

박사학위논문

지각된 디자인씽킹 교육이 기업가정신과
창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에
미치는 영향

2025년

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

최 은 서

박 사 학 위 논 문
지도교수 김상봉

지각된 디자인씽킹 교육이 기업가정신과
창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에
미치는 영향

The Effect of Perceived Design Thinking Education on Entrepreneurial
Intentions through Entrepreneurship and Entrepreneurship Efficacy

2024년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

최 은 서

박 사 학 위 논 문
지도교수 김상봉

지각된 디자인씽킹 교육이 기업가정신과
창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에
미치는 영향

The Effect of Perceived Design Thinking Education on Entrepreneurial
Intentions through Entrepreneurship and Entrepreneurship Efficacy

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2024년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

최 은 서

최은서의 건설팅학 박사학위 논문을 인준함

2024년 12월 일

심사위원장 김 정 렬 (인)

심 사 위 원 여 효 성 (인)

심 사 위 원 전 우 소 (인)

심 사 위 원 유 연 우 (인)

심 사 위 원 김 상 봉 (인)

국 문 초 록

지각된 디자인씽킹 교육이 기업가정신과 창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에 미치는 영향

한 성 대 학 교 대 학 원
스 마 트 융 합 컨 설 팅 학 과
스 마 트 융 합 컨 설 팅 전 공
최 은 서

본 연구의 목적은 디자인씽킹 방법론이 기업에 국한된 단순한 문제해결의 도구를 넘어 기업가정신의 함양과 창업을 성공적으로 이끌기 위한 핵심적인 요소임을 확인하고, 디자인씽킹의 중요성을 강조하여 디자인씽킹 교육이 창업 의도를 높이고 창업에 대한 성공을 높일 수 있는 효과적인 교육 프로그램 모델을 제시하여 기존 기업가정신 교육(창업 교육)의 활성화에 기여하고자 한다.

장기적인 경기의 불황으로 고용에 대한 불안정한 상황이 지속됨에 따라 정부와 기업들은 경제 성장을 이끌고 사회적 안정을 도모하기 위해 일자리 창출에 많은 관심을 기울이고 있다. 미국, 영국 등 선진국들은 글로벌 금융위기 이후 국가전략으로써 창업과 창업 활성화를 위한 기업가정신 함양을 의제(agenda)로 설정하여 위기에 대응하고 있고, 주요 선진국들은 경제 성장과 일자리 창출의 기반으로 기업가정신 교육을 강화하고 있다(이수아, 2019). 최근 세계적으로 기업가정신 교육이 국가경쟁력 강화를 위한 핵심 요소로 부상하며, 창업 활성화를 위한 다양한 정책들이 시행되고 있다. 특히 디자인씽킹은

문제해결 능력과 혁신적인 아이디어 창출을 위한 효과적인 방법론으로 주목받으며, 기업가정신 교육에 적용되어 그 효과성을 입증하고 있다.

전 세계적으로 창업에 대한 중요성이 커지면서 기업가정신 교육이 활성화됨에 따라 디자인씽킹 또한 그 활용성이 높아지고 있음에도 불구하고 디자인씽킹이 기업가정신 교육에 어떠한 역할을 하고 있는지에 관한 연구는 진행되고 있지 않아 그 연구의 필요성이 있다고 판단된다.

따라서 본 연구는 디자인씽킹 교육이 기업가정신 함양에 미치는 영향과 더불어, 창업자의 자기효능감을 매개변수로 하여 창업 의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 디자인씽킹 교육의 하위요인으로 디자인사고의 5가지 특성(공감, 통합적 사고능력, 낙관주의, 실험주의, 협업)을 독립변수의 하위요인으로 선정하고, 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에 미치는 영향을 검증하고자 연구의 목적을 위하여 가설을 설정하고 디자인씽킹 교육을 이수한 교육생 395명을 대상으로 설문조사를 실시해 수집된 데이터를 토대로 실증 분석을 진행하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 디자인씽킹 특성과 기업가정신의 관계에서 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업 5개의 모든 요인은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 공감, 통합적 사고, 실험주의, 협업 4개의 요인은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 낙관주의는 위험감수성에 유의한 영향을 미치지 못하였다. 진취성에는 디자인씽킹의 특성 중 실험주의만이 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 진취성에 유의한 영향을 미치지 못하였다. 디자인씽킹의 모든 특성이 기업가정신에 긍정적 영향을 미치지만, 그 영향력의 정도가 특성별로 다르게 나타난다는 것을 알 수 있다.

둘째, 디자인씽킹과 창업 자기효능감의 관계에서는 디자인씽킹의 특성인 통합적 사고, 실험주의, 협업 3개의 요인이 창업 자기효능감과 유의미한 양(+)의 상관관계를 나타냈고, 공감과 낙관주의는 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 디자인씽킹의 특정 요소들이 창업 자기효능감에 미치는 영향을 밝혀냄으로써, 디자인씽킹 교육은 창업 성공에 대한 자

신감을 높여 창업 의지를 고취하는 데 효과가 있음이 증명되었다.

셋째, 기업가정신과 창업 자기효능감의 관계에서는 기업가정신의 혁신성과 진취성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 나타냈으며, 위험감수성은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못한다는 것을 검증하였다. 연구 결과 새로운 아이디어를 창출하고 목표를 향해 꾸준히 노력하는 혁신성과 진취성의 특성이 창업에 성공할 수 있다는 자신감을 높일 수 있다는 것을 검증하였다.

넷째, 기업가정신과 창업 의도와의 관계에서는 기업가정신의 위험감수성과 진취성은 창업 의도에 유의한 (+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 혁신성은 창업 의도에 유의한 결과를 나타내지 못하였다. 위험감수성과 진취성의 새로운 사업 기회를 적극적으로 모색하고 불확실한 미래에 대한 도전을 감수하는 특성이 창업 의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 예측할 수 있다.

다섯째, 창업 자기효능감과 창업 의도와의 관계에서 창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 창업에 성공할 수 있다는 믿음 즉, 창업 자기효능감이 높을수록 창업을 실제로 실행하려는 의도가 높다는 많은 선행연구 결과와 그 결과가 일치한다는 것을 알 수 있다.

여섯째, 각 변수 간의 매개효과에서 기업가정신의 혁신성은 디자인씽킹의 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업과 창업 의도와의 관계에서 유의한 매개효과를 나타냈으며, 공감은 창업 의도 간의 관계에서 위험감수성이 유의한 매개효과가 나타났고, 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 진취성은 매개효과를 나타내었다. 디자인씽킹의 특성 중 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 유의한 매개효과를 나타냈고, 공감, 협업과 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 유의한 매개효과가 나타나지 않았다. 또한 디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감의 이중 매개효과 검증 결과 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 창업 의도 간의 관계에서 혁신성과 창업 효능감의 매개효과가 검증되었고, 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 진취성과 창업 자기효능감은 유의한 매개효과가 나타났다. 디자인씽킹의 다양한 요소들이 기업가정신의 혁신성과

진취성을 매로 창업 자기효능감을 높여 창업 의도로 이어진다는 사실을 확인하였으며, 특히 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 혁신성을 통해 실험주의는 진취성을 통해 창업 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 디자인씽킹 교육이 창업가 양성에 효과적임을 검증하였다.

이와 같은 결과를 통해 디자인씽킹 교육은 창업 의도를 높이는 데 효과적이며, 특히 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업은 기업가정신의 혁신성과 진취성을 자극하고 이를 통해 창업 자기효능감을 높여 창업 실행에 유의한 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 디자인씽킹 교육을 통해 기업가정신을 함양하고 창업 자기효능감을 높여 창업 의지를 고취할 수 있으며, 디자인씽킹의 다양한 특성을 활용하여 창업 프로그램을 개발하고, 창업생태계를 활성화에 도움을 줄 수 있는 방향성을 제시할 수 있었지만, 본 연구는 특정 대상을 표본으로 연구를 진행하였기 때문에, 일반화에 문제가 발생할 수 있어 추후 다양한 집단을 대상으로 추가 연구가 필요하며, 디자인씽킹 교육의 단기적인 효과에 초점을 맞추어 진행되었기 때문에 장기적인 효과에 관한 추가 연구가 필요하다는 한계점을 가지고 있다.

이후 연구에서는 다양한 디자인씽킹 프로그램에 관한 비교분석 연구와 교육 참여자들의 창업 행동과 성과에 미치는 장기적인 효과에 관한 추가 연구가 필요하며, 창업 의도에 영향을 미칠 수 있는 다양한 변수와의 관계나 다양한 분야의 창업 교육에 적용하여 그 효과를 검증하는 연구를 확장한다면 디자인씽킹 교육효과의 극대화는 물론 창업생태계를 활성화하는 데 중요한 밑거름이 될 수 있을 것으로 생각한다.

【주요어】 디자인사고 특성, 디자인씽킹 교육, 기업가정신, 혁신성, 위험감수성, 진취성, 창업 자기효능감, 창업 의도.

목 차

I. 서론	1
1.1. 연구 배경	1
1.2. 연구의 목적	5
1.3. 연구 방법	6
1.4. 연구의 구성	7
II. 이론적 배경	9
2.1. 기업가정신	9
2.1.1. 기업가정신 교육과 디자인씽킹	9
2.1.2. 기업가정신의 개념	10
2.1.3. 기업가정신의 하위요인	14
2.1.4. 기업가정신의 선행연구	28
2.2. 디자인씽킹	33
2.2.1. 디자인씽킹의 개관	33
2.2.2. 디자인씽킹의 정의	34
2.2.3. 디자인씽킹 프로세스	38
2.2.4. 디자인씽킹의 특징	43
2.2.5. 디자인씽킹과 기업가정신의 관련성	47
2.2.6. 디자인씽킹의 선행연구	48
2.3. 창업 자기효능감	51
2.3.1. 자기효능감의 개념	51
2.3.2. 창업 자기효능감의 개념	53
2.3.3. 창업 자기효능감 선행연구	56
2.4. 창업 의도	59
2.4.1. 창업 의도 개념	59
2.4.2. 창업 의도 선행연구	62

Ⅲ. 연구설계	69
3.1. 연구모형	69
3.2. 연구가설	70
3.2.1. 디자인씽킹 특성과 기업가정신, 창업자기효능감 변수 간의 관계	71
3.2.2. 기업가정신, 창업 의도 간의 관계	75
3.2.3. 기업가정신과 창업 의도 변수 간의 관계	76
3.2.4. 창업 자기효능감, 창업 의도 변수 간의 관계	78
3.2.5. 기업가정신의 매개효과	79
3.2.6. 창업 자기효능감의 매개효과	80
3.3. 변수의 조작적 정의	83
3.3.1. 변수의 개요	83
3.3.2. 디자인씽킹의 특징	83
3.3.3. 기업가정신	86
3.3.4. 창업 자기효능감	87
3.3.5. 창업 의도	87
3.4. 조사 방법	88
3.4.1. 연구 대상 및 표본수집	88
3.4.2. 설문지 구성 및 내용	90
3.4.3. 자료의 분석 방법	94
3.5. 연구의 차별성	95
Ⅳ. 연구 결과	98
4.1. 자료조사 방법	98
4.2. 표본의 특성	99
4.2.1. 표본의 일반적 특성	99
4.2.2. 기술통계 분석	101
4.3. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석	103
4.3.1. 탐색적 요인분석	103
4.3.2. 신뢰도 분석	108
4.4. 확인적 요인분석	111

4.4.1. 측정모델 분석	111
4.4.2. 집중 타당도 분석	111
4.4.3. 판별 타당도 분석	117
4.5. 가설검정	119
4.5.1. 연구모형 적합도 분석	119
4.5.2. 기본 가설검정	121
4.6. 매개효과 분석	132
4.6.1. 기업가정신의 매개효과	135
4.6.2. 창업 자기효능감의 매개효과	138
4.6.3. 기업가정신과 창업 자기효능감의 이중 매개효과	139
4.6.4. 팬텀 변수를 활용한 매개효과	142
 V. 결론	 144
5.1. 연구 결과 요약	144
5.2. 연구의 시사점	149
5.2.1. 학술적 시사점	149
5.2.2. 실무적 시사점	150
5.3. 연구의 한계점 및 향후 연구	151
 참 고 문 헌	 153
부 록	185
ABSTRACT	192

〈표 목 차〉

[표 1-1] 창업기업의 수	2
[표 2-1] 밥슨 칼리지(Babson College)의 디자인씽킹 활용 교과목	10
[표 2-2] 기업가정신의 개념 정의	13
[표 2-3] 기업가정신의 하위요인	16
[표 2-4] 혁신성 정의에 관한 선행연구	20
[표 2-5] 위험감수성 정의에 관한 선행연구	23
[표 2-6] 진취성에 관한 선행연구	27
[표 2-7] 기업가정신에 관한 선행연구	31
[표 2-8] 디자인씽킹의 개념 정의	37
[표 2-9] IDEO의 디자인씽킹 프로세스	39
[표 2-10] 디자인씽킹의 특성	46
[표 2-11] 디자인씽킹 특성의 선행연구	50
[표 2-12] 창업 자기효능감의 개념정의	55
[표 2-13] 창업 자기효능감의 선행연구	58
[표 2-14] 창업 의도 정의에 관한 선행연구	61
[표 2-15] 창업 의도에 관한 선행연구	67
[표 3-1] H1-H2 연구가설	73
[표 3-2] H3 연구가설	76
[표 3-3] H4 연구가설	78
[표 3-4] H5 연구가설	79
[표 3-5] H6 연구가설	80
[표 3-6] H7 연구가설	81
[표 3-7] H8 연구가설	82
[표 3-8] 디자인씽킹 특성의 조작적 정의	85
[표 3-9] 기업가정신의 조작적 정의	86
[표 3-10] 창업 자기효능감 조작적 정의	87
[표 3-11] 창업 의도 조작적 정의	88

[표 3-12] 표본 추출데이터	89
[표 3-13] 표본의 설계	89
[표 3-14] 설문지의 구성	91
[표 3-15] 연구의 차별성	96
[표 4-1] 표본의 인구통계분석	100
[표 4-2] 기술통계량 분석	101
[표 4-3] KMO와 Bartlett의 검정결과	104
[표 4-4] 요인분석 결과표	105
[표 4-5] 설명된 총 분산	106
[표 4-6] 신뢰성 분석결과	109
[표 4-7] 모델적합도 판단기준	112
[표 4-8] 측정모델 적합도 분석결과	113
[표 4-9] 집중타당도 분석결과	115
[표 4-10] 판별타당성 검증 방법	117
[표 4-11] 판별타당성 분석결과	118
[표 4-12] 구조방정식 모델적합도 분석결과	121
[표 4-13] 기본 연구가설	121
[표 4-14] 기본 가설검정	123
[표 4-15] 매개효과 가설	133
[표 4-16] 매개효과 가설검정 결과	134

〈그림 목차〉

[그림 1-1] 연구 구성표	8
[그림 2-1] Martin의 디자인씽킹 개념	35
[그림 2-2] d.school의 디자인씽킹 프로세스	40
[그림 3-1] 연구모형	70
[그림 4-1] 측정모형	114
[그림 4-2] 구조방정식 연구모형	120
[그림 4-3] 연구모형 검정	123
[그림 4-4] 팬텀 변수를 활용한 매개 검정모형	143

I. 서론

1.1. 연구 배경

4차 산업 시대를 맞이한 예측하기 힘든 불확실성의 생태계에서 경제·문화·교육 등 사회 전반에 걸쳐 큰 변화가 진행되고 있으며, 무엇보다 이러한 변화를 선제적으로 대응하고 새로운 혁신을 일으키는 인재를 양성하는 것이 국가적 차원의 과제로 떠오르고 있다(과학기술정책연구원, 2017).

대한민국에서는 경제 둔화와 급격한 저출산·고령화, 경제인구 감소, 고용 없는 저성장 등으로 인해 약화 된 국가 성장동력 강화를 위한 대안으로 창업 활성화가 부상하고 있다(오상훈, 2014). 정부는 창업생태계 조성을 위해 예비 창업자와 기존 창업자를 대상으로 창업지원 정책을 확대하고, 매년 많은 예산을 투입하며 적극적으로 지원하고 있다.

2020년 창업지원 사업의 정책자금에는 1조 4,517억 원이 책정되었다. 이는 지난해보다 29.8%가 증가한 역대 가장 큰 금액이다(매일경제, 2020). 금액이 커진 만큼 창업지원 사업에 참여하는 국가부서만 15개이며, 무려 90개의 지원 프로그램이 진행 중이다(김영수 외, 2021).

정부는 벤처 투자를 통해 고용을 창출하고 경제 성장을 끌어내는 것을 목표로 창업지원 정책을 추진하고 있다. 그것이 국가 경제의 거시 성장에도 영향을 미치기 때문이다(김영수 외, 2021). 또한 기홍석(2020)에 따르면 창업지원정책 중 창업 교육지원과 창업 인프라 지원은 자기효능감에 유의한 영향을 주고, 또한 창업자금지원은 창업 실패 부담감을 덜어주는 것으로 나타났다. 결과적으로 창업 지원정책을 확대하는 것은 예비 창업가들이 기업가정신을 함양하게 만들고 더 과감히 창업을 할 수 있게 도와준다. 하지만 창업 현실은 그리 녹록지 않다. 사회적으로 창업에 대한 관심도는 증가하고 있지만, 통계청의 기업 생멸 통계자료를 살펴보면 실제 창업 후 생존율은 그리 높지 않다. 창업 2년 생존율이 50%에 미치지 않고 5년에는 30.9%만 생존하게 된다(통계청, 2014). 또한 중소벤처기업부의 통계청 자료에 따르면 실제 창업기업의 수는 정체하거나 감소하고 있는 것이 현실이다. 다음의 내용은 아래 [표

1-1]에 정리한다. 이처럼 창업에 대한 국가의 지원이 갈수록 커지는 가운데, 창업자는 창업의 현실을 인지하고 투철한 기업가정신과 창업에 대한 뚜렷한 의지가 필요한 실정이다(김영수 외, 2021).

[표 1-1] 창업기업의 수

연도	창업기업 수		
	법인	개인	합계
2016	96,625	1,093,552	1,190,177
2017	97,549	1,158,718	1,256,267
2018	102,372	1,241,994	1,344,366
2019	109,520	1,175,739	1,285,259

(중소벤처기업부, 통계청DB 2020)

우리나라 정부는 창업을 장려하고 다양한 지원정책을 펼치고 있지만, 개인의 창업가 정신 수준은 여전히 미흡한 실정이다 즉, 창업은 단순히 개인의 성공을 넘어 국가 경제의 지속 가능한 성장을 위한 필수적인 요소가 되었으며, 이에 따라 정부 차원의 지원과 함께 개인의 창업가 정신 함양이 더욱 중요하다는 것을 알 수 있다.

세계 각국에서도 이를 해소하기 위한 다양한 방법 중 기술 및 지식기반 중심의 창업 활성화를 위한 혁신적인 정책들을 추진하고 있다(박주현, 2014). 새로운 일자리 창출과 4차 산업혁명 시대를 이끌어갈 선두주자로서 기업가정신 교육과 창업 교육의 중요성이 사회 전반적으로 대두되고 있다.

기업가 활동은 국가와 개인 모두에게 새로운 기회를 제공하고 경제의 활력을 제공하여 창조적인 활동을 통해 국가경쟁력을 활성화할 것이다. 이러한 이유로 많은 국가에서 기업가정신 활성화를 위한 다양한 정책과 연구가 시행되고 있다(박재환 외, 2017).

다수의 선행연구 결과 기업가정신 교육을 확대하는 것은 창업 의지를 높여 기업가의 활동을 활동과 태도를 강화하는 것으로 나타났다.

기업가정신 교육은 이러한 혁신적 인재 양성의 한 방안으로서, 전 세계 국가들의 주목을 받고 있다(고은희a, 2020). 이는 기업가정신이 경제 위기 극복과 성장, 지속 성장이 가능한 경제체제 수립, 일자리 창출 및 삶의 질 개선

등 문제해결의 핵심 방안이기 때문이다(World Economic Forum, 2009).

Sala-i Martín et al. (2012)는 지식 경제를 창조경제로 도약시키기 위해 가장 중요한 혁신의 원동력은 기업가정신이라고 하였다(윤상호, 2016). 기업가정신의 정의에 대해서 통일된 의견은 있지 않으나, 크게 창업이라고 보는 견해와 기업가적 사고(思考) 즉, 마인드로 보는 견해(김화영 외, 2017). 로 분류할 수 있는데, 기업가적 마인드로 보는 견해라 할지라도, 교육 차원에서의 기업가적 마인드는 창업 교육이라는 실체 안에서 이루어진다고 할 수 있다(고은희a, 2020).

창업진흥원(2013)의 미국 대학생 창업 인프라 심층 조사에 의하면, 미국 등 선진국의 경우에는 19세기 후반부터 기업가적 대학(Entrepreneurial University)으로 패러다임을 변화시키고, 대학과 기업이 적극적으로 협력하여 청년층이 적극적으로 창업을 시도할 수 있는 생태계를 조성하고 있다(창업진흥원, 2013). 1930년대부터 스탠퍼드 대학교(Stanford University) 졸업생이 설립한 기업이 3만 9,999여 개로 이들은 540만 개의 일자리를 창출하였고 연간 매출액은 세계 경제 규모 5위인 프랑스와 비슷한 2조 2,700억 달러에 달하고 있음을 보면 알 수 있듯이 기업가정신 교육이 단순 제조업 산업에서 플랫폼 산업으로 확장되어 가는 시대의 새로운 사업 창출에 지대한 역할을 했음을 짐작할 수 있다(고은희a, 2020). 미국 대학의 창업 교육은 1945년 하버드 대학교(Harvard University)에서 Myles Mace교수가 처음 창업 교육을 도입하였고, 1985년 MIT에서 창업 과목을 개설, 1970년대부터 본격적으로 경영대학에서 기업가정신 교육이 이루어졌으며, 미국 대학의 경우 창업을 통한 수익 창출 보다 창업 교육의 기업가적 마인드적 측면에 중점을 두고 학생 역량 강화에 비중을 두고 활발하게 진행하고 있다(산업연구원, 2008). 그중 U.S. News & World Report誌 선정 기업가정신 교육 세계 1위를 수년간 차지하고 있는 밥슨 칼리지(Babson College)와 세계적인 스타트업을 배출하고 있는 스탠퍼드 대학교, 프랑스의 인시아드(INDEAD) 등에서 진행하고 있는 기업가정신 교육의 공통점이 디자인씽킹 프로그램을 진행한다는 점을 주목해 볼 만하다(양경란 외, 2015). 디자인씽킹은 공감이라는 마인드를 중심으로 숨겨진 문제를 찾아내고, 명확히 정의한 후 아이디어를 도출하고 프로토타

입을 활용하여 반복적인 테스트를 통해 문제를 해결하는 혁신적인 방법론으로서 주목받고 있다(고은희, 2020). 이렇듯 전 세계적으로 창업에 대한 중요성이 커지면서 기업가정신 교육이 활성화됨에 따라 디자인씽킹 또한 그 활용성이 높아지고 있음에도 불구하고 하고 디자인씽킹이 기업가정신 교육에 어떠한 역할을 하고 있는지에 관한 연구는 진행되고 있지 않아 그 연구의 필요성이 있다고 판단된다.

본 연구는 디자인씽킹의 특성이 기업가정신과 어떤 연관성을 가지는 데에 대한 명확한 검증을 위해 혁신적 사고로서 디자인사고를 탐색하며, 기업가정신과 디자인사고의 특성의 유사성에 기반하여, 디자인씽킹 특성 역시 기업가정신처럼 창업기업과 창업가가 갖추어야 할 요인으로 연구될 수 있다고 판단했다. ‘혁신성’, 위험감수성’ ‘진취성’ 으로 논의되는 기업가정신처럼, 디자인사고를 하는 주체로서 인간 고유의 특성으로 Tim Brown(2008)이 주창한 디자인사고의 특성인 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업의 5개의 요인을 독립변수인 디자인씽킹 교육의 하위요인으로 선정하였다(김윤지, 2015).

디자인씽킹 특성과 기업가정신 간에는 유사한 특성이 있다. 디자인 씽킹의 특성은 창업가가 갖추어야 할 필수적인 자질이며, 디자인씽킹 특성은 창업기업과 창업가가 갖추어야 할 태도이자 디자인사고 능력은 창업 성공률을 높이는 데 기여할 수 있을 것으로 판단하였다. 또한 이러한 부분이 창업 교육과도 직결된다면 창업 의도에 유의한 영향을 미치리라 판단하였다.

본 연구는 디자인씽킹 특성과 창업 의도 간에 기업가정신과 창업 자기효능감의 관계를 분석한 초기 연구로서 가치와 의의를 지닐 뿐만 아니라 디자인사고의 특성과 창업 의도 간의 가장 큰 양(+)의 영향력을 미치는 요인을 검증하였고, 기업가정신 교육으로서의 디자인씽킹 교육의 한계점을 보완하고 그에 대한 시사점을 도출하여, 디자인씽킹 교육을 통해 창업가들이 차별화된 경쟁력을 확보하고 성공적인 창업을 위한 가치로 활용하고 적용할 수 있도록 돕는 효과적인 방안과 모델을 개발하고 제시하는 데 목적이 있다.

1.2. 연구의 목적

4차 산업혁명 시대의 도래와 함께 창업이 국가 경제 성장의 핵심 동력으로 부상하면서, 창업지원 정책이 확대되고 있습니다. 하지만 창업 생존율은 여전히 낮고, 창업가 정신 수준 또한 미흡한 실정입니다. 이러한 상황에서 디자인씽킹이라는 혁신적인 방법론이 기업가정신 교육에 활용되면서, 창업 성공률을 높이고 창업생태계를 활성화할 수 있다는 기대가 높아지고 있다.

본 연구는 디자인씽킹 특성인 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업이(김윤지, 2015), 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 효능감을 통해서 창업 의도에 미치는 영향에 대해 알아보고자 다음과 같은 연구 목표를 설정하였다.

첫째, 디자인씽킹의 핵심 요소인 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업이(김윤지, 2015), 기업가정신의 핵심 요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성과의 관계에서 어떠한 연관성을 갖는지 검증한다.

둘째, 기업가정신이 창업 자기효능감에 미치는 영향과 디자인씽킹 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 분석하고, 특히 창업 의도에 가장 큰 영향을 미치는 디자인씽킹의 특성 요인에 대해 규명한다.

셋째, 디자인씽킹 교육이 기업가정신 함양과 창업 의도 향상에 효과적인지 검증하고, 디자인씽킹 교육을 통해 창업가들이 차별화된 경쟁력을 확보하고 성공적인 창업을 위한 가치로 활용하고 적용할 수 있도록 돕는 효과적인 방법 안과 모델을 제시한다.

따라서 본 연구는 디자인씽킹이 단순한 문제해결 방법론을 넘어 기업가정신 함양과 창업 성공에 기여할 수 있는 핵심 요소임을 밝히고, 디자인씽킹의 중요성을 강조하며, 디자인씽킹 교육이 창업 의도를 높이고 창업 성공률을 향상할 수 있는 효과적인 모델을 제시하여 기존 기업가정신 교육과 창업 교육의 한계를 극복할 수 있는 새로운 교육 모델을 제시하여 창업생태계 활성화에 이바지하고자 한다.

1.3. 연구 방법

본 연구는 기존 선행연구에 대한 문헌 고찰을 통해 이론적 배경을 마련하고, 이를 바탕으로 기업가정신 교육과 디자인씽킹 교육을 결합한 프로그램이 개인의 기업가정신과 창업 자기효능감을 향상하게 시켜 최종적으로 창업 의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 연구 문제에 대한 가설을 설정하고 연구 모형과 연구가설을 설정한 뒤 표본을 대상으로 개발한 설문지를 통해 실증 분석을 실시하고자 한다.

연구 방법구성에 대한 기본적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 디자인씽킹 교육을 창업 교육과 기업가정신 교육의 하나로 보고 디자인씽킹 교육이 창업 의도에 미치는 영향을 규명하고자, 디자인씽킹의 하위요인(공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업)으로 Tim Brown(2008)이 주장한 5가지 특성을 독립변수로 제시하고, 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감을 거쳐 창업 의도에 어떠한 영향을 미치는지 매개효과를 중심으로 연구모형을 설정하고 가설을 검증하고자 한다.

둘째, 본 연구는 디자인씽킹 교육이 기업가정신을 함양하고 창업 의도를 높이는 데 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다. 특히, 기업가정신 교육을 이수한 일반인을 대상으로 디자인씽킹 교육의 효과를 검증함으로써, 디자인씽킹이 창업생태계에서 잠재적인 창업가를 양성하는 데 어떠한 역할을 하는지 규명하고자 한다. 이를 위해 디자인씽킹 교육에 참여한 교육생을 대상으로 설문조사를 실시하고, 수집된 자료를 SPSS 23.0과 AMOS 23.0을 활용하여 가설을 검증하고자 한다.

셋째, 본 연구는 설문조사 자료 내용을 기반으로 빈도분석을 통해 표본의 일반적 특성을 파악하였으며, 크론바흐 알파(Cronbach Alpha) 계수를 확인하여 이를 활용하여 연구의 측정 도구의 신뢰성을 검증하고자 하였다. 그리고 확인적 요인분석을 통해 측정모델의 타당성을 확보하고 구조방정식 모델 분석을 통해서 본 연구의 가설을 검증하고자 하였다. 조절 효과는 부트스트래핑(Bootstrapping) 기법을 활용하여 조절 변수의 조절 효과를 검증하여 연구의

결과의 명확성을 높이고자 하였다.

1.4. 연구의 구성

본 연구의 구성은 서론, 이론적 배경, 연구설계, 연구 결과, 결론 총 5장으로 구성하였으며, 구성 내용에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

제1장 서론에서는 연구의 필요성과 목표를 명확하게 제시하고, 연구 문제 해결을 위한 연구 방법과 논문 구성에 관하여 설명하였다.

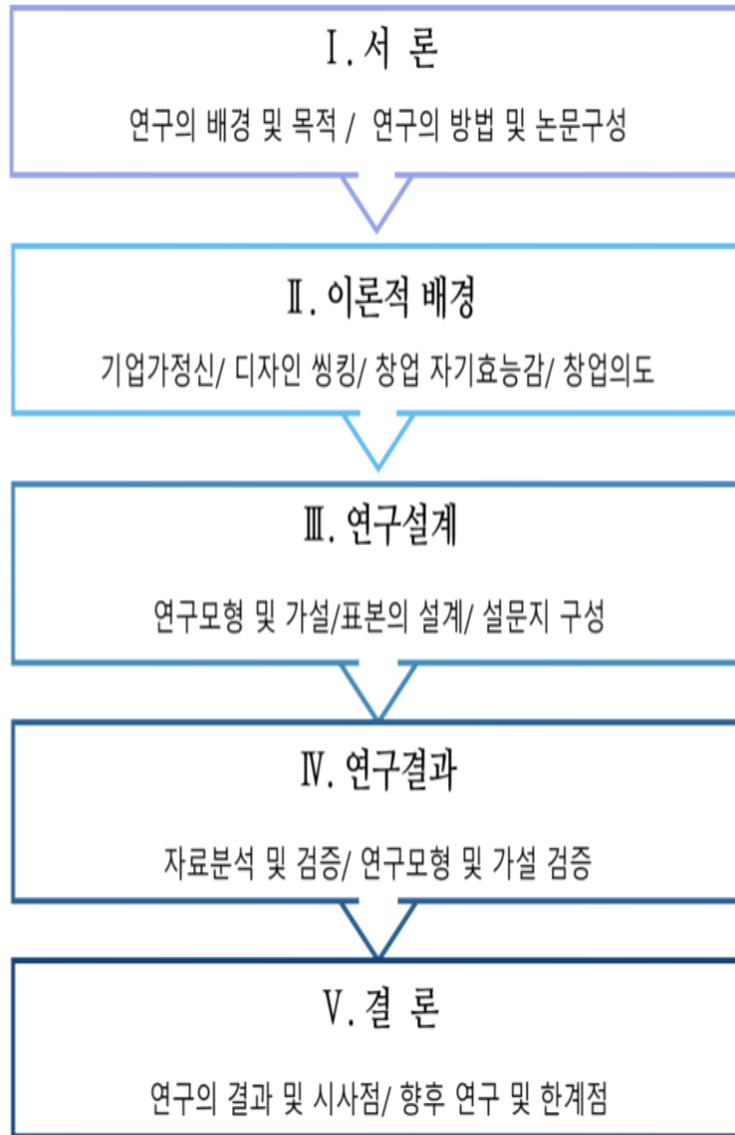
제2장 이론적 배경에서는 연구의 주요 개념인 기업가정신, 디자인씽킹, 창업 효능감, 창업 의도에 대한 선행연구를 바탕으로 이론적 배경을 정립하였다. 각 개념의 정의와 상호관계를 살펴보고 본 연구에 필요한 이론적 틀을 제시하고자 하였다.

제3장 연구설계 단계에서는 실증된 검증 연구를 위해 선행연구를 바탕으로 연구모형을 구성하고 이를 바탕으로 연구가설을 설정하고 연구에 사용될 변수들을 조작적 정의하고 표본설계를 통해 연구 대상을 선정하고 연구자료에 필요한 자료수집을 위해 설문지개발을 하였다.

제4장 연구 결과에서는 수집된 자료를 분석하여 연구가설을 검증하고 분석 결과를 바탕으로 연구가설에 대한 결론을 도출하고, 연구모형의 타당성을 검증한다.

제5장은 본 연구의 결과를 바탕으로 연구의 주요 내용을 요약하고 시사점 및 한계점을 논의하고, 연구 결과를 바탕으로 향후 연구에 관한 방향을 제시한다.

위 내용을 아래 [그림 1-1]과 같이 도식화하여 나타내었다.



[그림 1-1] 연구 구성표

Ⅱ. 이론적 배경

2.1. 기업가정신

본 연구는 선행연구와 기존 문헌을 통해 기업가정신 교육으로 대두되고 있는 디자인씽킹의 개념을 정립하고 디자인씽킹의 특성이 기업가정신과 창업 의도에 미치는 영향을 규명하기 위해 이론적 배경으로 먼저 기업가정신과 디자인씽킹의 관계를 살펴보고자 한다.

2.1.1. 기업가정신 교육과 디자인씽킹

기업가정신(Entrepreneurship)은 어원으로는 ‘착수하다(Undertake)’와 ‘시작하다(Commerce)’라는 프랑스어인 ‘Entreprene’에서 유래되었다(고은희a, 2020). 기업가정신의 정의는 디자인씽킹의 정의와 마찬가지로 다양한 정의가 존재하는데, 크게 ‘가치와 사업 등의 기회를 새롭게 창출한다’라는 의미, ‘기업가의 역량’이라는 의미, ‘조직의 결성과 운영’이라는 의미로 분류된다(고은희a, 2020). 또한 ‘새로운 기회 창출’과 ‘조직의 결성과 운영’은 ‘기업가정신=창업’이라는 의미로 수렴되고 ‘기업가의 역량’은 ‘기업가정신=기업가적 마음가짐(마인드 차체)’으로 수렴된다고 할 수 있다(고은희a, 2020). 기업가정신을 창업 혹은 기업가적 마음가짐이라고 정의되듯이, 기업가정신 교육 역시 ‘창업 교육’이라는 의미와 ‘기업가정신 교육’이라는 의미로 받아들여진다. 국내에서 사용하는 기업가정신의 개념과는 달리, 국외의 학자와 연구자들은 기업가정신의 개념을 창업 관점에서 설명하고 있다(김화영 외, 2017). 밥슨 칼리지(Babson College), 스탠퍼드대학교 등 해외 창업, 기업가정신의 주도적인 대학들은 기업가정신 교육 역시 창업 중심으로 이루어지고 있다(고은희a, 2020). 또한 기업가정신 교육 과정 중에 여러 형태로 디자인씽킹 프로세스를 활용하고 있음을 확인할 수 있다. 밥슨 칼리지의 경우 2019년 봄 학기 개설 과목 기준 [표 2-1]과 같이 과목에 디자인씽킹을 구체적으로 적용하고 있다(나건, 고은희, 2019).

스탠퍼드 대학의 경우 기업가정신 전공이 명시적으로 혹은 독립적으로 존재하지 않는 대신, 각 전공과목이나 학내 관련 기관에서 창업 및 기업가정신 관련 프로그램으로 운영하고 있다고 한다(나건, 고은희, 2019). 기업가정신 교육 과정 내 디자인경영 심화학습의 일환으로 디자인씽킹 교육을 진행하고 있다. 창업 교육, 즉 기업가정신 교육에서 디자인씽킹이 활용됨에 있어서 본 연구에서는 디자인씽킹 교육을 창업 교육과 기업가정신 교육의 하나로 보고 디자인씽킹 교육이 기업가정신에 어떠한 영향을 미치는지 디자인씽킹 교육이 기업가정신을 통해 창업 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 명확하게 규명하기 위해 디자인씽킹의 특성에 대해서 연구자들의 견해가 각기 다르지만, Tim Brown(2008)의 공감(Empathy), 통합적 사고(Integrative Thinking), 낙관주의(Optimism), 실험주의(Experimentalism), 협업(Collaboration)과 같이 5가지 특성을 제시하였다(김윤지, 2015).

[표 2-1] 밥슨 칼리지(Babson College)의 디자인씽킹 활용 교과목

연구자(연도)	정 의
학부	Social Entrepreneurship by Design
	Learning and Managing Sustainability
대학원	Technology, Entrepreneurship, and Design
	Re-Imagining X
	Silicon Technology Ventur

자료: 고은희b(2020)의 연구를 재인용

2.1.2. 기업가정신의 개념

개인과 기업을 대상으로 기업가정신 실태조사를 파악한 『2017 기업가정신 실태조사』 결과를 바탕으로 주요 내용과 시사점을 살펴보면 개인의 기업가정신에서는 ‘기업가적 태도 및 의도(51.0점)’가 가장 높고, 그중에 ‘창업과 창업가에 대한 사회의 긍정적인 인식(59.7점)’이 높다는 것을 알 수 있다. 또한

기업가정신 활성화를 방해하는 요인으로는, 첫째는 안정된 직업에 대한 선호와 둘째는 실패에 대한 두려움이 있는 것으로 결과가 표출됨을 알 수 있다. 이를 살펴보면 기업가정신이 창업 의도에 큰 영향을 미치는 것으로 판단할 수 있다(기홍석, 2020).

기업가정신(Entrepreneurship)의 개념을 처음으로 제시한 Schumpeter(1934)는 기업가정신은 사회를 변화시키는 사람의 창의적인 행동이며, 기업가가 환경 변화에 창의적으로 적응하기 위한 행동이라고 하였다(정행로, 2021). 기업가정신 연구에서는 연구 목적에 따라 기업가정신을 정의하고 있는데, 기존의 시장이나 사회구조의 낡은 것에서 탈피하고 완전히 새로운 가치를 창조하는 혁신을 기업가정신의 중요한 요소로 보았다(이수아, 2019).

김종명(2020)은 초기 Schumpeter(1934)가 끊임없이 변화하는 환경 속에서 기업가가 보여주는 문제해결 능력과 혁신적인 행동이며, 창의적이고 혁신적 정신이라고 기업가정신을 규정하였다고 하였다. Kraus et al.(2012)은 기업의 업무능력이나 크기, 업종 등에 제한하지 않고 모든 기업행동에서 나타난다고 하였다. 과거 우리나라에서는 기업가정신을 창업과 동의어로 사용하면서, 기업가와 같은 소수의 전문가에게만 국한된 협의의 개념으로 정의하여 왔으나, 현재는 기업가정신을 사회·경제적 문제를 해결하기 위한 광의의 개념으로 보는 세계적 관점에 따라, 창업 이상의 개념으로 확대하여 인식하는 추세라고 하였다(이옥희, 2022). 또한 개인적 수준에 국한하지 않고 조직 전체의 수준까지 확장하여 다양한 분야에서 연구를 진행하고 있다고 하였다(Chowdhury et al., 2019; Webb et al., 2020).

최근 기업가정신의 학문적 특성은 벤처기업과 별개로 독립적인 연구 분야로서 기업가정신 연구가 주목되었으며, 현재 기업가정신 연구는 개인, 창업자와 잠재적 창업가를 대상으로 기업성과나 창업 행동에 영향을 미치는 연구로 진행되고 있다. 특히, 개인의 관점에서 성공하는 기업가와 창업을 선택하는 특성이 무엇이며, 창업가와 비 창업가의 차이점은 무엇인지를 분석하는 행동과학과 심리학적 접근법이 활용되고 있으며, 기업가정신은 기업이나 창업 활동에만 제한되지 않고 사회구성원 모두가 발휘할 수 있는 자기 혁신의 기본으로 강조되고 있다고 한다. 그러므로 개인이 기업가적 경력을 추구하도록 유

도하는 것은 기업가정신 연구의 핵심이라고 볼 수 있으며, 실제로 창업 의도가 창업의 예측 자료로 알려져 있으므로 기업가의 창업 의도를 예측하는 요인을 이해하려는 연구가 많이 진행되고 있다고 한다(홍진기, 2016).

김정곤·양동우(2016)는 기업가정신을 특정한 개념으로 규정하거나 특정할 수 없으며, 환경과 시대의 흐름에 따라 진화해 오고 있다고 하였다. 외부 환경 변화에 민감하게 대응하면서 기회를 포착하고, 혁신과 창조적 사고를 통해 새로운 가치를 창출하는 것을 의미한다(공혜원 외, 2023). 일반적으로 하나의 조직을 창조하는 과정을 창업이라고 한다면(Gartner et al., 1989), 창업을 준비하는 잠재적 창업가에게 기업가정신은 필수적이라고 하였다. 잠재적 창업가(Potential Entrepreneurs)에 대한 정의는 다양하게 정의되고 있는데, 잠재적 창업가는 창업하지 않은 상태에서 창업 기회를 수용할 능력을 갖추고 있거나 준비가 되어있는 사람을 말한다고 하였다(Krueger et al., 1994). 창업진흥원에서는 예비창업자에 대한 정의를 창업하지 않은 사람 중에, 창업을 할 수 있는 모든 개인이라고 통칭하고 있다.

GEM(Global Entrepreneurship Monitor)의 2019년 Future Potential에 의하면, 잠재적인 창업자는 사업을 시작하기에 좋은 기회를 보고 사업을 시작하는 데 필요한 기술, 지식 및 경험이 있는 사람으로 구분하였으며 잠재적 창업가가 기업가정신에 유리한 인식을 하고 창업 의지를 나타낼지라도 이것이 실제로 사업을 시작하는 것으로 옮겨지는 것은 아니라고 하였다. 그러므로 잠재적인 창업가에게 창업을 실현하는 것은 어려운 일이지만 선행적으로 기업가정신이 함양되어야 함을 알 수 있다(한미경, 2022).

선행연구를 바탕으로 기업가정신은 불확실성 속에서 기회를 포착하고, 혁신적인 가치를 창출하며, 위험을 감수하여 목표를 달성하려는 정신이라고 정의하였다.

본 연구에서는 디자인씽킹 교육을 이수한 성인 교육생의 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향력에 관한 연구를 수행하기 위해서 기업가정신의 하위 요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성이 잠재적 창업가의 창업 의도에 미치는 영향에 관하여 연구하고자 한다. 이상의 기업가정신의 개념을 정리하면 [표 2-2]와 같다.

[표 2-2] 기업가정신의 개념 정의

연구자(연도)	정 의
Schumpeter (1934)	불확실한 미래에 대한 도전을 기회로 새로운 비즈니스 모델을 창출하고, 이를 통해 사회에 긍정적 영향을 미치는 행동
Kirzner(2015)	미지의 영역에서 새로운 가치를 창출하고, 끊임없이 변화하는 시장환경 속에서 기회를 포착하고 빠르게 실행에 옮기는 민첩함
Drucker(1986)	새로운 니즈를 발굴하고 이를 충족시키는 상품이나 서비스를 개발하는 것
Lieberman & Montgomery (1988)	경쟁우위를 확보하기 위해 끊임없이 혁신을 추구하고, 신제품과 새로운 프로세스를 통해 시장을 선점하려는 태도
Lumpkin & Dess(1996)	미래의 고객 니즈를 예측하고, 이에 맞는 새로운 상품이나 서비스를 개발하여 시장을 선도하려는 기업의 전략
Cassiman & Golovko(2011)	다양한 산업 분야에 적용할 수 있는 범용적인 기술을 개발하여 시장을 확대하는 것
강재학(2016)	제한된 자원 속에서도 혁신적인 아이디어를 통해 새로운 사업 기회를 발굴하고, 시장을 선도하려는 적극적인 자세
김정곤, 양동우 (2016)	시장 트렌드를 선도하고, 새로운 시장기회를 발굴하여 선점하는 능력
김춘호(2018)	새로운 시장수요에 적극적으로 부응하려는 경영활동이라고 하였으며, 목표 달성을 위해 낙천적인 사고 성향으로 미래지향적인 행동이라고 함
기홍석(2020)	현재 상황을 정확하게 분석하고, 미래 트렌드를 예측하여 새로운 사업 기회를 발굴하는 능력
김종명(2020)	변화하는 환경 속에서도 끊임없이 학습하고, 새로운 기술을 도입하여 기업의 경쟁력을 강화하는 기업가의 적극적 자세
공혜원, 추승엽 (2023)	불확실한 미래를 예측하고 끊임없이 변화를 추구하며 기업을 성장시키려는 분명한 의지

자료: 한미경(2022)의 연구를 참고하여 재구성

2.1.3. 기업가정신의 하위요인

기업가정신은 기업가들이 새롭거나 혁신적인 아이디어와 기회를 찾고, 이를 구체화하기 위한 노력이며, 더 넓고 새로운 시장을 개척하거나 현 시장에서 혁신적인 변화를 이끌어 가려는 시도이자 행동이라고 설명할 수 있다. 이는 새로운 경제적 성장을 촉진 시키고 새로운 비즈니스를 창출하는 경제적 활동의 중요한 역할을 한다. 기업가정신은 단순히 기업가만을 위한 것이 아니며 조직 내에서 또한 중요한 역할을 하고 있다. 조직 내에서 기업가정신을 가지고 있는 개인은 현안의 문제를 찾아내고 새로운 시각으로 문제를 탐색하거나 혁신적인 아이디어를 제시하는 조직의 경쟁력을 강화하는 중요한 소임을 수행할 수 있다.

기업가정신은 새로운 아이디어와 기회를 찾는 능력 그리고 불확실한 상황 속에서도 도전과 위험을 감수하며 실행하는 용기, 문제를 해결하고 혁신적인 방법으로 접근하는 창의력 등의 능력을 포함하고 있다. 기업가정신을 갖춘 사람들은 비즈니스 세계에서 성공을 이루는 데 도움이 되는 특성을 보인다(Zhao, H et al., 2010).

기업가정신의 주요 특징은 다음과 같다. 첫째, 창의력과 혁신성의 기업가정신을 가진 사람들은 새로운 아이디어를 생각하고 기존 문제에 대해 창의적인 해결책을 찾는 능력이 뛰어나다. 그들은 시장에서 공간이나 기회를 발견하고 이를 새로운 제품, 서비스, 또는 비즈니스 모델로 구현한다(George et al., 2011).

둘째, 대인관계 및 네트워킹 능력은 기업가정신을 가진 사람들은 다양한 사람들과 원활하게 대화하며 협력할 수 있는 능력이 있다. 이는 파트너십 형성, 자금조달, 고객과의 관계 구축 등에 도움이 된다(George et al., 2011).

셋째, 성공적인 기업가는 자기 아이디어와 목표에 대한 열정과 의욕을 가지고 있다. 이러한 열정은 어려움을 극복하고 지속해서 성장하기 위한 원동력이 된다(Newman et al., 2021).

넷째, 위험감수성향과 도전 정신의 기업가정신을 가진 사람들은 실패에 대한 위험을 감수하고 도전을 두려워하지 않는다(Kuratko et al., 2015).

다섯째, 문제해결 능력으로 어려운 상황에서도 창의적으로 문제를 해결하려는 능력이 기업가정신 일부다. 이들은 상황을 분석하고 적절한 전략을 도출하는 데 능숙하다(Dees, 2012).

여섯째, 성과주의적인 성향이 강한 기업가들은 목표의 달성을 위해 끊임없이 노력하고 성과에 대해서 강한 욕구를 나타낸다(Nambisan et al., 2013).

마지막으로 유연성과 적응력인데 빠르게 변화하는 비즈니스 환경에서 기업가정신을 가진 사람들은 유연하게 변화에 적응하며 새로운 상황에 빠르게 대응할 수 있는 능력을 보인다(Lim et al., 2010).

기업가정신은 단순히 비즈니스 관련 활동뿐만 아니라 다양한 분야에서도 중요한 역할을 한다. 혁신적인 아이디어와 창의력, 문제해결 능력은 학문, 예술, 사회문제해결 등 다양한 분야에서 발전과 성취를 이루는 데에도 큰 도움이 된다(Beugelsdijk, 2007). 하지만 기업가정신의 정의에 관한 질문은 여전히 해결되지 않은 채로 남아 있는 어려운 문제이다(김영수, 성상기, 2015). 기업가정신은 역사적으로 오랜 세월 동안 많아 진화해 왔으며 그 의미는 각 시대와 상황, 그리고 연구자의 관점에 따라 다르다.

김영수·성상기(2015)는 기업가정신의 의미가 다양하고 다양하게 사용되고 있다고 주장하였다. 또한 기업가정신의 모호한 측면 중 하나이자, 학자들이 오랫동안 해결하려고 노력해 왔다.

기업가정신은 빠르게 변화하는 비즈니스 환경에서 통제할 수 있는 자원을 관리하는 실천으로, 위험감수성, 진취성, 혁신성을 통해 새로운 기회와 가치를 창출하기 위하여 도전 정신의 지속 가능한 성장과 발전에 실질적으로 이바지할 수 있는 종합적인 자세로서, 제한된 자원, 역량, 한정된 자원으로도 가치를 창출하는 진취적인 기업가정신이다(강재학, 하규수, 2015).

기업가정신은 심리적 특성보다는 조직의 성장을 위해 위험을 추구하고 도전적이고 혁신적인 행동을 하며, 행동적 접근에는 모든 개념이 포함되어 있다고 할 수 있다. 한편 기업가정신의 하위요인에 관한 주장은 다음과 같다(Alvare et al., 2006; Buffett, 1998; Drucker, 1986; Kanter, 1985). Alvarez et al.(2006)에 의하면 기업가정신은 기회에 대해 발견, 창출, 실현을 위한 리스크 감수 능력이라고 하며, 기회 탐색, 창의성, 결단력, 위험감수성의

개념과 밀접한 관련이 있다고 하였다. Buffett(1998)은 주주들에게 보내는 보고서들을 통해 기업가정신이란 기회를 찾아내고 활용하는 능력이라고 하며, 이를 위해서는 기회와 새로운 아이디어를 추구하는 정신이 필요하다고 하였다.

