

독립적 자기관이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 창업 자기효능감의 매개효과를 중심으로

이일한*

중앙대학교 경영경제대학 경영학부

국 문 요 약

본 연구에서는 대학생들의 창업의도 형성에 영향을 미치는 개인적 요인과 독립적 자기관과 창업 자기효능감, 진취성의 인지를 나타내는 심리적 요인의 영향을 실증적으로 분석하여 대학생 창업관련 정책이나 교육 프로그램 개발에 반영할 수 있는 근거를 마련하고자 하였다. 이를 통해 대학생의 개인적 요인과 독립적 자기관과 창업 자기효능감, 진취성이 창업의도에 미치는 영향을 분석하고, 한국과 중국의 대학생들 사이에서 독립적 자기관과 심리적 요인이 창업의도에 미치는 영향에 대하여 규명하였다.

마지막으로 본 연구 결과에 대한 시사점과 한계점 그리고 향후 연구를 위한 제언을 제시하였다.

1. 서론

대학에서 창업관련 지식이나 기술학습은 개인의 창업활동과 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났으며, 또한 이를 위한 대학차원의 지원활동이 대학생의 창업을 선택하는데 주요한 요인으로 밝혀졌다(Scott & Twonmey, 1988; Audet, 2002; 박영수·고재용, 2011). 대학은 창업에 대한 지식이 없는 학생들에게 창업관련 지식학습을 통하여 창업동기를 활성화시킬 수 있으며, 창업을 성공적으로 수행할 수 있는 자신감과 능력을 심어줄 수 있다. 이처럼 대학은 창업동기를 자극하고, 형성하게 하여 구체화시키는 기능을 가지고 있기 때문에 학생의 학문적 환경은 창업의사결정에 중요한 역할을 할 것으로 주목받고 있다.(Wu & Wu, 2008; Pihie, 2009). 창업 자기효능감은 불확실한 상황을 극복하기 위하여 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처하여 창업활동을 수행할 수 있는 정도에 대한 신념이라고 할 수 있다(Boyd & Vozikis, 1994). Zhao, Hill & Seibr(2005)는 창업교육에 있어서 창업 자기효능감의 역할을 강조하였다. 이들은 대학생의 창업결정은 불확실한 상황을 극복하기 위하여 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처해야 하는 어려운 과정인데, 교육은 이러한 어려운 과정을 극복하는데 기술적인면 뿐 아니라 다양한 체험학습을 통한 자신감을 향상하는데 중요한 역할을 할 수 있다고 제안하였다.

창업과 관련된 기존의 연구는 창업의도의 개인적 요인과 환경적 요인에 초점을 맞추어 수행되었다(김의근·배금연,

2010; 박영수·고재용, 2011). 따라서 본 연구에서는 경영관련 대학생 개인의 자기관과 창업효능감(창업가망성, 창업확신), 진취성과의 관계를 살펴보고, 창업효능감(창업가망성, 창업확신), 진취성과 창업의도와의 관계를 살펴보고자 한다.

2. 이론적 고찰

1) 자기관

자기관(Self-Constual)이란 개인이 스스로를 규정하고 자신을 둘러싼 세계 및 타인과의 관계를 규정하는 방식을 의미한다. 문화적 배경에 따라 일상적(Chronic) 자기관이 두 가지로 구분되는데, 독립성(Independence)과 상호의존성(Interdependence)이 그것이다. 즉, 개인이 스스로를 규정함에 있어서 자신을 독립된 개체로 이해하는지 타인과의 관계 속에서 집단의 일부로서 해석하는지에 따라 독립적 자기관(Independent Self-Constual)과 상호의존적 자기관(Interdependent Self-Constual)으로 구분된다. 이 개념은 심리학 및 커뮤니케이션, 그리고 이문화권 소비자들에 관한 최근의 마케팅 비교연구들에서 중요한 토대가 되고 있다(Markus & Kitayama 1991).

독립적 자기관을 보유한 소비자는 자신을 자율적이고 독립적인 자아를 가진 사람으로 정의하는 한편, 자신의 독특성과 개별성에 초점을 맞춘 정보에 주의를 기울이고 기억하는 특징이 있다. 자아를 규정함에 있어서 타인의 사고,

감정, 행동은 별로 중요하지 않으므로 이의 영향을 최소화하여 받아들인다. 반면, 상호의존적 자기관을 보유한 사람은 사회적 맥락과 상황에 따라 적응적이고 변화하는 자아구조를 가진 사람이다. 따라서 자아를 규정함에 있어서 자신에게 주어진 역할, 집단 소속감, 관계에 중요한 의미를 부여하는 특징이 있다(박영신·김의철 2006; Agrawal & maheswaran 2005; Markus & Kitayama 1991; Kim 2002).

