

개인의 기업가적 지향성이 창업의도에 미치는 영향: 인지역량과 사회적 인식의 매개효과를 중심으로

김수진*

국민대학교 일반대학원 경영학과 창업학전공, 박사과정

김종성**

국민대학교 글로벌창업벤처대학원, 조교수

국 문 요 약

본 연구는 개인의 기업가적 지향성이 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하고, 인지역량과 기업가에 대한 사회적 인식이 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 관계에서 매개변수로 역할을 하는지 규명하고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 개인의 기업가적 지향성은 창업의도, 인지역량, 기업가에 대한 사회적 인식에 정(+)의 영향을 미쳤고, 인지역량과 기업가에 대한 사회적 인식이 높을수록 창업의도가 높아지는 것을 확인하였다. 더불어, 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 관계에서 인지역량과 기업가에 대한 사회적 인식은 병렬 매개효과가 있는 것으로 규명하였다. 이를 토대로 그동안의 연구가 미진했던 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 연구의 이론적인 토대를 마련하였고, 인지역량과 기업가에 대한 사회적 인식의 매개변수를 밝힘으로써 학문적인 확장을 가능하게 할 것이다. 끝으로, 개인의 기업가적 지향성과 관련한 실무적인 기초자료로 활용이 가능할 것이다.

핵심주제어: 개인의 기업가적 지향성, 창업의도, 인지역량, 사회적 인식, 매개효과

1. 서론

급격하게 변화하는 경영환경에서 조직은 지속 가능한 성장과 발전을 위해서 의사결정의 도구로 기업가적 지향성(Entrepreneurial Orientation, EO)을 사용하였다. 기업가적 지향성은 Miller(1983)의 연구에서 영감을 얻어 Covin & Slevin(1989)이 기업가적 지향성을 개념화하였고, 이를 Lumpkin & Dess(1996)는 개념을 구체화하였다(Clark et al., 2024). 이러한 노력으로 기업가적 지향성(EO)에 관한 연구는 주로 기업 수준에서 기업가정신과 경영전략 분야에서 이루어졌고, 기업 수준에서 기업가적 지향성(EO)이 경영성과 또는 기업성공에 미치는 영향 연구(Anderson et al., 2015, Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 1996; White & Bruton, 2007)가 이루어지고 있다.

이러한 연구에 힘입어 Smart & Constant(1994)는 기업가적 지향성(EO)을 개인수준의 연구로 확장하려 하였고, 개인의 기업가적 지향성(Individual Entrepreneurial Orientation, IEO)

에 관한 연구(Dickson & Weaver, 1997; Ikpesu, 2016; Wales et al., 2020)가 진행되고 있다. 개인의 기업가적 지향성(IEO)은 개인이 기업가가 되려는 역량, 의지 또는 추진력으로 정의하였고(Taatila & Down, 2012), 또한, Clark et al.(2024)은 개인의 기업가적 지향성(IEO)은 개인이 가치를 창출할 때, 나타내는 자율적, 주도적, 혁신적, 경쟁적, 위험을 감수하는 성향과 행동이라 정의하면서, 1994년 이후 개인의 기업가적 지향성(IEO)의 개념을 적용한 연구가 급증하고 있으며, 이에 관련한 연구를 진행하는 것은 타당하다고 언급하였다.

하지만, 국내에서는 개인의 기업가적 지향성(IEO)에 관한 연구(김진영, 2018; 이주연, 2022a; 이주연, 2022b; 임재성·양동우, 2022 등)가 진행되었지만, 이에 관한 연구는 부족하고(이주연, 2022a), 극히 제한적으로 연구가 진행되었다. 이에 본 연구에서는 한국청년기업가정신재단의 기업가정신 실태조사 개인편의 자료를 활용하여 ‘개인의 기업가적 지향성’에 중점을 두고 연구를 진행하고자 한다.

