



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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.

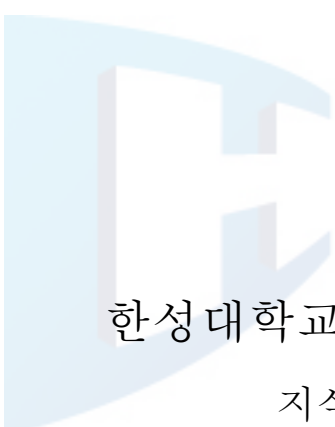
이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

1人 創造 企業의 事業成果에 미치는
影響要因에 관한 研究

2011年



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

신 동 하

碩士學位論文
指導教授 柳然禹

1人 創造 企業의 事業成果에 미치는
影響要因에 관한 研究

A Study of the Influencing Factors of One-Person
Creative Company on Business Performance

2010年 12月 日

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

신 동 하

碩士學位論文

指導教授 柳然禹

1人 創造 企業의 事業成果에 미치는
影響要因에 관한 研究

A Study of the Influencing Factors of One-Person
Creative Company on Business Performance

위 論文을 컨설팅學 碩士學位 論文으로 제출함

2010年 12月 日

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

신 동 하

辛東夏의 컨설팅學 碩士學位論文을 認准함

2010年 12月 日

審査委員長 _____ 印

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印



목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 필요성	1
제 2 절 연구의 범위 및 방법	4
제 2 장 1인창조기업에 대한 이론적 배경	7
제 1 절 개 요	7
1. 1인창조기업의 개념	8
2. 1인창조기업의 등장배경	13
3. 1인창조기업의 발달과정	15
4. 1인창조기업의 고용 잠재성	16
제 2 절 국내외 1인창조기업 지원정책 동향 분석	17
1. 해외의 창조인력 및 1인창조기업 지원정책 분석	17
2. 우리나라의 1인창조기업 지원정책 현황	24
3. 1인창조기업과 일반 기업 유형 비교	29
4. 1인창조기업 전망	31
제 3 절 1인창조기업 사업성과에 영향을 미치는 요인	34
1. 1인창조기업가의 심리적 특성	34
2. 1인창조기업 환경 특성	40
3. 1인창조기업 특성	45
제 4 절 1인창조기업 사업성과 요인에 관한 선행연구	47
1. 연구동향	47
2. 1인창조기업 사업성과 영향요인에 관한 연구	49
3. 선행연구와 한계점	50
제 3 장 연구 모형과 가설 설정	56

제 1 절 연구모형	56
제 2 절 연구가설의 설정	57
제 3 절 연구방법	62
제 4 절 변수의 조작적 정의	63
1. 1인창조기업가의 심리적 특성	64
2. 1인창조기업 환경 특성	65
3. 1인창조기업 특성	66
4. 사업성과	67
제 5 절 표본의 선정 및 자료수집	68
제 6 절 신뢰성 및 타당성 분석	72

제 4 장 실증분석 77

제 1 절 조사대상자의 일반적 특성	77
제 2 절 인구통계학적 특성에 따른 사업성과	81
제 3 절 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인에 대한 분석결과	83
1. 상관관계 분석결과	83
2. 다중회귀분석 결과	85
제 4 절 가설의 검증	86

제 5 장 결 론 92

제 1 절 연구결과의 요약	92
제 2 절 연구의 한계 및 시사점	94

【참고문헌】 97

설문지 105

ABSTRACT 111

【 표 목 차 】

[표 2-1] 주요기관 및 전문가의 ‘1인 기업’에 대한 정의	8
[표 2-2] 1창조기업 정의	10
[표 2-3] 1인기업에 대한 다양한 시각	12
[표 2-4] 1인창조기업의 발달과정	14
[표 2-5] 2010년도 1인 창조기업 지원사업	28
[표 2-6] 1인 창조기업 비즈니스센터 지정 현황	29
[표 2-7] 전체 산업 인력에서의 1인기업 인력 현황	32
[표 2-8] 1인 등록기업수 변화 추이	32
[표 2-9] 1인창조기업수 증가 전망	33
[표 2-10] 비경제활동 인구	34
[표 2-11] 기업가의 심리적 특성	40
[표 2-12] 환경 특성에 대한 주요연구	45
[표 3-1] 1인창조기업 사업성과 영향요인	68
[표 3-2] 설문 문항 구성	70
[표 3-3] 표본회수현황	71
[표 3-4] 설문지의 구성 및 내적일관성	73
[표 3-5] 1인창조기업가의 심리적 특성에 대한 타당성 분석결과	75
[표 4-1] 조사대상자의 일반적 특성-성별	77
[표 4-2] 조사대상자의 일반적 특성-학력	78
[표 4-3] 조사대상자의 일반적 특성-업종	78
[표 4-4] 조사대상자의 일반적 특성-기업형태	78
[표 4-5] 조사대상자의 일반적 특성-수익	79
[표 4-6] 조사대상자의 일반적 특성-업무시간	79
[표 4-7] 조사대상자의 일반적 특성-수주경로	80
[표 4-8] 조사대상자의 일반적 특성-창업동기	80
[표 4-9] 인구통계학적특성에 따른 t-test 및 ANOVA분석결과	82
[표 4-10] 상관관계분석결과	84

[표 4-11] 1인창조기업 사업성과 영향요인 다중회귀분석 결과	85
[표 4-12] 연구결과 요약	86
[표 4-13] 가설Ⅰ의 회귀분석결과	87
[표 4-14] 가설Ⅱ의 회귀분석결과	88
[표 4-15] 가설Ⅲ의 회귀분석결과	89
[표 4-16] 연구가설에 대한 채택여부	90



【 그림 목 차 】

<그림 1-1> 연구의 절차	5
<그림 2-1> 1인창조기업 - 사업 - 산업과 정책 대상	12
<그림 2-2> 1인창조기업의 발달과정	13
<그림 2-3> 통합적 창업 모형	50
<그림 2-4> 마케팅 관점 모형	51
<그림 2-5> 기술개발 전략 관점의 기업성과 모형	51
<그림 2-6> 실증분석 모형	52
<그림 2-7> 시장지향성, 기술혁신지향성 관점 모형	52
<그림 2-8> 경영전략 관점 모형	53
<그림 2-9> 시장지향성 관점 모형	53
<그림 2-10> 환경적 충격 관점의 성과변화 모형	54
<그림 2-11> Lumpkin & Dess(1996)의 연구모형	54
<그림 3-1> 연구모형	57



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 필요성

고용 없는 성장 시대에 들어선 요즘, 창업이 일자리 창출의 희망이 되고 있다. 하지만 대부분의 창업이 외식업 중심의 프랜차이즈로 이뤄지면서 관련 시장의 경쟁만 심화되고 많은 창업가들이 실패를 경험하게 하는 결과를 낳고 있다.

이런 가운데 정부가 창업가들이 가지고 있는 아이디어와 노하우를 활용해 혼자 창업을 할 수 있는 길을 열어 주고 있다. 혼자 창업을 하는 것이기 때문에 창업자금이 비교적 적게 들고 누구나 열정과 능력만 있으면 창업이 가능하다. 정부는 이런 기업을 '1인창조기업'이라고 이름 짓고 다양한 지원을 하고 있다, 1인 기업이 대두하게 된 배경은 우리 경제도 선진국과 같이 1인 기업의 출현이 시대적 패러다임이 아닐까 싶다. 미국에서는 벌써부터 직장인 50%가 1인 기업 혹은 초소형 기업으로 전환되었다 한다. 이제 1인 기업이 시대적 트렌드가 된 이상 소호보다 1인 기업으로의 창업에 많은 관심을 보이고 그 인구도 앞으로 급속히 늘어 날 것으로 보이며, 세계 경제는 제조업에서 서비스업으로, 다시 지식 경제에서 창조 경제로 이동 중이다. 이는 성장 동력이 혁신에서 창의성으로 대체되면서 가치의 원천이 '지식과 정보'에서 '상상력과 창의성'으로 전환되고 있음에 기인한다.

미국의 금융위기가 세계의 경제위기로 확산되면서 어느 국가를 막론하고 직장인들의 걱정이 이만저만이 아니다. 우리나라도 많은 직장인들이 외환위기 때와 같은 대량 실직을 걱정하고 있다. 실제 그러한 일들이 비일비재하게 일어나고 있다. 불안정한 직장과 실업 확산의 대안으로 정부(중소기업청)에서는 2012년까지 개인의 원활한 창업을 돕기 위하여 '1인 창조기업 활성화 방안'을 발표했다.

최근 <비즈니스위크 2009.02>지는 '개인의 창의력과 아이디어가 생산 요소로 투입되어 무형의 가치를 생산하는 창조기업만이 생존 가능한 창조경제의 출현'을 설명하면서, 창조성이 성장의 중심축이 되고 있음을 강조하였고 또한 오늘날의 사회는 창의력이 산업의 흐름을 주도하고 있는데, 이 흐름은 기존 시장에서 수학, 과학의 좌뇌 활동을 중심으로 가격, 품질에 대한 분석적 감각을 강조 하였지만, 이제는 창

의력, 상상력을 앞세운 우뇌 중심의 혁신적 감각을 필요로 하고 있음을 역설하였다 (한국문화콘텐츠진흥원, 2009.4.1).

개인의 창의성을 기반으로 하는 1인창조기업이 필연적으로 출현 할 수 밖에 없는 이유는 첫째, 기술과 가격으로 승부하는 기존 시장은 공급 과잉에 직면한 반면, 소비자 계층은 날로 세분화되고 다양화 되고 있는 가운데, 이러한 신수요 시장에 신속히 대응하기 위해서는 창의성이 가장 적절한 경쟁 요소로 떠오르고 있고 있으며, 둘째, 공급 차원에서도 인터넷, 뉴미디어, 정보 등의 첨단기술에 의해 개인의 창의력을 보다 용이하고 저렴하게 뒷받침 할 수 있는 환경이 조성되어 있으며, 셋째, 기존의 다수 인력으로 조직화된 기업만으로는 이에 대한 수요에 적절히 대응하기 어렵기 때문이다.

1인기업의 필요성은 시대적으로 중요한 의미를 갖고 있는데, 최근 일본은 장기 경기침체로 인한 구조적 고용 부진, 생산 가능 인구의 감소, 일본적 고용 관행의 진부화 등의 문제점을 해결하고자 ‘전원 참가형 신 고용 전략’을 발표 한바 있다. 이 전략은 모든 국민들이 경제 성장에 함께 참여하고 모두가 실감할 수 있도록 하는 것으로서, 특히 취업 취약계층인 청년층, 여성, 고령자 층 및 장애인등에 대한 고용을 증가시켜 대규모 고용 창출을 목표로 하고 있다. 일본과 같이 우리나라도 급속한 고령화 사회로의 진입과 저출산이 동시에 진행되고 있고, 잠재 성장률은 계속적으로 저하되어 신규 고용 창출력이 악화되고 있어 1인창조기업 육성과 같은 새로운 고용 창출 전략이 필요하다(현대경제연구원 2008).

1인창조 사업은 개인이 창조 또는 가공한 아이디어나 제품을 시장화하려는 비즈니스로서 사회적 파급효과가 큰 미래 지향적 사업을 의미하는데, 흔히 1인 기업이나 프리랜서, 극소수 고용 규모의 기업 형태로 나타난다. 특히 창조 사업의 핵심 영역으로서 공연 예술, TV 프로그램 제작, 디자인 ,대중음악 등의 문화산업에는 1인기업과 영세업체들이 집중되어 있는데, 이러한 1인 창조사업이 글로벌 네트워크와 연계될 경우 단기에 세계 시장 석권도 가능하다.

대체적으로 창조 인력들은 개인의 창의적 재능과 기술 등을 집약적으로 활용해서 지적 자산에 가치를 부가하는 경제활동을 하기 때문에 인력 간 경험과 인적 네트워크 내 아이디어의 공유와 협업이 창조 사업 활성화의 관건이다. 특히 1인 창조 인력들은 지역 경제 활성화에 크게 기여할 수 있는 여지가 많은데, 가령, 문화관광, 공연

활동, 문화재 보수 등 분야에서는 겸업이나 겸직으로 지방의 비영리 단체나 사회적 기업 등을 통해 사회 통합과 소득 창출 등의 동시 효과도 가져올 수 있다.

선진국에서는 인터넷의 발달과 함께 1인 지식기업이 ‘창업 및 신규 일자리 창출’에 주도적인 역할을 담당하고 있다. 세계 주요 국가의 대응과 우리나라의 과제를 살펴보면, 영국은 혁신적이고 창조적인 경제를 유지하고 발전시키기 위해서는 창의적 인재 육성의 필요성을 절감하고, 특히 창조역량을 보유한 청년들에 대한 교육, 혁신 아이디어를 보유한 1인 창조 기업을 중심으로 대대적인 지원을 하고 있다. 영국정부는 청년들의 재능이 일자리로 전환되는 것을 지원하기 위해 ‘스킬(skill)캠프’, 비정부 공공기관에서의 교육 프로그램운영, skill 공급을 위한 산학 협력 체제 구축, 견습생 제도 등을 마련하고 있다. 아울러 창조적 아이디어를 장려하고 창출된 지적재산의 가치와 중요성을 인식시키기 위해 청소년의 학교 교과 과정 운영, 공공 캠페인 등을 실시하고 있으며, 기술전략위원회(TSB)는 1인 창조기업들이 전문지식을 공유하고, 새로운 아이디어, 제품, 공정, 서비스 등을 공동 개발할 수 있도록 하는 프로젝트를 추진한다. 또한 국립 과학기술 예술재단(NESTA)은 재정을 투입하여 창의력을 보유한 1인 창조기업 및 소기업들에게 맞춤형 지원을 제공하는 ‘창조적 혁신가 성장’ 프로그램을 진행한다. 독일의 경우 통일이후 발생한 실업 문제와 일자리 창출을 동시에 해결하기위해 ‘1인 기업 지원프로그램(Ich-AG)’을 운영하여 1인 창업을 지원하고 있으며, 미국의 실리콘밸리는 R&D, 디자인 등 창의적이고 혁신적인 1인 지식기업 창업 붐이 일면서 새로운 고용 창출을 주도하고, 일본도 거품 경제 몰락 후 뼈를 깎는 산업 구조조정을 통해 가치 창조형 경제로 전환함으로써 최근에 강력한 경기 회복세를 보이고 있다.

‘한강의 기적’을 이룬 우리 경제가 중진국의 함정에서 벗어나 선진국으로 도약하고 최근의 경제 침체를 탈피하기 위해서는 우리의 창조역량에 기반 한 창조경제의 성장잠재력을 최대한 살려 나가는 것이 중요하다. 최근 우리나라도 1인 기업이 성장할 수 있는 공급 및 수요여건이 차츰 조성되고 있어, ‘고학력 청년실업 및 일자리 창출의 새로운 돌파구 마련’을 위해서 창조 사업 분야의 1인 기업을 육성할 필요가 있으며, 국민의 창조적 아이디어가 경제적 가치나 창업으로 연결되는 글로벌 지식생태계 조성을 통해 국민에게 성취감과 경제적 혜택을 제공하고 창조적이고 신바람나는 국가 분위기를 조성할 필요가 있다.

중소기업청이 프리랜서를 포함한 1인 창조기업 실태조사를 2009. 8~12월까지(5개월) 실시한 결과 1인 창조기업 전체수는 203,473개로 우리나라 전체 경제활동 2,465만명(2009.10기준) 대비 약 1%를 차지하고 있는 우리나라 경제의 가장 중요한 토대이다(중소기업청 보도자료 2009.12.11).

이에 본 연구는 복잡한 생존경쟁 환경에서 1인 창조기업에 사업성과에 미치는 영향요인을 좀 더 구체적으로 분석하고자 하였으며, 이들 사업성과 영향요인들을 1인 창조기업가의 심리적 특성, 환경과 기업특성으로 나누어 실증분석 하고자 한다. 1인 창조기업가 심리적 특성과 환경 및 기업특성이 1인창조기업의 사업성과에 미치는 영향이 무엇인지를 실증분석 함으로써 1인 창조기업이 글로벌 경기침체의 극복과 우리나라 경제의 활력 회복에 주도적 역할을 수행하여 경쟁력을 강화하는데 실질적으로 도움을 주고자 한다.

제 2 절 연구의 범위 및 방법

위와 같은 연구내용을 체계적으로 수행하기 위하여 본 연구에서는 1인창조기업의 연구에 한정된 특성이 사업성과에 미치는 영향을 1인창조기업을 대상으로 적용하여 검증하고자 한다.

본 연구는 1인창조기업의 사업성과에 미치는 영향요인에 관한 실증적 연구로서, 먼저 문헌적 고찰을 통해 1인창조기업의 개념 및 연구 변수들 간의 관계를 체계적으로 검토·정리 하였으며, 이를 토대로 연구모형과 가설을 도출하였다. 그리고 실증분석을 통해 연구가설을 검증하였으며, 실증적 분석은 본 연구의 목적에 입각하여 국내 1인창조기업의 성과에 미치는 요인들의 사업성과 차이를 살펴보는 것으로 제한하였다. 따라서 본 연구에서는 1인 창조기업가 심리적 특성과 1인창조기업의 환경 특성 ,그리고 1인창조기업특성 등을 독립변수로 선택하여 이들 특성요인들이 사업성과 요인에 미치는 영향을 조사하였고 사업성과에 미치는 영향관계를 체계적으로 분석 하고자 한다.

이러한 세 가지의 독립변수를 선택한 것은 선행된 연구에서 비교적 주요하게 논의가 되었으며 1인 창조기업이 우리나라의 현실에서 1인창조기업의 사업성과를 고

찰하는 적절한 변수라고 여겨지기 때문이다. 본 연구의 구성은 <그림 1-1>과 같이 모두 다섯 개의 장으로 구성되었으며, 본 연구의 절차를 종합적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 가업가의 심리적 특성과 환경특성 기업특성 네트워크 정도에 대한 기존연구자들의 다양한 정의를 소개하고, 이를 통해 1인창조기업의 성과 관련 접근시각과 1인창조기업 사업성과에 영향을 미치는데 있어서의 선행요인과 조절요인에 대하여 문헌을 고찰한다.

둘째, 이러한 요인들을 범주화하여 연구모형과 가설을 설정하고, 1인창조기업 비즈니스세터에 등록된 1인창조기업들을 대상으로 설문조사를 통해 실증연구를 수행한다.

셋째, 수거된 설문지들을 신뢰성과 타당성 검증 과정을 파악한다. 그리고 회귀분석기법을 사용하여 연구 가설에 대한 검증을 수행한다.

마지막으로 통계분석 결과에 대한 해석을 실시하고, 본 연구의 한계점 및 시사점을 제시한다



제 1 장 서 론
▶ 연구의 배경 및 필요성 ▶ 연구의 범위와 방법

제 2 장 1인창조기업에 대한 이론적 배경
▶ 개요 ▶ 국내의 1인창조기업의 지원정책 동향분석 ▶ 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인 ▶ 1인창조기업의 사업성과 요인에 관한 선행연구

제 3 장 연구모형과 가설의 설정
▶ 연구모형 ▶ 연구가설의 설정 ▶ 연구방법 ▶ 변수의 조작적 정의 ▶ 표본의 선정 및 자료수집 ▶ 신뢰성 및 타당성 분석

제 4 장 실증분석
▶ 조사대상자의 일반적 특성 ▶ 사업성과 영향요인 분석결과 ▶ 가설의 검증

제 5 장 결론
▶ 연구결과의 요약 ▶ 연구의 한계 및 시사점

<그림1-1> 연구의 절차

제 2 장 1인 창조기업에 대한 이론적 고찰

제 1 절 개 요

1인 창조기업은 IT산업의 발달로 인하여 개인 간의 소통이 원활 해지고 교류가 활발해짐에 따라서 개인이 만들어낸 생산물을 쉽게 판매가 가능하게 되었다. 인터넷은 개인 간의 시간과 공간의 제약을 사라지게 하였으며 개인들은 인터넷을 통하여 보다 활발한 교환을 이루고 있다. 과거에는 개인이 직접 다양한 시설을 확보하여 판매를 실시해야 했지만 인터넷의 발달로 인하여 시설적인 투자 없이도 인터넷을 통해 자료나 정보를 등록하고 판매를 실시하면 되는 것이다.

1인 창조기업은 개인이 창조 또는 가공한 아이디어나 제품을 시장화하려는 비즈니스로서 사회적 파급효과가 큰 미래 지향적 사업을 의미한다. 특히 창조산업에 서식하는 창작자, 예술가 등 개인 차원에서 이루어지는 비즈니스 활동이 대표적인 예이다.

이런 관점에서 부업이나 겸업의 형태도 1인 창조기업에 포함할 필요가 있다. 기업이라고 하면 등록하고, 공간이 있어야 하는데 1인 창조사업이란 활동 자체는 기업이라는 틀을 넘어설 수 있다. 실제로 가정/여성/전문직/노년층이 기업이라는 틀과 관계없이도 할 수 있는 창조적 비즈니스가 가능하다. 기본적으로 기업은 법인 등록 등에 따르는 기본 투자가 수반되고 8시간 근무와 같은 보수적인 틀에 갇혀 있는 시스템이다. 이런 구속에서 자유로울 수 있는 것이 1인 창조사업이다.

1인 창조기업은 개인이 판매를 통하여 수익을 창출하는 범위가 크기 때문에 새로운 직업으로 각광받고 있다. 개인이 자신의 역량을 바탕으로 하여 다양한 생산물을 만들어내고 이러한 생산물에 대한 판매가 효과적으로 이루어짐에 따라서 개인들은 수익을 얻을 수 있게 된다. 개인이 혼자서 수익을 창출할 수 있다는 사실이 기존의 방식과 차이를 나타낸다고 할 수 있다. 과거 개인은 조직 안에서 조직의 구성원으로서 활동하며 조직 전체의 협력에 의해서 가치 있는 생산물을 만들어냈다. 개인의 역량은 조직 안에서만 발휘될 수 있었으며 조직의 협력을 통해서만 개인의 역량이 실현될 수 있었다. 조직을 중심에서 개인 중심으로의 변화라고 할 수 있는 1인 창조기

업의 형태는 다양하게 나타난다. 개인의 개성이 중요시되고 다양해짐에 따라서 1인 창조기업의 형태도 다양하게 출현하는 것이라고 볼 수 있다.

창조경제는 예술, 문화, 거래 같은 지적자본을 핵심 요소로 한 재화와 용역의 ‘창조-생산-분배’를 아우르는 개념 혹은 문화, 기술, 사회적 측면에서 통합된 경제를 의미한다. 또한 창조경제는 사회통합과 문화적 다양성, 그리고 인간 개발을 촉진하는 동시에 소득과 일자리를 창출하는 잠재력을 갖고 있는 것으로 평가된다. 21세기는 창조적 아이디어가 경제활동의 핵심적인 역할을 하고, 창조와 창의는 21세기 키워드로 자리 잡고 있다고 해도 과언이 아니다.

기업들의 제철 각기 경쟁으로 비슷한 가격대의 물건들이 쏟아지고 있으며, 기술력의 차이 역시 유사한 규모를 가진 기업들에게는 거의 찾아보기 힘들게 되었다. 이러한 상황에서 창조경제 시대의 도래로 기업들이 주목해야 할 새로운 경쟁무기로서 개인의 창의력과 아이디어를 생산요소로 투입시켜 무형의 가치를 생산하는 소위 ‘창조적 인력’의 중요성이 그 어느 때 보다 중요해 지고 있다. 한편, 창조인력들이 이제는 거대한 기업의 울타리를 벗어나 작은 규모 혹은 개인으로 움직일 수 있는 여건이 조성되고 있다. 소비자들의 기호가 매우 다양해지면서 신(新)수요 시장이 열리고 있으며 개인의 창의력을 보다 용이하고 또한 저렴하게 뒷받침할 수 있는 인터넷, 정보화, 기술 등이 급속도로 발전하고 있기 때문이다. 세계적인 경기침체로 인해 우수한 인력을 흡수 할 수 있는 기업의 울타리가 점점 좁아지고 있는 것도 외생 요인으로 작용하고 있다. 이러한 창조경제 시대를 견인할 수 있는 핵심 축으로서 거대규모의 창조기업 뿐만 아니라 개인이 창조 또는 가공한 아이디어나 제품을 시장화 할 수 있는 능력을 갖춘 ‘1인 창조기업’이 새롭게 부상하고 있다.

1. 1인창조기업의 개념

1인 창조기업은 창의성 있는 특정인에 의해 운영되는 ‘1인 중심 기업’으로 제3자가 아닌 가족을 고용하는 ‘가족 기업’, 스승과 제자관계로 운영되는 ‘도제 기업’ 등 소규모 기업도 1인 창조기업에 포함된다. 창조적 업종에서 아이디어, 기술·전문지식 등을 가진 사람이 운영하는 1인 기업을 말한다. 국민의 창조적 아이디어 등이 발현되어 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타 업종에 비해 높은 업종으로 S/W, 인터

넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업, 영화·예술·관광·저술·시나리오 등 문화관련 서비스업, 제조업(전통식품 제조, 공예품 등 일부업종) 등 84개 업종이 이에 해당되고 영리를 주목적으로 경제활동을 하는 법적인 기업으로서 미취업 청년인력, 유휴인력 등을 경제활동 인구로 유입하기 위해, 사업자 등록이 없이 활동하는 프리랜서는 잠재적 기업으로 분류하고 법적인 기업으로 사업자 등록을 한 개인사업자와 회사(유한회사, 주식회사)이다.¹⁾ 1인 창조기업은 혁신적인 아이디어나 기술로 창조적 분야에 도전하는 것으로 일반 생계형 사업을 영위하는 영세 자영업자와는 차이가 있다. 창조경제를 견인하는 동력원으로 부상하고 있는 1인 창조기업은 크게 새로운 개념은 아니다. 우리 주변에서 쉽게 접할 수 있는 다양한 ‘1인 기업’들이 그 모태가 될 수 있기 때문이다. 기존의 음식점과 상품 판매점 등의 자영업, 생계기업, 다양한 분야의 프리랜서와 같이 주로 소규모의 생계형 전통 사업체들은 모두 1인기업의 범주로 넣을 수 있다. 하지만 과거 대부분의 1인 기업들이 개인이 지닌 특별한 능력을 펼치기보다는 생계유지를 위한 소극적인 경제활동에 머물러 있었다면, 창조경제 시대가 도래 하면서 기존의 1인기업이 가진 본성과 능력이 발휘될 수 있는 기회가 점차 늘어나고 있다. 기업 규모가 작아 기동성이 좋으며, 변화에 대한 순발력이 매우 뛰어난 1인기업 단위와 특징적 활동 자체가 창조경제에 더욱 적합하다는 측면이 부각된 것도 전통적 1인 기업들이 새롭게 ‘1인 창조기업’으로 거듭날 수 있는 중요한 원동력이 되고 있다. 1인 창조기업에 대한 정의는 매우 다양한 편인데, ‘창의적 아이디어에 기반 하여 지식거래 및 제품, 콘텐츠, 서비스로 일자리와 경제적 부가가치를 창출하는 개인이나 1인 중심 조직체’로 명명하는 것이 일반적이다. 1인 창조기업은 교육 서비스업 및 금융·보험업을 제외한 지식서비스업과 전통식품·공예품 등 전통관련 제조업 분야에서 창의적인 아이디어, 전문 기술·지식, 지식재산권을 사업화하는 개인과 개인사업자 또는 법인으로서 대표자를 포함한 종사자가 1명인 기업을 말한다.²⁾ 다만, 가족기업과 도제기업은 대표자를 포함한

1) 중소기업청 1인 창조기업 업종별 분류표

2) 전통적 창조자산 관련 입법 사례

- 일본 :전통적 공예품산업의 진흥의 관한 법률(1974)
- 중국 :신양보호 및 기술이전에 관한 규정(1999)
- 태국 :전통의약지식의 진흥 및 보호를 위한 법률(1999)
- 파나마 :전통지식 및 전통문화표현물의 보호를 위한 특별법(2000)
- 브라질 :전통지식 및 유전자원보호법(2001)
- 페루 :전통지식의 보호 및 이용촉진을 위한 특별법(2002)

종사자가 4명까지 가능하며, 프리랜서는 잠재적 기업으로 정의하였다.

[표 2-1] 주요기관 및 전문가의 ‘1인 기업’에 대한 정의

	주요 내용	
중소기업 청		▪ (1인 창조기업) 창의적인 아이디어, 기술·전문지식 등을 가진 자가 운영하는 1인 중심기업
	기업 규모	▪ 창의성 있는 특정인에 의해 운영되는 1인 중심 기업 ▪ 제3자가 아닌 가족을 고용하는 ‘가족 기업’ ▪ 스승과 제자관계로 운영되는 ‘도제 기업’ 등 포함
	기업 형태	▪ 영리를 주목적으로 경제활동을 하는 법적인 기업
	대상 업종	▪ 국민의 창조적 아이디어 등이 발현되어 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타 업종에 비해 높은 업종
1인 창조기업 협회	기업 형태	▪ 법적 기업 : 개인사업자, 회사(유한회사, 주식회사) ▪ 잠재적 기업 : 프리랜서, 예비창업가 등
	대상 업종	▪ 창조적 아이디어로 부가가치 및 일자리 창출이 높은 업종 ▪ S/W, 인터넷 서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업 ▪ 문화, 예술, 관광, 저술, 시나리오 등 문화관련 서비스업 ▪ 제조업(전통식품, 공예품)
	기업 유형	▪ 아이디어 상품화형, 아이디어 판매형, 서비스 제공형
툼 피터스		▪ 개인이 보유한 지식정보를 기초로 전문 서비스를 제공하는 기업

출처 : ‘정보화로 선진사회·국민행복 실현’ 한국정보화진흥원

1인기업의 개념을 처음 정의하고 시장에서 보여준 사람은 미국의 유명한 경영학자 ‘툼 피터스’의 1983년 저서인 미래를 경영하라(Re-imagine)에서 1인 기업을 PSF (Professional Service Firm), 즉 전문서비스 회사라고 정의했다. 저서에는 전문 서비스 회사는 오로지 창조적인 지적 자본을 축적하고 이를 활용함으로써 가치를 더하는 1인 이상의 조직이라고 구체적으로 정의하고 있다. 이러한 1인 전문 서비스 회사로써 갖추어야 될 조건으로 상품화, 웹(Web) 기반, 잘 할 수 없는 분야는 외주 아웃소싱, 잘 할 수 있는 분야에 집중으로 최고가 되는 4가지 기본원칙을 제시하고 있

다. 톰 피터스는 개인이 브랜드가 된다는 의미로 '브랜드 유(Brand U)', '나 주식회사 (Me Inc)'라는 이름을 붙이기도 했다. 즉 1인 창조기업은 자신이 가진 지식, 경험, 기술 등을 바탕으로 창조적인 서비스를 제공함으로써 이윤을 창출하는 1인 중심 기업을 의미한다.

기업의 형태는 법적 기업과 잠재적 기업으로 구분할 수 있으며 기업 유형으로는 전통식품, 주류, 공예 등을 다루는 아이이어 상품형과 발명가, 과학자와 같은 아이디어 판매형, 번역가, 컨설턴트 등의 서비스 제공형으로 분류하기도 한다(중소기업청, 2009,3).

1인 창조기업은 기존의 산업이나 직종 중에서 창조적인 시도를 통해 펼쳐지는 개인의 창조사업 활동의 전형적 주체가 된다. 즉 1인 창조기업은 다양하고 폭 넓은 개인 창조사업 가운데에서 전형적인 1인 기업 형태를 의미하며, 창작자나 겸업, 부업을 통한 비기업 형태 생활자 기반 사업들도 이에 포함한다. 창조경제 시대의 1인 창조기업의 성공적 안착을 위해서는 몽상적 아이디어와 할 수 있다는 자신감만으로 충분하지 않다. 자체적으로 운영과 관리 협상과 조정을 거쳐 사업을 실행할 줄 아는 자기 완결적인 역량 조건이 무엇보다도 필요하다. 또한 기초적인 아이디어로부터 고도의 전문지식까지 포괄할 수 있는 독창적 아이디어도 필요하며, 새로운 사업을 추진하고 발전적인 성과를 실현하고자 하는 전략가적 기질도 요구된다. 혼자서 할 수 있지만, 어느 정도의 창조적 능력이 뒷받침되지 않는다면 성공할 수 없는 것이 바로 1인창조기업인 것이다. 1인기업(one-person-enterprise)은 정의상 적어도 정규직으로 어떤 인력도 채용하지 않고 한 개인이 운영하는 회사를 의미. 최근 IT기술 및 아웃소싱의 발달로 인한 시공에 구애받지 않는 유연한 사업조직으로서 초소형기업을 의미한다[표 2-2]. 1인 기업은 우리가 아는 SOHO와는 다르다. 최종 소비자에게 상품이나 서비스를 제공하여야 1인 기업이라 할 수 있다.

