

청년창업가의 창업기회원천 분석 및 기회탐색에 관한 탐색적 연구

— 서울시 『청년창업 1000프로젝트』 참가자를 중심으로—

문수영(은평구 1인 창조기업·시니어 비즈플라자)*
황보운(호서대학교 글로벌창업대학원 교수)**

국 문 요 약

본 논문***은 청년창업가의 창업기회원천을 분석하여 기회탐색의 성격을 연구함을 그 목적으로 한다. 이를 위해 창업기회요인으로 창업의지, 창업기회 발생배경, 창업기회단서, 창업기회단서의 접촉상황, 사업아이디어 활용, 창업자본금 중 자기자본비율의 여섯 가지 변수를 사용하였다. 탐색적 조사를 위하여 서울시 『청년창업 1000프로젝트』 SBA 강남청년창업센터의 청년창업가를 대상으로 설문자료 182개를 획득하였고, SPSS Win Ver. 18.0 프로그램을 사용하여 빈도분석과 변수간 관계성을 검정하기 위하여 독립성 검정을 하였다. 연구결과는 첫째, 창업의지의 성격 조사에서 의도적 창업이 87.4%의 비율로 기존 연구와는 차별된 결과를 보여주었다. 둘째, 창업기회 발생배경은 교육을 통한 비율이 기존 연구에서보다 확연히 증가되었음을 확인할 수 있었다. 셋째, 창업기회단서의 접촉상황을 조사한 결과는 기존연구와 달리 응답자의 절반에 가까운 숫자가 탐색적으로 창업에 접근하였던 것으로 조사되었다. 본 연구결과는 청년창업가들의 창업기회 유형을 이해하여 청년창업가로 하여금 안정적이고 성공적인 창업에 이를 수 있도록 정책적 지원 방안을 제시한다는 점에서 그 시사점이 있다.

핵심주제어: 창업기회, 창업의지, 창업기회 발생배경, 창업기회단서, 창업기회단서 접촉상황

I. 서론

최근 글로벌 금융위기로 인하여 세계적인 경기침체를 경험한 후, 각국이 내놓은 경

* 제1저자, 은평구 1인 창조기업·시니어 비즈플라자 매니저, modernpower@naver.com.

** 교신저자, 호서대학교 글로벌창업대학원 교수, yun@hoseo.edu.

*** 본 논문은 「2011년 경영통합학술대회」 발표논문을 수정·보완함.

· 투고일: 2011.11.14

· 게재확정일: 2011.12.06

기부양책을 통해 민간소비와 교역량이 다시금 회복세를 보이고 있는 시점이다. 그럼에도 불구하고 청년층의 고용상황은 실업상태의 고착화로 인하여 구조적인 악순환이 계속되고 있고, 일자리는 증가하고 있지만 청년층의 고용은 원활히 이루어지지 않고 있어 전체 실업률 감소에는 크게 영향을 미치지 못하고 있는 실정이다.

이와 같은 장기적 청년실업 문제를 타개하기 위해서 국가와 사회 여러 곳에서 관심과 지원을 아끼지 않고 있는데, 이러한 국면에서는 긍정의 효과를 연쇄적으로 일으킬 수 있는 청년창업이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있겠다.

창업은 가장 효과적인 고용창출의 수단으로, 신생기업의 활발한 창업활동은 신규고용창출의 핵심요인으로 작용한다. 또한 산업적 관계를 개선시키고, 경쟁과 혁신을 통해 국가 경제발전에 공헌한다(Gartner, 1989). 이렇듯 국가 및 지역 경제 발전에 중요한 역할을 하는 창업을 성공창업으로 이끌어 내기 위해서는 성공가능성이 높은 창업 기회인식과 이를 토대로 한 사업화 가능성 여부에 달려있다. 창업의 중요성이 커진 만큼 창업의 실패사례도 적지 않게 늘고 있는데, 그 중 많은 비중을 차지하는 요인이 효율적 창업기회와의 조우를 실패하였을 때이다.

따라서 본 연구에서는 창업기회를 어디에서 얻으며, 어떠한 상황에서 창업을 하게 되는지에 대하여 탐색적 연구를 통하여 분석하고자 한다. 또한 청년창업가를 대상으로 창업기회원천과 기회탐색 성격을 조사하여 현실적인 차원에서 청년창업가에 대한 효율적 지원 및 운영에 도움이 되는 방안을 모색해보고자 한다.

II. 이론적 배경과 선행연구 분석

2.1 청년창업가

청년에 대한 정의는 문화, 평균적인 교육수준, 전통, 처한 환경 등에 따라 다양하게 규정되고 해석된다(신진수, 2003). 그러나 본 연구에서는 청년에 대한 정의를 20세 이상 40세 미만의 연령대에 해당하는 사람들로 규정하기로 한다. 20세 이상 40세 미만으로 정의한 이유는 현실적으로 시장에 뛰어들어 경제활동이 가능한 최소 연령을 20세로 보았고, 상한연령은 현행법(고용정책기본법 제28조 및 동법 시행령 제21조의 3, 근로복지공단 실업대체운영사업규정)에 근거하여 40세 미만으로 정의하였기 때문이다. 청년의 개념은 국제기준, 관계법령 등에 따라 다소 상이한 개념이 존재할 수 있기 때문에 이상의 정의는 통상적인 정의임을 밝히는 바이다.