한편, 창업의도(Entrepreneurial Intention)는 새로운 벤처를

* 주저자, 국민대학교 일반대학원 경영학과 창업학전공 박사과정, tnwls142@kookmin.ac.kr

** 교신저자, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원 조교수, 01041603713@kookmin.ac.kr

설립하려고 하는 사람이 미래의 어느 시점에 그것을 행하기 위하여 의식적으로 계획하는 것이라 하였다(Thompson, 2009). 조직 수준에 창업의도(EI)는 기업가적 지향성(EO)이 증가함에 따라 긍정적으로 작용한다는 연구가 진행되었지만, 개인의 기업가적 지향성(IEO)의 개념은 창업의도(EI) 연구에서는 많이 진행되지 않았고(Koe, 2016), 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 창업의도(EI)에 미치는 과정에서 간접적인 효과에 관한 연구가 충분히 이루어지지 않고 있다(김진영, 2018; Hassan et al., 2021). 본 연구는 이러한 문헌 고찰을 통해서 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 관계에서 직접효과와 간접효과에 관한 연구의 필요성이 있다는 것을 확인하였다. 따라서, 본 연구의 목적은 첫째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 창업의도(EI)에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 둘째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 창업의도(EI)로 이어지는 과정에서 ‘어떠한 요인에 의해서?’ 메커니즘이 작동하는지 분석하고자 한다. 구체적으로 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 창업의도(EI) 간의 관계에 ‘인지역량’과 ‘기업가에 대한 사회적 인식’의 매개변수를 투입하여 간접효과를 규명하고자 한다.

II. 문헌 검토 및 가설설정

2.1. 개인 기업가적 지향성과 창업의도

개인의 기업가적 지향성과 성과 간의 관계를 연구는 부족한 실정(김진영, 2018)이지만, 최근 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 영향 관계를 규명한 연구가 존재한다. Hassan et al.(2021)은 대학생 323명을 대상으로 개인의 기업가적 지향성은 창업의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였고, Martins & Perez(2020)는 구조방정식을 활용하여 개인의 기업가적 지향성은 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이외에도 개인의 기업가적 지향성과 창업의도의 유의한 영향을 규명한 연구(Ekpe & Mat, 2012; Ikpesu, 2016; Robinson & Stubberud, 2014)가 존재하여, 개인의 기업가적 지향성이 높을수록 창업의도가 높아질 수 있음을 예측할 수 있다. 따라서, 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 개인의 기업가적 지향성은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2. 인지역량

인지역량(Cognitive Competency)은 기업가적 기회로 연결되는 사람과 사회의 문제를 인식하고 문제 해결 및 방안을 수립하는 역량이라 하였다(김용태, 2015). 또한, 인지역량은 상황을 분석하고 인지하는 개인의 능력으로, 개인이 문제를 해결하는 데 있어서 문제 해결 과정에 접근할 수 있게 하므로 entrepreneurship에 있어서 최근 교육자와 학자들에게 관심을 받는 요소이고(Pihie et al., 2013), 개인의 기업가적 지향성(IEO)을 좀 더 깊게 이해하기 위해서는 연구 주제로 인지적 과정을 필수적으로 다루어야 한다고 하였다(Clark et al., 2024). 김진영(2018)의 연구에서는 개인의 기업가적 지향성은 인지적인 관점에서 새로운 문제를 시도하는 경향에 유의한 영향이 있을 것으로 보았다. 연구 결과, 혁신성과 위험감수성이 높을수록 새로운 문제를 시도하는 인지적인 경향이 높다는 것을 밝혀냈다. 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 인지역량에 관한 연구는 부족하여, 기업가적 지향성(EO)의 관점에서 살펴보면, Clark et al.(2024)은 기업가적 지향성(EO)은 기업가적으로 행동해야 한다는 프로세스가 작동하는데, 이 프로세스에는 기회를 인지하고 행동하는 것이라고 하였다. 따라서, 기업가적 지향성(EO)이 개인수준에 적용된다면 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 높아질수록 기회를 인지하고 행동하는 프로세스가 향상된다는 것을 추측할 수 있다. 이에 선행연구를 기반으로 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 개인의 기업가적 지향성은 인지역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