한편 개인의 행동이 외부적 상황에 영향을 받는 정도를 의미한다는 관점에서 자기관 변수는 모두 각각의 정도에 따라 소비자 행동의 여러 측면이 달라질 수 있지만, 소비자의 자기관 구축 과정을 보면 문화적 배경이 크게 작용하고 있다(Savani, et. al. 2008; Kim 2002). 미국, 캐나다 등 서구 문화권에서는 독특성과 개별성을 강조하는 독립적 자기관이 지배적이며, 비서구 문화권에서는 주변과의 연결성과 관계를 중시하는 상호의존적 자기관이 지배적이라는 것이다. Savani, et. al.(2008)의 연구에서는 심지어 대상에 대해 상대적으로 강한 태도를 형성하고 있더라도 행동과의 상응성은 문화적 영향에 좌우된다는 결론을 내리고 있다.

2) 창업 효능감

창업 자기효능감 개념은 Bandura(1992)의 사회학습이론의 자기효능감 개념으로부터 발전하였다. 자기효능감의 개념은 일반적으로 특별한 과업을 수행하는데 유발하는 자신감과 같은 심리적 상태를 말한다. Bandura(1997)는 행동의 변화를 설명하고 예언하기 위하여 인지적 관점의 하나로 자기 효능감 이론을 제시하였다. 그는 세부적 자신감을 자기 효능감이라 칭하고, 인간의 행동 변화는 결국 행위자 자신이 그 행동을 능히 해낼 수 있다는 기대 때문에 일어난다는 점을 강조하였다.

Boyd & Vozikis(1994)는 처음으로 자기효능감의 개념을 창업에 도입하였다. 그 후 후속연구에서 창업 자기효능감의 개념이 본격적으로 사용되어 정착되었다(Cox et al. 2002; Wilson et al. 2007; McGee et al. 2009). 이들은 창업에 대한 역할과 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 신념을 창업 자기효능감의 개념으로 제안하면서, 창업자기효능감이 높은 사람은 창업이 가져다줄 수 있는 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처하고 통제할 수 있다는 믿음이 있으며, 환경 속에서 기회를 찾아 활용할 수 있다는 강한 신념이 있으므로 창업과 가장 관련이 크다고 하였다(Cox et al. (2002)). 높은 창업 자기효능감을 가진 사람은 다양한 기회들이 주어지는 반면, 창업 자기효능감이 적은 사람은 오히려 희생과 위험이 상존하는 환경으로 평가됨으로써 그 만큼 기회가 감소될 수 있다. 개인들은 불확

실성, 위험, 어려움에 처해있는 동일한 현실을 지각한다 하더라도 높은 효능감을 가지고 있는 사람은 낮은 사람보다 현실에 대처할 수 있는 더 많은 자신감을 느끼게 되기 때문에 창업의도가 높아질 수 있다(McGee et al. 2009).

Wilson et al.(2007)도 높은 창업 자기효능감을 가진 사람은 사회로부터의 연정, 심리적 성취감과 같은 보상을 주는 환경과 관련이 있다. 반면, 낮은 창업 자기효능감을 가진 사람은 실패, 불명예, 심리적 스트레스와 같은 패배의 식으로 가득 차 있다고 지적하였다. 이처럼 창업 자기효능감은 어려운 창업의 과정을 극복하여 성공할 수 있다는 창업의욕과 관련이 깊다고 볼 수 있다.

창업 자기효능감은 상대적으로 안정적인 성격 특성과는 달리 교육이나 과거의 경험과 같은 환경요인에 영향을 받는 것으로 알려졌다(Bandura, 1997; Wilson et al. 2007). 특히, 교육적 지원 등 환경적 요인은 학생들로 하여금 창업에 대한 긍정적인 태도를 갖게 하여 이로 인해 창업 자기효능감을 높일 수 있다. 구체적으로 창업능력, 도전과 혁신, 불확실성과 난관을 극복할 수 있는 자신감의 향상을 통하여 창업 자기효능감을 향상시킬 수 있다(Wilson et al. 2007). 이와 같이 대학생들에게 효과적인 창업교육은 창업을 선택하여 성공할 수 있다는 자신감을 심어줄 수 있다.

Zhao et al.(2005)는 창업 자기효능감의 향상을 위해 교육의 역할을 강조하였다. 이들은 창업은 불확실한 상황을 극복하기 위하여 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처해야 하는 어려운 과정인데, 창업교육은 창업기술 뿐 아니라 다양한 체험학습기회제공을 통한 자기효능감 개발에 초점을 맞추어야 된다는 점을 지적하였다. 이와 같이 대학에서의 교육적 내용이나 방법은 창업 자기효능감을 개발하는데 중요한 영향을 미칠 수 있을 것으로 추정할 수 있다.

