

우리나라 대학생들의 창업 및 사업계획에 대한 연구*

고인곤(강남대학교 경영대학)**

국 문 요 약

최근 청년층의 창업이 화두가 되고 있다. 창업에 있어서 사업계획 수립은 기본이 된다. 따라서 본 연구는 우리나라 대학생들의 사업계획 수립행태에 대해 살펴보았다. 특히 우리나라 대학생들이 교내, 외에서 사업계획을 접하고 있는지 살펴보고 그들이 사업계획과 기업성공과 관련이 있다고 생각하는지, 관련이 있다면 얼마나 밀접하게 생각하고 있는지를 알아보았다. 한편, 기존 연구들과 관련 서적들은 사업계획과 기업성과 간에는 높은 상관관계가 있다고 주장하고 있으나 이를 실증적으로 분석한 연구들은 국내외적으로 많지 않다. 본 연구는 이러한 문제에 대한 답을 찾기 위하여 실증적으로 접근하였다. 우선 사업계획의 구성요소들을 기존 연구들을 포함한 광범위한 문헌 연구를 통하여 선정하고 요인분석을 통하여 이들 구성요소들을 제품관리 요인, 제품개발 요인, 경영지원시스템 구축 요인, 조직관리 요인, 거시적(macro) 계획화 요인으로 분류하였다. 아울러, 본 연구에서는 기업성공을 계량적 성과와 비계량적 성과로 구분하여 각각에 미치는 사업계획 구성요소들의 영향을 살펴보았다. 연구결과, 우리나라 대학생들은 사업계획서 구성요소들이 기업의 계량적 및 비계량적 성과에 정(+)의 영향을 미친다고 인식하고 있었다. 아울러 우리나라의 내국인 대학생들은 창업에 대한 관심이 높으며, 서비스업 창업을 희망하고 있으나 대부분 사업계획서를 작성해본 경험은 없는 것으로 나타난 반면, 외국인 학생은 상대적으로 높은 창업관심도와 사업계획서 작성경험을 가지고 있었으며, 창업희망 산업도 다양했다. 하지만 창업관심도나 창업희망 산업, 사업계획서 작성경험에서 성별에 따른 차이는 나타나지 않았다.

본 연구는 기업의 관점이 아닌 우리나라 대학생들의 시각에서 사업계획서의 구성요소와 기업 성과와의 관계를 살펴본 실증적 연구로서, 청년창업 성공률을 제고하기 위한 효과적인 창업교육의 방향을 제시하고 있다.

핵심주제어: 대학생 창업, 사업계획, 기업성과

1. 서론

통계청에 의하면 2012년 4월 현재 우리나라의 청년층(15~29세) 실업률은 8.5%로서 2012년 들어 줄곧 8%대를 이어가며 여전히 높은 수준을 유지하고 있다. 동 기간의 전체 실업률 3.7%와 비교해 보면 청년실업의 심각성을 짐작할 수 있다. 청년층의 고용률도 40.5%에 그쳤다. 이에 따라 정부 및 관련 기관은 연일 대책 마련에 고심하고 있는데, 설득력 있는 대책으로 자주 거론되는 것이 바로 창업이다. 즉, 창업을 고용 창출의 핵심으로 보아 2011년부터 운영해 오던 창업선도대학을 2012년에는 3개 더 늘려 18개 대학에서 학생들의 창업문화 확산에 주력하고, 2011년 새롭게 시도한 청년창업사관학교를 2012년에는 지방으로 확대할 계획이다. 교과부도 최근 51개의 산학협력 선도대학을 선정해 각 학교에 창업교육센터(Entrepreneurship Center)를 설립하는 등 기업가 마인드를 갖춘 인재양성에 나섰으며, 최근에는 전국학생창업네트워크(SSN) 설립을 지원함으로써 학생창업으로 행정력을 모으고 있다. 기획재정부에서도 '청년창업 활성화대책'을 발표하며 창업을 통해 청년층의 일자리 창출에 적극적으로 나서고 있다(2012. 5. 23자 매일경제).

그런데 이렇듯 범국가적으로 청년창업에 대해서 많은 관심

을 보이고 있지만 이에 못지않게 중요한 것이 창업의 실패율을 줄이는 것이다. 창업이 실패하는 경우, 제대로 관리하지 못하면 청년층의 좌절을 유발하게 되어 오히려 득보다 실이 많아질 수 있다. 창업 실패율 감소를 위한 효과적인 방법 중 하나는 창업 전에 사업계획을 철저하게 수립하는 것이다. 사업계획은 특히 중소기업에 있어서 매우 중요하며, 많은 이점을 줄 수 있다(Arkebauer, 1995; Rue and Ibrahim, 1998). 따라서 창업을 꿈꾸는 청년들은 사업계획을 올바르게 이해하고 잘 수립하는 능력을 갖추어야 하지만, 유감스럽게도 이를 실증적으로 보여준 연구들은 국내, 외적으로 많지 않다.

