

## 앙트러프리너십 교육과 창업기회인식 역량과의 관계: 숙명여대 앙트러프리너십 전공 사례를 중심으로\*

이우진 (국민대학교 교수)\*\*

손종서 (숙명여자대학교 교수)\*\*\*

오혜미 (중앙대학교 박사수료)\*\*\*\*

### 국 문 요 약

최근 앙트러프리너십을 독자적인 학문의 영역으로 정의하고자하는 노력들이 진행되고 있다. Shane & Venkataraman 등의 학자들은 앙트러프리너십의 연구가 창업자가 되기 위한 사람들에게 대한 관심에서 창업가 기질이 있는 개인과 가치있는 기회의 결합을 이해하는 것 쪽으로 옮겨져 가고 있다고 하였다. 한국은 대학을 기반으로 기업가정신교육 또는 창업교육이라는 이름하에 교육이 확산되고 있는 실정이며, 2010년 국내 최초로 숙명여자대학교에서 앙트러프리너십 전공학과가 생성되기도 하였다. 기존의 연구를 통해 창업교육이 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다는 다수의 연구 결과가 발표되었으나, 창업학의 학문적 차별성이라 주장하는 'Opportunity'에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 또한, 국내 유일의 앙트러프리너십 전공생들을 대상으로 앙트러프리너십 교육의 품질요인이 전공생들의 기회인식에 어떠한 영향을 주는지, 또한 창업자기효능감 및 교육의 몰입도에 따라 어떠한 영향을 미치는지에 밝혀진 바는 없다.

본 연구를 통해 앙트러프리너십 전공교육의 만족도가 창업기회인식에 어떠한 영향을 미치는지 검증하고, 교육의 몰입도에 따라 창업기회 인식의 매개효과에 대해 살펴보고자 한다. 설문은 2주간 실시되었으며 총 84부가 회수되었고 회수된 설문 전체를 R프로그램을 통해 통계 분석 하였다. 분석결과 교육의 만족도가 창업기회인식에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 몰입도는 교육만족도가 창업기회인식에 미치는 영향에 있어 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과를 통해 앙트러프리너십 교육을 받은 전공생들의 창업기회를 발견하는 것에 지각된 역량이 높아지는 것이 확인되었고, 이에 몰입도가 교육의 만족과 창업기회 인식의 관계에 있어 중요한 역할을 하고 있음을 실증 분석을 통해 확인하였다. 전공자들의 창업교육 만족도와 몰입을 통한 창업기회 인식은 향후 창업활동으로 기대할 수 있을 것이다.

핵심주제어: 앙트러프리너십, 교육만족도, 몰입도, 창업기회 인식

### 1. 서론

앙트러프리너십은 배울 수 있는가 (Can Entrepreneurship be Taught?)의 질문은 이미 앙트러프리너십을 연구하는 학자들에게는 진부한 주제이며, 이제 무엇을 어떻게 가르쳐야 하는가에 대해 초점을 맞추고 연구와 교육이 병행되어야 한다 (Henry et al., 2005; Busenitz et al., 2003; Katz, 2003; Solomon et al., 2002; Fiet, 2001; Meyer, 2001; Gorman et al., 1997; Anselm, 1993; Block & Stumpf, 1990). Katz(2003)의 연구에서 조사된 바와 같이 앙트러프리너십 교육은 1947년에 미국 하버드대학교에서 처음 시작이 되었고, 본격적으로 앙트러프리너십 분야를 학문으로 다루기 시작한 것은 이제 30여년 남짓 되었다(Cornelius et al., 2006). 그동안 앙트러프리너십 교육의

누적과 무엇을 어떻게 가르쳐야 하는가에 대한 고찰적 질문 사이에서 학자들은 창업교육과 창업활동 (Entrepreneurial Event)의 상관관계를 실증적으로 연구하여 증명해 왔다 (Souitaris et al., 2007; Peterman & Kennedy, 2003). 하지만, 앙트러프리너십을 연구하는 학자들은 앙트러프리너십 도메인 (Domain)이 갖는 독자적인 이론 (Theory)의 부족으로 인한 학문적 정통성에 대한 고민과 경영학 (Management)으로부터의 독립성에 대한 갈증을 가지고 있다. 이러한 현상은 김도현 외 (2017)의 연구에서도 앙트러프리너십 분야의 연구자들은 경영학으로부터 학문적 독자성을 주장하지만 경영학의 일부로 간주되고 있다고 설명되고 있다.

앙트러프리너십 분야는 이러한 학문적 정체성에 대한 모호함을 가지면서도 대학교육에서 점차 그 필요성과 함께 자리

\* 이 논문은 중소기업벤처부와 창업진흥원이 지원하는 대학 기업가센터사업의 지원을 받아 수행된 연구임

\*\* 주저자, 국민대학교 경영학부 조교수, drlee@kookmin.ac.kr

\*\*\* 교신저자, 숙명여자대학교 글로벌학부 교수, jsson@sookmyung.ac.kr

\*\*\*\* 공동저자, 중앙대학교 창업학과 박사수료, hyemi0115@gmail.com

· 투고일: 2018-04-10 · 수정일: 2018-06-19 · 게재확정일: 2018-06-26

를 잡아가고 있다. 특히, 우리나라의 대학들이 창업학, 벤처경영학, 창업경영학, 미래창업학 등의 이름으로 학과 및 전공을 개설하고 있는데 (이우진·황보윤, 2015), 이 중 숙명여자대학교의 ‘앙트러프러너십 전공’은 단연 눈에 띈다. 숙명여대는 글로벌서비스학부 내 ‘앙트러프러너십’의 용어를 사용하여 2010년도에 전공을 개설하였다. 국내에서는 이러한 ‘Entrepreneurship’의 표기법에 대한 논의가 매우 흥미롭다.

현재 Entrepreneurship의 번역은 ‘기업가정신’, ‘창업가정신’, ‘창업’의 표현으로 혼용이 되고 있으며, 최근 김도현 외(2017)의 연구에서는 ‘기업가정신’의 번역어가 만들어내는 혼란을 고려하여 ‘앙트러프러너십’의 용어를 사용하였다고 하였다. 이러한 표현에 대한 고민은 25년 전 박춘엽(1993)의 연구에서도 찾아볼 수 있다. 당시 대학의 창업교육에 관한 주제를 다룬 이 연구의 서론에서는 Entrepreneurship의 우리말 표기에 있어서 ‘창업’은 그 의미를 충분히 담아내지 못하며, 오히려 ‘혁신적 기업가 활동’으로 번역될 수 있겠다고 주장하였다. 하지만, 이 역시 혼동의 문제가 있다하며 ‘앙트르프르너십’으로 표기하였다. 이러한 표기는 2000년대 초반까지 ‘앙트러프러너십’과 병행하여 쓰이다가 지금은 대부분 ‘앙트러프러너십’으로 표기되고 있다.

숙명여대의 앙트러프러너십 홈페이지에는 재학기간 중 새로운 기회를 탐색하고, 시장을 선도할 수 있는 비즈니스 모델을 개발할 수 있도록 교과과정이 운영되고 있음을 설명하고 있다. 앙트러프러너십에서 기회의 포착과 활용은 경영학 분야와의 차별성을 가질 수 있는 기준의 하나라고 할 수 있다 (김도현 외, 2017; Shane & Venkataraman, 2000). 이에 앙트러프러너십 교육을 통해 새로운 기회를 인식하는 것이 중요한 교육 목표임을 나타내고 있는 것이다. 따라서, 앙트러프러너십을 전공으로 선택하여 학습한 학생들은 과연 기회인식 (Opportunity Recognition) 역량이 높아지는가에 대한 탐색이 본 연구의 핵심이라 할 수 있다.

본 연구는 최근 10년 사이 국내에서 매우 빠른 속도로 확산된 앙트러프러너십 교육(혹은 창업교육이나 기업가정신 교육) 중에서도 대학의 전공으로써의 앙트러프러너십 교육이 차별화 된 교육목표를 달성하고 있는가에 대한 실증적 분석을 통한 고찰을 실시하였다. 앙트러프러너십 교육프로그램의 효과에 대한 측정을 위해 Kirkpatrick 평가모형을 사용하여 연구를 설계하였다. 본 연구를 통해 앙트러프러너십이 가지고 있는 제법 독자적 영역인 ‘기회 (Opportunity)’가 타 학문과의 차별성을 구분하는데 있어 교란변수가 아닌, 앙트러프러너십을 효율적으로 설명할 수 있는 의미로 가까이 가는데 기여할 수 있을 것이다.

