

## The Effect of Cultural Values between Countries on the Entrepreneurial Cognition and Attitude

Xu Haichao\*, Yunkyung Lee\*\*, Youngsik Kwak\*\*\*

\*Ph. D. Candidate, Dept. of Business, Gyeongsang National University, Jinju, Korea

\*\*Research Fellow, Cultural Industry Research Center, Korea Culture & Tourism Institute, Seoul, Korea

\*\*\*Professor, Dept. of Business, Gyeongsang National University, Jinju, Korea

### [Abstract]

Previous studies using the Global Entrepreneurship Monitor(GEM), which enables international comparison of startups, have mainly focused on topics such as politics, economy, and systems. There are relatively few studies related to the cultural domain. Therefore, the purpose of this study is to analyze the impact of national cultural values on entrepreneurial attitudes using the Hofstede index, which is most representatively used in multinational cultural studies, and to contribute to the development of entrepreneurial strategies and policies. As a result, it was found that countries with high levels of collectivism and short-term orientation, two dimensions of national cultural values, had a positive impact on entrepreneurial attitudes. This study is significant in that it expands the research subject and scope by linking national cultural values and entrepreneurial attitudes, and in that it provides basic data that can respond to changes in the global entrepreneurial environment where cultural sensitivity is increasing.

▶ **Key words:** Cultural Values, Hofstede Index, GEM(Global Entrepreneurship Monitor), Entrepreneurial Cognition, Entrepreneurial Attitude

### [요약]

국제 간 창업비교가 가능한 GEM(Global Entrepreneurship Monitor)을 이용한 기존 연구는 주로 정치, 경제, 제도 측면의 주제로 이루어졌고, 문화영역과 연계된 연구는 상대적으로 적은 편이다. 따라서 이 연구의 목적은 다국적 문화 연구에서 가장 대표적으로 활용되는 Hofstede 지수를 활용하여 국가의 문화가치가 창업태도에 미치는 영향을 분석하여 창업 전략 및 정책을 개발하는데 기여하고자 하는 목적을 가지고 있다. 이를 위해 관련 데이터를 수집하여 요인분석, 상관관계분석, 회귀분석 등을 활용하여 실증 분석을 하였고, 그 결과, 국가의 문화가치 중 집단주의와 단기 지향성이 높은 나라에서 창업 태도에 양의 영향을 미친 것으로 나타났다. 이 연구는 학문적으로는 국가별 문화가치와 창업태도를 연계시켜 연구대상과 범위를 확장하고 실무적으로는 문화적 민감성이 높아지는 글로벌 창업환경의 변화에 대응 할 수 있는 기초 자료를 제공한 것에 의의가 있다.

▶ **주제어:** 문화 가치, Hofstede 지수, GEM(Global Entrepreneurship Monitor), 창업인식, 창업태도

- First Author: Xu Haichao, Corresponding Author: Yunkyung Lee
- \*Xu Haichao (haidaohao@hotmail.com), Dept. of Business, Gyeongsang National University
- \*\*Yunkyung Lee (yunky@kcti.re.kr), Cultural Industry Research Center, Korea Culture & Tourism Institute
- \*\*\*Youngsik Kwak (yskwak@gnu.ac.kr), Dept. of Business, Gyeongsang National University
- Received: 2024. 07. 22, Revised: 2024. 09. 27, Accepted: 2024. 09. 27.