한편, Bonesso et al.(2018)은 이탈리아 학사 및 석사 프로그램에 참여한 149명의 학생을 대상으로 인지역량이 창업의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 발견하였다. Baron & Enslet(2006)은 창업가들은 창업을 하지 않은 사람보다 인지역량이 뛰어나다는 것을 규명하였고, Mitchell et al.(2002)은 인지는 개인이 정보를 수집하고 사용하기 위해서 사용하는 정신이라고 하면서, 새로운 벤처를 창출하려는 결정과 같은 의도된 행동이 발생하기 전에 인지적인 과정이 일어난다고 하였다. 이러한 선행연구를 기반으로 인지역량은 창업의도에 유의한 영향을 줄 것으로 예상되어 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3: 인지역량은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

인지역량의 매개역할을 확인하기 위해서 가설 2, 가설 3을 기반으로 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 인지역량, 인지역량과 창업의도(EI) 간의 정(+)의 영향이 있을 것을 확인하였다. 더불어, Sahoo & Panda(2019)는 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 창업의도(EI)로 이어지기 위해서는 기업가적 과정을 이해하는 것이 중요하다고 하였는데, 이러한 기업가적 과정은 주변의 상황과 맥락을 이해하는 인지적 과정을 통해서 기업가가 되기 위한 과정에 영향을 미칠 수 있다고 하였다. 따라서, 인지역량은 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 창업의도(EI) 간의 관계에서 매개역할을 할 것이라고 보고, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4: 인지역량은 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

2.3. 기업가에 대한 사회적 인식

사회적 인식은 창업과 관련한 개인의 태도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다(Gnyawali & Fogel, 1994). 오희선·하규수(2021)는 기업가에 대한 사회적 인식은 창업 활동에 긍정적인 영향을 미치며, 혁신성이 높을수록 기업가에 대한 사회적 인식이 높아진다는 것을 발견하였고, 김명환(2023)의 연구에서 직장인의 위험감수성이 증가할수록 기업가에 대한 사회적 인식에 유의한 영향을 미친 것을 입증하였다. 이에 본 연구에서도 개인의 기업가적 지향성이 높을수록 사회적 인식이 높아질 수 있음을 예측할 수 있다. 따라서, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5: 개인의 기업가적 지향성은 기업가에 대한 사회적 인식에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

한편, 장영미(2019)는 사회적 인식은 창업의도에 미치는 중요한 영향 요인이라고 언급하였다. 진주영(2023)은 창업가에 대한 사회적 인식이 증가할수록 창업의도 또한 증가된다는 것을 확인하였고, 장수진·김종태(2021)의 연구에서도 창업가에 대한 사회적 인식이 긍정적일수록 창업의도에 유의한 영향을 미치는 것을 규명하였다.

가설 6: 기업가에 대한 사회적 인식은 창업의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

끝으로, 오희선·하규수(2021)의 연구에서는 사업가에 대한 인식은 혁신성과 창업의지와의 관계에서 매개역할을 하는

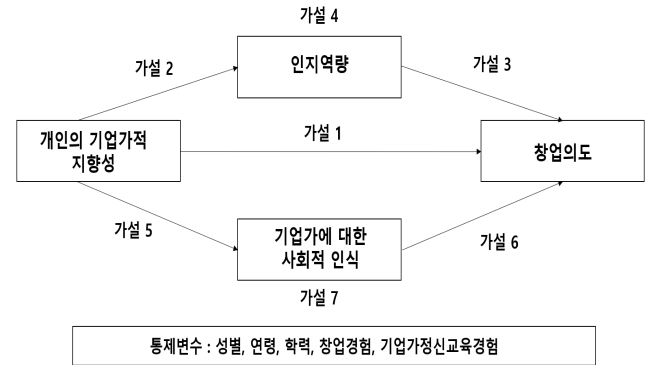
것을 확인하였다. 위의 가설 5와 가설 6을 기반으로 기업가에 대한 사회적 인식은 개인의 기업가적 지향성이 창업의도로 발현하는 과정에서 유의한 영향이 있을 것으로 예상되어 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 7: 기업가에 대한 사회적 인식은 개인의 기업가적 지향성과 창업의도 간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

