

예비청년창업자의 감성지능이 창업효능감, 창업의도에 미치는 영향*

전타식

제1저자, 장안대학교 프랜차이즈경영학과

Received 30 October 2018; Revised 17 November 2018; Accepted 27 November 2018

요 약

본 연구는 예비청년창업자의 감성지능이 창업효능감, 창업의도에 미치는 영향 간의 관계를 검증하였고 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 예비청년창업자의 감성지능 요인 중 자기감성이해, 감성활용, 감성조절은 창업효능감에 유의한 영향을 주었고, 타인감성이해는 창업효능감에 유의하지 않은 영향을 주고 있음을 확인하였다. 이는 예비청년창업자가 타인의 기분과 감정 상태를 잘 이해하는 것은 주변사람들을 파악하는 능력은 있으나, 그것이 창업을 준비하는 과정에서 잘 해낼 수 있다는 자신감으로는 연계될 수 없음을 보여주는 결과이다. 둘째, 창업효능감은 창업의도에 유의한 영향을 주고 있음이 확인되었다. 이는 예비청년창업자들의 창업에 대한 자신감이 미래에 자신의 사업을 추진하고 싶도록 하며, 창업을 통해 스스로의 성취 욕구를 달성하고, 그들의 아이디어를 사업화하기를 희망한다는 의미인 것이다. 따라서 창업효능감 증진을 위해서는 예비청년창업자들에게 비즈니스 현장에서 일어나는 다양한 문제를 접해 볼 수 있는 기회를 제공해야 하며, 문제해결을 통해 할 수 있다는 자신감을 배양하는 창업교육과 훈련프로그램이 집중 설계되어야 할 것이다.

핵심주제어 : 감성지능, 창업효능감, 창업의도

* 본 논문은 한국연구재단과 아태경상저널에서 정한 윤리규정을 준수함.

본 연구는 2018년 장안대학교 자체연구비 지원으로 수행되었음. 전타식(tsjeon@jangan.ac.kr)

The Effects of Young entrepreneur' s Emotional Intelligence on the Entrepreneurial Efficacy, Entrepreneurial Intention*

Tasik Jeon

Department of Franchise Business Administration, Jangan University

Received 30 October 2018; Revised 17 November 2018; Accepted 27 November 2018

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of Young entrepreneur's Emotional Intelligence on the Entrepreneurial Efficacy, Entrepreneurial Intention. A data were collected from Young entrepreneur in university of the Seoul, the Kyeonggi Province and the Incheon Metropolitan City with the questionnaire. To test hypotheses, using SPSS Win 24.0 was conducted for 321 respondents as a sample collected. As the result of the analysis, First, among the Emotional Intelligence factors of a Young entrepreneur, self emotion understanding, emotion utilization and emotion control had a significant effect on the Entrepreneurial Efficacy, and other factors(other people emotion understanding) were not significant. This is a result of a Young entrepreneur's understanding of other people's moods and state of mind, but showing that it can't be linked with confidence that it can perform well in preparing for a start-up business. Second, it has been confirmed that the Entrepreneurial Efficacy has a significant effect on the Entrepreneurial Intention. This means that the Young entrepreneur's confidence in starting their own businesses in the future is what they hope to do, to fulfill their desire to achieve and commercialize their ideas. Therefore, to improve the Entrepreneurial Efficacy, Young entrepreneur should be given the opportunity to experience various problems that occur in the business field and focus on the start-up education and training programs that develop confidence that they can do through problem resolution.

Keyword : Emotional Intelligence, Entrepreneurial Efficacy, Entrepreneurial Intention

* All papers comply with the ethical code set by the National Research Foundation and the Asia-Pacific Journal of Business and Commerce. This Study was supported by Jangan University, Research Grant in 2018. Tasik Jeon(tsjeon@jangan.ac.kr)

1. 서론

최근 취업난 문제를 해결하기 위해 정부는 지속적으로 창업을 장려하고 있으며 청년 창업 활성화를 위한 다양한 지원을 시행하고 있다. 그럼에도 불구하고 많은 청년창업자들은 창업에 관한 정보획득 및 자금조달, 사업화, 마케팅의 어려움 등 실패에 대한 여러 가지 두려움 때문에 창업을 주저하고 중도에 포기하는 경우가 많다. 이러한 문제 해결을 위해 정부는 창업문화 정착을 위한 창업관련 프로그램을 지원하고 있으며, 최근 다양한 지원과 사회적 인식변화로 많은 창업자들이 양산되고 있다. 하지만 경영에 대한 사전지식과 경험이 부족한 청년창업자들은 대부분 취업난 극복을 위한 단순한 아이디어 수준정도로 창업현장에 도전하는 사례가 많아 실패하는 경우도 많다(Noh and Kang, 2012). 그렇다면 예비 청년창업자들의 성공창업을 위해서는 경영에 대한 지적능력과 기술적 역량만을 갖추면 원하는 경영성과와 효율적 목표달성을 이룰 수 있을까?

창업은 명확한 목표고객의 욕구로부터 비즈니스를 추진해야하며 그 비즈니스의 중심에는 항상 고객과의 원활한 커뮤니케이션이 필요하다. 이는 창업이후 지속적인 고객과의 관계(relationship)형성과 관계구축에 따라 창업의 성과가 달라지기 때문이다. 따라서 창업을 준비하는 예비창업자들은 지적능력과 경영능력 외에도 고객관계관리 능력이 반드시 필요할 것이다. 고객과의 관계관리를 잘 수행하기 위해서는 자신과 타인의 감성에 주의를 기울이고, 감성차이를 잘 식별하며, 감성에 대한 정보를 올바른 생각과 행동으로 활용할 수 있는 능력이 필요하다(Salovey and Mayer, 1990). 이를 감성지능(emotional intelligence)이라 정의한다.

