

대학 창업교육과정 만족도가 기업가적 기민성, 기회인식, 창업의지에 미치는 영향 : 교육과정특성의 조절효과를 중심으로

한원희*

국민대학교 석사과정

황보윤**

국민대학교 교수

국 문 요 약

2010년 이후 정부는 일자리문제 등을 해결하기 위해 창업활성화를 국정과제로 내세우고 있다. 새로운 기회와 가치창출을 통한 창업활성화를 위해 창업의지는 필수적인 요소지만 창업의지를 높이기 위한 방법론 적에 대하여는 많은 연구들의 견해가 엇갈리고 있다. 본 연구는 창업활성화의 첫걸음으로 창업의지를 꺾었으며 창업의지를 가지기위한 선행조건으로 기업가적 기민성·기회인식 역량을 갖추어야 하며 이러한 역량을 강화하기 위해 현재 중점 추진되고 있는 정부주도의 대학 창업교육과정의 역할에 대해 살펴보고자 한다. 또한, 창업교육과정별(교과과정 VS 비교과과정) 비교를 통해 향후 나아가야 할 창업교육의 방향을 제시하고자 한다.

연구목적 달성을 위해 문헌연구와 이를 토대로 한 실증연구 결과는 대학 창업교육과정이 창업에 필수적인 창업의지를 키우기 위한 기업가적 기민성과 기회인식 역량을 증대 및 영향을 끼치는 것을 시사하며 교육 만족도에 따라 그 효과는 변화된다는 것을 보여 준다. 또한, 창업교과과정(학점) 보단 창업비교과과정이(비학점) 창업의지에 더욱 영향을 끼치는 것을 나타내는 결과를 보여주었다.

이러한 연구결과는 대학창업교육과정이 기업가적 기민성과 기회인식의 역량을 증대 시킬 수 있는 창업교육으로 커리큘럼을 수정해야 할 것이며 이론과정 보단 실습 위주의 교육으로 나아가야 한다는 방향성을 보여준다.

핵심어: 대학창업교육과정, 기업가적 기민성, 기회인식, 창업의지

I. 서론

창업이란 것은 경제의 분배와 성장에 이바지 하며 특히, 일자리 문제에 있어 세계적으로 스타트업의 중요성이 증가되고 있으며 창업활성화는 국가 경쟁력을 갖추기 위해 필수불가결의 요소이다. 창업활성화의 근간은 창업교육이며 특히, 정부가 주도적으로 추진하고 있는 대학창업교육(2013-2022)은 창업환경조성 마련 및 실전창업교육으로의 전환과 확산을 지향하며 진행되고 있다(교육부, 2018). 창업교육 이수자들은 직무를 수행함에 있어 더욱 긍정적인 태도를 형성하게 되며(장대성·이상문, 2004) 창업저변을 확대하고 창업을 촉진함으로써 우리나라의 경제적 기초를 강화하는데 기여 할 것이다(한길석, 2007).

이렇게 창업활성화를 위해 추진하고 있는 대학창업교육

과정이 교육이수자에게 어떠한 창업역량을 향상시키고 창업의지에 영향을 끼치는 살펴보고자 한다.

II. 연구 배경

2.1. 대학 창업교육과정과 만족도

과거 창업가는 선천적으로 타고난다는 관점에서 후천적인 영향에 따라 육성 가능하다는 관점으로 전환되면서 창업교육의 필요성과 중요성이 높아지고 있다. Kuratko(2005)은 창업학은 명확히 가르칠 수 있다고 하고, 유전자와 상관없이 훈련과 같은 것을 통해 익힐 수 있는 것이 라고 주장 하였다(Drucker, 1985). 국내의 경우에도 정체성 논란이 있었지만 창업을 학문의 대상으로 수용하고 있다(한주

* 주저자, 국민대학교 석사과정, 96308355@naver.com

** 공동저자, 국민대학교 교수, yun88@kookmin.ac.kr

회, 고연정, 2007).

대학의 창업교육은 크게 정규 교과와 비정규 교과로 구분하여 운영 하고 있으며 2019년 발간된 대학창업 운영 매뉴얼 3.0을 살펴보면 2017년 기준으로 대학교(4년제) 67.4%, 대학(2년제) 88.5%가 창업 강좌를 운영하고 있다. 또한, 전체 창업 강좌 중 전공은 53.1%를 차지하고 있으며 전년대비 하여 17.3% 증가해 창업이 하나의 전공학문으로 발돋움 할 수 있는 것을 볼 수 있다. 창업비정규 교과의 경우 2017년 기준 전체 대학 중 60%이상이 창업 비교과프로그램을 실시하고 있으며 매년 증가 하고 있는 추세이다.

창업교육 이후 반드시 행해지는 것이 만족도 조사 이다. 여러 연구를 살펴보면 창업교육의 만족도 정의는 다양하게 이루어져 왔다. 만족도와 관련하여 김진수 등(2013), 오현준(2015)에 따르면 교육생들의 주관적인 판단과 생각을 살펴보는 것이며 교육과정과 참여 및 시설상태, 교육여건, 지원서비스 등 교육생들이 경험한 부분에 대해 인식을 조사하는 것이라 하였으며, 창업교육 만족도는 “교육생들이 경험한 과정, 내용, 수강 후 인지도에 대한 복합적, 주관적 결과물”로 정의하였고 만족이란 행동과학에서는 인간의 기본적인 욕구나 필요에 의하여 목표를 달성하는 정도를 나타내는 복합적 언어 개념이라 하였다(김용태·박재환, 2009). 이를 정리하면 창업교육만족도는 “수강생들이 경험한 과정, 여건, 재참여 의사 정도에 대한 주관적 복합적 결과물”로 정의 할 수 있으며 이를 통해 얻은 만족 결과물에 따라 끼치는 창업역량과 창업의지에 대해 연구 하고자 한다.

