「취업진로연구」 제9권 제3호(통권 27호)
(사)한국취업진로학회
2019. Vol.9, No.3, pp.045~064
DOI http://dx.doi.org/10.35273/jec.2019.9.3.003

논문접수일 : 2019년 7월 27일
최종수정일 : 2019년 9월 18일
게재확정일 : 2019년 9월 23일

대학생의 기업가 열정이 탐색활동을 통해 창직의도에 미치는 영향에 관한 연구

윤병선(충남대학교)* · **김천규**(충남대학교)**

국문요약

최근 4차 산업혁명, 디지털 혁명 등 산업의 발달로 새로 만들어지는 직업이 있는가 하면 우리의 생활에서 사라지는 직업이 존재하고 있다. 이에 새로운 직업이 만들어지는 과정인 창직에 대한 대학생의 의도를 확인하고자 대학생을 대상으로 어떤 요인들이 창직의도에 유의미한 영향을 미치는지를 알아보고자 실증분석 하였다. 이를 위해 개인의 일반적인 특성과 경험을 조사하고 창직의도에 대한 연구를 진행하고 창직에 대한 기업가 열정과 탐색활동에 대하여 실증 분석 하였다. 설문은 7점 척도로 하고 연구결과에 대한 신뢰성 및 타당성은 측정모델과 구조모델을 동시 구현할 수 있는 PLS 분석방법을 이용하였다. 분석에는 410개의 유효한 데이터를 확보하여 다음과 같은 결과를 얻었다. 기업가 열정 중 발명, 설립, 성장은 각각 탐색활동에 유의미한 영향을 미치고 있으며, 탐색활동도 창직의도에 유의미한 영향을 미친다고 나타났다. 이는 대학생은 기회를 활용하여 창직에 대한 의지를 가지고 있음이 확인되었으며 이를 실행할 수 있도록 대학 등 정부에서 주위 인프라를 조성할 필요성이 있다.

본 연구를 통하여 대학생 스스로 창의적인 아이디어를 기반으로 시작해야 하는 창직에 대한 의지를 확인 할 수 있는 계기를 마련하였으며 학생 신분으로 미래에 본인이 가져야 하는 직업에 대하여 정보를 얻고자 노력하고 있으며 또한, 자연스럽게 비즈니스 발굴과 아이디어 개선을 위하여 노력하는 모습을 보이고 있는 것을 확인하였다.

주제어 : 창직, 기업가 열정, 탐색활동, 창직의도.

* 제1저자, 충남대학교 창업지원단 팀장; E-mail: sun33@cnu.ac.kr.
** 교신저자, 충남대학교 신약개발학과 교수, 대전광역시 유성구 대학로 99 충남대학교; E-mail: chunkyuk@cnu.ac.kr; Tel: 042-821-8858; Fax: 042-821-8853.

Ⅰ. 서 론

창직(創職, Job Creation)은 “스스로 자신의 적성분야에서 재능과 능력을 바탕으로 창의적인 아이디어를 통해 새로운 직업을 발굴하여 이를 노동시장에 보급하는 것으로 스스로 적성분야에서 미래직업을 탐색하고 발굴하여 자신의 꿈, 끼, 재능을 키워나가는 창의적 진로 활동”이라고 표현하였다(이정원, 2015). 창직에 대해서 또 다르게 표현하면 “창조적인 아이디어를 통해 자기 주도적으로 기존에는 없는 직업이나 직종을 새롭게 만들어 내거나 기존의 직업을 재설계”하는 활동을 말하기도 한다. 창직은 대학 졸업생이 국내외에서 취업할 수 있는 양질의 일자리는 한정되어 대학 졸업생의 취업률 하락으로 취업에 대한 대안으로 이슈화 되면서 창직을 통해 새로운 인생을 개척해 나아가고자 하면서 창직이 전파되고 있다. 국내 취업시장은 한계가 있고 취업 보다는 스스로의 삶을 개척해 나가고자 하는 의지가 강해지고, 빠르게 변화하는 글로벌 시장 환경에 적응하기 위해서는 오늘날의 대학생들도 변해야만 현 시대를 살아갈 수 있다. 창직은 직업분야에 대하여 직능별로 세분화・융합화・신규생성을 통하여 다양한 일자리를 창출한다고 볼 수 있다. 김진수(2013)는 창직에 대하여 분화(division), 융합(convergence), 생성(creation)의 형태로 구분하였으며 이를 다시 분화는 1개의 직업이 2개 이상으로 세분화 및 전문화 되는 것이고, 융합은 2가지 이상의 직업이 합쳐서 각각의 속성을 유지하면서 전문화 되어가는 것이며 생성은 전혀 없던 직업이 새롭게 생성되는 것이다. 시대가 변하고 기술이 발달하면서 없어지는 직업이 있는가 하면 새로 생성되는 직업도 있다. 예전에는 있었지만 지금은 없어진 직업으로 항법사가 있으며 항법사는 비행기 조종사에게 고도와 속도 등 비행업무를 지원해주었지만 비행기에 첨단 시스템이 도입되면서 항법사라는 직업이 사라지게 되었다(김천규・이정원・김영아, 2018). 과거부터 존재하던 기계분야 직업인 제철회사원, 기술교사, 기술공무원, 자동차 회사원, 기계설비원, 발전회사원 등이 미래에는 자율주행차개발원, 로봇공학시험원, 무인항공기제작기술사 등 다양한 종류의 직업으로 변화와 생성이 되는 것을 창직이라고 볼 수 있다. 신상진(2019)은 개인 스스로 창의적으로 발굴하여 만들어낸 직업을 창직이라고 하였으며 이는 사업을 새로 시작하는 창업과는 구분하여 정의하였다.

또한, ICT와 접목하는 기술의 발달로 시간과 공간에 대한 제약이 사라지면서 근무형태가 유연하게 변화하고 더불어 국내외 기업환경의 변화로 창의적인 아이디어와 전문지식을 바탕으로 창직에 도전하는 인구가 전체적으로 증가하는 추세이다. 핀란드는 GDP의 20% 규모와 수출의 15%를 담당했던 노키아의 몰락으로 핀란드 산업구조가 노키아 탈피와 새로운 기술과 산업으로 변화를 시도하였으며(원준연, 2016), 미국과 독일 등 선진국에서도 창의적인 1인 기업이 일자리 창출과 경제 활성화를 위한 교두보 역할을 하고 있다(김진수, 2013). 영국, 미국, 독일 등 선진국에서는 직업의 세분화・융합화를 위하여 많은 노력을 기울이고 있으며, 영국은 NESTA(National Endowment for Science, Technology and the Arts)를 주축으로 창조산업의 창업지원 및 부문별 비즈니스 활성화를 위한 지원사업과 네트워크 연계 및 멘토링을 지원하고,

미국은 SBA(Small Business Administration), NASE (National Association for the Self-Employed)에서 창업금융을 통한 대출 또는 정부차원의 투자 펀드를 제공하며 독일은 PES (Public Employment Service), Chamber of Commerce를 통해 보조금 지원제도를 운영하고 있다 (김진수, 2013).

