

창업의지가 창업성과에 미치는 영향: 창업역량 및 차별화 경쟁우위의 매개효과를 중심으로

김예정 (위덕대학교 경영학과 겸임교수)*

국 문 요 약

최근 청년창업자 및 시니어창업자들의 창업에 대한 관심이 높아지면서, 국내 창업률은 점차적으로 증가하고 있다. 그러나 창업기업의 생존율은 낮아 창업성과가 미비하다. 이에 본 연구에서는 창업성과를 높이기 위한 방안을 찾고자 창업의지가 창업역량요인의 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량 및 차별화경쟁우위를 통해 재무성과 및 비재무성과에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 실증분석하였다. 이를 위해 2019년 1월 21일부터 2월 1일까지 포항지역의 창업자 200명을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 가설검증에 활용하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 창업의지는 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 경험역량, 마케팅역량은 차별화경쟁우위에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 자금역량은 차별화경쟁우위에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 이는 설문대상자의 대부분이 신규사업자라는 분석대상자의 특성이 반영된 결과로 판단된다. 셋째, 차별화경쟁우위는 재무성과, 비재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

결론적으로 본 연구에서는 성공적인 창업성과를 위해서는 창업자의 창업의지 및 창업역량의 자금조달역량, 마케팅역량을 통해 차별화경쟁우위를 확보할 수 있다는 이론적 근거를 제시하고 있으며, 차별화경쟁우위와 창업의 재무성과 및 비재무성과 간에 유의적 관계가 있음을 밝혔다. 또한 창업자의 강한 의지를 바탕으로 새로운 아이디어를 창출하려는 노력을 기울이고, 자금투자 및 마케팅활동을 강화하여, 차별화된 경쟁우위를 확보하려는 지속적인 노력이 경영성과를 위해 필요하다는 중요한 의미를 창업자 및 경영실무자에게 제시하고 있다.

핵심주제어: 창업의지, 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량, 차별화 경쟁우위, 재무성과, 비재무성과

I. 서론

1.1 연구배경

글로벌 금융위기 이후 기업들의 고용 없는 성장이 지속되면서, 청년창업자 및 시니어 창업자들의 창업에 대한 관심이 높아지고 있다. 이처럼 창업을 준비하는 이유는 연령에 관계없이 꾸준히 자신이 할 수 있는 일을 찾을 수 있으며, 이를 통해 안정적인 수익으로 생계유지를 할 수 있으며, 노후대책도 할 수 있기 때문이다. 이를 반영하듯, 2017년 기준으로 국내 창업률은 15.1%이며, 지난 2007년부터 2017년까지 평균 15.3%의 높은 창업률은 기록했다. 이에 따라 정부에서는 지난 2018년 기준 7,796억원, 2019년에는 1조 1,180억원의 사업예산으로 중소벤처기업부, 노동부, 특허청 등을 통해 창업교육, 창업시설, 멘토링, 컨설팅 등의 다양한 방법으로 창업지원책을 시행한다고 밝혔다(이주연, 2018).

그러나, 정부가 창업에 대한 적극적인 관심과 창업지원을 하고 있지만, 창업기업의 평균 생존률은 2.5% 밖에 되지 않아 창업기업이 성장할 수 있는 창업환경이 정착할 수 있는지에

대한 심각한 현실을 고려해야 할 필요성이 제기되고 있다. 또한 창업자 및 초기 창업기업들은 창업지원제도에 대한 정보 혹은 이해력 부족으로 인해 정부지원의 활용의 실효성에 대한 의문점이 제기되기도 한다(최진호, 2019).

이에 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 성공적인 창업을 위한 창업자의 창업의지가 창업역량의 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량에 미치는 영향을 검토하고, 창업역량이 차별화경쟁우위를 통해 재무성과와 비재무성과에 미치는 영향을 통합적인 구조방정식 모형을 통해 분석하고자 한다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 선행연구를 중심으로 포항지역에서 창업을 하고 있는 기업의 임·직원을 대상으로 설문조사하여 이들의 연관관계를 실증연구를 통해 검증하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 창업의지

창업의지(Entrepreneurship intention)란 창업자가 아이템을 결정하여 새롭게 조직을 형성하고, 사업을 시작하는 과정으로,

* 위덕대학교 경영학과 겸임교수, willlove20@naver.com

· 투고일: 2019-04-02

· 수정일: 2019-07-05

· 수정일: 2019-08-09

· 게재확정일: 2019-08-26

창업가의 창업의지는 강한 성취욕구를 중심으로 창업에 성공적인 요인으로 작용한다고 할 수 있다. 따라서 창업의지는 창업자의 계획된 행동을 통해 창업을 예측할 수 있는 방법이라고 할 수 있다(이강임, 2018).

Krueger(1993)은 창업의지란 창업의 경험을 통해 시간의 흐름에 따라 계획적이고 의도적인 행동으로 결정하는 핵심적인 역할이라고 하였고, Crant(1996)는 창업과정의 기업을 설립하는 핵심적인 역량이 창업의지라고 하였다.

Veciana, et al.(2005)는 창업의지는 새로운 조직설립을 통해 창업의 전반적인 과정을 이해하는 것으로, 창업의지가 없으면 창업행위로 이어지지 않기 때문에 창업의지가 가장 핵심적인 개념이라고 하였다.

윤방섭(2004)은 창업에 대한 창업가의 의도적인 태도이며, 창업의지는 창업가의 의지가 없으면 창업이 되지 않기 때문에 창업의 과정을 이해하는 데에는 창업의지는 중요한 요인이라고 하였고(강성일, 2007), 이기일(2010)은 창업의지는 국가나 조직의 경제활력에 영향을 미치는 중요한 요소라고 하였고, 김정심(2011)은 지역, 집단, 조직 등의 경제활동은 창업가들의 의지에 따라 달라질 수 있다고 하였다.

심완섭·이은재(2015)는 창업의지는 창업에 대한 의사결정과 행동을 위한 중요한 과정으로 창업교육의 경험 유무에 따라 기업가정신과 관련한 창업교육의 중요성과 창업의지의 중요성을 강조하였다.

