

# 온라인 창업 교육의 사회적 현존감과 교육 만족도 관계에서 학습 기대감의 매개효과 연구

현선해 (성균관대학교 경영학과)\*

서문교 (웅지세무대학 회계정보과)\*\*

## 국 문 요 약

기존 온라인 창업 교육 연구에서는 교육이 실제 창업에 미치는 영향에 대해서만 연구가 진행됐을 뿐 교육 효과성에 대한 분석이 이루어지지 않았다. 본 연구에서는 이러한 선행 연구의 한계점에서 벗어나 사회적 현존감을 이용해 학습 기대감과 교육 만족도에 미치는 영향력을 조사했다. 또한 학습 기대감을 매개 변수로 활용해 사회적 현존감과 교육 만족도 관계에서 어떠한 영향력을 보이는지 살펴보았다.

연구 가설 검증을 위해 전국 189명의 창업 관련 온라인 수업을 들은 대학생들에게 설문 조사를 실시하였다. 선행 이론에 근거해 가설과 설문문항을 만들었으며, 교육 만족도의 경우 운영 만족도와 콘텐츠 만족도로 구분해 미치는 영향력의 정도를 구분하였다.

구조방정식을 이용한 분석 결과 사회적 현존감은 학습 기대감에 긍정적인 영향을 나타냈다. 다음으로 학습 기대감은 운영 만족도와 콘텐츠 만족도에 긍정적인 영향력을 보였다. 마지막으로 사회적 현존감이 운영 만족도에 영향을 미칠 때 학습 기대감은 완전 매개효과를 보였으며, 콘텐츠 만족도에 영향을 미칠 때는 간접 매개 효과를 보였다.

본 연구의 결과가 주는 시사점은 온라인 창업 교육을 실시할 때 학습자의 상호작용을 활발히 할 수 있는 방법이 필요하고 학습 운영의 만족도를 높일 때는 학습자의 부담감을 줄여 기대감을 높여야지만 효율적으로 작용된다는 것을 알 수 있었다.

핵심주제어: 사회적 현존감, 학습 기대감, 운영 만족도, 콘텐츠 만족도

## 1. 서론

2016년 교육부와 한국연구재단이 발간한 ‘창업 교육 이슈페이퍼’에 따르면 창업교육을 시행하는 정부부처는 교육부, 중소기업청 외 16개 부처가 있는 것으로 조사되었다. 또한 국내 민간차원에서의 창업교육을 실시하고 있는 업체는 총 86개로 창업교육기관 32개(37.2%), 사단법인 26개(30.2%), 재단법인 17개(19.8%), 언론기관 6개(7.0%), 대기업 5개(5.8%)로 나타났다. 이렇듯 국가와 민간 차원의 창업교육이 활발하게 진행되고 있는 상황에서 온라인 창업교육은 시간 및 공간 제약을 극복하고 언제, 어디서나 학습이 가능하게 만들어 주기 때문에 반드시 필요한 교육방법이라 할 수 있다.

이에 서울시에서는 일자리포털을 통해 e-창업스쿨을 운영하고 있으며, 평생학습포털에서는 창업에 관련한 기본 내용을 주제로 온라인 강좌를 제공하고 있다. 하지만 온라인 교육이 창업교육에서 중요한 위치를 차지하고 있음에도 불구하고 아직까지 국내 온라인 창업교육에 관한 연구에서는 ‘온라인 창업교육이 글로벌 창업 기업가정신에 미치는 영향’(최주철, 2015), ‘기업가정신 온라인 교육의 효과성’(남정민, 2017)과 같

이 온라인교육이 실제 창업에 미치는 영향만 밝히고 있다.

본 연구에서는 기존의 연구 형태에서 벗어나 실제 온라인 창업 교육을 받고 있는 학습자의 창업 교육 만족도를 높이기 위한 동기 원인을 다각도에서 검증하려 한다.

실제로 국내의 수많은 온라인 학습 연구가 교육 만족도에 미치는 영향을 살펴봤지만 아직까지 온라인 창업 교육의 만족도에 관한 연구는 없는 실정이다. 그리고 온라인 교육을 받는 학습자에게 효과적이면서 효율적인 교육훈련이 되려면 학습자의 동기적 특성을 검증하는 연구가 필요하다. 왜냐하면 개인의 동기적 특성은 선행연구를 통해서 학습효과에 절대적 영향을 보여주는 요인으로 나타났기 때문이다(Zimmerman & Pons, 1986).

본 연구에서는 연구의 필요성과 앞선 선행연구의 내용을 기반으로 온라인 창업 교육 만족도의 선행 동기 변수를 사회적 현존감과 기대감에서 살펴보고자 한다. Mason(1994)은 원격 통신 시스템을 이용한 교육 효과를 연구하면서 사회적 현존감을 서로간의 협동하는 사람들이 모두 모여 같은 공간 안에 있는 느낌이라고 설명했다. 결국 같은 온라인 창업 교육을 받는 사람들은 창업이라는 주제로 하나 됨을 느끼기 때문에 친

\* 제1저자, 성균관대학교 경영학과 교수, twokids@skku.edu

\*\* 교신저자, 웅지세무대학 회계정보과 부교수, zard@wat.ac.kr

투고일: 2017-09-02 · 수정일: 2017-10-13 · 게재확정일: 2017-10-20

밀감과 함께 교육 내용에 대한 관심과 호감정도가 높아질 가능성이 높다.

또한 동기부여로 설명될 수 있는 학습 기대감은 개인의 행동을 유발시키는 다양한 구성요소와 과정을 나타내는 대표적인 이론이다(Steers et al., 2003). 개인의 행동은 그들의 활동에 가치를 부여할 때 동기부여가 될 수 있는데, 이러한 가치 때문에 다른 사람들을 행동하도록 움직이게 하는 교육자, 관리자, 부모 같은 역할에 있는 사람들에게는 동기부여 이론이 중요 관심사이다(Ryan & Deci, 2000). 결국 동기부여 측면을 온라인 창업 교육에 적용시켜 본다면 개인의 온라인 창업 교육 만족도 규명에 많은 도움이 될 것이다.

연구 목적에 따라 사회적 현존감과 학습 기대감을 매개로 교육 만족도에 미치는 영향을 분석함에 있어 다음 사항을 중점을 두고 연구를 수행했다. 우선 사회적 현존감이 기대감에 미치는 영향을 검증했다. 다음으로 학습 기대감이 교육 만족도에 미치는 영향을 검증하였으며, 사회적 현존감도 교육 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다. 마지막으로 학습 기대감의 매개효과를 통해 연구모형을 분석을 뒷받침했다.