Drucker(1986)는 기업가정신을 행동적 측면에서 무엇이 가능한지에 대해 보는 능력이라고 주장하며, 단순히 이익을 추구하는 행동이 아닌, 창조적 아이디어와 혁신을 통하여 새로운 가치를 창출과 더불어 경제적, 사회적 변화를 주도하는 요소가 중요하다고 하였다. 마지막으로 Kanter(1985)는 기업가정신이란 기회를 찾아 창조적으로 활용한 후 경제적 가치를 창출하는 능력이라고 하며, 창조적 행동과 기회 지향적 태도를 핵심 요소로 주장하였다.

기업가정신의 요소에 대해서는 다양하게 제시되었다. 먼저 Chang et al.(2007)은 위험감수성, 진취성, 혁신성, 자율성, 공격성을, Cooper et al.(1988)은 독립성, 성장 지향성, 위험감수성을 제시하였다. Lumpkin(1996)은 위험감수성, 진취성, 혁신성, 자율성, 공격성을, Schumpeter(1965)는 경영 능력, 진취성, 창의성, 혁신성, 배종태(2022)는 기회 포착, 도전/열정, 혁신/가치 창출로 기업가정신의 구성요소로 제안하였다.

Covin et al.(1991)는 혁신성, 위험감수성, 진취성을 제안하였으며 후속 연구자들에 의해 기업가정신의 구성요소로 진취성, 위험감수성, 혁신성이 활용되었다(배종태, 2022; Kreiser et al., 2010; Li, Zhao, Tan et al., 2008; Miller, 1983; Naldiet al., 2007; Sullivan et al., 2006). 이상의 논의를 정리하면 [표 2-3]과 같다.

[표 2-3] 기업가정신의 하위요인

연구자(연도)	정 의
Schumpeter(1965)	경영 능력, 진취성, 창의성, 혁신성
Miller(1983)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Cooper et al.(1988)	독립성, 성장 지향성, 위험감수성
Covin & Slevin(1991)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Dess & Lumpkin(2005)	위험감수성, 진취성, 혁신성

연구자(연도)	정 의
Sullivan & Weerawardena(2006)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Chang et al.(2007)	위험감수성, 진취성, 혁신성, 자율성, 공격성
Naldi et al.(2007)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Li et al.(2008)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Kreiser et al.(2010)	위험감수성, 진취성, 혁신성
배종태(2022)	기회 포착, 도전/열정, 혁신/가치 창출

자료: 연구자 재구성

다수의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 일관되게 나타나는 혁신성, 위험감수성, 진취성의 세 가지 핵심 요인을 기업가정신의 하위요인으로 선정하였다.

2.1.3.1. 혁신성

기업가정신에서 혁신성은 새로운 제품, 아이디어, 서비스 또는 프로세스를 개발하고 구현하는 능력을 나타낸다(Drucker et al., 2014). 즉, 현재 상황에 안주하지 않고 도전하고 변화시키려는 행동이며, 혁신적인 아이디어를 통해 문제를 해결하거나 새로운 가치를 창출하는 것을 의미한다. 기업가정신의 혁신성을 통해서 기업가들은 시장의 변화에 빠르게 적응하거나 대응하고 새로운 기회를 포착할 수 있다.

남연경(2022)은 일반적인 방식이 아닌 새로운 아이디어를 통하여 시장기회를 창출하기 위한 서비스, 제품이나 프로세스를 발견한 후 시장진출에 활용하여 효과적인 성과를 도출하고자 하는 조직 및 구성원의 성향에서 말하고 있다. Covin(2008)은 새로운 행동 방식을 추구하는 의지로 자기효능감, 성취욕구 등과 같은 개인의 성취지향에도 긍정적인 영향을 주는 것을 혁신성이라 정의하고 있다(이세정, 2022).

권기환(2018)은 새로운 가치를 창출하는 원동력으로 기존의 것을 변형하거나 완전히 벗어날 필요성을 느끼고 점진적 또는 급진적으로 변화시켜 나가야 할 것이라고 말했다(이세정, 2022). Rauch et al.(2007)는 혁신적인 사람이 창업에서 성공할 가능성을 높이려면 문제를 인식하고 혁신적인 제품 또는 서비스를 통해 볼 수 있는 능력의 요소가 고려되어야 한다고 말하고 있다.

Lassen et al.(2006)은 창의적 혁신을 새로운 아이디어에 대한 열린 마음과 긍정적인 태도가 필요하고 구성원들은 새로운 가능성을 받아들여야 실패에 대한 두려움을 극복하는 창의적 성향이 필요하다고 한다.

Walter et al.(2006)는 창조적인 과정을 양성하며 새로운 아이디어에 대해 지원하는 성향이 높다고 말한다. 박상용·김연정(2004)은 구직구성원들의 새로운 조합이 경제적인 발전의 원동력이라고 주장한다.

새로운 아이디어를 발굴하고 이를 현실로 구현함으로써 경쟁우위를 유지하거나 확보할 수 있다(McGrath, 2013). 혁신성을 가진 기업가는 변화하는 환경에 적응하며 기회를 찾고, 실패를 두려워하지 않고 새로운 시도를 하며 성장할 준비가 되어 있다(Drucker et al., 2014). 기업 내에서 혁신성을 장려하고 발전시키는 것은 새로운 아이디어를 독창적으로 생각하고 이를 구현하기 위한 문화와 프로세스를 구축하는 것을 의미한다(Smith, 2006).

이처럼 혁신은 기업가정신의 핵심적인 요소라고 할 수 있다. 혁신은 기업가정신의 핵심으로 새로운 가치 창출을 통해 기업의 성장을 끌어내고, 혁신적인 기업가들은 창의적인 아이디어를 통해 기존의 틀을 깨고 새로운 가치를 창출하여 기업의 성장을 끌어내는 데 중요한 역할을 한다. 새로운 아이디어를 발상하고 이를 현실적인 가치로 만들어 내는 과정을 실패를 두려워하지 않는 도전 정신과 실험정신을 강조하는 문화를 조성하고 있다. 기업가정신을 통해 기업은 변화하는 환경에 빠르게 적응하고 꾸준한 성장을 할 수 있다며, 새로운 가치를 창출하여 시장에서의 우위를 차지할 수 있다. 기업가의 혁신적인 아이디어는 비즈니스 모델 혁신을 통해 시장 변화에 대해서 기업가의 적응 능력을 높이고 성장의 기회를 제공한다.

기업가 역량, 기업가정신, 혁신성의 요소는 서로 긴밀하게 상호작용하고 있으며, 기업 성장에 중요한 역할을 한다. 창업가의 역량이 높을수록 새로운 아

이디어를 구체적으로 비즈니스 전략으로 구현하고, 시장에 성공적으로 출시하여 사업의 성장을 촉진하는 중요한 역할을 한다. 혁신성은 Schumpeter(1965)에 창조적 파괴로 묘사되고 있다.

이것은 기업가정신의 뿌리이자 이념의 근간으로 많은 연구가 기업 내 혁신의 중요성이 강조되었다. 강재학·양동우(2016)에 의하면 혁신성은 새로운 가치를 창출하는 제품과 서비스에 대한 새로운 아이디어의 중요성을 인식하고 빨리 받아들이는 경향이며 일상생활에서 뛰어난 창의성과 관찰력을 통해 새로운 아이디어를 찾으려는 기업가의 능력이라고 했다. 그리고 창업가의 사업에 전략적 실천과 지속 성장을 특징으로 하는 혁신적 성향은, 시장 지향적인 아이디어를 기회로 전환하며, 창조적인 프로세스를 지원하여 기업에 새로운 제품, 서비스, 프로세스의 결과를 낳는다고 했다(Covin et al., 1991; Hodgetts et al., 2001). 또한 신기술 개발과 개선을 통하여 경쟁우위를 지속 유지하기 위한 중요한 수단으로 창업가의 혁신은 사업의 전략적 실천과 지속 성장을 특징으로 한다(Hodgetts et al., 2001; Morris, et al., 2008).

오늘날 이러한 혁신성은 새로운 아이디어 개발로 얻게 되는 이익이 불확실할 때 더욱 육성된다(성창수, 김진수, 2011). 혁신은 새로운 아이디어나 기술을 도입하여 비즈니스나 제품, 서비스 등을 개선하고 발전시키는 과정으로 다양한 방식으로 구현할 수 있다(김범성, 2012). 많은 중소기업의 벤처기업들이 나타나고 이들 중 일부가 대기업으로 성장한다는 점에서 오늘날 중소기업의 혁신은 기업뿐만 아니라 국민경제적으로 성장 발전의 원동력이 되고 있다(정재훈 외, 2013). 혁신성에 관한 선행연구는 [표 2-1]과 같다.

기업가들은 시장 지향적인 아이디어를 기회로 전환하는 과정으로 조직의 기술혁신 및 제품 시장이 혁신으로써 제품의 디자인, 광고 활동 및 시장조사를 추진하거나 공정혁신, 관리 관행 기법을 적극적으로 도입하려는 경영관리 활동이라 할 수 있다(Gómez et al., 2016). 이처럼 조직의 혁신은 결과적으로 사업의 성공에 긍정적인 영향을 미친다(Damanpour et al., 2009).

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서 혁신은 새로운 가치를 창출하고 기존의 질서를 변화시키는 원동력으로써, 불확실한 환경 속에서 새로운 기회를 포착하고 이를 실현하기 위한 창의적인 아이디어와 실행력으로 조직과 사

회에 긍정적인 변화를 가져오는 기업가정신의 역량으로 정의한다. 이상의 논의를 정리하면 [표 2-4]와 같다.

[표 2-4] 혁신성 정의에 관한 선행연구

연구자(연도)	내용
Shumpeter(1965)	창조적 파괴를 가능하도록 실현하며 경제적, 사회적인 변화가 가능
Hodgetts & Kuratko(2001), Covin & Slevin(1991)	신기술 개발과 개선을 통하여 경쟁우위를 지속 유지하기 위한 중요한 수단으로 창업가의 혁신은 사업전략 실천과 지속 성장
박상용, 김연정 (2004)	새로운 조합이 경제적인 발전의 원동력
Smith(2006)	기업 내 혁신성을 장려하고 발전시키는 것에 대한 새로운 아이디어를 독창적으로 생각하고 문화의 프로세스 구축
Walter et al.(2006)	창조적인 과정을 양성하며 새로운 아이디어에 대한 지원하는 성향
Lassen et al. (2006)	새로운 제품, 서비스 및 프로세스의 개발을 위하여 기업이나 조직 구성원이 창의적 과정을 활용하여 새로운 기술을 도입하고자 하는 성향
Rauch & Frese (2007)	혁신적인 사람의 경우 창업으로 성공할 가능성이 큼
Damanpour et al. (2009)	선행연구를 바탕으로 혁신을 고객 지향적이고 새로운 아이디어로 도출
성창수, 김진수 (2011)	아이디어 개발의 불확실성은 혁신을 위한 필수적인 조건이며, 이는 새로운 가능성을 여는 추진력이 됨
김범성(2012)	기업의 성향, 서비스, 새로운 제품과 프로세스를 창출하는 창조적인 과정에 대한 지원(이세정, 2022).
정재훈 외(2013)	중소기업의 혁신은 새로운 기술 발전을 가속화하고, 국가의 기술 경쟁력을 높인다.
McGrath(2013)	기업가정신을 가진 사람들이 혁신성을 통해 시장에서 차별화된 위치를 얻음
Drucker & Maciariell(2014)	다양한 비즈니스와 서비스를 위한 기회로 변화를 탐구하는 수단
Gomez et al. (2016)	기술과 시장의 변화에 발맞춰 제품디자인, 마케팅, 생산 시스템, 관리 방식 등 전반적인 혁신을 통해 기업의 경쟁력을 강화하고, 광고 활동 및 시장조사, 공정혁신, 관리 관행 기법 도입
강재학, 양동우 (2016)	새로운 가치를 창출하는 제품과 서비스에 대한 새로운 아이디어의 중요성을 인식하고 빨리 받아들이는 경향에 관해 지원하는 성향

연구자(연도)	내용
권기환(2018)	기존의 틀에서 벗어나 새로운 가치를 창출하기 위해 점진적 또는 급진적인 변화를 추구하는 것
이세정(2022)	새로운 행동 방식을 적극적으로 시도하려는 의지로, 개인의 자기 효능감을 강화하고 더 높은 목표를 향한 성취욕구를 불러일으키는 등과 같은 개인의 성취지향 동기를 더욱 강화함
남연경(2022)	일반적인 방식이 아닌 새로운 아이디어를 통하여 시장기회를 창출하기 위한 서비스, 제품이나 프로세스를 발견한 후 시장진출에 활용하여 효과적인 성과를 도출하고자 하는 조직 및 구성원의 성향
권녕갑(2024)	혁신을 고객 지향적이고 새로운 아이디어로 도출하기 위해 노력하는 기업가정신의 역량
연구자 재정의	혁신은 새로운 가치를 창출하고 기존의 질서를 변화시키는 원동력으로써, 불확실한 환경 속에서 새로운 기회를 포착하고 이를 실현하기 위한 창의적인 아이디어와 실행력으로 조직과 사회에 긍정적인 변화를 가져오는 기업가정신의 역량으로 정의한다.

자료: 연구자 재구성

2.1.3.2. 위험감수성

위험감수성에서 위험 회피 성향은 불확실한 상황에서 안전을 우선시하고, 가능한 한 위험을 피하려는 성향을 나타낸다(이재석, 이상명, 2015). 위험에 대해 덜 회피하는 사람들이 창업할 가능성이 크다(Knight, 2000; Rees et al., 1986). Knight(2000)는 위험감수성에서의 불확실성은 과거 경험이나 데이터를 기반으로 추정할 수 없어서 대응하기 어렵다.

일반적인 위험과는 다르게 불확실성은 경험적인 추정이 어렵고 미래의 가능성에 대한 정확한 확률을 파악하기 어렵다는 특징이 있다고 하였다. 이수아(2019)는 위험감수성을 불확실한 상황에서도 과감하게 결단하고 행동하는 능력으로 급변하는 환경과 불확실성이 커지는 상황에서도 과감한 결단을 내리는 성향이 있다고 정의 하였다.

이세정(2022)은 불확실한 미래에도 불구하고 과감하게 행동할 수 있도록 용기를 북돋아 주고, 신속한 의사결정을 지원하여 창업을 가속화 하는 것이라고 말한다. 위험감수성이 높은 창업가는 경쟁자를 따라가지 않고 주도적으로

나아가는 행동은 “적극적인 리더십” 또는 “주도적인 이니셔티브”로 높은 성과를 달성하는 것으로 나타났다(Sitkinet al., 1995).

새로운 사업 성공의 확신이 없을지라도 과감하게 활동해서 기꺼이 새로운 사업 기회를 포착한다(Dess et al., 2021). 높은 위험감수성은 신속하고 혁신적인 결정을 내리는 사람들의 전형적인 특징이며, 기업에서 발생하는 위험에 대해 기업가가 대처할 수 있는 경험적 기반이라 할 수 있다(Forlani et al., 2000).

위험감수성은 성공 확신이 없더라도 불확실한 상황에서도 적극적으로 기회를 찾고 추구하여 새로운 사업 기회로 만들어 가는 능력이다(Covin et al., 1991; Dess et al., 2021). 새로운 사업 성공의 확신이 없을지라도 과감하게 활동해서 기꺼이 새로운 사업 기회를 포착한다(Dess et al., 2021). 위험감수성은 개인이나 기업이 불확실한 상황 속에서도 높은 위험을 감수하고 새로운 기회를 모색하며, 혁신적인 결정을 내리는 능력을 의미한다. 이는 주로 기업가정신과 창업 활동과 관련이 있다(Macko et al., 2009). 즉 위험감수성은 성공의 가능성이 불확실한 상황에서도 새로운 기회를 적극적으로 찾고, 혁신적인 결정을 통해서 새로운 사업 기회를 창출하는 것이라고 볼 수 있다.

위험감수성은 혁신과 성장의 촉진제 역할을 할 수 있는 중요한 요인으로 볼 수 있다. 이러한 성향을 지닌 기업가는 늘 새롭고 혁신적인 아이디어를 받아들이고 실패를 두려워하지 않는다. 또한 실패를 두려워하기보다 실패의 경험을 통해 배우고 그것을 발판으로 성공을 이루기 위해 노력한다. 이들은 기존의 안정적인 환경이나 상황을 이겨내고 더 큰 성공과 결과를 위해 노력하며, 혁신적인 서비스나 제품을 개발하여 경제시장에서 경쟁우위를 차지하려 노력한다.

위험감수성은 어떠한 상황이나 환경에 적응하고 성장하고 발전하는 데 필요한 능력으로, 경험이나 학습을 통해 발전할 수 있는 특성이 있다. 이를 통해 기업가는 불확실성을 이겨내고 새로운 비즈니스 기회를 찾아 발굴하여 기업의 경쟁력을 높이는 데 활용할 수 있다. Verheul et al.(2012)는 위험감수성의 경우 실제 창업보다 창업을 선호하는 부분에 중요한 역할을 한다고 말하고 있다. 이러한 특성을 가진 기업가들은 종종 새로운 시장을 개척하거나 기

존 시장에서 혁신을 주도하는 역할을 한다(Scannell et al., 2010).

그러나 위험감수성이 항상 긍정적인 결과로 나타나는 것은 아니다. 너무 큰 위험을 감수한다거나 적절한 기준이 없이 무모한 결정을 내리는 경우는 심각한 문제를 일으킬 수 있다.

따라서 이러한 특성을 조화롭게 잘 통제하고 활용하는 것이 중요하다. 위험은 무모한 도전하는 것이 아닌 현재 상황이나 환경에서 활용이 가능한 모든 정보와 수단을 계산하고 여러 문제점을 고려하여 판단된 위험을 의미한다.

Broehl(1978)는 창업자는 비 창업자와 비교해 상대적으로 높은 위험을 감수하는 경향이 있다고 말한다. 계산된 위험은 예측과 분석을 통해 신중하게 평가되며, 이를 토대로 결정을 내리고 대응책을 마련할 수 있는 계산된 위험을 의미한다(Kuratko et al. 2015). 위험을 감수하는 것만큼 중요한 것은 위험을 무릅쓰고 기회(Opportunity)를 잡아내는 자세이다(한상국, 2016).

한편, 배종태·차민석(2009)에 의하면 위험감수성에 대해 무조건 위험을 감수하는 개념이 아닌 위험에 대해 예측하고 통제해 나가는 것이며, 위험감수성에서 위험이란 계산된 위험이라고 하였다.

본 연구에서는 선행연구들을 바탕으로 위험감수성은 불확실한 상황에서도 위험을 예측하고 통제하며 과감하게 결단하고 행동하여 위험이 있음에도 불구하고 새로운 기회를 모색하고 혁신적인 결정을 내리는 능력이라고 정의 하였다. 위험감수성의 정의에 관한 연구는 [표 2-5]와 같다.

[표 2-5] 위험감수성 정의에 관한 선행연구

연구자(연도)	내용
Broehl(1978)	창업자는 비 창업자와 비교해 상대적으로 높은 위험을 감수하는 경향
Sitkin & Weingart (1995)	위험감수성이 높은 창업가는 경쟁자를 따라가지 않고 주도적으로 나아가는 행동
Forlani & Mullins (2000)	위험 관리 역량을 강화하고, 기업의 지속 가능한 성장을 위한 기업가의 경험적 기반
Rees & Shah(1986), Knight(2000)	위험감수성에서 불확실성은 과거 경험이나 데이터를 기반으로 추정할 수 없어서 대응하기 어려움

연구자(연도)	내용
Macko & Tyszka (2009)	개인이나 기업이 불확실한 상황에서도 높은 위험을 감수하고 새로운 기회를 모색하며 혁신적인 결정을 내리는 능력
배종태, 차민석 (2009)	위험에 대해 예측하고 통제해 나가는 것이며, 위험감수성에서의 위험이란 계산된 위험임
Scannell & Gifford (2010)	특성을 가진 기업가들은 종종 새로운 시장을 개척하거나 기존 시장에서 주도하는 역할
Verheul et al.(2012)	위험감수성의 경우 실제 창업보다 창업을 선호하는 부분에 중요한 역할
Kuratko et al. (2015)	계산된 위험은 예측과 분석을 통해 신중하게 평가되며, 이를 토대로 결정을 내리고 대응책을 마련
이재석, 이상명(2015)	위험감수성에서 위험 회피 성향은 불확실한 상황에서 안전을 우선시하고, 가능한 위험을 피하려는 성향
강재학, 하규수(2015)	불확실한 미래에 대한 불안감을 해소하고, 과감한 결정을 내릴 수 있도록 뒷받침하는 요소
한상국(2016)	위험을 감수하는 것 자체에 의미를 두는 것이 아닌 위험이 있음에도 불구하고 기회를 잡는 태도
이수아(2019)	위험감수성은 불확실한 상황에서도 과감하게 결단하고 행동하는 능력 및 성향
Dess et al.(2021), Covin & Slevin(1991)	새로운 사업의 성공이 확실하지 않더라도 과감하게 행동하여 새로운 사업 기회를 잡을 의지가 있는 성향
연구자 재정의	불확실한 상황에서도 위험을 예측하고 통제하며 과감하게 결단하고 행동하여 위험이 있음에도 불구하고 새로운 기회를 모색하고 혁신적인 결정을 내리는 능력

자료: 연구자 재구성

2.1.3.3. 진취성

진취성은 개인의 주도적인 행동을 지향하는 개인의 성향이다(Fay et al., 2001). Buss Vaughan(1987)은 창업가는 단순히 환경에 적응하는 존재가 아니라, 환경을 새롭게 디자인하고 변화시키는 주체라고 설명하였다.

Bateman et al.(1993)는 내외부 영향에 개인의 진취적 활동으로 대처하는

성향으로 정의하였다. Fay et al.(2001)에 따르면, 진취성은 개인이 주도적으로 행동하려는 성향을 의미한다. 개인은 내부적 또는 외부적인 환경 요인에서 현재 상황을 변화시키고 개선하는 경향이 있다.

Buss et al.(1987)은 창업가를 예로 들어서 진취성을 설명하였다. 진취성을 가진 개인은 문제를 해결하거나 목표를 달성하기 위해 적극적으로 행동하는 경향이 있다. 진취성은 현재의 자신에 안주하지 않고 도전하며 변화하려는 정신이며 새로운 기회를 포착하기 위한 노력을 적극적으로 행동하는 의미다(신혜성, 안운영, 2015). Bateman et al.(1993)의 정의에 따르면, 진취성은 환경의 변화나 요구에 대응하여 개인이 적극적으로 활동하는 성향을 나타낸다. 이러한 개인은 미래의 가능성을 찾고 이를 추구하며, 상황에 따라 적극적으로 대응하여 변화를 주도하려는 경향이 있다.

또한 Knight(2000)는 기업의 성장을 위해 모든 가능성을 열어두고 새로운 기회를 적극적으로 모색해서 목표를 달성하기 위해 노력하는 것으로 정의하였다. 조연성·원동환(2010)에 의하면 진취성에 대해 목표완수에 대한 의지 및 성과에 초점을 두어 실질적 평가를 선호하는 성향으로 정의하였다. 이정구·양동우(2022)는 사업 기회를 찾아내고 기술개발 노하우를 활용하여 생산성을 높이고 조직구성원 및 사회적 가치를 실현하기 위해 노력하며, 시장의 변화를 빠르게 파악하고 참여하여 경쟁자들보다 앞서나가는 행동을 취한다고 말했다. 윤병선·김천규(2020)는 창업 교육을 매개변수로 하여 진취성을 창업 의도에 미치는 영향에 관하여 메타분석을 시행하였다. 원동환(2019)은 목표를 설정하고 이를 달성하기 위한 노력과 결과 중심으로 진취성을 판단하고 있다. 전윤철 외(2017)은 서비스 분야에서는 기업가정신 중 진취성의 영향력이 가장 높다고 말하고 있다. 정영민(2015)은 신제품개발을 위하여 진취적인 자세로 불확실한 상황 속에서도 새로운 기회를 찾기 위해 끊임없이 노력하며, 시장을 새롭게 개척하며, 시장의 선두를 선점하기 위해 노력하는 행위라고 말했다. 이춘우(1999)는 새로운 시장기회를 포착하고, 이를 통해 기업의 성장을 끌어내는 활동이라고 말했다.

기업가정신에 있어서 진취성이란 시장의 변화에 미래지향적이며, 신속하게 대응할 수 있으며 경쟁자들을 압도할 수 있는 성향으로 새로운 기회에 대해

적극적인 태도로 포착하는 노력이다(김우중, 2016).

Lumpkin et al.(1996)는 진취성을 지닌 창업자에 대해 다음과 같이 설명하였다. 진취성을 가진 창업자는 시장 내 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁 의지를 보이며 단순히 경쟁을 피하거나 회피하지 않고, 경쟁을 통해 성장하고 발전하는 기회로 바라본다. 이는 경쟁적인 환경에서도 자기 능력과 제품 또는 서비스의 우수성을 증명하려는 의지를 나타낸다. 또한 우월한 성과를 창출하려는 강한 의지를 다진다.

이들은 끊임없는 혁신과 도전을 통해 시장을 선도하고, 경쟁우위를 확보하기 위해 노력하는 진취적인 창업자라고 할 수 있다. 또한 기존의 방식에 안주하지 않고, 새로운 아이디어와 차별화된 전략을 통해 시장의 판도를 바꾸고자 한다. 특히, 강한 목표 의식과 경쟁심을 바탕으로 시장에서 자신만의 독자적인 위치를 확립하고, 지속적인 성장을 한다. 결론적으로, 진취적인 창업자는 단순히 새로운 사업을 시작하는 사람이 아니라, 시장을 변화시키고 미래를 개척하는 선구자라고 할 수 있으며 이러한 특성들이 진취적인 창업자의 핵심적 특성으로 경쟁시장에서 성공을 이루는 밑바탕이 된다.

진취성은 창업가가 신규 사업을 시작할 때, 기존사업의 실패 사례와 비교해 더 높은 실패 확률을 감수하더라도 시장에 더 공격적이고 대담한 태도를 보이는 것으로 정의된다(Smith et al., 2001). 또한 진취성은 경영 환경에서의 필수적인 변화에 먼저 대응하여 시장에서 우위를 차지하려는 성향을 경쟁자보다 더 빠르게 새로운 제품, 서비스, 및 프로세스를 도입하여 선점의 이점을 얻고자 하는 성향이라고 할 수 있다(Kickul et al., 2002).

진취적 특성이 투철한 창업가는 본인의 환경에 영향을 미치고 싶어 하며, 열정과 함께 기술의 숙련에 필요한 힘든 연습들도 잘 극복해 내며, 생산적이고 창조적이며, 적극적인 전략의 사용이 문제 발생에 있어 이를 극복하려는 의지가 강하다(Baum et al., 2001). 중소기업이 경쟁력이 낮은 상황에서는, 진취적인 태도와 기술개발, 신제품 출시를 통한 경쟁우위 확보가 더 쉽게 성공할 수 있다고 하였다(김영수, 고종남, 2009). 경영자가 다른 경쟁자들과의 경쟁에서 단순히 상대방의 행동에 반응하는 것이 아니라, 더 나아가서 새로운 제품, 서비스, 관리기법 등을 먼저 발견하고 적극적으로 활용하는 태도를 ‘진

취성'으로 정의하고 있다(강병오 외, 2010).

이러한 정의들은 진취성이 주체적이고 적극적인 행동을 추구하는 개인의 성향임을 강조하며, 내부적인 동기와 외부적인 환경 요인을 결합하여 개인이 상황을 변화시키고 적극적으로 대응하는 것을 설명한다. 적극적 경쟁과 성과에 대한 의지를 보이는 강도 높은 수준의 도전적 자세라고 할 수 있는 진취성은 새로운 방안을 제시하고자 하는 의지를 내포하고 있어서 창업과 관련한 의지에 유의한 영향 관계가 있는 것으로 보고되고 있다(유봉호, 2015).

본 연구에서는 이러한 내용을 바탕으로 진취성은 현재의 상태나 상황에 안주하지 않고 새로운 기회를 적극적으로 찾아 도전하고 변화를 추구하는 정신이나 행동이라고 정의 하였다. 진취성에 관한 선행연구를 정리한 내용은 [표 2-6]과 같다.

[표 2-6] 진취성에 관한 선행연구

연구자(연도)	내용
Buss & Vaughan(1987)	인은 내부적 또는 외부적인 환경 요인에서 현재 상황을 변화시키는 경향
Covin & Slevin (1991)	위험도가 낮은 프로젝트보다 위험도가 높은 프로젝트를 선호하며, 적극적으로 기회에 대해 모색하고 추구하려는 욕구
Bateman & Crant(1993)	진취성은 현재에 안주하지 않고 끊임없이 변화와 성장을 추구하며, 새로운 기회를 적극적으로 찾아 나서는 능동적인 자세
Lumpkin & Dess(1996)	시장에서 경쟁자와 적극적으로 경쟁하려는 의지이며, 탁월한 결과를 창출하려는 의지로 시장에서의 지위 변화를 위해 경쟁자에게 강도 높게 도전하려는 태도
이춘우(1999)	변화하는 시장환경에 발맞춰 새로운 고객의 요구를 충족시키기 위한 노력
Knight(2000)	기업의 목표를 달성하기 위하여 수단과 방법을 가리지 않고 새로운 기회를 포착 및 추구, 달성하기 위해 적극적인 노력을 하는 것
Fay & Frese (2001)	창업가는 새로운 시장을 창출하고 산업 생태계를 변화시키는 촉매 역할
Smith et al. (2001)	진취성은 창업가가 신규 사업을 시작할 때 기존사업의 실패 사례와 비교해 더 높은 실패 확률을 감소하더라도 시장에 더 공격적이고 대담한 태도를 보이는 것

연구자(연도)	내용
Baum et al (2001)	창업가는 환경에 영향을 미치고 싶어 하며, 열정과 함께 기술에 필요한 연습도 잘 극복하고 생산적이고 창조적이며 문제 발생에 대한 극복하려는 의지가 강함
Kickul & Gundry(2002)	필수적인 경영환경변화에서 경쟁사보다 많이 우선하여 제품, 서비스 및 과정을 새롭게 소개하여 선점하는 전략을 추구하려는 성향
김영수, 고종남 (2009)	중소기업의 경쟁력이 낮은 상황에서는 진취적인 태도와 기술개발 신제품 출시를 통한 경쟁우위 확보
강병오 등(2010)	새로운 제품, 서비스, 관리기법 등을 먼저 발견하고 적극적으로 활용
조연성, 원동환 (2010)	목표완수에 대한 의지 및 성과에 초점을 두어 실질적 평가를 선호하는 성향
유봉호(2015)	진취성은 기존의 틀을 깨고 새로운 가치를 창출하려는 의지를 내포하며, 이는 창업으로 이어지는 강력한 추진력
기홍석(2020)	문제를 능동적으로 해결하고 새로운 기회를 포착하기 위해 끊임없이 변화를 추구하는 자세
연구자 재정의	현재의 상태나 상황에 안주하지 않고 새로운 기회를 적극적으로 찾아 도전하고 변화를 추구하는 정신이나 행동이라고 정의

자료: 연구자 재구성

2.1.4. 기업가정신의 선행연구

세계경제포럼에서는 기업가정신이 경제 성장, 일자리 창출, 지속 가능 경제의 구축 및 삶의 질 개선과 같은 사회문제를 해결할 수 있는 수단이며 국가 경쟁력의 핵심 동력이라고 설명하였다(Schwab, 2009). 이에 따라 기업가정신 및 기업가정신 교육의 중요성이 강조되고 있으며, 다양한 분야에서 학문적으로 지속해서 논의되고 있다.

기업가정신에 관한 선행연구는 일반적으로 크게 첫 번째, 기업가정신과 기업의 성과에 관한 연구 두 번째, 기업가정신과 개인의 창업 의도에 관한 연구로 구분하여 볼 수 있다.

첫째로 Linton(2016)의 연구에 따르면, 중소기업에서 기업가정신은 혁신성,

진취성, 위험감수성을 통해 기회를 포착하는 능력을 향상하고, 이는 궁극적으로 기업성장에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, Faiz et al.(2019)은 국제적 기회 인식에는 자율성보다는 혁신성, 주도성, 위험감수성, 경쟁력 공격성이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. Anwar et al.(2021)의 연구에서는 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성은 새로운 기회 인식에 유의한 긍정적 영향을 미쳐, 새로운 사업을 발굴하는 데 중요한 역할을 한다는 연구 결과가 도출되었다. 기업가를 대상으로 하는 선행연구를 조사해 보면, Song et al.(2017)은 네트워크에 의존하는 정도가 높은 상황에서 기업가정신이 낮을수록 기업가의 지식습득이 기회 인식에 더 큰 영향을 미친다는 사실을 밝혀냈다. 이러한 결과는 기업가정신이 낮은 기업가에게 기업가의 기업 관련 지식습득에 관한 인식이 더 중요함을 보여주며 높은 기업가정신을 가진 사람들이 결정을 내릴 때 지식이나 네트워킹에 쉽게 의존하지 않는다고 하였다(정행로, 2021).

대학생을 대상으로 하는 연구를 살펴보면, 대학생들이 도전적이고 혁신적인 사고방식을 갖고 있으며 위험을 감수하려는 성향이 높을수록 창업 기회에 관한 인식이 높아지는 것으로 볼 수 있다는 선행연구가 있었다(강재학, 하규수, 2015; Esfandiar et al., 2019). 예비창업자와 직장인을 대상으로 기업가정신이 창업 기회 역량에 긍정적인 영향을 주는 것으로 밝혔다(정행로, 2021; 선량, 허철무, 2019; 강경란, 2020).

둘째로 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향에 관한 국내·외 선행연구를 살펴보면, 최근 창업지원 정책의 확대 영향으로 기업가정신과 창업 의도의 관계에 관한 연구도 활발히 이루어지고 있으며 많은 선행연구에서 기업가정신이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(송규희, 2024).

대학생의 기업가정신 수준이 높을수록 창업에 대한 의도가 더욱 강하게 나타나는 것으로 확인되었다(Ismail et al., 2015; So, Ridwan et al., 2017; 윤지수, 현병환, 2019; Hassan et al., 2021). 또한, 양준환·김춘광(2018)의 연구에서는 청소년의 기업가정신이 높을수록 창업에 대한 의도가 더욱더 강하게 나타났으며, 이는 관계적 지원이나 자기효능감과 같은 다른 요인들과는 별개로 기업가정신 자체가 창업 의도에 큰 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

정영근(2021)도 청소년의 창업 교육과 기업가정신 및 창업 의도의 상관관계에서 창업 교육이 기업가정신의 위 감수성과 혁신성에 대해 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 위험감수성과 혁신성은 창업 의도에 긍정적인 영향을 나타내는 것을 확인하였다. 이희성(2023)은 대학생의 기업가정신, 창업 자기효능감, 창업 태도, 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 특성인 혁신성, 위험감수성, 진취성은 창업 자기효능감, 창업 의도에 각각 직접 정(+)의 영향을 주었으나 창업 태도에는 영향을 주지 않음을 확인하였다. 창업 자기효능감은 창업 태도, 창업 의도 각각 정(+)의 영향을 미치고 창업 태도는 창업 의도에 정(+)의 영향을 주었고 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향에서 창업 자기효능감이 매개변수로 작용하는 것을 확인하였다.

Abdullahi et al.(2018)은 직장인을 대상으로 금융 접근성이 창업 의도에 미치는 영향을 조사했으며, 특히 기업가정신이 이러한 관계에서 매개변수로 작용하여 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 연구하였다. 송창운 외(2021)의 연구에서도 직장인을 대상으로 한 연구에서 기업가정신이 높을수록 창업 의도와 상관관계가 높게 나타나, 기업가정신이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것으로 나타났다. 김진희·양동우(2018)는 직무만족, 기업가정신, 창업 자기효능감, 혁신성, 위험감수성 간의 관계를 분석한 결과, 직무만족과 기업가정신이 높고 창업 자기효능감이 높을수록 혁신성과 위험감수성이 증가하여 하이브리드 창업 의도가 더욱 강해지는 것으로 확인하였다. 이정현 외, 2019)은 청소년의 혁신성과 위험감수성이 높을수록 창업 의도가 더욱더 강하게 나타나는 것을 밝혀내었다.

김정곤(2016)은 기업가정신의 혁신성과 위험감수성이 창업 의지에 정(+)의 영향을 미치며, 기업가정신의 혁신성이 창업 의지에 미치는 영향 관계에 성취감, 평판도에 정(+)의 매개 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 또한, 기업가정신의 위험감수성이 창업 의지에 미치는 영향 관계에 성취감이 정(+)의 매개 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 송은실 외(2021)는 기업가정신 교육이 창업 의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인하였고, 이들 관계에 대한 기업가정신의 매개효과가 유의한 것으로 확인되었다. 그러나 이들 관계에 대한 성별 조절 효과는 유의하지 않는 것으로 분석하였다. 신혜성·안윤영(2015)은

외식 창업 교육이 기업가정신 및 창업 의지에 긍정적인 영향을 미치며, 외식 창업 교육이 창업 의지에 미치는 영향 관계에 있어서 기업가정신은 매개효과를 미치는 것으로 확인하였다.

이수아(2019)는 위험감수성은 자신감과 과업도전감에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 혁신성은 과업도전감에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위험감수성과 혁신성은 과업도전감에 유의미한 영향을 미치고, 과업도전감은 창업 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인하였다(이수아, 2019).

기홍석(2020)의 연구에서는 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성이 모두 창업에 대한 자신감을 높여 창업 의지를 강화한다고 나타났으며, 혁신성은 창업 실패 부담감에 영향을 미치지 못하는 것으로 확인되었고, 특히 혁신성과 진취성, 위험감수성은 창업 의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

기업가정신과 창업 의도 간의 연구에서 혁신성과 위험감수성이 유의한 정(+)의 영향을 주었지만, 진취성은 유의하지 않은 연구도 있다(Mandongwe et al., 2020; 안은주, 양동우, 2020; 이종훈, 2021). 직장인의 창업생태계 인식과 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 혁신성과 위험감수성이 창업 의도에 정(+)의 영향을 주었으며 진취성은 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 확인하였다(이정희, 2023). 또한, Koe(2016)의 연구에서는 대학생의 창업 의도는 혁신성과 진취성과 유의한 정(+)의 상관관계를 보였지만, 위험감수성과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

기업가정신에 관한 선행연구를 종합해보면, 대부분의 연구에서 기업가정신이 창업 의도에 긍정적(+)인 영향을 주고 있다는 것을 알 수 있다. 기업가정신에 관한 선행연구는 [표 2-7]과 같다.

[표 2-7] 기업가정신에 관한 선행연구

연구자(연도)	내용
신혜성, 안윤영 (2015)	창업 교육이 기업가정신 및 창업 의지에 긍정적인 영향을 미치며, 외식 창업 교육이 창업 의지에 미치는 영향 관계에 있어서 기업가정신

연구자(연도)	내용
	은 매개효과를 나타냄
김정곤(2016)	기업가정신의 혁신성과 위험감수성은 창업의지에 유의한 긍정적 영향을 미치며, 기업가정신의 혁신성이 창업 의지에 미치는 영향 관계에서 성취감, 평판도에 유의한 매개효과를 나타냄
Koe(2016)	혁신성과 진취성은 창업을 결심하는 데 긍정적인 영향을 미치지만, 위험감수성은 창업 의도에 직접적인 영향을 주지 않는 것으로 나타남
양준환, 김춘광 (2018)	관계적 지원, 기업가정신, 자기효능감과 창업 의도의 관계에서 기업가정신과 창업 의도 간에는 긍정적인 상관관계가 존재하며, 기업가정신이 높을수록 창업 의도가 더욱 높아지는 것으로 나타남
김진희, 양동우 (2018)	직무만족과 기업가정신이 하이브리드 창업 의도에 미치는 영향과 창업 자기효능감의 매개효과에 관한 연구에서 혁신성과 위험감수성이 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침
Abdullahi, Lele & Otori(2018)	기업가정신이 창업 의도에 긍정적인 정(+)의 영향을 미침
이수아(2019)	혁신성은 과업도전감에 긍정적인 영향을 미치고, 위험감수성과 혁신성은 과업도전감에 긍정적인 영향을 미치며, 과업도전감은 창업 의도에 유의미한 정(+) 영향을 미침
이정현 외 (2019)	기업가정신의 혁신성, 위험감수성이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미침
기홍석(2020)	기업가정신의 세 가지 요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성은 모두 창업 자기효능감에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 혁신성과 진취성, 위험감수성은 창업 의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Mandongwe& Jaravaza(2020) 안은주, 양동우(2020) 이종훈(2021)	기업가정신의 핵심 요소인 혁신성과 위험감수성은 창업을 결심하는 데 긍정적인 영향을 미치지만, 진취성은 창업 의도와는 유의미한 관계가 없는 것으로 나타남
Anwar, Clauss & Issah(2021)	기업가정신의 세 가지 특성인 혁신성, 진취성, 위험감수성은 기회 인식에 유의한 영향을 미침
정영근(2021)	창업 교육과 기업가정신 및 창업 의도와의 관계에서 창업 교육이 기업가정신의 위험감수성과 혁신성에 대해 긍정적인 영향을 미치며, 위험감수성과 혁신성은 창업 의도에 긍정적인 영향을 나타냄
송창운, 박주영(2021)	기업가정신의 요인들이 직장인의 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침
송은실 외(2021)	기업가정신 교육이 창업 의지에 유의한 정(+)의 영향을 미침
정행로(2021)	혁신성과 위험감수성이 창업 의도에 긍정적인 영향을 주었고, 진취성

연구자(연도)	내용
	은 창업 의도에 유의한 상관관계가 나타나지 않음
이희성(2023)	대학생의 기업가정신, 창업 자기효능감, 창업 태도, 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 세 가지 요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성은 창업 자기효능감과 창업 의도에 각각 직접 정(+)의 영향을 미침

자료: 연구자 재구성

2.2. 디자인씽킹

2.2.1. 디자인씽킹의 개관

최근 다양한 분야에서 디자인의 개념은 기업에서 디자인씽킹(Design Thinking)이란 이름으로 많은 관심과 교육, 방법적 활용이 이루어지고 있다.

디자인씽킹의 시작은 미국의 Herbert Simon이 1969년 발행한 “인공물의 과학(The Sciences of the Artificial)”에서 “사고방식으로서의 디자인 (Design as a “Way of thinking”)의 사고방식의 개념이 논의되면서 시작되었다고 볼 수 있다. 이 사실은 1973년 Robert Kim이 주장했던 바를 뒷받침 한다. 그 이후 1987년 Peter Rowe의 저서인 ‘디자인씽킹(Design Thinking)’에서 건축과 도시계획자를 위한 방법론을 소개하면서 학문적으로 처음 사용된 후 확산되었다(조준동, 2015). 이후 디자인씽킹은 창의적인 방식으로 문제를 바라보고 정의하며 해결한다는 의미의 개념으로 발전했으며, 사이먼(Simon, 1962)은 디자인씽킹의 인지적인 측면, 셴(Schon, 1987)은 반사적인 측면에서 이를 적극적으로 연구하였다(조준희, 2019).

Simon은 그의 저서 ‘인공물의 과학 (The sciences of the artificial)’에서 디자인씽킹 이라는 용어를 직접적으로 등장시킨 것은 아니었으나, 논리적으로 증명하기 어려운 문제에 대처하는 디자이너의 사고 방법과 과정에 관심을 두고 연구를 진행하였다(오보영 외, 2015). 위 내용을 바탕으로 디자이너의 사고방식으로 디자인씽킹이 본격적으로 시작된 것은 사이먼으로부터라고 할 수 있다. 이후 스탠퍼드 대학교의 맥 킴(McKim, 1973)은 시각적 사고 경험

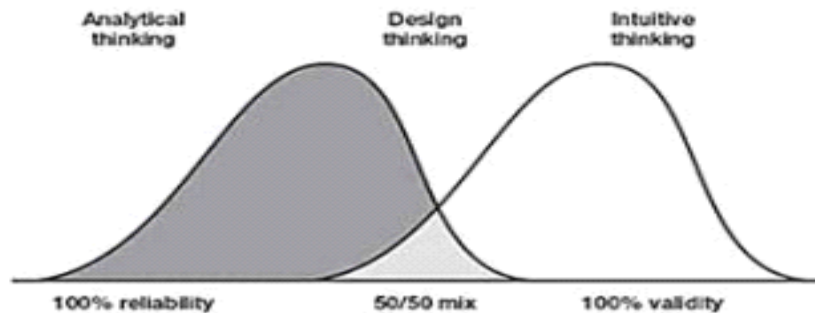
(Experiences in Visual Thinking)이라는 책에서 디자인의 공학적 사고방식을 설명하였고 이를 바탕으로 1987년에 피터 로우(Peter Rowe)가 건축가와 도시 설계사를 위한 ‘디자인씽킹’이라는 책을 발간함으로써 디자인씽킹이 널리 알려지게 되었다(인터넷 플러스KR, 2017).

1980년대와 1990년대 사이에는 미국 스탠퍼드(Stanford) 대학에서 “창의적 행동 방법의 디자인씽킹”라는 교육이 진행되었으며, 특히 McKim 교수는 대학에서 본인이 진행하는 디자인 프로그램에 다학제적(Multi-Disciplinary)시도와 함께 ‘비주얼씽킹’(Visual Thinking)이라는 과목을 개설하였는데, 프로토타입(Prototype)과 스케치를 통한 브레인스토밍을 진행함으로써 시각적 사고의 방법론을 구체화하였고 이 프로그램은 스탠퍼드 대학교의 디스쿨(d. school)의 디자인씽킹 프로그램의 모태가 되었다(바이널엑스, 2015). 1991년 IDEO의 설립자 데이비드 켈리(David Kelley)에 의해서 비즈니스의 목적으로 받아들여졌다(황대연, 2019). 2000년대 들어 독일 SAP사의 설립자인 Hasso Plattner의 지원과 IDEO의 참여로 미국 스탠퍼드 대학 디스쿨(d. school) 강의를 통해 본격적으로 기업 Business 영역으로 확산하기 시작하였다(조준동, 2015). 근래 디자인씽킹에 대한 연구를 살펴보면 미술적 디자인의 영역뿐만 아니라 기업의 문제점을 발굴하여 개선하거나, 개인의 문제를 해결하는 등 다양한 영역의 문제해결 방법론으로 활용되고 있다(김윤지, 2015).

2.2.2. 디자인씽킹의 정의

디자인씽킹은 연구자들에 따라 다양하게 정의되고 있다. 로저마틴(Martin, 2010)은 디자인씽킹은 지난 10여 년 동안 미국을 중심으로 시작하여 유행하고 있는 혁신적인 비즈니스를 위한 방법론을 말하는 것으로 널리 통용되고 있다고 하였다(Martin, 2010). 10년 전에 저술한 것을 고려해 보면 이미 20여 년 전부터 미국에서 시작된 디자인씽킹은 오늘날 우리나라에서도 혁신적이고 창의적인 비즈니스 창출 방법론으로 활용되고 있다고 할 수 있다(고은희a, 2020). Martin은 디자인이라는 개념과 디자인씽킹이라는 개념을 서로 구분하였고(고은희a, 2020), 디자인씽킹의 눈여겨봐야 할 특성으로서 귀추 논리

(Abductive Reasoning)를 거론하면서 퍼스(Charles Snaders Peirce)의 이론과 같이 이전에 없던 혁신적인 사고나 정의, 개념은 과거의 것으로부터는 증명 자체가 가능하지 않다고 하면서, 분석적 사고의 축과 직관적 사고의 축의 한 가운데귀추적 논리가 존재한다고 설명하며 그 중심에 디자인씽킹이 위치한다고 말하고 있다(Martin, 2018).



[그림 2-1] Martin의 디자인씽킹 개념

디자인씽킹을 기반으로 한 세계적인 혁신 디자인기업인 IDEO의 창시자 Brown은 디자인씽킹이란 “소비자들이 가치 있다고 평가하고, 시장의 가치를 활용할 수 있으며, 기술적으로도 실현할 수 있는 비즈니스 전략을 요구하는 사람들을 충족시키기 위하여 디자이너의 작업방식과 감수성을 이용하는 사고 방식”이라 정의하고 “디자인사고는 니즈(needs)를 해결안(solution)으로 바꾸는 것이다”라고 설명하였다. 또한 “기술적으로 실행할 수 있는 것으로 사람들의 요구에 대응하는 방법이자 고객가치와 시장기회로 바꿀 수 있는 비즈니스 전략을 실행하고자 하는 디자이너의 감성과 방법을 이용한 일종의 방법론(discipline)”이라고 정의한다(Brown, 2008).

로저 마틴(Roger Martin, 2009)은 논리적인 이성(analytical thinking)과 감정적인 감성(intuitive thinking)의 융합을 통해 창의적인 아이디어를 발상할 수 있으며, 이성과 감정을 융합한 통합적 사고(integrative thinking)라는 개념으로 디자인씽킹을 설명할 수 있으며, 해결책을 도출해 내기 위해 제약되는

조건과 상호 배치되는 아이디어들을 최대한 알아본 뒤에 종합적으로 사고하는 것을 의미한다고 정의하였다(정정호, 2011; Martin, 2009).

Brown(2008)은 소비자 가치를 구현시킴으로써 생존력 있는 비즈니스 전략으로 전환 시키기 위한 디자인 전공자의 훈련된 방식을 활용하여 세상에 긍정적인 영향을 주는(김윤지, 2015) 새로운 솔루션을 도출하기 위한 문제해결 과정이라 정의하였다. 한편 디자인사고를 인간의 고유 능력으로 사고(thinking)와 분리될 수 없음에도, 디자인 자체를 ‘사고(thinking)’라는 단어와 결합하여 창의적인 기술 방식의 도구로 제한했다는 부정적 이견도 제기되고 있다(Buchanan, 2001). 새롭고 혁신적인 창의적 활동으로 표현되는 디자인사고는 깊이 있는 디자인 연구의 기반 없이 경영 및 비즈니스의 성공을 위한 도구로 가볍게 여겨지는 것에 대한 우려 역시 존재한다(이정열, 이주명, 2010).

그러나 세상에서 성공적인 대부분 브랜드는 고객의 삶을 깊이 이해하고, 그 이해를 바탕으로 혁신적인 아이디어를 디자인에 녹여내 가치를 창출해 왔다. 디자인사고는 디자인 전공자를 떠나 ‘인간의 전반적인 삶의 문제를 통합적이고 종합적으로 해결하는 과정’이자 비즈니스 환경에서 고객이 원하는 것과 필요로 하는 것, 기술적인 실현 가능성, 기업 내·외부의 제약조건, 가격, 비용, 가치 등의 경제적인 판단 등을 총체적으로 고려한 적절한 균형점을 찾는 기제로 활용할 수 있다(정정호, 2011). 또한 사회·문화·경제·정치·환경 등 인간 삶의 모든 영역에서 발생하는 문제들을 종합적으로 분석하고 해결책을 모색할 수 있는 기반이 될 수 있다. 디자인사고가 여러 학문 분야에서 논리적 사고와 직관적 사고로 혹은 주관적 사고와 객관적 정보 활용 등으로 결합하거나 통합하여 의미 있는 결론을 창출할 수 있기 때문이다(박성미, 김수화, 2013). 선행연구를 통하여 본 연구에서는 디자인씽킹을 인간의 전반적인 삶에 존재하는 다양한 문제들을 창의적으로 해결하는 사고방식이며, 인간 중심적인 관점에서 문제를 바라보고 다양한 관점과 통합적으로 사고하여 빠르고 창의적으로 문제를 해결하는 과정으로 정의하였다. 디자인씽킹 정의에 관한 선행연구는 아래 [표 2-8]과 같이 정리하였다.

