

창업동기, 사회적 지지 및 창업가에 대한 인식이 창업의지에 미치는 영향 -드라마 속 성공모델의 조절효과를 중심으로-

장수진¹, 김종태^{2*}

¹호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사과정, ²호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수

A Study on the Influence of Business Motivation, Social Support, and Awareness of Entrepreneurs on Entrepreneurial Intention -Focusing on the Moderating Effect of Drama Role Model-

Soo-Jin Chang¹, Jong-Tae Kim^{2*}

¹Ph.D. Candidate, Dept. of Venture Management, Graduate School of Venture, Hoseo University

²Professor, Dept. of Venture Management, Graduate School of Venture, Hoseo University

요약 정부가 창업에 관심과 지원을 집중하고 있다. 그럼에도 불구하고 국민의식 저변에는 창업에 대한 불안과 두려움이 존재한다. 두려움과 어려움을 극복하는 방법에 경험이 있다. 창업의지의 영향요인으로 경험요인을 연구한 선행연구는 거의 없었다. 본 연구에서는 문화적 간접경험에 의한 창업성공 경험이 창업에 대한 두려움 해소에 영향을 미치는지를 연구하였다. 창업의지에 영향을 미치는 요인 중에서 창업동기, 사회적 지지, 창업가에 대한 인식을 독립변수로 선택하였다. 문화계발효과이론을 응용하여 드라마 속 성공모델을 조절변수로 설정하였다. 실증분석을 위해 일반인 399명에 설문조사를 실시하였다. SPSS 23 통계패키지를 활용하여 회귀분석을 통해 가설을 검정하였다. Process Macro 3.5를 사용하여 조절효과를 분석하였다. 창업동기의 하위요소인 자아성취, 생계유지, 경제적 성취, 그리고 사회적 지지, 창업가에 대한 인식, 모두 창업의지에 정(+)의 유의한 영향을 미쳤다. 유의한 변인 중 자아성취가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, 드라마 속 성공모델의 조절효과를 분석한 결과 자아성취와 창업의지 간, 생계유지와 창업의지 간, 창업가에 대한 인식과 창업의지 간 조절역할을 하는 것으로 나타났다. 연구결과를 바탕으로 학술적 및 실무적인 시사점을 제시하였다.

주제어 : 창업의지, 창업동기, 자아성취, 생계유지, 경제적 성취, 사회적 지지, 창업가에 대한 인식, 드라마 속 성공모델

Abstract The government is focusing its attention and support on start-ups. Nevertheless, there is anxiety and fear about starting a business at the base of public awareness. Experienced as a way to overcome fear and difficulty. Few prior studies have been done on experience factors as ones influencing entrepreneurial intention. In this study, I studied whether the experience of successful entrepreneurship through cultural indirect experience affect the resolution of fear about establishing a business. Among the influencing factors on the entrepreneurial intention, business motivation, social support and awareness of entrepreneur were selected as independent variables. In addition, by applying the cultivation theory, the drama role models were set as a controlling variable. For empirical analysis, a survey was conducted targeting 399 ordinary persons. The hypothesis was tested through regression analysis using the SPSS 23 statistical package. The moderating effect was analyzed using Process Macro 3.5. Self-fulfillment, livelihood, economic motivation, social support, and awareness of entrepreneur are sub-factors of business motivation, And all of these had a positive significant effect on entrepreneurial intention. Among the significant variables, self-fulfillment was found to have the greatest effect. On the other hand, as a result of analyzing the moderating effect of the drama role model, it was found play a role in controlling between self-fulfillment and entrepreneurial intention, between livelihood and entrepreneurial intention, and between awareness of entrepreneur and entrepreneurial intention. Based on these research results, academic and practical implications were presented.

Key Words : Entrepreneurial Intention, Business Motivation, Self-fulfillment, Livelihood, Economic Motivation, Social Support, Awareness of Entrepreneurs, Drama Role Model

*Corresponding Author : Jong-Tae Kim(bludpoet@hanmail.net)

Received May 30, 2021

Accepted August 20, 2021

Revised July 21, 2021

Published August 28, 2021

1. 서론

중소벤처기업부 창업벤처 정책인식 실태조사에서 국민 2명 중 1명은 창업에 관심이 있으며, 3명 중 1명은 창업할 의향이 있다고 응답했다[1]. 한국창업보육협회 조사에서는 부모 4명 중 1명이 '자녀의 창업은 반대'로, 창업을 경력상 바람직한 선택으로 여기는 인식이 아직도 낮음을 알 수 있다[2]. 정부의 막대한 지원에도 아직도 우리나라에서는 창업에 대한 두려움과 부담감이 큰 편이다. 이러한 두려움과 부담감을 해소하려면 사회인식의 변화가 필요하다.

세계기업가정신발전기구(GEDI)에 의하면, 세계기업가정신지수(GEI)에서, 우리나라의 문화적 지원이 가장 낮았다[3]. 문화적 지원이란, 국민의 기업가정신에 대한 전반적인 인식을 뜻하는데, 창업 활성화를 위한 주변인들의 창업에 대한 인식 개선 및 관심의 필요성을 시사한다. 따라서 지금까지의 창업지원이 하드웨어적인 측면이 주였다면 앞으로는 응원, 격려, 경험 공유와 같이 소프트웨어적인 측면이 확대될 필요가 있다고 사료된다. 따라서, 사회적 지지, 창업가에 대한 인식에 관해 연구할 필요가 있다.

창업의지가 사회적 환경의 영향을 받는다는 논의가 증가하고 있다[4, 5]. 하지만, 그중에서 문화적 특성과 창업의지에 대한 연구들은 드문 편이다. 해외에서는, 문화가 그 나라 개인들의 창업의지와 실제 활동수준에 영향을 미친다는 연구결과가 있었다[6]. 문화가 창업가에 미치는 영향에 대한 실증분석이 있었다[7]. 또 창업문화와 기업가의 의도 등을 중심으로 한 논의들도 있었다[8, 9]. 하지만, 국내에서는 창업의지와 문화적 측면에서의 연구는 거의 없는 실정이다. 본 연구에서는 드라마 속 성공모델에 따라 창업의지가 받는 영향력을 확인하기 위하여 Gerbner의 '문화계발효과이론'을 이론적 근거로 활용했다. 이 이론은 TV가 현대사회에서 가장 강력한 문화적 무기로서 문화를 계발시키고 있다고 강조함으로써, 매스미디어, 그중에서도 TV드라마의 영향력이 매우 크고 영향력에 차이가 있을 수 있음을 제시한다. 이러한 인식에 기반하면, 문화콘텐츠 특성 요인들이 창업의지에 미치는 영향 중에서 드라마 속 성공모델 요인에 영향받을 수 있다는 가정을 가능케 한다. 그러므로, 매스미디어-커뮤니케이션 이론 중의 하나인 문화계발효과이론을 적용하여 본 연구에서 검증해보고자 하였다. 이것이 창업의지에 대한 인식의 지평을 넓히는데 필요하다고 사료된다.