2.2 창업기회

기회를 발견하는 것은 창업의 제1의 조건이며, 신규 사업을 위해 적절한 기회를 확인하고 선택하는 것은 성공한 기업가에게 있어서 중요한 역량 중에 하나이다 (Stephen Ko & Butler, 2003). 새로운 기회의 발견 및 실현에 대한 연구는 기업가 정신에 대한 연구의 한 영역이며, 기업이 새로운 가치 창출과 이익의 기반이 되는 창업기회를 어떻게 발전, 활용하여야 하는지를 제시하여주는 매우 중요한 연구영역이다. 창업기회는 넓은 의미에서 자원을 창의적으로 결합하여 더 나은 가치를 전달함으로써 시장의 필요(needs)를 충족시킬 수 있는 가능성으로 정의되어 왔다(Schumpeter, 1934; Kirzner, 1973; Casson, 1982).

조금 더 구체적으로 언급하자면, 기회는 아직은 명확하게 드러나지 않은 시장의 필요(needs)나 아직 사용되지 않은 자원(resources) 또는 역량(capability) 등이 갑자기 나타났을 때를 의미한다. 아직 사용되지 않은 자원 또는 역량이라 함은 시장이 미처 깨닫지 못한 기술, 발명 또는 제품이나 서비스의 아이디어를 일컫는다(Von Hippel, 1994). 잠재고객의 필요(needs)를 통해 찾은 기회를 추구가치(value sought), 새로운 역량이나 기술을 포함 아직 사용되지 않은 자원의 활용을 통해 새로운 가치를 창조해내거나 전달함에서 비롯한 기회는 가치창조역량(value creation capability)이라고 구분하고 있다(Schroeder et al., 1996).

2.3 창업의지

일반적으로 창업(entrepreneurship)은 하나의 조직을 창조하는 과정으로 정의해왔다 (Gartner, Mitchell and Vesper, 1992). 이것은 창업이 하나의 조직을 탄생시키는 데 있어 조직이라는 존재 그 자체라기보다는 그것을 위한 일련의 과정이라는 의미로 해석할 수 있다. 이와 같은 과정적 측면에서 창업을 보는 관점은 창업이 시간의 경과에 따라 일어나기 때문에 창업의지(entrepreneurship intention)를 기업의 설립과 관련한 첫 번째 단계로 본다. 즉, 창업의지는 새로운 기업을 설립하기 위한 토대를 형성하기 때문에 창업의 과정을 이해하는데 있어 중요한 핵심개념이 된다(Veciana, Alponete and Urbano, 2005).

2.4 창업기회탐색

새로운 사업을 추진하기 위한 적절한 기회의 확인 및 포착은 기업가에게 있어서 매우 중요한 능력 중의 하나이다(Stevenson et al., 1995; Stephen Ko & Butler,

2003). 또한, 청년창업가들에게 있어 일련의 기회탐색 과정은 예민한 기업가 정신을 가지고 인식하고 포착해야하는 성공창업의 필수과정이다.

최근 들어, 기업가 및 학자들에 의해 기회의 탐색 및 실현과정에 관련된 연구가 활발히 진행되어지고 있다. 그러나 기존 연구에서는 주로 한 단면만을 다루는 경우가 많아 효과적으로 분석하기에는 한계가 있었다.

예를 들어, Sigrist(1999)의 경우에는 기회 인식에 관한 인지적 과정을 중점으로 살펴보았지만, Hills(1997)의 경우는 사회적 네트워크에 초점을, Shane(1999)은 기회 인식에 있어서 사전 경험과 배경지식을 효과적인 요소로 파악하는 등 학자들마다 중점적으로 다루는 요소가 달라 기회탐색에 영향을 미치는 요인들을 포괄적으로 이해하는 데에는 한계가 있었다.

본 연구에서는 창업기회 탐색과정을 기존 연구보다 발전적인 형태의 연구를 위하여 기회 실현과정 4단계¹⁾ 중 기회 인식과 기회 포착의 단계까지로 정의하기로 한다.

2.5 창업기회원천의 선행연구

2.5.1 베스퍼의 연구

베스퍼(Karl H. Vesper, 1990)는 좋은 사업 아이디어를 가지게 된 사람은 이 아이디어를 오히려 무심코 발견하는 것이며, 아이디어를 의도적으로 열심히 찾는 사람의 대부분은 실패로 끝난다고 보고 있다. 그는 수많은 사례들을 통해 대부분의 사업 아이디어들이 부지불식간에, 또는 뜻하지 않게 나타나는 것이라고 주장하였다. 이는 곧 아이디어를 창업자 스스로가 찾아낸 것이 아니라 비작위적인 사건들이 관계되면서 아이디어를 접하게 된다는 것이다. 베스퍼는 이러한 아이디어와 만나게 되는 형태를 7가지로 나누어 설명하였는데, 이상의 유형은 다음과 같다.

- ❖ 기대치 않았던 초대(unanticipated invitation)로부터
- ❖ 전직(prior employment)으로부터
- ❖ 권리의 획득(obtaining right)으로부터
- ❖ 자기고용(self-employment)으로부터
- ❖ 취미의 일(hobbies)로부터
- ❖ 사회적으로 만난 사람들(social encounters)로부터
- ❖ 단순한 행인의 관찰(pedestrian observation)로부터

1) 기회 실현과정 4단계 : 기회인식, 기회포착, 기회평가, 기회실현

베스퍼는 워싱턴 대학의 《창업론》 과목 수강학생들에게 창업기회에 관한 사례를 비 공식적으로 조사하도록 한 바 있는데, 그는 이상의 과제에서 창업기회의 원천 중 전 직장으로부터 유래한 경우가 가장 많은 부분을 차지한다는 것을 알아내었다. 즉, 창업 아이디어가 이전 직장의 업무와 관련이 있거나 때로는 전직에서 훈련된 전문적인 기술이나 노하우에서 발생한다는 것이다. 두 번째로 많은 경우가 평상시 즐기는 일, 즉 취미로부터였다. 어떠한 일에 재미를 느낀 사람은 이를 곧 취미로 연결시키고 취미가 전문적 지식 혹은 기술의 습득으로 이어져 생업으로 이어 질 수 있다는 것이다. 다음으로 사회적 관계에서 만난 사람들로부터 얻게 된 경우를 포함하여 단순한 관찰, 권리의 획득, 초대성 제안 등이 창업기회의 요인이라고 밝히고 있다.