그리고 본 연구의 방법은 우선 각 변수의 이론적 배경을 분석해 가설 설정을 하고, 상관관계 및 구조방정식 분석을 통해 가설 검증을 실시했다. 따라서 본 연구에서는 개인의 온라인 창업 교육을 사회적 현존감 뿐만 아니라 동기부여 관점에서 살펴보고 이들 변수가 교육 만족도에 어떻게 영향을 미치는지를 확인해, 온라인 창업 교육 과정을 개발 및 운영하는데 있어 기초 자료를 제공하고자 하는 데 있다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 사회적 현존감과 교육 만족도

사회적 현존감(Social Presence)은 타인과 상호작용하고 있음을 인지하고 관계를 느끼는 정도이다(Walther, 1996). 이러한 상호인식은 나와 커뮤니케이션하는 상대방의 존재를 파악한 것으로, 해당 커뮤니케이션 환경에서 사용자로 하여금 가상으로 함께 존재하는 것처럼 느끼게 해준다(Durlach & Slater, 2000).

Tu & McIsaac(2002)은 온라인에서의 사회적 현존감이 사회적 맥락(Social Context), 온라인 커뮤니티(Online Community), 상호 작용(interactivity) 및 개인 정보(privacy)로 구성된다고 주장했다. 사회적 맥락은 CMC(Computer Mediated Communication) 환경에 대한 학습자의 사회적 감정과 경험을 의미하고, 온라인 커뮤니케이션은 커뮤니케이션 기술의 사용 및 그에 대한 학습자의 인식을 나타낸다. 상호 작용은 학습자가 수행하는 능동적인 커뮤니케이션과 학습 활동 및 스타일로 구성되며, 개인 정보란 온라인 학습자가 온라인 보안을 얼마나 인지하는지를 의미한다.

하지만 최근의 온라인 교육에서의 사회적 현존감은 단순히

‘대화(Dialogue)’를 통한 사회적 상호작용에 초점을 맞춘 것이 아니기 때문에 네트워크 사회적 현존감과도 연관성이 있다. 네트워크 사회적 현존감이란 ‘네트워크 생성, 유지, 공유, 연결 그리고 협업 커뮤니티에 참여하는 정도’이다(Tu et al., 2012). 초창기의 온라인 교육은 학습자가 인터넷이 연결된 컴퓨터를 이용해 일방적인 대화를 듣는 학습방법이었다. 그러나 교육 매체의 발전에 따라 모바일을 이용하는 방식이 도입되었고 SNS(Social Network Service)와 같은 의사소통 방식도 생겨나 현재의 온라인 학습자들은 시간, 공간의 제약 없이 다양한 의견들을 표출할 수 있어(Tu et al., 2012), 네트워크 사회적 현존감과도 연관이 크다고 할 수 있다.

다음으로 온라인 교육과 사회적 현존감 관련 선행연구들을 살펴보면, Nam(2017)은 중학교 과정의 학생들을 디지털 스토리텔링 기반 온라인 협업 학습 그룹(Digital Storytelling-Based Online Collaborative Learning; DST-OCL)과 일반 온라인 협업 학습(general online collaborative learning; G-OCL)으로 구분한 후 온라인 협동 학습 활동에 참여한 결과 DST-OCL 그룹이 G-OCL 그룹보다 사회적 현존감이 훨씬 크게 나타남을 보여 주었다. 특히 온라인 협업 학습 환경에서 온라인 통신이나 상호작용과 같이 사회적 현존감의 구성요소를 개선하는데 있어서도 G-OCL 전략을 사용하는 것보다 DST-OCL 전략을 사용하는 것이 훨씬 더 효과적으로 나타난다고 주장했다.

Kim et al.(2011)은 온라인 원격 고등 교육자를 대상으로 인구 통계학 및 기타 변수, 사회적 현존감 및 교육 만족도 간의 관계를 조사 하였는데, 결과는 성별, 온라인 학습 경험 및 작업 상태와 같은 인구 통계 변수가 사회적 현존감과 교육 만족도에 영향을 미치는 측면에서 중요한 요인이 아니라는 것을 밝혔다. 반면 강사의 높은 수준의 교육은 사회적 현존감과 교육 만족도에 중요한 영향을 미쳤지만, 사회적 현존감의 예측 요인인 참여자 간의 상호 작용은 교육 만족도의 예측 요인은 아니라는 것을 보여주었다.

Weidlich & Bastiaens(2017)은 사교성(Sociability), 사회적 상호 작용(Social Interaction), 사회적 현존감(Social Presence), 사회적 공간(Social Space)의 SIPS 모델을 발전시키기 위한 연구를 진행한 결과 사교적인 온라인 교육 환경이 사회적 상호 작용을 촉진해 사회적 현존감과 건전한 사회적 공간의 출현을 유도한다고 주장했다.

Tung & Deng(2007)은 175명의 6학년 학생들을 대상으로 컴퓨터 수학 문제 해결 연습 프로그램을 설계하여 동적 이모티콘의 사용 반응 집단과 정적 이모티콘의 사용 반응 집단의 2 그룹으로 구분해 실험을 진행하였다. 실험결과 동적 이모티콘 상태를 사용하는 아이들이 정적 이모티콘 상태를 사용하는 아이들보다 사회적 현존감이 더 높고 내재적 동기가 더 크다고 주장했다. 즉 온라인 교육 환경에서의 사회적 신호인 동적 이모티콘의 사용이 아이들로 하여금 사회적 차원에서 컴퓨터를 인식하고 학습으로 동기부여를 증가시킬 수 있음을 보여주는 결과이다.