따라서 창업의지는 창업가의 태도를 의미하는 것으로 불확실성에서 기회를 발견하고 실천을 통해 성공적인 창업을 예측할 수 있다고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 재구성하였다. ‘나는 기회가 된다면 창업을 할 의사가 있다’, ‘나는 창업가가 되기 위해 어떤 것이든 할 준비가 되어 있다’, ‘나는 성공한 기업가가 되는 것이 목표이다’, ‘나는 언젠가 창업을 하겠다는 생각을 늘 가지고 있다’, ‘나는 창업을 위해 많은 준비를 하고 있다’ 등 이미자(2012), 이루리(2014), 황인규(2016) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

2.2 창업역량

역량(Capability)이란 기업의 경영전략 중 경쟁력확보를 위한 원천이라고 할 수 있으며, 창업의지가 창업자의 중요한 요인이라고 한다면, 창업역량은 창업을 계획하는데 있어서 창업성공을 위한 전략적인 요인이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 창업역량을 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량으로 분류하여 연구하고자 한다.

2.2.1 경험역량

창업성공에 있어 창업자의 경험역량은 창업자가 사업에 대한 자신의 제품이나 시장에 대한 지식과 정보는 물론, 사업과 관련된 지식 등을 획득하고 의사결정에 활용할 수 있게 해주

는 중요한 요인이라고 할 수 있다. 이에 Bird(1988)는 창업 이전 업종 경험을 통해 그 사업체의 문제점을 파악하고 이를 해결함으로써 자신의 능력을 인식하게 된다고 하였고, Cooper(1971)는 업종의 경험을 통해 창업자는 위험을 인식하게 되고 이러한 다양한 경험으로 하여금 새로운 사업을 시작할 때는 제품 및 시장에 대한 위험을 최소화 할 수 있는 역량을 제공한다고 하였다.

따라서 창업자는 다양한 경험들을 통해 시행착오를 겪으면서 성공에 필요한 역량을 배양시켜 새로운 창업에 대한 성공적인 창업에 대한 지식을 충분히 제공받을 수 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 재구성하였다. ‘나는 창업에 필요한 충분한 경험을 가지고 있다’, ‘나는 내가 창업하려는 업종과 동일한 직종에 종사한 경험이 있다’, ‘나는 내가 창업하려는 업종과 유사한 업무에 종사한 경험이 있다’, ‘나는 내 사업체를 운영하기 위해 필요한 경험 등을 충분히 갖추고 있다’, ‘나는 과거 창업경험이 현재 경영 중인 사업체 창업에 영향을 주고 있다’ 등으로 이루리(2014), 황인규(2016) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

2.2.2 자금조달역량

창업자가 창업을 할 때 가장 중요하고 어려운 과제가 자금조달역량이라고 할 수 있다. 특히 초창기 창업자금의 확보는 창업성공의 중요한 요인이 될 수 있다(신금순, 2002).

창업자금은 운전자금과 시설자금으로 구분할 수 있다. 운전자금은 창업한 후 회사를 운영하면서 필요한 인건비, 경비, 재료비 등에 사용하는 자금이며, 시설자금은 창업을 하기 위해 필요한 자금으로 토지, 건물, 기계 등의 설비구입 및 공장 및 사무실을 임차하기 위한 자금을 말한다(정수원, 2001).

또한, 창업자금은 창업자가 스스로 조달하는 자기자금과 대외적인 신용을 바탕으로 외부에서 조달하는 타인자금으로 분류할 수 있다. 자기자금에는 창업자 본인의 예·적금, 퇴직금, 유가증권 등 창업자자금, 창업자·투자자가 보유한 사업장이나 차량, PC 등의 현물출자금, 후원금, 주주출자금, 동업자자금, 기관투자자 자금 등 투자자자금으로 분류하며, 타인자금은 소상공인지원 자금 및 중소기업청의 지원자금인 정책자금, 은행, 신용금고, 보험사, 리스 등 금융기관, 친·인척, 동료, 사채 등의 사금융으로 분류할 수 있다(신금순, 2002).

따라서 본 연구에서는 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 재구성하였다. ‘나는 적절한 규모의 자금으로 창업을 하였다’, ‘나는 충분한 운영자금을 보유하고 있다’, ‘나는 자금 계획을 충분히 세울 수 있다’, ‘나는 필요한 자금을 주변으로부터 조달할 능력이 있다’, ‘나는 다양한 자금조달 네트워크를 가지고 있다’ 등으로 신금순(2002) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

2.2.3 마케팅역량

창업역량의 마케팅역량이란 기업의 목표를 충족시키기 위하여 가격결정, 유통 및 촉진에 대한 계획을 수립하고, 제품 및 아이디어에 대한 서비스의 개념을 정립하여 이를 수행하는 과정으로, 고객과의 소통을 통해 고객충성도를 높이는 역량이라고 할 수 있다.

Prahalad & Hamel(1990)은 마케팅역량이란 경쟁우위를 확보하여 장기적인 경영성과를 높이기 위해 경쟁기업보다 우리기업이 잘 할 수 있는 상대적인 경쟁능력이라고 하였으며, Day(1994)는 기업이 지식, 자원, 기술을 활용하여 기업의 제품 및 서비스에 가치를 부여하고 다른 기업의 경쟁적 수요를 충족시키는 통합적인 과정이라고 하였고, Vorhies(1998)는 기업의 지식과 기술을 통해 개발되는 무형자원의 프로세스로 기업의 우월한 경쟁우위로 전환하기 위해서는 기업이 보유하고 있는 조직구조, 사업전략, 시장정보 등을 통해 유·무형 자산들을 적절하게 조화시키는 것이라고 하였다.

따라서 본 연구에서는 마케팅역량이란 기업의 상품 및 서비스에 가치를 부가하고 경쟁적 수요를 충족시키는 통합적인 과정으로 정의하였고, 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 재구성하였다. ‘나는 회사경영을 위해 필요한 고객 및 경쟁자에 대한 정보를 많이 확보하고 있다’, ‘나는 경쟁사보다 빠른 시간 내에 신제품을 판매할 능력을 갖추고 있다’, ‘나는 회사경영을 위해 필요한 효과적이고 다양한 온라인/오프라인 유통채널을 활용할 수 있다’, ‘나는 신제품의 마케팅 활용을 위해 유통경로 및 판매경로 등에 대한 연간 홍보 및 판매촉진에 관한 추진계획을 직접 수립할 수 있다’, ‘나는 회사경영을 위해 고객의 욕구를 신속히 파악하고 반영하는 조직체계를 효과적으로 구축하여 관리하고 있다’ 등으로 김민철(2013) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

2.3 차별화 경쟁우위

소비자들의 욕구가 다양하게 변화됨에 따라 고객의 욕구를 충족시키기 위한 기업의 변화가 필요하다(김익성·이은미, 2011). 따라서 기업의 장기적인 성과를 위해서는 기업내부의 인적자원과 역량을 갖추고 지속적인 생존과 발전을 위한 전략으로, 기업이 독자적으로 보유하고 있는 핵심요인을 개발하여 소비자들이 제품 및 서비스를 선택할 수 있는 차별화된 경쟁우위가 중요하다고 할 수 있다(김민철, 2013).

