

비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향 : 기업가 열정의 매개효과 및 성별 조절효과

A Study on the Effect of Business Capabilities on Job Creation Intention : Mediating Effect of Entrepreneur Passion and Moderating Effect of Gender

윤병선*, 김천규**

충남대학교 산학협력단*, 충남대학교 신약전문대학원**

Byeong-Seon Yoon(sun33@cnu.ac.kr)*, Chun-Kyu Kim(chunkyuk@cnu.ac.kr)**

요약

본 연구는 다양하고 세분화 되어가는 노동시장에서 취업 및 창업의 대안이 될 수 있는 창직 활동을 효율적으로 활용할 수 있는 방안을 찾아보고자 하였다. 비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향과 기업가 열정의 매개효과를 확인하고 집단 간 비교를 위하여 성별을 조절변수로 활용하였다. 설문은 6개 변수에 각각 4문항으로 구성하고 7점 Likert 척도를 사용하였다. 설문에 성실하게 응답한 392명을 대상으로 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석, 기술통계 분석, 상관관계 분석, 확인적 요인분석, 구조적 관계분석, 매개효과, 조절효과에 대하여 실시하였다. 분석결과 비즈니스 역량에서 창직 의지, 비즈니스 역량에서 기업가 열정, 기업가 열정에서 창직 의지의 관계는 모두 정(+)적으로 유의한 영향을 미치고 있었다. 또한, 부트스트래핑 매개효과 검증에서 기업가 열정은 비즈니스 역량과 창직 의지간의 관계에서 매개역할을 하였다. 집단 간 비교를 실시한 성별에 따른 창직 의지는 차이가 없는 것으로 나타났다. 창직 활동은 아이템의 차별화, 경험 및 노하우, 최근 트렌드를 반영한 비즈니스 모델, 열정과 끈기의 창직가 정신을 갖추고 주위의 부정적인 시각과 걱정을 극복하여야 한다.

■ 중심어 : | 창직 | 비즈니스 역량 | 기업가 열정 | 창직 의지 |

Abstract

The purpose of this study was to find ways to effectively utilize job creation activities that can be an alternative to employment and entrepreneurship in diverse and subdivided labor markets. The effect of business capability on the job creation intention and the mediating effect of entrepreneurship were identified, and gender was used as a control variable for comparison among groups. The questionnaire was composed of 4 questions for 6 variables, and a 7-point Likert scale was used. Frequency analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, descriptive statistics analysis, correlation analysis, confirmatory factor analysis, structural relationship analysis, mediating effect and moderating effect were conducted on 392 people who answered the questionnaire sincerely. As a result of analysis the relationship between the job creation intention in business capability, the entrepreneur passion in business capability and the job creation intention in entrepreneur passion had a positive (+) effect. Entrepreneur passion in the verification of bootstrapping mediating effects played a mediating role in the relationship between business capability and job creation intention. It was found that there was no difference in the job creation intention according to the gender that was compared between groups. The job creation activities must overcome the negative perspectives and worries around them with the differentiation of items experience and know-how a business model that reflects recent trends and a passionate and persistent Jobcreatorship.

■ keyword : | Job Creation | Business Capability | Entrepreneur Passion | Job Creation Intention |

I. 서론

코로나 바이러스가 전 세계에 퍼지면서 직업의 세계에도 많은 변화가 예상된다. 모든 국가가 바이러스 발병 원인과 차단을 위하여 노력하고 있으며 우리나라도 정부와 민간 기업에서 코로나 바이러스 퇴치를 위해 노력하고 있으며 감염병 분야 새로운 직업이 생성되리라 본다. 대면 방식 보다는 비대면 방식을 선호하게 되고 집합 생활보다는 1인 위주의 생활로 전환되면서 이를 뒷받침 할 수 있는 다양한 직업이 생성되는 계기가 될 수 있다. 또한, 미국의 민간 기업인 스페이스X에서 유인 우주선 발사에 성공하였다. 미국 NASA와 러시아 우주센터 중심으로 돌아가던 우주시대가 민간 기업으로 넘어가는 전환점이 되어 우주시대에 적합하고 다양한 직업이 생성될 수 있는 여건이 만들어지고 있다. 우리나라 정부는 수도권 지상 교통 혼잡을 해결하고자 인천 공항에서 여의도까지 드론택시를 운행하는 사업을 수행하고자 노력하고 있으며, 드론택시가 운행되면 드론택시조종사 등 드론분야 관련 직업이 추가로 생성될 것 같다.

2019년 고용노동부에서 발간한 “2020 한국직업사전”을 참고하면 우리나라 직업종류는 8년간 5,236개가 늘었으며 새로 등재된 직업으로 미디어콘텐츠창작자(유튜버), 드론조종사, 빅데이터전문가 등 270종의 직업이 현존하고 있다[1]. 산업의 변화로 만들어진 직업을 4가지로 분류할 수 있으며 첫 번째 4차 산업혁명 등 과학기술의 발전으로 만들어진 직업으로 빅데이터전문가, 블록체인가발자, 인공지능엔지니어, 드론조종사가 있다. 두 번째 고령화 등 인구학적 변화에 의하여 유품정리사, 애완동물행정교정사, 애완동물장 의사, 수납정리원이 있다. 세 번째 사회환경 변화로 모유수유전문가, 범죄피해자상담원, 산림치유지도사, 주거복지사가 생성되었다. 마지막으로 정부 정책 및 제도 변화로 사회적경제활동가, 지속가능경영전문가, 창업기획자, 도시재생코디네이터라는 직업이 생성되었다[1].

직업은 산업구조에 따라 새로 만들어지기도 하고 산업이 변화하면서 없어지기도 한다. 직업을 새로 만드는 과정을 창직이라고 하며 창직은 “자신의 경험과 적성을 기본으로 재능과 능력을 발판삼아 창의적인 아이디어

를 활용하여 새로운 직업을 발굴하고 생성하여 이를 다시 노동시장에 환원하는 것으로 자신의 재능과 역량을 키워나가는 진로 활동”이다[2]. 창직 활동은 기업가 정신이 필요한 창업과 유사하다고 볼 수 있으며 기업가정신은 외부환경 변화 및 충격에 의해 외생적으로 형성되는 기회가 누군가에 의해 발견되어야 하는 발견이론을 근간으로 하고, 발견이론과 상통하는 창조이론은 기업가적 기회를 시장과 교류하는 기업가의 행동에 의해 내생적으로 창조되는 것으로 보았다[3]. 창직가 자질은 직관적이고 외향성을 보유한 기업가적 성향의 일반인이 창직에 대한 의지가 있다고 하였다[4]. 창직은 제조업·서비스업·정보통신·문화·예술 등 다양한 분야에서 창조적인 아이디어를 기본으로 자신의 지식, 기술, 노하우, 역량, 적성 등을 활용하여 기존에 없던 직업을 만드는 과정이다[5]. 한국고용정보원에서 발간한 우리들의 직업 만들기에서 창직은 “개인의 지식, 기술, 네트워크를 활용한 창조적 아이디어와 일자리 창출 활동을 통해 새로운 직업을 발굴함으로써 스스로 일자리를 만들어 노동시장에 진입하는 것이다.” 라고 하였다.

산업현장에서 창의적인 아이디어와 활동을 기반으로 새로운 직업이 만들어지기도 하며 일부 직업은 대중성이 결여되어 혁신적인 일자리 창출에는 부족한 경우도 있다[6]. 또한, 개인의 경력을 바탕으로 현재 주어진 업무와 연관되는 과업 및 인지 영역을 새롭게 만들어 과업을 재창조하거나 관계를 형성하면서 새로운 직업이 만들어지기도 한다[7]. 새로운 직업의 생성은 개인의 역량 및 노하우와 함께 산업현장을 고려하여 만들어지는데 최근 대학생을 대상으로 실시한 조사에서 기업가 열정이 창직 의지에 유의한 영향을 미치기도 하였다[8]. 우리나라 산업구조는 여성이 대학을 졸업하고 사회에 진출하기 시작하면서 창직 등 사회활동이 늘어나는 추세이다. 사회적 진출이 늦어진 남성에 비해 다소 늦어진 여성이 창직에 대하여 어떻게 판단하는지 알아보고자 성별을 조절변수로 활용하여 분석하고자 한다.