2.5.2 케이스의 연구: 창업잡지 《인크(Inc.)》

1989년 창업관계 잡지인 인크(Inc.)의 케이스(John Case)는 성장형 창업회사 500개를 상대로 창업 아이디어의 출처에 대하여 조사한 바 있다. 이 조사에서 43%나 되는 창업자들은 창업기회를 동일한 산업에서 일해 본 경험에 의해서 얻게 되었다고 밝히고 있다. 또한 사업기회를 의식적으로 탐구하였다는 창업자는 의외로 7%밖에 되지 않았다고 밝히고 있다. 이는 곧 창업신화가 기막힌 아이디어를 통해 갑작스럽게 만들어지는 것이 아니라 일상에서부터 시작된다는 논리이다.

<표 1> 인크(Inc.) 창업자들의 사업기회 출처

출 처	퍼센트(%)
동일 산업에서 일하는 동안 아이디어를 얻다.	43
다른 사람이 하는 것을 보았고, 나는 더 잘할 수 있다고 생각했다.	15
소비자 시장에 충족되지 않은 구석을 보았다.	11
사업기회를 체계적으로 탐색하였다.	7
설명하기 아주 어렵다.	5
취미생활이나 여가생활에서 기회를 얻었다.	2
기타	16
합 계	100

2.5.3 쿠퍼의 연구

쿠퍼(Arnold C. Cooper, 1987)는 두 명의 동료와 함께 미국 독립사업전국협회(NFIB: National Federation of Independent Business)의 회원 2,994명을 대상으로 “지금 하고 있는 사업의 아이디어를 어디에서 얻었는가?” 라는 주제로 설문조사를

하였다. 설문조사 결과, 이전의 일로부터라는 대답이 43%였으며, 취미 또는 개인적인 관심으로부터가 18%, 행운의 사건이 10% 그리고 다른 사람의 제안에 의한 아이디어 획득이 8%였다. 그는 조사대상을 사업진행 상황별로 분류하여 분석하였는데, 그 결과 역시, 각 집단에 따라 조금씩 다를 뿐 매우 비슷한 경향을 보이고 있는 것으로 조사되었다.

<표 2> NFIB 창업자들의 사업 아이디어 출처

출 처	사업중단(%)	매각(%)	생존(%)	전체표본(%)
이전의 일	42	38	43	43
취미/개인관심	18	16	18	18
행운의 사건	10	13	10	10
타인의 제안	9	12	7	8
교육/과목이수	6	3	6	6
가족장사	5	5	6	6
친구/친척의 활동	6	6	5	5
기타	4	7	5	5
합계	100%	100%	100%	100%

쿠퍼와 동료들은 사전 창업의사에 대해서는 조사하지 않았고, 어떤 근거로 기회임을 알았는지에 대해서도 언급하지는 않았지만, 기회 원천에 관해서 한 가지 암시하고 있다. 기회는 전직의 일로부터 상당수 유래하고 있으며, 기회와의 조우는 능동적 탐색 뿐만 아니라 우연에 의한 수동적 인식에 의해서도 이루어지고 있다는 것이다. 그러나 이 두 가지 기회 인식방법간의 차이는 밝히지 않고 있다.

2.5.4 티치의 연구

티치(Richard D. Teach)는 1989년, 소프트웨어 산업에 속한 93개의 기업을 상대로 사업기회의 인식과 이용에 관한 조사를 통해 흥미로운 결과를 얻었다. 기회인식에 대하여 8개의 요인을 추출하고, 이 요인들을 이용하여 93개 기업을 기회인식 방법이 다른 4개의 군집들로 분류하였다.

이들 분류된 군집들은 각각, 기회는 우발적으로 발생하지 않는다고 보고 기회정보를 열심히 찾은 탐색자(searchers)군집(32개), 공식적인 계획과 평가절차를 개발해서 신제품탐색을 의도적으로 추진하는 핀 스트라이프스(pin stripes)형 군집(17개), 창업시 창업자가 다른 기업으로 전직하지 않았던 이노센트(innocents)집단(31개), 사업개념을 전직에 고용되어 있을 동안에 우발적으로 인식하는 블루진스(blue jeans)군집(13개)들이다. 티치의 연구에서는 기회를 의도적으로 탐색하는 집단들이 기회를 실

제로 얻었을 때, 그 기회를 어떻게 인식하였는지에 대해서는 확인하고 있지 않다. 그러나 기회를 우발적으로 만난 집단의 기업들이 다른 집단기업들 보다 수익성면에서 훨씬 더 높게, 더 빠르게 손익분기점에 도달하고 있음을 발견하였다. 또한 손익분기점 매출액의 두 배까지도 더 빠르게 도달하고 있다고 언급하고 있다.

