

창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향 연구: 사회적지지, 창업자기효능감의 매개효과

조한준 (동국대학교 기술창업학과 박사수료)*

최대수 (중부대학교 소프트웨어공학부 교수)**

성창수 (동국대학교 기술창업학과 교수)***

국 문 요 약

본 연구는 대학생들의 창업에 대한 인식과 창업의도를 높이는 효과적인 지원 방안으로서 창업멘토링의 영향을 규명하는 데 목적이 있다. 이에 창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향관계에서 사회적지지, 창업자기효능감의 매개효과를 실증하였다. 분석결과 청년 예비창업자들의 창업의도를 높이고 사회적지지에 대한 창업자의 기대감을 높이는 영향요인으로서 창업멘토링의 긍정적인 역할을 확인하였다.

구체적으로, 창업멘토링은 창업의도, 사회적지지, 창업자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 사회적지지는 창업자기효능감과 창업의도에 각각 유의한 정(+)의 영향을 미치고 창업멘토링과 창업의도의 관계를 부분매개하는 것으로 나타났다. 창업자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미쳤으며 창업자기효능감은 창업멘토링과 창업의도 사이를 완전매개하는 것을 확인하였다.

이러한 연구결과를 통해 대학생들에게 창업전문가의 멘토링은 가까운 미래에 창업을 선택하려는 개인의 욕구를 나타내는 창업의도, 주변인이나 학교, 정부의 지원을 통하여 사회적인 도움을 제공받을 수 있다는 믿음을 나타내는 사회적지지, 그리고 창업가로서 수행해야 하는 역할과 과업을 계획하고 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감과 신념을 나타내는 창업자기효능감에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 요인임을 실증하였다. 또한 사회적지지가 창업자기효능감에 미치는 영향을 확인함으로써 사회적지원에 대한 믿음이나 활용을 높게 인식할 때 개인 스스로 자신에 대한 믿음과 효능감도 높아진다는 것을 확인하였다. 마지막으로 창업멘토링이 사회적지지에 정(+)의 영향을 미치고, 사회적지지는 창업멘토링과 창업의도를 매개하는 것을 확인하였다. 이는 ‘창업멘토링 프로그램’이 창업지원 정책을 포함하는 사회적지지에 대한 창업자의 인식 개선과 창업의도를 높이는 효과적인 방안으로 활용될 수 있음을 시사한다.

핵심주제어: 창업멘토링, 사회적지지, 창업자기효능감, 창업의도, 창업지원정책

1. 서론

우리 경제는 급격한 산업 환경변화와 글로벌 경쟁 격화, 장기화된 경기 부진, 인구 고령화로 일자리 창출과 경기 활성화에 어려움을 겪고 있다.

국가적으로 취업자를 늘리고 고용률을 높이기 위하여 두루누리, 일자리안정자금 등의 다양한 정책적 지원을 제공하여 일자리 창출에 힘쓰고 있다. 실업자의 구직활동을 지원하는 구직급여 지급 총액을 살펴보면 2019년 8조 913억 원으로 오히려 전년(6조 4,549억 원)대비 25.4% 증가하여 사상 처음으로 8조 원을 넘어서는 등 여전히 일자리 창출 어려움은 지속되고 있다. 2019년 일자리 현황을 살펴보면 취업자는 50세 이상을 중심으로 증가한 반면 청년층 고용은 미미하게 증가하여 거의 변동이 없었고 30대에서는 오히려 고용이 감소한 것

으로 나타났다(고용노동부, 2020).

경기동향조사를 살펴보면 2020년 1월 한국개발연구원(KDI)은 ‘2020년 1월 경제동향’을 발표하면서 우리 경제는 투자와 제조업이 부진을 겪고 있으며 수출이 역성장상을 보이고 수입은 마이너스에서 벗어나지 못하고 있다고 밝히고 우리 경제를 ‘경기 부진’이라고 판단하였다.

이러한 상황을 극복하기 위한 주요 정책의 일환으로 정부에서는 ‘2020년 일자리 정책방향’을 발표하였는데 민간이 중심이 된 일자리 창출과 경제 활력 제공 및 혁신성장을 강조하고 기업가정신 함양과 창업 활성화를 방안으로 제시하였다.

정부는 ‘창업국가 조성’을 위하여 창업 및 중소기업의 성장·발전에 필요한 자금, 인력, 기술 등을 지원하는 ‘2020년 창업지원 사업’에 전년(1조 1,181억 원)대비 3,336억 원(29.8%) 증가한 1조 4,517억 원을 책정하고 창업사업화(50.4%), 연구개발(35.3%), 시설·공간제공(8.7%), 창업교육(3.7%), 멘토링(1.5%),

* 제 1저자, 동국대학교 일반대학원 기술창업학과 박사수료, dynamichj@naver.com

** 공동저자, 중부대학교 소프트웨어공학부 교수, daesooc100@gmail.com

*** 교신저자, 동국대학교 일반대학원 기술창업학과 교수, redsun44@dongguk.edu

· 투고일: 2020-03-11 · 수정일: 2020-04-13 · 게재확정일: 2020-04-23

네트워크(0.4%)로 지원유형을 구분하여 예산을 편성하였다(중소벤처기업부, 2020). 하지만 창업 활성화와 창업의도를 높이기 위한 많은 지원과 노력에도 불구하고 수요자인 청년 창업자들은 정부 창업지원정책을 사회적지지로써 제대로 인지하지 못하고 있는 실정이다(창업진흥원, 2019).

‘창업국가 조성’을 위해서는 창업이 활성화되어야 한다. 창업 활성화를 위해서는 무엇보다도 창업의도에 영향을 주는 요인을 찾아 창업의도를 높여야 한다(Krueger & Brazeal, 1994; Krueger et al., 2000; Schwarz et al., 2009).

창업의 과정은 창업자 개인의 특성만으로 설명될 수 없으며 개인의 특성과 환경의 상호작용을 통해 이루어진다(Greenberger & Sexton, 1988).

창업의도에 영향을 미치는 요인으로는 개인의 특성, 역량, 경험, 경제적 환경, 가족관계나 성별과 같은 개인적 요인과 자금획득의 용이성, 창업에 대한 사회적 인식, 사회적 지원, 정부 정책 등의 사회·경제적 환경요인이 있다(Zhao et al., 2010; Gird & Bagraim, 2008; Carr & Sequeira, 2007; Gupta et al., 2009; Choo & Wong, 2006; Engle et al., 2011; Zahra & Wright, 2011). 창업의도는 창업환경, 교육과 멘토링, 창업성공에 대한 기대감, 동기부여 등을 통하여 후천적으로 획득될 수 있다. 특히 학생 및 청년들의 창업의도를 높이기 위해서는 창업자에게 필요한 지식과 자원제공보다는 창업교육과 멘토링을 통한 동기부여와 창업에 대한 기대감을 높이는 것이 보다 효과적이다(Zhao et al., 2005; Souitaris et al., 2007; Solesvik, 2013).

일반적으로 대학생 대상 창업교육과 멘토링은 창업에 대한 인식, 성공에 대한 자신감, 경험과 자원이 부족한 청년을 대상으로 사회적지지를 획득할 수 있다는 참여자의 인식을 높이고 기업가정신 및 미래의 창업의도를 향상시키는 것을 목적으로 한다.

본 연구에서는 창업의도에 영향을 미치는 선행요인 중 ‘멘토링 프로그램’을 중심으로 창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 창업멘토링은 경력기능, 사회심리적 기능, 역할모델로서의 기능을 제공함으로써 창업에 대한 인식과 동기, 창업에 필요한 지식과 경험이 부족한 대학생 및 청년창업자들의 창업에 대한 인식을 제고하고 자신감을 높이며, 멘토링 프로그램 참여자들의 창업의도를 향상시킬 것으로 예상된다.

기존의 선행연구에서는 창업의도에 영향을 미치는 선행요인으로서 창업멘토링과 창업자기효능감의 유의성에 관한 연구는 다수 진행되었다. 이에 비해 선행요인으로서 사회적지지에 대한 연구는 부족할 뿐만 아니라 사회적지지가 창업의도에 미치는 영향의 유의성에 있어서도 그 결과가 일치하지 않아 이들 요인에 대한 추가적인 연구의 필요성이 제기되고 있다(McGee et al., 2009; 안태욱·이인아, 2017; 홍지우 외, 2018; 김춘호·유연호, 2019).

따라서 본 연구는 대학생들의 창업에 대한 인식과 창업의도를 높이는 효과적인 지원 방안으로서 창업멘토링의 영향을

규명하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 창업멘토링 프로그램이 창업자기효능감과 사회적지지에 미치는 영향과 창업자기효능감과 사회적지지를 매개로 창업멘토링 프로그램이 창업의도에 미치는 영향을 실증하는 데 그 목적이 있다.

이를 수행하기 위하여 첫째, 창업멘토링 프로그램에 참여한 대학생을 대상으로 창업멘토링이 창업의도, 사회적지지, 창업자기효능감에 미치는 영향을 검증하였다. 둘째, 창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향에 있어서 사회적지지와 창업자기효능감이 창업멘토링과 창업의도의 관계를 각각 매개(Mediation)하는지를 검증하였다. 셋째, 창업의도에 영향을 미치는 선행요인으로서 창업멘토링 프로그램의 필요성을 인식하고 청년 창업 활성화 프로그램 및 창업지원 정책 수립에 활용할 수 있는 실무적 시사점을 도출하는 데 기여하고자 하였다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

2.1 창업의도

창업의도(Entrepreneurial Intention)는 개인이 가까운 미래나 미래의 특정 시점에 자발적으로 창업할 가능성, 창업을 선택하려는 희망이나 욕구와 같은 창업행동으로 나아가려는 개인의 심리상태(Tran & Von Korflesch, 2016), 조직에 고용되는 형태가 아니라 스스로 고용되는 형태를 뜻하는 창업을 향한 의지와 열망으로 정의할 수 있다(Krueger et al., 2000).

창업의도는 창업을 실행하는 데 요구되는 필수적인 요소로서 창업 과정의 첫 번째 단계에 해당하며 개인의 창업의도를 높이는 것은 지역이나 사회, 국가 경제가 침체에서 회복할 수 있는 활력을 제공함으로써 경기 침체를 극복하는 데 중요하다(Kuratko, 2005; Koe et al., 2012; 육창환, 2015).

이러한 창업의도에 미치는 영향요인을 찾는 선행연구에는 Ajzen(1991)의 계획된 행동이론(TPB: Theory of Planned Behavior)과 Shapero & Sokol(1982)의 기업가적 이벤트모형(Entrepreneurial Event Model)이 많이 활용되었다.

