

사회적 기업가정신 및 창업동기가 창업의지에 미치는 영향*

정영수 (충남대학교 경영학부 교수)**

정철호 (목원대학교 경영학과 교수)***

국문 요약

본 연구는 사회적기업에서 사회적 기업가정신 및 창업동기가 창업의지 형성에 미치는 영향을 실증적으로 파악해 보는 것을 주목적으로 하였다. 연구목적의 효과적인 달성을 위해 관련 선행문헌에 대한 종합적 고찰 결과를 토대로 연구 모형 및 가설을 개발하였다. 연구 모형은 사회적기업 창업의지에 영향을 미치는 요인으로 혁신성, 위험감수성, 진취성, 사회적 가치 지향성을 포함하는 사회적 기업가정신과 내적 동기와 외적 동기로 구성된 창업동기를 설정하였다. 연구를 위해 사회적기업 관련 예비창업자 및 초기창업자 총 114명을 대상으로 자료를 수집했으며, 이를 토대로 연구 모형 및 가설 분석을 실시하였다.

실증분석 결과를 요약해 보면 다음과 같다. 첫째, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소 모두는 내적 동기에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 기업가정신 중 혁신성과 진취성은 외적 동기에 긍정적인 영향을 미치는 반면 위험감수성과 사회적 가치 지향성은 외적 동기에 별다른 영향을 미치지 못하는 것으로 밝혀졌다. 둘째, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소는 모두 창업의지 형성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 셋째, 내적, 외적 창업동기 모두는 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 사회적 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 있어 내적, 외적 창업동기는 모두 긍정적인 매개역할을 가지는 것으로 확인되었다.

본 연구는 기존 영리기업과는 차별화된 특성을 가지는 사회적기업을 대상으로 창업 인식 및 행동에 영향을 미치는 사회적 기업가정신, 창업동기를 구체화했으며, 이들 요인 간의 영향관계에 관한 실증분석을 통해 학문적, 실무적 차원의 시사점 도출을 시도하였다.

핵심주제어: 사회적기업, 사회적 기업가정신, 창업동기, 창업의지, 사회적 가치 지향성, 내적 및 외적 동기

1. 서론

한국 사회는 단기간에 사회적·경제적 발전을 이뤄냈지만, 이러한 급격한 외적 성장은 부익부 빈익빈 현상의 심화에 따른 취약계층 증가, 환경문제, 가족해체, 실업률, 고용없는 성장 등 심각한 사회문제를 야기한 측면 또한 동시에 존재한다. 최근 들어 사회적경제 및 사회적기업에 대한 관심이 높아지고 있으며, 정부의 정책적 방향 또한 사회적기업을 육성하기 위해 다양한 지원제도 및 프로그램을 확대하고 있는 추세이다.

사회적기업은 사회적경제(social economy)의 개념에서 시작한 것인데, 사회적경제는 생산과 소비가 분리되지 않고, 생산자, 소비자 그리고 주주 등 모든 이해관계자가 하나의 네트워크 안에서 상호의존적인 관계를 가지는 경제시스템을 의미한다(Laville, 2003). 사회적기업은 사회·공공의 이익과 경제적 수익성을 동시에 추구하고, 일자리 창출 효과 및 경제적 양극화의 문제를 해결할 수 있는 수단으로 인식되면서 높은 주목을 받고 있다(Chell et al., 2010). 사회적기업은 조직의 태생부터 추구하는 가치나 목적이 일반 영리기업과는 다르고, 사회적

목적과 경제적인 목적을 동시에 추구하는 혼성조직의 특성을 갖고 있으므로 조직의 정체성 측면에서 전통적인 영리기업 조직과는 상충되거나 모순적인 관계를 형성하고 있다. 또한 개인의 이익보다는 구성원과 지역사회를 위한 활동을 우선시 해야 하기 때문에 보다 독립적인 운영과 민주적 의사 결정을 토대로 자본보다는 인적 요소를 고려한 이윤분배의 원칙을 가지고 있다(Haigh & Hoffman, 2014). 이와 같이 기존 영리기업과 차별화된 사회적기업의 독특한 특성으로 인해 경영관리나 창업 실행 메커니즘에 있어서도 많은 차이점을 가지게 된다.

최근 창업 분야에서 연구들이 매우 활발하게 이루어지고 있지만, 대부분 연구가 일반 영리기업을 대상으로 수행되어 온 한계가 있다. 그리고 사회적기업을 대상으로 한 연구에 있어서도 주로 사회적기업의 정의 및 특징에 관한 개념적 연구, 사회적기업 관련 사례연구 등 한정된 주제를 통해 연구를 수행해 왔다. 따라서 사회적기업 분야 창업 의지 형성이나 창업 행위에 영향을 미치는 요인 도출 등 사회적기업 상황이나 관련 분야 창업자의 차별화된 특성을 반영하여 실증분석을 시

* 이 연구는 충남대학교 학술연구비에 의해 지원되었음

** 주저자, 충남대학교 경영학부 교수, ychung@cnu.ac.kr

*** 교신저자, 목원대학교 경영학과 교수, cjung@mokwon.ac.kr

· 투고일: 2023-05-09 · 수정일: 2023-06-13 · 게재확정일: 2023-06-28

도한 연구는 상대적으로 부족한 것이 현실이다.

이에 본 연구는 사회적기업 창업자의 창업의지 형성에 영향을 미치는 주요 요인으로서 사회적 기업가정신과 창업동기에 초점을 두었다. 기존의 관련 선행연구에 대한 종합적인 고찰을 통해 사회적기업에서 사회적 기업가정신 및 창업동기가 창업의지에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 분석해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1. 사회적기업

사회적기업 육성법 제2조의1에 따르면, 사회적기업은 ‘취약 계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업’으로 정의하고 있다. 이를 토대로 볼 때, 사회적기업은 영리기업과 비영리기업의 중간 형태로서 사회적인 목적을 우선적으로 추구하면서 재화·서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업 또는 조직이다(김형주·전인오, 2017). 또한 저소득층 지원 및 자립과 비영리조직 운영을 위한 재원 마련이라는 두 가지 목적을 추구하면서 경제적 가치 실현과 사회적 목적의 달성이라는 사회적 가치를 동시에 지향한다(Alter, 2007). 이를 토대로 볼 때, 사회적기업의 가장 이상적인 모습은 사회적 가치와 경제적 가치가 서로 상생하며 상호 상승작용을 이루는 것이라 할 수 있다(강혜영, 2019).

사회적기업은 사회적경제에 의한 새로운 기업형태로서 수익을 추구하는 영리기업의 특성과 공익을 우선시하는 사회적 특성을 동시에 포함하고 있는 기업으로서 다음과 같은 특성을 가진다(옥정원·강승화, 2010). 첫째, 사회적기업은 사적인 목적보다는 사회적 공익을 추구하는 기업이라고 할 수 있지만, 재화 및 서비스를 생산하고 판매하는 지속적인 경제활동을 하기 위해 지속적이고 안정적인 수익을 창출할 수 있는 기업이어야 한다. 둘째, 기업가치의 극대화라는 목적을 가진 일반적인 자본주의 기업과는 달리 사회적기업은 기업활동을 통해 획득한 이윤의 사회 재환원이라는 목적을 가지고 있다. 셋째, 공적 소유의 개념을 가지고 있어 의사결정 권한이 소유주에게만 있는 것이 아니라 사회적기업 내외부의 다양한 이해관계자들이 동시에 참여하는 구조를 가진 조직이다.

