

# 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과

김경선 (연세대학교 정경·창업대학원 창업학전공 석사)\*

박우진 (연세대학교 정경대학 경영학부 부교수)\*\*

배병윤 (연세대학교 정경대학 경영학부 박사)\*\*\*

## 국 문 요 약

본 연구는 선행 연구를 바탕으로 5개의 시중은행(KB국민은행, 신한은행, 우리은행, KEB하나은행, NH농협은행)에 종사하는 은행원의 성격특성을 Big5 성격요인으로 분석하고, 그 성격 요인에 따라 창업의도와 디지털미디어 활용역량에 미치는 영향에 대하여 알아보았다. 또한 Big5 성격요인과 창업의도 사이에서 디지털미디어 활용역량의 매개효과가 있는지에 대한 분석도 진행하였다.

그 결과 첫째, Big5 성격요인 중 외향성, 개방성이 창업의도와 정(+)의 관계를, 성실성은 부(-)의 관계를 나타내었다. 둘째, Big5 성격요인과 디지털미디어 활용역량과의 관계에서 친화성, 성실성, 개방성은 콘텐츠 활용역량에 긍정적인 영향을 미쳤으며 커뮤니케이션 활용역량은 개방성과 정(+)의 상관관계를 보였다. 셋째, 디지털미디어 활용역량인 콘텐츠 활용역량과 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 미치는 영향에서는 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 정(+) 영향을 미쳤다. 넷째, Big5 성격요인과 창업의도 사이에 디지털미디어 활용역량의 매개효과를 검증한 결과 커뮤니케이션 활용역량이 개방성과 창업의도를 매개하였다.

창업에 관심이 있는 은행원을 대상으로 은행원의 특성에 맞는 체계적이고 실질적인 창업 교육을 함으로써 퇴직 후 실제 창업에 도움을 주는 것이 필요하다. 또한 창업교육을 통하여 커뮤니케이션 활용역량을 강화함으로써 창업에 필요한 다양한 정보를 수집하고, 나아가 수집한 정보를 바탕으로 새로운 가치를 창출하여 실제 창업으로 이어질 수 있도록 교육을 활성화 할 필요가 있다는 결론을 도출하였다.

핵심주제어: Big5 성격요인, 디지털미디어 활용역량, 창업의도

## 1. 서론

### 1.1 연구배경

안정적인 직장 중의 하나로 대표되던 금융기관은 1997년 IMF 위기 이후 인력 감축은 지속적으로 이루어졌다. IT의 발달은 인터넷뱅킹, 스마트뱅킹, 금융 앱 등의 기능을 활성화하여 비대면 채널을 통한 은행 업무를 보는 비중이 꾸준히 증가하고 있다. Finance(금융)와 Technology(기술)가 결합한 카카오펀크, 케이뱅크 등의 인터넷 전문은행이 출현함으로써 은행간의 경쟁은 더욱 치열해진 가운데, 높은 인건비로 인해 생산성이 낮은 기존의 은행은 지속적인 구조조정을 시행하고 있는 실정이다.

초고령화 사회와 더불어 베이비 붐 세대의 본격적인 대량퇴직이 시작되면서 은퇴 이후의 제 2의 삶을 맞이하는 중년층이 급속도로 증가하고 있는데 은행원도 동일한 상황에 직면

해 있다.

은행원이 퇴직 후 경력과 전문성을 살린 재취업이 현실적으로 어려운 상황에서 그 대안으로 창업을 선택할 수밖에 없다(이재명·강신기, 2015).

은행원의 대부분의 업무는 금전과 직결되기 때문에 복무규정이 상당히 엄격하고 보수적이다. 예를 들어 과도한 대출이나 투자를 제한하고 겸직이나 창업행위를 엄격히 금하고 있는데 이는 사내벤처를 장려하고 활성화시키는 타 기업들과 대조적이다. 이로 인해 상대적으로 경쟁력 없는 직장인을 양산하여 은퇴 후 제 2의 직업 선택의 기회가 좁아지고 경제적 능력이 급격히 하락하게 된다.

한편, 불특정 다수의 고객을 상대하는 은행 종사자에게는 상황 대처 능력과 판단력, 서비스 마인드, 원만한 대인 관계를 위한 정서적 능력 등의 역량이 요구된다. 이러한 능력들은 업무를 수행하는 과정과 지속적인 교육을 통해 후천적으로 형성되는 특성이 있다. 따라서, 고객을 직접 상대하지 않는

\* 주저자, 연세대학교 정경·창업대학원 창업학전공 석사, inbyong@naver.com

\*\* 교신저자, 연세대학교 정경대학 경영학부 부교수, hawkmaint@yonsei.ac.kr

\*\*\* 공동저자, 연세대학교 정경대학 경영학부 박사, yonseibby@gmail.com

· 투고일: 2019-11-08

· 1차수정일: 2020-01-09

· 2차수정일: 2020-02-07

· 게재확정일: 2020-02-19

제조업, IT기업 등 타 업종에서 근무하는 직장인과 구별되는 은행원만의 독특한 성향을 나타낸다.

시대에 따라 창업에 필요한 역량이 조금씩 변화되어 왔다. 현대 사회는 스마트 사회로 급격히 변화되면서 디지털미디어 활용역량이 창업을 위한 중요한 요소로 작용하고 있다.

디지털미디어의 활용역량은 스마트 사회의 트렌드 변화, 창업의 새로운 플랫폼, 온라인 마케팅, 창업지원정책 정보 습득 등 창업의 전반적인 분야에서 영향을 미친다. 따라서 디지털 미디어 활용역량은 창업 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 필수 요소이다.

본 연구에서는 이러한 사회적 환경 변화와 은행의 구조적 특성을 바탕으로 은행원의 성격요인, 디지털미디어 활용역량, 창업의도 간의 상관관계를 알아보고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 Big5 성격요인

성격에 관한 연구는 오래 전부터 다양한 방법으로 진행되어 왔는데 1970년대 이후로 Big5 성격요인이 본격적으로 제안되었다. Big5 모형은 개인의 성격특성을 파악하고 그 특성에 따라 개인차를 표현해주는 안정적인 구조로 인정되어 왔다 (Digman, 1990; John & Srivastava, 1999).

성격의 5요인 이론은 다양하게 연구되어 온 성격이론들을 바탕으로 만들어진 여러 성격 검사결과들을 통합해서 경험적으로 만들어졌다. 따라서 Big5 성격요인 이론은 가장 적은 수의 성격 특성들로 그 구조를 매우 효율적으로 설명할 수 있는 이론이 되었다(박동건 외, 1999).

Big5 성격요인은 외향성, 친화성, 성실성, 신경증, 개방성으로 분류되어 있으며 개인 성향의 차이뿐만 아니라 행동을 포괄적으로 설명해 주고 있다는 것이다(Buss & Finn, 1987).