1인기업의 조건을 첫째 자신만의 노하우가 있어야 한다. 둘째 마케팅 능력과 세일즈 능력을 갖추고 있어야 한다. 셋째 네트워킹 능력을 있어야 한다. 1인 기업이 되려면 강사, 코치, 작가의 활동을 거쳐 자신의 경험에 지식을 더한 서비스를 제공하는 상당한 수준의지식을 소유, 지식을 제공할 줄 아는 능력을 갖추어야 한다. 축적된 지식과 노하우로 전문가가 되며 사업으로까지 연결된다. 조직의 미래가 불투명한 시대가 도래 하면서 누구든지 자신만이 평생토록 신뢰할 수 있는 조직이므로 모든

직원의 업무를 비즈니스로 전환하여 1인 기업으로서 미래를 개척해 나가야한다.

[표 2-2] 1창조기업 정의

창의적 아이디어, 기술 전문지식등을 가진자가 운영하는 1인 중심기업	
기업형태	❖ 법적기업 : 개인사업자, 회사 (유한회사, 주식회사) ❖ 잠재적기업 : 프리랜서
대상업종	❖ 창조적 아이디어로 부가가치 및 일자리 창출이 높은 업종 - S/W, 인터넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업 - 문화, 예술, 관광, 저술, 시나리오등 문화관련 서비스업 - 제조업 (전통식품 및 공예품 등)
기업유형	❖ 아이디어 상품화형 (전통식품, 주류, 공예품) ❖ 아이디어 판매형 (발명가, 과학자 등) ❖ 서비스 제공형 (웹디자이너, 번역가, 컨설턴트 등)

출처 : 1인창조기업협회 <http://lco.or.kr/About/about> lco.html

[표 2-3] 1인 기업에 대한 다양한 시각

학 자	개념 및 정의
톰 피터스	▪ Me Inc Brand You등의 개념을 주장 ▪ '1인기업'은 개인이 Brand가 되느냐의 여부에 달려있다고 주장
다니엘 핑크	▪ '조직인간'에 기대되는 개념으로 'free agent'를 제시 ▪ www.FreeAgent.com를 운영하며 전세계 free agent와 소통하는 것으로 유명
토마스 말론	▪ 'e-lancer(인터넷에서 자신의 활동 무대를 찾는 신흥 노동집단)'이란 개념을 도입
브루스 저드슨	▪ 「Go It Alone(2004)」에서 새로운 기업가 像으로 1인기업을 제시

출처 : 연구자 정리

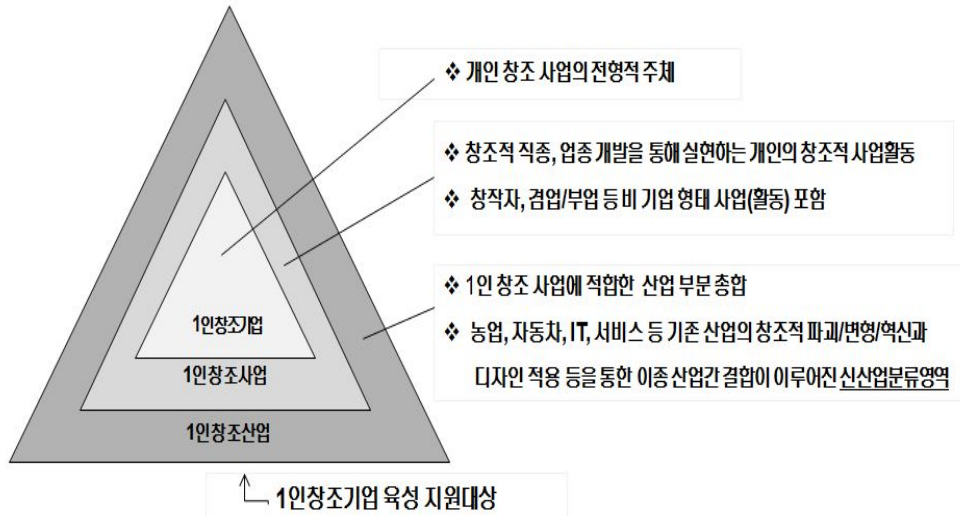
2. 1인 창조기업의 등장 배경

세계적인 불황 가운데, 소규모(Small), IT기술기반(Smart), 효율성(Speedy)을 무기로 등장하고 있는 초소형 기업인 1인 기업에 대한 관심이 증폭되고 있다. 인터넷 등 IT기술발달, 아웃소싱 증가 추세 등은 시·공간 제약이 없이 유연하게 일을 할 수 있는 초소형 기업인 1인 기업이 성장할 수 있는 환경을 만들어 주고 있다. 이제는 1인 창조기업의 시대가 열린다. 1인 창조 기업이란 차별화되는 아이디어나 기술을 찾아내 상품화한 1인 사업가/기술자를 망라하는 용어이다. 최근 우리 경제구조가 선진국으로 접근해 감에 따라 성장 패러다임이 모방형에서 창조형으로 변화되고 있어, 창조성과 신속성을 갖춘 1인 창조기업이 우리 경제에서 차지하는 역할은 더욱 증대될 것으로 예상된다. 아직 1인 기업에 대해서는 다양한 시각이 존재하지만 우리나라에서는 지난해 중소기업청에서 '1인 지식기업 육성방안'이 발표되면서 이에 대한 정부차원의 논의가 시작되었으며, 2009년 대통령께서 신년 국정연설시 일자리 창출과 경제 활성화의 일환으로 1인 창조기업 지원을 강조한 후 제4차 미래기획위원회 전체회의('09.3.23)에서 중산층 키우기 휴먼뉴딜 내 주요 정책과제로 '1인 창조기업 활성화 방안'을 보고하면서 소정부차원의 1인 창조기업 육성정책이 본격화 되었다. 이번에 마련된 1인 창조기업 활성화 방안은 경제위기로 어려움을 겪고 있는 중산층에게 아이디어를 바탕으로 손쉬운 창업을 할 수 있도록 맞춤형 정책위주로 수립되었다.

최근 들어 개인의 창조성이 강조되고 있는 가운데 이것을 비즈니스로 연결하고 국부 창출로 이어질 수 있도록 한다는 큰 그림이다. 최근 추진되는 정책들은 변칙적인 아이디어나 새로운 기술만 있으면 온·오프라인을 통해 이를 손쉽게 판매하고 사업화할 수 있는 길이 열리게 되었음을 보여준다. 또 고추장, 간장, 벌꿀 등 전통 식품을 집에서 직접 제조·판매할 수 있도록 관련 법령이 개선되는 등 개인의 창의성과 창업마인드를 확산시키기 위한 범정부 차원의 제도개선이 추진되고 있다.

중소기업청은 국민을 대상으로 톡톡 튀는 아이디어나 기술을 찾아내 상품화거나 판매할 수 있는 온·오프라인의 아이디어 수집·발굴시스템'을 구축·운영하고, 우수 아이디어의 상품화 및 판매 또는 대·중소기업 등으로 부터 아웃소싱을 통해 용역을 수주할 수 있도록 1인 창조기업 맞춤형 지원시책을 도입하겠다고 밝혔으며, 고추장 손

1인창조기업 활동 육성지원 대상



<출처 : 문화체육관광부, 한국문화산업포럼 (2008)>

<그림2-1> 1인창조기업 - 사업 - 산업과 정책 대상

맛으로 연매출액이 15억원에 이르는 기업으로 성장한 이기남 할머니, 전문 프리랜서로 활동하면서 월 평균 400만원의 수입을 얻는 전문 웹디자이너이자 주부인 강혜진 씨가 대표적 성공사례이다.(중소기업청 2009)

인터넷과 IT의 발달은 언제 어디서든 혼자서도 경제활동을 가능하게 만들었으며 프리랜서계층의 증가는 경제시스템에 의해 1인 기업 활성화를 가속화시켰다. 기업들의 지식서비스 아웃소싱이 증가함에 따라 소규모(Small), IT기술기반(Smart), 효율성(Speedy)을 경쟁력으로 하는 1인 기업이 늘어났으며 현재 정부의 적극적인 지원으로 더욱 증가하는 추세이다.

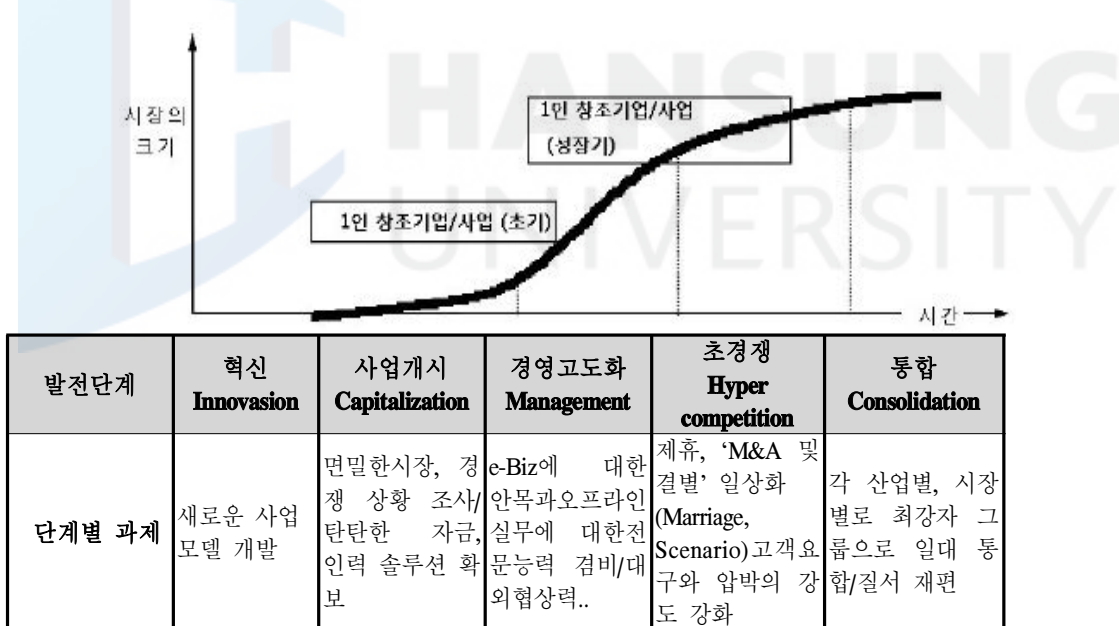
1인 기업의 증가추세는 비단 우리나라의 얘기만은 아니며 정부적 차원에서 가장 적극적인 지원을 펼치는 독일은 통일 이후 급격하게 증가한 실업과 경기침체 문제를 해결하기 위해 ICH-AG 프로그램 실시하고 있다. 연 매출액이 일정 수준을 넘지 않는 경우 창업 지원금을 3년간 지원을 하는 ICH-AG 프로그램으로 실업률을 낮추고 경기 활성화를 유도하고 있다.

3. 1인창조기업의 발달과정

1인 창조기업은 <혁신 -사업개시 -경영고도화 -초경쟁 -통합><그림2-2><표 2-4>과 같은 기업 수명주기 또는 생애주기를 거치게 된다. 1인창조기업의 경우 낮은 진입장벽과 초 경쟁 극단화 등으로 인해 기업 통합과 해체가 더욱 더 활발하게 나타날 수 있으며 기업의 형태를 달리하며 창조적 비즈니스를 이어가는 초기업 형태 발전 경로도 예상된다.

1인 창조기업은 초기 태동단계를 거쳐 창업단계에 들어서야 비로소 수익이 실현되는 창조적 비즈니스 성과를 거둘 수 있으며 이후 성장과 확장 단계로 진입하면서 산업화 형태로 발돋움하게 되었다(한국문화콘텐츠진흥원, 2009.4.1).

1인 창조기업이 창조사업을 영위하는 미시적인 극소 단위의 가치사슬이 특정 부문에서 군집화하게 되면 별도의 가치시스템(가치사슬 총합)이 형성되는 산업 차원으로 발달하고, 구매/조달-제작/생산-마케팅/유통이라는 산업의 전 공정의 가치사슬 흐름 자체가 일부 해체, 역류, 융합하게 되는 창조적 파괴가 일상화되는 새로운 개념의 1인 창조산업 실체가 나타나고 있다.



출처:한국문화콘텐츠진흥원(2009.4.1) 「 '콘텐츠산업의 1인 창조기업' 지원전략 」

<그림2-2> 1인창조기업의 발달과정

[표 2-4] 1인창조기업의 발달과정

구 분	태동단계	창업단계	초기 성장 및 확장 단계
특징	- 창조물과 아이디어를 개인이나 지역사회가 보유 - 사업화 되지 않았거나 어려움	- 창조물과 아이디어의 사업화를 통한 초기 수익 달성 - 창조물과 아이디어 구체화 및 사업화	- 매출 증가 - 창조사업/Agency등장
생태계영역 및 주요 참여자	- 사업화 전 영역 - 창조사업가(개인) 또는 지역 사회	- 창조기업/사업 육성 영역 - 창조사업가, 정부, 지원 기관	- 창조기업/사업 육성 영역, 민간주도 영역
필요사항	- 유통채널 확보 필요	- 창조사업 창업가금필요 - 초기 시장 확보 필요 - 마케팅 역량 필요	- 안정된 시장 필요 - 운전자금의 필요성 증가

출처:한국문화콘텐츠진흥원(2009.4.1) 「 '콘텐츠산업의 1인 창조기업' 지원전략 」

1인 창조기업의 특성으로는 첫째, 최소한의 제약조건의 근무 방식 이다. 인터넷 기반으로 시간·공간에 무방하게 업무를 할 수 있으며 제품 및 서비스의 생산, 판매가 자유롭게 이루어진다. 둘째, 신속한 대응과 맞춤 생산 가능 하다. 블로그, 커뮤니티를 중심으로 빠른 정보 교환이 가능하기 때문에 소비자의 요구에 신속하게 반응할 수 있으며 고객 맞춤형 생산이 가능한 것이다. 셋째, 소자본 창업으로 높은 만족도 창출 한다. 재택근무가 가능하여 초기 시설투자비용이 적으며 적은 비용으로 사업을 시작할 수 있으며 1인기업인 만큼 자유롭게 원하는 일을 하면서 노력한 만큼을 획득할 수 있다.

4. 1인창조기업의 고용 잠재성

일자리 창출은 정부의 역점 정책 목표 중 하나다. 하지만 취업을 통한 일자리 창출은 한계가 있다. 과거에는 점포 창업 등 생계형 창업이 주를 이뤘지만 최근의 창업 동향을 살펴보면 지식·기술 창업에 대한 관심이 높은 것으로 나타나고 있다. 청년 창업이 대표적인데, 많은 대학생들과 젊은이들이 자신들이 관심을 갖고 있는 일을 사업화 시키는 것에 도전하고 있다. 정부(중소기업청, 2009)에서는 1인 창조기업

지원 사업으로 지식서비스 구매 바우처, 1인 창조기업 비즈니스센터, 맞춤형 교육지원 등을 통해 1인 창조기업의 수요시장 확대 및 역량강화에 주력하고 있다. 이를 통해 1인 창조기업이 활성화되면 부가가치가 높고 창의성이 높은 디자인, 번역, IT 등 지식서비스 분야에서 많은 일자리가 창출될 것이다. 처음에는 작은 규모로 시작된 기업들이 차츰 커지면서 새로운 일자리를 만들 경우 그 파급효과는 매우 클 것이다. 향후에는 우리 경제의 신성장 동력으로 1인 창조기업이 중추적 역할을 수행할 것으로 기대한다. 창조산업의 실천적 정의는 다른 경제부문과의 차별화, 정책적 고려 및 자료의 한계에 따라서 매우 다양한 방식으로 이루어진다.

국내 창조산업규모 파악을 위해 창조산업종사자와 창조직업종사자를 모두 고려해야하고 또한 창조산업의 인력규모추정을 위해 가용한 자료는 산업별로는 <전국사업체통계조사>이며, 직업별로는 표준 직업분류의 세 분류를 제공하는 자료가 없다는 문제가 있다. 2007년 통계청 사업체통계조사 자료에 의하면, 전체사업체중 1인기업의 비중은 38.8%로 매우 높지만, 창조산업에서의 비중은 21%로 낮다.

1인 창조기업은 전체 1인 기업 중 비중이 매우 낮다(0.9%). 그 이유는 국내 1인창업이 대부분 생계형 창업 중심이며 전문기술 및 정보관련 서비스업은 매우 미약하기 때문이다. 하지만 향후 1인창조기업의 높은 성장률이 전망되고, 예비창업가의 1인창업의지가 높은 상황에서 창업환경의 개선과 이를 위한 정책적 지원이 수반된다면 고용 잠재성은 매우 높다고 할 수 있다.

제 2 절 국내외 1인 창조기업 지원정책 분석

1. 해외각국의 창조인력 및 1인 창조기업 지원정책

전 세계적으로 1인 기업으로 분류되는 자영자(self-employed)와 프리랜서는 확장일로에 있으며, 그에 따라 이들의 권익보호 및 확대 정책에 대한 각국에서 관심이 높아지고 있다. 후발국들의 거센 추격으로 노동집약적 산업은 물론이고 그동안 독보적인 영역을 구축해 오던 첨단 제조업까지 경쟁우위를 상실해 가고 있는 선진국들은 1인 창조기업이 새로운 국가성장의 원동력임을 직감하고 그동안 다양한 지원체계를 마련해 왔다.

독일은 통일로 인한 경제위기로 당장의 실업문제 해결과 동시에 지속적인 일자리를 창출하기 위해 1인 기업 지원을 추진하였다.

독일의 1인기업 창업지원 사업은 실업자들의 창업을 촉진하는 프로그램을 중심으로 이루어지고, 창조산업에 특화된 지원 사업은 없다. 공공고용서비스(PES:Public Employment Service)은 준 독립 행정지원기관으로 연방노동사회부처의 감독 하에 있으며 독일의 적극적 노동시장정책(Active Labor Market Programs)과 실업급여의 행정을 담당하는 기관으로 이기관의 대표적인 사업으로 가교수당(bridging allowance)과 자기회사(ICH-AG)라 불리우는 창업보조금제도(start-up subsidy)가 있다. 가교수당은 1986년에 도입되어, 실업자들에게 창업 후 6개월 동안 이전에 받던 PES 실업급여와 같은 수준의 수당을 지급하는 것으로, 이 기간 동안 기존의 실업수당에 추가해 사회보험으로부터 매월 300유로를 지원받음. 수혜자격은 기존수당을 적어도 4주 이상 받은 실업자들이며, 사업계획은 자격 있는 기관(지역의 상공회의소, 수공업자나 은행)에 의해 검증을 받아야 하며, 자영업자는 최소 주당 15시간의 근무를 해야 한다. 자기회사(Ich-AG)제도는 2003년 도입된 창업보조금(start-up subsidy) 제도로 지원을 하기 위해 도입되었으며, 매월 일정액의 지원금을 받으며 그 액수는 실업수당II의 액수보다 훨씬 많다. 실업수당II의 최고지급액은 서독지역이 월 345유로, 동독지역이 311유로인 반면, 자기회사의 지원은 첫째 해에 월 600유로, 둘째 해에 월 360유로, 셋째 해에는 월 240유로의 최소 소득보장(minimum income security)이 제공된다. 자기회사 보조금은 수혜자의 연소득이 25,000유로를 넘지 않는 한 3년간 지급되는데, 언뜻 보기에는 3년 동안 창업가에게 최소한 소득보장을 제공하는 것처럼 보이지만, 2년차부터는 사회보험비용을 해결할 수 있는 수준으로만 수당이 지급된다.³⁾ 가교수당과 자기회사는 창업 활성화에 상당한 기여를 한 것으로 평가된다. 가교수당은 처음에는 참여율이 낮았으나, 1990년대 중반부터 참가자격이 완화되고 수당수준이 매력적이 되면서 참가자가 년 간 5만을 초과하였다. 자기회사는 짧은 기간에 성공을 거두었다. 2004년 사업증명요구가 강화되었음에도 불구하고 처음 3년 동안 10만 이상 참가했다. 두 프로그램은 2003-2005년 사이에 실적이 최고에 달했으며 누적인원으로 25만 명 이상이 참가했다. 특히, 자기회사는 하르츠 개혁

3) 최소 월 사회보험비용은 동독지역이 388 유로, 서독지역이 425 유로임. 따라서 사업창업지원의 많은 부분이 사회보장으로 지출되고 있음. 가교수당을 수령하는 경우에는 이러한 사회보험비용에 대한 의무조항이 없음

프로그램의 가장 성공적인 사례였다고 평가되었다. 대부분의 참가자들은 창업 후 28개월 동안 사업을 하였고, 8%에서 14%만이 실업이나 구직하는 것으로 나타났다. 가교수당 참가자들도 28개월 이후에도 평균적으로 30%이상 고용상태에 있으며, 20% 이상은 실업에 등록하지 않았다. 하지만 이러한 성과에도 불구하고, 2006년 8월, 새로운 연립정부가 두 프로그램을 통합하여 새로운 창업지원제도를 만들었는데, 이전의 가교수당과 유사하지만 지원기간을 6개월에서 9개월 연장했음. 실업수당의 자격이 적어도 3개월 이상 남아있는 실업자들만이 참여하도록 제한규정을 두고 있다.

미국에서는 2006년 집계 약 1,000만 명 이상의 1인 기업들이 활동하고 있으며 특히 지식서비스 산업의 메카인 실리콘밸리에서는 R&D, 디자인 등 창의적이고 혁신적인 1인 지식기업 창업 붐이 일면서 새로운 고용 창출을 주도하고 있다. 미국은 이미 자국 내 산업 및 고용 분야에서 1인 기업이 상당한 비중을 차지하고 있기 때문에 1인기업들의 권익을 보호하기 위한 민간 영역에서 협회 등 이익단체의 활동도 활발한 편이다. 미국 1인 기업협회(National Association for the Self-Employed : NASE) 가 대표적인 예이다.

실제 미국에서는 2006년 말 기준으로 약 1,000만명이상의 1인기업이 활동하고 있으며, 특히 지식서비스산업의 메카인 실리콘밸리에서는 R&D, 디자인 등 창의적이고 혁신적인 1인 지식기업 창업 붐이 일면서 3만3천개의(2005년 기준) 1인 기업이 설립되어 있는 실정으로 새로운 고용 창출을 주도하고 있다. 미국의 경우를 보더라도 단순한 인터넷 쇼핑몰 창업 형태가 아닌 숙련된 경험 (Work experiences)와 다양한 비즈니스 네트워크가 중요한 가능한 영역에서 1인 기업의 시작이 이루어졌음을 짐작해 볼 수 있다.

미국이 1인 기업에 상대적으로 발달하게 된 또 다른 문화적 배경은 미국 내 여러 주들로 이루어진 미국의 국가적 특성에 밀접히 연관되어 있기도 하다. 각 주마다 다른 법률과 규정 등 복잡한 법적인 관계 및 절차가 있어 이를 해결해 주는 다양한 전문 서비스인 회계 및 법률, 특허 서비스 등이 필요했고, 이는 미국에서 자연스럽게 1인 기업의 수를 증가시키는 요인이 되기도 했다. 특히 할리우드 M&E산업에서 특징인이 고용되는 것을 전제로 한 계약내용이 반영되는 것도 그만큼 1인 역량에 대한 가치(Value) 비즈니스에서 충분히 인정하고 있다는 사례이기도 하다.

미국은 이미 산업·고용에서 1인 기업이 상당한 비중을 차지하고 있기 때문에 그들

의 권익을 보호하기 위한 민간 영역에서 협회 등 이익단체의 활동도 활발한 편이다. 또한 정부 관계자들은 1인 기업들에 영향을 미치는 각종 세제혜택과 권리 관계 관련 법률, 그리고 이들에게 대기업과 대등한 권한을 부여하기 위한 주요 이슈들을 대변하고 있다. 1인 기업 회원들에게는 건강과 금융 보안을 증진하기 위한 각종 혜택 및 펀드를 조성하여 회원들이 사업을 성장시킬 수 있도록 지원하고, 회원가족에 대한 장학C사업을 실시하고 있으며, 1인 기업으로서 높은 자부심을 가질 수 있도록 각종 연구활동과 홍보활동을 병행하고 있다.⁴⁾

영국의 경우 문화미디어체육부(DCMS : Department for Culture, Media and Sport)를 중심으로 창조산업의 중요성이 거론되었다. '98년 창조산업 전략보고서(The creative industries mapping document)를 작성하고 이를 공문화하고 영국의 문화미디어체육부는 창조산업을 '개인의 창의성과 기술, 재능 등을 활용하여 지적재산권을 설정하고, 이를 소득과 고용 창출의 원천으로 하는 산업'으로 정의, 이러한 개념은 문화산업의 핵심이라고 할 수 있는 창조성을 산업과 접목시켜 고부가가치 산업을 육성한다는 측면이 강하여 광고, 방송, 디자인, 출판업, 영화·비디오 산업, 미술, 게임개발, 출판업, S/W개발 및 컴퓨터서비스업, 행위예술 등을 창조산업 분야로 선정하였다

영국은 혁신적이며 창조적인 경제를 유지하고 발전시키기 위해서는 무엇보다도 창의적인 인재의 육성이 중요함을 절감하고 특히 창조역량을 보유한 청년들에 대한 교육, 혁신 아이디어를 보유한 1인 창조기업을 중심으로 대대적인 지원을 하고 있다. 이미 영국은 200만명 정도의 창조적 인재들이 '창조산업(creative industry)'에 종사하면서 2006년 집계 GDP 의 7.3%에 달하는 대략 600억 파운드의 산출을 기록하고 지난 10년간 성장률이 경제성장률 2배 능가 하고 있다. 영국을 글로벌 혁신기업으로 만드는데 있어 매우 중요한 역할을 하고 있다. 이미 1인 창조기업 육성에 대한 기초적인 토양이 마련되어 있는 셈이다. 이러한 인프라를 기반으로 영국은 매우 다

4) 1981년에 설립된 미국의 National Association for the Self-Employed(NASE)은 1인기업을 포함한 소규모 사업 육성을 목적으로 다양한 지원 프로그램을 운영

- Business Development Grant Program: 협회 회원들을 대상으로 운영기금을 수여
- Member Achievement Rewarded: 우수 회원에게 상장과 상금 시상
- NASE Future Entrepreneur: 회원 가족 대상 우수대학 진학 학생에게 장학금 지급
- NASE Advocacy Program : 1인기업의 세금감면, 공제 혜택 등 법률 개정을 위한 변호 지원
- Your Health ,Your Choice: 건강보험 프로그램
- 기타 : 온라인 홈페이지, 커뮤니티 운영, 회원 매거진 발간 등

양한 창조인재 육성 프로그램이 운영 중이다. 아동과 청소년들이 전시회 견학과 영국 관람 등 10개 분야에서의 문화 활동을 1주일에 5시간 동안 체험할 수 있도록 지원하는 ‘재능발견(Find Your Talent)’ 프로그램. 청소년들의 재능이 일자리로 전환되는 것을 지원하기 위해 스킬(Skill) 캠프, 비정부공공기관에서의 교육 프로그램 운영, skill 공급을 위한 산학협력체제 구축, 견습생 제도 등은 대표적인 사례이다.⁵⁾ 또한 영국의 기술전략위원회(TSB)는 1,000만 파운드(약204억원)를 투입, 기업들이 전문지식을 공유하고 새로운 아이디어, 제품, 공정, 서비스를 공동 개발해 창조산업을 발전시키는 프로젝트를 추진하고 있으며, 국립과학기술예술재단(NESTA)⁶⁾은 300만 파운드 (약 61억원)를 투입, 창의력을 보유한 중소기업에 맞춤형 지원을 제공하는 ‘창조적 혁신가 성장 (Creative Innovation Growth)’을 진행하고 있다.⁷⁾

호주는 미취업자가 1인 기업을 설립, 운영할 수 있는 재정 프로그램을 마련하였다. 재정지원을 받기 위해서는 6개월 간 사전 교육, 지도 프로그램을 이수해야 하고, 제안된 사업은 상업적 가능성을 평가 받으며, 재정지원과 함께 사업관리와 비즈니스 스킬 교육, 사업진단, 멘토링 등을 포함하는 다차원적인 지원이 제공된다.

호주의 창조산업(Creative Industry)개념은 창의적 직업의 정의에 기반, 창의적 직업군을 분류하여 창조적 직업(creative occupation)이라 명명하고, 이들 직업이 중요한 역할을 차지하는 산업을 창조산업이라 규정하고 CCI Arc Centre of Excellence

- 5) 사례 :영국의 창조산업 프리랜서 조사 결과 : 한국직업능력개발원(2008)에서 재인용 및 요약
2003년에 조사된 영국 창조산업의 고용인력 중 약 60%는 프리랜서로 활동하는 것으로 나타남 (Skillset,2004)
-창조산업 분야의 대학 졸업생 중 약 45% 정도가 졸업 후 프리랜서나 자영업 또는 창업을 계획하는 것으로 조사됨.(www.britishcouncil.org)
-프리랜서로 활동하는 이유로는 창의성과 자율성을 기초로 하는 작품 활동의 자유를 꼽고 있으며,자발적인 선택이 주를 이룸.
-이들은 프리랜서의 여러 장점에도 불구하고, 일감의 불연속성, 불규칙성, 상대적인 저소득, 자기계발을 위한 교육 훈련 기회 부재 등이 가장 큰 불만 요인인 것으로 분석됨
-교육훈련에 대한 장애요인으로서는 훈련기간 중의 소득창출 기회상실, 일감상실, 훈련비용에 대한 비용부담 등 이 지적됨.
- 6) NESTA에서는 창조산업의 창업지원이외에 창조산업 부문별 비즈니스 지원사업을 추진하고 있음. 여기에는 게임, 영화, 패션, 뉴미디어 등이 있으며 이는 창조비즈니스의 지속가능한 발전을 위한 지원사업임.
- 7) 영국의 창업수당제도는 대처보수당정부의 창업지원정책으로 1983~1991사이에 시행되었음. 창업을 위해 13주 동안(나중에는 8주로 변경)실업상태에 있는 사람들에게 주당 40파운드의 수당을 제공하며, 1,000파운드의 자본을 활용할 수 있었음. 이는 최근의 실업 감소보다는 창업활성화에 주안점을 둔 사업으로, 의도는 하지 않았지만 창조산업의 창업활성에 실질적으로 많은 도움이 되었다는 평가를 받고 있음.

for Creative Industries and Innovation의 정의하고, 고용을 중심으로 살펴본 창조산업의 규모는 호주 근로자의 5.4%인 437,000명이 창조적 근로자로 이중 호주 근로자의 3.7%인 30만명이 창조산업에 종사하고 창조산업 종사자중 약 134,500명이 창조적 직업에 종사하고 있다. 창조산업의 분포는 호주의 창조산업 중 가장 많은 고용을 차지하고 있는 산업은 소프트웨어 개발 및 콘텐츠로 고용의 31%를 차지하고 이어서 건축, 디자인, 시각예술 26%, 출판 및 인쇄매체 18%, 광고 및 마케팅 10%, 필름, 텔레비전 및 라디오 8%, 음악 및 행위예술 7% 순이다. 육성정책은 크게 창조적 직업 종사자 육성과 중소기업 지원으로 창조적 인재의 양성이 우선순위이고, 중소기업 육성을 위해서는 사업풍토 개선과 자금·마케팅·인재지원정책, 정책인프라 구축, 혁신지원 등이다.

일본도 거품경제의 몰락 후 정부주도의 산업구조조정을 통해 가치 창조형 경제로 전환함으로써 최근 강력한 경기 회복세를 나타나고 있는 상황이다. 이러한 일본의 경기 회복세에는 1인 창조기업들의 활약이 컸는데, 이에 일본 정부에서는 2005년에 신회사법을 제정하여 단돈 1엔 만으로 회사설립이 가능하도록 하고 있다.

1인 창조기업의 지원정책은 각 국가의 사정에 따라 다양한 형태를 띠고 있기 때문에 국내의 정책 또한 국내 상황의 특성을 반영하여야 할 필요가 있다.

