

# 창업동기, 역량 및 열정이 창업 만족도에 미치는 영향 : 일반 창업기업과 스타트업의 차이를 중심으로

강영철 (신용보증기금)<sup>1)</sup> 정병규 (성결대학교 경영학과)<sup>2)</sup>

## 국문 요약

창업의 중요성이 강조되고 있으나 창업기업이 지속하여 생존하는 것은 쉬운 일이 아니다. 따라서 창업기업의 창업만족도를 강화하고 생존율을 제고할 수 있는 방안 마련이 필요하다. 본 연구에서는 창업기업의 창업동기, 창업역량, 창업열정이 창업만족도에 미치는 영향과 일반창업기업 및 스타트업의 창업형태에 따른 조절효과에 대해 고찰하였다. 창업동기는 자아실현동기와 친사회적동기로 구분하였다. 창업역량은 마케팅역량과 경험역량으로 구분하였다. 창업열정은 조화열정과 강박열정으로 구분하였다. 온라인과 오프라인으로 창업후 7년 이내 일반창업기업과 스타트업 기업의 경영자 361명으로부터 설문을 받아 실증분석을 진행하였다. 그 결과 자아실현동기, 친사회적동기, 마케팅역량, 경험역량, 조화열정은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 그러나 강박열정은 유의한 영향을 미치지 못하였다. 또한 창업만족도에 미치는 영향력의 크기는 조화열정, 마케팅역량, 자아실현동기, 친사회적동기, 경험역량의 순서로 나타났다. 일반창업기업과 스타트업의 창업형태에 따른 조절효과는 친사회적동기, 경험역량, 조화열정에서 나타났다. 그러나 자아실현동기, 마케팅역량, 강박열정과 창업만족도간 조절효과의 유의성은 나타나지 않았다. 본 연구는 조화열정과 마케팅역량이 창업만족도 제고에 중요한 요인이라는 학술적 시사점을 제시하였다. 또한, 창업기업 사업주체의 심리적 안정성 지원 프로그램, 전문가를 통한 창업역량 강화 및 자아실현동기와 친사회적 동기를 함양할 수 있는 창업교육 프로그램 강화 등이 필요하다는 실무적, 정책적 시사점을 제시하였다.

■ 중심어: 창업 만족도, 자아실현동기, 친사회적동기, 마케팅역량, 경험역량, 조화열정, 강박열정, 스타트업

## I. 서론

창업은 혁신과 경제 성장을 촉진하며 새로운 제품, 서비스 및 아이디어를 세상에 소개하는 핵심적인 과정이다. 또한 새로운 기회를 창출하고 일자리를 제공하며 창업자의 창의력과 열정을 통해 사회적 가치를 창출하는 기능을 한다. 이처럼 창업의 중요성이 강조되고 있고 많은 기업이 새롭게 창업하지만, 창업기업이 경영을 지속한다는 것은 쉬운 일이 아니다. 기업생멸행정통계(국가통계포털, 2022)에 의하면 창업기업의 1년 생존율은 64.8%, 5년 생존율은 33.8%, 7년 생존율이 25.1%에 머물러 네 개 중 셋은 창업 후 7년 이내에 소멸하는 것으

1)제1저자: 신용보증기금 지점장, 경영학박사, yc3442@naver.com

2)교신저자: 성결대학교 경영학과 조교수, gljoseph@sungkyul.ac.kr

· 투고일: 2023-08-27 · 수정일: 2023-09-04 · 게재확정일: 2023-09-21

로 나타나고 있다

이처럼 창업기업 생존율이 낮은 이유는 다양하겠으나 창업기업실태조사(중소벤처기업부, 2022) 결과는 중요한 시사점을 제시한다. 이 결과에 따르면 많은 창업 주체들은 창업과 관련된 능력, 경험, 지식의 부족(30.7%)을 창업 과정의 주요 장애요인으로 제시하였다. 또한 어려운 과정을 통해 창업한 이후에도 적지 않은 어려움이 있다. 같은 조사 결과에 의하면, 창업 주체들은 기업경영에서 영업 및 마케팅 어려움(71.1%)을 가장 큰 애로사항으로 응답하였다. 이처럼 창업 관련 지식, 능력 및 경험 부족과 영업 및 마케팅 등 경영상 어려움은 창업기업이 경영을 지속하는데 있어 장애요인이 된다. 또한, 이런 어려움에 대한 인식은 창업기업뿐만 아니라 예비창업자의 창업 의도를 가로막는 요인이 될 수 있다고 하였다(Choo & Wong, 2006). 이러한 점을 감안하여 예비창업자의 창업의도를 제고하고 기업의 생존율을 높이려 한다면, 창업 현실의 어려움과 관련한 인식을 개선할 필요가 있다. 창업자의 만족도가 높아지면 창업 활동 전반에서 사업 지속의도가 증대될 수 있다(한향원, 2021)고 하였다. 결국, 기업의 사업 지속의도를 제고하고 생존율을 높이려면 창업기업의 창업 만족도를 높이는 것이 중요하다. 그리고, 유관 분야의 연구를 통해 창업기업의 창업만족도를 높일 수 있는 맞춤형 지원 노력을 추진할 필요가 있다. 이에 본 연구는 창업기업의 창업만족도에 미치는 영향요인에 대해 분석하고 이를 통해 창업기업의 생존과 성장을 위한 지원방안을 도출하고자 하는데 목적이 있다.

선행연구에 따르면 동기는 만족도에 유의한 영향을 미친다고 하였다(정승환 외, 2017). 한편, 뛰어난 창업가 역량을 보유한 기업은 그렇지 않은 기업보다 성공 가능성이 더 크다(Colombo & Grilli, 2005)고 하였다. 또한 창업동기와 창업행동의 중심에는 열정이 있고 성공한 창업자들은 대체로 열정적인 성격을 가진 것으로 분석된다(Baron, 2008). 이러한 선행연구를 통해 본 연구에서는 창업기업의 창업만족도와 관련한 주요 영향 요인으로 창업 동기, 창업역량 및 창업열정에 주목하였다. 그리고, 창업동기, 창업역량 및 창업열정에 관한 선행연구 고찰을 통해 창업동기의 하위 구성 요소로 자아실현 동기, 친사회적 동기를, 창업역량의 하위 구성 요소로 마케팅 역량, 경험역량을, 창업열정의 하위 구성 요소로 조화열정, 강박열정을 제시하였다.

창업만족도와 관련한 선행연구는 다양하게 이루어져 왔다. 하지만 선행연구는 주로 소상공인이나 창업기업 등을 연구대상으로 하였으며 창업자의 개인특성, 기술역량, 창업환경 등에 관심을 두고 있다. 이에 본 연구는 선행연구와 차별을 두어 창업기업을 창업형태에 따라 일반 창업기업과 스타트업으로 구분하여 그 차이를 살펴보고자 하였다. 이러한 연구의 배경에는 2000년대를 전후하여 산업구조 급변과 인터넷 대중화와 더불어 전통적인 비즈니스 모델에서 벗어난 형태로 등장한 스타트업과 관련이 있다. 스타트업은 극심한 불확실성 가운데 첨단기술과 혁신적 아이디어를 기반으로 창업하여 확장과 반복이 가능한 수익창출 비즈니스 모델을 찾는 신생 임시적 조직으로 정의된다. 따라서 전통 비즈니스 모델의 일반 창업기업과 달리 스타트업은 창업의 성격과 경영환경이 다르므로 창업만족도에 미치는 주요 영향요인에 차이가 있을 것으로 예상된다. 이에 착안하여 일반창업기업 및 스타트업의 창업형태에 따른 조절효과를 검정한 것이 본 논문의 차별점이다.

본 연구의 목적을 요약하여 정리하면 다음과 같다. 첫째, 창업기업의 창업동기, 창업역량, 창업열정이 창업만족도에 미치는 영향 관계를 분석하고자 했다. 둘째, 창업기업의 창업동기, 창업역량, 창업열정이 창업만족도에 미치는 영향력의 크기를 분석하고자 했다. 셋째, 창업기업의 창업동기, 창업역량, 창업열정과 창업만족도 간의 영향 관계에서 스타트업 및 일반창업기업의 차이가 미치는 조절효과를 검정하고자 했다.