창직에 대한 연구 인력 및 인프라는 창업과 비교하면 매우 부족한 상황으로 창직에 대한 연구는 향후 직업세계 발전에 매우 의미 있는 연구라고 할 수 있다. 직업을 만드는 창직 활동은 아이디어를 기반으로 사업화를 시도하는 창업 활동과 사례가 유사하다. 창업은 취업이

어려워지면서 취업 대안으로 활용되기도 한다[9]. 고용 시장 악화로 취업이 어려워진 대학생들이 창직에 대하여 어떤 의사를 가지고 있는 확인하고자 본 연구에서 유무형의 가치를 판단할 수 있는 역량과 비즈니스 네트워크를 형성할 수 있는 연계성이 창직 활동에 어떠한 영향을 미치는 알아보고자 연구를 진행하였다.

본 연구의 목적은 취업 시장의 불안으로 양질의 일자리가 줄어들고 취업을 희망하는 대학 졸업생이 늘어나는 상황에서 취업의 대안으로 창직을 위해서는 어떻게 해야 효율적인 창직 활동을 이어갈 수 있는지 방안을 모색하고자 한다. 창직 의지에 대한 연구는 구조방정식 모델링 기법을 사용하여 비즈니스 역량과 기업가 열정 간의 관계를 분석하고, 성별에 대하여 집단 간 비교를 하였다.

II. 이론적 배경

1. 비즈니스 역량

비즈니스(business)의 사전적 정의는 “어떤 일을 일정한 목적과 계획을 가지고 짜임새 있게 지속적으로 경영”함을 뜻하고, 역량(capability)은 “어떤 일을 해낼 수 있는 힘”을 말한다. 비즈니스는 정보기술의 발달과 사업 환경의 변화로 이종 사업간 융복합이 이루어지면서 산업구조가 다양하고 복잡하게 이루어져 있다[10]. Iasiti & Levien[11]는 비즈니스가 산업 생태계에서 지속적으로 성장과 발전을 이루어 나가기 위해서는 비즈니스가 강건하게 조성되어 있어야 하고 이와 함께 생산성, 견고성, 확장성의 3가지 요소가 필요하다고 하였다. 기업에서 성과 창출을 위해 비즈니스 역량의 많은 요소가 활용되고 있지만 본 연구에서는 가치성과 연계성이 창직 의지에 미치는 영향에 대하여 알아보고자 한다.

가치성(value)은 가치에 대한 역량으로 크게 형태의 유무에 따라 유형의 가치와 무형의 가치로 구분할 수 있으며 이는 다시 기업의 가치와 개인의 가치로 구분이 가능하다. 기존에 경험하지 못하였던 서비스를 제공하는 경우를 새로운 가치의 제공이라고 하며 거래의 편의성이나 의사결정의 정확성을 높이는 방식으로 가치를 향상시키는 것을 향상된 가치라고 한다[12]. 기업에서

마케팅의 최종 목표는 우수 고객을 유치하여 기업의 가치를 창출하는 것으로 기업 간 경쟁에서 기존 시장과 차별화 된 가치를 제공하여 우위를 선점하는 것이다 [13][14]. 기업이 경쟁에서 살아남고 상생할 수 있는 여건은 기업에서 제공하는 가치가 고객이 판단하였을 때 우수하다고 느끼며 이는 제공받는 혜택이 지불해야 하는 비용보다 크다고 판단하여 고객이 가치를 인정하기 때문이다[12].

연계성(connectivity)은 연계에 대한 역량으로 사회라는 조직 안에서 개인이나 기업이 성장하는데 있어서 필요하다. 기업은 정치와의 연계를 위하여 선거 운동에 후원금을 납부하거나 로비스트를 활용하는 방법으로 정치적으로 연계를 맺는다[15]. 또한 기업의 관리자는 위기 상황에 직면하게 되면 빠르게 문제점을 파악하고 해결점을 찾아 조직을 이끌어가야 하므로 직원들과 지속적으로 소통하면서 유용한 정보를 제공받아야 한다 [16]. 사회연결망 서비스는 개체 간의 관계를 이어주며 연결 상태와 구조를 분석하여 친구, 직장동료, 지인 등 정보를 교환하는 다양한 사회적 개체에 연결된다. Knoke & Kuklinski[17]는 사회적 관계유형에 대하여 거래, 의사소통, 상호침투, 권위 및 권력, 친족관계 등으로 구분하였다. 기업이나 개인이 비즈니스를 통한 성과 창출을 위한 필요한 요소에는 여러 가지가 있지만 본 연구에서 유무형의 물질 자산에 대하여 가치 여부를 판단할 수 있는 역량인 가치성과 주위에 산재해 있는 가치가 있는 자원과 다른 자원과 연계하여 사업화 등을 수행할 수 있는 연계성을 새로운 직업을 생성하는 창직 의지와의 상관관계를 파악하고자 연구를 진행하였다.

2. 기업가 열정

기업가(entrepreneur)는 “기업 운영에 필요한 자원을 지원하고 기업의 경영을 책임지는 사람”이라고 정의 하며, 열정(passion)은 “어떤 일을 행함에 있어서 적극적이고 열렬하게 애정을 가지고 집중하는 정신”을 말한다. 스타트업의 대표는 기업 운영을 위한 마음가짐으로 혁신성, 위험감수성, 친취성 등 기업가 정신과 함께 기업 운영을 위한 적극적이고 능동적인 열정이 필요하다. 기업 운영을 위한 열정에는 여러 가치를 필요로 하지만 본 연구에서는 기업을 설립(found)하고 기업의 기술을

발명(invent)하고 기업을 성장(develop) 발전시키는 기업가의 열정에 대하여 연구하고자 한다. 한국청년기업가정신재단[18]은 기업가에 대하여 다음과 같이 5가지로 구분하였다. 첫째 “기획을 인식하여 포착하며”, 둘째 “포착한 기회를 사업으로 조직하여 시장 지향적으로 전환시키고”, 셋째 “자본을 출자하여 가치를 추구하고”, 넷째 “이러한 업무를 수행하기 위하여 경쟁시장에 대한 위험을 예측하고”, 마지막으로 “위험을 극복하는 노력으로부터 보상을 추구하는 혁신자이며 개발자”를 기업가라고 지칭하였다. 기업가 열정은 창업자가 자신이 설립한 창업기업의 성공을 위하여 어려움과 위기를 해결하는 에너지이며 원동력이다[19]. Cardon et al.[20]은 창업자의 창의력 향상과 유망한 기회를 발견하여 사업을 수행하는데 중요한 정보를 습득하여 사업자금을 조달하는데 이용하는 것을 기업가 열정이라고 하였다. 소비자는 프로젝트, 체험활동, SNS 등을 통해 기업 CEO의 열정을 직·간접적으로 체험하고 공유하여 기업 CEO의 성장과 개발에 대한 열정을 인지하고 이러한 열정이 소비자에게 전이되어 기업을 신뢰할 수 있는 원동력이 된다[21].