선행연구들의 결과처럼 온라인 교육에서의 학습자들은 다양

한 커뮤니케이션 방식을 통해 사회적 현존감을 나타내며, 이로 인해 학습 기대감이 높게 나타남을 알 수 있어 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 1: 온라인 창업 교육의 사회적 현존감은 학습 기대감에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 보일 것이다.**

## 2.2 학습 기대감과 교육 만족도

동기부여(Motivation)는 특정 결과를 지향하는 행동을 하게 만드는 원인 또는 그렇게 행동하도록 하는 영향력을 의미한다(LePine et al., 2003). 동기부여는 목표 지향적이며, 개인이 성취하기를 원하는 구체적인 결과이기 때문에 목표가 설정될 경우 에너지를 발생시키고 목표를 성취함에 따라 욕구가 점차 감소하게 된다. 하지만 목표 달성에 있어 개인의 욕구를 충족시키지 못했다면, 주어지는 보상이 적절하지 못한다면 자신의 욕구를 재평가하게 되고 새로운 욕구를 파악해 해당 욕구를 충족시킬 방법을 모색하게 된다(Don & John, 2007). 동기부여를 연구한 이론훈들은 다양한 접근 방식으로 이러한 순환적인 동기부여 과정을 설명하려고 노력했다.

그 중 기대이론(Expectancy Theory)은 동기부여 이론중 대표적인 과정이론(Process Theory of Motivation)으로 노력이 성과를 결정짓고 성과는 보상과 연관되어 있다고 제시하였다. 기대이론에 따르면 동기부여는 노력과 성과의 관계를 나타내는 기대감(Expectancy)과 성과와 보상의 관계를 나타내는 수단성(Instrumentality) 그리고 보상자체에 대해 개인이 느끼는 감정 상태인 유의성(valence)을 계량화시켜 그 정도에 따라 동기부여 수준이 다르게 나타난다고 주장했다(Vroom, 1964).

이 3가지 요소 중 기대감은 직무와 관련한 노력과 성과와의 관계를 개인이 추정하는 주관적인 수치로 개인이 원하는 성과 수준을 전혀 보이지 않는 경우와 완벽한 성과 수준을 보이는 경우의 두 극단적인 사이에서 나타난다.

또한 기대감은 동기부여와 가장 밀접한 관련성을 지니는데 만약 기대감 수준이 낮다면 성과와 보상과의 관계를 좋게 생각하기 어렵기 때문에 전반적인 동기부여 수준이 낮아지기 때문이다(Fred, 2011). 실증 연구에서도 특정 가치목표를 달성할 수 있다는 자신감이 그것을 믿지 못하는 사람들 보다 특정 작업을 수행할 때 오류가 적어지는 것으로 나타났다(Petri, 1991).

이렇듯 기대감은 동기부여 수준을 측정하는데 있어 중요한 척도이며, 기대감이 높다는 것은 실제 성과와의 연관성도 크다는 것을 의미한다. 결국 성과를 높이기 위해서는 기대감을 높여야 하고, 기대감이 높게 나타나기 위해서는 개인이 특정 직무를 해낼 수 있다는 믿음을 증가시켜야 한다. 믿음을 증가시키는 대표적인 방법으로는 필요한 교육을 제공하고 자신감이 부족한 개인에게는 미리 성공을 경험한 사람이 코칭(Coaching)을 제공해주는 방법이 있다(Rogers, 1983).

다음으로 Moore & Kearsley(1996)는 온라인 교육에서의 만족도 평가의 경우 교육의 시스템과 콘텐츠 그리고 교육운영에 대한 서비스 부분까지 포함되어야 한다고 주장했다. 그리고 온라인 교육 프로그램 설계부터 학습 내용 전달까지의 체계를 구축하는 관련 기관과 업체들과의 협력을 통해 학습 지향적이면서 열린 학습 서비스를 제공해야 학습자의 만족도가 높아진다고 밝혔다.

특히 온라인 교육의 만족도를 높이기 위해서는 학습자의 여러 요구에 초점을 맞추어서 교육의 내용과 방법을 고려해야 한다. 하지만 아무리 좋은 교육 내용과 방법이 있어도 이를 뒷받침해줄 시설이나 설비, 교육 제공 업체의 직원 서비스 등이 충족되지 못할 경우 온라인 교육의 불만족은 나타날 수 있다(Smith & Offerman, 1989). 그렇기 때문에 많은 연구에서 온라인 교육의 만족도를 측정할 때는 교육 방법 만족도와 교육 내용 만족도를 구분해서 측정하고 있다(Caffarella, 1994). 본 연구에서도 창업 온라인 교육 만족도를 교육 방법 만족도 측면에서 교육 운영을 제시하였고 교육 내용 만족도 측면에서 교육 콘텐츠를 제시했다.

온라인 교육에서 학습 기대감의 동기부여와 학습만족에 관련된 선행연구를 살펴보면 Mahmood et al.(2000)은 온라인 수업의 학습 성취 동기요인들은 온라인 수업 사용자 만족도와 같은 성과에 영향을 주는 요인이었음을 검증되었다.

국내 연구에서도 주영주 외.(2009)는 기업 사이버교육생과 사이버대학생을 대상으로 연구한 결과 학습자 동기가 교육 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서창갑·이석용(2009)은 일반대학 온라인 수업 수강생을 대상으로 조사한 결과 인지된 재미나 기대 충족이 교육 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이해연(2007)도 수강 기대 충족과 같은 요소가 학습 성과인 만족도에 영향을 보이는 것으로 나타났다. 이에 앞선 이론적 분석과 선행 연구의 결과에 따라 다음과 같은 가설을 설정했다.

**가설 2: 온라인 창업 교육의 학습 기대감은 교육 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 보일 것이다.**

- 2-1: 온라인 창업 교육의 학습 기대감은 교육 운영 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 보일 것이다.
- 2-2: 온라인 창업 교육의 학습 기대감은 교육 콘텐츠 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 보일 것이다.

## 2.3 학습 기대감의 매개효과

Richardson et al.(2017)은 사회적 현존감과 온라인 학습의 만족감, 사회적 현존감과 학습의 지각정도가 정(+)<sup>1</sup>의 상관관계를 보인다고 주장했다. 또한 Cyr et al.(2007)는 사회적 현존감이 높을수록 온라인 쇼핑의 유용성과 신뢰 및 오락성이 높아진다고 밝혔다. 더불어 유용성과 신뢰 및 오락성은 태도에 긍정적인 영향을 보인다고 밝혀 사회적 현존감으로 인해 좋은 태

도가 형성될 수 있음을 간접적으로 제시해 주었다.