[표 2-8] 디자인씽킹의 개념 정의

연구자(연도)	정 의
Tim Brown (2008)	공감, 실험주의, 통합적 사고, 협업, 낙관주의를 바탕으로 소비자에게 가치를 제공하는 혁신적인 아이디어를 도출하고 새로운 기회를 창출하는 것
Roger Martin (2009), (2011)	디자인씽킹은 인간 중심의 문제해결을 위해 분석적 사고와 직관적 사고를 융합하는 혁신적인 사고방식이며, 사용자의 니즈를 깊이 이해하고 이를 바탕으로 새로운 가치를 창출하는 과정이라고 설명함
Buchanan (1992)	창의적인 사고를 통해 기술혁신을 이끌고, 새로운 문화를 형성하며, 인문학적 가치를 확산함
Mootee (2011)	시스템적 사고와 달리 다양한 변수를 허용하여 혁신을 추구하고, 변화와 가능성을 최대화하는 창조적 사고방식이며, 고객 중심의 사고의 중요성을 강조함
Liedka & Ogilvie (2011)	고객의 관점에서 출발하여 공감하고 문제를 정의하고, 창의적인 해결 방법을 찾아내는 과정이며 이를 통해 비즈니스 혁신을 이끌 수 있는 체계적인 접근 방법이라고 설명함
우영진 (2011)	디자이너의 감성적 사고방식을 통해 문제의 핵심을 파악하고, 독창적인 아이디어를 시각화하여 새로운 가치를 창출해내는 창의적 문제해결 방법
정정호 (2013)	디자이너는 이성적인 논리적 사고와 감성적 사고를 통합하여 문제를 명확히 규명하고 검증하며, 창의적인 해결책을 도출하여 혁신을 끌어내는 지적 과정이라 할 수 있다. 이는 단순한 감각적인 영역을 넘어 복잡한 문제를 해결하기 위한 지적 활동으로 설명함
김윤지 (2015)	다양한 요소를 종합적으로 고려하여 새로운 가치를 창출하고, 복잡한 문제에 대한 창의적인 해결책을 제시하는 사고방식
경란 외 (2015)	인간의 삶을 향상하기 위해 인간의 욕구와 가치를 중심에 두고 문제를 해결하며, 이를 통해 새로운 가치를 창출하는 과정
Roth (2015)	단순히 디자인 분야에 국한된 것이 아닌 문제해결을 위한 일반적인 사고방식으로 확장할 수 있으며, 다양한 분야에서 혁신을 끌어낼 수 있는 강력한 도구라고 설명함
연구자 재정의	인간의 전반적인 삶에 존재하는 다양한 문제들을 창의적으로 해결하는 사고방식이며, 인간 중심적인 관점에서 문제를 바라보고 다양한 관점과 통합적으로 사고하여 빠르고 창의적으로 문제를 해결하는 과정

자료: 정정호(2013), 고은희a(2020)의 연구를 참고하여 재구성

2.2.3. 디자인씽킹 프로세스

디자인씽킹의 정의는 학자들마다 다르게 표현되지만, 문제해결의 사고방식이며 창의적이고 혁신적인 문제해결 과정(process)이자 방법론이라는 것에 공통점이 있다(윤옥한, 2017). 디자인씽킹은 우리 인간 삶의 대부분 문제를 매우 종합적이고 통합적으로 솔루션을 제공하는 창의적사고 방식의 과정으로 디자인적 프로세스를 활용하여 접목하면서 두각을 드러내며 논의되기 시작하였다. 따라서 디자인씽킹 방법론 즉 디자인사고 프로세스를 알아보는 것은 디자인씽킹 프로세스를 이해하고 실행하는 방면에서 매우 중요한 가치성이 있다고 볼 수 있다.

디자인 프로세스는 디자인 분야에서 눈에 보이지 않고, 구체적으로 잡히지 않는 개념을 실제로 존재하는 현실로 끌어내기 위해 문제의 이해로부터 시작하여 해결에 이르기까지 이루어지는 연구, 분석, 실현, 평가를 순차적으로 반복하는 과정이다(나건, 2019).

디자인씽킹은 다양한 방법론으로 구성된 디자인씽킹 프로세스 모형들이 있다. 본 연구에서는 디자인씽킹을 교육에 적용하고 프로세스의 개념을 명확하게 정립한 IDEO사의 프로세스와 스탠퍼드 대학의 d.School 프로세스를 기반으로 하였다.

2.2.3.1. IDEO의 디자인씽킹 프로세스

IDEO의 디자인씽킹 프로세스적 욕구를 탐색하고 시각화하여, 빠른 프로토타입 제작과 개선을 거쳐 눈에 보이지 않는 고객의 경험까지 표현하고 구현하는 디자인 프로세스를 창업의 아이디어 사업화를 위해 활용할 수 있다고 제안하였다.

[표 2-9] IDEO의 디자인씽킹 프로세스

단계	내용
관찰 Observation	디자인에 대한 주문 의뢰가 들어오면 IDEO는 여러 분야의 전문가들로 구성된 컨설팅 팀을 조성한다. 그리고 전문가팀을 현장에 파견한다. 전문가 컨설팅 팀은 설문조사, 비디오 촬영, 인터뷰 등을 통해 고객의 문제점이 무엇인지 찾아내고 문제점을 명확히 찾아냄
브레인스토밍 Brainstorming	관찰된 내용과 인사이트를 바탕으로 전문가들은 의견을 제안하거나 주장하고 거론된 의견은 토론을 진행하되 모든 내용을 수용하며, 엉뚱하고 특이한 아이디어를 제안할수록 높은 평가 및 호응을 얻는다. 회의 및 토론을 통해 1시간 이내 최소 100개 이상의 아이디어를 발상하고 제안하며 최대한 많은 아이디어의 범위를 좁혀 나가는 것
신속한 프로토타이핑 Rapid Prototype	최대한 신속하게 구하기 쉽고 저렴한 재료를 통해 가상의 모델, 시제품을 만들고, 실제 제품디자인을 적용하여 제안된 시제품을 고객(사용자)이 실제 이용하도록 하고 경험하며 테스트하게 함. 이를 통해 소비자들의 언어, 비언어 등 모든 반응을 세세하게 조사하거나 기록한다. 이렇게 수집하게 된 정보는 기록하여, 불편 사항과 개선할 점들을 즉각적으로 수정 또는 수용한다.
개선 Refining	제안되거나 선택된 시제품 들은 가장 적합한 해결점을 찾아내기 위해서 세련화 과정을 통해 적용할 수 있는 몇 개의 디자인으로 압축하거나 축소하여, 최종 후보를 결정하게 된다. 소비자들의 의견을 듣고보다 더 세심하게 고객의 의견을 반영하고, 디자인적 개선에 대한 수정 작업을 진행한다. 고객(사용자)이 최종적으로 만족할 때까지 계속 수정 보완의 과정을 진행한다.
실행 Implementation	최종적으로 디자인을 확정하는 단계로 디자이너 및 엔지니어 등 제품생산과 관련된 다양한 영역의 전문가들이 모두 총동원되어 이 단계에서 완제품을 제작하게 된다.

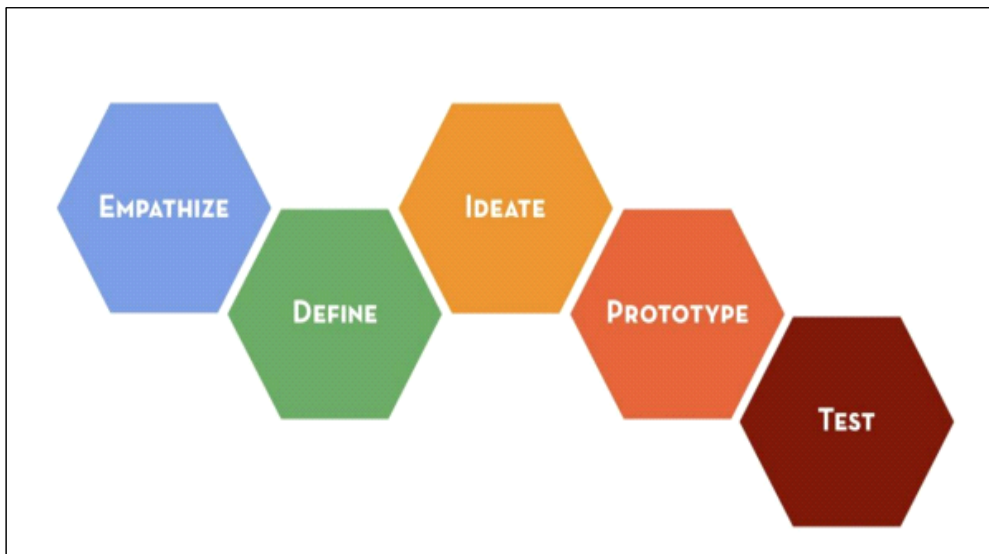
자료: 강희정. (2017), 한국디자인진흥원. (2013/14) 참고하여 재구성

2.2.3.2. 스탠퍼드 D. School의 디자인사고 프로세스

스탠퍼드 대학교의 디스쿨(d.school)도 IDEO의 5단계 프로세스와 매우 비슷한 프로세스를 설명하고 있다. d.school은 SAP의 하소 플래트너 디자인 연구소(Hasso Plattner Institute of Design)의 약어로서, 2003년 IDEO의 핵심 인물인 켈리(Kelly)와 캠벨(Kembel)을 비롯한 스탠퍼드 교직원과 실리콘밸리

디자인 전문가들이 공동으로 설립한 디자인 혁신 교육기관이다(고은희a, 2020). 스탠퍼드 d.school은 SAP의 CEO였던 독일의 하소 플래트너(Hasso Plattner)의 후원으로 설립되었고 비록 학위과정은 아니지만, 스탠퍼드 대학원생들에게 가장 인기 있는 과목으로, 디자인 분야에 관심이 있는 비전공자들에게도 개방이 되어있다. 가장 창의적이며 혁신적인 디자인사고를 가르치는 교육기관으로 손꼽힌다.

스탠퍼드 대학교 D. School의 디자인씽킹 프로세스는 5단계(공감-문제정의-아이디어 발상-테스트)로 나누어 제시하고 있다. 먼저 사용자를 깊이 있게 이해하는 공감(Empathize) 문제를 명확히 정의하는 문제정의(Define) 창의적인 아이디어를 도출하는 아이디어 발상(Ideate) 이를 구체적으로 표현하여 만들어 내는 프로토타입(Prototype) 마지막 테스트(Test)의 5단계로 구성되어 있다. 가장 대중적이고 널리 알려진 프로세스 모델이라고 할 수 있으며 [그림 2-2]와 같이 나타낸다.



자료: Stanford D. School(2010) 자료: Stanford D. School(2010)

[그림 2-2] d.school의 디자인씽킹 프로세스

1단계, 공감하기(Empathize)는 기업이 목표로 하는 사용자와 잠재고객을 대상으로 그들이 처한 상황 속에 직접 참여하여 사용자의 상황을 직접 경험하고 관찰하고 인터뷰하며 문제를 찾아내거나, 사용자의 니즈(Needs)를 파악

하거나 인사이트(Insight)를 얻는 고객을 깊이 있게 이해하는 단계이다. 이 단계에서는 기본적으로 인간 중심적 사고(Human Centered)를 바탕으로 다른 문제해결 방법론과 차별점을 발견할 수 있도록 해주는 디자인씽킹 프로세스에서 가장 중요한 핵심 단계라고 볼 수 있다. 관찰자는 직접 사용자가 되어 그들을 깊이 이해하고 공감하는 것이 중요하다. 이와 같은 공감 단계 과정을 통해 d.school은 특히 사용자의 니즈(Needs)를 발굴해 고객의 숨겨진 니즈(Needs)와 불편한 점(pain)까지 파악하는 것이 무엇보다 중요하다. 디자인씽킹은 단순한 공감을 넘어, 사용자의 행동과 언어 뒤에 숨겨진 진정한 욕구를 발견하여 깊이 있는 통찰을 얻는 과정이다. 공감 단계의 정보를 바탕으로 통찰과 맥락이 맞았는지 확인할 수 있어야 한다(Martin, 2009).

2단계, 문제정의(Define)는 공감 단계 과정을 통해 얻은 정보와 영감을 바탕으로 해결해야 할 진짜 문제가 무엇인지를 명확하고 올바르게 문제 정의한다. 이 과정을 통해 관찰자가 보고 들었던 것 중에 기존에 미처 알지 못한 사실과 중요한 가치 등을 추론하고(황대연, 2019), 그 사람들에게 필요한 문제와 해결책을 사용자 중심 관점으로 바라보고 정리한다. 문제정의(Define) 단계에서는 공감 단계에서 발견한 문제, 혹은 이슈를 명확히 하고 구체화하는 단계이다.

3단계, 아이디어 발상(Ideation)은 단계는 문제정의 단계에서 도출된 문제에 대한 해결책을 찾기 위해 다양한 분야의 전문가들이 자유롭게 아이디어를 제시하고 공유하는 과정이다. 이 단계는 다양한 아이디어를 많이 도출하기 위해 브레인스토밍(Brainstorming) 등 다양한 아이디어 발상 기법을 활용하여 창의적이고 혁신적인 문제해결 아이디어를 도출하고 마음에 드는 모든 방법을 동원하여 가능한 해결책을 만들 것을 제안한다. 아이디어 도출은 제품디자인 프로세스에서 예측이 힘들고 이전에 본 적이 없는 새로운 아이디어를 생성, 개발 그리고 전달하는 창의적인 과정(Creative Process)을 포괄적으로 일컬으며(Dave Gray, 2010), 제품디자인 프로세스의 단계에서 콘셉트 결정에 중요한 비중을 차지한다(나진 외, 2017). 즉, 브레인스토밍, 마인드맵, 스케치 등의 방법을 통해 정의된 문제를 해결하기 위한 가능한 한 많은 아이디어를 도출하되, 이 과정에서 선불리 해결점을 찾아내지 말고, 최대한 판단을 유보

하여 더 나은 아이디어를 도출하도록 한다(고은희, 2020). 또한 표현, 시험, 순환을 반복하고 융통성과 유창성을 확보하도록 한다. 문제를 정의하고 진술하는 과정에서 관점에 따라 다르게 표현된다는 점을 기억하고, 진술된 내용을 하나의 시각으로 바라보는 것이 아니라, 정의된 문제를 지속해서 다른 각도에서 바라보면서 여러 가지 가능성을 염두에 둔 상태로 파악해야 문제를 해결할 수 있는 인사이트(Insight)를 찾아낼 수 있는 실마리를 볼 수 있다(Roth, 2016).

4단계, 시제품 만들기(Prototype)는 단계는 아이디어를 현실로 만들고, 사용자의 요구를 충족시키는 최적의 해결책을 찾고, 전 단계에서 도출된 정보들을 통해 시제품을 구체화하는 단계이다. 프로토타입은 실제 제품을 만들기 전에 사용자의 요구와 니즈를 파악하고, 제품의 문제점을 미리 발견하여 개선할 수 있도록 돕는 역할을 한다. 프로토타입으로 구체화한 아이디어는 다음 테스트 단계를 가능하게 해주며 결과 피드백은 도출된 아이디어를 발전시켜나가는 데 중요한 역할을 한다. 이러한 단계들을 거치면서 아이디어는 더욱더 견고하고 치밀해진다.

5단계, 마지막 테스트하기(Test)는 시제품을 활용하여 실제 사용자에게 사용하게 될 제품에 대한 성능과 핵심 가치를 검증받아 프로토타입과 솔루션을 개선하는 과정으로 이를 위해 프로토타입을 여러 번 반복하기도 하며 테스트의 결과에 따라서 첫 단계로 다시 돌아가기도 한다. 마지막 단계인 테스트는 단순히 아이디어를 검증하는 것을 넘어 사용자와의 깊이 있는 상호작용을 통해 문제에 대한 새로운 시각을 얻고 더 나은 해결책을 찾는 것이다.

이처럼 디자인씽킹의 단계별 모형은 문제해결을 위한 체계적인 접근 방식을 제시하지만, 실제 현실에서는 예상치 못한 변수들이 발생하여 계획 대로 진행되지 않을 수 있다. 현실의 복잡한 문제해결을 위해 일의 진행 과정에서 수정과 보완을 위한 반복과 비선형의 개념은 매우 중요하다고 할 수 있다(변현정, 2015; ; 송동주 외, 2016; 양경란 외, 2015).

2.2.4. 디자인씽킹(Design Thinking)의 특징

21세기 디자인씽킹에 대하여 세계적인 디자인컨설팅 기업인 IDEO사의 CEO인 팀 브라운(Tim Brown)은 디자인씽킹이란 ‘고객들이 가치 있다고 평가하고, 시장의 기회를 활용할 수 있으며 기술적으로도 가능한 비즈니스 전략을 요구하는 사람들을 충족시키기 위하여 디자이너의 작업방식과 감수성을 이용하는 사고방식으로 정의하고, 디자인사고는 “니즈(Needs)를 해결안(Solution)으로 바꾸는 것이다”. 라고 설명 하였다(최예경 외, 2018). 기존에 기업은 과학적 분석과 통계적 분석을 기반으로 문제에 접근하던 것을 새롭게 혁신적인 아이디어를 도출하기 위해 디자이너들의 시각적 감각과 감수성을 통해 문제를 해결하려고 시도하고 있다. “기술적으로 실행할 수 있는 것으로 사람들의 요구에 대응하려는 방법이자 고객가치와 시장기회로 바꿀 수 있는 비즈니스 전략을 실행하고자 하는, 디자이너의 감성과 방법을 이용한 일종의 방법론(discipline)”이라고 정의(Brown, 2008)한다. 이는 디자인씽킹은 이론적인 개념을 넘어 실제 제품과 서비스 개발 현장에서 고객 중심의 혁신을 끌어내는 실용적인 도구임을 알 수 있다. 2008년 IDEO의 CEO 팀 브라운은 하버드 비즈니스 리뷰에 디자인씽킹 이라는 개념을 소개하며 “대다수의 디자인 전문가들은 전문적으로 디자인 교육을 받은 것은 사실이지만, 꼭 디자인을 전공해야만 디자인씽킹을 할 수 있는 것은 아니라고 했다. 어떤 이들은 디자인 분야 전문가가 아닌 이들 중에서도 뛰어난 디자인씽킹 능력을 타고난 사람이 있다고 말하였고, 이런 사람들을 찾아서 능력을 개발해주고 필요한 경험을 쌓을 수 있도록 해주면 그들은 잠재된 역량을 표출하게 된다고 말하였다.”

Brown(2008)은 이러한 디자인씽킹을 하는 사람들에게는 몇 가지 특성이 있는데, 공감(Empathy), 통합적 사고(Integrative Thinking), 낙관주의(Optimism), 실험주의(Experimentalism), 협업(Collaboration)과 같이 5가지 특성을 제시하였다(정정호, 2013; 최예경 외, 2018).

첫째, 공감(Empathy)은 인간과 인간을 서로 연결하고 타인의 삶과 경험을 서로 느낄 수 있게 하는 능력으로, 비록 자신이 경험하지 않았다 하더라도 타인의 감정을 이해하고 느낄 수 있는 인간의 중요한 역량이다(Parson, 1993).

공감은 개인이 가진 하나의 관점으로서 일관되게 나타나는 특성으로 타인에 대해 보다 더 공감할 수 있다는 뜻을 배포하며, 비즈니스 환경하에서 동료와 고객 등 다양한 사람들의 관점으로 세상을 바라보는 ‘사람 중심(Human centered)’의 접근 방식을 특성으로 외부로 드러난 욕구와 숨겨진 욕구 모두를 충족시킬 해결방안을 찾을 수 있는 것이 디자인씽킹의 핵심 요소이다 (Brown, 2008; 정정호, 2013). 즉 디자인씽킹에서 공감은 단순히 타인의 감정을 이해하는 것을 넘어, 사용자의 관점에서 생각하고 내가 사용자가 되어 그들의 경험을 직접 체험하고, 그들의 느끼는 것들을 진심으로 이해하려는 노력을 통해 문제를 해결하는 핵심적인 능력이라고 할 수 있다. 공감은 단순한 이론이라기보다 실제의 문제들을 해결하고 더 나은 제품과 서비스를 제공하기 위한 중요한 태도이며 ‘사람 중심의 공감’을 통해 혁신적인 아이디어를 창출해내는 역량이라고 할 수 있다.

둘째, 통합적 사고(Integrative Thinking)는 상반된 아이디어 사이의 긴장 관계를 건설적으로 활용하여 하나를 선택하면서 다른 하나를 버리는 양자택일 방식이 아닌 두 아이디어의 요소를 모두 포함하면서 각각의 아이디어보다 뛰어난 새로운 아이디어를 만들어 내는 창의적이고 긴장 상태를 해소하는 능력”이라고 정의하였다(Martin, 2008). 이를 통해 통합적 사고는 전통적인 사고방식보다 넓은 관점에서 여러 방향의 비선형적인 인간관계 검토를 추구하며, 의사결정에 있어서 단편적이고 독립적으로 문제를 해결하지 않고, 긴장 상황에 대하여 창의적으로 문제를 해결하고자 제3의 아이디어 대안을 발견한다(최예경 외, 2018). 결론적으로, 디자인씽킹의 통합적 사고는 다양한 분야의 지식과 경험을 연결하여 문제를 종합적으로 바라보고, 창의적인 해결책을 찾아내는 핵심적인 능력이라고 말할 수 있다.

셋째, 낙관주의(Optimism)는 미래를 긍정적으로 바라보는 신념으로서 “미래는 좋은 것들이 넘쳐나고 나쁜 것은 별로 없을 것으로 생각하는 일반적인 기대감”으로 정의할 수 있다(Scheier et al., 1992). 조직에 있어 낙관주의는 구성원들의 직무성과에 긍정적 영향을 주는 것으로 개인의 성과와 만족감 등에 영향을 미친다(Luthans et al., 2007). 디자인씽킹에서 낙관주의는 어떠한 문제 상황에서도 제약에 상관없이 적극적으로 문제해결을 위해 노력하며 더

낯은 해결책이 있을 것이란 믿음으로 생각하고 바라보는 긍정적인 태도나 행동 경향이라고 말 할 수 있다.

넷째, 실험주의(Experimentalism)는 새로운 서비스, 상품, 생산 등에 있어 새로운 방법으로 시도하는 것을 포함하는 창의적 혁신과정이며(Schumpeter, 1934), 제한된 지식에 따라 계획적이지 않은 행동을 하거나 고정된 형태의 지식에 묶여있지 않은 학습적 차원을 통해 새로운 행동을 새롭게 변화된 환경에 시도하여 그 변화를 살펴보는 과정으로 문제를 해결해 나가는 과정을 뜻한다(Weick, 1979). 일반적으로 이러한 실험 과정은 피드백을 통해 새로운 행동과 실패를 반복하는 시행착오의 학습과정(Trial and Error Learning Process)으로 계속되는 실패에도 도전을 계속하는 태도를 뜻한다(김윤지, 2015). 즉 디자인씽킹에서 실험주의는 시간을 준비에 할애하는 것보다는 가능한 실천 하고 더 나은 결과를 찾아내고자 프로토타입을 만들고 테스트해보는 과정을 통해 시행착오와 실패를 경험하게 하여(변현정, 2015) 아이디어를 검증하고 개선하는 것을 넘어 빠르게 아이디어를 구체화하고 시장의 반응을 확인하며 개선해 나가는 반복적인 과정이라고 할 수 있다.

다섯째, 협업(Collaboration)은 두 개 이상 독립적인 개체가 상호 이익을 위해 공동으로 기획-운영-작업을 수행하는 활동이며 자발적으로 참여하여 상호작용을 통해 협업 당사자들이 지속적인 노력을 통해 공동의 목표를 달성해가는 과정이다(최인식, 2014). 기업의 경우 상호 협업을 통해 새로운 시장에 접근하거나 강력한 브랜드를 구축하고, 유통채널을 효율적으로 운영하는 등 경영 자산을 효율적으로 운영하는 데 활용하고자 한다(황대연, 2019). IDEO는 의뢰받은 고객의 문제해결을 위해 한 가지 이상의 분야에서 다양한 경험을 가진 인재를 하나의 영역에서 협력적 관계로 문제를 해결할 수 있도록 팀을 구성하여 활용하고 있다(황대연, 2019). 디자인씽킹에서 협업은 다양한 분야의 사람들이 모여 문제를 해결하고 혁신적인 아이디어를 도출하는 과정이며, 서로 다른 전문 지식과 경험을 가진 사람들이 함께 모여 문제를 다양한 관점에서 바라보고 창의적인 해결책을 찾는 것이라고 말 할 수 있다. 디자인씽킹의 특성을 다음 [표 2-10]과 같이 정리한다.

[표 2-10] 디자인씽킹의 특성

단계	내용
공감 (Empathy)	타인의 감정을 이해하고 공유하여 사용자 중심의 문제해결을 통해 혁신을 끌어내는 인간의 핵심적인 역량으로, 디자인씽킹을 통해 더 나은 제품과 서비스를 창출하는 데 필수적인 요소임
통합적 사고 (Integrative Thinking)	상반되는 아이디어를 자연스럽게 융합하거나 연결하여 새로운 가치를 창출하고, 다양한 관점에서 문제를 종합적으로 해결하는 창의적인 사고방식으로, 디자인씽킹에서 혁신적인 아이디어를 도출하는 핵심 능력이라 할 수 있음
낙관주의 (Optimism)	미래에 대한 긍정적인 기대감을 바탕으로 어떠한 상황에서도 문제해결을 위한 노력을 지속하며, 디자인씽킹에서는 창의적인 해결책을 찾아내는 데 중요한 역할을 하는 긍정적인 태도라 할 수 있음
실험주의 (Experimentalism)	새로운 시도를 통해 지속적으로 학습하고 개선하며, 디자인씽킹에서는 프로토타입을 제작하고 테스트하는 과정을 통해 아이디어를 빠르게 구체화하고 시장의 반응을 확인하며 혁신을 끌어낼 수 있는 핵심적인 태도라 할 수 있음
협업 (Collaboration)	다양한 분야의 사람들이 서로의 지식과 경험을 공유하며 공동의 목표를 달성하기 위해 협력하는 과정으로, 디자인씽킹에서는 문제해결을 위한 창의적인 아이디어를 도출하고 혁신을 끌어낼 핵심적인 요소임

자료: 연구자 재정의

기업은 성과 창출을 위해서 가장 먼저 디자인씽킹의 주체인 디자인사고자(Design Thinker)의 특성을 파악하고 발전시켜야 한다(김윤지, 2015). 단순히 문제를 해결하는 방법론 관점에서 디자인씽킹을 활용하기보다는 디자인씽킹을 하는 사람(Design Thinker)의 고유 능력과 특성으로 인식하고, 이러한 특성을 파악하여 세부 요인을 보다 구체적으로 탐색하고 극대화될 수 있도록 해야 한다(김윤지, 2015). 하여 본 연구에서는 디자인씽킹의 특성을 이론적 고찰을 통해 팀 브라운(Tim Brown)이 주장한 디자인사고자의 5가지 특성이 창업 의도에 영향을 주는 요인을 탐색해 보고자 한다.

2.2.5. 디자인씽킹과 기업가정신의 관련성

혁신성, 위험감수성, 진취성과 같은 기업가정신의 특성은 기업의 성공을 좌우하는 핵심 요소로 다루어지고 있다. 이전에는 창업가 개인을 대상으로 기업가정신에 관한 연구가 대다수였다면, 근래에는 기업가정신을 개인뿐만 아니라 기업이나 조직 그 자체로도 연구 대상으로 연구되고 있다. 개인 대상에서의 창업가, 조직 내 구성원, 전문 경영인 등 조직 대상에서의 창업기업과 중소기업, 대기업 모두가 그 대상으로 판단 되고 있다. 기업가정신에 관한 연구는 아직 미성숙한 단계이지만, 잠재력이 매우 큰 학문 분야이며, 그 기반을 다지며 체계화되고 있다. 최근 들어 “기업가정신에 관한 연구가 성과를 거두고 있으나 아직은 역사가 짧고 지배적인 근본적 규정인 패러다임이 형성되지 못한 이유로 학문으로서의 체계가 형성 중이다(강병오, 2011).

김윤지(2015)는 기업가정신과 디자인사고는 혁신적인 아이디어를 통해 인간의 삶을 개선하고 사회문제를 해결하는데 공통된 목표가 있다는 것을 발견하였다.

‘위험감수성’은 불확실한 미래에 대한 도전을 두려워하지 않고, 실패를 성장의 기회로 삼아 어떠한 일이든 포기하지 않고 끊임없이 도전하는 ‘실험주의’ 정신이라고 볼 수 있다. ‘진취성’은 ‘긍정적인 마음과 태도’를 바탕으로 목표의 성공을 위해 끝까지 노력하는 태도라고 설명할 수 있으며, ‘혁신성’은 기존의 것을 새롭게 개선하려는 성질인데, 지속적인 신기술의 개발과 개선으로 새로운 아이디어를 내어 기회로 전환하는 창업가정신의 근본이라고 할 수 있으며 디자인사고의 특징과 비슷한 공통점을 발견할 수 있다. 조직의 개발 제품의 시장조사나 디자인과 마케팅 활동을 진취적으로 추진하기 위해 조직 전반의 ‘협업’과 조직 내의 ‘공감’을 바탕으로 더욱 발전시킬 수 있다고 생각한다. 이러한 모든 요인이 기능적으로 조화롭게 작용하며 공통적 요소로 기업가정신을 구성하고 있다.

따라서 본 연구에서는 개인의 디자인씽킹 특성도 기업가정신처럼 창업기업, (예비)창업자와 조직구성원이 갖추어야 하는 핵심적이고 중요한 요인으로 학문적 연구 가치가 있다고 판단된다. 또한 이것은 ‘조직 내외로 확산하여 창

업 의도에 긍정적인 영향을 미친다'라는 가설검증에 긍정적인 성과를 창출하여 창업생태계에 필요한 중요한 단서를 제공할 것으로 예상된다.

2.2.6. 디자인씽킹(Design Thinking)의 선행연구

디자인씽킹은 주로 기업의 경영성과 또는 경영 환경에서 활용되는 프로세스 또는 창의교육을 위한 측면으로 정의되고 연구되었으나 최근 들어 다양한 성과와 관련하여 증명하는 연구가 진행되고 있다. 정정호(2011)는 고객지향의 창조적 가치 창출은 기업의 성장에 큰 영향을 주는 요인이며, 이러한 창조적 가치 창출은 고객 인사이트 발굴을 통한 디자인사고 중심의 경영혁신으로 실현 가능하다고 하였으며, 디자인사고는 '만드는 자의 관점에서 디자이너의 감각과 방법론을 활용하여 사람들의 Needs를 기술적으로 구현할 수 있으면서 소비자 가치 및 시장기회로 전환될 수 있는 확실한 비즈니스 전략에 매칭시키는 원리'라고 하였다(이지선, 2010).

디자인씽킹의 특성에 관한 연구는 고은희a(2020)는 기업가정신 교육에서 디자인싱킹이 기업가적 마인드에 향상을 주는 영향에 관한 연구에서 기업가정신을 교육에서 디자인씽킹 프로그램을 진행 후 변화를 실험한 결과 (혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구, 자율성) 5개의 요인 모두 디자인씽킹이 기업가정신 마인드에 긍정적인 효과를 입증하는 연구 결과를 도출하였다. 양지연·김경환(2017)은 디자인사고와 창업가정신의 개인 특성에 관한 연구에서 디자인사고의 특성 중 협업은 창업기업의 비재무 성과를 완전 매개로 하여 재무성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치고, 창업가정신 중 혁신성은 비재무 성과를 부분 매개로 하여 재무적성과를 향상하는 데 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 고은희(2019)는 디자인씽킹이 기업가정신 교육에 있어서 사고력 측면 및 방법론적 측면에서 창업 의지에 긍정적인 영향을 주었고, 수렴과 확산의 사고를 통한 창의적사고 등이 창업 의지에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 방법론적 측면에서는 프로세스를 통한 창업 방법 습득이 긍정적인 영향을 끼친다는 것을 검증하였다. 고은희b(2020)는 디자인씽킹 교육이 기업가적 가치지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 혁신성, 진취성, 위험감수성, 자율성,

경쟁적 공격성에 디자인씽킹 교육이 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이충구(2016)는 청소년 생활역량에 협업, 공감과 실험주의가 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 청소년 자기 성장역량에는 낙관주의가 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 통합적 사고는 청소년 생활역량 모두에 영향을 미치지 못하는 것으로 분석하였다.

유승옥(2016)은 학생의 디자인사고 특성이 고객지향성과 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 공감과 협업은 고객지향성에 유의미한 정(+)의 영향을 미치고 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의는 고객지향성에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 확인하고, 디자인사고의 특성과 창업 의도 간의 고객지향성은 매개효과가 있는 것으로 나타났으며, 창업 교육은 고객지향성이 창업 의도에 미치는 영향을 조절하는 것으로 확인하였다. 박철우(2019)는 디자인사고의 특성 중 통합적 사고와 실험주의, 협업이 혁신 지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였고, 장명진(2015)은 공감, 낙관주의, 협업이 창업 의도에는 직접적 영향을 미치지 않고 통합적 사고와 실험주의는 창업 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 엄요한 외(2024)은 대학생의 디자인 사고 특성 중 공감과 통합적 사고는 학습 동기에 정(+) 영향을 미치는 것으로 나타났고, 디자인사고 특성 중 협업은 학습 동기에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 디자인사고 특성 중 공감은 스트레스 관리에 부(-) 영향을 미치는 것으로 나타났다, 대학생의 디자인사고 특정 중 통합적 사고와 실험주의 그리고 협업은 스트레스 관리에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

이외에도 디자인씽킹 특성에 관한 연구로는 창업 성과(김윤지, 2015), 창업가정신(양지연, 2017), 학습성과(박철우, 2019) 등의 연구가 있으며 아직 초기 단계의 연구단계이지만 유행처럼 확산하는 프로세스와 결합하여 지속해서 연구되고 발전되고 있으며 영향력이 가속화될 것으로 예측된다.

하여 본 연구에서는 Brown(2008)이 제시한 디자인씽킹의 5가지 특성을 독립변수의 하위요인으로 설정하고 선행연구의 고찰을 통해 디자인씽킹의 특성이 기업가정신과 창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에 미치는 영향을 탐색하고자 한다. 디자인씽킹 특성의 선행연구를 다음 [표 2-11]과 같이 정리

한다.

[표 2-11] 디자인씽킹 특성의 선행연구

연구자(연도)	내 용
장명진(2015)	공감, 낙관주의, 협업은 창업 의도에 직접적인 영향을 미치지 않고, 통합적 사고와 실험주의는 창업 의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치며, 디자인적 사고의 특성과 창업 의도 사이에 자기효능감은 유의미한 조절 효과가 있음
이충구(2016)	청소년 생활역량에 협업, 공감, 실험주의가 유의미한 정(+) 영향을 미치고, 청소년 자기 성장역량에는 낙관주의가 유의미한 정(+) 영향을 미치며, 통합적 사고는 청소년 생활역량 모두에 영향을 미치지 못하는 것으로 분석됨
유승욱(2016)	공감과 협업은 고객지향성에 유의미한 정(+)의 영향을 미치고, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의는 고객지향성에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타남. 디자인사고의 특성과 창업 의도 간의 고객지향성은 매개효과가 있는 것으로 나타났으며, 창업 교육은 고객지향성이 창업 의도에 미치는 영향을 조절하는 것으로 나타남
양지연, 김경환 (2017)	디자인사고의 특성 중 협업은 창업기업의 비재무 성과를 완전 매개로 하여 재무성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치고, 창업가정신 중 혁신성은 비재무 성과를 부분 매개로 하여 재무적성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미침
박철우(2019)	디자인사고의 특성 중 통합적 사고, 실험주의, 협업이 혁신 지향성에 정(+)의 영향을 미침
고은희(2019)	디자인씽킹이 기업가정신 교육에 있어서 사고력 측면 및 방법론적 측면에서 창업 의지에 정(+)의 영향을 미치고 수렴과 확산의 사고를 통한 등이 창업 의지에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 방법론적 측면에서는 창의적사고로 프로세스를 통한 창업 방법 습득이 긍정적인 영향을 미침
고은희b(2020)	기업가적 가치 지향성의 요인인 혁신성, 진취성, 위험감수성, 자율성, 경쟁적 공격성에 디자인씽킹 교육은 유의한 정(+)의 영향을 미침
엄요한, 이신복, 노혜영(2024)	대학생의 디자인사고 특성 중 공감과 통합적 사고는 학습 동기에 정(+) 영향을 미치는 것으로 나타났고, 디자인사고 특성 중 협업은 학습 동기에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 디자인사고 특성 중 공감은 스트레스 관리에 부(-) 영향을 미치는 것으로 나타났다, 대학생의 디자인사고 특정 중 통합적 사고와 실험주의 그리고 협업은 스트레스 관리에 정(+)의 영향을 미침

자료: 연구자 재구성

2.3. 창업 자기효능감

2.3.1. 자기효능감의 개념

자기효능감(self-efficacy)은 1977년 Bandura에 의해 처음 사용되었다(이수아, 2019). Bandura(1977)는 자기효능감을 ‘목표를 달성하기 위하여 필요한 행동을 성공적으로 수행해 낼 수 있다고 믿는 자기 능력에 대한 확신’이라고 정의하였고(강재학, 2016), 이후 1986년에는 ‘주어진 상황적 요구나 과업을 성공적으로 수행하기 위해 기대되는 일련의 행동들을 계획하고 수행할 능력이 있는가에 대한 확신’이라고 하고, 1993년 연구에서는 ‘주어진 상황이나 문제를 해결하기 위해 요구되는 동기, 인지 자원, 행동 과정을 최상의 수준으로 끌어올릴 수 있는 능력을 자신이 가지고 있다는 믿음’이라고 정의하였다(김상수, 임왕규, 2017).

Schunk(1991)는 ‘자기효능감이라는 개인적 특성은 특정한 목표를 달성하기 위해 필요한 역량을 자신이 갖추었다고 믿는 정도’라고 정의하였으며, ‘어려운 상황에서도 스스로 문제를 해결할 수 있다는 믿음’이라고 서술하였다. 또한 Krueger, Reilly et al.(2000)는 자기효능감이 높은 사람은 창업 과정에서 발생하는 불확실성과 위험에 능동적으로 대처하고, 위험과 도전의 상황에서 문제해결 능력을 갖추었다는 믿음을 가지고 있다고 설명한다. 이렇듯 자기효능감의 정의가 장기간에 걸쳐 일부 수정되기는 했지만, 그 의미를 살펴볼 때, 자기효능감이 특정 과업을 수행하고자 하는 주체의 자신감과 믿음이라는 데는 변함이 없어 보인다(안승권, 2016).

자기효능감은 의료나 보건 관련분야에서 광범위하게 연구되어 온 개념으로 기업가정신과 경영 분야로 연구가 확장된 것은 그다지 오래되지 않았다(Gist, 1987; Wood et al., 1989). 자기효능감이란 주어진 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 자기의 능력에 대한 믿음으로 정의된다(Bandura, 1977b). 자기효능감은 개인이 살아오면서 겪은 다양한 경험, 즉 직접 성공 경험을 통해 획득한 숙달된 경험, 다른 사람의 성을 간접적으로 경험한 대리경험, 감정적인 반응을 유발하는 정서적 각성, 그리고 타인의 격려나 지지와 같은 사회적 설

득을 통해 형성된다(Bandura, 1982; Wood et al. 1989).

자기효능감 이론은 Bandura(1986)의 사회인지 이론에 뿌리를 두고 있으며, 인간은 능동적인 존재로서 자기의 행동을 스스로 조절하고 통제한다. 자기조절 체계는 개인의 인지적, 정의적 구조 속에 내재하여있는 자기 체계(self-system)로서, 들어오는 자극을 상징화하고, 다양한 전략들을 계획하고, 자신의 행위를 조절하고, 자기반성적으로 사고하는 능력을 포함한다(이수아, 2019). 사회인지 이론에 따르면 인간은 내적인 동기화 외적인 환경 요인이 상호 작용하는 과정에서 스스로 행동을 선택하고 조절하는 능동적인 존재라고 설명한다. Bandura(1986)의 삼자상호작용이론(triadic reciprocity)에 따르면 인간은 환경 속에서 발생하는 사건에 영향을 주고받는 상호작용적인 체계라고 본다. 그중 인지적 개인 요인으로 학습자의 자기참조사고(self-referent thought)의 역할이 심리 사회적 기능을 하는 데 있어서 매우 중요하다고 하였다(Bandura, 1986). Bandura(1986)는 사람들이 지식이나 기술을 갖추고 있어도 실제 행동으로 옮기지 못하는 이유를 ‘자기효능감’이라는 개념으로 설명하는데 이는 자신이 어떠한 일을 잘 해낼 수 있다고 믿는 정도이다. 즉 자기효능감이 바로 우리가 일반적으로 말하는 동기라고 부르는 개념으로 볼 수 있다. 따라서 사람들이 자기 능력을 어떻게 판단하고 효율성에 대한 자기지각을 어떻게 하느냐가 그들의 동기와 행동에 영향을 미치게 되며, 자기효능감은 지식이나 기능을 획득하려는 동기를 증가시키는 내재적 동기로 작용하게 된다(Bandura, 1982).

자기효능감을 구성하는 개념을 보면 자신감, 과제 난이도, 자기조절 효능감으로 구분할 수 있다(Bandura, 1986). 먼저 자신감은 자신의 가치와 능력에 대한 개인의 확신 또는 신념의 정도인데 자기 능력에 대한 개인의 확신 정도는 그 능력을 요구하는 행위를 할 때 얼마나 잘 할 수 있을 것이라는 효능성에 관한 판단을 결정하게 된다(이수아, 2019). 이러한 자신감은 자기 능력에 대한 인지적 판단과정을 통해 성립되고 정서적 반응으로 표출된다(Bandura, 1986). 자기효능감을 결정하는 또 다른 개념으로 목표와 관련된 과제 난이도(task difficulty preference)를 포함할 수 있는데 자기효능감이 높은 사람일수록 도전적이고 어려운 목표를 선호한다(Schunk, 1991). 높은 목표는 높은 수

행을 가져오고(Locke et al., 1990) 그 결과는 긍정적인 정서 반응으로 나타나 다시 높은 효능감을 갖추게 하는 긍정적 순환으로 들어가도록 한다. 마지막으로 자기조절 효능감은 달성해야 할 목표가 있는 수행 상황에서 목표 달성을 위해 자신이 소유하고 있는 필요한 자기조절 전략 혹은 기술이 얼마나 효과적이라고 생각하는가에 대한 확신 정도를 의미한다(이수아, 2019).

2.3.2. 창업 자기효능감의 개념

창업 효능감(Entrepreneurship Efficacy)은 창업에 성공 할 수 있다는 자신감을 의미하며, 이는 일반적인 자기효능감(Self-Efficacy)의 개념에서 파생되었다. 자기효능감은 개인이 어떤 일을 성공적으로 해낼 수 있다는 믿음으로, 이러한 믿음은 개인의 선택, 노력의 정도, 그리고 어려움에 대한 인내심에 큰 영향을 미쳐 최종적으로 목표를 달성하는 데 유용한 개념으로 정의되고 있다. 창업 자기효능감(Entrepreneurial Self-efficacy)이란 한마디로 창업에 대한 자신감이라 할 수 있다. 이는 자기효능감을 창업 분야에 확장 시킨 개념으로서 Bandura(1977)는 자기효능감을 목표 달성을 위해 요구되는 행동을 잘 수행해 낼 수 있다고 믿음, 즉 자기효능감은 목표를 향해 나아가는 데 있어 중요한 동력이라고 설명하고 있다. Boyd et al.(1994)는 창 자기효능감을 창업 과정에서 과업과 역할에 대해 스스로 성공적으로 수행할 수 있다고 여기는 신념으로 정의하면서 자기효능감을 창업 관련분야에 처음으로 도입하였다. Bandura(1977)는 자기효능감을 설명한 대표적인 학자이며, 사회인지 학습이론을 통해서 인간의 학습에 관해 설명하는 행동주의 이론들을 비판하면서 사용한 개념이 자기효능감이라고 하였다. 즉, 인간은 인지적으로 영향을 받는 요소와 자기조절, 자기효능감에 따라 행동을 결정하는데, 이때 자기효능감이란 특정 과업을 수행해 낼 수 있는 자기 능력에 관한 믿음을 말한다. 즉, 자기 자신에 관한 믿음이 강하고 자기 자신을 조절할 수 있다면 인간 행동의 변화를 촉발할 수 있다고 보는 것이라고 하였다.

Markman et al.(2005)는 자기효능감을 목표 달성에 필요한 다양한 요소들을 효과적으로 관리하고 활용할 수 있는 능력이라고 하였다. 자기효능감은 주

로 변화할 수 있는 상대적인 측면으로 연구되고 논의되어왔다. 즉, 자기효능감은 굳어진 사고가 아니어서 개인의 시간이나 장소에 따라 개발과 변화가 가능하며(Stajkovic, 2006), 직접경험과 긍정적 간접경험, 대리학습, 몰모델링, 사회적 설득과 긍정적 피드백 등과 같은 다양한 방법으로 발전할 수 있다고 하였다(Luthans et al., 2007).

한편, 자기효능감이 높은 사람은 타인보다 도전적인 목표를 설정하고, 힘든 일을 선택하며, 도전을 즐기며, 스스로 동기부여를 잘하고, 목표를 성취하는데 필요한 노력을 다하며, 어려움 또는 난관에 직면할 때 이를 극복해 낸다고 하였다(Luthans et al., 2007). 반대로 자기효능감이 낮은 사람들은 자기에 대해 의심하고, 비관주의 경향이 강하며, 부정적 피드백, 사회적 평가, 장벽, 좌절, 실패 등에 많은 영향을 받게 되는 경향이 있다고 하였다(Bandura et al., 2003). 이러한 자기효능감은 과업과 상황에 따라 달라진다는 점에서 자아존중감과 차이를 있으며(Kevillet al., 2017), 자기효능감은 역동적인 특성으로 변화할 수 있으므로 이러한 역동적 특성은 조직에서 변화지향 활동을 쉽게 만든다고 하였다(Kevill et al., 2017).

이처럼 자기효능감에서 출발한 창업 자기효능감은 창업자가 가지는 창업에 관한 자신감을 포괄하는 의미로 사용됐다. 즉, 목표 달성을 위하여 필요한 행동을 창업자가 성공적인 수행이 가능하다고 믿는 자기 능력에 관한 확신이라고 볼 수 있다고 하였다(강재학, 2016). 이후 1986년에는 ‘주어진 상황적 요구나 과업을 성공적으로 수행하기 위해 기대되는 일련의 행동들을 계획하고 수행할 능력이 있는가에 대한 확신’이라고 하고, 1993년 연구에서는 ‘주어진 상황이나 문제를 해결하기 위해 요구되는 동기, 인지 자원, 행동 과정을 최상의 수준으로 끌어올릴 수 있는 능력을 자신이 가지고 있다는 믿음’이라고 정의하였다(김상수, 임왕규, 2017).

창업 자기효능감은 현재 다양한 연구를 통해서 창업 의도에 영향을 미치는 가장 강력한 변수로 알려져 왔으며(Krueger et al., 2000), 창업 자기효능감이 높은 사람일수록 위기 상황이나 불확실하고 모호한 상황에서 민첩한 대응력을 발휘하고, 높은 창업 자기효능감은 곧 치열한 경쟁 속에서도 기회를 포착하고 어려움을 극복할 수 있다는 강한 믿음이며, 이러한 믿음은 창업이라는

목표를 향해 나아가는 데 있어 강력한 추진력이 되어 창업 의도를 높인다고 하였다. 또한 창업 자기효능감을 가진 사람은 다양한 기회들이 주어지지만, 창업 자기효능감이 낮은 사람은 희생과 위험이 남아 있는 환경으로 평가됨으로써 그만큼 기회가 감소할 수 있다고 하였다(서동철, 2014). 개인들은 불확실성, 위험, 어려움에 부딪쳐 있는 같은 현실을 지각한다고 하더라도 높은 창업 자기효능감을 가지고 있는 사람은 낮은 사람보다 현실에 대처할 수 있는 더 많은 자신감을 느끼게 되기 때문에 창업 의도가 높아질 수 있다고 하였다(McGee et al., 2016). 이렇듯 창업 자기효능감은 창업 의도를 예측하여 창업 의도가 창업 행동으로 실현될 가능성을 예측하는 가장 중요한 변수 중의 하나라고 하였다.

Niemivirta et al.(2007)은 창업 자기효능감이 높은 사람들은 어려운 일을 피하는 것이 아니라 도전의 대상으로 여기기 때문에 까다로운 비즈니스 업무의 수행 능력이 높다고 평가하였다. 이처럼 창업 자기효능감은 자기효능감의 특성인 인내, 계획, 열정, 노력 등을 통해 창업 과정에서 어려운 일들을 잘 극복해 나가고 있으며, 창업은 인내, 계획, 열정, 등이 필요한 긴 여정으로, 이러한 과정에서 핵심적인 역할을 하여 창업가들이 꾸준히 노력하고 목표를 향해 나갈 수 있도록 돕는 원동력이라고 하였다. 창업 분야에서 창업 자기효능감이 원인이 되거나 매개 및 조절 역할을 통해서 창업 의지와의 관련성에 관한 연구가 진행됐으며, 이미 많은 연구에서 창업 자기효능감이 창업 의지를 예측하는 선행 변수임을 입증하였다(Krueger et al., 2000; 최민정, 2016; 안승권, 2016; 김상수, 2018; 이수아, 2019).