이러한 이유로 본 연구는 우리나라 대학생들의 창업 및 사업계획 수립행태에 대해 살펴보았다. 본 연구의 목적은 다음과 같다. 우선, 우리나라 대학생들이 교내, 외에서 사업계획을 접하고 있는지 살펴보고자 한다. 다음으로 그들이 인지하고 있는 사업계획 구성요소들과 기업성과 간의 관계를 조사하고자 하며, 마지막으로 대학생들의 특성(즉, 국적별, 성별 등)에 따라 사업계획 및 창업 측면에 대한 인식이 차이를 보이는지를 파악하고자 한다.

본 연구는 사업계획서의 구성요소와 기업 성과와의 관계에 대하여 기업의 관점이 아닌 대학생들의 시각에서 분석한 실증적 연구로서, 청년창업의 성공률을 제고하기 위한 효과적

* 본 연구는 2012년도 강남대학교 교내연구비의 지원으로 수행되었음

** 강남대학교 경영대학 조교수, top1@kangnam.ac.kr

· 투고일: 2012-05-25 · 수정일: 2012-06-20 · 게재확정일: 2012-06-21

인 창업교육의 방향을 제시하고 있다는 점에서 의의가 있다.

II. 이론적 고찰

2.1 우리나라의 창업교육

우리나라는 1970년대 후반부터 대학교에서 중소기업 경영관련 과목이 개설되기 시작하였으며, 최근에는 창업과 관련된 다양한 과목으로 확대되고 있다. 또한 대학원과 기업체, 연구소, 언론기관에서도 창업 강좌를 개설하는 곳이 급속히 증가하고 있어 우리나라의 창업교육은 일반적인 교육프로그램으로 정착되었다고 할 수 있다. 학부의 창업관련 강좌는 전문학과가 설치되지 않은 경우는 주로 선택과목으로 개설되고 있으며, 석사과정 이상의 고등교육은 창업대학원과 기술경영대학원을 중심으로 이루어지고 있다. 한편, 이러한 외형적인 측면에 비해서 내용적인 측면에서는 아쉬운 점들이 있다. 즉, 창업교육을 통하여 예비창업자에게 창업절차 및 창업 성공을 위한 다양한 정보와 지식을 제공하고는 있지만 교육의 내용이나 방법 면에서는 미흡한 부분이 많은데, 이는 국내 창업교육의 역사가 짧아 전문교육인력이나 교수방법, 교재개발 등이 부족하기 때문이다. 이러한 현실은 개인차원에서 창업성과를 높이는데 부정적인 뿐만 아니라, 창업활성화를 통한 경제 발전에도 바람직하지 못하다. 따라서 창업교육에 관한 연구와 효과적인 교육프로그램의 개발을 통하여 보다 전문적이고 효과적인 창업교육의 기회를 제공하여야 한다(최종인과 양영석, 2012; 한정화와 이명자, 1998). 어운배(1993)는 창업교육 전문가를 양성하기 위한 교육훈련과정의 개발을 주장하였으며, 최종인과 황보윤(2012)은 창업교육자 양성과제를 구체적으로 제시하였다. 또한 박춘엽(1993)은 창업교육 기회의 확대를 위하여 대학교 이외의 교육기관 확충과 수도권 이외의 지역적 확충을 주장하였으며, 조형래(1998)는 성공적 사업수행을 위한 창업 교육의 내용으로 창업인 관련 요인과 창업계획 활동, 창업이후 단계의 경영관리 활동과 경영전략, 제품 및 기술특성을 들고 이에 맞추어 대학 및 산업체에서 교육프로그램을 구성하여야 한다고 주장하였다. 이상의 연구들을 종합하면, 결국 누구를 대상으로 어떤 내용을 어떤 방법으로 교육하여야 창업교육의 효과성을 제고할 수 있는가의 문제로 귀결된다고 하겠다. 특히 교육프로그램의 내용에서는 공통적으로 계획사업 전반에 대한 분석력이 강조되는데, 계획사업과 관련된 조직관리, 생산, 마케팅, 재무 등 모든 부문의 추진 계획을 통합한 보고서가 사업계획서이므로, 이는 곧 사업계획 수립의 문제이다.

2.2 사업계획

경영에 있어서의 계획은 기업의 장래를 예측하고 미래 기업의 모습을 부각시키는 모든 의사결정을 의미한다. 경영 계획 중에서도 사업계획은 각 기능 부문이 모두 포함되며, 계획사

업을 실제로 추진함에 있어서 가이드라인이 된다(Longenecker 등, 2003; 이상석과 고인곤, 2011). Allen(2003)은 기업설립의 개념을 추가하여 사업계획을 정의하기도 하였다. 즉, 사업계획은 비즈니스 아이디어를 시장에 도입하는 기업의 설립과 관련된 개념이라는 것이다.

사업계획은 모든 기업에서 중요하지만, 특히 중소기업에 있어서 매우 중요한 의미를 지니며, 많은 이점을 준다(Arkebauer, 1995; Rue and Ibrahim, 1998). 또한 경영의 실패율을 감소시키는 역할도 수행하며(Crawford-Lucas, 1992), 기업성과와 높은 상관관계를 보임으로써(Aram and Cowen, 1990; Baker 등, 1993; Parks 등, 1991; Shrader 등, 1989; Schwenk and Shrader, 1993), 결과적으로 기업성장에 기여하게 된다(Astrachan and Kolenco, 1994; Orser 등, 2000; Ward, 1997).

