벤처창업연구 제14권 제1호 (통권61호)
Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship Vol.14 No1 pp.117-137

예비청년창업가의 창업동기가 창업기회역량에 미치는 영향: 창업효능감과 기업가지향성의 매개변수의 효과 중심으로

선량 (호서대학교 벤처대학원 박사과정)*
허철무 (호서대학교 벤처대학원 교수)**

국 문 요 약

청년창업에서는 기회의 발견이라는 개별적 상황이 매우 중요하다. 특정한 개인 창업가에게 발생한 기회와 또한 어떠한 과정을 통해서 인식되고 평가되고 있는지가 매우 중요하다. 기회형 창업 비중은 비중이 작아 창업교육에서 비중이 작게 책정되어 있는 창업기회 역량 개발의 필요성이 대두되고 있다. 특히 청년창업의 경우 기회형 창업이 절실한 실정이다. 이에 본 연구는 예비청년창업가 (19-39세)를 대상으로 창업효능감과 기업가지향성을 매개변수로 하여 창업동기가 창업기회역량에 미치는 영향에 관해 분석하였다. 창업정책과 교육은 청년창업사관학교 등의 제도를 통해 대부분 대학생과 청년층을 위주로 진행되고 있고, 또 이들을 대상으로 제도적 지원이 창업의지에 미치는 영향 등에 관한 연구는 활발히 진행되고 있는 반면, 청년창업가를 대상으로 한 창업동기가 복수의 매개변수가 포함된 모형에서 기회형 창업 추진에 필요한 창업기회역량에 미치는 영향에 관한 연구는 거의 없다시피 하다.

이에 본 연구는 예비청년창업가의 창업동기가 창업기회역량에 영향을 미치는지 알아보기 위해 주로 서울시 및 경기도에 거주하는 예비청년창업가들로부터 수집한 설문지 374부를 실증분석을 실시하였다. SPSS v22.0과 Process macro v3.0을 사용한 분석결과 첫째, 창업동기가 창업기회역량의 기회인식 및 기회평가에 미치는 영향이 모두 유의한 것으로 나타났다. 둘째, 창업동기가 창업효능감에 미치는 영향 또한 유의한 것으로 나타났다. 셋째, 창업효능감은 기업가지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 기업가지향성은 창업기회역량에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 창업동기와 창업기회인식 간에 매개변수인 기업가지향성을 경유할 때와 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 경유할 때 유의한 간접효과가 나타났으나 창업효능감을 경유할 때는 간접효과가 유의하지 않는 것으로 나타났다. 창업동기와 창업기회평가 간에는 모든 매개변수에 대해 유의한 간접효과가 있는 것으로 나타났다. 창업동기 유형에 따른 창업기회인식 배양을 위해서는 기업가정신에 대한 교육 강화와 창업기회평가 배양을 위해서는 창업효능감과 기업가정신에 대한 교육강화가 필요할 것으로 시사된다.

핵심주제어: 예비청년창업가, 창업동기, 창업효능감, 기업가지향성, 창업기회역량

Ⅰ. 서론

2017년 한국무역협회 통계에 따르면 청년층 대학 졸업자 중 78%는 취업을 준비한다고 한다. 그중 30%는 공무원 시험을 준비하고, 15%는 학업, 6%가 창업이다. 10명 중 8명이 취업을 준비하는데 그중 3명은 공무원 준비를 하고, 단지 0.6명의 사람만이 자신의 일을 만드는 것이다. 반면 중국은 다르다. 중국은 무려 40%. 10명 중 4명이나 되는 청년들이 창업을 한다. 중국의 청년창업 수치는 계속해서 상승세에 있다.

한국은 공무원을 준비하는 청년들이 늘어나고 있다. 청년들이 공무원을 꿈꾸는 이유는 대부분 '안정적인 삶'이다. 정부 또한 공무원 일자리를 대폭 증가시키고 있다. 청년들이 공무원을 꿈꾸는 지금 세태는 마치 조선 시대와 같은 과거로 돌아가는 것만 같은 느낌이다.

하지만, 사회의 상황은 이미 변하고 있다. 고령화와 저출산으로 인구감소는 계속되고 있다. 또, 4차 산업 혁명으로 인해 전체 직업군의 47%가 사라진다고도 한다. 취업을 준비해서 성공해도 그 직업이 사라질지도 모른다는 것이다.

취업하는 것만이 아니라 미래의 경제적인 능력도 갖춰놓아야 한다. 나이 들어서도 꾸준히 할 수 있는 일, 소모적인 능력 사용이 아니라 시간이 흐를수록 가치가 높아지는 일을 준비해야 한다. 그것은 바로 자신만의 브랜드를 갖는 창업이다.

창업은 이전에 없었던 새로운 일과 조직을 만들어내는 것이다. 창의적인 사업 아이디어에서 시작하여 시행착오를 겪으면서 지속적인 개선을 거쳐 사업기회를 만들어가는 과정이다. 창업 성공을 위해 예비창업자들은 본인의 능력을 비롯하여 인적, 물적 자원을 총동원하게 된다. 또 외부의 관계 및 지원

* 제1저자, 호서대학교 벤처대학원 박사과정, qlshsl555@gmail.com
** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 교수, cmheo@hoseo.ac.edu
· 투고일: 2019-01-09 · 수정일: 2019-02-16 · 게재확정일: 2019-02-19

까지 모든 것을 검토하여 최종적으로 창업 의사결정을 내린다(임아름, 2015). 하지만, 시장조사 등 사업 타당성분석을 철저히 수행했다 하더라도 실제 창업과정에서는 창업하기 전에는 생각하지 못했던 문제와 어려움을 마주하게 된다.

창업에 있어서는 사업기회 또는 창의적 아이디어 포착이 가장 중요하다. 창업기회를 발견하기 위해서는 사업기회를 어떻게 발현시키는지 그 방법을 알아야 한다. 기존의 기업에서의 사업기회 포착 및 발견에 대해서는 수많은 논의가 경영학에서 이루어져 왔다. 하지만, 안타깝게도 창업에 관해서는 이러한 연구가 이루어지지 못했다. 청년창업에서는 특히 기회의 발견이 매우 중요하다. 즉, 특정한 개인 창업가에게 발생한 기회와 이 기회가 어떤 과정 속에서 인식되고 평가되는지가 중요한 것이다. 그동안의 선행연구에서는 창업의지와 창업성과 및 기업성과 등에 집중되어 있다. 또한, 청년창업 관련 제도적 지원이 창업의지에 미치는 영향 등에 관한 연구도 활발히 진행되고 있다. 반면, 청년창업가의 창업동기가 기회형 창업 추진에 필요한 창업기회 역량에 미치는 영향에 관련한 연구는 거의 이루어지고 있지 않다.

창업기회역량 관련 국내의 선행연구에서 창업효능감은 기회인식과 기회역량 모두에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만, 창업교육은 기회인식 및 기회평가에 미치는 영향이 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 기회형 창업 지원을 위해서는 창업교육 프로그램의 개선이 필요하다 한다(최민정, 2016). 또한, 창업기회인식을 매개로 셀프리더십과 창업효능감 및 창업의지 간과 기업가지향성과 창업효능감 및 창업의지 간 영향을 검증해 봤는데, 직접효과보다 간접효과가 더 높게 나타났다. 이러한 연구결과를 바탕으로 대학 내 창업교육과정 중에서 창업기회인식 교육의 강화를 주장하기도 했다(강재학, 2016).

이에 본 연구는 청년창업가의 창업동기가 창업효능감, 기업가지향성 등의 복수 매개변수가 포함된 모형에서 창업기회역량, 즉 창업기회인식과 창업기회평가에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

Ⅱ. 선행연구 고찰

2.1 청년 창업가

청년에 대한 정의는 다양한 관점에서 다뤄지지만, 본 연구에서는 청년창업에 대한 기준을 창업을 희망하는 만19~39세 연령대의 사람들로 규정한다. 만19~39세로 규정한 이유는 현실적인 측면에서 시장에서 경제활동이 가능한 최소 연령을 만19세라 판단하였고, 상한 연령은 현행법상 만39세로 규정되어 있기 때문이다.

청년창업은 청년에 해당하는 연령과 창업이라는 노동의 상태가 결합된 것이다. 중소벤처기업부의 자료인 연령대별 신설법인 통계에 따르면 30세 미만의 청년창업 법인의 경우는 그 수가 계속해서 증가추세에는 있으나 전체 창업자 수에 비하면 극히 미미한 수준이다. 또한, 전체 신설법인 수에 비해서도 매우 적은 것을 보면 청년창업가가 감소하고 있다는 것을 보여주고 있다. 또한, 벤처기업의 20, 30대 CEO 비중이 2001년 전체의 56.2%를 차지한 것에 비하여 2008년에 11.8% 수준으로 상당 부분의 청년창업이 서비스업과 생계형 창업 중심으로 이루어져 있다(안태욱, 2017).

한국의 학생들은 창업 의지는 높으나 전공 지식과의 격차, 도전 정신과 회생 각오의 부족, 대학생 창업지원제도에 관한 정보 부족, 외적 환경에 대한 비우호적인 인식 등이 창업을 실행하는 데 있어 방해가 되고 있고, 무엇보다 창업가 마인드의 부족이 청년창업의 부진의 가장 큰 원인으로 지적되고 있다. 그다음으로는 창업 관련 지식 부족, 자신감 결여 및 가족들의 만류, 사회적 지원 및 인프라 부족 등이 거론되고 있다.(이신모, 2006). 이와 같이 여러 가지 이유로 창업이 청년층에게 기피의 대상이 되었지만, 국가 경제의 악화로 인해 취업난이 심각해지면서 취업의 대안으로서 창업을 선택하는 비중이 늘어나고 있으며 또한 창의적이고 신선한 아이템을 통해 본인의 비전을 실현하기 위해서도 창업을 선택하는 경우가 늘고 있는 추세이다.

2.2 창업동기

창업동기는 창업의지에 직접적인 영향을 미치는데 창업의지와 기업가 정신 간의 상관관계를 분석하기 위해서 창업동기를 파악하는 것은 매우 중요하다. 창업을 활성화시키기 위해서는 잠재적 창업가의 결정과 실천이 뒷받침되어야 하는데, 창업에 대한 의사결정이 실천으로 이어지기 위해서는 창업에 대한 의지와 창업에 대한 긍정적인 태도가 중요한 역할을 하게 된다(반성식 외, 2013). 창업을 활성화하고 기업가정신을 북돋우기 위해서는 창업동기를 파악하는 것이 중요하다. 따라서 창업동기를 파악함으로써 기업가정신을 자극할 수 있고 아울러 창업의욕을 불러일으킬 수 있는 것이다. 또한 창업동기는 창업 성공 여부뿐만 아니라 창업기업의 특성이나 성공에 중요한 영향을 미치는 요인으로 인식되므로 창업동기의 파악은 창업연구에 있어 무엇보다 중요하다(윤남수, 2012)

창업동기에 관한 연구는 다양하게 행해져 왔는데, 반성식 외(2013)의 연구에서 창업자의 개인적 특성인 위험감수성과 혁신성 그리고 사업환경이 창업동기의 선행변수가 되며 창업동기가 창업의지에 정(+)의 영향으로 작용하는 것으로 파악하였다. 윤남수(2012)는 창업의지라는 종속변수에 기업가 정신과 창업동기가 독립변수로서 유효한 인과관계를 맺는다고 하였고, 창업동기의 구성요인을 창업교육, 인적네트워크 및 사회적 인식, 성취욕구로 구분하여 창업의지와 창업동기 간 기업가정신의 매개효과를 검증하였다. 특히, 우리 사회에 만연되어 있는 기업 또는 기업가에 대한 부정적 인식이 창업 분위기 조성에 있어 부정적인 영향을 미친다고 하였다.

또한, 김경희·김진영(2011)의 연구에 따르면 예비 서비스창업자를 대상으로 한 온라인교육에서 참여 동기에 따라 학습프로그램에 대한 기업가정신이 다르게 발현될 것을 가정하여, 창업자의 동기요인이 기업가정신(기술중심적 사고, 시장중심적 사고, 혁신적 사고, 경영관리적 사고)에 미치는 영향에 대해 분석한 결과 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 이러한 선행연구를 모두 종합해 볼 때, 창업 관련 동기요인이 기업가정신의 발현에 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

창업가들은 대부분 돈, 권력, 사회적 위치와 같은 외적인 성과에 의해 동기가 부여된다고 한다. 개인이 창업가적인 행동에 사로잡히게 되는 원인은 혁명이 아닌 자극으로부터 비롯된다. 창업가들은 자극을 통해 창업의지를 갖게 되며, 바로 행동으로 이어지는데 이는 본질적 동기와 과거의 내적 및 외적 보상 때문이다(Carsrud & Brannback, 2011). 그들은 외적으로 한번도 이러한 도전에 성공한 적이 없기 때문에 내적인 이유를 집요하게 고집하게 될 것이다. 그들은 실패할 가능성을 성공할 것이라는 믿음으로 버티고 인지적 불협화를 최소화시킬 것이다. 또한 외적인 동기부여와 보상 등은 사회적 위치 및 권력, 그리고 돈이나 주식 등의 그 밖의 보상으로 이루어진다(Carsrud et al., 2009).

시장조사 전문기업인 마크로밀엠브레인의 트렌드모니터(trendmonitor.co.kr)가 자영업자를 제외한 전국의 만 19~54세 성인남녀 중 천 명을 대상으로 실시한 '창업 관련 인식조사(2018.2월)'의 결과에서 창업 고려 중에 느끼는 만족감 (43%), 금전적 이유 (37%), 능동적 삶 (35%), 성취감 (33%) 등이 응답 중 높은 비중을 차지하는 것으로 나와 창업동기에 있어 이러한 항목 등이 중요한 요인이 되고 있음을 알 수 있었다.

2.2.1 기회동기

기회를 인식한 사람들은 고용인으로부터 더 많은 옵션과 혜택이 주어짐에도 불구하고 창업가가 되기도 한다(Reynolds et al., 2002). 그들은 기회를 알아보고 실천으로 옮긴다. 기회감염성의 창업가는 공적인 성공을 달성하기 위한 기회가 때로는 경제적인 것이 아니라고 믿기도 한다. 기회감염성의 창업가들은 새로운 것을 얻거나 성공시키기 위해 동기부여가 주어지고 다른 창업가들은 어떠한 것들이 살아남아야 하는 이유가 설명되었을 때 동기가 주어진다(Carsrud & Brannback, 2011: 강순빈, 2012에서 재인용).

