

인터넷 창업 교육과 시스템 지원이 자기유능감 형성에 미치는 영향  
- 학과 쇼핑몰(<http://www.bc2d.com>) 운영을 중심으로 -

한석희 · 정미혜 · 박기윤 · 문영애 · 박찬미<sup>\*</sup> · 박선위  
부천대학 의상디자인과

The Impacts of Field-oriented Curriculum Operation and System Support  
for the Internet Startup Support on Self-Efficacy  
- Focused on the Operation of Department's Shopping Mall  
(<http://www.bc2d.com>) -

Suk-Hee Han, Mi-Hye Chung, Key Yoon Park, Young-Ae Moon,  
Chan-Mee Park<sup>\*</sup> and Sun-Ui Park  
Dept. of Clothing Design, Bucheon College  
(2006. 9. 18. 접수: 2006. 11. 29. 채택)

Abstract

Recent economic depression aggravates the difficulty in employment, and it has been expanded to a social issue. Even worse, low wage structure in the textile and fashion industry, and inferior working environment make it difficult for fashion design graduates to stably settle down in society. To tackle all these problems, the demand of a new educational model is on the rise. In responding to such economic and educational environment changes, we can actively cope with structural problems in the textile and fashion field, and a social problem of youth unemployment by vigorously using the Internet as a tool for practice. In other words, Startups are reinvigorated through hands-on education, focused on information by introducing the factor of supply chain management (SCM), which efficiently manages resources within the supply chain, and a business to customer (B2C) model, and by utilizing these for startup education.

*Key words:* entrepreneur(창업자), self-efficacy(자기유능감), e-fashion Lab(인터넷 쇼핑몰), B2C(기업과 소비자 간 거래), bc2d.com(학과 공동 브랜드).

I. 서 론

최근의 경기 침체는 청년 실업자 양산이라는 사회적인 문제를 보이며, 대학에서의 실용 교육과 대학의 사회적 책임에 대한 논의를 촉발시켰다. 특

히, 섬유·패션 분야의 특성상 낮은 임금 구조와 열악한 작업 환경으로 인한 직장 이직률까지 고려할 경우, 의상 디자인 계열 졸업생들의 안정적인 사회 정착은 매우 불안정한 구조를 보이고 있는 실정이다.

최근, 컴퓨터 하드웨어의 소형화 및 저가화와 네트워크 외부 효과(Network Externality)에 따른 통신

<sup>\*</sup> 교신저자 E-mail : pcm@bc.ac.kr

인프라의 확충은 대학에서의 이론보다는 실기와 현장 중심형 교육 커리큘럼을 지원하는 실습 기자재로의 활용을 가능하게 하고 있다. 이러한 경제·교육적인 환경 변화에 적응 및 생존하기 위한 대안으로 부천대학 의상 디자인과는 2000년부터 실질적인 체험 중심형 창업 교육을 진행하기 위해 학과 공동 브랜드 bc<sup>2</sup>d.com을 런칭하고 커리큘럼을 현장 중심형으로 전환하였다. 또한, 2003년부터는 체험 교육을 지원하기 위해 e-fashion Lab(<http://www.bc2d.com>) 및 작업 공간(WorkRoom) 등 다양한 시스템을 개발하여 실습 기자재 및 창업 교육에 활용함으로써 생산과 판매를 연계한 실질적인 창업 교육을 진행해 오고 있다.

대학에서 인터넷 쇼핑몰을 활용하여 창업 교육을 실시하는 것은 창업을 통해 취업을 대신하려는 경향이 증가하고 있다는 점과 오프라인 창업에 비해 저렴한 창업 비용과 낮은 사업 위험도를 갖기 때문이며, 일정한 비용만 확보되면 사업 유지를 위한 낮은 한계 비용과 완전 경쟁의 기회가 제공된다는 점이 무엇보다 큰 이유이다. 최근 인터넷 거래를 통해 생산과 소비의 역할을 동시에 담당하는 프로슈머(Prosumer)의 개념이 확산<sup>1)</sup>되면서 개인 사업자 명의의 인터넷 쇼핑몰 시장이 활성화 되는 것도 여기에서 이유를 찾을 수 있다.

이러한 개인 사업자 명의의 인터넷 쇼핑몰 시장의 급성장에 따라 전자상거래 관점에서 많은 연구가 진행되고 있다. 그러나, 대부분의 연구는 소비자의 구매 행동과 기업의 마케팅 전략을 분석하기 위한 양적 연구가 주종을 이루고 있으며, 교육과 접목시킨 연구는 거의 이루어지지 않고 있다. 따라서, 본 논문에서는 체험 지향형 신교육 모델의 일부를 구성하고 있는 e-Fashion Lab(<http://www.bc2d.com>)의 운영 사례를 소개하고 구조 방정식 모형(SEM ;

Structural Equation Modeling) 분석 기법을 활용하여 인터넷 창업 지원을 위한 현장 중심형 커리큘럼과 시스템 운영이 실제 창업으로 이어질 수 있는 자기유능감에 어느 정도의 영향을 미치고 있는지를 요인간 인과 분석을 통해 밝혀냄으로써 진행되고 있는 체험 지향형 교육 과정에 대한 문제점과 대안을 찾고자 하였다.

## II. 이론적인 배경 및 연구 모형

### 1. 이론적인 배경

창업에 관련한 전통적인 연구는 창업자 및 창업 지원을 위한 교육 과정과 프로그램 개발에 초점이 맞추어져 있었으나 최근에는 급격한 창업 분위기 확산을 반영하여 조직적이고 장기적인 관점에서 접근하기 위해 창업 보육 센터와 대학(지원/벤처 동아리)을 연계하여 연구<sup>2)</sup>되고 있으며, 학과 중심의 창업 사례 연구<sup>3)</sup>가 다수 발표되고 있다. 그러나, 기존 선행 연구 대부분이 창업을 오프라인(off-line) 관점에서 접근한 경우가 대부분이며, 인터넷을 활용하여 가치사슬(value chain) 관점에서 창업과 연관짓는 학문적인 연구는 극히 소수에 불과하다.

### 1) 창업과 인터넷(Internet)

창업에 대한 정의는 학자나 각국의 여건에 따라 매우 다양하게 정의되고 있다. 창업이란 창업자가 사업 아이템을 가지고 사업 자금을 투자하여 수익을 창출하는 사업을 영위하는 것<sup>4)</sup>으로 정의할 수 있는데, 최근에는 정보화 사회로의 진화, 수요의 다양화 및 다각화, 통신 정보 컴퓨터 기술을 중심으로 한 급격한 기술 혁신, 사이버 비즈니스 등의 출현<sup>5)</sup>으로 인터넷 기술을 활용한 SOHO 사업이 활성화되고 있다. 특히, IT 관련 기술의 급진전은 사회 전반에 걸쳐 그

1) 김영래, 이호건, 김선광, 문희철, 심상렬, 이규훈, 권영대, *전자무역의 이해와 전개*, (서울: 브레인코리아, 2002), p. 26.

2) 박상문, 이재희, 이달환, 배종대, "국내 창업보육센터의 운영시스템 현황 및 발전방안에 관한 연구," *벤처경영연구* 3권 1호 (2000), pp. 39-71; 김완민, 이주형, "기술집약형 창업 활성화를 위한 대학의 역할," *대한경영학회지* 18권 5호 (2005), pp. 2079-2106; 정양현, 이충섭, 이종대, "대학과 연구소 창업보육센터 입주업체의 특성 및 창업보육 성과의 비교," *중소기업연구* 25권 3호 (2003), pp. 159-183.

3) 표성배, "학과를 중심으로 한 창업사례 발표," *한국컴퓨터정보학회 제24차 학계학술대회 발표논문집* (서울: 2001년 6월), pp. 77-84.

4) 조경동, *소자본 기업창업론*, (서울: 형설, 2004), p. 20.

활용성이 강조되고 있으며, 교육 패러다임에도 상당한 영향을 미치고 있다<sup>6)</sup>.

창업은 컴퓨터의 발전과 네트워크의 진화에 따라 기존의 오프라인(off-line) 창업에서 온라인(on-line) 창업으로 확산되고 있다. 오프라인 창업의 경우, 초기 비용과 지속적인 자금 조달 등 비용적인 측면에서 고비용 저효율의 구조를 가지고 있는 것이 특징이다. 즉, 상품 측면에서는 재고 회전을 등 시장 환경에 따른 예측불허의 리스크가 존재하며, 직접 매장 방문을 통해 구입해야 하는 불편을 초래하게 된다. 또한 완전 경쟁 시장의 경쟁 구조이지만 진입 장벽이 높아 창업 기회가 상대적으로 낮아질 수 있다. 이에 반해 온라인 창업은 저비용 고효율의 구조를 갖고 있다. 즉, 섬유·패션 상품의 경우, 상품의 생명 주기가 매우 짧고 전통적인 쇼핑 방식에 비해 상대적으로 저렴한 가격으로 쇼핑의 편리함을 최대한으로 이용할 수 있어 매출 창출 기회가 확대될 수 있으며, 다품종 소량 생산 체제로의 변화에 적응하기 쉬운 소비자의 소득 수준과 문화 수준에 따른 다양한 요구에 대응할 수 있는 장점을 가지고 있다. 판매 모델에 있어서도 중개자 모델(Intermediary Model)을 취할 경우, 재고 회전율에 대해서는 리스크가 제로(0)에 가까운 결과를 나타내므로 오프라인 창업에 비해 리스크가 상대적으로 감소될 수 있다. 즉, 온라인 창업은 완전 경쟁 시장의 경쟁 구조를 가지고 있으면서 진입 장벽이 낮아 오프라인 창업에 비해 상대적으로 창업 기회 창출 및 확산을 가져올 수 있는 강한 이점이 존재한다.