기업가 열정에는 다양한 요소가 있지만 본 연구에서는 설립(found), 발명(invent), 성장(develop)을 변수로 활용하여 분석을 하였다. 기업가적 핵심적으로 다루는 요소에는 3가지가 있으며 이는 새로운 조직의 설립, 새로운 제품과 서비스에 대한 발명, 초기 생존에 대한 위험을 해결하고 조직이 성장하는 것이다[22]. 기업가 열정 중 첫째 설립은 기업을 신규로 생성하여 기업이 지속적·반복적으로 유지와 발전의 단계를 통하여 향상되는 첫 번째 단계이다. 기업이 중간에 폐업하지 않고 지속적으로 성장하기 위해서는 기업의 대표는 소비자의 요구사항을 적절하게 반영하는 의사 결정시스템의 도입과 시장 환경에 유연하게 대처하는 역량을 갖추어야 한다[23]. 두 번째 발명은 새로운 아이디어를 제품화하거나 좋은 기회를 발굴하기 위한 식견과 안목을 갖추어 신제품 발명을 위한 연구 인력 활용 계획과 운영 요건을 가지고 있어야 한다[20][24]. 다수의 기업가들은 기업가 열정 및 기업가 정신 등을 기본으로 하여 본인들이 설립한 기업의 성장과 발전을 위해 노력한다[25]. Cardon et al.[20]은 기업가 열정으로 무장한 대부분

의 기업가는 그들이 설립한 스타트업의 성장을 위해 많은 노력을 투입하고 있으며 한편으로는 열정은 있지만 스타트업을 설립하기 전이라면 다른 기업을 지속적이고 가치가 있는 기업으로 성장시키기 위하여 역량을 펼친다.

3. 창직과 창직 의지

창직(Job creation)은 “자기 주도하에 창조적인 아이디어를 기반으로 새로운 직업이나 직종을 생성하는 과정과 사회에 존재하는 직업을 재설계하는 활동”이다[2]. 의지는 “어떠한 목적을 실현하기 위한 자발적인 행동”으로 창직 의지는 창조적인 아이디어를 기반으로 새로운 직업을 만드는 행동이라고 할 수 있다. 국내의 고용 현장을 이해하고 현장에서 필요로 하는 업무에 맞는 새로운 직업이 생성되는 과정을 창직이라고 할 수 있으며, 이는 새로운 직업의 발굴과 기존 직업의 개발을 통하여 노동시장에 진출하는 창의적 진로활동이다[2]. 김부희[26]은 산업의 발달로 인간을 대신하는 로봇이 나오게 되면 인간들에게 돌아가야 하는 양질의 일자리가 서서히 없어지므로 창의적 아이디어와 활동을 기반으로 새로운 직무를 만들어야 한다고 하였다. 창직은 자신의 재능과 아이디어를 현실화하여 경제적이고 사회적인 가치로 창출하여 자기 주도적으로 직업을 개척해 나간다. 또한 창직은 능력과 적성을 중심으로 경제 패러다임과 네트워크를 활용하여 새로운 일자리를 창출한다[5]. 노동시장은 기존 직업이 사라지거나 새로운 직업의 생성으로 일자리 창출과 실업이 공존한다[27]. 신상진[28]은 창직으로 만들어지는 새로운 직업은 사업자등록을 하는 1인 기업과 비교하면 기업의 속성이 약하여 개인 역량이 중심이 되는 프리랜서라고 하였다. 임한규[29]는 창직으로 시장에 존재하지 않던 창의적인 직업의 생성으로 기존 시장이 아닌 새로운 시장에 진입하여 사업기회 포착 및 가치 실현이 가능하다고 하였다. 기업가 열정은 아이디어 발굴 및 기회 발견을 통하여 신제품 개발에 적극적인 면을 보이고 있으며 창직 의지에 유의미한 영향을 미치고 있다[8]. 또한, 기업가 열정이 새로운 직업을 만들고 성장하기 위해서는 시설 및 장비 등에 대한 투자가 필요하고 더불어 임직원 역량강화를 위해서는 전문 교육 및 자기계발을 할 수 있는 투자가 동반되어야 기

업의 혁신성장을 기대할 수 있다[30]. 창직에 대한 의지는 기존 직업이 사회에 미치는 단점과 한계를 극복하고 차별화된 직업 가치를 부여하여 새로운 형태의 직업 창조가 가능함으로 직업이 사라져가는 불안한 고용시장에서 상황을 주도할 수 있다[29].

III. 연구방법

1. 연구모형

창직 의지는 창직 활동을 위한 시작 단계로 직업을 새롭게 창조하면서 기존 직업의 한계를 극복하고 차별화된 가치를 가지는 새로운 형태의 직업을 생성하는 것으로 위험과 불확실한 산업현장에서 주도적으로 행동하는 개념이다[29]. 창직과 유사한 창업 의도에 영향을 주는 요인으로 자기유능성과 네트워크 환경이 있으며 사업가로서의 욕구가 높거나 취업의 대안이 높을수록 창업의도가 증가하였다[9]. 창업의 사례에서 살펴본 듯이 창직도 취업의 대안이 될 수 있으며 이에 대한 내용을 확인하고자 본 연구에서 대학생을 대상으로 비즈니스 역량의 가치성과 연계성이 창직 의지에 미치는 영향에 대하여 알아보았다. 또한, 비즈니스 역량과 창직의 지 간의 관계에서 기업가 열정이 매개역할을 할 것이라고 가정하였으며 여성의 사회적 지위가 향상되고 있지만 일부 남성 중심 사회에서 여성이 창직에 대한 반응을 알아보고자 성별을 조절변수로 활용하여 분석을 하였다. 비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향에 대하여 통합적으로 검증하고자 선행연구를 고찰하여 연구모형을 [그림 1]과 같이 설정하였다.

비즈니스 역량의 가치성과 연계성을 독립변수로 설정하였고, 종속 변수에는 창직의지를 두었으며 독립변수와 종속변수간의 매개역할은 기업가 열정을 매개변수로 하였다. 집단 간 비교분석에 성별을 조절변수로 활용하였다. 연구모형의 분석은 SPSS 24.0을 이용하여 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석, 기술통계 분석, 상관관계 분석을 실시하였고 AMOS 24.0 통계프로그램을 이용하여 확인적 요인분석과 잠재변인간의 관계 파악을 위한 경로분석, 집단 간 비교를 위해 조절효과 분석을 실시하였다.

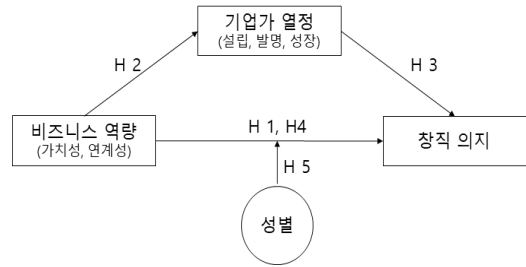


그림 1. 연구모형

2. 가설설정

2.1 비즈니스 역량과 창직 의지

빅데이터, AI 등을 활용하는 고객 지향적인 비즈니스 모델은 우리나라 산업의 생산성 향상과 고부가가치 업종으로 산업구조를 전환하여 다수의 구직자에게 고용의 기회를 제공한다[31]. 비즈니스 모델은 자원의 효율적인 활용과 부가가치가 동반되는 산업혁신으로 사회적 갈등을 해결하면서 산업구조의 패턴이 변해가고 있다[31]. 산업구조 패턴이 1차 산업에서 4차 산업으로 변화하면서 기업은 무형의 지식자산에 대한 중요도가 높아져 지식집약적 산업인 무형의 자산에 대한 투자가 나날이 늘어가고 있다[32]. 지상태와 남광우[33]는 정부 및 지자체의 정보화사업은 연계의 중요성을 제시하고 사회연결망 분석을 통해 타당한 기준에 의한 평가지표를 수립하고 정부 및 유관기관과 사업을 연계하여 수행하는 것을 권장한다. 영리 활동을 하는 기업의 성과가 상대적으로 낮은 경우에 비즈니스 활동을 강화해야 하는 필요성이 대두되었으며[34], 대학생들은 창의적인 아이디어와 시장에서 투자 가치가 있는 비즈니스 정보를 발굴하여 창직 활동을 이어나간다[4]. 창직은 가치성과 연계성을 내재한 일반인이 창직을 하고자 하는 의지가 높을 것으로 판단되어 비즈니스 역량과 창직 의지에 대하여 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 1. 비즈니스 역량은 창직 의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 비즈니스 역량과 기업가 열정

