

박사학위논문

농촌 6차산업 기업가정신이
경영성과에 미치는 영향
- 자기효능감의 매개효과를 중심으로 -

2022년

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

제 영 만

박사학위논문
지도교수 김상봉

농촌 6차산업 기업가정신이
경영성과에 미치는 영향

- 자기효능감의 매개효과를 중심으로 -

The Effects of the Rural 6th Industrialization
Entrepreneurship Paradigm on Business Performance
- Focusing on the Mediation Effect of Self-efficacy -

2021년 12월 일

한성대학교 대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

제 영 만

박사학위논문
지도교수 김상봉

농촌 6차산업 기업가정신이
경영성과에 미치는 영향

- 자기효능감의 매개효과를 중심으로 -

The Effects of the Rural 6th Industrialization
Entrepreneurship Paradigm on Business Performance
- Focusing on the Mediation Effect of Self-efficacy -

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

제 영 만

제영만의 컨설팅학 박사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 김 정렬 (인)

심 사 위 원 유 연우 (인)

심 사 위 원 전 우소 (인)

심 사 위 원 김 상봉 (인)

심 사 위 원 한 충근 (인)

국 문 초 록

농촌 6차산업 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향

- 자기효능감의 매개효과를 중심으로 -

한 성 대 학 교 대 학 원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트 컨설팅 전공
제 영 만

우리나라의 농업·농촌은 급격한 산업화 이후 농업인의 고령화 및 농촌 인구감소, 시장개방에 따른 농가소득 감소, 농촌공동화 현상, 지역소멸 우려 등이 지속적으로 진행되고 있다. 이에 따라 농업·농촌의 기능을 회복하기 위해 그 방안으로 농촌의 6차산업이 관심을 받기 시작하였고, 지역경제를 활성화하기 위한 다양한 방안들이 제시되었다. 6차산업화는 기존 관행농업 중심에서 2차 및 3차산업이라는 부가가치 창출로 농촌의 성장동력원을 발굴하고, 도농간의 소득격차 축소, 지역경제의 활성화, 인구감소에 대처할 수 있는 방안으로 추진되고 있다. 6차산업은 기존의 산업·경제 및 기업경영 분야와는 다른 특성을 가지고 있으므로, 농업경영체가 경영 다각화를 통하여 산업 영역으로 확장될 때 지역과 농촌에 적합한 유형의 기업가정신도 함께 필요하다.

본 연구에서는 6차산업 기업가정신의 특성을 파악하고 농업경영체의 경영성과에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 이를 위해 충청북도 6차산업 관련 기관의 협조를 받아 충북지역에 소재한 농업경영체를 대상으로 설문조사를 하였고, 기초통계분석, 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석, 측정모형 분석 및 구조방정식 모형분석 등을 실시하였으며, 이에 따른 주요 연구결과는 다음과 같

다.

첫째, 6차산업 기업가정신과 자기효능감과의 관계에서 혁신성, 위험감수성, 사회적책임은 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 진취성과 나머지 요인은 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의성이 없는 것으로 나타났다. 이와 같은 이유는 표본집단인 중소기업 농업경영체의 경우 정형화된 유통구조 및 고객 성향을 띄고 있고, 지역적 특성 및 이해관계자들의 관계로 인한 사업 성향이 자기효능감에 낮게 영향을 미치는 것으로 추론할 수 있으며 또, 선행연구에서의 표본과 본 연구에서의 표본 특성의 차이에 기인한 것일 수 있다고 판단된다.

둘째, 6차산업 기업가정신과 경영성과와의 관계에서 하위변수인 진취성에 서만 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 대해서는 여러 분야 기업가정신의 각 하위차원들이 경영성과에 미치는 영향이 분야별로 일관된 결과를 보여주지 못하는 것으로 이해할 수 있다. 또한 표본으로 조사된 농업경영체의 경우 시장기회를 선점하거나 시장에서 위치를 차지하려는 시도에 적극적인 자세가 필요한 반면, 지역특성에 따른 한정된 상품 및 서비스에 대한 제약 등도 이에 영향을 미치는 것으로 유추할 수 있다.

셋째, 자기효능감은 경영성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 검증되었는데, 농업경영체의 자기효능감은 경영성과에 주요한 영향을 미치는 요인이라 할 수 있다. 이러한 결과는 자기효능감이 경영성과와의 관계에서 직접적인 영향을 미친다는 많은 연구와 자기효능감이 높을 경우 더 많은 노력을 하고 성과도 높아진다는 기존 선행연구와 유사한 맥락을 보이고 있다.

넷째, 자기효능감은 6차산업 기업가정신의 하위요인과 경영성과간의 관계에서 부분적으로 유의한 매개효과를 나타내는 것으로 확인되었다. 혁신성과 위험감수성은 경영성과간의 관계에서는 자기효능감이 완전매개역할을 하고 있지만, 타 하위요인들은 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 기업가정신과 경영성과와의 관계에 대한 선행연구에서 자기효능감의 매개역할에 대해 여러 방식으로 규명된 사례들이 혼재하고 있으나 본 연구와 같이 경영성과에 대해 대체적으로 유의한 매개효과를 보이고 있다.

다섯째, 6차산업의 인증 여부는 6차산업 기업가정신이 경영성과와의 관계

에 조절역할을 할 것이라는 가설은 유의하지 않는 것으로 나타났다. 그러나 6차산업 인증을 받은 경영체(n=113)와 6차산업 인증이 없는 경영체(n=105)를 구분하여 분석한 다집단분석에서는 6차산업 인증은 단순주효과로 경영성과에 차이를 보이는 것으로 확인되었다.

여섯째, 조절효과 검증에서 다집단 분석 결과, 인증 집단과 미인증 집단간 영향관계가 다른 점을 발견할 수 있었고, 또 6차산업 기업가정신 하위요인들이 종속변수에 영향을 미치는데 있어 기존 선행연구와 상반된 결과가 나타나기도 하였다. 이는 일반 표본들에 비해 본 연구의 설문응답자 특성이 다른 점에 기인할 수 있다고 판단된다.

본 연구는 농촌의 기업가정신에 대한 이론적 연구, 농업경영체를 대상으로 6차산업 기업가정신과 자기효능감을 매개한 경영성과 차원의 실증연구가 매우 미흡한 상황에서 6차산업 기업가정신의 개념을 구체화하고, 또 자기효능감 및 경영성과와의 관계를 분석했다는 점에서 의미가 있다. 또한, 저출산 고령화, 기후변화 및 환경문제, 소비패턴의 변화 등 농촌에 영향을 줄 메가트렌드에 대응하고, 스마트 팜 등 4차산업혁명으로 새로운 농업기술이 빠르게 도입되어 다품종 소량생산, 표준화, 경영다각화가 필요한 시점에 농촌분야 기업가정신의 중요성을 제시하였다는 점에서도 그 의미가 있다고 하겠다.

【주요어】 6차산업, 농촌융복합산업, 농업경영체, 기업가정신, 자기효능감, 경영성과

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 구성	4
제 2 장 이론적 배경	6
제 1 절 농업·농촌의 6차산업화	6
1) 6차산업의 개념 및 산업화 추진	6
2) 6차산업화 유형 및 특징	17
3) 6차산업화 사업자 인증 및 지원	33
4) 6차산업화 선행연구	44
제 2 절 6차산업 기업가정신	46
1) 기업가정신의 개념과 구성요소	46
2) 6차산업 기업가정신	62
3) 6차산업 기업가정신 선행연구	70
제 3 절 자기효능감	73
1) 자기효능감의 개념	73
2) 자기효능감의 구성요소	77
3) 자기효능감 선행연구	81
제 4 절 경영성과	83
1) 경영성과의 개념	83
2) 농업경영체의 경영성과	85
3) 경영성과 선행연구	89
제 3 장 연구설계	90
제 1 절 연구모형 및 가설설정	90
1) 연구모형	90
2) 연구가설	91
제 2 절 변수의 조작적 정의	98

1) 6차산업 기업가정신	98
2) 자기효능감	101
3) 경영성과	101
4) 설문지 구성	103
제 3 절 자료수집 및 분석	104
1) 자료수집	104
2) 자료분석	104
제 4 장 연구결과	106
제 1 절 표본 특성	106
제 2 절 기초통계 분석	107
제 3 절 탐색적 요인 및 신뢰도 분석	109
제 4 절 측정모형 분석	114
1) 모형적합도 및 집중타당성 검정	114
2) 판별타당성 검정	117
제 5 절 가설검정	118
1) 연구모형의 적합도 검정	118
2) 기본가설 검정	119
3) 매개효과 검정	120
4) 조절효과 검정	121
5) 가설검정 결과 요약	124
제 5 장 결론	126
제 1 절 연구 결과	126
제 2 절 연구의 시사점	129
제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구방향	131
참고문헌	132
설문지	152
ABSTRACT	156

표 목 차

[표 2-1] 농촌의 2차·3차산업 활성화 정책	12
[표 2-2] 6차산업 유형 구분	19
[표 2-3] 6차산업 사업 방향의 주요요소	20
[표 2-4] 6차산업 사업 내용에 따른 구분	25
[표 2-5] 중심 산업에 따른 구분	26
[표 2-6] 추진 주체의 특성에 따른 구분	28
[표 2-7] 창업 목적에 따른 구분 및 특성	30
[표 2-8] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증 개요	33
[표 2-9] 2020년도 농촌융복합산업 인증사업자 수	35
[표 2-10] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증 자격 요건	36
[표 2-11] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 신규·갱신 심사기준	39
[표 2-12] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증제도 구분 기준(안)	41
[표 2-13] 6차산업(농촌융복합산업) 인증 사업자에 대한 지원	42
[표 2-14] 농업·농촌의 6차산업화 선행연구	45
[표 2-15] 기업가정신에 대한 관점 및 정의	53
[표 2-16] Differences in Commercial Entrepreneurship & Social Entrepreneurship	65
[표 2-17] 6차산업 기업가정신의 구성요소 및 개념	70
[표 2-18] 6차산업 기업가정신 선행연구(1)	71
[표 2-19] 6차산업 기업가정신 선행연구(2)	72
[표 2-20] 자기효능감의 정의	76
[표 2-21] 자기효능감 선행연구	82
[표 2-22] 경영성과의 개념	84
[표 2-23] 농촌융복합산업 정책사업 성과지표	86
[표 2-24] 경영성과 선행연구	89
[표 3-1] 6차산업 기업가정신에 대한 조작적 정의	98
[표 3-2] 6차산업 기업가정신 설문문항	99
[표 3-3] 자기효능감 설문문항	101

[표 3-4] 경영성과 설문문항	102
[표 3-5] 설문지 구성	103
[표 3-6] 자료수집	104
[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성	106
[표 4-2] 측정변수에 대한 기술통계량분석 결과	107
[표 4-3] 최초 탐색적 요인분석 결과	109
[표 4-4] 잠재변수 및 측정변수 추출 과정	112
[표 4-5] 최종 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석 결과	113
[표 4-6] 모형적합도 기준	114
[표 4-7] 최초 측정모형 적합도 확인 결과	115
[표 4-8] 잠재변수 및 측정변수의 추출 과정	115
[표 4-9] 집중타당성 검정 결과	116
[표 4-10] 판별타당성 검정 결과	118
[표 4-11] 연구모형 적합도 분석 결과	119
[표 4-12] 기본가설 검정 결과	119
[표 4-13] 매개효과 검정 결과	121
[표 4-14] 다중집단 확인적 요인분석에 의한 교차타당성 검정 결과	122
[표 4-15] 인증 집단과 미인증 집단 내에서의 경로 확인 결과	122
[표 4-16] 가설검정 결과 요약	124

그림 목 차

[그림 1-1] 연구흐름도	5
[그림 2-1] 농업의 6차산업화 방향	15
[그림 2-2] 6차산업화 추진방법	16
[그림 2-3] 6차산업화의 발전유형	20
[그림 2-4] 농산업 비즈니스 모형과 지역사회 공동체 모형	27
[그림 2-5] 6차산업 주요 특징	32
[그림 2-6] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증 절차	37
[그림 2-7] 기업가정신의 확산	63
[그림 2-8] 일본 농업경영체의 발전단계	66
[그림 3-1] 연구모형	90

제 1 장 서 론

제 1 절 연구 배경 및 목적

우리나라의 농업·농촌은 급격한 산업화 이후 농업인의 고령화 및 농촌 인구감소, 시장개방에 따른 농가소득 감소, 도농격차 확대 등 대내외적 여건으로 인하여 많은 문제점을 안고 있으며, 특히 기간산업 및 의료접근성 등 정주여건의 악화로 지역 환경이 침체되면서 농촌공동화 현상, 지역소멸 우려도 지속적으로 진행되고 있다. 통계청(2021)자료에 따르면 1980년 1,152만 명으로 전체인구(3,743만 명)의 30.7%에 달했던 농가인구가 2020년에는 231만 명으로 79.9%가 감소하였으며, 전체인구(2020년11월 5,183만명)의 4.5%로 그 비율도 크게 감소하였고, 2019년 도시가구소득(2인 이상) 6,616만원 대비 농가소득은 4,118만원으로 도시가구소득 대비 농가소득 비율이 62.2% 수준(한국농촌경제연구원, 2020)으로 도농간 소득격차도 심화되고 있다.

이를 극복하기 위하여 정부는 전업농 육성과 시설현대화 및 규모화를 통한 가격경쟁력 확보, 친환경 고품질 농산물에 의한 농업 경쟁력 향상을 꾀하고자 노력하여 왔다. 1994년 “농어촌발전 종합대책과 농정개혁 추진방안”과 함께 고용 창출, 부가가치 증대 등 농촌경제 활성화를 도모하려는 다양한 정책이 추진되었고(농림축산식품부, 2014; 박시현 외, 2017), 농외소득 정책, 농촌 공업입지 정책, 낙후지역 개발, 농어촌 특산단지 및 농공단지 조성, 농산물 가공사업, 농촌휴양 및 관광자원 개발과 같은 정책도 다양하게 추진하였다(우장명, 2015).

이와 같이 정부는 농업 경쟁력의 필요성과 중요성을 강조하고 정부의 지원으로 꾸준히 첨단기술을 도입하고 농업의 기업화를 모색하였으나, 이러한 정책적 뒷받침에도 불구하고 그 주체가 되는 농업경영체 경영자의 비즈니스 마인드와 역량 부족으로 인해 농업경영체 경영성과의 획기적인 개선은 높지 않은 수준으로 농업의 경쟁력이 여전히 부족하다는 평가를 받아 왔다(백혜선, 2020). 따라서 농업경영체가 정부 보호에 의존하기보다는 시장경제의 중심이

되어 농업시장을 주도하고, 일반기업과 마찬가지로 내부 역량과 경쟁력 향상을 위해 적합한 경영전략 수립과 효율적인 경영을 통한 성과창출을 도모할 필요가 있다고 하겠다(김용호, 2016).

이러한 시점에서 농업·농촌의 기능을 회복하기 위해 그 방안으로 농촌의 6차산업화가 관심을 받기 시작하였고, 지역경제를 활성화하기 위한 다양한 방안들이 제시되었다. 농업을 단순한 생산의 개념에서 사회적 욕구에 부합하는 가공품 개발과 농촌 비즈니스 관점으로 부가가치를 창출할 경우 지역경제의 활로를 찾을 수 있다. 즉, 지역자원을 활용하여 생산자가 가공 또는 판매부문으로 통합하는 비즈니스, 지역단위에서 농업을 기반으로 가공업, 외식업·소매업 등이 연대하는 비즈니스 등 여러 형태의 비즈니스를 개발함으로써 지역경제 활성화에 기여할 수 있다. 특히 농업문제를 특정 지역으로 한정하는 경우 생산조건과 생활조건이 불리한 지역과 고령화율이 높은 지역에서는 일자리 축소와 소득 감소, 공동체성 약화 등으로 사회적 약자가 누적되는 현상이 나타나는데, 이들 지역에서 고령자와 여성 등에게 적합한 일자리 만들기, 지역 농업 개편과 함께 지역자원을 활용한 부가가치 창출 전략이 필요해지고, 생산에서 가공·판매의 통합, 식품소비 패턴의 변화에 대응하는 다양한 제품이나 서비스 제공 등도 요구된다(한국농촌경제연구원, 2014). 이에 대한 대응이 농업·농촌의 6차산업화이며, 지역내에서 가치를 창출하고 지역공동체를 다신 살릴 수 있는 전략이 될 수 있다. 이러한 6차산업화는 기존 관행농업 중심의 농촌에서 2차 및 3차산업이라는 부가가치 창출로 신성장동력원을 발굴하고, 도농간 소득격차 축소, 지역경제 활성화 및 일자리 창출, 인구감소에 따른 지역공동화 해소에 기여할 수 있는 방안으로 추진되고 있다(김연중 외 2016).

농업·농촌의 6차산업화가 농업·농촌의 체질을 개선하고, 경쟁력 강화를 통해 경영체로서 지속가능성을 확보하기 위한 노력의 일환이라고 할 때, 장기간의 농업·농촌 정책에 있어서 패러다임의 주축이 되기 위해서는 정부나 지자체의 지원도 중요하지만 6차산업 경영주가 자신의 기업 즉, 농경영체를 끌어가기 위한 기업가지향성 또한 매우 중요하다(정태욱, 2018). 또, 6차산업은 기존의 산업·경제 및 기업경영 분야와는 다른 특성을 가지고 있는데, 농업인 및 관련 이해관계자들로 구성된 여러 유형의 조직들로 구성되어 있고, 내부의

갈등이나 의사소통 등이 지역주민들의 혈연적, 지연적 연계성으로 말미암아 그 패턴의 특이성이 존재한다. 이렇듯 농촌의 6차산업 기업들은 일반 기업조직과는 다른 유형의 구성원을 가지며 특이한 조직문화를 가지고 있기 때문에, 기존의 기업조직이나 정치조직, 행정조직을 이끌어가는 방식과는 다른 유형의 기업가정신을 필요로 한다(김연중 외, 2016).

농촌의 6차산업화 발전을 뒷받침할 수 있는 학문적 연구가 어느 정도 진행되고 있지만 타 분야에 비해 아직은 미흡한 실정으로, 기존 6차산업과 관련된 연구들을 살펴보면 주로 6차산업화 전략 및 활성화관련 연구(김태곤 외, 2011; 변우정, 2014; 김용렬 외, 2014; 양정임 외, 2014; 최이석, 2014; 김용렬 외, 2015; 유학열, 2015; 선석민, 2015; 임도경, 2015; 김경찬 외, 2015; 이현정, 2017; 정종영, 2021 등), 6차산업 실태 및 사례관련 연구(조록환 외, 2013; 김성수, 2014; 황대용, 2014; 변우정, 2014; 농림축산식품부, 2014; 양현봉, 2015; 농림축산식품부, 2017; 이승욱, 2020 등), 6차산업 관련 정책 및 관광 등의 연구(농림축산식품부, 2014; 농림축산식품부, 2015; 박정일 외, 2015; 우장명, 2015; 정도채 외, 2016; 조경호, 2016; 박시현, 2019; 이승희 외, 2021 등), 6차산업 인증관련 연구(농림축산식품부, 2014; 농림축산식품부, 2017; 김경찬, 2018; 박상호, 2021) 등의 연구와 6차산업 기업가정신과 관련된 소수의 연구(서윤정, 2013; 김성규 외 2016; 김연중 외, 2016; 정태욱, 2019)가 있다.

그러나 6차산업 기업가정신에 대한 명확한 이론적 근거를 제시한 연구, 또는 농업경영체를 대상으로 자기효능감과 연계한 경영성과 차원의 연구는 아직까지 찾아보기 어려운 것이 현실이다. 이에 본 연구에서는 6차산업과 전통적 기업가정신에 관한 선행연구를 바탕으로 6차산업 기업가정신의 개념을 명확히 함과 아울러 농업의 다각화를 위한 6차산업화 유형을 취합·정리하고, 현행 6차산업화 인증 및 지원에 대한 근거를 제시하고자 한다. 또, 6차산업화를 위한 농촌기업의 관점에서 김성규 외(2016)의 연구에서 제시한 6차산업 기업가정신을 활용하여 자기효능감, 경영성과에 대한 관계를 실증적으로 분석하고자 한다.

본 연구의 분석절차는 다음과 같다. 첫째, 6차산업 기업가정신이 자기효능감에 미치는 영향을 미치는지 분석하고, 둘째, 6차산업 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향을 분석하며, 셋째, 자기효능감이 경영성과에 영향을 미치는지에 대해서도 분석한다. 넷째로는, 6차산업 기업가정신과 경영성과간 자기효능감의 매개효과를 검정하고, 다섯째, 6차산업 인증 여부에 있어 6차산업 기업가정신, 경영성과에 대한 조절효과가 있는지 확인하고자 한다. 이를 위해 6차산업 기업가정신 하위요인으로 혁신성, 진취성, 위험감수성, 진정성, 협력성, 의사소통능력, 네트워크역량, 사회적책임, 도전성을 설정하고, 자기효능감은 매개변수로, 경영성과를 종속변수로, 6차산업 인증을 조절변수로 설정하였다. 이후, 분석결과를 토대로 선행연구와의 차이점 및 시사점을 결론으로 제시하면서 본 연구를 통해 한국의 6차산업과 관련한 향후 연구에 기초적 자료를 제공하고자 하며, 6차산업 농업경영체의 비즈니스 마인드 제고를 위한 정책과 운영에 기여할 수 있는 근거를 마련하고자 한다.

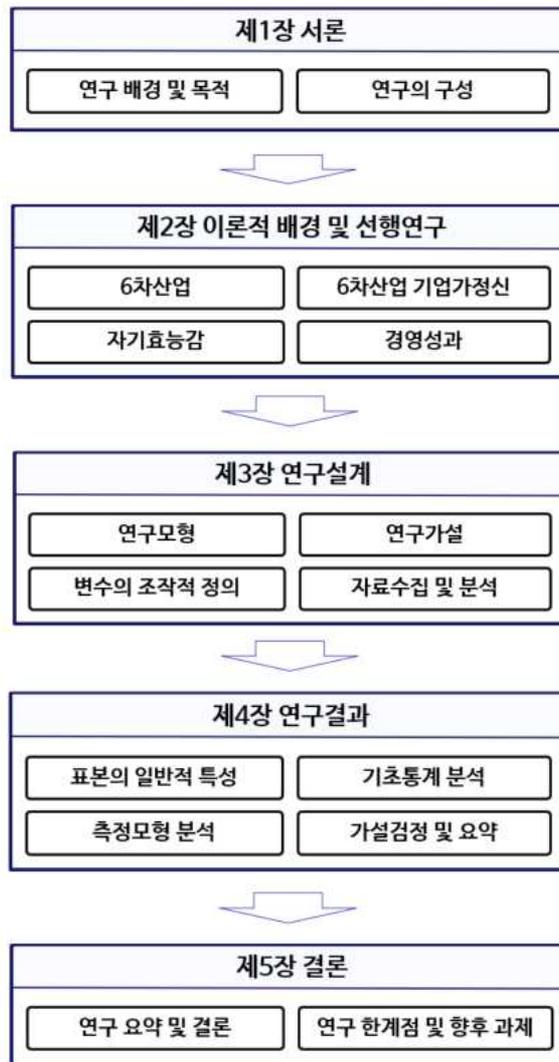
또한, 기존 선행연구들은 기업가정신과 경영성과간에 관련된 연구에서 기업가정신이 기업의 성과에 영향을 미치는 중요한 도구이고, 자기효능감이 개입되었을 때 명확한 매개역할을 한다고 분석하였다. 그러나 대부분 상업적 기업을 대상으로 연구가 진행되었지만 농업·농촌 기업에 대해서는 그 연구를 찾아보기 어렵고, 농촌 6차산업 기업가정신 또한 선행연구가 매우 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구는 6차산업 기업가정신이 농업경영체의 경영성과에 어떤 영향을 미치고 있는지, 자기효능감의 매개효과와 6차산업 인증에 대한 조절효과를 실증적으로 검증한다는 점에서 기존 연구와 차별성을 가지고 있다.

제 2 절 연구의 구성

본 연구는 모두 5장의 항목으로 구성되어 있다. 제1장에서는 연구의 배경 및 목적, 연구의 구성에 대한 사항을 개괄적으로 제시하였고, 제2장에서는 본 연구의 이론적 배경으로 6차산업 기업가정신과 자기효능감, 경영성과에 대한 선행연구를 바탕으로 각 변수들의 이론들을 검토하였다. 제3장에서는 연구목

적에 따른 연구모형과 가설을 설정하였으며, 변수들의 조작적 정의를 다루었고, 수집된 자료의 분석방법을 기술하였다. 제4장에서는 수집 자료를 근거로 하여 분석한 결과로, 가설 검증을 통해 연구모형을 평가하고 변수들의 관계성을 확인하였다. 제5장에서는 연구 결과 및 학문적 시사점을 정리하였고 본 연구에서의 한계 및 향후의 연구 방법에 대한 방향을 제시하였다.

[그림 1-1] 연구흐름도



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 농업·농촌의 6차산업화

1) 6차산업의 개념 및 산업화 추진

가) 6차산업의 정의

2010년대 초 일반농업인에게는 다소 생소했던 6차산업이란 명칭이 등장하기 시작하였고, 이후 한국농촌경제연구원 등 관련 기관에서 일본의 6차산업에 대한 소개와 사례연구, 포럼 등을 통한 6차산업화의 인식이 확산되었다고 할 수 있다. 농림축산식품부(2013b)에서는 6차산업이란 “농촌에 존재하는 모든 유무형의 자원을 바탕으로 농업과 식품, 특산품 제조·가공(2차산업) 및 유통·판매, 문화, 체험, 관광, 서비스(3차산업) 등을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동을 의미한다”고 정의하고 있다.

6차산업은 일본의 이마무라 나라오미(今村奈良臣)교수가 도쿄대(東京大 농업경제학과)를 정년퇴임하고 일본여자대학교 교수로 재직하기 시작한 1994년에 주창한 개념이다. 히로사키대학(弘前大学)의 후지사키 히로유키(藤崎浩幸)교수는 6차산업은 농업이라는 제1차산업이 농산물 생산에만 머물러서는 발전을 기대할 수 없고, 농산물 가공이라고 하는 제조업인 제2차산업, 농산물 직거래 및 농가 민박 등의 판매·서비스업인 제3차산업도 병행하여 농촌의 진흥을 도모해야 한다는 사고에서 비롯된다고 하였다(藤崎浩幸, 2018).

이마무라교수는 2011년 JC총연 연구소장으로 재직시 월간정보지에 기고한 글에서 다음과 같이 6차산업 정의에 대한 이력을 소개하였다.

초창기에 전국의 농촌, 주로 농촌 여성을 향해 '농업의 6차산업화를 추진하자'며 그 필요성을 강조하였다. 직접 생산한 농축산물을 그대로 농협과 시장으로 출하할 것이 아니라 농민의 농축산물·임산물을 다양한 형태로 가공하거나 조리하여 소비자에

게 직접 판매하거나 직매소 등을 통해 소비자에게 판매함으로써 농촌지역의 고용 창출 및 부가가치를 접목한 소득 향상을 꾀하고자 제안한 것이다. 이를 알기 쉽게 공식화한 것이 “1차산업 + 2차산업 + 3차산업 = 6차산업”이다.

약 4년 후에는 당시의 버블경제로 인해 ‘토지를 팔면 돈이 된다’라는 인식이 만연함에 따라 농지가 부족하게 되어 농업이 위축될 우려에 경종을 울리는 동시에, 농축산물의 가공이나 판매 등과의 유기적 결합을 위하여 기존의 덧셈을 곱셈으로 바꾼 공식이 “1차산업 × 2차산업 × 3차산업 = 6차산업”이다. 덧셈에서 곱셈으로 바꾼 것에 대한 이유로는 첫 번째, 만약 농지가 부족하여 1차산업이 없다면, 즉 ‘0’이 되면 ‘0 × 2 × 3 = 0’이 되어 농업의 6차산업화 노선은 없어진다는 것으로 1차의 중요성을 강조하였다. 두 번째 이유로는 농림어업(1차산업)과 식품 가공 및 식품 제조업(2차산업), 유통·판매, 그린 투어리즘 등(3차산업)과의 유기적 결합 관계를 강화하고 그간의 네트워크를 조합하여 지역에서의 고용기회를 촉진함으로써 소득 상승을 도모하고자 개정하였다(今村奈良臣, 2011. 연구자 발췌 요약).

이 시기 다이센쵸(大山町) 농협에서 “매실이나 밤을 심고 하와이로 여행가자.”라는 구호를 내걸었는데, 오이타현(大分縣)과 같은 척박한 환경에서 같은 양의 노동을 하더라도 생산성이 낮은 쌀보다도 부가가치가 훨씬 더 높은 매실이나 밤을 직접 판매하거나 가공품으로 만들어 판매하자는 주장을 하였다. 그렇지만 당시 일본 유통산업 구조는 도·소매업, 서비스업, 식품기업이 일부 사업자들과의 독과점 형태로 이루어져 있어 기존의 1차산업 중심의 환경에서 지역 농업인들이 유통 활로를 새로이 개척하기가 매우 어려웠다. 따라서 유통 활로 방안을 찾기 위해 오이타현에서 개설한 것이 ‘나무의 꽃(고노하나) 가르텐(木の花(このはな) ガルテン)’이라는 직매장이며 이것이 이마무라교수에 의해 6차산업이란 신조어가 탄생하게 된 배경이 되었다(박성수, 2015).

나무의 꽃(고노하나) 가르텐은 오이타현의 중산간에 위치한 다이센쵸(大山町)농협에서 설립하여 운영하는 직매장으로서, 이마무라교수가 농업인과 조합원, 조합원이 생산한 농산물과 농산물을 활용한 가공품의 판매 및 체험, 관광 상품에 대해 그 운영 상황을 조사하게 되면서 페티-클라크 법칙(Petty-Clark's law)¹⁾을

1) 농업·제조업·상업의 순서로 수익이 높다고 한 W.페티의 이론을 바탕으로 하여, C.G. Clark가 국민소득의 국제비교 또는 시계열(時系列) 비교를 통해 실증적으로 밝힌 노동력 구성비에 의한 산업구조 변화의 통계적 법칙(출처: 두산백과)

근거로 ‘농업의 6차산업화’라는 이론을 정립하게 된다. 이후에 각 산업간 덧셈을 곱셈으로 개정한 이유에 대해 당시의 농지 투기에 따른 융자 등으로 막대한 부채를 안거나 적자를 내는 농협이 속출하고 있을 정도로 농업 농촌의 상황이 어려운 시기에 1차산업인 농업의 중요성을 더욱 강조하기 위함에 있다고 설명한 바 있다. 또한 농업(1차산업), 가공(2차산업) 및 체험·판매·관광·유통(3차산업)의 산업 부문 간 협력을 강화하여 농업부문의 부가가치와 소득을 향상시키자는 의미를 포함하였다. 이에 따라 1차산업인 농업은 물론 가공 및 판매·유통 부문, 나아가 체험·관광 부문으로 신규 고용이 발생하고, 이로 인해 지역 소득이 증대되어 6차산업화의 확대 및 재생산이 순환하여 이루어져야 한다고 생각을 한 것이다(今村奈良臣, 2012b. 연구자 발췌 요약).

국내에서 정의하고 있는 6차산업에 대한 개념도 기본적으로 이마무라교수가 제안한 의미를 바탕으로 하고 있는데, 이동필(2007)은 국내 낙후지역의 자생적 발전역량 강화를 위해 시행된 신활력지역 사업의 일환으로 생산(1차)과 가공(2차), 그리고 유통 및 체험, 관광(3차)을 잘 융합하여 고부가가치 6차산업을 창출하고 소득기반을 조성하는 전략에 집중하여야 함을 주장하였다(이동필, 2007). 김태곤 외(2011)는 농업의 6차산업에 대해서 농업생산이라는 1차산업을 중심으로 농산물 가공 또는 특산품 개발 등의 2차산업과, 직매장이나 숙박업, 음식업, 관광업 등의 3차산업을 농촌지역에서 담당하는 것이라고 정의하였고, 김용렬 외(2014)는 농업의 6차산업화란 생산에서 가공 판매 등의 영역을 통합하고, 관광이나 교류 등도 포함하는 비즈니스 생태계를 형성하여 지역에서 일자리를 창출하고 부가가치를 증대하는 전략으로서, 마을이나 농업생산법인, 작목반과 같이 생산자 주도로 지역의 농림축산물이나 부산물, 자연 자원, 경관 문화 등 지역 자원을 활용하여 1차(생산), 2차(가공), 3차(판매)의 통합이나 지역 단위의 농업 제조업 소매업 등이 함께 연대하는 비즈니스라 정의하였다(김경찬, 2018).

박준기 외(2013)와 김용렬 외(2015)는 6차산업이란 1차산업(농업)×2차산업(제조업)×3차산업(서비스업)이 상호 융복합하는 것으로, 농산물의 생산과 가공 및 판매를 연계하거나 농촌관광도 상품으로 결합함으로써, 부가가치 증대와 소득 향상, 일자리 창출과 함께 농업·농촌에 활력을 제공하는 활동이라고 하였다. 또,

권용덕(2014)은 농업의 6차산업을 고령자를 포함한 지역 주민의 주도로, 지역에 부존하는 다양한 자원(농산물 자연자원 인재 역사 문화 등)을 활용하여, 생산에서 가공·판매·교류 등을 수직적으로 통합하는 생태계를 형성하여 새로운 가치를 창출하는 비즈니스라고 정의하였고, 박성수(2015)는 6차산업을 1차산업인 농산어촌의 기존 생산·매출구조와 수익구조에서 벗어나 새로운 부가가치를 창출시킬 수 있도록 다양한 수익 모델 형성 및 타 산업으로 전환하는 것이라 정의하고 있다(김경찬, 2018).

그러나 6차산업이라는 명칭은 엄밀한 관점에서는 산업구조의 속성 변화가 결여된 용어로 볼 수도 있다. 부문별 산업분석의 시초를 마련한 Fisher(1939)와 Clark(1940)에 따르면, 한 나라의 산업구조는 경제 수준이 발전함에 따라 1차에서 2차, 3차산업으로 중심이 이동되어 왔다. 경제발전 수준이 역전하지 않는다는 선형 발전 논리에 근거할 경우, 산업구조 내 1차·2차·3차산업의 역할 변화는 시기성과 산업구조의 변동을 쟁점으로 하여 설명이 가능하게 된다(Kenessey, 1987).