국내에서는 창업을 통한 실업대책의 중요성이 낮기 때문에 창업활성화 지원방안을 통한 지원방법이 바람직하고, 창조산업에 대한 창업지원을 더욱 강화하여야 한다. 창업활성화정책과 실업정책을 동시에 고려하여 정책간의 시너지효과를 제고하고 사업 중복으로 인한 비효율을 미연에 방지할 수 있고, 창조산업에서의 창업활성화는 산업의 특성을 파악하고, 환경적 요인을 고려하여 최적화된 정책적 방안을 강구하여야 함. 이를 위해 지역기반의 1인 창업 지원 네트워크 구축방안을 마련하고, 자문 및 멘토링을 효과적으로 하기 위한 실무전문가 집단의 육성방안이 마련되어야 하며 창업지원은 다양한 창업단계에서 창업가의 다양한 욕구를 적절하게 반영하도록 맞춤형의 유연한 프로그램이 필요. 단순히 창업자금의 지원을 넘어, 교육 및 컨설팅, 브랜딩 및 특허, 그리고 시장개척에 이르는 총체적 지원시스템의 구축이 필요하며, 사업이 전례가 없고 초기단계이기 때문에 보다 유연하고 효과적인 사업관리가 필요. 즉, 초기사업들은 대부분 시범사업(파일럿사업)으로 추진하고 전문가의 평가와 진단을 통해 기존사업을 개선하고 새로운 사업을 발굴하는 것이 필요하다. 미국의 경우

는 사회전반적인 창업활성화로 인해 중소기업 창업지원제도가 발달했다, 1인기업의 창업에도 중소기업청과 민간기구와의 유기적 협력지원이 이루어지고 있다.⁸⁾

독일의 경우, 노동시장에 대한 적극적인 정책적 기조로 인해 실업자의 창업화 지원정책이 1인 창업지원의 주요 정책으로 활용되었다.. 최근 창업에 대한 관심보다는 실업률 감소를 강조하는 정책지향으로 인해 창업에 대한 정책지원이 약화되고 있다.

영국은 미국에 비해 중소기업의 창업여건도 호의적이지 않으며, 독일처럼 적극적인 실업정책이 부재한 상황에서, 1인 창업지원은 문화 1인 창조기업가 혹은 창조적 기업가의 육성을 통해 창조경제의 발전 및 일자리창출을 제고하는 전략적 정책으로 시행되었다.

창업을 통한 실업대책의 중요성은 해외사례에서 그 중요성이 낮아지고 있으며, 국내에서도 이 부분의 정책적 비중은 크지 않음. 따라서 창업활성화 지원 대책을 통해 1인 창조기업 지원이 이루어지는 것이 바람직함. 하지만, 기존의 창업지원은 전통제조업이나 IT업에 집중되어 있으므로, 창조산업에 대한 창업지원을 보다 강화할 필요가 있다. 창업 활성화와 실업정책의 연계성을 고려해야 한다. 창업지원정책은 정도의 차이는 있지만 경제 활성화와 창업을 통한 일자리 창출이라는 두 가지 목적을 항상 고려해야 한다. 산업 활성화 정책과 고용(실업)정책과의 연계성을 항상 고려함으로써 정책간의 시너지효과를 기대하거나 사업 중복으로 인한 비효율을 미연에 방지할 수 있다. 창조산업에서의 창업활성화는 산업의 특성을 파악하고 환경적 요인을 적절하게 고려하여 최적화된 정책적인 방안을 마련할 수 있다. 창조산업은 지역화 및 문화의 중요성을 고려하여, 지역기반과 예술 문화적 네트워크를 충분히 활용하여야 한다.

영국의 NESTA는 지역대학 및 창조기업과의 연계가 강조되고, 미국은 민간전문가들이 중소기업청의 자문단의 중요한 폴로 활동하고 있다. 국내에서도 1인 창조기업 지원사업을 효과적으로 하기 위해서는 지역기반의 1인 창업지원 네트워크구축 방안을 마련하고, 자문 및 멘토링을 효과적으로 하기 위한 실무전문가 집단의 육성 방안도 시급히 마련되어야 한다. 창업지원은 다양한 창업단계에서 창업가의 서로 다

8) 미국의 중소기업정책에서 1인 창업에 대한 지원의 비중은 결코 작지 않음. Kaufman Firm Survey에 의하면 2006년 중소기업 중 종사자 1-2명의 사업체가 차지하는 비중은 전체 표본사업체의 49.1%에 이르는 등 자 영업에서 1인창업의 비중이 매우 높기 때문임(Lowrely2009).

른 요구를 적시에 적절히 반영할 수 있도록 보다 맞춤형의 유연한 프로그램이 되어야 한다. 'Starters for 6'의 성공사례에서 NESTA의 지원은 매우 다양한 창업단계에서 매우 효과적인 결과를 보이고 있음. 성공사례에서는 단순히 제작지원뿐만 아니라 워크숍을 통한 교육, 네트워킹, 시장정보, 브랜딩 및 특허 등 창업의 모든 단계에 지원이 필요하다는 것을 보여준다.

국내사례에서도 단순한 자금의 지원이 아니라 교육 및 컨설팅, 브랜딩 및 특허 그리고 시장개척에 이르는 총체적인 지원시스템의 구축이 필요하다. 영국의 1인 창조기업지원 프로그램은 선례가 없는 사업이기 때문에, 대부분의 사업이 시범사업으로 진행되어, 시범기간동안의 성과 및 평가를 토대로 사업을 확대하거나 조정하고, 다른 사업의 개발이 가능하도록 사업계획을 매우 유연하게 하고 있다. 국내에서도 사업이 초창기이니 만큼 시범사업의 성격으로 추진하고 주기별로 전문가의 평가와 진단을 반영하는 등 보다 유연하고 효과적인 사업관리가 필요하다.

2. 우리나라의 1인 창조기업 지원정책 현황

세계적인 불황 가운데, 소규모(Small), IT기술기반(Smart), 효율성(Speedy)을 무기로 등장하고 있는 초소형 기업인 1인 기업에 대한 관심이 증폭되고 있다. 인터넷 등 IT기술발달, 아웃소싱 증가 추세 등은 시·공간 제약이 없이 유연하게 일을 할 수 있는 초소형 기업인 1인 기업이 성장할 수 있는 환경을 만들어 주고 있다. 정부가 1인 창조기업 정책을 마련한 것은 최근의 창업 동향에 변화가 있기 때문이다. 국민들의 지식수준이 향상되면서 점포형·생계형 창업에서 아이디어·지식 창업으로 창업에 대한 인식이 바뀌고 있다. 특히 인터넷, 스마트폰 등 정보통신 기술의 발달은 다양한 아이디어·기술 창업 아이템을 생산해 내고 있다. 또한 최근 악화된 경제여건으로 인해 청년실업이 증가하고 중소기업의 고용창출이 감소하고 있는 상황에서 1인창조기업은 선택이 아닌 필수 정책 과제로 자리를 잡았다. 정부는 경제적 부가가치 및 일자리 창출의 효과가 타 업종에 비해 높은 IT, 디자인, 출판, 영화 등 지식서비스 중심의 산업을 1인 창조기업 대상 업종으로 정하고 이를 체계적으로 육성하기 위한 지원 사업을 추진하고 있다.

우리의 경우, 1인 창조기업에 대한 논의가 본격적으로 정부차원에서 제시된 것은

비교적 최근의 일이다. 아직 1인 기업에 대해서는 다양한 시각이 존재하지만 우리나라에서는 2008년 중기청에서 ‘1인 지식기업 육성방안’이 발표되면서 이에 대한 정부차원의 논의가 시작되었으며, 2009년 대통령께서 신년 국정연설시 대통령의 신년사에서 ‘정부는 아이디어와 창의적인 서비스로 승부하는 1인 창조기업을 적극 돕겠습니다. 이렇게 되면 고추장 손맛이 뛰어난 할머니가 사업가로 변신할 수 있습니다.’라는 부분이 크게 강조되면서 일자리 창출과 경제 활성화의 일환으로 1인 창조기업 지원을 강조하신 후 제4차 미래기획위원회 전체회의(’09.3.23)에서 중산층 키우기 휴먼뉴딜 내 주요 정책과제로 ‘1인 창조기업 활성화 방안’을 보고하면서 창의적 아이디어를 지닌 1인창조기업의 중요성이 본격적으로 논의되기 시작하면서 소정부차원의 1인 창조기업 육성정책이 본격화 되었다.⁹⁾

실제로 정부에서는 2009년 현재 4만명에 불과한 1인 창조기업을 집중 육성해 5년 내에 7만명 수준으로 높일 계획을 세우는 등 적극적 지원정책을 천명한 상황이다. 정부의 주된 아젠다인 ‘녹색성장’과 함께 ‘휴먼뉴딜’의 주축으로서 1인 창조기업이 부상하고 있는 것이다. 이렇게 최근 1인 창조기업에 대한 높은 경제적 기대가 높아지고 있음에도 불구하고 그동안은 시장 형성을 위한 제도적 여건이 미비하고 신뢰성과 공신력을 갖춘 업계와 창작자간을 연결시켜주는 에이전시 사업이 발달하지 못했으며 소위 ‘1인 창조기업가(creative entrepreneur)’에 대한 정책적 대응이 미흡하였다. 이러한 문제점을 해결하고 창조경제시대 국내 문화 콘텐츠 산업의 경쟁력 강화를 위해 1인창조기업의 육성을 위한 정책적 지원이 최근 활발하게 추진되고 있다.

국민의 창업 마인드 확산을 통해 중산층을 키우기 위한 방안으로 창의적 아이디어에 기반을 두고 손쉽게 창업할 수 있는 1인 창조기업을 새로운 일자리창출 맞춤형 모델로 제시한 것이다. 또한 최근 인터넷 등 생활환경의 변화로 개인의 창의성이 국가 경쟁력의 핵심일 뿐 아니라 일자리 창출의 새로운 대안으로 부상됨에 따라, 개인의 창의성을 극대화하고 창업마인드 확산을 통한 창조경제를 선도하기 위해 마련되었다. 1인 창조기업은 창의적인 아이디어 발현 및 부가가치가 높은 업종의 기업으로 ‘07년 4.2만개 수준으로 평균 5.0%씩 지속적으로 증가하고 있는 반면에, 영세 소상공인(서비스업)은 글로벌 경기침체 및 과당경쟁 등으로 사업체 수가 정체(’03년 약 243만개 → ’06년 약 242만개) 되는 추세이다.

9) 중소기업청(2009)에서 요약 정리, 문화체육관광부(2009.4.1) 보도자료

이번에 마련된 활성화 방안은 미래기획위원회, 문화체육관광부와 함께 관계부처 회의, 관련업계 간담회 등을 수차례 거쳐 경제위기로 어려움을 겪고 있는 중산층에게 아이디어를 바탕으로 손쉬운 창업을 할 수 있도록 맞춤형 정책위주로 수립되었다. 또한, “1인 창조기업 활성화 방안”을 시행하는 과정에서 문화체육관광부와 협력의 힘을 통해 지원효과를 높이고, 성공사례를 사회 전반에 확산시킬 계획이다. 문화체육관광부는 문화콘텐츠, 공예품, 문화예술 등의 분야가 1인 창조기업에 적합한 분야임을 고려하여, 올 4월부터 시범사업을 통해 성공사례를 도출하여 사회적 확산을 유도하며, 이를 통해, 창업 전반을 지원하는 중기청과 문화체육관광부간의 정책협력의 대표적 사례가 되도록 할 계획이다.

“1인 창조기업 활성화 방안”의 세부 내용은 온·오프라인의 아이디어 수집·발굴 시스템 구축, 법·제도 규제개선, 수요창출 지원, 경영안정 지원 등 4개 과제로 구성되었다.

첫째, 정부와 민간에서 운영되는 각종 인터넷 사이트와 연계된 온라인상 “아이디어 수집·발굴시스템” 구축과 노인 등 인터넷 취약계층을 위한 오프라인 상 “찾아가는 아이디어 발굴단”을 운영하고, 등록된 아이디어를 선별하여 우수 아이디어는 「아이디어 상업화 지원 사업(’09년 275억원)」을 통해 소비자평가·사업화기획·마케팅 등을 일괄 지원하고, 상품화된 제품이 시장에 출시되어 매출을 올릴 수 있도록 도울 계획이다. 또한, 대·중소기업 등이 등록된 우수 아이디어를 활용할 수 있도록 정기적인 ‘만남의 장’ 주선 및 계약서 작성 등을 지원하고, 민간에서 활동 중인 지식거래 전문회사와 협력하여 우수 아이디어가 거래될 수 있도록 지원할 예정이다.

둘째, 1인 창조기업의 창업 활성화를 위해, 전통 및 발효식품 등을 소규모 사업장에서도 제조할 수 있도록 영업신고 기준완화, 품질인증 시에는 공장심사 기준 일부 제외, 즉석판매·제조 대상 품목에 간장·벌꿀 등을 포함하여 자택에서 제조·판매할 수 있도록 관련 법령을 대폭 정비할 계획이다. 아울러, 닭·오리 등에 한정된 옷의 활용범위도 장류·음료 등 가공식품 전반까지 확대하여 전통식품과 공예품이 글로벌화 될 수 있도록 법·제도적 환경을 지속 개선해 나갈 예정이며 1인 창조기업이 수도권 내에서 법인설립 시 등록세 3배 중과제도를 폐지하여 세제부담을 경감함은 물론, 개인 사업자가 세무서를 직접 방문하여 휴·재업 신고를 하는 불편함을 개선하여 국세청 웹사이트에서 신고가 가능토록 온라인화하고, 1인 창조기업에 대해

고용보험 중 실업급여 임의가입 허용·노란우산 공제제도 가입 유도 등을 통한 사회 안전망도 확충해 나갈 계획이다.

셋째, 전산분야 공공구매 시 직접생산 확인기준·디자인개발사업·해외규격인증 획득사업 등 정부사업 참여요건도 1인 창조기업 특성에 맞춰 완화하여 1인 창조기업이 공공시장에서 활동할 수 있는 영역을 점진적으로 확대하고, S/W·디자인·번역 등 분야에서 1인 창조기업을 활용하는 중소기업에게 지식서비스 구매 바우처(총비용의 10%, 300만원 한도)를 지급함으로써 대·중소기업 등의 아웃소싱 확대를 통한 수요창출도 유도할 계획이다.

넷째, 1인 창조기업의 경영안정을 지원하기 위해, 공예·패션·디자인 등에 투자 후 매출액의 일정비율을 회수하는 방식의 투자기법과 명인·명장 등 무형의 가치특성을 반영한 「1인 창조기업 특별보증제도(최대 1억원까지 보증)」 등을 신규로 도입하여 벤처투자회사 등 민간 투자확대를 유도하고, 1인 창조기업 전용자금(300억원)을 우선 배정하여 정책자금을 통한 지원도 강화함은 물론 세무·법률·공동비서, 작업·판매 공간 제공 등을 위해 지역별로 「1인 창조기업지원센터」를 시범 운영하고, 1인 창조기업이 참여하는 전용 R & D사업인 C & B D(Creativity & Business Development)와 명인·명장 등의 기술·기능·노하우의 승계 및 전수가 가능토록 견습생제도를 새로 도입하는 등 1인 창조기업이 안정적으로 성장할 수 있도록 자금·인력·기술개발 등에 대한 지원을 강화해 나갈 계획이다.¹⁰⁾

1인 창조기업 비즈니스센터를 관리하는 중소기업기술정보진흥원(2010) 자료에 따르면 2010년 8월25일 현재 1인 창조기업으로 등록을 한 사람은 1만454명이고, 패밀리 카드를 발급 받은 사람은 4,072명이다. 또한 6월30일 현재까지의 비즈니스센터의 공동공간을 사용 실적은 5,384명, 경영자문은 1,027명, 교육지원은 8,289명이 이용했다. 아이디어비즈뱅크의 회원 수는 2009년 5,425명에서 2010년 6월까지 4,123명이 늘어나 총 9,548명이고, 1인 창조기업 구매 바우처 지원규모는 2009년에는 1,383건에 21억원이 지원됐으나 2010년 6월까지 955건에 24억원이 지원되는 등 그 규모가 크게 늘어났다. 또한 '1인 창조기업 공공. 민간비즈니스센터'를 전국에 17개를 지정해 운영하고 있으며, 1인 창조기업 비즈니스센터는 수도권에 13개, 비수도권 4개(강원, 충북, 부산, 광주) 등 총 17개가 지정돼 운영되고 있다. 이 중 2곳은 중소기업기술정

10) 중소기업청 보도자료 (2009.3.26) 1인 창조기업 활성화 방안

보진홍원과 한국콘텐츠진흥원이 운영하는 공공센터이고 나머지 15곳은 민간센터다. [표 2-5] 비즈니스센터는 1인 창조기업을 대상으로 사무 작업 공간, 회의실 등 비즈니스 공간과 세무·법률 등 전문가 상담, 공동비서 등 경영서비스를 지원하고 있다. 사무 공간 제공은 2009년에는 1,576건에 그쳤으나 올해는 6월까지 3,808건으로 실적이 크게 개선됐고, 교육지원 역시 2009년 4,133건에서 2010년 6월까지 4,152건으로 2배가량 증가한 수치를 나타냈다.¹¹⁾

선진국들에 비해 그 논의는 늦었지만 정부의 다양한 지원정책의 천명으로 1인 창조기업에 성장할 수 있는 제반 분위기는 한창 무르익고 있는 상황이다.

[표 2-5] 2010년도 1인 창조기업 지원 사업

(단위 : 억원)

단 계	사 업 명	모집구분		‘10년 예산
		지원대상	지원내용	
초 기	지식서비스 아이디어 상업 화 지원사업	예비창업가 및 3년이 내 창업기업	전체 사업비의 70%, 과 제별 40백만원 한도	30
	1인 창조기업을 활용한 연 계형 기술개발(C&D) 지원	1인 창조기업과 공동 연구개발이 가능한 중소기업	과제당 개발비 75%(1억 원 한도)	20
	모바일 기반 오픈마켓을 활용한 아이디어 발굴 및 지원	아이디어를 보유한 학생	무료	5
성 장	비즈니스센터 운영	1인 창조기업	사무공간 제공 및 전문 가상담·교육 등	-
	1인 창조기업 특례보증	1인 창조기업	기업당 3억 한도	300
	지식서비스 구매 바우처 지원사업	중소기업 및 비영리 단체(민법 제32조)	총 비용의 10% 이내, 300만원 한도(기업당 연 12회)	30
	자기계발 골드카드 지원사 업	우수 1인 창조기업	1인당 80만원 한도, 교육비 50%	5
도 약	찾아가는 「1인창조기업 드림버스」	1인 창조기업	우수제품 전시·판매 공간 제공, 홍보, 교육	7
	지자체 협력	1인 창조기업	3개 지자체	-
	성공포럼	1인 창조기업	상장수여	-

※ Idea Biz Bank(<http://www.ideabiz.or.kr>)

11) 중소기업청 (2010. 7) 상반기 1인창조기업 지원 정책에 대한 평가

[표 2-6] 1인 창조기업 비즈니스센터 지정 현황(2010.2)

기관명	지점	지역	기관명	지점	지역
가산공공센터	1	서울	역삼공공센터	1	서울
르호봇비즈니스센터	13	서울,경기	한국기술거래사회	1	광주
당산소호비즈니스센터	1	서울	크로스비즈	1	부산
유비컴즈 충북넷	1	충북	아크로피즈	4	서울
타호비즈니스센터	7	서울	한국캐릭터협회	1	강원
한국경영기술컨설팅트협회	2	서울	오피스허브대치센터	6	서울
한국번역가협회	2	서울	마이파트너 비즈니스센터	1	서울
메트로역삼센터	9	서울,경기	한성케이에스콘(주)	1	서울
에제르비즈니스센터	1	서울			
9개	36		8개	16	

※ Idea Biz Bank(<http://www.ideabiz.or.kr>)

3. 1인 창조기업과 일반 기업 유형 비교

1) 1인 지식기업

우리나라에서는 중소기업청이 일자리 창출과 취업난 해결 방법으로 1인 지식(서비스)기업 육성계획을 발표하였다(2008.10.).

중소기업청은 1인 지식기업 육성 기대효과로서 첫째, 고학력 청년실업 해결 돌파구, 둘째, 일자리 창출의 새로운 패러다임 확산, 셋째, 고부가가치형 소상공인 다수 육성, 넷째, 재택 전문여성 유휴인력의 사회진출 촉진, 다섯째, 중소기업의 생산성 향상 및 비용 절감 등을 열거하였다.

우리나라의 1인 지식기업이 제대로 활동하기 어려운 제약요인들이 산재해 있다. 지식 정보가 거래될 수 있는 전용시장 자체가 발달하지 못하였다. 1인 지식기업의 프로젝트 수주경로는 지인(38.3%), 포털사이트(29.1%), 중개기관(27.1%)등으로 지속

적으로 프로젝트를 수·발주 할 수 있는 시장이 부족한 상태로서 1인 지식기업에 대한 인식, 복지, 컨설팅, 정보 교류 등 지원 체계가 총체적으로 부실한 상황이다. 1인 지식기업이 자기계발에 투자하는 비율은 37.6%에 불과하다.¹²⁾

2) 프리랜서, 프리에이전트

1인창조기업의 맹아 형태로서 프리랜서는 산업의 특성상 상시적 조직형태가 불필요한 영역인 엔터테인먼트, 뉴스, 출판 등 부문에서 자연스럽게 발달한 형태로 프리랜서가 좀 더 고도화된 형태가 프리 에이전트라고 볼 수 있다.

자유로운 무소속 독립사업체 지향한다. 프리 에이전트는 기업이 속성과 창작자인 아티스트 성격을 함께 지니는 일종의 아트 프뤼너어(art preneur: art + entrepreneur)라고 할 수 있으며, 프리 에이전트란, 거대 조직체가 던지는 틀에서 벗어나 자유롭게 자신의 미래를 스스로 책임지는 에이전트를 말한다.¹³⁾

3) 사회적 기업

사회성, 공공성을 강조하나 또 다른 차원의 기업단위이다. 사회적 기업은 재정적 목표와 사회적/환경적 목표 두 가지를 함께 추구한다. 사회적 기업은 ‘사회적 인정을 통한 소비자의 호응’과 ‘우수 인재 확보’라는 사회적 기업으로서 얻을 수 있는 이점을 가지고 있으므로, 창의적이고 효율적인 경영활동이 뒷받침 된다면 이윤창출은 물론 그 이상의 성장도 이뤄낼 수 있다. 협의의 사회적 기업은 자본주의 시장에서 창조적 방법에 의해수익을 창출하여 사회적 공동선을 추구하는 것이 목적인 기업을 칭하고, 광의의 사회적 기업은 사회 공동체의 건전한 공동발전을 위해 나눔 운동을 추구하는 비영리기업이나, 창의적 시장원리에 의해 창출한 수익을 공동체를 위해 배당하는 것을 목적으로 하는 영리기업 모두를 총칭한다.

12) (KIET조사,2008)

13) “20세기가 셀러리맨으로 대표되던 조직인간이 사회경제의 주체였다면, 노동의 형태나 직업의 형태가 변하고 그에 따라 생활방식마저 변화하고 있는 시대인 21세기는 자유롭게 자기 삶을 조절하며 자유롭게 일하고 자유롭게 여가를 즐기는 ‘프리 에이전트의 시대’(다니엘 핑크, 프리에이전트의 시대, 2004)

4) 1인창조기업과 비교

1인 창조기업은 창조경제에 최적화된 모델이다. 1인 창조기업은 영역, 형태 제약 없는 오픈시스템으로 설계한 형태이다. 1인 창조기업은 기업의 핵심 경쟁력이 창의성에 있다. 제품, 서비스, 콘텐츠, 경영방식의 창조성이 기존의 여타 기업과 확연히 구별되어 수익의 원천이 되거나, 혹은 경쟁기업으로부터 동 기업을 보호해주는 전략적 통제 요소가 되고, 1인 지식서비스기업은 기존 산업 내 필수적인 요소를 수행하는 형태로서, 1인이 지닌 지식서비스의 '전문성'이 핵심 경쟁력이 된다. 하지만 반드시 창의적인 사업이나 활동을 요구하지는 않는다. 프리랜서/프리에이전트는 핵심적 경쟁력보다는 고용형태에 의한 분류로서, 고용이spot성격의 contract에 의해 이루어진다. 1인창조기업과 1인지식서비스기업 중 프리랜서의 고용형태를 띄는 경우 다수일 것으로 추정된다.

1인 창조기업 지원은 신산업, 신 동력 창출을 촉진한다. 1인 창조기업은 다른 유사 기업유형과는 달리 기존 산업 개념, 분류, 구조를 창조적으로 파괴하고 재 융합하여 새로운 산업과 신 성장 동력 조성을 앞당기게 하고 1인지식서비스 기업은 기존 산업 부속 형태로 구체제를 오히려 강화하는 기능을 지니고, 프리랜서/프리에이전트와 사회적 기업은 일자리창출, 신중산층 형성 등 사회 변동측면에서는 영향력 계수파워가 상대적으로 약하다.

4. 1인 창조기업 전망

1) 1인 기업 현황

아직까지 국내에서는 1인창조사업과 관련한 체계적인 조사와 연구가 축적되어 있지 않아 정확한 사업체 수나 기타 통계적 데이터가 없어 구체적인 경제적 기여를 확인하기 어려운 형편이다. 1인 창조기업 실태조사에 따르면 1인 등록 기업 수는 2004년 38.2%에서 2005년에는 40.1%로 점차 증가추세(5년간 연평균 0.42%)에 있으며 기업 수 측면에서는 전체 기업대비 비율도 증가하고 있다(이재광, 2009.11.3).

※ 미국 인구 통계조사국(USCB)에 따르면 미국 전체업체 가운데 약78%가 1인기업

[표 2-7] 전체 산업 인력에서의 1인기업 인력 현황

연도	전체산업 고용인력	1인기업종사자수	1인기업종사자 비중
1996년	20,853,000	876,194	4.20%
2001년	21,572,000	781,897	3.62%
2005년	22,856,000	828,758	3.63%

자료 : 통계청2007

[표 2-8] 1인 등록 기업수 변화 추이

연도	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	평균
1인 등록기업수	1,217,083	1,229,116	1,229,514	1,248,291	1,237,535	1,236,114
총 기업수	3,187,916	3,189,890	3,062,897	3,143,581	3,189,181	3,146,387
1인 등록기업 비율	38.2%	38.5%	40.1%	39.7%	38.8%	39.3%
1인 기업수 증가율		0.99%	0.03%	1.53%	-0.86%	0.42%

자료 : 이재광, 1인 창조기업 실태 조사, 2009

2) 1인 창조기업 전망

향후 1인 창조기업 수는 문화산업 고용 증가율을 적용할 경우 2014년 159,000개, 가량으로 예측되나, 디지털 콘텐츠 부분의 증가율을 적용할 경우 2014년 534,000개를 상회할 수 있다.¹⁴⁾ 따라서 생태계조성과 체계적인 육성지원 정책에 따라 비약적 성장을 기대할 수 있다. 전체 1인 기업에서 1인 창조기업이 활발히 태동할 문화산업(오락, 문화 및 운동 관련 산업)분야의 기업 수는 2005년 44,210개이며, 이들 모두를 1인 창조기업으로 가정하고 문화산업 분야 1인 창조기업 수를 대상으로 문화산업 고용, 문화산업 매출액, 온라인 및 디지털문화콘텐츠 연평균 증가율을 적용하여 계산하였다.¹⁵⁾

14) 『뉴미디어콘텐츠산업 일자리창출을 위한 창업활성화연구방안』(KOCCA, 2009)에서 부가조사로 예비창업가에 대한 1인 창업에 대한 조사가 시행되었음.

창업기업과 같이 체계적으로 육성 지원한다면 1인 창조기업 또한 제2의 창업기업가로 자리매김하게 될 것이다. 창업기업 인증제도 및 관련 육성 제도가 확립된 이후 창업기업은 빠르게 성장하였다. 1998년 304개의 창업기업에서 시작하여 2010년 현재 20,413개로 약 66배 증가하였다.¹⁶⁾

[표 2-9] 1인 창조기업수 증가 전망

(단위 : 개)

적용증가율	2010년	2012년	2014년
3.4%적용	52,254	55,868	59,732
9.4%적용	69,280	82,917	99,238
31.9%적용	176,500	307,068	534,224

*문화산업 고용 연평균 증가율 (3.4%) : 2000년 - 2006년

문화산업 매출액 연평균 증가율 (9.4%) : 2003년 - 2006년

온라인 및 디지털문화콘텐츠 연평균 증가율 : 2005년 - 2006년

지식서비스, 전통 유산 등 타 산업분야를 고려할 경우 1인 창조기업 수가 더 확대 될 것으로 예상하고 있다. 지식서비스업 6개 분야를 대상으로 하는 1인 지식서비스 기업과 달리 1인 창조기업은 문화산업 전통 기술(유산)등 창조적 역량이 발휘될 수 있는 모든 분야를 포함한다.

2005년 문화산업의 전체 매출액은 약 53조 9,481 억원에 이르고 있으며, 2005년 전체산업인력에서 문화산업분야 1인 기업이 차지하는 비중(44,210명, 0.19%)을 고려할 경우 문화산업 분야에서의 1인 창조기업 규모는 약 1,025억원에 이를 것으로 추정할 수 있으며, 이는 전체산업 관점에서 빙산의 일각이다.

한편, 개인의 창조적 자산을 경제화 할 수 있는 1인 창조기업은 비경제 활동인구를 경제활동 영역으로 유인하는 역할을 수행하게 될 것이다.

15) (사)한국문화산업포럼 : 2008.12.20, 문화체육관광부

16) 창업기업협회 (2010.5.30현재)

[표 2-10] 비경제활동 인구

(단위 : 천명)

구 분		2005년	2006년	2007년
남	청년	2,459	2,546	2,611
	중장년	661	684	705
	고령	1,608	1,655	1,644
여	청년	2,625	2,663	2,714
	중장년	3,943	3,884	3,873
	고령	3,225	3,351	3,407

자료 : 한국고용정보원, 경제활동인구조사 원자료 각 년도

제 3 절 1인창조기업의 사업성과에 미치는 영향을 미치는 요인

1. 1인창조기업가의 심리적 특성

기업가의 어원은 ‘시도하다’, ‘지원하다’, ‘일을 떠맡다’의 뜻을 가진 ‘entreprendre’의 불어에서 유래 되었으며 ‘entrepreneur’는 독어로는 ‘unternehmer’, 영어로는 ‘between-taker’ 또는 ‘go-between’ 으로 번역되어 사용되었으나 그 의미가 잘 전달되지 못해 원어 그대로 사용되고 있다.

McClelland(1965)는 “자원에 구애받지 않으며 위험에도 불구하고 기회를 포착하고 추구하는 자”로 ‘기업가’와 ‘위험을 추구하는 자’를 동일시 하였다. Knight(1921)는 ‘불확실한 시장에 대하여 적절하게 위험을 감수하고 인내를 통해 미래의 수익을 기대하는 자’로 정의하였으며, 민경호(2006)는 기업가는 ‘위험과 모험을 하는 도박꾼’과 같다고 했으며, 기업가는 지식과 경험을 가지고 계산된 모험을 잘 할 수 있는 사람이 되는 것이라고 하였다.

기업가의 심리적 특성과 관련한 연구는 경영학 분야의 연구에 앞서 심리학 분야와 리더십 분야에서 오랜 기간 동안 이루어졌다. 창업가의 심리적 특성은 많은 기업가 정신에 관한 연구들에서 창업가와 비 창업가를 구별 짓는 특징으로서 뿐만 아니라 성과에 영향을 미치는 개인적 특성으로 주목받아 왔다(정성한, 김해룡, 2001).

일반적으로 심리적 특성에 대한 연구는 성취 욕구, 내적 통제위치, 위험 감수 성향 등에 관한 것이다. 먼저, 성취 욕구는 기업가 심리적 특성 관련 연구 중 가장 지배적인 이론으로, Henry Murray(1938)가 ‘어떤 일을 이루고자 하는 것’으로 처음 정의하였다. 이후 McClelland(1965)는 성취 욕구가 높은 기업가는 일반적으로 의사 결정에 책임을 지는 것을 선호하며, 스스로의 노력을 통해 목표를 달성하려고 하고, 그 결과에 대해 피드백의 욕구를 가진다고 했다. 또한, 높은 성취 욕구를 가진 개인이 벤처 창업과 경제 발전에 핵심적인 역할을 한다고 하였다. 성취 욕구와 관련된 많은 연구들에서 성공한 기업가들에게는 뚜렷한 성취 욕구가 있다는 것이 서술되었다.

기업 성과에 영향을 미치는 첫 번째 요인인 기업가 특성은 주로 기업가의 연령, 경험, 교육 수준, 가족, 배경, 성취 욕구, 위험 감수 성향, 통제 위치, 모호성에 대한 인내 등에 관한 것으로 초창기 연구는 특질접근법이라고 알려진 기업가의 심리특성이 기업의 성과에 영향을 준다는 연구가 주를 이루었다.(Sexton & Bowman, 1985; Begley & Boyd, 1987) 하지만, 기업가를 구분하는 특성에 관한 일관된 연구 결과가 없어 이를 비판하는 연구자들은 기업가의 심리 특성 외에 기업가의 행동 특성이나 역량이 창업기업 성과에 큰 영향을 미친다고 주장하였다.(Baron, 2000; Chandler & Jansen, 1992; 이장우와 장수덕, 1998) 두 번째 요인으로 환경을 들 수 있는데 해당 산업에 대한 정부의지원 등과 같은 거시적 환경과.(Rouse & Keeley, 1990) 산업구조(산업의 라이프사이클, 산업 성장률 등), 경쟁 상태(경쟁자수, 진입 장벽 등) 등의 미시적 환경으로 구분되며 기업 성과 요인으로 설명되고 있다. 반면, 행운 등 예측이 불가능한 환경적인 변화가 창업기업 성과에 영향을 미칠 수 있다는 연구도 있다.