## I. Introduction

창업이라는 현상에 대한 국가 간 비교 연구의 대표적인 데이터는 GEM(Global Entrepreneurship Monitor)이다. GEM은 기업가 정신과 국가 간 창업의 연관성을 분석하기 위한 비영리 국제연구 프로젝트로, 1999년에 시작되어 매년 국가 또는 지역 단위로 창업 보고서를 발표하고 있다. 이 보고서는 창업에 중요한 영향을 미치는 국가별 정치, 사회, 경제 환경에 대한 정보와 창업 현황에 대한 전문가 및 일반인의 생각을 정리하여 제공한다. 지난 20년 동안 축적된 GEM 데이터를 통해 많은 학술적인 연구가 이루어졌고 그 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기존 연구 분석의 범위는 국가 및 초국가적 지역권을 포함하고 있는데, 국가 내, 국가 간, 대륙 내 등 다양한 범위로 분석이 진행되었다[1]. 이들 연구는 국가 간 비교보다는 국가 내 창업 활동에 대한 연구가 더 많은 특징이 있었다. 둘째, 특정 국가 내 창업 활동을 연구한 결과를 검토해보면, GEM을 통한 연구 대상은 주로 국가 내 일반인과 특정 세분 집단으로 나타나, 국가 간 비교 연구나 GEM에 참여한 모든 국가들을 대상으로 한 포괄적인 연구는 상대적으로 적었다. 셋째, 연구 분석 변수로는 주로 창업 생태계 변수가 사용되었다. 창업 생태계의 정치 제도, 경제 상황, 사회 현상 등이 국가 내, 국가 간 창업 활동에 미치는 영향을 분석한 연구가 대부분이었다[2-3]. 하지만, 창업 생태계의 한 축인 국가 문화 차이가 창업 활동에 미치는 영향을 분석한 연구는 상대적으로 적었다[4-5]. 또한, 문화 차이를 반영한 창업 연구는 특정 직장인이나 여성 등으로 연구 대상이 제한적인 경우가 많았다[6-7].

특히, 국가별 문화 가치 차이를 반영한 기존의 창업 연구에서는 GEM 데이터의 창업 활동과 동기 수준을 종속 변수로 사용했으나, GEM의 다양한 창업 과정을 모두 반영하지 못했다. 더구나 2010년에 Hofstede의 국가 간 문화 가치 차이가 6개로 정립되었지만, GEM의 창업 활동과 연관된 Hofstede의 연구에서는 최신성을 반영하지 못하고 4차원 문화 가치를 적용하고 있다는 지적이 있다[4]. Hofstede 척도가 4차원에서 6차원으로 개선된 이후 GEM의 모든 참여 국가를 분석한 연구가 없는 것이다. 이는 국가 간 문화 가치와 창업 활동 간의 관계를 더 깊이 이해하기 위한 추가 연구가 필요함을 시사한다.

이 연구는 기존 연구에서 다루지 않았던 공백을 채우기 위해 각국이 보유한 문화적 가치를 Hofstede의 최신 6개 표준 분류로 측정하고, 이러한 문화 가치 차이가 GEM에 참여한 국가의 일반인 창업 전후 인식과 태도에 미치는 영

향을 탐구하는 데 목적이 있다. 이를 통해 국가 간 문화 차이가 창업 활동에 미치는 영향을 보다 정확하게 이해하고, 이를 바탕으로 효과적인 창업 지원 정책과 전략을 개발하는 데 기여하고자 한다.

## II. Literature Review

### 1. Cultural value differences

Hofstede 문화척도이론(Cultural Dimension Theory)은 문화를 정량적으로 계측하여 국가 간 문화를 비교할 수 있는 실무적 틀을 제시하고 있어 지난 30여 년간 국제비교 경영이나 국제경영분야에서 광범위하게 활용되어 왔다. 이러한 비교문화적 접근은 국내기업의 자문화적 환경에 적합한 창업과정을 개발하고 발전시키는 데 도움이 될 뿐만 아니라, 글로벌 경쟁 환경에서 이질적인 문화 환경에 효과적으로 적응하며 창업의 유효성을 높이는 데 유효하다고 판단하였고, 후속 연구들 또한 Hofstede 이론에 근거하여 문화척도를 개발해왔기 때문에 이 연구의 주요한 이론적 기반으로 삼았다.

Geert Hofstede는 1960년대와 1970년대 IBM 직원의 설문 조사 데이터를 바탕으로 1980년대에 국가별 문화가치를 네 가지 주요 차원으로 제안한 바가 있다(PDI, IDV, MAS, UAI)[8]. 20세기 후반에는 Michael Harris Bond가 동아시아 국가들의 데이터를 사용해 Hofstede의 네 가지 문화가치 차원외에 다섯 번째 차원을 추가 제안했고, 2010년 Michael Minkov는 여섯 번째 차원을 추가하여, 현재 Hofstede 이론에 근거한 각국의 문화가치는 총 여섯 가지 차원으로 구성된다[9].

