

# 여성창업자의 창업동기가 기업가지향성과 창업의지를 매개로 창업만족도에 미치는 영향

(The Effect of the Entrepreneurial Motivation in Women  
Entrepreneurs on Entrepreneurial Satisfaction Mediated by  
Entrepreneurial Orientation and Commitment to Start-up)

이 선 협<sup>1)</sup>, 안 은 재<sup>2)\*</sup>  
(Lee Sun Hyup and An Eun Jae)

**요약** 본 연구는 화장품 판매업 종사자를 대상으로 여성창업자의 창업동기 요인을 밝히고 기업가지향성과 창업의지를 매개변수로 하여 창업동기와 창업만족도의 관계를 규명하고자 하였다. 본 연구를 위한 자료는 서울시와 경기도 일원에 거주하는 화장품 판매업자를 대상으로 수집한 설문지 386부를 실증 분석하였다. 연구 목적을 달성하기 위해 창업동기를 독립변수로 창업만족도를 종속변수로 기업가지향성과 창업의지를 매개변수로 하는 병렬, 직렬혼합 다중매개 모형을 기반으로 분석하였다. 매개효과는 총 효과, 직접효과, 간접효과 및 특정 간접효과들의 대응별 비교를 실시하였다. 분석결과 첫째 보상동기가 창업 만족도에 미치는 총 효과와 직접효과 모두에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째 성취동기가 창업만족도에 미치는 영향은 특정 간접효과만 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째 환경동기가 창업만족도에 미치는 영향은 총 효과와 직접효과 모두가 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 창업동기와 창업만족도 관계에서 기업가지향성과 창업의지가 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 이상의 연구결과를 통해 이론적 실증적 함의를 논의하고 향후 연구 과제를 제시하였다.

**핵심주제어** : 여성창업자, 창업동기, 기업가지향성, 창업의지, 창업만족도

**Abstract** This study aims to examine their influential relations between the start-up motivation and entrepreneurial satisfaction of women entrepreneurs mediated by entrepreneurial orientation and commitment to start-up. An empirical analysis of the 386 questionnaires collected by the cosmetics store entrepreneurs located in Seoul and Gyeonggi provinces were conducted in this study. Mediator effect use the comparison by correspondence with total effect, direct effect, indirect effect inclusive of characteristic indirect effect. To achieve the research goal, this study were analyzed on the cornerstone of combination of parallel serial mediation models with entrepreneurial orientation and commitment to start-up as mediator variable. The following is

\* Corresponding Author : modean@hoseo.edu

Manuscript received October 9, 2018 / revised November 2, 2018 / accepted November 14, 2018

1) 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과, 제1지자  
2) 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과, 교신지자

the results verified through this study. First, Rewards motivation had the significant positive effects on the entrepreneurial satisfaction in total effects of X on Y and direct effects of X on Y. Second, Achievement motivation had the positive effects on entrepreneurial satisfaction in characteristic indirect effects of X on Y. Third, Environment motivation had the significant positive effects on the entrepreneurial satisfaction in total effects of X on Y and direct effects of X on Y. Fourth, The entrepreneurial orientation and the commitment to start-up between the start-up motivation and entrepreneurial satisfaction in women entrepreneurs had the serial mediation effects. I discussed theoretical and empirical implications with these findings and described the future research.

**Key Words :** Women Entrepreneurs, Start-up Motivation, Entrepreneurial Orientation, Commitment to Start-up, Entrepreneurial Satisfaction.

## 1. 서론

최근 우리나라 저출산 고령화는 국가와 산업의 경쟁력을 약화시키고 있으며 이를 극복하기 위해서는 여성인력의 활용과 경제활동 참가율을 높이는 것이 필요하다. 여성 경제활동 인구(10,581천명)는 남성 경제활동 인구(14,486천명)의 73.0%, 여성 경제활동 참가율(58.4%)은 남성 경제활동 참가율(78.9%)과 비교하면 20.5% 낮아 일자리 양극화 현상이 심각한 수준이다(통계청 2018년 2월). 미용 산업은 타 산업에 비해 생산활동으로 인한 부가가치 창출 효과가 높으며 업종의 특성상 여성 일자리 창출의 기여도가 높다. 한국 보건산업 진흥원에서 발표한 ‘2017 화장품 산업분석보고서’ 중 2016년 국내 화장품 시장규모는 109억 달러로 세계 화장품 시장에서 차지하는 비중이 3.0% 수준으로 프랑스에 이어 세계 8위를 차지하였다. 미용 산업이 시대적 요구에 따라 시장의 질적 양적 성장이 부가가치 있는 산업으로 떠오르고 있으나 미용 산업 종사자들은 기업의 구조조정이나 실직의 어려움에 처해있는 상황에서 창업시장으로 유입되어 심화된 시장의 경쟁상태가 되었다. 더불어 경영 및 인적관리의 어려움, 이직률 증가로 인한 생산성 제고의 한계와 경험에 의존한 경영으로 고통을 겪을 수밖에 없다. Hisrich & Peters[1]은 남녀 창업자의 특성을 분석한 연구에서 남성은 직업

에 대한 불만이나 타인을 통제하고 관리하기 위한 강한 성취 욕구에 비해 여성은 개인의 환경 변화 또는 특정목표를 이루는 성취욕구, 독립욕구, 이전 직업의 좌절로부터 도피하고 싶은 동기 때문에 창업을 한다고 하여 창업동기 면에서 차이가 있음을 나타내었다.

본 연구에서는 창업자들의 창업동기, 기업가 지향성, 창업의지, 창업만족도 등과 관련된 선행 연구를 기초로 첫째 화장품 판매업에 종사하는 여성창업자들이 창업 시 어떤 요인들을 고려하여 창업하였는지 분석하고 둘째 창업동기와 창업만족도 간에 매개변수인 기업가 지향성과 창업의지가 어떠한 역할을 하였는지 창업만족에는 어떤 영향을 미쳤는지 검증하였다. 본 연구의 목적은 미용 창업의 영향요인에 대한 학문적 이해를 높이고 미용 산업발전에 도움이 되며 여성 창업자가 현업에서 경험과 전문성을 통해 생계형 창업이 아닌 기회형 및 목적형 창업으로 방향을 설정하는데 유용한 자료와 근거를 제공하는데 있다.

## 2. 선행연구 및 이론적 고찰

### 2.1 창업동기

창업을 활성화시키고 기업가정신을 고취시키

기 위해서는 창업을 하는 이유나 동기를 파악하는 것이 중요하다. 동기는 관찰 대상이 아니라 표출된 행동의 추론을 통해 설명이 가능하며 인간 내부의 욕구를 행동으로 표출하게 하는 매개 역할을 한다. 윤방섭[2]은 개인의 창업동기 요인으로 창업하는 사람들의 개인 특질(Trait)이 주로 연구되어왔다고 했다. Kreuger and Brazeal[3]은 그 요인들이 개인의 성취욕구, 자신 유능성, 위험선호성향, 자율욕구, 자기효능감 등으로 대표하며 Greenberger and Sexton[4]는 창업이 개인의 특질(Trait)과 환경의 상호작용을 통해서 이루어지며 환경요인으로는 개인 환경요인과 사회 환경요인으로 구분했다. 따라서 창업동기는 창업에 대한 내적 욕구나 행동 목적을 활성화시키는 수단이므로 인간의 욕구를 설명하는 욕구이론으로도 설명될 수 있다.

## 2.2 기업가지향성

Miller[5]는 기업가지향성을 측정하는 척도로서 혁신성, 진취성, 위험 감수성 등 3가지 구성요소를 사용하면서 기업가정신이 기업가지향성(EO)의 토대가 되었다고 주장하였다. Lumpkin and Dess[6]는 기업가적 지향성을 가진 기업이 전략적으로 그들이 갖고 있는 경쟁력을 유지하고 획득하기 위해서는 혁신성과 진취성 그리고 위험감수성을 효과적으로 활용할 것을 강조하였다. 장대성, 임성배[7]는 기업가지향성 (Entrepreneurial Orientation)이 창업 성공에 영향을 주는 행동의 유형을 의미하며 창업가 정신은 창업의 결정에 영향을 주는 요인이라고 했다. 따라서 창업가정신이 창업조직을 설립하기 위한 개인의 행위 개념이라면 기업가지향성은 설립된 창업 조직을 성공시키기 위한 과정의 개념으로 설명할 수가 있다.

