

# 창업경험과 창업의도의 관계에 대한 연구: 사회인지적 요인의 매개효과 및 성별의 조절효과

박정현 (성균관대학교 경영학과 박사과정)\*

## 국 문 요 약

창업의도(Entrepreneurial intention)를 형성하는 데 영향을 주는 요인이 무엇인지 밝혀내는 것은 창업가를 양성하고 국가 내 기업가적 혁신이 활발히 일어나도록 유도하는 데 있어서 참고할 수 있는 중요한 일이다. 그동안의 연구들이 사회인지 속성을 예측인자로 활용해 창업의도 혹은 기업가적 활동에 직접적으로 미치는 영향을 주로 제시해왔지만, 이러한 사회인지 속성들이 무엇에서 비롯되는지 근본적 요인에 대해서는 기업가정신 분야에서 충분히 다루지지 않았다.

본 연구는 사회인지이론과 스키마이론을 기반으로 개인의 창업경험(Entrepreneurial experience)이 사회인지 속성을 형성하는 중요한 선행요인임을 가정하며, 경험이 창업의도를 어떻게 형성하는지에 대한 메커니즘을 밝힌다. 이를 위하여 기업가의 창업경험이 사회인지이론에서 창업의도를 형성하는 주요 변수로 꼽히는 기업가적 자기효능감(Entrepreneurial Self-efficacy), 기회인식(Opportunity recognition), 실패두려움(Fear of failure) 등에 미치는 영향을 분석하며, 이러한 요인이 어떻게 창업의도에 유의한 영향을 미치는지 분석한다. 이와 함께 창업 경험과 창업의도 사이에 이어지는 경로를 파악하기 위하여 이러한 사회인지속성이 어떤 매개 역할을 하는지를 분석한다. 또한 성별에 따라 생물학적 차이 뿐만 아니라 사회적 상호 작용의 결과로 나타나는 사회적 차이, 그리고 인지적 차이가 만들어지는 점을 고려, 성별에 따라 개인의 창업경험이 사회인지 속성 및 창업의도에 미치는 영향이 어떻게 조절되는지를 분석한다. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)의 87개국의 25,047명 기업가 데이터에 기반한 계량 분석을 한 결과, 창업경험은 기업가적 자기효능감과 기회인식을 높이고, 실패두려움은 줄이는 것으로 나타났으며 이러한 사회인지속성은 창업경험과 창업의도의 관계를 유의하게 매개하는 것으로 나타났다. 성별에 따른 조절효과도 유의해, 남성과 여성은 창업경험으로부터 창업의도가 형성되는 양상이 다르게 나타났다. 기업가정신 분야의 선행연구에서 과거 경험의 역할은 중요하지만 충분히 다루지지 않았다. 이 연구는 구조방정식을 이용하여 창업경험의 매개효과 및 성별의 조절효과를 통해 창업의도 형성의 메커니즘을 구체적으로 밝혀냈다는 점에서 의의를 지닌다.

핵심주제어: 창업경험, 창업의도, 사회인지이론, 스키마이론

## I. 서론

### 1.1. 연구배경

창업의도(Entrepreneurial intention)는 창업활동(entrepreneurial activity)을 실질적으로 수행하도록 하는 데 있어서 가장 직접적인 전제조건이다. 창업의도를 형성하는 데 영향을 주는 요인이 무엇인지 밝혀내는 일은 창업가를 양성하고 국가내 기업가적 혁신이 활발히 일어나도록 유도하는 데 있어서 중추적인 참고가 된다. 그동안 많은 연구들이 창업의도를 일으키는 요인에 대한 연구를 진행했다(Schlaegel & Koenig, 2014; Shepherd & Krueger, 2002). 기존 연구들은 지각된 능력(Ebrahim & Schøtt 2011; Naktiyok et al., 2010), 실패에 대한 두려움(Boudreaux et al., 2019; Tsai et al., 2016), 인지된 네트워크(Arenius & De Clercq, 2005; Hoang & Antoncic, 2003), 기

회에 대한 인식(Boudreaux et al., 2019; Tsai et al., 2016)등 사회인지속성이 창업의도를 만드는 핵심 요소로 제시했다.

그동안의 연구들이 사회인지속성을 예측인자로 활용해 창업의도 혹은 창업활동에 직접적, 간접적으로 미치는 영향을 검토해왔지만, 이러한 사회인지속성들은 무엇에서 비롯되는지에 대해서는 충분히 검토되지 않았다. 즉, 창업의도를 형성하는 보다 근본적 원천에 대해서 심층적 탐구가 이뤄질 필요가 있다.

기존 연구들은 개인의 지식기반(knowledge base)이 특정 사안에 대한 태도, 판단, 의사결정의 기초가 된다고 주장한다(Hambrick & Mason, 1984; March & Simon, 1993). 또한 개인이 가진 경험은 이러한 지식기반을 형성하는 중요한 토대가 된다(Tushman & Nadler, 1978; Hambrick & Mason, 1984). 개인의 창업경험(entrepreneurial experience) 보유 여부에 따라 사회인지속성의 성향은 달라질 수 있고, Entrepreneurial activity에 대한 기대와 평가, 그리고 창업에 대한 진입에 영향을 미

\* 주저자, 성균관대학교 경영학과 박사과정, jh.park@skku.edu  
· 투고일: 2021-11-22 · 1차 수정일: 2022-05-13 · 게재확정일: 2022-06-09

칠 수 있다. 지금까지 연구는 창업의도와 사회인지숙성 사이의 관계 또는 매개요소는 분석했지만(Lu et al., 2014), 이보다 더 근원적인 요소인 개인의 경험의 역할은 분석되지 않았다. 이러한 갭을 메우려면 인지적 프로세스 상 창업의도가 형성되는 초기 단계에서 개인의 경험이 어떠한 역할을 하는지를 탐구해볼 필요가 있다. 따라서 이 연구에서는 기업가의 지식기반을 형성하는 근원적 요인인 기업가적 경험이 사회인지숙성에 어떻게 영향을 주는지, 그리고 이를 통해 창업의도에는 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 창업경험이 창업의도를 창출하는 데 있어서 사회인지숙성의 매개적 역할이 존재하는지 분석하고자 한다.

매개변수로서 역할을 가정하는 사회인지숙성은 다양하지만 이 연구에서는 사회인지이론의 핵심적 변수에 해당되면서, 이 연구의 조절변수(gender)에 의한 대비가 분명하게 나타나는 변수들에 집중하고자 한다. 이러한 조건을 고려하여 이 연구에서 분석하고자 하는 사회인지숙성은 기업가적 자기효능감(Entrepreneurial Self-efficacy), 기회인식(Opportunity recognition) 그리고 실패두려움(Fear of failure)을 포함한다. 이 속성은 주로 창업의도에 대한 직접적인 예측자 역할을 해와서, 다양한 변수 사이의 매개역할에 대해서는 충분히 검토되지 않았다(Tsai et al., 2016). 그러나 자신에 대한 효능, 기회와 위협에 대한 인식과 태도 역시 개인이 보유한 경험과 그로 인해 얻게 되는 지식을 기반으로 형성된다는 점을 참고할 필요가 있다(Chell, 2013; Krueger & Dickson, 1994). 이 연구에서는 기업가적 자기효능감, 기회인식, 그리고 실패두려움의 매개적 역할을 집중 조명하고자 한다.

한편, 창업의도에 대한 개인의 지식기반의 역할을 보다 자세히 이해하기 위해서는 개인의 인지적 속성을 결정하는 조건적 차이를 함께 볼 필요가 있다. 사회인지이론 계열의 기존 연구에서는 개인의 인지적 특성은 성별에 따라 다르게 나타난다는 점을 제시한다(Minniti, 2009). 이 연구는 창업경험이 사회인지숙성 및 창업의도에 미치는 영향이 성별에 따라 어떻게 조절되는지를 분석한다. 창업의도에 대한 개인의 창업경험의 역할에 있어서 이러한 성별 차이의 영향은 여전히 알려져 있지 않다. 따라서 성별 차이가 창업의도에 대한 개인 경험의 영향을 어떻게 조절하는지 살펴보는 것은 이 연구모델이 제시하는 결론을 더욱 선명하게 할 것으로 기대한다.

이 연구의 기반이 되는 사회인지이론(Social Cognitive Theory)과 스키마이론(Schema Theory)을 기반으로 개인의 경험이 어떻게 창업의도를 만들어내는지를 세밀하게 탐구한다. 이를 위하여 Global Entrepreneurship Monitor(GEM)의 87개국의 25,047명 기업가 데이터에 기반한 계량 분석을 통해 기업가의 창업경험이 사회인지이론 변수를 매개하여 어떻게 창업 의도로 연결되는지를 분석한다. 또한 이와 같은 관계가 성별에 따라 어떻게 조절적 영향을 받는지도 분석한다.

이러한 연구는 몇 가지 측면에서 의의를 지닌다. 무엇보다 이 연구는 사회인지숙성을 확장함으로써 개인의 경험에서 창업의도로 이어지는 인지적 프로세스에 대한 이해를 높인다.

기존의 연구는 자기효능감 또는 인식된 기회 및 실패에 대한 두려움의 창업의도에 미치는 직접적인 영향을 조사하는 데 중점을 두었지만(Arab & Sofiyabadi, 2013), 이 연구는 보다 근원적인 예측요소의 영향에서 출발하는 구조적 관계를 분석한다. 이 연구는 대규모의 글로벌 데이터에 기반한 실증분석을 통하여, 창업의도를 예측할 수 있는 개인의 경험이 만들어내는 인지적 효과 등을 살펴봄으로써 창업경험에 따라 창업의도가 어떻게 다르게 형성되는지를 제시했다. 창업의도를 높이는 데 있어서 중요하지만 소외되어 온 변수를 조명하여, 창업의도에 관한 사회인지이론을 구체화했다는 데 의의를 지닌다.

이와 함께, 이 연구는 성별에 따라 생물학적 차이 뿐 아니라 사회적 상호 작용의 결과로 나타나는 사회적 차이, 그리고 인지적 차이가 만들어지는 점을 고려하여(Doyle & Paludi, 1985), 성별에 따라 개인의 인지적 스키마는 다르게 형성되고 이는 창업의도 형성의 전제조건인 사회인지를 어떻게 차별적으로 형성하게 되는지를 파헤치고자 한다. 이를 통해 창업의도에 대한 창업경험의 효과를 새로운 각도로 조명하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 창업의도(Entrepreneurial Intention)

그동안 기업가정신에 대한 연구에서는 새로운 창업기업이 어떻게 설립되는지 밝히기 위해 다양한 연구를 진행해왔다. 기업가들은 창업을 하기에 앞서 나름대로의 가치관과 다양한 정보들을 토대로 판단의 과정을 거친다. 기업가정신 분야의 연구에서는 개인이 기업가정신 활동을 하기 위해서는 계획적이고 의도된 행동이 수반된다고 제시한다(Bird, 1988; Krueger, 1993). 창업의도는 개인이 새로운 사업을 시작하려는 의도를 나타내며(Krueger, 2009), 이는 기업가의 실제 행동을 이끄는 가장 직접적인 원인으로 작용한다(Ajzen, 1991). 창업의도는 기회를 발견, 창출 및 활용하는 과정의 첫 단계이기 때문에 기업가정신의 실체를 이해하는 핵심적 역할을 한다(Gartner et al., 1994).

Krueger(2009)은 창업의도가 무엇으로 구성되는지를 탐구하는 것은 기업가정신 활동의 메커니즘을 파악할 수 있는 유용한 기회를 제공한다고 주장했다. 많은 연구들이 창업의도를 중심으로 기업가적 활동에 대한 예측(Kahneman & Tversky, 1979), 또는 실행(Sarasvathy, 2001b) 등과 연결하여 정교한 이론적 모델을 개발했으며 이후 많은 연구들이 변수 간 상호작용(Fitzsimmons & Douglas, 2011), 매개에 의한 영향(BarNir et al., 2011), 조절효과(Pollack et al., 2012) 등을 통해 이론을 구체화해 나갔다.

창업의도 연구의 뿌리는 약 30년 전 Shapero의 연구(Shapero 1984; Shapero & Sokol, 1982)로 거슬러 올라간다. Shapero & Sokol(1982)가 제시한 창업 이벤트 모델(Entrepreneurial Event

Model)은 창업의도를 예측하는 초기 모델이다. 이 연구는 창업의도에 영향을 주는 주요 요인으로서 기업가에 대한 사회학적, 심리적 요인을 포함하는 프레임워크를 개발해 기업가정신을 형성하는 요인을 제시했다. 이 연구에서는 이러한 요인과 함께 거시적 경제개발 수준, 벤처 캐피탈 투자 요인 및 교육을 포함하여 다양한 요인을 고려해야 한다고 제시했다. 이후 다양한 연구들이 이러한 모델을 확장하고 다양한 상황에 적용하는 추가 연구를 제시했다. Krueger(2000)은 창업 이벤트 모델과 계획된 행동이론 등 두 모델을 비교하는 연구를 통해, 각 모델들의 이론적 실제적 차이를 분명히 가려내고, 창업 이벤트 모델 및 계획된 행동이론의 창업의도에 대한 요인 사이의 관계를 규명했다. Davidsson(1995)은 창업의도를 예측하기 위해 기업가의 태도와 개인 및 상황적 특성이 반영된 추가 모델을 제시했다. 그 이후 Brännback et al.(2006)가 창업 이벤트 모델과 계획된 행동이론의 확장된 모델을 개발했다. 이와 함께 Boyd & Vozikis(1994)은 창업의도를 설명하는 새로운 Bird(1988) 모델을 개발하여 계획된 행동 이론을 구체화했으며, Kolvereid(1996)은 이 이론의 활용성에 대한 분석을 하여 이론의 적용 가능성과 유용성을 점검하고 이론적 기반을 다졌다.

개인의 인지적 속성을 통해 창업의도를 구체화한 연구는 (Bandura, 1997)이다. Bandura(1997)는 “특정의 목표 달성을 위해 필요한 행동을 조직하고 실행하는 능력에 대한 개인의 신념”으로 정의되는 자기효능감의 개념을 제시했다. 개인은 자신의 생각, 감정 및 행동을 통제할 수 있으며, 이 통제는 개인의 자기 관점에 크게 영향을 받는다고 주장했다.

Boyd & Vozikis(1994)는 창업의도가 합리적/ 분석적 사고(목표 지향적 행동)와 직관적/ 전체적 사고(비전)에 의해 구조화된다고 제시했다. 이러한 사고 프로세스는 공식적인 비즈니스 계획, 기회 분석 및 기타 목표 지향적 행동의 기초가 된다고 주장한다. 이러한 내용을 바탕으로 개인의 자기효능감이 창업의도와 행동 또는 행동의 발달에 영향을 미치는 과정을 프레임워크로 정리하여 제시했다.

Zhao et al.(2005)는 창업의도에 있어서 자기효능감이 미치는 영향을 실증적으로 증명했다. 이 연구를 통해 창업의도를 갖게 되는 데 있어서, 인지된 학습, 이전 기업가 경험, 위험성향이 기업가적 자기효능감에 의해 완전히 매개된다는 것을 보여 주었다. 이후에도 모델을 확장하거나 변형하여 자기효능감과 창업의도의 관계에 대한 다양한 연구들이 후속연구로 이어져왔다(BarNir et al., 2011; Hsu et al., 2019; Pihic & Bagheri, 2013). 이러한 연구들은 기업가정신의 심리학에서 도구와 이론을 채택하는 데 매우 설득력 있는 논거를 제시했으며 창업의도에 대한 이해도를 높이는 데 커다란 기여를 했다. 이렇게 많은 연구들이 창업의도 모델을 기업가정신을 이해하는 일종의 프레임워크로 사용하여, 창조적 기업가정신 활동, 기대와 행동의 일치, 및 기업가정신의 조건 등에 대한 새로운 시사점을 제시했다.

많은 기업가정신 연구자들은 의도와 행동 사이의 연관성을

규명하기 위해 실행-의도(implementation intentions) 이론을 적용했다(Gollwitzer, 1999). Gollwitzer(1999)는 실행-의도는 행동이 목표에 종속되며 목표 달성으로 이어지는 반응의 시기, 장소 및 방법을 결정한다고 설명했다. 실행-의도는 더 나은 목표 달성을 가져올 수 있는 ‘if-then’ 계획 형태의 개인적인 규제 전략이라고 볼 수 있다. 그동안 심리학 학자들은 많은 경험적 연구를 통해 실행 의도 이론의 유용성과 효과성을 확립했다(Ajzen et al., 2009).

Frese(2009)는 실행 의도 이론에 기초한 행동 이론 관점을 제안했는데, 행동을 수행하기 위해서는 목표, 행동 계획, 행동 지식 및 자기 효능이 필요하다는 점을 주장했다. Orbeil et al.(1997)는 실행 의도가 계획된 행동 이론의 틀 내에서 행동 의도 구성의 예측 타당성을 향상시킨다는 점을 강조했다. Krueger & Carsrud(1993)가 계획된 행동 이론을 기업가정신 분야에 적용하는 것과 마찬가지로 연구원들은 기업가 의도-행동을 연결하는 연구에 실행 의도 이론을 적용해야 한다고 주장했다. 의도에서 행동으로 이어지는 프로세스 단계에 도달할 때 목표와 계획에 대한 헌신의 힘을 강조한 연구들도 있다(Ajzen et al., 2009; Gollwitzer, 1999). Fayolle et al.(2011)은 헌신의 개념이 그동안 기업가정신 연구에서 의도와 행동 사이의 누락된 연결고리가 될 수 있다는 점을 강조했다.

이 연구는 개인의 인지적 속성에 초점을 맞추어, 사회인지 이론을 기반으로 창업의도를 예측하는 확장된 모델을 제시하고자 한다. 앞서 언급했듯이 창업의도를 설명하는 데 인지적 관점(Cognitive perspectives)은 중요한 영역을 차지하며, 기존 연구들은 인지적 속성이 창업의도를 형성하는 핵심적 역할을 한다고 제시한다(Ucbasaran et al., 2010). 인지적 관점은 어떤 행동이 일어나는 상황에 대한 인식, 분석 및 해석을 말한다(Busenitz & Barney, 1997). 인지심리학에서 자주 거론되는 인지(Cognition)의 개념은 감각 입력이 변형되고, 축소되고, 정교화되고, 저장되고, 복구되고 사용되는 모든 과정으로 정의된다(Neisser, 1967). 개인은 주어진 상황에서 효율성을 최적화하는 방식으로 정렬된 정신모형을 갖는다는 의미다. 스타트업 설립하는 등 기업가정신은 주어진 시장 환경에서 다른 창업 멤버들과 팀을 이루어 새로운 제품 및 서비스를 창출하여 시장에 소개하는 것이기 때문에 인지심리학에서 파생된 인지적 개념은 기업가의 의도를 설명하는 데 유용한 도구가 된다.

