

# 기업가 정신 함양을 위하여 필요한 개인 창의성 모형에 관한 실증연구\*

김태균(성균관대학교 글로벌경영학과)\*\*

이건창(성균관대학교 경영대학 교수)\*\*\*

## 국 문 요 약

본 연구에서는 기업가에게 요구되는 창의성역량에 미치는 요인으로서 내재적 동기, 준사회적 상호작용, 친사회적 동기, 조망 수용에 관한 기존의 연구를 검토하고, 이를 바탕으로 가설과 연구 모형을 설정하였다. 이를 검증하기 위해 기업가 정신에 관심을 갖는 대학생들을 대상으로 설문 조사를 하였다. 설문에 앞서, 기업가적 창의성을 바탕으로 성공한 기업가의 경험담을 들려주는 토크쇼 형태의 미디어 콘텐츠를 활용하였고, 이를 대학생들을 대상으로 인터넷이나 혹은 모바일 환경에서 감상하도록 하였다. 연구 결과를 요약하면, 다음과 같다. 첫째, 내재적 동기는 창의성 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 창의적 기업가와의 준사회적 상호작용은 내재적 동기에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 친사회적 동기는 창의성 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 조망 수용은 친사회적 동기에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 기업가의 창의성 역량을 함양시키는 방안과 이를 평가하는 지표를 수립하는데 기여했다는 점, 향후 이루어질 기업가의 개인 창의성 역량에 영향을 미치는 요소에 관한 연구에 대해 방향을 제시한다는 점에서 그 의미가 있다.

핵심 주제어: 기업가 정신, 창의성 역량, 내재적 동기, 준사회적 상호작용, 친사회적 동기, 조망수용

## 1. 연구의 배경 및 목적

최근 많은 외국기관들과 매체가 한국경제의 성장 동력이 사라졌음을 경고하고 있다. 글로벌 컨설팅 회사인 맥킨지는 최근 발표한 한국보고서에서 그 동안 한국경제를 유지했던 성장 모델이 더 이상 유효하지 않다고 표현했다. 또한 아시아개발은행(ADB)의 아시아전망, 경제협력개발기구(OECD)가 발표한 성장전망의 경우도 아시아의 평균 성장전망치에 미치지 못하는 수준이다. 이러한 사실은 종전의 경제 운영방식으로는 더 이상의 성장이 가능하지 않음을 의미하며 창의와 혁신을 중심으로 하는 새로운 경제 발전의 패러다임으로의 변화가 필요함을 시사한다.

이에 신정부가 추진하고 있는 창조 경제는 과감한 패러다임의 전환을 의미하며 창의성을 경제의 핵심가치로 두고 새로운 부가가치, 일자리, 성장 동력을 만들어 내는 것이다. 즉 정부가 추진하는 창조경제의 모델은 정보통신과 과학기술을 융합하여 기존 산업 및 신 산업의 경쟁력을 높이고 창업을 활성화함으로써 일자리 창출과 경제의 새로운 발전을 구축하려는

방향으로 움직이고 있다.

창조경제에서는 창의력이 곧 경쟁력이 되며, 그러한 환경 속에서 창출된 가치들은 다양한 산업 분야에 파급효과를 가져오므로써 창조적 행위가 여러 산업에서 동시 다발적, 연속적으로 일어나도록 하여 산업 전반에 혁신을 가져오도록 할 필요가 있다. 즉, 창조경제의 핵심요소는 창의, 융합, 혁신 등의 단어로 정리되는데 이러한 모든 요소를 포괄하는 단어가 ‘기업가 정신’이라고 할 수 있다. Timmons(1994)는 기업가 정신은, 기업이라는 경제적 조직에 국한되어 발현되는 것이 아니며, 기업가 정신은 가치 있는 것을 이루어 내는 창조적인 활동이라고 정의하였다. 이러한 기업가 정신은 혁신성, 적극적 행동성, 위험감수성으로 구성된다. (Covin & Slevin, 1991) 기업가들이 계속해서 추구하는 것은 새로운 비즈니스, 새로운 제품, 기술, 서비스를 창출하여 시장에서 지배력을 확보하는 것이고, 이는 곧 창조경제이며, 여기에서의 핵심은 기업가 정신이라고 할 수 있는 것이다.

여기에 더불어, 스마트 폰 기술의 발전과 함께 사람들 사이 연결성 강화와 미디어와 인터넷의 접속 용이성 증가, 그리고

\* 이 논문은 2014년 교육부의 재원으로 한국연구재단(NRF)의 연구비 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2014S1A3A2038108).

\*\* 주저자, 성균관대학교 경영대학 글로벌 경영학과, hotlave12@nate.com

\*\*\* 교신저자, 성균관대학교 경영대학 교수, kunchanglee@gmail.com

· 투고일: 2014-12-05 · 수정일: 2015-04-11 · 게재확정일: 2015-04-17

이로 인한 다양한 정보의 습득 및 공유에 의해 이루어진 초연결 사회(Hyper Connected Society)의 도래는, 기존의 기업과 신생 기업 문화 등 창업 환경에 큰 영향을 미치고 있으며, 기업가에게 요구되는 역량도 더불어 변화하게 되었다. 1인 기술 창업이 활성화되고, 다양한 산업 분야로 확산되었으며, 소프트웨어 중심의 정보 디자인 형 기술 창업이 다수 발생하였다. 또한 인터넷에 기반한 소셜 펀딩(Social funding)의 확산으로 아이디어의 가치가 제고되고 있다.

이러한 배경은 창조경제의 핵심 요소 중 창의성 역량이 강조되며, 이에 적합한 기업가 정신의 함양과 이를 평가하기 위한 통합적인 지표가 마련되어야 한다는 점을 시사한다. 그러나 현재 국내의 연구동향을 살펴 볼 때, 기업가의 창의성의 구성 요소에 관한 연구는 활발히 이루어지지 않고 있다. 이에 본 연구에서는 기업가에게 요구되는 창의성 역량에 영향을 미치는 요소를 탐구함으로써, 초 연결 사회 하의 창조경제에서 요구되는 창의적인 기업가 정신의 함양 및 평가를 위한 통합적인 지표의 근거를 마련하는 데 그 의의가 있다.

## II. 이론적 배경 및 가설의 설정

### 2.1 창의성에 대한 선행연구검토

창의성에 관한 논의는 다양하게 이루어져 왔으며, 그 접근 방법 또한 다양하다. 창의성의 정의는 다양하지만, 현재 대부분의 연구에서 사용되는 정의들은 크게 두 가지 범주로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째로는, 창의성을 사회적으로 인식이 가능한 새로운 결과물을 성취하는 능력으로 정의할 수 있다. 여기서의 결과물은 발명품, 이론, 건물, 출판물과 같이 명확하게 인식 가능한 결과물을 지칭한다. 두 번째 범주에서는, 창의성을 시험을 통해 보여 질 수 있는 능력으로 정의한다. 여기서 시험이란 DT(divergent thinking) tests와 같이 개인의 창의성을 점수화 하여 보여주며, 따라서 창의성은 타인과 객관적으로 비교가 가능한 속성을 가진다(Barron & Harrington, 1981). 본 연구에서는, 기업가 정신에 관한 창의성을 연구하므로, 창의성을 첫 번째 범주로서 정의한다. Amabile(1983)은 창의성을 인간의 모든 영역에서 발생하는 개방형 문제(open-ended problems)에 대해 새롭고 유용한 해결책을 제시하는 것으로 정의했다. 또한 창의성은 새롭고, 양질의 적절한 결과물을 생산하는 능력으로 정의되기도 한다(Sternberg, 2005) 여기서 '새롭다'의 의미는 '독창적'이며 '예상 밖의'라는 뜻을 가지고 있으며, '적절한'의 의미는 '유용'하며 과업의 제약 조건을 충족한다는 뜻을 가지고 있다.

창의성에 관한 연구는 1950년대에 J.P. Guilford(1959)에 의해 최초로 과학적 방법을 통해 연구되기 시작하였다(Runco, 2004). 이후 다양한 분야에서 창의성에 관해 연구가 진행 되었는데, 그 중 본 연구에 관련된 연구 분야는 창의성의 구성 요소에 관한 연구이다. 창의성의 구성 요소에 대한 연구는 크게 개인적 차원의 창의성과 집단 및 조직적 차원의 창의성에 대한 연구로 나뉜다. 개인적 차원의 창의성에 대한 연구는,

개인의 특성과 주변 환경이 개인의 창의성에 대해 미치는 영향을 연구한다.

