Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society
Vol. 12, No. 11 pp. 4881-4887, 2011

http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2011.12.11.4881

중국기업가의 창업에 대한 기대가 창업 및 성장의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구

정대용[1], 첨 희[1*]
[1]숭실대학교 벤처 중소기업학과

An Exploratory Study on the Effects of Entrepreneurial Expectancy of China's Entrepreneur upon Start-up Business and Growth Intentions

Dae-Yong Chung[1] and Xi Zhan[1*]
[1]**Department of Venture and Entrepreneurship, Graduate School, Soongsil University**

요 약 본 연구의 목적은 현재 중국 각 지역에서 중소기업을 경영하고 있는 중국인 창업가나 기업가를 대상으로 기대이론의 1차 수준을 적용해서 창업에 대한 기대, 창업, 그리고 성장의도를 서로 간의 관계 모형을 입증하기 위한 것이다. 본 연구에서 기대는 창업에 대한 기대로, 그리고 창업 및 성장의도는 창업가의 주도적 생각으로 정의하였다. 연구결과에 따르면 제시된 가설 모두가 채택되었다. 즉 기업가의 창업에 대한 기대는 창업 및 성장의도에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 창업은 성장의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 창업의 매개역할 확인하려고 실시한 매개회귀분석 결과는 창업이 부분 매개효과를 갖는 것으로 나타났다.

Abstract The research purposes is apply to the expectation theory for the China's entrepreneurs .want to know the relations model among the entrepreneurial expectancy, start-up business and expect growth. The entrepreneurial expectancy is defined expectation about entrepreneurial establishment, start-up business and expect growth intentions are defined entrepreneur's lead consider. According to the study, all of hypothesis have been suggested. In other words, expectation about entrepreneurial establishment, start-up business and expect growth effects and start-up business show the mediated effect in the research.

Key Words : Entrepreneurial Expectancy, Start-up Business, Expect Growth Intentions, China's Entrepreneur

1. 서론

최근 중국(中國)이 경제 대국에서 경제 강국으로 전환되고 있다. 그 원인들을 분석해보면 정책요인과 시장요인, 자원요인, 그리고 기업가정신 요인을 들 수 있으며, 특히 그 중심에서 뛰어난 기업가정신을 가진 민간 기업가들이 많다[3]. 이에 중국의 급성장을 주도하고 있는 중국의 기업가(Entrepreneur)들에 대한 이해의 필요성이 제기되었으나[17], Lau와 Buseitz(2001)의 연구에서 급격히 변화하는 기업환경을 제대로 인식하는 기업가정신이 중국 기업 성장에 긍정적인 영향을 미치는 주요변수로 나타났다[7].

안타깝게도 한국에서는 여전히 중국 기업가들 대한 심층적인 이해 및 그들이 대상으로 한 관련연구가 많이 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 기존 기업가정신 관련 연구들의 발전 흐름[3]을 따라 기존 연구의 한계를 극복하기 본 연구에서는 기대이론을 이용해서 중국 창업가들의 기대와 창업이 성장에 어떤 영향을 미치는가에 대한 실증분석을 통해 이들 간의 관계모형을 확인하고자 한다. 이를 통해 한국에서 중국 기업가에 대한 이해에 도움 줄

본 논문은 2011년도 숭실대학교의 연구비 후원으로 수행되었음
*교신저자 : 첨희(zhanxi@naver.com)
접수일 11년 09월 02일 수정일(1차 11년 10월 04일, 2차 11년 10월 13일) 게재확정일 11년 11월 10일

수 있다고 생각한다.

