산업융합연구 제21권 제12호 pp. 1-10, 2023
ISSN 2635-8875 / e-ISSN 2672-0124
DOI : https://doi.org/10.22678/JIC.2023.21.12.001

# 지방 대학생들의 창업 및 창업프로그램 인식에 관한 정성적 연구: 효과위계모형을 통한 접근

**정윤희***
**건국대학교 글로컬캠퍼스 경영학과 교수**

# Qualitative Study on Local College Students' Perception of Entrepreneurship and Entrepreneurship Programs: Approach through Hierarchy of Effects Model

Yun-Hee Jeong*
Associate Professor, Department of Business Administration, Konkuk University

**요 약** 정부의 청년 창업 장려 정책과 함께 대학별로 창업을 활성화하기 위한 많은 노력을 하고 있고, 대학의 창업 프로그램은 대학생들의 창업을 지원하고 활성화할 수 있는 가장 중요한 부분이라 할 수 있다. 하지만 대학내 창업 프로그램에 대한 관심과 참여는 낮은 편이기 때문에, 창업과 창업 프로그램에 대한 관심과 참여를 올리기 위해서는 학생들의 창업과 창업 프로그램에 대한 인식을 심층적으로 살펴볼 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 효과위계모형을 활용하여 각 단계별 대학생들의 인식을 탐색하고 창업프로그램 참여를 방해하는 병목요인들을 파악하고자 하였다. 이를 위해 창업과 창업프로그램에 대한 다른 수준의 관심과 참여를 가진 표본들을 활용해 표적집단면접법과 심층면접법을 실시하였으며, 효과위계모형의 각 단계별 병목요인들(창업욕구관련 9개 요인, 창업 프로그램 인지관련 4개 요인, 태도관련 7개 요인, 참여&참여의도관련 5개 요인)을 제시하였다. 이러한 결과는 정량적 연구에 치중되어 있던 창업 연구를 보완하고 있으며, 특히 지방대학교 사례를 중심으로 접근함으로써 중요한 실무적 시사점을 더하고 있다.

**키워드 :** 창업, 창업 프로그램, 효과위계모형, 병목요인, 면접법

**Abstract** Along with the government's policy to encourage youth entrepreneurship, each university is making great efforts to promote entrepreneurship, and university entrepreneurship programs can be said to be the most important part of supporting and activating college students' entrepreneurship. In order to increase interest in and participation in entrepreneurship and entrepreneurship programs, it is necessary to take an in-depth look at students' perceptions of entrepreneurship and entrepreneurship programs. Therefore, this study used the effectiveness hierarchy model to explore the perceptions of college students at each stage and to identify bottleneck factors that hinder participation in entrepreneurship programs. For this purpose, focus group interviews and in-depth interviews were conducted using samples with different levels of interest and participation in entrepreneurship and entrepreneurship programs, and bottleneck factors at each stage of the effect hierarchy model were presented. The research results complement entrepreneurship research that was focused on quantitative research, and add important practical implications by approaching the study with a particular focus on local university cases.

**Key Words :** Entrepreneurship, Entrepreneurship program, Hierarchy of effects model, Bottleneck, Interview method

*Corresponding Author : Yun-Hee Jeong(yunhee0222@kku.ac.kr)
Received September 25, 2023 Revised November 1, 2023
Accepted December 20, 2023 Published December 28, 2023

## 1. 서론

대학생들의 성공 창업은 일자리 창출을 통해 지역경제 발전에 기여할 뿐 아니라 대학에서의 지식과 기술의 성공 이전과 확산, 산학교류 등의 성과를 낼 수 있기 때문에 다수 대학들이 학생들 창업에 많은 투자를 하고 있다. 특히, 대학생들은 대학에서 배운 새로운 지식을 상업화하는 주체라는 점에서 대학생 창업은 중요한 부분이다[1]. 대학은 교육과 연구뿐 아니라 경제성장에도 기여해야 하기 때문에 대학생들의 창업 활성화 필요성이 점차 더 강조되고 있다[2].

Leffel[3]은 대학 내 창업을 활성화하기 위해서는 먼저 창업의도(entrepreneurial intention)를 향상시키는 것이 필요하며, 대학내 창업교육의 활성화, 실무교육과 경험, 창업특강실시가 창업의도에 영향을 주는 것으로 확인하였다. Izedonmi과 Okafor[4] 역시 창업교육이 학생들의 창업의도에 유의한 영향을 주며 대학의 창업프로그램들이 창업에 대한 태도나 행동에도 유의한 영향을 줌을 확인하였다. 이외 다수 연구들은 창업 교육이나 프로그램이 창업의도에 긍정적 영향을 주는 것을 확인하였다[5-6].

즉 이런 연구들에서 볼 때 창업활성화에 창업 교육이나 프로그램들이 중요한 역할을 함을 알 수 있다. 하지만 대학들이 창업활성화를 위해 창업 교육이나 지원 프로그램에 많은 노력을 기울이고 있음에도 불구하고 실제로 학생들의 참여율은 매우 저조하고, 활성화 방안에 대한 관련 연구도 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 대학에서 실시하는 창업 교육이나 지원 프로그램의 참여율이 낮은 이유를 찾고 이를 통해 창업 활성화 방안을 탐색하고자 한다. 정량적 연구만을 활용한 단순한 현황조사만으로는 학교 창업 정책이나 프로그램의 개선점 등을 찾기 어려우므로, 본 연구에서는 반구조화된 표적접단면접법(Semi-structured Focus group interview)을 이용한 정성적 조사를 진행하고자 한다. 특히 학생들이 창업 교육 및 지원 프로그램에 참여하지 않은 이유를 밝히기 위해 커뮤니케이션 효과 위계모형을 참조하여 접근하고자 한다. 커뮤니케이션 효과 위계 모형에 따르면 사람들은 단계를 거쳐 브랜드 구매에 이르게 되며 중간에 병목이 발생할 경우 브랜드 구매에 이르지 못하게 되므로, 병목을 발견하여 해결하는 전략으로 접근하는 것이 필요하다고 하고 있다. 본 연구는 이를 적용하여 학생들이 프로그램 참여까지 이어지지 않게 하는 병목요인을 단계별로 밝히고자 한다.

