

정보기술 수용성과 디지털미디어 활용역량이 시니어 창업의도에 미치는 영향: 기회인식의 매개효과를 중심으로

홍정기 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정)*

허철무 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수)**

국문 요약

글로벌 경제위기와 고령화 추세 그리고 급속한 디지털 전환은 한국 사회에 큰 부담이자 위기이다. 이러한 환경 변화와 경기침체는 시니어들의 퇴직 후 창업 및 재취업에 대한 이슈가 사회적으로 부상하고 있다. 본 연구는 시니어를 대상으로 하고 창업할 시 어떤 요인이 영향을 미치는지 실증 분석하기 위해 수행되었다. 특히 4차 산업혁명 시대를 맞아 피할 수 없는 정보통신기술(ICT) 및 디지털 미디어에 대한 활용 역량에 초점을 두었다. 이를 실증적으로 분석하기 위해 시니어를 대상으로 온라인 설문 조사를 하였다. 유효한 287개를 분석대상으로 삼았다. 통계분석에는 SPSS 24.0와 Macro Process 4.0을 활용하였다. 본 연구의 실증 분석 결과, 정보기술 수용에 대한 자기효능감, 개인 혁신성, 디지털미디어를 활용한 커뮤니케이션 역량은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 하지만 정보기술에 대한 지각된 유용성과 디지털미디어 기기 활용역량은 유의성이 나타나지 않았다. 유의한 영향을 미친 변인 중 개인혁신성이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기회 인식은 자기효능감, 개인혁신성, 커뮤니케이션 역량과 시니어 창업 의도 간에 매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 본 연구 결과는 시니어의 창업에 영향을 미치는 다양한 요인 중에서 디지털미디어 활용역량 역시 영향을 미치는 요인임을 실증적으로 검증했다는 점에서 학술적 및 실무적 의미가 있다.

핵심주제어: 시니어 창업 의도, 정보기술 수용성, 디지털미디어 활용역량, 기회인식

I. 서론

최근 러시아의 우크라이나 침공과 미·중 패권 경쟁으로 글로벌 경제위기가 가속화되고 있다. 특히 한국 사회는 고령화 사회로부터 초고령 사회로 빠르게 진입하고 있으며, 문화, 사회, 경제 등 다양한 분야에서 전에 없던 변화가 일어나고 있다. 코로나19 팬데믹 여파로 비대면 문화가 일상이 되고 비대면 커머스 및 온라인 서비스 확산으로 디지털 전환이 빠르게 확산되고 있는 한편 기술혁명에 따른 미래 산업구조와 노동환경 변화는 우리 사회에 큰 부담으로 작용하고 있다. 이런 환경 변화와 경기침체는 시니어의 노동불안과 퇴직에 따른 불안을 심화시키고 있다.

창업은 자기 고용을 통해 일자리를 창출하는 개념일 뿐 아니라 다른 사람의 일자리를 창출할 수 있는 개념으로 일자리 및 성장이 정체된 사회에서 그 중요성이 높아지고 있다. 따라서 창업은 최근의 급격한 정보통신기술(ICT) 발전 및 환경 변화의 추세에 따라 고부가가치의 일자리를 창출할 수 있는 새로운 대안으로 제시되고 있다(김종진, 2020). 창업은 자신의 고용뿐만 아니라 실업 문제 해결, 신기술 혁신 촉진, 장기적

인 경제 성장을 위한 수단으로 그 중요성이 크다(김민성·이미숙, 2019).

코로나19 팬데믹 영향으로 비대면 비즈니스가 활성화되면서 디지털미디어 기기 활용역량, 디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량이 창업 시 더욱 필요한 요소로 부각되고 있다(김상진·하규수, 2021). 디지털 기기 보급이 보편화되고 있으며 디지털 융합 기술도 빠르게 전파되고 있다(김우중, 2016). 따라서 디지털화 능력이 높을수록 디지털화에 대한 태도와 자신감이 높아져 다양한 사업기회를 포착하는데 유리하다(강경란, 2020). ICT를 한 단어로 요약하면 '변화'라고 할 수 있는데 이는 시간과 공간의 변화뿐 아니라 개인과 사회, 국가에 직접적인 영향을 미치기 때문이다(박이레 외, 2019). 기회를 인식하고 활용하는 과정은 창업 분야 연구에서 핵심적인 부분이다(Shane & Venkataraman, 2000).

창업의도에 관한 연구는 Ajzen(1991)의 계획된 행동 이론(TPB)을 기반으로 다양하게 발전되어 왔는데, 국내에서는 개인적 특성인 창업효능감, 위험감수성, 마인드셋, 혁신성, 경제적준비도, 네트워크 준비도와 사회적지지, 창업가정신 등이 창업의도에 영향을 미친다고 하였다. 또한 환경적 요인에 대

* 주저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정, digichem@digichem.kr

** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수, cmheo@hosco.edu

· 투고일: 2022-07-07 · 수정일: 2022-08-09 · 게재확정일: 2022-08-17

한 연구가 진행되어 왔는데, 사회적 지지와 지원정책, 창의역량, 자금지원, 교육지원, 기술역량 등이 창업 의도에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 창업교육 및 창업지원 프로그램을 통하여 창업의도를 높이는 연구도 다양하게 진행되어 왔다. 그러나 한국 사회와 산업 내에서 디지털 전환이 빠르게 진행되고 있는 가운데, 40대 이상 시니어의 창업의도에 미치는 4차 산업혁명의 ICT와 디지털미디어 활용과 같은 변수에 대한 연구는 부족한 실정이다.

이와 같은 연구의 필요성에 따라 첫째, 본 연구는 Davis(1989)의 첨단기술의 수용 관점에서 사용자의 신념, 태도, 행동이 미치는 과정을 설명하는 기술수용모델(TAM; technology acceptance model)과 Venkatesh & Davis(2000)의 확장된 기술수용모델(ETAM; extended technology acceptance model) 및 Ardichvili et al.(2003)의 기회인식이론(opportunity recognition theory)을 바탕으로 시니어 창업 의도를 연구하였다. 둘째, 고령화 사회 및 디지털 전환기 시니어 창업은 반드시 한국경제에 필요하다는 입장에서 정보기술수용성과 디지털미디어 활용역량이 시니어의 창업 의도에 미치는 영향 관계를 확인하고자 하였다. 셋째, 디지털 전환시대에 정보기술수용성과 디지털미디어 활용역량이 기회인식의 경로를 통해 시니어 창업 의도에 미치는 영향 관계가 어떠한지 검증하고자 하였다.

본 연구목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다. 연구문제 1. 시니어의 정보기술 수용성과 창업 의도 간의 관계는 영향을 미치는가? 2. 시니어의 디지털미디어 활용역량과 창업 의도 간의 관계는 영향을 미치는가? 3. 시니어의 정보기술 수용성, 디지털미디어 활용역량은 기회 인식의 매개로 창업 의도에 영향을 미치는가?

II. 이론적 배경

2.1. 시니어 창업 의도

2.1.1. 시니어 창업 의도의 개념

창업 의도는 기업가 정신 분야 내에서 개인적 측면의 연구 이면서 통합된 연구 분야이며(김지혜, 2018), 미래의 특정 시기에 창업할 가능성을 이해하는 데 가장 중요한 개념으로 창업가 정신 형성의 기반이라 할 수 있다(정두식, 2020). Thompson(2009)은 창업 의도를 “사람이 새로운 회사를 설립할 의사가 있고 미래의 어느 시점에서 그렇게 할 계획이라는 스스로 인정된 확신”이라고 정의하였다. 이와같이 창업의도(entrepreneurial intention)는 자신의 사업을 소유하거나(Crant, 1996) 사업을 시작하려는 욕망(Krueger Jr & Brazeal, 1994)으로 정의되며, 새로운 조직을 설립하기 위한 기반을 형성하기 때문에 창업과정을 이해하는 데 가장 필요한 개념(Veciana et al. 2005)이다.

시니어(Senior)의 사전적 의미는 연장자 혹은 상급자이다. 하지만 시니어에 대한 정의는 학술적으로 그 정의가 명확하지 않아 다양하게 해석되고 있다(황지영·남정민, 2019). 국내 노

인복지법에서는 만 65세 이상으로, 국민연금법에서는 만 60세 이상으로, 중소기업창업부에서는 만 40세 이상으로 시니어를 정의하고 있다. 시니어 창업의 사전적 의미는 ‘은퇴 이후 사업을 처음으로 이루어 시작하는 것’이라고 규정하고 있으나, 우리나라에서는 청년창업에 대비한 개념으로 창업지원법에 따라 만 40세 이상이 창업을 하는 것으로 볼 수 있다. 최근 국내 선행연구들의 시니어 창업의 정의를 살펴보면, 조기 퇴직 및 연령의 하향화 등 사회적 여건과 정부가 정한 고령자 개념을 포함한 만 40세 이상의 경력, 기술력, 인적 네트워크 등의 전문성을 갖춘 중장년 창업자들로 시니어 창업을 정의하고 있다(김성식·전병훈, 2021; 윤성임·전병훈, 2021; 강병승, 2020; 황지영·남정민, 2019; 구분혁·박보람, 2019; 한만선 외, 2019; 문성식, 2018). 따라서 본 연구에서는 선행연구를 토대로 만 40세 이상의 세대를 시니어로 정의하고, 시니어 창업 의도는 시니어가 자신의 사업을 소유하거나 새로운 사업을 시작하려는 마음가짐(이상길, 2018; 이정란·장구순, 2018)으로 조작적으로 정의하였다.

2.1.2. 현황 및 이슈

고용노동부(2022.5)의 e-고용노동지표를 살펴보면, 전체취업자 2,848.5만명 중 만 40~49세의 고용률은 78.6%, 만 50~59세는 77.9%, 만 60세 이상은 46.1%를 나타내고 있다. 고용률은 전년 동기 대비 소폭 증가하였으나 비정규직 노동자수가 40대 142만명, 50대 167만명, 60세 이상 240만명으로 연령이 많아질수록 비정규직이 증가하는 것으로 나타났다. 통계청(2022)의 2021년 창업기업 현황을 살펴보면, 총 1,417,973개의 창업기업 중 청년창업은 511,387개(36%), 시니어 창업(만 40세~69세)은 904,413개(64%)로 나타나고 있어 시니어의 시대적·경제적 역할이 갈수록 중요해지고 있음을 보여주고 있다.

시니어는 풍부한 직장생활 경험, 전문지식, 사회적 자본과 인적 네트워크, 창업 초기 단계에 필요한 자본을 가지고 있기 때문에 청년 창업가보다 초기 창업에 유리하다(윤성임·전병훈, 2021; 김선우, 2016). 많은 선행연구에서 시니어 창업의 주요 결정요인은 자신이 축적한 다양한 경험, 사회적 자본 및 인적 네트워크, 각 분야의 전문적 역량, 재무적 자원 등으로, 이는 다른 세대의 창업에 비해 상대적으로 높은 경쟁 우위를 차지하는 것으로 나타난다(윤성임·전병훈, 2021; 김선우, 2016; 유상정·양혜술, 2016). 시니어 창업과 청년창업의 가장 큰 차이점은 실패에 대한 부담감이라 할 수 있다. 이는 가족에게 큰 고통을 주고 노후를 더욱 불안하게 하게 만드는 요소가 된다(김영태, 2022). 따라서 이와 같은 실패에 대한 두려움은 시니어 창업에 있어서 부정적인 영향 요인이 되기도 한다(Zhang, 2008).

2.1.3. 관련 선행 연구

창업 의도에 관한 많은 연구는 Ajzen(1991)의 계획된 행동 이론(TPB)을 기반으로, 외생적 요인이 개인적 요인을 통해 간접적으로 창업 의도에 영향을 미친다고 주장하였다(Hou et al. 2019). 시니어의 창업 의도에 관한 국내 선행연구를 살펴보면 개인 특성 관련 요인, 환경요인, 창업자금, 창업교육, 창업컨설팅 등이 주로 연구되었다(김영태·허철무, 2021). 창업의도에 영향을 미치는 요인들은 학자마다 다양하게 제시되는데 초기에는 개인특성요인, 심리특성요인, 환경요인 등으로 구분하였으나 점차 연구영역이 동기부여, 창업 교육, 창업프로세스 지원 등으로 확대되고 있다(강경란, 2018).

개인적 특성에 관한 선행연구를 살펴보면, 액티브시니어의 창업 효능감이 창업 의도를 높이는 중요요인으로 나타났다(신향숙 외, 2022). 위험감수성이 창업 의도에 유의한 영향을 미치며, 여성 직장인에 비해 남성 직장인의 창업 의도가 높음을 확인하였다(송창운·박주영, 2021). 기업가형 마인드셋이 높을수록 창업 의도가 높고, 사회적 자본의 형성이 직장인의 창업 의도에 중요한 역할을 미쳤다(송창운·박주영, 2021). 직장인의 고용불안정성과 혁신성 및 위험감수성은 창업 의도를 높이는 요인임을 확인하였다(안은주·양동우, 2020). 경제적 준비도 및 사회적 차원의 네트워크 준비도와 사회적지지는 창업 의도에 유의한 영향이 있는 것으로 밝혀졌다(최양애·동학림, 2019). 시니어 창업가정신은 창업 성과와 창업추천 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(구본혁·박보람, 2019).