이처럼 사회적기업은 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 충족해야 하므로 기존의 영리기업과는 달리 사회적기업의 성공여부는 탁월한 역량을 갖춘 사회적 기업가에 의존한다고 할 수 있다(이용탁, 2011). 즉, 사회적 목적을 가지고 상업적 기업경영방식으로 운영되는 특징을 가지므로, 사회적기업의 개념에 부합한 지속가능한 성장을 위해서는 사회적 기업가의 자질과 역량이 무엇보다 중요하게 인식되는 것이다.

2.2. 사회적 기업가정신

기업가정신(entrepreneurship)에 대해 Schumpeter(1934)는 혁신적인 활동을 가능케 하는 기업가의 재능 또는 역량이라 정의했으며, Drucker(1985)는 위험에 따른 리스크를 극복하고 새로운 기회를 발견하여 불굴의 의지와 도전정신으로 사업화를 주도하고 끊임없이 혁신을 추구하는 기업가의 정신이라 하였다. 일반적으로 기업가정신은 혁신적이고 진취적이며 위험을 감수하는 성향을 보유하고 있어 성장 기회를 발견하여 새로운 가치 창출이 가능한 창업자 및 기업가의 주요한 덕목이라 인식돼 왔다(Covin & Slevin, 1991).

한편 몇몇 선행연구에서 기업가정신은 ‘기업가 지향성(entrepreneurial orientation)’과 혼용되어 사용되어 왔다(류동우·김기근, 2020). 두 가지 용어 모두 제품과 시장에서 혁신을 추구함으로써 실패의 위험을 감수하는 동시에 시장기회에 진취적으로 대응하여 선도하려는 조직의 행동 경향이라는 점에서는 유사한 개념으로 볼 수 있다(윤현중, 2015). 하지만 기업가정신은 어떤 새로운 사업에 진출할 것인가 여부에 대한 기업가적 의사결정 성향을 의미하는 반면 기업가 지향성은 어떻게 기업을 운영할 것인가에 대한 기업가적 프로세스를 의미하는 점에서 개념적 차이를 가진다(Lumpkin & Dess, 1996).

사회적 기업가정신(social entrepreneurship)은 사회적기업에서 필요한 기업가정신을 의미하며, 일반 영리기업이 이윤 추구를 최우선 가치를 두는 것과 달리 사회적 이익과 목적을 실현하는 것을 핵심적 가치로 가지는 등 기존의 기업가정신과는 의미에 있어 차별화된 특성을 가진다. Austin et al.(2006)은 기업, 비영리, 정부 부분의 각 영역 내에서 혹은 이들 부분 간에 걸쳐 발생할 수 있는 혁신적이고 사회적 가치창출 지향적인 활동이라 정의했다. 또한 문남희·김명소(2016)는 일반 영리기업의 기업가정신이 발전하여 사회적 가치를 지향해 사회적 문제를 해결해 나간다는 노력의 의미가 담겨있으며, 사회적기업의 특성상 구성원의 가치 및 신념 체계가 무엇보다 중요하므로 사회적기업의 활성화 및 지속가능성을 위해 사회적 기업가정신을 중요하게 다뤄야 한다고 하였다. 김형주·전인오(2017)와 최조순(2012)의 연구에서도 혁신성, 진취성, 위험 감수성, 사회적 가치 추구성 등 네 가지 구성요소를 포함하는 개념으로 제시하였다. 사회적 기업가정신을 따라서 사회적 기업가정신은 기존의 기업가정신에서 주요하게 다뤄 온 혁신성, 위험감수성, 진취성 외에도 사회적 목적 구현이라는 관점을 내포하는 것으로 이해할 수 있다(노경민·신호균, 2015). 이상의 논의를 종합해 보면, 대부분 선행연구에서 혁신성, 위험감수성, 진취성 등 전통적으로 기업가정신의 대표적인 구성요소와 함께 일반 영리기업과 대비되는 사회적기업의 대표적인 특징인 사회적 가치 지향성을 추가해 사회적 기업가정신을 개념화해 왔다는 것을 알 수 있다.

이상의 선행연구를 토대로 본 연구는 사회적 기업가정신을 혁신성, 위험감수성, 진취성, 사회적 가치 지향성 등 네 가지

구성요소를 포함하는 개념으로 설정하였다. 즉, 기존 연구에서 일반적으로 사용해 온 기업가정신의 개념에 사회적기업 본연의 사회적 목적 및 가치 추구, 즉 사회적 가치 지향성을 포함해 사회적 기업가정신을 정의해 보고자 한다.

2.3. 창업동기와 창업의지

일반적으로 동기(motivation)란 특정한 행동을 이끌어 내거나 방향을 부여하는 추진동력 및 이유를 말하며(김영중 외, 2013), 창업동기(entrepreneurial motivation)란 창업을 의도하거나 선택하게 된 추진동력 및 이유에 관련된 개념으로 크게 내적 동기와 외적 동기로 구분할 수 있다(Carsrud & Brännback, 2011). Gilad & Levine(1986)이 제안한 푸시-풀이론(push-pull theory)에 따르면, 푸시(push) 요인은 실업, 직업 불만족, 낮은 임금 등과 같이 창업을 선택하도록 이끄는 부정적 상황을 포함하는 개념인 반면 풀(pull) 요인은 성취욕구, 독립성, 사회적 사명 등 창업기회 자체의 매력과 창업이 가져오는 긍정적인 결과에 대한 기대와 관련된 개념으로 볼 수 있다. 배병윤·이주현(2018)의 연구에서는 창업동기를 소득증대, 경제적 보상 등의 경제적 요인과 독립성, 성취감, 사회적 기여 등과 같은 비경제적 요인으로 구분하기도 했다. 한편 GEM(Global Entrepreneurship Monitor)의 연구에서는 창업의 유형을 자기개발, 독립욕구, 사회적 인정 등에 따른 기회추구형 창업과 실업, 직업 불만족 등에 의한 필요추구형 창업으로 구분하였다(Raynolds et al., 2001).

본 연구에서는 선행연구 고찰 결과를 토대로 사회적기업 창업동기를 Carsrud & Brännback(2011)의 연구를 토대로 내적 동기와 외적 동기로 구분하였다. 내적 창업동기는 자아성취감, 독립성, 사회적 기여 등 풀 또는 비금전적인 동기요인에 해당하며, 외적 동기는 소득증대, 경제적 보상 등과 같은 푸시 또는 경제적 측면의 동기에 해당하는 것으로 볼 수 있다.

