

문화관광상품 창업 중심 창업교육이 창업자 자기효능감의 매개효과를 통해 창업의도에 미치는 영향

황균정
전남대학교 산학협력중점교수

The Effects of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Intention through the Mediating Effect of Founder Self-Efficacy: Focused on Start-up of Cultural Tourism Product

Hwang, Gyun Jeong
Professor, Dept. of Regional Leading University Business Group, Chonnam University

요 약 본 연구는 문화관광상품 관련 창업자들의 수요에 맞는 창업교육을 통해 예비창업자들이 긍정적인 창업의도를 갖도록 하는게 연구의 목적이다. 또한 창업교육이 창업의도에 미치는 영향관계에 있어서 창업자들의 자기효능감의 매개효과를 검증하였다. 실증분석을 위해 본 연구에서는 광주·전남 지역의 문화관광상품 관련 창업자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 창업교육은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치고, 자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 자기효능감은 창업교육과 창업의도 간의 영향관계에서 매개효과를 확인하였다. 연구결과는 문화관광산업의 안정적이고 지속가능한 발전에 기초적인 자료를 제공할 것으로 기대한다.

주제어 : 문화관광상품, 창업교육, 창업의도, 자기효능감, 창업자

Abstract The purpose of this study is to provide the entrepreneurs with positive entrepreneurial intention through entrepreneurship education that meets the needs of founders related to cultural tourism products. In addition, the mediating effect of self-efficacy of founders was verified in the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial intention. For the empirical analysis, this study conducted a survey on founders of cultural tourism products in Gwangju and Jeonnam. The results of the study are as follows: First, entrepreneurship education has a positive effect on self-efficacy and self-efficacy has a positive effect on entrepreneurial intention. Second, self-efficacy confirmed the mediating effect in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurship intention. The results of this study are expected to provide basic data for stable and sustainable development of the culture and tourism industry.

Key Words : Cultural Tourism Product, Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Intention, Self-Efficacy, Founders

*Corresponding Author : Hwang, Gyun Jeong(mirimtotal@gmail.com)

Received January 6, 2022
Accepted March 20, 2022

Revised February 16, 2022
Published March 28, 2022

1. 서론

최근 위드코로나에 대한 기대감으로 그동안 침체되었던 관광산업의 정상화가 논의되면서 관광산업분야의 창업에 관한 관심과 수요가 높아지고 있다. 창업은 국가와 지역경제의 활성화에 기여하고 산업 경쟁력을 강화시키는 요인으로 일자리 창출과 같은 경제혁신을 가져다준다[1]. 특히 코로나로 인해 해외여행이 제한되면서, 국내관광의 수요가 늘어나고, 지역 특색을 가지는 문화관광에 대한 수요가 날이 증가하고 있는 추세이다. 여행자들은 추억을 간직하고자 지역적 문화특성을 내포한 문화관광상품을 구매하게 된다. 문화관광을 주도하는 지역의 경우, 특히 지역적 특색을 내포하고 지역적 이미지와 자원을 활용한 문화관광상품을 개발하고 다양한 관련 서비스를 창출함으로써 지역경제의 활성화를 도모하고 있다[2].

문화관광상품은 지역 이미지, 지역 상징적 소재 및 지역 특색에 적합한 내용을 함축하여 개발할 필요성이 있다[3]. 따라서 문화관광상품 관련 창업자들에게 정확한 지역문화와 역사를 포함한 창업교육의 필요성이 대두된다. 지역문화에 대한 트렌드를 분석하고 지역적 특색의 문화관광상품을 발굴함으로써 지역경쟁력을 강화할 수 있다[4]. 이러한 창업교육에는 지역의 역사, 자원, 산업, 지역주민의 생활과 문화, 가치 등 고유성이 내포되어야 한다.