## II. 이론적 배경 및 선행연구

### 2.1 앙트러프러너십 교육

18세기 프랑스 경제학자 리차드 칸띠옹 (Richard de Cantillon)이 사용하기 시작하였다고 알려져 있는 용어인 앙트러프러너십 (Entrepreneurship)은 창업가들이 위험감수를 통해 이윤을 추구하고 사회적 책임을 수행하는 과정에서 마땅히 갖추어야 할 자세와 정신의 의미이며, 부족한 자원을 극복하고 기회에 초점을 두는 사고와 행동방식을 일컫는다(황인규 외, 2017; Timmons, 1994; Stevenson, 1983). 이러한 맥락에서 본 연구에서는 개인의 정신과 태도를 변화시키는 앙트러프러너십 교육이 개인의 창업의지 (Entrepreneurial Intention)를 높이는 선행요인이며, 이는 교육을 통한 자기효능감 (Self-Efficacy) 고취가 개인이 특정 행동을 하려는 의지에 영향을 준다는 Ajzen(1991)의 TPB (Theory of Planned Behavior) 모형에 근거한 보편화 된 논리를 바탕으로 하였다. 여기서 창업의지는 자신의 비즈니스를 시작하거나 (Start a Business) 소유하는 (Own Business) 열망으로 정의될 수 있다(Krueger et al., 2000; Crant, 1996).

우리가 앙트러프러너십 교육은 ‘회사를 설립하는 행위(창업)’만을 위한 것이 아니라고 주장하는 것은, 새로운 가치창출 (New Value Creation) 개념에 더 많은 무게를 두려고 하는 것이기에 이를 ‘회사설립’의 틀로 가두려 하지 않으려는 함의이며, 또한 발현된 앙트러프러너십의 결과는 1인기업, 프리랜서 및 창직 (Job Creation)뿐 아니라 기존의 조직에서도 다양한 모습으로 나타날 수 있기 때문이다. 하지만, 앞서 이야기한 바와 같이 선행연구들은 Entrepreneurial Intention (창업의지)을 자신의 비즈니스를 시작하거나 소유하려는 열망으로 정의하고 있으며, 앙트러프러너십 교육은 학생들의 ‘회사설립 (Founding of a New Firm)’의지에 관여(Linan, 2008)한다고 본다.

경영학 (Management) 교육과 앙트러프러너십 교육을 비교해 보면 경영학은 기존에 설립된 조직 (Established Organization)에서 일을 하는 것을 전제로 학습과 훈련이 이루어진다(Gray, 2002; Davidsson, 1995). 이에 반해, 앙트러프러너십 교육은 새로운 사업의 개발과 계획에 대한 학습과 훈련을 통해 회사설립절차에 대한 프로세스와 태도를 배우기 때문에 경영학보다 창업의지와와의 상관성이 높다. 즉, 앙트러프러너십 교육을 통해 개인에게 잠재되어 있는 성공에 대한 동기과 창업에 대한 가능성을 자극할 수 있다(정연우·반성식, 2008). 실제로 앙트러프러너십 교육을 받은 개인은 비즈니스에서 더 높은 생존율과 고용창출을 보여주는 긍정적인 효과를 나타냈다(Kohn et al., 2010).

인간의 생애주기에서 본다면 앙트러프러너십 교육은 창업에 필요한 지식과 태도의 습득을 돕고 가치관에 대한 각성을 통해 미래 준비능력을 함양시키며(노병수, 2011), 거시적인 측면에서는 대학의 앙트러프러너십 교육이 국가경제의 혁신원동력인 벤처기업 창출을 위한 기술과 지식 그리고 태도를 높이는데 긍정적인 영향을 미치고 있다(Green et, al., 2008).

하지만, 국내에서는 정부의 주도로 급속히 보급되기 시작한 앙트러프러너십 교육이 체계적인 프로그램의 부재로 인해 현

실적으로는 창업을 유도하기 어렵다는 주장도 있으며(강재학·양동우, 2016), 이제 앙트러프러너십 교육의 일부인 비즈니스 모델 수립 및 사업계획서 작성의 훈련과 더불어 기회발견과 같은 인지능력과 소프트스킬을 키우는 훈련이 무엇보다 필요하다. 앙트러프러너십에는 계산된 위험을 감수하는 태도, 효율적인 팀구성 능력, 필요자원을 모으는 기술, 그리고 불확실하고 혼란스러운 상황에서 기회를 인식하는 능력이 포함되기 때문이다(Kuratko & Hodgetts, 2004). 체계적인 앙트러프러너십 교육은 창업에 대한 동기부여와 더불어 창업기회를 포착할 수 있는 능력을 높여주며(Linan, 2004), 창업기회의 인지능력은 창업가적 행동을 유인하는 핵심요인이므로(노병수, 2012) 창업기회를 찾고 활용하는 능력과 함께 창업기회가 어떻게 발생하는지에 대해 교육을 통한 이해도를 높이는 것이 필요하다.

## 2.2 교육 만족도

본 연구에서는 앙트러프러너십 전공자들을 대상으로 한 대학의 앙트러프러너십 교육효과를 측정하기 위해 결과지향적 교육평가 모델로 알려진 Kirkpatrick의 모형을 기초로 연구 설계를 하였다. 반응, 학습, 행동, 산출의 4단계로 구성된 이 모형은 교육대상자들의 반응이 어떠한 지식과 태도의 변화를 가져왔으며 이로 인한 개인의 행동변화가 조직에 어떻게 기여하는가를 평가한다. 본 연구에서는 연구대상자의 95%가 넘는 인원이 아직 학업중인 것을 고려하여 본 모형에서 행동단계와 산출단계의 이전 수준인 1단계와 2단계, 즉 반응(Reaction)과 학습(Learning)에 초점을 맞추었다. Kirkpatrick의 평가모형은 단순화된 평가절차를 통해 연구의 방향에 맞는 현실적 변용이 다양하고 용이한 특성이 있어 본 연구에서 평가모형이 적절하게 적용이 될 수 있었다(강용관 외, 2017; 민경석 외, 2015).

반응평가는 학생이 교육프로그램에 만족하지 못하거나 적절하게 임한다면 학습의 효과가 발생하지 않는다는 것을 전제로 학생들의 반응수준을 만족도로 측정할 한다. 일반적으로 만족(Satisfaction)은 소비자의 욕구와 기대에 따른 결과로 제품 또는 서비스를 사용한 후 지각하는 개인의 긍정적인 감정 상태를 의미한다. 만족은 경험을 통해 얻어지는 결과물이며, 결과를 평가하는 과정에서 만족도가 형성되게 된다(Oliver, 1980). Astin(1993)은 만족의 개념을 만족의 개념을 교육에 접목하여 학생들의 교육경험에 대한 반응을 연구하였다. 우리나라에서도 교육 만족도 조사를 실시하고 있는데, 교육에 대한 만족도는 해당 교육기관의 교육서비스를 종합적으로 예측할 수 있는 중요한 지표로 활용되고 있다(권대봉 외, 2002).

특히, 대학 교육과정 만족도(Satisfaction of the Higher Education's Curriculum)는 전공 프로그램의 내용, 교수진의 지식정보 전달능력, 수업 운영방식 등에 대한 학생들의 주관적인 만족을 의미하는 것으로 이를 정확히 이해하고 측정하여

만족도를 향상시키는 것은 학생들에게는 양질의 교육을 제공하고, 교육기관에게는 교육의 품질향상을 통해 경쟁력을 강화시킨다는 중요한 의미를 지닌다(정주영, 2013).

남진열(2010)에 따르면 전공교육에 대한 만족도가 취업률과 직업에 대한 만족도를 높이는 것으로 밝혀졌으며, 교육에 대한 만족도가 높은 학생들은 학교생활 이후의 사회현장에서도 높은 적응력과 성취도 및 내재적 동기부여를 나타내었다(Ryan & Deci, 2000). 특히, 전공교육에 대한 만족도는 학생들이 설정한 진로나 미래의 직업에 대한 기대와 비교하여 현재 선택하여 전공 중인 학과를 평가하여 판단하는 과정의 산물으로써(김계현·하혜숙, 2000), 만족도가 높을수록 개인의 의식적 또는 무의식적 욕구의 충족을 촉진함으로써 교육의 효과를 증대시킬 수 있다.