Hofstede 이론에 근거한 여섯 가지 국가문화 차원은 다음과 같다. 첫째, 권력거리(Power Distance: PDI)는 사회 내에서 권력과 부가 얼마나 불평등하게 분배되어 있으며, 이러한 불평등을 사회 구성원들이 어느 정도로 수용하는지를 나타낸다. 권력거리가 큰 문화에서는 중앙집권적인 정치 체제가 존재하며, 조직 내 위계가 뚜렷하고, 급여와 지위의 차이가 크다. 이는 권력이 집중된 소수에게 큰 권한이 부여되고, 나머지 사람들은 이를 수용하는 경향이 있다는 것을 의미한다. 반면, 권력거리가 작은 문화에서는 상급자와 하급자 간의 관계가 더욱 평등하며, 역할 교체가 용이하고, 수평적인 의사소통이 이루어진다. Hofstede의 점수에서 PDI는 0점에서 120점까지 분포하며, 점수가 낮을수록 권력거리가 좁고, 점수가 높을수록 권력거리가 넓음을 의미한다.

둘째, 개인주의(Individualism)와 집단주의(Collectivism)는 사람들이 개인주의적 성향과 집단주의적 성향을 얼마나 보이는지를 측정한다(IDV). 개인주의 문화에서는 개인의 성취와 자유가 중시되며, 사람들 간의 관계가 느슨하다. 이러한 문화에서는 개인의 목표와 권리가 우선시되며, 개인적인 성과와 독립성이 높게 평가된다. 반면 집단주의 문화에서는 개인이 집단의 목표와 규범에 헌신해야 하며, 강한 일체감과 연대감을 형성한다. 집단 내의 유대감과 책임감이 강조되며 개인의 행동이 집단에 미치는 영향이 중요하게 여겨진다. IDV 점수는 0점에서 120점 사이에 분포하며, 점수가 낮을수록 집단주의적이고, 점수가 높을수록 개인주의적이다.

셋째, 남성적 가치(Masculinity)와 여성적 가치(Femininity)는 사회가 성 역할에 대해 얼마나 남성 중심적이거나 여성 중심적인지를 보여준다(MAS). 남성 중심의 문화에서는 전통적인 성 역할이 분명히 구분되며, 남성은 도전과 성취, 자기주장, 물질적 성공을 중요시한다. 이러한 사회에서는 남성과 여성의 역할이 명확히 나누어져 있으며 남성다움을 강하게 요구한다. 반면, 여성 중심의 문화에서는 성 역할의 구분이 덜 명확하며, 관계 유지와 구성원 간의 배려, 삶의 질 향상이 중시된다. MAS 점수는 0점에서 120점 사이에 분포하며, 점수가 낮을수록 여성 중심적이고, 점수가 높을수록 남성 중심적이라고 판단한다.

넷째, 불확실성 회피(Uncertainty Avoidance)는 사람들이 불확실한 상황을 얼마나 용인하는지를 나타낸다(UAI). 불확실성 회피 성향이 높은 문화에서는 안정적이고 예측 가능한 상황을 선호하며, 명확한 지침과 규칙을 요구한다. 이러한 문화에서는 변화와 모호성을 피하려고 하며, 구성원들은 불확실한 상황에서 스트레스와 불안을 느낀다. 반면, 불확실성 회피 성향이 낮은 문화에서는 모호한 상황을 더 잘 수용하고, 변화와 위험을 감수하려는 경향이 강하다. UAI 점수는 0점에서 120점 사이에 분포하며, 점수가 낮을수록 불확실성을 용인하고, 점수가 높을수록 불확실성을 회피하는 성향이 강하다.

다섯째, 장기 지향(Long-Term Orientation)과 단기 지향(Short-Term Orientation)은 주로 동아시아 국가들을 연구하여 제안된 차원으로, 유교적 역동성(Confucian dynamism)으로도 불린다(LTO). 장기 지향 문화는 장기적인 목표와 계획을 중시하며, 현재의 만족을 지연시키고 미래를 위해 희생하는 경향이 있다. 이러한 문화에서는 끈기, 절약, 사회적 지위에 대한 존중 등이 중요하게 여겨진다. 반면, 단기 지향 문화는 현재의 소비와 만족을 중시하며, 절약이나 인내에 대한 관심이 적다. LTO 점수는 0점에서 120점 사이에 분포하며, 점수가 낮을수록 단기 지향적이고, 점수가 높을수록 장기 지향적이다.