비즈니스는 기업의 수익 창출과 사업을 운영해 나가는 방식으로 거래와 관련되는 제품, 서비스, 정보의 흐

름에 대한 이해관계자의 역할이다. 기업이 제공하는 가치에는 새로운 가치와 향상된 가치가 있으며 주관적이고 정량화가 어려운 가치를 고객에게 제공하기 위해서는 객관적으로 비교 및 평가가 가능하도록 변경하여 제공이 되고 있다[12]. Dyer & Chu[35]은 기업과 고객의 신뢰는 거래비용은 줄이고 상호 정보공유를 증진시키며 가치를 창출하고, Morgan & Hunt[36]는 비즈니스에서 신뢰와 몰입의 증진은 우월한 기회 및 효익 등을 제공하고 가치 있는 정보를 공유하고 기회주의적 행위를 피함으로써 경쟁우위에 설 수 있다고 하였다. 기업이 성공하기 위해서는 신뢰 할 수 있는 비즈니스 파트너가 필요하고 기업의 경영 성과를 높이기 위해서는 컨설턴트의 기업가정신 함양이 매우 중요한 역할을 한다[37]. 가치성과 연계성이 기업가 열정의 설립·발명·성장에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하여 비즈니스 역량과 기업가 열정의 가설을 다음과 같이 수립하였다.

가설 2. 비즈니스 역량은 기업가 열정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 기업가 열정과 창직 의지

창직 의지 관련 연구는 창업 의지와 비교하면 많이 부족한편이다. 기업가 정신과 창업 의지에 관한 선행연구는 지금까지 다수의 연구자들에 의하여 연구가 진행되어왔다[38]. 김정곤은 기업가 정신이 창업 의지에 영향을 주는 요인으로 기업가 정신의 위험감수성, 혁신성, 진취성을 변수로 실증 분석한 결과 혁신성과 진취성은 창업 의지에 영향을 미치지 않지만 위험감수성은 창업 의지에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있다는 결과가 있다[38]. 대학생들은 졸업 전·후에 취업, 창업, 창직, 진학, 유학 등 본인의 진로를 고민하게 된다. 대학 재학생이 창직을 희망하고 결정하는데 있어서 도움을 주는 것은 기업가 정신과 기업가 열정이며 기업가 열정의 발명에 대한 열정이 창직을 수행하는데 있어서 필요하다는 결과가 있다[8]. 기업가 열정이 창직을 수행하는 있어서 도움이 된다는 연구결과를 토대로 기업가 열정이 창직 의지에 유의한 영향을 미칠 것이라고 판단하여 기업가 열정과 창직 의지간에 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 3. 기업가 열정은 창직 의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 기업가 열정의 매개효과

기업 활동에 있어서 기업의 성공과 지속가능성에 영향을 미치는 여러 가지 요인 중 특히 기술개발 등 기술과의 관계가 선행 검토되어야 하는 요인이다. 따라서 기업가 열정과 기술 개발 등의 동기요인과의 관계를 파악할 수 있다면 성공과 지속가능성에 대한 설명이 용이하게 될 것이다. 일반적으로 기업가정신 지식역량이 높은 기업일수록 경영 전반에서 경영 성과가 높게 나타나며 우수한 경영 성과는 조직의 전문적인 기업가정신 관련 지식을 활용하면서 나온다[39]. 김진영[40]은 기업가정신 지식역량이 기업가 정신과 기업가적 성과에서 매개역할을 한다고 하였다. 또한, 기업이 정신은 창업을 하고자 하는 의지에서 매개역할을 하였다[41]. 기업가정신은 창업 의지와와의 관계에서 매개효과를 보이고 있으며 이와 유사한 기업가 열정도 창직 의지와와의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 가설을 수립하였다.

가설 4. 기업가 열정은 비즈니스 역량과 창직 의지간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

2.5 성별의 조절효과

창직에 대한 성별 조절효과 선행연구 자료가 부족하여 창직과 비교가 가능한 창업 선행연구를 참고로 하면 다수의 논문에서 남성이 여성보다 창업의도가 높게 나왔다[42][43]. 기업가 정신 교육과 창업의도와와의 관계에서 성별의 조절효과는 남성이 여성 보다 대부분 높게 나타난다는 연구가 있는[43]. 반면에 성별에 따른 차이가 없다는 선행연구도 있다[39]. 대부분의 선행연구에서 성별 간 차이를 보이는 경우가 여성은 남성에 비해 사회적 네트워크 및 인적자원에 취약하다고 보기 때문이다[43]. 남성과 여성의 성별에 따른 비즈니스 역량과 창직 의지의 관계에 대한 효과를 알아보고자 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 5. 비즈니스 역량과 창직 의지의 긍정적 관계(+)는 남성이 여성보다 강할 것이다.

3. 조사 설계

본 연구는 대학생들을 대상으로 대학생들이 생각하는 창직에 대하여 알아보고자 비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향과 이들 변수사이에 기업이 열정의 매개역할과 성별에 따른 효과를 알아보기 위하여 자료를 수집하였다. 2019년 10월부터 11월까지 약 2개월간 450부의 설문지를 배부하여 회수된 405부(90.0%)의 설문지 중 불성실하게 응답한 13부(2.9%)를 제외한 392부(87.1%)를 표본으로 자료 분석을 실시하였으며, 연구변수에 대한 설문은 7점 Likert 척도(1=매우 아니다, 7=매우 그렇다)를 사용하였다.

4. 변수의 조작적 정의

비즈니스 역량에 대한 측정은 창직과 연관된 문항으로 측정결과에 미비한 문항을 제외하고 가치성 4개 문항, 연계성 4개 문항으로 총 8개의 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 측정하였다[20][24].

기업가 열정은 기업가로서 새로운 것을 설립하는 것에 대한 관심도를 측정하여 창직가 자질을 측정하기 위한 설립관련 4개 문항과 고객의 니즈에 맞는 제품 발명을 위한 4개 문항 그리고 비즈니스 모델 확립으로 현재보다 더 성장시키는 과업을 계획하고 수행하는 자신감과 관련된 4개 문항으로 기업가 열정은 총 12문항으로 구성하였다[20][24].

창직 의지는 가까운 미래에 창직을 선택하려는 개인의 욕구를 의미하는 것으로 창직 의지는 4개 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 활용하였다[20][24]. 남녀 성별에 따른 비즈니스 역량과 창직 의지간의 관계를 알아보고자 성별을 조절변수로 활용하였다.

IV. 연구결과

1. 대상자의 일반 특성

본 연구의 대상은 392명으로 성별 분석 결과 남성 39.5%(155명), 여성 60.5%(237명)이며 학년으로는 1학년 24.2%(95명), 2학년 19.6%(77명), 3학년 27.6%(108명), 4학년 28.6%(112명) 로 나타났다. 설문 응답자 전공은 인문사회 5.1%(20명), 자연과학

32.7%(128명), 공학 6.6%(26명), 경상 21.4%(84명), 농학 7.1%(28명), 예체능 4.1%(16명), 기타 23.0%(90명) 이다. 창직에 대한 동기는 많은 돈을 벌고자 36.5%(143명), 좋아하는 일을 하고자 32.7%(128명), 개인 능력을 활용하고자 11.2%(44명), 사회적 지위 향상을 위해 4.6%(18명), 무응답 15.1%(59명) 이다. 설문 응답자들은 창직에 대한 애로사항으로 자금 부족 35.5%(139명), 경험 부족 31.6%(124명), 실패에 대한 두려움 20.2%(79명), 전문기술 부족 7.9%(31명), 무응답 4.9%(19명)을 선택하였다.

