벤처창업연구 제18권 제5호 (통권89호) ISSN 1975-7557
Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship Vol.18 No.5 pp.185-196 e-ISSN 2671-9509

기업가의 인지편향이 사회적 네트워크에 따라 사업 기회 평가에 미치는 영향

장효식 (호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사과정)*
양동우 (호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수)**

국 문 요 약

이 논문은 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 대표되는 기업가정신이 일반인에 비해 투철한 기업가들의 인지편향이 사회적 네트워크에 따라 사업 기회 평가에 미치는 영향을 조사한 것이다. 끊임없이 요구되는 기업활동과 관련한 의사결정 시 기업가들은 자신의 지식과 경험 및 외부 전문가들의 조언을 참고하여 합리적인 판단을 하는 것이 일반적이나, 극심한 스트레스 상황 및 신속한 의사결정이 필요한 상황에서는 자신의 인지편향에 따라 휴리스틱(간편 추론법)에 종종 의존하게 된다. 특히, 기업의 성장과 영속성을 담보하기 위해 계획 중인 신사업 기회를 평가하고 선택하는 과정에서도 휴리스틱에 의한 의사결정을 한 나머지 실패하게 되는 사례를 우리는 많이 접하게 된다.

이 연구는 거듭된 성공 경험으로 형성된 기업가의 인지편향이 때로는 사업의 실패라는 부작용을 초래할 수 있다는 점에 착안하여, 기업가의 인지편향이 신사업 기회 평가에 미치는 영향을 규명하는 연구가 필요하다는 요구에서 진행하게 되었다. 그동안 대학생이나 창업을 희망하는 일반인을 대상으로 그들의 인지편향이 창업 및 기회 평가에 미치는 영향에 관한 논문은 다수 있지만, 기업가만을 대상으로 하여 사회적 네트워크와의 관계를 규명한 연구는 부족하다는 문제점이 있었다.

이 연구는 선행연구와는 달리 기업가들만을 대상으로 실증적인 조사를 시행하였으며, 사회적 네트워크와의 관계에 관한 연구도 함께 진행하였다. 연구를 위하여 중소/중견기업 기업가 150명을 대상으로 온라인 모바일 조사와 응답자의 자기기입식 설문지를 이용한 병행 조사 방법으로 설문조사를 실시하였다.

연구 결과, 독립변수인 기업가의 인지편향 중 과잉자신감과 통제 착각이 사업 기회 평가에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 조절 변수인 사회적 네트워크는 과잉자신감이 사업 기회 평가에 미치는 영향을 조절한다는 것이 확인되었다. 이 연구는 기업가들이 인지편향을 긍정적으로 활용할 수 있는 방법과 사회적 네트워크의 영향력을 알려줌으로써, 기업가들이 신사업 기회를 평가하고 선택하는 과정에서 인지편향이 어떠한 역할을 하는지와 기업가의 인지편향이 신사업 기회 평가와 관련한 구조적 관계를 사회적 네트워크가 조절하는 역할을 한다는 것을 보여주었고, 기업가들뿐만 아니라 기업가 교육 및 정책 결정에도 큰 도움이 될 것으로 기대한다.

핵심 주제어 : 인지편향, 과잉자신감, 통제 착각, 현상유지편향, 사업 기회 평가, 사회적 네트워크

Ⅰ. 서론

창업에 따른 실패의 위험성에 대해서는 누구나 공감하고 있음에도 불구하고 많은 사람이 창업하고 또 폐업한다[1]. 기업가는 혁신성과 진취성을 겸비하고 적극적으로 위험을 감수하는 기업가정신이 일반인보다 상대적으로 강한 것으로 알려져 있으며, 이는 다소 위험해 보이는 기회일지라도 실행에 옮기는 결단성으로 연결된다. 기업가는 또한 인지편향이 상대적으로 큰 것으로 연구되어 왔고(Busenitz & Barney, 1997), 이러한 인지편향은 창업에 내재한 위험을 낮게 지각하도록 함으로써 기업가 활동을 활발하게 한다(Bhutta & Shah, 2015). 결국, 기업가정신과 인지편향은 창업 과정에 있어서 중요한 역할을 하며(Kickul et al., 2009), 개인들이 창업을 하도록 하는 동인(動因)이다(Cheng, 2014).

중소/중견기업 등 중소규모의 기업가는 창업이나 신사업을 추진하기 위한 의사결정 시 주로 본인의 경험이나 한정된 사회적 네트워크에 의존하여야 하고, 자금조달이나 판로확보 등 해결해야 할 수많은 난제로 인해 스트레스가 극에 달한 상황이기에 합리적 의사결정 과정을 꼼꼼히 거치기보다는 본인의 휴리스틱(간편 추론법)에 지나치게 의존하게 된다. 이 과정에서 기업가 개개인별로 가진 다른 인지과정(Cognitive process)은 창업 및 신사업 기회에 내포된 위험 요소 등의 같은 사실마저도 제각각 다르게 판단하게 만들고, 때에 따라서는 사업 기회 평가 시 오류를 범하도록 하여 사업 실패라는 결과를

* 주저자, 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사과정, jhs870429@naver.com
** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수, dwyang11@nate.com
· 투고일: 2023-08-09 · 1차 수정일: 2023-10-17 · 2차 수정일: 2023-10-23 · 게재확정일: 2023-10-26
1) 중소벤처기업부의「창업기업동향」및 국세청의「국세통계」자료에 따르면 2021년 창업한 법인기업수는 126,905개이고, 폐업한 법인사업자는 65,983개에 이른다.

초래하기도 한다. 본 연구를 수행하게 된 배경에는 일부 기업가들이 거듭되는 성공 경험에 따라 형성된 자신의 인지편향으로 인해 종종 무리한 사업확장을 시도하고 결과적으로 사업 부진 등에 따라 실패하는 사례를 심심치 않게 보아온 경험을 바탕으로 하고 있다. 실제로 기업가의 과도한 낙관주의와 기업의 성과(수익성, 고용증가율)와는 부(-)의 관계에 있다는 연구 결과도 제시되고 있다(Hmieleski & Baron, 2009). 창업 과정에 있어서 인지편향의 영향에 관한 연구는 인지편향이 창업 기회 평가, 벤처설립 등과의 관계에서의 직접적인 영향 관계와 위험지각을 매개로 한 간접적인 분석(Simon et al., 2000; Keh et al., 2002; Robinson & Marino, 2015), 창업효능감 등을 조절 변수로 활용한 연구(김대엽, 2020; Kickul et al., 2009)가 진행됐고, 더 나아가서는 인지편향과 기업성과와의 관계에 대한 연구(Bhutta & Shah, 2015)에까지 확장되고 있다. 연구 대상은 주로 기업가보다는 창업을 희망하는 일반인이나 학생을 대상으로 하였다. 이처럼 기존 연구는 연구 대상이 일반인이나 학생 등이었으나 이들은 실제로 기업을 경영하면서 체득하게 되는 기업가로서의 고민과 휴리스틱에 의한 의사결정 경험을 가지지 못하다 보니 심리적 작동 기제인 인지편향의 영향력을 정교하게 분석할 수 없다는 한계가 있다. 또한 기존 연구에서는 사회적 네트워크 등 외부 환경요소에 따라 인지편향이 사업 기회 평가에 미치는 영향 관계를 조절하는지에 대한 연구가 부족하였다.

이에 본 연구는 연구 대상을 현재 기업을 경영하고 있는 기업가에게 한정하여 그들이 기존 사업 이외에 성장동력 확보 등을 위해 신사업 기회를 인식하고 평가하는 일련의 과정에서 인지편향이 사업 기회 평가에 미치는 영향을 분석고자 하며, 기업가 활동에 있어서 중요성이 더해가고 있는 사회적 네트워크가 이러한 영향 관계를 조절하는지 분석함으로써 앞으로도 더욱 많은 변수가 연구되는 계기를 마련코자 한다. 아울러 신규 창업 또는 신사업 기회를 모색하고 있는 혁신적인 (예비)기업가들이 합리적인 판단에 근거한 의사결정을 할 수 있는 다양한 장치를 구축하는데 필요한 이론적 토대가 견고해질 것도 기대한다.

