

대학생의 성격 5요인이 기업가정신에 미치는 영향 -몰입 및 자기효능감의 매개효과를 중심으로-

백유미
중부대학교 원격대학원 교육상담심리학과

The Effects of Big 5 personality on Entrepreneurship of the College Student

-Focusing on the Moderating Effects of Flow and Self-efficacy-

Yu-Mi Baek

Education Counseling and Psychology, Graduate School of Cyber, Joongbu University

요 약 본 연구는 대학생의 성격 5요인이 기업가정신에 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 특히 몰입 및 자기효능감이 매개효과가 있는지도 탐색적으로 확인하였다. 연구 결과 첫째, 대학생의 성격 5요인은 기업가정신에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 성격 5요인이 자기효능감에 미치는 영향력은 차이가 있었다. 셋째, 성격 5요인과 매개변인인 자기효능감이 기업가정신에 미치는 영향력은 모두 유의미하였다. 또한 모든 모형에서 매개변인인 자기효능감이 성격 5요인과 기업가정신과의 관계를 부분매개하는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과에 근거하여 시사점을 제시하고 미래 연구를 제안하였다.

주제어 : 성격 5요인, 기업가 정신, 몰입, 자기효능감, 매개효과

Abstract The purpose of this study is to examine the effects of undergraduates' Big 5 personality on entrepreneurship. Particularly, this author has verified if immersion and self-efficacy have mediating effects in it. According to the results, first, undergraduates' Big 5 personality are found to exert effects on entrepreneurship. Second, there is difference found in the influence of Big 5 personality on self-efficacy. Third, Big 5 personality and a parameter, self-efficacy, have all significant influence on entrepreneurship. Also, in all the models, the parameter of self-efficacy has partly mediating effects in correlation between Big 5 personality and entrepreneurship. Based on these results, this researcher here suggests implications and provides suggestions for follow-up research.

Key Words : Big 5 personality, Entrepreneurship, Flow, Self-efficacy, Moderating Effect

1. 서론

빅 데이터, 인공지능 로봇, 사물인터넷 등이 융합하여 새로운 것을 창조하는 파괴적 기술이 중심이 되는 4차 산업혁명의 시대가 도래하였다. 때문에 일자리 개혁과 함께 노동시장의 유연화는 필연적으로 따라오며 고용시장은 700만 개의 일자리가 없어지고, 200만 개가 새로 생겨

결과적으로 500만 개의 일자리가 사라지는 첨단기술 집약산업의 시대이다. 즉, 평생직장이라는 개념 대신 지식기반사회에서는 자신의 능력과 경력에 따라 변해가는 시대에 빠르게 적응하여 자신의 필요에 의해 직장을 옮길 수 있는 개인 주도의 경력관리가 필요한 시대이다[1].

많은 전문가들은 급격히 변화하는 직업세계에서 지속 가능한 진로개발을 위해서는 창의성, 융복합성, 자기주도

*This paper was supported by Joongbu University Research & Development Fund, in 2018.

*Corresponding Author : Yu-Mi Baek(edubym@jbm.ac.kr)

Received June 14, 2018

Accepted June 20, 2018

Revised June 18, 2018

Published June 30, 2018

적 문제해결능력, 도전정신과 같은 역량이 필요하다고 강조한다[2]. 이에 따라 최근 대학가에서는 창의의 메시지를 안고 청년 대학생들이 대학기간 내에 준비해야하는 역량이나 지식, 기술을 가르치고, 기업가정신을 함양하기 위한 캠퍼스디자인 교육과정이 운영되고 있다.

기업가정신 함양교육은 단순히 창업을 하거나 기업을 직접 경영하는 것 뿐만 아니라 창의성, 진취성, 리더십과 연대의식 등을 함양하게 하는 교육을 의미하며, 노동시장에서 사용할 수 있는 일반적인 직업역량을 강화시키는 것으로 창업교육이나 직업역량 강화교육의 의미로도 해석될 수 있다[3]. 특히 성격은 진로결정 수준 및 특성, 고용시장에서 갖추어야할 자질, 능력, 역량 등을 준비하고자 하는 고용가능성 인식과 자기효능감에 영향을 미친다고 보고되고 있다[4]. 이와같은 이유로 성격과 기업가정신을 다루는 연구는 필요하고, 기업가정신 교육에 대한 연구가 새롭게 강조되고 있는 바, 이에 영향을 미치는 성격연구가 필요한 시점이다. 그러나 국내에서는 대학생들을 대상으로 한 성격특성과 기업가정신에 영향을 미칠 수 있는지 살펴본 연구가 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 성격특성과 기업가정신과의 관계를 알아보고, 몰입과 자기효능감이 매개할 수 있는가를 분석해보고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 성격5요인과 기업가정신