한편, 사업계획서의 구성항목에 대한 지금까지의 연구동향은 크게 두 가지로 대별할 수 있다. 첫째는 조사 대상이 되는 특정 항목을 선정하여 연구하는 것이고 둘째는 모든 항목들을 동시에 고려하여 연구하는 것이다. 첫 번째 유형의 연구 중 재무관련 항목에 대해서는 타 부문에 비해서 비교적 많은 연구들이 이루어져 왔다. Bhide(1992)는 사업 초기의 자금조달의 성격을 조사하였는데, 대부분의 경영자들이 저축이나 개인적인 차입을 통하여 자금을 조달하고 있는 것을 발견하였다. Winborg와 Landstrom (2000)은 사업 초기 자금조달 방안을 구체적으로 범주화하여 '중고기계 매입' 등 여섯 가지를 제시하였다. 기업이 창업기를 벗어나 안정성이 증가되면 차입이나 투자를 통한 외부자금 조달이 가능하게 되는데 투자는 주로 벤처캐피털이나 개인투자자(angel)를 활용하게 된다. Mason and Harrison (1996)은 개인투자자의 투자 패턴을 연구하였는데 개인투자자들은 비교적 신속한 투자결정을 내리고 있으며 비재무적인 부분과 재무적인 부분을 함께 고려하기도 한다는 것을 발견하였다. 한편, 두 번째 유형에 속하는 연구 중 Perry(2001)는 판매, 인원, 자금수요, 자금지출, 전략과 측정가능 목표의 규명 등에 대하여 문서화된 계획을 수립하고 있는가를 측정하여 경영 실패와의 관계를 살펴보았지만, 종합적인 사업계획에 대한 연구로는 구성항목 상의 한계를 보이고 있다. 또한 Rhyne(1986)은 기존 연구들에서 기업의 사업계획과 재무적 성과와의 관계가 일관된 방향을 보이지 않는다고 주장하였는데, 이는 두 요소가 서로 관련이 없다는 것이라기보다는 각 연구에서 사용한 독립변수와 종속변수 선정의 상이성이나 기타 조절변수의 불충분한 고려 등의 문제로 인한 현상이라고 할 수 있을 것이다. 고인곤(2011)은 한국 기업들을 대상으로 사업계획서의 구성요소에 대하여 실증적으로 연구하였다. 그는 실무적인 측면에서 일반적으로 제시되고 있는 사업계획의 구성요소를 크게 8가지(기업현황, 제품/서비스, 계획사업 개요, 마케팅 관련 항목, 생산관련 항목, 재무관련 항목, 기타 중요사항, 사업계획 수립 시 가정조건)로 구분하고 이를 다시 경영관리 및 전략, 재무, 마케팅, 생산 및 운영의 4개 분야로 정리하여 이들 요소들이 기업성과에 미치는 영향을 살펴보았는데, 다양한 유형의 기업성과에 영

향을 미치고 있음을 발견하였다.

III. 실증 분석

3.1 연구가설의 설정

본 연구의 목적 중 하나는 우리나라 대학생이 인식하는 사업계획서 구성요소와 기업성과와의 관계를 살펴보기 위한 것이다. 본 연구에서는 고인곤(2011)의 연구와 같이 크게 네 분야로 나누어 세부 항목들을 구성하였다. 구체적인 내용은 <표 1>와 같다.

<표 1> 사업계획서의 구성항목들

분야	구성 항목
경영관리 및 전략	기업 비전 및 미션
	경영팀
	종업원 고용 및 개발
	관련산업 분석
	경쟁력 분석
재무	회계시스템
	세금문제
	제품(서비스) 원가책정 및 분석
	자금조달
	재무분석
마케팅	전반적인 마케팅계획
	시장조사
	가격책정
	광고
	유통
생산 및 운영	제품(서비스) 생산계획
	재고문제
	품질관리
	제품(서비스) 개발
	경영정보시스템(MIS)

사업계획은 기업 목적의 달성을 위한 각 부문의 추진전략이 총망라되어있는 종합적 계획이므로 관련지식의 보유량(stock)과 흐름(flow)이 명확하게 나타나게 된다(Koh 등, 2008). 각 부문별로 잘 수립된 사업계획은 조직 구성원들이 관련 지식을 창출하고 축적하도록 도와주고 기업 내, 외부적으로 효과적인 의사소통이 가능하게 해주며, 경영자에게는 운영방향을 제시함과 동시에 개인 및 기업성과 평가의 기준이 되어 효율적인 통제 방안이 된다. 또한 조직 구성원들에게 동기를 부여하게 되므로 궁극적으로는 기업성과에 영향을 미치게 될 것이다. 이때 어떤 지표로 기업성과를 측정하는지에 따라서 조직구성원의 활동이 달라지므로 기업성과 지표의 선정문제는 중요하다. 그러나 잊지 말아야 할 것은 어떤 측정지표이던지 효율성(efficiency)이나 효과성(effectiveness)과 같은 요건들을 공통적으로 지니고 있어야 한다는 것이다(Sheth and Sisodia, 1995). 본 연구는 이를 반영하여 크게 계량적 성과와 비계량적 성과로 기업성과를 측정하였다.

