

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로*

김용태**

< 목 차 >

I. 서론		III. 실증분석 결과
II. 이론적 배경 및 선행연구		4-1. 신뢰성 및 타당성 분석
2-1. 창업의도	2-2. 창업효능감	4-2. 가설 검증
2-3. 디지털 리터러시	2-4. 체험형 창업교육	IV. 연구 결과 및 시사점
III. 연구모형 및 실증연구 설계		참고문헌
3-1. 연구모형	3-2. 연구가설 설정	Abstract
3-3. 자료수집 및 분석	3-4. 변수의 측정	

< 요 약 >

글로벌 경제 침체 및 4차산업혁명에 따른 신기술 등장 등의 급변하는 환경 속에서 새로운 일자리 창출의 방법으로 창업에 대한 국가적인 관심이 높아지고 있으며, 특히 대학에서 진로교육 활성화의 차원으로 다양한 창업교육 및 지원이 증가하고 있다. 이론 위주의 강의형 교육에서 진일보한 다양한 창업교육프로그램이 도입되고 있으며, 최근 디지털 전환시대를 맞이하여 창업교육 효과를 제고하기위해 디지털 미디어를 활용한 체험형 창업교육프로그램이 적극적으로 도입되고 있다. 본 연구는 디지털 전환의 신기술 시대에 요구되는 디지털 리터러시와 창업효능감이 체험형 창업교육을 통해 창업의도에 미치는 영향을 실증적으로 살펴보고자 하였다. 본 연구를 통한 실증분석 결과 첫째, 창업효능감은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 둘째, 디지털 리터러시의 하위 변수인 커뮤니케이션 역량은 창업의도에 유의미한 영향을 미쳤으나, 기기 활용역량은 창업의도에 유의한 영향관계가 검증되지 않았다. 셋째, 체험형 창업교육의 매개효과 검증 결과 창업효능감과 창업의도, 커뮤니케이션 역량과 창업의도 간에는 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 기기활용역량과 창업의도 간에는 유의한 영향관계가 검증되지 않았다. 본 연구를 통한 시사점으로 창업효능감과 디지털 리터러시가 체험형 창업교육프로그램을 통해 창업의도를 증진시킬 수 있으므로 체험형 창업교육프로그램 활성화를 위한 다양한 교수법과 콘텐츠 등이 개발될 필요가 있을 것이라고 판단된다.

* 이 논문은 2022학년도 남서울대학교 학술연구비 지원에 의해 연구되었음

** 남서울대학교 교양대학/디지털융합창업전공 부교수, ytkim@nsu.ac.kr

· 논문투고일 : 2022-11-06 · 수정일 : 2022-11-24 · 게재확정일 : 2022-11-28

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

키워드 : 창업의도, 창업효능감, 디지털 리터러시, 체험형 창업교육

I. 서 론

최근 코로나 COVID 상황과 세계 각 지역에서 발생하고 있는 국지적 전쟁, 금리 인상 및 원재료 가격 상승 등으로 글로벌 전체의 경제위기가 가속화되고 있다. 뿐만 아니라 비대면 중심의 문화와 온라인 비즈니스 확대 등 디지털 경제로의 전환이 급속하게 진행되고 있고, ICT기술 중심의 4차 산업혁명에 따른 노동환경과 산업구조 변화는 국내 경제에 큰 부담이 되고 있다. 아울러 국내 대학의 경우에는 입학자원 감소 및 수도권 과밀화 등의 현상이 급격하게 진행되고 있어 대학 발전에 어려움을 겪고 있다. 이러한 대내외 환경 변화와 경제 위기는 대학생의 향후 진로선택에도 많은 영향을 미치고 있다.

전 세계적으로 창업 분야는 새로운 정보통신기술(ICT) 발전 및 환경 변화에 적절한 양질의 일자리를 창출할 수 있는 대안으로 제시되고 있으며(김종진, 2020), 본인 스스로의 고용뿐만 아니라 실업 문제 해결, 신기술 혁신 촉진, 장기적인 경제 성장을 위한 수단으로 그 중요성이 강조되고 있다(김민성 · 이미숙, 2019). 이에 세계 주요 대학들도 우수한 인력과 연구 장비, 지식재산 등을 활용한 적극적인 산학협력을 통해 기업가적 대학(entrepreneurial university)으로 변화하여 새로운 청년 일자리 창출에 앞장서고 있다(김용태, 2021). 그동안 국내 대학에서의 창업교육은 급격한 양적 확산을 통해 창업강좌 및 창업친화적 학사제도 등 인프라 및 환경적 요인은 충분해졌으나, 지속적인 양질의 콘텐츠 개발 및 교수 역량 함양, 지역 및 대학 간 편차 해소 등 질적인 부분에 있어서는 새로운 변화와 보완이 요구되고 있다(김용태, 2022).

무엇보다 유능한 청년 창업가를 육성하기 위해서는 다양한 시대적 트렌드를 반영할 수 있는 양질의 창업교육이 반드시 필요하다(김용태, 2022). 지속되는 코로나19 팬데믹 영향으로 비대면 산업의 중요성이 증가되고 있으며 디지털미디어 기기 활용역량, 디지털미디어 커뮤니케이션 역량이 창업가에게 더욱 필요한 요소로 부각되고 있다(김상진 · 하규수, 2021; 김태영, 2022). 이러한 추세에 따라 대학 교육현장에서도 다양한 디지털 기기를 활용한 교육이 보편화되고 있으며 이를 활용한 창업 기회도 꾸준히 증가하고 있으며, 디지털 전환시대에 대비하는 교육이 증가할수록 디지털화에 대한 태도와 자신감이 높아져 다양한 사업기회를 포착하는데 유리하며(강경란, 2020), 사업 기회를 인식하고 활용하는 과정은 창업분야 연구에서 핵심적인 부분이다(Shane & Venkataraman, 2000).

하지만, 최근 국내 산업에서의 디지털 전환이 빠르게 진행되고 있는 가운데 대학생에게 요구되는 창업효능감과 디지털 활용 역량의 중요성에 대한 연구가 요구되고 있으며, 대학생

의 창업의도에 미치는 창업효능감과 디지털 리터러시 등과 같은 선행 변수에 대한 연구는 더욱 필요하다고 하겠다(이상길, 2018; 이철승·백혜진, 2022; 김태영, 2022). 이에 본 연구에서는 국내 대학에서 급격히 증가하고 있는 교과 및 비교과 창업교육 수강생들을 대상으로 창업의도를 증가시킬 수 있는 영향요인으로 창업효능감과 디지털 리터러시, 체험형 창업교육 등을 연구하였다. 청년 창업가 육성의 시대적 소명과 디지털 대전환의 트렌드에 부합하는 창업효능감과 디지털 리터러시가 체험형 창업교육이라는 경험을 통해 궁극적으로 창업의도에 어떠한 영향을 주는지 검증하고자 하였다.

