 오상훈, 2003; 오상훈·강성일, 2005.
가족기업 관점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관광기업 운영상의 경영과 가족문제의 균형</li> <li>· 관광산업에서 가족기업의 역할</li> </ul>	Getz & Carlson, 2000; Getz et al., 2004; Getz & Nilsson, 2004;
기업가정신 관점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관광중소기업가의 특성</li> <li>· 관광중소기업의 창업특성 및 창업과정 이해</li> <li>· 관광지 발전과 기업가정신의 관계</li> <li>· 지역주민참여 및 기업가정신 교육</li> <li>· 라이프스타일 기업가</li> </ul>	Echtner, 1995; Altjevic & Doorne, 2000, Morrison et al., 2001, Domenico, 2003; Russell & Faulkner, 2004.

16) Echtner, C. *op.cit.*, pp.119-134; Altjevic, J. & Doorne, S. 'Staying within the Fence': Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 2000, pp. 378-392; Morrison, A.J. Rimmington, M. & Williams, C. *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999; Domenico, D.M. *'Lifestyle Entrepreneurs' in the Hospitality Sector: Guest House Owner-occupiers*. Ph.D. Thesis, University of Strathclyde, Glasgow, 2003; Russell, R. & Faulkner, B. Entrepreneurship, Chaos and The Tourism Area Lifecycle. *Annals of Tourism Research* 30(3), 2004, pp.556-579.

## 2. 관광중소기업의 개념과 범위

관광중소기업의 개념은 명확하지 않다. 어떤 기준을 적용하든 중소기업의 상대적 개념인 대기업과 명확히 구분해 주는 일반적으로 수용할 수 있는 단일차원의 관광중소기업의 정의는 없다. 관광중소기업은 제조기업이나 첨단산업, 벤처기업에 비해 경영대상이 다르며, 투자의 규모와 주체, 투자방식 및 경영방식 등의 측면에서 다르기 때문이다.<sup>17)</sup> 특히, 관광부문에서는 관광중소기업에 대한 연구가 미진한 상태이기 때문에 이에 대한 개념을 보다 명확히 파악하기 위해서는 먼저 제조업에서의 중소기업(small and medium enterprises)의 정의를 참고할 필요가 있다.

중소기업은 극히 다양한 요소의 서로 다른 특성을 갖는 각종 '중소규모'사업자를 총칭하는 개념으로, 동질적인 일체가 아니고 이질다원적 기업군으로 '대기업이 아니라는 점'을 공통요소로 갖는다.<sup>18)</sup> 하지만 중소기업은 그 용어상의 개념만으로는 충분히 이해할 수 없다. 여러 가지 질적·양적 기준에 따라 그 범위를 구분할 필요성이 여기에 있다.

질적 기준에 따른 중소기업은 시장점유율이 상대적으로 낮고, 소유자의 개인적 판단에 의해 경영되며, 외부의 간섭을 받지 않는 독립적으로 경영이 이루어지는 기업으로 규정된다.<sup>19)</sup> 이것은 대기업과 비교되는 중소기업의 특성인 '독립성과 시장지배적이 아닐 것'이라는 질적 기준을 중심으로 기술한 것이라 볼 수 있다.

하지만 현실에서의 중소기업은 일차적으로 정책대상이기 때문에 법률로서 그 범위를 정하는 것이 보통이며, 명확한 범위를 규정하기 위해 질적 기준보다는 양적기준을 중심으로 규정된다.

우리나라에서의 중소기업에 대한 기본적 정의의 근거는 1966년 최초 제정된 '중소기업기본법'에서 찾을 수 있다. 동법에서는 먼저 '독립성과 시장지배적이 아닐 것'과 같은 질적인 기준을 정하고, 정책목표에 따라 구체적인 시행과정에 양적기준을 사용하여 중소기업의 범위를 탄력적으로 구분하고 있다. 양적기준으로는 종업원 수, 총자산, 자본금, 매출액 등이며, 주로 종업원 수와 자산총액을 기준으로 중소기업을 분류하고 있다(<표 2-2>참조).

17) D.J. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge, 1994, p.8.

18) 이경의, 『현대중소기업경제론』, 지식산업사, 2002, p.25.

19) 김종재, 『현대중소기업경영론』, 박영사, 1999, pp.6-10.

<표 2-2> 한국 중소기업의 분류기준

업종별	중기업		소기업
	종업원수	자산규모	
1. 제조업	300인 미만	80억원	50인 미만
2. 광업, 건설업, 운수업	300인 미만	30억원	50인 미만
3. 대형 종합 소매업, 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업	300인 미만	300억 이하	10인 미만
4. 호텔업, 휴양콘도운영업, 통신업, 영화산업, 방송업 등	200인미만	200억 이하	10인 미만
5. 여행알선, 창고 등 서비스업	100인미만	100억원 이하	10인 미만
6. 농·임업, 도매 및 상품중개업, 사업지원서비스업, 식물원, 동물원 및 자연공원, 유원지 및 테마파크 운영업 등	50인 미만	50억 이하	10인 미만

자료 : 중소기업기본법

즉, 제조업의 경우 종업원 수 300인 이하나 자본금 80억 이하 또는 종업원 수 50인 이하를 중기업으로, 서비스업의 경우 종업원수 100인 미만 또는 매출액 100억 이하로 분류하고 있다. 관광관련 업종과 관련한 중소기업의 기준은 호텔업의 경우 ‘종업원 수 200인 미만 또는 매출액 200억 이하’, 여행알선업은 ‘종업원 수 100인 미만 또는 매출액 100억 이하’, 식물원, 동물원 및 자연공원과 유원지·테마파크 운영업 등은 ‘종업원 수 50인 미만 또는 매출액 50억 이하’로 한정시키고 있다. 이 중 소기업의 경우에는 제조업을 포함한 광업·건설업·운수업은 종업원수 50인 미만, 이외의 기업은 10인 미만으로 규정하고 있다.

관광학 분야에서는 일반적인 중소기업 연구에서 발견되는 ‘중소기업’이란 용어가 목적과 연구업종에 따라 다소간 자유스럽게 사용되고 있다(<표 2-3> 참조). 예를 들어, 자주 언급되는 형태는 Small and Medium Tourism Enterprise, Small and Medium Sized Tourism Enterprise), Small Tourism Business, Small Tourism(and Hospitality) Firm, Small Tourism Venture, Tourism SME 등이다.

개념정의와 관련해서도 다양한 관점이 존재한다. Morrison은 관광중소기업이 다양한 종류의 업종으로 이루어져 있고 매우 이질적인 업종의 결합체이기 때문에 개념정의에 어려움은 있지만, 다음과 같은 측면에서 관광중소기업의 개념을 유추하고 있다.<sup>20)</sup>

20) A. Morrison, Marketing the Small Tourism Business. In Seaton, A.V. & Bennett, M. *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases.* (eds.), London: International Thomson Publishing, 1996, p.400.

관광중소기업은 한 개인이나 소규모 집단에 의해 자금 조달되고 공식적인 경영구조를 통하지 않고 매우 개인적인 관점에서 소유자에 의해 직접 경영되며 ... 물리적 시설, 생산·서비스 능력, 시장점유율, 종업원 수 등에서 (중)소규모로 인식된다.

<표 2-3> 선행연구의 '관광중소기업' 표기유형과 사례

표기유형	연구자
Small and Medium Tourism Enterprise (or Small and Medium Sized Tourism Enterprise)	Buhalis & Cooper, 1998; Smeral, 1998; Wanhill, 2000; Andriotis, 2002; Bastakis et al., 2004; Rogerson, 2004; Collins et al., 2003
Small Tourism Business (or Small Tourism Enterprise)	Lynch, 1996; Page et al., 1999; Byers & Slack, 2001; Thomas, 2000; Becton & Graetz, 2001; Russell, 1996; Copp & Russell, 2001; Schofield, 2001; Morrison & King, 2002; Keen 2004; Reichel & Haber, 2005.
Small Tourism(and Hospitality) Firm	Thomas et al., 1997; Thomas, 1998; Ateljevic & Doorne, 2003; Matlay, 2004.
Small Tourism Venture, Tourism SME 등	WTO, 2001; Nilsson, Pertersen, & Wanhill, 1999.

반면, Cressy & Cowling은 관광에 초점을 맞추기 보다는 중소기업의 특성 정의와 관련된 고유한 문제를 부각하는 다소 포괄적인 관점에서 접근하고 있다.<sup>21)</sup>

중소기업은 상품가격을 통제할 힘이 없다. ... 중소기업은 소유자만이 통제하고 관리하기 때문에 자영업자(sole trader)이거나 합명회사(partnership)이기 쉽다. 또한 중소기업은 전형적으로 종업원 수는 20명 이하이지만, 최소 1명에서 최대 500명 이하의 기업을 말한다.

이와 같이 관광부문의 중소기업에 대한 개념적 정의도 질적 기준을 전제하고 객실 수나 종업원 수 등의 양적 기준을 바탕으로 통계적 정의를 내리고 있다(<표 2-4> 참조). 통계적 정의는 산업부문간 비교의 필요성을 충족시켜 준다는 점에서 이점이 있는 반면 중소기업의 이질성을 반영하지 못해 업종특성을 정확하게 반영하지 못하고, 관광중소기업과 관련한 연구 초점을 기술할 수는 있지만 그 분류의 의미를 설명하지 못하고 있다는 점이 한계로 지적된다.<sup>22)</sup>

21) Cressy, R. & M. Cowling, Small Business Finance. In *International Encyclopedia of Business Management*. (eds.), London: Loutledge, 1996, p.4491.

이러한 점을 감안하여 본 연구에서는 관광중소기업을 ‘지역의 소규모 자본을 투자하여 운영하는 관광기업으로, 관광매력물의 다양화를 실현함으로써 새로운 관광시장 창조와 부가가치 창출을 실현하는 기업’으로 개념적으로 정의하고 그 분류기준으로는 WTO의 기준에 따라 종업원 수 10인 미만의 기업으로 구분하고자 한다.<sup>23)</sup>

<표 2-4> 선행연구의 관광중소기업 정의

연구자	관광중소기업의 정의	부문
Morrison (1998)	개인과 소규모 집단에 의해 자본조달되고, 이들에 의해 집적 경영되는 조직	숙박업
Sungaard et al. (1998)	객실 수 25실 이하	숙박업
Thomas et al. (1997)	종업원 수 50인 이하	여행업, 숙박업, 펍(pub)/바(bar), 어트랙션
Rowson & Lucas(1998)	종업원 수 25인 이하	숙박업
Halcro et al. (1998)	객실 수 20실 이하	숙박업
WTO(2000)	객실수 50실 이하, 종업원 수 10인 이하이며 시장접근성이 매우 낮은 기업	관광전부문

자료 : R. Thomas, *op.cit.*, pp.345-353; WTO. *Marketing Tourism Destination On-line*. WTO Business Council, 2000 September를 참조하여 작성.

### 3. 관광중소기업의 특성과 역할

#### 1) 관광중소기업의 특성

관광중소기업의 특성을 파악하기 위해서는 중소기업의 특성에 대한 이해가 선행되어야 한다. 현상적 측면에서 보면 관광중소기업과 중소기업은 다른 특성을 갖고 있지만, 법·제도적 측면에서는 중소기업이라는 범주에서 함께 다루어지고 있다. 또한 관광중소기업의 특성에는 관광현상의 특수성이 반영되기는 하지만 기본적인 속성에 있어서는 유사하다. 따라서 중소기업의 특성에 대한 이해를 전제로 관광현상의 특수성을 고려하여 관광중소기업의 특성을 이해하는 것이 바람직하다.

중소기업은 극히 다양한 요소와 서로 다른 질적 특성을 갖는 각종 중소기업 규모 사업자를

22) R. Thomas, Small Firms in the Tourism Industry: Some Conceptual Issues. *International Journal of Tourism Research*. 2, 2000, pp.345-353.

23) 실제로 제주지역 사정에서 관광중소기업은 대부분 종업원 수 10인을 넘지 않고 있다.

충칭하는 대기업의 상대적 개념이다. 이러한 점에서 중소기업은 대기업에 비해 시장환경의 불확실성에 보다 큰 영향을 받지만 활동이나 동기적 관점에서는 상대적으로 높은 내적일관성(internal consistency)을 갖고 있다<sup>24)</sup>. 그리고 중소기업 경영자는 특정 수준의 소득이나 라이프스타일과 같이 스스로 그들의 목표를 결정하지만 대기업에서 강조되는 통제는 약하다. 특히, 혁신의 관점에서 중소기업이 대기업에 비해 시장의 변화에 보다 반응적·능동적으로 대응하며, 재정적 제약을 크게 받는다.<sup>25)</sup>

중소기업의 특성은 ① 경영측면, ② 환경측면, ③ 생산기술측면에서 대기업과 비교하여 보면 <표 2-5>와 같다.

<표 2-5> 중소기업의 특성

구분	비교항목	대기업	중소기업
경영적 특성	경영방식 소유와 경영 관리방법 경영자 의사결정권 경영정책 의사소통	자본적·제도적 경영 분화 과학적·합리적 전문경영자 분권적 의사결정 안정적·보수적 간접적·공식적	인적·사적경영 미분화 직관적·전근대적 소유경영자 중앙집권적 혁신·진보적, 도전적 직접적, 신속성
환경적 특성	환경적응 시장규모 경쟁상태 지역사회관계 일반여건	경직적·고정적 전국시장 독과점화 빈약 유리함	탄력적·신축적 지역시장 경쟁적(치열) 밀집 불리함
생산기술적 특성	생산형태 제품(상품)주안점 생산기술의 성격 기술보유수준	소품종 대량생산 조립완제품 자본집약적 고급기술	다품종 소량생산 부품 및 소재 노동집약적 기본기술

자료 : 신유근, 『한국기업의 특성과 과제』, 서울대학교 출판부, 1986, p.301를 수정·보완

한편, 중소기업의 특성에 대한 이해를 전제로 관광현상의 특수성을 고려하면 관광중소기업은 지역밀착성, 관광상품·서비스의 다양화 및 차별화, 구성업종의 이질성 등과 같은 개념요소를 중심으로 그 특성을 파악해 볼 수 있다.

이러한 점을 감안한 관광중소기업의 특성을 보다 구체적으로 설명하면 다음과 같다.

24) D.J. Story, *ibid.*, 1994.

25) P. Burns, Introduction: The Significance of Small Firms. In *Small Business and Entrepreneurship*. Burns, P. & J. Dewhurst, (eds.), 1996, Basingstoke: Macmillan.

첫째, 지역밀착성이다. 모든 관광기업이 지역을 기반으로 창업·운영되는 것은 아니지만 투자주체가 주로 지역주민이거나 지역의 중소기업이라는 점에서 지역밀착형 관광기업이라는 성격을 갖는다. 또한 관광중소기업의 대상사업은 기존의 관광개발계획 방식에서와 같이 대규모 시설투자를 하는 것이 아니라 기존 관광시설이나 관광자원을 활용하여 저비용·고효율의 관광상품이나 관광매력을 창출한다.

둘째, 관광상품의 다양성과 차별화 지향이다. 관광중소기업은 기존 관광시장의 틈새를 지향함으로써 다양한 아이디어를 도출·개발한다. 다양성 지향은 관광기업의 경쟁적인 경영환경으로 인해 기존 관광기업과의 관계에서 경쟁우위를 확보한다는 점에서 전략지향적이기도 하다. 특히, 관광중소기업가는 보통 지역사회에 기반한다는 점에서 지역의 전통문화 및 유산의 고유성을 보존·보전하며, 이를 기초로 신관광상품을 개발할 수 있고, 생태관광, 녹색관광, 농촌관광과 같은 지역밀착형 신 관광사업의 활성화에 기여하여 장기적으로 관광지의 매력성을 높이는데 도움을 줄 수 있다.

즉, 관광중소기업은 시장환경변화에 신속히 반응하여 다양한 관광상품을 제공함으로써 틈새시장을 공략하는 전략지향적 관광기업이라는 특성을 갖는다.

셋째, 구성업종의 이질성이다. 관광산업은 단일산업이 아닌 복합산업이다. 토산품 판매점, 가이드 서비스, 홈스테이와 민박, 전통찻집, 소규모 카페, 식당과 같은 푸드서비스(food service), 관광교통서비스, 지역여행사, 렌탈서비스업, 중소규모 호텔과 펜션, 민속공연장, 전통마을이나 전통가옥, 지역축제에의 참여기회와 같이 관광지에서는 다양한 소규모 사업기회가 존재한다.<sup>26)</sup> 이러한 기회는 외부인보다 지역의 사정을 잘 아는 지역 주민들에게 종사원이 아닌 창업을 통해 기업가로 성장할 자양분을 제공해 줄 수 있다.

## 2) 관광중소기업의 역할

관광중소기업의 개념과 특성을 중심으로 관광중소기업의 역할을 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 관광중소기업은 지역경제발전 및 산업구조의 균형적 발전과 개선에 기여한다. 관광중소기업은 지역간·산업간 균형발전의 한 축을 담당하며, 전문성의 배분을 통해 산

---

26) C. Echter, *op.cit.*, pp.119-134.



업 내 효율성을 배가시키고 기업 상호간의 협력체제를 구축하는데 기여한다.<sup>27)</sup>

또한 관광중소기업은 새로운 관광관련 업종들을 쉽게 탄생시킴으로써 지역관광산업의 점진적 쇠퇴를 방지하고 새로운 균형기반을 조성하는데 주도적 역할을 한다. 한 조사결과에 의하면 가족이나 개인에 의해 소유 경영하는 사업체 수가 지역에 따라 80%~95%를 차지하고 있고 이들이 공급하는 서비스가 지역관광산업의 발전에 결정적 역할을 하는 것으로 나타나고 있다.<sup>28)</sup>

둘째, 관광중소기업은 기술 및 과정혁신을 용이하게 하고 제품의 다양성을 제고시켜 관광지의 경쟁력을 향상시키는데 기여한다. 즉, 관광중소기업은 급변하는 시장상황에 따라 탄력적으로 대응할 수 있는 새롭고 참신한 신상품을 구축할 수 있으며, 틈새의 새로운 시장을 개척하는데 있어서도 대기업보다 유리하기 때문에 관광목적지의 경쟁력을 향상시키는데 기여한다.

셋째, 관광중소기업은 많은 일자리를 창출하여 실업으로 인한 빈곤과 사회적 불안을 해소하는데 기여한다. 제주와 같은 제조업의 기반이 약하고 환경적으로 민감한 관광지의 관광중소기업은 다양한 관광객들의 욕구를 충족시키는 상품과 서비스를 생산·공급하여 관광객들의 후생수준을 높인다. 또한, 주로 지역주민이 사업의 주체가 되어 운영하는 지역밀착형 기업이란 점에서 해당 지역에 일자리를 창출하며, 투자액이 적어 투자회수기간이 짧고 투자효율성도 높아 지역경제에도 크게 기여한다.

예를 들어, 본 연구의 대상지인 제주지역에서 관광산업을 포함한 서비스업 분야의 취업자가 차지하는 비중은 전체취업자 258,000명 중 68%를 차지하며 2011년까지 76%로 증가할 것으로 전망되고, 이 중 다수는 중소기업의 역할 때문이라고 예측된다.<sup>29)</sup> 이들 중소기업들은 지역사회기반형 관광(community-based tourism)을 촉진하는 관광부문에 흡수되는 비율이 높기 때문에 관광중소기업이 제주관광에서 차지하는 경제적 의의는 더욱 높게 평가할 수 있다.

27) P.A. Lynch, The Commercial Home Enterprise and Host: A United Kingdom Perspective. *Hospitality Management*, 24, 2005, pp.533-553.

28) Shaw, G. & A.M. Williams, Tourism, Economic Development Issues Affecting Nature-based Tourism Operators in Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(2), 1990, pp. 173-188.

29) 제주도, 『2000년 기준 사업체기초통계조사』, 2001.

<표 2-6> 관광중소기업의 역할특성

구분	역할특성
긍정적 측면	관광목적지의 인프라를 풍부하게 해주는 요소 시장변화에 빠르게 반응하여 수요만족 지속가능한 관광목적지 발전과 관련하여 경제적, 사회적, 환경적 측면에서 기여 관광지개발의 도구 관광목적지 경쟁력 강화
부정적 측면	국가 또는 지역의 정책개발에서 후순위 협력과 통제가 어려울 정도의 파편화된(fragmented) 산업부문 상품의 질과 방문경험의 변동성과 비일관성
중립적 측면	낮은 진입 및 퇴출장벽

## 제2절 관광중소기업의 기업가정신

### 1. 기업가정신 논의의 학문적 관점

관광중소기업의 육성이 관광의 효과성을 달성하는 즉, 지역성을 고려한 관광개발과 이를 통한 지역경제 발전의 핵심요소라고 한다면, 이를 위한 선결과제는 무엇이고 어떻게 목표를 달성하느냐라는 방법이 중요하다. 이와 관련하여 경제학 등 관광 인접학문에서는 경제발전의 원동력으로서 토지나 노동, 자본과 같은 고전적인 생산요소보다 기업가와 기업가정신의 역할을 주목하고 있다는 점에서 지역성을 고려한 관광발전이라는 목표와 관련하여 문제해결의 실마리가 될 수 있다.

<그림 2-2> 기업가정신의 학문적 접근유형



## 1) 경제·경영학적 관점

경제학적 관점은 기업가정신의 가장 고전적이며 전통적인 연구시각이다. 경제학자들은 기업가정신을 경제체계 내에서 개인기업가의 활동으로 보고, 이들의 혁신적 기업활동이 경제발전에 기여하는 것으로 본다. 즉, 기업가정신은 자유시장경제 속에서 창조적 파괴(creative destruction)를 통해 시장의 균형상태를 해소함으로써 경제의 활력을 가져다 주는 경제성장 및 발전의 추진력으로 본다.<sup>30)</sup>

경제학에서는 기업가정신을 기업가만의 고유한 기능으로 보기 때문에 기업가와 기업가정신을 엄밀하게 구분하지 않은 경향이 있으며,<sup>31)</sup> 최근 기업가정신이 산업구조를 변화시키거나 산업구조변화를 촉진시키는 기능을 한다는 점이 부각되면서 산업구조조정이나 신규산업 육성방안으로서의 논의가 진행되고 있다. 예를 들면, 국내의 경우 IMF 이후 경제발전을 위한 새로운 동력산업으로 IT산업을 진흥하면서 벤처기업을 중심으로 한 산업구조 조정을 시도한 것이 대표적인 사례이다.

한편, 경영학적 관점은 주로 행동과학과 조직연구의 측면에서 기업가정신을 파악한다. 즉, 단순히 기업가의 개인적 현상에 국한되는 것이 아니라 조직내부의 일반구성원들이 조직의 하위부서 또는 조직 전체수준의 경영활동을 통해 성과를 향상시키고 장기적으로는 경쟁우위에 서고자하는 조직현상(전략)으로 접근한다. 이처럼 경영학에서는 전략의 측면에서 기업가정신을 기업의 성패와 관련한 핵심요인으로 인식하여 강조한다. 기업을 둘러싼 기업환경은 불확실하며 따라서 동태적이다. 이 같은 환경에서 기업은 시장기회 추구를 통한 경쟁우위를 확보하기 위해 전략적일 필요가 있다.<sup>32)</sup>

경영학적 관점은 기업가 개인에 초점을 둔 경제학에 기반한 전통적 기업가정신 연구와 구분되기 때문에 조직 기업가정신(corporate entrepreneurship) 또는 사내기업가정신(intrapreneurship)이라고 세분하여 구분되기도 한다.<sup>33)</sup>

30) 이춘우, 조직앙트라프러뉴십의 역할과 조직성공에 관한 연구: 자원기초이론을 중심으로, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1999, pp.10-11; M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago. 1973, 이성순 역, 『경쟁과 기업가정신』, 한국경제연구원, 1995를 참조.

31) Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it Performance. *Academy of Management Review* 2(1), 1996, pp.135-172.

32) Sandberg, W. & C.W. Hofer, Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure, and The Entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2, 1987, pp.5-28. 참조.

33) 이춘우, 전계논문, pp.14-15.

## 2) 사회·심리학적 관점

기업가정신에 대한 사회·심리학적 관점은 다른 사람들과 구별되는 기업가들 사이에 공유되는 개인의 성격특성이나 기업가의 탄생과 관련한 사회적 맥락과 관련한 관점이다. 즉, 사회심리학자들이 보는 기업가정신의 초점은 기업가 특성과 기업가적 활동을 가능하게 하는 사회의 구조나 문화와 같은 사회적 조건이다.<sup>34)</sup>

심리학적 관점은 1960년대부터 기업가의 개인적 특성을 이해하기 위해 시도했다. 심리학자들은 욕구, 동기, 태도, 신념과 가치, 배경을 확인함으로써 기업가의 행동을 기술하고 설명하며 예측할 수 있다고 생각한다. 이처럼 심리학자들은 기업가들 사이에 존재하는 공통되는 특성을 발견하는 데는 기여했지만 기업가의 특성 자체가 다른 사람들(특히, 성공한 경영자)과 구별되는 기업가만의 고유한 것이라는 가정은 실증분석에서 비일관적인 결과를 나타냈다. 이로 인해 기업가정신에 대한 심리학적 접근은 실패한 것으로 인정된다.<sup>35)</sup> 기업가에 대한 심리적 관점에서의 연구는 기업가에게서 요구되는 뚜렷한 심리적 특성을 확인하지는 못하고 있지만, 이들 특성이 기업가적 행동을 기술하는데 있어 가치는 있는 것으로 논의된다.

사회학자들은 심리학자들이 기업가정신의 실체를 밝히지 못한 것은 기업가정신에 영향을 미치고, 촉진하거나 방해하는 사회적 요인을 고려하지 않았기 때문이라고 본다. 따라서 심리학자들은 기업가의 탄생과 관련한 사회적 맥락을 고려해 기업가정신을 이해하려 한다. 사회학자들은 기업가정신을 크게 사회적 관점과 개인의 경력선택(career choice)의 두 가지 차원에서 고려하고 있다.

전자의 시각은 기업가정신을 고양하는 환경이 매우 동태적이기는 하지만 실리콘 밸리의 집중화된 기업가적 활동사례(클러스터: cluster)의 예에서 보듯이 기업가정신을 유발하는 사회의 구조나 문화, 여건과 같은 사회적 환경 조건들에 주목한다.<sup>36)</sup> 이런 시각에 따르면, 기업가 개인의 성격특성은 기업가정신을 촉발시키는 요인이고 사회적 환경은 기

34) Shapero, A. & L. Sokol, The Social Dimensions of Entrepreneurship. In Kent, C., Sexton, D.L. & Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. (eds.), 1982, Prentice Hall 참조.

35) J.A. Timmons, *New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990*. Homewood Illinois, USA, 1990, p.161.

36) Douglas, N. Douglas, N. & R. Derrett, *Special Interest Tourism: Context and Cases*. John Wiley & Sons Australia, Ltd. 2001, pp.60-64.

업가정신을 행동으로 전환시키는 직접적인 요인이 된다.

후자는 기업가적 경력선택과 관련한다.<sup>37)</sup> 이 관점은 특정한 지점과 특정한 시기에 개인은 자신이 처해있는 환경적인 조건에 대한 반응의 한 형태로 기업가가 되려 한다고 본다. 예를 들면, 기업가적 경력선택과 관련한 사회적 영향요인으로 Shapero & Sokol은 삶의 경로변화, 인지된 소망성(desirability), 인지된 타당성(feasibility)을 경력선택과 관련한 주요 사회적 영향요인으로 보고 있다.

삶의 경로변화는 졸업이나 면직, 이민, 기존 직업에의 회의 등과 같은 주요 경력선택 결정의 필요성을 의미하고, 기업가적 경력에 대한 인지된 소망성(desirability)은 문화나 가족, 동료, 멘토(mentor) 등에 의해 형성된 개인의 가치시스템을 의미한다. 즉, 기업가의 다수는 개인의 신념을 강화시켜서 긍정적인 역할모델을 제공하는 창업경험이 있는 부모나 동료, 멘토 등에 영향을 받고 있다고 본다. 마지막으로 인지된 타당성(feasibility)은 창업과 관련한 재무적 측면에서의 타당성 인지를 말한다.<sup>38)</sup>

이처럼 사회학적 접근은 사회적 수준에서 또는 개인의 경력선택 관점에서 기업가적 의사결정과 관련한 사회문화적 영향요인들에 대해 관심을 갖는다. 즉, 신생기업의 창업을 유인하는 사회문화적 환경 요인의 중요성을 부각시켰다. 이러한 측면에서의 기업가정신 연구의 흐름을 사회적 기업가정신(social entrepreneurship) 연구라 한다.

### 3) 관광경영학적 관점

타학문 분야에 비해 기업가정신에 대한 연구의 넓이나 깊이가 비교적 얇은 관광경영학 분야에서도 최근 관광기업가에 대한 특성과 관광목적지의 경제발전에 있어 이들 관광기업가의 역할 등과 관련한 연구가 주목받고 있다. 관광경영학에서의 기업가정신 연구는 관광목적지에서의 고용창출, 생산증대를 통한 소득확대, 삶의 질 향상과 같은 경제적 편익의 파급효과를 지속시키고 대중관광에서 발생할 수 밖에 없는 사회문화 및 환경측면의 부정적 영향을 최소화하기 위한 대안적 관광개발전략이라는 측면에서 접근되고 있다.

비록 양적으로 적지만 이들 선행연구들에서의 기업가정신에 대한 관점은 크게 관광목

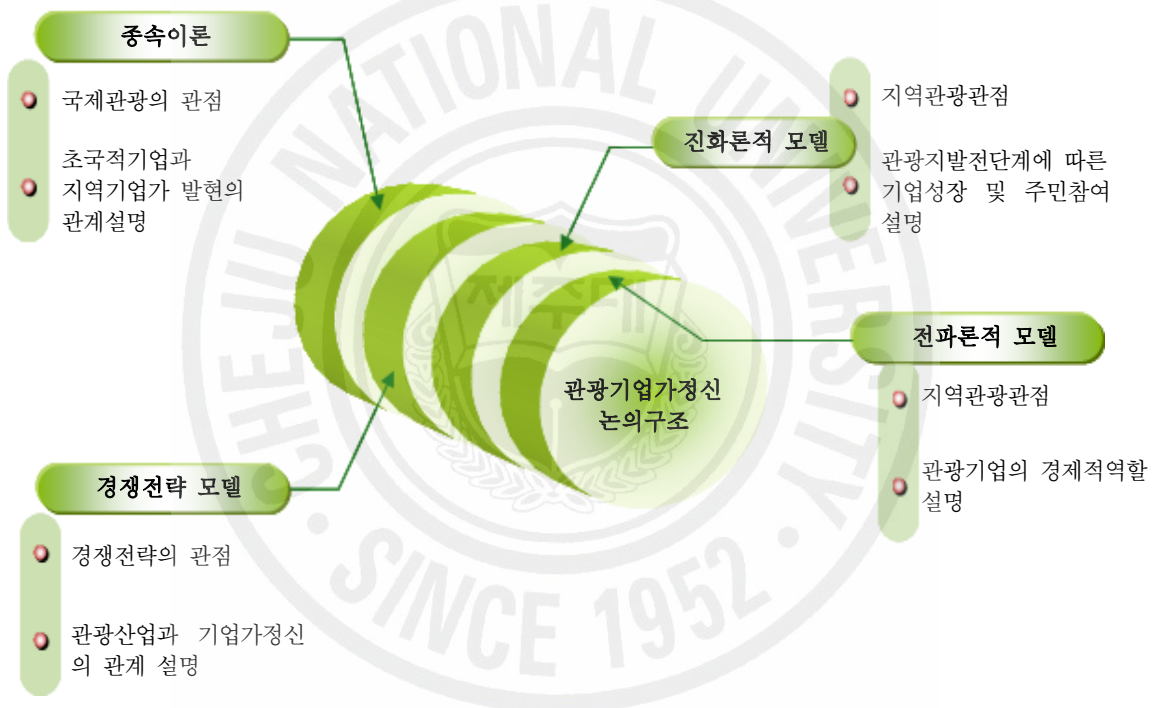
37) Lee, S.H. & P.K. Wong, An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective. *Journal of Business Venturing*, 19, 2004, pp.7-28.

38) Shapero, A. & L. Sokol, *ibid.*, pp.72-90.

적지의 지속가능한 개발, 관광목적지의 발전, 관광목적지의 경쟁력과 궁극적으로 관련되어 있으며, 세부연구 주제는 관광기업가에 초점을 둔 기업가특성<sup>39)</sup>과 사업동기·유형<sup>40)</sup> 및 기업가적 활동을 촉진하는 사회구조 및 문화<sup>41)</sup> 등이다.

관광분야에서의 기업가정신 관점과 관련한 이해를 보다 넓히기 위한 차원에서 종속이론, 중심부-주변부 이론, 확산 모델, 경쟁전략모델 등의 관광목적지 발전과 기업가정신의 관계에 관한 이론을 보다 구체적으로 검토하면 다음과 같다. 검토되는 모델은 상호배타적이기보다는 해석관점의 차이임으로 독립적으로 취급될 필요가 있다.

<그림 2-3> 관광경영학적 관점의 기업가정신 논의구조



39) 박시사. 한국 여행업의 창업결정에 관한 연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1997.

40) Dewhurst, P. & Horobin, H. Small Business Owners. In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*. (eds.), London and N.Y.: Cassell, 1998, pp.19-38.

41) R. Lardiés, Migration and Tourism Entrepreneurship. *International Journal of Population Geography* 5, 1999, 477-491.

## (1) 종속이론

종속이론(dependency theory)은 관광사업 분야의 기업가정신을 선·후진국간에 일어나는 국제관광의 시각에서 분석한다. 즉, 관광목적지에 살고 있는 지역주민의 관광사업 참여가 지역적인 차원이 아니라 세계체계에서 운영 및 관리된다는 맥락 속에서 고려해야 한다는 입장이다.<sup>42)</sup>

특히, 종속이론의 전제는 선진 자본주의 국가에서 주변 경제국으로의 자본침투가 종속 관계에 있는 주변국 사회에 경제, 계급구조, 그리고 궁극적으로 전체 사회구조를 외부조건에 의존하게 만든다는 것이다.<sup>43)</sup> 따라서 외국자본가나 지역 엘리트(elite) 집단의 관광산업에 대한 소유권한이나 통제의 강화는 주변지인 관광목적지의 개발에 있어 종속적 구조를 강화시키게 된다. 소수의 이문화 집단의 거주지로써 지역주민과의 교류가 차단되는 인클레이브 리조트(enclave resort)는<sup>44)</sup> 그 대표적인 예로 거론된다.

반면, 종속이론은 지역기업가가 어떻게 관광개발 과정에 통합되어 가는지에 대해 명시적으로 설명해주지 못하고 있다. 왜냐하면 종속이론의 관점에서 지역 기업가는 이러한 기조에 협력하여 개인적 이익을 취득하는 협력자나 엘리트, 부르주아(bourgeois)로 취급되고 있다는 점과 관광개발에 있어 대규모 외지자본 소유의 다국적 기업의 역할만 부각한 반면, 그 이면에 존재하는 다수의 중소관광기업의 역할을 과소평가하고 있기 때문이다.<sup>45)</sup>

신식민주의 기술과 다국적 기업의 영향과 같은 외부요인을 강조하고 있는 종속이론은 관광개발이나 관광발전이 지역사회에 미치는 영향의 원인과 소유권·통제의 관점에서 다국적 기업의 역할을 이해하게 하는데 도움을 주고 있다. 종속이론은 이후 중심부-주변부 이론이나 전파론의 관점에서 관광산업 및 관광 기업가정신을 설명하려는데 있어 중추적인 개념적 토대를 마련해 주고 있다.

42) 전경수 편역, 『관광과 문화』, 일신사, 1994, pp.7-8.

43) S.G. Britton, *Tourism, Dependency and Development: A Mode of Analysis*. Occasional Paper No.23, Development Studies, Canberra: Australian National University, 1981, Cited in Shaw, G. & A.M. Williams, *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, 2002, Blackwell Publishers, pp.145-165.

44) 자족형 리조트를 말하며, 대표적인 예는 '클럽메드(Club Med)'이다.

45) A.H. Din, *Bumpiputera Entrepreneurship in the Penang-Langkawi Tourist Industry*. Ph.D. Thesis, University of Hawaii. 1990, pp.55-63.

## (2) 진화론적 모델

진화론적 모델(evolutionary model)은 경제발전단계 이론이 Butler(1980) 등에 의해 관광부문에 수용된 것을 말한다. Butler(1980)는 관광지가 탐색(exploration), 개입(involvement), 개발(development), 통합(consolidation), 정체(stagnation), 쇠퇴(decline)의 여섯 가지 발전단계를 가정한<sup>46)</sup> 반면, Gee(1984)는 제품수명주기 모델을 관광부문에 도입하여 관광지는 도입(inception), 성장(growth), 성숙(maturity) 그리고 쇠퇴(decline)의 4가지 진화단계를 거친다고 보았다.<sup>47)</sup>

이와 같은 진화론적 모델에서 지역기업가에 의해 관광개발이 주도되는 시기는 명시적으로 ‘탐색’, ‘개입’, ‘쇠퇴’ 단계라고 본다.<sup>48)</sup> 지역기업가 개입의 가장 일반적인 패턴은 방문객에게 제한된 서비스를 제공하는 소규모의 많은 지역주민에 의해 이루어진다는 특징이 있다. 이러한 지역민의 기업가적 활동은 새로운 시설이 제공되거나 기존 시설이 전환되는 개입단계에서 증가하며, 외국자본이 탈출하는 쇠퇴단계에 최고조에 이르는 경향을 갖는다.

하지만 “지역민이 관광의 가능성에 대한 인식이 대중화되었을 때는 시기적으로 너무 늦은 경우기 때문에 이미 관광개발과 관련한 기회는 대부분 외부인에 의해 주도되어 버린 경우가 많다.”라는 지적처럼,<sup>49)</sup> 발전초기 단계가 지역민에 의해 주도된다는 진화론적 모델의 묵시적 가정은 이 단계에서의 기업가활동이 외부인에 의해 주도되기 때문에 대부분의 경우 알맞지 않다.

## (3) 전파론적 모델<sup>50)</sup>

관광발전과 관련한 전파론적 모델(diffusionist model)의 핵심개념은 성장과 개발은 ‘승수효과(multiplier effect)’를 가지고 있고, 가장 개발된 지역에서 상대적으로 개발이

46) 오상훈, 『관광과 문화의 이해』, 형설출판사, 2005, pp.168-171.

47) A.H. Din, *ibid.*, pp.48-55.

48) Neblett, J.C. *Indigenous Entrepreneurship in the Accommodation Sector: A Case Study of Barbados*. Ph.D. University of Western Ontario, 1998. p.40, p.58.

49) E. Cohen, Marginal Paradises: Bungalow Tourism on The Islands of Southern Thailand. *Annals of Tourism Research*, 9(1), pp.189-228.

50) 전파론은 원래 가지각색인 세계 각지의 문화 요소나 문화 복합은 차용(借用) 또는 주민의 이주에 의해서 어떤 중심지에서 다른 지역으로 확산된다고 하는 것을 말한다.



미진한 지역으로 지역별, 부문산업별로 확산될 것이라고 가정이다.<sup>51)</sup> 관광객 지출의 확산효과는 지역적 또는 산업구조적 한계로 인해 광범위한 개발을 촉진하지 못한다. 따라서 농업과 제조업 등의 인접 부문과 관광산업과의 연계성을 강화시켜야만 관광편익의 효과가 지역적으로 보다 확산될 것이라고 본다. 확산된 편익은 보통 고용과 생산의 증대를 지역에 가져오고 이 과정에서 기업가적 활동의 기회가 증가할 것이다.<sup>52)</sup>

본래 전파모델의 개념은 Christaller(1963)에 의해 제안되고 이를 Friedmann(1966)이 중심부-주변부 모델(core-periphery model)로 관광에 통합시키면서 주요 개념적 틀로 인정받기 시작했다.<sup>53)</sup> Lundgren(1973)은 이 모델을 카리브해 지역의 관광기업가정신의 전파과정과 관련하여 설명하면서, 호텔에서 창출된 수요가 인접 지역의 다양한 경제부문(특히, 식품공급부문)에 의해 충족될 수 있음을 실증적으로 연구하였다(<그림 2-4>참조).<sup>54)</sup>

Lundgren에 따르면, 수요·공급 연쇄란 측면에서 관광목적지 성장과정에 있어 지역 기업가의 등장은 공급부문의 수요가 많은 발전 초기단계에서 가장 왕성 활발해질 가능성이 높지만, 지역기업가가 이 과정에서 발생한 공급부문의 수요를 충족시킬 수 있는 능력이 없다면 관광지발전에 지역의 참여가 배재될 경우가 많다.

#### (4) 경쟁전략모델

여타 다른 부문과 비교해 관광산업에서의 기업가정신을 위한 기회는 풍부한 편이다. 다양한 이질적 업종으로 구성되어 있다는 점과 소규모라는 특성이 이같은 기회의 추진력으로 작용하기 때문이다. 이러한 점에서 Porter의 경쟁전략모델(competitive strategic model)은 관광산업과 기업가정신의 관계를 전략적으로 이해하는데 도움을 준다.

Porter는<sup>55)</sup> 특정산업의 경쟁상황을 결정하는 주요 요소로 새로운 진입자와 기존 사

51) M. Oppermann, Tourism Space in Developing Countries. *Annals of Tourism Research* 20(3), 1993, pp.535-556.

52) Lundgren, 1973. Tourist Impact/Island Entrepreneurship in the Caribbean. Cited in Shaw, G. & A.M. Williams, *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, 2nd, Blackwell Publishers, 2002. pp.145-164.

