

사회적 네트워크가 창업의도를 매개로 창업에 미치는 영향

정대용¹, 박경임^{1*}

¹송실대학교 벤처중소기업학과

The Effects of Social Network on Entrepreneurial Activities Which are mediated by Entrepreneurship

Chung Dae Yong¹ and Park Kyung Im^{1*}

¹Department of Entrepreneurship, Graduate School of Soongsil University

요약 본 연구는 일자리 창출이 중요한 국정과제로 부각되고 있는 현실에 부응하여, 창업가를 대상으로, 사회적 네트워크가 창업의도와 창업에 미치는 영향에 관한 연구로서, 국내 창업가를 표본대상으로 총208명의 응답이 분석에 사용되었으며, 다중회귀분석과 매개회귀분석을 실시한 실증분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 사회적 네트워크의 강한 유대와 약한 유대는 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 강한 유대는 창업의도에 더 유의한 영향을 미치는 반면, 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 사회적 네트워크의 약한 유대는 창업에 더 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째 창업의도는 창업에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 넷째 창업의도는 강한 유대와 창업 사이에서 부분매개효과가 있는 것으로 나타났으며, 약한 유대와 창업사이에는 완전매개효과가 나타났다. 이러한 연구결과들을 통해서 창업가들은 사업 초기에 자원들이 부족하기 때문에 자주 만나고 접촉이 많은 가족, 친지, 친구중심의 강한 유대를 통해 창업관련 정보와 지식 등의 필요한 자원을 지원 받는다는 시사점을 제공한다. 아울러 미래의 잠재적 창업가들에게 창업에 따른 경제적, 기술적 지원의 필요성을 인식시킴과 함께 창업과정에서 도움을 받을 수 있는 다양한 사회적 네트워크를 구성하여, 창업의도를 고취시키고 활성화하여 창업방향을 제시하는데 실무적 의의를 갖는다. 향후 창업가와 예비창업가를 대상으로 성별에 따른 조절효과를 진행한다면 보다 의미 있는 결과까지 얻을 것으로 예상된다.

Abstract This study focuses on the creation new jobs since it is considered as the national purpose recently. As this phenomenon regarded, this study is purposed to explore the effects of social network on entrepreneurial intentions and new venture. To promote an empirical analysis, the sample survey based on 208 domestic nascent entrepreneurs are collected and multiple regression analysis and mediated regression analysis are used. The results of an empirical analysis are as follow. First, the finding shows that social network of the strong ties and the week ties positively affect on entrepreneurial intentions. The strong ties more influence on entrepreneurial intentions. On the other hand, the week ties which are based on substantial business knowledge, information, and technology more affect on entrepreneurship. Second, entrepreneurial intentions play a role in the partial mediation effect between the strong ties and entrepreneurship, and the perfect mediation effect is indicated by between the week ties and entrepreneurship. The results suggest that nascent entrepreneurs have a lack of capital during business start-up period. As this regard, they tend to achieve related entrepreneurship resources through the strong ties such as family, relatives, and friends. Moreover, it is suggested that the potential nascent entrepreneurs should be aware of necessity of technological and economical support so that it can establish various social network. Furthermore, it encourages entrepreneurial intentions, fosters entrepreneurship, and indicates the direction of entrepreneurship through practical suggestions. it is expected that moderating effect of gender on nascent entrepreneurs and non nascent entrepreneurs leads to useful results for the future.

Key Words : Social Network, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intentions.

*교신저자 : 박경임(eventwe@hanmail.net)

접수일 10년 09월 14일

수정일 (1차 10년 11월 16일, 2차 10년 12월 14일)

게재확정일 10년 12월 17일

1. 서론

최근 청년실업이 늘어나면서 창업이나 경영을 통해 경제적 독립과 자아실현을 이루려는 창업가들이 점차 증가하고 있다. 창업이 증가하고 국민 경제적 중요성이 부각됨에 따라 효과적인 창업 육성 또한 중요한 정책과제로 대두되고 있다. 이에 정부에서는 청년 실업문제 해결과 새로운 일자리 창출을 위해 '1인 창조기업 활성화 방안'을 제시하고 있으며, 신규 창업을 위해 우수 아이디어 및 기술 등을 활용하여 사업화하는데 필요한 기술개발 소요비용을 지원하고 있다[2]. 또한 고령화 사회의 문제점 해결을 위한 노년창업 등, 창업자육성 지원정책을 통하여 신규창업가를 육성하고 고용창출의 활성화를 위하여 지원정책을 시도하고 있다. 이와 같이 창업은 국가경제 발전과 고용창출 측면에서 매우 중요한 요소로 작용하고 있으며, 현재 우리 경제의 경쟁력 위기를 극복하고 미래지향적인 산업구조의 원활하고 지속적인 성장을 추구하기 위해서는 중소기업의 창업이 보다 활성화되어야 할 것이다.