Big5 성격요인의 성격특성은 다음과 같다. 첫째, 외향성은 개인이 타인과의 상호작용을 중요시하고 자신의 관심사항을 타인에게 알리고 적극적으로 관심을 유도하며 타인의 관심사항에도 귀를 기울이는 특성을 나타내며, 사교적이고, 말하기 좋아하는, 포부가 있는, 활기찬, 낙천적 등의 성향을 보인다 (Goldberg, 1990; Block, 2010). 친화성은 타인과의 원만한 관계와 편안한 상태를 유지하고자 하며, 친화성이 높은 사람은 예의가 바르고 친절하며 인내심이 강한, 상대방을 배려하고 보살피는 이타적인, 타인의 의견에 긍정적인 태도를 보이는 특징을 가지고 있다(Costa et al., 1991). 성실성은 사회적인 규범, 원칙, 규칙들을 잘 지키고 조직적이며 책임감이 강한, 효율적인, 세심한, 철저하고 계획적인 등과 같이 신뢰와 연결되는 특성들로 구성되어 있다. 특히 조직의 성과부분에서 가장 긍정적 영향을 미치는 성격특성이 성실성인 것으로 알려져 있다(Ozer & Benet-Martinez, 2006). 신경증은 주어진 환경에 대하여 심리적 적응에 어려움을 느끼며 걱정, 슬픔, 부끄러움,

분노, 불안감, 우울한, 예민한 등과 같은 부정적인 정서를 보이는 특징을 가지고 있다(John et al., 2008). Little(2014)은 신경증이 높을수록 주변 상황에 대해 더 민감한 반응을 보이며 외부 자극에 대해 부정적인 태도를 보이는 특징을 가진다고 하였다. 개방성은 외부에 대하여 흥미와 관심이 많은 성격으로 경험개방성이 높은 사람은 창의적인 사고를 하며 새로운 것에 대한 모험심이 강하고 관습에 얽매이지 않고 새로운 방법을 이용하여 주어진 목표를 달성하려는 경향이 있다고 한다(Salgado, 2002).

### 2.2 디지털미디어 활용역량

고도로 발달된 정보통신기술과 네트워크는 정부, 기업, 민간 등 모두에게 일하는 방식과 생활양식, 문화, 정치경제에 패러다임을 형성하고 있다.

디지털리터러시는 디지털 미디어의 출현에 의한 정보의 홍수 속에서 새로운 형태의 개념으로 발전하였다. 양방향성과 네트워크화 등의 특성을 보이는 디지털 환경에서는 일차적으로 제공하는 정보기술을 습득하고 활용하는 것에 그치는 것이 아니라 비판적으로 정보를 고르고 활용하며, 타인과 함께 공유하며 자신만의 독창성을 결합하기도 하는 능력이 필수적이다(Mishra et al., 2001).

다양한 디지털 기기의 등장과 소셜미디어의 발전은 디지털 리터러시를 컴퓨터 사용 역량뿐만 아니라 인터넷을 통해 다양한 정보를 검색하고, 이를 올바르게 분석 및 평가, 자신의 활용 목적에 적합하게 재생산하여 타인과 공유하는 역량을 향상시켰다(권성호·현승혜, 2014).

안정임(2002)은 디지털리터러시의 기술적 접근능력으로는 네트워크와 컴퓨터 기기에 대한 접근 역량, 콘텐츠 활용능력에 대하여는 인터넷에서 제공하는 정보의 내용을 이해하며 정보를 수집하고 적용할 수 있는 능력, 지식정보 공유능력으로는 양방향성과 네트워크를 기반으로 지식 커뮤니티 형성과 정보의 교류 및 공유 능력으로 정의하였다. 이상길(2017)은 디지털 미디어 활용역량의 구성 요인을 기기 활용역량, 콘텐츠 활용역량, 커뮤니케이션 활용역량으로 구분하였다.

### 2.3 창업의도

Ajzen(1991)은 의도란 계획된 행동에서 선행되는 변수라 하였다. 창업의도란 창업행위에 대한 의도적 태도로 정의할 수 있으며, 창업이라는 계획된 행동에 대한 결정적인 영향을 미치는 중요한 변수로 작용한다(이재명·강신기, 2015). 개인의 태도와 경험은 창업이라는 계획된 행위로 매개하는 역할을 하므로 창업기업의 초기 특성을 결정짓는데 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다(윤방섭, 2004). 창업의지는 미래에 창업할 생각을 스스로 가지고 있는지 또는 창업을 위하여 관심과 노력을 기울이고 있는지를 나타내는 정도를 의미한다(Ajzen,

1991; Crant, 1996).

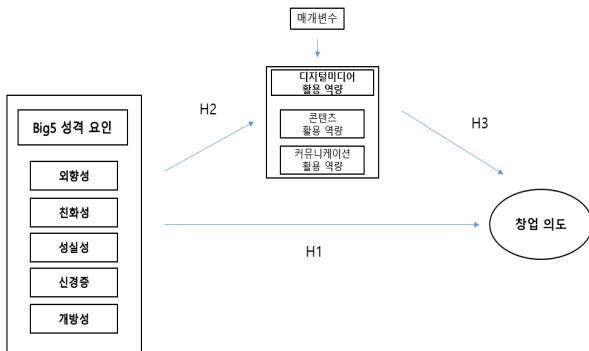
이처럼 창업의지는 당장 창업을 하겠다는 의사보다는 언젠가 창업을 해야겠다는 생각을 나타내기에 창업 실행에 대한 높은 가능성을 내포한다. 창업은 계획적이고 의도적인 행동을 통하여 실행되며, 시간의 흐름에 따라 진행되는 일련의 과정으로서(Bird, 1988), 창업의 첫 단계에 해당하는 창업의도와 연관된 사항을 이해하는 것이 매우 중요하다(Krueger et al., 2000; 배병윤·이주현, 2015).

즉, 창업을 하려면 개인이나 단체가 창업을 결정하고 실행해야 하며, 이러한 결정과 실천이 이루어지려면 창업의도가 선행되어야 한다는 것이다. 따라서 창업의도는 창업과정을 이해하는데 중요한 핵심적 개념이라고 할 수 있으며, 창업을 실천하는데 수반되는 모든 행동과 밀접한 관계를 맺고 있는 중요한 변수이다.

### III. 연구 방법

#### 3.1 연구의 모형 및 가설의 설정

본 연구는 Big5 성격요인, 디지털미디어 활용역량, 창업의도 간의 관계를 연구하고, Big5 성격요인과 창업의도 사이에 디지털미디어 활용역량의 매개효과를 실증적으로 분석하는 것이다. 선행연구를 바탕으로 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구 모형

<그림 1>의 연구 모형을 근거로 하여 가설은 다음과 같이 설정하였다.

창업자의 개인적 특성 중 특히 심리적 특성은 지금도 여전히 많은 창업 연구자들에게 중요한 연구주제로 다루어지고 있다. 심리적 특성 중에서도 성격(personality)특성이 가장 중요한 요인 중 하나이다. 성격이 중요한 이유는 장기적으로 형성되어 특성이 안정적이므로 그 실체를 표현하기에 용이한 측면이 있기 때문이다(고운승, 2019). Big5 성격요인과 창업의도와의 관계는 연구자에 따라 다양한 결과를 나타냈다. 본 연구에서는 사람들의 기본적인 성격특성과 은행원의 직업 특성을

고려하여 다음과 같은 가설을 세웠다.

