



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

1인 창조기업의 경영자 특성과  
사업 성과에 관한 연구

-컨설팅 활용을 중심으로-

2014년

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

양 희 철

석 사 학 위 논 문  
지도교수 주형근

# 1인 창조기업의 경영자 특성과 사업 성과에 관한 연구

-컨설팅 활용을 중심으로-

A Study on the Business Performance  
of One-Person Creative Company Entrepreneur's according  
to Characteristics

-Centered Management Consulting Performance-

2013년 12월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

양 희 철

석사학위논문  
지도교수 주형근

# 1인 창조기업의 경영자 특성과 사업 성과에 관한 연구

-컨설팅 활용을 중심으로-

A Study on the Business Performance  
of One-Person Creative Company Entrepreneur's according  
to Characteristics

-Centered Management Consulting Performance-

위 논문을 지식서비스&컨설팅학 석사학위 논문으로  
제출함

2013년 12월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

양 희 철

양희철의 지식서비스&컨설팅학  
석사학위논문을 인준함

2013년 12월 일

심사위원장 \_\_\_\_\_ 인

심 사 위 원 \_\_\_\_\_인

심 사 위 원 \_\_\_\_\_인

# 국 문 초 록

## 1인 창조기업의 경영자 특성과 사업 성과에 관한 연구 -컨설팅 활용을 중심으로-

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원  
지식서비스&컨설팅학과  
매니지먼트컨설팅 전공  
양 희 철

본 연구는 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성이 사업성과에 유의미한 영향을 미치는가를 분석한 연구로서 내외부의 전문가를 통한 경영 컨설팅을 활용시 사업 성과에 조절 효과의 유의미한 영향을 줄 것이라는 가설을 검증하고자 하였다. 1인 창조기업 경영자의 특성중 사업 성과에 정(+)을 영향을 요인들을 파악하여 1인 창조기업 경영자에게 있어서 사업 성과에 긍정적 역할을 할 수 있는 요소들을 제시하고자 하였다. 또한 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성이 내외부 전문가의 컨설팅을 활용시 정(+)의 영향을 줄 수 있음을 입증하여 1인 창조기업 경영자들로 하여금 적극적인 외부 전문가의 조언과 도움의 필요성을 인식 시키기 위함과 동시에 정부의 1인 창조기업 지원 정책 중 전문가의 컨설팅 필요성을 제시하고자 하였다.

본 연구에 대한 실증 분석을 통해 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성은 대체적으로 사업 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성은 대체적으로 사업 성과에

영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성은 내외부 전문가의 컨설팅을 통해 사업 성과에 조절효과의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

**【주요어】** 1인 창조기업, 경영자특성, 심리적 특성, 역량적 특성, 사업 성과, 컨설팅

# 목 차

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 제 1 장 서 론 .....                       | 1  |
| 제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....               | 1  |
| 1. 연구의 배경 및 필요성 .....                 | 1  |
| 2. 연구의 목적 .....                       | 3  |
| 제 2 절 연구의 범위 및 방법 .....               | 4  |
| 제 2 장 이론적 고찰 .....                    | 6  |
| 제 1 절 1인 창조기업의 개념 .....               | 6  |
| 1. 1인 창조기업의 정의 .....                  | 6  |
| 2. 1인 창조기업의 등장 배경 .....               | 9  |
| 3. 1인 창조기업의 특성 및 발달 과정 .....          | 12 |
| 4. 1인 창조기업의 현황 및 지원정책 .....           | 15 |
| 제 2 절 경영컨설팅 .....                     | 25 |
| 1. 경영컨설팅의 정의 .....                    | 25 |
| 2. 경영컨설팅의 특성 및 유형 .....               | 28 |
| 제 3 절 1인 창조기업과 사업성과 .....             | 32 |
| 1. 1인 창조기업 경영자의 특성 .....              | 32 |
| 2. 경영컨설팅의 활용 .....                    | 39 |
| 제 4 절 선행연구에 관한 검토 .....               | 45 |
| 1. 1인 창조기업의 경영자 특성과 사업성과에 관한 연구 ..... | 45 |
| 2. 경영컨설팅과 사업성과에 관한 연구 .....           | 49 |

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| <b>제 3 장 연구설계</b>        | <b>52</b> |
| 제 1 절 연구모형 및 가설의 설정      | 52        |
| 1. 연구모형                  | 52        |
| 2. 가설의 설정                | 54        |
| 제 2 절 변수의 조작적 정의         | 57        |
| 1. 경영자 특성                | 57        |
| 2. 컨설팅                   | 60        |
| 3. 사업성과                  | 61        |
| 제 3 절 자료수집 및 조사설계        | 62        |
| 1. 설문지 구성                | 62        |
| 2. 표본의 선정 및 자료의 수집       | 66        |
| 3. 자료 분석방법               | 66        |
| <b>제 4 장 연구분석</b>        | <b>68</b> |
| 제 1 절 표본의 일반적 특성         | 68        |
| 제 2 절 가설 검증을 위한 분석       | 80        |
| 1. 타당도와 신뢰도 분석           | 80        |
| 2. 요인분석과 상관관계 분석         | 81        |
| 제 3 절 가설 검증              | 86        |
| 1. 경영자의 심리적 특성과 사업성과의 관계 | 86        |
| 2. 경영자의 역량적 특성과 사업성과의 관계 | 88        |
| 3. 컨설팅 활용도의 조절효과         | 89        |
| <b>제 5 장 결론 및 시사점</b>    | <b>96</b> |
| 제 1 절 결론                 | 96        |
| 제 2 절 한계점 및 시사점          | 99        |

|                |     |
|----------------|-----|
| 【참고문헌】 .....   | 100 |
| 【부    록】 ..... | 104 |
| ABSTRACT ..... | 111 |

## 【 표 목 차 】

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| [표 2-1] 1인 창조기업의 범위 .....                    | 7  |
| [표 2-2] 1인 창조기업에 대한 국내 주요 기관들의 정의 .....      | 8  |
| [표 2-3] 주장자별 1인 기업에 대한 정의 .....              | 10 |
| [표 2-4] 1인 창조기업의 유사 개념 비교 .....              | 11 |
| [표 2-5] 산업분류별 1인 창조기업 수 측정 .....             | 16 |
| [표 2-6] 1인 창조기업 매출액 변화 .....                 | 18 |
| [표 2-7] 1인 창조기업에 필요한 지원 정책 .....             | 19 |
| [표 2-8] 1인 창조기업 육성법 체계도 .....                | 21 |
| [표 2-9] 2013년도 1인 창조기업 지원 사업 현황 .....        | 24 |
| [표 2-10] 컨설팅의 개념 및 정의 .....                  | 27 |
| [표 2-11] 컨설팅의 특성 .....                       | 29 |
| [표 2-12] 컨설팅의 유형 .....                       | 30 |
| [표 2-13] 중소기업청 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용 .....   | 40 |
| [표 2-14] 농림수산물식품부 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용 .... | 41 |
| [표 2-15] 고용노동부 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용 .....   | 42 |
| [표 2-16] 환경부 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용 .....     | 42 |
| [표 2-17] 소상공인 컨설팅 지원실적 .....                 | 44 |
| [표 2-18] 경영자의 특성과 사업성과에 관한 연구 .....          | 48 |
| [표 2-19] 경영컨설팅과 사업성과에 관한 연구 .....            | 51 |
| [표 3-1] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성 중 혁신성 .....      | 63 |
| [표 3-2] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성 중 위험감수성 .....    | 63 |
| [표 3-3] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성 중 진취성 .....      | 63 |
| [표 3-4] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성 중 성취욕구 .....     | 64 |
| [표 3-5] 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성 중 전문지식 .....     | 64 |
| [표 3-6] 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성 중 근무경력 .....     | 64 |
| [표 3-7] 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성 중 인적네트워크 .....   | 65 |
| [표 3-8] 1인 창조기업 경영자의 컨설팅 활용도 .....           | 65 |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| [표 3-9] 1인 창조기업 사업성과에 관한 항목 .....          | 65 |
| [표 4-1] 응답자의 일반적 사항 .....                  | 69 |
| [표 4-2] 각 요인에 대한 기술통계 .....                | 70 |
| [표 4-3] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 혁신성 차이 .....  | 71 |
| [표 4-4] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 위험감수성 차이 ..   | 72 |
| [표 4-5] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 진취성 차이 .....  | 73 |
| [표 4-6] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 성취욕구 차이 ..... | 74 |
| [표 4-7] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 전문지식 차이 ..... | 75 |
| [표 4-8] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 근무경력 차이 ..... | 76 |
| [표 4-9] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 인적네트워크 차이 ..  | 77 |
| [표 4-10] 응답자의 일반적 사항에 따른 컨설팅 활용도 차이 .....  | 78 |
| [표 4-11] 응답자의 일반적 사항에 따른 사업성과 차이 .....     | 79 |
| [표 4-12] 요인별 신뢰도 분석 .....                  | 81 |
| [표 4-13] 경영자의 심리적 특성에 대한 요인분석 .....        | 82 |
| [표 4-14] 경영자의 역량적 특성에 대한 요인분석 .....        | 83 |
| [표 4-15] 경영자의 심리적 특성 및 역량적 특성과 사업성과 .....  | 85 |
| [표 4-16] 경영자 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향 .....    | 87 |
| [표 4-17] 경영자 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향 .....    | 88 |
| [표 4-18] 경영자의 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향 .....   | 91 |
| [표 4-19] 경영자의 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향 .....   | 94 |
| [표 4-20] 가설검증결과 요약 .....                   | 95 |

## 【 그림 목 차 】

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| <그림 2-1> 1인 창조기업의 발달과정 .....         | 14 |
| <그림 2-2> 컨설팅의 유형(컨설팅 수행 내용 기준) ..... | 31 |
| <그림 3-1> 연구모형 .....                  | 53 |

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

### 1. 연구의 배경 및 필요성

창조(創造)란 사전적 의미로 ‘새로운 것을 처음으로 만들어 내다’(고려대 한국어대사전)라는 뜻을 가지고 있으며, 최근 창조경제(創造經濟)라는 정부 정책 슬로건으로 인해 정부 지원정책 및 정책 방향에서 국민들에게 창조란 단어는 그리 낯설지 않은 단어가 되었다. 정부가 창조경제를 핵심 국정 과제로 강조한 가운데 대기업을 비롯한 각계 각층은 이를 실현할 구체적인 계획들을 잇달아 내놓을 정도로 창조경제란 단순히 창조적인 산업의 활성화를 의미할 뿐만 아니라 기존의 모든 산업을 포함하는 대한민국 경제 자체를 효율적활성화 하겠다라는 큰 의미의 경제 체계적 차원의 국정 정책 목표가 되었다. 이는 이제 더 이상 단순한 노동이나 자본력으로 꾸려나가던 경제 활동에서 인간의 창의력과 상상력, 아이디어 등의 지적 능력을 최대한 끌어내어 활용할 수 있는 새로운 경제 활동을 선도하겠다는 전환점으로 창조산업의 시작을 의미한다.

1950년대 전쟁 이후 한강의 기적을 이뤄낸 우리 경제는 중진국의 한계에서 벗어나 선진국으로의 도약과 최근의 경제 불황을 탈피하기 위해서 대한민국의 저력인 창조적인 역량을 바탕으로 한 창조경제의 성장 잠재력을 최대한 살려내는 것이 다른 어느때 보다 더 중요한 시점이다. 이를 위해 최근에는 창조적인 1인 기업이 성장할 수 있는 여러 여건 및 정책 사업들이 입안되고 있어 고학력 청년실업자를 비롯한 전문 인력의 새로운 일자리 창출의 기회가 늘어나고 있다. 이는 국민적 창조적 아이디어가 경제적 가치 창출 및 창업으로 이어져 글로벌 지식 산업의 기반을 조성할 뿐만 아니라, 국가 경제 회복에 긍정적 영향을 미칠 것으로 보인다. 최근 IMF가 발표한 한국의 잠재적 성장률이 하락하고 있는 시점에 지속적인 신규 고용 창출 감소에 대응하여 1인

창조적인 아이디어사업 육성등을 통한 창업 인력 고용 창출 전략도 필요하다.

1인 창조기업이 확산적으로 출현하게 되는 이유를 개인의 창의성이 가치를 창출해 낼 수 있는 시대이며, 과거부터 쌓여온 정보와 지식들을 경험치와 함께 조합하여 새로운 아이디어로 변화, 창출해 내는 시대로 변화하고 있음으로 그 이유를 설명할 수 있다. 과거 거대 규모 경제를 통해 가격과 제품력으로 승부하였던 기존 시장이 공급 과잉에 직면한 현실에서 소비자 계층은 날로 세분화 되어 가고 다양화 되어 가고 있으며, 이러한 변화해 가는 새로운 시장에 신속하고 정확하게 대응하기 위해서 뛰어난 창의성이 곧 경쟁력으로 부각되고 있다. 또한 인터넷과 스마트폰의 시대로 일컫는 현 시대는 뉴미디어와 소셜 네트워크 서비스 등을 통해 새로운 정보가 빠르게 전파, 확산되어 개인의 창의적인 아이디어가 대중에게 더욱 쉽고 빠르게 전달 될 수 있게 되었다. 하지만 대규모의 조직화되고 체계화된 기업에서는 이런 빠르게 변하는 시장에서 즉각적이고 신속한 의사 결정에 대한 한계가 있다. 따라서 이러한 시장 변화에 유연하고 신속하게 대처하고 적응할 수 있는 소규모의 기업은 경쟁력을 확보하게 된다.

아울러 최근 국내 및 세계의 불안한 경제 상황을 돌파하고 고용의 불안함에서 벗어나기 위해 개인들의 창업이 증가하는 추세이다. 창업의 경쟁이 치열해짐에 따라 준비 없이 뛰어들어 개인들의 실패 또한 적지 않다. 이에 정부는 창업에 대한 실패를 줄이고 소규모 경제인의 창업 문제점을 해결해 줌으로써 창조적인 아이디어와 노하우를 성공으로 이끌어 낼 수 있도록 돕고 있다. 또한 이에 맞는 효과적인 창업지원정책을 개발하기 위해서 1인 창조기업과 같은 소규모 소상공인의 창업에 대한 정확하고 깊은 연구가 필요하다. 1인 창조기업은 창업 경영자의 내외적 특성에 따라 사업의 성공 여부가 결정될 수 있기 때문에 1인 창조 기업 특성에 맞춘 창업 성과에 대한 자세한 연구가 곧 올바른 정책 개발에도 부합될 수 있다.

이러한 가운데 정부가 소규모의 창업가들이 가지고 있는 아이디어와 경험을 활용할 수 있는 다양한 창업의 길을 제시하고 있다. 혼자 창업 하기 때문에 창업 자금에 대한 부담이 비교적 적으며 누구나 능력과 열정만 있으면 쉽게 시작할 수 있다. 그리고 정부는 이러한 기업 형태를 두고 ‘1인 창조기업’

이라고 명명한 후 다양한 지원을 아끼지 않고 있다. 1인 기업이 대두하게 된 배경은 선진국형 경제 흐름이 아닐까 싶다. 미국에서는 최근들어 벌써 직장인 50%가 1인 기업 혹은 소기업 형태로 전환하고 있다고 할 정도로 선진국을 향한 일종의 시대 흐름적 경제분야의 패러다임이라 할 수 있을것 같다. 그동안의 소호라는 시대적 트렌드가 1인 기업으로 변화하면서 1인 창조기업의 관심은 더욱더 증가할 것으로 보인다. 이는 세계 경제의 기반이 제조업에서 서비스업으로 변화하며, 지식 경제에서 창조 경제로 이동하는 과정에서 가치의 근원이 지식과 정보에서 창의력과 상상력으로 전환하고 있음으로 기인한다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 복잡한 시장 경제 체제의 생존경쟁 환경 속에서 1인 창조기업 및 소규모 기업을 창업, 경영하는 경영자의 특성중 어떤 요인이 사업 성과에 영향을 줄 수 있는지 구체적 요인들에 대하여 분석하여 실증분석 하고자 한다. 1인 창조기업의 특성이라 함은 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성 크게 두가지로 나누어 연구하려 한다. 현재 1인 창조기업 등 소규모 기업을 창업하거나 경영하는 경영자를 대상으로 경영자로서의 특성 중 사업 성과에 영향을 줄 수 있는 심리적 특성과 역량적 특성들의 요인들을 조사하고 각각의 요인별 사업 성과에 미치는 영향을 실증분석 하고자 한다.

본 연구에서는 1인 창조기업이 사업의 각각의 분야에 외부 전문가의 컨설팅 수혜시 사업 성과에 긍정적인 영향을 미치는지에 대한 연구도 병행 진행하여, 향후 1인 창조기업의 활성화 정책에 좋은 자료로 활용될 수 있도록 도움을 주고자 한다. 또한 현재의 전 세계적 경제 불황이 계속되는 가운데 우리나라의 경제가 좀더 성장하고 발전하는데 1인 창조기업이 중추적인 역할을 하게 하기위하여 다양한 사업 분야에 컨설팅을 활용함으로써 보다 높은 사업 성과를 낼 수 있도록 컨설팅 활용도에 따른 사업 성과를 함께 연구하려 한다.

## 제 2 절 연구의 범위 및 방법

본 연구는 1인 창조기업을 포함한 소규모 기업의 경영자 특성에 관한 요인 중 심리적 특성 요인과 역량적 특성 요인이 사업 성과에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구로서 외부 전문가의 컨설팅 활용 시 조절 효과를 나타내는지에 대한 연구를 추가하였다. 1인 창조기업 및 소규모의 기업형태를 나타내는 경영자를 대상으로 설문 조사를 실시하여 실증적 분석 연구를 진행하고자 한다.

본 연구는 1인 창조기업의 사업 성과에 영향을 주는 요인에 관한 실증적 연구로서, 먼저 문헌적 고찰을 통해 1인 창조기업의 개념 및 지원 정책과 아울러 컨설팅에 대한 정의를 검토 정리 하고, 연구 변수들 간의 관계를 체계적으로 분석하여 사업 성과에 영향을 미치는 변수들을 도출한다. 이를 토대로 연구 모형과 가설을 정립한 뒤, 국내 1인 창조기업 및 소규모 기업들을 표본으로 설문 조사를 실시하여 통계 분석을 실시 하고자 한다. 1인 창조기업 및 소규모 기업의 경영자 특성을 독립변수로 선택하고 이들 변수의 특정 요인이 종속변수로 선택한 사업 성과에 미치는 영향을 조사하며, 이들 독립변수와 종속변수 사이에 컨설팅 활용을 조절변수로 선택하여 그 효과가 나타나는지를 체계적으로 분석하고자 한다. 수집된 설문의 특성 파악을 위해 기술적 통계분석을 실시하며 설문내용에 대한 타당도 분석을 진행하고 측정도구의 정확성 및 정밀성, 타당성을 평가하기 위하여 신뢰성 분석과 요인분석을 실시하고, 상관관계 분석, 회귀분석을 실시하고자 한다.

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있다. 제 1장 서론에서는 연구의 배경 및 필요성 등을 기술하고 연구를 시작하게 된 목적 등의 개괄적인 체계를 언급하였다. 제 2장에서는 1인 창조기업 및 컨설팅에 대한 개념과 이론적 배경 및 선행연구에 관한 내용을 포함하고 있으며 사업 성과와 영향요인에 대한 정의 및 선행연구들을 조사한다. 제 3장은 본론에 해당하는 부분으로 이론적 배경을 토대로 본 연구의 연구모형 및 연구가설을 설정하고, 변수들의 정의와 연구대상 및 자료분석 방법 등을 서술하였다. 제 4장에서는 가설검증을 위한 타당성 및 신뢰성 분석, 실증연구의 결과를 제시하고, 제 5장에서는 연구의

요약 등 종합적인 결론을 제시하고, 연구의 시사점 및 한계점을 통해 향후 연구 과제를 제시하였다.

## 제 2 장 이론적 고찰

### 제 1 절 1인 창조기업 개념

#### 1. 1인 창조기업의 정의

1인 창조기업이라는 단어는 총 3가지의 단어로 구성되어 있다. “1인”, “창조”, “기업”이라는 세 개의 단어로 이루어져 있으며, 이는 각각의 의미와 개념으로 이루어져 있는데, 각각의 뜻을 잘 이해하고 조합해 본다면 1인 창조기업의 개념을 쉽게 짐작, 확인할 수 있을 것으로 보인다.

1인 창조기업이라는 개념의 정의는 각계 각층의 다양한 학자들의 의견들이 제시되고 있으나, 대체적인 의견의 조합은 1인이 창조적인 아이템이나 사업을 영위하는 기업으로 표현하고 있으나, 정확한 개념적인 정의는 아래와 같이 정의되고 있다.

정부의 ‘1인 창조기업 육성에 관한 법률’에 따르면 ‘1인 창조기업이란 창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자를 말한다’라고 정의 되어 있다. 중소기업청에 따르면 창의성과 전문성을 갖춘 국민의 1인 창조기업 설립을 촉진하고 그 성장 기반을 조성하여 1인 창조기업을 육성함으로써 국민 경제의 발전에 이바지함을 목적으로 하는 기업으로써, 국민의 창조적 아이디어 등이 발현되어 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타 업종에 비해 높은 업종등을 선별하여 대상 업종을 지정하고 있다. [표 2-1]과 같이 S/W, 인터넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업 및 영화, 예술, 관광, 저술, 시나리오 등 문화관련 서비스업도 이에 해당된다. 건축기술, 엔지니어링, 연구개발업 등 전문과학 및 기술서비스업과 전통식품, 공예품, 컴퓨터 및 전자부품 등의 일부 업종의 제조업도 이에 포함된다. 이는 곧 창조적인 아이디어의 실현을 통해 경제적 효과 창출이 업종을 집중 육성하고자 하는 최근 정부의 정책 방향이 반영되어 있으며, 최근에는 수치적인 1인의 기업이 아니더라도 공동창업자, 공동

대표, 공동사업자 등의 형태로 공동으로 사업을 영위하는 자가 5인 미만일 경우에도 이를 1인 창조기업으로 인정하고 있다.

[표 2-1] 1인 창조기업의 범위

| 구분                       | 해당 업종                        | 한국표준<br>산업분류번호 |
|--------------------------|------------------------------|----------------|
| 제조업                      | 식료품 제조업                      | 10             |
|                          | 음료 제조업                       | 11             |
|                          | 목재 및 나무제품 제조업;가구 제외          | 16             |
|                          | 화학물질 및 화학제품 제조업;의약품 제외       | 20             |
|                          | 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업 | 26             |
|                          | 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업        | 27             |
|                          | 전기장비 제조업                     | 28             |
|                          | 기타 기계 및 장비 제조업               | 29             |
|                          | 자동차 및 트레일러 제조업               | 30             |
|                          | 가구 제조업                       | 32             |
|                          | 기타 제품 제조업                    | 33             |
| 출판, 영상, 방송통신 및<br>정보서비스업 | 출판업                          | 58             |
|                          | 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업         | 59             |
|                          | 통신업                          | 61             |
|                          | 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업      | 62             |
|                          | 정보서비스업                       | 63             |
| 전문, 과학 및<br>기술서비스업       | 연구개발업                        | 70             |
|                          | 전문서비스업                       | 71             |
|                          | 건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업   | 72             |
|                          | 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업          | 73             |
| 사업시설관리 및<br>사업지원 서비스업    | 사업지원 서비스업                    | 75             |
| 예술, 스포츠 및<br>여가관련 서비스업   | 창작, 예술 및 여가 관련 서비스업          | 90             |
| 그 밖에 중소기업청장이 고시로 정하는 업종  |                              |                |

출처 : 1인 창조기업 육성에 관한 법률 제2조제1항 관련

1인 창조기업 육성에 관한 법률 및 중소기업청의 기존 내용을 정리하자면

1인 창조기업은 전문적인 노하우와 아이디어를 바탕으로 유형적인 제품을 만들거나 무형적인 서비스를 생산하여 이를 바탕으로 성과와 수익을 창출하여 기업을 유지하고 정기적 급여를 지급하여야 하는 상근 직원을 고용하지 않은 형태로 진행되고, 네트워킹과 아웃소싱을 활용하여 업무의 효과를 극대화 하는 기업이라고 설명할 수 있다. 물론 경우에 따라서 동업자의 형태로 5인 이하의 공동 사업 경영이나 가족기업, 도제기업도 이에 해당되기도 한다. 이와 같은 1인 창조기업의 정의와 개념은 [표 2-2]와 같이 국내 주요 기관별로 아래와 같은 유사 개념으로 정리해 볼 수 있다.

[표 2-2] 1인 창조기업에 대한 국내 주요 기관들의 정의

|            | 주요 내용                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                            |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 중소기업청      | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ (1인 창조기업) 창조적 아이디어, 기술·전문지식 등을 가진 자가 운영하는 1인 중심기업</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                            |
|            | 기업 규모                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 창의성 있는 특정인에 의해 운영되는 1인 중심기업</li> <li>◦ 제3자가 아닌 가족을 고용하는 “가족기업”</li> <li>◦ 스승과 제자관계로 운영되는 “도제기업”등 포함</li> </ul>                                                    |
|            | 기업 형태                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 영리를 주목적으로 경제활동을 하는 법적인 기업</li> </ul>                                                                                                                              |
|            | 대상 업종                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 국민의 창조적 아이디어 등이 발휘되어 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타 업종에 비해 높은 업종</li> </ul>                                                                                                 |
| 1인 창조기업 협회 | 기업 형태                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 법적 기업 : 개인사업자, 회사(유한회사, 주식회사)</li> <li>◦ 잠재적 기업 : 프리랜서, 예비창업자 등</li> </ul>                                                                                        |
|            | 대상 업종                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 창조적 아이디어로 부가가치 및 일자리 창출이 높은 업종</li> <li>◦ S/W, 인터넷 서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업</li> <li>◦ 문화, 예술, 관광, 저술, 시나리오 등 문화관련 서비스업</li> <li>◦ 제조업(전통식품, 공예품)</li> </ul> |
|            | 기업 유형                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 아이디어 상품화형, 아이디어 판매형, 서비스 제공형</li> </ul>                                                                                                                           |

출처 : ‘정보화로 선진사회·국민행복 실현’ 한국정보화진흥원

1인 창조기업과 단순한 1인 기업과의 차이는 창조성의 유무로 구별될 수

있다. 창조성에 대한 일반적인 견해를 비즈니스 영역으로 확대해 보면 창조성은 기존의 것과 차별화 시킨 새롭고 독창적인 유익한 재화와 서비스를 제공하는 능력으로 설명할 수 있다. 이러한 창조성은 지속적인 투자로 발전되어 가는 것으로서 지속적 생산을 통한 재화와 서비스의 이질성과 소비자들에게 제공하는 유익성 뿐만 아니라 이를 생산하기 위해 소모되는 교육훈련과 투자의 정도로 평가될 수 있다.

또한 다른 사람에 의해 결과물이 얼마나 모방이 용이한가와 이를 모방하기 위해 필요한 전문성을 통해서도 평가될 수 있을 것이다. 여기서 말하는 전문성이란 학력을 의미하는 것은 아니고, 모방을 하거나 혹은 유사한 재화와 서비스 생산에 필요한 교육 및 훈련 등의 투자를 의미한다. 따라서 창조기업이란 기존 기업과는 달리 연속적인 교육과 훈련에 대한 투자를 통해 독창적, 이질적인 재화 혹은 서비스를 고객에게 유익한 가치를 전달하는 기업으로 정의해 볼 수 있다.

## 2. 1인 창조기업의 등장 배경

1인 창조기업이란 단어가 도래하기 앞서, 1인기업의 개념을 처음 정의하고 정치, 경제 환경에서 사용한 사람은 미국의 저명한 경영학자 ‘톰 피터스(Tome Peters)’이다. 톰 피터스는 1983년 자신의 저서인 ‘미래를 경영하라(Re-imagine)’에서 1인기업을 PSF(Professional Service Firm)라고 소개하였다. 즉 전문 서비스 회사라는 뜻으로써, 전문 서비스 회사는 오로지 창조적인 지적 재산을 축적하고 이를 이용한 가치를 증가시키는 1인 이상의 조직이라고 구체적으로 정의한다. 또한 톰 피터스는 개인이 곧 브랜드가 될수 있다는 의미로 ‘브랜드 유(Brand U)’, ‘나 주식회사(Me Inc)’라는 단어를 붙이기도 했다. 즉 1인기업은 자신이 보유한 지식, 경험치, 기술력 등을 바탕으로 창조적이고 전문적인 서비스를 제공함으로써 이익을 창출해 내는 1인 체계의 기업이라고 할 수 있다.