창업이 활성화되기 위해서는 잠재적 창업가들이 창업에 대한 긍정적인 동기와 행동이 선행되어야 할 것이며 이에 대한 연구의 필요성도 대두되고 있다. 창업에 대한 선행연구는 지난 수십 년 동안 경제학, 사회학, 심리학, 경영학 분야의 많은 연구자들에게 새로운 기업을 창업하겠다는 동기와 개인의 행동은 기업가정신연구의 흥미로운 분야로써 주목받아 오고 있다[14,15]. 그러나 창업가를 대상으로 신규 창업에 중요한 요소인 사회적 네트워크가 창업의도와 창업에 미치는 영향에 관한 체계적인 연구가 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 창업가를 대상으로 창업의 시작동기가 개인적인 생각에 의한 창업인지 아니면 가족이나 누군가의 권유나 지원에 의한 것인지에 대한 창업배경과 사회적 네트워크가 창업의도와 창업에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다.

2. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 사회적 네트워크와 창업의도

사회적 네트워크(Social Network)의 개념을 살펴보면 학자들마다 약간씩 다른 의미로 사용되고 있다[7]. Seibert는 사회적 네트워크를 개인 간의 관계로 보고 자신에게 도움이 된다고 생각하는 관계들로 구성된다고 정의하였다[23].

본 연구에서는 사회적 네트워크를 약한 유대(비즈니스 중심으로 구성된 공식적 네트워크), 강한 유대(주로 가족, 친지나 가까운 친구 중심의 비공식 네트워크)로 구분하였다[12]. 사회적 네트워크와 창업의도와와의 관계에 대한 연구는 학자들에 의해서 가족배경으로 많이 다루어져왔다. Shapero & Sokol(1982)의 연구를 보면 창업의도에 영향을 미치는 요인으로서 사회적 네트워크 강한 유대의 창업가 부모의 역할을 강조하였다[24]. 즉 창업가에게 부모의 창업 경험이나 성공적 역할모델의 존재는 어릴 때부터 자라면서 많은 영향을 받게 되며 이러한 부모의 존재가 개인적 환경을 통해 창업에 대한 자신감, 기대, 창업가가 되기 위한 교육과 훈련에 대한 욕구를 높여줌으로써 자녀들은 창업을 선호하게 되며, 창업의도를 높여준다는 것이다.

Podolny & Baron(1997)은 네트워크의 내용에 따라 네트워크 특성이 개인의 집단내의 성과에 미치는 영향이 서로 다르다고 주장하였다[19]. 그것은 네트워크를 통해 전달되는 내용이 조직정체성일 때는 강한 유대의 네트워크를 많이 가진 개인들이 유리하지만, 기술자원과 관련될 때는 약한 유대의 네트워크를 가진 개인들이 유리하다는 것을 제시하였다. 또한 Jennifer et al.(2007)은 사회적 네트워크의 강한 유대는 창업의도에 영향을 미친다는 결과를 제시하고 있다[13]. 반면에 Granovetter(1973)와 Burt(1992)는 약한 유대에 관해 주장하고 있는데, 즉 약한 유대는 개인적 친구들을 포함하지 않으며 공식적 관계의 사업적인 연락, 은행원 그리고 비즈니스 커뮤니티가 중심이 되면서 존재하며, 약한 유대는 서로 다양한 정보를 가질 수 있는 위치에 있으므로 보다 빠른 정보의 획득이 용이하게 된다고 제시하였다[11,8]. 선행연구에서 학자들이 제시 했듯이 사회적 네트워크의 강한 유대와 약한 유대는 기업가에게 사회적 구조 내에서 매우 중요한 가치를 가지는 자산이며, 사회적 네트워크를 통해 창업가들은 정보교환 및 인맥관계 형성 등 많은 도움을 받으며, 특히 신규 창업에 있어서 다양한 네트워크 활동은 창업 성공에 필수적인 것이다[5].