**2) 창업자(Entrepreneur)와 지원 조직**

창업에 관련한 선행 연구들을 살펴보면, 주로 창업자(Entrepreneur)에 초점을 맞추고 있는데, 이는 창업의 필수 요소를 창업자와 자본(Resource Requirements) 그리고 사업 아이템으로 구분<sup>7)</sup>할 경우 창업자의 능력이 곧 그 사업의 성공 여부를 결정짓는 주

요 변수가 되기 때문이다. 그러나, 창업을 결심하는 당사자는 개인의 역량을 극대화하기 위해 노력을 하게 되며, 이는 대학 및 각 기관에서 주축하는 창업 강좌를 통해 관련 지식을 습득하는 경우가 대부분이다. 따라서, 최근 발표되고 있는 논문에서는 창업을 지원하는 대학이나 기관 등의 역할 및 효율적인 운영을 위한 논문이 발표되고 있으며, 미국과 한국의 창업 지원 교육 과정에 대한 비교 분석을 시도하여 대안을 제시하고 있다<sup>8)</sup>.

**(1) 학습 지원**

실질적인 창업 교육 및 창업의 실효성을 높이기 위해서는 창업에 대한 자신감을 확보할 수 있도록 커리큘럼을 운영하고 체험 교육의 기회를 제공하여 현장 중심적인 경영 마인드를 강조하는 것이 중요하다. 체험 교육은 현장 교육과 동일한 의미에서 접근이 가능하며 수업의 효과를 증진할 수 있는 중요한 교육자원<sup>9)</sup>으로써 이를 지원하기 위해서는 충분한 시간(time)과 체험을 위한 장소(place) 그리고 현장 경험과 전문 지식을 겸비한 인적 자원을 확보하고 있을 경우에만 가능하다. 현실적으로 이러한 조건을 확보하고 있는 조직은 대학(大學)이다. 최근 국가 경쟁력 강화 및 신규 사업의 육성, 그리고 고용 시장의 안정화를 위해 정부 주도로 대학이나 연구 기관 등에서 창업을 하도록 적극 권장하고 있으며, 정부 기관 산하 창업 보육 센터(BI ; Business Incubator)중 약 98%를 대학에 설립<sup>10)</sup>하여 체계적인 관리 및 지원을 하는 것은 이를 뒷받침해 주고 있다.

그러나, 창업 보육 센터는 사업 아이템과 자본금을 기준으로 입주를 받고 있는 실정이며, 사업 아이템이 결정된 상태에서 신청을 받는다는 것은 예비 창업자를 지원하는 것이 아니라 창업자를 지원 대상으로 하고 있기 때문에 그 수혜자는 극히 일부일 수밖에 없다. 이는 창업을 경제 성장과 연결<sup>11)</sup>할 때에도 그 수혜의 폭을 넓혀야 하는 필요성이 제기되며,

5) 김원기, 박춘광, 이창원, “창업 및 벤처경영에 관한 교육과정.” *대한경영학회지* 21호 (1999), pp. 31.  
 6) 김혜영, “원격대학의 웹 기반 강의 만족도에 미치는 영향 평가,” *e-비즈니스 연구* 4권 1호 (2003), p. 87.  
 7) 조경동, *Op. cit.*, pp. 31-32.  
 8) 김원기, 박춘광, 이창원, *Op. cit.*, pp. 29-44; 장대성, “한국과 미국의 창업교육 비교를 통한 한국 벤처창업 교육전략 수립,” *한국컴퓨터정보학회논문집* 8권 1호 (2003), pp. 129-139.  
 9) 이주하, “내안적 교육방법으로서의 현장견학의 가능성과 그 인식론,” *교육철학* 27집 (2005), p. 235.  
 10) 김완민, 이주형, *Op. cit.*, p. 2079.

장기적인 관점에서 예비 창업자를 발굴하여 체험을 통한 창업 교육을 실시함으로써 창업에 필요한 지식 습득과 도전 의식 그리고 일의 존엄성과 자신이 한 일에 대한 책임감, 신뢰감, 성취감을 갖도록<sup>12)</sup> 하여 궁극적으로는 창업에 대한 자신감을 통해 창업의 실효성을 높일 수 있도록 해야 한다.

체험을 통한 창업 교육은 학교 기업 운영을 통해 보다 구체화 될 수 있는데, 전공에 대한 특성을 고려할 경우 절대적인 비교에 한계가 있지만 <표 1>에서 I대학 소프트웨어개발과와 부천대학 의상 디자인과의 창업(취업) 프로그램을 제시하였다. 즉, 학교 기업을 통한 체험 교육은 직업 교육 의식과 사회 활동에 대한 적극적인 자세 및 성취욕을 높여 기업가 정신을 함양토록 하였고, 학생들은 학교 기업에 대한 운영 경험을 축적하여 졸업 후의 창업에 대한 자신감<sup>13)</sup>을 확보할 수 있는 계기가 된다. 이러한 창업에 대한 자신감은 창업의 실효성을 높일 수 있다.

<표 1>에서 I대학 소프트웨어개발과는 졸업생을 주축으로 (주)Kitech21을 설립한 후 재학생을 인턴으

로 활용하여 경험과 지식을 축적한 후 사회에 진출시키고 있는 반면, 부천대학 의상 디자인과의 창업(취업)(온·오프라인)프로그램은 재학생을 주축으로 (주)비씨투디닷컴을 설립하고 작업 단계(팀 구성 → 학생 출자 → 브랜드 개발/상품 기획 → 상품 제작/품질 관리 → 온·오프라인 전시/판매 → 매출 발생 → 이익 배분 → 평가/FeedBack)별로 업체의 수요를 반영한 커리큘럼을 배치(각 작업 단계별로 3~6과목) 및 학생들의 자발적인 참여를 통해 경험과 지식을 축적시키고 있다. 또한, 팀별 운영을 통해 작업 일정 및 디자인 결정에 관해 팀원들과 끊임없는 커뮤니케이션을 시도하고 의사 결정 과정에 직접 참여함으로써 조직 생활의 규율과 적응력을 습득할 수 있도록 하여 예비 창업자로서 자질을 확보할 수 있도록 운영하고 있다. 이러한 체험 교육은 창업을 지원하는 기반 제공 외에도 궁극적으로는 학교에서 학습한 지식과 기술을 졸업 후의 현장에서 직접 실천해 볼 수 있는 기회를 제공함으로써 교육 과정에 설정된 교육 목표를 달성<sup>14)</sup>할 수 있다.

<표 1> 「I대학 소프트웨어개발과」와의 창업(취업)자원 프로그램 비교

	I대학 소프트웨어개발과 <sup>19)</sup>	부천대학 의상 디자인과
학생수	120명(주간)/80명(야간)	80명(주간)/40명(야간)
기업명	(주)Kitech21	(주)비씨투디닷컴
운영 인원 (참여 인원)	졸업생(20명) + 재학생(6~12명)	재학생(120명)
운영 모델	B2B	B2C
운영 조직	졸업생 중심의 운영	재학생 중심의 운영
체험 기간	2~3년	1년
재학생 참여 방법	선별적인 참여	전원 참여
취업시 활용 방법	경력(인턴 사원)을 바탕으로 취업	경험(프로세스 체험)을 바탕으로 취업 및 온·오프라인 창업
주요 특징	* 인턴 사원제를 운영하여 졸업 후 1~2년간 교내 기업에서 개발 경험 축적	* 매년 교과과정을 현장수요에 맞게 개편 * 팀별 운영을 통해 이해조정과 의사 결정 과정을 체험

11) 박윤재, 윤현덕, 김영수, “창업활성화의 영향요인에 관한 연구,” 공공정책연구 8권 (2002), pp. 87-113.

12) 이병석, 최병연, “산업체의 현장실습교육 담당자에게 요구되는 교수능력에 관한 연구,” 안암교육학연구 7권 12호 (2001), p. 230.

13) 오경훈, 송철기, “현장실습 교육 활성화를 위한 학교기업 도입과 운영방안,” 공학교육연구 8권 1호 (2005), p. 65.

14) 이병석, 최병연, *Op. cit.*, p. 230.

따라서, 예비 창업자들을 대상으로 한 현장 중심적이면서 체험 지향적인 커리큘럼 지원은 예비 창업자들에게 학교에서 배운 지식과 기술을 창업에 활용할 수 있도록 하는 직접적인 동기가 될 수 있으며, 동시에 본인의 적성, 흥미, 능력, 성격 등을 고려한 창업에 대한 인식 수준을 높여 예비 창업자 스스로 창업 절차 등 지식 축적을 위한 내부 역량 및 인맥 형성 등의 조직간 네트워크 구축에 필요한 외부 역량 확보를 위해 노력할 것이다.