Woodman & Schoenfeldt(1989)는 '창의성 상호작용 모델'에서 창의성이란, 주어진 상황 속에서 나타나는 개인적 행동의 복잡한 산물이라고 정의했으며, Csikszentmihalyi(1989)는 창의성이란 개인, 영역, 분야의 세가지 요소가 상호작용 하는 교차점에서 비로소 관찰되며, 개인의 인지적 과정, 성격적 특성, 개인의 동기를 강조하였다. Amabile(1997)은 개인적 차원의 창의성은 전문성, 창의적 사고능력, 그리고 과업동기부여의 3가지를 구성요소로 가진다고 하였다. 또한 성공적인 창의성의 발현을 위해서는 정서적, 물리적, 정신적 환경 또한 창의성의 구성 요소로 고려되어야 한다고 하였다. 국내에서 이루어진 개인적 창의성에 대한 연구를 살펴보면, Kim(1999)은 '다원적 접근을 통한 창의성 연구'에서 창의성은 개인의 정의적 성향, 인지적 능력과 환경 및 과제와의 상호작용을 통하여 결정되는 것으로 정의하였다. Sung & Choi(2009)는 개인의 성격과 창의성간의 관계에 대하여 연구하였다. Goldberg(1992)에 의해 개발된 Big-Five 성격요인 측정항목을 이용하여 연구한 결과, Big-Five 성격요인 중 일부가 개인의 창의성에 정(+)의 영향을 미치며, 외재적 동기가 이러한 관계에 대해 조절효과를 가진다고 밝혔다. 외향성과 개방성 요인은 개인의 창의성에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 개방성 요인과 창의성간의 정(+)적인 관계는 외재적 동기의 조절작용으로 강화된다고 밝혔다.

집단 및 조직적 차원의 창의성에 대한 연구는 Woodman, Sawyer & Griffin(1993)의 연구를 필두로 활발히 일어나게 되었다. Woodman, Sawyer & Griffin(1993)에 의하면, 창의성은 개인, 집단, 조직의 차원으로 나눌 수 있다. 집단적 차원의 창의성은, 개인적 차원의 창의성을 바탕으로 이를 집단 내에서 실현하는 것이며, 이와 같은 집단적 차원의 창의성이 창의적 상황과 상호작용 할 때 조직적 창의성이 발현된다고 보았다. 또한 Amabile et al.(1996)은 조직적 창의성에 영향을 미치는 업무 환경적 요인(The Work Environmental Inventory, WEI)을 고려한 조직적 창의성 모형을 제시하였다. 나아가 Oldham(2003)은 직장 내의 배경과 직장 밖의 배경이 개인의 특성과 상호작용을 하여 창의적인 아이디어의 생산과, 아이디어의 공유의 지에 영향을 미친다고 밝혔다. 또한 아이디어의 생산과 공유의지는 곧 조직적 창의성을 증진시킨다고 밝혔다. 또한 Gumusluoglu & Ilsev(2009)는 조직적 차원의 창의성에 대한 연구의 일환으로, 변혁적 리더십이 종업원의 창의성과 조직 혁신에 정(+)의 영향을 미친다고 밝혔다.

한편, 개인적 창의성에 대한 연구의 일환으로 Amabile(1997)은 기업가적 창의성에 대해 연구한 바 있다. Amabile(1997)에 의하면 기업가적 창의성이란, 새로운 사업을 설립하기 위해 새롭고 적절한 아이디어를 생산하고 실행하는 것이다. 그녀는 그러한 연구를 통해 내재적 동기와 외재적 동기의 적절한 조화가 기업가적 창의성의 발현에 영향을 미친다고 밝혔다. 본 연구는 개인적 차원의 창의성을 발달 시켜 개인에게 기업가적 창의성 역량을 함양시키는데 그 목적이 있으므로, 개인적

차원의 창의성에 영향을 미치는 요인에 관하여 연구한다.

본 연구는 벤처창업연구의 일환으로써, 기업가적 마인드 개발을 위해서 필요한 개인 창의성을 어떻게 모형화 할 수 있는지를 실증 분석하고자 한다. 따라서 창의성에 관한 기존 국내연구 동향을 우선 살펴볼 필요가 있다. 창의성 관련 국내연구는 주로 창의성 교육과 연관된 연구가 많다. 즉, Song, Youn & Hwang(2002)의 연구에서는 유아의 창의성을 향상시키기 위한 프로그램 모형을 개발하였고, Kim(2006), Chung et al.(2011), Yoon & Kim(2011)은 청소년의 창의성에 영향을 미

치는 요소에 대해 연구하였다. Kim & Park(2012)은 통합적 접근 방식의 디자인 수업이 창의성에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝혔으며, Kim et al.(2014)은 STEAM (과학(Science), 기술(Technology), 공학(Engineering), 예술(Arts), 수학(Mathematics)의 학문을 통합한) 프로그램이 청소년의 창의성에 유의한 영향을 미쳤음을 밝혔다. <표 1>은 이러한 선행 연구들을 비교 요약한 결과이다.

<표 1> 창의성의 교육에 관한 선행 연구

연구자	분석대상	분석방법	연구내용
Song, Youn & Hwang(2002)	어린이 집과 유치원아동 20명 대상	Guildford 이론을 중심으로, 창의성 개발 프로그램을 구성한 후 효과를 검증	유아용 언어, 사고, 과학, 수학, 신체, 음악, 미술 창의성 프로그램 모형을 개발 하였다.
Kim(2006)	고등학교 학생 300명 대상	선형회귀분석	자성지능, 언어지능, 신체지능, 자연지능은 고등학생의 창의성에 영향을 미친다.
Chung et al.(2011)	과학 영재 385명 대상	TCTT 도형검사를 이용하여 실험 한 후, 그 결과를 다중회귀분석으로 분석하였다.	과학 영재들의 창의성에 영향을 미치는 구성 요소로는, 유창성, 정교성, 추상성, 독창성, 개방성이 있다.
Yoon & Kim(2011)	정보 영재의 창의성 분야 전문가 30여명 대상	3차에 걸친 델파이 방법	정보과학 창의성의 구성 요소로는 인지적, 정의적, 환경적 영역에서 전체 32개의 항목이 있다.
Kim & Park(2012)	초등학교 5학년 학생 40명 대상	TTCT 창의적 인지능력 검사를 통해, 디자인 수업 전후의 창의성을 t-검증을 통해 비교 분석	통합적 접근 방식의 디자인 수업을 적용한 집단은, 일반적 접근 방식의 디자인 수업을 받은 집단보다 창의성 향상에 긍정적인 효과를 보였다.
Kim et al.(2014)	초등학교 141명 대상	SPSS를 이용한 t-검정	STEAM 프로그램은 초등학교 학생의 과학교과 흥미도와 창의성에 유의한 영향을 미친다.

Song, Youn & Hwang(2002), Kim(2006), Chung et al.(2011), Yoon & Kim(2011), Kim & Park(2012), Kim et al.(2014)

한편, 벤처창업연구의 차원에서 선행되었던 창의성에 관한 국내의 연구는 대부분 조직 구성원, 혹은 직원의 창의성을 향상시키는 방향으로 진행되었다. Lee et al.(2008)은 기존의 연구를 바탕으로 산업조직 내에서 창의성의 원형을 밝혔다. Lee, Yoo & Lee(2010)은 이론적 연구를 통해 벤처기업의 기업

환경이 개인의 창의성에 미치는 영향요인을 제시하였다. Yoon & Cho(2012), Lee, Lee & Yoo(2012)는 실제 종사원을 대상으로 어떤 요인이 종사원의 창의성을 높이는지 밝혔다. <표 2>는 이러한 선행 연구들을 요약한 결과이다.

<표 2> 조직 구성원의 창의성에 관한 선행 연구

연구자	분석대상	분석방법	연구내용
Lee, Choe & Yeo (2008)	산업조직 종업원 230명 대상	회귀분석	Simonton(1988)과 Amabile(1996)의 연구를 바탕으로, 산업 조직 내 창의성의 원형이 일상적이고 반응적이며, 내재이론 보다는 명시적 이론에 더 부합함을 밝혔다.
Lee, Yoo & Lee(2010)	선행 연구 대상	선행 연구의 이론적 연구	Amabile(1996)의 창의성에 대한 요소 분석을 통해 중소 벤처기업의 조직환경이 창의성에 미치는 영향 요인을 제시하였다.
Yoon & Cho(2012)	호텔 프론트 데스크 종사원 183명 대상	구조방정식모델	연구를 통해 내적 보상과 외적 보상 모두 호텔 프론트 데스크 종사원의 창의성에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혔다. 또한 조직몰입이 프론트 데스크 종사원의 창의성에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혔다.
Lee, Lee & Yoo (2012)	수도권 지역의 외식사업체에 근무하는 조리 및 F&B 부서의 종사원205명대상	구조방정식모델	변혁적 리더십이 종사원의 개인적 창의성 및 상황적 창의성 요인에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혔다. 또한 종사원의 창의성은 변혁적 리더십과 조직혁신성 간의 관계에 매개효과를 나타냄을 검증하였다.