계획된 행동이론은 행동을 계획된 것으로 보고 행동을 예측하고 설명하기 위한 이론이다. 계획된 행동이론에서 의도는 행동을 유도하기 때문에 의도는 계획된 행동의 실천 여부를 예측하는 좋은 지표로써 유용하게 사용되며(Ajzen, 1991; Basu & Virick, 2008) 창업 커리어를 선택하기 위한 계획된 행동으로서의 창업의도는 창업행동을 관측하기 어려운 상황에서 창업행동을 예측하고 설명하는 유용한 변수이다(Krueger & Carsrud, 1993; Krueger et al., 2000; Kautonen et al., 2015).

기업가적 이벤트 모형에서 창업의도는 창업이 주변 사람들에 의해 바람직하게 받아들여지는 정도를 의미하는 지각된 바람직성(perceived desirability), 환경을 고려하였을 때 창업의 성공 가능성을 의미하는 지각된 실현 가능성(feasibility), 결정 상황에 의해 행동하는 개인의 행동 성향(propensity to act)으로 구성된다(Shapero & Sokol, 1982; 이현숙·백민정, 2012).

창업의도와 창업 과정에 영향을 미치는 요인에 관한 연구는 개인의 위험선호 성향, 통제위 위치, 성취욕구, 개인적 통제 욕구 등 개인의 특성, 자기효능감에 관한 연구가 많이 이루어 졌다(Greenberger & Sexton, 1988; Krueger & Brazeal, 1994). 창업의도에 미치는 영향요인을 연구한 선행연구로는 창업교육과 창업환경(전혜진·박재환, 2015), 개인의 특성과 환경(Krueger & Carsrud, 1993; Douglas & Shepherd, 2002), 가족의 역할(Van Auken et al., 2006), 자기효능감(Boyd & Vozikis, 1994; Zhao et al., 2005), 멘토링(이인태·김우재, 2015), 역할모델을 제공하는 사회적 지원(Manning et al., 1989), 창업자의 기술과 동기부여(Herron & Robinson, 1993) 등의 연구가 있다. 대학의 창업지원 정책과 관련한 연구에서 대학이 제공하는 창업자금 지원과 정보제공, 창업보육센터 운영을 통한 창업 지원활동 등의 정책적 지원은 대학생들의 창업의도를 높이는 데 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Peterman & Kennedy, 2003; Turker & Sonmez, 2009).

이상의 선행연구를 검토하였을 때 창업의도는 개인의 특성, 학문적 특성, 교육, 창업환경, 가족의 역할, 멘토링, 자기효능감, 동기부여 등을 통하여 후천적으로 획득될 수 있다.

2.2 창업멘토링

멘토링(Mentoring)은 조직이나 특정 업무, 사회적으로 경험과 지식이 풍부하고 유능한 멘토(mentor)가 그에 비해 경험이 적은 멘티(mentee)와 연결되어 멘티의 경력개발, 개인적인 성장이나 전문분야에 대한 성장을 이끌어내기 위해서 멘토가 터득한 지혜를 알려주고 멘티가 과업과 관련된 문제를 해결할 수 있도록 도움을 주며 과업 수행에 따른 규범이나 환경에 적응할 수 있도록 도움을 제공하는 일련의 과정이다(Noe, 1988; Ragins & Cotton, 1991; Wanberg et al., 2003). 멘티는 멘토링을 통하여 멘토로부터 더 많은 후원, 네트워킹, 코칭, 도전적 과제부여 등의 지원을 받음으로써 성공에 이를 가능성을 높일 수 있다(Kram, 1983; Noe, 1988).

이러한 멘토링의 기능은 경력기능(Career function)과 사회심리적 기능(Psychosocial function), 역할모델 기능(Role modeling function)으로 구분되고 있다(Kram, 1983; Burke, 1984; Ragins & Scandura, 1994).

경력기능은 멘토가 멘티에게 주어진 역할과 과업을 수행하기 위한 기술과 방법을 습득할 수 있도록 도와주고 경력 향상을 준비하도록 도움을 주는 기능으로, 멘티의 경력개발과 직접적으로 관련이 있는 후원, 노출 및 소개, 지도, 보호, 도전적 업무부여 기능을 포함한다(박경규·이규만, 2010).

사회심리적 기능은 멘토와 멘티 상호 간의 신뢰와 친근감을 바탕으로 멘티의 과업 달성과정에서 멘티가 겪게 되는 어려운 일들에 대해서 멘토의 조언과 지원을 통하여 전문분야와 업무수행에 자신감을 갖도록 지원하는 심리적 요인과 관련된 기능을 말하며 여기에는 수용 및 지원, 상담, 우정 등이 포함

되며 멘티는 이러한 기능을 통하여 자신감을 얻어 주어진 역할을 수행하게 된다(Noe, 1988; 박경규·이규만, 2010).

역할모델 기능은 멘티가 과업을 수행하는 과정에서 멘토가 자신이 보유하고 있는 기술, 지식, 태도, 가치관, 노하우, 행동 방식 등을 멘티에게 전해 주고 멘티는 멘토를 과업 달성과 수행을 위한 모범적인 역할 모델이나 준거의 틀로 설정하여 닮아 가려고 행동하는 것이다(Kram, 1988; Ragins & Scandura, 1994; 이만기, 2007).

창업멘토링(Entrepreneurial Mentoring)이란 창업에 대한 경험과 지식이 풍부한 멘토가 멘티와 연결되어 멘티의 창업활동이나 경력개발과 관련한 성장을 이끌어내기 위하여 멘토가 터득한 지식이나 기술, 지혜와 경험을 멘티에게 신뢰성 있게 전달하고 후원하는 일련의 활동으로 설명할 수 있다.

관련 선행연구를 살펴보면 멘토의 역량과 멘토링 기능이 창업멘토링 만족도에 미치는 영향(유병준 외, 2018), 창업멘토링과 창업역량(오재우·양동우, 2014), 창업멘토링과 창업의지(이인태·김우재, 2015) 및 경영성과(박용호·김용태, 2014), 창업멘토링 척도 개발(조장현·박정열, 2017), 대학생의 개인적 특성이 창업멘토링과 창업의지에 미치는 영향(윤인철, 2017)을 규명하는 연구가 진행되어 왔다. 안태욱·이인아(2017)는 창업동아리 활동 중인 대학생을 대상으로 한 연구에서 멘토링은 단순 정보제공의 차원을 넘어 멘티의 자기효능감과 창업의도에 미치는 긍정적인 영향을 실증하였다. 또한 박성미(2006)는 경력기능, 사회심리적 기능 및 역할모델 기능을 통해 맞춤형 인재육성으로의 역할을 수행할 수 있음을 확인하였다.

창업멘토링과 창업의도의 관계를 규명한 대다수 선행연구에서 멘토링의 역할모델기능이 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다(BarNir et al., 2011; 허미영, 2014; 안태욱·이인아, 2017; 윤인철, 2017; 김영태, 2019). 이에 반해 창업멘토링이 창업지식과 직무도전성에는 긍정적인 영향을 미치지 않으나 창업의지에는 유의미한 영향을 미치지 않는다는 연구도 있다(이인태·김우재, 2015; 최승호 외, 2016). 창업의도에 영향을 미치는 가족역할모델에 관한 연구를 살펴보면 창업한 가족과 함께 성장한 개인은 창업관련 기술, 비전, 자신감 등 가족의 전통을 학습하기 때문에 창업을 시작하기에 유리하고 창업자에게 가족의 모습은 역할모델이자 사회학습 모델로서 창업의도를 높여준다(Scott & Twomey, 1988; Crant, 1996; Van Auken et al., 2006; Wilson et al., 2007). 가족은 가장 강력한 역할모델이지만 가족 외에도 역할모델은 다양한 형태로 존재할 수 있으며 가족역할모델을 제공할 가족창업자가 없는 창업자와 예비창업자에게 창업멘토링을 통해서 경력기능, 사회심리적 기능, 역할모델을 제공할 수 있다. 특히 창업멘토링을 통해 역할모델 기능, 경력기능과 사회심리적 기능을 체험한 멘티는 또 다른 형태의 폭넓은 사회적지지에 대한 인식과 수용에 적극적일 것으로 기대되며 과업수행에 대한 자신감 또한 높아져 사회적지지에 대한 인식, 창업자기효능감과 창업의도를 향상시킬 것으로 예상된다.

창업멘토링과 창업자기효능감의 관계를 검증한 선행연구에

서 멘토링은 창업자기효능감에 긍정적인 영향을 미친다(안태욱·이인아, 2017; 김영태, 2019). 멘토링의 기능 중 역할모델을 강조하는 연구에서 역할모델 기능은 창업자기효능감에 긍정적인 영향을 미침을 확인하였다(BarNir et al., 2011; 정희도, 2013; 허미영, 2014). 역할모델과 관련한 또 다른 연구에서는 사회적인지경력이론(Social Cognitive Career Theory)의 주장과 같이 자기효능감은 역할모델 노출과 기업가적의도 사이를 매개하는데 역할모델에 노출되는 빈도가 높을수록, 영향력 있는 역할모델과 상호작용의 강도가 높을수록 자기효능감과 기업가적의도가 높아짐을 확인하였다(Austin & Nauta, 2016). 멘토와 멘티의 학습 목표 방향성의 일치 여부와 멘티의 자기효능감과 관계의 검토한 연구에서는 멘티가 낮은 수준의 학습 목표를 제시하고 멘토도 이를 유사한 수준으로 인식할 때 멘티의 창업자기효능감이 향상된다(St-Jean et al., 2018).

이상의 전문적인 논의를 토대로 다음의 가설을 설정하였다.

가설 1: 창업멘토링은 창업의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 창업멘토링은 사회적지지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 창업멘토링은 창업자기효능감에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.3 사회적지지

사회적지지(Social Support)는 개인이 타인이나 사회로부터 획득하는 다양한 형태의 긍정적 자원을 의미하며 개인이 조직이나 사회로부터 사회적 욕구를 충족시키면서 심리적인 적응을 돕는 긍정적인 수단이 된다(Cohen & Hoberman, 1983).

Courneya et al.(2000)은 사회적지지만 행동을 실행하는 데 있어 조력자에 대한 인식으로 개인에게 중요한 타인이나 조직이 개인이 계획하는 행동에 대한 조력자의 지지 여부를 인지하는 것은 행동을 실행하려는 개인에게 중요하다고 주장하였다. 사회적지지에 대한 인식은 개인이 이러한 사회적 지지의 자원을 어떻게 동원하고 활용하는지가 중요한데 개인이 객관적인 지지의 자원을 가지고 있어도 이를 중요한 자원으로 인식하지 못하면 자원으로서의 가치가 없다(Vaux, 1988).