하지만 농산업의 융복합을 통한 6차산업화는 산업구조를 구성하는 경제활동의 주요 기반이 변경되는 것이 아니고, 시대 변화에 따른 기술 변혁에 기인하는 것 또한 아니다(황재희 2017). 오히려 서수 형태로 배열된 산업 활동에 기수적 선형변환을 가함으로써 기존의 산업부문 이해와 불일치하는 신조어를 탄생시킨 것에 가까우며, 이러한 연유로 산업 발전 관점에서 6차산업화의 정체성을 이해하기에는 어려움이 따를 수밖에 없다(황재희 외, 2016).

그럼에도 정책적 측면에서는 ‘1차×2차×3차=6차’ 형태로 정책의 기본 개념을 직관화하는 ‘6차산업화’라는 용어를 합리적으로 받아들이고 있으며, 나아가 관련 실무 집단 및 학계에서는 6차산업화가 지니는 모호한 산업적 정체성을 보완하기 위해 해당 개념의 적용 범위를 농업·농촌 분야로 제한함으로써 경제활동의 중심이 되는 공간적 배경과 농산업적 배경을 규정하고 있다(황재희 외, 2016). 이에 따라 농업의 6차산업화는 공고한 정책적 타당성을 바탕으로 한국사회에서 하나의 의미 있는 산업 현상으로 자리매김하고 있다(이병오, 2015a).

다시 말해서, 6차산업화는 “농업이 1차산업에만 머물지 않고, 2차산업(농

축산물의 가공 및 제조)과 3차산업(도·소매, 관광, 정보서비스 등)에까지 영역을 확장함으로써 새로운 가치를 농촌에 불러일으키고, 고령자 및 여성들도 새로운 일자리를 스스로 창출하는 사업과 활동”으로, 1차, 2차, 3차산업의 유기적이고 종합적인 결합, 1차산업×2차산업×3차산업=6차산업으로 파악하는 것에 공감대를 형성하게 되었다. 또, 농업의 6차산업화는 “농업생산이라는 1차 산업을 중심으로 하여 농산물 가공이나 특산품 개발 등 2차산업과 직판장이거나 음식업, 숙박업, 관광업 등 3차산업을 농촌지역에서 담당하는 것”이라고 인식을 공유하고 있다(김태곤 외, 2011).

이를 종합하여보면 6차산업화란 “농촌 지역 주민들의 주도하에 지역 내의 자원을 활용하여 농업생산이라는 1차산업을 농산물 가공의 2차산업 및 농촌 체험, 관광, 외식 등의 3차산업과 결합시켜 부가가치를 창출하며 이를 통해 농가 소득 증대 및 농촌 지역의 경제를 활성화하여 농촌지역 삶의 질을 향상시키기 위한 활동”이라고 할 수 있다(이현정, 2017).

나) 6차산업화 정책 추진

일본 정부는 농업·농촌 활성화의 일환으로一村一品(一村一品) 및 지산지소(地産地消), 커뮤니티 비즈니스, 지역 브랜드화, 식품산업 클러스터, 농상공 연대 등 6차산업과 관련된 다양한 정책을 추진하였으며(이병오, 2013), 2010년 12월에 “지역 자원을 활용한 농림어업자 등에 의한 신사업 창출 및 지역의 농림수산물의 이용 촉진에 관한 법률”을 공포하면서 본격적인 6차산업 활성화 정책을 추진하기 시작하였다(農林水産政策研究所, 2015).

6차산업화·지산지소법(六次産業化·地産地消法)으로 축약되어 불리는 이 법은 농림어업 등의 진흥, 농산어촌과 그 외 지역 활성화와 함께 소비자 이익의 증진을 꾀하고, 식량 자급률을 향상시키면서 환경에 대한 부하가 적은 사회 구축에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다. 이 법에서 6차산업화를 “농림어업자 등에 의한 농림어업 및 관련 사업의 총합화(總合化)”라는 용어로 정의하고, 농림어업 및 관련 사업의 총합화에 대해 “농림어업자 등이 생산에 직접 관여한 농림수산물의 원재료를 사용하여 새로운 상품의 개발 생산 및 수요의 개척, 농림수산물에 대한

새로운 판매방식의 도입 및 개선, 그리고 이를 위해 필요한 농림어업 시설의 개량 및 취득, 신규 작물이나 가축의 도입, 지역에 존재하는 토지, 물, 기타 자원을 효율적으로 활용한 생산 방식의 도입”을 의미한다고 하였다(地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律, 2010).

한편, 우리 정부도 농업·농촌 활성화를 위하여 농촌신활력사업, 농촌관광, 향토산업육성사업 등과 같이 6차산업 관련 정책들을 다양하게 추진하여 왔다. 특히, 2013년, ‘2013~2017 농업·농촌 및 식품산업 발전계획’에서 농업의 6차산업화를 통해 농 식품산업의 경쟁력 강화를 천명하였으며(농림축산식품부, 2013a), 2014년에는 “농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률”(약칭: 농촌융합산업법)을 제정하면서 본격적인 6차산업 활성화 정책을 추진하기 시작하였다(김경찬 외, 2017). 또한, 농촌진흥청(2014)은 농업의 6차산업화란 “1차 농업생산을 중심으로 하여 농산물 가공, 특산품 개발 등 2차산업과 특산물 판매업, 음식·숙박·관광업 등 3차산업을 농촌지역에 도입하는 농업의 융·복합산업화”로 정의하면서, 농업의 생산적인 측면을 기본으로 하여 이를 농산물 가공 및 특산품 개발로 연계하고, 나아가 농촌주민의 주도로 농식품의 유통과 관광산업으로 연계함으로써 농촌에 일자리를 창출하고, 부가가치를 높이는 것을 목적으로 한다고 규정하였다(김경찬, 2018).

그리고 정부는 2015년 6월부터 시행된 위의 ‘농촌융합산업법’에서 6차산업을 농촌융복합산업²⁾이라는 법률적 용어로 정의하고, 농촌융복합산업이란 “농업인 또는 농촌지역에 거주하는 자가 농촌지역의 농산물·자연·문화 등 유형·무형의 자원을 이용하여 식품가공 등 제조업, 유통·관광 등 서비스업 및 이와 관련된 재화 또는 용역을 복합적으로 결합하여 제공함으로써 부가가치를 창출하거나 높이는 산업”으로 정의하였다. 또 이 법 시행령에서 농촌융복합산업은 ① 주된 사업장이 소재한 지방자치단체에서 자가생산 또는 계약재배를 통하여 생산되는 농산물을 주원료로 사용하여 식품 또는 가공품을 제조하는 산업, ② 해당 지역에서

2) 기존의 6차산업이란 명칭에 대해 정부의 법 제정이후부터 법률적, 정책적 명칭을 농촌융복합산업이라 하였다. 현재 정부의 정책입안 및 집행 등에 있어서는 6차산업과 농촌융복합산업이 혼재되어 사용되고 있다.

생산된 농산물이나 ①호의 산업에서 생산된 식품 또는 가공품을 직접 소비자에게 판매하는 산업, ③ 농촌지역의 유·무형 자원을 활용하여 체험·관광·외식 등 서비스업을 제공하는 산업, ④ 이들 중 둘 이상이 혼합된 산업으로 그 범위를 정하고 있다. 이 법의 취지에 따라 6차산업화를 위한 바탕에는 농촌융합산업법이 정한 목적에 기반하여 농업의 생산적 측면과 함께 농촌의 환경적 측면을 중시하고, 농촌지역에서의 일자리 창출, 1차·2차·3차산업간의 연계과정에 부가가치를 증대함으로써 농업·농촌 활성화에 기여함을 전제할 수 있다.

사실 농업의 6차산업화란 명칭을 쓰기 전부터 농촌지역에서 2차, 3차산업을 활성화하려는 움직임이 있었으며, [표 2-1]과 같이 1990년대 말부터 지역부존자원을 기초로 2차, 3차산업을 육성하여 고용 창출, 부가가치 증대 등 농촌경제 활성화를 도모하려는 다양한 정책이 중앙정부의 다양한 부처에 의해 추진되었다(농림축산식품부, 2014; 박시현 외, 2017).

[표 2-1] 농촌의 2차·3차산업 활성화 정책

부처명	정책사업	시기	사업 내용
농림축산 식품부	지역특화품목육성사업 → 농촌자원복합산업화	'99~	특화산업 육성을 위해 체험, 제조·가공 등의 융복합 지원(포괄보조방식)
	지역농업클러스터 → 지역전략식품산업	'05~	지역식품산업 육성을 위해 네트워킹 구축, 혁신체계구축, 마케팅 등 지원
	신활력사업	'05~'10	낙후지역을 대상으로 지역자원의 특화·상품화 추진
	향토산업육성사업	'05~	향토자원 육성을 위해 제조·가공, 제품개발, 홍보·마케팅, 브랜드 개발 등 지원
중소기업청	지역특화발전특구 지정	'05~	지역특화산업 육성을 위한 규제완화 · 160개 특구 지정(73개 농촌자원 부존형)
산업통상 자원부	지역연고산업육성사업(RIS)	'04~	지역산업육성을 위한 기술개발, 네트워킹 등의 소프트웨어 인프라 지원
	지자체연구소 육성사업(RRI)	'04~'13	지자체 연구소(19개)에 연구소 건축 및 장비지원 · 13개소가 농촌자원 활용형

출처: 농림축산식품부, 2014; 박시현 외, 2017; 농업진흥청, 2018.

이 외에도 농업의 2·3차산업 활성화를 위한 정책은 1980년대 이래로 농의 소득 정책, 농촌 공업입지 정책, 낙후지역 개발 등을 통해 지속되어 왔으며,

농어촌 특산단지 및 농공단지 조성, 농산물 가공사업, 녹색농촌체험마을·전통 테마마을·아름마을가꾸기·농촌휴양단지 및 관광농원·농촌민박마을·팜스테이 조성 과 같은 농촌휴양·관광자원 개발 등으로 다양하게 추진되어 왔다(우장명, 2015).

이와 같은 정책에 따라 농촌에서 2차산업, 3차산업 활성화를 위한 많은 형태의 노력이 있었지만 그 결과는 기대에 미치지 못했다고 평가된다. 여기에는 여러 가지 이유가 있을 수 있겠지만 농촌에서 2차산업, 3차산업을 육성하기 위해서는 시장 여건이 충족되어야 하는데 공공정책으로 이를 해결하기에는 기본적 한계가 있기 때문이다. 또, 기업경영에 대한 경험이 많지않은 영세 농가가 주축인 우리의 농업 구조상 식품 관련 가공·서비스·유통 대기업에 대한 농업·농촌의 원재료 공급 역할에 한정되어 농가 부가가치 증대에는 한계가 있었다. 또한 농축산물 가공·서비스·유통업은 경험·자본·기술 등에서 시장을 지배하고 있는 대기업이 장악함에 따라 농가의 직접적인 참여가 어려웠다. 농업의 6차산업화 정책 추진은 이러한 문제를 해결하고자 한 시도라 할 수 있다(박시현, 2015).

6차산업화 정책은 농촌융합산업법에서 규정한 범위에서 기존의 1차산업에 해당하는 생산 활동에 2차산업 형태의 상품기반형 사업모델과 3차산업 성격의 체험·유통·마케팅·관광 등의 서비스 기반형 사업모델을 제안하는 형태이다. 6차산업화에 대한 논의 및 정책은 농업·농촌의 경쟁력 확보를 위해 2010년대 부터 등장하여 본격적으로 구체화되기 시작하였고, 2015년의 농촌융합산업법 시행을 통해 예산 지출의 법적인 기반이 명문화되었다. 해당 정책의 핵심 목표는 농가소득 증대에 있으며, 농업경영체를 대상으로 직접적인 소득 지원책 부터 컨설팅, 법인 형성 지원 등 비교적 간접적인 방안까지 광범위하게 적용 되는 것이 특징이다(박종훈 외, 2014; 이성우 외, 2016). 현재 농림축산식품 부를 포함한 중앙정부의 관련 부처, 복수의 공공기관 및 금융기관에서 6차산업을 지향한 농업 창업 및 확대 사업을 지원하고 있으며, 각 시도별로 6차산업화 지원센터를 두고 홈페이지 운영과 함께 6차산업화를 지원하고 있다.

국내 농업부문에서 6차산업화를 통한 농촌의 융복합적 활동이 지니는 사회경제학적인 역할과 가능성은 상당하다(김태곤 외, 2011; 정도재, 외 2016).

따라서 농업의 6차산업화가 경제활동의 다각화를 지나 융복합산업을 기반으로 한 새로운 형태의 농촌 활성화 모델로 자리매김하기 위해서 6차산업화 정책의 실효성은 매우 중요한 한 축을 담당한다.

농업·농촌의 6차산업화는 전통적인 생산 활동만으로는 의미있는 소득 향상이 어렵다는 판단에서 등장하게 되었고, 농업 생산과 가공·판매·관광 등 기능간 결합을 통해 농림축산물과 농촌 어메니티가 지닌 가치를 제고함으로써 농가 소득증대와 지역사회의 활성화를 도모한다. 관련 정책 집행은 농촌융합산업법에 근거하여 정책의 일차적인 목적이 농업의 부가가치 제고를 통한 소득증대 환경 조성에 있음을 천명하고 있다(황재희 외, 2016).

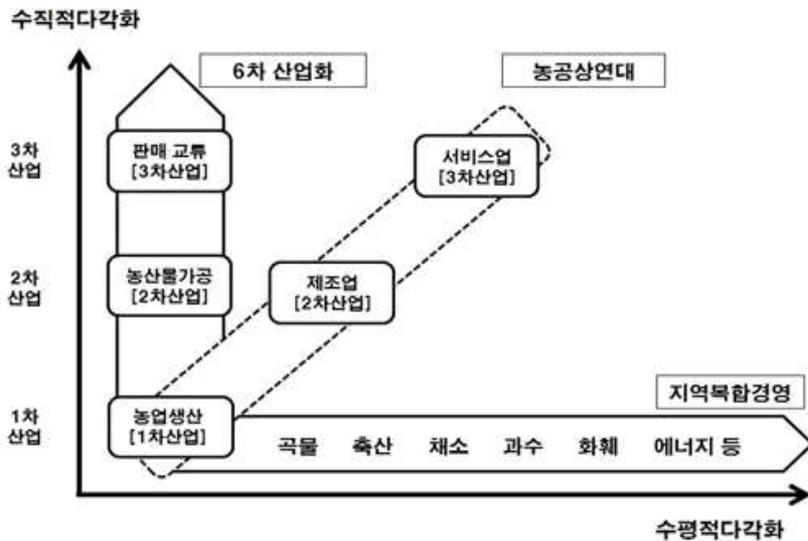
다) 6차산업화의 추진방향

6차산업은 사업영역을 확장하는 방식으로 지역농업의 부흥이나 농촌 활성화의 지속성을 위해서는 농업인, 고령자나 여성, 귀농·귀촌자 등 지역내 인적 자원 및 물적 자원을 활용하는 비즈니스로 전개하여야 한다. 지역을 축으로 생산부문에서 다양한 원료 농산물의 생산, 그리고 생산부문 주도로 가공부문이나 판매부문의 통합, 지역단위의 이종산업 간 연대 등이 새로운 제품이나 시장을 개척하고, 지역 소비를 촉진하는 지역순환형 시스템을 촉진시킬 수 있다(한국농촌경제연구원, 2015).

김태곤 외(2013)는 6차산업화의 추진방향을 3단계로 구분하여 수평적 다각화, 수직적 다각화, 이종산업간의 연대로 구분하고 있다[그림 2-1]. 첫째, 수평적 다각화는 지역농업이 '규모의 경제성(Economies of Scale)'을 지향함에 따라 지나친 단작화, 전문화하는 경향이 있는데, 그에 따르는 리스크가 높아지고 다양한 가공식품 개발이라는 측면에서도 한계를 지니고 있으므로 지역농업의 발전전략은 특정 품목으로 집중하는 주산지 형성보다는 다양한 농산물을 생산하는 방식으로 전환되어야 한다는 것이다. 둘째로는 지역단위로 다양한 농산품을 투입하는 수평적 다각화와 함께 수직적 다각화를 추진하는 것으로 이것은 협의의 6차산업화라 할 수 있으며, 생산자집단이 주도하여 가공 및 판매부문으로 비즈니스 영역을 확장하는 형태로, 생산, 가공, 판매부문

의 통합을 의미한다. 수직적 다각화를 통해 농촌지역내에서 부가가치를 창출하고, 가격변동이나 기상재해 등 생산부문의 리스크를 회피할 수 있는 ‘범위의 경제성(Economies of Scope)’을 기대하는 것이다. 셋째, 농공상 등 이종산업간 연대는 농업경영체만으로는 새로운 상품 개발이나 브랜드화, 국내외 시장개척에 한계가 있으므로 자체 판매망을 확보한 소매업체 또는 제품개발기술력을 확보한 식품제조업체 등과 연대하면 ‘연결의 경제성(Economies of Linkage)’을 기대할 수 있으며, 이는 원료의 조달부터 제품 개발, 생산 및 판매 등의 각 부문에서 시너지효과를 낼 수 있는 이종산업간 연대를 통하여 기대할 수 있다고 하였다.

[그림 2-1] 농업의 6차산업화 방향



출처: 김태곤 외, 2013. 농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법.

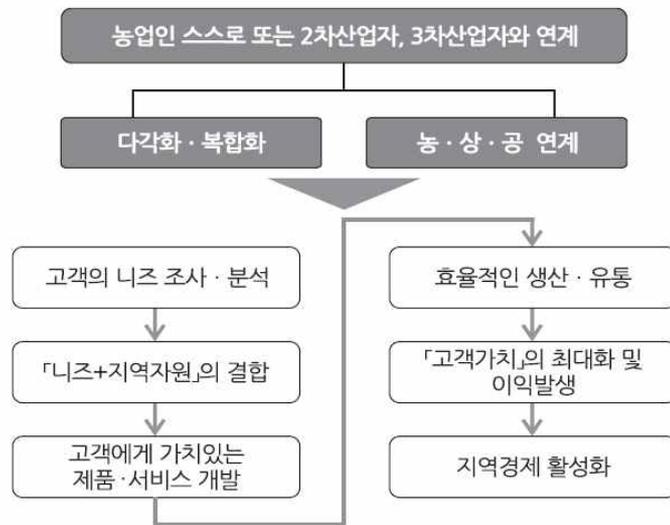
농업의 6차산업화는 농림어업, 상업, 공업이 서로 협력하거나 융합하여 상호 이익과 혁신을 증대시켜 복합통합 효과를 발휘하는 융합의 속성을 지니는 것이며, 협력·협동·융합·상생·공생·책임공유·가치공유·가치실현·나눔이라는 명제들이 잘 이루어질 때 성공할 수 있다(우장명, 2015). 융합의 한 형태로 서비스사이징(Servicizing)³⁾이라는 용어도 등장하는 바, 이는 환경을 보호하고 생산

3) 서비스사이징은 1999년 미국 테라스(TELLUS) 연구소 앨런 화이트(Allen White) 팀이 미국환경보호청

자·소비자 모두에게 이익을 줄 수 있는 모델이라 할 수 있다.

6차산업화의 추진방법은 하나의 개별경영체(농가)가 1차, 2차, 3차산업으로 사업영역을 확장하는 경영다각화(사업통합형) 방법과 하나의 경영주체가 다른 산업주체와 연계하여 추진하는 농상공연계(지역산업 연계형) 방법으로 구분할 수 있다(농촌진흥청, 2016). 즉, 6차산업화의 추진은 농업인 스스로 또는 2차산업자, 3차산업자와 연계하여 ①고객의 니즈를 조사, 수집, 분석하고 ②니즈와 지역보유 환경자원을 발굴하거나 결합·활용하여 ③고객에게 가치가 있는 제품이나 서비스 아이템을 선정·개발하고 ④이것을 효율적으로 생산하고 유통시켜 고객에게 공급할 수 있도록 조정을 통해 ⑤생산에서 소비에 이르는 전체 과정을 농업과 농업 이외 산업(가공, 관광체험 등)간 경영활동을 최적화시켜, 고객가치의 최대화와 농업인 이익을 동시에 발생시키는 가치사슬을 구축하는 농업인의 경영활동이라고 할 수 있다(우장명, 2015).

[그림 2-2] 6차산업화 추진방법



출처: 농촌진흥청, 2014. 6차산업 유형별 사업매뉴얼.

에 제출한 보고서에서 처음 등장한 용어로, 사업모델을 제품 판매에서 서비스 형식으로 전환하는 것을 가리킨다. 기업의 지속가능성을 추구하는 지속가능경영의 대안으로 평가되고 있으며 생산과 공급 중심에서 서비스 중심으로 바뀌 소비자들의 소비를 축소하고 환경을 보호하자는 취지이다.

2) 6차산업화 유형 및 특징

가) 6차산업화 유형 기준과 분류

(1) 일본의 6차산업화 유형 연구

6차산업 체계화 초기 이마무라교수는 6차산업의 활동주체를 6개 그룹으로 구분하고 각 산업별 추진과정은 3개로 구분하여 두 분류의 기준을 조합함으로써 여러 유형을 도출하였다. 활동주체에 있어서는 ①전업농 또는 후계자를 중심으로 한 생산자 단체, ②여성 집단, ③고령자 집단, ④한 마을 또는 여러 마을단위의 영농 집단, ⑤제3섹터의 농업관련 공사, ⑥지자체 또는 농협 등의 지원조직으로서 ①, ②, ③은 자발적 임의활동 주체, ④는 비즈니스 주체로서 임의단체와 법인, ⑤, ⑥은 제도화된 활동주체가 된다. 또 추진과정으로 첫째로는 1차산업 주도형으로, 그 지역의 특산물 개발 등을 통해 2차산업및 3차산업으로 순차적으로 확산함으로써 6차산업에 이르는 유형이다. 둘째로는 2차산업 주도형으로, 2차산업을 기반으로 원료의 공급기반인 1차산업을 진흥시키고 농산물 및 가공품 판매 등의 3차산업도 활성화함으로써 6차산업을 실현하는 유형이다. 그리고 셋째로는 3차산업 주도형으로, 관광 등 도농교류를 3차산업의 출발점으로 하여 도시민을 끌어들이면서 지역을 활성화하여 1차산업 및 2차산업의 진흥을 꾀하는 유형이다. 이와 같이 6개의 활동주체 그룹과 3개의 산업화 추진과정을 조합함으로써 18가지 형태의 유형화가 가능하다고 제시하였다(今村奈良臣, 1998).

일본의 경우 6차산업에 대한 연구가 활발하게 진행되면서 6차산업의 특징이 지역자원의 제약적 특수성을 고려하여 규모 확대에 따른 규모의 경제 추구뿐만 아니라 통합·연계를 통한 가치사슬(생산·가공·유통 등의 연쇄적 제반 단계에서의 부가가치 형성과 그것을 이어가는 구조)의 구축이라는 점에서 6차산업화의 전개가 중요하다고 인식하였다(小林茂典, 2012b).

고바야시교수는 6차산업화에 대해 다각화 유형 및 연대 유형, 산업·비즈니스

스 유형 및 지역·커뮤니티 유형과 유통채널 활용 유형 및 교류 유형의 6개로 구분하였는데, 2개의 유형이 사업 성격상 각각 대비를 이루는 형태로 되어있다. 다각화 유형은 농업인이 주체가 되어 생산에서 가공 및 판매에까지 사업을 다각화하는 전형적인 6차산업화 유형이라고 할 수 있으며 가공, 직판, 관광농원, 농가 레스토랑 등이 사업영역이다. 이에 반해 연대 유형은 농업부문과 유통업자·외식업자·관광업자 또는 제조업자·건설업자가 수평적으로 연대·융합을 꾀하는 유형으로 농상공 연대, 집락 영농, 커뮤니티 비즈니스가 그 사례라고 할 수 있다. 산업·비즈니스 유형은 6차산업화의 초점이 수익 창출에 있는 경우로서 산업 경쟁력과 비즈니스의 효율성에 비중을 두며, 비교적 규모가 큰 경영체로서 사업의 경쟁력을 갖추고 있는 곳이 많고, 수출에 주력하거나 식품산업 클러스터에 참여하는 업체 등에서 사례를 찾기 쉽다. 이에 반해, 지역·커뮤니티 유형은 수익도 중요하지만, 수익의 일부를 공익적으로 분배하면서 지역과 공동체간의 상생을 위해 노력하는 유형으로, 여성창업, 커뮤니티 비즈니스, 지역관리를 위한 조직적 사업 등이 그 사례에 해당한다. 유통채널 활용유형은 고객(소매기업, 외식·조리식품기업, 최종소비자)에게 상품과 서비스를 제공하고 판매하는 유형으로, 최근 유통채널은 농장 직접판매, 직판장 판매 외에도 통신판매(꾸러미판매 포함), 이동판매, SNS 등 B2C 형태는 물론, B2B 형태에 이르기까지 매우 다양해졌다. 마지막으로, 교류 유형은 도로변 휴게소와 같이 관광객이 많이 모이는 곳을 거점으로 상품판매와 서비스를 제공하는 유형이며, 사례로는 농산물 직판장, 농가 레스토랑, 관광농원, Farm Park 등을 방문하는 관광객을 겨냥하여 6차산업을 전개하는 경영체들이 있고, 주로 B2C 형태가 많은 것이 특징이다(小林茂典, 2012; 이병오, 2013).

각 유형이 사업 성격상 대비를 이룬다고 한 것에 대해 [표 2-2]의 정리를 보면 여러 유형 가운데 일정한 패턴이 있음을 알 수 있다. 통합형(다각화형)-생산자 주도형-산업·비즈니스로 이어지는 ‘유형 I’은 농업인(농업조직)이 1차 상품의 부가가치 향상을 위해 2차, 3차산업으로 영역을 확장하는 형태에서 나타나는 특징들로 볼 수 있다. 또 연계형-소비자 주도형(또는 네트워크형)은 지역 내 1차, 2차, 3차산업의 두 주체, 또는 세 주체가 협력하는 사업 형태로 1차상품의 부가가치뿐만 아니라 고용창출 등을 통한 지역산업의 활성화

를 피하는 형태로 ‘유형Ⅱ’로 분류할 수 있다. 여기에서 소비자 주도형은 가공업체 또는 유통업체가 중심이 되어 생산자(1차산업)와의 계약에 의한 거래 또는 수직적 통합을 하는 것으로, 복수의 주체가 계약에 의해 대등한 거래를 하는 네트워크형과는 차이가 있으나, 농업인(농업조직)의 주도성을 강조하지 않는다는 점에서 상호 공통점이 있으며 모두 복수주제 연계형의 흐름을 형성하고 있다(조경호, 2016).

[표 2-2] 6차산업 유형 구분

분류기준	유형Ⅰ	유형Ⅱ	유형Ⅲ	비고
주체 및 연계	단수주체 통합형 (다각화형)	복수주체 연계형		단수주체 : 주로 농업인·농업조직
주도산업	생산자 주도형	소비자 주도형 또는 네트워크형	중간유통기능 활용형	
사업방향	산업·비즈니스	지역·커뮤니티	산업·비즈니스	
수익모델	생산중심형/가공중심형/유통중심형/관광체험형 /기타(외식, 치유 등)			
고객과의 접점	유통채널활용형	교류형		
다각화형태	수직적 다각화	수평적 다각화		

출처: 小林茂典, 2012; 이병오, 2014; 조경호, 2016.

이후의 연구에서 이마무라교수는 6차산업의 특징 등에 따라 유형을 분류하는 관점에 있어서 ① 사업전개 방향, ② 고객과의 접점, ③ 고객과의 접점에 있어 상품 및 서비스를 공급하는 구조, 3가지를 거론하였다. 6차산업화의 유형 분류의 첫 번째 관점인 ‘사업의 방향’은 사업의 목적이나 지역과의 관계 등에 관련된 것으로, 기존 연구와 같이 ‘산업·비즈니스 지향’ 및 ‘지역·커뮤니티 지향’으로 구분하였다. 그러나 각 활동에 대해 산업·비즈니스와 지역·커뮤니티 지향의 두 요소를 가지면서 비중을 두는 방법의 차이로 파악할 점이 많다는 점에 유의할 필요가 있다.

[표 2-3]에서와 같이 ‘산업·비즈니스 지향’은 산업으로서의 경쟁력을 강화하고 수출을 포함한 시장 경쟁을 이겨낼 제품 등의 개발·공급 등이 특징이며,

지역의 산업 집적과 시너지 효과를 높인 식품산업 클러스터 구축 등이 사업 추진 기본 방향의 한 축이 되고 있다. 또한, ‘지역·커뮤니티 지향’의 경우 지역 주민의 요구에 대응한 보다 일상적인 제품·서비스 공급이 중심이 되어 농촌 여성기업을 중심으로 한 각종 활동과 다양한 커뮤니티 사업 등이 중요한 비즈니스 방향이 된다. 6차산업화의 유형 분류의 두 번째와 세 번째 관점은 ‘고객과의 접점’과 ‘고객과의 접점에 상품과 서비스를 공급하는 구조’이다. ‘고객과의 접점’은 소비자·실수요자에게 상품 판매·서비스 제공 장소와 방법, 즉 가치 실현 방법을 나타내는 것으로 유통채널 활용형과 교류형으로 나눌 수 있으며, 이 모두를 전개할 경우 복합적인 형태라 할 수 있다. 한편, ‘고객과의 접점에 상품과 서비스를 공급하는 구조’는 생산·가공·유통 등의 각 단계의 연결 방법(분업의 본연의 자세)에 관한 것이라고 하겠다(小林茂典, 2015).

[표 2-3] 6차산업 사업 방향의 주요요소

구분	산업·비즈니스 지향	지역·커뮤니티 지향
정책적 의미	산업정책적 역할(농림수산업)	농산어촌의 지역·사회 정책적 역할
사업 목적	산업 경쟁력 강화를 통해 소득 및 고용 증대로 지역을 활성화	지역 주민의 생활 향상과 지역 사회의 유지에 직결된 사업을 통해 소득 및 고용 증대로 지역을 활성화
상품·서비스의 성격	시장 경쟁에 대응할 수 있는 차별화된 상품·서비스	지역 주민의 니즈에 대응한 보다 일상적인 상품·서비스
사업 주체	경영 전략을 보유한 경영자, 지역을 움직일 수 있는 JA, 농업 생산 법인, 제3섹터 등	여성기업(그룹), NPO, 제3섹터 등
사업 전개 방향 (예)	지역의 산업 집적과 시너지 효과를 높일 수 있는 식품 산업 클러스터	<ul style="list-style-type: none"> · 여성기업을 중심으로 한 각종 사업 · 지역 니즈에 대응하여 경영자·종업원이 적절한 소득을 지속적으로 확보할 수 있는 다양한 커뮤니티 비즈니스 · 지역내 공익성이 있는 활동을 위해 내부에 수익 사업을 보유한 지역 매니지먼트 조직적인 사업

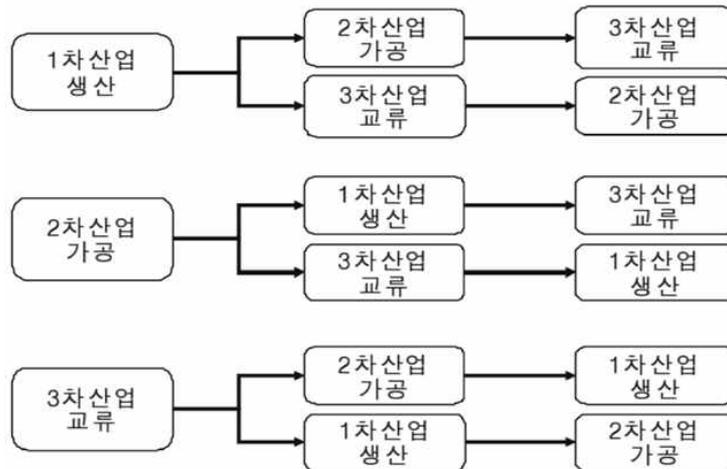
출처: 小林茂典, 2015. 6次産業化の動向と課題.

(2) 한국의 6차산업 발전유형 연구

우리나라에서도 6차산업화의 유형에 대해 그 목적과 기준에 따라 다양한 형태로 분류하고 있다. 6차산업화는 초기 중심산업 유형에 따라 2차산업(가공) 중심형과 3차산업(외식·관광·유통·서비스) 중심형으로 구분할 수 있으며, 이를 다시 참여 범위에 따라서는 개별 농가, 법인 또는 경영단체, 마을공동체, 시군 및 광역지자체 등으로 구분할 수 있다.

중심산업에 따른 6차산업화의 발전유형을 보면, 1차산업에서 출발하여 2차산업과 3차산업으로 발전하는 형태가 가장 일반적인 발전유형이다. 또, 농산물 가공의 2차산업에서 출발하여 그 원료를 공급하는 1차산업과 도농교류 등의 3차산업으로 발전하는 유형, 그리고 지역자원을 활용한 도농교류나 체험 등의 3차산업에서 출발하여 1차산업과 2차산업으로 발전하는 유형 등 다양한 유형이 나타나고 있다(우장명, 2015). 중요한 것은 1차산업인 농업생산단위의 조직화으로써 농업을 근간으로 하지 않는 6차산업화는 지역내 농업이나 지역사회에 그 영향이 적은 것은 물론, 지속적 발전도 매우 어렵다. 그래서 지역을 단위로 생산부문의 조직화가 반드시 이루어져야 하며, 마을단위 영농조합인 일본의 ‘마을영농’을 사례로 참고할 수 있다(김태곤 외 2011).

[그림 2-3] 6차산업화의 발전유형



출처: 김태곤 외, 2011. 농업의 6차산업화와 부가가치 창출방안.

6차산업 유형 분류에 대하여 국내외 문헌을 통해 살펴볼 수 있으나 연구 결과가 그리 많지는 않다. 특히 대부분의 유형 구분은 그 특성에 대한 분석과 차별적 전략을 도출하기보다는 필요한 사업의 선택을 위한 종류와 형태를 분류하는데 중점을 두고 있다. 이런 경향은 국내에서 소개된 유형 구분에서 특히 강하게 나타난다(조경호, 2016).