무엇보다 창업의 실효성을 높이기 위해서는 예비 창업자와 직접적인 대면 접촉을 통해 학습자의 흥미와 동기 유발을 할 수 있도록 커리큘럼이 개발<sup>15)</sup>되어야 한다. 잠재적 창업가가 충분히 존재할 경우 개인적으로 매력을 느끼는 기회가 주어지면 창업가적 기질을 발휘하여 창업 관련 행동을 주도하려는 경향<sup>16)</sup>이 있기 때문이다. 또한, 커리큘럼을 운영할 수 있는 현장 경험이 풍부한 교수진 확보 및 다양한 교수 방법을 개발하여 창업을 위한 동기 부여를 제공<sup>17)</sup>하는 것이 필수적이다. 이를 위해 부친대학 의상 디자인과의 경우, 창업 지원을 위한 커리큘럼 운영시 팀원간 커뮤니케이션을 강조하는 학습 공동체 모형<sup>18)</sup>을 활용하고 있다.

H<sub>1a</sub>. 조직의 학습 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 내부 역량 형성 정도에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

H<sub>1b</sub>. 조직의 학습 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 인식 수준에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

H<sub>1c</sub>. 조직의 학습 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 외부 역량 형성 정도에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

## (2) 시스템 지원

인터넷 쇼핑물을 활용한 창업 체험 교육은 웹 기반 교육 훈련의 일종으로 볼 수 있다. 웹 기반 교육 훈련에서 컴퓨터와 네트워크를 활용한 교수와 학습자 혹은 학습자간의 쌍방향 의사 소통은 매우 중요<sup>19)</sup>하며, c-Fashion Lab(<http://www.bc2d.com>)은 인터넷 창업을 지원하는 실습 기자재로서 그 대안이 될 수 있다. 또한, 예비 창업자들로 하여금 실습 기자를 직접 활용하여 창업의 전 과정을 체험하게 함으로써 오프라인 창업에 비해 상대적으로 리스크가 작다는 것을 체험을 통해 인식하도록 함으로써 창업의 실효성을 높일 수 있으며, 체험을 통한 예비 창업자의 경험 수준을 높여 궁극적으로는 창업에 대한 자신감을 높일 수 있다. 또한, 학습 지원을 통해 제공된 정보와 경험을 바탕으로 예비 창업자 스스로 창업 절차 등 지식 축적을 위한 내부 역량 및 인맥 형성 등의 조직간 네트워크 구축에 필요한 외부 역량 확보를 위해 노력할 것이다.

최근의 인터넷 쇼핑물을 활용한 보편적인 인터넷 창업 교육은 경쟁업체 증가로 인한 수익성 논란, 고객 이탈 증가 등과 같은 급격한 환경 변화<sup>21)</sup>와 경쟁우위를 확보하기 위한 시스템의 변화 즉, 기존의 입점 방식에서 오픈 마켓(Open Market)으로의 전환을 시도하는 등 쇼핑물 운영 프로세스가 점차 복잡해지고 있어 입점을 위주로 한 인터넷 창업 교육은 그 한계점이 나타나고 있다. 따라서, 최근 동향을 반영한 실습 시스템 구축을 통해 인터넷 시장에서 존재하는 인터넷 쇼핑물 시스템 구조를 미리 체험해 보고 반응속도를 높일 수 있도록 설계하여 예비 창업자들에게 전형성과 접근성을 확보<sup>22)</sup>하는 것이 중요하다.

<그림 1>은 체험 지향형 신교육 모델을 지원하는 시스템 구성도를 보여주고 있는데, 팀원별 쌍방향

15) 박태윤, 노경임, “국내 체험환경교육 프로그램의 운영현황 및 개선방안에 관한 연구,” *한국환경복원능력회기술펠회지* 7권 6호 (2004), p. 101.

16) 이지우, “개인특성과 창업의지 사이의 관계,” *중소기업학회지* 22권 1호 (2000), p. 126.

17) *Ibid.*, p. 233; 김혜영, *Op. cit.*, pp. 87-102.

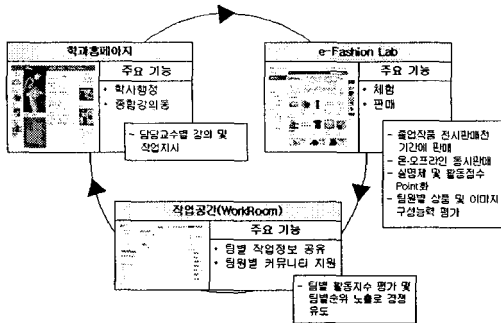
18) 나승일, 김중우, 이광용, 마상진, “전문대학의 학습공동체 구축방안,” *취업교육연구* 21권 2호 (2002), pp. 24-26.

19) 표성배, *Op. cit.*, pp. 77-84.

20) 김혜영, *Op. cit.*, p. 89.

21) 신종학, “인터넷 쇼핑물의 서비스품질 측정요인에 관한 연구,” *마케팅관리연구* 7권 1호 (2002), p. 72.

22) 최낙환, “인터넷 쇼핑물 평가에 이용되는 속성정보의 전형성 효과에 관한 연구,” *한국마케팅저널* 7권 4호 (2006), pp. 34-35.



〈그림 1〉 신교육 모델을 지원하는 시스템 구성도.

커뮤니케이션 지원과 팀별 작업 정보를 공유함과 동시에 인터넷 판매까지 체험하게 함으로써 소비자와의 판매 접점을 형성할 수 있도록 지원하고 있다.

- H<sub>2a</sub>. 조직의 시스템 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 인식 수준에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2b</sub>. 조직의 시스템 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 내부 역량 형성 정도에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2c</sub>. 조직의 시스템 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 자기유능감 형성 정도에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2d</sub>. 조직의 시스템 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 경험 수준에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2e</sub>. 조직의 시스템 지원 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 외부 역량 형성 정도에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.

### 3) 창업자 수준

#### (1) 인식 수준

성공적인 창업을 위해서는 무엇보다 창업자가 비

창업자들에 비해 뛰어난 능력을 보유해야 한다. 그러나, 창업자와 비창업자와의 능력에 있어 차이가 존재하는가에 대한 논의는 지금까지도 진행<sup>23)</sup>되고 있으며, 창업자의 능력을 어디서부터 어디까지 한정 짓기는 어렵다. 왜냐하면 개인의 성취 욕구와 어려운 상황에 대한 인내 정도 등 심리적인 요인이 작용하고 있으며, 창업자는 다양한 영역에서 그 능력을 발휘해야 하기 때문에 창업자가 수행해야 하는 직무의 영역을 한정짓기가 매우 힘들기 때문이다<sup>24)</sup>. 실제 창업을 시도하는 동기 부여는 결국 창업의 필요성과 가능성을 인식하는 정도에 따라 결정될 수 있다. 따라서, 창업에 대한 필요성과 가능성이 인식되면 창업에 필요한 다양한 정보를 확보하기 위해 노력할 것이며, 그 노력 중의 하나는 경험을 통해 진행될 수 있다. 이 때 성공에 대한 강한 성취 욕구와 목표 설정 및 몰입<sup>25)</sup>이 필요하다.

- H<sub>3a</sub>. 예비 창업자의 인식 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 내부 역량 형성 정도에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>3b</sub>. 예비 창업자의 인식 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 외부 역량 형성 정도에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>3c</sub>. 예비 창업자의 인식 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 경험 수준에 긍정적(+인 영향을 미칠 것이다.

#### (2) 경험 수준

경험은 여러 연구자와 창업자들 간에 널리 인정되고 있는 주요 성공 요인들 중에 하나이다. 이는 특정 개인이 경험을 통하여 창업하려는 사업에 대한 지식을 획득하고 이에 기초하여 의사 결정을 내림으로써 사업체의 성과에 영향을 미치기 때문이다<sup>26)</sup>. 다양한 분야에서 축적된 경험은 창업을 결심하게 되는 동기 부여가 될 수 있으며, 동기 부여에 따라 창업의

23) R. A. Baron and G. D. Makrman, "Beyond social capital : the role fo entrepreneurs' social competence in their final success," *Journal of Business Venturing* Vol. 18 (2003), pp. 41-60.

24) 백윤정, *Op cit.*, p. 195.

25) 장대성, "한국과 미국의 창업교육 비교를 통한 한국 벤처창업 교육전략 수립," *한국컴퓨터정보학회지* 8권 1호 (2003), p. 133.

26) 정성환, 김해룡, "소상공인 창업성공 요인에 대한 탐색적 연구," *벤처경영연구* 4권 2호 (2001), p. 5.

필요성과 가능성을 인식하고 역량 확보를 위해 과감한 인적 자원에 대한 투자가 이루어질 수 있다. 진통적인 연구에서 창업자의 인적 자원으로 가장 많이 연구되었던 것은 공식적인 교육 이수와 이전 조직에서의 경험 유무이다<sup>27)</sup>. 특히, 창업자의 경력이나 경험중 수익성에 긍정적인 영향을 주는 것은 학력과 유사 사업 경험이며, 부정적인 영향을 주는 것은 경영 경험과 창업 경험<sup>28)</sup>으로 나타났다. 여성 기업의 성과 분석으로 매출액의 집단별 차이를 일원배치 분산분석을 통하여 살펴본 결과 '전문대졸 이상'의 집단과 '경력 있음'의 집단의 평균 매출액이 높은 것<sup>29)</sup>으로 나타나 학력이 수익성에 긍정적인 영향을 미친다는 연구를 뒷받침해 주고 있다.