1) 위험감수성향

기업가에 대한 특성연구에서 가장 많이 언급되어온 또 다른 심리적 특성은 위험 감수성향이다. 위험감수성향(Risk-Taking Propensity)이란 급변하는 환경을 선호하거나 또는 모험적이고 도전적인 성향을 말한다. 위험감수성향은 근본적으로 신규 사업의 설립과 운영에 관련된 기업가적 과정에 내재하고 있는 특성중의 하나이다. 행동과학자들은 위험감수성향을 불확실한 기업환경 속에서 기업가들의 행동방향을 설

정해 주는 가장 중요한 요인이라고 하였다. 또한 위험을 감수하려는 의지를 말한다. 1인 창조기업이 성공하기 위해서는 높은 위험을 감수하려는 기업자의 의지가 중요하다는 것이다. 위험감수성향은 의사결정에서 기회를 잡기위해 위험을 감수하려는 의지를 나타내는 개념이다. 즉 개인이 의사결정 상황에서 기회를 잡기위해 위험을 감수하려는 의지를 나타내는 개념이다. 일반적으로 사람들은 기회를 취하고 위험을 감수하려는 의지에서 차이를 보인다. 높은 위험감수 성향을 가진 사람은 의사결정을 빨리 내리고 기꺼이 기회를 잡으려 하는 반면, 위험을 기피하는 사람들은 보다 조심스럽고 주의 깊게 의사결정을 내리며 위험을 최소화시키려고 노력한다. 이와 관련하여, Smith와 Miner(1983)는 위험회피가 저성장 기업을 이끄는 기업가보다 고성장을 이끄는 기업가 사이에 더 강하게 나타난다고 주장하고 있다.

McClelland에 의하면 기업가는 높은 성취욕구와 함께 적절한 위험감수자가 될 확률이 매우 높다는 것이다. 이 논리는 후속적 실증연구들이 이를 증명하고자 하였으나, 실증연구들은 정확한 결론을 내릴 수 있는 결과를 제시하지 못 하였다. 단지 Palmer는 효과적인 기업가는 위험성향을 정확하게 해석할 수 있고 내포된 위험을 최소화 할 수 있는 정책을 결정 할 수 있다고 제시 한다. 즉, 기업가는 그들의 환경을 탐색하기 때문에 기회를 탐구하고 동시에 위험을 회피 한다는 것이다. 기업가는 새로운 사업체를 창업하고 운영하는 과정에서 재무적으로나 사회적 또는 심리적 위험들을 감수해야만 한다. 이러한 위험감수 성향은 급변하는 사회 환경에 보다 빨리 대응하기 위해서 필요하지만 때로는 값비싼 대가를 지불해야 하는 의사결정을 내릴 수도 있다 그렇기 때문에 단지 창업자를 극단적으로 위험을 무릅쓰기 보다는 중간 정도의 또는 계산된 위험을 감수하는 사람이라고 표현 하는 것이 정확할 것이다.

여러 연구자들은 이러한 위험감수 성향을 창업한 사업체의 성과와 관련시켜왔다. 예를 들면 Brockhaus는 비록 위험감수 성향이 재무적 성과와 직접적인 관계를 가지고 있지는 않지만 기존 창업자들이 위험감수 성향에 대한 상이한 프로파일에 의해 특정 지워질 수 있다고 말하고 있다 한편 Begley와 Boyd은 과도하게 높은 위험감수성향이 재무적 성과를 감소시킬 수 있지만 중간 정도의 위험감수 성향이 재무적 성과의 증가와 관련하여 있다는 것을 발견하였다. 어떤 창업 및 경영과정에서도 최소한 어느 정도의 위험이 피할 수 없는 것이라면 기업가가 이러한 위험을 얼마나 적극적으로 대처하고 이를 얼마나 잘 조직화하여 관리할 수 있는지는 그 개인의

심리적 안정뿐만 아니라 성공적인 창업 및 운영의 기본적인 요소가 될 것이다. 따라서 창업자가 가지는 위험감수 성향이란 근본적으로 신규 사업의 설립과 운영에 관련된 과정에 내재하여 있는 특성이므로 위험감수 성향은 기업가의 중요한 특성중의 하나이다.

위험추구 성향에 있어서 기업경영의 세계에서는 어느 누구도 모험적 의지를 잃은 기업가가 끝까지 버티고 참는 모습을 보일 것이라고 생각하지는 않을 것이다. 그러나 성공적인 기업가들 중에 모험적인 의지를 잃은, 즉 위험을 기피하는 행동이 어느 정도 광범위하게 나타나는 편이다(Steven Berglas:1997).

2) 성취욕구

성취 욕구는 McClelland(1961)가 프로테스탄티즘과 경제 성장간의 관계를 설명하는데 성취 욕구를 도입하면서부터 성공적인 기업가의 성격적인 특성들이 탐색되기 시작한 것으로 간주될 수 있다. 본래 성취욕구의 현대적 의미는 Murray(1938)의 연구로부터 유래한다, 그는 “성취 욕구를 어떤 것들을 신속하고 가능한 한 잘 이행하려는 의욕이나 경향”으로 정의 하였는데 여기에는 어려운 것을 달성하고자 하는 의욕 물질적 사물 인간 또는 아이디어에 정통하고 이들을 조작하며 조직화하려는 의욕 가능한 한 신속하고 독립적으로 이와 같은 행동을 하려는 의욕 역경을 극복하고 높은 기준에 도달하려는 의욕 자기 자신을 탁월하게 만들려는 의욕 다른 사람들과 경쟁해서 그들을 능가하려는 의욕 자신의 재능을 발휘하여 자기 존중감을 향상시키는 의욕이 포함 된다 이러한 Murray의 연구가 McClelland의 성취욕구 이론을 개발하는데 아주 큰 영향을 미쳤는데 McClelland는 성취 욕구를 기업가적 행동과 경제적 성장에 관한 문제에 이론적 초점을 맞추으로써 자신의 이론으로서 발전시켰다 그 결과 McClelland의 연구 이래 많은 연구들은 성취 욕구를 기업가적 행동과 관련시켰다.

McClelland는 높은 성취 욕구를 가진 사람들은 자신에게 일어난 것들에 대해 개인적으로 책임지는 상황에 있기를 좋아하고 스스로 도전적 이면서도 명확한 목표를 수립하기를 즐기며 계산된 위험을 감수하면서 기꺼이 결과에 대해 개인적인 책임을 지려고 하는 개인들로 특정 지웠다 그러한 사람들은 또한 자신의 과업을 얼마나 잘

달성하고 있는가를 알고 싶어 하는 강한욕구를 가지고 있기 때문에 성과에 대해 피드백을 제공 받는 것을 원한다. 그 결과 성취 욕구는 기업가에게 있어서 중요한 동기요소 일 뿐만 아니라 사회의 경제 발전 수준을 결정하게 된다는 것이다 즉 성취 욕구가 높은 사람은 문제해결을 위해 주도적으로 나서려 하고 목표를 제시하며 그 목표의 달성을 위하여 열정적으로 노력하는 성향이 있는 것이다.

McClelland는 여러 연구들을 걸쳐 이러한 특성들을 다른 집단들 보다 특히 창업자에게서 많이 찾아볼 수 있다는 것을 발견하게 되었다. McClelland는 종단적 연구에서 높은 성장욕구를 보였던 대학생이 졸업 10년 후 낮은 성장욕구를 보였던 이들 보다 기업가적 직업에서 보다 많이 발견되었다는 것을 밝혀냈다 또한 이후 많은 연구들은 비 기업가적 집단보다 기업가들이 더욱 높은 성취 욕구를 가지고 있다는 것을 지지하는 증거들을 제공 하였다(Hornaday & Aboud, 1981; Johnson, 1990).

성취 욕구는 기업가가 경영의 목표를 달성하고자 하는 욕구를 말하며, 정성환과 김해룡(2001)은 성취 욕구를 어떤 것을 신속하고 가능한 한 잘 이행하려는 바람 또는 심적 경향이라고 하였다. Nandy(1978)는 연구에서 창업가와 비 창업가를 비교할 때 창업가들의 성취욕구 수준이 상대적으로 높다는 사실을 밝혀 냈으며, 특히 Hines(1973)는 창업가의 성취 욕구 수준이 가장 높다는 것을 발견했다. Hornaday & Aboud(1971), Decalo&Lyons (1979) 등은 창업기업가가 보통 다른 집단에 비해서 성취 욕구가 높은 것으로 나타났으며, 높은 성취 욕구를 가진 창업기업가들이 성공적인 사업운용을 하는 경향이 있다고 하였다. Smith & Miner (1984)의 연구에서는 성취 욕구와 성장률 사이의 유의한 관련성을 발견하였으며, Sexton & Bowman (1985)은 성공적인 기업가들에게 뚜렷한 성취욕구가 나타남을 밝혀냈다, 이러한 여러 연구를 종합하여 볼 때, 창업기업가는 다른 일반사람에 비해서 성취 욕구가 높은 것으로 판단되며, 성취 욕구는 사업성과에 유의한 영향을 줄 것으로 판단된다.

Miner와 그의 동료들(1980) 역시 기업가의 성취동기와 기업의 성장 간에 정(+)의 관계가 있음을 증명하였으며, 위험감수 성향이 있어야지만 기업가들이 도전의욕을 가질 수 있고 성공 확률도 높아진다고 하였다. 하지만 Schrang(1965)는 기업가의 성취 욕구가 낮은 경우에 평균적인 사업성과를 달성하기가 용이한 반면, 기업가의 성취욕구가 높은 경우는 큰 이득을 보거나 큰 손실을 불가능성 모두와 관련이 있음을 주장하였다. 즉, 성취욕구가 높은 기업가들은 성공하기 위해서 더 열심히 노력하게

되며, 잘못될 경우 상태를 더욱 악화시킬 수 있다고 말하였다.

우리나라의 경우 정화영(1996)은 성취 욕구란 어려운 일을 달성하려는 요구, 장애를 극복하여 높은 목표를 이룩하려는 욕구, 자신을 몰아붙여 다른 사람들과 경쟁하여 능가하고 싶은 욕구로서 자신의 능력을 유감없이 발휘하여 자신의 가치를 높이려는 가치로 정의하고 있다. 조형래(1995)는 성취 욕구와 기업성장 관련변수가 강한 상관관계가 있다는 것을 주장하였으며, 그에 반해 조임현(1998)은 국내 제조업체를 대상으로 기업가의 성취동기, 권력동기, 친애동기와 매출경영성과와의 관계에 대한 연구결과, 성취동기와 권력 동기는 매출경영성과에 유의한 영향을 주지만 친애 동기는 유의한 결과가 나타나지 않았다. 일반적으로 성취 욕구가 높은 사람은 문제해결을 위해 주도적으로 나서며, 적절한 난이도의 목표를 제시한다. 또한 도전적 목표와 목표이행의 수단으로 가치 피드백을 설정하여 사업성과를 향상시키기 위한 지속적인 노력을 감행한다. 그들은 적당한 난이도의 목표를 선택함으로써 실패의 횟수를 줄이고, 도전적인 과업의 달성과 함께 만족감을 증가시키며, 이러한 만족감은 성취 행동을 강화하게 된다. 우리나라의 경우에는 많은 기업가가 가진 기술력과 아이디어를 기반으로 창업된 경우가 많기 때문에, 기업가의 강한 성취 욕구는 1인창조업기업의 성장에 강한 영향을 미친다고 할 수 있겠다. 이에 대하여, Sexton과 Bowman(1985)은 성공적인 창업가들은 높은 성취 욕구를 갖고 있다는 것을 밝혔다. 또한 Smith와 Miner(1983)는 기업가적 성취 지향적 성향과 그 회사의 성장률간의 상관관계를 확인하였고, 조형래(1995), 이장우(1998), 박영배와 윤창석(2001)의 연구에서도 성취 욕구와 사업성과 간에 유의한 관계가 있는 것으로 조사되었다.

기업가의 심리적 특성에 대한 연구를 정리하면 [표 2-11]과 같다.

[표 2-11] 기업가의 심리적 특성

연구자			연구결과
심리적 특성	위험 감수 성향	Hornaday & Aboud ,(1971)	위험감수 성향이 기업가의 행동에 영향을 준다
		Smith & Miner,(1984)	성장을 추구하는 기업가는 위험감수성향이 높다

연구자			연구결과
심리적 특성	성취 욕구	McClelland(1961)	성취 욕구를 기업가적 행동과 경제적 성장
		Nandy(1978)	창업가와 비 창업가를 비교할 때 창업가들의 성취욕구 수준이 상대적으로 높다
		Sexton & Bowman (1985)	기업가는 일반인들보다 성취 욕구가 강함
		Miner, Smith & Bracker, (1989)	성취동기와 기업 성장은 정(+)의 관계
		조임현(1998)	성취동기, 권력동기, 친애동기와 매출 성과와의 관계 중 성취동기와 권력동기만이 매출성과와 관련
		조형래(1995)	제품 혁신성과의 상황적 분석에서 성취 욕구는 성과와 관련

출처 : 연구자 정리

2. 환경특성

1) 기업환경의 개념

경영환경에는 내부 환경과 외부 환경으로 구분되는데, 외부 환경은 기업에서 기회와 위협을 주며, 내부 환경은 기업의 강점 및 약점을 결정한다. 따라서 환경속에서 기업의 안정적인 성장과 발전을 확보하는 경영전략을 올바르게 수립하기 위해서는 제공하는 기회와 위협을 분석하고 내부 환경에 대한 강점과 약점을 평가하는 단계가 선행되어야 한다.

경영전략이나 경쟁우위와 관련된 다수의 연구들뿐만 아니라 최근 외부 환경이 급격하게 변화함에 따라 외부환경 요인이 매우 중요하게 다루어지고 있다. 일반적으로 외부환경의 불확실성을 구성하고 있는 기본 요소는 환경의 변화정도를 의미하는 역동성, 불확실성을 유발하는 원천이 얼마나 많이 존재하고 있는가를 나타내는 다양성, 경쟁이 얼마나 치열한가를 의미하는 경쟁정도 등으로 분류할 수 있다(Klein, Frazier and Roth, 1990; Popper and Lipshitz, 2000; Robbins and Coulter, 2002).

2) 환경특성의 분류

환경을 구분하는 기준이나 방식은 서로 성격이 다른 구성 환경에 따라 여러 가지가 있는데, 일반적으로 과업 환경과 일반 환경으로 분류한다. 이는 조직에 대한 환경의 영향력과 환경에 대한 조직의 관리 가능성을 동시에 고려한 것이라 볼 수 있는데(Robbins,1991;신유근,1995;박영배,1999), 일반 환경은 과업환경과는 달리 사회전체 속에 있는 모든 조직에 공통적으로 영향을 미치는 정부의 재정정책, 규제 등으로 정의 될 수 있다(윤창석,2001). 또한 과업환경은 구성요소와 속성에 따라 분류할 수 있다(Bourgeois,1980). 구성 요소적 접근법(content approach)은 환경을 구성요소에 따라 분류하고, 조직의 행동이나 성과에 어떤 구성요소가 영향을 더 주는지를 알아내는 것이며(Dill,1958;Duncan,1972), 속성별 접근법(attribute approach)은 종합적인 관점에서 특정 환경을 나타내는 특성이나, 인식적 차원이 무엇인지를 파악하여 특성들을 몇 가지 차원으로 나타내는 방법이다(Emory & Trist,1965;Akdrucg & Mindlin, 1998 ;Staw&Szwajkowski,1975;Fredrickson, 1984;Mintzberg ,1979). 기업의 환경은 다차원적인 구성 개념으로 간주되어 왔다(Thompson, 1967;Duncan ,1972). 과거 창업기업의 환경특성에 관한 많은 연구에서 여러 가지 특성들을 제시하고 있으나, 기업의 환경이 급속도로 변화하면서 그 특성들의 중요성이 점차 변화하고 있다. 김홍경(1990)은 창업기업의 주요 환경특성으로서 초기제품의 시장수요, 경쟁강도, 원자재 의존정도 등을 제시하였으며, 최근에는 경쟁강도, 산업성장률, 역동성이 창업기업의 주요 환경특성으로 인식되고 있다(백경래,1996;이성훈,1997;한상설,김갑,1999;조세형,2005). 이에 본 연구에서도 창업기업의 환경특성으로 시장의 경쟁강도, 제품의 산업경쟁률 주요변수로 간주하고자 한다.

3) 경쟁강도

산업내의 경쟁강도는 다수의 기존연구에서 창업기업의 성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데(Poter,1980; Shepherdetal., 2000; 이성훈, 1997; 한상설,김갑,1999; 채명수,강대석,이형택;2002), 이는 동일 산업 내에서 경쟁이 치열할수록 기업

들의 수익성은 점차 감소하게 되며, 결국 개별 기업의 성과에 부정적인 영향을 미치게 될 수밖에 없다는 것을 의미한다(채명수,강대석,이형택,2002). 특히, 기반이 약한 창업기업들이 경쟁강도가 높은 산업에 진입할 경우, 기존기업들의 보복행위가 증가하게 되고 기존기업과의 차별화에 많은 부담이 증가하며, 필요한 원자재 획득 및 유통경로 진출의 어려움이 가중된 때문에 창업기업의 성과가 떨어지는 것으로 판단되어진다(이장우,장수덕,1998).

Romanelli(1989)는 기업, 특히 창업기업이 시장에서 성공할 수 있는 환경적인 특성으로서 초과수요가 존재하는가의 여부와 경쟁강도를 강조하였는데, 이들은 수요가 증가할 때 신생기업의 생존 확률이 높다는 것을 검증하는 데에는 실패하였다(윤창석,2001).

Roure & Keeley(1990)는 환경이 성장에 미치는지를 알아보기 위해 5년 후의 예측된 시장점유율, 주식의 지분, 창업가들의 보유 지분율, 경쟁자의 수로 설명되는 경쟁강도와 개개인의 구매능력이 낮은 다수의 고객에게 제품을 서비스하는지, 소수의 대형 고객에게 서비스 하는지를 나타내는 고객의 집중도를 이용하여 그 영향을 분석하였다. 또한 Britain & Freeman(1980)은 경쟁강도가 약한 시장에서 기업이 필요한 자원을 더 저렴하게 획득할 수 있다고 주장하였다.

이처럼 경쟁강도와 관련한 연구에서는 산업으로의 최초 진입에 대한 연구에서 그 중요성이 있다고 주장하고 있으며, 이와 관련하여 Britain & Freeman(1980)은 경쟁이 없는 상태에서 수요는 상대적으로 싸게 필요한 자원을 획득하도록 돕는다고 주장하였다.

4) 사업성장률

최근 창업기업의 환경을 언급하는데 있어, 경쟁강도와 더불어 그 중요성이 강조되고 있는 산업성장률은 산업진화의 지표(Sandberg,1986)와 불균형의 지표(Yip,1992)로서 인식되고 있으며, 시장매력도의 측정수단으로 사용되기도 하였다. 기존의 연구에서 산업성장률은 창업기업의 성과에 많은 영향을 미치는 것으로 나타나고 있는데 (Sandberg & Hofer,1987; McDougall et.al., 1994), Poter(1980)가 말한 성장률이 높은

산업에 창업기업이 진입하여 어느 정도의 시장을 점유하여도, 기존기업들은 높은 재무적 성과를 유지할 수 있기 때문에 창업기업에 대한 보복조치가 약할 것이라는 주장과 일맥상통한다. 일반적으로 성장률이 높은 산업은 성장 가능성의 기회를 보다 많이 제공할 수 있다(이장우, 장수덕, 1998). 또한 국내의 많은 연구들에서도 산업성장률이 창업기업의 성과에 영향을 미치는 주요 환경특성으로 인식하고 있으며(이장우, 장수덕, 1998; 한성설, 김갑, 1999; 박영배, 윤창설, 2001), 최근의 연구에서도 사업성장률과 동일한 의미이므로 이는 시장 성장정도가 창업기업의 성과에 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다(김영배, 2005).

5) 환경특성의 선행연구

외부환경요인이 직접적으로 경영성과에 미치는 영향에 관해 많은 연구에서는 부(-)의 영향을 미칠 것으로 나타나고 있다. Brittain and Freeman(1980)은 시장에서의 경쟁이 없는 상태에서 기업은 필요한 자원을 상대적으로 저렴하게 획득할 수 있게 된다고 하였다. 이에 많은 연구자들은 산업내의 경쟁강도는 경영성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타내고 있다(Poter, 1980; Shopherd et al. 2000; 이성훈, 1997; 한상설, 1998; 채명수, 강대석, 이형택, 2002). 이는 동일산업 내에서 기업 간 경쟁이 치열할수록 전체산업의 수익성은 감소하게 되며, 이는 결과적으로 개별기업의 성과에 부정적인 영향을 미치게 된다는 것이다. 경쟁 집중도가 높은 산업에 진입하게 되면 기존기업들의 보복행위가 증가하고(Porter, 1980), 기존기업들과의 차별화에 의한 부담이 증가하며, 필요한 원자재 획득 및 유통경로 진출의 어려움이 가중되기 때문일 것으로 판단되고 있다(이장우, 장수덕, 1998).

환경특성과 관련된 많은 문헌연구에서, 환경이 창업기업성장에 있어 중요한 변수임을 주장해왔다(Wang & Ang, 2004; Phillipset.al., 1983). 기존연구에서 기업에 영향을 미치는 외부 환경요인으로 예측 불가능성(Miller, 1987, 1988), 역동성(Cuietal. 2005; Wang & Ang, 2004; Miller, 1988), 이질성(Li, 2001; Miller, 1987, 1988), 사업성장률(Wang & Ang, 2004; Li, 2001; Sandber & Hofer, 1987) 등이 사용되었다.

Sandberg & Hofer (1987)는 창업기업의 환경을 산업영역, 산업구조, 진화단계, 시장의 안정성 및 진입장벽의 유무, 산업의 진화단계, 초과수용의 존재, 경쟁강도 등으

로 파악하였으며, 이들은 이러한 산업 특성이 창업기업의 성과에 유의한 영향을 미친다고 주장하였다.

이와 달리 Abetti(1987)는 낮은 성장률을 보이는 시장에서 성과가 더 높다는 것을 밝혀냈다. 그 이유는 창업기업이 낮은 시장점유율을 가지고 있는 안정된 시장에서 적절한 기술적인 틈새시장을 발견했기 때문이라는 것이다. 이는 낮은 시장점유율을 가지고 있는 회사들은 낮은 성장률과 제품의 변화빈도가 적은 환경에서 더 많이 발생한다는 연구와 일치한다(Woo & Cooper, 1981). 또한 Kuratako와 그의 동료들(1990)은 성숙한 시장에 진입하는 것이 성공하는데 더 효과적이라는 것을 입증하였다. 이와 같은 맥락에서 Tsai와 그의 동료들(1991)은 높은 성장률을 보이는 시장은 많은 기업들이 동시에 또는 후에 진입하기 때문에 창업기업이 진입하는 것은 바람직하지 않다고 주장하였다. 또한 Medougall과 그의 동료들(1994)은 사업성장률이 높을수록 평균매출액 증가율이 더 높다는 것을 입증하였다.

Miller& Friesen(1983)은 기업이 활동하는 시장의 수가 많고 이들이 서로 다른 속성을 가지게 될 때, 환경의 이질성은 높아진다고 주장하였다. 이러한 환경에서 활동하는 기업들은 다양한 소비자와 경쟁자를 상대하면서 다양한 기술과 정보를 사용하게 된다. 이는 곧 노하우(know-how)와 지식의 축적으로 이어져 기업들의 아이디어 개발에 많은 도움이 된다(이지우,2002). 일반적으로 환경의 풍부성은 기업성장과 및 존속을 뒷받침하는 이용 가능한 자원을 보유하고 있는 정도와 산업 내의 경쟁정도가 어느 정도 활발한가로 정의되어진다. Dess& Beard(1984)는 환경의 풍부성이 기업에 여유자원을 확보, 활용하여 혁신활동을 실천할 수 있는 기회를 제공한다고 주장하였다.

[표 2-12] 환경 특성에 대한 주요연구

연구자	환경 외부 요인
Miller& Friesen(1982)	이질성, 역동성, 적의성
Porter(1980), Abetti(1987)	사업성장률
Sandberg & Hofer(1987)	산업특성, 사업성장률
Roure& Keeley(1990)	경쟁강도, 고객집중도
Cavin& Slevin(1991)	동태성, 적대성, 기술적, 복잡성, 산업수명주기 등
이장우와 김태영(1997)	불확실성, 풍부성
한상철(1998)	경쟁강도, 사업성장률, 진입장벽, 산업집중
Baum,Locke& Smith(2001)	역동성, 단순성, 복잡성
윤창석(2001)	경쟁강도, 사업성장률
강상미(2002)	경쟁강도, 사업성장률, 차후진입장벽, 산업집중도
박영배(2006)	경쟁강도, 사업성장률

출처 : 연구자 정리

3. 1인 창조기업 특성

1) 1인창조기업의 가용자원

창업기업 경쟁력의 핵심은 인적자원이기 때문에 우수한 인력을 확보하고 유지하기 위한 최선의 노력을 기울인다. 게임 산업의 핵심경쟁력은 바로 최고의 제품을 개발할 수 있는 우수 개발인력의 확보다. 엔씨소프트는 지난 5월 미국 LA에서 열린 게임쇼 E3에서 울티마시리즈를 개발한 세계 최고 게임개발자인 Garriott 형제를 비롯한 개발그룹을 470억의 천문학적 자금을 투입하여 영입했다. 이런 과감한 인력투자를 통해 세계 최고의 게임회사로 도약할 수 있는 발판을 마련했다.

인적자원은 종업원에 대한 교육훈련과 그들이 보유한 전문지식, 충성과 헌신, 경험, 판단, 지능, 관계, 통찰력 등을 포함한다. 또한 창업가와 창업팀의 지식, 훈련, 경험, 창의성, 비전 및 지능수준을 포함한다. 인적자원은 관계자본(Relational Capital)을 포함한다. 관계자본이란 조직구성원이 누구를 알고 있는가의 여부로서, 관계 자

본을 활용한 네트워킹은 자원에 대한 접근성을 높여줌으로써, 창업기업의 경쟁우위에 커다란 영향을 미친다.

조직자원은 기업의 구조와 시스템으로서 공식적인 보고체계, 공식 및 비공식적 계획, 통제 및 조정시스템, 문화와 명성, 이해관계집단간의 창의성과 혁신, 열정을 고취할 수 있는 조직구조와 문화는 경쟁자와 차별성을 가져올 수 있는 중요한 무형자원이다. 또한 혁신과 변화의 속도, 유연성 등은 창업기업 경쟁력의 원천이 된다.

자율성과 창의성은 창업기업 핵심역량의 원천이다. 창업기업은 신속한 의사결정과 구성원의 창의적 역량을 최대한 발휘 할 수 있도록 해야 한다. 자율성이 주어지는 곳에 창의성이 발휘된다. 조직의 자율성과 창의성을 고취하기 위해서는 리더의 역할이 중요하다.

성공 창업기업에는 전체가 하나가 되는 회사의 목표를 향해 매진하는 모습을 볼 수 있다. 구성원들로 부터 얼마나 자발적이고 헌신적인 참여와 노력을 얻어 낼 수 있는가 하는 것이 중요하다. 창업기업의 성공하는 데는 기술력이 매우 중요한 요인이 된다. 기업이 사내에서 핵심기술을 개발하고 계속 발전시켜 가려면 기업의 인력구조가 안정되어 있어서 기술 및 노하우가 쌓여야 한다. 이렇듯 창업기업의 안정된 인력구조 및 노사관계를 만드는 것은 경영자가 해야 할 매우 중요한 과제다. 내부결속력은 핵심가치의 공유를 필요로 한다. 핵심가치는 기업구성의 공통된 가치관이자 신념이며 존재이유다.

2) 1인창조기업의 기술력

시장에서의 지속적 경쟁우위의 가장 근본적인 원천은 남다른 전문기술의 확보에 있다. 시장진입에 성공했다고 해도 유리하게 전략적 위치설정을 하기 위해서는 기술력이 강화가 필수적이다. 유망 1인 창조기업들은 나름대로의 전문기술의 개발을 통해 전문성을 추구해가는 전략을 묵묵히 수행해 왔으며, 이러한 외고집 한길추구의 정신이 이들을 성공하게 한 바탕이 되었다. 아무도 시작하지 않았거나 수입에만 의존하던 상품을 새롭게 개발하여 일정기간동안 독점적인 지위를 누리면서 성장의 기틀을 마련한 기업들이 많다.

1인 창조기업은 창업과 성장의 단계마다 적절한 규모의 자금 조달이 중요하다. 창업초기에는 개인투자자, 친구, 동료 등의 개인투자자와 융자를 활용하는 경우가 많다. 우리나라의 경우 1인창조기업은 기술력 평가의해 무담보 기술보증기금의 특례보증을 활용한다.

창업은 초기 자원제약성 때문에 기존자원 및 외부자원을 적극적으로 활용한다. 외부자원을 적극적으로 활용하면 초기자원의 투입을 줄일 수 있으며, 성장기에는 핵심역량의 확장 및 변화에 유리하다.

기술자원은 특허권, 저작권, 영업비밀, 연구 설비 및 기술인력 등의 요소로 구성된다. 기술자원은 연구개발에 의해 획득되고 특허, 의장권, 상표 등에 의해 보호될 때, 핵심자원으로 기능을 한다. 그러나 기술자원 그 자체만으로는 SCA의 원천이 될 수 없고, 인적 자원과 결합될 때 가능하다. 창업기업의 우수한 인력의 확보와 유지에 최선의 노력을 기울이는 것이 이러한 이유에서이다.

물적 자원은 기업이 전략을 수립하고 실행하기 위해 사용할 수 있는 모든 금전적 자원들이다. 재무자원은 기업의 차입, 증자, 내부유보 등을 포함한 자금조달 역량으로 평가된다. 평균이하의 금융비용으로 자금을 조달 할 수 있는 것은 기업의 신용과 과거의 재무적 성과에 달려 있다. 낮은 금리의 금융공급이 원활한 상황에서는 재무적자원이 경제우위의 원천이 되기는 힘들다.

제 4 절 1인창조기업의 사업성과 요인에 관한 선행연구

1. 연구동향

아직까지 국내에서는 1인창조기업과 관련한 체계적인 조사와 연구가 축적되어 있지 않아 정확한 사업체 수나 기타 통계적 데이터가 없어 구체적인 경제적 기여를 확인하기 어려운 형편이다. .

국내에서는 최근에 기업가특성(윤정환 1987;조형래 1995), 시장 및 기업 환경(김홍경,1990;박민규,1992;백경래,1996;이성훈,1997;한상설,1998)이 기업의 성과에 미치는 영향에 관하여 실증적으로 연구되었으며, 문헌연구이기는 하지만 기업가특성, 산업 환

경, 조직특성, 자원능력 및 전략과 창업기업 성과에 관계에 대한 이론적 특성이 제시되기도 하였다(이장우, 장수덕 1998). 또한 안준모와 김종인(1999)은 정보통신 창업기업을 대상으로 한 연구에서 창업가특성(성격, 경험, 지식)과 상환변수(초기자본금, 시장진입장벽, 전략)를 성과요인으로 제시했으며, 김갑과 한상설(1999)은 국내 118개 창업기업을 대상으로 실시한 연구에서 기업가 특성(기능적 경험, 관리적 능력), 산업구조(경제구조, 산업성장률), 전략 등이 기업의 성과에 영향을 미치고 있음을 보여주었다.

Sexton과 Bowman(1986)은 기업가의 성취욕구, 위험 감수성 통제의 위치, 모호함에 대한 인내, 그리고 자율성 등과 같은 심리적 특성이 창업기업의 성공에 유의한 영향을 미친다는 사실을 발견하였다.

Begly와 Boyd(1987)는 기업자의 성취욕구, 통제부위, 위험 감수성향, 인내심이 성과에 어떻게 영향을 미치는지를 연구하였다. 연구결과 창업자들은 성취욕구, 위험 감수성향 그리고 인내심이 강한 것으로 나타났다.

과거와는 달리 환경 특성에 대한 연구는 다양한 시각에서 이루어지고 있으며, 최근까지도 연구는 계속되고 있다(Sandberg & Hofer, 1987; Covin & Slevin, 1989; Porter, 1980; Roure & Keeley, 1990; Kunke, 1991; McDougall, Robinson & Denisi, 1992; 이장우·장수덕, 1998; 한상설, 1998; 박영배, 윤창석, 2001). 경쟁강도에 대한 많은 연구들이 있는데 산업에 최초의 진입하는 것에 있어 그 의의를 찾을 수 있다고 하였다.