2.2. 기업가적 기민성

기업가적 기민성은 이스라엘 경제학자 Kirzner(1979)에 의해 처음 발현된 개념으로 시장과정 이론에서 처음 등장하였다. 연구 초기 기민성의 개념은 ‘지금까지 간과되었던 기회를 체계적인 검색 없이 알아차릴 수 있는 능력’ 또는 ‘미래의 이미지를 공식화하는 동기 부여된 인간 성향’으로 정의되었다(Kirzner, 1979, 1985). 이후 “기민성의 개발은 다양한 사람들이 각각의 영역에서 새로운 기회의 개발과 관련된 정보들을 정리하고 해석할 수 있게 한다.”고 주장하면서 ‘인지엔진 : 기회식별 과정을 이끄는 것’ 이라고 언급하였다(Gaglio, 2001). 또한 Kirzner(1979)에 따르면 기민성은 다른 사람들이 인식하지 못하는 기회를 인식 할 수 있는 능력으로 창업가가 기회를 인식하고 활용하는 방식에 영향을 미치는 주요 요인으로 규명되었다(Tang et al., 2012). Kirzner(1979), Roundy(2017) 다수의 기업가정신 연구

를 통해 기민성은 개인의 기회인식과 그에 따라 행동의 메커니즘을 결정하는 것으로 많은 관심을 받았다. 또한 Mitchell(2007) 등 몇몇 학자들은 기민성이 기회를 인식하고 그에 따라 행동하는 메커니즘을 통해 기회 활용으로 이끈다고 설명하고 있다. 또한 Baron(2004), Sternberg(1999)에 의하면 우리가 생각하고, 말하고, 행동하는 모든 것들은 개인의 인지적 프로세스의 영향을 받기 때문에, 창업가의 인지적 프로세스 중 하나인 기민성에 대한 이해는 기업가정신과 기업가적 과정을 이해하는데 도움을 줄 수 있다. 최근 들어 기업가정신 연구 분야에서 핵심적 구성 요소로 기업가적 기민성이 다루어지게 되었다(Baron, 2006; Gaglio & Katz, 2001; Tang, et al., 2012).

Shane(2012)과 Shane & Venkataraman(2000)은 기업가 정신과 관련하여 많은 학자들은 기회인지와 기회 활용을 핵심이라고 인정하고 있으며 이를 위해서는 기업가적 인지 과정인 기업가적 기민성 역량 강화를 선제적으로 작용 및 훈련 되어야 할 것이며 창업교육을 통해 가장 먼저 길러져야 할 요소라 판단하여 첫 번째 매개 변수로 두게 되었다.

2.3. 기회인식

창업연구에서 기회인식과 활용하는 과정은 핵심적인 부분이며, 창업과 경영을 구분지어 주는 절대적인 개념이다(Shane & Venkataraman, 2000).

기회인식이란 창업가가 순간의 한정된 개념이 아니라 심사숙고와 통찰력을 통해 선별한 정보와 추가정보들을 새로 수집하여 다시 그 의미를 파악하고 해석하여 새로운 지식의 창조를 반복적으로 수행하는 과정이라고 주장하였다(Timmons, 2004). 이를 위해서는 기업가적 기민성 구성요소인 1)관찰과 탐색 2)기민한 연계 3)평가와 판단 역량 함양이 우선시 되어야 한다. Ardichvili et al.(2003)는 기회를 인식하고 개발하는 것은 필수적인 창업가의 능력이며 경쟁우위의 원천이다(Alvarez & Busenitz, 2001). 또한 기회를 인식하고 그 가치의 선별 한다면 창업으로 이어지는 긍정적이고 유리한 상황이 조성될 수 있다. 따라서 기회를 식별하고 새로운 사업을 위해 경쟁력 있는 기회를 선택하는 것은 성공한 창업가의 능력 중 가장 중요한 능력(Stevenson et al., 1999)이라고 할 수 있다.

국내 앙트러프러너십 분야의 대부분 연구는 TPB 모형을 바탕으로 한 창업의지(Entrepreneurial Intention)에 관한 연구로 수행이 되어왔으며, 이는 앙트러프러너십의 고유영역이라 할 수 있는 기회(Opportunities)와 관련되지 않은 제한

적 연구범위로 인하여 앙트러프러너십 분야의 독립성과 정당성을 주장하기에는 아직 부족함이 있다(김도현 외, 2017). 따라서 본 연구는 창업의지 중심의 기존 연구 틀에서 벗어나 기회인식을 연구의 창업의도에 영향을 주는 매개변수이자 대학창업교육과정 만족도와 기업가적 기민성의 종속변수로 설정하여 기업가정신의 독창적 특징에 한 발 더 다가가려는 노력을 하였다. 개인이 기회를 인식하고 발견하는 능력은 앙트러프러너십의 발현에 있어 가장 중요한 역량 중 하나이며, 새로운 기회의 발견에 관한 연구는 앙트러프러너십을 통한 새로운 가치와 이익창출에 기반이 되는 중요한 연구영역이다(Stevenson & Gumpert, 1985). 초기 대부분의 기업가정신 교육 (또는 창업교육) 관련 연구가 창업가가 가지고 있는 개인적 특성에 주목하였다면, 점차적으로 창업 기회에 대한 탐구로 변화되고 있으며 앞으로도 지속적으로 ‘기회’ 관련한 더 많은 연구가 필요에 대한 언급이 되고 있음에 따라 두 번째이자 창업의지 전 단계의 매개요인으로 두게 되었다.