기업가적 인지(Entrepreneurial cognition)는 기회 평가, 벤처 창출 및 성장과 관련된 평가, 판단 또는 결정을 내리는 데 사용되는 정신적 모델로 정의될 수 있다(Boudreaux et al., 2018). 기업가는 자신의 정신모형을 사용하여 서로 다른 정보와 지식을 연결하고 비즈니스를 창출하기 위해 필요한 자원을 모아 제품 및 서비스를 개발하는 데 사용하는 과정으로 창업을 하게 된다. 많은 연구들이 기업가적 인지적 속성이 창업의도에 영향을 준다고 제시한다.

## 2.2. 사회인지이론(Social Cognitive Theory)

이 연구의 기반이 되는 사회인지이론(SCT)은 인간의 행동이 타인과의 상호작용하는 과정에서 개인적, 환경적 요인에 의해 영향을 받는다고 제시한다(Bandura, 1986; Wood & Bandura, 1989). 사회인지는 사람들이 다른 사람 또는 사회적 상황에 대한 정보를 처리, 저장 및 적용하는 방법을 의미한다(Bandura, 1997). Fiske & Taylor(1984)는 개인의 인지와 동기는 이에 영향을 주는 상황 안에 존재한다고 간주한다고 주장한다. 사회인지이론의 뿌리는 밀러와 달러드(Miller & Dollard, 1941)가 제시한 사회학습이론(social learning theory)에 있다. 그 후 반두라(Bandura, 1997)에 의해 사회학습이론이 확장되었다. 이 이론은 사회적 학습 이론으로도 알려져 있으며, 사람들의 행동 방식과 동기 부여 방식에 영향을 미치는 요인을 밝히는 데 중점을 둔다. 개인의 인지적 속성(Cognitive factors)은 특정 행동을 유도하는 중요한 요인이 되며, 개인 스스로 살아오면서 만들어지는 속성이지만 제도적 환경(Environmental factors)에 의해서도 영향을 받으며 형성된다(Wood & Bandura, 1989). 간단히 이야기해서, SCT는 개인이 특정 행동 및 의사결정을 하게 만드는 요인이 무엇인지를 밝혀내는 이론이다. 개인이 특정 인지적 속성 또는 인지적 속성의 집합을 보유하고 있을 경우 그에 따른 특정 의사결정 및 행동을 하게 될 가능성이 높아진다고 예측할 수 있다. 그래서 이 이론은 어떤 개인의 의사결정 및 행동을 예측할 수 있도록 하는 프레임워크가 된다. 많은 연구들이 사회인지속성을 제시하여 특정 의사결정 및 행동을 예측할 수 있는 모델을 제시한다. 즉, 한 개인에게 어떠한 사회인지 상태가 발견될 경우 그 개인은 특정 의사결정 및 행동을 하게 될 가능성이 높아짐을 주장한다. 그리고 이러한 인지적 속성이 어떻게 형성되는지, 그리고 어떠한 인지적 메커니즘을 통해 사회인지 속성이 특정 의사결정과 행동을 일으키는지를 설명한다(Baron, 2006; Welpe et al., 2012).

SCT에서 자주 다루는 인지적 속성은 자기효능감(self-efficacy), 결과에 대한 기대(performance expectations), 개인의 인지된 목표(perceived goals)과 같은 개인의 특성이다(Bandura, 1986). SCT 계열의 많은 연구들이 실패에 대한 두려움(fear of failure), 기회인식(Opportunity recognition)과 같은 인지적 특성들이 기업가정신 행동에 중요하게 작용한다고 제시한다(Baron, 2006; Welpe et al., 2012). 이러한 개인적 인지 요소들과 행동수행력, 자기조절 등으로 설명되는 행동 요소들, 그리고 상황이나 제도 등으로 설명되는 환경적 요소들이 서로 상호작용하면서 개인의 선택과 행동을 결정한다. 가령, 경쟁 시장과 같은 국가 차원의 경제 기관이 새로운 창업을 촉진시키는데 중요한 역할을 한다는 점이 여러 연구에서 인정되고 있다(Aidis et al., 2012). 사회인지이론은 개인요인, 행동요인, 환경요인을 포함하지만 이 연구에서는 환경적 요인보다는 개인의 경험이 창업 행동에 미치는 요인에 초점을 맞추

어 분석을 한다.

기업가정신 연구 분야에서 분석의 대상으로 자주 선택되는 사회인지이론의 변수는 상호결정론, 성과기대, 가치기대, 자기효능감, 행동수행력, 자기조절, 환경, 상황, 관찰학습, 강화 등이 있다(Lent et al., 1994). 여기에 최근에는 기회에 대한 민감도, 자발성, 실패에 대한 두려움, 인지된 네트워크 등 다양한 사회-인지적 특성이 기업가의 판단 및 행동에 대한 중요한 결정 요인으로 다뤄지고 있다(Welpe et al., 2012). 그동안 사회인지이론 연구에서는 이러한 변수들이 창업의도에 직접적 혹은 간접적 영향을 주는 원인으로 제시했다. 이 연구에서는 창업의도의 형성에 관여하는 보다 근원적인 요인은 무엇인가에 대해서 구체적인 탐구를 해보고자 한다.

## 2.3. 스키마이론(Schema Theory)과 창업경험(Entrepreneurial experience)

창업경험(Entrepreneurial experience)은 개인이 기업가정신과 관련한 프로세스나 방법에 대해 갖고 있는 경험을 일컫는다. 기업가적 활동과 관련한 사회적 인지는 창업경험에 의해 달라진다. 인지 이론에서는 기회 식별 혹은 행동 결정의 기초가 되는 정신적 프레임워크의 역할을 강조한다. 특별히 Gaglio & Katz(2001)는 기업가의 의사결정 및 행동의 동기를 설명하기 위해 스키마 이론(Schemas theory)을 제시했다. 스키마는 물리적, 사회적 세계의 작동 방식에 대한 개인의 지식과 신념을 나타내는 역동적이고 진화하는 정신모델로 정의한다(Gaglio & Katz, 2001). 스키마 이론은 선도적인 인지주의 학습 이론 중 하나로서, 스키마라는 용어는 발달심리학자 피아제에 의해 처음 소개되었고, 1932년 Bartlett에 의해 광범위하게 작성되었다(Bartlett, 1932; Piaget, 1971). 스키마는 새로운 정보를 이해하기 위해 사용하는 일종의 지식의 구조로써, 자신의 기억으로 들어오는 정보를 선택하고, 선택한 정보들을 인지구조 속에 의미 있게 통합하며 조직하는 역할을 한다(Sherman et al., 1989). 개인은 새로운 개념들을 이전에 알고 있던 개념들과 함께 여러가지 모양으로 구성해서 문제해결에 도달하게 되는 데, 이 개념들의 구성체가 바로 스키마이다.

스키마 개념은 이 연구의 핵심 변수인 창업경험과 창업의도의 관계가 사회인지이론 안에서 어떻게 작동하는지를 구체적으로 설명하는 데 도움이 될 수 있는 개념이다. 사회인지이론은 개인의 판단과 행동에 영향을 중요한 요인을 제시하는 기반 이론이 되지만 각 변수들이 어떠한 메커니즘으로 상호작용하는지에 대해 충분히 설명하지 못한다. 이를 스키마가 설명한다. 스키마의 개념을 통해 창업의도에 대한 창업경험의 역할을 더욱 자세히 이해할 수 있게 된다. 과거의 창업경험에 기반한 지식은 창업과 관련한 스키마를 형성하는 중요한 재료가 되며, 시장이나 산업에 대한 해석은 기업가마다 보유하고 있는 스키마에 따라 달라진다. 이러한 정신적 모델을 통해 새로운 창업경험에 대한 해석을 새롭게 하거나 지속하게 되

고 이는 스키마를 더욱 뚜렷하게 형성하는 작용을 한다. 즉, 개인이 과거 창업을 하는 상황에서 경험하고 쌓은 누적 경험이 독자적인 인지구조를 형성하고 이는 개인이 새로 창업을 해야 하는 상황에 반응하는 방법을 결정한다(Gaglio, 1997). 가령, 위기관리에 관한 스키마를 보유한 개인은 시장 불균형 혹은 비정상적인 변화를 감지할 수 있으며, 이 새로운 상황에 대해 독자적인 통찰을 할 수 있게 된다(Gaglio & Katz, 2001). 과거 기업가적 활동에서 성공을 거둔 개인은 나름대로의 성공 방법에 대한 인지적 구조를 형성하고 있기 때문에 새로운 사업을 시도할 때 과거경험에 기반한 유리한 방식을 채택할 가능성이 높아진다(Ucbasaran et al., 2009).

경험이 많은 기업가와 초보 기업가는 의사결정과 성과의 차이가 있는데 이는 스키마의 차이로 설명되기도 한다(Chase & Simon, 1973). 경험이 많은 기업가는 다양한 지식을 바탕으로 복잡한 스키마를 가지고 있다. 스키마 속에 있는 다양한 인지 요소의 교차연결을 통해 현상을 보다 정교하고 신속하게 해석해낸다(Gaglio & Katz, 2001). 경험이 없는 기업가는 스키마의 성숙도가 충분히 않아 현상에 대한 인식의 정교함이 떨어진다. 과거의 기업가적 활동에 대한 경험을 하게 되면 실질적인 사안에 대한 판단과 정신적 시뮬레이션을 통해 기존의 스키마를 재평가하게 되고 이를 수정하거나 변경하기도 한다. 이는 기존에 갖고 있던 스키마를 보다 발전시키는 역할을 하는 것이다.

이렇게 개인은 경험은 스키마의 일종인 인지구조를 형성하며, 이는 새로운 환경에 대처하는 데 있어서 쉽고 효과적으로 적용할 수 있는 프로토타입의 역할을 한다. 과거 창업경험을 통해 갖게 되는 프로토타입에는 참신성, 실용성, 시장 매력 및 필요한 리소스를 쉽게 얻는 방법 등이 포함된다(Ucbasaran et al., 2009). 이러한 프로토타입을 기반으로 새로운 아이디어를 벤치마킹하는 것이 수월해진다. 특정 정보가 기존 프로토타입과 밀접하게 일치하는 경우 채택이 쉬워지고, 새로운 정보가 주어진다 하더라도 기존 프로토타입과 대비해 효과적인 전략적 방향을 구상하는 게 쉬워진다. 특별히 이 연구에서는 창업경험이 사회인지숙성에 영향을 주는 선행역할을 할 것으로 예상된다. Wood & Bandura(1989)은 창업경험에 의해 쌓인 지식의 양과 자기효능감은 밀접한 관련이 있다고 주장한다. 과거의 경험을 기반으로 지식이 충분하다고 믿을수록 구성원의 동기 부여, 인지 자원 및 일상 생활에 대한 통제권 행사에 필요한 행동 과정을 동원할 수 있는 능력에 대한 믿음이 커진다고 볼 수 있기 때문이다(McGee et al., 2009). 기업가는 기술과 지식이 있을 때 자신의 능력에 대한 자신감을 가질 수 있고, 자신의 환경을 제어하고 목표를 달성할 수 있다는 자신감을 갖게 되어 성공적인 기업을 설립하기 위한 동기 요인이 더 강해진다(Godwin et al., 2016; McGee et al., 2009).

사회인지이론에서 제시하는 주장 역시 스키마이론에서 제시하는 맥락과 일치한다. 즉, 개인은 판단과 의사결정 및 행동을 하기 위한 정신적 모델을 형성하기 위해 나름대로의 지식 구조를 갖추게 된다고 제시한다(Boudreaux et al., 2018). 여기

서 기업가가 보유하는 경험은 기업가적 인지의 기반이 된다. 즉, 기업가가 경험을 통해 구축하는 지식기반에 의해 창업에 대해 기업가가 갖게 되는 스키마 또는 인지적 프로토타입은 달라지게 되고 이를 통해 기업가적 활동에 대해 갖게 되는 심리적 경향은 달라지게 된다.

이러한 내용을 토대로, 개인이 보유한 창업경험은 창업의도에 영향을 주는 사회인지숙성을 형성하는 중요한 원천이 될 것으로 예측할 수 있다. 특별히 이 연구에서는 사회인지숙성에 해당되는 자기효능감, 기회인식, 실패두려움에 초점을 맞추고자 한다. 이 세 가지 변수는 사회인지이론에서 핵심 논리를 구성하는 주요 변수이기도 하며, 창업의도 연구에서 가장 빈번하게 다루지는 변수이다(Clercq & Arenius, 2006; Wood & Bandura, 1989). 또한 이 변수들은 이 연구에서 분석하고자 하는 조절변수(gender)에 의한 대비가 분명하게 나타나는 변수들이다 이 연구모델에 적합하다. 이 속성들은 창업의도에 대한 직접적인 예측역할을 주로 해왔고, 다양한 변수 사이의 매개역할에 대해서는 충분히 검토되지 않았다(Tsai et al., 2016).

개인이 보유한 창업경험이 창업의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고, 이를 위해 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움이 어떻게 매개효과를 갖는지를 분석한다. 이를 위해 먼저 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움에 각각 미치는 직접적 영향을 살펴본 후 이들의 매개역할을 통해 창업의도에 어떻게 영향을 주는지를 분석한다.

### III. 가설

#### 3.1. 창업경험과 기업가적 자기효능감

먼저 창업경험과 연결되는 첫번째 사회인지숙성은 자기효능감이다. 사회인지이론에서는 개인의 동기는 자기규제 메커니즘(self-regulatory mechanisms)에 의해 통제된다고 주장한다(Bandura, 1986; Wood & Bandura, 1989). 이 메커니즘과 관련한 가장 중요한 개념 중 하나가 자기효능감이다. 자기효능감은 ‘동기부여, 인지 자원 및 일상생활에 대한 통제권 행사에 필요한 행동 과정을 동원할 수 있는 능력에 대한 믿음’으로 정의된다. Mauer et al.(2017)은 자기효능감이 기업가정신을 형성하는 핵심적 변수라고 제시했다. 기존의 연구들은 자기효능감이 창업활동에 대한 의도와 밀접한 관련이 있다는 점을 꾸준히 제시해왔다(OK et al., 2020; Wilson et al., 2007; Zhao et al., 2005). 기업가정신의 맥락에서 기업가의 자기효능감은 기업가가 새로운 비즈니스를 창업하고 운영할 수 있는 지식과 역량을 충분히 갖고 있다고 믿는 것을 의미한다(McGee et al., 2009). 기업가가 기업가정신 활동을 성공적으로 추진하기 위해서는 기술과 지식을 갖추는 것뿐만 아니라 추구하는 목표를 달성하고 자신의 환경을 통제할 수 있는 자신의 능력에 대한 자신감을 가져야 한다(Rauch & Frese, 2007; Godwin et al., 2016). 따라서 이러한 자기효능감은 기업가정신 활동에 대

한 의도를 연구하는 데 있어서 반드시 살펴봐야 할 변수이다.

특히 이 연구에서는 창업경험이 기업가적 자기효능감에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예측한다. 창업을 하기 위해서는 그동안 경험과 지식을 기반으로 다양한 요소 간 관계를 통찰하고 새로운 방식으로 이들을 결합할 수 있어야 한다(Ward, 2004). 기업가는 이를 통해 새로운 상업적 가치를 창출해낼 수 있어야 한다. 창업경험이 풍부할 경우 기업가로서 정보를 처리하고 판단하기 위해 필요한 스키마가 정교하고 탄탄히 갖추어질 가능성이 높다(Lord & Maher, 1990). 이러한 스키마는 기업가적 의사결정을 효과적으로 할 수 있는 정신적 프레임워크를 제공해준다. 성숙된 스키마를 지닌 개인은 효율적으로 인지 처리를 하게 되고 중요한 사안에 집중할 수 있게 된다. 즉 창업경험을 갖출 경우 이 기업가는 기업가적 활동의 프로세스를 진행하기 위해 필요한 스킬과 능력이 충분하다고 인지할 가능성이 높아진다.

특히 기업가가 주어진 정보를 토대로 새로운 시장을 창출하기 위해 정보를 인식하고 실행하는 데에는 효과적인 추론(effectual reasoning)이 요구된다. Sarasvathy(2001a)는 효과적인 추론을 통제 논리에 기반한 문제해결 결정모델로 설명했다. 기업가는 기업가적 활동을 수행하는 데 있어서 풀어나야 할 문제를 정확히 인식하고, 활용 가능한 수단에 접근하여, 창조적인 방식으로 문제를 해결해내야 한다. 현실에서는 가용자원이 부족하고 불확실성과 위험이 많기때문에 이러한 능력의 중요성이 매우 크다고 볼 수 있다. 창업경험은 불확실성 상황에서 효과적으로 의사결정 하는 방법에 대한 암묵적 지식을 제공한다(Johannisson et al., 1998). 이는 기업가적 활동의 프로세스 중에 예상치 못한 상황에 창조적으로 해결하는 데 중요한 요건이 된다(Westhead et al., 2005). 따라서 창업경험이 있으면 그렇지 않은 기업가에 비해 기업가적 활동의 성공적 완수를 할 가능성이 높아진다(Ucbasaran et al., 2009).

이와 함께 창업경험은 기업가가 적극적인 숙달에 이르게 하고 이는 새로운 기업가적 활동 진행하는 것을 수월하게 만든다. 사회인지이론에 따르면, 개인의 자기효능감은 역할 모델링(Role modeling), 사회적 설득(Social persuasion) 및 자신의 심리적 상태(Psychological state)와 함께 적극적인 숙달(Enactive mastery)에 영향받는다(Bandura, 1986). 과거 기업을 설립하고, 초기 고객을 모집하고, 새로운 시장을 창출하고, 조직 내에 법적조건을 마련하는 등의 과정을 겪어왔다면 활동적인 숙달 경험이 축진된다(Stumpf et al., 1991). 이러한 숙달 경험이 있을 경우 기업가적 역할 모델링의 기회를 얻게 된다. 역할 모델링이 구축되어 있는 기업가의 경우 기업가적 목적을 달성하기 위해 필요한 방법을 쉽게 찾고 이를 실행하는 것이 보다 수월해진다. 따라서 창업경험은 개인의 자기효능감을 높일 것으로 추론하며 다음과 같이 가설을 제시한다.