박재환·김용태(2009)의 연구에 따르면 창업교육에 대한 만족도가 높을수록 창업기회에 대한 파악과 인식능력이 높아진다고 하였으며, 이러한 교육의 효과는 창업동기보다 더욱 많은 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 또한, 사회복지학 전공생들을 대상으로 한 강영숙·이은정(2006)의 연구 결과에서는 전공생들의 만족도는 관련 전공분야로 진출하는데 유의한 영향을 미친 것으로 밝혀졌다.

앞선 만족도의 변수에 관한 선행연구 조사를 통해 교육에 대한 학생의 만족도는 교육의 효과를 증진시킴과 동시에 피교육자가 해당 분야로 진출하는데 영향을 미치기도 하고, 특히 앙트러프러너십의 분야에서는 기회에 대한 인식역량이 높아진다는 것을 확인할 수 있었다.

## 2.3 몰입도

몰입은 지속적으로 가치 있는 관계를 유지하고자 하는 바램이며, 행동 그 자체에 대한 즐거움으로 인해 외부적인 보상이 없이도 지속하는 활동을 의미하는 것으로 주로 사회심리학이나 조직행동, 또는 마케팅 분야에서 연구되어 왔다(박준철, 2003; Moorman et al., 1992). 개인이 특정조직에 대하여 동일시하거나 관여(Involvement)하는 강도를 조직몰입이라고 하며(Porter et al., 1974), 조직의 목표나 가치에 대한 강한 신념이나 수용 그리고 자발적으로 조직을 위해 노력하고자 하는 마음과 해당 조직의 구성원으로 남고 싶은 욕구로 설명된다(O'Reilly & Caldwell, 1981). 조직 구성원의 입장에서는 몰입을 통해 보상뿐만 아니라 심리적 만족감을 얻을 수 있고 조직의 입장에서는 구성원들의 몰입을 통해 조직의 목표 달성에 유리할 수 있기 때문에, 조직몰입은 개인뿐만 아니라 조직에서도 중요한 의미를 가진다(Mowday et al., 1982).

몰입의 대상은 자신이 속한 조직뿐만 아니라 개인의 가치, 경력, 직무와 같은 분야를 대상으로도 다양하게 확장하고 있는데, 특히 조직심리학 분야에서 이러한 몰입의 개념은 다양하게 활용되고 있다(Morrow, 1983).

서비스 마케팅 분야에서는 상호적인 몰입의 기반을 통해 관

계가 형성된다고 하였으며, 이는 소비자들이 특정 브랜드에 충성심을 가지게 되는 과정으로 설명하고 있다(Berry & Parasuraman, 1991). 특히, 교육 분야에서는 조직몰입의 개념에서 도출된 전공몰입 (Major Commitment)의 개념을 사용하는 데, 대학생들의 경우 자신의 전공에 대한 몰입은 졸업 후 관련 분야의 직업을 선택함에 있어 영향을 줄 수가 있다.

앞선 선행연구들을 바탕으로 교육 분야의 관점에서 몰입을 해석해 본다면, 교육에 대한 학생의 몰입은 사람들과 교육에 대해 자발적으로 이야기를 나누고 정보를 찾으며 즐거움을 느끼면서 이를 지속하고자 하는 욕구라고 할 수 있다.

특히, 대학생들의 전공에 대한 몰입은 진로에 대한 결정 장에 부정적 상관관계를 가지고 있으며, 전공에 대한 몰입은 전공 관련 분야의 직종에 대한 열정과 경력에 대해 명확한 방향성을 보여주었다(장재운 외, 2003). 이와 같은 선행연구를 통해 대학에서의 앙트러프러너십 전공교육에 있어 참여자들의 몰입 수준은 교육효과에 어떠한 영향을 미칠지 검증해보고자 한다.

## 2.4 기회인식

국내 앙트러프러너십 분야의 연구는 대부분 TPB 모형을 바탕으로 한 창업의도 (Entrepreneurial Intention)에 관한 연구로 수행이 되어왔으며, 이는 앙트러프러너십의 고유영역이라 할 수 있는 기회 (Opportunities)에 관해서가 아닌 편협한 연구범위로 인하여 앙트러프러너십 분야의 독립성과 정당성을 주장하기에는 아직 부족함이 있다(김도현 외, 2017).

따라서 본 연구에서는 창업의도를 중심으로 한 연구의 기존 틀에서 벗어나 기회인식을 연구의 종속변수로 설정하여 앙트러프러너십의 독창적인 영역에 한발 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). Shane et al.(2003)는 기업가적 동기부여와 기업가적 프로세스 모델 (Model of Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Process)을 제안하면서 기회인식 (Opportunity Recognition)은 비전, 지식, 스킬, 능력과 같은 개인의 인지적 요인에 의해 영향을 받는다고 주장하였다. 일반적으로 우리는 교육을 통해 이러한 개인의 인지적 요인인 지식과 스킬 등에 대한 긍정적인 변화를 학습의 결과로써 기대한다.

기회에 대한 선행연구를 좀 더 자세히 살펴보면, 창업가에게 있어 기회란 좋은 제품/서비스, 원재료, 운영방법을 생산비용보다 더 높게 판매할 수 있는 상황이며(Casson, 1982), 시장 거래에서 가치를 더하거나 창출할 수 있는 매력적이고 지속 가능하며 시기적절한 제품이나 서비스를 출시할 수 있는 상황으로 설명할 수 있다(Timmons, 1994).

이러한 기회를 발견하기 위해서는 서로 다른 수준의 정보축적에 필요한데, 학습, 경험, 지식과 같이 기존에 가지고 있던 정보와 새롭게 얻게 된 정보간의 상호보완을 통해 기회를 인지할 수 있다(Jarvis, 2016; Shane & Nicolaou, 2015; Wasdani & Mathew, 2014; Hill & Birkinshaw, 2010; ; Venkataraman, 1997). 즉, 사람들은 새로운 기회발견을 위한 사전정보를 보유하고 있지만 이러한 정보에 시대적 변화가 반영되어 새로운 기회로 만들어지기 위해서는 정보와 시장의 관계를 파악하는 능력이 중요하다(Shane & Venkataraman, 2000). 이러한 이유로 기회인식 단계에서의 학습에 대한 부분들이 영향요인으로 제시되고 있다(Gemmell et al., 2012; Corbett, 2005; 2007).

특히 창업교육과 기회인식에 관련된 국내의 문헌들을 살펴보면, 대학 외식분야 전공생들을 대상으로 창업교육 및 컨설팅과 창업기회인식 사이의 유의미한 관계의 연구(최명철, 2014), 대학 창업지원서비스와 대학생들의 창업기회 인식의 관계에 관한 연구(장수경, 2013), 창업기회인식과 창업의지 사이의 유의한 상관관계에 관한 연구(김현목, 2013)들이 있다.

국내에서도 창업의 기회에 대한 연구들이 점차 눈에 띄기 시작하고 있다. 초기 대부분의 앙트러프러너십 교육 (혹은 창업교육)에 관련된 연구가 창업가의 개인적 특성에 주목하였다면, 점차적으로 창업가적 기회에 대한 탐구로 대체되고 있으며 앞으로도 계속적으로 ‘기회’에 대한 더 많은 연구가 필요하다(Eckhardt & Shane, 2003).

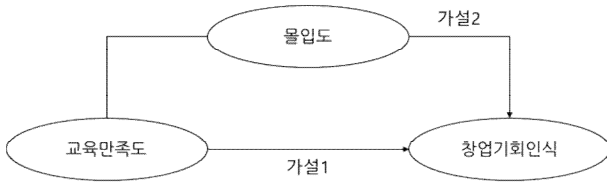
## III. 연구 방법

### 3.1 연구의 모형

선행연구의 이론적 고찰을 통해 앙트러프러너십 교육과 창업기회인식 역량과의 관계를 도출하였다. 앙트러프러너십 교육은 교육프로그램의 목표와 이에 따른 결과도 중요하다. 따라서 본 연구는 교육프로그램 평가모형 중 Kirkpatrick의 목표지향 교육프로그램 평가모형을 기반으로 본 연구모형을 설계하였다.