감성지능은 생산지향적 경영환경에서 그동안 성과달성에 오히려 장애물로 간주되기도 하였다(Ashforth and Humphrey, 1995). 그러나 최근 감성지능은 비즈니스 변화의 스트레스를 이겨내고, 긍정에너지를 서로 공유하며, 팀(team)으로써 목표를 달성하는데 기여하는 것으로 나타났다(정현우와 김창호, 2007). 또한 기업은 창의적 능력을 강조하면서 구성원의 효과성에 영향을 주는 감성지능에 점차 주목하게 되었다. 감성지능에 대한 연구는 교육, 심리학 분야에서 주로 다루어져 왔으며 최근 경영분야에서 그 중요성을 강조하기 시작했다. 하지만 창업분야에서의 감성지능과 관련된 연구는 아직 미미한 수준이다.

따라서 본 연구에서는 이러한 상황을 바탕으로 예비 청년창업자의 감성지능이 창업효능감, 창업의도에 미치는 관계를 실증적으로 규명하고자 한다. 또한 관계규명을 통해 예비 청년창업자들에게 중요한 시사점을 제시하고, 그들이 성공창업을 위해 감성지능을 어떻게 활용해야만 하는지 그 실무적 근거를 마련하고자 한다.

2. 모형

2.1 기존연구

2.1.1. 감성지능

기업에서는 최근 감성적 접근을 강조하고 있으며 고객과의 관계형성에서 감성이 중요한 역할을 하고 있음을 이슈화하고 있다. 이는 문제 자체를 해결하고자하는 지적능력 위주의 평가라기보다는, 창의적이고 감성적인 부분을 활용해서 문제의 본원적 상황을 파악하려는 접근이다. Salovey and Mayer(1990)는 감정을 통제할 수 있는 능력을 감성능력이라 하였고 이는 정서적 영역(인내심, 지구력, 충동억제력, 용기, 절제능력)을 포함하며, 신념과 용기가 있거나 강한 자아절제를 보이는 사람에게서 높게 나타나고 있음을 확인했다. 또한 감성을 감성지능으로 개념화 하였으며 정확한 감정인지 및 평가능력, 사고향상을 위한 정서활용능력, 감정이해능력, 감성 향상을 위한 감정조절능력으로 감성지능을 정의하였다. Goleman(1995)은 감성지능을 자아인식, 자아규제, 자아동기부여, 감정이입, 사회기술로 제시하며 대중화를 이끌었고 Wong and Law(2002)의 연구에서는 감성지능을 자신의 감성을 이해하는 자기감성이해, 타인의 감성을 인식하는 타인감성이해, 개인의 감성을 활용하는 감성 활용능력, 개인의 감성을 적절하게 표출하는 감성조절 등으로 구분하였다. Zeider, Roberts, and Matthews(2008)는 감성지능을 자신과 타인의 감정통제를 잘하며, 다양한 감정에 대한 구별과 판단을 잘함으로써 자신의 사고와 행동에 대한 올바른 방향결정을 하는 능력이라고 정의하였다. 한편 감성지능을 자신의 감정을 통제 및 활용할 수 있는 능력, 타인과의 관계에서 서로 교감을 인지 및 구별하고, 학습을 통한 발전이 가능하기 때문에 개성과는 다르다고 주장하기도 했다(Fabio and Kenny, 2013). 이처럼 감성지능에 대한 다양한 접근들이 있으나 본 연구에서는 Wong and Law(2002)의 자기감성이해, 타인감성이해, 감성조절, 감성 활용을 적용하여 예비청년창업자들의 창업효능감, 창업의도에 미치는 영향을 확인하고자 한다.

2.1.2. 창업효능감

창업효능감(entrepreneurial efficacy)은 자기효능감의 또 다른 형태로 볼 수 있다. Bandura(1977)는 사람이 취하는 행동설명과 이를 예측하기 위해 자기효능감 이론을 제안하였다. 한편 인간이 지속적 행동을 이어가는데 자기효능감이 영향을 미치고, 높은 자기효능감을 갖춘 사람은 어려운 목표를 설정하며, 어려움에 직면해도 쉽게 포기하지 않고, 오히려 더 노력한다는 것이 확인되었다(Folkman and Lazarus, 1984). 또한 자기

효능감은 창업의도에 영향을 주는 요인이라고 하였고(Kruger and Brazeal, 1994), Bandura(2001)는 자기효능감이 과업 의존적인 자신감을 의미하기 때문에 창업의지를 규명하는데 유용성이 높다고 하였다. 대학생들을 상대로 한 국내연구에서는 창업의지를 높이기 위해서는 자기효능감 중 내재적통제위치가 높아야하고 충분한 창업교육이 필요하며, 효과적 창업정책지원이 필요함을 확인하였다(김미숙과 김영국, 2012). 또한 창업의 효과를 높이기 위해서는 창업교육, 정책적 지원보다도 대학생 개인의 자기효능감을 높일 수 있는 프로그램개발과 개인역량개발이 매우 중요함을 제시했다. 한편 예비창업자와 창업에 관심 있는 직장인을 대상으로 한 문성식과 전인오(2017)의 연구에서도 자기효능감은 창업의지에 정(+)'의 영향을 주고 있음을 확인하였다. 본 연구에서는 창업에 대한 자기효능감을 창업효능감으로 사용하고자 한다. 하지만 창업효능감이 창업자의 행동과 성과에 대한 예측력이 크고, 창업과정을 설명할 수 있는 중요한 개념임에도 불구하고 현재 실증적 검증이 미흡한 실정이다.