**가설 1: 창업경험은 기업가적 자기효능감에 긍정적인 영향을 미친다.**

### 3.2. 창업경험과 기회인식

이 연구는 개인의 창업경험이 기회인식에도 밀접한 연관을 지닐 것으로 본다. 기회의 인식은 기업가정신에 있어서 중요한 사회적 인지 속성이다(Wasdani & Mathew, 2014). 기업가정신의 많은 학자들은 기회인식을 기업가적 행동에 있어서 가장 독특하고 근본적인 특징 중 하나로 식별했다(Mintzberg & Waters, 1982; Tang et al., 2012). Lumpkin & Lichtenstein(2005)는 기회인식을 좋은 아이디어를 식별하여 이를 가치를 추가하고 수익을 창출하는 비즈니스 개념으로 변환할 수 있는 능력이라고 정의하였다. 이러한 정의는 기회인식이 기업가정신에서 빼어낼 수 없는 일부라는 점을 강조한다. 불확실한 기업 환경 속에서 사업의 기회를 인식하고 좋은 기회를 포착해야 하는 능력은 기업가에게 매우 중요시되는 능력이다(Mintzberg & Waters, 1982).

Krueger & Dickson(1994)에 따르면 사업을 시작하는 것은 위험한 의사결정 과정이며 기회인식은 인지 능력에 달려있다. 특히 사회인지이론에서는 개인은 미래 지향적이며, 성취하고자 하는 것에 대한 명확한 목적을 갖고 있을 때 동기가 높아진다고 가정하는데(Wood & Bandura, 1989). 여기서 기회인식은 목적을 달성하기 위한 방향을 제시하는 역할을 하기 때문에 기회인식은 필요한 수준의 노력을 장려하고 유지하도록 이끈다(Baron & Shane, 2007). 이 연구에서는 기업가적 지식을 많이 보유할수록 기회를 인지할 가능성이 높아진다는 점을 주장한다. 여기에는 몇 가지 이유가 있다.

첫째, 창업경험은 특정 분야에서의 사업적 기회를 더 잘 포착하게 하고 이를 통해 연계 될 이점을 더 잘 식별하게 해주는 요인이 된다(Baron, 2006). 경험이 많은 개인은 보다 넓은 지식 기반을 통해 보유한 지식을 잠재적인 기업가적 기회와 연관시킬 수 있는 가능성이 높다(Cohen & Levinthal, 1990). 창업경험을 갖고 있을 경우 경험에 기반한 구체화된 스키마를 통해 서로 다른 이질적인 정보를 통합하고 보다 정교한 판단을 내릴 수 있게 된다(Glaser & Chi, 1988). 경험을 지닌 기업가들은 경제 환경 속에서 발생하게 되는 시장 불균형의 신호에 민감하다(Kirzner, 1979). 시장 불균형 속에서 유경험자는 혁신을 통해 스스로를 재창조하여 새로운 가치를 만들어 낼 수 있는 기회를 식별할 수 있는 스키마를 형성한다.

경험을 갖고 있는 기업가는 시장 불균형을 나타내는 단서에 대한 정교한 정신 모델과 불균형 과정 및 그 결과 범위에 대한 정교하고 복잡한 스키마를 갖게 된다(Gaglio & Katz, 2001). 잠재 기업가는 시장 변화를 식별하기 위해 스키마를 사용한다(Cowan, 1986). 유경험자는 복잡하고 고도화된 스키마를 통해 초보자가 간과할 수 있는 정보 및 기회의 중요성을 쉽게 캐치해낼 수 있게 된다(Lord & Maher, 1990). 경험이 있는 기업가는 서로 개별적인 사건들을 연결하여 새로운 의미 있는 패턴을 찾아낸다(Baron & Ensley, 2006). 경험을 통해 만들어진 기회인식 스키마는 중요한 시장의 자극, 소비자들의

관심과 수요, 시장 변화에 대한 해석, 상업성 높은 아이디어 생성 등을 가능하게 한다(Gaglio, 1997). 즉 경험이 많은 기업가는 경험이 없는 기업가에 비해 기회의 중요성을 인식하는 능력이 뛰어나고, 성공 가능성이 높은 사업적 기회를 알아볼 가능성이 높아진다고 볼 수 있다.

둘째, 창업경험을 갖고 있다는 것은 기업가정신 활동에 필요한 외부자원이 어디에 있는지를 안다는 것을 의미한다. 기존 연구에서는 기업가의 경험에 기반한 지식이 풍부할수록 기회를 획득하기 위한 네트워크 형성에 적극적이라는 점을 제시했다(Christensen & Peterson, 1990). 이는 새로운 지식을 추가적으로 확장할 수 있게 되는 발판이 될 뿐만 아니라 새로운 기회인식 가능성을 높여주는 요인이 된다. 기업가의 네트워크는 기업가들에게 창업활동에 필요한 추가적 지식의 원천이 될 수 있다(Johannisson, 1990). 풍부한 지식을 보유한 개인은 네트워크 내에서 본인이 현재 보유하고 있지 않은 지식에 대한 접근경로를 잘 인지한다. 이는 기업가의 창업경험이 있으면 네트워크를 이용한 지식의 결합과 교환, 그리고 새로운 지식의 창출을 수월하게 한다는 것을 의미한다(Davidsson & Honig, 2003; Nahapiet & Ghoshal, 1998). 또한 기존 경험과 새로운 지식의 조합을 통해 새로운 아이디어 생성 기회에 특별한 관심을 갖게 된다(Lawson & Lorenz, 1999). 경험을 풍부하게 가진 기업가는 그렇지 않은 기업가에 비해 네트워크를 통해 새로운 기회를 더 많이 인식할 수 있게 한다(Singh et al., 1999).

요약하면, 개인의 지식이 풍부할수록 기회에 대한 인지가 능력이 커지며, 사업적으로 이익이 되는 외부자원을 통해 기회를 확장시키는 방법을 숙지하게 되어 기회를 더욱 잘 인식하게 된다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시한다.

**가설 2: 창업경험은 기회인식에 긍정적인 영향을 미친다.**

### 3.3. 창업경험과 실패두려움

개인의 창업경험은 실패두려움에도 영향을 줄 것이다. 실패에 대한 두려움은 개인이 성취 상황에서 불확실성을 얼마나 감당하는지를 의미하며(Heckhausen, 2013), 기업가정신 활동을 시작할지의 여부에 대한 의사결정과 관련된 감정적인 반응이다. 이 변수는 인간이 지닌 부정적인 감정(Patzelt & Shepherd, 2011), 실패의 결과로서 수치심이나 굴욕의 경험으로 설명하고 있다(Wood et al., 2013). 이는 목표를 달성하기 위한 능력의 평가 또는 위협에 대해 기업가가 지니고 있는 태도를 나타낸다(Shinnar et al., 2012).

기업가정신의 많은 연구들이 창업과 실패에 대한 두려움은 강력한 관계를 지닌다고 논의했다(Cacciotti & Hayton, 2014). 사회인지이론에서는 미래 성과에 대한 기대가 의사결정을 이루는 중요한 요소라고 강조하는데(Bandura, 1986). 사람들이 기대하는 결과를 얻기가 어렵거나 실패할 가능성이 높다고

생각하면 비판적인 생각을 갖고 행동을 주저하게 된다(Wood & Bandura, 1989).

창업의 결과가 부정적으로 인식되거나 자신이 통제할 수 없는 종류로 간주될 경우 그러한 상황은 피해야 할 상황으로 분류된다(Jackson & Dutton, 1988). 개인의 성향에 따라서 같은 사안에 대해 부정적으로 보는 정도는 다르다. 어쨌거나 이러한 상황으로 인해 추진하던 일이 실패로 이어지게 될 경우, 심리적 타격을 입을 수도 있고, 불안하거나 불쾌한 감정을 가질 수도 있으며, 장기적으로 열등감의 원인이 되기도 한다(Shepherd, 2003). 따라서 사람들은 실패에 대한 우려가 클수록 실패하지 않으려는 노력을 적극적으로 하며 이는 해당 활동을 회피하는 것도 포함한다. 많은 연구들이 제시하듯이 실패두려움은 기업가적 활동을 시작할지 여부에 큰 영향을 주는 중요한 요인이다(McGregor & Elliot, 2005). 이러한 흐름을 고려하여 이 연구에서는 창업경험은 실패두려움을 줄어든게 만드는 요인이 될 것으로 예측한다. 여기에는 몇 가지 이유가 있다.

먼저, 실패의 두려움은 위협이 되는 요인에 대한 구별 및 이에 대처하는 방법에 대해 분명한 지식을 갖고 있지 않은 데에서 나온다. 경험이 있으면 위협을 관리하기 위한 노하우를 보유하고 있으므로 통제 가능하다는 믿음을 갖게 되어 위협에 대한 두려움 정도가 낮을 수 있다(Heinzel et al., 2014). 창업을 하게 될 경우 초기 위협에 대한 대처를 잘 해야 한다(Aldrich, 1999; Shepherd et al., 2000). 기업 설립 시점이 사업 폐쇄 위험이 가장 크기 때문이다(Stinchcombe, 1965). 원활한 행정 시스템 및 인력의 부족, 사업에 최적화된 조직 구조 형성, 시장의 요구를 수행하기 위해 학습하는 데 드는 비용 등이 그 원인이 된다. 이러한 위협에 대한 명확한 솔루션이 없을 경우 막연한 두려움이 생기는 것이다. 사전 경험이 있는 기업가는 조직을 구축하고 자금을 조달하는 방법, 사람들을 이끌고 고용하는 방법, 고객을 유치 및 유지하는 방법에 대한 노하우를 갖고 있다(Ucbasaran et al., 2006). 따라서 창업경험을 가진 기업가는 이러한 위협을 잘 식별하여 수월하게 기업가적 업무를 처리해 나갈 수 있는 믿음을 갖게 된다. 즉, 기업가적 지식이 많을수록 실패를 줄이고 성공 가능성을 높이기 위한 적절한 프로세스 및 방법을 잘 인지하기 때문에 실패에 대한 두려움은 더욱 낮아지게 된다. 뿐만 아니라 창업경험이 있으면 네트워크가 풍부하기 때문에 위험 발생시 이를 해결할 수 있는 파트너의 도움을 기대해볼 수 있는 여지가 크다는 점도 실패에 대한 두려움을 줄이는 요인이 된다(Sharma & Blomstermo, 2003). 인적 네트워크 문헌에 따르면 개인이 다른 사람과의 긴밀한 상호 작용을 통해 정보 및 지식을 공유하며, 정보의 타이밍 및 퀄리티에 영향을 줄 수 있는 상황에 있게 되면, 불확실성에 대한 심리적 안정을 갖게 된다. 이러한 네트워크는 개인 간의 상호이해를 연결하여 불확실성 위협에 대한 위기감을 줄어든게 하고 개인 간의 정보 흐름을 촉진하기 때문에 실패에 대한 두려움을 감소시킨다. 따라서 창업경험은 기업가정신 활동의 실패에 대한 두려움을 감소시키는 역할을 할 것이다.

가설 3: 창업경험은 실패두려움에 부정적인 영향을 미친다.

### 3.4. 사회인지속성과 창업의도

지금까지 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패 두려움 등 사회인지속성에 미치는 영향을 살펴왔다. 이 연구는 창업경험이 창업의도에 미치는 영향을 분석하는 게 목적이다. 이를 위해 창업경험이 영향을 준 3가지의 사회인지속성이 창업의도에 어떻게 영향을 주는지를 살펴볼 필요가 있다.

먼저 기업가적 자기효능감과 창업의도의 관계를 살펴본다. 기업가 정신의 맥락에서, 기업가적 자기효능감은 기업가가 새로운 사업을 시작하고 운영하기 위해 자신의 기술과 능력을 가지고 있다고 믿는 정도를 의미한다고 언급했다(McGee, et al., 2009). 기업가적 자기효능감은 개인의 행동과 선택에 영향을 미치고, 행동을 실행하기 위해 소비하는 노력의 양, 어려움과 도전에 대한 인내 및 행동 수행에서의 성공에 크게 영향을 미친다(Dwyer & Cummings, 2001). 또한 Bandura(2000)는 자기효능감이 개인의 현재 과제를 수행하고 미래의 과제를 수행하는 방식에 영향을 미친다고 주장했다. 그 이유는 자기효능이 환경의 촉진자, 목표 설정, 결과 기대치와 같은 다른 프로세스와 요인에 영향을 미침으로써 직간접적으로 동기에 영향을 미치기 때문이다(Bandura, 2012).

이러한 주장은 창업의도 연구에도 적용된다. Entrepreneurship 분야의 기존 연구들은 자기효능감이 기업가적 사고방식의 중심이며(Mauer et al., 2017), 창업의도 및 행동과 밀접한 관련이 있는 변수라고 제시한다(Ajzen, 2001; Sequeira et al., 2007). 기업가적 자기효능감은 기업가의 과제와 역할을 성공적으로 수행할 수 있는 믿음과 새로운 기업가적 활동의 결과에 대한 기대치다(BarNir, et al. 2011). 역으로 기업가적 활동은 높은 수준의 자기효능감이 요구되는 복잡한 과정이다(Betz & Hackett, 2006; Bryant, 2007).

자기효능감은 기업가적 활동에 대한 동기를 부여하는 핵심적인 개인 능력이라고 볼 수 있다(DePillis & Reardon, 2007). 자기효능감은 역동적이고 복잡하며 불확실한 환경에서 의사결정을 효과적으로 하고 위험과 스트레스 관리가 불가피한 기업가적 활동에 있어서 중요한 작용을 한다(Rauch & Frese, 2007). 이러한 자신의 능력에 대한 자기 믿음이 강할수록 도전적인 과제를 완수하고 목표를 완수하는 노력이 더 커진다(Wood & Bandura, 1989; Bullough et al., 2014). 개인에게 자기효능감은 자신의 사업을 시작하는 어려운 과정에 들어가려는 동기와 역량이 영향을 미치며 기업가로서의 미래 행동의 경로에 대한 준비 정도를 결정한다(Bandura, 2012).

여러 연구에 따르면 기업가로서 과제를 수행하는 능력과 기술에 대한 기업가의 신념은 기업가적 활동에 대한 통제력을 향상시키고 직면하게 되는 문제들을 해결할 수 있는 자신감을 갖게함으로써 창업의도에 영향을 미친다(Carr & Sequeira, 2007; McGee et al., 2009). Chen et al.(1998)은 자기효능감이

강한 사람들은 마케팅, 재무 관리, 관리 및 위험감수와 같은 기업가적 과제를 성공적으로 수행할 수 있는 능력이 충분하다고 인식하며 이러한 믿음이 낮은 사람들보다 기업가가 되려는 의도가 높다고 제시한다. 여러 연구들이 자기효능이 개인의 기업가적 활동을 선택하는 것에 긍정적 영향을 미치는 점을 제시했다(Bandura, 2000; Kickul et al., 2009; Zhao et al., 2005). 따라서 자기효능감은 기업가적 활동을 시작하고자 하는 개인의 결정에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예측한다. 이러한 내용을 기반으로 이 연구는 다음과 같이 가설을 제시한다.

가설 4: 기업가적 자기효능감은 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다.

다음은 기회인식과 창업의도와와의 관계다. 기회인식은 좋은 아이디어를 식별하고 변환하는 능력으로 정의된다. 기존 연구들은 기회인식이 기업가적 활동을 실행하는 데 있어서 매우 중요한 핵심 단계로 제시해왔다(Ozgen & Baron, 2007; Short et al., 2010).

Edelman & Yli-Renko(2010)는 또한 기업가정신 활동 과정에 있어서 인지적 요인이 근본적인 역할을 한다고 언급했다. 즉, 기업가를 둘러싼 환경적 조건보다는 시장에 기회가 존재한다는 인식 또는 새로운 니즈의 발생에 대한 발견 등이 새로운 비즈니스를 시작을 이끄는 중요한 트리거라는 것이다. 이는 기회인식이 새로운 기업가적 활동을 시작하려는 개인의 노력을 자극할 수 있는 요인이라는 것이다. 따라서 창업의도를 예측하는 데 있어서 기회인식은 중요하게 살펴봐야 할 요인이다.

많은 연구들이 기회인식이 기업가정신을 촉진시키고 프로세스를 진행시키는 역학으로서 어떻게 작용하는지 연구해왔다. Alvarez & Barney(2013)는 기회인식의 개념은 발견과 창조의 두 관점으로 살펴볼 필요가 있다고 주장한다. 기업가가 수익 창출을 할 수 있는 사업 아이템 또는 시장가치를 만들어낼 수 있는 신시장을 발견할 경우 등에 기회의 인식에 포함되며, 이러한 발견을 실행하여 실제 가치를 창출해내는 것까지 이 개념에 포함해야 한다는 것이다. 즉 기회인식은 발견과 창조의 두 접근에서 모두 일어날 수 있고 다양한 연구들이 이 관점 중 하나 혹은 둘 다의 관점으로 기회인식을 연구하고 있다(Ucbasaran et al., 2009).

이 연구는 이러한 기회인식은 창업의도에 영향을 준다고 예측한다. 기업가정신 분야의 많은 학자들은 기회인식을 기업가 행동의 가장 독특하고 근본적인 특징 중 하나라고 강조한다(장현철·김종성, 2021; Baron, 2006). 기업가정신 활동의 시작은 두 가지 조건의 공동 발생을 통해 이뤄진다(Reitan, 1997). 첫 번째 조건은 시장에 기업가적 기회가 존재하는 것이다. 다른 하나는 이 기회를 이용하고자 하는 사람이 존재하는 것이다. 이 두 사건이 일치할 때 기업가적 행동이 일어날 수 있다. 따라서 새로운 기업가정신 활동의 시작을 위해서는 기업가의 기회인식이 반드시 존재해야 한다는 것이다.



사회인지이론에서는 사람들이 미래지향적이라는 가정 하에 미래의 목표를 달성할 수 있는 것에 동기를 갖는다고 제시한다(Bandura, 1986). 목표가 불분명하거나 목표달성에 도움이 되지 않은 일에 대해서는 동기부여가 낮고 이를 위해 노력을 수반하지 않게 된다(Lunenborg, 2011). 이러한 맥락에서 기회 인식은 명확한 목표의 개발을 촉진하고, 이 목표를 달성하기 위한 방향과 이를 위해 필요한 수준의 노력을 이끌어내는 역할을 한다(Baron & Shane, 2007).

