

대학 교육에서 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 대학생의 혁신행동에 미치는 영향*

김 윤 정**

김 지 연***

서울사이버대학교

건국대학교

본 연구는 대학생의 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 혁신행동에 미치는 영향을 실증적으로 규명하기 위해 수행되었다. 이를 위해 서울 및 충북 지역 4년제 대학교 재학생 115명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 수집된 자료는 SPSS Process Macro를 활용하여 매개효과 분석을 진행하였다. 연구 결과, 첫째, 기업가적 마인드셋은 기업가적 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 기업가적 역량은 혁신행동에 정(+)의 영향을 주었다. 셋째, 기업가적 마인드셋은 혁신행동에 직접적으로도 정(+)의 영향을 미쳤으며, 넷째, 기업가적 역량은 기업가적 마인드셋과 혁신행동 간의 관계를 매개하는 변수로 작용하였다. 즉, 기업가적 마인드셋은 혁신행동에 직접적인 영향을 줄 뿐만 아니라, 기업가적 역량을 통한 간접 경로를 통해서도 혁신행동을 촉진하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 대학의 기업가정신 교육이 학생들의 마인드셋을 자극하고, 이를 실질적 역량으로 발전시켜 혁신행동으로 연결하는 통합적 교육모델의 필요성을 시사한다. 특히 본 연구는 대학생 집단을 대상으로 기업가적 마인드셋, 기업가적 역량, 혁신행동 간의 인과적 구조를 실증적으로 검증하였다는 점에서 의의가 있으며, 향후 교육 현장에서 기업가정신 함양을 위한 구체적 실천 전략을 수립하는 데 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

주요어 : 기업가적 마인드셋, 기업가적 역량, 혁신행동, 대학 교육, 기업가정신

* 본 논문은 서울사이버대학교 연구과제로 수행되었음.

** 주저자: 김윤정/서울사이버대학교 자유전공 조교수/서울시 강북구 솔매로 49길
/Tel: 02-944-5765/E-mail: bimay@iscu.ac.kr

*** 교신저자: 김지연/건국대학교 창업교육센터 겸임교수/서울시 광진구 능동로 120
/E-mail: dr.jiyeonkim37@gmail.com

I. 서론

1. 연구의 필요성

21세기 지식기반 사회에서 대학 교육의 핵심 과제는 단순한 지식 전달을 넘어 학생 스스로 문제를 정의하고 해결하는 능력을 기르는 데 있다. 특히, 급변하는 기술혁신과 불확실성이 높은 노동시장은 창의성 및 도전 의식, 혁신적 행동을 요구하고 있다(Hamel, 2012). 이러한 맥락에서 기업가정신은 기업에만 국한되지 않고, 모든 전공과 학문 분야에서 대학생들이 갖추어야 할 필수 역량으로 인식되고 있다(Venasaar, 2022; Miço & Cungu, 2023; Markham, Shepherd, & Wolfe, 2024; Branca, 2025; Bacigalupo, Kampylis, Punie, & Van den Brande, 2025).

기업가정신을 보유한 사람들은 창의성과 혁신적 자세로 우리 사회의 문제점을 찾아 해결하는 존재이다. 이러한 이유로 기업가정신이 변화무쌍한 4차 산업혁명 시대에 필요한 역량으로 여겨지고 있다(배유나·박수홍, 2020). 기업가정신은 정치, 사회, 교육, 국방, 경제, 문화 등 다양한 영역에서 이뤄질 수 있는 혁신 역량이며, 다양한 영역에서 창조적으로 도전하는 사람들이 갖추고 있는 능력이라 할 수 있다(박수홍 등, 2022).

기업가정신은 슈페터(Schumpeter, J. A.)가 1912년 ‘경제발전의 이론(Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung)’에서 ‘혁신을 이루는 능동적 경제 주체’로 설정한 바 있다. 이후, 기회를 추구하고 포착하는 혁신적 사고방식이자 행동양식으로, 새로운 아이디어를 결합하고 실천하는 창조와 실천이 연결된 개념으로 알려져 왔다.

현재, ‘Entrepreneurship’이란 용어는 ‘기업가정신’, ‘창업가정신’, ‘앙트러프러너십’ 등으로 사용되며(이우진 외, 2018), 공통적으로 창조성, 혁신성, 도전적 태도 등을 포함하는 개념으로 알려져 있다.

기업가정신은 시대와 사회적 요구에 따라 지속적으로 재정의되고 있는데, 주로 앙트러프러너십 혹은 창조실천역량(박수홍, 2009) 등으로 언급된다. 지금은 경영학이나 창업학 영역에 국한되지 않고, 창의적 기회 포착과 혁신이라는 본질적 의미를 포괄하는 개념으로 확장되고 있다. 최근에는 대학 교육에서 융합적 사고를 촉진하고, 전공의 경계를 넘어 문제해결 능력과 혁신적 행동을 길러내는 교육적 도구로 적극 활용되고 있다.

Katz(2003)에 의하면, 앙트러프러너십 교육은 1947년에 미국 하버드대학교에서 처음 시작이 되었다. 그간 앙트러프러너십 교육은 창업교육과 창업활동의 상관관계를 실증적으로 연구하여 증명해 왔으나(Peterman & Kennedy, 2003; Souitaris et al, 2007), 점차 학생들의 창의성 및 혁신성 등 필수 역량 개발과 관련된 연구들이 진행되고 있다.

기업가정신의 본질은 새로운 가치를 발견하고 기회를 포착하여 새로운 산출물을 개발하고, 개발된 산출물을 통해 사회적 변혁을 이끌어낼 수 있는 역량이다. 이러한 역량은 비즈니스뿐만 아니라 사회, 경제, 문화, 예술, 교육 등 모든 범위에서 누구에게나 창조와 혁신이 발휘될 수 있도록 하는 공통 역량이며, 개인적 특성이기 때문에 교육과 훈련을 통해 개발이 가능하다(배유나, 박수홍, 2020).

전 세계적으로도 기업가정신의 중요성은 강조되고 있고, 체계적인 교육과정으로 개발되어 실천적 교육이 실행되고 있다(오해섭, 맹염임, 2014). 세계 경제포럼에서는 앙트러프러너십 교육을 의무화하도록 권고하였고, 미국, 유럽연합 회원국, 일본 등 선진국에서 초등교육부터 대학교육에 이르기까지 앙트러프러너십의 체계적 교육을 수행하고 있다(김진수 외, 2008). 미국에서는 유치원 때부터 게임기반 앙트러프러너십 개념을 습득하게 하는 환경을 조성하고 있고, 유럽연합에서는 오슬로 아젠다(2006)를 기반으로 의무교육을 권고하고 있으며, 유럽국가에서는 초등학교 때부터 앙트러프러너십 교육의 필요

성을 인정하고 권고한 바 있다(금기현, 2014; 오해섭, 맹영임, 2014; 문영진, 2019). 노르웨이(Johansen & Schanke, 2013)와 스웨덴(Fejes, Nylund & Wallin, 2019) 등은 경제 발전을 위한 아이디어 촉진과 사회문제 해결에 효과가 있는 앙트레프러너십 역량을 함양하기 위하여 교육과정을 강화하는 추세이다(Boysen, Jansen, & Knagec, 2020; Seikkula-Leino, 2011).

국내 대학에서도 산학협력 선도대학 육성사업(LINK, Leaders in INdustry-university Cooperation)을 통해 앙트레프러너십 교육을 활발하게 진행한 바 있으나 다른 선진국에 비해 창업 교육으로만 국한된 측면이 강하고, 여전히 실행 초보에 불과하며(오해섭, 맹영임, 2014; 문영진, 2019), 창업교육, 경영교육 및 경제교육, 진로교육의 차원에 머물고 있다는 평가가 강하다.

따라서, 기업가정신을 단순히 창업 기술 습득을 위한 교육적 수단으로 바라보는 것은 그 개념의 본질을 충분히 이해하지 못한 것이다. 기업가정신은 개인의 경제적 성취를 넘어서 사회적, 문화적 가치 창출과도 밀접히 연결되어 있으며 이러한 다층적 의미를 규명하기 위해 보다 정교한 학문적 분석 틀이 요구된다. 다시 말해, 기업가정신을 이해하기 위해서는 창업 활동에 필요한 기술적 역량이나 경영 지식뿐만 아니라, 개인의 심리적 특성, 사회적 맥락, 조직 내외 자원의 활용 과정, 그리고 혁신적 행동이 발현되는 동향까지 종합적으로 설명할 수 있는 이론적 접근이 필요한 것이다. 이러한 분석 틀을 통해서만 기업가정신이 지니는 본질적 의미와 작동 원리를 충분히 이해할 수 있으며, 나아가 교육 현장에서 기업가정신을 효과적으로 길러내는 구체적 방법론을 도출할 수 있을 것이다.

기업가정신의 이해를 위한 분석 기준으로 크게 두 가지를 제시할 수 있다. 사회심리적 접근방법과 행동 및 과정지향적 접근방법이다(신영식, 2016). 사회심리적 접근방법은 주로 개별 기업가의 특성에

초점을 두어 조직에 개인 목표가 투사되고, 목표를 달성할 때 자원의존성이 높다. McClelland(1961)의 연구가 이에 해당되는데, 그는 기업가의 중요한 특성으로 성취 욕구에 초점을 두고, 내부적 통제 위치, 위험감수 성향, 모험성, 개인적 가치관, 연령 등의 특성을 연구한 바 있다.