Brittain & Freeman(1980)은 경쟁이 없는 상태에서 수요는 상대적으로 값싼 자원을 얻도록 도울 수 있다고 주장하였다. 또한 Romanelli(1989)는 신생기업의 성패에 영향을 미치는 환경요소로서, 초과 수요가 존재하는지의 여부와 경쟁 집중도를 강조하였다.

Britain & Freeman(1980)은 일찍이 시장에서의 경쟁이 없는 상태에서 기업은 필요한 자원을 상대적으로 저렴하게 획득할 수 있게 된다고 하였다. 경쟁강도와 벤처기업의 경영성과에 대한 기존 연구결과는 대체적으로 산업내의 경쟁도는 경영성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(Porter, 1980; Shepherd et al., 2000; 이성훈, 1997; 한상설, 1998; 채명수, 강대석, 이형택, 2002).

Sandberg & Hofer(1987)는 각 산업마다 서로 다른 특성산업구조, 시장의 안정성 및 성장단계, 진입장벽 유, 무를 가지고 있으며, 이러한 산업의 특성은 기업의 성과

와 생존에 영향을 미친다고 주장하였다. 특히 이들은 산업제품의 이질성이 높을 경우 성공적일 수 있으며, 사업성장률이 높을 때에 성과가 높으며, 산업 내 불균형이 존재하거나 선발로 진입할 때 성과가 높다고 실증적으로 입증하였다

이장우,장수덕(1998), 한상철(1998), 박영배·윤창석(2001)등의 연구에서는 사업성장률은 기업의 성과에 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌으며 채명수 등(2002)은 시장성장 정도가 기업의 성과에 간접적으로 영향을 미치고 있다고 주장하였다.

본 연구에서는 이상의 연구동향을 토대로 하여 1인창조기업의 경영성과에 관련된 영향변수를 크게 1인 창조기업가 심리적 특성, 환경, 1인 창조기업 특성으로 분류하고 이들 변수가 사업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고 한다.

2. 1인 창조기업의 사업성과 요인에 관한 연구

1인 창조기업가의 가치나 인지능력(cognitive ability) 혹은 성취욕구, 위험감수성향등과 같은 심리적인 특성은 앞에서 제시된 바 와 같이 창업기업가가 전략적 상황에 반응하여 일정한 필터링과 해석 과정을 통해 특정한 전략적 선택을 하는데 기초가 된다. 따라서 1인 창조기업가의 심리적인 특성으로 부터 경영전략선택을 예측할 수 있으며 이로부터 궁극적으로 1인 창조기업의 사업성과를 예측할 수 있기 때문에 이러한 심리적인 특성은 1인 창조기업가와 경영전략의 연구에 매우 중요하다. 1인 창조기업가의 심리적 요소로는 가치, 인지모델, 성격 등의 개성요소를 주로 채택하였는데 이장우(1997)는 비전과 목표는 기업의 장기적 경영전략방향을 결정하고 모든 경영전략적 의사결정에 영향을 미치며 분명한 기업의 목적은 기업 구성원들의 흥미와 몰입과 관련이 있다고 하였다. Miller, Ketsde Vries & Toulouse (1982)는 경영자를 성격 특성에 의해 내부경영자(internal manager)와 외부경영자(external manager)로 구분하였다. 내부경영자란 자신감 있고, 적극적이고, 활동적인 행동을 하는 경영자를 그리고 외부경영자란 소극적이고 위험 회피적인 경영자를 의미한다. 이 연구의 목적은 1인 창조기업가의 성격과 경영전략 선택 간에는 관계가 있다는 것을 확인하였는데 위험을 선호하고 통제의 위치가 내재적인 1인 창조기업가는 제품시장의 혁신경영전략을 선호한다고 하였다. 또한 Smith & Miner(1984)는 성장을

지향하는 창업기업가 일수록 위험감수성향이 강하다고 하였다.

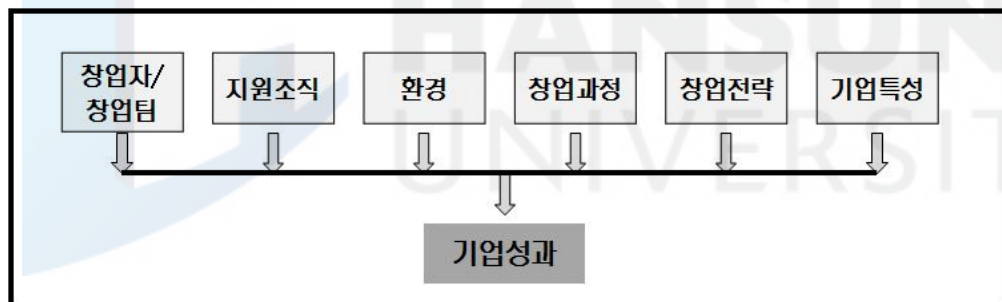
Hambrick(1982)의 연구에 의하면 공격형 경영전략을 추구하는 기업의 창업기업가들은 방어형 경영전략을 추구하는 기업의 창업기업가들 보다 기업가적 환경 탐색 면에서 상당히 큰 관심을 보이고 시간을 많이 투자한다고 하였다.

이와 같이 기업 성과에 관련된 연구의 대부분은 기업가 특성, 환경, 기업조직 특성을 성과에 영향을 미치는 대표적인 요인으로 다루고 있다.

3. 선행연구 및 한계점

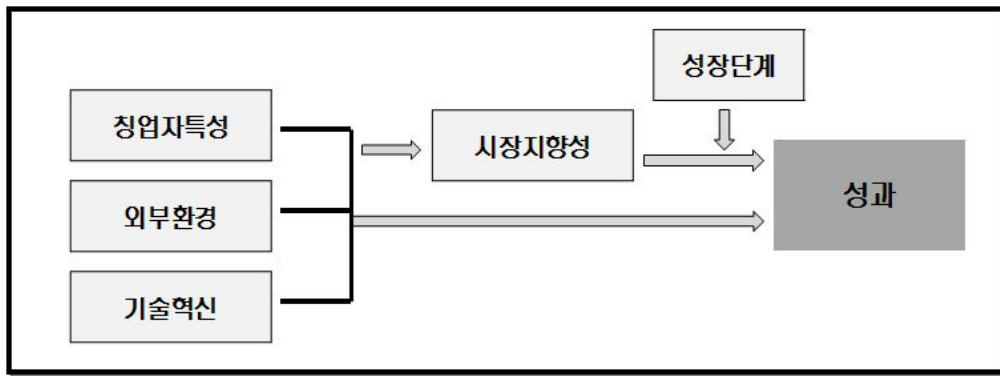
국내 연구자에 의해 수행된 창업기업의 성과모형에 대하여 살펴보면 국외 연구자들의 경우 대부분 개념 모형인 것에 비해 국내 연구자들의 개념모형은 실증분석 모형이 큰 비중을 차지하였다.

먼저 용세중(2003)은 <그림2-3>과 같이 창업팀/창업자, 지원조직, 환경, 창업과정, 창업전략, 기업특성, 창업전략, 기업특성 등으로 구성된 개념모형으로서의 통합적 창업 모형을 제시하고 검증을 위한 실증연구의 필요성을 주장하였다.



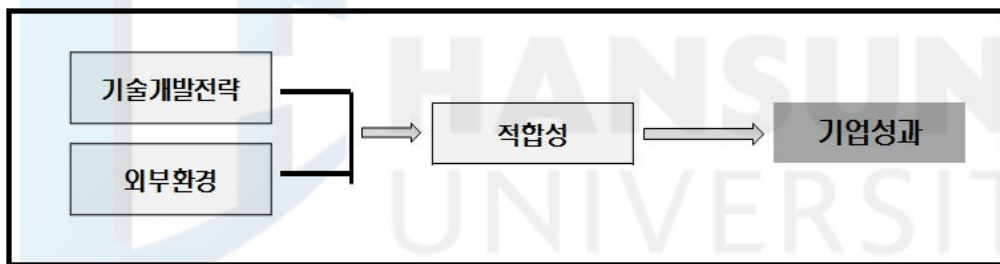
<그림2-3> 통합적 창업 모형(용세중 2003)

이정수(1998)는 <그림2-4>에서와 같이 마케팅 관점에서 창업기업을 평가하는 모형을 제시하고 이를 실증 분석하였다. 이 모형의 시장지향성에 대한 원인변수의 선정에 있어서 이론적 근거가 미흡하여 모형에 있어서 영향요인 및 성과 척도가 다양하지 못하다는 평가를 받고 있다.



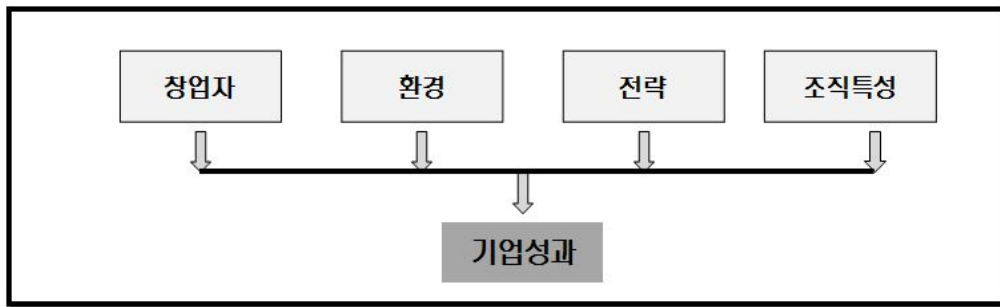
<그림2-4> 마케팅 관점 모형(이정수 1998)

오현목 등(1998)은 신기술기반 정보통신 기업을 대상으로 한 실증분석을 통해 경영전략 수립 시 기술개발 측면에서 경영성과를 극대화 하기위한 기술개발 전략을 제시하였다<그림2-5>. 이 연구는 정보통신기업의 경영행태 및 성과에 영향을 미치는 기능적 요인과 핵심성공요인을 도출했다는 의미는 있지만 성과지표 측면에 있어 객관성이 결여 되었다는 지적을 받고 있다



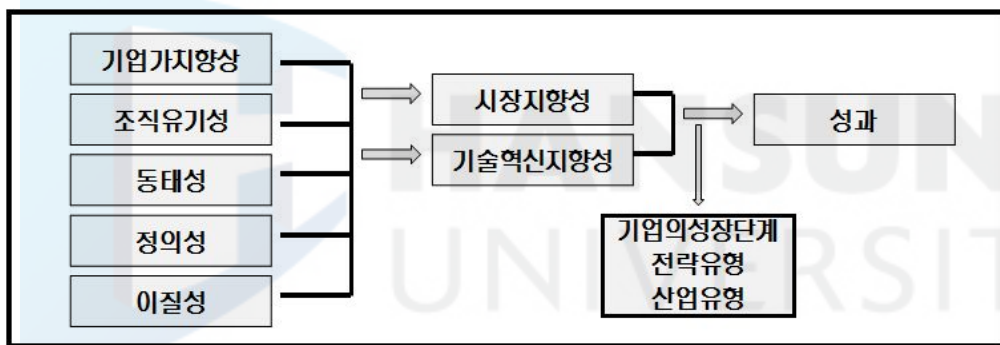
<그림2-5> 기술개발 전략 관점의 기업성과 모형(오현목등 1998)

강상미(2002)는 창업자, 환경, 전략, 조직특성 등을 성장단계에 따른 기업 성과의 주요 영향요인으로 정의하고 이에 대한 실증분석을 실시하였다<그림2-6> . 그러나 이 연구는 성장단계별 영향요인의 분석에 그치고 있어 전체적인 기업성과를 설명하는 모형에는 이르지 못하였다.



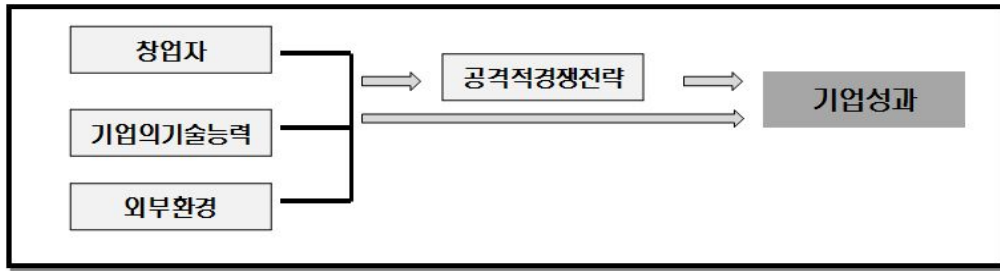
<그림2-6> 실증분석 모형(강상미 2002)

이동주(2002)는 <그림2-5>에서 영향요인 중 시장지향성과 기술혁신지향성에 중점을 두고 기업의 성장단계, 전략유형, 산업유형에 따른 성과 차이를 실증적으로 분석하였다. 이 연구는 특히 창업기업의 기술혁신지향성에 따른 성과차이를 규명하는데 있어서 기여를 하고 있지만 제한적인 범위에서의 횡단적인 연구의 한계를 극복하지 못하였다.



<그림2-7> 시장지향성, 기술혁신지향성 관점 모형(이동주 2002)

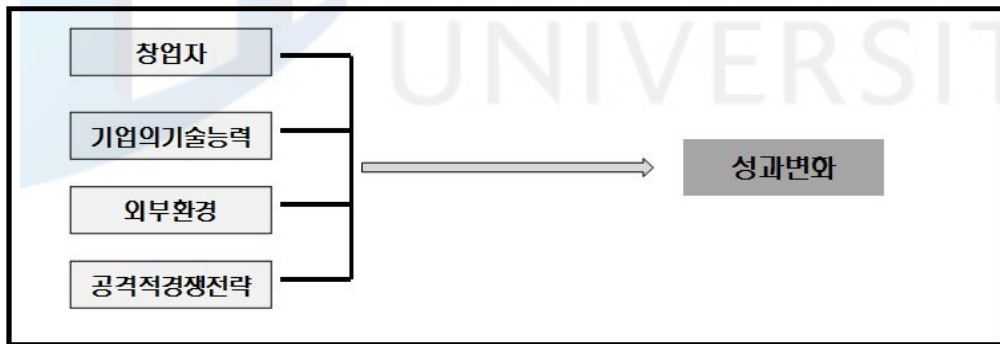
채명수 등(1998)은 <그림2-8>과 같이 창업자 특성, 기업의 기술능력, 외부환경 및 공격적 경영전략을 직접, 간접 영향을 주는 독립변수로, 종속변수인 기업성과를 설명하고 있다 이들은 기업의 경영성과가 단순히 창업자 특성, 기업의 기술능력, 외부환경요인에 의해서 직접적으로 결정되는 않을 것이라는 판단 하에 경쟁전략의 중요성에 초점을 두어 연구를 진행하였다.



<그림2-8> 경영전략 관점 모형(채명수 등 1998)

총 370개의 벤처기업을 대상으로 실증분석을 실시한 결과 기업의 기술능력, 경쟁 정도와 공격적 경영전략이 성과에 직접적인 영향과 창업자 특성(경영능력, 성취의 지)과 시장성장정도가 공격적 경영전략을 통한 간접적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이 연구는 기업유형 및 성장단계에 따른 성과차이를 고려하지 못한 한계점을 가지고 있다.

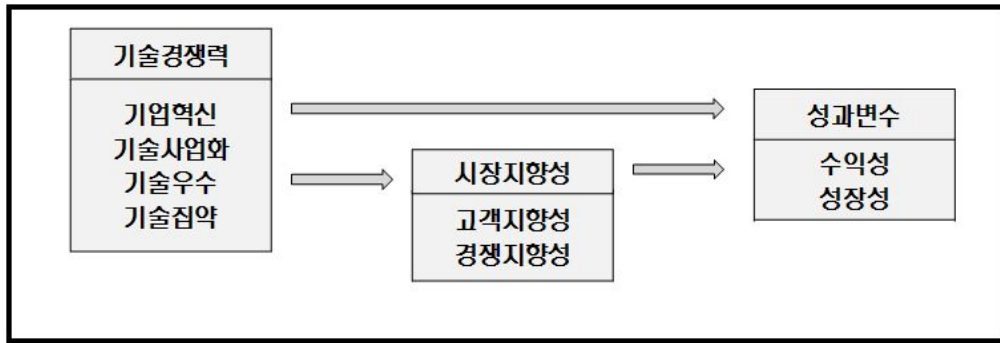
윤석철(2003)은 시장지향성을 매개변수로 하여 기술경쟁력이 시장지향성과 기업성과에 미치는 영향을 실증분석을 통해 규명하였다<그림2-9>. 이 연구는 성과변수에 있어서 다양한 척도를 반영하지 못했으며 표본 대상기업 규모에 있어서 편차가 크고 업종별 특성을 고려하지 못한 한계가 있다.



<그림2-9> 시장지향성 관점 모형(윤석철 2003)

장수덕과 이장우(2003)는IMF 국제금융과 같은 환경적 충격 하에서의 벤처기업의 성과변화를 규명하기위해서 벤처기업의 기업가, 환경, 전략, 조직구조가 경영성과에

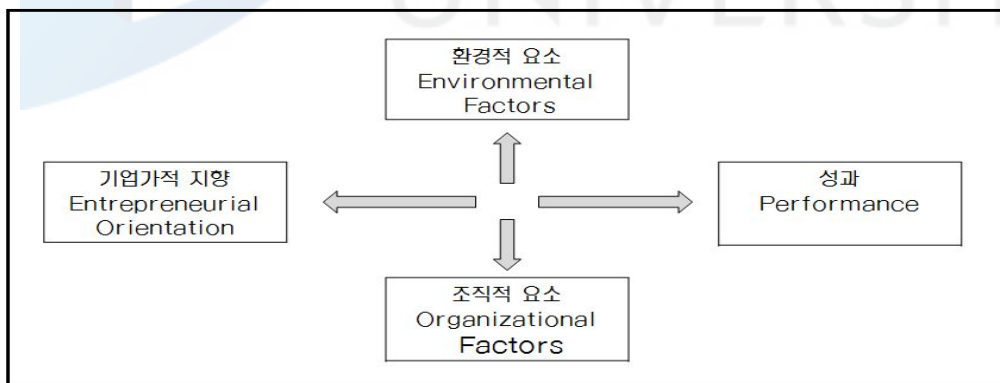
미치는 영향에 관하여 실증연구를 실시하였다<그림2-10>.



<그림2-10> 환경적 충격관점의 성과변화 모형(장수덕과 이장우 :2003)

그리고 국제적 특성이 IMF경제위기와 같은 환경적 충격을 전후하여 어떻게 기업 성과 변화에 영향을 미쳤는지를 4개 유형의 기업군을 대상으로 분석하였다. 창업자의 지식축적 활동, 네트워킹 및 신뢰성, 마케팅 전략의 차별화 및 외부자원 활용전략, 환경적 변화(특히 기술 변화), 와 조직특성(특히 계층화)이 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Lumpkin & Dess(1996)는 그들의 연구논문에서 창업가적 지향(entrepreneurial orientation)이라는 개념을 주장하고, 창업가적 지향과 기업경영성과와의 관계를 설명하기 위한 연구모형을 <그림 2-11>와 같이 제시하였다.



<그림 2-11> Lumpkin & Dess(1996)의 연구모형

창업기업의 경영 성과 모형에 대한 기존 연구에 대한 분류 결과를 정리하면 주로 국내 연구자의 경우 많은 실증 모형들이 제시되어 있으나 이들 모형들은 영향요인 관점에서 몇 개의 요인에 한정하여 분석한 수준에 머물러 있어 경영성과의 통합모형에 대한 실증연구에는 이르지 못한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 강상미(2002)의 통합모형을 1인창조기업의 경영성과의 모형에 대한 이론 모형으로 상정하고 이를 토대로 실증 분석을 실시한다.



제 3 장 연구 모형과 가설 설정

제 1 절 연구모형

본 연구는 1인창조기업들을 대상으로 급변해가고 있는 세계경제 및 기업 환경에 있어서 경쟁력을 창출하여 1인창조기업의 이익 창출과 더 나아가 1인창조기업의 발전을 위해 어떠한 역할을 담당해야 하는가를 제시하고자 하였다

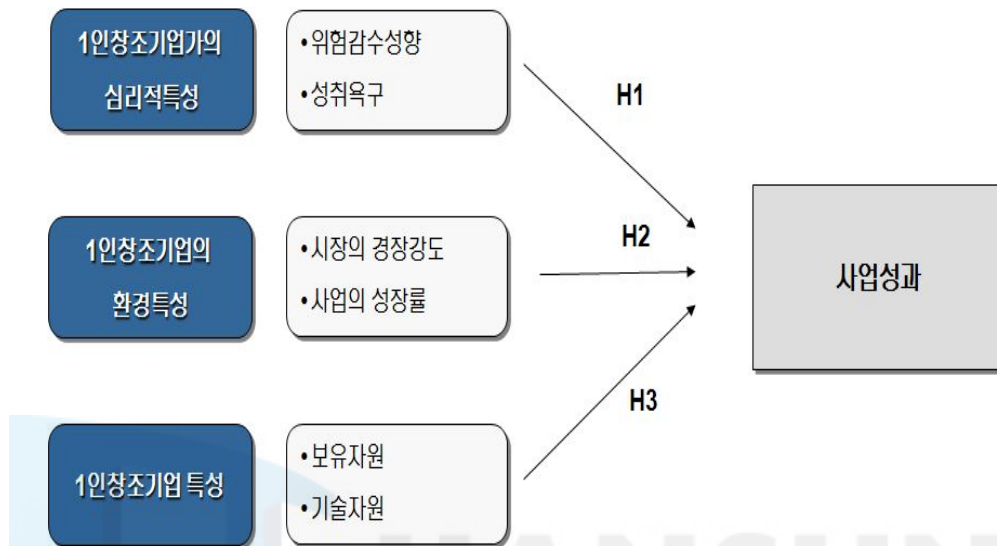
기업의 성공과 그 성공에 영향을 미치는 성공요인 분석에 대한 기존의 연구는 창업기업에서 집중적으로 선행연구가 되어 있는 실정이나 1인 창조기업에 대한 선행연구 자료는 거의 없는 실정이므로 본 연구도 창업 및 관련 비즈니스의 성공과 성과 영향요인을 분석한 뒤에 1인창조기업 분야에서 어떠한 요인이 있어야 사업 성공할 수 있으며 이것을 바탕으로 1인창조기업의 핵심성공 요인에 대한 영향요소를 추출하고자 한다.

성과측정지표는 여러 가지로 분류할 수 있으나 본 연구에서는 1인 창조기업가의 심리적 특성에 관한 변수와 환경특성, 1인 창조기업 특성, 사업성과에 대한 이 연구모형을 제시하고, 연구모형에 포함된 변수들을 정의하고 분석하는데 연구의 초점을 두고 있다.

아울러 연구가설, 설문지 개발과 자료수집의 절차를 설명하고자 한다. 기존 연구를 통해 살펴본 1인창조기업의 사업성과 요인에 대한 모형은 연구자에 따라 다소 차이는 있으나, 대체로 1인 창조기업가의 심리적 특성으로 위험감수성향과 성취욕구, 환경특성, 1인 창조기업 특성으로 보유자원, 기술 자원 등을 독립변수로 하여 종속변수인 경영성과에 미치는 영향을 분석하고 있으며, 관련 변수들이 점점 확대되고 구체화 되어가고 있는 것을 확인할 수 있다. 1인 창조기업 특성 분석은 1인창조기업의 경쟁우위 확보와 생존력 제고를 위한 중요한 요인으로 볼 수 있다.

본 연구에서는 1인 창조기업가 심리적 특성, 환경특성 및 기업특성을 주요 독립변수로 하여 종속변수인 사업성과에 미치는 영향분석을 위한 모형을 설정하였다. 1인창조기업가 심리적 특성 관련 변수들은 Baum(1995), 강상미(2002),조형래(1995), 한상설(1998),이장우(2003), 양희순(2002)등의 연구를 근거로 선택하였다. 또한 환경

및 기업특성과 관련해서는 Lumpkin(1996), Chrisman (1998), Shane & Venkataraman(2000), 오목현 외(2002), 고봉상 외(2003)등의 연구를 근거로 변수들을 선정하였다. 이상의 내용을 근거로 <그림3-1>과 같은 연구모형을 설정하였다. 즉 1인 창조기업가의 심리적 특성과 환경특성, 1인창조기업 특성이 사업성과에 어떤 영향을 미치는가를 알아보고자 하는 것이다.



<그림3-1> 연구모형

제 2 절 가설의 설정

1. 가설 I 의 설정 : 1인창조기업가의 심리적 특성과 사업성과와의 관계

기업가의 심리적 특성에 관한 연구는 오랜 기간 동안 다양한 연구들이 도출되었다. 대표적인 요인들을 살펴보면 성취욕구, 위험감수성 등이 있다. 심리적 특성 요인으로 분류되는 성취 욕구에 대한 연구에서 McClelland(1961) Henry Murray등이 선구자적 역할을 하였으며, 이후 성취 욕구는 기업가의 행동과 많은 관련이 있는 것으로 연구되고 있다. 이러한 심리적 특성은 사업성과에 영향을 미친다는 연구와 영향

을 미치지 않는다는 연구가 다양하게 진행되어 왔다. 따라서 본 연구에서는 성취욕구가 사업성과에 유의한 영향을 미친다는 연구(Smith & Miner, 1993; Sexton & Bowman, 1985; Amit et al, 1993; 조형래, 1995; 정성환과 김해룡, 2001)와 위험감수성향이 사업성과에 유의한 영향을 미친다는 연구(Smith & Miner, 1993; Sexton & Bowman, 1985; Begley & Boyd, 1987)를 기반으로 하였다

위험감수성은 더 낮거나 더 높은 예측 가능한 수익률을 가진 낮은 위험의 프로젝트보다는 높은 위험의 프로젝트를 선호하는 경향으로 용기 있게 그리고 적극적으로 기회를 추구하고자 하는 의욕을 말한다(김종관, 1994). 이러한 정의는 최고경영자들 수익의 창출을 위해 행동하고, 위험을 가정하는 감수력과 예견력을 가진 사람으로 보며, 이러한 관점은 많은 학자들의 지지를 받고 있다. 이후 행동과학자들을 중심으로 다양한 연구들이 위험감수성을 기업가정신의 중요한 속성으로 인정하고 이론적, 실증적 연구를 시도하고 있다.

위험감수성향에 관한 연구로는 Begley & Boyd(1987)가 있는데 그에 따르면 밝힌 위험감수성향이 높은 기업가가 더 높은 재무적인 성과를 달성한다고 주장하였다. 하지만 다른 연구에서는 위험감수성향과 기업 성과 간에 일관된 관련성을 찾지 못한 것도 있다(Baum, 1994)는 문헌도 발표된 바 있다.

특히 최근에는 능력이 뛰어난 기업가들은 적절한 위험관리를 통해 다른 이들이 매우 위험하고 생각하는 것을 그렇지 않게 지각할 수 있다는 것으로 설명하기도 하였다(Amit et al, 1993). 실제 최근에 많은 연구들에서 기업가는 매우 높은 위험감수성향을 갖고 있다기보다는 적절한 수준의 위험감수성향을 가진 경우가 많았다. 또한 성공한 기업가는 위험에 대한 철저한 분석과 계산을 통해 실제 위험을 높게 지각하지 않는 경우가 많다고 하는 연구결과도 있다(이장우, 1997). Gasse(1982)에 의하면 창업자는 불확실성을 심각한 위험으로서 보다 흥미 있는 자극으로 받아들이는 것으로 나타났다.

McClelland(1961)가 성취 욕구에 대하여 처음으로 연구한 이후로 기업가의 행동과 관련하여 많은 연구가 있어왔다. 기업가의 성취욕구는 기존의 안정된 직장 근무환경을 떠나 위험부담을 안고 새로운 것에 도전하는 강한 욕구를 말한다. 이러한 성취 욕구에 의하여 기업성장과 혁신 등에 동기부여가 된다. 따라서 기업가의 높은 성취 욕구와 이와 관련된 역량은 자신뿐 아니라 조직구성원, 더 나아가 사업성과에 강한

영향을 미치게 된다.

이런 선행연구 문헌을 바탕으로 기업가의 심리적 특성과 사업성과와의 관련성에 관한 연구는 성취욕구, 위험감수성향 등이 주요한 변수로 연구되고 있어 본 연구에서는 이를 연구의 가설 등에 근거하여 1인 창조기업이라는 특수한 기업의 기업가의 심리적 특성과 사업성과 사이의 인과관계를 분석하기 위하여 다음과 같이 가설 H1을 설정하였다.

H 1. 1인창조기업가의 심리적 특성은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다

H 1-1) 1인창조기업가의 위험감수성향은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H 1-2) 1인창조기업가의 성취욕구는 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 가설 II의 설정 : 1인창조기업의 환경과 사업성과와의 관계

Covin과 Slocin(1989)은 일반적으로 중소기업의 성패와 성과에 가장 큰 위협으로 작용하는 환경 차원을 절대성이라고 보았는데, 이러한 환경 적대성은 대기업에도 영향을 끼치지만, 기업의 제한된 자원과 잘못된 경영의사결정의 결과를 잘 처리할 수 있는 능력의 부족으로 인해 소규모회사에게 더 큰 위협이 된다고 하였다.

Sandberg와 Hofer(1987)의 연구에 의하면 각 산업마다 서로 다른 특성(산업구조, 시장의 안정성 및 성장단계, 진입장벽 유무)을 가지고 있고, 이러한 사업 특성이 창업기업의 성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 연구결과 산업 제품의 이질성이 높을수록 성공적이고, 산업성장률이 높을 때 성과가 높으며, 산업 내 불균형이 존재하고, 선발로 진입할수록 성과가 높다는 것을 실증적으로 입증하였다.

Roure and Keeley(1990)는 5년 후의 예측된 시장점유율, 주식의 지분, 창업가들의 보유 지분율, 경쟁자의 수로 설명되는 경쟁강도와 개개인의 구매능력이 낮은 다수의 고객에게 제품을 서비스하는지, 소수의 대형고객에게 서비스하는지를 나타내는 고객 집중도를 이용하여 환경이 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 연구결과 경쟁강도는 성과에 특별한 영향을 끼치지 못하는 것으로 나타났고, 고객집중도는 성과와 역-U

자형(inverted-U shape)관계를 나타냈다.

Porter(1980)는 진입하기가 가장 좋은 표적(target)은 불균형 상태에 있는 산업, 즉 새로운 산업이나, 진입장벽이 높아지고 있는 산업, 정보의 확산이 빠르지 않은 산업과 기존기업의 보복정도가 낮을 것 같은 산업이라고 주장하였고, Sandberg(1986)는 창업기회는 수요가 급증하고, 제품들이 차별화 되어 있고, 산업경쟁이 비집중화 되어 있는 산업에서 많이 발생한다고 주장하였다.

Mcdougall, Robinson과 Denisi(1992)는 창업기업의 성과에 영향을 미치는 산업구조로 진입장벽의 높이를 선택하였는데, 이러한 진입장벽의 높이는 산업의 구조적장벽과 기존업체의 대응에 의해 결정되는 것이다. 구조적 진입장벽은 규모의 경제, 제품차별화, 자본요구도, 교체비용, 유통채널에의 접근 난이도, 정부정책 등이고, 기존기업의 보복가능성은 낮은 성장률과 일용품과 같은 형태의 제품시장, 높은 고정비와 집중도를 가진 사업에서 크게 나타난다.

국내 연구로는 박민규(1992)는 기술 집약 산업의 성과에 영향을 주는 환경요인으로 산업 내 경쟁상황과 수요 외에 기술적 특성과 정부의 영향이라는 요소를 추가하여 살펴보았고, 김홍경(1990)이 창업기업의 성과에 영향을 주는 환경요인으로 초기제품의 시장수요, 경쟁정도, 원자재 의존정도 등을 주요 요인으로 제시하였다. 그리고 이성훈(1997)은 경쟁강도, 사업성장률, 불확실성, 적대성 등의 요인을 제시하였으며, 백경래(1996)는 창업기업의 성과결정 요인으로 경쟁강도, 사업성장률을 살펴보았고, 한상철(1998)은 경쟁강도, 사업성장률, 진입장벽, 산업집중을 성과에 영향을 미치는 요인으로 제시하였다.

이러한 기존 연구들을 살펴볼 때, 국내의 1인창조기업의 환경특성 요소로 고려되어야 할 것을 시장의 경쟁 환경과 사업의 성장률이라고 정리될 수 있다. 따라서 본 연구에서는 1인 창조기업이 성과를 창출하고 생존할 수 있는 시장조건에 대한 환경요인으로 경쟁강도와 사업성장률로 보고, 이들 환경요인은 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 가설 H2를 설정하였다.