2. 이론적 배경 및 가설설정

기업가정신은 21세기 기업경영에 있어 가장 중요한 핵심요인으로 주목받고 있다. 기업가정신은 기업경쟁우위를 지켜나가기 위해 변화하는 기업환경에 민첩하게 대응하고 과감한 혁신을 통해 성장하는 기업가들의 행동양식을 의미한다. 기업을 시작하는 것은 복잡하고 해부학적 행동과 의지된 목표와 계획적인 실행방법 등이 다 함께 진행되어야만 한다. 따라서 Shane & Venkataraman[13]은 기업환경을 분석하고 새로운 사업기회를 찾아 실행에 옮기는 기업가의 인식 능력(Cognitive Process)에 따라 성공여부가 결정된다고 설명했다. 그리고 Timmons(1994)는 기업가정신은 사업기회에 초점을 두고, 의지(intention)가 다음 행동에 어느 정도 결심하게 하는지의 총체적 접근방법과 균형 잡힌 리더십을 바탕으로 하는 사고, 추론행동(reasoned action) 방식이라고 정의한다[14]. 이에 본 연구에서 인간의 동기-행동을 체계적으로 설명할 수 있는 대표적인 기대이론을 이용해서 기업가에 대해 분석한다.

2.1 기대이론에 관한 기존 연구

무언가 하려는 의지에 있어서 창업의지에 관한 많은 연구 중에서 Vroom(1964)은 최초로 기대이론을 체계화하였다. 그는 기대가치의 중요성을 바탕으로 개인들이 자신들의 직무에서 자신들이 원하는 것을 얻을 수 있다고 믿을 때 동기부여 된다는 점을 이론화하였다. 기본전제는 개인을 이성적이고, 행동이 가져올 수 있는 결과를 이해하고 결과의 기대가치와 결과를 달성할 가능성을 결합시킨 것을 기초로 선택 가능한 대안들 중에서 선택을 한다는 것이다. 이경근(2010)의 연구에 의하면 유의성(valence)은 개개인이 보상에 대하여 어떠한 가치를 부여하는가가 노력의 발휘나 행동선택의 중요한 기준이 된다. 수단성(instrumentality)은 행동으로 인한 특정수준의 결과가 의미를 지니고 있는 보상을 이끌어낼 수 있는 가능성에 대한 판단이 되다[8]. 또한 기대(Expectancy)는 활동과 성과와의 연합정도(Action-outcome association), 즉 어떤 활동이 특정한 성과를 초래할 것이라고 개인이 믿고 있는 주관적인 확률을 말한다[15].

Vroom의 기대이론은 1차 수준결과, 즉 노력-성과 기대, 그리고 2차 수준 결과, 즉 성과-결과 기대로 구성되었다. 제1차 수준의 결과는 사람이 수행 할 일, 특정행동의 최종산물을 의미한다. 제2차 수준의 결과란 1차 수준의 결과에 의해서 초래되는 보상 또는 결과를 말한다. 또한 Mitchell(1974)는 이 개념을 이용하여 조직 내 행동에 관한 일반모델과 직업선택모델을 구성하였다[9]. 주요한 인지이론들은 모두 기대에 행동을 결정하는 역할을 부여한다[8]. 창업에 노력을 들이려는 선택에 기대이론의 체계를 적용하면, 개인은 창업활동에 성공적으로 착수할 수 있다.

본 연구에서는 기대이론의 1차 수준 결과, 즉 노력-성과 기대만을 이용해서 탐색적 연구시도를 진행한다.

2.2 기업가적 기대와 창업

기대란 과거의 경험과 지식이 미래를 예측하는데 사용되는 척도이고 직무의 미래의 상태에 대한 믿음이다.

Ajzen(1987)는 한 개인의 기대가치는 기업가정신을 추구하려는 의도의 인지된 바람직한 특성에 영향을 끼칠 것이라고 한다[1]. 그리고 Gatewood(2002)연구에서 인지된 바람직한 특성과 기대효용의 척도는 창업의도와 상당한 상관성이 있음을 발견했고, 기업가적 기대는 창업, 커뮤니케이션, 피드백 또는 타인으로부터 얻은 정보를 의미한다[6]. 그리하여 개인들은 기대에 기초하여 직업으로의 창업 또는 직무를 선택하고 노력을 기울인다[10].

따라서 본 연구에서는 Gatewood의 연구결과[6]를 참조하여 노력-성과-결과 모형에 기초한 과정으로 사용하는 기업가적 기대는, 창업자들이 본인의 경험, 능력 등을 발휘하여 창업을 위한 노력을 다하면 창업을 성취할 수 있다는 창업가의 믿음으로 규정한다.