H1-1: 외향성은 창업의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

외향성은 사회활동을 적극적으로 참여하며 타인과의 관계 형성을 중요시 하고 우호적인 관계를 가짐과 동시에 남을 리더하려는 특징을 많이 보인다(신하성, 2018). Ettis & Kefi(2016)와 Zhao et al.(2010)의 연구에서 외향성이 창업의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H1-2: 친화성은 창업의도에 부(-)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

Ettis & Kefi(2016)의 연구에서 친화성은 타인의 의견을 존중하고 배려하며 공감적인 표현을 하는 성향이 높아 창업의도에 부정적 영향을 미친다고 하였다. 김도영·유태용(2002)은 친화적 성향은 조직에 협조적이고 긍정적인 특성을 보이지만 새로운 분야에 대한 도전에는 부정적인 영향을 미친다 하였다.

H1-3: 성실성은 창업의도에 부(-)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

성실성은 사회적인 규칙을 잘 준수하고 책임감이 강하며 자기통제를 잘하는 유형으로, 자신이 맡은 일에 대해 끝까지 책임지고자 하며 충동적으로 일을 처리하지 않는다고 하였다(Costa & McCrae, 1992). 성실성은 조직의 직무자원 활용에 중요한 덕목으로 이러한 사람들은 창업보다는 현재 업무에 최선을 다하는 경향이 있다.

H1-4: 신경증은 창업의도에 부(-)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

신경증의 사람들은 개인혁신성과 자기효능감에 유의미한 부(-)의 영향을 주는 것으로 나타났다(신하성, 2018). 기업가정신의 중요한 요인인 개인혁신성과 자기효능감이 부족한 신경증은 창업의도에도 부정적 영향을 미칠 것이다.

H1-5: 개방성은 창업의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

중장년층들의 제 2의 직업 형성에 있어 개방적 성향은 혁신을 기반으로 새로운 기업을 세우고자 하는 의지가 높다(고운승, 2019). 새로운 기술, 정보, 문화에 대한 적응도가 높으며 새로운 것을 창조하는 능력이 타 성향에 비해 뛰어난(Keyes et al., 2002) 개방성은 창업의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

IT의 발달과 4차 산업혁명은 은행의 패러다임 변화에도 중요한 영향을 미쳤다. 일부 업무를 제외하고 대부분의 은행 업무가 스마트폰과 컴퓨터를 통해 이루어지고 있다. 기존의 은행 전산시스템 활용 능력과 더불어 금융과 관련된 인터넷 정보 탐색 능력, 앱 설치와 같은 디지털미디어 활용역량이 중요해지고 있다. 이러한 금융 환경의 변화에 따라 은행원의 Big5 성격요인이 디지털미디어 활용역량에 미치는 영향에 대하여

다음과 같은 가설을 세웠다.

H2-1: 외향성은 콘텐츠 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

주어진 상황에 쉽게 적응하고 활동적이며 목적지향적인(Norman, 1963; Goldberg, 1990) 외향성은 정보의 이용에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다(문영환 외, 2017).

H2-2: 친화성은 콘텐츠 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이신남(2010)의 연구에서 수용성은 IT교육에 대한 만족과 숙련도, 성과에 대해 긍정적 영향을 미쳤으며, Seidman(2013)은 인터넷 정보의 습득과 공유에 있어 친화성이 양의 효과를 보여준다고 하였다.

H2-3: 성실성은 콘텐츠 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

성실성은 책임감이 강하고 직무 수행에 긍정적 영향을 미치는 특성(이형주·최계봉, 2008)이 있으므로 조직의 주어진 목표를 달성하기 위하여 가능한 수단을 탐색할 것이며, 디지털 미디어의 콘텐츠도 직무 수행을 위하여 적극 활용할 것이다.

H2-4: 신경증은 콘텐츠 활용역량에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

환경에 대한 예민함, 불안감, 피로감으로 표현되는 신경증(이형주·최계봉, 2008)은 호기심이 낮으며 새로운 정보나 지식에 대한 거부감을 나타낸다. Tuten & Bosnjak(2001)의 연구에서 신경증이 정보의 습득에 부정적 영향을 미친다고 하였다.

H2-5: 개방성은 콘텐츠 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

개방성은 지적인 자극이나 변화, 다양성에 대한 긍정적 태도와 관련이 된다(Keyes et al., 2002). 새로운 지식과 정보에 대한 호기심을 갖고 적극적으로 새로운 정보를 습득하고 생산하는데 긍정적 효과를 보여주었다(Tuten & Bosnjak, 2001).

H2-6: 외향성은 커뮤니케이션 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Ryan & Xenos(2011)는 성격요인에 따른 페이스북 이용 특성을 연구한 결과 외향성이 가장 많이 활용하는 것으로 나타난다고 하였다. 정보의 활용 및 공유, 사회적 관계 형성에 있어 외향적 성향은 정(+)의 효과를 보여주었다(문영환 외, 2017).

외향적인 사람은 실생활에서뿐만 아니라 온라인을 통한 사회적 참여와 타인과의 유대관계를 형성, 의사소통의 도구로서 커뮤니케이션 활용을 적극적으로 할 것이다.

H2-7: 친화성은 커뮤니케이션 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Seidman(2013)은 인터넷을 통한 사회적 관계 및 참여, 정보의 습득과 공유에 있어서 호의성이 양의 효과를 보였다고 하였다. 친화성은 인터넷 내에서도 타인의 정보와 의견을 긍정적으로 수용하고 공감하고자 커뮤니케이션 활용을 적극적으로 할 것이다.

H2-8: 성실성은 커뮤니케이션 활용역량에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

Ryan & Xenos(2011)의 연구에서 성격요인 중 성실성이 페이스북을 가장 적게 이용하는 것으로 나타났으며, Landers & Lounsbury(2006)도 인터넷 활용시간과 성격유형 간의 관계에 대한 연구에서 성실성은 인터넷 이용 시간과 부(-) 관계에 있음을 보여주었다.

H2-9: 신경증은 커뮤니케이션 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Amiel & Sargent(2004)는 신경성 이용자들이 온라인을 통해 지적인 모습을 보이고자 인터넷에서의 정보습득 및 공유에 적극적임을 보였다. Seidman(2013)은 신경증의 사람들이 비대면 채널에서 자기표현을 적극적으로 하며 타인과의 커뮤니케이션을 통해 정서적 안정을 찾는 경향을 보인다고 하였다. 디지털 공간을 활용하여 자신의 존재감을 드러내고 타인에게 인정받고자 하는 욕구로 인해 커뮤니케이션 활용역량에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H2-10: 개방성은 커뮤니케이션 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

많은 선행 연구에서(Tuten & Bosnjak, 2001; Ryan & Xenos, 2011; 문영환 외, 2017) 개방성은 디지털 리더러시 활용역량에 긍정적인 영향을 미쳤다. 새로운 것에 개방적이고 창조적인 성향이 강한 개방성(McCrae & Costa, 1987)은 타인의 의견과 정보를 공유하고 자신의 정보도 적극 제공하며, 습득한 정보들을 활용하여 새로운 가치를 생산하고 제공하는 등 활발한 커뮤니케이션 활동을 할 것이다.