2.2.2 성취동기

창업가에게는 목적달성을 위해 성취성 동기부여 같은 것이 존재한다. 목적의 중요성과 그 영향은 동기부여 연구에서 더욱 집중 받게 되었다(Locke & Latham, 2004).

Perwin(2003)은 목표는 사람들을 여러 가지 면에서 종종 의도와 행동을 이어주는 역할을 한다. 사실, 목표와 동기를 바꾸는 것은 사람들에게 있어 뒤바뀌는 상황이나 만일의 사태를 대비하기 위한 것이다(Perwin, 2003). 또한 Nuttin(1984)의 일관된 주장은 두 가지 동기부여의 맥락과 관련된 모형을 구별하였는데 어떤 사람이 특정한 목표를 밀고 나아갈 때는 최종적인 동기부여를 지니고 있으며, 그들이 무언가 간접적으로 하여금 최종적인 목표로 다가서는 데 중요한 역할을 하게 된다.

기본적으로 누구나 자신이 원하고 필요한 것들을 성취하기 위해 주어지는 동기부여와 같은 것들을 창업가들 또한 지니고 있다. 하지만 창업가들은 이러한 동기부여를 다른 방식으로 사용하는데 이는 단순히 이루어 내려는 것보다 이를 통해 새로운 모험을 하려는 것이다(Carsrud & Brannback, 2011: 강순빈, 2012에서 재인용).

2.2.3 독립동기

창업자의 창업동기 가운데 대표적인 요인으로서 독립동기를 지적할 수 있다. Reynolds et al.(2002)는 창업가들의 필수 요소는 실패를 방지하려는 것이라 한다. 가장 중심적 동기부여는 돈과 가족을 도우려는 것이다. 몇몇 창업가들이 크게 성장하지 못하는 이유 중 하나는 그들이 기다림에 지쳐 굶어 죽게 될까 두려워서인 경우도 있다. 실패는 죽음을 뜻하거나 필요치 않은 위험요소를 의미하기도 한다. 이것은 Scheinberg & MacMillan(1988)이 11개 국가의 창업동기 요인에 관한 연구를 통해 밝힌 요인 가운데 5번째 동기 요인에 해당하며 이러한 연구결과는 영국의 중소벤처기업의 창업동기를 연구한 Birley & Westhead(1994) 연구에서도 일관성 있게 지지되었다. 이때 독립 욕구란 누구의 지시를 받기보다는 자신이 독자적으로 자기 일과 생활을 수행하고자 하는 욕구를 의미한다.

2.3 창업효능감

창업자기효능감 (entrepreneurial self-efficacy)은 창업에 대한 창업자의 자신감을 포괄하는 의미로 즉, 자기효능감을 창업 관련 연구에 적용한 것으로 창업자가 목표달성을 위해 필요한 행동을 성공적으로 해낼 수 있다는 창업능력에 대한 확신을 의미하는 것이다. Bird(1988)는 자기효능감이 높을수록 창업 의도도 높게 나타난다는 연구결과를 바탕으로 자기효능감을 창업 의도에 있어 매우 중요한 변수로 보았다.

Schunk(1991)는 주어진 문제를 해결할 수 있다는 자신감이라고 주장하였다. 자기효능감이 높으면 어려운 환경에서도 새로운 기회를 찾을 수 있다는 자신에 대한 강한 믿음으로 기회인식도 더 자주 일어나서 창업 의도에도 긍정적인 영향으로 작용할 것으로 주장하였다. 이 연구결과에 의하면 높은 자기효능감은 기회인식의 증가를 가져오고, 위협인식은 감소시키는 것으로 나타났다(Krueger & Dickson, 1994: 김상수, 2017에서 재인용).

자기효능감이 높은 사람들은 자신들의 운명은 스스로 통제할 수 있고, 자신들의 행동이 외부의 사건이나 힘에 의해 기

인하는 것이 아니라 자신들의 능력에 따른다고 믿는다. 하지만 자기효능감이 낮은 사람은 자신의 운명이 다른 사람들이나 운과 같은 것에 의해 통제된다고 믿는다(Gibb, 2006).

이러한 자기효능감은 실제로 특정 과업에서 개인의 성과를 예측하는 대표적인 변수로서 입증되었다. 같은 능력을 갖추고 있다 하더라도 자기효능감에 따라 그 성과가 달라진다. 같은 업무에 있어서도 자기효능감이 높은 사람들이 더 높은 성취욕을 발휘하고 지속적으로 행동한다. 또한 높은 목표를 계획하고 적절한 전략을 세우며, 어떠한 상황이라도 극복할 수 있다는 믿음을 버리지 않는다. 또한 부정적인 피드백을 긍정적으로 바꾸어 자신의 성장을 위해 밑거름으로 활용한다. 이와 같은 자기효능감의 특성들이 창업과정에서 매우 중요 역할을 담당하는 것이다(Shane, et al., 2003).

우리나라에서 선행된 창업효능감에 대한 연구를 살펴보면, 대학생의 셀프리더십과 기업가지향성이 창업효능감과 창업의지에 부분적으로 영향을 미치고, 창업기회인식이 창업효능감에 영향을 미친다는 것이 입증되었다(강재학, 2016) 또한 창업자기효능감은 대학교육지원과 제도적 지원에 영향을 받고, 창업의지에는 영향을 미치는 것으로 입증되었다(안승권, 2016). 고용가능성은 자기효능감에 영향을 미치고, 자기효능감은 창업 의도에 영향을 미친다는 것이 입증되었고(채연희, 2016), 창업효능감은 기업가지향성에 영향을 미치는 것으로 입증되었다(박성호, 2017). 또한, 대학창업교육에서 창업가정신과 자기효능감이 진로준비에 영향을 미치는 것으로 입증되었다(안태욱, 2017).

2.4 기업가지향성

기업가지향성은 기업가정신과 혼용되기도 하는 매우 추상적인 개념으로 국가 경제발전을 주도해 온 원동력이라는 점에서는 모든 학자가 동의하지만, 그 개념의 정의에 있어서는 다양한 견해가 존재하고 있다.

Drucker(1985)는 기업가지향성을 '위험을 감수하며 포착한 기회를 사업화하려는 도전과 모험의 정신'이라면서 '기업가지향성만이 경제를 지속적으로 발전시킬 수 있는 핵심적 요소'라고 주장하였다. 선행된 기업가지향성에 관한 연구는 대상기업의 신생 여부에 따라 '신사업에 대한 창업과 성장발전에 관한 연구'와 '성장한 기업의 경쟁 우위를 계속해서 유지하려는 방안에 대한 연구'로 진행되는 경우(박남규, 2015)와 개인 차원의 기업가지향성과 기업 및 조직 차원의 기업가지향성으로 분리하여 살피는 연구가 있다(오상훈, 2013: 김상수, 2017에서 재인용). 개인 차원에서의 기업가지향성은 경제적 기회를 포착하는 기업가적 행위를 의미하는데 즉 새로운 사업을 추진하는데 있어 위험을 부담하고 어려운 환경을 극복해나가면서 기업을 키우려고 노력하는 뚜렷한 의지라고 볼 수 있다.

조직 차원에서의 기업가지향성 구성요소에 관해서도 많은 연구가 이루어져 왔는데 대체로 Covin & Slevin(1989)이 제시한 혁신성, 진취성, 그리고 위험감수성 이 세 가지 요소로 기업가지향성을 파악하고 있다.

Miller(1983)는 기업가지향성을 세 가지 요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 자원을 재분배하거나 재결합하는 활동이라고 하였다(윤백중, 2012).

기업가지향성은 불확실한 시장 상황에서 현재를 명확하게 진단하여 미래를 예측하여 위험을 무릅쓰고 기회를 포착함으로써 새로운 가치를 창출하는 의지와 행위로 보았고(박상용, 2003), 위험부담은 존재하지만, 그에 견줄만한 경제적 보상을 기대하며 고객을 위해 새로운 것을 만들어 가는 과정으로 사업을 일으켜 세우는 창업자의 행동 특성으로 정의했다(윤백중, 2012). 또한, 기업가지향성을 지속적으로 변화를 추구하고 고객의 요구에 맞는 제품과 서비스를 제공할 기회를 파악하여 과감한 전략수립을 위해 추진할 행동개념으로 정의했다(이승현, 2014). 마지막으로, 제한된 자원을 가지고 위험을 감수하면서 혁신적인 방식을 동원해 새로운 가치를 창출하는 진취적인 기업가적 마인드로 정의하기도 했다(강재학·하규수, 2015).

2.5 창업기회역량

이제까지 연구에서 창업에 영향을 미치는 요소로는 창업가의 특성, 가치, 인지유형, 정서적 상태 등이 있는 것으로 밝혀졌다. 하지만, 어떤 창업역량이 성공적인 창업에 영향을 미치는지는 아직 명확하게 규정되지 않았다(Morris, et al., 2013: 김상수, 2017에서 재인용). 또 어떤 역량이 창업에 필요한지 선별하기 어렵다. 이는 대부분의 선행연구들이 사업수행에 필요한 경영기술과 창업역량을 구분하지 못했기 때문이다. 특히, 대다수의 선행연구에서는 창업에서도 자금조달, 생산, 마케팅과 같은 경영역량들을 강조하였다(Barringer & Ireland, 2011). 그러나 이는 창업에 필요한 역량들을 대변할 수 없다. 특히, 기회 인식 및 평가 능력은 창업 성공에 중요한 역량이지만, 일반 경영역량에서는 중요하게 생각하지는 않는다(Morris et al., 2013: 김상수, 2017에서 재인용).

Morris et al.(2013)이 제시한 창업역량은 창업역량 연구에서 제일 많이 인용된다. 이는 다른 선행연구들과 비교해서 창업 관련 설명이 가장 잘 되어있어서 의미가 크다. Morris et al.(2013)은 13가지의 창업역량을 제안했다. 기회인식 및 평가, 위기관리와 완화, 강력한 비전 제시, 끈기, 인내, 창의성 및 창의적 문제 해결, 게릴라 기술, 리소스 레버리징, 집중과 적응, 회복력, 가치의 창조, 자기효능감, 네트워크 구축과 활용이 그것이다. 창업연구에 있어서 가장 중요한 것 중 하나는 기회 인식 및 개발의 과정이라 여기고 있고, 또한, 기회 인식과 함께 인식한 기회를 활용하는 것이 창업의 핵심이라 보고 있다. 동시에 창업과 경영을 구분하는 가장 확실한 개념으로 정의한다(Morris et al., 2013). 이러한 연구 결과를 바탕으로 하여 본 연구에서는 창업기회역량을 기회인식과 기회평가를

대상으로 한다.

일반적으로 창업의지, 창업성과, 그리고, 기업성과에 대부분의 연구가 집중되어 있다. 하지만, 청년창업의 경우 특히 기회포착이 더 중요하므로 본 연구에서는 창업동기가 창업기회역량에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

2.5.1 기회인식

창업기회역량 중 기회인식은 창업 행동에서 핵심 개념이며, 창업의 첫 번째 과정이다. 자원을 창의적으로 조합하고, 시장의 요구를 충족시키기 위해 가치를 창출해내는 가능성을 기회라 한다. 최초 포착된 기회는 단순한 개념에 불과하다. 하지만, 평가과정을 포함하여 지속인 개발과정을 거쳐 기회는 더 발전되어 변화한다. 기회 인식과 더불어 기회평가도 함께 이루어진다. 기회평가는 처음에는 특정한 형식이나 방법 또는 절차 없이 자유롭게 조사를 진행한다. 하지만, 점점 시간이 흐르면서 제품 및 서비스 타당성 분석을 함으로써 그 경제적 가치를 구체적으로 평가하게 된다. 또한, 기회인식과 기회평가는 단 한 차례만으로 끝나지 않고 지속하여 순환하고 반복함으로써 최선의 산출물이 도출 때까지 되풀이하여 시행한다(Ardichvili, et al., 2003).

선행연구에서 주로 언급되고 있는 기회인식은 세 가지의 프로세스를 포함한다. 첫째는 시장의 요구를 파악하거나, 미사용 자원을 알아내는 것이다. 두 번째는 특정한 시장의 요구와 구체화한 자원 간의 합성을 발견하는 것이다. 세 번째는 지금까지는 별개로 인식되었던 요구와 자원 간의 새로운 적합성을 비즈니스로 만들어내는 것이다(Ardichvili et al., 2003: 김상수, 2017에서 재인용).

2.5.2 기회평가

기회가 인식될 때 기회평가도 함께 수행된다. 이 기회평가에는 특정한 형식이 없다. 또, 가끔은 비논리적일 때도 있다. 창업을 원하는 개인들은 시장의 요구나 자원들을 특정한 방법이나 절차에 구애받지 않고 자유롭게 조사한다. 이런 조사는 시장의 요구나 자원을 더 조사할 필요가 없을 것이라는 판단이 들거나, 또 계획에 입각하여 제대로 된 조사를 해야겠다는 판단이 들 때까지 지속한다. 이후 조사가 지속되면서 기회평가는 점차 형식을 갖추게 된다. 자원이 제품 또는 서비스 등의 개발에 해당되는 경우, 타당성 분석이라는 첫 번째 기회평가를 하게 되고 이러한 타당성 분석을 통해 개인은 개발된 자원의 조합 즉, 도출된 제품 또는 서비스가 구체적으로 명시된 가치를 제공하는지를 판단한다. 그리고나서 이것을 수용할지 폐기할지를 결정하는 과정을 반복한다(Ardichvili et al., 2003).