가설-1: 중국 기업가의 창업에 대한 기대는 창업에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.3 기업가적 기대와 성장의도

기업가들은 기회를 추구하고, 이를 가치(valuable) 있는 것으로 창조해 내는 과정에서의 어려움을 인내와 노력으로 극복하는 특성을 갖는다. 이 때, 동일한 문제에 대해 개개인마다 대처하는 방식이 상이하다는 점에서 개개인마다 가지고 있는 기업가적 특성이 서로 다르게 드러난 행위의 원인이 될 수가 있다[4].

Gatewood(2002)는 기대이론의 특정 내생 및 외생 변수를 추가하여 강화시키어 기존 모델에 대한 확장 중 하나로, 성장의도의 추가를 들 수 있다[6]. 여기서 성장의도이란 최고경영자가 갖고 있는 성장에 대한 의지 또는 의도로, 성장을 측정할 수 있는 척도 이자 개념이다. 기업의 성장과 관련된 연구에서 성장에 대하여 세 가지로 분류하고 있다. 전략적 관점, 미시적 행동 관점, 그리고 조직 수명주기 관점이다. 대부분의 연구는 성장을 실현된 성장

으로 측정하고 있다. 이렇게 되면 성장 측정 시 미래적 관점을 반영하지 못하는 약점을 갖게 된다[12]. 본 연구는 창업가들이 창업 초기에 가진 기대가 기업설립 후에도 계속 유지하고 있는지에 대하여 확인하고자 한다.

가설-2: 중국 기업가의 창업에 대한 기대는 기업의 성장의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.4 창업과 성장의도

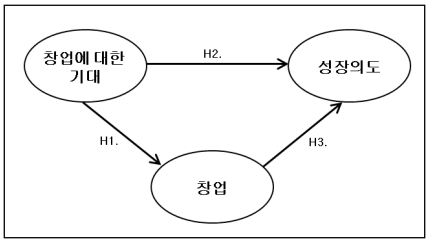
창업은 하나의 조직을 창조하는 과정으로 정의된다. 성장은 기업 성공의 중요한 지표이자 국가 경제 개선의 필수 선행 요인[5]으로 간주된다. 창업기업가에게 성장은 좋은 목표로 여겨지며, 성장은 창업가에게 성공의 비료로 간주된다[5].

Ajzen[1]의 연구 결과에 따르면 성장에 대한 열망은 성장 기대와 유의적인 양(+)의 관련성을 보인다. 기업가 활동의 이유, 성장 선호, 성취된 성장에 관한 최근의 종적 연구에서는, 기업가가 재정적 성과에 부여하는 중요도가 기업가의 성장 선호, 의도한 신생 벤처 규모, 그리고 성취한 성장의 핵심 결정 요인이라는 사실을 입증했다. 하지만 모든 창업가들이 창업 후에 기업의 성장을 유지하고 노력하는 것만은 아니다[1]. 또한 성장자체는 변화과정이기 때문에 Wiklund 등은 기업활동을 확장하고자 하는 기업가의 포부는 실재 성장과 긍적적인 관계가 있다는 것을 확인하였다[16].

가설-3: 중국 기업가의 창업은 성장의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

그리고 창업은 창업에 대한 기대와 성장의도 간에 어떤 매개효과가 존재하는지를 확인하기 위해서 가설-4를 세운다.

가설-4: 중국 창업가의 창업에 대한 기대가 성장의도에 미치는 영향에 있어서 창업은 매개역할을 할 것이다.



[그림 1] 연구 모형
[Fig. 1] Research Model

3. 연구방법 및 실증분석

3.1 자료 수집 방법

본 연구는 선행연구들을 근거로 작성된 설문지를 개발하여 중국 기업가들에게 배포·회수하여 분석하는 방식을 취하였다. 2011년 2월 ~ 5월의 약 3개월에 걸쳐 중국 본토의 광동, 심천지역에 소재한 공장을 직접 찾아가 각각의 설문지를 수집했다. 불성실한 응답이나 이상한 응답이 포함된 설문지를 제거하여 유효한 설문지 총 142부를 최종분석에 사용하였다. 또한 본 연구에서는 선행연구들에 대한 이론적 논의 결과로 도출된 가설을 수립하고 이를 근거로 측정도구를 개발하였다. 개발 과정에서는 선행연구에서 개발하고 사용된 척도를 그대로 적용하거나 본 연구의 목적에 부합하도록 일부를 수정·보완하여 활용하였다. 여기에 중국 기업가들에 관한 추가적 정보의 획득을 위해 개인특성과 인구통계적 측정문항을 추가하였다.