기업가적 기회를 잘 인식하는 사람들은 경제적 이익을 창출할 수 있는 아이템과 시장에 민감하게 반응한다. 이러한 민감성은 새로운 기업활동을 시작하고자 하는 목표를 형성하는 기초가 된다(Baron, 2006). 이러한 기회에 대한 인식은 기업가적 행동으로 이어지는 의도에 따른 인지 과정을 유발할 수 있다(Krueger, 2000). 기회에 대한 더 강한 인식은 새로운 사업을 시작하려는 의도와 스타트업 설립하려는 기업가의 에너지를 증가시켜 실행을 착수하고자 하는 의지를 높일 것이다(Edelman & Yli-Renko, 2010). 따라서 기회를 인식하는 것은 기업가적 활동의 중요한 전제 조건이 되며(Baron & Shane, 2007), 실현 가능한 기회를 찾는 사람은 새로운 기업가적 활동을 할 가능성이 높다(Bhave, 1994). 이러한 내용을 기반으로 다음과 같이 가설을 제시한다,

**가설 5: 기회인식은 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다.**

다음은 실패두려움과 창업의도와와의 관계다. 실패에 대한 두려움은 기업가적 활동의 시작 여부에 대한 결정과 관련된 감정적 반응이다. 이는 개인이 불확실성을 정의하고 불확실성을 구성하는 방식을 결정한다(Heckhausen, 2013). 많은 연구들이 기업가적 행동에 대한 실패에 대한 두려움의 영향을 논의했다(Cacciotti & Hayton, 2014; Heinzel et al., 2014; Tsai et al., 2016). 기업가정신은 적극적인 행동을 요구하며, 이러한 행동은 불확실성을 기꺼이 부담해야 가능하다(McMullen & Shepherd, 2006). 개인이 기업가정신 활동에 참여할지 여부는 이러한 불확실성을 기꺼이 수용할 수 있느냐의 의지와 밀접하게 관련 있다(Foss & Klein, 2012). 실패두려움은 부정적인 감정(Patzelt & Shepherd, 2011), 위협에 대한 태도(Shinar et al., 2012), 실패로 인한 절망의 경험(Wood et al., 2013), 목표 달성 능력 평가(Noguera et al., 2013)로 구체화되어 설명되었다. 기업가정신 활동에 참여하는 기업가는 비기업가(non-entrepreneurs)와 위협 성향 및 태도에 있어서 근본적으로 차이를 나타낸다(Douglas & Shepherd, 2002).

사회인지이론에서는 동기를 만들어내는 것은 미래 성과에 대한 기대라고 주장한다(Bandura, 1986). Wood & Bandura (1989)는 사람들이 긍정적 결과를 얻기가 어렵다고 생각하거나 실패할 가능성이 높다고 생각하면, 소극적이고 부정적인 마인드를 갖게 되는데 이는 미래의 행동을 방해할 수 있다고 주장한다. 따라서 사회인지이론 연구에서 실패에 대한 두려움은 기업가적 활동을 추진하는 데 있어서 중대한 장애물로 여

겨진다(Caliendo et al., 2009).

인지적 분류 측면에서 살펴보면, 특정 일에 대한 결과가 부정적으로 예상되고, 결과를 창출하는 과정을 자신이 통제할 수 없는 것으로 간주되는 상황은 위협으로 인식된다(Jackson & Dutton, 1988). 이러한 위협이 클수록 이를 회피하고자 하는 노력을 강하게 하게 된다(Shepherd, 2003). 사업의 정체성은 기업가의 정체성과 밀접한 관련이 있기 때문에 사업 실패와 개인의 실패를 분리하는 것이 어렵다(Shepherd, 2003). 즉, 기업가적 실패는 개인 인생의 실패로 연결될 수 있기 때문에 이러한 실패에 대한 우려가 클수록 기업가가 느끼는 위협은 커진다. 따라서 실패에 대한 두려움이 큰 사람일수록 위협을 회피하기 위한 방법으로서 기업가적 활동을 시작하는 것을 거부할 가능성이 높아진다. 이러한 이유로, 기존의 기업가정신 문헌들은 대체로 기업가의 실패두려움은 사업에 대한 의도와 부정적인 관계에 있다고 제시하고 있다(Ebrahim & Schott, 2011; Noguera et al., 2013). 이 연구에서는 기존 연구의 주장과 같은 맥락으로서, 실패에 대한 두려움은 사람들이 기업가정신 활동과 같이 불확실성이 큰 활동에 참여하지 못하도록 억제하는 역할을 할 것으로 추론하며 다음과 같은 가설을 제시한다.

**가설 6: 실패두려움은 창업의도에 부정적인 영향을 미친다.**

사회인지속성 중의 하나인 자기효능감은 창업의도에 영향을 주기도 하지만 사회인지속성 사이에서도 인과관계를 갖는다. 기업가적 자기효능감은 복잡하고 불확실한 기업가적 과제를 수행하기에 필요한 지식과 스킬이 충분하다고 여기는 믿음이며 이는 어려움에 대한 도전과 인내에 커다란 영향을 미친다고 했다. 이러한 기업가적 자기효능감은 기회인식과 실패두려움에 영향을 줄 것이다. 자기효능이 높은 개인은 목표 설정에 있어서 유연함이 있으며, 결과 기대치가 높은 스키마를 갖고 있다(Bandura, 2000) 이러한 스키마를 지닌 개인은 기회를 발견할 수 있는 시야의 폭이 넓고, 어려운 목표를 수반하는 과업이라 하더라도 수용도가 높기 때문에 기회로 인식하게 되는 범위가 넓어진다. 이러한 기회를 획득하기 위해 많은 양의 노력을 수반하고자 하는 의지가 크기 때문에 기회에 접근할 수 있는 가능성이 높아진다. 이는 기회에 대한 인식과 관심을 더욱 높이는 역할을 한다.

기업가적 자기효능감은 불확실한 환경에서 위협과 스트레스 관리를 수월하게 할 수 있는 기반이 되며(Rauch & Frese, 2007), 도전적인 과제에 대해 실패를 줄이고 완수할 수 있다는 믿음을 갖게 하기 때문에(Wood & Bandura, 1989; Bullough et al., 2014), 실패에 대해 보다 유연성을 갖게 된다. 이러한 유연성이 높은 개인은 그렇지 않은 개인에 비해 높은 통제력과 문제해결에 대한 자신감을 갖게 되기 때문에 기업가적 활동에 대한 실패에 덜 민감해진다. 따라서 기업가적 자기효능감은 기회인식에는 긍정적인 영향을 주며, 실패두려움에 대해서는 부정적 영향을 준다.

**가설 7: 기업가적 자기효능감은 기회인식에 긍정적인 영향을 미친다.**

**가설 8: 기업가적 자기효능감은 실패두려움에 부정적인 영향을 미친다.**

### 3.5. 사회인지속성의 매개효과

앞서 창업경험이 사회인지속성인 기업가적 자기효능감, 기회인식, 그리고 실패두려움에 미치는 영향을 짚어봤고, 이 3가지 사회인지속성이 창업의도에 미치는 영향에 대한 가설을 제시했다. 이 연구는 창업경험이 어떻게 창업의도를 형성하는지에 대한 메커니즘을 파악하기 위한 취지다. 따라서 창업경험이 창업의도에 영향력을 주기까지 사회인지속성이 어떤 역할을 하는지를 살펴볼 필요가 있다. 이 연구에서는 기업가적 자기효능감, 기회인식, 그리고 실패두려움이 개인의 창업경험과 창업의도를 연결하는 매개역할을 할 것으로 추론한다.

먼저 기업가적 자기효능감의 매개역할에 대해 살펴본다. 창업의도를 갖기 위한 중요한 조건 중 하나는 기업가적 활동에 대한 통제력과 각종 문제들을 해결할 수 있는 자신감을 갖추는 것이다(Carr & Sequeira, 2007). 불확실성이 큰 상황 속에서 기업 설립부터 조직 운영 수익의 증대 등 기업가적 과제를 성공적으로 수행할 수 있는 능력이 충분하다는 믿음이 없이는 선불리 기업가가 되고자 하는 결정을 내리기가 어렵다.

그런 이유에서 기업가적 자기효능감은 불확실한 환경에서 진취적 방향으로 의사결정을 하고 위험이 불가피한 기업가적 활동을 긍정적으로 수용하는 작용을 하기 때문에 기업가정신 활동의 시작을 위한 중요한 조건이 된다(Rauch & Frese, 2007). 이러한 자기효능감은 경험을 통해 형성된다는 점을 앞서 제시했다. 창업경험은 기업가로서 정보를 처리하고 판단을 하기 위해 필요한 스키마가 탄탄히 갖추어 지도록 하고(Lord & Maher, 1990). 의사결정을 효과적으로 할 수 있는 정신적 프레임워크를 제공하며(Johannisson et al., 1998), 예상치 못한 상황에 창조적으로 해결하는 데 필요한 스킬과 숙달경험을 갖추게 하며(Westhead et al., 2005). 기업가로서 추구해야 할 방향과 행동에 대한 역할 모델링의 기회를 얻게 한다(Stumpf et al., 1991). 이를 통해 자기효능감이 잘 형성될수록 창업의도는 더욱 높아지게 된다. 정리하면, 창업경험은 지식 축적 및 역할 모델링 구축을 통해 기업가적 자기효능감을 형성하고, 이를 통해 기업가적 활동에 참여하고자 하는 의도는 더욱 높아지게 된다. 이 연구에서는 창업경험과 창업의도의 관계를 매개하는 기업가적 자기효능감의 역할을 강조하며 다음과 같은 가설을 제시한다.

**가설 9: 창업경험은 기업가적 자기효능감을 통해 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다.**

그 다음은 기회인식의 매개역할이다. 창업가의 창업경험을 통해 창업의도가 증진되는 과정에서 기회인식이 중요한 역할을 할 것이다. 기회인식은 기업가가 기회를 얻기 위한 명확한 목표를 만들게 하고, 이를 달성하는 데 필요한 수준의 노력을 촉진한다(Baron & Shane, 2007). 이러한 기회에 대한 인식은 기업가적 행동으로 이어지는 의도에 따른 인지 과정을 유발할 수 있다(Krueger et al., 2000). 기회에 대한 더 강한 인식은 새로운 사업을 시작하려는 의도와 에너지를 증가시켜 실행을 착수하고자 하는 의지를 높인다고 언급했다(Edelman & Yli-Renko, 2010).

창업경험은 이러한 기회인식을 더욱 잘 할 수 있도록 만드는 전제조건이 된다. 창업경험은 구체화된 스키마를 형성하여 기업가가 서로 다른 이질적인 정보를 통합하고(Glaser & Chi, 1988), 서로 개별적인 사건들 속에서 의미있는 관계를 발견해 내며(Baron & Ensley, 2006), 보유한 지식의 사업적 잠재성을 판단하여 시장의 기회와 연결시키는 것을 수월하게 한다(Cohen & Levinthal, 1990). 경험을 통해 만들어진 기회인식 스키마는 성공가능성이 높은 사업적 기회를 알아볼 가능성을 높이며, 이러한 기회인식은 기회를 획득하기 위한 기업가적 활동을 시작하고자 하는 의도를 촉진할 것이다. 따라서 이 연구는 기회인식이 창업경험과 창업의도의 관계를 매개할 것으로 추론하며 다음과 같은 가설을 제시한다.

**가설 10: 창업경험은 기회인식을 통해 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다.**

이 연구는 또한 실패두려움이 창업경험과 창업의도의 관계를 매개할 것으로 예상된다. 앞서 창업경험은 실패의 두려움을 줄이는 역할을 한다고 언급했다. 경험이 있으면 조직 구축, 자금조달, 고객 유치 등에 대한 노하우를 쌓게 되는데(Ucbasaran et al., 2006) 이러한 지식은 실패를 예방하고 관리할 수 있는 방법을 터득하게 하게 하므로 이에 대한 두려움 정도는 낮아진다(Heinzel et al., 2014).

개인이 기업가정신 활동을 할 것인지에 대한 여부는 불확실성과 위험을 얼마나 수용할 것인지에 달려있기 때문에(Foss & Klein, 2012), 실패에 대한 두려움은 기업가적 활동에 대한 동기를 약화시키는 요인이 된다. 기업가적인 자기효능감이 기업가적 진입의 유의한 동기가 되는 반면, 실패에 대한 두려움은 진입 가능성을 떨어뜨린다(Busenitz & Barney, 1997). 이러한 맥락에서 창업경험을 통해 실패두려움을 낮추게 되면 기업가정신 활동의 시작을 억제하는 요인이 상쇄된다. 즉, 창업경험을 가진 기업가는 기업가정신 활동상의 위협을 잘 식별하여 수월하게 기업가적 업무를 처리해 나갈 수 있는 믿음을 갖게 되고 실패에 대한 두려움이 낮은 상태이기 때문에 더욱 높은 수준의 창업의도를 갖게 될 것이다. 따라서 이 연구는 실패두려움이 창업경험과 창업의도의 관계를 매개할 것으로 추론하며 다음과 같이 가설을 제시한다.

가설 11: 창업경험은 실패두려움을 통해 창업의도에 긍정적인 영향을 미친다.

### 3.6. 성별의 조절효과

창업의도에 대한 개인경험의 역할을 보다 자세히 이해하기 위해서는 개인의 속성에 따른 차이를 함께 살펴볼 필요가 있다. 특히 성별은 기업가정신과 관련한 인지적, 행동적 특성에 차이를 만드는 중요한 변수다. 성별에 대한 그동안의 연구 현황을 보면, 지난 20년 동안 기업가정신 분야에서 성별에 대한 연구는 꾸준히 증가하고 있다. 실무에서도 지난 10년 동안 여성은 남성보다 두 배 빠른 속도로 새로운 사업을 시작했다. 미국의 경우 여성이 50% 이상의 지분을 소유하고 있는 기업이 1천 6백만 개 기업이 된다(Mueller & Dato-On, 2008). 이렇게 여성의 기업가정신 활동에 대한 업계 및 학계의 관심이 많은 데 비해 아직 충분한 연구가 이루어지지 않았다(Sullivan & Meek, 2012).

이는 기업가적 활동에 대해 인식하고 결정하고 행동하는 양상을 다르게 만든다. 이 연구에서 집중하는 개인의 창업경험이 기업가적 활동을 견인하는 정도는 성별에 따라서 달라질 수 있다. 따라서 성별에 따른 창업경험의 영향을 차별적으로 살펴보는 것은 창업의도를 좀 더 자세히 이해하기 위한 중요한 시도가 될 수 있다.

Kent & Moss(1994)는 성별 오리엔테이션에 따라 기업가로서의 가능성을 평가할 수 있다고 제시했다. 가령 남성성이 강한 사람은 더 높은 자존감(Allgood-Meten & Stockard, 1991), 더 높은 경력 자기효능을 만들기 수월하며 더 높은 자아 개념을 갖고 있다고 제시한다. 이들은 기업가로 성장할 가능성이 높다(Kent & Moss, 1994). 남성성과 여성성이 둘 다 높은 안드로젠성 개인 역시 기업가로 성장할 가능성이 높으며 경영 윤리나 컴플라이언스에 대한 이해도가 높다고 제시했다(McCabe et al., 2006).

Hackett & Betz(1981)가 성별에 따라 직업을 선택하는 과정에서 기업가적 자기효능감과 같은 속성은 중요하게 고려되어야 한다고 제시했다. 왜냐하면 성별에 따라 갖고 있는 사회인지 성격이 다르기 때문에 이는 기업가정신 활동에 대하는 태도와 행동에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 특정 기회에 대한 인식은 개인이 갖고 있는 스키마에 따라 달라질 수 있지만 성별에 따라 사회화 또는 학습이 차별적으로 이뤄지고 이에 따라 스키마는 다르게 형성된다(Lent & Hackett, 1987). 이는 대상에 대해 바라보는 시각과 태도를 다르게 만든다.

특별히 이 연구는 창업경험이 창업의도에 미치는 영향을 다룬다. 창업경험이 만들어내는 사회인지적 요소는 남녀가 다르게 나타날 것으로 본다. 기존의 연구들은 대체로 여성이 기업가정신에 대한 경험이 적기 때문에 비즈니스를 시작할 수 있는 능력과 자신감이 남성보다 낮다고 제시한다(Mueller & Dato-On, 2008). 이러한 연구들은 여성의 경험 부족 때문에 기

업가적 동기를 형성하기에 불리하다는 입장이다. 하지만 창업 경험은 성별에 따라 사회인지적 요소들을 차별적으로 형성시키기 때문에, 단순히 경험 부족만으로 창업의도를 판단할 수 없는 문제다. 성별에 따라 창업경험과 사회인지적 요소들 그리고 창업의도가 어떻게 차별적으로 관계를 갖는지를 세부적으로 살펴봐야 이 이슈를 제대로 이해할 수 있을 것으로 본다. 이러한 맥락에서, 이 연구에서는 창업경험이 사회인지적 요소의 매개적 역할을 통해 창업의도에 미치는 영향이 성별에 따라 같지 않을 것으로 추론한다. 이러한 조절적 효과는 이 연구의 연구변수에 해당되는 창업경험과 사회인지적 요소의 관계에서 두드러질 것으로 예측한다. 이에 대한 논거는 다음과 같이 설명될 수 있다.

창업경험은 일종의 기업가적 역할모델을 형성하고, 개인이 정보를 처리하고 판단을 할 수 있는 스키마를 형성하도록 한다(Lord & Maher, 1990; Johannisson et al., 1998). 스키마 이론의 연구들은 사람들은 저마다 만성 스키마(Chronic schema)를 가질 수 있다고 제시한다(Higgins & King, 1981). 사람마다 의식하지 못한 채 습관적으로 특정 스키마를 활성화시키며 이는 만성화된다. 특히 남성과 여성은 서로 다른 패턴으로 특유의 만성 스키마를 발전시킨다. 무의식적으로 자신의 성별에 적합한 인지적 속성에 맞추어 스키마를 지속적으로 발전시켜 나간다(Bargh, 1989). 사회적인 기대, 생물학적 특성의 차이 등으로 인해서 남자와 여자는 서로 다른 경험을 갖게 되고 이는 서로 다른 스키마를 형성하게 된다. 그리고 이러한 차별적 스키마로 인해서 또다시 차별적 경험을 하도록 유도가 되고 그러한 경험은 또다시 서로 다른 스키마로 반영되기 때문에 남자와 여자는 서로 다른 방향으로 만성화된다.

