

# 디지털 미디어 기기 및 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 미치는 영향에 대한 분석 : 위험감수성 및 진취성의 매개효과를 중심으로

이상길 (호서대 벤처대학원 경영학 박사)\*  
인재만 (건국대학교 글로벌캠퍼스 교수)\*\*

## 국 문 요 약

2020년 상반기 코로나19 팬데믹 사태 이후 비즈니스의 세계는 매우 다른 모습으로 변화되었다. 향후 비즈니스의 키워드는 디지털로 수렴하는 비대면(Untact)이라 할 수 있다. 코로나19 사태로 인해 사람들이 온라인으로 쏠리면서 디지털 미디어 기기 활용역량이 중요한 화두로 떠올랐다. 코로나 사태가 모든 접점에서 디지털화가 얼마나 중요한지를 일깨워 준 것이다. 본 연구를 통해 디지털 미디어 기기 및 커뮤니케이션 활용역량이 창업에 있어서도 유의한 영향을 미치는지를 검증하고, 디지털 미디어 기기 및 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 영향을 미치는 과정에서 위험감수성과 진취성이 매개역할을 할 수 있는지를 규명하고자 한다. 본 연구를 위해 일반인 250명을 대상으로 한 설문조사를 진행하였고, 최종적으로 212개의 유효한 설문지를 수집하였다. 통계기법은 Amos23을 사용하여 분석하였다.

수집된 자료의 분석결과, 디지털 미디어 기기 활용역량과 커뮤니케이션 활용역량은 직접적으로 창업의도에 정(+)의 영향을 주지 못하는 것으로 나타났으나, 기업가정신의 위험감수성을 추구할 때 창업의도를 갖게 된다는 것이 확인되었다. 이를 통해 정보통신 중심의 스마트 사회에서는 기업가정신 및 디지털 미디어 활용역량에 기초한 창업 프로그램 개발을 정책적으로 강화해야 디지털 미디어 기기 활용과 커뮤니케이션 활용역량이 월등한 디지털 세대의 일자리 창출이 확대될 수 있다는 시사점을 도출하였다.

핵심주제어: 디지털 기기 활용역량, 커뮤니케이션 활용역량, 창업의도, 위험감수성, 진취성

## I. 서론

### 1.1 연구 배경

2020년 상반기 코로나19 팬데믹 사태 이후 비즈니스의 세계는 매우 다른 모습으로 변화되었다. 향후 비즈니스의 키워드는 디지털로 수렴하는 비대면(Untact) 비즈니스라 할 수 있다. 예를 들면 사람간의 접촉 없이 모바일 APP과 인터넷으로 주요 생필품을 구매하는 비대면 소비행태를 말할 수 있다.

즉 디지털을 향해 가속페달을 밟을 것이고 디지털 커뮤니케이션 중심의 비즈니스가 주목받게 될 것이다. 코로나 사태로 인해 사람들이 온라인으로 쏠리면서 디지털 미디어 기기 활용역량이 중요한 화두로 떠올랐다. 특히 장년 및 노년세대까지 온라인 접속에 익숙해지면서 새로운 전자거래의 형태가 생성될 것으로 사료된다. 따라서 디지털 미디어 활용역량이 일하는 방식을 바꿀게 하는 원천이며 창업에 있어서도 중요한 요인으로 작용할 것이다. 또한 코로나19 사태 이후 비대면

비즈니스 영역이 확대됨에 따라 온라인 커뮤니케이션에 대한 사회적 관심이 지속적으로 증가하고, 새로운 비즈니스에 대한 탐색과 정보의 공유에 있어서도 비대면 커뮤니케이션의 영향력은 사회적 접촉을 지속적으로 연결해 주는 강력한 핵심역량이 되고 있다.

### 1.2 연구 목적

정보통신 사회에서는 디지털 기술을 기반으로 기존에 없던 새로운 산업을 만들거나 전통적인 관행을 뛰어넘어 혁신적으로 업무를 수행하는 것이 중요해지고 있다(김우중, 2016). 이러한 시대적 요청에 부응하여 디지털 미디어 관련 지식의 습득과 활용은 창업에 있어서도 핵심적인 역량으로 평가받게 되었다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 일하는 방식을 혁신적으로 변화시킨 디지털 미디어 기기 및 커뮤니케이션 활용역량이 창업에 있어서도 유의한 영향을 미치는지를 검증하고자

\* 제1저자, 호서대 벤처대학원 경영학박사, lsgtopgun@naver.com.

\*\* 교신저자, 건국대학교 글로벌산학협력단 교수, peace5706@naver.com

· 투고일: 2020-09-11 · 1차수정일: 2021-02-01 · 2차수정일: 2021-02-23

· 게재확정일: 2021-02-25

한다. 둘째, 디지털 미디어 기기 및 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 영향을 미치는 과정에서 위험감수성과 진취성이 매개역할을 할 수 있는지를 분석하고자 한다. 기업가정신과 창업의도와의 관계를 분석한 선행연구를 토대로 위험감수성, 진취성, 성취욕구, 혁신성 중 창업의도에 가장 크게 영향을 주는 요인으로 나타난 위험감수성과 진취성을 매개변수로 설정하였다.

## II. 이론적 배경 및 선행연구

### 2.1 이론적 배경

#### 2.1.1 디지털 미디어 기기 활용역량

디지털 미디어 기기 활용역량은 네트워크 및 컴퓨터에 대한 기술적 접근 능력(안정임, 2002)으로 컴퓨터와 스마트 폰, 인터넷 네트워크 기술 등에 대한 사용능력(강정목 외, 2014)을 말한다. 디지털 기기를 활용한 인터넷 환경은 유무선 통신을 기반으로 언제 어디서나 접근이 가능한 네트워크를 제공한다(김세현·이혜수, 2019). 디지털 기기의 사용 동기는 여러 방식이지만 공통적으로는 정보추구와 커뮤니케이션이 주요 목적이며, 디지털 기기의 정보추구적인 사용은 정보를 검색하거나 공유할 수 있는 미디어 콘텐츠에 대한 접근과 의사소통 매체로서의 커뮤니케이션 기능이다(김세현·이혜수, 2019).

#### 2.1.2 디지털 미디어 커뮤니케이션 활용역량

디지털 미디어 커뮤니케이션 활용역량은 지식정보의 상호교류 및 공유 능력(안정임, 2002)으로 온라인 커뮤니티에서 적극적으로 타인과 소통할 수 있는 역량(권성호·현승혜, 2014)을 말한다. 배근수(2019)는 중장년의 온라인 커뮤니티 활동의 특성이 창업 및 재취업의도에 미치는 영향을 분석하여 온라인 커뮤니티 특성 중 정보제공성과 친밀성이 높을수록 창업의도가 높아진다는 연구결과를 제시하였다. 김경선(2019)은 디지털 미디어 활용역량은 스마트 사회의 트렌드 변화, 창업의 새로운 플랫폼, 온라인 마케팅 등 창업에 영향을 미치며, 사회적 네트워크 형성에도 긍정적으로 반영됨에 따라 디지털 미디어 활용역량은 창업 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 필수 요소라고 주장하였다. 김경선 외(2020)는 은행원의 Big5 성격요인과 창업의도 간에 디지털 미디어 활용역량의 매개효과를 검증하여 커뮤니케이션 활용역량이 개방성과 창업의도를 매개한다는 연구결과를 제시하였다.

#### 2.1.3 위험감수성

위험감수성은 기업가정신의 대표적인 속성으로 미래에 대한 불확실성을 받아들이고 그 결과에 대해 기꺼이 책임지고자 하는 의지로 개인적인 특성일 뿐만 아니라 리스크가 수반되는 창업 과정에서 도전적인 역할을 실행할 수 있게 하는 원동력이다(호병환, 2016). 또한 기회를 포착하기 위해 도전적으로 위험을 감수하려는 성향(이상길, 2018)으로, 이는 무조건적으로 위험을 받아들이는 것이 아닌, 성장을 위해 감수해야 하

는 위험을 수용하는 것을 의미한다(강희찬, 2017).