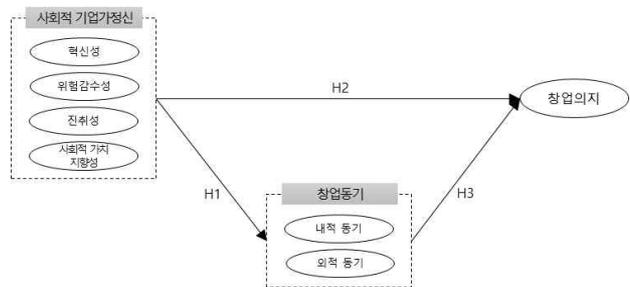
한편 창업의지(entrepreneurial intention)는 새로운 사업을 소유하거나 시작하고자 하는 개인의 의지나 욕구를 의미하는 것이다(Bird, 1988). 실제 창업을 실행하는 창업자의 의사결정과 행동이 있으려면 우선 창업에 대한 긍정적인 태도나 인식이 먼저 선행되어야 하므로 창업의지는 창업과정을 설명하는 가장 핵심적인 개념이라 할 수 있다(Krueger & Brazeal, 1994; Veciana et al., 2005). 즉, 특정 개인의 의지는 미래 목표 행동에 대한 몰입 정도를 나타내며, 그러한 행동의 실행여부를 가장 정확하게 예상할 수 있는 설명요인이다(Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 1980).

이처럼 창업은 분명 계획적이고 의도된 행동을 통해 실행되며, 시간적 흐름에 따라 진행되는 순차적 과정으로 볼 수 있다(Bird, 1988). 따라서 창업의지는 사회적기업 창업이라는 실제 성과물이 나타나기 이전까지 가장 밀접하고 중요한 특성요인으로 고려되어야 한다.

III. 실증연구 설계

3.1. 연구의 모형 및 가설의 설정

본 연구는 기존 선행연구에 대한 종합적인 고찰 결과를 토대로 사회적 기업가정신과 창업동기 및 창업의지 간의 상호 영향관계에 관한 연구모형을 개발하였다. 사회적 기업가정신의 구성요소로 혁신성, 위험감수성, 진취성, 사회적 가치 지향성 등 네 가지 요인을 설정했으며, 창업동기로 내적 동기와 외적 동기의 두 가지 요인을 포함하였다.



<그림 1> 연구모형

<그림 1>의 연구모형을 근거로 하여 각 구성개념 간 관계에 관한 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

사회적기업은 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 조직이므로 일반적인 창업기업의 기업가정신을 구성하는 혁신성, 위험감수성, 진취성 등을 내포하고 있다(Dollinger, 1995). 또한 사회적기업이 지향하는 철학에 부합하는 지속가능한 성장을 위해서는 혁신성과 소명감, 공익과 영리에 대한 균형감, 지역사회 문제해결 의지 등 사회적 가치를 지향해야 한다(김용태·박재환, 2013). 기존의 유봉호(2015)는 창업보육기관 입주기업을 대상으로 수행한 연구에서 기업가정신과 창업동기 간에 긍정적인 관계성이 존재함을 밝혔으며, 양준환(2015)의 연구에서도 기업가정신과 창업동기 간의 유의미한 관계성이 확인되었다. 또한 배병윤(2021), 배병윤·이주현(2018)의 연구에서 창업동기는 창업기업의 특성과 성공 여부에 주요한 영향을 미치는 요인이며, 기업가정신은 내적 및 외적 창업동기에 모두 긍정적인 영향을 미침을 확인하였다.

가설 1: 사회적 기업가정신은 창업동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 혁신성은 내적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 위험감수성은 내적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 진취성은 내적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-4: 사회적 가치 지향성은 내적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-5: 혁신성은 외적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-6: 위험감수성은 외적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 1-7: 진취성은 외적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 1-8: 사회적 가치 지향성은 외적 동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

수익성과 공익성 모두를 추구하는 사회적기업 창업자의 개인적 특성과 성향은 창업에 대한 태도와 인식에 주요한 영향을 미치게 된다(Brooks, 2009). Sullivan Mort et al.(2003)의 연구에 따르면, 사회적 기업가는 일관된 목적의식과 균형 잡힌 판단력을 가지고 있으며, 중요한 의사결정 상황에서 혁신성, 진취성, 위험감수 성향 등 기업가정신을 성공적으로 발휘하게 된다고 하였다. 김성환 외(2015)의 연구에서도 사회적 기업가정신을 구성하는 네 가지 요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성, 사회적 가치 지향성의 순으로 창업의지에 유의미한 영향을 미치게 됨을 실증적으로 확인한 바 있다. 또한 기존 Weerawardena & Mort(2006), 홍은표·김진희(2017), 조규호(2013), 김덕호·정문기(2017), 노경민·신호균(2015), 조혜정·김미리(2020) 등 다수 연구에서 사회적기업을 대상으로 사회적 기업가정신과 창업의지 간의 긍정적인 관계성을 밝혔다.

가설 2: 사회적 기업가정신은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 2-1: 혁신성은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 2-2: 위험감수성은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 2-3: 진취성은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 2-4: 사회적 가치 지향성은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

사회적기업의 창업동기는 크게 내적 동기와 외적 동기로 구분할 수 있으며(Carsrud & Brännback, 2011), 창업동기는 창업 성공 여부뿐만 아니라 창업 후 기업의 특성이나 성공에 영향을 미치는 주요 요인으로 인식돼 왔다(윤남수, 2012). 창업자의 동기와 같은 개인적 특성은 직접적으로 창업 행동에 영향을 미치기 보다는 창업의지 형성에 영향을 미치게 되며, 이것이 매개가 되어 창업실행 행동의 여부를 결정하게 된다는 것이다(Krueger et al., 2000; Kim & Hunter, 1993). 기존 Herdjiono et al.(2017), 장수진·김종태(2021), 윤남수(2012), 이병권·전인오(2014) 등 다수의 선행연구에서도 창업자의 창업동기는 창업의지 형성에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 요소임이 확인되었다.

가설 3: 창업동기는 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 3-1: 내적 동기는 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 3-2: 외적 동기는 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2. 측정도구 개발

연구 모형에 포함된 각 구성개념을 측정하기 위해 기존 선행연구에서 타당성과 신뢰성이 확인된 척도를 본 연구의 목적 및 대상에 적합하도록 일부 수정하여 활용하였다.

우선 사회적 기업가정신에 있어 혁신성, 위험감수성, 진취성은 기존 Lumpkin & Dess(1996), Krueger & Brazeal(1994), 윤병선·김천규(2020) 등에서 기업가정신을 측정하기 위해 사용한 새로운 제품·서비스 관심, 창의적인 문제해결 추구, 새로운 디자인 또는 생산과정 개선 노력 등 혁신성에 관한 3개, 위험감수성 관련 위험이 있어도 새로운 사업 도전, 고수익 사업 선호, 불확실성에 대한 공격적인 자세 등 3개, 진취성 관련 경쟁업체보다 앞서려 노력, 시장 주도권 확보 노력, 주도권 유지를 위한 공격적 마케팅, 시장 상황에 대한 신속한 대응 노력과 같은 4개 등 총 10개 항목을 활용하였으며, 이에 더해 사회적 가치 지향성은 Moshe & Lerner(2006), 노경민·신호균(2015), 김형주·전인오(2017) 등의 연구에서 사용된 사회적 가치 추구, 지역사회 기여, 공익적 가치와 수익성 모두 중요, 수익의 사회적 목적 사용 등 4개 항목을 활용하였다.