House(1981)는 사회적지지를 4가지 차원으로 분류하였다. 구체적으로 신뢰와 관심, 사랑, 동정 등 개인에게 심리적 안정감을 제공하는 정서적지지, 일을 대신해 주거나 금전적인 도움을 제공하는 등 직접적인 도움을 제공하는 물질적지지, 정보와 지식을 제공하는 등의 문제 해결을 위한 조언을 하는 정보적지지, 행위와 수행한 업무에 대한 평가를 제공하는 평가적지지로 설명하였다.

본 연구에서 사회적지지는 창업멘토링을 통하여 경력기능과 사회심리적 기능을 체험한 멘티가 갖게 되는 폭넓고 다양한

형태의 사회적지지에 대한 인식과 수용의 정도를 의미한다. 구체적으로는 과업을 수행함에 있어서 주변인이나 학교, 정부의 지원을 포함하는 사회적인 도움을 제공받아 성공적으로 과업을 달성할 수 있다는 믿음의 정도를 말한다.

사회적지지는 가족이나 친구, 이웃과 같은 자연발생적 집단, 직장이나 자원봉사단체 등의 의도적 집단, 사회제도 등에서 다양한 형태로 나타날 수 있다(김재호, 2013).

사회적지지는 예비창업자나 초기창업자에게 중요한 역할을 하며(Shiri et al., 2012; 김재호, 2013; Farooq et al., 2018), 자기효능감과 사업성과에 영향을 미친다(박성희·채연희, 2017).

Turker & Sonmez(2009)는 터키의 대학생 300명을 대상으로 창업의도에 미치는 영향 요인을 실증한 연구에서 대학의 창업지원과 사회의 포괄적인 지원에 대한 인식이 창업의도를 높이는 것을 확인하였다. 이는 개인이 과업의 수행을 용이하게 하는 사회의 지원과 제도적 환경을 우호적으로 지각한다면 창업의도가 높아질 수 있음을 의미하며 개인이 지각하는 사회적지지가 창업의도에 영향을 미치는 것으로 파악할 수 있다. 김춘호·유연호(2019)는 사회적지지가 창업교육만족, 창업교육지원, 창업동기부여, 창업사업화지원과 창업의도 사이를 매개하여 대학생들의 창업의도를 높이는 데 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 반면 예비 여성창업자를 대상으로 한 홍지우 외(2018)의 연구에서는 사회적지지가 창업의도에 유의한 영향이 없는 것으로 나타났다. 대학생을 포함한 예비창업자들의 창업활동에 대한 조직지원, 사회적지지에 대한 인식을 높이는 것은 창업 프로세스에 대한 적응, 몰입을 증가시키고 창업의도를 높일 수 있다(Krueger & Brazeal, 1994).

이상의 전문적인 논의를 토대로 다음의 가설을 설정하였다.

가설 4: 사회적지지는 창업자기효능감에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 사회적지지는 창업의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 사회적지지는 창업멘토링과 창업의도의 관계를 매개할 것이다.

2.4 창업자기효능감

자기효능감이란 특정한 과업을 달성하기 위해서 필요한 행동을 계획하고 수행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 믿음으로 자신감이나 신념을 말한다(Bandura, 1997).

창업분야와 관련된 자기효능감의 개념인 창업자기효능감(Entrepreneurial Self-Efficacy)은 창업가로서 수행해야 하는 역할과 과업을 계획하고 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감과 신념을 의미한다(Zhao et al., 2005). Bandura(1977)는 자기효능감: 행동변화의 통합이론(Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change)에서 자기효능감은 성취경험, 대리

경험, 언어적 설득, 정서적 상태의 4가지 요인에 의해 형성되며 이러한 4가지 요인은 개별적으로 또는 두 개 이상의 요소가 동시에 영향을 미친다고 주장하였다. 성취경험은 개인이 과거에 이룬 과업 성공에 대한 경험을 의미하고, 대리경험은 관찰 등을 통하여 간접적으로 다른 사람의 성취를 경험하는 것을 가리킨다. 언어적 설득은 타인으로부터 제공되는 언어적인 제안, 권고, 격려를 통하여 수행자가 과업을 성취할 수 있는 능력이 있다는 믿음을 제공하는 것을 의미한다. 정서적 상태는 개인의 생리적·정서적 각성을 의미하며 정서적으로 안정되었을 때 보다 높은 목표 설정과 성공을 기대할 수 있다.

Krueger & Brazeal(1994)은 연구에서 자기효능감은 개인의 행동과 노력의 정도 및 지속 정도를 결정하는 준거가 되며 경험, 학습, 사회적 신념, 지원, 개인적 판단 등에 의해 영향을 받을 수 있다고 주장하였다.

Boyd & Vozikis(1994)는 Bandura(1992)의 사회학습이론에서 자기효능감의 개념을 처음으로 창업에 도입하면서 창업의도를 판단하는 데 있어 창업자기효능감은 중요한 설명변수라고 주장하였다. 후속연구에서 Cox et al.(2002)은 창업자기효능감을 창업을 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감과 개인의 신념으로 제안하고 창업자기효능감은 창업과 관련성이 높다고 주장하였다. 창업자기효능감이 높은 사람은 창업 기회를 찾아 활용할 수 있다는 강한 신념이 있으며 창업 과정에서 발생하는 다양한 도전과 위험에 대처하고 통제할 수 있다는 믿음이 있다(Krueger et al., 2000; Cox et al., 2002).

Wilson et al.(2007)은 창업자기효능감이 높은 사람은 보상 환경과 관련이 있고 이들은 사회로부터 인정받으려는 욕구가 강하며 성취감이 높은 경향을 보이는 데 반해 창업자기효능감이 낮은 사람은 실패와 두려움 등의 심리적인 스트레스가 높고 패배의식으로 가득 차 있다고 주장하였다.

McGee et al.(2009)는 개인들이 동일한 현실을 지각한다고 하더라도 창업자기효능감이 높은 사람은 그렇지 않은 사람보다 과업수행 과정에서 발생하는 다양한 상황에 대처할 수 있다는 자신감을 가지기 때문에 창업의도가 높아질 수 있다고 하였다. 즉, 창업자기효능감이 높은 사람은 다양한 기회들을 인식하는 반면 창업자기효능감이 낮은 사람은 동일한 상황을 희생과 위험이 상존하는 환경으로 인식하고 부정적으로 평가함으로써 기회가 감소할 수 있다고 주장하였다. Wu & Wu(2008)의 연구에서도 창업의도가 높은 학생에게서 창업자기효능감이 높게 나타났다.

창업자기효능감과 창업의도의 관계를 규명한 선행연구를 살펴보면 창업자기효능감은 창업의도를 예측하는 강력한 변수로서(Krueger et al., 2000) 창업의도의 형성과 창업의도가 실제 창업행동으로 실현될 가능성을 예측하는 가장 중요한 요인 중 하나라고 주장하였다(김해룡, 2008). 유봉호(2014)는 창업효능감이 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 실증하고 창업의지를 높이기 위해서는 창업효능감이 중요하다고 주장하였다. 이현경·이일한(2016)은 자기효능감이 창업의지에 미치는 긍정적인 영향을 확인하면서 체계적인 창업교육의 중

요성을 강조하였다. 창업자기효능감의 매개효과를 검증한 연구에서 창업자기효능감은 멘토링과 창업의도 사이를 매개하는 것을 실증하였다(안태욱·이인아, 2017; 김영태, 2019).

예비창업자들에게 창업의 과정을 잘 수행하고 창업에 성공할 수 있다는 심리적 특성으로서 창업자기효능감을 높일 필요가 있으며 창업자기효능감은 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다(오상훈·하규수, 2013). 창업자기효능감은 상대적으로 안정적인 성격 특성과는 달리 교육이나 과거의 경험과 같은 환경요인에 영향을 받는다(Bandura, 1997; Wilson et al., 2007). 따라서 교육, 멘토링, 인큐베이팅 프로그램 등 창업을 지원하는 환경제공을 통하여 창업에 대한 청년창업자들의 긍정적인 태도를 유도하고 창업자기효능감과 창업의도를 높일 수 있다.

본 연구에서는 창업멘토링 프로그램이 멘티에게 대리경험과 언어적 설득을 제공함으로써 멘티의 자기효능감과 창업의도를 높일 것으로 기대한다. 이상의 전술한 논의를 토대로 다음의 가설을 설정하였다.

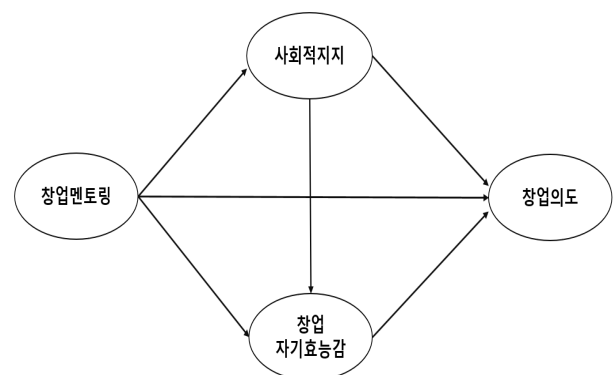
가설 7: 창업자기효능감은 창업의도에 정(+의) 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 창업자기효능감은 창업멘토링과 창업의도의 관계를 매개할 것이다.

III. 연구 방법

3.1 연구모형

본 연구는 대학생을 대상으로 창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향관계와 이러한 관계에서 사회적지지, 창업자기효능감의 매개효과를 규명하는 데 목적이 있다. 이와 같은 목적을 달성하기 위하여 선행연구를 고찰하고 다음의 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 데이터 및 분석방법

본 연구의 자료수집은 설문조사방식으로 2019년 10월부터 12월까지 약 3개월간 실시하였으며 창업멘토링 프로그램이 포함된 프로젝트형 창업 강좌를 실시하는 수도권 3개 대학, 영남권 2개 대학을 선정하여 창업 강좌를 수강한 대학생들을 대상으로 진행되었다. 창업멘토링에는 현직 스타트업 대표, 스타트업의 팀장 이상 직원, 창업 경험이 있는 창업 전문가가 멘토로 참여하여 팀프로젝트 및 실제 스타트업의 창업활동에 대한 멘토링을 진행하였다. 본 연구에 참여한 대학생들은 강좌 내에서 팀을 이루어 프로젝트를 수행하였으며 학기말에 프로토타입 제작 및 창업아이템에 대한 최종발표를 진행하였다. 또한 프로그램에 참여한 멘토들은 2~3개 팀을 담당하여 멘토링을 진행하였다. 공식적인 창업멘토링은 강좌당 4회씩 진행되었으며 2회는 창업 강좌 중 수행되었고, 2회는 멘토와 멘티팀이 창업 강좌 외 시간에 온라인과 오프라인을 통하여 팀별로 멘토링을 진행하고 멘토링 수행에 대한 결과보고서를 제출하였다.