여섯째, 구속(Restraint)과 방종(Indulgence)은 사회가 인간의 기본 욕구와 삶의 향락을 얼마나 허용하는지를 나타낸다(IVR). 구속형 사회에서는 사회적 규범과 규제를 중시하며, 개인의 욕구와 즐거움을 제한한다. 이러한 사회에서는 규율과 절제가 강조되며, 개인의 행동이 사회적 기준에 맞추어져야 한다. 반면, 방종형 사회에서는 건강하고 즐거운 삶을 중시하며, 개인의 자유와 행복을 더 중요하게 여긴다. 방종형 사회에서는 긍정적인 생활 태도와 개방적인 성적 태도가 강조되며, 친구와의 관계와 개인의 행복이 중요한 가치로 여겨진다. IVR 점수는 0점에서 120점 사이에 분포하며, 점수가 낮을수록 구속적이고, 점수가 높을수록 방종형이다.

2. Differences in national cultural values and entrepreneurship

한국에서 문화적 가치 차이와 GEM 데이터의 결합에 대한 연구는 2010년대 이후 시작되었다. Table 2에서 볼 수 있듯이, 국가문화 차이가 기업가적 활동과 창업 동기에 미치는 영향 연구[4]를 기점으로 다양한 후속연구들이 수행되었다[3][6-7][12]. 기존 연구를 검토한 결과 같은 몇 가지 한계점을 발견할 수 있다. 첫째는 Hofstede 문화 가치와 창업을 연계한 연구는 상대적으로 적다. 둘째, Hofstede 문화 가치 차원의 변화를 충분히 반영하지 못하고 있다. 현재 완전한 Hofstede 이론은 6가지 표준 차원이지만, 대부분의 창업 관련 연구는 4가지 또는 5가지 표준을 사용한다. 셋째, 6가지 문화 가치 차원을 적용한 연구는 국가 간 차이 분석보다는 국가 내 특정 세분 시장(사내 창업이나 여성 창업 등)에 집중하는 경향이 있다. 따라서 6가지 국가 간 문화 가치 차원을 반영하면서 GEM 데이터의 본래 목적을 살린 국가 간 비교 연구는 학술적으로 공백으로 남아있다.

Table 2. Existing studies linking cultural value differences and GEM data

Researcher	Dimension	Research content	Unit of analysis
Jeong Tae-heum et al.[4]	4 <sup>th</sup> dimension	Entrepreneurial motivation	Country
Oh Hae-dong et al.[12]	4 <sup>th</sup> dimension	Entrepreneurship intention	Personal
Yoon Yeom-jeom et al.[6]	6 <sup>th</sup> dimension	Workplace Entrepreneurship	Group
Kim Sung-gun et al.[3]	4 <sup>th</sup> dimension	Start-up activities,	Country
Lee Eun-young et al.[7]	6 <sup>th</sup> dimension	Women's start-up	Group

### III. Methodology

#### 1. Analysis process

독립변수인 국가별 문화가치는 Hofstede의 여섯 가지 차원 데이터를 사용하였다. 한편 종속변수는 글로벌 기업가 모니터 지수인 GEM의 하위 항목들을 요인분석을 통해 요인화 하였고 이를 창업인식 및 태도 변수로 사용하였다.

국가별 문화가치와 창업인식 및 태도의 상관관계를 분석하기 위해 Pearson 상관관계 분석을 활용하였고, 국가별 문화가치와 창업인식 및 태도의 인과관계를 분석하기 위해 다중회귀분석을 수행하였다.

#### 2. Measurement of national cultural values

Table 2에서 제시하고 있는 여섯 가지 차원에 해당하는 데이터는 Hofstede 척도의 공식 웹사이트에서 수집되었다 [10]. 2024년에 접속 가능한 설문 문항 조사 범위는 111개 국가이고 모든 문화적 가치 항목에 대한 응답치가 존재하는 나라는 65개국이다. 65개국 중 GEM데이터가 10년 이상 구축된 국가는 41개국이다.