그러나, 기업가의 개인적 특성을 중심으로 한 사회심리적 접근방법에 대한 한계가 드러남에 따라 행동 및 과정 지향적 접근방법이 주목받게 되었다(Gray & Ariss, 1985). 이 접근방법은 기업가의 행동에 초점을 두어 기업가정신에 대한 설득력을 높여 하려는 접근이다(Gartner, 1994). 새로운 사업에 대한 기업가의 행동을 파악하여 기업가정신을 확실히 이해하려는 접근에 해당한다(Stewart & Carland, 1996).

이처럼 기업가정신을 이해하기 위한 다양한 관점과 분석 기준이 지속적으로 제시되었으나 여전히 각각의 관점이 지니는 한계로 인하여 기업가정신을 충분히 이해하는 데에는 한계가 있었다. 즉, 특정 관점에만 의존하는 것은 불충분하며, 개인의 내적 특성과 실제 행동 과정을 함께 고려하는 것이 요구되는 상황이다. 사회심리적 접근은 개인의 성향과 동기를 설명하는 데 유용하지만 실제 행동으로 이어지는 과정을 간과하기 쉽고, 행동 및 과정지향적 접근은 구체적 실행을 분석하는 데 강점이 있으나 그 배경이 되는 심리적 요인을 충분히 설명하지 못한다. 따라서, 두 관점을 상호 보완적으로 통합하는 틀을 마련한다면 기업가정신의 본질과 발현 과정을 더 폭넓고 정교하게 이해할 수 있을 것이다.

이러한 맥락에서 기업가정신 연구는 개인의 심리적 특성이나 행동 양상을 개별적으로 설명하는 데 그치지 않고, 기업가적 마인드셋과 같은 내적 태도와 기업가적 역량과 같은 실행에 필요한 능력이 어떻게 상호작용하여 혁신적 행동으로 이어지는지 그 과정을 분석하는 것이 필요하다.

기업가적 마인드셋과 기업가적 역량의 개별적 요

인이 실제 혁신 행동으로 구체화되고 발현되는지 탐구하는 것은 심리적 요인과 행동적 요인의 상호 작용을 통해 혁신적 성과를 창출하는지 규명하는 과정이다. 마인드셋은 기회를 인식하고 도전할 수 있는 동기적 기반을 제공하고, 역량은 이를 실질적으로 수행할 수 있는 구체적 수단을 마련한다. 이 두 요소가 결합되어 혁신행동이라는 가시적 결과가 나타나는지 확인하는 것은 기업가적 성과를 설명하는 데 보다 정교한 분석틀을 제공하고, 혁신 행동의 촉진 요인을 구체화하여 대학 교육에서 실제 변화를 이끌어 낼 수 있는지 교육적 가능성을 확인시켜 준다.

이러한 논의를 토대로, 본 연구는 기업가정신을 구성하는 요인들 가운데서 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 혁신행동에 영향을 미치는지 규명하고자 한다.

마인드셋은 불확실한 상황 속에서 기회를 인식하게 하고, 자율성과 주도성을 발휘하도록 하는 사고 방식으로, 혁신 행동의 출발점이자 역량이 발현될 수 있는 심리적 동기이기 때문에 기업가정신 연구와 교육적 실천에서 중요한 의미를 지닌다.

기업가적 역량은 기업가적 행동을 실제로 수행할 수 있는 기술적, 인지적, 사회적 능력을 포괄하며, 아이디어 발굴 능력, 기회 인식, 자원 관리, 네트워크 형성, 실행력 등이 포함된다(Mitchelmore & Rowley, 2010). 대학 교육에서 기업가적 역량은 프로젝트 기반 학습, 창업 교과, 비교과 활동 등을 통해 강화될 수 있으며, 이는 학생들의 혁신행동을 촉진하는 구체적인 매개체 역할을 한다.

결국, 대학생의 혁신행동은 새로운 아이디어를 탐색하고 이를 실천에 옮기는 과정에서 발현된다. 이는 개인의 창의성과 자율성뿐만 아니라 조직적, 사회적 맥락 속에서 구체적 성과로 나타난다. 따라서 대학 교육이 학생들의 기업가적 마인드셋과 역량을 어떻게 개발하느냐가 혁신행동 촉진의 핵심 변인으로 작용한다.

본 연구는 이러한 관점에서 대학생들의 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 혁신행동에 어떠한 영향을 미치는지 탐색하고, 대학 교육의 효과적 방향성을 제시하는 것을 목적으로 한다.

연구를 위하여 기업가정신에 대한 개념 탐색, 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량에 대한 고찰, 대학생의 혁신행동에 영향을 미치는 주요 요인들 간 인과 관계에 대한 실증 연구를 수행하였다.

연구의 주제인 혁신 행동을 위하여 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 어떻게 영향을 미치는지 살펴보기 위한 가설은 다음과 같다. 첫째, 대학생의 기업가적 마인드셋은 기업가적 역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 둘째, 대학생의 기업가적 역량은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 셋째, 대학생의 기업가적 마인드셋은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구를 위해 문헌 고찰을 통하여 각 요인을 탐색하고, 델파이 연구 및 설문을 통하여 실증 연구를 수행하였다. 이를 기반으로 대학 교육에서 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 대학생의 혁신 행동에 미치는 영향에 대한 인과관계를 규명하고 시사점을 제시하였다.

2. 이론적 배경

2.1 기업가정신(Entrepreneurship)의 개념

기업가정신은 불확실한 상황 속에서도 새로운 가치를 창출하기 위해 기회를 추구하는 태도 및 행동(Baron & Shane, 2005; Neck & Greene, 2011)으로 정의할 수 있다. 기업가정신(Entrepreneurship)은 전통적으로 경제적 기회를 탐색하고 이를 통해 수익을 창출하는 활동으로 간주되어 왔다(Shane & Venkataraman, 2000). 기업가정신의 개념을 정의한 Schumpeter(1934)는 기업가에 대하여 창조적 파괴(creative destruction)를 통해 기존의 질서를 혁신

적으로 재구성하는 주체로 정의하였다. 이와 유사하게 Drucker(1985)는 새로운 기회를 위해 도전하고 분별력 있는 의사결정 능력으로 기업가가 가지는 사고와 행동 방식 전체로 개념화하기도 하였다. 이후, Swedberg(2021) 등에 의해 기업가정신이 체계적으로 연구되고 구체화했는데, 기업가정신에 대한 공통적 정의는 단순한 창업 행위를 넘어서 새로운 기회를 인식하고, 자원을 효과적으로 활용하여 혁신적으로 사회적 가치를 창출하는 것이다(Fayolle & Gailly, 2015). 기업가정신에 대한 정의는 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 기업가정신의 개념 및 정의
(Casson & Casson, 2013 재구성)

연구자	개념 및 정의
Schumpeter & Nichol(1934)	새로운 조직이나 신제품, 새로운 자원이나 생산방법, 신제품 등을 활용하여 완전히 새로운 기업의 형태를 만드는 정신
Hornaday & Bunker(1970)	이전에 존재하지 않았던 영역에서 새로운 사업을 시작하여, 최소 5년 이상 8명 이상의 직원을 고용하여 사업을 영위하는 것
Hull, Bosley & Udell(1980)	예상되는 위험을 감수하면서 사업 실행을 위하여 회사를 세우고 관리하는 것
Mescon & Montanari(1981)	기업의 설립자가 사업을 하는 행위
Casson (1982, 1995)	희귀한 자원을 조합하는 의사결정 능력 및 판단 능력
Drucker(1985)	변화를 추구하고 기회를 포착하며 혁신적으로 자원을 활용하여 최종 결과물을 바꾸는 것
Hébert & Link(1989)	불확실함과 위험을 판단하고, 자원을 조달하며 혁신적 의사결정을 하는 리더이자 관리자, 주최자, 자본제공자, 계약자, 중재자, 자원분배자의 역할을 하는 것

연구자	개념 및 정의
Barringer(2008)	새로운 기회를 추구하는 것
Gartner(1990)	새로운 조직을 창조하는 행위
Bygrave & Hofer(1991)	기회를 인지하고 그 기회를 실현할 수 있는 조직을 만드는 것
Churchill(1992)	기회를 만들어서 혁신을 통해 가치를 창출하고, 인력과 자원을 연결하여 새로운 기회를 획득하는 것, 자원을 찾아서 새로운 기업을 만들거나 기존 기업 시스템을 변화시키는 것
Hart et al.(1995)	새로운 기회를 추구하는 것
Lumpkin & Dess(1996)	새로운 프로세스를 만들고 실행하여 새로운 활동 및 기업, 조직을 만드는 것
Ripsas(1998)	자원과 인력을 조화롭게 꾸려가면서 중재하는 것
Shane & Venkataraman (2000)	새로운 기회 및 가치를 위하여 새로운 사업영역을 추구하는 것
Allen et al. (2007)	이익만을 추구하지 않는 사회적 기업이나 대기기업의 기회 집중을 통한 혁신적이고 성장 지향적인 마음가짐
Thornton & Brown(2013)	시장변화를 감지하여 통합하는 위험을 기꺼이 감수하는 기업가가 시장요구에 맞게 형성되고 변화된 환경에 맞추어 제품 및 서비스를 판매하는 것, 낮은 수준의 경제적 자원도 더 높은 가치와 생산성으로 연결하며 모든 가용 수단을 통합하고 제품의 가치를 파악하는 것, 이로써 완전한 자본화로 재구성하여 인건비를 만들고 임금과 이자 비용 등 제한 비용의 가치를 끌어올리는 것
Knight(2015)	사업 성공을 위해 요구되는 비용과 위험을 모두 부담하면서 잔여 이익을 가져가는 정신

기업가정신의 개념에서 공통적으로 나타난 것은 혁신과 기회의 창출, 가치 창출과 부가가치, 위험감

수와 불확실성 관리, 자원의 결합과 기회 활용, 지속 성장과 성과 지향 등으로 볼 수 있다. 첫째, 기업가 정신은 혁신과 기회의 창출로 볼 수 있다. Schumpeter(1934)를 포함하여 기업가정신은 새로운 제품, 서비스, 기술, 아이디어를 통해 혁신을 만들어내는 활동을 강조하고 있다. Shane & Venkataraman(2000)도 새로운 기회 발견과 가치 창출을 핵심으로 제시하였고, Allen et al.(2007)도 혁신적 성과 지향을 포함하여, 기업가정신은 단순한 경영 행위가 아니라 새로운 것을 만들어내고 시장에 적용하는 혁신 활동으로 보았다.

