

예비 서비스 창업자의 동기요인이 기업가정신에 미치는 영향

-사이버대학교 수강자를 중심으로-

김경희* · 김진영**

〈요 약〉

서비스 산업의 창업 프로그램은 창업의 창출과 성장에 매우 중요한 영향을 미치고 있으나, 실제적으로 서비스 산업에서 창업 성공 비율이 현저히 낮기 때문에 효과적인 지원 프로그램이 더욱 요구되고 있는 실정이다.

최근, 서비스 산업에서 효과적인 창업 성공을 위하여 기업가 정신이 요구되고 있다. 이에 우리는 기업가 정신과 3가지 창업 동기 요인에 대하여 연구 분석하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

교육프로그램 참가자에게 설문을 통하여 혁신적, 시장 지향적, 기술 중심적, 경영 관리 적 사고를 조사하였다. 모든 요인이 유의하였고, 특히 경영 관리적 사고가 높은 영향성을 보였다.

향후 이 연구는 식음료업, 식당사업, 소매업 등 다른 서비스 산업에서 예비 창업 기업가의 동기를 조사하는 것에 도움이 될 것이다

핵심주제어 : 기업가정신, 동기, 서비스산업

I. 서 론

최근 글로벌 경제 위기를 거치고 평생 직업 체제가 붕괴하면서, 30 - 40대의 중년층의 조기퇴직이 일반화되고 있고, 20대 청년층 취업난으로 창업에 대한 관심과 수요가 높아지고 있다. 그러나 창업에 대한 관심 증가가 창업 빈도 증가로

논문접수일: 2011년 09월 19일 수정일: 2011년 10월 27일 게재확정일: 2011년 12월 26일

* 국제사이버대학교 경영학과 교수(교신저자), khkim@gcu.ac

** 안산대학교 경영과 교수, kjy@ansan.ac.kr

이루어지고 있으나 창업의 성공률은 극히 낮은 실정이다.

일반적으로 창업자들이 가장 창업을 많이 하고 있는 업종은 외식 및 식음료 서비스업종으로 초기 창업자들이 주로 창업하고 있으나, 일부를 제외하고 대부분 상권 중복과 경험 부족으로 인한 창업실패로 나타나고 있다(박영수·권용주, 2009). 외식업 창업의 경우 전체 소속 외식업 중 연평균 45% 휴업 또는 폐업을 하는 실정이다(한국외식연감, 2009). 전체 산업을 볼 때 연평균 100만개 이상이 창업되고 80만개 이상이 폐업을 반복하는 악순환의 구조로 창업 후 10년 이후 생존율은 13%에 불과하다(중소기업청, 2009).

이러한 창업 실패를 줄이기 위하여 중소기업청을 중심으로 한 정부기관과 각 대학들은 창업지원프로그램을 추진하고 있다. 우리나라의 기업 분포에 의하면 대기업 5천개, 중기업 8만개, 소기업 24만개, 소상공인 및 자영업 268만개로 나타나고 있다(중소기업청, 2009). 이 중 대기업을 제외한 중소기업과 소상공인의 업종을 중소기업 영역에 포함시키고 있으며, 이들은 전체의 업체 수의 99%, 고용의 88% 생산의 49.5%를 차지하고 있다.

서비스 및 외식 소매업 창업의 경우 입지 및 물적 요건, 프랜차이즈 제휴 및 가맹 여부와 기업가정신 같은 창업자의 역량이 필수적이다. 기업가정신의 교육은 예비창업자로 필요한 경영지식, 전문성, 가치관을 함양하는 기회의 제공을 의미한다. 일부 서비스 및 외식 소매업 창업자는 단순한 경제적인 부의 획득이나 퇴직 또는 실직 후 생계형 창업 등의 목적으로 창업하는 사례가 있으나, 이러한 경우 창업 실패로 이어지는 사례가 많다. 주요한 창업 실패의 원인으로 업종 및 아이템 선택 문제, 사업 경험 미숙 뿐만 아니라 올바른 기업가 정신의 미흡과 이해부족을 들 수 있다. 창업은 투자의욕이나 사업 욕심만 가지고 성공할 수 있는 것이 아니라 올바른 기업가 정신에 기초한 창업 마인드와 절차를 숙지해야 성공 확률을 증가시킬 수 있다.

전반적인 기업가정신 요인 중 환경과 조직적 특성은 통제가 어렵지만 개인적 특성은 교육을 통하여 향상 및 개발시킬 수 있다(Naffziger, Almed, & Montagno, 2003). 그러므로 창업지원프로그램과 교육을 통한 창업동기 요인 확인과 기업가정신의 고양은 창업 빈도 및 성공률에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

본 연구는 서비스 산업을 중심으로 하여 사이버대학교의 예비 창업 교육 수강자들의 창업동기 요인이 기업가정신에 미치는 영향을 분석함으로써, 바람직한 기업가정신을 통한 창업 촉진 활동을 연구하는 데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

최근 창업과 창업교육에 대한 관심이 증가하면서 기업가 정신, 교육프로그램의 방법과 제도, 활성화 등에 대한 연구가 활발하게 전개되고 있다. 외식 및 서비스창업 등 계획 부문에 적용한 연구 및 (Timmons, 1999; Morrison, 1999, Dollinger, 1995; Hodgetts & Kuratko, 2006 ; 손무호 2007) 등이 창업의 정의와 관련된 제도 및 활용, 교육 프로그램 기업가 정신을 연구하였다. 특히 서비스 창업 또는 벤처 창업 등 창업기업가들이 기업의 운영과 경영성과에 높은 영향을 미치는 형태의 경우 창업가 또는 기업가(entrepreneur)로 통칭하고 있다.

1. 서비스 창업 교육프로그램의 특성

일반적으로 창업은 업종 유형 분류로 제조업, 유통업, 서비스업 창업으로 구분한다.

전체적인 의미로 '소상공인'은 제조업, 건설업, 운수업, 도·소매업 및 그 밖의 서비스 사업을 영위하는 개인 또는 기업으로 정의하고 있다.(중소기업청, 2009). 그 중 서비스 창업은 제조업, 건설업 등 2차 산업에 비하여 개인 또는 소규모로 창업하는 소상공인 비중이 높다. 서비스 창업은 소상공인 창업 중에 외식 및 식음료업, 도·소매업 등 개인서비스업을 창업하는 것이다.

본 연구는 전체 소상공인 분류 중에서 서비스 및 소매전공 분야에 부합하도록 식음료 서비스와 개인 서비스 소매업종 등 서비스업 창업 중심으로 연구하였다. 소자본 식음료 서비스업 창업에 관한 연구에 의하면 창업자의 심리적 특성, 창업 아이템 선정, 창업경영관리 등이 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다(조정제, 2004). 또한 성취욕구, 통제, 불확실성에 대한 인내 및 감수 등의 심리적 특성이 창업 사업 성과에 영향을 미치고 있다(박정기, 2002). 그리고 외식 서비스 창업자의 자신감, 위험 감수 성향, 혁신과 창의성은 창업 성공에 유의한 영향을 줄 수 있다. 박대섭(2003)은 외식사업 창업성공에 영향을 미치는 창업자의 특성요인으로 서비스 창업의 위험감수 여부를 들고 있다.

창업의 성공을 위하여 건전한 사회적 환경, 우수한 재정적 지원상, 사업경험 등을 통하여 동기 부여된 창업자들이 있다고 해도 창업정신을 고양시키고 창업활동을 지원해주는 체계적인 창업 교육프로그램과 국가적 문화가 없이 경쟁력 있는 창업가들이 배출되기는 어렵다(Lee & Peterson, 2000).

기업가정신에 입각한 창업자는 그 사업의 비전을 추구함에 있어 다른 사람들을 이끌 열정과 헌신이 요구되며, 계산된 의지를 필요로 한다(Timmons & Spinelli, 2006). 일반적으로 창업 성공을 위해서는 자신의 창업, 기업가적인 특성 등을 먼저 파악하는 것이 중요하다. 그러므로 효과적인 서비스 창업 교육프로그램은 창업의 관심도 제고와 기업가 정신 형성에 영향을 줄 수 있으며, 전반적인 성공률 증가에도 긍정적인 것으로 나타나고 있다.