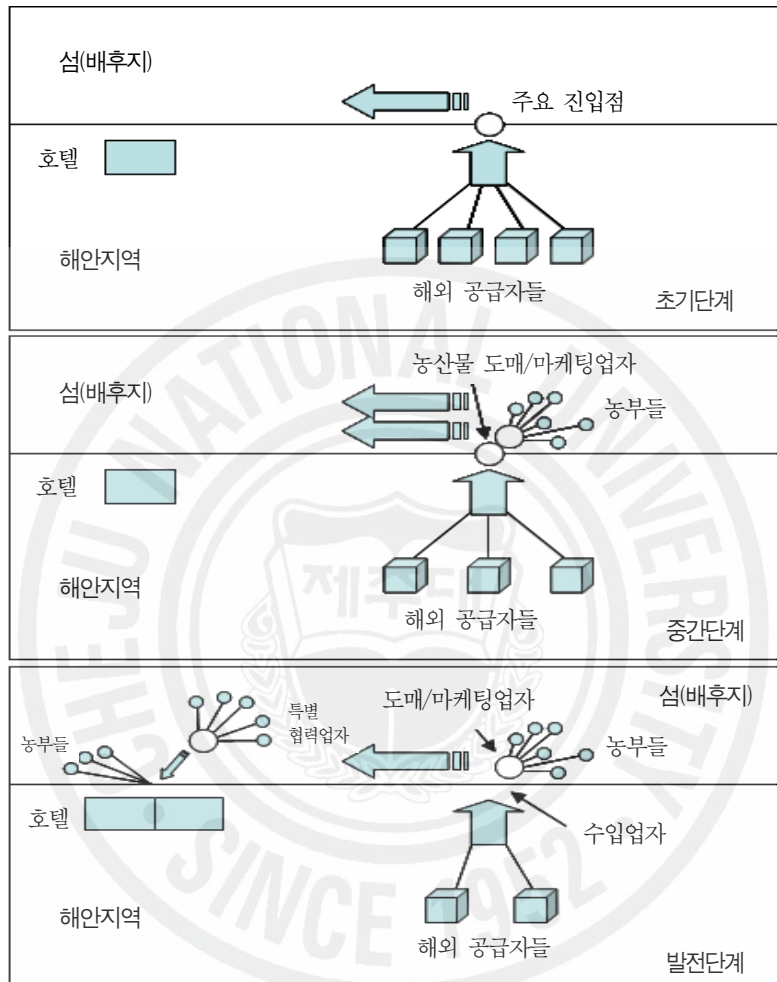
53) A.H. Din, *ibid.*, pp.40-47.

54) Shaw, G. & A.M. Williams, *ibid.*, pp. 145-164.

55) M. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. N.Y.: The Free Press, 1980.

업자를 유인하는 산업매력성을 꾀고 있다. 또한 경쟁을 일반적 인식보다 보다 포괄적으로 정의하면서 기업전략, 산업구조, 경쟁자, 관련 지원산업을 주요 경쟁요소로 보고 있다.

<그림 2-4> Lundgren의 모델



자료: Lundgren, 1973. Paper Quoted, Cited in Shaw, G. & A.M. Williams, *op.cit.*, p.153.

기업가정신은 사업기회(business opportunity)를 확인하고 행동하는 것과 관련되어 있다. 따라서 잠재 기업가에게 산업의 매력도(산업구조)는 기업가들이 신생기업을 설립할 것인지와 관련한 핵심요소이다. 잠재기업가가 해당 산업의 경쟁요소별 약점이 어디에 있는지를 탐색하는 과정에서 기존 산업구조 속에서의 새로운 기술혁신이 발생하고 새로운 신규산업의 출현을 촉진시킨다.

이와 관련해 산업수명주기 모델(industry life cycle model)은 어떻게 하나의 산업

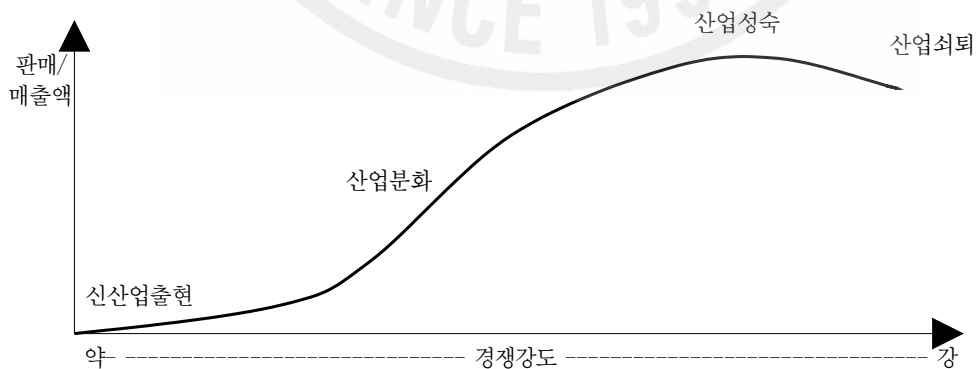
이 수명주기 상에서 출현하고 성장, 쇠퇴하는지에 대해 설명하고 있다. 이에 따르면, 기업전략, 산업구조, 경쟁자, 관련 지원산업의 네 가지 경쟁요소는 신흥산업일 때 가장 약하고 성숙단계에 있을 때 가장 강하다.

관광산업에서 Porter의 경쟁전략 모델이 주는 시사점은 주로 대중관광보다는 생태관광(eco-tourism), 모험관광(adventure tourism) 등과 같은 신�관광(new tourism) 부문과 관련된다. 즉, 이 모델은 신�관광에 진입하거나 진입한 기업이 어떻게 기업가적 기회를 확인하고 성장하는지를 산업화과정과 관련하여 설명해 준다.<sup>56)</sup>

이러한 논의에 따른 관광산업의 특징은 다음과 같다.<sup>57)</sup>

- 산업내 경쟁강도는 낮다. 왜냐하면 시장수요가 제품(또는 서비스)의 공급보다 일반적으로 많기 때문이다. 그리고 신흥산업에서 대부분의 사업체는 소규모이기 때문에, 촉진활동, 가격인하 등의 경쟁전략은 밀도 있게 펼쳐지지 않는다.
- 진입장벽 또한 낮다. 투자자본이 많이 소요되지 않기 때문에 규모의 경제나 조밀한 유통채널이 존재하지 않는다.
- 구매력은 약하다. 이들 상품 구매자의 대부분은 최초 구매자이거나 상대적 구매경험이 적은 소비자이기 때문에 상품에 대한 충성도는 약하다.
- 공급력 또한 약하다. 이들 산업에서의 제공되는 상품은 대부분 관련되는 공급자가 적다. 따라서 보통은 교섭력이 약한 소규모 사업체에 의지하게 된다.
- 대체제는 적다. 왜냐하면 이들 상품은 독특하거나 특별한 경험을 제공하기 때문이다.

<그림 2-5> 산업생명주기모델



자료: Douglas, et al. *opcit.* p.65.

56) Brant Ritchie, J.R. & G.I. Crouch, *The Competitive Destination*, 2003, pp.9-55.

57) Douglas, N., Douglas, N. & R. Derrett, *ibid.*, pp.64-66.

기업가정신과 관련한 제학문적 접근의 방법과 주요 주제, 연구목표 및 목적 등과 관련하여 요약하면 다음과 같이 정리할 수 있다.

<표 2-7> 기업가정신 연구의 학문간 주요 논점

주요학문	연구주제	연구목표	연구목적
심리학	기업가의 특질과 행동	기업가의 특성과 기업가적 과정	원인(why)
사회학	사회·문화적 배경	기업가의 사회·문화적 배경 차이	원인(why)
경제학	경제발전에서 기업가역할	경제와 환경 그리고 기업가정신의 관계	효과(what)
경영학	기업의 전략과 행동	기업가의 능력, 경영과 성장, 경쟁우위	행동(how)
관광학	관광지발전관련 기업가역할	관광목적지의 지속적 발전 및 경쟁우위	효과(what)

## 2. 기업가와 기업가정신

### 1) 기업가

기업가정신 연구에서 기업가는 기업활동의 주체이며 기업의 성패와 밀접한 관련이 있다. 따라서 이들을 연구하는 것이 기업가정신이라는 통념이 형성될 만큼 기업가는 핵심연구 대상인 만큼 기업가의 행위적 특성을 통해 기업가와 기업가정신의 관계를 파악해 볼 수 있다. 이러한 접근은 주로 경제학이나 사회학, 심리학적 차원의 기업가정신 연구맥락이다.

#### (1) 기업가의 개념

기업가(entrepreneur)는 시대와 국가 그리고 학문적 전통에 따라 기업가에 대한 역할인식이 변화되어 왔기 때문에 복잡하고 정의하기가 어려운 개념이다. 대부분의 경우 기업가의 개념요소 분석을 통한 특성이나 역할을 중심으로 기업가를 개념적으로 이해한다(<표 2-8>참조).

기업가는 ‘어떤 일이나 거래, 공장이나 건축물 등의 성공을 떠맡아 책임진다

(undertaking)'는 의미를 지닌 불어동사인 *entreprendre*를 그 어원으로 한다.<sup>58)</sup> Cantillon이 기업가에 대해 최초의 학문적으로 접근한 이후 완전경쟁 균형이론에 입각한 고전경제학 시대에는 기업가의 역할에 대한 인식을 하지 못했다가, 19C Say에 이르러 비로소 기업가가 근대 사회의 복잡한 기업활동의 제 기능을 포괄적으로 수행하는 경제적 행위자로 의미부여되었다. Say는 토지·노동·자본 이외의 제4의 생산요소로 기업가를 보았다.

즉, A. Smith, Ricardo와 같은 고전경제학자 및 Keynes와 같은 신고전경제학자들은 경제주체들이 완전한 정보 및 지식을 가지고 있다는 것을 전제로 한다. 이들은 시장과정을 경쟁적인 것으로 파악하지 않고 완결된 상태라고 가정한 완전경쟁이론을 추구한다.

이와 같이 경쟁이 완결된 경제는 변화의 여지가 없는 확실성의 세계를 의미하기 때문에 자원의 최적배분이 주요 관심사가 된다. 그리고 경제변화를 추동하는 요소는 경제 외적변수로 간주함으로써 경제주체의 변화에 따른 최적의사결정은 자동적으로 이루어진다고 주장한다. 이러한 관점은 경제발전 및 성장의 원동력을 구명하는데 있어서 그 원인을 구분하여 설명하고는 있을 뿐 그 원인과 결과의 인과관계를 분석하지 못하여 실질적인 성장과 발전의 동력을 찾거나 문제해결방안을 제시하지 못하고 있어 기업가의 역할이 무시되고 있다.<sup>59)</sup>

하지만 Schumpeter는<sup>60)</sup> 기업가를 기회추구를 통해 자원을 신결합함으로써 경제발전을 주도하는 혁신자로 보았다. 또한 균형과 최적배분보다는 혁신적인 기업가에 의해 초래된 동태적 불균형(dynamic disequilibrium)이 건강한 경제의 규범으로 파악함으로써 기업가를 경제발전의 핵심요소로 취급했다.<sup>61)</sup> 그 이후 Mises, Kirzner, Drucker 등에 의해 기업가를 시장과정에서 변화의 원동력으로 보는 견해가 통념적으로 수용되고 있다.

58) 이러한 연유에서 독일에서는 기업가를 'unternehmer', 즉 소유경영자로 부르고 있다. 이것은 기업가와 경영자를 일종의 동의어로 다룬 고전적 기업가의 개념이라 볼 수 있다. 고전적 기업가의 핵심은 창업자 개념을 뜻한다(노재구, 1999 참조).

59) M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago. 1973, 이성순 역, 전계서, 1995; 이종걸, 기업가의 경제적 역할과 산업구조변화. 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 1996을 참조하여 요약작성.

60) Schumpeter적 주장에 따르면, 시장은 '완결된 상태'가 아닌 '경쟁과정'이며 이것은 시장이 '불확실성의 세계'이기 때문이라고 본다. 이러한 세계에서 기업가간의 불확실성에 의해 발생하는 시장기회를 추구하는 경쟁과정은 경제의 불균형을 일으키는 원천으로 작용하여 시장의 변화를 촉발시켜 중국에는 경제발전을 이루어진다고 본다. 이러한 시각에 의하면 결국 기업가간의 경쟁과정은 균형화과정을 의미한다. 따라서 기업가는 경제발전에 핵심요소로 간주할 수 있으며 이것이 기업가의 역할이며 존재이유라고 본다.

61) P. Drucker, *ibid*.

<표 2-8> 기업가의 정의

시기 및 연구자	정의
16C	군대 원정을 이끄는 책임을 맡았던 사람
17C	고정된 가격으로 정부와 계약함으로써 수익이나 손실의 위험을 감수하는 사람
Cantilon (1725)	위험을 예견하고 기꺼이 감수하면서 수익이나 손실을 유발하는 행동을 채택하는 사람
Say (1803)	노동력, 자본, 토지의 모든 생산수단을 통합하는 경제적 행위자(생산조정자)
Knight (1921)	지휘와 통제에 책임 뿐만 아니라 불확실성을 감수하는 자
Schumpeter(1934)	신결합을 수행하는 혁신자, 기술개발에 진취적인 자
McClelland(1961)	높은 성취욕구와 위험감수성향을 가진 사람
Drucker (1964)	기회를 극대화하는 사람
Mises (1966)	미래수요를 예측하여 이윤을 창출하는 자
Webster (1966)	이익을 위해 위험을 감수하고 기업을 조직하거나 관리하는 사람
Bouimol (1968)	슈페터적인 기술혁신을 주도하는 자로 자원의 분배자이자 경영자원의 한 요소
Kirzner (1973)	불안전하고 불균형한 미래의 시장을 정확히 예측하여 경쟁에서 우위를 확보하는 사람
Minzberg (1973)	조직에서 변화를 설계하고 주도하는 역할을 하는 사람
Timmons(1985)	A형 행동패턴을 보이는 자
Gartner (1988)	신조직의 창조자
Stevenson & Jarillo (1990)	자원에 대한 통제가능 여부에 관계없이 기회를 추구하는 과정을 수행하는 사람
Kao (1995)	용의주도한 위험감수자, 높은 성취욕구, 자율성 욕구의 소유자이며, 건강, 현실주의, 탁월한 개념적 능력, 자신감, 통제의 욕구, 도전에 대한 매혹, 감정적 안정성, 자기(내적)통제, 솔선수범의 속성을 가진자
신유근 (1996)	열정·동기부여·행동지향·결과에 대한 민감성·위험감수·모호성에 대한 인내력을 속성으로 갖는 자
Morrison et. al. (1999)	경제활동을 통해 개인적 성취를 위한 기회를 창출하지 위해 노력하는 자

자료 : Raynomd W.Y. Kao, *Entrepreneurship: A Wealth-Creation and Value-Adding Process*. 1995, N.Y.: Prentice-Hall; 강신일·이창원, 전게서; P. Davidsson, *Researching Entrepreneurship*. 2004, N.Y.: Springer 참조.

오늘날 혁신성은 기업가의 본질 중 하나로 여겨지고 있고, 이외에도 기업가는 대체적으로 높은 위험감수성향, 성취욕구, 내적통제, 자율성추구, 민첩성(또는 기민성), 모호성인내도와 같은 심리적 특성을 보이는 것으로 파악된다.

최근의 높아진 환경 불확실성과 과거와 비교할 수 없을 정도로 치열해진 경쟁은 개인기업가뿐만 아니라 대기업도 장기적인 생존을 장담하기 어렵게 만들고 있음에 따라 현대의 기업가는 개인차원에서 뿐만 아니라 기업수준으로까지 확대되어 파악되고 있다.

즉, 기업가에 대한 현대적 해석은 그 본질상 첫째 기회를 인식·포착하고, 둘째 이러

한 기회를 업무지향적이고 시장지향적으로 전환시키며, 셋째 시간·노력 등을 통하여 가치를 추구하고, 넷째 이러한 아이디어를 수행하기 위해 경쟁적인 시장에 대한 위험을 추정하며, 다섯째 그 결과 노력으로부터 보상을 얻어내는 혁신자이며 개발자로 이해되고 있으며,<sup>62)</sup> 이러한 행동적 특성을 보인다면 기업가의 개념은 개인차원뿐만 아니라 조직수준에서도 적용될 수 있는 개념으로 확대되고 있는 것이다.<sup>63)</sup>

이러한 점을 고려하여 본 연구에서는 기업가를 ‘환경의 불확실성 아래서 혁신과 위험 감수적 경영활동을 통해 새로운 경제적 가치를 창출하는 사람’이라고 정의한다.<sup>64)</sup>

## (2) 기업가와 경영자

기업가에 대한 개념은 학자의 시각에 따라 다양하여 일관성이 결여되어 있다. 따라서 여기서는 흔히 혼용되어 사용하는 경영자와 기능과 역할 측면의 비교를 통해 기업가에 대한 개념을 보다 명확하게 파악하고자 한다.

기업가는 경영자와 조직내에서의 기능과 역할 측면에 구분해 파악해 볼 수 있다. 기업가의 조직내 기능과 역할의 본질은 시장기회의 인지를 통해 혁신과 위험추구적 활동으로 새로운 가치를 창출하는 것이다. 반면, 전통적으로 경영자는 기업목표 달성을 위해 조직의 경영자원을 계획·조직·지휘·통제라는 관리기능을 통해 효율적으로 추구하는 사람이라는 개념이 강하다. 또한 경영자는 직무활동의 범위에 따라 최고경영자, 중간경영자, 현장경영자로 구분되며, 소유와 경영이 분리되면서 전문적인 경영자의 필요성이 나타남으로 인해 기업의 발전과정이나 소유구조에 따라 소유경영자, 고용경영자, 전문경영자로 구분된다.<sup>65)</sup>

이러한 경영자는 대표자·리더(leader)·연결자와 같은 대인관계역할, 정보탐색자·전달자·대변인과 같은 정보적 역할, 기업가·분쟁해결자·자원분배자·교섭자와 같은 의사결정자의 역할을 한다.<sup>66)</sup> 이들은 능력측면에서 기업문제를 전사적 관점에서 파악하고

62) Kuratko, D.F. & R.M. Hodgett, *Entrepreneurship*, 4th, Haccourt, 2001, p.73.

63) Kuratko, et.al.(2001)은 이에 대해 Pinchot(1985)의 개념을 빌려 개인기업가를 ‘entrepreneur’로 기업내 기업가를 ‘intrapreneur(사내기업가)’로 구분하고 있다.

64) 통계적으로 기업가는 자영업자, 소유주, 사업체등록을 한 사업주 등의 방식에서 파악된다.

65) 신유근, 『현대경영학: 원론적 접근』. 다산출판사. 1997.

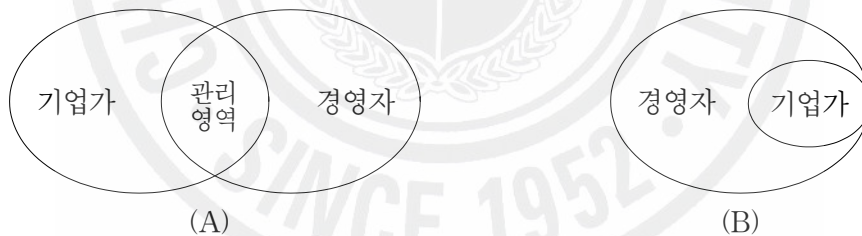
66) H. Mintzberg, The Manager's Job: Folklore and Fact. *Harvard Business Review*, 1975.

장기적인 문제를 해결하는 능력인 개념적 능력(주로 최고경영층), 작업이 효율적으로 진행될 수 있도록 지휘하고 갈등을 감독하는 능력을 의미하는 대인적 능력(주로 중간경영층), 전문적 지식이나 경험, 기술을 문제해결에 활용할 수 있는 능력인 기술적 능력(현장경영층)을 갖추어야 한다고 본다.<sup>67)</sup>

이처럼 현대적 관점에서 파악한 경영자는 자원의 관리·조정자이면서, 시장기회를 탐색하는 정보탐색자이며 혁신과 위험감수를 추구하는 자라고 볼 수 있다. 기회탐색, 혁신과 위험추구 등은 기업가의 본질적 특성이라 할 수 있다. 따라서 경영자와 기업가를 보는 개념 중 가장 보편적인 시각은 경영자와 기업가가 중복될 수 있다는 보는 것이다. 즉, 기업가와 경영자 영역은 공통적인 영역도 있는 반면 배타적인 영역도 함께 존재한다고 본다(<그림 2-6>의 A형).

다른 하나의 시각은 기업가와 경영자를 구분하기보다는 후자가 전자를 포함한다고 보는 관점이다(<그림 2-6>의 B형). Knight는 기업가의 기능으로 지위와 통제를 포함시키고 있고, Webster 사전에서의 기업가는 이익을 위해 위험을 감수하고 기업을 조직하거나 관리로 파악하고 있다(<표 2-6> 참조).

<그림 2-6> 기업가와 경영자 구분에 관한 입장



자료: 김종관, 기업가정신의 개념과 연구접근방법. 『동남경영』, 9, 1994, 27-52.

Minzberg는 경영자의 역할을 설명하면서 의사결정자로서의 기업가를 조직의 발전을 위한 변화주도자로 보고 그 안에 포함시키고 있는 반면, Drucker는 환경의 불확실성이 높은 현대적 상황에서 보다 중요한 것은 개인기업의 소유경영자에서부터 대기업의 모든 경영자에 이르기까지 그들이 얼마나 창의적이고 혁신지향성 활동을 하느냐가 중요하고 보아 경영자와 기업가를 구별 자체가 무의미하다고 보기도 한다.<sup>68)</sup>

67) R.L. Katz, Skills of an Effective Administrator. *Harvard Business Review*, 1-2, 1974.



이처럼 기업가와 경영자를 엄격히 구분하는 것은 기능과 역할, 요구되는 능력의 측면에서 어려움이 있다. 하지만 소유구조, 책임의 한계, 위험 및 기회에 대한 태도 등의 측면에서 기업가와 경영자가 구분되는 것도 사실이다. 즉, 기업형태별로는 기업가는 소유경영이 가능한 중소기업인데 반해 경영자는 대기업일 경우가 많다. 또한 책임의 범위와 관련해서는 기업 전반에 대해 기업가는 책임을 지는데 반해 경영자는 역할과 지위에 따라 다다. 그리고 권한과 위험과 관련해서는 모든 권한의 원천이 기업가는 자신에게 있어 위험에 조심스런 자세를 취하는데 비해 경영자 직무에 따라 결정되는 지위만큼만 권한이 있어 위험을 회피하려는 성향이 있다. 이러한 견해 따라 기업가와 경영자의 특성을 종합적으로 비교하면 <표 2-9>와 같다.

<표 2-9> 경영자와 기업가 특성비교

구분	기업가	경영자
기업규모	소유경영의 중소기업	소유·경영분리의 대기업
책임범위	기업전반	지위나 역할에 따라 상이
권한	모든 권한의 원천	직무에 따른 지위에 따라 상이
경영스타일	개인적이고 가족 같은 분위기	경영세칙에 따름
기업목표	기업가 개인목표	수익극대화
이윤	기업가에게는 잔여소득	기업의 수입
실패	실패를 발전기회로 삼음	실패인정을 꺼림
기회에 대한 태도	기회추구성향	착수전 비용편익분석 실시
위험에 대한 태도	아주 어려운 것이 아니면 위험에 도전	위험은 회피
의사결정방법	자신의 꿈과 견해중시	상위자에게 순종
위기관리방법	먼저 불을 끄는 소방수적인 자세	누구에게 책임이 있는지 검사자세 견지
행동특성	사전대응	사후대응
경영의 기초	경기변동	마케팅, 재무 등 사업기능

자료: Raynomd W.Y. Kao, *ibid.*를 참조.

이러한 시각에 따르면, 관광기업은 대체로 중소기업이며 소유경영을 한다는 점과 권한과 책임이 모두 자신에게 있다는 점 등에서 기업가적 특성을 공유한다고 볼 수 있다. 여기에서는 관광중소기업가를 기업가이자 경영자인 소유경영자로 파악하고, 얼마나 창조적이고 혁신적인 행동을 하는 가를 기준으로 삼고 있는 Drucker의 견해에 입각하여 이해하고자 한다.

68) Mintzberg, H. *The Structuring of Organizations*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1979, 김인수, 『거시조직이론』, 무역경영사, 1999, pp.376-397에서 재인용; P. Drucker, *ibid.*

## (2) 기업가 유형

기업가의 역할에 주목하고 있는 경제·경영학자들은 기업가를 이질적이라고 가정하고, 경제발전은 불확실한 동태적 시장에서 이들 이질적인 기업가들의 경쟁 때문이라고 본다. 기업가 유형을 구분하려는 필요는 기업가에 따라 경쟁우위를 위해 선택된 과정과 전략이 다르고, 이는 각기 다른 기업성장 결과로 나타나기 때문이다.<sup>69)</sup> 즉, 기업가들간에도 목표나 배경, 경영양태 등에서 차이가 나고 이에 따라 기업가적 행동이나 성과가 다를 수 있기 때문에 기업의 성과차이를 설명하는 기업가유형 분류는 중요한 역할을 하게 된다.

기업가정신 관련 연구에서는 다양한 차원에서 기업가 유형을 분류하려는 시도를 확인할 수 있다. 기업가 유형 구분과 관련한 첫째 시각은 유형 구분을 통해 이들의 특성차원을 추출하는 것이다. 예를 들면, Cooper & Dunkelberg는 1,805의 대규모 표본을 사용하여 분석하고 기업가를 장인형(craftman-oriented), 성장지향형(growth-oriented), 독립지향형(independent-oriented)의 세 가지 유형으로 구분하였다. 그리고 이들 유형에 따라 교육수준이나 과거직무경험, 경영자가 된 방법, 기업의 성장률 등에서 차이를 보임을 밝혔다.<sup>70)</sup>

기업가 유형 구분과 관련한 또 다른 시각 중 하나는 기업의 성공과 관련된다. Robbie & Wright는 기업가를 개인적 만족추구, 즉 하고 싶은 일을 하고 싶다는 것에 동기부여된 장인형 기업가(craftsman)와 개인의 부와 재정적 보상추구에 동기부여된 기회추구형 기업가(opportunists)로 대별했다.<sup>71)</sup>

장인형 기업가는 현장노무자 출신으로 비교적 교육수준이 낮고 사업운영 유경험이며, 소유경영자로서 온정주의적이고, 마케팅에서는 개인적인 네트워크를 활용하고, 전략적 측면에서는 안정적인 보수적 전략을 펼친다. 반면 기회추구형 기업가는 중류층으로 고등교육과 여러 종류의 직무경험 및 과거 이사급의 직위를 경험한 것으로 나타났다. 소유경영

69) Rosa, P. Entrepreneurial Processes of Business Cluster Formation and Growth by 'Habitual' Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 22(1). 1998, pp.43-61.

70) Cooper, A.C. & W.C. Dunkelberg, Old Questions, New Answers, and Methodological Issues. *American Journal of Small Business*, 11(3), 1987, pp.11-23.

71) Robie, K. Wright, M. *Management Buy-ins: Active Investors and Corporate Restructuring*. Manchester University Press, 1996.

자로 이들은 권한위양에 관심이 많고 외부에 많은 자원의 원천을 가지며, 마케팅에 있어서는 사전대응적인 기업가로, 장인형 기업가보다 혁신적이고 다양한 전략을 구사한다.

이러한 기업가유형은 대체로 기업가적 활동의 발생이유와 발생과정에 영향을 주는 개인, 조직 그리고 환경적 요소들을 서로 다르게 결합됨으로 인해 나타난 차이로 볼 수 있다. 기업가유형은 기업가적 과정의 여러 차원들을 밝히는데 도움을 주지만 기업가나 기업가정신을 정의함에 있어 일관적 결과를 도출해주지 못하고 있다.

## 2) 관광중소기업가의 특성과 유형

중소기업 연구에서 기업가는 핵심적인 연구주제로써 개념이나 특성, 유형이 다양한 관점에서 논의되어 왔다. 중소기업은 대기업에 대한 상대적인 개념이란 점과 종업원 수나 매출액 등과 같은 양적기준에 의한 분류라는 점에서 이질의 다종한 업종을 포괄하는 개념이다.

특히, 관광기업은 일반적인 중소기업 연구에 있어 그간 거의 주목을 받고 있지 않은 분야였기 때문에, 관광중소기업을 소유하고 운영하는 사람들이 누구이며, 그들의 특성이 무엇인지에 대한 연구관심은 극히 제한적이다. 여기서는 관광중소기업과 관광기업가정신 관련 선행연구를 검토한 결과를 바탕으로 관광중소기업가의 특징을 파악해 보고자 한다.

### (1) 관광중소기업가의 특성

관광중소기업가는 ‘관광현상과 관련한 경제활동을 통해서 개인의 목표를 달성과 관련한 기회를 창조하는 사람’으로 개념적으로 정의된다.<sup>72)</sup> 관광연구에서 관광중소기업가의 특징과 관련한 하나의 주요 주제는 Gray에 의해 사용되기 시작한 ‘라이프스타일 기업가(lifestyle entrepreneur)’ 개념에 대한 관심의 증가이다.<sup>73)</sup>

라이프스타일 기업가는 ‘소유주와 소유주 가족에게 그들이 선택한 라이프스타일을 향유할 만큼의 수입을 유지하는 수준에서 사업의 생존에 관심을 갖는 소유경영자’라고 정의

72) Morrison, A.J. Rimmington, M. & C. Williams, *ibid.*, p.13.

73) Gray를 시작으로 ‘lifestyle entrepreneur’란 용어는 관광중소기업 연구문헌에서 Thomas et al.(1997); Ateljevic & Doorne(2000); Getz & Carsen(2000); Morrison, Baum, & Andrew(2001); Domenico(2005) 등 다수의 연구에서 사용되고 있다.

된다.<sup>74)</sup> 즉, 관광중소기업가는 기업의 창업목적이나 동기, 운영과정에서 이윤이나 수입보다 개인적인 취미나 여가 등과 관련한 비경제적 동기(non-economic)에 의해 유인되고, 이 같은 목표를 추구하려 한다는 점이 다른 부문의 중소기업가와 구별되는 특성이다.<sup>75)</sup> 따라서 라이프스타일 기업가는 이익지향적 목표나 성공전략을 추구하는 기업가의 상반개념이라 볼 수 있다.

예를 들어, Cornwall의 관광중소기업을 대상으로 한 Shaw 등의 연구결과에 따르면,<sup>76)</sup> 관광중소기업 소유경영자는 ‘Cornwall에 살기 위해서’, ‘퇴직 후 재취업의 하나로’와 같은 이전 직업을 떠나는 것이나 ‘청정환경에서의 삶’과 같은 입지환경적 혜택, ‘가족과 함께’와 같은 항목들이 기업 창업의 주요한 동기라고 나타났다. Boissevain은 관광중소기업이 소규모라는 점에서 소유경영자를 기업가로 보았다.<sup>77)</sup> 그리고 이들은 수입과 성과에서의 이질성, 사업목적 및 동기의 다양성, 독립성과 자유, 자신의 아이디어를 설계하고 집행할 수 있다는 점, 가족운영(family-run businesses), 여성의 역할 중요성과 같은 측면에서 하나의 범주로써 공유되는 특징을 갖는다고 보았다. 반면, 노동강도, 노동시간, 취약성과 대안의 부족 등과 같은 점에서는 취약한 것으로 파악했다. 또한 영국 중소관광기업 중 개인소유의 관광중소기업의 약 80%는 창업자 자신이나 가족들과 공동으로 운영되는 것으로 보고 되고 있다.<sup>78)</sup>

이러한 선행연구의 결과를 바탕으로 관광중소기업가의 특성을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 관광중소기업 소유경영자의 창업동기는 다양하다. 특히, 비경제적 동기의 중요성이 강조되고 있다. 다수의 관광중소기업 소유경영자들은 기업의 성장과 확장에 높은 우선순위를 두지 않고 있고, 경제적 동기보다 비경제적 또는 사회적 동기가 창업이나 기업

74) Morrison, A.J. Baum, T. & R. Andrew, The Lifestyle Economics of Small Tourism Businesses. *Journal of Travel and Tourism Research*, 1, 2001, pp.16-25.

75) 관광중소기업 소유경영자의 창업 및 사업운영과 관련한 비경제적 동기추구 특성인 ‘lifestyle’ 동기는 초기 Shaw et al.(1987)의 연구에서부터 Thomas et al.(1997); Ateljevic & Doorne(2000); Domenico(2005)등의 다수의 연구에서 일관되게 지적되고 있다.

76) Shaw, G., Williams, A.M. & J. Greenwood, *Tourism and the Economy of Cornwall: A Firm Level Study of Operation Characteristics and Employment*. Exeter: Tourism Research Group, Department of Geography, University of Exeter. 1987.

77) J. Boissevain, Small European Entrepreneurs. In *Small Business Entrepreneurs in Aisa and Europe: Towards a Comparative Perspective*. Rutten, M. & C. Upadhyya, (eds.), London: Sage Publications. 1997, pp.301-324.

78) Thomas, R. Friel, M. Jameson, S. & D. Parsons, *The National Survey of Small Tourism and Hospitality Firms: Annual Report 1996/7*. Leeds: Centre for the Study of Small Tourism and Hospitality Firms, Leeds Metropolitan University, 1997.

운영에서 중요한 비중을 차지하고 있다.

둘째, 이들 관광중소기업 소유경영자들의 관광산업에 대한 전문지식이나 사업운영경험은 부족하다. 영국을 대상으로 한 연구에 의하면, 표본의 76%가 창업전 관광관련 분야에 대한 이전 경험이 없는 것으로 나타났다.<sup>79)</sup>

셋째, 관광중소기업 소유경영자들은 창업자본을 자신이나 가족의 저축 등과 같이 개인적으로 조달하고 한다.<sup>80)</sup> 자본조달의 비공식적 원천에 대한 높은 의존은 경영전략이나 사업계획과 같은 개념에 익숙하지 않은 사업자 자신에 의해 사업이 통제되고 관리된다는 것을 암시한다.

넷째, 고용패턴은 소유경영자 자신이나 가족의 노동력에 크게 의존한다. 관광중소기업 소유경영자들은 기업운영에 있어 정직원의 고용을 최소화하고 있으며, 소유와 경영의 분리가 미약하고 의사결정이 매우 개인적이며 가족중심적 기업운영을 한다는 것을 의미한다. 특히, 사업파트너로서 여성의 역할이 중시된다.

이처럼 관광중소기업가는 독립성과 자유추구, 가족운영, 기업운영상 여성역할의 중요성과 더불어 사업동기에서 경제적 동기 못지않게 비경제적 동기가 상당한 비중을 차지하는 점이 제조업 등의 다른 분야의 기업가와 관광중소기업가를 구분하는 중요한 특성으로 파악된다. 즉, 일반적인 기업가는 혁신성과 시장기회추구라는 속성이 중요시되고 있지만, 중소관광기업가의 경우 '일과 삶의 균형' 달성이 중요시됨을 엿볼 수 있다. 이러한 점에서 이들을 보다 기업가적으로 행동할 수 있도록 유도하는 노력이 관광목적지의 지속적인 발전을 도모하는데 필요하다 할 수 있다.<sup>81)</sup>

본 연구에서는 이와 같은 선행연구의 결과를 참고하여 관광중소기업가를 '관광현상과 관련한 경제활동을 통해서 개인의 목표 달성과 관련한 기회를 창조하는 소유경영자'로 보고자 한다.

79) Denvers, H. & R. Thomas, *Small Firms and Sustainable Tourism*. Paper Presented at the 4th Annual CHME Research Conference, Norwich, April, 1995.

80) Thomas, R. Friel, M. Jameson, S. & D. Parsons, *ibid.*

81) Williams, A.M., Shaw, G. & J. Greenwood, *From Tourist to Tourism Entrepreneur, from Consumption to Production: Evidence from Cornwall*, England. Environment and Planning A, 21, 1989, pp.1639-1653.

## (2) 관광중소기업가의 유형

기존 기업가정신 연구에서의 기업가 유형과 분류기준 및 그 역할에 대한 연구결과는 관광중소기업가에 대한 이해에 있어서도 도움을 줄 수 있다. 그러나 경제·경영학에서의 기업가 유형분류는 관광산업의 특성을 반영하지 않고 있다는 점에서 관광중소기업가를 이해하는데 한계를 갖고 있다. 이러한 점을 반영하여 관광관련 연구문헌에서는 라이프스타일·이익성의 두 가지 차원을 평가기준으로 하여 관광중소기업가의 성공전략과 목표를 기준으로 관광중소기업가의 유형을 파악한다.

Dewhurst & Horobin은<sup>82)</sup> 기존 사회·심리학자들에 의한 개인특질에 의한 기업가 유형구분이 산업특성의 반영, 성장이나 전략의 측면을 반영하지 못하고 있음을 지적한다. 이들은 관광중소기업가의 주요 특성 중 하나가 라이프스타일 추구라는 점에서 기업가 유형을 라이프스타일 추구형과 이익추구형으로 구분한다. 이 기준에 따르면 민박이나 B&B 등의 소유주는 성공전략으로 라이프스타일을 추구형으로, 게스트하우스나 소규모 호텔소유주는 보다 이익추구형으로 분류된다.

또한, 목표는 동기를 반영하고 있다는 점에서 관광중소기업가의 목표를 고객지향형 목표, 투자지향적 목표, 소유자 개인 지향적 목표, 지역사회지향적 목표 등으로 구분하고, 기업가가 사업성공을 위하여 채택하는 전략은 목표가 상업지향적이나 라이프스타일 지향적이나에 따라 이익지향적 전략(commercially-oriented strategies)과 라이프스타일 지향적 전략(lifestyle-oriented strategies)으로 유형화하고 있다.<sup>83)</sup>

한편, Hornaday는 관광중소기업을 사업동기, 목표, 전략, 유형 및 조직구조와 기업가 특성에 따라 하고 싶은 일을 하며 개인적 만족을 추구하는 장인형(craft), 개인의 경제적 이익을 목표로 하는 발기인형(promoter), 성공적 조직구축을 추구하는 전문경영자형(manager) 등 3가지 유형으로 구분하고 있다.<sup>84)</sup> Shaw는 관광관련 개인사업의 유형을 자가고용형(self-employed), 소규모 고용형(small employed), 소유지배형(owner-controller), 소유지휘형(owner-directors) 등의 4개 유형으로 구분하고 있다.<sup>85)</sup> 이들 관광중소기업의 유형별 기업가특성을 요약하면 <표 2-10>과 같다.

82) Dewhurst, P. & H. Horobin, *ibid.*, pp.19-38.

83) Dewhurst, P. & H. Horobin, *ibid.*, pp.19-38.

84) R.W. Hornaday, Dropping the E-words from Small Business Research. *Journal of Small Business Management*, 28(4), 1990, pp.22-23.

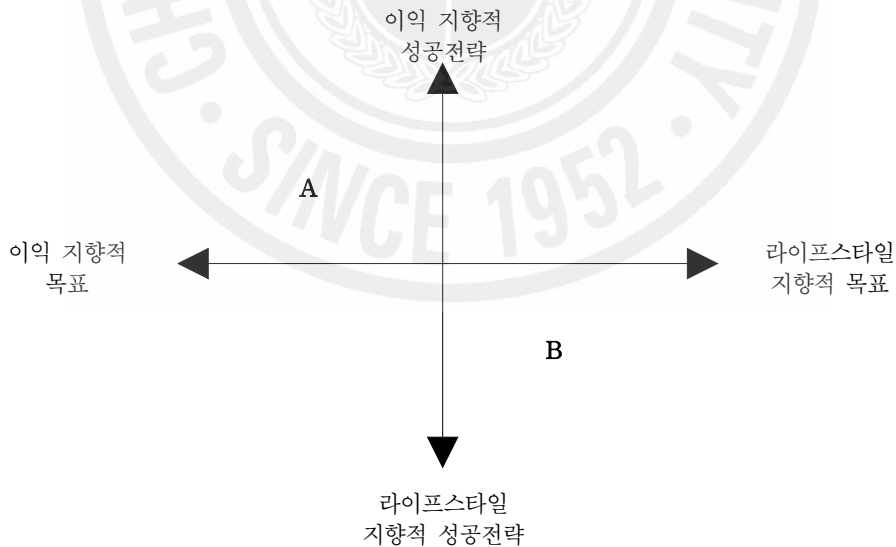
<표 2-10> 관광중소기업의 조직구조와 기업가 특성

구분	기업가 특성
자가고용형	가족의 노동력 활용, 시장안전성 부족, 저수준의 자본투자, 경영능력의 부족
소규모고용형	가족 또는 비가족 노동력 활용, 자가고용형 기업집단과 다른 특징은 공유하지만 상대적으로 나은 한계기업
소유지배형	외부 노동력 활용, 높은 수준의 자본투자, 경영통제를 위한 공식적 체계를 갖추고 있지만 소유와 경영이 분리되어 있지 않음
소유지휘형	소유와 경영이 분리되어 있고 가장 높은 수준의 자본투자가 이루어짐

자료 : Shaw, G. & A.M. Williams. Tourism, Economic Development and The Role of Entrepreneurial Activity. *Progress In Tourism, Recreation And Hospitality Management*, vol.2, 1990. pp.67-81.

Morrison은 관광중소기업가의 유형을 목표와 전략적 관점에서 개념화하기 위해 관광중소기업의 소유경영자를 라이프스타일·이익지향적 목표와 전략이라는 기준에 따라 4가지로 개념적으로 유형화했다. 이러한 기준에 따르면, 관광중소기업가는 보통 <그림 2-7>에서의 B에 위치하는 라이프스타일 지향과 라이프스타일 성공목표의 추구에서 균형을 유지하려는 라이프스타일 기업가로 볼 수 있다.<sup>86)</sup>

<그림 2-7> 관광중소기업 소유경영자 유형의 개념화



자료: Morrison, A.J. Baum, T. & R. Andrew, The Lifestyle Economics of Small Tourism Businesses. *Journal of Travel and Tourism Research*, 1, 2001, pp.16-25.

85) Shaw, G. & A.M. Williams, *op.cit.*, pp.173-188.

86) Morrison, A.J. Rimmington, M. & C. Williams, *ibid.*, pp.16-25.

