

청년창업가의 역량이 창업성과에 미치는 영향 요인에 관한 연구: 네트워크활동의 매개효과 중심으로

송헌재 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정)*

허철무 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수)**

국문 요약

본 연구는 청년창업가를 대상으로 창업가의 역량이 네트워크활동을 매개하여 창업성과에 미치는 영향을 분석하였다. 청년창업가의 역량을 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량으로 구성하였다. 전국에 거주하는 청년창업가로부터 표집한 354부의 설문지를 실증분석에 사용하였다. SPSS v28.0과 PROCESS macro v4.3으로 하나의 매개변수로 구성된 단일매개모형의 연구모형을 기반으로 분석하였다. 분석결과, 첫째, 청년창업가의 역량 중 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 네트워크활동에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이중 마케팅 역량은 네트워크 활동에 가장 큰 영향을 미치는 반면 기술적 역량은 가장 적은 영향을 미친다는 것이 확인되었다. 둘째, 네트워크활동은 창업성과에 정(+)의 방향으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 청년창업가의 역량 중 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 창업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이중 창의역량은 가장 큰 영향을 미치는 반면 기술적 역량은 가장 덜 중요한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 넷째, 네트워크활동은 청년창업가의 역량과 창업성과 간을 매개하는 것으로 나타났다. 네트워크 활동을 매개로 할 때, 독립 변수들의 간접 효과의 상대적인 영향력 크기는 마케팅 역량이 가장 크게 창업 성과에 영향을 미치고, 기술 역량은 가장 작게 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이 연구의 학문적 함의로는 다양한 변수의 의미와 관계를 규명하고 있고 창업과 관련된 이론적 프레임워크에 대한 검증은 제공하며 창업성공의 주요 동인을 식별하며, 청년창업가의 역량과 창업성과 간의 네트워크의 중요성을 제시하였다. 또한 이 연구의 실무적인 함의는 네트워킹을 위한 마케팅역량의 중요성을 제시하고 있고, 역량에 대한 차별성을 시사하고 있다. 창의역량의 전략적 역할을 강조하고 있고 창업지원을 위한 정책 입안자에게 귀중한 창업육성을 위한 맞춤형 정책에 대한 지침을 제시하고 있다.

핵심주제어: 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량, 창의역량, 네트워크활동, 창업성과

1. 서론

4차 산업혁명시대를 맞이하여 세계 각국이 경제 활성화를 위하여 창업을 장려하고 있는 추세이다. 글로벌 관점에서 재정위기가 있었던 지난 2008년 이후 여러 국가들의 산업전반에서 위기감이 고조되어 경제 활성화를 위하여 창업을 장려하는 사회적 공감대를 형성하는 등 세계 각국은 청년창업을 통한 경제성장에 주력하고 있다. 우리나라도 마찬가지이다. 서울특별시에서는 20~30대 청년 예비창업가를 대상으로 창업 지원정책인 청년창업 1000프로젝트를 운영하고 있다. 정부와 지방자치단체는 창업을 새로운 돌파구로 삼아 청년층의 창업을 지원하는 등 다양한 지원정책을 시행하고 있다. 스타트업게놈(Startup Genome)에서 발표한 2021년 글로벌 스타트업 생태계 보고서에 따르면 북미 지역이 50%, 아시아가 27%, 유럽이 17%로, 2021년에는 특히 아시아 창업생태계의 성장이

두드러지게 나타나고 있다고 발표하였다. 특히 서울은 2020년 20위에서 2021년 16위로 큰 폭으로 상승하며 2017년 3개에 불과하던 유니콘 기업이 2021년 15개로 5배 증가하였으며, 예비 유니콘 기업도 392개로 추정되었다(중소벤처기업부, 2022). 그러나 상당수의 창업 지원정책들은 가시적인 효과를 나타내지 못하고 있다. 정부와 대학에서는 창업활성화를 위한 교육과 정책을 펼치고 있지만, 우리나라는 지역내 창업 5년 후에는 70% 정도가 폐업하는 것으로 조사되었다(이창구, 2019). 이와 같이 현재의 어려운 경제 환경속에서 미래성장동력인 청년기업의 성장과 성공은 경제의 활력과 선순환이라는 관점에서 의미가 매우 크다고 할 수 있다. 특히 청년창업은 신성장 동력분야 및 기술·지식 집약적인 분야에 대한 창업으로 산업적인 측면에서도 그 중요성은 매우 크다고 할 수 있다. 창업관련 선행연구를 보면 창업자의 특성, 창업환경, 지원사업 등이 경영성과와의 관계 그리고 창업교육과 창업의지 위주로 분석한 것이 다수이다. 또한 청년창업의 지속적인 경영성과를

* 주저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정, hunchae@nate.com

** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수, cmheo@hoseo.edu

· 투고일: 2024-03-08 · 수정일: 2024-04-06 · 게재확정일: 2024-04-15

내기 위한 애로사항으로 기업가정신과 기술사업화 능력 부족이 창업과 지속경영을 저해하는 요인으로 작용하였다(송영민·김경환, 2019). 따라서, 창업생태계 활성화에 청년창업가의 역할은 창업 성공에 미치는 중요한 요소라는 것을 알 수 있다(정부관계부처합동, 2018).

최근 많은 연구들은 중소기업 성공의 핵심을 기업과 전문가들 간의 인적, 물적 네트워크에 두고 있으며(Arenius & Clercq, 2005), 창업자의 역량으로 시장 감지 역량, 네트워크 역량 등을 중요한 요소로 다루고 있다(이상화, 2016). 또한 창업기업은 작고 영세하여 혼자만의 능력으로는 생존이 어렵기 때문에 네트워크의 중요성이 더 강조되고 있다(채갑석, 2014).

Sean(2006)의 연구에서 사회적 자본으로도 설명되는 네트워킹활동 결과 기업은 정보의 접근성과 자원의 접근성을 얻을 수 있으며, 이와 같은 네트워크를 통하여 시장 대응능력 및 불확실성을 감소시켜 비즈니스의 성공확률을 높일 수 있다는 것을 알 수 있다(Seibert et al., 2001). 이에 본 연구는 청년창업가가 창업성과를 높이기 위한 요인을 살펴보고 위에서 언급한 네트워크 활동이 청년창업가의 역량과 창업성과 사이에서 매개역할을 하는지에 대해 실증분석 하고자 한다. 본 연구를 통해 향후 청년창업가들이 창업성과를 내기 위해 고려해야 하는 여러 요인 중 우선적으로 확보하거나 수행해야 하는 요인을 파악하여 자원을 효율적이고 효과적으로 사용할 수 있도록 제안하는 것을 목적으로 한다.

II. 이론적 배경

2.1. 청년창업가의 역량

청년이란 용어는 다방면에서 다양하게 해석되고 사용된다. 과거에는 10대 후반에서 20대 정도의 나이대를 가리켰지만, 현대사회에서는 수명이 늘어나면서 20대부터 30대 정도의 나이를 아우르는 말이 되었다. 대한민국은 법률상 만19세부터 만34세 이하를 청년으로 정의하고 있고 다른 법령과 조례에서는 만39세 이하로 확대하고 있다. 본 연구에서는 현실적으로 시장에서 경제활동이 가능한 연령을 감안하여 만 19세에서 만 39세 미만의 사업자등록(개인, 법인)을 가지고 있는 청년창업가를 대상으로 연구하였다. 최근 들어 창업가의 특성 및 역량으로 다양한 요인들이 연구되고 있다. 창업가의 역량은 창업가의 특성과 능력이 결합된 의미로써, 창업기업의 성과에 큰 영향을 미치는 매우 결정적인 요소이다(Chandler & Jansen, 1992). 이상화(2016)는 창업가의 특성으로 시장 감지 역량, 네트워크 역량 등을 중요한 요소로 다루고 있으며, 창업 역량의 구성요소를 시장지향성, 마케팅역량, 네트워크 역량으로 보았다. 또한 김상미(2019)는 청년창업가의 개인별 성향이나 특성 등 다양한 요인들이 창업성과에 영향을 미친다고 하였고, 임아름(2015), 윤종록·김형철(2009)은 기업가적 역량, 관리적 역량, 기술적·기능적 역량, 창의 역량으로 선정하

여 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 문재희(2021)의 연구에서는 내부 기술개발 역량과 혁신역량을 높이는 것이 기회인식에 대해 경쟁자, 공급자 등과의 기술개발 협력이 새로운 기회와 혁신으로 시장에 나타난 기회를 포착하여 변화가 요구되는 시장에서 경쟁적 우위를 유지할 수 있는 요소라고 주장하였다. 또한 사업의 기회 인식에 새로운 정보나 많은 혁신이 요구되지 않고 보유 자원의 활용 여부와 관계없이 시장의 기회를 계속 탐색하는 것이 기회인식의 필요성이라고 주장하였다(Gomez et al., 2011). 이러한 기회인식은 기회 발견에 따른 아이디어의 제품화를 가능하게 하며, 기술혁신의 과정으로 사업성과에 영향을 주는 요인이라 할 수 있다.

Zahra & Nielsen(2002)는 시장 진입 시점의 결정과 마케팅 투자가 기업의 매출액과 시장점유율을 증가시킨다고 주장하였다. 고영훈(2017)은 기술 역량이 기업의 경쟁우위 창출과 강화에 필요한 중요한 요인으로 기술 창업기업의 기술적 성과, 비재무적인 성과에 유의한 성과를 나타낸다고 주장하였다. 이러한 선행연구를 보면 창업가의 특성과 역량들이 창업기업 성과에 영향을 미치는 매우 중요한 요소임을 알 수 있다. 창업가의 역량에 대하여 기존 선행연구에서 다양한 역량을 다루었으나 현재와 같이 창업기업의 성공확률이 낮은 현실상황에서 사회적인 경력이나 경험이 많지않은 청년창업가들이 성공하기 위해서는 무조건적인 창업이 아닌 성공확률을 높이기 위한 창업을 위해 새로운 창업기회와 정보를 창업에 이용할 수 있는 기회인식역량이 중요하다. 어려운 시장환경속에서 창업기업의 성공의 핵심은 어떻게 고객의 욕구충족을 위해 차별화되고 경쟁력있는 마케팅을 할 수 있느냐가 관건이 될 수 있다. 또한 기존의 장년창업과는 달리 기술창업의 특성을 가진 청년창업에 있어 기술역량이 가장 기본이 된다고 할 수 있다. 더불어 급변하는 경제환경속에서 새로운 아이디어를 도출하고 다른 분야의 장점을 벤치마킹하는 창의역량이 창업성과에 중요한 역량이라 판단된다.

따라서 문재희(2021), 김상미(2019), 임아름(2015), 이상화(2016)의 선행연구를 토대로 청년창업가의 역량을 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량, 창의역량으로 구분하여 창업성과에 미치는 영향력을 살펴보도록 한다.

2.1.1. 기회인식역량

기회인식역량은 새로운 창업 기회를 즉 새로운 정보를 포착하여 창업에 이용할 수 있는 역량으로 기회를 발견하고 활용하는 것이라 할 수 있다(강병승, 2020; 장현철·김종성, 2021). 기업은 새로운 기회와 새로운 해결 방법을 찾는 노력에서 많이 볼 수 있는 혁신 중 하나로 기존의 기술과 프로세스를 바꿀 수 있으며, 급속한 변화가 요구되는 시장에서 경쟁적 우위를 유지할 수 있는 기회인식역량은 중요한 요소라 할 수 있다(고종남, 2009). Gomez et al.(2011)도 보유 자원의 활용 여부와 관계없이 창업가는 시장의 기회를 계속 탐색하는 것이 필요하다고 주장하였다. 또한 성공적인 사업 기회를 포착하기

위해서는 잘 조직된 창업팀이 시장을 보고 타이밍과 기회 포착을 어떻게 활용하는가에 따라 달라질 수 있다(박경애, 2017). Kirzner(1973)는 시장의 불완전한 요소들로 인해 시장이 균형 상태에서 불균형 상태로 변하는 시점에 기업은 새로운 자원을 투입하여 기회를 발견하고 시장을 다시 균형 상태로 되돌릴 수 있게 된다고 하였다.