다니엘 핑크(Daniel Pink)는 조직화된 인간에 대비되는 개념으로 프리에이전트(Free Agent)를 제시하여, 조직의 거대한 틀 안에서 벗어나 자신의 미래

를 자유롭게 스스로 책임지는 주체적인 행위자로 1인 기업가를 정의하였으며, 이들은 자유롭게 자기 삶을 조절하여 자유롭게 일하고 자유롭게 여가를 즐기는 특징이 있다고 하였다.

브루스 저드슨(Bruce Jundson)은 2004년 자신의 저서 ‘1인 기업을 시작하라(Go It Alone)’에서 새로운 기업가 儁로 1인 기업을 제시하였다. 1인 기업은 다른 신생회사들과는 달리 수개월에 걸친 창업 준비기간이 필요치 않은 자기 운명을 스스로 지배하는 분야로, 최소한의 투자로 창업이 가능하며, 창업자가 회사의 소유나 관리에 대해 전적인 권한을 갖고, 회사의 무한한 잠재력을 전제로 운영해 나가는 새로운 형태의 회사라고 정의하였다.

토마스 말론(Thomas Malone)은 일렉트로닉(Electronic)과 프리랜서(Freelancer)의 합성어로 이랜서(E-lancer)라는 신흥노동집단의 개념을 도입하였으며 자신의 홈페이지나 전문사이트 등 인터넷에서 자신의 활동 무대를 찾는 신흥 노동자 집단으로 이랜서를 정의하였다.

[표 2-3] 주장자별 1인 기업에 대한 정의

| 주장자                        | 개념 및 정의                                                                                    |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 톰 피터스<br>(Tome Peters)     | • 1인 기업을 ‘전문 서비스 회사{PSF(Personal Service Firm)}’, ‘브랜드 유(Brand U)’, ‘나 주식회사(Me Inc)’ 라고 소개 |
| 다니엘 핑크<br>(Daniel Pink)    | • 조직에서 벗어나 주체적인 1인 기업가로서 Free Agent 개념 소개                                                  |
| 브루스 저드슨<br>(Bruce Jundson) | • 1인 기업을 새로운 기업가 형태로 소개하며, 무한한 잠재력으로 회사의 모든 권한을 가지는 새로운 형태로 소개                             |
| 토마스 말론<br>(Thomas Malone)  | • 일렉트로닉(Electronic)과 프리랜서(Freelancer)의 합성어인 이랜서(E-lancer)라는 신흥노동집단의 개념을 소개                 |
| 미국 재무부                     | • 한 사람의 개인기업이나 독립된 계약대상자로서 비즈니스를 수행하는 주체                                                   |
| 삼성 연구소                     | • 1인이 독립적으로 활동하고, 지속적으로 판매할것을 만들어 내는 법적 기업                                                 |

출처 : 윤동매(2011), 신동하(2011), 장근탁(2012), 김현목(2013) 연구를 토대로 재정리

또한 국내외 저명 기관에서도 1인기업에 대한 다양한 견해를 내놓고 있으며, 미국 재무부에 의하면 1인 기업을 한 사람의 개인기업(Sole Rroprietor)이

거나 독립된 계약대상자(Independent Contractor)로써 비즈니스를 수행하는 주체로 정의 하였다. 국내 삼성경제연구소는 1인 기업을 ‘1인이 독립적으로 활동하면서 핵심역량을 토대로 지속적으로 팔 것을 만들어내는 영속성 있는 법적 기업’이라고 정의하였으며, 유급 근로자를 두지 않는 형태를 지향하고 철저한 아웃소싱 및 네트워킹을 충분히 활용하는 기업이라고 표현하기도 하였다.

1인 창조기업과 유사한 개념으로 혼용되어 사용되거나 혼돈하여 사용하는 용어로 1인 지식서비스기업, 프리랜서, 소상공인, 소호(SOHO)라는 용어가 있으며, 이에 대한 각각의 정의와 개념은 [표 2-4]와 같다.

[표 2-4] 1인 창조기업의 유사 개념 비교

| 구분         | 개념 및 정의                                                                                                                                                                                         |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1인 지식서비스기업 | <ul style="list-style-type: none"> <li>중소기업청에 따르면 1인 지식서비스기업이란 1인 기업중 한국표준 산업분류 기준으로 지정한 6개업종(통신업, 금융·보험업, 사업서비스업, 교육서비스업, 보건·사회복지사업, 오락·문화·운동 관련서비스업)에 해당하는 지식서비스업에 종사하는 기업으로 정의한다.</li> </ul> |
| 프리랜서       | <ul style="list-style-type: none"> <li>국제노동기구에 의하면 계약근로의 형태로 정의되며, 근로계약이 아닌 다른 계약 형태를 통하여 계약근로자와 사용사업주 사이에 직접 정한 바에 따라 근무를 수행하거나, 하도급자 또는 중개인을 통해 근로자가 제공되는 경우로 정의하고 있다.</li> </ul>             |
| 소상공인       | <ul style="list-style-type: none"> <li>‘소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법’에 의하면 제조업, 건설업, 운수업, 도소매, 서비스업 등에 해당되는 업종에 4 ~ 9인 이하의 상시근로자를 고용한 사업자를 말한다.</li> </ul>                                           |
| 소호(SOHO)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국소호진흥협회에서는 SOHO를 소규모 사업장이나 자택에서 자신의 전문정보나 지식, 경험, 새로운 아이디어 등을 네트워크나 정보통신기술을 활용하여 사업화하는 소규모 사업자로 정의하고 있다.</li> </ul>                                     |

출처 : 중소기업청, 국제노동기구, 소상공인진흥원, 한국소호진흥협회

1인 지식서비스기업은 높은 수준의 학력 또는 높은 수준의 지식과 지적 능력을 바탕으로 사업을 영위하는 1인 기업을 의미하는데 반면 1인 창조기업은

고학력, 고지식수준 보다는 개인의 창조적 아이디어에 기반을 두어 사업을 영위하는 기업으로서 그 기업의 운영프로세스가 독창적인 기업또한 포함될 수가 있다. 프리랜서는 전문성을 가지고 신분상의 독립적인 위치에서 특정 회사와의 구속적인 근로계약을 체결하지 않고, 사업주와 계약 근로자와 직접적인 계약 사항에 따라서만 그에 상응하는 근로를 수행하는 형태이지만, 전문성이 결여된 일용직이나 아르바이트 같은 형태는 제외하는 것이 바람직하다는게 일반적으로 견해다. 소상공인의 고용 인원은 업종별로 다소 차이가 있으나, ‘소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법’에 따르면 광업, 제조업, 운수업, 건설업의 경우에는 9인 이하, 전기·가스 및 수도업, 도매업 및 기타 서비스업의 경우에는 4인 이하의 기업으로 구분하고 있는데, 기업의 핵심 역량이나 권한이 경영자 1인에게 집중되어 있다면 이는 1인 창조기업의 범위에 일부 포함될 수 있다. 소호(SOHO:Small Office Home Office)는 공간과 시간에 제한되지 않고 자신이 가지고 있는 핵심 역량을 다양한 네트워크를 활용하여 사업화, 수익화 한다. 일반적으로 넓은 업무 공간의 회사와는 다소 차이가 나는 작은 작업 공간 내에서 사업을 영위하는 형태로서 핵심 역량의 창조성과는 무관하게 기업의 공간적 형태에 따라 구별되 기업형태라고 볼 수 있다. 하지만 그 사업 형태가 전문지식과 기술을 통해 부가가치를 창출해 낸다면 1인 창조기업의 범위에 일부 포함될 수 있다.

### 3. 1인 창조기업의 특성 및 발달 과정

한국콘텐츠진흥원(2009)에 따르면 1인 창조기업의 주요 특성은 크게 세가지로 정리해 볼 수 있다.

첫째, 유연하고 협력적인 경영 활동이 가능하다는 것이다. 창의적인 아이디어와 전문적 기술, 지식 및 지식재산권을 사업화 하는 1인이 개인사업자 또는 법인형태의 1인 기업으로 조직을 경영하다 보니 최근 인터넷을 기반으로 하는 공간과 시간의 제약이 없는 유연한 형태의 근무 특징을 가지며, 1인 창조기업간의 네트워크 구축을 통해 제품 및 서비스의 생산과 판매 등에 관한 일련의 과정을 수행하는데 조직화된 대형 회사보다 상대적으로 빠른 의사결정

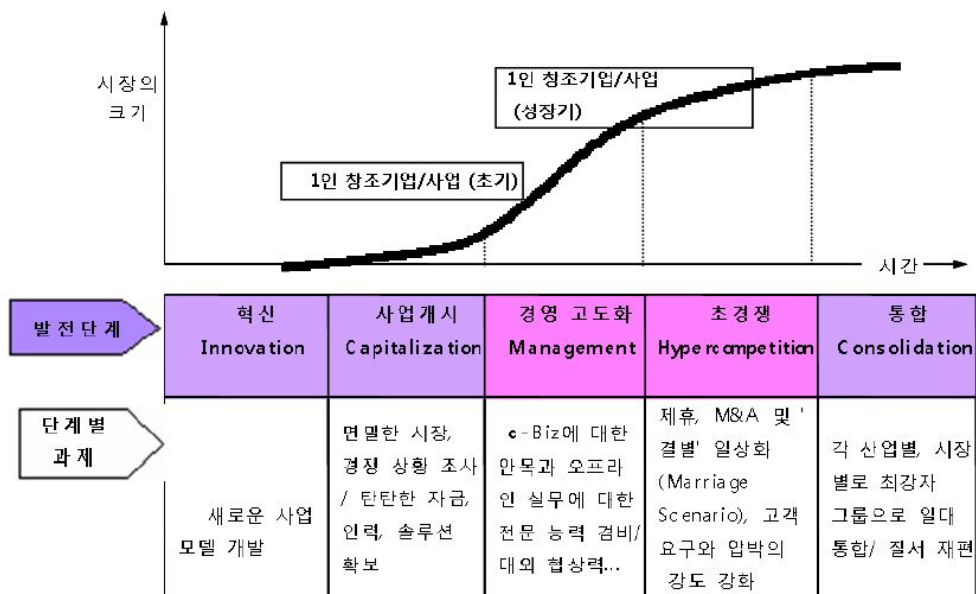
이 가능하다는 특징이 있다.

둘째, 무한 경쟁 시장의 환경에서 신속한 대응 및 맞춤형 생산이 가능하다는 것이다. 현대는 개인의 창의력과 아이디어가 주요 생산 요소로 투입되어 유무형의 가치를 생산하는 창조적 기업만이 생존 가능한 창조 경제의 시대로 접어들면서 소비자의 관심 패턴도 다양하고 개별 맞춤형 제품을 원하는 추세이다. 창업자 개인이 곧 브랜드가 되어 대중의 인지도와 신뢰도를 높여야 하며, 창업자 및 소비자에 접근하고자 하는 관련성을 가지는 사업 영역을 위주로 다양한 수익모델을 창출해야 한다. 사업과 관련된 전문적 정보와 네트워크를 지속적으로 확보하여 소비자에게 적합한 것들만 선별하여 맞춤형 콘텐츠로 재구성 할 줄 아는 신속한 대응이 필요하다. 신속한 대응은 소비자의 새로운 수요에 적합한 맞춤형 생산이 가능한 1인 창조기업의 특징으로 볼 수 있다.

셋째, 소자본의 창업이 가능하며 높은 자기 만족도를 들 수 있다. 초기 시설 투자 비용이 낮아 적은 비용으로도 창업이 가능하며 본인의 관심 분야에서 자유롭게 시간과 공간에 제약받지 않고, 노력하고 일한만큼 대가를 받는 등의 이유로 자기 만족도가 높다. 일반적으로 시설이나 설비의 투자보다 부가가치가 높으면서 인적 역량의 활용이 많이 차지하는 분야이기 때문에 창업자의 역량에 따라 소득 창출의 기회가 높아진다.

1인 창조기업의 발달 과정은 창조적인 아이디어 사업화 하기 위해 사업을 기획, 계획하는 ‘태동단계’를 거쳐 창조물과 아이디어를 구체화하고 사업화 하여 최초 소규모 수익을 달성하는 ‘창업단계’와 마지막으로 매출이 증가하게 되는 ‘초기 성장 및 확장 단계’로 총 3단계로 볼 수 있다. 그 발달 과정은 대체적으로 한 개의 패턴을 그리는 수명 주기가 생긴다. 1인 창조기업은 ‘혁신 - 사업개시 - 경영고도화 - 초경쟁 - 통합’의 기업 진행 주기 또는 수명 주기를 거치게 된다. 1인 창조기업은 사업 개시가 비교적 낮은 진입 장벽과 세분화된 시장 진입하기 때문에 새로운 사업이나 비즈니스 프로세스 모델을 개발하여 혁신적인 아이디어를 제공한다면 누구나 쉽게 개시할 수 있는 것이 특징이다. 또한 초 경쟁 극단화 등으로 인해 기업 통합과 정리가 활발하게 나타난다. 1인 창조기업은 초기 태동단계를 거쳐 창업단계에 거쳐서야 수익을

창출하는 비즈니스의 성과를 거둘 수 있으며, 이후 성장과 확장을 통한 경영 고도화 과정을 통해 초경쟁 시대에 발돋움하게 된다. 사업 개시 전 면밀한 시장 분석 및 경쟁 상화와 향후 발전하게 될 그 구도까지 조사하여 탄탄한 자금 계획과 인적, 지적 솔루션을 확보하는 것이 곧 경영고도화로 가게 되는데 한걸음 나아가는 단계가 된다. 최근에는 e-Biz에 대한 사업 시장이 넓혀져 감에 따라 오프라인 시장과 더불어 온라인 시장에 대한 안목과 실무 전문 능력을 겸비해야 경영고도화의 단계에 진입할 수 있다. 이후 1인 창조기업은 제휴, M&A, 결별 등이 일상화 되는 초경쟁 단계에 접어들게 된다. 이는 곧 각 산업별 시장별로 최강자의 주변으로 통합과 시장 서열이 재편되는 통합의 단계로 넘어가는 1인 창조기업의 생애 주기를 그리게 된다.



출처 : 한국문화콘텐츠진흥원(2009), '콘텐츠 1인 창조기업 육성전략'

<그림 2-1> 1인 창조기업의 발달과정

#### 4. 1인 창조기업의 현황 및 지원정책

중소기업청 2012년 '1인 창조기업 실태조사' 보고서에 의하면 1인 창조기업의 수는 수치적으로 법적 등록 기업 122,668개, 미등록 기업 173,469개로

전체 296,137개로써 전체 경제활동인구의 약 1.2%에 해당하는 것으로 파악되었다. [표 2-5]와 같이 그 수치는 전년(262,000개) 대비 약 13% 증가된 수치이다. 산업대분류별로 구분해 본다면 제조업이 135,765개로써 가장 높은 수치를 나타내었고, 그 다음으로 전문과학기술 서비스업 70,368개, 사업시설 관리 및 사업지원 서비스업 52,223개, 출판영상방송통신 및 정보서비스업 24,621개, 예술스포츠여가관련 서비스업 13,160개 순으로 나타났다.

창업단계에서의 조사 결과에 의하면 창업 동기에 관한 질문에 ‘재능과 전공을 살려보고 싶어서’라는 이유에 32.0%가 가장 큰 창업 동기를 밝혔다. 그 다음으로 단독으로 사업을 하고 싶다는 이유로 22.1%, 이 분야의 일을 하고 싶어서 18.9%, 취업하기 어려워서 11.0%, 소득이 높아서 5.3% 등의 순으로 창업 동기를 밝혔다. 창업 소요 기간으로 49.4%가 6개월 미만으로 답했고, 6개월 ~ 1년 미만 22.4%, 2년 이상 20.8%, 1년 ~ 1년 6개월 미만 5.4%, 1년 6개월 ~ 2년 미만 1.9%로 조사 되었다.

창업 관련 교육 훈련 경험 여부에 대해 창업 전 창업에 관련된 교육이나 훈련을 준비하고 시작한 기업은 불과 6.6%에 지나지 않았다. 창업 관련 교육 훈련 기관으로는 관련 협회나 조합에서 21.3%가 이수하였고, 중소기업청 14.5%, 대학교 10.4%, 전문학원 5.5%, 노동부 5.4%, 소상공인지원센터 5.4% 등의 순으로 나타났다. 교육 내용으로는 대부분 실무교육 28.8%, 경영 교육 17.0%, 창업교육 14.7% 순으로 이뤄졌으며, 그 밖에 위생교육 6.7%, 지도자능력향상교육 5.8% 등이 이뤄졌다.

창업 시 가장 큰 애로사항으로는 단연 자금 조달 문제가 60.5%로 가장 크게 조사되었다. 이어서 판로개척 14.3%, 행정절차 5.8%, 인력확보 4.8% 등의 문제가 각각 애로사항으로 조사되었다. 초기 창업 소요 비용으로는 평균 약 55백만원 정도가 소요되는 것으로 조사 되었고, 소요 자금의 대부분은 자기자금(72%)을 이용하는 것으로 나타났다. 이어서 주변 지인이나 일반금융기관으로부터의 차입이 각각 11%, 10% 순으로 나타났다.

[표 2-5] 산업분류별 1인 창조기업 수 추정

(단위 : 개)

| 산업중분류                           | 1인<br>창조기업수<br>추정(합계) | 1인 창조기업<br>등록업체수<br>추정 | 1인 창조기업<br>미등록업체수<br>추정 |
|---------------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|
| 전체                              | 296,137               | 122,668                | 173,469                 |
| 식료품 제조업                         | 71,170                | 42,938                 | 28,232                  |
| 음료 제조업                          | 800                   | 483                    | 317                     |
| 목재 및 나무제품 제조업;가구<br>제외          | 4,966                 | 2,996                  | 1,970                   |
| 화학물질 및 화학제품<br>제조업;의약품 제외       | 1,698                 | 1,024                  | 674                     |
| 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및<br>통신장비 제조업 | 2,236                 | 1,349                  | 887                     |
| 의료, 정밀, 광학기기 및 시계<br>제조업        | 2,899                 | 1,749                  | 1,150                   |
| 전기장비 제조업                        | 8,965                 | 5,409                  | 3,556                   |
| 기타 기계 및 장비 제조업                  | 14,865                | 8,968                  | 5,897                   |
| 자동차 및 트레일러 제조업                  | 1,745                 | 1,053                  | 692                     |
| 가구 제조업                          | 8,556                 | 5,162                  | 3,394                   |
| 기타 제품 제조업                       | 17,865                | 10,778                 | 7,087                   |
| 출판업                             | 8,557                 | 1,559                  | 6,998                   |
| 영상·오디오 기록물 제작 및<br>배급업          | 8,977                 | 1,636                  | 7,341                   |
| 통신업                             | 1,831                 | 334                    | 1,497                   |
| 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및<br>관리업      | 3,614                 | 658                    | 2,956                   |
| 정보서비스업                          | 1,642                 | 299                    | 1,343                   |
| 연구개발업                           | 1,479                 | 418                    | 1,061                   |
| 전문서비스업                          | 18,712                | 5,290                  | 13,422                  |
| 건축기술, 엔지니어링 및 기타<br>과학기술 서비스업   | 10,383                | 2,935                  | 7,448                   |
| 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업             | 39,794                | 11,249                 | 28,545                  |
| 사업지원 서비스업                       | 52,223                | 10,389                 | 41,834                  |
| 창작, 예술 및 여가관련 서비스업              | 13,160                | 5,992                  | 7,168                   |

출처 : 중소기업청(2012) '1인 창조기업 실태조사'

창업에 관련된 기술 개발은 대부분 직접 수행(84.3%) 하는 것으로 조사되었고, 다른 1인 창조기업과 협력하여 기술 개발을 수행하는 경우는 불과 1.1%에 지나지 않았다. 대학(산학연)과 공동 개발하는 경우 0.7%, 중소기업과 협력 개발하는 경우 0.1% 로써 1인 창조기업의 핵심이라고 할 수 있는 창조성이 곧 기술개발과 연결되며, 창업을의 핵심 이유로 볼 수 있었다. 생산

결과물에 대한 완성도는 1인 창조기업의 80.6%가 대부분 완제품으로 출시하는 것으로 나타났으며, 중간제품(13.6%)이나 관련 부속품(5.8%)으로도 출시하는 것으로 조사되었다.

매출액의 [표 2-6]과 같이 대부분은 매장을 통한 직접 판매(37.5%)나 지인 소개(28.1%)로 이뤄지며, 방문을 통한 직접 판매(22.1%)나 자사 홈페이지를 통한 홍보 판매(7.5%) 등으로 이뤄지며, 주 거래처는 일반 소비자(개인) 54.2%, 중소기업 44.5%, 다른 1인 창조기업 16.9%, 대기업 10.6%, 정부 및 공공기관 8.4% 등으로 나타났다. 1인 창조기업의 2012년 평균 매출액은 155백만원으로 전년대비 3.05% 하락한 수치이다. 그중 산업분류 대분류별 제조업에 해당하는 업종이 173백만원으로 가장 높게 나타났다. 또한 2곳 중 1곳만 손익분기점에 도달하며, 그 도달 기간은 평균 2년 정도로 조사되었다.

기업 운영 애로 사항으로는 [표2-7]과 같이 판로확보(35.4%)와 자금부족(33.8%)이 기업 경영상 가장 큰 애로사항으로 조사되었으며, 이에 따라 필요한 정책으로 1인 창조기업의 대부분은 자금 및 판로 지원 확대를 요구하고 있는 추세이다. 대표자 관련 사항으로는 40대 이후에 창조기업의 창업이 집중되는 것으로 조사되었으며, 이는 곧 최근 사회적, 경제적, 시대적 흐름을 반영하는 것이기도 하면서 충분한 경험을 기반으로 하여 누적된 노하우를 활용한 창업이 활발한 것으로 해석된다. 대표자의 학력 조사 결과 고졸 이하의 수준도 높은 비중을 차지하여, 1인 창조기업은 학력 이외의 전문성 및 창의성이 더 큰 비중을 차지하는 것으로도 설명할 수 있었다. 향후 사업 방향에 대하여 1인 규모로 사업을 유지할 것이라는 의사가 69.1%로 높게 나타나 이는 곧 1인 창조기업의 창업과 기업 경영에 대한 만족도가 높은 것으로 알 수 있다.

[표 2-6] 1인 창조기업 매출액 변화(최근3년)

(단위 : 백만원, %)

| 구분      |                              | 2010년  | 2011년  | 2012년  | 2011년 대비 증감률 |
|---------|------------------------------|--------|--------|--------|--------------|
| 전체      |                              | 171.06 | 160.32 | 155.44 | -3.05        |
| 권역별     | 서울                           | 157.12 | 146.90 | 136.94 | -6.78        |
|         | 경인권                          | 199.05 | 188.07 | 180.79 | -3.87        |
|         | 충청권                          | 168.39 | 162.05 | 169.50 | 4.59         |
|         | 호남권                          | 168.54 | 141.55 | 135.27 | -4.43        |
|         | 영남권                          | 165.27 | 156.57 | 155.57 | -0.64        |
|         | 강원/제주                        | 99.94  | 97.55  | 99.21  | 1.70         |
| 조직 형태별  | 개인사업체                        | 164.89 | 154.15 | 149.95 | -2.73        |
|         | 회사 법인                        | 221.65 | 215.97 | 204.58 | -5.28        |
|         | 비법인 단체                       | 200.00 | 62.06  | 46.55  | -25.00       |
| 표준산업대분류 | 제조업                          | 194.08 | 180.19 | 173.18 | -3.89        |
|         | 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업        | 151.16 | 153.79 | 141.97 | -7.69        |
|         | 전문, 과학 및 기술 서비스업             | 162.55 | 149.82 | 150.81 | 0.66         |
|         | 사업시설관리 및 사업지원 서비스업           | 109.49 | 105.02 | 103.65 | -1.31        |
| 표준산업중분류 | 식료품 제조업                      | 116.57 | 96.28  | 96.84  | 0.59         |
|         | 음료 제조업                       | 192.87 | 156.47 | 172.24 | 10.08        |
|         | 목재 및 나무제품 제조업; 가구 제외         | 139.68 | 116.32 | 119.49 | 2.72         |
|         | 화학물질 및 화학제품 제조업; 의약품 제외      | 215.88 | 234.35 | 206.48 | -11.89       |
|         | 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업 | 278.91 | 292.34 | 263.56 | -9.84        |
|         | 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업        | 218.67 | 202.94 | 200.84 | -1.03        |
|         | 전기장비 제조업                     | 205.59 | 208.47 | 196.51 | -5.74        |
|         | 기타 기계 및 장비 제조업               | 279.59 | 274.28 | 258.05 | -5.92        |
|         | 자동차 및 트레일러 제조업               | 294.48 | 277.34 | 247.72 | -10.68       |
|         | 가구 제조업                       | 148.16 | 139.25 | 134.03 | -3.75        |
|         | 기타 제품 제조업                    | 168.12 | 151.43 | 150.31 | -0.74        |
|         | 출판업                          | 158.90 | 159.26 | 158.44 | -0.52        |
|         | 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업          | 146.92 | 143.21 | 132.75 | -7.30        |
|         | 통신업                          | .      | 50.00  | 40.00  | -20.00       |
|         | 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업      | 161.60 | 180.28 | 157.59 | -12.59       |
|         | 정보서비스업                       | 55.00  | 55.00  | 80.00  | 45.45        |
|         | 연구개발업                        | 129.75 | 134.59 | 138.78 | 3.12         |
|         | 전문서비스업                       | 155.46 | 144.51 | 155.82 | 7.83         |
|         | 건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업   | 196.35 | 183.99 | 180.76 | -1.75        |
|         | 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업          | 112.79 | 104.18 | 106.30 | 2.04         |
|         | 사업지원 서비스업                    | 109.49 | 105.02 | 103.65 | -1.31        |

출처 : 중소기업청(2012) '1인 창조기업 실태조사'

[표 2-7] 1인 창조기업에 필요한 지원 정책

(단위 : %)

| 구분                   |                                 | 자금(융자) | 판로지원 | 마케팅  | 인력지원 |
|----------------------|---------------------------------|--------|------|------|------|
| 전체                   |                                 | 57.5   | 17.3 | 9.3  | 5.0  |
| 권역별                  | 서울                              | 49.8   | 23.8 | 11.8 | 4.0  |
|                      | 경인권                             | 64.1   | 12.1 | 7.9  | 3.7  |
|                      | 충청권                             | 64.6   | 9.0  | 9.8  | 6.6  |
|                      | 호남권                             | 58.1   | 17.1 | 4.1  | 4.4  |
|                      | 영남권                             | 53.8   | 19.8 | 10.8 | 7.8  |
|                      | 강원/제주                           | 64.1   | 15.2 | 3.7  | 3.0  |
| 조직<br>형태별            | 개인사업체                           | 57.6   | 17.7 | 9.3  | 5.0  |
|                      | 회사 법인                           | 56.9   | 14.9 | 9.4  | 5.3  |
|                      | 비법인 단체                          | 31.0   | -    | -    | -    |
| 표준산<br>업분류<br>별      | 제조업                             | 57.3   | 17.4 | 8.0  | 6.1  |
|                      | 출판,영상,방송통신 및 정보서비스업             | 64.7   | 8.5  | 10.2 | 2.0  |
|                      | 전문,과학 및 기술 서비스업                 | 51.6   | 20.3 | 13.1 | 3.0  |
|                      | 사업시설관리 및 사업지원 서비스업              | 65.8   | 16.1 | 5.9  | 7.0  |
|                      |                                 |        |      |      |      |
| 표준산<br>업중<br>분류<br>별 | 식품업 제조업                         | 48.5   | 20.8 | 9.8  | 6.6  |
|                      | 음료 제조업                          | 64.1   | 19.7 | 10.1 | -    |
|                      | 목재 및 나무제품 제조업;가구 제외             | 60.6   | 18.3 | 6.8  | 1.6  |
|                      | 화학물질 및 화학제품 제조업;의약품<br>제외       | 61.3   | 24.6 | 5.5  | 4.2  |
|                      | 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및<br>통신장비 제조업 | 65.3   | 15.2 | 6.0  | 5.8  |
|                      | 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업           | 58.1   | 17.9 | 9.8  | 5.1  |
|                      | 전기장비 제조업                        | 55.7   | 14.5 | 9.7  | 9.2  |
|                      | 기타 기계 및 장비 제조업                  | 61.3   | 15.1 | 5.7  | 7.7  |
|                      | 자동차 및 트레일러 제조업                  | 65.7   | 12.7 | 2.0  | 2.0  |
|                      | 가구 제조업                          | 58.4   | 16.6 | 8.4  | 10.4 |
|                      | 기타 제품 제조업                       | 62.3   | 14.8 | 8.0  | 2.8  |
|                      | 출판업                             | 61.1   | 9.4  | 9.4  | 4.7  |
|                      | 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업             | 62.2   | 12.3 | 4.7  | -    |
|                      | 통신업                             | 50.0   | -    | -    | 50.0 |
|                      | 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및<br>관리업      | 69.5   | 3.5  | 20.3 | -    |
|                      | 정보서비스업                          | 100.0  | -    | -    | -    |
|                      | 연구개발업                           | 61.1   | -    | 25.4 | -    |
|                      | 전문서비스업                          | 8.2    | 58.2 | 21.6 | -    |
|                      | 건축기술, 엔지니어링 및 기타<br>과학기술 서비스업   | 54.2   | 18.0 | 9.3  | 4.8  |
|                      | 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업             | 54.8   | 19.2 | 14.4 | 1.8  |
|                      | 사업지원 서비스업                       | 65.8   | 16.1 | 5.9  | 7.0  |