6차산업의 추진방법에 따른 구분과 관련하여 농업·농촌의 6차산업화는 기본적으로 지역농업의 관점에서 파악되고 실천되어야 하며, 정책적 접근과 실천사례의 현실을 감안할 때 6차산업의 유형을 크게 ‘농산업 비즈니스 모델’과 ‘사회적 경제 모델’로 구분할 수 있다(황영모, 2011). 농산업 비즈니스 모델은 산업적인 관점에서 6차산업화를 주시하는 것으로 시장의 영역에서 농업의 성장 동력을 강조하는 것이며, 주로 전통적 농식품 공급사슬에서 탈피하여 소비자의 패턴에 부합하는 생산 등의 체계 구축을 통해 농산업의 부가 가치를 창출하는데 중점을 두는 유형이다. 그리고 사회적 경제 모델은 지역적 관점에서 6차산업화를 파악하는 것으로 공공영역과 시장영역에 걸쳐 실천되고 있는, 주로 대안적 생산관계, 분배를 통한 경제적 이해, 공동체 의식 공유 등을 통해 지역 활성화에 중점을 두는 유형으로, 마을이 기본 활동단위가 되어 주민 참여형 지역만들기 전략을 취하는 특징을 찾을 수 있다고 하였다(김경찬, 2018).

김태곤 외(2013)는 6차산업화의 유형을 지역공동체형의 커뮤니티형, 계약 거래형인 프랜차이즈형, 그리고 농공상연대형에 해당하는 네트워크형 등 3가지로 구분하였다. 커뮤니티형은 지역단위 생산자 그룹이 생산에서 가공 및 판매부문으로 사업영역을 확장하는 방식이다. 이는 농촌지역에서 소규모 생산단위에서 원재료의 가공이나 직판 등으로 확장하는 방식이며 이러한 방식은 직거래또는 교류 판매에 의해 여성이나 고령농의 일자리 창출 효과가 발생한다. 프랜차이즈형은 기업이나 농업생산법인이 다수의 영세농가와 계약을 통해 거래하는 방식이다. 농업생산법인이 본부가 되고 영세농가가 가맹점이 되어 생산기술과 자재 등을 공급하고 생산물의 판매를 보장한다. 네트워크형은 신제품의 개발과 지역브랜드화, 새로운 시장의 개척을 통해 새로운 가치를 창출하는 것이 목적이다. 최근 들어 직판장이나 외식사업도 주목받고 있으므로 제품

기술, 생산기술, 마케팅기술 등이 융·복합되는 고부가가치 창출을 제시하고 있다(한채원 외, 2017)

서윤정(2013)은 6차산업 사례와 함께 추진 주체의 참여 범위와 네트워크, 사업의 추진방법, 수익 모델에 따라 6차산업을 크게 3가지 유형, 세부적으로는 6개 유형으로 구분하였다. 첫 번째 유형은 ‘지산지소형’으로 지역에서 생산된 농산물이 그 지역에서 소비되고, 또 지역에서 가공되어 지역의 관광자원화가 되는 모델로서, 지역 농가들이 중심이 되어 사업 다각화를 추진하는 ‘사업 다각화형’과 지역에 존재하는 상·공업인과의 연계 네트워크를 통해 추진해 나가는 ‘농·상·공 연대형’, 그리고 ‘사업 다각화형’ 및 ‘농·상·공 연대형’을 결합하는 ‘복합형’으로 세분화하였다. 두 번째 유형은 “농·상·공 협력형”으로 B2C(Business to Consumer)가 아닌 B2B(Business to Business)로의 전환을 통해 규모의 경제성을 달성하고, 농산물 및 가공품의 대량 수요처를 확보하는 유형으로서 ‘유통업체 제휴형’과 ‘외식업체 제휴형’으로 세분화하였다. 마지막으로 ‘고부가가치 창출형’으로 제품기술, 생산기술, 마케팅기술의 융복합을 강화함으로써 고부가가치를 창출하는 유형을 제시하였다(김경찬, 2018).

신효중 외(2013)는 6차산업을 내발적 발전의 관점에서 분석하며, 주체와 자본 조달을 유형 구분의 기준으로 삼아 6차산업을 ‘융합’과 ‘퓨전’, 두 유형으로 구분했는데 첫째, 융합된 6차산업을 ‘1차+2차+3차=6차산업’ 형태로서 외식산업을 대표적 사례로 제시하고 있다. 특징으로는 소비자의 신뢰 확보, 원가 절감 등으로 생산, 가공, 판매, 소비자가 동반 성장할 수 있는 장점이 있는 반면에 단점으로는 주로 대도시 자본에 의한 외생적 발전모델의 형태를 띠면서 농촌의 가치가 저평가될 가능성이 존재한다고 지적하고 있다. 두 번째는 퓨전화된 6차산업으로 ‘1차, 2차, 3차산업의 종합적인 결합(1차×2차×3차=6차산업)’을 의미하면서 농업 내부에서의 ‘수평적 통합’이라는 점에서 내생적 발전을 추구한다고 평가하였다(조경호, 2016).

조경호(2016)는 여러 유형을 이해하고 현장에서 전략적으로 접근하기 위해서 6차산업 유형을 단순화하고, 실천현장에서 접근할 때 가장 고려되어야 할 기준(주제, 방향, 연계 방법)과 이들의 성격을 고려하여 크게 ‘농업 다각화형’과 ‘지역 네트워크형’으로 분류하였다. 농업 다각화형은 농업인, 또는 농업

조직이 주체가 되어 생산·가공·판매 활동을 일체화하여 수행하는 형태로서 농업 측이 주체가 되고 직접 수혜자가 된다는 점에서 가장 선호되는 일반적 형태이다. 이에 대해 지역 네트워크형은 지역에 있는 1차, 2차, 3차산업 가운데 2개 이상의 주체가 계약 또는 별도의 사업단을 매개로 연계하여 사업을 추진하는 형태로서 농산물 또는 농촌의 자연/문화자원 등이 핵심 요소가 된다. 각각의 분업을 통해 전문성과 효율성을 높일 수 있고, 자본 확보가 용이하며 연계를 통한 시너지효과를 기대할 수 있는 유형이다. 이 유형은 고바야시교수의 유형을 이론적 배경으로 삼고 있다.

김경찬(2018)은 선행연구자들이 제시한 유형은 경영체에 대한 관찰을 바탕으로 주로 연구자의 직관에 의해 도출된 유형으로, 경영형태 및 매출액과 같은 정량적 자료 분석을 통해 분류한 유형이 아니며, 유형 구분의 대상도 농업인에서부터 지역단위에게까지 폭넓은 주체를 대상으로 하고 있기 때문에, 6차산업화 정책의 핵심 대상이 되는 6차산업 인증 경영체에 대한 유형 분류가 필요하다고 보았다. 이를 위해 정량적 자료를 활용하여 정책 전문가, 실무 전문가 및 6차산업 인증업체 등 3개 그룹을 대상으로 인터뷰를 실시하고 질적 분석 방법을 통해서 각 유형을 분류하였다. 이러한 분석의 결과로 6차산업(농촌융복합산업) 인증업체를 농업중심형, 직매 가공형, 체험 관광형, 직매 농가식당형, 가공형의 5개 유형으로 세분화하였다. 도출된 유형에서 가공형이 전체의 절반이상(53.6%) 비율의 유형으로 나타났고, 다음으로 직매 가공형(13.2%), 체험 관광형(12.8%), 농업중심형(12.0%)의 차례로 비슷한 규모의 비중을 나타내고 있으며, 직매 농가식당형(8.4%)은 가장 낮은 비율을 보이는 유형으로 나타났다. 가공형과 직매 가공형을 합치면 전체의 66.8%로 이러한 수치는 인증제도를 중심으로 한 6차산업화(농촌융복합산업) 정책이 농식품의 가공과 판매를 중심으로 운영되고 있다는 정책 관계자의 인식을 뒷받침하고 있다고 하였다(김경찬, 2018).

이상과 같이 연구자의 관점, 또는 선행연구에 입각한 관점에서 여러 형태의 유형이 제시되고 있는데, 본 연구에서는 농촌진흥청(2014) 및 김태곤 외(2013)에서 제시한 유형을 참고하여 확대 정리하고자 한다.

나) 6차산업화 유형 구분

(1) 사업 내용에 따른 유형 구분

경영주체의 복합적인 사업영역내에서 부가가치 창출을 주도하거나 농업경영체의 주된 매출이 되는 사업 형태 또는 중심 내용에 따라 생산중심형, 가공중심형, 유통중심형, 외식중심형, 관광·체험형, 치유중심형 등 6개로 분류한 유형으로, 1차산업인 생산을 기반으로 2차×3차산업의 선순환구조를 나타낸다.

[표 2-4] 6차산업 사업 내용에 따른 구분

구분	내용
생산중심형	· 생산이 핵심, 가공·서비스는 부가사업 · 2차 및 3차를 통한 생산부문 활성화가 중요
가공중심형	· 소비자의 니즈를 반영한 가공상품 개발이 핵심 · 온라인 및 위탁판매 등 다양한 판로 확보
유통중심형	· 생산 및 유통의 공간적 연계시스템 구축 · 로컬푸드 직매장 등 매장운영 역량
외식중심형	· 생산 및 가공, 외식이 동시에 이루어짐 · 진정성, 식재료, 맛의 스토리텔링화
관광·체험형	· 생산 및 가공과정에서의 소비자 참여가 핵심 · 지역내의 다양한 유·무형 자원을 연계
치유중심형	· 기능성·약용 농산물 재배와 가치 연계 · 원예 및 심신치료 등 관련 전문성 강화

출처: 농촌진흥청, 2014. 6차산업 유형별 사업매뉴얼.

[표 2-4]에서 ‘생산중심형’은 농업생산이 기반산업이 되어 2차의 가공 및 3차 유통·관광·서비스 등 부가적 산업 영역으로 확장하여 농업 생산부문이 더욱 강화되는 형태이고, ‘가공중심형’은 소비자의 니즈가 반영된 상품 개발과 생산이 핵심으로 다양한 판로 확보를 필요로 한다. ‘유통중심형’의 경우는 생산과 유통의 공간적 연계시스템 구축과 직매장 운영을 위한 역량강화가 필요한 형태이며, ‘관광·체험형’은 생산과 가공단계에서 고객 참여 및 체험이 핵심이 되어 지역 내 다양한 유·무형 자원을 연계하는 형태이다. ‘외식중심형’은

생산과 가공, 외식을 통하여 1차, 2차, 3차산업을 아우르는 형태로서 지역 자원의 식재료화, 맛의 스토리텔링화가 필요하고, ‘치유중심형’은 기능성과 함께 약용 농산물의 재배와 가치 창출, 심신 치료를 위한 전문성을 확보하여 사업을 전개하는 형태이다.

(2) 중심 산업에 따른 유형 구분

경영주체의 가장 중심이 되는 산업의 유형에 의해 1차산업 중심, 2차산업 중심 또는 3차산업 중심으로 구분할 수 있으며, 이를 세분화하여 1·2차 융복합형, 1·3차 융복합형, 2·3차 융복합형과 명품·명인·명소형을 추가하여 구분할 수 있다.

[표 2-5] 중심 산업에 따른 구분

구분	내용
1차산업을 중심으로 2·3차산업 견인	1차산업의 농산물과 농산물을 가공하여 체험관광·브랜드화에 연계
2차산업을 중심으로 1·3차산업 견인	장류, 발효식품 등을 활용하여 생산과 체험, 직거래 등과 연계하는 형태
3차산업을 중심으로 1·2차산업 견인	지역 특유의 유무형 자원을 활용한 서비스를 통해 생산 및 가공과 연계
1·2차 융복합유형	지역 생산물의 원재료 납품방식과 농산물의 물리적·화학적 변화에 의한 가공과 연계
1·3차 융복합유형	지역 생산물을 이용하여 체험관광, 축제 및 직거래로 연계
2·3차 융복합유형	생산보다 제조 또는 지역 자원을 활용한 서비스와 연계
명품·명인·명소형	지역에서 보유한 명품이나 기능인, 경관을 활용한 서비스와 연계

출처: 농촌진흥청, 2014. 6차산업 유형별 사업매뉴얼. 연구자 재정리.

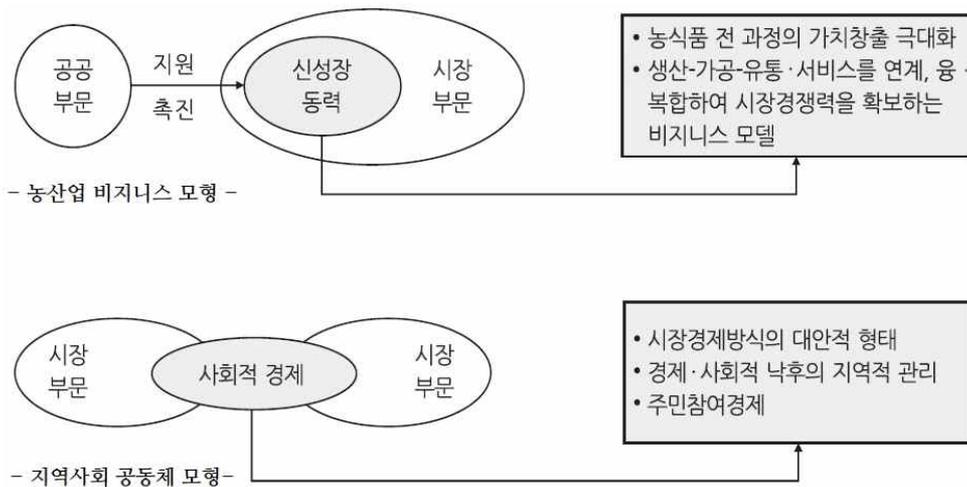
이는 중심산업 구분방식은 6차산업의 주체를 지역적인 관점에서 출발하여 가장 중심이 되는 산업에 따라 ‘1차산업 중심’, ‘2차산업 중심’ 및 ‘3차산업 중심’으로 구분하였다. 또 부분적 융복합 방법에 따라 ‘1·2차 융복합형’, ‘1·3차 융복합형’ 및 ‘2·3차 융복합형’으로 구분하였고, 부분형 융복합형은 두 개

이상의 유형이 비슷한 비중을 가진 형태라고 할 수 있다.

(3) 추진 주체의 공공성 수준에 따른 유형 구분

6차산업화를 추진하는 경영체의 공공성 수준에 따른 구분은 산업·기업적 관점에서의 ‘농산업 비즈니스 모형’과 사회적 관점에서의 ‘지역사회 공동체 모형’으로 파악하여 구분할 수 있다.

[그림 2-4] 농산업 비즈니스 모형과 지역사회 공동체 모형



출처: 농촌진흥청, 2014. 6차산업 유형별 사업매뉴얼.

농산업 비즈니스 모델은 농업의 새로운 성장동력 확보를 강조하고 있다. 즉, 농업인이 일반기업에 대한 농식품 원자재의 생산 또는 공급자 역할에 그치는 과거의 농식품 공급망에서 탈피하여, 소비자의 니즈를 파악하고 소비자를 만족시킬 수 있는 생산시설과 유통 등의 공급체계를 갖추어 부가가치를 창출하는 6차산업화 비즈니스 모델이다. 그리고, 지역사회 공동체 모델은 공공 영역과 시장 영역에서의 대안적 생산 관계, 분배를 통한 수익 획득 및 공동체 의식을 공유하는 등의 지역 활성화를 형성하는 모델이라 할 수 있다.

(4) 추진 주체의 특성에 따른 유형 구분

6차산업화를 추진하는 활동 주체에 대해 전업농, 여성농업인, 고령농, 지자체&농협, 농촌관련 공사 등 제3섹터, 마을 또는 작목반 등으로 구분할 수 있다. 이러한 추진 주체의 특성에 따라서 6차산업화를 ① 생산자 주도형 6차산업화, ② 여성&고령자 주도형 6차산업화, ③ 농협&지자체 주도형 6차산업화, ④ 도농교류 주도형 등으로 분류할 수 있다.

[표 2-6] 추진 주체의 특성에 따른 구분

구분	내용
생산자 주도형 6차산업화	· 전업농 또는 젊은 영농 후계자 중심 · 농업진흥을 기준으로 판매전략을 필연적으로 전개하여 소비자 교류·도시농촌간 교류에 노력하여 6차산업화를 달성하는 유형
여성&고령자 주도형 6차산업화	· 농가 여성이나 고령자 등 농업에 전력하지 않는 사람들이 주체 · 농산물 직매장 등의 설치를 계기로 농산물 가공, 지역 식재료를 사용한 식당 및 농가 민박 등의 사업영역으로 확대
농협&지자체 주도형 6차산업화	· 지자체 또는 농협 등에서 주도하여 추진 · 발전 단계는 앞의 사례와 유사하지만 산업화를 위한 추진 주체가 지자체 또는 농협을 기준으로 구분
도농교류 주도형 6차산업화	· 생산 외 지역자원을 활용, 관광농업·관광농원·농산물직판장, 농가 민박 등으로 사업을 전개 · 교류 활동을 통해 농업인과 도시민 사이의 인간관계가 형성됨

출처: 농촌진흥청, 2014. 6차산업 유형별 사업매뉴얼.

이와 같이 6차산업화 추진 주체를 지역내 객체로 하여 6차산업화 활동 주체가 전업농 등의 생산자 그룹, 농가의 여성 그룹, 고령농 그룹, 지자체 및 농협 등의 조직, 농촌관련 공사 등의 제3섹터, 마을 또는 소그룹/작목반/연구회 등이 되어 6차산업화를 추진하는 형태이다. 전업농 등의 생산자 그룹과 농가의 여성 그룹, 고령농 그룹은 자발적인 임의활동 주체이며, 지자체 또는 농협 등의 조직과 농촌관련 공사 등의 제3섹터는 제도화된 활동 주체, 마을 또는 소그룹/작목반/연구회는 임의단체와 법인이 된다(今村奈良臣, 1998; 김경찬, 2018).

(5) 추진 주체의 참여 범위에 따른 유형 구분

6차산업화를 추진하는 주체는 지역별 특성, 시장의 환경, 정책지원 형태에 따라 다양하게 나타난다. 6차산업 경영체는 개별 농가에서부터, 마을공동체, 법인경영체 및 지방자치단체 등 참여 범위에 따라 유형을 구분할 수 있다. 이에 따라 각 추진 주체를 개별 농가와 마을공동체, 법인경영체 및 지역(지자체) 단위로 구분하였으며, 그 중심이 되는 산업형태에 따라 ‘1차 중심형’, ‘2차 중심형’ 및 ‘3차 중심형’으로 구분하였다. 물론 모든 유형에는 1차산업인 농업이 기반이 되지만 상대적으로 주요한 포지셔닝을 차지하는 수익모델에 따라서 이를 유형화한 것이며, 농촌진흥청에서는 이들간의 복합적인 매트릭스 구조로 12개의 유형을 제시하고 있다(농촌진흥청, 2014).

(6) 6차산업 창업 목적에 따른 유형 구분

농업의 6차산업화는 사업의 목적, 지역 여건, 경영 형태, 주도 산업, 협력 방법에 따라서 다양한 유형이 나타날 수 있다. 김태곤 외(2013)는 이들에 대한 기본 유형으로 ‘커뮤니티형(지역 공동체형)’과 ‘프랜차이즈형(계약거래형)’, 그리고 ‘네트워크형(농공상연대형)’ 등 3가지로 구분하였다.

커뮤니티형은 농촌지역에서 다수를 차지하고 있는 여성이나 고령자를 위한 일자리를 만들고 소득을 창출함으로써 지역공동체를 회복하는 것에 목적이 있으며, 지역단위 생산자 그룹 또는 농업법인이 생산에서 가공 및 판매부문으로 사업영역을 확장하는 형태이다. 커뮤니티형 6차산업의 추진주체는 마을 또는 읍면단위에서 최소의 비용으로 지역내 사회적 약자에 대한 생활지원, 간호 등 지역에 필요한 서비스를 공여하는 주체로서도 활동할 수 있다.

프랜차이즈형은 도시의 커피전문점이나 제과점, 외식업 등에서와 같이 농업부문에서 새로운 기술을 보급하거나 부가가치 창출 및 증대에 그 목적이 있으며, 농업법인이나 기업 등이 지역에서 다수의 영세농과 가맹점 계약거래를 하는 형태로 운영된다. 이는 지역단위로 선도농가가 가진 기술을 계약된 가맹점에게 신속하게 보급할 수 있는 효과가 기대되고 원예부문이나 축산부문에 있어서도 전개될 수 있다.

네트워크형은 신제품 개발과 지역 브랜드화, 새로운 시장의 발굴 등을 통해 새로운 가치를 창출하는 것을 목적으로 한다. 농업부문에서 가공이나 판매 부문으로 확장할 때 제약이 나타날 수 있으므로, 이를 극복하기 위하여 생산 및 가공 등의 기술, 기존의 판매망을 확보한 농외의 사업체가 정보와 기술을 공유하는 이종산업간 연대 방식이 있다. 이는 대규모 사업부문 또는 대규모의 산지에서 유리하며, 연결의 경제성(Economies of Linkage)으로 가치사슬을 형성하고 새로운 가치를 창출하는 지역경제의 기반이 된다.

[표 2-7] 창업 목적에 따른 구분 및 특성

구분	목적	방식	비고
커뮤니티형 (지역공동체형)	<ul style="list-style-type: none"> 고령자·여성 일자리 창출 소득 향상 공동체 회복 	<ul style="list-style-type: none"> 생산자 그룹이 중심 생산·가공·판매의 통합 방식 참여자:1차산업 종사자 	<ul style="list-style-type: none"> 소규모, 중산간지역에 적합 다양한 원료농산물의 생산, 가공품 및 판매처 개발 과제 [범위의 경제성]
프랜차이즈형 (계약거래형)	<ul style="list-style-type: none"> 신기술 확산 부가가치 향상 판로 보장 	<ul style="list-style-type: none"> 선도농가(본부)가 주도 선도농가와 가맹자인 다수 농가간 계약거래방식 참여자:선도농가·영세농가 	<ul style="list-style-type: none"> 유패·축산부문에 활발 생산자 육성과 지역농업진흥 효과 [연결의 경제성]
네트워크형 (농공상연대형)	<ul style="list-style-type: none"> 신시장 개척 신가치 창조 지역순환형 경제구축 	<ul style="list-style-type: none"> 제조업·서비스업이 주도 이종산업 간 연대방식 참여자:1·2·3차산업체 	<ul style="list-style-type: none"> 대규모산지, 대규모사업이 유리 벨류체인 형성 [연결의 경제성]

출처: 김태곤 외, 2013. 농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법.

이와 같은 유형 분류는 결국 형식적으로는 6차산업화의 유형을 주체간 제휴 및 연대 등을 통하는 방식과 개별 경영체 등이 경영을 다각화하는 방식으로 나눌 수 있다. 경영을 다각화하는 방식은 경영체가 1차, 2차, 3차로 경영을 다각화하거나 다른 경영체에 대한 출자, 독립법인 설립 등의 형태로 추진하는 것이다(김창일, 2014). 농업농촌 6차산업화 전략의 핵심은 농촌공간에서 이루어지는 경제활동을 융복합하는 것이므로 융복합 방식과 특성은 6차산업화 전략 구성에 주요한 영향을 미친다(농촌진흥청, 2014; 이성우 외, 2016; 조경호, 2016). 따라서 6차산업은 추진 주체와 형태에 따라서 소비자가 상품과 서비스를 제공받을 수 있는 다양한 사업으로 발전할 수 있을 것이다.

다) 6차산업의 특징

6차산업은 각 산업에서 나타나는 여러 가지 특징이 있는데 대표적인 것이 농촌이라는 지역에 기반한 산업이라는 점이다. 이는 지역 특색을 활용한 산업으로 볼 수 있으며 각 산업간 연계를 통한 개념으로 농촌융복합산업이라고도 일컫는다. 즉, 6차산업은 과거의 생산성 중심의 영역에서 단순 생산뿐만 아니라, 생산물의 가공에서 체험, 교육, 유통 및 판매, 관광 및 서비스에 이르기까지 상호간에 유기적 관계를 형성하는 산업이다.

6차산업이 가지는 특징의 첫 번째는 농업의 기반위에서 전개되는 지역농업 지향적 사업이라는 것이다. 1차산업의 존재없이는 6차산업은 형성될 수 없으며, 농업이 기반이 되어 생성된 농업생산물과 관련된 연계 사업들이 전개되고 창업되는 것이 6차산업의 본 모습이다. 6차산업은 농업을 대체하는 산업이 아니라 지역농업을 육성하고 지역 커뮤니티를 활성화하는 대안으로 접근해야 하는 것이고, 지역의 고령농, 소농, 여성농 등이 나름의 특·장점을 가지고 참여할 수 있는 체계를 만드는 것도 중요한 핵심 중 하나가 된다(농림축산식품부, 2014).

둘째로는 지역농업에 시도되는 다양한 형태의 사업들은 소비자에게 호응을 얻어야 하며 시장의 요구에 부응해야 한다고 하는 소비자·시장 지향적 사업이라는 것이다. 시장의 반응과 소비자의 선택은 6차산업화의 지속가능성에 있어 핵심이기 때문에 6차산업은 농업과는 패러다임을 달리한다. 왜냐하면 기존 관행적인 농산물은 수매만 하면 되었지만 농산물을 활용한 가공품은 판매가 따라야 하기 때문이다. 판매와 수매는 소유권 이전이라는 동일한 뜻을 가지고 있지만 판매의 주체는 파는 사람이고, 수매의 주체는 사는 사람이 된다. 즉, 6차산업은 농업기반 경영체로 하여금 보다 능동적으로 시장을 개척하고 소비자를 만나게 한다(농림축산식품부, 2014).

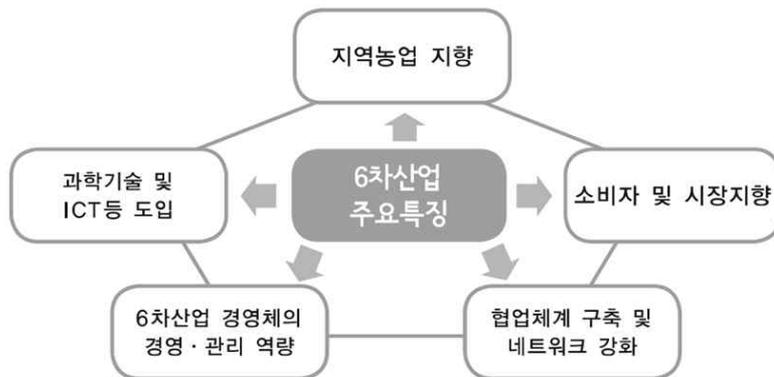
셋째로 6차산업은 1차산업의 농산물 재배라는 작업을 해야 하고, 2차산업의 가공 및 제조 활동, 3차산업의 유통 및 판매·서비스 제공도 해야 한다. 각각의 영역은 전문화된 영역으로 일반적으로 다른 분야에서도 숙련이 되려면 최소 3년~5년의 기간이 소요되기 때문에 6차산업에 있어서는 부족한 부분을

서로 채워주고 상호 협조할 수 있는 협업체계와 네트워크가 중요하게 된다. 성공적으로 6차산업을 전개하고 있는 경영체를 보면 조직 내부적으로는 분업화가 잘 되어있거나, 그렇지 않으면 외부 지원조직이나 경영체와의 협력이 잘 되는 경우이다(농림축산식품부, 2014).

넷째로는 조직 내부적으로 경영관리 역량을 강화해야 하는 점이다. 6차산업을 시작하게 되면 농업에서의 생산뿐만 아니라 여러 복합적인 일들이 동시에 진행되게 된다. 그동안 생소했던 제도와 법률적 부분이 예상치 못하게 발생될 수도 있다. 때로는 쌓아져 가는 재고로 인하여 어려움을 겪을 수 있기 때문에 6차산업에 있어서는 사전에 시장 상황과 제도를 검토하고 계획을 세우고 이를 점검하는 Plan(계획)-Do(실행)-Check(검토)-Action(조치)의 경영관리 역량이 보다 중요해진다(농림축산식품부, 2014).

다섯 번째로 과학기술 및 ICT 등 진보된 기술의 도입을 통하여 6차산업 고도화를 추진하고, 계량화, 객관화, 표준화 등으로 상품 및 서비스의 품질을 높여야 하는 것이다. 상품과 서비스가 연계 활용될 수 있는 부분을 발굴해야 하고, 산업간에 시너지 효과를 낼 수 있는 6차산업이 되어야 한다. 즉, 1차산업, 2차산업, 3차산업이 별도로 전개되었을 때에 비하여 6차산업이 보다 효율적이고 효과적이어야 한다는 점이다(농림축산식품부, 2014).

[그림 2-5] 6차산업 주요 특징



출처: 농림축산식품부, 2013b. 6차산업화 창업매뉴얼.

3) 6차산업화 사업자 인증 및 지원

가) 6차산업 인증 개요 및 현황

농업의 6차산업화 추진을 제도적으로 뒷받침하기 위해 2015년 “농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률”(농촌융합산업법 또는 6차산업화법)이 시행되었다. 이 법에서 중요한 요소중 하나가 ‘농촌융복합산업 사업자의 인증’으로 농림축산식품부장관은 농업인 등의 신청을 받아 농촌융복합산업 사업자를 인증할 수 있도록 하였고, ‘농촌융복합산업 사업자 인증제도’는 농촌융복합산업 정책 중에 대표적인 정책으로서, 사업자 인증을 받을 경우 법률적 기반위에 정부 정책에 따른 각종 명시적 지원을 받을 수 있게 되어 있다.

[표 2-8] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증 개요

구분	내용
인증제도 근거	“농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률”의 ‘제8조~제14조’
인증주체	시도별 6차산업활성화 지원센터 위탁수행 (농촌융복합지원센터, 농촌6차산업 지원센터 등 용어 사용)
대상주체	위 법 제2조에서 정한 농업인 농업인, 농업법인, 농업관련 생산자단체 외
사업내용	① 지역 농산물을 주원료로 한 식품 또는 가공품을 제조 ② 식품 또는 가공품을 소비자에게 판매 ③ 농촌지역의 유무형 자원을 활용하여 체험·관광·외식 등 서비스를 제공 ④ ①~③까지 중 둘 이상이 혼합
인증기준	<ul style="list-style-type: none"> · 적합성: 농업·농촌 6차산업화 개념 및 취지에 부합되는 정도 · 창의성: 농촌융복합산업 아이디어의 창의성 및 독창성 · 융복합성: 1차, 2차, 3차산업의 융·복합화된 정도 · 사업성과: 최근 2년간 매출액 평균 40백만원 이상 기준 3년간 매출액 증가율, 일자리 창출실적 등 · 기타 경쟁력, 지역농업과 연계성, 발전가능성 등
인증기간	<ul style="list-style-type: none"> · 본인증: 3년 (3년 이후 재인증 절차를 통해 갱신 가능) · 예비인증4): 2년 (6차사업을 추진하고 있는 미인증 경영체 대상)
특례사항	<ul style="list-style-type: none"> · 농지법: 농지전용신고 의제 · 농어촌정비법: 농업생산기반시설의 목적 외 사용의 승인 의제 · 산지관리법: 산지전용허가 의제 등

출처: 김경찬, 2018; 농림축산식품부, 2021. 연구자 보완 작성.

또 동 법에서는 6차산업화 즉, 농촌융복합산업화의 지원을 위해 별도의 전문기관을 둘 수 있도록 하여 인증을 받은 농업인 또는 단체와의 협력을 장려하고, 농촌융복합산업 인증사업자의 시장 개척, 판로 확보 지원 등 여러 우대조치를 규정하고 있다.

이 제도의 목적은 농촌융복합산업을 영위하는 사업자를 선별하여 인증하고, 맞춤형 지원 및 관리를 통해 지역단위 농촌융복합산업을 주도할 핵심경영체를 육성하기 위함에 있으며(농림축산식품부, 2017b), 일본의 ‘종합화 사업 계획 인정제도’가 사업계획을 대상으로 인정하는 것과 달리 한국의 ‘농촌융복합산업 사업자 인증제도’는 농촌융복합산업을 영위하는 경영체, 즉 사업자를 인증 대상으로 하고 있다(김경찬, 2018).

농촌융복합산업 사업자 인증을 받을 수 있는 대상으로는 제2조에 정의된 ‘농업인 등’으로, ‘농업·농촌 및 식품산업 기본법’에서 정한 농업인 및 생산자 단체가 포함된다. 즉, “농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률”에 따른 농업 법인, “소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법”에 따른 농업 관련 소상공인, “사회적기업 육성법”에서 정하는 농업 관련 사회적기업, “협동조합기본법”에서 정하는 농업 관련 협동조합 및 사회적협동조합, “중소기업기본법”에서 정하는 농업 관련 중소기업과 “1인 창조기업 육성에 관한 법률”에 의한 1인 창조기업 중 주 사업장이 농촌에 소재하며 농촌지역의 유·무형 자원을 이용하는 사업을 추진하는 경영체가 그 대상이 된다.

이들 경영체를 대상으로 하는 ‘농촌융복합산업 사업자의 인증’은 농림축산식품부장관이 인증할 수 있으며, 농촌융복합산업 사업자 활성화를 위해 정책 지원사업으로써, ‘농촌융복합산업 사업자 인증평가 및 사후관리 사업’이 추진되고 있다. 이 사업의 기본방향은 첫째, 농촌융복합산업 경영체의 육성·관리를 통한 저변 확대 및 내실화 추구, 둘째, 인증 후 제품 인증표시, 주원료 원산지 확인, 인증 무자격자 조치 등 사후관리 강화, 셋째, 산업형태·매출액 규모에 따른 교육·판로지원 등 사후관리 연계이다(박상호, 2021).

이 사업의 목적은 농촌의 유무형 자원을 활용하여 성장 가능성이 있는 선

도 농업경영체 발굴과 컨설팅·판로지원·홍보 등을 통한 농가소득의 창출과 지역경제의 활성화에 있으며, 사업 시행에 있어서 각 시도별 농촌융복합산업(6차산업화) 지원센터에서 위탁수행(국비 50%, 지방비 50%)하는 형태로 추진되고 있다. 현재 인천·세종을 제외하고 지원센터가 설치된 도에서 인근 광역시의 경영체까지 관할하고 있으며, 이를 통해 2020년도 농촌융복합산업 신규·갱신 심사 결과 1,909개소가 인증사업자로 승인되었다.

[표 2-9] 2020년도 농촌융복합산업 인증사업자 수

계	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	대구	대전	세종	인천	울산	광주
1,909	199	172	129	201	317	309	216	178	115	3	-	25	35	8	2

출처: 농림축산식품부, 2021. 2021년도 농촌융복합산업 활성화 지원사업 세부사업 추진계획.