H 2. 환경은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H 2-1) 시장의 경쟁강도는 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H 2-2) 사업 성장률은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 가설 III의 설정 : 1인창조기업의 특성과 사업성과의 관계

1인 창조기업에 있어서 활용가능 자원은 기존기업에 비해 매우 열악하고 부족하여 경쟁관계에서 항상 어려움을 겪고 있다. 창업기업의 선행연구 자료들을 살펴보면, 기업특성은 경영성과의 중요한 요인으로 밝혀졌다(Venkataraman, 2000; 오목현, 2002). 연구자들은 창업기업의 보유자원, 기술자원 등의 특성을 밝히고 이러한 특성이 창업기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지를 연구했다. 그러나 자원과 관련해서는 어떤 기업특성이 창업기업의 경영성과에 영향을 미치는가는 연구자에 따라 다른 결과를 보여주고 있다.

Baum(1995)은 창업기업 창업가들과 인터뷰를 통해서 반드시 어떤 특정한 구조적 특성이 창업기업의 성장에 긍정적인 영향을 미친다고 할 수 없다고 결론지었다. 국내의 기존연구에서 밝혀진 창업기업의 자원특성을 살펴보면, 창업기업은, 작은 계층구조와 분권화된 의사결정구조를 가짐으로서 신속한 의사결정을 이루는 것으로 나타났다(장수덕, 이장우, 1998). 대기업에 비해 절대적으로 자원이 부족한 창업기업에 있어서 인적자원의 잠재력을 최대한 활용한다는 것은 창업기업의 성공과 직결된다고 할 수 있다. 창업기업과 같은 소기업은 회사에 대해 자부심을 느끼고 스스로 중요한 인물이라고 느끼도록 형성된 조직 문화가 다른 대기업과 직접 경쟁할 수 있는 창업기업 특유의 강점이라 했다(Cooper et al., 1986). 또한 창업기업에 있어서 창업자금의 공급과 유입은 창업기업의 생존이나 성과에 매우 중요한 역할을 한다(Bruno & Tyebjee, 1985; Timmons & Bygrave, 1986). 대부분의 창업기업의 창업가나 창업멤버들은 기술과 아이디어를 근거로 사업을 시작하기 때문에 자원조달문제가 무엇보다도 중요하다. Bruno & Tyebjee(1985)는 179개의 창업기업을 대상으로 한 연구에서 자금지원을 받지 못한 기업에 비해 자금지원을 받은 기업이 보다 높은 성장성이 나타난다고 하였다. 이러한 연구결과들을 보면, 창업자금의 적절한 조달과 유입에 관련된 능력은 창업기업의 성과에 정(+)의 영향을 미친다고 할 수 있을 것이다. 창업기업은 신규기술 또는 첨단기술과 관련하여 우수한 기술능력의 확보는 기업이 경쟁우위를 달성하고 유지하는데 있어서 핵심적인 역할을 담당한다. 이러한 기술의 중요성은 성공한 창업기업과 실패한 창업기업에 대해서도 그 특성을 분석한 연구에서도 지지되었다(MacMillan, Zeman & Subba Narasimaha, 1987). 즉 우수한 기술력의 확

보는 창업기업의 성장이나 수익과 직결되는 것이라 할 수 있다. 이러한 우수한 기술과 관련해서 특허는 기술경쟁의 유력한 수단으로 기업들 간에 특허전쟁이라고 불릴 정도로 주도권을 둘러싼 경쟁이 격화되고 있다(Mulder & Vergragt, 1991). 따라서 창업기업에 있어서 중요한 기술에 대한 기술특허 보유는 매우 중요한 요인으로 판단된다.

또한 대부분의 창업기업 제품은 첨단기술과 관련이 있기 때문에 고객과의 지식격차가 있을 수 있다. 즉, 새로운 기술이 부가된 제품은 소비자 입장에서는 그 제품의 효용성을 이해하는데 어려움에 직면할 수도 있다. 따라서 창업기업은 소비자와의 관계에서 기술마케팅 능력은 중요한 성과요인으로 판단된다.

선행연구의 결과를 정리하며 사업성과에 영향을 미치는 1인창조기업의 특성 요인은 1인 창조기업이 보유하고 있는 자원 즉 사업수행의 역량, 마케팅지향성, 신기술 개발활동, 자금조달능력 등, 기술자원의 요인으로, 기술개발협력과 연구개발투자, 지적재산권 그리고 기술개발실적으로 정리될 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 선행연구 결과들의 내용을 근거로 이들 1인 창조기업 특성 요인은 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 전제하여 가설 H3를 설정하였다.

H 3. 1인창조기업특성은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H 3-1) 보유자원은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H 3-2) 기술자원은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 연구방법

본 연구를 위해 수집된 자료는 통계패키지 SPSS 15.0을 사용하여 분석하였으며, 본 연구에서 사용된 자료 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상 1인창조기업의 인구통계학적 특성들에 대해서는 빈도분석과 백분율을 사용하였다.

둘째, 복수의 문항으로 구성된 측정도구의 타당도는 요인분석(Factor Analysis)방

법을 사용하여 평가하였으며, 측정도구의 신뢰도는 크롬바 알파계수를 이용하였다.

셋째, 복수의 문항으로 구성된 측정도구의 타당도 및 신뢰도 검증과 더불어 이 측정 도구들의 평균과 표준편차를 산출하였다.

넷째, 분석에 포함된 이론적 변수들 간의 관계는 Pearson Correlation을 산출하여 분석하였다.

다섯째, 가설검증을 위해서 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)방법을 사용하였다.

제 4 절 변수의 조작적 정의

조작적 정의는 측정에 우선하여 정의된 개념적 정의를 보다 구체적인 형태로 표현하는 과정인데, 이는 실증검증에 전제되는 측정 가능성과 직결된 정의이다. 이처럼 측정 가능성과 관련된 조작적 정의가 중요한 이유는 사회과학 분야에서는 관찰이 불가능한 개념들을 많이 다루기 때문이다(채서일,1996).

일반적으로 실증 연구를 위해서는 현상에 대한 계량적인 측정이 요구되며, 이러한 측정을 통해서만이 현상 속에 내재해 있는 특정 변수의 상태와 변수들 사이의 관계를 분석 할수 있다. 이를 위해 측정에 앞서 개념적 정의가 내려질 필요가 있다.

개념적 정의는 측정 하고자 하는 속성을 명확히 한 것으로, 측정을 위해 사전에 개념적 정의를 명확히 하지 않으면 측정하려고 하는 개념을 측정하지 못하고 잘못된 개념을 측정하게 되는 오류를 범하게 된 다는데 그 중요한 의의를 갖는다

본 연구에 사용된 변수는 문헌 연구 및 실무에서 사용되어지는 문항을 토대로 하였으며, Likert 5점 척도를 측정되었다. 각 측정항목은 첫째, 설문 대상자인 1인창조기업이 보유하고 있는 위험감수 성향, 성취역량 둘째, 설문 대상자인 1인창조기업의 환경으로 시장경쟁강도, 사업성장률에 대한 질문 셋째, 1인창조기업의 보유자원, 기술자원 등 모두 3개의 항목으로 구성되어 있다. 그리고 마지막으로 설문에 응해 1인창조기업에 대한 일반적인 현황을 질문하였다.

실증연구를 위해서는 현상에 대한 계량적인 측정이 요구되며 이러한 측정을 통해서 현상 속에 내재되어 있는 특정변수의 상태와 변수들 간의 관계를 분석할 수 있

다. 따라서 본 연구에서 사용되는 주요 용어들이 다양한 의미를 포함하고 있을 뿐만 아니라 연구목적에 따라서도 학자들마다 다르게 정의하고 있기 때문에 여기에서도 본 연구목적에 맞도록 기존의 정의된 개념들을 보다 구체적으로 정의를 하였다.

1. 1인창조기업가의 심리적 특성

기업가의 심리적 특성에 관해서는 오랜 기간 동안 매우 다양한 요인들이 도출되었다. 대표적인 요인들을 살펴보면 성취욕구, 위험 감수성, 모호함에 대한 인내, 등이 있다.

본 연구에서는 심리적 특성을 성취욕구와 위험감수성향으로 파악했다. 본 연구에서는 이들 요인을 중심으로 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 한다. 기업가의 성취 욕구는 기업가 특성 관련 연구 중 가장 지배적인 이론으로 ‘성취욕구’는 어떤 일을 이루고자 하는 욕구의 정도를 의미하는 것으로 HenryMurray(1938)에 의해 처음으로 정의되었다. 이후 McClelland, D.C.(1965)는 성취욕구가 높은 기업가는 일반적으로 의사결정에 책임을 지는 것을 선호하며, 스스로의 노력을 통해 목표를 달성하려고 하고, 그 결과에 대해 피드백의 욕구를 가진다고 했다(Amit et al.,(1993). 또한 높은 성취 욕구를 가진 개인이 창업과 경제발전에 핵심적인 역할을 한다고 하였다(조형래,1995;장수덕,2000). 위험감수성향(risk- taking propensity)이란 위험에 대해 두려워하지 않고 위험을 편안히 받아들이며 오히려 흥미 있는 자극으로 받아들이는 것이다. Slevin & Covin(1989)은 낮은 위험의 프로젝트보다 높은 위험의 프로젝트를 선호하는 경향으로 적극적으로 기회를 모색하고 추구하고자 하는 것으로 혁신성을 연계하여 위험감수성향을 정의하였다.

1) 위험감수성향

위험감수성향이란 급변하는 환경을 선호하거나 또는 모험적이고 도전적인 성향이 나 어떤 위험에 대하여 기꺼이 감수하려는 심리적인 성향을 의미는 것으로 위험감수성향은 특히 신규 사업의 설립과 운영에 관련된 창업가적 과정에 내재하고 있는

특성으로 창업가의 중요한 심리적 특성 중의 하나이다. 행동과학자들은 위험감수성향을 불확실한 기업환경 속에서 창업가들의 행동방향을 설정해주는 중요한 요인으로써 위험을 감수하려는 의지라고 주장한다. 위험감수성향을 측정하는 요인으로써 위험과 수익성이 있는 사업의 선호, 과감한 행동의 선택, 불확실한 상황에 과감한 대처 등을 의미하는 것으로써 Boone & Brabander(1997)의 연구를 기초로 5개 항목으로 측정하였다.

2) 성취욕구

성취 욕구란 어떤 일을 성취하고 달성하고자 하는 심리적 욕구의 정도이며 어떤 것들을 달성하고자 하는 의욕, 물질적 사물, 인간, 또는 아이디어에 정통하고 이들을 조직하며 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 기초로 6개 문항으로 측정하였다

2. 1인창조기업의 환경특성

경쟁에 있어서 시장에서 경쟁이 치열할수록 소비자의 선택의 폭은 넓어지게 되어 기업은 소비자의 욕구와 선호에 민감하게 반응하게 된다. 그러나 시장이 독과점 상태일 경우에는 변화하는 고객의 선호에 맞추기 위하여 별도로 제품이나 서비스 전략을 수정해나갈 필요가 줄어들게 된다. 즉, 경쟁적인 환경에 있는 기업은 덜 경쟁적인 기업에 비하여 더욱 시장 지향적이 된다. 그러나 김준환(1994)과 Jaworski and Kohli(1993), Slater and Narver(1994)의 연구에서는 경쟁강도가 시장 지향성과 성과와의 관계에 유의적인 상호작용을 하지 않음을 발견하였다. 권영철(1994)는 한국수출기업을 대상으로 연구한 결과 경쟁상태가 높을 때 보다 낮을 때 시장지향성이 수출성과에 미치는 영향력이 큰 것으로 나타났다.

본 연구에서는 1인창조기업이 직면한 환경에 대해서 경쟁강도와 사업성장률로 측정하였다. 시장의 경쟁강도는 유사한 사업내의 경쟁강도를 말하는 것으로서, Bowman과 Gatignon(1995)의 3항목을, Mcdougall(1994)등의 측정도구를 수정. 보완하여 3항목으로 사용하였다. 예를 들면 해당사업의 경쟁자수, 경쟁치열 정도로 Likert 5점 척도를 사용하였다.

사업성장률의 경우는 1인 창조기업이 속한 각각의 사업을 파악하여 객관적인 성장률 지표를 이용하는 것이 가장 바람직하나, 1인 창조기업이 속한 사업들이 매우 다양하고, 각 사업성장률에 대한 객관적 자료를 확보하기가 곤란하여, 1인 창조기업에게 직접 묻는 방법을 사용하였다. 사업성장률은 현재 관련 산업의 성장률을 말하는 것으로 1인창조기업이 속한 산업이 높은 성장률을 보이는 추세인지 낮은 산업 성장률을 보이는 산업분야인지에 대한 변수로 측정 하였다.

3. 1인창조기업 특성

기본의 연구들을 살펴보면 1인 창조기업 특성이라고 할 수 있는 1인창조기업의 보유자원과 기술특성 등은 사업성과의 중요한 요인으로 밝혀졌다(Venkataraman, 2000; 오목현, 2002). 연구자들은 1인창조기업의 조직구성, 조직문화 등의 특성을 밝히고 이러한 특성이 1인창조기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지를 연구했다. 그러나 조직과 관련해서는 어떤 조직특성이 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는가는 연구자에 따라 다른 결과를 보여주고 있다 조직이 보유하고 있는 기술자원의 경우 기업은 신규기술 또는 첨단기술과 관련하여 우수한 기술능력의 확보는 기업이 경쟁우위를 달성하고 유지하는데 있어서 핵심적인 역할을 담당한다. 이러한 기술의 중요성은 성공한 창업기업과 실패한 창업기업을 대상으로 그 특성을 분석한 연구에서도 지지되었다(MacMillan, Zeman & SubbaNarasimaha, 1987). 즉, 우수한 기술력의 확보는 1인창조기업의 성장이나 수익과 직결되는 것이라 할 수 있다. 이러한 우수한 기술과 관련해서 특허는 기술경쟁의 유력한 수단으로 기업들 간에 특허전쟁이라고 불릴 정도로 주도권을 둘러싼 경쟁이 격화되고 있다.(Mulder & Vergragt, 1991) 따라서 1인 창조기업에 있어서 중요한 기술에 대한 기술특허 보유는 매우 중요한 요

인으로 판단된다. 이에 따라 본 연구에서는 이러한 1인 창조기업 특성을 측정하기 위하여 1인창조기업의 보유자원과 기술자원으로 나누어 측정 하였다

4. 사업성과

기업의 성과를 측정하기 위한 자료들은 다양 하지만, 1인 창조기업들은 창업 후 사업 활동에 많은 변화를 보임으로써 그 성과를 측정하는 데는 어려움이 있다. 본 연구에서는 1인창조기업의 사업성과를 측정하기 위해 재무적 성과뿐만 아니라 비재무적 성과를 측정하여 이들 성과에 미치는 요인들을 분석하였다.

Murphy 등(1996)에 따르면, 기업의 재무적 성과를 측정하는데 있어서 ROI, SGR, ROS, ROA 전년대비 매출액증가, 순이익, 매출액, 현금흐름 수준, 시장점유율 등이 자주 사용되었으나, 본 연구에서는 1인창조기업의 성과는 단일항목으로 측정하기는 어려우며 종합적으로 고려하여야 하는데, 재무적인 지표는 성장단계 이후에 적절하지만 초창기 단계에서 주관적인 지표가 재무적인 지표에서 나타나지 않은 측정요인을 보충하여 주기도 한다. 또한 조사대상 1인 창조기업이 초기단계의 사업자 등록기업과 사업자 미등록 1인 창조기업이 상당수 포함되었기 때문에 이들을 기초하여 재무적 성과 척도를 개발하였으며, 이들 문항은 전년대비 매출액증가율, 시장점유율, 투자 수익율로 측정하였다.

1인창조기업의 만족도는 개인이 사업에서 나타나는 전반적인 정서를 의미하는 것으로 사업에 대한 개인의 태도로서 1인 창조기업에 대해 얼마나 만족하고 있는지를 측정하기 위한 척도로 사용되었다. 본 연구에서는 사업성과를 1인창조기업의 주관적인 지표를 사용하였다.

다음의 [표 3-1]는 창업기업 성과 영향 요인에 관련된 연구를 정리한 것이다.

[표 3-1] 1인창조기업 사업성과 영향요인

연구자	기업성과영향요인			조직적 정의
	기업가 특성	환경	기업 특성	
Roure & Maidique(1986)	○	○	○	창업 이전 관련 분야에서 광범위한 경험, 예상 시장 점유율, 경쟁 강도, 기술 개발 계획
Stuart & Abetti(1987)	○	○	○	창업팀의 경험, 제품 수명 주기, 연구 개발 집중도, 마케팅 전략, 유기적 조직
Keeley(1990)		○	○	시장 기회 포착, 고객 집중도, 초기 자금 확보, 핵심 인력 충원, 리더십, 관리 체계
Covin & Slevin(1990)	○	○		창업 경험, 전략적 자세
Baum(1995)	○	○	○	기업가의 남다른 자질, 비전, 창업 동기, 마케팅, 차별화 전략, 혁신 중점화 제품 전략, 경쟁 상황
조형래(1994)	○			성취 욕구, 위험 감수 성향, 발전 가능성 인식, 업무 관련 지식
이장우와 장수덕(1999)	○	○	○	기업가 학력, 경험, 성취 욕구, 적대적 환경, 기술 혁신 차별화 전략, 자금 동원력, 기술 능력
한정화.(1998)	○	○		고학력, 위험 감수 성향, 도전 정신, 기술개발 능력, 경영 방식, 틈새시장, 시장 진입전략, 저가 전략
최만기, 신진교, 남준호(2000)				사업 분야에 대한 기업가의 지식, 경험, 핵심 역량 개발, 성장 산업, 경영 방식, 생산 전략
김영배와하성욱 (2000)	○	○		진입 전략, 고객 밀착 마케팅, 해외 시장개척, 고성장성 국내 시장, 선진 기술 도입
장수덕(2001)	○	○	○	신뢰성, 네트워킹 활동, 고객 요구 파악, 경쟁 강도, 원가 우위 전략, 브랜드 이미지, 연구 개발 투자, 직무 자율성, 분권화
김경식(2005)	○	○		성취 역량, 창의성, 네트워킹 활동, 기술 관련 전문 지식, 비전, 시장 정보 수집, 고객 욕구 파악

출처 : 연구자 정리

제 5 절 표본의 선정 및 자료수집

본 연구는 1인 창조기업을 대상으로 하여 1인 창조기업가 심리적 특성, 환경, 기

업특성이 경영성과에 미치는 영향을 규명하는데 그 목적을 두고 있다.

본 연구에서 이용한 설문은 앞서 말한 변수의 조작적 정의 및 측정방법에 따라 추출한 1인창조기업의 사업성과 영향요인 3가지 범주와 사업성과 범주, 일반현황 9가지 부류로 구분하고자 한다. 설문항목은 선행연구에서 검토되어진 것으로서 신뢰성이나 타당성이 검증된 사항을 선별적으로 본 연구목적에 맞도록 일부 수정 보완하여 설문 응답자가 설문의 목적 및 내용을 충분히 이해하고 설문 문항의 의미에 맞는 응답을 하여야 연구의 목적을 달성할 수 있다. 가설에 의한 설문의 구성은 설문 응답자가 제대로 응답하여 측정 및 가설 검증에 따른 오차를 줄이기 위해 사전조사(pre-test)를 통해서 설문의 항목을 설계 하였으며, 따라서 본 연구를 수행하는데 적합한 문항을 최종적으로 확정하였다.

첫째 부류는 1인 창조기업가의 심리적 특성에 관한 질문으로 위험감수 성향에 대해서는 6문항, 성취 욕구에 대해서는 5문항으로 구성하고자 하며 평가에 사용된 척도는 Likert 평가척도를 이용하였으며 “전혀 그렇지 않다 , “그렇지 않다 , “보통이다 , “그렇다 , “매우 그렇다 의 5점 척도를 사용하였다.

둘째 부류는 환경 특성에 관한 질문으로, 환경특성을 측정하기 위해 시장의 경쟁강도는 6문항, 사업 성장률은 6문항을 발취하여 구성되어 있다.

셋째 부류는 사업성과에 관한 질문으로 1인창조기업의 사업성과를 측정하기 위해 주관적 성과를 측정위해 5문항을 사용하였다.

넷째 부류는 추가분석으로 1인창조기업의 일반현황에 관한 질문으로 성별, 연령, 학력, 업종, 기업형태, 수익 등 10개 문항으로 구성되었다.

본 연구는 1인 창조기업을 대상으로 하여 1인 창조기업가 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향요인을 분석하는데 그 목적을 두고 있다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 선행연구를 고찰하여 사업성과의 영향요인으로 구분된 1인창조기업가 특성 중 심리적 특성, 환경, 1인창조기업 특성, 사업성과를 측정할 수 있는 항목으로 설문조사를 실시하였다. 이와 같이 진행된 설문지는 20010년 6월5일부터 10월4일까지 배포와 수집을 병행하였다. 설문지는 무기명으로 답하도록 요청하였고, 조사 자료는 통계법 제8조에 의거하여 연구목적 이외의 다른 어떤 목적으로 절대 사용치 않을 것이며, 1인창조기업 및 응답자의 비밀은 철저히 보장하였다. 본 연구는 기본적으로 1인 창조기업 비즈니스센터에 등록 및 회원 등록되어 있는 사업자 등록 + 미등록

사업자를 대상으로 조사 대상 업종은 창조 업종으로 대분류 기준 제조업 일부, 출판/영상/방송통신서비스, 전문/과학/기술서비스업, 예술/스포츠 서비스업, 기타 사업지원 서비스업, 5개 업종으로 연구하였으며, 이를 위해 2009년 8월 중소기업청으로 지정받은 서울시 금천구에 위치한 한성케이에스콘(주) 1인창조기업 비즈니스센터에 등록해 있는 1인창조기업과 1인 창조기업 비즈니스센터에 회원으로 등록한 1인 창조기업을 대상으로 한 조사로 본 연구를 위해서 필요한 자료 수집은 1인 창조기업에 속한 창업자들을 대상으로, e-mail을 이용한 전자 설문조사방법을 사용하였다. e-mail을 이용한 전자 설문의 방법은 신속하게 응답의 현황을 파악 할 수 있다는 장점은 있었으나 e-mail의 특성상 응답율이 저조하였다. 1차로 600개 1인창조기업을 선정하여 직접 및 e-mail을 통하여 실시하였다. 그러나 2개월에 걸친 수집기간동안 총 83부(회수율13.8%)의 매우 저조한 회수율을 보였기 때문에 설문지를 e-mail을 통하여 조사로 실시하는 것은 사실상 불가능하다고 판단하였다. 설문지 응답률을 높이기 위하여 2차로 수도권 지역의 10곳의 1인창조기업 비즈니스센터를 활용하는 1인 창조기업을 대상으로 하였다. 수도권을 중심으로 920개 1인창조기업에 배포하였으며, 그중 98부가 회수되었다. 그 결과 성실한 표본 176개를 수집하였고, 그것을 대상으로 분석하였다.

[표 3-2] 설문문항 구성

변 수	측정문항	문항수	척도
1인창조기업가 심리적 특성	위험감수성향	6	Likert 5점 척도
	성취욕구	5	
환경특성	시장의 경쟁강도	6	Likert 5점 척도
	사업성장률	6	
1인창조기업 특성	보유자원	5	Likert 5점 척도
	기술자원	4	
1인창조기업 일련적특성	사업성과	5	Likert 5점 척도
	성공요인	7	
	일반사항	10	명목척도
총 4개 영역	9개 세부영역	54문항	

[표 3-3] 표본회수 집계 현황

구 분	개 수	비 율
1. 회 수	176 부	11.58%
2. 자료부실	8 부	0.53%
3. 응답거부	1336 부	87.89%
합 계	1520 부	100

위의 설문 문항 및 본 연구가 추구하는 연구 가설의 정확한 검증을 위해 측정 변수에 대한 조작적 정의를 통해 구체적이고 명확한 실증 분석이 이뤄지도록 하였다. 독립변수인 1인창조기업의 내적인 특성으로 정의하였으며, 첫 번째 측정변수인 위험 감수성은 기업이 새로운 사업 성공의 확신이 없을지라도 과감하게 행동해서 기꺼이 새로운 사업기회를 포착하는 능력을 의미한다(Dess et al. 2005). 이러한 위험은 다양한 자원할당 의사결정을 반영하며 극단적이고 통제 불가능한 위험이 아닌 적합하고 계산된 위험을 의미한다(Morris et al.). 두 번째 측정변수인 1인창조기업가의 성취역량이란 어떤 일을 달성하고자 하는 심리적 욕구를 의미한다. 이 변수의 측정은 조형래(1995)의 연구를 활용한 Likert 5점 척도로 측정하였다. 마지막으로 종속변수인 사업 성과는 기업의 경영규모나 기업 활동의 성과가 얼마나 증가했는지를 금년과 작년 혹은 과거의 몇 해 경우를 비교해서 나타내는 지표이다. 본 연구에서는 기업 성과를 측정하기 위하여 Begley & Boyd(1987), Zahra(1991)등이 제안한 설문문항을 이용하여 기업가가 지각한 사업성과를 측정하였다.

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS 15.0(ver.)을 이용하여 분석 하였으며 빈도분석, Cronbach's 계수를 이용한 신뢰도 분석과 요인분석 t-test분석과 일원배치 분산분석(ANOVA), Scheffe의 사후검증분석 Pearson의 상관관계분석 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis) 을 사용하였다.

첫째, 조사대상 1인 창조기업가의 일반적 특성을 파악하기 위해서 빈도분석을 사용하였다.

둘째, 1인 창조기업가의 심리적 특성, 환경특성, 1인 창조기업특성의 신뢰도와 타

당도를 파악하기 위해서 Cronbach's 계수를 이용한 신뢰도분석과 요인분석을 진행하였다.

셋째, 일반적 특성에 따라서 사업성과에 차이가 있는지를 파악하기 위해서 t-test 분석과 일원배치분산분석(ANOVA)을 사용하였으며 ANOVA에서 유의미한 차이가 나타난 경우 Scheffe의 사후검증을 실시하여 집단 간 차이가 나타나는 구성을 파악하였다.

넷째, 1인 창조기업가특성, 환경특성, 기업특성이 사업성과와의 상관관계를 파악하기 위해서 Pearson의 상관관계분석을 이용하였다.

다섯째, 1인 창조기업가특성, 환경특성, 기업특성이 사업성과에 미치는 영향관계를 파악하기 위해서 다중회귀분석을 사용하였다.

제 6 절 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서 가설의 검증 결과에 대한 타당성을 인정받기 위해서는 측정도구의 신뢰성과 타당성의 검증이 선행되어야 한다. 본 연구에서는 측정도구의 신뢰성 분석을 위해 설문 항목들의 내적 연관성을 나타내는 Cronbach's Alpha Coefficient를 이용한다. 또한 측정 변수들의 타당성 분석을 위해 요인분석을 하였다.

1. 신뢰성 분석

모형과 가설을 검증하기에 앞서 측정 항목이 개념을 어느 정도 일관성 있게 측정하였는지에 관한 신뢰도를 평가할 필요가 있다. 신뢰성(reliability)이란 측정하고자 하는 현상이나 대상을 얼마나 일관성 있게 측정하였는가를 나타내는 것으로서, 안정성(stability), 일관성(consistency), 예측가능성(predictability), 정확성(accuracy)이라고도 표현한다(이훈영,2008). 이는 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로 측정대상이 되는 내용을 어느 정도의 안정성을 가지고 일관성 있게 측정하느냐와 동일한 의미이다. 측정단위를 통해 경험적 관측값을 정량적으로 수치화하는 과정을 척도화(scaling)라 하는데. 척도화의 목적은 같은 속성 또는 태도를 가진 대부분의

사람들이 같은 점수대를 갖도록 숫자를 배정하는데 있다.

신뢰성을 측정하기 위해 일반적으로 Cronbach's Alpha를 활용한 내적 일관성 기법이 주로 사용되고 있다. 신뢰도의 종류로는 재검사 신뢰도(test-retest reliability) 동형검사 신뢰도(equivalent form reliability), 반분 신뢰도(split-half reliability)등이 있으며, 신뢰도 측정방법으로는 재검사방법, 대안법, 내적 일관성 측정법 등이 있다. 내적 일관성 기법은 동일 개념을 지닌 두 개 이상의 문항들을 동시에 측정하여 이들이 동일한 개념을 지녔는지를 파악하기 위해 비교하는 방법이다.

본 연구에서는 신뢰성을 검증하기 위하여 구성 요소별로 Cronbach's Alpha 계수를 통해 내적 일관성을 확인하였다. Cronbach's Alpha 계수는 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목으로 구성되는 척도를 이용한 경우에, 해당 문항을 가지고 할 수 있는 가능한 모든 반분 신뢰도를 구하고 이의 평균치를 산출한 것이 계수 값이 된다. 본 연구에서는 Likert 5점 척도법을 사용하여 설문을 작성하였다.

각 변수에 대한 신뢰성 분석 결과는 [표 3-2]와 같다.

[표 3-4] 설문지의 구성 및 내적일관성

측 정 변 수		설문번호	신뢰계수
독립변수	위험감수성향	문항 q 1-1,1-2,1-3, 1-4,1-5,1-6	.734
	성취욕구	문항 q 2-1,2-2,2-3,2-4,2-5	.703
	시장의 경쟁강도	문항 q 3-1,3-2,3-3, 3-4,3-5,3-6	.784
	사업성장률	문항 q 4-1,4-2,4-3,4-4	.740
	보유자원	문항 q 5-1,5-2,5-3,5-4,5-5	.748
	기술자원	문항 q 6-1,6-2,6-3	.889
종속변수	사업성과	문항 q 7-1,7-2,7-3,7-4 q 8-1,8-2,8-3, 8-4,8-5,8-6	.900

Cronbach's Alpha계수의 계산방법은 다음의 식을 통해 계산되어진다.

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(단, n : 문항수, σ_t^2 : 총분산, σ_i^2 : 각 문항의 분산)

Cronbach's Alpha 계수는 일반적으로 둘 이상의 개념 예측변수들의 집합에 대한 신뢰성 측정에 이용되며 신뢰계수 값의 범위는 0과 1이다.

Nunnally(1978)에 의하면 0.7이상 이면 신뢰성이 있는 것으로 판단되고 탐색적인 연구 분야에는 일반적으로 Cronbach's Alpha값이 0.6 기초연구분야에서는 0.8 중요한 결정이 요구되는 응용분야에서는 0.9 이상이면 충분하다고 주장한다.

본 연구의 독립변수인 1인 창조기업가의 심리적 특성, 환경특성, 1인 창조기업특성의 각 변인에 대한 Cronbach's Alpha 값을 살펴보면 위험감수성향은 .734, 성취욕구는 .703, 시장의 경쟁강도는 .784, 사업성장률은 .740, 보유자원은 .748, 기술자원은 .889으로 추진영역과 추진방법의 Cronbach's Alpha 값이 모두 0.6 이상이므로 이들 각 항목들이 각 요인에 관하여 신뢰도 알파 계수들은 상당히 높게 나타나 측정 항목들의 동질성이 높고 척도들의 내적 일관성도 유효하다고 볼 수 있다.

2. 타당성 분석

타당성(validity)이란 측정을 위해 개발한 도구를 사용하여 측정 하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표이다(이훈영2008). 즉 측정치가 의도한 것을 실제로 측정하고 있는 정도를 말한다. 때문에 올바른 측정이 되기 위한 중요한 조건은 그 측정하려는 바가 실제로 측정되어야 만하는 것이다. 타당성은 그 평가 방법에 따라 내용 타당성(content validity), 구성 개념 타당성(construct validity), 기준 관련 타당성(criterion-related validity)등으로 크게 나눌 수 있다(이훈영2008).

본 연구에서는 설문 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인 분석(Factor Analysis)은 측정된 변수에 근거하여 직접 측정되지 않은 요인을 확보하기 위한 것이다. 변수들을 적은 수의 몇 가

지 요인으로 그룹화 하여 결과를 단순화하는 것이 주목적이다. 본 연구에서는 주성분법(Principle Components)을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출하였다. 요인회전은 베리맥스(Verimax) 회전을 실시하였다. 요인적재량(Factor Loading)은 각 변수의 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 것으로 보통 ± 0.4 이상이면 유의하며 본 연구에서 기준으로 선정하였다. 고유값(Eigen Value)은 각 요인이 전체 분산에 대해 설명할 수 있는 정도를 알려주는 것으로 1 이상을 기준으로 하였다. 본 연구의 요인분석은 Eigen Value 1 이상, 요인적재량 ± 0.4 이상을 기준으로. 요인회전방식은 베리맥스 회전으로 명칭선정 기준은 설명에 큰 무리가 발생하지 않는 한 기존연구의 주장에 따르며, 설문항목 중 높은 요인적재량의 변수를 적용하였다. 그리고 ± 0.5 이상인 경우는 매우 높은 유의성을 가진 것으로 본다(채서일 1999).