## 2. 이론적 배경과 연구문제

### 2.1 대학생 창업 활성화 방안에 대한 연구

안태욱과 강태원[7]은 지역 청년들이 느끼는 창업 장애요인을 연구한 결과, 비즈니스 모델, 경영관리, 창업자금, 창업제도개선, 창업 인식개선 순서로 어려움을 느끼는 것을 확인하였다[7]. 특히 지역 청년들은 무엇보다 창업 아이디어를 비즈니스 모델 사업화하는 과정에서 가장 큰 어려움을 느끼며, 세부요인으로 시장정보획득, 기술사업화, 사업 타당성, 기술개발, 판로개척 등의 창업 장애요인이 도출되었다[7].

KIET[8]는 근거이론에 기반해 청년창업기업들의 창업활동에 영향을 주는 청년 벤처 창업 활성화 방안을 연구하였는데, 40세 미만의 청년창업자를 대상으로 창업환경 및 창업에 따른 장애요인을 확인한 결과는 다음과 같다. 첫째, 창업 영향요인으로 자아실현(46.3%), 직장생활에서 더 많은 독립성과 자유(16.8%), 사회공헌(5.3%) 등과 같이 비경제적 요인들이 경제적 요인들(더 많은 수입 23.2%, 사장직함 1.1%)보다 높은 것으로 나타났다. 둘째, 창업 의사결정 영향 요인으로는 이전 직장 경험(77.9%), 가정교육(6.3%), 학교 교육(2.1%) 순으로 나타났다. 셋째, 최종 창업 결정 시의 경제적·비경제적 고려요인으로는 시장규모 및 성장성(66.3%), 소득증대 기회(21.1%), 내부여유 자금(가족 소득/자산, 2.1%) 순으로 나타났다. 넷째, 창업활동의 장애요인으로는 자금조달(64.3%), 인력확보(14.7%), 판로개척(8.4%), 기술수준 확보(6.3%), 창업 관련 규제(6.3%) 순으로 나타났다.

### 2.2 대학생 창업 활성화를 위한 창업 교육 및 지원프로그램

이재훈[2]은 대학 내에서 창업교육의 실시와 창업관련 프로그램들이 학생들 창업 의도나 관심에 어떤 영향을 주는지를 살펴보았다. 연구 표본은 전국 18개 창업선도대학의 재학생들을 대상으로 하였으며, 기초 분석과 교차분석을 통해 창업교육이나 창업관련 프로그램들이 학생들의 창업의도 및 창업에 대한 태도, 관심에 어떠한 영향을 주는지를 살펴보았다. 연구결과, 창업교육이나 창업프로그램에 많이 노출된 학생들일수록 창업의도나 관심이

높은 것을 확인하였는데, 이는 창업교육이나 창업프로그램이 대학생 창업 활동 및 창업 활성화에 중요한 요소임을 보여주는 것이다.

Leffel[3]은 대학내 창업을 활성화시키기 위한 모형을 개발하였는데, 이 모형에 따르면, 대학생들의 창업을 활성화하기 위해서는 먼저 창업의도를 향상시키는 것이 필요하다. 그리고 대학내 창업교육의 활성화, 실무교육과 경험, 창업특강실시, 개인적 특성, 상황적 요인 등이 창업의도에 영향을 주는 요인으로 나타났다. Leffel[3]은 대학생들 창업을 활성화시키기 위해서는 대학 내 창업교육, 창업이벤트, 창업활동 등이 필요하며, 이러한 요인들이 대학생들의 태도와 관심을 변화시켜 창업의도에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. 김흥[9] 역시 창업의도가 높아야 창업으로 이어질 가능성이 높음을 발견하였다. 창업의도는 창업에 대한 긍정적 태도이며[10-11] 창업의 가장 강한 예측변수라 할 수 있다[12].

기존 연구들에서는 창업의도에 영향을 주는 변수로서 창업 교육이나 지원 프로그램을 제시하였다[5-6]. Izedonmi과 Okafor[4]는 창업교육과 창업의도 간의 관계를 검증하였는데, 창업교육은 학생들의 창업의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. Kierulff[13]는 교육을 통해 창업에 대한 부정적 인식을 바꿀 수 있다고 하였으며, Diffley[14]도 창업에 대한 부정적인 인식을 바꾸는 중요한 요인으로 창업교육을 제안하였다. Garavan and Cinneide[15]는 창업 교육 참가가 창업에 긍정적 영향을 주며 창업 교육 및 프로그램에 참여한 학생이 차후에 창업을 할 가능성을 높게 한다고 하였다. 이처럼 창업 교육은 창업에 긍정적 영향을 주며, 대학의 창업프로그램들 역시 창업에 대한 태도나 행동에 유의한 영향을 줌을 확인하였다.