3.2 실증분석

조사대상의 일반적인 표본의 특성은 표 1과 같다.

[표 1] 표본기업가의 일반적 특성
[Table 1] Characteristic of the Sample

항목	구분	빈도	%	항목	구분	빈도	%
설립년수	3년 미만	77	54.3	종업원수	5-20인	73	51.4
	3-5년	24	16.9		21-50인	25	17.6
	5-10년	25	17.6		51-100인	22	15.5
	10년 이상	16	11.6		101-200인	8	5.6
					200인 이상	14	9.9
성별	남자	104	73.2	결혼	미혼	43	30.3
	여자	38	26.8		기혼	99	69.7
창업시 연령	30세미만	82	57.7	종사경력	없다	10	7.0
	30-34세	25	17.6		1년 이하	28	19.7
	35-39세	21	14.8		2-3년	52	36.6
	40-44세	11	7.7		4-5년	23	16.2
	45세 이상	3	2.1		5-9년	17	12.0
					10년 이상	12	8.5
Total		142	100	Total		142	100

측정 변수의 신뢰성 분석을 위해 Cronbach's α 계수를 확인하였다. 표 2는 각 변수의 신뢰성 분석 결과이다. 분석에서는 최초 설문에 사용된 변수를 포함하여 신뢰성을 저해하는 문항들을 하나씩 제거하는 방식으로 이루어졌다. 성장의도에 해당하는 문항이 두 개가 제거된 것을 제외하면, 나머지 변수들은 최초 문항 수와 동일한 수준에

서 필요한 신뢰도를 확보한 것으로 나타났다. 구체적으로 표 2에서 보듯이 각 요인의 Cronbach's α 계수는 0.6 이상인 것으로, 즉 기준치를 상회하는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서 사용된 측정도구는 신뢰성을 확보하였다고 볼 수 있다.

[표 2] 신뢰도 분석결과
[Table 2] Reliability Analysis

변수	최초 문항수	제거후 문항수	제거된 문항수	Cronbach's α
기대	5	5	-	.820
성장의도	6	4	2	.697

측정도구에 대한 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis) 주성분분석 방법을 실시하였다. 요인회전은 베리맥스(Varimax)의 방법을 사용하였다. 분석과정에서 요인적재량이 낮아서 타당성을 저해하거나 요인을 설명하기에 불충분한 변수는 제거하는 방식으로 분석이 진행되었다. 구체적으로 창업에 대한 기대에 관한 요인분석은 최초 의도했던 대로 확인할 수 있었다. 그리고 성장의도에 관한 요인분석은 같은 방식으로 확인할 수 있었다. 다만, 분석과정에서 적합한 요인적재량을 갖지 못하는 문항을 제거하고 창업에 대한 기대는 4개 문항, 성장의도는 3개 문항이 최종분석에 활용되었으며, 이들 문항을 평균 종합하여 창업에 대한 기대 변수로 분석에 사용하였다. 이상에서 언급한 창업에 대한 기대 및 성장의도 두 가지 변수에 대한 요인분석 결과를 정리한 것이 표 3이다.