창업기회역량 관련 국내의 선행연구에서 창업효능감은 기회인식과 기회역량 모두에 정(+)의 영향을 미친다. 하지만, 소상공인을 위한 창업교육은 기회인식 및 기회평가에 미치는 영향이 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 기회형 창업지원을 위해서는 창업교육 프로그램의 개선이 필요하다 한다(최민정, 2016). 그리고 창업기회인식을 매개로 셀프리더십과 창업효능감 및 창업의지 간과 기업가지향성과 창업효능감 및 창업의지 간 영향을 검증해 봤는데, 직접효과보다 간접효과가 더 높게 나타났다. 이러한 연구결과를 바탕으로 대학 내 창업교육과정 중에서 창업기회인식 교육의 강화를 주장하기도 한다(강재학, 2016).

2.6 변수 간의 관계

2.6.1 창업동기와 창업효능감 간의 관계

양재장·남중헌(2015)은 외식 창업교육 수료자를 대상으로 창업 동기와 창업교육 만족도가 창업 준비와 자기효능감을 거쳐 외식 창업 의도에 미치는 영향을 검증하여, 예비창업자의 창업 동기와 창업교육만족도가 창업 의도에 미치는 역할을 밝히고자 하였다. 연구 결과, 창업 동기와 창업교육 만족도는 창업 준비와 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 또한, 궁극적으로 창업 준비와 자기효능감이 외식 창업 의도에 영향을 주는 변수란 점을 파악할 수 있었다.

창업 동기는 창업 준비에 큰 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 또 창업 동기는 자기효능감에도 영향을 미치는 것으로 파악됐다. 이런 연구 결과는 이예진·이기학(2010)과 윤지영·이은정(2013)의 연구와 그 결과와 동일하다.

자기효능감은 또한 창업 준비에 미치는 영향이 있는 것으로 밝혀졌다. 또한, 자기효능감과 창업 준비는 창업 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 창업 준비와 자기효능감은 창업 의도에 영향을 미친다. 또한, 자기효능감은 창업 의도에 미치는 영향력이 다른 변수에 비해 상대적으로 큰 것으로 파악되었다.

2.6.2 창업효능감과 기업가지향성 간의 관계

기업가지향성과 창업 효능감과의 관계 관련 연구는 최근 국내외적으로도 주목받기 시작했다. 국내연구에서는 대부분 기업가지향성과 창업효능감의 관계 연구에 있어서 창업효능감의 매개효과를 중심으로 연구가 이루어지고 있다(양준환, 2015). 반면, 해외연구에서는 기업가지향성과 창업효능감의 관계에서 창업효능감을 종속변수라 두고 기업가지향성이 창업효능감에 유의한 영향을 미치고 있다는 연구결과가 대부분이다(Shinnar, et al., 2014; Maritz, & Brown, 2013).

Shinnar, et al.,(2014)는 기업가지향성 개요수업 참여 학생들을 대상으로 학기 초와 학기 말에 조사하였다. 남학생들은 기업가지향성 교육으로 인해 창업효능감이 유의하게 증가한다는 것을 확인할 수 있었다. Maritz, & Brown(2013)은 50명의 응답자를 대상으로 종단연구를 실시하였다. 그 결과 기업가지향성교육이 창업효능감에 유의한 영향을 미친다는 것을 밝혀내었다. 반면, 기업가지향성과 창업효능감의 관계에 있어서 창업효능감이 기업가지향성에 미치는 영향에 관한 연구는 많지 않다. 박인 외(2017)는 잠재적 창업자인 학생들에게 기업

가지향성과 창업의지를 불러일으킬 방법을 모색하려 하였다. 대전 지역 학생 349명을 대상으로 자료를 실증 분석하였는데 이를 통해 밝혀진 결과는 다음과 같다.

첫째, 창업효능감이 기업가지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자기 능력에 대한 신뢰가 높고 자기 주도적인 사람일수록 일상생활 속에서 창의적인 아이디어를 찾으려고 노력한다. 또한, 과거나 전통을 탈피하여 항상 새로운 것을 추구하거나, 상황이 불확실하더라도 용기 있게 행동한다고 결론을 내린 것이다. 둘째, 기업가지향성이 창업의지에 정(+)의 영향을 미치는 것을 밝혀냈다. 과거나 전통에서 벗어나서 상황이 불확실하더라도 용기를 갖고 끊임없이 도전하는 사람은 창업에 대한 부정적인 시각에 신경 쓰지 않고 창업에 긍정적으로 생각하고 있음을 보여주고 있다. 셋째, 기업가지향성이 창업효능감과 창업의지 간 관계에서 매개효과를 가지는 것으로 확인되었다. 이는 자기효능감이 높으면 기업가지향성이 높아지고 결과적으로 창업의지가 높아지는 것을 의미한다. 따라서 기업가지향성이나 창업의지를 향상시키기 위해서는, 또는 창업을 장려하기 위해서는 기업가지향성 및 창업 관련 교육 뿐 아니라 셀프리더십 및 자기효능감 향상을 위한 체계적인 교육프로그램을 추가로 시도할 필요가 있다고 주장하였다.

2.6.3 기업가지향성과 창업기회역량 간의 관계

김현목(2013)은 1인 창조기업가에게 꼭 필요한 기업가지향성이 창업기회 인식과 성취 욕구에 미치는 영향을 실증하고자 하였다. 또한, 창업기회 인식 및 성취욕구가 창업의지에 미치는 영향 또한 규명하고자 하였다. 그 결과, 혁신성, 진취성, 위험감수성 등의 기업가지향성은 창업기회인식과 성취 욕구에 있어 정(+)의 영향을 미치는 것을 밝혀내었다.

강재학(2016)은 대학생에 대한 창업교육에서 그 비중이 적은 창업기회인식의 매개효과에 관하여 연구하였다. 대학의 창업교육에서 창업기회인식 교육을 강화하는 것이 필요하다는 것을 검증하는 것이었다. 그 결과, 셀프리더십과 창업효능감 및 창업의지 간, 기업가지향성과 창업효능감 및 창업의지 간의 창업기회인식의 매개효과가 모두 입증되었다. 또, 창업기회인식을 매개로 한 간접효과가 직접효과에 비해 더 높다는 것을 밝혀내었다. 또한, 이러한 연구결과를 통해 대학의 창업교육에서 창업기회인식 교육을 강화하는 것이 필요하다는 것을 입증하였다.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구가설

본 연구는 창업기회역량에 기여하는 구성요인 파악 후 요인들 간 관계 분석에 그 목적이 있다. 창업기회역량에 미치는 요인을 창업동기, 창업효능감, 기업가지향성으로 구분하였다.

창업만족도에 영향 미치는 요인들 간 관계에 관한 선행연구로는 창업동기가 창업효능감에 미치는 영향 관련 연구를 비롯해 창업효능감과 기업가지향성과의 관계와 기업가지향성이 창업기회역량에 미치는 영향 관련 선행연구를 조사하였다.

창업동기의 하위변수는 기회동기, 성취동기 및 독립동기로 구분하였고 창업기회역량의 하위변수는 기회인식과 기회평가로 설정하였다.

본 연구에서는 앞서 언급한 선행연구를 기반으로 창업동기를 독립변수로 창업효능감을 제1매개변수로 기업가지향성을 제2매개변수로 창업기회역량을 종속변수로 하는 매개변수가 다중인 직렬다중매개모형을 기반으로 하였으며, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

즉 매개효과 검정을 위해 독립변수가 종속변수에 미치는 총효과, 독립변수가 제1매개변수에 미치는 영향, 독립변수가 통제된 상황에서 제1매개변수가 제2매개변수에 미치는 영향, 독립변수와 제1매개변수가 통제된 상황에서 제2매개변수가 종속변수에 미치는 영향, 독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 미치는 간접효과를 검정하기 위한 가설을 설정하였다.

3.1.1 인과관계

가설 1: 창업동기는 창업기회역량에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 1-1: 기회동기는 기회인식에 부(-)의 영향이 있을 것이다.

가설 1-2: 성취동기는 기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 1-3: 독립동기는 기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 1-4: 기회동기는 기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 1-5: 성취동기는 기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 1-6: 독립동기는 기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 2: 창업동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 2-1: 기회동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 2-2: 성취동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 2-3: 독립동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 3: 창업효능감은 창업동기와 독립적으로 기업가지향성에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 4: 기업가지향성은 창업동기 및 창업효능감과 독립적

으로 창업기회역량에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 4-1: 기업가지향성은 창업동기 및 창업효능감과 독립적으로 창업기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

가설 4-2: 기업가지향성은 창업동기 및 창업효능감과 독립적으로 창업기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.

3.1.2 간접효과

가설 5: 기회동기와 창업기회역량 간에 간접효과가 있을 것이다.

가설 5-1: 기회동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 5-2: 기회동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 5-3: 기회동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 5-4: 기회동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 5-5: 기회동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 5-6: 기회동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 성취동기와 창업기회역량 간에 간접효과가 있을 것이다.

가설 6-1: 성취동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 6-2: 성취동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 6-3: 성취동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 6-4: 성취동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 6-5: 성취동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 6-6: 성취동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 7: 독립동기와 창업기회역량 간에 간접효과가 있을 것이다.

가설 7-1: 독립동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 7-2: 독립동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 7-3: 독립동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

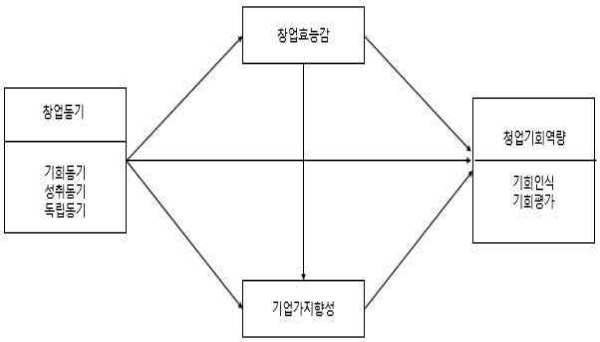
가설 7-4: 독립동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 7-5: 독립동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 7-6: 독립동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구모형

창업동기 (기회동기, 성취동기, 독립동기)를 독립변수로 창업기회역량 (창업기회인식, 창업기회평가)를 종속변수로 창업효능감을 제1매개변수로 기업가지향성을 제2매개변수로 하는 직렬다중매개모형을 기반으로 창업동기가 창업기회역량에 직접적 영향을 미치는지 여부와 창업효능감과 기업가지향성이 창업동기와 창업기회역량 간 관계에 간접적 영향을 미치는지 알아보기 위해 <Figure 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.



<Figure 1> 연구 모형

3.3 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 주로 서울시 및 경기도 일원에 거주하는 창업 계획이 있는 예비청년창업가 (19세 이상-39세 미만)를 조사대상으로 선정하였다. 설문조사방법은 Naver Office를 이용하여 SNS 서비스를 통해 온라인 조사를 실시하였다. 사전조사를 분석한 결과 나타난 문제점들을 수정·보완한 후 본 조사에 사용될 최종 질문지를 확정하였다. 설문조사는 30일간 (2018. 10. 01.~ 2018. 10. 30)실시하였다. 전체 450부를 배부하여 총 412부를 수집하였으며 이중 결측값이 있거나 불성실한 응답 38부를 제외한 374부를 자료 분석에 사용하였다.

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS Win Ver.22.0와 PROCESS macro v3.0을 이용하여 통계처리를 하였다. SPSS를 이용하여 조사대상의 배경변수별 특성을 파악하기 위해 빈도분석 (frequency analysis)을 실시하였고, 측정도구의 정확성을 파악하기 위한 타당도를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였고 측정변수의 일관성을 파악하기 위해 Cronbach's α계수를 이용한 신뢰도분석 (reliability analysis)을 실시하였다.

창업동기가 창업효능감과/또는 기업가지향성을 경유하여 창업기회역량에 미치는 영향 분석을 위해 PROCESS macro의 직렬다중매개모형인 Model6를 이용하여 추정한 간접효과, 직접

효과, 그리고 총효과를 검정하였다. 간접효과의 유의성은 Bootstrap 신뢰구간 검정을 이용하였고 경로 간 특정 간접효과 차이의 유의성을 검정하였다.

3.4 변수의 조작적 정의와 측정도구

변수의 조작적 정의는 가설을 구성하고 있는 각 변수들의 주요 개념이 추상적일 경우 이를 측정이 가능하게 그 내용이나 방법을 구체적으로 정의하여 표현하는 것으로 본 연구에서는 선행연구들을 기반으로 정리하였다. 연구대상의 인구통계학적 특성에는 선행연구에서 주로 사용된 성, 연령, 학력, 직업, 직장경력, 창업경력 등을 세부항목으로 선정하였다. 인구통계학적 특성 문항을 제외한 모든 변수들의 문항들을 Likert의 5점 척도로 측정하였다.

3.4.1 창업동기

창업동기는 창업 행동을 일으키게 하는 계기로서 창업의지에 직접적인 영향을 미친다. 특히, 기업가정신과 창업의지 간의 상관관계 분석을 위해서 창업 이유나 동기를 파악하는 것이 무엇보다 중요하다. 창업동기의 하위 변수로 기회동기, 성취동기, 독립동기를 채택하였다.

기회를 인식한 사람들은 고용인으로부터 더 많은 혜택이 주어짐에도 불구하고 창업가가 되기도 하며, 그들은 기회를 알아보고 실천으로 옮기게 되는데 이를 기회동기라 한다.

성취동기는 창업가들이 원하고 필요한 것들을 성취하기 위해 주어지는 동기부여와 같은 것들을 말한다. 창업가들은 이러한 동기부여를 다른 방식으로 사용하는데 이는 단순히 이루어 내려는 것보다 이를 통해 새로운 모험을 하려는 것이기도 하다. 마지막으로, 독립동기는 누구의 지시를 받기보다는 자신이 독자적으로 자기 일과 생활을 수행하고자 하는 욕구를 의미한다.

3.4.2 창업기회역량

창업기회역량의 하위변수 중 기회인식은 창업 행동의 핵심으로서 창업과정의 첫 번째 과정이다. 여기서 기회란 자원을 창의적으로 조합하여 시장의 요구를 충족시키기 위한 가치를 만들어내는 가능성을 의미한다.

처음 인식된 기회는 단순한 개념에 불과하다. 하지만, 평가과정을 포함한 지속 개발과정을 통해 좀 더 발전된 양상으로 변화한다. 기회가 인식되면 기회평가도 동시에 이루어지는데, 처음에는 특정한 형식, 절차나 방법이 없이 자유롭게 조사를 하지만 시간이 지나면서 제품 또는 서비스에 대한 타당성 분석을 통해 경제적 가치가 있는지 구체적으로 평가하게 된다.