창업 자기효능감에 미치는 교육적, 조직적 요인 외에 선행연구들은 통제위치, 가족역할모델, 그리고 개인의 전공 등 개인적 특성들을 제안하고 있어서(Mueller & Thomas, 2000; Turker & Selcuk, 2009; Pihie, 2009). 본 연구에서도 창업의도와 같이 대학생 창업 자기효능감에 미치는 개인적 요인으로는 통제위치, 가족역할모델과 전공, 환경적 요인으로 교육적 요인 과 조직적 요인 별로 살펴보고자 한다. 따라서 다음과 같이 가설을 설정하였다.

창업 자기효능감은 창업의도에 긍정적 관계를 미치는 것으로 나타났다(McGee et al. 2009; Cox et al. 2002). 창업 자기효능감이 높은 사람은 창업이 가져다줄 수 있는 불확실성 다양한 도전과 위험에 능숙하게 대처하고 통제할 수 있다는 믿음이 있으며, 어려운 환경 속에서 기회를 이용할 수 있다는 강한 신념이 있으므로 창업을 선택할 가능성이 높게 나타날 수 있다.

Pihie(2009)의 대학생을 대상으로 한 연구에서도 창업 가능성에 영향을 미치는 요인 중 하나로 실현가능성을 들고 있는데, 창업은 그 실현가능성에 영향을 받으며 그런 실현가능성의 평가에 결정적인 역할을 하는 것이 바로 자신감이라고 지적하였다. 따라서 창업에 대한 대학생들의 자신감은 개인의 창업의도에 영향을 미칠 것이라고 판단된다.

지각된 욕구(Perceived Desirability)는 자신의 창업이 주변 사람들에 의해 바람직한 것으로 받아들여지고 있는지를 나타내는 인식의 정도를 말한다. Shapero(1982)는 사업에 대한 개인적인 영역(Intrapersonal)의 인식 뿐 아 외부적인 영역(Extrapersonal), 즉 주변의 사람들의 인식을 통해 사업을 시작하는 것에 대해 개인이 매력을 인식하는 정도로 정의하였다. 성공가능성에 대한 지각된 실현가능성(Perceived Feasibility)은 주변의 상황을 고려하였을 때 창업을 성공으로 이끌 수 있을 것으로 인식하고 판단하는 개인의 신념과 능력을 말한다. 즉 개인적으로 사업을 시작할 수 있다는 느낌이 있는 정도를 의미한다. (Krurger et al. 2000).

행동성향(Propensity to Act)은 의도에 대한 의지를 반영하는 결정에 따라 행동하는 개인의 성향을 말한다. Seligman(1990)와 Krurger et al.(2000)는 기회에 대한 행동의 성향은 통제의 인식에 따라 다르며 어떤 행동 성향이 의도를 파악하는 것은 어렵기 때문에, 초기의 의도와 불확실성 하에 목표지향적 행동의 지속성을 파악하기 위해 내적 통제위치(Internal Locus of Control)가 중요하며, 최적화된 학습(Learned Optimism)을 통해 안정적인 상황에서 목표 지향적 행동(Goal-Directed)에 대한 몰입을 예측할 수 있다고 하였다.

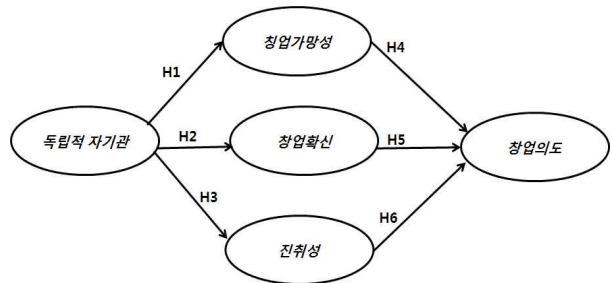
3) 창업의도

창업의도는 새로운 사업을 시작하기 위한 개인의 몰입이 포함되며(Krueger, 1993), 조직설립과 관련된 일련의 행위와 사건들의 연속인 전반적인 창업과정을 이해하는 데 있어 핵심개념으로 볼 수 있다(Bird, 1988; Boyd & Vozikis, 1994; Krueger, 1993) 즉, 창업에 대한 의사결정에 있어서 창업가적 행위를 이끌어내는 의도는 벤처창업의 과정에서 첫 번째 단계이다(Lee & Wong, 2004; Linán & Yi-Wen, 2009). 결론적으로 창업가적 행위를 수행하는데 있어서 창업의도는 필요한 선행요소이다(Fayolle et al. 2006; Kolvereid, 1996b).