[표 2-12] 창업 자기효능감의 개념 정의

연구자(연도)	내 용
Bandura(1977)	목표 달성 과정에서 발생하는 어려움에도 불구하고 성공할 수 있다는 확신
Boyd and Vosikis(1994)	창업 과정에서의 과업과 역할에 대해 스스로 성공적으로 수행할 수 있다고 여기는 신념으로 정의, 자기효능감을 창업 관련분야에 처음으로 도입
Krueger, Reilly & Carsrud(2000)	창업 자기효능감이 높은 사람들은 어려운 일을 피하는 것이 아니라 도전의 대상으로 여기기 때문에 까다로운 비즈니스 업무의 수행 능력이 높음

강재학(2016)	창업 활동에서 발생하는 다양한 어려움을 극복하고 목표를 달성할 수 있다는 자신감
김상수·임왕규(2017)	어떠한 문제나 상황에 직면했을 때 최선을 다해서 해결하고 목표를 달성할 수 있다는 믿음
이수아(2019)	자기 동기, 인지 능력, 행동력을 최적화하여 어떠한 문제 상황에서도 성공적으로 대처할 수 있다는 강한 신념

자료: 연구자 재구성

2.3.3. 창업 자기효능감 선행연구

강재학(2016)은 대학생의 셀프리더십과 기업가 지향성이 높은 대학생들은 창업을 통해 성공할 수 있다는 자신감이 높고, 실제로 창업에 대한 의지도 강한 것으로 나타났다. 또한 창업 기회를 잘 인식하는 것은 창업에 대한 자신감을 높이는 데 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 안승권(2016)은 대학교육과 제도적 지원은 학생들의 창업 의지를 고취하는 데 긍정적인 영향을 미치며, 특히 창업에 대한 자신감을 높여 창업 의도로 이어지도록 하는 중요한 역할을 한다는 것을 입증하였다. 최민정(2016)은 창업 효능감은 기회 인식 및 평가 역량에 모두 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업 교육과 기회 인식의 관계에서 창업 효능감이 매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 박인외(2017)의 연구에서 창업 효능감이 기업가 지향성에 정의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 안태욱(2017)은 대학 창업 교육을 통해서 학생들의 창업가 정신과 자신감이 길러져 진로 선택에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김상수(2018)는 창업 자기효능감 중 자기조절 효능감과 과업도전정신이 창업 기회 인식하고 평가하는 데 있어 상호 보완적인 역할을 하며, 어려운 일에도 도전하려는 의지가 높을수록 창업 기회를 더 잘 포착하고 평가하는 것으로 나타났다. 이수아(2019)는 예비 청년 창업가들의 창업 자기효능감이 창업 의도에 미치는 영향을 검증한 결과 자기조절 효능감은 창업 의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 자신감은 창업 의도에 유의미한 영향을 미치지 않았다고 하였다. 이와 같은 결과는 예비 청년 창업가들이 창

업과 관련된 자기조절 효능감과 과업에 관한 도전정신이 높을수록 창업 의도도 높다는 것을 의미한다.

선량(2019)은 성취동기, 독립동기는 창업 효능감을 매개로 창업 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 창업 효능감의 매개효과를 입증하였다. 신향숙(2021)은 창업 효능감과 창업 의지 간에 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 이는 창업 효능감이 높을수록 창업하고자 하는 의지가 더욱더 강하게 나타난다는 것을 확인할 수 있다.

이러한 결과는 잠재적 창업가에 관한 창업 능력이 뛰어날수록 창업에 대한 자신감이 커져 기업가정신을 갖추고 실제로 창업하려는 의지가 강해진다는 것을 의미한다고 하였다.

Nowiński et al.(2019)는 역할 모델, 기업가정신 및 창업 자기효능감이 모두 창업 의도를 촉진하는 데 중요하지만 가장 효과적인 것은 이들의 상호작용을 통해서 미치는 영향력이 가장 높게 나타난다고 하였다. Liu et al.(2019)은 대학생의 창업 자기효능감은 창업 태도와 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 기업가적 태도는 창업 자기효능감과 창업 의도 사이의 관계에서 부분 매개 역할을 하는 것으로 나타난다고 하였다.

Hsu et al.(2019)은 기업가정신이 창업 효능감과 창업 의도 사이의 관계를 조절하는 것으로 나타난다고 하였다. 기업가정신과의 적합성에 관한 강한 인식이 달성될 때 창업 효능감에 의해 창업 의도가 강하게 예측되게 나타난다고 하였다. Garaika et al.(2019)은 청년 창업가를 대상으로 한 역할 모델은 창업 효능감을 매개로 창업 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다고 하였다.

Asimakopoulos et al.(2019)은 창업 효능감과 창업 의도와의 관계에서 사회적 규범의 역할을 탐구한 결과 사회적 규범의 긍정적인 조절 효과가 있는 것으로 나타났다고 하였고, 한미경(2022)은 창업 효능감의 매개효과를 검증한 결과 기업가정신의 혁신성과 진취성, 사업 준비역량의 자금조달 능력과 네트워크 역량, 멘토링이 창업 의도와의 관계에서 유의미한 매개효과를 나타냈다. 창업 자기효능감에 관한 선행연구를 [표2-13]과 같이 정리하였다.

[표 2-13] 창업 자기효능감의 선행연구

연구자(연도)	내용
강재학(2016)	기업가정신과 창업 기회 인식이 창업 효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미침
안승권(2016)	창업 교육과 제도적인 지원은 자기효능감을 매개로 창업 의지에 유의한 정(+)의 영향을 미침
최민정(2016)	창업 교육이 기회 인식 및 평가에 미치는 관계에서 창업 효능감의 매개효과로 기회 인식에 정(+)의 영향을 미침
박성호(2017)	창업환경과 창업 효능감 및 경제적 실패 부담감이 창업 의지에 미치는 영향연구에서 창업 효능감이 창업 의지에 정(+)의 영향을 미침
김상수(2018)	사회적 지지와 창업 기회 역량의 관계에서 창업 효능감은 매개효과를 나타냄
선량(2019)	창업 동기, 실패 부담감과 창업 기회 역량과의 관계에서 창업 동기가 창업 효능감을 매개로 창업 기회 역량에 정(+)의 영향을 미침
이수아(2019)	기업가정신, 사회적자본, 창업 의도의 관계에서 기업가정신이 창업 효능감을 매개로 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침
Asimakopoulou et al. (2019)	창업 효능감과 창업 의도와와의 관계에서 사회적 규범의 역할을 탐구한 결과 사회적 규범의 긍정적인 조절 효과가 있는 것으로 나타남
Garaika et al. (2019)	청년 창업가를 대상으로 역할 모델은 창업 효능감을 매개로 창업 의도에 영향을 미침
Hsu et al. (2019)	기업가정신이 창업 효능감과 창업 의도 사이의 관계를 조절하는 것으로 나타남. 기업가정신과의 적합성에 관한 강한 인식이 달성될 때 창업 효능감에 의해 창업 의도가 강하게 예측되어 나타남
Liu et al. (2019)	창업 자기효능감은 창업 태도와 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 기업가적 태도는 창업 자기효능감과 창업 의도 사이의 관계에서 부분 매개 역할을 하는 것으로 나타남
Nowiński & Haddoud (2019)	역할 모델, 기업가정신 및 창업 자기효능감이 모두 창업 의도를 촉진하는 데 중요하지만 가장 효과적인 것은 이들의 상호작용을 통해서 미치는 영향력이 가장 높게 나타남
기홍석(2020)	기업가정신 및 창업 지원정책이 창업 의도에 미치는 연구에서

연구자(연도)	내용
	기업가정신이 창업 효능감을 매개로 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침
신향숙(2021)	창업역량이 창업 효능감, 창업 의지에 미치는 영향에서 창업 효능감을 매개로 창업 의지에 정(+)의 영향을 미침
한미경(2022)	창업 효능감의 매개효과를 검증에서 기업가정신의 혁신성과 진취성, 사업 준비역량의 자금조달 능력과 네트워크 역량, 멘토링이 창업 의도와 의 관계에서 매개 역할을 하는 것으로 나타남

자료: 연구자 재구성

2.4. 창업 의도

2.4.1. 창업 의도 개념

창업 의도(entrepreneurial intention)는 새로운 벤처를 만들거나 기존 벤처에서 새로운 가치를 창조하는 것을 목표로 삼으며, 새로운 사업을 시작하려는 욕구 또는 자신의 사업을 소유하는 것으로 정의할 수 있다(Bird, 1988).

창업 의도는 잠재적인 창업가가 창업할 가능성이 있는 것이라고 정의할 수 있다. 기업가정신과 창업을 동일선상에 놓는 것은 논리적인 문제가 존재하기 때문에 기업가정신을 고취해 창업하고자 하는 가능성 또는 의지가 바로 창업 의도라 할 수 있다(하성, 2018).

창업 의도는 창업이라는 긴 과정의 첫 단계이며, 미래에 창업할 가능성에 대한 의지가 아니라, 새로운 가치를 발견하여 실현하고자 하는 창업에 대한 실질적이고 구체적인 전략적인 창업계획을 의미한다(Kuratko, et al., 2007). Morris et al.(1996)은 새로운 사업을 시작하는 데 있어 갖는 신념, 가치관, 그리고 실제 행동 양식으로 정의했으며, Crant(1996)는 창업 의도를 새로운 사업을 시작하기 위한 구체적인 행동을 취하는 의도로 정의하였다. Tran et al.(2016)는 창업 의도는 ‘비즈니스를 실행하기 위한 마음가짐’ 즉 목표를 실행하고, 그 목표를 달성하기 위해 필요한 행동을 계획하고 실행하는 태도라고 정의하였다. 창업 의도는 국가적인 관점에서 새로운 기업체 설립을 용이하게 하는 중요한 요소이며 기업의 성공, 생존, 성장 등에 상당한 영향을

미치게 된다(Bird, 1988). Krueger et al.(2000)의 창업 의도는 일종의 심리적 인 과정으로서 창업행위에 영향을 주는 핵심적인 요인이며, 창업행위에 대한 적극적인 다짐이라 할 수 있다. 김창승(2024)은 창업 의도를 창업하고자 하는 마음으로 새로운 사업을 통해 가치를 창출하고 싶은 열망, 자기의 아이디어를 현실화하고 싶은 욕구로 표현할 수 있다. 따라서 창업 의도와 관련된 정의를 살펴보면 창업 의도는 새로운 사업을 통해 가치를 창출하고자 하는 열망과 아이디어를 현실화하고자 하는 욕구이며 창업이라는 결과를 끌어내는 가장 초기 단계의 중요한 변수이자 심리적 동기라고 할 수 있다. 이처럼 창업 의도는 창업하려는 의지에 가장 결정적이고 중요한 요소로 다루어지고 있다.

기존 연구들은 의도가 행동을 가장 잘 예측하는 요인이라는 것을 설명하였고, 새로운 사업에 대한 열정과 열망으로 실제 창업하려는 행동으로 이어지는 첫 단계의 동기부여의 중요한 부분이자 핵심 요소임을 주장하였다. Krueger(1994)는 창업 의도를 단순히 사업을 시작하고자 하는 마음을 넘어서 새로운 것을 만들어 내고 성장시키고자 하는 개인의 적극적인 의지이며, 창업하고자 하는 행동을 설명하거나 예측하게 해주는 역할을 창업 의도가 뒷받침하고 있다고 설명한다.

Bird(1988)의 연구 결과에 따르면 창업이 단순히 기회만을 포착하는 행동이 아니라 인간 개인의 내적인 특성과 외부적 환경이 복합적으로 작용하는 결과임을 밝혀냈고, 따라서 이는 창업 의도에 관한 연구의 깊이를 더해주고 더욱 광범위하게 연구의 범위를 확대해 나아가게 하였다. Shapero et al.(1982)는 창업에 대한 실제 의도는 바람직성, 행동 경향과 자기효능감 3차원으로 의도와 행동을 할 수 있을 것이라고 주장하였다(Gartner, 1985). 창업 의도 연구는 개인의 기업가적 의사결정을 이해하는 데에 기여하고 있다(Krueger et al.,2000). 이러한 관점에서 인간의 행동을 이해하고 파악하기 위해서 합리적인 행동이론과 계획된 행동이론이 제시되었다. 합리적 행동이론은 개인이 어떤 행동을 할 것인지에 대한 의사결정 과정을 설명하는 것이고, 계획된 행동이론은 합리적인 행동이론을 확장하여 지각된 행동 통제력이라는 개념을 추가한 이론이라고 할 수 있다. 합리적 행동이론에서 Fishbein et al.(1975)은 행동에 대한 태도와 주관적 규범이 행동 의도를 매개로 행위로

표현될 수 있음을 제시하고 있으며, 계획된 행동이론은 이러한 합리적 행동이론에 지각된 통제감을 추가하여 확장한 것이다(Ajzen, 1991). 계획된 행동이론은 의도를 행동과 가장 밀접하게 연결된 개념으로 설정하고 이를 통해 행동 변화를 설명하고 예측한다.

이 외에도 목표지향적 행동의 의지 모형, 의도된 행동이론, 상호행동 이론 등 인간의 행동을 설명하는 이론들의 핵심 개념으로 제시되고 있다(Lent, 1994; 임한려, 2019; 김보혜, 2022).

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 창업의 의도는 실제 창업이나 사업을 시작하고자 하는 의지나 행동을 의미하며, 자기 능력을 바탕으로 스스로 사업을 창출하고자 하는 적극적인 태도로 정의하였다. 창업 의도에 개념에 관한 다양한 학자들의 정의는 [표 2-14]에 정리하였다.

[표 2-14] 창업 의도 정의에 관한 선행연구

연구자(연도)	내용
Bird(1988)	새로운 벤처를 만들거나 기존 벤처에서 새로운 가치를 창조하는 것을 목표로 삼으며, 새로운 사업을 시작하려는 욕구
Shapero & Sokol(1982)	창업 이벤트 모델을 통해 창업 의도에 관한 연구가 관심을 끌기 시작하였음
Krueger et al.,(2000)	일종의 심리적인 과정으로서 창업행위에 영향을 주는 핵심적인 요인이며, 창업행위에 대한 적극적인 다짐
Morris & Sexton(1996) Dell(2008)	새로운 기업 설립에 대한 철학, 태도, 행동을 나타내는 것으로 정의했으며, 신규 사업에 대한 개인의 시작 또는 사업체 설립 의도로 정의
Refaat(2009)	설정된 비즈니스 목표를 달성하기 위해 적극적으로 행동하고 모든 과정을 주도적으로 이끌어 가는 정신 상태
호병환(2016)	실제 창업을 위한 다양한 의사결정과 실행에 미치는 가장 중요한 요인
신하성(2018)	기업가정신을 고취해 창업하고자 하는 의지를 갖게 하는 것이라 정의
김창승(2024)	새로운 사업을 통해 가치를 창출하고자 하는 열정
연구자 재정의	실제 창업이나 사업을 시작하고자 하는 의지나 행동을 의미하며, 자기 능력을 바탕으로 스스로 사업을 창출하고자 하는 적극적인 태도를 의미

자료: 연구자 재구성

2.4.2. 창업 의도 선행연구

창업 의도는 창업을 결정하는 데 매우 중요한 요인으로 창업 의도의 결정 요인에 대해 이론적, 실증적으로 많은 학문적 연구가 진행되고 있다.

창업 활성화를 위해서는 개인의 창업에 대한 인식과 태도를 형성하는 요인을 파악해야 한다. 창업 의도에 영향을 미치는 요인을 분석하면 창업 성공률을 높이고 실패 가능성을 줄이는 것은 물론, 정부의 창업지원 정책을 효과적으로 측정하거나 대학의 창업 교육 프로그램을 개선하고 창업 친화적인 환경 조성 마련에도 유용하게 작용 될 수 있다. 기존의 창업 의도 연구를 주로 창업을 선택한 사람들의 개인적 특징에 초점을 맞춰 진행되어왔다. 초기의 창업 의도 관련 연구들은 대부분이 창업가 개인 차원의 성향, 태도, 행동 등이 창업 의도에 영향을 어떻게 미치는가에 관한 연구들이었다(이윤석, 2021).

창업가는 비 창업가와 구별되는 독특한 개인 특성이 있는 것으로 알려져 있다(Brockhaus, 1982; 하규수, 2011). 선행연구에서 주로 다루어졌던 창업가의 개인적 특성은 위험감수성, 자신감, 성취욕, 독립심, 혁신성, 끈기, 확실성 수용력, 내적 통제성 등의 변수로 사용되었다(이윤석, 2021). Ferreira et al.(2012)은 위험감수성, 내적통제성, 자신감, 등과 같은 심리적 특성이 창업 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Hmieleski et al.(2006)는 대학생들의 창업 의도에 불확실성 수용력, 자신감, 위험감수성이 중요한 영향을 미치는 것을 밝혀냈으며, 대학생들의 창업 의도는 개인의 심리적 특성과 밀접한 관련이 있다는 사실을 확인하였다. Morris et al.(1998)는 창업가가 불확실한 미래에도 불구하고 과감하게 도전하며(위험감수성), 기존의 방식을 뛰어넘는 새로운 아이디어를 창출(혁신성)하고, 예상치 못한 상황에 유연하게 대처하는 능력(사전 대응능력)이 필수적이라는 것을 확인하였다.

FKoh(1995)가 홍콩 경영학과 대학생들의 창업 성향이 위험감수성, 성취욕, 불확실성 수용력, 혁신성과 밀접한 관련이 있다는 것을 밝혀냈으며, 창업을 희망하는 학생들은 일반적으로 새로운 사업 기회를 모색하고 높은 목표를 달성하기 위해 노력하며 예측 불가능한 상황에서도 흔들리지 않고 문제를 해결하는 자세를 나타낸다는 결과를 확인하였다. Manning et al.(1989)는 개인의

경험, 성격, 능력, 동기 등이 벤처 창업에 성공적으로 이끈다고 주장하였다. Brockhaus et al.(1986)는 내적 위험감수성, 통제성, 혁신성, 자신감, 성취욕구는 개인이 창업을 결정하는 중요한 역할을 한다고 주장하였다. Shapero et al.(1982)은 기회를 포착하고, 그 타당성을 판단하며, 자신의 욕구를 인식하는 것이 창업을 결정하는 창업 의도에 미치는 영향에 대해 규명하였다. Gartner(1985)는 벤처 창업에 영향을 미치는 개인 특성으로 성취욕, 내적통제성, 위험감수성, 직업 만족도, 가족력(창업가 부모), 경험(이전 업무 경험), 연령, 교육 수준을 중요한 변수로 다루고 있다.

이루리·이소영(2016)은 자기효능감, 성취욕구, 위험감수성이 높을수록 창업을 결정할 가능성이 커진다고 하였다. 유봉호(2013)는 창업보육기관 입주 기업가들은 내적인 동기화 창업에 대한 자신감이 높을수록 창업을 더욱 적극적으로 추진하는 경향이 있다는 사실을 확인하였다. 박지유·양해술(2014)은 실증연구 결과 창업 교육을 이수한 예비창업자들을 대상으로 혁신성향, 위험감수성향, 창의성향이 창업 의도에 미치는 영향을 분석한 결과 이러한 개인 특성들이 창업 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박정석·하규수(2014)의 연구는 창업 자기유능감과 창업 동기가 창업 의도에 직접적인 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 즉 창업에 성공할 수 있다고 믿고, 창업을 통해 무엇을 얻고 싶은지 명확한 목표를 가지고 있을수록 창업을 실제로 실행하려는 의지가 더욱 강해진다는 것을 확인하였다.

정용화·하규수(2012)의 연구 결과 성취욕구와 위험감수성이 높을수록 창업하려고 하는 창업 의지가 더욱 강한 것으로 분석하였다. 김범성(2012)의 연구에 따르면 개방성, 외향성, 정서적 안정성, 신중성, 혁신성, 진취성, 위험감수성, 자기 유능감, 성취욕, 스트레스 내성, 통제 위치 등 다양한 개인의 심리적 특성이 창업 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 포용성과 자율 욕구는 창업 의도와 관계에서 일관된 결과를 보이지 않았다.

창업 활동의 시작점인 창업가의 배경이나 개인적 특성이 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구가 다양하게 진행되어왔다. 반면 창업을 하는 데 있어서 환경이나 사회적 요인을 무시할 수 없으므로 창업가에 대한 사회적 환경 요인에 관한 연구가 점차 증가하고 있다(조영조 외, 2016). 창업가의 개인적 특

성과 행동에만 초점을 맞추고 사회적, 경제적, 정치적 요소를 외면하는 것은 창업을 연구하는 데 있어서 결함이 발생하게 된다(Van de Ven, 1993). 창업은 개인적 특성과 환경변수 등의 상호작용을 통해 이루어지며(Greenberger et al., 1988), 창업가는 내외부의 다양한 환경요인들의 상호 작용에 의해 영향을 받게 된다(Dewhurst et al., 1998; 성창수, 김진수, 2011).

Gnyawali et al.(1994)은 창업에 영향을 미치는 환경 요인으로 정부 정책, 재무적 및 비재무적 지원, 사회경제적 조건 그리고 창업 및 경영 기술 등을 제시하였다. Naffziger et al.(1994)은 창업 과정에는 가족관계, 창업가 개인의 특성, 성별 등 개인적 환경뿐만 아니라 개인 목표, 자금, 사회 인식, 기대효과, 사업 아이디어 등 사업적 환경까지 다양한 요인들이 복합적으로 작용한다고 설명하고 있다.

Reynolds(1992)는 기업가정신은 정부 정책, 사회 변화, 개인의 성격과 배경 등 다양한 내.외부 환경 요인이 상호작용하며 나타난다고 한다. 개인의 나이, 성별, 과거 창업 경험, 롤모델, 내적통제성, 자율성, 자신감, 위험감수성 교육 수준, 성장환경 등이 복합적으로 작용하여 창업 의도가 높아지는 것을 확인하였다. Bird(1988)는 창업 의사결정은 창업가의 개인적 특성, 시장 경쟁 환경, 새로운 기술의 등장, 정부의 규제 완화 등 다양한 경제적, 사회적, 정치적 요인에 의해 영향을 받는다고 설명한다.

Ven(1984)은 창업 과정을 개인의 창업가적 특성, 산업 생태계의 자원 그리고 조직의 계획수립 과정이라는 세 가지 분석을 적용하여 실증연구를 진행하였다.

조영조·이보영(2016)의 실증연구 결과 대학생의 창업 의도는 성공적인 역할 모델, 대학의 창업지원, 시장 규모 등 사회 환경의 긍정적인 영향을 받는다는 사실이 실증연구에서 분석되었다. 홍정표·양해술(2014)의 연구는 대학생의 창업 의도에 영향을 미치는 다양한 요인(개인 특성, 경력지향성, 사회환경적 특성, 인구통계학적 특성)을 종합적으로 분석하여 창업 의도 형성에 대한 영향을 규명하였다. 김봉준·조성익(2014)는 대학생의 지식기술 기반 창업 의도는 정부의 창업 지원정책 개인의 기술적 능력과 전문성, 그리고 취업 시장에 대한 부정적인 인식 등 다양한 요인에 의해 영향을 받는다는 사실을 연구

를 통해 밝혀냈다. 오상훈·하규수(2013)의 연구에 따르면 다양한 직업군의 잠재적 창업자들의 창업 의도는 창업 성공률, 사회적 지지, 정부 지원제도, 경기 상황, 고용 안정성과 같은 객관적인 환경과 더불어 개인이 느끼는 자신감과 같은 주관적인 환경 인식에 따라서 영향을 받는다고 설명하였다.

기홍석(2020)은 창업 자기효능감은 창업 실패에 대한 부담을 완화하고 창업 의도를 고취 시킴으로써 예비창업자의 창업 결정에 긍정적 영향을 미치고, 대학생의 기업가적 역량은 기업가적 태도에 긍정적인 영향을 미치고 창업 의도에는 직접적인 영향을 미치지 않지만, 기업가적 태도는 창업 의도에 정(+)의 영향을 미치며, 기업가적 역량과 창업 의도 간의 관계에서 매개효과를 나타냄으로써 기업가적 태도가 대학생의 창업 의도 형성에 중요한 역할을 한다는 것을 확인하였다. 김용태(2021)의 연구에서는 체험형 창업 교육은 대학생의 창업 스킬과 기업가정신을 함양하여 창업 의도를 증진 시키는 것으로 나타났으며, 구조 모형 분석 결과 창업 스킬과 기업가정신이 체험형 창업 교육과 창업 의도 간의 관계에서 매개효과를 나타냄으로써 체험형 창업 교육의 효과성을 입증하였다.

이수아(2019)의 연구에서는 청년 창업자의 창업 자기효능감 중 자기조절 효능감과 과업도전감이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치며, 특히 위험감수성과 혁신성이 과업도전감을 매개하여 창업 의도에 영향을 미치는 것을 구조방정식의 모형을 통해 확인하였다. 이는 창업 자기효능감의 하위요인 중 과업도전감이 청년 창업자의 창업 의도 형성에 중요한 역할을 수행하며, 위험감수성과 혁신성이 과업도전감을 통해 창업 의도에 간접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업 교육의 조절 효과를 살펴본 결과, 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감의 과업도전감에서 창업 교육의 조절 효과가 나타났고 창업 자기효능감과 창업 의도 간에서 조절 효과가 입증됨에 따라 창업 교육을 받은 집단이 교육받지 않은 집단에 비해 자기조절 효능감이 창업 의도에 미치는 영향력이 더욱 큰 것으로 확인되었다(이수아, 2019).

윤남수(2012)의 연구에서는 직장인과 대학생을 대상으로 성취욕구와 창업 교육이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치며, 기업가정신이 창업 의도에 매개효과를 나타냄을 확인하여 창업 동기 요인이 창업 의도에 미치는 영향 관계

를 규명하였다. 성창수·김진수(2011)는 시니어 창업 의사결정에 있어 위험감수성이 창업 태도에, 창업역량이 주관적 규범, 인지된 행동 통제, 창업 태도에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인하였으며, 특히 창업역량이 창업 태도 형성에 중요한 역할을 함을 의미하며, 인지된 지원과 인지된 장벽과 같은 환경 요인은 시니어의 창업 의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 시니어 창업 의사결정은 주로 개인적인 특성과 역량에 의해 결정되는 것으로 나타났다. 김성순(2010)은 창업 의도에 영향을 미치는 환경 요인을 개인적 네트워크, 부모의 창업 경험과 같은 개인적 환경 요인과 기업가 또는 창업에 대한 사회적 분위기와 인식과 같은 사회적 환경 요인으로 구분하여 분석하였다.

양준환(2014)의 연구에서는 기업가정신 교육이 대학생들의 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치며, 이러한 관계에서 자기효능감과 창업 동기가 부분 매개 역할을 한다는 것을 확인하였다. 즉 기업가정신 교육 프로그램은 대학생들의 자기효능감을 높이고 창업에 대한 긍정적인 태도를 만들어 실제 창업으로 연결될 수 있도록 동기부여를 하는 것으로 나타났다. 또한 김영희·양동우(2021)는 기업가정신의 핵심 요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 높을수록 창업을 적극적으로 받아들이는 경향이 더욱더 강하게 나타나며, 창업 자기효능감이 이러한 관계에서 매개효과를 나타냄을 확인하였다. 즉 기업가정신은 창업 자기효능감을 향상하게 하고, 이를 통해 창업 의도를 증진 시키는 것으로 나타났다. 박재환·최민정(2016)의 연구에서는 대학의 창업 효능감이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다.

문개풍(2023)은 기업가정신과 창업지원 정책이 중국 대학생의 창업 의도의 결정요인을 규명하기 위한 연구에서 중국 대학생의 창업 의도는 기업가정신, 창업 지원정책 창업 자기효능감, 그리고 창업기회인식의 영향을 받고 있으며, 창업 의도 또는 창업 행동을 배양하기 위해서는 대학생의 창업 교육 과정에서 대학생의 기업가정신을 양성, 올바른 기업가적 신념을 양성해야 한다고 했다.

하여 본 연구에서는 기업가정신을 바탕으로 한 디자인씽킹 교육을 이수한 교육생을 대상으로 하여 디자인씽킹의 특성이 기업가정신과 창업 자기효능감을 매개로 하여 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하고자 한다. 창

업 의도에 관한 선행연구는 [표 2-15와 같이 정리하였다.

[표 2-15] 창업 의도에 관한 선행연구

연구자(연도)	내용
Shapero & Sokol (1982)	기회를 잡으려는 성향, 타당성 인지, 욕구 인지와 같은 주요 변수를 명확하게 제시하고, 이들이 창업 의도와 밀접한 관련 있다는 사실을 밝힘
Brockhaus & Horwitz(1986)	내적 위험감수성, 통제성, 혁신성, 자신감, 성취욕구를 창업 의도에 영향을 미치는 요인으로 제시함
Hmieleski & Corbett(2006)	대학생 대상으로 불확실성 수용력, 자신감, 위험감수성이 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침
Ferreira et al.(2012)	위험감수성, 내적 통제성, 자신감, 불확실성 수용력, 성취욕, 혁신성 등의 심리적 특성이 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침
정용희, 하규수(2012)	개인 특성 요인 중에서 성취욕구와 위험감수성이 창업 의도에 대해 정(+) 영향을 미침
윤남수(2012)	성취욕구와 창업 교육이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치며, 기업가 정신이 창업 의도를 높이는 데 주요한 요인임을 밝힘
유봉호(2013)	내재적 동기와 창업 효능감이 창업 의도에 정(+) 영향을 미침
박지유와, 양해술(2014)	창업 교육을 이수한 예비창업자를 대상으로 한 실증연구에서 혁신성향, 위험감수성향, 성취성향, 창의성향이 창업가 특성에 따라서 개인 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미침
박경석, 하규수(2014)	창업 의도에 창업자기 유능감과 창업 동기가 정(+)의 영향 미침
홍정표, 양해술(2014)	자기효능감, 혁신성, 성취욕구 등의 개인 특성, 안전 지향성, 사업 지향성 등의 경력지향성, 창업 멘토, 네트워크 등의 사회환경적 특성 그리고 창업 교육, 성별 등의 인구통계학적 특성이 창업 의도에 긍정적인 영향을 미침
이루리, 이소영(2016)	자기효능감, 성취욕구, 위험감수성이 창업 의도에 대해 정(+)의 영향을 미침
조영조, 이보영(2016)	대학생 창업 의도에 사회적 환경이 미치는 영향에 관하여 실증 연구한 결과, 성공적 역할 모델, 대학의 창업지원 활동, 사업의 시장 규모가 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침

연구자(연도)	내용
박재환, 최민정(2016)	대학생의 창업 효능감이 창업 의지에 미치는 영향에서 창업 효능감이 창업 의지에 정(+)의 영향을 미침
이수아(2019)	자기조절 효능감과 과업 도전감과 같은 심리적 요인은 개인의 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 변수라는 것을 확인하였고, 특히 기업가정신의 하위 요소인 위험감수성과 혁신성이 과업 도전감을 높이고, 이는 다시 창업 의도로 이어지는 것으로 나타남. 즉 창업 자기효능감이 위험감수성과 혁신성 그리고 과업 도전감을 거쳐 창업 의도에 영향을 미치는 매개효과가 나타남.
기홍석(2020)	내적 위험감수성, 통제성, 혁신성, 자신감, 성취욕구를 창업 의도에 영향을 미치는 요인으로 제시함
이윤석(2021)	기업가적 역량이 기업가적 태도에 긍정적인 영향을 미치지만, 창업 의도에는 직접적인 영향을 미치지 않는 것을 확인하였고, 기업가적 태도는 창업 의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 기업가적 태도가 기업가적 역량과 창업 의도 간의 관계에서 매개 역할을 하는 것으로 분석됨
김용태(2021)	체험형 창업 교육이 대학생의 창업 교육에 대한 긍정적인 효과를 미치고 있으며, 창업 스킬과 기업가정신의 매개변수를 통하여 대학생 창업 의도를 고취 시킴
김영희, 양동우(2021)	기업가정신의 핵심 요소인 혁신성, 위험감수성은 창업 의도를 높이며, 이러한 관계는 창업 자기효능감을 통해 더욱 강화됨
문개풍(2023)	중국 대학생의 기업가정신, 창업 지원정책 창업 자기효능감, 그리고 창업기회인식은 창업 의도에 정(+)의 영향을 미침

자료: 연구자 재구성

Ⅲ. 연구설계

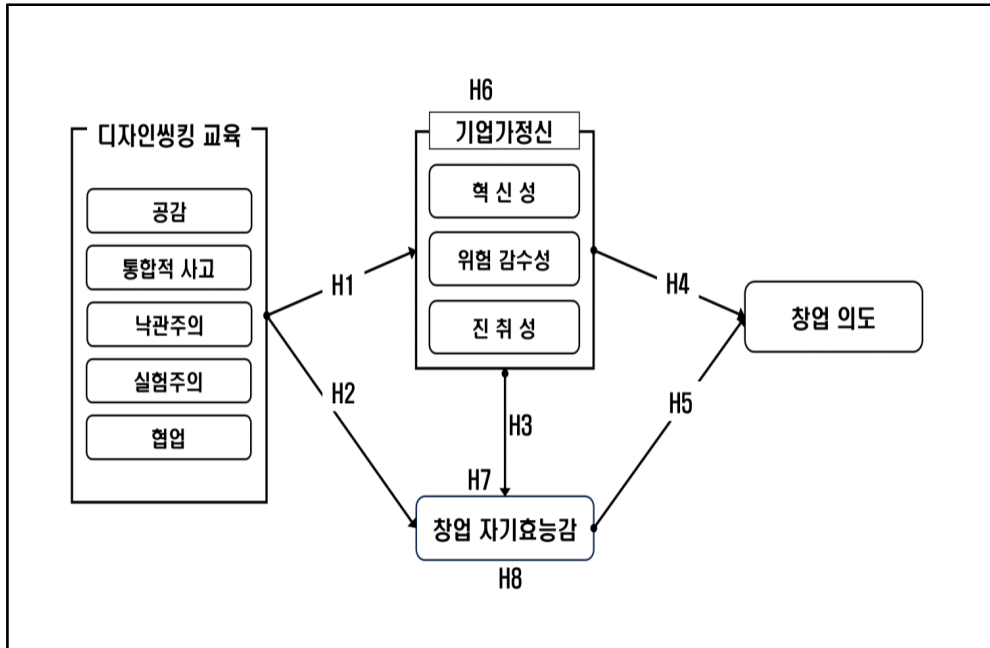
3.1. 연구모형

이론적 배경을 통하여 디자인씽킹(Design Thinking)은 인간이 가지고 있는 능력적 특성으로서 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업 5가지 특성이 있으며(김윤지, 2015), 최근 디자인씽킹을 활용하여 창업 의지를 높이기 위한 많은 창업 교육이 이루어지고 있다.

기업가정신은 ‘창업 교육’이라는 의미와 ‘기업가정신 교육’이라는 의미로 받아들여진다. 국내에서 사용하는 기업가정신의 개념과는 달리, 국외의 학자와 연구자들은 기업가정신의 개념을 창업 관점에서 설명하고 있다(김화영 외, 2017).

디자인씽킹(design thinking)은 디자인 컨설팅회사인 IDEO에서 시작해서 스탠퍼드 d.school, 밥슨 칼리지(Babson College) 등 유명 대학에서 창업, 기업가정신 교육으로 그 프로세스가 활용되고 있으며 고객가치 창출에 매우 효과적인 접근 방법이다. 창업에서 고객가치 창출이 주요 성공 요인이기 때문에 많은 대학에서 창업 교육 시 중요한 과목으로 인식하고 점차 디자인씽킹 교육이 확산하고 있다. 하지만, 정작 기업가정신 교육에 활용되는 디자인씽킹이 기업가정신에 어떠한 영향을 주는지 창업 의도에 어느 정도 영향을 미칠 수 있는지에 대한 실증적 연구는 매우 부족한 상황이다.

하여 본 연구에서는 신혜성·안윤영(2015)의 창업 교육이 기업가정신 및 창업 의지에 유의한 영향을 미치며, 또 정영근(2021)은 창업 교육이 기업가정신에 유의한 영향을 미치고, 장명진(2015)은 디자인씽킹 특성이 창업 의도에 유의한 영향을 미친다 등의 선행연구의 이론적 고찰을 근거로 하여 독립변수인 디자인씽킹 교육의 하위요인을 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업으로 설정하고 기업가정신의 하위요인은 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 하여 디자인씽킹 교육이 기업가정신과 창업 자기효능감을 매개로 하여 창업 의도에 미치는 영향의 연구모형과 가설을 검증하고자 한다.



[그림 3-1] 연구모형

3.2. 연구가설

[그림 3-1]과 같이 제시한 연구모형을 바탕으로 본 연구에서는 가설 H1부터 H8까지 8개의 가설을 설정하였다.

[가설 H1]은 독립변수인 디자인씽킹 교육의 하위요인으로 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업 5개와 기업가정신 하위요인 혁신성, 위험감수성, 진취성 간의 관계로 15개의 가설 설정, [가설 H2]는 디자인씽킹 교육과 창업 자기효능감의 관계로 5개의 가설 설정, [가설 H3]는 기업가정신과 창업 자기효능감의 관계로 3개의 가설 설정, [가설 H4] 기업가정신과 창업 의도와 의 관계로 3개의 가설 설정, [가설 H5] 창업 자기효능감과 창업 의도와의 관계로 1개의 가설 설정, [가설 H6] 디자인씽킹과 창업 의도와의 관계에서 기업가정신의 매개 역할, [가설 H7] 디자인씽킹과 창업 의도와의 관계에서 창업 자기효능감의 매개 역할, [가설 H8] 디자인씽킹과 창업 의도와의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감의 매개 역할.

디자인사고에 관한 선행연구들은 경영 현장에서 활용되는 프로세스나 창의

적 교육을 위한 측면으로 디자인 관점에 의해 정의되었다(Martin, 2008; Gladwell, 2008; Brown, 2008; Lockwood, 2010). 따라서 디자인씽킹 교육과 창업 의도와 의 관계 또는 기업가정신과의 관계를 증명한 선행연구가 존재하지 않거나 선행연구가 미비하여, 활용 가능성은 컸지만, 그 효과를 수치를 측정할 수 없는 어려움이 있었다. 이에 본 연구는 디자인씽킹 교육의 효과적인 설계를 위해 Brown(2008)의 디자인사고의 5가지 특성을 디자인씽킹 교육의 하위요인으로 설정하여 연구를 수행하였다. 각각의 특성이 기업가정신과 창업 자기효능감을 통해 창업 의도에 영향을 줄 것이라는 가설을 통해 창업 의도에 영향을 주는 요인을 탐색하고자 하였으며 추가로 창업 자기효능감과 기업가정신을 매개변수로 설정하여 디자인씽킹 교육과 창업 의도 간의 매개효과를 연구하고자 한다.

3.2.1. 디자인씽킹 특성과 기업가정신, 창업 자기효능감 변수 간의 관계

디자인씽킹의 특성과 기업가정신 내 선행 변수 간의 미치는 영향을 분석한 사례는 거의 없으며 창업 교육이나 기업가정신 교육이 기업가정신의 선행 변수에 미치는 영향에 관한 연구들은 다음과 같다.

첫째, 기업가정신은 창업 교육과 밀접한 연관이 있으며 창업 교육의 목적이 창업 능력을 높이는 동시에 기업가정신을 향상함으로써 성공적인 창업을 독려하기 위함이기 때문이다(Garavan, 1994). 고은희b(2020)는 디자인씽킹 교육이 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성, 자율성, 경쟁적 공격성에 정(+)의 영향을 미치며 김영수(2021)는 창업 교육이 기업가정신의 위험감수성, 진취성, 혁신성에 정(+) 영향을 미치는 것을 확인하였다. 기업가정신 교육이 기업가정신에 정(+)의 영향을 미친다(송은실 외, 2021). 외식 창업 교육이 기업가정신에 정(+)의 영향을 미친다(신혜성 외, 2015). 창업 교육이 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성에 정(+)의 영향을 미친다(정영근, 2021).

둘째, 선행연구를 바탕으로 디자인씽킹 특성인 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업은 창업기업의 성과에 유의한 영향을 미친다(김윤지, 2015). 디자인씽킹의 특성이 청소년 생활역량에 유의한 영향을 미친다(이중

구, 2016). 또 디자인씽킹 특성이 취업 의도에 유의한 영향을 미친다(엄요한 외, 2024). 디자인씽킹의 특성이 창업 의도에 유의한 영향을 미친다는 결과가 나타난다.

셋째, 디자인씽킹 특성의 하위요인으로 선정된 공감(Empathy)은 인간과 인간을 서로 연결하고 타인의 삶과 경험을 서로 느낄 수 있게 하는 능력으로, 비록 자신이 경험하지 않았다 하더라도 타인의 감정을 이해하고 느낄 수 있는 인간의 중요한 역량이다(Parson, 1993). 다른 사람의 감정과 느낌 그리고 겉으로 드러난 욕구와 숨은 욕구를 이해하고 반응하는 것이며, 공감은 대인관계 행동 및 서비스 제공과정에서 소비자의 긍정적 행동을 유발할 수 있는 요인으로 서비스 제공과정에서 유발되기 쉬운 갈등을 완화 시키며 조직몰입에 영향을 미치고 조직 가치를 상승시킬 수 있다(김윤지, 2015). 공감 능력이 뛰어나면 공감을 기반으로 고객의 만족을 높이고, 궁극적으로 매출 증대 등의 성과를 낼 수 있으며, 예비창업자가 창업을 시작하려는 창업 의지에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하였다.

유승옥(2016) 등의 선행연구에서 볼 수 있듯이 통합적 사고(Integrative Thinking)는 창의성과 비판적 사고의 균형을 통해 분석하고 내용을 활용하는 능력뿐만 아니라 상충하는 측면까지 이해함으로 기존보다 나은 해결책을 제시할 수 있는 종합적인 통찰력이다(유승옥, 2016). 이를 통해 통합적 사고는 전통적인 사고방식보다 넓은 관점에서 여러 방향의 비선형적인 인간관계 검토를 추구하며, 의사결정에 있어서 단편적이고 독립적으로 문제를 해결하지 않고, 긴장 상황에 대하여 창의적으로 문제를 해결하고자 제3의 아이디어 대안을 발견하는 것이다(최예경 외, 2018).

낙관주의는 어떠한 문제 상황에서 주어진 문제에 어려움이 있더라도 해결책은 있다고 희망적으로 생각하며 적극적으로 문제를 해결하기 위해 긍정적 생각으로 행동하는 태도라고 할 수 있다. 조직에 있어 낙관주의는 구성원들의 직무성과에 긍정적 영향을 주는 것으로 개인의 성과와 만족감 등에 영향을 미친다(Luthans et al., 2007). 이와 같은 연구를 바탕으로 창업 의도에도 영향을 미칠 것으로 판단하였다.

실험주의(Experimentalism)는 창업가정신 중 하나인 위험감수성과 유사한

개념으로 불확실한 상황이나 실패에도 도전을 계속하는 태도를 뜻한다(김윤지, 2015). 디자인씽킹에서 실험주의는 시간을 준비에 할애하는 것보다는 가능한 실천 하고 더 나은 결과를 찾아내고자 프로토타입을 만들고 테스트해보는 과정을 통해 시행착오와 실패를 경험하게 하여(변현정, 2015), 아이디어를 검증하고 개선하는 것을 넘어 빠르게 아이디어를 구체화하고 시장의 반응을 확인하며 개선해 나가는 반복적인 과정이라고 할 수 있다.

Zahara(1991), 강병오(2011) 등의 선행연구를 바탕으로 창업가정신과 경영성과 간의 유의미한 정(+)의 상관관계를 확인하고, 이를 통해 실패를 두려워하지 않고 도전하는 태도가 기업성장에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과를 제시하고 있다.

협업(Collaboration)은 두 개 이상 독립적인 개체가 상호 이익을 위해 공동으로 기획-운영-작업을 수행하는 활동이며 자발적으로 참여하여 상호작용을 통해 협업 당사자들이 지속적인 노력을 통해 공동의 목표를 달성해가는 과정이다(최인식, 2014). 디자인씽킹의 협업은 다양한 분야의 사람들이 함께 창의적으로 문제를 해결하고 아이디어를 도출하는 과정이며 사람들이 무엇을 원하고 무엇을 생각하는지 소비자의 생활을 통해 배우는 인간중심의 사고방식이다. 그러므로 협업을 잘 이해하고 그 가치를 높게 평가하는 사람은 창업 성과 또는 의도가 높을 것으로 판단하였다.

따라서 본 연구는 선행연구를 바탕으로 디자인씽킹의 특성이 창업 의도에 어떠한 영향을 미치는지 창업 의도에 미치는 요인은 무엇인지 검증하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다. 이에 따라 아래 [표 3-1]와 같이 논문의 가설을 정리하였다.

[표 3-1] H1-H2 연구가설

가설1 (H1)	디자인씽킹 특성은 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-1	디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-2	디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

H1-3	디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-4	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-5	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-6	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-7	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-8	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-9	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-10	디자인씽킹 특성인 실험주의는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-11	디자인씽킹 특성인 실험주의는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-12	디자인씽킹 특성인 실험주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-13	디자인씽킹 특성인 협업은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-14	디자인씽킹 특성인 협업은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-15	디자인씽킹 특성인 협업은 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설2 (H2)	디자인씽킹 특성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-1	디자인씽킹 특성인 공감은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-2	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-3	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-4	디자인씽킹 특성인 실험주의는 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-5	디자인씽킹 특성인 협업은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3.2.2. 기업가정신과 창업 자기효능감의 변수 간의 관계

기업가정신의 핵심 요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성은 창업 자기효능감과 밀접한 관계가 있으며, 이는 창업 의도에 영향을 미칠 것이라고 가설을 설정하였다.

혁신적인 아이디어를 창출하고 새로운 시장기회를 발굴하는 능력이 뛰어난 사람일수록 자신이 성공적으로 창업을 할 수 있다는 자신감인 창업 자기효능감이 높을 것이며, 불확실한 미래에 대한 두려움 없이 새로운 도전을 감수하는 성향이 강한 사람일수록 창업 과정에서 발생할 수 있는 위험에 대한 대처능력을 자신하고, 결과적으로 창업에 성공할 수 있는 믿음이 강할 것이고, 또한 적극적으로 목표를 추구하고 새로운 기회를 포착하여 활용하는 능력이 뛰어난 사람일수록 창업 과정에서 발생하는 어려움을 극복하고 성공적으로 사업을 이끌어 갈 수 있다는 자신감이 높을 것으로 추측하였다.

기업가정신과 창업 자기효능감 내 선행 변수 간의 미치는 영향에 관한 연구들은 다음과 같다. 기홍석(2020)의 연구에서는 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성의 3개의 요인이 모두 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, Wen Kaifeng(2023)의 연구에서도 기업가정신의 3개의 요인이 모두 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이수아(2019)의 연구에서는 기업가정신의 3개의 요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 창업 의도에 유의한 영향을 미쳤으며, 기업가정신의 3개의 요인 중 위험감수성만이 창업 의도와 관계에서 창업 자기효능감이 매개효과를 나타냈다. 이희성(2023)의 대학생의 기업가정신, 창업 자기효능감, 창업 태도, 창업 의도 간의 상관관계를 살펴본 연구 결과에서는 기업가정신은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 한미경(2021) 창업가의 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구에서는 기업가정신의 혁신성과 진취성은 창업 효능감에 영향을 미치며, 기업가정신과 창업 의도 간의 관계에는 매개효과를 나타냄을 밝혀냈다. 김용태(2021)의 체험형 창업 교육과 대학생의 창업 의도 간의 영향 관계의 연구에서도 기업가정신이 창업 효능감에 유의한 영향을 미치며, 창업 효능감을 통해 창업 의도를 높일 수 있다는 결과를 도출하였다.

반대로 창업 자기효능감이 기업가정신에 미치는 영향에 관한 선행연구도 다수 진행되었다. 윤성임 외(2021)의 연구에서 기업가정신은 단일 변수로 사용되었지만, 자기효능감이 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 밝혀냈고, 신향숙(2021)의 연구에서는 창업 효능감이 기업가정신과 창업 의지에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 이에 선행연구를 바탕으로 기업가정신은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미칠 것이라는 연구가설을 설계하였다. 다음 [표 3-2]와 같이 논문의 가설을 정리하였다.

[표 3-2] H3 연구가설

가설3 (H3)	기업가정신은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-1	기업가정신 특성인 혁신성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-2	기업가정신 특성은 위험감수성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-3	기업가정신 특성인 진취성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3.2.3. 기업가정신과 창업 의도 변수 간의 관계

본 연구에서는 기업가정신을 혁신성, 위험감수성, 진취성 3개의 하위개념으로 정의하였다. 창업에는 실패의 위험이 따르기 때문에 위험과 실패를 감수하고 자신감이 있는 사람일수록 창업에 대한 의지 즉, 창업 의도가 높을 것으로 예상하였다. 또한 창업은 새로운 분야를 개척하고 만들어 나가는 과정이 동반되기 때문에 혁신성이나 진취성이 높은 사람은 창업 의도가 높을 것으로 추측하였다. 여러 선행연구에서도 이런 가설을 뒷받침하는 결과를 보여주고 있다. 곽준식·정성광(2020)은 대학생들을 대상으로 기업가정신과 창업 의도 간의 관계를 분석한 결과 기업가정신의 하위요인 중 혁신성이 창업 의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 보여주었다. 기홍석(2020)은 기업가정신을 모험감수성, 혁신성, 진취성으로 보고 창업 의도와 어떤 관계가 있는지를 알아보기 위하여 남녀 성인을 대상으로 분석한 결과 세 하위요인 모두 창업 의도를 정적으로 예측해 준다는 것을 보여주었다(이정희, 2023). 김재형(2018)의 연

구에서는 기업가정신을 수강하는 서울 소재 4개 대학 남녀 대학생 356명을 대상으로 기업가정신을 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 보고 분석한 결과 역시 세 하위요인 모두 창업 의도를 정적으로 예측해 준 것으로 나타났다(이정희, 2023). 최현성·공운엽(2022)의 연구에서는 대학생의 창업 의도는 혁신성, 위험감수성, 진취성과 유의한 정적 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 배병운·이주현(2018)의 연구에서는 강원지역 대학생을 연구한 결과, 성별과 관계 없이 기업가정신과 창업 의도 간에는 유의한 정적 상관관계가 확인되었으며, 특히 여성 학생 집단에서 더욱 강한 상관관계가 나타났다. 이수아(2019) 역시 20대와 30대 예비창업자를 대상으로 한 연구 결과, 기업가정신의 핵심 요소인 위험감수성, 진취성, 혁신성이 창업 의도와 유의한 정적 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 김영희·양동우(2021)의 연구에서도 20대에서 50대 성인을 대상으로 한 연구 결과 기업가정신의 혁신성과 위험감수성이 창업 의도를 유의한 영향을 미치며, 이러한 특성들이 창업 의사결정에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 강경란·박철우(2019)의 대학생을 대상으로 한 연구에서 기업가정신이 사회적기업 창업 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 이는 기업가정신 함양이 사회적 가치 창출을 위한 창업가 양성에 기여할 수 있음을 확인하였다. 권재기·한운영(2021)은 기업가 영재교육 프로그램에 참여한 학생들을 대상으로 한 종단 연구 결과 창의적 문제해결력, 도전 정신 등 기업가 핵심역량이 시간 경과에 따라 창업 의도에 지속적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기업가 영재교육의 장기적인 효과를 확인하였다.

이상의 결과에 근거하여 본 연구에서는 기업가정신은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다(김정곤, 2016: 송은실, 2021: 신혜성 외, 2015: 윤성임 외, 2021: 기홍석, 2020: 이수아, 2019) 등의 선행연구들을 바탕으로 기업가정신이 창업 의도에 영향을 미칠 것으로 판단하였다. 이에 따라 아래 [표 3-3]과 같이 논문의 가설을 정리하였다.