III. 연구 방법

3.1. 연구의 모형

본 연구모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 연구대상

본 연구에서는 한국청년기업가정신재단(KoEF)의 2021년 기업가정신 실태조사 개인편 데이터 11,958명을 대상으로 분석하였다. 본 연구의 대상의 표본은 <표 1>과 같다.

<표 1> 표본의 특성

변수	집단	빈도(명)	%
성별	남성	5,736	48.0
	여성	6,222	52.0
연령	10대	877	7.3
	20대	1,207	10.1
	30대	2,329	19.5
	40대	2,109	17.6
	50대	2,641	22.1
	60대	2,795	23.4
학력	고등학교 이하	6,549	54.8
	대학 및 대학교	5,308	44.4
	대학원 이상	101	0.8

창업경험	유	1,340	11.2
	무	10,618	88.8
기업가정신교육경험	유	806	6.7
	무	11,152	93.3
합계		11,958	100

3.3. 연구방법

본 연구는 SPSS version 18.0과 PROCESS macro version 4.2 프로그램을 사용하였다. 첫째, 표본의 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 타당성 검증을 위한 탐색적 요인분석과 주요 변수의 신뢰도 확인을 위해 Cronbach's α 를 분석하였다. 셋째, 변인 간의 상관관계를 파악하기 위해 Pearson의 상관관계 분석을 하였다. 넷째, 가설검증을 위하여 PROCESS macro의 model 4를 활용하였고, 매개효과 유의성 검증은 유의확률 .05 수준에서 5,000개의 표본 수로 Bootstrapping을 실시하였다.

3.4. 측정도구

본 연구를 진행하기 위한 측정도구는 기업가정신 실태조사 개인편의 설문항목을 활용하였다. 개인의 기업가적 지향성은 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 구성된 설문 문항 총 9문항, 인지역량은 총 4문항, 사회적인식은 3문항, 창업의도는 '귀하는 3년 이내 창업할 계획이 있다.'라는 단일문항을 측정하였다. 성별, 연령, 학력, 창업경험여부, 기업가정신교육경험 여부를 더미 변수화하여 통제변수로 투입하여 분석하였다.

IV. 실증분석 결과

4.1. 타당성 및 신뢰도 분석

측정변수의 타당성 및 신뢰도 검증을 위한 분석 결과는 <표 2>와 같다. 요인분석은 주성분 분석으로 진행하였고, 요인 적재치는 모두 0.5 이상으로 양호하였고, 요인의 누적 분산 값은 63.322%로 타당성을 확보하였다. 탐색적 요인분석을 진행한 결과, 개인 기업가적 지향성, 인지역량, 사회적인식, 창업의도 4개의 요소로 명확하게 분류되었다. KMO=.941 이고, Bartlett의 구형성 검증 결과는 $\chi^2=90410.420(p<.001)$ 으로 분석되어 적합한 것으로 나타났다. 측정 항목의 신뢰도 분석을 진행한 결과, Cronbach's α 값은 .772~.895로 모두 0.7 이상으로 신뢰도는 매우 우수한 것으로 분석되었다.