Porter(1985)는 차별화 경쟁우위란 고객들이 해당기업의 제품이나 서비스에 대해 느끼는 인식으로, 경쟁사보다 더 높은 고객가치를 창출하는 것으로 경쟁우위를 마케팅우위, 차별화 우위, 원가우위라고 정의하였다. 마케팅우위는 시장점유율, 유통경로, 제품라인이며, 차별화우위는 제품, 서비스, 브랜드이며, 원가우위는 기업의 이윤을 원가를 낮추어 운영비, 마케팅비, 변동비라고 하였다.

Barney(1991)는 차별화경쟁우위는 기업의 상품 및 제품에 대

한 서비스가 시장의 경쟁관계에 있는 기업을 이길 수 있는 능력이라고 하였고, Fahy(2000)은 차별화경쟁우위란 시장의 확대로 인해 수익이 증가하여 재무제표에도 영향을 미치는 것이라고 하였다.

따라서 본 연구에서는 차별화경쟁우위란 경쟁사보다 제품 및 서비스에 대한 차별적인 가치를 통해 신제품 등을 출시하였을 때 경쟁우위를 높일 수 있는 요인으로 정의하였으며, 이를 측정하기 위해 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 재구성하였으며 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 구성하였다. ‘나는 가격에 관계없이 고객에 대한 높은 서비스를 우선으로 한다’, ‘나는 경쟁사 보다 우월한 기술 또는 서비스 모델을 확보하고 있다’, ‘나는 현재 수준보다 더 높은 제품이나 서비스를 공급할 수 있다’, ‘나는 경쟁사보다 마케팅활동(광고 및 홍보)에 많은 투자를 하고 있다’, ‘나는 제품 또는 서비스의 브랜드 인지도를 높이는데 주력하고 있다’ 등으로 김민철(2013), 이길원(2016) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

2.4 창업성과

일반적으로 창업성과란 객관적으로 수치화 할 수 있는 정량적인 부분의 재무성과와 주관적으로 보이지 않는 정성적인 부분의 비재무성과로 구분하여 연구하고 있다.

Cooper(1971)는 정량적인 매출을 확보하기 위해서는 조직구성원들이 역량을 극대화 할 수 있도록 인원을 배치하고 그들이 시장에 성공적으로 안착할 수 있도록 역량을 극대화 하는 것이라고 하였다. 또한 Tsai & Low(1991)도 창업성과를 측정하기 위해서는 객관적인 지표인 재무성과와, 주관적인 지표인 비재무성과를 분류하여 활용해야한다고 하였다.

이에 본 연구에서는 창업성과를 객관적인 지표의 재무성과와 주관적인 지표인 비재무성과를 통해 창업성과를 측정하였다.

2.4.1 재무성과

재무성과란 객관적으로 측정이 가능하고, 외부 자료를 이용하여 타당성을 확보할 수 있어 신뢰성을 갖는 기업의 성과를 말한다. 이에 이주연(2018)은 순이익증가율, 매출증가율, 시장점유율 등을 통해 객관적인 측정방법으로 적합성을 검증하는 것이 재무성과를 측정하는 변수라고 하였고, Gupta & Govindarajan(1984)는 재무성과란 매출액이 얼마나 증가하는가를 측정하기 위해서는 시장점유율, 납세전 고정자산 이익률, 종업원 사기 등의 측정하는 것이 중요하다고 하였다.

조중연(2016)은 재무성과란 기업 활동의 결과물인 재무제표를 통해 나타나는 매출액성장률, 영업이익률, 순이익률, 투자자본수익률(ROI), 자기자본이익률(ROE), 자산수익률(ROA) 등을 특정지점을 기준으로 분석하는 성과측정지표로, 경영전략의 적합성을 검증하는 것이라고 하였고, Chandler & Hanks(1994) 재무성과란 매출액 증가액, 투자수익률, 수익성,

시장점유율, 생산성 등을 사용하였다.

따라서 본 연구에서는 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 재구성하였으며 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 구성하였다. ‘우리회사의 매출액이 증가하고 있다’, ‘우리회사의 순이익이 증가하고 있다’, ‘우리회사의 영업이익이 증가하고 있다’, ‘우리회사의 수익률이 증가하고 있다’, ‘우리회사의 시장점유율이 증가하고 있다’ 등으로 김운진(2014), 황인규(2016) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

2.4.2 비재무성과

기업마다 상이한 회계처리와 경영자의 부정 등으로 자료의 신뢰성이 낮아 개별 척도에 한정된 성과지표의 한계점을 보완하기 위해 재무성과와 함께 기업의 미래가치를 고려하여 성과측정 방법인 비재무성과에 대한 관심이 높아지고 있다(윤계형, 2014). 따라서 기업이 새로운 경영환경에 대응하기 위해서는 일반적인 재무성과지표 뿐만 아니라 다양한 관점에서 측정되는 비재무성과지표를 사용하는 것이 필요하다(조상구·이충섭, 2010).

Fornell(1992)는 비재무적성과란 정성적인 지표로 미래지향적 장기적인 측정지표로, 장기적인 재무성과를 위해 보다 나은 예측정보를 제공하는 기능을 의미한다. 그러나 지금까지의 논문들은 비재무적성과의 측정치로 조직 하위단위의 성과를 평가하기 위해 사용되어 왔으나, 성과만족도는 객관적인 성과에 있어 정확하게 반영하지 못할 수 있기 때문에 타당성 측면에서 문제가 발생할 수 있지만, 응답자들이 느끼는 중업원만족 성과를 고려하여 측정하는 것이 중요하다.

Schmidgall & Ilvento(1993)는 비재무적성과란 기업 내의 조직 분위기로 관리자, 중업원 등이 자신이 속한 기업에 대한 인식을 어떻게 하나에 따라 외부 서비스에도 영향을 미친다고 하였다.

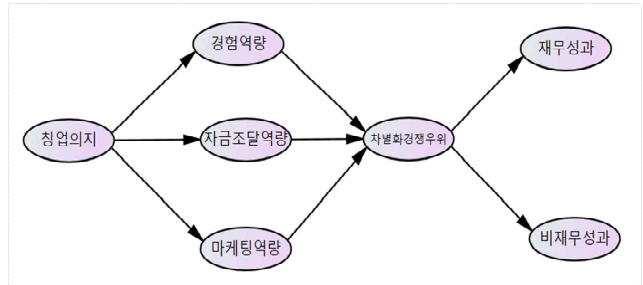
따라서 본 연구에서는 비재무적성과란 중업원을 지속적으로 고용함으로써 사회 문제를 해결하는 데 기여하는 것으로 선행연구에서 사용한 측정도구를 바탕으로 재구성하였으며, 리커트 5점 척도를 이용하여 총 5개의 문항으로 구성하였다. ‘우리회사의 중업원 채용이 증가하고 있다’, ‘우리회사의 중업원 사기가 증가하고 있다’, ‘우리회사의 중업원의 만족도가 증가하고 있다’, ‘우리회사의 지적재산권 보유가 증가하고 있다’, ‘우리회사 구성원의 업무 수행 능력이 증가하고 있다’ 등으로 김운진(2014), 윤계형(2014), 황인규(2016) 등의 연구를 바탕으로 설문문항을 재구성하였다.

III. 연구 방법

3.1 연구의 모형 및 가설의 설정

본 연구는 포항지역에 창업자들을 대상으로 설문조사하여

창업의지 및 창업역량의 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량이 차별화경쟁우위를 통해 창업성과인 재무성과, 비재무성과에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 실증분석을 통해 성공적인 창업성과에 기여하는데 목적을 두고 있다. 연구모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

<그림 1>의 연구 모형을 근거로 하여 가설은 다음과 같이 설정하였다.

- 가설 1: 창업의지는 경험역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2: 창업의지는 자금조달역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 창업의지는 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4: 경험역량은 차별화경쟁우위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5: 자금조달역량은 차별화경쟁우위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6: 마케팅역량은 차별화경쟁우위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 7: 차별화경쟁우위는 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 8: 차별화경쟁우위는 비재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 변수의 조작적 정의

본 연구는 개념을 측정하고자 하는 창업의지, 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량, 차별화경쟁우위, 재무성과, 비재무성과 등 8가지이며, 변수의 개념은 <표 1>과 같다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

요인		조작적 정의	선행연구
독립 변수	창업의지	창업을 위한 성공의지	Subramanian & Gopalakrishna(2001), 이루리(2014) 황인규(2016) 등
	경험역량	동일한 직종경험, 유사한 업무 경험, 사업체 운영경험 등	Yam et al.(2004), 이루리(2014) 황인규(2016) 등
종속 변수	자금조달 역량	창업자금의 규모, 운영자금, 자금조달능력 등	Yam et al.(2004), 신금순(2002)
	마케팅 역량	기업의 상품 및 서비스에 가치를 부가하고 경쟁적 수요를 충족시키는 통합적인 과정 등	Yam et al.(2004), 김민철(2013)
	차별화 경쟁우위	경쟁사보다 제품 및 서비스에 대한 차별적인 가치를 통해 신제품 등을 출시하였을 때 경쟁우위를 높일 수 있는 요인등	Subramanian & Gopalakrishna(2001), 김민철(2013) 이길원(2016) 등
	재무성과	회계처리의 결과물인 매출액, 순이익, 시장점유율, 재구매율, 고객만족도 등	김윤진(2014) 황인규(2016) 등
	비재무성과	종업원만족 성과도의 결과로 종업원채용, 종업원사기, 종업원만족도, 지적재산권, 업무수행능력 등	김윤진(2014) 황인규(2016) 등

본 연구 자료는 SPSS 22.0과 AMOS 22.0을 이용하여 분석하였으며, 자료 분석에 활용한 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 자료의 일반적 특성과 인구통계학적 변수들의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 포함한 기술통계분석을 실시하였다.

둘째, SPSS 22.0을 이용하여 관측변수들의 신뢰도 및 타당성 분석을 실시하였다. 우선 관측변수들이 하나의 현상 또는 개념을 일관성 있게 측정하고 있는가를 파악하기 위해 관측변수들의 내적일관성을 크론바흐 알파 계수(Cronbach's Coefficient α)를 통해 판단하였다. 또한 측정변수들 간의 상관관계분석(Correlation Analysis)을 통해 관측변수들 뿐만 아니라 개념 또는 요인들 간의 상호 관련성도 분석하였다.

셋째, 연구모형을 측정모형으로 전환하여 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 실시함으로써 각 관측변수들이 본 연구에서 설정한 대로 올바른 요인에 적절하게 연결되어 있는가를 확인하였고, 또한 측정모형의 전반적인 적합도 역시 분석하였다.

넷째, 연구모형의 타당성을 검증하고 각 변수들 간의 인과관계를 규명하기 위해 경로분석(Path Analysis)을 실시하였다.

IV. 실증 분석 결과

4.1 표본의 설계 및 특성

본 연구는 연구모형과 가설을 검증하기 위해 포항의 소재 기업에 근무하고 있는 임직원을 대상으로 설문조사하였다. 설문대상자에게 연구의 취지와 설문조사에 대한 내용을 설명하고 협조를 요청한 후 실증분석을 위한 설문자료 수집이 이루어졌다.

설문지는 2019년 1월 21일에 총 250부를 배포하여 2019년 2월 1일에 총 200부(80%)를 회수하여 분석에 활용하였다. 아래의 <표 2>과 같이 표본의 인구통계학적 결과를 정리하였다.

<표 2> 표본의 특징(n = 200)

구분	빈도		비중
	남	여	
성별	남	133	66.5
	여	67	33.5
나이	20~29	26	13.0
	30~39	26	13.0
	40~49	68	34.0
	50~59	57	28.5
	60세 이상	23	11.5
창업횟수	1회	149	74.5
	2회	20	10.0
	3회	19	9.5
	4회	8	4.0
	5회 이상	4	2.0
창업교육	있다	96	48.0
	없다	104	52.0

표본의 특성으로 성별을 살펴보면 남자가 66.5%로 여자 33.5% 보다 높았으며, 나이는 20~29세 13.0%, 30~39세 13.0%, 40~49세 34.0%, 50~59세 28.5%, 60세 이상 11.5%로 40~49세가 높았다. 창업횟수는 1회 74.5%, 2회 10.0%, 3회 9.5%, 4회 4.0%, 5회 이상 2.0%로 1회가 가장 높았다. 창업교육은 있다 48.0%, 없다 52.0%로 없다가 높았다.

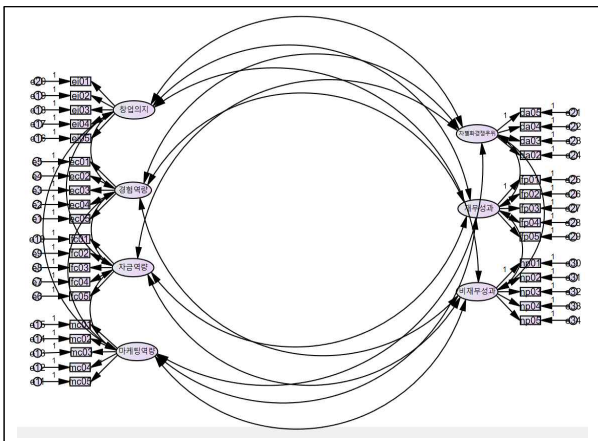
4.2 신뢰성분석 및 확인적 요인분석

본 연구에서는 문항간의 일관성 여부를 판단하기 위해 신뢰성 분석을 실시하였다. 내적 일관성을 판단하기 위해 SPSS 22.0을 이용하여 크론바흐 알파값(Cronbach's α)을 계산하였다. 분석결과는 <표 3>과 같이 확인할 수 있다.

<표 3> 연구변수들의 신뢰도 분석

변수명	최 초		최 종		제거 문항
	계수(α)	문항수	계수(α)	문항수	
창업의지	.852	5	.852	5	
경험역량	.862	5	.862	5	
자금조달역량	.880	5	.880	5	
마케팅역량	.866	5	.866	5	
차별화경쟁우위	.841	5	.856	4	1번
재무성과	.887	5	.887	5	
비재무성과	.913	5	.913	5	

초기의 8가지 변수를 측정하기 위해 각 5문항씩 총 40개의 문항이 설문 조사되었으며, 신뢰도 분석 결과 창업의지 0.852, 경험역량 0.862, 자금조달역량 0.880, 마케팅역량 0.866, 차별화경쟁우위 0.841로 신뢰성을 높이기 위해 1번 문항을 제거하여 0.856으로 나타났다. 재무성과 0.887, 비재무성과 0.913으로 본 연구에서 최종 설정된 변수들의 알파값은 모두 0.7 이상으로 매우 높은 것으로 나타났다. 본 연구에서는 연구모형을 측정모형으로 전환하여 확인적 요인분석(CFA)을 실시하여, 측정모형의 전반적인 적합도를 분석하였다. 분석결과는 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 확인적 요인분석(CFA)

측정모형의 확인적요인분석 χ^2 값(CMIN)은 745.839이고, DF(Degree of Freedom: 자유도)값은 506로서, 표준 χ^2 (CMIN/DF) 값이 1.474로 1보다 큰 것으로 나타났다.

본 연구의 확인적 요인분석의 적합도 지수들은 <표 4>와 같이 확인할 수 있다.

<표 4> 확인적 요인분석 χ^2 값 및 표준 χ^2 값

구 분	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
측정모형	89	745.839	506	.000	1.474

측정모형의 확인적 요인분석의 적합도 지수들은 다음 <표 5>과 같다.

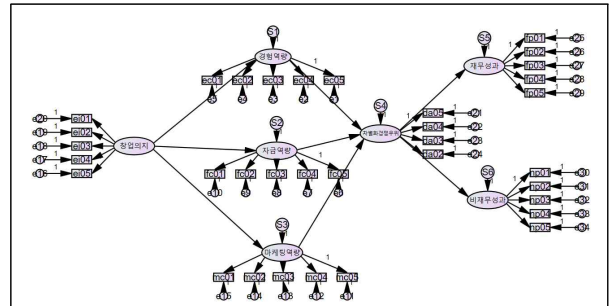
<표 5> 확인적 요인분석 적합도 지수

구 분	IFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA
측정모형	0.946	0.939	0.945	0.037	0.049

측정모형의 적합도 지수 중 IFI, TLI, CFI는 0.9 이상으로 나타났으며, RMR, RMSEA도 0.08 이하로 수용범위 안으로 들어와 적합도가 우수했다.

4.3 연구모형의 분석 및 가설검증

본 논문의 연구모형과 가설에 대한 검증을 위해 <그림 3>과 같이 구조방정식 모델에 대한 경로분석을 실행하였다.



<그림 3> 수정전 경로분석 모형

연구모형의 측정결과 χ^2 값(CMIN)은 969.401이고 DF(Degree of Freedom: 자유도)값은 519로서, 표준 χ^2 (CMIN/DF) 값이 1.868로 2를 넘지 않으므로 연구모형의 적합성이 검증되었다. 본 연구의 경로분석의 적합도 지수들은 <표 6>와 같이 확인할 수 있다.

<표 6> 경로분석 χ^2 값 및 표준 χ^2 값

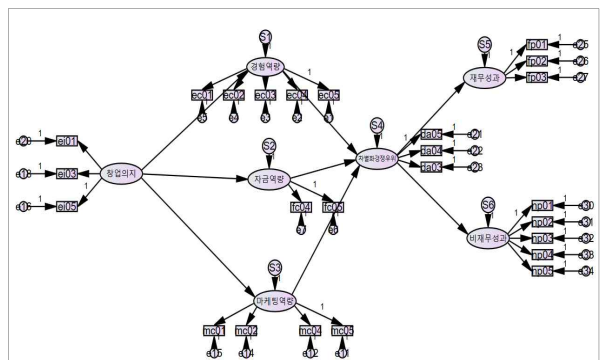
구 분	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
측정모형	76	969.401	519	.000	1.868

측정모형의 경로분석의 적합도 지수들은 다음 <표 7>과 같다.

<표 7> 경로분석 적합도 지수

구 분	IFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA
측정모형	0.897	0.888	0.896	0.064	0.066

측정모형의 적합도 지수 중 IFI, TLI, CFI는 0.9 이하로 나타났으며, RMR, RMSEA도 0.08 이하이지만, 적합도를 높이기 위해 경로분석 모형을 수정하였다.



<그림 4> 최종 구조방정식 경로분석 모형

수정 후 경로분석 모형의 측정결과 χ^2 값(CMIN)은 468.546이고 DF(Degree of Freedom: 자유도)값은 267로서, 표준 χ^2 (CMIN/DF) 값이 1.755로 2를 넘지 않으므로 연구모형의 적합성이 검증되었다.

본 연구의 수정 후 경로분석의 적합도 지수들은 <표 8>과 같이 확인할 수 있다.

<표 8> 수정 후 경로분석 χ^2 값 및 표준 χ^2 값

구분	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
측정모델	58	468.546	267	.000	1.755

또한, 측정모델의 수정 후 경로분석의 적합도 지수들은 다음 <표 9>와 같다.

<표 9> 수정 후 경로분석 적합도 지수

구분	IFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA
측정모델	0.932	0.922	0.931	0.049	0.062

측정모델의 적합도 지수 중 IFI, TLI, CFI는 0.9 이상으로 나타났으며, RMR, RMSEA도 0.08 이하로 적합도가 높은 것으로 나타났다.

따라서 본 연구의 연구가설에 대한 구체적인 검증결과를 살펴보면 <표 10>과 같이 확인할 수 있다.

<표 6> 연구가설 연구결과

가설	구분	Estimate	S.E.	C.R.	P	결과
가설1	창업의지→경험역량	0.79	0.109	7.246	***	채택
가설2	창업의지→자금조달역량	0.914	0.106	8.642	***	채택
가설3	창업의지→마케팅역량	0.918	0.094	9.783	***	채택
가설4	경험역량→차별화경쟁우위	0.14	0.063	2.231	0.026	채택
가설5	자금조달역량→차별화경쟁우위	-0.156	0.087	-1.794	0.073	기각
가설6	마케팅역량→차별화경쟁우위	0.958	0.143	6.707	***	채택
가설7	차별화경쟁우위→재무성과	0.742	0.076	9.788	***	채택
가설8	차별화경쟁우위→비재무성과	0.748	0.078	9.568	***	채택

가설1의 창업의지는 경험역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 창업자의 창업을 하겠다는 강한 의지는 경험역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설2의 창업의지는 자금조달역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 창업자의 의지는 자금을 조달하는

능력을 발휘하게 되는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설3의 창업의지는 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 따라서 창업자의 강한 창업의지는 경험, 자금조달, 마케팅에도 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

가설4의 경험역량이 차별화경쟁우위에 정(+)의 영향을 미친다는 가설은 채택되었다. 따라서 창업자의 창업경험은 차별화된 경쟁우위를 위한 요인이라는 것이 검증되었다. 가설5의 자금조달역량은 차별화경쟁우위에 정(+)의 영향을 미친다는 가설은 기각되었다. 이는 창업초기에는 창업자금을 충분히 준비하지 못하기 때문에 창업자가 경험역량, 마케팅역량의 중요성을 더 크다고 인지하는 것으로 판단된다. 가설6의 마케팅역량은 차별화경쟁우위에 정(+)의 영향을 미친다는 가설은 채택되었다.

가설7의 차별화경쟁우위는 재무성과에 정(+)의 영향을 미친다는 가설은 채택되었다. 차별화경쟁우위를 통해 매출액, 영업이익, 순이익 등에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 가설8의 차별화경쟁우위는 비재무성과에 정(+)의 영향을 미친다는 가설은 채택되었다. 이는 종업원들의 지식재산, 채용, 인식 등이 성공적인 창업을 위해 중요하다는 것을 검증하였다.

V. 결론

본 연구는 포항지역에서 창업하고 있는 창업자 및 구성원들을 대상으로 창업의지가 창업역량의 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량에 미치는 영향관계 및 창업역량의 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량이 차별화경쟁우위에 미치는 영향관계, 또한 차별화경쟁우위가 창업성과인 재무성과, 비재무성과에 영향을 있는지 구조방정식 모형을 통해 실증분석 함으로써 선행연구와의 차별성을 두었으며, 이를 위해 창업자의 성별, 연령, 창업횟수, 정부지원 유·무의 특성을 확인하였다.

따라서 본 논문은 실증분석을 통해 확인한 가설검정의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 창업의지는 창업역량인 경험역량, 자금조달역량, 마케팅역량에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 창업역량의 경험역량, 마케팅역량은 차별화경쟁우위에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 자금조달역량은 차별화경쟁우위에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

셋째, 차별화경쟁우위는 창업성과인 재무성과, 비재무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

결론적으로 본 연구에서는 성공적인 창업성과를 위해서는 창업자의 강한 창업의지는 창업역량인 경험, 자금조달, 마케팅에 긍정적인 영향을 미치게 되며, 경험역량, 마케팅역량은 차별화경쟁우위에 영향을 미치게 되며, 차별화경쟁우위는 창업성과인 재무성과 및 비재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 창업자의 강한 의지를 바

탕으로 새로운 아이디어를 창출하려는 노력을 기울이고, 자금 투자 및 마케팅활동을 강화하여, 차별화된 경쟁우위를 확보하려는 지속적인 노력이 경영성공을 위해 필요하다는 중요한 의미를 창업자 및 경영실무자에게 제시하고 있다.

또한, 창업자의 창업의지를 고취시킬 수 있는 창업교육 및 창업인식 개선을 위한 지속적인 학습을 위한 교육프로그램을 구축하여 창업자의 혁신적인 사고와 창업 지원 인프라의 접근성을 높이는 정부의 지원이 필요할 것으로 사료된다.

마지막으로 본 연구의 한계점과 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 특정지역으로 한정하여 실증분석하였기 때문에 그 결과를 전국으로 확대하여 적용하기에는 한계가 있다. 따라서 향후에는 전국 및 지역별 특징을 비교하는 연구가 이루어진다면 좀 더 다양한 연구결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다. 둘째, 청년창업과 시니어창업의 특성을 구분하여 비교 분석한 연구가 이루어진다면 좀 더 다양한 연구결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

REFERENCE

강성일(2007). *관광중소기업 소유경영자의 기업가정신과 성과의 관계에 관한 연구*. 박사학위논문, 제주대학교 대학원.

김민철(2013). 기업의 스포츠마케팅역량, 경쟁우위, 경영성공의 관계에서 혁신의 조절효과와 매개효과 분석. *성균관대학교, 박사학위논문*.

김윤진(2014). *창업기 벤처기업의 창업성과와 조직학습 및 기업가 지향성의 관계*. 석사학위논문. 서울대학교대학원.

김익성·이은미(2011). 공동브랜드 사업역량과 마케팅역량이 사업성과에 미치는 영향. *경상논총*, 29(1), 111-131.

김정심(2011). *예비소상공인들의 개인적 환경 및 창업교육이 미래 창업의지에 미치는 영향*. 석사학위논문, 중앙대학교 산업·창업경영대학원

신금순(2002). *소자본창업의 성공요인에 관한 연구*. 석사학위논문, 중앙대학교 국제경영대학원.