1997년 우리나라는 경제가 어려워지고 외환 보유액이 부족하여 IMF(International Monetary Fund)의 도움으로 경제위기를 벗어날 수 있었다. 하지만 IMF 이후 고용 없는 성장이 계속되면서 양질의 일자리는 줄어드는 반면 실업률은 증가하였다. 이를 해결하기 위하여 2009년 정부에서 일자리 창출을 위한 창조기업 육성화 방안을 발표하면서 창직과 신 직업에 관심을 가지게 되었다. 이어서 2010년 고용노동부에서 청년층의 일자리 확보 및 진로를 위해서 창직을 권장하게 되었다. 이처럼 창직에 대한 도입시기가 늦어지다 보니 창업의도에 관한 연구가 150여 편을 상회하지만 창직에 대한 연구 자료는 많이 부족한 편이다. 창직에 대하여 연구하는 학자들은 가깝게는 대학 졸업생의 일자리 창출과 경제 활성화를 기대하고 멀리 해외 시장에 진출 할 수 있는 분야에서 지속적으로 연구를 하고 있지만 이들 핵심역량 변수들이 미치는 영향에 대한 연구는 다소 미비하다고 볼 수 있다. 국내에서 창업기업 또는 예비창업자인 대학생을 대상으로 창업에 대해서는 많은 연구가 이루어지고 있지만 창직에 대한 종합적인 연구가 다소 부족한 실정이다. 창직은 개인 스스로 사회에서 원하는 직업을 만들어가는 과정으로 새로운 아이디어 확보를 위하여 정보 찾는 것에 적극적이어야 하며 확보한 정보를 활용하여 민간에서 인정받을 수 있는 직업으로 성장하기까지 까다로운 조건을 통과하여야 한다. 창직을 원하는 자는 타인과 비교하여 기업가 열정이 넘쳐나야 하고 이를 뒷받침 할 수 있는 탐색활동이 동반되어야 창직자로서 거듭날 수 있다. 이에 본 연구에서는 다음과 같이 연구 목적을 제시하고자 한다. 첫 번째, 대학생의 기업가 열정(발명, 설립, 성장)이 탐색활동에 미치는 영향에 대하여 실증분석 한다. 두 번째, 대학생의 탐색활동이 창직의도에 미치는 영향에 대하여 실증분석 한다.

II. 이론적 배경

2.1 창직

창직은 사전적 정의로 “창조적인 아이디어를 통해 자기 주도적으로 기존에는 없는 직업이나 직종을 새롭게 만들어 내거나 기존의 직업을 재설계하는 창업활동”을 말한다. 반면 창업(創業)의 사전적 정의는 “사업 따위를 처음으로 이루어 시작함”을 말하며 이는 창의적인 기술이나 아이디어를 직접 현실화하는 방안을 창업이라고 하였다. 창직과 창업을 구분한다면 창직의 개념은 시대의 흐름에 맞게 새로운 직업을 만드는 것을 말하며 창업은 개인이 보유한 유망한 아이템을 활용하여 영리활동을 추구하고자 새로운 법인이나 개인회사 등을 설립하는 것을 창업이라고 한다.

창직은 창의적 아이디어를 통해 기존에 없던 지속 가능한 새로운 직업을 발굴하거나 기존 직업의 직무를 개발하여 일자리를 창출하는 일련의 활동으로 스스로 자신의 적성 및 좋아하는 분야에서 재능과 능력을 바탕으로 새로운 직업과 직무를 발굴하여 노동시장에 보급하는 창의적 진로활동이다(김천규 등, 2018). 김부희(2018)는 직업세계의 변화와 양질의 일자리가 부족한 노동시장 환경에서 창의적 아이디어와 활동을 통해 새로운 직무가 만들어지는 상황이라고 하였다. 또한, 창직은 자신의 재능과 아이디어를 적극적으로 현실화하여 경제적, 예술적, 사회적 가치를 창출하여 자기 주도적으로 직업과 일자리를 개척하는 개념적 정의와 자신의 능력과 적성을 중심으로 새로운 경제 패러다임과 사회적 네트워크를 적극적으로 활용하여 스스로 일자리를 만들고 자기 자신을 고용하는 창조적 활동으로 구분할 수 있다(김진수, 2013). 직업이 생성되는 분야도 국민총소득 등 경제지표를 기준으로 국가별로 차이를 보이고 있으며 국내에서도 대학을 재학 중이거나 졸업하는 학생들의 최대 관심사는 직업이다. 디지털 기기와 정보통신이 발달하면서 다양한 데이터들이 수집되어 이를 분석하는 빅데이터전문가, IT가 발달하여 미디어 시대에 독창적인 콘텐츠를 기획 및 촬영하여 광고 수익을 얻을 수 있는 유투버 등은 오늘날 희망직업 1순위기도 하다. 기술의 발달로 새로 생성되는 직업이 있는가 하면 버스 안내원 등 기존에 있던 직업이 사라지는 경우도 있다. 새로운 직업을 만들기 위해서는 실업에 대한 이해와 새로운 동적 이론이 필요하고 이를 통하여 새로운 직업이 만들어지며 이때 창직으로 새로운 직업이 만들어지거나 시장 논리에 맞추어 기존 직업이 사라지면서 일자리 창출과 실업이 공존하게 되고 직업의 생성과 없어짐으로 근로자의 이해가 필요하다(cahuc, 2014). 창직에 대한 정부부처의 개념도 구분되는데 일자리를 주관하는 고용노동부는 새로운 직업을 만들어 내거가 기존에 있던 직무를 나누고 더하고 전문화로 새로운 직업을 만들어 내는 과정을 말하고, 산업을 주요시각으로 다루는 산업통상자원부는 융・복합으로 발생하는 다양한 직업군의 수요증대를 기반으로 관련 산업에 종사하는 기업이 새로운 직업을 만들어 내거나 기존의 직무에 변화와 전문성을 추가하여 새로운 직업을 만들어 내는 과정을 말한다(네모파트너스, 2011). 창직은 집단보다는 개인적으로 직무와 적성에 맞는 새로운 직업을 만들어가면서 사회활동을 하는 반면에 창업은 조직을 기반으로 신규 아이템이나 기존의 아이템을 보완하여 국내・외 시장에서 경영활동을 유지한다.

2.2 기업가 열정

열정에 대하여 우리는 어떤 직무에 대하여 누구보다도 더 많은 애정을 가지고 열중하는 마음을 우리는 열정이라고 말한다. 기업가는 이러한 열정만큼은 어느 누구와 비교하여도 우위를 선점할 수 있는 마음가짐이 절대적으로 필요하다. 열정에 대하여 심리학자인 Vallerand는 “그 활동을 좋아하는가”, “그 활동을 가치 있게 판단하는가”, “그 활동의 목적을 위해 에너지와 시간을 투자하는가”의 3가지 요소로 구분하였으며 3가지 요소가 동일하게 평균적인 값을 보여줄 때 그 활동에 대해서 열정을 가지고 있다고 판단하였다. 이처럼 새로운 직업을 만들고자 최선을 다하는 창직자는 본인의 능력과 기술도 중요하지만 새로운 직업을 만드는 창직에 대한 열정을 가지

고 있어야 한다. 열정은 기업가가 갖추어야 하는 중요한 항목 중의 하나이며 이는 창의력을 키우고 성공할 수 있는 기회 발견과 사업을 추진하는데 있어서 유익한 정보인지를 판단하는 능력과 관련이 있다고 하였다(Cardon et al., 2013). 기업가 열정은 기업의 지속성 유지와 성공을 위하여 어려움 등을 해결하면서 성공에 대한 확신을 주는 에너지를 만들어주는 원천이다(임종희・이진춘, 2017). 기업가 열정은 기존에 구축한 비즈니스 모델과 함께 새로운 수익을 창출할 수 있는 모델을 끊임없이 발견하고 기업을 시장의 변화에 적용하여 지속적으로 비교경쟁우위를 확보할 수 있는 역량을 말한다(김영찬・이한근, 2017). 따라서 기업가 열정 중 발명, 설립, 성장은 시장에서 원하는 아이디어를 지속적으로 성장시키기 위하여 혁신적인 열정과 의지를 필요로 한다(김영찬・이한근, 2017).