H3-1: 콘텐츠활용 역량은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

서정현(2010)의 연구에 따르면 소상공인의 디지털리터러시의 미흡은 기업가정신의 미흡에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 역으로 보면 기업가정신이 높으면 디지털리터러시도 높아 인터넷을 통한 정보를 적극적으로 탐색하고 이를 창업과 관련하여 유용하게 활용할 것이며 창업의지에도 긍정적 영향을 미칠 것이다.

H3-2: 커뮤니케이션 활용역량은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

소셜미디어의 상호작용성은 자기효능감과 창업의도에 긍정적 영향을 끼치는 것으로 나타났다(문성식·전인오, 2017). 온라인상에서의 상호 정보의 교류로 트렌드 변화를 인식하고 정보의 가치를 재창조하는 활동의 통하여 창업의도에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

H4: 디지털미디어 활용역량은 Big5 성격요인과 창업의도 사이에 유의미한 매개역할을 할 것이다.

## IV. 연구방법

### 4.1 자료수집 및 분석방법

본 연구는 5개 시중은행(KB국민은행, 신한은행, 우리은행, KEB하나은행, NH농협은행) 직원을 대상으로 2019년 3월~4월 온라인 설문조사를 실시하였다. 212부의 설문지 중 무응답 및 불성실 응답지 2부를 제거하고 최종 210부를 가지고 SPSS(Ver. 18.0) 통계프로그램을 이용하였다.

측정도구의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위하여 요인분석(Factor Analysis)과 신뢰도 분석(Reliability Analysis)을 실시하였으며 연구가설을 검증하는 과정에서는 단일 또는 다중회귀 분석을 실시하였다.

### 4.2 변수의 조작적 정의 및 설문구성

<표 1> 변수의 조작적 정의 및 설문 구성

변수	변수의 조작적 정의	문항수	참고문헌
독립 변수	Big5 성격 요인	외향성	Costa & McCrae(1992), 이경임·안창규(1996), Salgado(2002)
		친화성	
		성실성	
		신경증	
		개방성	
매개 변수	디지털 미디어 활용 역량	콘텐츠 활용역량	안정임(2002), 권성호·현승혜(2014)
		커뮤니케이션 활용역량	
종속 변수	창업 의도	창업의도	Yusof et al.(2007), Krueger et al.(2000)

변수의 설문문항은 다음과 같다.

<표 2> 설문 문항

Big5 성격 요인	외향성	1. 나는 사교적이고 남에게 친근감을 준다. 2. 나는 생기 있고 활동적인 편이다. 3. 나는 명랑하며 낙천적이다. 4. 나는 모든 일에 적극적이다. 5. 나는 다른 사람과 어울리기를 좋아한다.
	친화성	1. 나는 너그러운 편이다. 2. 나는 융통성이 있다. 3. 나는 포용성이 있는 편이다.
	성실성	1. 나는 효율적으로 일처리를 한다. 2. 는 책임감이 있다. 3. 나는 체계적으로 일할 능력을 가지고 있다. 4. 나는 매사에 철저하다. 5. 나는 계획적으로 일을 수행한다.
	신경증	1. 나는 사소한 일에 화를 잘 낸다. 2. 나는 매사에 두려워하는 편이다. 3. 나는 쉽게 당황하고 자각지심이 강하다. 4. 나는 쉽게 우울해지는 편이다. 5. 나는 뭘지 모르게 항상 걱정이 많다.
	개방성	1. 나는 다양한 경험을 추구한다. 2. 나는 호기심이 많은 편이다. 3. 나는 모험을 좋아한다. 4. 나는 상상력이 풍부한 편이다. 5. 나는 창의성이 있는 편이다.
디지털 미디어 활용 역량	콘텐츠 활용역량	1. 나는 주로 사용하는 인터넷 사이트를 즐겨찾기에 저장하여 사용할 수 있다. 2. 나는 인터넷 사이트를 통해 필요한 정보와 문서를 다룬 받아 사용할 수 있다. 3. 나는 특정기관의 웹 사이트를 방문하여 원하는 문서와 정보 등을 찾을 수 있다. 4. 나는 스마트 폰으로 내비게이션과 지도를 활용할 수 있다. 5. 나는 스마트 폰으로 교통정보, 날씨정보를 활용할 수 있다. 6. 나는 스마트 폰으로 SNS(블로그, 페이스북, 트위터)를 활용할 수 있다. 7. 나는 스마트 폰으로 유료 어플리케이션을 구매하고 결제할 수 있다. 8. 나는 스마트 폰으로 물품구매, 티켓예매 등 쇼핑을 할 수 있다. 9. 나는 스마트 폰으로 은행업무(모바일 뱅킹)를 할 수 있다. 10. 나는 스마트 폰으로 주식거래를 할 수 있다.
	커뮤니케이션 활용역량	1. 나는 다른 사람에게 도움이 되는 정보를 "온라인 커뮤니티"에 올린다. 2. 나는 다른 사람의 온라인 공간에 댓글을 남긴다. 3. 나는 관심 있는 글이나 정보를 인터넷에서 공유한다. 4. 나는 블로그, 페이스북, 트위터, 유튜브를 사용할 때 글이나 사진, 동영상을 작성하고 공유한다. 5. 나는 블로그, 페이스북, 트위터, 유튜브를 사용할 때 댓글을 달아 의견을 표현한다. 6. 나는 "온라인 커뮤니티"에 올린 다른 사람의 글이나 정보를 활용한다.
창업 의도		1. 나에게 내 사업을 하고자 하는 욕구가 있다. 2. 나는 창업에 많은 관심을 가지고 있어서 창업 관련 정보를 유심히 본다. 3. 나에게 창업가가 되고자 하는 성향이 있다. 4. 나는 지금의 직장에서 퇴직 후 바로 창업할 계획이다. 5. 나는 지금의 직장에서 퇴직 후 일정기간 준비 후에 창업할 계획이다.

## V. 실증분석 및 가설검증

### 5.1 표본의 인구통계학적 특성

표본 은행원 응답자의 인구통계학적 특성은 다음과 같다. 남직원 56.2%(118명), 여직원 43.8%(92명)로 남직원 응답자가 여직원보다 많았다. 연령은 20부터 50대 응답자가 비교적 고르게 분포되어 있는데, 그 중 40대 응답자가 31%(65명)로 가장 많았고, 결혼여부에는 기혼자가 61.4%(129명), 미혼자 38.6%(81명)로 나타났다. 학력은 대학교 졸업자가 68.6%(144명)로 가장 많았고 고등학교 졸업자 17.1%(36명), 전문대학교 졸업자 7.1%(15명), 대학원 이상이 7.1%(15명)로 분포되어 있다. 근무기간은 10년 미만 42.9%(90명), 10년 이상 20년 미만 18.6%(39명), 20년 이상 30년 미만 26.7%(56명), 30년 이상이 11.9%(25명)로 20년 이상의 장기근속 직원이 38.6%의 비중을 나타냈다. 마지막으로 응답자의 직급은 계장/대리가 53.8%(113명)로 가장 많았으며, 과장/차장이 20.5%(43명), 부지점장 14.3%(30명), 지점장 이상 11.4%(24명)의 통계치를 보였다.