II. 이론적 배경 및 가설

2.1. 인지편향

기업가를 포함해 일반인들은 항상 합리적인 판단에 근거한 행위만을 하는 것은 아니며, 자기 경험 등을 바탕으로 비논리적인 추론을 통해 종종 잘못된 의사결정을 내린다. 이처럼 사람이 생각하고 추론하며 결정을 내리는 인지과정은 종종 비합리적인 지각적 편향을 띄게 되는데 이를 인지편향이라고 한다(Alos-Ferrer et al., 2016; Domeier & Sachse, 2016; Marchetti et al., 2019). 인지편향을 가진 개인은 합리적 사고능력을 갖춘 개인에 비하여 문제해결은 신속하지만, 비정상적으로 수행할 가능성이 높기에(하민수, 2016), 종종 부정적인 영향을 초래함에도 불구하고(Krans et al., 2019), 급변하는 사업환경에서 쉴 새 없이 의사결정을 해야만 하는 기업가에게는 신속한 의사결정을 위해 꼭 필요한 인지 메커니즘임에는 분명하다(Bernoster et al., 2018; Zhao & Xie 2020). 이에 따라 기업가는 위험성이 높은 의사결정 과정에서 일반인보다 휴리스틱(간편 추론법)에 더 의존하는 경향이 있고, 인지 측면에서 편향되기가 쉽다(Busenitz & Barney, 1997). 그리고 이러한 의사결정자의 인지편향은 위험에 대한 지각을 감소시킬 수 있다고 보고 되고 있다(Busenitz & Barney, 1997).

기업가 활동과 관련하여 연구되는 대표적인 인지편향으로 먼저 과잉자신감을 들 수 있다. 과잉자신감은 자신의 지식과 경험의 한계를 아는 데 실패하는 것으로(Russo & Schoemaker, 1992), 자신의 예측이 잘못되었다는 사실을 인식하지 못하는 것이다(Tversky & Kahneman, 1974). 이러한 과잉자신감은 자기 능력을 객관적으로 이해하지 못하는 원인 중 하나이며(Winman et al., 2004), 과잉자신감을 지닌 기업가는 사업에 내재한 불확실성과 위험을 경시하는 가운데 의사결정을 하는 것으로 연구되었다(Simon & Shrader, 2012). 조혜진·장연주(2015)는 어느 정도의 과잉자신감은 불확실한 일을 실행에 옮길 수 있게 하고, 더 열심히 일을 하게 만드는 원동력이 되기도 하여 과잉자신감의 긍정적인 측면이 있음을 밝혔으나, 과잉자신감은 대부분 의사결정에 부정적인 영향을 미치는 경우도 많아서 중요한 의사결정을 내릴 때는 과잉자신감을 경계해야 한다고 주장하였다. 또한, 최정원·오세경(2017)은 이성적으로 높은 자신감은 긍정적이어서 혁신적인 기업가에게 자신감은 중요한 요소이지만, 비이성적으로 높은 자신감, 즉 과잉자신감은 합리적인 의사결정을 저해하는 요인으로 작용할 수 있다고 하였다. 노벨경제학상을 수상한 심리학자 Daniel Kahneman에 따르면 미국 기업인의 81%가 자신의 사업 성공률을 70% 이상으로 평가하며, 기업인의 30% 이상은 자신이 실패하지 않을 것이라고 확신한다고 한다. 일반적으로 과잉자신감은 위험지각 수준을 낮추는 부(-)의 영향이 있어(Simon & Houghton, 2003; Trevelyan, 2008) 위험한 행동을 더 추구하게 된다고 하지만, 과잉자신감과 위험지각의 정도와는 관련이 없다는 일부 연구도 있다(Simon et al., 2000; Keh et al., 2002).

사람들은 자신을 둘러싼 객관적인 모든 외부 환경을 통제할 수 있다고 믿는 심리오류를 범하는데 이를 통제 착각(또는 통제의 환상)이라고 하며, 하버드대 심리학자 Ellen Langer(1975)에 의해 처음으로 제시되었다. 통제 착각은 기업가 활동과 연관된 인지편향의 일종으로 연구됐으며(Cheng, 2014), 과거 성공 경험이 착각을 일으켜 통제 착각에 빠지면 급변하는 사업환경에 제대로 대처하지 못하여 사업 실패라는 최악의 결과를 낳을 수 있다. 美 베스트바이의 CEO 브라이언 던, 美 체스피크에너지 CEO 오브리 맥클렌던, 징가 CEO 마크 핀커스 등은 통제 착각으로 인해 사업과 인생에 실패한 대표적인 사례라고 할 수 있다. 통제 착각은 위와같이 부정적인 측면만 있는 것은 아니다. 기업을 둘러싼 사업환경을 통제하려는 강

한 동기를 갖고 사업 기회와 그 결과를 통제할 수 있는 자신들의 기술과 능력의 정도를 과대평가하여 부정적인 상황을 극복할 수 있다고 믿는 통제 착각은 사업과 관련한 위험을 과소평가하도록 하여 기업가가 심리적 안정하에 다소 위험하고 불확실한 사업도 과감히 추진하게 하는 긍정적인 측면도 있다고 주장한다(Simon et al., 2000).

또 다른 대표적인 인지편향으로 현상유지편향이 있다. 사람들은 다양한 대안 중에서 선택을 해야 할 때 기존에 비해 탁월한 새로운 대안이 있음에도 불구하고, 현재의 상태를 유지하려는 경향을 보인다(박상철·채성욱, 2014). 특히, 성공 신화를 써 내려가고 있는 기업가는 자신의 판단을 무척이나 신뢰하여 새로운 정보나 상황의 변화에도 불구하고 좀처럼 현재의 가정이나 생각을 변경시키지 않으며, 현시점에서는 최선이 아닐 수 있음에도 자신의 선택을 계속 유지하려는 경향을 보이는데 이를 현상유지편향이라고 한다(Kahneman et al., 1991). 이러한 현상유지편향은 위험을 인식하는 데 있어서 왜곡을 초래할 수 있다. 즉, 현재 상황의 변화를 악화시킬 수 있는 위험 요소를 접했음에도 불구하고 상황을 무시하여 손실 발생의 가능성을 축소하거나 위험 수준을 덜 지각하여 다른 대안을 찾지 않는다고 한다(Burmeister & Schade, 2007).

2.2. 인지편향과 사업 기회 평가

기존 사업을 영위하고 있는 기업이 새로운 성장동력 창출을 위해 신사업을 추진할 때는 일반적으로 사업실행을 위한 소요자금 규모 및 조달 가능성 검토, 잠재적 경쟁사 및 경쟁제품과 시장 규모 등 시장성 분석, 매출 추정 및 수익성 분석, SWOT 분석, 기존 사업영역과의 시너지 여부 등의 사업성 검토를 수행하게 된다. 이러한 객관적인 사업성 검토는 기업가가 신사업 기회에 대한 주관적 평가가 이루어진 이후에 수행되는 기업내 공식적 절차라고 할 수 있다. 이와는 달리 본 논문에서 다루고 있는 사업 기회 평가는 사업 방향을 결정하고 사업 기회를 명확하게 만들기 위한 기회 추구의 기업가 개인적인 매력에 관한 판단으로, 기업가적 여정의 한 단계이다(Adel Rastkhiz et al., 2019). 기업가가 사업 기회를 인식하고 평가할 때 기업가에게 형성된 인지편향은 상당한 영향을 미치게 되는데, 이처럼 인지편향은 기업가적 의도와 신사업 실행과정에 있어 중요한 역할을 하지만(Kickul et al., 2009), 빠르고 최소한의 정보에 근거한 의사결정(Onie et al., 2019)이기에 실제 실행을 위한 사업성 검토 단계에서는 여러 정보자원을 추가로 확보하여 보다 정교한 판단이 요구되는 것도 사실이다(Bosmans et al., 2019).

자기 회사를 설립한 기업가들은 자신이 설립하지 않은 회사에서 일하는 관리자들보다 일반적으로 더 많은 과잉자신감을 보이며(Forbes, 2005), 이러한 과잉자신감은 사업 기회의 인식이나 평가에 긍정적 영향을 미친다. 통제 착각에 대해서도 Keh et al.(2002)은 기업가를 대상으로 한 연구에서 위험지각 및 인지편향(과신, 소수의 법칙에 대한 믿음, 계획오류, 통제착각)을 결합한 모델에서 통제 착각이 기회 평가에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 기업가 자신의 과거 경험이나 선택을 계속 유지하는 경향을 보이는 현상유지편향 또한 사업 기회 평가에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 연구되었다(김대엽, 2020). 이와 같은 논의를 통해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 기업가의 인지편향은 사업 기회 평가와 유의한 관계를 가질 것이다.

H1-1: 과잉자신감은 사업 기회 평가에 정(+)의 유의한 관계를 가질 것이다.

H1-2: 통제착각은 사업 기회 평가에 정(+)의 유의한 관계를 가질 것이다.

H1-3: 현상유지편향은 사업 기회 평가에 정(+)의 유의한 관계를 가질 것이다.