계량적 기업성과는 계량화할 수 있는(즉, 시장점유율이나 수

익률과 같이 수치로 환산할 수 있는) 성과를 말한다. 사업계획이 잘 수립된 기업은 그렇지 못한 기업에 비해서 자사를 비롯하여 소비자, 경쟁사 등의 주변 환경을 잘 파악하게 되고, 그 결과 보유하고 있는 자원을 활용하여 목표로 설정한 시장점유율을 효과적으로 달성한다(Day, 1994; De Luca and Atuahene-Gima, 2007; Marinova, 2004). 아울러 사업계획이 잘 수립된 기업은 그렇지 못한 기업에 비해서 효율적으로 비용을 투입함으로써 산출 수익을 극대화할 수 있으므로 당기순이익이나 투자수익률(ROI) 등의 수익성 측면에서 양호한 성과를 보인다(De Luca and Atuahene-Gima, 2007; Sharkie, 2003; Valle and Avella, 2003). 또한 부문별로 잘 수립된 사업계획은 조직구성원들 간이나 이해관계자들 간에 효과적인 커뮤니케이션 수단이 되어 갈등을 해소하고 유대감과 공감대를 형성함으로써 기업의 업무 수행에 있어서 시간과 비용을 절감할 수 있다. Sharkie(2003)는 활발한 커뮤니케이션은 업무처리 속도를 높여 소요 시간이나 비용을 감소시키며, 결과적으로 기업의 이익을 증대시킨다고 주장하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H 1 사업계획서의 구성요소들은 기업의 계량적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

비계량적 기업성과는 계량화하기 곤란한(즉, 고객만족이나 환경의 변화에 대한 대응 등과 같이 수치로 환산하기 어려운) 성과를 말한다. 환경이나 사업기회의 변화 속에서 경쟁사와 비교하여 성공적으로 기업이 대응하는가에 대한 평가를 적응성이라고 한다면, 이러한 적응성은 새로운 제품이나 서비스의 제공과도 관련된다(Walker and Ruekert, 1987; Homburg 등, 1999). 적응성이 낮은 기업은 소비자의 니즈를 반영한 신제품을 시의 적절하게 개발하고 출시할 수 없다(Dutta 등, 1999; Weerawardena, 2003). 또한, 사업계획을 부문별로 잘 수립한 기업은 그렇지 못한 기업에 비해서 환경변화에 상대적으로 민감하며, 신속히 대응할 수 있으므로 결과적으로 높은 고객만족을 얻을 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H 2 사업계획서의 구성요소들은 기업의 비계량적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 변수의 조작적 정의

3.2.1 사업계획서 구성요소

본 연구의 목적을 감안하여 고인곤(2011)의 연구에서 사용한 항목들을 준용하였다. 구체적으로는 <표 1>의 사업계획서의 세부구성 항목들이 성과에 미치는 영향의 정도를 5점 리커트 척도에 의해서 측정하였다(1-매우 약함, 5-매우 강함).

3.2.2 기업 성과

기업성과 변수로는 기업 목표의 달성정도(Homburg et al., '99)와 기업 대응활동의 성공 정도(Homburg 등, 1999; Walker and Ruckert, 1987) 및 수익성의 실현정도(Homburg 등, 1999; Pelham and Wilson, 1996)의 항목을 이용하여 크게 계량적 성과와 비계량적 성과로 분류하여 측정하였다. 구체적인 내용은 <표 2>와 같다.

<표 2> 기업성과의 구성항목들

구분	구성 항목
계량적 성과	목표 시장점유율(MS) 확보
	당기 순이익률
	투자 수익률(ROI)
	이익 실현
비계량적 성과	고객만족
	마케팅전략 대응
	제품 대응
	시장위협에의 반응
	성공적 신제품 출시

3.3 자료수집

조사대상은 우리나라 수도권 소재 대학에 재학 중인 내국인 및 외국인 학생이다. 2012년 4월 중, 총 200개의 설문지를 배포하여 조사한 결과 167개의 설문지가 회수되어 약 83.5%의 회수율을 보였으며, 이 중 불성실한 응답 및 누락 설문지들을 제외한 155개의 설문지를 본 연구에 사용하였다.

응답자의 성별은 남학생이 70명, 여학생이 85명이었으며, 국적은 내국인이 117명, 외국인이 38명이었다. 학년별 분포는 1, 2, 3, 4학년이 각각 6명, 13명, 107명, 29명이었다. 응답자의 특성을 정리하면 <표 3>과 같다.

<표 3> 표본의 일반적 특성

구분	내용	인원수	비율(%)
성별	남	70	45.2
	여	85	54.8
국적	내국인	117	75.5
	외국인	38	24.5
학년	1학년	6	3.9
	2학년	13	8.4
	3학년	107	69.0
	4학년	29	18.7

3.4 분석 결과

3.4.1 신뢰성과 타당성 검토 및 요인추출

사업계획서 구성항목들과 기업성과항목들에 대한 신뢰성과 타당성의 개괄적 판단을 위하여 요인분석을 실시하였다. 이러한 요인분석을 통하여 수렴 타당성(convergent validity)과 판별 타당성(discriminant validity)을 확인할 수 있다. 회전방법으

로는 Varimax방법을 사용한 후, eigen value가 1 이상인 요인들을 추출하였는데, 구체적인 내용은 <표 4> 및 <표 5>와 같다. 전체 변량 중 추출된 요인들에 의하여 설명된 분산의 비율은 각각 56.6%와 50.0%였다.