다음으로 창업동기는 장수진·김종태(2021), 배병운·이주현(2018) 등의 연구를 토대로 내적 동기로 경험·노하우 활용, 자기 성취감, 독립심, 사회적 기여 등 4개 항목을, 외적 동기로 수입 확대, 경제적 보상, 경제적 안정 등 3개 항목으로 구성하였다. 마지막으로 창업의지는 윤남수(2012), Shinnar et al.(2014), Kabir et al.(2017) 등의 연구를 토대로 창업 실행 의향, 실패 극복 의지, 사업가로서 성공 의지, 사회문제에 기반한 비즈니스 기회 발견 의지 등 4개 항목으로 구성하였다.

3.3. 자료수집 방법 및 일반적 현황

연구모형 및 가설에 대한 검증을 위해 대전·세종·충남지역에 거주하고 있는 사회적기업 창업에 관심을 갖고 있거나 현재 창업을 준비 중인 예비창업자, 그리고 최근 사회적기업을 창업한 사업자 등을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 설문조사를 통한 자료수집은 2022년 10월부터 11월에 걸쳐 약 2개월간 수행되었으며, 총 118개의 설문지를 수거할 수 있었다. 이 중 응답이 부실하다고 판단되는 4부를 제거하고, 총 114개의 자료를 실제 분석에 활용하였다.

우선 응답자의 성별로는 남성이 68명(59.7%), 여성 46명(40.3%)이고, 연령대는 40대(41명, 36.0%)와 30대(33명, 29.0%)가 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 50대(18명, 15.8%), 20대(12명, 10.5%) 등의 순으로 나타났다. 최종학력은 대학교 졸업이 79명(69.3%)으로 가장 많았으며, 대학원 졸업 이상(21명, 18.4%), 고졸 이하(14명) 순으로 나타났다. 희망하는 사회적기업의 유형에 대해서는 일자리제공형 및 사회서비스제공형을 동시에 제공하는 혼합형이 53명(46.5%)으로 가장 높은 분포를 보였고, 다음으로 일자리제공형 27명(23.7%), 사회서비

스제공형 18명(15.8%), 지역사회공헌형 10명(8.8%), 창의혁신형 6명(5.3%) 순으로 나타나 사회적기업 유형에 있어 혼합형에 대한 선호도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

한편 응답자 중 사회적기업 예비창업자는 91명(79.8%)인 반면 최근 사회적기업을 창업한 기창업자는 23명(20.2%)으로 나타나 예비창업자가 상대적으로 높은 분포를 보였다.

IV. 실증분석 결과

4.1. 측정모델 분석

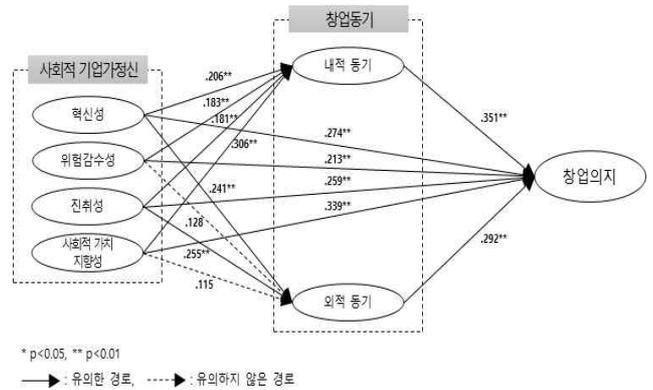
본 연구에서 제안한 연구 모형 및 가설에 대한 검증을 위해 측정모델과 구조모델에 대한 분석을 순차적으로 수행하는 2 단계 분석기법을 활용하였다(Anderson & Gerbing, 1988). 우선 연구모형에 포함된 각 구성개념을 대상으로 실시한 측정모델 분석 결과, $\chi^2/df=1.903(\chi^2=525.157, df=276)$ 으로 최적값인 1-2 사이에 해당하며, GFI=0.956, AGFI=0.894, RMR=0.055, NFI=0.942, CFI=0.977 등 측정모델의 각 적합도 수치는 대부분 권장수용기준을 상회하고 있는 것으로 밝혀졌다. 또한 각 측정항목의 요인적재치는 권장기준인 0.7에 미달하는 값이 나타나지 않았으며, 구성개념신뢰도(CR) 및 평균분산추출값(AVE) 또한 각각 0.7, 0.5 이상의 값을 나타냈다. 이에 따라 본 연구를 위한 측정변수의 신뢰성과 수렴타당성은 확보되었다고 판단할 수 있다.

<표 1> 측정모델 분석 결과

구성 개념	항목	요인 적재치	측정 오차	값	CR (AVE)
혁신성	INO1	.854	.262	-	.896 (.723)
	INO2	.886	.312	12.521	
	INO3	.759	.150	9.244	
	RSK1	.902	.228	-	
위험감수성	RSK2	.788	.369	9.086	.886 (.722)
	RSK3	.826	.215	12.044	
	INT1	.776	.396	-	
진취성	INT2	.864	.261	12.945	.895 (.680)
	INT3	.816	.285	10.066	
	INT4	.799	.306	9.798	
	SVL1	.749	.401	-	
사회적 가치 지향성	SVL2	.806	.265	10.113	.913 (.670)
	SVL3	.939	.100	15.294	
	SVL4	.827	.283	11.404	
	INM1	.811	.339	-	
내적 동기	INM2	.834	.281	11.552	.905 (.640)
	INM3	.863	.217	13.881	
	INM4	.825	.333	11.030	
	EXM1	.793	.421	-	
외적 동기	EXM2	.786	.377	9.952	.847 (.648)
	EXM3	.828	.252	11.237	
	EIT1	.893	.136	-	
창업의지	EIT2	.925	.118	14.062	.936 (.728)
	EIT3	.888	.295	12.610	
	EIT4	.849	.311	11.639	

4.2. 구조모델 분석 및 가설 검증

측정모델 분석 결과를 토대로 연구가설 검증을 위해 구조모델 분석을 실시한 결과는 다음과 같다. 개발한 연구모델의 적합도 검사 결과, $\chi^2/df=1.989(\chi^2=389.967, df=196)$, GFI=0.938, AGFI=0.881, RMR=0.049, CFI=0.983, NFI=0.952 등 모든 값이 일반적인 권장수용기준을 상회하고 있는 것으로 나타나 구조모델의 설명력은 양호한 것으로 판단할 수 있다. 구조모델 적합도 검사 결과를 토대로 각 변수간 관계에 관한 연구가설 검증을 실시하였다.