## 2.3 창업의지

한덕웅[8]은 심리학에서 의지는 동기를 포함하여 행동을 예측하고 설명하는데 행동의 실행 여부를 가장 정확하게 예측하는 변수이다. Ajzen[9]의 계획된 행동이론이 여러 사회 행동

을 설명하는 이론으로 타당성과 유용성이 입증되어 다양한 분야에서 사용되고 있으며 행동을 결정하는 가장 중요한 변수로서 의지가 창업에서도 행동과 의지와 관련된 연구에 적용하였다. 창업의지가 창업연구와 관련하여 Shapero[10], Shapero and Sokol[11], Bird[12], Boyd and Vozikis[13]은 창업의지 모델을 제시하였고 Krueger and Carsrud[14]는 창업의지가 창업과정에서 기업의 초기 특성을 결정짓는 핵심적인 역할 때문에 창업을 이해하고 창업에 대한 전반적인 현상을 설명하는데 필수적이라 했다. 따라서 창업의지는 창업을 실행하기에 앞서 미래에 대한 창업의 가능성을 스스로 평가함으로써 창업의 실천적 행동을 예측할 수 있는 긴밀한 관계성을 지니고 있다.

## 2.4 창업만족도

일반적으로 만족은 주관적인 감정 정도나 상태를 나타냄으로 개인의 경험이나 생각에 대한 만족도 다르게 표현된다. 창업만족도의 개념은 만족이라는 학문적 의미와 만족도에 대한 선행 연구를 바탕으로 정리할 수 있다. Oliver[15]는 만족을 고객의 기대와 성과 사이의 차이에서 느껴지는 주관적인 감정으로 기대-불일치 이론을 주장하였다. 박재환, 김용태[16]은 만족이란 행동과학에서 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의하여 목표 달성의 정도를 나타내는 복합적인 언어의 개념이다. 사회과학연구에서는 조직만족도, 직무만족도, 고객만족도 연구로도 익숙해져 있다. 이선협, 하규수[17]은 고객만족의 다양한 요소에 대해 Kano 모델을 이용하여 측정하였다. 최미진, 이상식[18]은 고객만족도의 지속적인 축적이 고객충성도로 이어지면서 수익과 성과를 보장하는 고객만족도의 중요성을 주장하였다. 김민수[19]는 창업성과의 비재무적 성과를 창업만족으로 측정하였고 창업만족의 개념을 CEO의 직무만족도와 연계하여 창업만족도를 정의하였다. 따라서 창업만족은 창업자가 성취, 보상, 인정 등 창업동기에 따른 결과들을 획득할 수 있을 것이라는 기대에 대한 개인의 주관적인 감정이라고 할 수 있으며 창업자가 창업과정에서

지각하는 과정적 만족과 결과에 따라 경험을 평가하는 결과적 만족으로 분류한다.

## 2.5 변수간의 관계

### 2.5.1 창업동기와 기업가지향성과의 관계

Douglas and Shepherd[20], 반성식 외[21]은 기업가지향성에서 위험감수성이 창업동기를 고취시키고 긍정적인 영향을 미친다. Long, et al.[22]는 진취성이 창업동기에 긍정적인 관계를 갖고 있다. McClelland[23]은 창업활동의 이유와 동기가 창업과 기업의 수행성과에 중요한 요소로 영향을 미친다고 주장한다. 따라서 창업에 있어서 창업동기는 창업 자체의 성공을 포함하며 창업 이후에도 창업기업이 갖고 있는 특성이나 성공에도 중요한 영향력을 미치고 있다.

### 2.5.2 기업가지향성과 창업의지의 관계

기업가지향성과 창업의지 연구에서 강재학, 양동우[24]는 혁신성, 진취성, 위험감수성이 창업의지에 정(+) 영향을 주는 것으로 나타났다. 이주현, 변광학[25]은 기업가지향성과 창업의지의 관계를 분석한 결과 혁신성과 진취성의 관계는 확인되지 못하고 위험감수성의 관계만 확인되었다. 권혁, 임진혁[26]은 혁신성과 위험감수성이 창업의지에 영향력이 나타났으나 진취성은 영향력이 확인되지 않았다. 연구결과에서 기업가지향성이 창업의지에 미치는 영향력이 일관된 결과를 보이지는 않지만 전체적으로 두 변수의 관계는 긍정적인 영향을 미치고 있다.

### 2.5.3 창업의지와 창업만족도와의 관계

창업의지와 창업만족도 연구에서 김정옥[27]은 개인적 특성, 사회문화적 특성, 경력지향성 등의 창업의지가 창업만족도에 유의한 영향을 미쳤다. 이상화, 하규수[28]은 창업자 특성에 영향을 받는 창업의지도 창업만족도에 영향을 미치고 있다고 했다. 창업교육에 있어서도 박재환, 김용태[29]는 창업교육의 만족도가 창업의지에

영향력을 미치고 있다고 했다. 그러므로 창업동기를 확인하여 창업의지와 기업가지향성을 고취시키고 창업을 활성화시킴으로써 결과적으로 창업의 성과와 만족이 나타나게 된다.

## 3. 연구설계

### 3.1 연구가설 및 모형

#### 3.1.1 연구가설

본 연구는 창업 시 창업만족도에 실질적으로 기여하는 구성요인을 파악하고 요인들 간의 관계를 분석하는 데 목적이 있다. 창업만족도에 미치는 요인을 창업동기, 기업가지향성, 창업의지로 구분하였다. 창업만족도에 영향을 미치는 요인들 간의 관계에 대한 선행연구로는 창업동기가 기업가지향성에 미치는 영향에 대한 연구를 비롯해 기업가지향성과 창업의지와 관계와 창업의지가 창업만족도에 미치는 영향에 대한 선행연구를 조사하였다.

본 연구에서는 위의 선행연구를 기반으로 창업동기를 독립변수로 기업가지향성과 창업의지를 매개변수로 창업만족도를 종속변수로 하여 매개변수가 다중이고 병렬과 직렬이 혼합된 다중매개모형을 기반으로 다음과 같은 가설을 설정하였다. 매개효과를 검증하기 위해 독립변수가 종속변수에 미치는 총 효과, 매개변수가 통제된 상황에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향인 직접효과, 독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 미치는 간접효과를 검증하기 위한 가설을 설정하였다.

가설 H1: 기업가지향성과 창업의지는 보상동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.

가설 H1-1: 혁신성은 보상동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.

가설 H1-2: 진취성은 보상동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.

가설 H1-3: 위험감수성은 보상동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.

- 가설 H1-4: 창업의지는 보상동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H1-5: 보상동기는 혁신성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H1-6: 보상동기는 진취성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H1-7: 보상동기는 위험감수성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.

- 가설 H2: 기업가지향성과 창업의지는 성취동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H2-1: 혁신성은 성취동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H2-2: 진취성은 성취동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H2-3: 위험감수성은 성취동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H2-4: 창업의지는 성취동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H2-5: 성취동기는 혁신성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H2-6: 성취동기는 진취성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H2-7: 성취동기는 위험감수성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.

- 가설 H3: 기업가지향성과 창업의지는 환경동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H3-1: 혁신성은 환경동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H3-2: 진취성은 환경동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H3-3: 위험감수성은 환경동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.
- 가설 H3-4: 창업의지는 환경동기와 창업만족도 간을 매개할 것이다.

- 가설 H3-5: 환경동기는 혁신성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H3-6: 환경동기는 진취성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H3-7: 환경동기는 위험감수성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미칠 것이다.

### 3.1.2 연구모형

본 연구는 창업만족도에 실질적으로 기여하는 요인을 분석하는 것을 목적으로 연구의 주요내용은 창업동기와 기업가지향성 및 창업의지가 창업만족도에 어떻게 영향을 미치는가를 분석하는 것이다. 이와 같은 연구목적을 달성하기 위하여 창업동기를 독립변수로 창업만족도를 종속변수로 기업가지향성과 창업의지를 매개변수로 하는 병렬·직렬 혼합 다중매개모형을 기반으로 분석하였다. 이를 통해 창업동기가 창업만족도에 미치는 영향과 기업가지향성과 창업의지의 매개효과 분석을 위해 앞에서 도출한 가정을 기반으로 하여 Fig. 1과 같은 연구모형을 설정하였다.