2.5.5 콜러의 연구

콜러(Roland H. Koller, 1988)는 ‘창업 아이디어가 어디서 오는 것인가’ 라는 주제로 통계조사를 실시했다. 그는 전화번호부로부터 2,000명을 무작위로 선정하여 사업의 경험이 있다고 응답한 응답자들 중 82명에게 설문을 하였는데, 사업의 성공여부는 가리지 않았다. 설문내용의 핵심은 창업을 하기로 마음의 결정을 내리고 있었는지 그리고 아이디어의 원천이 애당초 어디서 발생하였는지에 대한 것이었다. 65명이 회신을 하였는데, 이들 중 45%가 아이디어를 의도적으로 탐색하여 얻었으며 사업가가 되겠다는 의지를 이전부터 가지고 있었다고 대답하였다. 나머지 55%는 사업가가 되겠다는 욕망을 가져서가 아니라, 기회와 마주하였을 때 이를 단지 인식하였을 뿐이라는 수동적인 입장을 보였다.

다음 이들이 어떻게 기회에 접하게 되었는지를 물은 결과, 이들 중 50%가 다른 사람들에 의하여 제안되었다고 응답하였다(직장동료 19%, 친인척 17%, 만나는 사람 12%, 광고 2%). 그리고 45%의 응답자는 실제로 응답자 스스로가 아이디어를 확인하였다고 말했다.

콜러는 다음으로 어떠한 관심(basis of interest)에서 얻게 된 아이디어가 실제 사업의 기회로 쓰일 수 있다고 보는가에 대하여 알아보았는데, 응답자들의 39%가 자기가 익숙한 기술을 활용할 수 있었기 때문이라고 하였고, 20%는 상황이 알맞았기 때문이라고 답했으며, 19%는 서비스가 부족한 틈을 보았기 때문이라고 대답하였다(고수준 이익 3%, 고가격 5%, 서비스 부재 5%, 기타 9%).

콜러는 창업을 하려는 사람은 전직의 경험과 훈련된 자기의 기술을 중심으로 기회를 찾는 의도적, 탐색적 노력이 필요하다고 하였다. 그렇지 않고 다른 사람을 통해 비의도적으로 사업을 하려면 전직이나 기술보다 분석적인 논리에 바탕을 두고 시장을 살펴보아야 한다고 하였다. 콜러는 대부분의 사업기회가 이미 상존해 있기 때문에, 이를 인식할 줄 아는 것이 기회를 찾아 직접 나서는 행동보다 더 중요하다고 결론짓고 있다.

2.5.6 조병주의 연구

대한민국 창업자들의 창업기회원천에 관한 연구는 1997년 조병주에 의해서 처음 연구되었다. 그는 71개의 창업기업을 대상으로 창업 아이디어가 어떠한 배경에서, 어떠한 단서를 통해, 어떠한 상황아래 얻어졌는지 알아보았다. 첫째, 창업의 의지를 창업 이전에 사전적으로 가지고 있었는지 둘째, 기회가 어떠한 경험적 배경 안에서 발생하였는지 셋째, 아이디어가 어떠한 단서를 통해서 발견 또는 접촉되었는지를 알아보았다. 그리고 넷째로, 기회를 실제 만나게 된 과정에서 기회와 접촉하는 순간이 우연적이었는지 혹은 우연적이라고 볼 수 없는 상황이었는지 또는 현재 성공하고 있는 사업이 이전에 이미 사업을 영위하던 도중 파생적으로 발생한 또 다른 기회에 근거한, 소위 옆길효과적인 기회²⁾에 의한 것인지를 확인하였다.

2.5.7 정두식, 김한덕의 연구

조병주(1998)가 창업기회원천에 관련하여 연구한 이래로 약 10년 후인 2007년, 진주산업대학 창업학과 교수인 정두식과 ASEA관리이사 김한덕은 경남지역에 거주하는 20세 이상의 소상공인 창업자를 대상으로 창업기회원천에 관련하여 연구를 진행하였다. 10년 전, 조병주 연구결과와 비교하여 변화된 양상을 분석하였고, 사업아이디어 활용과 초기 자본금 규모에 대한 요인을 추가하여 연구하였다. 이들 연구에서는 창업의지를 가지고 창업을 하는 경우가 창업의지가 없이 창업을 하는 창업자보다 32%나 많았고, 창업이전의 직장이나 사업경험(38%)을 통해서 창업을 한 경우가 가장 높은 비율로 나타났다. 많은 창업자들이 사업기회를 얻기 위해서 체계적이고 탐색적으로 준비하고 있으며 대체로 초기 자본금은 5천만원 미만(86%)이라는 연구결과를 보여주고 있다.

III. 연구방법

3.1 연구설계

본 연구의 가장 중요한 목적은 청년창업가들의 창업기회원천이 무엇인지 알아보는 데 있다. 본 연구의 설계는 청년창업가의 기회원천을 체계적으로 분석하기 위해 도출되었으며, 기회원천간의 관계성을 반영하여 설정하였다. 이 연구설계를 통하여 다음과

2) 옆길효과란 어떤 한 아이디어를 중심으로 창업해서 사업을 해나가는 도중에 현재 하고 있는 사업과 관련하여 후속적으로 또 다른 사업기회를 얻게 되는 효과를 의미한다.

같은 연구목적을 달성하고자 하였다. 첫째, 청년창업가의 창업기회원천의 형태와 성격을 알아보고, 둘째, 창업기회원천간의 관계에서 청년창업가의 창업기회탐색 성격을 알아보고자 한다.

3.2 설문지작성

3.2.1 설문조사대상

본 연구는 청년창업가의 창업기회원천의 성격을 파악하고, 도출된 결과가 시사하는 것이 무엇인지를 연구하기 위한 목적이 있다. 이에 본 연구에서 정의한 청년층을 대상으로 연구를 수행하기 위해 만 20세부터 39세 미만의 서울시 거주 청년창업자들을 지원하고 있는 'SBA 강남청년창업센터'의 입주자를 설문조사대상으로 선정하였다. 지식창업, 기술창업, 일반창업 등 3개 창업분야와 게임, IT, 지식컨텐츠, 기계, 섬유, 생명공학, e-쇼핑몰, 공연기획, 유통업 등 다양한 창업업종으로 이루어진 청년창업기업이 입주하여 있기 때문에 창업기회원천에 대한 다양한 의견들을 취합할 수 있었다.