반면 이윤재(2014)는 사회적 현존감과 관계 자본 형성과의 관계를 검증하였는데, 기업의 소셜 미디어 페이지 개설로 사람들이 사회적 현존감을 인식하게 되고 이로 인해 사회적 동일시와 상호호혜규범이 긍정적으로 영향을 받는다고 주장했다. 그리고 사회적 현존감은 상호호혜규범을 매개로 해서 관계 자본 이론의 구성요소인 신뢰에 영향을 준다고 밝혔다. 더불어 관계 자본 요소는 소셜 미디어 사이트와 브랜드에 대한 태도에 영향을 주는 것으로 나타나 사회적 현존감은 신뢰와 태도에 선행요인이라 볼 수 있다.

선행 연구들을 정리하면 앞서 사회적 현존감이 동기부여 측면의 기대감에 영향을 미쳤고 기대감은 교육 만족도에 영향을 미쳤다. 그리고 선행 연구의 결과에 의하면 사회적 현존감은 교육 만족도에 영향을 미친다. 결국 사회적 현존감이 학습 만족과 같은 좋은 태도에 영향을 미치기 위해서는 동기부여 측면의 학습 기대감을 통해서 나타나야 함을 알 수 있다. 이에 다음과 같은 가설을 설정했다.

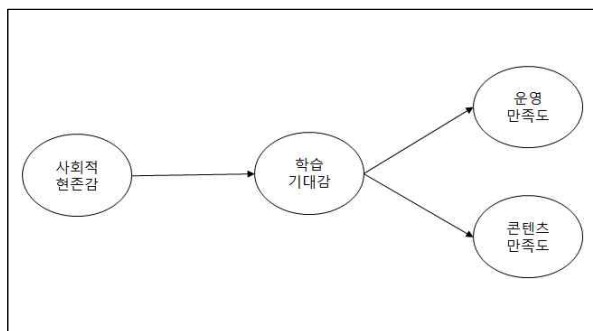
**가설 3: 온라인 창업 교육의 사회적 현존감과 교육 만족도는 학습 기대감이 매개할 것이다.**

- 3-1: 온라인 창업 교육의 사회적 현존감과 교육 운영 만족도는 학습 기대감이 매개할 것이다.
- 3-2: 온라인 창업 교육의 사회적 현존감과 교육 콘텐츠 만족도 학습 기대감이 매개할 것이다.

### III. 연구설계

#### 3.1 연구모형

본 연구에서는 앞서 검토한 선행연구들의 이론적 배경을 바탕으로 온라인 창업 교육에 있어 사회적 현존감이 학습 기대감과 교육 만족도에 미치는지 영향을 살펴보려 한다. 또한 사회적 현존감이 교육 만족도에 영향을 미칠 때 학습 기대감의 매개효과도 살펴보려 한다. 가설을 실증적으로 검증하기 위해 각 변수들을 측정했고, <그림 1>과 같이 수립된 연구모형을 기반으로 분석을 진행했다.



<그림 1> 연구 모형

#### 3.2 변수의 조작적 정의

연구모형의 변수 측정은 선행 이론에서 사용한 설문 문항을 리커트 5점 척도(5-point Likert scale)를 이용해 측정하였다. 설문은 창업과 관련한 온라인 수업을 들은 학생을 대상으로 진행했기 때문에 설문지 문항 시작에 ‘다음 설문 문항은 수업을 들었던 창업 온라인 강의와 관련한 질문입니다. 해당하는 내용에 체크해 주시기 바랍니다.’라는 문항을 명시해, 작성자가 창업 온라인 수업에 관련한 내용임을 확인하고 작성하도록 유도했다.

사회적 현존감은 ‘구성원 상호간 같은 장소에 있으면서 다른 사람과 상호작용을 하고 있다는 느낌 정도’를 의미하는 것으로, Biocca, et al.(2003)이 개발한 주관적 사회적 현존감 자기 보고 설문 문항을 종합해 온라인 창업 교육에 맞게 재구성했다. 본래의 설문문항은 ‘온라인 공간 내에서 나는 상대방과 가까운 감정을 만들려고 노력했다.’와 같이 온라인이라는 포괄적인 환경 내에서의 정서적 유대감과 공동 공간감, 상호이해의 항목들로 구성되어 있어 온라인 창업 교육을 수강한 학생들에게 적합한 형태의 설문으로 수정했다. 사용한 설문문항으로는 ‘주변 친구들이 온라인 강의를 많이 듣고 있어 수업을 통해 깊은 관계를 유지하고 있다.’, ‘주변 친구들이 온라인 강의 권유를 많이 하는 편이다.’ 등이 있다.

학습 기대감은 학습 목표 달성 시 받을 수 있는 보상에 대한 동기부여로 Maier & Warren(2013)의 ‘학습자가 수업에 대한 효과를 기대하는 마음을 측정한 기대치 설문’을 수정하여 사용하였다. 사용한 문항은 ‘이 온라인 수업은 바쁜 일정 속에서 잘 소화할 것으로 기대한다.’, ‘이 온라인 수업을 통해 나에게 맞는 학습속도를 유지가능 할 것으로 기대한다.’ 등이 있다.

교육 만족도는 교육 운영 만족도와 교육 콘텐츠 만족도로 구분하여 측정하였으며, 교육 운영 만족도는 Anderson et al.(1994)의 설문 문항을 수정한 문항을 사용했다. 문항의 예시로는 ‘온라인 교육 과정을 수강할 기회가 다시 주어지면 이 과정을 수강하겠다.’, ‘온라인 교육 시스템 운영 측면에서 본 과정의 서비스가 만족스럽다.’ 등이 있다. 교육 콘텐츠 만족도는 Churchill et al.(1982)의 설문 문항을 수정한 문항을 이용했다. 설문 문항의 예시로는 ‘온라인 교육 과정의 과제가 적절하게 구성되었다.’, ‘온라인 교육 과정의 학습 내용이 적절하게 구성되었다.’ 등이 있다.

### IV. 실증분석 결과

#### 4.1 표본특성 및 기초통계 분석

연구조사를 위해 창업과 관련된 온라인 교육을 이수한 경험이 있는 전국의 특수 및 일반 대학원생들을 선정하였다. 선정된 대학원생들은 ‘현재 창업 관련된 대학원을 다니고 있어 온

라인 수업을 들었던 학생'이거나 '이전에 다른 곳에서 창업과 관련된 온라인 수업을 들은 학생'들로 연구자가 개별 조사를 통해 직접 만나 설문을 진행하였다. 응답자들에게는 사전에 설문 내용을 이해시키기 위해 연구 목적에 대한 설명을 진행했으며, 설문 내용을 작성한 후 반송봉투에 담아 익명으로 조치를 한 후 설문을 회수하였다. 총 200명 중 불성실하게 응답한 11명을 제외한 189명의 설문내용이 통계에 사용되었다.