그러나 보니 특정 상황에 대한 반응과 행동은 서로 다른 스키마에 맞추어 다르게 나타나는 것이다(Fiske & Taylor, 1984). 따라서 경험을 통해 인지적 스키마를 형성하고 이를 통해 주어진 현상에 반응하는 것은 성별에 따라 다르게 작용할 수 있는 것이다.

경험을 통해 사회적 자원에 접근하고 기업가적 역할 모델을 형성하는 것은 여성이 남성보다 유연하다는 견해가 존재한다(Godwin et al., 2016). 경험을 통해 직업에 대해 필요한 스킬과 면모 등에 대한 인지적 프레임워크를 여성이 보다 효율적으로 형성한다. 여성은 창업경험을 통해 스타트업을 창업하고 발전시키는 활동에 대한 숙달 경험을 자신의 기업가적 역할 모델로 빠르게 만들어낸다(Godwin et al., 2016). 또한 여성은 남성보다 기업가적 활동에 필요한 정보에 대한 액세스를 더욱 효율적으로 한다(Greve & Salaff, 2003). 스타트업을 키우기 위해 과거 창업경험을 통하여 다양한 제반 자원과 정보를 인지한 여성은 이에 대한 접근 및 획득을 남성보다 효과적으로 할 수 있다. 따라서 이에 대한 자신감은 남성 기업가에 비해 수월하게 형성된다. 또한 자원이 열악한 창업 기업을 운영하는 과정에서 재정적 및 유형적 인센티브 부족에 대응하는 능력이 매우 중요한데, 소셜 네트워크 역량이 뛰어난 여성 기업가는 직원을 키우고 공급 업체와 같은 중요한 자원 제공 업

체와의 관계를 강화하는 것이 보다 수월해진다(Buttner, 2001). 과거 경험을 통해 필요한 인센티브가 무엇인지 인지한 이후에는 이를 확보하고 운영하는 방법을 찾아내는 역량이 남성보다 여성이 더욱 뛰어나다는 것이다. Buttner(2001)은 여성이 공유 비전을 개발하고 이해 당사자 간에 팀 환경을 조성하기 위한 관리 활동에 참여함으로써 중요한 자원 제공 업체와의 관계를 확보하는 것을 수월하게 해낸다고 주장했다.

일반적으로 남성이 고성장, 고수익 기업을 추구하는 데 비해, 여성은 소매 및 서비스 등 저성장 사업을 추구하는 경향이 있다(Sullivan & Meek, 2012). 자금조달 규모에 있어서도 여성은 남성에 비해 적은 규모의 자금조달을 요구받고 받는 것으로 나타났다(Singh & Lucas, 2005). 애초에 작은 규모와 안정적인 사업을 추구하는 여성은 과거 창업경험을 갖게 된 이후 그와 유사한 사업을 할 것을 기대하기 때문에, 과거 경험이 향후 유사한 방식의 사업을 잘 할 수 있다는 기대를 갖기가 쉽다. 반면, 남성의 경우에는 과거 창업경험을 갖추고 있다 하더라도 내용이나 규모 면에서 차이가 나는 사업을 할 수 있는 성향을 지니기 때문에 과거 경험이 미래의 비교적 불확실한 사업을 잘 할 수 있을 것이라는 기대를 여성만큼 갖기는 어려울 수 있다. 이런 이유에서 Sullivan & Meek(2012)은 여성이 재정 자원에 접근하기 위해 필요한 네트워킹 활동 및 강력한 유대 관계 형성 면에서 남성보다 강한 자신감 및 신념을 갖고 있다고 제시했다. 이러한 성별에 따른 스키마 형성의 차이는 기업가적 문제를 해결하기 위해 필요한 자신감 및 신념에 차이를 만들어낸다. 이러한 논거를 기반으로 이 연구에서는 남성이 여성에 비해 창업경험을 통해 기업가적 자기효능감을 더욱 효과적으로 형성할 것으로 추론한다.

성별은 창업경험과 기회인식의 관계도 조절할 것으로 예상된다. 여성과 남성은 서로 다른 인지적 프로세스를 통해 기회를 인식한다. 여성은 과거의 직업 및 산업의 경험을 통해 얻은 정보를 사용하여, 충족되지 않은 기존 고객 요구를 식별한다(Sullivan & Meek, 2012). 이러한 결과는 기회인식과 관련하여 여성의 이전 경험의 중요성을 나타낸다. 기대이론에 따르면, 각 개인은 자신이 능숙하게 처리할 수 있다고 생각하는 작업에 더 많은 노력을 기울인다(Bandura, 1986). 여성들은 경험이 있는 산업 내에서 기회를 추구할 때 성공 가능성이 높다고 생각할 수 있다. 여성들이 과거 경험을 통해 얻은 노하우와 벤처에 대한 성과 기대치를 토대로 특정 기회인식을 수월하게 할 수 있게 된다. 이는 여성들이 과거 경험을 통해 기회인식에 대한 가능성을 더욱 높일 수 있다는 점을 나타낸다.

여성의 소셜 네트워크 역량 또한 기회인식과 관련이 있다(Bac & Lee, 2018). Greve & Salaff(2003)는 사업 아이디어를 구상하고 기회인식을 위한 활동을 할 때 사람들은 네트워크에 의존한다는 점을 제시했다. 이 의존도의 크기는 성별에 따라 다르다. Sullivan & Meek(2012)는 여성의 경우에는 기회를 식별하고 투자 위험을 공유하기 위해 네트워크에 크게 의존한다는 점을 제시했다. 여성들은 사업에 도움이 되는 소셜 네트워크를 통해 기회인식이 수월하고 기회에 대한 접근이 가

능하며, 성공 가능성이 높다고 생각할 수 있다. 과거 경험을 통해 쌓인 소셜 네트워크는 여성의 기회인식에 대한 자신감과 믿음을 더욱 높일 것이다. 이는 여성은 남성에 비해 경험이 있는 산업 내에서 기회를 추구할 때 성공 가능성이 높다고 생각하고, 남성보다 소셜 네트워크에 많이 의존하는 등 남성과 다른 양상을 나타내어 창업활동에 대한 인지 및 태도도 다르게 나타나게 된다.

이 연구는 성별이 창업경험과 실패두려움의 관계 또한 조절할 것으로 예측한다. 성별에 따른 사회적 행동에 대해, 남성은 경쟁적이고 공격적인 속성을 가지며 경쟁과 성장에 능숙하며, 여성은 외부의 위협을 억제하고 안정적으로 내실을 다지는 것에 능숙하다는 점이 여러 연구를 통해 강조된다. 이러한 속성은 기업가적 실패에 대한 두려움이 성별에 따라 다른 양상으로 나타날 수 있음을 시사한다.

기업가정신 연구에서는 남성이 여성에 비해 위험감수 능력이 더 높다는 점을 제시하고 있다(Verheul et al., 2012). 여성은 남성보다 기업가정신에서 위험 내성이 낮다는 주장이 많이 제기된다(Minniti, 2009). 위험에 대한 내성은 실패에 대한 두려움과 밀접한 연관을 갖는다(Arenius & Minniti, 2005). 내실을 키우고 위협을 줄이는 데 초점을 맞추는 여성적 속성은 위협에 대한 민감도를 높인다. 위협과 실패에 민감하다 보니 사업이 의도하지 않게 종료될 것에 대한 두려움은 남성보다 여성에게 더 강하다는 게 다수 연구들이 제시하는 주장이다.

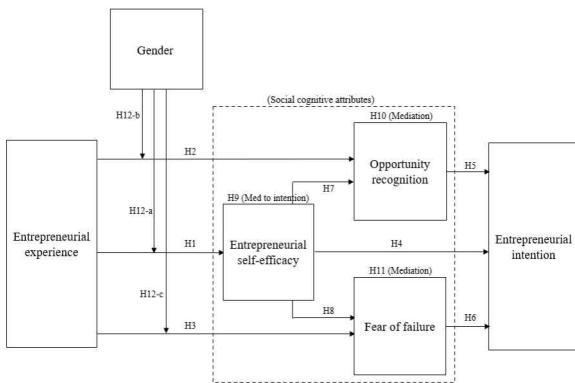
과거 경험은 사업을 위해 필요한 제반 사항에 대한 지식을 얻게 해주며 실패에 대한 통제 가능성에 대한 믿음을 주는 역할을 한다(Heinzel et al., 2014). 이러한 경험의 기능은 위협에 대한 민감도가 높으며 안정 지향 속성을 지닌 여성에게 더욱 크게 작용할 것이다. 여성의 경우 실패에 대한 위협이 크게 느껴질 수 있지만, 경험을 통해 위협을 잘 식별하여 수월하게 해결해 나갈 수 있는 믿음을 형성하게 될 경우 실패에 대한 두려움은 남성보다 많이 완화될 것이다. 과거 경험을 바탕으로 실패 가능성을 줄이기 위한 적절한 프로세스 및 방법을 인지할 수 있게 되기 때문에, 기업가적 활동의 실수에 따른 치명적 결과에 대한 막연한 두려움은 해소될 수 있는 것이다. 여성은 경험을 바탕으로 쌓게 되는 소셜 네트워크를 통해 위협에 대처할 수 있는 여력도 강화할 수 있기 때문에, 경험이 있는 여성은 그렇지 않은 사람에 비해 실패에 대한 두려움이 줄어들 것이다.

이렇게 창업경험이 사회인지속성에 미치는 영향이 성별에 따라 달라지기 때문에 이로 인해 개인의 창업의도에 미치는 영향은 달라지게 될 것이다. 이러한 내용을 정리하면, 본 연구에서 창업경험과 기업가적 자기효능감, 기회인식, 그리고 실패두려움, 창업의도 등 사회인지적 속성과 관련하여 확립된 관계는 성별에 따라 다를 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시한다.

**가설 12: 성별은 사회적 인지 속성에 대한 창업경험의 영향을 조절할 것이다.**

- 12-a: 기업가적 자기효능감에 대한 창업경험의 긍정적인 영향은 남성보다 여성이 더 클 것이다.
- 12-b: 기회인식에 대한 창업경험의 긍정적인 영향은 남성보다 여성이 더 클 것이다.
- 12-c: 실패두려움에 대한 창업경험의 부정적인 영향은 남성보다 여성이 더 클 것이다.

지금까지 다룬 가설을 토대로 이 연구의 모델을 표현하면 다음 그림과 같다.



<그림 1> 연구의 모형

## IV. 연구 방법

### 4.1. 데이터와 샘플

이 연구에서는 창업경험이 사회인지속성을 통해 창업의도에 영향을 미치는 관계를 분석하기 위해 글로벌 기업가정신 모니터(Global Entrepreneurship Monitor, GEM)의 설문 데이터를 활용했다. GEM은 해마다 각국에서 18세~64세 성인을 대상으로 실시한 설문조사를 통해 기업가정신에 대한 태도 및 기업가 활동에 대한 전반적 데이터를 제공하는 기관이다. 각 국가별 최소 2,000개 설문 응답을 갖고있다. 이 데이터를 통해 창업경험, 기업가적 자기효능감, 실패두려움, 창업의도, 성별 등이 연구에서 필요한 변수의 데이터를 확보했다. 데이터의 연도는 시의성을 위하여 이 연구를 수행하는 시점에서 가장 최근에 해당되는 2016년의 데이터를 활용했다. 총 181,283개 데이터 중 결측 데이터 및 불명확한 응답(such as "I don't know", "Refused")은 제거했으며, 최종적으로 25,047개의 유효 데이터를 확보해 분석을 진행했다. 이는 87개국에 해당되는 데이터다. 성별로는 남성이 54% 여성이 46%로 구성된다. 연령별로는 10대 1.5%, 20대 19.0%, 30대 25.1%, 40대 26.4%, 50대 21.8%, 60대 5.6%, 70대이상 0.3%이다. 교육수준으로는 중학교졸업 이하가 0.1%, 고등학교졸업이 39.3%, 대학교졸업이

48.6%, 대학원졸업이 10.8%이다. 과거에 창업경험을 갖고 있는 사람은 17%, 경험이 없는 사람은 83%에 해당된다.

<표 1> 샘플개요

변수	항목	지분
성별	남자	54%
	여자	46%
나이	10대	1.5%
	20대	19.0%
	30대	25.1%
	40대	26.4%
	50대	21.8%
	60대	5.6%
	70대 이상	0.3%
교육수준	중학교 이하	0.1%
	고등학교 학위	39.3%
	대학교 학위	48.6%
	대학원 학위	10.8%
창업경험 유무	있다	17%
	없다	83%

### 4.2. 측정 방법

<표 2> 주요 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의	레퍼런스
창업경험 (Entrepreneurial experience)	개인이 기업가정신과 관련한 프로세스나 방법에 대해 갖고 있는 경험	Wood & Bandura(1989)
기업가의 자기효능감 (Entrepreneurial Self-efficacy)	기업가가 새로운 비즈니스를 창업하고 운영할 수 있는 지식과 역량을 충분히 갖고 있다고 믿는 믿음	McGee et al. (2009) Rauch & Frese (2007)
기회인식 (Opportunity recognition)	좋은 아이디어를 식별하여 이를 가치를 추가하고 수익을 창출하는 비즈니스 개념으로 변환할 수 있는 능력	Mintzberg & Waters(1982)
실패두려움 (Fear of failure)	개인이 성취 상황에서 불확실성을 얼마나 감당하는지를 의미하며, 기업가정신 활동을 시작할지의 여부에 대한 의사결정과 관련된 감정적인 반응	Heckhausen (2013) Wood et al. (2013)
창업의도 (Entrepreneurial Intention)	개인이 새로운 사업을 시작하려는 의도를 나타내며, 기업가의 실제 행동을 이끄는 가장 직접적인 원인으로 작용	Ajzen(1991) Krueger(2009)

이 연구의 종속변수인 창업의도는 초기 기업가적 활동(early-stage entrepreneurial activity)에 대한 의도를 나타낸다. 기존 연구를 따라 GEM 데이터 중 "Are you, alone or with others, expecting to start a new business, including any type of self-employment, within the next three years?" 질문에 대한 답

변으로 이 변수를 측정했다(Arafat & Saleem, 2017). 이 변수는 만일 창업의도가 있을 경우 1, 그렇지 않을 경우 0으로 측정했다.

이 연구의 독립변수는 창업경험이다. 이는 GEM 데이터에서 "In the last three years, have you been involved in the development of new activities for your main employer, such as developing or launching new goods or services, or setting up a new business unit, a new establishment or subsidiary?" 질문에 대한 답변인 yes는 1, No는 2의 더미 변수로 측정했다.

이 연구의 매개변수에 해당되는 사회인지숙성은 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움이다. 기업가적 자기효능감은 특정의 목표 달성을 위해 필요한 행동을 조직하고 실행하는 지식 및 능력에 대한 개인의 신념으로 정의된다(Bandura, 1997). 기존 연구들의 측정 방법을 따라(Boudreaux et al., 2019), 이 연구에서는 "Do you have the knowledge, skill and experience required to start a new business?"라는 질문을 활용했고, 1은 yes, 0은 No로 코드되는 답변으로 이 변수를 측정했다. 기회인식은 설문을 하는 현 시점에서 '새로운 가치를 만들어내고 수익을 창출 할 수 있는 비즈니스 아이디어를 식별할 수 있는가'를 나타냅니다. 이를 위해 "In the next six months, will there be good opportunities for starting a business in the area where you live?"에 대한 질문을 활용했고, 1은 yes, 0은 No로 하여 이 변수를 측정했다(Ramos-Rodriguez et al., 2010). 실패두려움은 개인이 성취 상황에서 실패로 인한 불확실성을 얼마나 감당할 수 있는지를 의미하며, 기업가정신 활동을 시작할지의 여부에 대한 의사결정과 관련된 인지적인 반응이다(Heckhausen, 2013). 기존 연구에서 측정한 방식을 따라 "Would fear of failure would prevent you from starting a business?"에 대한 질문에 대해 1 for yes, 0 for No로 code하여 이 변수를 측정했다(Mor et al., 2020). 이 연구의 조절변수인 성별은 남성 1 여성 0으로 했다.

이 연구에서는 사회인지, 창업의도에 영향을 줄 만한 다른 요소들을 통제했다. 개인의 나이는 사회인지 혹은 창업의도에 영향을 줄 수 있기 때문에(Culpin et al., 2015) 이를 통제변수에 포함시켰다. 교육수준에 따라 지식기반이 달라지고 이는 인지와 동기에 영향을 주기 때문에(Solesvik, 2013). 이 역시 통제변수에 포함시켰다. 이는 GEM에서 교육 달성 수준을 기준으로 측정했으며, 1 for "some secondary", 2 for "secondary degree", 3 for "post secondary", 4 for "grad expr"으로 했다. 지인 중에 entrepreneurial activity를 하고 있을 경우 이에 대한 영향을 많이 받기 때문에(Greve & Salaff, 2003) 이 변수 역시 통제했다. "Do you know someone personally who started a business in the past 2 years?"라는 질문에 대해 1은 yes, 0은 No로 하여 이 변수를 측정했다.

개인이 소속된 사회에 따라 사회인지와 창업의도의 경향은 다를 수 있기 때문에 거시적 지역변수를 통제변수에 포함시킬 필요가 있다. 이 연구에서는 응답자가 속한 국가의 경제개발단계(Economic development stage)에 따른 구분을 했다. 이

연구에서는 요소 주도 경제(Factor driven economy)을 1로 코드했다. 이는 개발의 첫 번째 단계로서, 경쟁 우위가 비숙련 노동(unsilled labor) 또는 천연자원에 기반한다. 그리고 효율성 주도 경제(Efficiency driven economy)를 2로 했다. 이는 두 번째 개발 단계로서, 표준 제품을 생산하는 데 있어 효율성이 경쟁 우위의 주요 원천이 되는 단계를 의미한다. 이어서 혁신 주도 경제(Innovation driven economy)를 3으로 했다. 이는 정교한 프로세스를 통해 새롭고 혁신적인 제품을 생산할 수 있는 능력을 갖춘 개발의 세 번째 단계를 의미한다. 또한 기업의 설립 및 운영의 자유도 및 규제환경과 관련 있는 비즈니스 운영지수를 통제했다(Loayza et al., 2004). 이는 자산 취득, 시장 진입, 세금 및 계약 등 열 가지 요소를 토대로 종합적인 규제 성과지표를 산출한다(World Bank, 2019). 지표의 지수가 높을수록 정부 규제의 제약 수준이 낮아 기업가들의 경제적 활동이 더 자유로움을 나타낸다.

