

# 창업자 특성이 마케팅 역량에 따른 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구

송인암\*, 전계식\*\*

대전대학교 경영학과\*, 대전대학교 경영학과 박사과정\*\*

## A Study on the Influence of Founder Characteristics on the Performance of Establishment by Marketing Capability

In-Am Song\*, Gye-Sik Jeon\*\*

Dept. of Business Administration, Daejeon University\*

Dept. of Business Attending, Daejeon University\*\*

요 약 본 연구는 창업자 특성이 마케팅 역량에 따른 창업 성과에 관한 연구이다. 창업자 특성, 마케팅 역량, 창업성과에 대한 이론적 고찰을 통하여 이론적 개념을 정립하고 이를 중심으로 창업자 특성과 마케팅 역량과의 관계를 알아보고, 이러한 특성이 창업성과에 어떠한 영향이 있는지에 대한 연구모형 및 연구가설을 설정하여 실증분석을 한 결과 첫째, 창업자 특성은 창업 성과에 영향을 미치는 것으로 확인 되었다. 둘째, 마케팅 역량은 창업성과에 영향을 미치는 것으로 확인 되었으며, 셋째, 창업자 특성은 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 따라서 본 연구는 창업자 특성과 마케팅 역량은 창업 성과에 영향이 있는 것으로 확인 되었으며, 창업자 특성은 마케팅 역량에 따라 창업성과에 영향을 미치는 것으로 확인하였으므로 향후 창업자들에게 성공 창업과 실패확률을 감소시키기 위한 전략적 이론과 시사점을 제공하는데 의의가 있다. 또한 향후에는 업종별, 개인적 특성으로 본 연구를 세분화여 연구를 진행 하고자 한다.

주제어 : 창업자, 창업자 특성, 마케팅 역량, 창업성과, 창업

**Abstract** This study is a study on the entrepreneurial characteristics of entrepreneurship by marketing competency. This study examines the relationship between the characteristics of entrepreneurs and their marketing competence, and examines the effects of these characteristics on entrepreneurial performance. The results of the empirical analysis show that the characteristics of entrepreneurs influence on entrepreneurship performance. Second, marketing competence affects entrepreneurial performance. Third, it is found that the characteristics of entrepreneurs influence the entrepreneurial performance according to marketing competence. Therefore, this study confirms that the characteristics of entrepreneurs and marketing competence affect the performance of entrepreneurship, and that the characteristics of entrepreneurs influence the entrepreneurship performance according to marketing competence. Therefore, It is significant to provide theory and implications.

**Key Words** : Founder, Founder Characteristics, Marketing Capability, Establishment Performance, Establishment

Received 1 July 2017, Revised 1 August 2017  
Accepted 20 August 2017, Published 28 August 2017  
Corresponding Author: In-Am Song  
(Administration Daejeon University)  
Email: sia6123@dju.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

2000년대 들어 국가 간 무역장벽이 허물어지면서 글로벌 경쟁이 가속화 되고, 전 세계 경기침체 속에 우리나라도 예외 없이 저성장 시대가 도래되어 취업률에 대한 문제가 심각하게 발생하고 있는 상황이다. 또한 인구통계학적 근거로 우리 사회는 점점 더 고령화 사회로 변화해 가고 있으며, 경기침체와 기성세대들의 퇴직과 고용 없는 경제성장 등 여러 가지 경기상황과 실직 및 청년실업 등의 사회적 환경 변화가 크게 증가하였다, 그로 인해 실직 및 은퇴자들이 경제활동을 하기 위해 소규모 자본 창업을 할 수 있는 소상공인 창업에 관심을 많이 가지고 있다. 그러나 정부의 적극적인 지원정책과 창업에 대한 사회적 분위기가 확산되어짐에 따라 창업률이 증가하고 있으나, 실패확률도 증가하고 있어 이에 대한 연구가 활발히 진행되고 있지만, 창업에 있어 중요한 창업자 특성이 마케팅 역량에 어떠한 영향을 미치고 그 결과 창업성과로 어떠한 인과 관계가 있는지에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 창업 성공을 위해 필요한 창업자의 특성과 마케팅역량에 대한 이론적 고찰을 통해 각 변수간 관계를 규명하여 창업자의 성공확률을 높이는데 전략적 제안을 하고자 한다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1 창업자의 개념

강순빈(2012)은 창업자는 창업의 목표에 도달하기 위해 창업 전 사업시기를 탐색, 인식, 습득하여 아이디어를 시장가치성 있게 변환하고 이를 위해 자본과 시간, 노력과 기술을 투자 및 습득하여 위험과 도전을 감수하고 운영 자원을 효율적으로 계획하고 조직하며 지휘, 통제를 하며 체계적으로 관리하는 사람으로 보았으며[1], 최재성(2014)은 새로운 부가가치 창출을 위해 불확실한 위험성을 감수하면서 지속적으로 혁신과 도전, 개선 활동을 통해 지속적이고 안정적인 기업으로 도약시키고자 하는 창업자, 즉, 설립자(founder)와 소유주(owner)로 정의하고 있다[2].