설문은 총 165부를 회수하였으나 응답이 누락되었거나 내용 작성이 불성실한 22부를 제외하고 143부의 유효한 설문결과를 분석에 활용하였다. 설문은 선행연구를 바탕으로 창업멘토링, 창업의도, 창업자기효능감, 사회적지지에 대한 총 25개 문항으로 측정항목을 구성하고 각 변수를 측정할 수 있는 설문지를 작성하여 실시하였다. 각 문항은 리커트 7점 척도를 활용하여 변수를 설명하는 각 요인에 대한 양적 측정치를 도출하였다. 창업멘토링은 멘토와 멘티가 연결되어 멘티의 창업활동이나 경력개발과 관련한 성장을 이끌어내기 위하여 멘토가 터득한 지식이나 기술, 지혜와 경험을 멘티에게 신뢰성 있게 전달하는 활동을 의미한다. 창업멘토링의 측정은 조장현·박정열(2017)이 개발한 창업멘토링 기능 척도를 활용하여 네트워크 요인을 제외하고 문제해결, 의사소통, 동기부여를 측정하는 문항 중 대학생 창업 멘토링 내용에 적합한 9개 문항을 본 연구에 맞게 수정 보완하여 창업멘토링의 역할모델 기능 요인, 경력기능요인과 사회심리적기능요인에 대한 창업멘토링 후 멘티의 인식을 측정하였다. 창업의도는 가까운 미래에 창업을 선택하려는 개인의 욕구를 의미한다. 창업의도의 측정은 Liñán & Chen(2009)이 사용한 6개 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 활용하였다. 창업자기효능감은 창업가로서 수행해야 하는 역할과 과업을 계획하고 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감과 신념을 의미한다. 창업자기효능감의 측정은 임한려(2019)와 선량·허철무(2019)가 사용한 문항 중 자금조달과 관련된 문항을 제외하고 5개 문항으로 본 연구에 맞게 수정하여 활용하였다. 사회적지지는 과업을 달성하기 위하여 주변인이나 학교, 정부의 지원을 포함하는 다양한 형태의 폭넓은 사회적 도움을 제공받을 수 있다는 믿음을 의미한다. 본 연구에서는 창업멘토링을 통하여 경력기능과 사회심리적 기능을 체험한 멘티가 가지는 사회적지지에 대한 인식과 수용의 정

도를 의미한다. 사회적지지는 김재호(2013)와 임교순(2016)이 사용한 문항을 5개 문항으로 수정 보완하여 정서적지지, 물질적지지, 정보적지지, 평가적지지로 구성된 사회적지지에 대한 인식을 7점 리커트 척도(1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)로 측정하였다.

분석은 연구모형에 대한 신뢰성과 타당성 검증을 위하여 설문 항목들의 내적일관성을 확인하는 크론바흐 알파계수(Cronbach's Alpha)를 사용하여 신뢰성을 검증하였고 요인분석을 실시하여 타당성을 검증하였다. 변수들 간의 관련성 검토를 위하여 상관관계 분석을 실시한 후 SPSS 22.0을 이용하여 회귀분석으로 가설 검증하였다. SPSS를 이용한 위계적 회귀 분석을 실시하여 매개효과를 측정하는 기존의 BK(Baron & Kenny) 접근법은 매개효과를 직접 검증하지 못하고 일련의 검정을 통해 나온 결과를 토대로 추론하기 때문에 간접효과의 유의성을 정확하게 검증하지 못하며 통계적 검정력이 낮아 오류를 야기할 가능성이 높다고 지적되어 왔다. 따라서 BK 접근법으로 측정된 매개효과의 유의성을 검증하기 위하여 Sobel 검증으로 매개효과의 통계적 유의성을 확인하고 부트스트래핑(Bootstrapping) 방법인 PROCESS macro v.3.4(Hayes, 2017)를 이용하여 유의성을 재검증하였다.

응답 표본의 특성을 살펴보면 성별 분포는 남성 33명(23.1%), 여성 110명(76.9%)이며 학년 분포는 1학년 6명(4.2%), 2학년 29명(20.3%), 3학년 66명(46.2%), 4학년 42명(29.4%)이다. 전공 분포는 이공계열 137명(95.8%), 기타 계열이 6명(4.2%)이고 지역 분포는 수도권(서울·경기) 대학 소속이 90명(62.9%), 비수도권 대학 소속이 53명(37.1%)으로 나타났다. 본 연구에서 설문조사한 5개의 선정 대학 중 여자대학교가 2곳 포함되어 응답 표본 중 여성의 비율이 높게 나타났다. 프로토타입 제작이 필요한 팀프로젝트형 수업의 특성으로 ICT 계열의 이공계 대학생의 참여가 높아 응답 표본 중 이공계 비율이 높게 나타났다. 조사대상자의 인구 통계적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 인구 통계적 특성

구분	빈도(N=143)	%	
성별	남성	33	23.1
	여성	110	76.9
학년	1학년	6	4.2
	2학년	29	20.3
	3학년	66	46.2
	4학년	42	29.4
전공	이공계	137	95.8
	기타	6	4.2
지역	수도권	90	62.9
	비수도권	53	37.1
전체	143	100	

IV. 실증분석

4.1 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서 제시한 각 변수들의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 요인분석과 신뢰성검정을 실시하였다. 타당성 분석은 주성분 분석 및 요인 간의 다중공선성 문제를 방지하기 위하여 베리맥스(Varimax Rotation) 방식으로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인은 고유값(Eigen Value) 1.0 이상, 요인적재량(factor loading)은 0.6 이상만 추출하였다. 요인분석의 검증 적합성을 확인하기 위하여 KMO 표본적합도 검증과 Bartlett의 단위행렬 검증을 실시하였다. 그 결과 KMO 값이 0.888, 카이제곱이 3459.259(유의수준 0.000)로 나타나 분석의 타당성이 높은 것을 확인하였다. 부적합한 변수들을 제거하고 남은 변수들의 타당성 및 신뢰성 검증결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 타당성 및 신뢰성 검증

변수	항목	요인 적재량	고유값	분산 (%)	누적분산(%)	Cronbach's Alpha
창업멘토링 (Entrepreneurial Mentoring)	EM5	.897	6.470	25.880	25.880	.949
	EM7	.866				
	EM6	.861				
	EM1	.826				
	EM4	.821				
	EM3	.801				
	EM2	.781				
	EM8	.779				
	EM9	.711				
창업의도 (Entrepreneurial Intention)	EI4	.907	4.634	18.537	44.418	.932
	EI3	.906				
	EI5	.880				
	EI6	.846				
	EI2	.825				
	EI1	.646				
창업자기효능감 (Entrepreneurial Self-efficacy)	SE2	.838	4.040	16.161	60.579	.936
	SE4	.822				
	SE5	.798				
	SE3	.798				
	SE1	.771				
사회적지지 (Social Support)	SS3	.840	3.585	14.341	74.919	.890
	SS4	.782				
	SS1	.749				
	SS5	.713				
	SS2	.706				

요인분석 결과 <표 2>와 같이 창업멘토링, 창업의도, 창업자기효능감, 사회적지지의 4개 차원으로 요인이 확인되었다.

설문조사를 원천으로 동일한 응답자로부터 종속변수, 매개변수, 독립변수를 동일한 방법으로 측정하여 데이터를 수집하는 경우 각 변수 간의 상관관계가 인위적인 공분산(Artificial

Co-variance)에 의해 실제 값보다 크게 나타나는 동일방법편의(Common Method Bias)의 문제가 발생할 수 있다. 본 연구에서는 동일방법편의를 확인하는 방법으로 주성분 분석을 실시하였다. 주성분 분석을 실시하여 가장 많은 설명력을 나타내는 첫 번째 성분이 총 설명력의 50%이상을 차지하지 않으면 동일방법편의로 인한 왜곡현상은 분석에 큰 영향을 미치지 않는다고 가정할 수 있다(Podsakoff et al., 2003). 주성분 분석 결과 첫 번째 성분의 설명력이 25.880%로 동일방법편의의 문제는 본 연구에 심각한 위협을 주지 않는다고 판단할 수 있다. 누적분산은 74.919%이며 모든 측정항목들이 0.6 이상의 요인적재량을 나타냈다.

측정항목들의 내적일관성을 확인하기 위하여 크론바흐알파(Cronbach's α) 계수를 이용한 신뢰성 검증을 실시하였다. 신뢰성 검증 결과는 모든 측정항목의 Cronbach's α 값이 0.7 이상으로 신뢰성은 확보되었다.

4.2 상관관계 분석

변수들 간의 상호 관련성을 확인하기 위하여 피어슨(Pearson) 상관관계 분석을 실시하였다. 분석 결과를 살펴보면 독립변수인 창업멘토링은 매개변수인 사회적지지($r=.398, p<.05$), 창업자기효능감($r=.440, p<.05$), 종속변수인 창업의도($r=.304, p<.05$)에 양의 상관관계를 나타냈다.