2.4. 창업의지

창업의지는 현재 창업여부가 아니라 미래에 창업 할 가능성을 가지고 있는 것을 의미한다. 창업의지가 있어야 실질적인 창업으로 연결될 가능성이 높다. 이런 점에서, 창업의지는 창업을 결정하는 가장 중요한 변수로서 언급된다(Fishbein & Ajzen, 1975). 이는 창업이라는 긴 과정의 첫 단계에 해당한다(Krueger & Carsrud, 1993).

창업교육과 창업행동(의지)의 관계에 대한 인과관계를 가정한 연구에 대한 많은 여러 근거들을 제시하며 창업 및 중소기업 교육과 관련하여 더 엄격한 연구들이 요구되고 있다고 지적하였지만 여전히 교육의 영향에 대해서 확인하는 연구들은 많이 시행되고 있지 않다(Gorman et al., 1997). 2000년 후반부터 창업교육과 창업의지 관계 관련한 연구가 이루어지기 시작하였다. 유연호·양동우(2008) 등은 다양한 창업교육 및 지원프로그램에 대한 참여가 대학(원)생에게 창업관심과 동기부여를 유발시켜 창업의지를 높이는 역할을 한다고 주장 하였다. 하지만 이러한 유의적 결과가 나온 연구에 반해 창업교육을 받은 이후 창업의지가 더 낮아지는 부정적인 결과를 가져온다는 것을 발견 하였고(Oosterbeek et al., 2010) 독일의 대학원생들을 대상으로 창업교육과 창업의지를 분석한 결과, 작지만 부정적인 관계가 있다는 것을 확인(von Graevenitz et al., 2010) 하는 등 다른 의견의 주장도 많았다.

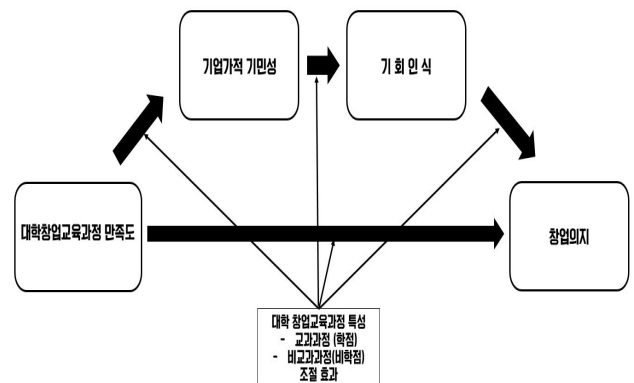
따라서 기존 연구들에서 볼 수 있듯이 창업교육과 의지

관계에 대해서는 여전히 학자 별로 상반된 주장과 결과가 있으며 이러한 상황을 볼 때 둘 관계에 대한 명확한 규명이 필요하며 창업활성화를 위해 필수적인 창업교육이 창업의지에 미치는 긍정적인 효과는 물론 필자가 연구 하고자 하는 기업가적 기민성, 기회포착의 매개효과에 대한 영향을 규명 한다면 조금이나마 창업교육과 창업의지에 도움이 될 것이라 판단된다.

III. 연구방법

3.1. 연구모형 및 가설설정

본 연구는 여러 연구들에서 혼재되어있는 대학창업교육, 창업의지, 기업가적 기민성, 기회인식 관계에서 대학창업교육 만족도와 기업가적 기민성, 기회인식, 창업의지에 미치는 영향을 파악하고, 대학창업교육으로 함양 가능한 기업가적 기민성, 기회인지가 이들의 관계 사이에서 매개효과를 발생할 수 있는지 살펴보고 또한, 대학 창업교육과정 특성에 따른 조절효과를 연구하고자 한다. 이러한 연구모형을 개념적으로 제시하면 본 연구에 있어 연구모형은 <그림 1>과 같이 요약할 수 있다.



<그림 1> 연구 모형

가설 1: 대학창업교육과정 만족도는 창업의지에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 대학 창업교육과정 만족도는 기업가적 기민성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 대학 창업교육과정 만족도는 기회인식에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 대학 창업교육과정 만족도와 기회인식 관계에서 기업가적 기민성은 매개효과가 있을 것이다.

가설 5: 기업가적 기민성과 창업의지 관계에서 기회인식은 매개효과가 있을 것이다.

가설 6: 대학 창업교육과정 만족도와 창업의지 관계에서 기업가적 기민성과 기회인식은 이중 매개효과가 있을 것이다.

가설 7: 대학 창업교육과정 특성(교과 VS 비교과)이 기업가적 기민성, 기회인식, 창업의지로 가는 흐름에 있어 조절적 효과가 있을 것이다.