그리고 창업준비가 잘 되어진 창업자들이 있다고 해

도 발전 가능한 사회적 환경, 안정적인 재무 상태 지원, 창업자들의 맞춤형 경험 등 창업자들이 있는 그 나라가 창업활동과 창업역량을 향상시키기 위해 국가적 창업문화를 적극 지원해주지 않는다면 안정적이고 경쟁력 있는 창업자들을 배출하기 어렵다고 Lee와 Peterson(2000)은 주장하였으며[3], 장대성(2003)은 Lee와 Peterson(2000)의 연구에서 함축하고 있는 중요한 의미는 성공적이고 준비가 잘 될 창업자는 스스로 생겨나는 것이 아니라 그러한 창업자가 완성 될 수 있도록 문화적, 사회적 환경 속에서 교육을 통해 향상 될 수 있다는 것이라고 보았다[4].

### 2.2 창업자 특성에 대한 선행연구

Morgan and Hunt(1997)은 성공적인 창업자가 보편적으로 가지는 특성으로 장기적인 시간에 따른 사업 방향 설정, 사업 시점을 잡아내는 개성적인 능력, 독특한 노하우, 정의에 대한 효용주의적 성향, 완전한 지휘, 통제를 위한 요구, 대의에 헌신하는 성향, 주변 인맥을 활용하는 성향, 높은 능력을 활용하는 성향 등을 제시하였고[5], Van de Ven, Hudson and Schroeder(1984)은 12개의 소프트웨어 기업들의 분석을 통해서 창업자의 특성, 창업당시와 창업 이후에 있어서의 경영관리과정 등을 주요 변수로 구성하여 그것들이 성과에 어떠한 영향을 주는가에 실증 분석을 하였다[6].

또한 Sandberg and Hofer(1987)는 연구에서 창업자 성과를 세 가지 부문 변수 즉, 창업인의 특성, 사회 산업 구조, 창업자 전략 등으로 연구모형을 제시하고 이 세가지 부분의 변수가 복합적인 영향을 받는다는 것을 검증 을 통해서 확인하였으며[7] 그 후에 구체적인 변수의 구성은 다르지만 창업인의 특성, 전략, 산업구조의 맥락으로 창업자의 성과를 설명하고자 하는 노력들이 계속 되었다. Saxe and Weitz(1982)는 창업자의 성과와 창업팀의 다양한 기능 경험들과 창업인의 경력 특성에 대해 실증적 분석을 하였으며[8], 강중구·정형권(2006)의 연구[9]와 경중수·이보형(2010)의 연구에서는 창업자 성공과 창업자 실패에 대해 영향을 주는 요인들을 크게 창업자 특성, 창업자 전략, 운영관리, 사업자 환경으로 나누어서 볼 수 있다고 보았고[10], 황보윤(2009)은 심리적 특성들 중에서도 성취욕구, 위험감수성향, 그리고 모호성에 대한 인내력 등을 중요하다고 보았다[11]. 따라서 창업자 특성은 창업자의 창업 성공에 있어 필수불가결한 요소로, 창

업자의 내외적 특성은 성공요인에 밀접한 관계가 있다고 볼 수 있다.

### 2.3 마케팅 역량에 대한 선행연구

마케팅은 기업가가 시장의 고객들에게 유통을 수행하는 구체적인 일련의 목적과 경영활동으로, 사회적 문제 해결을 위한 방안 제공과 더불어 경제적인 영리 활동을 하는 기업 이외에 비영리 사회적인 조직체들에게도 해당될 수 있으며, 창업 사업체는 자신이 표적으로 하는 고객들의 욕구에 적합한 마케팅 전략을 추구함으로써 사업체의 성과를 향상시킬 수 있는 것이다. 또한 마케팅 활동의 목적은 생산자, 구매자, 소비자들이 원하는 욕구를 충족시켜줌으로써 고객들의 삶을 향상시키고 궁극적으로는 행복을 증진시키는데 있다. 마케팅 차별화 전략은 고객들이 요구하는 서비스나 속성을 파악하여 욕구를 충족시키고 경쟁우위를 확보하는데 있다.