따라서 라이프스타일 기업가의 개인 및 사회·문화적 가치의 분석은 기업가의 유형에 따라 그들이 전략이나 경제발전에서의 기여도 등이 달라 질 수 있기 때문에 관광중소기업가의 특성을 이해하는데 있어 중요하다.

## 2) 기업가정신의 개념과 유형

### (1) 기업가정신의 개념

기업가정신은 학문적 전통이나 추구하는 가치에 따라 다양한 관점에서 접근되고 있다 (<표 2-11> 참조). 이것은 불확실성한 환경 속에서 기업가정신이 발생하는 원인(why)과 과정(how)에 영향을 미치는 개인이나 조직, 환경적 요인의 다양함에 따른 결과로 볼 수 있다. 하지만 기업가정신은 적어도 기업가의 정신이나 의식에 관한 것이라기보다는 기업가의 창업·기회추구적 활동이나 행위과정을 대상으로 하고 있다는 것은 다수가 동의하는 것이다.<sup>87)</sup>

따라서 'entrepreneurship'을 '기업가의 정신'으로 해석할 경우 다분히 오해의 여지가 생길 수 있다. 이러한 측면에서 다수의 학자들은 기업가정신의 과정적 또는 활동적 측면을 강조하기 위해 '기업가적 활동/행동(entrepreneurial activity/behavior)' 또는 속성적 측면에서 '기업가적 지향성(entrepreneurial orientation)'이라는 개념으로 파악한다.<sup>88)</sup>

행동 또는 과정적 차원에서 파악한 기존 연구들에서의 기업가정신 개념은 크게 개인의 창업(business venturing)이나 조직쇄신(organizational renewal)이란 입장과 시장기회를 추구하는 개인이나 조직의 혁신적이고 위험감수적인 활동이나 행동으로 파악

87) Shane, S. & S. Venkataraman, The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Review*, 25(1), 2000, pp.217-226.

88) 따라서 본 연구에서는 기업가정신을 기업가적 행동/활동의 의미와 동일한 개념으로 간주하고 있다. 속성측면이란 기업가정신을 혁신성, 위험감수성, 진취성의 3가지 속성을 기준으로 판단하는 개념이다 (Miller, D. & P. Friesen, Strategy-making and Environment: The Third Link. *Strategic Management Journal*, 4, 1983, pp.221-235; Convin, J.P. & D.P. Slevin, New Venture Strategic Posture, Structure, and Performance: An Industry Life Cycle Analysis. *Journal of Business Venturing*, 5, 1990, pp.123-135; Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, *op.cit.*, 1996, pp.135-172; 김영수, 기업가적 행동성향의 결정요인과 성과와의 관계, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1996 등 참조.)



하고 있다.

<표 2-11> 기업가정신 개념 및 연구수준

연구자	기업가정신의 정의	연구수준
Cantillon (1730)	불확실한 가격에 상품을 구입하여 불확실한 가격으로 판매함으로써 발생하는 위험의 부담	기업가
Say (1803)	혁신자	기업가
Knight (1921)	성공적으로 미래를 예측하는 자	기업가
Schumpeter (1934)	기업조직의 새로운 조합의 실행, 신제품, 원재료의 새로운 원천, 새로운 생산방법, 새로운 시장, 새로운 형태의 조직	기업가
Hoselitz (1952)	불확실성의 보유, 생산적 자원의 조합, 혁신의 도입과 자본의 준비	기업가
Kirzner (1973)	시장과정을 추동하는 경쟁적 행위	기업가, 조직
Burgelman (1983)	사내벤처(팀)을 창출하는 과정	조직
Gartner (1985)	새로운 조직의 창출	조직
Low & MacMillan (1988)	새로운 기업의 창출	조직
Hisrich & Brush (1990)	위험부담과 그에 상응하는 보상을 전제로 하여 가치 있는 그 무엇을 새로이 창조하는 과정	조직
Kao (1995)	시업기회의 인지, 위험부담의 적절한 관리, 적절한 자원동원의 기준을 바탕으로 가치를 창출하려는 시도	기업가, 조직
Hisrich & Peters (1995)	기업가의 심리적인 정신상태를 말하는 것이 아니라 기업가에게 필요한 능력자체	기업가
Lumpkin & Dess (1996)	조직의 신규진입(new entry)	조직
이장우 (1997)	현실적 제약을 무릅쓰고 포착한 기회를 사업화하려는 행위 또는 과정	기업가, 조직
Scott et al. (1997)	환경으로부터 사회적·경제적 가치를 추출하는 사회적 과정	기업가, 조직
Timmons (1999)	사실상의 무로부터 가치 있는 것을 창출하는 인간적이고 창조적인 능력, 계산된 위험을 감수하려는 의지	기업가, 조직
이춘우 (1999)	새로운 경제적 부를 창출하기 위한 혁신적, 위험감수적, 진취적 자원배분·자원결합과정	조직

자료 : 이춘우, 전제논문; P. Davidsson, *ibid* 참조.

전자는 주로 기업가(또는 창업가)의 특성과 창업과정(creation process)이란 차원에서, 후자는 기업(또는 기업가)의 전략적 차원에서 기업가정신을 이해하려는 조류이다.<sup>89)</sup> 그러나 전자의 관점은 단지 기업가는 누구이며 이들의 역할이 무엇인지에 대해서만 설명

89) K. Messeghem, Strategic Entrepreneurship and Managerial Activities in SMEs. *International Small Business Journal*, 21(2), 2003, pp.197-212.

할 뿐 오늘날 기업가의 핵심적인 본질이라 할 수 있는 기회추구를 통한 혁신(과정)이란 점을 잘 설명하지 못하고 있다.<sup>90)</sup>

여기서 혁신(과정)이라는 측면은 신제품이나 서비스를 창조하기 위한 기회의 발견·평가·활용이 누구에 의해서, 어떻게, 무엇에 효과를 미치는가에 관한 것이다. 이에 따라 기회의 원천은 무엇이며, 이러한 기회를 발견·평가·활용하는 과정 및 이를 수행하는 개인의 조합(set of individuals)을 설명할 수 있다.<sup>91)</sup> 따라서 기업가정신의 분석수준은 개인 뿐만 아니라 조직으로 확장될 수 있고 그 범위는 창업자나 신생기업 뿐만 아니라 기존기업(조직쇄신차원부터 기업내 창업, 분사)까지 포함할 수 있게 된다. 심지어 Carrie는 이러한 시각에서 기업가정신의 적용영역을 기존기업의 새로운 비전, 사업방식 뿐만 아니라 신조직의 창출과정까지 포함하기 때문에 현재에는 비영리조직을 포함한 모든 유형의 조직에도 적용가능한 개념으로 보고 있기도 하다.<sup>92)</sup> 그러므로 전자의 관점인 창업과정이나 창업은 기업가적 행동을 채택하는 하나의 방법이나 일부분이라고 이해할 수 있다

이러한 측면에서 기업가정신을 전략적 사고에 기초해서 ‘개인(즉, 개인기업가)이나 조직내부의 개인이 통제가능한 자원에 구애받기 않고 기회를 추구하는 전략적 과정/행동/활동’이란 정의는<sup>93)</sup> 본 연구에서 기업가정신 개념을 이해하는데 기초가 되는 사고로 가정한다.

Miller는 행동조직론의 전략적 관점을 수용하여 시장기회 인식을 실현하는 기업가정신을 ‘기업가적 지향성’으로 조작적으로 정의하고 그 범위를 혁신성, 위험감수성, 진취성의 세 가지 차원으로 구분하였다.<sup>94)</sup> 이러한 차원은 최근까지 기업가정신이라는 개념을 측정하는 변수들로 폭넓게 받아들여지고 있다.<sup>95)</sup>

요약하면, 기업가정신 개념은 시장의 기회인식을 바탕으로 창업 이전부터 창업, 경영, 성공에 이르는 활동이나 과정에서 혁신성·위험감수성·진취성이 강조되는 동적개념으로

90) Shane, S. & S. Venkataraman, *op.cit.*, pp.217-226.

91) Shane, S. & S. Venkataraman, *op.cit.*, pp.217-226.

92) C. Carrie, Intrapreneurship in Small Business: An Exploratory Study. *Entrepreneurship Theory and Practice* 21(1), 1996, pp.5-20.

93) Stenvenson, H.H. & J.C. Jarillo, A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 1990, pp.17-27.

94) Miller, D. & P. Friesen, *op.cit.*, pp.221-235.

95) Convin, J.P. & D.P. Slevin, *op.cit.*, pp.123-135; Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, *op.cit.*, pp.135-17

파악할 수 있다. 그리고 그 적용대상은 개인이나 중소기업 수준 뿐만 아니라 벤처기업 및 기존 대기업 및 공공조직 등 모든 조직에도 적용가능한 개념으로 이해되고 있다.

본 연구에서는 기업가정신을 개인이나 조직의 기업가적 행동/활동 또는 기업가적 지향성으로 인식하고, 시장기회를 추구하기 위해 개인차원의 혁신적이고 위험감수 및 진취적인 기업가 특질이나 능력, 기능을 추상화시킨 특성의 기술일 뿐 아니라 이러한 특성이 조직차원에서 기술될 경우 조직까지 기업가적 기업으로 볼 수 있다.

## (2) 기업가정신의 유형

유형론은 기업가적 행동 및 성과와 관련한 이론개발과 기업가의 이질성에 주목하게 된다는 점에서 기업가정신 연구에서 중요하다.<sup>96)</sup> 기업가정신과 관련한 유형은 주로 연구 수준에 따라 구분해 볼 수 있고, 이에 따른 유형은 분석수준이 개인, 조직, 사회적 차원 인지에 따라 개인기업가의 기업가정신, 조직 기업가정신(corporate entrepreneurship), 사회적 기업가정신으로 구분해 볼 수 있다(<표 2-12> 참조).

개인기업가의 기업가정신은 경제학자들에 의해 주로 개인, 중소기업 창업기업의 기업가를 연구되는 개념이다. 이러한 관점에서 기업가는 설립자, 창업자, 소유주, 소유경영자 등과 혼용되기도 하는데, 이들 기업은 조직구조는 단순하여 보통 소유주 개인의 역량이 기업의 비전이나 전략에 절대적인 영향을 갖는다. 따라서 이들 기업가의 특성이나 유형, 행동의 연구는 핵심연구주제이다.

조직 기업가정신은 경영학적(조직론적) 시각에서 기업가정신 개념을 중소기업 창업기업의 기업가로부터 대기업의 경영자와 일반 구성원 그리고 조직관행 또는 조직과정으로 확장하여 연구되는 개념이다.<sup>97)</sup> 이러한 조직 기업가정신의 연구범위와 관련하여 Jennings는<sup>98)</sup> 독립 창업기업의 기업가에 대한 연구 이외의 일반 종업원 및 기업, 신생 기업, 벤처기업에 대한 연구들과 관련된다고 하고, Block & MacMillan은<sup>99)</sup> 조직관행, 조직과정 및 기존조직내의 사내창업 과정과 관련된 것이라고 보고 있다.

96) Morrison, A. Rimmington, M. & C. Williams, *ibid.*, p.30.

97) 이춘우, 전계논문, p.30

98) D.F. Jennings, *Multiple Perspectives of Entrepreneurship: Text, Readings and Cases*. Cincinnati Ohio: Southwestern Publishing Co. 1994.

99) Block, Z. & I.C. MacMillan, *Corporate Venturing: Creating New Businesses within the Firm*. Boston: Harvard Business School Press, 1993.

또한 Herron은<sup>100)</sup> 조직 기업가정신이 기존 기업내에서 기업가정신을 실현하는 사람들과 독립적으로 이를 실현하는 사람들을 구분하여 지칭하는 용어라고 하고, Carlock은<sup>101)</sup> 조직 기업가정신이 어떤 조직에서도 가능한 경영과정으로 보는 관점이라고도 한다. Zahra는<sup>102)</sup> 조직 기업가정신을 사업 및 벤처창출에 목적을 둔 혁신과 전략적 쇠퇴(renewal), 급진적 제품혁신, 위험감수, 진취성을 포함하는 개념이나 조직 기업가정신을 기업가정신의 요소들을 경영의 요소로 시스템화하는 개념이라고 하였으며, Stevenson & Jarillo은<sup>103)</sup> 조직 기업가정신의 개념범위를 사내기업가정신(intrapreneurship)으로부터 기업이 기업가적으로 행동할 수 있는 능력으로 확장한 것으로 주장하였다.

이처럼 조직 기업가정신에 대한 다양한 견해도 불구하고 이들의 공통점 중 하나는 기업가정신이 독립 기업가만의 현상이 아니라 기존 조직의 개인이나 집단, 조직에서도 나타나는 현상이라는 점이다.<sup>104)</sup>

<표 2-12> 기업가정신 연구대상

연구수준 \ 설립방식	신생조직관련	기존조직관련
개인·집단(team)수준	기업가, 창업자, 설립자	사내기업가, 사내벤처
조직수준	신생기업, 벤처기업, 기업가적 기업	기업가적 조직, 조인트벤처
사회수준(지역, 국가)	사회적 기업, 지역밀착형 기업	

자료: 이춘우, 전계논문들 참조하여 작성.

사회적 기업가정신은 단순히 개인이나 조직의 이익최대화보다는 사회의 편익최대화를 목적으로,<sup>105)</sup> 지역적 차원에서 지역간 성장과 쇠퇴를 설명변수를 기업가정신에서 찾으려

100) L. Herron, Cultivating Corporate Entrepreneurs. *Human Resource Planning*, 15(4), 1992, pp.3-15.  
 101) R.S. Carlock, *The Need for Organization Development in Successful Entrepreneurial Firms*. N.Y.:Garland Publishing. 1994.  
 102) S.A. Zahra, Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities. *Academy of Management Journal*, 39(6), 1996, pp.1713-1735.  
 103) Stevenson, H.H., & J.C. Jarillo, *op.cit.*, pp.17-27.  
 104) 이춘우, 전계논문, p.31.  
 105) Tan, W.L. Williams, J. & T.M. Tan, Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1. 2005, pp.353-365.

고 연구하는 흐름이다.<sup>106)</sup> 즉, 사회적 기업가정신을 연구하는 학자들은 기업가적 활동을 가능하게 하는 사회의 구조, 사회적 문화와 같은 사회적 조건 또는 사회적자본(social capital)의 특성을 살펴봄으로써 기업가정신과 지역사회 발전의 관계를 설명한다.<sup>107)</sup>

일례로, Carolis & Saporito는<sup>108)</sup> 사회적 기업가정신을 고취하는 사회적자본을 경제행위자들 사이의 관계와 관련한 전반적인 네트워크 구조패턴을 의미하는 구조적차원, 특정사람들 사이에서 전개되는 개인적 관계의 특성을 의미하는 관계적차원, 공유하는 진술(representation), 해석 그리고 의미체계를 의미하는 인지적차원으로 구분한다. 그리고 이러한 차원에 따라 기업가적 기회를 추구하는 양상이 틀리다고 설명한다.

따라서 사회적 수준에서의 기업가적 정신은 독립된 영역이라기 보다는 개인이나 조직에 영향을 미치는 환경 또는 배경적 차원에서의 효과(즉, 경제의 지속가능한 발전)를 강조한 것 볼 수 있다.<sup>109)</sup>

### 3. 기업가정신의 주요속성

“기업가정신은 무엇인가?”와 관련한 기업가정신의 주요속성과 관련해 다양한 논의가 시대와 사회의 요구와 관련해 연구되어 왔다(<표 2-13>참조). 예를 들면, Schumpeter는 ‘창조적 파괴’를 통한 혁신성을 강조하고, Kirzner는 시장기회에 대한 반응인 민첩성(alertness)을 강조하고 있다. 한편 Gartner는 신규조직의 창출을 거론하고 있는 기업의 창업과정을 전체를 포괄하는 것으로 파악하기도 하지만, 오늘날 이러한 과정은 기업가정신의 일부분으로 이해되기 때문에 Schumpeter의 혁신측면에서의 개념을 중심으로 살펴본다.

106) 관광기업가정신 연구에서 사회적 기업가정신은 주로 관광지의 소수민족이나 원주민과 관련되어 있다. 즉, 관광개발의 긍정적 편익을 지역주민에게 확산시키려는 노력의 일환으로 이들 지역주민의 기업가정신 고취를 강조한다. 이러한 측면에서 ‘Ethnic Entrepreneurship’이라는 용어를 사용하는 경향이 있다.

107) A. Morrison, Entrepreneurship: What Triggers it? *International Journal of Entrepreneurship Behavior & Research*, 6(2), 2000, pp.59-71.

108) Carolis, D.M.D. & P. Saporito, Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 2006, pp.41-56

109) 김영수, 전계논문, p.30.

<표 2-13> 기업가정신 주요속성

주요속성	연구학자
조직창출(창업)	Burgelman(1983), Gartner(1985), Low & MacMillan (1988) 등
미래예측, 가치창출, 자원할당, 기회포착	Knigt(1921), Kao(1995), Scott et al.(1997) 등
위험감수, 혁신추구, 민첩성,	Cantillon(1730), Knigt(1921), Schumpeter(1934), Hoselitz(1952), Hisrich & Brush(1990), Covin & Slevin(1990), Zahra & Covin(1995), Lumpkin & Dess(1996) 등

자료 : 이춘우, 전제논문; P. Davidsson, *ibid.* 참조.

Schumpeter가 혁신성 그리고 Kirzner가 시장변화에 능동적 반응을 의미하는 민첩성과 같은 단일차원으로 기업가정신을 파악하려는 연구는 오늘날 기업을 둘러싸고 있는 환경의 불확실성과 관련한 역동성이나 복잡성을 반영하지 못하고 있다. 또한 단일차원의 기업가정신은 기업가 개인차원 뿐만 아니라 기업(조직)차원 및 제조업을 비롯한 서비스 기업에도 적용가능한 개념으로 기업가정신의 연구대상이 확대되고 있는 경향과 관련해서도 한계를 갖고 있다.

오늘날에는 기업가정신을 혁신성과 위험감수성 및 진취성을 중심으로 한 다차원적 개념으로 파악하고 이를 기준으로 실증분석에 활용하고 있다. Miller는 기업가정신을 위험을 감수하고 진취적이며 혁신을 하는 조직적 활동이라고 보고 혁신성과 민첩성 속성에 더해 위험감수성을 기업가정신의 주요속성으로 보았다.<sup>110)</sup> 이러한 Miller의 기업가정신에 대한 사고는 이후 Covin & Slevin,<sup>111)</sup> Zahra & Covin<sup>112)</sup>의 연구에서도 그 타당성이 실증되어, 현재에는 혁신성, 위험감수성, 진취성 속성이 중시되어 연구되고 있다.<sup>113)</sup>

이러한 견해와 달리 Zahra는<sup>114)</sup> 두 개의 차원으로서 제품, 생산공정, 조직시스템의 개발 및 도입을 의미하는 혁신성과 시장영역의 변경, 경쟁방법의 변경으로 회사의 운영을

110) D. Miller, The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29, 1983, pp.770-791.

111) Slevin, D. & J. Covin, Judging Entrepreneurial Style and Organization Structure: How to Get Your Act Together. *Sloan Management Review* 31(2), 1990, pp.45-54.

112) Zahra, S.A. & J.G. Covin, Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10, 1995, pp.43-58.

113) 김영조, 기업가적 전략과 재무성과의 관계에 관한 연구: 경영환경 및 조직구조와의 적합관계를 중심으로, 『전략경영연구』, 5(1), 2002, pp.69-89.

114) S.A.Zahra, *op.cit.*, pp.1713-1735.

재활력화하는 것을 의미하는 전략적 쇄신을 중심으로 기업가정신을 설명하였으며, Hornaday는<sup>115)</sup> 혁신, 조직창조, 이익추구의 세 가지를, Lumpkin & Dess은 혁신성, 위험감수성, 진취성과 함께 자율성과 경쟁적 공격성을 추가하여 다섯 가지를 제시하였다.<sup>116)</sup>

따라서 본 연구에서는 기업가정신 논의과정에서 가장 빈번하게 나타난 기업가정신 구성요소로 Miller, Covin & Slevin, Zahra & Covin, Lumpkin & Dess 등의 연구에서 공통적으로 확인되는 혁신성과 위험감수성, 진취성의 3가지 변수를 중심으로 구체적으로 파악해 본다.

### 1) 혁신성

혁신성(innovativeness)은 신제품과 신기술을 개발하기 위해 새로운 아이디어를 창출 및 실험하는 자원 재결합을 의미한다. Schumpeter는 혁신성을 일상적인 활동에서 벗어나서 모든 물적요소와 힘을 새로이 결합하는 신결합(new combination)이라 부르고, 그 혁신을 수행하는 기능을 기업가의 기능이라고 했다.<sup>117)</sup> Schumpeter는 혁신의 구체적인 예로서, ① 신제품이나 새로운 서비스의 개발, ② 신생산방식의 도입, ③ 신시장의 개척, ④ 원재료 혹은 반제품의 새로운 공급원 획득, ⑤ 새로운 조직의 출현을 들고 있고 이는 ‘창조적 파괴’를 통해 발현된다고 본다.

이러한 측면에서 혁신성은 신상품이나 서비스 또는 기술적 과정을 이끄는 새로운 아이디어, 신기한 경험(novelty), 실험과 창조적 과정을 지원하고 촉진시키는 기업가의 경향을 반영하고 있다. 따라서 혁신성은 기업가정신을 특징짓기 위해 이용되는 중요한 속성이 된다. 즉, 혁신성이 강한 기업가는 창조적 파괴를 통해 기존의 경영 패러다임을 폐기하고 새로운 경영방식을 적극적으로 채택할 것이다. 오늘날 이러한 혁신성은 새로운 아이디어를 사업화(commercialization)함으로써 기업에 새로운 이윤원천을 가져오는 모든 것이라는 개념으로 확장되어 개인 기업가와 조직까지 포함하고 있다.<sup>118)</sup>

115) R.W. Hornaday, *op.cit.*, pp.22-23.

116) Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, *op.cit.*, pp.135-172.

117) J.A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press. 1934; 박영호 역, 전계서, 2005.

118) 노형진, 기업가정신의 발전과정에 관한 연구, 『한국전문경영인 학회지』, 1(1), 1998, pp.121-137

## 2) 위험감수성

위험감수성(risk-taking)은 개인이 의사결정 상황에서 기회를 잡기 위해 위험을 감수하려는 의지의 정도로서 위험에 무관심하고 위험을 즐기는 정도를 나타내는 개념이다.<sup>119)</sup> 검증되지 않은 새로운 기술이나 제도, 시스템을 도입과 같은 기업활동은 항상 위험이 뒤따른다. 이런 위험과 모험을 과감히 수용하여 기회를 창출하려는 기업가가 없으면 아무리 혁신적인 것이라고 할지라도 상업화되지 못한다. Slevin & Covin은 위험감수성을 낮은 위험의 프로젝트보다 높은 위험의 프로젝트를 선호하는 경향과 적극적으로 기회를 모색하고 추구하고자 하는 의욕으로 보고 있기도 하다.<sup>120)</sup>

이러한 측면에서 위험감수성은 지금까지 기업가 특성연구에서 가장 많이 언급되어온 변수 중 하나이다. 이와 같이 본질적으로 기업가는 새로운 기업이나 사업체를 설립하고 운영하는 과정에서 재무적·사회적·심리적 위험들을 감수해야 한다. Begley & Boyd(1982)는 비록 과도하게 높은 위험감수성향이 재무적 성과를 감소시킬 수는 있지만 중간 정도의 위험감수성은 재무적 성과의 증가와 관련되어 있다는 것을 발견하였다.<sup>121)</sup> 재무적 측면에서 위험감수성이 높으면 불확실하지만 성공시 고수익이 기대되는 사업에 투자하려는 개인이나 조직의 성향 또한 높다. 이러한 점에서 수익은 곧 위험감수에 따른 보상(reward)의 성격을 갖는다고 할 수 있다.<sup>122)</sup>

## 3) 진취성

진취성(proactiveness)은 시장내 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지와 우월한 성과를 산출하려는 의지를 보이거나 시장내 지위를 바꾸기 위해 경쟁자에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세를 의미한다.<sup>123)</sup> 따라서 진취적인 기업가는 다른 기업가보

119) Sexton D.P. & N.B. Bowman, Validation of Personality Index: Comparative Psychological Characteristics Analysis of Female Entrepreneur, Managers, Entrepreneurship Student and Business Student. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, 1986, pp.40-51.

120) Slevin, D. & J. Covin, *op.cit.*, pp.45-54.

121) 박동수, 창업 소상공인 개인특성과 사업성과의 관련성, 한국산업경영학회 발표논문집, 2000년 하계(8월), pp.37-48.

122) Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, *op.cit.*, pp.135-172.



다 공격적인 경쟁을 하며, 경쟁자를 따라가기 보다는 먼저 신제품과 생산 및 관리기법을 도입하고자 시도한다. 이에 따라 기업가의 진취성은 시장상황에서 미래 수요를 예측하여 행동할 수 있는 시장리더로서의 역할을 수행하게 된다.

한편, 진취성은 일부에서 언급하는 ‘민첩성’의 개념과 일부 중복되기도 하는 개념이다. 이 개념을 최초로 언급한 Kizner에 따르면, 민첩성은 불균형한 환경 속에서 수익을 위해 미래시장을 정확히 예측하고 대응하는 행동이나 변화속에서 재빨리 기회를 잡는 행위를 의미한다. 이러한 개념은 앞에서 살펴본 진취성의 개념과 매우 유사하다.

이와 같이 기업가정신은 혁신성, 위험감수성, 진취성을 기반으로 자원을 재배분하거나 재결합하는 기업가의 활동이라고 볼 수 있다. 이러한 주요속성 차원은 기업가정신 개념 자체의 모호성 그리고 기업가의 환경에 반응한 동태적인 활동이나 과정적 측면을 고려할 때 상호배타적이지 않을 수 있다. 다수의 연구결과에 따르면 혁신성과 진취성, 위험감수성과 진취성이 각각 공통성이 높은 요인으로 확인되는 경우가 있다. 반면 혁신성과 위험감수성은 상호 독립적인 경우가 많다. 이러한 속성차원을 개념적으로 살펴보면 <그림 2-8>과 같다고 가정할 수 있다.

<그림 2-8> 기업가정신의 주요속성 차원의 개념영역



#### 4. 기업가정신과 개인특성 및 환경

##### 1) 기업가정신과 개인특성

기업가정신과 개인특성의 관계에 대한 전제는 기업가는 일반적으로 경영자나 일반인

123) Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, *op.cit.* pp.135-172.

들과 다른 개인적인 특성을 지니고 있고 이러한 점들이 기업가를 형성하는데 중요한 요소로 작용한다는 것이다. 따라서 기업가의 행동은 기업의 성과향상과 관련한 의사결정 과정에서 가장 중요한 역할을 하게 됨으로서 기업가정신에 반영된다고 볼 수 있다.

기업가정신을 설명하려는 개인특성은 일반적으로 인구통계적 특성과 배경적 특성을 말하며 보통은 인적자본(human capital)이라고 한다. 이러한 인적자본은 개인이 왜 기업가가 되려는가와 관련해 제조업 뿐만 아니라 관광부문에서도 중요한 기업가정신의 설명요인 중 하나로 고려되고 있다.<sup>124)</sup> 예를 들어 Gartner는 직무만족, 이전직무경험, 창업자인 부모, 연령 그리고 교육 등이 기업가와 비기업가를 구별하는 요인으로 가정하고 있다.<sup>125)</sup> 이러한 기업가의 인적자본적 특성과 관련하여 주로 언급되는 변수로는 연령, 성별, 교육과 창업전통(부모의 역할모델), 관련분야 경험, 인적네트워크 등이다.

기업가정신과 관련한 연구에서 연령과 성별에 따른 차이는 주목을 받고 있는 주제이다. 하지만 연령과 기업가정신과의 관계는 연구자의 관점에 따라 상이한 결과를 보여주고 있다. 즉, 젊은층이 보다 모험적이기 때문에 기업가적 활동의도가 더 높고 은퇴자와 같은 고연령층은 재정적 안정성을 추구하기 때문에 은퇴후 기업설립 의도는 젊은층에 비해 약할 것이라고 본다.<sup>126)</sup> 그러나 일부학자들은 자영업 선택은 고연령층이 근로시장에서 차별이 보다 현저함으로 인해 기업가적 활동과 관련한 의지(창업의지)가 더욱 높은 것으로 본다.<sup>127)</sup>

한편, 성별은 연구자에 따라 다소의 차이를 보이지만 유의한 변수로 취급된다.<sup>128)</sup> 이러한 차이의 원인은 남성과 여성의 역할에 대한 인식이나 가치체계와 같은 사회적 자본의 차이 때문에 발생하는 것으로 파악된다. 즉, 일반적으로 여성은 근로시장에서 남성에 비해 취업기회에 대해 차별을 받고 있기 때문에 기업설립 의도는 여성이 남성에 비해 높거나,<sup>129)</sup> 자영업 선택이 직무와 가족의 욕구를 동시에 충족시키는 기회를 제공하기 때문

124) Lerner, M. & S. Haber, Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism, Entrepreneurship and the Environment, *Journal of Business Venturing*, 16, 2000, pp.77-100.

125) W.B. Gartner, Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question, *American Journal of Small Business*, 12(4), 1989, pp.11-22.

126) S. Mydans, *Singapore, Hoping for a Bbaby Boom, Makes Sex a Civic Duty*. N.Y. Times(April 21), 2001.

127) Leana, C.R. & D.C. Feldman, *Coping with Job Loss: How Individuals, Organization and Communities Respond to Layoffs*. N.Y.: Lexington Books. 1992.

128) C.G. Brush, Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions, *Entrepreneurship Theory and Practice* 16, 1992, pp.5-30.

에 여성에게 보다 매력적일 수 있다고 본다.<sup>130)</sup> 하지만 기업가정신에 대한 성별의 차이가 없다는 주장에서도 나타나듯이 성별에 따른 기업가정신의 차이는 일관된 결과를 보여주지 못하고 있다.<sup>131)</sup>

교육 또한 기업가정신을 설명하는 인적자본 요소로 강조되고 있다. 이것은 일반적으로 인적자본의 대리변수로 취급되고 있다. 기업가는 다양한 능력을 보유하고 있지만 전문분야에 대한 교육은 미리 받지 않고 있는 경우가 많다. 따라서 이론적으로 보면 교육과 신생기업의 형성 사이의 관계는 불분명하다. 그러나 벤처기업관련 연구에 따르면, 대학졸업 후의 교육훈련이 하이테크 기업의 설립 비율에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다는 등<sup>132)</sup> 실증연구에서는 기업가정신과 교육은 유의한 관계를 가지며 교육수준이 높을수록 기업설립 의도 또한 높다고 밝혀지고 있다.<sup>133)</sup>

부모의 역할모델은 창업배경, 즉 부모나 가족 중 일원이 기업가인지의 여부에 따라 기업가가 있는 가족에서 성장한 사람은 다른 사람보다 기업가가 되기 쉽다고 본다.<sup>134)</sup> 그것은 자녀가 성장과정에서 부모의 역할이나 가족의 배경이 영향을 미치기 때문이다. 한편, 이전경험 또한 중요한 인적자본 변수로 취급된다. 하지만 관광분야의 경우 이전경험은 창업과의 관련성이 적은 것으로 나타났다.<sup>135)</sup>

경제학에서는 창업의사결정의 재무적 자원과 제약요인으로서 소득에 대해 언급하고 있는데, 이들 연구에 의하면 소득은 창업의사결정에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 이것은 창업자들은 유동성에서 제약받고 있기 때문에 좀 더 나은 소득을 가진 사람들이 고용인에서 창업자로 직위를 이동할 가능성이 높기 때문이다.<sup>136)</sup>

마지막으로 인적네트워크는 기업가들이 사람들의 네트워크내에서 활동한다고 본다.

---

129) J.M. Crant, The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management*, 34, 1996, pp.42-49.

130) Goffee, R. & R. Scase. Organizational Change and the Corporate Career: The Restructuring of Managers' Job Aspirations, *Human Relation*. 45, 1992, pp.363-385.

131) Arenius, P. & M. Minniti, Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24, 2005, pp.233-245.

132) D.G. Blanchflower, *Self-employment: More May not be Better*, NBER Working Paper No. 10286. 2004.

133) J.M. Crant, *op.cit.*, pp.42-49.

134) Lordkipanidze, M. Brezet, H. & M. Backman, The Entrepreneurship Factor in Sustainable Development, *Journal of Cleaner Production* 13, 2005 pp.787-798.

135) E. Szivas, Entrance into Tourism Entrepreneurship: A UK Case Study, *Tourism and Hospitality Research* 3(2), 2001, pp.163-172.

136) Arenius, P. & M. Minniti, *op.cit.*, pp.233-245.

즉, 인적네트워크는 개인간 관계 속에 있는 당사자들간에 신뢰와 몰입을 심화시켜 협력시회를 창출함으로써 기업의 성장이나 생존에 매우 중요한 역할을 한다. Birley는 공식적 네트워크로 은행, 회계사, 법률가를, 그리고 비공식적 네트워크로 가족, 친구, 업계인사를 들고, 창업초기 단계에서는 상대적으로 기업가 개인의 비공식적 네트워크에 강하게 의존함을 밝히고 있다.<sup>137)</sup>

## 2) 기업가정신과 환경

환경의 개념에는 다양한 견해가 있다. 학자에 따라 기업을 둘러싸고 있는 경제, 사회·문화, 기술과 같은 일반환경과 기업의 목표달성과 관련한 과업환경 등으로 분류하고 이들 외부여건들의 객관적 특성으로 정의하거나, 환경의 차원을 기준으로 기업가들이 주관적으로 인지하는 것으로 정의한다.

환경에 대한 개념적 정의에 대해 기업가정신 및 성과 분야연구의 보편적인 시각은 기업의 전략을 이해하는데 있어 앞의 두 개념적 정의가 모두 필요하기는 하지만, 기업이 활동할 영역을 결정하는 문제를 다루는 전사적 차원의 전략에서는 객관적 환경 개념이 적합한 반면, 특정 산업에서 다른 기업들과 경쟁하거나 나아가는 문제를 다루는 사업부 차원의 전략에서는 인지환경의 개념이 더 적합하다고 보고 있다.<sup>138)</sup> 따라서 본 연구에서는 관광산업내 중소기업의 기업가정신(즉, 기업가적 전략)을 연구의 대상으로 하기 때문에 환경을 인지개념으로 정의하기로 한다.

인지개념의 환경을 보는 지배적인 관점은 이론적 배경에 따라 크게 두 가지로 구분된다. 하나는 환경이 정보의 원천이라고 보는 정보불확실성의 관점과<sup>139)</sup> 환경이 경쟁에서 필요한 자원의 원천이라고 가정하는 자원의존의 관점이다.<sup>140)</sup>

전자는 지각된 환경의 불확실성을 역동성(dynamism)이나 복잡성(complexity)의 차원으로 측정한다. 역동성은 산업내에서의 변화와 혁신의 정도 또는 경쟁자와 고객에 대한

137) S. Birley, The Role of Networks in The Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 1, 1985, pp.107-117.

138) 이장우, 환경변화, 전략유형 및 기업성과: 비교-정태적 분석. 『경영학연구』, 18(2), 1989, pp.245-273.

139) G. Duncan, Characteristics of Organizational Environments and Environmental Uncertainty. *Administrative Science Quarterly*, 17(3), 1972, pp.313-327.

140) Pfeffer, J. & G. Salancik, *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Karper and Row, 1978.

예측불가능의 정도로 정의되며, 복잡성은 복잡하고 다양한 시장에서 활동하는 정도를 의미한다.<sup>141)</sup> 즉, 환경의 역동성이나 복잡성이 높으면 기업가는 의사결정시 좋은 대안을 찾고 대안을 모색하거나 평가할 수 있는 명확한 기준을 설정하지 못할 가능성이 커져 의사결정의 불확실성은 증가하게 된다.

후자는 지각된 환경의 호의성(munificence)<sup>142)</sup> 적대성(hostility)<sup>143)</sup>으로 측정된다. 환경의 호의성은 기업의 성장에 유리한 외부자원의 이용가능성을 의미하고, 환경의 적대성은 경쟁이 치열하고 다방면에서 발생하며 해당산업의 부침이 심함 등으로 인해 기업이 느끼는 위협의 정도이다. 즉, 환경의 적대성은 경쟁이 치열한 환경 속에서 기업은 생존을 위한 경쟁우위를 확보하기 위해 제품·과정혁신, 신시장 개척, 차별화 등의 방법을 모색하기 때문에 경쟁자보다 혁신적이고 위험감수적이며 사전대응적인 행동을 할 것이라고 본다.

반면, 환경의 호의성은 기업이 어려운 시기에 성장과 안정을 허용하는 환경을 추구하기 때문에 이와 같은 조건을 충족시키는 환경일수록 혁신을 통해 이를 최대한 활용하여 성과를 높일 수 있다고 본다. 따라서 적대성과 호의성이라는 두 차원은 개념상으로 상대 개념으로 구분될 뿐 사실상 유사한 현상을 분석하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이러한 자원론 관점은 대기업과 달리 제한된 자원을 가지고 있고 자원의 관리능력 또한 부족해 기업가의 능력이 중요한 중소기업의 성과와 관련하여 중요한 차원으로 고려되고 있다.<sup>144)</sup>

일반적으로 환경과 기업가정신의 관계 방향성은 크게 두 가지 측면에서 거론되고 있다. 특정한 시장과 산업을 둘러싼 기업끼리의 경쟁관계로 야기되는 문제들을 시정하기 위해 어떠한 정책적 조치가 필요한가를 과제로 하는 산업조직론(또는 제도론적 패러다임), 자원의존의 관점에서는 환경과 기업가정신을 정(+의) 관계를 규정하고 환경이 기업가정신에 미치는 영향을 파악하려는 결정론적 입장을 보이고 있다.<sup>145)</sup>

이를 테면, Porter는 산업마다 경쟁의식, 잠재적 경쟁자, 구매자, 공급자, 대체품의

141) Miller, D. & P. Friesen, *op.cit.*, 221-235.

142) Dess, G.G. & D.W. Beard, Dimensions of Organizational Task Environment. *Administrative Science Quarterly*, 29, 1984, pp.52-73.

143) Miller, D. & P. Friesen, *op.cit.*, 221-235.

144) Convin, J.P. & D.P. Slevin, *op.cit.*, pp.123-135.

145) 이장우·대니밀러·우성진·손중환, 전략-환경적합과 기업성과: 신기술 및 전통적 기술 배경 아래서의 상관관계, 『경영학연구』, 23(3), 1993, 149-172.

영향이 서로 상이하서 이들이 기업의 행동에 영향을 미친다고 주장하였다.<sup>146)</sup> 이에 따르면, 덜 호의적(또는 불확실한) 환경 하에서 기업가는 자원가를 추구하기 보다는 혁신차별화를 추구할 필요성이 있다고 보며,<sup>147)</sup> Scherer는 산업구조가 기업행위에 영향을 준다고 산업조직론적 관점에서 환경(사업환경)과 기업가정신의 관계를 설명하고 있다. 여기에서 산업구조는 경쟁강도, 산업성장률, 산업매력도 등으로 측정된다.

반대로, 기업의 기업가정신이 환경에 영향을 주기도 한다.<sup>148)</sup> 즉, 기업이 혁신차별화 전략을 취하는 경우에는 소비자에 대한 차별성을 제고하기 위해 기술개발이나 마케팅 기법의 혁신 등 다양한 방법을 강구하게 되고 이러한 과정에서 환경의 불확실성이 높아 질 수 있다.

환경차원은 기업가의 불확실성에 대한 지각에 영향을 미치고, 이 지각은 다시 기업가적 전략적 의사결정에 영향을 미치며, 나아가 환경차원과 전략간의 적합(fit)은 더 좋은 성과를 이끈다. 따라서 기업가정신과 환경은 상호의존적인 관계를 형성하며, 이들 두 변인간의 적합관계가 기업의 생존이나 성과향상에 영향을 주게 된다. 오늘날에는 이와 같이 환경과의 적합성에 의해 기업의 성과가 결정된다는 상황적합적 이론이 이들 두 변인들 뿐만아니라 성과와의 관계까지 고려하여 설명되기도 한다.<sup>149)</sup>

한편, 관광부문에서의 환경과 기업가정신의 관계는 얼마나 기업적 활동을 하기에 우호적인지와 관련하여 언급되고 있다. 즉, 국가나 지역의 제도적 차원(institutional)을 중심으로 환경과 기업가정신의 관계를 연구하려는 시도이다.<sup>150)</sup> 이에 따르면, 정부의 시장 보호 및 지원, 공유된 지식 등과 같은 제도적 요인이 기업가적 활동을 펼치는 우호적일 경우, 기업가적 활동 또한 활발할 것으로 본다. 이것은 정책적 지원과 관련한 지원요인이

146) F.M. Scherer, *Industrial Market Structure, and Economic Performance*. 1980, Chicago: Rand McNally & Co.

147) M. Porter, *ibid*.

148) 권구혁·김범성·김영조·임성준, 우리나라 기업의 경영환경, 경쟁전략 및 조직구조의 관계: 성과에 대한 함의분석, 『전략경영연구』, 2(2), 1999, pp.41-73.

149) Miles, R.E. & C.C. Snow, *Organization Strategy, Structure, and Process*. 1978, N.Y.:McGraw-Hill; Miller, D. & P. Friesen, Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1982, pp.1-25.; 이장우·대니밀러·우성진& 손종환, 전계논문, 149-172 등 참조.

150) W.R. Scott, *Institution and Organizations*, Thousand Oak(CA): Sage. 1995; Busentz, L.W. Gómez, C. & J.W. Spencer, Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. *Academy of Management Journal* 45(3), 2000, pp.994-1003.

나 기업가에 대한 사회의 긍정적 인식의 정도인 규범요인, 그리고 기업가의 기업활동과 관련한 능력배양과 관련한 인지요인의 차원으로 측정한다.<sup>151)</sup>

특히, 이 관점의 환경과 기업가정신의 관계를 보는 시각은 중소기업에서 보다 중요할 것으로 사료된다. 그 이유는 다음과 같은 두 가지를 들 수 있다.