이상의 선행연구들을 살펴볼 때 사회적 네트워크가 창업의도에 영향을 미치는 분석을 하고자 다음과 같이 가설을 설정하고자 한다.

가설 1. 사회적 네트워크는 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1. 강한 유대는 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-2. 약한 유대는 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 사회적 네트워크와 창업

사회적 네트워크를 구축하고 있는 사람들은 그렇지 않은 사람들과 비교해서 정보를 빠르게 받을 수 있다[3]. 창업자들은 사회적 유대 관계의 활동을 통해서 창업과정에서 발생하는 어려움을 극복하고, 창업을 성공적으로 이끌기 위하여 창업 초기단계에서 다른 사람들이나 관련된 사람과 접촉하고 구축하는데 상당한 시간을 투입한다. 이러한 시간의 투자는 창업자들에게 이익을 가져다 줄 뿐 아니라 사회적 네트워크를 통해서 경제적, 정치적, 사회적 자원의 동원을 가능하게 해준다[23].

따라서 본 연구는 다음과 같이 선행연구의 논의를 근거로 가설을 설정하였다.

가설 2. 사회적 네트워크는 창업에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 2-1. 강한 유대는 창업에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-2. 약한 유대는 창업에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 창업의도와 창업

최근의 논문들에서 창업의도(Entrepreneurial Intentions)에 대하여 연구가 제기되고 있다[13,4]. Jennifer et al.(2007) 등은 창업을 시작하는 창업의도가 기업가정신의 강한 예측변수라고 제안하고 있다. 새로운 사업을 시작하고자 하는 창업자에게 창업의도는 매우 중요한 관계를 가지고 있는 요인이라 할 수 있다. 즉 창업의 시작은 창업가의 계획적인 창업의도와 다양한 활동에 의해 이루어지며, 이러한 과정들을 통해 창업으로 연결된다[9].

선행연구자들은 창업의도에 영향을 주는 특징 요인으로서 경제적, 개인의 경력 및 환경적 특성, 개인의 성향을 제시하였다[9].

또한 창업을 성장 잠재력이 있는 창조적 개념으로서, 창업 초기 단계뿐만 아니라 창업의 전 과정을 포함시키며, 이러한 과정은 자산, 시간, 직업에 대한 헌신 등의 위험을 감수하는 개인에 의해서만 부가적 부를 창출하는 것이 가능하다고 제시 하고 있다[18,22]. 이처럼 개인의 부의 창출과 국가 경제 발전에도 중요한 요소인 창업에 창업의도가 미치는 영향 관계에 대하여 분석하고자 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 3. 창업의도가 창업활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

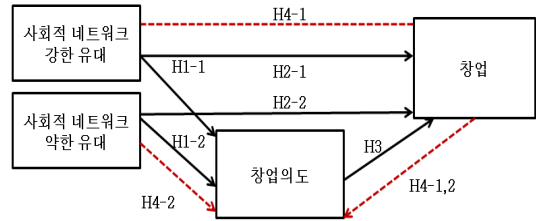
가설 4. 창업의도는 사회적 네트워크와 창업 사이를 매개할 것이다.

- 4-1. 창업의도는 강한 유대와 창업 사이를 매개할 것이다.
- 4-2. 창업의도는 약한 유대와 창업 사이를 매개할 것이다.

3. 연구방법

3.1 연구모형

본 연구는 창업자에게 사회적 구조 내에서 매우 중요한 가치를 가지는 사회적 네트워크가 창업의도와 창업에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 선행연구들의 흐름을 중심으로 살펴보았다. 이를 토대로 그림 1과 같은 연구모형을 설계하였다.



[그림 1] 연구모형

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정도구

본 연구에서 연구 분석에 사용된 모든 변수들에 대하여 선행연구를 근거로 조작적 정의를 내렸고, Zahra와 Covin이 개발한 5점 Likert 척도를 사용했다[25].