이런 측면에서 볼 때, 장수명(2011)은 첫째, 마케팅 전략 수행을 기업의 자원 관점에서 기업 고유 자원을 대체하기 어렵고, 복제하기 어렵고, 중요한 자원을 개발하고 실행하며 통제함으로써 수행하는 것이고, 둘째, 창의성(Creativity)을 극대화하는 것으로 보았고[12], 황보운(2008)은 마케팅의 전략적 수단으로는 제품(product), 유통(place), 판매촉진(promotion), 가격(price)등의 계획과 관리 등이 포함된다고 보았다[13].

또한 Vorhies and Morgan(2005)은 기존 문헌을 바탕으로 첫째는 제품개발능력으로, 제품이나 서비스를 개발하고 관리할 수 있는 능력이고, 둘째는 최상의 수익을 고객들로부터 얻게 할 수 있는 가격을 결정하는 가격능력이라고 보았고, 셋째는 고객들로부터 최상의 유통망을 구축하고 이것을 효과적이고 효율적으로 전달하도록 관리할 수 있는 유통능력이라 하였고, 넷째는 고객들의 가치를 효율적이고 효과적으로 관리할 수 있는 기업의 소통능력 및 역량으로 보았다. 그리고 다섯째는 판매능력으로, 고객의 주문이나 요구를 받아들일 수 있는 과정과 관련된 능력이며, 여섯째는 시장정보관리 능력으로, 시장의 정보를 획득하고 시장지식을 학습할 수 있는 능력이고, 일곱째는 기업 자원을 토대로 마케팅 전략을 시장에 최적화 되도록 수립할 수 있는 능력이라고 하고 여덟째는 계획해서 수립된 마케팅 전략을 실제로 실행할 수 있는 능력으로 보고 마케팅 능력을 8가지 제시하였다[14].

이와 같이 마케팅 역량은 마케팅 구조 능력(architectural marketing capabilities)을 마케팅 믹스 능력을 포함하여 시장정보수집능력과 마케팅 전문능력, 마케팅 기획능력, 마케팅 실행능력이라 할 수 있고 이 능력으로 마케팅 역량은 마케팅 구조능력이 마케팅 역량으로 작용하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 창업자의 마케팅 역량 보유 정도에 따라 창업 성과가 달라지게 나타나는 요인으로 볼 수 있다.

### 2.4 창업 성과에 대한 선행연구

성과는 여러 분야에서 매우 다양하게 사용되며 특히 창업 성과는 곧 기업의 경영 결과로 나타나는 여러 가지 산출물으로써 기업 성과와 동일한 의미를 가진다고 할 수 있는데, 임아름(2015)은 창업성과를 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하여 창업자역량이 창업성과에 미치는 영향을 측정하였다. 정량적 성과인 재무적 성과는 창업자가 창업 후 매년 지속적으로 매출액이 상승하는 것을 확인함으로써 기업 성장 지속성을 확인하였다[15].

따라서 본 연구에서는 창업 성과에 대해서 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하여 측정하고자 한다.

## 3. 연구모형과 연구 가설

### 3.1 연구 모형

본 연구는 창업자 특성에 따라 마케팅 역량과 창업 성과에 어떠한 관계가 있는지를 확인해 보고자 창업자의 특성은 강종구·정형권(2006)의 연구와 경중수·이보형(2010)의 연구, 황보운(2009)의 연구를 중심으로 이론적 고찰을 하였으며, 마케팅 역량과 창업 성과에 관해서는 Vorhies and Morgan(2005)의 연구와 임아름(2015)의 연구를 중심으로 살펴보고 다음과 같은 연구모형을 설정하고, 이를 통해 창업자의 특성에 따라 마케팅 역량과 창업 성과 간의 관계를 규명하고자 한다.



[Fig. 1] Research Model

### 3.2 연구 가설

#### 3.2.1 창업자 특성과 창업성과

창업자의 특성 혹은 능력은 창업 성과에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있는데, 기존 연구인 최재성(2014)에서도 창업자의 특성은 창업 성과와 관계가 있는 것으로 보였다. 따라서 본 연구에서는 창업자의 특성을 심리적 특성과 기술적 특성 등의 변수로 활용하여 창업성과와 어떠한 관계가 있는지를 규명하고자 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1: 창업자 특성은 창업성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2.2 마케팅 역량과 창업 성과

창업자 개인의 마케팅 역량은 창업성과 영향이 있는 것으로 장수명(2011) 등 기존 연구에서도 확인되었으나 본 연구에서는 마케팅 기획 능력과 마케팅 실행 능력등을 변수로 활용하여 창업성과에 어떠한 영향이 있는지 다음과 같은 가설을 설정하여 규명하고자 한다.