Kirkpatrick의 모형은 반응-학습-행동-결과 4단계로 구분된다. 이 중 기본적인 교육프로그램에 대한 학습자의 만족도 평가인 1단계 반응 (Reaction)평가가 학습의 결과로 나타나는 행동의 변화를 측정하는 2단계 학습 (Learning)평가에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 반응평가는 모든 교육과정의 요소에 대한 만족도로 앙트러프러너십 교육에 대한 만족도로 측정하였으며, 학습평가는 교육프로그램에서 습득한 지식, 기능, 태도의 변화로 창업기회인식 역량으로 측정하였다.

본 연구는 대학 앙트러프러너십 전공자를 중심으로 앙트러프러너십 교육이 창업기회인식 역량에 미칠 것이라는 가설을 설정하였다. 또한 앙트러프러너십 교육과 창업기회인식 역량 사이에서 몰입도가 조절효과를 가질 것이라는 가설을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

### 3.2 연구가설의 설정

#### 3.2.1 교육만족도와 기회인식과의 관계

앙트러프러너십 교육은 기회를 인식하고 이를 발전시켜 나가는 역량을 향상시키는데 중요한 역할을 한다(Lumpkin, et al., 2004). 학습자가 교육환경, 내용, 강의를 등에 대한 만족도가 높을수록 교육의 효과성이 높아진다(민경석 외, 2015).

앙트러프러너십 교육을 받은 학생들은 교육을 받지 않은 학생들에 비해 기회를 더 많이 인식하고, 혁신성 측면에서 더 우수하였다고 나타났다(DeTienne & Chandler, 2004). 또한 앙트러프러너십 교육에 대한 경험은 기회를 인식하고 발견하는 역량에 영향을 미친다고 나타났다(홍효석·설병문, 2013).

앙트러프러너십 교육의 효과성을 측정하기 위해 사전·사후 검사 결과, 교육 이수 후 기회역량이 향상되었다는 결과가 나타났다(Munoz, et al., 2011). 이에 본 연구에서는 앙트러프러너십 교육 만족도는 창업기회인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였다.

**가설 1: 앙트러프러너십 전공에 대한 교육 만족도는 창업기회인식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.**

#### 3.2.2 몰입도의 매개효과

최근 대학생들의 전공몰입에 미치는 영향과 전공몰입이 진로에 미치는 영향에 대한 연구가 증가하고 있다(이종찬·이종구, 2014). 대학에서 제공하는 교육에 대한 지각은 전공몰입에 영향을 미치며, 이러한 몰입은 학습자들의 혁신적 개선과 관련된 문제인식에서 시작하여 문제해결을 위한 가치를 창출하는 행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(정진철 외, 2007). 학생들의 전공에 대한 몰입은 대학의 교육의 질에 영향을 받는다(정진철 외 2012). 몰입도가 높을수록 미래의 목표성이 명확해지고, 선도적인 성향을 가지게 되어 경쟁력이 높아질 것이다(남순현, 2005). 즉, 본 연구에서는 대학의 앙트러프러너십 전공에 대한 애착정도를 나타내는데 몰입의 개념을 활용하였다. 전공 학생들의 교육에 대한 만족도가 높아진다면 자연스럽게 전공에 몰입이 높아지며 이는 창업기회인식에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 추측할 수 있다. 더 나아가 교육에 대한 만족감은 단기적으로 학습에 대한 욕구를 충족시키는 것에 그치지만 몰입은 장기적으로 해당 교육 또는 조직에 대해 충성도나 헌신을 촉발시키며 지속적으로 전공 분야에 종사할 가능성을 높여주기 때문에, 전공자들의 몰입을 통한 기회인식은 향후 창업활동으로도 기대할 수 있을 것이다.

이에 본 연구는 앙트러프러너십 교육 만족도가 창업기회인식에 미치는 영향에 있어 몰입도가 매개효과를 가질 것이라는 가설을 설정하였다.

**가설 2: 앙트러프러너십 교육의 만족도와 창업기회인식의 관계에서 몰입도는 매개역할을 할 것이다.**

## IV. 실증분석 및 가설검증

### 4.1 자료수집 및 분석방법

본 연구의 대상은 현재 앙트러프러너십 전공자들을 연구의 모집단으로 설정하여 연구를 시행하였다. 설문조사는 2017년 11월 01일부터 11월 15일까지 2주간 실시하였으며, 총 100부의 설문지를 배포하여 84부를 회수하였으며, 회수한 84부의 설문지를 이용하여 분석 하였다. 본 연구의 실제조사에 사용된 설문문항은 총 28문항이고 주요변수는 13문항, 인구통계학적 변수는 4문항이다. 인구통계학적 문항을 제외하면 모두 Likert 방식의 5점 척도로서, 매우 그렇다 5점, 약간 그렇다 4점, 보통이다 3점, 그렇지 않다 2점, 전혀 그렇지 않다 1점으로 구성하였다. 자료의 분석은 R프로그래밍을 이용하여 빈도분석을 통한 인구통계학적 특성, 스크리 검정과 사각회전방법을 사용한 탐색적 요인분석, Cronbach's  $\alpha$  값을 통한 신뢰도분석, 가설의 영향관계를 검증하기 위한 회귀분석을 실시하였다.

### 4.2. 연구표본의 일반적 특성

본 연구 대상의 일반적인 특성으로 기초통계분석의 결과를 살펴보면 숙명여자대학교 앙트러프러너십 전공자를 대상으로 설문하였으므로 여자가 84명 (100.0%)로 나타났다. 연구 대상의 연령을 살펴보면 19~25세가 78명 (92.9%)으로 가장 높게 나타났으며, 26~30가 6명 (7.1%) 순으로 나타났다. 학력 분포를 살펴보면 1학년이 37명 (44%)로 가장 높게 나타났으며, 2학년이 18명 (21.7%), 4학년이 13명으로 (15.5%), 3학년이 12명 (14.3%), 대학교 졸업이 3명 (3.6%), 석박사가 1명 (1.2%) 순으로 나타났다. 또한 창업 상황에서는 취업준비 혹은 창업 계획 없음이 35명 (41.7%), 창업 준비 중 이 24명 (28.6%), 취업 중이 22명 (26.2%), 창업 1년차가 3명 (3.6%) 순으로 나타났다.

<표 1> 연구표본의 일반적 특성

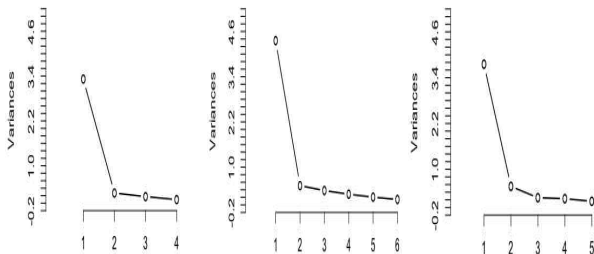
변인	범주	빈도	유효 퍼센트	누적 퍼센트
성별	여자	84	100.0	100.0
	연령	19-25세	78	92.9
	26-30세	6	7.1	100.0
학력	1학년	37	44.0	44.0
	2학년	18	21.4	65.5
	3학년	12	14.3	79.8
	4학년	13	15.5	95.2

	석박사	1	1.2	96.4
	대학교 졸	3	3.6	100.0
창업 상황	창업 준비중	24	28.6	28.6
	창업1년차	3	3.6	32.1
	취업 중	22	26.2	58.3
	취업준비 혹은 창업계획 없음	35	41.7	100.0

### 4.3 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서 사용된 측정문항들이 하나의 요인 (개념)으로 볼 수 있는지 통계적으로 살펴보기 위해 요인분석을 실시하였다. 여러 개의 문항에 있을 수 있는 공통적인 요인을 찾아내는 방법인 탐색적 요인분석 (Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 요인 간 상관을 반영하고 요인구조에 대한 복잡함수 (Complexity function)의 값을 저하시키고 직각회전보다 단순구조 산출이 더 잘되는 사각회전방법을 사용하였다(이순목 외, 2016; Browne, 2001; Guilford, 1981). 요인회전방법으로는 요인들 간의 상관관계가 있을 경우에 사용하는 비직각 회전방식인 사각회전방법을 사용하였다. 요인별 적재량은 0.40 이상을 기준으로 하였고 잔차의 평균 제곱 제곱근 (RMSR: The Root Mean Square of the Residuals) 값이 낮을 수록, 카이 제곱 검증 유의도가 0.05보다 높다면 요인분석의 결과가 적합한 것으로 볼 수 있다. 또한 비표준화 적합지수 (TLI: Tucker Lewis Index)rk 0.09 이상의 값이 좋은 적합도 지수로 볼 수 있다.