이에 본 연구에서는 첫째, 창업동기, 사회적 지지, 창

업가에 대한 인식이 창업의지에 유의한 영향을 미치고, 어느 요인이 가장 큰 영향을 미치는지 조사하고자 한다. 둘째, 이 연구의 차별점이라 할 수 있는 드라마 속 성공모델이 창업동기, 사회적 지지, 창업가에 대한 인식과 창업의지 간에 조절역할을 하는지에 대해 검증하고자 한다. 셋째, 위 실증연구 결과를 바탕으로 요인들 간의 관계를 규명하고, 본 연구가 가지는 학술적, 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 창업동기

창업은 조직창조의 과정으로, 계획적, 의도적 행동들로 이뤄진다. 시간의 흐름에 따라 진행되는 일련의 과정으로 동기와 의지가 큰 연관이 있다[10]. 창업동기는 창업성공 여부 뿐만 아니라 창업 후 기업의 특성이나 성공에 영향을 미치는 주요 요인으로 창업연구에 있어 창업동기 파악이 무엇보다 중요하다[11]. 창업동기는 내적 동기와 외적 동기로 구분되는데, 내적 동기는 성취감, 성공과 같은 내적 요인에 의해, 외적 동기는 돈, 권력, 신분과 같은 외적 요인에 의해 유발된다[12]. 한편, 창업가의 동기를 경영자가 되려는 욕구, 부와 야망 성취, 개인적 도전, 독립욕구 등으로 분류하여 동기부여가 창업 성과에 미치는 영향력을 검증하였다[13].

창업 내적 동기의 하나인 자아성취는 Maslow의 욕구위계이론(Hierarchy of needs, 1943)에 의하면, 가장 상위욕구로 지속적인 자기발전과 잠재력을 높이려는 욕구이다. 자아실현 욕구가 높을수록 현실적이며 책임감이 있고 창의성을 발휘하며 이상적인 목표를 추구하므로 창업동기에 핵심적 역할을 할 것이다[14]. 또다른 창업의 내적 동기인 생계유지는 우리나라 창업기업 생존율이 낮은 주요 원인 중 하나로 생계형 창업 비중이 세계 최고수준인 점이다[15]. 'OECD 기업가정신보고서'에 의하면, 한국은 생계형 창업비율이 63%로 66%인 인도에 이어 2위를 차지하기도 했다[16]. 창업 외적 동기인 경제적 성취는 창업가들이 외적 성과에 집착하며, 권력, 돈, 사회적 지지 등에 의하여 동기 부여된다[17]. 다른 연구에서도 창업가들이 외적 성과인 권력, 돈, 사회적 지위, 일에 대한 강한 통제력을 얻기 위해 창업하는 것으로 나타났다[18]. 잡코리아와 알바몬의 조사(2020)에 따르면, 성인 5명 중 1명이 창업경험이 있고, 창업동기로 '돈을 벌기 위해서'라고 답한 응답자가 51%로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 위의 선행연구들을 바탕으로, 창업동기의 하위요인으로 자아성취와 경제적 성취, 생계유지를 채택하고 이에 관하여 연구해 보고자 한다.

2.2 사회적 지지

사회적 지지란 인정, 사랑, 정보, 사회적 관계, 물질적 원조 등 타인들로부터 얻는 긍정적인 모든 자원을 의미하며, 인간이 기본적으로 가지고 있는 사회적 욕구를 만족시켜 사회에 건강하게 적응하고 성장, 발달하는데 긍정적인 역할을 한다[19]. 사회적 지지는 친구, 가족 같은 비공식적 관계망 또는 기관, 전문가 등의 공식적 관계망을 통해 받는 다양한 형태의 긍정적 자원을 의미한다[20]. 사회적 지지는 창업자 개인을 둘러싼 외부요인으로써 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다[21, 22]. 또한 청년예비창업자와, 베이비붐 세대에 창업기회 발견과 기회 활용에 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었다[23, 24]. 반면, 대학생에 대한 사회적 지지가 부모와 상호관계로 인하여 창업의도에 부(-)의 영향을 미친다는 연구결과도 있었다[25].

선행연구들에 의하면, 창업의지에 영향을 미치는 많은 연구 중에서 사회적 지지가 대부분 창업의지에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다[25, 26]. 창업분야에서의 사회적 지지는 대인 간 상호관계에서 정보를 얻거나 구체적 원조와 지원을 포함한 개념이다[23]. 따라서 본 연구에서도 개인이 사회 속에서 의미있는 주변인들로부터 사회적 상호작용을 통해 받을 수 있는 모든 긍정적인 도움과 자원으로 정의하고 창업의지에 영향을 미치는 주요 변수로 채택하였다.

2.3 창업가에 대한 인식

창업이나 창업가에 대한 사회적 인식은 창업에 영향을 줄 수 있는 사회적 환경요인으로 나타났다[26]. 창업이나 창업가가 국가나 사회에 기여하고 있다는 긍정적인 인식은 창업에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미치게 되며, 이는 개인이 창업을 고려함에 적극성을 가질 수 있도록 긍정적 영향을 주게 된다[11, 27]. 창업가의 사회적 위상에 대한 긍정적인 인식이 창업 활성화에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다[28].

세계 각국에서는 창업에의 긍정적 인식을 위해, 우수 창업가에 대한 시상, 창업아이디어와 지적재산권을 가진 예비창업자들에 혜택 제공 등 다양한 정책으로 창업의 중요성을 인지시키고자 노력하고 있다[27]. 창업이나 창

업가에 대한 긍정적 인식이 창업동기나 창업효능감, 창업의지 및 창업활동에 정(+)의 영향을 미치지만, 창업에의 부정적 인식은 부(-)의 영향을 미친다[29]. 이처럼 창업을 직업으로 선택하는데 긍정적, 부정적 시각이 모두 존재한다.

따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 창업가에 대한 인식이 상황에 따라 창업의지에 다양하게 영향을 미친다고 보아 개인이 창업을 고려하는데 있어 적극성을 가질 수 있도록 국가나 사회에 기여하고 있다는 긍정적인 인식으로 정의하고 이 변수를 채택하였다.

2.4 드라마 속 성공모델

본 연구에서는 드라마 속 성공모델에 따른 창업의지에의 조절효과를 확인하기 위하여 Gerbner의 ‘문화계발효과이론(The Cultivation Theory)’을 이론적 근거로 활용했다. 이 이론은 TV가 현대사회에서 가장 강력한 문화적 무기로서 문화를 계발시키고 있다는 것을 강조함으로써, 매스미디어, 그중에서도 TV드라마의 영향력이 매우 크고 영향력에 차이가 있을 수 있음을 제시한다. 이러한 인식에 기반하면, 문화콘텐츠 특성 요인들이 창업의지에 미치는 영향 중에서 드라마 속 성공모델 요인에 영향받을 수 있다는 가정을 가능케 한다.