Lee, Choe & Yeo(2008), Lee, Yoo & Lee(2010), Yoon & Cho(2012), Lee, Lee & Yoo(2012)

현재까지 국내에서 이루어져 왔던 개인적 차원의 창의성에 영향을 미치는 요인에 관한 연구는 주로 유아 또는 청소년의 창의성 교육에 관한 연구, 과학적 또는 디자인적 창의성에 관한 연구, 또는 조직 구성원의 창의성을 증진시키기 위한 방법에 대한 연구가 대부분이었다. 이러한 국내의 연구 동향을 살펴 볼 때, 종업원과 학생의 창의성에 관한 연구는 활발히 이루어지고 있다고 할 수 있다. 반면 벤처창업연구의 차원에서, 어떠한 요소가 기업가의 창의적 역량에 영향을 미치는지에 대한 연구는 활발히 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이러한 연구의 일환으로, Chung & Park(2014)은 창업에 있어서, 기업가의 창의적인 아이디어를 기반으로 한 독창적인 비즈니스를 탐색하는 것이 중요하며, 이러한 창의적인 아이디어의 발상이 디자인적 사고의 접목을 통해 가능하다고 밝혔다. 또한, Kwon & Choi(2014)는 기업의 가치혁신 문화가 개인의 창의성에 미치는 영향에 대하여 긍정적 영향을 미치는 것을 밝힌 바 있다. 또한 Park & Yang(2014)는 창의성향이 창업의지에 영향을 미치는 것을 밝혔다. 그러나 본 연구에서는 기업가적 정신을 함양하기 위하여 필요한 개인 창의성에 미치는 심층적인 요인을 파악하고, 해당 요인들 간의 연관성을 모형화하여 이를 실증분석하고자 한다. 따라서, 기존의 선행 연구들을 바탕으로 기업가적 정신 관점에서 개인 창의성 역량에 영향을 미치는 요인을 설정하여, 이를 모형화 한 후 해당 모형의 타당성을 검증하기 위하여 실증분석을 시도하였다.

## 2.2 내재적 동기와 창의성 역량간의 관계

내재적 동기(Intrinsic motivation)란, 어떠한 행동을 함에 있어 동인이 행동 그 자체에 있는 상태를 의미한다. 다시 말해, 어떠한 행동에 대한 동인은 행동 그 자체에서 얻어지는 기쁨이나 만족에 있는 것이지, 그것으로부터 얻어지는 외재적 보상에 있는 것은 아니다. 내재적으로 동기부여가 되었을 때, 사람들은 자유롭게 그들이 흥미 있는 행동을 하며 어떠한 보상이나 제약으로부터도 자유롭다(Deci & Ryan, 1985).

내재적 동기와 창의성간의 관계에 대한 연구는, 내재적 동기와 혁신행동간의 연구(Oldham & Cummings, 1996)에서 시작하여, 1970년대 이후에는 내재적 동기와 외재적 동기가 창의성에 미치는 영향에 대해 학문적인 논쟁이 발생하였다. Amabile(1983)은 내재적 동기와 외재적 동기가 창의성에 미치는 영향에 있어 서로 상충적인 역할을 한다고 주장했다. 다시 말해, 높은 외재적 동기는 내재적 동기를 감소시킨다는 것이다. 또한 그녀는 내재적 동기를 가진 집단이 외재적 동기를 가진 집단에 비해 높은 창의성을 보였음을 연구에서 보였다. 반면 Eisenberger & Selbst(1994)에 의하면, 두 가지 조건 하에서 외적인 보상이 창의성을 증가시킨다. 과제를 수행함에 있어 높은 수준의 확산적(divergent) 사고가 요구되고, 보상이 과도하게 두드러지지 않을 때, 외적인 보상이 창의성을 증진시킨다는 것이다. Eisenberger & Armeli(1997)는 또한 창의적인 성과를 보일 것을 명백하게 인식시켜 준다면, 외재적 동기가

창의성을 저해하는 이유인 주의-유도 효과를 제거할 수 있다는 것을 입증하였다. 다시 말해, 외재적 동기가 주어졌을 때, 창의적인 성과에 대한 주의가 분산되는 것을 지속적으로 통제한다면, 내재적 동기의 저해를 가져오지 않고 창의성이 증진될 수 있다는 것이다. Amabile(1996) 또한 내재적 동기와 외재적 동기가 창의성의 발현에 있어 상충적이라는 연구 결과를 수정하여, 내재적 동기가 높은 수준에 있다면 조건에 따라 외재적 동기도 창의성의 증진에 기여할 수 있음을 밝혔다. Amabile(1997)은 기업가적 창의성 또한 내재적 동기와 외재적 동기간의 적절한 조화에 의해 증진될 수 있음을 연구하였다.

국내에서는 Park & Jung(2000)이 내재적 동기 집단에 외적 보상을 제공하면, 과제의 유형에 관계없이 창의성 수준이 떨어질 것이며, 반대로 외재적 동기 집단에 금전적 보상을 제공하면 과제의 유형에 관계없이 창의성 수준이 높아지는 것을 발견하였다. 이는 즉, 외재적 보상의 창의성 증진 효과는 개인의 동기 유형(내재적, 외재적)에 따라 조절된다는 것이다. 내재적 동기와 창의성 간의 관계에 대한 연구는 최근에도 활발히 이루어지고 있다. Lee et al.(2013)은 변혁적 리더십이 직원의 창의성과 내재적 동기에 미치는 영향에 대한 연구에서, 내재적 동기가 직원의 창의성에 영향을 끼친다고 보았다. 이상의 논의로 비추어 볼 때, 다음과 같이 가설 1을 도출할 수 있다.

가설 1: 내재적 동기는 창의성 역량에 영향을 미칠 것이다.

## 2.3 준사회적 상호작용과 내재적 동기간의 관계

Horton & Wohl(1956)은 당시 새롭게 등장한 대중 매체(라디오, TV, 영화)를 통해 수용자들이 등장인물들과 마치 실제로 만나서 인간관계를 가지는 듯한 환상을 느끼게 되었다고 주장한다. 그리고 이와 같이 매체를 통하여 얼굴을 맞대는 것 같은 인간관계를 느끼는 것을 준사회적 상호작용(parasocial interaction)이라고 정의했다. 또한 그는, 준사회적 상호작용을 통해 사람들이 등장인물에게 편지를 쓰거나, 직접 만나러 가는 것과 같은 동기를 부여한다고 보았다. 또한, Choi et al.(2009)의 연구에서는 광고에서 나타나는 준사회적 상호작용과, 해당 광고에 대한 태도와 구매의도간의 상관관계가 있음을 밝혔다. 즉, 준사회적 상호작용이 높은 집단이, 낮은 집단에 비해 광고태도와 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다.

이러한 연구 결과를 종합하면, 준사회적 상호작용은 어떠한 행동에 대한 동기를 부여할 수 있다. 실제로, Horton & Wohl(1956)과 Choi et al.(2009)은 실증적 연구를 통해 준사회적 상호작용에 의해 동기 부여가 발생함을 증명하였다. Horton & Wohl(1956)과 Choi et al.(2009)의 연구에서 나타난 준사회적 상호작용에 의해 나타난 동기는, 내재적 동기라고 명시하지는 않았지만, 외재적 보상이 주어지지 않았기 때문에 내재적 동기라고 가설을 세울 수 있다. 즉, 준사회적 상호작용이 내재적 동기에 영향을 미친다는 가설을 도출할 수 있다.