<표 2> 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석 결과

항목	구성요소				Cronbach's Alpha
	1	2	3	4	
혁신성1	.722	.276	.197	-.049	.895
진취성1	.706	.229	.188	-.045	
혁신성3	.702	.312	.142	.078	
위험감수성2	.692	.115	.080	.277	
진취성3	.683	.247	.189	.019	
위험감수성1	.614	.088	.088	.480	
위험감수성3	.606	.238	.090	.403	
진취성2	.601	.249	.170	.264	
혁신성2	.597	.345	.077	.305	
인지역량3	.321	.757	.138	.122	
인지역량1	.367	.733	.198	-.026	
인지역량2	.253	.695	.066	.368	
인지역량4	.240	.608	.124	.332	
사회적인식2	.246	.137	.813	-.156	.772
사회적인식1	.159	.112	.788	.173	
사회적인식3	.118	.123	.777	.268	
창업의도	.120	.299	.172	.719	-
아이겐값	4.392	2.645	2.181	1.546	-
공통분산	25.837	15.560	12.830	9.095	
누적분산	25.837	41.397	54.227	63.322	
KMO=.941, Bartlett의 카이제곱 = 90410.420(p<.001)					

4.2. 상관관계 분석

변수 간 관련성을 확인하기 위해 상관관계 분석하였고, 상관관계 분석 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 상관관계 분석 결과

구분	1	2	3	4
1. 개인 기업가적 지향성	1			
2. 인지역량	.697**	1		
3. 사회적인식	.441**	.396**	1	
4. 창업의도	.416**	.456**	.279**	1

† 통제변수를 포함해서 분석하였지만, 결과표에는 제시하지 않음
 † p<.0.1; *p<.0.05; **p<.0.01; ***p<.0.001

4.3. 가설 검증

가설 검증을 위하여 Process Macro Model 4를 적용하여 분석을 진행하였다. 첫째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 창업의도에 미치는 영향을 살펴보면, $\beta=.2671$, $t=13.6310$ ($p<.001$, LLCI, ULCI: .2287~.3055)으로 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 증가할수록 창업의도가 높아지는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 채택되었다.

둘째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 증가할수록 인지역량이 증가하는 것으로 분석되어($\beta=.7220$, $t=100.5739$,

$p < .001$, LLCI, ULCI: .7079~.7361), 가설 2는 채택되었다.

셋째, 인지역량이 창업의도에 미치는 영향을 살펴보면, $\beta = .4840$, $t = 126.9288$ ($p < .001$, LLCI, ULCI: .4488~.5192)으로 인지역량이 증가할수록 창업의도가 높아지는 것으로 분석되어 가설 3은 채택되었다.

넷째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 기업가에 대한 사회적인식에 미치는 영향을 살펴보면, $\beta = .4642$, $t = 50.7186$ ($p < .001$, LLCI, ULCI: .4463~.4822)으로 개인의 기업가적 지향성(IEO)이 증가할수록 창업의도가 높아지는 것으로 나타났다. 따라서 가설 5는 채택되었다.

다섯째, 기업가에 대한 사회적인식이 창업의도에 미치는 영향을 살펴보면, $\beta = .1193$, $t = 8.4597$ ($p < .001$, LLCI, ULCI: .0916~.1469)으로 사회적인식이 증가할수록 창업의도가 높

아지는 것으로 나타났다. 따라서 가설 6은 채택되었다.

여섯째, 인지역량과 사회적인식의 간접효과 검증을 위해 Bootstrapping을 실시한 결과, <표 5>에서 총효과는 $\beta = .6719$ ($p < .001$)였으나 매개변인인 인지역량이 투입되면서 개인의 기업가적 지향성(IEO)에서 창업의도 간 경로의 직접효과는 $\beta = .3495$ ($p < .001$)로 감소하였고, 매개변수인 사회적 인식이 투입되면서 개인의 기업가적 지향성(IEO)에서 창업의도 간 경로의 직접효과는 $\beta = .0554$ ($p < .001$)로 감소하였다. 따라서, 인지역량과 사회적인식은 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 창업의도 간의 관계에서 매개효과를 하는 것으로 분석되었고, 가설 4, 가설 7은 채택되었다. 가설 검증을 위한 분석과 매개효과 분석 검증 결과는 <표 4>, <표 5>와 같다.