성격특성 이론은 모든 개인은 자신의 행동을 통해 관찰할 수 있는 기능적이고 일관성 있는 경향이 있으므로 어떤 성격적 특성을 가지고 있는지 양적인 접근이 가능한 것으로 본다. 이에 따라 언어로 표현된 성격 관련된 어휘를 바탕으로 분석한 성격특성 연구들이 체계화되고 실증되는 것으로 발전되어 왔다[5]. 그 중 오늘날에 가장 많이 쓰이는 성격특성 모델로 Big 5 성격모델(Five Factor Model)이 정리되었다[6]. 특히, Big 5 성격모델은 문화적 차이 접근에 의해 실증한 연구들[7, 8]에 의해서 성격을 개인의 성장과 주변 환경에 의한 상호작용에 의해 나타난 공통적 행동으로 추론할 수 있다고 보았다. 그러므로 성격을 통해 창업 의도 및 행동을 파악하기 위해서는 유형화된 Big 5 성격모델이 가장 유용할 것으로 보인다.

성격 5요인은 Cattell의 분류를 근거로 성격의 차원을

5개 요인으로 파악한 대표적인 성격의 구조적 모델로, 신경증(Neuroticism), 외향성(Extraversion), 경험에 대한 개방성(Openness to experience), 사교성(Agreeableness), 성실성(Conscientiousness)을 성격의 구성 요인으로 가정한다[9]. 신경증은 정서적 불안정, 환경에 대한 민감성, 불안감, 피로감, 긴장의 강도를 나타내는 것으로 정서안정성을 의미한다. 외향성은 타인과의 교제나 상호작용을 원하고 타인의 관심을 끌고자 하는 정도를 나타내고, 개방성은 지적 자극, 변화, 다양성을 좋아하는 정도를 나타낸다. 사교성은 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도를 나타내며, 성실성은 사회적 규칙, 규범, 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도를 나타낸다.

성격특성과 창업에 대한 선행연구는 소수이나 관련하여 살펴보면, Zhao and Scott(2006)는 성실성과 개방성은 일반 경영자보다 기업가들이 높고 외향성은 차이가 없다는 것을 발견하였으며[10], 성공적인 기업가적 경력의도를 갖는 성향으로서 개방성과 정서적 안정성, 성실성이 강조되어야 한다고 보고 있다. 또한 Big 5 성격특성에 요인이 하나 더 붙은 HEXACO 6요인을 통해 살펴본 바로는 외향성, 성실성, 개방성이 창업가정신에 영향을 미치는 것으로 확인되었다[11]. 그리고 개인의 성격특성을 가지고 직업매칭과 조직의 적합도를 살펴본 연구에서처럼 Borman et al(1997), Ardichvili et al.(2003)은 청년층의 창업의도와 관련하여 기업가적 기회를 인식할 수 있는 창의성이라든지 창업을 수행하기 위해서 낙관성, 네트워크 및 산업에 대한 지식의 흡수 등은 개인의 성격특성에 의해 길러질 수 있다고 보았다[12,13].

이렇듯, 본 연구에서는 Big 5 성격요인이 기업가가 되려는 의도 또는 기업가적 상태(status)를 성취하는 것을 설명할 수 있는 것으로 보고 이와 관련하여 기업가적 과정에서 성격의 역할에 대해 살펴보고자 한다. 위와 같은 선행연구들을 통해 아래와 같은 가설을 제안한다.