[표 1] 변수의 정의 및 측정 문항 수

변수	변수정의	선행연구	비고
사회적 네트워크 강한유대	부모님(아버지, 어머니) 배우자(남편, 아내) 형제자매(형, 동생, 언니) 친척(4촌 및 8촌 이내) 친구(학교동창, 사회친구, 직장동료 등)	Granovetter (1973) Burt(1992) Jennifer et al.(2007)	5 문항
	정부부처(중기청, 특허청) 관련산업협회(벤처기업협회, 관련기관 등) 금융기관(은행, 벤처캐피탈) 협력기업(납품 및 제유업체)		
사회적 네트워크 약한 유대	민간(회계사, 변호사 및 법무사 등)	양춘환(2008) 김춘광(2009) 노경훈(2010)	5 문항
창업의도	창업에 대한 구체적인 계획	Cox et al.(2002) 박지수(2004)	10 문항
창업	창업을 위한 다양한 행동	Reynolds(1997) Reynolds et al. (2004) Jennifer(2009)	10 문항

3.2.1 사회적 네트워크의 강한유대와 약한 유대

선행연구에서 사회적 네트워크를 양준환(2008)은 공식적 네트워크와 비공식적 네트워크를 각각 6곳으로 분류하였다[3]. 본 연구에서는 기존에 연구에서 중복되는 부분을 묶어서, Jennifer et al.(2007) 연구의 강한 유대와 약한 유대 분류와 노경훈(2010)의 분류 결과를 바탕으로 강한 유대와 약한 유대를 각각 5곳 총 10개로 분류하였다[6,13]. 설문지의 항목들은 Jennifer et al.(2007)의 선행 연구를 바탕으로 응답자들에게 사업지식, 기술들 또는 경험에 기여하는데 있어서 강한 유대와 약한 유대가 잠재적으로 어느 정도 “도움적”이었던지 질문을 하였다. “귀하의 창업과 관련하여 필요한 정보 및 기술적 경험 등의 제공에 있어 지인, 기관들은 어느 정도 도움이 되었다고 생각하십니까?” 다섯 가지의 강한 유대 항목들(부모님, 배우자, 형제, 다른 친척과 친구)과 다섯 가지의 약한 유대 항목들(정부부처, 관련 산업, 금융기관, 협력업체, 회계사)이 리스트에 포함되었다. 응답자들은 five-point Likert scale을 통해 1~매우 작음에서부터 5~매우 많음으로 선택하여 응답하였다. 같은 방법이 약한 유대에도 사용되었다.

3.2.2 창업 의도

창업의도에 대한 설문지 구성은 직장생활보다 창업을 해서 성공하고자 하는 기업가적 의도로서 그 범위는 10 가지 항목들로 Cox et al의 선행연구를 바탕으로 본 설문 조사를 구성하였다[10]. 범위는 “나는 사업을 시작하는 구체적인 계획을 갖고 있다”와 같은 질문들이다. 응답자들은 어느 정도 본 설문에 동의하는지 반대하는지를 five-point Likert scale(1.-전혀 그렇지 않다 5.-매우 그렇다)를 이용하여 응답하였다.

3.2.3 창업

창업에 대한 설문지는 창업을 시작할 당시 창업행동에 관한 질문으로 응답자들은 five-point Likert scale(1.-전혀 그렇지 않다 2.-그렇지 않은 편이다 3.-보통이다 4.-약간 그렇다 5.-매우 그렇다)의 연속된 질문들로 구성하였으며, (1)나는 정부에서 보조하는 창업에 관한 교육훈련강좌에 참가하였다. (2)나는 창업 준비를 위해 사전인력을 확보하여 팀을 구성하였다. 등과 같은 질문들에 응답하도록 하였다.

4. 실증분석결과

4.1 표본대상 및 표본의 특성

본 연구는 창업가를 대상으로 2010년 4월 15일부터 5월 10일까지 e-mail 설문조사와 방문조사를 실시하였다. 그 결과 총 218개 자료를 수집하였으며, 이 가운데 설문 응답이 불성실하거나 신뢰성이 낮다고 판단되는 경우를 제외하고 최종분석에는 208개 표본을 사용하였다. 표본의 평균나이는 46세 이상이 전체의 46.20%로 나타났다. 성별은 남성이 158명(76%), 여성이 50명(24%)으로 나타났다. 표본들의 교육수준은 대졸이 전체의 60.10%였으며, 업종별로는 서비스업이 26.90%나타났다. 종업원 수는 1인~10인이 전체의 61.50%를 차지하였으며, 사업업력은 3년-5년이 전체 26.40%로 나타났다.