신규 및 갱신 인증을 통해 현재 누적된 인증사업자 수는 2015년 802개소, 2016년 1,130개소, 2017년 1,397개소, 2018년 1,524개소, 2019년 1,624개소, 2020년 1,909개소로 증가하고 있다.⁴⁾

나) 사업자 인증절차 및 기준

(1) 6차산업 인증 자격요건

농촌융복합산업 사업자 인증 대상이 되는 자격 요건은 크게 대상 주체, 사업장 소재지 및 사업영역 등으로 구분하여 검토한다. 인증을 신청할 수 있는 농업경영체는 ‘농촌융복합산업법’ 제2조의 농업인 및 관련 단체 등이며 이러한 농업경영체의 사업장은 농촌지역에 위치하여 6차산업 활동을 영위하여야 하는데, 여기서 농촌지역이라 함은 “농업 농촌 및 식품산업 기본법” 제3조에서 정의하고 있는 농촌을 말한다.

인증 신청 경영체의 사업영역 요건에 있어서 인증 대상 경영체는 ‘농촌융

4) 2021년 10월 현재 인증사업자 수는 2,008개소로 증가하였으며, 그 중 1차×2차형은 356개소, 1차×3차형은 216개소, 1차×2차×3차형은 1,436개소이다(www.6차산업.com).

합산업법’ 제2조에서 규정하고 있는 농산물 및 농업활동과 관련한 지역의 유·무형 자원을 활용하여 2차 및 3차산업과의 융복합을 통해 부가가치를 높이는 사업을 추진하여야 한다(농림축산식품부, 2021). 또 사업성과 요건에 있어서는 인증 대상 경영체는 신청년도 이전 2년간 사업성과(매출액)가 있어야 하고, 2년간의 평균 매출액이 최근 2년간의 평균 농가소득보다 높은 경우에 인증을 신청할 수 있는 자격이 주어진다.

[표 2-10] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증 자격 요건

구분	세부내용
대상주체	· 대상주체 여부 “농촌융복합산업법 제2조”에서 규정한 농업인, 농업관련 생산자단체, 농업법인, 협동조합, 소상공인, 사회적기업 및 사회적 협동조합, 1인 창조기업, 중소기업 등.
사업장 입지	· 농촌지역 입지여부 “농업농촌 및 식품산업기본법 제3조제5호”에 규정된 농촌지역.
형태 및 주재료 지역비율 (품목)	· 농촌융복합형태 여부 (1차×2차), (1차×3차), (1차×2차×3차) · 인증표시가 가능한 주원료 품목 기재 : 제출된 주원료 품목 제품만 인증표시 가능 · 주원료 공급의 증빙가능 여부 : 농업가공품에 사용되는 주원료는 소재하는 시·도 농산물의 50% 이상 매입조달의 경우 거래내역서, 계산서, 매매계약서 등 증빙 확인
사업성과	· 최근 2년간 사업성과가 있고, 평균 매출액이 ‘최근 2개년 평균 농가 소득 40백만원’ 달성 및 증빙 ⁵⁾ : 산출근거 - ’18년 38,239, ’19년 42,066
기타	· 서면·현장심사를 위한 구비서류 증빙여부 · (일자리) 일용직 신고서, 비정규직 근무확인서, 4대보험 신고서류 등 확인 · (지역농산물) 자가생산 증명서, 계약재배 협약서, 매매계약서 등으로 확인

출처: 농림축산식품부, 2021. 연구자 축약 정리.

(2) 6차산업 사업자 인증 절차

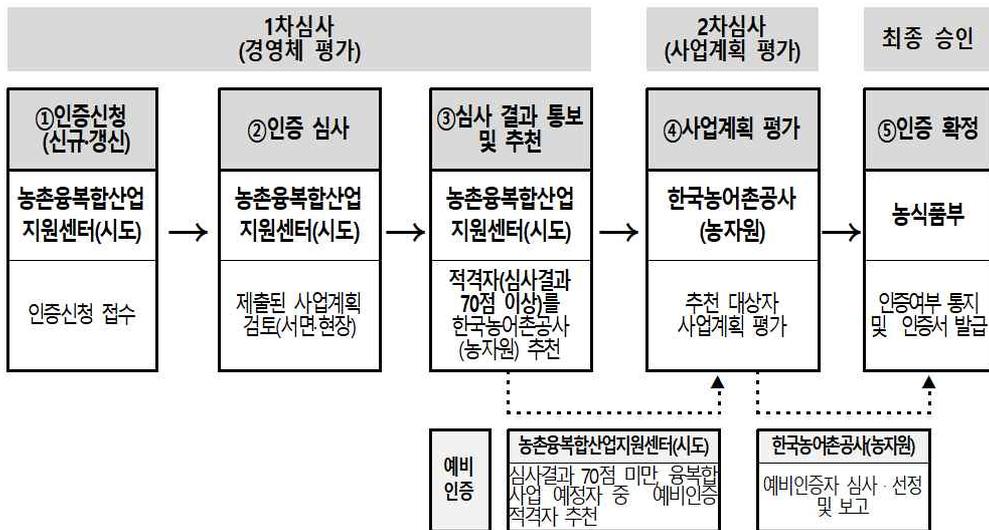
농촌융복합산업 사업자 인증절차는 경영체로부터의 인증신청 행위로부터 시작되며, 6차산업을 영위하고 있는 농업경영체가 관할 지역 내 농촌융복합산업(6차산업) 지원센터에 인증신청을 위한 구비서류를 작성하여 제출하면 해당

5) 2021년 인증 신청기준이며, 코로나19로 인해 2020년도 실적이 부진한 경우 그 전 최근 2개년 실적으로 대체가 가능하다(농림축산식품부).

지원센터는 [그림 2-6]에서와 같이 신청 경영체의 자격요건이 충족되는지 확인하고 적격자에 한하여 신청을 접수한 후 심사기준에 따라 종합적으로 평가하여 인증 절차를 수행하게 된다.

인증신청 기간은 별도로 정하여 두지 않고 수시로 신청할 수 있지만 인증사업자 선정을 위한 심사 지연을 방지하고 효율적인 심사를 위해 인증심사(신규·갱신)는 수시로 실시하되(분기 1회 이상), 해당 지원센터의 인력·업무형편 등을 감안하여 시행하도록 하고 있다.

[그림 2-6] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증 절차



출처: 농림출산식품부, 2021. 2021년도 농촌융복합산업 활성화 지원사업 세부사업 추진계획.

사업자 인증절차에 있어서 첫 번째 단계는 농촌융복합산업을 추진 중인 농업경영체가 인증신청(갱신)용 서류를 작성하여 해당 농촌융복합산업 지원센터에 제출하고, 해당지역 농촌융복합산업 지원센터는 자격요건이 충족된 경영체에 한하여 신청서를 접수받는다. 신청 경영체가 제출해야 할 서류는 인증·갱신신청서, 사업계획서, 사업자 등록증, 농업경영체증명서, 법인의 경우는 법인 등기사항 증명서, 국가에서 공증할 수 있는 재무제표와 같이 경영상태를 확인할 수 있는 서류이고, 지원센터는 예비사업자를 대상으로 사전설명회를

개최하여 인증제도를 안내하여야 한다. 두 번째 단계는 지원센터가 자격요건을 갖춘 농업경영체를 대상으로 심사위원회를 구성하여 각 기준에 따라 서면·현장심사를 진행한다. 심사위원회는 농경제, 제조·가공, 농산업 마케팅, 유통, 체험·관광 등 적어도 3명 이상 외부위원을 선정하되, 전체 심사위원의 1/2이 상으로 구성되어야 한다. 세 번째 단계로는 ‘인증추천’의 단계로 지원센터는 심사기준에 따른 검토 결과에서 70점 이상인 경영체에 대해 이를 시·도에 제출하고 시·도는 “농촌융복합산업육성 및 지원에 관한 법률” 제2조에 따라 결격사유가 없는 경영체에 대해 한국농어촌공사(농어촌자원개발원)에 명단을 제출한다. 네 번째 단계에서는 ‘사업계획 타당성 평가 및 적격자 제출’ 단계로 한국농어촌공사(농어촌자원개발원)는 시·도별로 추천된 경영체의 사업계획 타당성을 평가하여 최종 적격자를 농식품부에 제출하게 된다. 마지막 다섯 번째 단계는 ‘인증 여부 통지 및 인증서 발급’ 단계로 농식품부는 최종 적격자를 확인하여 인증(갱신)일 지정, 시·도 및 지원센터에 인증(갱신) 여부 통지 및 농촌융복합산업 인증서를 발급하게 된다(박상호, 2021).

(3) 6차산업 사업자 인증 심사 및 사후 관리

사업자 인증 신청서를 접수한 관할 지역 지원센터는 자격요건을 충족한 신규·갱신 경영체를 대상으로 ‘인증제도 심사위원회(3~5인)⁶⁾’를 구성하여 서면 및 현장심사를 실시한다. 인증심사는 자격요건에 대한 심사와 종합심사로 구분할 수 있는데, 자격요건 심사는 경영체가 대상 주체로서 적합한지, 주 사업장이 농촌지역에 소재하고 있는지, 6차산업을 사업영역에 적합하게 영위하고 있는지 등을 심사하는 것으로 자격요건심사는 지원센터 자체적으로 심사가 가능하다.

종합심사는 3인 이상의 외부전문가로 구성된 심사위원회를 통해 자격요건을 충족한 경영체에 대하여 사업계획, 경영상태 등에 대한 서류 및 현장 심사에 의해 종합적인 심사가 실시된다. 경영체의 사업계획서 내용을 바탕으로 [표 2-11]에 정리된 심사항목과 배점을 기준으로 심사가 이루어지며, 70점

6) 위원회는 농경제, 제조·가공, 농산업, 마케팅, 체험·관광, 유통 등 최소 3명 이상의 외부위원을 선정하되 심사위원의 1/2 이상으로 구성하여야 한다.

이상이 되었을 경우에 상급기관으로의 인증 추천 자격이 주어지게 된다.

[표 2-11] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 신규·갱신 심사기준

신규		갱신		배점
농촌융복합산업기반 (40)	<ul style="list-style-type: none"> 기초 역량 평가 사업주(경영주)의 최근 3년간 농촌융복합산업 관련 교육 참가 ※(증빙)중앙정부 및 지방자치단체 주관 위탁 교육의 수료증, 이수증, 확인서 	계획달성도 및 사업성과 (40)	<ul style="list-style-type: none"> 계획서에 담긴 세부사업 및 목표 달성 여부 ※현장실사 등 중심으로 평가 	10
	<ul style="list-style-type: none"> 경영 및 재무 관리 실태 최근 2년간 재무관리, 회계자료 작성의 성실도(손익계산서, 재무회계관리, 재무제표 작성 여부) 		<ul style="list-style-type: none"> 지역농업의 활성화 기여도 최근 3년간 지역농산물 사용 비율 	10
	<ul style="list-style-type: none"> 기본 인프라 구축(10) 가공시설, 직매장, 체험장 등 시설 구축 및 관리 정도 		<ul style="list-style-type: none"> 지역내 일자리 유지 최근 3년간(2020년은 제외) 일자리 유지 지속률 	10
	<ul style="list-style-type: none"> 지역 농산물 사용 비율 원물의 지역농산물 사용 정도 (전년기준) 		<ul style="list-style-type: none"> 매출 유지율 2020년을 제외한 최근 3년간 연평균 매출 유지율(%) 	10
향후계획 (60)	<ul style="list-style-type: none"> 농촌융복합산업화 완성도 1차, 2차, 3차산업간 융복합성 			10
	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁력 및 창의성 사업계획서의 차별성, 독자성, 혁신성 			20
	<ul style="list-style-type: none"> 지역농업과의 연계성 지역농업의 활성화 기여에 대한 구체적인 계획 			10
	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회와의 연계성 지역내 일자리 창출 기여에 대한 구체적인 계획 			5
	<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 자원과의 연계 및 활용성 지역 내 산업시설(직매장, 가공시설, 체험장 등), 관광자원을 어떻게 연계 활용할 것인지에 대한 구체적 계획 			5
	<ul style="list-style-type: none"> 계획 수립의 적절성 계획 수립 내용의 적절성(투융자계획 등)과 계획 목표의 달성 가능성 			10
가점 (5)	<ul style="list-style-type: none"> 경영체의 인증 및 자격취득 정도(1), 신상품 개발 및 특허출원(1), 수출실적(1), 관련 수상실적(2) 	가점 (5)	<ul style="list-style-type: none"> 최근 3년간 지역내 일자리 창출 2%이상 또는 연평균 매출액 7% 이상(3) 사회적 가치 공헌도 (자연친화적 경영, 기부활동 등)(2) 	5
계	105점	계	105점	

출처: 농림축산식품부, 2021. 연구자 재구성.

관할 지역 지원센터는 인증심사 결과 70점 이상인 경영체 명단을 시·도에 제출하고, 시·도는 「농촌융복합산업법」 제12조에 따라 결격사유가 없는 경영체

에 대하여 한국농어촌공사(농어촌자원개발원)에 제출하게 된다. 이후, 한국농어촌공사(농어촌자원개발원)는 자체 심의위원회를 구성하여 추천된 경영체들의 사업계획 및 타당성 등을 평가한 후 최종 적격자를 농식품부에 제출하는데, 이때 심사결과 70점 미만인 경영체 중 향후 농촌융복합산업에서의 활동이 기대되는 경영체가 있을 경우 예비인증자로 함께 추천한다. 농식품부는 추천된 적격자를 최종적으로 확인하고 인증(갱신)일 지정, 인증(갱신)여부 통지, 농촌융복합산업 인증서 발급 등의 절차를 진행하게 된다.

농촌융복합산업 인증의 유효기간은 인증을 받은 날로부터 3년간 유효하며, 갱신시 이전 인증 만료일 익일부터 3년간 연장된다. 인증 경영체가 유효기간 내 인증된 사업계획이 변경될 경우, 또는 기간만료 후 인증을 계속 유지하고자 할 경우에는 유효기간 만료 2개월 전까지 6차산업 지원센터로 갱신 신청을 하여야 한다.

갱신을 신청하지 않았거나 갱신 심사에서 탈락한 경우, 인증 유효 익일부터 1년간은 인증 신청이 불가능하고, 지원센터에서는 인증서 회수 등의 조치를 취하여야 한다. 단, 인증 미신청자 및 갱신 탈락자가 1년 내에 인증을 재신청하고자 할 경우는 갱신단계 기준으로 심사하고, 통과자에 대해서는 판로 지원 및 홍보·마케팅 사업 등에 우선 참여하도록 우대한다.

만약 인증을 받은 경영체에서 사업계획의 본질적인 내용(예시: 1차 농산물 변경 등)이 변경되는 경우 지원센터에 신규로 인증 신청을 하여야 하고, 인증을 표시하고자 하는 주원료 항목이 추가되거나 삭제되는 경우에도 지원센터로 변경 신청을 하여야 한다. 또한 부정한 방법을 통한 인증, 결격사유가 있음에도 인증을 받은 경우, 사업 중단 또는 신청시 계획과 다른 사업을 수행하거나 목적 달성이 곤란하다고 판단되는 등의 경우가 발견될 때는 인증을 취소할 수 있다.

사후관리에 있어서 인증사업자의 갱신·취소 등, 기존 인증서가 유효하지 않게 된 경우에 지원센터는 인증서를 즉시 회수 조치하고 인증서 번호, 담당자, 일시 등 관련 내용을 기재하여 별도로 문서를 관리한다. 한국농어촌공사 및 지원센터는 신규 인증 및 갱신 절차 안내, 사업계획서에 따른 사업 추진 점검 등을 매년 1회 이상 실시하고 그 결과는 관련 규정에 의거하여 적의 조

치하여야 한다.⁷⁾

인증제도 구분 기준[표 2-12]에 있어서는 농식품부에서는 ‘제2차 농촌융복합산업 기본계획(2021-2025)’에 따라 농촌융복합산업을 추진하고 있는 미인증 경영체를 대상으로 예비 인증제도를 도입하여 시범 사업 수준에서 세부 방안을 마련하여 추진할 예정이다.

[표 2-12] 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증제도 구분 기준(안)

구분	예비인증(1년)	본인증(3년/갱신)	
		초기단계	성숙단계
대상자	◦농촌융복합산업을 추진하고 있는 경영체(미인정 농업인/생산단체/농업법인 등)	◦인증경영체 · 매출액 (5억원 미만) · 방문객 (2,000명 미만)	◦인증경영체 · 매출액 (5억원 이상) · 방문객 (2,000명 이상)
요건	◦기초직무교육 이수 ◦사업계획수립 제출	◦신규 및 갱신기준 충족	◦신규 및 갱신기준 충족
유효기간	◦예비인증일로부터 1년	◦3년 (갱신시 심사) *추진실적(지역농업 활성화 기여도, 매출수출 실적 등)	
심사인증	◦각 지원센터: 심사 ◦한국농어촌공사: 심사예비인증	◦1차-각 지원센터, 2차-한국농어촌공사 : 심사 ◦농림축산식품부 : 인증	

출처: 농림축산식품부, 2021. 2021년도 농촌융복합산업 활성화 지원사업 세부사업 추진계획.

다) 6차산업 인증사업자에 대한 정책적 지원

6차산업화 정책에서 대상 주체로서 중요한 것이 6차산업 사업자로 인증을 받는 것이다. 6차산업 사업자로 인증을 받게 되면 다양한 정책적 우대 조치를 받을 수 있는데, 농업의 6차산업화를 위해 수립된 다양한 정책의 틀 속에서 경영체의 지속 경영과 발전을 위한 사업자 선정 또는 자금지원 등에서 우대를 해주는 것이다.

농촌융복합산업을 추진하고 있는 경영체 등이 6차산업(농촌융복합산업) 사업자 인증을 받을 경우 [표2-13]과 같이 다양한 혜택을 지원하고 있고, 이를 통해서 농촌융복합산업화를 통한 역량강화, 부가가치 증대와 더불어 사업자

7) 매년 1회 이상 점검계획을 수립하여 농식품부·지자체·농어촌공사·지원센터 합동점검 실시

인증을 유도하고 있다.

농촌융복합산업 사업자 인증 시 주요 혜택으로는 첫째, 농촌융복합산업 융자자금 지원 평가시 가점이 부여(5점)되며, 둘째, 신제품 개발, 사업화, 시제품 생산, 보육교육 등 컨설팅을 지원하고, 셋째, 유통판로를 위한 소비자 판촉전, 유통전문가 초청 품평회, 유통채널 입점 등 지원을 받을 수 있으며, 넷째, 농촌융복합산업 우수제품 및 성공사례 홍보물을 제작 및 배포, 온라인 사이트(www.6차산업.com)를 통한 정보 제공 및 홍보 지원을 받을 수 있고, 다섯째, 사업장이나 제품에 ‘농촌융복합산업 인증표시 로고 및 농촌융복합산업 제품 BI(beyond farm)’ 표시가 허용된다(박상호, 2021). 또한 정부지원 사업자 선정시에 가점 부여 등의 혜택과 함께 경영실적이 우수할 경우의 포상, 사업화 및 서비스에 대한 각종 교육과 해외선진지 연수 기회도 제공된다

[표 2-13] 6차산업(농촌융복합산업) 인증 사업자에 대한 지원

구분	세부내용
금융	시설설치, 리모델링, 장비구입 등에 필요한 자금의 융자 ※ 농촌융복합산업 융자자금 지원시 가점 부여(5점)
컨설팅	6차산업화 계획수립과 추진, 농기업체, 마을 공동체 등의 기술개발, 경영개선 및 코칭을 희망하는 분야
역량강화	경영체 사업화 및 식품, 제조·가공, 수출, 서비스교육 해외선진지 연수 지원 외 각종 애로사항 해소 및 성과제고
마케팅	생산제품의 판매촉진을 위한 소비자 판촉전, 유통전문가 초청 품평회, 유통채널 입점 및 제품의 수출 촉진 지원
홍보	6차산업 우수제품 및 성공사례 홍보물 제작 및 배포 사업장이나 제품에 6차산업 인증 및 제품 BI 표시 가능
지원사업 선정	6차산업관련 지원사업에 참여할 수 있도록 참여 의무화 제도 시행 및 가점 부여 등 우대
포상	농촌융복합산업 경영실적이 우수하고, 사업계획에서의 목표를 달성한 사업자에 대해 우수사업자로 선정하여 포상

출처: 농림축산식품부, 2014b, 박상호, 2021. 연구자 재구성.

이와 같은 6차산업 인증사업자에 대한 정책적 우대 조치는 “농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률”에 근거하고 있고, 이 법의 “제3장 농촌융복합산업 육성을 위한 기반조성 및 지원”에서는 농촌융복합산업 사업자에 대한

지원을 규정하고 있다.

특히, 제17조(농촌융복합산업 지원 전문기관 등)에서는 ‘농촌융복합산업을 전문적으로 육성·지원하기 위하여 전담 인력 및 조직 등 대통령령으로 정하는 일정한 기준을 갖춘 기관’을 농촌융복합산업 지원 전문기관(이하 ‘지원기관’이라 한다)으로 정하고, 그 업무에 대해서도 명시하고 있다. 특히, 2호의 농촌융복합산업과 관련된 창업·보육 및 경영·컨설팅 지원, 4호의 농촌융복합산업 관련 기술의 연구·개발 지원, 5호의 농촌융복합산업 사업자와 국내외 연구기관·대학 및 기업간의 연계 지원, 6호의 농촌융복합산업 생산 제품의 판매·유통 및 홍보지원, 7호의 농촌융복합산업 사업자에 대한 교육·연수, 8호의 농촌융복합산업 사업자의 사업 추진현황 및 경영실태 관리 등은 6차산업 인증사업자를 위해 농림축산식품부장관으로부터 위탁받아 추진하도록 하였다(농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률, 2015).

이 외에도 제20조(창업지원)에는 6차산업 사업자를 위하여 창업자금의 지원 및 용자, 창업에 필요한 법률, 세무, 회계 등의 상담 및 경영·컨설팅 지원, 6차산업(융복합산업) 연구·개발 성과의 제공, 6차산업 사업자의 우수한 아이디어 사업화 지원, 시제품 생산 등 창업을 위한 시설 등 공간의 임대·제공, 생산된 제품의 성분분석·품질검사 및 상용화 지원, 그 밖에 농림축산식품부장관이 창업지원 등으로 정하는 사항을 지원하도록 하였다. 또, 제21조(관련 산업과의 협력 장려)에서는 농림축산식품부장관 또는 지방자치단체의 장은 농촌융복합산업 사업자가 대통령령으로 정하는 중소기업과 협력하여 새로운 제품 또는 수요를 개발할 수 있도록 장려하고, 이에 따른 협력 사업을 실시하는 자에 대하여 필요한 지원을 할 수 있게 하였으며, 제23조(판로지원사업) ①항에서는 농촌융복합산업 제품의 국내 유통망 구축과 홍보·판매 또는 사후관리 지원, 농촌융복합산업 사업자의 국내외 전시·박람회 개최 또는 참가 지원, 국내외 거래 알선 및 상품의 홍보를 위한 정보망 구축 및 운영, 농촌융복합산업 사업자에 대한 마케팅 능력 향상 지원, 그 밖에 농림축산식품부장관 또는 지방자치단체의 장이 농촌융복합산업의 판로 개척을 위하여 필요하다고 인정하는 사업을 지원하도록 하고 있다. 이어서 제25조(금융지원 등)는 농촌융복합산업 사업자에 대하여 필요한 자금을 용자·투자하거나 그

밖에 필요한 지원을, 제26조(홍보 및 교육)는 농촌융복합산업에 관한 지식·정보 및 농촌융복합산업 생산 제품의 소비 촉진 등을 위하여 농촌융복합산업 사업자·대학·연구기관 등과 협력하여 농촌융복합산업에 대한 홍보 및 교육 사업에 대한 사항을, 제27조(가공시설 내 판매장 운영)에서 농촌융복합산업 사업자는 농지에 설치된 농산물 가공·처리시설 내의 일부에 자체적으로 생산한 제품을 판매하기 위하여 관계 법령에 따라 판매장을 설치·운영할 수 있게 하였고, 제28조(영업시설기준 마련 등)에서 농산물을 가공·처리하거나 농산물 가공품을 유통·판매하기 위하여 설치·운영하는 영업시설에 대한 사항을, 제29조(유휴 가공시설의 임대 장려)에서 유휴 가공시설에 관한 정보를 제공하거나 유휴 가공시설의 임대를 적극적으로 알선하는 등의 시책을 통하여 유휴 가공시설의 소유자 또는 기업의 시설 임대를 장려할 수 있게 하였으며, 제29조의2(소규모 농촌융복합산업 사업자 우선지원)에서는 이 법에 따른 지원사업 또는 홍보·교육사업 등을 추진하는 경우 소규모 농촌융복합산업 사업자를 우대할 수 있다고 정하고 있다.

4) 6차산업화 선행연구

6차산업은 일본의 이마무라교수가 1994년에 주창한 이래, 일본 정부가 2010년 12월에 6차산업 관련 법률을 공포하고 6차산업 정책을 본격적으로 시행하면서 6차산업 활성화 정책이 추진되었고, 우리나라에서는 2013년, 농촌 지역의 경제 활성화를 위한 농업농촌 정책의 핵심과제로 선정되면서 본격적인 정책연구가 추진되었다.

김태곤 외(2011)는 ‘농업의 6차산업화와 부가가치 창출방안’ 연구에서 일 자리를 만들고 부가가치를 창출하는 새로운 대안으로 농업의 6차산업화 확산과 한국 실정에 적합한 6차산업화 모델개발이 필요함을 주장하였고, 임도경(2015)은 인구감소 및 고령화 문제의 심각성이 높아지고 농가의 소득격차가 확대됨에 따라 도시와 농촌간의 균형을 유지하기 위해 6차산업의 사업화가 반드시 필요하다고 하였다. 변세광(2016)은 효율적 농산업 다각화를 위해서 경영체 특성을 고려한 정책 및 지원제도의 필요성을 강조했으며, 이후의 선행

연구는 아래 [표 2-14]와 같다.

[표 2-14] 농업·농촌의 6차산업화 선행연구

연구자	연구내용	비고
선석민 (2015)	사례조사/설문분석을 통하여, 농업의 6차산업 활성화를 위해서 규제완화, 자금조달 지원방식의 개선, 수익모델 발굴 및 육성, 맞춤형 컨설팅, 리더양성, 판로지원 등의 방안 추진을 제안	조선대 석사학위 논문
이금동 (2015)	일본에서 도출된 농업의 6차산업화 관련 논의 및 일본 정부의 시책 및 목표, 성과를 검토하고, 농업 및 농촌 활성화를 위한 농업의 6차산업화 적용방안 및 목표를 재고	지역개발 연구 47(2)
이실 (2016)	한국과 일본의 6차산업 현황분석, 일본의 6차산업에 영향을 미치는 요인을 분석하고 한국 6차산업 추진방향에 고려점 제시	서울대 석사학위 논문
박성수 (2016)	6차산업화의 활성화를 위한 과제와 모형을 제시한 문헌을 집중적으로 고찰하여 한국형 6차산업화 성공 6요소 : 독창성, 고객 유도, 지역성, 사업타당성, 고객지향성, 생각의 전환을 제시	관광연구 31(4)
황재희 외 (2016)	6차산업화 정책이 농가 소득 제고에 효과적인지 확인하고, 융복합산업의 선택과 소득 증가에 영향을 미치는 요인을 탐색하여 정책의 소득 제고 효과를 점검하고 정책방향을 제시	농촌경제 39(4)
이현정 (2017)	6차산업화 농가에 대한 현황을 파악하고, 개별농가와 지역 특성이 참여유형의 선택 및 성과에 주는 영향 및 참여 유형간의 관계를 분석하여 관련정책 수립시 시사점을 제공	서울대 석사학위 논문
박상연 (2018)	6차산업 각 구성요소들의 상호간 영향과 역할에 대한 구조적 관계를 파악하고, 우리나라 농촌발전에 적합한 6차산업 모델 개발과 아울러 모델 적용을 위한 정책적 제안을 제시	청주대 박사학위 논문
김경찬 (2018)	농촌융복합산업 정책의 특징, 관계자의 인식, 인증 경영체의 특성에 대한 연구문제를 설정, 분석하고 인증제도, 지원사업 개발, 현장 지원센터 조직과 운영, 정책목표 재설정 등을 제시	서울대 박사학위 논문
백창화 외 (2018)	정부지원 정책과 6차산업에 대한 현황 및 문제점을 분석하고, 문제점 해결과 농어촌의 실질적인 가치와 복지 창출을 위해 정책과 지원에 대한 시사점을 도출하여 정부정책 지원을 제안	품질경영학회지 46(2)
박동희 (2019)	농업인·귀농인의 6차산업에 대한 인식, 당면 문제를 조사하고 6차산업 인증자 위주의 지원정책에서 6차산업화 경영체 전체를 지원하는 포괄적 정책, 육성/평가지원 체제의 변화를 제기	경북대 석사학위 논문
정도채 (2020)	농촌융·복합산업 정책 추진 경과 및 성과를 정리하고, 농촌융복합산업의 활성화를 위해 차별화된 제품·서비스 혁신, 지역단위 협업·분업체계, 외부와의 다층적 연계의 필요성을 제시	월간 공공정책 171
박상호 (2021)	농촌융복합산업 인증사업자의 운영특성에 따른 사업성과를 분석하고, 기획·관리, 역량강화, 성장기반, 판로확대 분야로 구분하여 개선방안 및 인증사업자 정책지원방안을 제시	공주대 석사학위 논문
이승희 외 (2021)	농어촌 정책과 6차산업의 활성화에 대해 현황을 파악하고, 6차산업전문인력 및 6차산업화 문제점들을 제기하고 문제해결을 통한 6차산업의 활성화를 위한 정책방안과 추진과제를 제시	산업융합 연구 19(2)
한국농어촌공사 (2019)	농촌융복합산업경영체의 기초실태조사를 통한 농촌융복합산업 육성정책 및 시행계획 수립 등에 활용 가능한 기초자료 제공	한국농어촌공사

제 2 절 6차산업 기업가정신

1) 기업가정신의 개념과 구성요소

가) 기업가정신의 개념

(1) 기업가와 기업가의 정의

기업가정신에 있어서 기업가(起業家)는 자본주의 핵심체제인 기업운영의 주체로 자본주의 이념을 실현하는 원동력이다. 우리나라에서 창업가라는 의미도 내포하여 사용되는 기업가는 “기업(자본주의 산업 조직) 창업에 대한 의지를 가지고 그 과정을 실행에 옮기는 사람”을 일컫는다. 창업가를 창업경영주라고 칭하기도 하지만 일반적으로는 ‘사업을 경영하고 있는 사람’을 통틀어 사업가 또는 기업가(企業家)로 명확한 구분없이 사용하고 있다.

기업가가 출현하기 시작했던 17세기의 기업가는 생계를 위해 장사를 하는 사람(Earning a living)으로 지칭하기도 했는데, 생계형 사업가를 의미했다고 할 수 있다. 생계형 사업가는 대개 자영업자를 일컫는 것으로, 오늘날에도 이와 같은 개념이 남아있어 미국에서는 종종 기업가를 ‘자기 자신의, 새롭고 규모가 작은 사업을 시작하는 사람’으로 정의하는데, 기업가는 새로운 소규모 비즈니스를 하는 사람이라는 의미를 갖는 것이다(이춘우, 2020). 그 후 기업가는 사업가, 창업가, 혁신자, 관리자, 혁신자, 리더, 위험 감수자, 경영자 등의 여러 가지 용어와 혼용된 형태로 이해되어 왔다.

사실 기업가와 경영자는 동의어가 아니지만, 그러나 많은 부분 기업가와 관리자, 리더, 혁신자 또는 위험 감수자들이 개념적으로 중첩되는 측면이 있다. 산업혁명 이후 최근까지 기업가는 벤처 캐피탈(Venture capital) 또는 엔젤 캐피탈(Engel capital)에게서 투자받은 발명가나 기술자를 의미했었다. 산업혁명 이후에 사회 경제의 고도화 과정에서 기업가는 창업을 통하여 자기 자신과 투자자를 위한 부를 창출하는 사람으로 개념이 변화되어 왔다. 산업혁명 과정에서 기계가 발명되고, 이를 통해 생산과 판매 활동이 보편화되면서

기업가는 시장이 필요로 하는 것들을 발명해 내는 발명가로서 ‘무에서 유를 창조하는 사람’으로 이해되기 시작했다(이춘우, 2020). 그러나 기업가를 산업 조직 측면에 초점을 두고 이해할 때와 인간적 측면에 초점을 두고 이해할 때는 다소 다른 시각이 필요한데, 기업가는 기존에 없었던 새로운 가치를 창조하기 위해 도전하고 노력한다는 공통점이 있지만, 인간적 측면에서는 기업가의 개인 심리적 행동적 특징에 초점을 두는 반면, 산업 조직 측면에서는 자본을 출자하고 경영을 하는 사업가의 역할이나 경제시스템에서 수행하고 있는 기능에 초점을 두어야 한다(이춘우 외, 2014).

기업가에 대한 개념은 학자들의 전문분야에 따라서도 시각을 달리하여 파악하고 있다. 심리학자들은 주로 성격적인 특성과 자질면에 따라서 기업가들은 높은 성취의욕을 지닌 강한 성취자(Achiver)라고 하고, 또는 개성에 있어서 적극적인 행동가적인 기질과 감성의 성숙성 및 강한 인내심을 지닌 사람이라고 하였다. 마르크스(Marx)는 일부 경제학자들이 말하는 기업가를 경쟁자의 위상과 약육강식의 개념으로 보는 시각에서 기업가들을 약탈자(Predator)의 개념으로 설명하면서 자본가를 착취자라는 부정적 비판을 덧붙이고 있지만 자본가와 기업가를 구분하여 기업가를 경제발전의 주역이라고 높이 평가하고 있다(Roger & Kaplan, 1987).

기업가(起業家; Entrepreneur)는 오랜 시간 동안 여러 연구자에 의해 저마다 달리 정의가 내려졌다. ‘앙트리프러너(Entrepreneur)’라는 용어는 Cantillon (1730)이나 Nicollas(1767)의 논의를 시작으로 ‘공급이 수요를 창조한다’는 세이의 법칙(Say’s Law)으로 널리 알려져 있는 Say, J. B.에 의해 처음으로 사용되었다. Say는 1800년대 초에 기업가를 “경제적 자원을 생산성이 낮은 영역(장소)에서 생산성이 높은 영역(장소)으로 이전시키는 사람”으로, 기업가란 “여러 가지 생산수단은 통합하여 생산물의 가치를 만들고 자본의 형성과 임금과 이자와 이윤 등의 경쟁에 참여하는 주체”라고 하였다(정승화, 1999).