기업가 열정에는 발명(inventing), 설립(founding), 성장(developing)이 있으며 좀 더 다르게 보면 기업가적 과정의 핵심에서 지속적으로 발견되는 세 가지 역할이 있는데 이는 새로운 제품이나 서비스에 대한 발명, 새로운 조직의 설립, 초기 생존과 성공을 넘어 조직의 성장이다(Cardon et al., 2009). 이를 바탕으로 기업가는 기술, 아이템, 자기자본 이외에 발명, 설립, 성장 등 열정을 갖추어야 한다. 첫 번째로 발명에 대한 열정으로 제품이나 서비스에 대한 발명 열정은 사업화가 어려운 제품에 대하여 소비자 또는 고객 요구에 맞게 해결하는 방법을 찾아가는 것으로 제품이나 서비스에 대하여 새로운 아이디어를 접목하는 것에 대하여 즐거움을 가지고 있어야 한다. 또한, 새로운 기회를 발굴하기 위하여 주변을 탐색하는 것을 일상적으로 활용하여야 하며 제품발명을 위한 프로토타입 개발에 있어서 적극적으로 임해야 한다(Cardon et al., 2013; Turner & Gianiodis, 2018). 두 번째 설립에 대한 기업가 열정으로 우리가 일반적으로 알고 있는 기업가 정신의 설립은 기업을 신규로 만들어서 기업이 지속적이면서 반복적으로 유지와 발전이 단계별로 업그레이드되어야 하는 것을 말한다. 이는 기업가 정신이 단순하게 기업 설립 초기단계만을 중요하게 보는 것이 아니라 기업이 지속적인 성장을 할 수 있도록 열정과 노력이 필요하다는 것을 보여주고 있다. 이러한 특성을 기업가 열정에서 기업의 지속적인 성장을 위해서는 기업 대표는 고객 요구사항을 반영하는 의사결정을 하여야 하고 빠르게 변화하는 국내외 시장 환경에 유연하게 대처하는 역량을 보유하여 여러 가지 어려움을 극복하고 사업 목적을 달성하여야 한다(김영찬・이한근, 2018). 세 번째 기업가 열정 중 성장에 대한 열정은 창업 후 스타트업의 성장 및 확장에 관련이 있으며(Cardon et al., 2009), 많은 기업가들은 조직의 유지와 함께 사업을 성장시키고 확장시키고자 노력한다(Cliff, 1998). Cardon et al.(2013)은 많은 경우에 그들이 스스로 설립한 스타트업의 성장을 위해 높은 열정을 보여주는 기업가들이 있는가 하면 창업 경험이 없는 사람은 기존 기업에 취업하여 본인의 역량을 활용하여 기업을 지속적이고 가치가 있는 기업으로 성장시키기 위하여 최대한 노력을 한다.

인공지능, 빅데이터 등을 활용하는 4차 산업혁명 산업과 더불어 원하는 기술 등 요구사항이 다양화 되어가는 소비자의 욕구에 대처하는 기업의 역량은 생존과 지속성장을 위한 중요한 위치에 있다(Salomo et al., 2007). 기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 제품 발명과 함께 기업의 혁신전략과 혁신문화가 매우 중요하며 이들에 대한 관리는 체계적이고 시스템적으로 이루어져

야 한다(윤병선 · 서영욱, 2016). 창직은 대부분 소규모인 1인 기업위주로 운영을 하게 되어 가용자원과 여유자원이 풍부한 대기업 및 중소기업과 비교해서 자원에 대한 한계가 있으므로 지속경영은 열정과 의지만으로는 부족하므로 창직자는 직업 생성과 더불어 제품 발명 및 마케팅에 효율적으로 대처해나가는 역량을 보완해 나아가야한다.

2.3 탐색활동

탐색활동은 목표 지향적이고 단편적인 요구를 반영하는 일반적인 특징을 가지고 있으며 이러한 탐색활동을 이해하고 서비스를 제안하기 위하여 다양한 측면에서 연구가 진행되고 있다. 기업의 성과가 산업의 평균 성과보다 낮을수록 기업이 적절한 지식을 확보하고 기술수준을 끌어올리기 위하여 탐색활동을 강화할 가능성이 높다(정대훈 · 신동엽, 2019). 탐색활동은 기업을 지속적으로 경영하기 위해서는 항상 존재하는 일반적인 현상으로 이러한 탐색활동의 유발에는 여러 가지 경로가 존재한다(March, 1991). 문제해결을 위한 탐색활동은 의사결정권자들이 자신들의 성과가 열망수준보다 낮다고 판단될 때 일어나게 되는 탐색활동이다. 이러한 탐색활동은 성과가 열망수준보다 낮을수록 강하게 나타나게 된다. 여유자원 기반의 탐색을 조직적 자원의 활용과 관련된 탐색활동이라고 한다면, 문제해결을 위한 탐색활동은 성과피드백으로부터 받는 직접적인 신호로 자신의 성과가 낮다는 문제에서 출발하기 때문에 열망수준과 직접적으로 관련성이 높은 탐색활동이라고 할 수 있다(Greve, 2003). 이러한 탐색활동은 문제에 대한 반응으로 일어나는 것이기 때문에 이미 경영자들은 조직적 변화가 필요하다고 생각되는 시점에서 탐색활동을 수행하는 것이다. 우리가 생각하는 직업에 대한 성공지표로 시장 점유율, 수익률 등이 있으며 지표를 평가하기 위하여 자원 확보 및 이해관계자의 참여가 필요하다(Turner & Gianiodis, 2018). Frese & Gielnik(2014)는 평가 및 판단 과정은 실제 시장에서 생존 가능성을 확인하는 지표로 창직을 위한 심리적 이정표 역할을 한다. 직업에 대한 평가와 판단을 위해서는 기업가 열정이 발현되어야 하며 전 과정이 복잡하고 뚜렷한 능력과 기술을 포함하며 개인의 정서적 특성에 의해 영향을 받는다(Turner & Gianiodis, 2018).

2.4 창직의도

의도(intention)는 무엇을 하고자 하는 생각이나 계획을 말하며 창직의도(창직의지)는 창직과 관련된 행동과 매우 밀접한 관계를 갖는 중요한 변수이다. 창직은 기존에 존재하는 직업에 대하여 혁신성과 창조성을 가미하여 새로운 직업을 만들어가는 과정이다. 창직은 창업과 비교해서 창업이 새로운 사업을 시작하는 것이라면 창직은 창직자 스스로 직업을 분할과 융합의 과정을 거쳐 창조해낸 직업에 초점을 맞추고 있다. 신상진(2019)은 창직자에 대하여 사업자등록을 하여 1인 기업의 형태로 활동을 하는 경우에 있어서 이는 기업의 속성보다는 질적으로 개인의 역량이 중심이 되는 프리랜서 속성이 강하다고 하였다. 임한규(2015)는 창직동기를 새로운 직업을 만들