## II. 이론적 배경 및 선행연구

### 2.1 창업 동기와 창업 만족도

동기는 사회과학, 경영학, 심리학, 교육학, 스포츠 등 여러 학문 분야에서 다양하게 연구되고 있으며 어떠한 일이나 행동을 발생시키는 내적인 직접적 요인을 말한다. 자기결정성이론(SDT : Self-determination theory)

에 따르면 동기는 크게 내재적 동기와 외재적 동기로 나눈다. 내재적 동기는 개인적 관심, 자율성과 같이 개인적 이유에 근거한 동기이다. 외재적 동기는 외적 보상에 대한 기대 혹은 불이익 회피 등 외적 요인에 근거한 동기이다. 특히 인간은 자기 행동을 자율적으로 결정하려는 욕구로 동기화되며, 외재적 동기보다 내재적 동기가 지속가능성이 더 크고, 더 좋은 성과를 달성할 수 있도록 한다고 하였다(Ryan & Deci, 2000).

창업동기는 다양한 동기중의 하나로써 창업주체로 하여금 새로운 사업 기회를 포착하게 하고, 이를 통해 신사업을 해보겠다는 의지가 발현되도록 도와주는 역할을 한다(유봉호, 2013). 창업 동기는 창업 의지와 창업 후의 성공에 영향을 미치는 중요한 요인(한향원, 2021)으로, 창업 활성화와 기업가 정신을 고취하기 위해 창업주체가 창업하고자 하는 동기를 파악하는 것이 매우 중요하다고 하였다(이선협, 안은재, 2018).

창업동기를 구성하는 주요 요소에 관한 연구는 연구자에 따라 상이한데 선행연구에서는 개인적 요인과 환경요인을 주로 제기하고 있다. 그리고 최근에는 사회문화적 환경변화를 반영하여 성취욕구, 자아실현 등이 주요 창업동기로 연구되고 있다. 한편, 중소벤처기업부(2022)가 진행한 2019년도 창업기업실태조사를 보면 국내 창업기업의 주요 창업 동기를 파악할 수 있다. 이 조사 결과 경제적 수입(50.8%), 적성(39.9%), 경제/사회발전 이바지(31.6%)가 각각 1~3순위의 비율로 응답되어 주요 창업동기로 나타났다. 이를 자기결정성이론(SDT)에 적용하여 본다면, 경제적 수입은 외적 요인으로 구분할 수 있고, 적성과 경제/사회발전 이바지는 내적 요인으로 구분할 수 있다.

이 중 외적요인인 경제적 수입은 경제적 창업동기라고 할 수 있다. 반면 내적요인중 적성은 김형석(2022)에 의해 본인이 좋아하고 적성에 부합하며 잘할 수 있는 것을 통해 꿈과 희망을 실현하고자 하는 창업동기라고 정의된 자아실현동기와 맥을 같이 한다고 할 수 있다. 그리고 경제/사회발전 이바지는 강영철(2022)에 의해 타인이나 집단에 유익한 도움을 제공하고자 하는 욕구가 반영된 심리적 상태라고 정의된 친사회적 동기와 맥을 같이 한다고 할 수 있다.

Carree & Verheul(2012), Milot et al.(2021), 한향원(2021)등은 자아실현 동기와 창업만족도 간의 긍정적인 정(+)의 영향 관계를 확인하였다. 또한, 친사회적동기와 같은 자율적 동기에 기반하면 자존감이 높아지고 주관적으로 느끼는 안녕감 역시 경험을 하게 된다고 했다(Weinstein & Rian, 2010). 타인에게 가치 있는 도움을 주고 있다는 사회적 가치를 인식하면 자기의 전반에 대해 긍정적으로 평가함으로써 높은 수준의 자존감을 보유했다고 하였다(최병권, 2020).

이러한 선행연구를 통해서 창업 동기가 창업만족도에 유의적인 영향을 미칠 것으로 예측된다. 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1-1. 자아실현동기는 사업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설1-2. 친사회적동기는 사업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

## 2.2 창업역량과 창업 만족도

역량이란 우수한 성과를 달성하려고 하는 개인적 특성이다(Morris et al., 2013). 창업역량은 창업을 성공적으로 이끌기 위한 창업자의 능력을 의미하는 한편, 창업기업이 지속적으로 수익을 창출함으로써 기업을 지속시킬 수 있는 기업가의 역량이라고 하였다(김춘근 외, 2014 ; 이해영, 2018; 장영미, 하규수 2018). 자원기반이론(RBV ; resouce based view)의 관점에 의하면 창업역량은 창업을 성공으로 이끄는 기업의 핵심 자산이다(Wernerfelf, 1984). Colombo & Grilli(2005)는 창업자의 역량이 뛰어난 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 성공 가능성이 더 크다고 하였다.

창업역량의 하위 구성요소와 관련해 다양한 선행연구가 있었다. 장영미(2018)는 창업역량을 기술역량, 자금조달역량, 창업자 경험으로 구분하였고, 양경애(2021)는 경험역량, 정보기술역량, 창의성역량, 네트워크역량으로

구분하였다. 한편, 이해영과 김진수(2019)는 15개 선행연구를 대상으로 메타연구를 진행하여 기회인식역량, 관계역량, 관리역량, 전략역량, 기술역량 등 5가지로 구분하였다.

한편, 2019년 창업기업실태조사(중소벤처기업부, 2022)에 의하면, 영업과 마케팅의 어려움이 창업기업 운영과정에서의 주요 장애요인(71.1%)이었으며, 창업에 대한 전반적인 능력, 지식, 경험부족이 창업 과정상의 주요 장애요인(30.7%)이었다. 본 연구는 이러한 조사결과를 반영하여 창업기업이 창업과정과 기업 운영과정에서의 주요 애로사항이라고 응답하는 등 창업기업에게 주요 장애 및 애로요인으로 파악되어 중요도가 높다고 여겨지는 마케팅역량과 경험역량을 창업역량의 하위 구성요소로 설정하여 연구를 진행하였다.

창업역량 중 마케팅역량에 대하여 박해근(2019)은 고객욕구 충족을 위한 시정정보 파악, 고객시장 세분화, 마케팅믹스와 결합한 마케팅 전략의 수립 및 실행을 통해 경쟁력의 지속가능성을 확보하고 경영성과에 연결하는 기획력이자 실행역량이라고 정의하였다. 본 연구에서는 마케팅역량에 대해 제품의 타겟시장을 분석하고 가격 결정, 판매예측, 판매 채널 구축, 고객대응 조직체계 마련 등의 전략을 적절하게 조화할 수 있는 역량으로 정의하였다. 한편, 경험역량에 대해 박남태(2017)는 창업자의 개인특성으로서 창업의도를 형성하는 과정에 영향을 미치는 주요 요인이라고 하였다. 본 연구에서는 경험역량에 대해 자신이 운영하는 사업 분야와 동종 혹은 유사 업종에서의 과거 업무 경험, 노하우, 경력 및 전문성 등을 포함한 역량으로 정의하였다.

여러 선행연구의 결과, 창업역량은 창업 성과에 대해 창업자가 주관적으로 만족하는 정도인 창업만족도와 밀접한 관계가 있었다. 이상화, 하규수(2015), 최수형, 이대식(2020), 김도희(2021), 이성호, 남정민(2021) 등의 연구 결과에 의하면 창업역량은 대체로 창업만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 김진한 외(2020)는 마케팅역량과 재무·비재무 성과와 유의한 정(+)의 영향 관계를 확인하였다. Khan & Khan(2021)이 진행한 초기 스타트업 대상의 연구에서 마케팅역량이 창업만족도에 긍정적인 영향을 미침을 확인했다. Sala & Barikzai(2022) 역시 동일한 연구 결과를 제시하였다. 한편, Alshibani & Volery(2021)의 연구에 의하면, 창업 경험은 창업자가 자기 열정과 목표 지향성을 유지함에 매우 중요한 요소로, 창업 초기의 단계에서 경험역량은 창업만족도에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다고 하였다.