#### 3. Measurement of Entrepreneurial Cognition and Attitude

GEM 데이터에 대한 연구는 1999년 이후 지속적으로 이루어지고 있지만 최근 3년간의 데이터는 공개되지 않았기 때문에, 본 논문에서는 1999년부터 2019년까지의 총 21년간의 데이터를 사용하였다[11]. GEM 데이터는 일반인 데이터(APS)와 국가 전문가 데이터(NES)로 나뉘는데, 본 연구에서는 각국의 일반 대중을 대상으로 하여 창업 활동과 인식에 대한 정보를 제공하며, 이를 통해 각국의 창업 환경과 문화적 특성을 잘 이해할 수 있는 일반인 데이터(APS)를 사용하였다.

일반인 데이터(APS)는 창업 활동, 성숙한 기업 활동, 기업 활동 분야, 국제화 정도, 응답자 정보 등을 포함하고 있으며 설문지의 질문 수, 질문 내용, 옵션 내용, 조사 범위는 매년 변경된다. 이 지표의 타당성에 대해서는 이미 여러 차례 입증되었으나 지표 타당성 검증이 더 필요하다고 생각되는 연구도 존재한다. 한국의 GEM 조사기관인 창업진흥원에서 지난 20여 년간 데이터를 모아 확인적 요인분석을 실시한 결과 기존 지표에 포함되지 않은 문항들이 일부 발견되었다는 보고[13]도 있었다.

따라서 이 연구에서는 기존 APS 설문지 중 11개를 임의 추출하여 이에 대한 탐색적 요인분석을 실시하여, 세계의 요인을 추출한 후(KMO=.730, Bartlett의 검정 유의확률<.001). 각 요인의 신뢰성이 높은지 확인 한 후 종속

변수로 활용하였다. 검증 결과 Cronbach alpha값은 모두 0.6이상을 보여 각 요인의 이름을 명명하였는데 요인1은 'F1. 창업전 창업생태계환경인식', 요인2는 'F2. 창업전 동기', 요인 3은 'F3. 창업 후 태도'라 이름 지었다.

### IV. Results of the Study

#### 1. Correlation analysis

Hofstede 6차원데이터 중 41개국의 6개 문화가치차원별 기술분석 결과는 <Table 3>과 같다.

Table 3. Hofstede Dimension's Descriptive Statistics

	Freq	Min	Max	Mean	S.D.
PDI	41	18	104	55.9	18.7
IDV	41	13	91	50.7	24.3
MAS	41	5	95	47.6	21.1
UAI	41	8	112	66.8	25.0
LTO	41	13	100	49.2	23.7
IVR	41	13	97	51.2	18.5

PDI=Power Distance, IDV=Individualism/collectivism, MAS=Masculinity/Femininity, UAI=Uncertainty Avoidance, LTO=Long-Term /Short-Term, IVR=Indulgence/Restraint

국가 간 문화 가치 여섯 차원과 창업 인식 및 태도의 세 가지 요인 간의 상관관계를 분석한 결과, Table 4에서 보듯이 통계적으로 유의미한 상관관계가 일부 나타났다.

PDI(권력 거리)는 F2(창업 전 동기)와 정의 상관관계를 보였고, IDV(개인주의)는 F2(창업 전 동기)와 F3(창업 후 태도)와 부의 상관관계를 나타냈다. MAS(남성성)와 UAI(불확실성 회피)는 GEM 결과와 유의미한 상관관계를 보이지 않았다. LTO(장기 지향)는 F1(창업 전 창업 생태계 인식)과 부적 관계를, IVR(구속/방종)과는 정적인 상관관계를 보였다.

Table 4. Correlation results

	PDI	IDV	MAS	UAI	LTO	IVR
F1	-0.103	-0.094	-0.253	-0.175	-.648**	.479**
F2	.600**	-.707**	0.117	0.237	-0.281	-0.134
F3	0.264	-.467**	-0.211	-0.001	-0.295	0.093

\*p<.05, \*\*p<.01

F1 = Pre-startup Ecosystem Awareness, F2 = Pre-startup Motivation, F3 = Post-startup attitude  
PDI=Power Distance, IDV=Individualism/collectivism, MAS=Masculinity/Femininity, UAI=Uncertainty Avoidance, LTO=Long-Term /Short-Term, IVR=Indulgence/Restraint

2. Regression analysis

Hofsted 문화가치가 글로벌 기업가 모니터 지수인 GEM에 미치는 영향에 대해 회귀분석을 실시한 결과 (Table 5), 종속변수 F1(창업 전 창업생태계 환경인식)의 경우 LTO(단기/장기성향)만이 유의미한 영향을 미치고 있었다. 즉, 저축이나 근검절약 등을 통해 장기적인 성과를 이루려는 성향이 높은 국가일수록 모험이 필요한 창업 전 창업생태계에 대한 인식정도가 낮았다.

한편 F2(창업 전 동기)의 경우 IDV(개인주의 및 집단주의 성향), LTO(단기 및 장기성향)에 부정적인 영향을 받는 것으로 나타났다. 독립변수간 영향력을 상호 비교할 수 있는 표준화된 회귀계수( $\beta$  값)의 크기로 보았을 때 LTO(단기 및 장기성향)가 IDV(개인주의 및 집단주의 성향)에 미치는 영향이 더 크게 나타나, 집단주의보다 개인의 가치를 중시하는 문화일수록 창업 전 동기가 낮다고 해석할 수 있다.

마지막으로 F3(창업 후 태도)에 유의한 영향을 미치는 문화가치는 IDV(개인주의 및 집단주의 성향)인 것으로 나타났다. 집단주의에 비해 개인주의 국가일수록 창업 후 태도가 낮다고 해석할 수 있다.

Table 5. Regression analysis results on entrepreneurship awareness and attitude

	F1( $\beta$ )	F2( $\beta$ )	F3( $\beta$ )
PDI	-0.055	0.172	0.021
IDV	-0.216	-0.596***	-0.49***
MAS	-0.173	0.19	-0.13
UAI	-0.148	-0.054	-0.13
LTO	-0.528***	-0.419**	-0.28
IVR	0.215	-0.183	0.026

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

3. Results and its interpretation

본 연구에서 상관관계와 인과관계를 분석한 결과, 상관관계는 있더라도 인과관계가 규명되지 않은 변수가 다수 존재하였고, 상관관계는 정적 상관과 부적 상관이 혼용되어 나왔는데 인과관계는 일관적으로 부적 영향력으로 규명되었다. 이 연구는 Hofsted 문화가치가 글로벌 기업가 모니터 지수인 GEM에 미치는 영향을 파악하고자 하는 목적을 가지고 있기 때문에 상관관계를 참고하되 인과관계를 나타내는 회귀분석 결과를 위주로 해석하고자 한다.

이 연구의 회귀분석결과를 보면 총 4개의 문화가치차원이 국가별 창업인식과 동기, 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 논의하면 다음과 같다.

먼저, 장기 지향성을 가진 문화일수록 창업 전 동기가 낮은 것으로 나타난 것에 대해 논의해 본다. 기존 연구를

검토하면[6-7], 여성 창업활동과 사내 창업활동에는 장기 지향성문화가 창업 활동에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않았다. 그러나 본 연구는 선행 연구들과 다르게 특정세분시장에서 벗어나 국가차원에서 문화가치를 분석하고 있기 때문에 결과에 차이를 보이고 있는 것으로 생각된다. 국가 차원의 문화가 장기 지향성이 높은 경우 모험을 감수해야 하는 창업에 대한 인식이 낮고, 상대적으로 안정성을 추구하는 경향을 보인다고 해석할 수 있다.

둘째로, 집단주의 성향이 높고 단기 지향성을 가진 문화일수록 창업 전 동기요인이 높은 것으로 나타났다. 집단주의는 사회적 연대(social bond)를 통해 성과를 높일 수 있는 인식과 관련되어 있다고 볼 수 있는데, 사회적 연대에 익숙한 문화일수록 창업을 통해 성공할 가능성이 높다고 인식할 수 있다.

셋째로, 집단주의 성향이 높은 국가일수록 창업 후 태도에 긍정적인 영향을 가지는 것으로 나타났다. 개인주의와 창업 활동의 관계에 대한 선행 연구를 살펴보면, 개인주의는 독립과 자유를 중시하여 국가의 창조적 활동을 증가시켜 창업을 촉진한다는 연구와 개인주의는 창업에 부정적인 영향을 미친다는 상반된 결과가 존재한다 [4][14]. 본 연구의 결과도 개인주의는 창업에 부정적 영향을 미친다는 2000년대 후반 연구와 맥락을 같이 하고 있어, 문화가치가 창업태도에 미치는 영향이 시간에 따라 변화하고 있다고 해석할 수 있다.