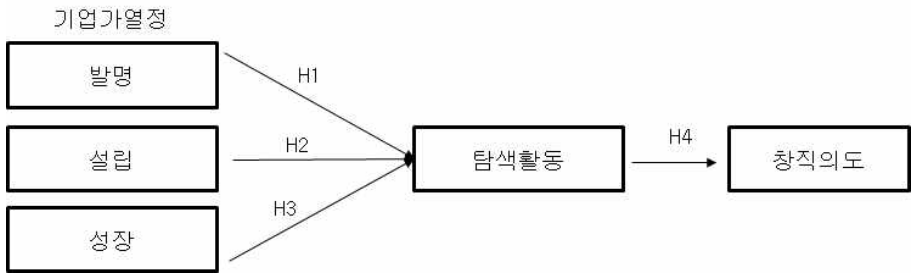
어 기존 노동시장이 아닌 새로운 노동시장에 진입하여 새로운 사업기회를 포착하고 이를 통하여 새로운 가치 실현이 가능하다고 하였다. 창직의도는 기존 직업의 한계를 극복하면서 기존 직업과 차별화된 가치를 부여하고 새로운 형태의 직업을 창조하고자 하는 마음으로 시장의 위험과 불확실한 상황을 주도하는 것이다(임한규, 2015). 유승옥(2018)은 창업에 대한 행위 및 의도적 태도이고 긴 과정의 첫 번째 단계를 창업의도라고 하였으며 이는 예비 창업자들이 갖추어야 하는 태도와 의지라고 하였다. 한국의 직업수는 일본과 미국에 비해 약 40% 정도로 전체 직업 수는 일본과 미국이 한국의 2.5배 수준정도 많으며 산업 분야의 확대 및 세분화에 따라 다양한 일자리가 창출되고 있다(네모파트너스, 2011). 창직도 창업과 발맞추어 미래에 직업이 없어지는 것에 대한 두려움보다는 나 자신이 창직 전문가가 되어 내가 원하는 직업을 만들면 일자리 및 고용창출이 가능하다고 할 수 있다.

III. 실증연구

3.1 연구모형

본 연구의 제 2장 이론적 배경에서 창직, 기업가 열정(발명, 설립, 성장), 탐색활동 및 창직의도에 대하여 살펴보았다. 이를 기반으로 본 연구에서는 대학생의 기업가 열정이 탐색활동을 통해 창직의도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고자 <그림 1> 같은 연구모형을 제시하였다. 본 연구에서는 이론적 배경을 통하여 도출된 기업가 열정의 발명, 설립, 성장과 탐색활동, 창직의도와의 인과관계를 알아보고자 하였다.

<그림 1> 연구모형



3.2 가설설정

본 연구의 가설은 제 2장 이론적 배경을 근거로 4개의 연구가설을 설정하였다.

3.2.1 기업가 열정과 탐색활동과의 관계

본 연구의 이론적 배경에서 살펴본 것처럼 기업가 열정의 발명, 설립, 성장을 독립변수로 하였으며 첫 번째로 발명에 대하여 논하고자 한다. 발명은 아이디어는 있지만 사업화가 어려운 제품에 대하여 소비자 니즈에 맞게 문제를 해결하는 방법을 찾아가는 것이다(Cardon et al., 2013; Turner & Gianiodis, 2018). 열정을 보유한 자라면 문제 해결을 위하여 새로운 솔루션을 발명하면서 발명자의 역량이 충분히 투입되어야 한다. 열정에 대한 관찰과 함께 기업가열정에 대한 표현은 기업가정신 전체의 광범위한 아이디어에 초점을 맞추지도 않고 특정 제품과 서비스가 경쟁하는 산업 또는 특정 시장과 고객의 관점에서 자신의 특이적 세부사항에 편협하게 접근하지 않아도 된다(Cardon et al., 2013). 기업가는 사업기회를 탐색・발굴하여 열악한 자원을 극복해 나가는 과정의 중심에 있다(이장우・김민재, 2014). 또한, 강경균 등(2017)은 발명과 탐색활동에 대하여 문제의 다양성 찾기, 문제 수준의 향상을 위한 전문가의 도움, 다양한 평가와 보상 등이 제대로 이루어질 때 발명에 대한 결과가 활성화 될 수 있다고 하였다. 발명에 대한 열정이 있는 대학생은 스스로 문제를 해결하기 위해 본인에게 새로운 솔루션을 부여하고 탐색활동을 통화여 문제를 해결해 가는 과정에서 나를 재발견할 수 있는 기회를 가지게 된다. 이를 바탕으로 대학생의 기업가 열정 중 발명이 탐색활동에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 기업가 열정 중 발명은 탐색활동에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.

두 번째는 설립에 대하여 논하고자 한다. 우리가 생각하는 기업가 정신의 설립은 기업을 신규로 만들고 설립된 기업이 지속적으로 유지가 되면서 단계별로 성장하는 것을 말한다. 기업의 지속적인 성장을 위해 대표자는 빠른 의사결정 및 탐색활동을 통화여 국내외 시장 환경에 유연하게 대처하는 역량이 있어야 한다(김영찬・이한근, 2018). 설립은 창업자가 새로운 벤처기업 설립에 필요한 재정, 인적, 사회적 자원을 모으는 것이다(Cardon et al., 2009). 기업설립에 대한 열정은 신기술이나 새로운 아이템 등을 기반으로 사업을 수행하고자 법인 등 기업을 설립하는 기업가적 동기이다(Nanda et al., 2010). 기업가는 경영자의 의사결정구조 시스템 구축과 자질이 필요하고 기업의 지속적인 성장을 위해 장기적인 열정과 노력을 갖추어야 한다. 기업가는 활동에 있어서 강렬한 긍정적 감정 및 정체성과 중심성이 기업의 성장에 직접적이고 다양한 효과를 보여준다(Cardon et al., 2013). 김태운(2018)은 기업이 안정적으로 성장을 하고 인적자원관리의 고도화를 위하여 정규직 비중 확대가 필요하다고 하였다. 기업 설립 열정이 있는 대학생은 탐색활동을 통화여 기업의 가치를 현재 보다 더 성장시키고, 문제가 발생하게 되면 주변 사람들과 정보를 공유하면서 어려움을 극복하고자 노력을 한다. 이를 바탕으로 대학생의 기업가 열정 중 설립이 탐색활동에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 판단되어 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2. 기업가 열정 중 설립은 탐색활동에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.

세 번째 성장에 대한 열정은 스타트업의 성장 및 확장에 연관이 있으며(Cardon et al., 2009), 대다수의 창업자는 조직의 유지 및 성장시키기 위하여 노력하고 있다(Cliff, 1998). Cardon et al.(2013)은 스스로 설립한 스타트업의 성장을 위해 열정을 보여주는 창업자들이 있는가 하면 창업 경험이 부족한 사람은 기업에 취업하여 본인의 역량으로 기업을 성장시키기 위하여 노력하고 있다. 기업이 성장하기 위해서는 제품 다각화 측면에서 판매 전략과 정보 취합 등 탐색활동 등이 핵심적으로 뒷받침 되어야 기업 성장이 가능하다(김정태, 2017). 황병선 등(2017)은 기업이 재무자원이 충분할수록 위기 대처능력이 뛰어나고 기업 가치를 높게 평가받아 성장에 대한 기대감기 크다고 하였다. 창직을 성장시키기 위해서는 탐색활동으로 수익성이 있는 기회를 많이 만들고 성장시킬 수 있는 역량을 보유하고 있어야 한다. 예비창직자인 대학생은 새로운 정보 습득을 위해 주변사람들과 자주 교류를 하거나 서적이나 뉴스 등 미디어를 통한 탐색활동으로 성장해 나아가야 한다. 이를 바탕으로 성장이 탐색활동에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 판단되어 아래와 같이 가설을 설정하였다.