교육만족도, 몰입도, 창업기회인식의 변수는 각각 4개, 6개, 5개의 문항이 한 개의 요인으로 설명될 수 있음을 스크리 검정을 통해 확인하였다. 스크리 검정은 결과의 고유값이 하락하다가 급격한 하락에서 완만한 하락으로 추세가 바뀌는 지점의 고유값이 2 이고, 가파른 부분에 해당하는 고유값이 1 이므로 1개의 요인으로 설명된다고 해석할 수 있다. 요인별 적재량은 모든 문항에서 0.4이상으로 유의한 적재량을 가지고 있다, 요인은 적재량의 제곱합 (고유값)이 3.21이고, 문항 4개의 전체 분산에서 80%가 설명되었다. 잔차의 평균 제곱 제곱근은 0.03, 카이 제곱 유의도는 14.82, 비표준화 적합지수는 0.88로 요인분석을 통해 추출된 요인이 문항 사이의 관계를 정확히 설명한다고 볼 수 있다.



\*좌측부터 교육만족도, 몰입도, 창업기회인식

<그림 2> 변수별 스크리 도표(Scree Plot)

<표 2> 교육만족도의 요인분석 결과

변수	요인별 적재량
교육만족도1	0.81
교육만족도2	0.90
교육만족도3	0.93
교육만족도4	0.94
SS loadings = 3.21 Proportion Var = 0.80 RMSR = 0.03 Chi square = 14.82 TLI = 0.88	

몰입도의 변수는 총 6개의 문항이 1개의 요인으로 나타났다. 1개의 요인으로 나타났으며, 요인별 적재량은 모든 문항에서 0.4이상으로 유의한 적재량을 가지고 있다. 요인은 적재량의 제곱합 (고유값)이 4.12이고, 문항 6개의 전체 분산에서 69%가 설명되었다. 잔차의 평균 제곱 제곱근은 0.05, 카이 제곱 유의도는 31.13, 비표준화 적합지수는 0.90으로 요인분석을 통해 추출된 요인이 문항 사이의 관계를 정확히 설명한다고 볼 수 있다.

<표 3> 몰입도의 요인분석 결과

변수	요인별 적재량
몰입도1	0.77
몰입도2	0.89
몰입도3	0.88
몰입도4	0.83
몰입도5	0.83
몰입도6	0.77
SS loadings = 4.12 Proportion Var = 0.69 RMSR = 0.05 Chi square = 31.13 TLI = 0.90	

창업기회인식의 변수는 총 5개의 문항이 1개의 요인으로 나타났다. 요인별 적재량은 모든 문항에서 0.4이상으로 유의한 적재량을 가지고 있다, 요인은 적재량의 제곱합 (고유값)이 3.51이고, 문항 5개의 전체 분산에서 70%가 설명되었다. 잔차의 평균 제곱 제곱근은 0.04, 카이 제곱 유의도는 10.34, 비표준화 적합지수는 0.96으로 요인분석을 통해 추출된 요인이 문항 사이의 관계를 정확히 설명한다고 볼 수 있다.

<표 4> 창업기회인식의 요인분석 결과

변수	요인별 적재량
창업기회인식1	0.83
창업기회인식2	0.87
창업기회인식3	0.90
창업기회인식4	0.90
창업기회인식5	0.67
SS loadings = 3.51 Proportion Var = 0.70 RMSR = 0.04 Chi square = 10.34 TLI = 0.96	

다음으로 각 요인에 해당하는 문항들이 하나의 지표로 잘 표현되었는지 내적 일치도 (Internal Consistency)를 살펴보기 위해 신뢰도 분석을 하였다. 요인의 신뢰성을 확인하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  값을 살펴보고, 0.6 이상을 기준으로 하였다. 분석결과 Cronbach's  $\alpha$  값이 교육만족도 0.94, 몰입도 0.93, 창업기회인식 0.92로 나타났다. Cronbach's  $\alpha$  값이 0.8 이상이면 좋은 신뢰도를 가진 척도로 사용할 수 있다고 볼 수 있기 때문에 본 연구의 변수들은 신뢰성이 높다고 판단될 수 있다.

<표 5> 신뢰도분석

변수	Cronbach's $\alpha$
교육만족도	0.94
몰입도	0.93
창업기회인식	0.92

가설검정에 앞서 본 연구의 두 변수 간의 관계를 검증하기 위해 상관분석을 하였다. 상관분석은 변수 간에 관계의 정도와 가설검증을 통해 변수 간의 관계가 통계적으로 유의한 관계인지 알 수 있다. 분석결과 두 변수 간의 상관계수는 모두 양수이므로 긍정적 (positive) 관계가 있는 것으로 나타났고, 유의도는 모두 0.01보다 낮게 나타났다. 교육만족도가 높아짐에 따라 몰입도와 창업기회는 높아지는 관계를 보이고 있으며, 몰입도가 높아짐에 따라 창업기회인식도 높아지는 관계를 보이고 있다.

<표 6> 상관관계 분석

변수	교육만족도	몰입도	창업기회인식
교육만족도	1		
몰입도	0.60** (0.00)	1	
창업기회인식	0.46** (0.00)	0.64** (0.00)	1

\*\* 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의함

#### 4.4 가설검정

본 연구는 창업기회인식에 영향을 미치는 요인들로 앙트러프러너십 교육만족도, 몰입도를 주요 변수로 설정하고, 좀 더 구체적인 가설 검증의 과정 및 주요내용은 다음과 같다.

첫째, 앙트러프러너십 교육만족도가 창업기회인식에 긍정적인 영향을 미치는지에 대해 살펴보았다. 교육만족도의 회귀계수( $\beta=0.44$ )가 양수이므로 정적 관계가 있다는 것으로 나타났다. 교육만족도의  $t$ 값이 4.64이고,  $t$ 값에 대한 유의도는 0.001로 나타났다.  $F$ 값은 21.561이고 유의도는 0.000으로 0.05보다 낮은 수준이므로 회귀모형이 의미가 있고, 교육만족도에 의해 창업기회인식의 분산이 통계적으로 유의하게 설명되었다. 따라서 가설1은 채택되었다.

<표 7> 가설1 분석 결과

	창업기회인식			
	B	std. Error	t value	P
(intercept)	1.94	0.37	5.25	<.001***
교육만족도	0.44	0.09	4.64	<.001***
Observations	84			
R <sup>2</sup> / adj. R <sup>2</sup>	.028 / .119			
F-statistics	21.561***			

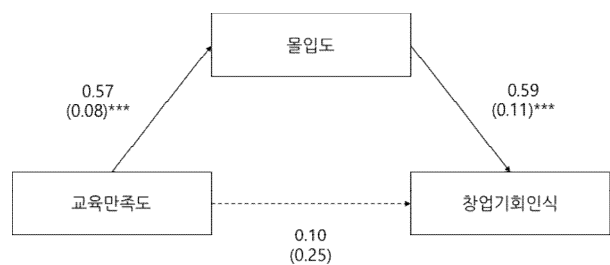
+  $p < 0.1$ , \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

둘째, 앙트러프러너십 교육만족도가 창업기회인식에 미치는 영향에 있어 몰입도의 매개효과에 대해 살펴보았다. 분석결과 몰입도를 통해 앙트러프러너십 교육만족도가 창업기회인식에 영향을 주는 것으로 나타났다( $\beta=0.334$ ,  $p$ -value=0.000). 그러나 몰입도를 통제 한 상태에서 앙트러프러너십 교육만족도가 창업기회인식에 영향을 미치는 것이 유의하지 않다는 결과로 나타났기 때문에 완전 매개효과가 있다고 나타났다( $\beta=0.102$ ,  $p$ -value=0.37). 따라서 가설2는 채택되었다.