[표 3-3] H4 연구가설

가설4 (H4)	기업가정신은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-1	기업가정신의 혁신성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-2	기업가정신의 위험감수성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-3	기업가정신의 진취성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3.2.4. 창업 자기효능감, 창업 의도 변수 간의 관계

창업 자기효능감은 창업 의도를 설명하는 강력한 요인으로 알려져 있다. 다수의 선행연구에서도 창업 자기효능감을 창업 의도를 높이는 필수 요소로 설명하고 있다. 또한 창업 자기효능감은 선행연구에서 창업 자신감, 능력감, 행동 통제력 등 다양한 용어로 표현되어왔으며, 이러한 용어들은 모두 개인이 창업에 성공적으로 임할 수 있다는 믿음을 의미하는 창업 자기효능감의 개념과 일맥상통한다. Ajzen(1991)은 계획 행동이론에서 행동 통제력이 행동 의도에 영향을 미친다고 주장하였고, Bird(1988)는 창업 능력이 창업 의도를 결정한다고 보았는데, 이는 모두 개인의 자기효능감이 행동에 미치는 영향력을 보여주는 것이다. 창업 이벤트 이론에서 창업을 성공시킬 능력이 있다고 생각할 때 창업하려 한다고 봄으로써 창업 자기효능감을 창업 의도의 선행 행동으로 파악하였다(Ajzen, 1991; Shapero et al., 1982).

Crant(2000)는 창업 자기효능감이 창업을 위한 첫걸음이라고 주장하였고, Krueger et al.(1994)는 창업 자기효능감이 창업 자기효능감이 창업에 대한 자신감을 높여 실제 창업으로 이어지도록 한다고 설명하였다. 그 이유는 창업 자기효능감이 높은 사람은 스스로 창업에 성공할 수 있다는 믿음을 가지고 있으므로 새로운 기회를 적극적으로 찾고 활용하려는 경향이 강하다. 반면, 낮은 자기효능감을 가진 사람은 실패에 대한 두려움으로 인해 기회를 회피하는 경향이 있기 때문이다. 또한 같은 수준의 모호성이나 어려움이 닥쳐도 창업 자기효능감이 높은 사람은 낮은 사람보다 상황에 더 적절하게 대처하고

그것을 잘 극복할 수 있는 자신감이 더 강하기 때문이다(Vecchio, 2003).

창업 자기효능감이 높을수록 창업 의도가 높다는 선행연구도 다수 존재한다. 조한준 외(2020), 유봉호(2014), 이현경 외(2016)의 연구는 창업 자기효능감과 창업 의도 간의 긍정적인 관계를 확인하였다. 안태욱과 이인아(2017), 김영태(2020)는 창업 멘토링을 통해 향상된 창업 자기효능감이 창업에 대한 자신감을 높여 창업 의도로 이어진다는 것을 밝혔다. 이상의 논거에 근거하여 본 연구에서는 창업 자기효능감이 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것으로 판단하였고 가설을 설정하였다. 이에 따라 아래 [표 3-4]와 같이 논문의 가설을 정리하였다.

[표 3-4] H5 연구가설

가설5 (H5)	창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
-------------	---------------------------------------

3.2.5. 기업가정신의 매개효과

디자인씽킹 교육(창업 교육)은 기업가정신에 유의한 긍정적 영향을 줄 것으로 기대되며, 기업가정신 또한 창업 의도에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단된다. 따라서 디자인씽킹 교육과 창업 의도 사이에서 기업가정신은 매개효과를 보일 수 있다. 하지만 창업 교육과 창업 의도를 매개하는 기업가정신에 관련된 선행연구는 매우 미흡한 실정이다. 관련 선행연구로 기업가정신의 매개효과를 다룬 연구(박민경, 신화진, 2023; 소관룡 외, 2023; 오상훈, 2014)와 시니어 창업에서 기업가정신의 매개효과를 다룬 연구도 진행되었다(신향숙 외, 2022; 오상훈, 2014). 신향숙 외(2022)은 창업역량이 창업 의지에 미치는 영향을 기업가정신이 매개하는 구조를 설정하여 혁신성, 진취성, 위험감수성의 하위요인 모두 창업 의지에 유의한 정(+)의 매개효과를 미치는 것으로 분석하였고, 공혜원·김효선(2018)은 기업가정신 교육과 창업 의도와 관계에 대하여 기업가정신의 매개효과를 실증적으로 검증하였으나, 창

업 의도를 단일문항으로 측정하고, 기업가정신의 요인을 세부적으로 확인하지 않은 한계점이 있다. 또한 윤병선·김천규(2020)는 기업가정신 중 혁신성과 위험감수성이 창업 교육을 매개로 창업 의지에 긍정적인 영향을 주는 것을 확인하였으나 기존 연구 결과를 비교하고 통합하여 도출한 메타분석이라는 결과에 그 한계가 있다. 이에 본 연구는 디자인씽킹 교육과 창업 의도에 간의 기업가정신의 실증적인 매개효과를 확인하고자 아래 [표 3-5]과 같이 가설을 설정하였다.

[표 3-5] H6 연구가설

가설6 (H6)	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신은 매개 역할을 할 것이다
H6-1	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다
H6-2	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다
H6-3	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다

3.2.6. 창업 자기효능감의 매개효과

Bandura(1986)의 사회학습이론에서 Boyd et al.(1994)는 자기효능감의 개념을 처음으로 창업 분야에 적용함과 동시에 창업 자기효능감은 창업 의도를 판단할 때 중요한 설명변수라고 주장한다. 창업 자기효능감은 창업 의도에 영향을 주는 요인이다(Bandura, 1977). Drost et al.(2012)는 대학생의 창업 자기효능감이 개인의 내적 특성으로서 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성의 특징과 창업 의도 사이에서 매개효과가 있음을 분석하였다. 기홍석(2020)은 기업가정신과 창업 의도 사이에 창업 자기효능감이 매개 역할을 하는 것을 확인하였고, 이수아(2019)는 서울과 수도권지역에 거주하고 있는 창업을 준비하고 있는 예비창업자와 창업을 시작한 지 3년 이하의 청년 창업자를 대상으로 한 연구에서, 자기효능감이 기업가정신과 창업 의도와의 관계에

서 매개적인 영향을 미치고 있었으며, 특히 자기효능감이 위험감수성과 창업 의도와 의 관계에서 매개효과를 보인다고 주장하였다. 그 외 잠재적 창업가의 창업 의도에 미치는 영향에서 창업 효능감의 매개효과 검증(한미경, 2022), 창업 교육이 창업 의도에 미치는 영향에서 창업 자기효능감의 매개효과를 검증(양준환, 2020), 중소기업 종사자의 창업역량과 창업 의도 간의 영향 관계에서 창업 효능감의 매개효과를 검증(이언주, 2023) 등의 선행 논문을 바탕으로 창업 의도에 창업 자기효능감이 유의한 영향을 미친다고 판단하였다. 지원 정책적으로 보면 자기효능감과 창업 동기는 기업가정신 교육(창업 교육)과 창업 의도 사이에 유의한 부분 매개 역할을 하는 것으로 나타났다(양준환, 2014). 연구 결과에 따르면 개인이 창업에 대한 역량을 높이고 동시에 창업 교육이나 재정적 지원 창업 훈련 기관의 설립을 통하여 창업에 대한 자신감을 향상하고 잠재적 창업가로서 자신감을 강화하여 창업을 선택할 가능성도 커질 것이라 설명하고 있다. 하여 본 논문에서는 창업 자기효능감이 디자인씽킹 특성(교육)과 창업 의도 사이에서 긍정적인 매개 역할을 할 수 있다고 판단하여 다음 아래 [표 3-6]과 같이 연구가설을 설정하였다.

[표 3-6] H7 연구가설

가설7 (H7)	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-1	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-2	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-3	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-4	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-5	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다

또한 선행연구들을 바탕으로 디자인씽킹의 특성은 기업가정신을 통해 창업 자기효능감을 높이고 이는 궁극적으로 창업 의도로 이어진다는 가설을 설정하였다. 하여 본 연구에서는 디자인씽킹의 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 더욱 심층적으로 이해하기 위해 기업가정신과 창업 자기효능감의 매개효과를 검증하고자 다음 아래 [표 3-7]과 같이 연구가설을 설정하였다.

[표 3-7] H8 연구가설

가설8 (H1)	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-1	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-2	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-3	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-4	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-5	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-6	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-7	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-8	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-9	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-10	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-11	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-12	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다

H8-13	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-14	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-15	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다

3.3. 변수의 조작적 정의

3.3.1. 변수의 개요

본 연구에 사용된 잠재변수들은 이론적 고찰을 통해 검토된 정의를 실제 측정할 수 있는 형태로 연구가설을 검증하기 위해 Tim Brown의 디자인씽킹 특성 내 5가지 요인들 (공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업), 기업가 정신 내 3가지 (혁신성, 위험감수성, 진취성), 창업 자기효능감, 창업 의도라는 총 10개의 변수로 구성되었다.

본 연구와 관련된 잠재변수들은 선행연구에서 정의한 측정 항목을 중심으로 구성하였다. 연구의 타당성, 신뢰성 및 객관성을 확보하기 위하여 본 연구에서 사용된 변수들은 되도록 최신의 선행연구에서 개발되어 측정한 척도를 바탕으로 구성하였다.

3.3.2. 디자인씽킹의 특성

3.3.2.1. 공감

공감은 Brown(2008), Martin(2008), 박성희(2004), 김운지(2015)의 선행 연구를 바탕으로 ‘사람 중심의 접근 방식을 통해 상대방의 감정이나 동기를 알아차리고 상대의 상황에 정서적으로 반응하며 이해하는 능력’으로 정의한다. 사람 중심의 접근 방식을 통해 겉으로 드러난 욕구와 숨은 욕구를 모두 충족시키는 해결방안을 찾아낼 수 있는 관찰 능력이란 (Brown, 2008)의 주

장을 바탕으로 정의하였다. 즉 본 연구에서는 선행연구를 종합하여 공감은 사용자의 니즈와 감정을 이해하고 공유하며, 사용자와의 관계를 구축하고 사용자의 관점에서 문제를 바라보는 것이라고 구분하였다.

3.3.2.2. 통합적 사고

통합적 사고는 ‘서로 상충하는 모든 측면까지 이해함을 바탕으로 기존 대안보다 훨씬 뛰어난 해결책을 만들어 내는 것으로(Brown, 2008) 양자택일 방식 대신 두 아이디어의 요소를 모두 포함하면서도 각 아이디어보다 뛰어난 새로운 아이디어를 만들어 창의적으로 긴장을 해소하는 통찰력’으로 정의하였다.

본 연구는 Martin(2009), 조연순(2001), 강충열 외 3명(2010), 유승옥(2016), 김윤지(2015) 등 다수의 연구를 바탕으로 비판적 사고능력과 창의적 사고의 다양한 측면을 측정하였다.

3.3.2.3. 낙관주의

낙관주의는 ‘어려운 상황 속에서도 긍정적인 가능성을 믿고, 문제해결에 대한 희망을 가지고, 끊임없이 개선할 수 있다는 믿음을 바탕으로 창의적이고 혁신적인 문제해결 방안을 모색하고, 새로운 가치를 창출하는 것’으로 정의하였으며 Luthans(2007)의 연구에서 개발된 척도와 김윤지(2009), 유승옥(2016)의 연구에서 사용한 척도를 바탕으로 구성하였다.

3.3.2.4. 실험주의

실험주의는 도전 정신과 실패를 받아들이고 경험을 통해 문제를 새롭게 바라보는 시각 및 일할 때 새롭고 더 나은 방식을 추구하며 끊임없이 개선하는 과정을 통해 문제를 혁신적이고 창의적으로 해결하려는 것이며, Zahara(1991), 나병선(2001), 강병오(2011) 등이 연구한 창업가정신과 경영성과와의 유의미한 영향을 주는 관계를 바탕으로 ‘진취성’과 ‘위험감수성’, ‘실험학습’의 불확실한 상황에도 실패를 무릅쓰고 끊임없이 도전하는 태도로 정

의하였다(김윤지, 2015).

3.3.2.5. 협업

협업은 타인과의 교류 정도 및 목표를 위한 협업 활동으로 “공동 기획 및 공동 운영, 공동작업을 수행하는 자발적 상호작용으로 공동의 목표를 달성하고 다양한 분야의 사람들이 서로 함께 협력하여 문제를 해결하는 방식”으로 정의한다(Brown, 2008). 독자적인 수행에 따른 비용부담의 감소, 빠른 시장 진입, 부족한 자원 극복, 외부 지식 공급, 고객 편익 등의 결과를 얻을 수 있다는(Mohr et al., 1994; Lee et al, 1997; Heilkila, 2002; 최인식, 2014) 선행연구들을 바탕으로 소통, 협력, 조정, 통합의 척도로 측정하였다. 선행연구를 토대로 구성한 각 변수의 조작적 정의는 [표 3-8]과 같다.

[표 3-8] 디자인씽킹 특성의 조작적 정의

변수	조작적 정의	참고문헌
공감	사용자의 니즈와 감정을 이해하고 공유하며, 사용자와의 관계를 구축하고 사용자의 경험을 깊이 이해하고 사용자 관점에서 문제를 바라보는 것	Brown(2008) Roger L, M(2008)
통합적 사고	다양한 분야의 지식과 경험을 종합적으로 이해하고 분석하며 이를 바탕으로 창의적이고 혁신적인 솔루션을 개발하는 것 (창의적사고와 비판적 사고의 합일점)	Luthans(2007) Zahara(1991) Lee et al(1997)
낙관주의	어려운 상황 속에서도 긍정적인 가능성을 믿고, 문제해결에 대한 희망을 품고, 끊임없이 개선할 수 있다는 믿음을 바탕으로 창의적이고 혁신적인 문제를 해결방안을 모색하고, 새로운 가치를 창출하는 것	조연순(2001) 나병선(2001) Heilkila(2002) 박성희(2004)
실험주의	도전 정신과 실패를 받아들이고 경험을 통해 문제를 새롭게 바라보는 시각 및 어떠한 일을 진행할 때 새롭게 혁신적으로 더 나은 방식을 추구하며 끊임없이 개선하는 과정을 통해 문제를 혁신적이고 창의적으로 해결하려는 것	김윤지(2015) 유승옥(2016) 양지연 외(2017) 강충열 외(2010)
협업	다른 사람들과 상호작용 및 공동의 목표를 달성하려는 협업 활동, 다양한 분야의 사람(전문가)들이 서로 함께 협력하여 사용자 중심으로 문제를 해결하는 방식	강병오(2011) 고은희(2020)

출처: 연구자 재정의

3.3.3. 기업가정신

기업가정신은 Miller(1983), 강재학(2016), 임한려(2019)의 정의를 고려하여 ‘기회를 포착하기 위해 제한된 자원과 높은 불확실성 속에서도 혁신을 통해 새로운 가치를 창출하고자 하는 적극적인 태도, 위험을 감수하며 지속적인 성장을 추구하는 개인 성향’이라고 정의하였다. 또한 하위 세부 요인 중 혁신성은 Covin et al.(1990), Rauch et al.(2009)의 정의를 참고하여 ‘기존의 틀에 박힌 사고방식을 벗어나 새로운 가치를 창출하는 창의적인 아이디어를 생각해 내고 구현하고자 하는 의지나 행동력’이라고 정의하였고, 위험감수성은 Covin et al.(1990), Dess et al.(2005), 이재석, 이상명(2015)의 정의를 참고하여 ‘성공 가능성이 작더라도 새로운 기회를 포착하기 위해 과감하게 도전하고 불확실한 미래를 향해 끊임없이 나아가는 적극적인 자세 및 행동’이라고 정의하였다. 진취성은 Lumpkin et al.(1996), Bateman (1993)의 정의를 참고하여 ‘목표를 달성하기 위해 적극적으로 노력하고 새로운 기회를 적극적으로 모색하고, 과감하게 도전하며, 끈기 있게 실행하려는 의지와 행동 성향’이라고 정의하였다.

[표 3-9] 기업가정신의 조작적 정의

변수	조작적 정의	참고문헌
혁신성	기존의 틀에 박힌 사고방식을 벗어나 새로운 가치를 창출하는 창의적인 아이디어를 생각해 내고 구현하고자 하는 의지나 행동력	Miller(1983) Covin&Slevin(1990)
위험감수성	성공에 대한 불확실성에도 불구하고 기회를 포착하기 위해 적극적으로 도전하려는 성향	Dess&Lumpkin(2005) Rauch et al.(2009) 이재석, 이상명(2015)
진취성	목표를 달성하기 위해 적극적으로 노력하고 새로운 기회를 적극적으로 모색하고, 과감하게 도전하며, 끈기 있게 실행하려는 의지와 행동 성향	강재학(2016) Bateman &Crant(1993)

출처: 연구자 재정의

3.3.4. 창업 자기효능감

창업 자기효능감은 잠재적 창업가 개인이 창업과 관련하여 창업을 준비하고 진행하는 상황에서 창업에 성공할 수 있다는 자신감으로 정의한다(강재학, 2016; Niemivirta et al., 2007; 이수아, 2019). 여러 선행연구를 바탕으로 창업 자기효능감은 새로운 사업을 계획하거나 진행하는 상황에서 성공적으로 운영할 수 있다는 자신감으로 정의하였다(박남규, 2014; 신향숙, 2021). 이러한 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서는 창업 자기효능감을 잠재적 창업가 또는 개인이 창업과 관련하여 새로운 사업이나 창업을 계획하거나 준비하고 진행하는 창업 과정에서 목표를 달 할 수 있다는 자신감으로 정의하였고 아래[표 3-10]와 같이 조작적 정의를 정리하였다.

[표 3-10] 창업 자기효능감 조작적 정의

변수	조작적 정의	참고문헌
창업 자기효능감	잠재적 창업가 또는 개인이 창업과 관련하여 새로운 사업이나 창업을 계획하거나 준비하고 진행하는 창업 과정에서 목표를 달 할 수 있다는 자신감	강재학(2016) 이수아(2019) 박남규(2014) 신향숙(2021) 신상민(2024) Niemivirta et al. (2007)

출처:연구자 재정의

3.3.5. 창업 의도

창업 의도는 창업을 희망하는 동기적인 행동 성향으로 창업에 대해 느끼는 욕구, 가능성의 정도로 정의하고, 잠재적 창업가의 창업에 있어서 창업을 실행에 옮기기 전의 욕구인 창업 의도가 중요하다고 보았다(이수아, 2019). 또한 창업 의도는 창업하고자 하는 계획된 의도(옥준우 외, 2020)이며, 창업 의지는 미래에 창업하고자 하는 의지라고 정의 하였다(김정곤, 2016).

이수아(2019), Linan et al.(2009), 박남규(2014), 신향숙(2021) 등의 연구

에서는 창업 의도를 ‘현재 상황과 미래의 계획에 기반하여 창업하고자 하는 열정 또는 의지와 의도’라고 정의 하였다. 본 연구는 다수의 선행연구를 토대로 창업 의도를 창업에 대한 욕구를 바탕으로 구체적인 계획을 수립하고 미래에 자신에 사업을 통해 가치를 창출하고, 미래 창업을 실현하고자 하는 의지로 정의하였다. 창업 의도의 조작적 정의는 다음 [표 3-11]과 같이 정리하였다.

[표 3-11] 창업 의도 조작적 정의

변수	조작적 정의	참고문헌
창업 의도	창업에 대한 욕구를 바탕으로 구체적인 계획을 수립하고 미래에 자신에 사업을 통해 가치를 창출하고, 미래 창업을 실현하고자 하는 의지	Linan & Chen (2009) 박남규(2014) 김정곤(2016) 강재학(2016) 이수아(2019) 옥준우(2020) 신향숙(2021)

출처: 연구자 재정의

3.4. 조사 방법

3.4.1. 연구 대상 및 표본수집

본 연구는 기업가정신 교육으로써 디자인씽킹 교육을 이수한 성인들을 모집단으로 정하고 디자인씽킹 교육 후 창업에 대한 행동 의도를 파악하고자 일반성인 중 연령 20대부터 60대까지의 남녀를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 표본 추출 데이터에 관한 내용은 아래 [표 3-12]와 같다.

[표 3-12] 표본 추출데이터

구 분		빈도(명)	백분율(%)
성별	남성	121	35.0
	여성	222	65.0
연령	20대	76	22.2
	30대	203	59.2
	40대	57	16.6
	50대	6	1.7
	60대	1	0.3
합계		343	100.0

디자인씽킹에 대한 기본적인 개념과 이해도에 개인별 차이가 있어 디자인 씽킹 교육을 진행 후 간략한 개념설명을 추가로 진행하고 설문을 진행하였고 설문지 문항별로 변수의 개념에 대한 설명을 삽입하여 설문지에 대한 이해도를 높였다. 본격적인 설문조사를 하기 전에 파일럿 테스트를 진행하여 2024년 5월 20일부터 6월 20일까지 온라인 설문지를 통해 50부(유효표본)를 수집한 후 설문지에 대한 이해 여부를 사전에 점검하였다. 설문조사 기간은 2024년 5월 20일부터 8월 30일까지 약 14주간 진행하였다. 온, 오프라인으로 총 395개의 표본을 수집하였고 불성실 설문과 미완성 설문지를 제외하고 343부를 가설을 검증하는 분석 자료로 활용하였다.

본 연구에 대한 표본설계는 다음의 [표 3-13]과 같다.

[표 3-13] 표본의 설계

구분	내 용
연구 대상	기업가정신을 기반으로 한 디자인씽킹 교육을 이수한 성인 남녀
조사 방법	온, 오프라인을 통한 설문조사
제거표본	총 52부 제거
유효표본	343부
조사 기간	2024년 5월 20일부터 8월 30일까지 (약 14주간)

3.4.2. 설문지 구성 및 내용

본 연구의 설문지 구성은 기업가정신 교육으로 진행된 디자인씽킹 교육을 이수한 성인들을 대상으로 디자인씽킹 교육 후 교육에 대한 효과로 창업에 대한 행동 의도를 설문조사로 파악하고자 본 연구의 목적을 맨 첫 장에 제시하여 설문 의도에 대한 이해도를 높였다. 또한 각 변수에 대한 설문지의 이해도를 높이기 위해 변수별 개념설명을 첨부하여 설문 응답자가 개념에 대한 이해를 기반으로 답변을 할 수 있도록 유도하였다.

설문 항목은 선행연구에서 사용하였던 측정변수들을 바탕으로 창업 의도에 적합한 항목과 재구성한 항목들로 독립변수인 디자인씽킹 특성에 공감 5개 항목, 통합적 사고 5개 항목, 낙관주의 6개 항목, 실험주의 5개 항목, 협업 5개 항목으로 구성하였고 매개변수인 기업가정신의 혁신성 5개 항목, 위험감수성 4개 항목, 진취성 5개 항목, 창업 자기효능감 6개 항목, 종속변수인 창업 의도는 6개 항목으로 설계하였으며, 각 설문 항목에 대한 측정 방법은 인구통계 및 일반사항을 제외한 항목은 등간척도인 Likert 7점 척도(①전혀 아니다 ②아니다 ③약간 아니다 ④보통이다 ⑤약간 그렇다 ⑥그렇다 ⑦매우 그렇다)를 활용하여 구성하였다.

설문지의 마지막에는 성별, 연령대, 학력, 직업, 디자인씽킹 교육 횟수, 기타 창업 교육 횟수, 창업 경험 여부 등 인구통계학적 특성 관련 7개 설문 항목(명목척도)을 통해 남녀비율, 연령대 비율, 학력 비율, 직업군 비율, 디자인씽킹 교육 횟수 비율, 기타 창업 교육 횟수 비율, 창업 유무의 비율 등을 파악하기 위한 설문 내용을 구성하였다.

본 연구의 설문지 구성은 다음[표 3-14]과 같다.

[표 3-14] 설문지의 구성

변수	구분		설문 내용	문항 수	측정 방법	출처	
	하위요인	번호					
독립 변수	공감	1-1	타인에 대한 공감 능력	5	7점 Likert 척도	Brown(2008) Roger L, M (2008) Luthans(2007) Zahara(1991) Lee et al(1997) 조연순(2001) 나병선(2001) Heikkilä(2002) 박성희(2004) 김윤지(2015) 유승옥(2016) 양지연 외(2017) 강충열 외(2010) 강병오(2011) 고은희(2020)	
		1-2	타인에 대한 배려심				
		1-3	합리적 의사결정 능력				
		1-4	깊이 있는 사고능력				
		1-5	관계 형성 능력 및 소통 능력				
	통합적 사고	2-1	다양한 관점의 수용 능력	5			
		2-2	균형 잡힌 사고능력				
		2-3	융합적 사고 및 학습 능력				
		2-4	창의적 문제해결 능력				
		2-5	연관성 능력 및 창의적사고 능력				
	낙관주의	3-1	미래 지향성 및 낙관주의	6			7점 Likert 척도
		3-2	긍정적 태도 유지 능력				
		3-3	문제해결에 대한 유연성				
		3-4	긍정적 사고 및 탄력성				
		3-5	낙관주의 및 목표 달성 능력				
		3-6	성장 마인드 셋				
	실험	4-1	정보탐색 능력 및 학습 능력	5			
		4-2	원인 분석 및 개선방안 모색 능력 (회복탄력성)				

구분			설문 내용	문 항 수	측정 방법	출 처
변 수	하 위 요 인	번호				
	주 의	4-3	창의성 및 독창성	5	7점 Likert 척도 7점 Likert 척도	Miller (1983) Covin&Slevin (1990) B a t e m a n &Crant (1993) Dess&Lumpkin (2005) Rauch et al. (2009) 이재석 외(2015) 강재학(2016) 김정곤(2016) 김영희(2021) 권녕갑(2024)
		4-4	목표 지향성			
		4-5	긍정적 사고			
	협 업	5-1	협업의 중요성 인식			
		5-2	다양성 및 융합적 사고			
		5-3	팀워크 지향성			
		5-4	참여의식 및 협력적인 의사결정			
		5-5	소통 능력 및 네트워크 능력			
	혁 신 성	6-1	도전 정신	5		
		6-2	혁신적 문제해결			
6-3		창의성 및 개방성				
6-4		혁신성 및 미래지향성				
6-5		혁신성 및 비판적 사고능력				
	위 협 감 수 성	7-1	위험감수성 및 결단력	4		
		7-2	성과 지향성, 목표 지향성, 위험감수성			
		7-3	끈기 및 적응력			
		7-4	결단력 및 자신감			
	진 취 성	8-1	열정(자신감), 추진력	5		
		8-2	기회 포착 능력 및 적극성			
		8-3	결단적 추진력과 시간 관리 능력			
		8-4	변화에 대한 적응력			

구분			설문 내용	문 항 수	측정 방법	출 처
변 수	하 위 요 인	번호				
		8-6	실패에 대한 자신감			
	창 업 자 기 효 능 감	9-1	목표 지향성 및 창업자신감	6	7점 Likert 척도	Linan & Chen (2009) 박남규(2014) 김정곤(2016) 강재학(2016) 이수아(2019) 옥준우(2020) 신향숙(2021) 권영갑(2024)
		9-2	창업에 대한 문제해결 능력 및 적응력			
		9-3	추진력 및 자기효능감			
		9-4	창의성 및 문제 인식 능력			
		9-5	독립성, 자신감, 자기효능감			
		9-6	정보탐색 및 활용 능력			
	창 업 의 도	10-1	전문성, 실행력, 차별화 의식	6	7점 Likert 척도	Linan & Chen (2009) 박남규(2014) 김정곤(2016) 강재학(2016) 이수아(2019) 옥준우(2020) 신향숙(2021) 권영갑(2024)
		10-2	창업 열정 및 추진력			
		10-3	가치관 및 사회적 책임감(미래지향성)			
		10-4	자율성, 창의성, 실행력			
		10-5	창업에 대한 열정 및 노력			
		10-6	창업 의지 및 긍정적 마인드			
인구 통계학적 특성		1	교육생의 성별	7	명목 척도	강재학(2016) 이수아(2019) 박남규(2014) 신향숙(2021) 신상민(2024) Niemi-virta et al. (2007)
		2	교육생의 연령			
		3	교육생의 학력			
		4	교육생 직업군			
		5	디자인씽킹 교육 참여 횟수			
		6	기타 창업 교육 횟수			
		7	창업 유무			

3.4.3. 자료의 분석 방법

본 연구에서는 SPSS 23.0을 이용하여 기술통계 분석 및 다변량 분석을 실시하였으며, AMOS 23.0을 활용하여 구조방식 모형분석을 실행하였다. 빈도 분석과 탐색적 요인분석은 SPSS 23.0을 이용 하였으며, 측정모형 분석 및 판별 타당도, 구조 방정식 모형, 매개효과 분석은 AMOS 23.0을 이용하여 분석하였다.

구조방정식모형(SEM: Structural Equation Modeling) 이란 ‘공분산구조 분석 (Analysis of Covariance Structures, or Causal Modeling) 이라고도 불리는 것으로, 측정모형(measurement model)과 구조모형(structural model)을 통해 여러 잠재변수들(latent variable) 간에 존재하는 인과관계를 분석하기 위한 모형을 말한다(신건권, 2016). 이는 모형 속에 내재 된 측정오차(measurement error)를 고려하여 분석 결과를 제시하므로 사회현상을 더 잘 설명할 수 있고, 분석 결과도 좀 더 신뢰할 수 있다(송지준, 2016). 또한, 독립변수 및 종속변수가 다수 있어도 다차원 분석기법으로 동시 추정이 가능하며, 다수의 외생변수와 내생변수 간의 인과관계 분석이므로 직접 효과, 간접 효과 및 총 효과를 파악할 수 있고, 측정모델 분석, 구조모델 분석 및 경로 간 차이 분석 등 다양한 표현기법을 제시할 수 있는 장점이 있는 방법이다(최창호, 2018).

본 연구에 제안된 연구모형과 가설을 검증하기 위한 세부 통계 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 설문 응답자의 일반적인 표본의 인구통계학적 특성들을 조사하기 위해 SPSS 23.0을 이용하여 빈도분석을 실시하고 데이터의 정규성을 확인하기 위해 기술통계 분석을 실행하였다.

둘째, 독립변수 및 매개변수, 종속변수들이 각기 같은 요인으로 구성되는지 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 진행하였고, 신뢰성 검증을 위하여 요인회전에 VARIMAX를 활용하여 Cronbach's α 를 산출하여 신뢰성 분석을 실행하였다.

셋째, AMOS 23.0을 이용한 확인적 요인분석을 통해 측정변수들의 요인적

재량, 평균분산 추출법(AVE: Average Variance Extracted), 구성개념 신뢰도 (CR: Construct Reliability), 분산 추출법(VE: Variance Extracted)검증을 활용한 잠재변수 간 상관관계를 분석하여 연구 모델의 집중 타당도와 판별 타당도를 검증함으로써 연구 모델의 타당성을 확보하고자 하였다.

넷째, 본 연구에서는 연구 모델의 잠재변수 간의 인과관계를 규명하고 연구가설을 검증하기 위해 구조방정식모델(SEM: Structural Equation Modeling)분석을 실행하였다.

다섯째, 기업가정신과 창업 자기효능감에 대한 매개효과를 확인하기 위해서 간접효과 분석을 실행하였고, 매개변수들에 대하여 팬텀 변수를 활용하여 매개효과분석을 실행하였다.

3.5. 연구의 차별성

본 연구는 기존 선행연구와의 차별성을 가지고 있어 연구의 타당성 및 연구성과의 가치를 확보하였다.

첫째, 선행연구에는 디자인사고의 특성이 대학생의 창업 의도에 미치는 영향연구, 대학생의 디자인사고 특성이 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하였으나, 디자인사고 특성이 창업 의도와 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감을 매개로 확장한 연구 또는 기업가정신(창업) 교육의 효과를 바탕으로 디자인씽킹 특성이 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구사례는 없었다. 기업가정신(창업) 교육의 효과를 바탕으로 디자인씽킹 특성이 기업가정신과 창업 자기효능감을 매개로 창업 의도에 미치는 영향을 연구한 것은 본 연구가 처음이다.

둘째, 대부분의 선행연구에는 디자인사고의 특성과 기업가정신의 일반적 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 연구하였으나 본 연구에서는 기업가정신(창업) 교육의 효과성을 바탕으로 디자인씽킹 특성이 창업 의도에 미치는 영향에 관해서 연구를 설계하였다.

셋째, 선행연구의 연구 대상은 일반적으로 대학생이나 창업을 준비하는 예비 창업가 혹은 디자인씽킹 교육을 수료하지 않은 좁은 범위 또는 소수의 집

단을 대상으로 연구가 진행되었다. 하지만 본 연구는 기업가정신(창업) 교육으로서의 디자인씽킹 교육이 기업가정신의 특성과 창업 의도에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 타당성 확보를 위해 디자인씽킹 교육을 수료한 일반성인들을 대상으로 연구 대상을 선정하였다.

넷째, 선행연구의 자료수집방법은 설문조사 또는 사례분석 등으로 진행되었고, 본 연구에서는 디자인씽킹 교육을 수료한 일반성인 대상에게 온. 오프라인으로 설문조사를 진행하여 표본을 확보하였다.

다섯째, 기존 선행연구에서는 디자인씽킹의 특성이 고객지향성향성을 통해서 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구를 바탕으로 본연구에서는 독립변수인 디자인씽킹 특성(공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업), 종속변수인 창업 의도의 잠재변수는 동일하게 진행하고 매개변수인 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감을 추가하여 설계하였다.

여섯째, 선행연구의 분석 방법은 회귀분석 및 구조방정식으로 진행되었고 본 연구에서도 큰 차이 없이 회귀분석(SPSS)과 구조방정식(AMOS)을 통한 분석 방법으로 가설을 검증하였다.

[표 3-15] 연구의 차별성

구 분	선행연구	본 연구	차별성 여부
연구주제	▷디자인사고 특성과 창업 의도의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감의 매개 미사용 ▷디자인사고의 특성과 기업가정신의 일반적 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 연구	▷디자인사고의 특성이 창업 의도와 기업가정신을 매개로 창업 의도에 미치는 영향을 연구 ▷기업가 정신(창업)교육의 효과성을 바탕으로 디자인씽킹 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 연구 ▷기존 연구들이 부분적으로 다루던 부분을 교육-효능감-기업가정신-창업 의도로 확장함	○

구 분		선행연구	본 연구	차별성 여부
연구대상과 범위		▷대학생이나 창업을 준비하는 예비 창업자를 대상 ▷디자인씽킹 교육을 미 수강한 좁 은 범위 또는 소수의 집단을 대상	▷기업가정신(창업)의 디자인씽킹 교육 을 수강한 일반성인을 대상	○
연구 방법	자 료 수 집 영 향 관 계	▷설문조사 또는 사례분석	▷온·오프라인 설문조사	△
		▷디자인씽킹 특성이 고객지향을 성 을 통해서 창업 의도에 미치는 영향 을 연구	▷디자인씽킹 특성이 기업가정신과 창 업 효능감을 통해서 창업 의도에 미치 는 영향에 관한 확장 연구	○
	잠 재 변 수	▷디자인씽킹 특성(공감, 통합적 사 고, 낙관주의, 실험주의, 협업) ▷창업 의도	▷디자인씽킹 특성(공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업) ▷기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취 성) ▷창업 효능감 ▷창업 의도	△
	분 석 방 법	▷회귀분석 및 구조방정식	▷회귀분석(SPSS) 및 구조방정식 (AMOS)	×

IV. 연구 결과

4.1. 자료조사 방법

본 논문은 디자인씽킹 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 연구하고 자 기업가정신(창업) 교육으로서 진행된 디자인씽킹 교육에 참여한 만 19세 이상 성인을 대상으로 온. 오프라인 통해 설문조사를 진행하여 표본을 확보하였다. 설문조사를 통한 자료수집은 약 14주에 걸쳐 진행하였으며 수집 기간은 2024년 5월 20일에서 2024년 8월 30일까지 총 395부의 표본을 수집하였다.

미완성 설문과 불성실하게 응답한 53부를 제외하고 유효한 표본 343부를 연구에 대한 가설분석 자료에 사용하였다. 수집된 자료는 7점 리커트 척도로 측정 되었으며, SPSS 23.0과 AMOS 23.0을 통해 실증 분석을 진행하였다.

본 연구에서는 SPSS 23.0을 활용하여 빈도분석, 기술통계 분석, 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석 등의 다양한 통계 기법을 이용하여 인구통계학적 특성과 측정변수의 특성을 심층적으로 분석하였다. AMOS 23.0을 활용하여 확인적 요인분석, 구조방정식 모형분석, 조절효과 분석 등의 통계 기법을 실행하여 연구 모델을 검증하였다. 구체적인 통계분석 방법은 아래와 같다.

첫째, SPSS 23.0을 활용하여 표본의 인구통계학적 특성(성별, 나이, 학력, 직업군, 참여 교육 횟수, 창업 유무)에 대한 빈도분석과 정규성 검정을 실행하여 연구 대상들의 특성을 파악하고 연구모형의 적합성을 판단하였다.

둘째, 같은 개념의 구성개념을 이루고 있는 측정변수들이 동일한 요인으로 묶이는지를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 진행하였으며, 변수들의 신뢰성을 검증을 확보하기 위해서 신뢰성 분석을 진행하였다.

셋째, 확인적 요인분석을 통하여 모델적합도 판별과 잠재변수의 평균분산 추출(AVE: Average Variance Extracted)과 개념 신뢰도(CR: Construct Reliability)를 활용하여 집중 타당성 분석, 판별 타당성 분석, 신뢰도 분석을 실행하였다.

넷째, 본 연구에서는 구조방정식 모델링(SEM: Structural Equation Modeling) 기법을 통해서 연구모형의 적합도를 평가하고, 잠재변수 간의 경

로계수를 추정하였다.

다섯째, 매개 분석을 확인하기 위해서 매개변수들에 대하여 팬텀 변수를 활용하여 간접효과분석을 실행하였다.

4.2. 표본의 특성

4.2.1. 표본의 일반적 특성

설문 응답자에 대한 인구통계학적인 특성을 파악하고자 SPSS 23.0을 활용하여 빈도분석을 진행하였다. 본 연구의 표본들에 대한 일반적인 특징을 분석하기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 [표 4-1]과 같다. 성별 비율은 남성이 121명(35.0%), 여성이 222명(65.0%)으로 나타나, 여성이 남성보다 높은 비율을 차지했다.

연령대별로는 30대가 203명(59.2%)으로 가장 많았으며, 그다음으로는 20대가 76명(22.2%), 40대가 57명(16.6%), 50대가 6명(1.7%), 60대가 1명(0.3%) 순으로 나타났다.

최종학력은 대학교 졸업이 254명(74.0%)으로 가장 많았고, 전문대학 졸업이 48명(14.0%), 대학원 이상이 25명(7.3%), 고등학교 졸업이 16명(4.7%)으로 나타났다.

직업별로는 회사원이 198명(57.7%)으로 가장 많았으며, 그다음으로는 자영업이 57명(16.6%), 기타가 24명(7.0%), 판매가 25명(7.3%), 공무원이 12명(3.5%), 학생이 10명(2.9%), 전문직이 10명(2.9%), 생산직이 7명(2.0%) 순으로 나타났다.

디자인씽킹 교육 참여 횟수는 2회 참여한 사람이 165명(48.1%)으로 가장 많았으며, 1회 참여한 사람이 123명(35.9%), 3회가 29명(8.5%), 4회가 7명(2.0%), 5회 이상이 19명(5.5%)으로 나타났다.

기타 창업 교육 참여 횟수는 1회가 149명(43.4%)으로 가장 많았으며, 2회가 85명(24.8%), 3회가 19명(5.5%), 4회가 3명(0.9%), 5회 이상이 6명(1.7%), 교육에 참여하지 않은 경우가 81명(23.6%)으로 나타났다.

창업 경험 여부에 따라서는 '준비 중'이라고 응답한 사람이 141명(41.1%)으로 가장 많았고, 창업 경험이 없는 사람이 115명(33.5%), 창업 경험이 있는 사람이 87명(25.4%)으로 나타났다.

[표 4-1] 표본의 인구통계 분석 [N=343]

구 분		빈도(명)	백분율(%)
성 별	남성	121	35.0
	여성	222	65.0
	총계	343	100.0
학 력	고등학교 졸업	16	4.7
	전문대학 졸업	48	14.0
	대학교 졸업	254	74.0
	대학원 이상	25	7.3
	총계	343	100.0
나 이	20대	76	22.2
	30대	203	59.2
	40대	57	16.6
	50대	6	1.7
	60대	1	0.3
	총계	343	100.0
직 업	공무원	12	3.5
	기타	24	7.0
	생산직	7	2.0
	자영업	57	16.6
	전문직	10	2.9
	판매	25	7.3
	학생	10	2.9
	회사원	198	57.7
	총계	343	100.0
디자인씽킹 교육 참여 횟수	1회	123	35.9
	2회	165	48.1
	3회	29	8.5

구 분		빈도(명)	백분율(%)
	4회	7	2.0
	5회 이상	19	5.5
	총계	343	100.0
기타 창업 교육 횟수	1회	149	43.4
	2회	85	24.8
	3회	19	5.5
	4회	3	0.9
	5회 이상	6	1.7
	없음	81	23.6
	총계	343	100.0
창업경험 여부	없다	115	33.5
	있다	87	25.4
	준비 중	141	41.1
	총계	343	100.0

4.2.2. 기술통계 분석

잠재변수를 구성하는 측정변수들의 정규성을 검증하기 위해 기술통계 분석을 실행하였다. 본 연구에 관한 기술 통계량은 아래의 [표 4-2]와 같다. 기술통계량 분석에 표준편차 결과값이 최저 0.842에서 최대 1.675로 기준 3 이하에 적합하고, 왜도와 첨도 결과값은 절대값 기준 3 이하에 적합하여 정규분포는 확인이 되었다.

[표 4-2] 기술 통계량 분석

측정항목	N	평균	표준 편차	왜도	첨도
공감1	343	4.464	1.288	-.187	-.169
공감2	343	4.283	1.284	-.140	-.396
공감3	343	4.026	1.301	-.025	-.293
공감4	343	4.058	1.227	.079	-.109
공감5	343	4.429	1.282	-.129	-.465

측정항목	N	평균	표준 편차	왜도	첨도
통합1	343	4.469	1.179	-.061	-.394
통합2	343	4.440	1.125	.051	-.303
통합3	343	4.306	1.171	.089	-.166
통합4	343	4.332	1.172	.041	-.144
통합5	343	4.414	1.179	.132	-.293
낙관1	343	3.688	1.372	.200	-.485
낙관2	343	4.224	1.477	-.200	-.682
낙관3	343	4.262	1.396	-.146	-.494
낙관4	343	4.184	1.675	-.259	-.889
낙관5	343	3.956	1.415	-.097	-.484
낙관6	343	5.735	1.030	-.694	.448
실험1	343	5.793	.862	-.771	1.257
실험2	343	5.808	.960	-.723	.650
실험3	343	5.650	.982	-.704	1.035
실험4	343	5.901	.842	-.490	.025
실험5	343	4.574	1.202	-.435	.470
협업1	343	4.822	1.162	-.379	.123
협업2	343	4.426	1.282	-.156	-.340
협업3	343	4.621	1.303	-.251	-.186
협업4	343	4.624	1.231	-.189	-.168
협업5	343	4.163	1.203	-.216	-.360
혁신1	343	4.251	1.301	-.265	-.302
혁신2	343	4.224	1.199	-.287	-.133
혁신3	343	4.286	1.182	-.291	-.174
혁신4	343	4.289	1.155	-.192	-.042
혁신5	343	4.157	1.162	-.096	.368
위협1	343	4.125	1.194	-.285	.173
위협2	343	4.251	1.158	-.239	.293
위협3	343	4.303	1.205	-.237	-.125
위협4	343	3.930	1.300	.042	-.171
진취1	343	3.808	1.260	-.082	-.145
진취2	343	3.504	1.295	.096	-.446
진취3	343	3.799	1.310	-.133	-.212
진취4	343	3.942	1.362	-.201	-.243
진취5	343	4.283	1.139	-.177	-.421
효능1	343	4.242	1.258	-.146	-.218
효능2	343	4.440	1.163	-.410	.124
효능3	343	4.187	1.116	-.031	-.243

측정항목	N	평균	표준 편차	왜도	첨도
효능4	343	4.300	1.137	.003	-.246
효능5	343	3.878	1.117	-.048	-.072
효능6	343	5.650	1.129	-.886	.865
의도1	343	5.746	1.022	-.849	1.005
의도2	343	5.828	.922	-.957	2.312
의도3	343	5.703	1.026	-.851	1.088
의도4	343	5.831	1.026	-.979	1.171
의도5	343	5.854	.980	-1.109	2.472
의도6	343	5.870	.973	-1.130	2.562
유효한 N(목록별)	343				

4.3. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

4.3.1. 탐색적 요인분석

본 논문의 연구모형 구성개념의 측정변수 적합성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)은 이론생성과정(theory generating procedure)으로 각각의 집단(요인, 성분)에 모든 측정변수가 연관(상관관계)되어 있다고 가정하고 요인분석을 하는 것이다(최창호, 2018).

탐색적 요인분석은 SPSS에서 실시하는 것으로, 이론상으로 아직 체계화되거나 정립되어 있지 않은 연구에서 향후 연구의 방향을 파악하기 위하여 탐색적 목적으로 실행한다고 하였다(송지준, 2016). 이 탐색적 요인분석은 주로 SPSS 통계 패키지를 활용한 회귀분석에서 구성개념을 형성하기 위해 활용되며(최창호, 2018),

측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확히 측정하였는가를 파악하는 것으로, 같은 개념을 측정하는 변수들이 같은 요인으로 묶이는지를 확인함으로써, 측정 도구의 타당성을 검증하는 방법으로 이용된다(송지준, 2016).

탐색적 요인분석은 수많은 변수를 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로써 그 내용을 단순화시키고(변수의 축소), 연구해야 할 주요 변수를 제시해 준다(송지준, 2016). 탐색적 요인분석에서 요인 적재하자는 변수들의 중요도 정도

를 나타내는 것으로 그 수치가 낮을수록 중요도가 낮다는 것을 의미하며, 일반적으로 요인적재 값이 0.4 이하일 때는 해당 변수를 제거하는 것이 좋으며, 탐색적 요인분석을 거쳐 정제되고 생성된 새로운 변수는 회귀분석, 평균 차이 검정(t-test, ANOVA) 등 추후 분석에 이용된다(송지준, 2016).

측정변수들이 탐색적 요인분석에 적합한지 확인을 위하여 연속형 데이터 적용 여부를 확인하고, KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 척도로 평가하였으며, 바틀렛의 구형성 검정(Bartlett's test of sphericity)($p < 0.5$)을 통해 데이터가 요인 분석하기에 적합한지 검정하였다(최창호, 2018).

탐색적 요인분석 과정은 요인 수 추출은 고유값(eigenvalue) 1 이상을 기준으로 하였다(홍영구, 2020). 구성 요인은 주성분 분석을 사용하여 추출하였고, 요인 적재치는 직교회전방식의 배리맥스(Varimax)를 채택하여 분석하였다(전우소, 2016).

탐색적 요인분석으로 52개의 항목 중 2개 항목(실험2, 실험5)을 정제한 후, 신뢰도 분석을 진행하였다.

신뢰도 분석은 측정하고자 하는 개념이 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 방법으로 측정 도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것이고, 같은 개념에 대해 측정을 반복했을 때 같은 측정값을 얻을 가능성을 말한다(송지준, 2016).

SPSS 23.0을 이용하여 진행한 탐색적 요인분석 결과를 다음 아래 [표 4-3], [표 4-4], [표 4-5]같이 정리하였다.

[표 4-3] KMO와 Bartlett의 검정결과

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도		.972
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	1444.343
	df	1275
	유의수준	.000

[표 4-4] 요인분석 결과표

변수	요인적재량										공통성
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
진취2	.822	.122	.180	.180	.084	.105	.096	.140	.069	.149	.829
진취4	.820	.153	.180	.136	.088	.183	.118	.146	.029	.118	.838
진취3	.798	.145	.060	.120	.170	.158	.112	.034	.053	.152	.770
진취5	.787	.118	.230	.142	.079	.134	.127	.168	.111	.069	.792
진취1	.668	.284	.161	.110	.263	.085	-.025	.109	.159	.129	.695
효능6	.204	.730	.087	.142	.142	.102	.172	.141	-.049	.077	.692
효능4	.098	.713	.158	.168	.141	.218	.137	.112	.161	.116	.709
효능5	.142	.698	.167	.234	.079	.165	.127	.136	.135	.102	.688
효능2	.179	.679	.233	.324	.095	.105	.119	.052	.168	.168	.745
효능1	.177	.669	.147	.256	.054	.124	.189	.033	.088	.094	.637
효능3	.169	.600	.244	.226	.306	.121	.073	.087	.247	.102	.691
낙관1	.230	.201	.735	.141	.255	.116	.145	.038	.133	.089	.780
낙관2	.159	.160	.707	.113	.327	.102	.170	.048	.102	.048	.725
낙관3	.162	.173	.686	.175	.236	.166	.152	.064	.134	.167	.713
낙관4	.147	.199	.680	.243	.182	.195	.072	.135	.181	.170	.738
낙관5	.170	.186	.634	.188	.016	.157	.182	.242	.013	.193	.655
낙관6	.236	.128	.564	.212	.287	.181	.271	.123	.031	.185	.675
통합5	.214	.238	.156	.755	.145	.105	.096	.137	.104	-.030	.769
통합2	.145	.207	.189	.740	.207	.064	.152	.080	.185	.177	.789
통합4	.089	.280	.169	.739	.126	.141	.212	.166	.025	.084	.777
통합3	.174	.238	.149	.738	.108	.085	.128	.052	.145	.124	.728
통합1	.220	.269	.281	.560	.214	.157	.074	.201	.166	.157	.682
공감4	.190	.182	.267	.213	.674	.152	.291	.118	.007	.174	.792
공감2	.205	.162	.356	.156	.662	.206	.101	.153	.125	.090	.757
공감1	.158	.124	.292	.191	.659	.151	.147	.118	.184	.069	.692
공감5	.192	.179	.250	.208	.611	.122	.259	.195	.149	.173	.720
공감3	.222	.191	.278	.198	.556	.155	.291	.139	.019	.351	.661
의도6	.115	.093	.078	.127	.159	.730	-.145	.098	.024	.324	.739
의도3	.090	.263	.158	-.004	.053	.686	.174	.084	-.039	.009	.614
의도5	.257	.089	.032	.124	.241	.591	.131	.060	.262	.040	.589
의도1	.225	.119	.222	.100	.066	.551	.202	-.089	.419	-.041	.658
의도2	.115	.111	.232	.181	.081	.522	.246	.193	-.101	.141	.519
의도4	.156	.192	.321	.144	.112	.505	.079	.143	.337	.044	.595
혁신3	.146	.276	.293	.228	.306	.199	.619	.093	.119	.156	.799
혁신2	.112	.304	.290	.235	.173	.159	.603	.226	.175	.212	.790
혁신1	.153	.275	.278	.195	.279	.176	.584	.122	.084	.138	.706
혁신5	.181	.308	.250	.266	.285	.151	.535	.151	.241	.111	.744
혁신4	.218	.268	.210	.267	.315	.113	.527	.103	.219	.192	.719
위험3	.324	.168	.136	.249	.221	.223	.163	.677	.130	.119	.828
위험4	.295	.214	.168	.284	.321	.186	.195	.598	.168	.174	.834
위험1	.495	.220	.256	.198	.158	.140	.106	.556	.156	.158	.813

변수	요인적재량										공통성
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
위험2	.447	.208	.225	.219	.211	.098	.182	.528	.243	.157	.791
협업4	.187	.292	.196	.343	.189	.148	.159	.287	.695	.183	.782
협업2	.106	.220	.161	.385	.290	.114	.175	.230	.675	.252	.725
협업5	.153	.305	.171	.367	.152	.137	.172	.295	.564	.200	.705
협업3	.181	.293	.211	.346	.197	.066	.196	.194	.545	.311	.698
협업1	.197	.293	.262	.366	.130	.143	.228	.236	.514	.284	.720
실험3	.204	.131	.165	.092	.090	.099	.183	.118	.152	.621	.666
실험1	.284	.199	.294	.232	.197	.112	.046	.125	.117	.608	.608
실험4	.215	.185	.179	.099	.235	.233	.195	.120	.053	.609	.537
고유값	5.066	4.891	4.850	4.711	3.681	3.160	2.919	2.407	2.379	2.375	-
분산설명(%)	9.933	9.591	9.510	9.236	7.218	6.197	5.724	4.720	4.666	4.657	-
분산누적(%)	9.933	19.523	29.035	38.271	45.489	51.686	57.410	62.130	66.795	71.452	-

1) 추출방법: 주성분분석

2) 회전방법:카이저(Kaiser)정규화가 있는 배리맥스.