즉 대학생들의 창업을 활성화하기 위한 출발은 창업교육 및 프로그램에 대한 적극적 참여 유도라고 할 수 있을 것이다. 특히 지방대학의 경우 관련 교육을 받을 수 있는 여건이 수도권에 비해서는 부족하기 때문에 대학내 교육 및 지원프로그램을 통해 학생들을 지원하는 것은 매우 중요한 부분이다. 하지만 이 중요성에 비해 지방대학교에서 창업교육 및 지원 프로그램 참여를 활성화 방안과 관련된 연구는 거의 진행되지 않았다. 따라서 본 연구에서는 다음의 효과위계모형을 통해 학생들의 창업과 학교 창업 교육 및 지원 프로그램참여요인을 탐색하여 대학 내 창업 활성화에 대한 시사점을 제공하고자 한다.

### 2.3 효과위계모형과 연구문제

이 연구는 대학생들의 대학 내 창업 교육 및 지원 프로그램 참여를 활성화하여 창업에 대한 실질적인 성과를 얻기 위함이다. 이를 위해서는 학생들이 왜 참여하지 않는지를 밝힐 필요가 있는데, 이를 밝히기 위해 커뮤니케이션 효과위계모형을 참조하여 접근하였다. 커뮤니케이션 효과위계모형에 따르면 사람들은 단계를 거쳐 브랜드 구매에 이르게 되며 중간에 병목이 발생할 경우 브랜드 구매에 이르지 못하게 되므로, 병목을 발견하여 해결하는 전략으로 접근하는 것이 필요하다고 하고 있다. 커뮤니케이션 효과위계모형에는 '제품범주에 대한 욕구 – 브랜드 인지 – 브랜드 태도 – 브랜드 구매의도 - 구매'의 과정을 거치게 된다. 이 중에서 병목이 발생하는 부분에 대해 집중적으로 커뮤니케이션 전략을 펼쳐 병목을 뚫음으로써 브랜드 구매까지 이어지도록 만드는 것이다. 이는 창업교육 및 지원 프로그램 참여에 대한 이해를 이끌고 전략을 세우는 데 있어서도 도움을 줄 수 있다. 즉 '창업에 대한 욕구 – 창업 교육 및 프로그램에 대한 인지 - 창업 교육 및 프로그램에 대한 태도 - 창업 교육 및 프로그램에 대한 참여 의도 - 창업 교육 및 프로그램에 대한 참여'에 이르는 과정에서 어떤 부분에서 병목이 발생하냐에 따라 참여까지 이어지지 않을 수 있고, 그 부분을 찾아내어 개선하는 것이 필요할 것이다. 커뮤니케이션 효과위계모형에 근거한 구체적 단계는 다음과 같다.

우선 제품범주 욕구는 해당 분야의 기본적 수준의 욕구를 의미한다. 즉 창업 교육 및 지원프로그램에 대해 아는 것에 앞서 창업에 대한 기본적인 욕구가 존재해야 하는 것이다. 물론 다양한 커뮤니케이션 전략에 노출되면 범주에 대한 욕구가 없이도 개별 브랜드에 대한 인지는 발생할 수 있지만 거기에는 한계가 존재한다. 즉 창업에 대한 관심이나 욕구가 없다면 창업 관련 홍보가 전개되더라도 참여까지 이끄는 데는 한계가 있으니 이 부분을 확인하는 것이 필요할 것이다.

두 번째 창업 교육 및 지원 프로그램에 대한 인지도다. 우리 학교에서 진행하는 창업 교육과 프로그램에 대해 인지하는 것은 보통 학생들에게 관련 정보가 얼마나 노출되는 가와 주의를 끄는 것과 관련된다. 학생들이 창업 교육 및 지원 프로그램을 어느 정도 인지하고 있는지를 확인하고, 어떤 채널을 통해 정보를 접하는지. 그리고 정보가 어떤 방식으로 전달되어야 주의를 끄는지를 확인할 필요가

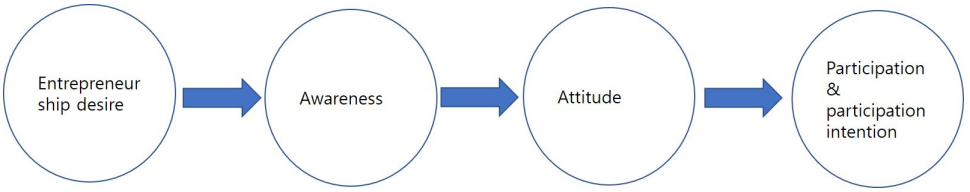


Fig. 1. Hierarchy of Effects

있다.

세 번째 창업 교육 및 지원 프로그램에 대한 태도를 볼 수 있는데, 여기에서 태도란 대상에 대한 긍정적 혹은 부정적 느낌이나 전반적 평가를 의미하는 데 이러한 태도는 선택이나 구매, 그리고 참여에 직접적 영향을 주게 된다. 따라서 학생들이 학교에서 실시하는 창업 교육 및 지원 프로그램에 대해 긍정적 생각을 가지는지 확인하는 것은 중요하며 어떤 요소들이 긍정적 평가에 영향을 주는지를 확인하는 것이 필요할 것이다.

네 번째, 창업 교육 및 지원 프로그램에 대한 참여에 대한 것이다. 원래 효과위계모형에서는 구매의도와 구매를 분리하였는데, 창업의 경우 실재 참여를 보여주는 것이 어려울 수 있기 때문에 의도와 참여를 같이 살펴보았다. 기존에 참여 장벽에 대한 연구를 참조하여 학생들이 참여하지 않는 이유에 대해 접근하고자 한다. 이와 같은 단계는 Fig. 1과 같으며, 단계별 어디에서 병목이 발생하고 있는지를 확인하고 해결방안을 모색할 필요가 있다.

학생들의 창업에 대한 의지에 영향을 주는 부분과 창업 과정에서 겪는 어려움과 어떤 부분을 개선해야 하는지 등은 단순한 인식조사만으로는 필요한 정보를 얻기가 어렵다. 창업 활성화를 위한 깊이 있는 정보를 얻기 위해서는 정성적 연구를 진행하여 관련 요인들을 탐색하는 것이 필요하다. 따라서 다음과 같은 연구문제를 제시한다.

연구문제: 효과위계모형(창업욕구 – 창업 교육 및 지원 프로그램 인지 – 태도 – 참여 & 참여의도)의 각각의 단계에 영향을 주는 요인들을 정성적 연구를 이용해 탐색하고자 한다.

## 3. 연구방법

본 연구는 다른사람의 의견을 경청하며 편안하고 자유스러운 분위기 속에서 자신의 의견을 솔직하게 얘기할수 있는 반구조화된 표적집단면접(semi-structured focus group interview)과 심층면접법을 진행하였다.

연구대상 선정은 표적집단 면접의 이론적 표본 추출을 사용하여 진행한다. 이 연구는 창업 욕구 단계부터 프로그램 참여까지 단계별 포함하므로 창업 관심 그룹뿐 아니라 각각의 구간에 의미 있는 정보를 줄 수 있는 다양한 그룹이 필요하다. 따라서 창업에 대한 관심과 프로그램 참여 정도에 따라 네 그룹을 정하고 정보제공자를 포함하였다. 1. 창업에 관심이 없는 집단 2. 창업에 관심은 있지만 창업 교육 및 지원 프로그램에는 참여하지 않는 집단 3. 창업 초심자 그룹(예비 창업 대학생과 현재 창업을 시작한지 1년 내의 창업자 그룹으로서 창업을 하게 만든 이유에 대한 질문과 현재 창업을 시작해서 어려움과 필요한 지원에 대한 질문) 4. 기창업자 그룹 (어느 정도 창업 안정기에 들어선 기창업자 그룹으로 대학에서 받았던 지원 중 도움이 되었던 지원이나 아쉬웠던 부분들에 대한 질문)을 대상으로 면접을 진행하였다. 정보제공자 특성은 Table 1과 같다.

Table 1. Information provider

| | Age (Gender) | Interest in entrepreneurship and experience participating in programs |
|---|---|---|
| Informant 1 | 21 (male) | Low interest in starting a business. No experience participating in school entrepreneurship programs |
| Informant 2 | 23 (female) | Currently preparing for employment and not considering starting a business |
| Informant 3 | 22 (female) | Interested in starting a business. No experience participating in entrepreneurship programs due to lack of time |
| Informant 4 | 25 (male) | Interested in starting a business. Participate in entrepreneurship programs when given the opportunity. |
| Informant 5 | 25 (male) | Selectively participate in school entrepreneurship education and support programs |
| Informant 6 | 23 (female) | Currently belonging to a school-supported start-up club and participating in many start-up education and support programs |
| Informant 7 | 26 (male) | Currently starting a business on campus and participating in most of the school's startup education and support programs. |
| Informant 8 | 28 (male) | Started the business 2 years ago, participated in most of the school's entrepreneurship education and support programs |

면접 과정은 1차로 표적집단면접을 실시하고, 1차에서 발견된 문제점과 추가 질문을 하기 위해 2차로 일대일 심층면접을 병행하여 진행하였다. 이러한 면접 과정이 끝난 후, 녹음하고 기술한 내용을 분석하는 과정을 진행하였다. 완전히 동일한 낱말스크립트는 연속비교기법(constant comparative technique)[16]을 사용해 주제별로 분석되었다. 이는 구별된 아이디어를 포함하는 각각의 '단위'로 각 인터뷰를 분류하는 것을 포함한다. 그다음에는 단위(unit)의 유사함과 차이에 따라 범주로 묶여 졌고, 각 범주는 단위를 통합적으로 설명하는 주제로 이름 붙여졌다.

## 4. 연구결과

Lincoln과 Guba[16]가 기술한 연속 비교법을 사용하여 자료 분석을 시도한 결과, 다수의 주제가 생성되었다. 학교 창업 프로그램 커뮤니케이션 아이디어를 도출하기 위해 커뮤니케이션 효과 모형에 근거하여 각 단계별 병목을 일으키는 요인을 찾는데 집중하였다. 심층면접 결과 다음과 같은 요인들이 발견되었다.

### 4.1 창업욕구와 관련된 요인

#### 4.1.1 학교의 창업 분위기

정보제공자들은 창업에 적극적인 학교 분위기가 창업이 활성화되는데 중요한 영향을 미친다고 하였다. 현재는 학교에서 그런 분위기가 전혀없는 것이 창업에 대한 생각이나 행동에 부정적 영향을 준다고 언급하고 있다.

- *창업에 대해 열정적인 분위기의 형성이 전혀없어요. 제가 1학년 때는 옆에 선배들이 하니까 호기심이 생기고 그랬었는데, 지금 후배들한테는 그런 분위기가 전혀 없는 듯요. 옆에 친구들이나 선배들이 무엇에 관심있는지가 중요한거 같아요. - - 우리학교는 캠퍼스가 너무 조용해요... 수도권에서는 학교내 창업 부스, 창업 동아리 등 뭔가 시끌벅적하고 하자하자 분위기가 있는데 우리 학교는 상대적으로 그런 분위기가 전혀 없는 것 같아요. 하자하면 뭔가 썰쭘한...그런 분위기에서는 적극 참여가 어렵죠..*

#### 4.1.2 창업과 창업자에 대한 사회적 인식

정보제공자들은 사회에서 창업자를 바라보는 시선과 창업에 대한 이미지가 창업에 대한 인식과 태도에 영향을 준다고 하였다.

- *tv에서 스타트업에 관한 드라마가 인기를 얻은 적이 있어요. 방송을 보고 창업하는 사람들이 젊고 패기있고 멋지다는 생각들이 생겼던 것 같아요. 그런 드라마 하나가 뜨고 나면 밖에 나가서 창업을 준비하고 있다고 하면 좀 시선이 달라요.. 그리고 창업하겠다고 하는 사람들도 좀 많아지는 것 같구요.*

#### 4.1.3 가족의 지원

창업에 관심을 가지고 있는 정보제공자들 중에서는 가족의 지지가 창업에 큰 도움이 된다는 의견이 있었고, 반대로 가족들이 사업을 너무 싫어해서 창업은 꿈도 안 꾼다는 의견이 있었다.

- *부모님이 창업에 대해 긍정적으로 생각하세요. 젊을 때 시도할 수 있는 일이니 마음껏 해보라고 하시죠. 창업에 대해 적극적으로 생각하게 된데는 가족의 지지가 큰 거 같아요 - - 어릴 때부터 사업은 안된다는 얘기를 듣고 살았어요. 창업은 안정적이지 않으니 제가 취업해서 안정적인 직업을 가지길 원하시죠. 가족들이 싫어하다보니 저도 지금까지 창업은 한번도 생각해보지 않은 듯요.*

#### 4.1.4 학교 입학 전부터 개인사업에 대한 꿈

학교의 지원과 상관없이 예전부터 꿈이라 창업을 하고 싶다는 의견이 있었고, 경영학과 입학이유도 창업에 대한 꿈을 이루기 위해서라는 의견이 있었다.

- *그냥 저는 개인 사업을 하고 싶다는 막연한 꿈이 있었어요. 경영학과를 지원한 것도 사업하고 싶다는 뜻이 컸구요. 아직 무슨 사업을 할지는 확실하지 않지만요- - 저는 돈 많이 벌고 싶다는 꿈이 있었어요. 고등학교 때부터 나중에 창업을 하고 싶다는 생각을 했어요.*

#### 4.1.5 주위 친구나 선배들로부터 동기부여

정보제공자들의 대부분은 선배들이나 친구가 해서 창업에 관심을 가지고 긍정적으로 생각하게 되었다는 언급을 하였다.

- *저는 친구가 창업에 관심이 있는데 재밌어보여서 따라 왔어요. 혼자 창업에 관심을 가지거나 관심이 있다해도 혼자 뭔가 해보기는 어려운 거 같아요.- - 제가 창업을 시작한 것은 그때는 주위에 하는 선배들이 제법 있었어요. 그러니까 자연스럽게 창업에 관심도 가지게 되고, 물어볼 선배가 있었으니 창업이 막연하지도 않았죠. 그런데 지금은 그런 선배들이 떠나고 후배들이 창업을 접*

*할 기회가 많이 줄어든 거 같아서 아쉬워요.*

4.1.6 강연 등을 통해 성공 창업자 사례를 보고 동기부여

- *창업 수업 때 CEO특강을 들었는데 많이 자극되었어요.- - 수업 때 학교 선배가 창업과정과 창업에 대한 어려움을 강의하는 시간이 있어서요. 어떤 창의수업보다 좀 구체적이고 좋았던 것 같아요. 나도 할 수 있겠구나 하는 자신감도 생겼구요.*

4.1.7 취업과 학업에 대한 방해

- *창업에 관심이 있긴 하지만 지금 당장은 부담스럽거든요.. 괜히 창업에 어중간하게 관심을 가졌다가 취업 못하게 될까봐 걱정되요.. 창업과 취업을 동시에 하면 한 마리 토끼도 제대로 못잡지 않을까요.- -창업을 준비하면 확실히 시간을 뺐기잖아요. 학업에 지장 받을까 걱정되죠.. 당장 학점도 따야 하는데 그런부분들이 염려되요.*

4.1.8 창업에 관심있는 사람들과의 소통

- *창업과 관련해 소통할 수 있는 장소가 있다고 할 수 없죠. 물론 동아리 활동을 통해서나 레스티오에서 만날려고 하면 만나지만.. 좀 편하게 접근가능하면서도 이 공간에 있는 사람들은 창업에 관심이 조금이라도 있는 사람들이구나 하는 공식적 장소가 있으면 좋겠어요. 도서관 2층 너무 잘 되어 있잖아요. 그런 공간이 있으면 좋겠어요. 창업 관심있는 학생들을 위해서 그런 공간이 갖춰진다면 학교에서 창업을 위해 노력하고 창업자를 대우하구나 하는 인식도 생길거 같아요.*

4.1.9 우연히 접했던 창업 관련 소규모 만남

- *링크 사업에서 주체한 창업특강이었는데 다과도 있고 창업 관련해서 가볍게 참여하는 자리였어요. 초청된 창업가의 이야기도 듣고 자유스럽게 질문도 하는 자리였어요. 다른 특강에 비해 딱딱하지도 않고 좋았던 것 같아요. 그 이후로는 그런 자리를 찾기 어려웠어요. 좀 편하게 창업을 접할 수 있는 소규모의 가벼운 자리들이 많았으면 좋겠어요.*

### 4.2 창업프로그램 인지와 관련된 요인

4.2.1 관심이 부족하고 귀찮아서 정보를 스킵 (노출의 빈도 부족)

- *학교에서 메시지가 오긴 하지만 매번 유심히 보지도 않고.. 나중에 봐야지 하다가 놓치는 경우가 많아요. 실제로 해보고 싶은 프로그램이었는데 놓치고 나중에 친구를 통해서 들은 때도 있어요 - 학교 연락이 오긴 하지만 계속 오지는 않으니까요.. 제대로 안보면 어느새 기한이 지나는 것 같아요.*

4.2.2 주위에 접할 수 있는 사람의 부족

- *보통 친구들이랑 얘기하다보면 이런저런 학교 정보도 접하게 될텐데 친구들이 전혀 관심이 없어요. 그러니 내가 놓치면 알 방법이 없죠.*

4.2.3 홍보물 디자인이나 가독성

- *눈에 진짜 잘 안들어올 경우가 많아요. 관심있는 학생이야 필요한 정보면 더 찾아보겠지만, 많은 학생들을 대상으로 하는 프로그램 같은 경우에는 시선을 끌어야 하잖아요. 그런데 문구가 너무 딱딱하거나 눈에 들어오는 디자인이 아니라 안보게 될 때가 많아요.*
- *보기에 뭔가 복잡해서요.. 특히 메시지는 핸드폰으로 보게 되는 데 앱으로 오는 메시지가 읽기 복잡해서 안봐져요.*

4.2.4 편의성 문제

- *학교에서 지나가다가 포스터를 보고 관심있는 프로그램이 있어서 참여하려고 한적 있어요. 그런데 생각보다 신청하려고 그 정보를 학교 홈페이지에서 찾는 과정이 귀찮았어요. 바로 찾아지지 않더라구요. 좀 귀찮았어요. 문자로 오면 링크가 있는데 포스터는 그런게 없잖아요. 자세한 정보나 신청 링크 연결할 수 있는 QR코드 같은것좀 포스터에 있으면 좋을 거 같아요.(현재는 모든 포스터에서 QR코드를 통해 안내)*

### 4.3 창업프로그램 태도와 관련된 요인

4.3.1 학교 프로그램의 진정성 (창업하는 학생들에 대한 대우의 진정성)

- *학교가 창업 장려한다고는 하지만 형식적으로 도움주는 척만 하는 것 같아요. 학교에서 창업 진행하다보면 조금 홀대 받는 느낌이 들어요.. 그리고 창업을 하라고 하지만 그냥 창업 공간만 내어주고 약간 방치되는 느낌을 받기도 해요. 이런 불만들이 있으니 후배들에게도 학교 지원에 대한 긍정적 이야기를 하기는 힘든 것 같아요.*

4.3.2 창업프로그램의 맞춤성과 실질적 쓸모

정보제공자들의 대다수가 맞춤화된 지원에 대해 얘기했다. 최소한 매뉴얼이라도 갖춰져서 본인이 창업하는 분야에서는 무엇을 해야 할지 막연하지 않게 다가갈 수 있으면 좋겠다는 의견을 표현했다. 또한 학과별 맞춤화 지원에 대해서도 언급하였다.

- *현재 있는 창업 특강이나 프로그램들은 일반적인 얘기를 하는 것 같아요. 하지만 실재해보면 내가 하고 있는 창업 아이템에 맞는 지원이 필요하거든요.. 어디에서 그런 도움을 구할지 어려워요- - 내가 필요한 분야에 딱 맞는 멘토링이 필요한데 그게 너무 어려워요. 사실 학교 제공 멘토링은 창업관련 책을 읽거나 창업관련 유튜브만 봐도 얻을 수 있는 정보들이라 아쉬워요.*

4.3.3 창업프로그램에 대한 주위 사람들의 평가

- *창업 프로그램에 대해 선배나 친구들이 좋다하면 나도 할 마음이 생기죠. 특히 해봤던 친구들이 좋게 얘기하면 나도 해볼까 하는 마음이 생기는 것 같아요.*

4.3.4 보상의 매력도

- *현실적으로 학교에서 많은 금액을 지원하는 것이 힘든 건 알죠.. 하지만 간단한 시제품 하나 만드는 데도 2백이 넘게 들어가니 학교에서 지원해주는 금액이 턱없이 부족한 것은 사실인듯요..- - 프로그램 참여가 막 쉽지는 않거든요. 시간도 뺏기고.. 하게 되면 포기해야할 것들도 생기구요.. 그에 비해서 프로그램을 통해 얻는 게 뭔가 생각해 보게 되죠.*

4.3.5 창업 프로그램의 중복으로 인한 필요성 저하

일부 정보제공자들은 창업 프로그램 내용이 중복되는 부분이 있어서 아쉽게 느껴진다고 하였다. 들었던 내용인 경우 흥미와 집중도가 떨어져서 안듣게 된다고 하였으며, 반대로 새로운 내용인 경우는 더 흥미로웠다고 하였다.

- *들어보면 창업 관련 수업에서 들었던 내용과 중복될 때가 많아요. 일단 창업을 하겠다고 마음먹고 난 후라면 좀 더 구체적인 얘기를 듣고 싶다는 건데.. 들었던 내용이라 대충 듣게 될 때가 많아요. - - 저는 특허관련 특강이 너무 좋았어요. 들어 본적없는 모르는 내용이었는데 들어보니 정말 중요한 내용이더라구요. 새로운 내용이고 나한테 필요하다 생각하니 집중해서 잘 듣게 됐어요. 그리고 실재 도움도 많이 되었던 것 같아요.*

4.3.6 신중하지 않는 창업 조언

- *창업관련 강의를 들었는데 강의 과정 중 사업자 등록을 해야하는 부분이 있었어요. 저도 그 수업에서 사업자 등록을 했는데 막상 하고 나니 정부에서 주는 예비 창업자 지원도 막히고 힘든 부분들이 있었던 것 같아요.. 물론 도움되는 부분도 있겠지만 여러 가능성에 대해서도 잘 알려주면 좋을 것 같아요. - - 학교 프로그램은 창업 왕초보 대학생들을 위한 첫 지원이라고 생각했을 때 학교에서 더 신중하게 정보를 걸러서 제공하는 것이 필요할 것 같아요.*

4.3.7 창업프로그램의 공정성

- *프로그램 대부분이 기 창업자들에게 유리한 부분이 많아요. 신규 창업지원 학생이 지원할 경우 지원대상이 안될 때가 많죠. 신규 창업자 입장에서는 상대적으로 불공정하다고 느껴져요.*

### 4.4 창업 교육 및 지원 프로그램 참여와 관련된 요인

학생들은 창업 교육 및 지원 프로그램에 대해 긍정적으로 생각할지라도 참여하는 것에는 여러 가지 어려움과 부담을 가지는 것으로 나타났다. 참여 장벽에 관한 연구를 참조하고 정보제공자들 의견을 중심으로 정리하였다.