II. 이론적 배경 및 선행 연구

2.1 창업의도

창업의도(Entrepreneurial Intentions)는 잠재적 창업가 또는 예비 창업가가 향후 창업을 준비하거나 실제 창업활동에 참여하려는 의지이며(김용태, 2018), 창업 행동에 이르게 하는 가장 중요한 예측 변수로 연구되어 왔다. 대학생의 창업의도란 재학 중 개인의 진로를 고민하는 과정에서 창업을 하고자 하는 계획과 의도를 가지는 것이라고 정의할 수 있으며 이는 실제 창업을 실행하기 이전의 감정, 생각 및 준비 태도 등을 포괄적으로 포함하며, 이러한 창업의도와 창업교육과의 관계에 대한 많은 선행연구를 살펴보면 창업교육이 창업의도에 영향을 미쳐 창업의도를 증가시키는 원인이 된다고 주장하고 있다(김용태, 2018). 창업을 위해서는 창업 실행에 대한 긍정적인 태도, 즉 창업의도가 발생되어야 함을 강조하고 있다(Clark, Davis & Harnish, 1984; Crant, 1996).

창업의도는 많은 연구자들이 창업을 실행하는데 요구되는 필수적인 요소로 주목한 바 있으며, 창업의도는 창업을 준비하는 과정을 이해하는 데 핵심적인 요소이므로 창업 분야에서 실증적인 연구가 많이 필요하다고 주장한 바 있다(Clark, Davis & Harnish, 1984). 또한 창업교육의 수준과 창업의도는 유의미한 관계를 가지며 창업교육의 수준이 높을수록 창업의지 또한 증가한다고 주장하였다(Crant, 1996). 이외에도 대학생을 대상으로 한 연구에서 창업 관련 강좌를 수강한 이후 창업의도가 증가함으로써 향후 창업가로서의 진로를 고려하게 된 학생이 증가하게 되었음을 주장한 바 있다(Pittaway & Cope, 2007). 따라서 창업교육을 통해 창업관련 지식 및 기술을 습득하게 된다면 잠재적 창업가의 창업의도는 증가될 수 있으며, 특히 대학생의 창업의도를 촉진시키기 위해서는 대학 내 체험형 창업교육프로그램이 중요하다고 할 수 있겠다(김용태, 2021).

취업 또는 실직 등 인생의 중요한 단계에서 새로운 대안으로 창업에 대해 고려할 수 있으며 창업의도는 결국 창업에 대한 긍정적 태도를 갖게 하여 창업의 실행을 증가시킬 수 있다

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

(Shapero, 1982). 창업의도에 관한 많은 연구는 Ajzen(1991)의 계획된 행동 이론(TPB)을 기반으로, 외생적 요인이 개인적 요인을 통해 간접적으로 창업의도에 영향을 미친다고 주장하였다(Hou et al., 2019). 창업의도에 영향을 미치는 요인들은 학자마다 다양하게 제시되는데 초기에는 개인특성요인, 심리특성요인, 환경요인 등으로 구분하였으나 점차 연구영역이 동기 부여, 창업교육, 창업프로세스 지원 등으로 확대되고 있다(강경란, 2018; 김수진·김종성, 2020).

2.2 창업효능감

창업효능감(entrepreneurship self-efficacy)은 창업가의 목표를 달성하기 위하여 요구되는 역할과 행동을 성공적으로 수행할 수 있다고 자각하는 개념이며, 스스로의 창업 역량에 대한 긍정적인 확신의 정도라고도 할 수 있다(강재학·양동우, 2016). 창업을 하는 과정에서 요구되는 여러 단계를 효과적으로 수행해 나갈 수 있다는 확신을 뜻한다(Hisrich & Kearney, 2013). Bandura(1997)가 제안한 개인의 심리적 특성인 자기효능감(self efficacy)에서 발전되어 Boyd & Vozikis(1994)는 특정 업무나 상황에 맞는 행동들의 과정을 조절할 수 있는 개인적인 신념 및 선택에 대한 신념으로 정의하였다. 불확실한 상황을 극복하기 위해 창업자가 다양한 도전과 위협에 능숙하게 대처하여 창업활동을 수행할 수 있는 자신의 창업능력 정도에 대한 자신감이나 신념을 창업효능감이라 정의하였다(이은지, 2015).

아울러 선행연구에서 창업효능감에 대해 불확실한 상황을 극복하기 위하여 도전하고 다양한 위협에 능숙하게 대처하여 창업활동을 수행할 수 있는 자신의 창업능력에 대한 개인의 어떤 신념이나 자신감을 의미한다고 하였다(김미숙·김영국, 2012). 이런 연구를 종합해 볼 때 창업효능감은 창업이 야기할 수 있는 불확실성과 위협을 잘 대처하고 통제할 수 있게 만들며, 실현 가능한 아이디어들을 확보하여 사업 기회를 확고하게 추진할 수 있다는 신념을 바탕으로 창업을 실행할 수 있는 가능성이 높다. 창업효능감이 높으면 다양한 기회들이 주어지지만 창업효능감이 낮은 경우 위협과 희생이 필요한 환경으로 평가됨으로써 기회가 감소될 수 있다(McGee, et al., 2009). 창업효능감이 높은 경우 사회의 인정, 심리적 성취감 등의 보상과 관련이 있는 반면, 창업효능감이 낮은 경우 실패, 스트레스 등의 패배의식이 지배적이다(Wilson, Kickul & Marino, 2007). 이와 같이 많은 선행연구에서는 창업효능감은 창업의 어려운 여러 과정을 효과적으로 이겨내고 성공할 수 있게 영향을 주며, 궁극적으로 창업의도와 의미 있는 상관관계를 갖고 있다고 주장하였다.

2.2.1 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향

창업효능감은 창업의도에 영향을 미치는 가장 강력한 변수로 다뤄져 왔으며(Krueger, Reilly & Carsrud, 2000), 창업과정에서 요구되는 다양한 역할과 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 믿음을 의미한다(Chen, Greene & Crick, 1998). 창업효능감이 높은 사람일수록 위기상황이나 불확실하고 모호한 상황에서 민첩한 대응력을 발휘하고 경쟁이 치열한 곳에서도 적절한 기회를 포착하여 어려움을 해결해 나갈수 있다고 믿기 때문에 높은 창업효능감은 창업의도에 긍정적인 영향을 준다(Krueger & Brazeal, 1994).

이러한 창업효능감은 기업가의 성과와 행동에 대한 예측력이 크고 창업과정을 설명할 수 있는 매우 중요한 개념임에도 불구하고 여전히 실증적 검증이 미흡한 실정이다(최명하, 2014; 강재학 · 양동우, 2016). 한 연구에서는 대학생 195명을 대상으로 Big5성격요인과 셀프 리더십이 창업효능감을 매개로 창업의도에 미치는 영향에 대해서 연구하였는데, 성격특성 요인보다 셀프리더십과 창업효능감 요인이 창업의도에 더 영향을 미침을 확인하였고 대학생이 창업을 진로로 인식하고 창업의도를 높이기 위해서는 창업효능감의 역할이 중요하다고 주장하였다(정대용 · 채연희, 2016).

호텔조리사들을 대상으로 한 연구결과에서도 창업효능감이 높을수록 창업의도가 높다는 사실을 검증하면서 창업효능감이 높은 예비 창업가는 경쟁적인 창업환경도 기회로 인식하며, 위험과 불확실성이 가득한 창업현실이라도 그것에 유능하게 대처하여 성공적으로 창업 행동을 할 수 있다고 믿고 실패 가능성은 낮게 지각하였다(김미숙 · 김영국, 2012). 이외 에도 창업효능감이 높은 사람은 외부 환경을 좋은 사업 기회로 인식하며, 반대로 창업효능감이 낮으면 오히려 위험한 상황으로 평가하게 되어 좋은 사업 기회를 놓치게 된다. 불확실성, 위험, 어려움이 존재하는 동일한 창업 현실에 처한 경우 효능감이 높은 사람이 낮은 사람보다 현실 대처에 대한 자신감을 갖기 때문에 창업의도가 높아진다(장혜선, 2014).