요인분석 결과를 살펴보면 본 연구에서 제시하였던 측정항목인 위험감수성향요인, 성취욕구 요인, 시장의 경쟁강도 요인, 사업성장을 요인, 보유자원 요인, 기술자원요인이 <표3-3>에서와 같이 아이젠 값이 1.0 이상이고 모든 독립변수들이 명확히 분류되었으며 각각의 요인적재량(factor loading) 도 모두 보다 크게 나타나 매우 높은 유의성을 가지고 있어 동일요인내의 측정변수간의 집중타당성과 판별 타당성이 있음을 입증하고 있다. 이상에서 본 연구모형의 측정 변수들의 신뢰성과 타당성을 검토한 결과 모두 적합한 것으로 판단되어 진다.

[표 3-5] 1인창조기업가의 심리적 특성에 대한 타당성 분석결과

항 목	요인 적재 값			Eigen값	누적분산(%)
위험감수성향	0.803	0.176	0.371	1.959	62.76
	0.749	0.201	0.131		
	0.738	0.198	0.214		
	0.716	0.212	0.222		
	0.688	0.126	0.188		
	0.632	0.295	0.275		
성취욕구	0.263	0.841	0.052	3.363	
	0.225	0.833	0.216		
	0.126	0.825	0.087		
	0.155	0.806	0.219		
	0.284	0.798	0.068		

항 목	요인 적재 값			Eigen값	누적분산(%)
시장의 경쟁강도	0.728	0.131	0.037	1.872	60.97
	0.695	0.165	0.029		
	0.632	0.128	0.126		
	0.628	0.260	0.132		
	0.598	0.138	0.215		
	0.581	0.124	0.056		
사업성장률	0.113	0.873	0.021	4.105	70.13
	0.029	0.836	0.158		
	0.053	0.829	0.216		
	0.154	0.813	0.182		
	0.211	0.807	0.152		
	0.197	0.768	0.116		
보유자원	0.031	0.914	0.041	5.142	70.13
	0.105	0.868	0.132		
	0.053	0.841	0.218		
	0.059	0.827	0.054		
	0.211	0.822	0.243		
기술자원	0.179	0.031	0.866	4.474	70.13
	0.038	0.020	0.859		
	0.079	0.013	0.829		
	0.162	0.216	0.815		

제 4 장 실 증 분 석

제 1 절 조사대상자의 일반적 특성

본 연구는 1인 창조기업을 대상으로 하여 1인창조기업의 사업성과에 미치는 영향요인을 분석하는데 그 목적을 두고 있다.

본 연구는 1인 창조기업을 대상으로 하여 1인창조기업의 사업성과에 미치는 영향요인을 분석하는데 그 목적을 두고 있다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 선행연구를 고찰하여 사업성과의 영향요인으로 구분된 1인 창조기업가 특성 중 심리적 특성, 환경, 1인 창조기업 특성, 사업성과를 측정할 수 있는 항목으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사기간은 2010년 6월 5일부터 2010년 10월 4일까지 약 4개월간 이루어졌으며 조사는 기본적으로 1인 창조기업 비즈니스센터에 등록 및 회원 등록되어 있는 사업자 등록 + 미등록 사업자를 대상으로 조사 연구하였으며, 기존 인쇄용 설문지와 e-mail을 이용한 첨부 화일 문제점을 개선하고자 전자 설문조사방법을 사용하여 조사자의 응답의 편의성을 제공하였음에도 자료의 수집이 원활히 이루어 지지 않아 176부의 유효한 설문지가 본 연구 분석에 이용 되었다.

본 연구는 전체 176명을 표본 집단으로 진행하였으며 성별에서 남성이 152명(86.4%), 여성이 24명(13.6%) 이다. 인구 통계적 성별 특성은 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] 조사대상자의 일반적 특성-성별

구 분		빈도수(명)	비율(%)
성 별	남성	152	86.4%
	여성	24	13.6%
합 계		176	100.0(%)

응답자의 학력수준은 [표 4-2]과 같이 고등학교 졸업이 2 명(1.1%), 전문대 졸업이 9 명(5.1%), 대학 졸업이 144 명(81.8%)으로 가장 높게 나타났으며, 대학원을 졸업한 응답자는 20 명(11.4%)으로 분석되었다.

[표 4-2] 조사대상자의 일반적 특성-학력

구 분		빈도수(명)	비율(%)
학력	고졸	2	1.1%
	전문대졸	9	5.1%
	대졸	144	81.8%
	대학원졸	20	11.4%
	기타	1	0.6%
합 계		176	100.0(%)

업종별로는 [표 4-3].과 같이 전문 과학, 기술서비스업이 70명(39.8%)로 가장 많은 수를 기록하였고 창작·예술·여가, 11명(6.3%), 통신·컴퓨터 28명(15.9%), 출판·영상 20명(11.4%), 기타는 47명(20.7%)로 분석되었다.

[표 4-3] 조사대상자의 일반적 특성-업종

구 분		빈도수(명)	비율(%)
업종	전문과학	70	39.7%
	창작예술	11	6.3%
	출판영상	20	11.4%
	통신컴퓨터	28	15.9%
	기타	47	26.7%
합 계		176	100.0(%)

기업형태로는 [표 4-4]와 같이 사업자등록을 한 1인 창조기업이 133명(75.6%), 미등록 1인 창조기업이 43명(24.4%)으로 분석되었다.

[표 4-4] 조사대상자의 일반적 특성-기업형태

구 분		빈도수(명)	비율(%)
기업 형태	등록기업	133	75.6%
	미등록기업	43	24.4%
합 계		176	100.0(%)

1인창조기업의 연간 수익은 [표 4-5와 같이]1,200만원 미만 19명(10.9%), 2,500만원 미만 62명(35.4%), 5,000만원 미만 75명(42.9%), 5,000만원이상 19명(10.9%)으로 분석되었다.

[표 4-5] 조사대상자의 일반적 특성-수익

구 분		빈도수(명)	비율(%)
수익	1200만원미만	19	10.9%
	2500만원미만	62	35.3%
	5000만원미만	75	42.9%
	5000만원이상	19	10.9%
합 계		176	100.0(%)

평균 업무시간은 [표 4-6]과 같이 20시간미만 1명(0.6%), 40시간미만 41명(23.3%), 60시간미만 121명(68.8%), 60시간이상 13명(7.4%)으로 분석되었다.

[표 4-6] 조사대상자의 일반적 특성-업무시간

구 분		빈도수(명)	비율(%)
업무 시간	20시간미만	1	0.6%
	40시간미만	41	23.3%
	60시간미만	121	68.7%
	60시간이상	13	7.4%
합 계		176	100.0(%)

수주경로는 [표 4-7]과 같이 기존거래처 93명(52.8%), 지인을 통한 72명(40.9%), 중개기관 10명(5.7%), 동호회 및 카페 1명(0.6 %)으로 분석되었다.

[표 4-7] 조사대상자의 일반적 특성-수주경로

구 분		빈도수(명)	비율(%)
수주 경로	지인	72	40.9%
	기존거래처	93	52.8%
	중계기관	10	5.7%
	동호회	1	0.6%
합 계		176	100.0(%)

1인창조기업의 창업동기로는 [표 4-8]과 같이 작지만 내 사업을 갖기 위하여 87명 (49.4%), 창의적 아이디어의 사업화 56명(31.8%), 하는 일이 좋고 보람을 찾을 수 있어서 27명 (15.3%), 정년 없음 3명(1.7%), 높은 소득 2명(1.1%), 자녀양육, 가사병행이 1명(0.6%)으로 분석되었다.

[표 4-8] 조사대상자의 일반적 특성-창업동기

구 분		빈도수(명)	비율(%)
창업 동기	창의적 아이디어의 사업화	56	31.8%
	내 사업을 갖기 위해	87	49.4%
	보람을 찾을 수 있어서	27	15.3%
	정년이 없음	3	1.7%
	자녀양육, 가사병행	1	0.6%
	취업난	0	0.0%
	높은 소득	2	1.1%
	기타	0	0.0%
합 계		176	100.0(%)

제 2 절 인구통계학적 특성에 따른 사업성과

인구통계학적 특성에 따른 사업성과의 차이 t-test 및 분산분석의 결과에 따르면, [표 4-9]에 나타난 바에 따라 1인창조기업의 다양한 인구통계학적 특성에 따른 사업성과의 차이에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타낸 것은 학력에 의한 구분을 제외한 성별($p=.017$), 업종($p=.000$), 기업형태($p=.003$), 수익($p=.000$), 업무시간($p=.000$), 수주경로($p=.000$), 창업동기($p=.000$)였다.

1인창조기업의 사업성과는 성별에 의한 구분에 의하면 남성(평균 31.45)이 여성(평균 27.79)보다 높은 값을 나타내고 있었으며, 업종에 의한 구분에서는 전문 과학(평균 4.51) 업종이 가장 높은 사업성과를 보이고 있었고 출판·영상(평균 26.90) 업종이 가장 낮은 사업성과를 보이고 있었다.

기업형태에 따른 구분에서는 등록업체(평균 31.84)가 미 등록업체(평균 28.20)보다 높은 성과를 보였고, 수익에 따른 구분에서는 2500만원이상 5000만원 미만(평균 35.02), 5000만원이상(평균 34.57) 수입의 기업이 성과가 높은 것으로 나타났다.

업무시간은 60시간 이상(평균 36.61) 일하는 것으로 조사된 기업들이 가장 높은 사업성과를 보이고 있어 대체로 업무시간이 길수록 성과가 높게 나타나는 경향을 보였으며, 사업의 수주경로는 지인(평균 35.00) 또는 기존거래처(평균 33.27)를 통해 사업을 수주하는 경우가 사업성과가 높게 나타나고 있었다. 이러한 1인 창조기업들의 창업동기에 따른 구분에 의하면 ‘창의적 아이디어를 가지고 있어 이를 사업화하기 위해’(평균 34.46) 창업을 한 경우가 가장 높은 사업성과를 나타내었으며 단순히 ‘내 사업을 갖기 위해서’(평균 28.90) 창업을 했다는 경우가 가장 낮은 성과를 나타내었다.

[표 4-9] 인구통계학적 특성에 따른 사업성과의 차이 t-test 및 ANOVA분석결과

구 분		N	평균값	t/F값	유의확률
성별	남성	152	31.45	2.410	0.017**
	여성	24	27.79		
업종	전문 과학	70	34.51	9.778	0.000***
	창작예술	11	28.18		
	출판영상	20	26.90		
	통신컴퓨터	28	28.07		
	기타	47	29.74		
	Total	176	30.95		
기업 형태	등록기업	133	31.84	3.021	0.003**
	미등록기업	43	28.20		
수익	1200만원미만	19	27.52	35.105	0.000***
	2500만원미만	62	25.93		
	5000만원미만	75	35.02		
	5000만원이상	19	34.57		
	Total	175	30.94		
업무 시간	20시간미만	1	31.00	10.923	0.000***
	40시간미만	41	26.39		
	60시간미만	121	31.89		
	60시간이상	13	36.61		
	Total	176	30.95		
수주 경로	지인	72	35.00	9.198	0.000***
	기존거래처	93	33.27		
	중계기관	10	30.90		
	동호회	1	27.90		
	Total	176	30.95		
창업 동기	창의적 아이디어의 사업화	56	34.46	4.876	0.000***
	내 사업을 갖기 위해서	87	28.90		
	보람을 찾을 수 있기 때문에	27	30.40		
	정년이 없음	3	29.00		
	자녀양육, 가사병행	1	30.00		
	높은 소득	2	32.50		
	Total	176	30.95		

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

제 3 절 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인에 대한 분석결과

1. 상관관계 분석결과

연구의 가설검증에 앞서 변수들 간의 상호관련성을 확인하기 위해, Pearson 상관 계수(Pearson product-moment correlation coefficient)를 통한 상관관계분석을 실시하였다. Pearson 상관계수는 두 변수가 각각 간격척도 혹은 비율척도로 측정된 경우의 상관관계의 크기를 나타내는 값으로서, 변수들이 정규분포를 따른다는 가정 하에 적용하는 상관계수이다. 상관계수 값의 범위는 -1부터 +1까지이다. 계수의 부호는 관계의 방향을 가리키고 절대 값은 관계의 강도를 나타낸다. 상관관계분석은 가설검증에 사용될 뿐 아니라 흔히 가설검증에 사용되는 중요변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변수의 관련성에 대한 대체적인 윤곽을 제시한다. 따라서 상관관계분석은 모든 분석에 앞서 요구되는 선행조건이기도 하다.

본 연구에서는 1인창조기업 사업성과의 영향요인으로 심리적 특성으로 위험감수성향과 성취욕구, 환경특성으로 시장경쟁강도와 사업성장률, 1인창조기업 특성으로 보유자원, 기술자원의 총 6가지 영향요인이 사업성과에 미치는 영향을 검증하기 위하여 먼저 각 변수들의 상관관계를 파악하기 위한 목적으로 Pearson의 상관관계분석을 실시하였다. [표4-10]은 구성 개념 간 Pearson 상관계수를 나타낸 것이다

상관관계 분석결과, 위험감수성향, 성취욕구, 시장경쟁강도, 사업성장률, 보유자원, 기술자원 모두에서 유의수준 $p < .001$ 로 통계적으로 유의미한 상관관계가 검증되고 있었다. 각각의 요인들의 사업성과와의 상관관계를 살펴보면 위험감수성향이 상관계수 .350으로 35.0%, 성취욕구가 .407로 40.7%, 시장경쟁강도가 -.511로 -51.1%, 사업성장률이 .531로 53.1%, 보유자원이 .759로 75.9%, 기술자원이 .677로 67.7%만큼 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타나고 있었다.

이상의 상관관계 분석 결과는 1인 창조기업가의 성취욕구가 높을수록, 사장의 경쟁강도가 낮을수록, 사업성장률이 높을수록, 1인창조기업의 보유자원이 많을수록, 기술자원이 많을수록 1인창조기업의 사업성과가 높아지는 것을 시사한다.

[표4-10] 상관관계분석결과

구 분		위험 감수 성향	성취 욕구	시장 경쟁 강도	사업 성장 률	보유 자원	기술 자원	사업 성과
위험 감수 성향	상관 계수	1						
	유의 확률							
	N	176						
성취 욕구	상관 계수	.502 (**)	1					
	유의 확률	.000						
	N	176	176					
시장 경쟁 강도	상관 계수	-.085	-.189 (*)	1				
	유의 확률	.262	.012					
	N	176	176	176				
사업 성장 률	상관 계수	.488 (**)	.248 (**)	-.264 (**)	1			
	유의 확률	.000	.001	.000				
	N	176	176	176	176			
보유 자원	상관 계수	.185 (*)	.270 (**)	-.486 (**)	.429 (**)	1		
	유의 확률	.014	.000	.000	.000			
	N	176	176	176	176	176		
기술 자원	상관 계수	.285 (**)	.184 (*)	-.408 (**)	.576 (**)	.685 (**)	1	
	유의 확률	.000	.015	.000	.000	.000		
	N	176	176	176	176	176	176	
사업 성과	상관 계수	.350 (**)	.407 (**)	-.511 (**)	.531 (**)	.759 (**)	.677 (**)	1
	유의 확률	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	176	176	176	176	176	176	176

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

2. 다중회귀분석 결과

본 연구에서 1인창조기업 사업성과의 영향요인으로 선정한 위험감수성향, 성취욕구, 시장경쟁강도, 사업성장률, 보유자원, 기술자원과 사업성과와의 다중회귀분석을 실시한 결과는 아래의 [표 4-11]와 같다.

[표 4-11] 1인창조기업 사업성과영향요인 다중회귀분석 결과

독립변수	Beta	t	유의 확률	조정된 R제곱	F	Sig.
위험감수성향	0.067	1.189	0.236**	0.672	60.656	.000
성취욕구	0.180	3.473	0.001**			
시장경쟁강도	-0.155	-3.148	0.002**			
사업성장률	0.083	1.497	0.136***			
보유자원	0.463	7.293	0.000***			
기술자원	0.195	2.926	0.004**			

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

다중회귀분석의 결과, 위험감수성향(유의확률 $p < .236$)과 사업성장률(유의확률 $p < .136$)을 제외한 성취욕구(유의확률 $p < .001$), 시장경쟁강도(유의확률 $p < .002$), 보유자원(유의확률 $p < .000$), 기술자원(유의확률 $p < .004$)의 요인에서 사업성과와 통계적으로 유의미한 관계가 검증되었다. 구체적으로 각 요인들의 영향력을 살펴보면 성취욕구의 표준화 베타 값은 .180으로 사업성과에 18.0%만큼 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 보유자원은 표준화 베타 값이 .463으로 46.3% 만큼 사업성과에 긍정적이 있고, 기술자원 역시 표준화 베타 값이 .195로 19.5%만큼 사업성과에 긍정적인 요인으로 나타났다. 반면 시장경쟁강도는 표준화 베타 값이 -.155로 15.5% 만큼 사업성과에 부정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

[표 4-12] 연구결과의 요약

순번	영향요인	사업성과에의 영향력	검증결과	방향성
1	보유자원	46.3%	$p < .000$ 에서 정(+)의 관계를 나타냄	긍정적
2	기술자원	19.5%	$p < .004$ 에서 정(+)의 관계를 나타냄	긍정적
3	성취욕구	18.0%	$p < .001$ 에서 정(+)의 관계를 나타냄	긍정적
4	시장경쟁강도	-15.5%	$p < .002$ 에서 정(+)의 관계를 나타냄	부정적

위의 [표 4-12]에 의하면, 사업성과에 가장 큰 영향력을 미치고 있는 것은 보유자원이었으며, 기술자원, 성취욕구, 시장경쟁강도의 순으로 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 보유자원, 기술자원, 성취욕구는 모두 그 값이 증가할수록 사업성과 또한 증가하는 긍정적인 영향관계를 나타내고 있었으며, 시장경쟁강도의 경우 분석에 따라 도출된 요인들 중 그 영향력은 가장 작으나 경쟁강도가 커질수록 사업성과가 낮아지는 부정적인 영향관계가 나타나 시사점을 달리하고 있었다. 즉, 1인창조기업의 사업성과를 높여주기 위해서는 성취욕구, 보유자원, 기술자원을 높여주는 기업적 활동이 수행되거나, 시장경쟁강도가 낮은 시장에 진입하거나 시장 환경이 변화하는 것이 필요함을 의미하는 결과라고 해석할 수 있다.

제 4 절 가설의 검증

본 연구에서는 가설을 검증하기 위해 1인창조기업의 성과에 영향을 미치는 영향요인을 찾고자 하는 연구로 요인 분석을 통해 얻어진 요인점수(Factor score)로 구성된 변수들중 1인 창조기업 사업성과를 종속변수로 하고 1인창조기업의 심리적 특성, 환경특성, 1인 창조기업특성을 독립변수로 하여 각 요인별로 단순회귀분석을 실시하였다. 회귀분석은 변수들 사이의 상호관계를 분석하여 독립변수의 변화로부터 종속변수의 변화를 예측할 때 사용된다.

종속변수에 영향을 미치는 변수를 규명하고 이 변수들에 의해서 하나의 선형방정식을 도출한다. 도출된 선형방정식을 회귀식이라고 하며, 회귀식이 과연 종속변수를 어느 정도 예측해 줄 수 있으며 회귀식에 포함된 독립변수들 중에서 어느 변수가 가장 예측력이 높은 것인지 검증하게 된다.

1. 가설 I 의 검증

가설 I 의 검증결과는 [표 4-13]과 같이 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인에 대해 회귀 분석한 결과 설명력은 67.2%이고, 표준화 베타 값이 .180 나타나고 있고, 이에 대한 성취 욕구는 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=60.656$, $t=3.473$, $p < .001$). 독립변수 성취욕구($t=3.473$, $p < .001$)은 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 즉, 성취욕구가 높아질수록 사업성과는 0.180 높아진다고 할 수 있다.

그러나 위험감수 성향에 대해서는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 1인 창조기업가의 성취 욕구는 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 가설 I -2는 채택되었다. 그러나 1인 창조기업가의 위험감수 성향은 통계적으로 유의한 영향을 나타내지 않아 1인 창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 가설 I -1은 기각되었다.

[표 4-13] 가설I의 회귀분석결과

독립변수 \ 종속변수		사업성과				
		비표준화계수	표준오차	표준화계수	t 값	유의확률
1인창조기업가의 심리적특성	위험감수 성향	-0.109	0.083	0.067	1.189	0.236*
	성취욕구	0.487	0.078	0.180	3.473	0.001**
R ²		0.672				
F 값		60.656				

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

2. 가설 II 의 검증

가설 II의 검증결과는 [표 4-14]과 같이 1인 창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인에 대해 회귀 분석한 결과 표준화 베타 값이 -0.155로 나타나고 있고, 이에 대한 시장의 경쟁강도가 각각 $p < .002$ 로 유의하다고 할 수 있으며, -15.5%의 설명력(R^2)을 가진다고 할 수 있다. 따라서 시장의 경쟁강도와 1인 창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 가설 II-1은 채택되었다. 그러나 1인 창조기업가의 사업성장률은 관련성이 나타나지 않아 1인 창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 가설 II-2는 기각되었다.

[표 4-14] 가설II의 회귀분석결과

독립변수		종속변수				
		비표준화계수	표준오차	표준화계수	t 값	유의확률
환경특성	시장의 경쟁강도	0.422	0.123	-0.155	-3.148	0.002**
	사업성장률	0.297	0.067	0.083	1.479	0.136*
R^2		0.672				
F 값		60.656				

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

3. 가설 III 의 검증

가설 III의 검증결과는[표 4-15] 과 같이 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인에 대해 회귀 분석한 결과 표준화 베타 값이 .463 나타나 있고 이에 대한 1인창조기업의 보유자원과 기술자원은 각각 $p < .000$, $p < .004$ 로 유의하다고 할 수 있으며, 67.2%의 설명력(R^2)을 가진다고 할 수 있다. 따라서 1인창조기업의 보유자원과

기술자원은 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 가설 III-1과 III-2는 채택되었다.

[표 4-15] 가설III의 회귀분석결과

독립변수 \ 종속변수		사업성과				
		비표준화계수	표준오차	표준화계수	t 값	유의확률
1인창조기업 특성	보유자원	0.197	0.068	0.463	7.293	0.000***
	기술자원	0.195	0.061	0.195	2.926	0.004**
R ²		0.672				
F 값		60.656				

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

이상의 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 요인에 관한 회귀분석 결과 1인창조기업의 성취욕구가 높을수록, 1인창조기업의 경쟁강도가 낮을수록, 사업성장률이 높을수록, 1인창조기업의 보유자원이 많을수록, 기술자원이 많을수록 1인창조기업의 사업성과가 높아지는 것을 시사 한다고 할 수 있다. .

이상의 결과를 통해서 본 연구의 가설 중 채택된 가설과 기각된 가설은[표 4-9]와 같다.

4.. 가설요약

본 연구의 가설검증을 위해 상관분석과 다중회귀분석을 실시하여 가설을 검증하였다. 이상 살펴본 바를 요약하면 아래 [표 4-16]와 같다.

1인창조기업의 사업성과의 영향관계와 관련된 가설 I 의 성취 욕구는 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상관분석은 사업성과와 1인창조기업의 역량 변수 간에 유의수준 p<.001에서 정(+)의 관계를 나타내었다. 가설 II 의 시장의 경쟁강도

는 유의수준 $P<.002$ 에서 정(+)의 관계를 나타내었다. 가설 III의 1인창조기업 특성 역시 유의수준 $p<.000$ 과 $p<.004$ 에서 정(+)의 관계를 나타내었다.

상관분석과 다중회귀분석의 결과 성취욕구, 시장의 경쟁강도, 보유자원, 기술자원 모두 유의수준 .001에서 정(+)의 관계를 나타냈다. 즉, 성취욕구, 시장의 경쟁강도 및 1인창조기업 특성 모두 사업성과에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-16] 연구 가설에 대한 채택여부

구 분	연 구 가 설	채택여부
가설 H 1	1인창조기업의 심리적 특성은 사업성과에 영향을 미칠 것이다.	부분채택
H 1-1	1인창조기업의 위험감수 성향은 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	기각
H 1-2	1인창조기업의 성취 욕구는 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설H 2	1인창조기업의 환경특성은 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	부분채택
H 2-1	1인창조기업의 시장경쟁강도는 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	채택
H 2-2	1인창조기업의 사업성장률은 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설H 3	1인창조기업의 특성은 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	채택
H 3-1	1인창조기업의 보유자원은 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	채택
H 3-2	1인창조기업의 기술자원은 사업성과에 유의미한 영향을 미칠 것이다.	채택

5.. 연구결과의 분석

이상과 같은 분석을 토대로 연구결과를 분석하면 다음과 같다.

첫째, 1인 창조기업가의 심리적 특성 중 성취 욕구는 조직구성원의 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 1인 창조기업가 성취 욕구를 강하게 나타내면 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 것으로 판단된다. Sexton과 Bowman (1985)은 성공적인 창업가들은 높은 성취동기를 갖고 있다고 했는데, 이것이 사업성과에 영향을 미치는 것으로 판단된다.

둘째, 시장의 경쟁강도는 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 Covin & Slevin(1999)주장하는 시장의 경쟁강도가 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미친다는 연구와 일치하였다. 이와 같이 경쟁강도가 낮은 경우에는 경쟁강도가 높은 경우보다 사업성과가 높았다. 이러한 결과는 경쟁강도가 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미친다는 Miller & Camp(1985)등의 연구결과를 뒷받침하는 결과로 볼 수 있다.

셋째, 사업 성장률은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 환경특성은 1인 창조기업이나 소규모 기업에게 매우 중요한 요인이 된다고 할 수 있다. 특히 사업성장률은 신생기업이나 기존기업 모두 시장매력도를 측정하는 핵심요소로 인식되어 왔고(McDougall et al, 1961), 창업캐피탈리스트들이 창업기업에게 투자를 결정할 때 가장 중요한 기준으로 삼고 있다.

넷째, 1인창조기업의 보유자원은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 Cooper(1990)주장하는 보유자원이 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미친다는 연구와 일치하였다. 특히 보유자원은 초기 신생 1인 창조기업에게 있어서는 성과에 직간접적인 영향을 미치는 것으로 연구 되었다.

다섯째, 1인창조기업의 기술자원은 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 Roure & Madique(1987)의 연구결과에서도 알 수 있듯이 제품의 성능향상이나 가격인하 등이 가능한 기술보유가 창업기업의 경영성과에 중요한 영향을 미친다는 연구결과와 일치 하였다.

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 기업가의 심리적 특성, 환경 특성, 기업특성 요인이 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미치는 가를 분석하여 1인 창조기업에게 사업성과의 단초를 제공함과 동시에 정책적인 대안을 찾는 데 연구 목적이 있다. 이를 위해 본 연구에서는 각종 국내외 자료와 보고서 등이 제시하는 창조산업의 핵심 업종인 문화산업과 지식서비스업과 기타 업종들을 예로 볼 때 성장 잠재력이 매우 클 것으로 예상되기에 1인 창조기업가의 심리적 특성과 환경 및 기업 특성 등의 개념과 이들로 인한 사업성과간의 관계를 고찰 하였고, 본 연구는 1인 창조기업이 글로벌 경기 침체의 극복과 우리나라 경제의 활력 회복에 주도적 역할을 수행하여 경쟁력을 강화를 높일 수 있는 방안을 모색하고 1인 창조기업을 대상으로 특성을 파악하여 사업성과를 비교분석하며 주요 특성이 사업성과에 미치는 영향을 분석하여 사업성과 결정요인을 파악하고 실질적인 경영의 시사점을 도출하고자 하였다. 이를 근거로 하여 1인창조기업의 특성과 기업성과간의 관계를 연구모형으로 설정하여 실증분석 하였다. 실증분석에서는 설문조사를 실시하였으며 통계분석 방법으로 단순회귀 및 다중회귀 분석을 하여 연구모형을 검증하였다.

설문조사 후 분석결과에 따른 결론은 다음과 같다.

첫째, 1인 창조기업가의 심리적 특성인 성취 욕구는 사업성과에는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 1인 창조기업가의 특성 중 심리적인 특성요인인 성취 욕구는 사업성과에 직접적인 영향을 미치는 것으로 이는 기존의 연구에서 1인 창조기업가의 특성 중 성취욕구가 경영성과에 유의한 영향을 미친다는 기존의 많은 연구 (Sexton & Bowman(1985); Smith & Miner(1984); Miner(1980) ;Schrang(1965) ; 조형래(1995); 이장우(1998); 박영배와 윤창석(2001)) 연구와 일치하며, 성취욕구가 강한 1인 창조기업가는 사업성과 또한 높은 것으로 나타났다. 실제, 성취욕구가 강한 열의와 의지를 갖고 있는 1인 창조기업가가 그렇지 못한 창업자에 비해 성공확률도 높을 뿐 아니라 기업의 성과도 좋음을 증명하고 있다.

둘째, 환경적 특성이 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 Covin & Slevin(1999)주장하는 시장의 경쟁강도가 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미친다는 연구와 일치하였다. 이와 같이 시장의 경쟁강도가 낮은 경우에는 경쟁강도가 높은 경우보다 사업성과가 높았다. 이러한 결과는 경쟁강도가 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미친다는 Miller & Camp(1985)등의 연구결과를 뒷받침하는 결과로 볼 수 있다.

셋째, 1인창조기업의 보유자원은 1인창조기업의 사업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 Cooper(1990)주장하는 보유자원이 1인창조기업의 사업성과에 영향을 미친다는 연구와 일치하였다. 특히 보유자원은 초기 신생기업에게 있어서는 성과에 직간접적인 영향을 미치는 것으로 연구 되었다.

넷째, 1인 창조기업이 보유하고 있는 기술자원은 1인 창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 Roure & Madique(1987)의 연구결과에서도 알 수 있듯이 제품의 성능향상이나 가격인하 등이 가능한 기술보유가 1인 창조기업의 사업성과에 중요한 영향을 미친다는 연구결과와 일치 하였다.

1인창조기업의 특성 요인별로 살펴보면, 사업성과에 대한 영향력은 1인 창조기업의 보유자원이 가장 높았으며 그 다음으로 기술자원, 성취욕구, 시장의 경쟁강도, 사업성장률, 위험감수성향 순으로 나타났다.

이러한 연구결과를 통해 연구의 시사점을 살펴보면 우리나라는 그 어느 때 보다도 1인창조기업의 성공이 중요하며 1인 창조기업을 대상으로 1인 창조기업가의 특성, 환경적 특성, 1인 창조기업 특성 등이 사업성과에 영향을 미치는 지에 관한 실증연구를 실시하였다는 점에서 상당한 의의를 찾을 수 있다. 따라서 각 연구가설 검증결과를 토대로 하여 이론적 및 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째 1인창조기업의 특성이 사업성과에 영향을 미치는 관계에 관한 모델을 제시하고 실증적으로 분석한 최초의 연구 논문이라는 점이다.

둘째, 본 연구에 1인창조기업의 개념을 도입하였다는 점이다. 앞으로 고용 없는 성장 등으로 인한 실업 문제는 계속될 전망이다. 사회 문제화 되고 있는 청년 실업의 문제를 1인창조기업의 관점에서 그 개념을 도입하고 해결의 실마리를 찾을 수 있는지에 대한 화두를 던진 것은 연구의 성과는 논외로 치더라도 시사하는 바가 크다 할 것이다.

셋째, 1인창조기업의 핵심 성공요인을 도출해냄으로써 실업 등의 문제를 해결할 수 있는 정책적, 현실적인 대안을 도출했다는 점이다. 본 연구에 의하면 1인창조기업의 성과에 미치는 영향이 가장 큰 요인은 보유자원이었다. 다음으로 기술자원이 성과에 미치는 영향이 큰 요인들은 1인창조기업 특성 요인들이었다. 이는 기업특성이 1인창조기업의 성과에 더욱 정의 영향을 미치고 있다는 사실을 의미한다. 또한 환경특성(경쟁강도, 사업성장률)은 시장매력도의 측정수단, 산업화의 지표, 불균형의 지표로써 1인 창조기업에게 지속적인 사업을 결정할 때 가장 중요한 기준으로 삼고 있다. 즉 1인창조기업을 창업 할 때는 진입할 환경특성에 대한 철저한 분석이 필수적이라는 것이다 다시 말해, 1인창조기업이 충분히 준비된 창업을 진행할 경우 성공적인 기업을 할 가능성이 더욱 높아진다는 사실이며, 이를 위해 사업계획, 기능적·기술적 능력의 전수, 고객 경영 교육 및 컨설팅 지원 등의 다양한 정책적인 대안의 모색이 가능하고 1인창조기업가 또한 다양한 정보의 탐색 및 기술의 습득 등을 통하여 준비된 창업을 할 수 있는 여지가 있다는 것이다.

넷째, 1인창조기업의 특성에 관련하여 기술력과 이를 뒷받침 할 수 있는 자금조달 능력은 1인창조기업의 사업성과에 영향이 있으며 이는 결국 경쟁력을 확보하기 위해서는 기술력과 이를 지속적으로 발전시킬 수 있는 1인창조기업의 보유자원이 원활하게 이루어져야지만 가능하다는 것을 시사하고 있다.