이와 함께 홉스테드 문화 차원(Hofstede cultural dimensions) 또한 통제변수로 고려했다. 이는 어느 사회의 문화가 그 사회 구성원의 가치관에 미치는 영향과, 그 가치관과 행동의 연관성을 요인분석으로 구조를 통하여 설명하는 지수다. 이는 네 가지의 차원을 제시하였다. 개인주의-집단주의(individualism-collectivism), 불확실성 회피(uncertainty avoidance), 권력격차(power distance), 남성성-여성성(masculinity-femininity) 등 4가지 차원으로 구성된다. 이중 불확실성과 애매성에 대한 사회적 저항력을 의미하는 '불확실성 회피'를 통제변수에 포함시켰다. 이 지수가 높을수록 사회 구성원이 불확실성을 최소화함으로써 불안에 대처하려고 하는 정도가 크다는 것을 의미한다.

<표 3> 기술통계

	변수	평균	표준편차	관측지수
1	창업의도	0.137581	0.344467	25047
2	창업경험	0.165928	0.372024	25047
3	기회인식	0.371142	0.48312	25047
4	기업가적 자기효능감	0.440173	0.496418	25047
5	실패두려움	0.476145	0.499441	25047
6	경제개발단계	2.719887	0.537974	25047
7	비즈니스 운영지수 (Doing business index)	74.00375	6.532236	25047
8	불확실성 회피	76.44756	15.54506	25047
9	성별	0.541941	0.498248	25047
10	나이	40.85831	11.9541	25047
11	교육수준	2.429473	0.812276	25047
12	기업가적 네트워크 (Entrepreneurial network)	0.346189	0.475764	25047

## V. 분석 결과

### 5.1. 연구의 모형 및 가설의 설정

이 연구의 주요 변수인 창업의도, 창업경험, 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움, 성별, 나이, 교육수준, 기업가적 네트워크, 경제개발단계의 변수 간 상관관계는 아래와 같다.

<표 4> 변수 간 상관관계

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 창업의도	1											
2 창업경험	0.09*	1										
3 기회인식	0.18*	0.11*	1									
4 기업가적 자기효능감	0.22*	0.16*	0.13*	1								
5 실패두려움	-0.10*	-0.04*	-0.10*	-0.13*	1							
6 경제개발 단계	-0.16*	0.10*	0.02*	0.02*	0.01	1						
7 비즈니스 운영지수	-0.24*	0.10*	-0.06*	-0.01*	0.02*	0.44*	1					
8 불확실성 회피	-0.01	-0.09*	-0.13*	0.02*	0.09*	-0.09*	-0.31*	1				
9 성별	0.10*	0.10*	0.05*	0.12*	-0.07*	-0.03*	-0.09*	0.01	1			
10 나이	-0.15*	-0.00	-0.04*	0.01	-0.01	0.11*	0.09*	-0.04*	-0.03*	1		
11 교육수준	0.08*	0.11*	0.11*	0.09*	-0.02*	-0.04*	-0.02*	0.02*	-0.05*	-0.01*	1	
12 기업가적 네트워크	0.13*	0.12*	0.17*	0.21*	-0.04*	-0.04*	-0.01	0.02*	0.06*	-0.10*	0.05*	1

\*  $p < .05$

### 5.2. 구조방정식 모형

이 연구는 창업경험과 사회인지 변수들, 그리고 창업의도의 관계를 규명하기 위해 12개의 가설을 제시했다. 이 연구의 가설 검정을 위해 AMOS 22.0를 이용하여, 최대우도법으로 구조방정식 분석을 실시했다. 변수 간 관계를 분석할 때 회귀분석을 활용하기도 하지만 최근 연구에서는 분석 방법론으로서 회귀분석의 한계점에 대한 지적이 늘어나고 있다. 가령 회귀분석은 측정 오차를 무시하는 분석 방법이고, 변수가 복잡한 모형의 경우 정확도가 떨어지는 한계가 있다(Bollen & Long, 1992). 반면 구조방정식은 측정 오차를 고려하여 분석 결과를 제시하기 때문에 사회현상을 보다 정확하게 설명할 수 있다. 또한 여러 개의 변수들의 상호종속관계를 동시 추정이 가능하기 때문에 변수간 인과관계 및 간접효과를 한번의 분석으로 파악할 수 있다는 장점이 있다(Ullman & Bentler, 2003). 이런 이유로 여러 간접효과를 테스트하는 기업가정신 연구(Edelman & Yli-Renko, 2010), management 연구 리서치(Jaros et al., 2017; Verworn, 2009)에서 구조방정식을 사용한다. 이 연구에서는 비교적 다양한 변수들 사이의 많은 관계에 대한 가설을 검정하기 때문에 구조방정식을 통한 분석이 적절하다.

<표 5> 구조방정식 결과

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
창업경험 → 기업가적 자기효능감	.165	.008	26.42	***	지지
창업경험 → 기회인식	.093	.008	14.66	***	지지
창업경험 → 실패두려움	-.022	.009	-3.48	***	지지
기업가적 자기효능감 → 창업의도	.186	.004	31.05	***	지지
기회인식 → 창업의도	.111	.004	18.71	***	지지
실패두려움 → 창업의도	-.051	.004	-8.69	***	지지
기업가적 자기효능감 → 기회인식	.118	.006	18.63	***	지지
기업가적 자기효능감 → 실패두려움	-.129	.006	-20.39	***	지지
나이 → 창업의도	-.117	.000	-19.74	***	-
교육수준 → 창업의도	.038	.002	6.418	***	-
기업가적 네트워크 → 창업의도	.053	.004	8.899	***	-
경제개발단계 → 창업의도	-.062	.004	-9.409	***	-
불확실성 회피 → 창업의도	-.066	.000	-10.64	***	-
비즈니스 운영지수 → 창업의도	-.206	.000	-29.94	***	-

\*\*  $p < 0.01$ ; \*\*\*  $p < 0.001$

구조방정식 모형 분석결과  $\chi^2$ 값은 3154.448(df=20,  $p < 0.001$ ), CMIN/DF=1.906, GFI=.978, AGFI=.927, IFI=0.835, CFI=0.835, NFI=0.834, RMSEA(LO90)=0.077로 적합도지수가 대체로 기준치를 충족하는 것으로 나타났다.

<표 4>의 구조방정식 결과를 볼 때, 창업경험은 기업가적 자기효능감 ( $\beta=0.165$ ,  $p < 0.001$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 창업경험은 기업가적 자기효능감에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 제시한 H1은 채택됐다.

창업경험은 기회인식( $\beta=0.093$ ,  $p < 0.001$ )과 실패두려움( $\beta=-0.022$ ,  $p < 0.001$ )에도 각각 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 창업경험은 기회인식에 긍정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H2와, 실패두려움에 부정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H3은 채택됐다.

기존의 사회인지이론 연구들이 제시한 결과처럼, 기업가적 자기효능감은 창업의도( $\beta=0.186$ ,  $p < 0.001$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 기업가적 자기효능감은 창업의도에 긍정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H4은 채택됐다.

기회인식은 창업의도( $\beta=0.111$ ,  $p < 0.001$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 기회인식은 창업의도에 긍정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H5은 채택됐다.

실패두려움은 창업의도( $\beta=-0.051$ ,  $p < 0.001$ )에 유의한 영향을

미치는 것으로 나타났다. 따라서 실패두려움은 창업의도에 부정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H6은 채택됐다.

사회인지 변수들 간 관계를 볼 때, 기업가적 자기효능감은 기회인식( $\beta=0.118, p<0.001$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 기업가적 자기효능감은 기회인식에 긍정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H7은 채택됐다. 기업가적 자기효능감은 실패두려움( $\beta=-0.129, p<0.001$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 기업가적 자기효능감은 실패두려움에 부정적 영향을 미칠 것이라고 제시한 H8은 채택됐다.

### 5.3. 매개효과

본 연구에서는 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 등으로 구성되는 사회인지속성을 통해 창업의도에 영향을 준다는 가설을 제시한다. 변수들의 매개효과를 보다 정확히 판단하기 위해서는 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 각각이 창업경험과 창업의도를 매개하는지 테스트해볼 필요가 있다.

구조방정식(Structured equation model)에서는 매개변수 각각의 매개효과를 보고하지 않고, 매개변수들의 통합적인 매개변수를 보고하기 때문에, 각각의 매개변수를 분석하기 위해서는 팬텀모델 접근(phantom model approach)으로 확인하는 것이 적합하다(Macho & Ledermann, 2011).

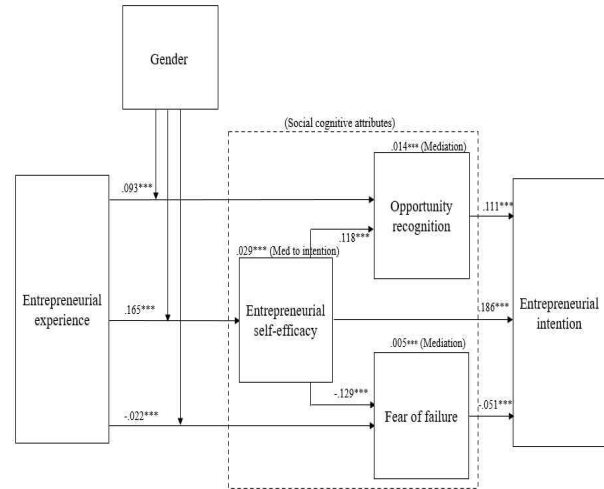
구조방정식에서는 간접 경로(indirect path) 각각에 대한 붓스트랩을 해주지 않지만, 계수에 대한 붓스트랩은 해주기 때문에, 팬텀모델은 가상의 팬텀 변수들을 만들어서 간접 경로가 계수인 것으로 가정하여 분석하는 방식이다. 팬텀모델을 이용한 기존 연구의 방식을 따라(Macho & Ledermann, 2011), 이 연구에서는 각 매개변수에 대한 팬텀 변수들을 생성하여 개별적인 매개효과를 분석했다. 그 결과는 아래 표와 같다.

<표 6> 팬텀모델(Pantom model)에 의한 개별적 매개효과

	Estimate	S.E	.C.R	.P	Label
창업경험 → 기업가적 자기효능감 → 창업의도	.029	.001	20.352	***	지지
창업경험 → 기회인식 → 창업의도	.014	.001	14.103	***	지지
창업경험 → 실패두려움 → 창업의도	.005	.001	7.016	***	지지

\*\*  $p<0.01$ ; \*\*\*  $p<0.001$

표와 같이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움은 각각 창업경험과 창업의도의 관계를 유의하게 매개하는 것으로 확인됐다. 따라서 H9, H10, H11는 채택됐다. 이러한 변수 간 관계를 그림으로 확인할 수 있다.



<그림 2> 구조방정식 모델의 결과

매개변수들의 개별적인 효과에 대해 살펴봤지만, 매개변수들이 통합적으로도 매개효과를 지니는지 확인해볼 필요가 있다. 이 연구의 주요 변수들의 총 효과, 직접효과, 간접효과는 다음과 같다. 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 등으로 구성되는 사회인지속성을 통해 창업의도에 미치는 영향을 확인할 수 있다. 이 표를 통해 창업경험은 창업의도에 유의한 간접효과를 갖는 것으로 나타났다( $\beta=0.048, p<0.001$ ). 이는 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 등으로 구성된 매개변수 세트가 창업경험과 창업의도의 관계에 있어서 매개적 역할을 유의하게 하고 있다는 점을 보여준다. 이는 창업경험이 사회인지 메커니즘에 의하여 창업의도를 형성하는 데 유의한 역할을 하는 점을 의미한다.

이 연구의 전체적인 가정은 창업경험이 창업의도를 형성하는 데 유의한 영향을 줄 것이라는 데에 있는데, 연구 결과는 이 가정에 대해 긍정적임을 제시하고 있다고 볼 수 있다.

<표 7> 총 효과, 직접효과, 간접효과

	창업경험	기업가적 자기효능감	기회인식	실패두려움
기업가적 자기효능감	.165*** (.165***, .000)			
실패두려움	-.043*** (-.022***, -.021***)	-.129*** (-.129***, .000)		
기회인식	.112*** (.093***, .019***)	.118*** (.118***, .000)		
창업의도	.048*** (.000, .048***)	.209*** (.185***, .023***)	.133*** (.133***, .000)	-.06*** (-.06***, .000)



### 5.4. 성별 조절효과

이 연구에서는 창업의도에 대한 개인의 경험 및 사회인지속성의 영향을 보다 자세히 이해하기 위하여, 성별에 따른 조절효과를 함께 살펴보고자 했다. 조절효과 분석을 위하여 창업경험과 사회인지속성의 관계에 대한 성별의 통합적 조절효과를 먼저 살펴본 후 창업경험과 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움의 각각 관계에 대한 성별의 개별적 조절효과를 살펴본다.

<표 8> 자유모델과 제약모델의 비교

(The comparison of the unconstrained and constrained models)

Model	DF	CMIN	P	NFI Delta-1	IFI Delta-2	RFI rho-1	TLI rho2
자유모델- 제약모델	3	13.283	.004	.001	.001	-.031	-.031

\* Execution summary- Minimization: .011, Miscellaneous: 10.523, Bootstrap: 4.430, Total: 14.964

CMIN은 13.283이고, 유의수준은  $p < .01$ 로 나타나 성별에 따른 통계적 조절효과가 존재하는 것으로 확인했다. 이는 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 등 사회인지적 특성에 미치는 영향과 사회인지적 특성을 통한 창업의도의 영향은 성별에 따라 다르다는 것을 의미한다. 그리고, 이 연구는 창업경험과 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움의 각각 관계에 대한 성별의 개별 조절효과를 분석했다. 이를 위하여 대응별 모수비교(pairwise parameter comparison)의 방법을 활용했다. 이는 집단 간 모수차이 검정(Critical Ratios for Differences between Parameters), 즉 z통계량을 통해서 성별에 따른 모수의 차이를 나타낸다. 이 차이가 +1.96 이상이면  $\alpha = 0.05$ 에서 유의하며, +2.58 이상이면  $\alpha = 0.01$ 에서 유의하다고 판단한다.

<표 9> 집단 간 모수차이 검정(Critical Ratios)

독립변수	종속변수	남자	여자	남자 vs. 여자
		$\beta$	$\beta$	z-score
창업경험	기업가적 자기효능감	.159***	.153***	2.32*
창업경험	기회인식	.087***	.093***	.59
창업경험	실패두려움	-.036***	-.005	-2.75**

\*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$ ; \*\*\*  $p < .001$

이 연구의 모델에서 성별에 따른 집단 간 모수차이 검정을 확인한 결과, 창업경험과 기업가적 자기효능감의 관계에서는 z-score가 2.32로 나타나  $\alpha = 0.05$ 에서 유의한 것으로 나타났다. 이는 기업가적 자기효능감에 대한 창업경험의 긍정적 영향이 남성보다 여성이 더 크다는 것을 나타낸다. 또한 창업경험과 기회인식의 관계에서는 z-score가 0.59로 나타나 조절효과가

유의하지 않은 것으로 나타났다. 그리고 창업경험과 실패두려움의 관계에서는 z-score가 -2.75로 나타나  $\alpha = 0.01$ 에서 유의한 것으로 나타났다. 이것은 실패두려움에 대한 창업경험의 부정적인 영향이 남성보다 여성에게 더 크다는 것을 나타낸다.

본 연구는 조절효과 분석을 통해 창업경험과 사회인지적 속성의 관계가 성별에 따라 어떻게 구별되는지 통계적 경향을 확인했다. 그리고 연구는 남성과 여성의 샘플을 각각 사용하여 각 모델의 결과를 추가로 확인했다. 각 모델에서 여성은 모델의 모든 관계에 대해 유의한 결과를 얻는다. 반면에 남성은 창업경험과 실패두려움 사이에 유의한 관계가 없었다. 이는 남성의 경우 창업경험이 실패두려움을 줄이는 데 중요한 역할을 하지 않음을 나타낸다.

<표 10> 여성그룹에 대한 분석 결과

	Estimate	S.E	C.R.	P	Label
창업경험 → 기업가적 자기효능감	.159	.013	17.231	***	지지
창업경험 → 기회인식	.087	.013	9.253	***	지지
창업경험 → 실패두려움	-.036	.014	-3.88	***	지지
기업가적 자기효능감 → 창업의도	.199	.006	22.092	***	지지
기회인식 → 창업의도	.097	.006	10.796	***	지지
실패두려움 → 창업의도	-.041	.005	-4.544	***	지지
기업가적 자기효능감 → 기회인식	.104	.009	11.126	***	지지
기업가적 자기효능감 → 실패두려움	-.112	.01	-11.904	***	지지

<표 11> 남성그룹에 대한 분석 결과

	Estimate	S.E	C.R.	P	Label
창업경험 → 기업가적 자기효능감	.153	.011	18.014	***	지지
창업경험 → 기회인식	.093	.01	10.824	***	지지
창업경험 → 실패두려움	-.005	.011	-.563	.574	기각
기업가적 자기효능감 → 창업의도	.164	.006	20.509	***	지지
기회인식 → 창업의도	.12	.006	15.149	***	지지
실패두려움 → 창업의도	-.056	.006	-7.016	***	지지
기업가적 자기효능감 → 기회인식	.122	.008	14.193	***	지지
기업가적 자기효능감 → 실패두려움	-.132	.009	-15.364	***	지지

## VI. 결론 및 시사점

### 6.1. 요약 및 토의

이 연구는 개인의 인지적 속성, 동기, 정신모델이 어떻게 형성되고 작동하는지를 탐구하는 사회인지이론과 스키마이론에 기반하여, 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 등 사회인지속성 및 창업의도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 했다. 많은 연구들이 자기효능감, 기회인식, 실패에 대한 두려움 등 사회인지적 속성으로 창업의도를 예측한다. 그러나 이러한 요소도 자연적으로 발생하는 것이 아니고 더 근원적인 요소에 의해 형성된다. 이 연구에서는 창업의도를 예측할 수 있는 보다 근원적인 원인을 탐색하기 위해 개인의 경험이 만들어내는 인지적 효과를 분석했다.