H2: 마케팅 역량은 창업성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2.2 마케팅 역량의 조절 효과

기존 창업 성과와 관련해서 창업자 특성과 마케팅 역량은 모두 창업 성과에 영향이 있는 것으로 보고 있다. 그러나 창업자 특성에 따라 창업성과에 있어 마케팅 역량이 조절 효과가 있을 것으로 보고 이를 규명하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3: 창업자 특성은 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구방법

### 4.1 조사 대상

본 연구는 창업자 특성은 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 어떠한 영향이 있는지 확인하기 위해 창업을 하고 현재까지 사업을 유지하고 있는 창업자를 대상으로 2017

년 6월 26일부터 2017년 7월 3일까지 방문 대면 설문조사를 실시하였으며, 총 100명을 대상으로 설문을 진행하였으나 최종 분석에는 78부를 활용하였다.

### 4.2 변수의 조작적 정의

창업자 특성은 “창업자가 창업을 통해 얻고자 하는 목표를 수립하고 실행함에 있어 창업자가 본질적으로 갖추고 있는 심리적, 관리적 능력”으로 정의하고, 측정변수는 성취욕구, 위험감수성, 의사소통 능력, 기술적 능력의 항목 등 5개 항목으로 측정하였으며, 창업 성과는 “창업 활동 후 얻게 되는 수익 혹은 효익”으로 정의하고, 측정변수는 재무적 성과와 비재무적 성과의 항목 등 4개 항목으로 측정하였다. 또한 조절변수인 마케팅 역량은 “고객에 대한 정보를 수집하고 소비자를 만족 시킬 수 있는 능력”으로 정의하고, 측정 변수로는 마케팅 실행 능력과 마케팅 기획 능력의 측정항목 등 4개 항목으로 측정하였다. 따라서 각 변수의 조작적 정의는 선행연구를 통해 본 연구의 특성에 맞게 재조명하였으며, 리커트 7점 척도를 사용하여 설문 문항을 측정하였다.

### 4.3 표본의 특성

본 연구 대상자들의 사회적 특성과 인구학적 특성을 살펴본 결과 남성은 62명(79.5%), 여성은 16명(20.5%)로 확인되었으며, 연령은 40~49세가 31명(39.7%), 30~39세가 24명(30.8%), 20~29세가 8명(10.3%), 50~59세가 12명(15.4%), 60세 이상이 3명(3.8%)로 확인 되었다. 또한 사업기간으로는 1년 미만이 11명(14.1%), 1~2년이 14명(17.9%), 3~5년이 26명(33.3%), 5년 이상이 20명(25.7%)으로 확인 되었다.

<Table 1> Characteristics of Sample

Categories		Frequency(%)
Gender	Male	62(79.5%)
	Female	16(20.5%)
Age	20~29	8(10.3%)
	30~39	24(30.8%)
	40~49	31(39.7%)
	50~59	12(15.4%)
	60 over	3(3.8%)
period of business	less than a year	11(14.1%)
	1~2 years	14(17.9%)
	3~5 years	26(33.3%)
	5 or more years	20(25.7%)
Total		78(100%)

#### 4.4 분석방법

본 연구는 IBM SPSS 19.0을 활용하여 빈도분석, 신뢰성 및 타당성 검증, 요인분석, 회귀분석 등을 통해 실시하였다.

### 5. 연구 결과

#### 5.1 신뢰도 및 타당성 검증

본 연구의 신뢰도 검증은 Cronbach's Alpha 계수로 신뢰도 측정하였으며, 신뢰성은 모두 0.8 이상으로 측정 항목들은 신뢰할 만한 수준에 있었다.

또한 탐색적 요인분석을 수행하여 각 설문문항의 변수들이 적절하게 구성되었는지 확인해 보았으며 상관관계 행렬분석 등을 통해 세부 요인들을 확인해 본 결과 유의한 수준에 있는 것으로 통계적으로 확인되어 타당성을 확보한 것으로 판단하였다.

<Table 2> Exploratory Factor Analysis and Reliability Analysis

Construct	Factor loading	KMO	Bartlett. Test of Sphericity	Cronbach's Alpha	
Fonder Characteristics	1	.882	.943	8534.328	.824
	2	.831			
	3	.828			
	4	.817			
	5	.803			
Marketing Capability	1	.869	.889	6841.531	.815
	2	.855			
	3	.836			
	4	.811			
Entrepreneurial Performance	1	.878	.830	2370.380	.806
	2	.838			
	3	.829			
	4	.817			

#### 5.2 가설 검증

본 연구에서는 창업자 특성이 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 어떠한 영향이 있는지 확인해보기 위해 SPSS19.0을 활용하여 회귀분석과 조절변수 확인을 위한 위계적 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

#### 5.2.1 H 1의 검증

H 1은 창업자 특성이 창업 성과에 정(+)의 영향을 미치는지를 확인해 본 결과 창업자 특성은 창업 성과에 있어 유의 확률이 .000으로 유의 수준 내에 있으므로 신뢰할 수 있었으며, 회귀계수는 .436으로 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 확인 되었다. 즉, 창업자 특성에 따라 창업 성과에 변화가 오는 것으로 볼 수 있어 H1은 채택되었다.