가설 3. 기업가 열정 중 성장은 탐색활동에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 탐색활동과 창직의도와의 관계

정대훈・신동엽(2019)은 탐색활동은 목표 지향적이고 단편적인 요구를 반영하는 특징으로 이러한 탐색활동을 이해하고 서비스를 제안하기 위하여 다양한 측면에서 연구가 진행되고 있다. 기업의 성과가 산업의 평균 성과보다 낮을수록 기업은 적절한 지식을 확보하고 활용하여 기술수준을 끌어올리고자 탐색활동을 강화할 가능성이 높다고 하였다. 탐색활동은 기업을 지속적으로 경영하기 위해서는 항상 존재하는 일반적인 현상으로 이러한 탐색활동의 유발에는 여러 가지 경로가 존재한다(March, 1991). 문제해결을 위한 탐색활동은 의사결정권자들이 자신들의 성과가 열망수준보다 낮다고 판단될 때 일어나는 탐색활동이다. 이러한 탐색활동은 기업의 성과가 열망수준보다 낮을수록 강하게 나타나게 된다. 여유자원 기반의 탐색을 조직적 자원의 활용과 관련된 탐색활동이라고 한다면, 문제해결을 위한 탐색활동은 성과피드백으로부터 받는 직접적인 신호로 자신의 성과가 낮다는 문제에서 출발하기 때문에 열망수준과 직접적으로 관련성이 높은 탐색활동이라고 할 수 있다(Greve, 2003). 기업가의 설립 열정은 정보탐색 및 연계역량을 통해 창업의지에 유의미한 영향을 미친다고 하였는데 이는 대학에서 제공하는 창업관련 정보를 접하고 대학과 창업지원기관에서 실시하는 창업강좌, 창업경진대회, 창업캠프 등을 통하여 학생들 자체 역량이 성장하고 발전할 수 있는 기회가 많아지면서 이를 통해 비즈니스를 발굴하고 아이템을 고도화하는 과정을 통하여 기업 설립과 성장에 대한 두려움을 극복하고 있다(윤병선・김천규,

2019). 이처럼 탐색활동은 문제에 대한 반응으로 일어나는 것이기 때문에 이미 경영자들은 조직적 변화가 필요하다고 생각되는 시점에서 탐색활동을 수행하는 것이다. 창직을 위해서는 새로운 직업을 만드는 것에 대한 도전정신과 기존 직업보다는 새로운 직업군에 두려움이 없어야 한다. 새로운 시장 기회를 위해 환경을 스캔하고 새로운 제품이나 서비스를 개발하여 새로운 프로토타입으로 작업하는 것과 관련된 활동을 찾고자 하는 열정이 필요하다(Cardon et al., 2009). 이를 바탕으로 탐색활동이 창직의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 판단하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 4. 탐색활동은 창직의도에 긍정적인(+) 영향을 미칠 것이다.

Ⅳ. 실증분석 결과

4.1 자료수집 및 표본 특성

국내 대학에 정규 교과인 창업 강좌와 비정규 교과인 창업 특강 등이 대부분 운영되고 있다. 이에 반해 창직은 특강정도로 운영되고 있다. 창직은 개인 스스로 직업을 만들어 가야 하는 역량을 필요로 하고 있으며 학생들이 창업에 대한 도전 의지가 확대되면서 창직에 대한 관심을 보이고 창직을 희망하는 학생도 조금씩 늘어나고 있는 상황이다. 본 연구에서 대학생(응답자)의 창직의도에 대한 연구모형의 실증분석을 위하여 2019년 4월부터 5월까지 2개월간 대학 재학생을 대상으로 발명, 설립, 성장, 탐색활동, 창직의도 변수들에 대하여 설문을 실시하였다. 연구의 변수들은 리커트 7점 형식의 다 항목 척도로 1점(매우 그렇지 않다)부터 7점(매우 그렇다)까지 측정하였다.

각 변수의 측정항목들은 기존 문헌연구(Cardon et al., 2013; Turner & Gianiodis, 2018)를 통해서 이미 타당성 및 신뢰도가 입증된 항목들을 사용하였다. 연구에 필요한 자료 수집은 설문지를 직접 배포하여 수거하는 조사 방법을 이용하였다. 설문 응답자에게 연구의 취지와 목적에 대하여 설명하고 설문을 독려하였다. 설문의 참여율 증대와 응답자의 성실한 답변을 위하여 설문 응답자들에게는 소정의 간식을 제공하였다.

본 연구목적에 부합되는 응답자인지 여부를 체크하여 최종적으로 410개의 유효한 데이터를 획득하였고 이들 데이터에 대하여 분석을 실시하였다. 본 연구에서 사용된 총 410명 응답자에 대한 성별, 학년, 창직 동기, 창직 애로사항, 창직 희망지역에 대한 인구통계학적 정보에 대한 빈도수와 비율을 <표 1> 응답자의 특성에서 확인이 가능하다.

<표 1> 응답자의 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남	159	38.8
	여	251	61.2
학년	1학년	95	23.2
	2학년	79	19.3
	3학년	116	28.3
	4학년	120	29.3
창직동기	사회적 지위 향상	18	4.4
	수입 증대	151	36.8
	개인 능력 활용	47	11.5
	좋아하는 일을 위해	131	32.0
	기타	63	15.4
창직 시 애로사항	자금 부족	145	35.4
	경험 부족	129	31.5
	전문기술 부족	33	8.0
	실패 두려움	82	20.0
	사회적 외면	3	0.7
	기타	18	4.4
창직 활동 희망 지역	서울	145	35.4
	인천/경기	37	9.0
	강원	2	0.5
	충청/세종	161	39.3
	경상	18	4.4
	전라/제주	6	1.5
	기타	41	10.0
합계		410	100

<표 2>는 연구에서 활용된 창직의도에 미치는 영향에 관한 측정문항과 관련연구에 대한 주요 내용을 항목별로 요약 정리하였다.

<표 2> 측정문항과 관련연구

측정개념	항목명	측정문항별 주요내용	관련연구
발명	IN1	소비자 요구에 맞는 제품을 찾을 수 있다.	Turner & Gianiodis (2018), Cardon et al.(2013)
	IN2	제품에 대한 아이디어를 찾는 것은 즐겁다.	
	IN3	기존 제품을 개선해야 하는 동기가 있다.	
	IN4	새로운 기회 발굴을 위하여 주변을 조사한다.	
	IN5	제품 프로토 타입 개선에 흥미를 가지고 있다.	
설립	FO1	새로운 회사 설립에 대하여 흥미를 가지고 있다.	
	FO2	회사를 소유하면 삶에 활력이 생길 것이다.	
	FO3	새로운 비즈니스를 생성하는 것은 즐겁다.	

측정개념	항목명	측정문항별 주요내용	관련연구
	FO4	새로운 회사 만드는 것을 좋아한다.	
	FO5	투자자들이 회사에 투자할 수 있도록 설득한다.	
	FO6	회사에 가치를 부여하는 것을 좋아한다.	
성장	DE1	시장에 제품을 출시하는 것은 흥미로운 일이다.	Turner & Gianiodis (2018), Cardon et al.(2013)
	DE2	비즈니스에 적합한 사람을 모으는 것은 즐겁다.	
	DE3	새로운 제품이 사업화 될 수 있도록 하는 것은 즐겁다.	
	DE4	새로운 고객 유치는 개발에 대한 동기이다.	
	DE5	소규모 비즈니스를 성장 시키는 것은 흥미로운 일이다.	
	DE6	제품 수와 유형을 확대하는 것을 즐거워한다.	
탐색 활동	ER1	정보를 찾을 때 새로운 아이디어에 주목한다.	
	ER2	새로운 정보를 적극적으로 찾고 있다.	
	ER3	일상에서 새로운 비즈니스 아이디어를 찾고자 노력한다.	
	ER4	나는 많은 정보 탐색활동을 하고 있다.	
창직 의도	JC1	새로운 직업 만들기에 대한 도전을 좋아한다.	
	JC2	미래에 내가 만든 직업으로 회사를 이끌어가고자 한다.	
	JC3	미래 창직 전문가로 무엇이든 할 준비가 되어 있다.	
	JC4	기존 직업군보다 새로운 직업군을 선호한다.	