#### 2.1.4 진취성

진취성은 기업가 정신의 가장 중요한 특성 중의 하나로 그들을 둘러싸고 있는 환경에 영향을 주기 위해 행동하는 정도에 따라 다르게 나타날 수 있는 성향이다. 진취성향의 기업가는 매우 불확실한 외부 환경에 직면 했을 때, 외부 환경의 압력을 수동적으로 받아들이지 않고 일반적으로 이러한 환경의 압력을 통제할 수 있는 방법에 집중한다. 박지유(2014)는 새로운 시장 창출과 그 시장에서의 주도권 확보를 위해 실패를 두려워하지 않고 노력하는 것을 진취성으로 정의하였고, 정영민(2015)은 기업이 시장기회를 선점하거나 시장에서 주도적 위치를 차지하는 것이라고 주장하였다. 또한 성장수(2011)는 진취성(proactivity)은 새로운 기회를 선점하기 위한 창업가의 전진전략이라고 정의하였다. 또한 진취적 성향은 창업의도를 실현시키는 데 있어서 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다(Neneh., 2019).

#### 2.1.5 창업의도

창업 의도(Entrepreneurial Intention)는 창업을 실천하는데 수반되는 모든 행동과 밀접한 관계를 갖고 있는 핵심요인으로(김경선, 2019) 창업을 결정하여 직접 실행하려는 것으로 자신의 사업을 소유하거나 새로운 사업을 시작하려는 마음가짐이다(이상길, 2018). 이수아(2019)는 창업의도를 창업에 희망하는 동기적인 행동성향으로 창업에 대해 느끼는 욕구와 가능성의 정도라고 정의하였고 김완기(2019)는 창업의도를 직접 사업체를 만들고 이끌려는 욕구라고 설명하였다. 창업의도에 관한 연구는 Bird(1988)에서부터 본격적으로 시작되었다. Bird(1988)는 새로운 벤처기업을 설립하거나 이미 설립된 벤처기업에 새로운 가치를 창출하고자 하는 의도를 창업의도로 정의하고 있다. 창업 의도는 창업 이행에 가장 큰 영향을 미치며(Esfandiar et al, 2019) 개인주의, 불확실성 회피는 창업의도의 창업 이행 전환을 약화시키는 것으로 나타났다(Bogatyeva et al, 2019).

### 2.2 선행연구

#### 2.2.1 디지털 미디어 기기 활용역량과 창업의도와의 관계

김우중(2016)은 지식정보화 사회는 디지털 기기의 보급이 보편화되고 디지털 컨버전스 기술도 급속하게 발전함에 따라 미디어 기기 활용역량이 우수할수록 디지털 친화적 태도와 자신감이 높아지고 다양한 사업기회를 포착할 수 있다고 주장하였다. 특히 스마트 폰의 확산으로 1인 미디어 산업이 크게 성장하면서 누구나 쉽게 미디어를 접하고 만들 수 있게 되었다. 황소영(2019)은 디지털 교육 및 디지털 역량이 4차 산업혁명시대 창업의도에 미치는 영향을 실증 분석하여 디지털 교육수준과 디지털 역량수준이 높을수록 창업의도에 긍정

적인 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 또한 최대수·성창수(2017)는 수도권 대학생을 대상으로 창업과 관련된 개인적 역량이 창업의도에 미치는 영향을 연구하여 IT 역량이 창업의도에 유의한 영향을 주는 것으로 확인되었다. 이는 정보화에 기반하고 있는 현대사회에서 디지털 미디어 기기를 이용하여 시장과 산업의 정보를 활용하고 공유하는 역량이 우수할수록 창업을 추진할 가능성이 높다는 것을 나타낸 것으로 해석할 수 있다. Youssef et al.(2021)은 경제의 디지털화는 창업 의도에 영향을 미치며 창업 의도 정신을 키우려면 디지털 고등 교육 지원이 중요하다는 연구결과를 제시하였고 Monllor & Soto-Simeone(2019)는 대학에서의 디지털 제조 기술에 대한 노출 및 실무 경험이 대학생들의 창업 의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다.

### 2.2.2. 디지털 미디어 커뮤니케이션 활용역량과 창업의도와의 관계

다양한 디지털 기기들과 소셜 미디어의 확산은 인터넷을 통한 의견교류와 정보공유 능력을 주변 사람들과 소통하고 협력할 수 있는 핵심역량으로 발전시켰다(권성호·현승혜,2014). 이상길(2018)은 직장인의 창업의도에 영향을 미치는 요인을 연구하여 디지털 미디어 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 또한 김경선(2019)은 은행원을 대상으로 성격특성에 따라 디지털 미디어 활용역량이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이 연구를 통해 새로운 가치와 아이디어를 실용적으로 활용할 수 있는 커뮤니케이션 활용역량이 축적될수록 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것이 규명되었다.

### 2.2.3 위험감수성과 창업의도와의 관계

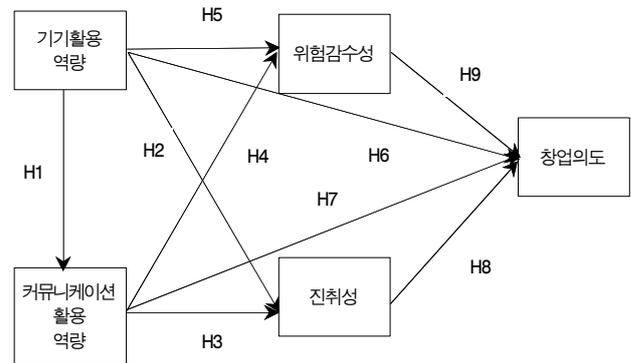
위험감수성은 기업가정신의 핵심요소로 새로운 사업기회를 개척하기 위해 어떠한 위험이 존재하더라도 자신의 보유자원을 투입하려는 의지를 말한다(이수아, 2019). 김진희(2019)는 직장인의 직무만족과 창업 자기효능감, 위험감수성이 Hybrid 창업의도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하여 위험감수성은 임금근로 상태에서 창업을 시도하고자 하는 Hybrid 창업의도에 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 안희수·양동우(2019)는 기업가적 개인특성이 창업의도에 미치는 영향을 분석하여 혁신성, 위험감수성과 자율성이 창업의도에 대해 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것을 파악하였다. 또한 호병환(2016)은 대학 및 사회의 창업지원이 학생들의 자기효능감 및 위험감수성에 영향을 주고 자기효능감 및 위험감수의 향상을 통해 창업의지에 영향을 미치는 지를 연구모델로 설계하여 위험감수성은 대학 및 사회의 창업지원과 학생의 창업의지 간에 매개역할을 한다는 것을 규명하였다.

### 2.2.4 진취성과 창업의도와의 관계

진취성은 개인이 자신의 환경에 변화를 주기 위해 시도하는 적극적인 행동으로, 다시 말하면, 상황에 대한 압박을 해결하며, 유리한 기회를 식별하고, 능동적인 움직임을 만들어 의미 있는 변화를 도출하는 성향을 말한다. Osiri et al.(2019)은 대학생을 대상으로 창업 의도 및 사회적 기업 창업 의도를 예측하는 데 있어서 진취성, 창의성 및 자기효능감이 미치는 영향을 조사하여 자기효능감과 창의성은 창업 의도의 중요한 예측 요인이며, 진취성은 사회적 기업 창업의도를 예측할 수 있는 요인이라는 연구결과를 발표하였다. 이상길(2018)은 직장인을 대상으로 창업의도에 영향을 미치는 요인을 연구하여 진취성이 직장인의 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였고. 박지유(2014)는 예비창업자를 대상으로 창업가 특성과 사회적 자본이 창업의지에 영향을 미치는지를 분석하여 성취 성향, 혁신 성향, 진취 성향, 위험감수 성향, 창의 성향 모두 창업의지에 긍정적인 영향을 준다는 연구결과를 제시하였다.