4.2 분석방법

본 연구는 설문지법을 이용하여 수집된 자료를, 연구 목적에 따라 SPSS(Ver 12.0)을 사용하여 통계 처리하였으며, 모든 가설설정의 유의수준은 .05를 설정하였다. 타당성 검증은 선행연구를 통해 도출된 각 측정문항들을 모두 포함하여 탐색적 요인분석(Exploratory factor analysis)을 실시하였다. 또한 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석과 매개회귀분석을 실시하였다.

4.3 요인분석 및 신뢰도 분석결과

[표 2] 신뢰성 및 타당성 분석결과

문항	요인1	요인2	요인3	요인4
관련산업7	0.835			
정부부처6	0.811			
금융기관8	0.797			
세무법무사10	0.776			
협력기업9	0.595			
부모님1		0.856		
형제자매3		0.854		
배우자2		0.835		
친척4		0.843		
창업의도2			0.561	
창업의도5			0.568	
창업의도6			0.708	
창업의도7			0.727	
창업의도9			0.767	
창업2				0.633
창업3				0.818
창업6				0.811
창업7				0.691
eigen-value	3.393	2.887	2.597	2.413
설명력	18.847	16.041	14.425	13.404
누적설명력	18.847	34.889	49.313	62.717
Cronbach's α	0.849	0.836	0.799	0.777

본 연구에서 사용된 변수의 신뢰성은 내적 일관성을 측정하는 크론바하 알파 계수를 통하여 확인하였다. 그리고 타당성 검증은 선행연구를 통해 도출된 각 측정문항들을 모두 포함하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인회전은 직각회전인 베리맥스 회전방식을 사용하였고 요인추출은 주성분분석방법을 사용하였다.

분석결과, 표 2에서 보는 바와 같이 신뢰성 검증은 요인분석을 통해 도출된 모든 변수들을 포함하여 측정항 후 신뢰도를 저해하는 항목들을 제거해나가는 방식으로 신뢰도 개선하는 방식을 취하였다.

분석결과, 변수들의 신뢰도를 나타내는 Cronbach's 알파 계수가 Nunnally(1978)가 제시한 0.6을 모두 상회하므로 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다[17].

4.4 상관관계 분석결과

표 3에서 보는 바와 같이, 상관관계 분석결과 강한 유대 및 약한 유대는 창업의도, 창업에 모두 상관이 있는 것으로 나타났다.

[표 3] 상관관계 분석결과

	평균	표준 편차	강한 유대	약한 유대	창업 의도	창업
강한 유대	3.335	0.689	1			
약한 유대	3.440	0.560	0.360 (**)	1		
창업 의도	4.130	0.692	0.311 (**)	0.289 (**)	1	
창업	3.601	0.854	0.239 (**)	0.252 (**)	0.472 (**)	1

**p<.01

4.5 가설검증 결과

상관관계분석에 이어 본 연구에 적용된 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

4.5.1 가설 1의 검증결과

가설 1의 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 강한 유대의 사회적 네트워크가 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과, 표 4에서 보여주듯이 1-1과 1-2는 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설은 모두 채택되었다.

4.5.2 가설2의 검증결과

가설 2는 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 약한 유대의 사회적 네트워크가 창업에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 검증하는 것이다. 다중회귀분석을 통해 분석해본 결과, 2-1과 2-2도 채택되었으며, 약한 유대가 강한 유대보다 창업에 유의한 결과를 미치는 것으로 나타났다.

4.5.3 가설 3의 검증결과

가설 3은 창업의도가 창업에 영향을 미치는 영향에 관해 살펴보았다. 가설검증 결과, 창업의도는 창업에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

4.5.4 가설 4의 매개효과 검증결과

가설 이외에 본 연구에서는 매개효과를 검증하기 위해 매개회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 표 5과 같이 4-1과 4-2는 창업의도가 강한 유대와 약한 유대와 창업사이에 완전매개효과가 있음이 밝혀졌다.

[표 4] 회귀분석 결과표

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
창업의도	강한 유대	0.239	0.070	0.238	3.410	0.001	0.870	1.149
	약한 유대	0.251	0.086	0.204	2.920	0.004	0.870	1.149
F=15.698, Adjusted R2=0.133, Sig.F =0.000								
창업	강한 유대	0.211	0.089	0.170	2.383	0.018	0.824	1.214
	약한 유대	0.291	0.109	0.191	2.666	0.008	0.836	1.197
F=9.974, Adjusted R2=0.089, Sig.F =0.000								
창업	창업의도	0.583	0.076	0.472	7.690	0.000	1.000	1.000
	F=59.141, Adjusted R2=0.223, Sig.F =0.000							