H<sub>1a</sub>. 예비 창업자의 경험 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 인식 수준에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

H<sub>1b</sub>. 예비 창업자의 경험 수준이 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 외부 역량 형성 정도에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

#### 4) 사업 역량 형성 정도

##### (1) 내부 역량 형성 정도

창업자가 갖추어야 할 역량으로는 비창업자와 차별화 될 수 있는 도전성과 창의성이 뒷받침된 창업자 정신이 있어야 한다. 또한, 기회에 대한 포착 능력과 사업에 대한 몰입 그리고 위기가 닥쳤을 경우, 해결 능력을 갖추어야 되고 기술, 인력, 기술, 금융 등 주요 자원에 대한 가용성이 있어야 한다<sup>30)</sup>. 이 외에

도 리더십과 신뢰성 그리고 사교성과 판단 능력<sup>31)</sup>을 갖추어야 한다. 특히, 인터넷 창업을 고려할 경우에는 인터넷의 특성을 정확히 이해하고 새로운 부가 가치를 창출하는 수단으로 활용할 수 있는 지식이 필요하다. 예를 들면, 인터넷에서 가상 점포를 통한 창업은 결국 인터넷 마케팅과 콘텐츠를 활용한 상품거래이므로 쇼핑몰을 구성하는 이미지가 쇼핑몰 전체를 평가하는 기준<sup>32)</sup>이 될 수 있으며, 따라서 상품 이미지 편집 기술과 인터넷 마케팅의 전략 수립 능력은 매우 중요<sup>33)</sup>하다.

H<sub>2a</sub>. 예비 창업자의 내부 역량 형성 정도가 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 외부 역량에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

H<sub>2b</sub>. 예비 창업자의 내부 역량 형성 정도가 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 자기유능감 형성 정도에 긍정적(+인) 영향을 미칠 것이다.

##### (2) 외부 역량 형성 정도

창업 전과 후를 구분하여 접근할 경우, 창업 전에는 창업 동기가 창업자의 신념과 의지에 직접적인 영향을 미칠 수 있으나, 창업 이후에는 조직과 조직 간 커뮤니케이션을 통해 외부 업체와의 제휴와 영업을 수반한 이익 창출로 사업의 연속성을 확보하는 것이 중요하다. 사업의 연속성을 유지하기 위한 창업자의 자질로 자금 조달 능력, 기술 획득 및 제휴 능력, 조직 장악 능력, 전략 수립 능력을 들 수 있으며, 창업자의 의지와는 별도로 산업 환경도 고려해야 한다<sup>34)</sup>.

27) P. Davidsson and B. Honig, "The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs," *Journal of Business Venturing* Vol. 18 (2003), pp. 301-331.

28) 조형래, "창업인의 특성, 제품혁신성과 벤처기업 성과관의 상황적 관계" (한국과학기술원 대학원 박사학위논문, 1995); 김홍범, "한국 벤처기업의 성공전략과 성공요인에 관한 문헌연구," *벤처경영연구* 1권 2호 (1998), pp. 97-125.

29) 양인숙, *여성전문인력의 창업활성화 방안* (서울: 한국여성개발원, 2005), p. 98.

30) 김원기, 박춘광, 이창원, *Op. cit.*, pp. 29-44.

31) 김홍범, *Op. cit.*, pp. 97-125.

32) 이장우, 김현경, 이문규, "인터넷 쇼핑몰에 대한 고객애호도의 결정요인," *한국마케팅저널* 3권 3호 (2002), p. 111-133; 설상철, 신종학, "인터넷쇼핑몰의 콘텐츠 특성이 인터넷쇼핑 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구," *마케팅관리연구* 7권 3호 (2002), pp. 105-126.

33) 신수연, 김민정, "인터넷 패션 쇼핑몰의 마케팅 전략," *복식문화연구* 12권 1호 (2004), pp. 41-58.

34) 김홍범, *Op. cit.*, pp. 97-125.

116. 예비 창업자의 외부 역량 형성 정도가 높을수록 예비 창업자의 창업에 대한 자기유능감 형성 정도에 긍정적(+)인 영향을 미칠 것이다.

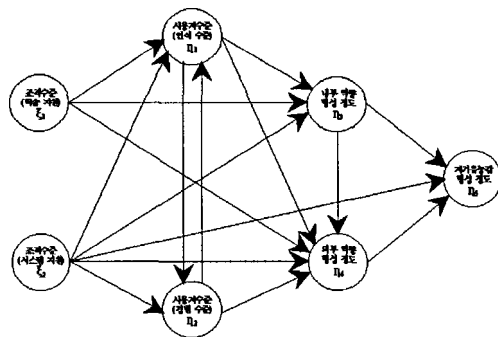
### 5) 자기유능감 형성 정도

창업 교육은 대학에서 보유하고 있는 네트워크를 활용하여 창업자의 아이디어를 구체화시킬 수 있도록 기술 능력을 배양시켜 주는 것 이외에도 실제 창업에 대한 자심감을 배양시켜 줄 수 있는 커리큘럼 운영을 통해 예비 창업자의 신념을 구체화시켜 주는 것이 필수적이다. 창업의 필요성을 인지하고 있는 자신에 대한 신념을 구체화시킬 수 없다면 사회 진출시 창업에 대한 것은 이론으로 그칠 가능성이 많기 때문이다. 이러한 신념은 자기유능감(self-efficacy)으로 표현될 수 있으며, 자기유능감은 창업자로서의 역할과 과업을 성공적으로 수행할 수 있는 능력에 대한 개인적 신념의 강도<sup>35)</sup>라고 정의내릴 수 있다.

## 2. 연구 모형

선행 연구를 바탕으로 <그림 2>에서 볼 수 있듯이 이론 변수와 측정 변수를 설정함으로써 변수간의 영향력과 인과 관계를 분석하려는 연구 목적에 부합하도록 연구 모형을 설정하였다.

## III. 연구 방법 및 실증 분석



<그림 2> 연구 모형.

## 1. 연구 방법

본 연구를 위해 부천대학 의상 디자인과 2학년 학생을 대상으로 2006년 4월 12일부터 4월 28일까지 약 보름 동안 설문 조사를 실시하였다. 설문지에 대한 신뢰도를 높이기 위해 5명의 외부 전문가를 통해 연구 목적 및 설문 항목 구성에 대한 조언을 받았으며, 표본 10명을 무작위로 선정하여 예비설문 조사를 실시하고 설문 문항을 보완하여 최종적인 설문지를 작성 및 배포하였다. 재학 중인 2학년 학생을 표본 집단으로 선정한 이유는 의상 디자인과에서 진행하고 있는 체험 중심형 커리큘럼을 수혜하고 있고, 실질적인 시스템 사용에 대한 접근 권한을 가지고 있기 때문이다. 설문지 회수는 응답률 및 설문 결과에 대한 신뢰도를 높이기 위해 연구자가 설문지 등을 표본 집단에 이메일(E-mail)로 단체 발송하고, 수업시간을 활용하여 직접 설문지를 회수하는 방법을 택하였다. 설문지 구성은 <표 2>와 같으며, 설문지 배포에 따른 회수율은 <표 3>과 같다.

## 2. 실증 분석

### 1) 표본의 특성

지식 정보화 시대에서의 창업은 업무 정보 공유 및 기술 지원 등 대부분의 업무가 컴퓨터와 네트워크에 기반하고 있기 때문에 예비 창업자에게 컴퓨터 활용 지식은 무엇보다 중요하다. 설문 결과 응답자 중 95명(93.1%)이 본인 소유의 컴퓨터를 확보하고 있었으며, <표 4>와 같이 3시간 이상 컴퓨터를 사용한다는 응답은 55명(53.9%)에 달해 꼭 창업을 고려하지 않더라도 컴퓨터를 많이 활용하고 있음을 알 수 있다. 그러나, 컴퓨터 사용에 대한 거부감 정도를 묻는 질문에서는 응답자의 48명(47.5%)이 거부감이 강한 것으로 나타나 사무자동화(OA) 지식 및 기타 활용 지식에 대해서는 취약한 것으로 나타났다. 이는 한국 대학생 중 남학생이 여학생보다 창업을 위한 정보화마인드가 높다<sup>36)</sup>는 연구 결과를 뒷받침해 주고 있다.

35) 백운정, "여성창업자의 자기유능감과 사회적 기술, 인적자본이 관리역량 및 조직성과에 미치는 영향," *인사관리 연구* 27집 3권 (2003), pp. 191-219; C. C. Chen, P. G. Greene and A. Crick, "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?," *Journal of Business Venturing* Vol. 13 (1998), pp. 295-316.

36) 장대성, 홍석기, "한국 대학생의 창업교육효과에 관한 성별비교 연구," *대한경영학회지* 27호 (2001), pp. 105-124.