<Table 3> Multiple Regression Analysis of H1

dependent variables	non-Standard regression weight		Standard regression weight	t	P
	B	SEM	B		
Constant	.011	0.34		.235	.000***
Fonder Characteristics	.436	0.24	.507	18.482	.000***

F=43.382 R<sup>2</sup>= .232 Adjusted R<sup>2</sup>= .289

\*\*\* P<0.001

#### 5.2.2 H 2의 검증

H 2는 마케팅 역량은 창업자 성과에 정(+)의 영향을 미치는지를 확인해 본 결과 마케팅 역량은 창업 성과에 있어 유의 확률이 .000으로 유의 수준 내에 있으므로 신뢰할 수 있었으며, 회귀계수는 .264로 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 확인 되었다. 즉, 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 변화가 오는 것으로 볼 수 있어 H2는 채택되었다.

<Table 4> Multiple Regression Analysis of H2

dependent variables	non-Standard regression weight		Standard regression weight	t	P
	B	SEM	B		
Constant	5.315	0.28		1.334	.000***
Marketing Capability	.264	0.42	.218	6.347	.000***

F=40.284 R<sup>2</sup>= .147 Adjusted R<sup>2</sup>= .151

\*\*\* P<0.001

#### 5.2.3 H 3의 검증

H 3은 창업자 특성은 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 정(+)의 영향을 미치는지를 확인해 본 결과 1단계, 2단계에서 모두 유의확률이 .000으로 유의 수준 내에 있으므로

<Table 5> Multiple Regression Analysis of H3

dependent variables	non-Standard regression weight		Standard regression weight	t	F	R <sup>2</sup>	P	
	B	SEM	B					
1	Constant	.004	.044	.124	166.587	.165	.000***	
	Fonder Characteristics	.432	.043	.394			14.108	.000***
2	Constant	.020	.042	.093	96.334	.196	.000***	
	Fonder Characteristics	.380	.044	.319			8.634	.000***
	Marketing Capability	.189	.044	.178			6.315	.000***
3	Constant	.023	.043	.855	67.948	.206	.000***	
	Fonder Characteristics	.410	.044	.332			9.791	.000***
	Marketing Capability	.162	.045	.171			4.879	.000***
	Fonder Characteristic * Marketing Capability	.097	.045	.089			3.769	.000***

\*\*\* P<0.001

창업성과와 마케팅 역량에 모두 영향이 있는 것으로 확인 되었다. 또한 3단계에서 마케팅 역량을 조절효과로 측정된 결과 유의확률이 .000이며, 각 단계별 R<sup>2</sup>을 확인한 결과 1단계 .165, 2단계 .196, 3단계 .206으로 지속적으로 변화 되어 설명력을 확보하고 있어 창업자 특성과 창업 성과에 있어 마케팅 역량이 조절 효과가 있는 것으로 H3는 채택 되었다. 즉, 창업자 특성이 창업성과에 정(+)의 영향을 미치는데, 마케팅 역량이 높을수록 창업 성과는 더욱 높아지는 것으로 확인 되었다.

### 5. 결론 및 시사점

본 연구는 창업자 특성이 마케팅 역량에 따라 창업 성과에 어떠한 영향이 있는지 살펴보고자 선행연구를 통해 가설을 설정하고 실증분석을 사용해 가설을 검증하였으며 결과는 다음과 같다.

첫째, 창업자 특성은 창업성과에 정(+)의 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 창업자의 심리적 특성과 관리적 특성은 창업 성과인 재무적 비재무적 측면에서 모두 영향이 있는 것으로 성취 욕구, 위험 감수성, 의사소통 능력, 기술적 능력이 높을수록 창업성과가 높은 것을 의미한다. 따라서 창업자는 창업 성과를 높이기 위해서는 스스로 심리적인 것을 강화하고, 관리적 능력을 증대 시켜야 창업 성과가 증대 될 수 있다. 이는 기존 논문 보다 구체화된 결과라 볼 수 있다. 둘째, 마케팅 역량은 창업 성과에 정(+)의 영향이 있는 것으로 확인 되었는데, 창업자의 마케팅 실행능력과 마케팅 기획 능력이 우수할수록 창업 성과가 높아지는 것을 의미한다. 즉, 시장을 분석하