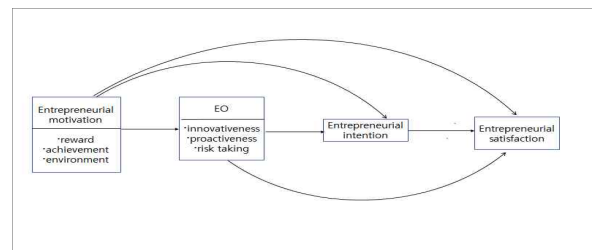


Fig. 1 Research Model

본 연구모형은 단순하게 회귀분석을 이용한 인과관계를 검증하는 전통적 모형에 비해 변수 상호간의 매개효과를 포함한 인과관계를 규명하였다. 매개변수인 기업가지향성에 대해 본 연구의 실증분석을 위해 독립변수인 창업동기의 하위변수를 보상동기, 성취동기, 환경동기로 구성하였으며 매개변수인 기업가지향성을 혁신성,

진취성, 위험감수성으로 정의하였다.

### 3.2 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 연구목적과 범위를 고려하여 국내 화장품 판매 사업자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사방법은 네이버 오피스를 이용하여 온라인 조사를 실시하였다. 사전조사를 통해서 나타난 문제점들을 수정·보완한 후 본 조사에 사용될 최종 설문지를 확정하였다. 설문조사는 30일간 (2018. 4. 01 ~ 2018. 4. 30) 실시하였다. 총 500부를 배부하여 수집된 자료는 총 411부로 집계되었으며 이중 결측값이 있거나 불성실한 응답 25부를 제외한 386부를 자료 분석에 사용하였다.

본 연구에서 수집된 자료의 통계처리는 SPSS Win Ver.22.0와 PROCESS macro v3.0을 이용하였다. SPSS를 이용하여 조사대상의 배경변수별 특성을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고 측정도구의 정확성을 파악하고 타당도를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였으며 측정변수의 일관성을 파악하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 이용한 신뢰도분석(Reliability Analysis)을 실시하였다. 창업동기가 기업가지향성과 창업의지를 경유하여 창업만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 PROCESS macro의 다중 병렬·직렬혼합 매개모형인 Model 80 이용하여 추정한 간접효과, 직접효과, 총 효과를 추론하였다. 간접효과와 유의성은 Bootstrap 신뢰구간 검정을 이용하였고 대응비교를 통해 경로 간 특정 간접효과 차이의 유의성을 검정하였다.

### 3.3 변수의 조작적 정의와 측정방법

변수란 하나의 개념을 대표하는 특성으로서 요인을 구성하고 설명하며 일정한 측정단위로서 계량화가 가능하다. 오직 유일한 값을 취하게 되고 일단 그 값을 가지면 다른 값을 가질 수 없게 된다. 본 연구에서는 아래 변수들의 모든 항목에 대한 문항들을 Likert 5점 척도로 측정하였다.

### 3.3.1 창업동기

본 연구의 독립변수인 창업동기는 창업활동에 대한 촉매역할과 유지 및 목표지향성으로 정의하고 구성요소를 보상동기, 성취동기, 환경동기로 하였다. 보상동기는 보상조건에 따른 Vroom [30]의 기대이론을 바탕으로 이재호[31], 이병권 [32]가 사용한 5문항을 적용하였다. 성취동기는 McClelland[33]의 성취이론을 바탕으로 윤백중 [34], 김성순[35]이 사용한 5문항을 적용하였다. 환경동기는 선행연구를 바탕으로 윤인모[36], 박남규[37]가 사용한 5문항을 적용하였다.

### 3.3.2 기업가지향성

기업가지향성은 Miller[38]가 주장한 개념을 바탕으로 기업가지향성을 창업적인 특성이나 성향으로 정의하고 하위요인을 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 하였다. 혁신성은 정경식[39], 박길호[40], 진취성은 박남규[41], 원혜숙[42], 위험감수성은 이정은[43], 박지유[44]가 사용한 3변수를 측정하는 질문을 인용하고 수정하여 각 변수마다 5문항씩 총 15문항을 구성하였다.

### 3.3.3 창업의지

창업의지는 Bird[45]의 개념을 바탕으로 창업의지를 창업의 가능성을 스스로 평가하는 것으로 정의하고 박지유[46], 윤백중[47]가 사용한 5문항의 변수를 적용하였다.

### 3.3.4 창업만족도

창업만족도는 Oliver[48]의 기대-불일치이론을 바탕으로 창업만족도를 창업과정이나 결과에서 획득할 수 있을 것이라는 기대에 대한 개인의 주관적 감정으로 정의하고 이상화[49], 김경애 [50]가 사용한 5문항의 변수를 적용하였다.

### 3.4 조사대상자의 일반적 특성

본 연구에서 조사대상자 386명의 인구통계학

적 변수별 특성을 파악하기 위하여 연령, 학력, 업종경력, 결혼상태, 가족형태, 월 수입액 등의 변수로 구분하여 빈도분석을 실시하였다. 결과는 Table 1에 제시되어 있다. 연령 분포에서는 30대(38.1%; 147명), 40대(26.9%; 104명), 50대(23.6%; 91명), 20대(10.4%; 40명), 60대 이상(1.0%; 4명)의 순으로 나타났다. 학력 분포에서는 대학 졸업이 50.3%(194명)로 가장 큰 분포를 차지하고 있고 전문대 졸업(28.8%; 111명)이 그 다음 큰 분포를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

Table 1 Data Sample Characteristics

	Criteria	N	%
Average Age	① 20	40	10.4
	② 30	147	38.1
	③ 40	104	26.9
	④ 50	91	23.6
	⑤ 60 above	4	1.0
Education	① high school below	28	7.3
	② junior college	111	28.8
	③ university	194	50.3
	④ graduate school above	53	13.7
Experience (year)	① Less than 1	42	10.9
	② 1 to 3	70	18.1
	③ 3 to 5	100	25.9
	④ 5 to 7	51	13.2
	⑤ 7 to 10	33	8.5
	⑥ More than 10	90	23.3
Marriage	① single	156	40.4
	② married	230	59.6
Family Number (person)	① 1	31	8.0
	② 2	68	17.6
	③ 3	85	22.0
	④ 4	149	38.6
	⑤ More than 5	53	13.7
Monthly Income (million)	① Under 1	37	9.6
	② 1-3	113	29.3
	③ 3-5	104	26.9
	④ 5-7	58	15.0
	⑤ 7-10	48	12.4
	⑥ More than 10	26	6.7

업종 경력 분포는 3년~5년 미만 25.9%(100명), 10년 이상 23.3%(90명), 1년~3년 미만 18.1%(70명), 5년~7년 미만 13.2%(51명), 1년 미만 10.9%(42명), 7년~10년 미만 8.5%(33명)의 순으로 나타났고 3년~5년 미만과 10년 이상이 주류를 이루고 있는 것으로 나타났다. 결혼 상태는 기혼(59.6%; 230명)이 미혼(40.4%; 156명)보다 다소 많은 것으로 나타났다.

가족형태 즉 가구 구성원 수는 4인(38.6%; 149명), 3인(22.0%; 85명), 2인(17.6%; 68명), 5인 이상(13.7%; 53명), 1인(8.0%; 31명)의 순으로 나타났다. 월 수입액 분포는 100~300만원 미만(29.3%; 113명), 300~500만원 미만(26.9%; 104명), 500~700만원 미만(15.0%; 58명), 700~1000만원 미만(12.4%; 48명), 100만원 미만(9.6%; 37명), 1000만원 이상(6.7%; 26명)의 순으로 나타났다. 100~500만원 미만이 50%를 상회하는 것으로 나타났다.

### 3.5 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검증

#### 3.5.1 타당도 분석

이학식[51]은 타당도란 측정을 위해 개발한 도구를 사용하여 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표이며 신뢰성은 어떤 대상을 반복 측정했을 때 동일한 결과를 얻는 정도에 관한 것이다.