설문 응답자의 인구통계를 살펴보면 다음과 같다. 남성은 91.0% (n=172) 여성은 9.0% (n=17)이고, 연령은 30대 이하 1.1% (n=2), 30대에서 40대 40.2% (n=76), 40대에서 50대 41.8% (n=79), 50대 이상 16.9% (n=32)로 나타났다.

온라인 학습의 이용시간은 하루에 1시간 이하는 53.9% (n=102), 1시간에서 2시간은 38.7% (n=73), 2시간에서 3시간은 5.3% (n=10), 3시간 이상은 2.1% (n=4)이며, 현재 이용한 창업 관련 온라인 수업 과목은 1과목 2.1% (n=4), 2과목 15.3% (n=29), 3과목 66.7% (n=126), 4과목 이상 15.9% (n=30)로 조사되어 대부분의 학생들이 3과목 이상의 창업 관련 온라인 수업을 들은 것으로 나타났다.

### 4.2 타당도 · 신뢰도 분석

본 연구에서는 통계분석을 위해 SPSS 21.0과 AMOS 22.0을 사용하였다. 우선 타당도 검증을 위해 고유 값 1.0 이상 요인의 적재치 0.5 이상으로 기준을 설정하고 Varimax 회전 방식을 이용한 탐색적 요인분석 (Exploratory Factor Analysis)을 실시했다. 탐색적 요인분석 결과 요인 1은 사회적 현존감(요인 적재치 =.768~.912), 요인 2는 운영 만족도(요인 적재치=.696~.813), 요인 3은 학습 기대감(요인 적재치=.609~.850), 요인 4는 콘텐츠 만족도(요인 적재치=.609~.833)으로 나타나 측정 문항에 대한 내용 타당도가 확보되었다.

<표 1> 확인적 요인분석 결과

변수	요인 부하량	AVE	C. R.	신뢰도
사회적 현존감 1	.724	.637	.873	.877
사회적 현존감 2	.883			
사회적 현존감 3	.955			
사회적 현존감 4	.649			
학습 기대감 1	.779	.712	.906	.807
학습 기대감 2	.884			
학습 기대감 3	.786			
학습 기대감 4	.545			
운영 만족도 1	.701	.695	.901	.827
운영 만족도 2	.774			
운영 만족도 3	.709			
운영 만족도 4	.779			
콘텐츠 만족도 1	.732	.696	.901	.823
콘텐츠 만족도 2	.762			
콘텐츠 만족도 3	.764			
콘텐츠 만족도 4	.681			

측정도구의 내용타당도는 확인했지만 가정한 요인 구조가 실제 자료와 일치하는지를 살펴보고 동일방법편의(Common Method Bias)의 문제를 확인하기 위해 확인적 요인분석 (Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다.

확인적 요인분석의 결과는 <표 1>에 제시하였다. 확인적 요인분석의 적합도 지수를 살펴보면  $\chi^2=199.67$ ,  $df=98$ ,  $p-value=.000(<.05)$ ,  $RMR=.048(<.05)$ ,  $CFI=.934(>.90)$ ,  $IFI=.935(>.90)$ ,  $TLI=.920(>.90)$ 으로 본 연구의 확인적 요인분석 적합도는 양호한 수준으로 확인되었다. 각 요인의 부하량은 기준치인 0.5보다 높고 표준요인의 적재치가 1 이상이 없게 나타났다 ( $t>1.96$ ). 그리고 평균분산 추출값(AVE)은 모두 0.5보다 크고 개념 신뢰도 수치도 0.7보다 크기 때문에 확인적 요인분석이 데이터 구조에 적합한 것으로 나타났다. 한편 신뢰도는 크론바흐 알파(Cronbach's  $\alpha$ ) 값이 .807~.877로 나타나 신뢰도도 확보했다고 판단할 수 있다.

### 4.3 상관관계 분석

다음으로 가설에 사용된 변수들의 상관관계를 알아보기 위해 Pearson 상관관계 분석을 실시해 결과를 <표 2>에 제시하였다. 독립변수인 사회적 현존감은 매개변수인 학습 기대감 ( $r=.242$ ,  $p<.01$ )과 종속변수인 운영 만족도( $r=.259$ ,  $p<.01$ )와 콘텐츠 만족도( $r=.248$ ,  $p<.01$ )에 정(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 그리고 매개변수인 학습 기대감은 종속변수인 운영 만족도( $r=.523$ ,  $p<.01$ )와 콘텐츠 만족도( $r=.444$ ,  $p<.01$ )에 정(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

<표 2> 상관관계 분석결과

구분	1	2	3	4
1. 사회적 현존감	(.798)			
2. 학습 기대감	.242**	(.843)		
3. 운영 만족도	.259**	.523**	(.833)	
4. 콘텐츠 만족도	.248**	.444**	.631**	(.834)

\* 주: \*\* $p<.01$  수준에서 유의함. 대각선상의 괄호 안은 평균분산추출값의 제곱근.

또한 판별타당성(Discriminant Validity)은 요인의 상관관계 계수와 요인별 평균분산추출 제곱근 비교를 통해 확인할 수 있다. <표 2>의 결과에서 보여주듯이 모든 상관계수의 값은 요인별 평균분산 추출값의 제곱근보다 작게 나타나 판별력이 있다고 볼 수 있다(Gefen et al., 2000).

### 4.4 가설검증

측정모형의 타당도 및 신뢰도가 입증됨에 따라 사회적 현존감이 학습 기대감과 교육 만족도에 영향을 미치는가를 검증하기 위해 경로계수 구조분석을 이용하여 구조모형 검증을 실시했다. 우선 가설 모형의 구조방정식 모델 적합도를 보여주는 지표 값을 보면  $\chi^2=256.77$ ,  $df=101$ ,  $p-value=.000$ ,  $RMR=.069$ ,  $CFI=.900$ ,  $IFI=.901$ ,  $TLI=.881$ 로 수용할 만한 수준

으로 제시되었다.