<표 4> 경로분석 결과 (Process Model4)

구분	Bootstrap 추정치	Bias-corrected 95% CI		가설 검증 결과			
		β	SE		t	LLCI	ULCI
가설 1	개인의 기업가적 지향성→창업의도	.2671	.0196	13.6310***	.2287	.3055	채택
가설 2	개인의 기업가적 지향성→인지역량	.7220	.0072	100.5739***	.7079	.7361	채택
가설 3	인지역량→창업의도	.4840	.0180	26.9288***	.4488	.5192	채택
가설 5	개인의 기업가적 지향성→ 기업가에 대한 사회적인식	.4642	.0092	50.7186***	.4463	.4822	채택
가설 6	기업가에 대한 사회적인식→창업의도	.1193	.0141	8.4597***	.0916	.1469	채택

† 통제변수를 포함해서 분석하였지만, 결과표에는 제시하지 않음

‡ *** $p < 0.001$

‡ LLCI: Lower Level Confidence Interval, ULCI: Upper Level Confidence Interval, Bootstrapping=5,000 times.

<표 5> 매개효과 분석 검증 결과(Process Model4)

구분	Bootstrap 추정치	Bias-corrected 95% CI		가설 검증 결과		
		β	SE		LLCI	ULCI
총효과	.6719	.0145	.6436	.7003	-	
직접효과	.2671	.0196	.2287	.3055	-	
간접효과	가설 4. 개인의 기업가적 지향성→인지역량→창업의도	.3495	.0140	.3227	.3777	채택
	가설 7. 개인의 기업가적 지향성→ 기업가에 대한 사회적인식→창업의도	.0554	.0066	.0421	.0686	채택

† LLCI: Lower Level Confidence Interval, ULCI: Upper Level Confidence Interval, Bootstrapping=5,000 times.

V. 결론

본 연구의 결과를 기반으로 다음과 같은 시사점을 갖는다.

첫째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 창업의도 간의 관계의 직접효과에 관한 연구는 극히 제한적이었는데, 이에 대한 연구의 공백을 채우고 이론적인 확장에 기여할 수 있을 것이다. 둘째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 창업의도 간의 관계의 간접효과 연구에 있어서 ‘인지역량’과 ‘기업가에 대한 사회적 인식’의 매개변수를 밝혀냈다는 점에서 이론적인 토대를 마련한 점에서 시사하는 바가 크다. 셋째,

이와 같은 연구결과를 기반으로 개인의 기업가적 지향성(IEO), 창업의도, 인지역량, 기업가에 대한 사회적 인식을 토대로 실무적인 기초자료로 활용이 가능할 것으로 보인다. 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 창업의도는 단일문항으로 활용하였다는 점이다. 향후 연구에서는 창업의도 문항의 측정도구를 활용할 필요가 있겠다. 둘째, 개인의 기업가적 지향성(IEO)과 기업가적 의도 간의 관계에서 인지역량과 기업가에 대한 사회적인 인식의 매개변수 이외에도 자기효능감, 긍정심리자본, 인적자본, 사회적 자본 등 다양한 매개변수를 투입하여 연구할 필요가 있다.