출처 : 중소기업청(2012) '1인 창조기업 실태조사'

2012년도 '1인 창조기업 실태조사'결과를 살펴보면 경제의 패러다임이 창

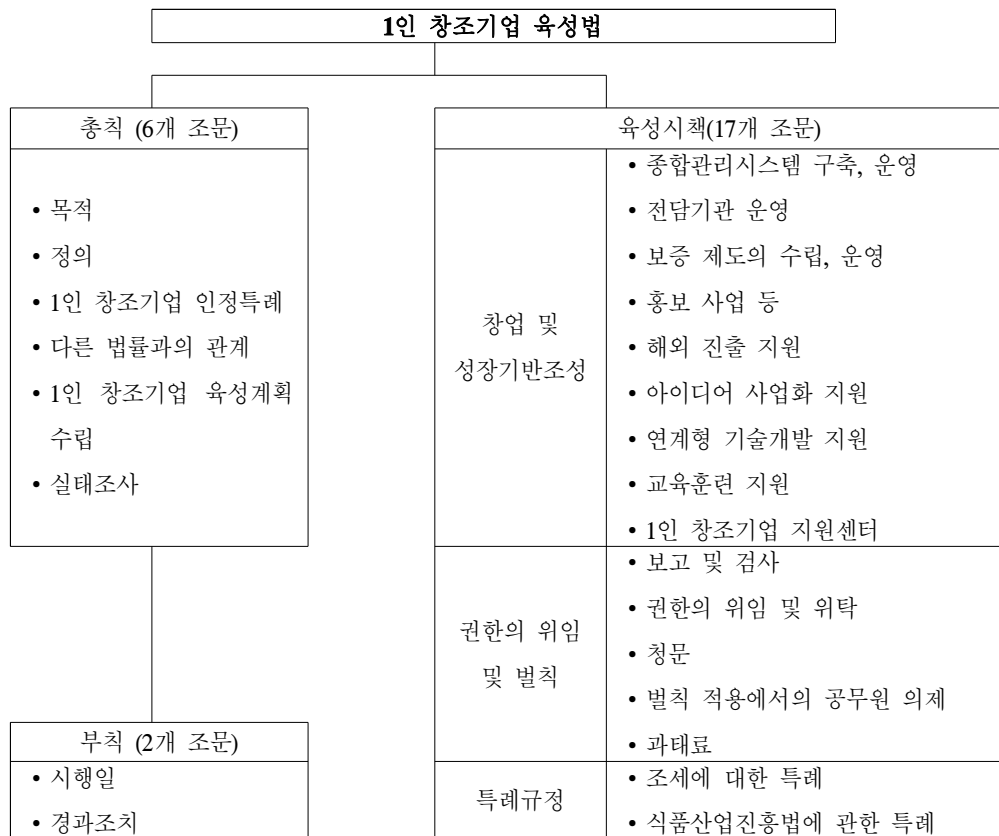
조 경제로 전환하고 있음을 알 수 있다. 개인주의와 전문화의 확산 등 외부의 환경 변화가 가속화되는 현상을 볼 수 있다. 중소기업청은 1인 창조기업의 현황과 운영 실태 조사 결과를 바탕으로 창조적 아이디어를 바탕으로 하는 1인 창조기업이 활발하게 성장하고 있다고 밝히고 있으며 또한 1인 창조기업의 평균 매출이 상당히 수준으로 높고 앞으로도 꾸준히 1인 창조기업으로 활동하겠다고 응답한 비율이 높은 점을 미루어 볼 때 향후 미래 경제의 핵심주체로 1인 창조기업의 중요성이 더욱 부각될 것이라고 전망하고 있다.

1인 창조기업의 육성 정책의 그 배경을 살펴보면 첫째, 공신력 있고 전문성 있는 1인 창조기업의 지식거래 시장의 높은 진입장벽과 취약성으로 인해 공공시장에서의 참여 기회가 부족함과. 둘째, 창업 및 세무, 행정 분야에 대한 전문적인 지식 부족이 정보 기술의 습득능력 저하로 이어지고 있다는 점. 셋째, 국민적인 인지도 부족과 홍보의 지원정책 부족 등이 1인 창조기업의 사업 활성화에 장애 요인의 한 부분으로 작용하고 있다는 점 등을 들 수 있다. 따라서 정부의 1인 창조기업 육성 방안은 자연스레 신뢰성과 공신력을 담보로 하는 1인 창조기업 지식거래 시장과 그 시장 원리를 조성하는 것과 더불어 창업과 세무, 행정 제반사항 등의 전문지식 강화로 이어지게 된다. 이러한 지원을 통한 창업 및 경영 역량의 강화를 촉진하기 위한 대책을 수립하고 1인 창조기업의 새로운 수요 창출과 인지도 향상에 관한 대책을 마련하는 것이라 할 수 있다.

1인 창조기업 관련정책은 2008년 11월 중소기업청이 ‘1인 지식기업 육성방안’을 발표하면서 관련 논의가 본격화되기 시작하였다고 볼 수 있다. 이 같은 정책이 나온 배경에는 지식서비스분야에 대한 중요성과 아웃소싱 시장의 증대와 함께 차츰 전문 프리랜서에 대한 선호도가 증가함에 따라 1인 지식기업이 성장할 수 있는 여건이 조성되고 있다는 점을 들 수 있다. 정부에서는 그 간 1인 창조기업 정책을 다양한 영역에서 추진해오고 있으나, 법적 근거가 부재하여 각종 행정, 재정적 정책의 추동력 확보에 어려움이 있었다. 이의 근본적인 해결을 위해 청년 등의 지식일자리 창출을 위해 역점 사업으로 추진 중인 1인 창조기업육성정책의 법적 근거인 ‘인 창조기업 육성법’이 추진되었고, 2011년 3월 국회에 통과되어 10월부터 시행 되고 있다. ‘1인 창조기업 육성

법' 제정됨에 따라 IT 기술의 발달과 더불어 앱 스토어, 콘텐츠 등 경제 환경에 선제적으로 대응하고 창조산업의 전략적 육성 및 청년 일자리 창출을 위한 새로운 법적 지원 틀이 마련 된 것이다.

[표 2-8] 1인 창조기업 육성법 체계도



출처 : 중소기업청 내부자료를 연구가 재정리

중소기업청의 1인 창조기업 지원 정책의 주요 골자는 1인 창조기업의 창업을 촉진시키기 위한 규제 완화 방침과 세제 혜택, 보험 지원 등을 바탕으로 두고 있으며, 이는 인프라 분야를 위한 지원 정책과, 융자 및 생산시설 확충 등을 위한 자금 분야, 기술 분야 지원 정책, 자생력 확보를 위한 성장기반의 확충을 위한 인적 재산 분야로 나누어 볼 수 있다.

구체적으로 살펴보면 2013년 현재 중소기업청은 총 8개 사업을 통해 1인

창조기업을 지원, 육성하고 있다. 각각의 지원 사업은 ‘중소기업기술정보진흥원’, ‘창업진흥원’, ‘한국콘텐츠진흥원’, ‘소상공인진흥원’, ‘한국생산성본부’에서 사업을 나누어 시행하고 있으며, 1인 창조기업을 위한 구체적인 지원 사업은 [표 2-9]와 같다.

첫째, 모바일 애플리케이션을 개발하고자하는 예비창업자 및 창업 기업을 대상으로 하는 ‘스마트 앱 창작터’ 지원 사업을 통해 앱개발 역량 강화와 실전 창업을 지원하고 있다. 앱 개발 교육부터 사업화, 글로벌 진출까지 단계적 창업을 지원한다. 안드로이드, iOS 등 플랫폼 개발 교육 및 HTML5, NFC, LBS, AR, 전자금융, 앱 디자인 기획 분야 등에 대한 개발 역량을 강화하며 사업화 지원 및 위한 홍보 마케팅, 멘토링, 테스트베드, 해외 퍼블리싱 등의 상용화에도 지원하고 있다.

둘째, 앱창업 기업을 위한 보육 지원 및 글로벌 진출을 돕는 ‘스마트 앱 뉴턴터’ 지원 사업은 ‘스마트 앱 창작터’ 출신 앱 창업기업 등 앱 분야 창업초기 기업의 사무 공간을 제공하고 전문 멘토링 등 경영 성장을 지원하고 국내 개발 우수 앱의 해외 진출을 위해 번역, 홍보물 제작 및 해외 퍼블리싱 등을 지원한다.

셋째, 앱, 콘텐츠, 소프트웨어 분야 청년 창업자(예비자 포함) 및 팀의 창업 및 성장을 위한 ‘스마트 벤처창업학교’ 지원 사업을 통해 앱, 콘텐츠, SW융합 분야의 창업 및 사업화를 희망하는 만 40세 미만의 예비창업자(팀 포함) 또는 3년 미만의 창업자를 지원하고 있다. 교육 및 전문 멘토링을 통해 청년창업자 보유 아이디어의 사업계획 수립, 개발, 창업 및 사업화를 단계별로 일괄 지원하고 있다.

넷째, ‘1인 창조기업 비즈니스센터’를 운영하여 1인 창조기업에게 사무 공간을 제공하고 세무, 법률 등에 대한 전문가 자문, 교육, 경영 분야 등을 지원하며 비즈니스 창출 및 사업화를 위한 사업자금을 지원한다. 사무, 작업을 위한 공간, 회의실, 교육실 등의 비즈니스 공간을 제공할 뿐만 아니라 시설 등의 이용을 지원한다. 단 예비창업자의 경우 3개월 이내에 사업자등록을 하여야 하는 제한 조건이 있다.

다섯째, 문화, 취미, 건강 등의 Well-Being 분야에 대한 실무 교육을 지원

하는 ‘참살이 실습터 지원’이 있다. 기술, 전문지식 등으로 부가 가치를 창출할 수 있는 문화, 뷰티, 취미, 여행 및 건강 등의 분야에 대한 참살이 실습터 운영을 통해 실무 교육 및 성공 창업을 지원한다. 주로 참살이 업종 관련 전공자나 기술자, 경력 단절자 등을 대상으로 지원하며, 참살이 업종 관련 이론 및 전문기술 습득을 위한 실습 교육, 현장 실습, 컨설팅, 멘토링, 주민체험, 캠프 등 프로그램 참여 및 수료생의 사후 관리를 통해 창업자 간판 등을 지원한다.

여섯째, 우수한 1인 창조기업 제품을 온라인 쇼핑몰 및 1인 창조기업 전용 판매관에 입점하여 판매할 수 있게 하는 ‘온라인 쇼핑몰 입점 지원’ 사업은 B2C형태의 소비자 구매, 소비형 제품을 전문가들의 코칭을 통해 온라인 판매를 도우며, 온라인 판매에 필요한 디자인 제작, 제품 홍보 등의 멘토링 역할을 하고 있다.

일곱째, ‘1인 창조기업 마케팅 지원’을 통해 마케팅이 부족한 1인 창조기업에 대한 맞춤형 마케팅 지원을 통해 보유 지식의 사업화 역량을 강화시키고 있다. 온,오프라인 사업화 지원 및 사업화를 위한 디자인 개발, 글로벌 시장으로의 진입을 위한 국내외 전시회를 지원하여 홍보물 제작을 지원한다.

여덟째, 전문 분야별 융합 발전을 위한 ‘마케팅 플랫폼 지원사업’이 있다. 전문 분야별 협업을 통한 완성형 Total 마케팅 지원을 통해 1인 창조기업들이 보유한 우수 아이템의 성공적인 사업화를 지원한다.

그밖에 중소기업청(2013)이 주관하는 ‘창업 맞춤형 사업(지원규모 500억원)’, ‘창업사업화 지원(지원규모 250억원)’, ‘보육역량강화 사업(지원규모 100억원)’, ‘청년창업사관학교(지원규모 254억)’ 등의 다양한 정부 정책적 지원 사업이 있으나, 이는 1인 창조기업을 대상으로 하는 지원 사업으로는 한정 지을 수 없다.

[표 2-9] 2013년도 1인 창조기업 지원 사업 현황

| 지원 사업명            | 지원 내용                                                                                  | 지원 규모  |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1인 창조기업<br>비즈니스센터 | • 전국 49개 비즈니스센터 내 사무공간과 회의실 등을<br>제공하며, 법률, 세무, 교육, 정보 등을 제공                           | 약 60억원 |
| 1인 창조기업<br>마케팅지원  | • 창업기 : 전년도 매출 1천만원 이하 기업, 최고 1천만<br>원 지원<br>• 성장기 : 전년도 매출 2천만원 이하 기업, 최고 2천만<br>원 지원 | 약 40억원 |
| 마케팅 플랫폼 지원        | • 시장 출시 전후의 상품 지원, 최고 5천만원 지원                                                          | 약 10억원 |
| 스마트 앱 창작터         | • 전국 25개 앱 개발자 양성 및 개발 지원                                                              | 약 55억원 |
| 참살이 실습터           | • 전국 7개 참살이 업종 전문 인력 양성                                                                | 약 16억원 |

출처 : 2013년 중소기업청 1인 창조기업 지원사업을 연구자가 요약 정리

## 제 2 절 경영컨설팅

### 1. 경영컨설팅의 정의

경영컨설팅이란 기업경영상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주는 행위이다. 우리나라에서는 2008년 개정 시행된 한국표준산업분류(KSIC 9차 개정)에서 경영컨설팅업(71531)을 ‘다른 사업체에게 사업경영문제에 관하여 자문 및 지원하는 산업 활동을 말한다’라고 명시하고 있으며 일반경영자문, 전략기획자문, 특정부문경영자문, 시장관리자문, 생산관리자문, 재정관리자문, 인력관리자문으로 분류하고 있다.(중소기업청 2008)

국제노동기구(ILO)는 컨설팅이란 기업 또는 기업진단이 지니고 있는 경영상의 문제점 특히 관리기술에 대하여 경영에 관한 학식과 경험이 풍부한 외부의 전문가가 기업의 요청에 응하여 실증적으로 조사, 진단, 분석하여 그 기업의 건실한 발전을 촉진하기 위한 필요한 권고를 하거나, 권고를 실천하기 위한 제 문제를 지도, 조언하는 경영개선기법이라고 하였다. 또한 컨설팅이란 조직의 목적을 달성하는데 있어서 경영 및 업무상의 문제점을 해결하고 새로운 개회를 발견 및 포착하여 학습을 촉진하며 변화를 실현하는 관리자와 조직을 지원하는 독립적인 전문서비스를 말한다고 하였다.(장위상 외 2001)

국제경영컨설팅협회협의회(International Council of Management Consulting Institute)는 경영컨설팅을 ‘경영 책임을 가지고 있는 고객을 대상으로 경영 과정에 대하여 독립적인 조언과 지원을 제공하는 것’으로 정의하여, 컨설턴트의 독립성과 컨설팅의 대상에 대하여 명확히 하고 있다. Greiner and Metzger(1983)은 ‘컨설팅은 특별한 훈련을 통해 일정한 자격을 갖춘 사람들이 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 고객의 조직이 경영상의 문제들을 도출해 내고 이들을 분석하는 것을 도와주고 추천하는 것이며 또한 고객이 이러한 해결안의 실행에 대해 도움을 요청했을때 도움을 제공하는 자문서비스이다’라고 정의하였으며, Kubr(1996)는 경영컨설팅이란 ‘경영과 사업의 문제를 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용

하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자의 조직이 추구하는 목적의 달성을 도와주는 독립적인 전문조언서비스'로 정의하였다.(김종광, 2013)

Steele(1975)는 컨설턴트를 단순한 조력자 또는 가능성을 부여하는 자로 간주하여 컨설팅을 기능을 중심으로 하여 과제의 내용, 프로세스, 구조에 관한 책임을 맡고서 이를 수행하는 사람들에게 과제 수행에 대한 실제적인 권한을 갖고 있는지 않은 컨설턴트가 컨설팅 프로세스에 따르 도움을 제공하는 것이라고 정의하고 있다.(정미라, 2012)

이러한 개념들을 바탕으로 경영컨설팅에 대한 정의를 정리한 권기철(2011)의 연구에 의하면 경영컨설팅을 크게 3가지로 정의할 수 있다. 첫째, 경영컨설팅은 경영상의 문제들에 대한 객관적이고 독립적인 평가를 내리기 위해서는 이에 필요한 충분한 자질을 갖추고, 고객사의 경영 문제들을 적극적으로 진단하고 그 문제점을 파악하여 해결방안을 모색하는 것이다. 둘째, 경영컨설팅이란 기업의 경영 문제를 파악하고 그 해결책을 제시하는 것이므로 항상 문제 의식을 가지고 근본 원인을 파악할 수 있는 분석력을 지니고 있어야 한다. 셋째, 경영컨설팅은 도움을 주는 것이지 직접 집행하거나 집행 후 성과에 대하여 책임을 지는 것이 아니다. 그밖의 국내외 기관 및 여러 연구자들의 컨설팅에 대한 정의와 개념은 각각 조금씩 차이를 보이고 있으며, 요약하여 보면 아래 [표 2-10]과 같다.

[표 2-10] 컨설팅의 개념 및 정의

| 기관 및 연구자                        | 컨설팅에 대한 정의                                                                                                                            |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 영국 컨설턴트 협회                      | 경영컨설팅은 독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차, 방법상의 문제점을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 수행할 수 있도록 돕는 것을 의미함.                                                 |
| 호주 경영컨설턴트 협회                    | 경영컨설팅은 목표 설정 및 사업 수행을 위해 보다 발전적인 계획, 조직, 동기부여, 커뮤니케이션 또는 자원 활용을 통하여 경영 자문 및 지도하는 행위를 말함.                                              |
| 미국 경영컨설팅 엔지니어 협회                | 컨설팅은 특별히 훈련받고 경험을 쌓은 사람들이 기업 경영상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결 방안들이 적시에 실시될 수 있도록 도와주기 위한 전문적인 서비스의 제공을 말함.       |
| 미국 회계사회                         | 컨설팅은 특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영 문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획 과정을 지원하는 것을 말함.                                       |
| 국제 노동위원회                        | 경영컨설팅은 경영과 사업의 문제들을 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자의 조직이 추구하는 목적을 달성할 수 있도록 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스 서비스를 말함, |
| Williams and Woodward(1994)     | 내부 또는 외부 컨설턴트가 클라이언트의 욕구를 충족 시켜주기 위해 클라이언트에게 서비스를 제공해 주는 과정.                                                                          |
| Larry Greiner and Metzger(1983) | 특정한 전문직업적인 서비스로 고객과의 계약에 따라 독립적이고 객관적인 태도로 경영상의 문제를 분석하는 것을 도와주고 문제들에 대한 해결안을 고객에게 추천하는 것.                                            |
| Markham(1991)                   | 제3자 또는 외부자가 자신의 경험과 지식을 조직에 유용하게 활용되도록 주고 받는 관계.                                                                                      |
| Fritz Steele(1975)              | 과제의 내용, 프로세스, 구조에 관한 책임을 맡고서 이를 수행하는 사람에게 과제 수행에 대한 실질적인 책임을 갖고 있지 않는 컨설턴트가 컨설팅 프로세스에 도움을 제공하는 것.                                     |
| Molan Kubr(1996)                | 경영과 사업의 문제를 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자와 조직이 추구하는 목적의 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스 서비스를 말함.               |

출처 : 중소기업기술정보진흥원(2011) 「컨설팅산업 현황 분석 및 활성화 방안연구」를 바탕으로 연구자가 재정리

## 2. 경영컨설팅의 특성 및 유형

중소기업기술정보진흥원(2011)의 컨설팅의 특성에 대한 연구에 의하면 컨설팅은 [표 2-11]과 같이 전문성, 사업성, 고객지향성, 지속성, 환경대응성의 5가지 공통적인 개념이 내포되어 있다. 배용섭(2013)의 연구에서는 중소기업 기술정보진흥원에서 발표한 5가지 핵심 요소 중 전문성은 컨설턴트에게 가장 중요한 업무수행능력으로 고객의 컨설턴트에 대한 신뢰도를 의미한다고 말한다. 사업성은 컨설턴트의 전문성을 바탕으로 자신의 사업을 이끌어가는 사업가 및 전문 직업인으로서의 요소를 말하며, 고객지향성은 컨설턴트와 고객과의 관계에서 어느 사업관계보다 투철한 서비스 정신이 요구됨을 의미한다. 지속성은 컨설팅의 특성이 한번의 컨설팅으로 끝나는 것이 아니라, 지속적으로 그 성과를 체크하여 개선해 나가야 경영성고가 나타남을 의미한다. 환경대응성은 컨설팅이 녹색성장, 모바일 환경, 사회적 책임 경영 등과 관련하여 변화하는 기업 환경에 따라 계속해서 진화해야 함을 의미한다.

김소정(2011)은 경영컨설팅 서비스품질에 대한 연구에서 경영컨설팅 서비스의 특성을 세가지로 정리해 볼 수 있다. 첫째, 고도의 전문성과 경험을 필요로 한다. 과거의 다양한 경험을 바탕으로 고객의 특수한 경영문제점을 정확히 진단하고 해결방안을 제시할 수 있기 때문이다. 둘째, 경영컨설팅의 서비스 품질은 고객이 평가할 수 없는 불확실성이 있기 때문에 고객이 서비스의 성능 및 특성을 파악할 수 없을 뿐만 아니라, 서비스 품질에 대한 정확한 평가를 할 수 없다. 역으로 전문 서비스 제공자들은 서비스 판매자로서의 역할을 동시에 수행하여야 한다. 고객과의 관계를 좋게 하여 고객들이 서비스를 구매할 경우 친밀한 관계를 통하여 불확실성을 감소시키는 것이 기존 고객의 유지나 새로운 고객 창출에 효과적이다. 셋째, 서비스의 개인화 성향이 강하다. 고객 특유의 문제를 조사, 분석 및 해결하는데 고객과 서비스 공급자간의 상호작용의 빈도나 감정적인 공감의 중요한 역할을 한다.

[표 2-11] 컨설팅의 특성

| 컨설팅의<br>특성 | 개념                                                                                                                                                                          |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 전문성        | 컨설팅에 있어 가장 중요한 것은 문제 해결 능력이며, 고객이 컨설팅 수행 결과에 대한 타당성과 신뢰성을 결정하는 요소가 됨.                                                                                                       |
| 사업성        | 컨설팅이 사회복지분야와 같은 비영리조직의 분야가 아님을 뜻함. 컨설팅 조직이나 개인은 그들의 전문성을 바탕으로 그들의 사업을 영위하고 발전시켜 나가야 하는 영리적 목적을 띠게 되므로 그들이 제공하는 컨설팅은 전문서비스로서의 상품적 가치가 있어야 하며, 고객은 이들이 제공하는 컨설팅에 대가를 지불하여야 함. |
| 고객지향성      | 고객과의 관계에 있어서 여타 사업과 마찬가지로 투철한 고객 지향적 서비스 정신이 요구됨을 의미함.<br>고객지향성은 고객의 문제와 고충을 충분히 이해하고 고객의 만족을 위해 최선을 다하는 것으로서, 컨설팅 결과물의 효용가치를 극대화할 수 있도록 하는 고도의 전문성과 윤리성을 발휘할 수 있어야 함.      |
| 지속성        | 컨설팅의 특성은 한번의 컨설팅으로 끝나는 것이 아니라 지속적으로 그 성과를 체크하여 개선해 나가야 하며, 동시에 경영 내외부의 환경 변화에 따라 전략적 대응 차원에서 컨설팅의 필요성이 확대되는 바, 컨설팅은 순환적이고 프로젝트 차원에서도 지속적으로 이루어져야 경영성고가 나타남.                 |
| 환경대응성      | 컨설팅은 녹색성장, 모바일 환경, 사회적 책임경영 등과 관련하여 변화하는 기업 환경에 따라 계속해서 진화해 가야함.                                                                                                            |

출처 : 중소기업기술정보진흥원(2011) 「컨설팅산업 현황 분석 및 활성화 방안 연구」

경영컨설팅의 유형은 관련된 선행 연구 및 각종 문헌 연구 등을 종합하여 볼 때 크게 두가지의 기준을 제시하고 있음을 알 수 있다. 컨설팅을 수행하는 형태에 따른 기준과 컨설팅 수행 내용에 따른 기준이다. 중소기업청(2008)에 따르면 컨설팅의 유형은 컨설팅을 수행하는 형태를 기준으로 크게 다섯 가지로 구분 짓고 있다. 경영컨설팅을 사업서비스의 대표적 업종으로 일시적인 서비스, 독립서비스, 자문서비스, 전문서비스, 상업적인 서비스로 구분하고 있으며 구체적인 내용은 아래 [표 2-12]와 같다.

[표 2-12] 컨설팅의 유형(컨설팅을 수행하는 형태 기준)

| 유형       | 내용                                                                                                                                                           |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 일시적인 서비스 | 의뢰인 회사가 비록 자체적으로 컨설팅 전문인력을 보유하고 있더라도 업무를 접어두고 전적으로 참여하기 어려울 때는 전담하여 문제를 해결할 수 있는 외부전문가를 활용하는 경우가 있음. 컨설턴트는 의뢰인 회사에서 한시적으로 컨설팅 업무를 수행하며, 업무가 완료되면 조직에서 떠나게 됨. |
| 독립 서비스   | 컨설팅 결과는 의뢰인과의 관계 등에 상관없이 독립적으로 제시할 수 있어야 함. 의도적으로 특정 회사나 특정 제품을 이롭게 하거나 의뢰인에게 추가적인 비즈니스 영업을 위한 편협적 제안을 해서는 안됨. 사내 컨설턴트의 경우 회사에 속해있는 만큼 그럴 가능성이 상대적으로 높음.     |
| 자문 서비스   | 컨설팅은 조언을 통한 자문의 역할일 뿐, 이에 따른 결과에 대해 직접적인 책임이 없음. 최종 의사결정자는 의뢰인으로서 책임 또한 의뢰인에게 있으며, 컨설턴트의 책임은 컨설팅 수행 내용의 품질과 완전성으로 한정됨. 해결안 실행에 대한 책임 역시 의뢰인에게 있음.            |
| 전문 서비스   | 꾸준한 연구와 풍부한 경험을 바탕으로 문제의 원인을 진단하고 그에 대한 적절한 해결책을 찾음. 따라서 여기에는 의뢰인의 이익을 보호하고 증진하고자 하는 전문가로서의 윤리성이 필요함.                                                        |
| 상업적인 서비스 | 컨설팅은 비즈니스 관계로 만나는 하나의 사업인 만큼 컨설팅 서비스를 제공하면 그에 상응하는 대가를 받게 되며 따라서 컨설팅 계약은 이윤이 남을 수 있도록 해야 함.                                                                  |

출처 : 중소기업청(2008) 「2008 중소기업 컨설팅산업백서」

컨설팅 수행 내용을 기준으로 컨설팅 유형을 구분한 채준원(2011) 연구에 의하면 Maister(1996)와 장영(1996)이 경영컨설팅의 유형을 구분하였다고 한다. Maister는 컨설팅 프로젝트 유형을 고객이 요구하는 컨설팅 요구의 복잡성 정도에 따라 상, 중, 하의 세 단계 레벨로 분류하였다. 상 레벨은 Brain이라고 명명하고, 고급 컨설턴트가 상대적으로 많이 투입되어야 하는 최상위 레벨의 프로젝트라고 정의하였고, 중 레벨은 Grey Hair라고 명명하고, 투입될 컨설턴트의 수준이나 업무량 및 난이도가 평균 정도의 수준에 해당되는 중간급 레벨의 프로젝트라고 정의하였고, 하 레벨은 Procedure라고 명명하고 업무의 수준이 일반적이고 보편화되어 있기 때문에 비교적 쉽게 해결할 수 있는 수준의 프로젝트라고 정의하였다. 그러나 Maister가 제시한 컨설팅 유형

은 실무적인 경험측면에서 논의된 정도에 불과하며 과업을 수행하는 개인단위 업무 분석에 주로 이용되어 프로젝트 수준에서의 분석단위로는 적합하지 못한 부분이 있다.