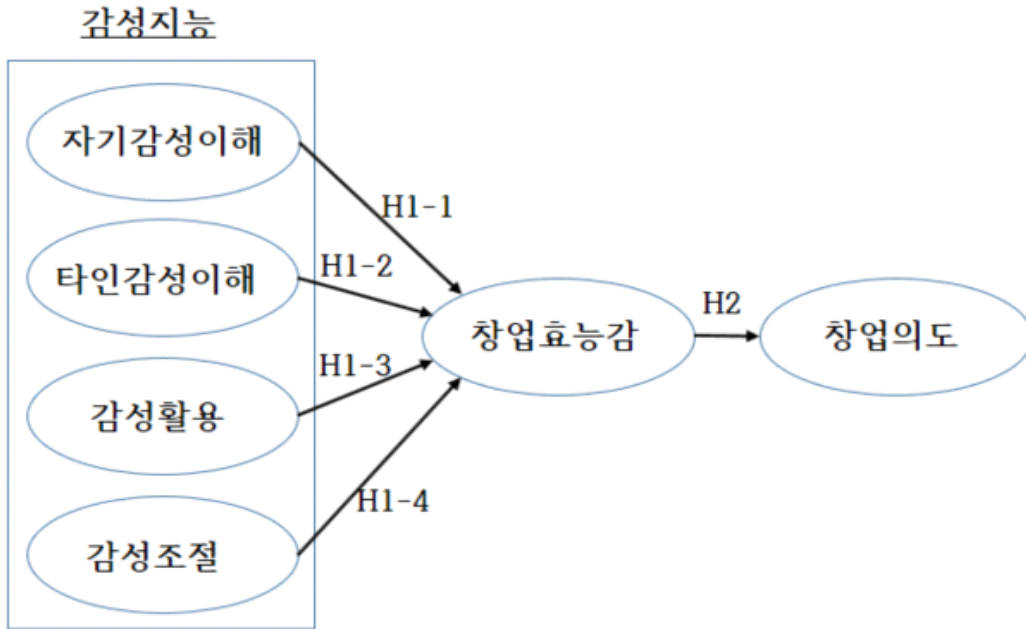
2.1.3. 창업의도

창업의도(entrepreneurship intention)는 창업활동 수행을 위해 개인이 지속적으로 쏟아내는 노력을 말하며 실질적 창업이 아닌 미래에 창업할 가능성을 의미한다. Shapero(1982)는 창업가의 창업의도가 국가 혹은 지역경제에 중요한 역할을 실행하고 침체에서 벗어날 수 있는 회복력과 자기쇄신적 특성을 불러일으킨다고 강조했다. 또한 Krueger et. al.(2000)는 창업의도를 창업에 대한 관심과 행동을 유발시키는 심리적 상태로, 창업행동을 수행하기 위한 개인의 노력으로 정의하였다.

한편 윤방섭(2004)은 창업의도를 창업과정의 시작단계로 설명하고 창업가의 태도와 경험을 창업행동으로 연결하는 역할을 한다고 주장하였다. 아울러 기업가정신이 높은 학생집단이 그렇지 않은 학생집단보다 성취동기, 위험감수성, 혁신성에서 창업의도에 대한 자신감이 더 높고(이성진, 2006), 위험감수성향이 강한 사람은 도전적인 일을 좋아하거나 과감한 행동을 하는 사람으로 창업의도가 더 높게 나타남을 확인하였다(최양림과 하규수, 2012). 윤남수(2013)는 일반대학과 사이버대학 학습자를 대상으로 한 연구에서 기업가정신의 하위요인(혁신성, 사전대응성, 위험감수성)중에서 위험감수성만이 창업의도에 유의한 관계임을 밝혔다. 이처럼 창업과정에서의 창업의도는 창업토대 형성을 위해 중요한 영향을 미치는 요인임에 틀림없다.

2.2 연구모형 및 가설설정

<그림 1> 연구모형



본 연구는 미래에 창업을 희망하는 예비청년창업자의 감성지능이 창업효능감, 창업의도에 어떠한 영향을 주고 있는지를 실증분석 하였으며 연구모형은 <그림 1>과 같이 설정하였다.

과거 기업과는 다르게 최근 기업조직에서는 다양하고 긍정적인 영향을 주고 있는 감성지능을 기업 경쟁력의 중요한 요인으로 생각하기 시작했다. 그 이유는 Cooper and Sawaf(1997)의 연구에서 확인된 바, 감성지능이 개인의 동기부여에 영향을 주며, 긍정적 감성성향을 가진 개인이 그렇지 않은 개인보다 더 창의적이고, 더 적극적으로 문제 해결에 임하기 때문이다. 아울러 정은정과 조경희(2015)는 감성지능이 개인의 경력개발, 조직성공 등에도 중요한 역할을 하며 그 감성에 따라 구성원들의 자기효능감이 영향을 받게 된다는 사실을 확인하였다. 또 다른 연구에서 이경희와 송정수(2010)는 간호사가 지각하는 감성지능이 자기효능감에 유의적 상관관계가 있음을 밝혔으며 이는 감성지능이 높을수록 자기효능감이 높다는 것을 확인한 것이다. 따라서 개인의 동기부여에 긍정적 영향을 주고 있는 감성지능이 자기효능감의 특별한 형태인 창업효능감에도 긍정적 영향을 줄 것이라는 가정 하에 이를 근거로 다음 가설을 설정하였다.