본 연구에서는 측정도구가 연구하고자 하는 개념을 적절하게 측정하였는가를 검증하기 위해 요인분석을 실시하였다. 먼저 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는지 검증하기 위해 편상관계수가 얼마나 작은지를 검증하는 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 검정을 진행하였고, 본 연구에서 사용한 척도 모두 KMO 값이 0.9이상(.934)으로 매우 좋은 편으로 나타남으로써 요인분석을 위한 변수들의 선정에 문제가 없는 것으로 판단되었다.

이와 함께 요인분석에 사용될 입력변수들 간의 상관계수행렬을 도출하여 이 행렬이 단위렬에 준하는 행렬인지 여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검정을 통해 요인분석 모형의 적합성

여부를 확인하였다. 그 결과 유의확률이 0.000으로 귀무가설을 기각하여 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재한다고 결론을 내릴 수 있었다. 요인분석결과 아이겐 값이 1보다 큰 8가지 요인이 추출되어 Table 2에 나타내었고 요인모델의 총 설명변량은 71.835% 나타났으며 요인에 속한 변수들의 평균값을 요인 값으로 하여 이를 가설검증에 사용하였다.

### 3.5.2 신뢰도 분석

신뢰도 검증은 측정도구의 측정오류를 방지하기 위해 실시한다. 본 연구에서도 신뢰도 분석에서 일반적으로 사용하는 내적일관성법을 사용하여 검증하였다.

내적일관성법(Internal Consistency Reliability Method)은 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하여 신뢰도를 평가하는 방법으로 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우에 항목 내의 분산을 증가시켜 전체 신뢰성을 떨어뜨리는 항목을 찾아내어 제외시킴으로써 신뢰도를 높이는 방법으로 가장 널리 사용된다. 본 연구에서 신뢰도를 추정하는 방법으로 Cronbach's  $\alpha$ 를 사용하였다. Cronbach's  $\alpha$  계수의 값은  $0 \leq \alpha \leq 1$ 의 값을 갖는다. 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  계수의 값이 0.6이상이면 비교적 신뢰도가 높은 것으로 보고 있다. 본 연구에서는 Table 3에서와 같이 모든 변수의 Cronbach's Alpha계수가 0.6 이상으로 나타나 신뢰도가 높다고 판단된다.

Table 3 Reliability Analysis

Latent Variable	Component	Cronbach's $\alpha$
Entrepreneurial Motivations	Reward	.827
	Achievement	.681
	Environment	.785
Entrepreneurial Orientation	Innovativeness	.793
	Proactiveness	.784
	Risk Taking	.863
	Entrepreneurial Intention	.784
Entrepreneurial Satisfaction		.879

Table 2 Exploratory Factor Analysis

	Factor							
	ES	RT	PA	EI	IN	EM	RM	AM
ES4	.809	.073	.066	.137	.113	.014	-.017	.091
ES3	.751	.137	.154	.083	.181	.026	.182	.061
ES2	.728	.205	.093	.182	.073	.224	.209	-.008
ES5	.697	.223	.083	.087	.258	.185	.206	.165
ES1	.695	.261	.077	.173	.092	.232	.172	.112
RT4	.250	.719	.188	.140	.117	.152	.232	-.078
RT3	.188	.701	.160	.084	.198	.203	.121	.184
RT2	.177	.669	.398	.073	.073	.121	.326	-.019
RT5	.278	.647	.064	.161	.302	.130	-.081	.223
RT1	.117	.600	.240	-.120	.252	.335	.108	.212
PA1	.066	.133	.804	.018	.142	.216	.047	.158
PA2	.126	.191	.787	.081	.143	.082	.141	.177
PA3	.165	.293	.606	.173	.163	.084	.134	.118
EI2	.091	.224	.028	.798	-.069	.128	.040	.161
EI3	.177	-.003	.071	.769	.183	.116	.082	.140
EI4	.276	-.008	.149	.714	.292	.075	.168	.090
IN3	.272	.243	.148	.102	.710	.116	.216	.129
IN2	.206	.184	.206	.227	.689	.107	.176	.046
IN4	.180	.330	.198	.102	.601	.186	.254	-.020
EM3	.127	.246	.288	.298	.095	.732	.100	.024
EM2	.184	.170	.241	.266	.147	.708	.045	.166
EM4	.227	.267	-.013	-.061	.139	.679	.289	.146
RM2	.144	.250	.162	.172	.239	.223	.741	.100
RM5	.353	.121	.098	.188	.190	.110	.701	.209
RM4	.280	.169	.212	-.012	.336	.099	.571	.291
AM1	.197	.031	.233	.182	.037	.118	.159	.762
AM2	.063	.204	.173	.221	.086	.122	.160	.724
eigen value	3.616	3.120	2.401	2.325	2.135	2.103	2.073	1.622
variance%	13.394	11.556	8.894	8.610	7.907	7.789	7.678	6.007
total variance explained	13.394	24.950	33.844	42.454	50.361	58.150	65.828	71.835

KMO Measure of Sampling Adequacy = .934  
Bartlett sphericity test Chi-square 5696.971 eigenvalue = 351 p-value = .000

Note : ES=entrepreneurial satisfaction, EI=entrepreneurial intention, PA=proactiveness, RT=risk taking, IN=innovativeness, RM=reward motives, AM=achievement motives, EM=environment motives.



## 4. 분석결과

### 4.1 상관관계

변수 간의 관계를 파악할 수 있는 가장 기본적인 기법이 상관관계 분석이다. 상관계수를 통해서 변수들 간의 선형관계 정도를 파악할 수 있게 해주며 상관계수의 범위는 -1.0과 1.0 사이의 범위이다. 일반적으로  $\pm 0.81 \sim \pm 1.0$  범위이면 상관관계 크기가 매우 크고  $\pm 0.61 \sim \pm 0.80$  이면 크기가 강하고  $\pm 0.41 \sim \pm 0.60$  이면 어느 정도의 상관관계가 있고  $\pm 0.21 \sim \pm 0.40$  이면 상관관계가 약하고  $\pm 0.00 \sim \pm 0.20$  이면 상관관계가 없는 것으로 판단한다. 특히  $\pm 0.81 \sim \pm 1.0$  범위이면 다중공선성이 존재할 수 있기 때문에 주의해야 한다. 변수들 간의 상관계수가 Table 4에 제시되어 있는데  $\pm 0.81 \sim \pm 1.0$  범위에 속하는 상관계수가 없는 것으로 나타났다.

Table 4 Correlations among Variables

	RM	AM	EM	IN	PA	RT	EI	ES
RM	1							
AM	.494**	1						
EM	.540**	.439**	1					
IN	.654**	.384**	.526**	1				
PA	.492**	.472**	.498**	.519**	1			
RT	.594**	.411**	.630**	.649**	.593**	1		
EI	.420**	.432**	.432**	.424**	.334**	.341**	1	
ES	.597**	.391**	.516**	.580**	.395**	.571**	.454**	1

\*P<05, \*\*P<01, \*\*\*P<001, ES=entrepreneurial satisfaction, EI=entrepreneurial intention, PA=proactiveness, RT=risk taking, IN=innovativeness, RM=reward motives, AM=achievement motives, EM=environment motives

## 4.2 연구가설 검증

### 4.2.1 연구 가설

매개효과를 검증하기 위해 Andrew F. Hayes

의 PROCESS macro를 이용하여 병렬·직렬혼합 다중매개모형인 Model 80을 이용하여 가설 검증 및 총 효과, 직접효과, 간접효과를 포함한 효과 분석을 실시하였다.

창업동기가 기업가지향성에 미치는 영향을 추론하기 위해 창업동기의 하위요인인 보상동기, 성취동기, 환경동기를 독립변수로 기업가지향성의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성 및 창업의지를 매개변수로 창업만족도를 종속변수로 설정하여 회귀분석을 실시하였다. 독립변수 간의 관계인 다중공선성을 확인하기 위해 분산팽창계수(VIF)를 확인한 결과 10보다 작으므로(1.596이하) 다중공선성은 존재하지 않은 것으로 나타났다.