4.2 연구가설 검증

독립변수인 발명, 설립, 성장이 매개변수인 탐색활동을 통해 종속변수인 창직의도에 어떤 영향을 미치는지 분석을 위해 제시한 연구모형과 연구가설을 검증하기 위하여 본 연구에서는 PLS(Partial Least Square) 소프트웨어 중의 하나인 SmartPLS 2.0. M3 버전을 사용하였다. PLS는 컴포넌트를 기반으로 하는 접근방식에 의해 추정하기 때문에 표본 크기와 잔차 분포에 대한 요구 사항에 대한 분석능력이 다른 분석도구에 비해 다루기가 쉬우며 우수하다고 평가한다(Chin, 1998). 또한 PLS는 이론적인 구조모형에 대한 평가와 측정모형에 대한 평가에 대하여 구현이 동시에 가능하고, 다른 구조방정식에 비해 탐색적 분석에 적합하며(Wold, 1982; Wold, 1985) 측정모델 및 구조모델에 대하여 동시 검정이 가능하다는 장점이 있는 분석도구이다(김근아・김상현, 2015). 본 연구의 경우 원인-예측(causal-prediction)에 중심을 두고 연구모델의 적합성에 대하여 분석하고자 구조방정식 분석이 가능한 PLS 분석 방법을 이용하였다(Chin, 1998).

연구의 측정 설문항목에 대한 연구모형이 연구자의 의도대로 측정되었는지를 분석하기 위하여 각각 신뢰성과 타당성에 대하여 분석을 실시하였다. 연구결과의 신뢰성 분석은 내적일치도 계수인 크론바흐알파(Cronbach's α)값을 구하여 검증하고, 타당성 분석은 요인분석을 실시한 후 사용된 변수 및 측정문항의 개념타당성을 검증하기 위하여 복합신뢰도(Composite Reliability)와

평균분산 추출값(AVE: Average Variance Extract)을 통해 분석결과를 검증하였다. 변수에 대한 신뢰성 분석은 내적일관성 계수인 크론바흐알파(Cronbach's α) 값을 산출하여 검증을 하였다. 각 변수에 대한 신뢰도는 <표 3>의 Cronbach's α 값을 참고하면 모두 0.872부터 0.934로 신뢰성 확보에 필요한 0.7이상의 값을 나타내므로 각 변수에 대하여 신뢰성은 충분히 확보되었다고 할 수 있다. 연구모형에 대한 구성 개념 타당성을 확인하기 위하여 요인분석을 통하여 요인 적재치 값을 계산하였으며, 요인 적재치는 <표 3>에서 확인이 가능하고 모두 0.7이상으로 구성되어 있어서 구성 타당성도 적합하다고 볼 수 있다. 측정변수에 대한 수렴타당성(Convergent Validity)은 복합신뢰도와 평균분산추출값이 Fornell & Larcker(1981)가 제안하고 있는 임계치 0.7이상과 0.5이상으로 복합신뢰도는 0.912~0.948, 평균분산추출값은 0.721~0.789 이어서 수렴타당성은 적절하다고 평가한다.

<표 3> 신뢰성 및 타당성 검정 결과

측정개념	항목명	요인 적재치	Cronbach's α	복합신뢰도	평균분산 추출값
발명	IN1	0.852	0.904	0.928	0.722
	IN2	0.851			
	IN3	0.842			
	IN4	0.859			
	IN5	0.844			
설립	FO1	0.890	0.932	0.946	0.746
	FO2	0.824			
	FO3	0.878			
	FO4	0.909			
	FO5	0.844			
	FO6	0.834			
성장	DE1	0.868	0.934	0.948	0.751
	DE2	0.866			
	DE3	0.876			
	DE4	0.867			
	DE5	0.890			
	DE6	0.831			
탐색 활동	ER1	0.864	0.872	0.912	0.721
	ER2	0.834			
	ER3	0.873			
	ER4	0.824			

측정개념	항목명	요인 적재치	Cronbach's α	복합신뢰도	평균분산 추출값
창직 의도	JC1	0.886	0.911	0.937	0.789
	JC2	0.909			
	JC3	0.896			
	JC4	0.862			

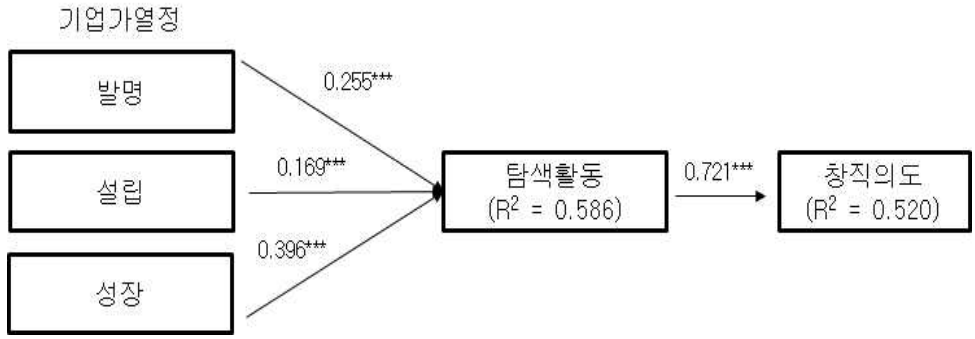
판별타당성(Discriminant Validity)에 대한 분석결과는 <표 4>에서 보는 바와 같이 각 요인의 평균분산 추출값의 제곱근 값이 다른 요인들과의 구성개념 상관관계 계수의 값들보다 높은 값을 보이므로 본 연구에서 제안한 측정모형의 판별타당성도 적절하다고 평가된다.

<표 4> 판별타당성 검토

측정개념	발명	설립	성장	탐색활동	창직의도
발명	0.849				
설립	0.755	0.864			
성장	0.817	0.799	0.867		
탐색활동	0.739	0.677	0.705	0.849	
창직의도	0.704	0.721	0.704	0.721	0.889

*상관관계의 대각선 요소는 AVE의 제곱근 값임. 구성요소가 판별타당성을 충족하기 위해서는 대각선 요소가 비 대각 영역 값들과 비교하여 반드시 커야함.

<그림 2> 연구모형 분석결과



※ *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 5> 가설검증 결과 요약

가설번호	경로명칭	경로계수	t-값	검증결과
H1	발명 → 탐색활동	0.255	5.278***	지지됨
H2	설립 → 탐색활동	0.169	4.247***	지지됨
H3	성장 → 탐색활동	0.396	7.669***	지지됨
H4	탐색활동 → 창직의도	0.721	42.167***	지지됨

※ ***p<0.001

본 연구의 가설 검증을 위한 분석결과는 <그림 2>와 <표 5>에서 확인이 가능하다. 기업가 열정이 탐색활동을 통해 창직의도에 미치는 영향에 대한 연구가설 1부터 가설 4까지의 검증된 결과에 따르면 t값이 4.247부터 42.167로 모든 가설들이 유의하게 지지되었다. 창직의도에 대한 경로분석 결과를 살펴보면 탐색활동에 대한 설명력은 58.6%, 창직의도에 대한 설명력은 52.0%를 보이고 있으며 이는 Falk & Miller(1992)가 적정하다고 제시한 검정력에 대하여 모두 10% 이상이어야 한다는 결론에 대하여 만족하는 결과를 보이고 있다. 따라서, 대학생의 기업가 열정 변수로 사용한 발명, 설립, 성장은 탐색활동에 정(+)의 영향을 미치며, 탐색활동에 대한 창직의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나므로 본 연구에서 설정한 대학생들의 기업가 열정은 탐색활동에 탐색활동은 창직의도에 긍정적으로 유의미한 영향을 미친다고 볼 수 있다.