이때 기회인식과 평가는 단 한 차례 과정만으로 끝나지 않는다. 순환적이고 반복적이며 최선의 결과물이 도출될 때까지 되풀이한다.

3.4.3 창업효능감과 기업가지향성

창업효능감 (entrepreneurial self-efficacy)은 보편적으로 창업에 대한 창업자의 자신감을 포괄하는 의미이다. 구체적으로는 자기효능감을 창업 관련 연구에 적용한 개념으로서 창업자가 목표를 달성하는 데 필요한 행동을 성공적으로 해낼 수 있을 것이라는 창업능력에 대한 확신이라고 생각할 수 있다.

또 다른 매개변수인 기업가지향성은 기업가정신과 혼용으로 사용된다. 기업가지향성은 매우 추상적인 개념으로 그 개념의 정의에 대해서 다양한 견해가 존재하고 있지만, 국가 경제발전을 주도해 온 원동력이라는 점에서는 모든 학자가 동의하고 있다.

3.4.4 측정도구

측정도구의 구성 및 출처는 <Table 1>과 같다.

<Table 1> 측정도구

구성 개념	하위 변수	문항 수	출처
창업동기	기회동기	5	Carsrud et al.(2009), Carsrud & Brannback(2011), 윤남수(2012), 하규수·윤백중(2011), 오상훈·하규수(2013), 반성식 외(2013)
	성취동기	5	
	독립동기	5	
창업효능감		5	Gibb(2006), Shane, et la.,(2003), 강재학(2016), 박성호(2017), 안태욱(2017)
기업가지향성		8	Covin & Slevin(1989), 윤백중(2012), 이승현(2014), 강재학·하규수(2015)
창업기회역량	기회인식	5	Ardichvili, et al.,(2003), Morris et al.(2013), 최민정(2016), 강재학(2016), 김상수(2017)
	기회평가	5	

3.5 조사대상자의 배경변수별 특성

본 연구에서 조사대상자 374명의 인구통계학적 변수별 특성 파악을 위하해 성별, 연령, 학력, 전공, 결혼 여부, 가족 형태, 직업, 월평균 소득, 직장경력 등의 변수로 구분하여 빈도분석을 하였고 그 결과는 <Table 2>에 제시되어 있다.

성별 분포에서는 남자가 92.9% (310명)로 여자 17.1% (64명)보다 많았다. 연령별로는 35~39세가 27.3% (102명), 30~35세 미만이 27.0% (101명), 25~30세 미만이 26.2% (98명), 19~25세 미만이 19.5% (73명)의 순으로 분포되어 있고 비교적 각 연령층이 고르게 분포된 것으로 나타났다.

학력은 대학졸업이 61.8% (231명), 대학원 이상이 16.0% (60명), 고졸이하가 12.0% (45명), 전문대 졸업이 10.2% (38명)의 분포로 나타나 대졸 이상이 80%에 이르는 것으로 나타났다.

전공은 공학 계열이 24.6% (92명), 경영·경제학 계열이 23.8% (89명), 기타 15.8% (59명), 자연과학이 11.8% (44명),

예·체능 계열이 8.6% (32명), 의·치·약학 계열 (2.8%; 13명)의 순으로 나타났다. 결혼여부는 미혼 73.8% (276명), 기혼 26.2% (98명)으로 조사대상자의 대부분이 미혼으로 나타났다. 가족형태는 4명 (34%; 127명), 3명 (28.1%; 105명) 1인 (16.8%; 63명), 2명 (13.9%; 52명), 5명 이상 (7.2%; 27명)의 순으로 나타났다. 직업은 사무직 40.6% (152명), 학생 19.0% (71명), 주부 13.9% (52명), 전문직 11.5% (43명), 판매서비스와 생산직이 각각 6.1% (23명), 기타 2.7% (10명)의 형태로 분포하고 있다.

월평균 소득은 400만 원 이상~600만 원 미만 28.2% (109명), 200만 원 이상~400만 원 미만 40.6% (152명), 400만 원 이상~600만 원 미만 24.3% (91명), 200만 원 미만 19.3% (72명), 그리고 600만 원 이상이 15.8% (59명)의 순으로 나타났다.

직장경력은 5년 미만이 37.7% (141명), 5~10년 미만이 25.4% (95명), 미보유가 24.1% (90명), 10~15년 미만이 11.5% (43명), 15년 이상이 1.3%(5명)로 나타났다.

<Table 2> 응답자의 배경변수별 특성

구분		N	%
성별	①남성	310	82.9
	②여성	64	17.1
연령	①19~25세 미만	73	19.5
	②25~30세 미만	98	26.2
	③30~35세 미만	101	27.0
	④35~39세	102	27.3
학력	①고졸이하	45	12.0
	②전문대 졸업	38	10.2
	③대학 졸업	231	61.8
	④대학원 이상	60	16.0
전공	①경영·경제학	89	23.8
	②공학	92	24.6
	③자연과학	44	11.8
	④예·체능 계열	32	8.6
	⑤의·치·약학 계열	13	3.5
	⑥기타	59	15.8
결혼 상태	①미혼	276	73.8
	②기혼	98	26.2
가족형태	①1인 가구	63	16.8
	②2명	52	13.9
	③3명	105	28.1
	④4명	127	34.0
	⑤5명 이상	27	7.2
직업	①사무직	152	40.6
	②판매서비스	23	6.1
	③생산직	23	6.1
	④전문직	43	11.5
	⑤학생	71	19.0
	⑥주부	52	13.9
	⑦기타	10	2.7
월평균 소득	①200만원 미만	72	19.3
	②200~400만원 미만	152	40.6
	③400~600만원 미만	91	24.3
	④600만원 이상	59	15.8
직장경력	①5년 미만	141	37.7
	②5~10년 미만	95	25.4
	③10~15년 미만	43	11.5
	④15년 이상	5	1.3
	⑤없다	90	24.1

3.6 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서는 측정도구가 연구하고자 하는 개념을 적절하게 측정하였는가에 대한 검증을 위해 요인분석을 실시함으로써 측정도구의 타당도를 분석하였다. 요인분석과 관련하여 요인추출방법으로 카이저규칙 (Kaiser Rule)을 사용한 요인 수 결정방법은 고유값이 1.0 이상인 요인들의 수를 기준으로 결정하는 것이다. 또한 주성분 요인분석방법을 주로 사용한다.

본 연구에서도 요인분석을 수행하기 위해서 주성분 분석 방법을 활용하여 측정하려는 변수들의 구성요인을 추출하였고, Varimax 직각회전방식을 활용하여 요인의 구조를 단순화시켜 변수에 대한 해석을 쉽게 하도록 하였다. 요인추출방법은 고유치가 1이상이고 요인적재량은 0.5이상을 충족하여야 하고, 공통성은 0.5를 충족시키는 기준을 삼았다.

또한 Kaiser-Meyer-Olkim (KMO)검정을 진행하였는데 이는 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는지 검정해보기 위한 것이다.

본 연구에서 사용한 모든 척도의 KMO 값이 0.9이상(0.940)으로 매우 양호하게 나타났다. 이에 요인분석에 필요한 변수들의 선정에는 문제가 없는 것으로 판단되었다. 그리고 이와 함께, Bartlett-구형성 검정에서 P=0.000<0.05으로 나타났다.

따라서 선정된 변수들로 행하는 요인분석의 사용 또한 적합하다고 판단되었다. 척도의 타당도 검증을 위해 실시한 요인분석 결과는 <Table 3>과 같다. 요인 중 아이겐 값(고유치)이 1보다 큰 요인이 7개 추출되었고, 요인모델의 총 설명변량은 67.818%로 나타났다. 요인에 속한 변수들의 평균값을 요인 값으로 하여 이를 가설검증에 사용하였다. 신뢰도 검증은 측정도구의 측정오류를 방지하기 위해 실시한다. 본 연구에서는 신뢰도 분석에서 일반적으로 사용하는 내적일관성법을 사용하여 검증하였다.

본 연구에서는 신뢰도 추정 방법으로 Cronbach's α를 사용하였다. Cronbach's α 계수의 값은 $0 \leq \alpha \leq 1$의 값을 갖는다. 일반적으로 Cronbach's α 계수 값이 0.6 이상일 경우 비교적 신뢰도가 높은 것으로 판단하고 있다. 본 연구에서는 <Table 3>와 같이 모든 변수의 Cronbach's α 계수가 0.6으로서 신뢰도가 높게 나타났고 볼 수 있다.

<Table 3> 요인분석과 신뢰도 분석

	요인						
	창업효능감	기회평가	기업가지향성	독립동기	기회인식	기회동기	성취동기
창업효능감_4	.809	.226	.088	.101	-.008	.134	.093
창업효능감_5	.795	.119	.102	.168	.076	.158	.114
창업효능감_2	.761	.264	.152	.088	.067	.142	.032
창업효능감_1	.712	.242	.190	-.029	.018	-.014	.042
창업효능감_3	.657	.081	.292	.222	.243	.075	.098
기회평가_4	.323	.732	.149	.129	-.013	.185	.148
기회평가_2	.234	.723	.255	.249	.045	.121	.092
기회평가_3	.323	.712	.134	.162	.001	.207	.145
기회평가_1	.159	.702	.128	.044	.265	.132	.222
기회평가_5	.172	.533	.338	.224	.217	.201	.119
기업가지향성2	.067	.096	.752	.206	.257	.042	-.015
기업가지향성4	.200	.224	.691	.235	.263	-.054	.023
기업가지향성3	.288	.158	.685	.150	.158	.165	.178
기업가지향성8	.337	.335	.546	.147	.085	.188	.192
기업가지향성7	.326	.242	.533	.101	.282	.086	.239
기업가지향성5	.133	.176	.525	.068	.217	.052	.470
독립동기_4	.154	.072	.178	.725	.165	.120	.220
독립동기_3	.077	.175	.255	.685	.217	.126	.234
독립동기_5	.150	.209	.140	.642	.138	.262	.049
독립동기_2	.124	.364	.193	.572	.002	.384	.183
기회인식_5	.097	.125	.211	.116	.838	.080	.094
기회인식_6	.211	.139	.254	.133	.766	.116	.072
기회인식_4	-.054	-.005	.239	.178	.758	-.114	.101
기회동기_6	.168	.153	.044	.213	-.102	.770	.086
기회동기_1	.007	.127	.086	.179	.128	.743	.156
기회동기_5	.220	.229	.055	.106	.044	.719	.146
성취동기_1	.014	.182	.212	.115	-.012	.214	.752
성취동기_4	.179	.229	-.040	.254	.150	.101	.684
성취동기_5	.165	.092	.198	.405	.200	.215	.564
고유값	3.748	3.262	3.186	2.537	2.532	2.338	2.064
분산의 %	12.923	11.248	10.985	8.749	8.732	8.064	7.118
누적율(%)	12.923	24.171	35.156	43.905	52.637	60.700	67.818
신뢰도	0.873	0.870	0.863	0.810	0.669	0.749	0.723
KMO 측도=0.940 Bartlett 단위행렬 검정 χ^2= 5804.747, 자유도=406, 유의확률=0.000							

Ⅳ. 분석 결과

4.1 상관관계

변수 간 관계를 파악할 수 있는 대표적인 기법이 상관관계 분석이다. 상관계수를 통해서 변수들 간의 선형관계 정도를 파악할 수 있게 해준다. 상관계수의 범위는 -1.0과 1.0 사이의 범위이다. 일반적으로 ±.81~±1.0 범위이면 상관관계크기가 매우 크고 ±.61~±.80 이면 크기가 강한 것으로 판단한다. 또 ±.41~±.60 이면 어느 정도의 상관관계가 있고 ±.21~±.40 이면 상관관계가 약하고 ±.00~±.20 이면 상관관계가 없는 것으로 판단한다. 특히 ±.81~±1.0 범위의 경우 다중공선성이 존재한다 판단하기 때문에 주의해야 한다. 변수들 간의 상관계수가 <Table 4>에 제시되어 있는데 다중공선성이 존재할 수 있는 가능성이 있는 ±.81~±1.0 범위에 해당되는 상관계수가 없는 것으로 나타났다. 모든 변수 간의 관계는 정(+)의 선형관계가 있는 것으로 나타났다.

<Table 4> 상관관계

	기회동기	성취동기	독립동기	창업효능감	기업가지향성	기회인식	기회평가
기회동기	1						
성취동기	.476***	1					
독립동기	.552***	.613***	1				
창업효능감	.372***	.371***	.436***	1			
기업가지향성	.343***	.528***	.594***	.564***	1		
기회인식	.160**	.353***	.425***	.290***	.587***	1	
기회평가	.508***	.533***	.596***	.603***	.637***	.348***	1

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

4.2 가설 검정

창업동기가 창업기회역량에 미치는 영향 추론을 위해 창업동기 (기회동기, 성취동기, 독립동기)를 독립변수로, 창업기회역량 (기회인식, 기회평가)을 종속변수로 설정해서 회귀분석을 실시하였다.

또한 독립변수 간의 관계인 다중공선성을 확인하기 위해 분산팽창계수(VIF)를 확인한 결과 10보다 작으므로 (1.444 이하)

다중공선성은 존재하지 않은 것으로 나타났다.

SPSS는 회귀계수 산출시 양측검증의 p값을 제시한다. 연구의 가설이 방향성 가설인 경우 단측검정을 실시하여야 한다. 단측검정의 p값은 양측검증의 p값의 1/2이다. 본 연구에서 설정된 가설은 모두 방향성 가설이므로 SPSS에서 산출된 p값의 1/2을 사용하여 가설을 검정하기로 한다.

매개효과를 검정하기 위해 Andrew의 PROCESS macro를 이용하여 총효과, 직접효과, 간접효과를 포함한 효과 분석을 실시하였다. 간접효과의 통계적 유의성 검정을 위하여 10,000회 반복의 Bootstrap 표본들에 관한 편의수정 95%. Bootstrap 신뢰구간을 사용하였다. 이 분석에서 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으면 간접효과가 유의적이라고 결론 내린다. 또한 특정 간접효과 간에 통계적으로 차이가 나는지를 검정하기 위해 Bootstrap 신뢰구간을 이용하여 특정간접효과들의 대응별 비교를 실시하였다.