한편 채준원(2011) 연구에 나타난 장영(1996) 연구에 의하면 자신의 연구에서 경영컨설팅의 도입 및 수행을 조직의 성과나 효율성 향상에 기여하며, 조직의 변화나 혁신을 촉진하는 수단이 되고 있다고 주장하였다. 이를 통해 혁신유형분류의 차원에서 컨설팅의 유형을 아래 <그림 2-2>와 같이 네가지로 분류하였다. ‘부문혁신 경영컨설팅’은 대상 업무 영역이 좁아 특정 분야나 기능에 한정 되어 있으나, 기존의 업무 수행과는 다르게 특정 분야의 업무 수행 활동에 근본적인 변화를 가져 오는 것을 목적으로 하며, 변화의 정도가 대폭적이고 속도에 있어서도 짧은 시간에 신속한 변화를 강조하고 있다. ‘전사혁신 경영컨설팅’은 대상 업무 영역이 넓으며 특정 분야나 기능에 한정되어 있지 않고 전사 혹은 여러 기능에 걸쳐 있는 업무를 대상으로 한다. ‘부문개선 경영컨설팅’은 대상 업무 영역이 좁아 특정 분야나 기능에 한정되어 있으며 기존의 업무 수행 활동을 조금씩 개량시켜 나가는 데 중점을 둔 컨설팅 활동이다. ‘전사개선 경영컨설팅’은 대상 업무 영역이 넓으며 특정 분야나 기능에 한정되어 있지 않고 전사 혹은 여러 기능에 걸쳐 있는 업무를 대상으로 조금씩 개량시켜 나가는데 중점을 둔 컨설팅 활동이다.

|        |   | 혁신의 넓이                                        |                                              |
|--------|---|-----------------------------------------------|----------------------------------------------|
|        |   | 협                                             | 광                                            |
| 혁신의 깊이 | 고 | 부문혁신 경영컨설팅<br>(Narrow Innovation Consulting)  | 전사혁신 경영컨설팅<br>(Broad Innovation Consulting)  |
|        | 저 | 부문개선 경영컨설팅<br>(Narrow Improvement Consulting) | 전사개선 경영컨설팅<br>(Broad Improvement Consulting) |

출처 : 장영(1997), ‘경영컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석’

<그림 2-2> 컨설팅의 유형(컨설팅 수행 내용 기준)

### 제 3 절 1인 창조기업과 사업성과

#### 1. 1인 창조기업 경영자의 특성

경영자는 조직의 모든 부분과 성과에 영향을 미친다. 양용현(2012) 연구에 의하면 경영자의 어떤 특성이 보다 기업에게 영향을 미치는 살펴보는 것이 중요하다. 사전적 정의에 따르면 ‘특성’이란 어떤 개인이나 집단 혹은 유형을 구별하여 주는 성질이나 속성이다. 그러므로 경영자의 특성은 다른 경영자와 구별할 수 있는 내, 외적 성격으로 정의할 수 있다. 경영자의 성격은 자라온 환경에 따라 다양하게 나타날 수 있다.

1인 창조기업에 관한 초기 연구에서부터 경영자의 특성은 사업 성과에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 간주되어 왔으며 많은 학자들에 의해 현재까지 연구가 지속적으로 이루어지고 있다. 경영자의 특성에 관한 연구에 대한 학자들의 관심은 성공한 경영자에게는 남다른 특성이 있다는 것을 전제로 하고 그러한 요소들이 무엇인지를 찾으려고 노력하였다.(최홍대, 2010) 경영자 특성과 사업성과의 관계에 대한 선행연구는 인구통계학적 특성과, 심리적 특성, 행위적 특성, 역량 특성 등의 다양한 분야로 구분되어 연구되어 왔으나, 경영자의 특성이 사업 성과에 미치는 영향에 관한 연구들이 연구자들마다 접근방법이 상이하며 변수로 고려하는 특성들이 매우 다양하기 때문에 아직까지 일치된 변수값이나 결과값을 나타내고 있지 못하다. 따라서 본 연구에서는 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성 두가지 측면을 고려하여 각각의 변수가 사업 성과에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

##### 1) 경영자의 심리적 특성

경영자의 심리적 특성은 기업 문화, 경영 전략, 리더십, 국제경영, 지식경영 등의 다양한 분야에서 기업의 사업 성과에 영향을 미치는 중요한 요인으로 간주되고 있다.(윤기창, 2009) 때문에 많은 학자들은 경영자의 심리적 특성에 대해서 꾸준히 연구해 오고 있지만, 아직 명확한 요소들이 정해지지 않았다.

하지만 선행 연구된 여러 학자들에 의한 경영자의 심리적 특성의 공통된 속성들을 대표할 수 있는 단어들을 도출해 보면, 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구, 인내성, 도전정신, 몰입정도, 목표추구 등의 다양한 단어들이 사용되고 있으나, 본 연구에서는 그동안의 여러 학자들의 연구에서 사용된 개념들 중 가장 많이 사용되고 있는 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구 네가지의 단어를 함축적으로 사용하여 본 연구에 도입시키고자 한다.

#### 가) 혁신성

혁신성은 기업가정신의 대표적인 속성으로 Schumpeter(1934)는 혁신성을 기존의 일상적인 활동에서 벗어나 모든 물적 요소와 힘을 새로이 결합하는 것으로 경제 발전의 원동력이며 새로운 결합이란 연구개발, 끊임없는 신제품과 새로운 서비스 개발, 생산기술 개선, 일반적인 기술 향상 등을 추구하는 경향으로 창조적 파괴를 통해서 나타난다고 하였다. 또한 혁신성은 새로운 생각과 실험을 통한 창조적 과정에 관여 또는 지원하려는 기업의 경향을 나타내며 새로운 제품과 서비스 또는 기술적인 프로세스의 결과이다. 지금까지 대부분의 연구자들은 제품 개발이나 기술적인 전문 지식, 공학과 같은 기술적인 혁신성에 초점을 맞추었지만 제품의 디자인이나 시장조사, 광고와 홍보 등의 제품&시장 혁신성 또한 강조되고 있다.(Dess, 1996) 경영자의 혁신성을 통하여 적극적인 경쟁 의지와 우월한 성과를 창출하려는 의지를 보이거나 시장 내 지위를 바꾸기 위해 경쟁 업체에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세를 통하여 시장에서 미래 수요를 예측하여 행동 할 수 있는 시장의 리더로서 역할을 수행할 수 있다.(Oviatt & McDougall, 2005)

#### 나) 위험감수성

위험감수성은 불확실한 환경에서 모험적이고 도전적인 성향으로 위험을 감수하려는 경영자의 성향을 의미하는 것으로 단순히 위험을 감수하려는 것을 의미하는 것이 아니라 위험 속에서 적극적인 기회를 추구하고자 하는 의욕을

말한다.(Sexton & Bowman, 1986) 또한 큰 이익을 위하여 위험이 낮은 사업보다 높은 사업을 선호하며, 위험을 상세하기 위하여 적극적으로 기회를 모색하고 추구하고자 하는 성향이다.(Slevin & Covin, 1990) 위험 감수성은 예상되는 잠재적 손실에 대한 위험이 존재함에도 불구하고 성과를 창출하기 위해 위험을 선호하며 안정보다는 신속한 의사결정을 통한 성장을 추구하는 성향과 관련되어 있다.

#### 다) 진취성

진취적인 경영자는 시장 변화에 적극적으로 반응함으로써 경쟁자보다 빠르게 시장에서 경쟁적 우위를 차지할 수 있다. 이렇게 경쟁 및 경쟁자에 대한 적극적인 의지와 우월한 성과를 내기 위하여 노력하거나, 시장 내에서 지위를 바꾸기 위해 새로운 기회를 찾고 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세를 의미한다.(Lumpkin & Dess, 1996) 강한 진취적 성향을 가진 경영자는 경쟁기업보다 먼저 시장의 미래 수요를 예측하기 위하여 적극적으로 노력하고 새로운 기회에 대한 기업의 반응으로 신제품 생산, 새로운 기업을 도입하여 기업에게 시장의 변화에 대한 적절한 대응과 고객의 욕구를 만족시킬 수 있는 능력을 부여한다.(이상훈, 2013) 또한 진취적인 경영자는 커뮤니케이션 시스템, 제품혁신 성과에 대한 보상체계등 적절한 제도와 시스템 구축을 통해 개발팀의 열의를 배가시키며 나아가 혁신의 조직 문화를 구축하려 하고 강한 공유문화를 통한 조직관리와 성취동기를 제공하여 혁신의 방향을 제시하고 혁신 활동들을 하나로 융합하는 역할을 통해 프로젝트를 개발과 효과적인 의사결정, 조직 내부의 변화를 이끄는 역할을 한다.(Conger & Pearce, 2003)

#### 라) 성취욕구

성취욕구의 개념은 정혜영(2001) 연구에 의하면 인가의 욕구이론으로 McClelland(1965)에 의해 발전되어 왔다고 한다. 그 이후 기업가적 행동과 기업가 정신과의 관계에 관한 연구로 발전되었다. McClelland는 성취욕구는

경영자에게 있어서 중요한 동기 요소이며 사회의 경제 발전을 결정하게 됨을 밝혔다. 일반적으로 성취욕구가 높은 사람은 문제 해결을 위해 주도적으로 나서며, 적절한 난이도의 목표를 제시한다. 또한 도전적 목표와 목표 이행의 수단으로 가치 피드백을 설정하여 성과를 향상시키기 위하여 지속적으로 노력한다. 또한 성취욕구가 높은 사람은 적당한 난이도의 목표를 선택함으로써 실패의 회수를 줄이고 도전적인 과업의 달성과 함께 만족감을 증가시키며 이러한 만족감은 성취행동을 강화하게 된다고 하였다.

우리 나라의 경우 조형래(1995)는 제품혁신성과의 상황적 분선에 의하면 성취욕구는 거의 모든 성과변수와 강한 상황적 관련성을 보이는 것을 밝혔다. 그러나 조임현(1998)은 국내 제조업체를 대상으로 경영자의 성취동기, 권력동기, 친애 동기와 매출성과와의 관계를 연구하였다.

## 2) 경영자의 역량적 특성

경영자의 역량적 특성은 배경 및 지식 특성으로 학력 및 전공, 창업 및 경영 경험, 지식 정도를 말한다. 학력은 고기술 최고 경영자들에게는 더욱 중요하고, (Roberts, 1986) 1인 창조기업의 특성과 관련하여 일반 소기업의 창업자보다 1인 창조기업의 창업자 학력이 더욱 높게 나타난다. 또한 이러한 학력은 재무적 성과에 유의한 영향을 미친다는 주장이 있다. (Birley & Norburn) 창업 및 경영 경험이란 과거에 기업을 창업하고 경영했던 경험을 말하는 것으로 상식적으로 관련 산업에서의 경험이 풍부하면 그 만큼 경영 관리에 도움을 줄 수 있다. 그러나 Sandbeng & Hofer(1987)의 연구에서는 창업자의 창업경험, 관련 산업에서의 관리 경험과 사업 성과간의 유의한 관계를 알 수 없었다. 다만 초기 단계 산업 구조에서는 창업 경험이 성과에 미치는 유의한 결과가 나타났다.

### 가) 전문지식

경영자의 교육수준은 능력과 기술 그리고 인지기반을 반영한다. 교육수준이

높을수록 기업 전략에 긍정적 영향을 미치고 높은 수준의 교육은 높은 정보 처리능력과 다양한 외부 정보를 분별하는 능력을 증대시킨다.(Schroder, Driver & Steufert, 1967) 교육수준이 높은 경영자는 경계탐색이 능하며 상황의 모호성을 인내하며 통합적 복잡성을 처리할 능력이 뛰어나다.(Dollinger, 1984) 또한 교육수준이 높으면 위험 수용성향이 높아져서 전략적인 행동들을 매우 적극적으로 전개하는 성향이 있다.(Hambrick & Mason, 1984) 그러나 McMullan & Long(1987)의 연구는 교육수준이 높으면 기업 전략을 수립, 실행하는 측면에서는 우수하지만 예기치 못한 상황에서 대처하는 능력은 떨어진다고 한다. 따라서 교육 수준은 전략 유형에 따라 사업 성과에 차이를 보임으로 중요한 경영자특성으로 꼽는다.(송경수, 정동섭, 1998)

경영자의 대학 전공은 개인의 지각 및 개성 뿐 아니라 의사 결정 관점을 형성하는데 영향을 미친다.(Bantel, 1993; Wieserma & Bantel, 1992; Hitt & Tayler, 1991) 그리고 경영자의 전공은 기업의 합병후보기업을 평가하는 것과 관련하여 전략적 의사결정에 직접적인 영향을 미친다.(Hitt & Tayler, 1991) 경영자의 전공이 과학이나 엔지니어링 분야인 경우 문학이나 법학, 경영학 부문보다 전략적 변화와 밀접한 관련을 가진다. 그리고 TMT(Top Management Team)의 다양한 학부전공은 지식기반을 넓혀서 환경이 급변할 때 성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.(Hambrick & Mason, 1984) 전공의 다양성은 위기 관리에 긍정적인 영향을 나타낸다.(Smith, 1994) 그리고 TMT는 다양한 지식기반으로 조직 성과에 긍정적인 영향을 미친다. Norburn과 Birley(1988)는 대학에서 인문계를 전공한 경영자 일수록 성장산업에서 활동하고 있으며 성과가 높은 기업의 경영자 일수록 폭넓은 교육을 받았다는 것을 증명하였다. 특히 전문적인 경영에 대한 교육은 적절한 전략적 의사결정에 보다 깊은 관계가 있다는 것을 밝혔다.(Hambrick & Mason, 1984)

#### 나) 근무경력

경영자의 경력은 기업의 전략 선택이나 사업성과에 매우 중요한 영향을 미친다. Hambrick과 Mason(1984)에 따르면 경영자의 경력은 그 사람의 태도,

지식 그리고 관점을 형성하는데 기여함으로써 관련 산업 근무경력은 사업상의 이슈나 문제에 관한 경영자의 관점에 영향을 준다고 한다. 따라서 다양한 경력을 가진 경영자들은 기업에서 발생하는 다양한 문제에 대하여 그들의 지식과 관점을 활용하여 문제 해결에 많은 도움을 줄 수 있기 때문이다.(Ouchi & Jeager, 1978; Raskas & Mambrick, 1992) 또는 특정분야 근무경력을 가진 경영자는 문제가 발생하였을 때 주로 자신의 근무 경력에 근거해서 그 문제를 바라보고 해결하려고 한다.(Dearborn & Simon, 1958) 그리고 문제를 해결하는 방법이나 전략적 선택도 자신이 습득한 지식 또는 경험에 의존하는 경향이 있다. 또한 근무경력은 문제를 정의하고 정보를 처리하며 전략적인 선택에 직접적인 영향을 미친다.(Govindarajan, 1989; Walsh, 1988) 실질적으로 기존의 연구에서 최고경영자의 근무경력은 사업성과에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

경영자의 재직기간은 같은 직위 조직 그리고 동종업계에서의 재직기간을 의미한다. 경영자는 조직내에서 재직기간이 길수록 현재의 전략을 고수하려는 성향이 강하고,(Hambrick, Geletkanycz & Fredrickson, 1993) 재직기간이 짧을수록 공격형 전략을 추구한다고 한다.(Miles & Snow, 1978) Wiersma & Bantel(1992)은 경영자의 재직기간이 다각화 전략과 음(-)의 관계가 있으며 경영자의 오랜 재직기간은 현재의 전략을 고수하려는 성향은 물론 Miles & Snow(1978)의 전략 유형 중 방어형 전략을 구사하며 재직기간이 짧은 경영자는 공격형 전략을 추구한다는 것을 입증하였다. 그리고 한 조직에서의 재직기간은 이미 확립된 정책이나 관행에 대해서 기존의 것을 고수하려는 성향이 있다는 것도 밝혔다.(Gelekanycz & Fredrickson, 1993; Katz, 1982)

#### 다) 인적네트워크

Antia and Frazier가 말한 네트워크의 정의는 네트워크에 속해 있는 액터(actors)들이 서로 정보를 주고받으면서 형성된 관계들의 평균적인 강도라고 하였다. 이것은 네트워크에 존재하는 중요한 자원 중에 하나인 정보를 서로 공유함으로써 이들 간에는 공통된 믿음과 신뢰가 형성된다는 것인데 이것은

다시 말해 구성원들 사이가 돈독해진다는 것을 의미한다. 구성원들의 평균적인 강도가 높다는 것은 그 만큼 정보의 공유가 잘 이루어지며 그 밖의 여러 가지 서로에게 필요한 자원의 이동 또한 원활하게 이루어진다는 것을 의미하며 이것이 같은 네트워크에 속한 구성원들 사이의 관계를 향상시키게 될 것이다.(김재홍, 2005)

일반적으로 ‘네트워크’란 조직의 구성원들이나 동료들간에 상호 신뢰에 의해 구성된 긴밀한 관계를 의미한다.(백영주 외, 2002) 종래의 네트워크는 단순히 의사소통의 수단으로서 정보나 자료를 전달하는 물리적인 개념으로만 생각하였으나 초고속 통신망의 대중화로 인해 인터넷이 상용화됨으로써 현대적인 개념의 네트워크는 이러한 정보와 지식의 교류를 통하여 상호간의 이익을 증대시키는 사회적인 개념으로서 등장하게 되었다. 이러한 네트워크를 분석하는 것은 사회학적 연구의 미시적 레벨과 거시적 레벨을 연결시키는 도구가 될 수 있다.(유명희, 2006)

네트워크 학자들은 비공식적 네트워크를 사회적 자본으로 묘사하고 있다.(McGuire, 2002) 사회적 자본에 관한 관심은 1990년대 이후 급격하게 늘어났는데, 사회적 자본이 사회적 연결망이나 기타 사회구조의 구성원이 됨으로써 이익을 얻을 수 있는 행위자들의 능력을 의미한다는 데에는 어느 정도 합의가 이루어진 것으로 보인다.(포르테스, 1998) 우리나라의 경우 특히 네트워크의 한 부분인 인맥이나 연줄이 중요하게 여겨지고 있으며, 우리나라의 발전은 ‘사회적 자본’과 매우 큰 관련성을 가지고 있는것이 곧 인적네트워크라고 말할 수도 있다라는 의견이 있다.(유석춘, 2003)

## 2. 경영컨설팅 활용

우리나라 1인 창조기업을 비롯한 중소기업, 벤처기업, 소상공인 등의 소규모 경영 기업은 기업 내 자사의 문제점을 발견하고 이를 개선하면서 기업을 발전시켜나가는 전략 수립의 대부분을 대표자의 지식이나 경험에 의존하는 것이 일반적이며 이는 영세적인 중소기업의 특성상 내부 전문 인력 부족에 기인하기도 한다. 특히 제품을 개발하고 사업화를 준비하는 과정에서 지원업무를 수행하는 인력이 없어 성장 기회를 상실하고 사장되는 경우가 많은 것이 사실이다. 따라서 급변하는 경영 환경에 적응하여 성공적인 사업 성과를 이루기 위해서는 컨설턴트의 객관적이고 전문적인 컨설팅이 필요하며 이러한 환경 조성이 중소기업 지원의 필수 요소일 것이다.(육현영, 2013)

중소벤처기업에 대한 정부 컨설팅 지원 사업은 중소기업의 경쟁력 강화를 위해 컨설팅 산업 육성을 위해 중소기업청 컨설팅 지원사업 추진을 중심으로 대부분 정부조직 산하 부처에서 직,간접적으로 소속 산업별 특성에 맞게 지원사업이 추진되고 있다. 컨설팅의 지원 사업 내용을 보면 경영 및 마케팅 관련 컨설팅 비용을 지원하는 사업, 경영 및 기술과 관련된 컨설팅을 지원하는 사업, 각종 인증 취득 컨설팅을 지원하는 사업, 생산, 품질 혁신 컨설팅을 지원하는 사업 등으로 분류할 수 있다. 컨설팅 지원사업을 추진하는 정부 조직을 보면 2012년 기준 지식경제부, 고용노동부, 환경부, 농림수산물식품부의 4곳의 정부부처 산하에서 컨설팅 지원 사업이 지원되고 있으며, 각 지방자치단체에서도 다양한 방법으로 컨설팅 지원 사업이 이루어지고 있다. 특히 지식경제부 내 중소기업청에서 가장 많은 지원 사업이 진행되고 있다. 하지만 중소기업청의 지원 사업 내용과 각 부처별 지원하는 컨설팅 지원 성격이 유사함에 따라 중복 지원이 이루어지거나 아니면 지원되지 않는 사각지대 부분도 발생하는 등 정부 컨설팅 지원사업의 비효율적 운영도 제시되고 있다.(이한석, 2012)

중소벤처기업의 컨설팅의 정부 지원사업은 대부분 중소기업청에서 수행하고 있으며 2012년도 중소기업 진단, 지도 및 컨설팅사업 통합 공고에 의하면 [표 2-13]과 같이 2012년도 컨설팅지원사업 규모는 398억으로서 9개 분야로 구분하여 컨설팅지원사업으로 운영하고 있다.

[표 2-13] 중소기업청 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용

| 분야          | 사업명                  | 지원규모(백만원) |
|-------------|----------------------|-----------|
| 현장 애로 해결    | 비즈니스지원단 운영           | 2,230     |
|             | 현장클리닉 지원             | 1,700     |
| 진단분석 및 처방   | 중소기업 건강진단 관리 사업      | 5,000     |
|             | 건강진단 연계형 공정혁신 사업     | 5,900     |
| 경영 • 창업     | 경영 • 기술 컨설팅 사업       | 5,500     |
|             | 창업 대행 컨설팅 사업         | 1,000     |
| 기업 회생       | 중소기업 회생컨설팅 지원사업      | 200       |
| 녹색 경영       | 중소기업 녹색경영확산 지원사업     | 2,040     |
| 기술 • 품질     | 싱글PPM 품질혁신 지원사업      | 385       |
|             | 중소기업 기술보호 상담 사업      | 400       |
| 수출 • 해외진출   | 해외규격인증획득 지원사업        | 10,000    |
|             | 개성공단 진출 지원사업         | 80        |
| 사회 공헌       | 중소기업 CSR 현장진단 및 자문사업 | 150       |
| 자영업 • 프랜차이즈 | 소상공인 자영업 컨설팅 지원사업    | 4,000     |
|             | 프랜차이즈 활성화 지원사업       | 1,300     |
| 계           |                      | 39,885    |

출처 : 중소기업청(2012) 「공고 제2012-18」를 바탕으로 연구자가 재정리

농수산 및 식품관련 중소기업에 대한 컨설팅지원사업은 농림수산식품부가 중소기업청 지원사업과는 별도로 해당 요건에 충족되는 기업 범위 내에 컨설팅 지원사업을 수행하고 있으며 [표 2-14]와 같이 2012년도 컨설팅지원사업 규모는 10억원으로써 컨설팅 지원사업 운영내용은 아래와 같다

[표 2-14] 농림수산식품부 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용

| 구분                       | 분야 | 컨설팅 내용                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 경영<br>개선<br>컨설팅<br>(250) | 기술 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품관련 기술 지원을 통하여 경영 개선</li> <li>- 인증 : 소규모 HACCP 지정, 전통식품인증</li> <li>- 제품영양설계, 유통기한설정, 식품안전진단</li> </ul>                                                                 |
|                          | 경영 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품관련 기업경영 지원을 통한 경영 개선</li> <li>- 온라인 홍보(웹 디자인, SNS)</li> <li>- 상품 마케팅(스토리텔링 설계, 구매 선호도 개선 등)</li> </ul>                                                                |
|                          | 외식 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식업체 운영 지원을 통한 경영 개선</li> <li>- 운영개선(상품, 위생, 서비스 등), 교육훈련, 마케팅</li> </ul>                                                                                               |
| 지속<br>성장<br>컨설팅<br>(600) | 기술 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품업체 기술 향상을 통한 지속성장 심층지도</li> <li>- 인증 : HACCP, ISO22000, 건강기능식품, GMP, 탄소성적</li> <li>- 상품 : 소비자 맛 선호도, 식품안전, 상품개발</li> <li>- 가공기술 : 지적재산권 설계, 유통기한설정, 생산성 향상</li> </ul> |
|                          | 경영 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품업체 운영 시 발생하는 경영,마케팅 관련 심층지도</li> <li>- 경영 : 경영전략, IT, 물류효율화, 사회공헌(PR), 전자상거래</li> <li>- 마케팅 : 유통채널 영업전략, 홍보전략, 고객관계전략(CRM),<br/>브랜드,디자인 전략, 상품차별화 전략</li> </ul>       |
|                          | 외식 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식업체 컨설팅</li> <li>- 경영 마케팅 맞춤 : 경영 개선, 홍보 마케팅 전략, 종업원 교육, 고객서비스, 업종전환, 입지선정조사, 브랜드, 프랜차이즈, 인테리어 지도 등</li> <li>- 메뉴 : 신 메뉴 개발 및 조리법 전수</li> </ul>                        |
| 수출컨설팅<br>(150)           |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 농식품 수출 확대를 위한 수출 전문 컨설팅</li> <li>- 농수산물 시장 개척, 무역실무, 현지화 등 수출마케팅</li> </ul>                                                                                             |
| 계                        |    | 1,000백만원                                                                                                                                                                                                         |

출처 : 한국농수산물유통공사(2012) 자료를 바탕으로 연구자가 재정리

고용노동부에서 지원하는 컨설팅 지원사업은 크게 노사발전재단이 수행하는 일터혁신지원사업과 한국사회적기업진흥원에서 수행하는 사업적 기업지원사업으로 분류할 수 있으며 2012년도 컨설팅지원사업 규모는 약 20억원이며, 컨설팅 지원사업 내용은 아래 [표 2-15]와 같다.

[표 2-15] 고용노동부 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용

| 구분        | 예산(백만원) | 지원내용                                                                                                                                                                          |
|-----------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 일터혁신 지원사업 | 1,900   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일터혁신 통합진단</li> <li>- 고성과근무체계 개선</li> <li>- 임금직무체계 개선</li> <li>- 소규모사업장 노사협력활성화</li> <li>- 근로시간 줄이기</li> <li>- 중소기업 고용구조개선</li> </ul> |
| 사회적 기업 지원 | 500     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 멘토링 컨설팅</li> <li>- 프로젝트형 컨설팅</li> </ul>                                                                                              |
| 소계        | 2,400   |                                                                                                                                                                               |

출처 : 고용노동부(2012) 자료를 바탕으로 연구자가 재정리

한국환경산업기술원에서 수행하는 컨설팅 지원사업은 크게 3분야로 분류하여 사업을 추진하고 있으며, 2012년도 컨설팅 지원사업 규모는 약 20억원으로써 ‘환경기술 개발 및 환경산업 지원법 2조’에 의한 환경기술 및 환경산업 영위 기업체 범위 내에서 지원사업을 추진하고 있으며 지원내용은 아래 [표 2-16]과 같다.

[표 2-16] 환경부 2012년도 중소기업 컨설팅 지원 내용

| 구분       | 지원대상    | 예산(백만원) | 지원내용                  |
|----------|---------|---------|-----------------------|
| 경영컨설팅    | 15개사 내외 | 200     | 사업진단 및 맞춤형 경영컨설팅 지원   |
| 투자유치     | 20개사 내외 | 300     | 투자컨설팅 및 국내외 투자자매칭 지원  |
| 사업화 개발자금 | 8개사 내외  | 1,500   | 사업화 전략수립을 통한 사업화 자금지원 |
| 계        | 43개사    | 2,000   |                       |

출처 : 한국환경산업기술원(2012) 「공고 제2012-28」 연구자가 재정리

소상공인진흥원(2012)에 따르면 소상공인 컨설팅 지원은 창업예비자부터

창업 후 경영 개선 등 보다 나은 경영 환경 조성과 소상공인들의 매출 증대 및 경영상의 어려움을 해소하기 위해 민간 전문가를 활용하여 창업에서부터 경영 안정, 업종 전환에 이르기까지 성장 단계별 필요한 제반 분야를 집중 진단, 지도하여 자생력 및 경쟁력 강화를 도모하는 컨설팅 지원사업을 2005년부터 시행해 오고 있다.