4.4.1 시간과 장소의 접근성

정보제공자들은 창업 교육 및 지원 프로그램에 참여하는 데 있어서 시간적 부담과 장소이동에 대한 부담을 가지는 것으로 나타났다.

- *저는 통학을 하다 보니 참여하고 싶은 프로그램이 있어도 지원하기가 부담스러워요. 학교에 있을 때 여러 가지 일들을 끝내고 집에 가야 하는데 창업프로그램까지 할 시간이 없어요..- - 학교 있을 때 몇 개 해보긴 했는데 프로그램에 계속 참여하기에는 부담스럽죠.. 한번이야 시간내서 하지만 그것 때문에 학교를 와야 한다거나 하면 미리 시작할 생각을 안하게 되요.*

4.4.2 동료 접근성

또한 정보제공자들은 같이 할 동료가 없어서 혼자 참여하는 데 부담을 가지는 경우가 있는 것으로 나타났다.

- *참여하고 싶어도 같이 할 사람이 없어요. 제 주위에는 다 관심이 없거든요. 혼자 가서 하기에는 너무 뻘쭘해서 가기가 좀 꺼려져요.*

4.4.3 신체적/정신적 에너지

정보제공자들은 창업 프로그램 참여 시에 신체적으로 정신적으로 힘들다고 생각하면 참여를 꺼려하는 것으로 나타났다.

- *내가 저걸 할 수 있을까라는 생각이 들어요. 밤을 새서 준비해야 하는 경우도 많다고 하는데 그건 자신없거든요. 육제적 정신적으로 너무 힘들거 같아요. - - 할까 하다가도 막상 할 생각하면 솔직히 귀찮아요. 아이디어 내려고 하면 머리도 많이 써야 하고.. 시작도 전에 피곤하다는 생각부터 들어요.*

4.4.4 지식 기술 관련 어려움

정보제공자들은 어떤 프로그램에 참여할 때 본인의 지식이나 기술이 부족하다고 생각해서 부담을 느끼는 것으로 나타났다.

- *해보고 싶은 프로그램이 있어도 내가 저걸 듣는다고 알 수 있을까하는 생각도 들어요. 뭘 좀 알아야지 해볼만 할텐데 그쪽으로는 해본 적도 없고 너무 지식이 없으니까요.*

4.4.5 사회적 영향/ 심리적 거리낌

정보제공자들은 앞에 창업에 대한 인식이나 교육 및 프로그램에 대한 태도에서도 사회적 규범적 영향을 언급하였다. 이는 실질적 참여에도 영향을 주는 것으로 면접에서 발견되었다.

- *주위에서 창업 프로그램 참여하는 것을 시간낭비한다고 생각해요. 부모님도 지금은 그런거 보다는 취업에 집중하기를 원하시구요.. 그래서 좋게 생각하고 해보고 싶은 프로그램도 참여가 눈치보여요.*

## 5. 결론

정부가 실업을 해결하기 위해 청년들의 창업정책을 강하게 추진하고 있는데[17], 청년창업의 중심에 있는 것이 대학생 창업이라고 할 수 있다. 대학교마다 학생들의 창업을 격려하고 활성화하기 위한 고민이 많지만 실재로 대학마다 실시하는 창업 프로그램에 대한 참여율은 매우 저조하고 관련 연구도 부족한 실정이다. 본 연구는 지방대 학생들의 창업에 대한 생각과 창업 프로그램에 대한 인식을 질적연구를 통해 탐색함으로써 기존 연구의 한계점을 보완하고 이론적 시사점을 제공하고 있다. 본 연구의 연구 결과 요약과 구체적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 제품범주욕구에 해당하는 창업욕구와 관련된 요인에는 학교의 창업 분위기, 창업과 창업자에 대한 사회적 인식, 가족의 지원, 장래희망, 주위친구나 선배들로부터 동기부여, 성공창업자 사례로 인한 동기부여, 창업에 관심있는 사람들과의 소통, 창업관련 소규모 만남 등의 긍정적 요소와 취업과 학업에 방해가 된다는 인식인 부정적 요소로 나타났다. 긍정적 요소의 대부분은 준거적 영향이 크게 작용하고 있음을 알 수 있다. 이는 김나랑 외[17]에서도 타인의 지지 및 반대나 창업 환경의 불안정 등이 청년창업과 연관된다는 것과 일관되며, 창업에 대한 활성화에 있어서 주위 분위기기 얼마나 중요한지는 보여준다. 많은 사람들이 창업을 하고 있고 창업이 당연하다는 대학문화 전파와 또한 모임을 활성화해서 창업과 관련한 소통을 늘리는 것이 창업욕구를 높게 하는 것에 중요함을 알 수 있다.