- 가설1. 예비청년창업자의 감성지능은 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- 가설1-1. 예비청년창업자의 자기감성이해는 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- 가설1-2. 예비청년창업자의 타인감성이해는 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- 가설1-3. 예비청년창업자의 감성활용은 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- 가설1-4. 예비청년창업자의 감성조절은 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

창업효능감은 창업을 잘할 수 있다는 스스로의 자신감을 의미하며 최근 창업분야 연구에서 중요한 개념 중 하나로 인식되고 있다. 나아가 창업효능감은 창업의도의 형성을 예측할 수 있고, 창업의도가 창업행동으로 실현될 가능성을 설명해주는 주요 요소 중 하나임을 확인했다(김해룡, 2008). 한편 건축설계기업의 종업원을 대상으로 한 연구에서 창업가의 자기효능감에 따라서 개인의 창업의도가 달라진다는 것을 밝혔고(이지우, 2000), 또 다른 연구에서 예비창업자들은 창업을 계획하는 시점에서 다양한 상황에 대해 인식할 수 있는 자신감 즉, 자기효능감이 반드시 필요하며 이는 창업의지에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인했다(오상훈과 하규수, 2013). 이경미와 황선진(2016)은 패션전공 대학생들을 대상으로 한 연구에서 창업에 대한 자기효능감이 환경요인인 창업지원제도와 창업의지, 경기상황과 창업의지 사이에서 조절효과가 있음을 확인하였다. 따라서 이를 근거로 다음 가설을 설정하고자 한다.

- 가설2. 예비청년창업자의 창업효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

3. 자료

3.1. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구의 표본조사 대상은 수도권 소재 대학이며 예비청년창업자인 대학생을 대상으로 총 350명에게 설문 조사하였다. 총 응답자는 334명이며 자료 분석에는 회수된 설문지 중 부적합한 설문응답자 13명을 제외한 321명의 자료만을 이용하였다. 수집된 자료는 SPSS 24.0을 이용하여 가설검증을 실시하였다.

3.2. 변수의 개념적 정의와 측정방법

본 연구에서는 감성지능변인으로 자기감성이해, 타인감성이해, 감성활용, 감성조절을 설정하였으며 매개변인으로서는 창업효능감을, 종속변수로는 창업의도를 설정하여 변인간 영향관계를 살펴보았다.

3.2.1. 자기감성이해

Wong and Law(2002)의 연구에 근거하여, 자기감성이해는 자신의 감성을 정확하게 이해하는 정도로 정의하였고 나의 감정 상태를 잘 이해한다, 나의 기분이 좋은지 나쁜지 잘 안다, 나의 기분을 잘 모른다, 나의 감정상태의 원인을 정확히 파악하고 있다, 왜 화가 나는지 잘 모른다 등을 5점 척도로 측정하였다.

3.2.2. 타인감성이해

타인감성이해는 타인의 감성을 인식하고 이해하는 정도를 의미하며(Wong and Law, 2002) 타인의 느낌과 감정에 민감하다, 내 동료들의 행동에서 그들의 기분을 알 수 있다, 대화를 할 때 상대방의 의도를 잘 파악하지 못한다, 내 주위사람들의 감정을 잘 이해한다, 다른 사람의 감정 상태를 중시한다 등을 5점 척도로 측정하였다.

3.2.3. 감성 활용

Wong and Law(2002)의 연구를 근거로 감성 활용은 사람마다 개인이 갖는 감성정보를 건설적인 활동에 활용할 수 있는 능력으로 정의하고, 나는 항상 목표를 세우고 그것을 달성하려고 노력한다, 항상 스스로에게 유능한 사람이라고 말한다, 스스로에게 동기부여를 한다, 항상 스스로를 격려 한다 등을 5점 척도로 측정하였다.

3.2.4. 감성조절

감성조절은 개인감성을 주어진 상황에 따라 적절한 행동으로 나타내는 능력으로 정의(Wong and Law, 2002)하였으며 나의 감정을 잘 통제한다, 나는 흥분되는 상황에서도 감정을 조절할 수 있다, 나의 감정을 상황에 맞게 조절한다, 나는 매사에 침착하다 등을 5점 척도로 측정하였다.

3.2.5. 창업효능감

창업효능감은 자신의 창업능력에 대한 개인의 신념이나 자신감으로 정의하고(Wilson et al.,2007), 미래에 내 사업을 성공적으로 운영할 자신이 있다, 창업하려는 사업에 대해 명확히 설명할 수 있다, 창업에 필요한 자금을 어떻게 조달해야 하는지 알고 있다, 성공적인 창업을 위한 잠재성 있는 시장에 대해 충분히 알고 있다, 나는 미래에 회사 운영에 대한 필요한 능력을 갖추고 있다, 미래에 내 회사를 운영하는데 따르는 어떤 일도 충분히 이겨나갈 수 있다 등을 5점 척도로 측정하였다.