2. 서비스 창업교육 프로그램의 참여 동기

성인학습 교육프로그램은 제도화된 학습의 형태로 교수자가 교육을 위해 수행하는 활동에 대응하여 학습자 내부에서 발견되는 인지적 과정이다 (Merriam & Brockitt ; 1997, Jarvis ; 1995). 내부에서 발견되는 인지적 관점은 청소년기의 교육 형태 보다 학습자의 자율권과 내재적 동기에 의하여 시작될 수 있다는 것이다. 특히 성인학습자의 참여 동기는 매우 현실적이고 구체적인 목적으로부터 나타나며, 제반 문제의 해결, 전문적 기술의 습득, 자격증 취득과 진로 및 창업 등의 형태로 표출된다. 그러므로 사이버 교육방식에 의한 서비스 창업 교육 프로그램도 이러한 성인학습 교육프로그램의 형태를 취하고 있으며, 성인학습자는 학습형태와 환경에 대하여 청소년학습자보다 선호도가 명확하며, 인지적 발달 과정을 거쳐 학습참여에 대한 필요성과 목표의식이 높게 나타난다. 따라서 사이버대학교의 수강 학생층은 평균적으로 20대 후반, 30대 전후의 직장인 또는 사회인 것을 감안할 시 성인교육에 의한 참여 동기 성향에 의한다.

서비스 및 소매업 창업 참여와 성공요인은 조직역량과 문화, 기업가 정신, 가용자원, 외부 네트워크 등이다. 기업가 정신은 창업교육 프로그램 수행을 통해서 고양될 수 있는 속성 중 하나이다.

2.1 예비 창업 교육프로그램 수강자의 참여 동기

Morstein & Smart(1976)의 연구, 권두승·이경아(2004)의 한국 성인교육 참가자들의 교육 참여 동기 성향을 분석한 연구결과를 살펴보면, 학습지향형, 활동지향형, 타인기대의 충족, 그리고 일상으로부터의 탈출 동기와 같은 요인으로 참여 동기가 구분하고 있다.

목표 지향적 동기 영역은 특정 목표에 대한 외부적 기대와 내부적인 전문성 향상의 욕구의 유형으로 나타나고 있다. 외부적 기대는 권위를 가진 다른 사람의

기대 사항 수행과 지시를 이해하기 위한 활동, 타인의 추천에 의한 동기 활동이 포함된다. 내부적인 전문성 향상의 욕구는 전문성의 충족과 직업상 기술의 개선, 경쟁 중심구도에 부합하는 동기영역이다. 교육프로그램과 관련된 목표 지향적 동기는 내부, 외부적인 기대의 결합으로 실용적, 기능적인 목적 달성을 위하여 참여하는 동기이다. 이러한 유형으로 학위, 각종 자격증, 수료증, 기술적 지식과 경험의 획득 욕구 등이 해당된다.

활동 지향적 동기 영역은 내적 동기에서 사회적인 부문으로 개인적인 교체와 친교를 위한 동기, 인간적 교류를 유지하기 위한 욕구, 공동체와 집단적 활동에 참여하고 싶은 사회적 욕구가 포함된다. 활동 지향적인 동기를 가진 교육프로그램 참여자는 대학교, 공공 교육훈련 기관, 학원 및 교육기관을 학습 활동의 중심으로 사회적으로 안정된 사교 장소로 인식하고 있으며, 사회적 인간관계의 유지, 확대에 관심을 두고 있다(한승진, 2009).

러한 동기는 교육프로그램과 관련된 사회 및 학생활동, 인간관계의 형성 욕구로 표출된다. 인지적 동기는 문제의 본질 탐구와 자아탐구 같은 개인의 자체적인 욕구 충족에 해당되는 영역으로 자기 발전, 학습, 미래에 대한 성취 욕구 등에 대한 동기를 포함한다. 이 동기는 학습 지향적 동기라고도 한다. 또한 인지적 동기는 교육프로그램의 참여와 학습 자체에 본질적인 가치를 두는 동기로 볼 수 있으며, 학습 성취와 관련된 자아개발, 지식 자체의 의미를 부여하는 동기이다(권두승, 2004). 교육프로그램에서 인지적 동기는 주로 자아성취와 자기발전을 위한 형태로 전공에 대한 심화 욕구로 나타나고 있다.

3. 기업가 정신

현대의 기업가는 자본을 출자하고 이에 따른 위험을 부담하며, 기업 경영관리를 수행하는 책임자로서 기업설립에서 제반 경영활동을 스스로 책임지는 사람이다(Massie, 1987). 기업가정신은 독립적인 신규 사업 창출과 그에 수반된 조직역량을 확장하고 내부적으로 창출된 자원을 결합하여 시장의 기회에 부합하는 활동에서 출발한다(Burgelman, 1993). 사업 기회의 인지, 위험부담의 적절한 관리, 적절한 자원동원의 기준을 바탕으로 가치를 창출하려는 시도이다(Kao, 1995). 그러므로 기업가정신이란 위험과 불확실성을 감안한 새로운 환경에서 비전을 제시하고 끊임없는 도전과 혁신을 통해 기업의 수익과 성장을 도모하는 것이다. 또한 기업가정신은 구체적인 이윤추구를 위해 창조성, 민첩성, 위험 감수와 용기를 가지고 자본과 모든 자원을 기업경영에 투자하는 책임감과 근면성을 의미한다.

창업 동기에 의한 기업가정신의 함양과 고취는 창업 비율에 긍정적인 영향을 주게 된다. 실제 2000년대 초 영국의 경우 창조경제에 대한 인식은 높았으나 실제 창업비율은 미국보다 매우 낮게 나타났다.(Howkins, 2001). 이러한 결과는 미국이 영국보다 체계적인 기업가정신 교육의 빈도와 수행기관이 월등히 많은 것에 기인한다. 창업자는 기업가 정신이 충만해야 하며 신상품, 신서비스를 창출하여 미국 기업 내의 새로운 사업기회를 만들어내는 중추적인 수행자이다(Pickle, 1990). 또한 창업자는 위험을 감수하면서 이익을 위해 사업체를 조직하여 운영하는 사람임을 의미한다. 이러한 성향의 창업자는 창업자 특유의 정신을 발휘하여 환경 변화에 적응하고 새로운 사업 영역을 개척하여 성공적인 기업을 경영하는 개척자이고 모험가이며 혁신가로서 기업을 운영하는 사람이다(Hodgetts & Kuratko, 2006).

기업가정신과 내적 동기의 영향에 대한 선행 연구로 Naffziger(2003), Mitchell (2002), Guervo(2005), 임외석 등의 연구가 있다.Naffziger(2003)에 의하면 기업가정신에서 창업을 하는 기업가의 개인 자체와 개인적 속성은 의미 있는 특성이고, 기업가정신과 관련된 기업 활동은 심리적인 내적 특성과 외부 환경요인의 영향과 관련이 있다.

그리고 체계적인 대학 교육과 기업가정신과의 관련성을 분석한 연구로 최종열 · 정해주(2008)의 연구가 있다. 효과적인 창업 교육 시 개선될 수 있는 기업가 정신 특성 요인으로 사업기회의 포착, 대인관계, 의사소통 능력 등 기술적인 기능, 내적통제, 위험감수성, 혁신성, 변화지향성, 대표 지향성과 같은 인간적 기능, 기획 및 경영활동의 전반적 이해 등을 포함하는 개념적 기능 등이 있다(최종열 · 정해주, 2008).