환경적 요인에 관한 연구로는, 시니어들의 창업 활성화를 위해 사회적 지지와 지원정책을 수반한 창업 생태계 구축이 필요하다고 제시되었다(윤성일·전병훈, 2021). 그리고 창의역량, 자금지원, 교육지원, 기술역량 순으로 창업의지에 영향을 미치며 기술역량 및 창의역량과 창업 의지 간 멘토링의 조절 효과가 유의미하다(김영태·허철무, 2021). 사회적 자본과 지적 자본의 경험 및 네트워크가 창업 의도에 반드시 필요하다고 주장하였다(길대호, 2019).

창업 교육의 선행연구를 보면 창업 의도의 내적 동기와 외적 동기를 진단함으로써 창업의 성공 가능성을 높이는 창업 지원 프로그램 기획 및 개발에 기여할 수 있다고 하였다(정찬영·이소영, 2020). 창업 교육 만족도는 창업 의도에 직접적인 효과는 미치지 못하고 개인적인 경력지향성의 영향을 통해 창업 의지를 높이는 것으로 나타났다(박종범 외, 2020). 오늘날 ICT의 발전은 지식 공유를 개선하고 정보통신 프로세스를 증가시킴으로써 우리의 삶에 상당한 영향을 미치고 있으며 창업가에게 수많은 도전과제를 야기하고 있다. 본 연구에서는 정보통신기술과 디지털미디어 활용역량이 어떻게 그리고 어떤 요인이 시니어 창업 의도에 영향을 미치고 있는지를 파악하고자 하였다.

2.2. 정보기술수용성과 시니어 창업의도

2.2.1. 정보기술수용성의 개념

정보기술 수용성(information technology acceptance)이란 새로운 정보기술(IT) 도입 이후 사용자의 신념, 태도, 행동, 반복적인 이용(수용)에 나타난 이용자의 심리·행동 변화 과정을 전반적으로 측정하고 평가하는 것을 말한다(이석준 외, 2021). 기업가는 성공하기 위해 새로운 지식과 기술을 찾아 스스로를 개발해야 한다(강병승, 2020). Davis(1989)의 기술수용모델은 특정 정보시스템을 수용함으로써 개인의 신념이 태도에 영향을 미치고, 태도는 행위 의도에, 행위의 의도는 실제 행위에 영향을 미친다고 가정하고 있다.

정보기술의 수용성은 유용성(utility)과 사용 용이성(easy of use)으로 정의할 수 있지만, 정보기술 수용성과 창업의도와 의 영향 관계에 대한 연구는 부족한 실정이다. 특히 사용 용이성은 수용자의 기술수용 의도에 영향을 미치는 것이 다수의 선행연구(Venkatesh & Davis, 2000)에서 확인되었고, 행동 의도, 사용의도, 이용의도, 지각된 즐거움, 유용성 등에 긍정적으로 영향을 미침이 밝혀졌다(강소영 외, 2018). 하지만 선행연구에서 사용 용이성이 창업의도에 직접적으로 영향을 미치지 못하지만(Zaremohzzabieh et al. 2016), 수용의도 등의 간접 경로를 통하여 창업의도에 영향을 미칠 수 있음을 확인하였다(안문형·허철무, 2020). 본 연구에서는 간접경로를 통해 창업의도에 영향을 미치리라 추정되는 사용 용이성은 연구변수에서 제외하였다. 정보기술 수용은 이성적이고 합리적인 측면의 판단 이외에도 감성적인 정서나 주관적인 판단으로 정보기술 수용 여부가 결정되기 때문에 개인적 특성을 반영한 기술수용모델의 확장연구가 필요하다(이상길·하규수, 2017; Sa'anchez & Hueros, 2010; Agarwal & Karahanna, 2000). 기술수용모델(TAM)은 이용의도를 밝히는 강력한 모델이지만 간단한 요인으로 구성으로 있다. 따라서 개인적 인지 특성과 사회적 환경요인이 추가되어 확장된 기술수용모형(ETAM)을 기반으로, 정보기술 수용성의 선행 변수인 자기효능감(self efficacy)과 개인혁신성(personal innovativeness)을 정보기술 수용성의 요인으로 가져왔다.

2.2.2. 지각된 유용성

지각된 유용성은 기술을 사용함으로써 기대되는 성과의 향상으로 정의되며, 여기서 성과는 조직적 차원과 개인적 차원의 모두 기술을 사용함으로써 기대할 수 있는 것이다(박이레 외, 2019). 기술수용모델에서 지각된 유용성이란 개인이 특정한 혁신기술을 수용하고 사용했을 때 그 기술이 업무능력이 나 업무성과를 향상할 수 있는지에 대해 얼마나 믿고 있는가를 의미한다(Davis, 1989).

선행연구 고찰 결과, 지각된 유용성은 기술수용의도 뿐만 아니라 창업 의도에도 유의한 영향을 미치는 것이 확인되었다(안문형·허철무, 2020; Miranda et al., 2017; 구지은·전병길, 2015). 본 연구에서는 특정혁신기술을 수용하고 사용했을 때

그 기술이 업무능력이나 업무성적을 향상할 수 있는지에 대한 믿음(안문형·허철무, 2020; 이상길·하규수, 2017)으로 조작적 정의를 하고자 한다.

2.2.3. 자기효능감

자기효능감은 정보시스템을 사용할 수 있다는 사용자의 믿음으로, ICT를 도입하는 사용자에게 큰 영향을 미칠 것이다(Ajjan et al., 2020, Lending & Dillon, 2007). 개인의 심리적 특성인 자기효능감(self efficacy)은 Bandura(1997)가 제안한 개념으로 상황에 따라 적절하게 행동할 수 있다는 기대와 신념이다. 즉 자기효능감은 사용자가 특정한 과업과 직무를 수행하는 과정에서 정보기술을 활용하여 문제를 해결하고 목적을 달성할 수 있는 개인적 능력의 자기 믿음을 의미한다(Compeau & Higgins, 1995). 정보기술은 빠르게 변화하고 진화하기 때문에 사람들은 항상 새로운 상황이나 어려움에 부딪히게 된다(김용일 외, 2015; Bandura, 1982). 하지만 이를 극복하고 도전하려는 성향이 높은 사람들은 자신의 개인적 능력에 강한 확신과 믿음이 형성되어 있다(Bandura, 1982).

ICT에 있어 자기 효능감은 컴퓨터와 인터넷 사용 능력에 대한 개인의 판단을 의미한다(Crittenden et al., 2019). ICT 자기 효능감은 컴퓨터와 인터넷 자기효능감이라는 두 가지 영역으로 구성된다(Machmud et al., 2019; Papastergiou et al., 2011). ICT분야에서 자기효능감은 ICT 활용 능력에 대한 개인의 신념으로 ICT의 채택과 활용을 결정하는 데 긍정적이고 중요한 역할을 한다. 이는 ICT에 자기효능을 접목하면 ICT 역량 개발을 위한 의사결정이 개선되고, 이는 후속적으로 ICT 수용으로 이어질 것임을 시사한다(Alahakoon & Somaratne, 2018). 본 연구에서는 자기효능감을 자신의 능력에 대한 믿음으로 새로운 정보기술을 이해하고 활용할 수 있다는 자신감으로 조작적 정의를 하고자 한다.

2.2.4. 개인혁신성

Rogers(1995)는 개인혁신성(personal innovativeness)이란 집단 내 개인이 다른 집단 구성원보다 먼저 혁신을 수용하려고 하는 정도와 새로운 경험과 신기술을 쉽게 수용하는 경향으로 정의하였다. 혁신성은 새로운 기술이나 관행을 수용하고 현재의 최첨단 기술을 뛰어 넘는 기업의 성향을 반영하며(Linton, 2019), 새로운 기회, 새로운 솔루션 또는 새로운 기술, 제품 또는 서비스를 가져올 수 있다. O'Cass & Fenech(2003)은 혁신성은 개인의 새로운 정보기술에 대한 자발적 수용이 정보기술 수용에 영향을 미치는 개념이라고 제시하였다.

정보기술에 대한 개인혁신성은 사전의 지각된 위험과 의사결정의 불확실성을 감수하며 적극적으로 정보기술을 수용함을 의미한다(김용일 외, 2015). Agarwal & Prasad(1998)에 따르면 정보기술 분야에서 개인혁신성은 “개인이 어떤 새로운 정보기술도 시도해 볼 의향”을 의미한다고 하였다. 본 연구에서는 개인혁신성을 다른 사람보다 혁신기술을 앞서서 수용하려

는 것으로, 새로운 기술을 적극적으로 받아들이는 경향으로 조작적 정의를 하고자 한다.

2.2.5. 정보기술수용성이 창업의도에 미치는 영향

안문형·허철무(2020)는 스마트팜의 특성에 기반하여 지각된 유용성의 요인들을 도출하고, 기술수용모델(TAM)에서 지각된 유용성이 기술수용의도 뿐만 아니라 창업의도에도 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. ICT업계의 창업 의도 결정요인 연구에서 태도, 주관적 규범 및 지각 통제가 창업 의도에 영향을 미치는지 연구하여 창업의도의 주된 선행요인은 창업에 대한 태도이며, 이는 ‘지각된 유용성’으로부터 영향을 받는 것이 확인되었다(Miranda et al., 2017). Zaremohzabieh et al.(2016)은 정보기술수용성과 창업 의도 및 태도의 매개효과 연구에서 농촌의 청년 창업가의 지각된 유용성이 창업의도에 유의한 영향 관계가 있음을 확인하였다. 구지은·전병길(2015)은 창업지원서비스에 대한 유용성 지각이 창업의도에 영향을 미친다고 하였다.

Alias(2021)은 대학생의 창업지향성에 컴퓨터 자기효능감과 인터넷 자기효능감이 긍정적이고 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. Monllor & Soto-Simeone(2019)는 디지털 기술에 대한 노출은 기술 자기효능감에 대한 영향을 통해 창업의도에 직접적인 영향을 미치며 이 관계는 창업자기효능감에 의해 부분적으로 조정된다고 하였다. Machmud et al.(2019)는 자기효능감이 기술창업의도에 미치는 영향의 연구에서 ICT 자기효능감이 기술 창업의도에 영향을 미침을 확인하였다. 신하성(2018)은 개인혁신성과 자기효능감이 창업의도에 유의한 영향관계를 가지는데, 이중 자기효능감이 창업의도에 더 큰 영향력을 주었다고 제시하였다. Hoque et al.(2017)은 ICT 자기효능감이 기술 창업의도에 미치는 긍정적인 관계를 보여주고 기술창업 학습에 의해 매개효과가 있음을 밝혔다. Chen(2013)은 SCCT(social cognitive career theory)를 활용하여 대학생들의 IT 창업의도가 결과 기대, 사회적 영향력, 자기효능감에 의해 직접적으로 결정된다는 것을 확인하였다.

다양한 선행 연구에서도 혁신성이 창업의도에 긍정적 영향을 미침이 확인되었다(안희수·양동우, 2019; 김정곤·양동우, 2016). Abubakre et al.(2022)는 개인혁신성이 높을수록 새로운 IT에 대한 우호적 인식이 강하기 때문에 긍정적인 의도를 갖게하고 IT 활용을 통해 창업 성공 가능성이 높아진다고 밝혔다. Hoang(2020)은 ICT는 개인적 태도와 행동통제를 통해 창업 의도에 영향을 미친다고 하였다. Bach et al.(2016)와 혁신성 인지가 창업 의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 확인하였다. Dutta et al.(2015)은 새로운 기술산업 분야에서 창업의도가 어떻게 발전하는지 조사하여, 기술의 개인혁신성과 기업가 관련 지식·경험이 창업의도의 핵심동인으로 작용한다는 것을 발견하였다.