3.2.2 설문지의 구성

측정도구의 적절성을 밝히고 수정 혹은 보완될 항목을 선별하기 위하여 2차례의 예비조사를 실시하였다. 예비조사 결과를 참조하여 설문지를 수정, 보완함으로써 본 조사에 사용될 설문지를 완성하였고, 설문지의 방식은 찬·반형, 선다형, 혼합형 질문법을 골고루 사용하였다. 설문지는 창업의지, 창업기회 발생배경, 창업기회단서, 창업기회단서의 접촉상황, 사업아이디어 활용, 창업자금 중 자기자본비율을 묻는 문항을 비롯하여 인구통계학적 특성을 묻는 총 62개의 문항으로 구성하였다.

3.3 자료수집 및 분석

3.3.1 자료수집

신뢰성 높은 자료를 수집하기 위하여 조사목적과 연구범위에 적합한 'SBA 강남청년창업센터'를 선정하여 입주자로 속해 있는 청년창업가들에게 직접 방문 및 인터넷 설문응답 등의 방법으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사 기간으로 2010년 11월 1일부터 12월 10일까지 약 40일정도 소요되었고, 자료는 전체 데이터 중 75%를 인터넷상에 개설한 설문사이트로, 25%가량은 연구자가 직접 방문하여 설문지를 회수하

는 형식으로 진행하였다. 중복응답을 배제하기 위해 센터로부터 부여받은 고유번호를 입력하도록 하였고, 1기에게서 50부, 2기에게서 132부, 총 182부를 회수하였다.

3.3.2 자료의 분석방법

회수된 182부의 설문지를 자료분석에 사용하였고, 수집된 자료의 통계처리는 SPSS Win Ver. 18.0을 이용하여 표본에 대한 특성을 파악하기 위하여 실증빈도분석을 실시하였다. 또한 각 변수들 간의 관계를 확인하기 위해서 독립성 검정을 실시하였다.

IV. 연구결과

4.1 청년창업가 창업기회원천에 대한 실증분석

4.1.1 창업의지

창업의지면에서 볼 때, 182명의 청년창업자 중에 87.4%에 해당하는 159명의 창업자들이 창업 이전부터 창업하고자하는 적극적 의사를 가지고 있었던 것으로 나타났다. 선행연구들과 비교해 본 결과, 창업에 대한 의지가 점차 의도적인 성격으로 변해가고 있음을 알 수 있다.

<표 3> 창업의지 비교

구 분	창업의지	
	빈 도	퍼센트(%)
의도적	159	87.4
비의도적	23	12.6
합 계	182	100

주 : 조사대상수 182개.

4.1.2 창업기회 발생배경

창업기회 발생배경에 대한 질문에 청년창업자 중 절반이 넘는 수치가 전직을 통해 창업의 기회를 얻었다고 응답하였다(57.7%). 다음으로 높은 수치는 교육으로, 교육이라고 응답한 35명을 대상으로 ‘창업에 영향을 미친 교육의 유형’을 조사해본 결과, 다양한 교육형태 중에서도 학교를 통해서 영향을 받았다고 응답한 수가 가장 많았다. 이는 학교에서의 창업교육의 중요성을 단적으로 보여주고 있는 것이라 할 수 있겠다.

<표 4> 창업기회 발생배경 비교

구 분	창업기회 발생배경	
	빈 도	퍼센트(%)
전직	105	57.7
교육	35	19.2
취미	29	15.9
기타	13	7.1
합 계	182	100

주 : 조사대상수 182개.

4.1.3 창업기회단서

기회를 포착하는 데 가장 큰 기여를 한 단서로는 기존 시장에서의 해결해야할 문제를 발견하면서(30.2%)였으며, 다음으로 제품·서비스의 창안하고 개발하였거나 권리를 획득하면서 기회를 얻게 된 경우(15.9%), 그리고 시장을 미리 내다봄으로써 기회를 얻게 된 경우(13.7%) 순이었다. 기존 연구와 비교해보았을 때, 단순관찰에 의해 이루어지던 창업이 문제발견을 통해 이루어지는 것으로 변화된 양상을 도출할 수 있었다.

<표 5> 창업기회단서 비교

구 분	창업기회단서	
	빈 도	퍼센트(%)
초대/권유	13	7.1
문제발견	55	30.2
시장예견	25	13.7
협력/요청	20	11.0
라이선스	29	15.9
사회적 만남	14	7.7
단순 관찰	13	7.1
자기고용	13	7.1
합 계	182	100

주 : 조사대상수 182개.

4.1.4 창업기회단서의 접촉상황

청년창업자가 기회와 마주하게 된 순간을 조사한 결과, 창업기회를 의도적으로 탐색하여 얻은 비우연적인 경우가 47.3%로 가장 높은 수치를 보였다. 우연히 창업기회와 마주하게 된 경우가 가장 높은 비율로 도출되었던 이전 연구들과는 정반대의 결과가 도출되었다는 점이 주목할 만하다.

<표 6> 창업기획단서의 접촉상황 비교

구 분	창업기획단서의 접촉상황	
	빈 도	퍼센트(%)
우연	39	21.4
옆길효과	57	31.3
탐색적	86	47.3
합 계	182	100

주 : 조사대상수 182개.