### 5.2 모형의 신뢰도 및 타당성 검증

본 연구의 신뢰도 및 타당성 검증 결과는 다음과 같다.

<표 3> 독립변수의 신뢰도 및 타당성 분석 결과

측정변수	측정항목	요인적재량					공통성	고유값	크론바흐알파
Big5 성격요인	외향성1	.195	-.191	.795	.072	.169	.740	3.673	.872
	외향성2	.164	-.185	.847	.126	.056	.797		
	외향성3	.082	-.279	.650	.110	.335	.632		
	외향성4	.389	.000	.708	.142	.107	.684		
	외향성5	.072	-.047	.741	.199	.256	.662		
	친화성1	.123	-.153	.227	.089	.783	.711	3.268	.810
	친화성2	.194	-.052	.208	.158	.727	.637		
	친화성3	.253	-.028	.236	.154	.781	.753		
	성실성1	.768	-.151	.155	.166	.178	.696	3.260	.892
	성실성2	.719	.017	.156	.056	.214	.591		
	성실성3	.808	.154	.187	.123	.841	.758		
	성실성4	-.176	-.023	.129	-.015	.056	.728		
	성실성5	.881	-.059	.118	.051	.059	.801		
	신경증1	-.060	.551	-.016	.061	-.401	.472	3.138	.846
	신경증2	-.050	.810	-.137	-.144	.016	.699		
	신경증3	-.074	.798	-.068	-.129	-.071	.668		
	신경증4	-.117	.806	-.189	-.008	-.135	.717		
	신경증5	-.036	.841	-.127	.014	.042	.726		
	개방성1	.141	-.249	.191	.692	-.038	.599	2.329	.839
	개방성2	.019	-.054	.212	.822	.145	.744		
개방성3	-.031	-.094	.169	.790	-.008	.663			
개방성4	.115	.048	.009	.764	.196	.638			
개방성5	.153	.048	.002	.719	.098	.552			
누적분산(%)		15.971	30.179	44.355	57.999	68.125			
KMO							.852		
Bartlett구형성 검정							2681.235(.000)		

<표 4> 매개변수, 종속변수의 타당성 및 신뢰성 분석 결과

측정변수	측정항목	요인적재량			공통성	고유값	크론바흐알파
디지털 미디어 활용역량	콘텐츠활용역량1	.786	.109	-.072	.635	6.499	.924
	콘텐츠활용역량2	.880	.135	-.056	.796		
	콘텐츠활용역량3	.881	.138	.000	.795		
	콘텐츠활용역량4	.882	.075	-.077	.790		
	콘텐츠활용역량5	.887	.058	-.077	.796		
	콘텐츠활용역량6	.686	.301	.039	.562		
	콘텐츠활용역량7	.751	.191	.049	.604		
	콘텐츠활용역량8	.857	.025	-.035	.736		
	콘텐츠활용역량9	.730	-.114	-.069	.550		
	콘텐츠활용역량10	.530	.031	.262	.351		
커뮤니케이션활용	커뮤니케이션활용1	.087	.805	.280	.734	4.421	.922
	커뮤니케이션활용2	.041	.873	.166	.792		
	커뮤니케이션활용3	.040	.876	.092	.777		
	커뮤니케이션활용4	.131	.884	.149	.821		
	커뮤니케이션활용5	.096	.897	.154	.837		
	커뮤니케이션활용6	.377	.573	.057	.473		
창업의도	창업의도1	.011	.163	.907	.849	3.997	.926
	창업의도2	-.026	.153	.885	.808		
	창업의도3	-.047	.176	.918	.875		
	창업의도4	-.031	.205	.809	.697		
	창업의도5	-.011	.082	.795	.639		
누적분산(%)		30.948	51.998	71.029			
KMO					.897		
Bartlett구형성 검정					3834.564(.000)		

### 5.3 기술통계 및 상관관계 분석

본 연구의 기술통계 및 상관관계 분석 결과는 다음과 같다. 평균은 2.54에서 4.33의 분포를 보였으며, 표준편차는 .656에서 1.084의 결과를 나타내었다.

<표 5> 기술통계 및 상관관계 분석 결과

구분	평균	표준편차	외향성	친화성	성실성	신경증	개방성	콘텐츠 활용역량	커뮤니케이션 활용역량	창업의도
외향성	3.66	.734	1							
친화성	3.79	.680	.517**	1						
성실성	3.93	.656	.433**	.412**	1					
신경증	2.54	.747	-.353**	-.259**	-.218**	1				
개방성	3.29	.738	.354**	.305**	.244**	-.171*	1			
콘텐츠 활용역량	4.33	.694	.150*	.241**	.253**	-.097	.263**	1		
커뮤니케이션 활용역량	2.77	1.084	.234**	.221**	.098	-.086	.251**	.272**	1	
창업의도	2.61	1.060	.258**	.155*	.025	-.129	.311**	.008	.341**	1

\*\* : 0.01 수준(양쪽)에서 유의함, \* : 0.05 수준(양쪽)에서 유의함

### 5.4 가설검증

Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향에 대한 가설 H1-1-H1-5를 검증하기 위하여 다중회귀분석 한 결과 <표 5>

와 같다. 외향성이 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 유의미한 결과를 보여주어 (베타=.204, t값=2.450, 유의확률=.015) 채택되었다. 성실성은 창업의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증 결과 유의미한 값(베타=-.143, t값=-1.918, 유의확률=.057)을 나타내어 채택되었다. 개방성이 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 또한 채택(베타=.262, t값=3.707, 유의확률=.000)되었으며 성격요인 중 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6> Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향 가설 검증 결과

가설	경로		베타	t값	유의 확률	가설 지지 여부
H1-1	외향성	→ 창업의도	.204**	2.450	.015	채택
H1-2	친화성	→ 창업의도	.019	.236	.814	기각
H1-3	성실성	→ 창업의도	-.143*	-1.918	.057	채택
H1-4	신경증	→ 창업의도	-.039	-.557	.578	기각
H1-5	개방성	→ 창업의도	.262***	3.707	.000	채택
F			6.549			
R제곱			.138			
수정된 R제곱			.117			

\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, +p<0.1

Big5 성격요인이 콘텐츠 활용역량에 미치는 영향에 대한 가설 H2-1~H2-5를 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. Big5 성격요인이 콘텐츠 활용역량에 미치는 영향을 검증한 결과 친화성(베타=.143, t값=1.786, 유의확률=.076), 성실성(베타=.174, t값=2.309, 유의확률=.022), 개방성(베타=.201, t값=2.826, 유의확률=.005)이 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다.