고, 그에 따른 마케팅 전략을 수립하고, 계획된 마케팅 관련 활동을 추진력 있게 실행해야 창업 성과가 높아짐을 의미한다. 따라서 창업자는 마케팅 관련 교육과 자문을 통해 마케팅 역량을 강화 시켜야 창업 성과가 높아 질 수 있는 것이다. 셋째, 창업자 특성은 마케팅 역량에 따라 창업 성과가 달라지는 것을 확인하였는데, 창업자가 창업 성과를 극대화하기 위해서는 창업자 특성뿐만 아니라 마케팅 역량 강화에도 노력을 해야 창업 성과가 증대 될 수 있음을 의미하는데 기존 논문에서는 창업자의 특성과 마케팅 역량간의 관계가 창업성과에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 복합적 연구가 이루어지지 않은 점에서 본 논문은 차이가 있다고 볼 수 있다.

따라서 창업자는 본인의 자질적인 부분과 외부 자문 및 교육을 통해 관리적 특성과 마케팅 역량을 강화 시켜야 창업 성과가 증대 될 수 있는데, 창업 관련 기관에서는 관리적 특성과 마케팅역량 관련 교육과 전문가 매칭, 지원사업 등을 실행함으로써 창업자의 성공 확률을 높일 수 있고, 창업자 스스로도 이러한 부분의 역량을 강화할 수 있는 방안을 찾아 강화시킴으로써 창업 성공 확률을 높일 수 있을 것이다.

마지막으로 본 연구의 한계점으로는 창업자 특성과 마케팅 역량에 대한 특성을 개인적 특성으로 구체화 할 필요성이 있으며 또한, 업종별로 세분화하고 구분할 필요성이 존재한다. 이는 각각 업종별로 창업자 특성과 마케팅 역량이 다를 것이며 이에 대한 연구를 구체적이고 세밀하게 하여 창업을 준비하고 창업중인 창업자에게 어떠한 요인들이 중요한지를 자료로 제공해서 이들을 창업 성과로 연결되게 할 필요성이 존재하므로 보다 더 연구를 진행하고자 한다.

## REFERENCES

- [1] B. O. Kang, "A Study on the Influence of CEO's Entrepreneurship in SMEs on Business Performance: Franchise Business" Doctor of Business, pp.16-19, ChungAng University, 2016.
- [2] S. B. Kang, "Report on corporation performance influenced by entrepreneur's motive, entrepreneurship, and advanced preparation- Small business entrepreneurs-" Master of Business, pp.63-65, ChungAng University, 2012.
- [3] Y. Y. Kang, K. S. Ha, "Characteristics of Small Business Start-Up and Effect of Preparation of Small Business Start-up on Business Performance - Focusing on Mediating Effect of Self-Efficacy" Journal of Digital Convergence, Vol. 10, No. 9, pp.239~251, 2012.
- [4] J. S. Lee, B. Y. Lee "A Study of Business Support Policy for Small-Medium Enterprises in Regional Strategic Industry" Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society, Vol. 11, No. 6, pp.2030~2037, 2010.
- [5] D. E. Kim, S. S. Chang "Relationship Between Potential Entrepreneurs' Entrepreneurial Nascent Behavior and Attention of Social Responsibility: Focus on Meister School Students" The Journal of Small Business Innovation, Vol. 35, No. 4, pp.25~46, 2013.
- [6] D. I. Kim, "The Effects of Both the Founder Characteristic of The Business Incubator Center and Main Operating Strategies on the Performance of the Resident Enterprises" Doctor of Business, pp.65-72, HoSeo University, 2016.
- [7] D. W. Kim, C. Y. Jin, "A Study on the Relationships between the BSC Based Four Perspectives of Preparation and Operational Performance for Small Businesses" Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 7, No. 4, pp.113-122, 2012.
- [8] S. H. Kim, G. S. Bok, J. C. Park "Relationship Among Self-Determination, Entrepreneurship and Entrepreneurial Intention of University Students in Korea", Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 10, No. 5, pp.15-16, 2015.
- [9] Y. E. Kim, "The Effect of Physical Environment and Psychological Characteristics on Entrepreneurial Performance in a Restaurant Industry: The Moderating Role of Social Network", Master of Business, pp.65-68, ChungAng University, 2013.
- [10] W. J. Kim, H. Y. Jeong, "A Study on the Relationship between Founder Characteristics and Small Business Feasibility", Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 2, No. 3, pp.33-60, 2007.
- [11] Y. T. Kim, "An Empirical study on the Affecting Factors of Social Enterprise Entrepreneurial Performance", Doctor of Business, pp.132-138, ChungAng University, 2012.
- [12] J. M. Nam, B. J. Jeon, J. U. Park, "A Study on Key Factors of Establishment Preparation Phase Affecting the Success of Establishment : A longitudinal analysis of the survival of entrepreneurship using Korean labor panel", Korean Academy of Human Resource Management, Vol. 20, No. 5, pp.27-43, 2009.
- [13] Y. B. Park, C. S. Yoon, "Articles : An Exploratory Study on the Determinants of Management Performance to Venture Business", Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 4, No. 1, pp.3-34, 2001.
- [14] J. K. Park. "An Empirical Study on Success Factors of a Small Business Starting-up", Master of Business, pp.114-144, Dong-eui University, 2002.
- [15] J. W. Kim, "A The Effect on Start-up Performance of Receptiveness for Balanced Scorecard in Business Incubator", Doctor of Business, pp.94-98, Pai Chai University, 2014.
- [16] H. M. Bang, "The Effects of Entrepreneur Characteristics on Performance of the Technology-based Start-up : Moderation Effects of Start-up Ecosystem Platform", Doctor of Business, pp.85-87, HoSeo University, 2016.
- [17] Y. S. Shin, "A Study on the Affecting Factors of Business Incubators to the Successful Completion