문화계발효과이론에 따르면, 인간이 가지는 직접경험은 매우 제한적이므로 대부분 사회현실은 대중매체에 의한 간접경험에 의해 구성된다[30]. 그중 TV가 가장 강력한 ‘문화적 무기’로서 현실세계에 대한 그림을 제공하여 사람들은 이 상징세계의 문화에 길들게 된다[31]. 따라서 Gerbner(1969)는 TV에서 일관적, 획일적으로 전달하는 이미지와 메시지에 상대적으로 더 오래, 더 자주 노출될 수록 사람들의 현실 지각이 달라질 수 있다고 주장했다. 문화계발효과이론의 기본가정은 다음과 같다. 첫째, 문화와 커뮤니케이션은 불가분의 상관관계로, 메시지의 사회적 상호작용을 통해 발전된다. 둘째, 문화는 주로 TV를 통해서 발전되며, TV는 가장 폭넓게 표준화된 패턴에 맞출 수 있는 매체로 사회화의 중요한 도구이다. 셋째, 채널에 상관없이 동일 메시지를 전달하는 ‘메시지의 획일성’-Gerbner에 의하면, TV 속 폭력행위들이 시청자들이 현실세계가 폭력으로 가득한 것처럼 착각하게 만들어, 현실세계에 대한 동질적 상(像)을 형성하게 한다는 것이다. 넷째, TV 시청자들은 습관적으로 매체에 노출되며 수동적이므로 시간 중심으로 TV를 본다[32].

새로운 문화를 접하는 수용자들은 정보가 부족할 수밖에

에 없다. 따라서 매스미디어가 나타내는 현실을 그대로 받아들이는 경향이 있다. 드라마 시청자들은 실제 현실 판단의 기준으로 드라마에서 재현된 현실을 떠올리게 된다. 이것은 사람들이 인지적 판단을 할 때 가장 쉽게 떠오르는 정보를 이용하고 실제 세계에 대해서도 드라마 반복시청으로 기억된 드라마 속 정보를 떠올리는 것이다 [33]. 드라마는 간접 문화적 체험의 기회를 가장 많이 제공하는데 우리의 생활과 문화에 근접하게 묘사해 사회적 현실을 인식시키는 중요한 역할을 한다[34]. 이것은 이용자 개인의 문화사회적 정체성 형성에 영향을 미치며, 다른 문화권에서 소비될 때 생산지 문화의 이념적 가치나 규범도 함께 전달된다[34]. 드라마를 통해 재현된 특정 문화나 관습을 학습할 뿐만 아니라, 드라마가 재창출한 이데올로기나 이미지를 수용할 수도 있다.

선행연구들을 살펴보면 TV드라마 시청자들은 자신의 문화적 욕구를 충족시키고 문화적 간접체험을 위해 드라마를 시청한다고 볼 수 있으며, 시청하면서 드라마 속 내용에 대한 선호현상이 증가하는 것을 알 수 있다[35]. 시청자들은 자신이 경험하지 못한 것을 드라마를 통해 대리 만족하며 드라마 속 설정이 실제 일어날 수 있다는 생각으로 심리적 친근감을 가지게 된다[36]. 그러므로 드라마는 특정 내용에 대한 인식과 태도에 영향을 미칠 수 있다.

성공적 역할모델(Successful role models)은 잠재적 창업가의 창업성공에 중요한 인적자본이다. 따라서 어떤 형태로든 자신의 삶에 영향을 준 사람이 역할모델이다. ‘성공적 역할모델’은 부모와 주변인들을 포함하며, 연구를 통해 성공적 역할모델이 창업의지에 긍정적 영향을 미치는 것을 확인하였다[26]. 그중에서도 부모는 개인의 성장과정에서 가장 강력한 역할모델이며, 이외에도 친지, 친구, 멘토, 교사, 현직 혹은 전직 회사창업주, 유명한 기업가 등 다양하게 존재할 수 있다[37]. 선행연구를 보면, 성공적 역할모델이 창업가의 창업의지에 미치는 영향이 크고 부모 외에도 다양한 존재가 성공적 역할모델이 될 수 있다는 것을 알 수 있다[26]. 따라서 본 연구에서는 드라마 속 성공모델을 창업가의 환경요인 중 하나인 성공적 모델 역할과 유사한 것으로, 드라마 속에서 시청자의 창업의지에 긍정적 영향을 미칠 수 있는 성공한 창업가 및 기업가 역할로 정의하였다.

2.5 창업의지

창업의지란 앞으로 창업을 하려는 개인의 의지나 열정을 뜻한다[38]. 창업의지는 계획된 행동이론(TPB: Theory

of Planned Behavior, Aizen, 1991)에 기반해 의사결정과 창업행동의 토대가 된다. 이것이 창업 관련 현상 이해에 도움이 되므로, 창업의지는 예비창업자들의 태도와 의지에 중요한 요소임을 알 수 있다[39]. 창업의지는 이러한 계획, 준비가 시작되는 첫 단계로, 창업이 활발하게 이뤄지려면 예비창업자들이 창업결정을 행동에 옮기는데 창업의지가 기본이 된다[40]. 의지는 행동을 결정하는 가장 중요한 예측변수로 사용되는데 창업의지 또한 창업에 대한 행위의도적 태도로 다수의 연구에서 검증되고 있다 [41].

선행연구에 따르면, 창업교육, 창업활동, 롤모델 노출 경험, 또는 창업 관련 조언이나 코칭 받은 경우 창업의지가 높아질 수 있다. 창업의지는 주로 개인 특성을 중심으로 연구되었는데, 9개국에서 문화적 배경이 창업가의 잠재적 역량에 영향이 있는 것을 확인하였고[42], 개인의 의지가 특정 상황이나 환경적 요인에 영향받음이 확인되었다[43]. 따라서 본 연구에서는 창업의지를 창업 및 사업에 대한 긍정적 태도로 창업과 그 사업 지속에 대한 의중, 열망, 의도 및 유지하는 것으로 정의하였다. 또한 기존 창업 관련 변수들과의 관계 외에도 문화적 변수와의 관계에 영향이 있는지 연구해 보고자 한다.

3. 연구 설계

3.1 연구 모형

이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 독립변수로 자아성취, 생계유지, 경제적 성취, 사회적 지지, 창업가에 대한 인식을 선정하였다. 종속변수로 창업의지를 선정하였다. 조절변수로 드라마 속 성공모델을 선정하여 연구모형을 다음과 같이 구성하였다.