<그림 2> 최종 연구모형

<표 2> 연구가설 검증 결과

구분	경로	경로계수(값)	판정
H1	사회적 기업가정신 → 창업동기	-	부분채택
H1-1	혁신성 → 내적동기	.206(2.895)**	채택
H1-2	위험감수성 → 내적동기	.183(2.494)**	채택
H1-3	진취성 → 내적동기	.181(2.348)**	채택
H1-4	사회적 가치 지향성 → 내적동기	.306(5.217)**	채택
H1-5	혁신성 → 외적동기	.241(3.881)**	채택
H1-6	위험감수성 → 외적동기	.128(1.445)	기각
H1-7	진취성 → 외적동기	.255(4.101)**	채택
H1-8	사회적 가치 지향성 → 외적동기	.115(1.338)	기각
H2	사회적 기업가정신 → 창업의지	-	채택
H2-1	혁신성 → 창업의지	.274(4.568)**	채택
H2-2	위험감수성 → 창업의지	.213(3.297)**	채택
H2-3	진취성 → 창업의지	.259(4.009)**	채택
H2-4	사회적 가치 지향성 → 창업의지	.339(6.944)**	채택
H3	창업동기 → 창업의지	-	채택
H3-1	내적동기 → 창업의지	.351(6.525)**	채택
H3-2	외적동기 → 창업의지	.292(4.824)**	채택

첫째, 사회적 기업가정신과 창업동기 간의 관계에 관한 연구가설 H1을 검증한 결과, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소와 내적 동기 간의 관계는 모두 유의미한 것으로 나타났다. 이는 사회적기업 창업자의 사회적 기업가정신이 높을수록

록 창업을 위한 내적 동기 또한 높아지게 됨을 의미하는 것이다. 특히 네 가지 사회적 기업가정신 구성요소 중 사회적 가치 지향성이 내적 동기 형성에 가장 큰 영향력을 가지는 것으로 나타났는데, 일반 영리기업과 차별화되는 사회적기업의 특성상 사회적기업 창업을 위한 내적 동기 형성에 있어 사회적 가치 지향성의 영향력이 상대적으로 높은 것을 확인할 수 있었다. 이는 경제적 가치보다는 사회적인 가치를 더욱 우선적으로 고려하게 되는 사회적기업의 창업에 있어 사회적 기업가정신의 핵심 구성요소는 사회적 가치 지향성이며, 이를 중심으로 혁신성, 위험감수성, 진취성이 상호간 유기적으로 연결되어 작동하게 된다는 최조순(2012), 김형주·전인오(2017)의 연구결과와도 맥을 같이 하는 것이다.

한편 사회적 기업가정신이 외적 동기에 미치는 영향(H2)에 있어서는 혁신성과 진취성이 외적 동기에 긍정적인 영향을 미치는 반면 위험감수성과 사회적 가치 지향성은 별다른 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 주로 자발적인 창업동기를 의미하는 내적 동기와 달리 외적 동기는 주로 수익, 권력, 신분 등 창업을 이끄는 불만족 혹은 푸시 요인에 관련된 개념이다. 따라서 일반적인 영리기업과는 달리 사회적기업의 창업에 있어 예상할 수 있는 위험을 적극적으로 감수하면서까지 창업동기를 가지지는 않으며, 사회 공익적 목적의 추구가 창업자의 외적 동기에 미치는 직접적인 영향력 또한 미미한 것으로 판단할 수 있다.

둘째, 사회적 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 가설 검증 결과, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소는 모두 창업의지 형성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이는 Weerawardena & Mort(2006), 김덕호·정문기(2017), 노경민·신호균(2015), 조해정·김미리(2020) 등 선행연구 결과에서 확인된 것처럼 사회적 기업가정신이 투철한 예비창업자는 그렇지 않은 예비창업자보다 창업의지를 더 적극적으로 가지게 됨을 의미하는 것이다. 특히 사회적기업 창업의지에 대한 사회적 기업가정신 구성요소별 상대적인 영향력은 사회적 가치 지향성, 혁신성, 진취성, 위험감수성 등의 순으로 나타났다. 예비창업자의 창업의지 정도가 실제 창업 실행을 예측하기 위한 주요 선행변수(Krueger & Brazeal, 1994)임을 상기할 때, 사회적기업의 창업을 활성화하기 위해서는 예비창업자로 하여금 사회적 기업가정신 요소 중 사회적 가치 지향성을 제고하기 위한 다양한 프로그램 제공 노력이 필요함을 시사하는 것이다.

셋째, 창업동기가 창업의지에 미치는 영향에 있어서는 내적 동기 및 외적 동기 모두 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 즉, 내적, 외적 요인에 의해 사회적기업 창업을 위한 동기부여 수준이 높은 예비창업자는 창업의지 또한 높게 형성하게 되므로, 창업의지를 높이기 위해서는 무엇보다 창업동기를 유발해야 한다는 것이다. 이는 기존 Carsrud & Brannbak(2011), 유봉호(2015), 배병윤·이주현(2018) 등의 선행연구와도 유사한 결과로서 예비창업자의 개인적·심리적인 성향을 의미하는 내적 동기 외에도 외부환경에 영향

을 많이 받는 외적 동기를 강화하기 위해 창업 교육, 정책적 지원 등과 같은 창업 활성화 노력이 동시에 필요함을 의미하는 것이다.

4.3. 창업동기의 간접효과 분석

일부 선행연구에 따르면, 사회적 기업가정신과 같은 창업자의 개인적 특성과 관련된 요인이 창업의지에 영향을 미치는 데 있어 창업동기는 유의미한 매개역할을 가지게 된다고 하였으며(배병윤·이주현, 2018; 김성환·이종훈, 2014), 창업동기가 없이 기업가정신만으로는 창업의지가 충분히 발현되기 어렵다고도 하였다(Famous & Okafor, 2008). 이러한 선행연구 결과를 토대로 본 연구에서는 연구가설에서 설정된 직접적인 경로 외에 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소가 내적, 외적 창업동기를 거쳐 창업의지에 미치는 간접효과의 유의성 여부를 분석하였다. 간접효과의 검증을 위해 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 활용하였다. 반복횟수는 2,000회를 설정했으며, 유의성 판단을 위한 신뢰구간은 95%로 하였다.