2. 타당도 및 신뢰도 분석

비즈니스 역량, 기업가 열정 및 창직 의지의 하위 요인이 분류를 위하여 요인분석을 실시하였으며 요인 추출 방법으로 주축 요인과 베리맥스 회전을 실시하여 타당도를 저해하는 항목을 제외하고 총 24개 항목으로 요인분석을 실시하였다. 요인 분석 결과는 [표 1]에서 확인이 가능하다.

요인분석에 따른 KMO 측도는 .964이고, Barrlett의 구형성 검정 결과도 유의확률이 .001 미만으로 나타나 요인분석 모형이 적합한 것으로 판단되며 누적분산은 71.75%로 나타나 구성된 6개 요인의 설명력이 높은 것으로 판단하였다. 요인 적재값이 모두 0.5이상이어서 전반적인 측정 도구의 타당도를 만족한다.

표 1. 측정도구의 요인분석

변수	1	2	3	4	5	6	
비즈니스역량	가치성3	.797	.269	.192	.216	-.097	.076
	가치성4	.699	.219	.211	.122	.019	.097
	가치성2	.680	.285	.294	.151	.029	-.092
	가치성1	.679	.361	.242	.142	.041	-.009
	연계성2	.227	.665	.235	.244	.388	.014
	연계성3	.264	.662	.203	.188	.462	-.007
	연계성1	.293	.648	.179	.180	.087	.187
	연계성4	.230	.617	.321	.182	.375	.013
기업가 열정	설립2	.393	.288	.763	.240	.085	.066
	설립1	.461	.211	.603	.368	.132	.016
	설립4	.259	.278	.596	.389	.038	.052
	설립3	.479	.318	.549	.189	.075	.055
	발명2	.251	.272	.151	.674	.283	.132
	발명1	.249	.208	.147	.657	.184	.187
	발명3	.273	.190	.179	.642	-.019	.391
	발명4	.270	.318	.272	.577	.097	.307
	성장3	.285	.153	.174	.029	.761	-.061
	성장4	.302	.225	.253	.056	.737	-.190
성장2	.319	.272	.280	.045	.697	-.037	

변수	1	2	3	4	5	6
성장1	.309	.238	.350	.016	.647	.012
창직의지4	.275	.342	.154	.084	.052	.677
창직의지1	.350	.355	.215	.129	.003	.643
창직의지3	.314	.426	.293	.054	.108	.589
창직의지2	.392	.420	.340	.058	.041	.581
아이겐값	5.651	5.268	2.779	2.380	0.716	0.426
공통분산(%)	23.546	21.951	11.579	9.917	2.985	1.775
누적분산(%)	23.546	45.497	57.075	66.992	69.977	71.752
KMO=.964, Bartlett's $\chi^2=8277.223(p<0.001)$						

본 연구의 신뢰도는 [표 2]에서 확인이 가능하고 각 변수에 대한 신뢰도는 가치성 .891, 연계성 .896, 설립 .907, 발명 .880, 성장 .913, 창직 의지 .909로 나타나 수용할 만한 수준으로 확인되었다.

표 2. 신뢰도 분석

변수	Cronbach's alpha	문항수	
비즈니스역량	가치성	.891	4
	연계성	.896	4
기업가 열정	설립	.907	4
	발명	.880	4
	성장	.913	4
창직 의지	.909	4	

비즈니스 역량, 기업가 열정, 창직 의지 변수의 기술 통계 및 정규성에 대한 결과는 [표 3]에서 확인이 가능하다. 주요 변수의 평균을 살펴보면 독립변수인 비즈니스 역량은 8개 문항에서 7점 만점에 평균 3.72~4.31 점(SD=1.28~1.48) 이다. 매개변수인 기업가 열정의 평균은 3.86~4.59점(SD=1.36~1.66)이고, 종속변수인 창직 의지의 평균은 3.82~4.18점(SD=1.49~1.57) 이다. West et al.[44]은 정규분포 기준을 |왜도| < 3, |첨도| < 8로 제시하고 있으며 각각의 변수들의 왜도와 첨도를 확인한 결과 절댓값 1미만의 값을 보여주고 있어서 모두 정규분포를 보이고 있는 것으로 확인하였다.

표 3. 기술통계

변수	평균	표준편차	왜도	첨도	
비즈니스 역량	가치성1	4.13	1.28	-0.05	0.04
	가치성2	4.31	1.28	-0.21	0.37
	가치성3	4.01	1.37	-0.15	-0.02
	가치성4	4.15	1.29	-0.08	0.37
	연계성1	3.72	1.42	0.04	-0.29
	연계성2	4.10	1.48	-0.08	-0.32
	연계성3	4.15	1.42	-0.20	-0.06
	연계성4	4.05	1.46	-0.05	-0.31
기업가 열정	설립1	3.98	1.66	-0.10	-0.73
	설립2	3.86	1.56	0.05	-0.48
	설립3	4.03	1.48	-0.16	-0.32

변수	평균	표준편차	왜도	첨도	
기업가 열정	설립4	4.44	1.52	-0.29	-0.33
	발명1	4.42	1.36	-0.39	0.05
	발명2	4.59	1.38	-0.41	-0.04
	발명3	4.38	1.37	-0.34	-0.23
	발명4	3.98	1.43	-0.09	-0.13
	성장1	3.89	1.41	0.01	-0.13
	성장2	4.27	1.40	-0.28	-0.03
	성장3	4.45	1.40	-0.29	-0.08
창직의지	성장4	4.45	1.46	-0.35	-0.19
	창직의지1	4.08	1.50	-0.14	-0.42
	창직의지2	3.95	1.57	-0.07	-0.53
	창직의지3	3.82	1.50	-0.11	-0.48
	창직의지4	4.18	1.49	-0.20	-0.26

3. 상관관계 분석

주요변수인 비즈니스 역량의 가치성, 연계성과 기업가 열정의 설립, 발명, 성장 및 창직 의지 간 상관관계를 피어슨 상관관계 분석으로 실시하였다.

상관관계 분석결과는 [표 4]에서 확인이 가능하며 가치성은 연계성(r=.815, p<.001), 설립(r=.632, p<.001), 발명(r=.621, p<.001), 성장(r=.654, p<.001), 창직 의지(r=.721, p<.001)와 모두 유의한 정(+)적 상관관계를 보였으며, 연계성은 설립(r=.648, p<.001), 발명(r=.642, p<.001), 성장(r=.635, p<.001), 창직 의지(r=.726, p<.001)와 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다. 또한 설립은 발명(r=.761, p<.001), 성장(r=.803, p<.001), 창직 의지(r=.746, p<.001)와 유의한 정(+)적 상관관계를 보였고 발명은 성장(r=.812, p<.001), 창직 의지(r=.706, p<.001)와 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다. 마지막으로 성장은 창직 의지(r=.709, p<.001)와 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다.

상관계수의 값이 0.8 이상으로 나타나면 다중공선성을 의심할 수 있으며 이를 확인하고자 회귀분석을 실시하였으며, 회귀분석 결과 VIF(분산팽창요인)의 값이 2.095~3.315 범위를 나타내고 있어서 다중공선성에 문제가 없다고 판단하였다.

표 4. 상관관계 분석

구분	1	2	3	4	5	6
비즈니스 역량	가치성	1				
	연계성	.815***	1			
기업가 열정	설립	.632***	.648***	1		
	발명	.621***	.642***	.761***	1	
	성장	.654***	.635***	.803***	.812***	1
창직 의지	.721***	.726***	.746***	.706***	.709***	1

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4. 연구가설 검증

비즈니스 역량의 가치성 및 연계성과 기업이 열정의 설립, 발명, 성장 그리고 창직 의지에 대하여 요인적재량이 0.5 미만이고 SMC가 0.4 미만인 변수를 제거하여 최종 모형을 완성하였다. 최종 모형의 적합도는 $\chi^2=956.351(p<.001)$, TLI=0.904, CFI=0.914, RMSEA=0.085로 나타나 만족할 만한 수준인 것으로 확인되었다. 확인적 요인분석 결과는 [표 5]에서 확인이 가능하고 비즈니스 역량, 기업가 열정, 창직 의지에 대한 경로는 유의수준 .001에서 모두 유의한 것으로 나타났다.

표 5. 확인적 요인분석

변수	Estimate		S.E.	C.R.
	B	β		
비즈니스 역량	가치성1	1	0.806	
	가치성2	0.982	0.792	0.055
	가치성3	1.097	0.827	0.058
	가치성4	0.942	0.753	0.056
	연계성1	1.048	0.762	0.062
	연계성2	1.201	0.835	0.062
	연계성3	1.143	0.829	0.060
	연계성4	1.152	0.811	0.062
기업가 열정	설립1	1	0.810	
	설립2	0.928	0.802	0.050
	설립3	0.863	0.784	0.048
	설립4	0.913	0.809	0.049
	발명1	0.750	0.744	0.045
	발명2	0.805	0.784	0.045
	발명3	0.748	0.734	0.045
	발명4	0.834	0.782	0.047
	성장1	0.869	0.829	0.045
	성장2	0.884	0.850	0.044
	성장3	0.821	0.789	0.045
	성장4	0.898	0.827	0.046
창직의지	창직의지1	1	0.833	
	창직의지2	1.130	0.900	0.050
	창직의지3	1.032	0.856	0.049
	창직의지4	0.935	0.783	0.051

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

비즈니스 역량과 창직 의지의 구조모형 분석결과는 [표 6]에서 확인이 가능하다. 구조모형 적합도는 $\chi^2=956.351(p<.001)$, TLI=0.904, CFI=0.914, RMSEA=0.085로 만족할 만한 수준인 것으로 확인되었다. 구조모형 분석결과 비즈니스 역량에서 창직 의지($\beta=0.436$, $p<.001$), 비즈니스 역량에서 기업가 열정($\beta=0.765$, $p<.001$), 기업가 열정에서 창직 의지($\beta=0.510$, $p<.001$)의 관계가 모두 정(+)적으로 유의한

영향을 미치는 것을 확인하였다.

표 6. 비즈니스 역량과 창직 의지 경로분석

경로	Estimate		S.E.	C.R.
	B	β		
비즈니스 역량 → 창직 의지	0.528	0.436	0.065	8.089***
비즈니스 역량 → 기업가 열정	0.997	0.765	0.070	14.238***
기업가 열정 → 창직 의지	0.474	0.510	0.051	9.285***

다음으로 가설 4에 해당하는 비즈니스 역량과 창직 의지 간의 관계에서 기업가 열정의 매개효과 검증을 실시하였다. 매개효과 검증을 위해 부트스트래핑 검증을 실시하였으며 매개효과, Estimate, S.E., 부트스트랩 95%신뢰구간 값을 분석하였다. 기업가 열정의 매개효과 95% 신뢰구간에서 0.337~0.612의 하한 값과 상한 값을 보이고 있으며 신뢰구간에서 0을 포함하지 않는 것을 확인하였다[표 7]. 기업가 열정의 매개효과는 $p<.05$ 수준에서 유의한 것으로 검증되었으며 기업가 열정은 비즈니스 역량과 창직 의지와 관계에서 부분 매개효과를 보이는 것으로 확인하였다.

표 7. 기업가 열정의 매개효과

경로	Estimate	S.E.	95% 신뢰구간
비즈니스 역량 → 기업가 열정 → 창직의지	0.472	0.070	0.337-0.612

[표 8]은 가설 5에 대하여 비즈니스 역량과 창직 의지의 관계에서 남성이 여성보다 더 강한 관계 정도를 가지고 있는가를 검증하였다. 다중집단 확인적 요인분석을 통해 남자 변수와 여자 변수를 동일하게 인식하고 있는지 확인하고자 측정동일성 검정을 실시하였다. 비제약모형의 모형적합도는 $\chi^2=348.176(p<.001)$, TLI=0.919, CFI=0.935, RMSEA=0.077로 집단 간 형태동일성은 문제가 없는 것으로 확인되었다. 비제약모형과 제약모형 1~4의 χ^2 검정결과 $p<.05$ 수준에서 유의하지 않은 것으로 확인되어, 남녀 집단 모형 형태는 독립변수와 종속변수 간 요인계수의 측정동일성이 확보되어 다중집단 경로분석을 진행하는데 문제가 없는 것으로 나타났다.

표 8. 남녀집단 확인적 요인분석 결과

모형	χ^2	df	TLI	CFI	RMSEA	χ^2 차이	df차이	p
비제약모형	348.176	106	0.919	0.935	0.077			
제약모형1 ^①	348.176	116	0.927	0.936	0.073	6.163	10	0.801
제약모형2 ^②	350.702	109	0.921	0.935	0.075	2.525	3	0.471
제약모형3 ^③	381.879	131	0.932	0.933	0.070	33.703	25	0.114
제약모형4 ^④	407.843	143	0.934	0.929	0.069	59.667	37	0.111

- ① 요인계수를 집단 간 동일하게 제약한 모형
- ② 공분산을 집단 간 동일하게 제약한 모형
- ③ 요인계수, 공분산을 집단 간 동일하게 제약한 모형
- ④ 요인계수, 공분산, 오차분산을 집단 간 동일하게 제약한 모형

[표 9]는 남녀집단의 경로분석 결과이며 남자 집단의 비즈니스 역량은 창직 의지에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.823, p<.001$). 또한, 여자 집단도 비즈니스 역량이 창직 의지에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.828, p<.001$). 남녀 집단 간 경로차이가 ± 1.96 보다 크거나 작으면 95% 수준에서 유의한 차이가 있다고 할 수 있다. 분석결과 비즈니스 역량에서 창직 의지에 대한 집단 간 경로 차이가 1.337로 남녀 성별에 따른 창직 의지는 유의하지 않은 것으로 나타나 남녀 성별에 따른 창직 의지는 차이가 없는 것으로 확인하였다.

표 9. 남녀집단 경로분석 결과

경로	남자			여자			집단 간 경로 차이
	B	β	S.E.	B	β	S.E.	
비즈니스 역량 → 창직 의지	0.890***	0.823	0.095	1.063***	0.828	0.088	1.337

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

이상의 가설검증 결과를 종합하면 [표 10]과 같다. 연구 결과 비즈니스 역량은 창직 의지, 기업가 열정에 유의미한 영향을 미쳤다. 기업가 열정은 창직 의지에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인하였으며, 기업가 열정은 비즈니스 역량과 창직 의지 간 매개역할을 하는 것을 확인하였다. 비즈니스 역량과 창직 의지에 대한 남녀 성별에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 10. 가설검증 결과 종합

구분	내용	결과
가설1	비즈니스 역량은 창직 의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설2	비즈니스 역량은 기업가 열정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설3	기업가 열정은 창직 의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설4	기업가 열정은 비즈니스 역량과 창직 의지간의 관계에서 매개 역할 할 것이다.	채택
가설5	비즈니스 역량과 창직 의지의 긍정적 관계(+)는 남성이 여성보다 더 강할 것이다.	기각

V. 결론 및 시사점

1. 연구결과 및 시사점

제조업에서 서비스업으로 아날로그에서 디지털로 산업이 전환되면서 직업의 세계도 변화가 있다. 2019년 기준으로 우리나라에 등재된 직업의 개수는 총 16,891개이고, 직종별로 분류하면 설치·정비·생산직 5,946개, 연구직 및 공학 기술직 3,212개, 경영·사무·금융·보험직 2,373개 등 다수의 직업이 존재한다[1]. 현재 우리 사회에서 기술의 발달로 없어지는 경우도 있고 반면에 기술의 발달로 빅데이터전문가 등 유사한 직업이 새롭게 생성되기도 한다.