기업가정신은 기업가적 혁신의 배후에 있는 기업의 어느 일정한 정신과 연결되는 것이다. 그러므로 기업가 정신과 예비기업가 또는 기업의 내적 혁신 동기는 상호 연관성을 가진다고 볼 수 있다(임외석,2008). 또한 박대섭(2003)은 창업성공 등에 미치는 영향에 관한 연구에서 외식업 창업자의 특성 등을 자신감 및 위험감수, 혁신 및 창의성, 자율적 팀 구축으로 나누고 자신감 및 위험감수, 혁신 및 창의성이 창업성공에 유의한 영향을 미치는 결과를 제시하였다. 그러므로 예비창업자와 기업이 창업을 고려할 경우 수반되는 기업가 정신은 혁신적 사고, 진취적 사고, 위험 감수적 사고와 관련이 있다. 혁신과 진취적 관점의 기업가 정신에 대하여 Abernathy(1985)는 기업가 정신과 관련된 사고 유형은 혁신적 사고, 시장 중심적 사고, 경영 관리적인 사고, 기술 중심적인 사고에 의하여 나타난다고 하였다. 김영래(2004)는 혁신적 관점에서 순차적 흐름기법에 의하여 Abernathy

의 이론을 재해석하였고, 이주현(2008) 등은 4가지 사고 유형 중 기술 중심적인 창업전략을 연구하였다. 기업가정신의 성별, 학력과 경험의 차이, 기업가의 성별 차이가 대출 결정에 미치는 차이점에서 성별의 차이점은 없는 것으로 나타났다 (Butter & Rosen, 1989).

3.1 혁신적 사고

혁신적인 기업가는 혁신적 사고에서 출발하며, 이러한 혁신은 기업가의 무기이자 사업을 발전시키는 수단이며 학습 실천하는 활동이다. Druker(1985)는 기업가 혁신을 위한 기회요인으로 예측불가능성, 고객의 니즈와 차이의 존재, 인구 및 산업구조의 변화, 새로운 지식체계와 인식의 변화 등을 주장하였다. Schumpeter 이론에 의하면 기업가의 본질적인 특성으로 창의와 혁신이다. 혁신적 사고의 기업가는 신규기업과 쇠퇴기업, 신기술의 도입, 쇠퇴, 그로 인한 산업구조의 변화 등을 통한 창조적 파괴를 통해서 혁신적 사고를 실행한다. 흔히 혁신은 위험감수의 형태로 출발하며, 일반적으로 혁신적인 기업가는 전통적인 기업가보다 예측 가능한 이익의 수준보다 고수익, 고위험을 감수하려는 경향을 보인다. 그러나 혁신적 성향의 기업가라도 완전한 형태의 위험회피와 불확실성을 제거할 수는 없는 것이다. 기업가는 높은 성취욕구와 동시에 적절한 수준의 위험감수 능력을 가져야 한다. 기업가정신은 의사결정과 문제를 결해 나가는데 더 많은 혁신적 방법을 추구하는 것이다(Kirton, 1989). 그리고 창업 기업의 혁신 지향적 문화는 구성원 간의 상호 커뮤니케이션을 개선하고 조직적 역량을 강화하게 된다(Menon and Varadajan, 1992).

그러므로 허용가능한 수준의 위험범위 내에서 최고 수익을 추구하는 것이 올바른 혁신적 기업가의 사고이다. 신규 창업을 예정하는 사업가의 경우 적절한 위험감수 능력을 유지하는 범위 내에서 혁신적인 형태의 사업가성향이 필요하다.

3.2 시장 중심적인 사고

시장 중심적인 사고는 기업 활동의 핵심이 시장에 의하여 결정되는 형태로 최근 고객 중심 사고로 나타나고 있다. 20세기 이후에는 시장 중심적 사고는 시장주의형 신자유주의 경제 패러다임으로 변화하고 있다. 시장 중심적 사고는 마케팅 및 사업 목표를 시장에 초점을 두는 사고로 고객 중심주의와 사업 수행 목적에 따라 사업 방식이 결정된다. 기업가정신은 정형화, 집중화, 분권화 등 조직구조에 연관성이 있으며 시장중심주의와 경영관리주의 경영성과에 유의한 영

향을 보이고 있다(Matsuno, Mentzer and Ozsomer, 2002). 시장 중심주의에 부합하는 형태는 창업 시장의 기회 및 환경 분석에 의하여 창업하고 기술보다는 영업 및 마케팅 전략을 통하여 기업을 성장시키는 기업가이다.

또한 창업 혁신성과 시장 중심주의 사고가 전략적인 마케팅 활동으로 수행될 경우 창업 기업은 개선된 경영성과를 기대할 수 있다(Atuahence-Gima & Ko, 2001).

시장 중심의 사고는 최근 고객중심주의와 개별화 성향에 따라 온라인 맞춤형 상품과 서비스를 제공하는 형태의 창업에 유리하다. 예를 들어, 시장의 환경에 따라서 사업 형태와 구조가 급변하는 계절성 사업과 경향성이 반영된 패션 및 의류, 운동용품 등의 소규모 창업에 적절하다.

3.3 경영관리적인 사고

경영 관리적 사고는 내적통제와 외적 통제의 영향에 따라 창업 및 경영활동이 영향을 받게 된다는 것으로 효과적인 내적, 외적 통제 능력, 노력, 또는 기술을 통해서 전체적인 경영 성과에 대해 영향력을 미칠 수 있다. Collis(1991)는 전략결정에 있어서 필요한 경영 관리적 환경요소로는 핵심역량, 조직능력, 관리적 유산을 제시하였다. 그러므로 경영 관리적 사고는 계획기능, 조직기능, 통제기능 등 공식적 지위와 그 역할에 초점이 맞추어져 있다. 이러한 기업은 전문화된 기업구조로 계획적이고 체계적인 기업 정책을 가지고 있으며 대규모 기업 또는 집단이 많다. 그러나 기업 규모에 관계없이 경영 관리적 사고가 창업 시 필수적이며, 일반적으로 대기업 형태의 기업에서 관리적 형태가 많이 나타나고 있다. 창업 시 기업은 인력, 자본, 기술 등 한정된 자원에서 출발하므로 경영 관리적인 기업가의 중요한 역할은 계속되는 불균형의 상태 하에서 자원배분을 지시하고 관리하는 일이라고 인식하였다(성태경, 2006). 기업가로서 요구되는 경영 관리적 특성은 기획 및 의사결정, 인간관계, 마케팅, 재무 및 회계, 통제, 협상능력 등을 포함한다(Hisrich, 1992). 주로 기업 조직적 관리와 내부 통제와 대외 관리 능력이 포함되며, 특히 서비스 산업에서 경영관리는 전반적인 생산과 영업 기술의 혁신, 마케팅과 종사원 관리가 추가된다.

이러한 관점으로 기업가는 창업 시 직면하게 되는 상황에 대하여 다양한 통제 행동의 원인을 내적 동기 요인 또는 환경적 요인에서 발견하게 된다(Rotter,1996). 즉 경영 관리적 사고는 내적 동기 또는 외부적 기업 환경요인에 의존하게 된다. 그러므로 창업을 준비하는 기업가는 사전 준비단계에서부터 경영관리적인 계획과 통제를 통하여 효과적인 경영 관리 활동을 수행해야 한다.

3.4 기술 중심적인 사고

기업 경영의 핵심은 발전된 기술이 새로운 서비스와 제품을 시장에 공급함으로써 시장을 견인하고 고객에게 새로운 소비 행동과 구매 욕구를 유도할 수 있을 것이라는 사고이다. 기술 중심 사고에 의하면 기업가는 자신의 경제구조를 내부에서부터 끊임없이 혁명적으로 뒤바꾸려는 힘에 의해 움직이고 있다는 것이다. 일반적으로 기술 중심 기업은 기업 핵심역량을 기술적인 혁신으로 보고 연구개발과 기술적 발전에 주력하는 형태이다. 기술 중심형 기업가는 새로운 혁신과 기술개발로 창업을 하고 새로운 도전자로부터 기업을 유지하고 발전시키기 위해 끊임없이 노력하는 기업가이다. 보다 발전된 기술이 새로운 서비스와 제품을 시장에 공급함으로써 시장을 견인하고 고객에게 새로운 소비 행동과 구매 욕구를 유도할 수 있을 것이라고 보는 관점이다. 과학과 기술의 진보가 가장 큰 성취이며, 모두 문제점도 기술로 해결 할 수 있다는 것이다(Kaplan, 1995). 기술 중심적 사고를 통한 창업은 정보기술, IT, 생명 공학과 같은 공학적 기술뿐만 아니라 창업자의 전문성을 확보할 수 있는 기술 형태가 모두 포함된다. 예를 들어 1인 창조 기업 형태의 IT 전문 서비스업, 조리기술을 요하는 식음료업, 컨설팅 및 정보 제공업 등이다.