3. 연구모형 및 가설

1) 연구모형

본 연구의 실증모형은 개인의 독립적 자기관이 창업가망성, 창업확신, 진취성에 미치는 영향, 창업가망성, 창업확신, 진취성이 창업의도에 미치는 영향을 살펴보는 데 목적이 있으며, 이상의 제언에 기반을 두어 구성된 본 연구의 개념적 틀은 <그림 1>와 같다.



<그림 1> 연구모형

2) 가설도출

자기관과 창업가망성, 창업확신 및 진취성과의 관계

가설 1 독립적 자기관은 창업가망성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2 독립적 자기관은 창업확신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3 독립적 자기관은 진취성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

창업가망성, 창업확신 및 진취성과 창업의도와와의 관계

가설 4 창업가망성은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5 창업확신은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6 진취성은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 실증분석 결과

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 모두 6개의 가설을 설정하였으며, 본 논문의 가설을 검증하기 위하여 구조정식모형을 설정하고 구성개념간의 관계에 대한 경로분석을 실시하였다. 경로계수 추정은 최대우도법(Maximum Likelihood Estimation)을 채택하여 이루어졌다. 구조방정식 분석의 경우 모델의 모형 적합도를 판정하기 위하여 GFI, AGFI, NFI, RMR, RMSEA 등이 지수가 사용된다. 일반적으로 GFI, AGFI, NFI의 경우 0.8 이상이면 적절하며, 0.9 이상일 경우 이상적이며, RMR과 RMSEA의 경우 0.05-0.08 사이가 적절한 것으로 제시된다(Bagozzi and Yi, 1988; Bagozzi and Dholakia, 1999).

연구 모형의 적합도 수치는 표 5에 제시되어 있으며 결

과는 다음과 같다. GFI (=.884), AGFI(=.851), NFI(=.871), CFI(=.992)인 것으로 분석되었다. 그리고 RMSEA(=.067)으로 나타났다. 적합도 분석결과 모든 적합도 수치는 연구 모형으로 타당한 것으로 나타나고 있어 본 연구 모형은 표본 데이터에 적합한 모형으로 인정된다. 그리고 chi-square 값은 적합도 모형의 척도로 해석하지 않고, 표본의 크기와 더불어 chi-square/df (369.277/164=2.252) 참고적으로 제시한다.

독립적 자기관이 창업가망성, 창업확신 및 진취성에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 1~3을 검증해 보면 독립적 자기관은 창업가망성, 창업확신, 진취성($\beta = .463, t = 6.864; \beta = .484, t = 6.028; \beta = .942, t = 7.068$)에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

창업가망성, 창업확신 및 진취성이 창업의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 4~6을 검증해 보면 창업가망성, 창업확신 및 진취성이 창업의도($\beta = .165, t = 2.062; \beta = .455, t = 7.616; \beta = .259, t = 1.786$)에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 1> 연구가설 검증결과

	경로	회귀계수	S.E	C.R.	검증결과
가설 1	독립적 자기관 → 창업가망성	.463	.220	6.864	채택***
가설 2	독립적 자기관 → 창업확신	.484	.229	6.028	채택***
가설 3	독립적 자기관 → 진취성	.942	.248	7.068	채택***
가설 4	창업가망성 → 창업의도	.165	.060	2.062	채택**
가설 5	창업확신 → 창업의도	.455	.071	7.616	채택***
가설 6	진취성 → 창업의도	.259	.098	1.786	채택*
chi-square/df=369.277/164, GFI=0.884, AGFI=0.851, NFI=0.871, TLI=0.911, CFI=0.923, RMSEA=0.067					
*** : p<.01, **: p<.05, *: p<.10					

참고문헌

Ajzen, I.(2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior1; Journal of applied social psychology, 2002

Bandura, A.(1977). Self-efficacy: The Excercise of Control, NY: Freeman.

Shapero, A. & Sokol, L.(1982). The Social Dimensions of Entre- preneurship. Kent. C. Sexton D. & Vesper, K, de. Encyclopedia of Entrepreneurship, Englewood Cliffs, N.J : Practice-Hall.

Singelis, T. M.(1994). The measurement of independent and interdependent self. Personality and Social

Psychology Bulletin, 20, 580-591.

Singelis, Theodore M. & William F. Sharkey(1995), Culture, Self-Construal, and Embarrassability, Journal of Cross-Cultural Psychology, 26 (6), 622-644.

Singelis, T. M., Triandis, H. C., Bhawuk, D. P. & Gelfand, M. J.(1995). Horizontal and vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical and measurement refinement. Cross-cultural research, 29(3), 240-275.