2.3. 사회적 네트워크

사회적 네트워크는 통상 '인맥'으로 표현되는 사람과의 유대관계를 나타내고, 개인으로서의 기업가들은 사회적 네트워크 속에서 그들의 목표를 위해 다른 사람들과 다양한 관계를 맺는다(Arenius & De Clercq, 2005). 사회적 네트워크는 창업 관련 연구 분야에서 창업의 기회 발견 및 성과에 영향을 미치는 중요한 요소로 인식되고 꾸준히 연구됐다(박주연·성창수, 2016). Arenius & De Clercq(2005)에 따르면 개인은 자신이 속한 사회적 네트워크에서 새로운 정보를 얻고 결과적으로 사업 기회를 인식하는 경향이 있다고 한다. 특히, 우리나라와 같이 사람 간의 관계를 중요시하고 있는 사회에서 기업가의 사회적 네트워크 형성 여부 및 그 강도의 차이는 사업의 성패를 결정짓는 중요한 요소로 작용하기도 한다. 사회적 네트워크를 통해 기업가들은 사업과 관련한 적절한 정보를 쉽고 빠르게 획득할 수 있으며, 심리적 또는 물리적 지원을 받을 수 있다(Burt, 1992). 사회적 네트워크를 통해 형성된 사회적 자본은 인적자본, 재무적 자본과 함께 제3의 자본으로 평가받고 있기에, 인적자본과 재무적 자본 측면에서 같은 조건을 갖춘 기업가라 하더라도, 사회적 네트워크에 더 잘 연결된 기업가들이 더욱 가치 있는 기회를 얻을 수 있는 것이다(Burt, 1992; Barjargal, 2007; Goyal & Vega-Redondo, 2007).

기업은 지속적인 성장을 위해 끊임없는 기술개발 및 고객창출과 함께 새로운 성장동력으로서의 신사업 기회를 발굴하고 이에 대한 정교한 평가를 통해 신사업 추진 여부를 결정해야 한다. 어느 정도 기업을 성장 발전시킨 기업가의 경우 일반인과 비교하면 자신감이 충만하고 어떠한 어려운 상황도 능히 통제할 수 있다는 착각에 빠져 있는 경우가 많다. 인지편향이 강한 기업가는 합리적인 의사결정을 내리기보다는 어림짐작으로 "잘 되겠거니!" 하는 심정으로 신사업 기회를 평

가하게 되며, 여기에 더하여 기업가 자신이 속한 네트워크를 충분히 활용할 수 있는 경우에는 더욱더 긍정적으로 평가하게 된다. 즉, 사회적 네트워크에 배태된 더 많은 사회적자본은 기업가에게 기회 평가를 보다 긍정적인 방향으로 조절하는 역할을 한다. 결국, 기업가 개인의 사회적 네트워크 특성은 그의 인지편향이 신사업 기회 평가와 관련한 구조적 관계를 조절하는 역할을 한다.

이와 같은 논의를 통해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 사회적 네트워크는 조절 효과가 있을 것이다.

H2-1: 사회적 네트워크는 과잉자신감과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있을 것이다.

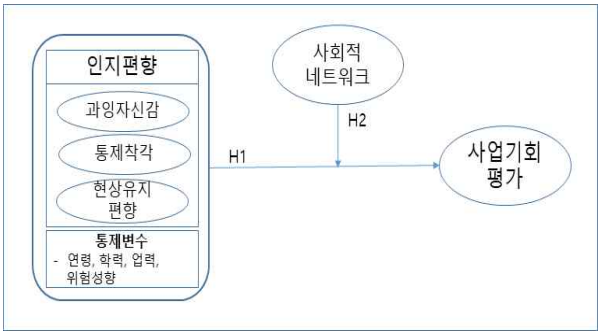
H2-2: 사회적 네트워크는 통제 착각과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있을 것이다.

H2-3: 사회적 네트워크는 현상유지편향과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있을 것이다.

Ⅲ. 연구 방법

3.1. 연구모형 설계

인지편향이 사업 기회 평가에 미치는 영향에 대한 실증 분석을 위해, 인지편향 중 기업가 활동과 관련된 분야에서 많이 연구됐던 과잉자신감과 통제 착각 그리고 현상유지편향을 독립변수로 설정하였으며, 사업 기회 평가를 종속변수로 설정하였다. 아울러 기업가나 창업 관련 연구에서 많이 분석되고 있는 사회적 네트워크가 인지편향과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있는지를 확인코자 하며, 만약 조절 효과가 있다면 사회적 네트워크는 기업가의 심리적 요소인 인지편향이 사업 기회 평가에 미치는 영향을 조절한다는 것을 확인할 수 있을 것이다. 끝으로, 종속변수에 영향을 줄 수 있는 연령, 학력, 업력 및 기업가가 위험을 지각하는 정도와 관련한 기본적 특질로서의 위험성향(Risk propensity)을 본 연구에서는 통제변수로 사용하였다. <그림 1>은 각 변수의 영향 관계를 정리한 연구모형이다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 측정 도구 및 분석 방법

3.2.1. 변수의 정의 및 측정

본 연구에서는 실증적 가설 검증을 위한 변수들의 조작적 정의는 관련된 선행연구를 참고하였으며, 설문은 위험성향, 인지편향, 기회 평가, 사회적 네트워크, 그리고 인구통계학적 변수 측정을 포함하여 총 일곱 개 항목으로 구성하였으며 구체적인 측정 문항은 부록에 제시하였다.

첫째, 인지편향의 하위요인 중 과잉자신감은 자신의 지식과 경험의 한계를 모르고 객관적 정확성보다 주관적 확신을 더 높게 평가하며 예측 능력을 과대평가하여 불확실성과 위험을 경시하는 경향으로 정의하였고, Russo & Schoemaker(1992)와 Simon et al.(2000)이 사용한 설문을 참고하여 총 10개의 문항으로 구성하였다. 즉, 각 문항은 일반적인 통계수치를 묻는 질문으로 응답자는 정답이 포함될 확률이 90%가 되도록 최솟값과 최댓값을 제시하도록 요구받았으며, 과잉자신감으로 인해 자신의 예측 능력을 과대평가하여 정답과는 동떨어진 값을 제시한 경우에는 1로 하여 과잉자신감 정도가 0~10이 되도록 측정하였다. 통계분석에서는 이들 10개 항목의 값을 합산한 후 올림 순으로 순위를 정한 다음 다섯 집단으로 구분하고, 각 집단에 1점~5점을 부여한 측정값을 단일항목으로 활용하였다.

둘째, 통제 착각은 부정적인 사건의 발생이나 결과를 방지하고 위험을 낮출 수 있는 기술이나 능력을 갖추고 있다고 믿는 경향으로 정의하였고, Simon et al.(2000)과 Keh et al.(2002)이 사용한 설문에 일부 항목을 추가한 총 5개 문항이며 Likert 5점 척도로 측정하였다. 통계분석에서는 통제 4번 문항을 제외한 4개 문항을 활용하였다.

셋째, 현상유지편향은 새로운 정보를 무시하여 다른 대안을 검토하는 대신에 과거의 경험이나 선택을 계속 유지하는 경향으로 정의하였고, Bhutta & Shah(2015)의 4개 사례(MP3, 사무실 임대, 디지털카메라, 업무용 프로그램) 중에서 국내 실정에 적합한 3개 사례(노트북, 사무실 임대, 디지털카메라)를 선정하였다. 통계분석에서는 이들 3개 항목을 합산한 값을 단일항목으로 활용하였다.

넷째, 기회 평가는 신사업과 관련한 상황에 내재한 위험을 고려하여 인식된 기회에 대해 인지적 과정을 통해 잠재적 손익 및 실현 가능성 등을 기반으로 상대적인 매력도를 판단하는 것으로 정의하였다. Robinson & Marino(2015)를 비롯한 많은 선행연구에서 주로 활용된 짧은 사례를 이용하였고, 각각 4개 문항씩이며 Likert 5점 척도로 측정하였다.

마지막으로, 사회적 네트워크는 새로운 정보 및 다양한 자원 획득의 기반을 제공하고, 사업 기회의 발견과 검증을 가능케 하는 사회관계의 공식적/비공식적 연결망으로서, 네트워크의 규모와 강도로 구분하여 측정하였다. Burt(1982)는 네트워크 규모를 네트워크 내부의 다양한 주요 행위 주체와의 접촉을 의미하며 네트워크에 포함된 원천 다양성의 크기로 보았다. 네트워크 강도의 측정을 위해 Granovetter(1973)는 관계의

친밀도 및 상호이익과 관련성이 있다고 보고 접촉 빈도를 활용하였다. 본 연구에서도 네트워크 강도 측정은 접촉 빈도를 활용하여 네트워크 원천과의 기간별 평균 접촉 횟수로 응답하게 하고 이를 합산하여 가능한 최곳값인 50으로 나누어 정규화하였다. 또한, 네트워크 규모 측정은 10개의 네트워크 원천에 대해 최근 1~2년간 매년 1회 이상 접촉한 경우 접촉 횟수와 상관없이 각 1로 하고 이들 원천 전체에 대하여 합산한 값을 산출하였다.

따라서 10개 네트워크 원천과 전혀 접촉한 경험이 없는 경우에는 0, 매년 1회 이상 모두 접촉한 경우는 10이 되도록 측정하였으며 모두 합산하였을 때 가능한 최곳값인 10으로 나누어 정규화하였다. 상기와 같이 정규화하여 산출된 사회적 네트워크 규모와 강도의 값을 합산하여 단일항목으로 활용하였다. 본 연구에서 통제변수로 활용하는 위험성향은 기업가를 대상으로 한 점을 고려하여 재무적 위험 감수에 대한 위험성향을 측정하는 Risk Style Scale(Forlani & Mullins, 2000)을 사용하였다.

<표 1> 변수의 개념적 정의

변수		조작적 정의	문항
인지편향	과잉 자신감	자신의 지식과 경험의 한계를 모르고 객관적 정확성보다 주관적 확신을 더 높게 평가 하며 예측능력을 과대평가하여 불확실성과 위험을 경시하는 경향	10
	통제착각	부정적인 사건의 발생이나 결과를 방지하고 위험을 낮출 수 있는 기술이나 능력을 갖고 있다고 믿는 경향	5
	현상유지 편향	새로운 정보를 무시하고 다른 대안을 검토 하는 대신에 과거의 경험이나 선택을 계속 유지하는 경향	3
사회적 네트워크		새로운 정보 및 다양한 자원 획득의 기반을 제공하고, 사업기회의 발견과 검증을 가능케 하는 사회관계의 공식적/비공식적 연결망으로 사회적자본의 핵심 개념	10
기회평가		인식된 기회에 대해 인지적 과정을 통해 잠재적 손익 및 실현가능성 등을 기반으로 상대적인 매력도를 판단하는 것으로 기업가 활동에 있어서 핵심적인 과정	4

3.2. 자료 수집 및 분석

본 연구를 위한 설문자료는 현재 중소/중견기업을 운영하는 기업가를 대상으로 수집되었다. 먼저 예비조사를 진행하였고, 이후 본 설문은 2022년 10월 1일부터 11월30일까지 약 2개월 동안 온라인 모바일 조사와 응답자의 자기기입식 설문지를 이용한 조사 방법을 병행하였으며, 총 150개의 설문을 확정하여 통계프로그램인 SPSS Ver 22.0을 이용해 분석하였다. 조사대상의 분포를 파악하기 위해 빈도분석과 기술통계 분석을 하였으며, 측정 도구의 타당성, 신뢰성을 검증하고자 탐색적 요인분석 및 크론바흐 알파 값을 산출하였다.

요인분석은 주성분 분석(principle component analysis)과 직교회전방식(varimax)을 채택하여 분석 결과 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인 적재치(factor loading value)는 0.6 이상, KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)는 0.6 이상이면 유의한 것으로 판단하였으며, Bartlett의 구형성 검증은 유의확률로 적합성을 판단하였다. 이후 본 연구에서 제안한 직접효과 가설검정을 확인하기 위해 위계적 다중회귀분석을, 사회적 네트워크의 조절효과 가설검정을 위해 Baron & Kenny(1986)가 제시한 위계적 회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 실증 분석 결과

4.1. 표본의 특성 및 기술통계량

본 연구는 중소/중견기업을 경영하는 기업가를 대상으로 하였으며, 조사대상자의 일반적 특성은 <표 2>에 정리하였다.

<표 2> 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도	퍼센트	구분		빈도	퍼센트
성별	남자	142	94.7	창업 여부	그렇다	91	60.7
	여자	8	5.3		그렇지않다	59	39.3
연령	40대미만	5	3.3	업종	제조	76	50.7
	40대	22	14.7		도소매	18	12.0
	50대	86	57.3		건설	9	6.0
	60대	33	22.0		정보통신	15	10.0
	70대이상	4	2.7		기타	32	21.3
학력	고졸미만	-	-	매출	100억 미만	47	31.3
	고졸	3	2.0		400억 미만	47	31.3
	대졸(전문대졸 포함)	87	58.0		700억 미만	15	10.0
	석사	47	31.3		1,000억 미만	12	8.0
	박사(수료포함)	13	8.7		1,000억 이상	29	19.3
창업 횟수	없음	47	31.3	업력	3년미만	5	3.3
	1회	44	29.3		5년미만	9	6.0
	2회	31	20.7		7년미만	12	8.0
	3회	14	9.3		10년미만	26	17.3
	4회이상	14	9.3		10년이상	98	65.3
실패 횟수	없음	105	70.0	대주주 여부	그렇다	101	67.3
	1회	32	21.3		그렇지않다	49	32.7
	2회	10	6.7				
	3회	2	1.3	합계			100.0
	4회이상	1	0.7				

본 연구모델에 포함된 등간척도 변수들의 기술 통계량 및 변수 간의 상관관계는 <표 3>과 같다. 상관관계 분석은 이변량 상관계수에서 피어슨 상관계수로 분석하였으며, 유의성에 대한 검증은 양측검정으로 하였다. 변수 간 상관관계를 살펴보면 독립변수 간 상관관계 계수값이 높게 나타난 경우가 없으며, 회귀분석모델 분산팽창계수(VIF: Variance Inflation Factor)값이 10 이하이기에 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

<표 3> 기술통계량 및 상관관계 분석

구분	M	SD	1	2	3	4
1. 과잉자신감	**3.46**	**.92**	**1**			
2. 통제 착각	3.28	.68	.18*	1		
3. 현상유지편향	1.41	.93	-.06	.30**	1	
4. 사업 기회 평가	3.17	.74	.38**	.20*	-.11	1
*p<.05 , **p<.01						

4.2. 타당성과 신뢰성 분석

<표 4>의 탐색적 요인분석 결과, 요인분석의 표본 적합도를 판단하는 KMO 측도는 0.715, 구형성을 검증하는 Bartlett 근사 카이제곱(Approximated-χ^2) 값은 433.706(df 28)로 0.01% 이하의 유의수준에서 유의한 것으로 나타나 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 또한 모든 잠재 변수에 대한 크론바흐 알파 값은 0.7을 상회하여 측정항목들의 내적일관성이 일반적인 수용수준을 확보한 것으로 판단되었다. 다만, 요인분석 및 신뢰성 검증을 통해 통제 착각 4번 문항이 제외되었다. 아울러 김대엽(2020)의 연구에서와 같이 위험성향, 과잉자신감 및 현상유지편향은 단일항목으로 측정하였는 바, 차원 축소의 필요성이 없고 변수의 개념이 명확히 다른 변수와 구분되기에 요인분석에서 제외하였고. 사회적 네트워크 구성개념에 해당하는 변수인 네트워킹 규모 및 강도는 이미 하나의 요인으로 묶여있는 변수의 성격을 고려하여 요인분석에 포함하지 않았다.

<표 4> 탐색적 요인분석 및 신뢰성 검증 결과

구분	요인적재값		Cronbach 알파
	통제 착각	사업 기회 평가	
통제1	.812	-.067	.796
통제2	.870	.094	
통제3	.809	.202	
통제5	.628	.062	
평가1	.081	.605	.737
평가2	.053	.614	
평가3	.113	.749	
평가4	.093	.752	
고윳값	2.921	1.977	
분산비율	36.509	24.707	
누적분산비	36.509	61.216	
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO): .715 Bartlett의 구형성 검증: Approximated χ2(df)=433.706(28), *p=0.000*			

4.3. 가설검증

4.3.1. 가설 1 직접 효과 검증 결과

본 연구모형의 직접 효과에 대한 분석결과는 <표 5>에서 확인할 수 있다. 구체적으로 인지편향과 사업 기회 평가 간의 분석 결과를 살펴보면, 과잉자신감은 사업 기회 평가와 정(+)의 관계가 0.1%의 유의수준에서 유의하여 가설을 지지하였다. 통제 착각은 사업 기회 평가와 정(+)의 관계가 1%의 유의수준에서 유의하여 가설을 지지하였다. 결국, 과잉자신감과 통제 착각의 경우 기회 평가와의 관계에 있어서 선행연구와 일치된 결과를 보였다. 반면, 현상유지편향은 사업 기회 평가와 부(-)의 관계가 있으나 유의적이지 않았다.

통제변수인 연령은 사업 기회 평가와 통계적으로 유의한 정(+)의 관계를 보인바, 이는 회사를 설립하여 오랜 기간 운영한 창업자의 경우 과잉자신감과 통제 착각 등 인지편향이 공고화되었기 때문으로 판단된다. 위험성향과 학력 또한 정(+)의 관계로 위험을 적극적으로 수용하는 성향이 있거나 학력이 높을수록 기회를 더욱 긍정적으로 평가하는 경향이 있다는 것을 알 수 있었으나, 통계적으로 유의적인 관계는 확인할 수 없었다. 이는 고학력자의 경우 자신감이 저학력자에 비해 월등하고 불확실한 환경에 대해서도 본인이 통제할 수 있다는 환상의 정도가 높기에 이러한 결과가 도출되었다고 볼 수 있다. 한편, 업력은 사업 기회 평가와 부(-)의 관계를 보여 업력이 길수록 기존에 영위하는 사업이 안정적인 국면에 놓여 있기에 굳이 신사업 추진에 대한 필요가 낮음으로 인해 기회 평가를 하는 데 있어서 다소 보수적이라는 사실을 알 수 있었으나, 이 또한 통계적으로 유의적인 관계는 확인할 수 없었다. 한편, 여성 기업인의 비중이 증가하고 있는 현실을 반영하여 통제변수로서 성별에 따른 영향 관계 분석도 충분히 필요시 되나, 설문 응답자의 여성 비중이 5%에 불과하여 분석에서 제외하였다.

<표 5> 사업 기회 평가를 종속변수로 한 위계적 다중회귀분석 결과

모형	변수	비표준 계수		표준계수	t
		B	SE	β	
1	(상수)	2.297	.453		5.069***
	연령	.240	.079	.252	3.039**
	학력	.165	.088	.151	1.873†
	업력	-.118	.058	-.171	-2.040*
	위험성향	.095	.049	.160	1.962*
2	(상수)	1.095	.511		2.145*
	연령	.195	.074	.204	2.614**
	학력	.132	.083	.121	1.584
	업력	-.081	.055	-.118	-1.482
	위험성향	.077	.048	.129	1.616
	과잉자신감	.230	.062	.284	3.694***
	통제 착각	.197	.087	.180	2.254*
	현상유지편향	-.095	.062	-.118	-1.528
F(p)		7.111***			
adj.R^2		.223			
Durbin-Watson		1.504			
† p< .1, *p<.05, **p<.01, ***p<.001					

4.3.2. 가설 2 사회적 네트워크의 조절 효과 분석

본 연구에서는 계층적 조절 회귀분석 기법을 이용하여 사회적 네트워크가 인지편향과 사업 기회 평가 간에 조절적 역할을 하고 있는지를 분석하였다. 회귀분석을 통한 상호작용 효과를 검증코자 각각의 변수를 평균 중심화한 후 사회적 네트워크를 독립변수에 각각 곱하여 상호작용 항을 구성하였다.

평균 중심화의 경우, 다중공선성을 감소시킬 수 있으며, 회귀분석으로 도출된 계수들을 의미 있게 해석할 수 있도록 한다.

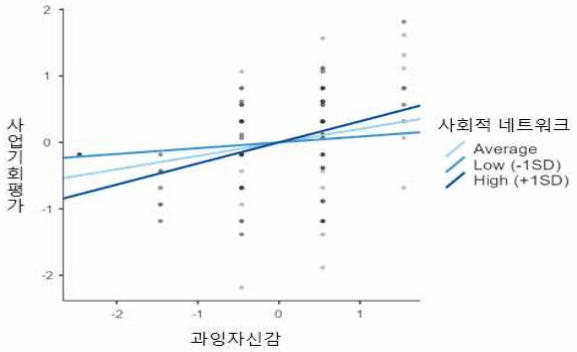
<표 6>에 제시된 바와 같이 분석 결과 독립변수만 투입된 모형1에서는 설명력은 18.4%, F=10.989($p<.001$)로 유의적으로 나왔고, 조절 변수인 사회적 네트워크가 추가로 투입된 모형2에서는 설명력이 33%p가 유의하게 증가하여 전체 설명력은 50.1%로 나타났다. 조절 효과를 보는 상호작용항이 추가 투입된 모형3에서는 상호작용 항 추가 투입에 따라 설명력이 2%p가 유의하게 증가하여 53.7%의 설명력을 보였다.

모형3을 구체적으로 살펴보면 과잉자신감과 사업 기회 평가 간의 관계에서 사회적 네트워크의 조절 효과를 분석한 결과 모형 3에서 과잉자신감 상호작용 변수가 사업 기회 평가에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-1은 채택되고 기타 가설은 기각되었다.

<표 6> 사회적 네트워크의 조절 효과 검증 결과

변수명	모형 1			모형 2			모형 3		
	β	t	p	β	t	p	β	t	p
상수		57.09	.00		74.23	.00		68.01	.00
과잉자신감(a)	.343	4.48	.00	.247	4.119	.00	.253	4.046	.00
통제 착각(b)	.183	2.29	.02	-.049	-.740	.46	-.074	-1.111	.27
현상유지편향(c)	-.143	-1.82	.07	-.030	-.476	.63	-.016	-.253	.80
사회적 네트워크(d)				.632	9.923	.00	.637	9.235	.00
상호작용항(a*d)							.116	1.965	.05
상호작용항(b*d)							.030	0.457	.65
상호작용항(c*d)							.070	1.137	.26
F(p)	10.989(.000)			38.360(.000)			23.495(.000)		
R^2	.184			.514			.537		
adj.R^2	.167			.501			.514		
R^2 Change	.184(.000)			.330(.000)			.023(.080)		

<그림 2>는 조절 효과에 대한 회귀식을 이용하여 사회적 네트워크의 수준에 따라 과잉자신감이 사업 기회 평가에 미치는 영향을 그래프로 나타낸 것이다. 즉 사회적 네트워크가 강할수록 과잉자신감이 사업 기회 평가에 미치는 정(+)의 영향을 더 강화한다는 사실을 확인할 수 있다.



<그림 2> 사회적 네트워크의 조절 효과

지금까지의 가설 H1, H2의 검증 결과를 정리하면 <표 7>과 같다.

<표 7> 가설 검증 결과 요약

연 구 가 설	결과
H1: 기업가의 인지편향은 사업 기회 평가와 유의한 관계를 가질 것이다.	
H1-1: 과잉자신감은 사업 기회 평가에 정(+)의 유의한 관계를 가질 것이다.	**채택**
H1-2: 통제 착각은 사업 기회 평가에 정(+)의 유의한 관계를 가질 것이다.	**채택**
H1-3: 현상유지편향은 사업 기회 평가에 정(+)의 유의한 관계를 가질 것이다.	기각
H2: 사회적 네트워크는 조절 효과가 있을 것이다.	
H2-1: 과잉자신감과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있을 것이다.	**채택**
H2-2: 통제 착각과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있을 것이다.	기각
H2-3: 현상유지편향과 사업 기회 평가 사이에서 조절 효과가 있을 것이다.	기각

Ⅴ. 결론

5.1. 결론 및 논의

창업과 관련하여 기업가 또는 창업의지가 있는 사람의 인지편향은 창업 기회 평가 및 벤처설립 등에 영향을 미치고 있다는 결과는 기존 여러 연구를 통해 규명됐다. 여기에서 인지편향은 인간의 인지과정에서 정보를 처리하는 방식에 따라 발생하는 오류이며, 심리적 작동 기제에서는 인지과정 중에 일어나는 처리 과정에 따라 인지편향이 발생할 수 있다. 즉, 인지편향이라는 사람의 심리적 작동 기제는 창업 의사결정을 하는 데 있어서 위험 인식이나 창업 효능감 등 심리적 요소와 다양하게 결합 되어 영향을 미치고 있다는 사실이 지속해 연구되고 규명됐다. 심리적 작동 기제에서는 인지과정에서 입력되는 정보가 선별되고, 처리되며, 출력되는데, 이 과정에서 일어나는 인지편향은 개인의 고유 기질에 더하여 경험이나 외부 환경에 의해 상당한 영향을 받을 수밖에 없고 이는 개인이 의사결정을 함에 있어서 다른 결과를 초래할 수 있다는 점에 관해서는 관련 연구가 충분하지 않은 상황이다.