박봉삼(2007)은 소상공인이 안정된 성장을 위해서는 창업준비단계, 창업초기단계, 성장단계 세 단계로 구분하고 각 단계별 차별화된 지원서비스가 제공되어야 한다는 점을 지적하였다. 소상공인의 성공적인 창업과 여업 지속을 위해서는 준비단계에서 창업자특성, 사업아이템 선정, 점포 특성의 세 가지 요인, 초기단계에서 고객 및 종업원 관리, 자금 관리의 두 가지 요인, 성장단계에서 마케팅 능력, 조직 구조, 시장지향성의 세 가지 요인을 대상으로 구조적이고 조직적인 지원 방안이 제공되어야 한다는 점을 강조하였다.

김순태(2013) 연구에 의하면 소상공인들은 전문컨설턴트를 통해 판매, 고객 관리, 마케팅 등의 영업전략, 경영진단, 전략 수립, 사업 정리 및 상사 분쟁 등에 따른 법률 자문 등 다양한 컨설팅 분야를 지원받을 수 있다. 특히 2012년부터는 명장, 기능장, 장인 등의 분야별 전문가를 통한 현장에 직접 방문하여 비법을 전수하고, 3개월간 집중 진단 지도로 근본적 해결을 통한 단기간의 성과를 창출하기 위해 컨설팅지원 프로그램을 운영하고 있다. 소상공인 컨설팅은 [표 2-17]과 같이 2005년 1,128명을 시작으로 2011년 누적 3만 4천명을 넘어서는 등 매년 컨설팅 수요가 증가하는 추세에 있다. 또한 컨설팅 수진업체의 과반수 이상이 컨설팅 이후 매출액이 좋아지고 있어 컨설팅 지원이 소상공인 경영난 해소에 많은 도움이 되고 있고, 수진업체 대다수가 컨설팅 결과에 대해 높은 만족감을 보인다고 나타났다.

[표 2-17] 소상공인 컨설팅 지원실적

| 사업명         | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 지원예산(억원)    | 5.3   | 10.7  | 16.5  | 15    | 65    | 35    | 50    | 40    |
| 일반컨설팅(건수)   | 1,102 | 1,797 | 2,634 | 2,153 | 7,908 | 2,558 | 2,267 | 2,583 |
| 미소금융컨설팅(건수) | -     | -     | -     | -     | 840   | 1,731 | 1,518 | 1,061 |
| 현장이동컨설팅(건수) | -     | -     | -     | -     | -     | 2,565 | -     | -     |
| 지자체상담창구(건수) | -     | -     | -     | -     | -     | 1,829 | 3,842 | 2,599 |
| 업종단체컨설팅(건수) | -     | -     | -     | -     | 16    | 20    | 18    | -     |
| 무료법률지원(건수)  | 26    | 104   | 104   | 92    | 346   | 400   | 314   | 324   |
| 합계(건수)      | 1,128 | 1,901 | 2,738 | 2,245 | 9,110 | 9,103 | 7,959 | 6,567 |

| 구분       | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 매출증가업체비율 | 43.0% | 69.7% | 60.0% | 58.8% | 58.2% | 64.4% |
| 만족도율     | 76.3% | 79.9% | 84.5% | 82.2% | 83.5% | 86.0% |
| 컨설팅개선율   | -     | -     | 65.5% | 85.5% | 89.6% | 92.5% |

출처 : 소상공인진흥원(2012) 「소상공인컨설팅 성과측정 연구」

## 제 4 절 선행연구에 관한 검토

### 1. 1인 창조기업의 경영자 특성과 사업성과에 관한 연구

기업 경영자의 심리적 특성과 환경적 특성, 기업적 특성 등의 각 요인에 대하여 1인 창조기업의 사업 성과에 미치는 영향에 대한 연구가 기존 연구자들에 의해 몇가지 요인들로 구분하여 진행되어 왔다. 유의한 연구결과를 도출하여 실질적인 경영에 시사점을 도출시키거나 정책에 반영하고 사업 성과에 긍정적인 요인 도출을 위해 다양한 연구가 진행되어 왔다.

신동하(2011)는 1인 창조기업가의 심리적 특성인 성취 욕구가 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 1인 창조기업가의 특성 중 심리적인 특성요인인 성취 욕구는 강한 열의와 의지를 갖고 있는 1인 창조기업가가 그렇지 못한 1인 창조기업 경영자에 비해 성공 확률도 높을 뿐 아니라 기업의 성과도 좋음을 증명하였다. 환경적 특성이 1인 창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미친다고 나타내었으며, 이는 곧 시장의 경쟁강도가 낮은 경우에는 경쟁강도가 높은 경우보다 사업 성과가 높다고 밝혔다. 하지만 종속변수인 사업 성과에 대한 측정에서 성과 측정의 정확성을 들수 있는 부분이 주관적인 측정 방법을 이용하여 사업성과의 정확한 측정치와 향후 사업성과에 영향을 주는 전략적 관점의 객관적인 지표 도출이 어려웠다.

신문희(2012)는 1인 창조기업에 대한 명확한 개념 이해와 그 실태를 파악하고 1인 창조기업의 특성을 바탕으로한 성장 요인과 성장 지체 요인의 도출을 통해 단계별 세부 정책에 관한 지원 방안 제시를 연구하였다. 1인 창조기업의 발전단계를 창업기, 성장기, 성숙기 3단계로 나누어 단계별 발전 지원 요소들을 도출하여 이를 구분 지원하는 방안을 계획하여 1인 창조기업의 발전 단계별 세부 지원 방안을 제시하였으나, 현재 창조경제의 현 시대에 우리 경제가 당면하고 있는 과제인 청년실업해소 및 고용 창출에 대한 직접적인 대안에 대한 제시가 미흡하였다.

이상용(2011) 연구에 의하면 정부 지원을 확대하여 이를 바탕으로 창업을 장려하는 방향으로 사회적인 인식의 전환이 필요하다고 주장하였으며, 비록

연구의 범위가 일러스트레이터를 중심으로 조사한 조사 범위의 한계성이 있었으나, 1인 창조기업의 대다수가 창업시 인프라관련에 있어서 창업 전반에 걸쳐 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 하지만 경영자의 특성 중 사업아이템의 발굴 및 네트워크 등의 인프라 구축이 사업 성과에 유의한 영향이 있음을 밝혔다.

장근탁(2013) 연구는 1인 창조기업 경영자의 역량과 특징을 독립변수로 두고 경영 성과를 결과변수로 제시하여 이들 가운데 유의미한 영향이 있다라는 연구 결과를 제시하였으며, 1인 창조기업에게 경영성과를 향상시킬수 있는 경영자의 역량과 개인적인 특징에 대해 제시하였다. 연구의 차별점으로는 정부의 지원정책을 조절변수로 두어 1인 창조기업이 정부의 지원정책을 통한 효과성을 파악할 수 있는 연구 결과를 제시하였다. 경영자의 역량중 사업기획력과 인적네트워크는 영향을 미치나 전문적 지식은 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 연구 결과에 조사 대상이 1년 미만의 사업 초창기 기업이라는 한계점으로 인해 연구결과의 신뢰성이 부족한 것으로 판단되었다.

김현목(2013) 연구에 의하면 1인 창조기업의 기업가 정신 중 혁신성, 진취성, 위험감수성은 창업 기회 인식과 성취욕구에 영향을 미친다고 연구 하였다. 인적, 물적 자원이 부족한 1인 창조기업에게 창업기회에 대한 인식이나, 높은 성취 욕구는 사업 성과에도 영향을 미친다는 연구결과를 나타내었으며, 1인 창조기업의 높은 성취 욕구와 사업 성과를 성장 시키기 위해 정부차원의 맞춤형 지원 정책이 필요하다고 주장하였다.

이병구(2010)의 소상공인의 핵심성공요인에 관한 연구에 의하면 창업 과정에 있어 전문가의 상담이나 사업기회, 사업계획 등은 사업 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

포상(2011)은 중소기업의 경영자 특성이 경영성과에 미치는 영향에 대하여 경영자의 저문성, 경영자의 관리역량, 경영자의 시장지향적 가치관이 매출 증대에 정(+)의 영향력을 미친다고 발표하였다. 하지만 중소기업의 대내외적 환경적인 조건의 의해 제한된 시장에서 한정된 경쟁 구도만을 갖는 특성으로 인해 경영자의 전문성만이 경영 성과에 유의한 요인이라고 단정 짓기에는 무의미하다고 연구의 한계점을 제시하였다.

정혜영(2001) 연구는 경영자의 특성을 크게 3가지로 구분하였으며 3가지의 변수중 인구통계학적 변수와 경력 특성 변수가 심리적 특성 변수보다 기업성과에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 경영자의 학력과 기업 성장성과의 관계는 정(+)의 관계를 가지지만 수익성과와는 유의하지 못한 결과를 나타내었으며, 근무경력도 기업의 성장성과 수익성 부분에서 전체적으로 정(+)의 관계를 나타내었다. 경영자의 심리적인 특성인 성취욕구, 위험감수성향은 두 변수 모두 기업의 성장성과 수익성에 유의하지 못한 결과를 나타내었다.

국내외 여러 학자들의 연구 논문에 의하면 대다수 경영자의 특성은 사업성과에 유의한 영향을 미친다고 조사되었으나, 경영자 특성에 대한 명확한 변수 설정 및 변수 사용에 있어서의 단어 통일이 이뤄지지 않아 유사한 의미의 단어를 정리하여 국내외 학자들에 의해 주장된 경영자의 역량적 특성 중 교육수준, 전공, 경력, 근무기간 등의 유사 범위 내에 조사된 연구와 심리적 특성인 성취욕구, 통제성향, 위험감수성향, 진취성, 혁신성 등의 변수로 연구된 선행 연구들을 종합해보면 아래 [표 2-18]과 같다.

[표 2-18] 경영자의 특성과 사업성과에 관한 연구

| 연구자                               | 연구내용                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| McMullan & Long(1987)             | 교육수준이 높으면 전략의 수립, 실행은 우수하나 돌발상황 대처 능력이 저하됨.                                                                                                                                                                    |
| Dollinger(1984)                   | 교육수준이 높으면 경계탐색에 능하며, 통합적 복잡성을 처리할 능력이 뛰어나.                                                                                                                                                                     |
| Schroder, Driver & Steufert(1967) | 교육수준이 높을수록 기업전략에 긍정적 영향을 미치고 높은 정보처리 능력이 있음.                                                                                                                                                                   |
| Hambrick & Mason(1984)            | 교육수준이 높을수록 전략적인 행동을 적극적으로 전개 성향                                                                                                                                                                                |
| Cooper(1994)                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업자의 배경, 경영노하우, 특정산업노하우, 재무적 자본</li> <li>• 교육수준은 생존과 성장과 정(+)의 관계, 특정산업노하우는 생존과 성장에 유의한 관련이 있음.</li> </ul>                                                            |
| Begley & Boyd(1987)               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 성취욕구, 통제성향, 위험감수성향, 모호성 감수에 대한 인내</li> <li>• 심리적 특성은 성과와 유의한 관계가 나타나지 않음. 모호성 감수에 대한 인내만이 ROA와 정(+)의 관계</li> </ul>                                                    |
| Stuart & Abetti(1987)             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장의 매력, 시장의 역동성, 혁신의 독특성, 전체마진, 전략적 공격성, 기업가 정신</li> <li>• 기업가 정신, 창업자의 경험은 초기 성공과 관련, 유기적 조직환경, 시장환경의 매력도는 초기 성공과 부(-)의 관계</li> </ul>                                |
| Chandler & Jansen(1992)           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업가의 능력(기업가적 능력, 관리적 능력, 기술적, 기능적 능력)</li> <li>• 기업가적 능력은 성장률과 유의한 관계, 관리적 능력은 수익률과 유의한 관계</li> </ul>                                                                 |
| Roure & Maidique                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업자의 경력, 창업팀의 특성, 목표시장, 기술시장, 지분구조</li> <li>• 경험과 높은 성장 조직에서의 경력은 성과와 긍정적인 관계. 창업팀의 완성도 합작 경험은 성과와 긍정적 관계. 높은 예상시장 점유율은 성과와 긍정적 관계. 시장내 경쟁수준은 성과와 부(-)의 관계</li> </ul> |
| sandberg & Hofer(1987)            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업자의 특성, 산업구조, 전략</li> <li>• 세가지 변수의 상호작용의 효과가 크다. 개별적인 영향 중 산업구조가 가장 큰 영향을 준다. 창업자의 교육, 산업 경험은 성과에 유의하지 않음.</li> </ul>                                               |
| Stuart & Abetti(1990)             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 창업자의 특성, 환경, 전략유형, 조직유형</li> <li>• 창업경험은 성과와 관련. 나이, 사업연수, 관리기술은 성과에 중요하지 않음. 조직유형과 전략 유형은 성과에 유의한 관계. 교육수준은 성과와 부(-)의 관계.</li> </ul>                                 |

출처 : 임동민(2012), 정혜영(2001) 연구를 바탕으로 재정리

## 2. 경영컨설팅과 사업성과에 관한 연구

국내에서 컨설팅과 사업성과에 관한 연구는 다양하게 진행되어 왔으며, 컨설팅이 수진 업체의 사업성과에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 연구와 컨설팅의 고객 만족도 요인이 사업성과에 어떤 영향을 주는지에 대한 분석으로 진행되고 있다. 컨설팅의 목적이 수진 기업의 기업 규모적 성장이나 조직의 업무 성과를 제고하는데 그 궁극적인 목적이 있다는 점에서 기업의 경영컨설팅과 사업성과의 관계를 밝히는 연구가 다양하게 필요하며 본 연구에서도 1인 창조기업의 경영적, 환경적 특성에 의해 외부 전문가를 통한 컨설팅 수혜 시 사업성과에 유의한 관계가 있음을 예측하며 본 연구를 진행한다.

김상훈(2009) 연구에 의하면 컨설팅 만족도와 컨설팅 결과에 대한 수용 및 활용도가 자영업자의 사업 성과를 높이는데 기여한다고 밝혔다. 컨설팅에 대한 만족도는 컨설팅의 방법론의 체계성과 컨설턴트의 능력에 의해 컨설팅 성과를 높이게 되는데 이는 곧 자영업자로 하여금 컨설팅에 만족도를 높이게 되고 곧 사업에 활용하여 사업성과를 높일수 있다라는 연구 결과를 제시하였다.

전성천(2010)은 컨설팅은 소규모의 기업이 경영혁신과 사업성과 증대를 위해 외부 컨설턴트의 도움을 받아 경영을 개선하기 위해 기업 내 전체 비용을 부담하거나 정부의 지원을 받아 시행하는 경우가 많으나, 사업성과의 개선이 이뤄진 기업도 있으나, 오히려 사업 악화로 이어지는 경우도 있다고 주장하였다. 이는 외부환경변화에 의해 기인하는 경우도 있지만 컨설팅이 충실하게 이뤄지지 않아 발생하게 되는 현상이라고 설명하며, 컨설턴트의 투입 환경에 따라 사업 성과도 변할 수 있음을 제시하였다.

전기수(2009)은 경영컨설팅에 대한 고객의 만족도가 경영 능력의 향상에 영향을 미치고 경영 능력의 향상에 따라 기업의 사업성과가 개선될 수 있다는 연구를 발표했다.

남수희(2002)는 컨설팅의 고객만족도 결정 요인들을 서비스 품질, 컨설팅사, 컨설팅 과정, 컨설팅 결과로 규정하고 이러한 컨설팅의 고객만족도가 컨설팅 성과를 결정한다고 주장하였다.

민경용(2010) 연구에 따르면 컨설팅을 통해 내부 개선을 시행하기 위해서는 컨설팅에 대한 신뢰도 및 컨설팅에 대한 만족도, 컨설팅의 활용도 가운데 일부 조건이 충족되면 가능하다고 볼 수 있으나, 재무적 성과, 고객 만족도, 내부 개선을 충족시키기 위해서는 컨설팅에 대한 신뢰도를 제고시키고 이를 바탕으로 컨설팅에 대한 만족도를 향상시킬수 있다고 하였다. 또한 컨설팅의 활용도를 높임으로써 개선이 가능하다고 주장하였다. 따라서 1인 창조기업이 컨설팅을 통해 사업 성과를 제고하기 위해서는 컨설팅 수신 이후 컨설팅의 활용도를 높이도록 하는것이 가장 큰 핵심이라고 제시하였다.

장영(1997) 연구는 경영컨설팅을 부문개선 컨설팅, 부문혁신 컨설팅, 전사 개선 컨설팅, 전사혁신 컨설팅 네가지 유형으로 구분하여, 유형별 컨설팅 성과간의 상황적 관계를 도출하고 이에 대한 실증적인 분석을 실시함으로써 경영컨설팅을 통한 사업성과를 도출해 낼수 있는 포괄적인 이론정립의 가능성을 제시하였다.

그 밖의 컨설팅과 경영성과에 관한 선행 연구들은 아래 [표 2-19]와 같다.

[표 2-19] 경영컨설팅과 경영성과에 관한 연구

| 연구자           | 연구내용                                                                                                                                                                                                                |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 곽홍주<br>(2008) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 컨설팅인식과 준비가 컨설팅 성과에 유의한 영향을 미침</li> <li>• 컨설팅사의 조직적인 대응능력과 신뢰성이 컨설팅 성과에 유의한 영향을 미침</li> <li>• 컨설턴트의 전문능력과 관리능력이 컨설팅 성과에 유의한 영향을 미침</li> </ul>                               |
| 박병호<br>(2005) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영컨설팅 서비스품질이 고객만족도에 긍정적 영향을 미침</li> <li>• 고객만족도와 고객충성도는 유의한 상관관계가 있음</li> <li>• 서비스품질과 고객충성도는 유의한 상관관계가 있음</li> </ul>                                                      |
| 이상석<br>(2009) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영관리와 회계/재무 컨설팅이 기업성과에 가장 많은 영향을 주었으며, 마케팅과 생산/운영 컨설팅이 다른 분야에 비해 경영성과에 적은 영향을 미침</li> </ul>                                                                                |
| 전기수<br>(2009) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영자원 능력 중 물적자원은 재무성과, 고객만족, 학습과 성장, 내부개선에 유의한 영향을 미침.</li> <li>• 인적능력은 고객만족, 학습과 성장 및 내부개선에 유의한 영향을 미침</li> <li>• 수행과정은 인적능력에는 긍정적 영향을 미쳤지만, 물적자원에는 영향을 미치지 않음.</li> </ul> |
| 채준원<br>(2011) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영컨설팅 경험여부는 컨설팅에 대한 인식이나 수요에 유의한 차이가 있음</li> <li>• 컨설팅 결정요인은 모두 경영성과에 유의한 영향을 미침</li> </ul>                                                                                |
| 윤성환<br>(2008) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 컨설턴트의 컨설팅 능력, 컨설팅 자세와 의뢰기업 측의 참여 자세와 컨설팅에 대한 이해도가 사업성과에 관여</li> </ul>                                                                                                      |

출처 : 김종광(2013), 전성천(2010) 연구를 바탕으로 재정리

## 제 3 장 연구설계

### 제 1 절 연구모형 및 가설의 설정

#### 1. 연구모형

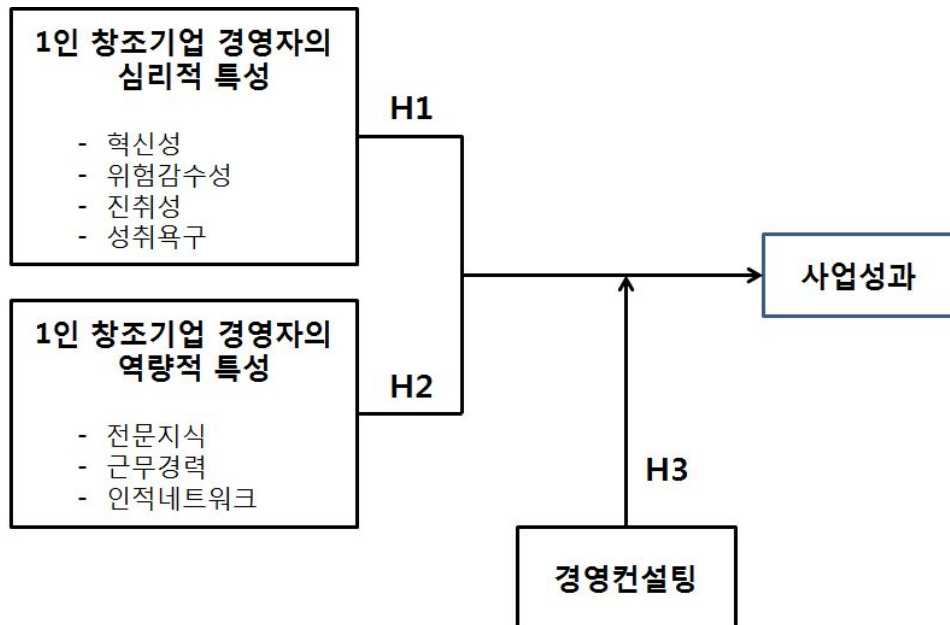
연구의 모형은 1인 창조기업에 관한 선행 연구를 바탕으로 모형을 설계하고 가설을 설정하였다. 기존의 선행 연구들은 1인 창조기업의 특성과 사업 성과에 대한 연구가 진행되어 왔었다. 1인 창조기업의 특성이라 함은 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성 크게 두가지로 나누어 연구하였다. 심리적 특성은 여러 가지의 조작적 변수들 중 경영자의 내면적 요인들을 독립변수로 두고 연구를 진행하였으며, 역량적 특성은 경영자의 외부적, 환경적 여건들을 고려한 연구들이 진행되어 왔었다. 또한 정부시책 등의 조절효과를 고려한 선행 연구도 진행되어 왔다.

연구의 모형은 1인 창조기업의 경영자의 특성을 독립변수로 하고, 사업 성과를 종속변수로 하여 어떤 영향이 있는지 알아보고자 한다. 경영자의 특성은 심리적 특성의 요인과 역량적 특성의 요인들로 구성하였으며, 심리적 특성은 크게 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구 네가지로 변수를 구분하여 연구를 설계하였으며, 역량적 특성은 전문지식, 근무경력, 인적네트워크 세가지로 변수를 구분하여 연구를 설계하였다.

또한 1인 창조기업의 경영자의 특성과 사업성과와의 관계에 있어서 경영 컨설팅 조절효과가 나타나고 있는지에 대해서 알아보고자 한다. 경영자의 특성과 사업성과와의 관계에서 경영 컨설팅의 활용도에 따라 사업성과에 유의한 영향이 있음을 알아보고자 한다.

본 연구에서 독립변수와 종속변수에 대한 연구는 윤동매(2011), 신동하(2010), 장근탁(2012), 김현목(2013), 신문희(2011), 지중현(2011) 등의 연구를 근거로 1인 창조기업의 경영자 특성과 종속변수인 사업 성과 변수에 대한 개념을 정의하고, 모형을 설정하였다. 경영 컨설팅에 대한 변수의 정의와 조

절변수로 작용 효과는 배용섭(2013), 김종광(2013), 정미라(2012), 권기철(2011), 김소정(2011), 채준원(2011) 등의 연구를 바탕으로 <그림 3-1>과 같은 연구모형을 설정하였다.



<그림 3-1> 연구모형

## 2. 가설의 설정

### 1) 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성과 사업성과에 대한 가설

가설 1. 1인 창조기업의 경영자의 심리적 특성은 사업성과에 영향을 미칠 것이다.

1-1. 1인 창조기업 경영자의 혁신성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-2. 1인 창조기업 경영자의 위험감수성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-3. 1인 창조기업 경영자의 진취성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-4. 1인 창조기업 경영자의 성취욕구는 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1인 창조기업 경영자의 잠재적이고 내면적인 요소 중의 하나인 심리적인 특성은 1인 창조기업의 사업성과에 유의한 영향으로 작용할 것이며, 실질적인 매출액, 영업이익, 고용인원 등의 사업성과에 영향을 미칠 수 있다는 가설을 설정하였다. 본 연구에서 1인 창조기업의 심리적 특성을 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구의 네가지 변수를 바탕으로 사업성과의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

### 2) 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성과 사업성과에 대한 가설

가설 2. 1인 창조기업의 경영자의 역량적 특성은 사업성과에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 1인 창조기업 경영자의 전문지식은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-2. 1인 창조기업 경영자의 근무경력은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-3. 1인 창조기업 경영자의 인적네트워크는 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1인 창조기업 경영자의 외면적이고 습득할 수 있는 역량적인 요소 중의 하나인 역량적인 특성은 1인 창조기업의 사업성과에 유의한 영향으로 작용할 것이며, 실질적인 매출액, 영업이익, 고용인원 등의 사업성과에 영향을 미칠 수 있다는 가설을 설정하였다. 본 연구에서 1인 창조기업의 역량적 특성을 전

문지식, 근무경력, 인적네트워크의 세가지 변수를 바탕으로 사업성과의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

### 3) 경영컨설팅과 사업성과에 대한 가설

가설 3. 1인 창조기업의 경영자의 심리적 특성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-1. 1인 창조기업 경영자의 혁신성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-2. 1인 창조기업 경영자의 위험감수성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-3. 1인 창조기업 경영자의 진취성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-4. 1인 창조기업 경영자의 성취욕구와 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

가설 4. 1인 창조기업의 경영자의 역량적 특성은 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

4-1. 1인 창조기업 경영자의 전문지식과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

4-2. 1인 창조기업 경영자의 근무경력과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

4-3. 1인 창조기업 경영자의 인적네트워크와 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

1인 창조기업은 특성상 1인이 경영에 있어 최고 결정자이며, 사업의 추진을 담당하게 된다. 창업 후 재무, 회계, 생산, 설비, 인사, 노무 등의 다양한 분야에 대한 지식과 경험의 부재로 인해 전문가의 컨설팅이 필요하다. 1인 창조기업의 경영의 전반적인 모든 분야에 대해 경영자를 제외한 내외부 전문가를 통한 경영컨설팅은 비용적 부담, 비부담과 관련 없이 경영자의 실행 유무

와 활용에 따라 사업 전반에 영향을 미치게 된다. 이러한 사업성과는 재무적, 비재무적 사업성으로 이어질 수 있음을 가정하고, 본 연구는 1인 창조기업의 심리적 특성, 역량적 특성과 사업성과와의 관계에서 경영컨설팅이 영향을 미칠 것이라고 가설을 설정하였다.

## 제 2 절 변수의 조작적 정의

### 1. 경영자 특성

경영자의 특성에 관해서는 오랜 기간 동안 매우 다양한 요인들이 도출되었고, 여러 요인들을 살펴보면 크게 심리적 특성 요인과 역량적 특성 요인들로 구분지어 볼 수가 있다. 심리적 특성의 요인들로는 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구의 네가지 요인들을 도출해 볼 수 있으며, 역량적 특성의 요인들로는 전문지식, 근무경력, 인적네트워크의 세가지 요인들을 도출해 볼 수 있다.

#### 1) 혁신성

장근탁(2013)은 혁신성을 1인 창조기업의 경영자에게는 창조적인 아이디어를 제시하는데 있어 가장 필요한 특징이라고 한다. 혁신성은 슈페터에 의해서 처음 도입된 개념으로 생산과정에서의 공정 혁신, 기술적인 혁신, 그리고 디자인 개발 및 새로운 시장 개척을 할 수 있는 프로모션 등 적극적으로 도입하고 추진하려는 경영활동이다. 이는 새로운 시장에 진출하고 신사업분야를 개척하는 기업에게는 생존을 결정지을 수 있는 중요한 요인이며, 기존의 방식과는 다른 독특하고 더욱 효과적인 그들만의 방법을 만들어야 한다. 특히 다양하고 복잡한 사회에서 1인 창조기업이 경쟁력을 갖추기 위해서는 중견기업들이 하는 경영활동도 중요하지만 동시에 혁신성을 지속적으로 추구하여 역동적인 사업 환경을 마련하여 성장을 유지하는 것이 중요하다.