3) a. 11 반복계산에서 회전이 수렴되었습니다..

[표 4-5] 설명된 총분산

구성 요소	초기 고유값			추출 제곱합 로딩			회전 제곱합 로딩		
	총계	분산 설명력 (%)	누적 설명력 (%)	총계	분산 설명력 (%)	누적 설명력 (%)	총계	분산 설명력 (%)	누적 설명력 (%)
1	24.205	47.461	47.461	24.205	47.461	47.461	5.066	9.933	9.933
2	2.428	4.761	52.222	2.428	4.761	52.222	4.891	9.591	19.524
3	2.074	4.066	56.288	2.074	4.066	56.288	4.850	9.510	29.035
4	1.640	3.215	59.503	1.640	3.215	59.503	4.711	9.236	38.271
5	1.366	2.679	62.182	1.366	2.679	62.182	3.681	7.218	45.489
6	1.193	2.339	64.520	1.193	2.339	64.520	3.160	6.197	51.686
7	1.037	2.034	66.554	1.037	2.034	66.554	2.919	5.724	57.410
8	.862	1.690	68.244	.862	1.690	68.244	2.407	4.720	62.130
9	.841	1.649	69.893	.841	1.649	69.893	2.379	4.666	66.795
10	.795	1.560	71.452	.795	1.560	71.452	2.375	4.657	71.452
11	.768	1.505	72.957						
12	.740	1.450	74.408						
13	.680	1.333	75.740						
14	.664	1.302	77.042						
15	.590	1.156	78.198						
16	.552	1.082	79.280						
17	.531	1.041	80.322						
18	.523	1.026	81.348						
19	.511	1.002	82.349						

20	.474	.929	83,279						
21	.468	.918	84,197						
22	.458	.899	85,095						
23	.440	.863	85,959						
24	.419	.821	86,780						
25	.407	.798	87,578						
26	.377	.739	88,317						
27	.373	.730	89,047						
28	.351	.688	89,735						
29	.342	.671	90,406						
30	.331	.648	91,054						
31	.316	.619	91,673						
32	.304	.595	92,268						
33	.298	.585	92,853						
34	.284	.558	93,411						
35	.272	.533	93,944						
36	.260	.511	94,454						
37	.252	.494	94,948						
38	.237	.464	95,412						
39	.230	.451	95,863						
40	.226	.443	96,306						
41	.221	.433	96,739						
42	.209	.410	97,150						
43	.196	.384	97,534						
44	.190	.373	97,907						
45	.190	.372	98,279						
46	.173	.339	98,618						
47	.170	.333	98,951						
48	.149	.292	99,244						
49	.146	.286	99,529						
50	.119	.232	100,000						

1) 추출방법:주성분 분석

본 연구에서 측정변수의 타당도 검정을 위해 SPSS 23.0을 사용하여 탐색적 요인분석을 실행하였다. 구성 요인을 추출하기 위해서 주성분 분석(principle component analysis)을 적용하고, 요인 구분의 최대화를 위해 직교회전방식을 적용하였다. 더불어 측정 도구들의 내적 일관성을 확인하기 위해 신뢰도 분석을 실행하였다. 크론바흐 알파(Cronbach α) 계수를 이용하여 신뢰도를 저해하는 항목을 측정 도구에서 제외해 각 항목의 내적 일관성을 높이는 방법으로 실시하였다. 적합성 기준은 공통성은 0.4 이상, 요인 적재치는 0.5이상,

KMO-Bartlet 분석에서 KMO 측도 값이 0.6 이상, Bartlet의 구형성 검정에 유의확률 p값이 0.05 이하인 조건으로 하였다(전우소, 2017). 기준에 미달하였을 때 항목을 삭제하여 다시 측정하는 방법으로 진행하였다.

탐색적 요인분석의 적합성 검정 결과, KMO 지수가 0.972로 매우 우수하고, Bartlett의 구형성 검정이 (p 값이 0.001보다 작음) 유의하게 나타나 특정 변수 간의 상관관계가 충분하여 요인분석을 실행하기에 적합한 것으로 판단하였다. 탐색적 요인분석 결과 KMO 표본 적합값 0.6 이상 및 Bartlett검정의 유의확률 0.05 이하와 공통성은 0.4 이상인 조건을 충족하였다. 요인 적재치 0.5 미만으로 나타난 실험2와 실험5를 제외하고 재분석하였다.

탐색적 요인분석 결과 모든 변수의 교유값이 1을 초과하고, 회전된 요인에 대한 누적 설명력이 71.452%로 기준치인 60%를 상회하여 신뢰도와 타당성이 확보되었다.

회전된 성분행렬 분석 결과, 각 변수의 요인적재 값이 4 이상 (0.408~0.822)로 나타나 변수들이 해당 요인을 충분히 설명하는 것으로 나타났다으며, 요인 간의 상관관계가 낮아 요인들의 독립성이 확인되었다. 이는 선행연구의 결과들과 같고, 본 연구에 사용된 측정 도구의 타당성을 확보했음을 나타낸다. 공통성의 추출 값은 각각의 요인들에 의해 측정변수가 얼마만큼 설명되는지를 나타내는 수치로 기준치인 0.5를 상회하고 있다(최창호, 2018).

4.3.2. 신뢰도 분석

신뢰도 분석은 측정변수가 연속형 데이터일 경우에 분석하며, 측정변수들이 서로 동질적(homogeneity)인지를 파악하는 설문 항의 내적 일치도를 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 값으로 확인하며, 척도 제거 시 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 값(측정변수가 3개 이상일 경우에만 확인 가능)이 전체 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 값을 초과하는 경우 척도를 제거하여 값을 향상하며, 전체적인 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 값이 상당히 크고, 하나의 구성개념에 측정변수가 적으면 제거하지 않아도 되며, 탐색적 요인분석을 마친 상태에서 각각의 구성 요인별로 분석한다(최창호, 2018).

측정변수의 신뢰도는 Cronbach's α 값을 기준으로 판단하며, 일반적으로 사회과학 분야에서는 0.6 이상이면 충분하고, 기초연구에서는 0.8 이상 탐색적 연구에서는 0.5 이상이면 신뢰도가 높다고 판단한다.

신뢰성 분석 결과 Cronbach's α 계수가 .805 ~ .923 값(≥ 0.8 기준)으로 나타나 측정 도구의 신뢰도가 확보되었으며, 개별 항목 삭제 시 α 계수가 감소하여 전체 항목이 적도에 기여하는 바가 크다고 판단 된다. 신뢰도 분석 결과는 [표 4-6]과 같이 요약 정리하였다.

[표 4-6] 신뢰성 분석 결과

측정 문항	삭제 시 알파 값	전체 알파 값	총 문항
공감1	0.886	0.896	5
공감2	0.871		
공감3	0.884		
공감4	0.860		
공감5	0.867		
통합1	0.891	0.902	5
통합2	0.871		
통합3	0.866		
통합4	0.877		
통합5	0.880		
낙관1	0.877	0.903	6
낙관2	0.886		
낙관3	0.880		
낙관4	0.882		
낙관5	0.903		
낙관6	0.886		
실험1	0.874	.0898	3
실험3	0.876		
실험4	0.847		
협업1	0.900	0.916	5
협업2	0.897		
협업3	0.900		
협업4	0.889		
협업5	0.907		
혁신1	0.904	0.915	5
혁신2	0.895		

측정 문항	삭제 시 알파 값	전체 알파 값	총 문항
혁신3	0.885		
혁신4	0.900		
혁신5	0.893		
위험1	0.899	0.923	4
위험2	0.900		
위험3	0.902		
위험4	0.899		
진취1	0.917	0.919	5
진취2	0.891		
진취3	0.905		
진취4	0.889		
진취5	0.899		
효능1	0.884	0.895	6
효능2	0.867		
효능3	0.879		
효능4	0.874		
효능5	0.873		
효능6	0.882		
의도1	0.773	0.808	6
의도2	0.787		
의도3	0.782		
의도4	0.765		
의도5	0.770		
의도6	0.769		

4.4. 확인적 요인분석

4.4.1. 측정모델 분석

확인적 요인분석은 잠재변수와 관측변수 간의 관계 및 잠재변수 간의 관계를 검증하는 것으로, 특히, 확인적 요인분석 분석 전에 요인(잠재변수)의 수와 요인(잠재변수)과 그에 따른 항목들이 이미 지정된 상태에서 분석되며, 관측변수와 잠재변수 간의 요인부하량을 측정할 수 있고, 모델의 전반적인 적합도를 평가할 수 있으므로 구성개념 타당성(Construct Validity)을 측정하는 데 유용하게 사용되고 있다(우종필, 2017).

모델적합도는 연구 모델을 채택하느냐 기각하느냐를 결정하는 기준이 되기 때문에 가설의 유의성 검증만큼이나 중요한 부분이다(우종필, 2017). 모델을 검증하는 적합도 평가는 크게 절대적합지수(Absolute Fit Index), 증분적합지수(Incremental Fit Index), 간명적합지수(Parsimonious Fit Index)를 이용하는데, 절대적합지수(Absolute Fit Index)는 연구자가 수집한 데이터의 공분산(상관) 행렬과 이론을 바탕으로 한 연구 모델의 공분산(상관) 행렬이 얼마나 적합한지를 보여주기 때문에 다른 모델과 비교하지 않는 것이 특징이며, 절대적합지수에는 $\chi^2(\text{CMIN})(p)$, $\text{CMIN}/\text{DF}(\chi^2/\text{df})$, RMR, RMSEA, GFI, AGFI 등이 있다(최창호, 2018).

모형의 적합도를 평가하기 위해, 실제 데이터의 공분산 구조와 연구 모델에서 예측되는 공분산 구조 간의 차이 제곱 검정을 통해 검증하였다. 카이제곱 검정 결과 $p > 0.05$ 이면 모델이 데이터를 잘 설명한다고 판단한다. 그러나 표본의 수, 모델의 복잡성 등에 따라 값이 상이하게 나오는 단점을 가지고 있어, 절대적인 모델적합도 판별 기준이 아니다(최창호, 2018).

증분적합지수(Incremental Fit Index)는 연구 모델이 영모델 (모든 관측변수 간에 상관을 “0”으로 가정하여 잠재변수가 상관도 “0”인 모델)보다 얼마나 잘 측정되었는지를 나타내는 지수이며, 증분적합지수에는 NFI, TLI, CFI 등이 있다(최창호, 2018).

간명적합지수(Parsimonious Fit Index)는 모델의 복잡성을 고려한 상태에서

경쟁모델 중 최고의 모델에 대한 정보를 제공하며, 간명적합 수로는 PGFI, PNFI, PCFI 등이 있다(최창호, 2018). 측정모형에 적합도 검정을 위해 판단 기준은 χ^2 , CMIN/DF, GFI, AGFI, CFI, NFI, TLI, SRMR, RMSEA 지수를 사용하였다(최창호, 2018). 더불어 적합도를 향상하기 위해(SMC: Squared Multiple Correlation) 값이 0.3에 미달하는 항목을 제거 대상으로 설정하였다. 측정모형 적합도 판단기준은 다음 [표 4-7]과 같다.

[표 4-7] 모델적합도 판단기준

구분	판정 기준	적합 기준	본 연구 채택기준	기타
CMIN(χ^2)(p)	p≥.05	양호	p≥.05	절대 적합 지수
CMIN(χ^2)/df	2 이하	양호	3 이하	
	3 이하	보통		
	3~5 이하	수용 가능(Hayduk, 1987)		
RMR	.05 이하	양호	.05 이하	
	.08 이하	수용 가능(Etezadi-Amoli & Farhoomand; Joreskog & Sorbom, 1993)		
GFI	.9 이상	양호	.8 이상	
	.8 이상	수용 가능(Joreskog & Sorbom, 1993)		
AGFI	.9 이상	양호	.8 이상	
	.8 이상	수용 가능(Joreskog & Sorbom, 1993)		
RMSEA	.1 이하	보통	0.05 이하	
	.08 이하	양호		
	.05 이하	매우 좋음		
NFI	.9 이상	양호	.9 이상	증분 적합 지수
	.8 이상	수용 가능		
TLI	.9 이상	양호	.9 이상	
	.8 이상	수용 가능		
CFI	.9 이상	양호	.9 이상	
	.8 이상	수용 가능		

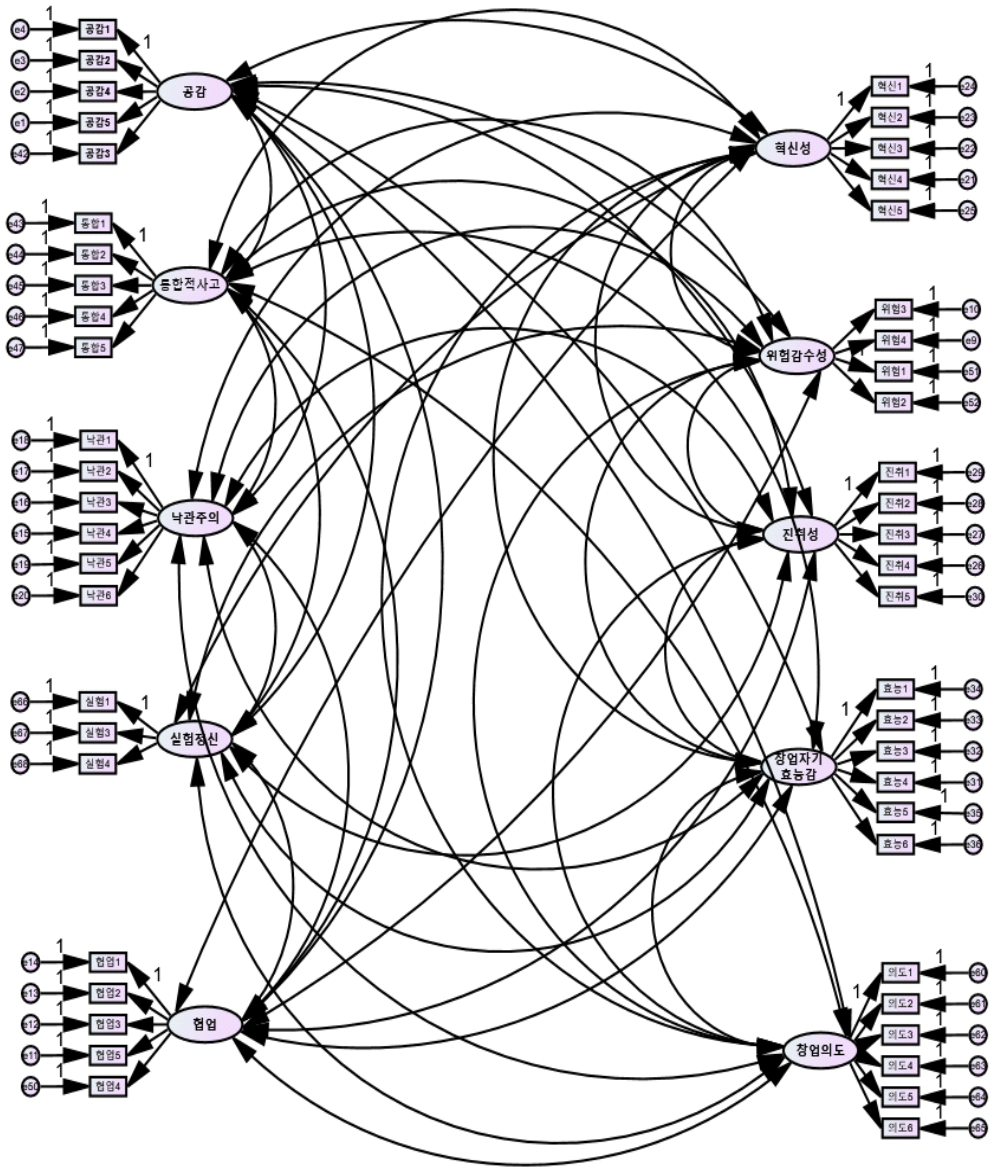
출처: 최창호, (2018), 재인용

측정모형에 대한 확인적 요인분석 결과 $\text{CMIN}(\chi^2)=1707.182$, $p\text{-value}=0.000$, $\text{CMIN}/\text{DF}=1.448$, $\text{RMR}=0.058$, $\text{GFI}=0.839$, $\text{AGFI}=0.818$, $\text{NFI}=0.879$, $\text{TLI}=0.955$, $\text{CFI}=0.959$, $\text{RMSEA}=0.036$ 으로 나타났다. 적합도 판단 지수에 따라 대부분의 측정 수치가 수용기준 기준치에 만족하여 측정 모형의 모델적합도가 적합하다고 판단하였다. 측정모형의 모델적합도를 측정 한 적합도 분석 결과는 [표 4-8]과 같다.

[표 4-8] 측정모형 적합도 분석 결과

model fit	p-value	CMIN /DF	RMR	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Default model	.000	1.448	0.058	0.839	0.818	0.879	0.955	0.959	0.036
판정 기준	> .05	< 3	< .08	> .8	> .8	> .8	> .9	> .9	< .1
적합도	-	적합	적합	적합	적합	적합	적합	적합	적합

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 실행한 후 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업, 혁신성, 위험감수성, 진취성, 창업 자기효능감, 창업 의도로 10개의 잠재변수 및 50개의 측정변수에 대하여 측정모형을 설정하였다. 본 연구의 측정모형은 [그림 4-1]과 같다.



[그림 4-1] 측정모형

4.4.2. 집중 타당도 분석

측정모델 분석을 시행하여 측정이 가능한 모델적합도를 도출한 후 측정모델의 타당성을 평가해야 하는데, 집중 타당성(convergent validity)이란 동일한 개념을 측정하기 위하여 서로 다른 방법으로 측정한 값 사이에 높은 상관관계가 있어야 한다는 의미이다(송지준, 2016).

구조방정식 모델에서 집중 타당도를 확인하는 방법은 ① Estimates에서 표준화 요인 부하량(standardized factor loading)으로 측정하는 방법 (>0.7), ② 분산추출의 평균값(AVE: Average Variance Extracted)을 기준으로 검증하는 방법(> 0.5), ③ 개념 신뢰도(CR: Construct Reliability: CR) 측정값을 기준으로 하는 방법(> 0.7)이 있다(최창호, 2018).

본 연구에서는 각 잠재변수의 측정 항목에 대한 평균분산 추출법(AVE)과 개념 신뢰도(CR)를 활용하여 집중 타당도를 분석하였다. 집중 타당도 분석 결과는 [표 4-10]과 같다.

집중 타당도 분석 결과, 평균분산 추출(AVE) 값은 0.604~0.750 분포로 나타나 AVE(> 0.5) 기준치를 충족하였으며, 변수별 개념 신뢰도(CR) 값도 0.898~0.923으로, CR(> 0.7) 기준 이상으로 매우 높게 나타나 전체적으로 집중 타당성이 확보되었다.

측정모델에 대한 신뢰도를 판별하는 Cronbach's α 값도 0.895~0.923이 나타나 Cronbach's α (> 0.7) 기준 이상으로 기준값을 상회하여 높게 나타나 측정모델에 대한 신뢰도가 확보된 것으로 확인하였다. 집중 타당도 분석 결과는 [표 4-9]와 같다.

[표 4-9] 집중 타당도 분석 결과

잠재 변수	측정변수	표준 부하량	S.E	C.R.	p	CR	AVE	SMC	Cronbach α
공감	공감1	.736				.899	.640	.542	.896
	공감2	.804	.073	14.937	.000			.647	
	공감3	.776	.074	14.367	.000			.601	
	공감4	.849	.069	15.836	.000			.721	
	공감5	.829	.073	15.440	.000			.688	
통합적 사고	통합1	.788				.904	.652	.621	.902
	통합2	.856	.059	17.605	.000			.732	

잠재 변수	측정변수	표준 부하량	S.E	C.R.	p	CR	AVE	SMC	Cronb ach α
	통합3	.780	.063	15.644	.000			.609	
	통합4	.817	.062	16.579	.000			.667	
	통합5	.795	.063	16.007	.000			.631	
낙관 주의	낙관주의1	.835				.907	.636	.697	.903
	낙관주의2	.786	.054	17.086	.000			.617	
	낙관주의3	.824	.057	18.373	.000			.679	
	낙관주의4	.803	.055	17.639	.000			.644	
	낙관주의5	.680	.070	13.957	.000			.562	
	낙관주의6	.788	.056	17.178	.000			.622	
실험 주의	실험주의1	.829				.900	.659	.688	.898
	실험주의3	.806	.068	15.665	.000			.649	
	실험주의4	.746	.067	16.174	.000			.557	
협업	협업1	.835				.917	.688	.601	.916
	협업2	.826	.051	18.656	.000			.697	
	협업3	.809	.057	18.058	.000			.683	
	협업4	.863	.056	20.012	.000			.655	
	협업5	.813	.055	18.196	.000			.745	
혁신	혁신1	.783				.916	.686	.662	.915
	혁신2	.832	.067	17.124	.000			.613	
	혁신3	.859	.061	17.859	.000			.692	
	혁신4	.817	.061	16.724	.000			.737	
	혁신5	.847	.059	17.534	.000			.667	
위협 감수성	위협감수성1	.876				.923	.750	.717	.923
	위협감수성2	.875	.046	22.489	.000			.767	
	위협감수성3	.843	.046	20.913	.000			.766	
	위협감수성4	.869	.046	22.195	.000			.710	
진취성	진취성1	.74				.920	.699	.755	.919
	진취성2	.879	.069	16.723	.000			.548	
	진취성3	.796	.071	15.000	.000			.772	
	진취성4	.897	.071	17.095	.000			.634	
	진취성5	.859	.075	16.318	.000			.804	
창업 효능감	창업효능감1	.711				.895	.604	.738	.895
	창업효능감2	.836	.088	14.764	.000			.506	
	창업효능감3	.771	.081	13.638	.000			.699	
	창업효능감4	.779	.078	13.771	.000			.595	
	창업효능감5	.791	.079	13.983	.000			.606	
	창업효능감6	.704	.078	12.467	.000			.625	
창업 의도	창업의도1	.662				.899	.623	.596	.898
	창업의도2	.597	.085	9.584	.000			.688	
	창업의도3	.577	.077	9.293	.000			.557	
	창업의도4	.720	.088	11.203	.000			.518	
	창업의도5	.652	.087	1.324	.000			.727	
	창업의도6	.616	.082	9.84	.000			.649	
측정 모델 적합도	$\chi^2=1707.182$, $df=1179$, $p=0.000$, $CMIN/DF=1.448$, $RMSEA=0.036$, $RMR=0.058$, $GFI=0.839$, $AGFI=0.818$, $NFI=0.879$ $TLI=0.955$, $CFI=0.959$								

4.4.3. 판별 타당도 분석

판별 타당도(discriminant validity)는 서로 다른 잠재변수 간의 차이를 나타내는 정도로 잠재변수 간 낮은 상관을 보인다면 판별 타당성이 있는 것이며, 잠재변수 간 높은 상관을 보인다면 두 구성개념 간의 차별성이 떨어지는 것을 의미하므로 잠재변수 간 판별 타당성이 없는 것으로 판단한다(송지준, 2016).

판별타당성 검증에는 ① $AVE > \Phi^2$ ② $[\Phi \pm 2 \times S.E.]$ 의 1 포함 여부 ③ 비제약모델과 제약모델 간의 $\Delta \chi^2$ 차이 검증에는 세 가지 방법이 있다.

첫 번째 방법으로는 $AVE > \Phi^2$ 비교로 두 구성개념 간 각각의 AVE 값과 두 구성개념 간 상관계수 제곱 값을 비교하여 AVE 값이 상관계수의 제곱 값보다 클 경우 판별 타당성이 있음을 검증하는 방법이다(우종필, 2017).

두 번째 방법은 $[\Phi \pm 2 \times S.E.]$ 가 1을 포함 하는지의 여부로써 두 구성개념 간 상관계수에 ± 2 곱하기 표준오차를 계산한 결과 값이 1을 포함하지 않는다면 판별 타당성이 있음을 검증하는 방법이다(우종필, 2017).

세 번째 방법은 두 구성개념 간 자유로운 상관을 갖는 비제약(자유) 모델과 두 구성개념 간 공분산을 1로 고정한 제약모델 간의 χ^2 차이 분석을 한 후, 두 모델간 χ^2 에 통계적으로 유의한 차이가 있는지 없는지를 비교하여 $\Delta \chi^2 = 3.84$ 이상이면 판별 타당성 있음을 검증하는 비제약(자유) 모델과 제약모델 간의 χ^2 변화량($\Delta \chi^2$) 검증 방법이 있다(우종필, 2017).

[표 4-10] 판별타당성 검증 방법

구분	검증 방법
$AVE > \Phi^2$	두 구성개념 간 각각의 AVE 값과 두 구성개념 간 상관계수 제곱 값을 비교하여 AVE값이 상관계수의 제곱 값보다 크면 판별 타당성이 있다고 판단(우종필, 2017).
$[\Phi \pm 2 \times S.E.]$ 의 1 포함 여부	두 구성개념 간 상관계수에 ± 2 곱하기 표준오차를 계산한 결과 값이 1을 포함하지 않는다면 판별 타당성이 있다고 판단(우종필, 2017).
비제약모델과 제약모델 간의 $\Delta \chi^2$ 차이 검증	두 구성개념 간 자유로운 상관을 갖는 비제약(자유)모델과 그 구성개념 간 공분산을 1로 고정시킨 제약 모델간의 차이 분석을 실시한 후, 두 모델 간 통계적으로 유의한 차이가 있는지 없는지를 비교하여 $\Delta \chi^2 \geq 3.84$ 이면 판별타당성이 있음(우종필, 2017).

출처: 우종필(2015). 재인용

본 연구모형에 집중 타당성이 확보된 구성 요인 간의 판별 타당성을 검증
을 위해 $AVE > 0.2$ 으로 두 구성개념 간 각각의 AVE 값과 두 구성개념 간
상관계수 제곱 값을 비교하여 AVE 값이 상관계수의 제곱 값보다 클 경우 판
별 타당성이 있음을 검증하는 방법으로 실시하였다(한충근, 2018). 판별 타당
성은 서로 다른 잠재변수 간의 차이를 나타내는 정도로 잠재변수 간 낮은 상
관을 보인다면 판별 타당성이 있는 것이며, 잠재변수 간 높은 상관을 보인다면
두 구성개념 간의 차별성이 떨어지는 것을 의미하므로 잠재변수 간 판별
타당성이 없는 것으로 판단한다(우종필, 2015). 이에 분석 결과 상관계수의
값은 각각 구성개념 AVE 제곱근 값보다 낮게 확인되어 판별 타당성이 확보
되었다. 본 연구의 판별 타당성 분석 결과는 다음 [표 4-11]과 같다.

[표 4-11] 판별 타당성 분석 결과

변수명	공감	통합적 사고	낙관 주의	실험 주의	협업	혁신	위협 감수성	진취성	창업 효능감	창업 의도
공감	.640									
통합적 사고	.381	.652								
낙관 주의	.567	.368	.620							
실험 주의	.418	.348	.429	.439						
협업	.469	.560	.438	.491	.688					
혁신	.599	.466	.552	.506	.566	.686				
위협 감수성	.479	.425	.398	.452	.542	.483	.750			
진취성	.321	.246	.291	.327	.296	.291	.514	.699		
창업 효능감	.386	.475	.373	.403	.516	.543	.387	.270	.588	
창업 의도	.376	.280	.402	.349	.377	.408	.360	.312	.378	.413

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

2) 표의 대각선 값은 신뢰도(AVE)의 제곱근이며, 비대각선 값은 상관계수 값을 나타냄.

확인적 요인분석 결과, 측정모델의 잠재변수 간 상관관계가 낮아 판별 타당성이 확보되었으며, 각 잠재변수의 신뢰도를 나타내는 AVE 값이 충분하여 집중 타당성 또한 확보되었다. 본 연구의 측정모델 확인 결과 집중 타당도와 판별 타당성을 모두 기준을 만족함을 확인하였다.

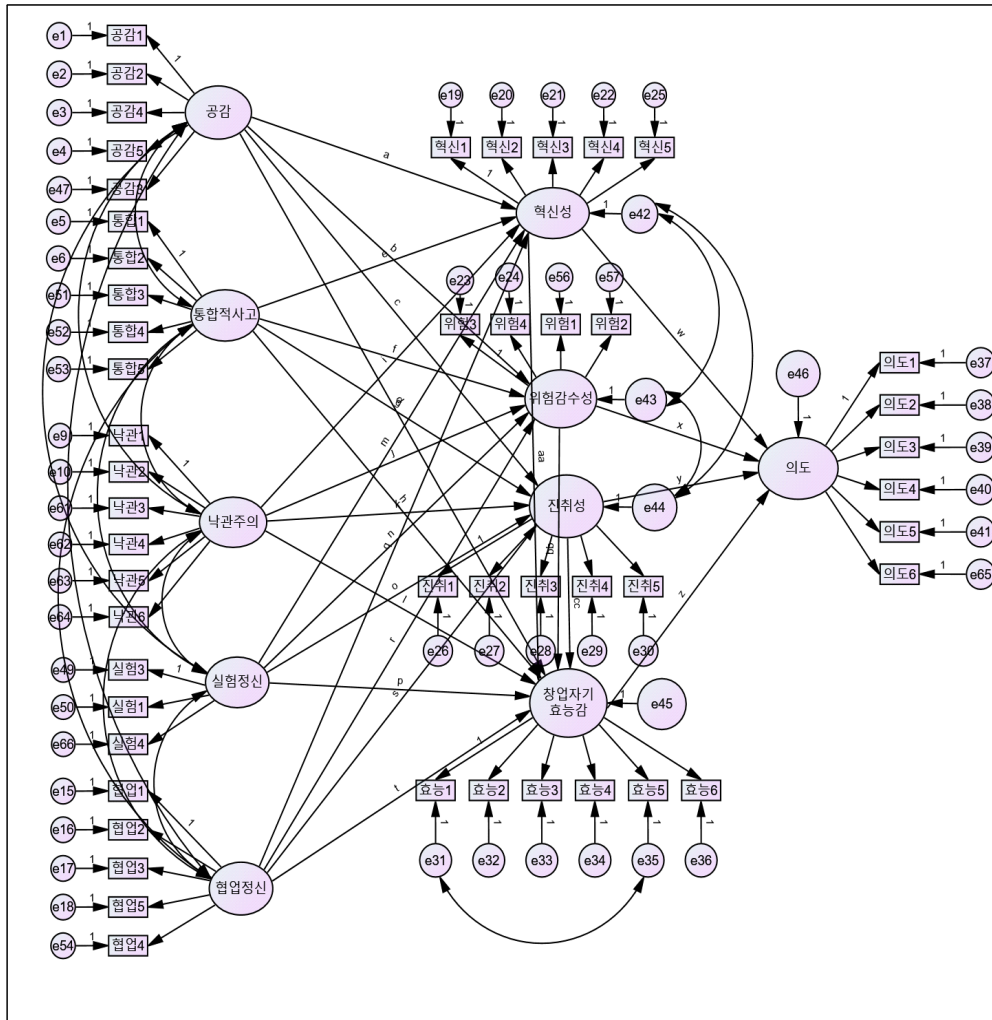
4.5. 가설검정

4.5.1. 연구모형 적합도 분석

본 연구의 구조방정식 모델은 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 집중 타당도 분석, 판별 타당도 분석 및 신뢰도 분석 등 다양한 타당성 검증 결과, 모델의 적합성을 확인하였다.

구조방정식 모델 분석이란 연구자가 제안한 연구 모델을 분석하는 것으로 Standardized Regression Weights의 표준화 경로계수(estimate)로 가설을 검정하는 것이다(최창호, 2018). 그러나 모형 적합도 지수가 기준치를 충족하지 못할 때 구조방정식 모형을 통한 가설검정 결과의 통계적으로 유의하지 않을 수 있다.

연구자가 제안한 연구 모델이 모델적합도가 확보되지 않으면 수정지수(M.I: Modification indices) 방법을 통해 모델적합도를 확보하여야 한다(최창호, 2018). 확정된 연구모형은 [그림 4-2]와 같다.



본 연구에서는 디자인씽킹 요인이 기업과 정신, 창업 자기효능감, 창업 의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 AMOS 23.0을 이용하여 구조 모형으로 그 관계 구조를 검증하였다. 연구모형의 잠재변수는 독립변수인, 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업과 매개변수인 혁신성, 위험감수성, 진취성, 창업 자기효능감 그리고 종속변수인 창업 의도 총 10개로 구성되었다.

잠재변수 간의 새로운 경로를 추가하여 구조방정식 모델을 재구성하고, 잠재변수 간의 인과관계를 설정하여 확장된 모델의 적합성을 검토하였다. 분석 결과는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 구조방정식 모델적합도 분석 결과

model fit	p-value	CMIN/DF	RMR	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Default model	0.000	1.477	0.059	0.835	0.815	0.876	0.953	0.956	0.037
판정 기준	> .05	< 3	< .08	> .8	> .8	> .8	> .9	> .9	< .05
적합도	-	적합	적합	적합	적합	적합	적합	적합	적합

구조방정식 모델적합도 지수 분석 결과, CMIN/p값을 제외한 CMIN/DF, RMR, GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI, RMSEA 등의 적합도 지수가 판정기준치를 만족하여, 본 모델이 데이터에 적합하다고 판단할 수 있다.

CMIN/p값은 0.000으로 지표 기준인 0.5보다 크지 않아 모델적합도에 부적합하였고, RMR 지표가 0.059로 다소 높았으나 수용할 수 있고, RMSEA 지표가 0.037로 0.05 이하이고, CFI, AGFI 지표가 0.8 이상으로 나타났으며, NFI, TLI, GFI 지표가 모두 0.9를 초과한 것으로 나타나 절대적합지수와 증분적합지수 대부분이 기준치를 만족시킴으로써 수용할 수 있는 모델적합도 평가 기준을 충족하였다(홍영구, 2020). 모델적합도 지수들이 기준치를 충족함에 따라, 구조방정식 모델의 경로계수에 대한 유의성 검정을 실시하였다.

4.5.2. 기본 가설검정

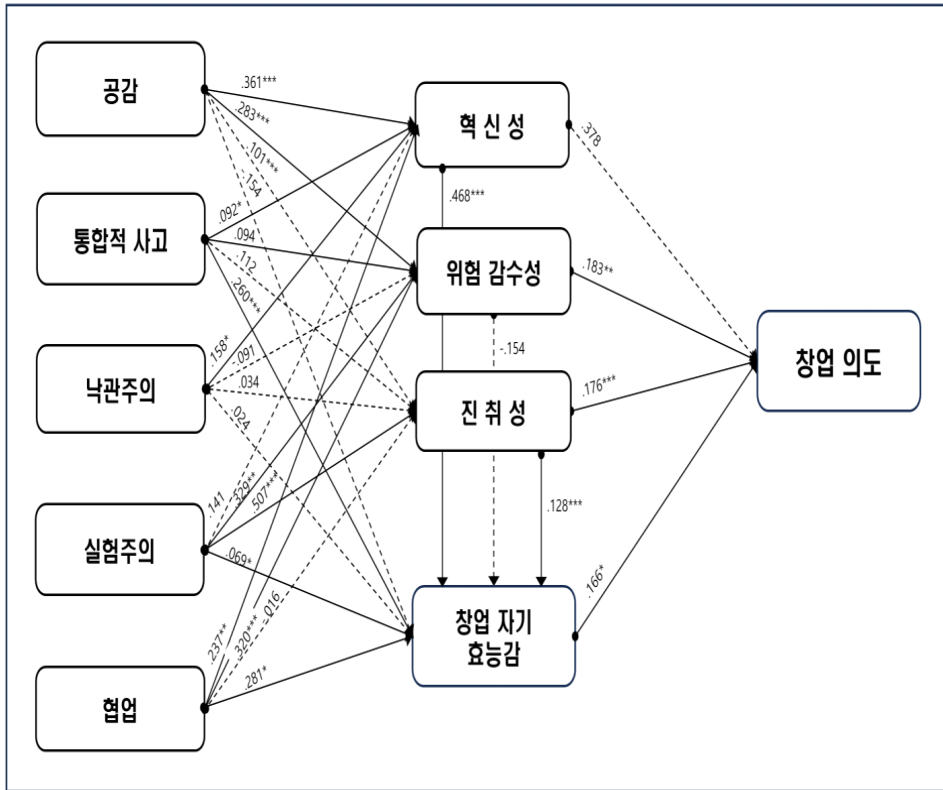
모델적합도가 확보됨에 따라, 디자인씽킹 요인이 기업가정신, 창업 자기효능감, 창업 의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 연구가설 검증을 실행하였다. 본 연구의 가설은 [표 4-13]과 같다.

[표 4-13] 기본 연구가설

가설	연구가설 내용
H1-1	디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-2	디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-3	디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

H1-4	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-5	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-6	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-7	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-8	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-9	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-10	디자인씽킹 특성인 실험주의는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-11	디자인씽킹 특성인 실험주의는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-12	디자인씽킹 특성인 실험주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-13	디자인씽킹 특성인 협업은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-14	디자인씽킹 특성인 협업은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-15	디자인씽킹 특성인 협업은 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-1	디자인씽킹 특성인 공감은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-2	디자인씽킹 특성인 통합적 사고는 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-3	디자인씽킹 특성인 낙관주의는 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-4	디자인씽킹 특성인 실험주의는 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-5	디자인씽킹 특성인 협업은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-1	기업가정신 특성인 혁신성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-2	기업가정신 특성은 위험감수성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-3	기업가정신 특성인 진취성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-1	기업가정신의 혁신성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-2	기업가정신의 위험감수성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-3	기업가정신의 진취성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H5	창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

본 연구에서는 총 27개의 연구가설을 바탕으로 대하여 외생변수가 내생변수에 미치는 영향을 구조방정식모형을 통해 검증하였다. 분석 결과는 [그림 4-3], [표 4-14]와 같다.



[그림 4-3] 연구모형 검증

[표 4-14] 기본 가설검정 결과

가설	경로			표준화 계수	S.E.	C.R.	P	결과
H1-1	공감	→	혁신성	.361	.079	4.557	***	채택
H1-2	공감	→	위험감수성	.283	.091	3.167	.002	채택
H1-3	공감	→	진취성	.101	.114	.872	.383	기각
H1-4	통합적 사고	→	혁신성	.092	.068	1.464	.043	채택
H1-5	통합적 사고	→	위험감수성	.094	.080	1.253	.002	채택
H1-6	통합적 사고	→	진취성	.112	.102	1.134	.257	기각
H1-7	낙관주의	→	혁신성	.158	.059	2.237	.025	채택

가설	경로			표준화 계수	S.E.	C.R.	P	결과
H1-8	낙관주의	→	위험감수성	-.097	.070	-1.186	.236	기각
H1-9	낙관주의	→	진취성	.034	.088	.319	.750	기각
H1-10	실험주의	→	혁신성	.141	.157	1.479	.139	기각
H1-11	실험주의	→	위험감수성	.329	.197	2.838	.005	채택
H1-12	실험주의	→	진취성	.507	.259	3.203	.001	채택
H1-13	협업	→	혁신성	.237	.083	2.753	.006	채택
H1-14	협업	→	위험감수성	.320	.100	3.206	.001	채택
H1-15	협업	→	진취성	-.016	.126	-.122	.903	기각
H2-1	공감	→	창업효능감	-.154	.087	-1.497	.134	기각
H2-2	통합적 사고	→	창업효능감	.260	.073	3.208	.001	채택
H2-3	낙관주의	→	창업효능감	.024	.062	.278	.781	기각
H2-4	실험주의	→	창업효능감	.069	.184	.538	.045	채택
H2-5	협업	→	창업효능감	.281	.093	2.544	.011	채택
H3-1	혁신성	→	창업효능감	.468	.094	4.317	***	채택
H3-2	위험감수성	→	창업효능감	-.154	.086	-1.511	.131	기각
H3-3	진취성	→	창업효능감	.128	.059	1.877	.001	채택
H4-1	혁신성	→	창업의도	.378	.076	1.844	.065	기각
H4-2	위험감수성	→	창업의도	.183	.059	2.354	.019	채택
H4-3	진취성	→	창업의도	.176	.078	3.849	***	채택
H5-1	창업효능감	→	창업의도	.166	.073	2.084	.037	채택
구조모델 적합도			CMIN=1700.350, p= .000, CMIN/DF=1.477, RMR= .059, AGFI=.815, TLI= .953, CFI= .956, NFI= .876, RMSEA= .037					

1) p < .05, ** p < .01, *** p < .001 수준에서 유의함

4.5.2.1. 디자인씽킹과 기업가정신과의 관계

가설 [H1]: 디자인씽킹 특성은 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-1: 디자인씽킹 특성인 공감은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.361, C.R.=4.557, p 값=0.000으로 가설은 채택되었다.

가설 H1-2: 디자인씽킹 특성의 공감은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.283, C.R.= 3.167, p 값=0.002로 가설은 채택되었다.

가설 H1-3: 디자인씽킹 특성의 공감은 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.101, C.R.=0.872, p 값=0.383으로 가설은 기각되었다.

가설 H1-4: 디자인씽킹 특성의 통합적 사고는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.092, C.R.=1.464, p 값=0.043으로 가설은 채택되었다.

가설 H1-5: 디자인씽킹 특성의 통합적 사고는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.094, C.R.=1.253, p 값=0.002로 가설은 채택되었다.

가설 H1-6: 디자인씽킹 특성의 통합적 사고는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 결과 표준화 계수=0.112, C.R.=2.237, p 값=0.257로 가설은 기각되었다.

가설 H1-7: 디자인씽킹 특성의 낙관주의는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.158, C.R.=2.237, p 값=0.025로 가설은 채택되었다.

가설 H1-8: 디자인씽킹 특성의 낙관주의는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=-0.097, C.R.=-1.186, p 값=0.236으로 가설은 기각되었다.

가설 H1-9: 디자인씽킹 특성의 낙관주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.034, C.R.= 0.319, p 값=0.75로 가설은 기각되었다.

가설 H1-10: 디자인씽킹 특성의 실험주의는 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.141, C.R.=1.479, p 값=0.139로 가설은 기각되었다.

가설 H1-11: 디자인씽킹 특성의 실험주의는 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.329, C.R.= 2.838, p 값=0.005로 가설은 채택되었다.

가설 H1-12: 디자인씽킹 특성의 실험주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.507, C.R.=3.203, p 값=0.001로 가설은 채택되었다.

가설 H1-13: 디자인씽킹 특성의 협업은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.237, C.R.=2.753, p 값=0.006으로 가설은 채택되었다.

가설 H1-14: 디자인씽킹 특성의 협업은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수 = 0.320, C.R.=3.206, p 값=0.001로 가설은 채택되었다.

가설 H1-15: 디자인씽킹 특성의 협업은 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수 = -0.016, C.R.=-0.122, p 값=0.903으로 가설은 기각되었다.

디자인씽킹의 특성이 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설 분석 결과를 종합해보면 다음과 같다.

첫째, 디자인씽킹 특성 5개의 요인 모두 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 디자인씽킹의 모든 특성이 새로운 아이디어를 창출하고 기존의 방식을 혁신하는 데 긍정적 영향을 미치는 것으로 예측할 수 있으며, 디자인씽킹의 각 특성이 상호작용하여 혁신적인 아이디어를 도출하는 데 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

둘째, 디자인씽킹의 특성 중 낙관주의는 유의한 영향을 미치지 못하고, 공감, 통합적 사고, 실험주의, 협업 4개 요인은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 낙관주의는 위험을 감수하는데 필요한 동기부여의 역할은 할 수 있지만, 직접적인 영향을 주지는 못하며, 공감과 통합적 사고, 실험주의, 협업은 위험을 감수하고 새로운 사업 기회를 모색하는 데 중요한 역할을 한다는 것을 예측할 수 있다.

셋째, 디자인씽킹의 특성 중 공감과 통합적 사고, 낙관주의, 협업 4개의 요인은 유의한 영향을 미치지 못하였고, 실험주의만 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 실험주의는 진취성에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 실험주의의 새로운 아이디어를 시도하고 실패를 두려워하지 않는 특성이 적극적으로 새로운 목표를 달성하고 성장을 추구하는 진취성에 긍정적인 영향을 준다는 것을 알 수 있다.

4.5.2.2. 디자인씽킹과 창업 자기효능감의 관계

가설 [H2]: 디자인씽킹은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-1: 디자인씽킹 특성의 공감은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=-0.154, C.R.=-1.497, p 값=0.134로 가설은 기각되었다.

가설 H2-2: 디자인씽킹 특성의 통합적 사고 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.260, C.R.=3.208, p 값=0.001로 가설은 채택되었다.

가설 H2-3: 디자인씽킹 특성의 낙관주의 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.024, C.R.=0.278, p 값=0.781로 가설은 기각되었다.

가설 H2-4: 디자인씽킹 특성의 실험주의 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.069, C.R.=0.538, p 값=0.045로 가설은 채택되었다.

가설 H2-5: 디자인씽킹 특성의 협업은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.281, C.R.=2.544, p 값=0.011로 가설은 채택되었다.

디자인씽킹은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 의 가설분석 결과 디자인씽킹의 5개의 특성 중 공감과 낙관주의는 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났고, 통합적 사고, 실험주의, 협업 3개의 요인은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 공감 능력이 뛰어나더라도 실제 창업을 성공적으로 실행하려는 자

신감에는 큰 영향을 미치지 못하며, 낙관주의적인 성향은 창업을 시작하는 데 있어서 중요한 동기부여의 요인이 될 수는 있지만, 창업 자기효능감에는 큰 영향을 미치지 못하는 것으로 예측할 수 있다. 반면 통합적 사고는 창업자의 문제해결 능력에 대한 자신감을 높여 창업 자기효능감을 향상하며, 실험주의는 창업 과정에서 발생할 수 있는 어려움을 극복하고 목표를 달성할 수 있다는 자신감을 가지게 하고, 협업은 팀원 간의 상호작용을 통해 창업자의 자신감을 키워 창업 자기효능감을 높인다는 것을 알 수 있다.

4.5.2.3. 기업가정신과 창업 자기효능감의 관계

가설 [H3]: 기업가정신은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3-1: 기업가정신의 혁신성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.468, C.R.=4.317, p 값=0.000으로 가설은 채택되었다.

가설 H3-2: 기업가정신의 위험감수성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=-0.154, C.R.=-1.511, p 값=0.131로 가설은 기각되었다.

가설 H3-3: 기업가정신의 진취성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=-0.128, C.R.=1.877, p 값=0.001로 가설은 채택되었다.

기업가정신은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 의 가설분석 결과 기업가정신의 3가지 요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성이 창업 자기효능감에 미치는 영향을 분석한 결과 위험감수성은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났고, 혁신성과 진취성은 창업 자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위험감수

성은 창업에 필요한 요소이지만 과도한 위험 감수는 오히려 목표에 대한 실패 가능성을 높여 자기효능감을 저하할 수 있으며, 새로운 아이디어를 창출하고 목표를 향해 꾸준히 노력하는 혁신성과 진취성의 특성이 창업에 성공할 수 있다는 자신감을 높일 수 있다는 것을 예측할 수 있다.

4.5.2.4. 기업가정신과 창업 의도의 관계

가설 [H4]: 기업가정신은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H4-1: 기업가정신의 혁신성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.378, C.R.=1.844, p 값=0.65로 가설은 기각되었다.

가설 H4-2: 기업가정신의 위험감수성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.183, C.R.=2.354, p 값=0.019로 가설은 채택되었다.

가설 H4-3: 기업가정신의 진취성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.176, C.R.=3.849, p 값=0.000으로 가설은 채택되었다.

기업가정신은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 의 가설분석 결과 기업가정신의 하위요인 중 혁신성은 창업 의도에 유의한 영향을 미치지 못하였고, 위험감수성과 진취성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 일반적으로 혁신성은 창업과 밀접한 관련이 있지만 본 연구에서는 혁신성보다는 위험감수성과 진취성이 창업 의도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이는 혁신성이 창업 의도에 직접적인 영향을 미치기보다 다른 요인과 상호작용하여 간접적인 영향을 미칠 것으로 예측한다. 위험감수성과 진취성이 창업 의도에 영향을 미친다는 연구 결과는 기존의 연구들과 일관되며 새로운 것을 시도하고 목표를 이루기 위해 노력하는 위험

감수성과 진취성의 특성이 창업 의도에 대해 긍정적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

4.5.2.5. 창업 자기효능감과 창업 의도와의 관계

가설 [H5]: 창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H5: 창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 의 가설분석 결과를 종합해보면, 표준화 계수=0.166, C.R.=2.084, p 값=0.037로 가설은 채택되었다.

창업 자기효능감이 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 의 가설분석 결과 창업 자기효능감이 높은 수록 창업하려는 의도 역시 높아진다는 사실이 통계적으로 유의하게 확인되었고, 이는 창업에 성공할 수 있다는 믿음이 실제로 창업에 대한 의지를 높이는 데 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다.

본 연구 결과 디자인씽킹 특성은 기업가정신, 창업 자기효능감과 창업 의도에 부분적으로 유의한 영향을 미치며, 기업가정신은 창업 자기효능감과 창업 의도에 부분적으로 유의한 영향을 미치고 창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석된다. 모든 변수 간에는 유의한 영향이 완전하게 또는 부분적으로 존재한다는 것을 알 수 있다.

즉, 디자인씽킹 교육을 통해 기업가정신을 함양하고 이를 통해 창업 자기효능감을 높여 창업 의도로 이어지게 하여 창업을 활성화 할 수 있는 가능성이 있다고 예측할 수 있다.

4.6. 매개효과 분석

본 논문 연구에서의 잠재변수 간 경로 관계 중, 디자인씽킹의 특성(공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업)의 독립변수와 창업 의도인 종속변수 사이에 영향 관계에서 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성), 창업 자기효능감의 매개변인에 작용 효과를 분석하고자 하였다. 특히 외생잠재변수인 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업의 주 변인인 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감을 통하여 창업 의도에 영향을 미치는 매개 모델로 팬텀 변수(Phantom Variable)를 이용하여 매개효과를 분석하였다. 팬텀 변수는 가상의 변수로서 모델적합도 및 모수치에 영향을 주지 않는다(배병렬, 2014).