본 연구는 기존 연구의 변수들을 확장하여 개인의 사회적

네트워크라는 외부 환경이 개인의 심리를 조절할 수 있다는 가설을 설정하여 검증하였으며, 종속변수도 창업이 아닌 기업가가 기존에 영위하던 사업 이외에 신사업에 진출코자 할 때의 기회 평가로 설정하여 기존 연구의 범위를 확장코자 하였다. 또한 연구 대상도 기존 연구에서는 주로 일반인이나 학생이었으나, 본 연구에서는 창업 이후 거듭된 성공으로 과잉자신감 등 인지편향이 일반인보다 더 강화되었을 것으로 예상되는 기업가에게 국한하여 분석하고자 하였다.

결국, 본 연구는 기업가가 기업을 경영하면서 새로운 수익원 창출과 재도약을 위해 신사업 기회를 모색하는 상황에서 그가 지닌 본인 고유의 위험성향(risk propensity)과는 별개로 그의 인지편향이 신사업 기회를 평가하는 데 있어서 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고, 더불어 외부 환경요소로서 점차 그 중요성을 더해가고 있는 기업가의 사회적 네트워크 강도 및 규모가 위의 영향 관계를 조절하는지를 검증하는 데 그 목적이 있으며, 분석 결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 독립변수인 과잉자신감, 통제 착각 및 현상유지편향 등의 인지편향 중 과잉자신감과 통제 착각은 사업 기회 평가에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되어, 인지평향이 기회 평가와 정(+)의 관계(Keh et al., 2002; Robinson & Marino, 2015; 김대엽, 2020)에 있다는 선행연구와 일치한다. 반면, 현상유지편향이 통계적으로 유의하지는 않으나 제시한 가설과는 반대로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타난 분석 결과는 연구 대상에 따라 인지편향의 유형별로 영향 관계가 혼재하고 있음을 보인 것으로 판단된다. 이를 통해, 인지편향이 기회 평가에 미치는 영향에 있어서 모든 인지편향의 유형이 같게 영향을 미치는 것이 아니라, 개인의 경험 및 주변 환경적 요소에 따라 다르게 영향을 미친다는 사실을 확인할 수 있다.

둘째, 조절 변수인 사회적 네트워크는 과잉자신감과 사업 기회 평가 간의 관계에 대해서만 그 영향을 조절하는 것으로 분석되었다. 이는 De Carolis & Saparito(2006)가 개인의 사회적 네트워크 특성은 사업 기회 평가와 관련한 의사결정에 영향을 미친다는 연구 결과와 일치한다. 이를 통해 개인의 심리적 작동 기제인 인지편향은 외부 환경 요인에 의해 그 영향력이 변할 수 있음을 확인할 수 있었다. 다만, 인지편향의 속성에 따라 사업 기회 평가 간의 영향 관계에 대해 사회적 네트워크의 조절 효과는 각각 다르게 나타난다는 사실을 확인한 것은 자그마한 성과라고 할 수 있겠다.

인지편향은 인간이라면 누구나 갖게 되는 심리적 작동 기제이나, 교육과 훈련 등의 노력을 통해 그 수준을 줄일 수 있음이 여러 연구에서 증명되고 있다(하민수, 2016). 불확실한 경영환경 및 예측이 힘든 미래에 직면하여 새로운 사업 기회를 꾸준히 모색하고 평가하는 과정을 반복해야 하는 기업가는 물론, 창업이라는 새로운 기회를 준비하고 있는 예비 창업가들이 지닌 개인의 인지편향은 적절한 내부통제시스템 또는 교육을 통해 긍정적인 방향으로 활용이 가능하다는 점을 재확인하고, 기업가 개인이 보유한 사회적 네트워크의 경쟁력이 높을수록 외부로부터 인적/재무적 도움은 물론 유용한 정보를 획득할 기회가 많아짐에 따라 신사업에 내포된 위험을 회피내지 줄일 수 있게 되어 신사업 기회의 가치를 더 높게 평가 조절한다는 사실을 밝힌 데 본 연구의 의의를 찾을 수 있겠다.

5.2. 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 연구 배경에서도 밝혔듯이 성공을 거듭한 기업가가 자신의 인지편향에 따른 휴리스틱으로 신사업 기회에 대한 위험 수준과 기회 평가를 잘못 수행하여 실패하게 되는 사례를 많이 접한 경험을 바탕으로 하고 있다. 즉, 기업가의 인지편향이 사업 기회 평가에 미치는 영향 관계를 더욱 실증적으로 규명하기 위해서는 실제로 사업 실패를 경험한 기업가가 많이 포함되어야 하나, 본 연구에서는 전체 응답자의 31.5%만이 실패 경험이 있었다. 향후 연구에서는 실패 후 현재 기업을 운영하고 있지 않으나 재기를 꿈꾸는 기업가의 비중을 더 높일 필요가 있겠다. 한편, 여성 기업인의 비중이 증가하고 있는 현실을 반영하여 인구통계학적 변수로서 성별에 따른 영향 관계 분석도 포함해야 했으나 설문 응답자의 여성 비중이 5%에 불과하여 별도로 실시하지 못하였는 바, 향후 연구에서는 성별에 대한 고민도 함께 이루어지길 기대한다.

과잉자신감 등 인지편향 관련 설문 항목의 경우 주로 해외 선행연구에서 활용되어 온 것으로, 그 내용이나 방식이 국내 정서와는 다소 동떨어져 있을 수 있다는 것도 또 다른 한계점으로 제기될 수 있다. 응답자의 인지편향을 몇 개의 설문 항목으로 판단한다는 것은 다소 무리가 있을 수 있기에 국내 실정에 부합한 더욱 정교한 판단기준이 보완되어야 할 것이다. 이와 함께 현재도 새로이 규명되어 밝혀지고 있는 인지편향[2]중 기업가 활동과 관련성이 높을 수 있는 인지편향 유형(selective cognition, anchor effect, confirmation bias, endowment effect, prospect theory 등)을 독립변수로 추가 발굴한다면 창업 및 기업가 활동과 관련된 연구를 더욱 심화할 수 있을 것이다.

마지막으로 본 연구에서 분석 대상으로 한 인지편향의 한 유형인 통제 착각은 모든 선행연구에서와 같이 그 영향력이 일관되게 재차 검증된바, 기업가들이 자신들의 기술과 능력의 정도를 과대평가한 나머지 사업 실패라는 독배를 마시지 않고 혁신적 기업가로 거듭날 수 있도록 그들에 대한 관련 교육이나 내부 시스템 정비 등의 방향성에 관한 연구도 추가로 진행될 필요가 있을 것이다.

2) 하민수(2016)에 따르면 현재까지 약 180개의 인지편향이 연구됐음

REFERENCE

김대엽(2017). *창업가의 인지편향과 지각된 위험이 창업기회평가에 미치는 영향*. 박사학위논문, 중앙대학교.

김대엽·박재환(2020). 창업가의 인지편향이 지각된 위험과 조절된 창업효능감에 따라 창업기회평가에 미치는 영향. *벤처창업연구*, (15-1), 95-112.

박상철·채성욱(2014). 스마트워크 환경에서 스마트 기기 활용에 따른 사용자 저항과 개인 생산성에 관한 연구. *정보시스템연구*, 23(3), 143-164.

박주연·성창수(2016). 창업가의 사회적 네트워크가 창업성과에 미치는 영향:창업경험의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, (1-3), 87-96.

조혜진·장연주(2015). 대학생의 금융이해력과 재무관리행동 영향요인 비교 연구: 목표설정(goal setting), 계획(planning), 자기과신(overconfidence)을 중심으로. *소비문화연구*, 18(3), 199-222.

최정원·오세경(2017). 재벌총수의 자신감이 소속 기업의 재무의사결정에 미치는 영향 연구: 텍스트마이닝과 패널분석 기법을 이용하여. *금융안정연구*, 18(2), 111-142.

하민수(2016). 합리적 문제해결을 저해하는 인지편향과 과학교육을 통한 탈인지편향 방법 탐색. *한국과학교육학회지*, 36(6), 935-946.

Adel Rastkhiz, S. E., Mobin D. A., Yadolahi F. J., & Azar, A.(2019). A new approach to evaluating entreprenurial opportunities. *Journal of Small Busines and Enterprise Development*, 26(1), 67-84.

Alos-Ferrer, C., Garagnani, M., & Hugelschafer, S.(2016). Cognitive reflection, decision biases, and response times. *Front. Psychoogy,* 7:21.

Arenius, P., & De Clercq, D.(2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics,* 24, 249-265.

