

논문 2024-3-9 <http://dx.doi.org/10.29056/jsav.2024.09.09>

디지털 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구

황균정*†

Study on the Effect of Digital Entrepreneurship on Entrepreneurial Intentions

Hwang-Gyun Jeong*†

요 약

기술의 발전으로 비대면 사회가 확립됨에 따라, 디지털 기업가정신과 디지털 리터러시는 새로운 창업 기회를 발굴하는 중요한 요소로 부각되고 있다. 선행 연구에서는 온라인 플랫폼과 소셜 미디어 관련 기업들의 창업 의도에 있어 디지털 기업가정신의 중요성이 강조되었으며, 특히 디지털 환경에서 창업자의 역량과 자원에 대한 접근성이 창업 의도에 미치는 영향이 크다고 밝혀졌다. 또한, 디지털 기업가정신을 촉진하기 위한 교육 프로그램의 개발 및 효과에 대한 연구가 다수 진행되었으며, 이러한 교육이 창업 의도를 높이는 데 중요한 역할을 한다는 결과가 도출되었다. 본 연구는 이러한 선행 연구를 바탕으로 디지털 리터러시의 능력과 활용이 창업 의도에 미치는 영향을 분석하고, 디지털 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험 감수성과 창업 의도 간의 관계에서 디지털 리터러시의 매개 효과를 조사하고자 한다. 연구 모형의 타당성을 확인하기 위해, 창업 경험이 있는 206명의 창업자를 대상으로 설문 조사를 실시하고, SPSS 22 프로그램을 이용하여 데이터를 분석하였다. 분석 결과, 디지털 기업가정신과 창업 의도 간의 관계에서 디지털 리터러시의 부분 매개 효과가 검증되었다. 결론적으로, 본 연구 결과는 디지털 대전환의 창업 환경에서 지속 가능한 창업 성과를 도출하는 데 기여할 것으로 기대된다.

Abstract

With the advancement of technology and the establishment of a non-face-to-face society, digital entrepreneurship and digital literacy have emerged as important factors in uncovering new entrepreneurial opportunities. Previous studies have highlighted the significance of digital entrepreneurship in the entrepreneurial intentions of companies related to online platforms and social media, particularly emphasizing the impact of entrepreneurs' capabilities and access to resources in a digital environment on their entrepreneurial intentions. Additionally, various studies have been conducted on the development and effectiveness of educational programs aimed at promoting digital entrepreneurship, with results indicating that such education plays a crucial role in enhancing entrepreneurial intentions. This study aims to analyze the impact of digital literacy skills and usage on entrepreneurial intentions, and to investigate the mediating effect of digital literacy in the relationships between the innovativeness, proactiveness, risk-taking of digital entrepreneurship, and entrepreneurial intentions. To verify the validity of the research model, a survey was conducted with 206 entrepreneurs who have startup experience, and the data were analyzed using SPSS 22. The analysis results confirmed the partial mediating effect of digital literacy in the relationship between digital entrepreneurship and entrepreneurial intentions. In conclusion, the findings of this study are expected to contribute to deriving sustainable entrepreneurial outcomes in the context of digital transformation.

한글키워드 : 디지털 기업가정신, 창업의도, 디지털 리터러시, 혁신성, 진취성, 위험감수성

keywords : Digital Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Digital Literacy, Innovativeness, Proactiveness, Risk-taking

* 전남대학교 산학협력대학원 융합창업학과 접수일자: 2024.08.12. 심사완료: 2024.09.10.

† 교신저자: 황균정 (email:kj04172006@naver.com) 게재확정: 2024.09.20.

1. 서론

디지털 문명 시대에는 기업들이 정보통신기술을 필두로 혁신을 거듭해 나가고 있다. 디지털 혁신은 다양한 분야의 융·복합 창업에 큰 영향을 미치고 있으며 경제성장에도 기여하고 있다. 따라서 많은 산업분야의 기업들은 디지털 기술의 도입을 통해 지속가능성장을 이루고 있다. 그 결과, 가장 혁신적이었던 애플, 마이크로소프트, 구글, 알리바바 등의 ICT 기업들이 시장을 주도하는 현상이 나타났다. 이러한 기업들이 혁신을 이루고 고속성장을 하게 된 배경에는 디지털 기술의 도입을 통해 기존 시장에 변화를 가져와 서비스의 혁신을 추구했다는 점이다. 기업들은 디지털 기술의 도입을 통해 내부조직을 근본적으로 변화시키고, 새로운 비즈니스 모델을 창출하며, 성공적인 디지털 변혁을 발생시킨다[1].

다시 말해, 기업들은 디지털 전환을 통해 프로세스를 디지털화 시키고, 자원을 온라인으로 통제할 수 있도록 변화시키는 것이다. 디지털 대전환은 온라인 창업자들에게 다양한 기회를 제공할 수 있다. 현재 글로벌 국가 간 기술 패권 경쟁이 심화되고, 디지털 혁신이 가속화되는 상황에서 디지털 대전환을 통해 미래 기술혁신 강국으로 도약할 수 있는 발전방향에 대해 설정하였다[2].