4.2.1 창업동기가 창업기회역량에 미치는 영향

창업동기가 창업기회인식에 미치는 영향(총효과)은 <Table 5>에서와 같이 유의적으로 나타났다 (기회동기; B=.-127, p=.006), (성취동기; B=.174, p=.002), (독립동기; B=.395, p=.000). 창업동기는 창업기회인식의 총 분산을 20.8% 설명하고 있다(F=32.394, R^2=.208). 성취동기와 독립동기가 커질수록 창업기회인식은 증가하니 기회동기가 커질수록 창업기회인식은 감소한다는 것을 의미한다. 창업동기가 기회에서 비롯된 경우에는 상대적으로 기회인식에 대한 영향은 줄어드는 것으로 시사된다. 그러므로 가설 1-1, 1-2, 그리고 1-3은 채택되었다.

창업동기가 창업기회평가에 미치는 영향(총효과)은 <Table 4>에서와 같이 유의적으로 나타났다 (기회동기; B=.352, p=.000), (성취동기; B=.194, p=.014), (독립동기; B=.221, p=.000). 창업동가는 창업기회평가의 총 분산을 43.0% 설명하고 있다(F= 93.144, R^2=.430). 이는 기회동기, 성취동기 및 독립동기가 커질수록 창업기회평가가 증가한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 1-4, 1-5, 1-6은 채택되었다.

<Table 5> 창업기회역량에 대한 창업동기의 영향

	기회인식		기회평가	
	B	*t*	*B*	*t*
(상수)	2.266	13.105***	.642	4.254***
기회동기	-.127	-2.529**	.352	6.386***
성취동기	.174	2.993**	.194	4.440***
독립동기	.395	6.251***	.221	4.365***
R^2	.208		.430	
F	32.394***		93.144***	

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

4.2.2 창업동기가 창업효능감에 미치는 영향

창업동기 (기회동기, 성취동기, 독립동기)를 독립변수로 창업효능감을 종속변수로 설정하고 다중회귀분석을 실시하였다. <Table 6>에 결과가 제시되어 있다.

창업효능감에 창업동기가 미치는 영향은 기회동기 (B=.148, p=.002), 성취동기 (B=.131, p=.014), 독립동기 (B=.274, p=.000) 모두 창업효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2.1, 2.2 및 2.3은 채택되었다. 창업동기는 창업효능감의 총 분산을 22.5% 설명하고 있다(F=35.854, R^2=.225). 이는 기회동기, 성취동기 및 독립동기가 커질수록 창업효능감이 증가한다는 것을 의미한다.

<Table 6> 창업동기가 창업효능감에 미치는 영향

	창업효능감	
	B	*t*
(상수)	1.278	7.259***
기회동기	.148	2.905**
성취동기	.274	4.260***
독립동기	.131	2.210*
R^2	.225	
F	35.854***	

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

4.2.3 창업효능감이 기업가지향성에 미치는 영향

창업효능감이 창업동기와 독립적으로 기업가지향성에 미치는 영향 추론을 위해 창업동기와 창업효능감을 독립변수로 기업가지향성을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과가 <Table 7>에 제시되어 있다.

독립변수인 창업동기와는 독립적으로 창업효능감은 기업가지향성에 유의한 영향 (B=.315, p=.000)을 미치는 것으로 나타났다. 이는 창업효능감이 증가하면 기업가지향성이 증가한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

<Table 7> 창업효능감이 기업가지향성에 미치는 영향

	기업가지향성	
	B	*t*
(상수)	1.045	7.921***
기회동기	-.072	-1.980*
성취동기	.193	4..626***
독립동기	.314	6.790***
창업효능감	.315	8.650***.
R^2	.498	
F	91.736***	

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

4.2.4 기업가지향성이 창업기회역량에 미치는 영향

기업가지향성이 창업동기 및 창업효능감과 독립적으로 창업기회역량에 미치는 영향을 추론하기 위해 창업동기와 창업효능감 및 기업가지향성을 독립변수로 창업기회력량의 하위변수인 기회인식과 기회역량 각각을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과가 <Table 8>에 제시되어 있다.

독립변수인 창업동기 및 창업효능감과는 독립적으로 기업가지향성은 기회인식에 유의한 영향 (B=.599, p=.000)을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기업가지향성이 증가하면 기회인식이 증가한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 4-1은 채택되었다.

독립변수인 창업동기 및 창업효능감과는 독립적으로 기업가지향성은 기회평가에 유의한 영향 (B=.316, p=.000)을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기업가지향성이 증가하면 기회평가가

증가한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 4-2는 채택되었다.

<Table 8> 기업가지향성이 창업기회역량에 미치는 영향

	기회인식		기회평가	
	B	*t*	*B*	*t*
(상수)	1.472	8.2114***	-.169	-1.125
기회동기	-.103	-2.258*	.161	4.196***
성취동기	.041	.760	.111	3.071**
독립동기	.171	2.780*	.150	2.454**
창업효능감	-.058	-1.159	.278	6.577***
기업가지향성	.599	9.167***	.316	5.746***
R^2	.367		.578	
F	42.616***		100.897***	

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

4.2.5 효과분석

독립변수가 종속변수에 미치는 영향인 총효과와 매개변수가 통제된 상황에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향인 직접효과의 통계적 유의성 검정을 위하여 95%의 신뢰구간 검정을 사용하였다. 간접효과의 통계적 유의성을 검정하기 위하여 10,000개의 Bootstrap 표본으로 설정하고 편의수정 95%. Bootstrap 신뢰구간을 사용하였다. 각 경로의 간접효과인 특정간접효과와 이들 특정간접효과의 합인 총간접효과를 검정하였다. 이 분석에서 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으면 검정이 유의적이라고 결론 내린다.

총 간접효과는 매개변수들을 경유하여 독립변수의 차이가 종속변수의 차이에 미치는 효과를 계량화 한 것이다. 총 간접효과가 유의하다는 것은 매개변수들이 나타내는 하나 혹은 그 이상의 매개변수들의 매커니즘을 통하여 독립변수가 종속변수에 간접적으로 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이와 같이 총 간접효과는 특정간접효과의 합계이다. 또한 Bootstrap 신뢰구간을 이용하여 특정 간접효과들의 대응별 비교를 통해 특정 간접효과 간에 통계적으로 차이가 나는지를 검정하였다

4.2.5.1 기회동기

<Table 9>에 제시되어 있는 바와 같이 기회동기가 기회인식에 미치는 총효과와 직접효과는 각각 -.127과 -.103이고 신뢰구간 [-.225, -.028], [-.193, -.013]이 0을 미포함하므로 음의 총효과와 직접효과가 유의적으로 나타났다. 기회동기가 창업효능감과(또는) 기업가지향성을 경유하여 기회인식에 미치는 특정간접효과의 합인 총간접효과의 크기는 -.024으로 나타났으나 95% Bootstrap 신뢰구간이 0을 포함하고 있으므로 음의 총간접효과는 유의하지 않는 것으로 나타났다.

기회동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하는 세 개의 경로가 존재한다. 즉 기회동기→창업효능감→기회인식, 기회동기→기업가지향성→기회인식, 기회동기→창업효능감→기업가지향성→기회인식의 특정간접효과를 검정해야 한다. 기회동기→창업효능감→기회인식의 특정간접효과(Ind1)는 -.009로 나타났으나 Bootstrap 신뢰구간 [-.029, .007]이 0을 포함하고 있으므로 비유의적이라고 판단한다.

기회동기→기업가지향성→기회인식 (Ind2), 기회동기→창업효능감→기업가지향성→기회인식 (Ind3)의 특정간접효과 크기가 각각 -.043, .028로 나타났고, 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [-.092, -.001], [.007 .052]로 나타났다. 이 구간들이 0을 미포함하므로 이들 특정간접효과들은 유의적이다. 기회동기의 경우 하나 또는 그 이상의 특정간접효과가 유의적임에도 불구하고 총 간접효과가 유의하지 않는 것으로 나타났다. 그 이유는 매개효과가 나타나지 않는 매개변수들이 모델에 투입되었기 때문이다. 이로 인해 총 간접효과의 추정치의 표본분산을 증가시켜 추론 검정 결과 총 간접효과가 유의하지 않는 것으로 나타났기 때문이다. 이는 한 단위 더 큰 기회동기가 음(-.072I)의 기업가지향성을 가져오고 한 단위 더 큰 기업가지향성이 양(.599)의 기회인식 증가를 가져와 -.043 (-.072x.599)의 간접효과가 나타나 기업가지향성이 투입되어 직접효과가 총효과보다 커지는 억제효과가 나타났다. 기업가지향성은 이 경우 억제변수가 된다. 기업동기가 한 단위 증가하면 창업효능감이 .148만큼 증가하고 이로 인해 기업가지향성이 .315만큼 증가하여 기회인식을 .599만큼 증가시켜 기회동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 ,028 만큼 기회인식이 크다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H5-2와 H5-3은 채택되고 가설 H5-1은 기각되었다. 특정간접효과들의 대응별 차이가 <Table 9>에 제시되어 있다. 간접효과들의 차이값의 유의성 검정을 위해 95% 신뢰구간으로 Bootstrap 검정을 실시하였다.

C2 (Ind1-Ind3)와 C3 (Ind2-Ind3)가 유의적으로 나타났지만 Ind2와 Ind3만 유의적으로 나타나 C2는 무의미하다. Ind3가 Ind2보다 .071만큼 유의하게 더 크게 나타났다. 이는 기업가지향성만을 경유하는 것보다 창업효능감과 기업가지향성을 경유하는 효과가 크다는 것을 의미한다. 즉 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하면 기회동기가 기회인식에 미치는 영향이 강화된다는 것을 의미한다. 기회동기가 기회평가에 미치는 총효과와 직접효과는 각각 .194와 .161이며 신뢰구간 [.108, .281], [.086, .237]이 0을 미포함하므로 양의 총효과와 직접효과가 유의적으로 나타났다. 기회동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하여 기회평가에 미치는 특정간접효과의 합인 총간접효과의 크기는 .033으로 나타났으나 95% Bootstrap 신뢰구간 [-.014, .084]이 0을 포함하고 있으므로 양의 총간접효과는 유의하지 않는 것으로 나타났다. 기회동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하는 세 개의 경로가 존재한다. 즉 기회동기→창업효능감→기회평가 (Ind1), 기회동기→기업가지향성→기회평가(Ind2), 기회동기→창업효능감→기업가지향성→기회평가(Ind3)의 특정간접효과를 검정해야 한다. Ind1 (기회동기→창업효능감→기회평가), Ind2 (기회동기→기업가지향성→기회평가), Ind3 (기회동기→창업효능감→기업가지향성→기회평가)의 특정간접효과 크기가 각각 .041, -.023. 015로 나타났고, 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.011, .076], [-.048. -.001], [.003, .030]로 나타났다. 이 구간들이 0을 미포함하므로 이들 특정간접효과들은 유의적이다.

이 경우 하나 또는 그 이상의 특정간접효과가 유의적으로

나타났음에도 불구하고 총 간접효과가 유의하지 않는 것으로 나타났다. 그 이유는 매개효과가 나타나지 않는 매개변수들이 모델이 투입되어 총 간접효과의 추정치의 표본분산을 증가시켜 추론 검정 결과 총 간접효과가 유의하지 않는 것으로 나타났기 때문이다. 이는 한 단위 더 큰 기회동기 수준이 더 큰 창업효능감을 가져와 기회동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .041만큼 기회평가가 크다는 것을 의미한다. 기회동기가 한 단위 증가하면 기업가지향성의 감소를 가져와 기회동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 ,023만큼 기회평가가 작다는 것을 의미한다. 또한 한 단위 더 큰 기회동기 수준이 더 큰 창업효능감과 기업가지향성을 가져와 기회동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .016만큼 기회평가가 크다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H5-4, H5-5 및 H5-6은 채택되었다.

특정간접효과들의 대응별 차이가 <Table 9>에 제시되어 있다. 간접효과들의 차이값의 유의성 검정을 위해 95% 신뢰구간으로 Bootstrap 검정을 실시하였다. C1 (Ind1-Ind2)과 C2 (Ind1-Ind3)가 유의적으로 나타났다. Ind1이 Ind2보다 .064마큼 크게 유의하게 나타났고 Ind1이 Ind3보다 .026만큼 유의하게 더 크게 나타났다. 이는 기업가지향성보다 창업효능감을 경유하는 효과가 크고 창업효능감과 기업가지향성을 경유하는 것보다 창업효능감만을 경유하는 효과가 크다는 것을 의미한다. 즉 기업가지향성을 강화하거나 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하는 것보다 창업효능감을 강화하면 기회동기가 기회평가에 미치는 영향이 강화된다는 것을 의미한다.

<Table 9> 기회인식과 기회평가에 대한 기회동기의 효과

기회인식			
	효과	95% LLCI	95% ULCI
총효과	-.127	..225	-.028
직접효과	-.103	-.193	-.013
	효과	95% BootLLCI	95% BootLLCI
총간접효과	-.024	-.075	.022
기회동기→창업효능감(Ind1)	-.009	-.029	.007
기회동기→기업가지향성(Ind2)	-.043	-.092	-.001
기회동기→창업효능감→기업가지향성(ind3)	.028	.007	.052
C1=Ind1-Ind2	.034	-.013	.083
C2=Ind1-Ind3	-.037	-.075	-.008
C3=Ind2-Ind3((*)	-.071	-.128	-.023
기회평가			
	효과	95% LLCI	95% ULCI
총효과	.194	.108	.281
직접효과	.161	.086	.237
	효과	95% BootLLCI	95% BootLLCI
총간접효과	.033	-.014	.084
기회동기→창업효능감(Ind1)	.041	.011	.076
기회동기→기업가지향성(Ind2)	-.023	-.048	-.001
기회동기→창업효능감→기업가지향성(ind3)	.015	.003	.030
C1=Ind1-Ind2((*)	.064	.025	.105
C2=Ind1-Ind3((*)	.026	.005	.055
C3=Ind2-Ind3	-.037	-.070	-.011

주) LL=lower limit; UL=upper limit; CI=confidence interval; Boot=Bootstrapping.