이러한 선행연구를 통해서 창업역량이 창업만족도에 유의한 영향을 미칠 것으로 예측된다. 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2-1. 마케팅역량은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설2-2. 경험역량은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3 창업열정과 창업만족도

열정은 행동을 지속하게 만드는 동기의 중요한 에너지원이며 창업 과정에서 만나는 많은 도전을 극복하여 업적으로 달성할 수 있도록 한다고 하였다(Vallerand et al., 2008). 또한, 열정은 창업자들이 그들의 창업 활동을 일이나 과제로 보는 것이 아니라 사랑으로 보게 하는 작용을 한다고 하였다(Baum & Locke, 2004).

성공한 창업자들은 전반적으로 성격이 열정적이라고 분석된다. 특히 성공한 창업자들은 개인 경험과 거시적 안목을 혼합하여 성공을 달성하고 삶과 사업에서 스스로 만족한다고 하였다(Fisher & Frey, 2013). 따라서, 창업에서의 성공은 다양한 척도에 의해 객관적 요인이 규정될 수 있지만, 그중에서 창업자의 동기과 행동에 있어 중심 역할을 담당하는 것은 열정이라고 하였다(Baron, 2008).

Vallerand et al.(2008)은 열정에 대해 개인의 자아와 정체성을 내면화(internalization)시키는 방식에 따라 이원적으로 접근(dualistic approach)하여 조화열정(harmonious passion)과 강박열정(obsessive passion)으로 분류하였다. 조화열정이 개인이 좋아하는 활동에 대한 의지가 스스로 발생하고 주어진 활동에 자연스럽게 참여할 수 있도록 이끄는 동기적인 힘이라면 강박열정은 주어진 활동에 몰입할 때 발생하는 흥분감, 수용감, 자

존감 등 통제하기 어려운 내적 심리상태이다. 오영만(2008)의 연구에 의하면 열정은 긍정적인 결과를 가져오기도 하지만 때로는 부정적인 결과를 가져오기도 한다. 이중, 조화열정은 일반적으로 창업자들에게 긍정적인 결과와 관계가 있고 바람직한 수행 결과와 만족감에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다(Ho & Pollack, 2014). 그리고 조화열정은 직무만족과 조직몰입에 높은 영향을 미치는바, 조화열정의 증진의 통해 개인과 조직의 발전에 이바지할 수 있다고 하였다(정호일, 2022). 반면 강박열정은 개인을 통제하려고 하거나 자신이 참여하는 여러 활동에 갈등을 유발하는 등 부적절하고 불편한 심리상태를 초래한다고 하였다. 또한 강박열정은 긍정적 결과와는 관련성이 적거나 부정적인 영향을 미친다고 하였다(Houfort et al., 2015)

이러한 선행연구를 통해서 창업열정을 조화열정과 강박열정으로 분류하고 창업 만족도에 유의한 영향을 미칠 것으로 예측된다. 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설3-1. 조화열정은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설3-2. 강박열정은 창업만족도에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다

## 2.4 스타트업기업과 일반창업기업

스타트업이라는 용어는 2000년대를 전후하여 인터넷이 대중화되고 산업구조가 급변하며 대두된 닷컴 버블(dot-com bubble) 시기에 실리콘밸리를 중심으로 등장하였다. 국내에서는 벤처기업과 개념이 유사하거나 혼용되어 사용되기도 한다. 그러나 벤처기업과 스타트업은 확연한 차이점이 있다. 두 기업의 형태는 기술을 기반으로 혁신을 함으로써 가치를 창출하며 창업 초기의 불확실성을 극복해 나간다는 점에서는 서로 유사하다. 그러나 벤처기업이 체계적인 조직 구조를 갖추고 연구개발 비중이 높아 고성장이 기대되는 신생기업이라면, 스타트업은 혁신적 아이디어 또는 사업화 중심의 첨단기술을 기반으로 한 상대적으로 더욱 동적인 소그룹 규모의 프로젝트성 회사로 운영된다(이서한, 노승훈, 2014)는 점에서 구분된다. 국내의 경우 법적인 측면에서 벤처기업은 '벤처기업육성에 관한 특별조치법'에 정한 조건을 충족하는 경우로 제한하는 반면, 스타트업은 법으로 따로 규정하는 요건이 없다. 통상적으로 국내에서는 창업-벤처라고 불리는 신규기업을 흔히 스타트업이라고 지칭한다. 스타트업에 대해 배기홍(2010)은 일반적으로 첨단기술을 기반으로 창업해 빠르게 성장하는 기업으로, 확장 및 반복이 가능한 수익창출 비즈니스 모델을 찾는 임시적 조직으로 정의하였다. 또한 Eric(2012)은 극심한 불확실성 가운데 신규제품 또는 서비스를 창출하려는 조직으로 정의하였다. 한편 국내에서는 스타트업과 관련하여 법으로 따로 정하는 규정 요건이 없다 보니 신생 창업기업중 스타트업이 차지하는 비중에 관해 정확한 통계자료는 별무하다. 그러나, 배기홍(2010)의 스타트업에 대한 정의를 반영하면 첨단기술 기반의 창업기업을 스타트업으로 분류할 수 있을 것이다. 이에 따라 창업기업동향(중소벤처기업부, 2023) 자료를 참고하면, 2022년도에는 신생 창업기업 131만 7천여 개중 17.4%에 달하는 22만 9천여 개가 첨단기술을 기반으로 창업한 스타트업으로 분류될 수 있다.

일반 창업기업과 스타트업은 여러 가지 측면에서 차이점이 있다. 일반 창업기업이 이미 존재하는 시장에서 기존 기업들과 경쟁해야 한다면, 스타트업은 기존에 존재하지 않았던 시장에서 비즈니스 모델의 검증과 확장에 주력한다는 특징이 있다. 이러한 스타트업의 공통적 특성으로는 신제품, 혁신, 신생, 혁신서비스 등이 핵심 단어로 거론된다. 신생 스타트업은 조직체계가 전반적으로 미약한 소기업의 형태를 나타내며 급변하는 비즈니스 환경에 대응하기 위한 자원이 부족한 경우가 많아 창업 직후부터 취약한 생존성을 지니는 특징이 있다(박정우, 2020). 김민준(2019)는 스타트업 기업의 일반적인 경영특성으로 환경변화에 대한 기민한 대응, 다양한 소비자를 충족할 수 있는 유연성, 사업주체의 역량에 대한 높은 의존성, 취약한 인지도에 따른 경영한계, 자금조달 애로로 인한 기업자원 확보의 한계, 인력확보 및 조직구성의 한계 등을 제시하였다.

이와 같이 스타트업은 전통적인 비즈니스 모델을 가진 일반 창업기업에 비해 창업동기, 목적, 성격과 경영한

경이 다르기 때문에 독립변수의 하위 구성요인이 창업만족도에 영향을 미치는 관계에서 일반 창업기업과는 차이가 있을 것으로 예측된다. 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설4-1. 자아실현동기가 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.
- 가설4-2. 친사회적동기가 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.
- 가설4-3. 마케팅역량이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.
- 가설4-4. 경험역량이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.
- 가설4-5. 조화열정이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.
- 가설4-6. 강박열정이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.

### III. 연구 설계

#### 3.1 연구 모형

본 연구에서는 창업 만족도에 영향을 미치는 요인으로 창업 동기 중 자아실현 동기, 친사회적 동기, 창업역량 중 마케팅 역량과 경험역량, 열정 중 조화열정과 강박열정을 독립변수로 설정하였다. 또한 스타트업과 일반 창업기업은 이들 독립 변수가 종속 변수인 창업 만족도에 영향에서 차이가 있을것으로 보였다. 이들의 차이 여부도 함께 분석을 하였다. 이러한 구조적인 관계는 그림1 연구모형으로 표현하였다.