첫째, 환경과 기업가활동의 관계를 보는 제도론적 패러다임에 따르면, 관광기업과 같이 상대적으로 전통적 기술을 사용하는 분야인 경우 신기술 분야와는 달리 환경의 불확실 정도보다는 환경이 얼마나 호의적 인지가 기업가활동이나 성과에 미치는 영향이 크다고 보기 때문이다.<sup>152)</sup>

둘째, 관광현상의 특성이 반영되기 때문이다. 관광산업에 있어 정부개입의 필요성은 다수의 선행연구에서도 확인되는 주요 특성이라 할 수 있다. 이것은 관광공급 자체가 영리성뿐만 아니라 공공성을 지닌 공공재적 특성이 있기 때문이기도 하고, 관광이 지역경제의 발전전략으로 취급되기 때문이다.<sup>153)</sup> 즉, 관광산업에서의 관광공급의 중요한 주체는 민간과 공공부문으로 대별되는데, 여기서 공공부문이 관광사업의 개발주체가 되는 것이 제반시설 확충면이나 지역균형발전에서 보다 유리한 경우가 많고, 수요측면에서 관광객은 개별관광기업보다는 우선 관광목적지를 선택한다는 점에서 관광목적지의 우호적인 관광여건 구축이 중요하기 때문이다.

따라서 본 연구에서는 기업가정신과 관계하는 환경요인으로 제도적측면의 환경차원과 사업환경 차원에서 고려하고 이들 환경이 기업가적 행동과 관련해 얼마나 우호적인지를 중심으로 살펴보기로 한다.

### 제3절 관광중소기업의 성과

#### 1. 개념과 측정

성과(performance)란 자원의 투입에 대비한 산출(output)이나 결과(outcome)의

151) Spencer, J.W., & C. Gomez. The Relationship among National Institutional Structures, Economic Factors, and Fomestic Entrepreneurial Activity: A Multicountry Study, *Journal of Business Research*, 57, 2004, pp.1098-1107.

152) 이장우·대니필러·우성진·손중환, 전계논문, pp.149-172.

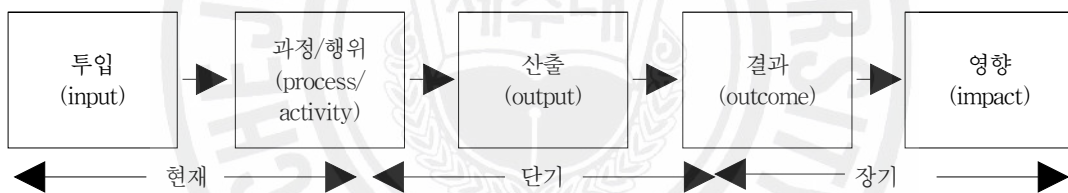
153) 김사현, 『관광경제학』, 백산출판사, 2001, pp.270-275.

양과 질을 의미한다. 여기서 산출은 제공된 제품·서비스의 양과 질을, 결과는 궁극적인 효과를 말한다.<sup>154)</sup> 즉, 성과는 산출이나 결과와 관련되어 있으며 양자에 대한 인식과 강조하는 정도는 조직의 특성 등에 따라 다르다.

이처럼 성과는 투입, 과정, 산출, 결과 등이 평가된 수준이라고 개념적으로 파악해 볼 수 있다. 일반적으로 투입과 산출 수준 간에는 직접적인 인과관계가 있지만, 산출과 결과 간에는 직접적인 인과관계를 가정하지 않는 경우도 있다. 또한 결과는 장기적으로는 영향(impact)를 이끌어내지만 결과와 영향의 관련성은 파악되기 어려운 경우가 많다. 이러한 성과의 개념의 도식화해 파악하면 <그림 2-9>와 같다.

성과는 목표달성의 여부와 관련된다.<sup>155)</sup> 따라서 성과목표의 달성 여부는 실제 측정할 수 있는 구체적인 계량적 혹은 질적인 측정치인 성과지표로 표현되어야 하고, 성과측정을 통해 이루어진다. 성과의 개념체계는 성과목표와 성과지표, 성과측정과함의 함수관계라 할 수 있다.

<그림 2-9> 성과의 개념과 흐름



자료: U.S. Department of Defence, *Performance-based Management: Effectively General Service Administration*, 1997.

현대기업경영에서 성과의 지표를 설정하고 이를 측정해야 할 필요성은 내적·외적 관점의 두 가지 측면에서 제기될 수 있다.

내부적으로, 성과는 경영자들이 기업을 효율적이고 관리하고 통제하는데 요구되는 경영관련 정보의 획득 필요성 때문이다. 즉, 경영자는 성과를 측정하고 평가함으로써 기업을 목표달성과 관련하여 효율적이고 효과적으로 경영자원을 통제하거나 종사원들에게 어떻게 업무를 수행하였는가를 알려주고 업무수행의 동기를 부여한다. 전통적 성과측정지표

154) 이러한 측면에서 산출은 '효율성(efficiency)', 결과는 '효과성(effectiveness)'의 차원이다

155) Park, J.A. Hong, P. & G.B. Gagnon, A Study of the Balanced Scorecard in the US Hotel Industry: Strategic Performance Measurement Systems. 『관광연구』, 20(1), 2005, pp.207-228.



는 매출액, ROI(return on investment), EVA(economic value added)·수익성·생산성·총매출액 등과 같은 재무적 또는 객관적 지표이다.

하지만 전통적 성과측정은 과거 지향적인 역사적 지표이기 때문에 미래성과를 예측할 능력이 부족하고, 단기적인 조직목표에 부합되지 않는 행위에 대해서도 보상이 이루어지며, 기업의 핵심 변화요인을 포착하지 못하거나 너무 늦게 포착하여 행동지침을 부여하지 못한다.<sup>156)</sup> 이에 따라 기업 내의 핵심적인 비즈니스 프로세스를 관리하고 개선하고자 하는 경영자에게 적절한 성과정보를 제공해주지 못하며, 단기적 성과를 지나치게 강조한 나머지 장기적 개선을 희생시킨다는 점에서 한계를 가지고 있다.<sup>157)</sup>

외부적으로, 성과는 환경변화와 관련된다.<sup>158)</sup> 즉, 최근 기업을 둘러싼 환경은 기술에 기반을 둔 제조업 중심에서 정보와 지식에 기반을 둔 서비스업 중심으로 경제구조가 전환되고 있다. 또한 기업 경쟁력의 원천이 유형자산에서 무형자산으로 이동됨에 따라 과거 기업 성공의 결정요인이었던 생산성이나 기술과 같은 기업의 내부적인 요인 보다는 빠르게 변화하고 있는 고객의 욕구를 어떻게 만족시키며, 경영환경의 변화에 얼마만큼 민첩하게 대응할 수 있는가에 성공의 여부가 달려 있다.<sup>159)</sup> 이러한 환경변화로 인해 과거의 재무적·객관적 성과측정지표 보다는 고객만족도, 고객유지율, 고객의 인지도 점유율, 자사의 위상, 전문성에 대한 고객의 인지도 시장점유율, 고객유지율, 제품 및 서비스에 대한 인지된 가치 비재무적·주관적 성과측정지표가 점차 중요해지고 있다.<sup>160)</sup>

요약하면, 성과는 투입된 자원에 대한 산출 또는 결과를 말하며, 오늘날의 급속하게 변화하는 환경 속에서는 환경변화에 대한 능동적이고 적극적인 대응이 요구되기 때문에 재무적·객관적 성과측정지표보다 비재무적·주관적 성과측정지표의 중요성이 증대되고 있다.

156) Thomas W.Y. Man & K.F. Chan. Theresa Lau, Chan. The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies. *Journal of Business Venturing*, 17, 2002, pp.123-142.

157) Thomas W.Y. Man & K.F. Chan. Theresa Lau, *op.cit.*, pp.123-142.

158) 김영조, 전계논문, pp.69-89

159) 오윤석·정순여, 외식산업의 성과측정항목의 가중치 개발: 국내 패밀리 레스토랑을 중심으로, 『외식경영연구』, 7(2), 2004, pp.125-145.

160) A.J. Morrison, Small Firm Statistics: A Hotel Sector Focus. *The Service Industries Journal*, 18(1), 1998, pp.132-142.

## 2. 관광중소기업의 성과

관광부문의 성과측정지표 또한 재무적·비재무적 다양한 지표를 설정할 수 있다. 즉, 관광객수, 관광객 지출액, 매출액, 수익성, 생산성 등의 재무적 성과지표와 고객만족도 등 비재무적 성과지표가 관광목적지나 관광기업의 성과를 대표해 줄 수 있다. 하지만 관광중소기업에의 적용에 있어서 재무적 성과의 사용은 다음과 같은 측면에서 신뢰성 있는 자료의 확보 어렵다.

첫째, 통계정보 수집의 한계와 수집된 정보가 가지는 비일관성을 들 수 있다. 관광중소기업과 관련한 통계정보는 조작적 정의와 일반화의 부족하고 부가가치세 감면 수준의 규모에서 운영, 미등록 사업자인 경우가 다수인 점, 법적 강제성이 있는 정부정책의 부재, 운영의 계절성 및 비연속성 등의 특성으로 성과측정과 관련해 신뢰성 있는 자료를 확보의 어려움, 정보와 가이드라인이 부족 등의 면에서 한계와 비일관성을 보이고 있다고 지적된다.<sup>161)</sup>

둘째, 관광중소기업의 높은 실패율과 관련된다. 즉, 관광중소기업의 경우 창업 후 최초 몇 년안에 중소기업이 실패할 확률은 매우 높은 것으로 파악되고 있다. 이로 인해 신뢰성 있는 연속적인 통계자료의 확보에 어려움이 있다.

예를 들면, 관광분야의 경우 기업설립 후 5년 이내 80%, 창업기업의 65%는 실패를 경험한다고 보고 되고 있으며, 이러한 사업의 실패는 잠재적으로 시장경제의 효율적 운영에 손상을 입힐 수 있을 뿐만 아니라 생존한 다수의 중소기업 또한 단지 한계성과 (marginal performance)만을 달성하게 하는 원인이 되고 있다.<sup>162)</sup> 그러나 이러한 통계적 정보의 해석에는 주의가 요하는 측면도 있다. 그 이유는 실패라기보다는 은퇴나 사업계획의 이행과 같은 이유로 사업운동을 그만두는 경우가 있고, 이러한 원인으로 인해 관광중소기업의 높은 실패율이 과장되어 있다고 보는 시각 때문이다.<sup>163)</sup>

셋째, 재무성과 공개에 대한 사업자의 부정적 인식이다.

한편, 관광중소기업의 실패 원인을 살펴보면, 외부요인 보다는 주로 내부요인에 의한

161) A.J. Morrison, *op.cit.*, pp.132-142.

162) Lussier, N. & S.A. Pfeifer, Crossnational Prediction Model for Business Success. *Journal of Small Business Management*, 2001 39(3), pp.228-239.

163) Duncan, J.W. & D.P. Handler, The Misunderstood Role of Small Business, *Business Economics*, 29(3), 1994, pp.7-12.

것으로 보인다(<표 2-14>참조). 즉, 부족한 자본, 운영관리 기술의 부족, 최고경영자의 능력결여 등의 내부요인이 관광부문을 비롯한 중소기업에 있어 외부요인(예, 지역경제력 약화) 보다 주요한 실패원인으로 지적되고 있다. 또한 관광중소기업의 성공요인과 관련한 선행연구에서도 평판, 소비자 커뮤니케이션, 입지 등의 비재무적 변수가 이들 기업의 장기생존과 관련해 주요한 요소가 된다(<표 2-15>참조).

<표 2-14> 중소기업 실패의 원인 비교

원인	관광부문 순위	중소기업 전분야 순위
부족한 자본	1	1
운영관리 기술부족	2	2
지역경제력의 약화	3	7
외부자금에 대한 높은 의존율	4	6
최고 경영자의 능력결여	5	5

자료 : D. Bunn, A Study to Determine the Reasons for Failure of Small Businesses in the UK. 1987 Cited in *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, Thomas, R. (eds.), Cassell. London and N. Y. 1998, p54.

<표 2-15> 관광숙박업 장기생존의 긍정적 영향요인

호텔업	순위	케이타링
평판	1	지불가치
지불가치	2	현금육구의 통제
활발한 소비자 커뮤니케이션	3	평판
입지	4	비용통제
현금육구의 통제	5	입지
비용통제	6	직원(staff)
경영기술	7	케이타링 기술
낮은 부채의존	8	좋은 공급자
제한한 기업성장	9	운
기타 자금에 대한 접근력	10	
운	11	

자료: A. Boer, An Assessment of Small Business Failure, In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), Cassell. London and N. Y. 1998, p.55.

관광중소기업의 성패와 관련해 유추할 수 있는 주요한 함의 중 하나는 내·외부적 요인이 대체로 기업가와 관련되어 있다는 점이다. 이러한 결과와 관광중소기업가에서 발견할 수 있는 라이프스타일 사업동기나 사업목적의 중요성을 종합적으로 고려해 보면, 성과

의 주요 구성요소로서 기업가의 라이프스타일과 관련한 일과 여가의 동시추구, 삶의 질과 같은 주관적(비재무적) 측면을 성과측정에 반영할 필요가 있다.

이러한 관점은 관광중소기업의 성과가 가족의 개인소득 뿐만 아니라 소비자만족, 고용 창출, 라이프스타일 목표 성취, 개인소득 뿐만 아니라 사회적 삶의 강화와 개선 등과 관련되어 있다고 보는 시각과도 부합된다.<sup>164)</sup>

Haber & Reichel은 관광중소기업의 성과측정은 이질적이고 파편화되어 있는 관광산업의 특성과 기업가의 라이프스타일 사업동기 등의 특성을 반영하여 성과측정 개념모형을 제시했다.<sup>165)</sup> 이들의 모형에서 주요 성과측정의 기준은 객관성과 주관성 그리고 기간(단기인지 장기인지)이다. 이에 따른 성과차원은 <표 2-16>과 같은 4가지로 구분된다.

이들은 후속연구에서, 성과측정 매트릭스 개념의 유용성을 실증연구에서 검증하였다.<sup>166)</sup> 즉, 이스라엘의 숙박업, 활동형 레크리에이션업(active recreation venture), 관광시설업(tourist attraction venture)의 3개 유형 305개 관광중소기업을 대상으로 각 성과지표와의 차이를 검증하였다. 그 결과 매출액성장률과 종업원수, 종업원수, 매출액 등 재무적 성과지표는 이들 관광중소기업사이에 유의한 차이를 보여주지 않았지만, 평판이나 소비자만족, 연중 지속적인 수익창출, 핵심적 서비스개발 등의 장단기 비재무적 성과지표간에는 차이를 보이는 것으로 나타났다.

<표 2-16> 관광중소기업의 성과측정 매트릭스

장기	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 매출액성장률(연평균)</li> <li>· 종업원 수의 성장률(연평균)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 발전과 성장</li> <li>· 관광과 사업강화</li> <li>· 지정학적 위기시 이익창출성공</li> </ul>
단기	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 매출액</li> <li>· 종업원 수</li> <li>· 종업원당 수익</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 점유율과 소비자만족</li> <li>· 경쟁자와 비교한 매출액</li> </ul>
	객관적	주관적

자료: Haber, S. & A. Reichel, *op.cit.*, pp.257-286.

164) Getz, D. & J. Carsen, *op.cit.*, pp547-560.

165) Haber, S. & A. Reichel, Identifying Performance Measures of Small Ventures: The Case of the Tourism Industry. *Journal of Small Business Management* 43(3), 2005, pp.257-286.

166) Reichel, A. & S. Haber, Reichel, A. & S. Haber, A Three-sector Comparison of the Business Performance of Small Tourism Enterprises: An Exploratory Study. *Tourism Management*, 26, 2005, pp.681-690.

이외에도, Phillips는<sup>167)</sup> 호텔부문에 한정되어 있다는 점에서 단점이 있지만, 객실점유율, 평균객실가격, 객실당 매출액 성장과 같은 효과성(effectiveness)차원, ROI나 한계수입과 같은 효율성(efficiency)차원, 성공한 신서비스·상품수, 신상품·서비스의 매출액 기여도와 같은 수용성(adaptability)의 3가지 차원을 이용하여 다차원적으로 호텔 성과를 측정하였다.

국내의 경우, 오윤석·정순여는 패밀리 레스토랑의 성과지표 측정과 관련해 고객관점, 학습 및 성장관점, 업무프로세스 관점, 재무관점에서 성과지표를 측정하고 이를 AHP 기법을 통해 실증분석한 결과 재무적 지표보다는 비재무적 지표를 패밀리 레스토랑의 성과 지표로 신중히 고려해야 한다고 지적하고 있다.<sup>168)</sup>

탐색적 연구와 실증연구를 종합해보면, 기업성과는 산업이나 업종의 특성을 반영해, 객관적 지표인 재무적 성과뿐만 아니라 산업과 업종에 따라 주관적 성과 또한 성과측정에 있어 포함해야 할 필요가 있다. 중소기업의 경우 통계의 부정확성, 창업동기의 비경제적 경향 등의 원인으로 인해 이에 대한 고민의 깊이는 더 클 수 밖에 없다. 따라서 관광중소기업의 성과측정에서 기업가의 사업목표나 동기와 같은 특성과 외부의 평판과 같은 주관적인 요소들을 반영할 필요가 있다.

## 제4절 선행연구 고찰

### 1. 기업가정신과 성과

오늘날 증대되는 환경의 불확실성으로 인해 경제발전과 기업성과와 관련한 핵심요소로 기업가의 역할과 관련한 기업가정신은 경영·경제학의 주요 연구주제로 조명된다. 기업가적 활동이 경제발전뿐만 아니라 개별 기업의 성과도 향상시킨다는 인식의 공감대가 형성되었기 때문이다. 그러나 관광중소기업과 관련한 관광연구가 미흡한 현실을 고려한다면, 기업가정신과 성과와의 관계는 기존의 중소기업 및 벤처기업의 연구에서 연구를 검토

167) P.A. Phillips, Strategic Planning and Business Performance in the Quoted UK Hotel Sector: Results of an Exploratory Study. *International Journal of Hospitality Management* 15(4), 1996, pp.347-362.

168) 오윤석·정순여. 전개논문, pp.125-145.

할 수 밖에 없다.

기업성과와 관련한 사례연구에 의하면, 급성장하는 기업이나 수익성이 높은 기업들의 경우 대부분 기업가정신에 의해 창업되고 계속 기업가적 경영에 의해 운영되고 있다. 예를 들면, Morris & Kuratko는 문헌적으로 나타난 기업가정신과 관련한 다양한 성과관점을 부창출, 사업창출, 혁신창출, 변화창출, 고용창출, 가치창출, 성장창출 등 개인, 조직 그리고 사회적 차원의 7가지 관점을 적시하고 이를 통해 기업가정신과 경영성과와의 관계를 개념적으로 설명하고 있다.<sup>169)</sup>

이와 같이 학술적 연구문헌에서는 일반적으로 기업가정신이 기업의 경영성과와 정(+)의 관계를 가정하고 있지만 다수의 실증연구에서는 이러한 가정을 지지해 줄 수 있는 일관된 결과를 보여주지 못하고 있다.

먼저, 기업가정신과 경영성과를 정(+)의 관계를 가정하는 기존 연구를 살펴본다.

Covin & Slevin은 기업가정신을 기업수준에서의 행동으로 파악하고, 혁신성·위험감수성·진취성으로 측정된 기업가정신(entrepreneurial posture)은 적대성과 역동성 차원으로 측정된 환경, 조직내적 변수, 그리고 전략변수에 의해 영향을 받고 종국적으로 성과와 관계한다는 이론모델을 제시하였다. 이들의 연구는 개념간의 관계를 실증적으로 분석하지 못한 한계가 있다.<sup>170)</sup>

Zahra는 환경과 전략, 조직요인의 결합적인 관계가 혁신성·위험감수성·진취성으로 측정된 기업가정신에 각각 영향을 미치며, 기업가정신은 최종 종속변수인 기업의 재무적 성과에도 영향을 미침을 가정했다. 이를 위해 Fortune지의 Fortune 500에 등재된 119개의 기업을 대상으로 실증분석 한 결과 기업가정신과 수익성·성장성으로 측정된 재무성과간에는 정(+)의 관계에 있음을 밝혔다.<sup>171)</sup>

국내의 경우, 김영수는 중소기업을 대상으로 총 151개의 표본기업을 분석하여 기업가정신과 경영성과의 관계를 규명하였다. 이에 따르면 혁신지향성과 위험감수성으로 측정된 기업가정신은 재무적 성과 및 비재무적 성과를 향상시켜주는 것으로 나타났다.<sup>172)</sup> 이춘

169) Morris, D.H. & D.F. Kuratko, *Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial Development within Organizations*. Forth Worth, TX: Harcourt College Publishers, 2002.

170) Convin, J.P. & D.P. Slevin, *op.cit.* pp.123-135.

171) S.A. Zahra, Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 6, 1991, pp.259-285.

172) 김영수, 전계논문,

우는 국내 175개의 벤처기업을 대상으로 한 실증연구에서 혁신성·위험감수성·진취성으로 측정된 기업가정신은 벤처기업의 매출성과를 결정하는 중요한 영향요인임을 밝혔다. 이 연구는 기업가정신을 조직성과를 산출하는 기업자원의 하나로 파악하는 자원의존론 관점에서 조직자원으로 보고 있다는 점에서 다른 연구와 차별적이다.<sup>173)</sup>

한편, 기업가정신과 경영성과의 관계가 유의적이지 않다는 주장도 제기되고 있다.

Skyles(1986)이나 Block(1989)의 연구에 따르면, 기업가정신과 경영성과의 상관관계가 약하게 나타나고 있다. 이것은 재무적 성과의 기간을 단기적으로 측정하였기 때문이라고 본다. 따라서 그 측정기간을 장기로 하면 할수록 대체적으로 기업가정신은 보다 나은 경영성과를 보일 수 있다. 이렇게 단기적 측정지표 상으로는 기업가정신과 경영성과의 관계가 낮아질 수 있는 이유는 기업이 환경의 혜택을 받아 고수익이나 고성장을 이루고 있을 때, 기업내부에 축적하였다가 사용하지 않은 잉여자원이 있기 때문으로 보았다.<sup>174)</sup>

김영조는 전략적 관점에서 제조업, 건설업, 도소매업, 운수창고 및 통신업, 금융 및 보험업의 48개 상장기업을 대상으로 기업가정신과 성과와의 관계를 규명하려 하였다.<sup>175)</sup> 실증분석결과 기업가정신을 구성하고 있는 혁신·진취적인 성향과 위험감수성향은 기업의 재무성과와 유의적인 관련성이 없는 것으로 나타났다. 이것은 기업가정신과 성과가 직접적인 영향관계에 있는 것이 아니라 기업이 처한 외부환경의 특성이나 조직내부의 특성 등이 기업가적 활동을 실행하는데 일정한 역할을 한다고 본 때문이다.

따라서 기업가정신은 기업의 성과를 향상시킨다고 가정해볼 수 있다. 기업이 혁신적이고 위험추구적이며 진취적으로 행동할수록 성과는 높게 나타날 것이다. 하지만 기업가정신과 성과의 관계에 대한 실증분석 결과는 일관적이지 않아 두 개념간의 관계를 보다 명확하게 규명하기 위해서는 제조업이나 벤처기업뿐만 아니라 관광기업과 같은 서비스업종을 포함한 더 많은 실증적 검증이 필요하다.

## 2. 개인특성과 기업가정신 및 성과

중소기업에 관한 초기 연구의 초점은 주로 기업가의 특성과 기업성과와의 상관관계에

---

173) 이춘우, 전계논문.

174) 이와같은 자원을 재무적 슬랙자원 (slack resources)이라 한다.

175) 김영조, 전계논문, pp.69-89.

주목했다. 관련연구에 따르면, 기업가의 학력, 성별과 같은 인구통계적 특성과 경력 등의 관리적 능력, 해당산업에 대한 경험 및 창업경험 등의 전문적 능력, 부모의 창업경험이나 인적네트워크와 같은 배경특성과 같은 개인특성에 따라 성과는 차이를 보이는 것으로 나타났다.

이와 같이 기업성과 관련한 다수의 사례연구 및 실증연구에서는 성장하고 성공하는 기업들의 기업가는 개인특성은 그렇지 않은 사람들과 차이를 보인다고 가정한다. 예를 들면, Hart는 사례연구를 통해 기업가의 경험(특히 업계경험)이 신생기업과 관련된 많은 위험 및 불확실성을 감소시켜 주어, 신생기업의 생존과 성공에 유리하게 작용한다는 점을 강조하고 있다. 또한 경영자의 사업경험이나 업계종사경험은 파트너에게 신뢰에 기초한 계약을 촉진시켜 기업성장에 도움을 준다고 보았다.<sup>176)</sup>

Cooper & Gascon은<sup>177)</sup> 성과와 개인특성요인과의 관계와 관련한 광범위한 문헌고찰을 하고, 경험, 교육, 부모직업, 성별, 인종, 연령 등의 개인특성과 기업가의 목적에 따라 성과는 차이를 보임을 밝혔다.

한편, Lerner, Brush, & Hisrich는 이스라엘 여성기업가의 성과와 관련한 연구에서 사회학습이론(창업기업가인 부모), 인적자본(학력, 이전직업, 이전창업경험, 이전직위, 사업기술), 동기·목적(성취동기, 자율성동기, 경제적동기), 네트워크(조언자, 멘토, 인적네트워크 수), 인구통계적 변인(연령, 자녀수, 결혼여부), 환경요인(재정원천, 산업특성)을 성과의 주요 영향요인으로 분류했다. 그리고 이들 요인과 재무적·비재무적 성과와의 관계를 검토한 결과 동기와 사회학습, 인적네트워크, 이전창업경험, 직무경험, 기술, 환경 등의 요인이 성과와 유의한 관계를 갖고 있는 것을 밝혔다.<sup>178)</sup>

국내의 경우, 기업가 개인특성과 성과관련 논의는 주로 벤처기업을 대상으로 활발하게 연구되어 왔다. 예를 들어, 고용상·용세중·이상천은 벤처기업 성과결정요인에 대한 국내·외 관련연구를 종합하고 개인특성(창업자)과 성과를 정(+)의 관계를 가정하고 국내 벤처기업을 대상으로 실증분석한 결과, 경영관리능력 및 해당산업에 대한 전문능력이 성과와 유의한 것으로 나타났으며, 국내벤처의 경우 내부요인보다는 오히려 정부지원과 같

176) M.M. Hart, *Founding Resource Choices: Influence and Effects*, Harvard University, DBA Degree, 1995.

177) Cooper, A.C. & Gascon, E.J.G. *ibid.*, 1992.

178) Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. *Journal of Business Venturing* 12, 1997, pp.319-339.



은 외부요인의 영향이 상대적으로 성과에 큰 영향을 미치고 있음을 지적하고 있다.<sup>179)</sup>

관광부문 경우 Lerner & Haber가 밝히고 있는 것처럼 호텔분야를 제외하면 기술통계적 차원의 탐색적 연구는 발견되지만 성과의 제영향요인과 성과의 관계를 실증적으로 연구한 연구는 드물다.<sup>180)</sup> 이러한 측면에서 Lerner & Haber는 기업성과와 성과영향요인과의 관계를 실증적으로 연구하고 교육이나 부모의 창업경험, 관광분야 이전경험과 기업가적 특성과 같은 개인특성, 정부의 재정 및 창업상담지원, 입지의 매력성, 제공하는 서비스의 수와 같은 기업특성을 성과의 주요 영향요인으로 거론했다. Dahals & Bras 또한 사례연구를 통해, 관광중소기업에서 사업성패에 영향을 미치는 결정적 요인으로 경영기술과 기업가 개인의 주도력(initiative), 환경특성을 들었다.<sup>181)</sup>

개인특성과 성과간의 이러한 연계성은 또한 기업가정신에 대한 함의를 내포하고 있다. 개인특성이 기업가정신과 관련이 있음은 앞의 이론적 고찰에서 살펴보았다. 다수의 연구 결과에 따르면, 성별이나 연령, 교육수준과 같은 인구통계적 특성과 부모의 역할모델, 인적네트워크, 창업경험 등의 배경적 특성은 기업가의 기업가적 행동에 영향을 주는 주요 요인으로 거론되고 있다.

특히, 개인특성 요인은 기업의 규모와 관련할 때 보다 기업가정신과 유의적인 관계가 있는 것으로 밝혀지고 있다.<sup>182)</sup> 즉, 기업은 조직구조에 따라 단순기업, 계획기업, 유기적기업으로 구분될 수 있다. 중소기업과 같은 단순기업은 다른 기업유형보다 환경에 대한 민감성이 강하고 조직에서 문제해결과 관련한 지원스텝의 지원을 받을 수 없다. 이로 인해 전략의 수행 또한 분석적이고 전사적이기 보다는 직감적이고 일상적 활동에 초점을 맞춘다. 그러므로 단순기업은 이끌어가는 경영자의 태도 내지 행동에 따라 기업의 경영방침이 결정되고 성과 또한 차이를 보인다.<sup>183)</sup> 따라서 이들 기업의 기업가정신과 관련해 볼 때 환경이나 전략 보다는 기업가 자신의 특성이 상대적으로 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다.

179) 고용상·용세중·이상천, 벤처기업의 성과결정요인에 관한 실증연구, 『벤처경영연구』, 6(2), 2003, pp.3-33.

180) Lerner, M. & Haber, S. *op.cit.*, pp.77-100.

181) Dahles, H. & K. Bras, *Tourism and Small Entrepreneurs Development, National Policy, and Entrepreneurial Culture: Indonesian Cases*. Cognizant Communication Corporation, 1999, pp.8-15.

182) Mintzberg, H. *The Structuring of Organizations*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1979, 김인수, 『거시조직이론』, 무역경영사, 1999, pp.376-397에서 재인용.

183) Mintzberg, H. *ibid.*에서 재인용

일례로, 창업자의 능력과 벤처기업의 성과 간의 관계에 대한 Chandler & Jansen<sup>184)</sup> 기업가의 능력을 관리적 능력, 기술적 능력, 그리고 기업가적 능력으로 크게 세 가지 영역으로 구분하고 성장성과 수익성으로 측정된 성과와의 관계를 실증분석 하였다. 분석결과, 기업가적 능력은 높은 성장성을 가져오고 관리적 능력은 수익성에 중요한 영향 요인으로 작용한 것으로 확인하였다. 특히, 개인특성과 관련해 높은 수익을 올리는 벤처 기업가는 기술적, 기능적 교육수준이 높고, 그들의 분야에서 기술적인 능력과 전문성을 가지고 있음을 밝히고 있다.

국내의 경우 전영상은 기업가정신 영향요인으로 환경, 조직특성(특히 조직구조), 전략을 들고, 조직구조가 단순한 단순기업의 경우 기업가정신의 영향요인은 기업가의 개인특성 및 지식인 반면, 계획기업이나 유기적 기업의 경우 기업가 개인의 특성 보다는 전략과 조직구조가 기업가정신에 영향을 미친다고 보았다.<sup>185)</sup>

이러한 점에서 개인특성과 기업가정신 그리고 성과의 관계에 있어 개인특성이 성과에 대해 직접적인 영향요인이라기 보다는 기업가적 행동을 고취함으로써 성과에 미친다고 가정해 볼 수 있다.

### 3. 환경과 기업가정신 및 성과

일반적으로 기업가정신과 환경은 분리하여 생각될 수 없다. 기업가적 활동은 환경으로부터의 기회와 위협 하에 기업가 또는 조직의 목표달성을 위해 자원을 혁신적이고 위험 감수적이며 진취적 활동을 통해 배분하는 양식으로 파악되기 때문이다. 이처럼 최근에는 기업과 환경과의 관계에 대한 중요성이 부각되면서 기업의 환경특성이 강조되고 있다.

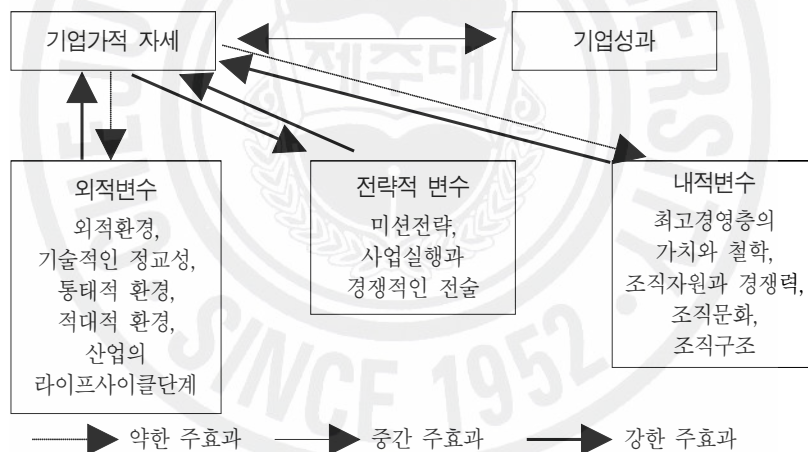
기업가정신과 환경의 관계를 통해 궁극적으로 성과를 파악하려는 관점 중 자원의존론, 산업조직론, 제도론적 패러다임 등이 이들 세 변인들간의 관계를 설명해주는데 있어 크게 기여해 오고 있다. 이들 이론들은 주로 전략경영의 관점에서 외부환경, 조직구조 등에 의해 영향을 받는 기업가정신이 성과에 영향을 미친다고 본다. 따라서 기업가정신은 환경의 활용을 통해 경쟁우위를 추구한다는 점에서 일종의 전략이기도 하다.<sup>186)</sup>

184) Chandler, J.J. & E.J. Jansen, Founder's Self Assessed Competence and Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), pp.223-236.

185) 전영상, 기업가정신의 결정요인에 관한 연구: 한국의 기업가를 중심으로. 원광대학교 박사학위논문, 1988.

예를 들면, Timmons는 전략적 관점에서 기회를 자본화하는 과정에서 기업가가 자원을 조직하는 역할을 한다고 가정하고, 기업가를 잠재이익을 추구하는 능동적인 기회추구자로, 기업가정신은 이와 관련된 과정이라고 보는 개념모형을 제시했다.<sup>187)</sup> 그리고 Gartner는 기업가적 개인, 조직, 그리고 환경간의 상호작용에 의해서 기업성고가 결정된다는 상호작용모형을 이론적으로 제시하고 있고,<sup>188)</sup> Covin & Slevin은 일반적으로 중소기업의 성패에 가장 큰 위협으로 작용하는 환경의 차원을 적대성으로 보고, 제한된 자원과 자원관리 능력이 부족한 소규모 기업은 적대적 환경일 경우 성과를 내기가 어렵다고 보았다.<sup>189)</sup> 이어진 연구에서 Covin & Slevin은 기업행동으로서 기업가정신과 환경의 외적변수, 전략, 조직관련 내적변수의 관계와 성과간의 개념적 모형을 제시하고,<sup>190)</sup> 초과수요가 존재하는 성장산업일 경우나 낮은 적대성을 가진 환경이 관광중소기업이 성과를 내기가 유리한 환경임을 주장했다.

<그림 2-10> Covin & Slevin의 모형



자료: Covin, J.G. & D.P. *op.cit.*, pp.7-26.

- 186) Dess, G.G. Lumpkin, G.T. & J.G. Covin, Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models. *Strategic Management Journal*, 18(9), 1997, pp.677-695.
- 187) J.A. Timmons, *New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990*. Homewood Illinois: USA, Cited in Rao, D.R. *Culture and Entrepreneurship in Fiji's Small Tourism Business Sector*, Ph.D. Thesis, Victoria University, 2004, p.143.
- 188) W.B. Garter, A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, Oct, 1985, p.702.
- 189) Convin, J.P. & D.P. Slevin, Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environment. *Strategic Management Journal*, 10, 1989, pp.75-87.
- 190) Covin, J.P. & Slevin, D.P. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 1991, pp.7-26.

Zahra는 Covin & Slevin의 모형을 기반으로 하여 외부환경, 조직구조, 전략 등이 기업가정신의 영향요인이며, 이들 요인은 기업가정신이라는 매개변수를 통해 조직성공에 영향을 미칠 것이라는 모형을 제시하고 실증분석을 통해 이를 검증하였다.<sup>191)</sup>

<그림 2-11> Zahra 모형



자료: S.A. Zahra, *op.cit.*, p.262.

국내의 경우, 환경변화와 전략 그리고 기업성과의 관계를 비교정태적 분석을 통해 분석하고 환경이 안정적인 경우 원가주도전략이, 동태적인 경우 혁신을 통한 차별화전략(기업가적 전략)이 성과에 더 우월하다고 제시한 이장우의 연구,<sup>192)</sup> 경쟁전략변수를 중심으로 창업자특성, 기업의 기술능력, 외부환경과 기업성과의 연구에서 기업의 성과는 기업이 직면하고 있는 내외부적 상황에 어떻게 적합하게 경쟁전략을 사용하고 있느냐에 따른다는 채명수·강대성·이형택의 연구,<sup>193)</sup> 환경변화, 전략변화, 조직특성변화가 성과변화에 영향을 미친다는 장수덕·송영화의 연구<sup>194)</sup> 등 다양한 영향요소를 고려하여 기업가정신과 성과와의 관계를 설명하고 있다.

한편, 산업생명주기, 산업집중도, 경쟁강도, 산업매력도 등의 사업환경(또는 산업구조)도 기업성과에 영향을 미치는 환경속성으로 주로 고려된다.<sup>195)</sup> 특히, 산업구조 요인

191) Kuratko, D.F. & Hodgett, R.M. *ibid.*, p.73.

192) 이장우, 전계논문, pp.245-273.

193) 채명수·강대성·이형택, 경쟁전략 변수를 중심으로 한 벤처기업 성과의 결정요인에 관한 연구. 『경영학연구』, 31(5), 2002, pp.1289-1309.

194) 장수덕·송영화, 환경, 전략 및 조직특성의 변화와 벤처기업의 성과변화. 『중소기업연구』, 25(1), 2003, pp.27-50.

은 초기단계의 신생기업에게 상당히 중요한 영향변수로서 벤처기업에게 기회와 위협으로서 작용하며, 기업의 전략에도 영향을 미치는 것으로 파악된다. 하지만 Poter의 경쟁전략 개념을 적용해 관광산업의 경쟁력을 분석한 Ritchie & Crouch의 지적처럼 소규모 기업은 소규모성으로 인해 경쟁전략이 밀도 있게 펼쳐지 못하는 구조고, 진입장벽, 구매력, 공급력이 작은 특성을 보인다는 지적을 본다면, 산업구조는 국가나 관광목적지 내에서 기업성과 차이를 설명하는데는 적절하지 않은 것으로 판단된다.<sup>196)</sup>

제도론적 관점의 조직이론가들은 기업간 경쟁을 방해하고 환경적응의 필요성을 감소시키는 제도적 환경요인들이 실제 기업경영과 성과를 결정하는데 보다 중요한 환경요소로 본다. 이들은 기업경영에 있어 기술적 배경요인에 따라 기업성과가 달라짐을 주장하고 있는데,<sup>197)</sup> 기업간 경쟁이 활성화되는 신기술 분야의 경우 전략-환경적합이 기업성과에 중요한 영향을 미치는 반면, 정부의 시장보호 및 재정적 지원 등 제도적 요인이 강하게 작용하는 전통적 기술분야나 중소기업의 경우 그 영향의 정도가 미미하다는 것이다.

이처럼 환경과 기업가정신 및 성과의 관련개념간의 관계는 다양한 연구에서 분석되고 있다. 이들 연구의 공통점은 환경이 기업가정신에 영향을 미쳐 성과가 결정된다는 것이다.

한편, 환경과 기업가정신, 성과의 관계에 대한 새로운 시각의 접근이 최근에 다수 대두되고 있다. 이 관점에서 환경은 기업가정신의 결정요인이라는 시각이라기보다 기업가정신과 성과의 관계는 환경과의 적합에 따라 더욱 강화된다고 보는 상황적합론적 관점이다.

예를 들어, Covin & Slevin은 환경과 기업가정신간의 관계가 기업성과에 미치는 영향에 대한 연구에서, 적대적 환경 하에서는 기업가적 활동을 전개하는 기업이 성과가 높은 반면, 우호적 환경인 경우 상황유지에 목표를 둔 안정적인 기업활동(보수적 전략)을 보이는 기업이 성과가 높은 것으로 파악하고 있고,<sup>198)</sup> Dess, Lumpkin & Covin은 환경과 전략, 기업가정신 및 성과의 관계를 실증적으로 분석하기 위해 32개 기업의 96명의 중역을 대상으로 한 연구를 실시한 결과, 환경불확실성이 높을 경우 환경과 기업가정신이 적합할 때 성과 또한 높아짐을 실증했다.<sup>199)</sup>

195) Sandberg, W. & C.W. Hofer, *op.cit.*, pp.5-28.

196) Brant Ritchie, J.R. & G.I. Crouch, *op.cit.*, pp.9-55.

197) A. Cuervo, Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2, 2005, pp.293-311.

198) Convin, J.P. & D.P. Slevin, *op.cit.* pp.75-87

199) Lumpkin, G.T. & G.G. Dess, *op.cit.*, pp.135-172.

국내의 경우, 김영조는 환경역동성과 기업가적 전략의 적합성, 그리고 집권화와 기업가적 전략의 적합성이 조직성과에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였고,<sup>200)</sup> 분석결과 환경역동성과 혁신·진취적인 전략의 상호작용 항목과 집권화와 혁신·진취적인 전략의 상호작용 항목이 기업의 재무성과에 대해 유의적인 영향을 미치는 것을 실증하였다. 허문구 또한 불확실성 관점에서의 환경과 포터의 전략유형, 성과의 관계를 살펴보고 동태적이긴 하지만 덜 복잡한 환경에서는 혁신차별화전략이, 가장 변화가 적고 단순한 환경에서는 원가주도 전략이, 복잡한 환경이지만 상대적으로 덜 동태적인 환경에서는 다양화전략이 성과에 보다 유의함을 실증하였다.<sup>201)</sup>

이처럼 상황적합이론의 관점에서 기업가정신(또는 전략)과 성과간의 관계에서 환경은 주요한 상황요인으로 제시되고 있지만, 모든 경영상황에서 타당성이 있다고 보기에는 문제가 있다.