Ⅲ. 연구조사 설계

1. 측정변수 및 연구가설

본 연구는 예비 서비스 창업자의 동기요인이 기업가정신에 미치는 영향에 관한 연구로서 참여 동기에 따라서 기업가정신에 나타나는 영향을 분석하는 것을 연구 목적으로 한다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 선행 연구에 대한 이론적 검토와 온라인 형태의 예비 서비스 창업자를 대상으로 실증 분석을 수행하였다. 이론적 고찰을 바탕으로 온라인 교육에서 참여 동기에 따라 학습 프로그램에 대한 기업가정신이 다르게 나타날 것으로 추론할 수 있다. 선행연구의 이론적 고찰을 통하여 참여 동기 요인으로 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기, 인지적 동기로 구분하였다. 결국 온라인 교육에서 참여 동기는 참여자가 인식하고 있는 참여 동기 요인에 따라 학습 프로그램의 기업가정신에 영향을 미칠 것이라고 판단하였다. 따라서 본 연구는 예비 중소규모 서비스창업을 희망하는 수강자를 중심으로 다음과 같이 가설을 설정하여 규명하고자 한다.

- H1. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 혁신적 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 H2. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 시장 중심적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 H3. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 경영관리적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 H4. 창업동기요인은 서비스 창업예비자의 기술 중심적인 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구조사 설계

본 조사를 수행하기 위해 'K'대학교에서 경영 및 외식서비스과목 관련 1~4학년과정 중에 창업에 대한 사이버대학교의 사이버강의를 수강하는 학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 설문지를 온라인으로 수집 및 접속하여 온라인화면에서 직접 읽고 바로 입력할 수 있게 구성하였다. 조사일정은 2010년 11월 25일부터 2010년 12월 10일(15일간)까지 실시했다. 총 설문 대상자(260명)에서 불성실하거나 미 기입된 경우를 제외한 246부의 유효 표본을 가지고 분석에 이용하였다. 수집된 자료는 사회과학 통계패키지인 한글 SPSS(Ver 18.0) 프로그램을 이용하였다. 추출된 창업 동기 요인에 대하여 종속 변수로 한 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 각 항목에 대하여 기술통계량을 통한 평균, 빈도분석, 요인분석, 신뢰성분석, 상관분석, 차이분석, 회귀분석을 실시하였다.

3. 변수의 조작적 정의

연구 분석에 사용된 변수 및 척도는 선행 연구이론에 의거하여 선정하였다.

대상 연구 변수를 기업가 정신과 동기에 대한 문항을 중심으로 5점 리커트 척도로 측정하였다. 선행 연구 이론에 의한 각 변수의 조작적 정의는 <표1>과 같다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의, 측정 문항	선행연구이론
참여 동기	인지적 동기	권두승·이경아(2004)
	목표 지향적 동기	임외석(2008) 박재환, 김용태(2009)
	활동 지향적 동기	Timmons & Spinelli (2006)

기업가 정신	혁신적 사고	Abernathy(1985)
	시장 중심적 사고	Kirton(1989). Hisrich (1992)
	경영 관리적 사고	Kaplan(1995),김영래(2004)
	기술 중심적 사고	이주현(2008)

4. 설문문항의 구성

연구의 설문 문항은 <표 2>와 같이 선행 이론 연구의 결과를 근거로 작성되었다.

세부 설문문항은 인구통계적 변수에 관한 4 문항, 참여 동기 관련한 3개 요인의 11개 문항, 기업가 정신에 대한 4개 문항, 기타 서비스 및 도소매 창업의 중요성 인식에 관한 4개 문항으로 구성하였다.

<표 2> 설문문의 구성

참여 동기 설문			문항 수	기업가 정신과 기타 설문		문항
인지적	요인 1의 설문 자아실현과 성취욕구		4	기업가정신	혁신적, 시장중심적 경영관리적, 기술중심적	4
목표 지향적	요인 2의 설문 창업 계획 목표 관련		4	인구통계적	성별, 연령, 직업군, 소득	4
활동 지향적	요인 3의 설문 활동 관련 참여		3	기타 설문	서비스, 도소매 창업의 중요성 인식	4

IV. 실증분석 결과 및 해석

1. 표본의 일반적 특성

응답자의 성별구성을 살펴보면, 남성이 68.3%이고, 여성은 31.7%로 남성비율이 높게 나타났다. 연령별 분포는 평균 36.2(표준편차 8.16)세로 나타났다.

<표 3> 표본의 인구통계학적 특성

변수	내용	빈도 (명)	퍼센트 (%)	변수	내용	빈도 (명)	퍼센트 (%)
성별	남성	168	68.3	연령	30대 미만	75	30.5
	여성	78	31.7		30대	72	29.3
					40대	87	35.4
					40대 이상	12	4.9
소득	200만원 이하	40	16.3	직업	일반사무	40	16.3
	200-300만원	71	28.9		공무원	71	28.9
	300-400만원	51	20.7		법인개인사업자	51	20.7
	400-500만원	50	20.3		서비스업사업자	50	20.3
	500-600만원	16	6.5		기술직종	16	6.5
	600만원 이상	18	7.3		기타	18	7.3

주: 총 246명, 결측치 없음

직업별 분포로는 공무원 28.9%로 가장 많고 법인 및 개인 사업자, 서비스업사업자, 일반사무 등의 계층으로 조사되어 직업을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 온라인 교육프로그램을 수강하는 대상자 특성 상 오프라인 교육 프로그램의 학생층보다 소득과 연령이 높고, 대다수 직장 및 사업 형태의 직업을 가지고 있어서 예비창업자의 표본 분포와 성향 분석에 적합하게 나타나고 있다.

2. 측정변수의 신뢰도 및 타당도 검증

본 연구에서는 측정 변수의 신뢰도를 크론바하 알파계수로 검증하였다. 크론바하 알파계수 값이 보통 0.6이상이면 측정도구의 신뢰도에 별 문제가 없는 것으로 일반화되어 있다. 본 연구에서의 타당도 검증은 요인분석을 통하여 입증되었다.

<표 4> 참여 동기에 대한 타당도 및 신뢰도 검증

요인명	측정항목	적재량	아이젠값	분산 설명력	신뢰 계수
인지적 동기	참여 동기 인지3	.903	2.864	26.040	.884
	참여 동기 인지2	.801			
	참여 동기 인지1	.765			
	참여 동기 인지4	.730			
목표 지향적 동기	참여 동기 목표2	.846	2.346	21.325	.753
	참여 동기 목표1	.800			
	참여 동기 목표4	.738			
	참여 동기 목표3	.544			
활동 지향적 동기	참여 동기 활동3	.855	2.018	18.342	.664
	참여 동기 활동2	.765			
	참여 동기 활동1	.536			

KMO값=0.770, Bartlett의 구형성검정치=1175.513, p=.000, 총분산 설명력 = 65.708%

본 연구의 요인분석은 탐색적 요인분석으로써 다 항목척도로 구성되어 있는 측정척도의 구성타당도를 검증하고 각 결정요인의 변수들을 구성개념에 따라 단순화시키기 위해 직각회전법을 이용한 주성분 요인분석을 실시하였다. 참여 동기 요인에 대하여 11개 항목을 분석한 결과 <표 4>와 같이 세 개의 요인으로 단순화하였다. 이 요인분석의 표본의 적합성을 검증하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값이 0.770로서, 변수 선정에 적합한 것으로 본다. 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성검정치가 1175.513이고 유의확률이 0.000으로 나타나 요인분석 모형이 적합하며 공통요인이 존재하는 것으로 나타났다. 전체설명력은 65.708%로 나타났다. 추출된 요인들에 대한 신뢰도 분석에서는 인지적 동기, 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기의 신뢰계수는 0.884, 0.753, 0.664로 내적 일관성을 지니고 있다고 볼 수 있다.

