

관광산업의 멘토-멘티 적합성의 매개효과를 통해 창업의지에 미치는 영향

정지율¹, 안태기^{2*}

¹광주대학교 호텔관광경영학과 석사수료, ²광주대학교 호텔관광경영학부 교수

The Effect of Mentor-Mentee Suitability on the Will to Start a Business through Mediation

Yul Jung-Ji¹, An, Tai-Gi^{2*}

¹Master of Hotel Tourism Management at Gwangju University

²Professor of Hotel Tourism Management at Gwangju University

요약 본 연구는 관광창업자들의 창업의지를 향상시키는데 있어 멘토-멘티의 적합성을 선행요인으로 선정하고 실증분석을 통해 영향관계를 규명하는데 목적을 두었다. 또한 멘티-멘토 적합성이 창업의지를 유발하는 과정에서 기업가정신의 매개효과를 검증하였다. 이를 검증하기 위해 본 연구에서는 예비창업자와 초기창업자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 창업의지를 향상할 수 있는 방안과 관련하여 멘토-멘티 적합성은 기업가정신을 매개로 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것이 검증되었다. 둘째, 멘토-멘티 적합성은 기업가정신의 형성에 긍정적인 영향을 미치는 것이 검증되었다. 셋째, 기업가정신은 창업의지에 직접적인 영향을 미칠 수 있다는 것이 검증되었다. 본 연구를 통해 창업자들은 멘토-멘티 적합성이 강할수록 기업가정신의 수준은 더욱 향상 될 수 있음을 시사한다. 또한 높은 수준의 기업가 정신은 창업에 대한 의지를 더욱 강하게 촉진하는 역할을 할 수 있음을 시사한다.

주제어 : 적합성, 관광산업, 멘토-멘티, 기업가정신, 창업의지, 예비창업자, 초기창업자

Abstract This study is aim to explore the key variables that can improve the relationship between mentor-mentee fit and the relationship of mentor-mentee fit as a prerequisite in improving entrepreneurial intention. In addition, the mediating effect of entrepreneurship was verified in the process of mentee-mentor suitability inducing entrepreneurial will. To verify this, a survey was conducted on per-founders and early founders. The results of this study are as follows. First, in relation to the measures to improve the entrepreneurial will, mentor-mentee suitability was verified to have a positive effect on entrepreneurial will through entrepreneurship. Second, it was verified that mentor-mentee fit had a positive effect on the formation of entrepreneurship; third, entrepreneurship could have a direct effect on the intention of entrepreneurship. This study suggests that the more mentor-mentee fits entrepreneurs, the better the level of entrepreneurship. In addition, high level of entrepreneurship can play a role in further promoting the will to start a business.

Key Words : Fitness, Mentor-Mentee, Start-up Intention, Pre-Entrepreneurs, Nascent Entrepreneurs

*본 논문은 광주대학교 2022년도 대학 연구비 지원을 받아 수행된 것임

*Corresponding Author : An, Tai-Gi(maxpower1675@hanmail.net)

Received April 25, 2022

Revised May 3, 2022

Accepted May 20, 2022

Published May 28, 2022

1. 서론

코로나의 확산과 각 나라의 경기침체 및 보호무역은 사회초년생들, 특히 청년들이 구직에 많은 어려움을 겪고 있다. 심각한 경제 상황으로 많은 기업은 새로운 일자리의 창출에 소극적인 자세를 보인다[1]. 청년들의 구직난 및 새로운 일자리 창출에 대한 한계는 이미 사회적 문제로 고착화되어, 정부에서는 이러한 문제점을 해결하고자 창업 활성화를 통한 경제성장의 화력을 회복하려는 노력을 가하고 있다[2]. 정부의 이러한 다양한 정책과 혜택으로 인해 창업에 관심을 가지는 청년들이 증가하고 있으나, 충분한 창업에 대한 정보와 교육이 부족하여 창업을 포기하는 상황이 증가하고 있다[3].