〈표 2〉 설문지 구성

항목	구분	주요 내용	문항수	항목	구분	주요 내용	문항수	
응답자 수준	A	[A-1]	기술 수준	4	평가 요인	[B-1]	조직 수준 (학습 지원 정도)	5
		[A-2]	인터넷 활용 수준	2		[B-2]	조직 수준 (시스템 활용 정도)	8
		[A-3]	인터넷 쇼핑 경험 수준	8		[B-3]	사용자 수준 (인식 수준)	7
		[A-4]	창업 인식 수준	4		[B-4]	사용자 수준 (경험 수준)	7
		[A-5]	창업 교육 참여	4		[B-5]	내부 역량 형성 정도	6
		총 문항수		22		[B-6]	외부 역량 형성 정도	4
				[B-7]		자기유능감 형성 정도	3	
				총 문항수		40		

〈표 3〉 설문지 배포 및 회수율

설문지 발송수	설문지 회수 방법	설문지 회수	회수율	분석 이용수
127부	직접 회수	115부	90.6%	102부

〈표 4〉 표본의 특성

	내 용				
	문항	1~2시간	3~4시간	6시간 이상	4~6시간
컴퓨터 사용 시간	응답자수(비율)	40명(39.2%)	40명(39.2%)	8명(7.8%)	7명(6.9%)
	전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 7				
인터넷 활용 시간	문항	1~2시간	3~4시간	4~6시간	6시간 이상
	응답자수(비율)	45명(44.1%)	45명(44.1%)	10명(9.8%)	7명(6.9%)
전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 1					
컴퓨터 교육 수혜 여부	문항	아니오		예	
	응답자수(비율)	60명(58.8%)		41명(40.2%)	
전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 0					
인터넷 사용유무	문항	예		아니오	
	응답자수(비율)	100명(98.0%)		2명(2.0%)	
전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 0					
상품 구매 경험	문항	예		아니오	
	응답자수(비율)	93명(91.2%)		9명(8.8%)	
전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 0					
상품판매 경험	문항	아니오		예	
	응답자수(비율)	78명(76.5%)		22명(21.6%)	
전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 2					

〈표 4〉 계속

	내 용		
	문항	아니오	예
창업을 위한 현장 경험	응답자수(비율)	71명(69.6%)	31명(30.4%)
	전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 0		
실제 창업고려 여부	문항	예	아니오
	응답자수(비율)	54명(52.9%)	48명(47.1%)
	전체 응답자 수 = 102 / 무응답 = 0		

\* 컴퓨터 사용 시간과 인터넷 활용 시간은 하루 평균 기준임.

컴퓨터 교육 수혜 여부를 묻는 질문에서도 '교육을 받지 않았다'가 60명(58.8%)이 응답하였으며, 컴퓨터 활용을 위한 정보 및 기술 습득 방법에 대해서는 '지인과 친구들을 활용한다'는 응답과 '인터넷 정보 검색을 활용한다'는 응답이 각각 24명(23.5%)과 26명(25.5%)에 달해 질적인 측면에서 체계적이고 기술적인 교육 지원이 필요함을 알 수 있다. 지인 및 팀원들과의 통신 수단을 묻는 질문에는 '핸드폰'과 '인터넷 메신저'가 각각 73명(71.6%)과 28명(27.5%)인 반면, '이메일'은 1명(1.0%)에 그쳐 정보 공유 방법에 있어 즉각적이고 현장 확인 중심의 행태를 보이고 있음을 알 수 있다.

인터넷 활용 시간을 살펴보면, 컴퓨터 사용 시간과 비슷한 구조를 가지고 있어 컴퓨터의 주된 활용 목적이 인터넷임을 알 수 있다. 특히, 인터넷 사용 목적에 관한 질문에는 '커뮤니티(싸이월드 등)접속'이 31명(30.4%), '정보 획득(패션 정보 포함)'이 30명(29.4%) 그리고 '쇼핑(상품 구매)'이 22명(21.6%)에 달해 인터넷의 주된 활용 목적이 유희성과 교육성을 함께 가지고 있음을 알 수 있다. 유료 콘텐츠 사용 여부에 관한 질문에는 응답자의 62명(60.8%)이 '사용해 보았다'고 응답하여 전자상거래 환경에 충분히 익숙해져 있음을 알 수 있다. 특히, 유료 콘텐츠에 관련한 지출 금액으로는 평균 10,716원이었다.

인터넷을 통해 상품 구매 경험에 관한 질문에는 93명(91.2%)이 '경험이 있다'고 응답하였으며, 구매 시 창업을 고려해 보았다는 응답은 55명(53.9%)에 달해 창업에 대한 욕구가 비교적 강함을 알 수 있다.

이와는 반대로 상품 판매 경험에 관한 질문에는 78명(76.5%)이 '경험 없다'고 응답하였으며, 판매시 창업을 고려해 보았다는 응답은 8명(7.8%)에 그쳤다. 특히, 한 달 기준으로 인터넷 쇼핑몰에 지출하는 금액은 46,529원이었다.

본인의 상황을 고려할 경우, 창업의 필요성에 관한 질문에는 '보통 이상'이 80명(78.4%)(3(보통이다) : 47명(46.1%), 4 : 24명(23.5%), 5(매우 중요하다) : 9명(8.8%))에 달해 창업에 대한 필요성을 인식하는 수준이 매우 높음을 보여주었다. 그러나, 〈표 4〉와 같이 창업을 위한 교육 경험이나 현장 경험 여부는 응답자의 71명(69.6%)이 필요성은 느끼고 있으나 직접 몸으로 체험 및 실행 여부에 대해서는 거부감을 가지고 있었음을 알 수 있다. 또한, 실제로 창업을 고려하고 있다는 응답은 54명(52.9%)이었으며, 이 중 창업을 결심했던 시점은 입학 전과 입학 후가 각각 21명(20.6%)과 33명(32.4%)이었다.

## 2) 상관 관계, 신뢰성 및 타당성 분석

실증 분석을 시도하기에 앞서 측정 변수간 관련성을 살펴보기 위해 상관 관계 분석을 실시하였다. 그 결과, 대부분의 측정 변수간 상관 계수가 0.2( $\alpha=0.05$ , 양쪽 검정)~0.6( $\alpha=0.01$ , 양쪽 검정) 사이의 비교적 약한 양(+)의 상관 관계가 나타났으며, 특히 가설 검정 결과에서 볼 수 있듯이 인과 관계를 맺는 각 이론 변수별 측정 변수 간에 통계적으로 유의미한 상관 계수가 집중적으로 나타났다.

상관 분석으로 측정 변수간 상관 관계를 확인한

〈표 5〉 신뢰성과 타당성 분석 결과

구분 (이론 변수)	문항	변수명 (측정 변수)	Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Factor Loading	Eigenvalue	설명력 (%)	공통성 (Communality)	
조직 수준 (학습 지원) 31	C-1	X1	학습 지원 정도 1	0.8473	0.8722	4.019	13.4	0.704	
	C-2	X2	학습 지원 정도 2	0.8372				0.847	0.774
	C-3	X3	학습 지원 정도 3	0.8490				0.790	0.671
	C-4	X4	학습 지원 정도 4	0.8438				0.756	0.716
	C-5	X5	학습 지원 정도 5	0.8490				0.710	0.665
조직 수준 (시스템 지원) 32	C-6	X6	시스템 활용 정도 1	0.8595	0.8656	7.735	25.8	0.641	
	C-7	X7	시스템 활용 정도 2*	탈락				탈락	탈락
	C-8	X8	시스템 활용 정도 3*	탈락				탈락	탈락
	C-9	X9	시스템 활용 정도 4	0.8406				0.705	0.682
	C-10	X10	시스템 활용 정도 5	0.8426				0.817	0.689
	C-11	X11	시스템 활용 정도 6	0.8487				0.692	0.603
	C-12	X12	시스템 활용 정도 7	0.8202				0.853	0.781
	C-13	X13	시스템 활용 정도 8	0.8440				0.743	0.658
사용자 수준 (인식 수준) 33	C-14	Y1	인식 수준 1	0.8033	0.8358	2.587	8.6	0.637	
	C-15	Y2	인식 수준 2	0.8182				0.586	0.567
	C-16	Y3	인식 수준 3	0.8167				0.730	0.600
	C-17	Y4	인식 수준 4	0.8276				0.659	0.519
	C-18	Y5	인식 수준 5	0.7829				0.887	0.790
	C-19	Y6	인식 수준 6	0.8036				0.712	0.578
	C-20	Y7	인식 수준 7*	탈락				탈락	탈락
사용자 수준 (경험 수준) 34	C-21	Y8	경험 수준 1	0.7844	0.8073	1.916	6.4	0.625	
	C-22	Y9	경험 수준 2**	0.8014				탈락	탈락
	C-23	Y10	경험 수준 3	0.7730				0.694	0.590
	C-24	Y11	경험 수준 4	0.7848				0.580	0.510
	C-25	Y12	경험 수준 5	0.7916				0.715	0.639
	C-26	Y13	경험 수준 6	0.7584				0.740	0.702
	C-27	Y14	경험 수준 7	0.7781				0.611	0.566
내부 역량 형성 정도 35	C-28	Y15	내부 역량 형성 정도 1**	0.8487	0.8578	1.624	5.4	탈락	
	C-29	Y16	내부 역량 형성 정도 2**	0.8266				탈락	탈락
	C-30	Y17	내부 역량 형성 정도 3**	0.8286				탈락	탈락
	C-31	Y18	내부 역량 형성 정도 4	0.8197				0.758	0.723
	C-32	Y19	내부 역량 형성 정도 5	0.8218				0.844	0.825
	C-33	Y20	내부 역량 형성 정도 6	0.8556				0.794	0.686
외부 역량 형성 정도 36	C-34	Y21	외부 역량 형성 정도 1*	탈락	0.7805	1.130	3.8	탈락	
	C-35	Y22	외부 역량 형성 정도 2**	0.7723				탈락	탈락
	C-36	Y23	외부 역량 형성 정도 3	0.6161				0.656	0.694
	C-37	Y24	외부 역량 형성 정도 4	0.7187				0.712	0.798