참고문헌

- 김명한(2023). 직장인의 개인성향, 성취욕구 및 창업준비가 창업 의도에 미치는 영향: 창업기회인식과 기업가 사회적인식의 병렬매개모형 중심으로. *한국진로창업경영학회지*, 7(3), 17-37.
- 김용태(2015). *기업가정신 측정지표 개발에 관한 연구*. 대한경영학회 학술발표대회 발표논문집. 2015(3), 89-95.
- 김진영(2018). 개인의 기업가지향성과 문제해결전략이 새로운 문제 도전에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 13(6), 117-127.
- 오희선·하규수(2021). 청년구직자의 창업 배경과 기업가정신이 창업 의지에 미치는 요인에 관한 연구: 사업가에 대한 인식의 매개 효과 검증. *벤처창업연구*, 16(3), 87-103.
- 이주연(2022a). 개인기업가지향성이 창업의도에 미치는 영향-성취욕구와 창업지식습득의 매개효과를 중심으로-. *한국창업학회*, 17(5), 1-28.
- 이주연(2022b). 창의성이 개인기업가지향성을 매개로 창업의도에 미치는 영향: 자존감의 조절된 매개효과를 중심으로. *대한경영학회지*, 35(11), 2217-2240.
- 임재성·양동우(2022). 재직자의 기업가적 지향성, 보상만족, 지속학습, 고용가능성이 창업의지에 미치는 영향: 혁신행동 매개효과 중심으로. *벤처창업연구*, 17(1), 89-106.
- 장수진·김종태(2021). 창업동기, 사회적 지지 및 창업가에 대한 인식이 창업의지에 미치는 영향 -드라마 속 성공모델의 조절효과를 중심으로-. *디지털융복합연구*. 19(8), 21-32.
- 장영미(2019). *시니어의 내적 요인과 외적 요인이 창업 의지에 미치는 영향: 사회적지지 조절 효과를 중심으로*. 박사학위 논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 진주영(2023). 직장인의 개인특성과 성취동기가 창업의도에 미치는 영향: 창업기회인식과 창업가에 대한 사회적 인식의 병렬매개모형 중심으로. *대한경영학회지*, 36(1), 83-116.
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y.(2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579-1596.
- 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.
- Bonesso, S., Gerli, F., Pizzi, C., & Cortellazzo, L.(2018). Students' entrepreneurial intentions: the role of prior learning experiences and emotional, social, and cognitive competencies. *Journal of Small Business Management*, 56, 215-242.
- Clark, D. R., Pidduck, R. J., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G.(2024). Is it okay to study entrepreneurial orientation (EO) at the individual level? Yes!. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(1), 349-391.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-26.
- Dickson, P. H., & Weaver, K. M.(1997). Environmental determinants and individual-level moderators of alliance use. *Academy of Management Journal*, 40(2), 404-425.
- Ekpe, I., & Mat, N.(2012). The moderating effect of social environment on the relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial intentions of female students at Nigerian universities. *International Journal of Management Sciences and Business*, 1(4), 1-16.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S.(1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 43-62.
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. B., & Hussain, S. A.(2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403-418.
- Ikpesu, O. C.(2016). University-industry linkages as determinant of students' entrepreneurial orientation in rivers state public universities. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 3(13), 109-118.
- Jang, S. J., & Kim, J. T.(2021). A Study on the Influence of Business Motivation, Social Support, and Awareness of Entrepreneurs on Entrepreneurial Intention -Focusing on the Moderating Effect of Drama Role Model-. *Journal of Digital Convergence*. 19(8), 21-32.
- Jang, Y. M.(2019). *The effects of senior's internal and external factors on entrepreneurial intention : focused on the moderating effect of social support*. doctoral dissertation, Ho-seo University.
- Jin, J. Y.(2023). The Effects of Personal Characteristics and Achievement Motivation on Entrepreneurial Intention: Focused on the Parallel Mediating Model of Entrepreneurial Opportunity Recognition and Social Perception of Entrepreneurs. *Korean Journal of Business Administration*, 36(1), 83-116.
- Kim, M. H.(2023). The Effects of Personal Propensity, Achievement Desire, and Start-up Preparation on Entrepreneurial Intention of Workers: Focusing on the Parallel Mediating Model of Recognition of Start-up Opportunity and Social Perception of Entrepreneurs. *The Journal of Korean Career-Entrepreneurship & Business Association*, 7(3), 17-37.
- Kim, J. Y.(2018). Perseverance or Pivot? The Role of Problem-Solving Strategies on Individual Entrepreneurial Orientation and New Problem-Solving. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(6), 117-127.