둘째, 창업 교육 및 지원 프로그램 인지와 관련된 요인에는 관심이 부족하고 귀찮아서 정보를 스킵하거나 주위에 접할 수 있는 사람의 부족, 홍보물 디자인 가독성, 편의성 등을 포함한다. 인지 부분인 만큼 노출을 더 적극적으로 하고 눈에 띄게 하는 등의 기본적인 커뮤니케이션 전략이 필요하다.

셋째, 창업 교육 및 지원 프로그램 태도와 관련된 요인들은 보상과 실질적인 쓸모에 맞춰지는 경향이 있다. 특히 인상적인 부분은 학교가 창업자를 대하는 태도의 진정성과 공정성 등을 많이 언급했다는 것이다. 이는 어떤 프로그램을 운영하는가 뿐 아니라 그 과정에서 보여주는 세심함과 성의에 따라서도 달라질 수 있는 부분이기 때문에 이를 고려할 필요가 있다.

넷째, 창업 교육 및 지원 프로그램의 실질적 참여와 관련해서는 접근성적인 부분이 많은 부분을 차지하고 있다. 프로그램 역시 어떤 식으로든 직접 참여해야 하는 경험재라고 할 수 있으므로, 창업 교육 및 지원프로그램에 대한 참여에 대한 병목은 경험재가 가지는 참여 장벽[18]과 유사한 결과를 보인다. 최근에는 이를 해결하기 위해 비대면 형식을 사용하는데, 이처럼 학생들이 부담 없이 접근할 수 있도록 교육이나 프로그램 채널을 다양화할 필요가 있다.

한계점과 미래연구방향은 다음과 같다.

첫째, 학생들의 창업 및 창업 교육 및 지원 프로그램 인식에 대해 탐색하고자 정성적 연구를 진행하였지만 일반화를 위해서는 정량적 연구를 결합하여 통합연구를 진

행할 필요가 있다.

둘째, 이러한 요소들에 영향을 주는 선행변수들을 찾을 필요가 있다. 예를 들어 태도에 있어 학교의 진정성 등이 중요 영향으로 나타났는데 이러한 진정성에 영향을 주는 선행변수들을 찾아낸다면 개선에 더 큰 도움을 줄 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서 발견한 요인들의 상호 관련성에 대한 확인이 부족하다. 각각의 요인들의 유기적 관련성을 제시한다면 더 나은 이론적 실무적 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

## REFERENCES


[1] Bailetti, T. (2011). Fostering Student Entrepreneurship and University Spinoff Companies. *Technology Innovation Management Review.* October, Retrieved from http://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Bailetti_TIMReview_October2011_3.pdf

[2] J. H. Lee. (2013). A Study on the Ways to Vitalize Students' Entrepreneurship. *Asis-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship,* 8(2), 63-74.

[3] Leffel, H.(2008), Influencing Entrepreneurial Intent for New Technology Intrapreneurs and Entrepreneurs in a University Environment, *Proceedings of PICMET.* Cape Town.

[4] Izedonmi, P. F. & Okafor, C.(2010). The Effect of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intentions. *Global Journal of Management and Business Research,* 10(6), 49-60.

[5] Peterman, N. E. & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 28(2), 129-144.

[6] Soutaris, V., Zerbinati, S. & Al-Lahan, A.(2007). Do Entrepreneurship Programs Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing,* 22, 566-591.

[7] T. U.. Ahn & T. W. Kang.(2020). A Study on Difficulty Factors of Youth Startups for Activating Local Startups. *Asis-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship,* 15(2), 67-80.

[8] KIET (2011), *Youth Entrepreneurship Ecosystem and Policy*(Pub. No.Policy Resources 2011-159).

[9] H. Kim(2012), The Enterpreneurial Factors and Enterpreneurial Intention on Student, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship,* 7(1), 263-271

[10] Krueger, N. F.(1993), The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship: Theory and Practice,* 18(1), 5-21.

[11] Krueger, N. F. & O. V. Brazeal (1994), Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 91-104.

[12] Martens, M. L., J. E. Jennings, & P. D. Jennings(2007). Do the Stories They Tell Get Them the Money They Need? The Role of Entrepreneurial Narratives in Resource Acquisition. *Academy of Management Journal,* 50(5), 1107-1132.

[13] Kierulff, H. E.(2005), Entrepreneurship Education in Poland: Findings from the Field. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 15(1), 93-98.

[14] Diffley, J. H.(1982), A Study of Women Business Owners and the Importance of Selected Entrepreneurial Competencies Related to Educational Programs. *Doctoral Dissertation, University of Oklahoma.*

[15] Garavan, T. N. & B. O. Cinneide(1994). Entrepreneurship Education and Training Programmes: A review and evaluation - Part 1. *Journal of European Industrial Training,* 18(8), 3-12.

[16] Lincoin, Y. S. & Guba, E. G.(1985), *Naturakistic Inquiry*, Beverly Hills, CA; Sage Publications. Inc.

[17] N. R. Kim, S. G. Hong, & H. M. Lee.(2014), Revitalizing the Young Venture Entrepreneurship through Grounded Theory. *Asia-Pacifc Journal of Busines Venturing and Entrepreneurship*, 9(3), 33-45.

[18] Y. H. Jeong & J. H. Lee(2010), The Study on the Effects of Barriers in Experiential Consumption -Focusing on the Effects of Accessibility and Access Driver-. *The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology / The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 11(2), 375-406.

정 윤 희(Yun-Hee Jeong) [정회원]

- 2009년 2월: 부산대학교 경영학과 (경영학박사)
- 2012년 3월~현재 : 건국대학교 글로컬캠퍼스 경영학과

- 관심분야 : 소비자행동, 문화마케팅, 체험마케팅
- E-Mail : yunhee0222@kku.ac.kr