<표 8> 가설2 분석 결과

	창업기회인식	
	B	P
(간접효과)	0.334	<.001***
(직접효과)	0.102	0.37
총효과 (교육만족도 -> 창업기회인식)	0.436	<.000***

+  $p < 0.1$ , \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$



+  $p < 0.1$ , \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

<그림 3> 가설2 매개효과 분석

매개효과 검증결과를 바탕으로 매개의 유의성을 확인하기 위해 소벨테스트 (Sobel Test)를 실시하였다. 소벨테스트는 독립변인이 매개변인을 통해 종속변인에 미치는 효과를 검증한다. 즉, 간접효과( $a \times b$ )의 통계적 유의성은 간접효과의 표준오차( $s_{ab}$ )의 비율이며, 검증통계치  $Z$ 가 정규분포를 따른다고 가정하고 검증한다.  $Z$ 가  $\pm 1.96$ 보다 크면 간접효과는 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하다고 해석할 수 있다.

$$Z = \frac{a \times b}{S_{ab}}, \quad S_{ab} = \sqrt{b^2 S_b^2 + a^2 S_a^2 + S_a^2 S_b^2}$$

a : 독립변인과 매개변인과의 관계를 나타내는 회귀계수  
 b : 매개변인과 종속변인과의 관계를 나타내는 회귀계수  
 a × b : 매개효과와 회귀계수  
 S<sub>ab</sub> : 표준오차  
 S<sub>a</sub><sup>2</sup> : a의 표준오차, S<sub>b</sub><sup>2</sup> : b의 표준오차

소벨테스트의 결과값이 4.28(p-value=0.000)로 +1.96보다 크므로, 매개효과가 유의하다고 판단할 수 있다.

<표 9> 소벨테스트 분석 결과

		몰입도			
		B	std. Error	t value	P
1 단 계	(intercept)	1.76	0.33	5.39	<.001***
	교육만족도	0.57	0.08	4.64	<.001***
		창업기회인식			
		B	std. Error	t value	P
2 단 계	(intercept)	1.94	0.37	5.25	<.001***
	교육만족도	0.44	0.09	4.64	<.001***
3 단 계	(intercept)	1.94	0.37	5.25	<.05*
	교육만족도	0.44	0.09	4.64	0.32
	몰입도	0.44	0.09	4.64	<.001***
Sobel test statistic(Z값)				4.28	
Two-tailed probability				.000***	

\*p < 0.1, \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001

## V. 결론

최근 4차 산업혁명과 함께 혁신의 중요성이 더욱 강조되면서, 슈페터 (Schumpeter)의 ‘창조적 파괴 (Creative Destruction)’는 더욱 많은 사람들에게 알려지고 있다. Schumpeter(1934)는 창조적 파괴를 통한 창업가 (Entrepreneur)의 혁신활동이 시장에서의 기회를 만들어 내고, 이러한 활동을 통해 한시적으로 시장을 독점하게 되면서 발생시키는 수익을 ‘창업가의 이윤’이라 하였다. 이렇게 ‘기회’를 발굴하기 위해 혁신적으로 사고하고 적극적으로 행동하며 위험을 감수함을 우리는 앙트러프러너십이라 부른다. 앙트러프러너십은 훈련되어 질 수 있으며(Drucker, 1986), 국내 뿐 아니라 전 세계적으로 청소년 및 청년뿐 아니라 생애 전주기를 대상으로 많은 앙트러프러너십 교육이 이루어지고 있다.

특히, 대학에서의 앙트러프러너십 교육은 벤처 창출을 위한 기술, 지식, 태도의 향상에 긍정적인 영향을 미치고 있으며 (Greene & Saridakis, 2007), 창업 및 전반적인 일자리 창출을 증가시키고 궁극적으로 경제성장 및 경제발전에 기여하고 있

다는 결과를 보여준다(Bosma, et al., 2008). 이러한 앙트러프러너십 교육은 ‘기회를 인식하고 이를 발전시켜 나가는 역량’을 향상시키는데 중요한 역할(Lumpkin, et al., 2004)을 하고 있다. 앙트러프러너십 교육을 받은 학생들은 교육을 받지 않은 학생들에 비해 기회를 더 많이 인식하고, 혁신성 측면에서도 더 우수하다(DeTienne & Chandler, 2004).

본 연구는 대학에서 앙트러프러너십을 전공하여 4년간 학습을 한 전공자들이, 앙트러프러너십 분야의 독립적인 요인으로 함의되고 있는 ‘기회’에 관련한 역량이 변화를 갖게 되는지에 대한 궁금증으로 시작이 되었다. 이에 대한 해답을 구하기 위해, 앙트러프러너십 전공자들의 창업교육과 ‘창업기회인식’역량간의 관계를 실증적으로 분석하였다. 결과적으로 이들의 관계는 유의한 긍정적인 관계가 있는 것으로 확인되었으며, 창업교육을 받은 전공생들의 창업기회를 발견하는 것에 대한 지각된 역량이 높아지는 것을 확인할 수 있었다. 또한, 기존의 선행연구에서 검증이 된 것과 같이 전공에 대한 몰입도는 전공에 대한 애착정도와 관련 분야의 활동에 대한 향후 지속성을 나타내며, 창업교육에서는 교육의 만족과 창업기회 인식의 관계를 이어주고 있는 중요한 역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 몰입도가 높을수록 미래의 목표성이 명확해지고 선도적인 성향을 가지게 되어 경쟁력이 높아지기 때문에(남순현, 2005), 앙트러프러너십의 발현에 대한 첫 단계로써 기회발견 역량이 높아지는 것은 자연스러운 결과라 할 수 있겠다. 나아가 교육에 대한 만족감은 단기적으로 학습에 대한 욕구를 충족시키는 것에 그치지만, 몰입은 장기적으로 해당 교육 또는 조직에 대해 충성도나 헌신을 촉발시키며 지속적으로 전공인 창업분야에 종사할 가능성을 높여주기 때문에, 전공자들의 몰입을 통한 기회인식은 향후 창업활동으로도 기대할 수 있을 것이다.

본 연구의 연구진들은 연구를 진행하며 느낀 몇 가지 한계점들이 있었다. 우선, 창업기회인식에 대한 측정도구 (Measurement Tool)의 한계성으로 개인의 인지된 역량에 대해 측정할 수밖에 없었으며, 이는 기존의 자아효능감 (Self Efficacy)의 부분과도 유사할 수 있다. 이러한 한계를 알면서도 연구를 진행한 것은 창업의도를 일반적으로 측정하고 있는 창업교육 분야의 논문 틀에서 벗어나려는 연구진의 노력이라고 할 수 있겠다. 또한, 표본의 크기가 작아 일반화하기 어려울 수 있음을 연구 설계시점부터 고민하였다. 이러한 부분은 연구모형을 설계하면서 최소한의 독립변인의 수를 설정하여, 구성개념과 샘플수가 통계적으로 용인될 수 있는 범위 내에서 연구가 진행되도록 하였다. 마지막으로 학생창업자들이 지속적으로 증가하고 있는 점을 감안한다면 앙트러프러너십 전공자들의 창업상황 (창업유무)이 본 연구모형에서 조절 영향을 가질 것으로 예측된다. 향후 앙트러프러너십 및 창업 관련 전공자들이 충분히 누적된다면 다양한 독립변인 및 이와 같은 영향관계를 설정한 연구가 가능할 것이다. 앞으로 해당 분야의 지속적인 연구를 통해 창업교육에 대한 더욱 깊이 있는 통찰이 이루어지길 기대해본다.



REFERENCE

강영숙·이은정(2006). 사회복지학 전공대학생들의 전공만족도가 진로결정수준에 미치는 영향. *한국사회복지조사연구*, 15, 1-22.

강용관·임유신·강원석·임현명(2017). 리더십 개발 프로그램의 효과성에 관한 연구: 육사 리더생도 양성 프로그램을 중심으로. *사회과학연구*, 34(2), 113-143.

강재학·양동우(2016). 대학생의 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. *한국산학기술학회논문지*, 17(1), 493-507.

권대봉·오영재·박행모·손순중·송선희(2002). 대학생들의 교육만족도 결정요인에 관한 탐색적 논의. *교육학연구*, 40(3), 181-202.

김계현·하혜숙(2000). 대학생의 학과(學科)(학부(學部)) 만족(滿足)의 요인에 관한 연구. *상담학연구*, 1(1), 7-20.