요인 1은 ‘장기적 자기 발전과 자아실현’, ‘현재 직업 또는 미래사업의 전문성과 효율성 제고’, ‘개인적인 성취 욕구 충족’, ‘지적 호기심 및 경영전공 심화’ 등의 항목으로 구성되어 인지적 동기에 관한 요인으로 확인되었으며, 신뢰도는 0.884 으로 나타났다. 요인 2는 ‘구체적인 창업목표 아이템 획득’, ‘창업 방향과 준비단계의 목표 설정’, ‘창업의 실패 및 성공요인의 확인 및 연구목표’, ‘향후 5년 이내에 창업을 계획 목표’ 등의 항목으로 구성되어 목표 지향적 동기에 관한 요인으로 확인되었으며, 신뢰도는 0.753으로 나타났다. 요인 3은 ‘원만한 학우관계와 인간관계 형성’, ‘창업관련 오프라인 활동과 학습에 관심’, ‘온라인 커뮤니티 활동의 용이성 등의 항목으로 구성되어 활동 지향적 참여 동기 요인으로 확인되었으며, 신뢰도 0.664 으로 나타났다. 따라서 참여 동기의 3가지 변수 모두 타당성

과 신뢰성이 있는 것으로 분석되었다.

<표 5> 기업가 정신에 대한 신뢰도 검증

문항	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	전체 Cronbach 알파
혁신적 사고	13.033	2.472	.662	.780	.805
시장 중심적 사고	13.126	2.429	.596	.766	
경영 관리적 사고	13.102	2.451	.703	.821	
기술 중심적 사고	13.252	2.206	.627	.809	

<표 5>와 같이 기업가정신에 대한 신뢰도를 분석한 결과 Cronbach α 값이 .805 정도로 신뢰성 수준이 적합한 것으로 판단되었다. 그러므로 “혁신적사고”, “시장 중심적 사고”, “경영 관리적 사고”, “기술 중심적 사고”의 모든 문항이 연구 분석을 위한 신뢰성 있는 요인으로 검증되었다.

3. 연구 분석

온라인 창업교육 프로그램 참여자의 동기와 구성 개념 간의 상관관계는 다음 <표6>과 같으므로 분석 결과의 신뢰성에 유의한 것으로 나타났다. 상관관계가 가장 높은 것은 목표 지향적 동기와 활동 지향적 동기가 0.692로 비교적 높은 상관계수 값을 보이고 있다.

<표 6> 참여 동기의 항목들 간의 상관관계

구 분	M	SD	구성 개념간 상관관계(Inter-Construct Correclations)		
			인지적동기	목표지향적동기	활동지향적동기
인지적동기	3.860	.749	1	.396**	.445**
목표지향적 동기	3.713	.731	.396**	1	.692**
활동지향적 동기	3.610	.726	.445**	.692**	1

*** p<.001

<표 7> 월 소득에 따른 참여 동기 차이분석

종속변수	월소득	M	SD	F/p	Scheffe
인지적 동기	200만원 이하(a)	3.705	.494	.895/.485	-
	200-300만원(b)	3.800	.877		
	300-400만원(c)	3.772	.536		
	400-500만원(d)	3.918	.753		
	500-600만원(e)	4.040	.695		
	600만원 이상(f)	3.762	.794		
목표지향적 동기	200만원 이하(a)	3.610	.578	2.286/.047*	-
	200-300만원(b)	3.827	.668		
	300-400만원(c)	3.772	.783		
	400-500만원(d)	3.561	.775		
	500-600만원(e)	3.430	.777		
	600만원 이상(f)	3.981	.829		
활동지향적 동기	200만원 이하(a)	3.508	.571	1.306/.262	-
	200-300만원(b)	3.604	.863		
	300-400만원(c)	3.327	.755		
	400-500만원(d)	3.613	.721		
	500-600만원(e)	3.517	.768		
	600만원 이상(f)	3.698	.767		

*p<.05

<표 7> 월 소득에 따른 참여 동기 차이분석은 학력과 경험의 차이, 기업가의 성별 차이가 대출 결정에 미치는 차이가 없다는 Butter and Rosen(1989)의 선행 연구 이론 결과를 지지하고 있다. 서비스창업자의 소득 차이에 따른 차이가 크지 않은 결과는 외식 및 식음료 업, 프랜차이즈 가맹점, 소매 형태를 선호하는 중소 규모 일반적 창업 경향에 추세를 반영하고 있다. 또한 남, 여 성별 분류에서 참여 동기도 유의한 차이가 거의 없는 것으로 나타났다. 그러므로 창업을 위해서 필요한 시간과 에너지 및 준비 과정은 성별과 직종에 관계없이 나타나는 것으로 분석되었다.

그리고 <표 8> 직업에 따른 참여 동기 차이분석은 목표 지향적 동기와 활동 지향적 동기 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 목표 지향적 동기와 활동 지향적 동기 중 서비스사업자 및 근무자의 SD 값은 각각 0.755, 0.842로 다른 동기보다 높게 나타났으며, 두 동기는 직업 분류에 따른 영향을 주는 요인으로 분석되었다.

<표 8> 직업에 따른 참여 동기 차이분석

종속변수	직업	M	SD	F/p	Scheffe
인지적 동기	일반 사무직종(a)	3.818	.669	.569/.724	-
	일반직 공무원 및 교육직, 군인(b)	3.680	1.116		
	법인, 개인사업자 및 근무자(c)	3.922	.620		
	서비스업 사업자 및 근무자(d)	3.892	.559		
	기술직종 및 IT업종(e)	3.765	.597		
	기타(전업주부, 일반 학생)(f)	3.776	.695		
목표 지향적 동기	일반 사무직종(a)	3.640	.620	10.428/.000**	b>f d>a,f
	일반직 공무원 및 교육직, 군인(b)	3.886	.697		
	법인, 개인사업자 및 근무자(c)	3.400	.643		
	서비스업 사업자 및 근무자(d)	4.208	.755		
	기술직종 및 IT업종(e)	3.753	.730		
	기타(전업주부, 일반학생)(f)	3.327	.684		
활동 지향적 동기	일반 사무직종(a)	3.382	.766	3.094/.010*	b>a
	일반직 공무원 및 교육직, 군인(b)	3.886	.594		
	법인, 개인사업자 및 근무자(c)	3.639	.619		
	서비스업 사업자 및 근무자(d)	3.551	.842		
	기술직종 및 IT업종(e)	3.725	.626		
	기타(전업주부, 일반학생)(f)	3.366	.819		

*p<.05

서비스 업종 종사자의 목표 지향적 동기가 다른 업종 종사자 보다 다소 유의하게 나온 결과는 창업의 실패 성공 요인의 확인, 향후 5년 내의 서비스업 창업 또는 변경의 측면에서 유의성이 높은 것으로 볼 수 있다. 응답자 일부의 기타 사항 답변에 의하면 서비스업에 종사하는 근로종사자가 스스로 창업할 계획이 있는 것으로 나타났다.

예를 들면 휴대폰 매장에 근무하는 직원, 미용실이나 식음료 프랜차이즈 업종에 종사하는 응답자들에게서 이러한 경향을 보이고 있다. 전문성 및 기술적 지식 및 경험의 습득, 사회적 관계성의 확대의 성향이 직업별로 다소 차이점을 보이고 있으며, 특히 서비스업 사업자 및 근무자의 경우 다른 직종의 근무자 보다 비교적 높은 수치로 나타났다. 이러한 결과는 서비스업의 특성 중 필수이익 공식이론의 결과를 지지하고 있다(Gronross, 2007). 서비스업은 제조업과 달리 비용적인 측면에서 생산 및 운영의 가시적 영역과 비가시적

영역으로 구분되어 나타나는 데, 이러한 비가시적 영역은 내부적인 효율성에 기인하며, 이는 기업가와 종사원에 대한 교육, 전문적인 기술성에 의존하게 된다(이유재, 2010).