Barjargal, B.(2007). Internet entrepreneurship: Social capital, human capital, and performance of Internet ventures in China. *Research Policy*, 36(5), 605-618.

Baron, R. M., & Kenny, D. A.(1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality & Social Psychology*, 51, 1173-1182.

Bernoster, I., Rietveld, C. A., Thurik, A. R., & Torres, O.(2018). Overconfidence, optimism and entrepreneurship. *Sustainability* 10(7), 2233.

Bhutta, N. T., & Shah, S. Z. A.(2015). Do Behavioural Biases Impact Corporate Entrepreneurship, Agency Cost and Firm Performance: Evidence from Developed and Developing Economies?. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 9(3), 761-798.

Bosmans, G., Verhees, M., & De Winter, S.(2019). A further validation of the cognitive bias modification effect on trust in middle childhood. *Behav. Theory,* 50, 1164-1172.

Burmeister, K., & Schade, C.(2007). Are entrepreneurs' decisions more biased? An experimental investigation of the susceptibility to status quo bias. *Journal of Business Venturing*, 22(3), 340-362.

Burt, R. S.(1982). *Towards a structural theory of action.* New York: Academic Press.

Burt, R. S.(1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

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.

Cheng, Z. H.(2014). *Impact Parameters in an Entrepreneurial Career determination model from cognition and social network perspectives. Doctoral Dissertation,* Metropolitan University Press.

Cho, H. J., & Jang, Y. J.(2015). A Study on Comparison of Influencing Factors on Financial Literacy and Financial Management Behavior of Undergraduate Students: Focused on Goal Setting, Planning, Overconfidence. *Journal of Consumption Culture*, 18(3), 199-222.

Choi, J. W., & Oh, S. K.(2017). The effects of CEO confidence on corporate financial decision makings in Korean chaebols: using text mining and panel analysis, *Financial Stability Studies*, 18(2), 111-142.

De Carolis, D. M., & Saparito, P.(2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship; theory and practice*, 30(1), 41-56.

Domeier, M., & Sachse, P.(2016). The logic of cognitive biases in the behavioral decision-making process. *Int. J. Psychology*, 51, 348-349.

Forbes, D. P.(2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others?. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 623-640.

Forlani, D., & Mullins, J. W.(2000). Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 305-322.

Goyal, S., & Vega-Redondo, F.(2007). Structural holes in A Study on Comparison of Influencing Factors on Financial Literacy and Financial Management Behavior of Undergraduate Students: Focused on Goal Setting, Planning, Overconfidence social networks. *Journal of Economic Theory*, 137(1), 460-492.

Granovetter, M. S.(1973). The strength of weak ties, *American journal of sociology*, 78(6), 1360-1380.

Ha, M. S.(2016). Exploring Cognitive Biases Limiting Rational Problem Solving and Debiasing Methods Using Science Education Debiasing Methods Using Science Education. *Journal of the Korean Association for Science Education*, 36(6), 935-946.

Hmieleski, K. M., & Baron, R. A.(2009). Entrepreneurs' Optimism and New Venture Performance: A Social Cognitive Perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473-488.

Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H.(1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 193-206.

Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C.(2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory*

and Practice, 27(2), 125-148.

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 & Practice*, 33(2), 439-453.

Kim, D. Y.(2017). *The Effect of Cognitve Biases and Perceived Risks on Entrepreneurial Opportunity Evaluation.* Doctorial Dissertation, ChungAng University.

Kim, D. Y., & Park, J. H.(2020). The Effects of Cognitive Bias on Entrepreneurial Opportunity Evaluations through Perceived Risks in Entrepreneurial Self-Efficacy. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(1), 95-112.

Krans, J., Bosmans, G., Salemink, E., & De Raedt, R.(2019). Cognitive bias modification of expectancies(cbm-e): effects on interpretation bias and autobiographical memory, and relations with social and attachment anxiety. *Cogn. Ther. Res.,* 43, 1028-1042.

Langer, E.(1975). The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32(1), 311-328.

Marchetti, A., Baglio, F., Castelli, I., Griffanti, L., Nemni, R., Rossetto, F., & Massaro, D.(2019). Social decision making in adolescents and young adults: evidence from the ultimatum game and cognitive biases. *Psychological reports*, 122(1), 135-154.

Onie, S., Gong, S., Manwaring, E., Grageda, D., Webb, K., Yuen, W. S., & Most, S. B.(2020). Validation of the Australian beverage picture set: A controlled picture set for cognitive bias measurement and modification paradigms. *Australian Journal of Psychology*, 72(2), 223-232.

Park, S. C., & Chae, S. W.(2014). A Study on User`s Resist and Productivity Using Smart Device in the Smartwork Context. *The Journal of Information Systems*, 23(3), 143-164.

Park, J. Y., & Sung, C. S.(2016). The Effect of Entrepreneurs' Social Network on Entrepreneurial Performance: Focusing on Moderating effect of Entrepreneurial Experience. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(3), 87-96.

Robinson, A. T., & Marino, L. D.(2015). Overconfidence and risk perceptions: do they really matter for venture creation decisions?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(1), 149-168.

Russo, J. E., & Schoemaker, P. J.(1992). Managing overconfidence. *Sloan management review*, 33(2), 7-18.

Simon, M., & Houghton, S. M.(2003). The relationship between overconfidence and the introduction of risky products: evidence from a field study. *Academy of Management Journal*, 46(2), 139-149.

Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K.(2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of business venturing*, 15(2), 113-134.

Simon, M., & Shrader, R. C.(2012). Entrepreneurial actions and optimistic overconfidence: The role of motivated reasoning in new product introductions. *Journal of Business Venturing*, 27(3), 291-309.

Trevelyan, R.(2008). Optimism, overconfidence and entrepreneurial activity. *Management Decision*, 46(7), 986-1001.

Tversky, A., & Kahneman, D.(1975). Judgement under uncertainty: Heuristics and biases, In Utility, probability, and human decision making. *Springer Netherlands.*, 141-162.

Winman, A., Hansson, P., & Juslin, P.(2004). Subjective probability intervals: how to reduce overconfidence by interval evaluation. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 30(6), 1167-1175

Zhao, Y., & Xie, B.(2020). Cognitive bias, entrepreneurial emotion, and entrepreneurship intention. *Frontiers in Psychology*, 11, 625.

[부록] 설문지 문항

<위험성향>

아래 질문의 가)와 나) 중에서 귀하에게 적합한 것을 선택하여 주십시오

1	가) 5백만원을 받을 수 있는 80%의 찬스	나) 확실한 4백만원
2	가) 확실한 4백만원	나) 2천만원을 받을 수 있는 20%의 찬스
3	가) 2억원을 받을 수 있는 90%의 찬스	나) 확실한 1억8천만원
4	가) 확실한 2백만원	나) 2천만원을 받을 수 있는 10%의 찬스
5	가) 3억원을 받을 수 있는 50%의 찬스	나) 확실한 1억5천만원

<과잉자신감>

아래 질문은 정확한 답을 요구하는 것은 아니며, 정답이 포함될 만큼 충분하게 <최소치>와 <최대치>를 입력하십시오 (90% 이상의 확신을 갖고 선택).

	최소	최대
1. 2020년 "한해동안" 한국 특허청에 등록된 특허권 개수는 몇 개입니까?	만건	만건
2. 2020년에 발표한 포춘 글로벌 500대기업에 선정된 한국기업(매출액 기준)은 몇 개입니까?	개	개
3. 2019년 내국인의 해외여행객은 연간 몇 명입니까?	만명	만명
4. 2020년말 현재 조선일보의 공식 구독자는 몇 명입니까?	만명	만명
5. 2020년 전세계에서 한국의 GDP(국내총생산) 순위는?	위	위
6. 2020년 한국 실업률은 몇 퍼센트 입니까?	%	%
7. 2020년말 현재 한국의 벤처기업수는 몇 개입니까?	만개	만개
8. 2020년 현대차그룹(현대자동차, 기아자동차)의 전 세계 판매량은 몇 대입니까?	만대	만대
9. 2020년 독일자동차의 한국 내 판매량은 몇 대입니까?	만대	만대
10. 2020년 한국의 대일본 무역적자 규모는 얼마입니까?	억달러	억달러

<통제착각>

아래 질문중 귀하의 생각과 일치하는 정도를 선택하여 주십시오(Likert 5점 척도; 전혀 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다).