김도현·김도형·박계현·이수용·임은천·정동관·정수성·최민혜·최윤수·황병호(2017). 앙트러프러너십은 경영학과 다른 학문인가?. *벤처창업연구*, 12(3), 1-36.

김현목(2013). 1인 창조기업가 정신이 창업기회 인식과 창업의지에 미치는 영향 SNS 활용도의 조절효과에 관한 연구. 석사학위, 중앙대학교 산업창업경영대학원.

남순현(2005). 전공몰입과 직업가치. *교육심리연구*, 19(1), 223-242.

남진열(2010). 대학생의 개인적 직업 관련요인들과 취업준비실태의 관계 연구. *청소년복지연구*, 12(4), 353-374.

노병수(2011). 창업교육이 셀프리더십과 기업가정신에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위, 호서대학교 대학원.

민경석·최대현·문경환(2015). 경찰교육훈련 평가지표에 관한 연구: Kirkpatrick 모형에 기반하여. *경찰학논총*, 10(2), 7-33.

박재환·김용태(2009). 창업교육 만족도 및 참여 동기가 창업교육 효과에 미치는 영향. *산업경제연구*, 22(2), 959-977.

박준철(2003). 인터넷 쇼핑몰 이용자의 고객만족이 신뢰, 몰입, 고객충성행위에 미치는 영향. *경영정보학연구*, 13(13), 131-149.

박춘엽(1993). 한국의 대학에서의 중소기업 창업교육 현황연구: 강좌 내용을 중심으로. *중소기업연구*, 15(2), 79-113.

이순복·윤창영·이민형·정선호(2016). 탐색적 요인분석: 어떻게 달라지나?. *한국심리학회지*, 35(1), 217-255.

이우진·황보윤(2015). 대한민국 창업교육 연대기. *벤처창업연구*, 10(3), 171-183.

이종찬·이종구(2014). 대학생의 경력계획이 고용가능성과 창의성에 미치는 영향과 전공몰입의 매개효과. *경영교육연구*, 29(5), 229-252.

장수경(2013). 대학의 창업지원서비스가 대학생의 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구. 신시장 개척을 위한 창업기회와 자기효능감 매개효과를 중심으로. 석사학위, 상명대학교 일반대학원.

장재윤·신현균·남순현·김은정·신희천·김범성·노연희·차소영(2003). 대학 4학년생들의 전공몰입 관련변인들. *한국심리학회 학술대회 자료집*, 2003(1), 181-182.

정연우·반성식(2008). 청소년 창업교육과 창업의지에 관한 연구. *한국창업학회지*, 3(1), 45-67.

정주영(2013). 대학교육만족도, 직업가치관, 직업만족도에 관한 구조적 분석. *교육행정학연구*, 31(1), 53-83.

정진철·이승일·박민경(2012). 대학생의 전공몰입이 진로탐색효능감과 직업 탐색행동에 미치는 영향에 관한 연구. *경영교육연구*, 27(3), 229-250.

정진철·황윤용·정효선(2007). 지각된 서비스 품질이 조직 및 전공몰입을 통해 고객행동에 미치는 영향. *산업경제연구*, 20(2), 761-785.

최명철(2014). 청년 창업지원 사업이 외식 전공 대학생의 창업기회 인식과 창업의도에 미치는 영향. 석사학위, 대구카톨릭대학교 대학원.

황인규·이우진·김도현(2017). 제조업 분야 창업가의 기업가정신과 경험특성이 기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구. *한국창업학회지*, 12, 189-214.

홍효석·설병문(2013). 창업교육과 창업동아리 경험이 청년창업에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 8(2), 141-151.

Ajzen, I.(1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Anselm, M.(1993). Entrepreneurship education in the community college. *Proceedings of the 38th International Council for Small Business (ICSB)*, 177-92.

Astin, A.(1993). *What matters in college: Four critical years revisited*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

Berry, L. L., & Parasuraman, A.(1991). *Marketing service. Competing through Quality*, New York.

Block, Z., & Stumpf, S. A.(1990). *Entrepreneurship education research: experience and challenge*. Center for Entrepreneurial Studies, New York University, Leonard N. Stern School of Business.

Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Coduras, A., & Levie, J.(2008). *Global entrepreneurship monitor. Executive report*, 1-67.

Browne, M. W.(2001). An overview of analytic rotation in exploratory factor analysis. *Multivariate behavioral research*, 36(1), 111-150.

Busenitz, L. W., West III, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A.(2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of management*, 29(3), 285-308.

Casson, M.(1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.

Choi, M. C.(2014). *A Study about the Effects of Youth Business Support on Entrepreneurial Opportunities Perception and Entrepreneurial Intention for University Students Majoring in Food service*. Matster thesis, The Graduate School, Catholic University of Daegu.

Corbett, A. C.(2005). Experiential Learning Within the Process of Opportunity Identification and Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 473-491.

Corbett, A. C.(2007). Learning Asymmetries and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 97-118.

Cornelius, B., Landström, H., & Persson, O.(2006). Entrepreneurial studies: The dynamic research front of a developing social science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(3), 375-398.

Crant, J. M.(1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management*, 34(3), 42.

Davidsson, P.(1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional*

- Development*, 7(1), 41-62.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N.(2004). Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 242-257.
- Drucker, P. F.(1986). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. truman talley Books.
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A.(2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of management*, 29(3), 333-349.
- Fiet, J. O.(2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(1), 1-24.
- Gemmell, R. M., Boland, R. J., & Kolb. D. A.(2012). The Socio-Cognitive Dynamics of Entrepreneurial Ideation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1053-1073.
- 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.
- Gray, C.(2002). Entrepreneurship, resistance to change and growth in small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), 61-72.
- Green, K. M., Covin, J. G., & Slevin, D. P.(2008). Exploring the relationship between strategic reactiveness and entrepreneurial orientation: The role of structure-style fit. *Journal of Business Venturing*, 23(3), 356-383.
- Greene, F. J., & Saridakis, G.(2007). *Understanding the factors influencing graduate entrepreneurship*. National Council for Graduate Entrepreneurship Research Report, 1, 2007.
- Guilford, J. P.(1981). Higher-order structure-of-intellect abilities. *Multivariate Behavioral Research*, 16(4), 411-435.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C.(2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+ Training*, 47(2), 98-111.
- Hill, S. A., & J. M. Birkinshaw(2010). Conceptualizing and Measuring a New Unit of Analysis in Entrepreneurship Research. *Organizational Research Methods*, 13(1), 85-113.
- Hong, H. S., & Seol, B. M.(2013). Effects of Entrepreneurship Education and Students' Business Incubation Club on Youth Start-ups. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 8(2), 141-151.
- Hwang, I. K., Lee, W. J., & Kim D. H.(2017). A Study on the Impact of Entrepreneurship and Experience on the Firm's Performance in Manufacturing Industry. *The Korea Entrepreneurship Society*, 12, 189-214.
- Jang, J. Y., Shin, H. G., Nam, S. H., Shin, H. C., Noh, Y. H. & Cha, S. Y.(2003). The correlates of major commitment among college seniors. *Korean Journal of Clinical Psychology*, 2003(1), 181-182.
- Jang, S. G.(2013). *A study about the Effects of University's Business Support Service on University Students' Entrepreneurial Intention*. Master thesis, The Graduate School of Sangmyung University.
- Jarvis, L. C.(2016). Identification, Intentions and Entrepreneurial Opportunities: An Integrative Process Model. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(2), 182-198.
- Jung, J. C., Hwang, Y. Y., & Jung, H. S.(2007). The Impact of Perceived Service Quality on the Customer Behavior through University and Professional Commitment. *Journal of Industrial Economics and Business*, 20(2), 761-785.
- Jung, J. C., Lee, S. I., & Park, M. K.(2012). The Impact of Academic Major Commitment, Job Search Efficacy on the Job Search Behavior. *Journal of Industrial Economics and Business*, 27(3), 229-250.
- Jung, J. Y.(2013). The Analysis on the Casual Model between University Educational Satisfaction and Occupational Satisfaction mediated by Occupational Values. *The Journal of Educational Administration*, 31(1), 53-83.
- Jung, Y. W., & Bahn, S. S.(2008). A Study on the Teenager Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 3(1), 45-67.
- Kang, J. H., & Yang, D. W.(2016). A Study on Effect of the University Student's Entrepreneurship on Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Intention: Focusing on Mediating Effect of Opportunity Recognition. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 17(1), 493-507.
- Kang, Y. G., Im, Y. S., Kang, W. S., & Im, H. M.(2017). A Study on the Effectiveness of the Leadership Development Program: Focused on the positive program for Leader of the Military Academy cadets. *Chung Buk National University Social Science Research Institute*, 34(2), 113-143.
- Kang, Y. S., & Lee, E. J.(2006). A Study on the Impact of the Major Satisfaction of Undergraduate Students Majoring in Social Welfare on the Level of Career Decision in Jeon-buk Area. *Korean Journal of Social Welfare Research*, 15, 1-22.
- Katz, J. A.(2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. *Journal of business venturing*, 18(2), 283-300.
- Kim, D. H., Kim, D. H., Park, K. H., Lee, S. Y., Lim, E. C., Jung, D. K., Jung, S. S., Choi, M. H., Choi, Y. S., & Hwang, B. H.(2017). Is Entrepreneurship Different from Management?. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(3), 1-36.
- Kim, H. M.(2013). *Study of influencing effects of one-person entrepreneur's entrepreneurship to the recognition of business establishment opportunity and business establishment will*. Matster thesis, The Graduate School of Chung-Ang University.
- Kim, K. H., & Ha, H. S.(2000). A Study of Department Satisfaction Factors of Undergraduate Students. *The Korean Journal of Counseling*, 1(1), 7-20.
- Kohn, K., Spengler, H., & Ullrich, K.(2010). *KfW-Grundungs*