제 2 절 연구의 한계 및 시사점

지금까지 연구결과를 볼 때 향후연구에 다음과 같은 점들이 반영되어야 할 것으로 생각된다.

첫째, 1인창조기업의 심리적 특성, 환경 특성 등 변수들을 좀 더 정교하게 분류할 수 있는 학문적 방법이 필요 하겠다. 1인창조기업의 사업성과는 1인 창조기업가의 특성, 환경특성, 1인창조기업 특성의 세 가지 특성만으로 그 성과를 설명할 만큼 단순하지 않기 때문에 앞으로 다양한 측면의 통합할 수 있는 다차원적 접근이 필요한 것이다.

둘째, 1인 창조기업에 대한 선행논문이 없어 일반 창업관련 선행연구들을 고찰하였는데 그친다는 점이다. 이론적 선행연구의 모형이 부족하여 이론적 배경이 미흡한

실정이다. 설문조사 과정에서 응답한 연구의 대상이 1인 창조기업이기는 하나 설문조사를 통한 실증분석의 데이터는 기본적으로 1인 창조기업 비즈니스센터에 등록 및 회원 등록되어 있는 사업자 등록 + 미등록 사업자를 대상으로 조사 대상 업종은 창조 업종으로 대분류 기준 제조업 일부, 출판/영상/방송통신서비스, 전문/과학/기술서비스업, 예술/스포츠 서비스업, 기타 사업서비스업 5개 업종으로 연구하였으며, 1인창조기업 비즈니스센터에 등록한 1인창조기업을 대상으로 한 조사로 서울, 경기지역 소재 1인창조기업에 한정되어 수집되었다. 따라서 모든 1인 창조기업에게 이 연구결과를 일반화시키는 데에는 한계를 갖고 있다. 현재 1인 창조기업 비즈니스센터는 수도권에 13개, 비수도권 4개(강원, 충북, 부산, 광주) 등 총 17개가 지정돼 운영되고 있다. 이 중 2곳은 중소기업기술정보진흥원과 한국콘텐츠진흥원이 운영하는 공공센터이고 나머지 15곳은 민간센터다. 현재 1인 창조기업 지방거주비율은 37.6%이나, 아이디어비즈뱅크에 등록해 활동하는 지방소재 1인 창조기업은 18.9%에 불과하다. 즉 1인창조기업 저변이 지역으로의 확산이 부족하다. 일반적으로 1인 창조기업들은 외부자원 활용에 적극적인 의사가 있고 객관적으로 1인 창조기업임을 입증하기 상대적으로 용이하다. 따라서 제조업 관련 1인창조기업들이 배제될 가능성이 높고, 지식이나 서비스 집약적인과 IT관련 기업에 속한 1인창조기업의 특성이 많이 반영되었다. 본 연구 대상들은 단 기간에 걸친 자료로 앞으로는 장기적인 대안을 위해 더 많은 연구가 필요하겠다. 본 연구의 대상이 기업으로 총 176개 1인 창조기업만이 설문에 응답하였고, 이 적은 표본수로 본 연구결과를 일반화하기에 어렵다는 것이 한계점으로 지적할 수 있다. 향후 연구에서는 표본수를 늘려서 본 연구에서 유의하지 않게 나온 변인들의 관계에 대해 다시 검증할 필요가 있다.

셋째로 종속변수인 사업성과에 대한 측정에서 성과 측정의 정확성을 들 수 있으며, 본 연구에서는 주관적인 성과측정 방법으로 성과를 측정하였기 때문에 정확성 면에서 한계점이 있다. 또한 사업성과에 영향력을 주는 1인창조기업의 전략적 관점을 언급하지 못한 한계점이 있다. 1인창조기업 성과 측면에서 많은 데이터 확보가 어려워 객관적 지표를 사용하지 못하였지만 보다 정확한 성과 측정을 위해서는 객관적 성과 지표를 통해 더 정확한 분석을 할 수 있을 것이다.

본 연구를 통해 1인창조기업의 성장애로 요인으로는 창의적 아이디어의 발현기회 부족 및 거래 시장 미 형성되어 전 국민의 아이디어가 상품화되거나 거래되어 경제

적 가치로 실현되는 유기적인 생태계 부족하고 창의적인 아이디어에 대한 객관적인 가치평가와 사고 팔수 있는 거래시장이 부족하며, 1인 창조기업에 대한 기업·국민들의 인지도 부족하다는 것이다. 소득, 업무시간, 업무량 등 전반적으로 만족하나 일반 국민들의 실업자로 인식 및 능력에 대한 불신감으로 인해 자긍심이 부족하다. 또한 창업 시 사업자 등록 및 공장 등록시 각종 서류작성 등 복잡한 행정절차 및 세금·보험 등을 추가 부담할 것이라는 인식 등으로 창업 기피 등 경제적 부담에 대한 불안감과 매출액 및 재무구조 등이 영세하여 아이디어 상품화에 필요한 자금 대출(시제품제작비, 시설구입비 등)이 어려움과 세무신고, 법률적 계약서 작성 등 회사경영에 필요한 기초적 지식이 부족하고 아이디어의 기획, 연구개발, 디자인, 제조 활동 등 상품화를 위한 작업장 및 1인 창조기업들 간의 협력 공간 부족 등 자금, 경영지식 부족으로 인한 경영애로 및 정보 교류의 장 부족을 들 수 있었다.

마지막으로 1인 창조기업 육성을 위한 실무적, 정책적 차원에서도 1인 창조기업가 정신의 이론 및 개념을 토대로 기업가 정신을 발휘하고 있는가를 평가하는 형태로 정책수립의 방향이 결정되고 내용이 구성되어야 할 것이다. 1인 창조기업이 지닌 본질적이고 핵심적인 속성이나 역할이 발현되도록 정책의 수립과 추진이 1인 창조기업 육성의 본래의 취지인 우리경제의 일자리 창출과 경제 활성화의 일환에 따른 재활력화와 창조적 성장을 가능하게 하는 것이다.

또한 본 연구에서는 1인창조기업 특성이 사업성과 미치는 영향을 연구하였지만, 기술기반 업종과 일반 업종을 비교, 성과를 분석하는 등 1인창조기업의 성과요인을 명확히 도출해낼 연구 또한 다루어져야할 것으로 사료된다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

- 강상미, 창업자, 환경, 전략, 조직특성이 벤처기업 성과에 미치는 영향, 부산대학교, 석사학위논문, 2002
- 김갑,한상설. 산업구조, 벤처전략 및 기업가 특성이 벤처성과에 미치는 영향. 『벤처경영연구』.2(1).1999., pp 51-75.
- 김경식, 벤처최고경영자의 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한연구, 건국대학교 대학원 박사학위논문, 2005
- 김경환, 「지식기반 1인 창조기업 활성화 방안 연구」, 통합학술대회, 한국경영학회, 2009
- 김경숙, 벤처기업의 경영성과 영향요인에 관한 연구, 조선대학교,석사학위논문, 2007
- 김홍경, 모험기업의 유형별 전략과 성과에 대한 분석, 한국과학기술원, 석사학위논문, 1990민경호, 기업가정신, 무역경영사, 2006, pp. 44-45.
- 박영배.윤창식, 벤처기업 성과의 영향요인에 관한 탐색적 연구, 『벤처경영연구』, 4(1), 2001, pp. 3-34.
- 박정기, 소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적연구, 동의대학교대학원 2002, pp.16-113.
- 서정희, 창업기업 경영성과의 영향요인에 관한 실증 연구, 2006
- 심윤섭, 1인창조기업 나부터 변화자, 1인창조기업 성공포럼, 2009.11.3
- 심재후, 1인 기업이 성공하기 위한 인터넷 마케팅, 대한민국 소호·1인기업 포럼, 2008.11
- 양희순, 한국벤처기업의 성공요인에 대한 실증적 연구, 2002
- 오현목,이상우,박명철, 정보통신기업의 기술개발전략과 성과에 관한 연구, 『경제학연구』, 31(4), 2002, pp 881-901
- 용세중, 창업이론 개발을 위한 통합 개념 모델, Working, power, 아주대학교, 2003
- 이갑수, 일자리 창출의 틈새시장 ‘1인 기업’, 삼성경제연구소, 2009.6.22

이갑수, 1인창조기업, 성공요건 및 정책적 함의, 삼성경제연구소 수석연구원, 2009.11

이동주, 벤처기업의 시장, 기술혁신 지향성과 선행변수 및 성과에 관한 연구, 건국대학교, 박사학위논문, 2002

이민화, 1인창조기업 정책적 숙제, 기업호민관, 2009.11.3

이성훈. 벤처기업의 시장. 기술혁신지향성과 선행변수 및 성과에 관한 연구, 박사학위논문, 건국대학교. 2003.

이상석, 고인곤, 기업가정신과 창업, 학현사, 2006

이상석, 중소기업 창업결정요인, 『중소기업연구』, 제20권 제1호, 1998

이장우, 장수덕, 창업기업 성공요인에 관한 이론적 고찰, 『창업기업연구』, 제1권 제2호, 1998

이장우, 1인 창조기업, 형설라이프, 2009. 11.10

이장우, 나의 행복한 일터, 1인 창조 기업, 대통령직속 미래기획위원회 위원, 2009.11.

이장우, 벤처경영(서울: 매일경제신문사. 1997)

이재광, 1인 창조기업 실태 조사, 한국산업기술대학교, 2009.11.3

이주현, 창업동기와 창업의사결정에 관한 연구, 『중소기업연구』, 제30권 제1호, 2008

이춘우, 조직 앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구, 서울대학교대학원 박사학위논문, 1999

이훈영, 연구조사방법론, 서울, 청람, 2008

윤종덕, 창업기업의 성공요인에 대한 실증적 연구, 서경대학교, 석사학위논문, 2010

장수덕, 실패한 벤처기업의 특성: 사례연구, 『중소기업연구』, 제20권 제2호, 2005

장수덕, 기업가 특성, 환경, 전략 및 조직특성에 따른 벤처기업의 성과변화, 경북대학교 대학원 박사학위 논문, 2001, p.44.

저드슨, 브루스, 『1인기업을 시작하라: Go It Alone』, 북폴리오, 2005

정성한, 김해룡, 소상공인 창업 성공요인에 대한 탐색적 연구, 한국중소기업학회, 『벤처경영연구』, 4권 2호, 2001, pp3-29

정충영, 최이규, SPSS Win을 이용한 통계분석, 무역경영사, 2007

정화영, 예산참여가 목표수준 및 목표 몰입에 따라 동기부여와 성과에 미치는 영향, 충남대학교 박사학위논문, 1996

조임현, 경영자의 동기와 성과의 관계에 관한 연구, 한국중소기업회, 1998, pp.149-170

조형래, 창업인의 특성, 제품혁신성과 벤처기업 성과간의 상황적 관계에 관한 연구,
한국과학기술원 박사학위 논문, 1995

채명수, 강대석, 이형택, 경쟁전략 변수를 중심으로 한 창업기업의 성과의 결정요인
에 관한 연구 경영학연구, 2002

채서일, 사회과학조사방법론, 서울, 학현사, 2000

한길석, 창업과경영, 법문사, 2008

한정화, 경영전략이론 관점에서 본 벤처기업의 창업과 경영성과, 한국경영전략경영
학회, 『추계학술세미나 발표 자료집』, 1998, pp.49-63.

한정화, 성취욕구와 성공체험의 선순환, 매일경제신문사, 『매경ECONOMY』 통권
제1375호(2006. 10. 4/11).

홍효진 차재필, IT기반 1인 기업 활성화를 위한 정책적 과제, 2010.3.29

문화체육관광부, 콘텐츠 1인창조기업 지원사업 개요 보도자료, 2009.4.1

문화체육관광부, 중소기업청, 미래기획위원회, 1인 창조기업 활성화 전략, 2009.3.23

중소기업 기술정보진흥원, 「아이디어 비즈뱅크 창조기업비즈니스센터현황209」, 2009

중소기업청, 1인지식서비스기업 육성방안에 관한 연구, 2008

_____, 1인 창조기업 실태조사 및 연구에 관한 연구, 중소기업청, 2009

_____, 1인 창조기업 비즈니스센터 운영지침, 중소기업청, 2009

_____, 1인 창조기업 실태조사, 보도자료, 2008

_____, 창업보육센터 운영매뉴얼, 중소기업청, 2004

_____, 1인 창조기업 활성화 방안, 중소기업청, 2009.3.27

_____(중소서비스기업과), 1인 창조기업 지원사업 관리규정, 2009

KAIST, 기업가정신연구센터, 1인 지식서비스 기업, 1인 지식서비스기업 성공 포럼,
2008

한국정보화진흥원, 정보화로 선진사회·국민행복실, 2008

_____, KOCCA FOCUS 09-01 영국 창조산업의 사례분석 및 벤치마킹
방안

_____, 1인창조기업 지원정책 해외사례분석, 2009.10.15

한국문화콘텐츠진흥원, 콘텐츠산업의 1인 창조기업 지원전략, 2009.4.1

한국문화산업포럼, 1인창조기업 육성전략, 문화체육관광부, 2008

현대경제연구원, 한국경제 주평:취약 계층을 위한 신고용대책-일본의 전원 참가형
경제 전략, 2008

1인창조기업협회 (<http://www.lco.or.kr/index.html>).

중소기업청(<http://www.smba.go.kr/smba/MainHome.do>).

Idea Biz Bank(<http://www.ideabiz.or.kr>)

통계청, 2009년 3월 고용동향, 2009-04-15

프렌차이즈 경제신문, 창업희망자 증가로 '교육 및 컨설팅 인기', 2009-04-25

그 외 각종 신문기사 자료와 웹페이지 참조

매일경제(<http://news.mk.co.kr/outside/view.php?year=2009&no=506945>)

전자신문(<http://www.etnews.co.kr/news/detail.html?id=201006030217>'1인 창조기업' 제2의 창
업으로 키운다)

부산일보(<http://news20.busan.com/news/newsController.jsp?subSectionId=1010110000&newsId=20100601000206>)

한국경제신문

(<http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2010053075621>)

디지털타임스(http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2010060402010957731001)

대전일보(http://www.daejonilbo.com/news/newsitem.asp?pk_no=887701)

헤럴드경제신문

(<http://biz.heraldm.com/common/Detail.jsp?newsMLId=20100603000563>)

한국경제신문

(<http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2010052707141>)

아시아경제(<http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2010060309553594519>)

2. 국외문헌

- Amit, R., Glosten, L. & E. Mull, 1993, "Challenges to Theory Development Entrepreneurship Research", *Journal of Management Studies*, 30(5), pp. 815-834
- Art Council England. 2009, "Do it Yourself: Cultural and Creative Self-Employment in Hard Times"
- Barney, J, 1991, Firm Resources and Sustained Competitive Advantage , *Journal of Management* 17(1), 199-120.
- Bass, B. M. 1995, *Leadership and performance beyond expectation*. New York Free Press.
- Baum, J. R, 1994, *The Relation of Traits, Competencies, Vision, Motivation, and Strategy to Venture Growth* , Doctoral Dissertation Maryland University
- Baum, J. R., Loche, E. A. and K.G. Smith, 2001, A Multidimensional Model of Venture Growth , *Academy of management Journal* 44(2), pp. 292-303.
- Becherer, R.C. and Maurer, J.G, 1999, The Proactive Personality Disposition and Entrepreneurial Behavior among Small Company Presidents, *Journal of Small Business Management* 37(1), p.9-37
- Chandler, G. N. and Hanks, S. H., 1994, " Market Attractiveness, Resource-Based Capabilities, Venture Strategies, and Venture Performance", *Journal of Business Venturing*, 9, pp.331-349
- Covin, J. G., and Slevin, D. P. 1990, "New Venture Strategic Posture, Structure, and Performance: An Industry Life Cycle Analysis", *Journal of Business Venturing*, 5, pp.123-135.
- Cooper, A. C, 1995, "Challenges in Predicting New Firm Performance", In Bull, I., Thomas, H. and G. Willard, *Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building* ,Pergamon, pp.109-124.
- Duane, R. and Hitt, M. A., 1997, "Performance Strategies for High-Growth Entrepreneurial Firms", *Frontiers of Entrepreneurship Research*

- Garter, N. M., Stearns, T. M. Reynolds, P.D. and Miller, B. A., 1994, "New Venture Strategies: Theory Development with and Empirical Base", *Strategic Management Journal*, 15, pp. 21-41.
- Hall, R. H. 1968. Professionalization and bureaucratization. *American Sociological Review*, 33, pp 92-104.
- Hornaday. J. A. and Bunker. C. S. 1970, "The Nature of Entrepreneurs", *Personal Psychology*, 23, pp. 47-54.
- Hawkins, J. 2001, *The Creative Economy*. Allen Lane. London.
- Herron, L., & Robinson, R. B. 1993, A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, 8, pp.281-294.
- Hines, G. H, 1973, Achievement Motivation, Occupations and Labor Turnover in New Zealand, *Journal of Applied Psychology*, 58(3); pp. 313-517
- Hisrich, R. D and M.P. Peters, 1992. *Entrepreneurship: Starting, Developing and Management a New Enterprise*, Homewood III Irwin,
- Hollenbeck, J., & Whitener, E. 1988. Reclaiming personality traits for personal selection. *Journal of Business Venturing*, 8, pp. 281-294.
- Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V.1993. An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *entrepreneurship Theory and practice*, 17(2), pp 29-37.
- KEA, "The Economy of Culture in Europe", 2006
- Knight, Frank H. 1965, *Risk, Uncertainty, and Profit*. Harper Torchbooks, The Academic Library. New York: Harper & Row
- Kuratko, D.F and . Hodgetts, R.M 1998. *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, New York : The Dryden Press.
- Lowrey, Ying. 2009, *Startup Business Characteristics and Dynamics: A Data Analysis of the Kauffman Firm Survey Working Paper*, SBA Office of Advocacy.
- Markusen, Ann, 2008, "Defining the Creative Economy: Industry and Occupational

- Approaches" *Economic Development Quarterly*, 22-1. pp. 24-45
- McClelland, D.C. 1965, "Need Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study". *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.1, pp. 389-392
- Miller, A., & Camp, B. 1995, Exploring determinants of success in corporate ventures. *Journal of Business Venturing*, 1, pp. 87-105.
- Miller, D, 1987, "The Structural and Environmental Correlates of Business Strategy", *Strategic Management Journal* 8(1), pp 55-76
- Mosley, Hugh,, 2008, "German Self-Employment Programmes for the Unemployed: Statement and Comments" Reer Review, Job Opportunities through Business Support Project, Bulgaria,
- Miner, J. B., Smith, N. R. & Bracker, J.S. 1989, Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms, *Journal of Applied Psychology*, August, pp. 554-560.
- M. Palmer, 1982, "The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential," *California Management*, 29, pp. 49-57.
- Nandy, A, 1978, Motives, Modernity and Entrepreneurial Competence, *Journal of Social Psychology*, 9; pp. 127-136
- Ostaggard, T. A. and Birley, S. 1994, "Personal Networks and Competitive Strategies", *Journal of Business Venturing*, 9, pp. 281-305.
- Sandberg, W. R., & Hofer, C. W. 1997,, Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure and the entrepreneur. *Journal of Business Ventureing*, 2, pp 5-28.
- Sapienza, H, J., & Gupta, A. K. 1994, Impact of agency risks and task uncertainty on venture capitalist - CEO interaction. *Academy of Management Journal*, 37(6), pp.1618-1633.
- Sextons, D.L. & N. Bowman, 1983, Comparative Entrepreneurship Characteristics of Students, Wellesley, M.A : Babsson College, pp. 212-231.
- Sexton, D.L. & N. Bowman, 1980, "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs," *Academy of Management Journal*, 23, pp. 32-38.

- Shrader, R. C. and Simon, M., 1997, "Corporate Versus Independent New Ventures: Resource, Strategy and Performance Differences", *Journal of Business Venturing*, 12,1997, pp.47-77;
- Slevin, D. and Covin J. 1989, "Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments", *Strategic Management Journal*, 10, pp.75-87
- Smith, N. R., J. B. Miner, 1983, "Type of Entrepreneur, Type of Firm, and Managerial Motivation : Implications for Organizational Life Cycle Theory," *Strategic Management Journal*, Vol, pp. 325-340
- Smith, H. C. 1955, *Psychology of industrial behavior*. New York: McGraw-hill.
- European Commission, 2001, *Exploitation and development of the job potential in the cultural sector in the age of digitalization*.
- Starr, J. A. and MacMillan, I. C., 1990, "Resource Cooperation Via Social Contracting: Resource Acquisition Strategies for New Ventures", *Strategic Management Journal*, 11, pp.79-92;
- Steven Berglas, 1997, "The Risk-Averse entrepreneur," *Inc.*, February, pp.35-36.
- Timmons, L., Smollen, E. 1995, *A New venture creator*. Iwin: Homewood III
- Venkatraman, N, 1989, "The Concept of Fit in Strategy Research Toward Verbal and Statistical Correspondence", *Academy of Management Review* 14(3) pp. 423-444
- Van de Ven, A. H., Hudson, R., & Schroeder, D. M. 1984,, *Designing new business start-ups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations*. *Journal of Management*, 10(1), pp. 97-107.
- Welsch, H. P. and E.C. Young, 1982, "The information Source Selection Decision :The Role of Entrepreneurial Personality Characteristics," *Journal of Small Business Management*, 29, pp. 49-57.
- Zarhra, S. A. 1996,, *Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study*. *Journal of Business Venturing*, 6, pp. 259-285.

- 미래경제의 새로운 주체 1인 창조기업(프리랜서)이 부상한다....

1人 創造 企業의 事業成果에 미치는 影響要因에 관한 研究

「1인 창조기업 설문지」

중소기업청이 프리랜서를 포함한 1인 창조기업 실태조사를 '09.8~12월까지(5개월) 실시한 결과 1인 창조기업 전체수는 203,473개로 우리나라 전체 경제활동 2,465만명('09.10기준) 대비 약 1%를 차지하고 있는 우리나라 경제의 가장 중요한 토대입니다. 1인 창조기업이 글로벌 경기침체의 극복과 우리나라 경제의 활력 회복에 주도적 역할을 수행하여 경쟁력을 강화하는데 일조 하겠습니다. 업무로 바쁘는데 이렇게 설문에 응해 주셔서 감사드립니다. 아울러 귀하의 앞날에 무궁한 발전이 있기를 기원합니다.

본 설문은 “1인창조기업의 사업성과에 미치는 영향요인에 관한 연구”를 위해 마련되었습니다. 본 설문은 실증연구에 사용될 데이터 수집을 설문에 대한 응답은 무기명에 의해 통계처리 되므로 귀하의 개인적인 내용과 1인창조기업의 특성은 노출되지 않으며 오로지 학문적인 목적을 위해서만 사용 될 것을 약속드리고 1인 창조기업의 경쟁력을 강화하는데 일조하고자 합니다

바쁘신 중이라도 설문지의 각 항목에 대해서 귀하의 의견을 솔직하게 답변해 주시기 바라며 다시 한번 설문에 응해 주신것에 감사드립니다.

2010년 6 월

지도교수 : 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅 대학원 교수 유 연 우

연구자 : 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅 대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트 컨설팅 전공 석사과정 신 동 하

H.P 010-3411-1497, (02) 6670-0021~3 E -mail :dongasin@hanmail.net

1. 다음은 1인창조기업가의 심리적 특성에 관한 내용으로
귀하의 의견이 일치하는 곳에 √를 해주시기 바랍니다

1. 위험감수성향

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 귀하는 위험이 높더라도 수익 이 큰 사업을 선호하십니까?					
2. 귀하는 새로운 환경에서도 경영활동을 적극적으로 수행하십니까?					
3. 귀하는 공격적인 경영을 좋아하십니까?					
4. 귀하는 연구개발 프로젝트를 적극적으로 수행하십니까?					
5. 귀하는 안정성보다 성장을 지향하는 경향이 있습니까?					
6. 귀하는 새로운 사업 분야에 적극적으로 진출하려고 노력하십니까?					

2. 성취욕구

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 귀하는 경쟁자보다 잘되기 위해 노력 하십니까?					
2. 귀하는 문제를 해결하려고 적극적으로 노력하십니까?					
3. 귀하는 사업을 성공시키기 위해 최선을 다한다고 생각하십니까?					
4. 귀하는 사업목표를 달성하고자 하는 의욕이 강하다고 생각하십니까?					
5. 귀하는 많은 업무를 본인이 직접 하십니까?					

Ⅱ. 다음은 귀하의 **환경**에 관한 내용으로 귀하의 의견이
일치하는 곳에 √를 해주시기 바랍니다

1.시장의 경쟁강도

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 귀하의 사업은 시장점유율은 과당경쟁으로 인해 불안정하 다고 생각하십니까?					
2. 귀하는 회사가 경쟁하고 있는 시장은 아직 개척되지 않은 영역이 많다고 생각하십니까?					
3. 귀하는 목표시장이 선정 되었습니까?					
4. 귀하의 사업은 경쟁업체 출현이 심하다고 생각하십니까?					
5. 귀하의 사업은 시장 진입이 용이하다고 생각하십니까?					
6. 귀하의 사업은 경쟁이 심하다고 생각하십니까?					

2. 사업의 성장률

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇 다
1. 귀하의 사업아이템이나 서비스는 진 부화 속도가 매우 빠르다고 생각하십니까?					
2. 귀하는 사업은 부가가치가 높으십니까?					
3. 귀하는 사업은 국내시장 규모가 크다 고 보십니까?					
4. 귀하의 사업은 법과 제도에 영향을 받지 않 는다고 생각하십니까?					
5. 귀하의 사업은 정부에서 지원하는 성장 동 력산업에 해당됩니까?					
6. 귀하의 사업은 해외 수출이 가능 합니까?					

Ⅲ. 다음은 귀하의 **1인창조기업의 특성에** 관한 내용으로 귀하의 의견이 일치하는 곳에 √를 해주시기 바랍니다.

1. 보유 자원

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 사업수행에 필요한 역량을 보유하고 있다.					
2. 나는 신기술개발 활동을 원활히 수행하고 있다.					
3. 나는 사업에 필요한 충분한 시설/설비를 가지고 있다.					
4. 나는 필요자금을 원활히 조달하고 있다					
5. 나는 마케팅에 필요한 역량을 보유하고 있다.					

2. 기술자원

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 새로운 연구개발을 위해 대학이나 연구소와 협력하고 있다					
2. 나는 사업수행에 필요한 지적 재산을 보유하고 있다.					
3. 나는 경쟁사 보다 연구개발에 많은 투자를 하고 있다.					
4. 나는 기술 개발 실적이 많다.					

IV. 다음은 귀하의 사업성과에 관한 내용으로 귀하의 의견이 일치하는 곳에 √를 해주시기 바랍니다

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 귀하의 사업은 매출액이 증가하고 있습니까?					
2. 귀하의 사업은 시장점유율이 증가하고 있습니까?					
3. 귀하는 투자수익률이 증가하고 있습니까?					
4. 귀하는 사업성과에 만족하고 있습니까?					
5. 귀하는 1인 창조기업을 계속할 것입니까?					

V. 다음은 귀하의 성공요인에 관한 내용으로 귀하의 의견이 일치하는곳에 √를 해주시기 바랍니다

설 문 내 용	①	②	③	④	⑤
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 풍부한 경험이 강점이다.					
2. 나는 독보적 핵심기술 보유가 강점이다					
3. 나는 신시장에 대한 진취적인 개척활동이 강점이다.					
4. 나는 마케팅 차별화 전략이 강점이다.					
5. 1인창조기업에 대한 정부의 지원제도가 강점이다.					
6. 나는 연구개발이 강점이다.					
7. 업종 선정이 강점이다.					

VI. 귀하의 일반사항에 관한 내용으로 해당란에 √를 해주
기 바랍니다

문 항		세 부 내 용
1	귀하의 성별은?	① 남성() ② 여성()
2	귀하의 연령은?	① 20대() ② 30대() ③ 40대() ④ 50대() ⑤ 60대 이상()
3	귀하의 최종학력은?	① 고졸() ② 전문대 졸() ③ 대 졸() ④ 대학원졸() ⑤ 기타()
4	귀하가 사업 업종은?	① 전문 과학·기술서비스 () ② 창작·예술·여가() ③ 출판·영상() ④ 통신·컴퓨터() ⑤ 기타 ()
5	귀하의 기업형태는?	① 사업자등록 기업 () ② 미등록사업자()
6	귀하의 수익은?	① 1,200만원 미만() ② 2,500만원 미만() ③ 5,000만원 미만() ④ 5,000만원 이상()
7	귀하의 주간 평균업무 시간은?	① 20시간 미만 () ② 40시간 미만 () ③ 60시간 미만 () ④ 60시간 이상 ()
8	귀하의 수주경로는?	① 지인을 통함() ② 기존 거래처() ③ 중개기관() ④ 동오회 및 카페()
9	1인 창조기업 창업동기에 대한 질문입니다 (복수응 답가능)	① 창의적 아이디어의 사업화 () ② 작지만 내 사업을 갖기 위하여 () ③ 하는일이 좋고 보람을 찾을수 있어서 () ④ 정년없음 () ⑤ 자녀양육,가사병행 () ⑥ 취업난 () ⑦ 높은소득 () ⑧ 기타 ()
10	1인 창조기업 애로사항에 대한 질문입니다 (복수응 답가능)	① 업무불안정 () ② 기대수익 보장 미흡 () ③ 경쟁심화 () ④ 적정보수 산정 미흡 () ⑤ 영업한계 () ⑥ 경력 불인정 () ⑦ 자금조달 () ⑧ 기타 ()

♣ 대단히 감사합니다 ♣

ABSTRACT

A Study of the Influencing Factors of One-Person Creative Company on Business Performance

Shin Dong Ha

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

Now entered the era of jobless growth, entrepreneurship is the hope of creating jobs. but most of the founder of two restaurant goes to the center as a franchise of competition in relevant markets and many people fail to experience the founders have the results.

Meanwhile, the founder of the government to take advantage of the ideas and know-how to make entrepreneurship alone can pave the way for. The foundation alone, because the relatively low start-up capital carrying abilities of passion and if anyone can be established. government to these companies 'one-person creative company ' is the name has broad support.

The object of this study for one-person creative company and the general status of the psychological characteristics of entrepreneurs. environment, and one-person enterprises in firm characteristics and the

impact on the business objectives of the study allowed to analyze.

This study is a complex survival in a competitive environment in one-person creative company business performance factors affecting more specifically, to investigate and, of these projects and the impact of factors a person creative entrepreneur's psychological characteristics, environment, and one-person enterprises properties to the empirical analysis is divided into.

The psychological characteristics of one-person enterprises, and environmental characteristics is a creative impact on the company's business performance through empirical analysis of what one-person creative company to overcome the global economic slowdown and the economic vitality of Korea led to the recovery role in enhancing the competitiveness and will give practical help.

The purpose of this study to achieve a basically one-person creative company, and members moved into a business center that is registered + unregistered operators target business registration of 10 located in metropolitan business centers of one-person enterprises move to a one-person creative company survey was conducted this analysis through the 176 questionnaires were used. Analysis of collected survey data and research findings and implications were drawn.

First, this study is the psychological characteristics of one-person enterprises, the environment, one-person enterprises attribute to the three attributes were separated by an attempt to explain business performance.

However, one-person company's business and the nature of the one-person enterprises, environmental attributes of one-person enterprises, one-person business with only three attributes of attributes to describe its performance is not as simple as the integration of various aspects of the future because be a multidimensional approach is needed.

Second, it is still in Korea, created a systematic survey and research

projects associated with the accumulation of accurate one-person businesses do not count and other statistical data can be difficult to determine the specific circumstances because the economic contribution, common foundation of previous studies have been investigated Is that it ceases. In 10 metropolitan business centers in one-person enterprises move to a one-person enterprises to a survey in Seoul. round one-person enterprises limited to local materials were collected. Therefore, the whole country a generalization of the one-person enterprises are limits to fit.

Third, business performance measurement for the accuracy of the results would be measured and subjective performance measures in this study because the performance measure has limitations in terms of accuracy. In addition, the impact on business performance and strategic point of view of a one-person enterprises, not to mention environmental factors is a limitation. one-person enterprises and difficult to obtain as much data in terms of objective indicators, but did not use the more accurate and objective performance indicators to measure the need for more accurate analysis will be.

Finally, one-person enterprises for the development of practical and political dimension in the one-person entrepreneurship theories and concepts based on the entrepreneurial spirit to exert are evaluated in the form of policy direction is determined, the content must be configured to do. Is essentially a creative company with key properties and the role of expression and to promote policies and develop two of the original one-person enterprises our economy and create jobs as part of economic growth, according to the re-creative energy and will enable.

Key Word : 1인기업, 1인창조기업, 창조기업

Key Word : One-Person Enterprises, Self-Employed Creative Business
Creative Business