이를 위해 GEM(Global entrepreneurship monitor)의 2016년 25,047개 관측치의 데이터를 기반으로 구조방정식 모델을 통해 연구모형을 분석했다. 우선 창업경험이 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 각각에 미치는 영향을 분석했다. 분석 결과 창업경험은 기업가적 자기효능감과 기회인식을 높이고, 실패두려움은 줄이는 역할을 하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 창업경험을 갖고 있을 경우, 기업가로서 정보를 처리하고 판단을 하기 위해 필요한 스키마가 형성되고 기업가적 역할 모델링이 구축되기 때문에(Lord & Maher, 1990), 기업이 스스로 기업가적 활동의 프로세스를 행하기 위해 필요한 지식과 역량을 충분히 갖고 있다고 인지할 가능성이 높아진다는 점을 보여준다. 경험에 기반한 구체화된 스키마는 서로 다른 이질적인 정보를 통합하고 보다 정교한 판단을 내릴 수 있게 해주기 때문에, 사업적 기회를 더 잘 포착하게 하고 이를 통해 얻게 될 이점을 더 잘 식별하게 된다. 이와 함께, 창업경험은 기업가적 활동에 수반되는 위협을 관리하기 위한 노후를 갖게 하여, 위협을 통제 가능하다는 믿음을 갖게 하기 때문에(Heinzel et al., 2014) 실패에 대한 두려움 정도는 더욱 낮아지는 점을 이 연구는 보여준다.

이 연구에서는 또한 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움이 창업의도에 미치는 영향을 분석했다. 사회인지이론의 많은 연구들이 그동안 제시해온 결과와 마찬가지로, 이 변수들은 창업의도에 모두 유의한 관계를 지니는 것으로 나타났다. 이는 이 연구에서 제시한 사회인지속성들이 기업가가 창업의도를 갖게 하는 데 중요한 요인임을 다시 한번 밝혀준다고 볼 수 있다.

이 연구에서는 이러한 사회인지 변수들이 그 자체로 창업의도에 직접적 영향을 주는지에 관한 이슈보다 창업경험이 창업의도를 높일 수 있도록 유의한 매개역할을 하는지에 관한 이슈에 더 초점을 맞추고 있다. 따라서 이 연구에서는 창업경험과 창업의도의 관계에 대한 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움의 매개효과를 검증했다. 분석 결과 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움은 창업경험과 창업의도의

관계를 유의하게 매개하는 것으로 나타났다. 이는 창업경험이 구체적으로 어떠한 요인에 의해 창업의도를 형성하는지를 설명한다.

불확실성이 큰 상황 속에서 기업 설립부터 조직 운영 수익의 증대 등 기업가적 과제를 성공적으로 수행할 수 있는 능력이 충분하다는 믿음이 없이는 선불리 기업가가 되고자 하는 결정을 내리기가 어렵다. 그런 측면에서 창업경험은 기업가적 자기효능감을 높임으로 인하여, 기업가가 진취적 자세로서 기업가정신 활동의 시작을 하기 위한 중요한 조건을 충족하도록 하여 창업의도를 갖게 될 가능성을 높이는 것으로 볼 수 있다. 또한 창업경험은 기회를 강하게 인식하게 하고, 기회를 얻기 위한 명확한 목표를 갖게 하기 때문에 이를 통해 새로운 사업을 시작하여 기회획득을 실행하려는 의지가 높아지게 됨을 이 결과는 보여준다. 이와 함께, 개인이 기업가정신 활동을 할 것인지에 대한 여부는 불확실성과 위험을 얼마나 수용할 것인지에 달려있기 때문에 실패에 대한 두려움은 기업가적 활동에 대한 진입 가능성을 떨어뜨린다. 따라서 창업경험을 통해 실패두려움이 완화될 경우 기업가적 활동의 개시를 억제하는 요인은 상쇄되기 때문에, 창업의도를 높이는 것이다.

이 연구가 제시하는 인사이트의 하이라이트는 성별에 따른 조절효과다. 남녀에 따라 인지적 스키마가 형성되는 양상이 다르기 때문에 이 연구는 창업경험이 사회인지속성 및 창업의도에 미치는 영향이 성별에 따라 다르게 나타날 것으로 가정했다. 이러한 관점에서 연구모형을 보다 정밀하게 살펴보기 위하여 성별에 따른 조절효과를 분석하여, 남성과 여성의 창업경험 효과가 어떻게 다르게 나타나는지까지 살펴보았다.

분석 결과, 창업경험과 기업가적 자기효능감의 관계에서는 성별이 유의한 조절효과를 갖는 것으로 나타났다. 이는 기업가적 자기효능감에 대한 창업경험의 긍정적 영향이 남성보다 여성에게 더 크다는 점을 보여준다. 경험을 통해 사회적 자원에 접근하고 기업가적 역할모델을 형성하는 것은 여성이 남성보다 유연하며, 여성은 기업가적 활동에 필요한 정보에 대한 접근을 더욱 효율적으로 하게 되기 때문에, 경험을 통해 얻게 되는 기업가적 신념과 문제 해결하기 위해 필요한 자신감은 여성에게 더 크게 나타남을 의미한다. 그리고, 창업경험과 실패두려움의 관계에도 성별의 조절효과가 존재하는 것으로 나타났다. 이는 실패두려움에 대한 창업경험의 부적정인 영향이 남성보다 여성이 더 크다는 것을 보여준다. 과거 경험은 사업을 위해 필요한 제반 사항에 대한 지식을 얻게 해주며 실패에 대한 통제 가능성에 대한 믿음을 주는 역할을 한다. 이러한 경험의 기능은 위협에 대한 민감도가 높으며 안정지향 속성을 지닌 여성에게 더욱 크게 작용한다는 점을 이 결과는 보여준다.

이와 반대로 창업경험과 기회인식 관계에 대한 성별의 조절효과는 없는 것으로 확인됐다. 창업경험은 기회인식을 향상시키는 역할을 하지만 성별에 따라 그 중요한 영향이 달라지진 않는다는 점을 보여준다. 또한 이 연구는 사회인지속성의 간

접효과 역시 성별에 따라 다른 양상으로 나타남을 보여줬다. 여성의 경우 기업가적 자기효능감, 기회인식, 실패두려움 모두 창업경험과 창업의도의 관계를 유의하게 매개하는 것으로 나타났다. 이는 창업경험을 가진 개인은 기업가적 자기효능감과 기회인식이 높아지고, 실패두려움은 낮아져서 이를 통해 창업의도가 형성될 가능성이 높은 것으로 해석할 수 있다. 반면, 남성의 경우 실패두려움은 창업경험과 창업의도를 매개하지 못하는 것으로 나타났다. 남성의 경우 창업경험이 있다 해도 실패두려움에 영향을 미치지 못할 뿐만 아니라 이를 통해 창업의도를 형성하는 데에도 별다른 간접효과가 없다는 점을 보여준다.

이러한 결과는 창업의도를 형성하는 메커니즘을 찾는 데 있어서 남성과 여성이 차별적으로 접근되어야 함을 시사한다. 남성과 여성 기업가가 지닌 인지적 특성이 다르기 때문에 과거의 경험을 통해 영향받는 사회인지의 경향도 다르게 나타나고 이를 통한 기업가정신에 대한 태도와 결정도 다르게 나타난다. 따라서 효과적인 기업가 육성 또는 기업가 교육을 준비하는 상황에서는 이러한 점을 고려하여 차별적인 전략으로 접근하는 게 적절하다는 점을 이 연구는 제시한다.

## 6.2. 기여점

이 연구는 몇 가지 학술적 기여점을 지닌다. 첫째, 이 연구는 창업의도에 있어서 창업경험이라는 변수의 역할을 구체적으로 조명했다. 사회인지이론을 기반으로 하는 창업의도 연구의 대부분은 사회인지숙성을 독립변수를 두고 직접적 영향을 분석하는 데 집중하는 경향이 있다(Noguera et al., 2013). 창업의도 형성에 있어서 보다 근본적인 선행요인에 해당되는 과거 경험의 역할에 대해서는 충분히 다루이지 않았다. 이 연구는 대규모의 글로벌 데이터에 기반한 경험적 연구를 통하여, 창업경험에 따라 개인의 사회인지 패턴이 어떻게 다르게 나타나는지와, 이를 통해 창업의도가 어떻게 다르게 형성되는지를 제시했다. 창업의도를 높이는 데 있어서 중요하지만 소외되어 온 변수를 조명하여, 창업의도에 관한 사회인지이론을 구체화했다는 데 의의를 지닌다.

창업경험은 경험에 의한 학습효과 등 일반적으로 제기되고 있는 경험의 장점을 통해 창업의도 형성 효과를 일차원적으로 설명할 수 있다. 그러나 이러한 접근은 왜 창업경험이 창업의도를 형성하는지에 대한 메커니즘을 식별하는 데 제한적이다. 이 연구는 구조방정식을 이용하여 매개효과를 통해 창업경험이 창업의도를 형성하는 조건과 경로를 구체적으로 살펴봤다는 점이 기존의 창업의도에 관한 계량연구들과 차별화된다. 이는 과거 경험이 역할모델을 만들어내서 직접적 선택에 대한 동기에 영향을 주는 데 여기에 중요하게 작용하는 인지적 속성이 무엇인지를 명확하게 가려주기 때문에 유의한 접근이라 볼 수 있다.

이와 함께, 성별에 따른 조절효과를 통해, 남녀에 따라 창업

경험에서 창업의도까지 이어지는 메커니즘이 어떻게 다르게 나타나는지를 제시했다. 성별은 기업가정신에 대한 심층적 이해를 이끄는 중요한 프레임을 제공한다. 앞서서 창업경험은 사회인지숙성에 의해 창업의도를 형성한다고 제시했다. 그러나 성별에 따라 개인의 인지적 스키마는 다르게 형성되고 이는 창업의도 형성의 전제 조건인 사회인지를 다르게 만들어낸다. 이러한 연구를 통해 성별은 생물학적 차이 뿐 아니라 사회적 상호 작용의 결과로 나타나는 사회적 차이, 그리고 인지적 차이를 만들어내기 때문에(Doyle & Paludi, 1985), 창업의도를 높이기 위해 남성과 여성이 차별적 방식으로 접근해야 함을 시사한다.

## 6.3. 한계점 및 향후연구

이 연구는 한계점도 존재한다. 이 연구는 창업의도를 예측하는 연구다. 그러나 창업의도를 종속변수로 삼는 많은 연구들이 의도와 행동의 연결성을 담보하지 못한다는 한계점을 갖고 있다(Davidsson & Honig, 2003). TPB 계열의 연구에서는 의도는 계획된 행동을 정확히 예측하기 위한 수단이라고 주장한다(Armitage & Conner, 2001). 이 연구에서 창업경험이 창업의도에 영향을 미치는 부분까지 다루었지만, 이렇게 해서 형성된 창업의도가 기업가적 행동까지 영향을 줄 수 있는지, 궁극적으로 창업경험이 기업가적 행동을 만들어낼 수 있는지의 이슈에 대해서는 추가적인 증명이 필요하다. 또한 이 연구에서는 종속변수를 측정함에 있어서 초기 기업가적 활동(early-stage entrepreneurial activity)에 대한 의도를 측정했다. 이는 향후 3년 이내 기업가가 될 것인가 라는 질문에 답하는 것인데, 표본의 개인은 즉각적인 기업가적 활동의 선택에 직면해 있다고 볼 수 있다. 객관적으로 측정 가능한 수치라 많은 연구에서 활용되고 있지만(Arafat & Saleem, 2017), 이러한 제한된 시간 범위는 측정의 유효성에 비판을 일으킬 수 있다. 창업의도 측정에 대한 유효성과 신뢰성을 확보하기 위해서는 유연한 시간범위의 측정을 해볼 필요도 있다. 이를 위해 의도에 대한 시간 범위의 제한을 두지 않거나, 다양한 시간 범위를 두고 측정하여 동일한 결과를 얻게 된다면, 이 연구에서 제시하는 결론이 보다 견고한 지지를 받게 될 것으로 생각한다.

이 연구에서는 창업경험이 자기효능감, 기회 인식, 실패의 두려움에 미치는 영향을 계량적으로 분석했다. 그러나 창업경험은 세분화하면 종류가 다양하며 서로 다른 창업경험은 다른 양상으로 영향을 미칠 수 있다. 가령, 창업을 했으나 실패한 경험은 성공한 경험과 다르게 향후 창업의도에 영향을 줄 것이다. 추후 연구에서 창업경험의 세분화를 통한 차별적 분석을 진행한다면 보다 구체적인 시사점을 얻을 수 있을 것으로 본다.

이와 함께, 이 연구에서는 연구를 진행하는 시점에서 가장 최신의 데이터를 모을 수 있는 시점인 2016년의 글로벌 데이

터를 기반으로 분석을 진행했다. 이 논문은 창업경험의 영향을 연구하는 것인데 이 변수는 2016년 데이터에만 존재했기 때문에 연도의 범위를 넓히지 못했다. 또한 구조방정식 분석의 경우 패널데이터를 구성할 경우 분석이 복잡해지고, 이 연구처럼 다양한 매개 및 조절변수가 포함된 상황에서는 분석의 복잡성이 더욱 커지는 문제가 있다. 이런 이유로 이 연구는 2016년에 해당되는 샘플로만 분석을 시도했다.

GEM 데이터는 해마다 국가마다 거의 일률적인 양의 데이터를 수집하기 때문에 연도에 따라서 데이터의 양적 구성의 차이는 별로 없다. 그러나 시기에 따라 기업가에 대한 각국의 문화적 상황 및 응답자들의 기업가적 인식은 변화할 수 있을 것이다. 이러한 경우 여러 연도에 대해 각각 개별적인 분석을 통해 결과의 일반화를 확보하는 것이 방법이 된다. 향후 GEM 데이터가 업데이트될 때 새로운 연도에서 추가적인 분석을 하여 결과가 유지되는지 살펴볼 수 있다. 필요한 경우 연도에 따른 창업경험 효과의 변화 추이를 분석하여 시간에 따른 변화 양상을 파악해내는 것도 이 분야에 대한 이해를 높이는 방법이 될 것이다.

끝으로, 이 연구에서는 기업가적 활동에 대한 결정과 관련해 창업경험의 효용에 대해 제시했다. 기존의 연구들이 제시하는 주장과 같은 맥락에서 이 연구는 창업경험이 많은 장점을 지닌다는 점을 보여줬다. 그러나 문헌들은 이전 경험의 부정적 속성도 갖고 있다는 점 또한 제시한다(Ericsson & Lehmann, 1996). 앞서 논의한 경험의 이점에도 불구하고 경험과 성과의 관계는 경험이 누적될수록 정제될 수 있다. 경험의 양이 특정 수준을 넘어서면 이로 인한 성과가 오히려 줄어든다는 것이다. Westhead et al.(2005)은 경험이 많은 개인이 초보자보다 성과를 잘 낸다는 증거를 찾지 못했으면서도 경험이 의사결정 및 성과의 성숙도를 높인다고 주장할 수 없다고 했다. 특별히 기업가의 경우 경험이 많을수록 휴리스틱 의존도가 더 커지며, 매너리즘에 쉽게 빠질 수 있다(Ucbasaran et al., 2006). 경험이 많은 기업가는 과신에 빠지기 쉬우며, 제한된 정보로부터 무리하게 작위적 추론을 하는 오류에 빠질 수 있다(Baron, 2006). 이는 편견의 일종으로 봐야 하며, 이러한 편견에 빠진 기업가는 새로운 기회를 파악하기가 어려울 수 있다. 따라서 경험이 가진 긍정적 속성 뿐 아니라 부정적 속성을 함께 고려하여 기업가가 얻는 경험의 효과를 좀 더 입체적으로 분석하는 것도 향후 연구에서 풀어야 할 주제다. 이러한 지속적인 연구를 통해 창업경험 및 창업의도에 관한 연구의 지평이 더욱 넓어질 수 있기를 기대한다.