구조방정식 결과를 바탕으로 도출된 가설에 대한 경로계수 값은 <표 3>에 제시하였다. 가설 1은 사회적 현존감이 학습 기대감에 미치는 영향으로, 사회적 현존감은 학습 기대감에  $\beta=.223(p<.01)$ 로 유의하게 나타나 가설 1은 채택되었다. 가설 2는 학습 기대감이 교육 만족도인 운영 만족도와 콘텐츠 만족도에 미치는 영향으로 학습 기대감이 운영 만족도  $\beta=.648(p<.001)$ 와 콘텐츠 만족도  $\beta=.593(p<.001)$ 에 유의하게 나타나 가설 2-1과 2-2 모두 채택되었다.

<표 3> 연구모형 경로계수

경로	비표준화 계수	표준화 계수	C.R.	p
1. 학습 기대감 ← 사회적 현존감	.128	.223	2.75	**
2. 운영 만족도 ← 학습 기대감	.751	.648	6.86	***
3. 콘텐츠 만족도 ← 학습 기대감	.654	.593	6.32	***

\* 주: \*\*P<.01 \*\*\*P<.001 수준에서 유의함.

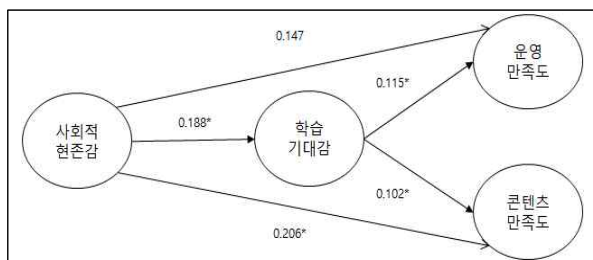
다음으로 학습 기대감의 매개효과를 살펴보기 위해 부트스트래핑(Bootstrapping) 분석을 실시했다. 부트스트래핑 분석에는 최대 우도법(Maximum Likelihood)을 이용했고, 신뢰구간 선택은 편향수정 백분율법(Bias Corrected Confidence Intervals)을 이용했다. 결과 값은 <그림 2>와 <표 4>에 제시했으며, 결과 내용을 살펴보면 다음과 같다.

<표 4> 부트스트래핑 매개검증 결과

매개 경로	총효과	직접 효과	간접 효과
사회적현존감 → 학습기대감 → 운영만족도	.262**	.147	.115*
사회적현존감 → 학습기대감 → 콘텐츠만족도	.307**	.205*	.102*

\* 주: \*P<.05 \*\*P<.01 수준에서 유의함.

사회적 현존감이 학습 기대감을 통해 운영 만족도에 미치는 총효과는  $\beta=.262, p<.01$ 로 유의하게 나타나 가설 3-1은 채택되었다. 매개검증에서는 간접효과( $\beta=.115, p<.05$ )에서는 유의하던 결과가 직접효과( $\beta=.147, p>.05$ )에서는 유의하게 나타나지 않아 학습 기대감의 완전 매개효과를 보여주었다. 또한 사회적 현존감이 학습 기대감을 통해 콘텐츠 만족에 미치는 총효과는  $\beta=.307, p<.01$ 로 유의하게 나타나 가설 3-2도 채택되었다. 매개검증에서는 간접효과( $\beta=.102, p<.05$ ) 뿐만 아니라 직접효과( $\beta=.206, p<.05$ )에서도 유의하게 나타나 부분 매개효과가 있는 것으로 확인되었다.



<그림 2> 모형 검증 결과

## V. 결론 및 시사점

본 연구는 창업 관련 온라인 교육의 사회적 현존감이 학습 기대감과 교육 만족에 미치는 영향에서 학습 기대감의 매개효과를 실증분석 했다. 연구의 주요 결과와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 온라인 창업 교육에서 사회적 현존감은 학습 기대감에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 선행 연구의 결과와 유사한 결과라 할 수 있다(Tung & Deng, 2007; Kim et al., 2011). 선행 연구와의 차이점은 기존의 연구에서는 직접적으로 사회적 현존감과 학습 기대감의 관계를 살펴보지 않고 동기부여 측면에 초점이 맞춰져 있었다. 하지만 본 연구에서는 학습 만족도와 의 관계를 직접적으로 증명했기 때문에 이론적인 부분에 있어 중요한 의미를 지닌다.

실무적인 부분에서 있어서도 온라인 창업 학습의 기대감을 높이는 방법으로 학습자 상호작용이 중요하다는 것을 밝혀냈다. 최근 온라인 창업 교육의 수요가 늘어나는 상황에서 학습 운영관리자가 학습자들이 이용 할 수 있는 카페나 SNS와 같은 온라인 소통 방법을 제시한다면 학습의 기대치를 높일 수 있다는 것이다. 더 나아가 학습자 상호간의 직접적인 만남도 이루어진다면 더욱 많은 공감대를 형성해 온라인 창업 교육의 기대 수요는 증가하게 될 것이다.

둘째, 학습 기대감은 운영 만족도와 콘텐츠 만족도로 구분되는 교육 만족도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 해당 결과는 기존 연구와 동일한 결과(Mahmood et al., 1999; 주영주 외, 2009)로 온라인 창업 교육에서도 학습에 대한 기대감이 커질수록 교육의 만족도가 높아짐을 알 수 있다. 이는 이론적으로 봤을 때 온라인 창업 교육에도 적용 가능하다는 의미를 부여할 수 있다.

그리고 교육성과를 높이기 위해서는 학습자가 학습에 대한 부담감을 최소한으로 느끼도록 일정 조정이 필요하고 적절한 학습량이 제공되어야 한다는 실무적 시사점을 제시하고 있다. 만약 학습자가 학업을 따라가는데 있어 부족하다고 느끼거나 학업으로 인해 본인의 시간을 낭비한다고 생각하면 학습이 불편하게 느껴지고 교육의 불필요성까지 느낄 수 있다는 것이다. 이에 온라인 창업 교육 운영자는 최대한 수강 기간에 있어 제한을 두지 말아야 하며, 과목당 학습자가 수료까지 필요한 적당량의 콘텐츠를 제공해야 한다. 특히 앞선 서론에서 정부 측면에서도 창업과 관련된 온라인 콘텐츠를 운영하고 있다고 제시했는데, 정책적으로도 교육자 입장에서 수용할 수 있을 만큼의 교육 내용을 만들어서 운영하는 것에 초점을 맞춘다면 더 좋은 결과를 얻을 수 있을 것이다.