본 연구에서는 대학생을 대상으로 창직에 대하여 알아보고자 비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향에 대하여 실증 분석을 하였다. 비즈니스 역량의 가치성과 연계성이 창직 의지에 미치는 영향과 비즈니스 역량과 창직 의지와와의 관계에서 기업가 열정의 매개효과와 성별에 따른 조절효과를 분석하였다. 비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향에 대하여 알아보고자 선행 연구 자료를 참고하여 총 5개의 가설을 설정하였다. 5개 가설에 대한 검증은 설문으로 수집한 데이터를 실증 분석하였으며 분석에 따른 연구 결과를 다음과 같이 정리하였다.

첫째 비즈니스 역량이 창직 의지에 미치는 영향에 대한 분석결과 비즈니스 역량은 창직 의지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 설문 응답자가 아이디어나 기술 등 전반적인 부분에 대하여 가치를 평가할 수 있는 역량을 보유하고 있다고 판단이 된다면 성공 가능성이 있는 아이디어를 비즈니스와 연계하여 창직으로 연결할 수 있는 역량을 갖추었다고 볼 수 있다. 사물에 대한 가치를 평가하여 판단하고 비즈니스에 연계

할 수 있는 역량과 새로운 환경에 적극적이고 능동적으로 대처가 가능하다면 창직에 대한 열정이 있다고 볼 수 있다. 또한, 비즈니스 역량도 기업이 열정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 기업이 열정은 창직 의지에 유의한 영향을 미친다는[8] 선행 연구 결과와 같이 본 연구 결과에서도 기업이 열정을 갖추고 있다면 창직을 하고자 하는 의지가 있음을 재차 확인하였다. 창직은 기업을 설립하고 설립된 기업을 성장시킬 수 있는 기업이 열정을 필요로 한다.

셋째, 기업이 열정은 비즈니스 역량과 창직 의지간의 관계에서 매개역할을 하는 것을 확인하였다. 기업이 열정과 유사한 사례로 볼 수 있는 기업가정신 지식역량이 기업이 정신과 기업가적 성과에서 긍정적인 매개역할을 한다는 연구결과가 있다[40]. 예비창직자는 창직으로 유익한 정보를 얻기 위하여 항상 노력하고 있으며 평상시에도 가치성과 연계성을 중심으로 비즈니스를 발굴하는 것을 확인하였다. 이는 비즈니스 역량이 기업이 열정을 매개로 창직 의지를 높이는데 긍정적인 역할을 하는 것을 확인하였다.

넷째, 선행연구에서 기업가정신 관련 교육이 창업의도에 미치는 효과가 여성이 남성보다 강한 것으로 나타난다는 연구결과가[41] 있지만 창직 의지는 성별에 따라 차이를 보이지 않았다. 창직은 남녀 차이 없이 비즈니스 역량과 기업이 열정을 갖추고 차별화된 아이템과 노동시장을 공략할 수 있는 전략으로 도전이 가능하다.

본 연구를 통한 시사점에 대하여 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 창직은 새로운 것에 대한 도전으로 창직을 위한 전문성과 경력이 동반되어야 하며 주변의 걱정과 부정적인 시각을 극복하기 위하여 비즈니스 모델과 창직가 정신이 필요하다. 예비 창직자는 창직에 앞서 실패에 대한 두려움과 부정적인 주위 시선으로부터 극복하기 위하여 창직가 정신 함양 교육을 통하여 혁신성, 도전성, 인내성 등이 필요하다.

둘째, 산업현장의 변화로 양질의 일자리가 줄어들고 이에 따라 창업을 희망하는 사람이 증가하면서 기업가 정신에 대한 관심이 나날이 증가하고 있다[45]. 창의적인 아이디어와 노하우 등을 기반으로 새로운 직업을

생성하거나 기존의 직업이 변화하는 창직이나 새로운 기업을 설립하는 창업은 모두 기업이 열정과 기업이 정신을 필요로 하고 있다. 예비 창직자를 대상으로 기업이 마인드를 고취시킬 수 있는 현장중심형 마인드 교육이 창직을 통한 일자리 창출과 소규모 경제 발전에 이바지 할 수 있다고 본다.

셋째, 창직가의 자질은 활동적이고 행동지향적이며 외향성을 보유한 사람이 강하다는 연구결과가 있다[4]. 창직가 자질을 보유한 사람을 발굴하여 육성할 수 있는 정책 및 시스템의 개선이 필요하고 더불어, 창직으로 만들어진 직업이 실패하면 다시 재기 할 수 있는 구제방안이 같이 마련되어 창직으로 자생하는 선순환 구조 생태계가 필요하다.

넷째, 기존 직업과는 차별화되는 새로운 직업을 만드는 창직 활동은 전 연령층을 대상으로 다양한 분야에서 다양한 일자리 창출이 가능하다. 우리 사회가 창직에 대하여 선입견 없이 판단하고 사회 구성원들의 창직 동기를 높일 수 있는 사회 환경이 구성되어야 한다. 차별화가 필요한 직업을 만드는 창직 활동은 수행해야 하는 두려움과 부담감 그리고 주변의 걱정과 부정적인 시각에 대처해야 하는 어려움을 안고 있다. 창직이 성공적으로 안착하기 위해서는 차별화된 아이템, 도전정신, 최신 트렌드를 반영할 수 있는 역량과 사회적 네트워크를 형성하여 성공한 선배 창직자의 조언과 경험담을 공유하여 창직을 통한 직업의 생성이 새로운 것을 만드는 것에 대한 도전 정신 및 자긍심이 수반되어야 한다.

2. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

창의적인 아이디어와 활동으로 직업을 만드는 창직 관련 연구는 창업과 비교하면 연구자의 관심도 떨어지고 연구 자료도 매우 부족하다[46]. 창직에 대한 선행연구와 도서 등 연구 자료가 부족하고 또한 창직을 연구하는 연구자가 없어서 연구가 한쪽으로 편중되는 현상을 보일 수 있다. 향후에는 다양한 상황과 변수를 고려하여 창직에 대하여 전반적인 부분에 대하여 연구를 진행하고자 한다.

참고 문헌

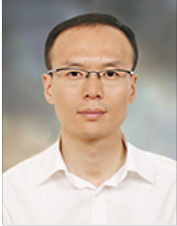
- [1] 김중진, 권운섭, 2020 한국직업사전(통합본 제5판), ㈜전우용사촌, 2019.
- [2] 김천규, 이정원, 김영아, *창업과 창직*, 해림, 2018.
- [3] S. A. Alvarez and J. B. Barney, "Discovery and Creation: Alternative Theories of Entrepreneurial Action," *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol.1, No.1, pp.11-26, 2007.
- [4] 윤병선, 이정원, 김천규, "MBTI 성격유형 및 특성에 따른 창직가정신에 관한 연구," *취업진로연구*, 제10권, 제1호, pp.119-138, 2020.
- [5] 김진수, *청년창직을 통한 지속가능한 일자리 창출방안 연구*, 고용노동부, 2011.
- [6] O. Crosby, "New and emerging occupations," *Occupational Outlook Quarterly*, Vol.6, No.2, pp.159-176, 2002.
- [7] A. Wrzesniewski and J. E. Dutton, "Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work," *Academy of Management Review*, Vol.26, No.2, pp.179-201, 2001.
- [8] 윤병선, 김천규, "대학생의 기업가 열정이 탐색활동을 통해 창직의도에 미치는 영향에 관한 연구," *취업진로연구*, 제9권, 제3호, pp.45-64, 2019.
- [9] 백효정, *여성창업 및 고용촉진제도가 창업동기 및 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 기혼여성의 창업 시장 확대 중심으로*, 중앙대학교, 석사학위논문, 2011.
- [10] J. F. Moore, "Predators and prey: a new ecology of competition," *Harvard business review*, Vol.71, No.3, pp.75-86, 1993.
- [11] M. Iansiti and R. Levien, "Strategy as ecology," *Harvard business review*, Vol.82, No.3, pp.68-78, 2004.
- [12] 최진용, 김길선, 김미리, "핀테크 혁신의 이해를 위한 유형 분류: 가치를 중심으로," *경영학연구*, 제48권, 제5호, pp.1303-1329, 2019.
- [13] J. Gummerus, "Value creation processes and value outcomes in marketing theory: strangers or siblings?," *Marketing theory*, Vol.13, No.1, pp.19-46, 2013.
- [14] W. C. Kim and R. Mauborgne, "Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth," *Harvard Business Review*, Vol.82, No.7, pp.172-180, 1997.
- [15] G. D. Keim and C. P. Zeithaml, "Corporate political strategy and legislative decision making: A review and contingency approach," *Academy of management review*, Vol.11, No.4, pp.828-843, 1986.
- [16] J. Jaroensutiyotin, Z. Wang, B. Ling, and Y. Chen, "Change leadership and individual innovative behavior in crisis contexts: An attentional perspective," *Social Behavior and Personality: an international journal*, 2019.
- [17] D. Knoke and J. H. Kuklinski, *Network analysis*, Illinois experts, 1982.
- [18] 한국청년기업가정신재단, *청소년 기업가정신 교육 프로그램 운영실태와 문제점*, 서울, 2018.
- [19] 임종희, 이진춘, "창업 벤처기업에 있어서 기업가 열정과 기술준비도가 조직역량과 혁신성과에 미치는 영향," *의사결정학연구*, 제15권, 제1호, pp.33-52, 2017.
- [20] M. S. Cardon, D. A. Gregoire, C. E. Stevens, and P. C. Patel, "Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation," *Journal of business venturing*, Vol.28, pp.373-396, 2013.
- [21] 박홍진, 한상호, 김은정, "프랜차이즈 기업가 열정이 기업실패, 일체감, 그리고 충성도에 미치는 영향," *프랜차이즈경영연구*, 제8권, 제3호, pp.17-27, 2017.
- [22] M. S. Cardon, J. Wincent, J. Singh, and M. Drnoveski, "The nature and experience of entrepreneurial passion," *Academy of Management Review*, Vol.34, No.3, pp.511-532, 2009.
- [23] 김영찬, 이한근, "도전, 혁신, 열정, 끈기 그리고 플렉스퍼트: 벤처기업 성장과 기업가 정신," *한국경영학회지*, 제22권, 제1호, pp.223-243, 2018.
- [24] T. Turner and P. Gianiodis, "Entrepreneurship unleashed: understanding entrepreneurial education outside of the business school," *Journal of Small Business Management*, Vol.56, No.1, pp.131-149, 2018.
- [25] J. E. Cliff, "Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth,

- gender, and business size,” *Journal of business venturing*, Vol.13, No.6, pp.523-542, 1998.
- [26] 김부희, “대학 진로취업지원 및 창작지원 정책의 현황과 추진방향,” 한국고등직업교육학회 학술대회, pp.77-82, 2018.
- [27] P. Cahuc, “Search, flows, job creations and destructions,” *Labour Economics*, Vol.30, pp.22-29, 2014.
- [28] 신상진, *셀프리터십이 창작/프리랜서직 종사자의 직 무만족에 미치는 영향: 혁신성과 위험감수성의 매개효과를 포함하여*, 한양대학교, 석사학위논문, 2019.
- [29] 임한규, *사회적자본이 창작동기 및 창작의도에 미치는 영향*, 국민대학교, 석사학위논문, 2015.
- [30] 김기찬, “사람중심 기업가정신모델의 혁신효과: 혁신 성장 중소기업 정책에의 시사,” *경영학연구*, 제48권, 제4호, pp.1123-1149, 2019.
- [31] 박정수, “4차 산업혁명 시대, 혁신적인 비즈니스 모델의 등장과 사회적 갈등,” *국토*, pp.26-31, 2020.
- [32] 최영문, “기업의 인적자원 정보의 기업가치 관련성 연구,” *국제회계연구*, 제88권, pp.181-200, 2019.
- [33] 지상태, 남광우, “지자체 부서 간 업무연계성 진단: 부산광역시 정보화사업을 중심으로,” *한국지리정보학회지*, 제21권, 제3호, pp.176-188, 2018.
- [34] 정대훈, 신동협, “세 유형의 사회적 열망수준과 조직의 탐색활동: 한국 조선산업의 연구개발 투자를 중심으로,” *인사조직연구*, 제27권, 제1호, pp.31-53, 2019.
- [35] J. H. Dyer and W. Chu, “The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: Empirical evidence from the United States, Japan, and Korea,” *Organization science*, Vol.14, No.1, pp.57-68, 2003.
- [36] R. M. Morgan and S. D. Hunt, “The commitment-trust theory of relationship marketing,” *The journal of marketing*, pp.20-38, 1994.
- [37] 정연수, 윤동주, 조성의, “기술창업기업에서 기업가의 비즈니스모델 인식과 경영성과 간의 관계연구,” *예술인문사회융합멀티미디어논문지*, 제9권, 제6호, pp.803-813, 2019.
- [38] 김정곤, *기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증연구: 창업공모전 참여동기의 매개효과, 정부 창업지원정책의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교, 박사학위논문, 2017.
- [39] T. J. Bae, S. Qian, C. Miao, and J. O. Fiet, “The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review,” *Entrepreneurship theory and practice*, Vol.38, No.2, pp.217-254, 2014.
- [40] 김진영, “기업가지향성이 중소기업의 기업가적 성과에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 제14권, 제2호, pp.83-93, 2019.
- [41] 공혜원, 김혜선, “기업가정신 교육과 창업의도와의 관계: 기업가정신의 매개효과 및 성별 조절효과,” *대한경영학회지*, 제31권, 제12호, pp.2223-2244, 2018.
- [42] V. K. Gupta, D. B. Turban, S. A. Wasti, and A. Sikdar, “The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.33, No.2, pp.397-147, 2009.
- [43] P. Westhead and M. Z. Solesvik, “Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit?,” *International Small Business Journal-Researching Entrepreneurship*, Vol.34, No.8, pp.979-1003, 2016.
- [44] S. G. West, J. F. Finch, and P. J. Curran, *Structural equation models with nonnormal variables: Problems and remedies*, Sage publications, 1995.
- [45] M. D. Burton, R. W. Fairlie, and S. Donald, “Introduction to a Special Issue on Entrepreneurship and Employment: Connecting Labor Market Institutions, Corporate Demography, and Human Resource Management Practices,” *ILR Review*, Vol.72, No.5, pp.1050-1064, 2019.
- [46] 이랑, “새로운 직업을 만들어가는 창작(創織) 성공 경험에 대한 내러티브 연구,” *내러티브와 교육연구*, 제5권, 제2호, pp.5-26, 2017.

저 자 소 개

윤 병 선(Byeong-Seon Yoon)

정회원



- 2004년 2월 : 공주대학교 컴퓨터공학과(공학석사)
- 2017년 2월 : 대전대학교 융합건설학과(경영건설경영학박사)
- 2012년 10월 ~ 현재 : 충남대학교 산학협력단 행정원

〈관심분야〉 : 창직, 기업가정신, 창업

김 천 규(Chun-Kyu Kim)

종신회원



- 2011년 8월 : 충남대학교 대학원 (경영학박사)
- 현재 : 충남대학교 신약전문대학원 교수

〈관심분야〉 : 기업재무, 금융파생상품, 금융리스크관리, 채권가치평가, 기업 및 기술가치평가, 창업학, 기업가정신, 창직분야