따라서 창업에 대한 정확한 정보전달과 교육은 경험이 부족한 청년 창업자들에게 특히 중요하다. 창업 멘토링은 사회·심리적 기능과 경력기능을 제공함으로써 창업에 대한 동기, 지식과 경험을 필요한 창업자들에게 제공하여 역할모델로서 자신감을 제고하고 창업의지를 향상한다[4]. 창업에 대한 지식과 노하우가 풍부한 멘토가 그에 비해 노하우가 부족한 멘티에게 성공적인 창업을 위한 지혜를 알려주고, 창업과정에서 발생하는 문제를 해결할 수 있도록 도움을 준다. 따라서 창업의지와 관련하여 멘토링 과정에서 멘토-멘티의 적합성의 중요성을 알 수 있다.

선행연구를 살펴보면 창업 멘토링과 창업의지의 영향 관계를 규명하는 연구가 대부분이다[5]. 멘토-멘티의 적합성을 선행요인으로 창업자들의 창업의지를 강화시키는 연구는 미흡한 상황이다. 따라서 본 연구에서는 창업자들의 창업의지를 향상시키는데 있어 멘토-멘티의 적합성을 선행요인으로 선정하고, 실증분석을 통해 영향관계를 규명하는 데 초점을 둔다. 또한 멘토-멘티의 적합성과 창업의지의 영향관계에 있어 창업자들의 기업가정신의 매개 효과도 검증한다. 본 연구는 창업자들의 성공적인 창업을 효과적으로 추진하는데 시사점을 제시해 줄 것으로 예상된다.

2. 이론적 고찰 및 가설설정

2.1 멘토-멘티 적합성

적합성은 상호 간의 균형과 질서유지를 통해 모순을 최소화하고 직면한 환경과 잘 맞는다고 지각하는 정도이다[6]. Kristof(1996)는 환경수준에 따라 개인-조직 적합성, 개인-직무 적합성 및 개인-상사 적합성으로 구분하

였다[7]. 멘토와 멘티는 상하 계층관계로 인해 발생하는 상황으로 멘토-멘티 적합성을 개인-상사 적합성으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 멘토-멘티 적합성을 멘토와 멘티 간의 목표, 가치, 성격 등에 대한 상호 일치성과 보완성으로 정의한다[8].

멘토에 대한 친근감을 지각할수록 멘티는 더 적극적으로 멘토링에 참여하고, 멘토는 성공적인 창업을 위한 경험과 노하우를 멘티에게 전달한다[9]. 또한 멘토와 멘티 간 관심사, 가치, 문제해결 방법 등에 대해 심층적 유사성을 지각할수록 멘토들은 리더십을 갖고 멘티에게 더 많은 관련 정보를 제고한다[10].

2.2 창업의지

창업의지는 창업을 실행하고자 하는 사람들의 내면적인 의지, 열정 또는 욕망의 심리적 상태로서 창업행동을 실행하기 위한 개인적인 노력으로 정의할 수 있다[5, 11]. 창업의지는 향후 창업을 하고자 하는 창업자의 행동을 움직이는 마음가짐으로, 창업에 대한 긍정적인 태도 형성이 필요하다[12]. 창업과 관련된 전반적인 프로세스를 이해하고 경험을 공유하는 것은 창업의지를 향상시키는 중요한 사항이라 할 수 있다. 이런 중요성으로 인해 최근 창업의지에 대한 학문적 관심이 증대되고 창업의지에 영향을 미치는 선행요인에 관한 연구도 다양하게 이루어지고 있다.

2.3 기업가정신

Drucker(1985)는 새로운 기회를 탐색하고 위험에 대한 리스크를 극복하여 도전적 정신과 의지로 끊임없이 혁신을 추구하여 경영을 지속하는 정신을 기업가정신(entrepreneurship)이라고 하였다[13, 14]. 기업의 경제적 이익의 증대를 위하여 어떠한 위험요소를 감수하면서 지속적 발전을 추구하려고 노력하며, 기업의 발전을 위하여 혁신을 추구한다[15]. 기업가정신은 혁신성, 진취성 및 위험감수성의 특성을 강조하고, 기업을 운영하는 최고경영자뿐만 아니라 창업을 준비하는 예비창업자들에게도 필요한 요인으로 작용하고 있다[12, 16]. 성공적인 창업을 위해서는 창업자의 기업가정신과 혁신성이 중요하며, 기업가정신이 높을수록 창업 의지가 강하게 나타난다[17].