〈표 5〉 계속

구분 (이론 변수)	분항	변수명 (측정 변수)		Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Factor Loading	Eigenvalue	설명력 (%)	공동성 (Communality)
자기유능감 형성 정도 n5	C-38	Y25	자기유능감 형성 정도 1	0.6216	0.8276	0.762	1.249	4.2	0.794
	C-39	Y26	자기유능감 형성 정도 2	0.7357		0.815			0.834
	C-40	Y27	자기유능감 형성 정도 3*	탈락		탈락			탈락

\* 신뢰성 분석(실선)결과 탈락변수(5개): 시스템 활용 정도 2, 시스템 활용 정도 3, 인식 수준7, 외부 역량 형성 정도 1, 자기유능감 형성 정도 3.

\*\*타당성 분석(점선)결과 탈락변수(5개): 경험 수준2, 내부 역량 형성 정도 1, 내부 역량 형성 정도2, 내부 역량 형성 정도 3, 외부 역량 형성 정도 2.

후 수집된 설문 자료를 근거로 설문 항목의 신뢰성(reliability)을 파악하기 위해 내적 일관성으로 알파 계수(chronbach's alpha)를 활용하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한, 집중 타당성(convergent validity) 및 측정 변수를 축소하기 위한 작업으로 요인 분석을 실시하고 그 결과를 종합하여 〈표 5〉에 정리하였다.

특히, 요인 분석의 적합성을 검정하기 위해 스크리 차트(scree chart)와 KMO and Bartlett's test of sphericity를 활용하였는데, 스크리 차트는 한 군데 이상에서 크게 꺾이는 곳이 있었으며, Kaiser-Meyer-Olkin 측도 값은 0.765를 보여 요인 분석의 적합성이 검증되었다. Bartlett 검정 또한 자유도 435에서 근사 카이제곱 값 1639.844(Sig.(P)=0.000< $\alpha$ =0.05)가 도출되어 요인 분석의 적합성이 검증되었다. 요인 추출 방법과 회전 방법은 각각 주성분 분석 및 베리맥스(varimax) 방법을 활용하였으며, 본 연구에서는 7번 반복계산 후에 요인 회전이 수렴되었다.

〈표 5〉를 살펴보면, 각 측정 변수별로 설문 항목에 대한 Cronbach's Alpha 계수값이 0.8 이상을 상회하고 있어 신뢰도가 전반적으로 매우 높은 것으로 나타났다. 신뢰도 분석에서는 이론 변수별로 각 측정 변수를 제외하였을 경우의 Cronbach's Alpha 값과 전체 측정 변수를 대상으로 한 Cronbach's Alpha 값을 비교하여 각 측정 변수를 제외하였을 경우의 Cronbach's Alpha 값이 더 크게 도출되면 해당 측정 변수는 신뢰도를 높이기 위해 탈락시킨다. 이는 해당 측정 변수를 제외하였을 경우 이론 변수의 전체 신뢰도가 높아질 수 있다는 것을 의미하기 때문이다. 조직 수준(학습 지원)( $\xi_1$ )과 사용자 수준(경험 수준)

( $\eta_2$ ), 내부 역량 형성 정도( $\eta_3$ )는 각 측정 변수를 제외하였을 경우의 Cronbach's Alpha 값이 전체 측정 변수를 대상으로 한 Cronbach's Alpha 값보다 큰 값이 도출되지 않아 이론 변수별 각 측정 변수가 동일한 개념을 갖는 변수임을 확인하였다. 그러나, 조직 수준(시스템 지원)( $\xi_2$ )의 경우, 1차 분석 결과 시스템 활용 정도3(X8)은 전체 측정 변수를 대상으로 한 Cronbach's Alpha값이 0.8638이 도출될 때 해당 측정 변수를 제외하였을 경우의 Cronbach's Alpha값이 0.8652가 도출되어 해당 측정 변수를 탈락시키고 2차 분석을 시도하였다. 그 결과 이 번에는 시스템 활용 정도2(X7)가 전체 측정 변수를 대상으로 한 Cronbach's Alpha값이 0.8652가 도출될 때 해당 측정 변수를 제외하였을 경우의 Cronbach's Alpha값이 0.8656이 도출되어 시스템 활용 정도3(X8)과 마찬가지로 탈락시켰다. 결국, 〈표 5〉에서 보는 바와 같이 조직 수준(시스템 지원)( $\xi_2$ ) 이론 변수는 0.8656의 비교적 높은 Cronbach's Alpha 값을 가지면서 총 8개의 측정 변수 중에서 2개의 측정 변수가 탈락되고 6개의 측정 변수가 동일한 개념을 갖는 변수임을 확인하였다.

동일한 방법으로 다른 이론 변수에 대한 신뢰성 분석 결과 사용자 수준(인식 수준)( $\eta_1$ )에서는 인식 수준7(Y7)이 탈락되었으며, 외부 역량 형성 정도( $\eta_4$ )에서는 외부 역량 형성 정도1(Y21)이 탈락되었다. 마지막으로 자기유능감 형성 정도( $\eta_5$ )에서는 자기유능감 형성 정도(Y27)가 탈락되었다. 타당성 분석을 통해서도 같은 요인으로 묶이지 못한 측정 변수와 공동성(Communality) 값이 0.5 이하의 값을 가지는 측

정 변수(Y9, Y15, Y16, Y17, Y22)를 탈락시켰다.

3) 가설 검증

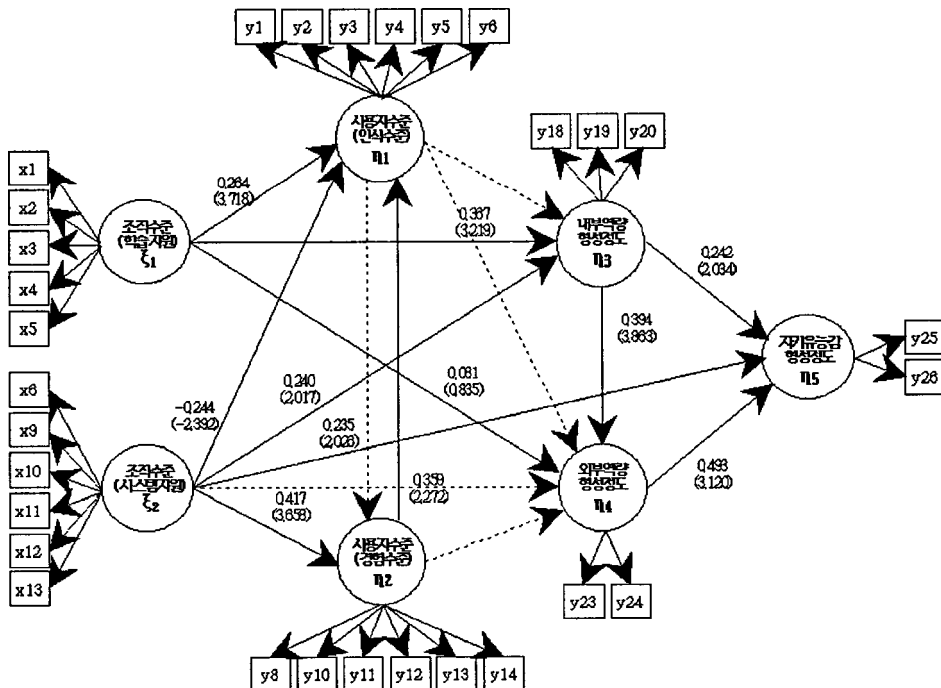
본 연구에서는 선행 연구를 바탕으로 설정된 이론 모델을 검증하기 위한 방법으로 구조 방정식 모형(SEM; Structural Equation Modeling) 분석 가법을 활용하였으며, 가설 검증 결과는 <그림 3>에 정리하였다.

구조 방정식 모형에서는 연구 가설이 이론 모델에 근거해서 제시되기 때문에 가설 검정을 위해서는 무엇보다 이론 모델 자체의 모형 적합도 기준을 충족시켜야 한다. 본 연구에서는 이를 판단하기 위해 절대적합지수(Absolute Fit Measures)와 증분적합지수(Incremental Fit Measures) 그리고 간명부합지수(Parsimonious Fit Measures) 등을 활용한 결과, 적합도 지수(GFI)와 표준적합지수(NFI)가 각각 0.835와 0.816이 도출되는 등 각종 지수(AGFI=0.780/PGFI=0.628/RMR=0.051/PNFI=0.657)들이 최적 모델로 인정받기 위한 일정 수준(0.9 이상)에 가깝게 나타났다.