- of the Entrepreneurial Companies. - Concentrated on Senior-Entrepreneurship Programs -", Doctor of Business, pp.168-175, ChungAng University, 2013.
- [18] J. Y. Yoon, E. J. Lee, "A Study on the Effect of Perceptions of Career Barriers and Entrepreneurship on Intention and Preparation Behavior for Venture Business: Implications for training potential CEO", Journal of CEO and Management Studies, Vol. 16, No. 4, pp.61-76, 2013.
- [19] S. B. Lee, "A Study on the Effect of Characteristics of CEO and Competency in Venture Companies on the Organizational effectiveness :Including the Mediating Effect of Corporate Strategy", Doctor of Business, pp.86-88, HoSeo University, 2014.
- [20] S. J. Lee, B. Y. Hwang, "Exploratory study on a psychological traits changes by entrepreneurship short-term education ", Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 5, No. 1, pp.19-44, 2010.
- [21] S. H. Lee, "A Study on Effect of Entrepreneur Characteristics, Entrepreneurship and Entrepreneurial supporting policy on Business Performance -Focused on The Support Services of Business Incubator Center-", Master of Business, pp.64-73, ChungAng University, 2014.
- [22] B. G. Lee, "A Study on the Key Success Factors for the Competitive Power of Small & Micro Business", Doctor of Business, pp.87-90, KonKuk University, 2010.
- [23] Y. C. Lee, "The Effects of the Food Service Business Founders' Individual Characteristics on the Management Performance", Doctor of Business, pp.19, KyongGi University, 2014.
- [24] J. K. Im, "Research of Success factors in small business Entrepreneurs-to target entrepreneurship trainees", Master of Business, pp.86, HoSeo University, 2012.
- [25] S. S. Jang, "The Role of Corporation Management's Social and Psychological Capital on the Development of Specialized Marketing Capabilities and Management Performance", Doctor of Business, pp.60-62, KyongGi University, 2014.
- [26] S. M. Jang, "A Study on the Effect of Venture's Internal Environment on the Performance :Mediated effect of Marketing Mix Strategy", Doctor of Business, pp.125-140, Daejeon University, 2011.
- [27] C. K. Jang, "The Effects of Entrepreneurship and Management Competence of Small Business on Business Performance", Doctor of Business, pp.67-70, Soongsil University, 2016.
- [28] S. H. Jeong, H. R. Kim "An Exploratory Study on Success Factors in Small Business Startups", Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 4, No. 2, pp.3-29, 2001.
- [29] Y. H. Jeong, "A Study on the Influences of the Personal Characteristics and Entrepreneurship of the Founder of an Enterprise over Its Sustainability the Monitoring Effects of Emotional Controls -", Master of Business, pp.71-74, ChungAng University, 2013.
- [30] M. Y. Joe, "The Empirical study on relationship between the degree of CEO'S preparation and the R&D performance of technology based startup companies - Focus on the Entrepreneurship education's modified effect -", Doctor of Business, pp.19, HoSeo University, 2014.
- [31] J. Y. Jeo, "The Impact of Individual Characteristics and Level of Start-up Preparation of Small Business Traders on Their Start-up Outcomes", Master of Business, pp.30-34, ChungAng University, 2016.
- [32] S. K. Ji, J. K. Kim, J. S. Choi, J. K. Shin, S. H. Choi, "An Empirical Study on the Relationship between Success Factors and Management Performance of Venture Business : Focus on Venture Business in Busan", Korean journal of Business Administration, Vol. 33, No. 2, pp.119-150, 2002.
- [33] Y. H. Choi, J. K. Shin, S. H. Kim "The Impact of Top Management, Strategy, and Structure on Performance of Small and Medium Sized Firm ", Journal of Entrepreneurship and Venture Studies, Vol. 25, No. 2, pp.103-125, 2003.