디지털 혁신과 전환은 잠재적 가치를 지닌 새로운 사업 기회와 창업 기회를 제공할 뿐 만 아니라 조직의 업무방식의 변화를 통해 비용을 절감하는 효과를 가져온다[3]. 반면에 이러한 디지털 변화와 혁신 대응하지 못하고 새로운 사업 기회를 적시에 발견하지 못하는 기업은 경쟁력을 상실하여 기업의 존폐를 가리는 위협에 노출된다. 새로운 기회를 발견하고 변화를 통해 이를 취득하는 것을 기업가정신이라고 한다면, 디지털 혁신은 기업가들에게 새로운 형식의 기업가정신을 요구한다[4].

디지털 기업가정신은 정보통신 기술을 통해 플랫폼 비즈니스 가치를 창출하고 추구되는 사업적 기회로 정의할 수 있다[1]. 디지털 기술의 도입은 비즈니스 프로세스의 혁신을 가져다주고, 유연하고 불확실성에 대한 신속한 대응이 가능해지고 있다. 디지털 기업가정신을 통해 새로운 비즈니스 모델을 발견하고, 새로운 시장을 탐색하며, 혁신적인 사업 아이디어를 창조할 수 있다[5].

선행연구를 살펴보면, 전통적인 기업가정신이나 기업가적 지향성을 대한 연구를 다양하고 체계적으로 연구가 진행된 반면[6], 디지털 기업가정신에 대한 연구를 아직 많이 미흡한 상황이며, 그 중요성이 최근에 많이 이슈화되면서 연구가 진행되고 있는 실정이다.

본 연구는 디지털 리터러시의 관점에서 출발하여 디지털 기업가정신과 창업의도 간의 영향관계를 살펴보고자 한다. 그리고 디지털 리터러시 매개효과를 통해 디지털 기업정신과 창업의도 간의 영향관계를 분석하고자 한다. 이를 기초로 디지털 기업가정신, 디지털 리터러시, 창업의도의 관계에 대한 이론적 시사점과 디지털 기업정신 중의 혁신성, 진취성, 위험감수성은 창업의도 촉진하기 위한 디지털 리터러시와 관련한 실천적 시사점을 제안하고 이런 시사점이 창업의도의 향상에도 기여하게 될 것이다.

2. 이론적 배경 및 가설 설정

2.1 디지털 기업가정신

디지털 기업가정신이란 디지털 기술을 도입하고 혁신적 변화를 통한 새로운 기술을 사용함으로써, 경제적 가치를 창출하여 새로운 변화를 수용하는 정신이다[7]. 학자마다 기업가 정신에 대

한 개념의 정의가 다 다르다. 디지털 기업가정신은 치열한 사회 경쟁 속에서 통제 가능한 현재의 역량에 구애받지 않고 창업자의 위험 감수성, 혁신성, 진취성을 통해 새로운 기회를 획득하는 정신이다[1]. 김아현·김용진(2021)은 디지털 기업가정신을 기존 조직이나 새로운 조직을 경영하면서 디지털 사고를 이용하여 위험을 적극적으로 극복하고 창의성을 발휘하며, 혁신적인 사업을 발견하고 미래지향적으로 발전시키는 정신으로 정의하였다[4].

혁신성은 다양한 분야에서 연구가 이루어져 왔는데, 특히 경영학 분야에서는 성과를 증가시키는 중요한 선행요인으로 사용되어 왔다. 혁신성은 문제해결을 창의적이고 새롭게 해결하려는 실험정신과 혁신적인 사고방식을 추구하는 기업가의 성향을 의미한다[8]. 4차 산업혁명시대에서 경영환경의 변화와 새로운 가치의 실현은 디지털 기술의 혁신에 의해 만들어지고 있다. 이에 따른 조직 프로세스의 변화를 위한 기업의 혁신성은 새로운 기회를 발견하고 경제적 가치를 추구하는 핵심적이고 필수적인 요소로 인식되고 있다[4].

진취성이 강한 창업가들은 다른 창업가에 비해 문제해결을 스스로 하려고 하는 적극적인 행동을 보이고, 새로운 기회를 먼저 찾으려고 노력하며, 새로운 아이디어를 제시하고자 노력한다[8]. 따라서 진취성은 산업 선두자를 추구하는 창업가와 기업에서 중요하다. 진취적인 창업가들은 시장변화에 따라 미리 수요예측이 가능하고, 위기 상황에 대체하는 능력도 탁월하여 기업 리더로서의 역할을 제대로 하게 된다.

위험감수성은 불확실성이 존재하는 시장경제에서 새로운 기회를 획득하려는 과정에서 직면하게 될 위험을 기꺼이 수용하려는 태도를 의미한다[9]. 여기서 '위험'은 현재 시점에서 활용할 수 있는 모든 자원과 역량을 통해 발생 가능하고 예측 가능한 위험을 의미한다[10]. 글로벌 경영환경

이 급변하고, 창업 성공을 확신할 수 없는 다양한 불확실 요인이 존재함에도 불구하고, 디지털 기업가정신을 가진 창업가들은 신속하고 결단력이 있게 의사결정을 진행하는 성향을 가지고 있다.