2.4 가설설정

멘토-멘티 적합성이 기업가정신에 미치는 영향과 관

련된 선행연구는 미비한 상황이다. 안혜진·이승하(2021)의 연구에 따르면, 창업 멘토링을 통해 멘티는 창업 관련 지식과 노하우를 습득하고 멘토는 책임감을 상승시키며 창업 멘토링은 기업가정신 형성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[18]. 또한 오재우·고복수·강진규(2015)은 실증분석을 통해 창업자의 기업가정신을 향상하기 위해서는 맞춤형 멘토링 프로그램의 운영을 필요하다고 강조하였다. 따라서 성공적인 멘토링 프로그램의 운영을 위해서는 창업에 대한 멘토와의 적합성이 중요하다고 볼 수 있다[19]. 윤병선·김천규(2020)는 기업가정신이 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다는 검증하였고[14], 오희선·하규수(2021)의 연구에서는 기업가정신의 혁신성이 높을수록 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[12]. 이를 통해 멘토-멘티의 적합성은 멘토링의 효과성을 높이고 창업자의 기업가정신을 향상시키며 궁극적으로 창업의지를 강화할 것으로 본다. 따라서 창업자의 기업가정신은 멘토-멘티 적합성과 창업의지 간의 영향관계를 매개할 것이다.

- 가설1: 멘토-멘티 적합성은 창업자의 기업가정신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 가설2: 창업자의 기업가정신은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 가설3: 창업자의 기업가정신은 멘토-멘티 적합과 창업의지 간의 관계를 매개할 것이다.

3. 연구모형 및 분석방법

3.1 변수의 측정 및 분석방법

변수의 측정을 위해 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 측정 도구를 사용하였다. 멘토-멘티 적합성은 안혜진·이승하(2021)가 개발한 측정 도구를 활용하여 본 연구목적에 맞게 5개 문항으로 수정 후 사용하였다[18]. 기업가정신은 오재우·고복수·강진규(2015)의 연구를 바탕으로 4개 문항으로 측정하였다[19]. 창업의지는 오희선·하규수(2021)의 측정 도구를 수정 및 보완하여 6개 문항으로 측정하였다[12].

3.2 표본 및 자료 수집

본 연구는 실증분석을 위하여 예비창업자와 초기 창업자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 설문은 2021년

4월 15일부터 2021년 6월 15일까지 진행하였으며, 총 200부를 배포하였고 회수한 설문지 중에서 파손되거나 불성실한 응답으로 인한 9부의 설문지를 제외하고 191부를 실증분석에 사용하였다.

4. 실증분석

4.1 인구통계학적 특성에 대한 분석

본 연구는 실증분석을 위해 모두 네 가지 단계로 구분하여 분석을 시행하였다. 먼저 인구통계학적 특성을 파악하고자 빈도분석을 실시하였다. 빈도분석 결과를 살펴보면 남성은 145명으로 77.0%를 차지하였고, 여성은 46명으로 23.0%를 차지하였다. 이와 같은 결과를 통해 남자 비중이 더 큰 것으로 확인되었다. 나이를 살펴보면 30세 미만은 28명으로 14.0%를 차지하였고, 30-40세 미만은 62명으로 31.0%를 차지하였으며, 40세 이상은 110명으로 55.0%를 차지하였다. 멘토링필요 여부를 살펴본 결과 멘토링이 필요하다고 답변한 참가자는 156명으로 78%를 차지하였고, 보통이라고 답변한 참가자는 37명으로 18.5%를 차지하였으며 필요 없다고 답변한 참가자 수는 7명으로 3.5%를 차지하였다. 따라서 멘토링이 필요하다고 답변한 참가자 수가 가장 큰 비율을 차지하였다.