상관계수의 절댓값이 크면(0.5 이상) 다중공선성 문제가 생길 수 있다. 본 연구에서는 분산팽창지수(VIF)가 10보다 작고 공차한계(tolerance)는 0.10보다 크게 나타나 다중공선성은 문제되지 않는 것으로 확인되었다. 상관관계 분석 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 상관관계 분석

변수	1	2	3	4
1. 창업멘토링	1	.304**	.398**	.440**
2. 창업의도		1	.329**	.358**
3. 사회적지지			1	.647**
4. 창업자기효능감				1

* $p<.10$, ** $p<.05$, *** $p<.01$

4.3 연구가설 검증

연구가설의 검증을 위하여 위계적 회귀분석을 실시하여 가설 검증하고 부트스트래핑 방법으로 매개효과의 통계적 유의성을 검증하였다. 회귀분석에는 종속 변수에 영향을 줄 수 있는 인구통계학적 변수(성별, 학년, 전공)를 통제변수로 사용해서 분석에 포함시켰다. 연구가설의 검증은 크게 세 가지 차원에서 이루어졌다. 첫째, 창업멘토링이 창업의도, 사회적지지, 창업자기효능감에 미치는 영향을 회귀분석으로 각각 확인하였다. 둘째, 사회적지지가 창업자기효능감과 창업의도에 미치는

영향을 회귀분석으로 각각 확인하고 사회적지지가 창업멘토링과 창업의도 사이를 매개하는지 검증하고자 회귀분석을 실시한 후 Sobel 검정과 PROCESS macro를 이용한 부트스트래핑 방법으로 통계적 유의성을 검증하여 매개효과를 확인하였다. 마지막으로 창업자기효능감이 창업의도에 미치는 영향을 회귀분석으로 확인하고 창업멘토링이 창업자기효능감을 매개로 창업의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 이후 Sobel 검정과 PROCESS macro를 이용한 부트스트래핑 방법으로 통계적 유의성을 검증하여 매개효과를 검증하였다. 가설 1, 가설 2, 가설 3에 대한 회귀분석 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 가설 1, 가설 2, 가설3 에 대한 회귀분석

모형	B	SE	β	t	p-value	
가설 1 (창업멘토링 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	3.849	.707	5.443	.000	
	성별	-.442	.271	-.134	-1.629	.106
	학년	-.315	.135	-.184	-2.329	.021
	전공	-.944	.549	-.136	-1.720	.088
	창업멘토링	.300	.092	.265	3.264	.001
$R=.401, R^2=.160, Adj. R^2=.136, F=6.591, p=.000$						
가설 2 (창업멘토링 → 사회적지지)						
종속변수: 사회적지지	(상수)	3.333	.516	6.459	.000	
	성별	-.013	.198	-.005	-.064	.949
	학년	-.037	.099	-.030	-.380	.704
	전공	-.379	.400	-.074	-.947	.345
	창업멘토링	.324	.067	.391	4.825	.000
$R=.406, R^2=.165, Adj. R^2=.141, F=6.819, p=.000$						
가설 3 (창업멘토링 → 창업자기효능감)						
종속변수: 창업자기효능감	(상수)	3.135	.500	6.265	.000	
	성별	-.113	.192	-.047	-.591	.556
	학년	.105	.096	.084	1.098	.274
	전공	.120	.388	.024	.309	.758
	창업멘토링	.350	.065	.425	5.375	.000
$R=.452, R^2=.204, Adj. R^2=.181, F=8.834, p=.000$						

창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향을 확인하는 가설 1에 대한 회귀분석에서 유의확률은 .001로 유의한 것으로 나타났고 독립변수인 창업멘토링의 계수 B=3.00로 확인되었다. 창업멘토링은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다.

창업멘토링이 사회적지지에 미치는 영향을 확인하는 가설 2에 대한 회귀분석에서 유의확률은 .000으로 유의한 것으로 나

타났고 독립변수인 창업멘토링의 계수 B=.324로 확인되었다. 창업멘토링은 사회적지지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다.

창업멘토링이 창업자기효능감에 미치는 영향을 확인하는 가설 3에 대한 회귀분석에서 유의확률은 .000으로 유의한 것으로 나타났고 독립변수인 창업멘토링의 계수 B=.350로 확인되었다. 창업멘토링은 창업자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 가설 1, 가설 2, 가설 3의 분산팽창요인(VIF)값은 최대 1.104로 나타나 다중공선성은 문제되지 않는 것으로 확인되었다.

사회적지지가 창업자기효능감에 미치는 영향을 확인하는 가설 4에 대한 회귀분석에서 유의확률은 .000으로 유의한 것으로 나타났고 독립변수인 사회적지지의 계수 B=.640으로 확인되었다. 사회적지지는 창업자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다.

사회적지지가 창업의도에 미치는 영향을 확인하는 가설 5에 대한 회귀분석에서 유의확률은 .000으로 유의한 것으로 나타났고 독립변수인 사회적지지의 계수 B=.400으로 확인되었다. 사회적지지는 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 가설 4, 가설 5의 분산팽창요인(VIF)값은 최대 1.046로 나타나 다중공선성은 문제되지 않는 것으로 확인되었다. 가설 4, 가설 5에 대한 회귀분석 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5> 가설 4, 가설 5 에 대한 회귀분석

모형	B	SE	β	t	p-value	
가설 4 (사회적지지 → 창업자기효능감)						
종속변수: 창업자기효능감	(상수)	1.791	.437	4.096	.000	
	성별	-.210	.156	-.087	-1.347	.180
	학년	.134	.080	.108	1.679	.095
	전공	.296	.326	.059	.909	.365
	사회적지지	.640	.064	.645	10.029	.000
$R=.666, R^2=.443, Adj. R^2=.427, F=27.449, p=.000$						
가설 5 (사회적지지 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	3.461	.730	4.738	.000	
	성별	-.563	.261	-.170	-2.156	.033
	학년	-.293	.133	-.171	-2.197	.030
	전공	-.872	.544	-.125	-1.604	.111
	사회적지지	.400	.107	.293	3.754	.000
$R=.424, R^2=.179, Adj. R^2=.156, F=7.542, p=.000$						

창업멘토링과 창업의도의 관계에서 사회적지지의 매개효과를 검증하고 가설 6에 대한 분석 결과를 <표 6>에 제시하였다. 1단계에서 독립변수를 창업멘토링으로 하고 종속변수를 창업의도로 하는 회귀식의 유의성은 가설 1에서 확인되었고 ($\beta=.265, p<.05$) 2단계에서 독립변수를 창업멘토링으로 하고 종속변수를 사회적지지로 하는 회귀식의 유의성은 가설 2에

서 확인되었다($\beta=.391, p<.05$). 3단계에서 창업멘토링을 독립 변수로 하고 사회적지지를 매개변수로 하여 종속변수를 창업 의도로 하는 매개회귀분석을 실시하였다. 분석결과 사회적지 지가 창업의도에 미치는 영향은 유의하게 나타났다($\beta=.228, p<.05$). 창업멘토링이 창업의도에 미치는 영향에서 사회적지 지의 매개효과를 확인하고자 창업멘토링의 β 값을 비교하면 ‘모형 1= 2.265 >모형 2= 1.176 ’으로 β 값이 감소하고 유의확률은 $.042$ 로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 창업멘토링과 창업의 도의 관계에서 사회적지지의 부분매개효과가 확인되었다. 가 설 6의 분산팽창요인(VIF)값은 최대 1.265로 나타나 다중공선 성은 문제되지 않는 것으로 확인되었다. 간접효과에 대한 Sobel test 결과($Z=2.382, p<.05$) 유의한 것으로 확인되어 매개 효과가 검증되었다. 표본수를 5,000개로 설정하고 회귀분석의 결과를 부트스트래핑으로 재검증한 결과 창업멘토링에서 창 업의도 간의 총효과($\beta=.3444$)는 매개변수인 사회적지지가 투 입되면서 직접효과($\beta=.2332$)가 감소하여 사회적지지가 매개 하였음을 확인하였고 간접효과의 하한한계(LLCI)는 $.0166$, 상 한한계(ULCI)는 $.2212$ 로 나타나 신뢰구간 안에 0을 포함하지 않으므로 간접효과가 있는 것으로 나타났다. 가설 6에 대한 매개효과의 유의성 검증 결과는 <표 7>과 같다. 창업멘토링 이 사회적지지에 미치는 유의한 영향과 사회적지지가 창업의 도에 미치는 유의한 영향을 확인하고 창업멘토링과 창업의도 간 경로의 총효과가 직접효과보다 큰 것을 확인하였으며 PROCESS macro를 이용하여 부트스트래핑을 방법으로 간접 효과의 통계적 유의성을 검증함으로써 가설 6에서 사회적지 지는 창업멘토링과 창업의도의 관계를 매개할 것이라는 가설 은 채택되었다.

<표 6> 가설 6 에 대한 회귀분석

모형	B	SE	β	t	p-value	
모형 1 (창업멘토링 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	3.849	.707	5.443	.000	
	성별	-.442	.271	-.134	-1.629	.106
	학년	-.315	.135	-.184	-2.329	.021
	전공	-.944	.549	-.136	-1.720	.088
	창업멘토링	.300	.092	.265	3.264	.001
$R^2=.401, R^2=.160, Adj. R^2=.136, F=6.591, p=.000$						
모형 2 (창업멘토링 → 사회적지지 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	2.810	.789	3.563	.001	
	성별	-.438	.265	-.132	-1.652	.101
	학년	-.303	.132	-.177	-2.293	.023
	전공	-.826	.538	-.119	-1.535	.127
	창업멘토링	.199	.097	.176	2.050	.042
	사회적지지	.312	.114	.228	2.733	.007
$R^2=.451, R^2=.204, Adj. R^2=.175, F=7.015, p=.000$						

<표 7> 가설 6 에 대한 매개효과의 유의성 검증

효과	β	SE	LLCI*	ULCI**
총효과	.3444	.0909	.1648	.5241
직접효과	.2332	.0965	.0423	.4241
간접효과	.1112	.0520	.0166	.2212

* LLCI=boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값

**ULCI=boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

창업자기효능감이 창업의도에 미치는 영향을 확인하는 가설 7에 대한 회귀분석에서 유의확률은 $.000$ 으로 유의한 것으로 나타났고 독립변수인 창업자기효능감의 계수 $B=.487$ 로 확인 되었다. 창업자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 가설 7의 분산팽창요인(VIF)값 은 최대 1.059로 나타나 다중공선성은 문제되지 않는 것으로 확인되었다. 가설 7에 대한 회귀분석 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 가설 7 에 대한 회귀분석

모형	B	SE	β	t	p-value	
가설 7 (창업자기효능감 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	3.042	.715	4.254	.000	
	성별	-.483	.257	-.146	-1.879	.062
	학년	-.361	.131	-.211	-2.754	.007
	전공	-1.063	.529	-.153	-2.012	.046
	창업자기효능감	.487	.106	.354	4.609	.000
$R^2=.465, R^2=.216, Adj. R^2=.194, F=9.519, p=.000$						

창업멘토링과 창업의도의 관계에서 창업자기효능감의 매개 효과를 검증하고 가설 8에 대한 분석 결과를 <표 9>에 제시 하였다. 1단계에서 독립변수를 창업멘토링으로 하고 종속변수 를 창업의도로 하는 회귀식의 유의성은 가설 1에서 확인되었 고($\beta=.265, p<.05$) 2단계에서 독립변수를 창업멘토링을 하고 종속변수를 창업자기효능감으로 하는 회귀식의 유의성은 가 설 3에서 확인되었다($\beta=.425, p<.05$). 3단계에서 창업멘토링 을 독립변수로 하고 창업자기효능감을 매개변수로 하여 종속 변수를 창업의도로 하는 매개회귀분석을 실시하였다. 분석결 과 창업자기효능감이 창업의도에 미치는 영향은 유의하였다 ($\beta=.298, p<.05$). 창업멘토링의 β 값을 비교하면 ‘모형 1= 2.265 >모형 2= 1.138 ’로 β 값이 감소하였으나 모형 2에서 창업멘토 링의 유의확률이 $.109$ 로 나타나 유의하지 않은 것으로 확인되 다. 따라서 창업자기효능감은 창업멘토링과 창업의도 사이를 완전매개 하는 것으로 볼 수 있다. 가설 8의 분산팽창요인 (VIF)값은 최대 1.309로 나타나 다중공선성은 문제되지 않는 것으로 확인되었다. 추가적으로 간접효과에 대한 Sobel test를 실시한 결과($Z=2.955, p<.05$)는 유의한 것으로 나타나 매개효 과는 유의한 것으로 확인되었다. 표본수를 5,000개로 설정하 고 회귀분석의 결과를 부트스트래핑으로 재검증한 결과 창업 멘토링에서 창업의도 간의 총효과($\beta=.3444$)는 매개변수인 창