#### 2) 위험감수성

신동하(2011)는 위험감수성이란 급변하는 환경을 선호하거나 또는 모험적이고 도전적인 성향이나 어떤 위험에 대하여 기꺼이 감수하려는 심리적인 성향을 의미하는 것으로 위험감수성향은 특히 신규 사업의 설립과 운영에 관련

된 창업가적 과정에 내재하고 있는 특성으로 창업가의 중요한 심리적 특성 중의 하나라고 밝힌다. 행동과학자들은 위험감수성을 불확실한 기업환경 속에서 창업가들의 행동방향을 설정해주는 중요한 요인으로써 위험을 감수하려는 의지라고 주장한다. 위험감수성을 측정하는 요인으로써 위험이 높더라도 수익성이 있는 사업을 선호하고 과감한 행동의 선택, 불확실한 상황에 과감한 대처 등을 의미하는 것으로써 Boone & Brabander(1997)의 연구를 바탕으로 5개의 항목을 측정하였다.

### 3) 진취성

장근탁(2013)은 새롭고 도전적인 과제를 좋아하는 강한 욕구이며, 리더라고 여겨지는 사람들에게 강하게 나타나는 성향 중 하나라고 정의한다. 진취성은 불명확하고 위험을 감수해야 하는 상황에서도 도전적이고 미래 지향적으로 전진적 성향을 보임을 말한다. 특히 이장우(1997)은 기업에 있어서 진취성은 기업의 성장과 발전을 좌우하며, 경영자의 의욕과 불굴의 도전정신이 반영되며 기업 성공의 중요한 원천이라고 하였다. 그러므로 진취성은 1인 창조기업의 창업과 사업의 성과에 유의미한 영향을 줄 것으로 예상된다.

### 4) 성취욕구

신동하(2011)는 성취욕구란 어떤 일을 성취하고 달성하고자 하는 심리적 욕구의 정도이며 어떤 것들을 달성하고자 하는 의욕, 물질적 사물, 인간 또는 아이디어에 정통하고 이들을 조직화하려는 의욕, 가능한 한 신속하고 독립적으로 이와 같은 행동을 하려는 의욕, 역경을 극복하고 높은 기준에 도달하려는 의욕, 자기 자신을 탁월하게 만들려는 의욕, 다른 사람들과 경쟁에서 그들을 능가하려는 의욕, 자신의 재능을 발휘하여 자기 존중감을 향상시키는 의욕 등을 의미하는 것으로 Blackburn(1981)과 Steers & Braunstein(1976)의 연구를 바탕으로 5개 항목을 측정하였다.

## 5) 전문지식

장근탁(2013)은 전문지식은 1인 창조기업 경영자의 역량 중 경쟁력을 갖추는데 핵심역량이라고 밝힌다. 전문지식은 특정분야에 대한 풍부하고 깊이 있는 지식 또는 기술로써 개인이 가지고 있는 노하우나 아이디어를 특허 또는 실용신안 등의 지적 재산을 취득하거나 권리를 확보하는것 또한 전문 지식이라고 할 수 있다. 1인 창조기업은 대체적으로 전문지식이라 함은 관련 업종에서 오래 종사하였거나, 기술을 습득하여 개인의 노하우를 보유하고 있거나 전문분야의 준 전문가의 수준의 지식을 보유하여 창업함이 일반적이다. 또한 창업 및 경영 분야에 대한 꾸준한 정보의 습득과 상당 기간의 연구와 준비를 통해 1인 창조기업은 전문 지식을 쌓고 있음을 표현할 수 있다.

## 6) 근무경력

경영자의 경력은 기업의 전략 선택이나 사업성과에 매우 중요한 영향을 미친다. 에 따르면 경영자의 경력은 그 사람의 태도, 지식 그리고 관점을 형성하는데 기여함으로 관련 산업 근무경력은 사업상의 이슈나 문제에 관한 경영자의 관점에 영향을 준다고 한다.(Hambrick & Mason, 1984) 따라서 다양한 경력을 가진 경영자들은 기업에서 발생하는 다양한 문제에 대하여 그들의 지식과 관점을 활용하여 문제 해결에 많은 도움을 줄 수 있다.(Ouchi & Jeager, 1978; Raskas & Mambrick, 1992) 그리고 문제를 해결하는 방법이나 전략적 선택도 자신이 습득한 지식 또는 경험에 의존하는 경향이 있다. 또한 근무경력에 문제를 정의하고 정보를 처리하며 전략적인 선택에 직접적인 영향을 미친다.(Govindarajan, 1989; Walsh, 1988) 실질적으로 기존의 연구에서 최고경영자의 근무경력에 사업성과에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 7) 인적네트워크

Antia and Frazier가 말한 인적네트워크의 정의는 네트워크에 속해 있는 액터(actors)들이 서로 정보를 주고받으면서 형성된 관계들의 평균적인 강도라고 하였다. 이것은 네트워크에 존재하는 중요한 자원 중에 하나인 정보를 서로 공유함으로써 이들 간에는 공통된 믿음과 신뢰가 형성된다는 것인데 이것은 다시 말해 구성원들 사이가 돈독해진다는 것을 의미한다. 구성원들의 평균적인 강도가 높다는 것은 그 만큼 정보의 공유가 잘 이루어지며 그 밖의 여러 가지 서로에게 필요한 자원의 이동 또한 원활하게 이루어진다는 것을 의미하며 이것이 같은 네트워크에 속한 구성원들 사이의 관계를 향상시키게 될 것이다.(김재홍, 2005)

## 2. 컨설팅

경영컨설팅에 대한 정의를 정리한 권기철(2011)의 연구에 의하면 경영컨설팅을 크게 3가지로 정의할 수 있다. 첫째, 경영컨설팅은 경영상의 문제들에 대한 객관적이고 독립적인 평가를 내리기 위해서는 이에 필요한 충분한 자료를 갖추고, 고객사의 경영 문제들을 적극적으로 진단하고 그 문제점을 파악하여 해결방안을 모색하는 것이다. 둘째, 경영컨설팅이란 기업의 경영 문제를 파악하고 그 해결책을 제시하는 것이므로 항상 문제 의식을 가지고 근본 원인을 파악할 수 있는 분석력을 지니고 있어야 한다. 셋째, 경영컨설팅은 도움을 주는 것이지 직접 집행하거나 집행 후 성과에 대하여 책임을 지는 것이 아니다. 그 밖에 중소기업청(2007)은 기업경영상의 여러 가지 문제점을 규명하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방안을 제시하고 그러한 해결방안들이 적기에 실시될 수 있도록 도와주는 행위로 명시하고 있다. 우리나라에서는 2008년 개정 시행된 한국표준산업분류(KSIC 9차 개정)에서 경영컨설팅업(71531)을 ‘다른 사업체에게 사업경영문제에 관하여 자문 및 지원하는 산업활동’으로 구분짓기도 한다.

## 3. 사업성과

기업의 사업 성과를 측정하기 위한 자료들은 다양하지만 1인 창조기업들은 창업 후 사업 활동에 많은 변화를 보임으로서 그 성과를 측정하는 데는 어려움이 있다. 본 연구에서는 1인 창조기업의 사업성과를 측정하기 위해 재무적 성과 뿐만 아니라 비재무적 성과도 함께 고려한 사업 성과를 현 경영자의 사업 성과 척도를 5점 척도로 만족도를 평가하였다.

1인 창조기업의 사업 성과는 곧 경영자의 현 기업체 상황에 대한 만족도를 나타내는 사업의 전반적인 정서를 반영한 경영자의 주관적인 사업성과 척도라고 할 수 있다.

### 제 3 절 자료수집 및 조사설계

#### 1. 설문지 구성

본 연구는 실증분석을 통한 연구로써 선행 연구를 바탕으로 연구 목적에 맞는 설문을 추출하여 설문지를 통한 응답방법을 이용하였다. 설문지를 통한 자료 수집은 응답자의 내, 외적 상황에 따라 응답 결과에 대한 변수들이 달리 작용될 수 있으나, 기존의 선행연구들의 표준화된 설문지와 연구 결과를 참고하여 설문지를 작성하였다.

본 연구의 설문지는 크게 4가지 부분으로 구성되어 있으며, 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성을 묻는 항목, 역량적 특성을 묻는 항목, 컨설팅의 활용도를 묻는 항목, 사업 성과를 묻는 항목 총 4가지 항목의 46개의 문항으로 구성되어 있다. 설문 내용을 구체적으로 살펴보면, 첫 번째 항목은 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성에 대해 묻는 항목으로 [표 3-1], [표 3-2], [표 3-3], [표 3-4]와 같이 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구의 4가지 요인에 20개의 설문 문항으로 작성하였다. 두 번째 항목은 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성에 대해 묻는 항목으로 [표 3-5], [표 3-6], [표 3-7]과 같이 전문지식, 근무경력, 인적네트워크의 3가지 요인에 15개의 설문 문항으로 작성하였다. 세 번째 항목은 조절변수를 측정하기 위한 것으로 [표 3-8]과 같이 컨설팅의 유무와 활용도를 묻는 5개의 설문 문항으로 작성하였다. 네 번째 항목은 종속변수인 사업성과를 묻는 것으로 [표 3-9]와 같이 5개의 설문 문항을 작성하였다. 마지막 부분은 인구통계학적 변수로 성별, 연령, 근무연수, 창업기간 등의 특성을 묻는 7가지의 설문 문항으로 구성하였다.

최종 확정된 본 연구 설문지의 각 항목별 구성은 다음과 같다.

[표 3-1] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성중 혁신성에 관한 항목

| 측정 항목                                         | 출처                                  |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 사업아이템이 혁신적이라는 평가를 받고 있다.                   | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 남들이 생각하지 못하는 독특한 아이디어를 자주 발견하는 편이다.        |                                     |
| 3. 스스로 자신의 아이디어가 혁신적이고 차별화 된다고 자부한다.          |                                     |
| 4. 변화하는 사업 환경의 흐름을 잘 예측하고 해당 사업 분야를 선도하는 편이다. |                                     |
| 5. 새로운 아이템에 대한 구상을 꾸준히 하고 있다.                 |                                     |

[표 3-2] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성중 위험감수성에 관한 항목

| 측정 항목                              | 출처                                  |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 새로운 사업 영역의 창업이 두렵지 않다.          | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 사업이 성공할 것이라고 확신하고 자신감이 있다.      |                                     |
| 3. 평소 도전하고 성취하는 것을 즐긴다.            |                                     |
| 4. 위험이 따르더라도 사업의 성과를 위해서는 도전한다     |                                     |
| 5. 새로운 사업 영역에도 관심을 가지고 시도해 보려고 한다. |                                     |

[표 3-3] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성중 진취성에 관한 항목

| 측정 항목                                  | 출처                                  |
|----------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 사업과 관련한 업무를 적극적으로 추진한다.             | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 사업에 관련된 업무의 진행을 빠르게 진행한다.           |                                     |
| 3. 사업아이디어의 도출이 다른사람보다 빠르다.             |                                     |
| 4. 다른 사람이 해보지 않은 신사업에 대한 진출을 두려워하지 않는다 |                                     |
| 5. 늘 기존 제품에 대한 개선점을 찾으려고 노력한다.         |                                     |

[표 3-4] 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성중 성취욕구에 관한 항목

| 측정 항목                                     | 출처                                  |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 사업에 목표를 설정하고 도달하려고 노력한다.               | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 설정한 목표를 달성하는데 방해 요인인 변수를 분석하고 있다.      |                                     |
| 3. 설정한 목표를 달성하지 못하면 문제점을 찾아서 평가하고 피드백 한다. |                                     |
| 4. 단기, 중기, 장기 등 단계별 목표 설정하여 사업을 추진한다.     |                                     |
| 5. 목표 달성을 위해서 수단과 방법을 가리지 않고 추진한 적이 있다.   |                                     |

[표 3-5] 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성중 전문지식에 관한 항목

| 측정 항목                                      | 출처                                  |
|--------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 사업과 관련된 분야의 전문적 교육을 받은적이 있다.            | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 사업과 관련된 분야의 자격증을 소지하거나, 획득하려고 준비한적이 있다. |                                     |
| 3. 사업과 관련된 분야에서의 근무 또는 창업 경험이 있다.          |                                     |
| 4. 사업과 관련된 분야에서 상당 기간 연구 및 준비를 했다.         |                                     |
| 5. 사업과 관련된 분야의 정보에 관심을 갖고 모니터링 한다.         |                                     |

[표 3-6] 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성중 근무경력에 관한 항목

| 측정 항목                               | 출처                                  |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 사업과 관련된 회사에서 근무한 적이 있다.          | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 사업과 관련된 부서에서 근무한 적이 있다.          |                                     |
| 3. 사업과 관련된 분야에서 3년 이상 근무한 적이 있다.    |                                     |
| 4. 회사내, 부서내 동료들에게 업무에 대한 능력을 인정받는다. |                                     |
| 5. 사업과 관련된 분야의 창업 경험이 있다.           |                                     |

[표 3-7] 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성중 인적네트워크에 관한 항목

| 측정 항목                                       | 출처                                  |
|---------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 사업과 관련된 분야의 전문가나 경험자들과 교류하고 있다.          | 김현목(2013)<br>신동하(2010)<br>장근탁(2013) |
| 2. 마케팅 및 영업을 의뢰, 대행할 주변 지인이 있다.             |                                     |
| 3. 자금을 확보할 수 있는 금융기관이나 투자자가 있다.             |                                     |
| 4. 사업 내 재무 업무에 대하여 신뢰하고 맡길만한 지인이 있다.        |                                     |
| 5. 사업 분야와 관련된 정부 또는 공공기관에 활용가능한 인적네트워크가 있다. |                                     |

[표 3-8] 1인 창조기업 경영자의 컨설팅 활용도에 관한 항목

| 측정 항목                                      | 출처                                  |
|--------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. 외부 전문가의 경영 컨설팅을 활용해본 적이 있다.             | 배용섭(2013)<br>정미라(2012)<br>김종광(2013) |
| 2. 외부 전문가를 통해 사업 방향에 대한 자문을 구해본 적이 있다.     |                                     |
| 3. 외부 전문가를 통해 회사내 자금 운용에 대한 자문을 구해본 적이 있다. |                                     |
| 4. 외부 전문가를 통해 영업 및 마케팅에 대한 자문을 구해본 적이 있다.  |                                     |
| 5. 외부 전문가를 통해 정부 지원사업 신청에 자문을 구해본 적이 있다.   |                                     |

[표 3-9] 1인 창조기업 사업성과에 관한 항목

| 측정 항목                              | 출처                                  |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1-1. 귀사는 매출액이 증가하고 있다.             | 최홍대(2010)<br>윤보현(2007)<br>정혜영(2001) |
| 1-2. 귀사는 영업 이익 또는 고용 인원이 증가하고 있다.  |                                     |
| 1-3. 각종 인증 획득 및 정부 지원금의 수혜가 늘어났다.  |                                     |
| 1-4. 귀사는 신규 거래처 및 시장 점유율이 증가하고 있다. |                                     |
| 1-5. 귀사는 귀사의 사업 성과에 대해 만족 한다.      |                                     |

## 2. 표본의 선정 및 자료의 수집

본 연구는 가설의 검증을 위해 각 요인별로 작성된 설문지를 2013년 10월 1일부터 11월 15일까지 배포와 회수를 병행하며 자료를 수집하였다. 설문 대상은 서울, 경기권의 수도권과 전라권에 소재하고 있는 비즈니스센터와 창업보육센터 내 역내외 입주기업 중 1인 창조기업의 범주 내에 들어오는 기업들을 상대로 조사를 실시하였다. 회수된 설문지 160부를 연구의 분석에 사용하였다.

설문의 측정 중 평가의 척도는 리커트 평가 척도 5점 기준으로 매우 그렇다, 그렇다, 보통이다, 그렇지않다, 매우 그렇지않다 다섯 단계의 척도를 사용하였다.

### 3. 자료 분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS 통계 프로그램을 사용 분석하였다.

첫째, 사용된 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였으며, 요인에 대한 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하여 문항간의 신뢰도를 측정하여 예측가능성, 정확성 등을 살펴보았다.

둘째, 응답자의 일반적 사항에 대해 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

셋째, 각 요인에 대한 평균값과 표준편차를 살펴보기 위하여 기술통계분석을 실시하였다.

넷째, 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 심리적 특성 및 역량적 특성과 사업성과에 대한 인식 차이를 살펴보기 위하여 t 검정과 일원변량 분산분석(one way anova)을 실시하였다.

다섯째, 경영자의 심리적 특성 및 역량적 특성과 사업성과 간의 상관관계를 살펴보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다.

여섯째, 경영자의 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

일곱째, 경영자의 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보기

위하여 다중회기분석을 실시하였다.

여덟째, 경영자의 인적네트워크가 사업성과에 미치는 영향(컨설팅 활용도의 조절효과)에 대해 살펴보기 위하여 위계적 회기분석을 실시하였다.

아홉째, 경영자의 인적네트워크가 사업성과에 미치는 영향(컨설팅 활용도의 조절효과)에 대해 살펴보기 위하여 위계적 회기분석을 실시하였다.

본 연구를 도출하기 위하여 SPSS 18.0 프로그램을 이용하였으며, 유의수준 .05 .01 .001 수준에서 검증하였다.

## 제 4 장 연구분석

### 제 1 절 표본의 일반적 특성

[표 4-1]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 대해 살펴보면 성별은 남성이 80.6%, 여성이 19.4%로 순으로 나타났다. 연령은 40세 이상~50세 미만이 36.3%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 50세 이상이 35.6%, 30세 이상~40세 미만이 23.8%, 20세 이상~30세 미만이 4.4%로 순으로 나타났다. 근무연수는 16년 이상이 30.6%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 7~10년이 28.1%, 11~15년이 26.9%, 4~6년이 10.0%, 1~3년이 4.4%로 순으로 나타났다. 창업기간은 6개월~1년 미만이 29.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1년~2년 미만이 25.0%, 2년~3년 미만이 21.3%, 6개월 미만이 17.5%, 3년 이상이 6.9%로 순으로 나타났다.

기업형태는 개인사업자가 56.9%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 법인사업자가 39.4%, 미등록사업자(프리랜서)가 3.8%로 순으로 나타났다. 주요업종은 생산·제조업이 30.6%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 유통·서비스업과 건설업이 15.6%, IT가 13.1%, 농업 및 임업과 의류·디자인이 8.8%, 숙박 및 음식업이 4.4%, 기타가 3.1%로 순으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 81.9%, 1억원~10억 원 미만이 18.1%로 순으로 나타났다. 내, 외부 전문가를 통한 자문을 구해본 적은 있다가 62.5%, 없다가 37.5%로 순으로 나타났다.

[표 4-1] 응답자의 일반적 사항

|                         |               | 빈도  | 퍼센트   |
|-------------------------|---------------|-----|-------|
| 성별                      | 남성            | 129 | 80.6  |
|                         | 여성            | 31  | 19.4  |
| 연령                      | 20세 이상~30세 미만 | 7   | 4.4   |
|                         | 30세 이상~40세 미만 | 38  | 23.8  |
|                         | 40세 이상~50세 미만 | 58  | 36.3  |
|                         | 50세 이상        | 57  | 35.6  |
| 근무연수                    | 1~3년          | 7   | 4.4   |
|                         | 4~6년          | 16  | 10.0  |
|                         | 7~10년         | 45  | 28.1  |
|                         | 11~15년        | 43  | 26.9  |
|                         | 16년 이상        | 49  | 30.6  |
| 창업기간                    | 6개월 미만        | 28  | 17.5  |
|                         | 6개월~1년 미만     | 47  | 29.4  |
|                         | 1년~2년 미만      | 40  | 25.0  |
|                         | 2년~3년 미만      | 34  | 21.3  |
|                         | 3년 이상         | 11  | 6.9   |
| 기업형태                    | 개인사업자         | 91  | 56.9  |
|                         | 법인사업자         | 63  | 39.4  |
|                         | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.8   |
| 주요업종                    | 생산·제조업        | 49  | 30.6  |
|                         | 유통·서비스업       | 25  | 15.6  |
|                         | 농업 및 임업       | 14  | 8.8   |
|                         | 의류·디자인        | 14  | 8.8   |
|                         | 건설업           | 25  | 15.6  |
|                         | 숙박 및 음식업      | 7   | 4.4   |
|                         | IT            | 21  | 13.1  |
|                         | 기타            | 5   | 3.1   |
| 매출규모                    | 1억 원 미만       | 131 | 81.9  |
|                         | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 18.1  |
| 내, 외부 전문가를<br>통한 컨설팅 유무 | 있다            | 100 | 62.5  |
|                         | 없다            | 60  | 37.5  |
| 합계                      |               | 160 | 100.0 |

[표 4-2]에서 보는 바와 같이 각 요인에 대한 기술통계에 대해 살펴보면 경영자의 혁신성이 3.38점으로 나타났고, 경영자의 위험 감수성이 3.00점, 경영자의 진취성이 3.36점, 경영자의 성취욕구가 3.43점, 경영자의 전문지식이 3.38점, 경영자의 근무경력이 3.32점, 경영자의 인적네트워크가 3.26점, 창조기업 컨설팅 활용도가 3.21점, 사업성과가 3.50점으로 나타났다.

[표 4-2] 각 요인에 대한 기술통계

|            | N   | 최소값 | 최대값 | 평균   | 표준편차 |
|------------|-----|-----|-----|------|------|
| 경영자의혁신성    | 160 | 1   | 5   | 3.38 | .741 |
| 경영자의위험감수성  | 160 | 1   | 5   | 3.00 | .683 |
| 경영자의진취성    | 160 | 1   | 5   | 3.36 | .835 |
| 경영자의성취욕구   | 160 | 1   | 5   | 3.43 | .735 |
| 경영자의전문지식   | 160 | 1   | 5   | 3.38 | .737 |
| 경영자의근무경력   | 160 | 1   | 5   | 3.32 | .837 |
| 경영자의인적네트워크 | 160 | 1   | 5   | 3.26 | .632 |
| 창조기업컨설팅활용도 | 100 | 2   | 5   | 3.21 | .607 |
| 사업성과       | 160 | 1   | 5   | 3.50 | .901 |

[표 4-3]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 혁신성 차이에 대해 살펴보면 창업기간은 6개월 미만이 3.51점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 2년~3년 미만이 3.39점, 6개월~1년 미만이 3.36점, 3년 이상이 3.33점, 1년~2년 미만이 3.31점으로 나타났다. 기업 형태는 개인사업자가 3.42점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 미등록사업자(프리랜서)가 3.40점, 법인사업자가 3.31점으로 나타났다.

주요업종은 생산·제조업이 3.56점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 숙박 및 음식점업이 3.51점, IT가 3.47점, 농업 및 임업이 3.29점, 건설업이 3.25점, 유통·서비스업이 3.24점, 의류·디자인이 3.23점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.40점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1억 원~10억 원 미

만이 3.26점으로 나타났다.

[표 4-3] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 혁신성 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.51 | .735 | .315  | .868 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.36 | .616 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.31 | .862 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.39 | .788 |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.33 | .717 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.42 | .755 | .400  | .671 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.31 | .737 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.40 | .607 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.56 | .642 | 1.092 | .371 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.24 | .847 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 3.29 | .730 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 3.23 | .683 |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.25 | .790 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.51 | .488 |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.47 | .783 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.40 | .719 | .972  | .332 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.26 | .836 |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.51 | .901 |       |      |

[표 4-4]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 위험 감수성 차이에 대해 살펴보면 창업기간은 3년 이상이 3.33점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1년~2년 미만이 3.03점, 6개월~1년 미만이 3.02점, 2년~3년 미만이 3.00점, 6개월 미만이 2.77점으로 나타났다. 기업형태는 미등

록사업자(프리랜서)가 3.37점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 개인사업자가 2.99점, 법인사업자가 2.97점으로 나타났다.

주요업종은 기타가 3.16점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 유통·서비스업이 3.13점, 생산·제조업이 3.08점, 건설업이 3.06점, 숙박 및 음식업이 3.03점, 의류·디자인이 2.91점, 농업 및 임업이 2.67점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원~10억 원 미만이 3.06점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1억 원 미만이 2.98점으로 나타났다.

[표 4-4] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 위험감수성 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 2.77 | .694 | 1.463 | .216 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.02 | .589 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.03 | .756 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.00 | .703 |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.33 | .621 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 2.99 | .676 | .922  | .400 |
|       | 법인사업자         | 63  | 2.97 | .679 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.37 | .843 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.08 | .671 | 1.034 | .410 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.13 | .693 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 2.67 | .626 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 2.91 | .825 |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.06 | .667 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.03 | .716 |       |      |
|       | IT            | 21  | 2.80 | .626 |       |      |
|       | 기타            | 5   | 3.16 | .727 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 2.98 | .692 | -.512 | .609 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.06 | .646 |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.00 | .683 |       |      |

[표 4-5]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 진취성 차이에 대해 살펴보면 창업 기간은 1년~2년 미만이 3.63점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 6개월 미만이 3.44점, 6개월~1년 미만이 3.31점, 2년~3년 미만이 3.17점, 3년 이상이 3.07점으로 나타났다. 기업형태는 미등록사업자(프리랜서)가 3.57점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 개인사업자가 3.46점, 법인사업자가 3.21점으로 나타났다.

주요업종은 건설업이 3.67점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 생산·제조업이 3.45점, IT가 3.38점, 숙박 및 음식업이 3.37점, 기타가 3.28점, 농업 및 임업이 3.23점, 유통·서비스업이 3.21점, 의류·디자인이 2.94점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.42점, 1억 원~10억 원 미만이 3.12점으로 나타났다.

[표 4-5] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 진취성 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차  | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|-------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.44 | .806  | 1.932 | .108 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.31 | .733  |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.63 | .857  |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.17 | .849  |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.07 | 1.040 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.46 | .806  | 1.945 | .146 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.21 | .871  |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.57 | .720  |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.45 | .735  | 1.269 | .269 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.21 | 1.093 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 3.23 | .897  |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 2.94 | .644  |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.67 | .896  |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.37 | .509  |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.38 | .693  |       |      |
|       | 기타            | 5   | 3.28 | .965  |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.42 | .839  | 1.779 | .077 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.12 | .781  |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.37 | .835  |       |      |

[표 4-6]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 성취 욕구 차이에 대해 살펴보면 창업기간은 6개월 미만인 3.59점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1년~2년 미만이 3.54점, 6개월~1년 미만이 3.36점, 3년 이상이 3.33점, 2년~3년 미만이 3.31점으로 나타났다. 기업 형태는 개인사업자가 3.48점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 법인사업자가 3.37점, 미등록사업자(프리랜서)가 3.33점으로 나타났다.

주요업종은 숙박 및 음식업이 3.63점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 생산·제조업이 3.56점, 건설업이 3.53점, IT가 3.51점, 농업 및 임업이 3.29점, 유통·서비스업이 3.22점, 의류·디자인이 3.21점, 기타가 3.20점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.46점, 1억 원~10억 원 미만이 3.29점으로 나타났다.

[표 4-6] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 성취욕구 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.59 | .750 | .905  | .463 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.36 | .663 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.54 | .749 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.31 | .757 |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.33 | .878 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.48 | .745 | .457  | .634 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.37 | .742 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.33 | .501 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.56 | .642 | .998  | .435 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.22 | .925 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 3.29 | .795 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 3.21 | .579 |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.53 | .818 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.63 | .468 |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.51 | .734 |       |      |
|       | 기타            | 5   | 3.20 | .510 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.46 | .723 | 1.159 | .248 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.29 | .784 |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.43 | .735 |       |      |

[표 4-7]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 전문 지식 차이에 대해 살펴보면 창업기간은 6개월 미만인 3.58점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 2년~3년 미만이 3.43점, 1년~2년 미만이 3.34점, 6개월~1년 미만이 3.29점, 3년 이상이 3.25점으로 나타났다. 기업 형태는 개인사업자가 3.42점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 법인사업자가 3.35점, 미등록사업자(프리랜서)가 3.03점으로 나타났다.

주요업종은 IT가 3.58점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 생산·제조업이 3.54점, 농업 및 임업이 3.53점, 숙박 및 음식업이 3.34점, 건설업이 3.30점, 유통·서비스업이 3.22점, 의류·디자인이 3.09점, 기타가 2.64점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.38점, 1억 원~10억 원 미만이 3.37점으로 나타났다.