## REFERENCE

- 장현철·김종성(2021). 창업기회인식이 창업의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구: 긍정심리자본의 매개효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 16(6), 43-55.
- Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. M.(2012). Size matters: entrepreneurial entry and government. *Small Business Economics*, 39(1), 119-139.
- Ajzen, I.(1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I.(2001). Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*, 52(1), 27-58.
- Ajzen, I., Csasch, C., & Flood, M. G.(2009). From Intentions to Behavior: Implementation Intention, Commitment, and Conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), 1356-1372.
- Aldrich, H.(1999). *Organizations Evolving*. London: Sage.
- Allgood-Meten, B., & Stockard, J.(1991). Sex role identity and self-esteem: a comparison of children and adolescents. *Sex Roles*, 25(3), 129-139.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B.(2013). Epistemology, opportunities, and entrepreneurship: Comments on Venkataraman et al.(2012) and Shane (2012). *Academy of Management Review*, 38(1), 154-157.
- Arab, Z., & Sofiyabadi, J.(2013). Entrepreneurship indicators with an emphasis on Global Entrepreneurship Monitor. *IJRRAS*, 16(2), 288-296.
- Arafat, M. Y., & Saleem, I.(2017). Examining start-up Intention of Indians through cognitive approach: a study using GEM data. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 1-11.
- Arenius, P., & De Clercq, D.(2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small business economics*, 24(3), 249-265.
- Arenius, P., & Mimiti, M.(2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small business economics*, 24(3), 233-247.
- Armitage, C. J., & Conner, M.(2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Bae, B. Y., & Lee, J. H.(2018). The Moderating Effects of Gender and Major on the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(6), 63-74.
- Bandura, A.(1986). The Explanatory and Predictive Scope of Self-Efficacy Theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359-373.
- Bandura, A.(1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A.(2000). Self-efficacy: The foundation of agency. *Control of human behavior, mental processes, and consciousness: Essays in honor of the 60th birthday of August Flammer*, 16.
- Bandura, A.(2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of management*, 38(1), 9-44.
- Bargh, J. A.(1989). *Conditional Automaticity: Varieties of Automatic Influence in Social Perception and Cognition. Unintended Thought*. New York: Guilford.
- BarNir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M.(2011). Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social*

- Psychology*, 41(2), 270-297.
- Baron, R. A.(2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs “Connect the Dots” to Identify New Business Opportunities. *The Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Baron, R. A., & Ensley, M. D.(2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management science*, 52(9), 1331-1344.
- Baron, R. A., & Shane, S. A.(2007). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Cengage Learning.
- Bartlett, F. C.(1932). *Remembering: A study in experimental and social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Betz, N. E., & Hackett, G.(2006). Career self-efficacy theory: back to the future. *Journal of Career Assessment*, 14(1), 3-11.
- Bhave, M. P.(1994). A process model of entrepreneurial creation. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 223-242.
- Bird, B. J.(1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bollen, K. A., & Long, J. S.(1992). Tests for structural equation models: introduction. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 123-131.
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Holcombe, R. G.(2018). Corruption and destructive entrepreneurship. *Small Business Economics*, 51(1), 181-202.
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Klein, P.(2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 178-196.
- 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.
- Brännback, M., Carsrud, A., Elfving, J., Kickul, J., & Krueger, N.(2006). *Why replicate entrepreneurial intentionality studies? Prospects, perils, and academic reality*. Singapore: In SMU edge conference.
- Bryant, P.(2007). Self-regulation and decision heuristics in entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation. *Management Decision*, 45(4), 732-748.
- Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T.(2014). Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self-Efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), 473-499.
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B.(1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9-30.
- Buttner, E. H.(2001). Examining female entrepreneurs' management style: An application of a relational frame. *Journal of business ethics*, 29(3), 253-269.
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C.(2014). Fear of failure and entrepreneurship: a review and direction for future research. *ERC Research Paper*, 24(1), 1-62.
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S.(2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs-new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*, 32(2), 153-167.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M.(2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of business research*, 60(10), 1090-1098.
- Chase, W. G., & Simon, H. A.(1973). Perception in chess. *Cognitive psychology*, 4(1), 55-81.
- Chell, E.(2013). Review of skill and the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(1), 6-31.
- Chen, C., Greene, P., & Crick, A.(1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Christensen, P. S., & Peterson, R.(1990). *Opportunity Identification: Mapping the Sources of New Venture Ideas, Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Clercq, D. D., & Arenius, P.(2006). The Role of Knowledge in Business Start-up Activity. *International Small Business Journal*, 24(4), 339-358.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A.(1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative science quarterly*, 128-152.
- Cowan, D. A.(1986). Developing a process model of problem recognition. *Academy of Management Review*, 11(4), 763-776.
- Culpin, V., Millar, C., Peters, K., Hatak, I., Harms, R., & Fink, M.(2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, 30(1), 38-53.
- Davidsson, P.(1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 7(1), 41-62.
- Davidsson, P., & Honig, B.(2003). The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- DePillis, E., & Reardon, K. K.(2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: a cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382-396
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A.(2002). Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- Doyle, J. A., & Paludi, M. A.(1985). *Sex and gender: The human experience*. Boston: McGraw Hill.
- Dwyer, A. L., & Cummings, A. L.(2001). Stress, self-efficacy, social support, and coping strategies in university students. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy*, 35(3).
- Ebrahim, M., & Schött, T.(2011). *Entrepreneurial intention promoted by perceived capabilities, risk propensity and opportunity awareness: a global study*. Stockholm, Sweden: 56th International Council of Small Businesses.

- Edelman, L., & Yli-Renko, H.(2010). The impact of environment and entrepreneurial perceptions on venture-creation efforts: Bridging the discovery and creation views of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5), 833-856.
- Ericsson, K. A., & Lehmann, A. C.(1996). Expert and exceptional performance: evidence of maximal adaptation to task constraints. *Annual Review of Psychology*, 47(1), 273-305.
- Fayolle, A., Basso, O., & Tornikoski, E. T.(2011). *10 Entrepreneurial commitment and new venture creation: a conceptual exploration. Handbook of research on new venture creation*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E.(1984). *Attribution theory. In Social cognition*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J.(2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 26(4), 431-440.
- Foss, N. J., & Klein, P. G.(2012). *Organizing entrepreneurial judgment: A new approach to the firm*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frese, M.(2009). Toward a psychology of entrepreneurship-An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437-496.
- Gaglio, C. M.(1997). Opportunity recognition. *Advances in entrepreneurship. Firm emergence and growth*, 3(4), 139-202.
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A.(2001). The psychological basis of opportunity recognition: Entrepreneurial alertness. *Small business economics*, 16(2), 95-111.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E., & Katz, J. A.(1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(3), 5-9.
- Glaser, R., & Chi, M. T.(1988). *Overview. In M. Chi, R. Glaser & M. Farr, eds., The Nature of Expertise*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Godwin, J. L., Neck, C. P., & D'Intino, R. S.(2016). Self-leadership, spirituality, and entrepreneur performance: a conceptual model. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 13(1), 64-78.
- Gollwitzer, P. M.(1999). Implementation intentions: strong effects of simple plans. *American psychologist*, 54(7), 493.
- Greve, A., & Salaff, J. W.(2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(1), 1-22.
- Hackett, G., & Betz, N. E.(1981). A self-efficacy approach to the career development of women. *Journal of vocational behavior*, 18(3), 326-339.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A.(1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193-206.
- Heckhausen, H.(2013). *The Anatomy of Achievement Motivation (Vol. 1)*. New York & London: Academic Press.
- Heinzel, J., Geibel, R., & Askari, H.(2014). How do certain factors affect the fear of failure in entrepreneurship. *In Annual International Conference On Business Strategy & Organizational Behaviour (Bizstrategy)*, 21-26.
- Higgins, E. T., & King, G. A.(1981). Accessibility of social constructs: Information processing consequences of individual and contextual variability. In N. Cantor & JF Kihlstrom (Eds.). *Personality, cognition, and social interaction*, 69-121.
- Hoang, H., & Antoncic, B.(2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of business venturing*, 18(2), 165-187.
- 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.
- Jackson, S. E., & Dutton, J. E.(1988). Discerning threats and opportunities. *Administrative Science Quarterly*, 33(3), 370-387.
- Jang, H. C., & Kim, J. S.(2021). The Impact of Perception of Entrepreneurial Opportunity on the Entrepreneurial Intention: Focusing on Positive Psychological Capital. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(6), 43-55.
- Jaros, S. J., Jermier, J. M., Koehler, J. W., & Sincich, T.(2017). Effects of continuance, affective, and moral commitment on the withdrawal process: An evaluation of eight structural equation models. *Academy of management Journal*, 36, 951-995.
- Johannisson, B.(1990). Economics of Overview-Guiding the External Growth of Small Firms. *International Small Business Journal*, 9(1), 32-44.
- Johannisson, B., Landstrom, H., & Rosenberg, J.(1998). University training for entrepreneurship-an action frame of reference. *European Journal of Engineering Education*, 23(4), 477-496.
- Kahneman, D., & Tversky, A.(1979). On the interpretation of intuitive probability: A reply to Jonathan Cohen. *Cognition*, 7(4), 409-411.
- Kent, R. L., & Moss, S. E.(1994). Effects of sex and gender role on leader emergence. *Academy of Management Journal*, 37(5), 1335-1346.
- Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L.(2009). Intuition versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 439-453.
- Kolvareid, L.(1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 23-31.
- Kirzner, I. M.(1979). *Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship(First Edition)*. Chicago: University of Chicago Press.
- 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.
- Krueger, N. F.(2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*

- Practice*, 24(3), 5-23.
- Krueger, N. F.(2009). *Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions*. In A.L. Carsrud & M. Brännback (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind, international studies in entrepreneurship*. NewYork: Springer.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L.(1993). Entrepreneurial intentions:Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger, N. F., & Dickson, P. R.(1994). How believing in ourselves increases risk taking: perceivedself-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400.
- Lawson, C., & Lorenz. E.(1999). Collective learning, tacit knowledge and regional innovative capacity. *Regional Studies*, 33, 305-317.
- 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.
- Lent, R. W., & Hackett, G.(1987). Career self-efficacy: Empirical status and future directions. *Journal of vocational Behavior*, 30(3), 347-382.
- Loayza, N., Oviedo, A. M., & Servén, L.(2004). *Regulation and macroeconomic performance*. World Bank Policy Research (No. 3469). Working Paper.
- Lord, R. G., & Maher, K. J.(1990). Alternative information-processing models and their implications for theory, research, and practice. *Academy of management review*, 15(1), 9-28.
- Lu, L. C., Chang, W. P., & Chang, H. H.(2014). Consumer attitudes toward blogger’s sponsored recommendations and purchase intention: The effect of sponsorship type, product type, and brand awareness. *Computers in Human Behavior*, 34, 258-266.
- Lumpkin, G. T., & Lichtenstein, B. B.(2005). The role of organizational learning in the opportunity-recognition process. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(4), 451-472.
- Lunenburg, F. C.(2011). Goal-setting theory of motivation. *International journal of management, Business, and administration*, 15(1), 1-6.
- Macho, S., & Ledermann, T.(2011). Estimating, testing, and comparing specific effects in structural equation models: The phantom model approach. *Psychological methods*, 16(1), 34-43.
- March, J. G., & Simon, H. A.(1993). *Organizations*. USA: John wiley & sons.
- Mauer, R., Neergaard, H., & Linstad, A. K.(2017). *Self-efficacy: Conditioning the entrepreneurial mindset*. In *Revisiting the entrepreneurial mind*. Cham: Springer.
- McCabe, A. C., Ingram, R., & Dato-On, M. C.(2006). The business of ethics and gender. *Journal of Business Ethics*, 64(2), 101-116.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M.(2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- McGregor, H. A., & Elliot, A. J.(2005). The Shame of Failure: Examining the Link Between Fear of Failure and Shame. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(2), 218-231.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A.(2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152.
- Miller, N., & Dollard, J.(1941). *Social learning and imitation*. New Haven, NJ: Yale University Press.
- Minniti, M.(2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(7-8), 497-621.
- Mintzberg, H., & Waters, J. A.(1982). Tracking strategy in an entrepreneurial firm. *Academy of management journal*, 25(3), 465-499.
- Mor, S., Madan, S., & Chhikara, R.(2020). The risk-seeking propensity of Indian entrepreneurs: A study using GEM data. *Strategic Change*, 29(3), 311-319.
- Mueller, S. L., & Dato-On, M. C.(2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 13(01), 3-20.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S.(1998). Social capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-268.
- Naktiyok, A., Karabey, C. N., & Gulluce, A. C.(2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 419-435.
- Neisser, U.(1967). *Cognitive Psychology*. New York: Appleton-Century-Crafts.
- Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D.(2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-197.
- OK, J. W., Hyun, B. H., Chang, E. S., & Yang, J. M. (2020). A study on the effect of social support on entrepreneurial intentions and entrepreneurial behaviors: mediating effects of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(1), 151-165.
- Orbeil, S., Hodgkins, S., & Sheeran, P.(1997). Implementation intentions and the theory of planned behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(9), 945-954.
- Ozgen, E., & Baron, R. A.(2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of business venturing*, 22(2), 174-192.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A.(2011). Negative emotions of an entrepreneurial career: self-employment and regulatory coping behaviors. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 226-238.
- Piaget, J.(1971). *Biology and Knowledge*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A.(2013). Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), 385-401.
- Pollack, J. M., Vanepps, E. M., & Hayes, A. F.(2012). The moderating role of social ties on entrepreneurs' depressed affect and withdrawal intentions in response to economic stress. *Journal of Organizational Behavior*, 33(6), 789-810.
- Ramos-Rodriguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., Lorenzo-Gómez, J. D., & Ruiz-Navarro, J.(2010). What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal*, 28(6), 566-582.
- 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.
- Reitan, B.(1997). *Where do we learn that entrepreneurship is feasible, desirable, and/or profitable?*. San Francisco, CA: Paper presented to the ICSB World Conference.
- Sarasvathy, S. D.(2001a). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.
- Sarasvathy, S. D.(2001b). *Effectual reasoning in entrepreneurial decision making: existence and bounds*. In *Academy of management proceedings (Vol. 2001, No. 1, pp. D1-D6)*. NY: 10510, Briarcliff Manor, Academy of Management..
- Schlaegel, C., & Koening, M.(2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Sequeira, J., Mueller, S. L., & McGee, J. E.(2007). The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of developmental entrepreneurship*, 12(03), 275-293.
- Shapero, A.(1984). *The entrepreneurial event*. In C. A. Kent (Ed.), *The Environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Shapero, A., & Sokol, L.(1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Sharma, D. D., & Blomstermo, A.(2003). The internationalization process of born globals: a network view. *International business review*, 12(6), 739-753.
- Shepherd, D. A.(2003). Learning from Business Failure: Propositions of Grief Recovery for the SelfEmployed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318-328.
- Shepherd, D. A., Douglas, E. J., & Shanley, M.(2000). New venture survival: Ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 393-410.
- Shepherd, D. A., & Krueger, N. F.(2002). An intentions-based model of entrepreneurial teams' social cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 167-185.
- Sherman, S. J., Judd, C. M., & Park, B.(1989). Social cognition. *Annual review of psychology*, 40(1), 281-326.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F.(2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(3), 465-493.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of management*, 36(1), 40-65.
- Singh, R., Hills, G. E., Hybels, R. C., & Lumpkin, G. T.(1999). 'Opportunity recognition through Social Network Characteristics of Entrepreneurs', *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Singh, R. P., & Lucas, L. M.(2005). Not just domestic engineers: An exploratory study of homemaker entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(1), 79-90.
- Solesvik, M. Z.(2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education+Training*, 55(3), 253-271.
- Stinchcombe, A. L.(1965). Social structures and organizations. In March, J.G. (ed.). *Handbook of Organizations*. 44(2), 142-193.
- Stumpf, S. S., Dunbar, R. L., & Mullen, T. P.(1991). Developing entrepreneurial skills through the use of behavioural simulations. *Journal of management development*, 10(5), 32-45.
- Sullivan, D. M., & Meek, W. R.(2012). Gender and entrepreneurship: a review and process model. *Journal of managerial psychology*, 27(5), 428-458
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L.(2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y.(2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: Roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1127-1145.
- Tushman, M. L., & Nadler, D. A.(1978). Information Processing as an Integrating Concept in Organizational Design. *Academy of Management Review*, 3(3), 613-624.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M.(2006). *Habitual entrepreneurs*. Edward Elgar Publishing.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M.(2009). The extent and nature of opportunity recognition by experienced entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 24(2), 99-115.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M.(2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541-555.
- Ullman, J. B., & Bentler, P. M.(2003). Structural equation modeling. *Handbook of psychology*, 607-634.
- 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.
- Verworn, B.(2009). A structural equation model of the impact of the “fuzzy front end” on the success of new product development. *Research Policy*, 38(10), 1571-1581.
- Ward, A.(2004). Enterprise skills and enterprise learning. *Foresight-The Journal of Future Studies, strategic thinking and policy*, 6(2), 104-109.
- Wasdani, K. P., & Mathew, M.(2014). Potential for opportunity recognition along the stages of entrepreneurship. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-24.
- Welpe, I. M., Spörrle, M., Grichnik, D., Michl, T., & Audretsch, D. B.(2012). Emotions and Opportunities: The Interplay of Opportunity Evaluation, Fear, Joy, and Anger as Antecedent of Entrepreneurial Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 69-96.
- Westhead, P., Ucbasaran, D., Wright, M., & Binks, M.(2005). Novice, serial and portfolio entrepreneur behavior and contributions. *Small Business Economics*, 25(2), 109-132.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D.(2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Wood, M. S., McKinley, W., & Engstrom, C. L.(2013). Endings and visions of new beginnings: the effects of source of unemployment and duration of unemployment on entrepreneurial intent. *Entrepreneurship Research Journal*, 3(2), 171-206.
- Wood, R., & Bandura, A.(1989). Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making. *Journal of personality and social psychology*, 56(3), 407.
- World Bank.(2019). *Doing business. Training for reform*. Washington DC: The World Bank.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E.(2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.

# The Influence of Entrepreneurial Experience on Entrepreneurial Intention: Mediation Effect of Social Cognitive Attributes

Junghyun Park\*

## Abstract

Identifying the factors that influence the formation of the entrepreneurial intention is important in cultivating entrepreneurs and inducing entrepreneurial innovation in the country. Previous studies have mainly examined the direct effects of social cognition attributes as predictors on entrepreneurial intentions or entrepreneurial activities. However, the fundamental factors that these social cognition attributes are derived from have not been sufficiently addressed in the field of entrepreneurship. Based on social cognitive theory and schema theory, this study assumes that an individual's entrepreneurial experience is an important antecedent factor in forming social cognitive attributes, and reveals the mechanism for how experience forms entrepreneurial intention.

To this end, this study analyzes the influence of entrepreneurs' prior experience of entrepreneurial activities on entrepreneurial self-efficacy, opportunity recognition, and fear of failure which are considered to be the main variables that shape entrepreneurial intention. And it analyzes how these factors have a significant effect on entrepreneurship intention. Along with this, the mediating role of these social cognitive attributes is analyzed in order to understand the path that leads from entrepreneurial experience to entrepreneurial intention. This study also suggests how gender moderates the effect of entrepreneurship experience on social cognitive attributes.

As a result of the analysis, it was found that entrepreneurial experience increase entrepreneurial self-efficacy and opportunity recognition of entrepreneurs, and decrease the fear of failure. These social perception attribute significantly mediate the relationship between entrepreneurial experience and entrepreneurial intention. This study also found that there are significant moderating effects of gender on the relationship of entrepreneurial experience and both of entrepreneurial self-efficacy and fear of failure.

This study also analyzed the impact of the entrepreneurial experience of failure, which corresponds to the detailed experience. Similar to the results of entrepreneurial experience analysis, entrepreneurial experience of failure plays a role in enhancing entrepreneurial self-efficacy. However, its effect on opportunity recognition and fear of failure were not significant.

An empirical analysis of data related to 25,047 entrepreneurs from 87 countries, using the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), shows the differences in the formation of individuals' entrepreneurial intentions according to entrepreneurial experience and the mediating role of social cognitive attributes.

The study has embodied the social cognitive theory on entrepreneurial intention by shedding light on the variables that are important but alienated for increasing entrepreneurial intention. Moreover, the study enhances the understanding of cognitive processes leading from individual experiences to entrepreneurial intentions. This study also emphasizes the importance of differentiated approach by gender for boosting entrepreneurial intention through analysis of moderating effect of gender.

*KeyWords: Entrepreneurial experience, Entrepreneurial intention, Social cognitive theory, Schema theory*

---

\* First Author, doctoral candidate, Sungkyunkwan University Business School, jh.park@skku.edu