문화관광상품 관련 예비창업자들이 성공적인 창업을 위해서는 관련 창업지식과 정보, 창업능력에 대한 교육을 통해 창업성공률을 높일 수 있다. 창업성공에 대한 자신감과 전문적이고 올바른 창업교육을 받은 예비창업자라면 창업의 성공가능성이 더 높다고 할 수 있다[5]. 특히 문화관광상품 관련 창업에 대한 교육이 제대로 진행되지 않을 실정이고, 지역문화에 대한 다양한 정보와 지식을 창업교육과정에서 제공하지 못하고 있다. 따라서 구체적이고 체계적인 문화관광산업에 대한 전반적인 창업교육 프로그램을 개발하고 운영방안에 대한 논의가 필요한 실정이다.

이에 본 연구에서는 문화관광상품 관련 창업자들의 수요에 맞는 창업교육을 통해 예비창업자들이 긍정적인 창업의도를 갖도록 하는게 연구의 목적이다. 또한 창업교육과 창업의도의 영향관계에 있어 자기효능감을 매개변수로 선정하여 실증분석을 진행한다. 연구결과는 문화관광산업의 안정적이고 지속가능한 발전에 기초적인 자료를 제공할 것으로 기대한다.

2. 이론적 고찰 및 가설설정

2.1 문화관광상품 창업자의 특성

문화와 관광의 특성으로 융합된 문화관광상품은 국가나 지역의 역사적·문화적 특성을 바탕으로 관광객들에게 볼거리와 즐길거리를 제공해주는 역할을 하고 있으며 더 나아가 지역홍보의 역할도 하고 있다[2, 3]. 문화관광상품은 지역의 이미지와 지역의 역사적 특성과 밀접한 관련이 있어, 고부가치 산업으로 경제적 효과를 가져다준다[4]. 문화관광상품은 일반상품과 비교할 때, 일반상품은 제품 자체의 가치에 신뢰를 구축하는 반면 문화관광상품은 차별화된 지역적 가치가 수요와 욕구를 만들어 경제적 수익을 가져다준다[6]. 지역적 특성을 잘 내포하는 문화관광상품의 개발은 지역주민들의 자발적인 참여를 높일 수 있고 지역경제의 활성화에 도움을 가져다준다[7].

2.2 창업교육

성공적인 창업을 위해서는 직면하게 될 여러 가지 어려운 상황을 적극적으로 극복하고, 특히 창업교육을 통해 철저한 사업 준비과정과 전문적인 창업 능력과 지식을 익히는 게 중요하다[8]. 문화관광상품 관련 창업에 있어, 지역적인 특성과 문화가 내포되어 관련 교육과 프로그램을 통해 성공적인 창업으로 이끌 수 있는 능력을 배양한다. 특히 문화관광산업에 관련된 전문적인 경험이 부족하고 지식이 없는 예비창업자들에게 정확한 창업교육을 통해 관련 지식과 기술을 습득하고 나아가 창업의 성공가능성을 촉진시킨다[9]. 창업에 관련된 이론적인 교육뿐만 아니라 현장조사와 새로운 시장 개발 및 문화·역사적 특성까지 고려하는 창업교육과정의 융합이 필요하다.

2.3 자기효능감

Bandura(1977)는 자기효능감에 대한 개념을 처음으로 제시하였고[10], 이수아(2019)에서는 자기효능감을 업무수행과정에서 목표달성을 위한 기술적 효과성과 자기조절적 전략에 대한 확신의 정도를 의미한다고 하였다[11]. 자기효능감이 높은 창업자는 자기효능감이 낮은 창업자에 비해 창업에 대한 교육과정을 더 적극적으로 이해하고자 하는 의지가 강하며[12], 자기효능감은 창업환경의 내적요인으로 창업교육에 의해 확립될 수 있다[13].

2.4 창업의도

창업의도는 창업에 대한 관심을 보이거나 향후 창업을 준비하는 예비창업자가 창업활동에 참여하려는 의지이다[8]. 윤성임·김성식·전병훈(2021)는 창업의도를 창업을 준비하는 의사결과적으로 계획적인 창업행동으로 볼 수 있으며[14], 창업의도는 전통적으로 창업교육과 밀접한 연관성을 갖는 것으로 연구되어 왔다[9]. 이해진·김진수(2019)의 연구에서는 창업을 준비하는 참가들이 창업교육을 통해 개인의 인지를 바꾸고 이러한 과정에서 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다[15]. 창업의도는 창업과 관련된 전반적인 과정을 이해하는 중요한 사항으로, 창업교육에 관한 관심의 증가로 인해 창업의도의 영향요인에 대한 연구 또한 다양한 관점에서 실증적으로 다루어지고 있다[8].