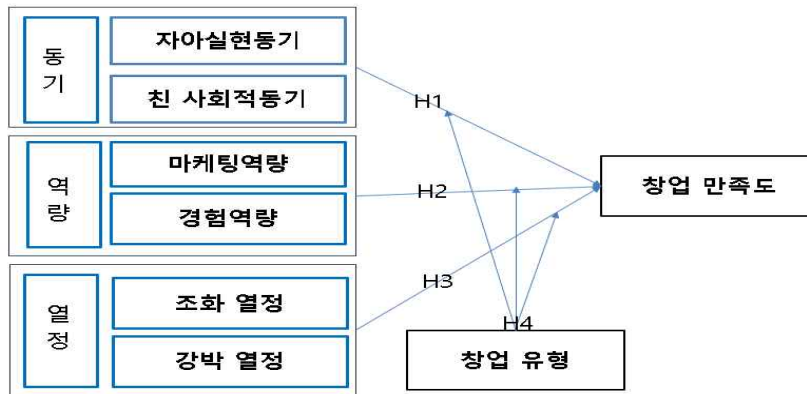


그림1. 연구 모형

#### 3.2 조사 설계

실증 분석을 위해 데이터를 설문조사 방식으로 수집하였다. 온라인과 오프라인으로 창업 후 7년 이내 일반창업기업과 스타트업 기업의 경영자로부터 396부를 수집하여 결측된 35부를 제외하고 최종 361부를 활용하여 연구 대상으로 분석하였다. 이중 일반창업기업이 212(58.7%)이며, 스타트업이 149(41.3%)였다. 본 연구에 활용된 변수의 조작적 정의는 표1과 같다.

표본의 일반적 특성을 살펴보기 위해서 통제변수로 성별, 연령, 결혼 여부, 현재 회사 경력, 총 경력에 대한

문항으로 총 5개의 변수로 구성하였다. 성별은 남성이 62.0%, 여성이 38.0%였다. 연령은 40대가 36.0%로 가장 많았고, 30대 27.4%, 50대 25.1%, 60대 이상 6.0%, 20대가 5.4% 순으로 나타났다. 결혼 여부는 74.3%가 기혼으로, 22.9%가 미혼으로, 2.8%는 기타로 응답하였다. 현재 회사의 경력은 1년초과 3년이하가 51.4%로 과반수를 차지하였고, 3년초과 5년이하가 19.7%, 1년이하가 14.9%, 5년초과 7년이하가 14.0% 순으로 나타났다.

한편, 조절변수로 투입한 일반 창업기업과 스타트업의 구분과 관련하여, 다양한 구분 방법이 있을 수 있으나 본 연구에서는 설문 응답 창업기업의 경영자들이 영위하고 있는 기업의 비즈니스 모델을 전통적인 비즈니스 모델로 인식하는지 또는 이전에 존재하지 않았던 새로운 비즈니스 모델로 인식하는지에 따라 구분하였다. 특히, 스스로 스타트업이라고 응답한 경우라 할지라도 신용보증기금이 신생 스타트업을 정책적으로 발굴하여 육성 및 지원하기 위한 목적으로 조직하여 운용 중인 신보 스타트업지점을 이용하고 있는 기업으로 한정함으로써 일반 창업기업과의 구분을 명확히 하였다.

<표1> 변수의 조작적 정의

변수		조작적 정의	참고문헌
창업 동기	자아실현 동기	사업을 통해 자기가 좋아하는 일에 능력을 발휘하고, 이상적이고 보람 있는 삶을 살고 싶어 하는 창업 동기	한향원(2021) 김형석(2022)
	친사회적 동기	사업을 통해 타인에게 도움이나 긍정적 영향을 주고 타인을 위해 좋은 일을 하여 타인을 행복하게 하려는 창업 동기	Grant(2007) Bolino & Grant(2016)
창업 역량	마케팅 역량	제품의 타겟시장을 분석하고 가격 결정, 판매예측, 판매 채널 구축, 고객대응 조직체계 마련 등의 전략을 적절하게 조화할 수 있는 역량	Shepherd et al.(2000) 박해근(2019)
	경험역량	자신이 운영하는 사업 분야와 동종 혹은 유사 업종에서의 과거 업무 경험, 노하우, 경력 및 전문성 등을 포함한 역량	Chwolka & Raith(2012) 장영미(2018)
창업 열정	조화열정	일을 통해 자기의 가치를 찾고 삶에서 다른 활동과의 조화를 이룰 수 있도록 이끄는 동기적인 힘	Vallerand & Miquelon(2007) Ho & Pollack(2014) 박재홍(2020)
	강박열정	자신을 통제하려는 내적인 힘과 압박에 의해 활동에 참여하는 심리상태	
창업 유형	일반창업	전통적인 비즈니스 모델을 영위하는 창업기업	배기홍(2010) Eric(2012)
	스타트업	이전에 없던 새로운 비즈니스 모델을 영위하는 창업기업	
창업만족		창업자가 사업을 통해 개인적으로 느끼는 만족 정도	한향원·하규수(2020) Iskamto & Ghazali,(2021)
조사대상 특성		성별, 연령, 결혼여부, 학력, 현재 회사 경력, 총 경력	

## IV. 실증분석 결과

### 4.1 타당도 및 신뢰도 분석

본 연구는 측정변수인 자아실현 동기, 친사회적동기, 마케팅 역량, 경험 역량, 강박열정, 조화열정, 창업만족도의 측정항목 타당도 및 신뢰도를 검증하였다.

이를 위해 탐색적 요인 분석을 하였다, 요인 분석 결과 연구 모형과 동일하게 7개 요인이 잘 묶였다. 요인의 설명력은 76.292%로 나타나 비교적 양호한 편이었다. 또한 KMO .916, Bartlett의 구형성 검정 결과도 유의( $\chi^2 = 13454.897$ ,  $df=903$ ,  $p<.001$ )한 것으로 분석되었다. 조화열정의 5개 항목중 1개 항목(4번)을 제거하였는데 요인 적재값이 .6미만이었다. 이어서 신뢰도 분석을 하였다. 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  계수로 측정하였다. 측정

결과 모든 변인이 .7이상으로 나타났다. .6이상의 값을 나타냈으므로 본 연구의 변인들은 신뢰도가 있는 것으로 판단되었다.

<표2> 타당도 및 신뢰도 분석

요인	변수	1	2	3	4	5	6	7	Cronbach's α
친사회적동기	SM2	.864	.131	.134	.095	.116	.052	.078	.946
	SM4	.857	.143	.160	.132	.116	.067	.061	
	SM5	.856	.129	.199	.131	.139	.044	.007	
	SM3	.850	.128	.186	.096	.055	.104	.140	
	SM1	.819	.120	.144	.083	.079	.085	.146	
경험역량	EC4	.110	.877	.068	.186	.067	.079	.026	.936
	EC1	.146	.875	.109	.101	.088	.066	.068	
	EC3	.087	.844	.131	.074	.106	.119	.017	
	EC2	.190	.813	.145	.194	.104	.054	.098	
	EC5	.149	.789	.125	.200	.053	.114	.111	
창업만족도	SAT4	.212	.111	.825	.200	.045	.064	.154	.917
	SAT2	.233	.143	.818	.111	.091	.078	.018	
	SAT3	.337	.110	.772	.179	.083	.076	.151	
	SAT1	.160	.236	.743	.204	.123	.125	.083	
마케팅역량	MC3	.030	.165	.113	.814	.087	.080	-.003	.871
	MC1	.103	.174	.095	.769	.109	.042	.188	
	MC4	.115	.081	.137	.768	.053	.120	-.157	
	MC2	.190	.202	.156	.725	.131	.044	.141	
	MC5	.208	.184	.216	.648	.022	.024	.166	
강박열정	CP4	.026	.048	-.058	.049	.863	.035	-.111	.849
	CP3	.220	.095	.179	.085	.776	.082	.064	
	CP2	.090	.123	.150	.148	.774	.052	.138	
	CP1	.214	.149	.081	.087	.684	.031	.355	
자아실현동기	SFM2	.224	.015	.074	.071	-.052	.761	.175	.793
	SFM4	-.137	.117	.052	-.027	.183	.740	-.117	
	SFM5	-.052	.098	.124	.009	.082	.739	-.185	
	SFM1	.288	.090	.046	.132	-.087	.704	.214	
	SFM3	.165	.097	.034	.140	.052	.634	.191	
조화열정	HP5	.285	.237	.226	.101	.328	.079	.786	.863
	HP2	.366	.132	.353	.174	.132	.140	.761	
	HP1	.396	.170	.343	.114	.080	.168	.728	
	HP3	.348	.187	.363	.173	.231	.154	.655	

#### 4.2 상관관계 분석

연구변수의 상관관계를 분석한 결과 친사회적 동기와 조화 열정의 상관관계가 .730으로 가장 높았으며 유의하게 나타났다. 반면, 자아실현동기와 강박 열정의 상관관계가 .256으로 가장 낮게 나타났다.