[표 3] 타당성 분석결과
[Table 3] Validity Analysis

	기대	성장의도	Communalities
기대2	0.776		0.602
기대3	0.846		0.751
기대4	0.796		0.634
기대5	0.775		0.601
성장의도1		0.891	0.793
성장의도2		0.814	0.663
성장의도4		0.710	0.505
eigen values	2.552	1.961	-
분산설명력	63.802	65.353	-
누적설명력	63.802	65.353	-
Cronbach's α	0.809	.720	-

최종 가설검증에 앞서 공선성 문제와 변수들 간의 영향관계를 사전 파악하기 위해서 상관관계분석을 실시하였다. 상관관계분석은 보통 하나의 변수가 다른 변수와 어느 정도의 밀접한 관련성을 가지고 변화하는지를 검증하기 위해 사용되며, 변수들 간의 관련성 정도는 특정변수의 분산 중에서 다른 변수가 같이 변화하는 분산이 어느 정도에 따라 좌우된다. 분석에서는 피어슨 상관계수(Pearson Correlation)를 확인하였다. 일반적으로 상관계수가 0.20 ~ 0.40 미만일 경우에는 두 변수간의 상관관계가 낮은 것으로 볼 수 있으며, 0.40 이상이면 높은 상관관계를 가졌다고 볼 수 있다.

분석결과(표 4 참조), 본 연구의 각 변수들은 대체로 서로 유의미한 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 다만 창업 및 기대에 상관관계의 정도를 나타내는 상관계수 값이 0.3 내외인 것으로 나타나서 상관관계의 정도는 높지 않은 것으로 나타났다. 그리고 창업에 대한 기대 및 성장의도 두 변수 간에 상관관계에 정도를 나타내는 상관변수 값이 0.4이상으로 나타나서 상관관계가 높은 것으로 나타났다. 따라서 각 변수들 간의 판별성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4] 상관관계 분석결과
[Table 4] Correlation Analysis

	평균	표준 편차	기대	성장 의도	창업
기대	4.16	.656	1		
성장의도	3.98	.685	.490**	1	
창업	4.20	.812	.326**	.459**	1

3.3 가설검증

이상의 분석에서 본 연구의 측정도구가 신뢰성과 타당성을 모두 확보한 것으로 나타났기 때문에 수립된 가설검증을 위한 회귀분석을 실시하였다.

중국 기업가들이 창업에 대한 기대와 창업에 어떤 영향을 미치는지에 대하여 확인하기 위해서 창업을 종속변수로 회귀분석을 실시하였다.

가설-1의 분석결과(표 5 참조), 베타 값이 .265로 유의한 것(β =0.265, p=0.000)으로 나타나서 창업에 대한 기대는 창업에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 중국 기업가들은 창업에 대한 기대가 높을수록 창업에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

[표 5] 창업에 대한 기대와 창업에 대한 회귀분석결과
[Table 5] Expectancy and Start-up Business Regression Analysis

Model	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
	β	표준 오차	β		
상수	4.20	.065	·	64.995	.000
기대	.265	.065	.326	4.081	.000
R=.326 R^2=.106 수정된 R^2=.100 F=16.656 P=.000					

다음으로 가설-2의 검증을 위해 회귀분석을 실시하였다. 분석결과([표 6] 참조), 베타 값이 .490로 유의한 것(β =0.490, p=0.000)으로 나타나서 창업에 대한 기대는 성장의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중국 기업가들은 창업에 대한 기대가 높을수록 성장의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

[표 6] 창업에 대한 기대와 성장의도에 대한 회귀분석결과
[Table 6] Expectancy and Expect Growth Regression Analysis

Model	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
	β	표준 오차	β		
상수	-	.073	·	.000	1.00
기대	.490	.074	.490	6.645	.000
R=.490 R^2=.240 수정된 R^2=.234 F=44.157 P=.000					

가설-3의 검증을 위해 성장의도를 종속변수로 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과(표 7 참조), 베타 값이 .373로 유의한 것(β =0.373, p=0.000)으로 나타나서 창업은 성장의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 중국 기업가들은 창업이 많을수록 성장의도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

[표 7] 창업과 성장의도에 대한 회귀분석결과
[Table 7] Start-up Business and Expect Growth Regression Analysis

Model	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
	β	표준 오차	β		
상수	4.204	.061	·	69.143	.000
창업	.373	.061	.459	6.107	.000
R=.459 R^2=.210 수정된 R^2=.205 F=37.290 P=.000					

또한 창업이 창업에 대한 기대와 기업의 성장의도 사이에서 매개효과를 가질 것이라고 했던 가설-4를 검증하기 위해 3단계 매개회귀분석(The three-step Multiple Regression Analysis)을 실시하였다. 분석 결과([표 8] 참조), 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 따라서 가설-4는 채택되었다.