이와 같이 기업가에 대한 개념이 많은 학자들에 의해 여러가지 정의를 예시하고 있는데 연구자들에 의해 인용되는 대표적 학자들의 견해를 정리하면 다음과 같다.

Schumpeter는 기업가는 이용할 수 있는 자원(resource)을 새로운 방법

(New Way)으로 결합하는 것이라고 정의하였고, McClelland는 기업가는 생산수단을 제어하고, 소비보다는 생산 및 판매를 통하여 소득을 획득하는 경제 주체라고 정의하였다. Schumpeter는 기업가는 새로운 자원결합을 수행하는 사람으로 기업가야말로 경제발전의 원동력이며 그러한 원동력의 근간은 왕성한 기업가정신이라고 하였다. 그는 기업가의 역할을 혁신(Innovation)이라 정하고 기업가의 과업은 낡은 것을 파괴하고 새로운 전통을 창조하는 것이라고 주장하면서, 기업가의 본질을 혁신자(Innovator)로 보고 기업가는 창업 과정을 거쳐 자원의 신결합과 새로운 산업방법으로 현상유지를 흐트려 놓는 혁신자라고 말하였다(박기동, 1998).

Leibenstein은 기업가는 시장이 완벽하게 확립되지 않고 생산방법 및 관련 기술이 명료하지 않은 가운데서 사업을 착수하고 운영하는 주체라고 정의하였다. Cole은 기업가는 재화 및 서비스 생산과 분배를 통해 이윤을 얻는 기업을 창설하고 그 기업의 유지 또는 기업행위의 조정 등 의도적인 활동을 영위하는 주체라고 정의하였다. Collinse & Moore는 새롭고 독립적인 기업을 창출하는 조직형성자와 이미 확립된 조직내에서 기업가의 기능을 수행하는 사람으로 정의하였다. Lavington은 기업가는 경영참여와 자본소득의 결합 및 협동 그리고 조정등이 이루어지는 하나의 조직사회에서 일하는 사람으로 보았다. Ely & Hess는 기업가는 기업조직 속에서 생산요소의 결합과 그 조직의 운명을 맡은 의무와 책임을 가진 개인이나 그룹이며, 또한 기업가는 산업의 여러 가지 요소를 제어하고 나아가서 기업의 성공과 실패를 좌우하는 열쇠를 쥐고 있는 자라고 하였다. Vesper는 기업가란 노동, 물적 자원과 기타 자원을 결합시켜 새로우면서 더 큰 부(Wealth)를 만들어 내며, 변화, 혁신, 새질서를 창조하는 사람이라고 언급하였다. Gilder는 기업가는 자본주의의 잊혀진 영웅이라고 지적하였다. 그는 기업가는 시장기능을 위한 도구가 아니라 시장을 만들어 내며 여러 경제적 기회를 탐색하면서 나아가 기회를 창조하고, 자원의 이용자라기보다는 자원의 발명가이며 또한 기존수요를 만족시키기 위해 단순히 반응한다기보다 수요를 새롭게 만들어 내고 기술을 제공받아 이용하는 것이 아니라 이들 적극적으로 개발해 낸다고 주장하였다(박기동, 1987).

기업가의 본질적 특성의 하나는 모험을 뚫고 나가는 자신감과 추진력, 그

리고 성공에 대한 믿음, 승리에 대한 자신감, 실패에 대한 인내와 굳은 집념과 함께 과업에 몰입하는 투사이며 굳건한 각오와 실천력을 지닌다. 이상의 학자들의 기업가 정의에 대한 공통된 내용을 보면 여러 가지 공통되는 특징을 가지고 있다. 첫째로 기업가는 불확실성 속에서 위험을 부담하는 가운데 행동한다. 둘째로는 재정자금의 공급자이다. 셋째, 이노베이션을 하는 사람이다. 넷째, 의사결정자이며 산업의 지도자이다. 다섯째, 경영자이고 최고관리자이다. 여섯째, 경제적 자원의 조직자이고 조정자이다. 일곱째, 기업의 소유자이다. 여덟째, 생산요소의 사용자이다. 아홉째, 규약자이며 중개인이다. 열 번째, 대안적 용도사이의 자원의 분배자이다(설봉식, 1991).

이상에서 정의한 바와 같이 기업가는 이상한 사람(Cranky man), 새로운 아이디어가 많은 사람, 엉뚱한 생각을 하는 사람, 창의와 미래지향적 발명 및 혁신적 변화를 끊임없이 추구하는 사람을 기업가라고 할 수 있다. 그러므로 기업가는 일을 위해서 정열을 불태우고, 일의 중독자(Workholic)이다. 그래서 꿀벌(Apismellifera)이라고 표현하였다(박기동, 1987).

또한 기업가는 사업을 조직하고, 관리하고, 위험을 추정해 내는 등의 책임을 지는 사람이라고 할 수 있으며, 오늘날에는 기회를 포착하고 이를 자신의 것으로 만들어 새로운 사업을 창조하는 혁신자로도 정의하고 있다(Kuratko & Hodgetts, 2001; 구언희, 2007).

(2) 기업가정신의 정의

기업가정신은 기업을 세우는 것 즉, 기업(起業)에 있어서 필요하고 기업(企業)의 변혁과 전개에 있어서 필요한 것이며, 경영자는 적어도 기업가이기 때문에 기업가정신을 몸에 익히는 것이 무엇보다 필요하다. 기업가정신에 대해 Dolinger, M. J.(1984)는 다음과 같은 특징을 들고 있다. 첫째, 창조력과 이노베이션, 둘째, 자원의 수집과 경제적 조직의 건설, 셋째, 리스크와 불확실성 하에서의 이득 또는 증대를 위한 기회이다(小椋康宏, 2014).

우리나라에서는 기업가정신에 대해 ‘산업 조직을 새롭게 세우는 의지와 실행’, ‘헝그리정신(killer instinct)의 발휘’, ‘미래를 예측할 수 있는 통찰력’,

‘무에서 유의 창조’, ‘무한위험 감수’ ‘불확실성에 대한 도전’, ‘혁신적·창의적 정신’ 등을 생각하고, 또 윤리적 관점 또는 사회적 책임론 관점에서 ‘기업인이 갖춰야 할 윤리적 경영 행동 및 자세’, ‘이윤의 사회 환원’으로 기업가정신을 이해하기도 한다. 기업가정신은 매우 다양한 관점에서 정의될 수 있으므로 하나의 관점에서 기업가정신을 이해하는 것은 단편적이고 불완전하다. 또, 기업가정신은 기업이 속한 상황이나 주변 환경, 시대정신에 따라 바뀌어 오면서 기업가정신의 개념을 정의하는데 있어 다양한 견해가 존재할 수밖에 없는 것이 현실이다. 따라서, 기업가정신이 다양한 관점에서 정의될 수 있지만, 기업가정신의 핵심적인 개념은 “새로운 가치를 창출하려는 동기와 실천하는 활동(과정)”이라고 할 수 있으며, 새로운 가치를 창출할 수 있는 행동 방식들로써는 개척이나 발견, 개선이나 개혁, 혁신이나 혁명, 변화나 변신 등 여러 가지가 있을 수 있다(문성식, 2018). 에디슨의 백열전구 발명, 스티브 잡스의 스마트폰 개발, 담채라는 세계 최초의 김치전용 냉장고의 개발 등은 모두 새로운 가치를 창출하려고 시도되었고, 그 결과 전에는 없었던 새로운 가치를 창출하고 있다는 공통점이 있다. 기업가정신은 오늘날 사회의 모든 영역에 적용되는 개념으로 확산되어 가고 있는 시대정신(The spirit of times)이라고 할 수 있다(이춘우 외, 2014).

기업가정신은 19세기 영국 고전학파의 경제학자 Mill이 기업가의 이윤에 대해 경영에 따른 보수, 투자한 자본의 이자, 그리고 사업 수행에 감수한 위험 프리미엄으로 정의하고 기업가의 가장 중요한 덕목으로 위험감수성을 제시했는데, 이는 기업가정신의 개념에 대한 토대를 제공하였다. Knight(1921)는 위험과 불확실성을 감수하는 기업가적 활동에 따라 기업가가 불확실성 하에서 위험을 계산하고 결정을 내리며, 산출 결과에 책임을 짊어으로써 사회경제 전반의 효율성이 높아진다고 하였다(이태훈, 2017).

기업가정신의 가장 체계적인 접근법을 제시한 대표적 학자인 Schumpeter는 기업가정신을 새로운 방식으로 새로운 제품을 만드는 창조적 파괴에 앞장서는 기업가의 노력 혹은 의욕으로 규정하며, 혁신성 및 진취성을 기업가정신의 핵심요소로 제시하였고, 기업가를 혁신의 주체이자 창조적 파괴 과정을 이끌어가는 사람으로 정의하였다. 다음으로 기업가정신을 대표하는 학자로는

Drucker를 들 수 있으며, 그는 기업가정신이란 경영의 기본적 이념이나 기술을 새로운 문제, 새로운 기회에 유효적절하게 구사하는 예술이라고 하였다(김재형 외, 2019). 또 Drucker는 경제를 지속적으로 발전하게 하는 중요한 요소라 강조고, 위험을 무릅쓰고 기회를 사업으로 전환하는 도전과 모험의 정신으로도 정의하였다.

Miller는 새로운 가치창출을 위한 혁신성, 진취성, 위험감수성 등으로 자본을 재결합하거나 재분배하는 행동을, Stevenson 등은 창의성과 유연성을 촉진하는 기업가의 행동으로 기업가정신을 정의하여 기업가정신과 창의성의 영향관계를 강조하였다(이석근, 2020). 기업가정신은 불확실한 경영환경과 환경변화상황에서 조직의 목표 성취와 성과향상을 통한 지속적인 경쟁우위를 확보하는데 매우 중요한 요소로 기업 및 비영리조직의 핵심 성공요인을 기업가정신으로 연구하여 왔다(Lumpkin & Dess, 1996). 기업가는 기업이 지속적으로 성과를 향상하고 성장하기 위해서는 끊임없이 사업기회를 찾아야 하며 기업가정신은 이러한 새로운 사업기회를 찾는 데 있어서 중요한 역할을 하게 되며, 기업가정신은 기업의 최고경영자가 위험을 감수하며, 진취적이고 혁신적으로 활동하려는 기업가의 성향이라고 할 수 있다(Morris & Paul, 1987).

Baron & Shane(2005)은 기업가정신을 기업이 새로운 무엇을 창출하기 위해 이를 탐색하고 행동으로 옮기는 것이라 하였고, Gartner & Baker (2010)는 개인들이 기회를 추구하는 과정으로, Czop & Leszczynska(2011)는 지속적인 혁신을 통해 기업수준을 끌어 올리는 과정으로 보았으며, Finkle 등 (2015)은 기업가정신을 기회를 인식하고 비전, 변화, 창조의 역동적인 과정으로 볼 수 있다고 하였다(박길호 외, 2016).

해외의 다양한 관점과 정의에서처럼 국내에서도 기업가정신에 대한 연구가 활발히 진행되어 왔다. 민경호(2004)는 기업가정신이란 기업이 사회로부터 존경받고, 기업을 건설하게 성장, 발전시킬 수 있는 이념과 경영철학이라 하였고, 김영수(2006)는 기업가정신을 새로운 가치 창조라는 혁신활동을 통해 시장 환경변화를 이끌고 주도하는 것이라는 보다 폭넓은 의미로 통용되는 것으로, 개별 창업이나 조직 내부인이 통제할 수 있는 자원에 구애받지 않고 기

회를 추구하는 혁신에 기초한 새로운 경제 활동의 창조, 그리고 이로 인한 새로운 조직의 창조라고 정의하고 있다(고광만, 2013).

이정호(2005)는 기업가가 기업성장을 위해 혁신적으로 행동하는 것을 개인 기업가정신이라 말하고, 이러한 기업가를 바탕으로 조직 전체가 기업성장을 위해 혁신적으로 행동하는 것을 조직기업가정신이라 하며 구분하였으며, 황인표(2007)는 기업가정신의 의미를 기업가의 활동, 기능, 능력, 정신 등의 모든 의미를 내포하고 있다고 하였고, 정대용 외(2010)는 불확실하고 위험한 외부환경 속에서도 새로운 사업기회를 포착하기 위해 끊임없이 노력하는 것으로, 어떠한 위험도 감수하며 혁신적이고 진취적으로 활동하려는 기업가의 행동이라 하였다(박길호, 2017).

기업가정신은 ‘새로운 가치를 창출(결과)하려는 동기와 실천하는 활동(과정)’으로 새로운 가치창출 행동 방식들은 개척이나 발견, 개선이나 개혁, 혁신이나 혁명, 변화나 변신 등 여러 가지가 있을 수 있다(이춘우 외, 2014). 오늘날 기업가정신은 사회의 모든 영역에 확산, 적용되는 개념의 시대정신이며 개인에게는 자기 주도적인 삶을 일구어 나갈 수 있도록 할 수 있는 정신자세이자 기업가정신을 통해 자신의 삶의 의미와 자신이 하고 싶은 일을 발견하도록 함으로써 일을 통해 사회에서 가치 있는 일과 삶을 계획하고 실행해 나갈 수 있게 된다(문성식, 2018). 즉 기업가정신은 더 나은 미래의 삶을 창조하기 위한 행동의 계기이자 정신적 원동력이며 삶의 질 향상을 위한 정신자세라고 할 수 있다.

이와 같이 기업가정신에 대한 개념은 기업이나 나라가 처해 있는 상황이나 시대에 따라 다양한 관점에서 정의되어 왔지만 기업가와 분리해서 생각할 수 없으며 기업가정신은 외부 환경 변화에 민감하게 대응하여 변화를 만들어 내며 기존의 관습을 창의적이고 혁신적인 아이디어로 파괴하는 긍정적인 힘이라 할 수 있고 사회의 모든 구성원이 가지고 있어야 할 창조적 자기혁신의 바탕이라 할 수 있다(박철우, 2016).

[표 2-15] 기업가정신에 대한 관점 및 정의

구분	세부내용
Knight (1921)	미래를 낙관적으로 예측하고, 시장의 불확실함과 발견되지 않은 기회를 포착해서 부를 창출
Schumpeter (1934)	지속적 변화를 추구해 나가는 창조적 변혁과정, 새로운 조직의 시행을 추구
Miller (1983)	제품과 시장의 혁신을 추구하면서 위험을 감수하며, 진취적으로 대응하여 경쟁자에 승리하려는 조직의 성향
Drucker (1985)	새로운 부의 창출능력을 가지고서 보유한 자원의 할당을 포함한 혁신의 한 행동
Stevenson et al. (1989)	통제되고 있는 자원과 상관없이 발생하는 기회의 추구
Lumpkin & Dess(1996)	혁신적 제품 또는 서비스 개발을 위한 의사결정과정 실행의 개념
Barson & Shane(2005)	새로운 상품과 서비스, 생산프로세스, 시장을 창출하기 위한 기회를 인식하고, 기회를 다양한 방식으로 발전시키기 위한 과정
Finkle, et al (2012)	기회를 인식하고 변화, 비전 및 창조의 역동적인 과정
이장우(1997)	현실적 제약을 극복하면서 포착한 기회를 사업화하려는 행위 또는 과정
지용희 외 (1999)	자원이나 인력의 제약을 감수하고 주어진 기회를 포착하여 사업화하려는 행위 또는 과정
민경호 (2004)	기업이 사회로부터 존경을 받고, 건실하게 기업을 성장·발전시킬 수 있는 이념과 경영철학
이정호 (2005)	기업이 새롭게 활동을 시작하면서, 그 활동이 혁신성, 위험감수성, 진취성을 포함할 경우의 행위
이형택 외 (2007)	적극적인 제품개발, 시장혁신 및 위험을 감수한 사업의 추진, 경쟁을 촉진하는 선구적 혁신성향
정대용 외 (2010)	불확실하고 위험한 외부환경 속에서 신사업기회를 포착하기 위한 부단한 노력. 위험 감수, 혁신적·진취적으로 활동하려는 행동
장수덕 (2011)	기업가들에게서 발휘되는 진보적 사고체계 및 행동 양식
강석민 외 (2012)	환경의 불확실성에 도전함으로써 새로운 가치를 창출하고자 하는 정신과 행동 등의 총체.
이춘우 외 (2014)	새로운 가치를 창출하려는 동기와 실천하는 활동
박철우 (2016)	환경 변화에 신속히 대응하고 변화를 만들어내며, 기존의 관습을 창의적·혁신적인 아이디어로 전환하는 긍정적인 힘

출처: 박길호, 2017; 문성식, 2017. 연구자 재구성.

나) 일반적인 기업가정신의 구성요소

기업가정신에 영향을 미치는 구성요소로 Miller(1983), Lumpkin & Dess(1996)의 연구결과가 일반적으로 사용되고 있는데, Millier(1983)는 중소기업(52개사)을 대상으로 기업가정신의 구성요소에 대해 연구하면서 혁신성과 진취성, 위험감수성 등 세 가지로 구성하였다. Covin & Slevin(1991)의 연구에서는 기업가정신의 구성요소를 혁신성, 사전 대응성, 위험감수성 3가지로 보며 기업가적 전략 태세로 정의했는데 Lumpkin & Dess(1996)는 이 세가지 요소에 자율성과 경쟁적 공격성을 더한 5가지 요소로 구분하였다(마창준, 2019).

이러한 기업가적 특성은 개인 또는 조직(기업) 구성원들의 기업가적 성향을 의미하는 것으로 기업가적 지향성(Entrepreneurial Orientation: EO)이라는 개념을 중심으로 활발히 연구되어 왔다. 이후의 EO 연구는 Miller(1983), Covin & Slevin(1989, 1991)의 혁신성, 진취성, 위험감수성의 세 요소를 따르거나, Lumpkin & Dess(1996)의 혁신성, 진취성, 위험감수성, 자율성, 경쟁적 공격성의 다섯 가지 요소에 따라 EO를 측정하였다(기업가정신 실태조사 심층연구, 2019).

국내의 기업가정신 선행연구에서도 많은 연구자들이 기업가정신의 구성요소로서 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 구분하였고, 이 외에도 혁신정신, 위험감수, 도전정신(Moon & Miller, 1983; 이정호, 2005; 정주호, 2010; 강병오, 2011), 성취욕구, 위험감수 성향, 내적 통제부위, 모호성 감수성향 등 (McClelland, 1965; Gartner, 1990; 조준희 외 2014), 성취욕구, 혁신성, 위험선호, 통제위치 등(박대섭, 2004; 이요왕, 2006; 이선정, 2007; 신금순, 2008)으로 분류하고 있다(박길호, 2017).

연구자들에 의해 언급된 많은 구성요소 중 자율성, 경쟁적 공격성은 사내 기업가정신에서 연구가 이루어지고 있고, 선행연구자들에게 주로 검증되었던 혁신성, 진취성, 위험감수성은 6차산업 기업가정신에서도 중요한 구성요인이 라고 할 수 있다.

(1) 혁신성(Innovativeness)

Schumpeter(1934)에 따르면 혁신성은 기업에서 새로운 아이디어나 서비스를 개발할 때 발생하는 창조적 과정과 그 과정을 지원하려는 기업의 성향, 또 기업의 지속적인 성장을 위한 신제품이나 새로운 서비스를 도입하여 기존의 시장구조를 흔들어주고, 경쟁 우위를 통한 새로운 수익구조가 발생되도록 하는 창조적 파괴 과정이라고 하였다. Miller(1983)는 혁신성에 대해 새로운 기회나 새로운 해결책을 찾기 위해 추진하는 기업의 모든 노력 과정이라고 하였으며, 가능한 모든 방법을 동원하여 기업이 처한 문제들을 과감하게 해결하고자 하는 기업의 욕구라고도 하였다. Zahra(1991)는 혁신성은 기업이 성장하는데 있어 매우 중요한 수단이라 하면서, 시장에서의 전략적 위치를 강화하고 새로운 제품이나 서비스의 개발, 기술 혁신 등을 적극적으로 시도하는 경영관리 활동이라고 하였으며, 이외에도 많은 학자들이 각자 다른 관점에서 혁신성에 대한 다양한 정의를 내리고 있다(이석근, 2020).

Lumpkin & Dess(1996)는 새로운 아이디어나 제품을 개발하기 위한 다양한 실험과 창조적인 프로세스를 통하여 새로운 것을 창조하고 현업에 적용시키려는 성향을 혁신성이라 하였다(이석근, 2020). 새로운 서비스, 새로운 제품, 새로운 프로세스 개발을 목표로 정하고 적극적인 활동을 이어가는 기업의 욕구로 표현하고 있으며, 변화하는 환경의 불확실성과 자원의 제약에도 불구하고 새로운 사업기회를 창출하기 위해 지속적으로 활동하는 기업가의 노력으로 간주된다(채갑석, 2014). 이러한 상태에서 새로운 제품, 서비스, 프로세스 및 전략 등을 창조하는 것은 혁신성을 가진 기업가가 존재하기 때문이라고 하였다(문성식, 2018).

혁신성에 관해 이춘우(1999)는 기업가들이 시장지향적인 아이디어를 기회로 전환하는 과정으로서 신기하고 독특하고 차별적인 일을 기업이 어느 정도의 범위까지 행할 수 있게 하느냐를 의미한다고 하면서 기업가에 의해 수행되는 혁신에는 제품 디자인, 시장 조사, 광고 활동, 공정혁신, 새로운 관리기법 등의 적극적인 경영관리 활동 등을 포함하였다(김지연, 2013).

기업가정신은 무에서 유를 창조하는 창의적인 기업가들이 지니고 발휘하는 진보적인 사고 체계와 혁신적인 행위로서 기업의 주요한 성공요인으로(곽지은 외, 2009), 혁신성은 기업가 개인의 특성보다는 집합적 관점과 조직 문화적 측면에서 새로운 아이디어와 프로세스, 신제품과 서비스, 실험, 창조적 과정에 대한 필요성을 인식하고 이를 해결하기 위해 수용하고 실행해 가며 기존의 틀에서 벗어나려는 경향을 보이게 된다. 결국 혁신성의 크기에 따라 새로운 기회를 잡을 수 있는 확률도 높아지게 된다(채갑석, 2014).

혁신은 보유 제품이나 기술, 프로세스를 월등한 단계로 개선하는 것으로 변화의 속도가 더욱 빨라지고 있는 기업환경 속에서 경쟁사보다 우위를 점하면서 기업의 지속성장을 위한 가장 중요한 수단이기 때문에 혁신성은 기업가적 지향성(EO)을 구성하는 가장 중요한 요소라고 할 수 있으며, 기업이 닥치는 어려운 환경을 극복하고 기업의 성장을 이끌어 가는 기회의 과정이자 실천행동이라고 할 수 있다.

(2) 진취성(Proactiveness)

진취성은 미래의 기회와 시장 수요를 예상하고 적극적으로 행동하려는 기업의 경향성을 의미하는데, 기업이 시장기회를 선점하거나 시장에서 주도적 위치를 차지하는 것을 말한다(강태원, 2019). 즉, 진취성은 혁신적이고 새로운 시도를 하려는 진취적인 자세를 보이려고 하는 것이기 때문에 매우 중요하며 진취성에 대해 구성원들이 시장 내의 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지를 보여주며 우월한 성과를 내기 위한 의욕을 보이거나, 시장 내에서의 지위를 바꾸기 위해 경쟁자들에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세라고 정의하였다(Lumpkin & Dess, 1996). 또 진취성에 대해 시장의 혁신을 추구하고 진취적으로 대응하여 경쟁자의 기선을 제압하려는 노력이라는 주장이 있으며, 기업가의 진취성은 경쟁자보다 우선적으로 신제품 및 서비스를 도입하려 하는 미래지향적 방향으로 예측할 수 있는 성향을 일컫는다(장성희 외, 2012).

Covin & Slevin(1991)은 진취성이 없는 기업에 비해 진취성이 있는 기업

은 공격적인 경쟁을 추구한다고 주장하며, 경쟁자보다 상대적으로 높은 진취적 활동이 기업가적 행동의 성공에 있어 매우 중요한 요소라고 주장하였고, Lumpkin & Dess(1996)는 진취성은 경쟁자에 대한 경쟁 의지와 경쟁자보다 뛰어난 성과를 산출하고자 하는 도전적 자세를 포함하는 개념이라고 하였다.

기업가의 진취성은 경쟁자보다 먼저 신제품 및 서비스를 도입하고자 하는 미래지향적 예측 능력으로 공격적으로 경쟁자를 압도할 수 있는 성향이며, 경쟁자들에 앞서 기업가적 행동을 통하여 새로운 틈새시장을 찾아서 기회들을 탐색하는 것과 관련이 있다(March, 1991). 이러한 성향은 중소기업 CEO들에게 시장의 변화나 욕구를 예측할 수 있는 능력을 부여하기에 신규진입의 속도나 범위에 적극적이며(정대용 외, 2008), 창의적 성과에 긍정적인 영향을 미치게 된다(한병철 외, 2018).

(3) 위험감수성(Risk-taking)

위험감수성에 대해 Miller & Friesen(1982)은 불확실한 상황을 예상함에도 도전하려는 의지의 정도라고 하였으며, 또 위험을 즐기는 정도라고도 하였다(장창권, 2017). 즉, 위험감수성은 실패로 인한 비용이 큰 사업에 대해서도 많은 자원을 투입할 수 있는 것으로, 위험부담과 대응되는 보상을 전제로 하여 가치 있는 무엇인가를 새롭게 창조하려는 과정, 또 현실적 제약에도 불구하고 포착한 기회를 사업화하려는 행위와 과정이라고 정의하였다(이장우, 1997).

배종태 외(2009)는 위험감수성에 있어 위험을 무조건적으로 감수하기보다는 예견하고 통제하는 것으로 위험은 계산된 위험이라 하였고, 박기용(2009)은 위험감수성에 대해 모험적이고 도전적인 성향으로 급변하는 환경을 선호하거나 불확실한 환경 속에서 기업가들의 추진 방향을 설정하는 중요한 요인으로 나타내었다. 조준희 등(2012)은 자영업의 창업가 특성이 경영성과에 미치는 연구에서 창업가 특성을 위험 선호, 성취 욕구, 경영목적으로 분류하고 분석결과 위험 선호 특성은 경영성과(매출액)에 유의한 것으로 나타났는데, 위험 선호의 특성은 경영자는 기업의 경영의사결정에서 위험부담이 상존하기

때문에 경영성과에 중요한 영향요인이라고 하였다(박길호, 2017).

위험감수성은 경영자가 어떠한 위험에도 불구하고 자원을 투입하려는 의지라고 할 수 있으며, 위험감수성을 가진 기업가는 새로운 기회를 포착하기 위해 어떠한 위험이 있어도 기업가 자신의 보유자원이나 환경에 구애를 받지 않고 기회를 추구하는 것이라고도 할 수 있다(장창권, 2017).

새로운 사업의 개시, 또는 시장에의 진입에는 항상 위험이 수반할 수 밖에 없으며, 현실적으로 아이디어나 사업시도가 성공확률이 높아 보일지라도 실패의 가능성 또한 상존할 수 밖에 없다. 기업가는 정치, 경제, 기술변화에 대처하면서 기업을 운영하는 과정에서 재정적, 사회적으로 발생하는 위험들도 감수해야 하기 때문에 위험감수성도 기업가정신을 연구하는 중요한 요소로 인식되고 있다.

(4) 자율성(Autonomy)

자율성은 기업가적 지향성(EO)의 다른 요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성에 비해 덜 주목받았으나, 기회와 경쟁 우위를 포착하고 기업의 전략적 방향을 설정·변화하는데 중요한 역할을 하는 것으로 드러나면서 기업가정신을 설명하는데 중요한 요소로 부각되었다(Lumpkin et al., 2009). 특히 많은 연구들에 의해 자율성은 혁신을 장려하고, 기업의 경쟁성과 효과성을 증대시키면서 새로운 창업을 하는데 있어서 촉진 요소로 규명되었다. 이에 Lumpkin & Dess(1996)는 기업가적 지향성 중 자율성에 대해 “개인이나 팀이 아이디어나 비전을 제시하고 이를 완성에 이르게 하는 독립성”으로 정의하였다(기업가정신 실태조사 심층연구, 2019).

김윤성(2003)은 조직구성원들이 자신이 수행하고 있는 업무에 대하여 자율권과 재량권이 있는 경우에는 구성원 스스로 자신들이 이루어 낸 성과가 조직에 의미 있는 영향을 줄 수 있다고 생각하게 되며, 이는 자신의 업무에 대한 자율성이 ‘체감가능한 조직의 지원’을 향상시키게 된다고 보았다(이석근, 2020). 기업가정신 측면에서 자율성은 혁신성과 위험감수성의 밑거름 역할을 하게 된다. 기업에서 조직구성원에 대하여 좋은 문화를 구축하여 자율적이고

허용적인 분위기를 조성하게 되면 조직구성원들은 새로운 서비스나 제품을 개발하거나 다양한 아이디어를 만드는데 중요한 역할을 수행하게 되는 것이다(송재길, 2011).

(5) 경쟁적 적극성(Competitive aggressiveness)

Lumpkin & Dess(1996)는 기업가적 지향성(EO) 중 경쟁적 적극성에 대해 '시장에서 산업 경쟁자들보다 우위에 서기 위하여 시장 진입과 점유율 향상을 위해 경쟁자와의 정면적인 승부를 선호하는 경향'으로 정의하였다. 진취성이 미래의 시장 기회를 예측하고, 그 기회를 포착함에 따른 시장의 주도권 확보를 의미하는 반면(시장과의 관계), 경쟁적 적극성은 현재의 시장 수요를 놓고 경쟁자와 경쟁하는 것(경쟁자와의 관계)을 의미한다고 구분하였다.

경쟁적 적극성은 주로 기업 차원에서 경쟁사와 비교해서 공격적인 마케팅, 품질 향상, 가치 전략을 구축하는 성향 및 행위를 의미하며, 경쟁사 대비 시장점유율, 가격 및 품질 등이 핵심 측정 지표이다(기업가정신 실태조사 심층 연구, 2019).

배근석(2016)은 경쟁적 적극성에 대해 기업이 새로운 시장을 개척하거나 기존 시장에서 경쟁기업들보다 앞서 나가기 위해 경영자와 구성원들이 열정적으로 도전하는 태도라고 정의하였다. 경쟁적 적극성은 경쟁기업에 우위를 점하기 위해 기존에 해 오던 방식에서 벗어나 새로운 방식과 다짐, 경쟁기업의 장단점을 분석하고 목표 달성을 위하여 매진하도록 한다. 기업의 입장에서 요구하는 적극성은 경쟁기업의 장단점을 분석하고, 새로운 시장에서 차별화할 수 있는 기회를 만들고, 차별성 있는 제품을 개발하여 경쟁시장에 한 발 앞서서 진입할 뿐만이 아니라 초기에 시장점유율을 높일 수 있다(Lumpkin & Dess, 1996).

작은 기업들이 큰 기업과의 경쟁에서 이겨내려면 경쟁적 적극성이 필수적인 요소가 된다. 저돌적인 적극성을 통하여 구성원들의 기업가정신을 제고하여야 하며, 제품경쟁력을 통하여 시장점유율을 높이고, 국내외 성공한 기업들의 사례를 적극적으로 수용하여 자신들의 제품과 서비스에 반영시켜 단시간

에 성장을 할 수 있어야 한다(이석근, 2020). 많은 벤처기업은 경쟁적 적극성의 정신을 실천하기 어려운 경우가 종종 있고, 대부분 독점적 지위를 가진 제품이나 서비스를 보유한 경쟁업체와 승부를 겨루어야 하거나, 이미 시장에서 성공한 기업들, 특히 충성고객을 보유한 업체를 대상으로 하는 경쟁에서는 의미 있는 성과를 만들기 어렵기 때문이기도 하다(김영수 외 2009).

(6) 성취욕구(Need for achievement)

McClelland(1962)는 높은 성취욕구의 사람들은 자신에게 일어난 것들에 대해 스스로 책임지고, 개인적으로는 도전적이면서 명확한 목표를 수립하기를 즐기면서 과업의 결과에 대해서는 부여된 책임을 지려고 하는 사람들이라 정의했다. 이들은 자신의 과업을 얼마나 잘 달성하고 있는지 알고 싶은 욕구가 있기 때문에 성과에 대한 피드백을 제공받기 원하며, 그 결과 성취욕구는 기업가에게 있어서 중요한 동기요소일 뿐만 아니라 사회의 경제발전 수준을 결정하게 된다(박정기, 2002). 또한 높은 성취욕구를 가진 사람들로 구성된 조직이나 사회의 경제성장이 빠르며, 기업가들이 보통 사람들보다 더 높은 성취욕구를 가진다고 주장하였으며, 이후 성취욕구가 높은 기업가들이 더 높은 기업 성과를 보여준다는 연구결과들이 발표되었다(Begley & Boyd, 1987; Davidsson, 1991).

김진수 외(2020)는 개인 차원의 기업가정신의 주요 구성요소로 성취욕구를 선정하고, 하위요소로 목표지향성, 미래지향성, 적극적·혁신적 활동을 언급하였으며, 목표지향성은 달성하고자 하는 명확하고 구체적인 목표 수립 및 의지를, 미래지향성은 과거보다는 미래를 지향하는 긍정적이고 도전적인 성향을, 적극적·혁신적 활동은 정력적이고 적극적인 활동, 문제해결 의지로 정의하였다(기업가정신 실태조사 심층연구, 2019).

이운준 외(2014)는 성취욕구를 어떤 장애물이 있어도, 어떤 어려운 일이라도 이를 극복해 내고 자신을 초월하여 높은 성취도를 추구하는 인간의 심리 특성을 의미하는 것이라 하였고, 조준희 외(2014)는 기업을 창업하고 운영하는 경영자로서 개인과 기업의 이익을 위해 높은 목표를 세우고 달성하려는

의지라 보았으며 소상공인을 대상으로 성취욕구가 통계적으로 유의한 효과가 미친다고 분석하였다.

(7) 통제위치(Locus of Control)

통제위치란 개인이 자신의 삶에서 어떤 사건을 스스로 통제할 수 있다고 느끼거나 자신과 관련이 없어서 통제할 수 없다고 느끼는 정도를 말하며 (Seligman, 1975), 자신의 행동 결과가 내적으로 통제되는지 아니면 외적으로 통제되는지에 관한 믿음을 나타내는 통제위치는 창업과 관련된 개인특성 중 가장 많이 연구된 변수 중 하나이다(Brockhaus, 1982; 박길호, 2017).

기업은 시장에서 혁신을 추구하는 위험을 감수하기도 하지만 경쟁사를 따르는 경향도 있어, 최고경영자의 통제위치에 따라 기업의 간접적 관계, 구조적인 환경과 상관이 있다고 하였다(Miller et al., 1982; 우대일, 2015). 또 Rotter(1966)는 사람들이 직면하고 있는 상황 그리고 그들에게 일어난 것들에 대해 얼마나 많이 통제할 수 있다고 믿는지에 대한 차이점을 설명하기 위해서 통제위치 라는 성격차원을 확인하였고, 훌륭한 기업가는 자기 스스로를 믿으며 자신의 삶과 운명을 스스로 결정할 수 있다고 믿는 내부 통제의 축을 지닌 사람이라고 할 수 있는데, 이들은 사업의 성공이나 실패여부에 대해 운명이나 행운 등에 의해 지배받는 것으로 생각하지 않으며 목표에 대한 강한 성취 욕구를 지니고 있다고 하였다(Rotter, 1966; 이용천, 2015)

Spector(1982)는 통제위치를 인간의 행동적 연구에 중요한 변수로 보았으며, 동기부여, 노력, 성과, 만족, 작업의 인식, 권한등과 연계성이 강하며, 인센티브와 동기간의 만족과 성과 관계를 완화한다고 하였고(우대일, 2015), Brockhaus & Horwitz(1986)는 개인은 자신의 능력이나 노력 여하에 따라 대부분의 일들이 달라진다는 믿음은 적극적이고 진취적인 행동과 높은 성과를 나타낼 수 있지만 모든 일이 자신에게 달려있는 것이 아니라 주위의 환경적 요소들이 자신의 일에 결정적인 부분을 자치한다고 생각할수록 위험을 피하려는 소극적 행동을 나타낸다고 하였으며 창업이 불확실한 환경 속에서 실패의 위험이 수반되고 거의 모든 책임을 자신이 떠맡아야 한다는 과정이라는

점을 감안할 때 창업에 따른 성과는 창업자의 통제위치에 따라 많은 영향을 받는다고 하였다(정성영, 2012).

2) 6차산업 기업가정신

가) 6차산업 기업가정신의 개념

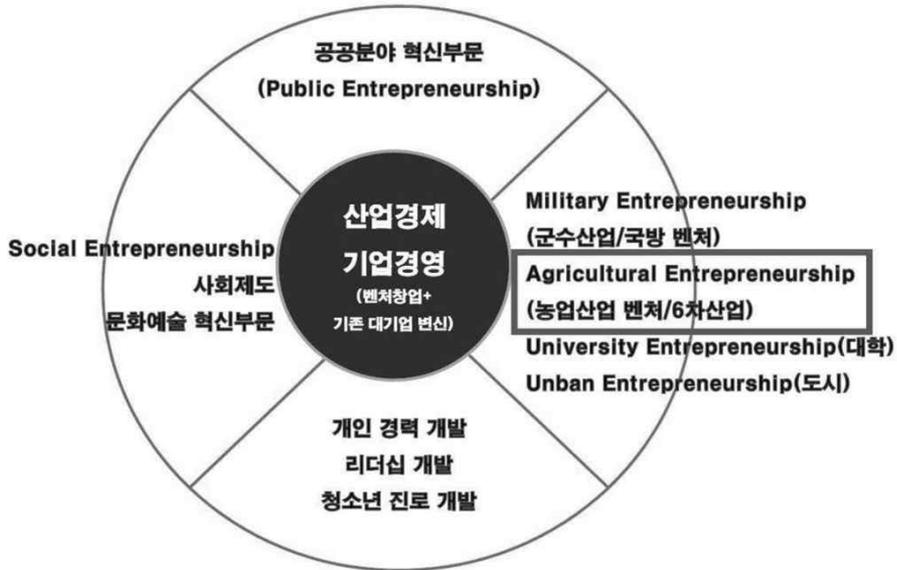
(1) 기업가정신의 확산

기업가정신은 원래 산업·경제 분야와 경영 분야에서 출현해 논의되던 주제였다. 오히려 주류 경제학 이론에서는 소비자와 정부를 중심으로 하는 시장 이론은 발전하였지만, 기업과 기업가정신은 관심 대상에서 벗어나 있었다. 오늘날 기업과 기업가정신에 관한 논의는 경영·경제 분야에 국한되지 않고 사회의 모든 영역에서 관심을 두고 있는 주제가 되고 있다. 기업가정신이 창업 단계의 기업(Start-up Business)에만 적용된다고 생각할 수 있지만 그렇지 않다. 기업가정신은 공공 분야, 농업 분야, 복지 분야, 국방 분야 등 다양한 부문에 적용되는 개념과 원리로 확장되었다(이춘우 외 2014).

피터 드러커(Peter F. Drucker)는 기업가정신이 기업 측면에만 국한되는 것이 아니라 사회의 전체 구성원이 본질적으로 지녀야 할 자기 혁신의 토대라고 강조하면서 기업가정신이 사회 전 분야로 확산되어 기업가적 사회를 예고하였다. 이춘우 외(2014)는 ‘기업가정신의 이해’에서 기업가정신을 역사적 관점에서 구분하고 개척정신, 발명(창조)정신과 아울러 개혁(진보)정신에서는 공공 부문, 사회 부문, 문화 부문, 농업 부문, 군사 부문, 새로운 질서와 방식, 사회적 책임(CSR), 윤리적 행동, 공유 가치 창출(CSV), 진보주의(구질서⇒신질서 : 공유 경제) 등으로 확산됨을 정리하였다.

[그림 2-7]에서와 같이 기업가정신은 산업·경제 및 기업경영 분야에서 나타나기 시작하여 사회 모든 분야로 적용이 확산되어 가고 있음을 보여주고 있으며, 특히 농업부문에서의 기업가정신은 6차산업 기업가정신과 상통한다고 하겠다.

[그림 2-7] 기업가정신의 확산



출처: 유홍성(2016) 기업가정신(Entrepreneurship)의 이해.

(2) 농업산업에서의 기업가정신

농림축산식품부는 6차산업이란 ”농촌에 존재하는 유무형의 자원을 바탕으로 농업과 식품, 특산품 제조·가공(2차산업) 및 유통·판매, 문화·체험·관광 서비스(3차산업) 등을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동“이라고 규정하고 있다. 농업의 부가가치 및 농가 소득이 정체되고 농촌의 활력이 저하되는 상황에서 농업에 2차 및 3차 산업을 접목하는 ‘6차산업화’를 종합적으로 지원하기 위한 법적 제도적 기반이 필요함에 따라 “농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률”이 2014년 6월에 제정·공포되어 2015년 6월부터 시행되었다. 이 법에는 ‘농촌융복합산업(6차산업)의 육성 및 지원에 관하여 필요한 사항을 정함으로써 농업의 고부가가치화를 위한 기반을 마련하고, 농업·농촌의 발전, 농촌경제 활성화를 도모하여 농업인과 농촌주민의 소득증대 및 국민경제의 발전에 이바지함’을 목적으로 하였다. 그리고, 법의 기본이념으로

서 ① 농촌융복합산업 육성에 의한 농가의 소득증대, ② 농촌융복합산업 육성에 의한 농촌경제의 활성화, ③ 농촌지역 내외의 상생협력과 건전한 농촌융복합산업 생태계 조성, ④ 농업과 다른 산업간의 융복합화를 통한 농촌융복합산업의 고도화, ⑤ 농촌지역의 지역사회 공동체 유지·강화를 규정하고 있다.

이처럼 6차산업화는 기존 관행농업 중심의 농촌에서 2차 및 3차산업이라는 부가가치 창출로 농촌에서 신성장동력원을 발굴하고, 도농간의 소득격차 축소, 지역경제 활성화 및 일자리 창출, 인구감소에 따른 지방소멸의 해소에 기여할 수 있는 방안으로 추진되고 있다.

이러한 기반에서 6차산업은 기존의 산업·경제 및 기업경영 분야와는 차별적 특성을 가지고 있다. 즉, 경영주체와 구성원으로 농업인, 농업법인, 농업관련 생산단체, 농촌을 기반으로 하는 것이 전제된 소상공인, 협동조합, 사회적협동조합, 1인기업, 사회적 기업, 중소기업 등 다양한 유형의 조직들로 구성되고(농촌융합산업법), 이들간의 의사소통 방식이나 갈등 해소 등은 지역 민들의 혈연적, 지연적 연계성이 관련되어 있어 문화적 특이성이 존재하고 있다(김연중 외, 2016). 이처럼 농촌의 6차산업 기업은 일반 상업적 기업과는 다른 성격의 조직이 구성되고, 내부적으로 지역적 특성을 내포한 문화를 가지고 있기 때문에 기존의 전통적 기업이나 거버넌스를 이끌어가는 기업가정신과는 다른 유형의 기업가정신을 필요로 한다.

예를 들어 농촌관광의 경우 일반적인 벤처기업이나 수익극대화를 지향하는 산업체와는 다른 특성을 가지고 있으며, 농촌관광은 농촌지역의 환경, 생태, 경관, 역사, 문화, 산업 등의 자원의 보전과 유지가 필수적이기에 과도한 관광화예의 편승은 오히려 농촌어메니티 같은 농촌관광을 가능케 하는 핵심 자원을 훼손할 수도 있다(박시현 외, 2003). 농촌지역은 근본적으로 1차산업 지역이지 3차산업의 무대가 아니기 때문에 사업적 측면에서 볼 때 유능한 사업자 개인의 역량으로 기대이익을 얻었다고 하더라도 개별적인 이익 수혜로만 배분되어서는 안 되며 가능하면 마을 전체의 몫으로 나뉘어야 한다. 농촌어메니티는 마을 전체에서 제공하는 것이기 때문이다. 그렇다고 공동분배에 치우쳐서 남보다 많은 열정과 희생정신으로 사업을 전개한 농촌관광사업자의 노고가 무시되어서도 안되며, 이는 인센티브 제공으로 사업추진의 의욕이 발

휘되는 것이기 때문이다. 농촌관광은 이처럼 공공성이 강조된 기업가정신의 리더십을 요구하고 있다(조규호, 2006).

이 같은 배경에서 농촌관광에서 말하는 기업가정신은 ‘사회적 기업가정신 (Social Entrepreneurship)’을 의미한다고 볼 수 있다. 농촌관광농원처럼 개별 사업자단위에서는 공공성이 상대적으로 약할 수 있으며 녹색농촌체험마을과 같은 마을 단위 사업에서는 상대적으로 공공성이 강조되는 기업가정신을 요구한다고 할 수 있다(조규호, 2006).

Austin et al.(2006)은 사회적 기업가정신을 ‘비영리기관이나 기업, 정부부문의 내에서 또는 서로 연계하여 일어나는, 혁신적인 사회적 가치 창출 활동’으로 정의한다. 즉 사회적 기업가는 비영리활동의 영역에서 경제적 가치 (Economic Value) 대신 사회적 가치 (Social Value)를 추구하지만, 사업을 비즈니스 관점에서 바라본다고 하였다. 이를 바탕으로 배종태 외(2009)는 기업가정신의 원리, 관점, 접근방법은 일반기업에서 뿐만 아니라 제반 비영리조직이나 사회적기업, 사회활동, 정부사업에도 적용될 수 있다고 하면서, 사회적 기업가정신을 “현재 보유하고 있는 자원이나 능력에 제약되지 않고, 사회적 가치를 창출하고 유지하고자 하는 사고방식과 행동양식”이라 정의하였다.

[표 2-16] Differences in Commercial Entrepreneurship & Social Entrepreneurship

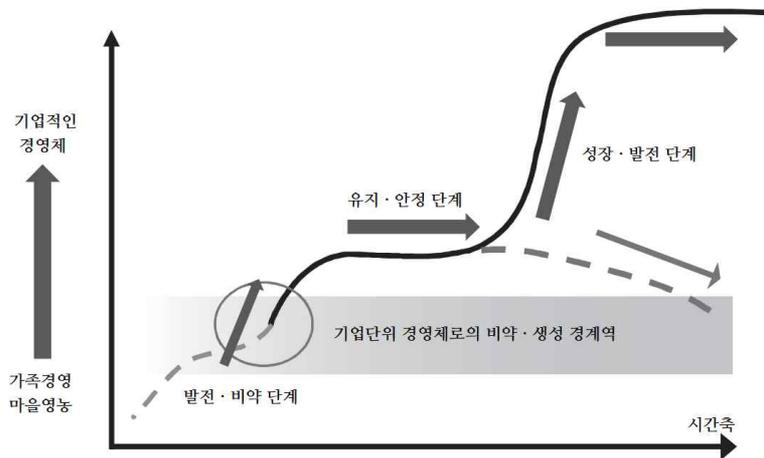
	상업적 기업가정신 (Commercial Entrepreneurship)	사회적 기업가정신 (Social Entrepreneurship)
주된 적용대상	영리기업	사회적 기업
공통점	기업가적 과정에 의한 운영 (기회의 포착 및 추구, 자원 조달 및 활용) 기업가 역할의 중요성 대두 (Key Roles of Entrepreneurs)	
차이점	<ul style="list-style-type: none"> - 경제적 가치 창출에 초점을 두고, 개인의 부를 축적하려는 경제적 동기에 의해 작동하며, 기회실현을 위해 외부자원 유치 (투자) - 주주(Stockholders) 및 고객 중시 - 경쟁적 환경, 수익성/신속성 중시 - 기업가/팀에 대한 무제한 보상가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적 가치 창출에 포커스를 두고 사회적 문제 해결방식의 효율성 및 효과성을 지향하고, 지속가능한 생존성에 기업가정신 적용 - 이해관계자(Stakeholders) 중시 - 협력적 환경, 공익성/공정성 중시 - 인적·물적 자원활용에 한계(규범 등)

출처: Austin 외, 2006; 배종태 외, 2009; 유흥성, 2016. 연구자 재구성.

이와 같이 농업산업에서는 개별 사업자단위, 또는 중심산업 형태에 따라 사업의 공공성이 상대적으로 약할 수 있고, 또 공공성이 강조될 수 있는 다양성이 존재한다. 또한, [표 2-16]의 비교를 참고할 때 농업경영에서의 기업가정신은 상업적 기업가정신과 사회적 기업가정신의 특징을 혼합하고 있으며, 6차산업의 유형과 추진목표, 주주 및 이해관계자에 따라 상호 비중이 달라질 수 있다고 하겠다.

일본에서도 농업경영에서의 기업가정신에 대한 연구는 그리 많지 않은 실정이다. 농업에 있어서의 기업가 연구는 한정되어 있는데, 그 이유로는 농업분야에서 신규 창업이나 취농자수가 한정되어 있고, 농업인 주체의 복잡한 규제가 존재하면서 가족 중심의 운영과 거버넌스가 분리되어 있지 않다는 것 등을 들 수 있다(川崎訓昭, 2016).

[그림 2-8] 일본 농업경영체의 발전단계



출처: 川崎訓昭, 2016. 農業經營の發展とアントレプレナーシップ.

가와사키(川崎)교수는 일반 농업경영체에서 기업적인 농산업화를 전개하는 농업경영의 외형적인 특징으로 ①경영자에 있어서의 소득경제의 탈피, ②양적으로 안정적인 판매처의 확보, ③긴급 자금 수요에 대응할 수 있는 신용 확

보, ④연중 고용 및 규정 정비와 같은 회사형태의 외형 확보, ⑤생산·가공 및 연중 판매 ⑥ 안정적인 농산물·가공품의 확보 등을 들고 있다. 이들 외형적 특징을 통해 어느 정도 확립된 농산물이나 서비스의 안정적인 생산 및 판매 방식과 규모를 단계적으로 확대함으로써 6차산업화 기업의 목표를 달성될 수 있다. 이러한 안정된 생산기술·판매경로를 경영기반으로 하여 경영을 '도약 시킬 기회'를 정확하게 파악하고, 그 기회를 이용하여 기존의 안정된 경영기반 속에 넣어 기업적인 농업경영으로 발전해 나가는 동태를 '기업가정신'이라고 파악하고 있다. 여기서 언급한 기업가정신은 무에서 유를 창조하는 창업가보다는 농업의 기반을 확보한 농업경영체가 사업다각화 또는 [그림 2-8]에서와 같이 사업다각화 또는 기업화된 경영체로의 도약·발전하는 경계역에서 볼 수 있는 기업가정신을 일컫고 있으며, 농업경영의 외형적인 특징을 달성하기 위한 '경영자 능력의 추구', '조직능력의 추구', '경영체를 둘러싼 제도 및 문화환경과 더불어 이를 가능하게 하는 외부 주체와의 연계 및 관계성 구축'이 농업에서의 기업가정신을 가능하게 하는 요인이라고 분석하고 있다.

즉, 일본의 농업경영체를 대상으로 하는 농업경영에서의 기업가정신은 '경영자 개인의 능력', '조직으로서의 능력', '경영체를 둘러싼 제도·문화·환경'의 3가지 관점으로 집약이 된다. 기존 연구에서는 외부 주체와의 연계 필요성이 언급되어 있지만 연계상의 저해요인이나 연계방법에 대해서는 언급이 부족하고, 농업을 둘러싼 인재, 컨설턴트, 금융시장이 미성숙한 상황이기 때문에 외부 주체와의 연계는 중요한 의미를 가진다고 하였다(川崎訓昭, 2016).

키미나미교수는 '농업경영에 있어서 기업가정신의 규정요인에 관한 연구'에서 영농기업의 사업 다각화는 경쟁전략에 따라 전개되지만, 동시에 경영체의 새로운 분야로의 진출이라는 점에서 기업가정신에 의해 추진된다고 하였다. 사업다각화와 기업가정신과의 관계에 관한 연구에서는 사업다각화를 실시하는 농업경영자를 창업가로 파악하는 경우가 많으며, 이 중 Vesala 외(2007)는 핀란드에서 다각화된 농업경영자가 일반 농업경영인보다 기업가로서의 특징을 가지고 있음을 밝히고 있다. 그리고, 농업의 경영자원이나 시장조건 등의 개선과 함께 농촌지역의 기업가정신을 높이는 활동이 농촌경제 진흥으로 이어질 가능성이 크다는 것을 위 연구에서 의미하고 있다(木南章 외, 2016)

카와사키교수는 경영 도약단계에서의 기업가는 뛰어난 경영능력 외에 경영자의 능력이나 아이디어를 끌어내는 조직의 능력, 경영체를 둘러싼 제도나 문화·환경의 효과적인 이용, 경영조직의 강점을 끌어내는 외부 주체와의 제휴 등 네가지 요소를 적절히 조합할 수 있을 때 경영체의 도약을 이룰 수 있으며, 이 네가지 요소간에 저해요인이 생길 경우는 요인간 갈등을 조정하고, 마을 또는 영농단체, 지역 거버넌스의 구축을 도모할 필요가 있다는 것을 분석하였다. 이와 같이 일본 농업의 농업 클러스터, 6차 산업화, 농상공 제휴, 네트워크화, 프랜차이즈화, 기업의 참가, 법인화, 사업 다각화 등의 많은 사례가 증가함에 따라 기업가 및 기업가정신과 이노베이션을 관련지어 논의되고 있지만 그 현상이나 경영자의 활동에 주로 중점을 두고 있으며, 농업에 있어서의 기업가정신의 기능이나 메카니즘이 충분히 분석되어 있지 않기 때문에 농업의 지속적인 발전을 위한 유효한 정책 입안이 되지 않고 있는 점이 있다.(木南章 외, 2016).

한국의 6차산업화는 한국형 농업의 기업 활동(Rural Entrepreneurship)이라고 할 수 있다. 전통적으로 한국 농가에서는 농산물 생산이 주된 일이고 농산물의 가공, 유통, 관광 등은 농가의 사업영역 밖이라는 인식이 강하였다. 하지만 농가소득의 침체가 지속되면서 원재료를 생산하는 농업인들이 부가가치를 창출하기 위해서 가공과 판매, 체험 및 관광까지 아우르는 가치사슬이 농가 또는 경영체에서 이루어져야 한다는 인식이 생기게 되었다. 농업의 6차산업화 정책은 경제 외적인 측면에서 필요성도 작용하였다. 고령화된 농업인력이 농촌에서 일자리를 가질 수 있게 하는 등의 기본적인 복지 확대의 필요성과 과거에 비해 농촌의 공동체 성향이 약화되어 공동체성의 회복에 대한 요구 등도 복합적으로 작용하였다. 이에 따라 농업의 6차산업화 정책을 주도하는 농식품부에서는 농업·농촌의 6차산업화와 관련된 일련의 활동을 농촌 주민이 직접 주도하고 지역내 자원을 활용하는 것에 초점을 맞추었다. 이는 농가 및 관련자 집단의 기업가정신을 요구하는 것이었다(박시현, 2019).

이와 같은 상황에서, 농업·농촌의 기업가정신, 또는 6차산업 기업가정신에 대해 국내에서의 연구활동은 매우 미진하며, 서운정(2013)의 저서와 김성규

(2016), 김연중(2016)의 연구에서 찾아볼 수 있다. 서운정은 농촌의 다원적 기능, 농업의 외연 확대, 국내외 식품 시장을 통한 새로운 시장과 가능성을 포착하고, 농업생산기반의 혁신 및 과학기술과 ICT 접목을 통하여 열위요소를 우위요소로 전환하며, 지역 농가의 협업체계 구축 및 지역 자원 활용에 의해 지역과 공생하는 농촌 기업가정신의 확산을 강조하였고, 김성규(2016)는 6차산업의 기업가정신에 대해 “농촌에서 지역주민들과의 진정성 있는 의사소통으로 지역 어메니티를 활용하여 자원을 발굴하며, 이를 가치있는 제품이나 서비스로 사업화하여 추진하려는 태도와 정신”이라고 정의하였다.

6차산업화의 농촌기업가는 기업가로서의 자질 뿐만 아니라 농업가 정신의 양립이 필요하고, 농촌의 기업가정신은 곧 농촌의 산업화와 동일선상에서 파악할 필요가 있다. 따라서 기존 연구와 문헌을 바탕으로 6차산업의 기업가정신은 “농촌에 존재하는 유무형의 자원을 바탕으로 농업·농촌의 경영다각화를 통한 기업화된 농업경영을 추구하고, 농촌의 이해관계자들과 연계하여 새로운 가치를 창출하고 유지하고자 하는 사고와 행동양식”이라 정의할 수 있다. 이러한 기업가정신은 상업적 기업가정신과 사회적 기업가정신이 혼재된 형태이며, 기업경영에 의한 수익성과 함께 지역사회의 공익성에도 중점을 두어야 하는 경영전략이 내포되어야 한다고 하겠다.

나) 6차산업 기업가정신의 구성요소

전술한 바와 같이 6차산업 기업가정신 관련 선행연구는 거의 없는 상황이며 농업기반의 기업가정신의 구성요소에 대해서도 서운정(2013)의 저서와 김성규(2016)와 김연중 외(2016)의 연구 정도에서 찾아볼 수 있다. 서운정은 그의 저서에서 6차산업 신(新)기업가정신의 필요성을 주장하면서 이에 중요한 요인으로 가치계발, 진취성, 진정성, 협력성을 제시하였다.

김성규 외(2016) 연구에서는 서운정이 제시한 기업가정신 요인과 일반적인 기업가정신에 부가하여 전문가 검토과정을 거쳐 6차산업에서 필요로 하는 기업가정신을 통합하는 방식으로 6차산업 기업가정신 지표를 개발하여, 전체 12개의 핵심요소를 1차 도출하였다. 이후 이들 12개의 핵심요소에 대해 설문

문항을 구성하고 전문가 조언과 의견 수렴, 실증분석을 통해 [표2-17]에서와 같이 9개의 기업가정신 하위요인을 결정하였다. 즉, 1차의 민첩성, 갈등관리 역량, 가치창출역량은 6차산업과 관계가 없거나 타요인과 유사하여 제외되었고, 유사내용 통합 및 일부 항목 조정을 통해 혁신성, 진취성, 위험감수성, 진정성, 협력성, 의사소통역량, 네트워킹역량, 사회적 책임, 도전성을 6차산업 기업가정신으로 도출하였다.

[표 2-17] 6차산업 기업가정신의 구성요소 및 개념

구분	내용
혁신성	신제품 개발이나 끊임없는 변화를 위해 최선의 경영기법을 도움하고 다양한 창의적 마케팅방법을 활동하는 등 창조적인 아이디어가 요구되는 성장과 발전을 위해 가치변화를 추구하는 역량
진취성	급변하는 시장환경을 파악하여 환경의 변화에 적극 대응하며, 고객의 니즈와 경쟁사의 움직임을 신속하게 파악하는 적극적인 자세
위험감수성	위험을 무릅쓰고 환경변화에 적극 대응해야 하며 안정적인 사업보다 수익률이 큰 높은 위업의 사업을 선호하는 경향
진정성	고객, 지역, 사회에 경제적 이익과 함께 제품의 가치 향상을 위해 책임과 소양을 다하는 진실되고 정성스러운 마음과 태도
협력성	공동의 목표를 가지고 동료를 배려하고 도우며, 조직에서 주어진 책임과 역할을 다하는 등 서로 돕는 지혜와 상생하고자 하는 태도
의사소통역량	다른 사람의 입장에서 문제를 이해하려고 노력하고 상대방의 의견을 경청하여 서로 의견은 주고받는 상호작용을 통하여 서로 반대되는 의견을 조정하는 등 이를 통해 조직내의 업무를 개선하는데 도움을 주는 역량
네트워킹역량	업무와 관련하여 다양한 사람들과 교류를 통하여 다양한 모임이나 외부 활동을 통하여 전문가들의 역량을 활용하고, 도움을 받는 상생을 할 수 있는 역량
사회적 책임	사회적 책임감을 갖고 사회에 공헌하고자 하는 인식으로 지역공동체의 필요성을 인지하고 고용창출을 통해 지역사회의 경제적 성장에 기여하고자 하는 역량
도전성	안정적인 일보다는 개척하고 변화하려는 시도하며, 매사에 열정적으로 일하며, 목표달성을 위해 노력하는 역량

출처: 김성규 외, 2016; 김연중 외, 2016. 연구자 재구성.

3) 6차산업 기업가정신 선행연구

기업가정신이 경영성과에 유의미한 영향을 미친다는 연구결과는 여러 분

야에서 입증되었으며, 국내 연구에서도 최근까지 연구가 활발히 이루어지고 있다. Zahra(1991)는 기업가정신의 하위요인인 혁신성, 위험감수, 진취성이 기업의 재무적 성과에 유의한 영향을 미친다는 연구결과를 발표하였고, Baron & Shane(2005)도 여러 분야에서 기업가정신이 경영성과에 지대한 영향을 미치는 요인임을 입증하였다(마창준, 2019).

전통적인 기업가정신의 국내 연구에서 채갑석(2014)은 소상공인의 기업가정신과 사회적 자본이 마케팅성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 기업가정신의 위험감수성과 혁신성이 마케팅 성과에 영향을 미치는데 반해 진취성은 영향을 미치지 않는다고 하였고, 우대일(2015)은 창업가적 특성을 독립변수, 기업가정신을 매개변수, 사회적 자본과 기업성과를 종속변수로 한 연구에서 기업가정신은 기업성과에 영향을 미치지 않는다고 검정하였다. 또, 중소기업을 대상으로 한 이양택(2012)의 연구에서 전통적 기업가정신의 하위요인중에 미래지향성, 위험감수성, 자율성, 저돌성은 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 것을 확인하였으나, 정영민(2015)의 중소기업 최고경영자를 대상으로 한 연구에서 기업가정신은 재무성과에 긍정적 영향을 미친다고 규명하였다.

[표 2-18] 6차산업 기업가정신 선행연구(1)

연구자	연구내용	비고
박기동 (1998)	기업가 의의 및 역할, 기업가정신의 개념 및 기업가 개인, 관리자와의 차이에 대한 문헌조사 연구	산업경제연구.11(4)
서윤정 (2014)	농촌에도 기업가정신이 파급되고 기술과 지식이 융합한 농업이 필요. 농촌벤처기업이 일자리 창출과 농촌특성화의 대안이 될 수 있고 지역주민을 선도하는 경영확산모델을 구축할 수 있음	행복한농촌만들기토론회 제3차
황인학 (2016)	경제발전에는 제도와 기업가정신이 중요하다라는 관점에서, 제도 →기업가정신→경제적 성과로 이어지는 이론 분석틀 제시, 기업가정신의 변화추이를 분석하여 기업가정신의 중요성을 주장	KERI Insight 16(10)
김성규 (2016)	기업가정신 문헌연구 및 지표설정→관련분야 전문가 인터뷰→6차산업 기업가정신 지표도출→변수 정의→설문지 항목추출→신뢰성 및 타당성 검정→6차산업기업가정신 지표	경남과학기술대/석사학위논문
이춘우 외 (2020)	중소기업연구지에 게재된 기업가정신 관련 연구논문에 대한 분석평가 및 연구동향을 파악하고 7가지 제언을 통하여 연구관점을 제시	중소기업연구 42(3),
전지은 외 (2019)	기업가정신 실태조사 심층연구 - 국내 기업가정신 현황 및 실태 파악, 수준 진단을 위한 통계정보 제공, 관련 연구·교육 등 객관적 자료로 활용하기 위한 조사자료로 활용	한국청년기업가정신연구재단

위의 [표 2-18]은 6차산업 기업가정신의 이론적 배경에 중점을 둔 선행 연구이며, 아래의 [표 2-19]는 이론적 배경과 함께 실증분석에 중점을 둔 선행연구중 일부이다. 전통적인 기업가정신의 확산에 따라 농촌 기업가정신, 또는 농업경영체의 경영다각화, 기업이 지향성에 대한 연구가 드물게 시작하고 있지만, 6차산업 기업가정신관련 연구는 농업기반의 기업가정신의 구성요소에 대한 서운정(2013)의 저서 및 발표자료, 김성규(2016)와 김연중 외(2016)의 연구외에는 후속연구가 매우 미진한 실정에 있다.

[표 2-19] 6차산업 기업가정신 선행연구(2)

연구자	연구주제	독립변수	종속변수	매개/조절변수	비고
우대일 (2015)	소상공인의 창업가적 특성이 기업가정신, 사회적자본 및 기업성과에 미치는 영향	기업가정신 창업가특성	기업성과	사회적자본(매개)	세종대 박사학위 논문
원혜숙 외(2015)	중소기업 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향.	기업가정신 기업가역량	기업성과	사회적역량(매개)	상업교육 연구 29(1)
이승훈 (2016)	외식기업 경영자의 기업가정신이 사회적자본 및 직무성과에 미치는 영향	기업가정신(3)	경영성과	사회적자본(매개)	가톨릭관 동대박사 학위논문
김연중 외 (2016)	사회적 자본에 따른 6차 산업 기업가정신이 경영 성과에 미치는 영향	기업가정신(9)	경영성과	사회적자본(조절) 6차산업인증(조절)	한국정보 시스템학회 25(3)
김연중 외 (2017)	IPA분석을 이용한 6차산업 기업가정신 연구	기업가정신 중요도	기업가정신 성취도	사회적자본/6차산 업인증/경영성과 (조절)	한국창업 학회지 12(3)
박길호 (2017)	중소기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향	기업가정신(4)	경영성과	자기효능감(매개) 사회적자본(조절)	목원대 박사학위 논문
문성식 (2018)	기업가정신과 사회적자본이 시니어의 창업의지에 미치는 영향	기업가정신(2) 사회적자본(2)	창업의지	자기효능감(매개)	호서대 박사학위 논문
신용우 (2019)	기업가정신이 경영성과에 미치는 영향연구	기업가정신(2)	경영성과	환경변화(조절)	계명대 석사학위 논문
정태욱 외 (2019)	농업인의 기업가지향성이 경영성과에 미치는 영향	기업가정신(2)	경영성과(2)	-	韓國協同 組合研究 37(2)
마창준 (2019)	소상공인의 기업가정신과 경영자역량, 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향	기업가정신(3) 경영자역량(3)	경영성과	학습지향성(매개)	서경대 박사학위 논문

제 3 절 자기효능감

1) 자기효능감의 개념

자기효능감(Self-efficacy)은 1960년대 이후 사회학습이론(Social learning theory) 또는 사회인지이론(Social cognitive theory)과 함께 등장한 개념으로 캐나다의 심리학자인 Bandura(1977)에 의해 처음 제안된 개념이다. 그는 자기효능감에 대해 ‘목표 수행에 필요한 정서적, 행동적, 인지적 자원을 선택적으로 활용하여 성과의 창출에 필요한 여러 행동을 조직화하고 실행하는 본인 능력에 대한 신념’이라고 하였다. 또 ‘인간행동의 변화를 설명하고 예측하기 위하여 기존의 행동주의적 경향을 고수하면서도 인지적 관점에서 인간은 결과를 극대화하기 위한 환경정보를 탐색, 수집하고 처리하는 능동적 존재로 인식하는 과제지향적 자신감(Specific self confidence)’을 자기효능감이라 정의하였다(Bandura, 1977). 그는 인간행동의 변화는 행위자 자신이 무엇인가를 충분히 달성할 수 있다는 기대에서 발생한다고 주장하고, 주어진 과제나 행동을 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 성공 가능성에 대한 신념이 되는 자기효능감은 행동의 선택과 수행, 그리고 지속성에도 영향을 미친다고 하였다(Bandura, 1986).

Bandura의 자기효능감 이론은 환경이나 자극이 행동에 직접적으로 영향을 미친다는 기존의 행동주의적 이론을 부정하고 행동이나 환경, 자극 및 개인적 요소 등이 상호적으로 관련된다는 입장을 세우고 있다(김춘화, 2019). 특히 개인적 요소에 포함되는 인지를 중요시한 점이 이론적 특징이라고 할 수 있으며, 이러한 이론은 자기효능감을 중심적 개념으로 하는 사회인지이론으로 발전하였다. 또한 개인의 인지를 매개효과로 사람은 학습을 한다는 생각, 타인으로부터 받는 상벌(賞罰) 혹은 자신에게 주는 상벌이 행동의 동기부여가 된다는 이론도 도입되어 있어, Bandura의 자기효능감 이론이 학습이론이나 동기부여 이론의 영향을 받았다는 것을 알 수 있다(김춘화, 2019).