### 4.2.2 효과 분석

매개모형에서 효과는 총 효과, 직접효과, 간접효과로 구분된다. 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력의 크기인 총 효과를 추정하고 검증하여 매개변수가 종속변수에 미치는 영향과는 독립적으로 독립변수가 한 단위 차이 나는 두 사례의 종속변수 값의 차이인 직접효과와 독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 영향을 미치는 경로를 통하여 독립변수가 한 단위 차이 나는 두 사례의 종속변수 값의 추정된 차이를 의미하는 간접효과를 추론하고자 한다.

특정간접효과들을 추론하기 위하여 다중매개모형을 기반으로 10,000개의 Bootstrap 표본들에 관한 편익수정 95% Bootstrap 신뢰구간을 사용하였다. 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으면 간접효과가 유의적이라고 결론 내린다. 또한 한 간접효과가 다른 간접효과와 통계적으로 차이가 나는지를 검증하는 Bootstrap 신뢰구간을 이용하여 특정간접효과들의 대응별 비교를 실시하였다.

#### 4.2.2.1 보상동기

Table 5에 제시되어 있는 바와 같이 보상동기가 창업만족도에 미치는 총 효과와 직접효과는 각각 .383과 .222로 나타났고 95% 신뢰구간이 [.295, .471]와 [.126, .319]로 나타나 모두 0을 포

함하고 있지 않으므로 유의적으로 나타났다. 보상동기가 기업지향성과/또는 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미치는 경로는 보상동기→혁신성→창업만족도, 보상동기→진취성→창업만족도, 보상동기→위험감수성→창업만족도의 및 보상동기→창업의지→창업만족도 네 개의 특정간접효과와 두 개의 매개변수를 경유하는 보상동기→혁신성→창업의지→창업만족도, 보상동기→진취성→창업의지→창업만족도, 보상동기→위험감수성→창업의지→창업만족도의 세 개의 특정간접효과를 포함하여 총 7개의 특정간접효과가 존재한다. 이들 특정간접효과들의 합인 총 간접효과 크기는 .160이고 95% Bootstrap 신뢰구간 [.091, .240]이 0을 포함하지 않으므로 총 간접효과는 유의적으로 나타났다.

보상동기가 기업지향성을 경유하는 특정간접효과 중 보상동기→혁신성→창업만족도 및 보상동기→위험감수성→창업만족도의 간접효과 크기가 각각 .082, .066이고 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.031, .142], [.026, .117]으로 나타났다. 이 구간들이 0을 포함하지 않으므로 혁신성과 위험감수성을 경유하는 특정간접효과가 유의적으로 나타났다. 반면에 보상동기→진취성→창업만족도의 간접효과 크기가 -.013으로 나타났으나 95% Bootstrap 신뢰구간은 [-.036, .007]로 나타났다. 이 구간이 0을 포함하고 있으므로 보상동기→진취성→창업만족도 경로의 특정간접효과는 비유의적으로 나타났다. 또한 보상동기→창업의지→창업만족도 경로의 특정간접효과는 95% Bootstrap 신뢰구간이 [-.009, .048]로 나타나 비유의적으로 나타났다.

직렬매개 형태의 경로 보상동기→혁신성→창업의지→창업만족도, 보상동기→진취성→창업의지→창업만족도, 보상동기→위험감수성→창업의지→창업만족도 중 보상동기→혁신성→창업의지→창업만족도의 간접효과만 95% Bootstrap 신뢰구간이 [.003, .032]로 나타나 유의적으로 나타났고 간접효과 크기는 .016으로 나타났다. 이는 보상동기가 한 단위 커지면 혁신성과 위험감수성에 정(+)의 영향을 미치는 결과 창업만족도가 각각 [.082, .066] 만큼 커진다는 것을 의미한다. 또한 보상동기가 한 단위 커지면 혁신성이 증가

되고 이는 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳐 창업만족도를 .016만큼 증가시킨다는 것을 의미한다. 유의적으로 나타난 특정간접효과들의 대응별 차이가 Table 5에 제시되어 있다. 간접효과들의 차이 값의 유의성 검정을 95% Bootstrap 신뢰구간 검정으로 실시하였다. 보상동기→혁신성→창업만족도 경로의 간접효과가 보상동기→위험감수성→창업만족도의 경로보다 .016만큼 작게 나타났지만 95% Bootstrap 신뢰구간이 [-.036, .007]로 나타나 비유의적인 것으로 판명되었다. 보상동기→혁신성→창업만족도 경로의 간접효과와 보상동기→위험감수성→창업만족도 경로의 간접효과가 보상동기→혁신성→창업의지→창업만족도의 간접효과보다 각각 [.065, .049]만큼 통계적으로 유의미하게 크게 나타났다. 이는 창업만족도를 증가시키려면 창업의지보다 기업가지향성 중 혁신성과 위험감수성을 강화해야 한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H1-1, H1-3 및 H1-5는 지지되었고 H1-2, H1-4, H1-6 및 H1-7은 기각되었다.

Table 5 Effect of Reward Motivation

Effect	Entrepreneurial satisfaction		
	95% LLCI	95% ULCI	
<b>Total effect of X on Y</b>	.383	.295	.471
<b>Direct effect of X on Y</b>	.222	.126	.319
	<b>95%</b>	<b>95%</b>	
<b>Effect</b>	<b>Boot LLCI</b>	<b>Boot ULCI</b>	
<b>Indirect effect of X on Y</b>	.160	.091	.240
<b>RM→IN→ES(Ind1)</b>	.082	.031	.142
RM→PA→ES(Ind2)	-.013	-.036	.007
<b>RM→RS→ES(Ind3)</b>	.066	.026	.117
RM→EI→ES(Ind4)	.015	-.009	.048
<b>RM→IN→EI→ES(Ind5)</b>	.016	.003	.032
RM→PA→EI→ES(Ind6)	.000	-.006	.006
RM→RS→EI→ES(Ind7)	-.005	-.015	.003
Ind1 - Ind3	.016	-.054	.090
<b>Ind1 - Ind5</b>	.065	.014	.126
<b>Ind3 - Ind5</b>	.049	.008	.102

Note: LL = lower limit; UL = upper limit; CI = confidence interval; Boot = Bootstrapping. ES=entrepreneurial satisfaction, EI=entrepreneurial intention, PA=proactiveness, RT=risk taking, IN=innovativeness, RM=reward motives,

4.2.2.2 성취동기

Table 6에 제시되어 있는 바와 같이 성취동기가 창업만족도에 미치는 총 효과와 직접효과는 각각 .061과 .023로 나타났으나 95% 신뢰구간이 [-.020, .142]와 [-.058, .104]로 나타나 모두 0을 포함하므로 비유의적으로 나타났다. 성취동기가 기업지향성과/또는 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미치는 총 간접효과는 95% Bootstrap 신뢰구간 [-.002, .080]이 0을 포함하므로 총 간접효과는 비유의적으로 나타났다. 성취동기가 기업지향성과/또는 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미치는 경로 중 성취동기→창업의지→창업만족도 경로의 특정간접효과의 95% Bootstrap 신뢰구간 [.015, .061]이 0을 포함하지 않으므로 이 경로의 특정간접효과만 유의적으로 나타났다. 특정간접효과의 크기는 .036이다. 성취동기가 한 단위 커지면 창업의지에 정(+ )의 영향을 미쳐 창업만족도를 .036만큼 증가시킨다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H2-4만 지지되고 나머지 가설은 기각되었다.

Table 6 Effect of Achievement Motivation

	Entrepreneurial satisfaction		
	Effect	95% LLCI	95% ULCI
<b>Total effect of X on Y</b>	.061	-.020	.142
<b>Direct effect of X on Y</b>	.023	-.058	.104
	Effect	95% BootL LCI	95% Boot ULCI
<b>Indirect effect of X on Y</b>	.038	-.002	.080
AM→IN→ES(Ind1)	.004	-.010	.023
AM→PA→ES(Ind2)	-.014	-.037	.008
AM→RT→ES(Ind3)	.011	-.006	.034
<b>AM→EI→ES(Ind4)</b>	.036	.015	.061
AM→IN→EI→ES(Ind5)	.001	-.002	.005
AM→PA→EI→ES(Ind6)	.000	-.005	.006
AM→RT→EI→ES(Ind7)	-.001	-.003	.001

Note: LL = lower limit; UL = upper limit; CI = confidence interval; Boot = Bootstrapping. ES=entrepreneurial satisfaction, EI=entrepreneurial intention, PA=proactiveness, RT=risk taking, IN=innovativeness, AM=achievement motives

4.2.2.3 환경동기

Table 7에 제시되어 있는 바와 같이 환경동기가 창업만족도에 미치는 총 효과와 직접효과는 각각 .234과 .093으로 나타났고 95% 신뢰구간이 [.148, .320]와 [.001, .185]로 나타나 모두 0을 포함하고 있지 않으므로 유의적으로 나타났다.