<표 4> 사업계획서 구성항목들의 요인분석 결과

측정항목	제품 관리 요인	제품 개발 요인	경영 지원 시스템 구축 요인	조직 관리 요인	거시적 계획화 요인
재고문제	0.812				
세금문제	0.628				
가격책정	0.617				
품질관리	0.539				
유통	0.522				
경쟁력분석		0.694			
관련산업 분석		0.690			
시장조사		0.615			
제품(서비스) 원가책정 및 분석		0.532			
제품(서비스) 개발		0.529			
제품(서비스) 생산계획		0.529			
회계시스템			0.675		
재무분석			0.664		
전반적인마케팅계획			0.558		
경영정보시스템(MS)			0.514		
광고				0.743	
종업원 고용 및 개발				0.627	
경영팀				0.523	
기업 비전 및 미션					0.850
자금조달					0.621
eigen값	5.057	2.149	1.590	1.289	1.224
분산의 백분율	25.283	10.745	7.951	6.447	6.118
분산의 누적백분율	25.283	36.028	43.979	50.427	56.644
크론바하 알파값	0.731	0.734	0.619	0.596	0.597

<표 5> 기업성과 항목들의 요인분석 결과

측정항목	계량적 성과	비계량적 성과
투자금액대비 수익률(ROI)의 정도	0.781	
이익실현의 정도	0.744	
매출액대비 당기순이익의 정도	0.731	
목표시장점유율(MS)의 확보정도	0.630	
경쟁사 마케팅전략변화에의 대응정도		0.775
고객 니즈 변화에의 제품 대응정도		0.769
새로운 시장위협에의 반응정도		0.645
성공적인 신제품의 출시정도		0.574
고객만족의 획득정도		0.441
eigen값	2.972	1.524
분산의 백분율	33.017	16.931
분산의 누적백분율	33.017	49.949
크론바하 알파값	0.721	0.687

측정변수들의 신뢰성 검증은 Cronbach Alpha 계수를 사용하였다. 사업계획서 구성항목들에 대한 분석 결과 <표 4>에서 나타나 있듯이 본 연구에서 사용된 잠재 변수(latent variable)들의 신뢰도는 제품관리 요인이 0.731, 제품개발 요인이 0.734, 경영지원시스템 구축 요인이 0.619, 조직관리 요인이 0.596, 거시적 계획화 요인이 0.597이었다. 비록 전반적인 신뢰도는 수용할 만한 수준이지만(Nunnally, 1967), 일부 변수의 경우는 낮은 신뢰도를 보였는데, 아마도 조사대상인 학생들

에게는 설문 문항의 사업계획 관련용어가 생소하였을 수도 있다. 한편, 기업성과 항목들도 계량적 기업성결과 0.721, 비계량적 기업성결과 0.687로서 수용할 만한 수준이었다.

한편, 당초 경영관리 및 전략, 재무, 마케팅, 생산 및 운영이라는 통상적인 네 분야로 사업계획서의 구성요소들을 분류하여 설문지를 구성하였지만, 응답자들은 이와는 다르게 사업계획서의 구성 분야를 지각하고 있었다. 이는 기존 연구(고인곤, 2011)에서도 발견된 사항으로서 사업계획에 대한 교육에 있어서 통상적인 프레임을 사용하는 것이 효과적이지 못할 수도 있다는 것을 시사한다.

3.4.1.1 제품관리 요인

재고문제, 세금문제, 가격책정, 품질관리, 유통항목이 이 요인에 높은 요인적재량을 보이고 있어 사업계획서의 제품관리 요인과 관련이 있는 것으로 판단된다.

3.4.1.2 제품개발 요인

경쟁력분석, 관련 산업 분석, 시장조사, 제품(서비스) 원가책정 및 분석, 제품(서비스) 개발, 제품(서비스) 생산계획 항목들이 이 요인에 높은 요인적재량을 보이고 있어 사업계획서의 제품개발 요인과 관련이 있는 것으로 판단된다.

3.4.1.3 경영지원시스템 구축 요인

회계시스템, 재무 분석, 전반적인 마케팅계획, 경영정보시스템(MIS)항목들이 이 요인에 높은 요인적재량을 보이고 있어 경영지원시스템 구축요인으로 명명하였다.

3.4.1.4 조직관리 요인

광고, 종업원 고용 및 개발, 경영팀 항목이 이 요인에 높은 요인적재량을 보이고 있다.광고 항목이 포함된 이유는 응답자들이 광고의 대상을 제품이 포함된 넓은 의미(기업조직의 이미지 등)로 생각할 수도 있다는 것을 의미한다.

3.4.1.5 거시적 계획화 요인

이 요인에는 기업 비전 및 미션, 자금조달 항목이 높은 요인적재량을 보이고 있어 거시적(macro)인 계획화 요인으로 명명하였다.