이에 대해 이장우·대니밀러·우성진·손종환은 신기술 및 전통기술 산업간의 환경과 전략 및 성과의 관계를 분석을 통해, 신기술 분야의 경우 환경-전략의 적합이 성과와 유의한 관계에 있지만, 전통기술 분야는 환경-전략의 적합과 성과간에는 유의한 관계를 보이지 않는다고 본다. 이러한 측면에서 이들은 선진국에서 개발된 조직 및 전략이론들을 무차별적으로 이용하기 보다는 분야에 따라 선별적으로 적용하여야 함을 강조하고 있다. 또한 상황적합이론에서 언급한 상황변수의 선정이 너무 다양하며 각각의 경우를 고려해 성과를 판단하게 되면 이론자체의 구조가 너무 복잡해질 수 있다는 점이 한계로 지적되고 있다.<sup>202)</sup>

요약하자면, 환경과 기업가정신 그리고 성과의 세 변인들간의 관계는 일부 이론적 논의나 연구결과의 차이가 존재하지만 상호 연계성을 갖고 있기 때문에, 어떤 형태로든 일정한 관계를 가질 것으로 가정될 수 있다. 본 연구에서는 연구대상이 소유경영자인 기업가 개인의 특성 영향이 큰 단순기업을 대상으로 한다는 점과 이들에 대한 환경이 영향을 주고 있다는 자원의존 및 제도론적 관점에서 환경과 기업가정신, 성과의 관계를 파악하는 시각을 갖고 있다.

---

200) 김영조, 전계논문, pp.69-89

201) 허문구, 환경, 전략 및 성과, 『경영연구』, 21(3), 2006, pp.57-85.

202) 이장우·대니밀러·우성진·손종환, 전계논문, pp.149-172.

## 제3장 연구의 설계

### 제1절 연구모형과 가설의 설정

#### 1. 연구모형

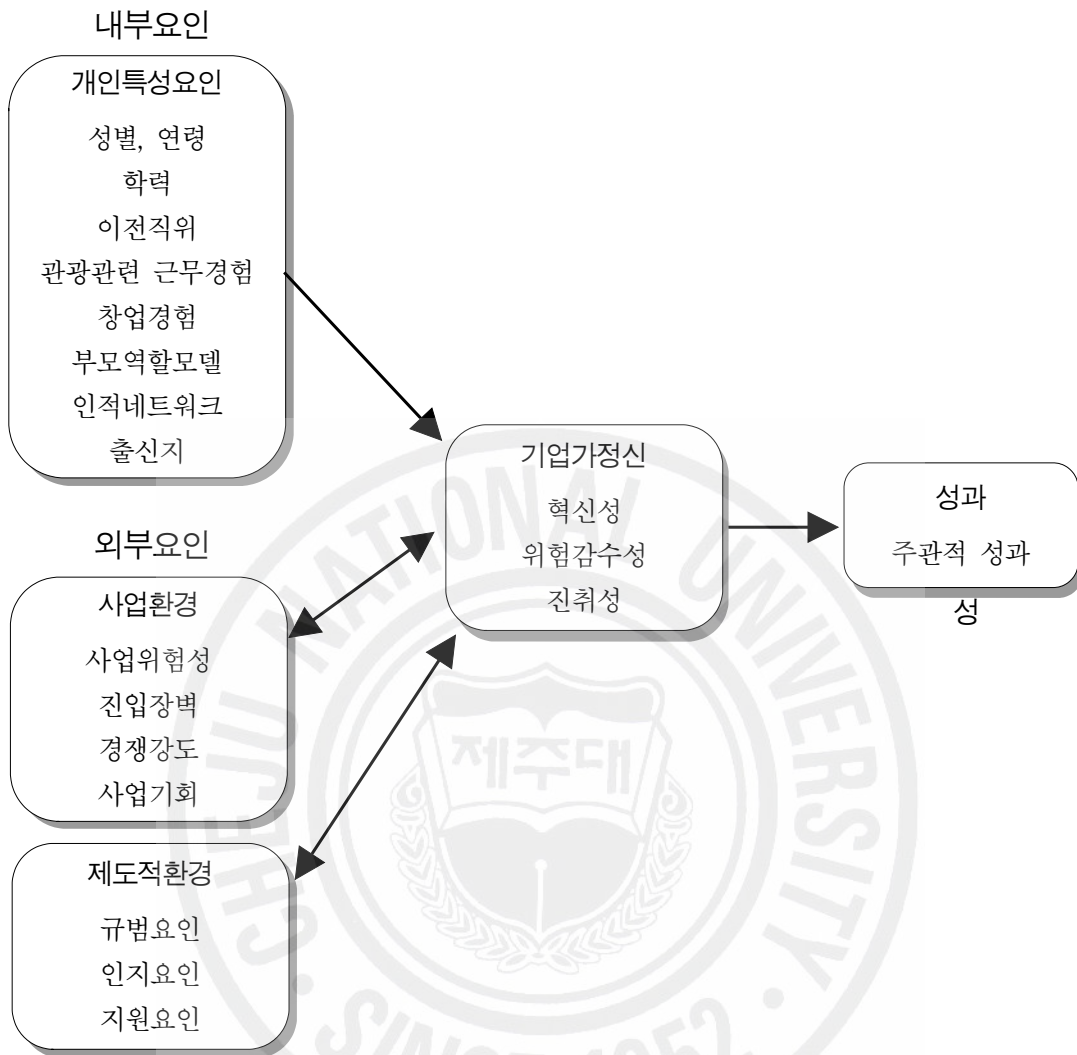
기업가정신 연구는 경제적 접근방법, 사회문화적 접근방법, 특성적 접근방법, 행위적 접근방법 등 다양한 측면이 존재한다. 이러한 각 관점에 따른 기업가정신 연구들을 종합해보면, 기업가정신은 다양한 접근시각 때문에 일치된 개념이 존재하지 않고, 혁신성·위험감수성·진취성 이외는 구성개념이 크게 진척되지 않고 있으며, 통합적인 이론적 틀을 제시하기 못하고 있다. 이것은 기업가정신이 횡단적 차원의 개념이라기 보다는 시간에 걸쳐 발생하는 과정적 차원에서의 행동, 즉 창업에서 운영에 이르는 과정적 특성에 의해 것으로 볼 수 있다. 이러한 측면에서 기업가정신을 설명하는 각 접근방법은 상호배타적이기 보다는 보완적이라고 볼 수 있다.

본 연구에서는 기업가정신 연구의 특성을 감안하고 관광산업의 특성을 고려하여 보다 통합적인 관점에서 접근하고자 하였다. 기존 관광관련 선행연구들에서는 기업가의 개인특성 및 환경과 기업가정신의 관계, 기업가정신과 성과의 관계 등 부분적인 면에 초점을 맞추어 탐색적으로 진행되어 왔다. 일부 연구자들이 통합적인 시각에서의 연구필요성을 인식하기는 했지만 개념적인 수준에 머물러 있을 뿐 실증연구는 미미한 상황에 있다.<sup>203)</sup> 이것은 기업의 탄생, 성장, 그리고 성과에 대한 실증적인 포괄적인 연구가 진행되어 온 제조업, 벤처기업 등의 부문과 대조된다.

이러한 점에서 본 연구는 이론적 고찰의 결과를 바탕으로 기업가정신에 영향을 미치는 다양한 요인 중 개인특성 및 환경특성을 중심으로 이들 변인들과 기업가정신의 관계 및 기업가정신과 성과의 관계를 통합적 관점에서 <그림 3-1>과 같이 연구모형으로 설정하고 이를 실증하고자 했다.

203) 오상훈, 제주지역 관광관련 개인사업자의 특성과 사업성패의 관계에 관한 연구, 『관광·레저연구』 14(3), 2003, pp.73-90.

<그림 3-1> 연구모형



## 2. 연구가설의 설정

### 1) 개인특성과 기업가정신의 관계

전통적 기업가정신 연구는 중소기업 관련 경영현상이 기업 소유경영자 개인의 확장이 라고 보기 때문에 기업가의 개인특성이 신생기업의 형태나 관리방식에 영향을 미친다. 관광중소기업은 상대적으로 소규모이고 업력이 짧은 기업인 경우가 많으므로 기업가의 개인특성이 그 기업의 성장에 영향을 미칠 가능성이 크다. 이러한 측면에서 기업가정신 연



구에서 창업기업가의 개인특성 요인은 가장 오래되고 많이 연구된 분야라 할 수 있다.

기업가정신 영향요인으로 개인특성에 관한 연구는 크게 기업가의 인구통계적 특성과 배경적 특성에 주목한다. 즉, 인구통계적 및 배경적 특성 측면에서 기업가는 유사한 의미로 쓰이고 있는 경영자와 구별되는 특성을 가지고 있다고 보는 것이다.<sup>204)</sup> 예를 들면, 인구통계적 특성에서는 교육수준, 성별, 학력 등이, 배경적 특성에서는 관련분야 종사경험, 출신지역, 가정환경, 경험, 인적네트워크 등의 차원이 기업가들 사이에는 어느 정도 유사성이 존재하나 경영자나 일반인들과는 차이를 보이는 특성으로 나타나고 있다.

기업가들에게서 나타나는 이들 개인특성은 기업설립 과정에서 발생하는 어려움을 극복하게 하여 성공에 대한 기대를 높여줄 것이므로 기업가정신에 긍정적인 영향을 줄 것이다. 이러한 논의에 비추어볼 때, 기업가의 기업가정신은 기업가의 개인적 특성에 따라 차이를 보일 것이라는 가설을 설정할 수 있을 것이다.

#### **가설 1. 기업가의 개인적 특성에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.**

가설 1-1. 성별에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-2. 연령에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-3. 학력에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-4. 이전직위에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-5. 관련분야 근무경험에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-6. 창업경험에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-7. 부모의 역할모델에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-8. 출신지역에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

가설 1-9. 인적네트워크에 따라 기업가정신은 차이를 보일 것이다.

## 2) 환경과 기업가정신의 관계

### (1) 사업환경과 기업가정신의 관계에 대한 가설

사업환경은 교육수준, 연령, 소득 그리고 직급과 같은 기업가적 행동을 추동하는 동인

204) R. Rajman, Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago, *Journal of Socio-economics* 30, 2001, pp.393-411 참조.

의 보완적 요인으로 고려된다.<sup>205)</sup> 즉, 기업가정신의 본질을 사업기회를 확인하고 행동하는 것과 관련된 경쟁구도로 파악할 때 진입장벽, 사업기회, 경쟁강도나 사업위험성 등의 사업환경 특성이 기업가정신의 발현과 관련을 가질 것으로 본다.<sup>206)</sup>

Szivas는 관광산업의 낮은 진입장벽과 경쟁강도가 관광중소기업가의 창업과정에서 주요한 요인으로 설명하고 있다.<sup>207)</sup> 이렇게 진입장벽과 같은 산업구조는 신생기업의 설립을 촉진하는 요인으로 작용할 수 있다. 한편, Manning은 개인을 기업가정신에 대한 주관적 인식의 집합체(a set)로 고려한다. 개인은 기회인식, 기술과 능력에 대한 확신, 인적네트워크 등에 따라 ① 지원과 동기부여, ② 사례와 역할모델, ③ 전문적 조언과 상담, ④ 기회, 정보, 자원과의 접근정도에 차이를 보이며, 기회나 정보, 자원과의 접근성과 같은 사업환경 특성이 이들의 기업가적 행동을 촉진시킨다고 보았다.<sup>208)</sup>

특히, 진입장벽과 같은 산업구조는 신생기업의 설립과 관련해 중요한 요인으로 설명된다. 관광부문의 경우 비교적 진입과 진출이 자유롭고, 여타 부문에 비해 전문적인 기술 및 능력을 갖지 않아도 되며 설립자본 또한 비교적 적기 때문에 신생기업의 시장진입이 활발할 뿐만 아니라, 이로 인한 경쟁격화로 시장에서 퇴출되는 기업도 많다. 즉, 진입장벽과 사업기회, 사업위험성은 기업성과는 정(+)의 관계에 있고, 경쟁강도는 기업성과와 부(-)의 관계가 있을 것으로 가정된다.

이처럼 사업환경에 대한 개인의 지각은 자신의 기업가적 능력과 외부환경과의 적합과정을 인식하게 함으로써 기업가 행동에 따른 기대와 실제보상 사이의 불일치를 설명할 수 있게 해준다. 이를 기반으로 가설을 설정하면 다음과 같다.

**가설 2. 사업환경은 기업가정신에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설 2-1. 사업위험성은 기업가정신에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 진입장벽은 기업가정신에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 경쟁강도는 기업가정신에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4. 사업기회는 기업가정신에 유의한 영향을 미칠 것이다.

205) Arenius, P. *op.cit.*, pp.233-247.

206) Douglas, N., Douglas, N., & Derrett, R. *ibid.*, pp.64-66.

207) Szivas, E. *op.cit.*, pp.163-172.

208) Manning, K., Biele, S., & Norburn, D. *Developing a New Ventures Strategy, Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(1), 1989, pp.67-76.

## (2) 제도적 환경과 기업가정신의 관계에 대한 가설

환경과 기업가정신의 관계는 일부에서는 환경을 기업가정신의 선행요인으로 보고, 일부에서는 이 두 변인은 상호작용하는 관계로 본다. 더구나 전략경영 측면의 환경-적합론적 관점에서는 환경은 기업가정신과 관련한 상황요인이라고 보기도 한다.

관광부문은 그 특성상 기업의 성과는 관광목적지 환경과 관련되어 있다. 기업성과에 영향을 미치는 관광객은 개별기업 자체보다는 먼저 관광목적지를 선택한다. 이러한 차원에서 관광산업은 공공부문의 개입이 필수적이다. 즉, 공공부문이 관광목적지를 어떤 방향으로 개발하고 어떤 인프라를 제공하느냐에 따라 기업활동의 내용도 크게 달라질 수 있다.

환경과 기업가정신의 관계설정과 관련한 논의에서 이러한 관광부문의 특성은 정부지원 및 규제, 지역사회의 기업활동에 대한 공유된 지식 및 가치체계와 같은 제도적 환경이 보다 중요하다는 것을 의미한다.<sup>209)</sup> 또한 벤처기업 등 기업가 개인역량이 중요한 소규모 기업에서의 제도변화는 기업활동 및 성과와 관련한 주요 환경차원으로 고려되고 있다.<sup>210)</sup>

Scott는 한 국가의 제도적 환경은 지역경제활동을 제약하며 촉진할 수 있는 상대적으로 안정된 규칙, 사회적 규범, 그리고 인지구조로 구성된다고 보며,<sup>211)</sup> Spenser & Gómez<sup>212)</sup>는 이러한 제도적 환경을 규범요인, 인지요인, 지원요인 등으로 구분하고 이들 요소가 기업가적 기회탐색 뿐만 아니라 기업이라는 구체적인 형태로 나아갈 수 있게 촉진하는 행동규칙을 제공하고 있다고 주장한다. 특히, Minzberg는 대기업보다 중소기업연구에서 제도적 환경이 경쟁관점의 환경 보다 상대적으로 주요한 요인임을 밝히고 있다.

이러한 전제들을 종합하면, 제도적 환경과 기업가정신 사이에는 유의한 관계가 있을 것이라는 가설을 설정할 수 있다.

209) A. Cuervo, *op.cit.*, pp.293-311.

210) 장수덕·송병화, 전제논문, pp.27-50.

211) W.R. Scott, *Ibid.*

212) Spenser, J.W., & C. Gomez. *op.cit.*, pp.1098-1107.

**가설 3. 제도적 환경은 기업가정신간에는 유의한 관계가 있을 것이다.**

가설 3-1. 규범요인과 기업가정신은 유의한 관계가 있을 것이다.

가설 3-2. 인지요인과 기업가정신간은 유의한 관계가 있을 것이다.

가설 3-3. 규제적 지원요인과 기업가정신간은 유의한 관계가 있을 것이다.

**3) 기업가정신과 성과의 관계**

기업가정신과 중소기업 연구에 있어 기업성과는 실증·이론연구를 막론하고 궁극적인 평가기준으로 작용한다. 기업에 있어서 궁극적인 관심사항 중의 하나는 성과이며, 기업가정신의 중요성도 결국 성과향상과 관련이 있다고 볼 수 있다. 이러한 측면에서 기업성과 영향요인으로 기업가정신의 고려는 많은 선행연구에서 중요한 문제였다.<sup>213)</sup>

기업성과의 측정과 관련하여 객관적 혹은 주관적 지표 중 어느 것을 사용해야 하느냐에 대한 논란은 있지만 기업가정신이 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 다수의 국내·외 학자들의 연구결과에서도 뒷받침되고 있는 사실이다. 성공적인 기업의 사례연구에 의하면, 기업가정신은 성공적인 경영의 주요 요인으로 인식되고 있고, 실증연구의 결과도 기업가정신이 매출액 성장률 등 기업의 성과와 정(+)의 관계를 갖고 있음을 보여주고 있다.<sup>214)</sup>

이러한 가정을 조직보다 기업가 개인역량이 더욱 중요시 되는 중소기업에 적용할 경우 기업가정신과 성과의 관계에 대한 가정은 대기업보다 더욱 유용할 수 밖에 없다. 이를 기반으로 가설을 설정하면 다음과 같다.

**가설 3. 기업가정신은 기업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설 3-1. 혁신성이 높을수록 성과도 높을 것이다.

가설 3-2. 위험감수성이 높을수록 성과도 높을 것이다.

213) Lerner, M. & S. Haber, *op.cit.*, pp.77-100.

214) Covin, J.G. & Slevin, D.P. *op.cit.*, pp.7-26; Dess, G.G. Lumpkin, G.T. & J.G. Covin, *op.cit.* pp.677-695 참조.

### 3. 변수의 조작적 정의

#### 1) 기업가정신

기업가정신(entrepreneurship)은 시장기회를 추구하기 위한 관광중소기업 소유경영자의 혁신적이고 위험감수적이며 진취적인 정도로 정의한다.

#### 2) 개인특성과 환경

##### (1) 개인특성

개인특성(personal characteristics)은 기업가 개인의 인구통계적 항목과 경험적 배경요소들을 포함한다.

##### (2) 사업환경과 제도적 환경

사업환경(business environment)은 특정산업의 경쟁자나 공급자, 고객과의 관계에 따른 사업기회, 경쟁강도, 진입장벽 및 사업위험성 경향의 정도를 의미한다.

제도적 환경(institutional environment)은 기업가 자신의 사업기회에 대한 인지, 정책적 규제, 사회적 규범 등을 포함한다.

#### 3) 성과

성과(performance)란 조사대상 기업가가 창업이후 조사시점까지 사업경과에 대해 자신이 인식하는 비재무적, 비계량적, 주관적 평가결과를 의미한다.

## 제2절 연구조사설계

### 1. 설문지 구성과 측정

본 연구는 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 구조화된 설문지를 사용한 실증적 연구방법을 택하였다. 설문지의 문항은 크게 7부문으로 구성되어 있으나 내용상으로는 기업가 개인특성인 인구통계적·배경특성, 사업동기, 기업가정신, 환경, 성과를 측정하는 5개 부분으로 구성되었다. 설문지의 내용 및 구성 그리고 척도유형은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지의 구성

구분		문항수	척도
개인특성	인구통계적 특성	5	명목 및 서열
	배경적 특성	18	명목 및 서열
사업동기		13	등간
환경	사업환경	4	등간
	제도적 환경	12	등간
기업가정신		15	등간
성과		4	등간

변수의 측정은 모형의 타당성을 확보하기 위한 것이다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 기업가정신 구성개념의 측정은 단일차원이 아닌 Miller가 제시한 3가지 차원인 혁신성, 위험감수성, 진취성의 다차원적 속성을 사용하였다. 즉, 혁신성은 경쟁우위를 얻기 위해 변화와 혁신을 선호하고 추구하는 성향을 의미하며, 위험감수성은 위험을 수반하는 사업을 추진하는 성향이며, 진취성은 다른 경쟁조직에 앞서 행동하고 공격적으로 대응하는 성향을 의미한다.

구체적인 설문문항은 박상용·김연정<sup>215)</sup> 등이 국내 연구에서 실증분석에 이용된 세 가지 차원의 문항을 기반으로 현 관광중소기업의 상황에 맞게 15문항으로 수정하여 구성

215) 박상용·김연정, 박상용·김연정, 벤처기업 CEO의 기업가정신, 구성원의 임파워먼트와 벤처 조직 유효성의 상호관계, 『벤처경영연구』, 7(3), 2004, pp.3-31.

하였고, '1 전혀 그렇지 않다', '7 매우 그렇다'의 7점 리커트 척도를 사용해 측정하였다.

둘째, 개인특성은 기업가 개인의 인구통계적 및 배경적 특성으로 중심으로 하였다.

구체적으로는 문헌고찰 내용에 따라 기업가정신에 중요한 영향을 미치는 성별, 연령, 학력의 인구통계적 특성과 이전직위, 관광관련업체 근무경험, 창업경험, 부모의 역할모델(창업전통), 인적네트워크의 배경적 특성과 관련한 8개 항목을 활용한다. 각 항목은 명목 및 서열척도로 측정하였다.

다만, 출신지역과 관련해서는 응답자에게 직접적으로 질문하기 보다는 거주연수를 기준으로 20년 이상 거주시 1로(지역출신), 아니면 0(제주외지역출신)으로 재코딩하여 분석에 이용하였다. 이러한 이유는 기업가정신과 관련해 제주와 제주의 지역간의 문화적 토양의 차이가 기업가정신과 관련이 있는지를 파악하기 위함이다.

셋째, 사업환경은 각각 단일차원으로 구성하였다. 먼저 사업위험성은 '산업내 기업설립시 실패위험은 다른 부문에 비해 상대적으로 크다'로, 경쟁강도는 전반적 경쟁의 항목을 기준으로 기존문헌에서 추출하여 '산업내 기업들간 경쟁정도는 얼마나 치열한가?'로, 진입장벽은 '관광산업에서의 기업의 설립이나 퇴출은 쉽다'로, 사업기회는 '창업전 현사업과 관련해 기회가 어느 정도 있다고 생각했었습니까?'로 설문문항을 작성하였으며, 이들 모두는 '1 전혀 아니다', '5 매우 그렇다'의 리커트 5점 척도로 측정하였다.

넷째, 제도적 환경차원은 Kostova에 의해 제시된 규제와 관련한 지원요인, 인지요인, 규범요인의 속성으로 활용하였다. 즉, 지원요인은 국가의 기업가적 활동과 관련한 지원정책, 인지요인은 기업가적 활동과 관련해 공유되고 있는 사회적 지식, 규범요인은 기업가 활동에 대한 사회구성원의 가치체계에 대한 인식정도를 의미한다.

이를 위해 Busenttz, Gómez, & Spencer가 이용한 지원요인 4항목, 인지요인 4항목, 규범요인 4항목 총 12항목으로 설문문항을 작성하였고,<sup>216)</sup> 이들 모두는 '1 전혀 그렇지 않다'와 '7 매우 그렇다'이라는 연속체 상에서 리커트식 7점 척도를 사용하여 측정하였다.

다섯째, 성과는 Reichel & Haber에 의해 제시되고 활용된 기업가가 인지한 주관적 성과인 평판, 소비자만족도, 연중 지속적인 수익창출, 핵심적 서비스개발의 4항목을 사용

---

216) Busenttz, L.W. Gómez, C. & J.W. Spencer, Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. *Academy of Management Journal*, 45(3), 2000, pp.994-1003.

하였고,<sup>217)</sup> ‘1 전혀 그렇지 않다’와 ‘7 매우 그렇다’이라는 연속체 상에서 리커트식 7점 척도를 사용하여 측정하였다.

## 2. 표본추출과 자료수집방법

본 연구는 제주지역 관광중소기업을 대상으로 관광중소기업가의 특성, 기업가정신 및 성과의 관련성을 파악하는데 목적이 있다. 따라서 연구대상 관광중소기업은 종업원수 기준 10인 이하를 기준으로 주 영업대상이 관광객인 개인기업으로 조작적으로 정의하였다.

통계청의 『사업체기초통계조사보고서』를 보면 관광관련기업의 조직형태는 법인보다 기업운영에 필요한 자본 전액을 개인 또는 가족이 출자하여 경영의 책임을 지는 개인기업의 비중이 제주뿐만 아니라 전국적으로도 97% 이상을 차지하고 있다는 점<sup>218)</sup>에서 본질적으로는 기업가 개인수준에서의 분석이라고도 할 수 있다.

따라서 조사는 소유경영자(기업가)를 대상으로 하였다. 이들 조사대상은 특성상 대기업보다 기업가 개인의 역량이 기업전반에 보다 많은 영향을 미치므로 개인특성과 기업가적 행동의 관계가 보다 분명히 드러날 것으로 판단되며, 환경 역시도 기업가정신과 관계를 통해 기업성과와 관계할 것이라고 예상되기 때문이다.

실증조사를 위한 모집단(population)은 전국에 소재하고 있는 관광중소기업가들을 대상으로 정하였으나 비용과 공간적 제약으로 인해 제주지역 관광중소기업가를 중심으로 표본(sample)을 선정하였다. 제주도청 관광정보 홈페이지(cyber.jeju.go.kr)에 등록된 업체 중 대기업이나 타기업 소유의 사업체는 본 연구목적과 부합하지 않기 때문에 조사대상에서 제외한 나머지 중소관광기업을 대상으로 하였다. 따라서 표본의 추출(sampling) 방법은 비확률 표본추출법 중 판단추출법(judgmental sampling)이다.

자료수집 방법은 우편조사(e-mail 포함)와 개인면접의 병행하였고, 자기기입식 설문지에 의한 설문조사가 수행되었다. 일반적으로 자료수집방법은 직접방문에 의한 개인면접, 우편 그리고 전화조사가 있고 이들 방법은 각각 장단점을 가지고 있다. 하지만 전화조사의 경우 설문항목이 많아 응답소요시간이 비교적 오래 걸리는 경우는 적합하지 않은 경우가 많기 때문에 본 연구를 위한 자료수집방법에서는 제외하였다.

217) Reichel, A. & S. Haber, *op.cit.*, pp.681-690.

218) 한국은행 제주본부, 『제주관광산업의 사업체현황과 시사점』, 2004, 12.



본 연구는 2002년부터 제주지역 중소기업가를 대상으로 이들의 특성과 유형, 지속가능한 관광수용 등을 중심으로 논의된 바를 탐색하고 있었으며, 기업가정신과의 관점에서의 예비연구는 2005년 1월부터 본격화하였다. 또한 그해 9월 1차적인 연구체계를 확정하였으며, 2006년 3월 이에 대한 문제점 및 개선사항과 관련하여 관광분야 학계 전문가와 논의하였다. 예비조사를 위한 설문조사는 2006년 4월 관광관련학과 대학원생을 대상으로 실시하였다. 예비조사 결과, 특히 기업가정신 측정항목과 관련하여 제조업을 기반으로 작성된 기존 항목의 적용시 문제가 있다고 판단되는 항목 등이 지적되어 본조사를 위한 설문지에서는 제외하였다.

본조사는 1차적으로 공식통계정보를 통해 제주도가 발행하는 『2005년도 주요관광행정현황』을 통해 조사대상업종의 1차적인 데이터베이스 작성하여 사용하려 하였다. 그러나 1차 목록에는 기업주소 및 대표자 등의 정보와 관련한 자료를 수집할 수는 있었지만, 포함된 총 1,591개의 업체 중 관광호텔을 포함한 숙박업체 수가 717개, 여행업체가 521개로 전체의 77.8%를 차지하는 등 편중 경향을 발견하였다.

연구대상인 관광중소기업의 경우 1인 개인기업에서 가족기업, 합명·합자회사에 이르기까지 다양한 소유형태가 존재한다.<sup>219)</sup> 이러한 점을 감안하여 본 연구의 목적에 보다 적합할 수 있도록 다양한 업종을 포함한 새로운 데이터베이스를 작성할 필요성이 제기되었다.

제주도청 관광정보 홈페이지는 제주지역 관광관련 홈페이지 중 가장 방대한 정보를 제공하고 비교적 다양한 관련 업체에 대한 정보를 링크하여 통계에 포함된 사업체 뿐만 아니라 관광객을 대상으로 실질적으로 사업을 운영하고 있는 스쿠버다이빙이나 서핑, 낚시 등의 비공식부문을 포함하고 있다는 점 등에서 본 연구의 목적과 가장 부합되는 데이터베이스로 판단되었다. 이에 따라 제주도청의 관광정보 홈페이지에 등록된 관광업체 목록을 기반으로 하여 외부지역 대기업이 운영하는 특급호텔이나 골프장, 콘도미니엄 등 본 연구의 목적과 부합되지 않는 업체를 제외하여 총 696개소를 선정하였다.

조사기간은 2006년 6월부터 9월까지이며, 자료수집방법은 조사원을 이용한 직접조사와 전자메일(e-mail)을 통한 수집방법을 병행하였다. 조사원은 설문내용에 대해 충분히 숙지한 관광경영학과 대학원생을 선정하여 이들 조사원이 업체를 직접방문하여 설문지에 대한 설명을 한 후 1주일 후에 수거하였고, 전자메일 주소를 파악할 수 있는 기업의 경

219) Dahles, H. & K, Bras, *op.cit.*, pp.6-8.

우 이를 통한 수집방법을 병행하였다.

이러한 과정을 통해 배포된 설문지는 총 696부이며 이 중 288부가 회수되었고 불성실한 응답을 한 설문지 14부를 제외한 274부를 분석에 이용하였다. 응답률은 41.4%였다. 방문조사임에도 불구하고 응답률이 낮은 이유는 최초 방문시 창업기업가를 직접 대면하기가 어려웠기 때문이다. 특히 펜션과 같은 소규모 숙박업의 경우 다수가 위탁관리인이나 직계가족 중 창업과 관련한 자세한 정보를 얻을 수 없는 가족이 상주하는 경우가 많았다. 따라서 이러한 경우 재방문이나 전화통화를 통해 다시 한번 협조를 당부하였다. 이러한 점에서 한범수·김사현은 전문가 조사 또는 기업을 대상으로 조사를 수행할 경우, 부득이하게 유효표본의 수가 한정되는 경우가 있다고 밝히고 있기도 하다.<sup>220)</sup>

### 3. 자료분석방법

본 연구는 기본적으로 구성개념간의 관계 또는 구성개념의 특성을 파악하기 위해 적절하다고 판단되는 통계적 분석기법을 활용하였다. 통계적 분석방법은 연구방법상에서 가설검증을 위한 수단에 불과하기 때문에 필요이상의 고도의 통계기법을 무리하게 적용할 필요는 없다.<sup>221)</sup>

수집한 자료를 분석하기 위해 사용한 통계적 분석 방법은 다음과 같다.

우선 표본의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 이용하였으며, 개별 구성개념의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 신뢰도 및 요인분석을 실시하였다. 또한 관광중소기업가 특성 파악을 위해서는 요인분석과 군집분석 그리고 ANOVA 및 교차분석을 이용하였다. 기업가의 개인특성 및 환경요인, 기업가정신 그리고 성과와 같은 개별 구성개념간의 관계검증을 위해서는 상관관계 분석과 ANOVA, 정준상관분석, 다중회귀분석을 이용하였다. 실증분석은 SPSS 10.0 for Windows 통계프로그램을 이용하였다.

220) 한범수·김사현, 관광학 연구논문의 조사설계방법에 대한 비판적 고찰: 한국관광학회 간행 『관광학연구』 지를 중심으로. 관광학연구 25(2). 2001, pp.13-33.

221) 박희석, 구조방정식모델을 활용한 『관광학연구』의 연구경향, 『관광학연구』, 29(1), 2005, pp.267-286.

### 제3절 연구대상지 특성

#### 1. 연구대상지 개관

본 연구의 대상지역인 제주지역은 천혜의 관광자원과 노동시간의 감소, 생활수준의 향상, 삶의 질 추구 등의 유리한 국내적 여건으로 인하여 1960년대 이후부터 중앙정부 주도의 꾸준한 관광개발이 이루어져 국내의 대표적인 관광목적지로 성장한 지역이다. 이에 따라 관광산업은 제주지역 경제성장을 이끌어온 주력산업으로 성장해왔다. <표 3-2>에서도 나타났듯이, 2004년 기준 제주지역의 총생산에서 관광산업은 27.9%를 차지하여 농림어업이나 건설업 등 제조업 기반이 약한 제주지역의 산업 중 가장 큰 비중을 가진 산업이란 사실에도 잘 나타나 있다.

하지만 1990년대 이후 해외여행 자율화, 관광객 욕구의 다양화 및 개성화 등으로 인해 관광객이 직접 관광형태를 결정하고 스스로 체험하는 관광의 선호경향과 같은 환경변화는 그간 국내에서 우월적 지위를 보였던 관광목적지로서의 제주지역의 위상변화를 요구했다. 그럼에도 불구하고 제주지역의 경우 이러한 상황변화에 따른 관광인프라에 대한 투자, 관광상품의 고품질화·차별화 노력을 등한시함으로써 경쟁관광지와의 비교우위를 상실함에 따라 2000년대 이후 관광산업의 성장은 정체를 보였다.<sup>222)</sup> 이러한 결과는 <표 3-3>에서 보듯이 2001년을 기점으로 제주지역의 관광객수와 관광수입이 한자리수의 증가율을 기록하는 계기로 작용했다.

<표 3-2> 제주지역의 산업구조

(단위 : %)

	농림어업	제조업	건설업	관광서비스	공공서비스	기타
제주도	14.6	2.9	13.6	27.9	19.2	21.8
전 국	3.6	28.4	9.4	17.9	14.6	26.1

자료 : 한국은행 제주본부, 『제주지역 자영업 현황과 향후 대응과제』, 2006, 9, p.16.

222) 한국은행 제주본부, 『제주관광산업의 현황과 고부가가치화를 위한 정책과제』, 2001, p.1.

<표 3-3> 관광객 및 관광수입

(단위 : 천명, 억원)

구 분	'98	'99	2000	2001	2002	2003	2004	2005
관 광 객	계	3,291	3,667	4,110	4,197	4,515	4,913	5,020
	내국인	3,067	3,420	3,822	3,907	4,226	4,692	4,641
	외국인	224	247	288	290	289	221	379
	증가율(%)	△24.6	11.4	12.0	2.1	7.6	8.8	0.4
관 광 수 입	계	9,558	10,295	14,975	14,957	15,265	15,661	17,202
	내국인	7,523	8,037	10,877	10,917	11,525	13,073	13,031
	외국인	2,035	2,258	4,098	4,037	3,740	2,588	4,171
	증가율(%)	△11.1	7.7	45.4	△0.1	2.1	2.6	7.2

자료: 제주도, 『2006 주요관광행정현황』.

한편, 관광진흥법상 제주지역의 관광사업체 현황은 <표 3-4>와 같이 2001년 444개에서 2005년 760개로 5년간 71.2% 증가하는 등 관광객수와 관광수입 성장의 정체에도 불구하고 관광사업체는 꾸준히 늘어나는 경향을 보이고 있고, 이중 여행업의 비중이 매우 높은 특성을 보인다.

<표 3-4> 관광진흥법상 관광사업체 현황

(단위 : 개소)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	
합 계	444	522	611	679	760	
여행업	321	387	458	521	581	
관광 숙박업	계	54	59	65	69	72
	호텔업	45	46	49	49	48
	휴양 콘도미니엄업	9	13	16	20	24
	휴양펜션업	-	-	15	23	32
관광객 이용 시설업	계	20	25	22	22	29
	전문휴양업	5	8	8	8	12
	관광유람선업	-	-	-	-	1
	외국인전용관광기념품판매업	15	17	14	14	16
유원시설업	8	7	6	8	9	
국제회의업	국제회의기획업	1	1	4	3	4
카지노업	8	8	8	8	8	
관 광 편 의 시 설 업	계	38	35	33	25	25
	관광유희음식점업	6	10	10	10	9
	외국인 전용유희음식점업	-	1	1	-	-
	관광식당업	21	21	19	12	13
	관광사진업	5	3	3	3	3

자료: 제주도, 『2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 주요관광행정현황』.

## 2. 관광중소기업 현황

관광진흥법상의 관광사업체 수는 기업의 규모와 다종한 사업의 복합산업인 관광산업의 특성을 반영하지 못하고 있다. 이러한 점을 감안하여 통계청의 『2000, 2003, 사업체기초통계조사보고서』를 토대로 한 한국은행 제주본부의 조사보고서와 제주도의 『2004, 사업체기초통계조사보고서』를 중심으로 제주지역 관광산업의 규모나 특성을 살펴보면 다음과 같다.<sup>223)</sup>

제주지역의 관광사업체수는 <표 3-5>에서 보듯이 2004년말 기준으로 14,325개이며, 종사자수는 44,725명으로 나타나고 있다. 업종별로는 음식점업(53.9%)과 운수 및 여행업(28.3%)의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났고, 2000년을 기준으로 비교할 경우, 소매업과 음식점을 제외한 나머지 모든 업종이 증가세를 보였다. 전국적으로도 음식점업과 운수 및 여행업의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

<표 3-5> 업종별 관광사업체수 현황

(단위 : 개, %, 명)

구분	2000		2003		2004		
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
제주	소매업	222	1.7	180	1.2	161	1.1
	숙박업	1,303	9.7	1,553	10.3	1,586	11.1
	음식점업	8,074	60.2	8,787	58.5	7,723	53.9
	운수 및 여행업	3,429	25.6	3,975	26.5	4,056	28.3
	임대업	34	0.3	51	0.3	56	0.4
	오락문화운동업	338	2.5	484	3.2	743	5.2
	계	13,400	100.0	15,030	100.0	14,325	100.0
	종사자수	41,224	-	47,796	-	44,725	-
전국	소매업	4,870	0.6	4,441	0.5	-	-
	숙박업	37,142	4.6	42,424	4.9	-	-
	음식점업	570,576	71.1	605,614	70.0	-	-
	운수 및 여행업	156,213	19.5	169,222	19.5	-	-
	임대업	1,182	0.1	1,874	0.2	-	-
	오락문화운동업	32,491	4.0	42,002	4.9	-	-
	계	802,474	100.0	865,577	100.0	-	-
	종사자수	2,105,331	-	2,296,935	-	-	-

자료: 통계청, 『2002, 2003, 사업체기초통계조사보고서』; 제주도, 『2004, 사업체기초통계조사보고서』.

주) 2004년 전국 자료는 통계청 자료의 미비로 제외함.

한편, 조직형태별 제주도의 관광관련 사업체를 보면, 2004년말 기준으로 개인의 비중

223) 한국은행 제주본부, 전계서, 2004, 12

이 96.8%이고 법인의 경우 3.2%를 보였다. 사업체 중 개인의 비중은 전산업(87.2%)보다 높게 나타나 관광사업체가 상대적으로 영세적임을 보여주고 있다. 한편 2000년에 비해 관광관련 사업체의 수는 증가하였지만 2003년에 비해서는 감소한 것으로 나타났다 (<표 3-6> 참조).

<표 3-6> 조직형태별 관광사업체수 현황

(단위 : 개, %)

구분		2000		2003		2004		
		사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중	
제주	관광 관련산업	개인	13,048	97.4	14,530	96.7	13,877	96.8
		법인	353	2.6	500	3.3	462	3.2
		계	13,400	100.0	15,030	100.0	14,339	100.0
	전산업	개인	34,218	88.1	36,798	87.3	37,098	87.2
		법인	4,629	11.9	5,338	12.7	5,433	12.8
		계	38,847	100.0	42,136	100.0	42,531	100.0
전국	관광 관련산업	개인	789,245	98.4	844,320	97.5	-	-
		법인	13,229	1.6	21,257	2.5	-	-
		계	802,474	100.0	865,577	100.0	-	-
	전산업	개인	2,674,780	88.8	2,759,426	86.6	-	-
		법인	338,637	11.2	428,490	13.4	-	-
		계	3,013,417	100.0	3,187,916	100.0	-	-

자료: 통계청, 『2002, 2003, 사업체기초통계조사보고서』; 제주도, 『2004, 사업체기초통계조사보고서』.

종사자 규모별 제주지역 관광사업체수 현황을 살펴보면 <표 3-6>과 같다. 2004년 기준 제주관광 관련산업의 종사자 규모별 사업체수를 보면, 종사자수 4인 이하 사업체의 비중이 90.4%이고 5-9인 이하 사업체의 비중 7.0%를 보여 전체 사업체중 10인 미만인 사업체의 비중이 97.4%를 차지하는 것으로 나타나고 있다. 전국기준 관광관련사업체의 비중 또한 2000년이나 2003년 모두 97% 이상을 보여, 관광관련 사업체는 상대적으로 전산업에 비해 높은 영세성을 보이는 것으로 나타났다.

이상과 같이 제주지역은 산업구조 상 관광산업에의 높은 의존성을 갖고 있다. 양적으로도 연간 500만명의 관광객이 방문하는 지역일 뿐만 아니라 다양한 관광관련 업종의 존재하는 관광중소기업의 높은 비중을 갖는 지역이다. 이러한 특성은 관광중소기업의 기업가정신과 성과연구라는 본 연구의 결과에 발전적 시사점을 제공할 수 있다고 판단되며 이에 따라 제주지역을 연구대상지로 선정하였다.