둘째, 가치 창출과 부가가치의 관점이다. Hornaday & Bunker(1970), Drucker(1985), Casson(1982), Thornton & Brown(2010) 등은 모두 기업가정신에서 경제적, 사회적 가치 창출을 강조하여, 사업 유지 수준이 아닌 새로운 가치 창출을 통해 사회와 시장에 기여하는 것을 강조하였다. 즉, 기업가정신은 가치 창출의 과정이며, 이를 통해 사회적·경제적 성과를 만드는 것으로 보았다.

셋째, 위험 감수와 불확실성 관리에 대한 관점이다. Knight(2015), Hart et al.(2002), Bygrave & Hofer(1991) 등은 기업가정신이란 위험을 인식하고 리스크를 감수하며 기회를 활용하는 능력으로 정의하였다. 즉, 기업가정신은 불확실한 상황에서 도전하고 기회를 잡는 태도와 연결된다.

넷째, 자원의 결합과 기회의 활용에 대한 관점이다. Schumpeter(1934)는 생산요소의 새로운 결합을, Drucker(1985)와 Hebert & Link(1988)는 자원을 동원하여 기회를 구체화하는 과정으로 정의하였고, Lumpkin & Dess(1996) 역시 환경 속 자원과 기회를 활용하는 활동으로 정의하여, 기업가정신은 자원과 기회를 효과적으로 결합하는 활동으로 볼 수 있다.

마지막으로, 지속 성장과 성과 지향에 대한 관점이다. Barringer(2000), Churchill(1992), Ripatt(1980) 등은 기업 성장, 시장 확대, 장기적 성과 달성을 강조하여 단발적 시도가 아니라 지속 가능한 발전을

핵심으로 두었다. 즉, 기업가정신은 지속적인 성과 창출과 성장 추구 과정으로 본 것이다.

종합하면, 기업가정신은 불확실한 환경 속에서 기회를 포착하고 자원을 혁신적으로 결합하여 가치를 창출하고 지속적인 성장을 이루는 과정으로 정의할 수 있다.

이러한 특성으로 인하여 기업가정신은 더 이상 특정 직업군이나 산업 영역에 한정된 개념으로 인식되지 않는다. 최근에는 예술, 교육, 공공, 지역사회개발 등 다양한 분야에서, 변화에 대응하고 새로운 가치를 창출하기 위해 필수적인 핵심역량으로 강조되고 있다. 예술 분야에서는 예술가의 자기주도 성과 혁신적 표현을 기반으로 문화적, 경제적 가치를 창출하는 역량으로 강조되고 있다(Toscher, 2019). 교육 분야에서는 학습자의 자기주도성, 문제해결력, 협업 역량을 강화하는 동력으로 작용하며, 예술적 표현이 기업가적 스킬 발달에 긍정적 영향을 미친다는 실증적 연구가 진행된 바 있다(Galindo-Durán et al., 2025). 이 외에도 공공 및 지역사회 영역에서는 사회적 문제를 창의적으로 해결하고 공동체의 지속가능성을 높이는 과정에서 기업가정신이 중요한 역할을 담당하기도 한다.

이러한 사회적 요구를 반영하여 기업가정신 교육은 단순한 창업교육을 넘어 핵심역량 기반 교육으로 전환되고 있으며, 그 교육적 설계와 운영은 점차 체계화되고 있다. 예를 들어, 줄리어드 음대의 ‘예술을 위한 기업가정신(Entrepreneurship in the Arts)’ 수업은 예술가가 자신의 예술적 경력을 장기적으로 지속할 수 있도록 예산 관리, 디자인 사고, 회계 등의 실무적 역량 배양을 목표로 운영되고 있어, 예술 교육 내 기업가정신 교육의 실제적 모델을 제시하기도 한다(Financial Times, 2025).

이러한 변화는 기업가정신을 창업 중심이 아닌 사회혁신적 행동을 이끄는 보편적 능력으로 재개념화하는 흐름에 기인한 것으로 볼 수 있다(Neck et al., 2014; 박수홍 외, 2019).

기업가정신은 혁신, 가치 창출, 위험 감수, 자원 결합, 그리고 지속 성장의 특성을 포괄하는 개념으로 정의할 수 있다. 이러한 특성은 기업 활동뿐 아니라 개인의 삶과 사회 전반에 걸쳐 중요한 역량으로 기능하며, 현대 사회에서 필수적으로 요구되는 보편적 핵심역량으로 확장됨에 따라 최근 연구들은 기업가정신을 단순히 창업과 경영의 차원에서 이해하는 것을 넘어, 개인의 창의성, 문제해결력, 협업 능력, 사회적 가치 창출 역량을 길러내는 교육적 관점에서 접근하고 있다. 즉, 기업가정신은 기업가만의 전유물이 아니라 모든 학습자와 시민이 갖추어야 할 핵심능력으로 간주되며, 이를 체계적으로 함양하기 위한 기업가정신 교육의 필요성이 강조되고 있다.

기업가정신 교육은 불확실하고 복잡한 삶 속에서 기업가정신을 실천하도록 지원하는 과정으로 볼 수 있다(Gibb, 2008). 따라서 기업가정신 교육을 통해 학생들은 불확실한 상황 속에서 위험을 감수하며, 행동하는 방법을 체화하고 의사결정능력을 향상할 수 있다(김준태, 2014). 학교 교육에서 역량기반 교육과정이 강조되기 시작한 것은 OECD DeSeCo 프로젝트(1997-2003)를 계기로 핵심 역량에 관한 관심이 증가하였고, 이를 정교화하기 위해 진행한 OECD Education 2030 프로젝트에서는 변혁적 역량을 강조하고 있다(이상은, 2019).

OECD에서 제시한 변혁적 역량은 ‘새로운 가치 창출’, ‘책임의식’, ‘갈등과 딜레마 조정’을 포함한다(OECD, 2019). 이 중에서 ‘새로운 가치 창출’은 창의적 사고와 새로운 것을 개발할 수 있는 능력을 의미하며, 여기서 이야기하는 새로운 것에는 상품과 서비스, 직업, 프로세스, 방법, 기업, 비즈니스 모델, 사회 모델 등을 포함한다(OECD, 2018). 이와 같은 ‘새로운 가치 창출’은 기업가정신의 기본 특성으로 볼 수 있으며, 기업가정신 또한 새로운 조합, 새로운 생산 방법, 새로운 벤처, 새로운 산업, 새로운 시장 및 새로운 부의 창출로 이어지는 활동 등 다양

한 영역을 포괄하고 있다(Brush et al., 2003).

학생들은 새로운 가치 창출을 실천하기 위해서 혁신가의 행동 특성(Dyer et al., 2008)인 질문, 관찰, 실험, 네트워킹과 연결사고를 기업가정신 교육에 적용할 수 있으며, 이와 같이 기업가적 사고와 행동방식을 프로젝트 기반의 실습을 통해 직접 실천하면서 변혁적 역량의 향상을 기대해 볼 수 있다.

2.2 기업가적 마인드셋(Entrepreneurial Mindset)

기업가적 마인드셋은 기업가정신 연구에서 핵심 개념으로 자리 잡아 왔다. 초기의 기업가정신 연구가 주로 창업자의 개인적 성격 특성에 초점을 두었다면, 최근의 논의는 인지적, 심리적 차원이나 행동적 차원에서 기회를 인식하고, 불확실성을 관리하여 가치를 창출하는 사고방식과 역량으로 확장되고 있다. 즉, 불확실한 상황 속에서 도전적으로 자원을 재조합하여 혁신을 실현하는 일련의 심리적이고 인지적인 태도를 포괄하는 것으로 인식되고 있다(McGrath & MacMillan, 2000; Naumann, 2017). 이는 개인의 경험과 사회적 상호작용, 교육환경 등에 따라 개발될 수 있는 역동적인 특성으로 정의된다(Mathisen & Arnulf, 2013).