[표 4-7] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 전문지식 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.58 | .757 | .839  | .502 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.29 | .617 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.34 | .866 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.43 | .678 |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.25 | .849 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.42 | .793 | .868  | .422 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.35 | .650 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.03 | .742 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.54 | .604 | 1.971 | .062 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.22 | .850 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 3.53 | .590 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 3.09 | .795 |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.30 | .707 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.34 | .728 |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.58 | .832 |       |      |
|       | 기타            | 5   | 2.64 | .805 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.38 | .766 | .054  | .957 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.37 | .602 |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.38 | .737 |       |      |

[표 4-8]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 근무 경력 차이에 대해 살펴보면 창업 기간은 6개월 미만인 3.42점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1년~2년 미만이 3.40점, 2년~3년 미만이 3.28점, 3년 이상이 3.25점, 6개월~1년 미만이 3.23점으로 나타났다. 기업 형태는 개인사업자가 3.43점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 법인사업자가 3.20점, 미등록사업자(프리랜서)가 2.90점으로 나타났다.

주요업종은 숙박 및 음식업이 3.60점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 생산·제조업이 3.49점, IT가 3.40점, 건설업이 3.32점, 농업 및 임업이 3.30점, 유통·서비스업이 3.24점, 의류·디자인이 2.87점, 기타가 2.68점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.35점, 1억 원~10억 원 미만이 3.21점으로 나타났다.

[표 4-8] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 근무경력 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.42 | .882 | .346  | .846 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.23 | .688 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.40 | .967 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.28 | .837 |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.25 | .899 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.43 | .814 | 2.302 | .103 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.20 | .846 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 2.90 | .919 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.49 | .756 | 1.468 | .183 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.24 | .936 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 3.30 | .937 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 2.87 | .890 |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.32 | .757 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.60 | .566 |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.40 | .888 |       |      |
|       | 기타            | 5   | 2.68 | .832 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.35 | .831 | .803  | .423 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.21 | .871 |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.32 | .837 |       |      |

[표 4-9]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 인적 네트워크 차이에 대해 살펴보면 창업 기간은 3년 이상이 3.51점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1년~2년 미만이 3.36점, 6개월 미만이 3.26점, 2년~3년 미만이 3.20점, 6개월~1년 미만이 3.15점으로 나타났다. 기업 형태는 미등록사업자(프리랜서)가 3.53점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 개인사업자가 3.32점, 법인사업자가 3.15점으로 나타났다.

주요업종은 기타가 3.44점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 유통·서비스업이 3.42점, 생산·제조업이 3.37점, 건설업이 3.26점, 의류·디자인이 3.21점, IT가 3.12점, 숙박 및 음식업이 3.06점, 농업 및 임업이 2.86점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.27점, 1억 원~10억 원 미만이 3.21점으로 나타났다.

[표 4-9] 응답자의 일반적 사항에 따른 경영자의 인적네트워크 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.26 | .628 | 1.091 | .363 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.15 | .568 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.36 | .699 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.20 | .568 |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.51 | .817 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.32 | .620 | 2.000 | .139 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.15 | .641 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.53 | .628 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.37 | .533 | 1.606 | .138 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.42 | .677 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 2.86 | .630 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 3.21 | .563 |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.26 | .695 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.06 | .538 |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.12 | .683 |       |      |
|       | 기타            | 5   | 3.44 | .817 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.27 | .614 | .422  | .674 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.21 | .719 |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.26 | .632 |       |      |

[표 4-10]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 창조기업 컨설팅 활용도 차이에 대해 살펴보면 창업 기간은 6개월 미만이 3.31점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 1년~2년 미만이 3.27점, 6개월~1년 미만이 3.22점, 2년~3년 미만이 3.13점, 3년 이상이 2.88점으로 나타났다. 기업 형태는 미등록사업자(프리랜서)가 3.47점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 개인사업자가 3.32점, 법인사업자가 3.01점으로 나타났다.

주요업종은 숙박 및 음식업이 3.40점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 생산·제조업이 3.34점, 유통·서비스업이 3.31점, 농업 및 임업이 3.28점, 건설업이 3.16점, 의류·디자인이 3.09점, IT가 3.05점, 기타가 2.53점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.27점, 1억 원~10억 원 미만이 2.96점으로 나타났다.

[표 4-10] 응답자의 일반적 사항에 따른 창조기업 컨설팅 활용도 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차 | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 19  | 3.31 | .767 | .631  | .642 |
|       | 6개월~1년 미만     | 31  | 3.22 | .520 |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 25  | 3.27 | .650 |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 20  | 3.13 | .574 |       |      |
|       | 3년 이상         | 5   | 2.88 | .303 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 61  | 3.32 | .595 | 3.577 | .032 |
|       | 법인사업자         | 36  | 3.01 | .602 |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 3   | 3.47 | .115 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 25  | 3.34 | .616 | 1.019 | .423 |
|       | 유통·서비스업       | 16  | 3.31 | .661 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 12  | 3.28 | .536 |       |      |
|       | 의류·디자인        | 11  | 3.09 | .689 |       |      |
|       | 건설업           | 18  | 3.16 | .493 |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 4   | 3.40 | .163 |       |      |
|       | IT            | 11  | 3.05 | .664 |       |      |
|       | 기타            | 3   | 2.53 | .902 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 83  | 3.27 | .590 | 1.884 | .063 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 17  | 2.96 | .641 |       |      |
| 합계    |               | 100 | 3.21 | .607 |       |      |

[표 4-11]에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 따른 사업성과 차이에 대해 살펴보면 창업 기간은 1년~2년 미만이 3.70점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 6개월 미만이 3.61점, 6개월~1년 미만이 3.43점, 2년~3년 미만이 3.42점, 3년 이상이 3.11점으로 나타났다. 기업 형태는 미등록사업자(프리랜서)가 3.80점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 개인사업자가 3.56점, 법인사업자가 3.40점으로 나타났다.

주요업종은 숙박 및 음식업이 3.74점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 생산·제조업이 3.69점, 건설업이 3.62점, IT가 3.59점, 농업 및 임업이 3.39점, 유통·서비스업이 3.29점, 기타가 3.28점, 의류·디자인이 3.00점으로 나타났다. 매출규모는 1억 원 미만이 3.55점, 1억 원~10억 원 미만이 3.28점으로 나타났다.

[표 4-11] 응답자의 일반적 사항에 따른 사업성과 차이

|       |               | N   | 평균   | 표준편차  | t/F   | 유의확률 |
|-------|---------------|-----|------|-------|-------|------|
| 창업 기간 | 6개월 미만        | 28  | 3.61 | .879  | 1.273 | .283 |
|       | 6개월~1년 미만     | 47  | 3.43 | .805  |       |      |
|       | 1년~2년 미만      | 40  | 3.70 | .883  |       |      |
|       | 2년~3년 미만      | 34  | 3.42 | .950  |       |      |
|       | 3년 이상         | 11  | 3.11 | 1.184 |       |      |
| 기업 형태 | 개인사업자         | 91  | 3.56 | .901  | .948  | .390 |
|       | 법인사업자         | 63  | 3.40 | .883  |       |      |
|       | 미등록사업자(프리랜서)  | 6   | 3.80 | 1.103 |       |      |
| 주요업종  | 생산·제조업        | 49  | 3.69 | .764  | 1.379 | .218 |
|       | 유통·서비스업       | 25  | 3.29 | 1.166 |       |      |
|       | 농업 및 임업       | 14  | 3.39 | .879  |       |      |
|       | 의류·디자인        | 14  | 3.00 | .874  |       |      |
|       | 건설업           | 25  | 3.62 | .863  |       |      |
|       | 숙박 및 음식업      | 7   | 3.74 | .526  |       |      |
|       | IT            | 21  | 3.59 | .880  |       |      |
|       | 기타            | 5   | 3.28 | 1.197 |       |      |
| 매출규모  | 1억 원 미만       | 131 | 3.55 | .901  | 1.474 | .143 |
|       | 1억 원~10억 원 미만 | 29  | 3.28 | .881  |       |      |
| 합계    |               | 160 | 3.51 | .901  |       |      |

## 제 2 절 가설 검증을 위한 분석

### 1. 타당도와 신뢰도 분석

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석(Factor Analysis)은 일련의 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 것으로 수많은 변수들을 적은 수의 몇 가지 요인으로 묶어줌으로써 그 내용을 단순화하는 것이 목적이다. 그러한 각 문항을 몇 가지 소수의 요인으로 묶어줌으로써 각 문항들이 동일한 개념을 측정하는지 곧 타당성이 있는지를 파악할 수 있다. 본 연구에서는 요인추출법으로 주성분법(Principle Components)을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출하였다. 요인회전과 관련하여 베리맥스(Varimax)회전을 실시하였다. 베리맥스는 요인을 단순화하기 위한 방법으로 일반적으로 널리 사용되는 방법이다. 각 변수의 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량(factor loading)의 수용기준은 보통 .30이상이면 유의하다고 보지만 보다 엄격한 기준은 .40이상이다. 따라서 본 연구에서는 .40이상을 기준으로 선택하였다. 각 요인이 전체 분산에 대해 설명할 수 있는 정도를 나타내 주는 고유치(eigen value)는 1이상을 기준으로 하였다. 곧 본 연구의 요인분석은 고유치 1이상, 요인적재량 .40이상을 기준으로 하여 직각회전방법 중 베리맥스 회전을 사용하여 도출하였다.

신뢰성이란 측정문항 간의 내적 일관성(internal consistency)을 뜻하며 측정변수의 진정한 값을 측정할 수 있는 정도라고 할 수 있다. 본 연구에서는 측정도구들에 관한 정확성이나 정밀성의 신뢰도를 측정하기 위하여 하나의 개념에 대해 여러 개의 항목으로 구성된 척도에 사용되는 크론바흐 알파계수(Cronbach's Alpha Coefficient)를 이용하여 신뢰도를 측정하였다. 일반적으로 알파계수의 값이 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 할 수 있으며, 항목을 제거하여 알파계수 향상으로 측정도구의 신뢰성을 높일 수 있다.

[표 4-12]를 보는 바와 같이 사업성과 요인에 대한 신뢰도 분석 결과, 경

경영자의 혁신성에 대한 신뢰도 계수가 .838로 나타났고, 경영자의 위험감수성에 대한 신뢰계수가 .755, 경영자의 진취성에 대한 신뢰계수가 .883, 경영자의 성취욕구에 대한 신뢰계수가 .885, 경영자의 전문지식에 대한 신뢰계수가 .881, 경영자의 근무경력에 대한 신뢰계수가 .896, 경영자의 인적네트워크에 대한 신뢰계수가 .630, 내, 외부 전문가를 통한 자문에 대한 신뢰계수가 .398, 사업성과에 대한 신뢰계수가 .398로 나타나, 모든 문항에서 .6이상으로 나타났으며, 이는 각 문항 간 내적 일치도가 매우 높은 것으로 나타났다.

[표 4-12] 요인별 신뢰도 분석

|                  | Cronbach의 알파 | 항목 수 |
|------------------|--------------|------|
| 경영자의 혁신성         | .838         | 5    |
| 경영자의 위험감수성       | .755         | 5    |
| 경영자의 진취성         | .883         | 5    |
| 경영자의 성취욕구        | .885         | 5    |
| 경영자의 전문지식        | .881         | 5    |
| 경영자의 근무경력        | .896         | 5    |
| 경영자의 인적네트워크      | .630         | 5    |
| 내, 외부 전문가를 통한 자문 | .398         | 5    |
| 사업성과             | .906         | 5    |

## 2. 요인분석과 상관관계 분석

[표 4-13]을 보는 바와 같이 경영자의 심리적 특성에 대한 요인 분석 결과, 고유치가 1.0이상인 요인은 총 7개의 요인이 도출되었고, 각 요인은 부하량이 .40 이상인 것만을 추출한 것이다. 7개 요인의 공통 변량은 총 70.776%로 나타났다.

요인 1은 공통변량이 14.045%를 차지하고 있으며, 요인 2는 공통변량이 11.069%를 차지하고 있다. 요인 3은 공통변량이 10.458%를 차지하고 있고,

요인 4는 공통변량이 9.445%를 차지하고 있다.

요인 5는 공통변량이 9.444%를 차지하고 있으며, 요인 6은 공통변량이 9.163%를 차지하고 있다. 요인 7은 공통변량이 7.151%를 차지하고 있다.

[표 4-13] 경영자의 심리적 특성에 대한 요인 분석

| 요인명           | 문항번호 | 성분   |      |      |      | 전체    | % 분산   | % 누적   |
|---------------|------|------|------|------|------|-------|--------|--------|
|               |      | 1    | 2    | 3    | 4    |       |        |        |
| 경영자의<br>진취성   | a3_2 | .837 |      |      |      | 6.593 | 32.963 | 32.963 |
|               | a3_3 | .828 |      |      |      |       |        |        |
|               | a3_5 | .805 |      |      |      |       |        |        |
|               | a3_4 | .792 |      |      |      |       |        |        |
|               | a3_1 | .787 |      |      |      |       |        |        |
| 경영자의<br>성취욕구  | a4_2 |      | .783 |      |      | 2.884 | 14.420 | 47.383 |
|               | a4_4 |      | .764 |      |      |       |        |        |
|               | a4_1 |      | .754 |      |      |       |        |        |
|               | a4_3 |      | .668 |      |      |       |        |        |
|               | a4_5 |      | .565 |      |      |       |        |        |
| 경영자의<br>혁신성   | a1_5 |      |      | .843 |      | 2.180 | 10.900 | 58.283 |
|               | a1_1 |      |      | .781 |      |       |        |        |
|               | a1_3 |      |      | .698 |      |       |        |        |
|               | a1_2 |      |      | .686 |      |       |        |        |
|               | a1_4 |      |      | .647 |      |       |        |        |
| 경영자의<br>위험감수성 | a2_3 |      |      |      | .859 | 1.966 | 9.830  | 68.113 |
|               | a2_1 |      |      |      | .808 |       |        |        |
|               | a2_5 |      |      |      | .787 |       |        |        |
|               | a2_4 |      |      |      | .754 |       |        |        |
|               | a2_2 |      |      |      | .715 |       |        |        |

[표 4-14]를 보는 바와 같이 경영자의 역량적 특성에 대한 요인 분석 결과, 고유치가 1.0이상인 요인은 총 7개의 요인이 도출되었고, 각 요인은 부하

량이 .40 이상인 것만을 추출한 것이다. 7개 요인의 공통 변량은 총 70.776%로 나타났다.

요인 1은 공통변량이 14.045%를 차지하고 있으며, 요인 2는 공통변량이 11.069%를 차지하고 있다. 요인 3은 공통변량이 10.458%를 차지하고 있고, 요인 4는 공통변량이 9.445%를 차지하고 있다.

요인 5는 공통변량이 9.444%를 차지하고 있으며, 요인 6은 공통변량이 9.163%를 차지하고 있다. 요인 7은 공통변량이 7.151%를 차지하고 있다.

[표 4-14] 경영자의 역량적 특성에 대한 요인 분석

| 요인명            | 문항번호 | 성분   |      |      | 전체    | % 분산   | % 누적   |
|----------------|------|------|------|------|-------|--------|--------|
|                |      | 1    | 2    | 3    |       |        |        |
| 경영자의<br>전문지식   | b1_2 | .874 |      |      | 5.893 | 39.285 | 39.285 |
|                | b1_5 | .857 |      |      |       |        |        |
|                | b1_1 | .842 |      |      |       |        |        |
|                | b1_3 | .811 |      |      |       |        |        |
|                | b1_4 | .733 |      |      |       |        |        |
| 경영자의<br>근무경력   | b2_5 |      | .854 |      | 2.592 | 17.277 | 56.561 |
|                | b2_1 |      | .815 |      |       |        |        |
|                | b2_3 |      | .760 |      |       |        |        |
|                | b2_2 |      | .681 |      |       |        |        |
|                | b2_4 |      | .609 |      |       |        |        |
| 경영자의인<br>적네트워크 | b3_2 |      |      | .825 | 1.457 | 9.710  | 66.272 |
|                | b3_1 |      |      | .774 |       |        |        |
|                | b3_4 |      |      | .742 |       |        |        |
|                | b3_3 |      |      | .663 |       |        |        |
|                | b3_5 |      |      | .606 |       |        |        |

[표 4-15]에서 보는 바와 같이 경영자의 심리적 특성 및 역량적 특성과 사업성과 간의 상관관계에 대해 살펴보면

사업성과와 경영자의 혁신성 간의 상관관계는  $r=.712(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 경영자의 위험 감수성 간의 상관관계는  $r=.222(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 경영자의 진취성 간의 상관관계는  $r=.825(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 경영자의 성취욕구 간의 상관관계는  $r=.808(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 경영자의 전문지식 간의 상관관계는  $r=.606(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 경영자의 근무경력 간의 상관관계는  $r=.792(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 경영자의 인적 네트워크 간의 상관관계는  $r=.375(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

사업성과와 컨설팅 활용도 간의 상관관계는  $r=.681(p<.01)$ 의 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

즉 경영자의 혁신성, 경영자의 위험 감수성, 진취성, 성취욕구, 전문지식, 근무경력, 인적 네트워크가 높아질수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

[표 4-15] 경영자의 심리적 특성 및 역량적 특성과 사업성과 간의 상관관계

|                | 경영자의<br>혁신성 | 경영자의<br>위협<br>감수성 | 경영자의<br>진취성 | 경영자의<br>성취욕구 | 경영자의<br>전문지식 | 경영자의<br>근무경력 | 경영자의<br>인적<br>네트워크 | 컨설팅<br>활용도 | 사업<br>성과 |
|----------------|-------------|-------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|------------|----------|
| 경영자의<br>혁신성    | 1           |                   |             |              |              |              |                    |            |          |
| 경영자의<br>위협감수성  | .231(**)    | 1                 |             |              |              |              |                    |            |          |
| 경영자의<br>진취성    | .590(**)    | .193(*)           | 1           |              |              |              |                    |            |          |
| 경영자의<br>성취욕구   | .688(**)    | .175(*)           | .832(**)    | 1            |              |              |                    |            |          |
| 경영자의<br>전문지식   | .583(**)    | -.033             | .488(**)    | .598(**)     | 1            |              |                    |            |          |
| 경영자의<br>근무경력   | .667(**)    | .148              | .692(**)    | .752(**)     | .765(**)     | 1            |                    |            |          |
| 경영자의<br>인적네트워크 | .269(**)    | .346(**)          | .389(**)    | .373(**)     | .066         | .251(**)     | 1                  |            |          |
| 컨설팅<br>활용도     | .665(**)    | .451(**)          | .634(**)    | .607(**)     | .544(**)     | .747(**)     | .242(*)            | 1          |          |
| 사업성과           | .712(**)    | .222(**)          | .825(**)    | .808(**)     | .606(**)     | .792(**)     | .375(**)           | .681(**)   | 1        |

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

### 제 3 절 가설 검증

#### 1. 경영자의 심리적 특성과 사업성과의 관계

가설 1. 1인 창조기업의 경영자의 심리적 특성은 사업성과에 영향을 미칠 것이다.

1-1. 1인 창조기업 경영자의 혁신성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-2. 1인 창조기업 경영자의 위험감수성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-3. 1인 창조기업 경영자의 진취성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-4. 1인 창조기업 경영자의 성취욕구는 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[표 4-16]에서 보는 바와 같이 경영자의 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 77.1%를 설명하고 있으며 F값은 130.369로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

경영자의 혁신성( $B = .275, p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 혁신성이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 진취성( $B = .476, p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 진취성이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 성취욕구( $B = .218, p < .01$ )는 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 성취욕구가 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

이 중 가장 영향을 미치는 정도가 큰 순서는 경영자의 진취성, 경영자의 혁신성, 경영자의 성취욕구 순으로 나타났다.

[표 4-16] 경영자의 성향이 사업성과에 미치는 영향

|               | 비표준화 계수 |      | 표준화 계수 | t        | 유의<br>확률 | F          | 유의<br>확률 | R<br>제곱 |
|---------------|---------|------|--------|----------|----------|------------|----------|---------|
|               | B       | 표준오차 | 베타     |          |          |            |          |         |
| (상수)          | -.379   | .213 |        | -1.785   | .076     | 130.369*** | .000     | .771    |
| 경영자의<br>혁신성   | .334    | .065 | .275   | 5.125*** | .000     |            |          |         |
| 경영자의<br>위험감수성 | .037    | .052 | .028   | .701     | .484     |            |          |         |
| 경영자의<br>진취성   | .514    | .075 | .476   | 6.845*** | .000     |            |          |         |
| 경영자의<br>성취욕구  | .267    | .095 | .218   | 2.825**  | .005     |            |          |         |

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

## 2. 경영자의 역량적 특성과 사업성과의 관계

가설 2. 1인 창조기업의 경영자의 역량적 특성은 사업성과에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 1인 창조기업 경영자의 전문지식은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-2. 1인 창조기업 경영자의 근무경력은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-3. 1인 창조기업 경영자의 인적네트워크는 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[표 4-17]에서 보는 바와 같이 경영자의 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보면 설명력(R제곱)은 총분산의 66.2%를 설명하고 있으며 F값은 102.052로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

경영자의 근무경력( $B = .698$ ,  $p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 근무경력이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 인적 네트워크( $B = .196$ ,  $p < .001$ )는 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 인적 네트워크가 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

이 중 가장 영향을 미치는 정도가 큰 순서는 경영자의 근무경력, 경영자의 인적 네트워크 순으로 나타났다.

[표 4-17] 경영자의 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향

|                | 비표준화 계수 |      | 표준화 계수 | t        | 유의<br>확률 | F          | 유의<br>확률 | R<br>제곱 |
|----------------|---------|------|--------|----------|----------|------------|----------|---------|
|                | B       | 표준오차 | 베타     |          |          |            |          |         |
| (상수)           | -.144   | .285 |        | -.504    | .615     | 102.052*** | .000     | .662    |
| 경영자의<br>전문지식   | .073    | .090 | .060   | .808     | .420     |            |          |         |
| 경영자의<br>근무경력   | .751    | .082 | .698   | 9.177*** | .000     |            |          |         |
| 경영자의<br>인적네트워크 | .280    | .070 | .196   | 3.999*** | .000     |            |          |         |

\*\*\* $p < .001$

## 3. 컨설팅 활용도의 조절효과

가설 3. 1인 창조기업의 경영자의 심리적 특성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-1. 1인 창조기업 경영자의 혁신성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-2. 1인 창조기업 경영자의 위험감수성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-3. 1인 창조기업 경영자의 진취성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

3-4. 1인 창조기업 경영자의 성취욕구와 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

[표 4-18]에서 보는 바와 같이 경영자의 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보면 1단계에서 설명력(R제곱)은 총분산의 78.0%를 설명하고 있으며, F값은 84.044로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

경영자의 인적 심리적 특성 중 경영자의 혁신성( $B = .161, p < .05$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 혁신성이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 경영자의 진취성( $B = .435, p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 진취성이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 경영자의 성취욕구( $B = .343, p < .001$ )는 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 성취욕구가 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

이 중 가장 영향을 미치는 정도가 큰 순서는 경영자의 진취성, 경영자의 성취욕구, 경영자의 혁신성 순으로 나타났다.

2단계에서 설명력(R제곱)은 총분산의 79.2%를 설명하고 있으며, F값은 71.575로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

경영자의 심리적 특성 중 경영자의 진취성( $B = .380, p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향

을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 진취성이 높을수록 사업성고가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 경영자의 성취욕구( $B=.344, p<.001$ )는 사업성고에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 성취욕구가 높을수록 사업성고가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 컨설팅 활용도( $B=.161, p<.05$ )는 사업성고에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 컨설팅 활용도가 높을수록 사업성고가 높아짐을 알 수 있다.

이 중 가장 영향을 미치는 정도가 큰 순서는 경영자의 진취성, 경영자의 성취욕구, 컨설팅 활용도 순으로 나타났다.

3단계에서 설명력( $R^2$ 제곱)은 총분산의 81.5%를 설명하고 있으며,  $F$ 값은 44.116으로 유의수준  $p<.001$  수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

경영자의 심리적 특성 중 경영자의 진취성( $B=.1.281, p<.01$ )은 사업성고에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 진취성이 높을수록 사업성고가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 경영자의 성취욕구( $B=.272, p<.01$ )는 사업성고에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 성취욕구가 높을수록 사업성고가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 컨설팅 활용도( $B=.443, p<.05$ )는 사업성고에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 컨설팅 활용도가 높을수록 사업성고가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 심리적 특성 중 진취성\*활용도( $B=-1.412, p<.05$ )는 사업성고에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경영자의 역량적 특성 중 전문지식\*활용도( $B=.261, p<.05$ )는 사업성고에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 경영자의 인적 네트워크 중 진취성, 전문지식이 사업성고에 영향을 미치는데 있어서, 컨설팅 활용도가 조절효과를 보이는 것으로 나타났다.

[표 4-18] 경영자의 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향 (활용도의 조절효과)

| 모<br>형 |                | 비표준화 계수 |      | 표준화 계수 | t        | 유의<br>확률 | F             | 유의<br>확률 | R<br>제곱 |
|--------|----------------|---------|------|--------|----------|----------|---------------|----------|---------|
|        |                | B       | 표준오차 | 베타     |          |          |               |          |         |
| 1      | (상수)           | -.410   | .269 |        | -1.524   | .131     | 84.044<br>*** | .000     | .780    |
|        | 경영자의 혁신성       | .197    | .092 | .161   | 2.145*   | .035     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>위험감수성  | .056    | .070 | .040   | .810     | .420     |               |          |         |
|        | 경영자의 진취성       | .478    | .098 | .435   | 4.873*** | .000     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>성취욕구   | .423    | .126 | .343   | 3.374*** | .001     |               |          |         |
| 2      | (상수)           | -.611   | .276 |        | -2.210   | .030     | 71.575<br>*** | .000     | .792    |
|        | 경영자의 혁신성       | .117    | .096 | .095   | 1.215    | .227     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>위험감수성  | -.012   | .074 | -.009  | -.168    | .867     |               |          |         |
|        | 경영자의 진취성       | .418    | .099 | .380   | 4.212*** | .000     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>성취욕구   | .424    | .123 | .344   | 3.461*** | .001     |               |          |         |
|        | 컨설팅 활용도        | .273    | .116 | .172   | 2.358*   | .020     |               |          |         |
| 3      | (상수)           | -2.385  | .997 |        | -2.393   | .019     | 44.116<br>*** | .000     | .815    |
|        | 경영자의 혁신성       | -.320   | .407 | -.262  | -.788    | .433     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>위험감수성  | .179    | .357 | .129   | .503     | .616     |               |          |         |
|        | 경영자의 진취성       | 1.406   | .471 | 1.281  | 2.984**  | .004     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>성취욕구   | .335    | .123 | .272   | 2.732**  | .008     |               |          |         |
|        | 컨설팅 활용도        | .703    | .323 | .443   | 2.179*   | .032     |               |          |         |
|        | 혁신성 * 활용도      | .129    | .127 | .554   | 1.013    | .314     |               |          |         |
|        | 위험감수성 *<br>활용도 | -.039   | .109 | -.140  | -.357    | .722     |               |          |         |
|        | 진취성 * 활용도      | -.311   | .143 | -1.412 | -2.169*  | .033     |               |          |         |
|        | 전문지식 *<br>활용도  | .063    | .026 | .261   | 2.385*   | .019     |               |          |         |

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

가설 4. 1인 창조기업의 경영자의 역량적 특성은 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

4.1. 1인 창조기업 경영자의 전문지식과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

4.2. 1인 창조기업 경영자의 근무경력과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

4.3. 1인 창조기업 경영자의 인적네트워크와 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.

[표 4-19]에서 보는 바와 같이 경영자의 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보면 1단계에서 설명력(R제곱)은 총분산의 74.8%를 설명하고 있으며, F값은 95.042로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

경영자의 역량적 특성 중 경영자의 근무경력( $B = .811$ ,  $p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 근무경력이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 역량적 특성 중 경영자의 인적 네트워크( $B = .129$ ,  $p < .05$ )는 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 인적 네트워크가 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

이 중 가장 영향을 미치는 정도가 큰 순서는 경영자의 근무경력, 경영자의 인적 네트워크 순으로 나타났다.

2단계에서 설명력(R제곱)은 총분산의 75.1%를 설명하고 있으며, F값은 71.718로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

또한 경영자의 역량적 특성 중 경영자의 근무경력( $B = .736$ ,  $p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 근무경력이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 역량적 특성 중 경영자의 인적 네트워크( $B = .128$ ,  $p < .05$ )는 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 인적 네트워크가 높을수록 사업성과가

높아짐을 알 수 있다.