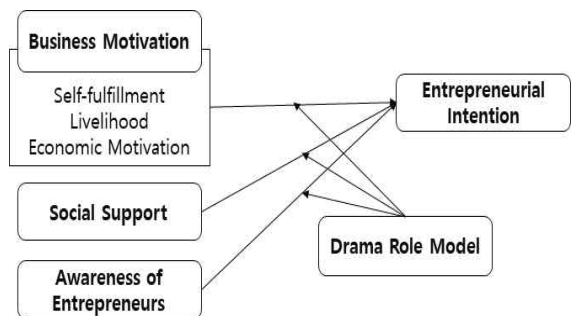


Fig. 1. Research Model

3.2 가설 설정

창업동기(자아성취, 생계유지, 경제적 성취), 사회적 지지, 창업가에 대한 인식은 다양한 분야에서 연구들이 이루어져 왔다. 창업동기는 창업의지에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다[18]. 창업가에 대한 인식이 창업의지에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다[44]. 사회적 지지가 창업의지에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다[45]. 따라서 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- 가설 1 자아성취는 창업의지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2 생계유지는 창업의지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3 경제적 성취는 창업의지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4 사회적 지지는 창업의지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5 창업가에 대한 인식은 창업의지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

한편, 드라마 속 성공모델을 조절변수로 연구한 논문은 거의 없는 편이다. 해외에서는 문화가 창업가에 미치는 영향에 대하여 실증분석하였고[7], 창업문화 및 기업가의 의도를 중심으로 논의한 바 있지만[8, 9], 국내에서는 논의를 찾기 힘들다. 따라서, 다른 분야의 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- 가설 6-1 드라마 속 성공모델은 자아성취와 창업의지 간에 조절역할을 할 것이다.
- 가설 6-2 드라마 속 성공모델은 생계유지와 창업의지

간에 조절역할을 할 것이다.

- 가설 6-3 드라마 속 성공모델은 경제적 성취와 창업의지 간에 조절역할을 할 것이다.
- 가설 6-4 드라마 속 성공모델은 사회적 지지와 창업의지 간에 조절역할을 할 것이다.
- 가설 6-5 드라마 속 성공모델은 창업가에 대한 인식과 창업의지 간에 조절역할을 할 것이다.

3.3 자료수집 및 분석 방법

본 연구에서는 자기기입식 설문을 활용하여 실증적 데이터를 수집하였다. 각 항목에 Likert 방식 5점 척도를 적용하였다. 이렇게 구성된 설문지를 실증분석을 위해 예비창업자와 기존창업자를 포함 399명에게 온라인으로 설문조사를 실시하였다. 설문결과를 바탕으로 SPSS 23 통계패키지를 활용하여 다중회귀분석을 통해 인과관계 가설을 검증하였다. 조절효과 검증은 Process Macro 3.5의 모델 No.1을 활용하여 Bootstrapping 방식으로 하였다. Table 1은 본 연구에 활용된 연구변인들에 대한 조작적 정의 및 측정항목 수이다.

3.4 표본의 특성

본 연구는 20대~60대의 일반인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 자료수집을 위하여 2021년3월15일부터 1개월 간 온라인 설문조사를 실시하여 유효한 설문 399개를 연구에 활용하였다.

표본의 인구통계학적 특성은 Table 2와 같다. 남성 43.4%, 여성 56.6%가 설문에 참여하였다. 나이는 20대 31.1%, 30대 29.1%로 20대, 30대의 비율이 높았고 60대가 3%로 가장 낮았다. 학력은 대졸 63.9%로 가장 높

Table 1. Operational Definition of Variables and Measurement Items

Variables		Operational Definition	Measurement Items
Independent Variables	Self-fulfillment	Starting a business is a long-standing dream and the psychological desire to realize it by setting goals.	4
	Livelihood	A job that solves what you eat and continues to live on.	4
	Economic Motivation	The desire to start a business to make a lot of money or to continue making a lot of money.	5
	Social Support	All the positive help and resources that an individual can receive through social interaction from his or her meaningful neighbors in society.	5
	Awareness of Entrepreneurs	Positive recognition that individuals are contributing to the country or society so that they can be active in considering start-ups.	4
Moderating Variables	Drama Role Model	Similar to the role of a successful model, one of the environmental factors of entrepreneurs, and successful entrepreneurs and entrepreneurs who can positively influence viewers' willingness to start a business in dramas.	5
Dependent Variable	Entrepreneurial Intention	Intention, aspiration, and maintenance of business start-ups and business continuation in a positive manner.	5

Table 2. Demographic Characteristics

Division		Frequency	Percent
Gender	male	173	43.4
	female	226	56.6
Married	married	181	45.4
	single	218	54.6
Age	20's	125	31.4
	30's	116	29.1
	40's	93	23.3
	50's	53	13.3
	60's	12	3.0
Education	high school graduation	59	14.8
	college graduation	7	1.8
	university graduation	255	63.9
	graduate school or higher	78	19.5
Number of Family Members	1 person	43	10.8
	2 person	80	20.1
	3 person	139	34.8
	4 person	123	30.8
	5 person	14	3.5
Job	profession	35	8.8
	white collar	117	29.3
	production technician	29	7.3
	service	36	9.0
	self-employment	52	13.0
	student	77	19.3
	housewife	38	9.5
Work Experience	no work experience	72	18.0
	1~5 years	110	27.6
	6~10 years	74	18.5
	11~15 years	54	13.5
	16~20 years	38	9.5
	21~30 years	42	10.6
Startup Experience	none	279	69.9
	have	120	30.1

있고, 전문대졸 1.8%로 가장 낮았다. 가족구성원수는 3명 34.8%로 가장 많았고, 5명 3.5%로 가장 낮았다. 직업은 사무직 29.3%로 가장 높았고, 학생 19.3%가 두 번째로 높았다. 직장경험으로는 1~5년 이내 27.6%로 가장 높았고, 직장경험 없음 18%가 두 번째로 높았다. 창업경험에 대해서는 창업경험 없음 69.9%, 창업경험 있음 30.1%로 조사되었다.

3.5 측정도구의 신뢰도 및 타당도 검증

가설 검증에 앞서 측정항목의 타당도와 신뢰도 검정을 수행하였다. 탐색적 요인분석을 통해 타당도를 검증하였다. 탐색적 요인분석은 주성분 분석방법을 사용하였다. 또한 요인 적재치의 단순화를 위하여 varimax 방식을 채택하였다. 고윳값은 1.0 이상 중 요인 적재치 .6 이상을 연구변수로 선택하였다.

탐색적 요인분석 모형의 적합성은 KMO와 Bartlett의 구형성 검정을 이용하였다. 본 연구의 경우 KMO는 .834로 나타났다. Bartlett의 구형성 검증값은 유의확률 .000에서 7174.213인 것으로 나타났다. 설명된 총분산은 71.767%로 70% 이상 나타났다. 따라서 모형은 적합한 것으로 판정되었다.