[표 5] 매개회귀분석결과

	변인	Beta	R2	F	t	유의 확률	종속변수
1단계	강한유대	0.311	0.097	22.063	4.697	0.000	창업의도
2단계	강한유대	0.239	0.057	12.470	3.531	0.001	창업
3단계	강한유대	0.102	0.232	31.038	1.582	0.115	창업
	창업의도	0.441			6.843	0.000	
1단계	약한유대	0.289	0.084	18.800	4.336	0.000	창업의도
2단계	약한유대	0.252	0.063	13.953	3.735	0.000	창업
3단계	약한유대	0.126	0.238	31.937	1.975	0.050	창업
	창업의도	0.436			6.842	0.000	

**1단계: 독립->매개, 2단계: 독립->종속, 3단계: 독립*매개->종속

의미 있는 시사점을 도출할 수 있다. 창업가는 가족, 친지, 지인중심의 개인적인 사회적 네트워크를 통해 창업에 대한 욕구와 창업의도를 가지며 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 약한 유대의 사회적 네트워크를 통해 창업에 영향을 미친다는 것을 발견하였다. 이와 관련하여 창업의도가 창업에 영향을 미친다는 연구결과들은 창업자 육성 지원정책이나 신규창업가를 육성하고 창업활성화 정책에 중요한 지킴역할을 할 것으로 기대한다. 향후 창업가와 예비창업가를 대상으로 성별에 따른 조절효과를 진행한다면 보다 의미 있는 결과까지 얻을 것으로 예상된다.

참고문헌

5. 결론

경제 불황으로 기업들의 구조조정이 가시화되면서 고용축소와 청년실업이 늘어나면서 창업이나 경영을 통해 경제적 독립과 자아실현을 이루려는 창업가들이 점차 증가하고 있으며, 그에 따른 학계 연구의 필요성도 대두되고 있다. 본 연구는 이러한 연구필요성에 따라 창업가를 대상으로 창업배경과, 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 사회적 네트워크 유대가 창업의도와 창업에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

창업배경과 관련하여 처음 창업을 시작할 때 친구가 가장 긍정적이었으며, 다음으로 배우자 순으로 나타났다. 또한 사회적 네트워크 유대가 창업의도와 창업에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴본 분석결과는 다음과 같다.

첫째 사회적 네트워크의 강한 유대는 창업의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 강한 유대는 높은 창업의도를 통해서 창업의 시작을 유도하고, 새로운 창업시작과 같은 중요한 계획을 세울 때 활용되어진다는 기존 Krackhardt의 주장과 일치하는 결과로 볼 수 있다 [16].

둘째 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 약한 유대의 사회적 네트워크는 창업에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이런 결과는 유용한 사업지식, 정보, 기술을 갖춘 비즈니스 중심의 약한 유대가 창업에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었으며, 공식적 관계의 약한 유대는 서로 다양한 정보를 가질 수 있는 위치에 있으므로 보다 빠른 정보의 획득이 용이하게 된다(Burt, 1992). 는 주장과 일치하는 결과를 알 수 있었다[8].

셋째 창업의도는 창업에 영향을 미친다는 결과를 발견하였다. 이러한 연구결과들을 종합해 보면, 다음과 같은

- [1] 박지수, “창업정신요인과 직무만족 및 직장 안정이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 경기대학교 교 서비스경영전문대학원, 석사학위논문, 2004.
- [2] 심재후·최명길, “1인 창조기업의 창업동기에 관한 사례 연구”, 한국산학기술학회지, 제11권, 3호, pp.1085-1094, 2010
- [3] 양준환, “한·중 중소기업의 핵심역량 및 기업가적네트워크 활동이 기업성장에 미치는 영향”, 숭실대학교 대학원, 박사학위논문, 2008.
- [4] 유연호, “창업의지의 영향요인에 관한 실증연구”, 호서대학교 벤처전문대학원, 박사학위논문, 2008.
- [5] 정대용·박경임, “여성 기업가의 자아효능감 및 비공식적 네트워크가 벤처기업 성과에 미치는 영향”, 한국상업교육학회지, 제24권, 1호, pp. 01-04, 2010.
- [6] 노경훈, “벤처기업의 사회적 자본이 조직 기업가정신을 매개로 기업성장에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구”, 숭실대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.
- [7] 전수진, “사회적 네트워크가 직무유용성 및 경력유용성에 미치는 영향에 관한 연구”, 강남대학교대학원, 박사학위논문, 2005.
- [8] Burt, R., *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
- [9] Bird, B., “Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention”, *Academy of Management Review*, Vol.13, No.3, pp.442-453, 1988.
- [10] Cox, L, S. Mueller and S. Moss., “The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Self-efficacy”, *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol.1, No.2, pp. 229-245, 2002.
- [11] Granovetter, M., “e Strength of Weak Ties” *American*

Journal of Sociology, Vol.78, pp.1360-1380, 1973.