3.4.2 연구가설 검증

3.4.2.1 가설 1의 검증 : 사업계획서 구성항목과 계량적 기업성과와의 관련성

사업계획서 주요 구성항목을 독립변수로, 계량적 기업성과를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 5개 구성항목들은 모두 계량적 기업성과에 정(+)의 영향을 미치고 있었다. 또한 F값은 12.349로서 본 회귀식은 통계적으로 유의하였다. 각 계수들의 통계적 유의성 측면에서는 조직관리 요인을 제외하고는 모든 요인들이 통계적으로 유의하였다. 따라서 가설 1은 부분적으로 지지되었다.

종속 변수	사업계획서구성요인	R ²	F 값	sig.	Beta	T 값	sig.
계량적 성과	상수	0.293	12.349	0.000	3.744	84.168	0.000
	제품관리				0.253	5.668	0.000
	제품개발				0.130	2.915	0.004
	경영지원시스템구축				0.171	3.829	0.000
	조직관리				0.067	1.509	0.133
거시적 계획화	0.091	2.043	0.043				

3.4.2.2 가설 2의 검증 : 사업계획서 구성항목과 효율성 기업 성과와의 관련성

가설 1에서와 동일한 방법으로 다중회귀분석을 실시한 결과 사업계획서의 5개 구성항목 들은 모두 비계량적 기업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 F값은 7.592로서 본 회귀식은 통계적으로 유의하였다. 한편, 각 계수들의 통계적 유의성 측면에서는 제품관리 요인과 제품개발 요인만이 통계적으로 유의하였다. 따라서 가설 2도 부분적으로 지지되었다.

종속 변수	사업계획서구성요인	R ²	F 값	sig.	Beta	T 값	sig.
비계량적 성과	상수	0.202	7.532	0.000	3.947	96.340	0.000
	제품관리				0.136	3.307	0.001
	제품개발				0.193	4.701	0.000
	경영지원시스템구축				0.039	0.943	0.347
	조직관리				0.050	1.213	0.227
거시적 계획화	0.062	1.504	0.135				

3.4.3 우리나라 대학생들의 사업계획 관련 실태 : 리커트 5점 척도임

3.4.3.1 창업 관심도

응답학생들의 창업에 대한 관심도의 평균값은 3.49, 표준편차는 0.98로서 보통 이상의 관심을 가지고 있었다.

한편, 내국인 학생의 관심도 평균은 3.31인데 비해서 외국인 학생의 관심도 평균은 4.05로서 통계적으로 유의한 차이를 보였는데(p=0.000), 이는 체계적인 창업교육을 통하여 내국인 학생들의 창업 관심도를 제고시킬 필요성이 있음을 의미한다. 한편, 남학생의 관심도 평균은 3.56인데 비해서 여학생의 관심도 평균은 3.44로서 여학생이 다소 낮으나 이 차이는 통계적으로 유의하지 않았다(p=0.444).

3.4.3.2 창업 희망산업

응답학생들은 창업 시 서비스업을 가장 선호하고 있으며 (73.5%), 그 다음은 기타(14.8) 및 제조업(11.6%)의 순이었다.

특히 내국인 학생들은 대부분 서비스업을 선호하였으나 (83.8%), 외국인 학생들은 서비스업과 기타, 제조업이 각각 42.1%, 34.2%, 23.7%로서 상대적으로 고루 분포함으로써 통계적으로 유의한 차이를 보였다($\chi^2=0.000$). 한편, 통계적으로 유의한 성별의 차이는 나타나지 않았다($\chi^2=0.407$).

3.4.3.3 사업계획 작성경험

응답학생들은 대부분(131명, 84.5%) 사업계획서를 작성해본 경험이 없었다. 한편, 작성 경험이 있는 학생들은 주로 학교 수업시간을 통하거나, 개인적인 관심으로, 혹은 동아리 활동을 통해 사업계획서를 작성하였다고 답하였다.

특히 내국인 학생들은 대부분 작성경험이 없었으나(88.0%), 외국인 학생은 작성 경험이 있는 경우가 26.3%로서 상대적으로 높았으며 이 차이는 통계적으로 유의하였다($\chi^2=0.034$). 통계적으로 유의한 성별의 차이는 나타나지 않았다($\chi^2=0.708$).

IV. 결론

4.1 본 연구의 요약

청년 실업에 대한 해결 방안의 일환으로 청년 창업이 국가의 주요 관심사로 떠오르고 있다. 그러나 청년창업이 성공하기 위해서는 여러 법적, 제도적 뒷받침이 있어야 하며, 특히 창업교육 프로그램의 제공이 반드시 필요하다. 프로그램의 구성에서도 빼놓을 수 없는 것이 바로 사업계획 수립이다. 사업계획이란 계획사업과 관련하여 조직관리, 생산, 마케팅, 재무 등 제반 경영분야의 추진 계획을 정리, 집대성하는 과정이다.