<표 9> 연령에 따른 참여동기 차이분석

종속변수	나이	M	SD	F/p	Scheffe
인지적 동기	30대 미만(a)	3.735	.481	.637/.592	-
	30대(b)	3.817	.922		
	40대(c)	3.890	.748		
	40대 이상(d)	3.829	.566		
목표 지향적 동기	30대 미만(a)	3.481	.599	4.816/.003*	b>a
	30대(b)	3.917	.633		
	40대(c)	3.761	.816		
	40대 이상(d)	3.653	.860		
활동 지향적 동기	30대 미만(a)	3.333	.597	2.670/.048*	-
	30대(b)	3.630	.903		
	40대(c)	3.579	.822		
	40대 이상(d)	3.667	.471		

*p<.05

<표 9> 연령에 따른 참여 동기요인은 목표 지향적 동기 요인에서만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업의 전문성의 충족과 직업적 진보, 경쟁과 관련된 학점취득, 창업 기술적 지식과 경험의 획득 욕구가 연령별로 다소 차이를 보이는 것을 의미한다.

이러한 결과는 권두승·이경아(2004)의 한국 성인교육 참가자들의 교육 참여 동기 성향을 분석한 연구 결과를 지지한다. 본 연구에서 전체적인 창업교육프로그램을 표본 대상자들에게 실시하고 추가적으로 희망자에 한하여 오프라인 형태의 기업가정신 특강을 2회 시행하였다. 그리고 <표 10>의 내용은 추가적 특강 실시여부에 따른 기업가정신과 외식서비스 및 소매업종 창업의 중요도를 분석한 표이다. <표 10>에 의하면 기업가정신과 외식서비스 및 소매업종 창업의 중요도에 대하여 전체 일반과정 이수자와 기업가 정신을 중심으로 하는 오프라인 특강 추가 수강자에 대하여 약간의 차이를 보이고 있다. 기업가정신 측면으로 오프라인 특강 추가 수강자는 시장 중심적 사고, 경영관리적사고, 기술 중심적인 사고에서 일반과정 수강 계층보다 영향을 받는 것으로 분석되었다.

<표 10> 온라인수강자와 특강 추가 수강자간의 중요도 차이분석

구분	M		SD		t/p	
	특강 (n=76)	일반 (n=170)	특 강	일반 과정		
기업가 정신	혁신적 사고가 필요	4.526	4.447	.683	.616	.902/ .368
	시장 중심적인 사고가 필요	4.592	4.282	.593	.655	3.528/ .001*
	경영관리적인 사고가 필요	4.618	4.306	.565	.662	3.573/ .000*
	기술 중심적인 사고가 필요	4.474	4.153	.663	.730	3.274/ .000*
외식서비 스 및 소매 업종 창업의 중요도	창업자의 역량 및 기업가 정신	4.618	4.277	.588	.671	3.834/ .000*
	상품 기술 및 아이디어	4.290	4.400	.708	.619	-1.236/.21 8
	창업 자본 및 물적 요건	4.579	4.371	.572	.695	2.289/ .023*
	프랜차이즈 가맹 및 제휴	4.368	4.224	.746	.720	1.443/ .150

*p<.05

그리고 서비스 및 소매업종 창업의 중요도에서는 창업자의 역량 및 기업가정신, 창업 자본 및 물적 요건에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 오프라인 특강 추가 수강자가 비 수강자보다 상품 기술 및 아이디어를 제외한 모든 항목에서 더 높게 지각하는 것으로 밝혀졌다. 그러므로 기업가정신의 고취를 위한 창업 교육프로그램이 창업예비자들에게 효과적이라는 Naffziger, Almed, & Montagno (2003)의 연구 결과를 지지하는 것으로 분석되었다. 기업가 정신의 고취와 서비스 창업 제고를 위하여 온라인 교육프로그램과 오프라인 교육 형태를 병행하는 것이 더 높은 효과를 나타내는 것으로 분석되었다.

4. 연구가설의 검증

본 연구에서 참여 동기 요인에 따라 기업가정신에 영향을 미치는 것을 가설 검증 하였다. 검증결과 각 가설에 대한 내적동기와 기업가 정신에 대한 영향성은 Naffziger(2003), 임외석(2008)의 연구 결과를 지지하고 있다.

가설 1. 창업동기 요인은 창업예비자의 혁신적 사고에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1을 검증하기 위해 <표 11>과 같이 인지적 동기, 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 혁신적 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석된 결과에서 참여 동기 요인의 인지적 동기 요인에서만 혁신적 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 참여 동기 요인에서 창업예비자의 혁신적 사고에 대한 영향요인은 약 24.4%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F값=27.308, p=0.000$).

가설 2. 창업동기 요인은 창업예비자의 시장 중심적인 사고에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설2를 검증하기 위해 <표 11>과 같이 인지적 동기, 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 시장 중심적 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석된 결과에서 시장 중심적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것은 없는 것으로 나타났다. 참여동기 요인에서 시장 중심적인 사고에 대한 영향요인은 약 7.8%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F값=7.900, p=0.000$).

가설 3. 창업동기 요인은 창업예비자의 경영관리적인 사고에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설3을 검증하기 위해 <표 11>과 같이 인지적 동기, 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 경영관리적인 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석된 결과에서 참여 동기 요인의 인지적 동기, 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기 요인에서 경영관리적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 참여 동기 요인에서 창업예비자의 경영 관리적 사고에 대한 영향 요인은 약 18.9%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다($F값=20.062, p=0.000$). 이러한 결과는 기업가 정신과 관련된 다양한 통제 행동의 원인을 내적 요인 또는 환경적 요인에서 발견하게 된다는 Rotter(1996)의 선행 이론을 지지하고 있다.

가설 4. 창업동기요인은 창업예비자의 기술 중심적인 사고에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 4를 검증하기 위해 <표 11>과 같이 인지적 동기, 목표 지향적 동기, 활동 지향적 동기요인의 변수들의 합에 대한 평균값을 각각 독립변수로 놓고, 종속변수는 기술 중심적

인 사고를 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 가설 4의 분석결과로 참여 동기 요인의 활동지향적 동기 요인에서 기술 중심적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 참여 동기 요인에서 창업예비자의 기술 중심적인 사고에 대한 영향요인은 약 16.2%의 전체 설명력을 보이고 있는 유의한 회귀모델로 본다(F값=16.760, p=0.000).

<표 11>의 가설 1~4의 검증 결과에서 Durbin-Watson 수치가 대부분 2에 가깝고 0 또는 4와 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없고 공차한계 값이 0.1이상의 값을 보이기 때문에 독립변수 간 다중 공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 분산팽창인자 (variance inflation factor: VIF)도 다중 공선성의 문제는 없었다. 따라서 모든 가설의 요인이 유의 수준 내 분포하고 있는 적절한 가설 형태로 분석되었다.

검증 결과 Durbin-Watson 통계량이 2.199으로 자기상관이 없었고, 다중공선성의 공차한계(tolerance) .512~ .787로 1.0이하로 나타났으며, 분산팽창인자도 1.270~2.052으로 나타났다.

<표 11> 다중회귀분석 결과(가설 1, 가설 2, 가설 3, 가설 4 검증)

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성통계량	
		베타	오차	베타			공차	VIF
혁신적 사고 (가설1)	(상수)	2.875	.223		12.870	.000		
	인지적동기요인	.419	.053	.494	7.881	.000**	.787	1.270
	목표지향적동기요인	-.091	.068	-.105	-1.346	.180	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.088	.070	.100	1.253	.211	.487	2.052
	R=.503, R2=.253, Adj R2=.244, F=27.308, p=.000, Durbin-Watson=1.918							
시장 중심적인 사고 (가설2)	(상수)	3.217	.252		12.756	.000		
	인지적동기요인	.063	.060	.072	1.042	.299	.787	1.270
	목표지향적동기요인	.115	.076	.129	1.507	.133	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.136	.079	.152	1.729	.085	.487	2.052
	R=.299, R2=.089, Adj R2=.078, F=7.900, p=.000, Durbin-Watson=1.944							
경영 관리 적인 사고 (가설3)	(상수)	3.163	.236		13.416	.000		
	인지적동기요인	.351	.056	.405	6.252	.000**	.787	1.270
	목표지향적동기요인	-.225	.071	-.254	-3.156	.002**	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.200	.074	.223	2.709	.007**	.487	2.052
	R=.446, R2=.199, Adj R2=.189, F=20.062, p=.000, Durbin-Watson=1.887							
기술 중심적인 사고 (가설4)	(상수)	2.924	.267		10.935	.000		
	인지적동기요인	-.079	.064	-.082	-1.243	.215	.787	1.270
	목표지향적동기요인	.027	.081	.027	.334	.739	.512	1.953
	활동지향적동기요인	.425	.084	.426	5.081	.000**	.487	2.052
	R=.415, R2=.172, Adj R2=.162, F=16.760, p=.000, Durbin-Watson=2.199							

*p<.05, **p<.01

가설1 혁신적 사고는 모든 요인이 유의 확률 내 존재하고 있고 특히 인지적 동기가 중요한 요인으로 확인되었다($p < .01$). 가설 2 시장 중심적 사고와 가설 4의 기술 중심적 사고는 모든 요인이 유의 확률 내 존재하고 있고, 기술 중심적 사고 중 활동 지향적 동기 요인이 중요한 요인으로 확인되었다.