V. Conclusions

본 연구는 국가 간 문화 가치 차원이 창업 인식과 태도에 미치는 영향을 조사하는 데 목적이 있다. 이를 위해 GEM의 최신 데이터를 활용하여 Hofstede의 6개 표준 차원을 결합한 국가 간 문화 가치를 분석하였다. GEM 데이터에서 창업 의지와 태도를 ‘창업 전 생태계 환경 인식’, ‘창업 동기’, ‘창업 후 태도’의 세 가지 요인으로 구분하고, 41개 국가를 대상으로 Hofstede의 6개 차원이 이들 요인에 유의미한 영향을 미치는지를 실증 분석하였다. 분석 결과, 개인주의 성향과 장기 지향 성향이 창업 전후의 인식과 태도에 주로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 개인주의 성향과 장기 지향이 뚜렷한 국가에서는 기업과 정부가 다양한 수단을 통해 창업 의욕을 높이는 방안을 고려해야 한다.

본 연구에는 몇 가지 한계점이 존재한다. 첫째, Hofstede 이론의 데이터는 최근 3년간의 데이터를 공개하

지 않고 있어 최신 상황을 충분히 반영하지 못하고 있다는 한계점을 가진다. 둘째, GEM 설문지의 구성 요소인 질문 수, 질문 내용, 선택지 형식 및 조사 범위가 매년 변화하여, 동일한 주제의 설문조사라도 데이터 간 일관성이 떨어질 수 있다. 이는 연구 결과의 신뢰성에 영향을 미칠 수 있으며, 일부 국가에서는 10년 이상의 장기간 데이터를 제공하지 않아 표본 수가 충분하지 않을 수 있다. 셋째, 이 연구에서 사용한 GEM 데이터 중 3개의 탐색적 요인분석결과는 APS측정이 8개의 중분류 항목과 총 27개의 지표로 사용한 것 중 연구자의 임의추출에 의한 것이라는 한계점이 있다. 비록 지난 20여 년간의 GEM데이터의 개념타당성과 실제 데이터의 요인분석결과가 상이했다는 단점이 있었으나, 본 연구자들이 새로운 개념타당성을 가진 요인을 임의로 정했다는 점에서는 자유로울 수 없다.

이 연구는 위와 같은 한계점에도 불구하고 다음과 같은 의의를 가지고 있다. 학문적인 의의는 창업비교가 가능한 GEM 지수를 문화영역과 연계하여 실증연구를 시도했다는 점이다. GEM을 활용한 연구는 주로 정치, 경제, 제도적 관점이 대부분이었지만[2-3], 이 연구에서 창업 생태계의 한 축인 국가의 문화가 창업활동에 미치는 영향을 분석함으로써 연구의 대상과 범위를 확장했다는 데 의의가 있다.

실무적으로는 이질적인 문화 환경에 효과적으로 적응하는 것이 점차 중요해지고 있기 글로벌 창업환경의 변화 속에서, 해당 국가에서 공유하고 있는 문화와 비즈니스의 관계를 파악할 수 있는 실증연구를 수행함으로써 창업기업이 시장에 안착하고 성장하는데 기여할 수 있으리라 생각한다.

향후 연구 방향으로는 국가 내 지역 간 창업 활동의 차이를 조사하는 것이 필요하다. 예를 들어 중국 내 지역 간 문화차이에 의한 창업태도의 차이나, 유럽 내 특정 국가 내 상이한 문화를 지닌 이질적 지역 간 창업태도 차이를 살펴볼 필요가 있다. 지역 간 문화 가치 차이는 국가 간 차이보다는 작지만, 지역 내 창업 의지와 활동 수준의 차이는 오히려 더 클 수 있다. 지역별 창업 활동의 차이를 분석하면, 특히 중하위권 지역에서 창업 활성화 방안을 모색하는데 유용할 것이다. 또한, 지역별 연구와 국가별 비교 연구를 통해 더 깊이 있는 분석이 가능해질 것이다. 또한, 20세기 후반 동아시아 국가들의 경제 성장은 장기 지향 문화와 밀접하게 관련되어 있지만, 이와 동시에 기업가 정신에는 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 이 연구에 시사점에 대한 후속연구가 필요하다.