<표3> 상관관계 분석 결과

구 분	자아실현동기	친사회적동기	강박열정	조화열정	경험역량	마케팅역량	창업만족도
자아실현동기	1						
친사회적 동기	.390*	1					
강박 열정	.256**	.323**	1				
조화 열정	.456**	.730**	.480**	1			
경험 역량	.369**	.402**	.340**	.477**	1		
마케팅 역량	.308**	.428**	.313**	.469**	.430**	1	
창업만족도	.469**	.599**	.373**	.702**	.499**	.497**	1
Mean	3.744	4.399	3.387	4.285	3.885	3.717	4.183
SD	.823	.790	.901	.759	.991	.761	.716

\*\* 상관관계가 .01 수준에서 유의(양측), \* 상관관계가 .05 수준에서 유의(양측)

### 4.3 창업만족도에 미치는 영향력 검증

본 연구는 설정된 독립변수들이 종속변수인 창업 만족도에 미치는 영향 관계에 대해 검정을 실시하였다. 검정 방법은 위계적 회귀 분석 방법이었다. VIF(Variance Inflation Factor)를 확인한 결과 1.117~3.138로 기준치 10보다 낮게 나타났다. 독립 변수들 간의 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 본 연구의 위계적 회귀분석은 통제 변수를 먼저 투입한 후 이어서 독립변수를 투입하는 방식으로 진행하였다. 검정 결과는 <표4>와 같다.

모형 1은 통제변수가 창업만족도에 미치는 영향력을 살펴본 것이다. 모형 1의 설명력은 2.7%이었다. 통제변수 중 창업만족도에 유의한 영향을 나타낸 변수는 없었다. 모형 2는 통제변수가 통제된 상태에서 독립변수인 자아실현 동기, 친사회적동기, 마케팅 역량, 경험 역량, 조화 열정, 강박열정이 창업만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. 회귀 모형의 설명력은 58.0%이었다. 또한  $F=34.063$ 로 나타나 회귀 모형이 유의한 것( $p < .001$ )으로 나타났다.

자아실현 동기는  $B= .113$ ,  $p < .01$ 로 나타나 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-1. 자아실현 동기는 창업만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

친사회적 동기는  $B= .110$ ,  $p < .05$ 로 나타나 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-2. 친사회적 동기는 창업만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

마케팅 역량은  $B= .125$ ,  $p < .01$ 로 나타나 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2-1. 마케팅 역량은 창업만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

경험 역량은  $B= .082$ ,  $p < .05$ 로 나타나 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2-2. 경험 역량은 창업만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

조화 열정은  $B= .385$ ,  $p < .001$ 로 나타나 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3-1. 조화 열정은 창업만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

강박 열정은  $B= .002$ ,  $p > .05$ 로 나타나 창업만족도에 미치는 유의성이 검증되지 않았다. 따라서 가설 3-2. 강박 열정은 창업만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기각되었다.

유의한 영향관계를 보인 변인들의 영향력크기를 살펴보면 다음과 같다. 영향력크기는 표준화 계수의  $\beta$ 값을 통해 알 수 있다. 이 값이 클수록 영향력이 큰 것이다. 조화열정( $\beta = .408$ ) > 마케팅역량( $\beta = .133$ ) > 자아실현 동기( $\beta = .129$ ) > 친사회적 동기( $\beta = .122$ ) > 경험 역량( $\beta = .114$ )순이었다.

<표4> 창업만족도에 미치는 영향

변수	모형 1				모형 2				
	B	$\beta$	t	p	B	$\beta$	t	p	VIF
(상수)	4.783		15.190	.000	.715		2.376	.018	
성별	.081	.043	.815	.416	.014	.007	.209	.834	1.046
연령	.011	.014	1.895	.059	.017	.015	.004	.997	2.212
결혼여부	.021	.017	.294	.769	.018	.015	.382	.702	1.215
학력	.041	.060	1.109	.268	.032	.047	1.265	.207	1.117
현재회사업력	.009	.060	1.048	.295	.003	.017	.448	.654	1.232
총사업경력	.010	.109	1.578	.116	.003	.038	.824	.410	1.790
자아실현 동기					.113	.129	3.167	.002	1.373
친사회적 동기					.110	.122	2.329	.020	2.245
마케팅 역량					.125	.133	3.065	.002	1.558
경험 역량					.082	.114	2.435	.015	1.799
조화 열정					.385	.408	6.611	.000	3.138
강박 열정					.002	.003	.067	.947	1.388
F 값	1.659				34.063***				
F 변화량					56.797***				
R <sup>2</sup>	.027				.580				
수정된 R <sup>2</sup>	.011				.563				
R <sup>2</sup> 변화량					.553				

#### 4.4 창업유형의 조절효과

본 연구는 자아실현 동기, 친사회적동기, 마케팅역량, 경험역량, 조화열정, 강박열정이 창업만족도에 미치는 영향력에서 있어서 창업유형(일반 창업, 스타트업 창업)에 따른 차이를 분석하기 위해 조절회귀 분석을 수행하였다. 회귀모형 3은 통제변수와 자아실현 동기, 친사회적동기, 마케팅역량, 경험역량, 조화열정, 강박열정에 조절변수인 창업유형을 투입하여 이들이 창업만족도에 미치는 영향관계를 분석한 것이다. 모형 설명력은 59.4%이었다. F=33.581로 모형이 유의(p<.001)했다. 모형 4는 모형3에 조절변수인 창업유형 및 독립변수들과 더미화된 창업유형의 상호작용 변수를 추가로 투입한 것이다. 이들이 창업만족도에 미치는 영향력을 분석한 것이다. 모형의 설명력은 62.7%이었다. F=24.579로 회귀식은 유의(p<.001)하였다.

본 연구에서는 조절효과를 다음의 두가지 요건의 충족 여부로 판단하였다. 첫째, 상호작용항의 유의성이다. 이 상호작용항이 유의해야 조절효과 있다. 둘째, 상호작용항을 투입 전과 후를 비교하여 설명력의 증가가 있어야 한다. 두가지 요소를 충족할 때 유의한 조절효과가 있는 것으로 판단하였다. 조절효과 분석 결과는 <표5>와 같다.

첫째, 상호작용한 투입전과 투입후를 비교했을 때 투입전보다 설명력이 3.3%로 증가하였다. 하나의 조건은 충족되었다. 이어서 또 다른 하나의 조건이 상호작용항의 유의성을 분석하였다.

친사회적 동기의 상호작용항( $B = .080, p < .05$ ), 경험 역량의 상호작용항( $B = .081, p < .05$ ), 조화열정의 상호작용항( $B = .092, p < .05$ )이 유의하여 창업만족도간 조절역할을 하는것으로 나타났다. 따라서 다음의 가설은 채택되었다.

가설4-2. 친사회적동기가 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다. 가설4-4. 경험역량이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다. 가설4-5. 조화열정이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.

한편, 자아실현 동기의 상호작용항( $B = .056, p > .05$ ), 마케팅 역량의 상호작용항( $B = .028, p > .05$ ), 강박 열정의 상호작용항( $B = .032, p > .05$ )이 유의하지 않았다. 창업만족도간 조절효과가 나타나지 않았다. 따라서 다음의 가설은 기각되었다.

가설4-1. 자아실현동기가 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다. 가설4-3. 마케팅역량이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다. 가설4-6. 강박열정이 사업만족에 영향을 미침에 있어서 초기 스타트업과 일반창업기업은 차이가 있을 것이다.

<표5> 창업유형의 조절효과

변수	모형 3				모형 4				
	B	$\beta$	t	p	B	$\beta$	t	p	VIF
(상수)	.912		3.024	.003	1.152		3.807	.000	
성별	.026	.014	.390	.697	.011	.006	.175	.861	1.076
연령	.004	.052	.969	.333	.002	.033	.621	.535	2.479
결혼여부	.020	.016	.422	.673	.020	.016	.438	.661	1.237
학력	.015	.022	.598	.550	.024	.035	.968	.334	1.197
현재회사업력	.002	.011	.279	.780	.001	.005	.136	.892	1.291
총사업경력	.006	.063	1.357	.176	.005	.055	1.209	.228	1.880
자아실현 동기	.092	.106	2.603	.010	.074	.085	2.100	.036	1.467
친사회적 동기	.100	.111	2.150	.032	.094	.104	2.047	.041	2.340
마케팅 역량	.112	.119	2.754	.006	.105	.112	2.640	.009	1.611
경험 역량	.069	.095	2.048	.041	.045	.062	1.287	.199	2.123
조화 열정	.395	.419	6.882	.000	.373	.396	6.595	.000	3.251
강박 열정	.023	.028	.690	.491	.032	.041	1.005	.315	1.486
창업유형	.099	.139	3.444	.001	.102	.143	3.570	.000	1.438
자아실현*창업유형					.056	.073	1.863	.063	1.376
친사회적 동기*창업유형					.080	.104	2.090	.037	2.240
마케팅 역량*창업유형					.028	.037	.923	.357	1.483
경험 역량*창업유형					.081	.101	2.029	.035	1.715
조화 열정*창업유형					.092	.120	2.188	.029	2.722
강박 열정*창업유형					.032	.043	1.072	.285	1.438
F 값	33.581***				24.579***				
F 변화량	11.860***				3.745***				
R <sup>2</sup>	.594				.627				
수정된 R <sup>2</sup>	.576				.601				

R <sup>2</sup> 변화량	.014	.033
--------------------	------	------

이를 그래프로 나타내면 다음과 같다. 그래프의 굵은 선은 일반기업이며 가는 선은 스타트업이다. 그래프에서도 확인할 수 있듯이 친사회적동기, 경험역량, 조화열정이 창업만족도에 미치는 영향에 있어서 스타트업의 기울기가 일반 창업기업보다 가파른 것으로 나타나 더 영향을 받는다는 것을 알 수 있다.

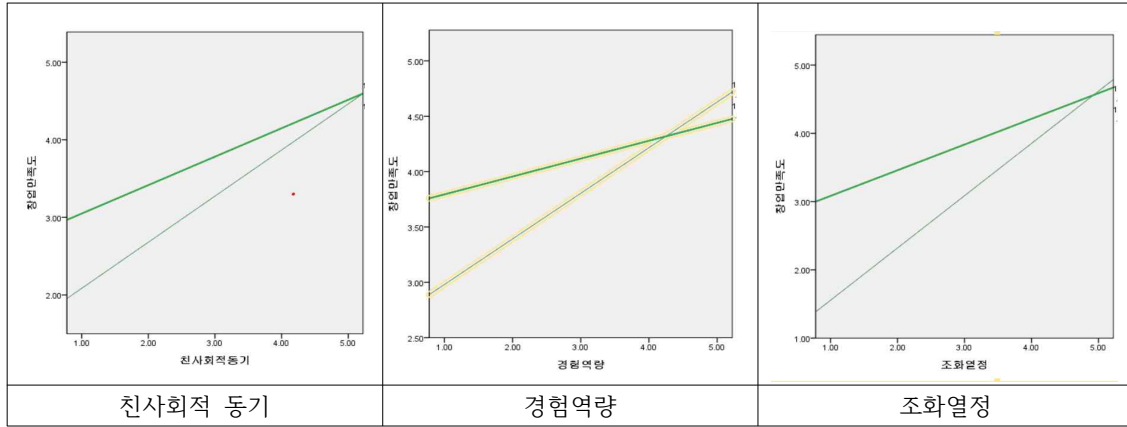


그림2. 조절효과 검증에 따른 영향력의 크기 비교

#### 4.5 논의

본 연구의 가설을 검증한 결과, 자아실현 동기와 친사회적 동기, 경험역량과 마케팅역량, 조화열정은 창업 만족도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 그러나 열정의 하 위 구성요인인 강박열정은 창업 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각되었다.

이러한 검증결과에 대하여 논의하면 다음과 같다. 첫째, 자아실현동기와 친사회적동기가 채택된 것과 관련하여, 중소벤처기업부(2022)의 2019년도 창업기업실태조사에 의하면 적성에 맞는 일(39.9%), 경제·사회 발전에의 이바지(32.6%)는 매우 높은 비율로 응답된 창업 동기였다. 이를 고려하면 자아실현 동기와 친사회적 동기가 창업만족도에 유의한 영향 요인으로 확인되었음이 타당시 된다. 이처럼 창업기업을 대상으로 한 조사에서도 보여 지듯이 자아실현 동기와 친사회적동기는 창업기업의 주요 창업동기이자 창업만족도에도 큰 영향을 미치는 주요 요인임을 추론할 수 있다. 특히 친사회적 동기가 높으면 타인과의 상호작용에 높은 가치를 부여하는 경향이 있고(이환우, 2011) 주변 사람으로부터 보다 많은 자원을 끌어 내는데 유리하다(최병권, 2020)고 하였다. 이를 통해 높은 자존감과 주관적 안녕감을 경험(Weinstein & Ryan, 2010)하여 궁극적으로 창업 만족도에 긍정적인 영향을 미쳤을 것으로 추론할 수 있다.

둘째, 창업역량의 하위 구성요소로서 경험역량과 마케팅역량이 창업 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미친 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 스타트업과 창업기업의 특성을 감안하면, 창업주체의 역량에 의존하는 것이 불가피한 현실과 관련이 있는 것으로 추론할 수 있다. 창업자가 동종 업종 또는 유사 업종에서 겪었던 업무 경험, 현장 지식, 노하우 등은 창업 활동에서 갑자기 발생하는 여러 어려움을 해결하는 데 있어 도움이 된다. 이러한 과정을 통해 창업자의 사업 효능감이 커지고 창업 만족도가 높아질 수 있다고 추론할 수 있다. 한편 마케팅역량이 창업 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타난 결과는 마케팅역량을 활용한 고객발굴, 고객 만족, 충성고객 확보 등은 매출 증대 등 영업실적으로 연결되어 재무성과 및 비재무성과에 모두 긍정적인 영향을 미침(김진한, 2020; 오동훈, 이호택, 2021; 변홍주, 변충규, 2022)에 따라 창업 만족도에도 긍정적인 영향을 미쳤을 것으로 추론할 수 있다.

셋째, 창업 만족도에 영향을 미치는 요인들의 영향력 크기는 표준화 계수의  $\beta$  값으로 알 수 있는데, 이 값이 크면 클수록 영향력이 큰 것이다. 본 연구 결과 창업기업의 창업 만족도에 영향을 미치는 요인들의 영향력 크

기는 조화열정, 마케팅역량, 자아실현 동기, 친사회적동기, 경험역량 순이었다. 이에 관련하여 다음과 같이 추론이 가능하다. 조화열정은 개인이 좋아하는 활동에 대해 의지를 발생하고 주어진 활동에 자연스럽게 참가하도록 이끄는 동기적인 힘이라고 하였다. 또한 자아실현동기는 타인의 지시를 받기보다 본인 스스로 자신의 일과 생활을 수행하고자 하는 동기이다. 즉, 조화열정과 자아실현동기는 타율적이 아닌 자율적으로 개인의 동기적인 힘을 이끌어 내는 요인이라 할 수 있다. 인간은 자기 행동을 자율적으로 결정하고자 하는 욕구에 의해 동기화된다는 자기결정성이론(Ryan & Deci, 2000)를 고려하면 조화열정과 자아실현동기가 여타 요인보다 창업만족도에 높은 영향력을 나타낸 것으로 추론된다. 다만 이러한 결과를 일반화하기 위해서는 보다 많은 추가연구가 진행될 필요가 있다.