이에 관련해 국내의 연구에서는 주로 광고, 혹은 미디어와 관련하여 준사회적 상호작용에 대한 연구가 이루어져 왔지만, 창의성의 발현에 관련해서는 준사회적 상호작용에 대한 연구가 거의 이루어지고 있지 않다. Choi(1999)는 뉴스앵커의 준사회적 상호작용성과 전문성이 수용자의 TV뉴스 시청에 어떤 영향을 미치는지 연구하였다. 또한 Choi & Kim(2006)은 TV 광고에 등장하는 모델에 대한 준사회적 상호작용이 소비자의 광고에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝혔다. Jun, Lee & Ko(2013)는 준사회적 상호작용이 종합편성채널 브랜드 자산에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 이러한 기존의 준사회적 상호작용에 대한 연구들은 창의성의 발현에 관련되지 않았다는 점에서 그 공통점을 찾을 수 있다. 이에 본 연구에서는 준사회적 상호작용이 창의성에 미치는 영향에 관련하여, 창의적 기업가와의 준사회적 상호작용이 내재적 동기에 미치는 영향을 연구하였다. 이상의 논의를 통해 다음과 같이 가설 2를 도출할 수 있다.

*가설2: 창의적 기업가와의 준사회적 상호작용은 내재적 동기에 영향을 미칠 것이다*

## 2.4 친사회적 동기와 창의성 역량간의 관계

친사회적 동기(Prosocial motivation)란, 다른 사람을 돕거나 다른 사람에게 기여하고자 하는 생각에 기반을 둔 노력을 하고자 하는 욕구이다(Grant, 2007). 이러한 친사회적 동기는 이기적 동기와 상호 배타적이며 상충되는 개념으로 여겨져 왔다(Batson, 1998). 하지만, De Dreu & Nauta(2009)와 Grant & Berry(2011)의 최근 연구는 경험적으로 볼 때, 친사회적 동기와 이기적 동기는 독립적이며 정(+)의 관계를 가질 수 있음을 보였다. 예를 들면, 직원들이 남을 돕고자 하는 욕구가 발생할 때, 그 이유는 단순히 남을 돕고자 했기 때문일 수도 있지만, 자신들의 구성원으로서의 지위를 유지하고자 하는 욕구 때문일 수도, 또는 그렇게 하는 것이 직원들 자신의 기분을 좋게 하기 때문일 수도 있다는 것이다. 나아가, Grant & Berry(2011)는 이러한 친사회적 동기와 이기적 동기와의 관계가, 친사회적 동기와 내재적 동기간의 관계에도 적용된다고 보았다. 그는 내재적 동기가 창의성에 미치는 영향에 있어, 친사회적 동기가 조절변수로서 유의미하게 작용하였음을 연구에서 밝혔다. 한편, McAdams & Aubin(1992)는 높은 친사회적 동기는 개인이 다음 세대에게 유용한 아이디어를 생산해 내는데 긍정적 효과가 있다고 보았다. 또한 경험적으로 볼 때, 실제로 친사회적 동기에서 출발해 창의적 기업가라는 성취를 이룬 기업가들이 존재한다. 대표적인 사례로는, 2006년도 노벨 평화상 수상자인 방글라데시의 무하마드 유누스(Muhammad Yunus)를 들 수 있다. 그는 방글라데시 빈곤층에 대한 친사회적 동기를 바탕으로, 마이크로 크레딧(소액담보 대출)라는 창의적인 아이디어로 큰 성공을 거둔바 있다. 이러한 점으로 비추어 볼 때, 친사회적 동기는 창의성에 직접적으

로 영향을 끼친다는 가설3을 도출할 수 있다.

*가설3: 친사회적 동기는 창의성 역량에 영향을 미칠 것이다.*

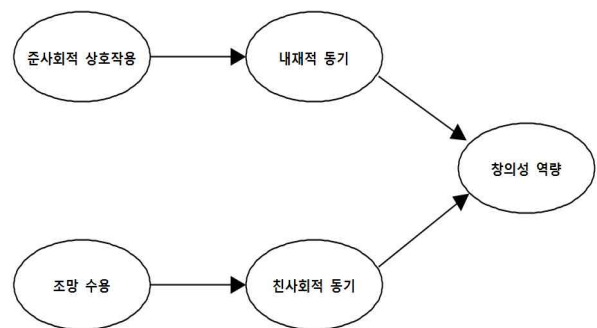
## 2.5 조망수용과 친사회적 동기간의 관계

조망수용(Perspective taking)이란, 자신의 관점과 타인의 관점을 구분하고, 타인의 상황이나 입장을 수용하여 이해하는 능력 또는 경향을 말한다(Eisenberg et al, 1991). 조망수용이 친사회적 동기에 미치는 영향에 대한 연구를 살펴보면, Flavell(1968)은 조망수용의 학습단계를 4단계로 나누었다. 처음 3단계는 존재, 필요, 추론이며, 마지막 단계는 적용이다. 적용의 단계는 곧 친사회적 행동이라고 볼 수 있는데, 따라서 조망수용은 친사회적 동기에 영향을 미친다고 할 수 있다. 또한 Bar-Tal & Raviv(1982)는 친사회적 행동의 선행 요건을 연구하는 과정에서 조망수용능력을 선행 요건중 하나로 제시하였다.

최근 조망수용이 친사회적 동기에 미치는 영향에 관한 연구는 주로 어린아이를 대상으로 인지적 측면에서 이루어져 왔다. Bengtsson & Johnson(1992)은 10살, 11살의 아이를 대상으로 연구하여, 곤경에 빠진 타인에 대한 조망수용이 친사회적 동기에 영향을 미친다고 밝혔다. Edward & Ha(2005)는 초등학생, 중학생을 대상으로 한 연구에서, 조망수용 수준이 높을 수록 부모에 대한 친사회적 행동 수준이 높다고 밝혔다. 또한 Vaish et al.(2009)는 생후 18-25개월 사이의 유아를 대상으로 연구하였다. 그 결과, 피실험자는 피해를 받는 성인에 대해 친사회적 행동을 보였으며, 그 원인으로는 조망수용을 제시하였다. 이상의 논의를 종합해 보면, 조망수용이 친사회적 동기에 미치는 영향에 대한 연구는 상당부분 이루어 졌지만, 조망수용과 친사회적동기 사이의 관계가 창의성에 어떻게 영향을 미치는지는 거의 연구되지 않았다. 이에 본 연구에서는, 기존에 이루어 졌던 조망수용에 대한 연구의 확장으로 다음과 같이 가설 4를 제시하는 바이다.

*가설4: 조망수용은 친사회적 동기에 영향을 미칠 것이다.*

이상의 4개의 가설을 토대로 본 연구에서 제안하는 연구모형을 도식화 하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

### III. 연구 방법

#### 3.1 자료의 수집방법

본 연구는 창의적 행동에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 성균관 대학교 대학생 89명을 대상으로 설문 조사를 진행하였다. 설문 조사는 2014년 5월 23일부터 6월 2일까지 11일에 걸쳐 진행되었다. 표본이 89명인 이유는, 실험을 위해 실험 대상에게 콘텐츠 감상이 요구되었기 때문이다. 실험 대상의 인구 통계적 특성은, 다음과 같다. 우선 연령에 대해 살펴 보자면, 20대는 87명 이었으며, 10대 1명, 30대 1명으로 분포를 보였다. 또한 성별로는 남성 60명, 여성 29명의 분포를 보였다. 설문에 앞서 본 연구에서는 설문에 앞서 기업이 정신 교육 콘텐츠를 활용하였다. 교육을 위한 콘텐츠는 자신의 분야와는 전혀 다른 산업에 아이디어 하나로 뛰어들어 글로벌 기업으로 성공한 기업가의 경험담을 들려주는 토크쇼 형태의 미디어 콘텐츠를 활용하였고, 이를 학부 학생들을 대상으로 인터넷이나 혹은 모바일 환경에서 감상하도록 하였다. 콘텐츠 감상 후에, 연구 대상에게 콘텐츠 감상이 효과가 있었는지 검증하기 위해, 실제 콘텐츠에 대한 흥미 정도와 이를 본 이후의 해당 기업가에 대한 관심 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다. 대부분 콘텐츠를 흥미 있게 보았고(평균: 3.94) 이를 통해 해당 기업가에 관심이 생긴 것으로 나타났다(평균: 3.84).

#### 3.2 측정 도구의 선정

설문지의 측정 도구는 창의성 역량에 4개 항목, 내재적 동기에 2개 항목, 준사회적 상호작용에 7개 항목, 친사회적 동기에 4개 항목, 조망 수용에 4개 항목으로 구성 하였다.