H1 : 성격5요인은 기업가정신에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 : 외향성은 기업가정신에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 신경증은 기업가정신에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 친화성은 기업가정신에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

- H1-4 : 성실성은 기업가정신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-5 : 개방성은 기업가정신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 몰입

최근 몰입이 긍정심리학의 관심영역이 되면서 개인 성장과 행복에 영향을 미치는 중요한 요소로 제안되고 있다. 여러 연구자들이 몰입의 효과에 한 연구를 진행하고 몰입의 정의에 대해 다양한 의견을 제시하였으며 그 중 Csikszentmihalyi(1990)의 개념이 가장 포괄적으로 받아들여지고 있다[14,15].

몰입이란 강렬한 자기실현의 순간의 절정경험이며 이 시기에 느끼는 감정은 종종 경외감, 경이로움, 황홀의 감정이라고 할 수 있다. 이러한 몰입의 요소는 몰입의 선결 조건과 몰입상태의 특징으로 나눌 수 있는데, 우선 몰입의 선결조건은 인식된 기술과 인식된 도전의 균형, 분명한 목표의식, 즉각적이고 명확한 피드백으로 구성된다. 몰입상태의 결과는 자기 스스로의 목적적 경험으로 행위 자체에서 보상을 받는 즐거움을 통해 삶의 질이 향상된다는 것을 의미한다[14].

윤영일(2016)은 상사의 성격5요인 중 친화성, 개방성, 외향성은 종사자의 창의성에 영향을 미치고, 창의성은 직무몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 제시하였다[16]. 즉 창의성을 증진시킨다면 조직의 몰입을 높일 수 있을 것으로 나타났다. 또한 정연웅(2011)은 기업가정신의 하위요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 각각 조직몰입도에 유의한 영향을 미치며[17], 박정우(2014)은 기업가정신이 조직몰입도에 유의한 영향을 미치는 것을 나타냈다[18]. 이러한 선행연구를 통해 성격5요인과 기업가정신과의 관계에서 몰입의 매개효과가 있을 것으로 유추해 볼 수 있다. 그러나 성격5요인과 기업가정신의 관계에서 몰입의 매개변인을 수행한 연구는 매우 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 성격5요인과 기업가정신간의 관계에서 몰입이 매개할 것인지 알아보고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H2 : 몰입은 성격5요인과 기업가정신을 매개할 것이다.
- H2-1 : 몰입은 외향성과 기업가정신을 매개할 것이다.

- H2-2 : 몰입은 신경증은 기업가정신을 매개할 것이다.
- H2-3 : 몰입은 친화성은 기업가정신을 매개할 것이다.
- H2-4 : 몰입은 성실성은 기업가정신을 매개할 것이다.
- H2-5 : 몰입은 개방성은 기업가정신을 매개할 것이다.

2.3 자기효능감

Bandura는 어떤 일을 수행함에 있어서 목표를 달성하기 위해 바람직한 행동 수정을 하기 위한 문제 해결 능력을 발휘하기 위한 자신의 신념을 자기효능감이라고 하였다[19]. 이는 생산적이고 가장 바람직한 방법이며 효과성을 잘 발휘하는 능력을 말한다. 자기효능감이 낮은 사람보다 자기효능감이 높은 사람이 같은 일을 수행함에 있어서 더 효과성을 나타낸다고 하였다[20].

박종희, 이재창(2018)은 성격5요인과 자기효능감은 행복감에 유의미한 영향을 미치며[21], 자기효능감은 성격5요인과 행복감의 관계에서 매개효과가 있다고 밝혔다. 대학생들은 자신의 성격을 이해하고 자신을 믿는 믿음을 키워나갈 때 행복감이 더 커진다는 것을 의미한다. 또한 박인 등(2017) 연구에서는 자기효능감이 기업가정신에 영향을 미치고[22], 셀프리더십과 창업의지 간의 관계에서 기업가정신이 매개효과는 창업참여도에 따라 차이가 있음이 확인되었다. 그러나 성격5요인과 기업가정신의 관계에서 자기효능감의 매개변인을 수행한 연구는 매우 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 성격5요인과 기업가정신간의 관계에서 자기효능감이 매개할 것인지 알아보고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H3 : 자기효능감은 성격5요인과 기업가정신을 매개할 것이다.
- H3-1 : 자기효능감은 외향성과 기업가정신을 매개할 것이다.
- H3-2 : 자기효능감은 신경증은 기업가정신을 매개할 것이다.
- H3-3 : 자기효능감은 친화성은 기업가정신을 매개할 것이다.
- H3-4 : 자기효능감은 성실성은 기업가정신을 매개할 것이다.
- H3-5 : 자기효능감은 개방성은 기업가정신을 매개할 것이다.