또한,  $\chi^2$ 값과 Q값( $\chi^2/df$ )을 활용한 결과 각각 338.078 ( $df=350$   $p=0.667$ )과 0.97(<3)이 도출되어 본 연구에서 제시한 이론 모델의 설명력이 충분함을 보여주었다.

<그림 3>에서 조직 수준(학습 지원)은 사용자 수준(인식 수준)(0.264)과 내부 역량 형성 정도(0.367) 그리고 외부 역량 형성 정도(0.081)에 직접적인 영향을 미치고 있으며, 조직 수준(시스템 지원)은 사용자 수준 중 인식 수준(-0.244)과 경험 수준(0.417) 그리고 내부 역량 형성 정도(0.240)와 자기유능감 형성 정도(0.235)에 직접적인 영향을 미치고 있다. 또한, 사용자 수준 중 경험 수준은 선행 연구에서 인식 수준(0.359)에 직접적인 영향을 미치고 있다.

내부 역량 형성 정도는 외부 역량 형성 정도(0.394)에 직접적인 영향을 미치고 있으며, 내부 역량 형성 정도와 외부 역량 형성 정도는 자기유능감 형성 정도에 각각 0.242와 0.493 만큼의 직접적인 영향을 미치고 있다. 특히, 사용자 수준 중 인식 수준과 경험 수준은 선행 연구와는 달리 내부 역량 형성 정도와



<그림 3> 가설 검증 결과(실선(→) : 가설 채택/점선(---) : 가설 기각).

외부 역량 형성 정도에 직접적인 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 조직 수준(시스템 지원)은 사용자 수준(인식 수준)에 직접적인 영향을 미치고 있으나 음(-)의 부호를 나타내고 있어 의외의 결과를 보여주고 있다. 이는 표본의 수적인 한계에 따른 결과로 받아들일 수 있으며, 조직 수준(시스템 지원)과 사용자 수준(인식 수준)간 일정한 관계가 형성되고 있다는 수준에서 해석이 가능하다.

〈그림 3〉에서 나타난 결과를 표로 정리하면 〈표 6〉과 같다.

#### IV. 결론 및 시사점

본 연구를 통해 창업을 지원하기 위한 대학에서의 커리큘럼과 시스템 지원이 실제 창업에 어느 정도의 영향을 미칠 수 있는지를 실증 분석을 통해 밝혀냄으로써 진행되고 있는 체험 지향형 교육 과정의 문제점과 그에 따른 현실적인 대안을 찾을 수 있었으며, 다음과 같은 연구 결과를 도출하였다.

첫째, 예비 창업자들에게 적용되고 있는 현장 중심형 커리큘럼은 창업에 대한 중요성 및 가능성을 예비 창업자 스스로가 인식할 수 있도록 운영되고 있으며, 창업 절차 등의 지식 축적을 위한 내부 역량 및 인맥 형성 등의 조직간 네트워크 구축에 필요한 외부 역량을 확보할 수 있도록 운영되고 있다. 이는 커리큘럼이 예비 창업자들의 수준과 요구에 능동적으로 대처할 수 있도록 설계되어 있다는 것을 의미하지만, 영향력을 기준으로 볼 때 인식 수준(0.264)과 외부 역량 형성 정도(0.081)에 비해 내부 역량(0.367)을 확보하는데 치중되어 있음을 알 수 있다. 따라서, 예비 창업자들의 인식 수준과 외부 역량을 보다 강화시킬 수 있도록 예비 창업자들의 특성과 요구를 면밀히 분석하여 커리큘럼을 좀더 세분화하여 접근할 필요가 있다.

둘째, 〈그림 1〉과 같이 체험 지향형 신교육 모델을 지원하는 시스템은 예비 창업자들에게 창업 절차 등의 지식 축적을 위한 내부 역량 및 실제 창업을 시도할 수 있는 자기유능감(self-efficacy)을 확보할 수

〈표 6〉 가설 검정 결과

연구 가설	제안경로*	경로 계수	표준 오차	t-value	P-value	연구 결과
H <sub>1a</sub>	조직 수준(학습 지원) → 내부 역량 형성 정도	0.367	0.114	3.219	0.001	채택
H <sub>1b</sub>	조직 수준(학습 지원) → 사용자 수준(인식 수준)	0.264	0.071	3.718	0.000	채택
H <sub>1c</sub>	조직 수준(학습 지원) → 외부 역량 형성 정도	0.081	0.097	0.835	0.404	채택
H <sub>2a</sub>	조직 수준(시스템 지원) → 사용자 수준(인식 수준)	-0.244	0.102	-2.392	0.017	채택
H <sub>2b</sub>	조직 수준(시스템 지원) → 내부 역량 형성 정도	0.240	0.119	2.017	0.043	채택
H <sub>2c</sub>	조직 수준(시스템 지원) → 자기유능감 형성 정도	0.235	0.116	2.026	0.043	채택
H <sub>2d</sub>	조직 수준(시스템 지원) → 사용자 수준(경험 수준)	0.417	0.114	3.658	0.000	채택
H <sub>2e</sub>	조직 수준(시스템 지원) → 외부 역량 형성 정도	0.099	0.116	0.853	0.395	기각
H <sub>3a</sub>	사용자 수준(인식 수준) → 내부 역량 형성 정도	0.158	0.161	0.981	0.326	기각
H <sub>3b</sub>	사용자 수준(인식 수준) → 외부 역량 형성 정도	-0.173	0.166	-1.042	0.297	기각
H <sub>3c</sub>	사용자 수준(인식 수준) → 사용자 수준(경험 수준)	0.086	0.245	0.351	0.725	기각
H <sub>3d</sub>	사용자 수준(경험 수준) → 사용자 수준(인식 수준)	0.359	0.158	2.272	0.023	채택
H <sub>3e</sub>	사용자 수준(경험 수준) → 외부 역량 형성 정도	0.249	0.147	1.694	0.091	기각
H <sub>4a</sub>	내부 역량 형성 정도 → 외부 역량 형성 정도	0.394	0.102	3.863	0.000	채택
H <sub>4b</sub>	내부 역량 형성 정도 → 자기유능감 형성 정도	0.242	0.119	2.034	0.043	채택
H <sub>4c</sub>	외부 역량 형성 정도 → 자기유능감 형성 정도	0.493	0.158	3.120	0.002	채택

\* 선행 연구를 통한 제안 경로로써 화살표(→)를 이용하여 이룬 변수간 인과 관계를 나타냄.

있도록 운영되고 있으며, 시스템 자원을 통해 창업에 필요한 경험 수준도 향상시키고 있음을 확인할 수 있다. 이는 시스템 지원 그 자체만으로도 체험을 중심으로 운영되고 있는 신교육 모델에 부합하고 있음을 보여주는 것이다. 그러나, 영향력을 기준으로 볼 때 내부 역량 형성 정도(0.240)와 자기유능감 형성 정도(0.235)에 비해 경험 수준(0.417)을 확보하는데 치중되어 운영되고 있으며, 특히 인식 수준(-0.244)에는 부정적인 영향까지 미치고 있다. 따라서, 시스템을 체험하면서 창업에 대한 인식 수준과 내부 역량을 확보할 수 있도록 교육적인 메뉴 추가 및 현존하는 인터넷 쇼핑몰 운영 프로세스에 최대한 가깝게 업그레이드를 수행할 필요가 있다. 특히, 교수 방법에 대한 연구를 지속적으로 수행하여 예비 창업자로 하여금 시스템 체험에 대한 당위성을 스스로 인식할 수 있도록 하는 것이 무엇보다 중요하다.

셋째, 예비 창업자의 경험 수준과 인식 수준은 선행 연구와는 달리 내·외부 역량에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있다. 이는 예비 창업자 스스로 창업 절차 등의 지식 축적을 위한 내부 역량 및 인맥 형성 등의 조직간 네트워크 구축에 필요한 외부 역량을 확보하기 위한 능력이 부족하며, 학과에서 지원하는 커리큘럼과 시스템 지원을 통해 내·외부 역량을 확보해 가고 있음을 보여주는 것이다. 따라서, 창업의 중요성과 가능성을 인식하고 스스로 체험한 경험 수준을 활용하여 내·외부 역량을 확보할 수 있도록 교과목 개발을 통한 세분화된 커리큘럼이 절대적으로 필요하다.

넷째, 예비 창업자의 경험 수준과 인식 수준은 상호 영향을 미칠 수 있다는 연구 가설과는 달리 경험 수준만이 인식 수준(0.359)에 영향을 미치고 있다. 이는 시스템 지원을 통해 확보된 경험을 바탕으로 창업에 대한 중요성과 가능성을 인식하게 된다는 것을 보여주는 것이다. 결국 창업을 시도하는 동기 부여는 창업의 필요성과 가능성을 인식하는 정도에 따라 결정되는 것이므로 예비 창업자들의 경험 수준을 향상시키기 위한 교과목 지원 및 교수 방법에 대한 지속적인 연구가 필요하며, 시스템 또한 이를 지원해 주는 형식으로 설계되어야 한다.