본 연구는 우리나라 대학생들이 교내, 외에서 사업계획을 접하고 있는지 살펴보고 그들이 사업계획과 기업성공과 관련이 있다고 생각하는지, 관련이 있다면 얼마나 밀접하게 생각하고 있는지를 알아보고자 하였다. 연구결과, 응답학생들은 사업계획서의 구성요소는 총 5개로서 각각 제품관리 요인, 제품개발 요인, 경영지원시스템 구축 요인, 조직관리 요인, 거시적(macro) 계획화 요인으로 인지하고 있었다. 또한 응답학생들은 이들 다섯 개 사업계획서 구성요소들이 기업의 계량적 및 비계량적 성과에 정(+)의 영향을 미친다고 느끼고 있었다. 특히 계량적 기업성공에 있어서는 조직관리 요인을 제외한 모든 사업계획서 구성요소들이 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있었다. 한편, 비계량적 성과에 있어서는 제품관리 요인과 제품개발 요인만이 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있었는데, 이는 응답학생들이 제품, 혹은 서비스가 고객만족이나 환경에의 대응과 같은 비계량적 성과에 핵심적인 역할을 담당한다고 인지하고 있다는 것을 의미한다.

아울러 우리나라 대학생들은 창업에 대한 관심도가 높으며, 내국인 학생들은 일반적으로 서비스업 창업을 희망하고 있으나 대부분 사업계획서를 작성해본 경험은 없는 것으로 조사되었다. 반면, 외국인 학생은 상대적으로 높은 창업관심도와 사업계획서 작성경험을 보이며, 창업희망 산업도 서비스업을 포함하여 다양한 것으로 조사되었다. 한편, 성별에 따른 차이는 나타나지 않았다.

4.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 다음과 같은 한계를 가지고 있다.

첫째, 자료수집에 있어서 단일응답자(single informant) 측정에 의존하였으므로 응답자의 주관적 판단이 개입될 가능성이 많으며, 횡단적(cross sectional) 조사 연구인 관계로 변수 간 인과관계의 추정이 제한되고 있다.

둘째, 응답자 수와 지역적인 분포를 고려할 때 본 연구의 결과를 한국의 전체 대학생이나 외국인 학생들에게 일반화시키기에는 무리가 있을 수 있다. 아울러 창업에 관심이 있는 학생(예를 들어 창업관련 동아리 등)과 일반 학생들과의 비교 연구도 연구의 유용성을 제고할 수 있을 것이다.

셋째, 학생 관점에서만의 연구이므로 실제로 사업계획을 다루는 기업 관점과의 차이를 알 수 없다. 따라서 사업계획에 대하여 대학생의 시각과 기업의 시각을 비교, 분석한다면 창업관련 교육프로그램의 설계에 있어서 유용한 시사점을 도출할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 고인곤(2011), 사업계획이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 구성요소 및 기업가 유형, 발전단계 측면에서, *벤처창업연구*, 6(4), 111-135.
- 박준엽(1993), 한국의 대학에서의 중소기업 창업교육 현황연구 : 강좌내용을 중심으로, *중소기업연구*, 15(2), 82-87.
- 어윤배(1993), 창업 및 기업가 양성을 위한 교육훈련의 이론적 고찰, *중소기업연구*, 15(2), 229-233.
- 이상석, 고인곤(2011), *기업가정신과 창업 3rd.*, 학현사: 서울.
- 조형래(1998), 새로운 창업교육의 방향, *경영교육연구*, 2(2), 23-48.
- 최종인, 양영석(2012), 창업교육을 위한 프로그램 개발과제, *벤처창업연구*, 7(1), 125-134.
- 최종인, 황보운(2012), 창업교육을 위한 교육자 양성, *벤처창업연구*, 7(1), 207-214.
- 한정화, 이명자(1998), 한국의 창업교육실태와 개선방안, *경영교육연구*, 2(2), 1-22.
- 매일경제신문(2012), *혁신적 창업으로 청년실업 극복을*, 2012년 5월 24일자 기사.
- Allen, R. K.(2003), *launching new ventures*, Houghton Mifflin Co.: Boston, MA.
- Aram, J. D. and Cowen, S. S.(1990), Strategic Planning for Increased Profit in the Family Owned Business, *Long Range Planning*, 23, 76-81.
- Arkebauer, J. B.(1995), *Guide to Writing a High-Impact Business Plan*, NY: McGraw-Hill.
- Astrachan, J. H. and Kolenco, T. A.(1994), A Neglected Factor Explaining Family Business Success: Human Resources Practices, *Family Business Review*, 7(3), 251-262.
- Baker, H. W., Addams, H. L. and Davis, B. (1993), Business Planning in Successful Small Firms, *Long Range Planning*, 26(6), 82-88.
- Bhide, A.(1992), Bootstrap finance, the art of start-ups, *HBR*,

- Nov.-Dec., 109-117.
- Crawford-Lucas, P. A.(1992), Providing business plan assistance to small manufacturing companies, *Economic Development Review*, Winter, 54-58.
- Day, G. S.(1994), The Capabilities of Market-Driven Organizations, *JM*, 58(Oct.), 37-52.
- De Luca, M. L. and Atuahene-Gima, K.(2007), Market Knowledge Dimensions and Cross-Functional Collaboration: Examining th Different Routes to Product Innovation Performance, *JM*, 71(Jan.), 95-112.
- Dutta, S., Narasimhan, O., and Rajiv, S.(1999), Success in High- Technology Markets: Is Marketing Capability Critical?. *Marketing Science*, 18(4), 547-568.
- Homburg, C., Krohmer, H. and Workman, J. P. Jr.(1999), Strategic consensus and performance: The role of strategy type and market-related dynamism, *SMJ*, 20, 339-357.
- Koh, Inkon, Kim, D. H. and Lee, S. S.(2008), A study on the relationship between business plan components and corporate performance, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 8(4), 359-380.
- Longenecker, G., Moore, C. W. and Petty, J. W.(2003), *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*, 12eds. South-Western College Publishing: Maison, Ohio.
- Marinova, D.(2004), Actualizing Innovation Effort : The Impact of Market Knowledge Diffusion in a Dynamic System of Competition, *JM*, 68(Jul.), 1-20.
- Mason, C. and Harrison, R.(1996), Why 'business angels' say no: a case study of opportunities rejected by an informal investor syndicate, *International Small Business Journal*, Jan.-Mar., 35-51.
- Nunnally, Jum C.(1967), *Psychometric Theory*, McGraw-Hill: New York, NY.
- Orser, B. J., Hogarth-Scott, S. and Riding, L. A.(2000), Performance, firm size and management problem solving, *Journal of Small Business Management*, Oct., 42-58.
- Pelham, A. M. and Wilson, D. T.(1996), A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 27-43.
- Parks, B., Olsen, P. D. and Bokor, D. W.(1991), Don't mistake business Plans for Planning(It may be dangerous to your financial Health), *Journal of Small Business Strategy*, Feb., 15-24.
- Perry, C. S.(2001), The Relationship between Written Business Plans and the Failure of Small Businesses in the U. S., *Journal of Small Business Management*, 39(3), 201-208.
- Rhyne, L. C.(1986), The Relationship of Strategic Planning to Financial Performance, *SMJ*, 7, 423-436.
- Rue, L. W. and Ibrahim, N. A.(1998), The Relationship between Planning Sophistication and Performance in Small Businesses, *Journal of Small Business Management*, 36(4), Oct., 24-32.
- Schwenk, C. R. and Shrader, C. B.(1993), Effects of Formal Strategic Planning on Financial Performance in Small Firms: A Meta Analysis, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17, 53-64.
- Sharkie, R.(2003), Knowledge creation and its place in the development of sustainable competitive advantage, *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 20-31.
- Sheth, J. N. and Sisodia, R. S.(1995), Feeling the Heat, *Marketing Management*, Fall, 4(2), 8-23.
- _____ and _____(1995), Feeling the Heat, *Marketing Management*, Winter, 4(3), 19-33.
- Shrader, C. B., Mulford, C. L. and Blackburn, V. L.(1989), Strategic and Operational planning, Uncertainty and Performance in Small Firms, *Journal of Small Business Management*, Oct., 45-60.
- Valle, S. and Avella, L.(2003), Cross-functionality and leadership of the new product development teams, *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 32-47.
- Walker, O. C. and Ruekert, R. W.(1987), Marketing's role in the Implementation of Business Strategies: A Critical review and Conceptual framework, *JM*, 51(July), 15-33.
- Ward, J. I.(1997), Growing the Family Business: Special Challenges and Best Practices, *Family Business Review*, 10(4), 323-337.
- Weerawardena, J.(2003), The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy, *Journal of Strategic Marketing*, 11, 15-35.
- Winborg, J. and Landstrom, H.(2000), Financial bootstrapping in smallbusinesses, *Journal of Business Venturing*, Dec., 235-254.

A Study on University Students' Business Planning and Starting up a Business in Korea

Koh, Inkon*

Abstract

Recently the youth starting up a business has become a buzzword. Business plan is a fundamentals in starting up a business. Therefore, in this study, I investigated the business planning behavior of university students in Korea. Especially, I investigated whether university students in Korea dealt with business plan inside and outside or not, and examined university students' thought whether corporate performance is related to business plan or not, and if any, how closely they are. Meanwhile, existing studies and books are arguing that there is a high correlation between business plan and corporate performance, however, there are not many domestic and/or foreign studies that analyzed it empirically. In order to find an answer to this problem, this study was approached empirically. First, the components of business plan were selected through an extensive literature review including existing researches and through factor analysis, I classified them into the five factors of product management, product development, management support system building, organizational management and macro planning. Also, I classified corporate performance into quantitative and qualitative performance, and investigated the influences of business plan factors on those performances. As a result, I found belows. First, university students in Korea thought that the business plan components affected the quantitative and qualitative performances of corporate positively. Second, Korean students had high interests in starting up a business and wanted to run a service business but had almost no experience of business planning. Whilst, Foreign students had relatively high interests in starting up a business and experiences of business planning. They wanted starting up in various industry also. Meanwhile, I didn't find the gender differences in those aspects.

In this study, I empirically investigated the relation between business plan components and corporate performances in the university students' view, not that of company. So I believe that this study can shed lights on the direction of effective starting up education for increasing the success rate of youth starting up a business.

KeyWords: university students' starting up a business, business plan, corporate performance

* Assistant Professor, Dept. of Business Administration, Kangnam University