3. 연구 방법

3.1 측정 도구

본 연구에서 사용된 변수들의 측정도구는 선행연구를 바탕으로 구성되었다. 먼저, 성격5요인은 여러 성격 검사들을 경험적으로 통합해서 만든 것으로, 대학생들의 성격구조를 설명할 수 있는 이론으로 Costa와 McCrae의 NEO-PI-R을 바탕으로 이경입, 안창규(1996)가 활용한 검사 도구를 사용하였다[23]. 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성 등을 측정할 문항 25개를 Likert의 5점 척도로 측정하였다. 둘째, 기업가정신은 Miller(1983), Zahra(1991) 등 제시한 3가지 차원 즉 위험추구, 혁신성, 진취성 차원을 사용하였다[24,25]. 이와 관련된 문항 9개를 Likert의 5점 척도로 측정하였다. 셋째, 일상생활에서 몰입을 어느정도 경험하는지 알아보기 위하여 Csikszentmihalyi의 ‘몰입의 기술’과 ‘몰입의 즐거움’을 참고하여 10문항을 만들었다. 몰입의 구성요소는 명확한 목표, 즉각적인 피드백, 도전과 기술의 균형, 과제에 대한 집중, 행위와 인식의 일치 등이다. 넷째, 자기효능감 도구는 차정은이 대학생들의 자기효능감 척도를 연구하기 위해 개발한 것을 사용하였다[26]. 이 척도는 총 24문항으로 구성되어 있고, 5점 Likert 척도로 구성되어 있다. 자기효능감은 자신감, 자기조절 효능감, 과제난이도 선호의 세가지 하위요인들로 구성되어 있다.

3.2 조사 설계 및 분석방법

본 연구의 실증분석을 위해서 대학생을 대상으로 2018년 3월 10일부터 4월 9일까지 조사를 실시하였다. 총 250부의 설문지가 배포되었으며 이중 본 연구의 자료로 활용이 가능한 213부의 자료를 추출하여 분석에 사용하였다. 수집된 자료는 먼저 기술통계량과 변인 간 상관관계수를 산출하여 변인들의 일반적인 특징을 검토하였다. 둘째, 몰입과 자기효능감의 매개효과를 확인하기 위해 Baron과 Kenny(1986)가 제안한 회귀분석 단계에 따라 독립변수가 매개변수와 유의한 관계를 가지며 영향을 미치는지 회귀분석하여 확인한 후 종속변수를 독립변수와 매개변수에 동시에 투입하여 회귀분석을 실시하여 유의한 영향을 미치는지 확인한다[27]. 독립변수의 종속변수에 대한 효과가 두 번째 단계의 효과보다 적거나 많을 때 독립변수-매개변수-종속변수의 관계가 성립되어 매개효과가 확인된다[28].

3.3 표본의 특성 분석

본 연구에 응답한 응답자들의 인구통계학적 특성은 다음과 같다. 성별로는 남자 94명(44.1%), 여자 119명(55.9%)로 나타났고, 학년별로는 1학년 82명(38.5%)로 가장 높은 분포를 보였으며 2학년 70명(32.9%), 3학년 51명(23.9%), 4학년 10명(4.7%)의 순으로 나타났다.

4. 분석 결과

4.1 연구변인의 기술통계량

본 연구의 실증 분석을 위하여 주요 측정 도구에 대해 각각 기술통계량 및 변인 간 상관계수를 산출한 결과는 차례로 Table 1, Table 2와 같다.