- Kim, Y. T.(2015). Development of entrepreneurship index. *Journal of the Korean Management Association Conference*, 2015(3), 89-95.
- Koe, W. L.(2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-11.
- Lim, J. S., & Yang, D. W.(2022). The Effects of Entrepreneurship, Reward Satisfaction, Continuous Learning, and Employability on the Will to Start a Business: Focusing on the Mediating Effects of Innovative Behavior. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 17(1), 89-106.
- Lee, J. Y.(2022a). The Effect of Individual Entrepreneurship Orientation on Entrepreneurial Intention: Focusing on the Mediation of Need for Achievement and Entrepreneurial Knowledge Acquisition. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 17(5), 1-28.
- Lee, J. Y.(2022b). The Effect of Creativity on Entrepreneurial Intention via Individual Entrepreneurship Orientation: Focusing on the Moderated Mediation of Self-Esteem. *Korean Journal of Business Administration*, 35(11), 2217-2240.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Martins, I., & Perez, J. P.(2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 771-791.
- Miller, D.(1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B.(2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 93-104.
- Oh, H. S., & Ha, K. S.(2021). A Study on the Background of Start-Ups and the Factors of Entrepreneurship in Young Job Seekers' Willingness to Start a Business: Verification of the Mediating Effect of Perception of Businessmen. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(3), 87-103.
- Pihie, Z. A. L., Bagheri, A., & Sani, Z. H. A.(2013). Knowledge of cognition and entrepreneurial intentions: Implications for learning entrepreneurship in public and private universities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 97, 174-181.
- Robinson, S., & Stubberud, H. A.(2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17, 1-11.
- Sahoo, S., & Panda, R. K.(2019). Exploring entrepreneurial orientation and intentions among technical university students: role of contextual antecedents. *Education+ Training*, 61(6), 718-736.
- Smart, D. T., & Conant, J. S.(1994). Entrepreneurial orientation, distinctive marketing competencies and organizational performance. *Journal of Applied Business Research*, 10(3), 28-38.
- Taatila, V., & Down, S.(2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education+ training*, 54(8/9), 744-760.
- Thompson, E. R.(2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 669-694.
- Wales, W. J., Covin, J. G., & Monsen, E.(2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 639-660.
- White, M. A., & Bruton, G. D.(2007). *The management of technology and innovation: A strategic approach*. New York: Thomson South-Western.

The effect of Individual Entrepreneurial Orientation on Entrepreneurial Intentions: Focusing on the Mediating Effects of Cognitive Competency and Social Awareness

Kim, Su Jin*
Kim, Jong Sung**

Abstract

This study aimed to confirm the positive impact of individual entrepreneurial orientation on entrepreneurial intentions and to investigate whether cognitive competency and social awareness of entrepreneurs serve as mediating variables in the relationship between individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intentions. The results of this study are as follows: Individual entrepreneurial orientation positively influenced entrepreneurial intentions, cognitive competency, and social awareness of entrepreneurs. Moreover, it was found that higher levels of cognitive competency and social awareness led to higher entrepreneurial intentions. Additionally, it was demonstrated that cognitive competency and social awareness of entrepreneurs had parallel mediating effects in the relationship between individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intentions. Based on these findings, this study provides theoretical foundations for research on the relationship between individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intentions, which have been relatively underexplored. Furthermore, by identifying cognitive competency and social awareness as mediating variables, this study opens avenues for academic expansion. Finally, the findings of this study can serve as practical groundwork related to individual entrepreneurial orientation.

Keywords: Individual Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Intentions, Cognitive Competency, Social Awareness, Mediating Effects

* First Author, Ph.D. candidate, entrepreneurship, Dept. of business administration, Graduate School, Kookmin University, Seoul, Korea, twls142@kookmin.ac.kr

** Corresponding Author, Assistant Professor, Graduate School of Global Entrepreneurship, Kookmin University, Seoul, Korea, 01041603713@kookmin.ac.kr