3.2. 변수의 조작적 정의 및 측정 항목

본 연구에서는 가설 검증을 위한 변수들의 조작적 정의 및 측정항목을 <표 1>과 같이 정리하였다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

변수	조작적정의	참고문헌
대학 창업교육과정 만족도	대학 창업교육과정의 내용, 강사역량, 커리큘럼, 시설 등과 관련한 이수자 만족도	나현미(2019) Astin(1977) Terenzini&Feldman(2005)
기업가적 기민성	새로운 정보를 얻기 위해 노력하며 정보들 사이에 연결고리를 찾고 그 점을 연결 하는 능력	목승철(2019) Adomako et al.(2018) Ericsson et al.(1993) Tang et al.(2012) Hmieleski & Baron (2008)
기회인식	감수할 수 있는 위험한 상황 속에서 창업기회를 인식하고 그 기회 가치의 높 낮이를 포착하는 능력	
창업의지	현재 또는 미래에 신제품 신기술을 가지고 창업을 하려는 의지	유연호·양동우(2008) 김수진(2019) Krueger&Carsrud(1993) Yoon (2011)

※ 출처 : 선행연구를 토대로 재작성

IV. 실증분석

4.1. 표본의 특성

표본의 일반·인구학적 특성은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2 : 연구대상자의 일반적 특성에 대한 빈도분석>

변수	항목	빈도	%
성별	남자	133	66.5
	여자	67	33.5
나이	19-23세	92	46.0
	24-27세	89	44.5
	27-29세	18	9.0
	30세 이상	1	0.5
학년	2학년	54	27.0
	3학년	104	52.0
	4학년 이상	42	21.0
소속	인문·어문	16	8.2
	교육	5	2.6
	경상	32	16.4
	사회과학	23	11.8
	공학	92	47.2
	자연	13	6.7
참여횟수	예체능	14	7.2
	1회	68	34.0
	2-3회	107	53.5
	4회 이상	25	12.5
프로그램 유형	창업아카데미	43	43.0
	창업 동아리	21	21.0
	글로벌창업프로그램	5	5.0
	창업경진대회	31	31.0

4.2. 신뢰도 및 타당성 검증

먼저 창업의지를 살펴보면, 매우 높은 신뢰도 값인 0.956으로 나타났다. 다음 기업가적 기민성을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.892로 높은 신뢰도를 보이고 있으며 만족도의 경우 신뢰도의 값이 0.891로 높은 신뢰도를 보이고 있다. 마지막으로 기회인식 또한, 높은 신뢰도 값인 0.814를 보이고 있다. 요인 적재량 0.5 미만, 공통성 0.4 미만, 다른 요인으로 질문이 들어간 항목을 삭제 하였고 결과는 아래 <표 3>와 같다.

<표 3> 요인분석과 신뢰도분석 결과

항목	요인명				Cronbach's Alpha
	창업의지	기민성	만족도	기회인식	
창업의지4	.880	.181	.069	.051	.956
창업의지5	.850	.108	.061	.206	
창업의지10	.828	.172	.106	.138	
창업의지9	.825	.147	-.008	.056	
창업의지3	.815	.147	.123	.185	
창업의지7	.807	.131	.139	.012	
창업의지8	.803	.176	.087	-.020	
창업의지2	.796	.128	.146	.191	
창업의지6	.786	.053	.172	.255	
창업의지1	.704	.216	.196	.372	
창업의지11	.678	.077	.074	.292	

기민성6	.140	.784	-.009	.304	.892	
기민성7	.283	.777	.101	.038		
기민성8	.332	.774	.072	.118		
기민성9	.294	.767	.085	.162		
기민성5	-.005	.749	.133	.155		
기민성4	-.073	.713	.002	.256		
기민성3	.246	.606	.163	.165		
만족도2	-.017	-.063	.876	.184		.891
만족도3	.126	.125	.862	.180		
만족도1	.134	.073	.844	.174		
만족도4	.122	.175	.727	.036		
만족도5	.382	.152	.704	.178		
기획인식7	.113	.106	.223	.760	.814	
기획인식5	.221	.185	.175	.720		
기획인식6	.190	.323	.060	.681		
기획인식8	.186	.267	.113	.672		
기획인식3	.222	.257	.225	.586		
아이겐값	7.770	.446	3.618	3.163		
설명 변량	27.749	15.877	12.921	11.297		
누적 변량	27.749	43.626	56.547	67.843		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .908						
Bartlett's Test of Sphericity. Chi-Square X2=4414.368(df=378, p<0.01)**						

* p<0.05, **p<0.01 Harman's single factor test= 동일방법편의 없음.

4.3. 연구가설 검증

4.3.1. 대학 창업교육과정 만족도와 창업의지에 대한 가설 검증

가설 1의 검증을 위해 선형회귀분석을 실시하였고 결과는 아래<표 4>과 같다.

<표 4> 대학 창업교육과정 만족도가 창업의지에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

창업의지							
독립변수	B	Std Err	Beta	t	p	DW	R ²
(상수)	1.964	.399		4.923	.000		
만족도	.440	.085	.347	5.204	.000*	1.813	.120

*p<0.05, **p<0.01

설명력은 R²이 0.120으로서 보통으로 나타났다. 먼저 만족도를 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.440으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 5.204이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.440이므로 만족도가 1단위 증가하게 되면 창업의지는 0.440 증가하게 된다.

4.3.2. 대학 창업교육과정 만족도와 기업가적 기민성에 대한 가설 검증

가설 2의 검증을 위해 선형회귀분석을 실시하였고 결과

는 아래<표 5>와 같다.

<표 5> 대학 창업교육과정 만족도가 기업가적 기민성에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

기민성							
독립변수	B	Std Err	Beta	t	p	DW	R ²
(상수)	3.112	.323		9.624	.000		
만족도	.283	.068	.282	4.132	.000*	1.828	.079

*p<0.05, **p<0.01

설명력은 R²이 0.079로서 낮게 나타났다. 먼저 만족도를 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.283으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 4.132이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.283이므로 만족도가 1단위 증가하게 되면 기업가적 기민성은 0.283 증가하게 된다.