환경동기가 기업지향성과/또는 창업의지를 경유하여 창업만족도에 영향을 미치는 경로는 환경동기→혁신성→창업만족도, 환경동기→진취성→창업만족도, 환경동기→위험감수성→창업만족도의 및 환경동기→창업의지→창업만족도 네 개의 특정간접효과와 두 개의 매개변수를 경유하는 환경동기→혁신성→창업의지→창업만족도, 환경동기→진취성→창업의지→창업만족도, 환경동기→위험감수성→창업의지→창업만족도의 세 개의 특정간접효과를 포함하여 총 7개의 특정간접효과가 존재한다.

이들 특정간접효과의 합인 총 간접효과의 크기는 .141이고 95% Bootstrap 신뢰구간 [.077, .206]이 0을 포함하지 않으므로 총 간접효과는 유의적으로 나타났다.

환경동기가 기업지향성을 경유하는 특정간접효과 중 환경동기→혁신성→창업만족도 및 환경동기→위험감수성→창업만족도의 간접효과 크기가 각각 .038, .083이고 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.012, .071], [.035, .133]으로 나타났다. 이 구간들이 0을 포함하지 않으므로 혁신성과 위험감수성을 경유하는 특정간접효과가 유의적으로 나타났다. 반면에 환경동기→진취성→창업만족도의 간접효과크기가 -.016으로 나타났으나 95% Bootstrap 신뢰구간인 [-.043, .008]이 0을 포함하고 있으므로 환경동기→진취성→창업만족도 경로의 특정간접효과는 비유의적으로 나타났다. 또한 환경동기→창업의지→창업만족도 경로의 특정간접효과의 크기는 0.34이고 95% Bootstrap 신뢰구간이 [.011, .063]로 추론되어 유의적으로 나타났다.

직렬매개 형태의 경로 환경동기→혁신성→창업의지→창업만족도, 환경동기→진취성→창업의지→창업만족도, 환경동기→위험감수성→창업의지→창업만족도 중 환경동기→혁신성→창업의지→창업만족도의 특정간접효과만 95% Bootstrap 신뢰구간이 [.001, .016]로 나타나 유의적으로 나

Table 7 Effect of Environment Motivation

	Effect	Entrepreneurial satisfaction	
		95% LLCI	95% ULCI
Total effect of X on Y	.234	.148	.320
Direct effect of X on Y	.093	.001	.185
	Effect	95% BootL LCI	95% BootL LCI
Indirect effect of X on Y	.141	.077	.206
EM→IN→ES(Ind1)	.038	.012	.071
EM→PA→ES(Ind2)	-.016	-.043	.008
EM→RT→ES(Ind3)	.083	.035	.133
EM→EI→ES(Ind4)	.034	.011	.063
EM→IN→EI→ES(Ind5)	.008	.001	.016
EM→PA→EI→ES(Ind6)	.000	-.007	.006
EM→RT→EI→ES(Ind7)	-.006	-.018	.004
Ind1 - Ind3	-.045	-.102	.015
Ind1 - Ind4	.005	-.036	.045
Ind1 - Ind5	.031	.006	.061
Ind3 - Ind4	.050	-.007	.105
Ind3 - Ind5	.083	.035	.133
Ind4 - Ind5	.026	.006	.052

Note: LL = lower limit; UL = upper limit; CI = confidence interval; Boot = Bootstrapping. ES=entrepreneurial satisfaction, EI=entrepreneurial intention, PA=proactiveness, RT=risk taking, IN=innovativeness, EM=environment motives

타났고 간접효과 크기는 .016으로 나타났다. 이는 환경동기가 한 단위 커지면 혁신성과 위험감수성에 정(+)의 영향을 미치는 결과 창업만족도가 각각 [.038, .083] 만큼 커진다는 것을 의미한다.

다. 환경동기가 한 단위 증가하면 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳐 창업의지가 증가하고 이로 인해 창업만족도가 .034만큼 증가한다는 것을 의미한다. 또한 환경동기가 한 단위 커지면 혁신성이 증가되고 이는 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳐 창업만족도를 .08만큼 증가시킨다는 것을 의미한다.

유의적으로 나타난 특정간접효과들의 대응별 차이가 Table 7에 제시되어 있다. 간접효과들의 차이 값의 유의성 검정을 95% Bootstrap 신뢰구간 검정으로 실시하였다. 환경동기→혁신성→창업만족도 경로의 간접효과가 환경동기→혁신성→창업의지→창업만족도의 경로보다 .031만큼 크게 나타났다. 환경동기→위험감수성→창업만족도 경로의 간접효과가 환경동기→혁신성→창업의지→창업만족도의 경로보다 .083만큼 크게 나타났다. 환경동기→창업의지→창업만족도 경로의 간접효과가 환경동기→혁신성→창업의지→창업만족도의 경로보다 .026만큼 크게 나타났다. 이는 창업만족도를 증가시키려면 혁신성과 위험감수성을 강화해서 창업의지를 높이는 것보다는 혁신성과 위험감수성을 강화하거나 창업의지를 강화해야 한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H3-1, H3-3, H3-4 및 H3-5는 지지되었고 H3-2, H3-6 및 H3-7은 기각되었다.

### 5. 결론 및 한계

본 연구에서는 화장품 판매업자들의 창업 만족도를 분석하기 위해 창업동기, 기업가 지향성, 창업의지, 창업만족도 등으로 나타내는 다양한 변수를 이용하여 SPSS Win Ver 22.0과 PROCESS macro v3.0으로 창업 만족도를 분석하였다. 매개효과를 검정하기 위하여 병렬, 직렬 혼합 다중매개 모형인 Model 80을 이용하여 가설 검정 및 총 효과, 직접효과, 간접효과를 포함하는 효과분석을 하였다.

또한 변수들 가운데 기존의 만족도 부분은 대부분 정성적 차원에서 시도하였으나 아직 충분히 연구되지 못한 직렬, 병렬 혼합 다중매개 모형으로 연구하는 것이 본 연구의 주된 차별성으로

로 하였다. 연구 결과를 위해 창업동기 요인들을 창업만족도에 어떻게 검증할 것인가에 주안점을 두었으며 선행연구를 통한 연구 모형을 제시하고 제시한 연구모형을 바탕으로 가설을 설정하였다. 본 연구에 대한 실증분석은 창업동기와 기업가지향성, 창업의지가 창업만족도에 밀접한 관련성이 있음을 제시하였으며 다음과 같은 결론을 갖게 되었다.

첫째 창업에 대한 사전적 준비에서 창업동기 요인이 중요하며 창업동기와 창업만족도에서 어떤 요인을 갖고 창업을 할 것인가를 찾아냈으며 둘째 창업동기 중에 보상동기와 환경동기는 경로분석을 통해 창업만족도에 유의적인 정(+)의 영향을 나타내었으며 성취동기도 창업만족도에 부분적으로 유의적인 정(+)의 영향을 나타내었다. 셋째 창업동기와 창업만족도의 관계에서 기업가지향성과 창업의지가 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 매개분석에 따른 경로분석의 결과는 효과 크기에 따라 영향력의 크기를 변별할 수가 있어 심층적이고 다양한 해석이 가능하였다. 따라서 연구결과에 대한 시사점으로는 창업동기를 통해 창업만족도를 증가시키려면 창업의지보다 기업가지향성 중 혁신성과 위험감수성을 강화하는 것이 필요하며 창업의지를 통해 창업만족도를 높이려면 창업동기 중에 성취동기를 강화하는 것이 필요하다. 또한 환경동기를 통해 창업만족도를 높이려면 혁신성과 위험감수성을 강화하거나 창업의지를 강화하는 것이 필요하다 는 것을 알 수 있다.