심완섭·이은재(2015). 대학생의 온·오프라인 창업의지 결정요인에 관한 연구: 학술지 등재지 및 후보지에 게재된 연구를 중심으로. *e-비즈니스연구*, 16(4), 371-396.

윤계형(2014). *고객만족도가 재무성과에 미치는 영향*. 석사학위논문, 가톨릭대학교대학원.

윤방섭(2004). 창업의지결정요인: 개인특성 및 환경요인. *산학경영연구*, 17(2), 89-110.

이기일(2010). *창업의지 결정요인에 미치는 영향에 관한 한·중 비교 연구: 대학생 집단*. 석사학위논문, 숭실대학교 일반대학원.

이강임(2018). *대학생의 창업가적 개인특성이 창업교육과 창업지원 제도인식에 따라 창업의지에 미치는 영향: 보건계열 학생중심으로*. 석사학위논문, 한밭대학교 창업경영대학원.

이길원(2016). *창업경영자의 기업가적 속성과 차별화 경쟁우위가 경영성과에 미치는 영향*. 박사학위논문, 서울벤처대학원대학교.

이ური(2014). *글로벌 역량과 개인특성이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구*. 석사학위논문, 호서대학교 글로벌창업대학원.

이미자(2012). *창업의지와 기업가정신이 창업성공에 미치는 영향*. 석사학위논문, 호서대학교 글로벌창업대학원.

이주연(2018). *정부의 창업지원사업이 창업성과에 미치는 영향 연구: 서울지역 문화콘텐츠창업기업을 중심으로*. 석사학위논문, 서울시립대학교대학원.

정수원(2001). *소자본창업과 경영*. 서울: 문영사.

조상구·이충섭(2010). 경영혁신기법의 활용정도와 비재무적성과지표 속성이 중소기업성과에 미치는 영향. *재무회계정보저널*, 10(2), 47-76.

조종연(2016). *소상공인 창업자의 개인적 특성 및 창업준비 수준이 창업성과에 미치는 영향*. 석사학위논문, 중앙대학교 산업·창업경영대학원.

최진호(2019). *창업가 개인특성이 창업지원에 따른 경영성과에 미치는 영향*. 석사학위논문, 한밭대학교.

황인규(2016). *창업가의 기업가정신과 경험적 특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 혁신경영 역량의 매개효과를 중심으로*. 석사학위논문, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원.

Barney, J. B.(1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Bird, B.(1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.

Chandler, G. N., & Hanks, S. H.(1994). Market Attractiveness, Resource-based Capabilities, Venture Strategies, and Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 9(4), 331-349.

Cho, S. G., & Lee, C. S.(2010). The Effect of Utilizing Management Innovation Techniques and Attributes on the Business Performance of Small and Medium Size Companies. *Journal of finance and accounting information*, 10(2), 47-67.

Choi, J. H(2019). *The Effect of Personal Characteristics of entrepreneurs on Business Performance, according to Entrepreneurial Support System*. Master's thesis, Department of Entrepreneurial Management Graduate School of Entrepreneurial Management Hanbat National University.

Cooper, A. C.(1971). The Founding of Technology-Based Firms, Milwaukee. Wis, *The Center for Venture Management*, 78-83.

Crant, J. M.(1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34, 42-49.

Day, G. S(1994). The capabilities of market driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.

Fahy, J.(2000). The resource-based view of the firm: Some stumbling blocks on the road to understanding sustainable competitive advantage. *Journal of European Industrial Training*, 24(2), 94-104.

Fornell, C.(1992). A National Consumer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 55(1), 1-21.

Gu, J. W., & Lee, Y. C.(2008). A Study on the Selecting, Learning, Coordinating Mechanism Factors in the Growth Stages: Focused on the Case Study of High-tech Venture Companies. *Korea Journal of Business Administration*, 21(6), 2819-2856.

Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (1984). Business unit strategy, managerial characteristics, and business unit effectiveness at strategy implementation. *Academy of Management Journal*, 27(1), 25-41.

Hwang. I. K.(2016). *A Study on the Effects of*

- Entrepreneurship and Experience of Entrepreneurs on Firm's Performance: Focusing on the mediating effect of innovative management capability.* Master's thesis, Entrepreneurship Major Graduate School of Global Entrepreneurship, Kookmin University.
- Jeong, S. W.(2001). *Entrepreneurship management of small capital.* seoul, munyeongsa
- Jo, J. Y.(2016). *The impact of Individual Characteristics and Level of Start-up Preparation of Small Business Traders on Their Start-up Outcomes.* Master's thesis, Chung-Ang University Graduate School of Industrial and Entrepreneurial Management,
- Kang, S. I.(2007). *Relationships of Owner-manager's Entrepreneurship and Performance in the Small and Medium Tourism Enterprises.* Doctral dissertation, *The Graduate School of Cheju National University,* Department of Tourism Management.
- Kim, D. H., & Shin, G. C.(2013). An Empirical Study on the Relationships Among Marketing Environment, Capacity and Strategy on the Marketing Performance of SMEs. *Academy of customer satisfaction management*, 15(1), 53-84.
- Kim, H.(2012). The Entrepreneurial Factors and Entrepreneurial Intention on Student. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship* 7(1), 263-271.
- Kim, I. S. & Lee, E. M.(2011). The Impact of Business and Marketing Capabilities of Joint Brands on Performance. *Koreanische Zeitschrift fuer Wirtschaftswissenschaften*, 29(1), 111-131.
- Kim, J. S.(2011). *A Study of the Impact of Individual Environment and Entrepreneurship Education of Preliminary Small Business Creators on Future Business Creation Intent.* Master's thesis, Entrepreneurial Management The Graduate School of Industrial & Entrepreneurial Management Chung-Ang University.
- Kim, M. C.(2013). *Analysis of the Moderation and Mediation Effects of Innovation in the Relationships among Sport Marketing Capability, Competitive Advantage and Performance of Corporations.* Doctral dissertation, School of Sport Science Graduate School of Sungkyunkwan University.
- Kim, Y. J.(2014). *The Relationship among Entrepreneurial Performance, Organizational Learning and Entrepreneurial Orientation of Early Stage Startups, A Thesis for the Master of Science in Education,* Master's thesis, Graduate School of Seoul National University.
- Kim, Y. T.(2009). *An Empirical Study of Effect and Improvement of Entrepreneurship Education,* Master's thesis, Graduate School of Industrial & Entrepreneurial Management Chung-Ang University.
- Krueger, N.(1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability, *Entrepreneurship theory and practice*, 18, 5-21.
- Lee, J. Y.(2018). *A Study on the Effects of Government Startup Programs on Startup Performance: Focused on Cultural Content Startups in Seoul,* Master's thesis Department of Public Administration Graduate School of Urban Science University of Seoul.
- Lee, K. I.(2010). *A Comparative Study of Korean and Chinese Determinant Factors of the Entrepreneurial Intention: Targeting on College Student Groups,* Master's thesis, Department of venture and Entrepreneurship Graduate School Soongsil University.
- Lee, K. I.(2018). *An Impact of College Students' Entrepreneurial Individual Characteristics on Entrepreneurial Intention Depending on Startup Education and Recognition of Self-employment Support System: Focusing on health science college students,* Master's thesism, Dept. of Entrepreneurial Management Graduate School of Entrepreneurial Management Hanbat National University.
- Lee, K. O.(2016). *The Influence of Start-up CEO's Entrepreneurial Attributes and DFCA on Business Performance.* Master's thesis, Department of Convergence Industry, Seoul Venture University.
- Lee, M. J.(2012). *Meaning of Entrepreneurship and the Entrepreneurial Spirit of the Impact on the Success of the Business,* Department of Entrepreneurial Consultant, Master's thesis, The Graduate School of Global Entrepreneurship Hoseo University Seoul, Korea.
- Lee, R. R.(2014). *Study on the Influence of Globalization Capability and Personal Traits on Entrepreneurial Intention,* Master's thesis, Department of Entrepreneurial Consultant The Graduate School of Global Entrepreneurship Hoseo University.
- Lee, S. B., & Shin, D.(2008). *QFD (Quality Function Deployment) theory and practice,* Gyeonggi-do: Jireh Tech.
- Nam, K. C & Koo, C. M.(2002). Influence of Competitive Environment on Strategic Choice and Both Generic Strategy Toward Performance of online firms, *Sogang Journal of Business*, 13(2), 67-92.
- Porter, M. E.(1985). *Competitive advantage,* New York: Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G.(1990). The core competition of the corporation, *Harvard Business Review*, 68(May-June), 79-91.
- Schmidgall, R. S., Geller, A. G., & Ilvento, C.(1993). Financial analysis using the statement of cash flows. *The cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(1), 47-53.
- Shim, W. S., & Lee, E. J.,(2015). A Study on the Entrepreneurial Intention Determinants of University Students in the Online and Offline Environments - Mainly with Researches Carried on Academic Journals and Papers, *Journal of e-business studies*, 16(4), 371-396.
- Shin, K. S.(2002). *A Study on the Success Factors of a Small Business Starting-up,* Master's thesis, The Graduate School of International Management Chung Ang University.
- Son, E. H., & Kim, K. H.(2007). Effects of the Alignment between Core Competence and Competitive Strategy on

- the Business Performance in the Hotel Industry, *Korean Journal of Hospitality Administration*, 16(5), 93-111.
- Subramanian, R., & Gopalakrishna, P.(2001). The Market Orientation: performance Relationship in the Context of A Developing Economy: *An Empirical Analysis*, *Journal of Business Research* 53(1), 1-13.
- Tsai, W. M., MacMillan, I. C., & Low, M. B.(1991). Effects of Strategy and Environment on Corporate Success in Industrial Markets, *Journal of Business Venturing*, 6, 9-28.
- Vorhies, D. W.(1998). An investigation of factors leading to the development of marketing capabilities and organizational effectiveness, *Journal of Strategic Marketing*, 6, 3-23.
- Yam, R. C. M., Guan, J. C., Pun, K. F., & Tang, E. P. Y. (2004). An Audit of Technological Innovation Capabilities in Chinese Firms: Some Empirical Findings in Beijing, *China. Research Policy* 33, 1123-1140.
- Yoon, B. S.(2004). Determinants of Entrepreneurial Intentions: Individual Characteristics and Environmental Factors, *Korean Academic and Industrial Society of Business Administration*, 17(2). 89-110.
- Yoon, G. H.(2014). *The Effect of Customer Satisfaction on Firm's Financial Performance*, Graduate School of Business Master's thesis, Administration, Master of Business Administration, The Catholic University of Korea.
- Yu, Y. H.(2009). *An Empirical Study on Factors Affecting Entrepreneurial Intention: Focused on Career Orientation, Social & Cultural Perception, and Intentions to Participate in Entrepreneurial Support Programs*, Doctoral dissertation, Hoseo University.

A Study on the Effect of Entrepreneurial Intention on Start-up Performance: Focused on the Intermediating Effects of Entrepreneurial Competency and Differentiated Competitive Advantage

Kim, Ye-Jung (Uiduk University)*

Abstract

Recently, as young and senior entrepreneurs are getting interested in starting a business, the domestic startup rate is gradually increasing. However, the survival rate of start-ups is so low. In this regard, this study empirically examines how the entrepreneurial intention affects both financial and non-financial start-up performances through the intermediation effects of experiential competence, financing competency, marketing competence and differentiated competitive advantage. In doing so, the purpose of this study is to find out the key elements to successful start-ups. To this end, the survey results of 200 start-ups in Pohang from January 21 to February 1, 2019 were used to test the research hypotheses.

The results of the study are summarized as follows. First, it is shown that the entrepreneurial intention have a positive effect on the experiential competence, financing competence and marketing competence. Second, it is found that both experiential competence and marketing competence have significant positive effects on the differentiated competitive advantage. On the other hand, the financing competence has not been shown to have a significant effect on the differentiated competitive advantage, which might result from the characteristic of the data that most of the respondents are from new businesses. Third, it is shown that the differentiated competitive advantage has a positive effect on both financial and non-financial performances.

In conclusion, the results of this study suggest a theoretical basis for the successful start-up performance. Namely, it is necessary for the founders of start-ups to secure differentiated competitive advantage through the entrepreneurial intention and the entrepreneurial competences such as financing competence and marketing competence because the differentiated competitive advantage leads to the successful financial and non-financial start-up performances. In addition, the results of this study suggest to both entrepreneurs and managers that for the successful business performance, it is important for them to make continuous efforts to come up with new ideas and to reinforce financing and marketing activities in order to achieve the differentiated competitive advantage.

Keywords: Entrepreneurial Intention, Experiential Competency, Financing Competency, Marketing Competency, Differentiated Competitive Advantage, Financial Performance, Non-financial Performance

* First Author, willlove20@naver.com