<표 3> 직·간접효과 및 총효과 분석 결과

독립변수	매개변수	종속변수	간접효과	LLCI	ULCI
혁신성 위험감수성 진취성 사회적 가치 지향성	내적 동기	창업의지	.112**	.025	.442
			.091**	.016	.285
			.075**	.011	.234
			.165**	.042	.668
혁신성 위험감수성 진취성 사회적 가치 지향성	외적 동기	창업의지	.123**	.059	.561
			.082**	.024	.213
			.157**	.055	.623
			.116**	.039	.475

<표 3>의 간접효과 분석 결과에서 볼 수 있는 바와 같이, 사회적 기업가정신을 구성하는 네 가지 요인과 창업의지 간의 관계에 있어 창업동기(내적, 외적 동기)의 간접효과는 각 경로에서 모두 신뢰구간 95%에서 하한(LLCI)과 상한(ULCI) 값 사이에 0을 포함하지 않고, 모든 값이 0보다 크므로 유의미한 정(+)의 매개효과를 가지는 것으로 확인되었다. 이상의 분석 결과를 종합해 볼 때, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소는 창업의지에 미치는 직접적인 영향력 외에도 내적, 외적 창업동기를 매개로 하여 창업의지 형성에 더욱 긍정적인 영향을 미치게 됨을 알 수 있다. 이는 사회적 기업가정신과 창업의지 간의 관계에 있어 창업동기의 매개역할을 강조한 배병윤·이주현(2018), 유봉호(2015), 김성환·이종훈(2014), Famous & Okafor(2008), Krueger et al.(2000) 등 선행연구와도 맥을 같이하는 결과이다.

V. 결론

본 연구는 사회적기업 창업에 관심을 가지고 있거나 현재 준비 중인 예비창업자를 대상으로 사회적 기업가정신이 창업 동기 및 창업의지 형성에 어떠한 영향을 미치는지 확인해 보고자 하였다. 이를 위해 관련 선행연구의 종합적 고찰 결과를 토대로 연구 모형 및 가설을 수립하였으며, 총 114명의 사회적기업 예비창업자로부터 자료수집 및 실증분석을 수행하였다. 연구의 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 사회적 기업가정신과 창업동기 간의 관계에 관한 가설 검증 결과, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소는 내적 동기에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 외적 동기에 대해서는 혁신성과 진취성이 긍정적인 영향을 미치는 반면 위험감수성과 사회적 가치 지향성은 별다른 영향을 미치지 못하는 것으로 밝혀졌다.

둘째, 사회적 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향관계에 있어서는 네 가지 구성요소 모두가 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

셋째, 사회적기업 창업동기가 창업의지에 미치는 영향에 관한 가설 검증 결과, 내적 및 외적 동기 모두 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

마지막으로 사회적 기업가정신과 창업의지 간의 관계에 있어 창업동기의 매개효과 존재여부에 관한 분석 결과, 사회적 기업가정신의 네 가지 구성요소가 창업의지 형성에 미치는 영향에 있어 내적, 외적 창업동기는 모두 긍정적인 간접효과를 미치는 것으로 확인되었다.

본 연구의 결과를 토대로 도출한 시사점은 다음과 같다.

우선 학문적 시사점으로 최근 사회적기업 상황에 맞는 기업가정신과 창업동기의 개념을 정립하고, 핵심 요소를 구체화하여 예비창업자의 창업 행동 의지에 미치는 영향관계에 관한 실증분석을 시도했다는 점이다. 이를 위해 관련 선행연구에 대한 종합적 고찰을 통해 사회적 기업가정신과 창업동기를 구성하는 핵심요소를 구체화하였다. 우선 기존의 혁신이론에서 일반적으로 다뤄온 혁신성, 위험감수성, 진취성 외에 사회적 기업가정신의 핵심 구성요소로 사회적기업 상황에 적합한 사회적 가치 지향성의 개념을 추가 고려해 이들 각 구성요소가 사회적기업 창업동기 및 창업의지에 미치는 영향 정도를 체계적으로 검증해 보았다. 그리고 사회적기업 창업동기를 기존 마케팅 및 심리학 분야에서 활발하게 적용되어 온 동기이론을 토대로 내적 동기와 외적 동기로 구분하여 연구 모형에 포함하였다. 각 구성개념 간 구조적 영향 관계에 관한 분석 결과, 실제로 사회적 기업가정신과 창업동기가 사회적기업 예비창업자의 창업의지 형성에 미치는 긍정적인 영향을 미치며, 창업동기는 사회적 기업가정신과 창업의지 간의 관계에 있어 유의미한 정(+)의 매개역할을 수행함을 확인할 수 있었다.

다음으로 정책 및 사회적 차원의 시사점은 다음과 같다.

사회적기업 창업을 활성화하기 위해 정책적으로 관심을 가

져야 할 지원 방향을 예비창업자의 개인적 특성에 초점을 두고 살펴봤다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 사회적기업은 기존의 영리기업과는 달리 경제적 이익 추구 외에 사회적 가치와 이익을 동시에 추구한다는 점에서 차이를 가지고 있다. 따라서 영리기업과 사회적기업 창업자의 개인적 특성은 분명 상이한 점이 있을 것으로 예상해 볼 수 있다. 본 연구의 결과에서도 확인되었듯이 사회적기업 창업동기 중 내적 동기와 창업의지에는 사회적 기업가정신 중 사회적 가치 지향성이, 창업동기 중 내적 동기가 창업의지에 상대적으로 높은 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이를 토대로 사회적기업 창업을 활성화하기 위한 정부정책 개발 및 지원에 있어 예비창업자의 사회적 가치 지향성을 함양하기 위한 교육과정의 개발, 창업자로 하여금 자아성취감, 독립성, 사회적 기여 등 내적 차원의 동기를 부여할 수 있는 정책적 지원 노력이 강화할 필요가 있는 것으로 판단된다.

본 연구를 통해 이상과 같은 시사점 제공에도 불구하고, 일부 한계점 또한 동시에 존재한다.

첫째, 조사 대상 표본의 한계이다. 본 연구에서는 연구목적 달성을 위해 대전·세종·충남 지역의 사회적기업 창업에 관심을 갖고 있거나 준비 중인 예비창업자를 표집 대상으로 한정했으며, 분석 대상 표본 수 또한 114개로 비교적 소수인 점으로 인해 연구 결과를 일반화하는데 한계가 존재한다. 따라서 향후에는 전국의 사회적기업 예비창업자를 대상으로 더욱 폭넓은 조사 수행 및 대표성을 높이기 위한 노력이 요구된다.

둘째, 사회적기업 예비창업자와 기창업자 간의 인식 차이에 대한 분석을 시도하지 못했다는 점이다. 사회적기업 창업을 준비 중인 예비창업자와 실제 창업하고 운영 중인 창업자 간에는 창업동기와 창업의지에 있어 차이가 있을 수 있다(이병권·전인오, 2014). 본 연구의 표본 분포에서 확인되었듯 예비창업자(79.8%)와 기창업자(20.2%) 간 표본 크기의 차이가 있어 비교 분석을 하기에는 한계가 있었다. 따라서 향후 추가연구에서는 더욱 체계적인 표본 설계를 통해 사회적기업 예비창업자와 기창업자 집단 간의 인식 특성에 대한 비교 분석을 실시할 필요가 있다.

셋째, 사회적기업 창업자의 인식이나 정책 및 환경 변화 등 동태적 측면을 충분히 고려하지 못한 한계가 있다. 시간적 흐름에 따라 창업자의 인식이나 역량 수준이 달라질 수 있고, 특히 정부-지자체 정책 등 외부환경 변화에 상대적으로 큰 영향을 받는 사회적기업의 특성을 고려했을 때, 향후 추가연구에서는 분석 대상 표본의 인식이나 환경 등 동태적 변화 특성이 충분히 고려하는 등 종단적 연구를 통해 심도 깊은 연구를 수행할 필요가 있다.