[12] -----, "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited", In *Social Structure and Network Analysis*, P Marsden and N Lin(eds.), Beverly Hills, CA: Sag Publications, 1982.

[13] Jennifer, M. Sequeira. & Stephen, L. Mueller. & Jeffrey, E. McGee., "The Influence Of Social Ties and Self-efficacy Informing Entrepreneurial Intentions and Motivating Nascent Behavior", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol.12, No.3, pp.275-293, 2007.

[14] Krueger, N and A Carsrud., "Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior", *Entrepreneurial and Regional Development*, Vol.5, pp.315-330, 1993.

[15] ----- and D. Brazeal., "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.18, No.3, pp.91-104, 1994.

[16] Krackhardt, D., "The Strength of Strong Ties: The Importance of Philos", in N. Nohria & Eccles(Eds), *Networks and Organizations: Structure, form and Action*, MA: Harvard University Press, pp.216-239, 1992.

[17] Nunnally, J. C., *Psychometric Theory*, New York: McGraw Hill, 1978.

[18] McMullan, W. & Long, W. A., "An Approach to Educating Entrepreneurs", *The Canadian Journal of Small Business*, Vol.1, No.2, pp.32-36, 1983.

[19] Podolny, J. M, and Baron, J. N., "Resources and Relationships: Social Networks and Mobility in the Workplace", *American Sociological Review*, Vol.62, No.5, pp.673-693, 1997.

[20] Reynolds, P., "Who Starts New Firms? Preliminary Explorations of Firms in Gestation", *Small Business Economics*, Vol.9, No.5, pp.449-463, 1997.

[21] Reynolds, P, N Carter, W Gartner and P Greene., "The Prevalence of Nascent Entrepreneurs in the United States: Evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics. *Small Business Economics*, Vol.23, No.4, pp.263-284, 2004.

[22] Ronstadt, R. C., *Entrepreneurship*, Dover, MA: Lord Publishing, 1984.

[23] Seibert, S. E, Kraimer, M. L. and Liden, R. C., "A Social Capital Theory of Careers Success", *Academy of Management Journal*, Vol.44. No.2, pp.219-237, 2001.

[24] Shapero, Albert. & L. Sokol., "The Social Dimensions of Entrepreneurship Encyclopedia of Entrepreneurship" Edited by Calvin A. Kent, Donald L. Sexton, and Karl H. Vesper, Englewood Cliffs,

Prentice-Hall Inc. New Jersey, 1982.

[25] Zahra, S. A., "Governance, Ownership, and Corporate, Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities", *Academy of Management Journal*, Vol.39, pp.1713-1735, 1996.

정 대 용(Daeyong Chung)

[정회원]



- 1988년 12월 : 고려대학교 경영학 박사.
- 1983년 3월 ~ 현재 : 숭실대학교 벤처중소기업학부 교수
- 1993년 12월 ~ 1995년 7월 : 미국 펜실베니아대학교 와튼스쿨 방문교수

- 2001년 8월 ~ 2002년 7월 : 미국 케네소우 주립대학교 초빙교수
- 2007년 7월 ~ 2008년 12월 : 한국창업학회 회장

<관심분야>

기업가정신, 창업전략, 사회적 기업, 사회적 자본, 리더십

박 경 임(Park Kyung Im)

[정회원]



- 2005년 8월 : 숭실대학교 벤처중소기업학과 경영학 석사
- 2008년 8월 : 숭실대학교 벤처중소기업학과 박사과정수료
- 1998년 경북과학대학교 겸임교수(2년)
- 1999년 수원여자대학교 겸임교수(2년)

- 1991년 3월 ~ 현재 : (주)이벤트그룹 위 대표이사

<관심분야>

기업가정신, 리더십, 네트워크, 사회적 기업, CSR 창업