2.5 가설설정

양준환·김춘광(2018)은 창업교육이 창업자들의 자기효능감 형성에 중요한 요인으로 작용하고 있다고 하였고[16], 김정인·이일한(2014)는 창업교육이 자기효능감에 긍정적인 역할을 미치며[1], 자기효능감이 높은 창업자일수록 교육에 대한 열의가 더 크고 성과도 더 커진다고 하였다. 선행연구에 따르면 자기효능감은 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다[17, 18]. 양준환·김춘광(2020)은 창업교육은 창업자기효능감에서 창업동기를 통해 창업의도에 긍정적인 영향을 미치고 이는 이중매개모형의 성립을 검증하였다[9].

이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 문화관광상품 관련 예비창업자에 대한 창업교육이 창업의도에 미치는 영향과 이러한 영향관계에서 자기효능감의 매개효과에 대해 다음과 같이 가설을 설정한다.

가설1: 창업교육은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2: 예비창업자의 자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3: 창업자의 자기효능감은 창업교육과 창업의도 간의 관계를 매개할 것이다.

3. 연구모형 및 분석방법

3.1 변수의 측정 및 분석 방법

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 측정도구를 사용하였다. 창업교육은 양준환·김춘광(2018)의 연구를 참고하여 6개 문항으로 측정하였다. 자기효능감은 이준성(2020)의 연구를 바탕으로 5개 문항으로 측정도구를 설정하였다. 창업의도는 양준환·김춘광(2020)의 연구를 참고하여, 현재 또는 미래에 창업하고자 하는 의지로 정의하고, 6개 문항으로 측정하였다. 본 연구에서는 다중회귀분석을 통해 가설에 대한 실증분석을 진행하였다.

3.2 표본 및 자료 수집

본 연구는 연구가설에 대한 실증검증을 위해 설문조사의 방식으로 데이터를 수집 및 분석하였다. 본 연구에서는 광주·전남지역 문화관광상품 관련 창업을 희망하는 예비창업자들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 설문은 2021년 8월 20일부터 2021년 9월 30일까지 진행하였으며, 총 300부를 배포하였고 268부를 회수하였으며, 회수과정에서 과손되었거나 불성실한 표기로 인한 설문지를 제외하고 250부를 실증분석에 사용하였다.

4. 실증분석

4.1 인구통계학적 특성에 대한 분석

본 연구는 설문대상들의 인구학적 특성에 대해 다음과 같이 분석하였다. 설문 참가자 중 남성은 149명(59.6%), 여성은 101명(40.4%)으로 나타났다. 나이를 살펴보면, 20-29세는 51명(20.4%), 30-39세는 61명(24.4%), 40-49세는 76명(30.4%), 50-59세는 36명(14.4%), 60세 이상은 26명(10.4%)이다. 학력을 살펴보면, 고등학교 졸업은 25명(10.0%), 전문대 졸업은 44명(17.6%), 대학교 졸업은 124명(49.6%), 대학원 졸업은 57명(22.8%)로 나타났다. 창업교육 이수 시간을 살펴보면, 3개월 미만은 100명(40.0%), 3-6개월은 64명(25.6%), 6개월 이상은 86명(34.4%)이다.

4.2 탐색적 요인분석

측정변수에 대한 탐색적 요인분석의 결과는 다음 Table 1과 같다. 창업교육의 요인적 재량은 0.7이상으로 요인1로 묶였고, 자기효능감의 요인적재량은 0.4이상으로 요인2로 묶였으며, 창업의도는 요인적 재량이 .733부터 .838까지 요인3으로 묶였다. KMO 값이 0.869로 측정도구의 타당성이 있는 것으로 검증되었다.