4.1.5 사업아이디어 활용

사업아이디어 활용과 관련한 조사의 결과에서는 창업자들이 자신의 기술이나 노하우를 가지고 보다 안전한 창업을 하는 경우(56.6%)의 수치가 압도적으로 높았다. 다음으로는 상황적 조건이 적합하고 알맞았기 때문에 창업을 하게 되었다(24.7%)와 틈새시장을 노렸기 때문에(17.6%)라는 의견 순으로 조사되었다. 응답한 청년창업가의 절반이상이 보유 노하우와 기술을 활용할 수 있었기 때문에 창업에 이르는 경우가 많다고 응답하였는데, 이는 창업자의 성격이 점차 능동적으로 창업에 접근하고 있다는 추세로 이해할 수 있다.

<표 7> 사업아이디어 활용 비교

구 분	사업아이디어 활용	
	빈 도	퍼센트(%)
내가 가지고 있는 노하우(기술)를 활용할 수 있었기 때문에	103	56.6
그 때의 상황이 적합하고 알맞았기 때문에	45	24.7
틈새시장을 노렸기 때문에	32	17.6
기타	2	1.1
합계	182	100

주 : 조사대상수 182개.

4.1.6 창업자본금 중 자기자본비율

청년창업가들에게 창업자본금 중 자기자본이 어느 정도나 창업에 투입되었는지를 알아보기 위하여 자기자본비율을 조사하였다. 조사 결과, 33%에 해당하는 응답자가 전체 창업자본금 중 75%이상 자기자본이 투입되었다고 응답하였다. 이와 같은 결과를 통해 청년창업가들은 적극적으로 자기자본을 투입하여 의욕적으로 창업활동을 전개해 나아간다는 것을 알 수 있다.

<표 8> 창업자본금 중 자기자본비율

구 분	자기자본비율	
	빈도	퍼센트(%)
25%미만	50	27.5
50%미만	54	29.7
75%미만	18	9.9
75%이상	60	33.0
합계	182	100

주 : 조사대상수 182개.

4.2 표본의 독립성 검정

4.2.1 창업의지와 창업기회단서의 접촉상황

창업의지와 창업기회단서의 접촉상황을 독립성 검정한 결과는 <표 9>와 같다. $P(0.000) < 0.05$ 로 유의수준 5% 수준에서 창업의지와 창업기회단서의 접촉상황이 연관성이 있으며, 다시 말해서 서로 의미 있는 관계가 내재되어 있다고 해석할 수 있다.

<표 9> 창업의지와 창업기회단서의 접촉상황

구분	우연	열길효과	탐색적	합 계
의도적	12.09(22)	29.67(54)	45.60(83)	87.36(159)
비의도적	9.34(17)	1.65(3)	1.65(3)	12.64(23)
합 계	21.43(39)	31.32(57)	47.25(86)	100(182)

주 : Chi-Square DF 2 Value 43.171 Prob 0.000, %(개수) n=182.

4.2.2 창업의지와 창업자본금 중 자기자본비율

창업의지와 자기자본비율을 독립성 검정한 결과는 <표 10>과 같다. $P(0.021) < 0.05$ 로 창업의지에 따라 자기자본 비율이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 의도적 창업일수록 자기자본비율이 높은 관계성이 있다고 해석할 수 있다.

<표 10> 창업의지와 창업자본금 중 자기자본비율

구분	25%미만	50%미만	75%미만	75%이상	합 계
의도적	21.43(39)	28.57(52)	7.69(14)	29.67(54)	87.36(159)
비의도적	6.04(11)	1.10(2)	2.20(4)	3.30(6)	12.64(23)
합 계	27.47(50)	29.67(54)	9.89(18)	32.97(60)	100(182)

주 : Chi-Square DF 3 Value 9.749 Prob 0.021, % (개수) n=182.

4.2.3 창업기회 발생배경과 사업아이디어 활용

창업기회 발생배경과 사업아이디어 활용 성격을 독립성 검정한 결과는 <표 11>과 같다. P(0.000) <0.05로 창업기회 발생배경에 따라 사업아이디어 활용의 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 11> 창업기회 발생배경과 사업아이디어 활용

구분	기술/노하우	적합한 상황	틈새시장	기타	합 계
전직	36.26(66)	12.09(22)	9.34(17)	0.00(0)	57.69(105)
교육	12.09(22)	4.95(9)	2.20(4)	0.00(0)	19.23(35)
취미	5.49(10)	6.59(12)	3.85(7)	0.00(0)	15.93(29)
기타	2.75(5)	1.10(2)	2.20(4)	1.10(2)	7.14(13)
합계	56.59(103)	24.73(45)	17.58(32)	1.10(2)	100(182)

주 : Chi-Square DF 9 Value 37.425 Prob 0.000, %(개수) n=182.

4.2.4 창업기회단서와 창업기회단서의 접촉상황

창업기회단서와 창업기회단서의 접촉상황과의 독립성을 검정한 결과는 <표 12>과 같다. P(0.002) <0.05로 창업기회단서에 따라 그 접촉상황이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 12> 창업기회단서와 창업기회단서의 접촉상황

구분	우연	열길효과	탐색적	합 계
초대	3.85(7)	2.75(5)	0.55(1)	7.14(13)
문제발견	5.49(10)	8.79(16)	15.93(29)	30.22(55)
시장예견	0.55(1)	3.30(6)	9.89(18)	13.74(25)
협력/요청	2.75(5)	2.75(5)	5.49(10)	10.99(20)
라이선스	2.75(5)	6.04(11)	7.14(13)	15.93(29)
만남	4.40(8)	1.10(2)	2.20(4)	7.69(14)
관찰	1.10(2)	2.75(5)	3.30(6)	7.14(13)
자기고용	0.55(1)	3.85(7)	2.75(5)	7.14(13)
합계	21.43(39)	31.32(57)	47.25(86)	100(182)

주 : Chi-Square DF 14 Value 34.460 Prob 0.002, %(개수) n=182.