3.2.6. 창업의도

창업 의도는 창업에 대한 관심과 창업행동을 유발시키는 심리적 상태를 의미하며 창업행동을 수행하기 위한 개인의 노력으로 정의하였다(Krueger et. al., 2000). 설문 측정 내용은 나는 언젠가 창업을 하겠다는 생각을 가지고 있다, 나는 새로운 아이디어를 사업화하여 창업에 성공하고 싶다, 내 자신의 능력 및 성취욕구충족을 위해 창업을 하고 싶다, 나는 미래에 창업하기 위해 어떤 것이든 할 준비가 되어있다, 나는 창업하는 것에 대해 매우 신중하게 고민할 것이다 등을 5점 척도로 측정하였다.

4. 분석결과

4.1. 응답자 특성

본 연구에 참여한 응답자 특성은 <표 1>과 같으며 성별은 남학생 59.2%, 여학생 40.8%로 구성되었다. 응답자의 연령비율은 만 나이 기준으로 20세~21세(44.2%), 18세~19세(23.7%), 22세~23세(19.0%) 순으로 나타났다. 응답자의 재학학년은 1학년이 169명(52.6%)로 가장 많았고, 2학년(38.0%), 4학년(5.6%) 순이다. 대학소재지는 경기지역이 87.9%, 서울 6.5%, 인천 5.6% 순이며, 응답자들의 아르바이트 경력을 포함한 직장경력은 90.0%가 경력이 있다고 응답했다. 또한 졸업 후 희망 창업분야를 묻는 문항에는 서비스업(37.1%), 외식업(29.0%), 기타분야(14.3%), 유통업(14.0%), 제조업(5.6%)순으로 나타났다.

4.2. 자료의 기초분석

4.2.1. 상관관계분석

변수들 간 상관관계의 정도를 파악하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 2>와 같고 연구모형에서의 예측대로 자기감성이해, 타인감성이해, 감성 활용, 감성조절, 창업효능감, 창업의도 모두 유의적 관계를 보였다. 특히 창업의도와 창업효능감 변수는 .525로 가장 강한 상관관계를 보였고, 감성조절과 창업의도 변수는 .207로 가장 약한 상관관계를 나타내고 있다.

4.2.2. 변수의 요인분석과 신뢰성분석

모형의 구성개념에 대한 신뢰성과 타당성 검증을 위해서 요인분석 및 신뢰성 분석을 실시하였다.

요인의 아이겐 값이 1이상 되는 측정변수들만 구성하였고, 측정문항에서 타인감성이 해 2문항, 감성 활용 1문항, 감성조절에서 1문항, 창업의도 1문항을 각각 제거하였다. <표 3>에서 개념타당성을 나타내는 누적분산비율이 대부분 높게 나타났고, 신뢰성 분석결과 신뢰계수 값이 타인감성이해만이 보통의 응집력을 가질 뿐, 대부분은 만족할 수준의 강한 응집력을 갖는다고 할 수 있으므로 변수에 대한 개념타당성과 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 확인되었다.

이 과정을 통해서 본 연구모형의 타당도는 양호함을 확인하였고 이에 가설에 대한 구체적인 검정을 실시하였다.

<표 1> 표본의 특성

구 분		빈 도	비 율
성별	남	190	59.2%
	여	131	40.8%
연령	18세~19세	76	23.7%
	20세~21세	142	44.2%
	22세~23세	61	19.0%
	24세~25세	30	9.3%
	26세 이상	12	3.7%
재학 학년	1학년	169	52.6%
	2학년	122	38.0%
	3학년	12	3.7%
	4학년	18	5.6%
대학소재지	서울	21	6.5%
	경기	282	87.9%
	인천	18	5.6%
직장경력 (아르바이트 포함)	유	289	90.0%
	무	32	10.0%
창업희망분야	제조업	18	5.6%
	외식업	93	29.0%
	서비스업	119	37.1%
	유통업	45	14.0%
	기타	46	14.3%

<표 2> 주요변수들의 상관관계 분석결과

변수	자기감성이 해	타인감성이 해	감성 활용	감성 조절	창업효능감	창업의도
자기감성 이해	1.000					
타인감성 이해	.338**	1.000				
감성 활용	.254**	.258**	1.000			
감성조절	.386**	.272**	.294**	1.000		
창업효능감	.310**	.305**	.472**	.308**	1.000	
창업의도	.212**	.284**	.273**	.207**	.525**	1.000

주: ** p < .01

<표 3> 변수에 대한 요인분석과 신뢰성 분석결과

요인	최종항목	Factor Loading	아이겐 값	누적분산	신뢰계수
자기감성이해	자기감정상태 이해	.819	2.515	50.307	.742
	자신의 기분인식	.736			
	감정변화 이유	.711			
	감정 상태를 정확히 파악하고 있다	.635			
	자신이 왜 화가 나는지 잘 모른다	.627			
타인감성이해	타인의도 파악	.803	3.177	63.552	.658
	타인에 대한 행동·기분을 이해	.733			
	타인감정에 대한 이해	.666			
감성 활용	스스로 항상 격려	.853	2.516	62.907	.800
	스스로 동기부여	.848			
	스스로 유능한 사람임을 지속인지	.800			
감성조절	흥분상황에서의 감정조절	.894	2.679	66.965	.834
	자신의 감정통제	.823			
	상황과 맞는 감정조절	.807			
창업효능감	회사운영에 대한 필요한 능력보유	.835	3.639	60.657	.870
	사업에 대한 성공운영 자신감	.789			
	문제해결에 대한 자신감	.786			
	사업설명에 대한 자신감	.785			
	장래 시장파악에 대한 자신감	.742			
	창업자금조달에 대한 자신감	.732			
창업의도	성취욕구충족위해 창업하고 싶다	.880	3.289	65.786	.867
	언젠가 창업을 하겠다는 생각	.861			
	아이디어 사업화로 성공하고 싶다	.823			
	창업을 위한 준비가 되어있음	.821			

4.3. 가설검정 및 논의

연구모형의 구성개념간의 관계에서 예비청년창업자의 자기감성이해는 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이라는 가설1-1을 검정한 분석결과(<표 4> 참조), 예비청년창업자의 자기감성이해($\beta=.183, t=3.382, p=.001$)는 창업효능감에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설1-1은 채택되었다. 이는 예비청년창업자가 스스로의 감정, 기분 등을 파악하고 이해할 수 있다는 것은 미래 자신의 창업관련 준비에 대한 자신감을 갖도록 하는 데 중요한 의미가 있음을 확인한 것이다.

또한 예비청년창업자의 타인감성이해는 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이라는 가설1-2의 검정에서 $\beta=.032, t=.608, p=.543$ 으로 타인감성이해가 창업효능감에 유의하지 않은 영향을 주고 있는 것으로 확인되어 가설1-2는 기각되었다. 이는 예비청년창업자가 타인의 기분과 감정 상태를 잘 이해하는 것은 주변사람들을 파악하는 능력은 있으나 그것이 창업을 준비하는 과정에서 잘 해낼 수 있다는 자신감으로는 연계될 수 없음을 보여주는 결과이다.

예비청년창업자의 감성 활용이 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이라는 가설1-3의 검정에서는, 예비청년창업자의 감성 활용이($\beta=.279, t=5.278, p=.000$) 창업효능감에 정(+)의 영향을 주고 있음이 확인되어, 가설1-3은 채택되었다. 예비청년창업자의 감성조절이 창업효능감에 정(+)의 영향을 줄 것이라는 가설1-4는 검정결과 $\beta=.124, t=2.298, p=.022$ 로 나타나, 예비청년창업자의 감성조절이 창업효능감에 정(+)의 영향을 주고 있음이 확인되어 가설1-4도 채택되었다.

한편 예비청년창업자의 창업효능감이 창업의도에 정(+)의 영향을 줄 것이라는 가설2를 검정하기 위한 분석결과(<표 5> 참조)에서는 예비청년창업자의 창업효능감이($\beta=.522, t=10.925, p=.000$) 창업의도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설2는 채택되었다.

이는 예비청년창업자가 문제해결에 대한 자신감을 가지며, 미래 사업에 대한 성공운영 및 시장파악을 잘할 수 있다는 능력을 보유하고 있다면, 그것은 자신의 성취욕구달성과 아이디어 사업화를 위해 향후 창업을 하고 싶다는 적극적 창업의도와도 연결될 수 있음을 보여주는 것이다. <그림 2>는 연구모형의 검증 결과를 나타낸 것이다.

<표 4> 감성지능과 창업효능감의 관계

종속변수	창업효능감				
	비표준화 계수		표준화계수	t값	유의확률
	독립변수	B	표준오차		
(상수)	.851	.348		2.445	.015
자기감성이해	.211	.062	.183	3.382	.001***
타인감성이해	.036	.059	.032	.608	.543
감성활용	.285	.054	.279	5.278	.000***
감성조절	.116	.051	.124	2.298	.022***

R제곱=.169, F값=16.015, df=18, p=.000

*** p< .001

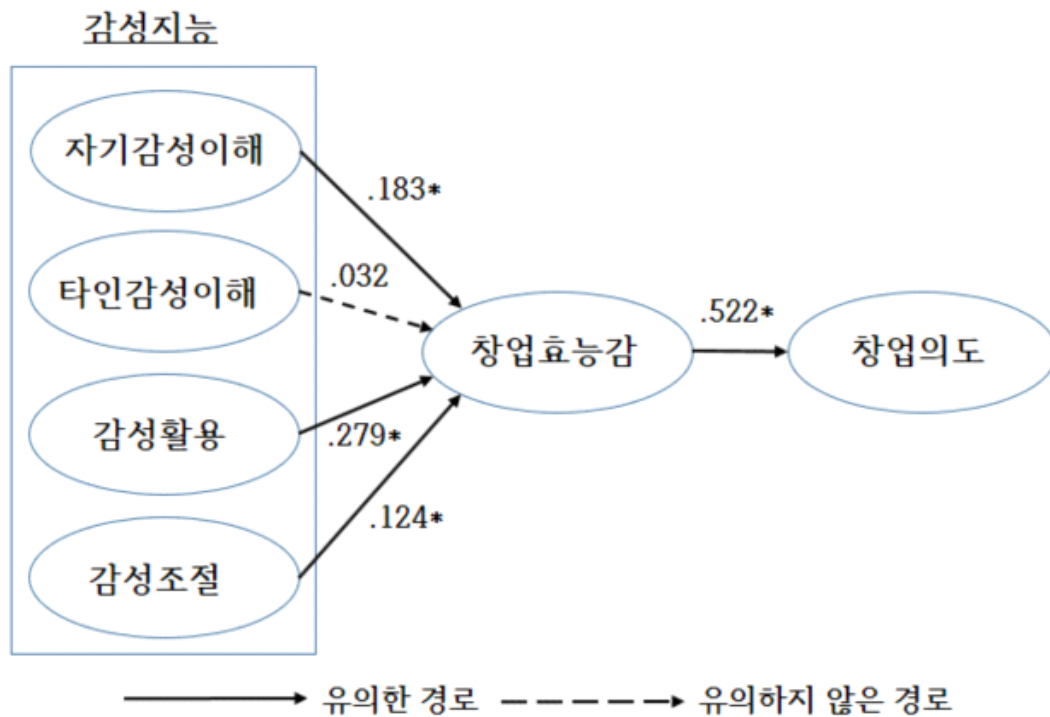
〈표 5〉 창업효능감과 창업의도의 관계

종속변수 독립변수	창업의도			t값	유의확률
	비표준화 계수		표준화계수		
	B	표준오차	β		
(상수)	1.236	.211		5.858	.000
창업효능감	.622	.057	.522	10.925	.000***

R제곱=.272, F값=119.352, df=6, p=.000

*** p < .001

〈그림 2〉 연구모형 검증결과



5. 결론

본 연구는 선행연구를 근거로 예비청년창업자의 감성지능이 창업효능감, 창업의도와 의 영향관계를 파악하기 위해 연구모형을 제시하고, 변인들 간 관련성에 대해 실증분석 하였다. 즉 감성지능의 요인인 자기감성이해, 타인감성이해, 감성 활용, 감성조절이 창업효능감에 어떤 영향을 주는지, 창업효능감은 창업의도와 어떤 영향관계가 있는지를 파악하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 예비청년창업자의 자기감성이해는 창업효능감에 유의한 영향을 주고 있음을 확인하였다($\beta=.183$, $t=3.382$, $p=.001$). 이는 B2C 영업사원을 대상으로 한 전타식(2017)의 연구에서 확인한, 자기감성이해가 자기효능감에 유의하지 않다는 결과와는 불일치한다. 즉 예비청년창업자의 자신에 대한 감정파악과 이해, 감정변화인지 등은 창업분야에서는 충분히 업무능력 증진을 위한 자신감으로 전환될 수 있음을 보여주는 것이다. 또한 타인감성이해는 창업효능감에 유의하지 않은 영향을 주고 있음을 확인하였다($\beta=.032$, $t=.608$, $p=.543$). 이는 외식업종사자를 대상으로 한 이정은(2016)의 감성지능 연구에서 타인감성이해가 자기효능감에 유의한 영향을 준다는 결과와는 불일치하는 것이다. 즉 예비청년창업자가 타인에 대한 감정이해, 타인의도파악, 타인의 행동과 기분을 파악하는 것만으로는 창업분야에서 스스로의 자신감 증진에 한계가 있음을 보여주는 것이다. 그리고 감성 활용과 감성조절 요인이 각각 창업효능감에 유의한 영향을 주고 있다는 결과는(각각 $\beta=.279$, $t=5.278$, $p=.000$, $\beta=.124$, $t=2.298$, $p=.022$), 전타식(2017)의 영업사원을 대상으로 한 연구에서 보여준 감성 활용과 감성조절이 자기효능감에 모두 유의한 영향을 준다는 결과와 일치한다. 둘째, 창업효능감은 창업의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다($\beta=.522$, $t=10.925$, $p=.000$). 즉 예비청년창업자들의 창업에 대한 자신감은 미래에 자신의 사업을 추진하고 싶도록 하며, 창업을 통해 성취 욕구를 달성하고 그들이 가진 아이디어를 적극적으로 사업화하기를 희망한다는 의미인 것이다. 이는 Kruger and Brazeal(1994)의 연구에서 자기효능감이 창업의도에 유의한 영향을 준다는 결과와 일치하며, 오상훈과 하규수(2013)의 연구결과인 창업가의 자신감과 자기효능감이 창업의지에 유의하다는 결과와도 일치한다. 본 연구결과를 통해 다음의 시사점을 도출하였다.

첫째, 본 연구는 선행연구를 통한 고찰과 실증연구를 통해 창업분야에서는 처음으로 예비청년창업자들의 감성지능을 다루었다는데 그 의의가 있으며 이는 선행연구들과의 차이를 보이는 부분이다. 감성지능요인 중 자기감성이해, 감성 활용, 감성조절 요인이 창업효능감에 유의한 영향을 준다고 확인된 것은 예비청년창업자들 스스로 항상 자신에 대한 격려와 동기부여 등을 지속적으로 할 수 있도록 창의적이고 긍정적 사고를 지

향하는 감성중심 교육시스템의 설계가 필요하다고 할 수 있다.

둘째, 창업효능감이 창업의도에 유의한 영향을 주고 있다는 결과는 예비청년창업자들이 창업에 대한 자신감을 통해 어렵고 위험하다고만 생각했던 창업을, 즐겁고 성공적으로 해낼 수 있다는 의지를 갖게 된다는 것이다. 따라서 창업효능감을 높이기 위해서는 예비청년창업자들에게 비즈니스 현장에서 일어나는 다양한 문제들을 접해 볼 수 있는 기회를 제공해야 한다. 또한 문제해결의 소중한 경험을 얻기 위해서는 효능감을 증진시키는데 초점을 맞추어 창업교육과 훈련프로그램이 집중 설계되어야 한다. 이는 기존에 시행되던 이론중심의 창업프로그램 형태가 아닌 실제 비즈니스상황과 유사한 문제를 직접 다루게 하는 콘텐츠 개발이 필요할 것이다.