REFERENCE

- 강혜영(2019). 사회적 기업의 사회적 정체성과 사회적 협업 관계가 경제적 성과에 미치는 요인분석. *벤처창업연구*, 14(3), 47-58.
- 김덕호·정문기(2017). 사회적기업 창업의지에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *한국행정연구*, 26(3), 131-165.
- 김성환·복경수·박재훈(2015). 예비창업자의 자기결정성이 기업가정신과 창업 의지에 미치는 영향: 창업교육의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 10(5), 15-26.
- 김성환·이종훈(2014). 공기업 직원의 자기효능감, 창업동기, 창업의지 간의 구조 관계 분석. *벤처창업연구*, 9(6), 91-99.
- 김영중·권영국·윤혜현(2013). 특급 호텔 조리사의 성격특성이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 12(2), 353-371.
- 김용태·박재환(2013). 사회적기업 창업성과 영향요인 연구. *경영교육연구*, 28(2), 303-327.
- 김형주·전인오(2017). 사회적 기업가정신에 대한 사회적 자본의 매개효과가 사회적 성과에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 12(5), 55-66.
- 노경민·신호균(2015). 사회적 기업가의 사회적 기업가정신과 창업의지와 의 관계. *한국창업학회지*, 10(1), 93-111.
- 류동우·김기근(2020). 중소기업의 기업가지향성, 학습지향성이 동적역량과 국제화 성과에 미치는 영향에 관한 연구: 여유자원의 조절효과를 중심으로. *무역학회지*, 45(5), 161-179.
- 문남희·김명소(2016). 사회적기업가정신 척도 개발 및 타당화 연구: 친사회성을 중심으로. *사회적가치와 기업연구*, 9(2), 3-30.
- 배병윤(2021). 대학생의 개인 기업가지향성이 목표지향성과 창업동기에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 16(4), 59-70.
- 배병윤·이주현(2018). 대학생의 조절초점 성향이 기업가지향성, 창업동기 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. *한국창업학회지*, 13(2), 1-24.
- 양준환(2015). 창업교육이 대학생들의 창업동기에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과를 중심으로. *한국산학기술학회논문지*, 16(4), 2564-2572.
- 육정원·강승화(2010). 사회적기업 육성에 대한 역량 및 전망에 대한 연구: 부산지역 사회적기업 관련업체들의 인식을 중심으로. *사회적기업연구*, 3(2), 56-75.
- 유봉호(2015). 성취욕구와 창업가정신이 창업의지에 미치는 영향: 창업동기의 매개역할을 중심으로. *벤처창업연구*, 10(3), 51-60.
- 윤남수(2012). 잠재적 창업자의 창업동기 요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과. *산업경제연구*, 25(2), 1537-1557.
- 윤병선·김천규(2020). 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 메타분석: 창업교육의 매개효과. *벤처창업연구*, 15(3), 207-221.
- 윤현중(2015). 기업가적 지향성에 대한 이론적 동향 연구. *벤처창업연구*, 10(5), 45-62.
- 이병권·전인오(2014). 창업동기요인이 예비창업자와 기창업자의 창업성과에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 9(6), 213-230.
- 이용탁(2011). 사회적 기업가정신과 성과와의 관련성에 관한 연구. *인적자원관리연구*, 18(3), 129-150.
- 장수진·김종태(2021). 창업동기, 사회적지지 및 창업가에 대한 인식이 창업의지에 미치는 영향: 드라마 속 성공모델의 조절효과를 중심으로. *디지털융복합연구*, 19(8), 21-32.
- 조규호(2013). 사회적 기업 창업의도에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구. *한국창업학회지*, 8(4), 57-83.
- 조혜정·김미리(2020). 창업자의 개인적 특성과 사회적기업가정신이 사회적기업 창업의도에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 15(5), 157-174.
- 최준순(2012). 사회적 기업가정신과 사회적 기업 지속가능성의 관계에 관한 탐색적 연구. 박사학위논문, 서울시립대학교.
- 홍은표·김진희(2018). 사회적 기업의 창업성과에 영향을 미치는 요인. *산업경제연구*, 31(1), 23-42.
- Ajzen, I.(1991). Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M.(1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. NJ: Prentice-Hall.
- Alter, K.(2007). *Social Enterprise Typology*. Washington: Virtual Ventures.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W.(1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J.(2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bae, B. Y.(2021). A Study on the Relationships of Individual Entrepreneurial Orientation, Goal Orientation, Entrepreneurial Motivation of Korean College Students. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(4), 59-70.
- Bae, B. Y., & Lee, J. H.(2018). A Study on the Relationships of Regulatory Focus, Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Intention of Korean College Students. *Journal of the Korea Entrepreneurship*, 13(2), 1-24.
- Bird, B.(1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Brooks, A.(2009). *Social Entrepreneurship: A Modern Approach to Social Value Creation*. NY: Prentice Hall.
- Carsrud, A., & Brännback, M.(2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know?. *Journal of Small Business Management*, 49, 9-26.
- Chang, S. J., & Kim, J. T.(2021). A Study on the Influence of Business Motivation, Social Support, and Awareness of Entrepreneurs on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Moderating Effect of Drama Role Model. *Journal of Digital Convergence*, 19(8), 21-32.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., & Karataş-Özkan, M.(2010). Social Entrepreneurship and Enterprise: International and Innovation Perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493.
- Cho, H. J., & Kim, M. R.(2020). The Impact of Entrepreneurial Personal Characteristics and Social Entrepreneurship on Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(5), 157-174.
- Cho, K. H.(2013). An exploratory study on the factors influencing on social entrepreneurial intention. *Journal*