<표 3-7> 종사자 규모별 관광사업체수 현황

(단위 : 개, %)

구분		1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-299	300이상	계	
제주	관광 관련 산업	2000	12,110 (90.4)	923 (6.9)	224 (1.7)	78 (0.6)	37 (0.3)	27 (0.2)	1 (-)	13,400 (100.0)
		2003	13,440 (89.4)	1,146 (7.6)	240 (1.6)	129 (0.9)	44 (0.3)	26 (0.2)	5 (-)	15,030 (100.0)
		2004	12,947 (90.4)	997 (7.0)	202 (1.4)	111 (0.8)	39 (0.3)	26 (0.2)	3 (-)	14,325
	전산업	2000	32,997 (84.9)	3,463 (8.9)	1,337 (3.4)	773 (2.0)	198 (0.5)	66 (0.2)	13 (-)	38,847 (100.0)
		2003	35,449 (84.1)	4,021 (9.5)	1,517 (3.6)	858 (2.0)	204 (0.5)	74 (0.2)	13 (-)	42,136 (100.0)
		2004	36,182 (85.1)	3,867 (9.1)	1,413 (3.3)	775 (1.8)	200 (0.5)	77 (0.2)	17 (-)	42,531 (100.0)
전국	관광 관련 산업	2000	744,209 (91.8)	43,850 (5.5)	9,095 (1.1)	3,229 (0.4)	1,079 (0.1)	916 (0.1)	96 (0.0)	802,474 (100.0)
		2003	794,594 (91.8)	53,455 (6.2)	10,925 (1.3)	4,308 (0.5)	1,210 (0.1)	968 (0.1)	117 (0.0)	965,577 (100.0)
	전산업	2000	2,570,762 (85.3)	246,124 (8.2)	107,399 (3.6)	60,858 (2.0)	17,935 (0.6)	8,143 (0.3)	2,196 (0.0)	3,013,417 (100.0)
		2003	2,680,171 (84.1)	293,350 (9.2)	117,426 (3.7)	66,213 (2.1)	19,378 (0.6)	8,909 (0.3)	2,469 (0.0)	3,187,916 (100.0)

자료: 통계청, 『2002, 2003, 사업체기초통계조사보고서』; 제주도, 『2004, 사업체기초통계조사보고서』.

## 제4장 실증분석

### 제1절 표본의 특성과 신뢰성·타당성 검증

#### 1. 표본의 특성

표본의 인구통계학적 특성에 따른 빈도분석 결과는 <표 4-1>과 같다. 전체적으로 성별로는 남성, 대졸 이상의 교육수준을 가진 40대의 소득수준은 중류층으로 인식하는 제주지역 출신인 것으로 볼 수 있다.

<표 4-1> 인구통계적 특성

특성	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	238	86.9
	여성	36	13.1
학력	고졸이하	44	16.1
	전문대졸	94	34.3
	대졸이상	136	49.6
연령	30대이하	80	29.2
	40대	122	44.5
	50대 이상	72	26.3
소득	하위계층	28	10.4
	중류계층	212	79.1
	상위계층	28	10.4
거주년수	4년이하	24	8.9
	5년-9년	28	10.4
	10년-14년	28	10.4
	15년-19년	24	8.9
	20년이상	166	61.5

주) 결측값은 제외하고 계산함

이를 보다 구체적으로 살펴보면, 성별로는 남성이 86.9%(238명)으로 여성기업가 13.1%(36)보다 높았으며, 학력별로는 전체의 49.6%(136명)이 대졸이상으로 나타났고, 이어 전문대졸 34.3%(94명), 고졸이하 16.1%(44명)의 순으로 나타나 교육수준이 높은 것으로 분석되었다. 연령별로는 44.5%인 122명이 40대, 29.2%인 80명이 30대



이하, 26.3%인 72명이 50대 이상의 순으로 나타났다. 한편 소득수준은 인식적 차원에서 상위, 중위, 하위계층으로 측정하였는데, 79.1%인 212명이 중류계층이라고 응답했다. 제주지역에서 거주연수별로는 20년 이상이 61.5%인 166명으로 가장 높았으며 이어 5년~9년 사이와 10년~14년 사이가 각각 28명 10.4%, 4년이하와 15년~19년 사이가 각각 26명과 24명으로 8.9%, 8.8%의 순으로 나타났다.

## 2. 측정변수의 신뢰성·타당성 검증

신뢰성이란 둘 이상의 관찰자가 각기 관찰해서 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도로, 즉 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미한다. 이는 측정결과에 오차가 들어있지 않은 정도로, 변량에 대한 체계적 정보를 반영하는 정도를 나타낸다. 이러한 신뢰성 측정은 측정의 정확성과 결과의 일관성이 중요하다. 보통 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 높이기 위해 크론바하 알파계수(신뢰도계수)를 이용한 내적일관성 검증을 한다. 본 연구에서는 내적일관성에 의한 신뢰도 검증을 이용하여 알파계수(신뢰성 계수)를 측정하였다. 일반적으로 사회과학분야에서는 알파계수는 0과 1 사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.7 이상이면 비교적 신뢰도가 높은 것으로 보고 있다<sup>224)</sup>.

한편, 타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 그 평가방법에 따라 내용타당성, 기준에 의한 타당성, 개념타당성 등 3가지로 나누어진다.<sup>225)</sup> 내용타당성이란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 어느 정도나 측정할 수 있는 가를 보여 주는 것으로서 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거자료가 된다. 기준에 의한 타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 개념의 상태변화를 예측할 수 있는 정도를 의미한다. 개념타당성은 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통해 설문 자체의 타당성을 양적으로 평가할 수 있다. 요인분석시 요인수의 결정은 일반적으로 고유값이 1을 기준으로 하였으며, 요인적재량은 .4 이상인 것

224) 채서일, 전계서, pp.250-251.

225) 채서일, 상계서, pp.250-251.

을 유의한 것으로 판단하였고, 요인의 회전방식은 직각회전방식을 이용하였다. 명칭선정 기준은 설명에 큰 무리가 발생하지 않는 한 기존 연구의 주장에 따르며, 설문항목 중 높은 요인적재량의 변수를 적용하고, 요인표현에 무리가 따르는 변수는 제외하였다.

먼저 기업가정신의 선행요인으로 판단되는 제도적 환경요인과 관련한 12항목을 요인 분석한 결과는 <표 4-2>와 같이 3개의 요인으로 구성되었다.

<표 4-2> 제도적 환경 요인의 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	변수명	제도적 환경				
		요인 적재량	공통성	아이겐 값	분산 설명력	신뢰도 계수
지원 요인 (F1)	정부는 신사업 개발을 돕는 조직에 자금지원을 하고 있다.	.929	.877			
	정부는 창업하려는 사람들을 지원/지지하고 있다.	.898	.826	4.423	44.2	.938
	정부는 창업하려는 사람들을 특별히 지원하고 있다.	.897	.859			
	정부는 신생기업 또는 소기업과 계약을 장려하고 있다.	.874	.814			
인지 요인 (F2)	창업자들은 위험을 어떻게 대처하는지에 대해 알고 있다.	.895	.841			
	창업자들은 위험을 어떻게 관리하는지에 대해 알고 있다.	.872	.803	2.213	22.1	.865
	창업자들은 새로운 사업이 어떻게 법적으로 보호받는지에 대해 알고 있다.	.728	.692			
규범 요인 (F3)	새로운 사업을 창업하는 것은 사회에서 인정받고 있다.	.839	.742			
	기업가는 사회적으로 존경받고 있다.	.820	.698	1.267	12.7	.774
	일반인들은 창업자에 대해 매우 존경하는 경향이 있다.	.698	.560			

주 1) 추출된 요인들의 전체 설명력 79.0%임.

제1요인인 지원요인(정부의 자금지원, 창업자지원, 신생기업과의 계약장려)은 3개 요인 중 설명력이 40.1%로 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났고 신뢰성 계수도 0.7 이상을 보여 주어 분석에 이용하기에 무리가 없는 것으로 나타났다. 제2요인인 인지요인과 관련해서는 ‘창업자들은 상품에 대한 시장정보를 찾는 곳에 대해 알고 있다.’ 항목이 신뢰도검증 결과 제외시 요인의 신뢰도가 .828에서 .865로 높아져 분석에서 제외하였다. 제3요인인 규범요인을 구성하는 4개 항목에 있어서도 ‘혁신적·창조적 사고가 기업성공의 길로 이끈다.’ 항목을 제외시 높은 신뢰도 값(.742에서 .774)을 보여 이 항목 또한 분석에서 제외한 후 최종분석에 이용하였다. 추출된 3개 요인의 총분산 설명력은 79.0%이다.

한편 본 연구에서 기업가정신을 측정하기 위해 사용된 15개의 변수를 기준으로 신뢰

성 및 타당성을 분석한 결과는 <표 4-3>과 같다.

먼저 기업가정신의 요인분석 결과 요인적재값이 0.4에 미치지 못한 변수 4개 항목의 경우 유의성이 없어 제외하고 2개의 요인으로 추출되었다. 분석결과를 보면 이들 2가지 요인이 설명할 수 있는 총분산설명력은 62.2%이다. 각 요인명은 앞에서 언급한 요인명칭 선정기준에 따랐는데, 요인 1인 ‘혁신성’에 묶인 항목들을 살펴보면 혁신적 성향과 관련된 4개 항목과 사전대응적 성향인 진취성과 관련된 항목 2개 문항이다. 요인 2는 위험감수성향과 관련된 4개 항목과 진취성과 관련된 문항 1개 문항으로 구성되어 있어 ‘위험감수성’으로 명명하였다.

<표 4-3> 기업가정신 요인의 신뢰성 및 타당성분석

요인명	변수명	기업가정신				
		요인 적재량	공통성	아이겐 값	분산 설명력	신뢰도 계수
혁신성 (F1)	연구개발이나 혁신을 강조한다	.796	.684			
	창의적인 마케팅 방법의 개발을 위해 노력한다.	.793	.710			
	혁신적 경영기법을 도입하여 성과를 올리려 노력한다.	.792	.628			
	자원의 획득, 활용에 있어 창조적이고 독창적인 아이디어를 중시한다.	.712	.679	5.545	50.4	.882
	끊임없이 소비자 욕구를 파악하려는 노력을 기울인다.	.689	.531			
	신제품 개발에서 경쟁자보다 앞서르려 노력한다.	.687	.634			
위험 감수성 (F2)	위험을 무릅쓰고 환경변화에 대응할 수 있는 전략을 수립하고 실천한다.	.780	.694			
	투입 가능한 경영자원에 구애를 받지 않고 기회를 포착하고 추구한다.	.778	.644			
	낮은 위험보다 높은 위험에서 기회를 감지하고 포착한다.	.743	.558	1.297	11.8	.806
	시장에서의 주도권 확보를 위해 공격적인 경영을 한다.	.682	.578			
	새로운 유망사업 또는 관련사업에 진입하려고 노력한다.	.539	.502			

주 1) 추출된 요인들의 전체 설명력 62.2%임.

두 가지 요인과 관련한 분산설명력을 살펴보면 혁신성이 50.4%, 위험감수성이 11.8%로 나타나 기업가정신과 관련해 혁신적 성향이 보다 높은 설명력을 보여 주고 있다. 요약하면, 관광부문 중소기업가의 경우 진취성과 관련된 사전대응성의 경향이 기업가정신을 구성하는 속성이 아니라는 것이 아니고 혁신적인 행동이나 위험감수적 행동에 반영되어 나타나는 것이라 해석할 수 있다. 한편 신뢰성 검증결과 2가지 요인 모두 0.7 이

상의 값을 보여 분석에 이용하기에 무리가 없는 것으로 나타났다.

마지막으로 본 연구에서 사용된 성과변수들에 대한 신뢰성과 타당성을 검증한 결과는 <표 4-4>와 같다. 앞에서 언급한 바와 같이 재무적·비재무 차원에서 주관적 성과지표로 구성된 4가지의 변수들을 요인분석한 결과 단일차원으로 묶여 68.7%의 분산설명력을 보였으며, 신뢰도 계수도 .843으로 높아 분석에 이용하기에 무리가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-4> 성과요인의 신뢰성 및 타당성분석

요인명	변수명	성과				
		요인 적재량	공통성	아이겐 값	분산 설명력	신뢰도 계수
성과	긍정적인 평판을 얻는데 성공했다.	.875	.765	2.746	68.7	.843
	소비자 만족도를 높이는데 성공했다.	.867	.752			
	핵심적인 서비스를 개발하는데 성공했다.	.840	.705			
	연중 지속적인 수익을 창출하는데 성공했다.	.723	.523			

## 제2절 관광중소기업가 특성분석

### 1. 사업 및 배경적 특성

#### 1) 사업특성

표본의 사업특성을 분석하기 위해 창업유형, 소유구조, 설립연도, 창업자금 조달방법, 종업원수, 창업자금규모, 연간매출액, 업종을 기준으로 빈도분석한 결과는 <표 4-5>와 같다. 창업유형별로 보면 전체 표본의 60.6%인 166명이 독립적 창업자(또는 설립자)로 가장 높은 비중을 차지했으며, 이어 인수경영자가 16.1%(44명), 공동창업자 14.6%(40명), 창업휴계자 8.8%(24명)의 순을 보였다.

소유구조별로는 독립운영자가 158명으로 57.7%로 나타나 가장 높은 비율을 보였고 다음으로 공동운영이 44명(16.1%), 가족운영이 42명(15.3%), 주식회사와 같은 법인

형태가 30명(10.9%)의 순을 보였다. 이러한 기업의 설립연도를 살펴보면, 비교적 최근인 2000년~2005년 사이가 170명으로 62.5%를 차지하고 있고, 1995년~1999년이 19.1%(52명), 1990년~1994년이 11.0%(30명), 1990년 이전은 7.4%(20명)의 비율을 차지해 가장 낮은 값을 보였다.

<표 4-5> 사업특성

특성	항목	빈도(명)	비율(%)
창업유형	창업자	166	60.6
	공동창업자	40	14.6
	창업후계자	24	8.8
	인수경영자	44	16.1
소유구조	단독운영	158	57.7
	공동운영	44	16.1
	가족운영	42	15.3
	주식회사	30	10.9
설립연도	1990년대 이전	20	7.4
	1990년-1994년	30	11.0
	1995년-1999년	52	19.1
	2000년-2005년	170	62.5
창업자금 조달방법	개인(가족포함)	92	33.6
	금융기관	28	10.2
	개인 및 금융기관	132	48.2
	개인·금융·정부보조	22	8.0
종업원수	4人以下	116	45.7
	5인-9인	72	28.3
	10인-14인	30	11.8
	15인-50인 미만	36	14.2
창업자금 규모	1억원 미만	74	28.9
	1억원-2억원 미만	54	21.1
	2억원-3억원 미만	30	11.7
	3억원 이상	98	38.3
연간 매출액	1억원 미만	42	19.6
	1억원-2억원 미만	36	16.8
	2억원-3억원 미만	40	18.7
	3억원 이상	96	44.9
업종	숙박업	50	19.8
	여행업	58	23.0
	음식점업	50	19.8
	도·소매업	36	13.0
	관광농업·교통업	22	8.0
	기타관광서비스업	36	13.0

주) 결측값은 제외하고 계산함.

창업을 위한 자금조달방법은 가족을 포함한 개인과 금융기관을 이용했다는 응답이 가장 많은 48.2%(132명)를 나타냈으며, 이어 개인(가족 구성원 포함)이 33.6%(92명), 금융기관 10.2%(28명)의 순이었으며 개인·금융기관·정부보조금이라는 비율은 가장 낮은 8.0%(22명)를 나타내었다. 이들 기업의 종업원수를 보면 전체의 45.7%인 92명이 4인이하로 응답하였으며 이어 5인~9인이 28.3%(72명), 15인~50명 사이라는 응답은 14.2%(36명)였으며, 10인~14인이라는 응답은 가장 낮은 11.8%(30명)을 나타냈다.

창업자금의 규모별로는 3억원 이상이라는 응답이 가장 높은 비율인 38.3%(96명)를 보였고, 이어 1억원 미만은 28.9%(74명), 1억원~2억원 미만 21.1%(54명), 2억원~3억원 미만 11.7%(30명)의 순을 보였다. 연간매출액별로 보면 3억원 이상이 가장 높은 44.9%(96명)을 보였고 이어 1억원 미만 19.6%(42명), 2억원~3억원 사이 18.7%(40명), 1억원~2억원 사이는 가장 낮은 16.8%(36명)를 나타냈다. 마지막으로 업종별로 보면, 여행업이 23.0%(58명)으로 가장 높은 비율을 보였고 다음으로 숙박업과 음식점업이 각각 19.8%(50명), 관광기념품 판매와 같은 도·소매업이 13.0%(36명), 관광기념품 제조업이나 ATV 등 기타 관광서비스업 13.0%(36명)의 순이었으며 관광농업·교통업은 가장 낮은 8.0%(22명)의 순을 나타내었다.

## 2) 배경적 특성

관광중소기업가의 배경적 특성을 파악하기 위해 주요경력, 이전분야 근무년수, 이전직위, 창업경험, 부모의 역할모델, 인적네트워크, 출신지별로 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-6>과 같다.

주요경력별로는 관광관련기업근무가 23.9%(66명)으로 가장 높은 비율을 보였고, 이어 중소기업근무가 18.8%(52명), 자영업 15.2%(42명), 대기업근무 12.3%(34명)명, 현사업운영 11.6%(32명), 정부·교육·연구기관 근무 9.4%(26명) 등의 순을 보였다. 그리고 이들의 이전분야에서의 근무년수는 10년~14년 사이가 가장 높은 29.6%(80명) 비율을 보였으며, 이어 5년~9년 사이 26.7%(72명), 15년~19년 사이 15.6%(42명) 등의 순을 보였다. 이전분야에서의 평균 근무년수는 11.17년을 나타내었다.

<표 4-6> 배경적 특성

특성	항목	빈도(명)	비율(%)
주요 경력	대기업근무	34	12.3
	중소기업근무	52	18.8
	정부/교육/연구기관근무	26	9.4
	관광관련기업근무	66	23.9
	자영업	42	15.2
	현사업운영	32	11.6
	기타	24	8.7
이전분야 근무년수	4년 이하	40	14.8
	5년-9년	72	26.7
	10년-14년	80	29.6
	15년-19년	42	15.6
	20년 이상	36	13.3
이전직위	임원급	48	18.8
	관리직	118	46.1
	사원	90	35.1
창업경험	있음	112	40.6
	없음	164	59.4
부모의 역할모델	있음	100	36.2
	없음	176	63.8
인적네트워크	있음	168	61.3
	없음	106	38.7
출신지역	제주	166	61.5
	제주외지역	104	38.5

이전직위별로는 관리직이 전체표본의 46.1%(118명)으로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났고 이어 사원 35.1%(90명), 임원급 18.8%(48명)의 순을 보였다. 이러한 점은 평균근무년수가 11.17년이라는 사실과도 관련 개연성이 있어 보인다. 한편 창업 경험과 관련해서는 전체의 59.4%인 164명은 없었고, 나머지 40.6%(112명)은 창업 유 경험자인 것으로 분석되었다.

부모의 창업경험 유무는 창업기업가 자신의 역할모델로서의 작용할 수 있다. 이러한 측면에서 살펴본 결과 부모가 창업경험이 있다고 응답한 비율은 36.2%(100명)이었는데 반해 없다라는 비율은 63.8%(176명)으로 나타났다. 또한 창업 전 창업기업가를 알고 있었지와 관련한 인적네트워크에 대해서는 있다라고 응답한 비율이 61.3%(168명)를 차지한 반면 없다라는 응답은 38.7%를 보였다.

따라서 이들이 창업 관광중소기업가라는 측면에서 추후 실증적으로 검토해 볼 예정이

지만, 기업설립과 관련한 인적네트워크와 부모 역할모델의 개연성은 어느 정도 있다고 추론해 볼 수 있다. 마지막으로 출신지역과 관련해서는 제주지역 출신이 61.3%(166명), 제주지역 외 출신이 38.7%(106명)으로 추정되었다.

## 2. 사업목적 및 기업가유형에 따른 특성분석

역사적으로 기업가정신 관련 연구의 큰 흐름 중 하나는 ‘기업가는 누구인가?’와 관련하여 그 해답을 찾는 것이다. 이것은 기업가정신 연구에서 가장 기초적인 분석방법이면서 오랜 연구전통을 지녀온 경제학에서의 접근방법이기도 하다. 본 연구의 목적은 이와 관련한 기업가정신의 구성개념간의 관계를 실증적으로 검증하려는 것이지만 이에 못지않게 중요한 목적 중 하나는 관광기업가정신의 기초로서 과연 ‘관광중소기업가’의 특성 파악이라 할 수 있다. 이러한 측면에서 먼저 관광중소기업가의 사업목적에 밝히고 이를 기준으로 기업가 유형을 구분한 후 이를 각 특성과 비교하였다.

### 1) 관광중소기업가의 사업목적

관광중소기업가의 사업목적에 분석하기 위해 Getz & Carsen(2000)이 이용한 13항목을 이용하여 요인분석을 실시한 결과 요인적재량의 값이 0.4 이하를 보이는 3개의 항목을 제외한 10개 항목이 3개의 요인으로 분류되었고 요인의 총분산설명력은 59.2%를 보였다. F1은 ‘좋은 환경에서 살기위해서’, ‘여가생활을 유지하기 위해’, ‘라이프스타일을 즐기기 위해’의 3항목으로 구성되어 ‘라이프스타일’이라 명명하였으며 34.2%의 분산설명력을 보여주어 사업목적 중 가장 중요한 요인으로 해석되었다. F2는 ‘부수적인 소득원으로 활용’, ‘퇴직 후 소득원으로 활용’, ‘돈을 벌기 위해’, ‘실업상황의 극복’ 등의 4개 항목으로 구성되어 있어 ‘경제성’이라 명명하였고 14.4%의 분산설명력을 보여주는 것으로 나타났다. F3는 ‘새로운 도전’, ‘경제적 독립’, ‘사장이 되기 위해’의 3항목으로 구성되어 ‘자율성’이라 명명하였으며 11.0%의 가장 낮은 분산설명력을 보여주고 있었다.

이러한 결과는 기존 관광중소기업가 관련 연구의 결과와 유사한 결과를 보여 주고 있다. 예를 들면, Getz & Carsen, Ateljevic & Doorne, Getz & Nilsson 등은 관광



관련 다수의 연구들에서는 ‘라이프스타일’은 중소기업가의 주요한 사업목적이며 따라서 ‘라이프스타일 기업가’는 관광중소기업 분야의 기업가정신 연구에서 제조업 등의 다른 분야와 가장 구별되는 특징이라고 설명하고 있다.<sup>226)</sup> 물론 위의 분석결과에서 보듯이 기업운영에서 이익추구 또한 중요한 요인이지만 그 중요성은 상대적으로 약하다고 볼 수 있다.

<표 4-7> 사업목적 요인의 요인분석

요인명	변수명	제도적 환경				
		요인 적재량	공통성	아이겐 값	분산 설명력	총분산 설명력
라이프 스타일 (F1)	좋은 환경에서 살기위해서	.858	.745			
	내 여가생활을 유지하기 위해서	.801	.801	3.422	34.2	
	나의 라이프스타일을 즐기기 위해서	.652	.639			
경제성 (F2)	부수적인 소득원으로 활용하기 위해서	.740	.612			
	퇴직 후 소득원으로 활용하기 위해서	.639	.536	1.436	14.4	59.2
	돈을 많이 벌기 위해서	.605	.668			
자율성 (F3)	실업상황을 극복하기 위해서	.599	.465			
	새로운 도전을 하기 위해서	.822	.686			
	경제적 독립을 하기 위해서	.706	.546	1.101	11.0	
	사장이 되기 위해서	.490	.260			

## 2) 관광중소기업가 프로파일 분석

사업목적에 따라 추출된 3개 요인을 기준으로 기업가유형별 프로파일(profile)을 파악하기 위해 군집분석을 실시하였다. 3개의 사업목적 요인 각각에 포함된 항목을 표준화한 후 최단연결법을 이용하여 변수간의 유사성 거리를 기초로 하여 변수를 기준으로 한 계층적 군집분석을 실시하였다. 계층적 군집분석의 덴드로그램(dendrogram)을 분석한 결과 3개 군집으로 분류하는 것이 타당할 것으로 판단되었으며, 이를 기준으로 사업목적 요인과 분산분석을 실시하여 기업가유형을 분류하였다. 분류된 기업가유형은 인구통계적 특성, 사업특성 및 배경적 특성과 분산분석을 실시하여 관광중소기업가 프로파일을 파악

226) Getz, D. & J. Carsen, *op.cit.*, 2000, pp.547-560; Altjevic, J., & S. Doorme, *op.cit.*, pp.378-392; Getz, D. & P. Nilsson, *op.cit.*, pp.17-30.

하고자 하였다.

(1) 사업목적에 따른 기업가유형별 프로파일

<표 4-8>은 군집분석 결과 분류된 3개의 군집의 특성을 파악하고자 3개의 사업목적 요인과 ANOVA를 실시한 결과이다. <표 4-8>에서 나타난 바와 같이 군집1은 경제성에서, 군집2는 자율성에서, 군집3은 라이프스타일과 자율성에서 상대적으로 높은 값을 보이고 있다. 이를 기준으로 군집1은 ‘경제성 추구기업가’, 군집2는 ‘자율성추구 기업가’, 군집3은 ‘라이프스타일 기업가’로 볼 수 있으며, 표본수를 보면 라이프스타일 기업가에 92명, 경제성 추구기업가에 90명, 자율성추구 기업가에 72명의 순으로 파악되었다.

<표 4-8> 사업목적에 따른 관광중소기업가 유형

군집	사업목적요인	라이프스타일		
		라이프스타일	경제성	자율성
군집1 (n=90)		-0.1767	<b>0.6517</b>	-0.5202
군집2 (n=72)		-0.7884	-1.0207	<b>-0.1805</b>
군집3 (n=92)		<b>0.7899</b>	0.1612	<b>0.6502</b>
F(p)		89.017*** (0.000)	105.673*** (0.000)	41.98*** (0.000)

주) \* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01,

이를 기준으로 각 군집의 프로파일을 살펴보면 <표 4-9>와 같다. 군집 1은 이윤추구를 목적으로 하는 전통적인 ‘경제성 추구형 기업가’로 관광중소기업가 유형 중에서 2번째로 많은 빈도를 보이는 집단으로 분석될 수 있고, 군집 2는 상대적으로 자율성을 추구하지만, 그 경향은 많이 약한 집단으로 관광중소기업가 중 가장 적은 비중을 차지하는 기업가 유형으로 볼 수 있으며, 군집 3은 개인의 라이프스타일에 보다 가치를 두면서 동시에 자율성을 추구하는 ‘라이프스타일 기업가’로, 관광중소기업가 유형 중 가장 많은 비중을 차지하는 기업가 집단으로 볼 수 있다.

<표 4-9> 사업목적에 따른 관광중소기업가 프로파일

구분	프로파일 특성
군집1 (n=90)	이윤추구를 목적으로 하는 전통적인 '경제성 추구형 기업가'로 관광중소기업가 유형 중에서 2번째로 많은 빈도를 보이는 집단
군집2 (n=72)	독립된 삶을 추구하는 집단으로 관광중소기업가 중 가장 적은 비중을 차지하는 유형으로 '자율성 추구 기업가'임.
군집3 (n=92)	개인의 라이프스타일에 보다 가치를 두면서 동시에 자율성을 추구하는 '라이프스타일 기업가'로, 관광중소기업가 유형 중 가장 많은 비중을 차지하는 집단.

## (2) 인구통계적 특성에 따른 기업가유형별 프로파일

사업목적에 따른 3가지 기업가유형별 특성을 보다 구체적으로 살펴보기 위해 성별, 학력, 연령, 소득, 거주년수의 인구통계적 특성에 따라 교차분석을 실시하였고, 그 결과는 <표 4-10>과 같다. 분석결과 소득 및 거주년수만이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다( $p < .05$ ). 이에 따르면 군집 1인 경제성 추구 기업가는 소득계층은 중류층이며 제주 지역 거주년수가 10년 미만인 것으로 분석되었으며, 군집 2인 자율성 추구 기업가는 소득계층은 하위층이며 거주년수는 10년~20년 사이 제주지역에 거주한 층이며, 군집 3인 라이프스타일 추구 기업가는 소득별로는 상류이라고 인식하고 20년 이상의 장기간 제주 지역에 거주 또는 제주지역 출신인 기업가 유형으로 나타났다.

이를 기준으로 각 기업가 유형에 따른 프로파일을 작성해보면 <표 4-11>과 같다. 군집 1의 경제성 추구 기업가는 소득에 따른 사회계층은 중류층에 속하고, 제주지역 거주년수는 10년 미만으로 나타나 경제적 목적을 위해 의식적으로 제주지역으로 이주하여 창업한 관광중소기업가 집단으로 볼 수 있고, 군집 2인 자율성 추구 기업가는 소득에 따른 사회계층이 상위층에 속하고, 제주지역 거주년수가 10년~20년 사이이며 새로운 도전이나 경제적 독립을 위해 창업한 관광중소기업가 집단이며, 군집 3인 라이프스타일 추구 기업가는 소득에 따른 사회계층은 상위층에 속하고, 제주지역 거주년수가 20년 이상이거나 제주지역 출신으로 제주의 청정환경에서 자신의 삶의 방식을 추구하기 위해 창업한 관광중소기업가 집단으로 정리해 볼 수 있다.

<표 4-10> 인구통계적 특성에 따른 관광중소기업가 특성

구분		군집1 빈도(%)	군집2 빈도(%)	군집3 빈도(%)	전체빈도	$\chi^2$
성별	남성	77.2(34.9)	61.8(28.4)	<b>79.0(36.7)</b>	218(100)	1.207
	여성	<b>12.8(38.9)</b>	10.2(27.8)	13.0(33.3)	36(100)	
학력	고졸이하	14.2(35.0)	11.3(25.0)	<b>14.5(40.0)</b>	40(100)	0.837
	전문대졸	30.9(33.3)	25.5(31.1)	<b>32.6(35.6)</b>	90(100)	
	대졸이상	43.9(37.1)	<b>35.1(27.4)</b>	44.9(35.5)	124(100)	
연령	30대이하	27.6(30.8)	<b>22.1(38.5)</b>	28.3(30.8)	78(100)	6.992
	40대	39.7(35.7)	31.7(26.8)	<b>40.6(37.5)</b>	112(100)	
	50대이상	<b>22.7(40.6)</b>	18.1(18.8)	<b>23.2(40.6)</b>	64(100)	
소득	상류층	9.2(7.7)	<b>7.3(38.5)</b>	<b>9.4(53.6)</b>	26(100)	10.474**
	중류층	<b>70.3(39.4)</b>	55.9(26.3)	71.9(34.3)	198(100)	
	하위층	8.5(33.3)	6.8(33.3)	8.7(33.3)	24(100)	
거주년수	10년미만	<b>18.0(64.0)</b>	13.6(12.0)	18.4(24.0)	50(100)	22.549***
	10년-20년미만	15.8(27.3)	<b>12.0(36.4)</b>	16.2(36.4)	44(100)	
	20년이상	56.2(29.5)	42.4(29.5)	<b>57.4(41.0)</b>	156(100)	

주) \* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01,

<표 4-11> 인구통계적 특성에 따른 관광중소기업가 프로파일

구분	프로파일 특성
군집1 (n=90) '경제성추구형'	소득에 따른 사회계층은 중류층에 속하고, 제주지역 거주년수는 10년 미만으로 나타나 경제적 목적을 위해 의식적으로 제주지역으로 이주하여 창업한 관광중소기업가 집단
군집2 (n=72) '자율성 추구형'	소득에 따른 사회계층은 상위층에 속하고, 제주지역 거주년수가 10년~20년 사이로 새로운 도전이나 경제적 독립을 위해 창업한 관광중소기업가 집단
군집3 (n=92) '라이프스타일 추구형'	소득에 따른 사회계층은 상위층에 속하고, 제주지역 거주년수가 20년 이상이거나 제주지역 출신으로 제주의 청정환경에서 라이프스타일을 추구하기 위해 창업한 관광중소기업가 집단

### (3) 사업특성에 따른 기업가유형별 프로파일

사업목적에 따른 3가지 기업가유형별 특성을 보다 구체적으로 살펴보기 위해 창업유형, 소유구조, 설립연도, 창업자금 조달방법, 창업자금 규모, 종업원수, 연간매출액, 업종의 8가지 사업특성에 따라 교차분석을 실시하였고, 그 결과는 <표 4-12>와 같다.

<표 4-12> 사업특성에 따른 관광중소기업가 특성

구분	군집1 기대빈도(%)	군집2 기대빈도(%)	군집3 기대빈도(%)	전체빈도	$\chi^2$	
창업유형	창업자	53.6(27.5)	<b>43.9(35.5)</b>	<b>55.5(37.3)</b>	153(100)	20.232***
	공동창업자	<b>12.6(61.1)</b>	10.3(5.6)	13.1(33.3)	36(100)	
	창업후계자	<b>7.7(45.5)</b>	6.3(18.2)	8(36.4)	22(100)	
	인수경영자	14.0(35.0)	11.5(30.0)	<b>14.5(35.0)</b>	40(100)	
소유구조	단독운영	50.7(28.2)	<b>40.6(35.2)</b>	<b>50.7(36.6)</b>	142(100)	19.997***
	공동운영	<b>14.3(60.0)</b>	11.4(20.0)	14.3(20.0)	40(100)	
	가족운영	14.3(35.0)	11.4(15.0)	<b>14.3(50.0)</b>	40(100)	
	주식회사	<b>10.7(40.0)</b>	8.6(26.7)	10.7(33.3)	30(100)	
설립연도	1990년대이전	6.2(33.3)	<b>5.2(55.6)</b>	6.6(11.1)	18(100)	17.286***
	1990-1994년	8.9(30.8)	<b>7.5(38.5)</b>	9.6(30.8)	26(100)	
	1995-1999년	16.5(20.8)	13.8(37.5)	<b>17.7(41.7)</b>	48(100)	
	2000-2005년	<b>54.4(39.2)</b>	45.5(21.5)	<b>58.1(39.2)</b>	158(100)	
창업자금 조달방법	개인(가족포함)	<b>30.7(41.9)</b>	<b>24.6(30.2)</b>	30.7(27.9)	86(100)	32.857***
	금융기관	<b>10.0(71.4)</b>	8.0(21.4)	10.0(7.1)	28(100)	
	개인, 금융기관	42.1(23.7)	<b>33.7(32.2)</b>	<b>42.1(44.1)</b>	118(100)	
종업원수	개인·금융·정부보조	7.1(30.0)	5.7(10.0)	<b>7.1(60.0)</b>	20(100)	5.551
	4인이하	40.2(35.1)	32.6(22.8)	<b>41.2(42.1)</b>	114(100)	
	5-9인	23.3(33.3)	<b>18.9(33.3)</b>	23.8(33.3)	66(100)	
	10-14인	<b>9.2(38.5)</b>	7.4(30.8)	9.4(30.8)	26(100)	
창업자금규모	15-50인이하	<b>11.3(37.5)</b>	<b>9.1(37.5)</b>	11.6(25.0)	32(100)	36.380***
	1억원미만	25.7(27.0)	<b>21.4(45.9)</b>	26.9(27.0)	74(100)	
	1억원-2억원미만	17.4(20.0)	14.5(24.0)	<b>18.2(56.0)</b>	50(100)	
	2억원-3억원미만	9.7(21.4)	8.1(28.6)	<b>10.2(50.0)</b>	28(100)	
연간매출액	3억원이상	<b>31.2(53.3)</b>	26.0(17.6)	32.7(28.9)	90(100)	5.960
	1억원미만	<b>13.9(38.1)</b>	13.0(28.6)	15.1(33.3)	42(100)	
	1억원-2억원미만	11.9(33.3)	11.2(22.2)	<b>12.9(44.4)</b>	36(100)	
	2억원-3억원미만	<b>12.5(42.1)</b>	11.8(26.3)	13.7(31.6)	38(100)	
업종	3억원이상	29.7(26.7)	<b>28.0(37.8)</b>	32.3(35.6)	90(100)	28.430***
	숙박업	<b>17.5(50.0)</b>	13.8(12.5)	16.7(37.5)	48(100)	
	여행업	<b>21.1(41.4)</b>	<b>16.7(41.4)</b>	20.2(17.2)	58(100)	
	음식점업	<b>16.8(43.5)</b>	13.3(26.1)	16.0(30.4)	46(100)	
	도·소매업	12.4(23.5)	<b>9.8(39.4)</b>	<b>11.8(47.1)</b>	34(100)	
	관광농업,교통업	7.3(10.0)	5.8(30.0)	<b>6.9(60.0)</b>	20(100)	
기타관광서비스업	10.9(26.7)	8.6(33.3)	<b>10.4(40.0)</b>	30(100)		

주) \* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01,

분석결과 종업원수와 연간매출액을 제외한 6개 항목에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(p < .05). 이에 따르면 군집 1 유형(경제성 추구형 기업가군)은 공동창업자나 창업후계자가 공동운영이나 주식회사와 같은 법인으로 운영하며 비교적 최근인 2000년 이후 설립한 초창기 기업으로, 창업자금은 개인 또는 금융기관에 의존하고 있고 상대적으로 대규모라 할 수 있는 3억원 이상의 창업자금을 숙박업이나 여행업, 음식점업을 설립

하기 위해 투자되는 것으로 나타났다. 군집 2 유형(자율성 추구형 기업가군)은 대부분 창업자가 단독운영하는 기업으로 1990년 중반이전에 기업을 설립하여 운영하고 있고 1억원 미만의 창업자금을 개인이나 개인·금융기관을 이용해 조달하였으며 주로 여행업이나 도·소매업을 운영하고 있는 기업가로 나타났다. 한편 군집 3 유형은 대부분 창업자이거나 인수경영자이거나 일부는 창업후계자로서, 단독 또는 가족에 의해 소유되고 있으며, 1990년대 중반이후부터 최근에 이르기까지 창업이 이루어지고 있고, 자금조달은 가족을 포함한 개인에 의존하기 보다는 개인·금융기관, 개인·금융기관·정부보조금에 의존하며 주로 1억원~3억원 사이의 창업자금을 이용하여 관공농업이나 교통업, 도·소매업, 기타 관광서비스업 등을 설립하여 운영하는 것으로 나타났다. 이러한 사업특성에 따른 관광중소기업가 프로파일을 요약하면 <표 4-13>과 같다.

<표 4-13> 사업특성에 따른 관광중소기업가 프로파일

구분	프로파일 특성
군집1 (n=90) '경제성 추구형'	공동창업자나 창업후계자가 공동운영이나 주식회사와 같은 법인으로 운영하며 비교적 최근인 2000년 이후 설립한 초창기 기업으로, 창업자금은 개인 또는 금융기관에 의존하고 있고 3억원 이상의 대규모 창업자금을 숙박업이나 여행업, 음식점업을 설립하기 위해 투자하여 운영하는 관광중소기업가 집단
군집2 (n=72) '자율성 추구형'	대부분 창업자가 단독운영하는 기업으로 1990년 중반이전에 기업을 설립하여 운영하고 있고 1억원 미만의 창업자금을 개인이나 개인·금융기관을 이용해 조달하였으며 주로 여행업이나 도·소매업을 운영하고 있는 관광중소기업가 집단
군집3 (n=92) '라이프스타일 추구형'	가족 또는 단독운영되는 창업자, 인수경영자로서, 시기적으로 제주관광이 성장·성숙기에 접어든 1990대 중반이후부터 최근에 이르기까지 창업이 이루어지고 있으며, 1억원~3억원 사이의 창업자금을 이용하여 관공농업이나 교통업, 도·소매업, 기타 관광서비스업 등을 설립하여 운영하는 관광중소기업가 집단

#### (4) 배경적 특성에 따른 관광중소기업가 유형별 프로파일

사업목적에 따른 3가지 기업가유형별 특성을 보다 구체적으로 살펴보기 위해 이전경력, 이전분야 근무년수, 이전분야 직위, 창업경험, 부모의 역할모델, 인적네트워크, 출신지의 7가지 항목의 배경적 특성에 따라 교차분석을 실시하였고, 그 결과는 <표 4-14>와 같다.