<표 7> Big5 성격요인이 콘텐츠 활용역량에 미치는 영향 가설 검증 결과

가설	경로		베타	t값	유의 확률	가설 지지 여부
H2-1	외향성	→ 콘텐츠 활용역량	-.075	-.894	.372	기각
H2-2	친화성	→ 콘텐츠 활용역량	.143*	1.786	.076	채택
H2-3	성실성	→ 콘텐츠 활용역량	.174**	2.309	.022	채택
H2-4	신경증	→ 콘텐츠 활용역량	-.014	-.203	.839	기각
H2-5	개방성	→ 콘텐츠 활용역량	.201***	2.826	.005	채택
F			5.639			
R제곱			.121			
수정된 R제곱			.100			

\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, +p<0.1

Big5 성격요인과 커뮤니케이션 활용역량의 관계를 나타낸 가설 H2-6~H2-10에 대한 검증 결과 개방성이 커뮤니케이션 활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설이 채택되었음을 보여주고 있다.

<표 8> Big5 성격요인이 커뮤니케이션 활용역량에 미치는 영향 가설 검증 결과

가설	경로		베타	t값	유의 확률	가설 지지 여부
H2-6	외향성	→ 커뮤니케이션 활용역량	.135	1.584	.115	기각
H2-7	친화성	→ 커뮤니케이션 활용역량	.120	1.483	.140	기각
H2-8	성실성	→ 커뮤니케이션 활용역량	-.051	-.674	.501	기각
H2-9	신경증	→ 커뮤니케이션 활용역량	.013	.177	.859	기각
H2-10	개방성	→ 커뮤니케이션 활용역량	.181**	2.507	.013	채택
F			4.402			
R제곱			.097			
수정된 R제곱			.075			

\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, +p<0.1

디지털미디어 활용역량 중 콘텐츠 활용역량이 창업의도에 미치는 영향에 대한 가설 H3-1을 검증하기 위해 단순회귀분석을 실시한 결과 유의미한 값을 나타내지 못하여 기각되었다.

<표 9> 콘텐츠 활용역량이 창업의도에 미치는 영향 가설 검증 결과

가설	경로		베타	t값	유의 확률	가설 지지 여부
H3-1	콘텐츠 활용역량	→ 창업의도	.008	.119	.905	기각
F			.014			
R제곱			.000			
수정된 R제곱			-.005			

\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, +p<0.1

커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위하여 단순회귀분석을 실시하였고, 그 결과 베타=.341, t값=5.235, 유의확률=.000으로 나타나 H3-2는 채택되었다.

<표 10> 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 미치는 영향 가설 검증 결과

가설	경로		베타	t값	유의 확률	가설 지지 여부
H3-2	커뮤니케이션 활용역량	→ 창업의도	.341***	5.235	.000	채택
F			27.406			
R제곱			.116			
수정된 R제곱			.112			

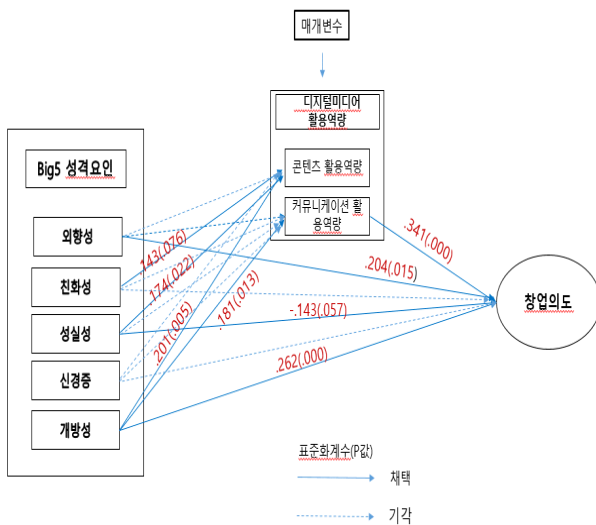
\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, +p<0.1

Baron & Kenny(1986)의 연구에서 제시한 바와 같이 매개효과 검증은 실시한 결과 커뮤니케이션 활용역량이 Big5 성격요인 중 개방성과 창업의도 간에 매개효과가 있는 것으로 나타났다. Sobel Test 결과 Test statistic값이 2.811( $p=0.0049$ )로 매개효과가 유의미하다고 판정할 수 있다.

<표 11> 커뮤니케이션 활용역량의 매개효과 검증 결과

	1단계 커뮤니케이션 활용역량	2단계 창업의도	3단계 창업의도
개방성	.251***(.000)	.311***(.000)	.241***(.000)
커뮤니케이션 활용역량			.281(.000)
F	13.954	22.306	21.313
R제곱	.063	.097	.171

\*\*\* $p<0.01$ , \*\* $p<0.05$ , + $p<0.1$



<그림 2> 가설 검증 결과

## VI. 결론

### 6.1 연구결과

본 연구에서는 은행이라는 직업적 특수성을 지닌 은행원을 대상으로 성격특성을 Big5 성격요인으로 구분하고, 성격특성에 따라 창업의도와 디지털미디어 활용역량에 미치는 영향에 대한 실증 분석을 하였으며 결과는 다음과 같다.

첫째, Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 외향성과 개방성이 긍정적인 영향을, 성실성은 부정적 영향을 미칠 것이라는 가설이 지지되었다. 친화성은 은행의 업무 특성상 후천적으로 형성되므로 은행원 고유의 성향과 창업의도 간의 관계가 명확하지 않은 것으로 해석된다. 성격특성에 따른 창업의도에 대한 선행 연구 결과는 일관적이지 않다. 중장년층을 대상으로 한 고윤승(2019)의 연구에서

는 개방성, 외향성이 창업의도에 정(+)의 영향을 미쳐 본 연구와 동일한 결과를 보여준다. 신하성(2018)의 IT분야 예비창업자의 성격특성에 따른 창업의도의 연구결과에서는 신경증은 부정적 영향을 미쳤으며 외향성, 친화성, 성실성, 개방성은 긍정적 관계를 나타내어 모든 성격요인이 창업의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 Ettis & Kefi(2016)가 튀니지 학생을 대상으로 실증 분석한 결과에서는 개방성, 성실성, 외향성, 신경증이 정(+)의 영향을 미치고 친화성은 부(-)의 영향을 미쳤다. 선행 연구와 본 논문의 연구 결과를 보면 성격특성에 따른 창업의도는 표본을 구성하는 집단의 특성에 따라 다르게 나타난다고 할 수 있다.

둘째, Big5 성격요인에 따른 콘텐츠 활용역량과 커뮤니케이션 활용역량에서 친화성, 성실성, 개방성이 콘텐츠 활용역량에 긍정적 영향을 미쳤으며, 개방성이 커뮤니케이션 활용역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 콘텐츠 활용역량은 은행의 직무 수행을 위한 정보 습득과 고객에게 비대면채널 이용법을 안내하기 위한 수단으로 사용되므로 직무 수행성인 높은 친화성, 성실성과 새로운 정보 수용에 적극적인 개방성의 은행원과 긍정적 관계가 있음을 알 수 있다.