2.3 디지털 리터러시

최근 COVID 19 등의 확산으로 비대면 트렌드와 디지털 경제로의 전환이 가속화되고 있다. 이러한 추세에 근거하여 한정되어 있는 물리적 공간을 극복하고 다양한 디지털 미디어의 활용을 통해 사용자 경험을 증가할 수 있는 방안이 강조되고 있다. 디지털 리터러시는 생산과 소비를 포함한 일상생활에서 디지털 미디어와 도구를 적극적으로 활용하는 것을 의미한다(김상진 · 하규수, 2021). 온라인 스마트 사회에서는 온라인 미디어와 디지털 기술을 바탕으로 창업을 하거나 효과적으로 업무를 수행하는 것이 중요해지고 있으며, 디지털 리터러시가 우수할수록 디지털 친화적 태도와 자신감이 높아지고 다양한 사업기회를 포착하는데 유리하게 작용할 것이다(강경란, 2020; 김우중, 2016). 한국 사회가 지식기반사회로 진입함에 따라 디지털 기기를 사용하는 능력뿐만 아니라 온라인을 통한 정확한 정보검색과 평가

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

를 통해 찾은 정보를 정확히 이해하고 이를 활용하여 자신만의 방식으로 재창조하는 능력과 공유하는 역량이 요구되고 있다(권성호·현승혜, 2014). 모바일 앱 및 소셜 미디어와 같은 정보통신기술이 개인에게 정보통신기술 매개 공간에서 새로운 지식을 형성하고, 사회적 대화에 참여하며, 새로운 콘텐츠 개발에 기여하고, 사회적으로 관련 있는 연결과 네트워크를 구축할 수 있는 기회를 제공한다고 하였다(Crittenden, Crittenden & Ajjan, 2019).

인터넷과 클라우드 기술의 광범위한 가용성과 무료 정보, 통신 및 협업 도구 및 필요한 인프라 덕분에 정보 및 지식과 같은 전략적으로 중요한 자원이 더 균등하게 분배되고 있다(Crant, 1996). 온라인 마케팅 등과 같은 디지털 리터러시는 창업에 영향을 미치고 있으며, 디지털 리터러시는 사회적 네트워크 형성에도 긍정적으로 반영되고 있으며, 창업 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 필수 요소이다(김경선, 2019). 이하 본 연구에서는 디지털 리터러시의 구성요소를 정보 탐색의 관점과 커뮤니케이션 활용의 관점으로 구분하여 기기 활용 역량과 커뮤니케이션 역량으로 구분하였다.

2.3.1 디지털미디어 기기 활용역량

디지털미디어 기기 활용역량은 온라인과 오프라인 생활 사이의 건강한 균형을 달성하기 위해 디지털 장치와 미디어를 사용할 수 있는 역량이라 할 수 있다(김상진·하규수, 2021). 이는 온라인 플랫폼의 확산으로 인해 컴퓨터 활용 능력으로부터 모바일, 즉 스마트 기기 이용 능력으로까지 확장되고 있다(류성진·고홍석, 2021). 디지털 미디어 기기 활용역량은 네트워크 및 컴퓨터에 대한 기술적 접근 능력(안정임, 2002)으로 컴퓨터와 스마트 폰, 인터넷 네트워크 기술 등에 대한 사용능력(강정목·송효진·김현성, 2014)이다.

디지털정보역량을 하드웨어 및 소프트웨어를 다룰 수 있는 능력인 도구적 매체 역량(medium related skill)과 정보를 탐색하거나 처리하여 활용하기 위한 수단으로 디지털정보 기기를 활용하는 능력을 의미하는 내용적 역량(content related skill)으로 구분할 수 있다(Van Dijk, 2005). 모바일 및 소셜 미디어 환경에서 스마트 기기를 통해 다양한 온라인 플랫폼에 접속하여 포털 검색, SNS 이용, OTT나 유튜브 시청, 인터넷 बैंकिंग, 온라인 쇼핑 등을 할 개연성이 높아지고 있다(류성진·고홍석, 2021). 한국 노인의 정보격차의 원인분석에 관한 연구에서, 컴퓨터와 모바일 기기에 대한 설치, 활용 및 관리역량 중에 관리능력이 가장 낮은 것을 확인하였다(Jun, 2021). 본 연구에서는 앞서 살펴본 선행연구를 기반으로 디지털 미디어 기기 활용역량을 컴퓨터와 스마트 폰 등 디지털 기기의 기초적인 사용법을 숙지하고 이를 원활히 사용할 수 있는 정보접근 역량(김우중, 2016)으로 조작적 정의를 하였다.

2.3.2 디지털미디어 커뮤니케이션 역량

4차 산업혁명 시대의 디지털 기술의 발달로 인해 ‘리터러시’의 개념은 기존의 문해력을 넘어 다양한 미디어에 대한 이해와 활용, 생산과 창작, 소통과 참여 등의 폭넓은 범주의 개념으로 확장되었다(김민정·박영민, 2021; 김민정·최건아, 2020; 안미애, 2021). 오늘날 디지털 리터러시 역량은 특정한 세대나 집단에게만 필요한 것이 아니라 모두에게 필요한 역량으로 인식되고 있다(안정임, 2002; 최숙영, 2018).

디지털미디어 커뮤니케이션 역량이란 다양한 온라인 커뮤니티 참여 활동을 통해 자신의 의견을 표현하며 적극적으로 타인과 소통하고 정보를 공유할 수 있는 역량이라 정의할 수 있다(이상길, 2018). 디지털미디어 커뮤니케이션 역량은 지식정보의 상호교류 및 공유 능력으로 쌍방향성과 네트워크를 기반으로 한다(안정임, 2002). 또한 온라인 커뮤니티에서 적극적으로 타인과 소통할 수 있는 역량을 의미한다(권성호·현승혜, 2014). 따라서 오늘날 스마트 사회에서는 다양한 정보통신 디바이스를 활용한 정보생산 및 유통, 참여, 공유 등의 능력이 요구되고 있다(강정묵·송효진·김현성, 2014).