Table 1. Mean, standard deviations

Scale		N	M	SD
Big 5 personality	Extroversions	213	3.82	.63
	Neuroticism	213	2.63	.84
	Agreeableness	213	3.71	.60
	Conscientiousness	213	3.68	.63
	Openness	213	3.79	.69
Flow		213	4.84	.91
Self-efficacy		213	3.83	.67
Entrepreneurship		213	3.50	.54

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Table 2. Inter-Construct Correlations

Scale	1	2	3	4	5	6	7	8
1.Extroversions	1.00							
2.Neuroticism	-0.33***	1.00						
3.Agreeableness	0.56***	-0.47***	1.00					
4.Conscientiousness	0.31**	-0.30**	0.43***	1.00				
5.Openness	0.41***	-0.21*	0.46***	0.40***	1.00			
6.Flow	0.28**	-0.24*	0.34***	0.42***	0.46***	1.00		
7.Self-efficacy	0.41***	-0.30**	0.38***	0.50***	0.49***	0.45***	1.00	
8.Entrepreneurship	0.46***	-0.46***	0.54***	0.49***	0.62***	0.55***	0.59***	1.00

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Table 1을 보면 몰입의 평균이 4.84로 가장 높았고, 자기효능감, 외향성, 개방성, 친화성, 성실성, 기업가정신, 신경증 순으로 나타났다.

Table 2를 보면 대학생의 성격 5요인과 몰입, 자기효능감, 기업가정신 간의 상관관계 범위는 -.46~.55로 상관관계를 보이고 있다.

4.2 가설검증 결과

대학생의 성격 5요인과 기업가정신간의 관계에서 몰입과 자기효능감의 매개효과가 있는지 분석한 결과를 Table 3에 제시하였다. 먼저 성격 5요인이 기업가정신에 미치는 영향력을 살펴보았다. 구체적으로 살펴보면 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성이 기업가정신에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

Table 3. Regression Analysis

Variables	B	S.E	β	t
Extroversions → entrepreneurship	.398	.052	.464	7.60***
Neuroticism → entrepreneurship	-.301	.039	-.465	7.64***
Agreeableness → entrepreneurship	.492	.053	.540	9.32***
Conscientiousness → entrepreneurship	.420	.051	.492	8.22***
Openness → entrepreneurship	.488	.042	.622	11.55***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Table 4. Moderating Effects of Flow

model	Variables	F2	Modified F2	β	t
1	1 Extroversions → Flow	.77	.73	.278	4.19***
	2 Extroversions → Entrepreneurship	.215	.217	.464	7.60***
	3 Extroversions → Entrepreneurship Flow	.402	.396	.331 .456	5.92*** 8.17***
2	1 Neuroticism → Flow	.060	.056	-.245	3.65***
	2 Neuroticism → Entrepreneurship	.217	.213	-.465	7.64***
	3 Neuroticism → Entrepreneurship Flow	.416	.410	-.350 .462	6.41*** 8.46***
3	1 Agreeableness → Flow	.119	.115	.346	5.33***
	2 Agreeableness → Entrepreneurship	.292	.288	.540	9.32***
	3 Agreeableness → Entrepreneurship Flow	.437	.431	.393 .412	7.09*** 7.44***

4	1 Conscientiousness → Flow	.176	.172	.420	6.69***
	2 Conscientiousness → Entrepreneurship	.243	.239	.492	8.22***
	3 Conscientiousness → Entrepreneurship Flow	.380	.375	.311 .418	5.18*** 6.94***
5	1 Openness → Flow	.209	.205	.457	7.42***
	2 Openness → Entrepreneurship	.387	.384	.622	11.55***
	3 Openness → Entrepreneurship Flow	.472	.467	.465 .336	8.22*** 5.93***

p<.01 *p<.001

대학생의 성격 5요인과 기업가정신간의 관계에서 몰입이 매개효과가 있는지 분석한 결과를 Table 4에 제시하였다. 그 결과는 첫째, 외향성은 기업가정신에 21.5% 설명력을 보였다. 매개변인인 몰입을 투입시 40.2%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 외향성이 기업가정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta=.464(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta=.331(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 둘째, 신경증은 기업가정신에 21.4% 설명력을 보였다. 매개변인인 몰입을 투입시 41.5%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 신경증이 기업가정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta=-.463(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta=-.350(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 셋째, 친화성은 기업가정신에 29.2% 설명력을 보였다. 매개변인인 몰입을 투입시 43.7%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 친화성이 기업가정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta=.540(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta=.393(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 넷째, 성실성은 기업가정신에 24.3% 설명력을 보였다. 매개변인인 자기효능감을 투입시 38.0%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 성실성이 기업가정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta=.492(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta=.311(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 다섯째, 개방성은 기업가정신에 38.7% 설명력을 보였다. 매개변인인 몰입을 투입시 47.2%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 친화성이 기업가정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta=.622(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta=.465(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다.