가설 3 모든 가설의 요인이 유의 수준 내 분포하고 있으며 인지적, 목표 지향적, 활동 지향적 요인의 중요도가 모두 높은 것으로 분석되었다($p < .01$). 모든 가설과 요인이 유의 수준에서 존재하지만 특히 경영 관리적 사고와 관련된 요인이 기업가정신에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 그리고 이러한 결과는 기획 및 의사결정, 인간관계, 마케팅, 재무 및 회계, 통제, 협상능력 등의 경영 관리적 특성이 기업가정신에 정(+)의 영향을 미친다는 Hisrich(1992)의 연구 결과와 일치하고 있다.

참여 동기 요인에 대한 혁신적 사고, 시장 중심적인 사고, 경영관리적인 사고, 기술 중심적인 사고와 인지적 요인, 목표지향적 요인, 활동지향적 요인의 가설검증 결과는 다음과 같다. 분석한 결과, 기업가정신의 인지적 요인에서는 혁신적 사고, 경영 관리적인 사고에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 목표 지향적인 요인에서는 경영 관리적 사고가 유의하고, 활동 지향적 요인에서는 경영 관리적인 사고와 기술 중심적인 사고 등 2개 요인에 영향을 주는 것으로 나타났다. 경영 관리적인 사고에서는 인지적, 목표 지향적, 활동 지향적의 모든 요인에서 유의한 영향을 미치고 있으며, 기술 중심적인 사고에서는 활동 지향적 요인에서 보다 유의한 관계가 있는 것으로 조사되었다.

그러므로 경영 관리적 사고가 3가지 동기 요인에 가장 부합하는 사고 유형으로, 기획 및 의사결정, 인간관계, 마케팅, 재무 및 회계, 통제, 협상능력의 중요성과 한정된 자원의 배분 능력 등이 요구되는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 경영 관리적 사고의 영향성을 중시하는 Hisrich(1992), 성태경(2006)의 연구 결과를 지지하는 것이다.

V. 결론 및 시사점

연구 결과, 서비스 창업자의 창업동기요인이 기업가정신에 미치는 영향은 모두 유의한 정(+)의 결과를 나타냈다. 온라인 창업 교육 프로그램 참여자는 참여 동기 요인의 3가지 요인 모두 유의한 동기 요인을 보이고 있으며, 특히 인지적 동기 요인과 목표지향적 동기요인에서 다소 높게 나타났다.

온라인 창업교육프로그램이 부여하는 개인의 장기적인 자기개발, 미래 창업사업의 전문성 제고, 전공의 심화 학습 욕구 중심으로 참여자들에게 만족도를 나타내고 있으며, 유사한 과목의 재이용 및 추천의도 표출 될 수 있다. 그리고 효과적인 온라인 창업프로그램

교육의 요인은 Morstein and Smart(1976), 권두승·이경아 (2004), 김경희·김재석(2010)의 한국 성인교육 참가자들의 교육 참여 동기 성향과 일치한다.

인지적 요인에서 혁신적 사고와 경영관리적 사고에 유의성이 높게 나타나서 Matsuno(2002)의 연구 결과를 지지하고 있다. 높은 성취욕구와 동시에 적절한 수준의 위험감수 능력을 통한 경영 및 관리적 사고가 기업가정신에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 경향은 창업자의 자신감, 위험감수 노력이 창업성공에 영향을 준다는 박대섭·신충섭(2006)의 연구 결과와 일치하고 있다. 오프라인과 온라인 형태의 수강 방식에 따른 차이는 활동 지향적 요인 측면에서 온라인시스템이 보다 커뮤니티 활동 및 상호작용성에서 효과적인 것으로 나타났다. 온라인 커뮤니티 사용자의 상호 작용성, 활동 보상성, 편리성, 고객중심성이 고객 만족 및 충성도 형성에 유의하다는 이제홍(2008)의 연구 결과와 일치한다. 외식서비스 및 소매창업 시 중요한 속성으로 창업자의 역량 및 기업가 정신이 가장 높은 형태로 나타나서 효과적인 창업 지도와 온라인, 오프라인 기업가 교육프로그램의 제공과 이수가 필요한 것으로 분석되었다. 그리고 서비스 예비창업자가 중요하게 인식하는 요인으로 창업 자본 및 물적 요건으로 나타나고 있다, 이는 외식 및 소매 창업의 경우 점포 형태의 입점창업이 일반적이므로 매장 선정과 관련된 부동산 임차 및 구입자금, 주방 및 집기류 구매 비용 등 점포 환경요인이 중요하게 인식하는 것으로 나타났다.

본 연구의 결론으로 인지적, 목표 지향적, 활동 지향적 요인 모두 일정 수준 기업가정신과 관련된 사고 유형에 부합하지만 가장 효과적인 사고 유형은 경영관리적 사고로 분석되었다.

본 연구의 시사점과 한계는 다음과 같다. 온라인 창업 교육 프로그램을 통하여 서비스업 예비창업자의 동기와 기업가정신을 연구하였다. 오프라인과 동일하게 창업자의 역량 및 기업가 정신이 창업 성공을 위해서 가장 핵심적인 부분이며, 기업가정신의 고취를 위해서는 창업 의욕 또는 영업 및 인적 서비스 기술적인 측면 못지않게 경영관리적인 사고 방식이 필요하다는 것이다. 본 연구 결과에 의하면 경영 관리적 사고가 예비 서비스 창업자의 기업가정신에 가장 많은 영향을 미치는 요인이므로 생산과 영업기술, 마케팅과 종사원 관리 등 관리적 형태의 교육프로그램이 요구된다.

서비스업 창업 예비자들은 효과적인 기업가정신의 고취를 위하여 오프라인, 온라인 형태의 창업교육프로그램을 병행하여 활용하는 것이 창업 실패 확률을 줄일 수 있는 방법이다. 창업진흥원, 소상공인진흥원에서는 매년 연인원 7000명의 교육 대상자를 선정하여 예비창업자 및 업종 전환자를 지원하고 있다. 대상 업종으로 음식점, 도소매업, 일반서비스업, 프랜차이즈 업 등이며 현장 실습비 5만원을 제외하고는 전액 국비로 지원된다, 또한 소상공인 e 러닝센터에서는 창업실무 및 준비사항에 관하여 온라인 콘텐츠 형태로 제공

하고 있다(창업진흥원,2009). 정부 및 기관 지원 형태의 소상공인 서비스창업 과정은 대부분 창업성공 및 실패사례, 기업가정신과 관련된 경영관리 기법 사항, 창업 관련 부동산 계약 및 세무 실무 등 경영관리적인 형태의 교육에 초점이 맞추어져 있다. 이는 본 연구결과와 일치하며 향후 실무 및 연구에서 오프라인과 온라인 형태를 병행하여 기업가정신과 서비스 창업 교육과정을 전개할 필요가 있음을 시사하고 있다.