Baron & Kenny(1986)의 연구를 기초로 하여 Hair et al.(2006)은 매개 분석에 대해서 다음과 같은 절차를 제시하고 있다(우종필, 2015). 첫째, 변수 간 관계에서 외생잠재변수(X)와 내생 잠재변수(Y) 간 상관관계(ϕ)는 유의하여야 하고, 외생잠재변수(X)와 매개변수(M) 간 상관관계도 유의하여야 하며, 매개변수(M)와 내생잠재변수(Y) 간 상관관계가 유의하여야 한다(우종필, 2015). 둘째, 외생잠재변수(X)와 내생잠재변수(Y) 사이에 매개변수(M)가 개입된 상태에서 외생잠재변수(X)와 내생잠재변수(Y) 관계가 유의한 상태로 전혀 변함이 없다면 매개효과가 없는 것이다(우종필, 2015). 셋째, 외생잠재변수(X)와 내생잠재변수(Y) 사이에 매개변수(M)가 개입된 상태에서 외생잠재변수(X)와 내생잠재변수(Y) 관계가 유의하지만 약하게 영향을 미치는 것으로 변하면 부분매개효과가 있다는 것이고, 외생잠재변수(X)와 내생잠재변수(Y) 사이에 매개변수(M)가 개입된 상태에서 외생잠재변수(X)와 내생잠재변수(Y) 관계가 유의하지 않은 상태로 변하면 완전매개효과가 있다는 것이다(우종필, 2015). 연구 모델에서 외생잠재변수가 내생잠재변수에 직접 미치는 영향($X \rightarrow Y$)을 ‘직접효과’라고 하며, 외생잠재변수가 매개변수를 거쳐 내생 잠재변수에 미치는 영향($X \rightarrow M \rightarrow Y$)을 ‘간접효과’라고 하고, 직접효과와 간접효과의 합을 ‘총 효과’라고 한다(Hair et al., 2006).

매개효과 분석에 앞서 실시된 상관관계 분석 결과 모든 잠재변수 간의 상관관계가 0.8 미만으로 나타나 다중공선성 문제없이 매개효과 분석을 진행할 수 있음을 확인하였다.

다음으로 AMOS 23.0 통계패키지 프로그램의 다중매개 모델로 팬텀변수를 사용하여 매개효과를 분석을 진행하였다. 매개효과의 가설과 분석 결과는 아래의 [표 4-15], [표 4-16]과 같다.

[표 4-15] 매개효과 가설

가설	가설 내용
H6-1	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다
H6-2	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다
H6-3	디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다
H7-1	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-2	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-3	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-4	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H7-5	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 창업 효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-1	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-2	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-3	디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-4	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-5	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-6	디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-7	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-8	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-9	디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다

H8-10	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-11	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-12	디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-13	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-14	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다
H8-15	디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다

[표 4-16] 매개효과 가설검정 결과

가설	경로				표준화 계수	S.E.	P	결과	
H6-1	공감	→	혁신성	→	창업의도	.104	.041	.002	채택
H6-2	공감	→	위험감수성	→	창업의도	.043	.031	.041	채택
H6-3	공감	→	진취성	→	창업의도	.016	.020	.185	기각
H6-4	통합적사고	→	혁신성	→	창업의도	.028	.025	.033	채택
H6-5	통합적사고	→	위험감수성	→	창업의도	.013	.017	.174	기각
H6-6	통합적사고	→	진취성	→	창업의도	.014	.019	.221	기각
H6-7	낙관주의	→	혁신성	→	창업의도	.035	.021	.045	채택
H6-8	낙관주의	→	위험감수성	→	창업의도	-.012	.015	.176	기각
H6-9	낙관주의	→	진취성	→	창업의도	.002	.017	.659	기각
H6-10	실험주의	→	혁신성	→	창업의도	.085	.070	.085	기각
H6-11	실험주의	→	위험감수성	→	창업의도	.071	.071	.093	기각
H6-12	실험주의	→	진취성	→	창업의도	.115	.100	.039	채택
H6-13	협업	→	혁신성	→	창업의도	.058	.027	.041	채택
H6-14	협업	→	위험감수성	→	창업의도	.042	.032	.060	기각
H6-15	협업	→	진취성	→	창업의도	-.009	.031	.572	기각
H7-1	공감	→	창업자기효능감	→	창업의도	-.021	.020	.109	기각
H7-2	통합적사고	→	창업자기효능감	→	창업의도	.036	.022	.026	채택
H7-3	낙관주의	→	창업자기효능감	→	창업의도	.000	.013	.042	채택
H7-4	실험주의	→	창업자기효능감	→	창업의도	.036	.066	.023	채택
H7-5	협업	→	창업자기효능감	→	창업의도	.032	.038	.054	기각

가설	경로					표준화 계수	S.E.	P	결과		
H8-1	공감	→	혁신성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.021	.015	.021	채택
H8-2	공감	→	위험 감수성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	-.007	.007	.081	기각
H8-3	공감	→	진취성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.002	.003	.170	기각
H8-4	통합적 사고	→	혁신성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.006	.007	.026	채택
H8-5	통합적 사고	→	위험 감수성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	-.002	.004	.158	기각
H8-6	통합적 사고	→	진취성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.002	.003	.142	기각
H8-7	낙관주의	→	혁신성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.007	.006	.042	채택
H8-8	낙관주의	→	위험 감수성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.002	.004	.168	기각
H8-9	낙관주의	→	진취성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.000	.003	.559	기각
H8-10	실험주의	→	혁신성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.017	.021	.069	기각
H8-11	실험주의	→	위험 감수성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	-.011	.018	.098	기각
H8-12	실험주의	→	진취성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.013	.021	.016	채택
H8-13	협업	→	혁신성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	.012	.009	.028	채택
H8-14	협업	→	위험 감수성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	-.007	.007	.076	기각
H8-15	협업	→	진취성	→	창업자기 효능감	→	창업 의도	-.001	.005	.374	기각
구조모델 적합도			CMIN=1700.350, p= .000, CMIN/DF=1.477, RMR= .059, AGFI= .815, TLI= .953, CFI= .956, NFI= .876, RMSEA= .037								
*p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함											

4.6.1. 기업가정신의 매개효과

가설 [H6]: 디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신은 매개 역할을 할 것이다.

가설 H6-1: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.104, S.E.=0.041, p 값=0.002로 가설은 채택되었다.

가설 H6-2: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.043, S.E.=0.031, p 값=0.041로 가설은 채택되었다.

가설 H6-3: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.016, S.E.=0.020, p 값=0.185로 가설은 기각되었다.

가설 H6-4: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.028, S.E.=0.025, p 값=0.033으로 가설은 채택되었다.

가설 H6-5: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.013, S.E.=0.017, p 값=0.174로 가설은 기각되었다.

가설 H6-6: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.014, S.E.=0.019, p 값=0.221로 가설은 기각되었다.

가설 H6-7: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.035, S.E.=0.021, p 값=0.045로 가설은 채택되었다.

가설 H6-8: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.012, S.E.= 0.015, p 값=0.176으로 가설은 기각되었다.

가설 H6-9: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.002, S.E.= 0.015, p 값=0.659로 가설은 기각되었다.

가설 H6-10: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.085, S.E.=0.070, p 값=0.085로 가설은 기각되었다.

가설 H6-11: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.071, S.E.=0.071, p 값=0.093으로 가설은 기각되었다.

가설 H6-12: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.115, S.E.=0.100, p 값=0.039로 가설은 채택되었다.

가설 H6-13: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.058, S.E.=0.027, p 값=0.041로 가설은 채택되었다.

가설 H6-14: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.042, S.E.=0.032, p 값=0.060으로 가설은 기각되었다.

가설 H6-15: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가 정신의 진취성은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수 $= -0.009$, S.E. $=0.031$, p 값 $=0.572$ 로 가설은 기각되었다.

디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신은 매개 역할을 할 것이다. 의 가설검증 결과 디자인씽킹의 특성 중 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 창업 의도와 의 관계에서 기업가정신의 혁신성이 유의한 매개효과를 나타내는 것으로 분석되었고, 공감은 창업 의도와 의 관계에서 기업가정신의 위험감수성이 매개의 역할을 하는 것으로 분석되었으며, 실험주의는 창업 의도와 의 관계에서 기업가정신의 진취성이 매개 역할을 하는 것으로 분석되었다. 이는 디자인씽킹의 능력이 높을수록 기업가정신, 특히 혁신성과 진취성이 강화되고 이는 곧 창업 의도로 연결된다는 것을 알 수 있다.

4.6.2. 창업 자기효능감의 매개효과

가설 [H7]: 디자인씽킹의 특성과 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다.

가설 H7-1: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수 $=0.003$, S.E. $=0.022$, p 값 $=0.692$ 로 가설은 기각되었다.

가설 H7-2: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수 $=0.036$, S.E. $=0.022$, p 값 $=0.026$ 으로 가설은 채택되었다.

가설 H7-3: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수 $=0.000$, S.E. $=0.013$, p 값 $=0.042$ 로 가설은 채택되었다.

가설 H7-4: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.036, S.E.=0.0066, p 값=0.023으로 가설은 채택되었다.

가설 H7-5: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.032, S.E.=0.038, p 값=0.054로 가설은 기각되었다.

디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 가설검증 결과 디자인씽킹의 특성 중 공감과 협업은 창업 의도와 의 관계에서 창업 자기효능감은 유의하지 않은 매개효과를 나타내었고, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의는 창업 의도와 의 관계에서 창업 자기효능감이 유의한 매개의 효과를 나타내는 것으로 분석되었다. 이는 공감과 협업은 창업 자기효능감을 높이는 데 영향을 주지만 이러한 효과가 창업 의도로 이어지지 않는 것을 알 수 있고, 공감과 협업 능력이 뛰어난 사람이라고 해도 자신이 창업에 성공할 수 있다는 자신감이 향상되지 않으면 실제로 창업하고자 하는 의도는 높지 않으리라 예측된다. 반면 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의는 창업 자기효능감을 높여 창업 의도로 이어지는 것으로 나타났다. 즉, 문제를 종합적으로 분석하고 긍정적인 태도로 미래를 전망하며 새로운 것을 시도하려는 성향이 강한 사람일수록 창업에 대한 자신감이 높아지고, 이는 창업하고자 하는 의도로 이어진다는 것을 알 수 있다.

4.6.3. 기업가정신과 창업 자기효능감의 이중 매개효과

가설 [H8]: 디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다.

가설 H8-1: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과

비표준화 계수=0.021, S.E.=0.015, p 값=0.021로 가설은 채택되었다.

가설 H8-2: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.007, S.E.=0.007, p 값=0.081로 가설은 기각되었다.

가설 H8-3: 디자인씽킹 특성인 공감과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.002, S.E.=0.003, p 값=0.170으로 가설은 기각되었다.

가설 H8-4: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.006, S.E.=0.007, p 값=0.026으로 가설은 채택되었다.

가설 H8-5: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.002, S.E.=0.004, p 값=0.158로 가설은 기각되었다.

가설 H8-6: 디자인씽킹 특성인 통합적 사고와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.002, S.E.=0.003, p 값=0.142로 가설은 기각되었다.

가설 H8-7: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.007, S.E.=0.006, p 값=0.042로 가설은 채택되었다.

가설 H8-8: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.002, S.E.= 0.004, p 값=0.168로 가설은 기각되었다.

가설 H8-9: 디자인씽킹 특성인 낙관주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.000, S.E.= 0.003, p 값=0.559로 가설은 기각되었다.

가설 H8-10: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.017, S.E.=0.021, p 값=0.069로 가설은 기각되었다.

가설 H8-11: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.011, S.E.= 0.018, p 값=0.098로 가설은 기각되었다.

가설 H8-12: 디자인씽킹 특성인 실험주의와 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.013, S.E.= 0.021, p 값=0.016으로 가설은 채택되었다.

가설 H8-13: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신의 혁신성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=0.012, S.E.=0.009, p 값=0.028로 가설은 채택되었다.

가설 H8-14: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가 정신의 위험감수성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.007, S.E.=0.007, p 값=0.076으로 가설은 기각되었다.

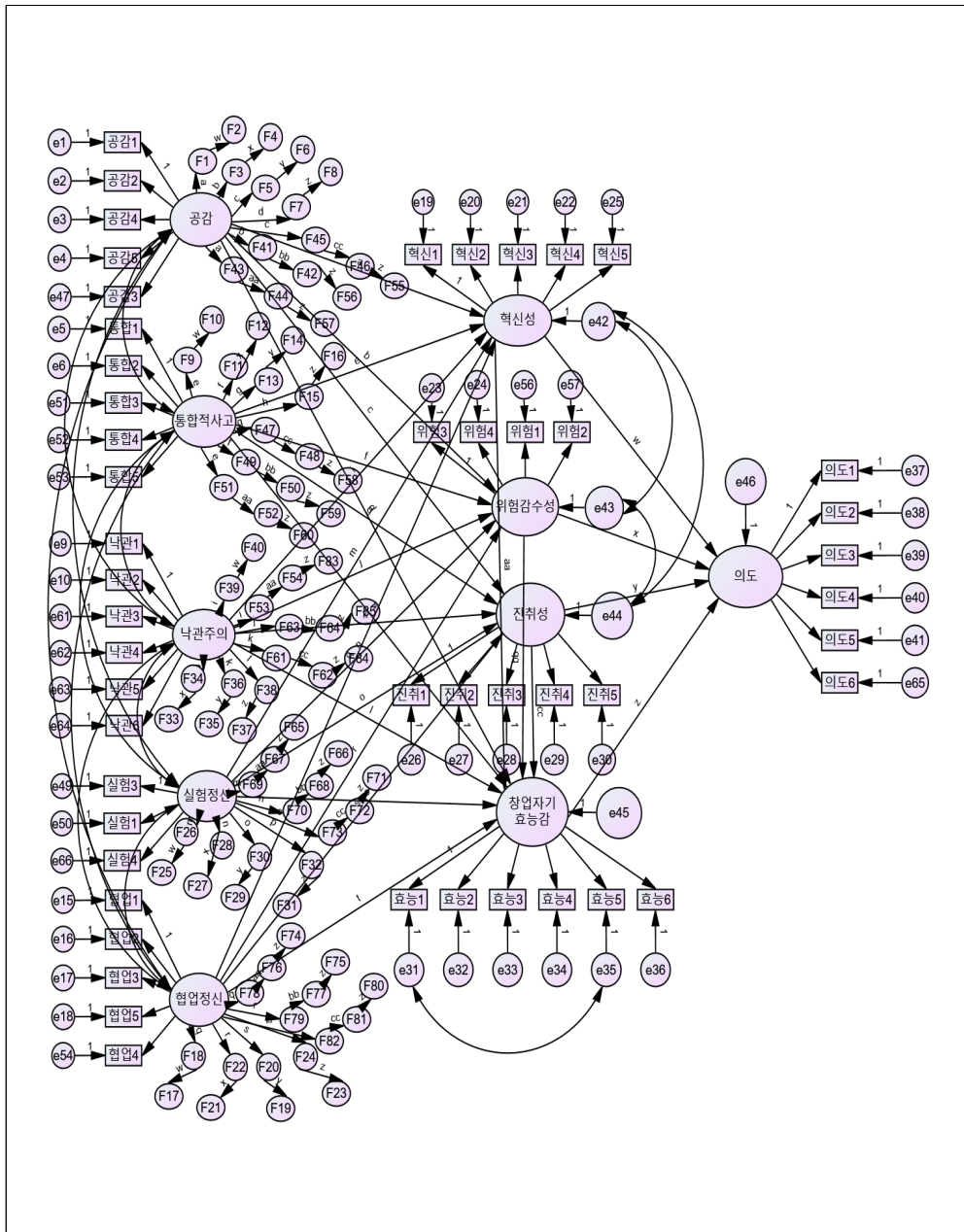
가설 H8-15: 디자인씽킹 특성인 협업과 창업 의도 간의 관계에서 기업가 정신의 진취성과 창업 자기효능감은 매개 역할을 할 것이다. 의 경로 분석 결과 비표준화 계수=-0.001, S.E.=0.005, p 값=0.374로 가설은 기각되었다.

디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감의 이중 매개효과를 분석한 결과, 기업가정신의 혁신성과 진취성은 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업을 통해 창업 자기효능감을 고취시켜 창업 의도를 높이는 것으로 나타났고, 위험감수성은 유의한 매개효과가 나타나지 않았다. 이는 기업가정신이 창업 의도에 영향을 미치는 데 있어 기업가정신과 창업 자기효능감이 중요한 역할을 하고 있다는 것을 알 수 있으며, 특히 혁신성과 진취성은 창업 의도를 높이는 데 중요한 역할을 하고, 이러한 효과는 창업 자기효능감을 매개로 이루어진다는 것을 알 수 있다.

4.6.4. 팬텀 변수를 활용한 매개효과

매개효과 분석의 정확한 해석을 위해서 각 매개변수를 통한 간접효과로 경로의 통계적 유의성을 개별적으로 검증해야 한다. 다중매개를 통해 간접효과가 발생할 경우, 개별 간접효과 경로에 대한 팬텀 변수를 형성하고, 경로별 단일한 계수로 산출된 간접효과를 부트스트래핑 방식으로 통계적 유의도를 검증하는 팬텀 분석을 통해 개별 간접효과 경로들을 검증할 수 있다(배병렬, 2014). 따라서 본 연구에서는 팬텀 변수를 활용하여 연구 모델을 설정한 후 디자인씽킹 특성(공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업)과 창업 의도의 관계에서 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감의 특정 간접효과를 검증하였다. Amos에서 팬텀 변수(phantom variables)를 이용

한 간접효과 검증의 경우 비표준화 계수는 계산이 되지만 표준화 계수는 계산이 되지 않는 문제점이 있어서(배병렬, 2017), 비표준화 계수를 분석 결과에 제시하였다. 팬텀 변수를 활용한 연구모형은 [그림 4-4]와 같다.



[그림 4-4] 팬텀 변수를 활용한 매개 검정모형

V. 결론

5.1. 연구 결과 요약

장기적인 경기침체로 인해 고용 불안이 심화하면서, 일자리 창출에 대한 사회적 요구가 더욱 커지고 있다. 미국, 영국 등 선진국들은 글로벌 금융위기 이후 국가전략으로써 창업과 창업 활성화를 위한 기업가정신 함양을 의제 (agenda)로 설정하여 위기에 대응하고 있고, 주요 선진국들은 경제 성장과 일자리 창출의 기반으로 기업가정신 교육을 강화하고 있다(이수아, 2019). 최근 세계적으로 기업가정신 교육이 국가경쟁력 강화를 위한 핵심 요소로 부상하며, 창업 활성화를 위한 다양한 정책들이 시행되고 있다. 특히, 디자인씽킹은 문제해결 능력과 혁신적인 아이디어 창출을 위한 효과적인 방법론으로 주목받으며, 기업가정신 교육에 적용되어 그 효과성을 입증하고 있다.

따라서 본 연구는 디자인씽킹 교육이 기업가정신 함양에 미치는 영향과 더불어, 창업자의 자기효능감을 매개변수로 하여 창업 의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 디자인씽킹 교육의 하위요인으로 디자인사고의 5가지 특성(공감, 통합적 사고능력, 낙관주의, 실험주의, 협업)을 독립변수의 하위요인으로 선정하고, 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에 미치는 영향을 검증하고자 연구의 목적을 위하여 가설을 설정하고 디자인씽킹 교육을 이수한 교육생 395명을 대상으로 설문조사를 실시해 수집된 데이터를 토대로 실증 분석을 진행하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 디자인씽킹의 특성 중 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업 5개의 모든 요인은 기업가정신의 혁신성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 디자인씽킹의 특성 중 공감, 통합적 사고, 실험주의, 협업 4개의 요인은 기업가정신의 위험감수성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 낙관주의는 위험감수성에 유의한 영향을 미치지 못했다. 마지막으로 디자인씽킹의 특성 중 실험주의는 기업가정신의 진취성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업 4개의 요인은 진취성에

유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 디자인씽킹의 하위요인 5개 모두가 기업가정신에 유의한 영향을 미칠 것이라는 예상과 달리 디자인씽킹의 다양한 특성들이 기업가정신의 핵심 요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성에 미치는 영향들이 각기 다르게 나타났다.

이는 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 실험주의, 협업이 기업가정신의 혁신성을 높이는 데 기여하는 것으로 판단할 수 있으며, 위 5개의 디자인씽킹의 핵심 특성들이 새로운 아이디어를 창출하고 혁신적인 사고와 행동을 증진 시키는 기업가정신에 중요한 역할을 하는 것으로 예측할 수 있다. 낙관주의, 실험주의, 협업은 기업가정신의 위험감수성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다고, 낙관주의는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 공감, 통합적 사고, 실험주의, 협업은 새로운 시도에 대한 두려움을 완화하고 문제해결 능력을 향상하여 위험감수성을 높이는 데 긍정적인 영향을 주지만 낙관주의는 위험을 정확하게 평가하는 능력과 함께 작용해야 위험감수성에 긍정적인 영향을 미치고, 단독으로는 유의한 영향을 나타내지 못하는 것으로 예측할 수 있다. 또한 디자인씽킹의 실험주의는 기업가정신의 진취성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다고, 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 진취성에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 실험주의는 새로운 시도를 두려워하지 않고 적극적으로 행동하는 기업가정신의 진취성을 높이는 데 중요한 역할을 하지만 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 직접적으로 진취성에 유의미한 영향을 미치지 않는다는 것을 나타낸다.

둘째, 디자인씽킹의 통합적 사고, 실험주의, 협업 3개 특성은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다고, 공감과 낙관주의는 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

이는 통합적 사고는 다양한 정보와 관점을 종합하여 문제를 해결하는 능력으로 창업 과정에서 발생하는 여러 가지 문제들을 효과적으로 대처하며 문제해결에 대한 자신감을 높여 창업 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치고, 실험주의는 새로운 아이디어를 실험하고 실패를 통해 배우는 경험을 통해 문제해결 과정에서 발생하는 어려움을 극복할 수 있다는 자신감을 통해 창업 자기효능감을 향상하며, 협업은 다른 사람들과의 상호작용을 통해서 아이디어를

공유하고 문제를 해결하는 과정을 통해 협동이 더 큰 성과를 이룰 수 있다는 경험을 통해 창업 자기효능감을 높이는 것으로 예측된다. 반면 공감과 낙관주의도 창업에서 중요한 요인으로 판단되지만, 본 연구 결과에서는 창업 자기효능감에 직접적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 디자인씽킹의 특정 요소들이 창업 자기효능감에 미치는 영향을 밝혀냄으로써 창업 성공에 대한 자신감을 높여 창업 의지를 고취하는 데 기여할 것으로 예측할 수 있다. 특히 통합적 사고, 실험주의, 협업 능력을 향상하는 교육 프로그램의 개발이 필요하며, 개인의 특성과 상황에 맞는 교육 프로그램을 개발하여 디자인씽킹이 창업가 양성을 위한 효과적인 교육으로 활용될 수 있음을 의미한다고 할 수 있다.

셋째, 기업가정신의 혁신성과 진취성은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 위험감수성은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 혁신적인 아이디어를 창출하고 적극적으로 실행하려는 행동은 창업 과정에서 발생하는 다양한 어려움을 극복하고 성공적인 창업을 이룰 수 있다는 자신감을 향상해 창업 효능감을 높이는 데 긍정적인 역할을 하며, 위험감수성은 창업에 필요한 요소이지만 과도한 위험 감수는 오히려 목표에 대한 실패 가능성을 높여 자기효능감을 저하할 수 있다. 본 연구의 결과 새로운 아이디어를 창출하고 목표를 향해 꾸준히 노력하는 혁신성과 진취성의 특성이 창업에 성공할 수 있다는 자신감을 높일 수 있다는 것을 예측할 수 있다.

넷째, 기업가정신의 위험감수성과 진취성은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 혁신성은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

이는 위험감수성과 진취성은 새로운 사업 기회를 적극적으로 모색하고 불확실한 미래에 대한 도전을 감수하는 태도로 새로운 사업을 시작하기 위해 적극적으로 행동하는 것을 의미한다. 이러한 특성이 실제로 창업을 결정하고 실행하는 데 유의한 영향을 미친 것으로 예측된다. 또한 혁신성은 새로운 아이디어를 창출하고, 기존의 방식을 혁신하는 능력을 의미한다. 하지만 아이디어를 가지고 있다고 해서 반드시 창업으로 연결되는 것은 아니며, 혁신성이 창업 성공에 중요한 요인이나 초기 창업 의사결정에는 그 영향력이 다소 미

비할 수 있다고 판단 된다.

다섯째, 창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 많은 선행연구의 결과와 일치하며, 개인 스스로 창업에 성공할 수 있다는 믿음 즉 창업 자기효능감이 높을수록 창업을 실제로 실행하려는 의도가 높다고 판단된다. 이는 창업 자기효능감은 개인의 창업 의도를 예측하는 데 유용한 변수임을 의미하며, 창업 교육 프로그램 개발 시 창업 자기효능감을 높이는 데 중점을 맞추거나 창업 교육 참여자들의 창업 자기효능감을 향상할 수 있는 프로그램을 통해 창업 실행에 긍정적 영향을 미칠 수 있다는 것을 알 수 있다.

여섯째, 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 창업 의도와의 관계에서 혁신성의 매개효과가 유의하게 나타났다. 이는 디자인씽킹의 핵심 요소들이 창업 의도에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 혁신성이라는 매개변수를 통해 간접적으로 영향을 미친다는 것을 알 수 있으며, 디자인씽킹 역량이 높을수록 더욱 혁신적인 계획을 모색하고 사업을 추진하려는 의지가 강해진다는 것을 알 수 있다. 또한 실험주의는 창업 의도와의 관계에서 기업가정신의 진취성의 매개효과가 유의하게 나타났다. 이는 새로운 시도를 두려워하지 않고 적극적으로 진취성을 높여 최종적으로 창업을 추진하려는 의지를 강화한다는 것을 예측할 수 있으며, 실험적인 태도를 보일수록 새로운 사업을 시작하고자 하는 의가 강해진다는 것을 알 수 있다.

또한 공감은 창업 의도와의 관계에서 위험감수성이 유의한 매개효과를 나타냈고, 이는 공감 능력이 높을수록 위험을 감수하려는 행동 성향이 더 강하게 나타날 수 있으며, 이러한 위험감수성이 높게 나타날수록 실제 창업을 시작하려는 의지가 강하게 나타날 수 있다는 것을 예측할 수 있다.

일곱째, 디자인씽킹의 공감과 협업은 창업 의도와의 관계에서 창업 자기효능감에 유의한 매개효과가 나타나지 않았다. 이는 공감과 협업은 팀워크, 소통 능력을 향상하게 하여 창업 과정에서 중요한 역할을 하지만, 개인 스스로 창업을 성공적으로 해낼 수 있다는 믿음인 창업 자기효능감을 직접적으로 높이는 데는 다소 부족함 있다고 예측할 수 있다.

또한 통합적 사고능력은 복잡한 문제를 분석하고 해결하는 능력을 향상하

게 하여 창업 과정에서 발생하는 다양한 문제에 효과적으로 대처할 수 있도록 하는데 이는 개인의 창업 성공 가능성에 대한 믿음을 높여 창업 자기효능감을 강화하고, 결과적으로 창업 의도로 이어지게 된다고 판단된다.

낙관주의는 불확실한 미래에 대한 두려움을 완화하고, 새로운 도전에 대한 의지를 북돋아 창업 자기효능감을 높여서 창업 효능감을 통해서 창업 의도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 판단된다.

실험주의는 새로운 아이디어를 시도하고 실패를 두려워하지 않은 태도를 강화하여 창업 과정에서 발생하는 어려움을 극복할 수 있도록 하는데, 이는 창업 성공 가능성에 대한 믿음을 높여 창업 자기효능감을 강화하고, 결과적으로는 창업 의도로 이어질 수 있다고 판단된다.

여덟째, 디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 관계에서 기업가정신과 창업 자기효능감의 이중 매개효과를 분석한 결과, 기업가정신의 혁신성과 진취성은 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업을 통해 창업 자기효능감을 고취해 창업 의도를 높이는 것으로 나타났고, 위험감수성은 유의한 매개효과가 나타나지 않았다. 이는 디자인씽킹의 특정 요소들이 기업가정신을 통해 창업 자기효능감을 높이며 곧 창업 의도로 이어진다는 것을 알 수 있다. 특히 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 혁신성과 진취성을 향상하게 시켜 창업 자기효능감을 높이는 데 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있고, 이는 디자인씽킹 교육 시 혁신성과 진취성을 향상할 수 있는 교육 내용을 강조해야 하며, 창업 교육 프로그램을 통해 창업 자기효능감을 높여 창업 의도를 높일 수 있음을 예측할 수 있다.

본 연구는 기업가정신을 바탕으로 한 디자인씽킹 교육이 기업가정신과 창업 자기효능감을 통해서 창업 의도에 미치는 영향에 관한 연구로 디자인씽킹과 기업가정신의 관계에서 디자인씽킹의 특성들은 기업가정신의 혁신성, 위험감수성, 진취성에 차별적인 영향을 미치며, 특히 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 혁신성을 높이고 실험주의는 진취성을 높이는 데 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 디자인씽킹과 창업 자기효능감의 관계에서 통합적 사고, 실험주의, 협업은 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치지만, 공감과 낙관주의는 유의한 영향을 미치지 못하며 이는 통합적 사고, 실험주의, 협업

이 문제해결 능력과 새로운 시도에 대해 자신감을 높여 창업 자기효능감을 향상한다는 것을 알 수 있다. 기업가정신과 창업 자기효능감의 관계에서는 기업가정신의 혁신성과 진취성이 창업 자기효능감에 유의한 영향을 미치고 위험감수성은 유의한 영향을 미치지 못하였으며, 이는 혁신성과 진취성이 창업 성공에 대한 자신감을 높여 창업 자기효능감을 향상하는 것으로 예측할 수 있다. 창업 자기효능감은 창업 의도에 유의한 영향을 미치며, 기업가정신과 창업 자기효능감의 매개효과 분석은 디자인씽킹의 특정 요소들이 기업가정신을 통해 창업 자기효능감을 높이고 이는 곧 창업 의도로 연결된다는 것을 확인하였다. 특히 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업은 혁신성을 높여 창업 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치며, 실험주의는 진취성을 높여 창업 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 디자인씽킹 교육을 통해 함양된 공감, 통합적 사고, 낙관주의, 협업 능력이 혁신성과 진취성을 높이고 이는 곧 창업에 대한 자신감을 향상해 창업으로 이어지는 긍정적인 효과를 확인할 수 있다. 즉 기업가정신과 창업 자기효능감은 디자인씽킹의 특성과 창업 의도 간에 관계에서 중요한 매개 역할을 한다는 것이 확인되었다.

5.2. 연구의 시사점

5.2.1. 학술적 시사점

본 연구 결과를 바탕으로 학술적 시사점을 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 본 연구는 디자인씽킹의 다양한 특성이 창업 의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하여 기업가정신 교육에서 디자인씽킹의 구체적인 적용 가능성을 제시함으로써 창업 교육 분야의 이론적 기반을 확충하고, 실제 교육 현장에서 활용될 수 있는 효과적인 교육 설계에 대한 시사점을 제공함으로써, 기업가정신 교육의 질적 향상에 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구는 디자인씽킹의 특성이 기업가정신의 하위요인(혁신성, 위험감수성, 진취성)과 창업 자기효능감을 통해 창업 의도에 미치는 영향을 종합적으로 분석하여 각 변수 상호연관성을 도출하였다.

셋째, 디자인씽킹의 특정 요소들이 창업 의도에 미치는 영향을 구체적으로 밝힘으로써, 창업 의도 형성 과정에 대한 이해를 심화시켜, 창업 자기효능감이 디자인씽킹 특성과 창업 의도 간의 중요한 매개 역할을 한다는 점을 검증하여 창업 의도에 관한 선행연구로의 발전의 기틀을 마련하였다.

넷째, 기존 연구에서 주로 다루어지던 디자인씽킹의 창의성, 문제해결 능력 향상 효과를 넘어, 기업가정신 함양 및 창업 의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명 함으로써 연구의 영역을 확장하였다.

5.2.2. 실무적 시사점

본 연구는 학술적 성과를 바탕으로 현장에서 적용될 수 있는 다음과 같은 실무적 시사점을 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 디자인씽킹의 낙관주의, 실험주의, 통합적 사고를 중심으로 창업 자기효능감을 높이고 창업 의도를 강화하여 디자인 씽킹의 특성을 강화하는 교육 프로그램을 개발하여 창업가의 역량을 향상할 수 있는 창업 교육 프로그램 개발에 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 판단된다.

둘째, 디자인씽킹 기반의 창업지원 프로그램을 개발하여 예비 창업가들에게 체계적인 교육과 멘토링을 제공할 수 있을 것이라 예상된다. 특히 창업 의도에 가장 유의한 영향을 미치는 디자인씽킹 특성과 기업가정신, 창업 자기효능감을 높일 수 있는 다양한 프로그램을 운영하여 창업에 대한 두려움을 완화하고 자신감을 부여하여 예비 창업가들의 창업 의지를 높일 수 있다고 판단된다.

셋째, 예비 창업가들의 혁신적인 아이디어 발상, 위험을 감수하고 도전하는 자세, 그리고 적극적인 태도를 나타내는 혁신성, 위험감수성, 진취성을 향상할 수 있는 디자인씽킹 기반의 기업가정신 교육을 진행한다면 예비 창업가들의 창업역량을 강화하고 더욱 발전된 기업가정신 능력을 함양하여 성공적인 창업을 이룰 수 있고 또한 창업 교육효과를 확인할 수 있을 것이다.

넷째, 디자인씽킹 교육의 효과를 다양한 분야에서 정량적, 정성적으로 측정하고, 교육 참여를 활성화하기 위한 다양한 방안을 모색하며, 지속적인 연구

를 통해 교육 방법론을 개선하고 새로운 교육 모델을 개발하여 디자인씽킹 교육의 질을 향상하고, 이를 통해 개인의 역량 강화, 기업의 혁신, 사회문제 해결에 기여 할 수 있어 지속적인 연구 확장을 통한 발전이 필요하다고 판단 된다.

본 연구는 디자인씽킹이 기업가정신 교육의 효과성을 높이는 핵심적인 유용한 도구임을 실증연구를 통해 증명하였고 이를 바탕으로 창업 교육 및 지원정책 수립에 대한 학문적인 기반을 마련하고자 하였다. 연구 결과는 디자인 씽킹 기반의 교육 프로그램이 창업 성공률을 높이고, 이는 디자인씽킹을 활용 하여 많은 사람이 실제 창업에 성공하고, 창업을 통한 일자리 창출로 사회적 가치를 실현하고 국가경쟁력 강화에 긍정적인 역할을 할 것으로 기대한다.

5.3. 연구의 한계점 및 향후 연구

본 연구는 디자인씽킹 교육이 기업가정신 증진 및 창업 의도에 긍정적 영향을 미치는 영향을 입증하는데 기여했지만, 여전히 해결해야 할 몇 가지 제한점이 존재한다. 향후 연구하고 제기될 수 있는 다음과 같은 한계점을 지니고 있으며, 본 연구의 한계점을 극복할 수 있는 연구의 방향성을 제시하고자 한다.

첫째, 독립변수로 사용한 디자인씽킹 특성은 추상적이고 복잡한 사고 과정으로 이를 객관적으로 측정하기가 쉽지 않다. 특히, Brown(2008)의 주장에 기반한 기존 연구들은 디자인사고의 모든 측면을 다 포함하지 못할 가능성이 있고, 이는 측정 도구의 신뢰도와 타당성에 대한 의문이 제기될 수 있다. 따라서 후속 연구에서는 디자인사고의 다양한 측면을 포괄하고, 신뢰도와 타당성이 높은 측정 도구를 개발하여 연구를 진행하거나 문헌 연구, 인터뷰 등의 다양한 방법들을 활용하여 척도를 개발하고 연구를 검증한다면 더욱 신뢰성 있는 긍정적인 연구 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 본 연구는 통계적으로 유의성을 확보하긴 하였으나 디자인씽킹 교육을 받지 않은 집단 간의 차이를 비교 분석하지 않아 디자인씽킹 교육의 효과

를 정확하게 검증하기 힘들다는 한계점이 있다. 하여 향후 디자인씽킹 교육 프로그램을 실험군과 통제군으로 나누어 비교하는 실험 연구를 통해 디자인씽킹의 교육효과를 정확하게 검증할 수 있을 것으로 판단된다.

셋째, 디자인씽킹 교육 참여 횟수가 1회부터 5회 이상으로 다양하게 분포되어 있어 연구 결과의 일반화에 제한이 있을 수 있다. 향후 연구에서는 디자인씽킹 교육의 횟수를 통제하거나 이를 변수로 설정하여 분석한다면 조금 더 명확한 교육효과를 검증할 수 있을 것으로 예측된다.

넷째, 본 연구는 단기적인 효과에 초점을 맞추었으며, 디자인씽킹 교육이 장기적으로 창업 의도에 미치는 영향에 관한 분석은 부족하다. 따라서 향후 연구에는 장기적인 교육 프로그램으로 디자인씽킹 교육의 지속적인 효과에 관한 연구가 필요할 것으로 판단된다.

다섯째, 본 연구는 표본의 한계가 있을 수 있다. 연구 대상을 디자인씽킹 교육을 이수한 일반 예비창업자로 한정함으로써, 학생 창업자, 은퇴 후 창업을 준비하는 사람 등 다양한 배경을 가진 희망자를 포함하거나 창업 의도에 특징에 맞는 표적 연구를 진행하지 못하였다. 또한 집단 간, 성별 간, 학력 간 등 다양한 변수가 창업 의도에 미치는 영향에 관한 심층 연구를 진행하지 못하였다. 하여 디자인씽킹 특성이 다른 변수와 상호작용하여 창업 의도에 미치는 영향을 분석하는 연구를 향후 진행하여 확대한다면 좀 더 발전된 결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

1. 국내 문헌

- 강경란. (2020). “기업가정신과 사회적이슈 (코로나 19)가 창업기회인식에 미치는 영향연구: 디지털 리터러시의 매개효과”. 『경영교육연구』, 35(5), 349-372.
- 강경란·박철우. (2019). “기업가정신과 사회적 가치 지향성이 사회적기업 창업 의도에 미치는 영향연구: 창업 동아리 활동의 매개효과와 함께”. 『한국 창업학회지』, 14(6), 354-376.
- 강병오. (2011). “중소기업 CEO의 창업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 중앙대학교 박사학위논문.
- 강병오·김진수·안성식. (2010). “프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구”. 『유통연구』, 15(4), 87-117.
- 강재학. (2016). “기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 창업기회인식의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 박사학위논문
- 강재학. (2016). “대학생의 셀프리더십과 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 창업기회 인식의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 대학교 박사학위논문.
- 강재학·양동우. (2016). “대학생의 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 창업기회인식의 매개효과를 중심으로”. 『대한민국 산학기술학회』, 17(1), 493-507.
- 강재학·하규수. (2015). “대학생의 셀프리더십이 창업기회인식과 창업의지에

- 미치는 영향에 관한 연구:기업가정신의 매개효과를 중심으로”. 『벤처창업연구』. 10(4), 1-12.
- 강충열·정광순·김현욱·권동택. (2010). “초등학생 통합적 사고 성향 척도의 개발 및 구인타당도 검증”. 『사고개발연구』. 6(1), 106-124.
- 강희정. (2017). “디자인 창업 교육모형 개발”. 서울대학교 박사학위 논문.
- 고은희. (2019). “기업가정신 교육에 있어서 디자인씽킹의 효과성 검증: 인문학 계열 대학생을 중심으로”. 홍익대학교 박사학위논문.
- 고은희a. (2020). “디자인씽킹 관점에서의 기업가적 마인드셋 프레임 개발에 관한 연구: 대학생 기업가정신 교육을 중심으로”. 홍익대학교 박사학위논문.
- 고은희b. (2020). “디자인씽킹교육이 기업가적 가치 지향성에 미치는 영향”. 커뮤니케이션 디자인학회연구』. 71(0), 70-85.
- 공혜원·김효선. (2018). “기업가정신 교육과 창업의도의 관계:기업가정신의 매개효과 및 성별 조절효과”. 『대한경영학회지』. 31(12), 2223-2244.
- 공혜원·추승엽. (2023). “기업가정신에 대한 심리적 자본, 공감, 지각된 사회적 규범의 효과와 성별의 조절효과”. 『대한민국창업학회지』. 18(4), 469-501.
- 과학기술정책연구원. (2017). “4차 산업혁명 시대 기업가정신의 의의와 방향”. 제218호.
- 곽준식·정성광. (2020). “기업가정신 역량과 창업 의지의 관계에서 창업 태도의 매개적 역할 분석”. 『한국마케팅관리학회 & 한국전략마케팅학회 추계학술대회 발표집』. 188-199.
- 권기환. (2018). “창업단계별 기업가지향성 구성요인 도출에 관한 연구: 대학생, 초기기업가, 기업가를 대상으로”. 한밭대학교 박사학위논문.
- 권녕갑. (2024). “시니어 재직자의 창업가 역량이 창업의도에 미치는 영향:기업가정신의 조절효과를 중심으로”. 계명대학교 박사학위논문.

- 권재기·한윤영. (2021). “차세대 영재 기업인의 창업 동기, 기업가 핵심역량과 창업 의지에 대한 자기회귀 교차지원 효과”. 『영재와 영재교육』. 20(4), 163-186.
- 기홍석. (2020). “기업가정신 및 창업지원정책이 창업의도에 미치는 요인에 관한연구: 창업자기효능감과 창업실패부담감의 매개효과를 중심으로”. 숭실대학교 박사학위논문.
- 김범성. (2012). “창업가의 심리적 특성과 기업가정신에 관한 연구: 과정 모형을 중심으로”. 『유라시아연구』. 9(1), 119-152.
- 김보혜. (2022). “창업멘토링이 창업자기효능감과 창업의지에 미치는 영향”. 계명대학교 박사학위논문.
- 김봉준·조성의. (2014). “대학생 창업의도 결정요인에 관한 연구: 지식기술기반 창업에 초점”. 『한국창업학회지』. 9(4), 86-10.
- 김상수. (2018). “고학력 베이비붐 세대에게 사회적 지지가 창업기회 역량에 미치는 영향에 관한 연구: 창업 자기효능감의 매개효과와 기업가정신의 조절효과를 중심으로”. 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김상수·임왕규. (2017). “사회적지지가 베이비부머의 창업기회역량에 미치는 영향에 관한 연구: 창업자기효능감의 매개효과를 중심으로”. 『벤처창업연구』 12(5), 141-162.
- 김성순. (2010). “한국과 중국의 잠재적 창업가의 창업의지에 관한 비교연구”. 호서대학교 박사학위논문.
- 김성식. (2021). “기업가정신이 과업 도전감을 매개로 창업의도에 미치는 영향: Baron & Kenny와 Hayes의 검증 방법을 중심으로”. 『한국 신용카드학회』. 15(1), 54-74.
- 김세윤. (2021). “오픈뱅킹 사용의도에 미치는 영향 연구: 기술수용모델(TAM)을 중심으로”. 한성대학교 박사학위논문
- 김시연. (2016). “디자인사고의 방법론과 효과적 적용에 관한 연구”. 『조형 미

- 디어학회』. 19(1), 51-57.
- 김영수·고종남. (2009). “사내기업가정신이 기업의 급진적 혁신에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구”. 『상업교육연구』. 23(3), 489-519.
- 김영수·성상기. (2015). “기업가정신 교육의 교과내용과 방법에 관하여: HAKS 모형에 기반한 모듈식 교육방안”. 『상업교육연구』. 29(5), 1-30.
- 김영수·정영근. (2021). “창업교육과 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향 및 덕후성향의 조절효과에 관한 연구”. 『한국콘텐츠학회논문지』. 21(1), 394-406.
- 김영태. (2020). “창업교육과 멘토링이 창업의지에 미치는 영향: 자기효능감과 회복탄력성의 매개효과를 중심으로”. 『한국벤처혁신연구』. 3(1), 1-26.
- 김영희. (2021). “창업부담감과 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 계획된 행동이론 관련 변수의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 박사학위논문.
- 김영희·양동우. (2021). “창업 실패 두려움과 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향에 관한 실증연구: 창업 자기효능감의 매개효과를 중심으로”. 『한국창업학회지』. 16(4), 1-25.
- 김용태. (2021). “체험형 창업교육이 대학생의 창업의도에 미치는 영향: 창업 스킬, 기업가정신 매개효과를 중심으로”. 『한국진로학회』. 5(1), 52-75.
- 김우중. (2016). “창업가정신과 전략지향성이 기업성과에 미치는 영향: 디지털리터러시와 학습지향성의 조절된 매개효과”. 중앙대학교 박사학위논문.
- 김윤지. (2015). “디자인사고의 특성이 창업기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 중앙대학교 석사학위논문.
- 김재형. (2018). “대학생의 기업가 정신과 창업의도와의 관계 연구: 창업 실

- 패 두려움의 매개효과를 중심으로”. 『벤처창업연구』. 13(4). 73-82.
- 김정곤. (2016). “기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 창업공모전 참여동기의 매개효과, 정부창업지원정책의 조절효과를 중심으로”. 호서대학교 박사학위논문.
- 김정곤·양동우. (2016). “대학생의 기업가정신이 창업 의지에 미치는 영향:창업 공모전 참여동기를 매개변수로”. 『한국콘텐츠학회』. 16(4), 477-487.
- 김진수·성창수. (2011). “시니어 창업의사결정에 미치는 영향 요인에 관한 연구”. 『중소기업연구』. 33(3), 109-133.
- 김진희·양동우. (2018). “직무만족도 및 기업가정신이 HYBRID 창업의도에 미치는 영향:창업 자기효능감의 매개효과를 중심으로”. 『한국창업학회지』. 1-22.
- 김창승. (2024). “외식창업자의 창업환경이 창업자기효능감과 창업의도에 미치는 영향: 기업가 정신의 조절효과를 중심으로”. 호남대학교 박사학위논문.
- 김춘호. (2018). “대학생들의 창업교육 참여도와 기업가정신, 교내 창업지원제도가 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 사회적 지지의 조절효과를 중심으로”. 호서대학교 박사학위논문.
- 김화영·안영식. (2017). “Entrepreneurship, 기업가적 지향성 및 기업가 활동에 대한 개념적 고찰”. 『KBR』. 21(3호), 3.
- 나건·고은희. (2019). “기업가정신 교육에 있어서 디자인씽킹의 효과성 검증”. 『한국디자인포럼』. 24(3) 64.
- 나건·이지연. (2017). “제품디자인 프로세스에서 입체가 아이디어 (ideation)에 미치는 영향”. 『산업디자인학 연구』. 11(1), 140.
- 나병선. (2001). “대기업집단의 학습조직과 조직문화, 조직학습, 조직 유효성의 관계분석”. 고려대학교 박사학위논문.

- 남연경. (2022). “기업가 지향성, 혁신역량, 흡수역량이 중소기업의 성과에 미치는 영향”. 한국기술교육대학교 박사학위논문.
- 매일경제. (2020). “정부, 창업기업지원에 올해 1조 4517억 쏟아”. <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2020/01/6254>. 검색일자: 2024.8.02.
- 문개풍. (2023). “기업가정신과 창업지원정책이 중국대학생의 창업의도에 미치는 영향: 창업자기효능감의 매개효과와 창업기회인식의 조절효과를 중심으로”. 우송대학교 박사학위논문.
- 바이널엑스. (2015). “아이디오(IDEO), “스탠포드, 그리고 디스쿨-스탠포드의 독창적인 디자인 교육과 디스쿨의 설립 배경”. 검색일자: 2024.7.20 <https://blog.naver.com/vinylx/220129489653>.
- 박경석·하규수. (2014). “한국과 중국동포의 심리적 특성과 창업동기가 창업의지에 미치는 영향”. 『벤처창업연구』. 9(2), 61-70.
- 박남규. (2014). “창업지원정책 및 창업가정신이 창업가정신이 창업의지에 미치는 영향”. 호서대학교 박사학위논문.
- 박민경·신화진. (2023). “대학 창업문화가 간호 창업 태도에 미치는 영향”. 『한국간호연구학회지』. 7(3), 19-29.
- 박상용. (2003). “벤처기업 CEO의 창업가정신, 구성원의 임파워먼트, 조직유효성의 관계에 대한 구조적 모형”. 호서대학교 박사학위논문.
- 박상용·김연정. (2004). “벤처기업 CEO의 기업가정신과 조직유효성의 관계에 관한 연구: 혁신성, 위험감수성, 진취성을 중심으로”. 『기술혁신학회』. 7(3), 479-505.
- 박성미·김수화 (2013). “다학제 교육의 근간으로서 ‘디자인사고’에 대한 연구”. 『水産海洋教育研究』. 25(1), 260-273.
- 박성희. (2004). 『공감학-어제와 오늘』. 학지사.
- 박인·주지훈·정범구. (2017). “셀프리더십 및 자기효능감이 창업의지에 미치는

- 영향: 기업가정신의 매개효과와 창업참여도의 조절된 매개효과”. 『인적자원개발연구』. 20(3), 159-17.
- 박재환·김봉문·김용태. (2017). “기업가정신 생태계 활성화 요인에 관한 국가 간 비교연구: GETR(글로벌기업가정신트렌드리포트) 자료를 중심으로”. 『벤처창업연구』. 13(1), 23~30.
- 박재환·최민정. (2016). “대학생의 창업효능감이 창업의지에 미치는 영향: 조절초점의 조절효과를 중심으로”. 『벤처창업연구』. 11(2), 9-19.
- 박주현. (2014). “한국의 청소년 기업가정신 교육과 창업교육의 운영실태, 청소년 기업가정신 함양을 위한 영역별 정책 방안 도출”. 『한국청소년정책연구원』.
- 박지유·양해술. (2014). “창업가 특성이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구 : 창업 교육을 이수한 예비창업자를 중심으로”. 『벤처창업연구』. 9(2), 97-107.
- 박철우. (2019). “디자인적 사고 특성이 창의적 종합설계 학습성과에 미치는 영향연구: 부산지역 대학생 중심으로”. 『한국창업학회지』. 14(6), 92-113.
- 배병렬. (2014). 『Amos 21 구조방정식모델링: 원리와 실제』. 서울: 청람.
- 배병윤·이주현. (2018). “대학생의 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향: 성별 및 전공의 조절 효과를 중심으로”. 『한국창업학회지』. 13(6), 63-74.
- 배종태. (2022). “한국의 기업가정신 발전과정”. 『기업가정신 연구』. 3(2), 1-19.
- 배종태·차민석. (2009). “기업가정신의 확장과 활성화”. 『중소기업연구』. 31(1), 109-128.
- 변현정. (2015). “디자인사고 과정(Design Thinking Process) 경험이 대학생 창의성 계발에 미치는 영향”. 『창의력 교육연구』. 15, 149-167.