## III. 연구 설계

### 3.1 연구 모형



<그림 1> 연구 모형

### 3.2 연구 가설

#### 3.2.1 잠재변수 간 연구가설

- H1 : 기기활용역량은 커뮤니케이션활용역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2 : 기기활용역량은 진취성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3 : 커뮤니케이션활용역량은 진취성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4 : 커뮤니케이션활용역량은 위험감수성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5 : 기기활용역량은 위험감수성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6 : 기기활용역량은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H7 : 커뮤니케이션활용역량은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H8 : 진취성은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H9 : 위험감수성은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2 매개효과 연구가설

H2-1 : 기기활용역량이 진취성에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량에 의해 매개될 것이다.

H5-1 : 기기활용역량이 위험감수성에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량에 의해 매개될 것이다.

H6-1 : 기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 진취성에 의해 매개될 것이다.

H6-2 : 기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량과 진취성에 의해 매개될 것이다.

H6-3 : 기기활용이 창업의도에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성에 의해 매개될 것이다.

H6-4 : 기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 위험감수성에 의해 매개될 것이다.

H6-5 : 기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량에 의해 매개될 것이다.

H7-1 : 커뮤니케이션활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 진취성에 의해 매개될 것이다.

H7-2 : 커뮤니케이션활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 위험감수성에 의해 매개될 것이다.

## IV. 연구방법

### 4.1 자료 수집

본 연구를 위해 회사원, 전문직, 자영업인을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 최종적으로 212부의 설문지 자료를 확보하였다. 직업을 구분하면 회사원 110명, 전문직 50명, 자영업 52명이다.

### 4.2 자료 분석 방법

자료의 분석은 다음과 같이 실시하였다. 첫째, 표본의 인구통계학적 특성은 SPSS 통계 프로그램(Ver. 25.0)을 이용하여 빈도분석 (frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 신뢰성과 타당성 검증은 AMOS 프로그램 (Ver.24.0)을 이용하여 실시하였다. 셋째, 잠재변수 간 영향분석과 매개효과 분석은 AMOS 프로그램 (Ver.24.0)을 이용하여 실시하였다.

## 4.3 변수별 설문구성

<표 1> 변수별 설문 구성

변수 구분	문항설명 및 문항 수
기기 사용역량	나는 스마트 폰에서 환경설정을 할 수 있다 등 10개 문항
커뮤니케이션 활용역량	나는 다른 사람에게 도움이 되는 정보를 "온라인 커뮤니티"에 올린다. 등 7개 문항
위험감수성	나는 사업을 성장시키기 위해 크고 작은 위험을 감수한다. 등 5개 문항
진취성	나는 경쟁업체 모방전략 보다는 진취적으로 선도하는 전략을 선택한다. 등 5개 문항
창업의도	나는 창업에 관심이 많다. 등 5개 문항

## 4.4 변수의 조작적 정의

<표 2> 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의	선행 연구
기기 사용역량	PC와 스마트 폰 등 디지털 기기의 기초적인 사용법을 숙지하고 이를 원활히 사용할 수 있는 정보접근 역량	권성호·현승혜(2014) 김우중(2016) 이상길(2018)
커뮤니케이션 활용역량	다양한 온라인 커뮤니티를 통해 자신의 의견이나 정보, 지식 등을 표현하고, 타인과의 의견 교환·정보공유를 자유롭게 할 수 있는 역량	권성호·현승혜(2014) 김우중(2016) 이상길(2018)
위험감수성	새로운 사업기회를 포착하기 위해 도전적으로 높은 위험을 감수하려는 성향	강희찬(2017) 이상길(2018) 이수애(2019)
진취성	선제적인 행동으로 주도권을 확보하려는 능동적인 실행력	박지유(2014) 이상길(2018)
창업의도	자신의 사업체를 만들거나 새로운 사업을 시작하려는 마음가짐	이상길(2018) 김완기(2019)

## V. 실증분석 및 가설검증

### 5.1 표본의 인구통계적 특성

본 연구를 위하여 일반인 212명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 표본의 일반적 특성은 다음과 같다.

성별은 남자 133명(62.7%), 여자 79명(37.3%)으로 남자의 응답비율이 높았으며, 연령은 20대 45명(21.2%), 30대 63명(29.7%), 40대 54명(25.5%), 50대 50명(23.6%)으로 각 연령대별로 20%정도의 응답율을 보였다. 직업은 회사원 110명(51.9%), 전문직 50명(23.6%), 자영업 52명(24.5%)으로 회사원의 응답비율이 과반을 차지하고 있었으며, 근로기간은 10년미만 75명(35.4%), 10~20년미만 63명(29.7%), 20~30년미만 52명(24.5%), 30년이상 22명(10.4%)으로 근로기간 10년미만의 응답율이 높은 것으로 나타났다. 월소득은 100~200만원미만 27명(12.7%), 200~300만원미만은 44명(20.8%), 300~400만원미만 31명(14.6%), 400~500만원미만 49명(23.1%)이었으며, 학력은 고졸이하 17명(8.0%), 전문대졸 23명(10.8%), 대졸 146명(68.9%), 대학원졸 26명(12.3%)으로 응답자의 약 70%정도가 대졸 출신이었다. 설문 응답자들은 인터넷 176명(83.0%), 신문/잡지 4명

(1.9%), TV 7명(3.3%), 구전 6명(2.8%), 업무 18명(8.5%), 기타 1명(0.5%) 등을 통하여 정보를 입수하는 것으로 나타났다. 분석결과는 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 표본의 인구통계적 특성

구분	내용	빈도	퍼센트
성별	남자	133	62.7
	여자	79	37.3
	전체	212	100.0
연령	20대	45	21.2
	30대	63	29.7
	40대	54	25.5
	50대	50	23.6
	전체	212	100.0
직업	회사원	110	51.9
	전문직	50	23.6
	자영업	52	24.5
	전체	212	100.0
근로기간	10년미만	75	35.4
	10-20년미만	63	29.7
	20-30년미만	52	24.5
	30년이상	22	10.4
	전체	212	100.0
월소득	100-200만원미만	27	12.7
	200-300만원미만	44	20.8
	300-400만원미만	61	28.8
	400-500만원미만	31	14.6
	500만원이상	49	23.1
	전체	212	100.0
학력	고졸이하	17	8.0
	전문대졸	23	10.8
	대졸	146	68.9
	대학원졸	26	12.3
	전체	212	100.0
정보경로	인터넷	176	83.0
	신문/잡지	4	1.9
	TV	7	3.3
	구전	6	2.8
	업무	18	8.5
	기타	1	0.5
	전체	212	100.0

## 5.2 신뢰성 및 타당성 분석

### 5.2.1 각 측정지표별 신뢰성(내적일관성) 검증

본 연구에서 제시한 연구모형을 검증하기 위하여 구성개념에 대한 조작적 정의와 측정방법에 따라 자료를 수집한 후, 다음과 같이 자료를 분석하였다.

본 연구에서는 수집된 설문 항목에 대해 일관성, 안전성, 예측 가능성을 체크하기 위해서 Cronbach's  $\alpha$  계수를 통해 신뢰도 계수를 알아봄으로써 내적 일관성 검증을 하였다. 통상적으로 신뢰성에 대한 측정지표 적용기준을 탐색적 연구 분야에서는 일반적인 기준으로 0.6 이상이면 충분하다고 여겨진다(Nunnally, 1978). 변수에 대한 신뢰도 검증 Cronbach's  $\alpha$  수치 분석 결과는 다음 <표 4>와 같다. 기기활용역량(.924), 커뮤니케이션활용역량(.902), 위험감수성(.841), 진취성(.801) 및

창업의도(.902) 등 5개 변수 모두가 0.6이상으로 나타났다.

<표 4> 측정지표별 신뢰성 검증 결과

Construct	초기 측정변수의 수	최종 측정변수의 수	Cronbach's $\alpha$
기기활용역량	10	10	0.924
커뮤니케이션 활용역량	7	5	0.902
위험감수성	5	5	0.841
진취성	5	5	0.801
창업의도	5	5	0.929

### 5.2.2 타당성 분석 검증

#### 5.2.2.1 각 측정변수의 단일차원성 항목 검증

구성개념들 간의 가설적 관계를 분석하기 앞서서 각 측정변수들의 단일차원성을 검증하였다. 일반적으로 확인적 요인분석 방법이 탐색적 요인분석 방법 보다 단일차원성 검증에 보다 바람직하기 때문에 각 측정변수들에 대한 확인적 요인분석을 실시하였다. 자료의 적합도를 검증하기 위하여  $\chi^2$ , RMR, GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI, IFI, RMSEA값을 사용하였으며, 최종문항에서 제시된 높은 적합도를 생성하기 위하여 최종문항에서 수정지수(Modification Index)를 이용하여 모형의 적합도를 저해시키는 측정문항을 발견하고, 이를 제거하는 방식으로 검증하였다. 이 과정에서 기기활용역량 5개, 커뮤니케이션활용역량 1개, 위험감수성 1개, 진취성 1개 및 창업의도 1개 등 총 9개 문항을 제거하였으며, 확인적요인 분석결과는 다음 <표 5>와 같다.

<표 5> 각 측정변수별 단일차원성 검증 결과

Construct	Variables	Estimate	S.E	C.R	P-Value
기기 활용역량	기기활용2	1.000*	-	-	-
	기기활용6	1.184	0.099	11.923	***
	기기활용7	1.201	0.097	12.349	***
	기기활용8	1.015	0.098	10.348	***
	기기활용10	0.976	0.089	10.941	***
커뮤니케이션 활용역량	커뮤활용1	1.000*	-	-	-
	커뮤활용2	1.117	0.096	11.670	***
	커뮤활용3	1.234	0.093	13.240	***
	커뮤활용4	1.192	0.100	11.973	***
위험감수성	위험감수1	1.000*	-	-	-
	위험감수2	1.005	0.093	10.758	***
	위험감수4	1.030	0.110	9.350	***
	위험감수5	0.680	0.087	7.796	***
진취성	진취성1	1.000*	-	-	-
	진취성2	1.275	0.147	8.694	***
	진취성3	1.238	0.141	8.771	***
	진취성5	1.033	0.151	6.845	***
창업의도	창업의도1	1.000*	-	-	-
	창업의도2	0.999	0.049	20.369	***
	창업의도4	0.873	0.052	16.788	***
	창업의도5	1.026	0.054	18.913	***

\* 측정모형에서 측정변수의 모수추정치를 처음 1로 고정시킨 값임  
\*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함

**5.2.2.2 전체 Constructs 대상 측정모형의 확인요인분석(Confirmatory factor analysis : CFA)**

다음은 연구모형에 나타난 각 잠재변수(Construct)와 측정변수 간의 일치성 정도를 검증하기 위하여 측정모형의 분석을 시행하였다. 측정모형 분석은 앞에서 시행하였던 확인요인분석을 통하여 단일차원성이 확보된 변수들을 결합하여 측정모형의 적합도를 검증하였다. 이 검증의 목적은 본 연구모형에 존재하는 잠재변수와 측정변수에 대한 단일차원성을 평가하는 것으로서, 각 잠재변수들의 측정변수들이 단일 요인 모형에 의해 수용가능한 적합도를 보이는가를 분석하는 것이다. 측정모형의 적합도 판정여부는  $\chi^2$ , RMR, GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI, IFI, RMSEA 값을 기준으로 하였으며, 적합도의 개선을 위하여 수정지수(Modification Index)를 이용하여 측정모형의 적합도를 저해시키는 문항을 찾아서, 이를 제거하는 방식으로 시행하였다. 확인적 요인분석 결과 대부분의 적합지수가 기준치에 합당한 것으로 확인되어 연구에 충분하다고 판단되었다. 그 결과는 아래의 <표 6>과 같다.

**5.2.2.3 측정모형의 개념타당도(Construct Validity) 검증**

다음은 개념타당도(construct validity)를 검증하기 위하여 집중타당도와 판별타당도 분석을 실시하였다.

본 연구에서는 집중타당도와 판별타당도를 구체적으로 확인하기 위하여 평균분산추출(AVE : average variance extracted)과

개념신뢰도(Construct Reliability)을 사용하였다. 집중타당도를 평가하기 위하여 Hair et al.(2006)의 개념신뢰도 값을 이용하였고, 판별타당도를 평가하기 위하여 Fornell & Larcker(1981)의 평균분산추출값(AVE)을 이용하였다. 그 결과 5개 측정변수 모두의 개념신뢰도(C.R)값은 0.7이상의 값을 보여 집중타당도를 확보하였으며, 평균분산추출값(AVE)값은 모두 0.5를 넘었으며, 5개 평균분산추출값(AVE)값중 가장 작은 값이 5개 변수들의 상관계수의 제곱값 중 가장 큰 값을 초과하여 5개 변수 모두는 판별타당도를 확보하는 것으로 나타났다. 그 결과는 <표 7>와 같다.

<표 7> 측정모형의 개념타당성도 검증 결과

Constructs	Correlations between Constructs				
	1	2	3	4	5
위험감수성	1.000				
진취성	0.674*** (0.454)	1.000			
창업의도	0.413*** (0.171)	0.408*** (0.166)	1.000		
기기활용역량	0.120* (0.014)	0.170* (0.029)	0.158* (0.025)	1.000	
커뮤니케이션 활용역량	0.394*** (0.155)	0.431*** (0.186)	0.311*** (0.097)	0.166* (0.028)	1.000
AVE	0.668	0.603	0.772	0.633	0.666
개념신뢰도 (CR)	0.853	0.823	0.903	0.937	0.862

\* \*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.  
p<.05, p<.01 . ( )안의 수치는 공분산의 표준오차(Standard error) 값임

<표 6> 측정모형의 확인적 요인분석 결과

Constructs	Variables	Estimate	Standardized Estimate	S.E	C.R	SMC
기기 활용 역량	기기활용2	1.021	0.778	0.093	10.957***	0.530
	기기활용6	1.212	0.735	0.092	13.134***	0.719
	기기활용7	1.223	0.877	0.090	13.619***	0.768
	기기활용8	1.037	0.848	0.094	11.055***	0.540
	기기활용10	1.000*	0.728	-	-	0.606
커뮤 니케 이션 활용 역량	커뮤활용1	0.804	0.765	0.067	11.973***	0.585
	커뮤활용2	0.922	0.793	0.074	12.334***	0.629
	커뮤활용3	1.000*	0.886	-	-	0.785
위험 감수성	위험감수1	1.000*	0.772	-	-	0.597
	위험감수2	1.091	0.860	0.118	9.252***	0.740
진취성	진취성2	1.000*	0.679	-	-	0.461
	진취성3	1.205	0.863	0.154	7.848***	0.744
창업 의도	창업의도1	1.000*	0.941	-	-	0.886
	창업의도2	0.987	0.883	0.053	18.668***	0.779
	창업의도4	0.857	0.806	0.054	15.883***	0.649
측정모형의 적합도		$\chi^2=106.417$ , d.f=80, p=0.026, CMIN/DF=1.330, RMR=0.033, GFI=0.940, AGFI=0.910, NFI=0.941, TLI=0.980, CFI=0.984, IFI=0.985, RMSEA=0.040(0.015~0.058)				

\* 측정모형에서 측정변수의 모수추정치를 처음 1로 고정시킨 값임  
\*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함

**5.3 가설검증**

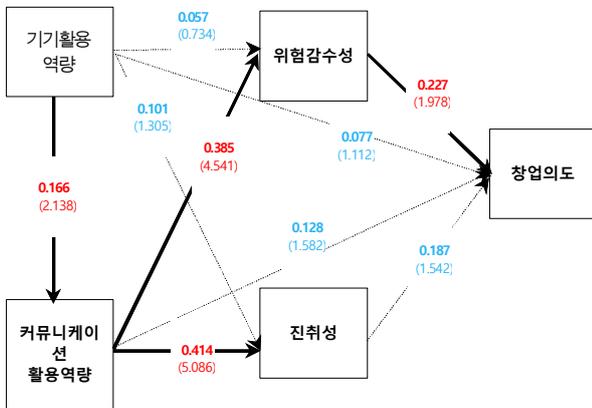
**5.3.1 구조방정식 연구모형의 적합성**

$\chi^2/DF$ , RMR, GFI, AGFI, CFI, RMSEA는 연구모형의 절대적인 모형 적합성 평가지수이다. 본 연구모형의 절대 적합도 평가지수를 판단하였을 때 수용 가능한 수준에서 양호한 수준 ( $\chi^2/DF = 1.330$ , RMSEA = 0.040)을 보이고 있다. 일반적으로  $\chi^2$ 값 수치 자체의 의미보다는  $\chi^2/df$  비율 값이 5이하일 때 바람직하고, 3 이하일 경우에는 잘 맞는 적합도로 해석한다 (Kline, 2015). 특히 RMSEA는 .05에서 .08사이 범위는 적절한 수준이며 .05 이하일 경우는 매우 양호 수준이라고 해석할 수 있다(Browne & Cudeck, 1993). 본 연구의 구조방정식 모형에서의 절대적합도 지수들을 살펴보면 GFI=0.940, AGFI=0.910, RMR=0.033이며, 증분적합도 지수 NFI=0.941, IFI=0.985, TLI=0.980, CFI=0.984 등은 적합도 0.9 이상에 해당되어, 수용 가능한 수준이라고 할 수 있다. 이는 일반적으로 GFI, AGFI, NFI의 경우 0.8 이상이면 적절하며, 0.9 이상일 경우 이상적이라 제시한 Bagozzi & Yi(1988)와 Bagozzi & Dholakia(1999)에 근거한다. 본 연구 모형의 가설 검증을 위해서는 잠재적 변수 간의 명확한 관계 파악이 필요하며, 최우도법(Maximum Likelihood: ML)으로 추정된 결과와 붓스트래핑(bootstrapping)을 이용한 매개효과(간접효과)의 유의수준을 확인하는 방법으로 분석하였다.

### 5.3.2 구조방정식 모형 분석 결과

#### 5.3.2.1 구조방정식 연구모형 경로분석(직접효과) 결과

본 연구의 구조방정식 경로분석 결과는 <그림 2>와 같은 연구모형으로 추정되었다.



주) 경로계수는 표준화된 경로계수. ( )는 C.R값임

<그림 2> 연구모형 추정 결과

본 연구의 구조방정식 직접효과에 대한 분석결과는 아래의 <표 8>과 같다. 독립변수인 기기활용역량이 커뮤니케이션활용역량에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐서 ‘가설1’은 채택되

었다. 반면 독립변수인 기기활용역량은 매개변수인 진취성 및 위험감수성과 종속변수인 창업의도에 유의미한 영향을 미치지 못해서 ‘가설2’, ‘가설5’, ‘가설6’은 기각되었다. 커뮤니케이션활용역량은 매개변수인 진취성과 위험감수성에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐서 ‘가설3’, ‘가설4’는 채택되었으나, 종속변수인 창업의도에 유의미한 영향을 미치지 못해서 ‘가설7’은 기각되었다. 한편 매개변수인 진취성과 위험감수성은 각각 종속변수인 창업의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐서 ‘가설8’과 ‘가설9’는 채택되었다. 따라서 본 연구의 구조방정식 모형의 경우, 독립변수인 기기활용역량은 종속변수인 창업의도에는 직접적으로 영향을 미치지 못하고 있지만, 매개변수인 커뮤니케이션활용역량, 진취성 및 위험감수성의 유의미한 영향을 거쳐서 간접적으로 종속변수인 창업의도에 영향을 미치는 완전매개모형으로 확인되었다. 또한 커뮤니케이션활용역량은 직접적으로 종속변수인 창업의도에 영향을 미치지 못하지만 위험감수성을 매개로 하여 간접적으로 창업의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결과는 <표 8>과 같다.

#### 5.3.2.2 구조방정식 연구모형 경로분석(간접효과) 결과

##### 5.3.2.2.1 커뮤니케이션활용역량의 매개효과 분석

기기활용역량이 진취성에 직접적으로 미치는 영향 관계가

<표 8> 구조방정식의 경로분석 결과 (잠재변수 간 연구가설)

가설 및 경로	Estimate	Standardized Estimate	C.R	P	판단
H1 기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량	0.271	0.166	2.138	0.033	채택
H2 기기활용역량 → 진취성	0.121	0.101	1.305	0.192	기각
H3 커뮤니케이션활용역량 → 진취성	0.303	0.414	5.086	***	채택
H4 커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성	0.273	0.385	4.541	***	채택
H5 기기활용역량 → 위험감수성	0.066	0.057	0.734	0.463	기각
H6 기기활용역량 → 창업의도	0.134	0.077	1.112	0.266	기각
H7 커뮤니케이션활용역량 → 창업의도	0.136	0.128	1.582	0.114	기각
H8 진취성 → 창업의도	0.271	0.187	1.542	0.123	기각
H9 위험감수성 → 창업의도	0.340	0.227	1.978	0.048	채택
구조모형의 적합도	$\chi^2=106.417$ , $df=80$ , $p=0.026$ , $CMIN/DF=1.330$ , $RMR=0.033$ , $GFI=0.940$ , $AGFI=0.910$ , $NFI=0.941$ , $TLI=0.980$ , $CFI=0.984$ , $IFI=0.985$ , $RMSEA=0.040(0.015-0.058)$				

\* \*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.

유의미하지 않은 것으로 확인되었으나, ‘기기활용역량→커뮤니케이션활용역량’, ‘커뮤니케이션활용역량→진취성’의 경로가 유의미하여 커뮤니케이션활용역량의 완전매개효과가 확인되었다(가설 H2-1). 또한 기기활용역량이 위험감수성에 직접적으로 미치는 영향 관계가 유의미하지 않은 것으로 확인되었으나, ‘기기활용역량→커뮤니케이션활용역량’, ‘커뮤니케이션활용역량→위험감수성’의 경로가 유의미하여 커뮤니케이션활용역량의 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다(가설 H5-1). 한편 기기활용역량의 창업의도에 미치는 직접적인 영향관계에서의 커뮤니케이션활용역량은 ‘커뮤니케이션활용역량→창업

의도’의 경로가 유의미하지 않은 것으로 나타나 매개효과가 없는 것으로 확인되었다(가설 H6-5). 커뮤니케이션활용역량의 매개효과 검증 결과는 아래 <표 9>와 같다. 또한 매개효과 분석은 일반적으로  $\chi^2$ 차이검증을 통한 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교분석을 통하여 통계적으로 매개효과의 적합 여부를 판단하고 있다. 그리하여 ‘가설 H2-1’과 ‘가설 H5-1’에서의 매개변수인 커뮤니케이션활용역량 사이에 자유도 (d.f) 2가 차이 나는 모델과 차이가 없는 두 모델을 비교했을 때,  $\chi^2$ 값이  $\alpha=0.05$  수준에서 5.99 이상인지를 확인하였다. 분석 결과,  $\chi^2$ 값이 32.535이상 차이가 있어 “기기활용역량→진취

성”과 “기기활용역량→위험감수성” 사이에서 커뮤니케이션활용역량은 강력한 매개효과가 있음이 검증되었다. 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교 결과는 <표 10>과 같다.

<표 9> 커뮤니케이션활용역량의 매개모형 검증

가설	경로		Estimate	SE	C.R	P	결과
H2-1	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량→진취성	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량	0.271	0.127	2.138	0.033	채택 (완전매개)
		커뮤니케이션활용역량→진취성	0.303	0.060	5.086	***	
H5-1	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량→위험감수성	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량	0.271	0.127	2.138	0.033	채택 (완전매개)
		커뮤니케이션활용역량→위험감수성	0.273	0.060	4.541	***	
H6-5	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량→창업의도	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량	0.271	0.127	2.138	0.033	기각
		커뮤니케이션활용역량→창업의도	0.136	0.086	1.582	0.114	

\* \*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.

<표 10> 커뮤니케이션활용역량의 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교

구분	적합도지수	연구모형	대안모형	차이	비교가능 여부
χ²적합도	χ²	106.417	138.952	32.535	비교 가능 Δχ²=32.535>χ²0.05(2)=5.99, Δdf=2
	df	80	82	2	
	p	1.330	0.00	p<0.05	

5.3.2.2.2 진취성의 매개효과 분석

기기활용역량이 종속변수인 창업의도에 직접적으로 미치는 영향 관계와 ‘기기활용역량→진취성’과 ‘진취성→창업의도’의 영향관계가 유의미하지 않은 것으로 확인되어 진취성의 매개효과는 없는 것으로 나타났다(가설 H6-1). 또한 ‘커뮤니케이션

활용역량→진취성’의 영향관계는 유의미 하였으나, 커뮤니케이션활용역량이 종속변수인 창업의도에 미치는 직접적인 영향관계와 ‘진취성→창업의도’의 영향관계가 유의미하지 않아 진취성의 매개효과는 없는 것으로 나타났다(가설 H7-1). 진취성의 매개효과 검증 결과는 아래 <표 11>과 같다.

<표 11> 진취성의 매개모형 검증

가설	경로		Estimate	SE	C.R	P	결과
H6-1	기기활용역량→진취성→창업의도	기기활용역량→진취성	0.121	0.092	1.305	0.192	기각
		진취성→창업의도	0.271	0.176	1.542	0.123	
H7-1	커뮤니케이션활용역량→진취성→창업의도	커뮤니케이션활용역량→진취성	0.303	0.060	5.086	***	기각
		진취성→창업의도	0.271	0.176	1.542	0.123	

\* \*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.

5.3.2.2.3 위험감수성의 매개효과 분석

기기활용역량과 종속변수인 창업의도와의 관계에서 위험감수성의 매개효과는 ‘위험감수성→창업의도’와의 관계가 유의미한 것으로 나타났지만, ‘기기활용역량→위험감수성’이 유의미하지 않은 것으로 확인되어, 위험감수성의 매개효과는 없는 것으로 나타났다(가설 H6-4). 한편 ‘커뮤니케이션활용역량과 창업의도와의 직접적인 영향관계는 유의미하지 않았으나, ‘커뮤니케이션활용역량→위험감수성’, ‘위험감수성→창업의도’의 경로가 유의미하여 위험감수성의 완전매개효과가 확인되었다(가설 H7-2). 위험감수성의 매개효과 검증 결과는 아래 <표

12>와 같다. 또한 매개효과 분석은 일반적으로 χ²차이검증을 통한 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교분석을 통계적으로 적합한 방법으로 보고 있다. 그리하여 매개효과 변수인 위험감수성 사이에 자유도(df) 1이 차이 나는 모델과 차이가 없는 두 모델을 비교했을 때, χ²값이 α=0.05 수준에서 3.84 이상인지를 확인하였다. 분석결과, χ²값이 22.729 이상 차이가 있어 ‘가설 H7-2’에서 강한 완전매개효과가 있음이 검증되었다. 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교 결과는 <표 13>과 같다.

<표 12> 위험감수성의 매개모형 검증

가설	경로	Estimate	S.E	C.R	P	결과	
H6-4	기기활용역량 →위험감수성→창업의도	기기활용역량→위험감수성	0.066	0.089	0.734	0.463	기각
		위험감수성→창업의도	0.340	0.172	1.978	0.048	
H7-2	커뮤니케이션활용역량→위험감수성→창업의도	커뮤니케이션활용역량→위험감수성	0.273	0.060	4.541	***	채택 (완전매개)
		위험감수성→창업의도	0.340	0.172	1.978	0.048	

\* \*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.

<표 13> 위험감수성의 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교

구분	적합도지수	연구모형	대안모형	차이	비교가능 여부
χ <sup>2</sup> 적합도	χ <sup>2</sup>	106.417	129.146	22.729	비교 가능 Δχ <sup>2</sup> =22.729>χ <sup>2</sup> 0.05(1)=3.84, Δd.f=1
	d.f	80	81	1	
	p	1.330	0.01	p<0.05	

### 5.3.2.2.4 커뮤니케이션활용역량과 진취성의 매개효과 분석

매개변수인 ‘커뮤니케이션활용역량→진취성’간의 관계는 유의미하였으나, 기기활용역량과 종속변수인 창업의도와와의 직접

적인 영향관계와 ‘진취성→창업의도’와의 영향관계가 유의미하지 않은 것으로 나타나, 커뮤니케이션활용역량과 진취성의 매개효과는 없는 것으로 확인되었다(가설 H6-2). 커뮤니케이션활용역량과 진취성의 매개효과 검증 결과는 아래 <표14>와 같다.

<표 14> 커뮤니케이션활용역량과 진취성의 매개모형 검증

가설	경로	Estimate	S.E	C.R	P	결과
H6-2	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량	0.271	0.127	2.138	0.033	기각
	커뮤니케이션활용역량→진취성	0.303	0.060	5.086	***	
	진취성→창업의도	0.271	0.176	1.542	0.123	

\* \*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.

### 5.3.2.2.5 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성의 매개효과 분석

기기활용역량과 종속변수인 창업의도와와의 직접적인 영향관계는 유의미하지 않았으나, ‘기기활용역량→커뮤니케이션활용역량’, ‘커뮤니케이션활용역량→위험감수성’ 및 ‘위험감수성→창업의도’ 각각의 경로가 유의미한 것으로 나타나, 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성은 완전매개효과가 있는 것으로 확인되었다(가설 H6-3). 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성의 매개효과 검증 결과는 아래 <표 15>와 같다. 또한 매개효과 분석은 일반적으로 χ<sup>2</sup>차이검증을 통한 연구모형과 대안모

형과의 적합도 비교분석을 통하여 통계적으로 매개효과의 적합여부를 판단하고 있다. 그리하여 ‘가설 H6-3’에서의 매개변수인 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성 사이에 자유도 (d.f) 2가 차이 나는 모델과 차이가 없는 두 모델을 비교했을 때, χ<sup>2</sup>값이 α=0.05 수준에서 5.99 이상인지를 확인하였다. 분석 결과, χ<sup>2</sup>값이 26.491이상 차이가 있어 “기기활용역량→ 창업의도”사이에서 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성은 강력한 매개효과가 있음이 검증되었다. 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교 결과는 <표 16>과 같다.

<표 15> 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성의 완전매개모형 검증

가설	경로	Estimate	S.E	C.R	P	결과
H6-3	기기활용역량→커뮤니케이션활용역량	0.271	0.127	2.138	0.033	채택 (완전매개)
	커뮤니케이션활용역량→위험감수성	0.273	0.060	4.541	***	
	위험감수성→창업의도	0.340	0.172	1.978	0.048	

\* \*\*\*은 .001 이하 유의수준에서 유의함을 의미함.

<표 16> 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성의 연구모형과 대안모형과의 적합도 비교

구분	적합도지수	연구모형	대안모형	차이	비교가능 여부
χ <sup>2</sup> 적합도	χ <sup>2</sup>	106.417	132.908	26.491	비교 가능 Δχ <sup>2</sup> =26.491>χ <sup>2</sup> 0.05(2)=5.99, Δdf=2
	df	80	82	2	
	p	1.330	0.000	p<0.05	

**5.3.2.2.6 붓스트래핑을 이용한 매개효과 검증**

본 연구 모형의 붓스트래핑을 이용한 매개효과 검증 결과는 아래의 <표 17>과 같다.

**5.3.2.3 매개효과 종합정리**

아래의 <표 18>은 매개효과에 직, 간접, 총효과를 분석한 내용을 정리하였다.

기기활용역량과 종속변수인 창업의도와의 영향관계에 있어

서 매개변수에 의한 간접효과 결과를 종합정리 요약하면 가설 H2-1, H5-1, H6-3이 채택되어 이중 매개변수인 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성의 간접효과가 있는 것으로 나타났으며, 가설 H7-2가 채택되어 커뮤니케이션활용역량과 종속변수인 창업의도와의 영향관계에서 위험감수성의 간접효과를 확인할 수 있었다. 그러나 진취성은 매개변수로서의 간접효과가 유의하지 않은 것으로 확인되었다. 매개효과 종합정리는 <표 19>와 같다.

<표 17> 붓스트래핑을 이용한 매개효과 검증

가설	경로	Standardized Indirect Effects	Indirect Effects - Two Tailed Significance
H2-1	기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량 → 진취성	0.069	0.023
H5-1	기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성	0.064	0.016
H6-3	기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성 → 창업의도	0.080	0.050
H7-2	커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성 → 창업의도	0.165	0.004

<표 18> 직접 효과, 간접(매개)효과, 총효과 요약

가설	경로	직접효과	간접(매개)효과				총효과
			커뮤니케이션 활용역량	위험감수성	진취성	총간접효과	
H2-1	기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량 → 진취성	0.101	0.069 (0.166×0.414)	-	-	0.069	0.170
H5-1	기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성	0.056	0.064 (0.166×0.385)	-	-	0.064	0.120
H6-3	기기활용역량 → 커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성 → 창업의도	0.077	0.064 (0.166×0.385)	0.016 {0.057×(0.166×0.385 +0.227)}	-	0.080	0.158
H7-2	커뮤니케이션활용역량 → 위험감수성 → 창업의도	0.128	-	0.087 (0.385×0.227)	0.078 (0.414×0.187)	0.165	0.293

\* 매개효과는 표준화된 경로계수를 기준으로 하여 산출

<표 19> 매개효과 종합정리

가설	커뮤니케이션활용역량, 진취성, 위험감수성 매개효과 결과	결과
H2-1	기기활용역량이 진취성에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량에 의해 매개될 것이다.	완전매개 (간접효과)
H5-1	기기활용역량이 위험감수성에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량에 의해 매개될 것이다.	완전매개 (간접효과)
H6-1	기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 진취성에 의해 매개될 것이다.	매개효과 없음
H6-2	기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량과 진취성에 의해 매개될 것이다.	매개효과 없음
H6-3	기기활용이 창업의도에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성에 의해 매개될 것이다.	완전매개 (간접효과)
H6-4	기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 위험감수성에 의해 매개될 것이다.	매개효과 없음

H6-5	기기활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 커뮤니케이션활용역량에 의해 매개될 것이다.	매개효과 없음
H7-1	커뮤니케이션활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 진취성에 의해 매개될 것이다.	매개효과 없음
H7-2	커뮤니케이션활용역량이 창업의도에 미치는 영향은 위험감수성에 의해 매개될 것이다.	완전매개 (간접효과)

## VI. 결론

### 6.1 연구결과 요약

기기활용역량이 커뮤니케이션활용역량에 정(+)의 유의한 영향을 주는 것으로 보아, 모바일, 태블릿 PC, 컴퓨터 등 미디어 기기활용역량이 향상될수록 커뮤니케이션활용역량도 향상될 수 있음을 보여 주고 있지만, 기기활용역량과 창업의도와 직접적인 정(+)의 영향이 기각된 것으로 보아, 단지 기기활용역량이 있다고 하여, 창업의도에 영향을 주지는 않는 것으로 나타났다.

기기활용역량은 커뮤니케이션활용역량과 위험감수성의 매개효과를 통하여 창업의도를 갖게 되는 것으로 확인되었다. 연구결과, 모바일, 태블릿 및 PC 등 포터블 통신 수단 활용에 익숙하고, 커뮤니케이션 소통역량과 기업가정신의 위험감수성을 지니게 될 때, 창업의도를 갖게 되는 것으로 나타났다. 이를 통해 코로나 사태 이후 비대면 소통과 유통환경 조성이 활성화되면 많은 온라인 마케터가 등장할 수 있음을 예상할 수 있다.

또한 커뮤니케이션활용역량 자체도 기업가정신의 위험감수성을 매개로하여 창업의도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 확인되었다. 이는 모바일, 태블릿 및 PC 등 포터블 통신 수단을 활용한 소통역량을 갖게 될 경우, 기업가정신의 위험감수성을 매개로 하여 스스로 창업에 대한 의도를 갖게 됨을 보여주고 있다.

### 6.2 연구결과의 시사점

코로나19 팬데믹으로 보편화된 비대면 연결과 소통방식은 우리의 일상생활과 비즈니스 환경을 획기적으로 변화시키고 있다. 사람들 간의 직접적인 접촉은 피하면서 비대면 방식의 온라인 화상회의, SNS 등을 통해 커뮤니케이션이 디지털 미디어 중심으로 바뀌고 있는 것이다. 상거래방식과 커뮤니케이션이 급속도로 전환되는 이 시기에 미디어 커뮤니케이션 활용역량은 새로운 비대면 비즈니스 마케팅에 있어서 시간과 공간의 제약을 해소하는 가장 핵심적인 창업 역량 요인이라고 사료된다. 본 연구를 통해 코로나19 팬데믹 이후 비대면 비즈니스가 중요해지고 있는 상황에서 비대면 영역의 기반인 기기활용역량, 커뮤니케이션 활용역량과 창업의도 간의 관계를 실증적으로 분석하였다. 기기활용역량과 커뮤니케이션활용역량은 직접적으로 창업의도에 정(+)의 영향을 주지 못하는

것으로 나타났으며, 기업가정신의 위험감수성을 추구할 때 비로써 창업의도를 갖게 된다는 것이 확인되었다. 이는 디지털 기기활용과 커뮤니케이션 활용역량이 월등한 젊은 세대에 게 기업가정신 및 창업교육을 통한 창업콘텐츠 개발 및 투자 등으로 그들만을 위한 일자리 창출 지원정책을 확대할 필요가 있음을 보여주는 것이다.

### 6.3 연구결과의 한계점

본 연구는 창업의도에 영향을 미치는 요인으로 정보기술의 변혁과 관련된 기기활용역량, 커뮤니케이션활용역량을 주요변수로 설계하여 일반인을 대상으로 수행하였다. 추가적으로 정보기술의 변혁을 개방적으로 받아들이고 미래의 비대면 비즈니스 창업을 적극적으로 발굴하고자 하는 대학생들을 대상으로 연구가 진행된다면 정보기술 역량과 창업의도와의 관계에서 다양한 시사점이 도출될 것으로 사료된다.

## REFERENCE

- 권성호·현승혜(2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구: 디지털 리터러시 향상을 중심으로. *학습과학연구*, 8(1), 120-140.
- 강희찬(2017). *기업가정신이 조직성공에 미치는 영향에 대한 한중 비교: 가치일치성의 매개역할을 중심으로*, 박사학위논문, 인하대학교.
- 강정목·송효잔·김현성(2014). 스마트시대의 디지털 리터러시 측정을 위한 진단도구의 개발과 적용. *한국지역정보학회지* 17(3), 143-252.
- 김경선(2019). *은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과*, 석사학위논문, 연세대학교.
- 김경선·박우진·배병윤(2020). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과. *벤처창업연구*, 15(2), 209-220.
- 김세현·이혜수(2019). *결혼이주여성의 디지털 기기 사용과 한국사회 적응: 사회적 지지와 한국생활만족도의 매개효과를 중심으로*, 정보사회와 미디어, 20(1), 19-43.
- 김우종(2016). *창업가정신과 전략지향성이 기업성과에 미치는 영향: 디지털리터러시와 학습지향성의 조절된 매개효과*, 박사학위논문, 중앙대학교.
- 김완기(2019). *대학생의 지각된 위험, 지각된 규범 및 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 창업가적 탄력성의 매개효과를 중심으로*, 박사학위논문, 호서대학교.
- 김진희(2019). *직무만족과 창업 자기효능감이 HYBRID 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 창업선행인식의 매개효과와 위험감수성의 조절효과를 중심으로*, 박사학위논문, 호서대학교.
- 박지유(2014). *창업가 특성과 사회적 자본이 창업의지에 미치는 영*

- 향에 관한 연구 : 멘토링을 중심으로, 박사학위논문, 호서대학교
- 배근수(2019). 온라인 커뮤니티 특성이 중장년의 창업 및 재취업 의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 중장년의 심리적 특성과 개인적 특성의 조절효과를 중심으로, 석사학위논문, 한성대학교.
- 성창수(2011). 시니어창업 의사결정에 미치는 영향요인에 관한 연구, 박사학위논문, 중앙대학교
- 안희수·양동우(2019). 기업가적 개인특성이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 창업지원제도인식의 조절효과와 함께, 한국창업학회지 14(6), 378-410.
- 안정임(2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시 : 의미와 연구방향의 모색, 교육정보미디어연구, 8(3), 5-23.
- 이상길(2018). 직장인의 창업의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 박사학위논문, 호서대학교.
- 이수아(2019). 예비창업자의 기업가정신, 사회적 자본, 창업의도의 관계에서 창업자기효능감의 매개효과와 창업교육의 조절효과 분석, 박사학위논문, 경기대학교.
- 정영민(2015). 기업가정신이 재무성과에 미치는 영향 : 인간중심경영의 매개효과를 중심으로, 박사학위논문, 인하대학교.
- 최대수·성창수(2017). 대학생의 창업역량과 창업의도의 관계, 벤처창업연구, 12(1), 101-109.
- 황소영(2019). 디지털교육 및 디지털역량이 4차 산업혁명시대 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 초등학생들의 인식 중심으로, 석사학위논문, 중앙대학교.
- 호병환(2016). 대학 및 사회의 창업지원과 대학생의 창업의지 간의 관계 : 자기 효능감과 위험 감수성의 매개효과와 멘토링의 조절효과, 박사학위논문, 충남대학교.
- Ahn, H. S., & Yang, D. W.(2019). The Influence of Entrepreneurs' Personal Characteristics on Entrepreneurial Intention with the Moderating Effect of Perception of Startup Support System, *Journal of the Korean Entrepreneurship Society* 14(6), 378-410.
- Ahn, J. I.(2002). Digitalized Communication and Media Literacy: Groping for the Meaning and Research Focus in Multiliteracy, *Journal of Korean Association for Educational Information and Media* 8(3), 5-23.
- Bac, Keun-Soo (2019). A Study on the Effects of Online Community Characteristics on the Entrepreneurship and Re-employment Intention of Middle-aged Adults, Master's thesis, Han-sung University.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y.(1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U.(1999). Goal setting and goal striving in consumer behavior. *The Journal of Marketing*, 19-32.
- Bird, B.(1988). Implementing entrepreneurial ideas : The case for intention, *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bogatyreva, K., Edelman, L. F., Manolova, T. S., Osiyevskyy, O., & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? *The role of national culture. Journal of Business Research*, 96, 309-321.
- Browne, M. W., & Cudeck, R.(1993). Alternative ways of assessing model fit. In Bollen, K. A., & Long, J. S. (Eds.), *Testing structural equation models*. Newbury Park: Sage.
- Choi, D. S., & Sung, C. S.(2017). Effect of Entrepreneurial Competencies on Entrepreneurial Intention : IT Competency, Creativity Competency, Social Competency, Market Perception Competency, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(1), 101-109.
- Esfandiari, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172-182.
- Fornell, C., & Larcker, D. F.(1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham.(2006). *Multivariate Data Analysis, 6th ed*, Prentice-Hall International.
- Ho. B. W.(2016). *Study on the Relationship between University and Society's Start-up support and Students' Entrepreneurial Intention : Mediating Role of Self Efficacy and Risk Taking and Moderating Role of Mentoring*, Doctoral dissertation, Chungnam National University.
- Hwang, S. Y.(2019). *A Study on the Effect of Digital Education and Digital Competency on the Entrepreneurial Intention in the Fourth Industrial Revolution Age : Based on the perception of elementary school students*, Master's thesis, Chung-Ang University.
- Jeong. Y. M.(2015). *The Effects of Entrepreneurship on Financial Performance: Focused on the Mediating Role of Human-oriented Management*, Doctoral dissertation, Inha University.
- Kang, H. C.(2017). *The effects of entrepreneurship on organizational performance comparison between Korea and china-Focused on the mediating effect of value congruence*, Doctoral dissertation, Inha University.
- Kang, J. M., Song, H. J., & Kim, H. S.(2014). Development and Application of the Diagnostic Instruments for Measuring Digital Literacy in the Smart Society, *Journal of Korean Association for Regional Information Society*, 17(3), 143-252.
- Kim, J. H.(2019). *A Study on the Effects of Job Satisfaction and Entrepreneurial Self-Efficacy on Hybrid Entrepreneurial Intention : Focusing on the Mediating Roles of Anticipatory Entrepreneurial Cognition and Moderated Effects of Risk-Taking*, Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Kim, K. S.(2019). *A Study of Influence of Banker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention : Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability*, Master's thesis, Yonsei University.
- Kim, K. S., Park, W. J., & Bae, B. Y.(2020). A Study of Influence of Banker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(2), 209-220.

- Kim, S. H., & Lee, H. S.(2019). The use of digital devices in marriage immigrant women and adaptation to Korean society : focusing on the mediating effect of social support and life satisfaction, *Information Society & Media*, 20 (1), 19-43.
- Kim, W. G.(2019). *Effects of university students' perceived risk, perceived norm and entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intention : focusing on the mediated effect of entrepreneurial resilience*, Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Kim, W. J.(2016). *The Effects of Entrepreneurship and Strategic Orientation on the Firm Performance : Moderated Mediation Effect of Digital Literacy and Learning Orientation*, Doctoral dissertation, Chung-Ang University.
- Kline, R. B.(2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Kwon, S. H., & Hyun, S. H.(2014). A study of the factors influencing the Digital Literacy capabilities of middle-aged people in online learning, *Institute of Educational Technology*, 8 (1), 120-140.
- Lee, S. G.(2018). *A Study on the Factors Affecting the Entrepreneurial Intention of Employees*, Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Lee, S. A.(2019). *Analysis of Entrepreneurship, Social Capital and Entrepreneurial Intentions of young pre-entrepreneurs : Focusing on Mediating Effects of Entrepreneurial Self-Efficacy and Moderating Effects of Entrepreneurship Education*, Doctoral dissertation, Kyonggi University.
- Monllor, J. & Soto-Simeone, A.(2019). The impact that exposure to digital fabrication technology has on student entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Neneh, B. N.(2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311-324.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd edit.) mcgraw-hill. Hillsdale, NJ, 416.
- Osiri, J. K., Kungu, K., & Dilbeck, M.(2019). Predictors of entrepreneurial intentions and social entrepreneurial intentions: a look at proactive personality, self-efficacy and creativity. *Journal of Business Diversity*, 19(1), 42-52.
- Park, J. Y.(2014). *A Study on the Influence of Entrepreneurial Characteristics and Social Capital on Entrepreneurial Intentions : Focusing the effects of mentoring*, Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Sung, C. S.(2011). *A Study on the Factors Influencing Senior Entrepreneurship*, Doctoral dissertation, Chung-Ang University.
- Youssef, A. B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M.(2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120043.

# **An Analysis of the Influence of Digital Media Device and Communication Utilization Capabilities on Entrepreneurial Intention : Focusing on the Mediating Effect of Risk-Taking and Proactiveness**

Sang Gil Lee\*  
Jae Mahn Leen\*\*

## **Abstract**

After the Corona 19 pandemic in the first half of 2020, the business environment has been changed in a very different way. The convergence in digital device would be the keyword of the future business. Due to the Corona 19 incident, the ability to utilize digital media devices has emerged as an important topic as people are focusing on online. The Corona incident has reminded us of how important digitalization is at all points of contact. This study analyzed the effects of digital media device and communication utilization capabilities on entrepreneurial intention by reflecting the mediating effect of risk-taking and proactiveness.

For this study, a survey of 250 ordinary people was conducted and finally 212 valid questionnaires were collected. Statistical techniques were analyzed using Amos23.

The analysis of the collected data showed that digital media device utilization and communication utilization did not directly affect entrepreneurship intentions, but it was confirmed that entrepreneurship risk-taking would have an intention to start a business. Through this, it was suggested that the development of start-up programs based on entrepreneurship and digital media utilization capabilities should be strengthened in a smart society centered on information and communication to expand job creation for the digital generation.

*Keywords: Digital devices, Communication capabilities, Entrepreneurial intention, Risk-taking, Proactiveness.*

---

\* First Author, Graduate School of Venture at Hoseo University, Doctor of Business Administration, lsgtopgun@naver.com.

\*\* Corresponding Author, Professor, Konkuk University Glocal Campus, Industry-Academic Collaboration Foundation, Professor, peace5706@naver.com