4.2 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

다음으로 요인분석과 신뢰도 분석을 하였다. 본 연구에서는 탐색적 요인분석을 실시하였다. 결과를 살펴보면 창업의지는 총 6 문항으로 요인1로 묶였다. 요인적재치 값은 .695부터 .870까지이며 모두 .5이상인 수치를 보여주고 있다. 멘토-멘티 적합성은 총 4문항으로 요인2로 묶였다. 요인적재치 값은 .807로부터 .909까지이며 모두 .5이상인 수치를 보여주고 있다. 마지막으로 기업가정신은 총 4문항으로 요인3으로 묶였다. 요인적재치 값은 .676로부터 .791까지이며, 모두 .5이상인 수치를 보여주고 있다. KMO 값은 .871이며 유의수준은 .000으로 나타났다. 따라서 창업의지, 멘토-멘티 적합성, 기업가정신은 서로 독립적 변수임을 확인할 수 있다.

변수들의 신뢰도를 분석한 결과에 따르면 멘토-멘티 적합성은 .936, 기업가정신은 .885, 창업의지는 .951로 나타났다. 따라서 모든 변수들은 .7이상인 수준을 보여주고 있다. 따라서 신뢰도는 확보되었다. 다음의 Table 1은 탐색적 요인분석과 신뢰도 대한 분석 결과이다.

Table 1. Exploratory Factor Analysis

Variable	Item	Reliability	Factor		
			1	2	3
Mentor-Mentee Fit	A1	.936	.243	.807	.335
	A2		.175	.901	.222
	A3		.136	.909	.166
	A4		.204	.877	.069
Entrepreneurial Intention	B1	.951	.695	.315	.258
	B2		.809	.253	.270
	B3		.785	.190	.381
	B4		.875	.154	.327
	B5		.855	.123	.372
	B6		.870	.155	.294
Entrepreneurship	C1	.885	.444	.226	.757
	C2		.346	.160	.791
	C3		.327	.230	.732
	C5		.431	.267	.676
Eigen value			4.767	3.522	3.003
% of Variance			34.049	25.160	21.447
Cumulative %			34.049	59.209	80.656
KMO=.927(sig=.000)					

4.3 기술통계, 상관관계 분석

다음으로 기술통계와 상관관계 분석을 실시하였다. 기술통계는 변수들의 평균과 표준편차 값을 확인한다. 멘토-멘티 적합성의 평균값은 5.038, 표준편차값은 1.226으로 나타났고, 기업가정신의 평균값은 6.109, 표준편차값은 .954, 창업의지의 평균 값은 6.107, 표준편차값은 1.023으로 나타났다.

변수들 간의 상관관계 분석을 실시한 결과를 요약하면 다음과 같다. 멘토-멘티 적합성은 기업가정신($r=.517, p<.001$) 및 창업의지($r=.473, p<.001$)와 긍정적인 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 그리고 기업가정신은 창업의지($r=.763, p<.001$)와 긍정적인 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 다음의 Table 2는 변수들의 평균, 표준편차, 상관관계 분석의 결과이다.

Table 2. Descriptive Statistics and Correlation Analysis

	Mean	S.D	1	2	3	4	5	6
1			-					
2			.053	-				
3			-.073	.289***	-			
4	5.038	1.226	-.245***	.004	.037	-		
5	6.109	.954	-.268***	.000	.003	.517***	-	
6	6.107	1.023	-.302***	-.056	.024	.473***	.763***	-

1=성별, 2=나이, 3=학력, 4=멘토-멘티 적합성, 5=기업가정신, 6=창업의지
* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.4 가설검증

마지막으로 본 연구에서 설정된 가설들을 검증하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석 결과에 따르면 멘토-멘티 적합성은 기업가정신($\beta=.480, p<.001$)에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1은 채택되었다. 다음의 Table 3은 멘토-멘티 적합성이 기업가정신에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과이다.