준사회적 상호작용의 설문 항목은 Rubin et al.(1985)의 연구에 사용된 Parasocial Interaction Scale(PIS)를 바탕으로, 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. Rubin et al.(1985)의 연구에서는 실험 대상이 뉴스 진행자와 느낀 준사회적 상호작용의 정도를 측정하였으나, 본 연구에서는 설문에 앞서 시청하였던 콘텐츠의 주인공인 기업이 정장훈씨와 실험 대상의 준사회적 상호작용의 정도를 측정하였다. 항목은 총 7개로, 5점 리커트 척도로 측정하였다. 측정된 항목의 일부는 다음과 같다. ‘나는 기업가 정장훈을 좀 더 볼 수 있으면 좋을 것 같다, 나는 개인적으로 기업가 정장훈을 만나보고 싶다, 나는 기업가 정장훈이 매력적이라고 생각한다.’ 내재적 동기와 친사회적 동기는 Grant(2008)에 의해 개발된 설문지를 이용해 측정하였다. 내재적 동기는 총 2개의 항목을, 친사회적 동기는 총 4개의 항목을 7점 리커트 척도로 측정하였다. 내재적 동기의 항목은 다음과 같다. ‘나에게 중요한 것은 내가 하는 일을 즐기는 것이다, 나에게 중요한 것은 자신을 표현하는 방법을 찾는 것이다.’ 친사회적 동기의 항목은 다음과 같다. ‘나는 잠재적으로 다른 사람들에게 도움이 되는 일을 함으로써 에너지를 얻는다, 나의 능력을 다른 사람을 돕는데 사용할 수 있는 기회를

것은 중요하다고 생각한다, 나는 다른 사람들에게 긍정적인 영향을 주는 일을 하는 것을 좋아하는 편이다, 나는 잠재적으로 다른 사람들에게 이익이 되는 일을 하는 것을 좋아한다.’

조망수용은 Davis et al.(1996)의 연구에서 사용된 4개의 항목으로 구성된 설문지를 이용해 측정하였다. 본 연구에서는 기업가적 창의성에 관한 연구에 알맞게, 네 가지 설문 항목을 수정하였으며, 수정된 설문 항목은 다음과 같다. ‘나는 보통 다른 사람의 의견을 수렴하려고 노력하는 편이다, 나는 일반적으로 다른 사람이 어떻게 생각할지 생각하면서 행동하는 편이다. 나는 다른 사람의 시선에서 이해하려는 노력을 한다, 나는 다른 사람의 생각을 이해하려고 노력한다.’

마지막으로 창의성 역량은 George & Zhou(2001)이 개발한 창의성 척도로 7점 리커트척도로 측정하였다. George & Zhou(2001)의 창의성 척도는 13개의 항목으로 이루어져 있으나, 본 연구에서는 기업가적 창의성 역량을 측정하기에 알맞은 4개의 항목으로 수정하여 사용하였다. 수정된 설문 항목은 다음과 같다. ‘나는 도전적인 과제에 직면하면 새로운 아이디어나 관점을 적용하는 편이다, 나는 도전적인 과제를 해결하기 위하여 팀원들과 토론하는 중에 흥미로운 주제나 새로운 시간을 제시하는 편이다, 나는 도전적인 과제에 봉착하면 적극적으로 다른 사람의 이야기를 듣고 그 사람의 아이디어를 통합해서 창의적인 해결책을 제시하는 편이다, 나는 도전적인 과제에 직면하면 여러 가지 서로 다른 방법들로부터 아이디어를 종합하여 현상에 대한 통합적인 관점을 제시한다.’

이상, 총 21개의 측정 항목으로 측정을 진행하였다.

#### 3.3 분석방법

본 연구에서는, <그림 1>에서 설정하였던 연구모형을 검증하기 위해 PLS (Partial Least Squares) 구조방정식 모델을 사용하였다. PLS 구조방정식 모델은 공변량 기반 구조방정식 모델과 함께 2세대 구조방정식 모델의 하나이다. PLS 구조방정식 모델은 내생 변수에서의 오차항을 최소화하는 경로의 관계를 추정한다 (Abdi, 2003). 즉 설명력을 나타내는 R2 값을 최대화하는 계수들을 추정하여 모델의 예측력을 극대화 한다. 이러한 특성으로 인해 PLS 구조방정식 모델을 통해 독립변수로부터 종속변수를 예측할 수 있다. 또한 PLS 구조방정식 모델은 연구가 이론개발의 초기단계에 있는 경우, 또는 아직 검증되지 않았을 때의 탐험적 분석으로 적합하다. PLS 구조방정식 모델은 표본의 크기가 작은 경우에도 복잡한 모델을 효율적으로 분석하며, 상호작용항의 설정을 통해 조절효과를 분석하는데 용이하다. 본 연구의 경우 단순한 설문조사를 통한 자료수집이 아닌, 실험대상에게 콘텐츠 감상이라는 조작을 한 이후에 자료를 수집하여 표본이 89명으로 상대적으로 작다. PLS 구조방정식의 적용에서 요구되는 최소 표본의 크기는 주로 ‘10배수 법칙’(Barclay, Higgins & Thompson, 1995)에 의해 구해진다. 10배수 법칙은 표본의 크기가 두 가지 조건보다 커야 한다고 설명하는데, 첫 번째 조건은 단일 변수를 측정하는



데 사용되는 형성적 지표들의 수 중 가장 큰 수의 10배이고, 두 번째 조건은 구조방정식 모델에서 특정 변수로 향하는 경로의 가장 큰 수의 10배이다. 본 연구에서는 형성적 지표를 사용하지 않았고, 특정 변수로 향하는 가장 큰 경로의 수는 4개이기 때문에 이러한 기준에는 충족한다. 그러나 최근 들어 ‘10배수 법칙’은 모델의 배경이나 데이터의 특성을 제대로 반영하지 못한다는 한계가 드러나고 있다(Hair, Ringle & Sarstedt, 2011; Marcoulides & Saunders, 2006; Marsh et al, 2004). 따라서 본 연구에서는 Hair et al.(2013)이 제시한 방법론을 토대로 본 연구에 요구되는 최소 표본크기를 구하였다. Hair et al.(2013)에 따르면, PLS 구조방정식에서 표본크기에 대한 요구사항은 기본적으로 최소 자승 회귀(OLS)의 특성을 바탕으로 한다. 따라서 Cohen(1992)이 다중회귀분석 모델의 통계적 검증력이 수용 가능한 수준인지 확인하기 위해 제시한 기준과 같은 다른 기준을 통해 PLS 구조방정식의 표본크기가 가지는 검증력을 확인할 수 있다. Hair et al.(2013)은 효과 크기, 유의수준, 변수를 향하는 화살표의 최대 수, 요구되는 검증력을 기준으로 PLS 구조방정식 모델에서 요구되는 최소 표본의 크기를 구하는 방법론을 제시하였다. 효과 크기는  $f^2$ 의 값으로 결정되며, Cohen(1992)이 제시한 공식,  $f^2 = R^2 / (1 - R^2)$ 을 통해 구할 수 있다. 본 연구의 요인 분석 결과,  $R^2$ 값은 0.144로 나타났으며, 따라서  $f^2$ 값은 0.1682로 산출되었다. 또한 본 연구의 모델에서 변수를 향하는 화살표의 최대 수는 4개이며, 유의 수준은 0.05로 설정하였다. 마지막으로 검증력(power)은 공신력을 가지기 위한 조건인 0.8로 설정하였다

(Marcoulides & Saunders, 2006). 이러한 기준을 충족시키는 최소 표본 크기는 76으로 나타났으며, 따라서 본 연구의 표본 크기인 89는 이러한 조건을 충족시키는 것으로 나타났다.

이러한 PLS 구조방정식 모델의 한계는 파라미터 (parameter) 추정에서 있어 편향과 일관성 측면에서 공변량 기반의 구조방정식 모델에 비해 부족한 점이 있다는 것이다(Hair et al., 2013). 그러나 Reinartz, Hanenlein & Henseler(2009)는 시뮬레이션을 통해 PLS 구조방정식 모델과 공변량 기반 구조방정식 모델간 추정의 차이가 매우 작다는 사실을 확인한 바 있다. 따라서 편향의 차이를 확대 해석하는 것은 부적절 하다. 본 연구는 표본의 크기가 89명으로 작으며, 아직 검증되지 않은 초기단계의 경로분석 연구이므로 PLS 구조방정식 모델이 적합하다고 볼 수 있다. 따라서, 본 연구에서는 PLS 분석을 위하여 Smart PLS 3.0 소프트웨어를 이용하여 실증분석을 진행하였다.