4.3.3. 대학 창업교육과정 만족도와 기획인식에 대한 가설 검증

가설 3의 검증을 위해 선형회귀분석을 실시하였고 결과는 아래<표 6>과 같다.

<표 6> 대학 창업교육과정 만족도가 기획인식에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

기획인식							
독립변수	B	Std Err	Beta	t	p	DW	R ²
(상수)	2.890	.269		10.75	.000		
만족도	.386	.057	.435	6.790	.000**	1.826	.189

*p<0.05, **p<0.01

설명력은 R²이 0.189로 보통으로 나타났다. 먼저 만족도를 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.386으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 6.790이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.386이므로 만족도가 1단위 증가하게 되면 기획인식은 0.386 증가하게 된다.

4.3.4. 기업가적 기민성 및 기획인식의 매개효과에 대한 가설 검증

대학 창업교육과정 만족도가 창업의지에 미치는 영향에서 기업가적 기민성과 기획인식이 매개효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 회귀분석을 사용하였고 내용은 <표 7>과 같다.

<표 7> 기업가적 기민성 및 기회인식의 매개효과 회귀분석 결과

독립변인	종속변인	B	S.E	t	p	LLCI	ULCI
만족도	기민성	.282	.068	4.132	.000	.148	.418
	F(1, 198)=17.071**, R ² =0.079						
만족도 기민성	기회인식	.307	.052	5.241	.000	.170	.376
		.453	.052	7.738	.000	.299	.504
F(1, 198)=59.845**, R ² =0.378							
만족도	창업의지	.347	.085	5.204	.000	.273	.606
	F(1, 198)=27.083**, R ² =0.120						
만족도 기민성 기회 인식	창업의지	.163	.085	2.429	.016	.039	.375
		.236	.091	3.284	.001	.119	.478
		.269	.109	3.508	.001	.168	.599
	F(1, 444)=153.118**, R ² =.508						

먼저 1단계를 보면 만족도가 기업가적 기민성(매개변수)에 미치는 영향을 회귀분석으로 나타낸 결과이다. 표준계수 즉, 베타의 값이 .282이고, 유의확률이 000로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다

2단계를 보면 만족도와 기업가적 기민성이 기회인식(매개변수)에 미치는 영향을 회귀분석으로 알아보았다. 결과 값을 보면, 만족도 베타가 .307고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있고, 기업가적 기민성 베타가 .453고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

3단계를 보면 만족도가 창업의지(종속변수)에 미치는 영향을 회귀분석으로 나타낸 결과이다. 표준계수 즉, 베타의 값이 .347이고, 유의확률이 .000로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

4단계를 보면 만족도와 기업가적 기민성 그리고 기회인식 독립변수로서 종속변수인 창업의도에 영향을 미치는지 알아본 회귀분석 결과 이다.

먼저 만족도가 창업의도(종속변수)에 미치는 영향에서 베타 값이 .163 유의확률이 0.016으로 통계적으로 유의하다고 나타났다. 기업가적 기민성이 창업의도(종속변수)에 미치는 영향에서 베타 값이 .236 유의확률이 0.001으로 통계적으로 유의하다고 나타났다. 마지막으로 기회인식이 창업의도에 미치는 영향에서 베타 값이 .269으로 나타났으며, 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 매개효과 분석을 위한 부트스트래핑 결과는 아래 <표 8>와 같다.

<표 8> 간접효과 부트스트래핑

구분		B	SE	t	p	95CI	
						LL	UL
총 효과		.440	.085	5.024	.000	.273	.606
직접효과		.207	.085	2.429	.016	.039	.375
간접효과(전체)		.233	.054			.140	.349
만족도	-> 기민성 -> 창업의도	.084	.045			.017	.189
만족도	-> 기회인식 -> 창업의도	.105	.043			.036	.201
만족도	-> 기민성> 기회인식 -> 창업의도	.044	.020			.012	.090

우선 총 효과를 살펴보면, B값이440이고 t값이 5.024이므로 통계적으로 유의한 효과라고 할 수 있다. 직접효과 B 값이 .207 그리고 t값이 2.429이므로 통계적으로 유의한 효과라고 할 수 있다.

매개효과를 살펴보면, 만족도가 창업의도에 영향을 미치는데 기업가적 기민성이 매개역할을 하는지 살펴보면, LL이 .017 이고 UL이 .189이므로 0이 포함이 되지 않으므로 기업가적 기민성이 통계적으로 유의하게 매개역할을 하는 것으로 나타났다.

다른 매개효과를 살펴보면, 만족도가 창업의도에 영향을 미치는데 기회인식이 매개역할을 하는지 살펴보면, LL이 .036 이고 UL이 0.201이므로 0이 포함이 되지 않으므로 기회인식이 통계적으로 유의하게 매개역할을 하는 것으로 나타났다.

마지막으로 이중매개인 만족도가 창업의도에 영향을 미치는데 기업가적 기민성과 기회인식이 매개역할을 하는지 살펴보면, LL이 .012 이고 UL이 0.090이므로 0이 포함이 되지 않으므로 기민성과 기회인식이 통계적으로 유의하게 매개역할을 하는 것으로 나타났다.

4.3.5. 대학 창업교육과정특성의 조절효과에 대한 가설 검증

만족도가 창업의지에 미치는 영향에서 집단이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다. 결과는 <표 9>과 같다.

<표 9> 창업교육과정특성의 조절효과에 대한 회귀분석 결과(대학창업교육과정 만족도와 창업의지)

종속변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R2	$\Delta R2$	F
창업의지	1	만족도(A)	.440	5.204**	1.000	1.855	.120	.120	27.083*
		만족도	.465	5.632**	1.008		.170	.505**	20.217*
	2	집단(B)	-.578	-3.445**	1.008	.199			
		만족도	.239	2.030**	2.117				
	3	집단	-.576	-3.485**	1.008	2.109			
		(A)×(B)	.431	2.645**	2.109				

*p<0.05, **p<0.01

분석결과를 살펴보면 만족도를 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 12.0%로 나타났고, 집단을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 17.0%로 증가하였다. 독립변수인 만족도를 통제하였을 때 조절변수인 집단이 종속변수인 창업의지에 통계적으로 ($p>0.05$) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘만족도×집단’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 .19.9%으로 .029 증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p<0.05$)하였기 때문에 이는 만족도가 창업의지에 미치는 영향에 집단은 조절효과가 있다고 할 수 있다.

<표 10> 창업교육과정특성의 조절효과에 대한 회귀분석 결과(대학창업교육과정 만족도와 기업가적 기민성)

종속변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R2	$\Delta R2$	F
기민성	1	만족도(A)	.283	4.132**	1.000	1.954	.079	.079	17.071**
		만족도	.304	4.541**	1.008		.133	.053*	15.090**
	2	집단(B)	-.474	-3.485**	1.008	.136			
		만족도	.361	3.723**	2.117				
	3	집단	-.474	-3.486**	1.008	2.109			
		(A)×(B)	-.110	-.818	2.109				

*p<0.05, **p<0.01

분석결과를 살펴보면 만족도를 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 7.9%로 나타났고, 집단을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 13.3%로 증가하였다. 독립변수인 만족도를 통제하였을 때 조절변수인 집단이 종속변수인 기업가적 기민성에 통계적으로($p<0.05$) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘만족도×집단’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 .13.6%으로 .003 증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p>0.05$)하지 않았기 때문에 이는 만족도가 기업가적 기민성에 미치는 영향에 집단은 조절효과가 있다고 할 수 없다.

<표 11> 창업교육과정특성의 조절효과에 대한 회귀분석 결과(기업가적 기민성과 기회인지)

종속변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R2	$\Delta R2$	F
기회인지	1	기민성(A)	.478	9.020**	1.000	2.279	.291	.291	81.353**
		기민성	.482	8.894**	1.044		.292	.001	40.592**
	2	집단(B)	.046	.415	1.044	.311			
		기민성	.640	7.370**	2.736				
	3	집단	.059	.534	1.047	2.668			
		(A)×(B)	-.255	-2.310*	2.668				

*p<0.05, **p<0.01

분석결과를 살펴보면 기업가적 기민성을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 29.1%로 나타났고, 집단을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 29.2%로 증가하였다. 독립변수인 기민성을 통제하였을 때 조절변수인 집단이 종속변수인 기회인지에 통계적으로 ($p>0.05$) 영향을 미치지 않고 있다.

3단계에서 ‘기업가적 기민성×집단’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 31.1%으로 .019 증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p<0.05$)하였기 때문에 이는 기업가적 기민성이 기회인지에 미치는 영향에 집단은 조절효과가 있다고 할 수 있다.

<표 12> 창업교육과정특성의 조절효과에 대한 회귀분석 결과(기회인식과 창업의지)

종속변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R2	$\Delta R2$	F
창업의지	1	기회인식(A)	.667	7.441**	1.000	1.921	.219	.219	55.376**
		기회인식	.648	7.295**	1.008		.242	.023	31.378**
	2	집단(B)	-.393	-2.446*	1.008	.253			
		기회인식	.492	3.893**	2.063				
	3	집단	-.393	-2.462*	1.008	2.055			
		(A)×(B)	.304	1.720	2.055				

*p<0.05, **p<0.01

분석결과를 살펴보면 기회인식을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 21.9%로 나타났고, 집단을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 24.2%로 증가하였다. 독립변수인 기회인식을 통제하였을 때 조절변수인 집단이 종속변수인 창업의지에 통계적으로($p<0.05$) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘기회인식×집단’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 25.3%으로 .011 증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p<0.05$)하였기 때문에 이는 기회인식이 창업의지에 미치는 영향에 집단은 조절효과가 있다고 할 수 있다.

4.4. 분석결과 요약

본 연구에서 대학생 창업교육과정 만족도가 기업가적 기민성, 기회인지, 창업의지에 미치는 영향에 관하여 실증적으로 검증하였으며, 교육과정특성의 조절효과를 확인하고자 하였다. 이 과정에서 기업가적기민성과 기회인지의 매개효과에 대해서도 확인해 보았다. 이와 같은 가설 검증 결과는 <표 13>에 표로 나타내었다.