Ⅴ. 결론 및 논의

본 연구에서는 대학 재학생을 대상으로 기업가 열정이 탐색활동을 통하여 창직의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 대학생 또는 예비창업자 등을 대상으로 창업의도(창업의지)에 대한 연구는 매년 많이 진행되고 있지만 창직의도에 대한 연구는 미비한 수준이다. 국내외 정세에 맞게 창업을 정부에서 많은 관심과 지원을 하고 있지만 창직은 일부 단체에서 지원되는 정도로 미비한 수준이다. 창직이 제대로 자리 잡기위해서는 기업가 열정이 필요하고, 기업가 열정과 함께 창직으로 성장하기 위해서는 시설 및 장비에 대한 투자와 함께 직원 역량강화를 위한 사람 투자가 이루어져야 혁신성장을 기대할 수 있다(김기찬, 2019). 이에 본 연구에서는 기업가 열정의 3가지 특성(발명, 설립, 성장)이 탐색활동에 미치는 영향, 기업가 열정과 창직의도 간에 탐색활동의 영향에 대하여 규명하고자 했다. 창직의도에 대한 연구를 통하여 창직 활성화 방안을 제시하기 위하여 기존 문헌들에 대한 이론적 고찰을 선행하여 이를 기초로 총 4개의 가설을 설정하였으며 설문조사 방법으로 수집된 데이터를 토대로 실증 연구를 진행하였으며 본 연구의 결과는 다음과 같은 학술적 시사점을 제시한다.

첫째, 창직은 창업과 비교되는 연구 대상으로 창업에 대한 연구 자료는 풍부한 반면에 창직에

대한 연구 자료는 아주 빈약한 상황이다. 창직에 대한 연구 자료가 부족한 상황에서 창직에 대하여 실증분석 하였다는 점이다.

둘째, 창직은 사회적 네트워크 활동으로 스스로 일자리를 만들어 가는 창조적 활동(김진수, 2013)으로 대학생의 기업가 열정(발명, 설립, 성장)은 탐색활동에 각각 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 발명에 대한 열정은 탐색활동과 높은 상관관계를 가지고 있음을 알 수 있으며 예비 창직자인 대학생들은 제품에 대한 아이디어를 찾거나 기존 제품에 대하여 개선하고자 하는 의지가 있음을 알 수 있다. 대학생이 창직에 대한 태도를 결정하는데 있어서 발명에 대한 열정이 필요하다는 결과를 보여주고 있다. 이어서 대학생의 설립에 대한 열정 또한 탐색활동과 높은 상관관계를 가지고 있음을 보여주고 있다. 새로운 회사를 설립하거나 새로운 비즈니스를 만들거나 회사에 가치를 부여하는 것을 좋아하는 대학생은 기회를 활용하여 창직을 선택할 가능성이 높다고 판단할 수 있다. 성장과 탐색활동은 대학생 스스로 제품을 출시하거나 새로운 고객 유치에 대한 흥미로움을 가지고 있는 것으로 나타났다. 대학생의 기업가 열정에 대한 결과들을 살펴보면 제품에 대한 새로운 아이디어를 발굴하거나 기회를 발견하기 위하여 새로운 환경 조사에 능동적으로 대처하는 등 창직과 관련되는 것에 영향을 주는 것으로 나타났다. 대학생의 기업가 열정이 탐색활동에 영향을 미치기 때문에 대학생들 스스로 직업을 선택하기보다는 만들 수 있도록 대학에서 주위 인프라를 조성하여 지원할 필요성이 있다고 판단된다.

셋째, 기업의 성과가 상대적으로 낮게 나타나면 탐색활동을 강화할 필요성이 제기되고 있으며(정대훈・신동엽, 2019), 탐색활동은 대학생의 입장에서 새로운 정보 또는 아이디어를 찾는 등 탐색에 흥미로움을 표현하는 행동이 있으므로 창직의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 실증분석 결과 대학생들은 창직이라는 것이 신선하고 새로우면서 두려울 수 있겠지만 창직에 대하여 받아드리고자 하는 자세가 준비되어 있으며 이를 통하여 새로운 직업군의 생성에 대한 의지도 있다고 판단된다. 연구결과 기업가 열정이 가득한 대학생은 기업가 열정이 탐색활동을 통해 창직의도에 영향을 미치는 인과관계를 형성한다는 것을 종합적으로 실증 분석했다는 점을 들 수 있다.

본 연구를 통한 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 대학생의 창직에 대한 두려움을 없애고 미래의 직업에 대한 유망성을 심어주기 위해서는 창의적인 아이디어를 만들어 낼 수 있도록 아이스브레이킹 등을 통하여 이공계열과 인문사회계열간 융・복합할 수 있도록 혁신적인 전략을 제공하여야 한다.

둘째, 대학생과 학부모들에게 창직에 대한 성공사례와 실패사례를 경험할 수 있는 장을 자주 만들어 시시각각 변화하는 글로벌 환경에서 대학생만의 유연성과 특수성을 활용하여 창의적인 활동으로 환경변화에 적응하여야 한다.

셋째, 발명, 설립, 성장, 탐색활동으로 이어지는 프로세스가 구태의연한 방향보다는 국내를 벗어나 글로벌 시장에서 적용이 가능하도록 종합적인 시스템이 조성되어야 한다. 대학 1학년부터 지속적으로 기업가 정신교육을 통하여 창의성, 혁신성 등에 관한 지식을 축적하고 이를 바탕으로 대학생 스스로 혁신적인 창직 활동을 수행할 수 있는 능력을 보유하여야 한다.

넷째 본 연구를 통하여 대학생의 창의적인 아이디어를 기반으로 시작해야 하는 창직에 대한 의지를 확인 할 수 있는 계기를 마련하였다. 대학생 신분이지만 미래에 본인이 가져야 하는 직업에 대하여 유익한 정보를 얻고자 노력하고 있으며 평상 시 생활에서 비즈니스 발굴을 위하여 노력하는 모습을 보이고 있는 것을 확인하였다. 산업의 발달로 직업도 변하고 있으며 산업(기업)이 주체가 되어 체계적으로 일자리를 창출하는 창직이 더욱 바람직할 것으로 판단되며 대학생의 기업가 열정이 탐색 활동에 영향을 주고 이는 창직을 하고자 하는 의지에 긍정적인 영향을 미치고 있기 때문이다.

본 연구의 한계점으로는 창직 의지에 대한 선행변수로 발명, 설립, 성장, 탐색활동을 사용하였으며 이외에 다양한 설문 응답자를 고려한 여러 환경요소를 반영하지 못 한 점이 있다. 대학생에 대한 실증분석 대상을 연구자가 소속된 대학으로 한정하여 설문 응답을 받게 되었다. 따라서 향후에는 발명, 설립, 성장, 탐색활동 외에 다른 변수를 활용하는 종합적인 실증 분석과 함께 설문에 대한 응답과 회수가 지역에 편중되지 않도록 연구를 실시할 계획이다.

참고문헌(References)

강경균 · 이건환 · 박성원(2017), “문제만들기 활동을 통한 발명 교수학습자료 개발 방향 탐색”, **한국산학기술학회 논문지,** 18(9), 290-301.