<표 4-14> 배경적 특성에 따른 관광중소기업가 특성

구분	군집1 기대빈도(%)	군집2 기대빈도(%)	군집3 기대빈도(%)	전체빈도(%)	$\chi^2$	
이전경력	대기업	<b>10.6(40.0)</b>	8.5(20.0)	<b>10.9(40.0)</b>	30(100)	29.290***
	중소기업	17.7(36.0)	14.2(28.0)	<b>18.1(36.0)</b>	50(100)	
	정부/교육/연구기관	8.5(33.3)	6.8(16.7)	<b>8.7(50.0)</b>	24(100)	
	관광관련기업	22.7(28.1)	<b>18.1(43.6)</b>	23.2(28.1)	64(100)	
	자영업	<b>12.8(50.0)</b>	10.2(16.7)	13.0(33.3)	36(100)	
	현사업운영	9.2(7.7)	7.4(38.5)	<b>9.4(53.8)</b>	26(100)	
	기타	<b>8.5(58.3)</b>	6.8(16.7)	8.7(25.0)	24(100)	
이전분야 근무년수	4년이하	14.5(30.0)	<b>11.3(40.0)</b>	14.2(30.0)	40(100)	10.730
	5-9년	<b>25.4(42.9)</b>	19.8(22.9)	24.8(34.3)	70(100)	
	10-14년	26.9(29.7)	<b>20.9(35.1)</b>	<b>26.3(35.1)</b>	74(100)	
	15-19년	<b>12.3(47.1)</b>	9.6(17.6)	12.1(35.3)	34(100)	
	20년이상	10.9(33.3)	8.5(20.0)	<b>10.6(46.7)</b>	30(100)	
이전직위	임원급	16.1(22.7)	<b>12.5(36.4)</b>	<b>15.4(40.9)</b>	44(100)	8.336*
	관리직	<b>39.6(42.6)</b>	30.6(29.6)	37.8(27.6)	108(100)	
	사원	32.3(36.4)	24.9(22.7)	<b>30.8(40.9)</b>	88(100)	
창업경험	없음	<b>53.9(36.8)</b>	43.1(28.9)	55.1(34.2)	152(100)	0.682
	있음	36.1(33.3)	28.9(27.5)	<b>36.9(39.2)</b>	102(100)	
부모의 역할모델	없음	<b>56.7(40.0)</b>	45.4(26.3)	58.0(33.8)	160(100)	3.944
	있음	33.3(27.7)	26.6(31.9)	<b>34.0(40.4)</b>	94(100)	
인적네트워크	없음	<b>35.7(44.0)</b>	<b>27.8(34.0)</b>	36.5(22.0)	100(100)	15.056***
	있음	54.3(30.3)	42.2(23.7)	<b>55.5(46.1)</b>	152(100)	
출신지	제주	56.2(29.5)	<b>42.4(29.5)</b>	<b>57.4(41.0)</b>	156(100)	7.700**
	제주외지역	<b>33.8(46.8)</b>	25.6(23.4)	34.6(29.8)	94(100)	

주) \* p < 0.1, \*\* p < 0.05, \*\*\* p < 0.01,

분석결과 이전경력과 인적네트워크, 출신지의 3개 항목만이 유의수준 0.05에서 유의했으며, 이전직위는 유의수준 0.1에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이를 기준으로 보다 구체적인 기업가유형별 특징을 살펴보면, 경제성 추구 기업가군(군집 1)은 이전 주요 경력으로 대기업에서 관리직으로 근무하거나 자영업에 종사했으며, 창업 전 잘 알고 있어 창업에 도움을 주었던 창업기업가를 알고 있지 못하며, 제주지역의 출신으로 제주지역에서 창업한 관광중소기업가 유형으로 나타났다. 그리고 자율성 추구 기업가군(군집 2)은 이전 주요 경력으로 관광관련기업에 종사한 임원급이며 창업과정에서 도움을 주었던 창업기업가를 알고 있지 못하고 있는 제주출신의 기업가집단으로 분석되었다. 마지막으로 라이프스타일 추구 기업가군(군집 3)은 대기업, 중소기업, 정부·교육·연구기관

또는 창업자 등 다양한 이전 경력을 가지고 있는 집단으로 이전 직장에서 임원이나 사원으로 근무한 경험이 있고, 창업전부터 창업과정에 조언을 구할 수 있는 창업기업가를 알고 있었으며, 다수가 제주지역 출신의 기업가집단으로 나타났다.

이러한 사업특성에 따른 관광중소기업가 프로파일을 요약하면 <표 4-15>와 같다.

<표 4-15> 배경적 특성에 따른 관광중소기업가 프로파일

구분	프로파일 특성
군집1 (n=90) '경제성 추구형'	이전 주요 경력으로 대기업에서 관리직으로 근무하거나 자영업에 종사했으며, 창업 전 잘 알고 있어 창업에 도움을 주었던 창업기업가를 알고 있지 못하며, 제주지역의 출신으로 제주지역에서 창업한 관광중소기업가 집단
군집2 (n=72) '자율성 추구형'	이전 주요 경력으로 관광관련기업에 종사한 임원급이며 창업과정에서 도움을 주었던 창업기업가를 알고 있지 못한 제주출신의 관광중소기업가 집단
군집3 (n=92) '라이프스타일 추구형'	다양한 이전 경력을 가지고 있는 집단으로 이전 직장에서 임원이나 사원으로 근무한 경험이 있고, 창업 전부터 창업과정에 조언을 구할 수 있는 창업기업가를 지인으로 알고 있었으며, 다수가 제주지역 출신인 관광중소기업가 집단

### 제3절 가설검증

#### 1. 개인특성과 기업가정신의 관계(가설 1)

<가설 1>은 관광중소기업가의 개인특성과 기업가정신과의 관계에 대한 가설이다. 이를 검증하기 위해 기업가정신 구성요소인 혁신성과 위험감수성에 대해 개인특성으로 고려한 성별, 연령, 학력과 같은 인구통계적 변수와 이전직위, 관광관련분야 종사경험유무, 창업경험, 부모의 역할모델, 출신지역, 인적네트워크 등의 배경적 변수와 ANOVA 분석과 필요에 따라 던컨(Duncan)의 사후검증을 실시하였고, 그 결과는 <표 4-16>과 같다.

먼저, 기업가정신 구성요소 중 혁신성 변인과의 관계를 살펴보면, 인구통계적 변인 중 성별만이  $p < 0.1$  수준에서 유의했으며, 연령과 학력은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이를 해석해보면 남성이 5.34, 여성이 4.94의 평균값을 나타내 여성보다 남성이 보다 혁신지향적인 것으로 보였다. 한편 배경적 특성변인과는 이전직위( $p < 0.01$ )와 인적네트워크( $p < 0.01$ ), 부모의 역할모델( $p < 0.05$ )만이 유의한 것으로 나타났다. 이를 요약해보면



이전직위는 임원급(5.78)이고 부모가 창업경험이 있으며(5.49), 창업전 조인을 구할 수 있는 창업경영자가 있는 경우(5.46), 혁신성향이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-16> 개인특성과 기업가정신과의 관계분석 결과

구분	기업가정신								
	혁신성				위험감수성				
	전체	F	p	전체	F	p			
성별	남성	5.34	5.28	4.12	.043*	4.64	4.57	6.68	.010*
	여성	4.94				4.12			
연령	30대이하	5.24	5.28	.464	.630	4.56	4.57	.868	.421
	40대	5.25				4.49			
	50대 이상	5.39				4.72			
학력	고졸이하	5.31	5.28	.132	.941	4.41	4.58	1.972	.119
	전문대졸	5.27				4.68			
	대학졸	5.31				4.63			
	대학원이상	5.14				4.04			
이전직위	임원급	5.78A	5.30	5.537	.004**	5.04A	4.57	4.733	.010*
	관리자급	5.18B				4.45B			
	사원급	5.20B				4.48B			
관련분야 종사경험	있음	5.22	5.29	1.609	.206	4.55	4.57	.153	.696
	없음	5.40				4.60			
창업경험	없음	5.28	5.28	.003	.959	4.53	4.57	.413	.521
	있음	5.29				4.62			
부모의 역할모델	없음	5.17	5.28	5.652	.018*	4.57	4.57	.009	.924
	있음	5.49				4.56			
출신지역	제주외지역	5.31	5.27	.179	.672	4.78	4.57	5.663	.018*
	제주	5.25				4.43			
인적네트워크	없음	4.97	5.28	13.346	.000**	4.29	4.56	10.028	.002**
	있음	5.46				4.74			

주1) \* p < 0.05 \*\* p < 0.01, 주2) A<B<C는 Duncan의 사후검증결과

한편, 기업가정신 구성요소 중 위험감수성 변인과의 관계를 살펴보면, 혁신성과의 관계에 있어서와 마찬가지로 인구통계적 변인 중 성별만이 p<0.05 수준에서 유의했으며, 연령과 학력은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이를 해석해보면 남성이 4.64, 여성이

4.12의 평균값을 나타내 여성보다 남성 기업가가 보다 위험감수성향이 큰 것으로 나타났다. 한편 배경적 특성변인과는 이전직위( $p<0.05$ )와 인적네트워크( $p<0.01$ ), 출신지역( $p<0.05$ )만이 유의한 것으로 나타났다. 즉, 이전직위는 임원급(5.78)이고 출신지역은 제주외 지역이며(4.78), 창업전 조언을 구할 수 있는 창업경영자가 있는 경우(4.74), 위험감수성향이 높은 것으로 나타났다.

요약하면, 성별과 이전직위, 인적네트워크의 경우 혁신성 및 위험감수성 모두와 유의한 차이를 보이는 변수로 나타났고, 부모의 역할모델과 출신지역은 각각 혁신성과 위험감수성과만 유의한 차이를 보였다. 이와 같은 실증분석 결과를 고려해볼 때 전반적으로 남성이면서 임원급의 이전 직위를 가지고 있으며 인적네트워크가 존재할수록 기업가정신 또한 높다고 해석해볼 수 있어 <가설 1>은 부분적으로 채택될 수 있다.

## 2, 사업환경과 기업가정신의 관계(가설 2)

<가설 2>는 사업환경 변인인 사업위험성, 진입장벽, 경쟁강도, 사업기회와 기업가정신의 구성개념인 혁신성, 위험감수성과의 영향관계를 검증하려는데 목적이 있다. 즉 관광중소기업가는 사업환경에 대한 인식정도에 따라 기업가적 행동성향이라 할 수 있는 혁신적이고 위험감수적인 성향이 다를 것이라고 보는 것이다. 이를 검증하기 위해 먼저 상관관계 분석을 통해 사업환경과 기업가정신 변수들간의 관계의 정도를 파악하고, 각 변수군들 사이에서 최대 상관관계를 나타내도록 하는 선형결합을 구하는 정준상관분석을 실시하였다.

우선 상관관계 분석을 통해 살펴보면 <표 4-17>과 같다. 기업가정신의 혁신성 요인과 사업환경 변수들간의 관계에 있어 경쟁강도와 사업기회가 정(+)<sup>의</sup> 유의한 관계를 보였고, 위험감수성과는 진입장벽과 사업기회가 정(+)<sup>의</sup> 유의한 상관관계를 나타냈다. 사업환경 요인들간의 상관관계에 있어 변수들간의 상관계수가 높게 나타나지 않아 다중공선성이 의심되는 변수는 없었다. 이러한 상관분석 결과를 놓고 볼 때, 경쟁이 치열하다고 느끼고 사업기회가 많다고 인식하는 기업가일수록 혁신성이 크다고 느끼며, 한편으로 진입장벽이 높고 사업기회가 많다고 인식한다면 위험감수성향은 높다는 것으로 해석할 수 있다.

<표 4-17> 사업환경 요인과 기업가정신의 상관관계

구분	혁신성	위험감수성	사업위험	진입장벽	경쟁강도	사업기회
혁신성	1.000					
위험감수성	.664**	1.000				
사업위험	-.069	.055	1.000			
진입장벽	.094	.180*	.379**	1.000		
경쟁강도	.131*	.039	.221**	.363**	1.000	
사업기회	.208**	.179**	.011	.101	.026	1.000

\* p<0.05 \*\* p<0.01,

단순상관관계분석을 기준으로 기업가정신 요인과 사업환경 요인 사이에 존재하는 관련성 패턴을 밝히기 위해 정준상관분석을 실시한 결과 <표 4-18>과 같이 2개의 유의적인 정준함수가 도출되었다.

두 변인군으로부터 도출된 선형조합간의 정준상관계수는 정준함수 1에서는 0.266, 정준함수 2는 0.203로 나타났고, 정준상관계수의 제곱(CR<sup>2</sup>)는 각각 0.071과 0.041로 나타났고, 각 변수의 결합으로 설명되는 분산의 상관관계는 p<0.05 수준에서 유의적임을 알 수 있다. 한편 정준상관계수는 각 변수들간의 선형결합 개개의 변수들이 분산의 상당량을 설명하지 못하더라도 상대적으로 높은 상관계수를 가질 수도 있으므로, 이를 고려하기 위해 중복성지수(redundancy index)를 고려한다. 이 중복성지수는 회귀분석의 결정계수(R<sup>2</sup>)과 유사하다. 정준함수 1의 중복성지수는 0.038이고 정준함수 2의 중복성지수는 0.019로 나타나 사업환경 요인의 변수군이 기업가정신 요인의 변동 설명력은 낮은 것으로 해석되었다.

이를 보다 구체적으로 정준부하량 0.3 이상인<sup>227)</sup> 요인들을 기준으로 살펴보면, 정준함수 1에서는 혁신성과 위험감수성 모두가 사업환경요인 중 사업위험, 경쟁강도, 사업기회 요인들과 유의적인 관계를 보이는 것으로 나타났고, 정준함수 2에서는 위험감수성만이 진입장벽, 사업기회, 사업위험 요인들과 관계가 있는 것으로 나타났다. 따라서 사업환경 요인과 기업가정신은 유의한 관계를 갖고 있다는 가설 2는 부분적으로 채택되고 있음을 알 수 있다.

227) S.A. Zahra, *op.cit.*, pp.259-285.

<표 4-18> 사업환경 요인과 기업가정신의 정준상관분석

요인	정준함수			
	1		2	
	표준정준상관계수	정준부하	표준정준상관계수	정준부하
<b>기업가정신</b>				
혁신성	1.204	.954	-.532	.299
위험감수성	-.396	.401	1.265	.916
<b>사업환경</b>				
사업위험	-.506	-.366	.155	.348
진입장벽	.030	.130	.895	.768
경쟁강도	.648	.554	-.556	-.177
사업기회	.648	.696	.357	.413
중복성지수	.038		.019	
p값	.001**		.017*	
정준상관계수(CR)	.266		.203	
CR <sup>2</sup>	.071		.041	

\* p<0.05 \*\* p<0.01

### 3. 제도적 환경과 기업가정신의 관계(가설 3)

<가설 3>는 기업가정신 영향요인 중 본 연구의 주요 요인으로 선택된 환경의 호의성 요인과 기업가정신의 구성개념인 혁신성, 위험감수성과의 영향관계를 검증하려는데 목적이 있다. 즉 관광중소기업가는 규범적, 인지적, 규제적 측면의 지원환경 요인에 대한 인식이 따라 기업가적 행동성향이라 할 수 있는 혁신적이고 위험감수적인 성향이 다를 것이라고 보는 것이다. 이를 실증분석을 통해 아래에서 보다 구체적으로 살펴보고자 한다.

<표 4-19>는 단순상관관계분석을 통해 요인들간의 상관관계를 대략적으로 살펴본 결과이다. 이를 보면 기업가정신 요인 중 혁신성은 규범요인 및 인지요인과 정(+)의 관계에 있고, 위험감수성은 규범·인지·지원요인의 3가지 요인 모두와 정(+)의 관계를 보이고 있는 것으로 나타났다, 이는 p<0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기업가에 대한 정부의 제도적 지원, 사회의 인식, 그리고 기업운영과 관련한 지식에서의 인식수준이 클수록 기업가적 성향 또한 크다고 해석해 볼 수 있다.

따라서 환경의 호의성 요인과 기업가정신은 유의한 영향관계를 갖고 있다는 가설 2는 부분적으로 채택되고 있음을 알 수 있다.

<표 4-19> 제도적환경요인과 기업가정신의 관계

구분	혁신성	위험감수성	규범요인	인지요인	지원요인
혁신성	1.000				
위험감수성	.664**	1.000			
규범요인	.387**	.470**	1.000		
인지요인	.344**	.400**	.474**	1.000	
지원요인	.062	.214**	.224**	.375**	1.000

\* p<0.05 \*\* p<0.01,

단순상관관계 분석결과 기업가정신 요인들과 환경의 호의성 요인들간의 상호 관련되어 있는 것으로 분석되었다. 이 같은 관련성의 구체적인 패턴을 살펴보기 위해 정준상관 분석을 실시한 결과는 <표 4-20>과 같다.

분석결과 2개의 유의적인 정준함수가 도출되었다. 두 변인군으로부터 도출된 선형조합간의 정준상관계수를 살펴보면, 정준함수 1은 0.529, 정준함수 2는 0.190으로 나타났고 정준상관계수의 제곱(CR<sup>2</sup>)는 각각 0.280과 0.036을 보였으며 각 변수의 결합으로 설명되는 분산의 상관관계는 p<0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 또한 이러한 선형결합 상에서 기업가정신에 대한 환경의 호의성 요인의 변동설명력을 나타내내는 중복성지수는 각각 0.226, 0.007로 나타났다.

한편 환경의 호의성과 관련한 기업가정신 요인 중에서는 정준함수 1에서는 위험감수성의 정준부하량이 0.976을 보여 혁신성에 비해 상대적인 기여도가 큰 것으로 나타났고, 반대로 환경의 호의성 요인 중에서는 규범요인과 인지요인의 정준부하량이 각각 0.9와 0.793을 보여 지원요인보다 기여정도가 큰 것으로 해석되었다. 정준함수 2에서는 기업가정신 요인 중에서는 혁신성(-0.581)이, 환경요인 중에서는 지원요인(0.871)이 상대적인 기여도가 큰 것으로 확인되었다.

이를 보다 구체적으로 정준부하량 0.3 이상인 요인들을 기준으로 살펴보면, 정준함수 1에서는 기업가정신의 두 요인인 모두가 세 가지 환경의 호의성 요인과 유의적인 관계를 보이는 것으로 나타났으며, 정준함수 2에서는 기업가정신 요인 중 혁신성과 지원요인의 관계는 부(-)의 관계에 있다고 나타났다.

<표 4-20> 환경요인과 기업가정신의 정준상관분석

요인	정준함수			
	1		2	
	표준정준상관계수	정준부하	표준정준상관계수	정준부하
기업가정신				
혁신성	.295	.814	-1.308	-.581
위험감수성	.779	.976	1.091	.220
제도적환경				
규범요인	.680	.900	.078	.051
인지요인	.478	.793	-.559	-.119
지원요인	.026	.350	1.067	.871
중복성지수	.226		.007	
p값	.000		.000	
정준상관계수(CR)	.529		.190	
CR <sup>2</sup>	.280		.036	

\* p<0.05 \*\* p<0.01,

#### 4. 기업가정신과 성과의 관계(가설 4)

<가설 3>은 기업가정신이 성과와의 관계를 검증과 관련된다. 이를 위해 기업가정신 요인인 혁신성과 위험감수성을 독립변수로 고려하고 기업가의 성과를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였고, 그 결과는 <표 4-21>과 같다.

분석결과를 살펴보면, 기업가정신 요인 중 혁신성과 위험감수성 요인 모두가 성과에 정(+의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성 또한 p<0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이 모형에서 독립변수가 종속변수를 설명해주는 결정계수(R<sup>2</sup>)는 0.263을 보여 총 변동의 26.3%를 회귀식이 설명하는 것으로 분석되었다. 한편 다중회귀분석에 있어 가장 문제가 되는 독립변수간의 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF값도 모두 10보다 분석상 별 문제가 없는 것으로 판단된다.<sup>228)</sup> 이를 구체적으로 살펴보기 위해 각 변수들이 혁신성에 미치는 상대적인 영향력인 회귀계수를 살펴본 결과, 혁신성( $\beta=.372$ ), 위험감수성( $\beta=.200$ ) 순을 보여 상대적으로 성과와 혁신성과의 영향관계가 보다 크다고 분석되었다 (p<0.01). 결과적으로 혁신성과 위험감수적인 기업가가 성과가 좋으며, 상대적으로는 위험감수성보다는 혁신성의 영향이 크다고 해석해 볼 수 있다. 이러한 결과에 따라서 <가설 4>는 채택되었다.

228) 강병서, 『인과분석을 위한 연구방법론』, 서울: 무역경영사, 1999, p.217.

<표 4-21> 기업가정신과 성과와의 관계분석결과

요인	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량		
	B	표준오차	베타			공차한계	VIF	
전반적 성과	(상수)	1.945	.303		6.415	.000**		
	혁신성	.372	.074	.361	5.063	.000**	.560	1.785
	위험감수성	.200	.070	.203	2.486	.005**	.560	1.785
	F값=47.169 R <sup>2</sup> =0.269 수정된 R <sup>2</sup> =0.263 유의확률 0.000**							

주) \* p < 0.05 \*\* p < 0.01

## 제4절 분석결과의 요약 및 시사점

### 1. 분석결과의 요약

본 연구는 제주지역 관광중소기업을 대상으로 기업가의 특성을 탐색적으로 살펴보고, 지금까지 개별적으로 진행되어온 기업가의 개인특성, 사업환경, 제도적환경과 기업가정신, 성과와의 관계를 보다 통합적인 관점에서 실증적으로 분석하였다. 이러한 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주지역 관광중소기업가의 다수는 대졸이상의 학력을 가진 40대 남성으로 제주지역 출신인 것으로 나타났다. 사업특성으로는 창업한 소유경영자이며, 2000년 이후 설립되어 비교적 업력이 짧고, 종업원수 4인 이하의 개인·가족기업인 것으로 나타났다. 배경적 특성은 관광관련 기업 근무경험이 있으며, 대체로 5년-14년 정도 관리직으로 근무하였고, 주위의 창업경험자의 조언 등이 창업이나 운영과정에서 주요한 역할을 하는 것으로 분석되었다.

둘째, 표본 대상 기업가의 사업동기를 요인분석 한 결과, 경제외적 가치를 지향하는 비경제적 동기의 추구가 기업운영의 일반적 목표라고 할 수 있는 경제적 이윤추구 보다 상대적으로 중요시 되는 것으로 나타났다.

셋째, 사업동기에 따른 기업가유형을 분석한 결과, 경제외적 가치를 지향하는 라이프 스타일 추구형, 이윤추구를 목적으로 하는 경제성 추구형, 그리고 독립된 삶을 추구하는

자율성 추구형으로 구분되었다.

라이프스타일 추구형 기업가는 제주지역 출신인 경우가 많고, 제주가 가진 자연매력을 향유하기 위해 기업을 창업하거나 인수를 통해 기업가가 된 사람이며, 개인이나 가족들의 노동력에 의존해 사업을 운영하며, 다양한 직종과 직급에서 근무한 경험자인 것으로 분석되었다. 이들은 1990년대 중반이후부터 최근까지 지속적으로 관광사업에 종사하는 것으로 나타났다.

경제성 추구형 기업가는 대기업 관리직이나 자영업자로 일하다가 경제적 목적으로 최근인 2000년 이후에 제주로 이주해 공동창업의 형태로 기업을 운영하는 기업가형인 것으로 분석되었다.

자율성 추구형 기업가는 이전직장에서 주로 임원급으로 일하다가 새로운 도전이나 독립된 삶의 목적으로 1990년대 중반이전부터 창업해 운영하고 있는 제주지역 출신 기업가인 것으로 나타났다.

한편, 본 연구의 목적은 단순히 전통적 기업가정신 연구관점인 기업가 개인특성 연구에서 벗어나 그간 관광경영학 분야에서 연구가 미진했던, 개인특성·환경·성과와 기업가정신의 관계를 가설설정을 통해 실증적으로 분석함으로써 기존의 연구흐름과의 차이를 파악하고자 했다. 이러한 측면에서 실증분석 한 결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 기업가의 개인특성과 기업가정신의 관계에 있어 인구통계적 특성으로는 성별이, 배경적 특성으로는 이전직위와 인적네트워크가 혁신성 및 위험감수성으로 측정된 기업가정신과 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 반면 출신지역은 위험감수성에만, 부모의 역할모델은 혁신성에만 유의한 것으로 분석되었다.

즉, 성별로는 여성보다 남성이, 이전직위에 있어서는 관리자 및 사원급보다 임원급이, 사업의 창업이나 운영 등과 관련해 상담이나 조언을 해줄 수 있는 전문가나 경영자들과 인적네트워크를 구축하고 있는 사람이 그렇지 않은 사람보다 전반적인 기업가정신은 높은 것으로 나타났다. 그리고 출신지역별로는 제주지역보다 제주지역 외 출신 기업가가 상대적으로 위험감수성이 높았고, 부모의 역할모델에 따라서는 부모가 창업경험을 가지고 있는 사람이 그렇지 않은 사람보다 높은 혁신성향을 보이는 것으로 나타났다.

둘째, 사업환경의 구성요인인 사업위험, 진입장벽, 경쟁강도 및 사업기회와 기업가정신의 관계를 단순상관분석을 통해 분석한 결과, 사업기회는 혁신성 및 위험감수성과 정(+)의 관계를 보였지만, 경쟁강도와 진입장벽은 각각 혁신성과 위험감수성과만 정(+)의



관계를 보였다. 사업위험성은 기업가정신과 유의한 관계를 보이지 않았다.

즉, 기업가정신은 사업환경 중 사업기회의 인식과 보다 많은 관련이 있다고 볼 수 있고, 경쟁강도가 높으면 혁신성이, 진입장벽이 높으면 위험감수성이 높은 기업가적 활동을 추구한다고 할 수 있다.

셋째, 제도적 환경의 구성요인인 규범요인과 인지요인은 기업가정신 구성속성인 혁신성·위험감수성과 모두 정(+)의 관계에 있지만, 지원요인은 위험감수성과만 정(+)의 관계에 있는 것으로 나타났다. 즉, 기업가에 대해 사회의 전반적인 인식(규범측면), 기업가가 갖추어야 할 기술이나 능력습득이나 배양(인지측면)과 관련한 환경이 우호적으로 조성될수록 기업가정신은 높아진다고 할 수 있다.

지원측면과 관련해 볼 때, 정부가 기업가에 대해 이들이 활동하기에 유리한 정책적 배려가 크다면, 사람들이 취업을 통한 안정적인 봉급생활자가 되기보다는 상대적으로 위험감수성이 큰 기업가가 되기로 선택하는 경향이 높을 것이라고 파악할 수 있다.

특히, 기업가의 기능적 능력 배양과 관련된 인지측면은 벤처기업을 대상으로 연구한 김갑·한상설의 주장에서도 강조되고 있는 부분이다.<sup>229)</sup> 즉, 어느 부문을 막론하고 기업가적이기 위해서는 풍부한 경험과 경영 전반에 대한 경험, 기술적인 관리기능 경험이 우선되어야 함을 알 수 있다. 하지만, 상대적으로 관광중소기업에 있어 기업가정신의 고취에는 기업가에 대한 사회적 태도, 기업가로 갖추어야 할 기술이나 능력에 대한 개인의 인식이 정부 지원에 대한 인식보다 크게 작용하는 것으로 볼 수 있다.

넷째, 기업가정신과 속성인 혁신성과 위험감수성은 모두 주관적 성과로 측정된 관광중소기업의 성과에 정(+)의 영향을 미치는 유의한 요인으로 나타났다. 즉, 기업가정신이 높으면 기업가의 주관적 성과도 높다고 볼 수 있다.

가설검증을 통한 결과를 요약하면 <표 4-22>와 같다.

229) 김갑·한상설, 산업구조, 벤처전략 및 기업가 특성이 벤처성과에 미치는 영향. 『벤처경영연구』, 2(1), 1999, pp.51-75.

<표 4-22> 가설검증의 요약결과

가설	관 계	연구가설 채택여부	결과의 해석
가설 1	기업가의 개인특성과 기업가정신		
가설 1-1	성별과 기업가정신	채택	성별에 따라 기업가정신은 차이를 보인다.
가설 1-2	연령과 기업가정신	기각	-
가설 1-3	학력과 기업가정신	기각	-
가설 1-4	이전직위와 기업가정신	채택	이전직위에 따라 기업가정신은 차이를 보인다.
가설 1-5	관광분야 근무경험과 기업가정신	기각	-
가설 1-6	창업경험과 기업가정신	기각	-
가설 1-7	부모의 역할모델과 기업가정신	부분채택	부모의 창업경험은 혁신성에만 차이를 보인다
가설 1-8	출신지역과 기업가정신	부분채택	출신지역에 따라 위험감수성은 차이를 보인다.
가설 1-8	인적네트워크와 기업가정신	채택	인적네트워크에 따라 기업가정신은 차이를 보인다.
가설 2	사업환경과 기업가정신		
가설 2-1	사업위험성과 기업가정신	기각	-
가설 2-2	진입장벽과 기업가정신	부분채택	진입장벽은 위험감수성과 정(+)의 관계에 있다.
가설 2-3	경쟁강도와 기업가정신	부분채택	경쟁강도는 혁신성과 정(+)의 관계에 있다.
가설 2-4	사업기회와 기업가정신	채택	사업기회와 기업가정신은 정(+)의 관계에 있다.
가설 3	제도적환경과 기업가정신		
가설 3-1	규범요인과 기업가정신	채택	기업가에 대한 규범차원의 환경이 우호적일수록 기업가정신은 함양된다.
가설 3-2	인지요인과 기업가정신	채택	기업가에 대한 인지차원의 환경이 우호적일수록 기업가정신은 함양된다.
가설 3-3	지원요인과 기업가정신	채택	지원요인은 위험감수성에만 부(-)의 영향을 미친다.
가설 4	기업가정신과 성과		
가설 4-1	혁신성과 성과	채택	혁신성이 높을수록 성과는 높다
가설 4-2	위험감수성과 성과	채택	위험감수성이 클수록 성과는 높다

## 2. 분석결과의 시사점

상기 분석결과를 토대로 관광중소기업가의 기업가정신과 관련한 시사점을 이론적·실무적 측면에서 살펴보았다.

첫째, 관광사업의 성과를 결정하는 요인들에 대한 기존 연구들은 환경과 개인특성 요인들과 성과간의 직접적인 영향관계만을 상정하고 검증을 시도하고 있다. 본 연구에서는 기업가정신의 중요성에 초점을 두고 있다는 점에서 기존 연구와 차별화를 시도했다.

이는 관광중소기업의 성과가 단순히 품질이나 기업가 특성, 외부환경 여건에 의해서

결정되기보다는 기회추구를 통한 기업자원 재결합활동과 같은 기업가 개인의 기업가정신에 의해 보다 촉진될 것이라고 보았기 때문이며, 연구결과에서도 기업가정신이 성과에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타나 가정이 타당한 것으로 판명되었다.

기업가정신과 성과의 관련성에 대해 제조업 등에서 실시된 상황적합론에 기반을 둔 일부 연구에서는 기업가정신과 성과간의 관계를 부정하기도 하지만,<sup>230)</sup> 본 연구에서는 이와 관련한 다수의 연구결과와 부합하는 결과를 보였다. 따라서 기업가정신에 의해 창업되고 지속적으로 기업가적 행동성향을 보이는 기업들이 성과가 높다는 주장은 지지되고 있다. 이것은 조직문화나 구조 등 조직내부의 특성과 기업가정신이 적합할 때 비로소 성과가 향상될 수 있다는 상황적합이론가들의 주장은 관광중소기업에서는 예외적으로 적용된다고 할 수 있다. 즉, 중소기업은 소규모성으로 인하여 조직특성보다는 기업가 자신의 역량이 더욱 중요하다고 보는 산업조직론이나 자원의존이론의 주장을 지지하는 것이라고 해석할 수 있다.

또한, 그간 개념적으로 추정되고 있던 주관적 성과를 성과변수로 도입함으로써 이러한 성과변수가 관광중소기업의 성과지표로 활용됨과 관련한 유용성도 실증분석을 통해 입증하였다.

둘째, 환경의 제도적 차원과 기업가정신의 관계를 실증분석 결과, 기업가정신과 인지, 규범, 지원요인이 대체로 정(+)의 관계에 있는 것으로 나타났다. 즉, 기업가정신의 함양은 기업가에 대한 긍정적 사회적 인식과 기업가를 기업가적이게 하는 기능과 능력의 배양이 중요하다. 이러한 측면은 기업가에 대한 사회의 부정적 인식을 긍정적으로 전환시킬 필요성이 있다고 보고, 이를 위해 국가나 지역차원에서 기업가정신 교육(entrepreneurial education) 프로그램의 지원이나 환경조성이 중요하다는 주장과 부합한다.<sup>231)</sup>

특히, 관광중소기업가는 기업운영과 관련한 이전 경험이나 지식이 부족하고 자금력이나 마케팅력, 정보력이 약하기 때문에 이들 창업기업의 성공률을 높이기 위해서는 이와 같은 기업가적 능력배양 프로그램에 대한 정책적 지원 필요성은 더 크다고 할 수 있다.<sup>232)</sup> 따라서 현재 IT 등의 하이테크 및 벤처기업 육성을 지원하는 창업보육센터와 같

230) 예를 들면, 김영조, 전계논문, pp.69-89 참조.

231) Spencer, J.W. & C. Gomez, *op.cit.*, pp.1098-1107.

232) C. Echter, *op.cit.* pp.119-134.

은 기능과 역할을 담당할 수 있는 지원조직 및 지원프로그램이 중요할 것이다

셋째, 관광부문의 사업환경과 관련하여 해당 시장기회에 대한 인식정도에 따라 혁신적이고 위험감수적인 기업가적 활동을 보였다. 경쟁강도가 높은 환경에서는 위험감수적인 기업활동보다는 혁신적인 활동을 선호하고, 진입장벽이 높은 환경에서는 혁신적이기 보다는 위험감수적인 활동을 보인다고 볼 수 있다.

이러한 점은 기업가정신을 시장기회의 추구를 통해 기업이 혁신적이고 위험감수적 행동을 함으로써 경쟁우위의 획득과정으로 보고 있는 다수의 연구결과와도 부합하는 점이다. 즉, 환경에 대한 수동적 적응보다는 변화하는 환경에 내재된 시장불균형을 성장기회로 인지하고 포착하는 것이 관광중소기업에게도 중요함을 시사한다.

넷째, 제주지역 관광중소기업에서 Gray의 주장처럼 라이프스타일 기업가의 존재는 뚜렷한 특징으로 나타났다. 이러한 결과는 Ateljevic & Doorne, Domenico, 오상훈 등의 국내외 기존 관광부문 기업가 연구의 결과와도 일치한다.<sup>233)</sup>

하지만, 다수의 라이프스타일 지향적 기업가의 존재는 기업의 성장과 발전이라는 경제적 목적의 추구보다는 경제외적 가치를 추구하는 라이프스타일 동기에 의해 설립·운영되는 경향이 높기 때문에 장기적인 관점에서 지역 경제의 발전에 크게 기여하지 못할 가능성이 있다.<sup>234)</sup> 따라서 지역 관광발전을 촉진시키기 위한 관광정책이나 계획에 이들 기업가를 보다 기업가적으로 행동하게끔 유인하는 정책적 고려가 동반될 필요가 있다.

다섯째, 조사대상자들의 기업가적 행동성향을 살펴보면, 제주지역 관광중소기업가들의 다수는 제주지역 출신인 것으로 나타났지만, 제주의 출신 기업가들에 비해 기업가정신은 낮은 것으로 나타났다.

이러한 결과는 Penang & Langkawi나 Fiji와 같은 섬관광목적지의 원주민과 이주민을 대상으로 기업가정신을 연구한 Din, Rao의 연구결과에서도 일관되게 지적되는 부분이다.<sup>235)</sup> 섬지역주민과 외부출신자들의 기업가정신의 차이는 미시적으로는 섬관광목적지 원주민들의 경영기술·자본의 결핍 때문이며, 거시적으로는 시장경제의 기본 메카니즘

233) Altjevic, J. & S. Doorne, *op.cit.*, pp.378-392; Domenico, D.M. *ibid.*, p.255; 오상훈, 전개논문, pp.73-90.

234) Thomas, R. An Introduction to the Study of Small Tourism and Hospitality Firm. In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), Cassell. London and N. Y. 1998, pp.1-16.

235) A.H. Din, *op.cit.*, pp.55-63; D.R. Rao, *Culture and Entrepreneurship in Fiji's Small Tourism Business Sector*, Ph.D. Thesis, Victoria University, 2004, p.143.

(mechanism)보다 당사자간의 장기적인 협력관계를 중요시하는 문화적 차이 때문인 것으로 본다.

여섯째, 인구통계적 특성인 성별과 배경적 특성인 이전사업경험이나 인적네트워크의 강조가 기업가정신과 보다 차이를 보이는 변수로 밝혀졌다. 기존 연구에서의 성차에 따른 기업활동의 차이에 대해서는 엇갈린 결과를 나타내고 있지만, 실제 사업현장에서는 기업활동의 조건과 양상이 성별에 따라 다르다라는 점을 시사한다.

특히, 관광사업부문에서 여성의 역할은 중요한 특성이라고 여겨지지만,<sup>236)</sup> 실질적인 창업이나 운영 등에 있어 혁신적이고 위험감수적인 기업가적 행동성향은 이전직장에서의 경험이 상대적으로 풍부하고 인적네트워크가 많은 남성이 주도적으로 역할을 한다고 볼 수 있다. 성별차는 또한 기업활동에 있어 사회적 기술의 중요성과 관련한 견해와도 부합된다.<sup>237)</sup> 즉, 기업가는 창업 당시뿐만 아니라 기업을 운영함에 있어서 끊임없이 새로운 사업기회를 모색하고, 이 과정에서 다양한 사람들과 성공적인 사회적 관계 형성해야 한다. 이렇게 형성된 사회적 관계는 불확실하고 체계화되지 못한 환경에서 기업을 운영하여야 하는 중소기업가에게 기존의 지식의 대처를 통한 한계를 극복하게 해 줄 수 있다.

이 같은 논의에 따르면 제주지역의 여성 관광중소기업가는 아직까지 남성이 가장이며 경제활동의 주체이고 여성의 자리는 가정이라는 전통적 성역할관에서 자유롭지 못할 뿐만 아니라 사업활동을 수행하는 사회적 여건 또한 우호적이지 않다는 것을 의미한다.

---

236) Getz, D. & J. Carlsen, *op.cit.*, pp547-560.

237) Carolis, D.M.D. & P. Saporito, *op.cit.*, pp41-56.

## 제5장 결 론

### 제1절 연구의 요약

오늘날의 급변하는 경영환경의 변화에 따라 기업의 성공여부는 빠르게 변화하고 있는 고객의 욕구를 어떻게 만족시키며, 경영환경의 변화에 얼마만큼 민첩하게 대응할 수 있는가의 여부와 관련되어 있다. 따라서 시장기회에 동태적으로 반응하여 인력과 자원을 동원하는 기업가정신이 기업의 성공이나 기업의 발전, 나아가 경제발전의 핵심역할을 한다는 것이 학계 및 기업, 정책결정자들에게 이론의 여지가 없다.

제주도와 같은 자연경관 위주의 섬관광목적지는 환경적인 이점은 있지만, 경제적 구조는 취약하다. 대량생산·대량소비의 대중관광 위주의 관광산업은 이들 관광목적지의 취약한 경제를 지탱하는 중추적인 역할을 함에도 불구하고, 부정적 효과로 인해 그 중요성이 간과될 수 있다. 관광중소기업과 기업가정신의 축진은 관광산업에 지역주민이 능동적으로 참여하게 함으로써 관광의 편익을 지역에 확산시키고, 관광의 부정적 효과를 감소시킨다는 점에서 연구의 필요성이 있다.

이에 본 연구는 관광산업의 현상적 상황에서 개념제시를 못하고 있고 경험적 검증이 부족했던 기업가정신과 성과개념을 중심으로 관련 변수들을 이론적으로 고찰하고, 도출된 구성개념간의 관계검증을 통해 이론적·실무적 시사점을 제공하는데 목적을 두었다. 연구 대상은 한국의 대표적인 관광지인 제주지역의 관광중소기업 소유경영자를 대상으로 하였으며, 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 국내의 관광중소기업 분야는 제조업에 비해 개념 및 특성, 역할 등에 대한 연구가 미진한 상태임을 감안해 관광연구에서의 학술적 연구대상으로써 중요성을 기업가정신과 관련한 문헌고찰을 중심으로 정리하였다.

둘째, 전통적 기업가정신 연구는 중소기업 규모를 대상으로 하고, 이들의 경영현상은 이들 기업 소유경영자 개인의 확장으로 본다. 따라서 중소기업 사업에서 중요하다고 할 수 있는 제주지역 관광중소기업 소유경영자의 특성을 파악하고자 하였다.

셋째, 기업가정신과 기업가 개인특성, 환경의 관계를 문헌고찰을 통해 개념화를 시도

하고 실증분석하여 이론적·실무적 시사점을 도출하고자 하였다.

넷째, 기업가정신과 성과와의 관련성을 문헌고찰을 통해 개념화를 시도하고 실증분석하여 이론적·실무적 시사점을 파악하고자 하였다.

구성개념간의 관계는 기업가정신과 중소기업 관련 문헌연구를 통해 설정하였고, 설문지법을 이용하여 2006년 4월에서 9월까지 6개월간 제주지역 관광중소기업 소유경영자를 대상으로 자료를 수집한 후 통계적으로 검증하였다.

이러한 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 제주지역 관광중소기업가의 다수는 대졸이상의 학력에 40대인 남성이며, 제주지역 출신인 것으로 나타났다. 사업특성으로는 창업자이자 소유자인 소유경영자로, 2000년 이후 설립된 비교적 업력이 짧은 사업체이며, 종업원 수는 4인 이하의 개인·가족기업인 것으로 파악되었다. 배경적 특성은 관광관련 기업 운영경험이 있으며, 대체로 5년-14년 정도 관리직으로 근무하고 창업하며, 주위에 창업경험자의 조언 등이 창업 및 운영 과정에서 주요한 역할을 하는 것으로 나타났다.

둘째, 제주지역 관광중소기업가의 사업동기 및 목표는 여가와 가족중시 및 삶의 질과 같은 비경제적 가치인 라이프스타일인 것으로 파악되었다.

셋째, 기업가의 개인특성과 기업가정신의 관계에 있어 인구통계적 특성으로는 성별이, 배경적 특성으로는 이전직위와 인적네트워크가 혁신성 및 위험감수성을 속성으로 하는 기업가정신과 유의한 관계를 보이는 것으로 나타났고, 출신지역은 위험감수성에만, 부모의 역할모델은 혁신성에만 유의한 것으로 분석되었다.

넷째, 사업환경 요인인 사업위험, 진입장벽, 경쟁강도 및 사업기회와 기업가정신의 관계를 상관분석 한 결과, 사업기회는 혁신성 및 위험감수성과 정(+)의 관계를 보였지만, 경쟁강도와 진입장벽은 각각 혁신성과 위험감수성과만 정(+)의 관계를 보였다. 사업위험성은 기업가정신과 유의한 관계를 보이지 않았다.

다섯째, 제도적 환경 요인인 규범·인지요인과 혁신성·위험감수성으로 측정된 기업가정신은 정(+)의 관계에 있지만, 지원요인은 위험감수성과만 정(+)의 관계에 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 기업가정신의 속성인 혁신성과 위험감수성은 모두 주관적 성과로 측정된 관광중소기업의 성과에 정(+)의 영향을 미치는 요소로 나타났다.

## 제2절 연구의 시사점

이상의 연구결과를 바탕으로 이론적·실무적 시사점을 도출하고자 하였다. 먼저, 이론적 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 관광산업 연구에서 그 중요성에 비해 상대적으로 관심을 적게 받아온 관광중소기업과 기업가정신에 대한 관심을 제고시켰다. 관광중소기업은 관광산업의 다수를 차지하고, 경제의 건전성을 지속시키는데 중요한 역할을 한다는 점에서 대기업을 대상으로 하는 기존 이론의 단순한 적용이 아니라 이들 기업의 특성을 반영할 필요가 있다.