<표 13> 가설 검증결과 정리

구분	내용	분석 결과
가설 1	대학 창업교육과정 만족도는 창업의지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2	대학 창업교육과정 만족도는 기업가적 기민성에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3	대학 창업교육과정 만족도는 기회인식에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	대학 창업교육과정 만족도와 기회인지 관계에서 기업가적 기민성은 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5	기업가적 기민성과 창업의지 관계에서 기회인지는 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 6	대학 창업교육과정 만족도와 창업의지 관계에서 기업가적 기민성과 기회인지는 이중 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 7	대학 창업교육과정 특성이 기업가적 기민성, 기회인식, 창업의지에 조절적 효과가 있을 것이다.	부분 채택
가설 7-1	대학 창업교육과정 특성은 교육만족도와 창업의지관계와 기업가적기민성, 기회인식, 창업의지 관계에서 조절적 효과가 있을 것이다.	채택
가설 7-2	대학 창업교육과정 특성이 창업교육 만족도와 기업가적 기민성 관계에서 조절적 효과가 있을 것이다.	기각

V. 결론

5.1. 연구 결과

2010년부터 일자리 창출 및 경제 활성화를 위해 정부는 ‘창업활성화’를 국정과제로 내걸고 여러 가지 정책을 추진하고 있다. 창업 활성화를 위해 사회 첫걸음 직전 단계인 대학을 중심으로 하는 창업문화 확산이 필수적 이었다.

본 연구는 대학창업교육 정책을 펼치고 있는 현재 이러한 정책으로 개설된 대학 창업교육과정의 만족도에 따른 창업역량·창업의지가 어떠한 영향을 끼치는지 분석하고자 하며 창업역량으로는 다양한 선행연구를 토대로 기업가적 기민성과 기회인지를 선택 하였다. 또한, 대학 창업교육과정특성의 조절효과를 연구하여 교육과정에 따라 영향 여부를 연구 하여 대학 창업교육의 실효성과 나아가 방향에

대한 실무적인 시사점을 도출 하고자 하였다.

가설의 검증결과를 요약하면 아래와 같다. 대학창업교육과정 만족도는 기업가적 기민성, 기회인식, 창업의지에 영향을 끼치며 기업가적 기민성과 기회인식 또한 직접적인 영향을 끼침과 동시에 매개효과가 나타났다. 마지막으로 대학창업교육과정 특성에 따른 조절 효과는 대학창업교육과정 만족도가 기업가적 기민성에 미치는 영향을 제외한 나머지 연구모형 흐름에서는 교과과정과 비교하여 더욱 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 분석 되었다.

5.2. 연구 시사점 및 한계

본 연구결과에 따른 시사점은 아래와 같다.

대학 창업교육과정은 창업활성화를 위한 첫 단계인 창업의지에 영향을 끼치며 창업의지를 가지기 위해 필수적인 기업가적 기민성과 기회인식 역량을 높이는 창업교육과정으로 발전이 되어야 할 것이다. 또한, 실습위주의 창업 비교과프로그램이 지속적으로 개발 되어야 할 것이며 교과과정도 학문적 강의보단 체험과 도전을 할 수 있는 과정으로 변화해야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 전 세계적인 COVID-19 사태로 인해 창업교과과정 및 비교과과정이 개설되지 않거나 화상강의로만 이루어지고 있어 가장 최근에 이수한 학생들의 데이터 반응이 미비 하다고 할 수 있다. 이는 교육 이수 직후 함양된 역량과 창업의지에 대한 반응이 설문조사에 전부 반영이 될 수 없다고 볼 수 있다. 창업가 역량의 주요요소로 선정한 대학생 기업가적 기민성과 기회인지 역량에 대한 연구가 이러한 한계점을 극복하고 더욱 발전된 후속 연구가 필요하다.

참고문헌

강재학(2015). *대학생의 셀프리더십이 창업기회인식과 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
 교육부·한국연구재단·한국청년기업가정신재단(2019). *대학 창업 운영 매뉴얼 3.0*. 26-94.
 김도현·김도형·박계현·이수용·임은진·정동관·정수성·최민혜·최운수·황병호(2017). 앙트러프러너십은 경영학과 다른 학문인가?. *벤처창업연구*, 12(3), 1-36.
 김수진(2019). *예비창업자의 창업역량이 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과를 중심으로* 석사학위논문, 국민대학교 대학원.
 김용태·박재환(2009). 창업교육 만족도 및 참여동기가 창업교육 효과에 미치는 영향: 창업대학교 교육과정을 중심으로. *한국산업경제학회*, 22(2), 962.