본 연구가 갖고 있는 한계는 첫째 서울과 수도권 소재 화장품 창업자를 무작위로 표집하여 설문한 결과 본 연구결과와 일반화에 한계가 있는 것으로 분석되었다. 둘째 화장품 판매업의 특성상 여성만을 대상으로 진행하여 부족한 부분이 있었으며 마지막으로 화장품 판매점을 브랜드 샵, 종합 판매점으로 구분하지 않아 변수와의 관계가 적절히 반영되지 못하였다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 한계점을 보완하여 연구 검토할 필요가 있을 것이다.

## Reference

- [1] Robert D. Hisrich. and Michael P. Peters, "Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise," New York: Irwin. Inc, 1995.
- [2] Yoon, B. S., "Determinants of Entrepreneurial Intentions: Individual Characteristics and Environmental Factors," Journal of KOREAN Business Review, Vol. 17, No. 2, pp. 90, 2004.
- [3] Krueger, N. F. and Brazeal, D. V., "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs, Entrepreneurship : Theory and practice," Vol. 18, No. 3, pp. 91-104. 1994.
- [4] Greenberger, D. B. and Sexton, D. L. "An Interactive Model of New Venture Creation," Journal of Small Business Management, Vol. 26, No. 3, pp. 107-127, 1988.
- [5] Miller, D., "The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, Management Science," Vol. 29, No. 7, pp. 770-779, 1983.
- [6] Lumpkin, G. T. and Dess, G. G., "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance," Academy of Management Review, Vol. 21, No. 2, pp. 135-172, 1996.
- [7] Chang, D. S., and Lim, S. B., "A Study on the Relationships between EO (Entrepreneurial Orientation) and the Success of Venture Creation," Korea Journal of Business Administration, Vol. 18, No. 3, pp. 1121-1143, 2005.
- [8] Hahn, D. W., "Psychology of Human Motivation," Pakyoungsa, pp. 293, 2014.
- [9] Ajzen. I., "Attitude, Personality, and Behavior," Chicago, III: The Dorsey Press, 1988.
- [10] Shapero, A., The displaced, Uncomfortable Entrepreneur, psychology Today, Vol. 9, No. 6, pp. 83-88, 1975.
- [11] Shapero, A., and Sokol, L., "The Social

- Dimensions of Entrepreneurship,” In C. A. Kent, D. L. Sexton., and K. H. Vesper(eds.), Encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 72-90, 1982.
- [12] Bird, B., “Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intentions,” *Academy of Management Review*, Vol. 13, No. 3, pp. 442-454, 1988.
- [13] Boyd, N. G., and G. S. Vozikis, “The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions,” *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 18, No. 4, pp. 63-77, 1994.
- [14] Krueger, N. F., and Carsrud, A. L., “Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior,” *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 5, No. 3, pp. 315-330, 1993.
- [15] Oliver. Richard L., “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, No. 11, pp. 460-469, 1980.
- [16] Park, J. W., and Kim, Y. T, “A Study on the Educational Program Improvement of Graduate School of Entrepreneurial Management,” *Korea Journal of Business Administration*, Vol. 22, No. 4, pp. 1777-1801. 2009.
- [17] Lee, S. H., and Ha, K. S., “A Study on Factors Analysis of Customer Satisfaction for Skincare Shop by Using Kano Model,” *Proceeding of the KSIIS Annual Spring Conference 2015*, pp. 143-148, 2015.
- [18] Choi, M. Jin., and Lee. S. S., “The Impact of Coporate SNS Interactivity on Brand Loyalty,” *Proceeding of the KSIIS Annual Spring Conference 2015*, pp. 95-100, 2015.
- [19] Kim, M. S., “A Study on the Relationships among CEO’s Core Self-Evaluation, Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Performance,” *The Graduate school of Industrial and Entrepreneurial Consulting, Chung-Ang University, Master Thesis*, 2011.
- [20] Douglas, E. J., and Shepherd, D. A., “Entrepreneurship as a Utility Maximizing response,” *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, No. 3, pp. 231-251, 1999.
- [21] Bahn, S. S., Bae, G. W., and Jang, S. H., “The Effects of Individual Inventor’s Characteristics and Environmental Characteristics on Entrepreneurial Motivation and Intention,” *Korean Journal of Industrial Economy*, Vol. 26, No. 6, pp. 2655-2677, 2013.
- [22] Long, W. A., Tan, W. L. and Robinson, P. B., “The Relationship of Attitudes to Entrepreneurial Intentions,” *Frontiers of Entrepreneurship Research* available at : [www.babson.edu/entrep/fer/papers95/](http://www.babson.edu/entrep/fer/papers95/)
- [23] McClelland, D. C., “The Achieving Society,” Princeton : Van Nostrand, 1961.
- [24] Kang, J. H., and Yang, D. W., “A Study on Effect of the University Students Entrepreneurship on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention,” *Journal of KAIS*, Vol. 17, No. 1, 2016.
- [25] Lee, J. H., and Bian, G. X., “A Study on the Relationship between Entrepreneurial Orientations and Entrepreneurial Intentions of College Students,” *The Korean Society of Business Venturing*, Vol. 2011, No. 11, 2011.
- [26] Kwon, H., and Im, J. H., “A Study on the Effects of Entrepreneurial Orientation on Employment Possibilities and Business Startup,” *The Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 9 No. 4, pp. 894-910, 2018.
- [27] Kim, J. O., “A Study on the Factors Affecting Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Satisfaction of Young Entrepreneur,” *Graduate School of*

- Consulting Kumoh National Institute of Technology, Master's thesis, 2012.
- [28] Lee, S. H., and Ha, K. S., "A Study on the Influence of Entrepreneurship and Start-up Competency on Entrepreneurial Satisfaction," The Korean Society of Business Venturing, Vol. 10, No. 5, 2015.
- [29] Park, J. H., and Kim, Y. T., "An Empirical Study of Effect and Improvement of Entrepreneurship Education," Journal of Industrial Economics and Business, Vol. 22, No. 22, 2009.
- [30] Vroom, V. H., "Work and Motivation," NY : wiley, 1964.
- [31] Lee, J. H., "The Motivation for Establishing Start-ups and the Pressure of Failure in Effecting the will to Establish Business Start-ups : A Focus on the Moderating Effect of the Social Safety Network through International Comparison," The Graduate School of Keimyung University, Doctoral Dissertation, 2016.
- [32] Lee, B. G., "The Effect of Entrepreneurial Motivation on the Entrepreneurial Performance," The Graduate of School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2015.
- [33] McClelland, D. C., "The Achieving Society," NJ : Nostrand, 1961.
- [34] Yoon, B. J., "The Effect of Entrepreneurial Spirit and Motivation-Driven Entrepreneurship on Establishment of New Business by Undergraduate School," The Graduate of School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2011.
- [35] Jin, C. S., "A Comparative Study of the Entrepreneurial Intention between Korea and China", The Graduate of School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2010.
- [36] Yun, I. M., "A Study on the Effects of Youth Entrepreneurs' Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Performance: Focusing on Undergraduates," Graduate School of Industrial / Entrepreneurial Management, Chung-Ang University, Master Thesis, 2017.
- [37] Park, N. G., "The Influence of Entrepreneurial Supporting Policy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention : Considering the Moderating Effect of the Business. Failure Burden and the Self-Efficacy," The Graduate School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2014.
- [38] Miller, D., "The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firm," Management Science, Vol. 29, No. 7, pp. 770-791, 1983.
- [39] Jung, K. S., "Effect of Salespeople's Entrepreneurial Orientation on Sales Performance : Focused on the Mediating Roles of Psychological Process," Graduate School of Hanyang University, Doctoral Dissertation, 2016.
- [40] Park, K. H., "The Effects of Entrepreneurship of Small and Medium-Sized Business on Performance of Management," Graduate School of Mokwon University, Doctoral Dissertation, 2016.
- [41] Park, N. G., "The Influence of Entrepreneurial Supporting Policy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention : Considering the Moderating Effect of the Business. Failure Burden and the Self-Efficacy," The Graduate School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2014.
- [42] Won, H. S., "An Effect on Business Performance of S&M Business CEOs' Entrepreneurship: Focusing on the Mediation Social Capital," Graduate School

of Gachon University, Doctoral Dissertation, 2014.