2.3.3 디지털 리터러시가 창업의도에 미치는 영향

디지털 전환(digital transformation)이란 우리 사회와 산업 전반에 걸쳐 진행되고 있는 현상으로 다양한 디지털 기술이 기존의 가치관과 사회 구조를 변화시키는 혁신의 흐름이다. 따라서 디지털미디어 활용역량은 스마트 사회의 트렌드 변화, 창업의 신규 플랫폼, 온라인 마케팅 등 창업에 영향을 미치고 사회 네트워크 형성에도 적극 반영되고 있다(이상길·하규수, 2017; 김정선, 2019). 즉 디지털미디어 활용역량은 창업 분야의 경쟁우위 확보에 핵심적 요인이라 할 수 있다(김정선, 2019). 특히 시니어들은 과학 지식과 정보통신기술의 발달, 대중 매체로 인한 정보의 급증, 생활방식과 인간관계, 직업구조의 변화 등으로 인한 세계화, 정보화, 평생학습사회라는 급격한 시대적 사회적 변화 속에서 살고 있다(권성호·현승혜, 2014). 스마트 기기를 보유하는 것이 단순히 정보에 접근할 수 있는 정보 활용능력을 가진 것은 아니며, 디지털 기기를 얼마나 잘 활용할 수 있는지에 대한 접근이 필요하다(하태림, 2013). 이러한 디지털 기기와 매체를 이용할 수 있는 능력을 일컫는 ‘리터러시(literacy)’는 외부 환경의 다양한 정보에 대한 접근, 분석, 평가 등을 통해 메시지를 만들어 공유하는 능력이라고 할 수 있다. 디지털 기기에 대한 기술적 이해와 광범위한 정보 활용 등 수준 높은 디지털 리터러시는 스마트 사회의 기업가가 갖추어야 할 중요한 핵심역량으로 강조되고 있다(김우중, 2016).

디지털 전환과 기업가 정신의 특징들이 어떻게 연관되어 있는가는 매우 복잡하다, 하지만

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

이를 이해함으로써 경제성장, 일자리 창출 및 혁신을 이룰 수 있다(Antonizzi & Smuts, 2020). 디지털 기술은 기업가적 행동을 활성화시키는 중요한 동인이다(Schiavone, Tutore & Cucari, 2020). 따라서 경제의 디지털화는 창업의도에 영향을 미치며(Youssef et al., 2021), 창업가의 창업의도에 미치는 영향 요인에 관한 연구에서 정보 역량은 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(양경애 · 하규수, 2020). 은행원의 성격 특성에 따라 디지털 미디어 활용역량이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 커뮤니케이션 역량이 창업의도에 유의한 영향을 미치는 것이 확인되었다(김경선, 2019). 디지털 교육 수준과 디지털 역량 수준이 높을수록 창업의도에 유의한 영향을 미친다(황소영, 2019). 온라인 커뮤니티 활동의 특성상 정보 제공성과 친밀성이 높을수록 창업의도가 높다는 연구 결과가 확인되었다(배근수, 2019). 성공적인 창업을 위해서는 스마트 사회의 특징과 속성에 대한 통찰력을 키우고 사업 기회를 포착하려는 전략적 노력이 병행되어야 할 것이다(김우중, 2016). 디지털 창업가는 디지털 네트워킹을 사용하여 기회를 창출한다. 이러한 기회는 온라인상에서 메시지에 응답하고 건설적인 비판과 제안을 수용할 수 있는 디지털미디어의 사용자를 통해 나타난다(Antonizzi & Smuts, 2020).

2.4 체험형 창업교육

최근 국내 대학을 중심으로 다양한 창업교육이 확대되고 있다. 전통적인 방법의 정보전달 방식으로 창업 준비에 요구되는 정보와 지식을 전달하는 이론교육이 아직까지는 다수 이뤄지고 있지만, 일부 강의실을 벗어나 다양한 시장조사 및 고객 발굴 경험, 외부 전문가에 의한 멘토링 등의 교과과정이 융합되어지는 체험형 창업교육의 형태들이 증가하고 있다(김용태, 2018). 단순히 정보만을 전달하는 이론형 창업교육은 기업가정신, Business Modeling, 사업계획서 작성과 소요자금 조달 등 창업을 앞둔 창업가에게 요구되는 지식 및 창업 관련 정보를 교수자의 일방적인 강의 형태로 진행하고 있다. 하지만 이런 형태의 창업교육은 수강생의 만족도 및 참여 동기, 창업의도가 낮은 경우 창업교육의 효과가 부족한 것으로 나타나고 있다(김용태, 2020). 이러한 이론 전달 중심의 창업교육을 보완하고자 수요자의 경험에 기반한 체험형 창업교육(entrepreneurial entrepreneurship education)이 추진되고 있으며, 교육부도 ‘창업 친화적 학사제도’를 적극 도입함으로써 지금까지의 창업교육을 개선하고 실제 수강생에게 요구되는 다양한 창업 준비 역량과 문제해결 능력 등을 창업 동아리 또는 실제 창업현장실습 등을 통해 체험할 수 있게 추진하고 있다(김용태, 2020).

체험형 창업교육이란 강좌를 수강하는 학생들이 창업 아이디어를 도출하고, 이것을 사업화하는 과정을 통해 창업 현장 실무를 체험, 실질적인 창업 경험을 습득과 역량을 강화함으로써 최종적인 창업 성공률을 높여줄 수 있다. 체험을 통한 창업교육은 가상의 시뮬레이션

교육을 통해 창업의 전주기 단계에서 예비창업자들이 일정 기간 동안 창업 아이디어를 발굴하고 실제로 창업 프로세스를 경험해보는 팀빌딩 프로젝트 방식으로 운영되고 있다. 대학 내 창업실습 방식의 창업교육을 보완하기 위해 외부 전문가를 활용한 멘토링 중심의 교육이 이뤄지기도 하며 지역 및 전국 단위 네트워크를 활용한 캠프 형태의 비교과 창업교육 프로그램도 활발하게 진행되고 있다(김용태, 2020). 이러한 과정을 통해 외부 전문가 및 선배 창업가들이 대학생들의 창업 아이디어에 대한 전문적인 멘토링을 제공하기도 하며, 이를 통해 아이디어 검증 및 창업 성공률 제고, 다양한 자금 조달 및 네트워크 확대 등에 기여하고 있다(Clark, Davis & Harnish, 1984). 이러한 체험형 창업교육은 최근 들어 다양하게 진행되고 있지만 체계적인 창업현장실습 인프라와 운영체계 구축, 전문가 멘토 네트워크 등이 갖추어지지 않은 대학교의 경우 실행에 옮기기 어려워 기존 이론 중심의 창업교육에서 벗어나기 힘든 상황이다(김용태, 2020).

위에서 살펴본 다양한 선행연구를 통해 체험형 창업교육 참여 경험이 창업의도를 촉진시킨다는 것을 확인할 수 있다(Clark, Davis & Harnish, 1984; Ronstadt, 1985; Garavan & O'Conneide, 1994). 선행연구에서는 창업교육을 통해서 창업가의 역량이 후천적으로 만들어지는 것이며, 창업스킬과 창업의도를 촉진시킴으로써 궁극적으로 창업의 성공 가능성을 높인다고 주장한 바 있으며(Timmons, 1985), 프랜차이즈 예비 창업자를 대상으로 한 연구에서 체험형 창업교육이 창업가의 실패율을 낮추주며 예비 창업자의 창업의도를 고취시킨다고 주장하였다(김춘화·강병오·윤형보, 2013). 위와 같은 다양한 선행연구에서 알 수 있듯이 체험형 창업교육은 창업 강좌를 수강하는 대학생들의 창업의도 제고에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

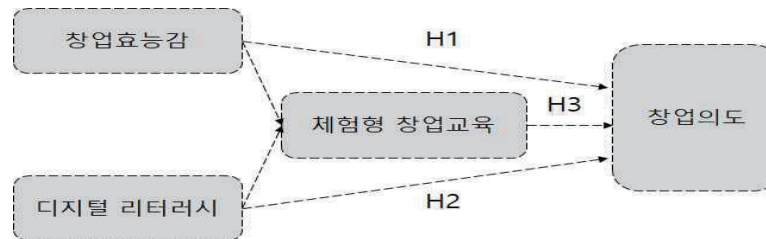
Ⅲ. 연구모형 및 실증연구 설계

3.1 연구모형

창업의도에 영향을 미치는 요인으로 창업효능감과 디지털 리터러시의 유의성을 검증하고자 하였으며 위의 변수들간의 관계에서 체험형 창업교육의 매개효과도 살펴보고자 하였다. 선행연구에 기반하여 아래와 같이 연구모형을 구성하였다.