1. 나는 사업의 형태를 불문하고 그 사업이 가진 전체적인 수요(=규모)를 잘 예측할 수 있다.
2. 나는 사업기회에 내포되어 있는 위험요소를 충분히 감안하여 위험을 통제하고 낮출 자신이 있다
3. 나는 사업진행 과정에서 부정적인 사건의 발생을 예방할 자신이 있다.
4. 나는 다른 사람이 하면 실패할 수 있는 사업을 성공시킬 자신이 있다.
5. 나는 대기업이 시장에 진입하여 나의 경쟁자가 되는 시점이 언제인지 잘 예측할 수 있다.

<현상유지편향>

아래의 짧은 이야기를 읽고 귀하의 생각과 일치하는 것을 선택하여 주십시오.

1. 유람선을 타고 여행을 하는 동안에, 새로 구매한 <LG노트북>을 물에 떨어 뜨렸습니다. 아쉽게도 노트북에 저장된 많은 파일을 잃어 버렸죠. 새로운 노트북을 구매할 생각을 가지고 있는 귀하는 어떤 제품을 구매 하시겠습니까?( ) 1) LG노트북(150만원) 2)삼성노트북(200만원) 3)애플맥북(100만원)
2. 귀하는 4개의 지역 사무소를 가진 서비스회사 사장입니다. 공간 부족으로 새로운 사무소를 빌릴 예정입니다. 가능한 지역을 검토한 결과, 3개의 좋은 위치를 발견하였습니다. 현재 사무소는 <보통 지역>에 있습니다. 어떤 사무소를 빌리시겠습니까? ( ) 1) 보통 지역, 보통 구조, 높은 가격 2) 나쁜 지역, 좋은 구조, 중간 가격 3) 좋은 지역, 나쁜 구조, 낮은 가격
3. 귀하는 프랑스 파리의 한 카페에서 앉아서 커피를 마시고 있습니다. 여행 필수품인 디지털 카메라를 테이블에 놓고 있었습니다. 잠깐 다른 생각을 하는 동안, 소매치기가 카메라를 훔쳐 도망가 버렸습니다. 에펠탑을 포함한 내일의 파리 관광에서 예쁜 사진을 찍을 기회를 놓치고 싶지도 않습니다. 휴대폰 카메라로 찍는 사진보다 더 좋은 사진을 위해 새로운 카메라를 사기로 했습니다. 지금까지 사진은 모두 <디지털 카메라 A>로 찍은 것입니다. 어떤 카메라를 구매하시겠습니까? ( ) 1) 디지털카메라 A (2천만 화소, 4기가 메모리, 45만원) 2) 디지털카메라 B (2천만 화소, 2기가 메모리, 30만원) 3) 디지털카메라 C (16백만 화소, 1기가 메모리, 20만원)

<사업 기회 평가>

아래 제시된 상황을 충분히 이해하신 다음에, 아래 질문에서 귀하의 생각과 일치하는 정도를 선택하여 주십시오(Likert 5점 척도; 전혀 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다)

장사장이 5년전에 설립한 회사는 어느정도 안정된 매출처도 확보하고 수익도 꾸준히 발생하고 있습니다. 그러나 이 사업이 언제까지 현재와 같은 매출과 수익이 발생할 지는 알 수 없는 상황입니다. 이러저러한 고민을 하던중 신사업 아이템을 찾았지만 오히려 성공에 대한 확신은 없습니다. 고민 끝에 신사업 아이템의 성공 가능성에 대해 주변 사람에게 자문을 구하기로 했습니다.

장차 고객이 될 가능성이 높은 사람들(=미래고객)과 그 사업을 잘 알고 있는 몇 명의 지인으로부터'참 좋은 아이템이며 성공할 것 같다.'라는 긍정적인 반응을 얻었습니다. 그러나 자신의 사업을 도와 줄 인력, 네트워크와 자금 등 필요 자원들을 자신이 충분히 가지고 있지 않다는 점이 무척 신경쓰이고 있습니다. 그럼에도 불구하고 장사장은 주변의 긍정적인 반응 때문에, 비록 이 분야의 사업 경험은 많지 않지만 충분히'돈이 되는 사업이다.'라는 좋은 느낌과 신사업에 대한 열망은 넘쳐 있습니다.

이 사업분야의 기존 대기업은 장사장이 목표로 하는 틈새시장에는 관심이 없어 보입니다. 하지만 성공한다면, 대기업이 쫓아 들어올 것이고 이 경우 쉽지 않을 수 있다는 것도 잘 알고 있습니다. 그러나 이 시장이 계속 성장해 주기만 한다면, 대기업이 진입하더라도 신사업은 충분히 생존할 수 있을 것 이라고 판단하고 있습니다. 이런 상황 속에서 장사장이 실제로 신사업을 한다면, 초기 자금으로 최소 50억원이 필요할 것입니다. 그런데 장사장이 보유하고 있는 자체자금은 10억원이 있으며, 나머지 필요자금은 거래 은행에서 빌리거나, 투자자를 찾아야 합니다.

귀하가 보기에 위에서 설명한 사업은

1. 내가 이 사업을 한다면 좋은 기회가 될 것이다.
2. 이 사업은 보다 면밀하게 검토할 가치가 있다.
3. 나는 이 사업을 성공시킬 자신이 있다.
4. 주어진 이 상황에서 나는 실행이 가능하다.

<사회적네트워크 규모/빈도>

사업과 관련하여 최근 1~2년간 다음의 단체나 개인과 접촉하신 경우, 평균접촉 횟수에 해당되는 기호를 선택하여 주십시오(없음, 매년 1~2회, 매분기 1~2회, 매월 1~2회, 매주 1회 이상).

1. 정부 부처(중소기업진흥청, 특허청, 소상공인 센터 등)
2. 관련 단체(벤처기업협회, 능률협회, 지역기업인협회, 이업종교류회 등)
3. 거래처(공급사, 협력사, 고객사)
4. 대학 또는 국내 연구기관(기술 및 디자인 개발관련)
5. 민간전문가(세무사, 회계사, 법무사, 각종 경영 컨설턴트 등)
6. 금융기관(은행, 신용금고, 캐피털 회사 등)
7. 가족(부모,형제자매,배우자의 가족)
8. 친척(친가, 외가의 가까운 친척)
9. 친구(동창, 사회친구 등)
10. 직장동료(전 직장동료 및 상사)

The Impact of Entrepreneurs' Cognitive Biases on Business Opportunity Evaluation Depending on Social Networks

Jang, Hyo Shik*
Yang, Dong Woo**

Abstract

This paper investigates the effects of entrepreneurs' cognitive biases on business opportunity evaluation, given their strong entrepreneurial spirit, which is characterized by innovation, proactivity, and risk-taking. When making decisions related to business activities, entrepreneurs typically make rational judgments based on their knowledge, experience, and the advice of external experts. However, in situations of extreme stress or when quick decisions are required, they often rely on heuristics based on their cognitive biases. In particular, we often see cases where entrepreneurs fail because they make decisions based on heuristics in the process of evaluating and selecting new business opportunities that are planned to guarantee the growth and sustainability of their companies.

This study was conducted in response to the need for research to clarify the effects of entrepreneurs' cognitive biases on new business opportunity evaluation, given that the cognitive biases of entrepreneurs, which are formed by repeated successful experiences, can sometimes lead to business failure. Although there have been many studies on the effects of cognitive biases on entrepreneurship and opportunity evaluation among university students and general people who aspire to start a business, there have been few studies that have clarified the relationship between cognitive biases and social networks among entrepreneurs.

In contrast to previous studies, this study conducted empirical surveys of entrepreneurs only, and also conducted research on the relationship with social networks. For the study, a survey was conducted using a parallel survey method using online mobile surveys and self-report questionnaires from 150 entrepreneurs of small and medium-sized enterprises.

The results of the study showed that 'overconfidence' and 'illusion of control', among the independent variables of entrepreneurs' cognitive biases, had a statistically significant positive(+) effect on business opportunity evaluation. In addition, it was confirmed that the moderating variable, social network, moderates the effect of overconfidence on business opportunity evaluation.

This study showed that entrepreneurs' cognitive biases play a role in the process of evaluating and selecting new business opportunities, and that social networks play a role in moderating the structural relationship between entrepreneurs' cognitive biases and business opportunity evaluation. This study is expected to be of great help not only to entrepreneurs, but also to entrepreneur education and policy making, by showing how entrepreneurs can use cognitive biases in a positive way and the influence of social networks.

Keywords: Cognitive Bias, Overconfidence, Illusion of Control, Status Quo, Business Opportunity Evaluation, Social Network

* First Author, Ph.D. candidate., Graduate School of Ventures, Hoseo University, Department of Venture Management, jhs870429@naver.com
** Corresponding Author, Professor, Graduate School of Ventures, Hoseo University, Department of Venture Management, dwyang11@nate.com