[43] Lee, J. E., “The Effect of Individual Inventors’ Entrepreneurial Start-up Orientation and Market Orientation on Their Entrepreneurial Start-up Intention,” Graduate School of Hanbat National University, Master Thesis, 2015.

[44] Park, J. Y., “A Study on the Influence of Entrepreneurial Characteristics and Social Capital on Entrepreneurial Intentions : Focusing the Effects of Mentoring,” The Graduate School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2013.

[45] Bird, B., “Implementing Entrepreneurial Ideas : The Case for Intentions,” Academy of Management Review, Vol. 13, No. 3, pp. 442-454. 1988.

[46] Park, J. Y., “A Study on the Influence of Entrepreneurial Characteristics and Social Capital on Entrepreneurial Intentions : Focusing the Effects of Mentoring,” The Graduate School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2013.

[47] Yoon, B. J., “The Effect of Entrepreneurial Spirit and Motivation-Driven Entrepreneurship on Establishment of New Business by Undergraduate School,” The Graduate of School of Venture, Hoseo University, Doctoral Dissertation, 2011.

[48] Oliver, Richard L., “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions,” Journal of Marketing Research, Vol. 17(November), pp. 460-469, 1980.

[49] Lee, S. H., “A Study on the Influence of Entrepreneurship, Start-up Competency and Characteristics on Entrepreneurial Satisfaction: Focusing on the Moderating Effects of Flow Experience,” The Graduate School of Venture, Hoseo University,

Doctoral Dissertation, 2016.

[50] Kim, K. A., “A Study on Relations among Small Business Persons’ Psychological Characteristics, Entrepreneurial Satisfaction, and Entrepreneurial Recommendation Intention: Focusing on Entrepreneurs of Dessert Cafes,” Graduate School of Kyung Sung University, Doctoral Dissertation, 2016.

[51] Lee, H. S., “Marketing Research,” Publishing Jiphyunjae(3ed.), 2013.

### Appendix

변수의 정의와 측정도구

변수	변수정의	선행연구	문항
창업동기	보상동기 행동을 수행함으로써 앞으로 얻을 수 있는 긍정적인 성과	Vroom(1964), 이병권(2015), 이재호(2016)	5
	성취동기 성공을 추구하려는 개인의 포부나 끊임없는 노력의 경향성	McClelland(1961) 윤백중(2011), 김성순(2010)	5
	환경동기 창업에 영향을 줄 수 있는 환경적인 요소	윤인모(2017), 박남규(2014)	5
기업가지향성	혁신성 새로운 시장기회를 창출하기 위한 활동	Miller(1983) 정경식(2016), 박길호(2016)	5
	진취성 환경변화를 위한 모색과 새로운 기회를 포착하려는 성향	Miller(1983) 박남규(2014), 원혜경(2014)	5
	위험감수성 새로운 시장기회를 추구하려는 도전적인 행동	Miller(1983) 이정은(2015), 박지유(2013)	5
창업의지	창업의 가능성을 스스로 평가하는 것	Bird(1988), 박지유(2013), 윤백중(2011)	5
창업만족도	창업과정이나 결과에서 획득할 수 있을 것이라는 기대에 대한 개인의 주관적 감정	Oliver(1980), 이상화(2016), 김경애(2016)	5



변수		문항	선행연구	문항
창업 동기	보상 동기	1. 나는 창업선택에서 중요한 요소가 돈이다	Vroom(1964) 이재호(2016) 이병권(2015)	5
		2. 모든 일에는 항상 적당한 보상이 뒤따라야 한다		
		3. 나는 자유로운 업무활동을 원한다		
		4. 나는 직장생활보다 더 많은 금전적 보상을 받고 싶다		
		5. 내가 열심히 노력하면 높은 성과를 올릴 수 있다		
	성취 동기	1. 나는 독립된 나만의 사업을 하고 싶다	McClelland(1961) 윤백중(2011) 김성순(2010)	5
		2. 직장생활로는 자아실현이 어렵다		
		3. 창업이 직장보다 성취감을 더 높여준다		
		4. 나는 주변사람으로부터 인정을 받고 싶다		
		5. 나는 조직 구성원보다 리더가 되고 싶다		
	환경 동기	1. 창업에 대한 사회적 인식이 창업동기에 긍정적이다	윤인모(2017) 박남규(2014)	5
		2. 창업교육이 창업동기에 긍정적인 영향을 준다		
		3. 우리사회에는 성공한 롤 모델의 창업가가 있다		
		4. 인터넷, 방송, 정보매체가 창업동기에 긍정적이다		
		5. 정부지원정책이 창업동기에 긍정적인 영향을 준다		
기업가 지향성	혁신성	1. 나는 새로운 제품이나 서비스에 관심이 많은 편이다	Miller(1983) 정경식(2016) 박길호(2016)	5
		2. 나는 혁신을 위해 구성원 간 활발한 소통에 노력한다		
		3. 나는 혁신적이고 독창적인 아이디어를 적극 수용한다		
		4. 나는 신제품이나 서비스 출현시 빨리 사용하는 편이다		
		5. 나는 기회를 포착하는 혁신성과 창의성이 있다		
	진취성	1. 나는 무슨 일에 결심이나 결정하면 자신있게 실천한다	Miller(1983) 박남규(2014) 원혜경(2014)	5
		2. 나는 목표를 위해 적극적이고 능동적으로 행동한다		
		3. 나는 호기심이 많은 편이며 새로운 유행을 추구한다		
		4. 나는 나의 일에 있어서 최대한 자유롭고 자율적인 시간과 경력을 추구한다		
		5. 나는 실패에 대한 두려움이 비교적 적은 편이다		
	위험 감수성	1. 나는 새로운 도전에 대해 비교적 두려움 없이 행동한다	Miller(1983) 이정은(2015) 박지유(2013)	5
		2. 나는 사업의 수익을 위해서라면 어느 정도 위험을 감수한다		
		3. 나는 새로운 환경에 직면해도 불안하지 않게 극복하는 편이다		
		4. 나는 다소 위험하더라도 주어진 기회를 추구한다		
		5. 나는 불확실한 상황에서도 긍정적인 행동을 하는 편이다		
창업의지	1. 나는 창업을 위해 관련된 학습이나 계획을 준비할 수 있다	Bird(1988) 박지유(2013) 윤백중(2011)	5	
	2. 나는 나의 지식이나 경력을 살려서 창업을 하고 싶다			
	3. 나는 내가 관심이 있고 지속 가능한 분야에 창업하고 싶다			
	4. 나는 내가 좋아하고 잘하며 즐길 수 있는 일에 창업하고 싶다			
	5. 나는 창업을 해서 성공한 창업가가 되고 싶다			
창업만족도	1. 현재 창업이 비교적 독립적이며 자율적인 업무수행이 가능하다	Oliver(1980) 이상화(2016) 김경애(2016)	5	
	2. 나는 현재 창업에 대해 전반적으로 만족하고 있다			
	3. 나는 현재 일에 가치와 보람을 느끼고 있어 전반적으로 만족한다			
	4. 나는 함께 일하는 동료들과 친밀한 관계 유지에 만족한다			
	5. 나의 미래는 희망적이어서 만족해 하고 있다			



이 선 협 (Lee Sun Hyup)

- 정회원
- 1997년 7월 ~ 2013년 6월:  
커스탐코스메틱 대표
- 2013년 3월 ~ 2015년 2월:  
호서대학교 글로벌창업대학원  
졸업(경영학석사)
- 2015년 3월 ~ 2018년 2월: 호서대학교 벤처  
대학원 박사수료
- 2016년 6월 ~ 현재: Ingeus Korea(유) 전문위원
- 관심분야 : 창업, 벤처경영, 경영심리, TRIZ,  
Business Coaching



안 은 재 (An Eun Jae)

- 정회원
- 건국대학교 의상학과 가정학사
- 독일 트리어대학교 디자인II  
디자인석사
- 건국대학교 의류학과 의류학  
박사
- 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수