4.2.5 창업기회단서와 사업아이디어 활용

창업기회단서와 사업아이디어 활용 사이의 관계를 독립성 검정한 결과는 <표 13>과 같다. P(0.020) <0.05로 창업기회단서에 따라 사업아이디어 활용에 있어 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 13> 창업기회단서와 사업아이디어 활용

구분	기술/노하우	적합한 상황	틈새시장	기 타	합 계
초대	2.20(4)	2.20(4)	2.75(5)	0.00(0)	7.14(13)
문제발견	13.74(25)	8.24(15)	7.69(14)	0.55(1)	30.22(55)
시장예견	10.99(20)	2.75(5)	0.00(0)	0.00(0)	13.74(25)
협력/요청	9.34(17)	1.65(3)	0.00(0)	0.00(0)	10.99(20)
라이선스	9.34(17)	2.75(5)	3.85(7)	0.00(0)	15.93(29)
만남	2.75(5)	3.30(6)	1.65(3)	0.00(0)	7.69(14)
관찰	3.30(6)	2.75(5)	0.55(1)	0.55(1)	7.14(13)
자기고용	4.95(9)	1.10(2)	1.10(2)	0.00(0)	7.14(13)
합계	56.59(103)	24.73(45)	17.58(32)	1.10(2)	100(182)

주 : Chi-Square DF 21 Value 36.337 Prob 0.020, %(개수) n=182.

4.2.6 창업기회단서의 접촉상황과 창업자본금 중 자기자본비율

창업기회단서의 접촉상황과 자기자본비율과의 독립성을 검정한 결과는 <표 14>와 같다. P(0.004) <0.05로 창업기회단서의 접촉상황에 따라 자기자본비율이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 14> 창업기회단서의 접촉상황과 창업자본금 중 자기자본비율

구분	25%미만	50%미만	75%미만	75%이상	합 계
우연	6.59(12)	3.85(7)	4.95(9)	6.04(11)	21.43(39)
옆길효과	7.14(13)	14.29(26)	1.65(3)	8.24(15)	31.32(57)
탐색적	13.74(25)	11.54(21)	3.30(6)	18.68(34)	47.25(86)
합계	27.47(50)	29.67(54)	9.89(18)	32.97(60)	100(182)

주 : Chi-Square DF 6 Value 19.162 Prob 0.004, %(개수) n=182.

V. 결론 및 시사점

본 연구에서는 청년창업가들의 창업기회원천을 도출하고 창업기회원천간의 독립성 검정을 통해 창업 기회탐색의 성격을 알아보는데 연구의 목적이 있다. 다시 말해서, 청년창업가들이 창업을 함에 있어서 기회원천으로 작용한 요인들을 알아보고 그들 사이의 독립성을 분석하기 위한 연구이다.

창업기회원천으로는 기존연구에서 창업의지의 성격(의도적/비의도적), 창업기회 발생배경(출처), 창업기회단서, 창업기회단서의 접촉상황(기회조우의 성격), 사업아이디어 활용을 다루었는데, 여기에 새로운 기회원천 요인인 창업자본금 중 자기자본비율을 추가하여 연구하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 창업의지의 성격 조사에서는 기존 연구인 조병주(1998)의 연구에서는 비의도적으로 창업에 접근하는 창업자가 많았고, 정두식(2009)의 연구에서는 비의도적인

성격에 비해 의도적인 창업의 수가 늘어나긴 했으나, 그 비율이 확연하지 않았다. 그러나 본 연구의 조사결과, 의도적 창업이 87.4%의 비율로 확연하게 과거 연구와는 차별된 결과를 보여주었다.

둘째, 창업기회 발생배경을 조사한 결과, 기존 연구들에서와 마찬가지로 전직의 배경에서 창업기회와 만나고 있었으나 교육을 통한 비율이 기존 연구에서보다 확연히 증가되었음을 확인할 수 있었다. 교육 중에서도 학교 교육의 빈도가 높은 비율로 도출되었는데, 이는 학교 교육에서의 창업교육의 중요성을 시사하는 중요한 정보라 할 수 있겠다.

셋째, 창업기회단서에서는 시장에서의 해결해야 할 문제를 발견하면서 창업과 만나고 있는 청년창업자의 비율이 가장 높게 도출되었다. 이는 다분히 창업에 의도적으로 접근하고 있다는 의미와 상통하고 있다고 해석할 수 있다.

넷째, 창업기회단서의 접촉상황을 조사한 결과, 응답자의 절반에 가까운 숫자가 탐색적으로 창업에 접근하였던 것으로 조사되었다.

다섯째, 사업아이디어가 창업에 어떻게 활용되었는지를 알아보는 조사에서는 전체의 56.6%가 가지고 있는 노하우와 기술을 활용할 수 있는 기회와 만나게 되어, 사업아이디어를 창업에 활용하게 되었다고 응답하였다.

여섯째, 창업자본금 중 자기자본비율에 대한 조사는 본 연구에서 처음으로 조사 시도한 기회원천이었다. 자기자본이 충분히 있어야 창업의 기회도 획득할 수 있다고 보았기 때문이다. 75%이상 자기자본을 가지고 창업하였다는 의견이 가장 많았는데, 이는 창업자본금이 창업을 가능하게 하는 요인으로 작용 가능한 의미로 해석해 볼 수 있다.