Table 1. Exploratory Factor Analysis

Variable	Item	Factor		
		1	2	3
Entrepreneurship Education	A1	.179	.733	-.021
	A2	.284	.714	.000
	A3	.202	.817	-.030
	A4	.211	.748	.141
	A5	.144	.738	.038
	A6	.158	.809	.037
Self-efficacy	S1	.145	.334	.440
	S2	.113	.296	.458
	S3	.081	-.080	.778
	S4	.185	-.036	.805
	S5	.068	-.089	.853
Entrepreneurial Intentions	D1	.756	.212	.097
	D2	.819	.173	.094
	D3	.838	.207	.118
	D4	.810	.159	.144
	D5	.780	.184	.148
	D6	.733	.284	.121
Eigen value		4.071	3.944	2.496
% of Variance		23.947	23.201	14.682
Cumulative %		23.947	47.148	61.830
KMO=.869(sig=.000)				

4.3 신뢰도 및 상관관계 분석

Table 2는 측정변수들의 기술통계와 상관관계 분석 결과를 보여주고 있다. 변수들의 평균과 표준편차 결과 값을 살펴보면 창업교육의 평균값은 5.053, 표준편차는 1.218으로 나타났고, 자기효능감의 평균값은 4.569, 표준편차는 .984으로 나타났으며 창업의도의 평균값은 4.991, 표준편차는 1.077로 나타났다.

상관관계 분석결과, 창업교육은 자기효능감($r=.160, p<.05$)과 창업의도($r=.476, p<.001$)와 모두 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 자기효능감은 창업의도($r=.330, p<.001$)와 유의한 정(+)의 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 다음은 측정변수들의 신뢰도 값은 모두 .7이상으로 나타났다.

Table 2. Descriptive Statistics, Reliability, and Correlation Analysis

	Mean	S.D	Entrepreneurship Education (1)	Self-efficacy (2)	Entrepreneurial Intentions (3)
1	5.053	1.218	(.882)		
2	4.569	.984	.160*	(.735)	
3	4.991	1.077	.476***	.330***	(.905)

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.4 가설검증

본 연구의 문화관광상품 관련 창업자들에 대한 창업교육이 창업의도에 미치는 영향과 이러한 영향관계에 있어서 자기효능감의 매개효과를 검증하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 먼저 Table 3은 창업교육이 자기효능감에 미치는 영향을 검증한 결과이다. 창업교육은 자기효능감($\beta=.160, p<.05$)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1은 지지되었다.

Table 3. The Effect of Entrepreneurship Education on Self-Efficacy

Dependent: Self-Efficacy		
	Model 1	
	β	t
Entrepreneurship Education	.160*	2.552
R^2	.026	
ΔR^2	-	
F	6.515*	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

다음으로 Table 4는 자기효능감이 창업의도에 미치는 영향을 검증한 결과이다. 회귀분석결과를 보면 자기효능감은 창업의도($\beta=.330, p<.001$)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설2는 지지되었다.

Table 4. The Effect of Self-Efficacy on Entrepreneurial Intentions

Dependent: Entrepreneurial Intentions		
	Model 1	
	β	t
Self-Efficacy	.330***	5.514
R^2	.109	
ΔR^2	-	
F	30.400***	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

마지막으로 Table 5는 자기효능감의 매개효과를 검증한 결과이다. 모형1에서 창업교육은 창업의도($\beta=.476, p<.001$)에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 모형2에서 창업교육은 창업의도($\beta=.434, p<.001$)에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과에 따라 모형2에서 창업교육이 창업의도에 미치는 영향은 모형1에서 창업교육이 창업의도에 미

치는 영향보다 표준화된 회귀계수 값이 감소되었다. 즉 모형2에서의 유의수준은 모형1의 유의수준보다 감소한 것으로 나타났다. 그리고 모형2에서 자기효능감이 창업의도($\beta=.261, p<.01$)에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 창업교육이 창업의도에 미치는 영향에 있어서 자기효능감은 부분매개 효과를 보여주고 있다. 이와 같은 결과에 따라 가설3은 채택되었다.