[표 8] 창업의 매개효과 분석결과
[Table 8] Start-up Business's Mediated Effect Analysis

단계	투입 변수	β	t	Sig.	R^2	F	P	ΔR^2
1	상수	.	64.995	.000	.106	16.656	.000	.100
	기대(a)	.326	4.081	.000				
2	상수		.000	1.00	.240	44.157	.000	234
	기대(b)	.490	6.645	.000				
3	상수		-4.514	.000	.340	35.769	000	.330
	a	.381	5.221	.000				
	b	.335	4.589	.000				
[a] Dependent Variable: 성장의도								

4. 결론

최근 중국의 성장을 주도하고 있는 중국 창업가들을 대상으로 살핀 본 연구는 기대이론의 근거 틀을 이용해서 창업가들이 창업에 대해 기대감 및 기업 성장의도, 그리고 창업실행 삼자 간의 관계모형을 실증분석하였다.

본 연구에서 기대는 창업에 대한 기대로, 그리고 창업 및 성장의도는 창업가의 주도적 생각으로 정의하였다. 연구결과에 따르면 제시된 가설 세 개 모두가 채택되었다. 즉 기업가의 창업에 대한 기대는 창업 및 성장의도에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 창업은 성장의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 창업의 매개역할 확인하려고 실시한 매개회귀분석 결과는 창업이 부분 매개효과를 갖는 것으로 나타났다.

본 연구결과의 공헌으로는, 먼저 기존의 기업가 특성에 관한 연구들이 일관되게 나타내지 못했던 노력-성과와의 관계를 실증분석결과를 통해 세 변수 간의 긍정적인 관계를 보여주었다는 점에서 의미 있는 실증결과분석을 제시하였다. 더불어 기대이론 1차 결과를 이용해서 기대-창업, 창업-성장의도, 기대-성장의도의 상호작용에 의한 효과를 보여줌으로써 세 변수가 상호 작용을 하고 있음을 국내 최초로 발견했다는 점에서 학술적 공헌도 있다. 특히 본 연구는 이전에 이론 중심의 연구에서 벗어나 실증분석 측면까지 이루어진 동적모형(dynamic model)

연구시도라는 점에서 의의가 높다. 그리고 본 연구에서 중국 기업가들 창업에 대한 기대가 더 강하게 창업창출에 영향을 미치는 것으로 연구결과를 보여주었다. 따라서 기업가들은 창업에 대해 기대감을 커야만 창업창출 활동 시도를 할 것이라는 의미가 있습니다.

반면에 본 연구가 가지는 한계점은 다음과 같다.

첫째, 많은 실증연구가 그러하듯이 본 연구 역시 결과를 일반화하기에는 무리가 따른다. 왜냐하면 광활한 중국의 지역적 특성상 전체 지역과 기업가들을 대상으로 하지 못했다는 점 때문이다. 따라서 향후에는 동일한 주제로 보다 넓은 지역 및 보다 많고 다양한 기업가들을 대상으로 한 표본으로 한 후속 연구가 기대된다.

둘째, 본 연구에서는 기대이론의 1차 결과만 가지고 창업가들의 특성을 분석했고 기대이론 2차 결과를 함께 분석하지 못한 점이 있기 때문에 기대이론의 전반 모두를 설명하기에는 부족하다. 따라서 향후 연구에서는 기대이론의 1차, 2차 결과를 함께 고려하여 폭넓은 변수들에 대한 고려가 이루어져 보다 의미 있은 결과까지 기대된다.

셋째, 본 연구에서 중국기업가들만 위주로 연구하다보니 한국기업가들에게는 어떤 인과적 영향을 미치는지에 대하여 함께 살펴보지 않았다. 차후의 한 중 기업가 특성의 차이비교 분석결과인 후속 연구가 기대된다.

References

[1] Ajzen, “Attitudes. Traits, Actions Dispositional Prediction of Behavior in Social Psychology", *Advances in Experimental Social Psychology,* 20, pp.1-63, 1987.