업자기효능감이 투입되면서 직접효과($\beta=.2063$)가 감소하여 창업자기효능감이 매개하였음을 확인하였고 간접효과의 하한한계(LLCI)는 .0346, 상한한계(ULCI)는 .2524로 나타나 신뢰구간 안에 0을 포함하지 않으므로 간접효과가 있는 것으로 나타났다. 가설 8에 대한 매개효과의 유의성 검증 결과는 <표 10>과 같다. 창업멘토링이 창업자기효능감에 미치는 유의한 영향과 창업자기효능감이 창업의도에 미치는 유의한 영향을 확인하고 창업멘토링과 창업의도 간 경로의 총효과가 직접효과보다 큰 것을 확인하였으며, PROCESS macro를 이용하여 부트스트래핑 방법으로 간접효과의 통계적 유의성을 검증함으로써 가설 8에서 창업자기효능감은 창업멘토링과 창업의도의 관계를 매개할 것이라는 가설은 채택되었다. 또한 가설 8에서 창업멘토링과 창업의도의 관계에서 창업자기효능감의 완전매개를 확인하였다.

<표 9> 가설 8에 대한 회귀분석

모형	B	SE	β	t	p-value	
모형 1 (창업멘토링 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	3.849	.707		5.443	.000
	성별	-.442	.271	-.134	-1.629	.106
	학년	-.315	.135	-.184	-2.329	.021
	전공	-.944	.549	-.136	-1.720	.088
	창업멘토링	.300	.092	.265	3.264	.001
$R^2=.401, R^2=.160, Adj. R^2=.136, F=6.591, p=.000$						
모형 2 (창업멘토링 → 창업자기효능감 → 창업의도)						
종속변수: 창업의도	(상수)	2.565	.770		3.332	.001
	성별	-.396	.261	-.119	-1.516	.132
	학년	-.357	.130	-.209	-2.744	.007
	전공	-.993	.527	-.143	-1.883	.062
	창업멘토링	.157	.097	.138	1.615	.109
	창업자기효능감	.410	.116	.298	3.543	.001
$R^2=.481, R^2=.231, Adj. R^2=.203, F=8.226, p=.000$						

<표 10> 가설 8에 대한 매개효과의 유의성 검증

효과	β	SE	LLCI*	ULCI**
총효과	.3444	.0909	.1648	.5241
직접효과	.2063	.0980	.0126	.4000
간접효과	.1382	.0555	.0346	.2524

* LLCI=boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값
**ULCI=boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

이상의 가설검증 결과를 종합하면 <표 11>과 같다. 연구 결과 창업멘토링은 창업의도, 사회적지지, 창업자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 사회적지지는 창업자기효능감과 창업의도에, 창업자기효능감은 창업의도에 유의한 정(+)의 영

향을 미치는 것을 확인하였다. 또한 창업멘토링은 사회적지지와 창업자기효능감을 각각 매개로 하여 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미침을 확인하였다.

<표 11> 가설검증 결과 종합

구분	내용	결과
가설 1	창업멘토링은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2	창업멘토링은 사회적지지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3	창업멘토링은 창업자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	사회적지지는 창업자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 5	사회적지지는 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 6	사회적지지는 창업멘토링과 창업의도의 관계를 매개할 것이다.	채택
가설 7	창업자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 8	창업자기효능감은 창업멘토링과 창업의도의 관계를 매개할 것이다.	채택

V. 결론 및 시사점

5.1 결과 요약 및 시사점

본 연구는 창업멘토링 프로그램에 참여한 대학생들을 대상으로 설문조사 방식으로 자료를 수집하여 창업멘토링이 창업의도, 사회적지지, 창업자기효능감에 미치는 영향을 실증분석하였다.

창업이 활성화되기 위해서는 창업하려는 의지, 창업의도가 선행되어야 하며 무엇보다도 당사자인 청년과 대학생이 창업에 대한 두려움을 떨치고 믿음과 자신감을 가지는 것이 중요하다. 특히 기성세대와 비교하여 상대적으로 경험과 지식, 자원이 부족한 대학생이나 예비 청년창업자들에게 창업에 대한 긍정적인 인식을 심어주는 것이 창업의도를 높이는 데 있어 필요하다. 또한 실수나 어려움에 직면했을 때 지지해 주고 의논할 수 있는 경험이 풍부한 지지자가 있으며 사회적 지원을 통해 자원을 획득할 수 있다는 기대감을 가지게 하는 것은 창업의도를 높이는 데 있어 매우 중요할 것이다.

본 연구 결과는 창업교육을 수강하는 대학생들을 대상으로 창업멘토링이 사회적지지와 창업자기효능감을 통해 창업의도에 미치는 영향을 실증함으로써 다음과 같은 시사점을 제공한다.

첫째, 본 연구를 통하여 창업멘토링이 가까운 미래에 창업을 선택하려는 개인의 욕구를 나타내는 ‘창업의도’, 주변인과 학교, 정부의 지원을 통하여 사회적인 도움을 제공받을 수 있다는 믿음을 나타내는 ‘사회적지지’, 창업가로서의 역할과 과업을 계획하고 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감과 신념을 나타내는 ‘창업자기효능감’을 높일 수 있는 중요한 선행요인임을 확인하였다. 다수의 선행연구에서 창업멘토링이 창업

의도에 미치는 긍정적인 영향을 확인하였으나 이인태·김우재 (2015)와 최승호 외(2016) 등 일부 연구에서 창업멘토링이 창업의도에 유의한 영향을 미치지 않는다는 상반된 주장이 제기되었다. 이에 창업멘토링 프로그램에 참여한 대학생들을 대상으로 창업멘토링이 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미침을 실증연구를 통하여 확인하였다는 데 의의가 있다. 또한 자기효능감을 포함한 긍정심리자본과 창업의도의 선행요인으로 사회적지지에 대한 연구가 다수 수행되고 있지만 사회적지지의 선행요인에 대한 연구는 부족하였다. 본 연구에서 창업멘토링이 사회적지지에 긍정적인 영향을 미치는 선행요인임을 실증한 것에 의의가 있다.

둘째, 사회적지지가 창업자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 기존의 선행연구(박성희·채연희, 2017)를 재확인하였다. 이는 사회적지원에 대한 믿음이나 활용을 높게 인식할 때 과업을 성공적으로 계획하고 수행할 수 있다는 자신에 대한 믿음과 효능감도 높아진다는 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 창업멘토링이 사회적지지에 정(+)의 영향을 미치고 사회적지지를 매개로 창업의도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 창업멘토링이 사회적지지에 대한 창업자의 기대감을 높이고 창업의도를 높이는 긍정적인 역할을 제공함을 의미한다. 실무적으로도 창업멘토링이 창업 지원 정책에 대한 인식 개선과 대학생과 청년 예비창업자의 창업의도를 향상시키는 효과적인 방안으로 활용될 수 있음을 시사한다. 선행연구에서 Turker & Sonmez(2009)의 연구에서는 사회적지지가 창업의도에 미치는 유의한 정(+)의 영향을 확인하였지만 홍지우 외(2018)의 연구에서는 사회적지지가 창업의도에 미치는 유의한 영향이 없는 것으로 주장되어 검증의 필요성이 제기되었다. 이에 본 연구에서 사회적지지가 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미침을 실증연구를 통하여 검증하였다는 것에 의의가 있다.

넷째, 창업멘토링이 창업자기효능감에 정(+)의 영향을 미치고 창업자기효능감을 매개로 창업의도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 멘티가 특정 과업 달성을 위한 행동을 도전과 위협으로 인식하고 실패나 두려움을 가지는 대신에 새로운 기회로 인식하고, 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감과 신념을 가지는 것이 창업의도를 높이는 데 영향을 미침을 의미한다. 이때 창업멘토링이 창업자기효능감을 매개로 창업의도를 높이는 긍정적인 역할을 제공함을 말한다. 이는 자기효능감이 멘토링과 창업의도 사이를 매개한다는 선행연구(안태욱·이인아, 2017; 김영태, 2019)를 재확인한 것으로 Austin & Nauta(2016)가 사회적인지경력이론(Social Cognitive Career Theory)을 통하여 역할모델 기능이 자기효능감과 창업의도에 미치는 영향을 밝힌 선행연구를 창업멘토링을 통하여 실증하였다는 데 의의가 있다. 또한 실무적으로도 희망을 잃고 취업이나 창업을 포기하는 대학생과 청년들의 취업과 창업에 대한 자신감을 높이는 방안으로 창업멘토링이 활용될 수 있음을 시사한다.

청년 일자리 문제를 해결하려는 사회적 관심과 취·창업에

대한 다양한 정책적인 지원에도 불구하고 청년 일자리 문제는 쉽게 해결되지 않고 있다. 특히 희망을 잃고 스스로 구직 활동을 포기하는 청년의 비율이 급격히 증가하고 있다. 무엇보다도 이들이 할 수 있다는 자신감과 취업과 창업에 대한 의도를 높이는 것이 우선되어야 할 것이다.

창업을 장려하고 활성화하기 위해서는 창업의도를 높이는 효과적인 방안을 찾아 적극적인 지원에 나설 필요가 있다. 창업과정과 창업의도는 개인의 특성만으로 설명될 수 없으며 개인의 특성과 환경이 상호작용을 통해 이루어진다. 선행연구와 본 연구를 통해서 확인한 바와 같이 창업의도는 교육이나 멘토링, 창업환경, 동기부여, 창업자기효능감, 사회적 지원에 대한 인식 등을 통하여 후천적으로 획득될 수 있다. 특히 창업멘토링은 ‘경력기능’, ‘사회심리적 기능’, ‘역할모델 기능’을 제공함으로써 대학생 및 청년예비창업자의 창업에 대한 창업자기효능감과 사회적 지원에 대한 인식, 창업의도를 높이는 데 긍정적인 영향을 제공할 수 있다.