2.2 디지털 리터러시

디지털 리터러시란 디지털 시대의 이해능력을 의미하는 것으로, 디지털 정보산업의 발달로 접하게 되는 지식들을 이해 및 수용하여 다양한 방법으로 활용하고 생산하며, 디지털 리터러시에 대한 기본적 개념을 최초로 소개하였다[11]. 다양한 디지털 기술과 관련 정보를 쉽게 이해하고 사용할 수 있는 능력을 디지털 리터러시라고 정의하였다[2]. 디지털 리터러시는 디지털기기의 사용 능력이 단순히 인터넷에서 필요한 정보를 찾아내는 기술뿐만 아니라, 이를 통해 일상업무와 생활에 활용하는 기능을 습득하는 것이 필요하다[11]. 디지털 리터러시는 디지털 기술의 발전과 소비자들의 다양한 니즈에 따라 새로운 기술을 적절하게 활용할 수 있는 능력이다[12].

2.3 창업의도

창업의도는 창업이라는 과정에 첫 번째 단계에 해당되고, 창업에 대한 행위 의도적 태도를 뜻하게 된다. 창업은 계획된 행동이라는 관점으로 보여지고 있으며, 창업을 예측할 수 있는 계획된 행동을 가장 적절하게 측정할 수 있는 방법은 창업의지이다[13]. 창업을 위해서는 개인의 계획적인 의사결정뿐만 아니라 창업에 대한 긍정적인 태도가 필요하다고 주장하였다[2]. 창업의도는 계획적인 창업행동을 설명하는 직접적인 요인으로 창업활동을 예측하는 중요한 역할을 한다[14]. 창업은 고용문제를 해결하는 중요한 방안으로 일자리 창출을 통해 실업률을 낮추고, 지역경제를 활성화시킬 수 있는 중요한 역할을 하기 때문에 관

런 연구는 매우 중요하다.

2.4 디지털 기업가정신과 디지털 리터러시 간의 관계

창업자가 창업에서 위험을 감수하는 성공의 전제 조건으로 실패를 용인하고, 위험 회피 가능성을 높이며, 과감하게 혁신을 추진하는 능력으로[11], 창업자의 위험감수성뿐만 아니라 진취성과 혁신성과도 관련된다.

진취성을 가지고 있는 창업자는 새로운 기회를 포착하고 이를 실현하고자 하는 의지가 다른 사람들에 비해 강하며, 기회를 통해 새로운 시장을 개척하고자 하는 진취성을 기반으로 혁신적인 성과를 창출한다[14]. 김용태(2022)은 디지털 사회에서 강조되고 있는 디지털 리터러시의 능력이 잘 파악할수록 혁신적인 창업기회를 더 잘 포착할 뿐만 아니라 창업성과에도 긍정적인 영향을 미치며, 창업성공을 이끄는 중요한 요인임을 증명하였다[2].

신지민·강희경(2021)은 디지털 사회에서 요구하는 통신기술과 정보지식을 습득함으로써 일상 생활에 적용하여 디지털 기술에 불편을 느끼지 않고, 새로운 영역에 효과적이고 창의적으로 활용할 수 있는 능력과 관련이 있다고 주장했다[12]. 4차 산업을 주도하는 디지털 전환시대에서 디지털 리터러시와 창업의도 간의 선행연구는 아직 충분하게 진행되지 않았으나, 디지털 리터러시에 대한 역량이 높을수록 새로운 시장기회를 창출하여 창업을 하려는 의도가 높은 것으로 이해할 수 있다[11].

본 연구는 이상의 선행연구를 바탕으로 디지털 기업가정신과 디지털 리터러시 간의 영향관계를 검증하기 위해 다음과 같이 가설을 도출하였다.

가설1: 디지털 기업가정신이 디지털 리터러시에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1: 디지털 기업가정신의 혁신성이 디지털 리터러시에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2: ~디지털 기업가정신의 진취성이 디지털 리터러시에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3: 디지털 기업가정신의 위험감수성이 디지털 리터러시에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.5 디지털 리터러시와 창업의도간의 관계

Mugiono et al.(2021)는 디지털 리터러시 역량과 온라인비즈니스 학습이 온라인 창업 의도에 유의한 영향을 미치는 것을 검증하였다[15]. 김경선·박우진·배병윤(2020)은 직장인을 대상으로 한 연구에서 디지털 리터러시 역량 중 커뮤니케이션 역량이 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 주는 것을 검증하였다[16]. 또한 임재성(2024)은 회사원과 공무원들을 조사대상으로 기업가정신, 정보기술 수용성, 디지털 미디어 활용역량과 업무몰입이 창업 의도에 미치는 영향에 대해 연구하였다[17]. 연구결과는 회사원과 공무원의 창업의도 및 창업실행 활성화를 위해서는 자기 성장을 위한 적극적인 실천 의지와 새로운 정보기술에 대한 적극적 활용 그리고 커뮤니케이션 활용역량이 축적되어야 한다고 하였다. 본 연구는 디지털 리터러시와 창업의도 간의 영향관계를 검증하기 위해 다음과 같이 가설을 도출하였다.