이처럼 감성지능이 높은 예비청년창업자들이 스스로 창업에 대한 효능감을 증진시키고, 열정적인 의지로 미래창업에 도전한다면 장기적으로도 창업분야의 활성화는 물론 산업전반에 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

아울러 본 연구의 한계는 설문대상을 서울과 수도권 일부대학에서만 진행하여 지역적 편차가 발생할 수 있다는 점과 설문만을 통한 조사로 수행했기 때문에 일반화에도 한계가 있을 수 있다. 향후 연구에서는 지역범위의 확대를 통해 더 많은 의견을 물어 연구를 추진할 필요가 있다. 또한 예비청년창업자에 국한하지 않고 다양한 예비창업자의 입장에서 접근하는 연구가 필요할 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김미숙, 김영국. (2012). 관광관련 대학생들의 개인적 요인, 교육과 조직적 요인이 창업의도에 미치는 영향 - 창업 자기효능감의 매개효과-, 외식경영연구, 15(5), 61-84.
- 김해룡. (2008). 소상공예비창업자의 성격과 리더십이 창업효능감에 미치는 영향에 관한 연구 - 성격 5요인이론과 셸프리더십이론의 탐색적 적용. 대한경영학회지, 21(6), 2393-2420.
- 문성식, 전인오. (2017). 소셜 미디어 상호작용성에 따른 자기효능감이 창업의지에 미치는 영향. 한국물류학회지, 27(5), 135-147.
- 오상훈, 하규수. (2015). 창업환경 및 인식이 사업실패 부담감을 매개로 창업의지에 미치는 영향. 디지털융복합연구, 11(8), 143-157.
- 윤남수. (2013). 사이버대학과 일반대학 학습자 간의 창업동기, 기업가정신 및 창업의지 비교연구. 대한경영학회지, 26(3), 491-510.
- 윤방섭. (2004). 창업의지의 결정요인: 개인특성 및 환경요인. 산학경영연구, 17(2), 89-110.
- 이경미, 황선진. (2016). 국내 패션관련 전공 대학생들의 개인적 특성, 환경적 특성이 창업의지에 미치는 영향 - 창업효능감의 조절효과를 중심으로-. 한국디자인포럼, 50(0), 129-144.
- 이경희, 송정수. (2010). 간호사의 감성지능이 자기효능감과 직무스트레스에 미치는 영향 - 자기효능감의 매개효과 검증-, 간호행정학회지, 16(1), 17-25.
- 이성진. (2006). 기업가특성이 벤처창업의지와 창업에 대한 자신감에 미치는 영향에 관한 연구. 한국컴퓨터정보학회, 11(5), 281-290.
- 이정은. (2016). 외식업 종사자의 감성지능이 자기효능감, 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향 연구. 관광경영연구, 73(0), 415-438.
- 이지우. (2000). 개인특성과 창업의지 사이의 관계. 한국중소기업학회지, 22(1), 121-146.
- 전타식. (2017). B2C시장에서 영업사원의 감성지능이 자기효능감, 직무만족, 관계결속에 미치는 영향. 아태경상저널, 9(3), 15-32.
- 정은정, 조경희. (2015). 감성리더십이 자기효능감에 미치는 영향연구: 감성지능의 조절효과를 중심으로. Tourism Research, 40(1), 81-103.
- 정현우, 김창호. (2007). 조직구성원의 감성지능이 조직시민행동에 미치는 영향 - LMX의 조절효과-. 인적자원관리연구, 14(3), 167-186.

- 최향림, 하규수. (2012). 직장인들의 은퇴 후 창업의도에 미치는 영향 요인. 디지털정책연구, 10(9), 95-212.
- Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the Workplace: A reappraisal. *Human Relations*, 48(2), 97-125.
- Bandura. (1997). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ; Prentice Hall.
- Bandura. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Cooper, R. K. & Sawaf, A. (1997). *Executive EQ: emotional intelligence in leadership and organizations*. New York: Grosset Putnum.
- Fabio, A. D. & Kenny, M. E. (2013). Emotional intelligence and perceived social support among italian high school students. *Journal of Career Development*, 39(5), 461-475.
- Folkman, S. & Lazarus, R. S. (1984). *Stress, Appraisal and coping*, NY: Springer.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. New York; Bantam Books.
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N. F. Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-532.
- Noh J. S. & Kang, H. J. (2012). A Study on the Present Conditions of Promotion Policy and Alternative to Revitalize the Youth Start-up. *Journal of digital policy & management*, 10(9), 79-87.
- Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence, Imagination, Cognition and Personality. 9th, 185-211.
- Shapero, A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. in *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Eds. Kent, C. Sexton, D. & Vesper, K., Englewood Cliffs, IL: Prentice Hall, 72-90.
- Wilson, F. Kickul, J. & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3).

Wong, C. & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The leadership Quarterly*, 13(3), 243-274.

Zeider, M. Roberts, R. D. & Matthews, D. (2008). The science of emotional intelligence: Current consensus and controversies. *European Psychologists*, 13, 64-78.