- [34] J. S. Choi, "Impact of Founder's Sales force on The Performance of Start-up Business", Master of Business, pp.5-7, HoSeo University, 2013.
- [35] B. Y. Hwang, "Factors on Small Service Business Performance -Focused on Hairdresser's-", Doctor of Business, pp.122-124, HoSeo University, 2009.
- [36] J. K. Hong, "The Effects of Individual Characteristics, Social Capital, Foundation Policy Environment of Founder on Entrepreneurial Intention - Focusing on Entrepreneurship and Value Orientation", Doctor of Business, pp.103-114, Seoul Venture University, 2015.
- [37] Atuahene-Gima, K. and J. Murray, "Exploratory and Exploitative Learning in New Product Development: A Social Capital Perspective on New Technology Ventures in China," *Journal of International Marketing*, Vol. 15, No. 2, pp.1-29, 2007.
- [38] Buttner, E. H. and Rosen, B., "Funding New Business Ventures Are Decision Makers Based Against Women?" *Journal of Business Venturing*, Vol. 4, No. 2, pp.249-269, 1989.
- [39] Cooper, A. C., Woo, C. Y., and Dunkelberg W. C., "Entrepreneurs Perceived Chance for Success", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, No. 3, pp.215-230, 1987.
- [40] Hisrich, R. D. and C. G. Brush, "The Women Entrepreneurs: Management Skills and Business Problems", *Journal of Small Business Management*, Vol. 22, No. 1, pp.30-37, 1984.
- [41] Gummeson, E., "Nine Lessons on Service Quality", *Total Quality Management*, Vol. 1, No. 1, pp.25, 1989.
- [42] Lee, Sang M. and S. J. Peterson, "Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness", *Journal of World Business*, Vol. 35, No. 4, pp.401-416, 2002.
- [43] Miller, D, "Relating Porter's Business Strategies to Environment and Structure: Analysis and Performance Implications", *Academy of Management Journal*, Vol. 3, No. 2, pp.280-308, 1988.
- [44] Morgan, R. & Hunt, S., "The commitment-trust of relationship marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 1, pp.17-41, 1997.
- [45] Porter M. E., "Strategy and the Internet", *Harvard Business Review*, Vol. 79, No. 2, pp.62-78, 2001.
- [46] Sandberg, W. and C. Hofer, "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure, and the Entrepreneur", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, No. 1, pp.5-28, 1987.
- [47] Sexton, D. & N. Bowman, "The Entrepreneur: A Capable Executive and More", *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, No. 1, pp.129-140, 1986.
- [48] Slevin, Dennis P.; Covin Jeffrey G., "Juggling Entrepreneurial Style and Organizational Structure- How to Get Your Act Together", *Sloan management review*, Vol. 31, No. 2, pp.105-109, 1990.
- [49] Steers, R.M. & Braunstein, D.N., "A Behaviorally-Based Measure of Manifest Needs in Work Settings", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 9, No. 1, pp.251-266, 1976.
- [50] Tsai, W., & Ghoshal, S., "Social Capital and Value Creation: The Role of Intra firm Networks", *Academy of Management Journal*, Vol. 41, No. 4, pp.464-476, 1998.
- [51] Vorhies, D.W., & Morgan, N.A., "Benchmarking marketing capabilities for sustained competitive advantage", *Journal of Marketing*, Vol. 69, No. 1, pp.80-94, 2005.
- [52] Brockhaus, R.H, *The Psychology of The Entrepreneur*, in C.A. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (Eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship*: Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.
- [53] Drucker, P. F., *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, N.Y :Harper and Row, 1985.
- [54] Hodgetts, R. M. and D. F. Kuratko, *Small Business Management*, John Wiley & Sons Inc., 2006.
- [55] Van de Ven, A., & Ferry, D., *Measuring and Assessing Organizations*, Wiley, New York, NY, 1980.

송 인 암(Song, In Am)



- 1987년 6월 : 연세대학교 정치외교학과 졸업
- 1990년 5월 : Michigan State University MBA 과정
- 1992년 10월 ~ 현재 : 대전대학교 경영학과 교수
- 1997년 2월 : 충남대학교 경영학 박사
- 관심분야 : 경영, 무역

· E-Mail : sia6123@dju.kr

전 계 식(Jeon, Gye Sik)



- 2008년 8월 : 충북대학교 경영대학원 졸업 (경영학 석사)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 대전대학교 대학원 박사과정
- 관심분야 : 경영, 무역
- E-Mail : junsk7777@hanmail.net