- of the Korea Entrepreneurship, 8(4), 57-83.
- Choi, J. S.(2012). *An Exploratory Study on the Relationship between Social Entrepreneurship and Sustainability of Social Enterprise in Korea*. Doctoral Dissertation, The University of Seoul.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 7-25.
- Dollinger, M. J.(1995). *Entrepreneurship: Strategies and Resources*. IL: Irwin.
- Drucker, P. F.(1985). *Innovation & Entrepreneurship*. Harper: Practice & Principles.
- Famous, I., & Okafor, C.(2008). Assessment of the Entrepreneurial Characteristics and Intentions among Academics. *Ife Psychologia: An International Journal of Psychology in Africa*, 16(2), 173-193.
- Gilad, B., & Levine, P.(1986). A Behavioral Model of Entrepreneurial Supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45-53.
- Haigh, N., & Hoffman, A. J.(2014). The New Heretics: Hybrid Organizations and the Challenges They Present to Corporate Sustainability. *Organization & Environment*, 27(3), 223-241.
- Herdjiono, I., Puspa, Y. H., & Maulany, G.(2017). The Factors Affecting Entrepreneurship Intention. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 2(5), 5-15.
- Hong, E. P., & Kim, J. H.(2018). A Study on Factors Affecting the Promotion of Social Entrepreneurship Start-ups. *Journal of Industrial Economics and Business*, 31(1), 23-42.
- Kabir, S. M., Haque, A., & Sarwar, A.(2017). Factors Affecting the Intention to Become an Entrepreneur: A Study from Bangladeshi Business Graduates' Perspective. *International Journal of Engineering and Information Systems*, 1(6), 10-19.
- Kang, H. Y.(2019). The Impact of Social Identity and Social Alliance on Economic Performance in Social Enterprises. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(3), 47-58.
- Kim, D. H., & Jeong, M. G.(2017). The Study on Factors to affect Entrepreneurial Intention to Establish Social Enterprise. *The Korean Journal of Public Administration*, 26(3), 131-165.
- Kim, H. J., & Jeon, I. O.(2017). The Influence of Mediating Effects of Social Capital on Social Entrepreneurship. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(5), 55-66.
- Kim, M. S., & Hunter, J.(1993). Relationships among attitudes, intentions and behavior. *Communication Research*, 20, 331-364.
- Kim, S. H., Bok, K. S., & Park, J. C.(2015). Relationship Among Self-Determination, Entrepreneurship and Entrepreneurial Intention of University Students in Korea. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(5), 15-26.
- Kim, S. H., & Lee, J. H.(2014). Structural Relationship among Self-Efficacy, Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Intention in the Public Sector. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(6), 91-99.
- Kim, Y. J., Kwon, Y. G., & Yoon, H. H.(2013). The Influence of Deluxe Hotel Culinary Employees' Personality Traits in Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Journal of Hotel & Resort*, 12(2), 353-371.
- Kim, Y. T., & Park, J. H.(2013). An Empirical Study on the Affecting Factors of Social Enterprise Entrepreneurial Performance. *Korean Business Education Review*, 28(2), 303-327.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V.(1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L.(2000). Competing Models of Entrepreneurial Intention. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Laville, J.(2003). A New European Socioeconomic Perspective. *Review of Social Economy*, 61(3), 389-405.
- Lee, B. G., & Jeon, I. O.(2014). The effect of entrepreneurial motivation on the entrepreneurial performance focusing on potential entrepreneurs and entrepreneurs: Mediating role of entrepreneurship. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(6), 213-230.
- Lee, Y. T.(2011). A Study On The Relationship Social Entrepreneurship And Performance In Social Enterprises. *Journal of Human Resource Management Research*, 18(3), 129-150.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Moon, N. H., & Kim, M. S.(2016). Development and Validation of the Social Entrepreneurship Scale: An Exploration of Prosociality. *Journal of Social Value and Enterprise*, 9(2), 3-30.
- Moshe, S., & Lerner, M.(2006). Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6-20.
- Noh, K. M., & Shin, H. K.(2015). Relationship between Social Entrepreneurship and Entrepreneurial Intention of Social Entrepreneur. *Journal of the Korea Entrepreneurship*, 10(1), 93-111.
- Ok, J. W., & Kang, S. W.(2010). The Study on Ability and Prospect of Social Enterprise Promotion: Focused on Perception of Social Enterprise in Busan. *Social Enterprise Studies*, 3(2), 56-75.
- Raynolds, P. D., Camp, M. S., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M.(2001). *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*. Lontoo & Kansas City: Department of Industrial Engineering and Management.
- Ryu, D. W., & Kim, K. G.(2020). The Effect of Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation and Dynamic Capability on International Performance: Moderating Effects of Slack Resource. *Korea Trade Review*, 45(5), 161-179.

- Schumpeter, J. A.(1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C.(2014). Self-efficacy, Entrepreneurial Intentions, and Gender: Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Longitudinally. *International Journal of Management Education*, 12(3), 561-570.
- Sullivan Mort, G. M., Weerawardena, J., & Carnegie, K.(2003). Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- Veciana, J. M., Alponse, M., & Urbano, D.(2005). University Student's Attitudes towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- Weerawardena, J., & Mort, G. S.(2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.
- Yang, J. H.(2015). A Study of the Effect of Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Motivation: Focused on Mediating Effect of Entrepreneurship. *Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 16(4), 2564-2572.
- Yoo, B. H.(2015). The Effect of Achievement Needs and Entrepreneurship on the Start-up Intention: Focus on Mediation Role of Start-up Motivation. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(3), 51-60.
- Yoon, B. S., & Kim, C. K.(2020). A Meta-Analysis on the Effect of Entrepreneurship on the Entrepreneurial Intention: Mediating Effect of Entrepreneur Education. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(3), 207-221.
- Yoon, H. J.(2015). A Theoretical Review of Research on Entrepreneurial Orientation. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(5), 45-62.
- Yoon, N. S.(2012). The Effect of Potential Entrepreneurial Motivations on Entrepreneurship and Commitment to Starts-up: Mediating Role of Entrepreneurship. *Journal of Industrial Economics and Business*, 25(2), 1537-1557.

The Effect of Social Entrepreneurship on Entrepreneurial Motivation and Intention in Social Enterprises*

Chung, Young-Soo**

Jung, Chul-Ho***

Abstract

The purpose of this study is to empirically identify the influence of social entrepreneurship on the formation of entrepreneurial motivation and entrepreneurial intention. In order to effectively achieve the purpose of the study, a research model and hypotheses are developed based on the results of a comprehensive review of relevant prior literature. The research model is set as social entrepreneurship including innovativeness, risk-taking, initiative, and social value orientation as independent variables, and entrepreneurship motivation is divided into intrinsic and extrinsic motivation. For the study, data were collected from a total of 114 social enterprise-related prospective entrepreneurs and early start-ups, and a research model and hypotheses analysis are conducted.

The results of the empirical analysis are summarized as follows. First, all four components of social entrepreneurship were found to have a positive effect on intrinsic motivation. However, it is found that innovativeness and initiative among the components of social entrepreneurship has a positive effect on extrinsic motivation, whereas risk-taking and social value orientation has no significant effect on extrinsic motivation. Second, all four components of social entrepreneurship were found to have a positive effect on the entrepreneurial intention. Third, both intrinsic and extrinsic entrepreneurial motivation are found to have a positive effect on entrepreneurial intention. Finally, in the relationship between social entrepreneurship and entrepreneurial intention, both intrinsic and extrinsic entrepreneurial motivation are confirmed to have a positive mediating effect.

This study specified the factors of social entrepreneurship and entrepreneurship motivation that affect entrepreneurship awareness and behavior targeting social enterprises with differentiated characteristics from existing for-profit enterprises. And through an empirical analysis of the influence relationship between these factors, an attempt was made to derive academic and practical implications.

KeyWords: Social Enterprise, Social Entrepreneurship, Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Intention, Social Value Orientation, Intrinsic and Extrinsic Motivation

* This work was supported by research fund of Chungnam National University.

** First Author, Professor, School of Business Administration, Chungnam National University, ychung@enu.ac.kr

*** Corresponding Author, Professor, Department of Business Administration, Mokwon University, cjung@mokwon.ac.kr