#### IV. 분석결과

##### 4.1 요인 분석

3장의 연구 방법을 토대로 본 연구에서는 연구 모형의 요인 분석을 위해 PLS구조 방정식 모델을 채택하였으며, Smart PLS 3.0을 이용하여 측정 항목에 대한 집중타당성, 내적일관성, 판별타당성을 측정하였다. 그 결과를 요약하면 <표 3>과 같다.

<표 3> 집중타당성 및 내적일관성 검증 결과

변수	항목	요인적재치	구성개념 신뢰도(CR)	AVE	Cronbachs α
창의성 역량	CT1	0.787	0.869	0.623	0.802
	CT2	0.836			
	CT3	0.774			
	CT4	0.759			
내재적 동기	IM1	0.876	0.895	0.810	0.768
	IM2	0.924			
준사회적 상호작용	PI1	0.725	0.882	0.518	0.864
	PI2	0.659			
	PI3	0.706			
	PI4	0.690			
	PI5	0.741			
	PI6	0.764			
	PI7	0.746			
친사회적 동기	PM1	0.816	0.887	0.664	0.832
	PM2	0.766			
	PM3	0.863			
	PM4	0.811			
조망 수용	PT1	0.723	0.876	0.641	0.811
	PT2	0.739			
	PT3	0.865			
	PT4	0.863			

요인 분석의 결과 중, 집중타당성 확인을 통해 각각의 설문 항목의 신뢰성을 판단할 수 있다. 집중타당성은 측정 항목의

요인 적재치가 0.6이상일 경우 개별 신뢰성을 가지는 것으로 평가된다. 요인 분석의 결과, 모든 항목이 0.6이상으로, 집중

타당성이 확보되었다고 볼 수 있다. 다음으로 내적 일관성 확인을 통해 각각의 설문 항목이 변수를 기준으로 일관성 있게 구성되었는지 판단할 수 있다. 내적 일관성은 해당 변수의 Cronbachs  $\alpha$  값이 0.6 이상, 평균분산 추출값(Average Variance Extracted, AVE)이 0.5 이상이면 적절하다고 판단한다. 요인 분석의 결과 모든 항목의 Cronbachs  $\alpha$  값이 0.6 이상 이었으며, AVE값도 0.5이상으로 내적 일관성이 확보되었다고 볼 수 있다. 마지막으로 판별 타당성의 평가를 통해, 서로 다른 변

수에 구성된 설문 항목간에 판별이 잘 되도록 구성되었는지 확인할 수 있다. 판별 타당성은 구성개념의 루트AVE값과 다른 구성 개념들과의 상관계수를 비교하여 평가한다. 구성개념의 루트AVE값이 다른 구성 개념들과의 상관계수보다 크다면, 판별 타당성이 확보된 것으로 평가한다(Fornell & Lacker, 1981). <표 4>는 그 결과를 나타낸 것으로, 판별 타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

<표 4> 판별 타당성 검증 결과

	창의성 역량	내재적 동기	준사회적상호작용	친사회적 동기	조망 수용
창의성 역량	0.789 **				
내재적 동기	0.461	0.900 *			
준사회적상호작용	0.241	0.380	0.719 *		
친사회적 동기	0.486	0.284	0.298	0.800 *	
조망 수용	0.541	0.435	0.351	0.421	0.815 *

\*: AVE의 제곱근

### 4.2 연구모형 분석 결과

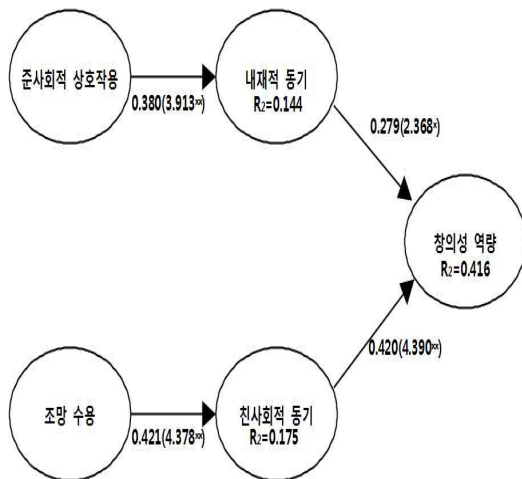
요인 분석의 결과, 데이터의 집중타당성, 내적일관성, 판별타당성이 확보 되었으므로 Smart PLS 3.0을 이용하여 본 연구모

형에 대해 검증을 실시하였다. 본 연구에서는 부트스트랩(Bootstrapping)기법을 이용하여 반복추출 서브샘플링을 500개로 설정한 후 연구 모형을 분석하였다. 다음 <표 5>, <그림 2>는 그 결과를 요약한 것이다.

<표 5> 가설검정 결과

가설		경로계수	T-value	검정결과
가설1	내재적동기→창의성 역량	0.279	2.368 *	채택
가설2	준사회적상호작용→내재적동기	0.380	3.913 **	채택
가설3	친사회적동기→창의성 역량	0.420	4.390 **	채택
가설4	조망수용→친사회적동기	0.421	4.378 **	채택

\* P-value<0.05 \*\* P-value<0.01



\* P-value<0.05 \*\* P-value<0.01

<그림 2> 연구모형 분석 결과

경로 계수의 분석에 앞서, 구조모형에 대한 적합도의 평가를 R2값으로 측정하였다. R2값은 3단계로 (0.26이상이면 Large, 0.13이상 이면 Medium, 0.02이상이면 Small)로 구분할 수 있다(Cohen & Cohen, 1983). 본 연구의 경우, 창의적 행동에 관련된 모형에 대해서는 R2값이 Large로, 내재적 동기와 친사회적 동기에 관련된 모형에 대해서는 각각의 R2값이 medium으로 나타나, 본 구조모형에 대한 적합도가 높은 편이라고 평가 할 수 있다.

내재적 동기와 창의성 역량간의 경로 계수는 0.279로 정(+)의 관계를 가지는 것으로 나타났다. 또한 T-value값은 2.368으로, 유의수준 0.05에서 본 경로계수는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 (가설1) ‘내재적 동기는 창의성 역량에 영향을 미칠 것이다.’ 는 채택되었다. 준사회적 상호작용과 내재적 동기간의 경로 계수는 0.380으로 정(+)의 관계를 보였다. 또한 T-value값은 3.913으로, 유의수준 0.01에서 본 경로계수는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 (가설2) ‘창의적



기업가와의 준사회적 상호작용은 내재적 동기에 영향을 미칠 것이다.’는 채택되었다. 친사회적 동기와 창의성 역량간의 경로계수는 0.420으로 정(+)의 관계를 보였으며 T-value값은 4.390으로, 유의수준 0.01에서 본 경로계수는 통계적으로 유의하였다. 따라서 (가설3) ‘친사회적 동기는 창의성 역량에 영향을 미칠 것이다.’는 채택되었다. 마지막으로, 조망 수용과 친사회적 동기간의 경로계수는 0.421으로 정(+)의 관계를 보였으며 T-value값은 4.378로, 유의수준 0.01에서 본 경로계수는 통계적으로 유의하였다. 따라서 (가설4) ‘조망수용은 친사회적 동기에 영향을 미칠 것이다.’는 채택되었다. 종합하자면, 본 연구에서 설정된 4가지 가설은 통계적으로 유의하게 채택되는 것으로 확인되었다.

## V. 결론 및 토의

본 연구의 결과를 요약하면, 내재적 동기, 준사회적 상호작용, 친사회적 동기, 조망 수용은 각각 창의성 역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과, Amabile(1997)이 밝힌 개인의 내재적 동기와 창의성 역량 사이의 관계가 유효함을 확인하였다. 나아가 본 연구에서는 개인의 내재적 동기는 매체를 통해 인간관계를 느끼는 준사회적 상호작용에 의해 영향을 받음을 밝혔다. 이러한 점에서 본 연구의 연구 모형은 두 가지 의의를 가진다. 첫 째, 본 연구는 Horton & Wohl(1956)과 Choi et al.(2009)이 실증적 연구를 통해 밝힌 준사회적 상호작용과 개인의 동기 사이의 관계를 명확히 개념화 했다는 점에서 그 의의가 있다. Horton & Wohl(1956)과 Choi et al.(2009)은 연구를 통해 준사회적 상호작용과 개인의 행동에 대한 동기 사이의 관계를 밝히는 과정에서, 개인의 행동에 대한 동기가 외재적 동기인지 내재적 동기인지 명확히 제시하지 않았다는 점에서 그 한계를 찾을 수 있다. 본 연구에서는 Grant(2008)이 제시한 내재적 동기 측정법을 사용하여, 준사회적 상호작용이 개인의 내재적 동기에 유의한 영향을 미쳤음을 밝힘으로써 개인의 동기의 개념을 명확히 밝혔다는 점에서 그 의의가 있다. 둘째, 본 연구는 Amabile(1997)이 밝힌 내재적 동기와 창의성 역량 사이의 관계를 확장하여, 내재적 동기가 준사회적 상호작용에 의해 영향을 받음을 밝혔다는 점에서 그 의의가 있다. 다시 말해, 본 연구의 연구 모형은 Amabile(1997)의 창의성 역량 모형에 대한 확장 모형이라는 것이다.