셋째, 사회적 현존감과 교육 만족도에 있어 학습 기대감은 매개효과를 보였다. 특히 운영 만족도의 경우 사회적 현존감이 직접 영향을 미치지 않고 학습 기대감을 통해서 영향을 보이는 것으로 나타났다. 즉, 학습자들의 상호작용은 학습에 대한 기대치가 높아질 때 온라인 창업 교육 운영 만족에도 영향을 미치지 사회적 현존감 자체로 운영 만족도에 영향을

주지는 않는다는 것이다. 해당 연구결과는 본 연구에서 처음으로 밝혀진 내용으로 앞으로 온라인 교육에서 사회적 현존감과 교육 운영 만족도의 관계를 연구하는 연구에서는 학습 기대감이라는 측면을 반드시 반영해야 한다는 이론적으로 중요한 의미를 가지고 있다. 또한 실무적으로도 온라인 창업 콘텐츠 관리자는 학습자가 학습 운영의 만족도를 많이 느끼게 하려면 학습자들의 의사소통과 내용 공유로만 해결할 수 없기 때문에 반드시 학습의 기대치를 높이는 방법을 같이 고민해야 한다는 것이다.

반면 콘텐츠 만족도의 경우 사회적 현존감이 직접적으로 영향을 보일 수 있다. 온라인 학습자들은 실제 다른 학습자나 교육자를 만날 수 있는 것이 아니기 때문에 본인의 이해와 지식을 기반으로 학습을 이수하게 된다. 만약 다른 학습자들을 만나거나 의견을 공유하는 기회가 주어진다면 학습자 입장에서는 과제해결과 학습 내용 이해가 좀 더 쉬워져 콘텐츠의 만족도가 높아지는 것이다. 물론 학습자들이 모인 공간에서 전반적으로 학습 부담이 적다는 것을 공유한다면 콘텐츠 만족도는 더 높아지게 될 것이다. 최민정·박재환(2017)은 소상공인 수준에 적합한 기회개발 프로그램을 창업교육에 도입해야 한다고 주장했는데, 본 연구의 결과를 같이 반영해 소상공인들이 함께 교육을 받을 수 있는 장을 마련하고 상호간의 교육 지식을 활용하는 기회를 만들어 준다면 국가적인 창업 정책에서 시너지 효과가 나타날 가능성이 높다는 것을 보여준다.

마지막으로 서론에서 밝힌 바와 같이 본 연구는 기존의 온라인 창업 교육 연구와 다르게 직접적인 학습 만족에 대한 원인 규명을 했다. 온라인 창업 교육의 활성화되고 있는 시점에서 교육 운영자들이 해당 연구결과를 실무에 반영한다면 좋은 학습 효과를 창출할 수 있을 것이다. 특히 강선자·변상해(2017)는 창업과 관련된 교육경험이 없는 집단보다 경험이 있는 집단에서 창업의도가 더 높게 나타난다고 주장했는데, 본 연구의 결과에 따라 국가 정책적으로 온라인 창업 교육 방향을 제시하고 운영한다면 교육에 대한 흥미를 넘어서 창업에 대한 의도를 가지는 사람들이 더욱 많아질 것이다.

이렇듯 본 연구가 이론 및 실무적으로 중요한 의미를 지니지만 다음과 같은 한계점이 있다. 첫째, 본 연구는 창업 관련 온라인 수업을 수강한 대학원생을 대상으로 한 연구이기 때문에 다른 일반 수강생과 차이점이 존재할 수 있어 연구의 정당성을 확보하기 위해서는 많은 표본과 다양한 모집단을 대상으로 한 연구가 필요하다. 둘째, 종속변수가 교육의 만족도만 측정하고 있지만 만족도 이외의 학습 성과와 같은 다양한 효과성 분석이 필요하다. 셋째, 온라인 창업 교육 이외의 다른 온라인 교육과 비교해서 각 가설에 미치는 영향력을 비교하면 더 좋은 연구가 될 것으로 보인다.

REFERENCE

강선자·변상해(2017). 예비창업자의 심리적 특성, 창업준비 특성이

창업의도에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 12(4), 85-96.  
 교육부·한국연구재단(2016). *창업교육 이슈페이퍼*, 서울: 한국청년 기업가정신재단.  
 남정민(2017). 기업가정신 온라인교육의 효과성 검증. *벤처창업연구*, 12(2), 31-40.  
 서창갑·이석용(2009). e-Learning 학습자 만족도 영향요인에 관한 연구. *정보시스템연구*, 18(3), 1-25.  
 이윤재(2014). 브랜드 개설 SNS 페이지에서의 사회적 실재감이 관계 자본 형성에 미치는 영향 연구. *마케팅논집*, 22(4), 85-103.  
 이해연(2007). *e-Learning의 사용자 및 품질적 특성이 학습 성과와 충성도에 미치는 영향*. 경기대학교 박사학위논문.  
 주영주·김은경·박수영(2009). 기업 사이버교육에서 인지적 실재감과 몰입, 만족도, 지속의향과의 구조적 관계. *교육정보미디어연구*, 15(3), 21-38.  
 최민정·박재환(2017). 창업교육이 기회인식 및 평가에 미치는 영향: 소상공인을 중심으로. *벤처창업연구*, 12(3), 135-146.  
 최주철(2015). 온라인 창업교육이 글로벌 창업 기업가정신에 미치는 영향 연구. *통상정보연구*, 17(3), 59-70.

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R.(1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *The Journal of Marketing*, 58, 53-66.  
 Biocca, F., Harms, C., & Burgoon, J. K.(2003). Toward a more Robust Theory and Measure of Social Presence: Review and Suggested Criteria. *Teleoperators and Virtual Environments*, 12(5), 456-480.  
 Caffarella, R. S.(1994). *Program Planning for Adults*, San Francisco: Jossey-Bass.  
 Choi, J. C.(2015). The Effect of Online Entrepreneurship Education on the Global Start-up Entrepreneurship. *International Commerce and Information Review* 17(3), 59-70.  
 Choi, M. J., & Park, J. H.(2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Opportunity Recognition and Evaluation: A Focus on Small Business Entrepreneurs. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(3), 135-146.  
 Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C.(1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*. 19(4), 491-504.  
 Cyr, D., Hassanein, K., Head, M., & Ivanov, A.(2007). The Role of Social Presence in Establishing Loyalty in e-Service Environments. *Interacting with computers*, 19(1), 43-56.  
 Don, H., & John W. S.(2007). *Organizational Behavior*, Thompson Learning.  
 Durlach, N., & Slater, M.(2000). Presence in Shared Virtual Environments and Virtual Togetherness. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 9(2), 214-217.  
 Fred C. L.(2011). Expectancy theory of motivation: Motivating by Altering Expectations. *International Journal of Management, Business and Administration*, 15(1), 1-6.  
 Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. C.(2000). Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice. *Communications of the Association for Information Systems*, 4(1), 7.