## REFERENCES

- [1] M. Cowling, and W. D. Bygrave, "Entrepreneurship and Unemployment: Relationships between Unemployment and Entrepreneurship in 37 Nations Participating in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2002," In Babson College, Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference (BKERC), Babson Park, USA, 2003.
- [2] G. S. Kang, and J. G. Lee, "International Comparison of Entrepreneurial Support System: Focused on Entrepreneurship Policy and Entrepreneurship Index." Arts, Humanities and Social Convergence Multimedia Journal, Vol. 7, No. 1, pp. 77-86, 2017. DOI : 10.35873/ajmahs.2017.7.1.008
- [3] J. H. Kim, and S. Y. Moon, "An Analysis on the Effect of Entrepreneurial Ecosystem on Perceiving Opportunities of Start-ups," IJournal of the Korean Data Analysis Society, Vol. 20, No. 1, pp. 261-274, 2018. DOI : 10.37727/jkdas.2019.21.1.169
- [4] T. H. Jung, & Ryou Hyo-Sang, "The Influence of National Culture on Entrepreneurial Activity and Motive". The journal of small business innovation 15(4), 29-55. 2012
- [5] S. G. Kim, S. J. Lee, H. B. Joo, and J. H. Kim, "A Study of the Impact of National Culture and Economic Development on New Venture Creation," The Journal of Business Education, Vol. 37, No. 3, pp. 155-176, 2023. DOI : 10.34274/krabe.2023.37.3.007
- [6] Y. J. Yoon, and J. W. Kwon, "Does a Society's Culture Affect Its Rate of Entrepreneurial Employee Activity," Korean Review of Corporation Management, Vol. 13, No. 1, pp. 103-119, 2022.
- [7] E. Y. Lee, and J. W. Kwon, "A Research on the Impact of National Cultural Values on Women's Opportunity-driven Total Entrepreneurship Activity," Innovation Enterprise Research, Vol. 8, No. 1, pp. 1-22, 2023.
- [8] Hofstede, G., "Motivation, leadership, and organization: Do American theories apply abroad?," Organizational Dynamics, Vol.9, No. 1, pp. 42-63. 1980. DOI: 10.1016/0090-2616(80)90013-3
- [9] J. W. Hong, and S. B. Park, "A Study on Online Diffusion of 'Korean Wave' Contents : Focus on Cultural Distance," Journal of Marketing Management Research, Vol. 19, No. 1, pp. 89-108, 2014.
- [10] Geert Hofstede, [www.geerthofstede.com](http://www.geerthofstede.com)
- [11] Global Entrepreneurship Monitor, <https://www.gemconsortium.org/>
- [12] H. D. Oh, J. Y. Choi and J. P. Noh, "The Effects of Individual Characteristics and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intentions: Moderating effect of Hofstede's Cultures Dimensions," Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, Vol. 11, No. 2, pp. 35-48, 2016. DOI : 10.16972/apjbve.11.2.201604.35
- [13] Ministry of SMEs and Startups . Korea Startup(2021), 2021 Global

Entrepreneurship Study

- [14] S. Wu, "The Relationship between National Culture and National Entrepreneurial Activity," *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 3, No. 2, pp. 127-141, May 2007. DOI: 10.1504/WREMSD.2007.013607

## Authors



Xu Haichao received the B.A. degree in Literature from Nanshan University, China, in 2016, and the M.B.A. degree from Gyeongnam University of Science and Technology, Korea, in 2019. From 2019 to 2023, Xu taught at

Yantai Gold Vocational College, China. In September 2023, he began his Ph.D. program in Business Administration at Gyeongsang National University, Korea. Research interests: Digital content marketing, e-commerce marketing.



Yunkyung Lee received the B.S., M.S. and Ph.D. degrees in Fashion Marketing from Sungkyunkwan University, Korea, in 1996, 1998 and 2002, respectively. Dr. Lee joined the research fellow of Korea Culture &

Tourism Institute Seoul, Korea, in 2005. She is interested in Digital content, Marketing in the Content Industry.



Youngsik Kwak received the BBA, MBA. and Ph.D. degrees in Business Administration at Sungkyunkwan University, Korea, in 1990, 1994 and 1999, respectively. He received M.S. in Merchandising at Texas Tech

University in 1997. Dr. Kwak joined the faculty of the Department of Business Administration at Gyeongsang National University. He is interested in global marketing, internet and mobile marketing, and pricing.