Bandura는 개인이 어떤 과제를 쉽게 수행할 수 있다고 생각되면 자기효능감의 기대가 높아지고, 개인의 성공경험을 바탕으로 자기효능감이 높아진

다고 하였다. 따라서 자기효능감은 개인별로 행동함에 있어 동기적인 심리과정의 효능을 발휘하는데 직접적 영향을 끼친다는 것을 알 수 있으며, 자율조정 과정에서 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 또한 Bandura는 자기효능감 수준은 행동상황의 선택에 영향을 미치며 자기효능감이 높은 사람은 도전적이고 구체적인 목표를 선택하는 반면에, 자기효능감이 낮은 사람은 자신이 제어할 수 있다고 생각하는 상황만을 선택하여 행동하나 자신의 능력을 초월하는 위협적인 상황을 두려워하고 회피하려 한다고 하였다(김춘화, 2019).

Bandura의 자기효능감에 대한 개념을 제안한 후 후속 연구가 진행되면서 Sherer et al.(1982)는 일반적 자기효능감은 인생 전체에서 성공과 실패를 겪은 후 이를 토대로 새로운 환경이나 상황에 자신을 적용시키는 일반적인 기대를 말하며, 과거지향적 자기효능감은 자신의 역량과 관련이 있는 것에서 본인에게 제시할 수 있는 자신감이라고 하였다. Sherer는 자기효능감에 대해 개인의 성격적 특성처럼 일반적 개념으로 보고 이를 측정하기 위한 척도의 개발, 타당화 연구를 통해 일반화의 가능성을 확장하였다.

이후 자기효능감의 개념에 있어서 Schunk(1984)는 불확실하고 예측하기 어려우며 긴장되는 상황속에서 요구되어지는 행동에 얼마나 잘 대처하는지에 대한 판단이라 하였고, Tipton & Worthington(1984)은 심리적, 정서적인 어려움에 마주쳤을 때 주도적으로 인내를 가지고 책임지려는 개인의 자발성과 경향성으로 보았다. 또, Gardner & Pierce(1998)는 다양한 성취 상황에서 성공적으로 직무를 수행할 수 있다는 자신의 전반적인 능력에 대한 동기적 신념으로서 상이한 과제와 상황을 초월하여 얼마나 효과적으로 직무를 수행할 수 있는지에 대해 확신하고 있는 정도로 정의하였고, Wood et al.(1987)는 조직 구성원에게 주어진 업무수행 능력에 대한 자신의 믿음이자 조직의 문제 상황에서는 특별하게 수행하는 자신의 능력을 평가하는 것으로 정의하였다(강태원, 2019). 이어지는 연구에서 Peterson et al.(2005)은 자기효능감이 높은 구성원은 업무에 대해 확신을 가지며 직면한 상황에서 자신을 통제하고 리드하여 업무 목표 달성을 이루어 낸다고 하였고, Forbes(2005)는 자기효능감이 낮은 구성원은 어려운 일을 회피하려는 경향이 있지만 자기효능감이 높은 구성원일수록 업무에 더 몰입하고 실행하려는 경향이 있다고 하였다. 즉, 자기

효능감이 높은 구성원일수록 상대적으로 자신에 대한 목표를 높게 정하는 경향이 있으며, 새로운 업무나 복잡한 문제를 수행하는데 더 많은 노력을 하는 경향이 있다. 또한, 자기효능감이 높은 사람일수록 새로운 업무나 복잡한 문제에 직면하더라도 포기하지 않고 지속적으로 노력하는 경향이 있다고 하였다(Lunenburg, 2011).

국내 연구에서도 자기효능감에 대한 다양한 연구가 이어져 왔는데, 황상규(2013)는 불확실성이 존재하는 사업의 의사결정에 있어 위험을 감수하면서 과감히 도전하기 위해서는 조직구성원의 자기 확신에 따른 자발적 동기를 유발할 수 있는 자기효능감이 필요하다고 하였고, 김진욱(2013)은 자기효능감이 높은 개인은 상대적으로 높은 수준의 목표를 설정하고, 더 많은 노력을 기울이며, 목표달성을 통해 높은 보상을 기대하게 되면서 제약 조건에서도 추구할 가치가 있는 기회에 주목하고 어려움을 극복하기 위한 다양한 방법을 강구한다고 하였다(문성식, 2018). 특히 자기효능감이 높은 사람들은 목표를 달성하기 어렵게 만드는 장애가 등장하거나 자신의 과업 방식에 부정적인 의견들이 생기더라도 이를 긍정적으로 해석하여 자신의 목표를 달성하기 위한 수단으로 사용하는 경향이 나타났다(안승권, 2016). 반면에 정병헌(2015)은 자기효능감이 낮은 사람은 초기의 난관이나 실패의 경험에 의해 자신의 능력을 의심하고 쉽게 포기하거나 또, 최선이 아닌 결과임에도 만족하는 경향을 보이고, 낮은 성과를 기대함으로 인해 부정적인 보상을 예상하게 되고, 주어진 제약들을 이겨낼 수 없는 장애로 인식함으로써 노력해도 이를 수 없을 것이라는 포기상태를 쉽게 받아들인다고 하였다(문성식, 2018). 따라서 자기효능감이 낮은 개인은 직무소진 경험 자체에 자기효능감이 높은 개인보다 민감하게 반응하지 않을 것이라 하였다(김진욱, 2013).

임진혁(2017)은 자기효능감을 개인이 지닌 자신의 역량에 대한 믿음으로 자신이 보유한 사회적, 인지적, 행동적 자원을 동원하여 성공적으로 수행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 확신과 신념의 정도라고 정의하였으며, 권혁찬(2018)은 자기효능감을 자신이 맡은 직무에 대해 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감을 가지고 직무수행 기술과 능력에 대해 확신하거나, 자부심과 여러 어려운 상황에 대한 극복할 수 있는 대처방안을 나타내는 자신감 또는 성취

감으로, 홍태익(2018)은 자기효능감을 개인이 예측불가능하며 애매모호한 상황에서 행동을 잘 관리하고 자신이 잘 이행할 수 있는 업무수행에 대한 판단이라고 정의하였다(김춘화, 2018).

[표 2-20] 자기효능감의 정의

구분	내용
Bandura (1977)	목표 수행에 필요한 정서적, 행동적, 인지적 자원을 선택적으로 활용하여, 성과 창출에 필요한 여러 행동을 조직화하고 실행하는 본인 능력에 대한 신념
Sherer et al. (1982)	일반적 자기효능감은 인생 전체에서 성공과 실패를 겪은 후 이를 토대로 새로운 환경이나 상황에 자신을 적용시키는 일반적인 기대를 말하며, 과거지향적 자기효능감은 자신의 역량과 관련이 있는 것에서 스스로 제시할 수 있는 자신감
Tipton & Worthington (1984)	심리적, 정서적인 어려움에 마주했을 때 주도적으로 인내를 가지고 책임지려는 개인의 자발성과 경향성
Gardner & Pierce(1998)	다양한 성취 상황에서 업무를 성공적으로 수행할 수 있다는 자신의 전반적 능력에 대한 동기적 신념으로, 다양한 과제와 상황을 뛰어넘어 얼마나 효과적으로 업무를 수행할 수 있을지에 대해 확신하고 있는 정도
Wood, Mento & Locke(1987)	구성원에게 주어진 업무수행 능력에 대한 자신의 믿음으로서, 조직내 문제 상황에서 특별하게 수행하는 자신의 능력을 평가하는 것
Peterson & Stunkard(2005)	환경의 불확실성에 도전함으로써 새로운 가치를 창출하고자 하는 정신 및 행동 등의 총체.
Schunks (2009)	불확실하고 예측하기 어려우며 긴장되는 상황에서 요구되는 행동에 얼마나 잘 대처하는지에 대한 판단
김성우(2010)	개인이 특정한 상황에서 행동을 하게 되는 동기, 행동 절차 및 인적자원들을 얼마나 잘 활용할 수 있을지에 대한 자기 자신의 판단과 신념
임진혁(2017)	개인이 지닌 자신의 역량에 대한 믿음으로서, 자신이 보유한 사회적, 행동적, 인지적 자원을 동원하여 업무를 잘 수행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 확신과 신념의 정도
권혁찬(2018)	업무에 대해 성공적으로 수행할 수 있다는 자신감을 가지고 업무수행 기술과 능력에 대해 확신하거나, 자부심과 여러 어려운 상황에 대해 극복할 수 있는 방안을 나타내는 자신감이나 성취감
홍태익(2018)	예측불가능하고 애매모호한 상황에서 개인이 행동을 잘 관리하고 성공적으로 이행할 수 있다는 업무수행에 대한 판단

출처: 문성식, 2017; 김춘화, 2019. 연구자 재정리.

자기효능감과 자긍심은 개념에 있어서는 유의해 보이지만 내용의 깊이를 보자면 서로 다른 개념이다. 자긍심이 포괄적인 의미에서 자기 자신에 대한 믿음이라고 정의할 수 있다면, 자기효능감은 자기 자신이 업무를 수행할 수 있다는 능력에 대한 믿음으로 정의할 수 있고, 다음과 같은 특징을 가지고 있다(Gist & Mitchell, 1992). 첫째, 자기효능감은 향후의 업무수행 결과에 대한 단순한 평가 이상의 의미를 지니며, 자신의 능력을 통해 목표를 달성할 수 있도록 스스로를 조절할 수 있는 능력을 말한다. 둘째, 자기효능감은 업무수행을 위한 노력의 정도, 위험한 상황을 무릅쓰고 추진해 나가는 정도를 결정하기 때문에 동기와 관련이 있다. 셋째, 자기효능감은 업무, 시간, 상황에 따라 필요한 부분에 변화를 줄 수 있다. 넷째, 자기효능감은 성과에 대한 의미 있는 차이를 설명할 수 있다(이종학, 2014).

Bandura & Wood(1989)는 자기효능감은 환경 상황 및 변화에 대처하여 최선의 결과를 끌어내는 과정을 반복한다고 하였다. 따라서 개개인이 보유하고 있는 기술이나 능력도 자기효능감의 수준에 따라 결과가 달리 나타나기 때문에, 업무의 효율성 제고 및 과업 수행을 위하여 구성원의 자기효능감을 끌어올릴 수 있는 동기를 부여할 필요가 있다.

선행연구들에서 정의한 자기효능감의 주요 개념을 정리하면, 자기효능감이란 성공적인 행동을 할 수 있다는 자신감으로 즉, 여러 상황에 잘 대처하고 직무를 긍정적으로 인식하고 수행하는 능력이라고 할 수 있을 뿐만 아니라 개인이 어떠한 행동을 완성할 수 있는 능력 여부에 대한 추측과 판단이라고 할 수 있다(김춘화, 2019).

2) 자기효능감의 구성요소

가) 자기효능감의 원천요인

자기효능감의 개념을 제안한 Bandura는 자기효능감을 강화시키거나 약화시키는 요인으로 네 개의 주요한 원천요인(Sources)을 설명하고 있다. 이러한 원천요인은 자기효능감을 형성 또는 강화시키는 정보가 어떻게 자기 자신에

게 전달되는지를 범주화시킨 것으로, 이 정보들이 활동적, 대리적으로, 설득적으로 또는 생리적으로 어떻게 전달되는지 관련이 있다고 하였다(Bandura, 1997). 이들 네 개의 요인 중 두가지 이상이 개인의 자기효능감 형성에 동시에 영향을 주면서 그 수준을 결정한다고 보았으며, 어떤 활동을 선별하고, 어느정도 노력을 하고, 장애물이 발생하더라도 얼마나 오랫동안 지속할 것인지 판단하게 되는 사고 형태와 정서적 반응에 영향을 미친다는 것이다. 이러한 네가지 원천요인은 개인의 행동변화를 불러일으키는 것으로 이들 원천요인을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다(유병규, 2020).

첫째, 과거경험(Past performance)이란 자신이 수행한 행동을 통하여 성공과 실패를 경험하는 것이다. 과거의 성취경험은 다른 어떤 요인들보다도 자기효능감 수준에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 개인의 과거 성취경험은 직무에 대한 대처능력과 기술수준을 향상시키고, 과업의 성공을 위해 필요한 기술 및 지식을 획득하게 해준다. 반면에 개인은 두려움이나 능력밖의 상황으로 인하여 성취경험의 기회를 잃을 수도 있을 것이다. 따라서 과거의 성공과 같은 긍정적 경험은 자기효능감을 높이지만, 반대로 실패와 같은 부정적 경험은 자기효능감을 낮출 수도 있다(Bandura, 1994, 1997; Gist, 1987).

둘째, 대리경험(Vicarious experience)은 자신의 직접적인 과거 성취경험 외에 타인의 성취경험을 모습을 보면서 얻는 경험도 자기효능감의 형성에 중요한 요소가 된다. 특히, 간접적인 타인의 성취경험을 볼 때 자신을 그 대상이 되는 사람과 비교하여 나이, 상황 또는 능력 등과 같은 면에서 자신과 유사성이 있을 경우 그 효과가 배가되어 나타나게 된다(Bandura, 1977).

셋째 언어적 설득(Verbal persuasion)은 사람들을 대상으로 하여 자신이 추진하려 하는 과업에 대해 스스로 능력이 있다는 사실에 믿음을 갖도록 하는 것으로, 칭찬, 조언, 권고, 제안, 격려, 설득, 긍정적 피드백 등 언어적 설득을 예로 들 수 있다. 특히, 자신이 어려운 상황에 직면했을 때 다른 사람이 자신에 대한 능력에 믿음을 보여주게 되면 효능감을 더 유지하기 쉽다. 하지만 과거의 성취경험, 대리경험에 비해 자기효능감 형성의 효과는 작지만 현실적으로 언어적 설득이 개인의 수용범위 내에서 이루어진다면 긍정적인 성과에 기여할 수 있다(Bandura, 1982). 그러나 Bandura는 멘티(Mentee)의 수행

능력에 대하여 현실과 동떨어진 믿음을 갖도록 할 경우에는 비현실적인 믿음 때문에 수행에 실패를 가져올 수 있다고 하였다. 이는 언어적 설득을 실시한 멘토(Mentor)에 대한 불신은 물론 자신의 능력에 대한 믿음을 더욱 떨어지게 할 위험이 있다(Bandura, 1997; 김미숙, 2007)고 주장하였다.

넷째, 생리학적 상태(Physiological states)란 개인이 본인의 능력을 평가할 때 영향을 주게 된다는 것이다. 생리학적 상태는 자신의 정서상태로 인해 영향을 받을 수 있으며 대체적으로 신체적 활동이나 건강, 스트레스에 대한 대처와 같은 경우 정서상태에 영향을 미치게 된다. 이와 같이 사람들이 스트레스를 받고 자신의 건강상태에 부담이 있는 상황에서 생리학적 상태 즉 정서적 상태에 장애를 유발할 수 있는데, 그 이유로는 일반적으로 스트레스와 같은 높은 정서적 각성이 성과를 낮출 수 있기 때문이다. 따라서 사람들은 긴장이나 불안감등 정서적으로 각성되어 있을 때 보다 정서상태가 안정되어 있을 때 성공을 기대하는 경향을 보인다(현정환, 1993; 홍현경, 2012).

Bandura는 이들 원천요인이 독자적으로 영향을 주는 것이 아니라 한 개 혹은 두 개 이상의 요인이 동시에 작용한다고 한다. 이 원천요인들에 의해 영향을 받은 자기효능감은 어떤 행동을 할 것인지 선택하는 것을 돕게 되고, 행동이 종료될 때까지 어느 정도 노력을 하면서 지속할 것인지를 판단하는 사고형태와 정서반응에 중요한 영향을 미치게 된다(배인오, 2013). 이러한 요인들에 의해 인지되고 습득된 자기효능감은 어떠한 수행행동을 할 때 또는 문제 상황에 접할 때 행동의 선택에 큰 영향을 주는데, 도전적이고 구체적인 목표를 선택하는 사람은 자기효능감이 높은 반면 반대로 자신이 통제하고 수행하기 쉽다고 생각하는 과제를 선택하는 사람은 자기효능감이 낮은 사람이라고 하였다(Bandura, 1977; 홍현경, 2012).

나) 자기효능감의 구성요소

Bandura는 자기효능감의 측정에 있어서 수준(Level), 강도(Strength), 일반화(Generality)의 차원에서 측정할 수 있다고 하면서, 각 차원에 따라 자기효능감은 변한다고 하였다(Bandura, 1997; 김민정, 2004). 자기효능감의 수준

은 과제나 수행의 난이도에 따라 과제가 쉬울 경우 자기효능감이 올라가 높은 성취기대를 보이고, 과제가 어려울 경우 자기효능감이 낮아져 낮은 성취기대를 보인다는 것이다. 자기효능감 강도 차원은 어려운 상황에서 자기효능감의 지속성에 관련된 것으로, 높은 자기효능감은 쉽게 소멸되지 않아서 상황에 대처할 행동을 모색하게 되지만, 낮은 자기효능감은 어려운 상황을 회피하거나 쉽게 소거되기도 한다. 마지막 자기효능감의 일반화 차원은 자기효능감이 어느 범위만큼의 상황이나 대상에까지 적용될 수 있는가와 관련되어, 과거 경험에 따라서 일반화되는 효능감의 정도가 넓게 형성되거나 또는 그 범위가 제한되기도 한다는 것이다. Bandura는 이들 차원을 포함하는 미시적 분석방법에 따라 자기효능감을 측정할 수 있다고 하면서, 자신감, 자기조절 효능감, 과제난이도 선호를 자기효능감의 구성요소로 제시하였다(김미원, 2021).

첫째, 자신감(Self-confidence)이란 자기효능감을 구성하는 요소로써 자신의 능력에 대한 개인의 확고한 신념 정도라고 할 수 있다(Sherer et al., 1982). Bandura는 특수적인 개념에서 어떤 결과를 이루기 위해 필요한 행동을 조직하고 수행할 수 있는 개인의 능력에 대한 판단으로 자기효능감을 정의했지만, 이를 일반적 개념으로 확대한다면 자신감의 정의 중에서 자신의 가치에 대한 개인의 확신을 제외한 자신의 능력에 대한 개인의 확신 또는 신념으로 정의할 수 있고, 이러한 자신감은 자신의 능력에 대한 인지적인 판단과정을 통해 성립되어 정서반응으로 표출하게 된다(Bandura, 1986, 1995)

둘째, 자기조절 효능감(Self-regulatory efficacy)은 개인이 자기조절, 즉 자신이 하는 행동을 관찰하고 판단하며 자기 반응을 긍정적으로 활용할 수 있는가에 대한 자기효능 기대감이라고 할 수 있다(Bandura, 1993). 자기조절체계가 인간행동의 기본이기 때문에 인간이자 자신의 행동을 관찰하고 자신의 목표인 기준에 비추어 자신의 행동 수행을 판단하고 긍정적이라면 새로운 목표를 설정하고, 부정적이라면 자신의 목표를 이루기 위해 부가적인 행동을 하는 반응을 보이게 된다(김아영, 2012). 자기성찰은 자기조절 기능과 관찰을 통해 자신의 여러 가지 행동에 대한 의도적인 주의 집중으로 자신이 하는 일에 대한 정보 제공, 목표 설정 및 과제의 진전 정도를 평가하는 자기조절 기능을 하면서 변화된 행동을 유도한다. 자기판단은 목표 및 정의 만족 여부에

따라 행동을 조정하고 행동향상 및 개선을 위해 스스로 동기화되는 것으로 설명할 수 있다(김미원, 2021).

셋째로 과제난이도 선호(Task difficulty preferences)란 개인이 어떤 과업의 수행 상황에서 목표를 설정하거나 선택할 때 어떤 수준의 난이도를 선호하는지 측정하는 것이라고 할 수 있다. 즉, 성공적인 결과를 위해 수행할 수 있다고 믿는 도전적인 과제를 취하는 정도를 의미하고, 자기효능감이 높은 개인은 도전적이고 구체적인 목표를 선택하게 된다(Bandura, 1982; Latham & Locke, 1991). 반면에 자기효능감이 낮은 개인은 자신의 기술을 뛰어넘는 위협적인 상황을 두려워하거나 피하려 하며 그들이 조절할 수 있다고 생각하는 상황만을 선택하고 행동한다(Bandura, 1977). Bandura는 결국 과제난이도 선호는 자신이 제어하거나 해결할 수 있다고 생각하는 도전적 과제를 스스로 선택하는 과정을 통해 표현된다고 하였다. 자기효능감이 형성되는 내용과 비교해 볼 때 이상에서 말한 자기성찰을 통해서 성공·실패의 경험 해석이나 주변 사람들의 평가 또는 인식 등을 긍정적이고 발전적 방향으로 만들 수 있다고 하겠다(Bandura 1994; 김미원, 2021).

양준환(2015)에 따르면 자기효능감은 기업가적 동기에 긍정적 영향을 미치는 중요한 매개변인 역할을 한다. 이론적 고찰을 통해 기업가로서 성공하기 위해서는 자신감보다는 더 구체적 의미인 자기효능감이 높아야 한다는 것을 알 수 있다. 이는 자기 스스로 변화를 추구하고, 새로운 가능성에 과감히 도전하는 기업가정신과 연결되어 있다고 할 수 있다(박철우, 2016).

3) 자기효능감의 선행연구

자기효능감에 대한 연구는 Bandura(1977)부터 많은 학자들에 의해 효과성 측면에서 연구가 시작되었다. 자기효능감이 높은 사람은 낮은 사람보다 도전적인 목표를 설정하고 그 목표 달성을 위해 더 많은 노력을 투자하며, 그 목표에 더욱 오랫동안 끈기를 가지고 그 일을 해내고자 하는 경향을 보이기 때문에(Latham & Locke, 1991), 성과에 긍정적인 영향을 미치게 된다.

이런 이유로 인해 자기효능감은 성과를 미리 예측할 수 있는 주요한 요인

으로 고려되어 연구되어 왔으며, Wood와 Bandura(1989)의 연구에서도 자기 효능감이 높은 사람은 자기효능감이 낮은 사람보다 높은 수준의 목표를 설정하고 목표 달성을 위해 더 노력함으로써 높은 성과를 달성하는 것으로 나타났고, Pintrich & DeGroot(1990)의 연구에서는 자기효능감이 높은 사람은 낮은 사람에 비해 업무를 수행하면서 더 많이 노력하고 어려움이 닥쳐도 이를 극복하기 위해 더욱 노력하며 높은 성과를 달성하는 것으로 나타났다.

이와 함께 김연선(2008)의 연구에서도 자기효능감이 직무성과에 대해 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 홍현경(2012)은 자기효능감이 높을수록 새로운 아이디어나 행동을 제안하기 위해 노력한다고 하였다. 이후의 선행 연구는 [표 2-21]에서 정리하였다.

[표 2-21] 자기효능감 선행연구

연구자	연구주제	독립변수	종속변수	매개/조절변수	비고
임재원 (2013)	자기효능감이 직무성과에 미치는 영향	자기효능감	직무성과(2)	셀프리더십(2) 영업직군여부	경희대 석사학위 논문
황상규 (2013)	조직 내 기업가정신이 자기효능감과 기업성과에 미치는 영향	조직내기업가정신(3)	자기효능감	경영성과(2)	대한안전 경영과학 회지.15(4)
이정실 (2017)	내적동기가 자기효능감, 조직몰입, 창의적 행동에 미치는 영향	내적동기	자기효능감 조직몰입	창의적 행동	관광레저 연구 29(3)
권혁찬 (2018)	소공인의 경영자 특성이 자기효능감과 네트워크 및 협업전략을 매개로 경영성과에 미치는 영향	심리적 특성 경영자 역량	자기효능감 협업전략 네트워크	소공인 경영성과	건국대 박사학위 논문
강태원 외 (2018)	중소기업 조직구성원의 자기효능감이 직무열의와 직무성과에 미치는 영향	자기효능감(3)	직무열의	직무성과	벤처창업 연구 13(6)
이석근 (2020)	사내기업가정신이 자기효능감, 조직유효성 및 인지적 성과에 미치는 영향	사내기업가정신(5)	인지적성과	자기효능감 조직유효성(3)	경기대 박사학위 논문
전수연 (2020)	1인 창조기업가의 자기효능감이 경영성과에 미치는 영향	자기효능감	창업가정신(3)	경영성과(4)	중앙대 석사학위 논문

제 4 절 경영성과

1) 경영성과의 개념

기업의 경영성과는 주어진 목표를 달성하기 위해 기업이 보유한 자원과 역량을 활용하여 획득한 결과물이며, 기업의 성과에 대해서 조직이나 직원이 추구하는 목표를 달성하기 위해서 계획을 수립하고 유형, 무형의 자원을 동원하여 도출한 산출물의 집합이다(고세훈, 2011; 서승진, 2018).

조원섭(2007)은 경영성과에 대해 기업 활동의 결과로 얻은 종합적인 성과물로 경제적 자원의 사용과 조직의 활동이 얼마나 효율적으로 이루어져 왔는지를 평가하는 수단으로 정의하고 있다. 경영성과는 기업 전략의 수립과 수행 결과를 계량적 혹은 정량적으로 나타내고, 조직의 효과성과 효율성을 측정하고 평가하는 수단, 전략의 적합성을 검증하는 수단이 되고 있다. 세부적 항목은 조직에 대한 임무와 전략목표 및 성과 목표의 달성 여부 등으로 나타낸다(정승현, 2020).

일반적으로 기업의 경영성과는 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하고 있는데, 재무적성과는 단기성과와 관련된 개념으로 활용하고 있으며, 비재무적성과는 장기성과와 관련된 개념으로 활용하고 있다(Govindarajan, 1984). 이 중 기업의 경영활동 결과를 나타내는 재무적 성과지표는 기업성과를 회계적 관점에서 표현한 측정지표로서, 대부분의 기업들은 기업성과의 측정지표를 정할 때 측정하기 명확하고, 측정기간의 경영수준을 표현하는 당기순이익, 투자수익율, 자기자본 순이익률 등을 활용하여 왔다(Ittner & Larcker, 1988; 김용기, 2019). 재무적 성과는 안정성, 수익성, 성장성 및 활동성 지표로 나타내며 특정 회계기간에 발생하는 손익을 나타내는 전통적인 성과 측정지표로서 비재무적 성과와 연계하여 기업의 가치측정에 필수적이며 중요한 지표로 이용된다(김상진, 2006). 또한, 재무성과는 기업의 생존과 지속 가능한 성장을 위해 기본적으로 필수적으로 중요하게 고려되었던 변수로 계량화된 지표를 활용하기 때문에 객관적이며 신뢰성 있는 측정이 가능하다는 장점이 있다(유진국, 1991; 강형석, 2019).

[표 2-22] 경영성과의 개념

구분		내용
경영 성과	Kaplan & Norton (1996)	기업의 전략적 의도와 실현 가능 여부에 대한 결과이며 측정치를 나타냄
	조원섭, 손삼오 (2007)	기업 활동의 결과로 얻은 종합적인 성과물로 경제적 자원의 사용과 조직의 활동이 얼마나 효율적으로 이루어져 왔는지를 평가하는 수단
	이진석 (2017)	기업의 생존, 수익성 및 지속적이며 장기적인 성장을 위해 중요한 재무적성과와 비재무적성과인 고객 성과 등을 포함하여 평가
재무 성과	Conant et al. (1990)	전통적으로 회계 용어로 간주되어 객관적 자료를 분석하는 형태로 성과를 측정.
	Styles(1998)	주관적 측정으로 주관적 성과 혹은 인지적 성과 등을 사용하여 분석
	강형석 (2020)	기업의 생존, 수익성 및 지속적이며 장기적인 성장 등을 위해 필요한 재무적성과로 경쟁사 대비 매출액 증가율, 영업이익율, 시장점유율, 확보 고객수 등
비재무 성과	Feltham & Xie (1994)	비재무적 조치는 장기적으로 집중적인 노력을 유도함으로써 성과의 가치를 부가할 수 있음을 제시
	York & Miree (2004)	비재무적 성과인 전체 품질관리에 의한 품질, 프로세스 효율 향상을 꾀한 성과의 창출
	이진석 (2017)	제품 및 서비스 가격경쟁력, 종업원 직무 만족도 및 직무 역량 등 기업을 중심으로 관련된 모든 이해집단의 여러 형태의 기준에 의해 측정되는 성과
	정승현 (2020)	정성적, 과정중심적, 미래지향적이며 장기적인 측정 지표로 장기적 관점에서 기업목표에 부합하는 성과를 측정
균형적 성과	Kaplan & Norton (1996)	종합적이고 균형적으로 성과를 측정하는 평가로서 재무, 고객, 프로세스, 학습과 성장의 관점에서 측정
	최병현 (2009)	기업은 단기와 중장기, 재무와 비재무, 성장성과 수익성간의 균형을 유지함으로써 지속가능한 성장 가능

출처: 정승현, 2020; 차지은, 2020. 연구자 재정리.

이에 반해 비재무적 성과는 재무적 성과 외에 이를 뒷받침 할 수 있는 다양한 부문에서의 기업성과를 의미한다. 비재무적 성과지표는 1980년대 중반 이후 재무적 성과지표의 한계점을 해결하기 위해 등장한 지표로서, 기업의 전략과 연계될 수 있도록 생산이나 마케팅 그리고 연구개발이 성공하기 위한

핵심요소가 포함된다(이진석, 2017). 비재무적 성과지표를 성과관리에 사용하는 것은 기업의 수익률과 같은 재무적 성과 뿐만 아니라 고객, 품질, 직무 등 다양한 전략적 성과 등에도 긍정적인 역할을 하기 때문이다(강형석, 2020). 이러한 비재무적 성과측정 지표는 고객 만족, 고객 충성도, 재이용의도, 구매 의도, 고객 불만 건수, 고객 소통, 협력관계, 납기 준수, 직무만족 등으로 연구자에 따라서 매우 다양하지만 주관적인 요소가 강하여 객관화하기에 무리가 있으며 단기적 성과측정에는 부적합하다는 의견이 있다(차지은, 2020).

이 외에도 경영성과의 측정치로서 조직 하위단위 성과를 평가하기 위하여 대표적 정성적 측정지표인 성과만족도를 사용하는 경우도 있으며(한경수, 2013), 기업경영의 종합적인 성과와 경쟁력을 반영하기 위하여 균형성과표(Balanced Score Card: BSC)를 활용하여 재무적 관점, 고객 관점, 프로세스 관점, 학습 및 성장 관점 등 네가지 측면에서 경영활동을 평가하는 방법도 있다(Kaplan & Norton, 1996).

이와같이 기업을 대상으로 하는 연구에는 경영성과를 재무적 성과, 비재무적 성과, 성과만족도와 균형성과 등으로 평가지표를 다루고 있지만, 일반적으로 대부분 재무성과와 비재무성과로 구분하여 성과를 평가하고 있다.

2) 농업경영체의 경영성과

가) 정책차원의 사업성과 지표

6차산업(농촌융복합산업)은 법률에서 ‘농업인 또는 농촌지역에 거주하는 자가 농촌지역의 농산물·자연·문화 등 유형·무형의 자원을 이용하여 식품 가공 등 제조업, 유통·관광 등 서비스업 및 이와 관련된 재화 또는 용역을 복합적으로 결합하여 제공함으로써 부가가치를 창출하거나 높이는 산업’으로 정의하고 있다. 이에 따라 정부 및 지자체에서 지원하는 정책사업은 개개의 사업 특성에 맞는 성과지표(목표)를 설정하고 그 사업을 지원하고 있다.

각 정책사업의 주요 성과지표 종류는 원료구입지표, 생산지표, 홍보 마케팅 지표, 수익지표, 일자리 지표, 사업참여지표, 방문객 지표, 기타지표로 구

분할 수 있으며 [표 2-23]과 같이 각 지표별로 다수의 지표항목이 설정되어 있다.

[표 2-23] 농촌융복합산업 정책사업 성과지표

구분	성과목표(지표) 항목
원료 구입 지표	원물(원료) 매입액, 원물(원료) 매입량
생산지표	제품 생산비, 제품 생산량, 생산품목, 가동률
홍보/마케팅 지표	홍보, 거래처 수
수익 지표	매출액, 영업손익, 순소득액, 수출비중, 수출실적
일자리지표	일자리
사업 참여 지표	6차산업 인증자수, 참여 농가 소득, 참여 농가수
방문객 지표	방문객 수
기타 지표	지역자원활용도, 교육횟수, 기업유치실적

출처: 충남 농촌융복합산업 종합발전 5개년 계획(2단계), 2018.

농촌융복합산업화 정책사업은 제조가공 분야에서는 향토산업육성사업, 지역전략산업, 식품소재 및 반가공사업, 농식품가공육성사업, 쌀가공전문기업육성, 전통식품산업화, 농식품제조가공 등이 있으며, 각 사업별로 [표 2-23]의 성과지표와 매칭하여 성과지표를 정하고 있다. 위의 사업별 하부에는 총 16개의 하부사업⁸⁾이 있으며, 각 하부사업에 해당되는 주요 성과지표 중 매출액을 성과지표로 하는 사업은 14개소로 87.5%이고, 일자리를 성과지표로 하는 사업은 10개소로 62.5%, 방문객 수를 성과지표로 사용하고 있는 사업은 7개소로 43.8%, 원물(원료) 매입량을 성과지표로 사용하는 사업은 6개소로 37.5%, 참여농가 소득을 성과지표로 사용하고 있는 사업은 5개소로 31.3%, 참여농가 수를 성과지표로 사용하고 있는 사업은 4개소 25%의 분포를 보이고 있다(박상호, 2021). 이에 따라 농촌융복합산업화 성과지표 기준에서 대표적이며 공통적인 항목은 매출액과 일자리가 가장 많이 사용되고 있는 것을 확인할 수 있다

8) 각 분야의 하부사업과 성과지표의 매칭결과는 충남 농촌융복합산업 종합발전 5개년계획(2단계), (2018)의 농촌융복합산업 정책사업별 활용 성과지표에서 확인할 수 있다.

이러한 성과지표는 농촌융복합산업의 정책 입안 및 집행차원에서 요구되는 항목으로 참고할 수 있으며, 개별 농업경영체 차원에서는 매출 증가 및 농업소득 증대, 고객수 증가 및 일자리 창출에 의한 지속적인 경영성과 향상을 유도하는 것으로 농업경영체의 재무적 성과와 함께 비재무적 성과도 함께 요구하고 있다고 할 수 있다.