둘째, 기업가정신의 영향요인으로 고려된 기업가 개인특성 요인 중 성별, 이전직위, 인적네트워크 등 일부 변수는 기업가정신과 유의한 차이를 보인 반면, 그렇지 않은 변수들도 있었다. 심리학자들은 기업가와 그렇지 않은 사람간의 개인특성 차이를 통해 기업가정신의 본질을 밝히려 한다. 하지만 사회학자들의 지적처럼 개인특성적 접근법은 실증연구에서 일관된 결과를 나타내지 못하고 있어 기업가정신 연구에서 한계를 갖고 있다는 점이 관광중소기업 부문을 대상으로 한 본 연구의 결과에서도 입증되었다.

셋째, 관광부문의 기존 기업가정신 연구가 기업가의 개인특성에 중점을 두고 있는 반면, 본 연구는 환경과 개인특성, 성과와의 관계를 포괄하는 다소 통합적인 시각에서 접근하고자 하였다. 이는 기업가정신을 전략적 선택의 관점 등 다양한 시각에서 파악하고 있는 경영학분야의 최근의 시각을 반영한 것이다.

실무적 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 정책적인 측면에서 창업지원이나 프로그램이 개설되는 등 사회전반에서 기업가적 활동에 대한 관심이 고조되고 있고, 정부도 창업활성화를 위한 여러 가지 방안이 제기되고 있다. 이러한 일련의 방안들은 우선 기업가와 기업가정신에 대한 이해가 전제되지 않고서는 효과를 기대하기 어렵다. 특히, 관광부문은 제주지역 경제에서 비중이 높음에도 불구하고 기타부문에 비해 정책당국자들의 중소관광기업가에 대한 관심이 상대적으로 적었다는 점에서 본 연구는 보다 실효성 있는 정책을 수립하는데 도움을 줄 수 있다.

둘째, 기업가의 개인특성은 기업설립의 형태나 기업운영의 방식에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 기업가 개인특성의 이해는 기업가정신을 촉진시키기 위한 정책개발에 도움을 줄 수 있다. 일례로, 여성보다 남성이 기업가적 행동성향이 상대적으로 높았는데, 이는



서비스업에서의 여성의 역할비중을 고려해보면 여성창업을 위한 정책적 지원의 고려 필요성을 암시한다.

셋째, 기업가정신과 성과가 정(+)의 관계에 있다는 것은 경영자들에게 기업가적 행동을 유인하는 장기적인 여건조성이 필요함을 암시한다. 이는 기업가정신 고취와 관련한 사회문화적 규범이나 인식인 제도적 환경과 기업가정신의 유의적 관계에서도 들어나고 있는 사실이다. 장기적인 여건조성의 예를 들면, 조직 내 혁신성을 강조하는 기업문화의 정착이나 대기업을 중심으로 자신들의 기업에 활력을 불어넣어주기 위해 시행 또는 시행중인 사내창업, 기업가에 대한 긍정적 인식 확산을 돕기 위한 경제교육의 강화 등이 있다.

### 제3절 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구의 한계점으로는 다음과 같이 지적할 수 있다.

첫째, 조사대상으로 지역·규모·업종을 가능한 제한하지 않으려 하였으나 지역적인 제한이 이루어졌다. 본 연구는 설문을 수집하는 과정에서 주로 제주지역으로 한정하였다. 따라서 본 연구의 결과를 일반화하는데는 한계가 있다.

둘째, 가설검증에 사용된 연구방법이 면접조사와 같은 질적연구를 병행하지 않고 설문에만 의한 조사만을 이용함으로써 설문에 대한 해석의 차이와 응답자의 설문태도에 따라 분석결과에 오차가 있을 가능성이 있다.

셋째, 성과변수에 기업가의 주관적 성과지표만을 이용하고 객관적 성과인 매출액이나 객실점유율, 방문객수 등을 함께 분석하지 못하였다. 또한 선행연구를 통해 기업가정신에 관한 구성요인으로 혁신성, 위험감수성, 진취성을 가지고 측정하였으나, 기업가정신과 관련한 학문적 접근방법에는 다양한 관점이 존재한다는 점에서 기업가정신을 적절히 표현하지 못했을 가능성이 존재한다.

이러한 한계점과 함께 본 연구에서 제시되지 못하였던 향후 연구방향은 다음과 같다.

첫째, 모형에 사용된 환경변수 중 사회의 규범, 인지, 지원요인 등의 제도적 환경과 사업환경만을 고려함으로써, 전통적인 인지된 환경차원으로 간주되는 정보 불확실성 관점의 환경을 고려하지 못하였다. 따라서 향후에는 이러한 점을 감안해 환경의 불확실성과 기업가정신, 성과의 관계를 고려하고, 나아가 자원의존론의 관점을 통합적으로 고려하여

관광중소기업의 기업가정신과 성과의 관계 모형을 확장시키기 위한 연구가 진행되어야 할 것이다.

둘째, 최근 기업가정신과 성과의 관계에 있어 환경은 조절변수로서 역할을 한다고 보는 상황적합이론의 관점이 주목받고 있는데 반해, 환경을 단순히 기업가정신과 성과의 선행요인으로 파악하였다는 점에서 관광부문에서 기업가정신과 환경의 적합관계가 어떻게 성과와 관련하는지와 관련해 실증적으로 분석하지 못하였다. 따라서 상황적합이론 관점에서 거론되는 환경 이외의 조직구조, 조직문화 등 다양한 변수를 고려한 연구의 필요성이 있다.

셋째, 관광중소기업의 재무적 성과와 비재무적 성과를 종합적으로 고려하지 못하였다. 따라서 이들 변인들과 기업가정신 및 환경, 개인특성의 관계를 종합적으로 고려하는 연구의 필요성이 있다.

넷째, 오늘날 기업가정신은 중소기업뿐만 아니라 대기업의 경쟁력 강화와 관련해서도 유용한 개념이라는 것이 일반적이다. 이러한 측면에서 향후연구에서는 관광중소기업 이외에도 관광부문의 대기업 차원에서도 기업가정신 연구가 병행될 필요가 있다.

다섯째, 기업가정신의 중요성 및 역할과 관련한 다양한 연구관점들이 있다. 분석수준이 기업가 개인, 기업, 사회 중 어느 것을 대상으로 하느냐에 따라, 연구수준에서도 신생기업인지 기존기업인지에 따라 기업가정신의 역할과 관련 변수들간의 관계를 보는 시각은 달라질 수 있다. 또한, 개인이나 조직의 기업가적 행동이나 과정에 영향을 미치는 요인은 산업이나 문화, 경영환경특성 등에 따라 달라질 수 있다.

따라서 추후 연구에서는 이러한 특성을 고려해 산업군이나 문화권, 경제권 등에 따라 교차 및 비교연구를 통해 유사점과 차이점을 분석해야 할 필요가 있다.

## 참고문헌

### 1. 국내문헌

#### 1) 서적

- 강병서, 『인과분석을 위한 연구방법론』, 서울: 무역경영사, 1999.
- 강신일·이창원, 『한국의 기업가정신과 기업성장』, 자유기업센터, 1997.
- 김사현, 『관광경제학』, 백산출판사, 2001.
- 김인수, 『거시조직이론』, 무역경영사, 1999.
- 김종재, 『현대중소기업경영론』, 박영사, 1999.
- 신유근, 『한국기업의 특성과 과제』, 서울대학교 출판부, 1986.
- \_\_\_\_\_, 『현대경영학: 원론적 접근』, 다산출판사, 1997.
- 오상훈, 『관광과 문화의 이해』, 형설출판사, 2005.
- 이경의, 『현대중소기업경제론』, 지식산업사, 2002.
- 전경수 편역, 『관광과 문화』, 일신사, 1994.
- 채서일, 『사회과학 조사방법론』, 학연사, 1992.

#### 2) 논문

- 고용상·용세중·이상천, 벤처기업의 성과결정요인에 관한 실증연구, 『벤처경영연구』, 6(2), 2003, pp.3-33.
- 권구혁·김범성·김영조·임성준, 우리나라 기업의 경영환경, 경쟁전략 및 조직구조의 관계: 성과에 대한 함의분석, 『전략경영연구』, 2(2), 1999.
- 김갑·한상설, 산업구조, 벤처전략 및 기업가 특성이 벤처성과에 미치는 영향, 『벤처경영연구』, 2(1), 1999.
- 김영수, 기업가적 행동성향의 결정요인과 성과와의 관계, 한양대학교 대학원 박사학위논문

- 문, 1996.
- 김영조, 기업가적 전략과 재무성과의 관계에 관한 연구: 경영환경 및 조직구조와의 적합 관계를 중심으로, 『전략경영연구』, 5(1), 2002.
- 김종관, 기업가정신의 개념과 연구접근방법, 『동남경영』, 9, 1994.
- 노형진, 기업가정신의 발전과정에 관한 연구, 『한국전문경영인 학회지』, 1(1), 1998.
- 박동수, 창업 소상공인 개인특성과 사업성과의 관련성, 한국산업경영학회 발표논문집, 2000년 하계(8월).
- 박상용·김연정, 박상용·김연정, 벤처기업 CEO의 기업가정신, 구성원의 임파워먼트와 벤처 조직유효성의 상호관계, 『벤처경영연구』, 7(3), 2004.
- 박시사, 한국 여행업의 창업결정에 관한 연구, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 박희석, 구조방정식모형을 활용한 『관광학연구』의 연구경향, 『관광학연구』, 29(1), 2005.
- 오상훈, 제주지역 관광관련 개인사업자의 특성과 사업성패의 관계에 관한 연구, 『관광·레저연구』, 14(3), 2003.
- 오상훈·강성일, 소규모 숙박업자의 지속가능성 수용에 관한 연구: 제주지역을 중심으로. 『관광레저연구』, 17(2), 2005.
- 윤창인, 한중일 FTA: 경제의 서비스화 현황 및 서비스 협상의 시사점, 대외경제정책연구원, 2005.
- 오윤석·정순여, 외식산업의 성과측정항목의 가중치 개발: 국내 패밀리 레스토랑을 중심으로, 『외식경영연구』, 7(2), 2004.
- 이장우, 환경변화, 전략유형 및 기업성과: 비교-정태적 분석, 『경영학연구』, 18(2), 1989.
- 이장우·대니밀러·우성진& 손중환, 전략-환경적합과 기업성과: 신기술 및 전통적 기술 배경 아래서의 상관관계, 『경영학연구』, 23(3), 1993.
- 이종걸, 기업가의 경제적 역할과 산업구조변화, 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 1996.
- 이춘우, 조직양트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구: 자원기초이론을 중심으로, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1999.
- \_\_\_\_\_, 벤처기업 핵심경영자원의 개념적 모델과 연구과제: 자원기초이론 및 벤처경영자

- 원 선행문헌 리뷰를 중심으로, 『전략경영연구』, 7(1), 2004.
- 장수덕·송영화, 환경, 전략 및 조직특성의 변화와 벤처기업의 성과변화, 『중소기업연구』, 25(1), 2003.
- 전영상, 기업가정신의 결정요인에 관한 연구: 한국의 기업가를 중심으로. 원광대학교 박사학위논문, 1988.
- 채명수·강대성·이형택, 경쟁전략 변수를 중심으로 한 벤처기업 성과의 결정요인에 관한 연구. 『경영학연구』, 31(5), 2002.
- 한범수·김사현, 관광학 연구논문의 조사설계방법에 대한 비판적 고찰: 한국관광학회 간행 『관광학연구』 지를 중심으로, 『관광학연구』, 25(2). 2001.
- 허문구, 환경, 전략 및 성과, 『경영연구』, 21(3), 2006.
- 한국문화관광정책연구원, 『한국관광정책』, 20, 2005 여름.
- Park, J.A. Hong, P. & Gagnon, G.B. A Study of the Balanced Scorecard in the US Hotel Industry: Strategic Performance Measurement Systems. 『관광연구』, 20(1), 2005.

### 3) 기타자료

- 제주도, 『2000, 2004, 사업체기초통계조사』.
- \_\_\_\_\_, 『2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 주요관광행정현황』.
- \_\_\_\_\_, 『2006 주요관광행정현황』.
- 통계청, 『2002, 2003, 사업체기초통계조사보고서』.
- 한국은행 제주본부, 『제주관광산업의 사업체현황과 시사점』, 2004, 12.
- \_\_\_\_\_, 『제주관광산업의 현황과 고부가가치화를 위한 정책과제』, 2001.
- \_\_\_\_\_, 『제주지역 자영업 현황과 향후 대응과제』, 2006, 9.
- 중소기업법.
- <http://cyber.jeju.net>

## 2. 국외문헌

### 1) 서적

- APEC Tourism Charter 2000. *Seoul Declaration on APEC Tourism Charter*.  
Adopted at the 1st APEC Tourism Ministerial Meeting, 4-7 July.
- Blanchflower, D.G. *Self-employment: More May not be Better*. NBER  
Working Paper No. 10286. 2004.
- Block, Z. & MacMillan, I.C. *Corporate Venturing: Creating New Businesses  
within the Firm*. Boston: Harvard Business School Press, 1993.
- Boer, A. An Assessment of Small Business Failure, In Thomas, R. *The  
Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), Cassell.  
London and N. Y. 1998.
- Boissevain, J. Small European Entrepreneurs. In Rutten, M. & Upadhy,  
C. *Small Business Entrepreneurs in Asia and Europe: Towards a  
Comparative Perspective*. (eds.), London: Sage Publications. 1997.
- Brant Ritchie, J.R. & Crouch, G.I. *The Competitive Destination*, CABI  
Publishing, 2003.
- Britton, S.G. Tourism, Dependency and Development: A Mode of Analysis.  
Occasional Paper No.23, Development Studies, Canberra: Australian  
National University, 1981, In Shaw, G. & Williams, A.M. *Critical  
Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Blackwell Publishers,  
2002.
- Burns, P. Introduction: The Significance of Small Firms. In Burns, P. &  
Dewhurst, J. *Small Business and Entrepreneurship*. (eds.),  
Basingstoke: Macmillan, 1996,
- Carlock, R.S. *The Need for Organization Development in Successful  
Entrepreneurial Firms*. N.Y.:Garland Publishing. 1994.

- Cressy, R. & Cowling, M. Small Business Finance. In *International Encyclopedia of Business Management*. (eds.), London: Loutledge, 1996.
- Dahles, H. & Bras, K. *Tourism and Small Entrepreneurs Development, National Policy, and Entrepreneurial Culture: Indonesian Cases*. Cognizant Communication Corporation, 1999.
- Davidsson, P. *Researching Entrepreneurship*. N.Y.: Springer, 2004.
- Denvers, H. & Thomas, R. *Small Firms and Sustainable Tourism*. Paper Presented at the 4th Annual CHME Research Conference, Norwich, April, 1995.
- Dewhurst, P. & Horobin, H. Small Business Owners. In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), London and N.Y.: Cassell, 1998.
- Din, A.H. *Bumpiputera Entrepreneurship in the Penang-Langkawi Tourist Industry*. Ph.D. Thesis, University of Hawaii. 1990.
- Domenico, D.M. *'Lifestyle Entrepreneurs' in the Hospitality Sector: Guest House Owner-occupiers*. Ph.D. Thesis, University of Strathclyde, Glasgow, 2003.
- Douglas, N. Douglas, N. & R. Derrett, *Special Interest Tourism: Context and Cases*. John Wiley & Sons Australia, Ltd. 2001.
- Drucker, P. *Innovation and Entrepreneurship*, 1985; 이재규 역, 『기업가정신』, 한국경제신문. 2004.
- Eric E. Rodenburg, The Effects of Scale in Economic Development: Tourism in Bali. In Tej Vir Singh, H. Leo Theuns & Frank M. *Towards Appropriate Tourism: The Case of Development Countries*, (eds.), Frankfurt am Main: Peter Lang, 1989.
- Getz, D. Carlsen, J. & Morrison, A. *The Family Business in Tourism and Hospitality*. CABI Publishing, 2004.
- Hart, M.M. *Founding Resource Choices: Influence and Effects*. Harvard

- University, DBA Degree, 1995.
- Jennings, D.F. *Multiple Perspectives of Entrepreneurship: Text, Readings and Cases*. Cincinnati Ohio: Southwestern Publishing Co. 1994.
- Kirzner, M. *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago. 1973,  
이성순 역, 『경쟁과 기업가정신』, 한국경제연구원, 1995.
- Kuratko, D.F. & Hodgett, R.M. *Entrepreneurship*, 4th, Hachett, 2001.
- Leana, C.R. & Feldman, D.C. *Coping with Job Loss: How Individuals, Organization and Communities Respond to Layoffs*. N.Y.: Lexington Books. 1992.
- Lundgren, 1973. Tourist Impact/Island Entrepreneurship in the Caribbean. In Shaw, G. & Williams, A.M. *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, 2nd, Blackwell Publishers, 2002.
- Miles, R.E. & Snow, C.C. *Organization Strategy, Structure, and Process*. N.Y.:McGraw-Hill, 1978.
- Mintzberg, H. *The Manager's Job: Folklore and Fact*. Harvard Business Review, 1975.
- Mintzberg, H. *The Structuring of Organizations*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1979; 김인수, 『거시조직이론』, 무역경영사, 1999.
- Morris, D.H. & Kuratko, D.F. *Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial Development within Organizations*. Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers, 2002.
- Morrison, A. Marketing the Small Tourism Business. In Seaton, A.V. & Bennett, M. *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases*. (eds.), London: International Thomson Publishing, 1996.
- Morrison, A.J. Rimmington, M. & Williams, C. *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999.
- Mydans, S. *Singapore, Hoping for a Baby Boom, Makes Sex a Civic Duty*. N.Y. Times(April 21), 2001.



- Neblett, J.C. *Indigenous Entrepreneurship in the Accommodation Sector: A Case Study of Barbados*. Ph.D. University of Western Ontario, 1998.
- Pfeffer, J. & Salancik, G. *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Karper and Row, 1978.
- Pinchot, G. *Intrapreneuring*, Horper Collins Publiser, 1985.
- Porter, M. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. N.Y.: The Free Press, 1980.
- Rao, D.R. *Culture and Entrepreneurship in Fiji's Small Tourism Business Sector*. Ph.D. Thesis, Victoria University, 2004.
- Robie, K. & Wright, M. *Management Buy-ins: Active Investors and Corporate Restructuring*. Manchester University Press, 1996.
- Rodenburg, Eric E. The Effects of Scale in Economic Development: Tourism in Bali. In Tej Vir Singh, H. Leo Theuns & Frank M. *Towards Appropriate Tourism: The Case of Development Countries*, (eds.), Frankfurt am Main: Peter Lang, 1989.
- Scherer, F.M. *Industrial Market Structure, and Economic Performance*. Chicago: Rand McNally & Co, 1980.
- Schumpeter, J.A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press. 1934; 박영호 역, 『경제발전의 이론』, 박영률출판사, 2005.
- Scott, W.R. *Institution and Organizations*. Thousand Oak(CA): Sage. 1995.
- Sexton D.P. & Bowman, N.B. Validationb of Personality Index: Comparative Psychological Characteristics Analysis of Female Entrepreneur, Managers, Entrepreneurship Student and Business Student. *Frontiers of Entrepreneurship Research* Wellesley, MA: Babson College, 1986.
- Shapero, A. & Sokol, L. The Social Dimensions of Entrepreneurship. In Kent, C., Sexton, D.L. & Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. (eds.), Prentice Hall, 1982.

- Shaw, G., Williams, A.M. & Greenwood, J. *Tourism and the Economy of Cornwall: A Firm Level Study of Operation Characteristics and Employment*. Exeter: Tourism Research Group, Department of Geography, University of Exeter. 1987.
- Storey, D.J. *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge, 1994.
- Thomas, R. An Introduction to the Study of Small Tourism and Hospitality Firm. In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), Cassell. London and N. Y. 1998.
- Thomas, R. An Introduction to the Study of Small Tourism and Hospitality Firm. In Thomas, R. *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, (eds.), London and N. Y.: Cassell, 1998.
- Thomas, R. Friel, M. Jameson, S. & D. Parsons, *The National Survey of Small Tourism and Hospitality Firms: Annual Report 1996/7*. Leeds: Centre for the Study of Small Tourism and Hospitality Firms, Leeds Metropolitan University, 1997.
- Timmons, J.A. *New Venture Creation: Entrepreneurship in the 1990*. Homewood Illinois: USA, In Rao, D.R. *Culture and Entrepreneurship in Fiji's Small Tourism Business Sector*, Ph.D. Thesis, Victoria University, 2004.
- U.S. Department of Defence, *Performance-based Management: Effectively General Service Administration*, 1997.
- WTO. *Marketing Tourism Destination On-line*. WTO Business Council, 2000 September 12.

## 2) 논문

- Altjevic, J. & Doorne, S. 'Staying within the Fence': Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5),

- 2000.
- Arenius, P. & Minniti, M. Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 2005.
- Birley, S. The Role of Networks in The Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 1, 1985.
- Brush, C.G. Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 1992.
- Busentz, L.W. Gómez, C. & Spencer, J.W. Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena. *Academy of Management Journal*, 45(3), 2000.
- Carolis, D.M.D. & Saporito, P. Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 2006.
- Carrie, C. Intrapreneurship in Small Business: An Exploratory Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 1996.
- Chandler, J.J. & Jansen, E.J. Founder's Self Assessed Competence and Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 1992.
- Cohen, E. Marginal Paradises: Bungalow Tourism on The Islands of Southern Thailand. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 1982.
- Conference Reports. Entrepreneurship in Tourism and the Contexts of Experience Economy, University of Lapland, Rovaniemi, Finland, 4-7 April 2001. *Tourism Management*, 23, 2002.
- Convin, J.P. & Slevin, D.P. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environment. *Strategic Management Journal*, 10, 1989.
- \_\_\_\_\_. New Venture Strategic Posture, Structure, and Performance: An Industry Life Cycle Analysis. *Journal of Business Venturing*, 5, 1990.

- \_\_\_\_\_ . A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 1991.
- Cooper, A.C. & Dunkelberg, W.C. Old Questions, New Answers, and Methodological Issues. *American Journal of Small Business*, 11(3), 1987.
- Crant, J.M. The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 34, 1996.
- Cuervo, A. Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2, 2005.
- Dess, G.G. & Beard, D.W. Dimensions of Organizational Task Environment. *Administrative Science Quarterly*, 29, 1984.
- Dess, G.G. Lumpkin, G.T. & Covin, J.G. Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models. *Strategic Management Journal*, 18(9), 1997.
- Duncan, G. Characteristics of Organizational Environments and Environmental Uncertainty. *Administrative Science Quarterly*, 17(3), 1972.
- Duncan, J.W. & D.P. Handler, The Misunderstood Role of Small Business. *Business Economics*, 29(3), 1994.
- Echter, C. Training in Developing Countries. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 1995.
- Fleischer, A. & A. Pizam, Rural Tourism in Israel. *Tourism Management*, 18, 1997.
- Fleischer, A. & Felsenstein, D. Support for Rural Tourism: Does it Make a Difference? *Annals of Tourism Research*, 27(1), 2000.
- Garter, W.B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, Oct, 1985.
- Gartner, W.B. Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American*

- Journal of Small Business*, 12(4), 1989.
- Getz, D. & Carsen, J. Characteristics and Goals of Family and Owner-operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Tourism Management*, 21, 2000.
- Getz, D. & Nilsson, P. Responses of Family Businesses to Extreme Seasonality in Demand: The Case of Bornholm, Denmark. *Tourism Management*, 25, 2004.
- Goffee, R. & R. Scase. Organizational Change and the Corporate Career: The Restructuring of Managers' Job Aspirations. *Human Relation*, 45, 1992.
- Haber, S. & Reichel, A. Identifying Performance Measures of Small Ventures: The Case of the Tourism Industry. *Journal of Small Business Management*, 43(3), 2005.
- Herron, L. Cultivating Corporate Entrepreneurs. *Human Resource Planning*, 15(4), 1992.
- Hornaday, R.W. Dropping the E-words from Small Business Research. *Journal of Small Business Management*, 28(4), 1990.
- Katz, R.L. Skills of an Effective Administrator. *Harvard Business Review*, 1-2, 1974.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 2000.
- Lardiés, R. Migration and Tourism Entrepreneurship. *International Journal of Population Geography*, 5, 1999.
- Lee, S.H. & P.K. Wong, An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective. *Journal of Business Venturing*, 19, 2004.
- Lerner, M. & S. Haber, Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism, Entrepreneurship and the Environment.

- Journal of Business Venturing*, 16, 2000.
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. *Journal of Business Venturing*. 12, 1997.
- Lordkipanidze, M. Brezet, H. & Backman, M. The Entrepreneurship Factor in Sustainable Development. *Journal of Cleaner Production*, 13, 2005.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It Performance. *Academy of Management Review*, 2(1), 1996.
- Lussier, N. & Pfeifer, S.A. Crossnational Prediction Model for Business Success. *Journal of Small Business Management*, 39(3), 2001.
- Lynch, P.A. The Commercial Home Enterprise and Host: A United Kingdom Perspective. *Hospitality Management*, 24, 2005.
- Manning, K. Bieley, S. & Norburn, D. Developing a New Ventures Strategy. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(1), 1989.
- Messeghem, K. Strategic Entrepreneurship and Managerial Activities in SMEs. *International Small Business Journal*, 21(2), 2003.
- Miller, D, The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29, 1983.
- Miller, D. & Friesen, P. Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1982.
- \_\_\_\_\_. Strategy-making and Environment: The Third Link. *Strategic Management Journal*, 4, 1983.
- Morrison, A. Entrepreneurship: What Triggers it? *International Journal of Entrepreneurship Behavior & Research*, 6(2), 2000.
- Morrison, A.J. Baum, T. & Andrew, R. The Lifestyle Economics of Small Tourism Businesses. *Journal of Travel and Tourism Research*, 1, 2001.
- Morrison, A.J. Small Firm Statistics: A Hotel Sector Focus. *The Service*

- Industries Journal*, 18(1), 1998.
- Oppermann, M. Tourism Space in Developing Countries. *Annals of Tourism Research* 20(3), 1993.
- Page, S.J. Forer, P. & Lawton, G.R. Small Business Development and Tourism: Terra Incognita? *Tourism Management*, 20, 1999.
- Phillips, P.A. Strategic Planning and Business Performance in the Quoted UK Hotel Sector: Results of an Exploratory Study. *International Journal of Hospitality Management*, 15(4), 1996.
- Raijman, R. Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago. *Journal of Socio-economics*, 30, 2001.
- Reichel, A. & S. Haber, Reichel, A. & S. Haber, A Three-sector Comparison of the Business Performance of Small Tourism Enterprises: An Exploratory Study. *Tourism Management*, 26, 2005.
- Rosa, P. Entrepreneurial Processes of Business Cluster Formation and Growth by 'Habitual' Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(1). 1998.
- Russell, R. & Faulkner, B. Entrepreneurship, Chaos and The Tourism Area Lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 2004.
- Sandberg, W. & Hofer, C.W. Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure, and The Entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2, 1987.
- Shane, S. & Venkataraman, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 2000.
- Shaw, G. & Williams, A.M. Tourism, Economic Development Issues Affecting Nature-based Tourism Operators in Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(2), 1990.
- 
- \_\_\_\_\_ . Tourism, Economic Development and The Role of Entrepreneurial Activity. *Progress In Tourism, Recreation And Hospitality Management*, 2, 1990.

- Slevin, D. & Covin, J. Judging Entrepreneurial Style and Organization Structure: How to Get Your Act Together. *Sloan Management Review*, 31(2), 1990.
- Spencer, J.W. & Gomez, C. The Relationship among National Institutional Structures, Economic Factors, and Domestic Entrepreneurial Activity: A Multicountry Study. *Journal of Business Research*, 57, 2004.
- Stenvenson, H.H. & Jarillo, J.C. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 1990.
- Szivas, E. Entrance into Tourism Entrepreneurship: A UK Case Study, *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 2001.
- Tan, W.L. Williams, J. & Tan, T.M. Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 2005.
- Thomas W.Y. Man & Chan, K.F. Theresa Lau, Chan. The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17, 2002.
- Thomas, R. Small Firms in the Tourism Industry: Some Conceptual Issues. *International Journal of Tourism Research*, 2, 2000.
- Wanhill, S. Small and Medium Tourism Enterprises. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 2000.
- Williams, A.M., Shaw, G. & Greenwood, J. From Tourist to Tourism Entrepreneur, from Consumption to Production: Evidence from Cornwall, England. *Environment and Planning*, 21, 1989.
- Zahra, S.A. & Covin, J.G. Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10, 1995.
- Zahra, S.A. Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The



Moderating Impact of Industry Technological Opportunities. *Academy of Management Journal*, 39(6), 1996.

\_\_\_\_\_. Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 6, 1991.



# 관광중소기업 사업자의 기업가정신과 성과에 관한 설문조사

안녕하십니까?

본 조사는 중소규모 관광기업가의 특성, 창업 및 운영과 관련된 기업가정신을 연구하기 위한 것입니다. 특히 본 조사는 기업가정신에 영향을 주는 요인과 성과를 파악하는데 그 주 목적이 있습니다.

사업운영상 어려모로 바쁘시겠지만 본 조사의 취지 및 설문내용의 특성을 충분히 이해하시어 귀 기업의 사장님께서 직접 응답해 주시기 바랍니다. 아울러 본 조사표에 기재된 내용은 전부 무기명으로 처리되므로 개별업체의 비밀이 보장됨은 물론, 학술적인 목적으로만 이용됨을 덧붙여 말씀드립니다.

끝으로 귀하의 솔직한 응답은 관광부서 기업활성화를 위한 정책을 수립하는데 귀중한 기초자료가 됨을 감안하시어 본 조사에 적극 협조해 주실 것을 다시 한번 부탁드립니다.

(모쪼록 가능한 빠른 시일내에 아래 **FAX 번호로 꼭 회신**해 주시면 더욱 감사하겠습니다.)

2006. 8.

지도교수 : 오 상 훈

연구 원 : 강 성 일 (관광경영학과 박사과정)

Tel : 016-690-2538, FAX : 064-724-3192

e-mail : allocentric@cheju.ac.kr

I. 다음은 귀사업체 오너의 개인신상에 관한 질문입니다. 해당번호에 '√' 표시 해주십시오.

1. 현재 귀하는? ① 창업자 ② 동업창업자 ③ 창업후계자 ④ 인수경영자

2. 귀하께서 현 사업을 하기 전 주요 경력은?

- ① 대기업근무      ② 중소기업근무      ③ 교육연구기관근무      ④ 정부기관근무  
⑤ 관광관련분야근무      ⑥ 제조업경영      ⑦ 농축수산업      ⑧ 상업  
⑨ 현재사업 운영      ⑩ 기타 ( \_\_\_\_\_ )

2-1. 귀하의 상기문항에 답한 분야의 근무년수는? 약 ( \_\_\_\_\_ )년

2-2. 귀하의 이전 주요 경력처에서의 직급은?

- ① 임원급      ② 관리자      ③ 정직원      ④ 임시직(파트타이머)

3. 귀하는 이전에 기업(사업체)을 창업한 경험이 있으십니까?

- ① 있다     (있다면, ㉠ 현사업과 동일업종이다    ㉡ 현사업과 다른 업종이다)  
② 없다

3-1. 귀하의 이전에 창업에서 실패한 경험이 있으십니까?

- ① 있다      ② 없다

4. 귀하의 부모님께서서는 사업을 하신 경험이 있으십니까?

- ① 있다     (있다면, ㉠ 현사업과 동일업종이다    ㉡ 현사업과 다른 업종이다)  
② 없다

5. 귀하의 현 사업체의 창업자본조달은 어떻게 조달하셨습니다?

- ① 개인(가족포함) ② 금융기관 ③ 정부보조금 ④ 개인+금융기관 ⑤ 개인+금융기관+정부보조금

6. 귀사업체의 소유지분과 관련한 사업성격은?

- ① 단독운영    ② 공동운영    ③ 가족운영    ④ 주식회사    ⑤ 기타 (\_\_\_\_\_)

7. 귀하는 창업전 현사업과 관련해 기회가 어느 정도 있다고 생각했었습니까?

- ① 전혀 없음    ② 거의 없음    ③ 보통    ④ 많음    ⑤ 매우 많음

8. 창업하시기 전 귀하는 개인적으로 알고 있었던 창업기업가를 알고 계셨습니까?

- ① 예    ② 아니오

9. 귀하는 창업하시기 전, 자신이 창업에 필요한 지식·기술·경험이 충분하다고 생각하십니까?

- ① 예    ② 아니오

10. 귀하는 창업전 실패에 대한 두려움으로 인해 창업결정을 망설인 적이 있으셨습니까?

- ① 예    ② 아니오

11. 귀하의 성별은?    ① 남성      ② 여성

12. 귀하의 최종학력은? ① 고졸이하    ② 전문대(초급대)졸업    ③ 대학졸업    ④ 대학원 이상

13. 귀하의 연령은?    (\_\_\_\_\_)세

14. 귀하의 가구소득은? ① 상위계층    ② 중류계층    ③ 하위계층

14.1. 귀하의 가구소득 중 관광사업운영 소득이 차지하는 비율은?

- ① 0%    ② 1-10%    ③ 11-40%    ④ 41-70%    ⑤ 71-100%

15. 귀하의 제주지역 거주년수는?

- ① 1년 이하    ② 1-5년    ③ 5-10년    ④ 10-15년    ⑤ 15-20년    ⑥ 20년 이상

II. 귀하의 사업동기와 관련한 각 문항에 대해 가장 적합하다고 느끼는 곳에 '√' 표해주십시오.

창업동기	전혀 그렇지않다		---	보통	----	매우 그렇다	
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1. 사장(오너)이 되기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 가족과 함께 하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 사업체를 가족과 함께 유지하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 청정 환경에서 살기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5. 내 여가생활을 유지하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6. 나의 라이프스타일(삶의 방식)을 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8. 돈을 많이 벌기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9. 기업운영으로 자신의 위신을 높이기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10. 퇴직 후 소득원으로 활용하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11. 새로운 도전(기회)을 하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12. 경제적 독립을 하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13. 부수적인 소득원으로 활용하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14. 실업상황을 극복하기 위해서	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

III. 다음 사업환경과 관련해 귀하의 생각과 가장 가까운 곳에 '√' 표해주십시오.

창업환경	전혀 그렇지않다		---	보통	----	매우 그렇다	
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1. 기업가(사업가)는 사회적으로 존경받고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 새로운 사업을 창업하는 것은 사회에서 인정받고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 혁신적/창조적 사고가 기업을 성공의 길로 이끈다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 일반인들은 창업자에 대해 매우 존경하는 경향이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5. 창업자들은 새로운 사업이 어떻게 법적으로 보호받는지에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6. 창업자들은 위험에 어떻게 대처하는지에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7. 창업자들은 위험을 어떻게 관리하는지에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8. 일반인들은 상품에 대한 시장정보를 찾는 곳에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9. 정부는 창업하려는 사람들을 지원/지지하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10. 정부는 신사업 개발을 돕는 조직에 자금지원하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11. 정부는 창업하려는 사람들을 특별히 지원하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12. 정부는 신생/소기업과 계약을 장려하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

**IV. 귀사가 속한 산업구조와 관련해 가장 적합하다고 느끼는 곳에 ‘√’ 표 해주십시오.**

1. 관광부문에서 기업(사업체)의 설립시 실패위험이 다른 부문에 비해 상대적으로 크다

- ① 전혀 동의 않음    ② 동의 않음    ③ 모름    ④ 동의함    ⑤ 전적으로 동의함

2. 관광관련 산업에서 기업(사업체)의 설립이나 퇴출은 쉽다

- ① 전혀 동의 않음    ② 동의 않음    ③ 모름    ④ 동의함    ⑤ 전적으로 동의함

3. 관광관련 산업에서의 기업(사업체)간의 경쟁은 타부문에 비해 상대적으로 높다.

- ① 전혀 동의 않음    ② 동의 않음    ③ 모름    ④ 동의함    ⑤ 전적으로 동의함

4. 관광관련 산업에서의 사업위험성은 타부문에 비해 상대적으로 높다.

- ① 전혀 동의 않음    ② 동의 않음    ③ 모름    ④ 동의함    ⑤ 전적으로 동의함

**V. 각 문항에 대해 귀하의 생각이 어느 정도인지 ‘√’ 표 해주십시오.**

기업가정신	전혀 그렇지 않다 -- 보통 -- 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1. 신상품 개발에서 경쟁자(사)보다 앞지르려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 시장에서의 주도권 확보를 위해 공격적인 경영을 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 끊임없이 소비자 욕구를 파악하려는 노력을 기울인다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 시장주도적 상품이나 아이디어를 제시한 종업원에게 강력한 인센티브를 부여한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5. 유망사업이라도 위험을 대비하기 전에는 쉽게 진입하지 않는다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6. 낮은 위험보다 높은 위험에서 기회를 감지하고 포착한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7. 경영(사업)기조를 성장보다 유지에 초점을 맞춘다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8. 위험을 무릅쓰고 환경변화에 대응할 수 있는 전략을 수립/실천한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9. 새로운 유망사업 또는 관련사업에 진입하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10. 투입 가능한 경영자원에 구애를 받지 않고 기회를 포착하고 추구한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11. 신상품개발(연구개발)이나 혁신을 강조한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12. 혁신적 경영기법을 도입하여 성과를 올리려는 노력을 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13. 창의적인 마케팅방법의 개발을 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14. 자원의 획득·활용에 있어 창조적이고 독창적인 아이디어를 중시한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15. 위계질서와 관행을 중시하고 파격을 배제한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

VI. 귀사업체의 성과 항목과 관련해 가장 적합하다고 느끼는 곳에 '√' 표 해주십시오.

항목	전혀 그렇지않다		-- 보통 --			매우 그렇다	
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1. 소비자만족도를 높이는데 성공했다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. 긍정적인 평판을 얻는데 성공했다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. 핵심적인 서비스를 개발하는데 성공했다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. 연중 지속적인 수익을 창출하는데 성공했다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

VII. 다음은 귀사의 일반현황입니다. 자료는 통계처리 이외에는 사용되지 않습니다.

- 귀 사업체의 설립연도는? ( )년
- 귀 사업체의 자본금(창업자금) 규모는? 약 ( )원
- 귀 사업체의 주업종은?  
 ① 호텔업      ② 펜션업·민박업      ③ 여행업      ④ 주제공원      ⑤ 레스토랑·카페  
 ⑥ 개인서비스업      ⑦ 관광농원      ⑧ 관광교통업(렌트카·전세버스·유람선)  
 ⑨ 기타( )
- 귀 사업체의 2005년 말 기준 종업업수는 몇 명입니까? ( )명  
 ☞ 종업원은?    정직원 ( )명,    임시직 ( )명
- 귀 사업체의 2005년 말 기준 매출액 규모는? ( )만원

♥끝까지 답변해 주심에 진심으로 감사드리며, 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.♥

# ABSTRACT

Relationships of Owner-manager's Entrepreneurship and Performance in the Small and Medium Tourism Enterprises

by Sung-il Kang

Department of Tourism Management

The Graduate School of Cheju National University

Entrepreneurship has long been viewed as an engine that drives innovation and promotes economic development. Existing researches on entrepreneurship have focused on the development of smaller firms broadly and on the foundation and success of firms that are introducing new products into the marketplace in more detail.

In most cases, it is argued that these firms play an important role in stimulating economic growth. However, Researches related to entrepreneurship in tourism area is still in their early stages. Also, so far, very little researches have been done in tourism area about entrepreneurship. With taking the circumstances into consideration, in this study, research on entrepreneurship in the tourism area in Jeju, Korea was performed.

The purpose of this study is to examine factors having influences on the entrepreneurship of the small and medium tourism enterprises and to understand relations these factors with entrepreneurship and enterprises performance through empirical analysis. On the basis of the theoretical reviews, prediction factors of entrepreneurship prediction were composed of

personal characteristics of owner, business circumstances and institutional environment elements. Also, entrepreneurship was consist of innovativeness and risk-taking and enterprises performance was set up non-financial performance.

Measurement factors of entrepreneur's individual characteristics are as follows: gender, age, education background, job experiences, personal network, parent's role model, prior job position, hometown, previous entrepreneurial experience. As business environmental factors, competition degrees, barriers to entry, business risk and business opportunities were measured. Also, normative factors, cognitive factors and regulatory support factors were measured as institutional environment factors.

To accomplish the objectives of this study, the theoretical reviews and empirical analysis were carried out together. The data collection of this study was performed as the subject of small and medium-sized tourism firms in Jeju areas from April to September, 2006. Total 274 questionnaires were finally used for empirical analysis. In the analysis methods, frequency analysis, factor analysis, ANOVA analysis, regression analysis and simple correlation analysis were used for the statistical analysis.

The findings of the study can be summarized as follows:

First, it is showed that entrepreneurship has positive relationship with corporate performance. In other words, both innovativeness and risk-taking appeared to improve non-financial performance.

Second, among individual characteristics of tourism entrepreneurs, gender, prior job position and personal network have significant relation with entrepreneurship. In addition, variables of parent's role model and hometown have partially connection with entrepreneurship.

Third, out of business environmental factors, business opportunity variables were only appeared to significantly related to the entrepreneurship. But competition degrees and barrier to entry variables



had a significant connection with entrepreneurship in part.

Forth, among institutional environment factors, normative factors and cognitive support institutional factors had positive influences on the entrepreneurship. Regulatory factors had negative impact on the innovativeness performance of the entrepreneurship.

The results of this study can contribute to understand tourism entrepreneurship, particularly on small and medium tourism entrepreneurs and extend the general knowledge about entrepreneurial activity. Also, the study will encouraged residents to understand importances of entrepreneurial involvements in tourism destination development by increasing tourism policymakers' understanding of environment establishment that would facilitate local people's entrepreneurial activity.