넷째, 창업 동기, 창업역량, 열정이 창업 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 때 일반창업기업 및 스타트업 등 기업형태에 따른 기업 여부의 조절 효과를 검증한 결과, 친사회적동기, 경험역량, 조화열정은 조절 효과가 나타난 것으로 확인되어 가설이 채택되었다. 반면 자아실현동기, 마케팅역량, 강박열정은 창업 만족도 사이에 조절 효과는 검증되지 않아 가설이 기각되었다. 이와 관련하여, 친사회적 동기, 경험역량, 조화열정은 스타트업 기업과 일반창업기업의 창업기업 형태의 차이에 따라 종속변수인 창업 만족도에 대한 영향력이 변화되어 창업 만족도를 결정하는데 중요한 역할을 함을 알 수 있다. 반면 본 연구 결과 창업 만족도에 유의한 정(+)의 영향 관계를 끼쳤음에도 기업형태에 따른 조절 효과가 검증되지 않은 자아실현동기, 마케팅역량은 창업기업 형태에 따른 영향 관계에 의미 있는 변화가 나타나지 않았다. 이러한 결과와 관련하여, 자아실현동기, 마케팅역량은 일반창업기업이나 스타트업 모두 창업주체의 창업만족에 영향을 미치는 주요한 영향요인이므로 창업기업 형태에 따른 조절효과를 미치지 못했을 것으로 추론해 볼 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 창업 활성화를 위한 국가적, 사회적 역량이 집중되고 있음에도 불구하고 신생 기업 4개 중 1곳이 7년 내에 소멸하는 안타까운 현실에 주목하여, 창업기업의 생존을 제고방안 및 실질적인 성장 지원방안을 도출하고자, 창업기업의 사업 주체 관점에서 창업 동기, 창업역량, 창업열정이 창업 만족도에 미치는 영향을 일반창업기업 및 스타트업 기업의 창업형태에 따른 조절 효과를 중심으로 실증 분석하였다. 연구방법으로 전국의 창업기업의 사업주체 361명을 대상으로 설문 응답을 받아 빈도분석, 요인분석, 신뢰성 분석, 상관관계 분석 및 위계적 회귀분석을 진행하였다.

실증분석 결과 도출된 본 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 창업기업의 창업동기 중 자아실현 동기, 친사회적 동기가 강할수록 창업만족도가 높아지는 것으로 검증되었다. 또한 창업역량중 마케팅 역량, 경험역량은 창업 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 그리고, 창업열정중 조화열정은 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으나 강박열정은 유의성이 검증되지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 창업기업을 일반창업기업과 스타트업으로 구분하여 조절변수로 투입한 결과 친사회적동기, 경험역량, 조화열정은 조절효과가 확인되었다. 반면, 자아실현동기, 마케팅역량, 강박열정에 관해서는 조절효과가 검증되지 않았다.

### 5.1 시사점

본 연구는 창업기업의 창업 만족도에 영향을 미치는 주요 요인들을 찾아내고, 그 영향력의 크기를 파악하기 위해 실증 분석한 것으로, 예비 및 초기 창업기업, 정부, 창업기업 지원기관 등 창업생태계의 다양한 주체들이 창업기업의 지속 성장 및 발전에 각자 공헌할 수 있도록 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 먼저 학문적 시사점으로서, 첫째, 창업 만족도 영향 요인으로 자아실현 동기, 친사회적 동기, 마케팅역량, 경험역량 및 창업주체의 조화열정이 각각 확인되었다. 둘째, 창업의 기업형태에 따른 조절효과를 실증 분석한 결과, 가설대로 친사회

적동기, 경험역량, 조화열정에 대해서는 조절효과가 나타났으나 자아실현동기, 마케팅역량에 대해서는 조절 효과가 검증되지 않았다. 창업 만족도에 영향을 미치는 주요 요인에 관한 연구는 다수 있었으나 일반창업기업과 스타트업의 창업형태에 따른 조절 효과를 밝힌 연구는 거의 없었다. 본 연구는 이러한 선행연구를 바탕으로 창업 동기, 창업역량, 창업열정이 창업 만족도에 미치는 영향에 있어서 조절 효과를 검증하였다는 점에서 또 다른 학문적 의의가 있다고 할 것이다.

또한 본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같이 실무적, 정책적 시사점을 도출하였다.

첫째, 본 연구 결과 자아실현동기, 친사회적동기, 마케팅역량, 경험역량, 조화열정 모두 창업 만족도에 유의한 영향을 미쳤으며, 영향력의 크기에서는 조화열정의 영향력이 다른 투입변수보다 높은 것으로 검증되었다. 조화열정이 창업기업의 긍정적 심리를 촉진하여 유연함을 강화하는 기능이 있음을 참고하여, 창업기업의 사업주체의 심리적 안정성을 지원하는 상담 프로그램 또는 정기적인 멘토링 서비스를 제공하는 것이 필요할 것으로 보인다.

둘째, 마케팅역량 및 경험역량은 모두 창업 만족도에 유의한 영향을 미쳤다. 따라서 창업기업의 안정적인 경영과 성장을 위해 충분한 마케팅 역량 및 경험역량을 제고해야 할 필요성을 제시해준다. 그러나 모든 창업기업이 충분한 마케팅역량과 경험역량을 확보하기는 쉽지 않으므로 전문가를 통한 멘토링, 컨설팅 지원 등 간접적 수단을 찾아 창업역량을 보완할 필요가 있다.

셋째, 본 연구 결과 자아실현동기와 친사회적 동기의 영향력이 중요한 점을 반영하여, 자아실현동기와 친사회적 동기를 함양할 수 있는 창업교육 프로그램이 설계될 필요가 있을 것으로 보인다.

넷째, 창업기업의 형태에 따른 조절효과 검증 결과 친사회적동기, 경험역량, 조화열정이 창업만족도에 미치는 영향관계에 있어 조절효과가 검증되었다. 이러한 결과와 관련하여, 전통적인 비즈니스 모델의 일반 창업기업과 이전에 없던 비즈니스 모델을 영위하는 스타트업은 창업환경과 경영환경이 상이할 수 있다. 즉, 스타트업이 창업 초기 단계에서 불확실하고 리스크가 높은 환경에서 시작하는 반면, 일반 전통기업은 상대적으로 안정된 환경에서 시작될 수 있다. 이러한 점을 감안하면 정책 결정자와 기업 지원기관들이 창업자의 특성을 이해하고 그들의 필요에 맞는 지원 및 교육프로그램을 개발하는데 있어 일반 창업기업과 스타트업간의 차이를 고려하는 것이 기업의 만족도와 성공을 이해하는데 중요한 정보를 제공할 수 있을 것이다.

## 5.2 연구한계 및 향후 방향

본 연구의 한계와 향후의 연구 방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 사업 개시 후 7년 미만의 창업기업을 대상으로 진행하였다. 그런데 모든 창업기업의 기업 내외부 상황은 천차만별이며 창업 준비 수준, 창업자 역량 등에 따라 기업별로 상이한 성장단계에 있을 수 있다. 따라서 창업자의 주관적 만족 정도인 창업만족도를 측정함에 있어 기업별 성장단계를 감안한 추가 연구가 필요할 것으로 보인다. 둘째, 본 연구는 창업주체인 기업 경영인의 입장에서 실증 조사를 진행하였다. 그러나 창업주체 외에도 정부나 투자자 등 창업생태계의 다양한 이해관계자들을 고려한 연구가 보다 효율적일 것으로 보인다.

## REFERENCE

- 강영철(2022). 초기 창업기업의 창업동기, 창업역량, 창업지원정책이 창업만족도에 미치는 영향 : 조화열정의 조절효과를 중심으로. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 김도희(2021). 청년 창업자의 창업지원이 창업역량과 창업만족을 매개로 삶의 만족에 미치는 영향 : 내재적 동기의 조절효과. *Entrepreneurship & ESG연구*, 1(1), 92-117.
- 김진한, 조진형, 이세재(2020). 창업자역량과 창업보육 프로그램 지원이 기술창업기업 경영성과에 미치는 영향 :