결과적으로 Baron& Kenny(1986)의 매개효과 검증절차에 따라 결과를 살펴보면, 첫째, 1단계분석에서 독립변인(외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성)이 매개변인(몰입)에 미치는 영향력(β)은 유의미하였다. 둘째, 독립변인(외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성)이 종속변인(몰입)에 미치는 영향력 역시 유의미하였다. 셋째, 모든 모형의 3단계 분석에서 독립변인(외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성)+매개변인(몰입)이 종속변인(기업가정신)에 미치는 영향력은 모두 유의미하였다. 넷째, 모든 모형에서 3단계 분석에서 산출된 독립변인의 영향력은 2단계 분석에서의 독립변인의 영향력보다 작은 것으로 나타났다. 따라서 모든 분석모형에서 매개변인인 몰입은 독립변인과 종속변인간의 관계를 부분매개하는 것으로 볼 수 있다.

Table 5. Moderating Effects of Self-efficacy

model	Variables	R2	Modified R2	β	t
1	1 Extroversions → Self-efficacy	.166	.162	.408	6.48***
	2 Extroversions → Entrepreneurship	.215	.211	.464	7.60***
	3 Extroversions → Entrepreneurship Self-efficacy	.413	.407	.265 .487	4.58*** 8.41***
2	1 Agreeableness → Self-efficacy	.090	.086	-.301	4.58***
	2 Agreeableness → Entrepreneurship	.217	.213	-.465	7.64***
	3 Agreeableness → Entrepreneurship Self-efficacy	.444	.439	.315 .500	5.84*** 9.28***
3	1 Neuroticism → Self-efficacy	.144	.140	.380	5.96***
	2 Neuroticism → Entrepreneurship	.292	.288	.540	9.32***
	3 Neuroticism → Entrepreneurship Self-efficacy	.469	.464	-.367 .456	6.76*** 8.39***
4	1 Conscientiousness → Self-efficacy	.252	.248	.502	8.43***
	2 Conscientiousness → Entrepreneurship	.244	.239	.492	8.22***
	3 Conscientiousness → Entrepreneurship Self-efficacy	.404	.399	.259 .465	4.21*** 7.55***
5	1 Openness → Self-efficacy	.243	.240	.494	8.24***
	2 Openness → Entrepreneurship	.387	.384	.622	11.55***
	3 Openness → Entrepreneurship Self-efficacy	.497	.482	.434 .381	7.72*** 6.76***

p<.01 *p<.001

대학생의 성격 5요인과 기업가정신간의 관계에서 자기효능감이 매개효과가 있는지 분석한 결과를 Table 5에 제시하였다. 그 결과는 첫째, 외향성은 기업가정신에 21.5% 설명력을 보였다. 매개변인인 자기효능감을 투입시 41.3%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 외향성이 기업가 정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta = .464(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta = .265(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 둘째, 친화성은 기업가정신에 21.7% 설명력을 보였다. 매개변인인 자기효능감을 투입시 44.4%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 친화성이 기업가 정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta = -.465(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta = .315(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 셋째, 신경증은 기업가정신에 29.2% 설명력을 보였다. 매개변인인 자기효능감을 투입시 46.9%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 신경증이 기업가 정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta = .539(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta = -.312(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 넷째, 성실성은 기업가정신에 24.4% 설명력을 보였다. 매개변인인 자기효능감을 투입시 40.4%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 친화성이 기업가 정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta = .492(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta = .259(P<.01)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다. 다섯째, 개방성은 기업가정신에 38.7% 설명력을 보였다. 매개변인인 자기효능감을 투입시 49.7%로 설명력이 높아졌다. β 값으로 친화성이 기업가 정신에 미치는 기여도를 살펴보면, 단독 투입시 $\beta = .622(P<.001)$ 크기이나 매개변인이 추가될 경우 $\beta = .434(P<.001)$ 로 기여도가 낮아졌다. 그러나 여전히 유의미성이 유지되었다.