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

〈그림 1〉 연구모형



3.2 연구가설 설정

창업효능감이 높을 경우 위험과 경쟁적 환경을 오히려 긍정적인 기회로 인식하고 적절하게 대처하여 좋은 결과를 성취할 수 있다고 믿게 되고, 다양한 사업 환경의 불확실함과 어려움이 존재하는 창업 준비 단계에서 창업 효능감이 높을 경우 창업의도가 높게 나타날 수 있다(McGee et al., 2009). 창업효능감은 창업의도가 형성되는 것을 예측하고 창업의도의 창업행동으로 실현되는 가능성을 예측하고 설명하는 가장 중요한 요소들 중 하나이다(김해룡, 2008). 오연석(2019)도 창업효능감은 창업의도에 영향을 미칠 수 있으며 창업행동 가능성을 예측할 수 있는 중요한 선행변수라고 하였다. 위의 선행연구에 기반하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 창업효능감은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

디지털 리터러시와 관련된 선행연구를 살펴보면 경제의 디지털화는 창업의도에 유의미한 영향을 미치며 디지털 기기 활용역량이 창업 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 필수 요소라고 주장하였다(Youssef et al., 2021). 이외 다수의 선행 연구에서도 디지털 리터러시가 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다(김경선·박우진·배병윤, 2020; 양경애·하규수, 2020; 황소영, 2019).

가설 2. 디지털 리터러시는 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 기기 활용역량은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 커뮤니케이션 역량은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

체험형 창업교육의 매개효과 관련 선행연구를 살펴보면 매개변수로서의 체험형 창업교육이 벤처성파에 대한 창업지향성의 영향을 증가시킨다고 주장하였다(Anwar, Clauss & Issah, 2022). 다른 선행연구에서도 창업교육이 매개변수로서 창업의도에 대한 긍정적인 영향이 확인되었다(신용식 · 김재홍 · 이일한, 2021; 양경애, 2021; 이정란 · 장규순, 2018; Shamsudee, Keat & Hassan, 2017; 강재학 · 양동우, 2016; Niammuad, Napompech & Suwanmaneepong, 2014).

가설 3. 체험형 창업교육은 창업효능감, 디지털 리터러시와 창업의도간 매개 역할을 할 것이다.

가설 3-1. 체험형 창업교육은 창업효능감과 창업의도 간 매개 역할을 할 것이다.

가설 3-2. 체험형 창업교육은 기기 활용역량과 창업의도 간 매개 역할을 할 것이다.

가설 3-3. 체험형 창업교육은 커뮤니케이션 역량과 창업의도 간 매개 역할을 할 것이다.

3.3 자료수집 및 분석

본 연구에서는 가설을 검정하기 위해 연구 모형에 대한 실증적 분석을 실시하였다. 모집단은 창업아이디어 발굴에서 시제품 제작의 전 과정을 조별 단위로 체험하는 실전창업 강좌를 수강한 대학생을 대상으로 2022년 3월 15부터 6월 15일까지 이루어졌다. 설문지는 아래 <표 1>과 같이 구성하였으며, 응답한 설문 자료 중에서 불성실한 응답지를 제외하고 최종적으로 총 260개를 분석하였다.

본 연구에 참가한 최종 응답자의 특성은 아래와 같다. 성별의 경우 남자가 117명(51.6%), 여자 108명(48.4%)보다 많고, 연령대는 21~25세 181명(80.3%), 계열별 전공은 인문사회계열 전공이 84명(37.3%), 공학계열이 76명(34.2%), 예체능 계열이 45명(19.8%), 기타 20명(9.0%)순으로 나타났다.

<표 1> 설문지의 구성 및 조작적 정의

구분	변수명	문항 수	조작적 정의	선행연구
독립 변수	창업 효능감	10	창업가로서의 목표를 달성하기 위해 필요한 행동과 역할을 성공적으로 수행해 낼 수 있다는 자신의 창업능력에 대한 확신의 정도	McGee et al.(2009) 김해룡(2008)

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

	기기 활용 역량	10	디지털기기를 원활히 사용하며, 정보 검색, 분석, 평가를 통해 목적에 적합하게 재생산하여 타인이나 조직과 공유하는 역량	Youssef et al.(2021)
	커뮤니케이션 역량	5	다양한 커뮤니티 활동에 참여하여 자신의 의견을 표현하고 적극적으로 타인들과도 소통하면서 정보를 공유할 수 있는 역량	김경선·박우진·배병윤(2020) 양경애·하규수(2020)
매개 변수	체험형 창업 교육	3	다양한 시장조사 및 고객 발굴 경험, 외부 전문가 멘토링 등 다양한 교과과정이 융합되어진 창업교육 과정 참여	Anwar, Clauss & Issah(2022)
종속 변수	창업 의도	4	본인의 사업을 소유하거나 새로운 사업을 시작하고자 하는 마음가짐	Niammuad, Napompech & Suwanmaneepong(2014)

IV. 실증분석 및 가설 검증

4.1 신뢰성 및 타당도 분석

본 연구는 탐색적 요인 분석을 통해 연구모형에서 제시된 측정 변수들의 타당도를 검증하였다. 탐색적 요인 분석 결과 KMO는 .913로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정 값도 7723.21($p=.000$)으로 양호하게 나타났다. 설명된 총 분산은 74.75%로 연구모형이 대체로 적절하게 나타났고, 요인의 적재값도 모두 .7이상으로 분석되었다. 내적 일관성 검증을 위해 신뢰도를 분석한 결과 Cronbach 's α 값이 창업의도 .858, 창업효능감 .846, 기기 활용역량 .913, 커뮤니케이션 역량 .913, 체험형 창업교육 .846으로 나타났다. Cronbach 's α 값이 .8 이상으로 나타나 연구변수의 신뢰성도 확보되었다. 위에서 제시한 내용과 같이 연구에 사용된 측정 변수의 타당도와 신뢰성을 확보하고 가설을 검증하였다.

4.2 상관관계 분석

본 연구의 주요 변수인 '창업 효능감', '기기 활용 역량', '커뮤니케이션 역량', '체험형 창업교육', '창업의도' 간 상관관계를 모두 분석해 본 결과 유의미한 정(+)의 상관관계가 나타났다. '기기 활용 역량'과 '창업 효능감'의 상관관계가 .679로 가장 높았으며 유의하게 나타났다. 사용된 변수 간 상관관계는 .8이하로 나타나 독립변수간에 다중공선성은 발생하지 않을 것으로 추정되었다.

〈표 2〉 상관관계 분석 결과

구분	평균	표준편차	창업 효능감	기기 활용	커뮤니케이 션 활용	체험형 창업교육	창업의도
창업효능감	3.507	.736	1				
기기 활용역량	4.019	.642	.679**	1			
커뮤니케이션역량	2.946	.904	.245**	.201**	1		
체험형 창업교육	3.146	.818	.348**	.221**	.461**	1	
창업의도	3.141	.938	.277**	.178**	.306**	.590**	1

** . 상관관계가 0.01. * . 상관관계가 0.05.

4.3 변수 간 관계 가설 검증

모형에 설정된 독립변수(창업효능감, 기기 활용 역량, 커뮤니케이션 역량)들이 창업의도에 미치는 영향 관계를 분석하기 위해 다중 회귀분석 방법을 사용하였다. 분석 모형의 설명력은 16.3%로 나타났다. 모형의 적합성 검정을 위해 F검정을 실시한 결과 11.412로 유의하게 나타났다. 다중 공선성을 체크한 결과 .9이하였기에 변수 간 다중 공선성은 나타나지 않은 연구모형으로 판단할 수 있다. 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β 은 .177로 나타났으며, T값은 2.212, $P < .05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설1. ‘창업효능감은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 채택되었다. 기기 활용역량이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β 은 .076로 나타났으며, T값은 1.017, $P > .05$ 로 나타나 유의하지 않았다. 따라서 가설2-1. ‘기기 활용역량은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 기각되었다. 커뮤니케이션 역량이 창업의도에 미치는 영향을 분석한 결과 β 은 .184로 나타나고, T값은 2.728, $P < .01$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설2-2. ‘커뮤니케이션 역량은 창업의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 채택되었다.

〈표 3〉 창업효능감 및 디지털 리터러시가 창업의도에 미치는 영향 분석 결과

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	VIF	검정 결과
	B	표준오차	베타				
(상수)	1.243	.424		2.568	.004		
창업 효능감	.076	.109	.159	2.212	.027	2.194	채택
기기 활용역량	.184	.102	.068	1.017	.339	1.974	기각
커뮤니케이션 활용	.161	.054	.154	2.728	.005	1.289	채택

통계량 : $R = .403$, $R^2 = .171$, 수정된 $R^2 = .146$, F값 11.532 ($P=.000$)

4.4 체험형 창업교육의 매개효과 가설 검증

본 연구에서는 체험형 창업교육의 매개효과 가설을 검정하기 위해 SPSS 24.0의 Process macro 4.0을 활용하였다. 제공되는 분석모형에서 부트스트래핑(bootstrapping) 방식에 의한 신뢰구간 추정방법에 의해 가설을 검정하였다. 부트스트래핑(bootstrapping)은 분포의 정규성(normality)을 가정하지 않아서 신뢰구간이 부정확하게 나타나지 않고 높은 검증력을 제공하는 것이며, 특히 매개효과의 검정에 있어서 기존의 Sobel 검증보다 우수한 것으로 알려져 있다 알려졌다(Hayes, 2022). Hayes에 의하면 Sobel 검증은 표본분포의 정규성을 가정하고 있으나 다수의 연구에서 표본분포의 정규성이 이루어지지 않는 것으로 확인되었기에 분석 결과의 신뢰성 문제가 발생할 수 있으므로 이에 대한 대안으로 시뮬레이션 방법을 활용하는 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 제안하고 있다(Hayes, 2022). 본 연구는 Process macro 4.0을 활용한 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 사용하였고, 검정의 신뢰성을 제고하기 위해 부트스트래핑(bootstrapping)의 표본을 기본값 10,000회로 상향하여 설정해서 검정하였다. 부트스트래핑(bootstrapping) 방식을 통해 신뢰구간의 하한값과 상한값을 추정하였으며, 유의성 검정은 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 존재하지 않을 경우 유의한 것으로 분석하였다.

창업효능감이 창업의도에 영향을 미치는 체험형 창업교육의 매개효과 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .122로 나타났으며, 상한값과 하한값 사이에 0이 존재하지 않아 유의하였다. 따라서 가설3-1. ‘체험형 창업교육은 창업효능감과 창업의도 간 매개 역할을 할 것이다’는 채택되었다. 기기 활용역량이 창업의도와 관계에서 체험형 창업교육의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .056으로 나타났으며, 상한값과 하한값 사이에 0이 존재하여 유의하지 않았다. 따라서 가설3-2. ‘체험형 창업교육은 기기 활용역량과 창업의도 간 매개 역할을 할 것이다’는 기각되었다.

디지털미디어를 커뮤니케이션에 활용할 수 있는 능력이 창업의도에 영향을 미침에 있어서 체험형 창업교육의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 간접 효과는 .170으로 나타났으며, 상한값과 하한값 사이에 0이 존재하지 않아 유의하였다. 따라서 가설3-3. ‘체험형 창업교육은 커뮤니케이션 역량과 창업의도 간 매개 역할을 할 것이다’는 채택되었다.

〈표 4〉 체험형 창업교육의 매개효과 검정결과

구분		Effect(B)	S.E	상한값	하한값	검정 결과
창업 효능감 → 창업의도	총효과	.215	.101	.026	.421	채택
	직접효과	.103	.091	-.070	.281	
	간접효과	.121	.050	.016	.221	
기기 활용 역량 → 창업의도	총효과	.122	.113	-.331	.206	기각
	직접효과	.061	.098	-.253	.132	
	간접효과	.056	.051	-.051	.155	
커뮤니케이션 활용 → 창업의도	총효과	.182	.064	.055	.305	채택
	직접효과	.011	.056	-.100	.127	
	간접효과	.170	.041	.097	.256	

V. 연구결과 및 시사점

5.1 연구결과 요약

국내 경제는 계속되는 글로벌 위기와 급격한 디지털 대전환으로 단기간에 큰 부담을 갖게 되었다. 이와 같은 외부 환경의 변화로 인해 많은 국내 대학생들이 본인의 진로에 많은 관심을 갖게 되면서 창업교육도 증가하고 있다. 이번 연구는 우리 사회에서 지속적으로 증가하고 있는 새로운 정보기술과 디지털 전환의 흐름이 대학생의 창업의도에 미치는 영향을 체험형 교육관계의 매개효과 등을 통해 분석하고자 하였다. 특히 증가하고 있는 창업교육으로 인한 창업효능감 및 디지털미디어 기기 및 커뮤니케이션 역량과 창업의도와의 관계에 초점을 맞췄다. 본 연구의 실증 분석 결과, 창업효능감과 디지털 커뮤니케이션 역량은 창업의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 하지만 디지털 미디어 기기 활용 역량은 유의미한 영향을 검증하지 못하였다. 아울러 창업효능감 및 커뮤니케이션 역량의 창업의도와의 관계에서 체험형 창업교육이 유의미한 매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

5.2 시사점 및 연구의 한계

본 연구는 학술적인 측면에서 개인적 특성을 중심으로 한 창업의도 관련 연구와는 다르게 최근 증가하고 있는 체험형 창업교육으로 인한 창업효능감과 디지털 전환 트렌드가 대학생의 창업의도에 어떠한 영향을 미치는가를 연구함으로써 향후 후속 연구자들에게 단초를 제공할 수 있을 것이다. 뿐만 아니라 창업효능감, 디지털 리터러시 그리고 매개변수로 체험형 창업교육(EEE)을 사용함으로써 대학생의 창업의도와 상관 관계에 대한 이론적 배경을 제시하였다는 점에서 체험형 창업교육의 영역을 확장하는 의미가 있다.

뿐만 아니라 본 연구는 실무적으로도 시사점을 제시할 수 있는 바, 첫째 디지털 전환의 트렌드에 예비 창업가의 창업효능감, 디지털 리터러시 등의 중요성을 실증함으로써 향후 창업교육 현장에서 고려할 수 있는 계기를 제공하였다. 아울러 본 연구에서는 창업효능감, 커뮤니케이션 역량 등이 예비 창업가의 창업 성공을 위해서 필요한 핵심 역량으로 분석되었다. 따라서 정책 입안자 및 창업 교육관련 기관에서 이와 관련된 역량 등을 체험형 창업교육을 통해 확대하는 노력이 필요하다고 하겠다. 또한 본 연구를 통해 창업의도에 영향을 미치는 체험형 창업교육의 매개변수로써의 역할을 강조하였으며, 창업의도를 높여가기 위해서 다양한 형태의 체험형 창업교육을 확대하는 것이 무엇보다 중요하다고 강조하였다. 대학뿐만 아니라 창업교육을 담당하는 조직에서는 창업의도를 고양시킬 수 있는 체험형 창업교육 프로그램을 적극적으로 활용해야 할 것이다.

위에서 제시한 학술적 및 실무적 시사점에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 연구 한계를 가지고 있다. 첫째 디지털 전환을 계기로 체험형 창업교육이 대학생의 창업의도에 미치는 영향에 주목하였다. 다수의 선행연구에서는 기업가정신 및 이론 중심의 창업교육 효과에 대해 연구한 바 있으나, 본 연구가 주목한 체험 위주의 창업교육을 통해 창업효능감과 디지털 리터러시가 예비 창업가의 창업의도 증가에 미치는 영향에 관해 논의된 선행연구는 부족하였다. 아울러 향후 연구에서는 디지털 리터러시의 하위요소를 보다 다양하게 추가하여 좀 더 확장된 형태의 연구모형 수립이 필요하다. 뿐만 아니라 이번 연구는 창업의도에 직간접적인 영향을 줄 수 있는 개인 성별과 계열별 전공 등이 충분히 고려되지 못하였으며, 연구자가 소속된 대학의 수강생을 표본 집단으로 하였기에 연구 결과를 일반화하는 것은 한계가 있다. 향후 연구는 전국에 위치한 대학의 수강생을 대상으로 조사 표본을 확대하여 창업교육 수강 동기 및 목적, 심리적 특성 등을 반영할 필요가 있을 것이다. 뿐만 아니라 심리적 불안, 우울, 진로 스트레스 등의 심리적인 요인 등을 반영할 수 있다면 대학생의 창업의도를 규명하는데 좀 더 정확한 연구결과를 도출할 수 있을 것이라고 생각된다.

참고문헌

(1) 국내 문헌

- 강경란(2020). 기업가정신과 사회적이슈(코로나19)가 창업기회인식에 미치는 영향 연구. 디지털 리터러시의 매개효과. **경영교육연구**, 35(5), 349-372.
- 강경란(2018). *베이비붐 세대의 창·재취업의도에 관한 연구*. 박사학위논문, 부산대학교 대학원.
- 강정목 · 송효진 · 김현성(2014). 스마트시대의 디지털 리터러시 측정을 위한 진단 도구의 개발과 적용. **한국지역정보학회지**, 17(3), 143-252.
- 강재학 · 양동우(2016). 대학생의 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. **한국산학기술학회 논문지**, 17(1), 493-507.
- 권성호 · 현승혜(2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구, 디지털 리터러시 향상을 중심으로. **교육공학연구소**, 8(1), 120-140.
- 김경선(2019). *은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향 -디지털미디어 활용역량의 매개효과-*. 석사학위논문, 연세대학교.
- 김경선 · 박우진 · 배병윤(2020). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과. **벤처창업연구**, 15(2), 209-220.
- 김미숙 · 김영국(2012). 관광관련 대학생들의 개인적 요인, 교육과 조직적 요인이 창업의도에 미치는 영향: 창업 자기효능감의 매개효과. **외식경영학회**, 15(4), 61-84.
- 김민성 · 이미숙(2019). 기술기반 창업기업의 개방형 혁신 활동이 성과에 미치는 영향: 부산지역 창업 초기기업을 중심으로. **산업경제연구**, 32(6), 2417-2439.
- 김민정 · 박영민(2021). 대학생의 디지털 리터러시 태도가 디지털 리터러시 수준에 미치는 영향 분석. **학습자중심교과교육연구**, 21(6), 495-507.
- 김민정 · 최건아(2020). 대학생의 읽기 및 쓰기 태도와 디지털 리터러시 태도간 관계 분석. **리터러시연구**, 11(3), 131-160.
- 김상진 · 하규수(2021). 디지털 역량과 개인적 역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향: 롤 모델의 조절 효과 중심으로. **벤처창업연구**, 16(5), 125-141.
- 김수진 · 김종성(2020). 예비창업자의 창업역량이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 기업가정신의 매개 효과를 중심으로. **한국진로창업경영학회지**, 4(1), 180-208.
- 김우중(2016). *창업가정신과 전략지향성이 기업성장에 미치는 영향*. 박사학위논문, 중앙대학교.
- 김용태(2018). 체험형 창업강좌와 이론형 창업강좌 학습자간의 창업동기, 기업가정신 및 창업의지 비교연구. **벤처창업연구**, 13(4), 49-58.

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

- 김용태(2021). 체험형 창업교육이 대학생의 창업의도에 미치는 영향. **한국진로창업경영학회지**, 5(1), 51-74.
- 김용태(2022). 체험형 창업교육 활성화 온라인 플랫폼 구축에 관한 탐색적 연구. **한국진로창업경영학회지**, 5(2), 21-45.
- 김종진(2020). 디지털 플랫폼노동 확산과 위험성에 대한 비판적 검토. **경제와사회**, 296-322.
- 김춘화 · 강병오 · 윤형보(2013). 점포창업자의 창업 전 창업교육 및 현장체험이 점포의 운영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. **한국산학기술학회 논문지**, 14(3), 1135-1148.
- 김태영(2022). 단대별 대학생 디지털리터러시 역량 차이. **인문사회** 21, 13(3), 137-151.
- 김해룡(2008). 소상공 예비창업자의 성격과 리더십이 창업효능감에 미치는 영향. **대한경영학회**, 21(6), 2393-2421.
- 류성진 · 고흥석(2021). 디지털 리터러시가 정보 프라이버시 염려에 미치는 영향. **한국방송학보**, 35(6), 149-186.
- 배근수(2019). *온라인커뮤니티특성이 중장년의 창업 및 재취업의도에 미치는 영향*. 석사학위논문, 한성대학교.
- 신용식 · 김재홍 · 이일한(2021). 중소 제조업 종사자의 창업의도에 미치는 영향. **벤처창업연구**, 16(4), 135-152.
- 안미애(2021). 대학생 디지털 기반 미디어 리터러시에 대한 태도와 행동 연구. **문화와 융합**, 43(11), 277-303.
- 안정임(2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시, 의미와 연구 방향 모색. **교육정보미디어연구**, 8(3), 5-25.
- 양경애(2021). *중장년층의 창업의욕에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 양경애 · 하규수(2020). 중장년층 창업의도에 미치는 영향 연구. **벤처창업연구**, 15(3), 45-56.
- 오연석(2019). *대학생의 창업불안이 창업효능감과 창업의지에 미치는 영향*. 석사학위논문, 경기대학교.
- 이은지(2015). *창업효능감과 창업의도가 창업성공에 미치는 영향*. 석사학위논문, 경상대학교.
- 이상길(2018). *직장인 창업의도에 영향 요인*. 박사학위논문, 호서대학교.
- 이상길 · 하규수(2017). 기업가정신, 정보기술 수용성, 미디어 활용역량이 직장인의 업무몰입에 미치는 영향: 학습지향성 조절 효과를 반영하여. **벤처창업연구**, 12(3), 37-51.
- 이정란 · 장규순(2018). 대학생 창업프로그램이 창업효능감, 기회인식, 창업의지에 미치는

- 영향. **벤처창업연구**, 13(1), 43-61.
- 이철승·백혜진(2022). 디지털 리터러시 함양을 위한 교수학습 방법 연구. **디지털융복합연구**, 20(5), 351-357.
- 장혜선(2014). *성 스키마가 창업 효능감, 성취동기, 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구*. 석사학위논문, 중앙대학교.
- 정대용·채연희(2016). 대학생 성격특성과 셀프리더십이 창업 효능감 매개로 창업의도에 미치는 영향. **경영교육연구**, 31(1), 85-111.
- 최명화(2014). *중년 직장인 퇴직 후 개인특성이 창업 효능감 및 창업의도에 미치는 영향*. 박사학위논문, 호서대학교.
- 최숙영(2018). 제4차 산업혁명시대의 디지털 역량에 관한 고찰. **컴퓨터교육학회 논문지**, 21(5), 25-35.
- 하태림(2013). *스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 분석*. 충청:정보통신정책연구원.
- 황소영(2019). *디지털교육 및 디지털역량이 4차 산업혁명시대 창업의도에 미치는 영향*. 석사학위논문, 중앙대학교.

(2) 국외 문헌

- Ajzen, I.(1991). The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behaviour and Human Decision Process**, 50(2): 179-211.
- Anwar, M., Clauss, T., & Issah, W. B.(2022). Entrepreneurial orientation and new venture performance in emerging markets: the mediating role of opportunity recognition. **Review of Managerial Science**, 16(3), 769-796.
- Antonizzi, J. & Smuts, H.(2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*, Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, South Africa: IFIP.
- Bandura, A.(1997). **Self-Efficacy: The Exercise of Control**. Macmillan.
- Boyd, N. G., & Vozikis G. S.(1994). The influence of Self-Efficacy on the Development Entrepreneurial Intentions and Actions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 18(4), 63-77.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A.(1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy distinguish Entrepreneurs from Managers?. **Journal of Business Venturing**, 13(4), 295-316.
- Clark, B. W., Davis, C. H., & Harnish, V. C.(1984). Do Course in Entrepreneurship Aid in New Venture Creation. **Journal of Small Business Management**, 22(3), 26-40.

디지털 리터러시와 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향 : 체험형 창업교육의 매개효과를 중심으로

- Crant, J. M.(1996). The Proactive Personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. **Journal of Small Business Management**, 34(3), 42-49.
- Crittenden, V.L., Crittenden, W.F., & Ajjan, H.(2019). Empowering Women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of Information Communications Technology. **Journal of Business Research**, 98, 191- 203.
- Garavan, T. N., & O' Cinneide, B.(1994). Literature review of problems associated with entrepreneurship education and training programmes. **Journal of European industrial training**, 18, 3-12.
- Hayes, J. C.(2022). Translation, subjectivity, and culture in France and England, 1600-1800. *In Translation, Subjectivity, and Culture in France and England, 1600-1800*, Stanford University Press.
- Hisrich, R. D., & Kearney, C.(2013). **Managing Innovation and Entrepreneurship**. Sage Publications.
- Hou, F., Su, Y., Lu, M., & Qi, M.(2019). **Model of the Entrepreneurial Intention of University Students in the Pearl River Delta of China**. *Frontiers in psychology*.
- Jun W.(2021). A Study on Cause Analysis of Digital Divide among Older People in Korea. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 18(16), 8586.
- 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.
- 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.
- Niammuad, D., Napompech, K., & Suwanmaneepong, S.(2014). The mediating effect of opportunity recognition on incubated-entrepreneurial innovation. **International Journal of Innovation Management**, 18(03), 1440005.
- Pittaway, L., & Cope. J.(2007). Entrepreneurship Education : A Systematic Review of the Evidence. **International Small Business Journal**, 25(5), 479-510.
- Ronstadt, R.(1985). The Educated Entrepreneurs : A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. **American journal of small business**, 10(1), 7-23.
- Schiavone, F., Tutore, I., & Cucari, N.(2020). How digital user innovators become entrepreneurs: A sociomaterialanalysis. **Technology Analysis & Strategic Management**, 32(6), 683-696.
- Shamsudeen, K., Keat, O. Y., & Hassan, H.(2017). Entrepreneurial success within the process of opportunity recognition and exploitation: An expansion of entrepreneurial

- opportunity recognition model. **International Review of Management and Marketing**, 7(1), 107-111.
- Shane, S., & S Venkataraman.(2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, 25(1), 217-226.
- Shapero, A.(1982). **The Social Dimensions of Entrepreneurship**. University of Illinois Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Timmons, J. A. (1985). **New venture creation**. Tata McGraw-Hill Education.
- Van Dijk, J. A.(2005). **The deepening divide: Inequality in the information society**. Sage Publications.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marino, D.(2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention : Implications for Entrepreneurship Education. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 31(3), 387-406.
- Youssef, A.B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M.(2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. **Technological Forecasting and Social Change**, 164, 120043.

<ABSTRACT>

A Study on the Effects of Digital Literacy and Entrepreneurship Efficacy on Entrepreneurship Intention : Focusing on the Mediating Effect of Experiential Entrepreneurship Education

Yong-tae Kim*

In a rapidly changing environment such as the global economic downturn and the emergence of new technologies following the 4th industrial revolution, national interest in entrepreneurship as a method of creating new jobs is increasing. In particular, various start-up education programs that have advanced from lecture-type education focusing on theory are being introduced. . Therefore, this study tried to empirically examine the effects of digital literacy and entrepreneurial efficacy, which are required in the new era of digital transformation, on entrepreneurial intentions through experiential entrepreneurship education. As a result of empirical analysis through this study, first, it was confirmed that entrepreneurial efficacy had a significant positive (+) effect on entrepreneurial intention. Second, the relationship between the ability to use the device during digital literacy and the intention to start a business was not verified. Third, it was found that experiential entrepreneurship education had an important mediating factor between digital literacy, entrepreneurial efficacy, and entrepreneurial intention. As the implication of this study, since entrepreneurship efficacy and digital literacy can enhance entrepreneurial intention through experiential start-up education programs, various teaching methods and contents will need to be developed to activate experiential start-up education programs.

Keywords : entrepreneurship intention, entrepreneurship efficacy, digital literacy, experiential entrepreneurship education

* First Author, Associate Professor of Liberal Arts College at Namseoul University, ytkim@nsu.ac.kr