4.2.5.2 성취동기

<Table 10>에 제시되어 있는 바와 같이 성취동기가 기회인식에 미치는 총효과와 직접효과는 각각 .174와 .041이고 총효과의 신뢰구간 [.060, .288], [-.193, -.013]이 0을 미포함하므로 양의 총효과는 유의적으로 나타났고 직접효과의 신뢰구간 [-.065, .147]이 0을 포함하므로 직접효과는 유의하지 않는 것으로 나타났다. 성취동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하여 기회인식에 미치는 특정간접효과의 합인 총간접효과의 크기는 .133으로 나타났으며 95% Bootstrap 신뢰구간 [.071, .200]이 0을 미포함하므로 양의 총간접효과는 유의적으로 나타났다. 성취동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하는 세 개의 경로가 존재한다. 즉 기회동기→창업효능감→기회인식, 기회동기→기업가지향성→기회인식, 기회동기→창업효능감→기업가지향성→기회인식의 특정간접효과를 검정해야 한다. 기회동기→창업효능감→기회인식의 특정간접효과(Ind1)는 -.008로 나타났으나 Bootstrap 신뢰구간 [-.027, .006]이 0을 포함하고 있으므로 비유의적이라고 결론내린다. 성취동기→기업가지향성→기회인식 (Ind2), 성취동기→창업효능감→기업가지향성→기회인식 (Ind3)의 특정간접효과 크기가 각각 .116, .025로 나타났고, 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.056, .183], [.003 .050]로 나타났다. 이 구간들이 0을 미포함하므로 이들 특정간접효과들은 유의적이다. 이는 한 단위 더 큰 성취동기 수준이 더 큰 기업가지향성을 가져와 성취동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .116만큼 기회인식이 크다는 것을 의미한다. 또한 한 단위 더 큰 성취동기 수준이 더 큰 창업효능감과 기업가지향성을 가져와 기회동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .025만큼 기회인식이 크다는 것을 의미한다. 따라서 가설 6-2와 6-3은 채택되었고 가설 6-1은 기각되었다. 특정간접효과들의 대응별 차이가 <Table 10>에 제시되어 있다. 간접효과 차이들의 Bootstrap 신뢰구간이 모두 0을 포함하지 않으므로 대응별 차이는 모두 유의적으로 나타났으나 유의하지 않는 것으로 나타난 Ind1이 포함된 비교는 의미가 없으므로 C3 (Ind2-Ind3)만 의미가 있다. Ind2가 Ind3보다 .091만큼 유의하게 더 크게 나타났다. 이는 창업효능감과 기업가지향성을 경유하는 것보다 기업가지향성만을 경유하는 효과가 크다는 것을 의미한다. 즉 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하는 것보다 기업가지향성을 강화하면 성취동기가 기회인식에 미치는 영향이 강화된다는 것을 의미한다. 성취동기가 기회평가에 미치는 총효과와 직접효과는 각각 .221과 .111이며 신뢰구간 [.122, .321], [.022, .200]이 0을 미포함하므로 양의 총효과와 직접효과가 유의적으로 나타났다. 성취동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하여 기회평가에 미치는 특정간접효과의 합인 총간접효과의 크기는 .110으로 나타났고 95% Bootstrap 신뢰구간 [.053, .171]이 0을 미포함하므로 양의 총간접효과는 유의적으로 나타났다. 성취동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하는 세 개의 경로가 존재한다. 즉 성취동기→창업효능감→기회평가 (Ind1), 성취동기→기업가지향성→기회평가 (Ind2), 성취동기→

창업효능감→기업가지향성→기회평가 (Ind3)의 특정간접효과를 검정해야 한다. Ind1 (성취동기→창업효능감→기회평가), Ind2 (성취동기→기업가지향성→기회평가), Ind3 (성취동기→창업효능감→기업가지향성→기회평가)의 특정간접효과 크기가 각각 .036, .061. 013으로 나타났고, 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.004, .077], [.026, .104], [.001, .027]로 나타났다. 이 구간들이 0을 미포함하므로 이들 특정간접효과들은 유의적이다. 이는 한 단위 더 큰 성취동기 수준이 더 큰 창업효능감을 가져와 성취동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .036만큼 기회평가가 크다는 것을 의미한다. 성취동기가 한 단위 증가하면 기업가지향성의 증가를 가져와 성취동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 ,061만큼 기회평가가 커진다는 것을 의미한다. 또한 한 단위 더 큰 성취동기 수준이 더 큰 창업효능감과 기업가지향성을 가져와 성취동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .013만큼 기회평가가 크다는 것을 의미한다. 따라서 가설 6-4, 6-5 및 6-6은 채택되었다. 특정간접효과들의 대응별 차이가 <Table 10>에 제시되어 있다. 간접효과들의 차이값의 유의성 검정을 위해 95% 신뢰구간으로 Bootstrap 검정을 실시하였다. C2(Ind1-Ind3)와 C3(Ind2-Ind3)가 유의적으로 나타났다. Ind1이 Ind3보다 .023마큼 크게 유의하게 나타났고 Ind2가 Ind3보다 .048만큼 유의하게 더 크게 나타났다. 이는 창업효능감과 기업가지향성을 경유하는 것보다 창업효능감 또는 기업가지향성만을 경유하는 효과가 크다는 것을 의미한다. 즉 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하는 것보다 창업효능감 또는 기업가지향성을 강화하면 성취동기가 기회평가에 미치는 영향이 강화된다는 것을 의미한다.

<Table 10> 기회인식과 기회평가에 대한 성취동기의 효과

기회인식			
	효과	95% LLCI	95% ULCI
총효과	.174	.060	.288
직접효과	.041	-.065	.147
	효과	95% BootLLCI	95% BootLLCI
총간접효과	.133	.071	.200
성취동기→창업효능감(Ind1)	-.008	-.027	.006
성취동기→기업가지향성(Ind2)	.116	.056	.183
성취동기→창업효능감→기업가지향성(ind3)	.025	.003	.050
C1=Ind1-Ind2	-.123	-.194	-.060
C2=Ind1-Ind3	-.032	-.073	-.003
C3=Ind2-Ind3((*)	.091	.027	.160
기회평가			
	효과	95% LLCI	95% ULCI
총효과	.221	.122	.321
직접효과	.111	.022	.200
	효과	95% BootLLCI	95%BootLLCI
총간접효과	.110	.053	.171
성취동기→창업효능감(Ind1)	.036	.004	.077
성취동기→기업가지향성(Ind2)	.061	.026	.104
성취동기→창업효능감→기업가지향성(ind3)	.013	.001	.027
C1=Ind1-Ind2	-.025	-.081	.035
C2=Ind1-Ind3((*)	.023	.002	.057
C3=Ind2-Ind3((*)	.048	.013	.091

주) LL=lower limit; UL=upper limit; CI=confidence interval; Boot=Bootstrapping.

4.2.5.3 독립동기

<Table 11>에 제시되어 있는 바와 같이 독립동기가 기회인식에 미치는 총효과와 직접효과는 각각 .395와 .171이고 총효과의 신뢰구간 [.270, .519], [.050, .292]이 0을 미포함하므로 양의 총효과와 직접효과는 유의적으로 나타났다. 독립동기가 창업효능감과(또는) 기업가지향성을 경유하여 기회인식에 미치는 특정간접효과의 합인 총간접효과의 크기는 .244로 나타났으며 95% Bootstrap 신뢰구간 [.145, .317]이 0을 미포함하므로 양의 총간접효과는 유의적으로 나타났다. 독립동기가 창업효능감과(또는) 기업가지향성을 경유하는 세 개의 경로가 존재한다. 즉 독립동기→창업효능감→기회인식, 독립동기→기업가지향성→기회인식, 독립동기→창업효능감→기업가지향성→기회인식의 특정간접효과를 검정해야 한다. 독립동기→창업효능감→기회인식의 특정간접효과(Ind1)는 -.016으로 나타났으나 Bootstrap 신뢰구간 [-.027, .006]이 0을 포함하고 있으므로 비유의적이라고 결론 내린다. 독립동기→기업가지향성→기회인식(Ind2), 독립동기→창업효능감→기업가지향성→기회인식(Ind3)의 특정간접효과 크기가 각각 .188, .052로 나타났고, 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.116 .275], [.024 .088]로 나타났다. 이 구간들이 0을 미포함하므로 이들 특정간접효과들은 유의적이다. 이는 한 단위 더 큰 독립동기 수준이 더 큰 기업가지향성을 가져와 독립동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .188만큼 기회인식이 크다는 것을 의미한다. 또한 한 단위 더 큰 독립동기 수준이 더 큰 창업효능감과 기업가지향성을 가져와 기회동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .052만큼 기회인식이 크다는 것을 의미한다. 따라서 가설 7-2와 7-3은 채택되었고 가설 7-1은 기각되었다. 특정간접효과들의 대응별 차이가 <Table 11>에 제시되어 있다.

간접효과 차이들의 Bootstrap 신뢰구간이 모두 0을 포함하지 않으므로 대응별 차이는 모두 유의적으로 나타났으나 유의하지 않는 것으로 나타난 Ind1이 포함된 비교는 의미가 없으므로 C3 (Ind2-Ind3)만 의미가 있다. Ind2가 Ind3보다 .136만큼 유의하게 더 크게 나타났다. 이는 창업효능감과 기업가지향성을 경유하는 것보다 기업가지향성만을 경유하는 효과가 크다는 것을 의미한다. 즉 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하는 것보다 기업가지향성을 강화하면 독립동기가 기회인식에 미치는 영향이 강화된다는 것을 의미한다. 독립동기가 기회평가에 미치는 총효과와 직접효과는 각각 .352와 .150이며 신뢰구간 [.244, .461], [.048, .252]이 0을 미포함하므로 양의 총효과와 직접효과가 유의적으로 나타났다. 독립동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하여 기회평가에 미치는 특정간접효과의 합인 총간접효과의 크기는 .202으로 나타났고 95% Bootstrap 신뢰구간 [.132, .278]이 0을 미포함하므로 양의 총간접효과는 유의적으로 나타났다. 독립동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 경유하는 세 개의 경로가 존재한다. 즉 독립동기→창업효능감→기회평가 (Ind1), 독립동기→기업가지향성→기회평가 (Ind2), 독립동기→창업효능감→기업가지향성→기회평가 (Ind3)의 특정간접효과를 검정해야 한다.

Ind1 (독립동기→창업효능감→기회평가), Ind2 (독립동기→기업가지향성→기회평가), Ind3 (독립동기→창업효능감→기업가지향성→기회평가)의 특정간접효과 크기가 각각 .076, .099. 027로 나타났고, 95% Bootstrap 신뢰구간은 각각 [.035, .128], [.053, .149], [.012, .047]로 나타났다. 이 구간들이 0을 미포함하므로 이들 특정간접효과들은 유의적이다.

이는 한 단위 더 큰 독립동기 수준이 더 큰 창업효능감을 가져와 독립동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .076만큼 기회평가가 크다는 것을 의미한다. 독립동기가 한 단위 증가하면 기업가지향성의 증가를 가져와 독립동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 ,099만큼 기회평가가 커진다는 것을 의미한다. 또한 한 단위 더 큰 독립동기 수준이 더 큰 창업효능감과 기업가지향성을 가져와 독립동기 수준이 한 단위 작은 경우보다 .027만큼 기회평가가 크다는 것을 의미한다. 따라서 가설 7-4, 7-5 및 7-6은 채택되었다.

특정간접효과들의 대응별 차이가 <Table 11>에 제시되어 있다. 간접효과들의 차이값의 유의성 검정을 위해 95% 신뢰구간으로 Bootstrap 검정을 실시하였다. C2 (Ind1-Ind3)와 C3 (Ind2-Ind3)가 유의적으로 나타났다. Ind1이 Ind3보다 .049마큼 크게 유의하게 나타났고 Ind2가 Ind3보다 .072만큼 유의하게 더 크게 나타났다. 이는 창업효능감과 기업가지향성을 경유하는 것보다 창업효능감 또는 기업가지향성만을 경유하는 효과가 크다는 것을 의미한다. 즉 창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하는 것보다 창업효능감 또는 기업가지향성을 강화하면 독립동기가 기회평가에 미치는 영향이 강화된다는 것을 의미한다.

<Table 11> 기회인식과 기회평가에 대한 독립동기의 효과

기회인식			
	효과	95% LLCI	95% ULCI
총효과	.395	.270	.519
직접효과	.171	.050	.292
	효과	95% BootLLCI	95% BootLLCI
총간접효과	.224	.145	.317
독립동기→창업효능감(Ind1)	-.016	-.050	.012
독립동기→기업가지향성(Ind2)	.188	.116	.275
독립동기→창업효능감→기업가지향성(ind3)	.052	.024	.088
C1=Ind1-Ind2	-.204	-.303	-.120
C2=Ind1-Ind3	-.068	-.128	-.024
C3=Ind2-Ind3((*)	.136	.063	.221
기회평가			
	효과	95% LLCI	95% ULCI
총효과	.352	.244	.461
직접효과	.150	.048	.252
	효과	95% BootLLCI	95% BootLLCI
총간접효과	.202	.132	.278
독립동기→창업효능감(Ind1)	.076	.035	.128
독립동기→기업가지향성(Ind2)	.099	.053	.149
독립동기→창업효능감→기업가지향성(ind3)	.027	.012	.047
C1=Ind1-Ind2	-.023	-.093	.056
C2=Ind1-Ind3((*)	.049	.015	.096
C3=Ind2-Ind3((*)	.072	.029	.119

주) LL=lower limit; UL=upper limit; CI=confidence interval; Boot=Bootstrapping.

4.3 논의

가설 5-1, 6-1, 7-1 즉 창업동기와 창업기회역량간의 창업효능감의 매개효과에 대한 가설들을 제외하고는 모든 가설들이 지지되었다. 연구 가설 결과의 요약표가 <Table 12>에 제시되어있다.