반면 직무와 연관성이 적은 쌍방향으로의 정보의 공유와 소통, 온라인 네트워크 형성 등의 활동을 하는 커뮤니케이션 활용역량은 개방성만이 긍정적 관계를 형성하고 있다. 개방성은 성격특성상 직무와 상관없이 커뮤니케이션 활용에도 적극적이라 할 수 있다. 인터넷 접속이 극히 제한된 업무 환경은 커뮤니케이션 활용의 기회를 거의 제공하지 않아 개방성을 제외한 성격요인과 유의한 관계를 보이지 않은 것으로 해석된다.

셋째, 디지털미디어 활용역량이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 커뮤니케이션 활용역량이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 이상길(2017)의 연구와 동일하다. 콘텐츠 활용역량은 직무 수행을 위하여 형성되는 경향이 강하므로 창업의도와는 유의한 관계를 보이지 않는 것으로 해석된다.

넷째, 커뮤니케이션 활용역량은 Big5 성격요인 중 개방성과 창업의도 사이에 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 개방성의 은행원이 창업의도에 직접적인 영향뿐만 아니라 간접적인 영향도 미치고 있음을 알 수 있다.

### 6.2 연구에 관한 시사점

은행원의 일반적인 특성인 보수적 성향과 은행의 엄격한 행동 강령은 창업에 대한 정보의 절대적인 부족과 막연한 두려움을 양산하여 창업에 관심이 있어도 실행에 옮기는 경우가 드물다. 그러나 우리나라의 초고령화는 정년퇴직 이후에도 상당 기간 제 2의 경제활동을 해야 하는 사회를 형성하고 따라서, 재취업 또는 창업을 선택할 수밖에 없는 상황에 직면해 있다.

은행의 제도적 규제에 의해 창업과 관련된 정보를 개인 스



스스로가 찾을 수 있는 역량이 상당히 부족하다. 또한, 은퇴 선배들의 충분한 준비 없이 이루어진 창업이 대부분 실패로 이어져 창업에 대한 거부감을 배가시켰다. 은행원의 복지 차원에서 창업에 대한 구체적이고 실질적인 교육을 실시한다면 직원들의 내부만족을 향상시키고, 나아가 은퇴 세대에 대한 사회적인 문제를 해결하는데 기여할 것이다.

창업을 지속적으로 유지하기 위해서는 고객과의 우호적인 관계형성과 상황에 따라 융통성을 발휘해야 할 필요가 있다. 불특정 다수의 고객을 상대하면서 형성된 상황 대처 능력과 서비스 정신, 고객 관리능력 등은 창업가의 장점으로 활용될 수 있다. 은행원의 장점을 적극 활용할 수 있는 아이템을 발굴하는 등 타 기업과 차별화된 교육을 함으로써 창업에 대한 자신감을 고취시킬 필요가 있다.

또한 창업 준비 과정과 창업 이후의 지속적인 성장에 있어 인터넷 활용 역량의 중요성은 점차 확대되고 있다. 정부지원 사업, 마케팅, 창업 트렌드, 아이템 발굴 등 창업의 전반적인 분야에서의 정보 제공이 인터넷을 통해 이루어지고 있기 때문이다. 본 연구에서 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 긍정적 영향을 미쳤을 뿐 아니라, 개방성과 창업의도 사이에 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 디지털미디어 활용 역량의 향상은 4차 산업혁명 시대의 창업트렌드를 파악하고 성공적인 창업으로 이어지는데 도움을 줄 것이다.

창업교육을 통하여 커뮤니케이션 활용역량을 강화함으로써 창업에 대한 정보 수집, 창의적 아이디어 발굴, 가치의 재창출 등의 역량을 향상시켜 실제 창업으로 이어질 수 있도록 창업교육 프로그램을 개선해 나갈 필요가 있다.

## REFERENCE

고운승(2019). 융복합시대에 중장년층의 성격 5요인과 창업의도와 의 관계. *한국과학예술포럼*, 37, 1-12.

권성호·현승혜(2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구. *학습과학연구*, 8(1), 120-140.

김도영·유태용(2002). 성격 5요인과 조직에서의 맥락수행간의 관계. *한국심리학회지: 산업 및 조직*, 15(2), 1-24.

문성식·전인오(2017). 소셜 미디어 상호작용성에 따른 자기효능감이 창업의지에 미치는 영향. *한국물류학회지*, 27(5), 135-147.

문영환·홍이름·황준석(2017). 이용자의 성격특성과 접근성이 디지털 리터러시에 미치는 영향에 관한 연구. *정보사회와 미디어*, 18(2), 33-64.

박동건·김성훈·허영운(1999). Holland 흥미모형과 5요인 성격 모형간의 관계에 대한 경험적 연구. *한국심리학회지*, 12, 95-112.

배병윤·이주현(2015). 대학생의 조절초점성향이 기업가정신 및 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 10(6), 215-223.

서정현(2010). *국내 소상공인의 정보 리터러시에 따른 성장 장애요인이 사업 성과에 미치는 영향 연구*. 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.

신하성(2018). IT 분야 예비창업자의 성격 5요인이 개인혁신성, 자

기효능감, 창업의지에 미치는 영향. *전산회계연구*, 16(1), 111-133.

안정업(2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시: 의미와 연구방향의 모색. *교육정보미디어연구*, 8(3), 5-23.

윤방섭(2004). 창업의지 결정요인: 개인특성 및 환경요인. *산학경영연구*, 17(2), 89-110.

이경임·안창규(1996). NEO-PI-R의 임상적 활용. *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 8(1), 65-79.

이상길(2017). *직장인의 창업의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대학교 대학원.

이신남(2010). 성격특성이 IT교육 만족 및 성과에 미치는 영향. *경영교육저널*, 17, 1-16.

이재명·강신기(2015). 금융기관 종사자의 이직 및 창업의도에 영향을 미치는 요인 연구. *벤처창업연구*, 10(5), 151-163.

이형주·최계봉(2008). 호텔종업원의 성격특성이 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구: 직무자원활용성과 종업원서비스지향성의 매개역할을 중심으로. *한국마케팅학회*, 9, 117-140.

Ahn, J. I.(2002). Digitalized Communication and Media Literacy: Groping for the Meaning and Research Focus in Multiliteracy. *Korean Association for Educational Information and Broadcasting*. 8(3), 5-23.

Ajzen, I.(1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Amiel, T., & Sargent, S. L.(2004). Individual differences in Internet usage motives. *Computers in Human Behavior*, 20(6), 711-726.

Bac, B. Y., & Lee, J. H.(2015). A Study on the Regulatory Focus, Entrepreneurial Orientation, and Entrepreneurial Intentions of College Students in Korea. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(6). 215-223.

Baron, R. M., & Kenny, D. A.(1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.

Bird, B. J.(1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions. *Academy of Management Review*, 13, 442-454.

Block, J.(2010). The five-factor framing of personality and beyond: Some ruminations. *Psychological Inquiry*, 21(1), 2-25.

Buss, A. H., & Finn, S. E.(1987). Classification of personality traits. *Journal of personality and social psychology*, 52(2), 432.

Costa Jr, P. T., & McCrae, R. R.(1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of personality disorders*, 6(4), 343-359.