다섯째, 내·외부 역량 형성 정도는 각각 실제 창업으로 이어질 수 있는 자기유능감 형성 정도에 직

접적인 영향을 미치고 있지만, 영향력을 기준으로 볼 때 자기유능감 형성 정도에는 외부 역량 형성 정도(0.493)가 내부 역량 형성 정도(0.242)보다 더 크게 영향을 미치고 있다. 특히 내부 역량 형성 정도는 자기유능감 형성 정도(0.242)에 미치는 영향보다 외부 역량 형성 정도(0.394)에 미치는 영향이 더 크게 나타나고 있다. 이는 예비 창업자가 내부 역량만 확보한다고 해서 실제 창업으로 이어진다는 것보다는 인맥 형성 등의 조직간 네트워크 구축에 필요한 외부 역량 확보를 통해 실제 창업으로 이어질 수 있는 가능성이 매우 높음을 보여주는 것으로서 이상적인 형태라 할 수 있다. 따라서, 향후에도 이러한 결과가 유지될 수 있도록 현장 중심형 커리큘럼과 시스템 지원을 일관성 있게 보완해 나가는 것이 중요하다.

본 연구는 대학 및 각 기관에서 진행되고 있는 창업 교육에서 커리큘럼의 통합 운영과 시스템 지원을 통한 체험 교육의 중요성을 강조하여 창업 교육의 실효성을 높이고자 하였으며, 사례 분석 및 변수들 간 1차원적인 관계만을 고려하여 창업 관련 연구를 진행한 선행 연구와는 차별성을 두어 요인간 인과 관계를 입체적으로 조명하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

최근 대학 및 각 기관을 통해 창업 교육이 활발하게 진행되고 있으나 창업 리스크가 큰 오프라인 창업에 집중되는 현상을 보이고 있으며, 창업 부문별로 특화하여 커리큘럼과 내용을 차별적으로 지원해야 함에도 불구하고 그렇지 못한 것이 현실이다. 본 연구는 이러한 현실에 적극적으로 대응하여 인터넷을 활용한 실습 체험 시스템을 구축 및 지원함으로써 패션 부문에 특화된 인터넷 창업 지원 교육 모델을 정립하고 타 대학 및 기관에 새로운 교육 방법론을 제시하였다는 점에서 무엇보다 시사하는 바가 크다. 따라서, 인터넷 창업 교육을 수행하고 있는 각 대학 및 기관에서는 본 연구를 활용하여 특성과 예산에 맞는 체험 시스템 구축을 통해 창업 교육에 활용함으로써 창업의 실효성을 높일 수 있다. 또한, 교육 수혜자를 대상으로 설문 조사 등의 선행 작업을 통해 수준 및 요구사항을 미리 점검하여 커리큘럼에 반영함으로써 교육 수혜자의 자기유능감을 극대화시킬 수 있다.

이러한 연구 성과에도 불구하고 다음과 같은 연

구의 한계점이 존재한다. 첫째, 구조 방정식 모형 분석 기법을 적용하기 위해서는 수집된 설문 자료의 수가 최소 200~250부 이상이 되어야 하나, 본 연구에서는 부천대학 의상 디자인과에서 진행되고 있는 체험 지향형 교육 과정의 문제점과 그에 따른 현실적인 대안 마련을 위한 연구 목적에 따라 표본 집단의 특수성을 고려하여 102부만을 연구에 활용하였다. 따라서, 연구 모형의 적합도가 전반적으로 낮아지는 결과를 초래하여 연구 결과에 대한 오류 가능성이 존재하고 있다. 둘째, 선행 연구에만 의존하여 요인들을 추출하고 설문 문항을 구성하였기 때문에 현실성 있는 문항이 적절하게 제공되지 못했을 가능성이 존재한다. 셋째, 연구 대상을 패션 부문에 국한하여 연구를 진행함으로써 창업 전 부문을 대상으로 연구 결과를 적용하기에는 한계가 있다.

따라서, 향후에는 연구 대상을 패션 부문 외의 다양한 부문으로 확대시켜 연구를 진행하여 할 필요성이 있으며, 현실적이면서 실질적인 창업 지원을 위해 단담 및 심층적인 사례 분석을 통해 좀 더 현실적이면서 구체적인 측정 변수를 선정하여 연구를 진행시킬 필요가 있다.

## 참고문헌

- 김영래, 이호진, 김선광, 문희철, 심상렬, 이규훈, 권영대 (2002). *전자무역의 이해와 전개*, 서울: 브레인코리아.
- 김완민 (2005). "기술집약형 창업 활성화를 위한 대학의 역할." *대한경영학회지* 18권 5호.
- 김원기, 박준광, 이창원 (1999). "창업 및 벤처경영에 관한 교육 과정." *대한경영학회지* 21호.
- 김혜영 (2003). "원격대학의 웹 기반 강의 만족도에 미치는 영향 평가." *e-비즈니스 연구* 4권 1호.
- 김홍범 (1998). "한국 벤처기업의 성공전략과 성공요인에 관한 문헌연구." *벤처경영연구* 1권 2호.
- 나승일, 김중우, 이광용, 마상진 (2002). "전문대학의 학습공동체 구축방안." *취업교육연구* 21권 2호.
- 박상문, 이계화, 이달환, 배종태 (2000). "국내 창업보육 센터의 운영시스템 현황 및 발전방안에 관한 연구." *벤처경영연구* 3권 1호.
- 박유재, 윤현덕, 김영수 (2002). "창업활성화의 영향요인에 관한 연구." *공공정책연구* 8권.
- 박태운, 노경임 (2004). "국내 체험환경교육 프로그램의 운영현황 및 개선방안에 관한 연구." *한국환경복원녹화기술학회지* 7권 6호.
- 백윤정 (2003). "여성창업자의 자기유능감과 사회적 기술, 인적 자본이 관리역량 및 조직성공에 미치는 영향." *인사관리연구* 27집 3권.
- 설상철, 신종학 (2002). "인터넷 쇼핑몰의 콘텐츠 특성이 인터넷쇼핑 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구." *마케팅관리연구* 7권 3호.
- 송지원 (2001). "인터넷을 통한 사이버 교육에 관한 고찰." *한양대학교 교육대학원 석사학위 논문*.
- 신수연, 김민정 (2004). "인터넷 패션 쇼핑몰의 마케팅 전략." *복석문화연구* 12권 1호.
- 신종학 (2002). "인터넷 쇼핑몰의 서비스품질 측정에 관한 연구." *마케팅관리연구* 7권 1호.
- 양인숙 (2005). *여성전문인력의 창업활성화 방안*. 서울: 한국여성개발원.
- 오경흠, 송철기 (2005). "현장실습 교육 활성화를 위한 학교 기업 도입과 운영방안." *공학교육연구* 8권 1호.
- 이병석, 최병연 (2001). "산업체의 현장실습교육 담당자에게 요구되는 교수능력에 관한 연구." *안암교육학연구* 7권 1,2호.
- 이장우, 김현경, 이문규 (2002). "인터넷 쇼핑몰에 대한 고객애호도의 결정요인." *한국마케팅저널* 3권 3호.
- 이주하 (2005). "대안적 교육방법으로서의 현장견학의 가능성과 그 인식론." *교육철학* 27집.
- 이지우 (2000). "개인특성과 창업의지 사이의 관계." *중소기업학회지* 22권 1호.
- 장대성 (2003). "한국과 미국의 창업 교육 비교를 통한 한국 벤처창업 교육전략 수립." *한국컴퓨터정보학회논문집* 8권 1호.
- 장대성, 홍석기 (2001). "한국 대학생의 창업 교육효과에 관한 성별비교 연구." *대한경영학회지* 27호.
- 정성한, 김해룡 (2001). "소상공인 창업성공 요인에 대한 탐색적 연구." *벤처경영연구* 4권 2호.
- 정양현, 이충섭, 이종대 (2003). "대학과 연구소 창업보육 센터 입주업체의 특성 및 창업보육 성과의



- 비교.” *중소기업연구* 25권 3호.
- 조경동 (2004). *소자본 기업창업론*. 서울: 형설출판사.
- 조현숙, 김영문 (2004). “성공적 창업을 위한 벤처기업 예비 창업자들의 의식에 관한 연구.” *경영교육논총* 33집.
- 조형래 (1995). “창업인의 특성, 제품혁신성과 벤처기업 성과관의 상황적 관계.” 한국과학기술원 박사학위논문.
- 최낙환 (2006). “인터넷 쇼핑몰 평가에 이용되는 속성정보의 전형성 효과에 관한 연구.” *한국마케팅저널* 7권 4호.
- 표성배 (2001년 6월). “학과를 중심으로 한 창업 사례 발표.” *한국컴퓨터정보학회 제24차 하계학술대회 발표논문집*, 서울.
- Baron, R. A. and G. D. Makrman (2003). “Beyond social capital : the role fo entrepreneurs' social competence in their final success.” *Journal of Business Venturing* Vol. 18.
- Chen, C. C., P. G. Greene, and A. Crick (1998). “Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?.” *Journal of Business Venturing* Vol. 13.
- Cooper, A. C., and F. J. Gascon (1995). *Entrepreneurs, Process of Founding, and New firm Performance*, 1st ed. Boston: PWS-KENT.
- Davidsson, P., and B. Honig (2003). “The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs.” *Journal of Business Venturing* Vol. 18.