<Table 12> 가설 검정 요약

가설	내용	채택여부
1	창업동기는 창업기회역량에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
1-1	기회동기는 기회인식에 부(-)의 영향이 있을 것이다.	지지
1-2	성취동기는 기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
1-3	독립동기는 기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
1-4	실패부담감은 기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
1-5	기회동기는 기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
1-6	성취동기는 기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
2	창업동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
2-1	기회동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
2-2	성취동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
2-3	독립동기는 창업효능감에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
3	창업효능감은 창업동기와 독립적으로 기업가지향성에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
4	기업가지향성은 창업동기 및 창업효능감과 독립적으로 창업기회역량에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
4-1	기업가지향성은 창업동기 및 창업효능감과 독립적으로 창업기회인식에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
4-2	기업가지향성은 창업동기 및 창업효능감과 독립적으로 창업기회평가에 정(+)의 영향이 있을 것이다.	지지
5	기회동기와 창업기회역량 간에 간접효과가 있을 것이다.	부분 지지
5-1	기회동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	기각
5-2	기회동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
5-3	기회동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
5-4	기회동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
5-5	기회동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
5-6	기회동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
6	성취동기와 창업기회역량 간에 간접효과가 있을 것이다.	부분 지지
6-1	성취동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	기각
6-2	성취동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
6-3	성취동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
6-4	성취동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
6-5	성취동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
6-6	성취동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
7	독립동기와 창업기회역량 간에 간접효과가 있을 것이다.	부분 지지
7-1	독립동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	기각
7-2	독립동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지

7-3	독립동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회인식에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
7-4	독립동기가 창업효능감을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
7-5	독립동기가 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지
7-6	독립동기가 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 창업기회평가에 간접적으로 영향을 미칠 것이다.	지지

가설검정의 결과를 보면 첫째, 창업동기의 하위변인인 기회동기, 성취동기 및 독립동기 모두가 창업기회역량의 기회인식과 기회평가 모두에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 창업동기와 창업기회역량 간의 영향을 연구한 선행연구를 발견할 수 없어 직접적인 결과를 비교할 수는 없지만, 창업기회역량 대신 창업의지를 종속변수로 사용한 연구에서 이재호(2016)는 청년예비창업가에게 창업동기는 창업의지에 유의한 정의 영향을 미친다는 연구결과와 맥락이 같다고 볼 수 있다.

둘째, 창업동기가 창업효능감에 미치는 영향에서는 창업동기의 하위변인인 기회동기, 성취동기 및 독립동기 중에서 모든 독립변수가 창업효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 성취동기와 독립동기는 창업효능감에 정(+)의 영향을 미치나 기회동기는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 기회동기가 증가하면 창업효능감이 감소한다는 것을 의미한다. 이러한 연구결과를 선행연구와 비교 고찰하면, 양재장·남중헌(2015)은 외식창업 교육 수료자를 대상으로 창업동기와 창업 교육에 대한 만족정도가 창업효능감에 영향을 미친다고 규명하였다. 이는 본 연구 결과와 일치한다는 것을 보여주고 있다. 이예진·이기학(2010)과 윤지영·이은정(2013)도 같은 결과를 나타내었다.

셋째 창업효능감이 기업가지향성에 미치는 정(+)의 영향이 유의적으로 나타났다. 이는 Poon et al.(2006)와 권태영(2016)의 연구결과와 일치한다. 또한 박인 외(2017)의 연구에서는 창업효능감이 기업가지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 기업가정신이 매개효과를 가진다는 결과와 본 연구와는 맥을 같이 한다.

넷째 기업가지향성이 창업기회역량에 유의한 정(+)의 역량을 미치는 것으로 나타났다. 김현목(2013)의 연구에서 기업정신은 창업 기회 인식과 성취욕구에 정(+)의 영향을 미치는 다는 결과가 부분적인 일치를 보임을 알 수 있다. 최민정(2016)은 창업교육과 창업지원제도가 창업효능감을 매개로 기회인식과 기회평가에 미치는 영향에 대한 연구결과를 통해 창업효능감이 기회인식과 기회평가에 정(+)의 영향을 미친다고 입증하였으나 본 연구에서는 창업효능감은 기회인식에 비유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 조사대상자의 차이에서 오는 것으로 판단된다. 창업효능감과 기업가지향성이 통제된 상황에서 기회동기는 기회인식에 부(-)의 영향을 미치고 성취동기는 기회인식에 비유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다, 이는 성취동기가 기회인식에 미치는 직접효과가 비유의적이라는 것을 의미한다. 김상수(2017)의 연구에서와 같이 창업효능감이 기회평가에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 창업동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 매개하여 창업기회역량에 미치는 간접효과는 창업동기가 창업효능감을 매개하여 기회인식에 미치는 간접효과만 유의하지 않는 것으로 나타났고 기회평가에 미치는 간접효과는 모두 유의적으로 나타났다. 다만 기회동기→기업가지향성→기회인식, 기회동기→기업가지향성→기회평가는 음의 간접효과가 나타났다. 이는 기회동기와 기업가지향성 간의 관계의 부분회귀계수가 음수이고 기업가지향성과 기회인식/기회평가 간의 계수가 양수이기 때문이다. 이러한 연구결과는 동일한 패턴의 선행연구가 없어 직접 비교는 어렵지만 김현목(2013)이 기업가정신과 창업기회인식 간에 유의한 영향을 미친다고 입증한 연구, 강재학(2016)이 창업효능감 및 기업가지향성과 창업의지간에 창업기회인식의 매개효과를 규명한 연구 최민정(2016)과 김상수(2017)의 창업기회역량에 미치는 역량에 대한 연구결과와 같은 맥락으로 볼 수 있다.

Ⅴ. 결론

한국의 창업 유형을 살펴보면 생계형 창업 비율이 높고 기회형 창업 비중은 비중이 낮아 창업교육에서 비중이 낮게 책정되어 있는 창업기회 역량 개발의 필요성이 대두되고 있다. 특히 청년창업의 경우 기회형 창업이 절실한 실정이다.

본 연구에서는 예비청년창업가를 대상으로 이들의 창업동기가 창업효능감과 (또는) 기업가지향성을 매개로 창업으로 행동을 옮기기 전에 기회형 창업을 위한 기회인식과 기회평가의 창업기회역량에 미치는 영향을 살펴보았다.

분석 결과, 첫째, 창업동기가 창업기회역량의 기회인식과 기회평가 모두에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 청년창업가들의 성취동기와 독립동기가 높을수록 창업을 준비할 수 있는 기회인 창업기회역량의 기회인식이 증가된다는 결과를 보여주고 있으나 기회동기가 높을수록 기회인식이 감소되는 부(-)의 영향력이 있는 것으로 나타났다. 이는 창업의 출발점이 기회로 인한 동기로 인해 상대적으로 기회인식이 감소되는 것으로 시사된다. 창업동기는 기회평가에 정(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 창업동기가 창업효능감에 미치는 영향에서는 기회동기, 성취동기, 독립동기 모두 창업효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 창업효능감이 증가하면 기업가지향성이 증가하는 것으로 나타났고 기회동기가 감소할수록 기업가지향성이 증가하는 것으로 나타났다. 넷째 기업가지향성이 커질수록 기회인식과 기회평가가 증가하는 것으로 나타났다. 다섯째, 창업동기가 기업가지향성을 매개하여 기회인식에 미치는 간접효과와 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 기회인식에 미치는 간접효과가 유의한 것으로 나타났다. 창업동기가 창업효능감, 기

업가지향성, 창업효능감과 기업가지향성을 매개하여 기회평가에 미치는 간접효과는 모두 유의적으로 나타났다

본 연구의 결과에 대한 학문적 시사점은 다음과 같다.

첫째 창업동기와 창업기회역량과는 인과관계가 존재한다는 것이 규명되었다. 단 기회동기는 창업기회인식과 부(-)의 인과관계를 보이고 있는데 창업이 이미 기회로 부터 출발하여 인식이 감소된다는 것을 시사한다. 이로 인해 기회동기가 창업기회인식에 미치는 총효과와 직접효과는 음수로 나타났다.

둘째 창업동기는 창업효능감과 기업가지향성과 각각 인과관계가 존재한다. 단 창업효능감이 통제된 상황에서 기회동기와 기업가지향성과는 부(-)의 인과관계를 보이고 있다. 이는 기회동기로 인한 창업의 성공에 대한 확신으로 기업가지향성이 억제되는 효과가 있음을 시사한다.

셋째 창업동기와 창업기회인식간의 관계에서 창업효능감 단독으로는 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 창업효능감과 기업가지향성이 동시에 존재할 때만 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 기업가지향성이 왜 창업효능감이 창업기회인식에 영향을 미치고 있는가를 설명한다. 창업동기 중 독립동기가 창업효능감은 기회인식에 대한 매개효과가 없고 창업효능감, 기업가지향성, 창업효능감을 경유하는 기업가지향성은 기회평가를 매개한다. 창업동기와 창업기회평가간의 관계에서 창업효능감, 기업가지향성은 각각이 매개 역할을 하고 있고 창업효능감과 기업가지향성이 결합된 형태도 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과를 통해 알 수 있는 바와 같이 청년창업가에 대한 창업동기는 창업효능감과 기업가지향성의 매개효과를 통하여 창업기회역량에 긍정적인 영향을 미칠 수 있으므로 아래의 결과가 청년 창업가의 기회형 창업을 고취시키는데 도움이 될 실무적 시사점으로 판단된다.

창업효능감과 기업가지향성을 동시에 강화하면 기회동기가 기회인식에 미치는 영향이 강화되고 창업효능감을 강화하면 기회동기가 기회평가에 미치는 영향이 강화된다. 이는 기회동기에 따른 기회인식을 배양하기 위해서는 창업효능감과 기업가지향성에 대한 교육 강화가 필요하고 기회평가를 배양하기 위해서는 창업효능감에 대한 교육 강화가 필요하다고 시사된다.

기업가지향성을 강화하면 성취동기와 독립동기가 기회인식에 미치는 영향이 강화된다. 창업효능감 또는 기업가지향성을 강화하면 성취동기와 독립동기가 기회평가에 미치는 영향이 강화된다. 이는 성취동기와 독립동기에 따른 기회인식에 대한 영향력을 배양하기 위해서는 기업가지향성에 대한 교육 강화가 필요하고 기회평가 능력을 배양하기 위해서는 창업효능감 또는 기업가지향성에 대한 교육 강화가 필요하다고 시사된다.

한편 본 연구의 한계점은 첫째, 주로 서울과 경기지역에 거주하는 청년(19세 이상 39세 미만)을 대상으로 조사하였기 때문에 본 연구결과를 우리나라 전체 예비청년창업가로 확대하여 일반화시키기에 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 연구대상을 연령, 학력 등의 인구통계학적 변수의 범주를 group 하여 심층 분석을 확대할 필요가 있다. 둘째 본 연구에서는 창업효능감과 기업가지향성을 단일 변수로 사용했으나 다수의 하위 변수를 포함한 후속 연구가 필요할 것으로 판단된다, 셋째, 창업기회역량에 대한 국내 선행연구가 많지 않아 청년창업가를 대상으로 한 창업동기에 따른 창업기회역량과의 관계를 설명할 수 있는 창업효능감과 기업가지향성 외에 제 3의 매개변수 발굴을 위한 후속 연구가 필요할 것으로 보인다. 마지막으로 이런 창업기회역량 연구를 바탕으로 청년층이 기회형 창업을 실질적으로 추진할 수 있는 구체적인 지원방법 관련 후속 연구가 있기를 바란다.

REFERENCE

강순빈(2012). *창업자의 창업동기 및 창업가정신 그리고 창업사전준비가 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 소기업 창업자를 중심으로*, 석사학위논문, 중앙대학교.

강재학(2016). *대학생의 셀프리더십과 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 창업기회인식의 매개효과를 중심으로*, 박사학위논문, 호서대학교.

강재학·하규수(2015). 대학생의 셀프리더십이 창업기회인식과 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구, *벤처창업연구*, 10(4), 1-12.

권태영(2016). *자기효능감, 창업지향성, 창업성과 간의 관계에 관한 실증연구*, 석사학위논문, 중앙대학교.

김상수(2018). *고학력 베이비붐 세대에게 사회적지지가 창업기회역량에 미치는 영향에 관한 연구: 창업자기효능감의 매개효과와 기업가정신의 조절효과를 중심으로*, 박사학위논문, 호서대학교.

김현목(2013). *1인 창조기업가 정신이 창업기회 인식과 창업의지에 미치는 영향: SNS 활용도의 조절효과에 관한 연구*, 박사학위논문, 중앙대학교.

마크로밀엠브레인의 트렌드모니터(2018). *2018 창업 관련 인식 조사: '생계형 창업'의 비중이 높은 국내 창업시장, 경기침체 속 '창업' 고려도 낮아지는 추세*, 마크로밀엠브레인의 트렌드모니터(2018)https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bIdx=1647&code=0404&trendType=CKOREA

박남규(2015). *창업지원정책 및 창업가정신이 창업의지에 미치는 영향: 사업실패부담감 및 자기효능감의 조절효과를 고려하여*, 박사학위논문, 호서대학교.

박상용(2003). *벤처企業 CEO의 企業家精神, 構成員의 임파워먼트, 組織有效性의 關係에 對한 構造的 模型*, 박사학위논문, 호서대학교.

박성호(2017). *창업환경과 창업자기효능감 및 경제적실패부담감이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증연구: 창업지원제도의 조절변수와 기업가정신의 매개변수를 중심으로*, 박사학위논문. 호서대학교.

박인·주지훈·정범구(2017). 대학생의 셀프리더십, 자기효능감, 기업가정신 그리고 창업의지의 상호관련성에 관한 연구, *인적자원개발연구*, 20(3), 159-177.

반성식·배근우·장성희(2013). 개인발명가의 특성과 환경적 특성이 창업동기 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구, *한국산업경제학회*, 26(6), 2655-2677.

안승권(2016). *창업교육과 제도적 지원이 자기효능감 및 창업의지에 미치는 영향*, 박사학위논문, 중앙대학교.

안태욱(2017). *대학 창업교육의 창의성 역량이 진로준비행동에 미치는 영향: 창업가정신과 자기효능감의 매개효과,* 박사학위논문, 중앙대학교.