Table 3. The Effect of Mentor-Mentee Fit on Entrepreneurship

Dependent: Entrepreneurship		
	Model 1	
	β	t
Gender	-.154*	-2.457
Age	.015	.232
Education	-.030	-.475
Mentor-Mentee Fit	.480***	7.705
R^2	.073	
ΔR^2	-	
F	19.827***	

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

기업가정신은 창업의지($\beta=.736, p<.001$)에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설2는 채택되었다. 다음의 Table 4는 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과이다.

Table 4. The Effect of Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention

Dependent: Entrepreneurial Intention		
	Model 1	
	β	t
Gender	-.099	-2.073
Age	-.060	-1.247
Education	.032	.672
Entrepreneurship	.736***	15.552
R^2 (Adjusted R^2)	.093	
ΔR^2 (Adjusted R^2)	-	
F	71.636***	

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

다음의 Table 5는 기업가정신의 매개효과 결과이다. 모형 2에서의 멘티-멘토 적합성($\beta=.095, p>.05$)이 창업의지에 미치는 영향은 모형1에서의 영향력($\beta=.426, p<.001$)보다 감소하였다. 그리고 모형 2에서 기업가정신은 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이과 같은 결과를 통해 기업가 정신은 멘토-멘티 적합성과 창업의지 간의 관계를 완전매개하는 효과를 보여준다. 따라서 가설3은 지지 되었다.

Table 5. The Mediating Effect of Entrepreneurship

Dependent: Entrepreneurial Intention				
	Model 1		Model 2	
	β	<i>t</i>	β	<i>t</i>
Gender	-.194**	-3.045	-.088	-1.844
Age	-.050	-.771	-.060	-1.259
Education	.009	.138	.030	.624
Mentor-Mentee Fit	.426***	6.711	.095	1.770
Entrepreneurship			.690***	12.836
R^2 (Adjusted R^2)	.263(.248)		.601(.591)	
ΔR^2 (Adjusted R^2)	-		.338(.343)	
<i>F</i>	17.400		58.562	

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

5. 결론

5.1 결과 및 시사점

창업의지를 향상할 수 있는 방안과 관련하여 멘토-멘티 적합성은 기업가정신을 매개로 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것이 검증되었다. 멘토-멘티 적합성은 기업가정신의 수준을 향상시켜주는 역할을 할 수 있다. 또한 기업가정신은 창업의지에 직접적인 영향을 미칠 수 있다. 멘토-멘티 적합성이 강할수록 기업가정신의 수준은 더욱 향상 될 수 있음을 시사한다. 그리고 높은 수준의 기업가 정신은 창업에 대한 의지를 더욱 강하게 촉진하는 역할을 할 수 있음을 시사한다. 따라서 멘토-멘티 적합성은 기업가 정신을 촉진하고 이는 창업의지를 향상시킬 수 있다.

5.2 한계점 및 향후 연구 방향

창업의지 향상과 관련하여 멘토-멘티 적합성 이외에도 창업에 대한 지원 등 다양한 변수들을 탐색해 볼 필요가 있다. 매개변수와 관련하여 기업가정신 이외에도 창업에 대한 효능감의 역할과 매개효과를 검증해 볼 필요가 있다. 멘토-멘티 적합성과 창업의지 간의 관계에서 기업가 정신의 매개효과를 조절할 수 있는 조절된 매개 모형을 제시하고 이를 검증하는 연구가 필요할 것이다.