- 창업기업 역량의 매개효과 중심으로. *한국산업경영시스템학회지*, 43(1), 132-142.
- 김춘근, 이충석, 김진수(2014). 기술창업기업 초기 성과에 미치는 영향요인 분석- 청년창업사관학교 졸업 기업을 대상으로. *기업경영연구*, 21(5), 63-86.
- 김형석(2022). *기업가의 개인특성, 사업역량, 창업동기 및 실패부담감이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 박남태(2017). *북한이탈주민의 창업의도에 미치는 영향 요인에 관한 실증 연구: 사회적응성의 조절효과를 중심으로*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 박재홍(2020). *소셜벤처 창업자의 열정과 번아웃과의 관계 및 결정 요인에 관한 연구*. 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 박정우(2020). *초기 스타트업 창업자의 기업가적 리더십, 팀 학습 행동, 팀 경계 확장 행동 및 성과의 관계*. 박사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 박해근(2019). *창업초기기업 기술사업화역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구: 창업자 기술능력 및 마케팅능력을 조절효과로*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 변충규, 하환호(2022). 앙트레프레니얼 마케팅과 성장열망이 창업초기기업의 경영성과에 미치는 영향. *경영컨설팅연구*, 22(4), 89-100.
- 오동훈, 이호택(2021). B2B 중소기업의 동적역량이 마케팅역량과 기업성과에 미치는 영향. *마케팅관리연구*, 26(1), 85-108.
- 유봉호(2013). 청년창업자의 심리특성과 내재적 동기가 창업성공 가능성에 미치는 영향. *대한경영학회지*, 26(10), 2669-2690.
- 이상화, 하규수(2015). 창업자정신, 창업역량이 창업만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 플로우 (Flow) 경험의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 10(5), 137-150.
- 이선협, 안은재(2018). 여성창업자의 창업동기가 기업가지향성과 창업의지를 매개로 창업만족도에 미치는 영향. *한국산업정보학회논문지*, 23(6), 95-112.
- 이성호, 남정민(2021). 창업자역량이 창업만족도와 삶의 만족도에 미치는 영향: 직무적합도의 조절효과 검증. *벤처창업연구*, 16(4), 85-99.
- 이혜영(2018). *기술창업기업의 성공률 제고를 위한 성장단계별 창업역량모델에 관한 연구*. 박사학위논문. 중앙대학교 대학원.
- 장영미, 하규수(2018). 시니어의 창업역량이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증연구. *벤처창업연구*, 13(3), 13-36.
- 정승환, 최영재, 정혜진(2017). 축제서비스품질이 만족도와 행동의도에 미치는 영향 연구. *호텔경영학연구*, 26(4), 207-223.
- 정호일(2022). 직무열정의 조직성과에 대한 영향력과 조직동일시의 매개효과 검증. *경영교육연구*, 37(6), 155-174.
- 중소벤처기업부(2022). 2022년 창업지원사업. <https://mss.go.kr/site/smba/ex/bbs>
- 중소벤처기업부(2023). 2022년 연간 창업기업동향. <https://mss.go.kr/site/daejeon/ex/bbs>
- 창업진흥원(2022). 2019년 창업기업실태조사. <https://www.kised.or.kr>
- 최병권(2020). OCB 와 소진의 관계: 사회적 가치 인식과 친사회적동기 및 OCB 수단성 인식의 조절된 매개효과. *대한경영학회지*, 33(5), 885-911.
- 최수형, 강희경, 이대식(2020). 청년창업자역량이 창업자기효능감을 매개로 창업성공과 창업만족에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 15(5), 245-259.
- 통계청(2022). *기업생멸행정통계*. <https://www.kostat.go.kr>
- 한향원(2021). *초기창업자의 창업요인이 사업계속의도에 미치는 영향에 대한 실증연구*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- Alshibani, S. M., & Volery, T.(2021). Social support and life satisfaction among entrepreneurs: A

- latent growth curve modelling approach. *International Journal of Manpower*, 42(2), 219-239.
- Baron, R. A.(2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G.(2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Carree, M. A., & Verheul, I.(2012). What makes entrepreneurs happy? Determinants of satisfaction among founders. *Journal of Happiness Studies*, 13, 371-387.
- Colombo, M. G., & Grilli, L.(2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. *Research Policy*, 34(6), 795-816.
- Fisher, D., & Frey, N.(2013). *Better Learning through Structured Teaching: A Framework for the Gradual Release of Responsibility*. Alexandria: ASCD).
- Grant, A. M.(2007). Relational job design and the motivation to make a prosocial difference. *Academy of Management Review*, 32(2), 393-417.
- Ho, V. T., & Pollack, J. M.(2014). Passion isn't always a good thing: Examining entrepreneurs' network centrality and financial performance with a dualistic model of passion. *Journal of Management Studies*, 51(3), 433-459.
- Khan, H., & Khan, Z.(2021). The efficacy of marketing skills and market responsiveness in marketing performance of emerging market exporting firms in advanced markets: The moderating role of competitive intensity. *International Business Review*, 30(6), 151-172.
- Milot-Lapointe, F., Boua, S. J. P., & St-Jean, E.(2021). Motivation and the careers of agricultural entrepreneurs in ivory coast. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(2), 723-738.
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S.(2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352-369.
- Sala, P. K., Philbin, S. P., & Barikzai, S. (2022). A qualitative research study of the tech startup journey through entrepreneurial pivoting. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 28(4), 1050-107.
- Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., & Koestner, R.(2008). Reflections on self-determination theory. *Canadian Psychology*, 49(3), 257-262.
- Weinstein, N., & Ryan, R. M.(2010). When helping helps: Autonomous motivation for prosocial behavior and its influence on well-being for the helper and recipient. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(2), 222.



# Effects of Startup Motivation, Competency, and Passion on Startup Satisfaction : A Comparative Study between Early Startups and General Startups

Kang, Young-chul<sup>1)</sup>

Chung, Byoung-gyu<sup>2)</sup>

## Abstract

Although the importance of starting a business is being emphasized, it is not easy for a start-up to survive. Therefore, it is necessary to come up with a plan to strengthen startup satisfaction and improve the survival rate of startup companies. In this study, we examined the impact of start-up motivation, start-up capabilities, and start-up passion of start-up companies on start-up satisfaction, as well as the moderating effect according to the founding type of general start-up companies and startups. Entrepreneurship motivation was divided into self-actualization motivation and pro-social motivation. Entrepreneurship capabilities were divided into marketing capabilities and experience capabilities. Entrepreneurship passion was divided into harmonious passion and obsessive passion. Empirical analysis was conducted by receiving surveys from 361 managers of general and startup companies within 7 years of founding their businesses online and offline. As a result, self-actualization motivation, pro-social motivation, marketing competency, experiential competency, and harmonious passion had a significant positive (+) effect on startup satisfaction. However, obsessive passion did not have a significant effect. In addition, the magnitude of influence on startup satisfaction appeared in the following order: harmonious passion, marketing competency, self-actualization motivation, pro-social motivation, and experiential competency. The moderating effect according to the type of founding of general start-ups and startups was found in pro-social motivation, experience competency, and passion for harmony. However, there was no significant moderating effect between self-actualization motivation, marketing competency, obsessive passion, and entrepreneurship satisfaction. This study presented academic implications that harmonious passion and marketing capabilities are important factors in improving startup satisfaction. In addition, practical and policy implications were presented, including the need for programs to support the psychological stability of startup business owners, strengthening startup capabilities through experts, and strengthening startup education programs that can foster self-actualization motivation and pro-social motivation.

**Keyword:** Self-actualization Motivation, Pro-social Motivation, Marketing Competency, Experience Competency, Harmonious Passion, Obsessive Passion, Entrepreneurial Satisfaction

---

1)Author, Korea Credit Guarantee Fund, Ph. D. yc3442@naver.com

2)Corresponding Author, Assistant Professor of Sungkyul University, gljoseph@sungkyul.ac.kr

## 저 자 소 개

- 강영철(Kang, Young-chul)
- 현) 신용보증기금 지점장, 경영학박사, 기업기술가치평가사  
<관심분야> : 경영컨설팅, 기업기술가치평가, 4차산업 비즈니스 모델, 스타트업, 창업 등

## 교 신 저 자 소 개

- 정병규(Chung Byoung-gyu)
- 성결대학교 경영학과 조교수, 경영학 박사, 경영지도사, 창업보육 전문매니저, 경영 빅데이터 분석사, 빅데이터 전문가 1급, SNS 마케팅전문가 1급, 진로 적성 상담사 1급, 진로 직업 상담사 1급, 창업상권 분석지도사 1급 등
- NIPA, IITP, NIA, 중소기업기술정보진흥원, 창업진흥원 등 4차 산업 및 창업 관련 평가위원  
저서 : <메타버스를 타다, 2021>, <한방에 통과하는 논문 쓰기, 2021>, <2023 이기적 NCS 직업 기초능력 평가 입문서, 2022>, <평생교육, 평생현역, 2023> 등  
<관심분야> : ICT전략 및 마케팅, AR/VR 및 Metaverse, AI 및 Bigdata, 4차산업 비즈니스 모델, 창업 전략 등