결과적으로 Baron& Kenny(1986)의 매개효과 검증절차에 따라 결과를 살펴보면, 첫째, 1단계분석에서 독립변인(외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성)이 매개변인(자기효능감)에 미치는 영향력(β)은 유의미하였다. 둘째, 독립변인(외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성)이 종속변인(기업가정신)에 미치는 영향력 역시 유의미하였다. 셋째, 모든 모형의 3단계 분석에서 독립변인(외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성)+매개변인(자기효능감)

이 종속변인(기업가정신)에 미치는 영향력은 모두 유의미하였다. 넷째, 모든 모형에서 3단계 분석에서 산출된 독립변인의 영향력은 2단계 분석에서의 독립변인의 영향력보다 작은 것으로 나타났다. 따라서 모든 분석모형에서 매개변인인 자기효능감은 독립변인과 종속변인간의 관계를 부분매개하는 것으로 볼 수 있다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 대학생의 성격5요인이 기업가 정신에 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 특히 대학생의 성격특성이 기업가정신의 관계에서 몰입과 자기효능감이 매개효과가 있는지 탐색적으로 확인하였다.

분석 결과 첫째, 대학생의 성격5요인인 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성은 기업가정신에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대학생의 성격특성과 기업가정신에 대한 구조적 관계를 밝힌 선행연구와 일치한다[9,10]. 따라서 창업의도에 가장 영향을 많이 미치는 기업가 정신을 기르기 위해서는 성격특성을 이해하는 것이 필요하다.

둘째, 몰입이 성격5요인인 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성과 기업가 정신간의 관계에서 매개역할을 하는지를 검증한 결과 유의하게 매개효과를 보였다. 즉 몰입은 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성과 모두 부분매개하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기업가정신의 하위요소인 창의성, 혁신성, 진취성, 위험감수성 등이 창의성과 조직몰입도에 영향을 미친다는 연구결과와 대체로 일관된 것이다[16,17]. 따라서 성격5요인이 기업가정신과의 관계에서 몰입이 매개역할을 하므로 기업가 정신을 향상시키기 위해서는 강렬한 자기실현의 순간의 절정경험, 즉 몰입을 높일 수 있는 교육프로그램이 신설되어 운영할 필요가 있다.

셋째, 자기효능감이 성격5요인인 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성과 기업가 정신간의 관계에서 매개역할을 하는지를 검증한 결과 유의하게 매개효과를 보였다. 즉 몰입은 외향성, 신경증, 친화성, 성실성, 개방성과 모두 부분매개하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자기효능감이 기업가정신에 영향을 미치고, 성격5요인과 행복감의 관계에서 매개효과를 나타낸다는 연구결과와 일관된 것이다[21,22]. 따라서 대학에서의 기업가정신을 증

진시키기 위해서는 자기가 특정한 분야에서 특별한 능력을 발휘할 수 있다는 자신에 대한 믿음, 즉 자기효능감을 향상시키기 위한 노력이 선행되어야 함을 시사한다.

본 연구는 앞서 제시한 시사점을 가지고 있지만 향후 연구를 위해 다음과 같이 제안하고자 한다. 본 연구에서는 대학생의 성격5요인과 기업가정신과의 관계에서 몰입 및 자기효능감의 매개효과를 분석하였으나 향후 연구에서는 대학생의 다양한 심리·정서적, 환경적 특징을 접목시켜 살펴보는 것도 연구의 의미가 있겠다. 또한 선행연구를 기반으로 양적연구를 시행했지만 보다 타당한 결과를 얻기 위해서 질적 연구를 통해 연구의 성과를 높일 수 있을 것으로 판단된다.

REFERENCES

- [1] S. H. Park & S. H. Oh. (2016). The Relationship between Proactivity and Career Satisfaction: Toward Identifying the Moderating Roles of Person-Organization Value Fit and LMX. *The Journal of business education*, 31, 447-469.
- [2] J. Y. Lee.(2017). The direction of youth career education in preparation for the fourth industrial revolution. *The Journal of Career Education Research*, 65-96.
- [3] European Commission. (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan*.
- [4] M. L. Jeong & B. W. Kim. (2015), The Effects of Big 5 Personality and Cognitive Behavioral Variables on Career Decision Level of College Students in Social Cognitive Career Theory. *The Journal of Career Education Research* 28(4), 41-57.
- [5] G. W. Allport. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston, Inc.
- [6] P. T. Costa & R. R. MacCrae. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory: Professional Manual. *Psychological Assessment Resources, Odessa, FL*.
- [7] R. R. McCrae & P. T. Costa Jr. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52(5), 509-516.
DOI : 10.1037/0003-066x.52.5.509
- [8] L. R. Goldberg. (1990). An alternative description of personality: The big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216-1229.
- [9] L. R. Goldberg. (1993). The structure of Phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48, 26-34.