본 연구에서 확인한 결과를 토대로 창업교육 및 지원 업무를 담당하는 실무자들이 대학생과 창업을 희망하는 청년들의 창업에 대한 인식 개선 및 창업의도를 제고하는 방안으로 창업멘토링 프로그램을 보다 적극적으로 폭넓게 활용할 필요가 있다. 또한 창업 지원 정책 입안자들은 창업 지원 정책에 대한 인식 제고와 관련 정책 효과를 높이기 위하여 청년과 대학생을 대상으로 하는 창업 지원 프로그램에 창업멘토링 프로그램 도입을 장려하고 관련 지원을 제공할 것을 제언한다.

5.2 연구의 한계와 향후 연구방향

여러 시사점에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계점을 가진다. 첫째, 본 연구의 분석대상은 2019년 10월부터 약 3개월간 창업강좌를 수강한 대학생을 대상으로 외부 전문가의 창업멘토링을 경험한 대학생 165명을 표본으로 수집하여 분석하였다. 따라서 표본 수집에 제약이 가지며 멘토링 프로그램의 성격이 대학 창업교육 중에 발생한 외부 전문가의 멘토링 프로그램으로 한정되어 연구결과의 일반화의 한계를 가진다. 둘째, 조사 방법에 있어 횡단적 연구 방법을 사용하여 특정 시점의 멘토링 효과만을 측정하였다. 향후 연구에서는 멘토링에 참여한 멘토와 멘티의 멘토링 시작 시점부터의 변화를 측정하고 멘티의 창업활동과 경력 변화에 대한 장기적인 영향을 추적하는 종단적 연구를 실시하여 변수들 간의 인과관계를 보다 명확히 할 필요가 있다. 셋째, 일반적으로 창업멘토링이 창업의도에 긍정적인 영향을 미치지만 멘토링 방식이나 또 다른 요인에 따라 그 효과는 달라질 것이다. 향후 연구에서는 멘토나 멘티의 성별, 경력, 유형 등 멘토링 참여자의 특성, 멘토링 기간, 프로그램 유형, 진행 방법, 참여를 유인할 수 있는 수단 등 창업멘토링 효과에 영향을 주는 다양한 요인 및 사회적지지에 대한 인식의 유형을 세분화하여 그 효과를 검증할 필요가 있다.

REFERENCE

고용노동부(2020). *고용행정 통계로 본 '19.12월 노동시장 동향 (2020-01)*. 세종: 고용노동부.

김영태(2019). *창업교육과 멘토링이 창업의지에 미치는 영향: 자기 효능감과 회복탄력성의 매개효과를 중심으로* 석사학위논문, 호서대학교 글로벌창업대학원.

김재호(2013). *사회적 창업가정신과 사회적지지가 창업행동에 미치는 영향: 창업가적 프로세스의 매개효과를 중심으로* 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.

김춘호·유연호(2019). 대학생들의 창업의지 결정요인에 관한 연구: 사회적 지지의 매개 효과. *기업가정신과 벤처연구 (JSBI)(구 벤처경영연구)*, 22(3), 65-81.

김해룡(2008). 소상공 예비창업자의 성격과 리더십이 창업효능감에 미치는 영향에 관한 연구: 성격 5 요인이론과 셀프리더십이론의 탐색적 적용. *대한경영학회지*, 21(6), 2393-2420.

박경규·이규만(2010). 멘토 특성과 멘토링 기능 및 구성원의 태도 간의 관계. *대한경영학회지*, 23(5), 2841-2859.

박성미(2006). 대학생을 위한 멘토링 기능 측정도구 개발 및 타당화 연구. *수산해양교육연구*, 18(1), 49-57.

박성희·채연희(2017). 여성창업가의 사회적자본, 사회적지지가 사업 자기효능감과 사업성과에 미치는 영향. *한국경영교육학회 학술발표대회논문집*, 2017, 231-239.

박용호·김용태(2014). 창업멘토링이 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. *상업교육연구*, 28(5), 513-528.

선량·허철무(2019). 예비청년창업가의 창업동기가 창업기회역량에 미치는 영향: 창업효능감과 기업가지향성의 매개변수의 효과 중심으로. *벤처창업연구*, 14(1), 117-137.

안태욱·이인아(2017). 멘토링 교육이 자기효능감과 창업의지에 미치는 영향: 대학 창업동아리 활동을 조절효과 중심으로. *한국자치행정학보*, 31(3), 141-161.

오상훈·하규수(2013). 창업 환경 및 인식이 사업실패부담감을 매개로 창업의지에 미치는 영향. *디지털융복합연구*, 11(8), 143-157.

오재우·양동우(2014). 창업 멘토링기능이 창업역량에 미치는 영향에 관한 실증연구: 창업준비기간, 창업희망기간의 조절효과 중심으로. *한국기술혁신학회 학술대회논문집(pp. 197-211)*, 아시아기술혁신학회.

유병준·전성민·석민성(2018). 멘토역량과 멘토링기능이 창업멘토링 만족도에 미치는 영향에 대한 연구: 창업가특성의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 13(6), 15-25.

유봉호(2014). 셀프리더십이 창업의지에 미치는 영향 요인에 관한 연구. *한국산학기술학회 논문지*, 15(3), 1382-1389.

육창환(2015). *창업가의 특성요인이 창업의지에 미치는 영향: 창업 멘토링의 조절효과를 중심으로* 박사학위 논문, 호서대학교 벤처전문대학원.

윤인철(2017). 대학생의 개인적 특성이 창업멘토링과 교육만족, 창업의지에 미치는 영향. *한국융합학회논문지*, 8(6), 265-273.

이만기(2007). *멘토링의 매개효과 및 조절효과에 관한 연구: 멘토 역량과 멘토링 기능을 중심으로* 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.

이인태·김우재(2015). 창업 멘토링이 창업의지에 미치는 영향: 창업 지식과 직무 도전성을 중심으로. *서비스경영학회지*, 16(2), 115-133.

이현경·이일환(2016). 대학생의 개인 창의성과 자기효능감이 창업 의지에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 11(3), 111-120.

이현숙·백민정(2012). 청소년의 개인특성이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 주관적 규범의 조절효과를 중심으로. *기업가정신과 벤처연구 (JSBI)(구 벤처경영연구)*, 15(2), 65-84.

임교순(2016). *사회적지지와 제도적지원이 초기창업자 행동에 미치는 영향* 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.

임한려(2019). *대학생의 기업가 진로 의도와 기업가 정신, 기업가 자기효능감 및 기업가 기민성의 구조적 관계에서 진로장벽 요인별 조절효과* 박사학위논문, 서울대학교 대학원.

전혜진·박재환(2015). 창업생태계 변화가 여성창업의지에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 10(2), 85-96.

정희도(2013). *청년창업기회인식에 있어서 멘토링의 관한 연구: 자기효능감과 자기내면화의 효과를 중심으로* 석사학위논문, 숭실대학교 벤처중소기업학과.

조장현·박정열(2017). 창업 멘토링 척도 개발 및 타당화 연구. *벤처창업연구*, 12(5), 67-77.

중소벤처기업부(2020). *2020년도 부처별 창업지원* 세종: 중소벤처기업부.

창업진흥원(2019). *창업 벤처 정책인식 실태조사(조사연구-2018)*. 세종: 창업진흥원.

최승호·원성권·한성수(2016). 대학창업교육이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 강릉지역을 중심으로. *국제지역연구*, 20(4), 185-201.

허미영(2014). *중국대학생의 역할모델이 창업의도에 미치는 영향: 창업자기효능감의 매개효과를 중심으로* 석사학위논문, 숭실대학교. 벤처중소기업학과.

홍지우·염지훈·김경환(2018). 예비여성창업자의 창업의도에 미치는 요인 연구. *생산성논집(구 생산성연구)*, 32(4), 333-362.

Ahn, T. U., & Lee, I. A.(2017). The Effects of Mentoring Education on Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: focusing on College start-up clubs activity moderating effects. *Korean Journal of Local Government & Administration Studies*, 31(3), 141-161.

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

Austin, M. J., & Nauta, M. M.(2016). Entrepreneurial role-model exposure, self-efficacy, and women's entrepreneurial intentions. *Journal of Career Development*, 43(3), 260-272.

Bandura, A.(1992). Exercise of personal agency through the self-efficacy mechanism. *Self-efficacy: Thought control of action*, 1, 3-37.

Bandura, A.(1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.

Bandura, A.(1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.

BarNir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. (2011). Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 270-297.

Basu, A., & Virick, M.(2008). Assessing entrepreneurial intentions amongst students: A comparative study. *In VentureWell, Proceedings of Open, the Annual Conference* (p. 79). National Collegiate Inventors & Innovators Alliance.

Boyd, N. G., & Vozikis, G. S.(1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial

- intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63-77.
- Burke, R. J.(1984). Mentors in organizations. *Group & Organization Studies*, 9(3), 353-372.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M.(2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of business research*, 60(10), 1090-1098.
- Cho, J. H., & Park, C. Y.(2017). The Development and Validation Study of the Entrepreneurial Mentoring Scale. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(5), 67-77.
- Choi, S. H., Won, S. K., & Han, S. S.(2016). A study on the effect of university entrepreneurship education on entrepreneurial intention in Gangneung area. *International Area Studies Review*, 20(4), 185-201.
- Choo, S., & Wong, M.(2006). Entrepreneurial intention: triggers and barriers to new venture creations in Singapore. *Singapore management review*, 28(2), 47-64.
- Cohen, S., & Hoberman, H. M.(1983). Positive events and social supports as buffers of life change stress I. *Journal of applied social psychology*, 13(2), 99-125.
- Courneya, K. S., Plotnikoff, R. C., Hotz, S. B., & Birkett, N. J.(2000). Social support and the theory of planned behavior in the exercise domain. *American Journal of Health Behavior*, 24(4), 300-308.
- Cox, L. W., Mueller, S. L., & Moss, S. E.(2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2), 229-245.
- Crant, J. M.(1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management*, 34, 42-49.
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A.(2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(3), 81-90.
- Engle, R. L., Schlaegel, C., & Dimitriadi, N.(2011). Institutions and entrepreneurial intent: A cross-country study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(02), 227-250.
- Farooq, M. S., Salam, M., ur Rehman, S., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K.(2018). Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. *Education+ Training*, 60(4), 335-353.
- Gird, A., & Bagraim, J. J.(2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South african journal of psychology*, 38(4), 711-724.
- Greenberger, D. B., & Sexton, D. L.(1988). An interactive model of new venture initiation. *Journal of small business management*, 26(3), 1-7.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A.(2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(2), 397-417.
- Hayes, A. F.(2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.
- Herron, L., & Robinson Jr, R. B.(1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of business venturing*, 8(3), 281-294.
- Hong, J. W., Yeom, J. H., & Kim, K. H.(2018). A study on factors affecting the entrepreneurial intention of potential female entrepreneurs. *Productivity Review*, 32(4), 333-362.
- House, J. S.(1981). The nature of social support. *Work stress and social support*, 1330.
- Im, G. S.(2016). *The Effects of Social Support and Institutional Support on Nascent Entrepreneur's Behavior*. Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Jeon, H. J., & Park, J. W.(2015). A Study on Changes of Entrepreneurial Ecosystem on Women Entrepreneurial Intentions. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(2), 85-96.
- Jung, H. D.(2013). *The Effect of Mentoring on Young Entrepreneur's Opportunity Recognition: Focused on The Mediating Effects of Self-efficacy and Schema*. Master's Thesis, Soongsil University.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M.(2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 655-674.
- Kim, C. H., & Yoo, Y. H.(2019). A Study on the Entrepreneurial Intention Determinants of University Students': Mediating Effect of Social Support. *The Journal of Small Business Innovation*, 22(3), 65-81.
- Kim, H. R.(2008). An Empirical Study on the Effects of Personality and Self Leadership of Potential Founders in the Micro Business Area on Founder Self-efficacy: Applying the Big Five Factors Model and the Self-Leadership Theory. *Korean Journal of Business Administration*, 21(6), 2393-2420.
- Kim, Y. T.(2019). *The Influence of Education and Mentoring of Entrepreneurship on the Intentions of Business Start-Up:Focusing on Self-Efficiency and Resilience*. Master's Thesis, Hoseo University.
- Kim, J. H.(2013). *The effects of social entrepreneurship and the social support on entrepreneurial behavior*. Doctoral dissertation, Chung-ang University.
- Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K.(2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.
- Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development(2019). *Survey on the recognition of start-up and venture policy(Research-2018)*. Sejong: Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development.
- Kram, K. E.(1983). Phases of the mentor relationship. *Academy of Management journal*, 26(4), 608-625.
- Kram, K. E.(1988). *Mentoring at work: Developmental*