연구결과를 통해 청년창업가들의 창업기회요인을 이해하고, 청년창업가로 하여금 안정적이고 성공적인 창업에 이르게 하는 지원방안의 기초를 마련할 수 있다는 점에서 본 연구는 향후 청년창업의 연구영역에 많은 시사점을 제공하고 있다.

본 연구는 전국적으로 분포되어있는 청년창업가 모두를 대상으로 표본조사를 실시하지 못하고, 현실적인 조사의 규모면이나 예산을 감안하여, 특정집단인 SBA(서울산업통상진흥원) 강남청년창업센터에 입주해있는 청년창업가를 대상으로 조사하였다는 한계점이 있다. 또한 창업센터에 입주한 상태를 창업이 완료된 상태로 간주하여 입주자를 창업자로 규정하였다는 점에서 한계성을 보이고 있다. 향후 연구에서는 폭 넓은 조사를 통해 다양한 창업기회원천을 도출해내야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 권상집(2005), 『우리나라 벤처기업의 기회 포착 및 기회 실현 과정: 탐색적 사례연구』, 한국과학기술원 석사학위논문, pp.10.
- 김윤석(2005), 『한국 청년실업의 발생원인과 대응방안에 관한 연구』, 광주대학교 석사학위논문, pp.3-27.
- 김중하(2009), 『청년 창업자의 창업특성이 사업성과에 미치는 영향』, 호서대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문.
- 신진수(2003), 『청년실업의 발생원인 및 해소방안』, 창원대학교 석사학위논문, pp.21-23.
- 유연호(2009), 『창업의지의 영향요인에 관한 실증연구-경력지향성과 사회문화요인 그리고 창업지원 프로그램 참여의사를 중심으로』, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.
- 윤방섭(2004), "창업 의지의 결정요인: 개인특성 및 환경요인", 『산학경영연구원』, 제17권, 제2호, pp.89-105.
- 이지우(2000), "개인특성과 창업의지 사이의 관계", 『중소기업연구』, 제22권, 제1호, pp.121-146.
- 장대성(2000), "경영 및 공학계열 대학생들의 창업교육과 창업의지에 관한 연구", 『산업연구』, 제12권, pp.63-82.
- 정두식, 김한덕(2009), "소자본 상공인들의 창업기회 원천에 관한 실증적 연구", 『산업경제연구』, 제22권, 제1호, pp.457-476.
- 조병주(1998), "창업기회원천 분석과 기회탐색의 전략적 의미", 『중소기업연구』, 제20권, 제1호, pp.245-266.
- 조병주(1999), 『기회발견과 창업 메카닉스』, pp.74-84.
- Case, J.(1989), "The Origins of Entrepreneurship," Inc., p.54.
- Cooper, A. C. and Dunkelberg, W. C.(1987), "Entrepreneurial research: Old questions, new answers, and methodological issues", *American Journal of Small Business*, Vol.13, No.2, pp.49-64.
- Koller, R. H.(1988), "On the Source of Entrepreneurial Ideas," *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Bruce A. Kirchoff and others Eds., Wellesley, Mass.: Babson Center for Entrepreneurial Studies, pp.194-204.
- Teach, R. D., Schwartz, R. G. and Tarpley, F. A. Jr.(1989), "The Recognition and Exploitation of Opportunity in the Software Industry: A Study of Surviving Firms", *111 Frontiers of Entrepreneurship Research*, Robert H. Brockhaus. Sr. and others Eds., Wellesley, Mass: Babson Center for Entrepreneurial Studies, pp.383-397.

- Vesper, K. H.(1996), *New Venture Experience*, Seattle, WA: Vector Books, pp.56-57, pp.69-81.
- Vesper, K. H.(1990), *New Venture Strategies*, Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall, pp.127-158.
- Vesper, K. H.(1982), "Research on Education for Entrepreneurship", *Encyclopedia of Entrepreneurship*, edited by Calvin A. Kent, Donald L. Sexton, Karl H. Vesper, Prentice-Hall, pp.318-351.

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』 -

Moon, Soo Young* · Hwangbo, Yun**

Abstract

In this study, entrepreneurship opportunities, get in anywhere, in any situation, whether in respect to entrepreneurship through empirical research is to analyze. In addition, young entrepreneurs and entrepreneurship opportunities to target the source and a realistic opportunity to investigate the nature of the search in terms of effective support for young entrepreneurs and operational plans to seek the help.

Entrepreneurship opportunities of the origins of the existing studies individually being taken were young entrepreneurs and selected for this study the national and international literature base, and objectives of the study to achieve the city 『Young Entrepreneurs 1000 Project』 participants, survey through the empirical foundation of their opportunities and entrepreneurship opportunities origins analyzed the relationship between sources.

Source of entrepreneurship opportunities in the establishment will include the nature of existing research (intentional / unintentional), business opportunities generated background (source), business opportunity lead, business opportunity lead contact situation (the nature of chance encounters), the business idea was dealt with using here, a new source of opportunity factor established by adding the capital adequacy ratio of capital has been studied. Also 10 years ago by byeong-ju, Jo. entrepreneurship opportunities in Korea for the first time research on the relationship between the source after source of opportunities than in previous research literature on factors leading to the establishment an opportunity to add a set of relationships between sources were analyzed.

Keywords: *entrepreneurship opportunities, entrepreneurship intentional, business opportunities generated background, business opportunity lead, business opportunity lead contact situation*

* Manager, One Man Company · Senior Bizplaza in Eunpyeong-gu, modernpower@naver.com.

** Professor, The Graduate School of Global Entrepreneurship at Hoseo University, yun@hoseo.edu.