연구모형과 동일하게 Table 3에서 보는 바와 같이 요

Table 3. Results of Exploratory Factor Analysis and Reliability

Factors	Variables	Factor Loading	Total Variance % (Cumulative)	Cronbach's α
Entrepreneurial Intention	SUJ3	.867	13.238	.894
	SUJ2	.861		
	SUJ1	.757		
	SUJ4	.707		
	SUJ5	.616		
Economic Motivation	GSU2	.818	25.307	.856
	GSU5	.777		
	GSU3	.736		
	GSU1	.735		
	GSU4	.726		
Livelihood	SGU2	.831	36.365	.883
	SGU1	.805		
	SGU4	.794		
	SGU3	.727		
	SMD1	.751		
SMD3	.738			
SMD5	.734			
SMD4	.729			
SMD2	.685			
Social Support	JJ2	.857	58.220	.869
	JJ3	.844		
	JJ1	.780		
	JJ4	.763		
Awareness of Entrepreneurs	SIIS2	.837	66.413	.789
	SIIS1	.822		
	SIIS3	.737		
Self-fulfillment	JAS1	.743	71.767	.872
	JAS2	.739		

Kaiser-Meyer-Olkin : .834 Bartlett Test : χ^2 7174.213(P=.000)

인들이 잘 묶였다. 다만, 자아성취 4개 문항 중 2개와 사업가에 대한 인식 4개 문항 중 1개는 잘 묶이지 않아 제거하였다. 신뢰도분석은 요인분석 결과 제거된 변수를 제외한 나머지 항목을 가지고 실시하였다.

Cronbach의 α 계수는 Table 3에서 보는 바와 같이 창업의지 .894, 사업가에 대한 인식 .789로 나타났다. 나머지 요인들은 .789부터 .894 사이로 나타났다. 신뢰도의 유의성 판단은 Cronbach's α 계수값으로 한다. 이 값이 .6을 넘을 경우 신뢰도가 있는 것으로 판단한다. 본 연구의 경우 모든 변인이 .6을 넘었다. 따라서 본 연구변수의 집중 타당도와 신뢰도가 있다.

4. 연구 결과

4.1 상관관계 분석결과

변인 간 상관관계를 분석한 결과는 Table 4와 같다. 창업의지와 자아성취 간 상관관계가 .610으로 가장 높았으며 통계적으로 유의하였다. 나머지 변인 간 상관관계는 이보다 낮았으며, 창업의지와 생계유지 간 상관관계 .483, 창업의지와 드라마 속 성공모델 간 상관관계 .449, 창업의지와 창업가에 대한 인식 간 상관관계 .424, 창업의지와 사회적 지지 간 상관관계 .418, 창업의지와 경제

적 성취 간 상관관계 .379의 순서로 나타났다.

4.2 인과관계 가설 검증 결과

이와같이 타당도와 신뢰도가 검증된 연구변수를 바탕으로 인과관계를 회귀모형을 사용하여 검증하였다. 본 연구에서 사용된 회귀모형은 R값 .700, 수정된 설명력 49.0%로 나타났다. 모형적합도 검증 결과 F값이 75.514로 유의한 것으로 나타났다. 독립변수 간 다중공선성을 VIF로 검증한 결과 모두 10 미만으로 다중공선성은 존재하지 않는 것으로 분석되었다. 따라서 사용된 회귀모형은 적합한 것으로 판단되어 인과관계를 검증하였다. 인과관계 가설검정 결과는 Table 5와 같다.

자아성취는 $\beta=.408, p<.001$ 로 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미쳤다. 따라서 가설1 자아성취는 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 생계유지는 $\beta=.116, p<.05$ 로 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미쳤다. 따라서 가설2 생계유지는 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 경제적 성취는 $\beta=.158, p<.001$ 로 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미쳤다. 따라서 가설3 경제적 성취는 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 사회적 지지는 $\beta=.193, p<.01$ 로 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미쳤다. 따라서 가설4 사회적 지지는 창업의지에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 창업

Table 4. Results of Correlation Analysis

	Self-fulfillment	Livelihood	Economic Motivation	Social Support	Awareness of Entrepreneurs	Drama Role Model	Entrepreneurial Intention
Self-fulfillment	1						
Livelihood	.528**	1					
Economic Motivation	.246**	.381**	1				
Social Support	.302**	.271**	.237**	1			
Awareness of Entrepreneurs	.420**	.376**	.286**	.307**	1		
Drama Role Model	.407**	.426**	.360**	.338**	.374**	1	
Entrepreneurial Intention	.610**	.483**	.379**	.418**	.424**	.449**	1

**. significant at the 0.01 level(two-sided)

Table 5. Results of Hypotheses Testing

	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficient	t	P	Results
	B	β			
Constant	-.039		-.160	.873	
Self-fulfillment	.355	.408	9.130	.000	supported
Livelihood	.106	.116	2.569	.011	supported
Economic Motivation	.225	.158	3.979	.000	supported
Social Support	.191	.193	4.943	.000	supported
Awareness of Entrepreneurs	.109	.105	2.524	.012	supported
Statistics	R : .700, R ² : .490, Adjusted R2 : .484, F : 75.514 (P = .000)				

가에 대한 인식은 $\beta=.105, p<.05$ 로 창업의지에 정(+)
의 영향을 미쳤다. 따라서 가설5 창업가에 대한 인식은 창업
의지에 정(+)
의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

창업의지에 영향을 미치는 변인들의 영향관계 크기는
다음과 같다. 자아성취($\beta=.408$) > 사회적 지지($\beta=.193$)
> 경제적 성취($\beta=.158$) > 생계유지($\beta=.116$) > 창업가에
대한 인식($\beta=.105$) 순이었다.

4.3 조절효과 가설 검증 결과

본 연구에서는 Process Macro 3.5를 사용하여 조절
효과를 분석하였다. Bootstrapping 방식으로 검증하였
고, 독립변수와 조절변수의 상호작용항의 유의여부 위주
로 분석하였다. Bootstrapping 방식은 데이터의 정규분
포를 가정하지 않으며, 신뢰구간 및 오차를 추정한다
[46]. 상호작용항(독립변수x조절변수)의 신뢰구간(CI :
confidence interval)을 상한선과 하한선으로 설정하
고, 이 둘 사이에 0의 존재여부로 판단한다. 만약 두 구간
사이에 0이 존재한다면 유의하지 않은 것이고, 0이 존재
하지 않으면 유의한 것으로 판단하는 방식이다.