한편, McAdams & Aubin(1992)는 높은 친사회적 동기는 개인이 다음 세대에게 유용한 아이디어를 생산해 내는데 긍정적 효과가 있다고 보았다. 본 연구에서는 이러한 McAdams & Aubin(1992)의 연구 결과와 George & Zhou(2001)의 창의성 개념을 결합하여 친사회적 동기와 창의성 역량간의 관계를 실증적으로 증명했다. 이러한 본 연구의 결과를 바탕으로, 친사회적 동기와 창의성 역량간의 관계에 있어 직접적인 영향을 미치는 다른 요소 혹은 조절 효과를 가지는 요소에 대한 후

속 연구가 요구되는 바이다.

이러한 연구 결과가 가지는 의의는 첫째, 내재적 동기가 창의성 역량에 영향을 미친다는 기존의 연구결과는 지지되었으며 (Amabile, 1983; Eisenberger & Selbst, 1994; Eisenberger & Armeli, 1997; Amabile, 1996; Amabile, 1997; Park & Jung; 2000; Lee et al., 2013), 창의적 기업가와의 준사회적 상호작용의 정도가 내재적 동기에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다는 것이다. 이는 기업가 정신의 함양을 위하여 초연결 사회의 스마트 신인류의 특성에 맞는 콘텐츠 개발과, 이를 통해 교육적 목적을 가진 흥미 있는 기업가 정신 교육 콘텐츠 개발이 선행되어야 한다는 점을 시사한다. 또한 개발된 교육 콘텐츠는 교육 대상에게 준사회적 상호작용을 일으킬 수 있어야 한다. 초연결사회가 도래한 한국의 특성을 고려하였을 때, 개발된 콘텐츠는 정보 통신 기술을 통해 신속하게 공유되어 기업가적 창의성 역량을 함양시키는데 있어, 그 효과가 클 것으로 기대된다.

본 연구 결과가 가지는 두 번째 의의는, 타인의 상황이나 입장을 수용하여 이해하는 능력인 조망수용 능력과 다른 사람을 돕거나 다른 사람에게 기여하고자 하는 생각에 기반을 둔 노력을 하고자 하는 욕구인 친사회적 동기가 창의성 역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다는 것이다. 이는 기업가의 창의성 역량은 사회 전체에 공헌하려는 친사회적 성향을 가짐으로써 함양될 수 있다는 점을 시사한다. 이러한 친사회적 성향은, 타인의 상황이나 입장에서 타인을 이해하는 능력인 조망수용 능력을 기름으로써 계발될 수 있다. 이는 창의성 역량이 단순히 개인적 역량으로부터 기인하는 것이 아닌, 타인과 공감하는 능력과 친사회적 성향에 기반을 둔 사회적 역량으로 부터도 기인한 다는 것이다.

마지막으로 본 연구는 기존에 활발히 이루어지지 않았던 기업가의 창의성 역량에 영향을 미치는 요소에 대한 연구를 하 였다는 점에서 그 의의가 있다. <표 1>, <표 2>에서 살펴 보 았 듯이, 기존의 창의성의 교육에 관한 연구는 대부분 그 초 점이 청소년 혹은 조직의 구성원에게 맞추어져 있었다. 반면, 본 연구에서는 기업가에 초점을 맞추어, 어떠한 요소가 창의 성 역량에 영향을 미치는지에 대해 모형을 제시하였다. 이는 창의성 역량을 함양시키는 방안과 이를 평가하는 지표를 수립하는데 기여했다는 점, 향후 이루어질 기업가의 창의성 역 량에 영향을 미치는 요소에 관한 연구에 대해 방향을 제시한 다는 점에서 그 의의가 있다.

## REFERENCE

- Abdi, H.(2003). Partial Least Squares (PLS) Regression. In M. Lewis-Beck, A. Bryman, & T. Futing (Eds), *Encyclopedia for research methods for the social sciences*, Thousand Oaks: Sage.
- Amabile, T. M.(1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357-376.

- Amabile, T. M.(1996). *Creativity in context: Update to "The Social Psychology of Creativity."*, Boulder, CO, US: Westview Press.
- \_\_\_\_\_ (1997). Entrepreneurial Creativity Through Motivational Synergy, *The Journal of Creative Behavior*, 31(1), 18-26.
- \_\_\_\_\_ (1997). Motivating Creativity in Organizations, *California Management Review*, 40(1), 39-58.
- Amabile, T. M. Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. & Herron, M.(1996). Assessing the work environment for creativity, *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- Barclay, D., W., Higgins, C., A. & Thompson, R.(1995). The partial least squares approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as illustration, *Technology Studies*, 2, 285-309.
- Barron, F. & Harrington, D. M.(1981). Creativity, intelligence, and personality, *Annual Reviews of Psychology*, 32, 439-476.
- Bar-Tal, D. & Raviv, A.(1982). A cognitive-learning model of helping behavior development: Possible implications and applications. In N. Eisenberg (Ed.), *The development of prosocial behavior*, New York: Academic Press.
- Batson, C. D.(1998). Altruism and prosocial behavior. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology (4th ed.)*, vol. 2: 282-316, New York: McGraw-Hill.
- Bengtsson, H. & Johnson, L.(1992). Perspective taking, empathy, and prosocial behavior in late childhood, *Child Study Journal*, 22(1), 11-22
- Chung, S. M. & Park, J. W.(2014). A Study on the Application of Design Thinking for Creative Ideas in Entrepreneurship Studies, *The Journal of Small Business Innovation*, 17(2), 73-85.
- Chung, W. W., Park, S. G., Park, Y. K., Hong, S. C. & Kim, J. W.(2011). A study on the Subscales of Creativity in Science Gifted Students, *Elementary Science Education*, 30(4), 395-404.
- Choi, Y. H.(1999). Comparative Analysis on TV News Anchor's Parasocial Interaction and Professionalism, *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 44(1), 468-488.
- Choi, Y. H. & Kim, B. C.(2006). An Exploratory Study on Parasocial Interaction with TV commercial Characters, *Korean Journal of Advertising*, 8(4), 7-28.
- Choi, Y. H., Ju, X. M. and Kim, B. C.(2009). A Study on Parasocial Interaction and Advertising Effect of Hallu Star Celebrity Endorser in China, *Korean Journal of Advertising*, 11(2), 100-126.
- Cohen, J. & Cohen, P.(1983). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences (2nd ed.)*, Magwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Cohen, J.(1992). A power primer. *Psychological bulletin*, 112(1), 155.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P.(1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
- Csikszentmihalyi, M.(1989). *Society, culture, and person: a systems view of creativity, The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives*, New York: Cambridge University Press.
- Davis, M. H., Conklin, L., Smith, A. & Luce, C.(1996). Effect of perspective taking on the cognitive representation of persons: A merging of self and other, *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 713-726.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M.(1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, New York: Plenum Press.
- De Dreu, C. K. & Nauta, A.(2009). Self-interest and other-orientation in organizational behavior: Implications for job performance, prosocial behavior, and personal initiative, *Journal of Applied Psychology*, 94: 913-926.
- Edward, C. P. & Ha, Y. H.(2005). The effect of parents attachment, socioeconomic status, and perspective-taking on early adolescents' prosocial behavior toward parents and siblings, *Korean Journal of Psychological and Social Issues*, 11(1), 43-57
- Eisenberg, N., Miller, P. A., Shell, R., McNalley, S. & Shea, C.(1991). Prosocial development in adolescence: A longitudinal study, *Developmental psychology*, 27(5), 849-857.
- Eisenberger, R. & Selbst, M.(1994). Does reward increase or decrease creativity?, *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(6), 1116-1127.
- Eisenberger, R. & Armeli, S.(1997). Can salient reward increase creative performance without reducing intrinsic creative interest?, *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(3), 652-663.
- Flavell, J. H.(1968). *The development of role-taking and communication skills in children*, New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Fornell, C. & Larcker, D. F.(1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-51.
- George, J. M. & Zhou, J.(2001). When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: An interactional approach, *Journal of Applied Psychology*, 86, 513-524.
- Goldberg, L. R.(1992). The development of markers for the Big-Five factor structure, *Personality Assessment*, 4, 26-42.
- Grant, A. M.(2007). Relational job design and the motivation to make a prosocial difference, *Academy of Management Review*, 32, 393-417.
- \_\_\_\_\_ (2008). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity, *Journal of Applied Psychology*, 93, 48-58.
- Grant, A. M. & Berry, J. W.(2011). The Necessity of Others is The Mother of Invention: Intrinsic and Prosocial Motivations, Perspective Taking, and Creativity, *Academy of Management Journal*, 54(1), 73-96.
- Guilford, J. P.(1959). Traits of creativity, *Creativity and its cultivation*, 142-161.