Costa Jr, P. T., McCrae, R. R., & Dye, D. A.(1991). Facet scales for agreeableness and conscientiousness: a revision of the NEO personality inventory. *Personality and Individual Differences*, 12(9), 887-898.

Crant, M. J.(1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.

Digman, J. M.(1990). Personality structure: Emergence of the

- five-factor model. *Annual review of psychology*, 41(1), 417-440.
- Ettis, S. A., & M. K. Kefi.(2016). Entrepreneurial intentions amongst Tunisian students: an empirical investigation applying the Big-five personality traits theory. *International Journal of Higher Education Management*, 3(1), 49-64.
- Goldberg, L. R.(1990). An alternative" description of personality": the big-five factor structure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216.
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J.(2008). Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy. *Handbook of personality: Theory and research*, 3(2), 114-158.
- John, O. P., & Srivastava, S.(1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality, Theory and research*, 102-138.
- Keyes, C. L. M., Shmotkin, D., & Ryff, C. D.(2002). Optimizing well-being: The empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007-1022.
- Kim, D. Y., & Yoo, T. Y.(2002). The relationships between the Big Five personality factors and contextual performance in work organizations. *The Korean Journal of Industrial and Organization Psychology*, 15(2), 1-24.
- Ko, Y. S.(2019). A Study on the Relationship Between Big Five Factors of the Middle-Aged and the Entrepreneurial Intention in the Era of Convergence. *The Korean Society of Science & Art*, 37(1), 1-12.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L.(2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Kwon, S. H., & Hyeon, S. H.(2014). A study of the factors influencing the Digital Literacy capabilities of middle-aged people in online learning. *Korean Journal of the Learning Sciences*, 8(1), 120-140.
- Landers, R. N., & Lounsbury, J. W.(2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22(2), 283-293.
- Lee, H. J., & Choi, G. B.(2008). The Influence of Hotel Service Employee's Personality Trait on Job Performance: Focused on The Mediating Role of Job Resourcefulness and Employee's Service Orientation. *Korean Journal of Marketing*, 23(3), 117-140.
- Lee, K. I., & Ahn, C. G.(1996). Clinical Application of The Revised NEO Personality Inventory. *The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 8(1), 65-79.
- Lee, S. G.(2017). *A Study on the Factors Affecting the Entrepreneurial Intention of Employees*. Department of Venture Management. Doctoral thesis, The Graduate School of Venture, Hoseo University.
- Lee, J. M., & Kang, S. K.(2015). A Study on Factors Having Effect on the Turnover and Entrepreneurial Intention of Financial Institution Workers. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*. 10(5), 151-163.
- Lee, S. N.(2010). The Effects of Personality Traits on the IT Education's Satisfaction & Performance. *Journal of Business Education*, 17, 1-16.
- Little, B.(2014). *Me, myself, and us: The science of personality and the art of well-being*. Public Affairs.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T.(1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of personality and social psychology*, 52(1), 81.
- Mishra, P., Nicholson, M., & Wojcikiewicz, S.(2001). Seeing ourselves in the computer: How we relate to technologies. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 44(7), 634-641.
- Moon, S. S., & Jeon, I. O.(2017). Effects of Self-efficacy by Interactivity in Social Media on Entrepreneurial Intention. *Korea Logistics Review*, 27(5), 135-147.
- Moon, Y. H., Hong, A. R., & Hwang, J. S.(2017). A Study on the Effect of User's Personality and Accessibility on Digital Literacy. *Information Society & Media*, 18(2), 33-64.
- Norman, W. T.(1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(6), 574.
- Ozer, D. J., & Benet-Martinez, V.(2006). Personality and the prediction of consequential outcomes. *Annu. Rev. Psychol*, 57, 401-421.
- Park, D. G., Kim, S. H., & Hur, Y. W.(1999). The Relationship between Holland's RIASEC Interest Types and Five-Factor Model of Personality. *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 12(1), 95-112.
- Ryan, T., & Xenos, S.(2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Salgado, J. F.(2002). The Big Five personality dimensions and counterproductive behaviors. *International Journal of Selection and Assessment*, 10(1-2), 117-125.
- Seidman, G.(2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402-407.
- Sin, H. S.(2018). The Effects of Potential IT Entrepreneurs' 5 Personality Factors on Personal Innovation, Self-Efficiency and Entrepreneurial Intentions. *Korean Computers and Accounting Review*, 16(1), 111-133.
- Suh, J. H.(2010). *The Study for Effect on the Performance of Factors of a Barrier to Growth by Information Literacy of Domestic Micro Business*. Doctoral thesis, Department of Business Administration Graduate School, Soongsil University.
- Tuten, T. L., & Bosnjak, M.(2001). Understanding differences in web usage: The role of need for cognition and the five factor model of personality. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 29(4), 391-398.
- Yoon, B. S.(2004). Determinants of Entrepreneurial Intentions: Individual Characteristics and Environmental Factors.

*Korean Business Review*, 17(2), 89-110.

Yusof, M., Sandhu, M. S., & Jain, K. K.(2007). Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: A case study of students at University Tun Abdul Razak (Unitar). *Journal of Asia Entrepreneurship and sustainability*, 3(2), 1.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T.(2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.

# A Study of Influence of Banker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability

Kyong seon Kim\*

Woojin Park\*\*

Bae byung Yun\*\*\*

## Abstract

This study aimed to analyze characteristics of banker's personality who were engaged in five commercial banks (KB Kookmin Bank, Shinhan Bank, Woori Bank, KEB Hana Bank and NH Nonghyup Bank) with Big5 personality traits and also, investigate the influence of personality traits on entrepreneurial intention and digital media utilization capability, especially based on preceding research. Also, it analyzed mediated effect of digital media capability between Big5 personality traits and entrepreneurial intention.

First, the analysis results of the influence of Big5 personality traits on the entrepreneurial intention showed that extroversion, openness had positive impact on the entrepreneurial intention but sincerity had negative impact on the entrepreneurial intention. Second, the friendliness, sincerity, openness had positive impact on contents utilization capability while openness had positive impact on the communication utilization capability. Third, the influence of communication utilization capability on the entrepreneurial intention was positive. Fourth, the mediated effect of digital media capability between Big5 personality traits and entrepreneurial intention discovered that the communication utilization capability mediated the openness and entrepreneurial intention.

It's required to look for the bankers with extroversion, openness that positively influenced entrepreneurial intention and carry out systematic, practical entrepreneurship education to help set up actual business after retirement. This study successfully derive conclusion that it's in urgent need to improve entrepreneurship education program so that the bankers could strengthen their communication utilization capability and improve their capability to gather various information through entrepreneurship education and furthermore, create new value followed by starting their own business.

*Keywords: Big5 personality traits, Digital media capability, Entrepreneurial intention*

---

\* First Author, Master, The Graduate School of G. B. Entrepreneurship, Yonsei University, inbyong@naver.com

\*\* Corresponding Author, Associate Professor, College of Government & Business, Yonsei University, hawkmaint@yonsei.ac.kr

\*\*\* Co-Author, Ph.D, College of Government & Business, Yonsei University, yonseibby@gmail.com