Table 5. The Mediating Effect of Self-Efficacy

Dependent: Entrepreneurial Intentions				
	Model 1		Model 2	
	β	t	β	t
Entrepreneurship Education	.476***	8.527	.434***	8.015
Self-Efficacy			.261**	4.815
R^2 (Adjusted R^2)	.227(.224)		.293(.287)	
ΔR^2 (Adjusted R^2)	-		.066(.063)	
F	72.711***		51.199***	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

5. 결론

5.1 결과 및 시사점

본 연구는 문화관광상품 관련 창업자들에 대한 창업교육이 창업의도에 미치는 영향과 자기효능감의 매개효과에 대해 실증분석을 통해 검증하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 창업교육은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치고, 자기효능감은 창업의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 문화관광상품 관련 창업자들에 대한 창업교육은 예비창업자들의 자기효능감을 향상시키고, 최종적으로 창업의도를 유도함으로써 성공적인 창업을 이끄는 중요한 역할을 하고 있다는 것을 설명하고 있다. 또한 지역 문화 및 역사를 포함한 전반적인 문화인식에 대한 창업교육은 창업의도를 향상시키는 필수적인 선행요인임을 확인할 수 있다.

둘째, 자기효능감은 창업교육과 창업의도 간의 영향관계에서 매개효과를 확인하였다. 자기효능감은 창업의도를 향상시키고 창업성공에 대한 자신감을 가져다 주는 핵심 요인임을 확인하였다. 문화관광상품 관련 예비창업자들은 자기효능감이 높을수록 창업에 대한 성공의지가 강하고, 창업교육에 대한 관심이 많다는 것을 시사한다. 따라서 창업교육이 자기효능감을 매개로 창업의도에 미

치는 영향에서 자기효능감의 중요성을 시사한다.

5.2 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 앞에서 제시한 시사점 및 연구적 의의에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 성공적인 창업의도를 유도하는 선행요인으로 창업교육의 역할에만 초점을 맞춰 향후 연구에서는 다양한 선행요인에 대한 연구의 필요성이 제기된다. 둘째, 본 연구에서는 창업교육이 창업의도에 미치는 영향관계에서 자기효능감의 매개효과를 검증하였지만, 향후 연구에서는 창업의도를 향상시키는 다양한 매개변수 뿐만 아니라 조절변수에 대한 탐색이 필요하다고 판단된다. 셋째, 광주·전남지역의 문화관광상품 관련 예비창업자를 대상으로 설문조사를 진행하여 지역적인 한계점이 존재한다. 따라서 향후 연구에서는 연구대상의 범위를 전국지역으로 확장할 필요가 있다.

REFERENCES

- [1] J. I. Kim & I. H. Lee(2014). The Impact of Service quality in Entrepreneurial education on the Self-efficacy, the Achievement need and the Satisfaction of Entrepreneurial Education : Focusing on the Entrepreneurial Education of Internet Shopping Mall. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(5), 21-31.
- [2] J. H. Jeng & N. H. Kim(2019). A Study on Development of Key Tourism Products Using Local Cultural Resources : Focus on Development of Key Tourism Products of Gwangju Metropolitan City. *Journal of Cultural Product & Design*, 58, 87-96. DOI : 10.18555/kicpd.2019.58.09
- [3] H. R. Jin & K. M. Kim(2016). Development of Cultural Tourism Products in order to Strengthen Regional Identity : With emphasis on Jeonju Hanok Village's cultural tourism products. *Journal of Cultural Product & Design*, 46, 91-101. DOI : 10.18555/kicpd.2016.46.9
- [4] S. E. Mo & B. W. Kim(2010). Analysis on Current States and Economic Effects of Tourism Souvenirs Industry. *Journal of Korea Regional Economics*, 8(2), 83-105.
- [5] K. H. Jung & C. S. Sung(2017). The Effects of Entrepreneurship Education, Individual Environmental Factor and Individual Trait on University Student's Career Decision Self-efficacy. *Journal of Digital Convergence*, 15(6), 179-187. DOI : 10.14400/JDC.2017.15.6.179

- [6] S. K. Joo(2017). *A study on development of jewelry for culture and tourism through storytelling of local tourist attractions : the case of Jeju island*. Doctoral dissertation, Dongshin University, Naju, Korea.
- [7] B. S. Lee(2019). Development Process for Integrated Content Platform to Grow Korean Culture and Tourism Industry : Focusing on Diorama Theme Park. *Journal of Cultural Product & Design*, 57, 21-31. DOI : 10.18555/kicpd.2019.57.03
- [8] Y. T. Kim(2021). A Study on the effect of Experiential Entrepreneurship Education on Undergraduate Students' Entrepreneurship Intention : Focusing on entrepreneurship skills and entrepreneurship mediating effect. *The Journal of Korean Career-Entrepreneurship & Business Association*, 5(1), 51-75.
- [9] J. H. Yang & C. K. Kim(2020). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention : Focused on Double Mediation Effect of Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Motivation. *Korean Journal of Business Administration*, 33(3), 443-461. DOI : 10.18032/kaaba.2020.33.3.443
- [10] B. Albert(1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. DOI : 10.1037/0033-295X.84.2.191
- [11] S. A. Lee(2019). *Analysis of Entrepreneurship, Social Capital and Entrepreneurial Intentions of young pre-entrepreneurs : Focusing on Mediating Effects of Entrepreneurial Self-Efficacy and Moderating Effects of Entrepreneurship Education*. Doctoral dissertation, Kyonggi University, Kyonggi, Korea.
- [12] J. S. Lee & I. A. Song(2019). A Study on the Influence of the Founder's Self-Efficacy on the Sales of the Founding Company. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(5), 61-78. DOI : 10.16972/apjbve.14.5.201910.61
- [13] S. H. Park(2017). *A study on the effects of SME start-up environment, entrepreneurial self-efficacy and fear of business failure on entrepreneurial intention : focusing on the moderated effects of government's entrepreneurial supporting policy and mediated effects of entrepreneurship*. Doctoral dissertation, Hoseo University, Seoul, Korea.
- [14] S. I. Yun, S. C. Kim & B. H. Jeon(2021). A Study on the Influence of Self-Efficacy on Startup Intention: Double Mediating Effect of Entrepreneurship and Fear of Failure, and Moderating Effect of Startup Education. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 16(2), 151-181. DOI : 10.24878/tkes.2021.16.2.151
- [15] H. J. Lee & J. S. Kim(2019). An Effect of Youth Entrepreneurship Education Program's Characteristics to Entrepreneurial Intention: Focused on the Mediating Effect of Entrepreneurship Recognition. *Journal of Digital Convergence*, 17(3), 13-23. DOI : 10.14400/JDC.2019.17.3.013
- [16] J. H. Yang & C. K. Kim(2018). The Effects of Perceived Relational Support, Entrepreneurship and Self-Efficacy of Youth on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Moderating Effects of Entrepreneurship Education. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 13(6), 74-97. DOI : 10.24878/tkes.2018.13.6.74
- [17] D. S. Kim & J. W. Lee(2018). A Mediating Effects of Entrepreneurship between Self Efficacy and Start-up Intention. *The Journal of Business Education*, 32(3), 169-193. DOI : 10.34274/krabe.2018.32.3.008
- [18] J. W. Ok, B. H. Hyun, E. S. Chang & J. M. Yang(2020). A Study on the Effect of Social Support on Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Behaviors: Mediating effects of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(1), 151-165. DOI : 10.16972/apjbve.15.1.202002.151

황 균 정(Gyun-jeong Hwang)

[상화임]



- 2016년 2월 : 서남대학교 디자인과 (미술학사)
- 2018년 2월 : 광주대학교 디자인학과 (디자인석사)
- 2020년 2월 : 광주대학교 디자인학과 (디자인박사)
- 2018년 10월 ~ 현재 : 전남대학교 산학협력중점교수

- 관심분야 : 디자인, 문화관광상품, 창업, 문화교육 등
- E-Mail : mirimtotal@gmail.com