[2] Chung Dea-Yong and Kim Choon-Kwang, “A Study on Relationship Model among Social Network, Information, Resource Access, and Entrepreneurial Performance”, *Korean Academic Association of Business Administration*, 23(4), pp. 2172-2190, 2010.

[3] Chung Dae-Yong and Roh Kyoung-Hoon, “The Effects of Entrepreneur Characteristics Behavior and Network Types on firm Performance as Growth Steps”, *The Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 10(11), pp. 3354-3362, 2009.

[4] Chung Dae-Yong and Yang Jun-Hwan, “An Empirical and Comparative Study of Modeling the Relationship between Networking and Perceived Firm Performance of SEMs of Korea and China”, *International Management Review,* 13(2), pp.27-56, 2009.

[5] Davidsson, P. and M. Henrekson, “Determinants of the Prevalence of Start-ups and High-Growth Firms”, *Small Business Economic*, 19(2), pp.81-104, 2002.

[6] Gatewood, J. Shaver, J. B. Powers, and W. B. Gartner, “Entrepreneurial Expectancy, task Effort and Performance”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), pp.187-206, 2002.

[7] Lau, C. M. and L. W. Busentz, “Growth Intentions of Entrepreneurs in a Transitional Economy: The People's Republic of China", *Entrepreneurship Theory and Practice* 26(1), 2001.

[8] Lee Kyung-Geun, “Expectancy Theory as the Model for Explaining Union Participation", *Korean Business Review*, 3(1), pp.61-78, 2010.

[11] Linda F. Edelman, Canadida G. Brush, “Start-up Motivations and Growth Intentions of Minority Nascent Entrepreneurs", *Journal of Small Business Managemen*t, 48(2), pp.174-196, 2010.

[10] Mitchell, J. R.(1974), “Expectancy models of job satisfaction, occupational preference and effort: A theoretical, methodological, and empirical approach.” Psychological Bulletin, 87(12), pp.1053-1077.

[11] Olson, Roese, and Zanna, “Expectancies”, *Social Psychology: Handbook of Basic Principles*. Eds. New York: Guilford Press, pp.211-238, 1996.

[12] Park Dong-Soo, “An Exploratory Study on Entrepreneurship and Its Effects on the Growth Intention in Venture Business”, *Korean Academic Association of Business Administration*, 20(6), pp.2979-3011, 2007.

[13] Shane, S. A. and S. Venkataraman, “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research," Academy of Management Review 25(1), pp.217-226, 2000.

[14] Timmons, J., *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, Fourth edition, McGraw-Hill, Boston, 1994.

[15] Vroom, V. H., *Work and Motivation*, New York: John Wiley, 1964.

[16] Johan Wiklund and Dean Shepherd, "Aspiring for, and Achieving Growth: The Moderating Role of Resources and Opportunities", *Strategic Management Journal,* 24(13), 1307-1314, 2003.

[17] Zhang Shen-Wei, “Entrepreneurship and Motivation for Start-up Entrepreneurs in China”, *East-Asian humanities,* 16, pp.361-377, 2010.

정 대 용(Dae-Yong Chung) **[정회원]**

- 1988년 12월 : 한국고려대학교 경영학 박사
- 1983년 3월 ~ 현재 : 한국숭실대학교 벤처중소기업학부 교수
- 1993년 12월 ~ 1995년 7월 : 미국 펜실베니아대학교 와튼스쿨 방문교수
- 2001년 8월 ~ 2002년 7월 : 미국케네소우 주립대학교 초빙교수
- 2007년 7월 ~ 2008년 12월 : 한국창업학회 회장

<관심분야>
기업가정신, 창업전략, 사회적 기업, 사회적 자본, 리더십

첨 희(Xi Zhan) **[정회원]**

- 2008년 8월 : 숭실대학교 대학원 경영학 석사(벤처중소기업학과)
- 2011년 11월 : 한국 숭실대학교 벤처중소기업학과 박사과정 수료

<관심분야>
기업가정신, 창업, 중국기업가, 사회적 자본, 리더십