가설2: 디지털 리터러시가 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.6 디지털 리터러시의 매개효과

김용태(2022)은 문제해결 능력이 창업 만족도에 미치는 영향에 있어 디지털 리터러시의 매개효과를 확인하였다[2]. Nazzal et al. (2022)은 디지털 리터러시가 신뢰를 매개로 하여 온라인 쇼

평 구매의도에 중요하게 영향을 미치는 것을 밝혀냈다[18]. 또한 강경란(2020)은 디지털 리터러시의 매개효과를 중심으로 기업가정신과 사회적 이슈가 창업기회인식과 간의 영향관계를 분석했다[11]. 분석결과는 디지털 리터러시는 새로운 창업기회를 발견하고 인식하는데 중요한 역할임이 확인되었다. 산업 간 정보기술의 융합으로 새로운 비즈니스의 기회를 창출하고 기업의 부가가치를 높일 수 있다.

이와 같이 창업의도에는 디지털 리터러시의 매개효과가 매우 중요한 역할을 하다. 이에 디지털 리터러시의 매개효과를 확인하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설3: 디지털 리터러시는 디지털 기업가정신과 창업의도 간의 관계를 매개할 것이다.

가설3-1: 디지털 리터러시는 디지털 기업가정신의 혁신성과 창업의도 간의 관계를 매개할 것이다.

가설3-2: 디지털 리터러시는 디지털 기업가정신의 진취성과 창업의도 간의 관계를 매개할 것이다.

가설3-3: 디지털 리터러시는 디지털 기업가정신의 위험감수성과 창업의도 간의 관계를 매개할 것이다.

3. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구에서는 선형 회귀분석 방법을 통해서 디지털 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성과 창업의도간의 영향관계와 이러한 영향관계에 있어서 디지털 리터러시의 매개효과에 대해 검증하고자 한다. 선행연구 고찰을 바탕으로 본 연구에서는 디지털 기업가정신의 구성요인인 혁신성,

진취성 및 위험감수성을 독립변수로, 창업의도를 종속변수로, 디지털 리터러시 매개변수로 적용한 연구모형을 그림 1과 같이 정립하였다.

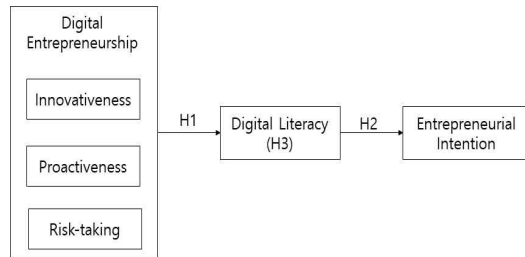


그림 1. 연구모형
Fig. 1. Research Model

3.2 데이터수집

본 연구에서는 창업 경험이 있거나 창업의향이 있는 창업자를 대상으로 온라인과 대면 설문 방식을 통해 데이터를 수집하였다. 총 총280부의 설문지가 배포되었고 누락설문과 같은 불성실한 설문지를 제외한 206의 설문을 기반으로 분석을 진행하였다. 각 변수에 대한 측정에는 7점 리커트 척도(Likert Scale)를 사용하였으며, SPSS 22를 이용하여 본 연구의 가설을 검증하였다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정도구

본 연구에서 혁신성은 “끊임없이 새로운 제품·서비스, 프로세스 개발, 생산기술 개선으로 정의하였으며, 김아현·김용진(2021)의 선행연구[4]에서 활용된 설문항목을 연구 목적에 맞도록 수정하였다. 혁신성의 측정 항목은 4개 항목으로, “나는 새로운 것(아이디어, 제품, 기술, 조직 등)을 만들어 낸다.” 등으로 구성되었다. 진취성의 측정 항목은 “나는 항상 신제품 개발, 신사업 발굴 등에서 모방 전략을 취하기보다는 진취적으로 경쟁업체들을 앞서려고 노력한다.” 등 4개 항목으로 구성하였다. “나는 항상 신제품 개발, 새로운 기

회 발굴 등에서 경쟁기업들에 비해 진취적인 행동을 취하려고 노력한다.” 등이다. 위험감수성은 “새로운 환경에 직면해도 사업기회를 위한 목적 달성을 위해 환경변화에 적극적으로 대응할 수 있다.” 등 4개 문항으로 구성하였다. 창업의도는 이상길·인재만(2021)가 제시한 측정항목을 참조하고 수정하여 4개 문항으로 구성되어 있었다. 구체적인 문항으로 “나는 창업하기 위해 아이디어를 개발하기 위해 노력할 것이다.” 등이다[14]. 본 연구는 디지털 리더러시를 선행연구를 토대로 디지털 기술에 대한 이해와 더불어 정보를 찾아 분석하고 이를 화용하여 창의력을 발휘하는 능력으로 정의하였다[2]. 강경란(2020)의 연구를 참조하여 평가항목을 수정하였으며, 검색능력, 정보 평가능력, 디지털 학습능력 및 디지털 커뮤니케이션 능력 등으로 설문을 구성하였다[11].

4. 실증분석

4.1 인구통계학적 분석

설문 조사의 인구통계적인 특성을 분석하기 위해 성별, 창업가 연령, 전공분야, 산업분류에 대하여 빈도분석을 실행하였으며, 분석 결과는 표 1과 같다.

창업가 성별은 남성이 127명(61.7%)가 가장 많았고, 창업가연령은 40대가 102(49.5%)로 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났으며, 창업가 전공분야는 인문계열이 (35.4%)의 많은 분포를 보인다. 또한 다음 전공분야는 예체능계열, 의학계열, 공학계열, 사회계열, 교육계열, 자연계열이 각각 (28.2%), (10.2%), (10.2%), (6.8%), (5.8%), (3.4%)의 순으로 나타났고, 산업은 서비스업이 (40.3%)으로 가장 높은 비율로 나타나고 있다.

표 1. 인구통계학적 분석결과

Table 1. results of demographic characteristics

		Frequency	%
Gender	M	127	61.7%
	F	79	38.3%
Age	20's	26	12.6%
	30's	46	22.3%
	40's	102	49.5%
	50's	32	15.5%
Major	Humanities	73	35.4%
	Social	14	6.8%
	Education	12	5.8%
	Engineering	21	10.2%
	Science	7	3.4%
	Medical	21	10.2%
Arts and Physical Education	Arts and Physical Education	58	28.2%
	Manufacturer	77	37.4%
	Service industry	83	40.3%
Industry classification	Etc	45	21.8%

4.2 요인, 신뢰도 및 상관관계 분석

설문 응답으로 측정된 항목을 검증하기 위해 Varimax 직교회전방법을 이용하여 각 요인의 신뢰성 및 타당성을 검증하였다. 요인분석의 적합성을 나타내는 KMO 값은 0.6이상이면 양호한 것으로 판단된다. 신뢰도 측정은 크롬바흐 알파 계수를 통해 내적일관성을 확인함으로써, 측정항목들의 신뢰성을 검증하였다. 본 연구에서는 크롬바흐 알파값이 높은 측정항목만 선별하여 연구의 신뢰도를 높였다. 일반적으로 0.6 이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 본다. 독립변수로는 디지털 기업가정신으로 설정하고, 매개효과는 디지털 리더러시, 종속변수는 창업의도에 대한 타당성 및 신뢰성 연구 분석을 하였다. 분석 결과는 아래의 표 2와 같다.

변수들의 신뢰성 및 타당성 분석결과를 보면 요인적재치가 0.5이상이며, KMO는 .933으로 나타났고, 유의수준이 $p < .001$ 으로 나타나 요인분석이 적합하다고 볼 수 있다. 신뢰성 Cronbach Alpha 값도 .8이상으로 신뢰 신뢰성을 확보했다고 볼 수 있다.

표 2. 신뢰도 및 요인 분석결과
Table 2. Exploratory factor analysis and trust analysis

Factor	Factor					Cronbach's α
Digital Literacy	.926	.112	.061	-.004	.111	.929
	.923	.130	.067	.000	.117	
	.825	.323	-.051	.065	.161	
	.757	.340	-.006	.114	.103	
Entrepreneurial Intention	.198	.873	.176	.077	.182	.951
	.194	.870	.150	.204	.121	
	.244	.824	.175	.304	.103	
	.255	.818	.212	.274	.126	
Proactiveness	-.020	.166	.890	.281	.074	.931
	.033	.092	.875	.176	.108	
	.017	.196	.836	.346	.044	
	.048	.186	.773	.349	.046	
Innovativeness	.065	.196	.263	.872	.088	.935
	.072	.163	.275	.857	.135	
	.051	.228	.362	.792	.171	
	.045	.224	.358	.755	.127	
Risk-taking	.136	.241	.120	.102	.856	.835
	-.004	.200	.083	.082	.835	
	.432	-.023	.078	.196	.712	
	.528	.016	-.022	.147	.581	
Eigenvalue	8.276	3.734	1.789	1.457	1.166	
%누적	41.380	60.051	68.995	76.370	82.201	-
%분산	41.380	18.670	8.944	7.376	5.830	
KMO=.933(sig=.000)						

요인들의 상관관계를 살펴보면, 디지털 기업가 정신 중의 혁신성은 디지털 리터러시에 유의적인 정(+)의 상관관계가 나타났다($r = .163, P < .001$). 또한 디지털 기업가정신 중의 진취성은 디지털 리터러시에 유의적인 정(+)의 영향관계가 나타났다($r = .169, P < .001$), 디지털 기업가정신 중의 위험감수성은 디지털 리터러시에 유의적인 정(+)의 영향관계가 나타났다($r = .366, P < .001$), 디지털 리터러시는 창업의도에 유의적인 정(+)의 영향관계가 나타났다($r = .358, P < .001$). 변수들 간 표준편차, 상관관계를 표 3에 제시하였다.

표 3. 상관관계 분석결과
Table 3. Relevance analysis results

	Innovativeness	Proactiveness	Risk-taking	Digital Literacy	Entrepreneurial Intention
Innovativeness	1				
Proactiveness	.516***	1			
Risk-taking	.275***	.193***	1		
Digital Literacy	.163***	.169***	.366***	1	
Entrepreneurial Intention	.488***	.439***	.263***	.358***	1

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

4.3 가설검증

분석결과(표 4)는 기업가정신 하위변수의 혁신성, 진취성, 위험감수성이 디지털 리터러시와 창업의도에 미치는 영향을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 먼저 기업가정신의 혁신성이

표 4. 가설1의 검증결과
Table 4. Regression analysis results for hypotheses

Independent variable	Dependent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p
		B	Standard error			
Innovativeness	Digital Literacy	.244	.089	.189	2.745	.007
R ² =.036(Ajusted R ² =.031) F=7.537 Durbin-Watson=1.946						
Proactiveness	Digital Literacy	.124	.082	.106	1.521	.030
R ² =.011(Ajusted R ² =.006) F=2.314 Durbin-Watson=1.908						
Risk-taking	Digital Literacy	.608	.080	.471	7.626	.000
R ² =.222(Ajusted R ² =.218) F=58.155 Durbin-Watson=2.009						

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

디지털 리터러시에 미치는 영향은 $\beta=0.189$, $p<.01$ 에 유의미한 변수로 분석되었고, 기업가정신의 진취성이 디지털 리터러시에 미치는 영향은 $\beta=0.106$, $p<.05$ 에 유의미한 변수로 분석되었다. 또한 기업가정신의 위험감수성이 디지털 리터러시에 미치는 영향은 $\beta=0.471$, $p<.001$ 에 유의미한 변수로 확인되어 가설 1-1, 1-2, 1-3은 모두 채택되었다.

표 5의 결과에 따르면, 디지털 리터러시는 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 비표준화 계수(B)는 0.399로, 디지털 리터러시가 1단위 증가할 때 창업의도가 약 0.399만큼 증가함을 의미한다. 표준화 계수(β)는 0.466으로, 이는 디지털 리터러시와 창업의도 간의 관계가 중간 정도의 강도를 가진다는 것을 의미한다. t값은 7.525이고, p값은 0.000으로, 이는 분석결과가 통계적으로 매우 유의미하다는 것을 나타낸다. R^2 값은 0.217로, 디지털 리터러시가 창업의도의 약 21.7%를 설명하고 있음을 나타낸다.

연구모형의 적합도에 있어서, F값은 56.633으로, 모델이 통계적으로 유의미하다는 것을 나타낸다. Durbin-Watson 값은 1.752로, 잔차의 독립성을 나타내는 지표로 적절한 범위에 있다. 따라서, 디지털 리터러시는 창업의도를 높이는 중요한 요인으로 확인되었으며, 이 연구 결과는 디지털 환경에서의 창업 지원 전략 개발에 기여할 수 있다.

표 5. 가설 2의 검증결과

Table 5. Regression analysis results for hypotheses 2

Model		Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p
Independent variable	Dependent variable	B	Standard error	β		
Digital Literacy	Entrepreneurial Intention도	.399	.053	.466	7.525	.000
$R^2=.217$ (Adjusted $R^2=.213$) $F=56.633$ Durbin-Watson=1.752						

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

분석결과(표 6)는 디지털 기업가정신(혁신성, 진취성, 위험감수성)과 창업의도의 영향관계에 있어 디지털 리터러시의 매개효과에 대해 검증하였다.

표 6. 가설3의 검증결과

Table 6. Regression analysis results for hypotheses 3

Model	Step 2			Step 3		
	β	t	P	β	t	P
Innovativeness	.507	8.407	.000	.435	7.851	.000
Digital Literacy				.384	6.935	.000
R^2	.257(.254)			.400(.394)		
Adjusted R^2	-			.143(.14)		
F	70.686			67.552		
Proactiveness	.423	6.662	.000	.378	6.677	.000
Digital Literacy				.426	7.537	.000
R^2	.179(.175)			.358(.352)		
Adjusted R^2	-			.179(.177)		
F	44.380			56.661		
Risk-taking	.387	5.989	.000	.215	3.123	.002
Digital Literacy				.365	5.308	.000
R^2	.150(.145)			.253(.246)		
Adjusted R^2	-			.103(.101)		
F	35.862			34.410		

표 6에 따르면, 2단계와 3단계의 유의확률은 ($P<0.001$)으로 나타나 3단계의 디지털 기업가정신의 혁신성의 표준화 베타 값은($\beta=0.435$, $\beta=0.384$) 비교하여 2 단계의 표준화 베타 값이($\beta=0.507$) 더 크게 나타나 가설 3-1은 지지되었다. 디지털 기업가정신의 진취성 표준화 베타 값은($\beta=0.378$, $\beta=0.326$) 비교하여 2 단계의 표준화 베타 값이($\beta=0.423$)더 크게 나타나기 때문에 가설 3-2는 지지되었다. 마지막으로 디지털 기업가정신의 위험감수성의 표준화 베타 값은 ($\beta=0.215$, $\beta=0.365$) 비교하여 2 단계의 표준화 베타 값이($\beta=0.387$) 더 크게 나타나 가설 3-3은 지지되었다.

표 6의 분석결과에 따르면, 디지털 리터러시는 혁신성, 진취성, 위험감수성의 각 요인이 창업의도에 미치는 영향을 매개하는 중요한 역할을 하

는 것으로 나타났다. 혁신성이 높을수록 디지털 리터러시가 향상되고, 이는 다시 창업의도를 증가시킨다. 진취성이 강한 기업가는 디지털 리터러시를 더욱 잘 활용하여 창업의도를 높이는 경향이 있다. 또한 위험감수성이 높은 경우에도 디지털 리터러시는 4차 산업 대전환 시대를 배경으로 기업의 성장과 지속 가능성에 중요한 영향을 미치는 '디지털 기업가정신'이라는 새로운 개념을 재조명하고, 이 디지털 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향을 분석하는 것을 목표로 하였다. 디지털 리터러시가 긍정적인 영향을 미쳐 창업의도를 증가시킨다는 의미한다.

따라서 디지털 리터러시는 혁신성, 진취성, 위험감수성과 창업의도 간의 관계에서 매개 역할을 하여, 기업가들이 디지털 환경에서 성공적으로 창업할 수 있도록 지원하는 중요한 요인임을 보여준다. 이를 통해 창업 교육 및 정책 개발 시 디지털 리터러시 향상이 중요한 전략이 될 수 있음을 시사한다.

5. 결론

본 연구는 4차 산업 대전환 시대를 배경으로 기업의 성장과 지속 가능성에 중요한 영향을 미치는 '디지털 기업가정신'이라는 새로운 개념으로 재조명하고, 이 디지털 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향을 분석하는 것을 목표로 하고 있다.

본 연구에서는 디지털 기업가정신을 혁신성, 진취성 및 위험감수성으로 구분하였다. 인공지능 시대에서 새로운 디지털 기술이나 정보지식을 적용하여 새로운 창업기회를 획득하고, 새로운 시장을 개척하려는 창의적 사고, 그리고 다양한 산업과의 융합을 통해 새로운 영역을 발견하고 혁신적인 비즈니스 모델을 만들어가는 협력적인 마

인드를 강조하였다.

가설검정 결과를 종합해보면, 디지털 리터러시는 디지털 기업가정신의 특성에 큰 영향력을 미치는 것으로 분석되었으며, 창업자의 창업의도에도 긍정적인 영향이 있음을 알 수 있다. 또한 디지털 리터러시는 디지털 기업가정신(혁신성, 진취성, 위험감수성)과 창업의도간의 영향관계에서 매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

본 연구는 분석결과를 바탕으로 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 디지털 기업가정신이 상위 분야는 진취성에 위치하기 때문에 창업자는 디지털 사업 기회 식별능력, 디지털 운영 프로세스를 구축하는 능력 등을 갖추어야 한다.

둘째, 혁신성이 높을수록 창업 의도가 높기 때문에 창업하는 과정에서 창업자는 디지털 기술개발역량, 디지털 기술 수용성 등을 갖추어야 한다.

셋째, 창업자는 시장 위기를 느끼고 디지털 기술 활용역량을 통해 위험을 피해야 한다.

마지막, 4차 산업을 주도하는 디지털시대에서 새로운 창업기회를 발견하고 성공확률을 높이는 중요한 요인으로 디지털 리터러시임이 확인되었다.

결론적으로, 과거에는 정보가 전파에 한계가 있었으나, 현재는 디지털을 통해 창업에 기회를 빠르게 파악한다. 디지털 기술은 기업 경쟁력을 결정짓는 중요한 요소이며, 이를 효과적으로 활용하는 것이 기업 성장의 원동력이다. 따라서 디지털 전환 패러다임을 이해하고 새로운 디지털 기술을 획득하여 비즈니스 차원에서 문제해결을 위해서는 디지털 기반의 기업가정신 교육이 필요하다.

본 연구는 혁신성, 진취성, 위험감수성, 세 가지 변수만 설정하고 다른 변수를 충분히 제시되지 않았다. 앞으로 향후 연구에서 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 변수를 더 많이 모색하여 모형에 포함시켜야 될 것으로 사료된다.

참고 문헌

- [1] C. G. Byun & J. B. Park. (2022), An Exploratory Study on the Components of Digital Entrepreneurship. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 17(2), pp.141-151.
DOI : 10.16972/apjbve.17.2.202204.141
- [2] Y. T. Kim. (2022). A Study on the Effects of Digital Literacy and Entrepreneurship Efficacy on Entrepreneurship Intention: Focusing on the Mediating Effect of Experiential Entrepreneurship Education. *The Journal of Korean Career·Entrepreneurship & Business Association*, 6(4), pp.103-124.
DOI : 10.48206/kceba.2022.6.4.103
- [3] F. Giones & A. Brem. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology innovation management review*, 7(5), pp.44-51.
SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2984542>
- [4] A. H. Kim & Y. J. Kim. (2021). Digital Entrepreneurship and Firm Performance. *korean management review*, 20(1), pp.1-22.
DOI : 10.17287/kmr.2021.50.1.1
- [5] S. H. Jang. (2024). A Study on Factors Influencing Digital Entrepreneurship and Digital Innovation: Moderating Effect of Technology Absorptive Capacity. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 19(1), pp.107-118.
DOI : 10.16972/apjbve.19.1.202402.107
- [6] H. G. Kwon & H. I. Son. (2014). The effects of entrepreneurship on innovational Behavior orientation: Focused on examining mediator effects of Affective Organizational Commitment. *Management & Information Systems Review*, 33(3), pp.77-92.
DOI : 10.29214/damis.2014.33.3.005
- [7] J. Paul, I. Alhassan, N. Binsaif & P. Singh. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156(113507), pp.1-19.
DOI : 10.1016/j.jbusres.2022.113507
- [8] S. Y. Park & Y. J. Kim. (2004). A Study on Relationship between CEO's Entrepreneurship in Venture Business and Organizational Effectiveness : Focused on Innovativeness, Risk-taking and Proactiveness. *Journal of Korea technology innovation society*, 7(3), pp.479-505.
UCI : G704-001043.2004.7.3.005
- [9] Y. W. Go & J. K. Lee. (2022). The Effect of Institutional Environment on the Employees' Start-Up Intention: The Mediating Role of Risk Taking. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 17(6), pp.105-114.
DOI : 10.16972/apjbve.17.6.202212.105
- [10] K. F. Wen & M. H. Kim. (2023). The Influence of Risk-Taking Propensity and Personality characteristics on Entrepreneurship Intention of Chinese college student: Focused on the Moderating Effect of Entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Business*, 14(1), pp.93-112.
DOI : 10.32599/apjb.14.1.202303.93
- [11] G. L. Kang. (2020). A Study on the Effects of Entrepreneurship and Social Issue(Corona19) on Entrepreneurial Opportunity Recognition: Focusing on Mediating Effects of Digital Literacy. *Korean Business Education Review*, 35(5), pp.349-372.
DOI : 10.23839/kabe.2020.35.5.349
- [12] J. M. Shin & H. K. Kang. (2021). Effect of Entrepreneurial Characteristics and Market Characteristics of Small Business Owners on Business Performance With the Mediation of Digital Literacy. *Asia-Pacific Journal of Business*

- Venturing and Entrepreneurship, 16(5), pp.75-89.
DOI : 10.16972/apjbve.16.5.202110.75
- [13] J. Y. Bian, I. H. Lee & J. H. Lee. (2021). The Effect of Entrepreneurship Competence on Entrepreneurial Intention and Career Preparation Behavior: Focusing on the effects of entrepreneurship and start-up education. Journal of the Korean Entrepreneurship Society, 16(6), pp.213-236.
DOI : 10.24878/tkes.2021.16.6.213
- [14] S. G. Lee & J. M. Leen. (2021). An Analysis of the Influence of Digital Media Device and Communication Utilization Capabilities on Entrepreneurial Intention : Focusing on the Mediating Effect of Risk-Taking and Proactiveness. Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 16(1), pp.113-126.
DOI : 10.16972/apjbve.16.1.202102.113
- [15] M. Mugiono, S. D. W. Prajanti & W. Wahyono. (2021). The effect of digital literacy and entrepreneurship education towards online entrepreneurship intention through online business learning and creativity at marketing department in Batang regency. Journal of Economic Education, 10(1), pp.21-27.
DOI 10.15294/JEEC.V9I2.41304
- [16] K. S. Kim, W. J. Park & B. Y. Bae. (2020). A Study of Influence of B anker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability. Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 15(2), pp.209-220.
DOI : 10.16972/apjbve.15.2.202004.209
- [17] J. S. Lim. (2024). The Effects of Self-Determination on Entrepreneurial Intention in Office Workers: Focusing on the Dual Mediation of Innovativeness and Prception of the Startup Support System. Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 19(1), pp.75-91.
DOI : 10.16972/apjbve.19.1.202402.75
- [18] A. Nazzal, A. Thoyib, D. Zain & A. S. Hussein. (2022). The Effect of Digital Literacy and Website Quality on Purchase Intention in Internet Shopping through Mediating Variable: The Case of Internet Users in Palestine. Webology, 19(1), pp.2414-2434.
DOI: 10.14704/WEB/V19I1/WEB19163

저 자 소 개



황균정
(Gyun-Jeong Hwang)

2019.2 광주대학교 디자인학 석사
2021.2 광주대학교 디자인학 박사
2018.10-현재 : 전남대학교 교수
<주관심분야> 디지털 디자인, 창업, 디자인 지식재산권, 문화창업