- Monitor 2010. KfW Bankengruppe (ed.), Frankfurt.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L.(2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M.(2004). *Entrepreneurship: Theory. Process. Practice*, 6.
- Kwon, D. B., Oh, Y. J., Park, H. M., Son, J. J., & Song, S. H.(2002). An Exploring Study on Determining Factors for College Student's Degree of Educational Satisfaction, *Korean Journal of Educational Research*, 40(3), 181-202.
- Lee, J. C. & Lee, J. G.(2014). An Empirical Study on the Effects of University Students' Career Planning upon Employability and Creativity: the Mediation Effect of Major Commitment. *Korea Association of Business Education*, 29(5), 229-252.
- Lee, S. M., Youn, C. Y., Lee, M. H. & Jung, S. H.(2016). Exploratory Factor Analysis: How has it Changed?. *THE KOREAN JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 35(1), 217-255.
- Lee, W. J., & Hwang, B. Y.(2015). The Chronology of Korean Entrepreneurship Education: The feature analysis and future development of entrepreneurship education. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(3), 171-183.
- Liñán, F.(2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
- Linan, F.(2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Lumpkin, G. T., Hills, G. E., & Shrader, R. C.(2004). *Opportunity recognition*. In H. P. Welsch (Ed.). *Entrepreneurship: The way ahead*(pp. 73-90), New York, NY: Routledge.
- Meyer, K. E.(2001). Institutions, transaction costs, and entry mode choice in Eastern Europe. *Journal of international business studies*, 32(2), 357-367.
- Min, K. S., Choe, D. H., & Moon, K. H.(2015). A Study on the Indicators for Evaluating Police Training and Learning. *Institute of Police Science*, 10(2), 7-33.
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R.(1992). Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of marketing research*, 29(3), 314.
- Morrow, P. C.(1983). Concept redundancy in organizational research: The case of work commitment. *Academy of management Review*, 8(3), 486-500.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R.(1982). Organizational linkage: the psychology of commitment, absenteeism and turnover. *Organizational and Occupational Psychology*, 10(3), 2008.
- Munoz, C. A., Mosey, S., & Binks, M.(2011). Developing Opportunity-identification Capabilities in the Classroom: Visual Evidence for Changing Mental Frames. *Academy of Management Learning & Education*, 10(2), 277-295.
- Nam, C. Y.(2010). The Relationship Between Individual Work factors and Preparation of Employment in University students. *Journal of Adolescent Welfare*, 12(4), 353-374.
- Nam, S. H.(2005). Major commitment and Work values. *The Korean Journal of Educational Psychology*, 19(1), 223-242.
- Noh, B. S.(2011). *A Study of Entrepreneurship Education Effect on the Self-Leadership and Entrepreneurship*. Master thesis, Graduate School of Hoseo University.
- Oliver, R. L.(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
- O'Reilly III, C. A., & Caldwell, D. F.(1981). The commitment and job tenure of new employees: Some evidence of postdecisional justification. *Administrative science quarterly*, 26(4),597-616.
- Park, C. Y.(1993). A Survey of the Current State of Entrepreneurship Education in Universities in Korea. *Asia-Pacific Journal of Small Business*, 15(2), 79-113.
- Park, J. C.(2003). The Effect of Internet Shopping Mall User's Customer Satisfaction on Trust, Commitment, and Customer Loyalty Behaviors., *Asia Pacific Journal of Information System*, 13(3), 131-149.
- Park, J. H., & Kim, Y. T.(2009). An Empirical Study of Effect and Improvement of Entrepreneurship Education. *Journal of Industrial Economics and Business*, 22(2), 959-977.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J.(2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V.(1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of applied psychology*, 59(5), 603.
- Ryan, R. M., & Deci, E. I.(2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation social development and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Schumpeter, J. A.(1934). *The schumpeter: Theory economic development*. Harvard University Press.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J.(2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Shane, S., & Nicolaou, N.(2015). Creative Personality, Opportunity Recognition and The Tendency to Start Business: A Study of Their Genetic Predispositions. *Journal of Business Venturing*, 30(3), 407-419.
- Shane, S., & Venkataraman, S.(2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A.(2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. *International journal of entrepreneurship education*, 1(1), 65-86.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A.(2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.

- Stevenson, H. H.(1983). *A perspective on entrepreneurship*. Harvard Business School, Boston.
- Stevenson, H. H., & Gumpert, D.(1985). The heart of entrepreneurship. *HARVARD BUSINESS REVIEW*, 63(2), 85- 94.
- Timmons, J. A.(1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Venkataraman, S.(1997). The distinctive domain of entrepreneurship research, *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 3(1), 119-138.
- Wasdani, K. P., & Mathew, M.(2014). Potential for Opportunity Recognition: Differentiating Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 336-362.

# Relationship between Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Opportunity Recognition: Focused on the Entrepreneurship Major College Students\*

Lee, Woo Jin\*\*  
Son, Jong Seo\*\*\*  
Oh, Hyemi\*\*\*\*

## Abstract

Recently, there are many efforts to define the field of entrepreneurship as an area of independent study. According to Shane & Venkataraman, the study of entrepreneurship is moving toward understanding the combination of entrepreneurial individual and valuable opportunity in becoming entrepreneurs. In Korea, entrepreneurship education is spreading widely on the basis of universities and in 2010 the entrepreneurship major was created in Sookmyung Women's University for the first time in Korea.

The results of this study are as follows. First, there are many research about examining the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurship intention. Nevertheless, there are lack of the study focusing on the opportunity recognition which many scholars have recognized as the independent study field of entrepreneurship domain. Therefore, the purpose of this study is to examine the effect of satisfaction of entrepreneurship major education on entrepreneurial opportunity recognition and to examine the mediating effect of entrepreneurial opportunity recognition according to educational commitment. The questionnaires were carried out for 3 weeks to entrepreneurship major students in Sookmyung Women's University. A total of 84 surveys were collected and statistically analyzed by the R program. As a result of the analysis, it was found that the satisfaction of education positively influences the recognition of entrepreneurial opportunities. Commitment also has a full mediating effect on the recognition of entrepreneurial opportunities. The results of this analysis confirm that the ability to recognize entrepreneurial opportunity is developed by entrepreneurship education, and during the study students' commitment has an important role in the relationship between educational satisfaction and entrepreneurial opportunity recognition. The results were verified through empirical analysis. Satisfaction with entrepreneurship education and awareness of entrepreneurship opportunities through entrepreneurship can be anticipated as entrepreneurship activities in the future.

*Key Words: entrepreneurship, entrepreneurship education, opportunity recognition, commitment*

\* This work was supported by Ministry of SMEs and Startups.

\*\* Kookmin University, Assistant Professor, drlee@kookmin.ac.kr

\*\*\* Sookmyung University, Professor, jsson@sookmyung.ac.kr

\*\*\*\*Chung-Ang University, Ph.D. Candidate, hyemi0115@gmail.com