- Ju. Y. J., Kim. E. K., & Park. S. Y.(2009). The Structural Relationship among Cognitive Presence, Flow and Learning Outcome in Corporate Cyber Education. *Journal of Korean Association for Educational Information and Media*, 15(3), 21-38.
- Kang. S. J., & Byun, S. H.(2017). Psychological Characteristics of Pre-founders, Characteristics of Start-up Preparations Impact on Entrepreneurship Intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(4), 85-96.
- Kim, J., Kwon, Y., & Cho, D.(2011). Investigating Factors that Influence Social Presence and Learning Outcomes in Distance Higher Education. *Computers & Education*, 57(2), 1512-1520.
- Lee. H. Y.(2007). *The Effect of User and Quality Characteristics of e-Learning on Learning Performance and Loyalty*, Ph. D. thesis, Graduate School of Kyunggi University
- Lee. Y. J.(2014). The Influence of Social Presence on Building Relational Capital in Brand's SNS Social Identity. *Journal of Marketing Studies*, 22(4), 85-103.
- LePine, J. A., LePine, M. A., & Jackson, C. L.(2003). Challenge and Hindrance Stress: Relationships with Exhaustion, Motivation to Learn and Learning Performance. *Journal of Applied Psychology*, 88, 707-724.
- Mahmood, M. A., Burn, J. M., Gemoets, L. A., & Jacquez, C.(2000). Variables Affecting Information Technology End-user Satisfaction: A Meta-analysis of the Empirical Literature. *International Journal of Human-Computer Studies*, 52(4), 751-771.
- Maier, P., & Warren, A.(2013). *Integrating Technology in Learning and Teaching*, Routledge.
- Mason, R.(1994). *Using Communications Media in Open and Flexible Learning*. Psychology Press.
- Ministry of Education & National Research Foundation of Korea(2016). *Entrepreneurial Education Issue Paper*, Seoul: Korea Entrepreneurship Foundation.
- Moore, M. G., & Kearsley, G.(1996). *Distance Education: A Systems Approach*. Boston, MA: Wadsworth.
- Nam. C. W.(2017). The Effects of Digital Storytelling on Student Achievement, Social Presence, and Attitude in Online Collaborative Learning Environments. *Interactive Learning Environments*, 25(3), 412-427.
- Nam. J. M.(2017). A Study between Online Entrepreneurship Education and Entrepreneurship: Based on PBL(Problem-Based Learning) and Flipped Learning *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(2), 31-40.
- Petri, H. L.(1991). *Motivaion 3rd edition*, Wadsworth Publishing Company.
- Richardson, J. C., Maeda, Y., Lv, J., & Caskurlu, S.(2017). Social Presence in Relation to Students' Satisfaction and Learning in the Online Environment: A Meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 71, 402-417.
- Rogers, E. M.(1983). *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L.(2000). Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development and Well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Seo. C. G., & Lee. S. Y.(2009). An Empirical Study on the Factors Affecting e-Learning Learners Satisfaction. *Journal of Information Systems*, 18(3), 1-25.
- Smith, D. H., & Offerman, M. J.(1989). *The Management of Adult and Continuing education*, Handbook of Adult Education San Francisco: Jossey-Bass.
- Steers, R. M., Porter, L. M., & Bigley, G. A.(2003). *Motivation and Leadership at work*, McGraw-Hill.
- Tu, C. H., & McIsaac, M.(2002). An Examination of Social Presence to Increase Interaction in Online Classes. *The American Journal of Distance Education*, 16(3), 131-150.
- Tu, C. H., Yen, C.-J., Blocher, J. M., & Chan, J. Y.(2012). A Study of the Predictive Relationship between Online Social Presence and ONLE Interaction. *International Journal of Distance Education Technologies*, 10(3), 53-66.
- Tung, F. W., & Deng, Y. S.(2007). Increasing Social Presence of Social Actors in e-Learning Environments: Effects of Dynamic and Static Emoticons on Children. *Displays*, 28(4), 174-180.
- Vroom, V. H.(1964). *Work and motivation*, CA: Jossey-Bass.
- Walther, J. B.(1996). Computer-mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43.
- Weidlich, J., & Bastiaens, T. J.(2017). Explaining Social Presence and the Quality of Online Learning with the SIPS Model. *Computers in Human Behavior*, 72, 479-487.
- Zimmerman, B. J., & Pons, M. M.(1986). Development of a Structured Interview for Assessing Student Use of Self-regulated Learning Strategies. *American Educational Research Journal*, 23(4), 614-628.



# A Study on Mediation Effect of Learning Expectancy in Social Presence and Educational Satisfaction of Online Entrepreneurship Education

Hyun, Sun Hae\*  
Seo, Moon Kyo\*\*

## Abstract

The previous studies of online entrepreneurship education were conducted only on the effect of education on actual entrepreneurship, but did not analyze the effectiveness of education. In this study, beyond of limits of previous studies, we investigated the effect of social presence on learning expectancy and educational satisfaction. In addition, we examined the influence of learning expectation on the relationship between social presence and educational satisfaction.

For the research hypothesis test, we conducted a questionnaires survey on 189 graduate students who taken online courses related to entrepreneurship. hypothesis and questionnaires were made based on the research hypotheses precedent theories. And educational satisfaction was divided into operational satisfaction and content satisfaction.

As a results of the analysis using the structural equation model, social presence has a positive effects on learning expectancy. Next, the learning expectancy has a positive effects on the operational satisfaction and the content satisfaction. Finally, when social presence affects operational satisfaction, learning expectation has a complete mediation effects and content satisfaction has a partial mediation effects.

The implications of the results of this study were as follows. There was a need for a way to interacted with learners when conducted online entrepreneurial education. When increased the satisfaction level of the learning operation, it is necessary to reduced the burden of learners and raised the expectancy.

*Keywords: Social Presence, Learning Expectancy, Operational Satisfaction, Content Satisfaction*

---

\* Professor, Department of Business Administration, Sungkyunkwan University, twokids@skku.edu

\*\* Associate Professor, Woongji Tax & Accounting College, zard@wat.ac.kr