본 연구의 한계점으로 정규 전공 창업교과 과정 내에서 표본 샘플링이 수행되어 온라인 형태로 창업과정을 수강하는 일반 사설 창업 교육 센터 수강자의 교육 성향에 대한 일반화 부문에서 차이가 나타날 수 있다.

향후 연구에서는 정부기관, 대학교 등 공적인 형태의 온라인 창업과 기업가정신 교육 과정과 학원 또는 사설 창업교육센터의 온라인 강좌의 비교 분석 연구도 필요할 것이다.

참고문헌

1. 권두승·이경아(2004), “학점은행제 성인학습자의 학습양식에 관한 연구”, 평생교육학 연구, 제10권, 제1호, pp.25-48.
2. 김경희·김재석(2010), “창업동기요인이 온라인 교육프로그램 만족도, 재이용 추천의도에 미치는 영향”, e-비즈니스연구, 제11권, 제2호, pp.209-228.
3. 김영래(2004), “앙트러프러너십과 이노베이션에 관한 고찰”, 한국경영사학회, 제19권, 제3호, pp.157-181.
4. 김주미·오상훈·양재경(2008), “우리나라 창업교육 현황 및 발전방향에 관한 연구: 창업대학원을 중심으로”, 중소기업연구원.
5. 박정기(2002), “소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구”, 동의대학교 박사논문.
6. 박재환·김용태(2009), “창업교육 만족도 및 참여 동기가 창업교육 효과에 미치는 영향 및 권유에 미치는 영향”, 산업경제연구, 제22권, 제2호, pp.959-977.
7. 박대섭(2003), 한국외식 창업자의 특성과 자질이 창업 성공 및 권유에 미치는 영향, 경기대학교 박사학위 논문.
8. 박영수·권용주(2009), “외식창업 성공을 위한 창업교육에 대한 수강생과 강사의 인식 차이에 관한 연구”, 외식경영연구, 제12권, 제2호, pp.7-28.
9. 이제홍(2008), “온라인 포털사이트 커뮤니티와 고객충성도에 관한 실증분석”, e-비즈니스연구, 제 9권, 제3호, pp.3-22.
10. 이유재(2010), “서비스마케팅”, 학현사, 서울.
11. 임외석(2008), “혼다 창업자의 기업가정신과 기술전략의 특성”, 경영사학, 제 23권 제 3호, pp.9 -67.
12. 성태경 (2006), “기술혁신활동의 결정요인”, 한국산업경영학회, 제 21권, 제4호, pp. 283-304.
13. 손무호(2007), 외식창업 창업요인과 경영성과, 창업자 태도 간의 관계 연구, 경기대학교 박사학위논문.
14. 조정제(2004), 소자본 창업의 성공요인에 관한 연구 - 중소기업 레스토랑을 중심으로, 창원대학교 박사학위 논문.
15. 중소기업청(2009), “2009년 중소기업 현황 및 통계”, 중소기업청.
16. 창업진흥원(2009), “2009년 대학창업 지원프로그램 백서”, 창업진흥원.
17. 최종열·정해주(2008), “경영학 교육이 기업가정신 함양에 미치는 영향에 관한 연구, 인적자원관리연구, 제15권, 제3호. pp.213-230.
18. 한승진(2009), 대학생의 여가 능력과 행복감 증진을 위한 여가교육 프로그램 개발 및 효과 검증, 서울대학교 박사학위 논문.

19. 한국외식정보(2009), “한국외식연감 2009. 윤일문화, 서울.
20. Atuance-Gima, K. & A. Ko .(2001), "An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation ", *Organization service*, Vol.12, No.1, pp.54-74.
21. Buttner, E H. & Rosen, B.(1989), "Funding New Business Ventures Are Decision Makers Based Against Women?", *Journal of Business Venturing*, Vol.4, No.1, pp.249-261.
22. Burgelman, R . A & Rosenbloom, R. S.(1993), "Research on technological innovation", *Management and policy*, Vol.5, No.1, pp.121-135.
23. Bitner, M. & Booms, B.(1990), "The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents.", *Journal of Marketing*, Vol. 54, No.1, pp.71-84.
24. Collis, D. J. (1991), "A resource-based analysis of global competition : The case of bearings industry", *Strategic Management Journal*, Vol.15, No.1, pp.49-68.
25. Drucker, P.(1985), *Innovation and Entrepreneurship , practice and principle* , NY , Harper and Row.
26. Dollinger, M.(1995). *Entrepreneurship :Strategics and Burr Ridge IL: Austen Press.*
27. Gronroos, C.(2007), *Service Management and Marketing*, 3rd ed., Southern Gate. Chichester John Willey & Sons, Ltd.
28. Hisrich, R.(1992), " Toward an Organization Model for Entrepreneurship, *Theory and Practice*", Vol.25, No.4, pp.81-99.
29. Howkins, J. (2001), *The Creative Economy : How people make money form Ideas'* Penguins.
30. Hodgetts, R. and Kuratko ,D.(2006). *Small Business Management*, John Wiley & Sons .
31. Jarvis, P.(1985). *The Sociology of Adult & Continuing Education*. London: Croom Helm.
32. Kao, C.(1995)." Information Science and Future Society", *Pacific Science Congress*, Vol.18, No.1. pp.37-39.
33. Kaplan, R. S. & Norton, D. P.(1992), "The Balanced Scorecard-Measures; That Drive Performance", *Harvard Business Review*, Vol.70, No.1, pp.71-80.
34. Kirton, M. J.(1989), "A Theory of Cognitive Style., *Adaptors and Innovators :Styles of Creativity and Problem-Solving*". London, England.
35. Lee, S.& Peterson, S.(2000), "Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness" , *Journal of World Business*, Vol.35, No.4, pp.401-416.
36. Massie, J.A.(1987), *Essentials of Management*, 4th ed., Engelwood Cliffe,

Prentice-Hall .

37. Menon, A., & Varadarajan, P.(1992)," A Model of Marketing Knowledge Use within Firms. " *Journal of marketing*, Vol.56, No.4, pp.53-71.
38. Morstain, B. & Smart, C.(1976), "Educational orientations of faculty: assessing a personality model of the academic professions", *Psychological reports*, Vol.39, No.3, pp.1199-1211.
39. Morrison, A. (1999)," Entrepreneurship : What Triggers IT?" *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol.6, No.2, pp.56-78.
40. Matsuno, K., Mentzer, J. T. and Ozsomer, A. (2002), "The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance", *Journal of marketing*, Vol.66, No.3, pp.18-32.
41. Naffziger, D. W, Almed, N. U. & Montagno, R. V.(2003), "Perceptions of Environmental Consciousness in U.S. Small Businesses: An Empirical Study", *S.A.M. Advanced management journal* , Vol.68, No.2, pp.23-32.
42. Rotter, B.(1996), "Generalized Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement", *Psychological Monographs*, Vol.80, No.6, pp.1-28.
43. Timmons, J. A. & Spinelli, S.(2006), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill.
44. Pickle H. (1990), *Small business management* . 5th ed New York : Wiley, 1990.

Abstract

The Effect of Motivation of Preliminary Entrepreneur on Entrepreneurial Spirit in Service Industry -Focused on Participant of Cyber University-

Kim, Kyung-Hoe* · Kim, Jin-Young**

The start-up program of service company is able to give the positive effect to the job creation and growth but actually the rate of success for start-up program in service industry low and thus the effective support program is required.

Recently, it is required that entrepreneurial spirit for success of start-up program in service industry. We examined entrepreneurial spirit between participation motivation in service industry.

The results are as follows.

As a result of survey for education program participant, it was found that 4 causes of Entrepreneurial Spirit such as innovation thought, market-oriented thought and art-oriented thought, management thought are all significant and especially, the effect of management thought showed somewhat high level in entrepreneurial spirit.

Hereafter, this study may help to guide the motivation of preliminary entrepreneurs as food & beverage, restaurant business, retailer, other service industry.

Key Words : Entrepreneurial Spirit , Motivation , Service industry

* Gukje Cyber University Dept. of Business Administration , Assistant professor, khkim@gcu.ac.kr

** Ansan University, Dept. of Business Administration , Assistant professor, kji@ansan.ac.kr