2.2.6. 정보기술수용성이 창업의도에 미치는 영향에 관한 가설 설정

정보기술수용성에 대한 선행연구를 살펴보면, 안문형·허철무(2020), Zaremohzzabieh et al.(2016), 구지은·전병길(2015)은 지각된 유용성이 창업의도에 유의한 영향 관계가 있음을 제시하였다. 그리고 다수의 선행 연구에서 자기효능감이 시니어의 창업의도에 유의한 영향을 미치는 것이 보고되었으며, Alias(2021), Machmud et al.(2019), Monllor & Soto-Simeone(2019), Hoque et al.(2017), 신하성(2018), Chen(2013)은 창업의도가 자기효능감에 의해 직접적으로 결정된다는 것을 확인하였다. 안희수·양동우(2019), 김정근·양동우(2016)의 연구에서도 혁신성이 창업의도에 긍정적 영향을 미침이 확인되었다. Abubakre et al.(2022), Hoang(2020), Zoroja & Pejić Bach(2016), Dutta et al.(2015)은 개인혁신성이 창업 의도에 영향을 미침을 발견하였다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1: 정보기술수용성은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 정보기술수용성에 대한 지각된 유용성은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 정보기술수용성에 대한 자기 효능감은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 정보기술수용성에 대한 개인 혁신성은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3. 디지털미디어활용과 시니어창업의도

2.3.1. 디지털미디어 활용역량의 개념

인간의 삶에 침투되어 기존 가치관과 사회구조의 변화를 초래하는 혁신인 디지털 전환(digital transformation)은 디지털미디어를 빠르게 발전시키고 있다. 따라서 디지털미디어에 대한 기초지식과 활용은 현대사회를 살아가는 사람들에게 필수적인 능력이 되고 있으며, 이해 부족과 활용 능력 부족은 개인의 삶의 질과 국가 경쟁력을 더욱 떨어뜨리고 있다. 디지털 리터러시(digital literacy)는 개인의 정보 능력을 측정하는 척도(Jun, 2021)로 이해할 수 있으며, 크게 정보개념, 정보활용, 정보윤리의 세 가지로 분류할 수 있다(Jun, 2021). 디지털리터러시의 구성 요소라 볼 수 있는 디지털미디어 활용역량, 즉 PC, 스마트폰 등 디지털 장치 및 미디어의 활용역량은 모든 개인, 특히 시니어에게 필수적인 역량이 되어가고 있다.

코로나 19의 확산은 비대면·비접촉을 강제하고 있지만 반대로 일상과 산업의 디지털 전환을 가속화하고 있다. 이러한 추세에 따라 물리적 공간 극복, 사용자 경험 극대화 등의 다양한 산업 분야에서 디지털미디어의 활용성이 논의되고 있다(김성민, 2021). 디지털미디어(digital media)는 디지털 코드를 기반으로 동작하는 전자 미디어를 일컫는 말로, 디지털미디어의 특징은 상호 작용과 양방향성이다. 디지털미디어 활용역량은

생산과 소비를 포함한 일상생활에서 디지털미디어와 도구를 적극적으로 활용하는 것을 의미한다(김상진, 2022). 스마트 사회에서는 온라인 미디어와 디지털 기술을 기반으로 창업을 하거나 효과적으로 업무를 수행하는 것이 중요해지고 있으며, 디지털미디어 활용역량이 우수할수록 디지털 친화적 태도와 자신감이 높아지고 다양한 사업 기회를 포착하는 데 유리하게 작용할 것이다(강경란, 2020; 김우중, 2016). 한국 사회가 지식기반사회로 진입함에 따라 스마트기기를 사용하는 능력뿐만 아니라 인터넷을 통한 정확한 정보검색과 평가를 통해 찾은 정보를 정확히 이해하고 이를 활용하여 자신만의 방식으로 재창조하는 능력과 공유하는 역량이 요구되고 있다(권성호·현승혜, 2014). Crittenden et al.(2019)은 모바일 앱 및 소셜미디어와 같은 ICT는 개인에게 ICT 매개 공간에서 새로운 지식을 형성하고, 사회적 대화에 참여하며, 새로운 콘텐츠 개발에 기여하고, 사회적으로 관련 있는 연결과 네트워크를 구축할 수 있는 기회를 제공한다고 하였다.

인터넷 및 클라우드 기술의 광범위한 가용성과 무료 정보, 통신 및 협업 도구 및 필요한 인프라 덕분에 정보 및 지식과 같은 전략적으로 중요한 자원이 더 균등하게 분배되고 있다(Grant, 1996). 온라인 마케팅 등과 같은 디지털미디어 활용역량은 창업에 영향을 미친다고 밝혔다(김경선, 2019). 디지털미디어 활용역량은 사회적 네트워크 형성에도 긍정적으로 반영되고 있으며, 창업 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 필수 요소이다. 본 연구에서는 디지털미디어 기기를 사용하는 정보 탐색 관점과 커뮤니케이션 활용 관점에 따라 디지털미디어 활용역량의 구성 요소로 디지털미디어 기기 활용역량과 디지털미디어 커뮤니케이션 역량으로 구성하였다.

2.3.2. 디지털미디어 기기 활용역량

디지털미디어 기기 활용역량은 온라인과 오프라인 생활 사이의 건강한 균형을 달성하기 위해 제어의 숙달을 포함하여 디지털 장치와 미디어를 사용하는 능력이라 할 수 있다. 이는 모바일 기기와 소셜미디어와 같은 온라인 플랫폼의 확산으로 인해 PC 이용 능력으로부터 모바일, 즉 스마트 기기 이용 능력으로까지 확장되고 있다(류성진·고홍석, 2021). 디지털미디어 기기 활용역량은 네트워크 및 컴퓨터에 대한 기술적 접근 능력(안정임, 2002)으로 컴퓨터와 스마트 폰, 인터넷 네트워크 기술 등에 대한 사용능력(강정목 외, 2014)이다.

van Deursen & van Dijk(2014)는 디지털미디어 기기활용역량을 하드웨어 및 소프트웨어를 다룰 수 있는 능력인 도구적 매체 역량(tool related skill)과 정보를 탐색하거나 처리하여 활용하기 위한 수단으로 디지털정보 기기를 활용하는 능력을 의미하는 내용적 역량(content related skill)으로 구분하였다. 모바일 및 소셜미디어 환경에서 스마트 기기를 통해 다양한 온라인 플랫폼에 접속하여 포털 검색, SNS 이용, OTT나 유튜브 시청, 인터넷 뱅킹, 온라인 쇼핑 등을 할 개인성이 높아지고 있다(류성진·고홍석, 2021). Jun(2021)은 한국 노인의

정보격차의 원인분석에 관한 연구에서, PC와 모바일 기기에 대한 설치, 활용 및 관리역량 중에 관리능력이 가장 낮은 것을 확인하였다. 본 연구에서는 선행연구를 기반으로 디지털미디어 기기 활용역량을 PC와 스마트 폰 등 디지털 기기의 기초적인 사용법을 숙지하고 이를 원활히 사용할 수 있는 정보 접근 역량(이상길·인재만, 2021; 이상길, 2018; 김우중, 2016)으로 조작적 정의를 하였다.

2.3.3. 디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량

디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량이란 다양한 온라인 커뮤니티 참여 활동을 통해 자신의 의견을 표현하며 적극적으로 타인과 소통하고 정보를 공유할 수 있는 역량이라 정의할 수 있다(이상길, 2018). 디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량은 지식정보의 상호교류 및 공유 능력으로 쌍방향성과 네트워크를 기반으로 한다(안정임, 2002). 또한 온라인 커뮤니티에서 적극적으로 타인과 소통할 수 있는 역량을 의미한다(권성호·현승혜, 2014). 따라서 오늘날 스마트 사회에서는 다양한 정보통신 디바이스를 활용한 정보생산 및 유통, 참여, 공유 등의 능력이 요구되고 있다(강정목 외, 2014). 본 연구에서는 디지털미디어 커뮤니케이션 역량을 온라인상에서 적극적으로 소통하고 공유하는 역량으로 조작적 정의하였다.

2.3.4. 디지털미디어 활용역량이 창업의도에 미치는 영향

우리 사회와 산업이 본격적으로 진행하는 디지털 전환(digital transformation)은 디지털 기술을 인간의 삶에 침투시켜 기존 가치관과 사회구조의 변화를 초래하는 혁신이다. 따라서 디지털미디어 활용역량은 스마트 사회의 트렌드 변화, 창업의 신규 플랫폼, 온라인 마케팅 등 창업에 영향을 미치고 사회 네트워크 형성에도 적극 반영되고 있다(이상길·인재만, 2021; 김경선, 2019). 즉 디지털미디어 활용역량은 창업 분야의 경쟁우위 확보에 핵심적 요인이라 할 수 있다(김경선, 2019). 특히 시니어들은 과학 지식과 정보통신기술의 발달, 대중 매체로 인한 정보의 급증, 생활방식과 인간관계, 직업구조의 변화 등으로 인한 세계화, 정보화, 평생학습사회라는 급격한 시대적 사회적 변화 속에서 살고 있다(권성호·현승혜, 2014).

디지털 전환과 기업이 정신의 특징들이 어떻게 연관되어 있는가는 매우 복잡하다, 하지만 이를 이해함으로써 경제성장, 일자리 창출 및 혁신을 이룰 수 있다(Antonizzi & Smuts, 2020). 디지털 기술은 기업가적 행동을 활성화시키는 중요한 동인이다(Schiavone et al., 2020; Von Briel et al., 2018). 따라서 경제의 디지털화는 창업 의도에 영향을 미치며(Youssef et al., 2021), 중·장년층의 창업 의도에 미치는 영향 요인에 관한 연구에서 정보 역량은 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(양경애·하규수, 2020). 은행원의 성격 특성에 따라 디지털 미디어 활용역량이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 커뮤니케이션 활용역량이 창업 의도에 유의한

영향을 미치는 것을 확인되었다(김경선, 2019). 디지털 교육 수준과 디지털 역량 수준이 높을수록 창업 의도에 유의한 영향을 미친다(황소영, 2019). 중장년 SNS(social network service) 등 온라인 커뮤니티 활동의 특성상 정보 제공성과 친밀성이 높을수록 창업 의도가 높다는 연구 결과를 확인되었다(배근수, 2019). 성공적인 창업을 위해서는 스마트 사회의 특징과 속성에 대한 통찰력을 키우고 사업기회를 포착하려는 전략적 노력이 병행되어야 할 것이다(김우중, 2016). 디지털 창업가는 디지털 네트워킹을 사용하여 기회를 창출한다. 이러한 기회는 온라인상에서 메시지에 응답하고 건설적인 비판과 제안을 수 용할 수 있는 디지털미디어의 사용자를 통해 나타난다(Antonizzi & Smuts, 2020).

2.3.5. 디지털미디어 활용역량이 창업의도에 미치는 영향에 관한 가설 설정

디지털미디어 활용역량과 관련된 선행연구를 살펴보면, Youssef et al.(2021)은 경제의 디지털화는 창업 의도에 영향을 미치며, 디지털미디어 활용역량이 창업 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 필수 요소라고 주장하였다(김경선 외, 2020). 선행 연구는 디지털미디어 활용역량이 창업 의도에 영향을 미친다고 확인하였다(김경선 외, 2020; 양경애·하규수, 2020; 황소영, 2019). 따라서 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 2: 디지털미디어 활용역량은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 2-1: 디지털미디어 기기 활용역량은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-2: 디지털미디어를 활용한 커뮤니케이션 활용역량은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4. 기회인식의 매개효과

2.4.1. 기회인식의 개념

기회는 창의성, 혁신 및 시장 정보의 조합을 필요로 하며, 지식, 정보 및 타이밍은 성공의 핵심 요소이다(Vaghely & Julien, 2010). 창업자는 끊임없이 변화하는 기술적, 정치적, 경제적 요인에 초점을 맞추어 기회를 포착해야 한다(Eckhardt & Shane, 2003). 사업 기회는 정보와 관련되어 있다. 정보처리, 지식창출, 혁신, 기회 인식은 서로 밀접한 관련이 있다(Ward, 2004; Nootboom, 2000). 기회란 다양한 자원을 창의적으로 조합하여 더 의미 있는 가치를 만들어내고, 이를 통해 시장의 니즈를 만족시키는 가능성을 의미한다(Kirzner, 1979). 창업기회는 자원의 창조적 결합을 통해 시장이 원하는 가치를 창출하는 가능성이다(Schumpeter, 1934).

기업가 정신 프로세스는 프로세스 전반에 걸쳐 다양한 감정을 포함하는 비즈니스 기회를 인식할 때 시작된다(Othman &

Othman, 2020). 창업 기회인식은 창업 의지에 영향을 미친다 (강재학·하규수, 2015). 경제를 성장시키고 실업자에게 창업 동기를 부여하려면 기업이 정신을 주입하는 것보다 창업 기회를 인식하게 하는 것이 더 중요하다(Lukes & Jakl, 2012). 기회 인식은 개인이 기회를 식별했다고 결론을 내리는 인지 프로세스(또는 프로세스)로 정의될 수 있으며(Baron, 2006), 포괄적인 의미로 자원 또는 역량을 효율적으로 결합해 새로운 가치를 창조하여 시장의 니즈를 충족시키는 경우를 의미한다 (문수영·황보운, 2011). 기회 인식이란 타인들이 미처 발견하지 못한 것을 파악하여 기회로 활용해야 할 창업가의 필수 역량이며(Kirzner, 1979), 경쟁우위의 원천(Alvarez & Barney, 2017)이다. 기회 인식이란 창업 과정의 핵심 측면(Gaglio & Katz, 2001)으로 기업이 정신의 다차원적 현상이며 중심 구성 요소이자 첫 단계로 다양한 관점에 따라 분류되어 왔다 (Fatima et al., 2011). 기회 인식은 창업자의 창업 프로세스의 핵심 측면으로 기회에 대한 적극적인 검색이 중요하게 인식되고 있다(Gaglio & Katz, 2001). 창업에서 기회 인식은 기존 정보에 시대적 변화가 반영되어 새로운 기회로 만들어지는데 (강경란, 2020) 이 때 정보와 시장의 관계를 파악하는 능력이 중요하다(Shane & Venkataraman, 2000).

2.4.2. 기회인식의 선행연구

기회 인식과 관련한 해외 논문을 살펴보면, 기회가 기업가적 노력의 핵심이라고 주장하고 있다(Shepherd et al., 2019). Ardichvili et al.(2003)은 프로세스 관점에서 기회 인식을 연구하였고, Baron(2006)은 기회 인식을 개인의 행동에 초점을 맞춰 연구하였다. 또한 기회의 출현을 이해하기 위해 기업가정신 연결 이론이 적용되었다(Davidsson, 2015), 최근에는 기회 인식 연구가 전통적인 기업이 정신에서 디지털 기업이 정신의 연구로 진화하고 있으며 ICT의 영향을 받는 기회의 특성을 조사하는 방향으로 초점을 옮겨지고 있다(Recker & von Briel, 2019). 최근 기회 인식에 관한 국내 선행연구를 살펴보면 기회 인식에 영향을 미치는 요인에 대한 연구(신용식 외, 2021; 공운엽 외, 2021; 강경란, 2020; 강병승, 2020; 이정란·장규순, 2018)가 있다. 기회 인식과 창업의도 사이의 관계에 대한 연구(양경애, 2021; 공운엽 외, 2021; 강병승, 2020; 이정란·장규순, 2018; 강재학·양동우, 2016)가 있고, 기회 인식의 매개효과에 대한 선행 연구(신용식 외, 2021; 양경애, 2021; 이정란·장규순, 2018; 강재학·양동우, 2016)로 구분할 수 있다.

Anwar et al.(2022)은 신흥경제에서 새롭게 설립된 벤처의 기업지향성과 벤처 성과 간에 기회 인식의 매개효과가 벤처 성과에 기여한다고 하였다. Jiang et al.(2018)은 농업벤처의 지속 가능한 기회 인식이 녹색지향성과 환경성과 및 재무성과 간의 관계를 매개한다고 하였다. Jiani et al.(2017)은 기업가적 열정, 기회 인식 및 기업이 행동 사이의 연구에서, 창업 열정이 기회 인식과 기업이 행동에 중요한 영향을 미치고 기회 인식은 창업 열정과 기업가적 행동사이의 관계를 부분적으로

매개한다는 것을 확인하였다. Shamsudeen et al.(2017)은 기회 인식은 실행 가능한 사업 계획과 기업가적 성공 사이의 관계를 매개한다고 하였다. Niammuad et al.(2014)은 인큐베이팅 자원과 인적 자본에 대한 기회 인식의 매개효과를 발견하였고 기회 인식이 새로운 제품 및 서비스를 활성화하기 위한 기업가적 잠재력을 향상시키는 중요한 원동력 역할을 한다고 하였다.

중소 제조업 종사자의 창업의도의 영향 요인에 관한 연구에서 혁신성과 창업의도 간에 기회인식이 매개하는 것으로 나타났다(신용식 외, 2021). 중장년층의 경험 역량, 생계유지의 동기, 독립 동기, 실패에 대한 태도와 창업의욕 간에 사업기회탐색이 매개효과가 있다고 보고 되었다(양경애, 2021). 이정란·장규순(2018)은 기회인식이 창업지원프로그램과 창업의도 간의 관계에서 부분적으로 매개효과를 갖는 것으로 분석하고, 사업화 지원 프로그램은 기회인식으로 인해 창업의도가 높아지는 것을 확인하였다. 강재학·양동우(2016)는 대학 내 학생들의 창업효능감과 창업의지를 동시에 자극할 수 있는 요인에 대한 연구에서 기업가정신과 창업효능감과 창업의지 간 창업 기회 인식의 매개효과를 확인하였다.

2.4.3. 기회인식의 매개효과에 관한 가설 설정

기회인식의 매개효과 관련 선행연구를 살펴보면, Anwar et al.(2022)은 매개변수로서의 기회 인식이 벤처성과에 대한 창업지향성의 영향을 증가시킨다고 보고하였다. 신용식 외 (2021), 양경애(2021), 이정란·장규순(2018), Jiani et al.(2017), Shamsudeen et al.(2017), 강재학·양동우(2016), Niammuad et al.(2014) 등의 선행연구에서도 기회인식이 매개변수로서의 영향이 확인되었다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

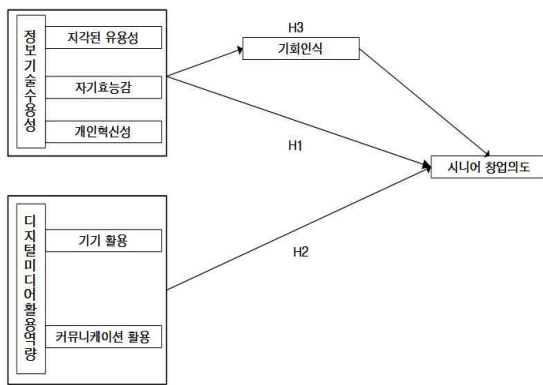
가설 3: 기회인식은 정보기술수용성, 디지털미디어 활용역량과 시니어 창업 의도간 유의미한 매개효과를 가질 것이다.

- 3-1: 기회인식은 정보기술수용에 대한 지각된 유용성과 시니어 창업 의도 간에 유의미한 매개효과를 가질 것이다.
- 3-2: 기회인식은 정보기술수용에 대한 자기 효능감과 시니어 창업 의도 간에 유의미한 매개효과를 가질 것이다.
- 3-3: 기회인식은 정보기술수용에 대한 개인 혁신성과 시니어 창업 의도 간에 유의미한 매개효과를 가질 것이다.
- 3-4: 기회인식은 디지털미디어 기기 활용 역량과 시니어 창업 의도 간에 유의미한 매개효과를 가질 것이다.
- 3-5: 기회인식은 디지털미디어를 활용한 커뮤니케이션 역량과 시니어 창업 의도 간에 유의미한 매개효과를 가질 것이다.

III. 연구 방법

3.1. 연구의 모형

본 연구는 시니어의 창업 의도에 영향을 미치는 요인으로 정보기술 수용성과 디지털미디어 활용역량에 초점을 두고 모형을 설계하였다. 또한 기회 인식의 매개효과 규명도 함께 하였다. 정보기술 수용성은 지각된 유용성, 자기효능감, 개인혁신성으로 세분화하였다. 디지털미디어 활용역량은 기기 활용역량과 커뮤니케이션 활용역량으로 세분화하였다. 이러한 관계를 개념화하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구 모형

3.2. 조사 설계

본 연구에서 설정된 연구 모형을 바탕으로 가설을 검증하기 위해 실증적 분석을 실시하였다. 시니어를 대상으로 2022년 4월 15일부터 5월 30일까지 이루어졌다. 설문지의 구성 및 조작적 정의는 아래 <표 1>과 같다. 응답한 설문 자료 중에서 불성실한 응답을 제외하고 최종적으로 총 287개를 통계분석에 활용하였다.

본 연구에서는 동일방법편의를 검증하기 위해 Harman의 Single Factor Analysis를 실시하였다. 탐색적 요인분석에서 모든 변수의 문항을 포함하는 주성분 분석 결과 가장 많은 설명력을 차지하는 첫 번째 요인의 설명력이 총 설명력의 50% 이상을 차지하지 않으면 동일방법편의로 인한 왜곡현상은 크지 않은 것으로 판단한다(Podsakoff et al., 2003). 분석 결과에서 단일 요인의 설명력이 33.680%로 절대적이지 않은 것으로 나타났기 때문에 본 연구의 측정 자료는 동일방법편의의 영향을 크게 받지 않았다고 판단되었고, 연구결과를 왜곡할 수 있는 심각한 문제는 없는 것으로 판단된다.

시니어로 현재 회사나 조직에 근무중인 응답자의 특성은 남성이 65.2%, 여성이 34.8%로 나타났다. 40대가 31.7%, 50대가 48.8%, 60대가 19.5%로 나타났다. 학력은 고졸 이하가 13.2%, 대졸이 57.8%, 대학원 졸업이 28.9%로 나타났다.

<표 1> 설문지의 구성 및 조작적 정의

구분	변수명	문항수	조작적 정의
독립변수	지각된 유용성	5	혁신기술을 수용하고 사용했을 때 그 기술이 업무능력이나 업무성과를 향상시켜줄 지에 대한 믿음
	자기 효능감	5	자신의 능력에 대한 믿음으로 새로운 정보기술을 이해하고 활용할 수 있다는 자신감
	개인 혁신성	5	다른 사람보다 혁신기술을 앞서서 수용하려는 것으로, 새로운 기술을 적극적으로 받아들이는 경향
	기기 활용 역량	10	디지털기기를 원활히 사용하며, 디지털 리터러시를 활용한 정보 검색, 분석, 평가를 통해 목적에 적합하게 재생산하여 타인이나 조직과 공유하는 역량
	커뮤니케이션 활용역량	5	다양한 온라인 커뮤니티 참여 활동을 통해 자신의 의견을 표현하며 적극적으로 타인과 소통하고 정보를 공유할 수 있는 역량
매개변수	기회 인식	5	실행 가능한 창업에 대한 정보를 포착하여 적용하는 정도
종속 변수	시니어 창업의도	4	자신의 사업을 소유하거나 새로운 사업을 시작하려는 마음가짐

IV. 연구 방법

4.1. 타당도와 신뢰도 분석 결과

본 연구의 가설 검증에 앞서 측정 변수들의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 탐색적 요인 분석 결과는 <표 2>와 같다. KMO는 .918로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정 값은 7736.223(p=.000)으로 양호한 것으로 나타났다. 설명된 총 분산은 72.739%로 나타나 모형이 적합한 것으로 나타났다. 요인의 적재값은 모두 .6이상으로 나타났다. 탐색적 요인 분석을 통해 타당성이 검증된 변수를 활용하여 내적 일관성 검증을 위해 신뢰도를 분석한 결과 Cronbach's α 값이 시니어 창업의도 .868, 자기 효능감 .936, 기기 활용역량 .907, 커뮤니케이션 활용역량 .913, 개인혁신성 .902, 기회인식 .896으로 나타났다. 주요 변수들의 Cronbach's α 값이 .8이상으로 나타났으므로 신뢰성이 있는 것으로 분석되었다. 위와 같이 측정도구의 타당도와 신뢰성이 확보되었으므로 이를 활용하여 가설은 검증할 수 있을 것으로 판단되었다.

<표 2> 탐색적 요인분석을 통한 타당도 분석 결과

요인	변수	1	2	3	4	5	6	7	회전제곱 적재량 (누적%)	Cronbach's α
기기 활용역량	DV8	.741	.090	-.017	.298	.090	.020	-.111	13.949	.907
	DV7	.720	.218	.057	.213	.151	.002	.070		
	DV6	.713	.106	.046	.091	.288	-.005	.074		
	DV3	.697	.220	-.069	.200	.073	.024	.043		
	DV10	.688	.135	.002	.295	-.023	.040	.030		
	DV9	.649	.214	.327	.179	-.010	.102	.089		
	DV1	.646	.388	.045	.119	.247	.035	.006		
	DV2	.631	.389	.058	.041	.217	.108	.029		
자기 효능감	SE3	.195	.863	.072	.064	.181	.158	.058	26.822	.936
	SE1	.298	.803	.062	.188	.196	.091	.085		
	SE5	.203	.783	.066	.023	.286	.107	.093		
	SE2	.331	.775	.078	.149	.171	.120	.110		
커뮤니케이션 활용역량	COM5	.064	.062	.842	.012	.174	.175	.110	38.177	.913
	COM2	.016	.056	.829	.081	.138	.111	.081		
	COM4	.147	.080	.827	.013	.151	.156	.041		
	COM3	.031	.019	.819	.089	.099	.183	.052		
지각된 유용성	COM1	.067	.120	.793	.071	.197	.135	.115	48.911	.909
	US2	.213	.057	.064	.842	.098	.003	.148		
	US1	.227	.064	.001	.823	.067	.041	.028		
	US4	.176	.063	.080	.821	.047	-.025	-.058		
	US3	.215	.088	.083	.810	.161	.003	.052		
개인 혁신성	US5	.163	.085	.060	.801	.092	.096	-.024	57.546	.902
	PI3	.220	.324	.195	.129	.717	.142	.081		
	PI5	.201	.157	.315	.115	.715	.073	.063		
	PI4	.246	.212	.149	.185	.695	.241	.050		
	PI2	.145	.390	.271	.095	.662	.126	.115		
기획 인식	PI1	.168	.386	.263	.151	.638	.201	.125	65.917	.886
	OR3	.006	.126	.250	.005	.130	.789	.296		
	OR2	.037	.125	.217	.027	.099	.785	.297		
	OR5	.155	.135	.164	.041	.170	.777	.085		
시니어 창업 의도	OR4	.010	.131	.214	.039	.128	.763	.253	72.739	.868
	EI2	.091	.065	.104	.065	.027	.236	.874		
	EI3	.071	.088	.119	.024	.052	.267	.837		
	EI4	.032	.149	.147	.020	.208	.305	.753		

본 연구의 주요 변수인 지각된 유용성, 자기효능감, 개인혁신성, 디지털미디어 기기 활용역량, 커뮤니케이션 활용역량, 기획 인식, 시니어 창업 의도의 모든 변수 간의 상관관계를 분석한 결과 모두 유의한 정(+)적 상관 관계를 보였다. 기기 및 콘텐츠 활용역량과 자기효능감 사이의 상관관계가 .659로 가장 높았으며, 유의하게 나타났다. 반면, 지각된 유용성과 창업 의도 간 상관관계는 .120으로 가장 낮게 나타났다. 모든 변수 간 상관관계가 .8이하로 나타나 독립변수간 다중공선성은 없는 것으로 추정되었다.

4.3. 영향 관계 가설 검정 결과

모형에 설정된 독립변수(지각된 유용성, 자기효능감, 개인혁신성, 기기 및 콘텐츠 활용역량, 커뮤니케이션 활용역량)들이 시니어 창업 의도에 미치는 영향 관계를 분석하기 위해 다중 회귀분석 방법을 사용하였다. 분석모형의 설명력은 17.0%로 나타났다. 모형의 적합성 검정을 위해 F검정을 실시한 결과 11.542로 유의확률 .000에서 유의하게 나타났다. 아울러 독립변수 간 다중공선성을 VIF값으로 체크한 결과 모두 10이하로 나타나 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 분석모형은 적합한 것으로 판단되었다.

지각된 유용성이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β는 .017로 나타났다. T값은 .275, P>.05로 나타나 유의하지 않았다. 따라서 가설1-1. 정보기술 수용성에 대한 지각된 유용성은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다

자기효능감이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β는 .179로 나타났다. T값은 2.222, P<.05로 나타나 유의하였다. 따라서 가설1-2. 정보기술 수용성에 대한 자기효능감은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

4.2. 상관 관계 분석

<표 3> 상관관계 분석 결과

	평균	표준 편차	지각된 유용성	자기 효능감	개인 혁신성	기기 및 콘텐츠 활용	커뮤니케이션 활용	기획 인식	창업 의도
지각된 유용성	4.384	.573	1						
자기 효능감	3.507	.736	.273**	1					
개인 혁신성	3.489	.716	.347**	.637**	1				
기기 활용역량	4.019	.642	.462**	.659**	.540**	1			
커뮤니케이션 활용	2.946	.904	.168**	.245**	.500**	.201**	1		
기획인식	3.146	.818	.124*	.348**	.456**	.221**	.461**	1	
시니어 창업의도	3.141	.938	.120*	.277**	.338**	.178**	.306**	.590**	1

** 상관관계가 0.01 수준에서 유의함(양측). * 상관관계가 0.05 수준에서 유의함(양측).

<표 4> 정보기술수용성 및 디지털미디어 활용역량이 창업의도에 미치는 영향 분석 결과

	비표준화 계수 B	표준화 계수 표준 오차	표준화 계수 베타	t	유의 확률	VIF	검정 결과
H1-1 지각된 유용성	.028	.102	.017	.275	.783	1.313	기각
H1-2 자기 효능감	.225	.101	.179	2.222	.027	2.194	채택
H1-3 개인 혁신성	.257	.102	.200	2.508	.013	2.153	채택
H2-1 기기 활용역량	.114	.112	.078	1.019	.309	1.974	기각
H2-2 커뮤니케이션 활용	.181	.064	.174	2.828	.005	1.289	채택
통계량 : R .413, R ² .170, 수정된 R ² .156, F값 11.542 (P=.000)							

개인혁신성이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β 은 .200으로 나타났다. T값은 2.508, $P>.05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설1-3. 정보기술 수용성에 대한 개인 혁신성은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 기기 활용역량이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β 은 .078로 나타났다. T값은 1.019, $P>.05$ 로 나타나 유의하지 않았다. 따라서 가설2-1. 디지털미디어 기기 활용역량은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다. 커뮤니케이션 활용역량이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β 은 .174로 나타났다. T값은 2.828, $P<.01$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설2-2. 디지털미디어를 활용한 커뮤니케이션 활용역량은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

창업 의도에 영향을 미치는 요인의 영향력은 개인혁신성, 자기효능감, 디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량 순으로 나타났다.

4.4. 기회인식의 매개효과 가설 검정 결과

본 연구의 매개효과 가설을 검정하기 위한 통계분석은 SPSS 24.0의 Process macro 4.0을 활용하였다. 제공되는 분석모형 중 model 4는 독립변수와 종속변수, 매개변수를 한 번에 투입한 분석이 가능하다. 기존의 방법과 달리 부트스트래핑(bootstrapping) 방식에 의한 신뢰구간 추정방법에 의해 가설을 검정할 수 있다. 부트스트래핑(bootstrapping)은 분포의 정규성(normality)을 가정하지 않아서 신뢰구간이 부정확하게 나타나지 않고 높은 검증력을 제공하는 것으로 알려졌다(Hayes, 2022). 특히 매개효과의 검정에 있어서 기존의 Sobel 검증보다 우수한 것으로 알려져 있다. Hayes에 의하면 Sobel 검증은 표본분포의 정규성을 가정하고 있으나, 다수의 연구에서 표본분포의 정규성이 이루어지지 않는 것으로 확인되었다(Hayes, 2022). 즉 Sobel 검증을 활용한 간접효과 유의성 검증방법은 표본분포의 정규성 여부에 따라 결과의 신뢰성 문제가 발생할 수 있다. 이에 대한 대안으로 Hayes는 간접효과의 유의성 검증에 Sobel 테스트보다는 시뮬레이션 방법을 활용하는 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 제안하고 있다. 따라서 본 연구의 인과관계 검증에 SPSS 24.0, 매개효과 검증에 Process macro 4.0을 활용한 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 사용하였다. 본 연구에서는 검정의 신뢰성을 제고하기 위해 부트스트래핑(bootstrapping)의 표본을 기본값 5,000회에서 10,000회로 상향하여 설정하고 검정을 하였다. 부트스트래핑(bootstrapping) 방식을 통해 신뢰구간의 하한값과 상한값을 추정하였다. 유의성 검정은 신뢰구간(CI: confidence interval)의 하한값(lower limit of 95% CI: LLCI)과 상한값(upper limit of 95% CI: ULCI)값 사이에 0의 존재 유무로 판단하였다(Hayes, 2022). 하한값과 상한값 사이에 0이 존재하지 않을 경우 유의한 것으로 본다.

지각된 유용성이 창업의도에 영향을 미침에 있어서 기회인식의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .028로 나타났으며, LLCI와 ULCI사이에 0이 존재하여 유의하지 않았다. 따라서 가설3-1. 기회인식은 정보기술수용에 대한 지각된 유용성과 시니어 창업 의도 간 매개 역할을 할 것이라는 기각 되었다. 자기효능감이 창업의도에 영향을 미침에 있어서 기회인식의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .121로 나타났으며, LLCI와 ULCI사이에 0이 존재하지 않아 유의하였다. 따라서 가설3-2. 기회 인식은 정보기술수용에 대한 자기 효능감과 시니어 창업 의도 간 매개 역할을 할 것이라는 채택되었다.

개인혁신성이 창업 의도에 영향을 미침에 있어서 기회인식의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .165로 나타났으며, LLCI와 ULCI사이에 0이 존재하지 않아 유의하였다. 따라서 가설3-3. 기회 인식은 정보기술 수용에 대한 개인 혁신성과 시니어 창업 의도 간 매개 역할을 할 것이라는 채택되었다. 기기 활용역량이 창업의도에 영향을 미침에 있어서 기회 인식의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .054로 나타났으며, LLCI와 ULCI사이에 0이 존재하여 유의하지 않았다. 따라서 가설3-4. 기회 인식은 디지털미디어 기기 활용역량과 시니어 창업 의도 간 매개 역할을 할 것이라는 기각되었다. 디지털미디어를 커뮤니케이션에 활용할 수 있는 능력이 창업의도에 영향을 미침에 있어서 기회 인식의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .170으로 나타났으며, LLCI와 ULCI사이에 0이 존재하지 않아 유의하였다. 따라서 가설3-5. 기회 인식은 디지털미디어를 활용한 커뮤니케이션 역량과 시니어 창업 의도 간 매개 역할을 할 것이라는 채택되었다.

<표 5> 기회인식의 매개효과 검정결과

구분		Effect(B)	S.E	LLCI	ULCI	검정 결과	
H3-1	지각된 유용성 > 창업 의도	총효과	.028	.102	-.172	.228	기각
		직접효과	.046	.090	-.131	.222	
		간접효과	-.018	.049	-.115	.070	
H3-2	자기 효능감 > 창업 의도	총효과	.225	.101	.026	.423	채택
		직접효과	.104	.090	-.072	.281	
		간접효과	.121	.050	.016	.220	
H3-3	개인 혁신성 > 창업 의도	총효과	.257	.102	.055	.458	채택
		직접효과	.092	.092	-.088	.273	
		간접효과	.165	.059	.050	.285	
H3-4	기기 활용 역량 > 창업 의도	총효과	.114	.112	-.333	.206	기각
		직접효과	.060	.098	-.253	.134	
		간접효과	.054	.052	-.052	.155	
H3-5	커뮤니케이션 활용 > 창업 의도	총효과	.181	.064	.055	.307	채택
		직접효과	.011	.059	-.100	.127	
		간접효과	.170	.041	.096	.255	

4.5. 논의

이상의 가설 검정 결과를 바탕으로 몇 가지 차원에서 논의를 해보면 다음과 같다.

첫째, 정보기술 수용성의 하위 변인인 ICT 관련 자기 효능감은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향관계가 검증되었다. 이는 자기효능감에 대한 다수의 선행연구의 결과(Alias, 2021; Monllor & Soto-Simeone, 2019; Machmud et al., 2019; Hoque et al., 2017; Chen, 2013)를 지지한다. 이러한 결과에 대해 다수의 선행연구와 같이 시니어 창업 프로세스에서도 정보기술 자기효능감은 시니어 창업 의도를 규명하는데 중요한 변수로 작용한다고 추론해 볼 수 있다. 정보기술 수용성의 하위 변인인 개인 혁신성은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향 관계가 검증되었다. 이러한 결과는 선행연구의 결과(Abubakre et al., 2022; Hoang, 2020; Bach et al., 2016)를 지지하며, 시니어 창업에 있어서도 새로운 정보기술과 대체를 수용하고 활용하려는 개인혁신성이 높을수록 창업 의도가 높아진다고 추론해 볼 수 있다. 셋째, 디지털미디어 활용역량의 하위 변인인 커뮤니케이션 역량은 시니어 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향 관계가 검증되었다. 이는 김정선 외(2020)와 배근수(2019)의 연구결과를 지지한다. 시니어가 스마트 기기의 통신 수단을 활용한 커뮤니케이션 활용역량을 갖게 될 경우, 창업 의도가 높아질 수 있다고 추론해 볼 수 있다. 반면 정보기술 수용성의 하위요인인 지각된 유용성은 창업 의도에 유의한 영향 관계가 검증되지 않았다. 즉 시니어가 새로운 정보기술의 수용이 자신의 업무 성과향상에는 유용하다고 인지하지만, 자신만의 사업을 시작하려는 창업 의도에는 유의한 영향을 주지 못하는 것으로 추론된다. 또한 디지털미디어 활용역량의 구성요인인 기기 활용역량은 창업 의도에 유의한 영향 관계가 검증되지 않았다. 이는 디지털미디어 기기 활용이 시니어 창업 의도에 영향을 미치지 못하는 것으로 해석될 수 있다.

둘째, 시니어 창업 의도에 영향을 미치는 요인 중에서 영향력의 크기는 개인혁신성, 자기효능감, 커뮤니케이션 활용역량 순으로 나타났다. 선행연구에서 기업이 정신을 구성하는 혁신성과 심리적 특성인 자기효능감과 커뮤니케이션 활용역량이 창업 의도에 영향을 미친다는 다수의 연구결과가 있으나, 이 요인들을 모두 시니어 창업 의도의 선행 변수로 연구한 논문은 찾기 힘들다. 시니어의 ICT 기술 및 디지털미디어에 대한 활용역량 관점에서 시니어는 새로운 정보기술과 대체를 수용하고 활용하려는 개인혁신성과 이에 대한 자기효능감이 높을수록, 온라인에서 커뮤니케이션 활용역량의 순서로 창업의도가 증가하는 것으로 추론해 볼 수 있다.

셋째, 본 연구에서 기회 인식은 자기효능감, 개인 혁신성, 커뮤니케이션 활용 능력과 창업 의도 간의 경로에서 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 자기 효능감·개인혁신성과 창업의도 간에서 기회 인식이 매개효과를 갖는다는 신용식 외

(2021)의 연구 결과를 지지한다. 최근 기회 인식의 매개효과에 대한 국내 선행 연구(신용식 외, 2021; 양경애, 2021; 공운업 외, 2021; 강제학·양동우, 2016)와 해외 선행연구(Anwar et al., 2022; Jiang et al., 2018; Jiani et al., 2017; Shamsudeen et al., 2017; Niammuad et al., 2014)에서 다양한 변인들과 창업 의도 간 기회 인식의 매개효과가 검증되었다. 이러한 기회 인식에 대한 선행연구와 본 연구를 통해, 자기효능감, 개인혁신성, 디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량도 기회 인식의 매개효과가 확인되어 창업 의도 프로세스를 밝히는 새로운 선행 변수로 추가할 수 있다고 보여진다.

V. 결론

글로벌 경제위기와 한국 사회의 고령화 추세, 그리고 급속한 디지털 전환은 한국 사회에 큰 부담이자 위기이다. 이 같은 환경 변화와 경기침체는 사회적으로 시니어의 창업 및 재취업 이슈를 불러일으키고 있다. 본 연구는 시니어의 창업 시 어떤 요인이 영향을 미치는지 실증적으로 분석하기 위해 수행됐다. 특히 4차 산업혁명의 진전과 함께 피할 수 없는 ICT 및 디지털미디어 활용역량에 초점을 맞췄다. 이를 실증적으로 분석하기 위해 시니어를 대상으로 온라인 설문 조사를 하였다. 유효한 287개를 분석대상으로 삼았다. 통계분석에는 SPSS 24.0와 Macro Process 4.0을 활용하였다. 본 연구의 실증 분석 결과, 정보기술 수용에 대한 자기효능감, 개인혁신성, 디지털미디어를 활용한 커뮤니케이션 활용역량은 시니어 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 하지만 정보기술에 대한 지각된 유용성과 디지털미디어 기기 활용역량은 유의성이 검증되지 않았다. 개인혁신성이 가장 큰 영향을 미치는 변인으로 조사되었다. 자기효능감, 개인혁신성, 커뮤니케이션 활용역량과 시니어 창업 의도 간 기회인식이 매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

5.1. 시사점

본 연구의 학술적인 시사점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 시니어 창업 의도와 ICT와 디지털미디어 활용역량에 대한 연구는 제한적이기 때문에 일반적인 창업의도 연구와는 달리 시니어 창업 의도의 차별화된 관점을 제공한다.

둘째, 본 연구는 기술수용모델(TAM)의 프레임워크를 기반으로 ICT 관점에서 정보기술 수용성과 디지털미디어 활용역량을 추가하여 시니어 창업 의도 형성에 미치는 영향관계에 대한 이론적 이해를 발전시킴으로써 시니어 창업 의사 결정에 관한 이론적 기여를 하고 있다.

셋째, 본 연구는 정보기술 수용성과 디지털미디어 활용역량과 그리고 매개변수로 기회인식이론(OR theory)을 사용하여, 시니어 창업 의도에 미치는 영향 관계에 대한 이론적 프레임워크를 제시하였다는 점에서 기회인식이론을 ICT 영역으로

확장하는 의미가 있다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 디지털전환기의 시니어 창업의 핵심 역량으로서 정보 기술 수용성 그리고 디지털미디어 활용역량의 중요성이 확인되었다. 본 연구에서 특히 개인혁신성, 자기효능감, 디지털미디어 커뮤니케이션 활용역량은 잠재적 시니어 창업가에게 성공적 창업을 하게 하는 핵심 역량으로 파악되었다. 따라서 정책 입안자 및 창업 관련 기관에서 이와 관련된 교육을 시니어에게 대폭 강화하는 것이 필요하다.

둘째, 본 연구에서 시니어의 창업 의도에 이르는 매개변수로 기회 인식의 역할이 확인되었다. 선행연구에 의하면 창업 동기를 부여하려면 기업가정신을 주입하는 것보다 창업 기회를 인식하게 하는 것이 더 중요하다고 강조하였다. 창업 관련 기관에서 성별, 직업, 소득에 기초한 시니어의 기회 인식을 고취하는 프로그램을 개발해야 할 것이다.

5.2. 연구 한계 및 향후 방향

본 연구가 이러한 학술적 및 실무적으로 유용한 시사점을 제공하고 있음에도 불구하고 연구 결과를 일반화하는 데는 몇 가지 한계가 존재하고 있다. 이러한 부분은 향후 연구에서 심도 있게 다루어졌으면 한다.

첫째, 본 연구에서는 한국사회의 디지털 전환 및 고령화 추세를 배경으로 시니어 창업 의도에 접근하였다. 전통적인 기업가 정신(자기효능감, 개인혁신성, 기회인식)에 관한 선행연구는 다수 있으나, ICT와 디지털미디어 활용역량이 시니어 창업의도에 미치는 영향에 관한 논문은 드물었다. 특히 디지털미디어 활용역량에 관한 하위변수로 기기 활용역량과 커뮤니케이션 활용역량으로 설정하였으나, 향후 연구에서는 디지털미디어 활용역량의 하위요소를 추가하여 심도 있는 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구는 표본의 한계를 가진다. 전국의 재직 중인 시니어를 대상으로 수집한 표본 수가 287명에 불과하여, 시니어의 다양한 창업 동기와 목적, 심리적 특성을 충분히 반영치 못하고 있다. 향후 코로나19 이후 개인의 심리적 요소(노후 불안, 우울, 경제적 스트레스 등)를 반영하여 시니어의 창업 의도를 규명하는 것도 의미가 있을 것으로 보인다.

REFERENCE

강경란(2018). 베이비붐 세대의 창 재취업의도에 관한 연구. 박사학위논문, 부산대학교 대학원.
 강경란(2020). 기업가정신과 사회적이슈(코로나19)가 창업기회인식에 미치는 영향 연구, 디지털 리터러시의 매개효과. *경영교육연구*, 35(5), 349-372.
 강병승(2020). 시니어의 창업역량과 창업지원이 창업 효능감, 기회 인식 그리고 창업의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 세종대학교 대학원.
 강소영·문현실·김재경·최방길(2018). 창업 프로세스를 지원하는 온

라인 창업 교육 시스템 수용 의도 연구. *한국IT서비스학회지*, 17(4), 119-137.
 강정목·송효진·김현성(2014). 스마트시대의 디지털 리터러시 측정을 위한 진단 도구의 개발과 적용. *한국지역정보학회지*, 17(3), 143-173.
 강재학·양동우(2016). 대학생의 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. *한국산학기술학회 논문지*, 17(1), 493-507.
 강재학·하규수(2015). 대학생의 셀프리더십이 창업기회인식과 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 10(4), 1-12.
 고용노동부(2022). *e고용지표*. Retrived(2022.5.12.) from https://eboard.moel.go.kr/indicator/detail?menu_idx=2.
 공운엽·박병진·박성일(2021). 대학생의 기회발견행동이 기회인식 및 기업가정신에 미치는 영향: 반기업 정서의 조절효과. *산업경제연구*, 34(1), 105-129.
 구분혁·박보람(2019). 시니어창업자 자기결정성의 선행요인과 결과요인에 대한 연구. *마케팅논집*, 27(3), 29-45.
 구지은·전병길(2015). 창업자기능감, 일가치 및 창업지원서비스가 창업의도에 미치는 영향. *한국조리학회지*, 21(6), 1-13.
 권성호·현승혜(2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구, 디지털 리터러시 향상을 중심으로. *교육공학연구*, 8(1), 120-140.
 길대호(2019). 시니어세대의 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향. 한국기술혁신학회 학술대회, 243-255.
 김정선(2019). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향. *디지털미디어 활용역량의 매개효과*. 석사학위논문, 연세대학교 경영·창업대학원.
 김정선·박우진·배병윤(2020). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과, *벤처창업연구*, 15(2), 209-220.
 김민성·이미숙(2019). 기술기반 창업기업의 개방형 혁신 활동이 성과에 미치는 영향: 부산지역 창업 초기기업을 중심으로. *산업경제연구*, 32(6), 2417-2439.
 김상진(2022). 개인 역량, 디지털 역량 및 사회적 환경이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향 연구. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
 김상진·하규수(2021). 디지털 역량과 개인적 역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향: 톨 모델의 조절 효과 중심으로. *벤처창업연구*, 16(5), 125-141.
 김선우(2016). 시니어 창업을 위한 정책 제언. *Entrepreneurship Korea*, 4, 11-13.
 김성민(2021). 디지털 미디어 기업의 사업구조 변화 분석: 미디어와 콘텐츠에 대한 시사점. *한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집*, 379-380.
 김성식·전병훈(2021). 기업가정신이 과업도전감을 매개로 창업의도에 미치는 영향: Baron & Kenny와 Hayes의 검증 방법을 중심으로. *신용카드리뷰*, 15(1), 54-74.
 김영태(2022). 시니어 창업지원프로그램과 창업역량이 창업의지에 미치는 영향. 멘토링의 기능별 조절효과 중심으로. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
 김영태·허철무(2021). 시니어 창업자 역량과 창업지원정책이 창업의지에 미치는 영향: 멘토링의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 16(2), 109-121.
 김용일·허준·김철원(2015). 확장된 기술수용모델을 적용한 관광정보 애플리케이션의 지각된 유용성과 즐거움에 영향을 미치는 선행변수 연구. *관광레저연구*, 27(8), 137-157.
 김우중(2016). 창업가정신과 전략지향성이 기업성공에 미치는 영향. 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.

- 김정곤·양동우(2016). 대학생의 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 16(4), 477-487.
- 김종진(2020). 디지털 플랫폼노동 확산과 위험성에 대한 비판적 검토. *경제와사회*, 296-322.
- 김지혜(2018). *한중 대학생의 주관적 규범이 창업의도에 미치는 영향* 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.
- 류성진·고홍석(2021). 디지털 리터러시가 정보 프라이버시 염려에 미치는 상대적 영향: 미디어 기기 이용역량과 디지털 원주민 이주민 집단 간 비교를 중심으로. *한국방송학보*, 35(6), 149-186.
- 문성식(2018). *기업가정신과 사회적 자본이 시니어의 창업의지에 미치는 영향* 박사학위논문, 호서대학교.
- 문수영·황보윤(2011). 청년창업가의 창업기회원천 분석 및 기회탐색에 관한 탐색적 연구. *벤처창업연구*, 6(4), 39-57.
- 박이레·김서용·문정욱(2019). 지능정보기술의 사회적 수용성 모형 고도화 및 결정요인 연구. *경제인문사회연구회 협동연구 총서*, 19-41-02
- 박종범·양영석·김명숙(2020). 액티브 시니어의 경력지향성과 창업교육 만족이 창업의지와 창업준비행동에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 15(1), 285-301.
- 배근수(2019). *온라인커뮤니티특성이 중장년의 창업 및 재취업의도에 미치는 영향에 관한 연구* 석사학위논문, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원.
- 송창운·박주영(2021). 직장인의 경력단계, 창업자기효능감, 기업가정신과 창업의도에 관한 연구. *한국창업학회지*, 16(1), 206-232.
- 신용식·김재홍·이일환(2021). 중소기업 종사자의 창업의도에 미치는 영향 요인에 관한 연구: 기술개발 지원사업의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 16(4), 135-151.
- 신하성(2018). IT분야 예비창업자의 성격5요인이 개인혁신성, 자기효능감, 창업의지에 미치는 영향. *전산회계연구*, 16(1), 111-133.
- 신향숙·배지은·조미옥·이용기(2022). 액티브 시니어의 조직적과 기능적 창업역량: PLS-POS를 이용한 창업 효능감과 창업의지의 이질성 관계 확인. *벤처창업연구*, 17(2), 15-31.
- 안문형·허철무(2020). 스마트팜의 지각된 유용성 요인이 농촌창업의도에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 15(4), 161-173.
- 안은주·양동우(2020). 직장인의 직무불안정성과 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향: Shapero의 창업이벤트모델을 중심으로. *중소기업연구*, 42(3), 275-304.
- 안정임(2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시: 의미와 연구 방향의 모색. *교육정보 미디어연구*, 8(3), 5-24.
- 안희수·양동우(2019). 기업가적 개인특성이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 창업지원제도인식의 조절효과와 함께. *한국창업학회지*, 14(6), 378-410.
- 양경애(2021). *중장년층의 창업의욕에 미치는 영향에 관한 연구* 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 양경애·하규수(2020). 중장년층의 창업의도에 미치는 영향 요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 15(4), 45-55.
- 유상정·양해술(2016). 시니어 창업의사결정유형과 창업지원사업이 창업성과에 미치는 영향. *한국 산학기술학회논문지*, 17(4), 106-121.
- 윤성임·전병훈(2021). 시니어의 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향: 자기효능감과 실패두려움의 조절효과. *경영교육연구*, 36(2), 177-202.
- 이상길(2018). *직장인의 창업의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구* 박사학위논문, 호서대학교.
- 이상길·인재만(2021). 디지털 미디어 기기 및 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 미치는 영향에 대한 분석: 위험감수성 및 진취성의 매개효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 16(1), 113-126.
- 이상길·하규수(2017). 기업가정신, 정보기술 수용성, 미디어 활용역량이 직장인의 업무몰입에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 12(3), 37-51.
- 이석준·유효정·김나형·최영진(2021). 수용성 관점에서의 디지털 전환 결정요인에 대한 실증적 연구. *정보기술아키텍처 연구*, 18(2), 181-197.
- 이정란·장규순(2018). 대학생 창업지원프로그램이 창업효능감, 계획인식, 창업의지에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 13(1), 43-60.
- 정두식(2020). 직장인예비창업자의 개인적 특성과 경력지향성이 창업의도에 미치는 영향: 창업교육프로그램 매개효과를 중심으로. *산업경제연구*, 33(3), 873-896.
- 정찬영·이소영(2020). 시니어 대상 창업교육이 창업의도에 미치는 영향: 계획된 행동이론과 자기결정 이론의 통합모델 중심으로. *벤처창업연구*, 15(4), 69-81.
- 최양애·동학림(2019). 시니어의 개인 및 사회적 준비도가 창업의도에 미치는 영향: 연령의 조절 효과를 중심으로. *기업경영연구*, 26(3), 91-109.
- 통계청(2022). *업종별 연령별 창업기업수*. Retrived (2022.6.12.) from https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=142&tblId=DT_142N_F202A&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=J2_21&seqNo=&lang_mode=ko&language=kor&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ZTITLE.
- 한만선·손성문·공재형(2019). 시니어창업 교육서비스 품질이 만족도와 충성도에 미치는 영향. *경영컨설팅연구*, 19(1), 193-205.
- 황소영(2019). *디지털교육 및 디지털역량이 4차 산업혁명시대 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구* 석사학위논문, 중앙대학교 산업창업경영대학원.
- 황지영·남정민(2019). 한국, 일본, 싱가포르 시니어 창업가의 기회형 창업수준이 창업성과에 미치는 효과: 정부 창업지원 프로그램의 조절효과. *한국창업학회지*, 14(6), 271-294.
- Abubakre, M., Zhou, Y., & Zhou, Z.(2022). The Impact of Information Technology Culture and Personal Innovativeness in Information Technology on Digital Entrepreneurship Success. *Information Technology & People*, 35(1), 204-231.
- Agarwal, R., & Karahanna, E.(2000). Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage. *MIS Quarterly*, 24(4), 665-694.
- Agarwal, R., & Prasad, J. A.(1998). Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Ahn, E. J., & Yang, D. W.(2020). The Effect of Job Insecurity and Entrepreneurship on the Entrepreneurial Intention: Focusing on Shapero's Entrepreneurial Event Model. *Small and Medium Business Research*, 42(3), 275-304.
- Ahn, H. S., & Yang, D. W.(2019). The Influence of Entrepreneurs' Personal Characteristics on Entrepreneurial Intention with the Moderating Effect of Perception of Startup Support System. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 14(6), 378-410.
- Ahn, J. I.(2002). Digitalized Communication and Media

- Literacy: Groping for the Meaning and Research Focus in Multiliteracy. *Educational Information Media Research*, 8(3), 5-24.
- Ahn, M. H., & Heo, C. M.(2020). A Study on the Effect of Perceived Usefulness Factors of Smart Farm on the Rural Entrepreneurial Intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(4), 161-173.
- Ajjan, H., AbuJarour, S., Fedorowicz, J., & Owens, D.(2020). "Working from Home During the COVID-19 Crisis: A Closer Look at Gender Differences". AISWN International Research Workshop on Women, IS and Grand Challenges.
- Ajzen, I.(1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Process*, 50(2), 179-211.
- Alahakoon, C., & Somaratne, S.(2018). Development of a Conceptual Model of ICT Self-efficacy and the Use of Electronic Information Resources. *Annals of Library and Information Studies*, 65, 187-195.
- Alias, N. E.(2021). The Influence of Computer and Internet Self-efficacy on Individual Entrepreneurial Orientation: an Empirical Study among Bumiputra University Students in Malaysia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(3), 2760-2770.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B.(2017). *Resource Based Theory and The Entrepreneurial Firm, Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*. Oxford: Blackwell.
- Antonizzi, J., & Smuts, H.(2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*, 239-251.
- Anwar, M., Clauss, T., & Issah, W. B.(2022). Entrepreneurial Orientation and New Venture Performance in Emerging Markets: the Mediating Role of Opportunity Recognition. *Rev Manag Sci*, 16(3), 769-796.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S.(2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Bach, M. P., Celjo, A., & Zoroja, J.(2016). Technology Acceptance Model for Business Intelligence Systems: Preliminary Research. *Procedia Computer Science*, 100, 995-1001.
- Bae, G. S.(2019). *A Study on the Effects of Online Community Characteristics on the Entrepreneurship and Re-employment Intention of Middle-aged Adults*. Master's Thesis, Graduate School of Knowledge Services & Consulting, Hansung University.
- Bandura, A.(1982). Self-Efficacy Mechanism in Human Agency. *American Psychologist*, 37(2), 122-147.
- Bandura, A.(1997). *Self-Efficacy The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Baron, R. A.(2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs "Connect the Dots" to Identify New Business Opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Chen, L.(2013). IT entrepreneurial intention among college students: An empirical study. *Journal of Information Systems Education*, 24(3), 233-242.
- Choi, Y. A., & Dong, H. L.(2019). The Impact of Personal and Social Preparation on the Intention of Entrepreneurship: Focusing on the Moderating Effect of Age. *Business Management Research*, 26(3), 91-109.
- Chung, C. Y., & Lee, S. Y.(2020). The Effect of Entrepreneurship Education for Seniors on Entrepreneurship Intention: Integrating the Theory of Planned Behavior and Self-determination Theory. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(4), 69-81.
- Compeau, D., & Higgins, C.(1995). Computer self-efficacy Development of a measure and initial test. *MIS Quarterly*, 19, 189-211.
- Crant, J. M.(1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Ajjan, H.(2019). Empowering Women Micro-Entrepreneurs in Emerging Economies: The Role of Information Communications Technology. *Journal of Business Research*, 98, 191-203.
- Davidsson, P.(2015). Entrepreneurial Opportunities and the Entrepreneurship Nexus: a Re-conceptualization. *JoBV*, 30(5) 674-695.
- Davis, F. D.(1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dutta, D. K., Gwebu, K. L., & Wang, J.(2015). Personal Innovativeness in Technology, Related Knowledge and Experience, and Entrepreneurial Intentions in Emerging Technology Industries: A Process of Causation or Effectuation?. *Int Entrep Manag J*, 11(3), 529-555.
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A.(2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.
- Fatima, S., Iqbal, S., Rehman, F. U., & Ali, M.(2011). A Study of Factors Affecting Opportunity Recognition Process-Case Study of Pakistan an Opportunity Recognition Process Framework. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(8), 1106-1124.
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A.(2001). The Psychological Basis of Opportunity Identification: Entrepreneurial Alertness. *Small Business Economics*, 16(2), 95-111.
- Grant, R.(1996). Toward A Knowledge-Based Theory of the Firm, *Strategic Management Journal*, 17, 109-122.
- Han, M. S., Son, S. M., & Kong, J. H.(2019). The Study of an Effect on Satisfaction and Loyalty in Seniors Entrepreneur Education Service Quality. *Korean Management Consulting Review*, 19(1), 193-205.
- Hayes, A. F.(2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis (3rd Ed.)*, New York: The Guilford Press.
- Hoang, H. G.(2020). Determinants of the adoption of mobile

- phones for fruit marketing by Vietnamese farmers. *World Development Perspectives*, 17, 100178.
- Hou, F., Su, Y., Lu, M., & Qi, M.(2019). Model of the Entrepreneurial Intention of University Students in the Pearl River Delta of China. *Frontiers in psychology*, 10, 916.
- Hoque, A. S. M. M., & Awang, Z., & Siddiqui, B.(2017). Tecnopreneurial Intention among University Students of Business Course in Malaysia: A Structural Equation Modeling. *International Journal of Entrepreneurship and Small, & Medium Enterprise (IJSME)*, 4(7), 1-16.
- Hwang, J. Y., & Nam, J. M.(2019). A Study on the Effects of the Opportunity Level of Senior Entrepreneurs on Business Performance in Korea, Japan and Singapore: Moderating Effect of the Government Entrepreneurship Support Program. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 14(6), 271-294.
- Hwang, S. Y.(2019). *A study on the effect of digital education and digital competency on entrepreneurial intentions in the era of the 4th industrial revolution*. Master's Thesis, Chung-Ang University Graduate School of Industrial Entrepreneurship.
- Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T.(2018). Green Entrepreneurial Orientation for Enhancing Firm Performance: A Dynamic Capability Perspective. *Journal of Cleaner Production*, 198, 1311-1323.
- Jiani, B., Xiaohu, Z., & Ying, C.(2017). Entrepreneurial Passion and Behaviors: Opportunity Recognition as a Mediator, Social Behavior and Personality. *Scientific Journal*, 45(7), 1211-1220.
- Jung, D. S.(2020). Effects of Working People Potential Entrepreneur's Personal Characteristics and Career Orientation on Entrepreneurial Intention. *Journal of Industrial Economics and Business*, 33(3), 873-896.
- Jun, W.(2021). A Study on Cause Analysis of Digital Divide among Older People in Korea. *Int J Environ Res Public Health*, 18(16), 8586.
- Kang, B. S.(2020). *Impacts of Seniors' Entrepreneur Competency and Startup Support on Entrepreneurship Efficacy, Opportunity Awareness, and Startup Intention*, Doctoral dissertation, Sejong University Graduate School.
- Kang, G. L.(2018). *A Study on the Entrepreneurial-Reemployment Intentions of the Baby-Boom generation*. Doctoral dissertation, Busan University.
- Kang, G. L.(2020). A Study on the Effects of Entrepreneurship and Social Issue(Corona19) on Entrepreneurial Opportunity Recognition: Focusing on Mediating Effects of Digital Literacy. *Korean Business Education Review*, 35(5), 349-372.
- Kang, J. H., & Yang, D. W.(2016). Study on Effect of the University Student's Entrepreneurship on Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Intention: Focusing on Mediating Effect of Opportunity Recognition. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 17(1), 493-507.
- Kang, J. H., & Ha, K. S.(2015). A Study of Effect of Self-Leadership by College Student on Recognition of Opportunity on Establishment of Company and Will of Establishing Company: Centered on Mediated Effect of Entrepreneurship. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(4), 1-12.
- Kang, J. M., Song, H. J., & Kim, H. S.(2014). Development and Application of the Diagnostic Instruments for Measuring Digital Literacy in the Smart Society. *Journal of Korean Association for Regional Information Society*, 17(3), 143-173.
- Kang, S. Y., Moon, H. S., Kim, J. K., & Choi, B. G.(2018). The Acceptance Intention of Online Start-up Education Systems for Start-up Process. *Journal of Information Technology Services*, 17(4), 119-137.
- Kil, D. H.(2019). The Effects of Senior Generations' Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention. *The Korean Society for Technology Innovation Conference*, 243-255.
- Kim, J. G., & Yang, D. W.(2016). An Empirical Study on Relationship between the Entrepreneurship of Undergraduate Student and Entrepreneurial Intention: Focused on the Motivation for Participating in the Start-up Idea Contest as a Mediator. *Journal of the Korea contents association*, 16(4), 477-487.
- Kim, J. H.(2018). *The Effects of Subjective Norms on Entrepreneurial Intentions of Korean and Chinese University Students*. Doctoral dissertation, Soongsil University Graduate School.
- Kim, J. J.(2020). A Critical Review of Spreading Digital Platform Labor and its Pitfalls. *Economy and society*, 296-322.
- Kim, K. S.(2019). *A Study of Influence of Banker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability*. Master's Thesis, Graduate School of Economics and Entrepreneurship, Yonsei University.
- Kim, K. S., Park, W. J., & Bae, B. Y.(2020). A Study of Influence of Banker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(2), 209-220.
- Kim, M. S., & Lee, M. S.(2019). The Effect of Open Innovation Activities on the Performance: Focused on Technology-based Start-up Companies in Busan Area. *Journal of Industrial Economics and Business*, 32(6), 2417-2439.
- Kim, S. C., & Jeon, B. H.(2021). The Effect of Entrepreneurship on Entrepreneurship Intention by Mediating Goal Difficulty: Focusing on the Verification Method of Baron & Kenny and Hayes. *Credit Card Review*, 15(1), 54-74.
- Kim, S. J.(2022). *A Study on the Impact of Personal Competence, Digital Capability and Social Environment on the Intent to Continue Economic Activities :Focused on the Moderating of Family Support*. Doctoral dissertation, Graduate School of Ventures, Hoseo University.
- Kim, S. J., & Ha, K. S.(2021). A Study of the Impact of Digital Capability and Personal Ability on the Intent to

- Continue Economic Activity: Focused on the Adjustment Effect of the Role Model. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(5), 125-141.
- Kim, S. W.(2016). Policy Suggestions for Senior Entrepreneurship. *Entrepreneurship Korea*, 4, 11-13.
- Kim, S. M.(2021). Analysis of changes in the business structure of digital media companies: Implications for media and contents. *The Korea Contents Association, 2021 General Conference*, 379-380.
- Kim, Y. I, Heo, J., & Kim, C. W.(2015). A Study Concerning Expandability of Antecedent Variable that Influence on Perceived Usefulness and Enjoyment to Tourism Information of Smart-Phone Application. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 27(8), 137-157.
- Kim, Y. T.(2022). *The Effect of Senior Entrepreneurial Support Program and Entrepreneurial Competence on Entrepreneurial Intention: Focused on the Moderating Effect of Mentoring*. Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Kim, Y. T., & Heo, C. M.(2021).The Influence of Senior Entrepreneurship Competency and Start-up Support Policy on Entrepreneurship Intention: Focusing on the Moderating Effect of Mentoring. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(2), 109-121.
- Kim, W. J.(2016). *(The) Effects of Entrepreneurship and Strategic Orientation on the Firm Performance: Moderated Mediation Effect of Digital Literacy and Learning Orientation*. Doctoral dissertation, Graduate School of Chung-Ang University.
- Kirzner, I.(1979). *Perception, Opportunity and Profit*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kong, Y. Y., Park, B. J., & Park, S. I.(2021). The Impact of Opportunity Discovery Behaviors on Opportunity Recognition and Entrepreneurship in University Students: Focusing on Moderating Effect of Anti-Corporate Sentiments. *Journal of Industrial Economics and Business*, 34(1), 105-129.
- Koo, B. H., & Park, B. R.(2019). A Study on Antecedents and Consequences of Self-Determination in Senior Entrepreneurs. *Journal of Marketing Study*, 27(3), 29-45.
- Koo, J. E., & Chun, B. G.(2015). The Influences of Entrepreneurial Self-Efficacy, Work Value, & Entrepreneurial Service on the Entrepreneurial Intention of Coffee Shop Founders. *Culinary Science & Hospitality Research*, 21(6), 1-13.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V.(1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Kwon, S. H., & Hyun, S. H.(2014). A Study of the Factors Influencing the Digital Literacy Capabilities of Middle-aged People in Online Learning. *Korean Journal of the Learning Sciences*, 8(1), 120-140.
- Lee, J. R., & Chang, G. S.(2018). Impact of Startup Support Program on Entrepreneurial Self-efficacy, Opportunity Recognition·Startup Intention of Undergraduate Students. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(1), 43-60.
- Lee, S. G.(2018). *A Study on Factors Affecting Entrepreneurial Intentions of Office Workers*. Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Lee, S. G., & Ha, K. S.(2017). Effects of Entrepreneurship, Information Technology Acceptance, and Media Utilization on Office Worker Commitment: with Moderating Effect of Learning Orientation. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(3), 37-51.
- Lee, S. G., & Leen, J. M.(2021). An Analysis of the Influence of Digital Media Device and Communication Utilization Capabilities on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Mediating Effect of Risk-Taking and Proactiveness, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(1), 113-126.
- Lee, S. J., Ryu, H. J., Kim, N. H., & Choi, Y. J.(2021). A Empirical Study of Digital Transformation Determinants from an Acceptance Perspective. *Information Technology Architecture Study*, 18(2), 181-197.
- Lending, D., & Dillon, T. W.(2007). The Effects of Confidentiality on Nursing Self-Efficacy with Information Systems, *International Journal of Healthcare Information Systems and Informatics*, 2(3), 49-64.
- Linton, G.(2019). Innovativeness, Risk-taking, and Proactiveness in startups: A Case Study and Conceptual Development. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-21.
- Lukes, M., & Jakl, M.(2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Machmud, A., Suwatno, Nurhayati, D., Aprianti, I., & Fathonah, W. N.(2019). Effect of self efficacy ICT on Technopreneurship intention of technopreneurial learning mediation: The case young generation in Indonesia, *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1), 1-11.
- Ministry of Employment and Labor(2022). e-Employment and Labor Indicators, Retrived(2022.5.12.) from https://eboard.moel.go.kr/indicator/detail?menu_idx=2.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S.(2017). Academic Entrepreneurship in Spanish Universities: An Analysis of the Determinants of Entrepreneurial Intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122.
- Monllor, J., & Soto-Simeone, A.(2019). The Impact that Exposure to Digital Fabrication Technology has on Student Entrepreneurial Intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(7), 1505-1523.
- Moon, S. S.(2018). *Impacts of Entrepreneurship and Social Capital on Seniors' Entrepreneurial Intention: Focused on the Mediating Effects of Self-efficacy*. Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Moon, S. Y., & Hwang, B. Y.(2011). An Exploratory Study on Start-up Opportunity Sources Analysis and Opportunity

- Search of Korean Young Entrepreneurs: Focused on a participants of Seoul " Young Entrepreneurs 1000 Project". *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 6(4), 39-57.
- Niammuad, D., Napompech, K., & Suwanmaneepong, S.(2014). The Mediating Effect of Opportunity Recognition on Incubated: Entrepreneurial Innovation. *International Journal of Innovation Management*, 18(03), 1440005.
- Othman, N. H., & Othman, N.(2020). The Mediating Effect of Emotion on Entrepreneurship Education and Business Opportunity Recognition. *International Journal of Business and Society*, 21(3), 1479-1493.
- Nooteboom, B.(2000). Institutions and Forms of Co-ordination in Innovation Systems. *Organization Studies*, 21(5), 915-939.
- O'Cass, A., & Fenech, T.(2003). Web Retailing Adoption: Exploring the Nature of Internet Users Web Retailing Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10(2), 81-94.
- Papastergiou, M., Gerodimos, V., & Antoniou, P.(2011). Multimedia blogging in physical education: Effects on student knowledge and ICT self-efficacy. *Computers & Education*, 57(3), 1998-2010.
- Park, I. R., Kim, S. Y., & Moon, J. W.(2019). Advancement of the Social Acceptability Model of Intelligent Information Technology and A Study on Determinants, A Series of Cooperative Studies of the Economic. *Humanities and Social Research Society*, 19-41-02.
- Park, J. B., Yang, Y. S., & Kim, M. S.(2020). The Effect of Active Senior's Career Orientation and Educational Entrepreneurship Satisfaction on Entrepreneurship Intention and Entrepreneurship Preparation Behavior. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(1), 285-301.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J., & Podsakoff, N. P.(2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. *Journal of applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Recker, J., & von Briel, F.(2019). The future of digital entrepreneurship research: existing and emerging opportunities: professional development workshop. *40th International Conference on Information Systems (ICIS 2019), Munich, Germany*, 15-18.
- Rogers, E. M.(1995). *Diffusion of Innovations (4th ed.)*. New York: Free Press.
- Ryu, S. J., & Koh, H. S.(2021). Relative Effects of Digital Literacy on Information Privacy Concerns : Focusing on Media Device and Comparison between Digital Natives and Digital Immigrants. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 35(6), 149-186.
- Ryu, S. J., & Yang, H. S.(2016). The Influence of Senior Entrepreneurial Decision Making Types and Entrepreneurial Supporting Policy on Start-up Performance. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 17(4), 106-121.
- Sa'anchez, R. A., & Hueros, A. D.(2010). Motivational factors that influence the acceptance of Moodle using TAM2. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1632-1640.
- Schiavone, F., Tutore, I., & Cucari, N.(2020). How digital user innovators become entrepreneurs: a sociomaterial analysis. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(6), 683-696.
- Schumpeter, J. A.(1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge. MA: Harvard University Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S.(2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shamsudeen, K., Keat, O. Y., & Hassan, H.(2017). Entrepreneurial Success within the Process of Opportunity Recognition and Exploitation: An Expansion of Entrepreneurial Opportunity Recognition Model. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 107-111.
- Shepherd, D. A., Wennberg, K., Suddaby, R., & Wiklund, J.(2019). What are we explaining? A review and agenda on initiating, engaging, performing, and contextualizing entrepreneurship. *Journal of Management*, 45(1), 159-196.
- Shin, H. S., Bae, J. E., Chao, M. Y., & Lee, Y. K.(2022). Active Seniors' Organizational and Functional Entrepreneurial Competencies: Discovering Unobserved Heterogeneous Relationships between Entrepreneurial Efficacy and Entrepreneurial Intention using PLS-POS. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 17(2), 15-31.
- Sin, H. S.(2018). The Effects of Potential IT Entrepreneurs' 5 Personality Factors on Personal Innovation, Self-Efficiency and Entrepreneurial Intentions. *Korean Computers and Accounting Review*, 16(1), 111-133.
- Shin, Y. S., Kim, J. H., & Lee, I. H.(2021). A Study on the Factors Affecting the Entrepreneurial Intentions of Manufacturing Industry Employees: Focused on the Effects of Entrepreneurship and Personal Characteristics. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(4), 135-151.
- Song, C. W., & Park, J. Y.(2021). A Study on the Relationship of Career Stage of Office Workers, Entrepreneurial Self-Efficiency, Entrepreneurship, and Entrepreneurial Intention. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 16(1), 206-232.
- Statistics Korea(2022). Number of Startups by Industry and Age, Retrived (2022.6.12.) from https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=142&tblId=DT_142N_F202A&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=J2_21&seqNo=&lang_mode=ko&language=kor.
- Thompson, E. R.(2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(3), 669-694.
- Yang, K. G.(2021). *(A) Study on the Factors Affecting Entrepreneurial Intention of Middle-aged and Older*

- Adults: Focused on the mediating effect of business-opportunity search.* Doctoral dissertation, Graduate School of Ventures, Hoseo University.
- Yang, K. A., & Ha, K. S.(2020). A Study on the Factors Affecting the Intention of Entrepreneurial of Middle-Aged and Older Adults. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(4), 45-55.
- Youssef, A. B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M.(2021). Digitalization of the Economy and Entrepreneurship Intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120043.
- Yun, S. I., & Jeon, B. H.(2021). A Study on the Influence of Senior Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention: Focused on the Moderating Effect of Self-Efficacy and Fear of Failure. *Korean Business Education Review*, 36(2), 177-202.
- Vaghely, I., & Julien, P.(2010). Are Opportunities Recognized or Constructed? An Information Perspective on Entrepreneurial Opportunity Identification. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 73-86.
- van Deursen, A. J., & van Dijk, J. A.(2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507-526.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, U.(2005). University Students Attitudes towards Entrepreneurship: A Two Counties Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D.(2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Von Briel, F., Davidsson, P., & Recker, J.(2018). Digital Technologies as External Enablers of New Venture Creation in the IT Hardware Sector. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1). 47-69.
- Ward, T.(2004). Cognition, Creativity, and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 173-188.
- Zhang, T.(2008). *Elderly Entrepreneurship in an Aging US Economy: It's Never Too Late. Series on Economic Development and Growth*, 2. USA: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Zaremohzzabieh, Z., Abu Samah, B., Omar, S., Bolong, J., Hassan, M., & Shaffril, H.(2016). Information and Communications Technology Acceptance by Youth Entrepreneurs in Rural Malaysian Communities: The Mediating Effects of Attitude and Entrepreneurial Intention. *Information Technology for Development*, 22(4), 606-629.
- Zoroja, J., & Pejić Bach, M.(2016). Editorial: Impact of Information and Communication Technology to the Competitiveness of European Countries-Cluster Analysis Approach. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 11(1), 1-10.

The Effects of Information Technology Acceptance and Digital Media Utilization Capability on Senior Entrepreneurship Intention: Focusing on the Mediating Effect of Opportunity Recognition

JungKi Hong*
Chul-Moo Heo**

Abstract

The global economic crisis, the trend of an aging society, and the rapid digital transformation are huge burdens and crises for our society. Due to these environmental changes and the economic recession, entrepreneurship and re-employment issues after retirement have emerged as social issues.

This study was conducted to empirically analyze what factors affect seniors when they may start a business. In particular, as the fourth industrial revolution progresses, the focus was on the capability to utilize information and communication technology (ICT) and digital media that cannot be avoided.

For empirical analysis, an online survey of seniors was conducted and 287 valid samples were analyzed. SPSS 24.0 and Macro Process 4.0 were used for statistical analysis.

As a result of the empirical analysis of this study, self-efficacy and personal innovation for information technology acceptance(ICT), and communication capability using digital media had a significantly positive (+) effect on senior's entrepreneurial intention. However, the perceived usefulness of information technology and the capability to utilize digital media devices were not tested for significance. Among the variables that had a significant effect, personal innovation was found to have the greatest effect. Opportunity recognition was found to play a mediating role between self-efficacy, personal innovation, communication capabilities, and senior's entrepreneurial intention. The results of this study are of academic and practical significance in that digital media utilization capability is also an influential factor among various factors influencing the entrepreneurial intention of seniors.

KeyWords: Senior's Entrepreneurial Intention, Information Technology Acceptance, Digital Media Utilization Capability, Opportunity Recognition.

* First Author, Ph.D. Candidate, Dept. of Management Information, Graduate School of Venture, Hoseo University, digichem@digichem.kr

** Corresponding Author, Professor, Dept. of Management Information, Graduate School of Venture, Hoseo University, cmheo@hoseo.edu