- Gumusluoglu, L. & Ilsev, A.(2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation, *Journal of Business Research*, 62(4), 461-473.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M.(2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 139-151.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. & Sarstedt, M.(2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, California: SAGE Publications, Inc.
- Horton, D. & Wohl, R.(1956). Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance, *Psychiatry*, 19, 215-29.
- Jun, J. W., Lee, S. Y. & Ko, H.(2013). Effects of Parent Brand Evaluations and Para-Social Interaction on the Equity of a Comprehensive Programming Channel :A Focus on the TV Chosun, *Advertising research*, 96, 221-248.
- Kim, D. H., Ko, D. G., Han, M. J. & Hong, S. H.(2014). The Effects of Science Lessons Applying STEAM Education Program on the Creativity and Interest Levels of Elementary Students, *Journal of the Korean Association for Science Education*, 34(1), 43-54.
- Kim, H. S.(1999). Development and Validation of Diagnostic Measurements of Creativity, *The Korean Journal of Educational Psychology*, 13(4), 269-303.
- Kim, K. H. & Park, E. D.(2012). Analysing of the Development and Effect of Integrated Design Lessons on creative thinking ability in Design Education, *Teacher Education Research*, 51(2), 169-184.
- Kim, M. Y.(2006). Constituents of Multiple Intelligences that Affect on the Creativity of High School Students, *Secondary Education Research*, 54(3), 27-50.
- Kwon, K. H. & Choi, J. I.(2014). The effects of value innovation culture on individual creativity: Focus on SMEs and ventures companies in Daejeon region, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(2), 129-146.
- Lee, H. J., Yoo, W. J. & Lee, C. G.(2010). The impact of creativity among Organizational Environment in Small and Medium Venture Business, *Journal of Korea Mnagement Engineers Society*, 16(2), 303-317.
- Lee, H. R., Jung, T. W. & Hwang, S. H.(2013), The Effect of Leader's Transformational Leadership on Employee's Creativity and Intrinsic Motivation in the Hotel Industry, *Korean Journal of Hotel Administration*, 22(2), 21-40.
- Lee, S. G., Lee, H. R. & Yoo, C. K.(2012). The Study on the Effect of Transformational Leadership and Creativity to Organizational Innovation : Focused on Food & Beverage Department, *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 15(4), 129-151.
- Lee, S. M., Choe, I. S. & Yeo, S. C.(2008). A Conceptual and Empirical Approach to Creativity in Industrial Organizations, *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 21(1), 151-178.
- Marcoulides, G. A. & Saunders, C.(2006). PLS: A silver bullet?, *Management Information Systems Quarterly*, 30(2), 1.
- Marsh, H. W., Hau, K. T. & Wen, Z.(2004). In search of golden rules: Comment on hypothesis-testing approaches to setting cutoff values for fit indexes and dangers in overgeneralizing Hu and Bentler's (1999) findings, *Structural equation modeling*, 11(3), 320-341.
- McAdams, D. P. & De St Aubin, E.(1992). A theory of generativity and its assessment through self-report, behavioral acts, and narrative themes in autobiography, *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 1003-1015.
- Oldham, G. R. & Cummings, A.(1996). Employee creativity: Personal and contextual factors, *Academy of Management Journal*, 39(3), 607-634.
- Oldham, G. R.(2003). Stimulating and supporting creativity in organizations, In Jackson, S., Hitt, M. and DeNisi, A.(Eds.), *Managing knowledge for sustained competitive advantage*, 243-273, San Francisco: Jossey-Bass.
- Park, J. Y. & Yang, H. S.(2014). Entrepreneurial intentions: Focusing on entrepreneurship education completed prefounders, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(2), 97-107.
- Park, Y. S. & Jung, S. J.(2000). The Effect of Monetary Rewards on Creativity: Moderating Effects of Intrinsic and Extrinsic Motivation, *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 14(3), 37-49.
- Reinartz, W., Hanenlein, M. & Henseler, J.(2009). An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM, *International Journal of Research in Marketing*, 26, 332-334.
- Runco, M. A.(2004). Creativity, *Annual Review of Psychology*, 55, 657-687.
- Rubin, A. M., Perse, E. M. & Powell, R. A.(1985). Loneliness, Parasocial Interaction, and Local television News Viewing, *Human Communication Research*, 12, 155-180, doi: 10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.
- Sternberg, R. J.(2005). Creativity or creativities?, *International Journal of Human-Computer Studies*, 63(4), 370-382.
- Simonton, D. K.(1988). Age and outstanding achievement: What do we know after a century of research?, *Psychological Bulletin*, 104, 251-267
- Song, K. W., Youn, J. J. & Hwang, D. J.(2002). A Study on the Experimental Model Development for the Young Children Creativity Program, *The Journal of Educational Research*, 22(2), 99-122.
- Sung, S. Y. & Choi, J. N.(2009). Do big five personality factors affect individual creativity? The moderating role of extrinsic motivation, *Social Behavior and Personality: an international journal*, 37(7), 941-956.
- Timmons, J. A.(1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century (Fourth edition)*, Burr Ridge, IL: Irwin Press.
- Vaish, A., Carpenter, M. & Tomasello, M.(2009). Sympathy through affective perspective taking and its relation to prosocial behavior in toddlers, *Developmental psychology*, 45(2), 534-543.
- Woodman, R. W. & Schoenfeldt, L. F.(1989). *Individual Differences in Creativity, Handbook of creativity*, New York and London: Plenum Press.

- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin R. W.(1993). Toward a theory of organizational creativity, *Academy of management review*, 18(2), 293-321.
- Yoon, S. H. & Kim, Y. S.(2011). Exploration of Creativity Construction Components in Computer Science, *The Journal of Korean Association of Computer Education*, 14(1), 45-54.
- Yoon, Y. I. & Cho, M. S.(2012). Effects of Organizational Reward on Individual Creativity and Organizational Commitment of Hotel Front Desk Employee, *Journal of Tourism Management Research*, 16(2), 119-134.

# An Empirical Analysis Approach to Modeling an Individual Creativity for the Sake of Enhancing Entrepreneurship\*

Kim, Tae Kyun\*\*  
Lee, Kun Chang\*\*\*

## Abstract

It seems crucial for entrepreneurship researchers to study how individual creativity is influenced by a number of entrepreneurship related traits. This is because individuals aiming to become entrepreneurs by launching their own start-ups need to enhance their creativity level to compete successfully in the target market. In the field of entrepreneurship studies, however, there is no literature about exploring the relationship between individual creativity, and entrepreneurship related constructs such as intrinsic motivation, parasocial interaction, prosocial motivation, and perspective taking. In this sense, our proposed research model focuses on filling the research void like this. To verify the proposed research model, we collected valid data from college students. To add rigor to our study, we allowed participants to view a talk show content where a successful entrepreneur was telling his story. Empirical test results were robust statistically enough to prove the validity of our proposed research model.

*Key words: Entrepreneurship, Creativity, Intrinsic motivation, Parasocial interaction, Prosocial motivation, Perspective taking*

---

\* This work was supported by the National Research Foundation of Korea Grant funded by the Korean Government (NRF-2014S1A3A2038108).

\*\* Global Business Administration, Sungkyunkwan University, Seoul 110-745, Republic of Korea.

\*\*\* Professor, SKKU Business School, Sungkyunkwan University, Seoul 110-745, Republic of Korea.