김근아 · 김상현(2015), “적응형 기업내에서의 비즈니스 프로세스 민첩성에 대한 정보기술 역량의 관점”, **경영학연구,** 44(1), 185-213.

김기찬(2019), “사람중심 기업가정신모델의 혁신효과: 혁신성장 중소기업 정책에의 시사”, **경영학연구,** 48(4), 1123-1149.

김부희(2018), 대학 진로취업지원 및 창직지원 정책의 현황과 추진방향, **한국고등직업교육학회 학술대회,** 77-82.

김정태(2017), “6차산업 경영체 성장단계별 핵심경영요소 탐색”, **벤처창업연구,** 12(6), 123-138.

김진수(2011), **청년창직을 통한 지속가능한 일자리 창출방안 연구,** 고용노동부.

김영찬 · 이한근(2018), “도전, 혁신, 열정, 끈기 그리고 플랙스피트: 벤처기업 성장과 기업가 정신”, **한국경영학회지,** 22(1), 223-243.

김천규 · 이정원 · 김영아(2018), **창업과 창직,** 해림.

김태운(2018), “지역혁신 중개기관의 조직운영 저해요인에 대한 탐색적 연구: 초기 설립된 6개 테크노파크를 중심으로”, **한국지역개발학회지,** 30(3), 199-230.

네모파트너스(2011), **창직 활성화를 위한 정책연구,** 산업통상자원부.

신상진(2019), **셀프리더십이 창직/프리랜서직 종사자의 직무만족에 미치는 영향: 혁신성과 위험감수성의 매개효과를 포함하여,** 석사학위논문, 한양대학교 교육대학원.

원준연(2016), “스타트기업의 창업성공률 제고을 위한 창업금융의 효율적 운영 방안 연구”, **취업진로연구,** 6(1), 23-45.

유승옥(2018), “대학생의 자기관이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구”, **취업진로연구,** 8(4), 49-72.

윤병선 · 김천규(2019), “대학생의 기업가 열정이 정보 탐색 및 연계 역량을 통해 창업의지에 미치는 영향에

관한 연구", **벤처창업연구,** 14(3), 97-110.
윤병선・서영욱(2016), "창업기업의 혁신성이 기업의 역동적 역량 및 기술적 역량을 통해 기업성과에 미치는 영향에 관한연구", **한국창업학회지,** 11(3), 45-67.
이장우・김민재(2014), "중소기업・중견기업・소상공인・지역기업 사례: 환경-경쟁전략 적합성 및 협력-경쟁전략 적합성이 기업성과에 미치는 영향", **중소기업연구,** 36(1), 45-67.
이정원(2015), **창직이 미래다,** 해드림.
임종희・이진춘(2017), "창업 벤처기업에 있어서 기업가 열정과 기술준비도가 조직역량과 혁신성과에 미치는 영향", **의사결정학연구,** 15(1), 33-52.
임한규(2015), **사회적자본이 창직동기 및 창직의도에 미치는 영향,** 석사학위논문, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원.
정대훈・신동엽(2019), "세 유형의 사회적 열망수준과 조직의 탐색활동: 한국 조선산업의 연구개발 투자를 중심으로", **인사조직연구,** 27(1), 31-53.
황병선・안준모・공혜원(2017), "IT기반 창업기업의 초기 투자유치와 성장에 영향을 미치는 요인에 대한 탐색 연구", **벤처창업연구,** 12(4), 35-46.

Busenitz, L. W(1996), "Research on Entrepreneurial Alertness", *Journal of Small Business Management,* 34(4), 35 - 44.
Cahuc, P.(2014), "Search, flows, job creations and destructions", *Labour Economics,* 30, 22-29.
Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J. & Drnovesk, M.(2009), "The nature and experience of entrepreneurial passion", *Academy of Management Review,* 34(3), 511-532.
Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E. & P. C. Patel.(2013), "Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation", *Journal of business venturing,* 28(3), 373-396.
Chin, W. W.(1998), "The partial least squares approach to structural equation modeling", *Modern methods for business research,* 295(2), 295-336.
Cliff, J. E.(1998), Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size, *Journal of business venturing,* 13(6), 523-542.
Falk, R. F. & Miller, N. B.(1992), *A premier for soft modeling,* Akron, Ohio., The University of Akron.
Forbes, D. P.(1999), "Cognitive Approaches to New Venture Creation", *International Journal of Management Reviews,* 11(4), 415 - 439.
Fornell, C. & Larcker, D. F.(1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research,* 18(1), 39-51.
Frese, M. & Gielnik, M. M.(2014), "The Psychology of Entrepreneurship", *Annual Review of Organizational Psychology and Organization Behavior,* 1(1), 413 - 438.
Greve, H. R.(2003), "A Behavioral Theory of R&D Expenditures and Innovations: Evidence from Shipbuilding", *The Academy of Management Journal,* 46(6), 685-702.
March, J. G.(1991), "Exploration and Exploitation in Organizational Learning", *Organization Science,* 2(1), 71-87.
Nanda, R. & Sorensen, J. B.(2010), "Workplace Peers and Entrepreneurship", *Management Science,* 56(7), 1116-1126.
Salomo, S., Weise, J. & Gemunden, H. G.(2007), "NPD planning activities and innovation performance: the mediating role of process management and the moderating effect of product innovativeness",

Journal of product innovation management, 24(4), 285-302.

Turner, T. & Gianiodis, P.(2018), "Entrepreneurship unleashed: understanding entrepreneurial education outside of the business school", *Journal of Small Business Management,* 56(1), 131-149.

Wold, H.(1982), *Soft Modeling : the Basic Design and Some Extensions, in System Under Indirect Observations: Part 2,* K.G. Joreskog and H. Wold. Amsterdam North-Holland.

Wold, H.(1985), Partial least squares. S. Kotz and NL Johnson(Eds.), *Encyclopedia of statistical sciences,* 6, 581-591.

The Journal of Employment and Career Vol. 9, No. 3 - September 2019

A Study on the Effects of Entrepreneurial Passion on the Intention of Job Creation through the Exploration Activity

Byeong-Seon Yoon
Chungnam National University, Daejeon, Korea
Chun-Kyu Kim*
Chungnam National University, Daejeon, Korea

Abstract

Recently, the 4th Industrial Revolution and Digital Revolution are creating new jobs. But regardless of our will, we have jobs that disappear from our lives. In order to confirm the university student's intention to create a new job. The empirical analysis was conducted on university students to find out which factors had a significant impact on job creation. Investigate the general characteristics and experience of an individual and proceed with the study of the degree of job creation. An Empirical Analysis of Entrepreneurship and Exploration Activities for the job creation. The survey was conducted on a 7-point scale and the reliability and feasibility of the research results were used by PLS analysis method, which enables simultaneous implementation of measurement and structural models. The analysis obtained 410 valid data, resulting in: It has been shown that the invention, establishment and growth of entrepreneurship each have a significant effect on exploration activities, and that exploration activities also have a significant effect on job creation. It has been confirmed that university students have a will to start a business using opportunities, and the government needs to create infrastructure around them to implement. Through this study, we prepared an opportunity for university students to confirm their willingness to start based on their creative ideas. It was confirmed that they are trying to find and improve ideas.

Key Words : Job Creation, Entrepreneurial Passion, Exploration, Job Creation Intention.

* Corresponding Author. Professor, Chungnam National University, #99 daehak-ro, Yuseong-gu, Daejeon, Korea, 34134; E-mail: chunkyuk@cnu.ac.kr; Tel: +82-42-821-8858; Fax: +82-42-821-8853.