- relationships in organizational life*. University Press of America.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L.(1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V.(1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(3), 91-104.
- 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.(2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.
- Lee, H. K., & Lee, I. H.(2016). The Study of the Effects of College Students Creativity and Self-efficacy on Entrepreneurial Intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(3), 111-120.
- Lee, H. S., & Baek, M. J.(2012). Individual Characteristics on Entrepreneurial Intention: Examining the Moderating Role of Subjective Norm. *Advancing Small Enterprise Innovation Research(JSBI)*, 15(2), 65-84.
- Lee, I. T., & Kim, W. J.(2015). The effects of entrepreneurial mentoring on entrepreneurial intention: Focus on the entrepreneurial knowledge and job challenge. *Journal of Korea Service Management Society*, 16(2), 115-133.
- Lee, M. K.(2007). *A study of the mediating effect and adjusting effect of the mentoring: focusing on the mentor's competency and mentoring functions*. Doctoral dissertation, Soongsil University.
- Lim, H. Y.(2019). *The Moderating Effects of Career Barriers Factors in the Structural Relationship among Entrepreneurial Career Intention, Entrepreneurship, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Alertness of Undergraduate Students*. Doctoral dissertation, Seoul National University.
- Liñán, F., & Chen, Y. W.(2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Manning, K., Birley, S., & Norburn, D.(1989). Developing a new ventures strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 67-76.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M.(2009). Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Ministry of Employment and Labor(2020). *According to employment administration statistics, December '19 labor market trend(2020-01)*. Sejong: Ministry of Employment and Labor.
- Ministry of SMEs and Startups(2020). *Support for start-ups by ministry in 2020*. Sejong: Ministry of SMEs and Startups.
- Noe, R. A.(1988). Women and mentoring: A review and research agenda. *Academy of management review*, 13(1), 65-78.
- Noe, R. A.(1988). An investigation of the determinants of successful assigned mentoring relationships. *Personnel psychology*, 41(3), 457-479.
- Oh, J. U., & Yang, D. U.(2014). An Empirical Study on the Effect of Entrepreneurship Mentoring Function on Entrepreneurship Competence: Focusing on the Moderating Effect of Entrepreneurship Preparation Period and Entrepreneurship Hope Period. *In Proceedings of the Korea Technology Innovation Society Conference (pp. 197-211)*, Asian Society for Innovation and Policy.
- Oh, S. H., & Ha, K. S.(2013). Effects on Entrepreneurial Intention by Start-up Environment and Self-efficacy Mediated by Fear of Business Failure. *The Journal of Digital Policy & Management*, 11(8), 143-157.
- Park, K. K., & Lee, K. M.(2010). The Relationships among Mentor's Characteristics, Mentoring and Mentee's Attitudes. *Korean Journal of Business Administration*, 23(5), 2841-2859.
- Park, S. H., & Chae, Y. H.(2017). The Effects of Social Capital and Social Support on Business Efficacy and Business Performance of Female Start-up Women. *Korea Association of Business Education 2017 Fall Academic Conference*, 231-239.
- Park, S. M.(2006). A study of development and validation of mentoring-function scale for college students. *Journal of Fisheries and Marine Sciences Education*, 18(1), 49-57.
- Park, Y. H., & Kim, Y. T.(2014). A Study on the Effect of Mentoring on the Entrepreneurial and Management Performance. *The Journal of Business Education*, 28(5), 513-528.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J.(2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.
- Ragins, B. R., & Cotton, J. L.(1991). Easier said than done: Gender differences in perceived barriers to gaining a mentor. *Academy of Management Journal*, 34(4), 939-951.
- Ragins, B. R., & Scandura, T. A.(1994). Gender differences in expected outcomes of mentoring relationships. *Academy of management Journal*, 37(4), 957-971.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J.(2009). *The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent*. Education+ Training.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F.(1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of small business management*, 26(4), 5.
- Shan, L., & Heo, C. M.(2019). *Effects of Entrepreneurship Motivation on Entrepreneurial Opportunity Competence*

- in Preliminary Young Entrepreneurs: Focusing on Mediating Effects Of Entrepreneurial Efficacy and Entrepreneurial Orientation. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(1), 117-137.
- Shapero, A., & Sokol, L.(1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Shiri, N., Mohammadi, D., & Hosseini, S. M.(2012). Entrepreneurial intention of agricultural students: effects of role model, social support, social norms and perceived desirability. *Archives of Applied Science Research*, 4(2), 892-897.
- Solesvik, M. Z.(2013). *Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major*. Education+Training.
- 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.
- St-Jean, E., Radu-Lefebvre, M., & Mathieu, C.(2018). *Can less be more? Mentoring functions, learning goal orientation, and novice entrepreneurs' self-efficacy*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.
- Turker, D., & Sonmez Selçuk, S.(2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European industrial training*, 33(2), 142-159.
- Tran, A. T., & Von Korfflesch, H.(2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38.
- Van Auken, H., Fry, F. L., & Stephens, P.(2006). The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 11(02), 157-167.
- Vaux, A.(1988). *Social support: Theory, research, and intervention*. Praeger publishers.
- Wanberg, C. R., Welsh, E. T., & Hezlett, S. A.(2003). Mentoring research: A review and dynamic process model. In *Research in personnel and human resources management*, Emerald Group Publishing Limited, 22, 39-124.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D.(2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Wu, S., & Wu, L.(2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- Xu, M.(2014). *The Effect of the Role Model on the Entrepreneurial Intention among Chinese College Students: On the Mediating Effects of Entrepreneurial Self-Efficacy*. Master's Thesis, Soongsil University.
- Yoo, B. H.(2014). A Study on Influential Factors of Self-leadership on Start-up Intention. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 15(3), 1382-1389.
- Yoo, B. J., Jeon, S. M., & Seok, M. S.(2018). A Study on the Effect of Mentoring Skills and Mentoring Functions on Start-up Mentoring Satisfaction: Focused on the Moderating Effects of the Characteristics of Entrepreneurs. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(6), 15-25.
- Yook, C. H.(2015). *Effect of Entrepreneur's Characteristics on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Moderating Effect of Entrepreneurial Mentoring*. Doctoral dissertation, Hoseo University.
- Yoon, I. C.(2017). Effect on startup mentoring, education satisfaction, and startup intention according to the individual characteristic of university student. *Journal of the Korea Convergence Society*, 8(6), 265-273.
- Zahra, S. A., & Wright, M.(2011). Entrepreneurship's next act. *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 67-83.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E.(2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T.(2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404.

A Study on the Effect of Entrepreneurial Mentoring on Entrepreneurial Intention: Mediating Effects of Social Support and Entrepreneurial Self-Efficacy

Cho, Han Jun*
Choi, Dea Soo**
Sung, Chang Soo***

Abstract

The purpose of this study is to investigate the impact of entrepreneurial mentoring as an effective support method to increase the awareness and entrepreneurial intention of university students. Therefore, the mediating effect of social support and entrepreneurial self-efficacy was demonstrated in the relationship between entrepreneurial mentoring and entrepreneurial intention. As a result of the analysis, the positive role of entrepreneurial mentoring was confirmed as an influencing factor to increase the intention of young prospective entrepreneurs to set up and increase their expectations for social support.

Specifically, entrepreneurial mentoring had a significant positive effect on entrepreneurial intention, social support, and entrepreneurial self-efficacy. Social support had a significant positive effect on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention, respectively, and partially mediated the relationship between entrepreneurial mentoring and entrepreneurial intention. Entrepreneurial self-efficacy had a positive effect on entrepreneurial intention, and entrepreneurial self-efficacy fully mediated between entrepreneurial mentoring and entrepreneurial intention.

Through this study, it was proved that entrepreneurial mentoring is an important factor that positively influences entrepreneurial intention, social support, and entrepreneurial self-efficacy. In addition, by identifying the effect of social support on entrepreneurial self-efficacy, it was confirmed that the individual's self-confidence and efficacy increased when they recognized the belief or utilization of social support. Finally, by confirming that entrepreneurial mentoring has a positive effect on social support and that social support mediates between entrepreneurial mentoring and entrepreneurial intention, the entrepreneurial mentoring program raises the entrepreneurial intention to start a business and helps founders to social support. It has been confirmed that it can be used as a way to raise the awareness and effect of startup supporting policy in practice as well.

Keywords: Entrepreneurial Mentoring, Social Support, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention, Startup Support Policy

* First Author, PhD Student, Dept of Technology Entrepreneurship, Graduate School, Dongguk University, South Korea, dynamichj@naver.com

** Co-Author, Professor, Dept of Information and Communications, Joong-Bu University, South Korea, daesooc100@gmail.com

*** Corresponding Author, Professor, Dept of Technology Entrepreneurship, Graduate School, Dongguk University, South Korea, redsun44@dongguk.edu