양재장·남중헌(2015). 창업동기와 창업교육 만족이 창업 준비행동, 자기효능감 그리고 외식 창업의도에 미치는 영향: 경남 지역 창업교육 수료생을 중심으로, *觀光硏究,* 30(6), 47-66.

양준환(2015). 창업교육이 대학생들의 창업동기에 미치는 영향, *한국산학기술학회논문지,* 16(4), 2564-2572.

오상훈(2014). *청장년 및 시니어의 창업의지에 미치는 영향에 관한 비교연구: 기업가정신의 매개효과를 중심으로,* 박사학위논문, 호서대학교.

오상훈·하규수(2013). 창업 환경 및 인식이 사업실패부담감을 매개로 창업의지에 미치는 영향, *디지털융복합연구,* 11(8), 143-157.

윤남수(2012). 잠재적 창업자의 창업동기 요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과, *산업경제연구,* 25(2), 1537-1557.

윤백중(2012). *대학생의 기업가정신과 창업동기가 창업의지에 미치는 영향요인,* 박사학위논문, 호서대학교.

윤지영·이은정(2013). 대학생의 진로장벽에 대한 인지와 기업가 성향이 창업의지와 창업준비행동에 미치는 영향: 전문 경영인 양성을 위한 시사점 도출, *專門經營人硏究,* 16(4), 61-81.

이승현(2014). *창업자의 특성 및 창업가정신 그리고 정부의 창업지원정책이 기업경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 창업보육센터의 지원서비스 조절효과를 중심으로,* 석사학위논문. 중앙대학교 산업창업경영대학원,

이신모(2006). 우리나라대학의 창업교육의 실태와 과제, *한국창업학회지,* 1(1), 124-152.

이예진·이기학(2010). 진로동기수준에 따른 군집 유형과 진로준비행동과의 관계: 자기결정성 이론을 바탕으로, *職業 敎育 硏究,* 29(2), 267-287.

임아름(2015). *청년창업가의 역량이 창업행동과 창업성과에 미치는 영향,* 박사학위논문, 조선대학교.

채연희(2016). *대학생의 고용가능성이 창업의도에 미치는 영향: 셀프리더십과 자기효능감의 순차적 다중매개효과와 전공의 조절효과를 중심으로,* 박사학위논문, 숭실대학교.

최민정(2016). *소상공인 창업교육이 기회인식 및 평가에 미치는 영향 : 창업효능감과 조절초점의 매개효과를 중심으로,* 박사학위논문. 중앙대학교,

하규수·윤백중(2011). 대학생의 창업 성공과 실패에 대한 인식이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구, *한국벤처창업학회 학술대회,* 2011(춘계학술대회) 85-99.

Ahn, S. K.(2016). *The Effect of Entrepreneurship Education and Institutional Support on Self-Efficacy and Entrepreneurship,* Doctoral dissertation, Chung-Ang University.

Ahn, T. W.(2017). *(The) influence of university entrepreneurship education's creativity capacity to the career preparation behavior: the mediation effect of entrepreneurship and self-efficacy,* Doctoral dissertation, Chung-Ang University.

Bahn, S. S., Bae, G. W., & Jang, S. H.(2013). The Effects of Individual Inventor's Characteristics and Environmental Characteristics on Entrepreneurial Motivation and Intention, *Journal of Industrial Economics and Business,* 26(6), 2655-2677.

Chae, Y. H.(2016). *The Effect of Employability of the University Student on the Entrepreneurial Intention: Focused on the Serial Multiple Mediation Effect of Self-leadership and Self-efficacy and on the Moderating Effect of Major,* Doctoral dissertation, Soongsil University.

Choi, M. J.(2016). *(The) effect of entrepreneurship education on opportunity recognition and evaluation: a focus on the mediating effect of entrepreneurial self-efficacy and regulatory focus,* Doctoral dissertation, Chung-Ang University.

Ha, K. S., & Yun, B. J.(2011). Recognition of Business Failure and Sucess and Entrepreneurial Intention of University Students, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship,* 2011(S), 85-99.

Kang, J. H., & Ha, K. S.(2015). A Study of Effect of Self-Leadership by College Student on Recognition of Opportunity on Establishment of Company and Will of Establishing Company: Centered on Mediated Effect of Entrepreneurship, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(4), 1-12.

Kang, S. B.(2012). *Report on corporation performance influenced by entrepreneur's motive, entrepreneurship, and advanced preparation,* Master's thesis, Chung-Ang University.

Kang, J. H.(2016). *A Study on Effect of the University Student's Self-Leadership and Entrepreneurship on Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Intention: Focusing on Mediating Effect of Opportunity Recognition,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Kim, H. M.(2013). *Study of influencing effects of one-person entrepreneur's entrepreneurship to the recognition of business establishment opportunity and business establishment will: study about regulating effects of SNS uti,* Master's thesis, Chung-Ang University.

Kim, S. S.(2018). *A Study on the Influence of Social Support on Entrepreneurship Capability in High-Educated Baby Boomer Generations: Focusing on the Mediating Effect of Founding Self-Efficacy and the Moderating Effect of Entrepreneurship,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Kwon, T. Y.(2016). *(An) empirical study of the Relationships among self-efficacy, entrepreneurial orientation, and entrepreneurial performance,* Master's thesis, Chung-Ang University.

Lee, S. M.(2006). The Realities & Tasks of Start-up Business Education, *Journal of The Korea Entrepreneurship Society,* 1(1), 124-152.

Lee, Y. J., & Lee, K. H.(2010). Subtypes Based on Self-Determination Theory and Career Preparation Behaviors, *Journal of Korean Society for the Study of Vocational Education,* 29(2), 267-287.

Lee, S. H.(2014). *A Study on Effect of Entrepreneur Characteristics, Entrepreneurship and Entrepreneurial supporting policy on Business Performance,* Master's thesis, Chung-Ang University.

Lim, A. R.(2015). *The Effect of Youth Entrepreneurs' Competence on Entrepreneurial Behavior and Entrepreneurial Performance,* Doctoral dissertation, Chosun University.

Oh, S. H., & Ha, K. S.(2013). Effects on Entrepreneurial Intention by Start-up Environment and Self-efficacy Mediated by Fear of Business Failure, *Journal of Digital Convergence,* 11(8), 143-157.

Oh, S. H.(2014). *A Comparative Study of the Influence of Start-up Environments on Young Adults and Seniors' Entrepreneurial Intention: Focusing the Mediating Role of Entrepreneurship,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Park, S. Y.(2003). (A) *Structural Model of the Relationships between CEO's Entrepreneurship in Venture Business, the Empowerment on the Members and Organizational Effectiveness,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Park, N. K.(2015). *The Influence of Entrepreneurial Supporting Policy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention: Considering the Moderating Effect of the Business Failure Burden and the Self-Efficacy,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Park, I., Joo, J. H., & Chung, B. K.(2017). The Effects of Self-Leadership and Self-Efficacy on the Entrepreneurship Intention: Mediated Effect of Entrepreneurship and Moderated Mediating Effect of Entrepreneurial Participation, *Journal of Korean Association of Human Resource Development,* 20(3), 159-177.

Park, S. H.(2017). *A Study on the Effects of SME Start-up Environment, Entrepreneurial Self-Efficacy and Fear of Business Failure on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Moderated Effects of Government's Entrepreneurial Supporting Policy and Mediated Effects of Entrepreneurship,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Yang, J. H.(2015). A Study of the Effect of Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Motivation: Focused on Mediating Effect of Entrepreneurship, *Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society,* 16(4), 2564-2572.

Yang, J. J., & Nam, J. H.(2015). Entrepreneurship Motivation and Entrepreneurship Education Satisfaction the Entrepreneurship Preparation Behavior, the Effect on Self-Efficacy and Food Service Entrepreneurship, *Journal of Korea Academic Society of Tourism Management,* 30(6), 47-66.

Yun, B. J.(2012). *The Influence Factors of Entrepreneurship and Entrepreneurship Motivation on Entrepreneurship of University Students,* Doctoral dissertation, Hoseo University.

Yun, N. S.(2012). The Effect of Potential Entrepreneurial Motivations on Entrepreneurship and Commitment to Starts-up: Mediating Role of Entrepreneurship, *Journal of Industrial Economics and Business,* 25(2), 1537-1557.

Yun, J. Y., & Lee, E. J.(2013). 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, *The Journal of Professional Management,* 16(4) 61-81.

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S.(2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development, *Journal of Business Venturing,* 18(1), 105-123.

Barringer, B. R., & Ireland, R. D.(2011). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures(4th ed.).* Boston: Prentice Hall.

Bird, B.(1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review,* 13(3), 442-453.

Birley, S., & Westhead, P. (1994), A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. *Journal of Business Venturing,* 9, 7-31.

Carsrud, A., & Brannback, M.(2011). Entrepreneurship Motivations: What Do We still Need to Know?, *Journal of Small Business Management.* 49(1), 9-26.

Carsrud, A., and M. Brannback, Eds. (2009), *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box*. Heidelberg: Springer.

Covin, J. G. & Slevin, D. P.(1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Stategic Management Journal,* 10(1), 75-87.

Drucker, P. F.(1985). *Purposeful Innovation and the Seven Sources for Innovative Opportunity. In Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles, Chapter 2,* New York: Harper and Row: 30-36.

Gibb, A. A.(2006). *Entrepreneurship: Unique solutions for unique environments. Is it possible to achieve this with the existing paradigm? Paper presented at the International Council for Small Business World Conference,* Melbourne Australia.

Krueger, N., & Dickson, P. R.(1994). *How believing in ourselves increase risk taking: Perceived self-efficasy and opportunity recognition.* Decision Science, 25(3), 385-400.

Locke, E. A., & G. P. Latham(2004). What Should We Do about Motivation Theory? Six Recommendations for the Twenty-First Century, *Academy of Management Review,* 29, 388-403.

Maritz, A., & Brown, C.(2013). Enhancing entrepreneurship self-efficacy through vocational entrepreneurship education programmes. *Journal of Vocational Education and Training,* 65(4), 543-559.

Miller, D.(1983). The Correlates of Entrepreneurship in Types of Firms. *Management Science,* 29(7), 770-791.

Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S.(2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management,* 51(3), 352-369.

Nuttin, J. (1984), *Motivation, Planning, and Action, Leuven: Leuven University Press and Lawrence Erlbaum Associates.*

Perwin, L. (2003), *The Science of Personalite,* Oxford: Oxford University Press.

Poon, R. A., Sa'Odah H., & Junit, H.(2006). Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation on firm performance. *International Small Business Journal,* 24(1),61-82.

Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L., & Hay.

M.(2002). *Global Entrepreneurship Monitor: 2002, Executive Report, Kansas City,* MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Scheinberg, S., & MacMillan, I.(1998). An 11 country study od motivations to start a business, w: Frontiers of Enterpreneurship Research, red. *BA Kirchhoff, WA Long, WE McMullan, KH Vesper, WE Wetzel, Babson College, Centre for Enterpreneurial Studies, Wellesley, Mass.*

Schunk, D. H.(1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational psychologist,* 26(3-4), 207-231.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J.(2003). entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review,* 13(2), 257-279

Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C.(2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. International *Journal of Management Education,* 12(3), 561-570.

MacromillEmbrain trendmonitor(2018). *A Study on the Recognition of Entrepreneurship 2018: The domestic start-up market, which has a high proportion of 'livelihood start-ups', and the 'start-up' in the recession are also falling,* MacromillEmbrain trendmonitor(2018). https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bIdx=1647&code=0404&trendType=CKOREA

Effects of Entrepreneurship Motivation on Entrepreneurial Opportunity Competence in Preliminary Young Entrepreneurs: Focusing on Mediating Effects Of Entrepreneurial Efficacy and Entrepreneurial Orientation

Shan Liang*
Chul Moo Heo**

Abstract

In young entrepreneurs, the individual situation of opportunity discovery is very important. It is very important that the opportunities that are created for a particular individual entrepreneur are also recognized and assessed through the process. The need for the development of entrepreneurial opportunity competencies, which have a low proportion of opportunistic entrepreneurship, is low in the entrepreneurship education. In particular, young entrepreneurs are in desperate need of opportunistic entrepreneurship. The purpose of this study is to examine the effect of entrepreneurship motivation on entrepreneurial opportunity competence, using entrepreneurial orientation and entrepreneurship orientation as mediation variables for preliminary young entrepreneurs (19-39 old). In the case of young entrepreneurs, there is a tendency to study entrepreneurship policies and education through the system of youth entrepreneurship schools, mainly on college students and youths, and on the effects of institutional support on entrepreneurship. There is little research on the effect of a entrepreneurial motivation on the entrepreneurial opportunity competence needed to promote an entrepreneurial venture in a model with multiple mediators. The purpose of this study is to investigate the effect of start - up motivation on the entrepreneurial opportunity competence. To do this we analyzed 374 questionnaires collected from preliminary young entrepreneurs in Seoul and Gyeonggi provinces. The results of the analysis using SPSS v22.0 and Process macro v3.0 showed that the motivation of start - up had a significant effect on both opportunity recognition and opportunity evaluation of entrepreneurial opportunity competence. Second, motivation of entrepreneurs has a significant effect on entrepreneurial efficacy. Third, entrepreneurial efficacy has a significant effect on entrepreneurial orientation. Fourth, entrepreneurial orientation has a significant effect on entrepreneurial opportunity competence. Fifth, there is a significant indirect effect between entrepreneurial motivation and entrepreneurial opportunity recognition when passing through entrepreneurial orientation, entrepreneurial efficacy and entrepreneurial orientation at the same time, But indirect effects was insignificant when only entrepreneurship efficacy is passed. There is a significant indirect effect on all mediators between entrepreneurial motivation and entrepreneurial opportunity valuation. It is suggested that strengthening education on entrepreneurship is necessary to cultivate awareness of entrepreneurship opportunities and strengthening education on both entrepreneurial efficacy and entrepreneurship is necessary to cultivate evaluation of entrepreneurship opportunities by type of entrepreneurial motivation.

Keywords: Preliminary Young Entrepreneurs, Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Efficacy, Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Opportunity Competence

* First Author, Ph.D. Candidate, Graduate School of Venture, Hoseo University
** Corresponding Author, Professor, Graduate School of Venture, Hoseo University