Table 6은 드라마 속 성공모델의 조절효과를 분석한
결과이다. 자아성취와 드라마 속 성공모델의 상호작용항

이 유의하였다. 즉 LLCL이 .033, ULCL이 .156으로 하
한선과 상한선 사이에 0이 없다. R제곱의 변화량도
.011($p=.003$)로 유의하게 나타났다. 생계유지와 드라마
속 성공모델의 상호작용항이 유의하였다. 즉 LLCL이
.003, ULCL이 .138로 하한선과 상한선 사이에 0이 없
다. R제곱의 변화량도 .005($p=.042$)로 유의하게 나타났
다. 또한 창업가에 대한 인식과 드라마 속 성공모델의 상
호작용항이 유의하였다. 즉 LLCL이 .019, ULCL이 .151
로 하한선과 상한선 사이에 0이 없다. R제곱의 변화량도
.008($p=.122$)로 유의하게 나타났다. 이를 시각적으로 표
현한 것이 Fig.2, 3, 4로, 두 집단 간의 기울기가 완전히
차이가 나는 것을 알 수 있다. 반면 경제적 성취와 드라
마 속 성공모델의 상호작용항이 유의하지 않게 나타났다.
즉 LLCL이 -.137, ULCL이 .083으로 하한선과 상한선
사이에 0이 존재했다. R제곱의 변화량도 .000($p=.632$)
로 유의하지 않게 나타났다. 사회적 지지와 드라마 속 성
공모델의 상호작용항도 유의하지 않게 나타났다. 즉
LLCL이 -.099, ULCL이 .030으로 하한선과 상한선 사이
에 0이 존재했다. R제곱의 변화량도 .001($p=.290$)로 유
의하지 않게 나타났다. 따라서 가설6-1 드라마 속 성공
모델은 자아성취와 창업의지 간에 조절역할을 할 것이다

Table 6. Results of Moderating Effect of Drama Role Model

Path		Drama Role Model					
		Coeff	t	LLCL	ULCL	Statistics	Results
Self-fulfillment -> Entrepreneurial Intention	Constant	1.112	2.571	.262	1.962	$\Delta R^2=.011$ F=9.098 P=.003	supported
	Self-fulfillment	.624	6.131	.424	.824		
	Moderator	.461	3.662	.214	.709		
	Interaction	.094	3.016	.033	.156		
Livelihood -> Entrepreneurial Intention	Constant	.841	1.802	.077	1.759	$\Delta R^2=.005$ F=4.182 P=.042	supported
	Livelihood	.279	2.742	.079	.479		
	Moderator	.374	2.689	.101	.647		
	Interaction	.070	2.045	.003	.138		
Economic Motivation -> Entrepreneurial Intention	Constant	-.368	-.481	-1.870	1.135	$\Delta R^2=.000$ F=.230 P=.632	not supported
	Economic Motivation	.279	1.589	.066	.623		
	Moderator	.219	.891	-.265	.703		
	Interaction	-.027	-.480	-.137	.083		
Social Support -> Entrepreneurial Intention	Constant	-.416	-.938	-1.289	.456	$\Delta R^2=.001$ F=1.124 P=.290	not supported
	Social Support	.288	2.534	.065	.511		
	Moderator	.223	1.847	-.014	.460		
	Interaction	-.035	-1.060	-.099	.030		
Awareness of Entrepreneurs -> Entrepreneurial Intention	Constant	.969	2.186	.098	1.841	$\Delta R^2=.008$ F=6.427 P=.012	supported
	Awareness of Entrepreneurs	.333	3.207	.129	.537		
	Moderator	.424	3.178	.162	.686		
	Interaction	.085	2.535	.019	.151		

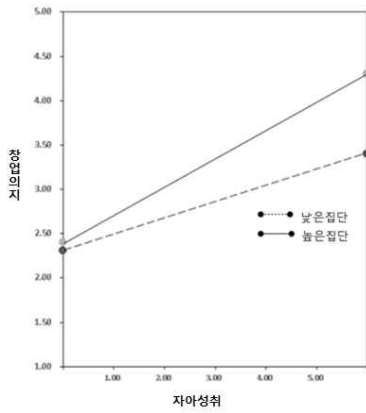


Fig. 2. Results of Moderating Effect of Drama Role Model - Self-fulfillment

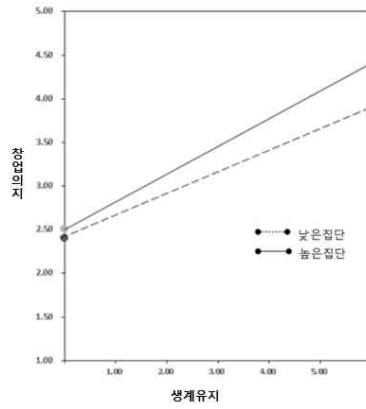


Fig. 3. Results of Moderating Effect of Drama Role Model - Livelihood

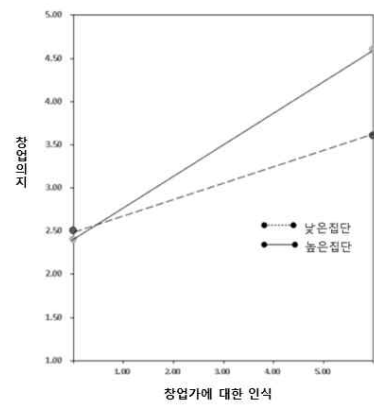


Fig. 4. Results of Moderating Effect of Drama Role Model - Awareness of Entrepreneurs

는 채택되었다. 가설6-2 드라마 속 성공모델은 생계유지와 창업의지 간에 조절역할을 할 것이라는 채택되었다. 또한 가설6-5 드라마 속 성공모델은 창업가에 대한 인식과 창업의지 간에 조절역할을 할 것이라는 채택되었다. 반면 가설6-3, 6-4는 기각되었다.

5. 결론

본 연구에 활용된 독립변수는 창업동기의 하위요인인 자아성취, 생계유지, 경제적 성취와 사회적 지지, 사업가에 대한 인식을 추가하였다. 종속변수는 창업의지로 설정하였다. 이들 간의 조절변수로 드라마 속 성공모델을 설정하였다. 실증분석을 위해 예비창업자와 기존창업자를 포함 399명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문결과를 바탕으로 SPSS 23 통계패키지를 활용하여 회귀분석을 통해 가설을 검증하였다. 조절효과 검증은 Process Macro 3.5를 활용하였다. 연구결과는 다음과 같다.

자아성취, 생계유지, 경제적 성취, 사회적 지지, 창업가에 대한 인식의 5개 변인 모두 창업의지에 정(+)의 유의한 영향을 미쳤다. 유의한 변인 중 자아성취가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, 드라마 속 성공모델의 조절효과를 분석한 결과 드라마 속 성공모델에 따라 미치는 영향관계에 차이가 있는 것으로 나타났다. 드라마 속 성공모델은 자아성취와 창업의지 간, 생계유지와 창업의지 간, 창업가에 대한 인식과 창업의지 간 조절역할을 하는 것으로 나타났다. 경제적 성취와 창업의지 간, 사회적 지지와 창업의지 간에는 조절역할을 하지 않는

것으로 나타났다. 이러한 조절효과에 대해서는 본 연구에서 처음으로 시도된 것으로 선행연구와 비교해서 논하기가 어렵다. 다만, 연구자가 생각하기에 개인적 특성이라 할 수 있는 자아성취, 생계유지, 사업에 대한 인식은 롤모델이 영향을 미칠 수 있지만, 경제적 성취, 사회적 지지가 기각된 것은 사회적 네트워크 또는 타인과의 관계라 볼 수 있어 영향을 미치지 않는다고 추론해 볼 수 있다.