이 중 가장 영향을 미치는 정도가 큰 순서는 경영자의 근무경력, 경영자의 인적 네트워크 순으로 나타났다.

3단계에서 설명력(R제곱)은 총분산의 82.4%를 설명하고 있으며, F값은 61.372로 유의수준  $p < .001$  수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

또한 경영자의 역량적 특성 중 경영자의 근무경력( $B=1.077$ ,  $p < .001$ )은 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 경영자의 근무경력이 높을수록 사업성과가 높아짐을 알 수 있다.

경영자의 역량적 특성 중 근무경력\*활용도( $B=-.993$ ,  $p < .01$ )는 사업성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경영자의 심리적 특성 중 성취욕구\*활용도( $B=.747$ ,  $p < .001$ )는 사업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

즉 근무경력, 성취욕구가 사업성과에 영향을 미치는데 있어서, 컨설팅 활용도가 조절효과를 보이는 것으로 나타났다.

[표 4-19] 경영자의 역량적 특성이 사업성과에 미치는 영향 (활용도의 조절효과)

| 모<br>형 |                | 비표준화 계수 |       | 표준화 계수 | t        | 유의<br>확률 | F             | 유의<br>확률 | R<br>제곱 |
|--------|----------------|---------|-------|--------|----------|----------|---------------|----------|---------|
|        |                | B       | 표준오차  | 베타     |          |          |               |          |         |
| 1      | (상수)           | -.028   | .326  |        | -.085    | .933     | 95.042<br>*** | .000     | .748    |
|        | 경영자의<br>전문지식   | .017    | .113  | .014   | .154     | .878     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>근무경력   | .874    | .102  | .811   | 8.552*** | .000     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>인적네트워크 | .184    | .080  | .129   | 2.314*   | .023     |               |          |         |
| 2      | (상수)           | -.248   | .383  |        | -.648    | .518     | 71.718<br>*** | .000     | .751    |
|        | 경영자의<br>전문지식   | .035    | .114  | .028   | .304     | .762     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>근무경력   | .794    | .126  | .736   | 6.307*** | .000     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>인적네트워크 | .182    | .080  | .128   | 2.291*   | .024     |               |          |         |
|        | 컨설팅 활용도        | .135    | .124  | .085   | 1.090    | .278     |               |          |         |
| 3      | (상수)           | .394    | 1.046 |        | .377     | .707     | 61.372<br>*** | .000     | .824    |
|        | 경영자의<br>전문지식   | -.029   | .102  | -.023  | -.282    | .779     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>근무경력   | 1.162   | .207  | 1.077  | 5.620*** | .000     |               |          |         |
|        | 경영자의<br>인적네트워크 | -.285   | .289  | -.200  | -.988    | .326     |               |          |         |
|        | 컨설팅 활용도        | -.174   | .348  | -.110  | -.499    | .619     |               |          |         |
|        | 근무경력 *<br>활용도  | -.216   | .068  | -.993  | -3.165** | .002     |               |          |         |
|        | 성취욕구 *<br>활용도  | .177    | .029  | .747   | 6.016*** | .000     |               |          |         |
|        | 네트워크 *<br>활용도  | .117    | .087  | .389   | 1.343    | .183     |               |          |         |

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

[표 4-20] 가설검증결과 요약

| 가설   |     | 내용                                                | 결과 |
|------|-----|---------------------------------------------------|----|
| 가설 1 | 1-1 | 1인 창조기업 경영자의 혁신성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.           | 채택 |
|      | 1-2 | 1인 창조기업 경영자의 위험감수성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.         | 기각 |
|      | 1-3 | 1인 창조기업 경영자의 진취성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.           | 채택 |
|      | 1-4 | 1인 창조기업 경영자의 성취욕구는 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.          | 채택 |
| 가설 2 | 2-1 | 1인 창조기업 경영자의 전문지식은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.          | 기각 |
|      | 2-2 | 1인 창조기업 경영자의 근무경력은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.          | 채택 |
|      | 2-3 | 1인 창조기업 경영자의 인적네트워크는 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.        | 채택 |
| 가설 3 | 3-1 | 1인 창조기업 경영자의 혁신성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.    | 기각 |
|      | 3-2 | 1인 창조기업 경영자의 위험감수성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.  | 기각 |
|      | 3-3 | 1인 창조기업 경영자의 진취성과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.    | 채택 |
|      | 3-4 | 1인 창조기업 경영자의 성취욕구와 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.   | 채택 |
| 가설 4 | 4-1 | 1인 창조기업 경영자의 전문지식과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.   | 채택 |
|      | 4-2 | 1인 창조기업 경영자의 근무경력과 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다.   | 채택 |
|      | 4-3 | 1인 창조기업 경영자의 인적네트워크와 사업성과의 관계는 경영컨설팅에 따라 달라질 것이다. | 기각 |

## 제 5 장 결론 및 시사점

### 제 1 절 결론

본 연구는 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성이 사업성과에 유의미한 영향을 미치는가를 분석한 연구로써 내외부의 전문가를 통한 경영 컨설팅을 활용시 사업성과에 조절 효과로서 유의미한 영향을 줄 것이라는 가설을 입증하고자 하였다. 1인 창조기업 경영자의 특성중 사업성과에 정(+)을 영향을 요인들을 파악하여 1인 창조기업 경영자에게 있어서 사업성과에 긍정적 역할을 할 수 있는 요소들을 제시하고자 하였다. 또한 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성이 내외부 전문가의 컨설팅을 활용시 정(+)의 영향을 줄 수 있음을 입증하여 1인 창조기업 경영자들로 하여금 적극적인 외부 전문가의 조언과 도움의 필요성을 인식 시키기 위함과 동시에 정부의 1인 창조기업 지원 정책 중 전문가의 컨설팅 필요성을 제시하고자 하였다.

본 연구의 대상은 서울, 경기권의 수도권과 전라권에 소재하고 있는 비즈니스센터와 창업보육센터 내 역내외 입주기업 중 1인 창조기업의 범주 내에 들어오는 기업들을 상대로 조사를 실시하였다. 각 요인별로 작성된 설문지를 2013년 10월 1일부터 11월 15일까지 배포와 회수를 병행하며 자료를 수집하였다. 회수된 설문지 160부를 연구의 분석에 사용하였다.

연구의 모형은 1인 창조기업에 관한 선행 연구를 바탕으로 모형을 설계하고 가설을 설정하였다. 1인 창조기업의 경영자의 특성을 독립변수로 하고, 사업 성과를 종속변수로 하여 어떤 영향이 있는지 알아보하고자 하였다. 경영자의 특성은 심리적 특성의 요인과 역량적 특성의 요인들로 구성하였으며, 심리적 특성은 크게 혁신성, 위험감수성, 진취성, 성취욕구 네가지로 변수를 구분하여 연구를 설계하였으며, 역량적 특성은 전문지식, 근무경력, 인적네트워크 세가지로 변수를 구분하여 연구를 설계하였다.

또한 1인 창조기업의 경영자의 특성과 사업 성과와의 관계에 있어서 경영 컨설팅 조절효과가 나타나고 있는지에 대해서 알아보하고자 하였다. 경영자의

특성과 사업성과와의 관계에서 경영 컨설팅의 활용도에 따라 사업성과에 유의한 영향이 있음을 입증하고자 하였다.

본 연구에 대한 실증 분석을 통해 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성은 대체적으로 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경영자의 심리적 특성 중 위험감수성은 사업성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 혁신성과 진취성, 성취욕구는 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 곧 1인 창조기업 경영자가 미래에 대한 불확실성 속에서도 위험을 감수하며 도전하는 심리적 특성이 사업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것은 아니라는 것으로 예측해 볼 수 있으며, 반면에 참신한 아이디어를 통해 창업을 하는 1인 창조기업의 특성상 창업 아이템의 혁신성이 보장될 경우 사업에 긍정적인 성과를 나타낼 수도 있음을 의미한다. 또한 위험감수성과는 다소 유사한 개념으로 사용될 수 있는 도전정신이 미래에 대한 불확실성이 아닌 개선적이고 확고한 의지를 가지고 있는 진취성으로 표현될 때는 사업성과에 또한 유의미한 영향을 줄 수 있음을 예상하였다. 아울러 경영자의 성취욕구가 강할수록 사업성과도 긍정적으로 나타날 수 있음으로 판단한다.

둘째, 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성은 대체적으로 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경영자의 역량적 특성 중 전문지식은 사업성과에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났으나, 경영자의 근무경력과 인적네트워크는 사업성과에 영향을 주고 있음으로 나타났다. 일반적으로 판단할 때 경영자의 전문적 지식은 사업성과에 영향을 줄 수 있음으로 판단되나 본 연구의 분석 결과에서는 영향이 없음으로 검증되어, 이 부분은 설문 응답자의 답변 오류나 설문지의 의도가 제대로 전달이 되지 않아 분석에 오류가 있었을 수도 있음을 가정하여 향후 추가적인 연구를 통해 보다 정확한 연구 결과 도출이 필요할 것으로 보인다. 1인 창조기업 경영자의 근무경력과 인적네트워크가 사업성과에 유의미한 영향을 미치고 있음으로 볼 때 1인 창조기업의 근무자가 1인이라는 특성상 다양한 인적네트워크 구축이 곧 사업성과에 반영될 수 있음을 보여주는 분석 결과라 할 수 있다.

셋째, 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성과 역량적 특성은 내외부 전문가

의 컨설팅을 통해 사업성과에 조절효과가 나타남을 검증하였다. 이는 곧 1인 창조기업 경영자가 대체적으로 경영, 회계, 인사, 생산 등의 다양한 분야의 전문성이 결여되어 있을 수 있음을 가정할 때 내부 혹은 외부의 각 분야별 전문가의 컨설팅을 활용할 시 사업에 유의한 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었다. 컨설팅의 활용도가 높을수록 재무적, 비재무적 사업성과에 유의한 영향이 있었다. 컨설팅의 진행하는 컨설턴트의 자질, 역량, 경험 등이 사업성과에 다양한 결과를 도출할 수 있겠지만, 단편적으로 1인 창조기업 경영자가 자의 혹은 타의를 통해서 분야별 전문가의 컨설팅을 활용할 시 사업성과에 긍정적인 결과를 얻을 수 있으므로 정책적으로 반영하여 1인 창조기업의 컨설팅 수혜 기회를 늘릴 수 있었음을 본 연구를 통해 예측하였다.

## 제 2 절 한계점 및 시사점

본 연구는 다양한 선행연구 조사를 통해 본 연구 모형을 설계하고 이에 따라 선행연구의 결과들을 재입증하는 결과 및 컨설팅이라는 조절효과를 통한 종속변수인 사업성과의 분석결과를 얻는등 몇가지 시사점을 도출할 수 있었다. 반면에 본 연구의 한계점이 있었다.

첫째, 본 연구는 기존의 경영자의 특징과 경영성과와의 관계를 연구한 선행연구를 보다 구체적인 1인 창조기업으로 범위를 한정하여 연구를 진행하였다. 기존의 선행연구의 다양한 경영자의 특징들을 크게 심리적 특성과 역량적 특성의 범주로 나누어 두가지의 범주내 기존의 요인들을 정리하여 연구를 진행하였다. 하지만 기존 연구자들의 다양한 요인 변수들을 본 설문에 전부 내포하지 못해 설문 응답자로 하여금 설문의 정확한 의도 파악이 전달되지 못한 한계점이 있으며, 이로 인해 응답자의 다양한 개인적인 성향들이 연구결과에 반영되지 못한 한계점이 있었다.

둘째, 다양한 업종과 분야를 고려한 각계 각층의 설문지 회수가 부족했다라는 한계점이 있다. 본 연구는 주로 수도권과 전라권 내 1인 창조기업들을 대상으로 설문을 진행하여, 국내 현재 창업, 경영중인 1인 창조기업의 전수 조사를 통한 보다 더 정확한 연구 결과 검증이 부족했다라는 한계점이 있다.

셋째, 종속변수인 사업성과의 측정에서 사업성과의 정확성과 객관성을 나타낼 수 있는 설문 항목의 부재이다. 본 연구는 사업성과의 측정 지표를 재무적, 비재무적 성과를 주관적인 판단을 통해 평가하도록 설문하여, 실질적인 사업성과의 지표가 부족했다라는 한계점이 있다.

끝으로 본 연구를 통해 1인 창조기업의 경영자가 창업 및 경영에 있어 기업 경영자 1인의 의지와 역량도 중요하지만, 한계점을 인식하고 외부 전문 컨설팅의 활용을 통해 사업의 성장을 기대할 수 있음을 시사하고 있다.

## 【참고문헌】

### 1. 국내문헌

- 권기철(2011), “경영컨설팅 서비스 품질 구성요인이 재계약과 추천의향에 미치는 영향에 관한 연구”, 숭실대학교 중소기업대학원 석사학위논문
- 김상훈(2009), “자영업 컨설팅이 소상공인의 사업성가에 미치는 영향에 관한 연구”, 중앙대학교 산업창업경영대학원, 석사학위논문
- 김소정(2012), “경영컨설팅 서비스품질과 고객충성도의 관계에서 관계몰입의 조절효과에 관한 연구”, 금오공과대학교 대학원 석사학위논문
- 김순태(2013), “소상공인특성과 정부지원정책 요인이 사업전략 및 경영성가에 미치는 영향”, 충북대학교 대학원 박사학위논문
- 김종광(2013), “경영컨설팅 서비스품질 측정모형의 비교와 기업성가에 관한 연구”, 동명대학교 대학원, 박사학위논문
- 김재홍(2005), “영업사원의 인적네트워크 특성이 성과에 미치는 영향”, 고려대학교 경영대학원, 석사학위논문
- 김현목(2013), “1인 창조기업가 정신이 창업기회 인식과 창업의지에 미치는 영향 : SNS 활용도의 조절효과에 관한 연구”, 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사학위논문
- 남수희(2002), “한국기업의 컨설팅에 대한 만족요인을 파악하기 위한 연구 : 한국 컨설팅 산업의 문제점과 개발방안을 중심으로”, 고려대학교 경영대학원, 석사학위논문
- 민경룡(2010), “창업컨설팅이 창업기업의 경영성가에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, 중앙대학교 산업창업경영대학원, 석사학위논문
- 배용섭(2013), “경영컨설팅 성과에 영향을 미치는 컨설턴트의 역량에 관한 실증 연구 : 컨설팅사 및 수진기업 특성에 따른 조절효과 중심으로”, 단국대학교 대학원 박사학위논문
- 신동하(2010), “1인 창조기업의 사업성가에 영향요인에 관한 연구”, 한성대학교

- 대학원 석사학위논문
- 신문희(2012), “1인 창조기업 발전단계에 따른 지원 방안 연구”, 충남대학교 행정대학원, 석사학위논문
- 양용현(2012), “최고경영자 특성이 조직구성원의 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구”, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문
- 유명희(2006), “온라인 커뮤니티를 통한 조직내 여성의 인적 네트워크 구축에 관한 연구 : S기업의 사례를 중심으로”, 서울대학교 대학원, 석사학위논문
- 육현영(2013), “중소기업 컨설팅의 핵심요소가 컨설팅 성과에 미치는 영향”, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 석사학위논문
- 윤동매(2012), “1인 창조기업의 생성요인 분석”, 국민대학교 대학원, 석사학위논문
- 윤보현(2007), “벤처기업 경영자 특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 대덕연구개발특구를 중심으로”, 한밭대학교 창업경영대학원, 석사학위논문
- 이병구(2010), “소상공인 경쟁력 강화를 위한 핵심성공요인에 관한 연구”, 건국대학교 대학원, 박사학위논문
- 이상용(2011), “1인 창조기업 창업 활성화에 관한 연구 : 일러스트레이터 중심으로”, 성균관대학교 디자인대학원, 석사학위논문
- 이상훈(2013), “환경특성과 기업가 정신이 개방혁신에 미치는 영향에 관한 실증 연구”, 창원대학교 대학원 석사학위논문
- 이한석(2013), “중소벤처기업의 경영컨설팅 지원 사업에 관한 연구”, 한남대학교 경영대학원, 석사학위논문
- 임동민(2012), “공기업 최고경영자의 특성과 경영성과간의 관계에 관한 연구”, 서울대학교 대학원, 석사학위논문
- 장근탁(2013), “1인 창조기업 경영자의 역량 및 특징이 경영성과에 미치는 영향”, 상지대학교 대학원, 석사학위논문
- 장영(1997), “경영 컨설팅 유형별 성과에 관한 상황적 분석”, 한국과학기술원, 박사학위논문
- 전기수(2009), “중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구”, 건국대학교 대학원, 박사학위논문

- 전성천(2010), “중소기업 컨설팅지원사업의 성과제고를 위한 개선방안에 대한 연구”, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 석사학위논문
- 정미라(2012), “경영컨설팅의 서비스품질이 경영자원 능력향상 및 경영성과에 미치는 영향 : 경영자원 능력 향상의 매개효과를 중심으로”, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 석사학위논문
- 정혜영(2001), “최고 경영자 특성이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 국내 벤처기업을 중심으로” 중앙대학교 대학원, 석사학위논문
- 중소기업기술정보진흥원(2011), “컨설팅사업 현황 분석 및 활성화 방안 연구” 컨설팅산업백서 2010년, pp. 10-20
- 지중현(2011), “1인 창조기업 성장을 위한 전략모델에 관한 연구 : 창조경제 시대의 복합 생태계 구축을 중심으로”, 연세대학교 경제대학원 석사학위논문
- 창업넷(2013), “1인 창조기업”, <http://www.ibiz.go.kr/>
- 채준원(2011), “컨설팅 유형에 따른 중소기업의 컨설팅 서비스 결정요인에 관한 연구”, 부산대학교 대학원 박사학위논문
- 최홍대(2010), “중소기업 경영자특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 충청북도 북부지역을 중심으로”, 충주대학교 경영행정외국어대학원, 석사학위논문
- 포상(2011), “중소기업의 경영자특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : D산업 단지의 중소기업을 중심으로”, 목포대학교 대학원, 석사학위논문
- 한국콘텐츠진흥원(2009), “콘텐츠 1인 창조기업 육성전략”, Vol 4월, pp. 5-10

## 2. 국외문헌

- F. steele(1975), Consulting for organizational change, Univ of Massachusetts Press, pp.9-12.
- L. E. Greiner and R. O. Metzger(1983), Consulting to Management, Prentice-Hall, p.78.
- D. I. Sexton and Bowman, "The Entrepreneurship : A Longitudinal Study", Journal of Personality and Social Psychology, Vol.1, 1965, pp.389-392.
- R. H. Brockhaus, "Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs", Academy of Management Journal, Vol.23, 1980, pp.509-520.
- Begley and Boyd, op.cit, pp.127-132.
- Y. Gasse, Commentary Elaboration : Elaborations on the Psychology of the Entrepreneur, in C.A. Kent, D.L. Sexton and K.H. Vesper, eds., Encyclopedia of Entrepreneurship(Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1982), pp.58-71.

|    |  |  |  |
|----|--|--|--|
| ID |  |  |  |
|----|--|--|--|

## 【 설 문 지 】

안녕하십니까?

귀하와 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

저는 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원에서 “1인 창조기업의 경영자 특성과 사업 성과에 관한 연구 : 컨설팅 수혜 유무를 중심으로”를 주제로 석사학위 준비를 하고 있습니다.

본 설문은 1인 창조기업의 경영자의 특성중 경영자의 역량과 경영자의 내면적 특성이 사업 성과에 어떠한 영향을 주는지를 실증적으로 규명하고, 더불어 컨설팅이라는 외부 경영 자문을 수진하였을 경우 어떠한 영향을 미치는가를 추가 연구하고자 합니다.

본 설문을 통해 수집된 정보는 비밀을 유지하고 통계 목적으로만 활용될 것이며, 본 연구목적 이외의 다른 용도로는 절대 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

귀하께서 답변하신 내용들은 모두 귀중한 연구자료로 이용 될 것이므로 부디 한 문항도 빠짐없이 성의껏 답변을 부탁드립니다, 설문의 옳고 그른 답이 없으므로 귀하가 느끼시는 바를 그대로 기술하시기 바랍니다.

바쁘신 와중에도 설문조사에 협조하여 주셔서 대단히 감사드립니다.

2013. . .

연구자 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 석사과정 양 희 철  
지도교수 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 지도교수 주 형 근

I. 다음은 1인 창조기업 경영자의 심리적 특성에 대한 질문입니다.

(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

1. 경영자의 혁신성에 관한 질문입니다.

| 항목                                              | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|-------------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1-1. 사업아이템이 혁신적이라는 평가를 받고 있다.                   | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-2. 남들이 생각하지 못하는 독특한 아이디어를 자주 발견하는 편이다.        | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-3. 스스로 자신의 아이디어가 혁신적이고 차별화 된다고 자부한다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-4. 변화하는 사업 환경의 흐름을 잘 예측하고 해당 사업 분야를 선도하는 편이다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-5. 새로운 아이템에 대한 구상을 꾸준하게 하고 있다.                | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

2. 경영자의 위험감수성에 관한 질문입니다.

| 항목                                   | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 2-1. 새로운 사업 영역의 창업이 두렵지 않다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-2. 사업이 성공할 것이라고 확신하고 자신감이 있다.      | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-3. 평소 도전하고 성취하는 것을 즐긴다.            | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-4. 위험이 따르더라도 사업의 성과를 위해서 는 도전한다    | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-5. 새로운 사업 영역에도 관심을 가지고 시도해 보려고 한다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

3. 경영자의 진취성에 관한 질문입니다.

| 항목                                       | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 3-1. 사업과 관련한 업무를 적극적으로 추진한다.             | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-2. 사업에 관련된 업무의 진행을 빠르게 진행한다.           | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-3. 사업아이디어의 도출이 다른사람보다 빠르다.             | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-4. 다른 사람이 해보지 않은 신사업에 대한 진출을 두려워하지 않는다 | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-5. 늘 기존 제품에 대한 개선점을 찾으려고 노력한다.         | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

4. 경영자의 성취욕구에 관한 질문입니다.

| 항목                                          | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|---------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 4-1. 사업에 목표를 설정하고 도달하려고 노력한다.               | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 4-2. 설정한 목표를 달성하는데 방해 요인인 변수를 분석하고 있다.      | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 4-3. 설정한 목표를 달성하지 못하면 문제점을 찾아서 평가하고 피드백 한다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 4-4. 단기, 중기, 장기 등 단계별 목표 설정하여 사업을 추진한다.     | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 4-5. 목표 달성을 위해서 수단과 방법을 가리지 않고 추진한 적이 있다.   | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

## II. 다음은 1인 창조기업 경영자의 역량적 특성에 대한 질문입니다.

(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

### 1. 경영자의 전문지식에 관한 질문입니다.

| 항목                                            | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|-----------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1-1. 사업과 관련된 분야의 전문적 교육을 받은 적이 있다.            | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-2. 사업과 관련된 분야의 자격증을 소지하거나, 획득하려고 준비한 적이 있다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-3. 사업과 관련된 분야에서의 근무 또는 창업 경험이 있다.           | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-4. 사업과 관련된 분야에서 상당 기간 연구 및 준비를 했다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-5. 사업과 관련된 분야의 정보에 관심을 갖고 모니터링 한다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

### 2. 경영자의 근무경력에 관한 질문입니다.

| 항목                                    | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|---------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 2-1. 사업과 관련된 회사에서 근무한 적이 있다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-2. 사업과 관련된 부서에서 근무한 적이 있다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-3. 사업과 관련된 분야에서 3년 이상 근무한 적이 있다.    | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-4. 회사내, 부서내 동료들에게 업무에 대한 능력을 인정받는다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 2-5. 사업과 관련된 분야의 창업 경험이 있다.           | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

3. 경영자의 인적네트워크에 관한 질문입니다.

| 항목                                            | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|-----------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 3-1. 사업과 관련된 분야의 전문가나 경험자들과 교류하고 있다.          | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-2. 마케팅 및 영업을 의뢰, 대행할 주변 지인이 있다.             | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-3. 자금을 확보할 수 있는 금융기관이나 투자자가 있다.             | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-4. 사업 내 재무 업무에 대하여 신뢰하고 맡길만한 지인이 있다.        | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 3-5. 사업 분야와 관련된 정부 또는 공공기관에 활용가능한 인적네트워크가 있다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

### Ⅲ. 다음은 1인 창조기업의 컨설팅 활용도에 대한 질문입니다.

(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

1. 경영자를 제외한 내,외부 전문가를 통해 자문을 구해본 적이 있으십니까? ( )

① 있다 (아래 질문에 답해주세요.)                      ② 없다 (설문을 종료 하세요.)

| 항목                                           | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|----------------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1-1. 외부 전문가의 경영 컨설팅을 활용해본 적이 있다.             | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-2. 외부 전문가를 통해 사업 방향에 대한 자문을 구해본 적이 있다      | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-3. 외부 전문가를 통해 회사내 자금 운용에 대한 자문을 구해본 적이 있다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-4. 외부 전문가를 통해 영업 및 마케팅에 대한 자문을 구해본 적이 있다.  | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-5. 외부 전문가를 통해 정부 지원사업 신청에 자문을 구해본 적이 있다.   | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

### Ⅳ. 다음은 사업성파에 대한 질문입니다.

(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

| 항목                                 | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않다 | 보통이<br>다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1-1. 귀사는 매출액이 증가하고 있다.             | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-2. 귀사는 영업 이익 또는 고용 인원이 증가하고 있다.  | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-3. 각종 인증 획득 및 정부 지원금의 수혜가 늘어났다.  | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-4. 귀사는 신규 거래처 및 시장 점유율이 증가하고 있다. | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |
| 1-5. 귀사는 귀사의 사업 성과에 대해 만족한다.       | ①               | ②         | ③        | ④   | ⑤         |

V. 다음은 통계 처리를 위한 일반적 특성에 관한 내용입니다.

(귀하 또는 귀사에 해당되는 사항에 √표를 표기하여 주십시오)

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성

② 여성

## 2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20세 미만                      ② 20세 이상~30세 미만                      ③ 30세 이상~40세 미만  
④ 40세 이상~50세 미만                      ⑤ 50세 이상

3. 귀하의 근무(경력)연수는 어떻게 되십니까?

- ① 1~3년      ② 4~6년      ③ 7~10년      ④ 11~15년      ⑤ 16년 이상

#### 4. 귀사의 창업 기간은 어떻게 되십니까?

- ① 6개월 미만                      ② 6개월~1년 미만                      ③ 1년~2년 미만  
④ 2년~3년 미만                      ⑤ 3년 이상

5. 귀하의 기업 형태는 어떻게 되십니까?

- ① 개인사업자                  ② 법인사업자                  ③ 미등록사업자(프리랜서)

6. 귀사의 주요업종은 어떻게 되십니까?

- ① 생산·제조업      ② 유통·서비스업      ③ 농업 및 임업      ④ 의류·디자인  
⑤ 건설업      ⑥ 숙박 및 음식업      ⑦ IT      ⑧ 기타

7. 귀사의 최근년도 매출규모는 어떻게 되십니까?

- ① 1억원 미만                      ② 1억원~10억원 미만                      ③ 10억원~50억원 미만  
④ 50억원~100억원 미만                      ⑤ 100억원~500억원 미만                      ⑥ 500억원 이상

본 설문조사에 성실히 응하여 주셔서 감사드립니다.

# ABSTRACT

## A Study on the Business Performance of One–Person Creative Company Entrepreneur's according to Characteristics –Centered Management Consulting Performance–

Yang, Hyi Chul

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service  
Consulting

Hansung University

This study is a one–person enterprise management features and the study of business performance.

Features include one–person enterprise management affects business performance. Features and capabilities of the psychological characteristics have a positive effect on business performance.

One–person enterprise performance management consulting enables business appears positive.

This research will prove the hypothesis that receiving management consulting by in–house and outside specialists, as tool for affect regulation, will significantly influence business outcomes by analysing the psychological characteristics and

competencies of one-person business managers' impact on business outcomes.

This research suggests, with identifying the positive influencers to business outcomes from examining the characteristics of one-person business managers, which factors will provide positive(+) impact on business outcomes for one-person business managers. Moreover, this research verifies that there is a positive(+) impact on the one-man business owner's psychological characteristics and competencies by using in-house or outside specialists.

The research will encourage one-man business managers to recognise the necessity of and to seek advice from external specialists. At the same time, the research recommends the necessity of specialist' consultants to be included as part of the government's policies on supporting one-man business managers.