- DOI : 10.1037//0003-066x.48.1.26
- [10] H. Zhao & S. E. Seibert. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.
DOI : 10.1037/0021-9010.91.2.259
- [11] J. W. Park & W. J. Kim. (2014). A Study on the Relationships between HEXACO Personality, Entrepreneurship and the Firm Performance. *Asia Pacific Journal of Small Business*, 36(2), 147-168.
- [12] W. C. Borman, M. A. Hanson & J. W. Hedge. (1997). Personnel selection. *Annual Review of Psychology*, 48(1), 299-337.
- [13] A. Ardichvili, R. Cardozo, & S. Ray. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- [14] J. Bryce & J. Haworth. (2002). Wellbeing and flow in sample of male and female office workers. *Leisure*, 21, 249-263.
DOI : 10.1080/0261436021000030687
- [15] M. Csikszentmihalyi. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row, New York.
- [16] Y. I. Yoon & D. H. Ha. (2016). *Journal of Tourism Management Research*, 68, 1-21.
- [17] Y. W. Jung. (2011). The Hotel Organization Culture and Entrepreneurship as an influence on the Organizational Commitment. *The Journal of Service Industry Research*, 8(3), 115-132.
- [18] J. W. Park. (2014). The Effect of Organization Entrepreneurship on Firm's Performance-Focus on the Organization Commitment of Food Service Industry Employee. *FoodService Industry Journal*, 10(2), 23-33.
DOI : 10.22509/kfsa.2014.10.2.002
- [19] A. Bandura. (1986). *Social foundation so thought and action: A socialcognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [20] S. A. Jackson & H. W. Marsh. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: the flow state scale. *Journal Sport Exerc. Psychol.* 18, 17-35.
DOI : 10.1123/jsep.18.1.17
- [21] J. H. Park & J. C. Lee. (2018). The Mediating Effect of Self-efficacy on the Relationship between Big 5 Personality and Happiness in Undergraduate Students. *Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 8(1), 709-718.
DOI : 10.1016/j.paid.2015.03.050
- [22] I. Park, J. H. Joo & B. G. Jung. (2017). A Study on the Interrelationship of Self-Leadership, Self-Efficacy, Entrepreneurship and Founding Will of College Students. *Proceedings of the Spring Conference of the Korean Society for Human Resources Development*.
- [23] K. I. Lee & C. G. Ahn. (1996). Clinical Application of The Revised NEO Personality Inventory. *Korean Journal of Counseling And Psychotherapy*, 65-79.
- [24] D. Miller. (1983). The correlaties of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
DOI : 10.1287/mnsc.29.7.770
- [25] S. Zahara. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-2.
DOI : 10.1016/0883-9026(91)90019-a
- [26] J. E. Cha. (1996). Study for the general self-efficacy scale development, *Psychological research*, 34, 19-31.
- [27] R. M. Baron & D. A. Kenny. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical consideration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
DOI : 10.1037//0022-3514.51.6.1173
- [28] Y. S. Seo. (2010). Testing Mediator and Moderator Effects in Counseling Psychology Research: Conceptual Distinction and Statistical Considerations. *Korean Journal Of Counseling And Psychotherapy*, 22(4), 1147-1168.
DOI : 10.1037/0022-0167.51.1.115

백 유 미 (Yu-Mi Baek)

[정회원]



- 2009년 8월 : 한남대학교 대학원 교육학과 박사
- 2011년 9월 ~ 현재 : 중부대학교 원격대학원 교육상담심리학과 교수
- 관심분야 : 기업가정신, 청소년 상담, 가족상담

▪ E-Mail : edubym@jbm.ac.kr