5.1 시사점

본 연구의 학술적 의미는 첫째, 창업의도에 영향을 미치는 창업동기를 세분화하여 실증분석한 결과, 3개의 하위요인 모두 창업의지에 유의미한 결과가 나타난 것이다. 둘째, 본 연구에 새롭게 도입된 문화적 변수를 창업에 대입하여 실증분석한 결과, 드라마 속 롤모델이 자아성취, 생계유지, 창업가에 대한 인식에 조절효과가 나타나 영향력에 차이가 있는 것이 새로운 시도였고, 검증된 것에 의미가 있다. 셋째, 학술적으로 창업 관련한 기존 모형에 혼합모형으로 문화적 변수인 드라마 속 성공모델을 넣어 실증분석한 것은 나름 의미있는 결과로, 인식의 지평을 넓히는데 기여했다고 할 수 있다.

실무적인 시사점은 첫째, 자아성취가 가장 강한 영향력을 미쳐 창업의지를 높이는데 동기부여가 가장 강하게 나타난 것이다. Maslow의 욕구위계이론에서 자아성취 욕구는 가장 상위욕구로, 자아실현 욕구가 높을수록 창의성을 발휘하고 이상적인 목표를 추구하므로 자아성취를 높일 수 있는 동기부여 프로그램 개발에 중점을 둘 필요가 있다. 둘째, 드라마 속 성공모델이 자아성취와 사회적 지지, 창업가에 대한 인식과 창업의지 간 조절효과가 나

타난 것이다. 따라서, 문화적인 간접경험을 할 수 있도록 추가적으로 성공모델의 유형별 검정을 할 필요가 있다고 사료된다. 셋째, 폭넓은 창업 간접경험을 위한 다양한 문화컨텐츠의 확산이 필요하다고 사료된다.

5.2 연구 한계 및 향후 연구 방향

위에서 언급한 학술적 시사점과 실무적 시사점이 있음에도 본 연구는 다음과 같은 한계를 내포하고 있다.

첫째, 본 연구를 연령별로 세분화한다면 다른 결과가 나올 수 있다. 예를 들어 시니어의 경우 창업동기에서 생계유지의 영향력이 크게 나오는데[47, 48], 본 연구에서는 20~30대의 청년층이 더 많았다. 따라서 향후 세분화된 연령에 대한 추가적인 연구가 필요하다. 둘째, 이 연구는 코로나 펜데믹 상황 중에 이뤄진 것으로, 다른 상황이였다면 또 다른 결과가 나올 수도 있어, 이 연구결과를 일반화하기 위해서는 그 점을 유의해야 할 필요가 있다. 셋째, 본 연구에서는 TV드라마를 대상으로 하였으나, 새로운 문화적 무기로 자리잡은 인터넷, 모바일 등의 새로운 틀이 등장하여 대중매체의 다양성을 고려한 연구가 필요하다고 사료된다.

REFERENCES

- [1] *A Survey on Policy Awareness of Start-up Venture.* (2018). Ministry of SMEs and Startups.
- [2] J. M. Choi & I. J. Park. (2020). The Influence of Entrepreneur's Perception of Entrepreneurial Environment on Business Operation Plan. *Korean Association for Policy Sciences Journal*, 24(3), 27-47. DOI: 10.31553/kpsr.2020.9.24.3.27
- [3] *Global Entrepreneurship Index.* (2018). Global Entrepreneurship and Development Institute.
- [4] Y. M. Chang. (2018). A Study on the Effect of senior's Entrepreneurial Competency on Entrepreneurial Intention: Focused on the Moderating Effect of Social Support. *Asia-pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(3), 13-36. UCI(KEPA):I410-ECN-0101-2018-003105780
- [5] J. W. Ok, B. H. Hyun, E. S. Jang & J. M. Yang. (2020). A Study on the Effect of Social Support on Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Behaviors: Mediating Effects of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Asia-pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(1), 151-165. UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2020-324-000463411
- [6] A. Cuervo. (2005). Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 293-311.
- [7] D. M. Hechavarria & P. D. Reynolds. (2009). Cultural Norms & Business Start-ups: the Impact of National Values on Opportunity and Necessity Entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 417. DOI: 10.1007/s11365-009-0115-6
- [8] J. C. Hayton & G. Cacciotti. (2013). Is There an Entrepreneurial Culture? A Review of Empirical Research. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25, 708-731. DOI: 10.1080/08985626.2013.862962
- [9] A. Fayolle, F. Liñán & J. A. Moriano. (2014). Beyond Entrepreneurial Intentions: Values and Motivations in Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, 679-689. DOI: 10.1007/s11365-014-0306-7
- [10] B. Bird. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- [11] N. S. Yoon. (2012). The Effect of Potential Entrepreneurial Motivations on Entrepreneurship and Commitment to Starts-up: Mediating Role of Entrepreneurship. *Journal of Industrial Economics and Business*, 25(2), 1537-1557.
- [12] A. Carsrud & M. Brännback. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49, 9-26.
- [13] J. Elfving. (2009). *Contextualizing entrepreneurial intentions: a multiple case study on entrepreneurial cognition and perception.* Turku: Åbo Akademi University Press,
- [14] K. E. Kim & B. C. Joo. (2018). The Effects on the Motivation Factor of Young Entrepreneurs on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: Focusing on the Moderating Effect of Fear of Start-up Failure. *Journal of Industrial Economics and Business*, 31(5), 1621-1640. UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2018-323-003540657
- [15] IT Venture Businesses Overcome Death Valley and Implications. (2015). *Korea International Trade Association.*
- [16] S. S. Kim. (2018). *A Study on the Effect of Social Support on the High Degreed Baby boomer's Entrepreneurial Opportunity Competence: Focusing on Mediating Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy & Moderating Effect of Entrepreneurship.* Ph.D. thesis. Hoseo University Graduate School of Venture Studies.
- [17] H. H. Kang. (2019). Impact of Entrepreneurial Business Start-up Motivation, Entrepreneurial Spirit, and Entrepreneurial Competence Characteristics on Start-up Companies' Sustainability: Focusing on the Mediating Effect of the Start-up Companies' Business

- Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(3), 59-71.
UCI(KEPA) : I410-ECN-0101-2019-324-000952254
- [18] K. A. Yang. (2020). A Study on the Factors Affecting the Intention of Entrepreneurial of Middle-Aged and Older Adults. *Journal of Business Vwnturing and Entrepreneurship*, 15(4), 45-55.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2020-324-001171709
- [19] H. S. Ko. (1999). Effects of Children's Perceived Social Supports on Their Learning Motivation. *The Korean Journal Child Education*, 8(1), 27-38.
UCI(KEPA): I410-ECN-0102-2009-370-008159389
- [20] G. A. Barnett. (2011). Book: Encyclopedia of Social Networks, Sage Publications, Thousand Oaks, CA
- [21] Y. M. Kim & J. E. Jeon. (2009). A Study on Factors Affecting Entrepreneurial Intention: Focused on Personal Characteristics and Environmental Characteristics. *Journal of Management economy*, 42(2), 39-56.
- [22] S. H. Oh & Kyu Soo Ha. (2013). Effects on Entrepreneurial Intention by Start-up Environment and Self-Efficacy Mediated by Fear of Business Failure. *Journal of Digital Convergence*, 11(8), 143-157.
UCI: G704-002010.2013.11.8.015
- [23] J. H. Park & J. H. Kim. (2014). The Influence of Social Entrepreneurship,d Social Support, Entrepreneurial Process on Entrepreneurial Behavior. *Management Education Research*, 29(2), 258-278.
UCI(KEPA) : I410-ECN-0101-2018-032-002197596
- [24] S. S. Kim & Y. K. Lim. (2017). A Study on Effect of Social Support on Baby boomers Entrepreneurial Opportunity Competence: Focusing on Mediating Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(5), 101-115.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2018-324-001753082
- [25] S. H. Kim & J. S. Kim. (2018). The Effect of Self-Freedom of College Students on the Will to Start a Business through Social Support. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 18(6), 303-320.
- [26] B. S. Yoon. (2004). Determinants of Entrepreneurial Intentions: Individual Characteristics and Environmental Factors. *Korean Business Review*, 17(2), 89-110.
- [27] B. K. Lee & I. O. Jeon. (2014). The Effect of Entrepreneurial Motivation on the Entrepreneurial Performance Focusing on Potential Entrepreneurs and Entrepreneurs: Mediating Role of Entrepreneurship. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(6), 213-230.
UCI(KEPA): 410-ECN-0101-2016-324-001994176
- [28] H. O. Min & D. J. Kim. (2013). The Influence of Entrepreneurs' Social Status, Networking Environment, and Demographics on Start up Intention. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 8(4), 1-17.
- [29] D. R. Gnyawali & D. S. Fogel, (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(4), 43-62.
DOI: 10.1177/104225879401800403
- [30] J. W. Ha. (1993). *An Empirical Study on the Effects of Television Drama on the Perception of Social Reality of Viewers*. Ph.D. thesis. Seoul National University Graduate School.
- [31] H. J. Woo. (2006). Re-Exploring the Resonance Effects of the Cultivation Theory: Focusing on Television News Effects on the Risk Perception. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(6), 254-276.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2009-331-016356668
- [32] B. G. Cha. (2003). *Mass Communication Effect Theory*. Seoul: Nanam.
- [33] S. K. Yoo. (2009). A Study on Relationships between Drama Viewing and National Image in Korean and Japanese Viewers. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, Summer 2009 issue., 193-220.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2009-568-018650228
- [34] J. W. Lee. (2003). Mass Communication Effects of the 'Hanliu': Impacts of the Chinese's Use of Korean Cultural Products upon the Attitudes towards Korea and Intention to Buy Korean Products. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 47(5), 5-35.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2009-331-016382073
- [35] D. H. Kim & J. W. Lee. (2019). The Effects of the Experience of Korean Wave Contents and Korean Product and Services on Preference for the Korean Wave, Change in Korea Awareness and Behavior Intention: Focusing on China, Japan and USA. *Korean Jouranl of Business Administration*, 32(12), 2107-2130.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2020-324-000258596
- [36] J. S. Hwang. (2011). *A Study on the Satisfaction of Viewers by Type of TV Drama and Immersive Experience*. Ph.D. thesis Dissertation to Mi-Published, Graduate School of Dongui University.
- [37] R. F. Scherer, J. S. Adams, S. S. Carley & F. A. Wiebe. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-72.
DOI: 10.1177/104225878901300306
- [38] Y. S. Park, B. Y. Hwang. (2019). A Study on Factors Affecting Women Entrepreneurs' Efficacy and Will to Start a Business. *The Korean Society of Business Venturing*, 63-67.
- [39] H. Y. Ga. (2020). The Effect of Informal Learning of University Students on Employment Competency and Entrepreneurial Intention: Focusing on the Satisfaction Level of Team-based Learning. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(3), 121-132.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2020-324-000894125

- [40] N. S. Yoon. (2013). The Comparative Study of Entrepreneurial Motivations, Entrepreneurship, and Entrepreneurial Intentions between the Students of the Cyber University and the Traditional University. *Korean Journal of Business Administration*, 26(3), 491-510.
UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2014-320-003052126
- [41] T. Y. Bang. (2015). *An Empirical Study on the Relationship between Determinants and Intentions of Entrepreneurship and Innovative Behavior in Internal Enterprises*. Ph.D. thesis. Yeungnam University Graduate School of General Studies.
- [42] S. L. Mueller & A. S. Thomas. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of business venturing*, 16(1), 51-75.
DOI: 10.1016/S0883-9026(99)00039-7
- [43] H. Haase & A. Lautenschläger. (2011). The 'Teachability Dilemma' of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 145-162.
DOI: 10.1007/s11365-010-0150-3
- [44] C. H. Yook. (2015). *Effect of Entrepreneur's Characteristics on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Moderating Effect of Entrepreneurial Mentoring*. Ph.D. thesis. Hoseo University Graduate School of Venture Studies.
- [45] K. S. Park. (2014). The Effects of Korean and Korean-Chinese's Psychological Characteristics and Entrepreneur's Motive on Entrepreneurial Intention. *Asia-pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(2), 61-70
- [46] A. H. Hayes. (2017). *Introduction to mediation, Moderation and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. NY: The Guilford Press.
- [47] M. H. Choi, S. S. Jo. (2014). Study on Factors for Efficacy and Purpose of Starting Business after Middle Aged Workers` Retirement, *International Journal of Contents*, 14(7), 226-241
- [48] S. S. Moon. (2018). *Impacts of Eentreprenurship and Social Capital on Seniors' Entrepreneurial Intention: Focused on the Mediating Effects of Self-Efficacy*. Ph.D. thesis. Hoseo University Graduate School of Venture.

김 중 태(Kim, Jong Tae)

[정회원]



- 2002년 8월 : 고려대학교 대학원 졸업(문학박사)
- 2005년 1월 ~ 현재 : 한국현대문예비평학회 상임이사
- 2013년 5월 ~ 현재 : 한국시학회 상임이사 및 이사
- 2013년 11월 ~ 현재 : 한국융합인문

학회 이사

- 2016년 1월 ~ 현재 : 한국어문교육연구소 편집위원
- 2019년 1월 ~ 현재 : 한국벤처창업학회 이사
- 현 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수
- 관심분야 : 문화예술경영, 문화콘텐츠창작, 미디어커뮤니케이션
- E-Mail : bludpoet@hanmail.net

장 수 진(Chang, Soo Jin)

[정회원]



- 1996년 2월 : 이화여자대학교 작곡과(음악학사)
- 2019년 2월 : 호서대학교 글로벌창업대학원 창업경영학과(경영학석사)
- 2019년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과(경영학박사 과정 중)

- 관심분야 : 창업교육, 문화예술경영
- E-Mail : sj7339@hanmail.net