본 연구에서는 강병승(2020), 박경애(2017), 고종남(2009)의 선행연구를 토대로 기회인식역량을 새로운 기회를 포착하여 시장에서의 경쟁적 우위를 유지할 수 있는 능력으로 정의하여 연구하고자 한다.

2.1.2. 마케팅역량

Lassen et al.(2006)은 마케팅 능력을 고객의 욕구 충족을 위해 제품의 유통과 판매할 수 있는 계획을 수립하여 실행하는 능력이라고 정의하였다. 이러한 마케팅 능력은 시장에서 요구하는 창업가의 지식과 조직의 집단 지식과 기술 및 자원을 활용하여 제품과 서비스의 가치를 증대시켜서 경쟁기업에 대해 경쟁력 있는 환경을 만들어 가는 통합 프로세스로 정의할 수 있다(Vorhies & Harker, 2000). 마케팅 능력은 다른 역량들처럼 조직학습으로 개발되고 향상될 수 있으며, 이렇게 개발된 마케팅 능력은 상호 관련성을 갖고 있어 창업가와 조직원이 여러 마케팅 능력을 보유하고 있을 때 더 우수한 성과를 달성할 수 있다(Vorhies & Morgan, 2005; Day, 1994; Williams, 2009). 또한 창업가의 마케팅 능력은 기업이 시장에서 주도적으로 성장할 수 있게 내적으로 조직을 관리하고 외적으로 지원 네트워크를 형성시켜가는 능력을 말한다.

본 연구에서는 상기의 선행연구를 토대로 마케팅역량을 고객의 욕구 충족을 위해 제품을 유통, 판매할 수 있는 계획을 수립하여 실행하는 능력으로 정의하여 연구하고자 한다.

2.1.3. 기술역량

기술역량이란 전문화된 기술지식의 활용으로 기업의 경쟁우위 창출과 강화에 필요한 역량을 말한다. 기업이 기술자원 즉 기술 권리, 기술개발 능력 등을 확보하고 있으면 신제품 개발 및 상업을 배타적으로 할 수 있어 시장진출 기회가 확대되며 기업의 가치 창출에 사용하게 된다(Lee et al., 2001). 특허권과 같이 기술에 대한 배타적인 기술 권리 등의 지식기반 자원은 예측 불가능한 환경에서도 기업의 성과를 증가시킨다(Miller & Shamise, 1996).

Chandler & Jansen(1992)와 Zahra(1996)는 기술 역량이 높은 기업이 높은 생산성을 이루며, 생존과 성과창출에 매우 중요하다고 하였다. 특히 발전 속도가 빨라지고 기술 간의 활발한 복합화, 융합화가 이루어지는 최근의 기술적 상황에서 기술 트렌드에 대한 창업가의 다양하고 신속한 이해가 더욱 강조되고 있다고 하였다. 따라서, 기술에 대한 구체적 지식은 부족하더라도 기술의 성격, 기술의 로드맵, 기술의 발전경로, 향후 기술의 전개과정 등에 대한 이해가 풍부할 필요성이 있다. 구자원·이

윤철(2009)의 연구에서는 기술자원의 확보는 저성과 기업의 정량적 성과와 고성과 기업의 정성적 성과에 정(+)의 영향을 주는 것으로 연구되었고, 이병헌 등(2008)의 연구에서도 기술혁신이 기술성과와 경영성과에 미치는 영향이 기술에 기반한 창업기업이 일반 기업보다 높은 기업성파를 얻는 것으로 확인되었다. 그리고 기술역량에 대하여 창업가의 개인적 특성으로 역량적인 분석을 시도하였으며 창업기업의 경영성파를 설명할 수 있는 구체적인 요인으로 간주하였다(윤종록·김형철, 2009).

본 연구에서는 구자원·이윤철(2009), 윤종록·김형철(2009), 이병헌 등(2008)의 선행연구를 토대로 기술역량을 전문화된 기술지식의 활용으로 기업의 경쟁우위 창출과 강화에 필요한 역량으로 정의하여 연구하고자 한다.

2.1.4. 창의역량

어려운 상황에 직면한 것을 해결하려는 방법 모색과 추측으로 가설을 세워서 해결책과 개선점을 찾는 과정이며, 재검토하고 최종적 결과물을 도출하며 평가해가는 과정을 창의성이라고 한다(James, 1990).

창의적 역량이란 새롭고, 적절하거나 유용한 결과를 발생시키는 변수들과 대상을 결합시키는 능력이다(Morris et al., 2013). 김춘근(2015)은 창의역량을 기업설립 후 기업의 연속성을 위하여 초기 기업의 성과에 영향을 미치는 창업가가 가져야 할 역량의 정도라고 정의하였다. 이경화·유경훈(2014)은 창의성에 대해 남과 다른 독특함, 대체로 새로움, 기발함, 생활속에서 유용하고 적절한 것을 생각하기 등을 의미한다고 하였다. Spencer & Spencer(1993)와 김경식(2005)는 창의역량을 타인보다 새로운 아이디어를 잘 도출하고 독창적인 유추나 은유 및 참신한 생각과 다른 분야의 장점을 벤치마킹하는 능력으로 정의하였고 창업성파에 정(+)의 영향을 미친다고 연구하였다. 본 연구에서는 김춘근(2015), 이경화·유경훈(2014), 김경식(2005)의 선행연구를 토대로 창의역량을 혁신적인 행동을 자극하며 개인적 자질을 독려하여 동기부여와 몰입을 증대시키고 팀의 성과에 촉진적 영향을 미치는 영향이라 정의하여 연구하고자 한다.

2.2. 네트워크활동

기업조직 간의 관계를 개발하고 활용할 수 있는 기업의 능력이며, 협력할 수 있는 기업이나 타인과의 연계를 통하여 외부자원을 확보하고, 이렇게 확보한 외부자원을 기업의 경영환경에 맞게 사용할 수 있는 것을 네트워크 역량이라 한다(Jian & Wang, 2013; Walter et al., 2006). 창업가들은 가용한 자원을 기반으로 작동하고, 이익 극대화보다는 감당 가능한 손실을 고려하며, 신뢰할 수 있는 파트너십을 활용하여 불확실성이 높은 상황에서도 효과적으로 의사결정을 내릴 수 있다고 하였고, 이는 창업자 네트워크 내 상호작용을 통하여 새로운 기회가 모색되고 구체화될 수 있으며, 네트워크는 창업자가

접근할 수 있는 자원의 범위를 확장하며 다양한 정보와 지식을 공유함으로써 시장이나 기술에 대한 불확실성을 낮출 수 있다고 하였다(Sarasvathy, 2023). 박근호(2007)는 창업기업의 태생적 한계 극복과 효율적인 자본 활용으로 외부자원과의 네트워크 활동은 중요하다고 하였다. 또한 김종환(2017)은 네트워크는 외부자원의 정보를 조달하는 채널이며 시장 및 경제적 상황에 신속하게 대응할 수 있는 연결고리 역할을 수행한다고 하였다. 따라서, 네트워크는 창업가가 다방면으로 다각적인 인간관계를 형성하기 위한 노력을 실행하는 과정이며, 창업가의 긴밀한 네트워크 구축과 활발한 활동으로 시장환경에 대한 정보수집, 접근 가능한 자원확대, 경쟁우위 구축 기반 강화가 지속가능 성장과 경쟁우위 성과의 가능성을 제고시킬 수 있다는 것을 알 수 있다(정대용 외, 2013). 창업기업은 네트워크 부족과 경험 부족 등으로 인해 사업환경의 불확실성과 한계상황 등과 같은 태생초기의 많은 열위사항들을 갖고 있다. 이런 태생적 한계를 극복하고 경쟁우위를 확보하기 위한 전략적 대안으로 확장된 자원기반이론인 네트워크 우위론이 등장하고 있으며, 최근 신생벤처 창업가의 네트워크 활동이 성공적인 창업을 좌우한다는 연구가 주목받고 있다(정대용·노경훈, 2009b). 중요한 것은 창업가가 앞으로 높은 수익성이 예상되는 유망한 사업기회를 발견하거나 창조하여, 그 사업기회를 활용하여 창업을 실현하도록 자원을 이동하거나 전환하는 것이다. 그리고 창업가 네트워크를 통해 외부환경에 의한 기회에 창업가의 독자적 우위 역량을 적절히 결합하면 창업가는 민첩함과 역동성을 발휘하여 창업기회가 제공할 이익을 효과적으로 확보할 수 있는 여지를 증가시킬 것이다.

기업성과와 관련한 선행연구들은 네트워크가 기업의 성장에 중요한 역할을 한다고 주장하였으며(Iacobucci et al., 2015; Boso et al., 2013), 정대용·박성희(2016), 민경명(2014)은 네트워킹 활동이 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 끼친다고 주장하였다.

따라서 본 연구에서는 김종환(2017), 정대용·박성희(2016), 민경명(2014)의 선행연구를 토대로 네트워크활동을 기업이나 타인과의 관계 활동을 통하여 외부자원을 기업의 경영환경에 맞게 사용할 수 있는 역량으로 정의하여 연구하고자 한다.

2.3. 창업성과

일반적으로 창업 관련 연구에서는 기업의 성장이나 성과 등과 같은 기업 수준의 결과를 강조한다. 그러나 창업자 개인마다 목표하는 성과의 유형에 차이가 날 것이다. 특히 운영 초기 단계에 있는 신생 기업의 경우 낮은 수익 및 시장 점유율로 인해 객관적 효율성을 평가하는 데 어려움을 겪습니다. 따라서 재무 능력뿐만 아니라 비재무적 능력도 평가해야 할 필요성이 있다(김상진·한진수 2007). 비재무적 성과는 재무적 성과의 선행지표이므로(Behn & Riley, 2007), 스타트업 성과 평가에서는 단기 재무 지표에 비해 장기 비재무 지표를 활용하

는 비율이 높다(지성권·김숙정, 2007). 고봉상 외(2003)은 벤처기업의 성공을 계량적 성공과 주관적 성공으로 나누어 실증적으로 분석하였다. 계량적 성공은 매출액, 자산대비매출액, 고용성장률, 수익성 등이 있고, 주관적 성공은 목표 달성정도, 생존확률, 종업원 만족도로 두었다. 기업의 재무적 성과는 기업의 수익성과 성장성을 동시에 나타내고 있으며, 사용되는 주요 지표로는 매출액증가율, 수익증가율, 현금유입증가율, 기업성장률 외에 투자수익률, 총자산수익률, 자기자본수익률 등이 있다(유래현, 2016). 이와 같이 재무적 중심의 성과는 단기적으로 기업을 평가할 수 있는 장점이 있지만, 미래가치에 대한 반영이 미비하므로 기업의 올바른 가치를 평가하기 위하여 비재무적 성과 평가가 개발되었다. 비재무적 성과는 품질 만족, 고객만족, 종업원 등 내부고객 만족, 시장에 대한 대응, 지적자산 축적 등을 들 수 있으나, 지표 자체가 광범위하고, 측정이 곤란하고, 객관화하기 어렵다(김태형, 2017).

이에 본 연구에서는 김태형(2017), 유래현(2016), 지성권·김숙정(2007)의 선행연구를 토대로 청년창업기업의 현실을 반영하여 재무적성과 뿐만 아니라 일부 비재무적성과를 포함하여 창업성과로 정의하여 연구하고자 한다.

III. 연구 방법

3.1. 연구가설과 연구모형

3.1.1. 연구가설

본 연구에서는 청년창업가의 역량이 창업성과에 미치는 영향을 분석하는데 목적이 있으며, 청년창업가의 역량을 독립변수로 네트워크활동을 매개변수로, 창업성과를 종속변수로 설정하여 단일매개모형을 구축하였다. 종속변수에 미치는 독립변수의 영향력의 크기인 총 효과와 매개변수가 통제된 상황에서 종속변수에 미치는 독립변수의 영향력인 직접효과 및 독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 미치는 영향력인 간접효과 등을 검정하기 위해 다음과 같은 가설을 수립하였다.

3.1.2. 청년창업가의 역량과 네트워크활동 간의 관계

기업의 경영자들의 성격이나 특성 또는 역량 등의 네트워크활동과의 관계에 관한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

정대용·박성희(2016)는 소상공인의 성격특성이 유무형의 자본에 접근하는 방법으로 자원의 활용 즉 네트워크활동에 따라 기업의 경영성과와 경쟁력에 영향을 준다고 주장하였다.

이상화(2016)는 기술역량과 혁신 네트워크 참여간의 상호작용이 중요하고, 기술역량을 가진 기업이 네트워크에 적극 참여할수록 성과가 높아진다고 주장하였다.

권혁중(2019)은 소상공인의 마케팅역량이 네트워크역량에 유의한 영향을 미치고, 마케팅역량과 네트워크역량은 마케팅성과에 직접적인 유의한 영향을 미친다고 연구하였다.

본 연구는 선행연구를 바탕으로 청년창업가의 역량이 네트워크활동에 영향을 미칠 것으로 판단하고 어떠한 영향 관계가 있는지 검정해 보고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 H1: 청년창업가의 역량은 네트워크활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- H1-1: 청년창업가의 기회인식역량은 네트워크활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-2: 청년창업가의 마케팅역량은 네트워크활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-3: 청년창업가의 기술역량은 네트워크활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-4: 청년창업가의 창의역량은 네트워크활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.1.3. 네트워크활동과 창업성과 간의 관계

청년창업기업의 네트워크 활동은 창업기업의 재무적 성과에 긍정적인 유의한 영향을 미치며, 청년창업가들의 기회활용과 정부 멘토지원 활용은 청년기업의 비재무적 성과인 고용성과에 긍정적인 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(이창구, 2019). 따라서 본 연구는 네트워크활동이 창업성과에 영향을 미칠 것으로 판단하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 H2: 청년창업가의 역량이 통제된 상황에서 네트워크활동은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.1.4. 청년창업가의 역량과 창업성과 간의 관계

윤종록·김형철(2009)은 창업가의 역량특성이 경영성과에 직접적인 영향을 미치고, 경영전략을 통해 간접적으로 경영성과에 영향을 미친다고 연구하였다. Baum et al.(2001)의 벤처성장에 대한 구조모형연구를 기반으로 창업가 역량을 외생변수, 경영전략을 매개적 내생변수로 설정하여 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 실증적으로 분석하여 창업가역량이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 연구하였다.

전대열·윤현덕(2011)은 기술창업기업의 기업가 역량 및 기술사업화 능력이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다고 검증하였다. 본 연구는 선행연구를 바탕으로 청년창업가의 역량이 창업성과에 영향을 미칠 것으로 판단하고 다음과 같은 가설을 검증하고자 한다.

가설 H3: 청년창업가의 역량은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- H3-1: 청년창업가의 기회인식역량은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3-2: 청년창업가의 마케팅역량은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3-3: 청년창업가의 기술역량은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3-4: 청년창업가의 창의역량은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.1.5. 네트워크활동의 매개효과

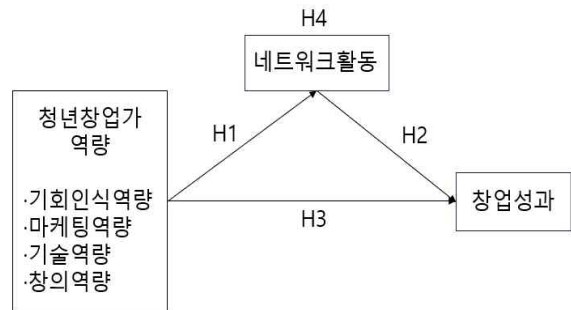
기업가의 네트워크활동이 기업성과에 매개효과를 갖는다고 연구하였고(정대용·노경훈, 2009a, 2009b), 이제희 외(2018)의 연구에서도 네트워크활동이 기업성과를 매개한다고 하였다. 김진영(2008)은 연구에서 네트워크 역량의 매개효과를 입증하였고, 최병준(2014), 김동현(2011) 등의 연구에서 네트워크 역량이 마케팅역량과 성과사이에 중요한 역할을 하고 있음을 실증 분석하였다. 따라서, 네트워크란 서로의 협력 관계라 할 수 있다. 즉 목표를 달성하기 위한 전략으로 자신이 가지고 있는 자원과 목표 달성에 필요한 전문가와 같은 외부자원을 서로 연결시켜 목표 달성이라는 성과를 창출한다는 개념으로 볼 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 청년이라는 대상자는 사회 경험이 부족함에 있어 네트워크 자원의 역할이 더욱 중요하다 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 네트워크활동이 창업가역량과 창업성과 사이를 매개할 것으로 판단하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 H4: 네트워크활동은 청년창업가의 역량과 창업성과 간을 매개할 것이다.

- H4-1: 네트워크활동은 청년창업가의 기회인식역량과 창업성과 간을 매개할 것이다.
- H4-2: 네트워크활동은 청년창업가의 마케팅역량과 창업성과 간을 매개할 것이다.
- H4-3: 네트워크활동은 청년창업가의 기술역량과 창업성과 간을 매개할 것이다.
- H4-4: 네트워크활동은 청년창업가의 창의역량과 창업성과 간을 매개할 것이다.

3.1.6. 연구모형

위 가설을 기반으로 청년창업가의 역량이 창업성과에 영향을 미치는 요인을 탐구하기 위하여 청년창업가의 역량(기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량)을 독립변수로 네트워크활동을 매개변수로 창업성과를 종속변수로 하는 단일 매개모형의 연구모형을 <그림 1>과 같이 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 국내·외 선행연구들을 고찰하여 연구모형과 연구 가설을 도출하고, 변수들에 대한 측정 도구를 구성한 후 pre-test를 통해 발견된 문제점을 보완하여 설문지를 작성하였다. 설문지는 기회인식역량 5문항, 마케팅역량 5문항, 기술역량 5문항, 창의역량 5문항, 네트워크활동 5문항 및 창업성과 5문항 그리고 인구 통계적 특성과 관련한 9문항 등 총 39문항으로 구성하였다. 먼저 연구대상자인 청년을 만 19세에서 만 39세 미만의 개인사업자 또는 법인사업자를 가지고 있는 대상으로 실증분석 자료를 수집하기 위해 창업성과에 미치는 요인에 관한 본 연구의 취지를 설명하고 실증분석 자료에 필요한 설문조사를 진행하였다. Naver Office를 이용한 온라인조사를 약 15일간(2023. 12. 01. ~ 2023. 12. 15.) 진행하였다. 설문지 400부를 배포하여 354부가 수집되었으며, 그 중 결측값이 있거나 응답이 불충분한 설문지 16부를 제외한 338부를 자료 분석에 이용하였다.

통계분석에는 SPSS Win Ver.28.0과 PROCESS macro v4.3을 이용하여 분석하였다. SPSS의 빈도분석으로 인구통계학적 변수별 조사대상자의 현황을 파악하였으며, SPSS의 탐색적 요인분석으로 측정도구의 정확성인 타당도 검증을 SPSS의 탐색적 요인분석으로 실시하였고, 척도의 일관성인 신뢰성을 측정하기 위해 Cronbach's α 계수를 이용하여 내적일관성 신뢰성 평가를 실시하였다. 변수 간의 상호연관성을 측정하기 위해 이변량 pearson 상관관계분석을 실시하였고, 인과관계의 가설은 다중회귀분석으로 검정하였다. PROCESS macro의 모형 중 단일매개모형인 Model 4를 채택하여 네트워크활동을 매개하여 청년창업가의 창업역량이 창업성과에 미치는 영향을 분석하였다. 신뢰구간 검정으로 추정한 총 효과와 직접효과를 검정하였고 Bootstrap 신뢰구간으로 간접효과의 유의성을 검정하였다.

3.3. 변수의 조작적 정의

구성개념은 특정 이론이나 연구를 위해 의도적으로 공식화된 개념이다. 연구 모형에서 거론되는 구성개념 또는 기본 변수들은 측정 가능하도록 정량화의 목적으로 조작적 정의가 구체적으로 내려진다(이훈영, 2012). 하나의 변수는 다양한 조작적 정의가 가능하지만 본 연구에서는 선행연구에 기반하여 변수를 일관되고 정확한 측정이 가능하도록 가장 적합하게 변수를 조작적으로 정의 하였다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

변수	문항 내용	선행연구
기회인식역량	새로운 기회와 혁신으로 시장에 나타난 기회를 포착하여 시장에서 경쟁적 우위를 유지할 수 있는 능력	문재희(2021), 이창구(2019), 임이름(2015)
마케팅역량	고객의 욕구 충족을 위해 제품을 유통과 판매할 수 있는 계획을 수립하여 실행하는 능력	문재희(2021), 김중환(2017)

기술역량	전문화된 기술지식의 활용으로 기업의 경쟁우위 창출과 강화에 필요한 역량	서성열(2018), 방혜민(2016), 김춘근(2015)
창의역량	혁신적인 행동을 자극하며 개인적 자질을 독려하여 동기부여와 몰입을 증대시키고 팀의 성과에 촉진적 영향을 미치는 역량	서성열(2018), 임이름(2015)
네트워크활동	기업이나 타인과의 관계활동을 통하여 외부자원을 기업의 경영환경에 맞게 사용할 수 있는 역량	윤상만(2019), 이창구(2019), 민경명(2014)
창업성과	창업기업의 현실적 특성상 측정가능한 매출액, 순이익, 투자유치금액 등 기업의 재무성과와 직원수, 시장점유율 등 비재무성과를 창업성과로 정의함	윤재만(2023), 윤상만(2019), 이주연(2018)

3.4. 조사대상의 특성

본 연구에서 조사대상 338명의 인구통계학적 변수별 현황을 파악하고자 성별, 연령, 최종 학력, 이전 직장 근무 경험, 전공, 회사 소재지, 부모의 사업경험 등에 대한 빈도분석 결과를 <표 2>에 제시하였다.

성별 분포에서는 남성(63.6%; 215명)이 여성(36.4%; 123명)보다 훨씬 많은 것으로 조사되었다. 연령에서는 만 36~39세(45.9%, 155명), 만 31~35세(21.3%, 72명), 만 19~25세(21.0%, 71명), 만 26~30세(11.8, 40명)의 순으로 분포되어 있고 만 36~39세가 가장 크게 분포하는 것으로 조사되었다.

최종 학력은 대학교 졸업(40.2%; 136명), 대학원(재학) 졸업(29.9%; 101명), 전문대학 졸업(22.8%; 77명), 고등학교 졸업 이하(7.1%; 24명)의 순서로 나타났고 대학교 졸업 이상이 70% 이상으로 나타나 고학력자가 다수인 것으로 나타났다. 이전 직장 근무 경험은 '있다'(76.6%, 259명)가 '없다'(23.4%, 79명)보다 많은 것으로 조사되었다. 조사대상자의 전공은 인문사회계열·이공계열(27.5%, 93명), 경상계열(25.1%, 85명), 기타(5.0%, 17명)의 순으로 나타났다. 전공간 분포차이는 크게 나타나지 않았다. 회사 소재지는 서울·경기·인천(81.1%, 274명)이 가장 많은 것으로 조사되었다. 부모가 사업 경험이 '있다'(48.5%, 164명)와 '없다'(51.5%, 174명)는 차이가 거의 없는 것으로 조사되었다.

<표 2> 응답자의 인구통계학적 특성

구분	구분		N	%
	구분	구분		
성별	①남성		215	63.6
	②여성		123	36.4
연령	①만 19~25세		71	21.0
	②만 26~30세		40	11.8
	③만 31~35세		72	21.3
	④만 36~39세		155	45.9
최종 학력	①고등학교 졸업 이하		24	7.1
	②전문대학 졸업		77	22.8
	③대학교 졸업		136	40.2
	④대학원(재학) 졸업		101	29.9
이전 직장 근무 경험	①있다		259	76.6
	②없다		79	23.4

전공	①인문사회계열	93	27.5
	②이공계열	93	27.5
	③경상계열	85	25.1
	④예체능계열	50	14.8
	⑤기타	17	5.0
회사 소재지	①서울/경기/인천	274	81.1
	②부산/경남	9	2.7
	③대구/경북	4	1.2
	④광주/전남	8	2.4
	⑤대전/세종/충청	33	9.8
	⑥강원/제주	10	3.0
부모 사업경험	①있다	164	48.5
	②없다	174	51.5

3.5. 측정도구의 타당성 검증

타당도란 측정하고자 하는 속성이나 개념에 대한 개발한 측정도구의 측정 정확도를 나타내는 지표이다(이훈영, 2012). 본 연구에서는 수집된 데이터의 타당성을 확보하고자 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인 분석에 대한 데이터의 적합성을 평가하기 위해 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)검정과 Bartlett의 구형성 검정을 수행하였다. KMO 검정이란 요인 분석을 실행하는데 필요한 표본 데이터의 적합성을 측정하는데 목적이 있다. 검정 결과는 0과 1 사이의 값을 나타내는데 값이 1에 가까울수록 데이터가 요인 분석에 더 적합하다. 일반적으로 KMO 값이 0.6이면 데이터가 요인분석을 실시하기에 가능한 것으로 간주된다. 본 연구에서 KMO 표본 적합도는 .919로 나타나 본 연구에 사용되는 데이터는 요인분석을 실시하는데 매우 적합하다는 것을 의미한다.

Bartlett의 구형성 검정은 사용되는 표본 데이터의 상관행렬이 단위행렬인가 하는 귀무가설의 검정으로 변수들의 선형성 여부를 검증한다. 상관행렬 상의 통계적으로 유의한 모든 상관관계가 나타나면 데이터는 요인 분석에 적합하다. 구형성 검정의 유의확률은 .000으로 산출되어 상관행렬이 단위행렬이 아닌 것으로 검정되었으며 이는 요인 분석을 실행하기에 데이터가 적합함을 의미한다.

요인분석에서 나타난 KMO 표본 적합도 값과 유의한 Bartlett의 구형성 검정 결과는 표본 데이터가 요인 분석을 실시하기에 적합하고 추출된 요인으로 의미있는 기본 구조를 형성할 수 있음을 시사한다.

요인 추출 후 요인을 보다 쉽게 해석하기 위해 다음 단계는 요인 회전을 수행해야 한다. 이 과정은 요인 구조를 단순하게 명확화시키는 과정이다. 직교 회전에서 가장 널리 사용되는 Varimax 회전을 채택하였다. .5보다 요인적재량, .5보다 큰 공통성, 1보다 큰 고유값을 요인 추출의 기준으로 하였다. <표 3>에 제시된 분석 결과와 같이 추출된 요인의 수는 6개, 이들 요인의 누적설명변량은 74.150%로 나타났다. 추출된 각 요인에 해당되는 변수들의 평균 값을 요인의 값으로 변환하여 가설검정에 사용하였다.

<표 3> 요인분석 결과

	요인					
	기술역량	창의역량	창업성과	네트워크 활동	마케팅 역량	기회인식 역량
기술역량4	.835	.146	.111	.189	.108	.079
기술역량2	.822	.197	.002	.100	.144	.069
기술역량3	.812	.222	.110	.076	.136	.183
기술역량1	.784	.171	.135	.143	.209	.127
기술역량5	.737	.205	.252	.171	.150	.066
창의역량2	.190	.813	.183	.081	.077	.181
창의역량1	.239	.795	.093	.100	.179	.157
창의역량4	.253	.778	.178	.213	.157	.188
창의역량3	.192	.743	.133	.232	.145	.220
창의역량5	.169	.698	.092	.251	.264	.125
창업성과4	.159	-.021	.832	.095	.133	.035
창업성과3	.079	.131	.825	.093	-.018	.063
창업성과2	.065	.181	.810	.190	.179	.064
창업성과5	.098	.154	.779	.202	-.031	.145
창업성과1	.122	.150	.747	.235	.186	.065
네트워크활동5	.121	.071	.142	.763	.174	.000
네트워크활동2	.136	.230	.222	.759	.169	.184
네트워크활동4	.163	.162	.181	.747	.320	.218
네트워크활동1	.162	.188	.198	.746	.284	.118
네트워크활동3	.168	.238	.241	.707	.100	.228
마케팅역량1	.184	.221	.094	.176	.768	.114
마케팅역량2	.183	.229	.218	.131	.746	.071
마케팅역량4	.194	.137	.090	.302	.737	.104
마케팅역량3	.146	.094	.008	.296	.626	.195
기회인식역량2	.166	.168	.105	.177	.176	.867
기회인식역량3	.139	.257	.167	.193	.068	.826
기회인식역량1	.139	.302	.061	.147	.204	.800
고유값	3.780	3.705	3.705	3.519	2.767	2.543
설명변량	14.002	13.724	13.723	13.034	10.247	9.420
누적설명변량	14.002	27.726	41.449	54.483	64.730	74.150

KMO 표본 적합도=0.919
Bartlett 구형성 검정 카이제곱=6759.437, 자유도=351, p=0.000

3.6. 동일방법편의 검증

이 연구는 데이터 수집을 위해 모든 변수를 동일한 사람으로부터 측정했기 때문에 동일방법편의로 인한 연구의 유효성이 손상될 수 있는 오류가 있을 수 있다. 이를 방지하기 위해 Harman의 one-factor 검정(Podsakoff et al., 2003)을 사용하여 동일방법편의를 검증하였다. 이 방법에 의하면 요인분석에서 첫 번째 추출된 요인의 설명력이 전체 분산의 50% 이상이면 동일방법편의의 가능성이 있다고 판단한다. 본 연구에서 회전 전 추출된 첫 번째 요인의 분산은 기준 임계치인 50% 보다 작은 40.370%로 나타났다. 따라서 본 연구에서 사용된 데이터는 발생할 수 있는 동일방법편의로 인한 문제점은 없었다.

3.7. 측정도구의 신뢰도 검증

설문조사 결과의 일관성을 확인하기 위해 측정 도구의 신뢰성을 검증하였다.

내적 일관성법은 척도의 신뢰성을 평가하는데 가장 일반적인 방법이다. 내적 일관성법에서는 신뢰도를 정량화하는 통계적 척도로 Cronbach 알파 계수를 사용한다. 계수의 범위는 0과 1 사이의 값을 가지며 값이 높으면 내적 일관성이 높음을 의미하고 계수 0은 내적 일관성이 없어 측정도구의 항목이 서로 관련성이 없거나 동일한 구성이 아님을 나타낸다. 보편적으로 Cronbach's alpha 계수가 0.6 이상이면 허용 가능한 신뢰도로 해석한다.

<표 4>와 같이 모형에 포함된 모든 변수의 Cronbach's α 계수가 0.8이상으로 나타나 신뢰도는 확보됐다고 결론 내릴 수 있다.

<표 4> 신뢰도 분석 결과

구성개념/변인	하위변인	Cronbach's α
창업역량	기회인식역량	.904
	마케팅역량	.830
	기술역량	.912
	창의역량	.912
네트워크활동		.900
창업성과		.889

IV. 분석 결과

4.1. 상관분석

상관 분석은 변수 간의 연관성을 검증하기 위한 기본적인 통계 기법이다. -1과 +1사이의 상관 계수는 두 변수 간의 선형 관계를 측정하는데 +1은 완벽한 양의 상관관계를 -1은 완벽한 음의 상관관계를 나타낸다.

일반적으로 상관계수 값에 따른 관계는 계수 값이 $\pm 0.81 \sim \pm 1.0$ 인 경우는 상관관계가 매우 크고, $\pm 0.61 \sim \pm 0.80$ 범위이면 관계가 강하고, $\pm 0.41 \sim \pm 0.60$ 범위이면 어느 정도의 상관관계가 있고, $\pm 0.21 \sim \pm 0.40$ 범위이면 상관관계가 약하고, $\pm 0.00 \sim \pm 0.20$ 범위이면 상관관계가 거의 없는 것으로 해석한다. 특히 상관계수가 $\pm 0.81 \sim \pm 1.0$ 범위이면 다중공선성이 발생 할 수 있으므로 유의해야 한다(이일현, 2014). <표 5>에 제시된 결과와 같이 $\pm 0.81 \sim \pm 1.0$ 범위에 속하는 상관계수는 나타나지 않아 다중공선성의 가능성은 없는 것으로 확인되었다.

변수들 간의 관계는 모두 유의한 정(+)의 선형관계로 나타났다. 이는 모든 변수들 간에는 연관성이 있다는 것을 의미한다.

<표 5> 변수 간 상관관계

	기회인식역량	마케팅역량	기술역량	창의역량	네트워크활동	창업성과
기회인식역량	1					
마케팅역량	.406**	1				
기술역량	.391**	.471**	1			
창의역량	.541**	.503**	.544**	1		
네트워크활동	.477**	.586**	.464**	.531**	1	
창업성과	.374**	.391**	.370**	.477**	.556**	1

** $p < 0.001$

4.2. 가설검정

청년창업가를 대상으로 창업성과에 미치는 영향을 추론하기 위해 청년창업가의 역량의 하위변수인 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량을 독립변수로 네트워크활동을 매개변수로 창업성과를 종속변수로 구성된 연구모형의 가설을 검증하였다.

청년창업가의 역량과 네트워크활동, 네트워크활동과 창업성과, 청년창업가의 역량과 창업성과 간의 관계와 관련된 가설을 검증하였고 매개변수인 네트워크활동을 경유하는 창업성과에 대한 청년창업가 역량의 하위변수들의 간접효과를 검증하였다.

독립변수 간의 독립성인 다중공선성을 분산팽창계수(VIF)를 통해 확인하였다. 10보다 작은 VIF(1.911이하)가 산출되어 다중공선성의 가능성은 없는 것으로 확인하였다.

본 연구의 인과관계 가설은 방향성이 있는 방향성 가설이므로 단측검정을 실시하여야 한다. SPSS와 같은 통계 패키지에서 회귀 분석을 수행할 때 일반적으로 양측검정에 대한 p값이 제공된다. 단측검정에 대한 p값을 조정하려면 양측검정에서 얻은 p값의 절반만 가져오면 된다. 이에 따라 본 연구는 SPSS에서 산출된 p값의 절반을 사용하여 지정된 방향에서 효과의 통계적 유의성을 검증하였다.

PROCESS macro의 모형4를 이용하여 단일매개모형에서의 총 효과, 직접효과, 간접효과의 통계적 유의성을 검증하였다. 총 효과와 직접효과의 유의성은 신뢰구간 검정으로, 간접효과는 Bootstrap 신뢰구간으로 검정을 실시하였다. Bootstrap 표본을 10000번 반복 추출하여 사용하였다(Hayes, 2018). 통계적 유의성은 각 효과에 대한 신뢰구간이 0 값을 포함하는지 여부에 따라 결정된다. 신뢰구간이 0을 포함하지 않으면 효과가 통계적으로 유의하다고 결론지을 수 있다.

4.2.1. 청년창업가의 역량이 네트워크활동에 미치는 영향

청년창업가의 역량이 네트워크활동에 미치는 영향을 추론하기 위하여 청년창업가 역량의 하위변수인 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량을 독립변수로 네트워크활동을 종속변수로 회귀식을 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

분석 결과, 청년창업가의 역량이 네트워크활동에 미치는 영향은 <표 6>에서와 같이 기회인식역량($B=.120, p=.000$), 마케팅역량($B=.386, p=.000$), 기술역량($B=.107, p=.008$) 및 창의역량($B=.152, p=.001$)이 네트워크활동에 미치는 영향은 모두 유의한 것으로 나타났다.

따라서 가설 H1-1, H1-2, H1-3 및 H1-4는 채택되었다. 이는 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 한 단위 증가할 때 네트워크활동이 각각의 회귀계수 만큼 증가하므로 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 증가할수록 네트워크활동이 증가한다는 것을 의미한다.

표준화계수의 절대값 비교로 창업역량의 하위변수가 네트워크활동에 미치는 영향력의 크기를 비교한 결과 마케팅역량($\beta=.363$)이 네트워크활동에 가장 큰 영향을 미치고 기회인식역량-창의역량($\beta=.183$), 기술역량($\beta=.122$)의 순으로 나타났다. 계수의 크기로 부터 네트워크활동에 미치는 영향은 마케팅역량이 가장 크고 기술역량이 가장 작은 것으로 나타났다. 기회인식역량과 창의역량의 상대적 영향력의 크기는 차이가 없는 것으로 확인되었다.

또한 F-test 결과는 $F=69.159, p=.000$ 으로 나타나 모형은 유의한 것으로 나타났고 R^2 값은 .454로 나타나 청년창업가의 역량이 네트워크활동의 전체 변량의 45.4%를 설명하고 있다. 이는 청년창업가의 역량을 강조하는 것이 네트워크활동에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 시사한다.

이 결과는 청년창업가의 역량과 네트워크활동 간의 상호작용을 강조하고 있고, 네트워킹 참여를 촉진하는 데 있어 마케팅역량의 중요성을 강조하고 있다. 스타트업은 기회인식, 마케팅, 기술 및 창의성 분야의 강점을 활용하여 네트워크활동을 강화하고 가치 있는 연결을 구축할 수 있다.

<표 6> 청년창업가의 역량이 네트워크활동에 미치는 영향

	네트워크활동				
	B	β	t	p	VIF
(상수)	.957		5.048	.000	
기회인식역량	.120	.183	3.725	.000	1.476
마케팅역량	.386	.363	7.365	.000	1.480
기술역량	.107	.122	2.416	.008	1.548
창의역량	.152	.183	3.319	.001	1.850
R ²	.454				
F	69.159***				

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.2.2. 네트워크활동이 창업성가에 미치는 영향

네트워크활동이 창업성가에 미치는 영향을 검증하기 위해서 창업성가에 영향을 미치는 청년창업가 역량의 영향력을 배제시켜야 한다. 즉 청년창업가의 역량이 통제된 상황에서 네트워크활동이 창업성가에 미치는 영향을 추론하여야 한다. 이를 위해 청년창업가 역량의 하위변수와 네트워크활동을 독립변수로, 창업성가를 종속변수로 설정된 회귀식으로 다중회귀분

석을 실시하였다.

<표 7>에 네트워크활동이 창업성가에 미치는 영향의 추론 결과를 제시하였다. 네트워크활동이 창업성가에 미치는 영향($B=.454, p=.000$)은 유의하게 나타났다. 따라서 가설 H2는 채택되었다. 이는 네트워크활동이 활발할수록 창업성가가 증가한다는 것을 의미한다.

또한 F-test 결과는 $F=37.225, p=.000$ 으로 나타나 모형은 유의한 것으로 나타났고 R^2 값은 .359로 나타나 청년창업가의 역량과 네트워크활동은 창업성가의 전체 변량의 35.9%를 설명하고 있다.

이 결과는 적극적인 관계 구축과 육성을 통해 네트워크활동을 강화함으로써 스타트업은 리소스에 액세스하고, 제품을 검증하고, 학습과 협업을 촉진하고, 시장 확장을 추진할 수 있다는 것을 의미한다.

<표 7> 네트워크활동이 창업성가에 미치는 영향

	창업성가				
	B	β	t	p	VIF
(상수)	.363		1.464	.072	
기회인식역량	.038	.050	.923	.178	1.538
마케팅역량	.017	.014	.241	.405	1.721
기술역량	.050	.049	.893	.186	1.575
창의역량	.202	.209	3.433	.000	1.911
네트워크활동	.454	.391	6.572	.000	1.831
R ²	.359				
F	37.225***				

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.2.3. 청년창업가의 역량이 창업성가에 미치는 영향

청년창업가의 역량이 네트워크활동에 미치는 영향을 추론하기 위하여 청년창업가의 역량의 하위변수인 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량을 독립변수로 창업성가를 종속변수로 회귀식을 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

분석 결과, 청년창업가의 역량이 창업성가에 미치는 영향은 <표 8>에서와 같이 기회인식역량($B=.093, p=.016$), 마케팅역량($B=.192, p=.003$), 기술역량($B=.098, p=.048$) 및 창의역량($B=.271, p=.000$)이 창업성가에 미치는 영향은 모두 유의한 것으로 나타났다.

따라서 가설 H1-1, H1-2, H1-3 및 H1-4는 채택되었다. 이는 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 한 단위 증가할 때 창업성가가 각각의 회귀계수 만큼 증가하므로 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 증가할수록 창업성가가 증가한다는 것을 의미한다.

표준화계수의 절대값 비교로 청년창업가의 역량의 하위변수가 창업성가에 미치는 영향력의 크기를 비교한 결과 창의역량($\beta=.280$)이 창업성가에 가장 큰 영향을 미치고 마케팅역량($\beta=.156$), 기회인식역량($\beta=.122$), 기술역량($\beta=.097$)의 순으로 나타났다. 계수의 크기로 부터 창업성가에 미치는 영향은 창의역량이 가장 크고 기술역량이 가장 작은 것으로 나타났다.

또한 F-test 결과는 $F=31.717$, $p=.000$ 으로 나타나 모형은 유의한 것으로 나타났고 R^2 값은 .275으로 나타나 청년창업가 역량이 창업성과의 전체 변량의 27.5%를 설명하고 있다. 이는 청년창업가의 역량을 강조하는 것이 창업성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 시사한다.

이 결과는 혁신적으로 생각하고, 참신한 아이디어를 창출하고, 창의적인 솔루션을 구현하는 능력이 스타트업 성공을 이끄는 데 가장 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다.

<표 8> 창업역량이 창업성과에 미치는 영향

	창업성과				
	B	β	t	p	VIF
(상수)	.797		3.144	.002	
기회인식역량	.093	.122	2.151	0.016	1.476
마케팅역량	.192	.156	2.743	0.003	1.480
기술역량	.098	.097	1.669	0.048	1.548
창의역량	.271	.280	4.414	0.000	1.850
R^2	.275				
F	31.717***				

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.2.4. 매개효과 분석

단일 매개변수가 포함된 단일매개모형인 Process macro의 Model 4를 이용하여 종속변수인 창업성과에 대한 총 효과, 직접효과 및 간접효과를 검증하였다.

간접 효과는 독립변수가 매개변수를 매개하여 종속 변수에 미치는 영향력의 크기를 측정한다. 즉 간접효과는 독립변수의 크기가 한 단위 증가할 경우 매개변수의 효과를 포함한 종속 변수에 미치는 영향력의 변화를 계량화한 것이다. 간접효과가 유의적이면 독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 간접적으로 영향을 미친다는 것을 의미한다(Hayes, 2018). 독립변수와 종속변수 사이에 의미 있는 연결이 있고 이 연결이 매개변수를 통해 일어난다는 것을 의미하며 매개변수는 독립변수의 변화가 종속변수에 어떻게 영향을 미치는지 상당 부분 설명하는 중간요인이다. 독립변수별로 종속변수인 창업성과 대한 간접효과를 추론할 수 있다.

매개효과는 특정 유형의 간접 효과이며, 이러한 용어는 종종 같은 의미로 사용된다. 따라서 독립변수가 종속변수에 간접적인 영향을 미치고, 이 영향이 매개변수를 통해 발생한다면 유의미한 매개효과가 있다고 결론을 내릴 수 있다. 즉, 매개변인은 독립변인의 변화가 종속변인의 변화로 이어지는 과정을 설명하는데 중요한 역할을 하고 있는 것이다.

독립변수별 간접효과와 상대적 크기를 표준화 계수를 이용하여 비교할 수 있다. 이 접근 방식을 사용하면 매개변수를 통해 종속 변수에 간접적인 영향을 미치는 다양한 독립 변수의 상대적 중요성을 평가할 수 있다.

4.2.4.1. 기회인식역량

<표 9>에 제시된 바와 같이 청년창업가의 역량 중 기회인식 역량이 창업성과에 미치는 총 효과는 .093으로 나타났으며 신뢰구간(.187 .377)이 0을 포함하지 않으므로 유의적으로 나타났다. 반면에 직접효과는 0.38로 나타났으나 신뢰구간(-.030 .107)이 0을 포함하고 있으므로 직접효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

기회인식역량이 네트워크활동을 경유하여 창업성과에 영향을 미치는 간접효과는 .055로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간(.026, .085)에 0이 포함되지 않으므로 간접효과는 유의한 것으로 검증되었다. 따라서 가설 H4-1은 채택되었다.

이는 한 단위 더 큰 기회인식역량이 네트워크활동을 양(+)의 방향으로 증가시키고 한 단위 더 큰 네트워크활동이 창업성과를 양(+)의 방향으로 증가시켜 기회인식역량이 한 단위 작은 경우보다 .055 만큼 창업성과가 크다는 것을 의미한다.

<표 9> 기회인식역량으로 인한 효과

	효과	95% LLCI	95% ULCI
총 효과	.093	.022	.164
직접효과	.038	-.030	.107
간접효과	효과	95% BootLLCI	95% BootULCI
기회인식역량-네트워크활동-창업성과	.055	.026	.085

Note; Boot=Bootstrapping; CI=Confidence interval; LL=Lower limit; UL=Upper limit

4.2.4.2. 마케팅역량

<표 10>에 제시된 바와 같이 청년창업가의 역량 중 마케팅 역량이 창업성과에 미치는 총 효과는 .192로 나타났으며 신뢰구간(.077 .308)이 0을 포함하지 않으므로 유의적으로 나타났다. 반면에 직접효과는 0.17로 나타났으나 신뢰구간(-.100 .135)이 0을 포함하고 있으므로 직접효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

마케팅역량이 네트워크활동을 경유하여 창업성과에 영향을 미치는 간접효과는 .175로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간(.115, .245)에 0이 포함되지 않으므로 간접효과는 유의한 것으로 검증되었다. 따라서 가설 H4-2는 채택되었다.

이는 한 단위 더 큰 마케팅역량이 네트워크활동을 양(+)의 방향으로 증가시키고 한 단위 더 큰 네트워크활동이 창업성과를 양(+)의 방향으로 증가시켜 마케팅역량이 한 단위 작은 경우보다 .175 만큼 창업성과가 크다는 것을 의미한다.

<표 10> 마케팅역량으로 인한 효과

	효과	95% LLCI	95% ULCI
총 효과	.192	.077	.308
직접효과	.017	-.100	.135
간접효과	효과	95% BootLLCI	95% BootULCI
마케팅역량-네트워크활동-창업성과	.175	.115	.245

Note; Boot=Bootstrapping; CI=Confidence interval; LL=Lower limit; UL=Upper limit

4.2.4.3. 기술역량

<표 11>에 제시된 바와 같이 청년창업가의 역량 중 기술역량이 창업성공에 미치는 총 효과는 .098으로 나타났으며 신뢰구간(.001 .196)이 0을 포함하지 않으므로 유의적으로 나타났다. 반면에 직접효과는 .050으로 나타났으나 신뢰구간(-.042 .143)이 0을 포함하고 있으므로 직접효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

기술역량이 네트워크활동을 경유하여 창업성공에 영향을 미치는 간접효과는 .048로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간(.008, .098)에 0이 포함되지 않으므로 간접효과는 유의한 것으로 검증되었다. 따라서 가설 H4-3은 채택되었다.

이는 한 단위 더 큰 기술역량이 네트워크활동을 양(+의) 방향으로 증가시키고 한 단위 더 큰 네트워크활동이 창업성공을 양(+의) 방향으로 증가시켜 기술역량이 한 단위 작은 경우보다 .048 만큼 창업성고가 크다는 것을 의미한다.

<표 11> 기술역량으로 인한 효과

	효과	95% LLCI	95% ULCI
총 효과	.098	.001	.196
직접효과	.050	-.042	.143
간접효과	효과	95% BootLLCI	95% BootULCI
기술역량 → 네트워크활동 → 창업성공	.048	.008	.094

Note; Boot=Bootstrapping; CI=Confidence interval; LL=Lower limit; UL=Upper limit

4.2.4.4. 창의역량

<표 12>에 제시된 바와 같이 청년창업가의 역량 중 창의역량이 창업성공에 미치는 총 효과와 직접효과는 각각 .271과 .202로 나타났으며 신뢰구간(.170 .372)과 (.105 .299)이 0을 포함하지 않으므로 총 효과와 직접효과는 유의적으로 나타났다.

창의역량이 네트워크활동을 경유하여 창업성공에 영향을 미치는 간접효과는 .069로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 (.023, .117)에 0이 포함되지 않으므로 간접효과는 유의한 것으로 검증되었다. 따라서 가설 H4-4는 채택되었다.

이는 한 단위 더 큰 창의역량이 네트워크활동을 양(+의) 방향으로 증가시키고 한 단위 더 큰 네트워크활동이 창업성공을 양(+의) 방향으로 증가시켜 창의역량이 한 단위 작은 경우보다 .069 만큼 창업성고가 크다는 것을 의미한다.

<표 12> 창의역량으로 인한 효과

	효과	95% LLCI	95% ULCI
총 효과	.271	.178	.372
직접효과	.202	.105	.299
간접효과	효과	95% BootLLCI	95% BootULCI
창의역량 → 네트워크활동 → 창업성공	.069	.023	.117

Note; Boot=Bootstrapping; CI=Confidence interval; LL=Lower limit; UL=Upper limit

표준화계수를 이용한 간접효과로 유의적으로 확인된 간접효과들의 상대적 크기를 비교하였다. <표 13>에서와 같이 마케팅역량의 간접효과가 가장 크게 나타났고 그 다음은 기회인식역량, 창의역량, 기술역량의 순으로 나타났다. 이는 네트워크활동을 매개할 때 마케팅역량이 가장 크게 창업성공에 영향을 미치고 기술역량이 가장 작게 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 기회인식역량과 창의역량이 미치는 간접효과의 차이는 미미한 것으로 나타났다.

이 결과는 효과적인 마케팅 전략과 활동이 네트워킹 기회를 활용하여 스타트업의 성공에 크게 기여한다는 것을 의미한다. 기술역량의 영향력이 상대적으로 적다는 점은 기술역량이 스타트업 운영의 특정 측면에 필수적일 수 있지만 마케팅에 비해 전반적인 스타트업 성과에 실질적인 간접적인 영향을 미치지 않을 수 있음을 의미한다.

<표 13> 표준화된 간접효과

	효과	95% BootLLCI	95% BootULCI
기회인식역량 → 네트워크활동 → 창업성공	.072	.034	.112
마케팅역량 → 네트워크활동 → 창업성공	.142	.093	.196
기술역량 → 네트워크활동 → 창업성공	.048	.008	.094
창의역량 → 네트워크활동 → 창업성공	.071	.024	.120

종합적으로 네트워크활동은 청년창업가의 역량 중 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량, 창의역량과 창업성공 간을 모두 매개하는 것으로 확인되었다.

V. 결론 및 논의

본 연구에서는 청년창업가를 대상으로 청년창업가의 역량이 네트워크활동을 매개하여 창업성공에 미치는 영향을 살펴보았다. 분석 결과, 첫째, 청년창업가의 역량 중 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 네트워크활동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 증가할수록 네트워크활동이 증가되는 정(+의) 영향력을 확인하였다. 이 중 마케팅역량이 네트워크활동에 가장 크게 영향을 미치고 기술역량이 가장 작게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구결과는 마케팅역량이 네트워크 역량에 영향을 미치며 네트워크 활동에 따라 기업의 경영성과와 경쟁력에 영향을 준다는 권혁중(2019) 연구와 기술역량과 네트워크의 상호작용이 중요하다는 이상화(2016)의 연구 결과를 지지하고 있다. 이처럼 정부나 유관기관, 기업들과의 네트워크활동이 거래처 발굴과 매출향상, 고객관리 등의 마케팅역량에 가장 큰 영향을 미치고, 기술획득이나 혁신 등의 기술역량 보다는 창업의 기회인식역량과 참신한 아이디어를 위한 창의역량순으로 영향을 미치는 것으로 추론할 수 있다.

둘째, 네트워크활동이 창업성공에 정(+의) 유의한 영향을 미

치는 것으로 나타났다. 이는 네트워크활동이 강조되면 창업성과가 커진다는 것을 의미한다. 이와 같은 연구결과는 네트워크 활동이 창업기업의 재무적 성과와 비재무적 성과에 영향을 미친다는 이창구(2019)의 연구결과를 지지하고 있다. 이는 청년창업가에게 외부자원을 활용하여 협업을 통해 경영성과를 높일 수 있는 매우 중요한 요인이라 할 수 있다.

셋째, 청년창업가의 역량 중 기회인식역량, 마케팅역량, 기술역량 및 창의역량이 창업성과에 미치는 영향은 유의한 것으로 나타나, 창업역량이 증가하면 창업성과가 정(+)의 방향으로 증가하는 것으로 확인되었다. 창의역량이 창업성과에 가장 크게 영향을 미치고 그 다음은 마케팅역량, 기회인식역량, 기술역량의 순으로 나타났다. 김경식(2005)의 연구에서처럼 창의역량은 독창적이고 참신한 생각과 능력은 창업 성과를 높인다는 연구와 같이 청년창업에 있어서는 창업실패율이 현저히 높은 시장현실에서 남과 다른 독특함, 새로움과 기발함, 생활속에서 유용하고 적절한 것을 찾아내는 창의역량으로부터 청년창업이 시작이 되기 때문에 추론할 수 있다. 또한 마케팅역량은 창업아이템에 대한 결정적인 재무적성과를 가져오는 역량이라는 것을 알 수 있다. 즉 창업성과에 있어 각각의 역량들이 중요하지만 비즈니스성공 모델의 첫 번째는 창의역량을 기반으로 창의력으로 만든 아이템 선정과 마케팅역량으로 브랜드 가치와 벨류를 평가 받는다는 것으로 추론할 수 있다.

넷째, 네트워크활동은 청년창업가의 역량과 창업성과 간을 매개하는 것으로 나타났다. 이는 한 단위 더 큰 창업역량이 네트워크활동을 증가시키고 한 단위 더 큰 네트워크활동이 양의 창업성과를 창업역량이 한 단위 작은 경우보다 창업성과가 크다는 것을 의미한다. 독립변수들의 간접효과의 상대적 영향력 크기를 비교하기 위해 표준화계수를 이용한 매개분석 결과 네트워크활동 매개할 때 마케팅역량이 가장 크게 창업성과에 영향을 미치고 기술역량이 가장 작게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 Sarasvathy(2023)의 연구와 김중환(2017)의 연구에서처럼 정부나 유관기관, 기업들과의 네트워크활동이 거래처 발굴과 매출향상, 고객관리 등의 마케팅역량에 가장 큰 영향을 미친다고 할 수 있으며, 기술 획득이나 혁신 등의 기술역량은 네트워크 활동에서보다 기술이전과 같은 기업이나 관공서에서의 관계 역량이 더 높다는 것으로 추론할 수 있다.

본 연구 결과는 창업성과를 향상시키는데 의미있는 다양한 학문적 시사점과 실무적 시사점을 제시해주고 있다. 학문적 의미로는 첫째, 이 연구는 청년 창업가에게 중요한 역량에 대한 학문적 이해에 기여하고 있다. 기회인식, 마케팅, 기술 및 창의적 역량을 고려하여 창업성과에 영향을 미치는 다각적인 역량에 대한 통찰력을 제공하고 있다. 둘째, 청년창업가 역량, 네트워크활동 및 창업성과 사이의 관계를 실증적으로 조사함으로써 이 연구는 자원 기반 관점 및 사회적 자본 이론과 같은 기업이 정신과 관련된 이론적 프레임워크를 검증하고 있다. 셋째, 이 연구는 창업성공의 핵심 동인을 식별하고, 네트

워크 활동에 영향을 미치고 궁극적으로 창업성과에 영향을 미치는 데 있어 마케팅 및 창의적 역량과 같은 특정 역량의 중요성을 강조하고 있다. 이러한 결과는 창업성공을 주도하고 해당 분야의 향후 연구 및 실무에 도움이 되는 요소에 대한 귀중한 통찰력을 제공한다. 넷째, 청년창업가의 역량과 창업성과 사이의 네트워크활동의 매개 역할을 조사함으로써, 본 연구는 청년창업가의 역량이 성과 결과로 전환되는 메커니즘을 이해하는 데 기여하고 있다. 이는 창업가 역량의 활용을 촉진하고 유리한 창업 결과를 달성하는 데 있어서 창업 과정에서 네트워킹의 중요성에 대한 인식을 시사하고 있다.

실무적 시사점으로는 첫째, 연구 결과는 네트워크 활동에 대한 마케팅역량의 중요한 영향은 창업가와 창업 지원 프로그램이 효과적인 마케팅 기술 개발을 우선시해야 함을 시사한다. 이러한 강조에는 전문 네트워크를 구축하고 활용하는 기업가의 능력을 향상시키는 교육 프로그램, 워크숍 또는 자원이 포함될 수 있다. 둘째, 마케팅역량이 네트워크활동에 가장 큰 영향을 미치고 기술역량이 가장 적다는 등 영향력의 다양한 정도를 인식하는 실질적인 의미에는 이러한 차이를 반영하기 위한 맞춤형 창업교육 프로그램이 포함된다. 특정 역량의 상대적 영향을 기반으로 자원과 지원을 할당하는 것은 전반적인 효과를 극대화하기 위한 전략적 접근 방식이 될 수 있음을 시사하고 있다. 셋째, 이 연구는 창의역량이 네트워크활동과 창업성과 모두에 미치는 중요한 영향을 강조하고 있다. 지원 프로그램에는 창의성과 혁신을 자극하는 활동이 통합되어 네트워크와 전반적인 창업성공에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 잠재력을 인식할 수 있음을 시사한다. 넷째, 본 연구는 정책 입안자들은 연구 결과를 활용하여 청년창업을 지원하는 정책 개발에 도움을 줄 수 있다. 특정 역량 개발을 장려하고 네트워킹 기회를 육성하기 위한 맞춤형 정책은 청년 창업가가 이끄는 창업에 보다 유리한 환경을 조성할 수 있다.

본 연구는 창업 연구에 대한 학문을 발전시키고, 이론적 구성을 검증하고, 창업성공의 주요 동인을 식별하고, 매개 메커니즘을 탐구하고, 창업 교육을 안내하고, 창업 및 혁신을 지원하기 위한 정책 개입을 홍보하는데 기여할 수 있다.

연구의 한계점으로는 첫째, 연구 결과는 특정 맥락이나 표본 특성으로 인해 일반화 가능성이 제한될 수 있다. 연구가 특정 산업, 지역 또는 인구통계학적 그룹에 초점을 맞춘 경우 결과를 더 넓은 인구 집단에 적용할 때 주의가 필요하다. 둘째, 이 연구는 특정 역량 세트(기회인식, 마케팅, 기술, 창의)와 이것이 네트워크활동 및 창업성과에 미치는 영향에 중점을 두었기 때문에 잠재적으로 영향력이 있는 다른 역량이나 외부 요인이 고려되지 않아 모델의 포괄성이 제한될 수 있다. 셋째, 경제 상황이나 정책 변화와 같은 외부 변수는 연구에서 고려되지 않아 외부 요인에 대한 통제가 부족하여 외부 요인이 조사 중인 관계에 어떻게 영향을 미칠 수 있는지를 제어하거나 탐색하는 것이 필요할 수 있다. 넷째, 네트워크 활동이 유의미한 매개변인으로 확인되었으나, 청년창업가의 역량과 창업성과의 관계에 영향을 미치는 다른 요인도 존재할 수

있다. 가능한 다른 잠재적 매개변수는 포함되지 않았기 때문에 기본 구성에 대한 전체적인 이해에 한계가 있을 수 있다.

향후 연구 과제로는 첫째, 현재 연구에서 검토되지 않은 추가 역량이나 차원을 탐색해 볼 가치가 있다. 디지털 활용 능력이나 적응성과 같은 현대 기업가 정신과 관련된 새로운 역량과 리더십 기술, 위험 감수 성향, 탄력성이 네트워크활동 및 창업성과에 미치는 영향에 대한 탐구할 의미가 있을 수 있다. 둘째, 청년창업가의 역량, 네트워크활동 및 창업성과 간의 관계에 영향을 미칠 수 있는 조절 요인에 대한 연구도 권장된다. 산업 조건이나 문화적 영향과 같은 잠재적인 조절 요인을 조사하면 보다 심도있는 분석이 가능할 것이다. 셋째, 본 연구에서는 네트워크활동만을 매개변수로 고려하였다. 다양한 네트워크 활동을 고려하여 다차원적 네트워크 분석을 수행하는 연구가 필요하다. 이를 통해 다양한 네트워크 요소(관계의 강도, 다양성, 중요성)와 네트워크 유형(협력네트워크, 정보네트워크, 자본네트워크)이 창업성과에 미치는 영향을 탐구하는 연구가 필요하다. 또한 네트워크활동 이외의 리더십 및 조직문화, 기술적요인과 시장 및 경쟁요인과 같은 매개변수를 도입한 연구도 가치가 있을 것으로 판단된다. 넷째, 본 연구는 주로 창업성과에 중점을 두었지만 창업실패에 기여하는 요인에 대한 실패분석을 통해 창업실패 요인을 조사하고, 실패한 벤처에서는 창업가의 역량과 네트워크활동이 어떻게 다른지 연구할 필요가 있다. 실패에 대응하여 회복력과 적응의 역할과 그것이 미래의 창업가적 노력에 미치는 영향을 탐구할 가치가 있을 수 있다.

이러한 한계를 해결하고 미래 연구 방향을 추구함으로써 연구자들은 청년창업가의 역량, 네트워크 활동 및 창업성과 사이의 복잡한 관계에 대한 이해를 발전시켜 학계와 업계의 실무자 모두에게 귀중한 통찰력을 제공할 수 있을 것으로 기대해 본다.

REFERENCE

강병승(2020). *시니어의 창업역량과 창업지원이 창업 효능감, 기회 인식 그리고 창업의도에 미치는 영향*. 박사학위논문, 세종대학교.
 고봉상·용세중·이상천(2003). 벤처기업의 성과 결정요인에 관한 실증연구. *기업가정신과 벤처연구*, 6(2), 3-33.
 고영훈(2017). *전략적 사고 역량과 기술적 역량이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구*. 석사학위논문, 성균관대학교.
 구자원·이윤철(2009). 기업성장단계별 경영성과 결정요인에 관한 연구 : 주체, 환경, 자원, 메커니즘 요인을 중심으로. *경영학연구*, 38(4), 991-1025.
 고종남(2009). 사내기업가정신이 기업의 급진적 혁신에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구. *상업교육연구*, 23(3), 489-519.
 권혁중(2019). 소상공기업의 마케팅 역량과 소상공인의 기업가특성이 마케팅 성과에 미치는 영향: 네트워크 역량을 중심으로. *전문경영인연구*, 22(3), 67-88.
 김경식(2005). 보상품 형태와 제품 시기의 상호 작용성이 보상품 선호도에 미치는 효과에 관한 연구. *마케팅연구*, 20(3), 85-102.
 김동현(2011). *중소기업의 마케팅환경과 역량이 마케팅성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 마케팅 성과모형을 이용한 수도권 중소기업을 중심으로. 박사학위논문, 경희대학교.
 김상미(2019). *청년창업가특성이 전문가 멘토링과 경영성과간의 관계에 미치는 매개효과 분석*. 석사학위논문, 호서대학교.
 김상진·한진수(2007). 기업의 사회자본과 성과의 관계 : 호텔기업을 중심으로. *관광연구저널*, 21(4), 67-83.
 김종환(2017). *소기업 경영자의 특성 및 역량이 경영성과에 미치는 영향*. 박사학위논문, 호서대학교.
 김진영(2008). *기업의 네트워크 수요결정 요인과 네트워크 효과에 대한 실증분석*. 박사학위논문, 한양대학교.
 김춘근(2015). *창업지원시스템과 창업가역량이 초기 기술창업기업 성과에 미치는 영향 연구*. 박사학위논문, 한국산업기술대학교.
 김태형(2017). 리조트 기업의 사회적 책임활동이 종사원의 조직몰입 및 조직시민행동에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 26(5), 497-510.
 문재희(2021). *창업가 특성이 기술창업과 일반창업 및 지속성장에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 가천대학교.
 민경명(2014). *기업가 특성과 네트워크 활동이 1인창조기업 경영성과에 미치는 영향*. 박사학위논문, 충북대학교.
 박경애(2017). 떡 전문점에서의 체험요소가 브랜드 태도 및 재방문 의도에 미치는 영향. *한국조리학회지*, 23(2), 35-44.
 박근호(2007). 한국 기술기반 중소기업의 국제화 속도 결정요인에 관한 연구. *국제지역연구*, 11(3), 321-349.
 방혜민(2016). *창업자특성이 기술창업 성과에 미치는 영향*. 박사학위논문, 호서대학교.
 서성열(2018). *청년창업가 역량이 창업의지와 창업행동에 미치는 영향*. 박사학위논문, 조선대학교.
 송영민·김경환(2019). 창업 실패요인 분석을 통한 창업기업 문제 해결 연구. *한국창업학회지*, 14(3), 94-120.
 스타트업계능(2021). *글로벌창업생태계보고서(GSER) 2021*. 샌프란시스코: 스타트업계능.
 유래현(2016). B2B중소기업 경영성과의 결정요인에 관한 연구-경영자 특성과 경쟁전략을 중심으로. *동중양아시아연구*, 27(2), 55-71.
 윤상만(2019). *소공인의 CEO, 기업특성 및 정부지원정책이 의사결정 및 경영성과에 미치는 영향 : 네트워크 활동 및 흡수역량 중심으로*. 박사학위논문, 대전대학교.
 윤재만(2023). 기술창업기업의 기술지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 입지, 흡수능력 조절효과. *차세대컨버전스정보서비스기술논문지*, 12(2), 245-258.
 윤종록·김형철(2009). 창업가의 역량특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구: 차별화전략의 매개효과 검증. *생상성논집*, 23(4), 401-427.
 이경화·유경훈(2014). 창의.인성교육이 초중등 학생들의 창의성과 자아개념 향상에 미치는 효과. *창의력교육연구*, 14(1), 1-16.
 이병헌·김영근·박상문(2008). 중소기업의 사업영역과 기술역량이 경영성과에 미치는 영향. *기술혁신연구*, 16(1), 23-46.
 이상화(2016). *창업가정신, 창업역량 및 창업가특성이 창업만족도에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대학교.
 이일현(2014). *EasyFlow 회귀분석*. 서울: 한나래.
 이재희·조상미·권소일(2018). 키워드 네트워크 분석을 활용한 사회적기업 연구동향 분석 : 2000년~2017년 국내 학술지 논문을 중심으로. *사회적가치와 기업연구*, 11(2), 183-236.
 이주연(2018). *정부의 창업지원사업이 창업성과에 미치는 영향 연구*. 서울지역 문화콘텐츠창업기업을 중심으로. 석사학위논문, 서울시립대학교.
 이창구(2019). *청년창업가 특성과 기회발견, 기회활용이 기업성과에 미치는 영향연구*. 박사학위논문, 대전대학교.
 이훈영(2012). *연구조사방법론*. 서울: 청람.

- 임아름(2015). *청년창업가의 역량이 창업행동과 창업성가에 미치는 영향*. 박사학위논문, 조선대학교.
- 장현철·김중성(2021). 창업기회인식이 창업의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구: 긍정심리자본의 매개효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 16(6), 43-55.
- 전대열·윤현덕(2011). 기술혁신제도가 벤처기업의 기업가정신과 기술혁신성가에 미치는 영향에 관한 연구. *한국창업학회지*, 6(3), 71-98.
- 정대용·노경훈(2009a). 기업가의 자아효능감과 네트워크 유형이 신생·성장기업 성과에 미치는 영향. *대한경영학회지*, 23(1), 385-403.
- 정대용·노경훈(2009b). 신생벤처 창업가의 행동특성과 네트워크 활동이 기업성과에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구. *한국산학기술학회논문지*, 10(11), 3354-3362.
- 정대용·박성희(2016). 소상공인의 성격특성이 사회적 자본 확보에 미치는 영향: 사회적 지지의 조절효과와 사업 자기효능감의 매개효과를 중심으로. *한국경영교육학회지*, 31(1), 295-318.
- 정대용·양준환·김춘광(2013). 자기효능감이 창업참여도를 매개로 창업의도에 미치는 영향: 중국대학생들을 중심으로. *경영교육연구*, 8, 543-572.
- 정부관계부처합동(2018). *제2차 대학 창업교육 5개년 계획 (안)(2018-2022)*. 정부관계부처합동, Retrieved from www.moe.go.kr/boardCnts/view.do?boardID=294&boardSeq=74314.
- 중소벤처기업부(2022). *2022년 중소기업지원사업 시책 자료*. Retrieved (2022.05.01.) from www.mss.go.kr/.
- 지성권·김숙정(2007). 벤처기업의 비재무적 성과측정치 결정요인에 관한 실증연구. *기업가정신과 벤처연구*, 10(2), 25-48.
- 채갑석(2014). *소상공인의 기업가정신과 사회적자본이 마케팅성과에 미치는 영향*. 박사학위논문, 청주대학교.
- 최병준(2014). *한국중소기업의 네트워크 조직역량 및 기업성과*. 박사학위논문, 영남대학교.
- Arenius, P., & DeClercq, D.(2005). A Network-based Approach on Opportunity Recognition. *Small Business Economics*, 24(3), 249-265.
- Bang, H. M.(2016). *Effect of Founder Characteristics on Technology Start-up Performance*. Doctoral Dissertation, Hoseo University.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G.(2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of management journal*, 44(2), 292-303.
- Behn & Riley(2007). Succession in Nonprofit Organizations : An Insider/Outsider Perspective. *Advanced Management Journal*, 72(4), 26-31.
- Boso, N., Story, V., & Cadogan, J.(2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, networks ties and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28, 708-727.
- Chae, G. S.(2014). *The Impact of Small Business Entrepreneurship and Social Capital on Marketing Performance*. Doctoral Dissertation, Cheongju University.
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H.(1994). Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. *Journal of business venturing*, 9(4), 331-349.
- Chandler, G. N., & Jansen, E.(1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223-236.
- Choi, B. J.(2014). *Network, organizational capabilities, and corporate performance of small and medium enterprises in Korea*. Doctoral Dissertation, Yeungnam University.
- Day(1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- Gomez-Haro, S., Aragon-Correa, J. A., & Cordon-Pozo, E.(2011). Differentiating the effects of the institutional environment on corporate entrepreneurship. *Management Decision*, 49(10), 1677-1693.
- Hayes, A. F.(2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: Guilford.
- Iacobucci, D., Posavac, S. S., Kardes, F. R., Schneide, M. J., & Popovich, D. L.(2015). The median split: Robust, refined, and revived. *Journal of Consumer Psychology*, 25(4), 690-704.
- James(1990). Identical splicing of aberrant epidermal growth factor receptor transcripts from amplified rearranged genes in human glioblastomas. *PNAS*, 87(21), 8602-8606.
- Jang, H. C., & Kim, J. S.(2021). The Impact of Perception of Entrepreneurial Opportunity on the Entrepreneurial Intention: Focusing on Positive Psychological Capital. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(6), 43-55.
- Jian, Z., & Wang, C.(2013). The impacts of network competence, knowledge sharing on service innovation performance: Moderating role of relationship quality. *In LISS 2012*, 569-576.
- Ji, S. K., & Kim, S. J.(2007). An Empirical Study on the Determinants of Non-financial Performance Measures of Venture Companies. *A Study on Entrepreneurship and Venture*, 10(2), 25-48.
- Joint Government-Related Ministry(2018). *The 2nd Five-Year Plan for University Entrepreneurship Education (2018-2022)*. Joint Government-Related Ministry, Retrieved from www.moe.go.kr/boardCnts/view.do?boardID=294&boardSeq=74314.
- Jun, D. Y., & Yoon, H. D.(2011). A Study on the Effect of Technological Innovation System on Entrepreneurship and Technological Innovation Performance of Venture Companies. *Journal of the Korean Society of Entrepreneurship*, 6(3), 71-98.
- Jung, D. Y., & No, K. H.(2009a). The Effects of Entrepreneurs' Self-efficacy and Network Types on the Performance of New and Growing Companies. *Journal of the Korean Society of Management*, 23(1), 385-403.
- Jung, D. Y., & No, K. H.(2009b). An Exploratory Study on the Behavioral Characteristics of New Venture Entrepreneurs and the Effect of Network Activities on Corporate Performance. *Journal of the Korean Society of Industrial Science and Technology*, 10(11), 3354-3362.
- Jung, D. Y., & Park, S. H.(2016). The Effect of Characteristics of Small Business Owners on Securing Social Capital: Focusing on the Modulating Effect of Social Support and the Mediating Effect of Business Self-efficacy. *Korea Management Education Association*, 31(1), 295-318.
- Jung, D. Y., Yang, J. W., & Kim, C. K.(2013). The Effect of Self-efficacy on Entrepreneurship Intention through Entrepreneurship Participation: Focusing on Chinese

- University Students. *A Study on Management Education*, 8, 543-572.
- Kang, B. S.(2020). *Impacts of Seniors' Entrepreneur Competency and Startup Support on Entrepreneurship Efficacy, Opportunity Awareness, and Startup Intention*. Doctoral Dissertation, Sejong University.
- Kim, C. G.(2015). *A Study on the Effect of Entrepreneurship Support System and Entrepreneur Competency on the Performance of Early Technology Start-up Companies*. Doctoral Dissertation, Korea National University of Industrial Technology.
- Kim, D. H.(2011). *A study on the impact of SMEs' marketing environment and capabilities on marketing performance, focusing on SMEs in the metropolitan area using marketing performance models*. Doctoral Dissertation, Graduate School of Kyung Hee University.
- Kim, J. W.(2017). *The Impact of the Characteristics and Capabilities of Small Business Managers on Management Performance*. Doctoral Dissertation, Hoseo University.
- Kim, J. Y.(2018). *An empirical analysis of the determinants of corporate network demand and network effectiveness*. Doctoral Dissertation, Hanyang University.
- Kim, K. S.(2005). A Study on the Effect of the Interaction between Compensation Form and Provision Time on Compensation Preference. *Marketing research*, 20(3), 85-102.
- Kim, S. J., & Han, J. S.(2007). Relationship between Social Capital and Performance in Business : Focusing on Hotel Companies. *Journal of Tourism Research*, 21(4), 67-83.
- Kim, S. M.(2019). *A Study on the Mediating Effect of the Characteristics of Year Entrepreneurs on the Relationship between Expert Mentoring and Management Performance*, Master's thesis, Hoseo University.
- Kim, T. H.(2017). The Effects of Resorts Company's Social Responsibility Activities on Employees' Organizational Immersion and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of the Korea Sports Science Association*, 26(5), 497-510.
- Kirzner(1973). The alert and creative entrepreneur : a clarification. *Small Business Economics*, 32, 145-152.
- Ko, B. S., Yong, S. J., & Lee, S. C.(2003). An Empirical Study on the Determinants of the Performance of Venture Companies. *A Study on Entrepreneurship and Venture*, 6(2), 3-33.
- Ko, J. N.(2009). An Exploratory Study on the Impact of In-house Entrepreneurship on Radical Innovation of Companies. *A study on commercial education*, 23(3), 489-519.
- Ko, Y. H.(2017). *A Study on the Effect of Strategic Thinking Competency and Technical Competency on Entrepreneurship Intention*. A master's thesis, Graduate School of Global Entrepreneurship, Sungkyunkwan University.
- Koo, J. W., & Lee, Y. C.(2009). A Study on the Determinants of Management Performance by Corporate Growth Stage: Focusing on Subjects, Environmental, Resources, and Mechanical Factors. *A study of business administration*, 38(4), 991-1025.
- Kwon, H. J.(2019). The Effects of Marketing Competency of Small Business Corporations and Entrepreneurial Characteristics of Small Business Corporations on Marketing Performance: Focusing on Network Competency. *Professional Management Research*, 22(3), 67-88.
- Lassen, A. H., Gertsen, F., & Riis, J. O.(2006). The Nexus of Corporate Entrepreneurship and Radical Innovation. *Creativity and Innovation Management*, 15(4), 359-372.
- Lee, B. H., Kim, Y. G., & Park, S. M.(2008). The Impact of SMEs' Business Areas and Technology Capabilities on Management Performance. *Research on Technological Innovation*, 16(1), 23-46.
- Lee, C. G.(2019). *A Study on the Characteristics of Young Entrepreneurs, Discovery of Opportunities, and the Impact of Opportunity Utilization on Corporate Performance*. Doctoral Dissertation, Daejeon University.
- Lee, C., Lee, K., & Pennings, J. M.(2001). Internal capabilities, external networks and performance: a study on technology-based ventures. *Strategic management Journal*, 22(6-7), 615-640.
- Lee, G. W., & Yoo, K. H.(2014). Effects of Creativity and Character Education on the Improvement of Creativity and Self-concept of Elementary and Secondary Students. *A Study on the Education of Creativity*, 14(1), 1-16.
- Lee, H. Y.(2012). *Research Methodology*, Seoul: Cheongram.
- Lee, I. H.(2014). *EasyFlow Regression*, Seoul: Hannarae.
- Lee, J. H., Jo, S. M., & Kwon, S. I.(2018). A Study on the Trend of Social Enterprises Using Keyword Network Analysis: Focusing on the papers of domestic journals from 2000 to 2017. *Social Values and Corporate Research*, 11(2), 183-236.
- Lee, J. Y.(2018). *A Study on the Effect of the Government's Start-up Support Project on Start-up Performance. Focusing on cultural contents start-up companies in Seoul*. Master's thesis, University of Seoul.
- Lee, S. H.(2016). *A Study on the Effect of Entrepreneurship, Entrepreneurship Competency, and Entrepreneurial Characteristics on Entrepreneurship Satisfaction*. Doctoral Dissertation, Hoseo University.
- Lim, A. R.(2015). *The Influence of Young Entrepreneurs' Competency on Entrepreneurship Behavior and Entrepreneurship Performance*. Doctoral Dissertation, Chosun University.
- Miller & Shamise(1996). The Resource-Based View of the Firm in Two Environments : The Hollywood Film Studios from 1936 to 1965. *Academy of Management Journal*, 39(3).
- Min, K. M.(2014). *The Influence of Entrepreneurial Characteristics and Network Activities on Management Performance of One-Person Creative Companies*. Doctoral Dissertation, Chungbuk National University.
- Ministry of SMEs and Startups(2022). 2022 SME Support Project Policy Data. Retrieved(2022.05.01.) from www.mss.go.kr/.
- Mun, J. H.(2021). *A Study on the Effect of Entrepreneurial*

- Characteristics on Technology Start-up, General Start-up, and Sustainable Growth.* Doctoral Dissertation, Gachon University.
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S.(2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352-369.
- Park, G. H.(2007). A Study on the Determinants of the Speed of Internationalization of Korea's Technology-Based Small and Medium Venture Companies. *An international regional study*, 11(3), 321-349.
- Park, G. A.(2017). The Effect of Experience Factors in Rice Cake Stores on Brand Attitudes and Revisit Intentions. *The Korean Cooking Association*, 23(2), 35-44.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P.(2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879-903.
- Sarasvathy.(2023). Recipient of the 2022 Global Award for Entrepreneurship Research, *Small Business Economics*, 61, 1-10.
- Sean, L(2006). Entrepreneur Social Competence and Capital : The Social Networks of Politically Skilled Entrepreneurs. *Academy of Management Proceedings*, Q1-Q6.
- Seibert, S. E., Kraimer, M. L., & Liden, R. C(2001). A Social Capital Theory of Career Success. *Academy of Management Journal*, 44(2), 219-247.
- Seo, S. Y.(2018). *The Effect of Young Entrepreneur Competency on Entrepreneurship Willingness and Entrepreneurship Behavior.* Doctoral Dissertation, Chosun University.
- Zahra, S. A.(1996). Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities. *The Academy of Management Journal*, 39(6), 1713-1735.
- Song, Y. M., & Kim, G. W.(2019). A Study on the Problem Solving of Start-up Companies through Analysis of Start-up Failure Factors. *Journal of the Korean Society of Entrepreneurship*, 14(3), 94-120.
- Startup Genome(2021). *Global Startup Ecosystem Report 2021*, Sanfrancisco: Startupgenome.
- Spencer, L. M. & Spencer, S. M.(1993). Competence at Work: Models for Superior Performance. *Scientific Research*.
- Vorhies & Harker(2000). The Capabilities and Performance Advantages of Market Driven Firms: An Empirical Investigation. *Australian Journal of Management*, 25(2), 145-171.
- Vorhies & Morgan(2005). The Capabilities and Performance Advantages of Market-Driven Firms : An Empirical Investigation, *Sage Journals*, 25(2), 145-171.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T.(2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*. 21(4). 541-567.
- Williams, K. D. (2009). Ostracism: A temporal need-threat model. *Advances in experimental social psychology*, 41, 275-314.
- Yook, C. W.(2014). The Effect of Entrepreneurs' Characteristic Factors on Entrepreneurs' Will to Start a Business: Focusing on the Controlling Effect of Korean Start-up Mentoring. *Journal of the Korean Content Society*, 14(10), 661-676.
- Yoon, J. M.(2023). A Study on the Effect of Technology Orientation on Management Performance of Technology Start-up Companies : Adjustment Effect of Location and Absorption Capacity. *Next Generation Convergence Information Service Technology Paper*, 12(2), 245-258.
- Yoon, J. R., & Kim, H. C.(2009). An Empirical Study on the Effect of Entrepreneurs' Competency Characteristics on Management Performance: Verification of the Mediating Effect of Differentiation Strategy. *A productivity essay*, 23(4), 401-427.
- Yoon, S. M.(2019). *The impact of the CEO, corporate characteristics and government support policies of small manufacturers on decision-making and management performance: focusing on network activities and absorption capabilities.* Doctoral Dissertation, Daejeon University.
- Yu, R. H.(2016). A Study on the Determinants of Management Performance of Small and Medium Businesses in B2B Focusing on the Characteristics of Managers and Competitive Strategies. *East and Central Asia Studies*, 27(2), 55-71.
- Zahra, S. A., & Nielsen, A. P.(2002). Sources of Capabilities, Integration and Technology Commercialization. *Strategic Management Journal*, 23(5), 377-398.

A Study on the Effects of Young Entrepreneur Competency on Startup Performance: Focusing on the Mediating Effect of Network Activities

Hyun Chae Song*

Chul-Moo Heo**

Abstract

This study analyzes the effect of entrepreneurial competencies on start-up performance through network activities for young entrepreneurs. Entrepreneurial competencies are composed of opportunity recognition competencies, marketing competencies, technical competencies, and creative competencies. A total of 354 questionnaires collected from young entrepreneurs residing in the country were used for empirical analysis. SPSS v28.0 and PROCESS macro v4.3 were analyzed based on the research model of a single-parameter single-mediated model. As a result of the analysis, first, it was found that among the entrepreneurial competencies, opportunity recognition competencies, marketing competencies, technical competencies, and creative competencies have a positive (+) significant effect on network activities. Among them, it was found that marketing competence has the greatest effect on network activities and technical competence has the least effect. Second, network activities were found to have a significant effect on start-up performance in a positive (+) direction. Third, among entrepreneurial competencies, opportunity recognition competence, marketing competence, technical competence, and creative competence were found to have a positive (+) effect on start-up performance. Among them, it was found that creative competence had the greatest effect and technical competence had the smallest effect. Fourth, network activities were found to mediate between entrepreneurial competencies and start-up performance. As for the relative effect size of the indirect effects of independent variables, it was found that marketing competence had the greatest effect on start-up performance and technology competence had the smallest effect. The academic implications of this study include investigating the significance and relationship of various variables, providing verification of theoretical frameworks related to entrepreneurship, identifying the main drivers of start-up success, and suggesting the importance of the network between entrepreneurial competencies and start-up performance. In addition, the practical implications of this study suggest the importance of marketing competencies for networking, and suggest differentiation of competencies. It emphasizes the strategic role of creative competence and provides guidance to policymakers for supporting start-ups on customized policies for fostering valuable start-ups.

Keywords: Opportunity Recognition Competence, Marketing Competence, Technical Competence, Creative Competence, Network Activities, Start-up Performance

* First Author, Ph. D. Candidate, Dept. of Management Information, Graduate School of Venture, Hoseo University, hyunchae@nate.com

** Corresponding Author, Professor, Dept. of Management Information, Graduate School of Venture, Hoseo University, cmheo@hoseo.edu