REFERENCES

- [1] H. J. Cho, D. S. Choi & C. S. Sung(2020). A Study on the Effect of Entrepreneurial Mentoring on Entrepreneurial Intention: Mediating Effects of Social Support and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(4), 81-96.
- [2] C. H. Yook(2015). Effect of entrepreneur's characteristics on entrepreneurial Intention : focusing on the moderating effect of entrepreneurial mentoring. Doctoral dissertation, Hoseo University, Asan, Korea.
- [3] I. T. Lee & W. J. Kim(2015). The effects of entrepreneurial mentoring on entrepreneurial intention: Focus on the entrepreneurial knowledge and job challenge. *Journal of Korea Service Management Society*, 16(2), 115-133.
- [4] Y. T. Kim(2017). The Effects of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Competence and Attitude on Undergraduate Entrepreneurial Intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(2), 13-20.
- [5] Y. T. Kim(2020). A Study on the Effect of Motivation and Satisfaction on Experiential Entrepreneurship Education. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(2), 267-277.
- [6] J. A. Chatman(1989). Improving interactional organizational research: A model of person-organization fit. *Academy of management Review*, 14(3), 333-349.
- [7] A. L. Kristof (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel psychology*, 49(1), 1-49.
- [8] M. Y. Song & J. Y. Paek(2015). Effects of secretaries' person-organization fit, person-job fit, and person-supervisor fit on their career commitment and satisfaction. *Journal of Swcretarial Studies*, 24(1), 173-196.
- [9] P. J. Kalbfleisch & A. B. Davie(1993). An interpersonal model for participation in mentoring relationships. *Western Journal of Communication (includes Communication Reports)*, 57(4), 399-415.
- [10] M. J. Lankau, C. M. Riordan & C. H. Thomas(2005). The effects of similarity and liking in formal relationships between mentors and protégés. *Journal of vocational behavior*, 67(2), 252-265.
- [11] B. K. Lee(2017). The Influence of Entrepreneurial Environmental Factors and Entrepreneurial Knowledge on the Entrepreneurial Intentions in Physical Education University Students. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 29(1), 427-442.
- [12] H. S. Oh & K. S. Ha(2021). A Study on the Background of Start-Ups and the Factors of Entrepreneurship in Young Job Seekers' Willingness to Start a Business: Verification of the Mediating Effect of Perception of Businessmen. *Asia-Pacific Journal of Business*

Venturing and Entrepreneurship, 16(3), 87-103.

- [13] P. F. Drucker(1985). Entrepreneurial strategies. California Management Review, 27(000002), 9.
- [14] B. S. Yoon & C. K. Kim(2020). A Study on the Effect of Business Capabilities on Job Creation Intention : Mediating Effect of Entrepreneur Passion and Moderating Effect of Gender. 20(9), 318-331.
- [15] D. Isenberg(2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs, 1(781), 1-13.
- [16] D. Miller(1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. Management science, 29(7), 770-791.
- [17] T. R. Eisenmann, E. Ries & S. Dillard(2012). Hypothesis-driven entrepreneurship: The lean startup. Harvard Business School Entrepreneurial Management Case, (812-095).
- [18] H. J. An & S. H. Lee(2021). A Suggestion to Improve the Start-up Support Project Operating Scheme: Based on Cases of Disagreement with Government Sponsors. Journal of the Korean Entrepreneurship Society, 16(3), 76-108.
- [19] J. W. Oh, B. S. Ko & J. K. Kang(2015). An Empirical Study of the Effects of Mentoring Functions on Entrepreneurship : Focusing on Moderating Effect of the Business Start-up Preparation Period. Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 10(1), 129-141.

정 지 율(Jung-Ji Yul)

[정회원]



- 2016년 2월 : 동신대 한약재산업학과 졸업
- 2020년 2월 : 광주대학교 호텔관광경영학과 수료
- 관심분야 : 관광경영, 관광축제, 이벤트
- E-Mail : toseong2@naver.com

안 태 기(Tai-Gi An)

[정회원]



- 2005년 2월 : 광주대학교 언론홍보학과(언론홍보학 석사)
- 2009년 2월 : 동국대학교 호텔관광경영학과(호텔관광경영학박사)
- 2014년 2월 ~ 현재 : 광주대학교 호텔관광경영학부 교수
- 관심분야 : 테마파크, 스마트관광, 관광축제

· E-Mail : maxpower1675@hanmail.net