- 김우영·김형길·황보운(2018). 기업가적 기민성 영향요인. *벤처창업연구*, 13(1), 1-10.
- 김진수·김용태·이우진(2013). 대학의 창업교육 품질이 교육만족도와 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. *경영교육연구*, 28(4), 105-131.
- 노경섭(2019). *제대로 알고 쓰는 논문 통계 분석*. 136-145.
- 목승철(2019). *창업가의 기업가적 기민성이 기회인식에 미치는 영향: 자기규제초점의 조절효과 검증*. 석사학위논문, 동국대학교 대학원.
- 박재환·최민정(2017). 대학생의 창업효능감이 창업의지에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 11(2), 9-19.
- 오현준(2015). *창업교육 만족이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 창업정보 매개효과를 중심으로*. 박사학위논문, 목포대학교 대학원.
- 유연호·양동우(2008). 창업의지의 영향요인에 관한 실증연구: 경력지향성과 사회문화적요인 그리고 창업지원프로그램 중심으로. *대한경영학회*, 21(5), 2347-2368.
- 윤남수(2012). 잠재적 창업자의 창업동기 요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과. *산업경제연구*, 25(2), 1537-1557.
- 이상문·장대성(2003). 벤처창업 교육과 창업정신 향상에 관한 한국과 미국의 비교 연구. *Korea Business Review*, 7(1), 7-25.
- 이용기·장병집·김재봉·김용범(2000). 학생만족도의 결정요인에 대한 연구. *고객만족경영연구*, 2(1), 69-100.
- 이재석·이상명(2015). 창업교육과 창업의지의 관계: 기업가 지향성과 환경적 요인의 조절효과. *벤처창업연구*, 10(3), 61-74.
- 정부(2018). *제2차 대학 창업교육 5개년 계획(안)*. 관계부처 합동.
- 정태화(1996). *직업교육의 새로운 도전으로서 창업교육*. 공업기술교육.
- 최명화·조성숙(2014). 중년 직장인의 퇴직 후 창업효능감 및 창업의도에 영향을 미치는 요인. *한국콘텐츠학회논문지*, 14(7), 226-241.
- 하상조(2000). 대학 내 창업보육센터 운영의 실태분석과 육성방안. *한국국민경제학회 경제학논집*, 9(2), 237-266.
- 한길석(2007). 창업교육체계화 방안에 대한 연구. *한국경영교육학회 학술발표대회 논문집*, 0(47), 379-405.
- 한주희·고연정(2007). 창업학 대학원의 교과과정에 대한 한국과 미국의 비교연구. *직업교육연구*, 26(2), 105-131.
- Adomako, S., Danso, A., Boso, N., & Narteh, B.(2018). Entrepreneurial alertness and new venture performance: Facilitating roles of networking capability. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(5), 453-472.
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E.(2003), The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596.
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W.(2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Bae, T. J., S. Qian, C. Miao, & J. O. Fiet(2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Baron, R. A.(2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs “Connect the Dots” to Identify New Business Opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Bird, B.(1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B.(1997). Differences between entrepreneurs and managers in small firms: Biases and heuristics in strategic decision making. *Journal of Business Venturing*, 12, 14-30.
- Casson, M.(1982). *The entrepreneur: An economic theory*: Rowman & Littlefield.
- Dapeng Sang & Jinyal Lin(2009). *How does Entrepreneurial Education Influence the Entrepreneurial Intention of College Students: The Moderating and Mediating Effects of Entrepreneurial Alertness*.
- Drucker, P.(1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper and Row.
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A.(2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.
- Ericsson, K. A., Krampe, R. T., & Tesch-Römer, C. (1993). The role of deliberate practice in the acquisition of expert performance. *Psychological review*, 100(3), 363.
- Fishbein, M., & Ajzen, I.(1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Fishbein, M., & I, Ajzen.(1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA : Addison-Wesley
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A.(2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, 16, 95-111.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W.(1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten-Year Literature Review. *International Small Business Journal*, 15(3), 56-77.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A.(2008). Regulatory focus and new venture performance: A study of entrepreneurial opportunity exploitation under

- conditions of risk versus uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 285-299.
- Holcombe, R. G.(2003) The origins of entrepreneurial opportunities. *The Review of Austrian Economics*, 16(1), 25-43.
- Kirzner, I. M.(1979). *Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago press Chicago.
- Kirzner, I. M.(1985). *Discovery and the capitalist process*. University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M.(1999). Creativity and alertness A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *The Review of Austrian Economics*, 11(Issue 1-2), 5-17.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L.(1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L.(2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), Elsevier, 411-432.
- Krueger, A. B., & L. Mikael(2000). *Education for Growth: Why and for Whom?*. Cambridge, MA:National Bureau of Economic Research.
- Kuratko, D. F.(2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A.(2002). Regulatory focus and entrepreneurial intention: Action bias in the recognition and evaluation of opportunities. *Frontiers of entrepreneurship research*, 22(2), 61-72.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Marie Gaglio, C., McMullen, J. S., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2007). The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 1-27.
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A.(2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454.
- Ozgen, E., & Baron, R. A.(2007), Social sources of information in opportunity recognition: Effect of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J.(2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Reed, S. K.(2012), *Cognition: Theories and applications*. CENGAGE learning.
- Ronstadt, R.(1985). The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. *American Journal of Small Business*. 11(4), 37.-53.
- Ronstadt, R.(1985). The Educated Entrepreneur: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. *American Journal of Small Business*, Summer.
- Roundy, P. T., Harrison, D. A., Khavul, S., Pérez-Nordtvedt, L., & McGee, J. E.(2017). Entrepreneurial alertness as a pathway to strategic decisions and organizational performance. *Strategic Organization*, 16(2), 192-226.
- Sandberg, W. R., & Hofer, C. W.(1987). Improving New Venture Performance The Role of Strategy Industry Structure and the Entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2, 5-28.
- Shane, S.(2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10-20.
- Shane, S., & S. Venkataraman.(2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25, 217-223.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D.(2009). The Concept of "Opportunity" in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*.
- Sternberg, R. J.(1999). *The nature of cognition*. Mit Press.
- Stevenson, H. H., Grousbeck, H. I., Roberts, M. J., & Bhide, A. V.(1999), *New business ventures and the entrepreneur*. instructor's manual.
- Tang, J., Kacmar, K. M., & Busenitz, L.(2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- Timmons, J. A.(2004), Opportunity recognition. *The portable MBA in entrepreneurship*, 3, 29-70.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D.(2005). University Students' Attitude Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.
- Venkataraman, S.(2019), The distinctive domain of entrepreneurship research. *In Seminal Ideas for the Next Twenty-Five Years of Advances*, 5-20.
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R.(2010). The Effects of Entrepreneurship Education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112.
- Yoon, B. J.(2011). *The Effects of Entrepreneurial Spirit and Motivation Driven Entrepreneurship on Establishment of New Business*. Master thesis, Graduate School of Venture Hoseo University.