Naumann(2017)은 기업가적 마인드셋이 기회 인식의 차이를 낳는 주요 요인이며, 이는 곧 개인의 혁신적 행동으로 이어진다고 주장하였다. 특히, 위험 감수, 자기 효능감, 창의성, 회복탄력성, 내적 통제소재 등은 기업가적 마인드셋을 구성하는 핵심 요인 등이 강조되고 있다(Rae, 2006; Fayolle et al., 2006).

기업가적 마인드셋에 관한 논의는 고전적인 성향 이론에서 출발한다. McClelland(1961)은 개인의 성취동기가 기업가적 행동을 설명하는 핵심 심리적 요인임을 제시한 바 있다. 이후 연구들은 기업가의 특성을 위험감수성, 혁신성, 자율성, 진취성 등으로 확장하여 개인의 성격적 기질이 기업가적 행동으로

연결될 수 있음을 보여주었다. Rauch와 Frese(2007)는 기업가의 성격 특성과 사업 성공 간의 상관관계에 대하여 메타분석을 통해 입증하며, 개인적 특성이 여전히 기업가정신 이해의 중요한 출발점임을 확인하였다.

기업가적 마인드셋은 단순히 성격 특성을 넘어, 인지적 관점(cognitive perspective)에서 새롭게 조명되었다. McGrath와 MacMillan(2000)은 불확실성과 변화가 상시로 존재하는 환경 속에서 기업가가 지속적으로 기회를 창출할 수 있는 전략적 사고방식으로 기업가적 마인드셋을 강조하였다. 이는 개인의 심리적 기질뿐만 아니라 기회를 인식하고 자원을 조직화하는 능동적 사고와 행동 지향성을 포함한다.

Krueger(2007)는 기업가적 마인드셋을 기회를 인식하고 의미를 부여하는 인지적 스키마(cognitive schema)로 설명하며, 이는 경험과 학습을 통해 발전시킬 수 있다고 하였다. 즉, 기업가적 마인드셋은 타고난 성격적 특성만이 아니라, 교육과 훈련을 통해 강화될 수 있는 학습 가능한 역량인 것이다. 이러한 접근은 기업가적 마인드셋을 교육의 핵심 학습 목표로 설정할 수 있는 근거를 제공한다.

기업가적 마인드셋은 오늘날 대학 교육과 직업 교육의 핵심역량으로 자리매김 하고 있다. Gibb(2002)는 기업가적 학습 패러다임을 제시하면서, 기업가적 마인드셋을 창의적 문제 해결, 자기주도 학습, 불확실성에 대한 긍정적 대응의 기반으로 보았다. 이는 전통적 창업 교육을 넘어, 성인 학습자와 대학생들에게 불확실성을 기회로 전환하는 능력을 길러주는 교육적 프레임워크로 발전하였다.

한편 Fayolle와 Gailly(2015)는 기업가정신 교육이 학습자의 태도와 의도에 장기적으로 영향을 미친다는 실증 연구를 통해, 기업가적 마인드셋이 교육을 통해 변화할 수 있음을 보여주었다. 이는 교육적 개입이 단기적 지식 습득을 넘어, 학습자의 행동과 경력 선택에 지속적으로 작용할 수 있다는 점을

시사한다.

또한, 유럽연합(European Commission, 2016)이 제시한 EntreComp(Entrepreneurship Competence Framework)는 기업가적 마인드셋을 창의성, 기회 인식, 자원 활용, 행동 지향성 등 15개 역량으로 세분화하여 교육과정 전반에 통합하고 있다. 이는 기업가적 마인드셋이 단순한 개인 특성의 차원을 넘어, 국가 및 국제 교육 정책 차원에서 핵심역량으로 제도화되고 있음을 보여준다.

결국, 기업가적 마인드셋은 성향적 차원에서 출발하였으나, 인지적, 행동적 관점을 통해 확장되었으며 오늘날에는 교육적 맥락 속에서 핵심역량 기반 학습의 목표로 자리매김하고 있다. 이는 기업가정신을 개인의 혁신적 행동과 조직 및 사회의 변화를 이끌어내는 보편적 역량으로 재정의할 수 있는 가능성을 제시한다. 따라서 대학 교육 및 평생교육 맥락에서 기업가적 마인드셋을 함양하는 것은 미래 사회가 요구하는 창의적 문제해결력과 지속가능한 혁신을 가능하게 하는 중요한 교육적 과제라고 할 수 있다.

2.3 기업가적 역량(Entrepreneurial Competency)

기업가적 역량은 기업가정신을 실질적 행동으로 전환할 수 있는 지식, 기술, 태도의 결합체로 볼 수 있다. 이는 기획력, 문제해결력, 의사결정력, 리더십, 자원관리 등과 같은 실행 중심의 행동역량을 포함하며, 다양한 경험과 교육 및 훈련을 통해 개발 가능한 것으로 알려져 있다(Mitra, 2002; 정은주·이용진, 2019).

Bird(1995)는 기업가적 역량을 기업가적 역할 수행을 가능하게 하는 특성과 능력으로 설명하였고, Chandler와 Jansen(1992)은 창업자의 자기평가적 역량과 벤처 성과 간의 관계를 실증적으로 제시하면서, 기업가적 역량이 기업가 성과에 결정적 영향을 미침을 확인하였다. Gibb(2005)는 기업가적 역량

을 상황 변화에 대한 대응력과 기회를 포착하여 실행할 수 있는 능력으로 설명하면서, 이러한 역량은 단순히 창업 기술이 아니라 미래 사회를 살아가기 위한 생존 역량이라고 보았다. 이는 대학생들이 사회에 진출하기 위해 갖추어야 할 필수 역량이며, 불확실성이 큰 현대 사회에서 대학 교육을 통해 함양되어야 할 핵심 요소로 주목받고 있다.

Man, Lau, and Chan(2002)은 기업가적 역량을 여섯 가지 범주로 구분하였는데, 기회 역량, 관계 역량, 개념 역량, 조직 역량, 전략 역량, 혁신 역량이 포함된다. 연구자들은 이러한 역량이 기업가적 성과에 유의미한 영향을 미친다고 밝혔다.

Mitchelmore와 Rowley(2010)는 선행 연구들을 종합하여 기업가적 역량을 크게 네 가지로 정리하였다. 기업가의 개인 역량, 관계 및 네트워크 역량, 조직 및 경영 역량, 기회 인식 및 기술 역량 등이며, 기업가적 역량이 창업 초기 단계뿐만 아니라 성장과 지속 가능성 확보 과정에서도 중요함을 보여주었다.

기업가적 역량은 타고난 성격적 요인보다 교육과 훈련을 통해 개발 가능한 능력이라는 점에서 교육적 함의가 크다. Rasmussen, Mosey, and Wright(2011)는 대학 스핀오프 기업의 장기적 사례연구를 통해, 기업가적 역량이 학습 경험을 통해 점진적으로 진화하며 기업 성과에 기여함을 확인하였다. 이러한 결과는 대학과 평생교육기관이 학습자에게 기회 탐색, 자원 관리, 혁신적 문제 해결 능력을 기를 수 있는 교육을 제공해야 함을 시사한다.

기업가적 역량은 기업가적 마인드셋을 행동으로 구체화하는 실천적 동력으로, 문제 해결, 기회 인식, 자원 활용, 관계 형성 등의 기술을 포함한다. 이는 단순히 창업 기술을 넘어, 변화와 불확실성이 큰 현대 사회에서 개인의 혁신적 행동과 지속 가능한 성장을 이끌어내는 핵심 역량의 기능을 수행한다고 볼 수 있다.

2.4 혁신행동(Innovative Behavior)

기업가정신을 통해 발휘되는 혁신행동은 새로운 아이디어의 생성, 실현 가능성 판단, 실행 과정 등이 포함된 연속적 행동이라 할 수 있다(Scott & Bruce, 1994). Janssen(2000)은 혁신행동을 ‘기존 방식의 개선 또는 완전히 새로운 방식의 도입을 위한 주도적 시도’라고 정의하며, 이는 단순한 아이디어 제안에서 나아가 실질적 변화로 이어지는 행동을 포함한다.

혁신행동은 개인이 조직 내에서 새로운 아이디어를 생성하고, 이를 실질적으로 실행 및 적용하는 모든 활동을 포괄한다(Janssen, 2000). 즉, 단순한 창의적 사고에 머무르지 않고, 아이디어 제안, 실행 계획 수립, 실제 도입 및 확산의 연속적 과정을 의미한다. Scott과 Bruce(1994)는 혁신행동을 창의적 아이디어를 산출하고 이를 개발하며, 조직 내에서 실행하는 다단계적 과정으로 규정하였다.

혁신행동은 보통 세 단계로 설명된다. 첫째, 아이디어 생성(idea generation)은 기존의 문제 상황을 새로운 시각에서 바라보고 참신한 해결책을 도출하는 단계이다. 둘째, 아이디어 보급(idea promotion)은 아이디어를 조직 내 타인에게 전달하고 지지를 확보하는 과정이다. 셋째, 아이디어 실행(idea realization)은 자원을 동원하여 아이디어를 실제 업무나 조직 운영에 반영하는 단계이다(Janssen, 2000). 이러한 접근은 혁신행동을 단순 창의성과 구별되는 개념으로 자리매김하게 한다.

혁신행동은 개인적 요인과 조직적 요인의 상호작용으로 설명된다. 개인적 차원에서는 내적 동기, 자기효능감, 기업가적 마인드셋과 역량 등이 혁신행동의 주요 예측 변수로 제시된다(Amabile, 1996; Yuan & Woodman, 2010). 조직 차원에서는 리더십, 상사의 지원, 조직문화, 보상체계 등이 혁신행동을 촉진하거나 억제하는 요인으로 작용한다(Scott & Bruce, 1994; Yuan & Woodman, 2010).

특히, 기업가적 마인드셋은 개인의 내재적 동기를 자극하여 혁신행동으로 이어지는 경향이 있으며, 이 관계는 기업가적 역량에 의해 매개되거나 강화될 수 있다(Pittaway & Cope, 2007). 대학생의 경우, 기업가적 마인드셋과 역량이 동시에 작동할 때 자율적 문제 해결, 창의적 도전, 사회적 가치 창출 등의 행동으로 구체화 될 가능성이 높다.

혁신행동은 불확실성과 변화가 일상화된 현대 사회에서 개인과 조직의 지속가능성을 확보하는 핵심적 행동 중 하나이다. 급속한 기술 발전, 글로벌 경쟁, 사회적, 경제적 변동성이 심화되는 상황에서 혁신행동은 단순한 아이디어 제안이나 창의적 사고에 머무르지 않고, 이를 실질적인 실행과 성과로 연결하는 과정을 포함한다(Scott & Bruce, 1994; Janssen, 2000). 따라서, 개인이 혁신행동을 발휘하는 것은 조직의 경쟁우위뿐 아니라, 개인의 직무 적응과 경력 개발에도 직결되는 중요한 요인이다.

특히, 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량은 혁신행동의 중요한 선행 요인으로 작용한다. 기업가적 마인드셋이 기회 인식과 불확실성 수용이라는 인지적 틀을 제공한다면, 기업가적 역량은 이를 실행 가능한 기술과 능력으로 전환하는 실천적 토대가 된다. 즉, 마인드셋과 역량이 결합되어야만 아이디어가 실제 행동으로 이어지고, 이러한 행동이 혁신적 성과로 연결될 수 있다(Yuan & Woodman, 2010). 따라서 이 두 요인이 혁신행동으로 발현되는 과정을 이해하는 것은 학문적으로나 실천적으로 큰 의미를 지니며, 대학생들의 핵심역량 개발과도 긴밀히 연결된다.

이와 관련하여, 고등교육의 핵심적 미션 중 하나는 학습자가 급변하는 환경 속에서 주체적으로 대응할 수 있는 창의적 문제 해결력, 협업 역량, 실행력을 체계적으로 함양하도록 교육을 설계하는 것이다(Amabile, 1996; Gibb, 2002). 단순한 지식 전달을 넘어, 프로젝트 기반 학습, 디자인씽킹, 팀 기반 문제해결과 같은 학습 방법을 도입하여, 학생들이 실

제 상황에서 혁신행동을 경험하고 이를 실천적 능력으로 내재화할 수 있도록 해야 한다. 이는 궁극적으로 대학이 사회적 요구에 부응하는 핵심역량 교육기관으로 자리매김하는 데 필수적이다.

2.5 대학 교육에서의 함의

고등교육 기관은 지식 전달의 장을 넘어, 학습자로 하여금 미래 사회가 요구하는 핵심역량을 함양할 수 있도록 돕는 사회적 역할을 수행해야 한다. 대학의 핵심 기능 중 하나는 변화와 불확실성이 심화된 환경 속에서 학생들이 스스로 기회를 탐색하고 사회적 가치를 창출할 수 있는 학습 생태계를 조성하는 것이다(김윤정, 김현진, 2024).

Gibb(2002)는 대학이 학습자들에게 불확실성과 모호성을 긍정적으로 수용하고 이를 기회로 전환하는 기업가적 학습 환경을 제공해야 한다고 강조하였다. 즉, 대학은 학생들이 지식의 수동적 수용자가 아니라 새로운 지식과 가치를 창출하는 주체로 성장하도록 지원해야 한다. 이러한 맥락에서 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량은 고등교육이 육성해야 할 핵심 요소로 자리 잡고 있다.

Fayolle과 Gailly(2015)는 기업가정신 교육이 학습자의 태도와 의도에 장기적이고 지속적인 영향을 미친다고 실증적으로 보여주었으며, 이는 교육적 개입이 단기적 지식 습득에 그치지 않고 학습자의 행동과 경력 선택에 영향을 준다는 점을 시사한다. 또한 Fayolle과 Redford(2014)는 기업가정신 교육이 전공과 무관하게 모든 학생에게 요구되는 보편적 역량임을 강조하며, 대학이 이를 통해 혁신적 사고와 행동을 촉진하고 사회적 발전에 기여할 수 있음을 제시하였다.

구체적인 교수-학습 방법에서도 문제중심학습(Problem-Based Learning), 프로젝트기반학습(Project-Based Learning), 디자인씽킹(Design Thinking) 등의 접근이 기업가적 역량과 혁신행동

을 효과적으로 촉진한다고 보고된다(Rasmussen, Mosey, & Wright, 2011). 학습자의 경험을 기반으로 한 교수-학습 모형은 학생들이 실제적인 문제를 해결하면서 협업, 자원 활용, 실행력을 체득하도록 돕기 때문이다.

따라서, 대학 교육은 단순히 직업적 기술 습득을 넘어서, 창의성, 협업, 실행력을 함양하는 교육을 제공해야 한다. 이는 학생 개인의 성장뿐 아니라 사회 전반의 혁신 역량 강화를 위한 핵심 전략이며, 고등 교육의 사회적 책무와도 밀접히 연결된다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 대학생의 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 혁신행동에 미치는 영향을 실증적으로 검증하고자 하였으며 구체적인 연구대상은 다음과 같다.

서울 및 충북 지역 4년제 대학교 재학생 총 115명을 대상으로 자료를 수집하였고, 연구대상의 인구통계학적 특성을 파악해 보면, 여성이 69명(60%), 남성이 46명(40%)으로 나타났다. 연령대는 20대가 115명(100%)이며 전공계열로는 공학계열 43명(37.4%)으로 가장 많았고, 이어 경영학계열 26명(22.6%), 사회과학계열 20명(17.4%)으로 나타났다. 학년 분포는 1학년 26명(22.6%), 2학년 18명(15.7%), 3학년 24명(20.9%), 4학년 47명(40.9%)으로 4학년의 비중이 가장 높았다. 지역별로는 서울지역이 109명(94.8%)으로 다수를 차지하였다.

<표 2> 인구통계학적 특성

변인	분류	사례수	비율(%)
성별	여성	69	60.0
	남성	46	40.0
나이	20대	115	100.0

변인	분류	사례수	비율(%)
전공계열	공학계열	43	37.4
	이학계열	7	6.1
	경영학계열	26	22.6
	사회과학계열	20	17.4
	어문학계열	7	6.1
	예술계열	8	7.0
	기타	4	3.5
학년	1학년	26	22.6
	2학년	18	15.7
	3학년	24	20.9
	4학년	47	40.9
지역	서울	109	94.8
	충북	6	5.2
과거 창업 수업 참여 여부	있다	91	79.1
	없다	24	20.9

또한 설문에 참여한 대학생 91명(79%)가 과거 창업수업 참여 경험이 있으며, 24명(83.5%)의 응답자가 향후 창업수업 참여에 대한 관심을 보였다.

2. 측정도구

본 연구에서 사용된 진단도구는 기업가적 마인드셋, 기업가적 역량, 및 혁신행동 관련 선행 문헌 고찰을 통하여 여러 연구자들이 제시한 변수 관련 측정 질문들을 기반으로 측정 도구 타당화 과정을 진행하였다. 측정도구는 Timmons et al.(1977), 정은주 & 이용진(2019), Scott & Bruce(1994), Janssen(2000) 등 선행연구를 기반으로 Delphi 분석을 거쳐 최종 24개 항목이 선정되어 활용되었다. 이를 구체적으로 살펴보면, 본 연구에 적용 가능한 측정 도구를 규명하고자 국내 대학교 교육 및 운영 상황을 반영하고 기존 측정 질문 항목 중 모호하거나 중복된 개념을 선별하고 조정하여 총 27가지 측정 질문을 우선 선별하였다. 즉, 기업가적 마인드셋 측정

문항으로 Timmons et al.(1977)이 제시한 개인적인 특성 14문항, 업무역량 8문항 등 총 22개 문항 중 13개 문항을, 기업가적 역량 문항으로 정은주와 이용진(2019)이 제시한 총 15개 문항 중 8개 문항을, 그리고 혁신행동 측정 문항으로 Scott & Bruce (1994)가 제시한 6개 문항 및 Janssen(2000)이 제시한 9개 문항, 총 15개 문항 중 6개 문항을 선정하는 등 총 27개의 설문 문항을 선정하였다.

이후 총 32명의 4년제 대학교 재학생을 대상으로 2021년 12월 31일부터 2022년 1월 16일까지 1차 설문 진행 후 본 설문지의 적합성과 타당성을 규명하기 위하여 총 19명의 학계 및 산업계 전문가 집단의 Delphi 분석을 진행하여 최종 24개의 측정 항목

설정 후 실증 연구에 활용하였다. 본 전문가 Delphi 분석 진행을 위하여 모두 석사 이상의 학력을 보유하거나 10년 이상의 경력을 갖고 있는 학계 및 산업계 전문가 총 19명을 대상으로 2022년 3월 14일부터 3월 31일까지 실시하였다. 즉, 27개 측정 질문에 대한 중요도를 선정하는 방식으로 진행하여 기업가적 마인드셋에서 우선 선정된 13개 요인 중 2개가 제외된 최종 11개를, 기업가적 역량 영역에서는 기존 8개 요인 중 1개를 제외하고 총 7개 요인, 그리고 혁신행동에서는 우선 선정된 6개 모두 변동 없이 그대로 적용되어 최종 24개 측정 항목이 선정되어 활용되었다. 본 연구에 선정한 총 24개의 측정 항목은 <표 3>과 같다.

<표 3> 연구 변수 측정 항목과 정의

변수	연구자	개념 및 정의
기업가적 마인드셋	Timmons et al. (1977)	1. 나는 불확실한 상황에서 기회를 탐색하기 위한 열정과 에너지가 있다.
		2. 나는 불확실한 상황에서 모험심을 가지고 위험을 감수한다.
		3. 나는 최상의 기회를 발굴하기 위해 피드백을 구하고 적용한다.
		4. 나는 독립심과 책임감, 개척정신 등 자기주도성이 있다.
		5. 나는 창의성과 혁신성이 있다.
		6. 나는 팀 구성 역량이 있다.
		7. 나는 목표 달성을 위한 열정과 에너지가 있다.
		8. 나는 필요한 인적자원을 활용하기 위해 상대방을 고무시키고 격려할 수 있다.
		9. 나는 원칙을 가지고 비전을 만든다.
		10. 나는 최악의 상황에서도 긍정적으로 사고한다.
		11. 나는 문제를 해결하기 전까지 다양하고 충분한 자료를 확보하고 분석한다.
기업가적 역량	정은주 & 이용진 (2019)	12. 나는 문제의 본질을 정확히 이해하고 분석할 수 있다.
		13. 나는 문제를 창의적으로 해결할 수 있다.
		14. 나는 돌발적인 문제나 상황을 해결할 수 있다.
		15. 나는 팀원들과 협력적인 관계를 잘 형성하고 유지할 수 있다.
		16. 나는 필요 정보를 주변 네트워크로부터 쉽게 얻을 수 있다.
		17. 나는 목표 달성을 위한 팀을 구성하고 운영할 수 있다.
		18. 나는 창의적인 아이디어 발굴기업을 알고 활용할 수 있다.
혁신 행동	Scott & Bruce (1994)	19. 나는 혁신적 기술, 방법 등 독창적인 아이디어를 고안해낸다.
		20. 나는 혁신적 아이디어에 많은 사람들이 공감할 수 있도록 분위기를 형성한다.
		21. 나는 혁신적 아이디어 실행에 필요한 자금 등 다양한 자원을 확보한다.
		22. 나는 혁신적 아이디어를 가능한 활용, 적용하기 위해 방법을 강구한다.
	Janssen (2000)	24. 나는 혁신적이다.
		23. 나는 혁신적 아이디어 실행에 적합한 계획과 일정을 수행한다.

연구에 사용된 주요 변수들의 신뢰도(Cronbach's α)를 분석한 결과, 기업가적 마인드셋은 .812, 기업가적 역량은 .787 그리고 혁신행동은 .841로 나타나 허용 가능한 신뢰도 수준으로 확인되었다. 본 연구는 기업가적 마인드셋을 독립변수로 설정하고 기업가적 역량을 매개변수로 그리고 종속변수로 혁신행동을 설정하여 기업가적 마인드셋이 기업가적 역량과 혁신행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다음과 같은 가설을 제안한다.

- H1: 기업가적 마인드셋은 기업가적 역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
- H2: 기업가적 역량은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3: 기업가적 마인드셋은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4: 기업가적 역량은 기업가적 마인드셋과 혁신행동 간의 관계를 매개한다.

3. 절차

이후 관련 측정 도구를 활용하여 진행된 실증연구는 2021년 12월 31일부터 2022년 6월 13일까지 서울 및 충청지역 4년제 대학교 대학생을 대상으로 온라인 설문지 진행되었고, 수집된 총 140부 중 중복 데이터와 불성실한 응답을 제외한 총 115개 설문을 연구 분석에 활용하였다. 본 설문조사는 5점 리커트 척도를 활용하여 5점 '매우 그렇다.'와 1점 '전혀 그렇지 않다.'로 구성되었다.

최종적으로 수집된 자료를 기반으로 본 연구 모형 분석은 SPSS Process Macro (Model 4) 방법을 활용하여 매개효과 분석을 실시하였다. 즉, SPSS Process를 통하여 각 매개변수의 개별 간접효과와 통계적 유의를 파악하기 위하여 Hayes(2013)가 개발하여 제시한 총 76개 모형 분석 중 Process Macro Model 4를 활용하였다.

III. 연구 결과

본 연구는 대학생의 기업가적 마인드셋이 기업가적 역량 및 혁신 행동에 미치는 영향을 실증적으로 분석하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

- H1: 기업가적 마인드셋은 기업가적 역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가적 마인드셋이 기업가적 역량에 미치는 영향을 분석한 결과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 회귀계수는 0.7841, 표준오차는 0.0609, t 값은 12.8737($p < .001$)로 나타나 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 즉, 기업가적 마인드셋이 높은 대학생인 경우 그렇지 않은 그룹보다 기업가적 역량이 0.7841만큼 높아 기업가적 역량이 크게 향상됨을 의미한다. 또한 결정계수(R^2)는 0.5946으로 약 59.46%의 설명력을 보여주었으며 부트스트랩 신뢰구간은 [.6634, .9048]로, 0을 포함하지 않으므로 결과의 신뢰성이 확보되었다.

- H2: 기업가적 역량은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가적 역량이 혁신 행동에 미치는 영향에 대한 분석에서도 이 역시 정(+)의 효과를 확인하였다. 구체적으로 살펴보면 회귀계수 0.6901, 표준오차 0.1059, t 값 6.5152($p < .001$)로 정(+)의 영향력이 확인되었다. 즉, 기업가적 역량이 높은 경우 혁신 행동은 0.6901만큼 크게 나타난다. 전체 모형의 결정계수(R^2)는 0.6276으로, 기업가적 마인드셋과 역량이 함께 혁신 행동의 약 62.76%의 설명력을 가지며, 따라서 통계적으로 유의하다. 또한 부트스트랩 신뢰구간은 [.4802, .9000]로, 0을 포함하지 않으므로 결과의 신뢰성이 확보되었다.

H3: 기업가적 마인드셋은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가적 마인드셋이 혁신 행동에 미치는 직접적인 영향을 분석한 결과, 회귀계수는 0.2884, 표준오차는 0.1077, t 값은 2.6777($p < .01$)로 유의미한 정(+)의 관계가 확인되었다. 즉, 대학생의 기업가적 마인드셋이 높은 대학생의 혁신행동은 기업가적 마인드셋이 낮은 대학생들보다 0.2884만큼 크게 나타난다. 이때 부트스트랩 신뢰구간은 [.0750, .5018]로 나타나, 역시 0을 포함하지 않아 통계적으로 유의하였다. 즉, 기업가적 마인드셋을 가진 대학생들은 혁신 행동에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

H4: 기업가적 역량은 기업가적 마인드셋과 혁신 행동 간의 관계를 매개한다.

마지막 가설을 통하여 기업가적 역량이 기업가적 마인드셋과 혁신행동 간의 관계를 매개하는지 살펴본 결과, 기업가적 마인드셋이 기업가적 역량을 매개로 하여 혁신 행동에 미치는 기업가적 역량의 간접효과는 0.5411로 나타나 기업가적 마인드셋과 혁신행동 간의 관계를 매개한다는 점이 확인되었다. 구체적으로 살펴보면 부트스트랩 표준오차는 0.0998, 신뢰구간은 [.3494, .7408]로 모두 0을 포함하지 않아 간접효과의 통계적 유의성이 입증되었다. 이는 기업가적 마인드셋이 혁신 행동에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라, 기업가적 역량을 매개하여 간접적으로도 영향을 미친다는 것을 통계적으로 유의하게 입증한 것이다. 따라서 본 연구가설 네 가지 모두 채택이 되었다.

이러한 결과는 기업가적 마인드셋이 단순히 대학생들의 ‘생각’으로서 있기보다는 구체적인 ‘역량’의 개발을 촉진하거나, 이 ‘역량’이 다시 다양한 ‘행동’으로 이어질 수 있는 복합적인 인과 경로를 가진다

는 점을 의미한다. 즉, 마인드셋은 행동의 ‘동기’를 제공하고, 역량은 행동의 ‘수단’을 제공하는 상호 보완적인 관계를 형성할 수 있다는 점이다.

이상의 결과를 종합하면, 대학생의 기업가적 마인드셋은 혁신 행동에 직접적인 영향을 미치는 변수로 작용하였다. 또한 기업가적 마인드셋은 기업가적 역량을 높이고, 이 역량은 다시 혁신 행동으로 이어지는 유의미한 인과 경로가 존재함을 확인할 수 있었다. 이러한 결과를 기반으로 대학 내 기업가정신 관련 교육이나 활동들이 단순한 지식 전달이나 공유, 혹은 관련 태도 함양 수준을 넘어서야 한다는 점을 의미하기도 한다. 이는 혁신 행동을 유도하기 위한 단순한 지식 및 정보 습득을 넘어 개인의 태도와 역량을 포괄적으로 개발하고 활용에 도움이 될 수 있는 전략적인 기업가정신 주제 관련 교육 개입의 필요성을 시사한다. 이를 바탕으로 개발된 대학 내 기업가정신 관련 교육은 학생들의 기업가적 마인드셋을 자극하는 동시에, 구체적인 문제 인식과 해결 그리고 혁신적 실행과 연결될 수 있는 역량 중심 과정이 되어야 한다. 즉, 본 연구가 향후 대학 내 기업가적 마인드셋 기반의 기업가정신 교육 및 역량개발 중심 프로그램 운영의 필요성을 뒷받침하는 실증적인 근거가 될 것이다. 이를 통해 단기적으로는 대학 내 학생들의 창업 관련 활동들의 관심과 참여율을 높이고 장기적으로는 혁신적인 사고와 행동을 가진 인재로 양성될 수 있는 기반을 형성할 수 있다.

IV. 결론 및 시사점

본 연구는 대학생의 기업가적 마인드셋과 기업가적 역량이 혁신행동에 미치는 영향과 변인 간 인과 관계를 실증적으로 검증하기 위해 수행되었다. 기존의 기업가정신 관련 연구들을 살펴보면 혁신행동에 대한 논의가 이루어지기는 했으나, 실제 혁신행동을 촉발하는 주요 요인에 대한 연구는 상대적으로 많

지 않았다. 본 연구를 통하여 기업가적 마인드셋이 기업가적 역량을 매개로 혁신행동으로 이어지는지, 이에 대한 경로 입증을 해보고자 하였다. 즉, 대학교 내 기업가정신 교육인 단순하게 추상적인 개념 주입 방식이 아닌, 마인드셋과 역량의 상호 작용에 대한 인식과 이해를 바탕으로 실제 혁신행동 변화를 이끌어 낼 수 있음을 이론적으로 뒷받침하고, 이를 통해 기업가정신 교육과정 개발을 위한 방향성을 수립하는 것을 목표로 하였다. 현재 대학에서 이루어지는 기업가정신 교육은 교양교육 혹은 창업교육에 머물러 있기 때문에 본 연구를 통해 기업가적 마인드셋의 직간접 효과를 동시에 검증하여 이론적 모델의 정교화를 시도하였다. 또한, 마인드셋이 혁신행동에 직접적인 영향을 줄 수 있으나 이 과정에서 기업가적 역량을 매개로 한 간접효과를 확인하여 이론적 논의 과정에 새로운 관점과 시각을 추가하고자 하였다.

분석 결과, 기업가적 마인드셋은 혁신행동에 직접적으로 정(+)의 영향을 미칠 뿐 아니라, 기업가적 역량을 매개로 간접적인 영향도 미친다는 사실이 확인되었다. 이는 대학생의 마인드셋이 혁신행동을 촉진하는 심리적, 동기적 기반이 되며, 기업가적 역량은 이러한 마인드셋을 실제 행동으로 전환하는 실행적 기능을 수행한다는 점을 보여준다. 따라서 대학 교육은 단순한 지식 전달이나 태도 형성에 머물러서는 안 되며, 마인드셋과 역량을 통합적으로 함양하여 학생들이 혁신행동을 발휘할 수 있도록 지원해야 함을 시사한다. 본 연구의 학문적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 기존의 기업가정신 연구에서 상대적으로 부족했던 혁신행동 발현 과정의 구체적 경로를 밝힘으로 이론적 논의를 확장하였다. 기존 연구들이 주로 개인적 성향이나 태도 수준에서 기업가정신을 설명하는 데 집중한 것과 달리, 본 연구는 마인드셋과 역량의 상호작용을 통합적으로 검증하여 혁신행동으로 이어지는 동학을 제시했다는 점에서 학문적 기여가 있다.

둘째, 대학생 집단을 대상으로 한 실증 분석을 통해 기업가정신 연구가 실제 고등교육 맥락에서도 의미 있게 적용될 수 있음을 확인하였다. 이는 기업가정신 연구의 학문적 확장 가능성을 시사하며 대학 교육 현장에서 구체적 교육모델 설계로 이어질 수 있는 근거를 마련한다.

셋째, 기업가적 마인드셋의 직접효과와 기업가적 역량을 통한 간접효과를 동시에 검증함으로써 이론적 모델을 정교화하였다. 즉, 마인드셋이 혁신행동에 직접 영향을 미칠 수 있을 뿐만 아니라, 역량을 매개로 간접적인 효과를 발휘함을 입증하여 이론적 논의 과정에 새로운 관점을 제공한다.

본 연구의 실천적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 대학 내 기업가정신 교육은 추상적인 개념 학습을 넘어, 학생들의 마인드셋을 자극하고 이를 실질적 역량 개발로 연결시킬 수 있는 교육적 개입이 필요하다.

둘째, 문제중심학습(PBL), 프로젝트기반학습, 디자인씽킹 등 경험 중심의 교수-학습 방식을 도입하여 학생들이 실제 혁신행동을 경험하고 내재화할 수 있는 교육 환경을 조성해야 한다. 이러한 교육적 노력이 단기적으로는 학생들의 창업 및 비교과 활동 참여를 촉진하고, 장기적으로는 사회적 가치 창출과 혁신적 인재 양성으로 이어져 대학의 사회적 책무를 강화할 수 있다.

연구의 한계 및 향후 연구 방향으로는 다음과 같다. 첫째, 연구대상이 서울과 충북 지역 일부 대학생으로 제한되어 있어 표본의 대표성 확보에 한계가 있었다. 향후 연구에서 다양한 전공 및 대학 유형, 그리고 지역을 포함한 확장된 표본 설계가 필요하다.

둘째, 본 연구는 Timmons et al.(1977), 정은주·이용진(2019), Scott & Bruce(1994), Janssen(2000) 등이 제시한 기존 측정 도구를 조정하여 활용하였으나, 이는 국내 대학생 집단의 특수성과 차별성을 충분히 반영하지 못했을 수 있다. 따라서 국내 교육

환경에 적합한 맥락 맞춤형 측정 도구 개발이 필요하다.

셋째, 본 연구의 주요 응답자가 대학생이었으나 향후 대학의 혁신 생태계를 이끌어가는 교수자와 교직원을 대상으로 연구를 확대할 필요가 있다. 이는 대학 조직 전반의 혁신 역량을 강화하는 데 기여할 수 있는 새로운 출발점이 될 것이다.

참고문헌

- 강문숙, 박수홍 (2022). 혁신교육공동체 기반 소셜 앙트러프러너십 교육프로그램 개발연구, 사고개발, 18(1), 47-77.
- 금기현 (2014). 청소년 기업가정신 교육의 실재와 과제. 청소년복지연구, 16(3), 77-99.
- 김도현, 정선영, 이우진 (2018). 청소년을 위한 기업가 정신교육이 기업가정신과 창의성 역량 및 창업의지에 미치는 효과. 학습자중심교과교육연구, 18(7), 371-391.
- 김선희, 김진수, 박소영 (2013). 청소년 기업가정신 교육을 위한 프로그램 개발 및 효과분석. 청소년학연구, 20(2), 155-181.
- 김윤정, 김현진 (2024). 사이버대학 성인학습자들의 학업적 자기효능감과 수업만족도가 학생핵심역량에 미치는 영향. 미래사회, 15(3), 245-264.
- 김준태 (2014). 자산유동화를 통한 기업자금조달의 구조 및 특성에 관한 연구. 전문경영인연구, 17(3), 67-97.
- 김진수, 은태옥, 김진권, 오승균, 우상호, 김수경 (2008). 청소년의 진로 성숙도에 영향을 미치는 요인 분석. 청소년학연구, 15(2), 67-91.
- 문영진 (2019). 앙트러프러너십 교육 프로그램의 운영 방안 연구. 청소년교육포럼, 27(2), 112-130.
- 박수홍 (2009). 청소년을 위한 창업교육 모형 개발. 청소년학연구, 16(4), 27-52.
- 박철용 (2017). 대학생의 기업가적 마인드셋이 진로결정 자기효능감과 진로태도성숙도에 미치는 영향. 청소년복지연구, 19(2), 125-144.
- 배유나, 박수홍 (2020). 앙트러프러너십 역량 개발을 위한 수업 사례 연구. 학습자중심교과교육연구, 20(11), 933-959.
- 선일석, 박수홍 (2019). 외식 배달서비스 품질에 대한 배달앱 사용자의 인식차이 연구. e-비즈니스연구, 20(4), 91-102.
- 신미영, 박태영 (2015). 기업가정신 교육이 대학생의 창의성 및 혁신행동에 미치는 영향. 교육심리연구, 29(3), 439-457.
- 신영식 (2016). 기업가적 인재양성을 위한 마인드셋 도출에 관한 연구 (박사학위논문). 인하대학교 대학원.
- 안수연 (2016). 대학생의 기업가정신이 창의적 문제해결과 혁신행동에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과, 교육방법연구, 28(4), 753-775.
- 오해섭, 맹영임 (2014). 청소년 기업가정신 함양 및 창업 활성화 방안 연구 I: 기업가정신 및 창업 관련 의견조사(연구보고 14-R17). 한국청소년정책연구원.
- 이상은 (2019). 미래지향적 교육과정 설계를 위한 OECD 역량교육의 틀 변화 동향 분석: 'Education 2030'을 중심으로. 교육과정연구, 37(1), 139-164.
- 이우진, 손종서, 오혜미 (2018). 앙트러프러너십 교육과 창업기회인식 역량과의 관계: 숙명여대 앙트러프러너십 전공 사례를 중심으로. 벤처창업연구, 13(3), 71-83.
- 정세창, 오창수, 김혜란 (2011). 생명보험산업에서 비대면채널의 성과분석. 한국보험학회지, 85(0), 79-108.
- 정은주, 이용진 (2019). 대학생용 기업가정신 성향지표 및 역량지표의 개발과 타당화. 한국교육학연구, 25(6), 259-287.
- Allen, I. E., Elam, A., Langowitz, N., & Dean, M.

- (2008). *2007 report on women and entrepreneurship*. Babson College & London Business School. Global Entrepreneurship Monitor.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Boulder, CO: Westview Press.
- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*(5th ed.). South Western.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2008). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*(2nd ed.). Boston, MA: Pearson Prentice Hall.
- Bentley, M., Peerenboom, C. A., Hodge, F. W., Passano, E. B., Warren, H. C., & Washburn, M. F. (1929). Instructions in regard to preparation of manuscript. *Psychological Bulletin*, 26(2), 57-63.
- Bird, B. (1995). Toward a theory of entrepreneurial competency. In J. A. Katz & R. H. Brockhaus (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth* 2, 51-72. JAI Press.
- Biswas-Diener, R. (2006). From the equator to the north pole: A study of character strengths. *Journal of Happiness Studies*, 7(3), 293-310.
- Branca, E., Intenza, M., & Doni, F. (2025). Startup entrepreneurs' personality traits and resilience: unveiling the interplay of prior experience. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1).
- Brock, D. D., & Steiner, S. D. (2009). Social entrepreneurship education: Is it achieving the desired aims? *SSRN Electronic Journal*.
- Brush, C. G., Duhaime, I. M., Gartner, W. B., Stewart, A., Katz, J. A., Hitt, M. A., Alvarez, S. A., Meyer, G. D., & Venkataraman, S. (2003). Doctoral education in the field of entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 309-331.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Casson, M. C. (1982). The entrepreneur: *An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- Casson, M. C. (1995). *Entrepreneurship and business culture* (Studies in the economics of trust, Vol. 1). Edward Elgar Publishing.
- Casson, M., & Casson, C. (2013). *The entrepreneur in history: From medieval merchant to modern business leader*. Palgrave Macmillan.
- Chandler, G. N., & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223-236.
- Churchill, N. C. (1992). Research issues in entrepreneurship. In D. L. Sexton & J. D. Kasarda (Eds.), *The state of the art of entrepreneurship* (pp. 579-596). Boston, MA: PWS-Kent Publishing.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York, NY: Harper & Row.
- Dyer, J. H., Gregersen, H. B., & Christensen, C. M. (2008). Entrepreneur behaviors, opportunity recognition, and the origins of innovative ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 317-338.
- European Commission. (2006). *The Oslo agenda for entrepreneurship education in Europe*. Brussels: European Commission.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9),

- 701-720.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Fayolle, A., & Redford, D. T. (Eds.). (2014). *Handbook on the entrepreneurial university*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Fejes, A., Nylund, M., & Wallin, J. (2019). How do teachers interpret and transform entrepreneurship education? *Journal of Curriculum Studies*, 51(4), 554-566.
- Galindo-Durán, A., Uribe-Toril, J., & Martínez-Hernández, F. (2025). Impact of artistic expression on the development of entrepreneurial skills in secondary education. *Education Sciences*, 15(2), 194.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E. J., & Katz, J. A. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 5-9.
- Gibb, A. A. (2002). Creating conducive environments for learning and entrepreneurship. *Industry and Higher Education*, June, 135-148.
- Gibb, A. A. (2008). Entrepreneurship and enterprise education in schools and colleges: Insights from UK practice. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 6(2), 101-144.
- Gray, B., & Ariss, S. (1985). Politics and strategic change across organizational life cycles. *Academy of Management Review*, 10(4), 707-723.
- Hamel, G. (2012). *What matters now: How to win in a world of relentless change*, ferocious competition, and unstoppable innovation. Jossey-Bass.
- Hart, M., Stevenson, H. H., & Dial, J. (1995). *Entrepreneurship: A definition revisited*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1995 Conference Proceedings.
- Hayes, A. F. (2013). *An introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY: Guilford.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1(1), 39-49.
- Hornaday, J. A., & Bunker, C. S. (1970). The nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23(1), 47-54.
- Hull, D. L., Bosley, J. J., & Udell, G. G. (1980). Renewing the hunt for heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 18(1), 11-18.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302.
- Jerome, A. K. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Johansen, V., & Schanke, T. (2013). Entrepreneurship education in secondary education and training. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 57(4), 357-368.
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. *Journal of Business*

- Venturing*, 18(2), 283-300.
- Knight, J. (2015). International universities: Misunderstandings and emerging models? *Journal of Studies in International Education*, 19, 107-121.
- Krueger, N. F., Jr. (2007). *What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- 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.
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty*. Harvard Business Press.
- Miço, H., & Cungu, J. (2023). Entrepreneurship education, a challenging learning process towards entrepreneurial competence in education. *Administrative Sciences*, 13(1), Article 22.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(2), 92-111.
- Mitra, J. (2002). Introduction: Educating for entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, Special Issue.
- Naumann, C. (2017). *Entrepreneurial Mindset: A Synthetic Literature Review. Entrepreneurial Business & Economics Review*, 5(3), 149-172.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Edward Elgar Publishing.
- OECD. (2018). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2018: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing.
- OECD. (2019). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019*. OECD Publishing.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). *Entrepreneurship Education: A systematic review of the evidence. International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- Rae, D. (2006). Entrepreneurial learning: A narrative-based conceptual model. *Journal of Small Business & Enterprise Development*, 12(3), 323-335.
- Rasmussen, E., Mosey, S., & Wright, M. (2011). *The evolution of entrepreneurial competencies: A longitudinal study of University spin-off venture emergence. Journal of Management Studies*, 48(6), 1314-1345.
- 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.

- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Transaction Publishers.
- Scott, S.G., Bruce, R. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Acad. Manag. J.*, 37, 580-607.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Seikkula-Leino, J. (2011). The implementation of entrepreneurship education through curriculum reform in Finnish comprehensive schools. *Journal of Curriculum Studies*, 43(1), 69-85.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Stewart, W. H., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1996). Empirically defining the entrepreneur. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(1), 1-18.
- Swedberg, R. (2021). Does speculation belong in social science research? *Sociological Methods & Research*, 50(1), 45-74.
- Timmons J.A., Smollen L.E., Dingee ALM., (1977). *New venture creation: a guide to small business development*. R.D. Irwin, 7(3), 293-310.
- Toscher, B. (2019). Entrepreneurial learning in arts entrepreneurship education: A conceptual framework. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 8(1), 3-22.
- Thornhill, J. (2025, June 19). *Britain's moonshot factory has a moment of opportunity*. *Financial Times*.
- Venesaar, U., Antonelli, G., Dorożyński, T., Duarte, H., Kallaste, M., Riviezzo, A., Räisänen, M., & Santos, S. C. (2022). Entrepreneurship competence among students and employees: A comparative study in five European countries. In C. H. Matthews & S. C. Santos (Eds.), *Annals of entrepreneurship education and pedagogy - 2023* (pp. 120-144). Edward Elgar Publishing.
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.

투고일자: 2025. 8. 31.

심사일자: 2025. 9. 24.

제재확정일자: 2025. 10. 10.

Impact of Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial Competency on University Students' Innovative Behavior

Yoon Jung Kim

Ji Yeon Kim

Seoul Cyber University

Konkuk University

This study examines the effects of entrepreneurial mindset and entrepreneurial competency on innovative behavior among university students. Data were collected from 115 undergraduates enrolled in four-year universities in Seoul and Chungbuk, Korea. A total of 24 measurement items were developed based on previous studies, and a survey was administered. Data were analyzed using SPSS PROCESS Macro (Model 4) to examine mediation effects. The findings indicate that, first, entrepreneurial mindset has a significant positive effect on entrepreneurial competency. Second, entrepreneurial competency positively influences innovative behavior. Third, entrepreneurial mindset directly and positively affects innovative behavior. Fourth, entrepreneurial competency mediates the relationship between entrepreneurial mindset and innovative behavior. These results suggest that entrepreneurial mindset influences innovative behavior both directly and indirectly through entrepreneurial competency. The implications of this study are twofold. From a theoretical perspective, the results extend existing research by identifying the specific causal pathways through which entrepreneurial mindset translates into innovative behavior via competency. From a practical perspective, the findings highlight the necessity of educational models that go beyond knowledge transmission or startup training. These models should instead stimulate students' mindsets while developing competencies that can be transformed into innovative behavior. This study demonstrates that entrepreneurship education in higher education should integrate mindset, competency, and behavior to support student innovation that contributes to social and economic transformation.

Keywords: entrepreneurial mindset, entrepreneurial competency, innovative behavior, entrepreneurship education, university students