- 산업연구원. (2008). “기업가정신 육성 및 기업친화정책을 통한 잠재성장률 제고 방안”.
- 서동철. (2014). “대학생의 롤모델이 창업 의도에 미치는 영향: 자신감과 자 효능감의 매개효과를 중심으로”. 숭실대학교 박사학위논문.
- 선량. (2019). “예비청년창업가의 창업동기와 실패부담감이 창업기회역량에 미치는 영향: 창업 효능감과 기업가지향성의 매개효과 중심으로”. 대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 선량·허철무. (2019). “예비청년창업가의 창업 동기가 창업기회역량에 미치는 영향: 창업효능감과 기업가지향성의 매개변수의 효과 중심으로”. 『벤처창업연구』. 14(1), 117-137.
- 성승희. (2022). “디자인씽킹을 활용한 초등학교 기업가정신 교육의 온, 오프 라인 적용방안 연구”. 『한국창업학회』. 17(2), 147-170.
- 성창수·김진수. (2011). “시니어창업 의사결정에 미치는 영향 요인에 관한 연구”. 『중소기업연구』. 33(3), 109-133.
- 소관룡·권원상·박우진. (2023). “조직 분위기가 스타트업 성과에 미치는 영향 과 참여적 의사결정의 매개효과”. 『비즈니스 융복합연구』. 8(3), 141-147.
- 송규희·양동우. (2024). “대학생의 고용가능성이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 기업가정신의 매개효과, 취업실패경험의 조절효과”. 『대한경영학회지』. 37(6), 977-1003.
- 송동주·박재우·강상희. (2016). 『디자인씽킹』. 경북: 영남대학교 출판부.
- 송은실·박준혁·남정민. (2021). “한·중 기업가정신 교육이 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신 매개효과 및 성별 조절효과를 중심으로”. 『한국진창 창업경영학회』. 5(4), 71-90.
- 송지준. (2016). 『논문작성에 필요한SPSS/AMOS 통계분석방법』. 경기도: 21 세기사.

- 송창운·박주영. (2021). “직장인의 경력단계, 창업자기효능감, 기업가정신과 창업 의도에 관한 연구”. 『한국창업학회지』. 16(1), 206-232.
- 신건권. (2016). 『Amos 23 통계분석 따라하기 제2판』. 서울: 도서출판 청람.
- 신상민. (2024). “시니어 창업가 역량과 창업지원환경이 창업효능감, 창업의도 및 창업행동에 미치는 영향”. 부경대학교 박사학위논문.
- 신하성. (2018). “IT분야 예비창업자의 성격5요인이 창업의지에 미치는 영향: 개인 혁신성, 자기효능감”. 경일대학교 박사학위논문.
- 신향숙. (2021). “액티브 시니어의 창업역량이 창업효능감, 기업가정신, 그리고 창업의지에 미치는 영향”. 세종대학교 박사학위논문
- 신향숙·배지은·조미옥·이용기. (2022). “액티브 시니어의 조직력과 기능적 창업역량: PLS-POS를 이용한 창업 효능감과 창업 의지의 이질성 관계 확인”. 『벤처창업연구』. 17(2), 15-31.
- 신혜성·안운영. (2015). “예비창업자들이 지각한 외식창업교육이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향”. 『대한경영학회』. 28(2), 433-452.
- 안승권. (2016). “창업교육과 제도적 지원이 자기효능감 및 창업의지에 미치는 영향”. 중앙대학교 박사학위논문.
- 안은주·양동우. (2020). “직장인의 직무불안정성과 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향: Shapero의 창업이벤트모델을 중심으로”. 『중소기업연구』. 42(3), 275-304.
- 안태욱. (2017). “대학 창업교육의 창의성 역량이 진로 준비 행동에 미치는 영향: 창업가정신과 자기효능감의 매개효과”. 중앙대학교 박사학위논문.
- 안태욱·이인아. (2017). “멘토링 교육이 자기효능감과 창업 의지에 미치는 영향: 대학창업 동아리 활동을 조절 효과 중심으로”. 『한국자치행정학보』. 31(3), 141-162.

- 양경란·문석찬·한규하·박소현. (2015). “디자인 씽킹, 새로운 패러다임의 전환”. 『Entrue Journal of Information Technology』. 14(3), 7-24.
- 양경란·문석찬·한규하·박소현. (2015). “디자인씽킹, 새로운 패러다임의 전환”. 『Entrue Journal of Information Technology』. 14(3), 7-24.
- 양준환. (2014). “기업가정신 교육이 대학생들의 창업의도에 미치는 영향: 자기효능감과 창업동기의 매개효과를 중심으로”. 『벤처창업연구』. 9(6), 65-77.
- 양준환·김춘광. (2018). “청소년이 인지한 관계적 지원, 기업가정신 및 자기효능감이 창업의도에 미치는 영향”. 『한국창업학회지』. 13(1), 74-97.
- 양준환·김춘광. (2020). “창업교육이 창업의도에 미치는 영향에서 창업자기효능감과 창업동기의 이중매개모형”. 『대한경영학회』. 33(3), 443-461.
- 양지연·김경환. (2017). “디자인적 사고와 창업가정신이 창업기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 『글로벌경영 학회지』. 14(1), 147-170.
- 엄요한·이신복·노혜영. (2024). “대학생의 디자인사고 특성이 학습 동기와 스트레스 관리를 통해 취업의도에 미치는 영향”. 『취업진로연구』. 14(1), 39-60.
- 오보영·문철. (2015). “디자인사고(Design Thinking)과정을 적용한 고등학교 디자인수업 모형 연구”. 『기초조형학연구』. 16(6), 72-300.
- 오상훈. (2014). "청장년 및 시니어의 창업의지에 미치는 영향에 관한 비교연구: 기업가정신의매개효과를 중심으로". 『한국콘텐츠학회』. 21(1), 394-406.
- 오상훈. (2014). “청장년 및 시니어의 창업 의지에 미치는 영향에 관한 연구”. 호서대학교 박사학위논문.
- 오상훈·하규수. (2013). “창업 환경 및 인식이 사업실패 부담감을 매개로창업 의지에 미치는 영향”. 『디지털융복합연구』. 11(8), 143-157.
- 옥준우·현병환·장은실·양재민. (2020). “사회적 지지가 창업의도 및 창업행에

- 미치는 영향에 관한 연구: 창업자기효능감과 창업의도의 매개효과”. 『벤처창업연구』. 15(1), 151-165.
- 우종필. (2017). 『구조방정식모델 개념과 이해』. 서울: 한나래출판사.
- 원동환. (2019). “글로벌 기업가정신, 흡수역량과 중소기업 수출성과의 관계”. 『전문경영인연구』. 22(1), 229-245.
- 유봉호. (2013). “청년창업자의 심리특성과 내재적 동기가 창업성공 가능성에 미치는 영향”. 『대한경영학회지』. 26(1), 2669-2690.
- 유봉호. (2014). “셀프리더십이 창업의지에 미치는 영향 요인에 관한 연구”. 『한국산학기술학회』. 15(3), 1382-1389.
- 유봉호. (2015). “성취욕구와 창업가정신이 창업의지에 미치는 영향: 창업동기의 매개 역할을 중심으로”, 『벤처창업연구』. 10(3), 51-60.
- 유승옥. (2016). “대학생의 디자인사고 특성이 고객지향성과 창업의도에 미치는 영향”. 『취업진로연구』. 6(3), 44-62.
- 윤남수. (2012). “잠재적 창업자의 창업동기 요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향:기업가정신의 매개효과”. 『산업경제연구』. 25(2), 1537-1557.
- 윤병선·김천규. (2020). “기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 메타분석: 창업교육의 매개효과”. 『벤처창업연구』. 15(3), 207-221.
- 윤상호 외. (2016). “우리나라 기업가정신의 평가와 창조경제의 미래”. 『KERI Insight』. 2.
- 윤성임·김성식·전병훈. (2021). “자기효능감이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 기업가정신과 실패두려움의 이중매개효과 및 창업교육의 조절효과”. 『한국창업학회지』. 16(2), 151-181.
- 윤옥한. (2017). “STEAM 교육을 위한 교수체제설계 모형 탐색-Design Thinking을 중심으로”. 『교양교육연구』. 11(1), 443-47.
- 윤지수. (2019). “기업가정신이 창업효능감 및 창업의도에 미치는 영향에 관

- 한 연구:진로결정 자기효능감의 매개효과를 중심으로”. 『대한경영정보학회』. 38(3), 171-186.
- 윤지수·현병환. (2019). “기업가정신과 창업의도 관계에서 진로결정 자기효능감의 매개효과에 관한 연구”. 『한국기술혁신학회학술대회』. 222-242.
- 이루리·이소영. (2016). “개인특성이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 글로벌역량의 매개변수를 중심으로”. 『디지털융복합연구』. 14(5), 217-225.
- 이세정. (2022). “창업가의 역량과 기업가정신이 창업 의지에 미치는 영향:창업자기효능감과 주관적 규범의 매개효과를 중심으로”. 목포대학교 박사학위논문.
- 이수아. (2019). “예비청년창업가의 기업가정신, 사회적자본, 창업의도의 관계에서 창업자기효능감의 매개효과와 창업교육의 조절효과 분석”. 경기대학교 박사학위논문.
- 이언주. (2023). “중소기업 종사자의 창업역량과 창업의도 간의 영향 관계: 창업효능감과 창업멘토링의 매개효과 중심으로”. 『벤처창업연구학회』. 10(6), 201-214.
- 이옥희. (2022). “중소벤처기업 최고경영자의 핵심역량이 지원이직률에 미치는 영향에 관한 실증연구: 관계역신문화의 매개효과.” 호서대박사학위논문.
- 이윤석. (2021). “대학생의 기업가적 역량과 기업가적 태도가 창업의도에 미치는 영향”. 건국대학교 박사학위논문.
- 이재석·이상명. (2015). “창업교육과 창업의지의 관계: 기업가 지향성과 환경적 요인의 조절효과”. 『벤처창업연구』. 10(3), 61-74.
- 이정구·양동우. (2022). “중소기업 경영자의 기업가정신이 경영 성과에 미치는 영향 관계 연구: 임파워먼트의 매개효과”. 『대한경영학회지』. 35(1), 109-138.

- 이정열·이주명 (2010). “디자인사고의 의미 비교 : 허버트 사이몬과 IDEO의 디자인사고를 중심으로”. 『한국디자인학회 학술발표대회 논문집』. 10(1), 62-63.
- 이정현·유창호·박제선. (2019). “세무고 학생들의 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향-창업지원그룹의 조절효과를 포함하여.”. 『세무회계연구』. (61), 173-195.
- 이종훈. (2021). “대학생의 기업가정신, 창업자기효능감, 창업의지 간 구조분석”. 『한국콘텐츠학회논문지』. 21(5), 695-706.
- 이중구. (2016). “디자인사고의 특성이 청소년 생활역량에 미치는 영향”. 『적정기술미래포럼』. 8(2), 127-149.
- 이지선. (2013). “디자인사고를 바탕으로 한 협업 창의를 위한 아이디어 공유 오픈플랫폼”. 서울대학교 박사학위논문.
- 이지연. (2017). “디자인 프로세스에서 프로토타이핑이 창의성에 미치는 영향에 관한 연구”. 홍익대학교 박사학위논문.
- 이춘우. (1999). “조직앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구: 자원기초이론을 중심으로”. 서울대학교 박사학위논문.
- 이충구. (2016). “디자인사고의 특성이 청소년 생활역량에 미치는 영향.” 『적정기술미래포럼』. 8(2), 4-76.
- 이현경·이일한. (2016). “대학생의 개인 창의성과 자기효능감이 창업 의지에 미치는 영향에 관한 연구”. 『벤처창업연구』. 11(2), 111-120.
- 이희성. (2023). “대학생의 기업가정신, 창업자기효능감, 창업태도, 창업의도 간의 구조적관계”. 대진대학교 박사학위논문.
- 이희정. (2023). “대학생의 기업가 정신, 창업자기효능감, 창업태도, 창업의도 간의 구조적 관계”. 대진대학교 박사학위논문.
- 인터넷플러스KR. (2017). “창의적 제품 혁신을 위한 디자인사고” 검색일자: 2024, 8, 1. <http://letitbe.biz/?p=2613>.

- 임이숙. (2013). “기업가정신 교육이 창업의도에 미치는 영향:성별 차이를 중심으로”. 4(2), 51-67.
- 임한려. (2019). “대학생의 기업가 진로 의도와 기업가정신, 기업가 자기효능감 및 기업가 기민성의 구조적 관계에서 진로장벽 요인별 조절효과.” 서울대학교 박사학위논문.
- 장명진. (2015). “디자인적 사고의 특성이 대학생의 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 『한국산업경영학회 발표논문집』. 2015(5), 1-22.
- 전우소. (2016). “컨설팅트선정기준이 컨설팅트역량지각, 컨설팅 완성도 및 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구.” 한성대학교 박사학위논문.
- 전윤철·추승엽·임성준. (2017). “프랜차이즈 가맹점주의 기업가정신과 성과”. 『한국콘텐츠학회논문지』. 17(3), 408-420.
- 정영근. (2021). “청소년대상 창업교육과 기업가정신 및 창업의도와 의 관계 : 덕후성향의 조절효과를 고려하여”. 숭실대학교 박사학위논문.
- 정영민. (2015). “기업가정신이 재무성과에 미치는 영향: 인간중심경영의 매개효과를 중심으로”. 인하대학교 박사학위논문.
- 정용희·하규수. (2012). “예비창업자 개인적 특성요인이 창업의지에 미치는 영향: 예비창업자 경력의 조절효과를 중심으로”. 『유통정보학회지』. 15(4), 41-53.
- 정재훈·황인창·송영출·안관영. (2013). 『경영학의 이해』. 서울: 북넷.
- 정정호. (2011). “소셜미디어 환경에서 디자인사고 중심의 창조적 가치창출: 기업의 집단지성 활용방안 중심으로”. 『디자인학연구』. 24(3), 125-134.
- 정정호. (2013). “디자인 융합인재의 창의성에 대한 다중지능 및 사고 양식 연구”. 홍익대학교 박사학위논문.
- 정행로. (2021). “직장인의 창업생태계 인식과 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향에 관한 실증연구:창업기회역량의 매개효과 중심으로”. 호서대

학교 박사학위논문.

- 제영만. (2021). “농촌 6차산업 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향: 자기 효능감의 매개효과를 중심으로”. 한성대학교 박사학위논문
- 조연성·원동환. (2010). “기업가정신과 시장지향성이 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구: 시장 지향성의 매개효과를 포함하여”. 『무역학회지』. 35(1), 131-154.
- 조연순. (2001). “창의적, 비판적 사고력과 교과 지식의 융합을 위한 교수-학습 모형으로서의 문제 중심학습 고찰”. 『초등교육연구』. 14(3), 295-316.
- 조영조·이보영. (2016). “사회적 환경이 대학생 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 『벤처창업연구』. 11(4), 17-25.
- 조준동. (2015). 『창의융합 프로젝트 아이디어북』. 한빛 아카데미.
- 조준희. (2019). “디자인 씽킹 프로세스에서 롤플레이의 전략적 활용방안에 관한 연구”. 홍익대학교 국제디자인전문대학교 박사학위논문. p.37.
- 조한준·최대수·성창수. (2020). “창업 멘토링이 창업 의도에 미치는 영향연구: 사회적지지, 창업 자기효능감의 매개효과”. 『벤처창업연구』. 15(2), 81-96.
- 창업진흥원. (2013). “미국대학생 창업 인프라실태조사”. 『중소기업청』. 5-7.
- 최민정. (2016). “소상공인 창업교육이 기회인식 및 평가에 미치는 영향 :창업효능감과 조절초점의 매개효과를 중심으로”. 중앙대학교 박사학위논문.
- 최예경·김창완. (2018). “디자인씽킹 창업교육이 사회적 문제해결 능력과 회복탄력성에 미치는 영향”. 『한국창업학회』. 126-140.
- 최인식. (2014). “중소기업의 관계요인이 협업지향(4C's)과 지속적개선, 성과에 미치는 영향”. 세종대학교 박사학위 논문.
- 최창호. (2018). 『논문 작성을 위한 SPSS·AMOS 한번에 끝내기』. 서울: (주)

피오디컴퍼니.

최현성·공운엽. (2022). “대학생의 기업가정신이 창업 의도에 미치는 영향: 창업 교육 및 직계가족 창업 경험의 조절 효과를 중심으로”. 『한국창업학회』. 17(1), 91-113.

통계청. (2014). 기업생멸 행정통계 결과.

하규수·윤백중. (2011). “대학생의 창업 성공과 실패에 대한 인식이 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 『학국벤처창업학회학술대회』. 85-99.

한국디자인진흥원. (2014). “디자인 프로세스를 읽다”. 『디자인 전략 보고서』. 14.

한미경. (2022). “잠재적 창업가의 창업의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 창업효능감의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 박사학위 논문.

한상국. (2016). “대기업 혁신조직 구성원의 기업가적 특성이 사내기업가 정신 및 경영 기대성과에 미치는 영향: 조직몰입 매개효과를 중심으로”. 중앙대학교 박사학위논문.

홍정표·양해술. (2014). “대학생들의 창업의지 결정요인에 관한 연구”. 『디지털융복합연구』. 12(11), 141-157.

홍진기(2016). “창업자의 개인특성, 사회적자본, 창업정책환경이 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신과 가치지향성을 중심으로”. 서울벤처대학 대학교 박사학위논문.

황대연. (2019). “기업의 혁신방법론 활용이 종업원의 혁신DNA 개발과 기업 성과에 미치는 영향: 6시그마와 디자인 씽킹 방법론을 중심으로”. 건국대학교 박사학위 논문.

WEN KAIFENG. (2023). “기업가정신과 창업지원정책이 중국 대학생의 창업 의도에 미치는 영향: 창업 자기효능감의 매개효과와 창업기회인식의 조절효과를 중심으로”. 우송대학교 박사학위논문

2. 국외문헌

- Abdullahi, A. S., Lele, M. M., & Otori, A. Y. (2018). Moderating role of perceive access to finance in the relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among youth corp members in North-East, Nigeria. *World Journal of Entrepreneurial Development Studies*, 2(2), 49–58.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1991). Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, 13(3), 185–204.
- Alvarez, S. A., Ireland, R. D., & Reuer, J. J. (2006). Entrepreneurship and strategic alliances. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 401–404.
- Anwar, M., Clauss, T., & Issah, W. B. (2021). Entrepreneurial orientation and new venture performance in emerging markets: the mediatingrole of opportunity recognition. *Review of Managerial Science*, 2(1), 1–28.
- Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: the role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability*, 11(16), 6–17.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy mechanism in human agency. *American*

Psychologist, 37, 122–147.

- Bandura, A.(1986). Social foundations of thought and action: A social cognitivetheory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A., & Locke, E. A. (2003). Negative self-efficacy and goaleffects revisited. *Journal of Applied Psychology*, 8(1), 87–95.
- Bateman, Thomas S., & J. Michael Crant (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103–118.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
- Beugelsdijk, S. (2007). Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 187–210.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for I ntention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- 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.
- Brockhaus. R. H., & Horwitz, P. S.. (1986). The psychology of the entrepreneur. *The Art and Science of Entrepreneurship*, 25–48.
- Brockhaus. R. H., (1982). The psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 39–57.
- Broehl, W. G. (1978). The village entrepreneur: Change agents in India's rural development. *Boston: Harvard University Press*.
- Brown, T.(2008). Design thinking. *Harvard Business Review* 86(5),

84–92.

- Buchanan, R. (2001). Design research and the new learning. *Design Issues*, 17(4), 3–23.
- Buffett, W. (1998). Thoughts of chairman buffett: Thirty years of unconventional wisdom from the sage of omaha. *New York: Harper Collins*.
- Buss, T. F., & Vaughan, R. J. (1987). Revitalizing the mahoning valley. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 5(4), 433–446.
- Carroll, J. M. (2010). Human–computer interaction in the new millennium. *Morgan Kaufmann*.
- Cassiman, B., & Golovko, E. (2011). Innovation and internationalization through exports. *Journal of International Business Studies*, 42(1), 56–75.
- Chang, S. C., Lin, R. J., Chang, F. J., & Chen, R. H. (2007). Achieving manufacturing flexibility through entrepreneurial orientation. *Industrial Management & Data Systems*, 107(7), 997–1017.
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 51–81.
- Combs, G. M., & Luthans, F. (2007). Diversity training: Analysis of the impact of self-efficacy. *Human Resource Development Quarterly*, 18(1), 91–120.
- Cooper, A. C., Woo, C. Y., & Dunkelberg, W. C. (1988). Entrepreneurs'perceived chances for success. *Journal of Business Venturing*, 3(2), 97–108.

- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7–26.
- Covin, J.G., & D.P. Slevin. (1990). New venture strategic posture, structure, and performance: An industry life cycle analysis, *Journal of Business Venturing*, 5(2), 123–135.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Management*, 29(3), 62–74.
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*. 26(3), 435–462.
- Damanpour, F., Walker, R. M., & Avellaneda, C. N. (2009). Combinative effects of innovation types and organizational performance: A longitudinal study of service organizations. *Journal of Management Studies*, 46(4), 650–675.
- Dees, J. G. (2012). A tale of two cultures: charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111, 321–334.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147–156.
- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. H. S. (2021). Strategic management: Creating competitive advantages. New York: McGraw-Hill.
- Drucker, P. (1986). Entrepreneurial strategies. *California Management Review*, 27(2), 9–25.
- Drucker, P., & Maciariello, J. (2014). Innovation and entrepreneurship.

New York: Routledge.

- ecchio, R. P.(2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13(2), 303–327.
- Esfandiar, K., Sharifi–Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172–182.
- Faiz, M., Norsafinas, M., & Afifah Alwani, R. (2019). Entrepreneurial orientation and export performance among malaysian small and medium–Sized Exporters: The mediating role of international opportunity recognition. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 9(2), 151–164.
- Fay, D., & Frese, M. (2001). The concept of personal initiative: an overview of validity studies. *Human Performance*, 14(1), 97–124.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L, Rodrigues, R. G., Diniz, A., & Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: an application of the psychological and behavioral approache. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Beliefs, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research, Reading, MA: Addison–Wesley.
- Garaika, G., Margahana, H. M., & Negara, S. T. (2019). Self efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–12.

- Gartner, W. B., Mitchell, T. R., & Vesper, K. H. (1989). A taxonomy of new business ventures. *Journal of Business Venturing*, 4(3), 169–186, Gartner..
- George, G., & Bock, A. J. (2011). The business model in practice and it's implications for entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 83–111.
- Gist, M. E.(1987). Self-Efficacy: implication for organizational behavior and human resource management, *Academy of Management Review*, 12(3), 472–485.
- Gladwell, M.(2008). Outliers: The story of success. New York, NY: Little, Brown and Company.
- Gómez, J., Salazar, I., & Vargas, P. (2016). Sources of information as determinants of product and process innovation. *PloS One*, 11(4), 152–243.
- Hapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72–90. Englewood Cliffs: Prentice–Hall.
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403–418.
- Heilklila, J. (2002). From supply to demand chain management: efficiency and customer satisfaction. *Journal of Operations Management*, 20(2), 24–36.
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C., (2006). Proclivity for

- improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45–63.
- Hodgetts, R. M., & Kuratko, D. F. (2001). *Entrepreneurship: a contemporary approach*. New York.: Harcourt College Publishers.
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M. D., Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). I know I can, but I don't fit: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326.
- Ismail, K., Anuar, M. A., Omar, W. W., Aziz, A. A., Seohod, K., & Akhtar, C. S. (2015). Entrepreneurial intention, entrepreneurial orientation of faculty and students towards commercialization. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 181, 349–355.
- Kanter, R. M. (1985). Supporting innovation and venture development in established companies. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 47–60.
- Kevill, A., Trehan, K., & Easterby-Smith, M. (2017). Perceiving 'capability' within dynamic capabilities: The role of owner-manager self-efficacy. *International Small Business Journal*, 35(8), 883–902.
- Kickul, J., & Gundry, L. (2002). Prospecting for strategic advantage: the proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 85–97.
- Kim, L., McGee, L., Tomczyk, S., & Beall, B. (2016). Biological and epidemiological features of antibiotic-resistant streptococcus pneumoniae in pre-and post-conjugate vaccine eras: a united

- states perspective. *Clinical microbiology reviews*, 29(3), 525–552.
- Kirzner, I. M. (2015). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago. University of Chicago Press.
- Knight, G. A. (2000). Entrepreneurship and marketing strategy: the sme under globalization. *Journal of International Marketing*, 8(2), 12–32.
- Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1–11.
- Koh, H. C., (1995). Factors associated with entrepreneurial inclination: An empirical study of business undergraduates in Hong Kong. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12(2), 29–41.
- Kraus, S., Rigtering, J. C., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161–182.
- Kreiser, P., Marino, L., Davis, J., Tang, Z., & Lee, C. (2010). Firm-level entrepreneurship: the role of proactiveness, innovativeness and strategic renewal in the creation and exploration of opportunities. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(2), 143–163.
- 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.

- Krueger Jr, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385–400.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Krueger, 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., Hornsby, J. S., & Hayton J. (2015). Corporate entrepreneurship: the innovative challenge for a new global economic reality. *Small Business Economics*, 45(2), 245–253.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Goldsby, M. G. (2007). The relationship of stakeholder salience, organizational posture, and entrepreneurial intensity to corporate entrepreneurship, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 56–72.
- Lassen A. H., Gertsen F., & Riis J. O. (2006). The nexus of corporate entrepreneurship and radical innovation. *Creativity and Innovation Management*, 15(4), 359–372.
- Lee, H.L.,& Padmanabhan, V.,& Whang, S. (1997). The bullwhip effect in supply chain. *Sloan Management Review*, 38(3), 93–102.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J., & Liu, Y. (2008). Moderating effects of entrepreneurial orientation on market orientation-performance

- linkage: Evidence from chinese small firms. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 113–133.
- Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1988). First-mover advantages. *Strategic Management Journal*, 9(S1), 41–58.
- Lim, D. S., Morse, E. A., Mitchell, R. K., & Seawright, K. K. (2010). Institutional environment and entrepreneurial cognitions: A comparative business systems perspective. *Entrepreneurship theory and practice*, 34(3), 491–516.
- Linan, F. & Y. W. Chen. (2009). Development and cross-cultural application of specific instrument to measure entrepreneurship Intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Linton, G. (2016). Linking entrepreneurial orientation and opportunity identification to performance. Working paper.
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D.(2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in psychology*, 10, 869.
- Locke, Edwin. A., & Latham, Gary. P.(1990). A theory of goal setting and task performance, *The Academy of Management Review*, 16(2), 480–483.
- Lockwood, T.(2010). Design thinking: Integrating innivation, customer experience and brand value. New York, NY: Allworth.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational

- behavior. *Journal of Management*, 33(3), 321–439.
- Macko, A., & Tyszka, T. (2009). Entrepreneurship and risk taking. *Applied Psychology*, 58(3), 469–487.
- Mandongwe, L., & Jaravaza, D. C. (2020). Women entrepreneurial intentions in subsistence marketplaces: The role of entrepreneurial orientation and demographic profiles in zimbabwe. *Cogent Business& Management*, 7(1).
- Manning, K., Birley, S., Norburm, D., (1989). Developing a new ventures strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 67–76.
- Markman, G. D., Baron, R. A., & Balkin, D. B. (2005), Areperseverance and self-efficacy costless assessing entrepreneurs regretful thinking. *The International Journal of Industrial, Occupational and organizational psychology and behavior*, 26(1), 1–19.
- McGrath, R. G. (2013). The end of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business. *Boston: Harvard Business Review Press*.
- Miller, D. (1983) . The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Mohr, J., & Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success: partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques. *Strategic management journal*, 15(2), 135–152.
- Morris, M. H., & Paul, G. W. (1987). The relationship between entrepreneur– ship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing*, 2, 247–259.

- Morris, M. H., & Sexton, D. L. (1996). The concept of entrepreneurial intensity: Implications for company performance. *Journal of Business Research*, 36(1), 5–13.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). Corporate entrepreneurship & innovation: Entrepreneurial development within organizations. Mason: South-Western College Publishers.
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K., & Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms. *Family Business Review*, 20(1), 33–47.
- Nambisan, S., & Baron, R. A. (2013). Entrepreneurship in innovation ecosystems: entrepreneurs' self-regulatory processes and their implications for new venture success. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(5), 1071–1097.
- Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J., & Chandan, G. G. (2021). Entrepreneurial passion: A review, synthesis, and agenda for future research. *Applied Psychology*, 70(2), 816–860.
- Niemivirta, M., & Tapola, A. (2007). Self-efficacy, interest, and task performance: Within-task changes, mutual relationships, and predictive effects. *Zeitschrift für Pädagogische Psychologie*, 21(3/4), 241–250.
- Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183–193.
- Orlani, D., & Mullins, J. W. (2000). Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 305–322.

- Parson, E. R. (1993). Ethnotherapeutic empathy (EthE)–Part I: Definition, theory, and process, *Journal of Contemporary Psychot herapy*, 23(1), 5–18.
- Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A., & Kwong, K. K. (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent: is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(5), 559–586.
- ran, A. T., & Von Korflesch, H. (2016). A conceptual model of s ocial entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17–38.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future, *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 761–787.
- Rees, H., & Shah, A. (1986). An empirical analysis of self-employment in the UK. *Journal of Applied Econometrics*, 1(1), 95–108.
- Roger Martin. (2008). The opposable mind, 김정혜 역. 『생각이 차이를 만든다』. 서울: 지식노마드.
- Roger Martin. (2009). 『Design Thinking』. 이견식 역. 서울: 엘 도라도
- Roger Martin. (2010). 『디자인씽킹』. 웅진웍스. p.90–119.

- Roger Martin. (2018). 『디자인 씽킹 바이블』. 유엑스리뷰.
- Roth, B. (2016). op. cit., p.71/213. ebook
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 289–297.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1992). Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update, *Cognitive Therapy and Research*, 16, 201–228.
- Schumpeter, J. A. (1965). Economic theory and entrepreneurial history, in *explorations in enterprise*. Boston: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. published in German (1912), in English.
- Schunk, D. H.(1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26, 207–231.
- Schwab, K.(Ed.). (2009). The global competitiveness report 2009–2010. *World Economic Forum*.
- Shapero, A., & Sokol, L., (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In Kent. C. A., Sexton. D. L., & Vester. K. H.(eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72–90.
- Sitkin, S. B., & Weingart, L. R. (1995). Determinants of risky decision-making behavior: A test of the mediating role of risk perceptions and propensity. *Academy of management Journal*, 38(6), 1573–1592.
- Smith, K. G., Ferrier, W. J., & Grimm, C. M. (2001). King of the hill: Dethroning the industry leader. *Academy of Management Perspectives*, 15(2), 59–70.

- Smith, K. R. (2006). Building an innovation ecosystem: process, culture and competencies. *Industry and Higher Education*, 20(4), 219–224.
- So, I. G., Ridwan, A., Simamora, B. H., & Aryanto, R. (2017). Confirming entrepreneurial orientation dimensions and Linking It with entrepreneurial intention among business students in Indonesia. *International Journal of Economics & Management*, 1(2), 277–299
- Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y. (2017). The effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge acquisition and entrepreneurial orientation. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 98–107.
- Stajkovic, A. D. (2006), Development of a core confidence–higher order construct. *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1208.
- Stanford D. School. (2010). Bootcamp Bootleg.
- Sullivan Mort, G., & Weerawardena, J. (2006). Networking capability and international entrepreneurship: How networks function in Australian born global firms. *International Marketing Review*, 23(5), 549–572.
- T. C., & Theerapatvong, T. (2010). Corporate Entrepreneurship: A test of external and internal influences on managers idea generation, risk taking, and proactiveness. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 331–350.
- T. N. Garavan and B. (1994). O’ Cinneide, Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation –part 1. *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3–12.

- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & Van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 325–341.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541–567.
- Webb, J. W., Khoury, T. A., & Hitt, M. A. (2020). The influence of formal and informal institutional voids on entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(3), 504–526.
- Wicker, Allan W. (1980). The social psychology of organizing, 2ded, *Administrative science quarterly*, 713–719.
- Wood, R. and Bandura, A.(1989), Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361–384.
- World Economic Forum. (2009). Educating, the next wave of entrepreneurs –unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century, *A Report of the Global Education Initiative*.
- Zahara, S. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 6, 259–285.
- 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.

부 록

안녕하십니까?

이 설문지는 디자인씽킹 교육에 참여한 교육생을 대상으로 하며 한성대학교 스마트융합 컨설팅 학과에서 “지각된 디자인씽킹 교육효과가 기업가정신과 창업 자기효능감을 통해 창업 의도에 미치는 영향”에 관한 박사논문에 활용되는 자료로 사용됩니다.

장기화된 글로벌 경기침체로 인해 경제 성장 둔화가 심화되면서 국가와 개인 모두 일자리 창출에 대한 관심이 높다. 우리나라 외에도 많은 선진국은 글로벌 금융위기 이후 국가들은 창업을 통한 경제 활성화를 위해 기업가정신 함양을 국가전략의 중요한 안건으로 설정하여 위기에 대응하고 있고, 주요 선진국들은 경제 성장과 일자리 창출의 기반으로 기업가정신 교육을 강화하고 있다.

그 중 대표적인 기업가적 대학인 미국의 바슨칼리지(Babson College), 스탠퍼드대학(Stanford University) 등에서는 기업가정신 교육에서 디자인씽킹을 활용하고 있다. 하지만 디자인씽킹은 기업가정신 교육에서 그 활용성이 높아지고 있음에도 불구하고 어떠한 역할을 하고 있는지에 관한 연구가 진행되지 않고 있어 연구의 필요성이 있다고 판단된다.

이러한 이유로 본 연구에서는 기업이 정신교육에 활용되는 디자인씽킹이 창업 의도에 어떠한 영향을 미치는지 기업가정신과 창업 효능감을 향상시켜 그 결과 창업 의지를 증가시킬지에 대한 여부를 검증하여 향후 디자인씽킹 교육의 효과적인 운영방안과 교육콘텐츠 개발연구 및 디자인씽킹 교육의 효과를 극대화 하려는 방안을 제시함으로써 창업 활성화에 기여할 것으로 기대하며 선행연구를 바탕으로 수정하여 재구성한 지각된 디자인씽킹 교육효과가 기업가정신과 창업 효능감을 통해 창업 의도에 미치는 영향 모형의 내적 타당화를 목적으로 디자인씽킹 교육을 수료한 귀하의 고견을 수렴하고자 합니다.

본 논문의 설문조사 질문지를 첨부하오니

검토하시어 질문에 대한 답변을 회신하여 주시기 부탁드립니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 무기명으로 처리되며, 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 학문적 연구 이외의 다른 목적으로는 사용되지 않음을 알려드립니다.

바쁘신 와중에도 본 설문에 협조해 주심에 진심으로 감사드리며, 귀택에 항상 행복과 행운이 함께 하길 기원합니다.

2024년 4월 18일

한성대학교 스마트 융합 컨설팅 학과

연구자 : 최 은 서

지도교수 : 김 상 봉

I. 디자인씽킹 교육을 통해 함양된 디자인씽킹 특성에 관한 질문입니다.

다음은 디자인씽킹 특성에 관한 내용입니다. 해당하는 번호 위에 (V) 표해 주십시오.

▶기업가정신 교육(창업 교육)에서 디자인씽킹은 사용자 중심의 문제해결 능력을 함양하고 사용자와의 공감을 통해 혁신적인 아이디어를 실행할 수 있는 비즈니스로 구체화하는데 활용되는 인간 중심의 문제해결 프로세스입니다.

1. 공 감 (Empathy):		사용자의 니즈와 감정을 이해하고 공유하며, 사용자와의 관계를 구축하고, 사용자의 경험을 깊이 이해하고, 사용자 관점에서 문제를 바라보는 것						
설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
1-1	나는 다른 사람의 관점'에서 상황을 바라보려고 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1-2	나는 타인의 문제 및 경험에 대해 배려하고 이해하려고 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1-3	나는 사람들의 의견이 다르면 결정을 내리기 전에 그들 모두의 생각을 살펴보려고 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1-4	나는 문제의 상황에 직면했을 때 겉으로 드러난 문제뿐만 아니라 숨은 원인까지도 생각해 본다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1-5	나는 상대방이 무엇을 원하는지를 생각하고 고민한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

2. 통합적 사고 (Integrative Thinking):		다양한 분야의 지식과 경험을 종합적으로 이해하고 분석하며 이를 바탕으로 창의적이고 혁신적인 솔루션을 개발하는 것 (창의적사고와 비판적 사고의 합일점)						
설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
2-1	나는 문제를 해결할 때 다양한 시각을 통해 접근하려 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2-2	나는 비판적 사고와 창의적사고를 똑같이 중요하게 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2-3	나는 다양한 지식을 활용하여 융합하는 것에 적극적이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

2-4	나는 정답을 먼저 생각하기보다 관찰하고 다양한 상상과 정보를 통해 방법을 찾으려고 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2-5	나는 관계없는 것들을 연관 지어 문제를 해결해 보려고 노력하게 되었다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

3. 낙관주의 (Optimism):

어려운 상황 속에서도 긍정적인 가능성을 믿고, 문제해결에 대한 희망을 가지고 끊임없이 개선할 수 있다는 믿음을 바탕으로 창의적이고 혁신적인 문제를 해결방안을 모색하고, 새로운 가치를 창출하는 것

설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
3-1	나는 내가 하는 일의 미래의 전망이 밝다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3-2	일의 결과가 불확실할 때도 나는 보통 최선의 결과를 기대한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3-3	어떤 문제라도 그것을 해결하는 방법은 많다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3-4	나는 어려움(문제)이 곧 기회가 될 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3-5	나는 낙관적으로 생각하는 것이 성공에 도움이 된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3-6	나는 어떠한 문제에 대해 계속해서 개선하다 보면 좋은 해결방안이 나올 것이라는 믿음을 갖게 되었다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

4. 실험주의 (Experimentalism):

도전 정신과 실패를 받아들이고 경험을 통해 문제를 새롭게 바라보는 시각 및 일할 때 새롭고 더 나은 방식을 추구하며 끊임없이 개선하는 과정을 통해 문제를 혁신적이고 창의적으로 해결하려는 것

설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
4-1	전략이나 계획수립 시 새로운 여러 정보를 탐색해 본다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4-2	새로운 시도에서의 실패 후 그 실패 사례를 분석하고 수정해서 다시 한번 이를 시도해 보려고 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4-3	일할 때 새롭고 더 나은 방법을 생각해 내는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4-4	나는 도전정신(모험심)이 강한 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4-5	나는 실패를 성공의 디딤돌로 생각하며 긍정적으로 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

5. 협업 (Collaboration):

타인과의 교류 정도 및 목표를 위한 협업 활동, 다양한 분야의 사람(전문가)들이 서로 함께 협력하여 사용자 중심으로 문제를 해결하려는 방식

설문 내용	전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
5-1 다양한 전문가와의 협력이 큰 성과를 만들 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5-2 한 가지 전문성보다는 다양한 분야의 식견이 모이는 것을 선호한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5-3 목표를 이루기 위해서는 협력해야 한다고 생각한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5-4 나는 실행계획 및 목표를 공동으로 형성하고 조정한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5-5 나는 정보교류 및 협업을 위해 많은 사람과 소통하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

II. 디자인씽킹 교육을 통한 효과로 창업 자기효능감에 관한 질문입니다.

다음은 창업 자기효능감에 관한 내용입니다. 해당하는 번호 위에 (V) 표해주십시오.

6. 창업 자기효능감:

새로운 사업을 계획하거나 준비(진행)하는 상황에서 개인이 목표를 성공적으로 달성하는데 필요한 능력과 역량을 믿는 정도

설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
6-1	나는 실패에 대한 두려움보다 성공에 대한 기대를 더 중요하게 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6-2	나는 창업 과정에서 어려운 상황을 잘 극복하고 해결할 자신이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6-3	나는 어려움이 있을 때 포기 하지 않고 끝까지 이끌어 갈 자신이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6-4	나는 창업아이디어를 생각해 낼 자신이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6-5	나는 내가 하는 일에 대해서 스스로 믿음을 갖는다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6-6	나는 창업을 위한 일을 처리하기 위해 정보를 충분히 활용할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Ⅲ. 디자인씹킹 교육을 통한 효과로 기업가정신에 관한 질문입니다.

다음은 기업가정신에 관한 내용입니다. 해당하는 번호 위에 (V) 표해주십시오.

▶기업가정신은 새로운 가치를 창출하고 위험을 감수하며 불확실성 속에서 끊임없이 도전하고 성장하려는 의지와 행동입니다.

7. 혁신성:								
기존의 틀에 박힌 사고방식을 벗어나 새로운 가치를 창출하는 창의적인 아이디어를 생각해 내고 구현하고자 하는 의지나 행동력								
설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
7-1	나는 새로운 도전을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7-2	나는 새롭고 혁신적인 방식으로 일하고자 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7-3	나는 새롭거나 창의적인 아이디어를 적극적으로 받아들인다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7-4	나는 항상 새로운 제품이나 기술 등에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7-5	나는 문제가 발생하면 기존 방법보다 새로운 해결책을 제시한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

8. 위험감수성:								
새로운 사업 기회를 창출하기 위해 불확실한 상황과 실패의 가능성에도 과감히 결정하고 새로운 기회에 도전하고 실행하려는 용기 및 결단력								
설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
8-1	나는 해야 할 일이라면 어느 정도 위험이 따르는 일이라도 실행에 옮긴다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8-2	위험성은 있지만 높은 성과를 낼 수 있는 일을 선호한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8-3	나는 일을 하는 과정에서 어려움이 생기면 이를 극복할 방법을 적극적으로 찾아낸다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8-4	불확실한 상황일지라도 주저하기보다는 과감하게 결정하는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

9. 진취성:

목표를 달성하기 위해 적극적으로 노력하고 새로운 기회를 적극적으로 모색하고, 과감하게 도전하며, 끈기 있게 실행하려는 의지와 행동

설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
9-1	나는 어떠한 일이든 남들보다 열정적이고 자신감 있게 행동한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9-2	나는 남들보다 새로운 기회를 먼저 찾기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9-3	무슨 일이든 시기를 놓쳐서는 안 되기 때문에 일단 결심이 서면 밀고 나간다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9-4	나는 과거에 진행하지 않았던 새로운 도전을 하는데 두려움이 없다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9-5	남들보다 실패를 두려워하지 않고 자신감 있게 도전한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

IV.디자인씽킹 교육을 통한 효과로 창업 의도에 관한 질문입니다.

다음은 창업 의도에 관한 질문입니다. 해당하는 번호 위에 (V) 표해주십시오.

10. 창업 의도:								
미래에 창업하고자 하는 개인의 의지 혹은 열정								
설문 내용		전혀 아니 다	아니 다	약간 아니 다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
10-1	나는 차별화된 기술과 경험을 바탕으로 창업하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10-2	나는 창업에 대해 많은 열정을 느끼고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10-3	나는 비전 있는 분야에서 창업하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10-4	나는 수동적인 지시를 받기보다는 능동적으로 내 가 좋아하고, 즐길 수 있는 분야를 개척해 창업하 고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10-5	나는 창업을 하기 위해 시간을 투자할 의향이 있 다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

10-6	나는 실패할 가능성에도 불구하고 창업은 매력적이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
------	------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---

V. 인구통계학적 특성

다음은 귀하에 대한 일반적인 사항에 관한 질문입니다. 해당하는 번호 위에 (V) 표해주십시오.

구 분	항 목	내 용
5-1	성 별	①남성 ②여성
5-2	연 령	①20대 ②30대 ③40대 ④50대 ⑤60대 이상
5-3	학 령	①고등학교 졸업 ②전문대 졸업 ③대학교 졸업 ④대학원 이상
5-4	직 업	①자영업(사업) ②회사원 ③판매 서비스 ④생산직 ⑤전문직 ⑥학생 ⑦공무원 ⑧기타
5-5	디자인씽킹 교육 참여 횟수	①1회 ②2회 ③3회 ④4회 ⑤5회 이상
5-6	기타 창업 교육 횟수	①없음 ②1회 ③2회 ④3회 ⑤4회 ⑥5회 이상
5-7	창업 유무	①창업 경험 있음 ②창업 경험 없음 ③창업 준비중

- 설문에 응답하여 주셔서 대단히 감사합니다 -

ABSTRACT

The Effect of Perceived Design Thinking Education on Entrepreneurial Intentions through Entrepreneurship and Entrepreneurship Efficacy

Choi, Eun-Seo

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

The Graduate School

Hansung University

The purpose of this study is to confirm that design thinking methodology is a key element for cultivating entrepreneurship and successfully leading start-ups beyond a simple problem-solving tool limited to companies, and to contribute to the revitalization of existing entrepreneurship education (entrepreneurship education) by suggesting an effective education program model that can increase the intention of start-ups and increase the success of start-ups by emphasizing the importance of design thinking.

As the long-term economic recession continues to lead to unstable employment, the government and companies are paying more attention to job creation to drive economic growth and promote social stability.

Developed countries such as the United States and the United Kingdom are responding to the crisis by setting entrepreneurship cultivation as an agenda to promote entrepreneurship and entrepreneurship as a national strategy after the global financial crisis, and major developed countries are strengthening entrepreneurship education as a foundation for economic growth and job creation (Soo-ah Lee, 2019). Recently, entrepreneurship education has emerged as a key factor in strengthening national competitiveness around the world, and various policies have been implemented to promote entrepreneurship.

In particular, design thinking is attracting attention as an effective methodology for problem-solving skills and innovative idea generation, and it has been applied to entrepreneurship education to prove its effectiveness.

As the importance of entrepreneurship education increases around the world, design thinking is also becoming more useful, but there is no research on the role of design thinking in entrepreneurship education.

Therefore, in order to empirically analyze the effect of design thinking education on entrepreneurship cultivation as well as the effect on entrepreneurial intention with the founder's self-efficacy as a parameter, this study selected 5 characteristics of design thinking (empathy, integrated thinking ability, optimism, experimentalism, and collaboration) as subfactors of design thinking education as subfactors of the independent variable, and set a hypothesis for the purpose of the study to verify the effect on entrepreneurial intention through entrepreneurship (innovativeness, risk tolerance, initiative) and entrepreneurial self-efficacy, and conducted an empirical analysis based on the collected data by conducting a survey on 395 trainees who completed design thinking education. The results of the study can be summarized as follows.

First, in the relationship between design thinking characteristics and

entrepreneurship, all five factors of empathy, integrative thinking, optimism, experimentalism, and collaboration were found to have a significant positive (+) effect on the innovativeness of entrepreneurship, and the four factors of empathy, integrative thinking, experimentalism, and collaboration were found to have a significant positive (+) effect on the risk tolerance of entrepreneurship, but optimism did not have a significant effect on risk tolerance. Among the characteristics of design thinking, only experimentalism was found to have a significant positive (+) effect on initiative, and empathy, integrative thinking, optimism, and collaboration did not have a significant effect on initiative. It can be seen that all the characteristics of design thinking have a positive impact on entrepreneurship, but the degree of influence is different for each characteristic.

Second, in the relationship between design thinking and start-up self-efficacy, the three factors of design thinking, integrative thinking, experimentalism, and collaboration, which are characteristics of design thinking, showed a significant positive (+) correlation with start-up self-efficacy, and empathy and optimism did not have a significant effect on start-up self-efficacy. By revealing the effect of certain elements of design thinking on self-efficacy of entrepreneurship, design thinking education has been proven to be effective in inspiring the will to start a business by increasing confidence in the success of a start-up.

Third, in the relationship between entrepreneurship and start-up self-efficacy, it was verified that the innovativeness and initiative of entrepreneurship showed a significant positive (+) effect on start-up self-efficacy, and that risk tolerance did not have a significant effect on start-up self-efficacy. As a result of the study, it was verified that the characteristics of innovation and initiative, which generate new ideas and

steadily strive towards goals, can increase the confidence to succeed in starting a business.

Fourth, in the relationship between entrepreneurship and entrepreneurial intention, it was found that the risk-taking and initiative of entrepreneurship had a significant (+) effect on the entrepreneurial intention, and the innovativeness did not show a significant result on the entrepreneurial intention. It can be predicted that the characteristics of risk-taking and initiative, actively seeking new business opportunities, and taking on challenges for an uncertain future, have a significant impact on entrepreneurial intentions.

Fifth, in the relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention, it was found that entrepreneurial self-efficacy had a significant positive (+) effect on entrepreneurial intention. This is consistent with the results of many previous studies that the belief that a person can succeed in starting a business, that is, the higher the self-efficacy of starting a business, the higher the intention to actually start a business.

Sixth, in the mediating effect between each variable, the integrated thinking of design thinking showed a significant mediating effect in the relationship with the intention of the founder, and the optimism showed a significant mediating effect on the intention of the entrepreneur through the initiative of entrepreneurship and the self-efficacy of the start-up. Experimentalism showed a significant mediating effect through entrepreneurship initiative and entrepreneurial self-efficacy in relation to entrepreneurial intention.

Sixth, in the mediating effect between each variable, the innovativeness of entrepreneurship showed a significant mediating effect in the relationship between empathy, integrative thinking, optimism, collaboration, and entrepreneurial intention in design thinking, and empathy showed a significant mediating effect in the relationship between entrepreneurial intention, and initiative showed a mediating effect in the relationship between experimentalism and entrepreneurial intention. Among the characteristics of design thinking, the relationship between integrative thinking, optimism, experimentalism and entrepreneurial intention showed a significant mediating effect of start-up self-efficacy, and the relationship between empathy, collaboration and entrepreneurial intention did not show a significant mediating effect. In addition, as a result of the dual mediation effect of entrepreneurship and start-up self-efficacy in the relationship between design thinking characteristics and start-up intention, empathy, integrative thinking, optimism, and collaboration were verified in the relationship between entrepreneurial intention, and the mediating effect of initiative and start-up self-efficacy was found in the relationship between experimentalism and start-up intention. It was confirmed that various elements of design thinking lead to entrepreneurial intentions by increasing entrepreneurship self-efficacy through the innovativeness and initiative of entrepreneurship, and in particular, empathy, integrative thinking, optimism, and collaboration were found to have a positive effect on the efficacy of the founder's term through innovativeness, and experimentalism through initiative, so it was verified that design thinking education is effective in fostering entrepreneurs.

From these results, it can be seen that design thinking education is effective in increasing entrepreneurial intention, and in particular, empathy, integrative thinking, optimism, experimentalism, and

collaboration stimulate the innovativeness and initiative of entrepreneurship, thereby increasing entrepreneurship self-efficacy and have a significant effect on start-up execution. Through design thinking education, entrepreneurship can be cultivated and entrepreneurship self-efficacy can be enhanced to inspire entrepreneurship, and it was possible to develop start-up programs using various characteristics of design thinking and suggest directions that can help revitalize the start-up ecosystem, but since this study was conducted with a specific target sample, there may be problems with generalization, so additional research is needed on various groups in the future, and since it was conducted focusing on the short-term effects of design thinking education, it has a limitation that additional research on the long-term effects is needed.

In future research, it is necessary to conduct comparative analysis studies on various design thinking programs and further research on the long-term effects on the start-up behavior and performance of education participants, and if the research that verifies the effect by applying it to various variables that can affect start-up intentions or applying it to entrepreneurship education in various fields is expanded, it will be an important foundation for maximizing the educational effect of design thinking and revitalizing the start-up ecosystem.

【keyword】 Characteristics of Design Thinking, Design Thinking Education, Entrepreneurship, Innovativeness, Risk Tolerance, Initiative, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention.