

## 중국 대학생의 창업 의도에 관한 연구\*

권기환

상명대학교 글로벌경영학과 교수

## Study on Entrepreneurial Intention of Chinese University Students

Ki-Hwan Kwon<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Department of Global Business, Sangmyung University, South Korea.

Received 11 January 2020, Revised 26 February 2020, Accepted 26 February 2020

### Abstract

Due to their participation in commercial activities between countries, many small and medium-sized trading companies are more of a born-global venture. The entrepreneurial intention is one of the key drivers impacting the formation of this born-global venture. In recent the importance of venture founding has been emphasized on a global scale. How to revitalize venture founding is becoming a nation-wide challenge in emerging economies as well as advanced countries. In particular, under the banner of ‘Many people founding venture, Many people creating innovation’, a new-coined word ‘Choangker’, an innovative founder of a venture, appeared in China. Existing studies have focused on entrepreneurial intention as a key driver that could affect whether a latent entrepreneur would actually found a venture or not. In this paper, we wanted to investigate what factors influence the entrepreneurial intention of the Chinese university students. Results of statistical analysis show that self-efficacy, personal experiences, supporting activities for venture founding, and social networks have positive effects on entrepreneurial intention of the Chinese university students. These results are similar to the claims of previous studies on the factors that influence the entrepreneurial intention of university students. In the future, researches on the entrepreneurial intention of the Chinese university students should be carried out to reflect the institutional characteristics at the national level.

**Keywords:** Entrepreneurial Intention, Influencing Factors, Chinese University Students

**JEL Classifications:** M13, M16

\* 이 논문은 2019년 상명대학교 교내 연구비 지원을 받아 수행된 연구입니다. 자료 수집 및 관리 등을 위하여 수고해 준 조금옥 석사 과정에게 감사 드립니다. 특히, 논문의 질적 개선을 위해 조언해주신 익명의 심사자들에게 감사 드립니다.

<sup>a</sup> Corresponding Author, E-mail: kkh1212@smu.ac.kr

© 2020 The Korea Trade Research Institute. All rights reserved.

## I. 서론

국가 간 상거래 활동 참여라는 특성으로 인해 무역 비즈니스를 핵심 사업으로 하는 중소기업의 상당수는 처음부터 태생적 글로벌 벤처(born-global venture)에 가까울 수밖에 없다 (Cavusgil and Knight, 2015; Ferguson, Henrekson, and Johannesson, forthcoming; Knight and Cavusgil, 1996; Zahra, 2005). 본 논문에서 다루고자 하는 창업 의도 (entrepreneurial intention)는 이러한 태생적 글로벌 벤처의 성립을 견인하는 핵심 동인 가운데 하나이다 (Hong Tae-Wha, Young-Jun Choi, and Ki-Hwan Kwon, 2010; Oviatt and McDougall, 1995). 취업 이전의 대학생이든 이미 취업한 직장인이든 예컨대 무역 벤처를 창업하기 위해서는 글로벌 인재로 성장하는 것이 더욱 바람직할 것이라는 믿음과 글로벌 경쟁에서도 어느 정도 수익을 창출할 수 있을 것이라는 자신감이 있어야 하기 때문이다.

창업 관련 기존 연구들에서는 실질적인 창업 여부에 영향을 미칠 수 있는 핵심 요인으로 창업 의도를 강조해왔다. 또한, 이들 연구에서는 창업 의도 형성에 영향을 미치는 선행 요인을 파악하고자 노력해왔다. 예를 들어, 창업 기업가에게 영향을 미치는 요인에 관하여 문헌 연구를 수행한 Shook, Priem, and McGee (2003)에서는 심리적 차원, 개인 특성 차원, 그리고 인지적 차원으로 구분하여 창업 의도 영향 요인을 정리한 바 있다. 5가지 성격 요소를 중심으로 개인 성격과 창업 의도 간의 관계를 파악하고자 한 Zhao, Seibert, and Lumpkin (2010)에 따르면, 정서적 안정성, 외향성, 경험 관련 개방성, 성실성이 창업 의도와 창업 성과에 모두 긍정적인 영향을 미쳤다. 계획된 행동 이론과 기업가적 사건 모형을 종합적으로 고려한 Schlaegel and Koenig (2014)에서는 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 기업가적 자기 효능감, 그리고 인지된 행위 통제가 지각된 바람직함과 지각된 실현가능성을 통해 창업 의도로 연결된다는 점을 강조하였다.

또한, 창업 관련 기존 연구들에서는 역동성을 바탕으로 창업 관련 활동을 적극적으로 수행

할 수 있는 주체로서 대학생에 집중해왔다. 예를 들어, 계획된 행동 이론을 바탕으로 실험 설계 방법론을 도입한 Souitaris, Zerfania, and Al-Laham (2007)에서는 이학과 공학을 전공한 학생들의 경우에 기업가정신 교육을 통해 정서적으로 영감이 확장되면서 창업 의도가 높아지는 것으로 분석되었다. 미국 대학생과 터키 대학생에 대한 비교 분석을 수행한 Özaralli and Rivenburgh (2016)에 따르면, 낙관주의, 혁신성, 위험 감내가 전반적인 창업 의도 형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업 의도를 지니기 위해서는 적정 수준의 능력이 사전적으로 필요하다는 점을 강조하고 있는 Bonesso, Gerli, Pizzi, and Cortellazzo (2018)에서는 근로 경험, 국제 활동 경험, 그리고 다문화 경험이 정서적, 사회적, 그리고 인지적 차원의 능력을 높이고 이렇게 높아진 능력이 다시 창업 의도 형성에 영향을 미친다는 점을 매개변수 모형을 통해 검증한 바 있다.

글로벌 경제의 저성장 우려가 현실화 되고 있는 가운데 최근 들어 새로운 성장 동력 모색이 확산되면서 벤처 창업의 중요성이 여러 국가와 영역에서 강조되고 있다. 선진국 뿐만 아니라 신흥국에서도 창업 활성화가 국가적 과제로 부각되고 있으며, 영리 추구 창업 뿐만 아니라 사회적 기업 설립에 대해서도 관심이 크게 증가하고 있다 (Kwon Ki-Hwan and Jin-Hong Kim, 2017; Paul, Hermel, and Srivastava, 2017).

실리콘밸리와 보스턴 등을 중심으로 원조 창업 국가라는 선도적 위상을 확립한 미국에 더하여 이스라엘은 국방과 전투 분야의 정보통신기술을 바탕으로 새로운 창업 국가 모델을 제시한 바 있다. 뿐만 아니라 과거 창업과는 거리가 있었던 영국, 독일, 그리고 프랑스 등 유럽의 여러 국가들조차 신흥 창업 국가임을 자임하고 있다. 신흥국들 가운데는 중국이 주목할만하다. 특히 중국의 경우 ‘대중창업 만민혁신’의 기치 아래 창커 (創客)라는 신조어까지 등장한 바 있다.

이에 본 논문에서는 중국 대학생의 창업 의도에 관하여 연구하였다. 구체적으로, 본 논문에서는 중국 대학생의 창업 의도 형성에 영향을 미치는 동인이 무엇인지 개인, 지원 인프라, 그리고 관계 측면에서 살펴보고 있다. 창업 관련 국

가 차원의 지원 확대, 산업 선진화 체계의 고도화, 글로벌 무역에서의 국가 지위 향상, 그리고 국외 유학생 증가 등을 고려할 때, 중국 대학생의 창업 의도에 관한 연구는 어느 정도 시의적절하다.

이하 본 논문은 다섯 부분으로 구성되어 있다. 이어지는 부분에서는 창업 의도에 관한 기존 연구들을 정리하였다. 두 번째 부분에서는 기존 연구들을 바탕으로 중국 대학생의 창업 의도에 영향을 미칠 수 있는 요인들을 정리하고 연구 가설을 도출하였다. 세 번째 부분에서는 연구 과정에서 활용한 설문 조사와 통계 분석에 관하여 설명하였다. 네 번째 부분에서는 분석 결과를 정리하고 추가적인 설명을 제시하였다. 마지막 부분에서는 연구 결과를 종합하고 창업 실무 및 향후 연구를 위한 시사점을 제시하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 창업 의도

일반적으로 의도란 마음의 상태이다. 구체적으로, 사람의 관심을 어떤 특성의 대상으로 이끌거나 목적을 달성하기 위한 수단으로 끌어들이는 것을 지칭한다 (Bird, 1988). 주어진 여건에 따라서는 의도가 단순한 관심 표현의 수준을 넘어 행위에 적용될 수도 있다.

심리 과정의 일환으로 의도를 규정하는 연구는 예전부터 수행되어 왔다. 예를 들어, McClelland (1985)의 경우, 밖에서 주어지는 영향에도 불구하고 가치와 노력을 지속시키는 긴장으로 의도를 인식하기도 하고 관심이나 동의에 따라 작동하는 정신 활동으로 의도를 파악하기도 하였다. 몇몇 연구자들은 의도가 기대, 관심, 믿음 등과 같은 요소들을 반영하고 있기 때문에 행위 결과에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 크게 강조하기도 하였다 (Bird, 1988).

이러한 내용들을 감안할 때, 창업 의도 (entrepreneurial intention)란 창업을 지향하거나 창업을 수행하고자 하는 마음의 상태를 말한다. 창업 의도는 기본적으로 사업 추진을 위

해 새로운 조직을 만드는 것 혹은 기존의 벤처에서 새로운 가치를 창조하는 비즈니스를 개시하는 것을 지향점으로 삼는다 (Bird, 1988; Gartner, 1985). 중소 규모의 새로운 기업들은 개인이나 개인들이 참여하는 집단을 통해 설립되며, 과거부터 준비하고 있었던 생각들을 실질적으로 수행하기 시작하면서 체계를 갖추게 된다 (Shook, Priem, and McGee, 2003; Thomson, 2009).<sup>1)</sup>

하지만, 모든 수익 창출 기회가 신규 조직의 구축으로 연결되는 것은 아니라는 점을 감안할 때, 창업 의도의 중요성을 강조하지 않을 수 없다. 이와 관련하여, 직장에 들어가지 않고 자신의 사업을 갖고자 하는 심리적 의도는 새로운 기업을 설립하는 현상을 이해하기 위한 핵심 변수이다 (Katz and Gartner, 1988).<sup>2)</sup>

기존 연구들에서는 창업 의도에 영향을 미치는 요인이 무엇인지와 관련하여 크게 두 가지 접근을 취하고 있다.

창업 의도에 관한 첫 번째 대표적인 설명으로서 Ajzen (1991/2002)의 '계획된 행동 이론 (theory of planned behavior)'이 가장 일반적으로 활용되고 있다. 여기서는 '행위에 대한 태도 (attitude toward behavior)', '주관적 규범 (subjective norms)', 그리고 '인지된 행위 통제 (perceived behavioral control)'를 창업 의도의 영향 요인으로 강조한다. 다시 말해서, 대상이 되는 행동에 대하여 개인이 지니고 있는 선호의 정도가 클수록, 행동할 것인지 말 것인지에 대한 인지된 사회적 압력이나 준거 집단의 인정이 강할수록, 그리고 행위를 어느 정도 용이하게 해낼 수 있을 것으로 파악할수록 창업 의도가 커지게 된다.

이와는 달리, Shaper와 Sokol (1982)에서는 '기업가적 사건 모형 (entrepreneurial event model)'을 주장하였다. 여기서는 '지각된 바람

- 1) 목적이나 의지가 충분하지 않은 경우라 하더라도 우연히 기회가 발견될 수 있다. 하지만 이 경우라 하더라도 수익 창출을 위해서는 사업화 과정을 거치고 관리 노력을 구체화 시켜야 한다 (Ajzen, 1991).
- 2) 설립된 기업을 운영하는 데 있어서도 창업 의도가 영향을 미친다. 창업가가 지닌 의지나 비전은 신생 조직의 사업 추진 의사결정 뿐만 아니라 조직 구조화 혹은 성과 창출 과정에 영향을 미친다 (Zhao, Seibert, and Lumpkin, 2010).

직함 (perceived desirability), '지각된 실현가능성 (perceived feasibility)', 그리고 '행동 성향 (propensity to act)'을 창업 의도의 선행 요인으로 강조한다. 다시 말해서, 새롭게 시작하는 사업의 미래 전망이 매력적일 것이라는 생각이 강할수록, 개인적 노력으로 새로운 사업을 추진해낼 수 있을 것이라는 생각이 클수록, 그리고 의사결정 내용을 실질적 행동으로 옮기고자 하는 기질이 강할수록 창업 의도가 커지게 된다.

## 2. 무역 비즈니스와 창업 의도

최근 들어 개인이 혼자서 국가 간 상거래와 관련된 모든 업무를 감당하기보다는 체계화 된 전문 조직을 설립하여 무역 관련 특정 분야 업무에 집중하는 것이 자연스러운 것으로 받아들여지고 있다. 이와 관련하여, 무역 비즈니스를 통해 개인이 경제적 이익을 창출하고자 한다면 국경을 넘어 새로운 사업 기회를 포착하고 이를 전유하기 위하여 혁신적인 수단을 강구해야 하기 때문에 높은 수준의 창업 의도를 지니고 있어야 한다.

구체적으로, 과거에는 정보의 비대칭성이나 시장의 왜곡 현상을 적절히 이용하며 개인적인 차원에서 무역 활동을 하면서 기회주의적인 불균형 거래 (arbitrage trade)를 통해 어느 정도 수익을 실현할 수 있었다. 하지만, 최근 들어서는 거래 참여자가 증가하였고 국가 간 시장 연결성이 강화되었으며 거래 투명성이 개선되었기 때문에 단순한 기회주의적 행위만으로는 수익 실현이 매우 어렵게 되었다. 그 결과, 무역 비즈니스를 통해 수익을 창출하고자 하는 개인의 경우라면 무역 비즈니스와 관련된 특정 기능을 전문적으로 수행하는 신규 업체를 설립하는 것이 당연한 수순으로 여겨지게 되었다. 이러한 움직임과 관련하여, 무역 비즈니스 참여 조직이 영위하는 업종이 꾸준히 분화되고 있음은 주지의 사실이다.

무엇보다도, 무역 비즈니스의 태생적 특성으로 말미암아 벤처 규모의 무역 기업을 설립하는 것이 널리 확산되고 있다. 우선, 무역 비즈

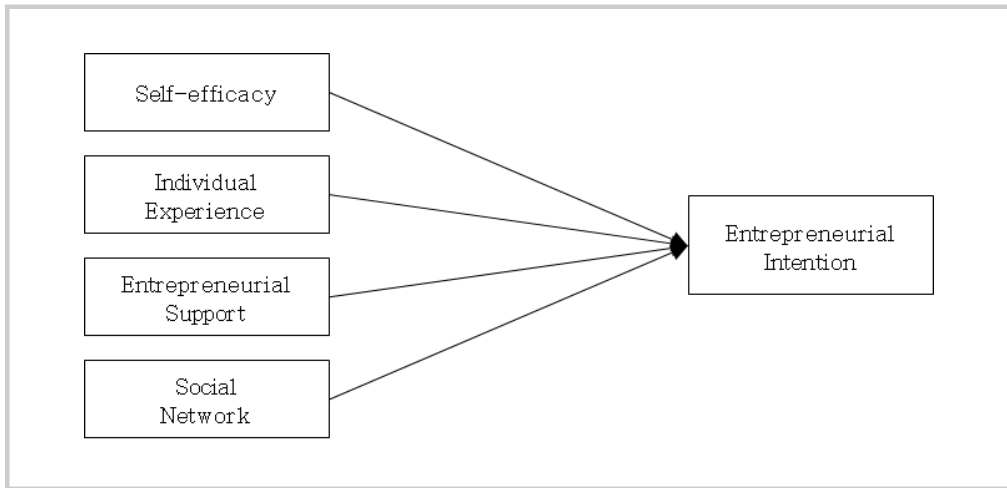
니스는 새로운 제품과 서비스를 글로벌 시장에 선보이기를 희망하는 기업들로 인해 초경쟁적으로 이루어진다. 초경쟁 양상을 극복하기 위해서는 과거와는 다른 혁신적인 상품과 사업 방식을 활용하는 것이 매우 중요하다. 다음으로, 무역 비즈니스는 다수 국가에서 온 다양한 이해관계자들의 참여로 인해 갈등과 긴장이 동반되는 것이 다반사이다. 수익 실현에 부정적인 갈등과 긴장을 해소하기 위해서는 주도적이고 적극적인 사업 수행이 필수불가결하다. 마지막으로, 무역 비즈니스는 국경을 넘어 이루어지는 특성으로 말미암아 상당한 수준의 위험을 동반한다. 국가 차원, 행정 차원, 거래 차원, 외환 차원, 그리고 문화 차원의 다양한 위험 속에서 무역 비즈니스를 수행하기 위해서는 위험을 무작정 회피만 할 것이 아니라 위험을 어느 정도는 감내하여야만 한다.

이러한 혁신성, 주도성, 그리고 위험 감내는 기업가적 지향성 (entrepreneurial orientation)을 구성하는 핵심 요소일 뿐만 아니라 잠재적 사업가들로 하여금 창업을 시도하도록 이끄는 원동력이다 (Lumpkin and Dess, 1996).

한편, 설립 초기부터 국외 진출 활동을 추진하는 태생적 글로벌 벤처나 국제 신규 벤처 역시 무역 비즈니스 수행과 높은 창업 의도 간의 깊은 관련성을 보여준다 (Kwon Ki-Hwan, Sung-Hoon Kim, and Jae-Chan Park, 2012; Knight and Cavusgil, 1996; Oviatt and McDougall, 1995).<sup>3)</sup> 태생적 글로벌 벤처나 국제 신규 벤처에 관한 주요 연구들에서는 중소기업이 글로벌 관점에서 수행하는 비즈니스 활동을 기업가정신의 맥락에서 파악하고 있다 (Hong Tae-Wha, Young-Jun Choi, and

3) 일반적으로, 국외 진출이란 자국 시장의 범위를 넘어 기업이 다양한 경영 활동을 수행하는 것을 말한다. 예를 들어, 국경을 넘어 경영 요소를 이전시키거나 여러 국가나 지역에서 비즈니스 활동을 수행하는 것을 의미한다. 또한, 창업 초기부터 수출 활동에 중점을 두는 것, 자국이 아닌 여타 국가에서 창업 관련 활동을 주도적으로 추진하는 것, 그리고 복수 국가에서 수행되는 다양한 경영 활동을 통합적인 입장에서 관리하는 것 역시 중소기업의 국외 진출 활동에 포함될 수 있다 (Hong Tae-Wha, Young-Jun Choi, and Ki-Hwan Kwon, 2010).

Fig. 1. Research Model



Ki-Hwan Kwon, 2010).

Oviatt and McDougall (1994)은 “사업 초기부터 여러 국가에서의 자원 이용과 생산물 거래를 통해 경쟁우위를 이끌어내는 기업”을 국제 신규 벤처라고 정의하였다. 이후 McDougall and Oviatt (2000)는 국제 기업가정신을 “혁신적이고 적극적이며 위험을 감내하는 활동들의 결합으로서 국경을 넘어 이루어질 뿐만 아니라 조직에서의 가치 창출을 위해 의도되는 활동”이라고 재정의하였다. 사업 기회 (business opportunity)를 강조한 Zahra and George (2002)는 “경쟁우위 창출과 관련하여 글로벌 시장에 존재하는 기회를 창조적으로 발견하고 활용하는 과정”으로 국제 기업가정신을 규정하였다. 이러한 내용을 확장하여 Oviatt and McDougall (2005)은 “국경을 넘어 기회를 발견하고 인식하고 평가하고 활용함으로써 미래에 필요한 제품과 서비스를 창조하는 것”이라고 국제 기업가정신을 새롭게 정의하였다.

이상의 논의를 종합해 볼 때, 무역 비즈니스를 통해 부가가치를 창출하기 위해서는 국제 기업가정신을 바탕으로 새로운 사업 조직을 갖출 필요가 있음을 추론할 수 있다.

### Ⅲ. 연구 모형 및 가설 도출

대학생의 창업 의도 형성에 영향을 미치는 요인들에 관한 기존 연구들에서는 자기 효능감, 개인적 경험, 창업 교육 및 창업 지원 활동, 그리고 인맥 네트워크에 대해서 강조해왔다 (Özaralli and Rivenburgh, 2016; Shook, Priem, and McGee, 2003; Zhao, Seibert, and Lumpkin, 2010). 구체적으로, 이러한 요인들은 잠재적 창업자인 대학생들로 하여금 지각된 바람직함과 지각된 실현가능성을 높게 생각하도록 이끌어 창업 의도에 긍정적인 영향을 미친다.

#### 1. 연구 모형

최근 들어서는 대표 신흥시장 가운데 하나인 중국의 대학생이 지니는 창업 의도에 관한 연구들 역시 다수 수행된 바 있다. 계획된 행동 이론을 기반으로 한 Wu and Wu (2008)에서는 교육 배경의 다양성이 중국 대학생의 창업 의도에 대한 상당한 영향을 미치고 있음을 살펴 보았다. 대학 재학 시기와 졸업 후 취업 시기 동안의 창업 의도 차이에 초점을 둔 Bernhofer and Li (2014)에서는 시기별 창업 의도 차이의 영향 요인으로 태도와 자세 측면의 성숙도 향

상, 자신의 능력에 대한 확신성 증가, 그리고 재무적 여건의 개선 등을 강조한 바 있다. 창업 관련 외부 환경 특성을 중시한 Yao, Wu, and Long (2016)에서는 창업과 관련된 사회적 환경과 경제적 환경의 최근 변화 양상을 중국 대학생이 창업 의도를 형성하는 데 핵심적인 영향을 미치는 요인으로 파악한 바 있다.

이러한 내용들을 바탕으로 본 논문에서 살펴보고자 하는 연구 모형은 다음과 같다.

## 2. 자기 효능감과 창업 의도

일반적으로 자기 효능감 (self-efficacy)이란 자신을 둘러싸고 있는 여건이나 상황을 적절히 헤쳐 나갈 수 있을 것인지에 관한 스스로의 인식 혹은 자신의 목표 달성을 위해 스스로의 행동을 효과적으로 추진해 나갈 수 있다고 생각하는 믿음 등을 말한다.

‘목표를 산출하기 위해 요구되는 행동 과정을 조직화하고 이를 실행할 수 있는 자신의 능력에 대한 신념’이라고 정의한 Bandura (1977)의 주장에 따르면, 의미있는 목표를 향해 나아가기 위해서는 인지, 정서, 그리고 행동 측면에서의 스킬이 체계적으로 조직화되고 효과적으로 종합되어야 할 필요가 있다. 누구든지 자신의 삶에 영향을 미치는 이슈들을 통제하기 위하여 노력한다. 그리고 이러한 노력을 통해서 바람직한 미래를 실현해 낼 수 있게 된다.

이와 관련하여, 자신의 행동에 의해 바람직한 결과를 산출해낼 수 있다는 믿음이 없다면 사람들은 행동 자체를 시도하지 않을 것이다. 이 점에서 자기 효능감은 행동을 유발하는 대표적인 동인들 가운데 하나임을 알 수 있다.

이상의 논의에 따르면, 자기 효능감이 큰 대학생은 그렇지 않은 경우에 비해 새로운 사업 기회를 더욱 구체적으로 검증하고자 노력하고, 검증한 기회를 사업화 시키기 위하여 자신감을 바탕으로 다각적인 수단을 활용하며, 창업 이후에 발생할지도 모르는 어려움을 해결하기 위하여 더욱 적극적인 노력을 기울일 가능성이 크다 (Lee Hyun-Young and Il-Han Lee, 2016; Özaralli and Rivenburgh, 2016). 결국,

자기 효능감이 큰 대학생일수록 자신의 능력을 체계적으로 활용하여 새로운 회사를 설립하고 이를 통해 경제적 부가가치를 창출할 수 있다는 긍정적인 믿음을 지니게 될 가능성이 크다.

가설 1 자기 효능감은 창업 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

## 3. 개인 경험과 창업 의도

개인의 과거 경험 (prior experience)이란 자신이 실제로 해보거나 겪어본 것 혹은 거기서 얻은 지식이나 스킬을 의미한다. 좀 더 추상적인 의미에서는 객관적 대상에 대한 감각이나 지각 작용에 의하여 깨닫게 되는 내용이 바로 경험이다.

이러한 경험은 성장의 밑거름이자 새로운 시도의 원동력이다. 개인은 다양한 경험을 통해 학습하고 발전해 나간다. 경험 관련 논의들을 종합적으로 정리했던 Dewey (1938)는 경험이 인간의 학습과 성장에서 필수불가결하며, 경험을 통해 성장이 이루어진다고 강조한 바 있다. 다시 말해서, 개인은 경험이 이루어지는 상황이나 과정에 참여하고 해당 경험의 결과를 반추함으로써 학습할 수 있다.

이와 관련하여, 다양한 사회 경험은 개인이 새로운 지식과 기술을 습득하도록 학습을 촉진시키며 전문성의 기반이 되는 통찰력의 향상에 기여한다. 경험은 또한 자신에 대한 태도와 역량 인식에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 다양한 경험의 축적은 개인으로 하여금 추가적인 노력을 기울이도록 동기화시킬 수 있다. 뿐만 아니라, 경험을 통해 개인은 자신의 존재감을 높일 수 있으며, 사회적 네트워크를 구축하고 확장해 나갈 수 있다. 무엇보다도, 경험은 개인의 발전 가능성을 판단하는 단서로서 활용될 수 있다.

이상의 논의에 따르면, 다양한 경험을 지닌 대학생은 그렇지 않은 경우에 비해 여러 가지 요소들을 새로운 사업 기회에 결합시키는 것이 가능하다. 또한, 이를 바탕으로 새로운 제품이나 서비스의 가치 창출 잠재력을 더욱 높일 수

있다. 다양한 경험은 창업 과정에서 제기될 수 있는 위험과 불확실성에 좀 더 신속하고 적절하게 대응할 수 있도록 해준다 (Park Ji-Sung, 2018; Choi Dae-Soo and Chang-Soo Sung, 2017; Bonesso, Gerli, Pizzi, and Cortellazzo, 2018). 결국, 다양한 경험을 지닌 대학생일수록 긍정적 자기 인식과 미래 발전 가능성에 대한 믿음을 바탕으로 보유한 기술과 지식을 결합시켜 새로운 조직을 설립하는 데 도전하게 될 가능성이 크다.

가설 2 개인 경험은 창업 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

#### 4. 창업 지원과 창업 의도

창업 지원이란 개인이 혁신적인 부가가치 창출 기회를 인지하고 새롭게 조직을 설립한 후 자신의 사업을 운영하고 장애요인을 극복해 나가는 데 필요한 재무, 설비, 기술, 지식, 그리고 정서 측면의 도움과 수단을 외부에서 제공하는 것을 의미한다.

저성장 기조가 점점 더 피할 수 없는 현실로 인식되고 있는 가운데 국민 경제에 새로운 성장 분위기를 불어 넣을 수 있는 대안의 하나로써 창업의 중요성이 그 어느 때보다 크게 주목 받고 있으며, 창업 지원은 국가 차원의 핵심 활동으로서 그 중요성이 꾸준히 부각되고 있다. 구체적으로, 창업에 반드시 필요한 요소들이라고 알려져 있는 시설 및 공간, 멘터링 및 컨설팅, 사업화 프로세스, 정책 자금, 기술 개발, 판로 확보 및 국외 진출, 그리고 행사 개최 및 외부 네트워킹 등이 창업 지원의 주요 대상이다.

최근 들어서는 대학 차원에서도 창업 지원 논의가 활발하게 이루어지고 있다. 대학이 수행하는 창업 지원 활동과 관련하여, 창업에 필요한 지식과 정보를 제공하거나 창업에 도움을 줄 수 있는 강좌를 개설하는 노력 등이 강조되고 있다.

이상의 논의에 따르면, 적절히 제공되는 창업 지원은 그렇지 않은 경우에 비해 대학생들에게 창업 관련 배경 지식을 습득할 수 있는 기

회를 제공할 뿐만 아니라 창업 초기의 대표적인 어려움이라고 할 수 있는 공간 및 인재 확보가 그나마 원활히 수행될 수 있도록 해준다. 또한, 사업 기회 인지 및 전유를 위한 노하우를 제공해주는 전문가 컨설팅과 창업 사례 및 성공 관련 시사점 공유 등은 창업 자체에 대한 긍정적 인식, 창업 이후 미래 여건 개선에 대한 기대감, 그리고 사회적 지지대 및 연대감 구축 등에 긍정적인 영향을 미친다 (Kim Yong-Tae, 2017; Kim Sung-Uk and Woon-Seek Lee, 2016; Souitaris, Zerfania, and Al-Laham, 2007). 결국, 대학생의 창업 활동에 대한 지원은 창업 관련 긍정적 태도 형성, 창업 관련 역량 증가, 그리고 창업 친화적인 사회적 분위기 형성 등을 의미하기 때문에 창업 의도 형성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

가설 3 창업 지원은 창업 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

#### 5. 사회적 네트워크와 창업 의도

사회적 네트워크는 사회적 관계를 중심으로 형성된 타인 혹은 여타 집단과의 연결을 의미한다. 사회적 네트워크는 어느 정도 지속성이 유지될 뿐만 아니라 지속적인 연결의 과정에서 나름 중요한 의미를 추구할 수 있는 경우를 의미한다.

계약 기반의 협력 파트너들, 전략적 제휴 관계를 맺은 조직들, 그리고 산업 지구 등이 기업 차원의 대표적인 네트워크인데 반해, 친인척 관계, 선후배 관계, 직업인 모임 등은 개인 차원의 핵심적인 네트워크이다. 이러한 개인 차원의 사회적 네트워크는 시간 혹은 공간 차원의 한계를 넘어 삶의 만족도를 높이거나 특정의 목표를 달성하거나 어려운 문제를 해결하는 데 도움을 준다.

사회적 네트워크를 통해 개인은 다양한 도움을 얻을 수 있다. 우선, 사회적 네트워크는 용기, 보호, 공감 등과 같은 감정 요소를 제공한다. 또한, 개인은 사회적 네트워크를 통해 돈이나 공간과 같은 당장 필요한 물질적 요소들을

지원받을 수 있다. 그리고 동기와 성향이 어느 정도 유사한 사람들이 참여하게 된다는 점에서 사회적 네트워크는 구성원들에게 사회적 정당성과 안정감을 제공할 수 있다. 무엇보다도, 사회적 네트워크를 통해 개인은 의사결정에 활용할 수 있는 다양한 소식, 정보, 지식 등에 접근할 수도 있다.

이상의 논의에 따르면, 사회적 네트워크가 어느 정도 준비된 대학생은 그렇지 않은 경우에 비해 사업 기회 발굴 및 선점에 필요한 정보와 지식을 필요한 순간에 좀 더 적절하게 확보할 수 있다. 또한, 새로운 조직을 어떤 방식으로 설립하고 운영해 나갈 경우에 더욱 높은 성과를 창출할 수 있는지에 대한 사례를 경험할 수도 있다. 특히, 창업 경험과 성공 스토리를 지닌 주변 사람들을 통해 동류 의식 혹은 사회적 정당성을 느낄 수도 있다 (Park Chang-Gi and Chang-One Kim, 2018; Lee Seung-Bae and Wang-Jin Yoo, 2013; Liñán and Santos, 2007). 결국, 사회적 네트워크는 창업 경험의 공유를 통한 자신감 부여, 준거 집단으로부터의 인정, 발생 가능한 잠재적 장애 요인에 대한 해결 방안 준비 측면에서 창업 의도 형성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

가설 4 사회적 네트워크는 창업 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

## IV. 연구 방법

### 1. 설문 조사

통계 자료 수집을 위하여 본 논문에서는 중국 하얼빈 지역과 한국 서울에 거주하고 있는 중국 대학생들을 대상으로 대면 조사, 이메일 방식, 그리고 SNS 계정을 통해 설문 조사를 수행하였다. 본 논문의 설문지는 최초 한국어로 작성되었으며 이를 중국어로 번역한 후 설문 조사에 활용하였다. 이 과정에서 역번역 (reverse translation) 단계를 거쳐 설문 문항의 왜곡을 최소화시키고자 하였다. 대면 조사 초기에는

번역된 설문 문항에 대한 적정성 확인을 시행하여 의미가 달라질 수 있거나 오해의 소지가 보이는 일부 문항을 추가로 수정하였다.

본 논문의 연구 과정에서 설문 조사에 참여할 의사를 나타낸 일부 중국 대학생 응답자들에게 이메일로 설문지 파일을 송부하기도 하였다. 설문지 파일을 받은 응답자들은 이후 자신이 참여하고 있는 SNS 계정에 설문지 파일을 올려 다수의 중국 대학생들이 본 논문의 설문 조사에 참여할 수 있도록 도움을 주었다.

설문 조사는 6월 초부터 2주간에 걸쳐 진행되었으며 배부된 설문지들 가운데 응답이 일단 완결된 417부가 회수되었다. 하지만, 응답이 완결된 설문지들 가운데 일부는 내용이 다소 작위적이라고 판단하여 통계 분석에서 제외시켰으며, 최종적으로 400부가 본 논문의 통계 분석에 활용되었다.

응답자 가운데 여학생이 233명으로 58% 정도를 차지하였으며, 응답자의 전공은 상경 계통이 228명으로 57% 정도를 차지하였다. 부모의 월수입은 3,000~5,000위안 정도가 가장 큰 비중으로 27%를 차지하였으며, 부모 가운데 사업 경험을 보유한 경우는 299명으로 75% 정도 되었다.

## 2. 변수 측정

종속 변수인 창업 의도는 창업을 지향하거나 창업을 수행하고자 하는 마음의 상태를 말한다. 다시 말해서, 새로운 조직을 만들거나 이를 통해 새로운 고객 가치를 창조하고자 하는 마음가짐을 의미한다. 본 논문에서는 Kwon Ki-Hwan and Jin-Hong Kim (2017), Liñán and Fayolle (2015), Paul, Hermel, and Srivastava (2017), Thomson (2009) 등의 내용을 종합적으로 고려하여 미래 사업 개시 가능성에 대한 인지, 미래 경영 활동 수행을 위한 지식 습득 여부, 그리고 실패 위험 인식 및 사업 추진 매력도 인식 등 6개 문항으로 창업 의도를 측정하였다.

한편, 설문 조사와 관련하여, 모든 문항들에 대해 응답자가 자기 보고 방식으로 작성하였기



Table 1. Main Variables

Variables	Measurements	Literatures
Self- efficacy	6 items: confidence in self mental maturity, confidence in self ability to achieve goals, faith in self plan's feasibility, etc.	Lee Hyun-Kyoung and Il-Han Lee (2016), Krueger, (2000), McGee, Peterson, Mueller, and Sequeira (2009), Schlaegel and Koenig (2013)
Individual Experience	5 items: sufficiency of part-time job experience, the sufficiency of social service experience, and the sufficiency of the experience of organization or corporate internships, etc.	Bonesso, Gerli, Pizzi, and Cortellazzo (2018), Miralles, Giones, and Riverola (2016), Shane (2000)
Entrepreneurial Support	4 items: proper preparation of start-up subjects, the degree to which various information about start-up is provided, etc.	Kim Sung-Uk and Woon-Seek Lee (2016), Mustafa, Hernandez, Mahon, and Chee (2016), Souitaris, Zerfania, and Al-Laham (2007)
Social Network	3 items: parent start-up success story sharing, the degree of business presence around it, etc.	Lee Seung-Bae and Wang-Jin Yoo (2013), Fernández-Pérez, Alonso-Galicia, Fuentes-Fuentes, and Rodriguez-Ariza (2014), Obschonka, Silbereisen, and Schmitt-Rodermund (2010)
Entrepreneurial Intention	6 items: awareness of future business possibilities, knowledge of future management activities, awareness of failure risk and business attractiveness, etc.	Kwon Ki-Hwan and Jin-Hong Kim (2017), Liñán and Fayolle (2015), Paul, Hermel, and Srivatava (2017), Thomson (2009)

때문에 동일방법편이 문제가 발생할 가능성이 존재한다. 이를 확인하기 위하여 설문 전체 문항을 대상으로 탐색적 요인분석을 회전 없이 수행하였다 (Podsakoff and Organ, 1986). 그 결과, 첫 번째 요인을 포함하여 지배적인 영향을 미치는 설명 항목은 발견되지 않았으며, 따라서 연구 결과를 왜곡시킬 수 있을 정도로 동일방법편이 문제가 심각하지는 않은 것으로 파악되었다.

첫 번째 독립 변수인 자기 효능감은 자신을 둘러싸고 있는 여건이나 상황을 적절히 헤쳐 나갈 수 있을 것인지에 관한 스스로의 인식을 의미한다. 자기 효능감이 높은 사람은 자신이 상황을 통제할 수 있다고 생각할 가능성이 크다. 중국 대학생의 창업 의도 형성에 대한 영향 요인으로서 자기 효능감에 관하여 살펴보고자

하는 본 논문에서는 Lee Hyun-Kyoung and Il-Han Lee (2016), Krueger, (2000), McGee, Peterson, Mueller, and Sequeira (2009), Schlaegel and Koenig (2013) 등의 내용을 연구의 초점에 부합하도록 일부 변형하여 자신의 정신적 성숙도에 대한 확신, 목표 달성 가능성에 대한 자신감, 계획의 실현 가능성에 대한 믿음 등 6개 문항으로 자기 효능감을 측정하였다.

두 번째 독립 변수인 개인 경험은 직접 해보거나 겪어본 것 혹은 거기서 얻은 지식이나 스킬 등을 의미한다. 중국 대학생의 창업 의도 형성에 대한 영향 요인으로서 개인 경험에 관하여 살펴보고자 하는 본 논문에서는 Bonesso, Gerli, Pizzi, and Cortellazzo (2018), Miralles, Giones, and Riverola (2016), Shane (2000) 등의 내용을 연구의 초점에 부합하도록 일부 변

형하여 아르바이트 경험의 충분성, 사회 봉사 활동 경험의 충분성, 그리고 조직 혹은 기업체 인턴십 경험의 충분성 등 5개 문항으로 개인 경험을 측정하였다.

세 번째 독립 변수인 창업 지원은 창업에 필요한 재무, 설비, 기술, 지식, 그리고 정서 측면의 도움과 수단을 외부에서 제공받는 것을 의미한다. 중국 대학생의 창업 의도 형성에 대한 영향 요인으로서 창업 지원에 관하여 살펴보고자 하는 본 논문에서는 Kim Sung-Uk and Woon-Seek Lee (2016), Mustafa, Hernandez, Mahon, and Chee (2016), Souitaris, Zerfania, and Al-Laham (2007) 등의 내용을 연구의 초점에 부합하도록 일부 변형하여 창업 관련 교과목의 적정 편성, 다양한 창업 정보 제공 정도 등 4개 문항으로 창업 지원 항목을 측정하였다.

마지막 독립 변수인 사회적 네트워크는 지속성이 어느 정도 유지되는 관계를 중심으로 형성된 타인 혹은 여타 집단과의 연결 상태 혹은 모임을 의미한다. 중국 대학생의 창업 의도에 대한 영향 요인으로서 사회적 네트워크에 관하여 살펴보고자 하는 본 논문에서는 Lee Seung-Bae and Wang-Jin Yoo (2013), Fernández-Pérez, Alonso-Galicia, Fuentes-Fuentes, and Rodríguez-Ariza (2014), Obschonka, Silbereisen, and Schmitt-Rodermund (2010) 등의 내용을 연구의 초점에 부합하도록 일부 변형하여 부모 창업 성공 스토리 공유, 주변 사업가 존재 정도 등 3개 문항으로 사회적 네트워크 항목을 측정하였다.

앞서 살펴본 바와 같이, 중국 대학생의 창업 의도에 영향을 미치는 요인들에 관하여 살펴보고자 하는 본 논문에서는 모두 1개의 종속 변수와 4개의 독립변수를 주요 변수로 채택하고 있으며, 변수 측정을 위하여 리커트 7점 척도를 활용하였다.

주요 변수에 대한 이상의 내용을 정리해보면 다음과 같다.

### 3. 통제 변수

본 논문에서는 대학생 창업 의도에 관한 기존 연구들에서 활용한 바 있는 응답자 성별 (S),

응답자 대학 전공 (M), 응답자 부모의 과거 사업 경험 (PE), 응답자 부모의 월수입 규모 (PI)를 통제 변수로 사용하였다. 이러한 통제 변수들을 통해 독립 변수의 영향력을 더욱 엄밀하게 파악할 수 있으며 기존 연구들과의 비교 가능성을 확보할 수 있다. 본 논문의 통제 변수 처리와 관련하여, 남성, 상경 혹은 공학 전공, 과거 사업 경험 보유, 그리고 월수입 7000위안 이상인 경우에 모두 1로 처리하였다.

통제 변수와 관련하여, 남성이 여성에 비해 다소 높은 창업 의도를 나타낼 수 있다. 남성의 경우에 특정 행위에 대한 선호의 정도를 크게 표출하며 자신의 행위 실현 가능성과 행위 통제 가능성을 다소 높게 평가하는 경향이 있다. 대학 전공의 경우, 상경 혹은 공학 전공인 경우에 사업 기회 인지 가능성이 다소 높은 것으로 보고된 바 있다. 한편, 부모의 과거 사업 경험은 인지적 준거를 형성할 수 있다는 점에서 대학생 창업 의도에 영향을 미칠 수 있는 것으로 파악되었으며, 부모의 수입 규모는 가용 자원 제공이라는 측면에서 영향을 미칠 수 있는 것으로 예측되었다.

## V. 분석 결과

중국 대학생의 창업 의도에 영향을 미치는 요인들이 무엇인지 살펴보기 위하여 본 논문에서는 주요 변수에 대한 신뢰성 분석과 타당성 분석, 그리고 독립 변수와 통제 변수를 투입한 회귀 분석을 수행하였다.

### 1. 변수의 신뢰성 및 타당성

신뢰성이란 비교할 수 있는 속성을 지니고 있는 독립적인 방법을 활용하여 연구 대상을 측정할 때, 과연 결과가 유사하게 도출될 수 있는지를 의미한다. 다시 말해서, 연구 대상을 측정한 결과와 관련하여, 내용이 유사하게 반복될 수 있는지를 신뢰성이라고 한다.

신뢰성 분석과 관련하여 본 논문에서는 Cronbach's  $\alpha$  값을 통한 내적 일관성 방법을 적

**Table 2.** Reliability Analysis

Concept Measured	No. of Items	Cronbach's $\alpha$
Self-efficacy	6	0.933
Individual Experience	5	0.899
Entrepreneurial Support	4	0.891
Social Network	3	0.771
Entrepreneurial Intention	6	0.928

**Table 3.** Factor Analysis

	Factor				
	1	2	3	4	5
SE1	.719	.234	.064	.388	.124
SE2	.784	.241	.226	.152	.052
SE3	.732	.204	.256	.240	.180
SE4	.735	.335	.348	.072	.158
SE5	.748	.317	.242	.243	.155
SE6	.712	.316	.278	.245	.200
IE1	.356	.228	.179	.664	.207
IE2	.233	.219	.361	.700	.181
IE3	.211	.222	.378	.611	.316
IE4	.203	.281	.113	.716	.343
IE5	.252	.374	.400	.614	.070
ES1	.238	.292	.577	.411	.091
ES2	.242	.268	.752	.203	.185
ES3	.299	.193	.750	.256	.142
ES4	.306	.332	.749	.206	.105
SN1	.241	.502	.194	.191	.507
SN2	.132	.195	.072	.279	.842
SN3	.241	.216	.364	.290	.584
EI1	.243	.722	.130	.373	.094
EI2	.314	.726	.191	.308	.057
EI3	.360	.663	.304	.170	.271
EI4	.285	.676	.291	.148	.285
EI5	.291	.664	.329	.231	.313
EI6	.320	.685	.312	.209	.141
Mean	2.925	2.896	3.013	3.249	3.151
S.D.	1.355	1.416	1.440	1.500	1.472
E.V.	4.592	4.333	3.489	3.450	2.104
E.V.A.	19.135	37.188	51.725	66.099	74.864
Kaiser-Meyer-Olkin Measure	.960				
Bartlett Spherical Aberration	7985.587				
D.F.	276				
P-Value	.000				

**Table 4. Correlation Analysis**

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. S								
2. M	.115*							
3. PE	.103*	.094						
4. PI	-.056	-.101*	-.370**					
5. SE	.050	.068	.226**	-.207**				
6. IE	.144*	.010	.253**	-.215**	.690**			
7. ES	.048	.096	.170**	-.139**	.691*	.731**		
8. SN	.140**	.026	.251**	-.225**	.601**	.706**	.612*	
9. EI	.121*	.026	.239**	-.189**	.747**	.737**	.724**	.709**

\* p&lt;0.5 \*\* p&lt;0.01

S: 성별, M: 대학 전공, PE: 부모님 사업 경험, PI: 부모님 월수입, SE: 자기 효능감, IE: 개인 경험, ES: 창업 지원, SN: 사회적 네트워크, EI: 창업 의도

용하였다 (Nunnally and Bernstein, 1994). 종속 변수와 독립 변수에 대한 신뢰성을 분석한 결과, Cronbach's  $\alpha$ 값이 모두 0.7을 넘는 것으로 나타났다. Cronbach's  $\alpha$ 값이 0.6 이상일 경우에 신뢰성을 어느 정도 확보할 수 있다는 점을 감안할 때, 본 논문의 종속 변수와 독립 변수에는 큰 문제점이 있지는 않은 것으로 보인다.

타당성이란 상이한 방법을 사용하여 동일한 속성을 측정된 두 연구 대상에 대한 일치 정도를 나타낸다. 연구자가 측정하고자 하는 개념을 통해 동일한 속성을 파악하고자 한 복수의 연구 시도들 간에 측정된 결과의 합치성 수준이 어느 정도나 확보되고 있는지를 말한다 (Nunnally and Bernstein, 1994).

연구 대상의 실제적인 특성을 정확하게 측정할 정도인 타당성을 개선시키고자 본 논문에서는 기존 연구들에서 이미 사용된 바 있는 측정 문항들을 가능한 한 활용하여 내용 타당성을 확보하고자 하였다. 탐색적 요인 분석 결과, 요인 적재값이 거의 대부분 0.6 이상으로 나타나 일정 수준에 부합하는 집중 타당성을 확보하고 있다고 판단하였다.

한편, 요인 분석의 적정성과 관련하여, Bartlett 검정과 KMO 검정을 실시하였다. 일반적으로,

KMO 값이 0.5 이상인 경우나 Bartlett 검정의 유의 수준 p값이 0.05 이하인 경우에 요인 분석을 수행해도 괜찮은 정도의 상관 관계가 존재한다고 판단할 수 있다.

## 2. 상관 관계 분석

본 논문에서 채택된 4개의 통제 변수, 4개의 독립 변수, 그리고 종속 변수에 대한 상관 관계 분석에 따르면, 통제 변수들 사이의 상관 관계는 그다지 크지는 않은 것으로 나타났다. 이는 통제 변수들과 종속 변수 사이에서도 마찬가지였다.

한편, 독립변수들 간에는 다소 높은 상관 관계가 존재하는 것으로 파악되었다. 특히, 독립 변수들과 종속 변수 사이의 상관 관계는 앞서 가설에서 언급한 바와 같이 높은 수준인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 독립 변수들과 종속 변수 간의 밀접한 관련성을 의미할 수 있다. 하지만, 이렇듯 높은 상관 관계에도 불구하고, 아래 회귀 분석 결과에 나타나 있듯이 다중공선성 문제와 관련된 VIF 값은 어느 정도 받아들일 수 있는 수준인 것으로 분석되었다.

Table 5. Regression Analysis

	Model 1				Model 2			
	$\beta$	s.e.	T-Value	VIF	$\beta$	s.e.	T-Value	VIF
Con.	1.767	.442	3.995 (.000)		-.316		-1.219 (.224)	
S	.278	.14	1.983 (.048)	1.023	.107	.080	1.34 (.181)	1.058
M	-.012	.04	-.288 (.774)	1.026	-.026	.023	.256 (.951)	1.061
PE	.612	.17	3.596 (.000)	1.171	.086	.098	.381 (.818)	1.211
PI	-.114	.051	-2.207 (.028)	1.165	.01	.029	.745 (.833)	1.204
SE					.340	.043	7.869 (.000)	2.318
IE					.147	.045	3.249 (.001)	3.126
ES					.224	.043	5.194 (.000)	2.620
SN					.244	.039	6.339 (.000)	2.179
R <sup>2</sup>			.078				.712	
adj. R <sup>2</sup>			.069				.706	
F-Value			8.362 (.000)				120.646 (.000)	

### 3. 회귀 분석

본 논문에서는 자기 효능감, 개인 경험, 창업 지원, 그리고 사회적 네트워크가 중국 대학생의 창업 의도 형성에 미치는 영향을 분석해보기 위하여 전술한 논의들을 바탕으로 회귀분석을 수행하였다.

모형 1에서는 4개의 통제 변수가 중국 대학생의 창업 의도에 미치는 영향에 관하여 살펴 보았다. 성별의 경우, 남성이 다소 높은 창업 의도를 지니는 것으로 파악되었다. 대학 전공과 관련하여, 경상 혹은 공학 계통 전공자들이 더욱 낮은 창업 의도를 나타내는 것으로 분석되었다. 하지만, 통계적으로 유의하지는 않은 것으로 나타났다. 부모님 사업 경험의 경우, 사업 경험이 있는 부모님과 함께 생활한 대학생이 더욱 높은 창업 의도를 지닌 것으로 분석되

었다. 부모님 월수입과 관련하여, 부모님의 월수입 규모가 클수록 자녀인 대학생의 창업 의도는 작아지는 것으로 파악되었다. 이러한 결과는 창업 의도에 대한 가정 차원 경제적 여력의 부정적인 영향을 의미한다.

모형 2에서는 통제 변수 뿐만 아니라 4개의 독립 변수가 중국 대학생의 창업 의도에 미치는 영향에 관하여 분석하였다. 모형 2의 분석 결과에 따르면, 성별, 대학 전공, 부모님 사업 경험, 그리고 부모님 월수입 등 통제 변수의 영향력은 그다지 두드러지지 않은 것으로 분석되었다. 하지만, 독립 변수들의 영향은 상당히 큰 것으로 분석되었다. 자기 효능감, 개인 경험, 창업 지원, 그리고 사회적 네트워크 모두 중국 대학생의 창업 의도 형성에 0.001% 수준에서 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 자기 효능감이 중국 대학생의 창업 의도 형

성에 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 중국 대학생의 창업 의도 형성에 대한 사회적 네트워크의 영향 역시 상당히 큰 것으로 분석되었는데, 이는 관계를 중시하는 중국의 문화적 특성에 기인한 것으로 분석될 수 있을 것이다. 한편, 개인 경험이 중국 대학생의 창업 의도 형성에 미치는 영향은 상대적으로 크지 않게 나타났다. 이는 설문 문항에서 아르바이트 경험과 사회 봉사 경험 등이 언급된 까닭으로 보인다. 향후 연구에서는 이에 대한 재검토가 필요할 수도 있다.

이러한 분석 결과는 대학생의 자기 효능감에 대하여 분석한 Hu and Ye (2017), 대학의 창업 지원과 대학생의 개인 인식에 관하여 살펴본 Mustafa, Hernandez, Mahon, and Chee (2016), 대학생 개인의 적극적 성격을 중심으로 연구를 수행한 Paul, Hermel, and Srivastava (2017), 그리고 외부 여건에 대한 인식에 초점을 맞추었던 Yao, Wu, and Long (2016) 등 중국 대학생의 창업 의도에 관한 기존 연구들이나 신흥 시장 대학생의 창업 의도에 관한 기존 연구들의 분석 결과와 유사한 것으로 볼 수 있다.

구체적으로, (i) 자신을 둘러싸고 있는 상황을 잘 헤쳐 나갈 수 있을 것이라는 믿음을 충분히 지니고 있거나, (ii) 인근 사업체, 기업 조직, 사회 기관 등에서 다양한 관리 및 비즈니스 활동을 경험하였거나, (iii) 사업 운영에 필요한 재무, 설비, 기술, 지식 측면의 도움과 수단을 제공받을 수 있을 것이라고 생각하거나, 혹은 (iv) 친인척, 선후배, 직업인 모임 등 개인 차원에서 다양한 연결망을 지니고 있는 중국 대학생인 경우에 높은 수준의 창업 의도를 나타내는 것으로 파악되었다.

## Ⅶ. 결론

### 1. 요약

본 논문에서는 중국 대학생의 창업 의도 형성에 영향을 미치는 요인이 무엇인지에 관하여 살펴보고자 하였다. 이를 위하여 본 논문에서는 중국 하얼빈 지역과 한국 서울에 거주하고

있는 중국 대학생들을 대상으로 설문 조사를 수행하였으며, 회수된 417부 가운데 최종적으로 400부를 통계 분석에 활용하였다.

전체 연구 모형에 대한 분석 결과에 따르면, 성별, 대학 전공, 부모님 사업 경험, 그리고 부모님 월수입 등 통제 변수의 영향력은 그다지 두드러지지 않은 것으로 나타난 반면, 자기 효능감, 개인 경험, 창업 지원, 그리고 사회적 네트워크 등 독립 변수가 중국 대학생의 창업 의도 형성에 미치는 영향은 모두 유의미한 것으로 파악되었다.

## 2. 시사점

중국 혹은 신흥 시장 대학생의 창업 의도에 관한 향후 연구들에서는 다음과 같은 연구 노력이 이루어질 필요가 있을 것이다. 첫째, 중국 내 여러 지역을 대상으로 설문 조사 등을 실시하여 연구 표본의 일반성을 강화할 수 있도록 연구가 수행되어야 할 것이다. 특히, 산업화가 빠르게 진행되고 있는 지역과 그렇지 못한 지역, 혹은 미래 기술이 확산되고 있는 지역과 그렇지 못한 지역 등을 구분하여 연구를 수행할 수 있을 것이다. 둘째, 신흥 시장으로서 중국이 지니는 특성을 고려해보는 연구 역시 의의가 적지 않을 것이다. 지금까지 이루어진 일부 연구들에서조차 대부분 기존 연구들에서 강조한 주요 변수들을 그대로 활용하고 있는데, 신흥 시장의 고유한 특성 변수를 감안하여 창업 의도에 관한 연구가 이루어질 필요가 있다. 예를 들어, 집단주의 성향, 불확실성 회피 정도, 장기 지향성, 제도적 미비, 과장된 정책 홍보 등과 같은 이슈들을 검토해볼 수 있을 것이다. 셋째, 한국과 중국 대학생의 창업 의도 영향 요인을 비교해보는 연구 역시 나름 의미있을 것이다. 이와 관련하여, 단순히 독립 변수의 개별적인 영향만을 살펴볼 것이 아니라 매개 효과나 조절 효과 등을 복합적으로 검토해 봄으로써 창업 의도 연구의 지평을 확대하는 데 기여할 수 있을 것이다.

글로벌 창업과 관련해서도 몇 가지 시사점을 도출할 수 있다. 특히, 중국 대학생들과 한국 대학생들이 공동 창업을 시도하는 경우에 대한

시사점을 도출해 볼 수 있다. 첫째, 본 논문의 분석 결과에 따르면, 전체 변수를 모두 고려한 연구 모형의 경우에 성별, 대학 전공, 부모님 사업 경험, 부모님 월수입 규모 등 통제 변수의 영향력은 그다지 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 이와 관련하여, 지나치게 개인 차원의 인구통계적 특성만을 고려하여 중국 창업 파트너를 선정할 경우에 기대한 성과를 달성하지 못할 수도 있음을 추론할 수 있다. 둘째, 최근 중국의 친창업 분위기에 지나치게 편승하기보다는 창업 열기가 다소 가라앉은 이후 정상 상태에서 다시 글로벌 공동 창업에 대해 검토해 보는 것이 타당할 것으로 보인다. 이와 관련하여, 한국 정부나 지자체는 글로벌 창업 횡수에만 집착하던 과거의 관행에서 다소나마 벗어나야 할 것이다.

마지막으로, 무역학 분야의 범위에 관한 시사점을 언급할 수 있다. 국경을 넘어 이루어지는 거래 활동이라는 점에서 무역 현상은 본질적으로 기업가적 요소를 잉태하고 있지만, 국내 무역학 분야에서는 아직까지 무역 활동을 수행하는 주체라 할 수 있는 무역 경영자 개인이 지닌 도전적 특성 자체에 관한 연구는 충분히 이루어지지 않고 있다. 최근 들어 국제 경영 분야를 중심으로 국제 기업가정신에 관한 논의가 조금씩 이루어지고는 있으나, 이들 연구에서는 기업의 국제화 속도 즉, 기업 설립 이후 얼마나 신속하게 국외로 진출하였는가에만 주로 초점을 맞추고 있다 (Choi Yu-Ri and Ho-Yeol Bang, 2019; Kim Hyo-Il, Ki-Hoon Kwon, and Ki-Hwan Kwon, 2012; Kwon Ki-Hwan, Chong-Hyun Lee, and Jae-Hyun Kwon, 2010). 본 논문에서는 이러한 연구 흐름을 일부라도 보완하는 차원에서 개인이 지닌 기업가적 특성에 초점을 맞추었다. 향후에는 무역학 분야로 편입될 수 있는 개인과 기업가적 특성에

관한 연구들이 다수 수행되어야 할 것이다.

### 3. 공헌 및 한계

중국 대학생의 창업 의도 형성에 관하여 연구한 본 논문은 다음과 같은 의의를 지닌다. 첫째, 본 논문에서는 대표적인 신흥 시장 가운데 하나로 알려져 있는 중국의 대학생들이 창업 의도를 형성하는 데 영향을 미치는 요인이 무엇인지에 관하여 살펴보았다. 최근 들어 연구 빈도가 조금씩 증가하고 있는 현상에 대한 초기 연구로서 의의가 적지 않다. 둘째, 본 연구에서는 대학생 창업 의도의 영향 요인에 관한 기존 연구들에서 강조해오고 있는 대표적인 요인들 즉, 자기 효능감, 개인 경험, 창업 지원, 그리고 사회적 네트워크 등에 관하여 살펴보았다. 이와 관련하여, 본 연구의 분석 결과는 중국이나 여타 신흥 시장을 대상으로 한 일부 기존 연구들과 크게 다르지 않은 것으로 나타났다.

하지만 본 논문의 경우, 다음과 같은 한계를 지니고 있다. 첫째, 본 논문에서는 특정 지역에 거주하고 있는 중국 대학생 다수를 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 지역적 편중으로 인하여 조사 결과에 어느 정도 쏠림 현상이 발생할 수 있음을 부인할 수 없다. 둘째, 중국 특성을 충분히 반영하지 못한 부분이 있다. 가족 중심적이고 관계 중심적인 중국 특성은 어느 정도 반영되었으나 창업 의도에 영향을 미칠 수 있는 신흥 시장으로서의 특성에 대해서는 추가적인 논의가 필요할 것이다. 셋째, 다소 극단적으로 활성화되었던 중국 전역의 창업 활성화 흐름에 대한 논의가 본 논문의 출발점이었다. 하지만, 정책 지속성 관련 불확실성이 크다는 신흥시장으로서의 성격을 고려할 때, 좀더 신중하게 접근할 필요가 있음을 부인할 수 없다.

## References

- Ajzen, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002), "Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior", *Journal of Applied Psychology*, 32(1), 1-20.
- Bandura, A. (1977), "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change", *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bernhofer, L. B. and J. Li (2014). "Understanding the Entrepreneurial Intention of Chinese Students: The Preliminary Findings of the China Project of Global University Entrepreneurial Spirits Students Survey", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(1), 21-37.
- Bird, B. (1988), "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention", *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bonesso, S., F. Gerli, C. Pizzi, and I. Cortellazzo (2018), "Students' Entrepreneurial Intentions: The Role of Prior Learning Experiences and Emotional, Social, and Cognitive Competencies," *Journal of Small Business Management*, 56(S1), 215-242.
- Cavusgil, S. T. and G. Knight (2015), "The Born Global Firm: An Entrepreneurial and Capabilities Perspective on Early and Rapid Internationalization", *Journal of International Business Studies*, 46(1), 3-16.
- Choi, Dae-Soo and Chang-Soo Sung (2017), "Effect of Entrepreneurial Competencies on Entrepreneurial Intention: IT Competency, Creativity Competency, Social Competency, Market Perception Competency", *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(1), 101-109.
- Choi, Yu-Ri and Ho-Yeol Bang (2019), "A Relationship between International Entrepreneurship and Internationalization Performance", *Korea Trade Review*, 44(1), 321-336.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*, New York: Macmillan Company.
- Ferguson, S., M. Henrekson, and L. Johannesson (forthcoming), "Getting the Facts Right on Born Globals", *Small Business Economics*.
- Fernández-Pérez, V., P. E. Alonso-Galicia, M. d. M. Fuentes-Fuentes, and L. Rodríguez-Ariza (2014), "Business Social Networks and Academics' Entrepreneurial Intentions", *Industrial Management & Data Systems*, 114(2), 292-320.
- Hong, Tae-Wha, Young-Jun Choi, and Ki-Hwan Kwon (2010), "International Entrepreneurship Perspective on Foreign Market Entry of Character-based SME", *Journal of the Korean Academy of Entrepreneurship*, 5(4), 141-167.
- Hu, R. and Y. Ye (2017), "Do Entrepreneurial Alertness and Self-efficacy Predict Chinese Sports Major Students' Entrepreneurial Intention?", *Social Behavior and Personality*, 45(7), 1187-1196.
- Katz, J. A. and W. Gartner (1988). "Properties of Emerging Organizations", *Academy of Management Review*, 13(3), 429-441.
- Kim, Hyo-Il, Ki-Hoon Kwon, and Ki-Hwan Kwon (2012), "Social Capital and Export Performance of Ventures in Korea", *Korea Trade Review*, 37(5), 477-502
- Kim, Sung-Uk and Woon-Seek Lee (2016), "A Phenomenological Study on Entrepreneurship Support Programs affecting the Entrepreneurial Intentions of University Students: Focused on the Leading Universities for Start-up Business Program", *Journal of Internet Electronic Commerce Research*, 16(6), 155-172.



- Kim, Yong-Tae (2017), "The Effects of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Competence and Attitude on Undergraduate Entrepreneurial Intention", *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(2), 13-20.
- Knight, G., and S. T. Cavusgil (1996), The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory. In S. T. Cavusgil and T. Madsen (Eds), *Advances in International Marketing*, 8, 11-26, Greenwich, CT: JAI Press.
- Krueger, N. F. (2000), "The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24(3), 5-23.
- Kwon, Ki-Hwan and Jin-Hong Kim (2017), "Can Virtuous Mind Affect Social Entrepreneurial Intention?", *Corporation Management Journal*, 24(6), 101-121.
- Kwon, Ki-Hwan, Chong-Hyun Lee, and Jae-Hyun Kwon (2010), "Impact of Internal Resources and Capabilities on Performance of Venture Internationalization", *Korea Trade Review*, 35(3), 167-194.
- Kwon, Ki-Hwan, Sung-Hoon Kim, and Jae-Chan Park (translation) (2012), *Globalization of Market and International Business of Corporation*, Pearson Korea.
- Lee, Hyun-Kyoung and Il-Han Lee (2016), "The Study of the Effects of College Students Creativity and Self-efficacy on Entrepreneurial Intention", *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(3), 111-120.
- Lee, Seung-Bae and Wang-Jin Yoo (2013), "A Study on the Effect of Entrepreneur's Social Capital on Entrepreneurial Intention and Opportunity Recognition", *Journal of the Korean Academy of Entrepreneurship*, 8(1), 33-56.
- Liñán, F. and A. Fayolle, (2015), "A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Liñán, F. and F. J. Santos (2007), "Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions?", *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Lumpkin, G. T. and G. G. Dess (1996), "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance", *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- McClelland, D. C. (1985). *Human Motivation*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- McDougall, P. P. and B. M. Oviatt (2000), "International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths", *Academy of Management Journal*, 43(5), 902-906.
- McGee, J. E., M. Peterson, S. L. Mueller, and J. M. Sequeira (2009), "Entrepreneurial Self-efficacy: Refining the Measure", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Miralles, F., F. Giones, and C. Riverola (2016), "Evaluating the Impact of Prior Experience in Entrepreneurial Intention", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 791-813.
- Mustafá, M. J., E. Hernandez, C. Mahon, and L. K. Chee (2016), "Entrepreneurial Intentions of University Students in an Emerging Economy: The Influence of University Support and Proactive Personality on Students' Entrepreneurial Intention", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 162-179.
- Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein (1994), *Psychometric Theory* (3rd ed.), New York: McGraw Hill.
- Obschonka, M., R. K. Silbereisen, and E. Schmitt-Rodermund (2010), "Entrepreneurial Intention as Developmental Outcome", *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 63-72.
- Oviatt, B. and P. P. McDougall (1994), "Toward a Theory of International New Ventures", *Journal of*

- International Business Studies*, 25(1), 45-64.
- Oviatt, B. M. and P. P. McDougall (1995), "Global Start-Ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage", *Academy of Management Executive*, 9(2), 30-43.
- Oviatt, B. M. and P. P. McDougall (2005), "Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(5), 537-553.
- Özaralli, N. and N. K. Rivenburgh (2016), "Entrepreneurial Intention: Antecedents to Entrepreneurial Behavior in the U.S.A. and Turkey", *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3), 51-82.
- Park, Chang-Gi and Chang-One Kim (2018). "The Effect of Small Business Owner's Social Capital on Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Performance", *Journal of the Korean Academy of Entrepreneurship*, 13(2), 1-28.
- Park, Ji-Sung (2018) "An Exploratory Literature Research on the Effects of Industrial and Organizational Experiences on Firm Founding: Focusing on Human and Social Capital", *Journal of the Korean Academy of Entrepreneurship*, 13(5), 55-79.
- Paul, J., P. Hermel, and A. Srivastava. (2017), "Entrepreneurial Intentions: Theory and Evidence from Asia, America, and Europe", *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 324-351.
- Podsakoff, P. M. and D. Organ (1986), "Self-report in Organizational Research", *Journal of Management*, 12(4), 531-544.
- Schlaegel, C. and M. Koenig (2014), "Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Shane, S. A. (2000), "Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities", *Organization Science*, 25(1), 448-469.
- Shapiro, A. and L. Sokol (1982), "The Social Dimensions of Entrepreneurship", In C. Kent, D. Sexton, and K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, 72-90.
- Shook, C. L., R. L. Priem, and J. E. McGee (2003), "Venture Creation and the Enterprising Individual: A Review and Synthesis", *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- Souitaris, V., S. Zerbinati, and A. Al-Laham (2007), "Do Entrepreneurship Programs Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources", *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Thompson, E. R. (2009), "Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Wu, S. and L. Wu (2008), "The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in China", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- Yao, X., X. Wu and D. Long (2016), "University Students' Entrepreneurial Tendency in China: Effect of Students' Perceived Entrepreneurial Environment", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(1), 60-81.
- Zahra, S. A. (2005), "A Theory of International New Ventures: A Decade of Research", *Journal of International Business Studies*, 36(1), 20-28.
- Zahra, S. and G. George (2002), "International Entrepreneurship: Research Contributions and Future Directions," in M. Hitt, D. R. Ireland, M. Camp, and D. L. Sexton (Eds.), *Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation*, 255-288, New York: Blackwell.
- Zhao, H., S. E. Seibert, and G. T. Lumpkin (2010), "The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-analytic Review", *Journal of Management*, 36(2), 381-404.