나) 농업경영체의 경영성과

농업경영의 경영성과에 있어서 장현규 외(1980)는 농업경영자가 토지, 자본, 노동의 3요소를 결합하고 농업경영을 조직하고 경영계획을 수립하며 이를 관리·운영하는 등 농업경영에 있어서의 경영자의 제 활동의 결과 최종적으로 얻어지는 경제상의 이익을 경영성과라 하였고, 김규환 외(1994)는 경영자가 경영계획을 수립하고 생산요소를 결합하여 경영조직을 조립하여 운영한 결과 발생한 이익이 경영소득이라고 하였다.

한성일 외(1999)는 경영성과에 영향을 미치는 요인을 경영 내부요인과 외부환경으로 구분하고, 농업경영인이 직면하는 외부환경(시장 환경, 제도적 환경, 자연 기술적 환경)은 농업경영 정책(외부환경의 내부화)의 영향을 받는다고 하였다. 이와 함께 농업경영 형태를 경영목적, 경영구조, 경영관리의 세 가지 측면에서 분석하면서, 경영성과를 경영자가 생산요소를 결합하고 경영조직을 운영한 결과 발생한 최종적인 이익이라고 재정의하면서 재무적 관점에서 성과를 정의하고 있다.

농업경영체 경영성과에 대한 이후의 연구에서 반성식 외(2013)는 경영성과를 재무적 성과와 사회적 성과로 실증분석하면서, 재무적 성과는 매출액, 전년대비 매출액 성장정도 및 타 기업대비 매출액 성장정도, 수익률을 측정항목으로 설정하였고, 김용호(2017)는 경영성과 측정에 재무적 성과와 비재무적 성과 등 2개의 성과지표를 제시하면서 재무적 성과의 측정지표로 매출액증가, 영업이익 증가, 현금흐름의 개선으로 확인하였다. 또, 정태욱 외(2019)는 농업경영체의 재무적 성과가 소규모 농업경영체의 특성상 재무재표의 구비가 미흡한 점을 고려하여 인지적 차원의 재무적인 매출액 증가, 상품의 재구매 증

가, 제품판매처의 증가, 원재료 수급상황으로 연구하였다(백혜선, 2020).

재무적 관점과 달리 경영성과의 비재무적 관점에서 김용호(2017)는 Homburg 외(2000)의 시장성과의 평가지표를 성과지표로 활용하였는데, 고객 만족도, 고객충성도, 고객유지 및 시장점유율로 재무적 성과에 직접적으로 영향을 주는 고객과 시장관점 지표를 이용하여 성과를 측정하였다. 이때의 시장 성과는 고객의 증가, 기존고객의 유지, 시장점유율 향상, 제품 인지도 개선 등으로 측정하였다. 또, 정태욱 외(2019)는 비재무적 성과에 대해 업체의 인지도, 일에 대한 가치관, 종업원의 만족도를 고려하여 설정하였다.

이와 같은 경영성과에 대한 관점은 농업경영체의 경영은 일반적인 벤처기업이나 수익극대화를 지향하는 산업체와는 다른 특징을 가지고 있기 때문이다. 즉, 농촌융복합산업에서의 농업경영은 농촌지역의 환경, 생태, 경관, 역사, 문화, 산업 등의 자원을 보전하면서 경영이 지속되어야 하며, 또 1차산업을 기반으로 하여 경영활동을 하면서 사업적 측면에서 목표한 기대수익을 획득했다고 하더라도 개별적인 이익 수혜로만 배분되기보다 농촌어메니티를 제공한 지역에도 그 수익이 배분되어야 하는 특성을 가지고 있다.

예를 들어 농촌관광을 대상으로 한 연구에서 Get 외(2000)는 가족을 위한 일자리 창출, 자신만의 라이프 스타일 구축, 지역발전의 기여, 주변인들과의 관계향상 등 주관적 목표의 달성을 그 성과로 측정하였고, Frese 외(2000)의 연구에서는 수입에 대한 만족도와 자아실현 실현 등의 주관적인 목표달성을 추가적인 성과자료로 제시하기도 하였다. 이와 같이 중소기업의 경영활동과 관련된 연구에서 이러한 사업성과에 대한 주관적인 평가를 기업성과의 척도로 활용하는 것은 기업의 성과를 객관적으로 입증할 수 있는 자료의 수집이 어려운 것이 가장 큰 이유로 나타나고 있지만, 다른 한편으로 사업의 지속성의 여부가 재정적 득실에 관계없이 경영주의 사업에 대한 태도 및 의지에 의해 영향을 받는 경우가 많기 때문으로 풀이된다(Dahles, & Bras, 1999).

이상의 연구에서와 같이 농업경영체의 경영성과는 재무성과와 비재무성과를 종합적으로 파악하고 주관적 평가 항목으로 측정하는 경우가 우세하다. 일반적으로 경영자가 지각하는 주관적 예측 결과는 객관적 평가 결과와 대체로 일치하고 있는 것으로 나타나 많은 연구에서 성과를 측정하는데 주관적

평가를 활용하고 있으며(박성준, 2019), 아울러 농업인의 고령화, 농가별 경영 구조의 차이 등을 고려하여 객관적인 정량지표보다는 주관적인 정성지표를 활용하고 있다(차지은, 2020).

3) 경영성과 선행연구

기업의 경영성과는 사업자의 특성이나 조직 목표 등에 따라 측정 성과가 달라질 수 있으며, 이에 대해 여러 기업군을 대상으로 경영성과에 관한 선행 연구가 다양하게 진행되었지만, 농업경영체를 대상으로 한 연구는 매우 미흡한 실정이다. 국내 연구에 있어서 농업부문의 경영성과에 대한 선행연구는 [표 2-24]와 같이 정리할 수 있다.

[표 2-24] 경영성과 선행연구

연구자	연구주제	독립변수	종속변수	매개/조절변수	비고
엄지범 (2011)	농업유형별 경영성과 요인 분석	일반적 특성(4)	경영자 능력(6)	경영성과(2)	전북대 석사학위 논문
추양현 (2015)	농업경영건설링특성요인이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구	경영자특성 농업경영체특성 농업지원특성(2)	-	경영성과(2)	경북대 석사학위 논문
김용호 (2017)	농업관련기업의 산업환경과 마케팅역량이 경쟁전략과 경영성과에 미치는 영향	산업환경(2) 마케팅역량(2)	경쟁전략(3)	경영성과(2)	호서대 박사학위 논문
장창권 (2017)	소상공인의 기업가정신과 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구	기업가정신(3) 경영자역량(3)	사회적자본(2)	경영성과	승실대 박사학위 논문
정태욱 (2018)	6차산업 경영체의 기업가 지향성이 경영성과에 미치는 영향	기업가지향성(3)	-	경영성과(2)	전북대 석사학위 논문
백혜선 (2020)	경영자 특성과 환경특성이 농업경영체 경영성과에 미치는 영향	경영자특성(5) 환경특성(2)	SNS활동(3)	경영성과(2)	전주대 박사학위 논문
차지은 (2020)	농업생산자조직의사회적 자본과 조직몰입, 경영성과에 관한 연구	사회적자본(3)	경영성과(2)	조직몰입(2)	전북대 박사학위 논문
강태균 외 (2021)	기업가정신이 농어촌 6차 산업의 경영성과에 미치는 영향	기업가정신(3)	-	경영성과(3)	유통경영 학회지 24(2)

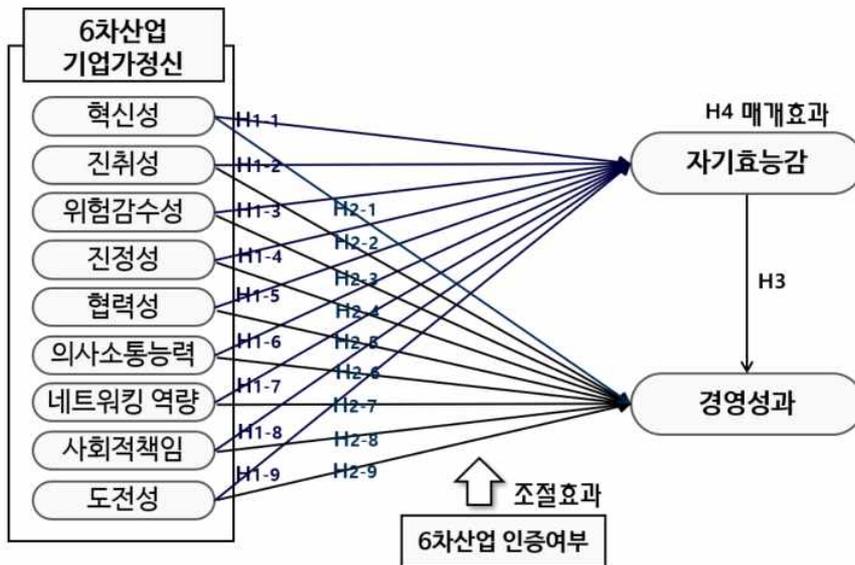
제 3 장 연구설계

제 1 절 연구모형 및 가설설정

1) 연구모형

본 연구는 농촌의 6차산업화 기업가정신과 관련 변수들의 상호 역할관계를 파악하는데 그 초점을 두고 있다. 이에 따라 기존의 이론적 고찰과 선행연구를 바탕으로 농업·농촌에서의 6차산업 기업가정신이 경영체의 경영성과에 미치는 영향 관계, 기업가정신과 경영성과와 관계에서 자기효능감을 매개변수로 하여 모형의 영향관계에 대한 그 효과를 실증적으로 살펴보고자 하였다. 또한 기업가정신이 경영성과에 영향을 미치는데 있어 6차산업 인증 여부에 따라 어떤 영향이 발생하는 지에 대해서도 탐색하고자 하며, 본 연구를 수행하기 위한 변수들간의 관계를 구조화한 연구모형을 [그림 3-1]과 같이 구성하였다.

[그림 3-1] 연구모형



2) 연구가설

가) 6차산업 기업가정신과 자기효능감과의 관계

오늘날 기업과 기업가정신에 관한 논의는 경영·경제 분야에 국한되지 않고 사회의 모든 영역에서 관심을 두고 있는 주제가 되고 있으며, 공공 분야, 농업 분야, 복지 분야, 국방 분야 등 다양한 부문에 적용되는 개념과 원리로 확장되었다. 즉, 기업가정신은 어떤 집단에서도 나타날 수 있으며(Drucker, 1985), 초기 산업·경제 및 기업경영 분야에서 나타나기 시작하여 사회 모든 분야로 적용이 확산되어 가고 있음을 보여주고 있고, 특히 농업부문에서의 기업가정신은 6차산업 기업가정신과 상통한다고 하겠다(이춘우 외, 2014. 연구자 재정리).

기업가정신은 기업을 효과적으로 혁신시키고, 대외 경쟁력의 향상뿐만 아니라 조직구성원의 사고와 행동에 영향을 미쳐 능력을 발휘하게 하는 한편, 동기 부여를 촉진시켜 조직구성원의 자기효능감에 영향을 미친다(이기화 외 2010). 자기효능감은 기업가정신 연구에서 매우 중요한 개념이며(Brockhaus et al., 1986; Gartner, 1989), 기업가정신이 자기효능감을 높인다(Wilson et al., 2007)고 하였고, Boyd & Vozikis(1994)는 의도·의지에 대한 초기연구에서 기업가적 직업 의도에 자기효능감이 관련되어 있음을 제안하였다. 기업가적 의도 그리고 자신감을 가진 사람들은 나중에 성공할 가능성이 높는데, 이는 기업가적 경력이 자기효능감과 관계가 있다(Krueger et al., 2000)고 하였으며, 강태원(2019)은 기업가정신과 자기효능감은 밀접한 관련성이 있으나 기업가정신의 하위차원의 영향력은 다르게 나타나고 있는 것으로 확인하였다.

이기화 외(2010)는 기업가정신의 혁신성과 위험감수성이 조직구성원의 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하였으며, 강영욱 외(2012)는 소상공인 창업자 특성에서 심리적 특성인 위험감수성, 성취욕구가 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치며, 통제위치는 결과기대감 및 자기효능감에 중요한 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 황상규(2013)는 사내기업가정신, 자기효능감 및 기업성과의 관계에서 사내기업가정신의 진취성, 위험감수성이 자기효능

감에 영향을 미치지, 혁신성은 유의한 수준에서 영향을 미치지 않는다고 분석하였다. 이병관(2017)은 기업가정신은 자기효능감을 매개로 하여 조직구성원의 태도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였고, 김문준(2018)은 사회적기업의 기업가정신이 조직구성원의 자기효능감에 통계적으로 유의한 영향관계가 있다고 하였다(이석근, 2020). 즉, 조직구성원의 질적인 자기효능감을 향상하고 발휘하기 위해서는 사회적기업의 기업가정신이 긍정적 요인으로 적용될 수 있다는 것을 보여주었다(박길호, 2017).

6차산업 기업가정신 관련 선행연구는 농업기반의 기업가정신의 구성요소에 대한 서운정(2013)의 저서 및 발표자료, 김성규(2016)와 김연종 외(2016)의 연구에서 찾아볼 수 있으며, 본 연구에서는 6차산업 기업가정신 연구와 더불어 전통적인 기업가정신의 하위변인이 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 연구를 바탕으로 6차산업 기업가정신(이하 ‘기업가정신’)에 있어서 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1. 기업가정신은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 혁신성은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 진취성은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 위험감수성은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4 진정성은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5 협력성은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-6 의사소통능력은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-7 네트워킹역량은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-8 사회적책임은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-9 도전성은 자기효능감에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이다.

나) 6차산업 기업가정신과 경영성과와의 관계

기업가정신과 경영성과와의 관계에 대한 많은 연구를 통해 기업의 생존에 있어 기업가정신은 필수요소라고 제시하고 있고, 기업가정신은 치열한 시장경

쟁을 극복하고 기업의 가치창출과 목표성과를 획득하는데 매우 큰 영향을 미친다고 하였다. 또 Covin & Stevin(1989)은 기업의 성과에 있어 긍정적이고 직접적으로 영향을 미치는 것이 기업가정신이며 시간이 경과할수록 그 강도는 커진다고 하였다. 또한, 기업행동으로서 기업가정신에 대한 개념적 모형을 제시하고, 이 모형에 따라 기업가적 태도로서 혁신추구성과 진취성, 위험감수성이 환경전략과 조직의 내적인 변수와의 관계, 경영성과와의 관계를 이론적으로 연구하였고 기업가정신의 궁극적인 종속변수는 기업의 성과가 되어야 함을 강조하였다.

경영성과는 기업의 비전, 목표를 설정하고 경영활동에 의해 도출된 결과로서 기업이 보유한 자원(인적, 물적)의 효율적 운영을 통해 목표달성의 정도를 나타낸다. 기업의 경영성과는 재무적 지표와 비재무적 지표로 나타내기도 하는데 재무적 경영성과는 동일한 산업 내에서는 효과를 유지하지만 급격하게 변화하는 새로운 환경 하에서는 비재무적 경영성과도 포함하여 종합적인 판단을 해야 하며, 경영활동에 적용되고 있는 유기적인 연결 관계를 파악할 필요가 있다(손은호, 2006).

기업가정신과 기업성과간의 관계에 관한 선행에서 많은 연구(Gartner, 1985; Covin & Slevin, 1991; Zahra, 1993; 이선희, 2015)들이 기업가정신과 기업성과 간에 유의미한 정(+)의 관계가 있음을 주장하고 있다. Smith & Miner(1984)는 대표자의 기업가정신 중에서 위험감수성이 적절하게 나타날 때 이것은 재무적 성과 향상에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였으며, Zahra(1991)는 기업가정신의 혁신성, 진취성, 위험감수성이 기업의 재무적 성과 즉, 기업가정신과 수익성 성장 간에 정(+)의 상관관계가 있음을 분석하였다. Zahra & Covin(1995)은 기업가정신의 핵심 성향인 혁신성, 위험감수성, 적극적 행동은 기업성과에 긍정적인 효과가 있는 것으로 나타났고, Matsuno et al.(2002)는 기업가적 성향의 혁신성, 진취성, 위험감수성이 시장지향성에 직접적으로 영향을 미치며, 기업의 성과 중에서 시장점유율과 신제품의 판매 비중 증가에 직접적으로 정(+)의 영향을 미치고 있는 것을 확인하였다(박길호, 2017).

또, 오종석 외(1999)는 벤처기업의 기업가의 혁신성, 진취성, 민첩성, 위험

감수성이 벤처기업의 성과에 정(+)의 영향을 미침을 검증하였다. 외식산업 종사자를 연구대상으로 한 박기용(2009)의 연구에서는 기업가정신의 혁신성과 진취성은 기업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에 위험감수성은 기업성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(황상규, 2013).

이와 같이 선행연구의 결과를 볼 때, 기업가정신은 기업의 성과를 향상시킨다고 할 수 있으며, 혁신적이면서 위험을 감수하고 진취적일 때 그 성과는 높게 나타날 수 있다. 그렇지만 이러한 전통적인 기업가정신과 경영성과간의 관계가 농촌의 6차산업에서도 적용될 수 있는지에 대한 실증적 연구 실적은 매우 드문 실정이다. 본 연구에서는 농업·농촌의 6차산업 기업가정신이 농업경영체의 경영성과(이하 '경영성과')에 유의미한 관계가 있는지 분석하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 2. 기업가정신은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 혁신성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 진취성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 위험감수성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4 진정성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-5 협력성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-6 의사소통능력은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-7 네트워킹역량은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-8 사회적책임은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-9 도전성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.

다) 자기효능감과 농업경영체 경영성과와의 관계

자기효능감이 높은 사람은 도전적인 목표를 설정하고 그 목표 달성을 위해 많은 노력을 기울이며, 인내심을 가지고 목표를 달성하고자 하는 경향을 보이기 때문에(Latham & Locke, 1991) 기업의 성과에 긍정적인 영향을 주게 된다. 즉, 자기효능감은 목표나 성과 기준의 설정 수준, 어려움을 극복하려

는 의지, 노력의 투입 정도, 개인의 직무성과에 긍정적인 영향을 줌으로써 조직의 성과에 영향을 미치게 된다(Bandura, 1977; 임재원, 2013).

높은 수준의 자기효능감은 개인수준의 역량과 신뢰감으로 인해 조직 내의 타인의 역량을 키우면서 파워를 발전시키게 되며, 그 결과 기업성으로 이어진다(Kanter, 1983; 황상규, 2013). Earlay(1986)와 Lock et al.(1988)은 개인이 지닌 자기효능감이 조직유효성의 변수인 직무만족, 업무성과, 조직몰입에 긍정적인 영향은 미친다고 하였고, Lock & Latham(1990)은 자기효능감이 성과에 직접적인 영향을 미치고 개인이 설정하는 목표의 난이도 수준의 결정에도 영향을 미침을 확인하였으며, Wood et al.(1990)는 높은 수준의 자기효능감을 가진 창업자들이 기업성과를 향상시킬 수 있는 행동을 보인다고 하였다(박길호, 2017). 또, McDonald & Siegall(1992)은 자기효능감이 수반하는 경쟁력과 자신감은 직무를 보다 즐길 수 있게 하여 직무만족을 증대시킨다고 하였으며, Nielsen & Munir(2009)는 자기효능감을 통해 리더가 조직구성원들의 성공경험을 쌓게 하고 긍정적인 직무의 실행이 되도록 지원자의 역할을 통해 직무만족을 높일 수 있다고 하였다(김지수 외, 2012).

조준희 외(2015)는 자기효능감을 창업에 대한 자신감으로 정의하고 대학생들의 자기효능감은 창업의지에 정+의 유의한 영향을 미치는 것으로 확인하였고, 김문준(2018)의 연구에서도 사회적기업 조직구성원의 자기효능감이 경제적 성과 및 사회적 성과에 통계적으로 유의미한 관계를 가지는 것으로 나타났다. 또한, 이희혁 외(2019)의 연구에서도 자기효능감이 경영성과의 하위요인으로 재무적 성과, 비재무적 성과에 유의한 영향을 미친다는 결과가 나타났다.

이와 같이 선행연구 결과를 볼 때, 자기효능감은 기업의 성과를 향상시킨다고 할 수 있으며, 자기효능감이 높을수록 그 성과는 높게 나타날 수 있다. 자기효능감과 농업경영체의 경영성과간의 관계에 대한 실증적 연구도 거의 드문 실정이며, 이에 본 연구에서는 기존의 자기효능감이 경영성과에 유의한 영향을 미친다는 연구결과를 바탕으로 다음의 가설을 설정하였다.

가설 3 자기효능감은 경영성과에 정(+의 유의한 영향을 미칠 것이다.

라) 6차산업 기업가정신과 경영성과간의 관계에서 자기효능감의 매개효과

기업가정신과 경영성과와의 관계에서 자기효능감을 매개효과로 한 실증적 연구는 그 실적이 미흡한 상황이지만, 자기효능감의 매개효과에 있어서는 기업가정신이 자기효능감 및 경영성과에 미치는 영향, 자기효능감이 경영성과에 미치는 영향 관계를 파악하여 설명할 수 있다. 기존 선행연구를 살펴볼 때, 기업가정신은 자기효능감에 영향을 미치고, 또 자기효능감은 기업의 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있으므로, 자기효능감이 기업가정신이 기업성과에 영향을 미치는 매개작용의 유효성이 있음을 유추할 수 있다.

이기화 외(2010)는 기업가정신의 하위요소에서 혁신성이 조직몰입 및 직무만족에 미치는 영향에 대해 자기효능감의 매개효과가 나타났으며, 위험감수성이 직무만족에 미치는 영향에 대해서는 부분적인 매개효과가 있는 것을 확인하였다. 황상규(2013)는 자기효능감의 매개효과를 연구한 결과 위험감수성과 비재무성과간의 관계에서 자기효능감이 부분적 매개효과가 있는 것을 확인하였으며, 진취성과 비재무성과와의 관계에서는 완전매개효과가 있는 것으로 검증되었고, 위험감수성 및 진취성과 재무성과와의 관계에서도 자기효능감이 부분매개효과가 있다는 것을 확인하였다. 이어서 양준환(2015)은 기업가적 동기에 자기효능감이 유의한 영향을 미치는 중요한 매개변인 역할을 하고 있음을 검증하였다.

또한, 권혁찬(2018)은 소공인을 대상으로 자기효능감이 소공인의 심리적 특성과 경영성과의 관계, 경영자 역량과 경영성과의 관계에서 완전매개효과가 있다는 것을 확인하였고, 매개변수인 자기효능감을 독립변수로 한 검증에서는 자기효능감과 경영성과와의 경로계수가 유의한 것으로 나타나 소공인의 자기효능감이 경영성과에 유의한 정(+)의 관계에 있는 것을 검증하였다(전수연, 2020).

이상의 선행연구 바탕으로 자기효능감은 기업가정신과 경영성과간의 관계를 매개하는 것으로 추론하고 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 4 자기효능감은 기업가정신과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-1 자기효능감은 혁신성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-2 자기효능감은 진취성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-3 자기효능감은 위험감수성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-4 자기효능감은 진정성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-5 자기효능감은 협력성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-6 자기효능감은 의사소통능력과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-7 자기효능감은 네트워크역량과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-8 자기효능감은 사회적책임과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

가설 4-9 자기효능감은 도전성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

마) 6차산업 기업가정신과 경영성과간의 관계에서 6차산업인증의 조절효과

6차산업 인증과 관련하여 기업가정신과 경영성과와의 관계에 영향을 미치는 연구는 거의 없으며, 그러나 현재까지의 연구에서 6차산업 인증과 관련된 학술연구 자료는 소수에 불과하고, 더구나 6차산업 인증의 조절효과에 대한 연구는 김연중 외(2016)의 연구가 유일하다고 할 수 있다.

김성규 외(2016)의 연구에서 6차산업 인증을 받은 경영체가 네트워크역량, 의사소통능력, 사회적책임, 협력성, 위험감수성이 비인증업체에 비해 더 높은 것으로 나타났는데, 6차산업 인증을 받은 경영체가 매출액 증가 등의 성과적인 측면, 경영체 운영의 전문성 등에서 상호 차이가 존재할 것이라 판단되므로 본 연구에서는 주요변인으로 고려하여 조절효과로 투입, 분석하고자 한다. 이에 따라 6차산업 기업가정신과 경영성과간의 관계는 6차산업 인증 여부에 따라 차이가 있을 것이며, 6차산업 인증 여부가 조절효과를 가질 것으로 추론하고 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 5 6차산업 인증 여부는 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향관계에 조절 역할을 할 것이다.

제 2 절 변수의 조작적 정의

1) 6차산업 기업가정신

기업가정신의 주요 특성에 대해 연구자들은 그 관점에 따라 다양하게 제시하고 있는데, 미래예측력, 혁신추구성, 자원의 생산적 조합 배분 및 할당, 이윤추구, 위험감수, 혁신적, 조직창출, 새로운 가치창출, 민첩성, 기회포착 능력 등의 특성 등 다양한 요소를 내포하고 있다(이기화 외 2010, 황상규 2013). 기업가정신이 가지는 특성들에 따라 기업가정신을 심리적인 상태보다 기업가에게 필요한 능력이나 행동으로 인식하게 되면서 그 구성요소에 대해서도 다양한 연구가 진행되어 왔으나, 기존 기업가정신의 확산에 있어서 농촌 기업가정신 또는 6차산업 기업가정신에 대한 연구는 매우 미흡한 실정이다.

이에 6차산업 기업가정신에 대해 김성규(2016)의 연구에 따른 요인을 사용하고자 하며, 각 요인에 대한 조작적 정의는 [표 3-1]과 같다.

[표 3-1] 6차산업 기업가정신에 대한 조작적 정의

구성요소	변수의 조작적 정의	연구자
혁신성	연구개발, 신제품 및 기술력 상승, 새로운 서비스 등을 강하게 추구하는 성향으로 생산기능의 변화를 혁신으로 정의, 가치변화보다 기능자체의 변화가 혁신의 기본	Schumpeter(1942) Covin & Slevin (2006) 안규선(2010)
진취성	새로운 시장진출을 모색하고 경쟁자들보다 앞서서 추진하려는 적극적 자세, 목표를 완수하고자 하는 의지, 월등한 성과를 내려는 의지, 경쟁자에 승리하고자 하는 적극적 경쟁 의지, 지위 상승을 위하여 높은 강도로 도전하는 강한 자세를 의미	Covin & Slevin (2006) Helm & Andersson (2010) 윤백중(2012).
위험 감수성	수익률이 낮은 안정적 사업보다 수익률이 높은 위험성 있는 사업을 선호하는 경향, 불확실한 상황에서 용기를 갖고 적극적으로 기회를 찾는 자세를 의미	Helm & Andersson (2010) 안규선(2010).
진정성	고객, 사회, 지역에 경제적 이익을 도모하고 제품 가치를 향상시키며 책임과 소양을 다하는 태도와 자세를 의미	Price et al.(1995) 서윤정(2013)

구성요소	변수의 조작적 정의	연구자
협력성	혼자만의 성공을 바라는 것이 아니라, 나의 장점으로 타인을 돕고, 조직전체를 생각하며, 나아가 사회가 잘되어 다같이 상생하고자 하는 태도를 의미	Fine(1999) Fujimoto(2002) 서윤정(2013)
의사소통 능력	조직 내외부의 신속한 일처리와 관계를 개선하는데 도움이 되며, 구성원의 의견이 타인에게 전달되는 과정으로 정보 교환과 의미를 전달하는 능력을 의미	Duran(1983) 송기현(2012)
네트워킹 역량	외부 활동을 통한 관계를 형성하고, 지속적으로 확장해 나가는 것이 중요하며, 교류를 통해 전문가들의 역량을 활용하고, 상호간에 도움을 주고 받으며 상생할 수 있는 역량을 의미	Hasen(1995) Brown & Butler (1995) 정석(2015)
사회적 책임	법률적, 경제적, 윤리적 차원에서 책임을 지고, 기업을 윤리적, 도덕적으로 운영하며, 기업·사회·환경 공동의 이익을 함께 추구하는 것을 의미	Scherer & Palazzo (2011) 이춘우 외(2014).
도전성	안정적인 일보다 새로운 어떤 것을 개척하고, 변화를 시도하면서 적극적으로 해내겠다는 의지와 태도를 의미	Brown et al. (1998) 김주희(2013)

출처 : 김성규 외, 2016. 연구자 재구성.

이상의 기존 연구에 근거하여 6차산업 기업가정신을 ‘농촌 유무형 자원을 바탕으로 농업·농촌의 경영다각화를 통한 기업화된 농업경영을 추구하고, 이해관계자와 함께 새로운 가치를 창출하며 유지하고자 하는 사고와 행동양식’으로 변수를 정의하고, 이를 측정하기 위하여 김성규(2016) 및 김연중 외(2016)의 실증연구를 통해 검증된 요인들을 적용하였다.

[표 3-2] 6차산업 기업가정신 설문문항

구성요소	설문문항
혁신성	1. 나는 성장과 발전을 추구한다
	2. 나는 신상품 개발이나 끊임없는 변화를 추구한다.
	3. 나는 최신 경영기법을 도입하려고 노력한다
	4. 나는 창의적 마케팅방법을 활용하고자 노력한다.
	5. 나는 창조적이고 독창적인 아이디어를 수용한다.
진취성	1. 나는 시장흐름을 지속적으로 파악한다.
	2. 나는 고객이 무엇을 원하는지 파악한다.
	3. 나는 경쟁사의 움직임을 신속히 파악한다.
	4. 나는 신제품 개발이나 새로운 서비스를 도입하고자 한다.
	5. 나는 끊임없이 틈새시장을 찾고 신속하게 공략한다.

구성요소	설문문항
위험감수성	1. 나는 위험을 무릅쓰고 환경변화에 적극 대응한다.
	2. 나는 위험이 높더라도 수익이 큰 사업을 선호한다.
	3. 나는 기회를 잡기 위해 약간은 무모하더라도 도전한다
	4. 나는 새로운 사업 분야에 적극 진출하려고 노력한다.
	5. 나는 아이템에 대한 확신이 들면 과감하게 투자한다.
진정성	1. 나는 진심에서 우러나오는 서비스를 한다.
	2. 나는 정성을 다해 서비스를 한다.
	3. 나는 정직하게 서비스를 한다.
	4. 나는 자신의 내면에서 우러나오는 서비스를 제공한다.
	5. 나는 인간적인 느낌이 나는 서비스를 제공한다.
협력성	1. 나는 공동목표에 참여하고 따른다.
	2. 나는 동료들을 배려한다.
	3. 나는 우리 조직에서 주어진 책임과 역할을 다한다.
	4. 나는 조직이 어려운 상황일 때 희생한다.
	5. 나는 동료의 필요를 보면 도와준다.
의사소통 능력	1. 나는 상대방의 입장에서 문제를 이해하려고 노력한다.
	2. 나는 상대방의 의견에 경청하고, 반응한다.
	3. 나는 자유롭게 나의 의견을 제시한다.
	4. 나는 여러가지 방법으로 서로 반대되는 의견을 조정한다.
	5. 나는 상대방의 주장과 행동에 관심을 기울인다.
네트워킹 역량	1. 나는 업무와 관련된 세미나나 워크숍에 자주 참석한다.
	2. 나는 업무와 관련된 협회나 조직 활동에 자주 참석한다.
	3. 나는 다양한 사람들에게 업무와 관련된 정보를 구한다.
	4. 나는 업무상 만난 사람들에게 자주 연락한다.
	5. 나는 다양한 친교 모임에 자주 참석한다.
사회적책임	1. 나는 사회에 공헌하기 위해 노력한다.
	2. 나는 사회적 책임감을 갖고 공익사업을 한다.
	3. 나는 기부 협찬활동을 꾸준히 실천한다.
	4. 나는 고용창출을 통해서 사회의 경제적 성장에 기여한다.
	5. 나는 지역공동체의 필요를 잘 파악하고 있다.
	6. 나는 지역행사에 참여하고 지원한다.
도전성	1. 나는 안정적인 일보다 개척하고 변화하는 일을 좋아한다
	2. 나는 경험이 없는 새로운 업무에 도전하는 것을 좋아한다
	3. 나는 매사에 매우 정열적으로 일한다
	4. 나는 주어진 일의 어려움이 크더라도 최선을 다한다
	5. 나는 여러 가지 힘든 어려움을 극복할 자신이 있다

2) 자기효능감

자기효능감이란 주어진 목표 달성을 위하여 자신이 가지고 있는 사회적, 인지적, 행동적 자원을 활용하여 과제를 수행할 수 있다고 하는 자신의 능력에 대한 믿음 또는 신념을 의미(Bandura, 1986)하며, 황상규(2013)는 불확실성이 존재하는 사업의 의사결정에 있어 위험을 감수하면서 과감히 도전하기 위해서는 조직구성원의 자기 확신에 따른 자발적 동기를 유발할 수 있는 자기효능감이 필요하다고 하였다. 또, 김진욱(2013)은 자기효능감이 높은 개인은 상대적으로 높은 수준의 목표를 설정하고, 더 많은 노력을 기울이며, 목표 달성을 통해 높은 보상을 기대하게 되면서 제약 조건에서도 추구할 가치가 있는 기회에 주목하고 어려움을 극복하기 위한 다양한 방법을 강구한다고 하였다.

이에 따라 자기효능감은 ‘자신의 목표와 그것을 달성하고자 하는 의지, 극복하는 마음, 진행되는 일에 대한 믿음의 정도’로 변수를 정의하고, 이를 측정하기 위하여 홍의숙(2009) 및 황상규(2013)의 실증연구를 통해 타당성이 검증된 8개 문항을 사용하였다.

[표 3-3] 자기효능감 설문문항

변수	설문문항
자기효능감	1. 나는 다른 사람보다 일을 잘 할 수 있다.
	2. 나는 많은 장애물을 효과적으로 극복할 수 있다고 확신한다.
	3. 대체로 내가 한 일에서 중요한 성과들을 얻을 수 있다.
	4. 나는 어려운 과제가 주어져도 그것을 해낼 수 있다.
	5. 나는 어려운 상황이 되어도 많은 일을 잘 할 수 있다.
	6. 나는 내가 정한 대부분의 목표를 달성할 수 있다.
	7. 나는 어려운 일을 효과적으로 수행할 수 있다고 믿는다.
	8. 나는 하고자 마음먹은 일을 해낼 수 있다.

3) 경영성과

기업의 경영성과는 Kaplan & Norton(1996)의 기준에 따라 수익성지표,

생산성지표, 성장성지표 등에 따라 매출성장률, 영업이익률, 시장점유율 성장, 주가상승률 등으로 나타낼 수 있으며, 전통적으로 매출액, 순이익률, 투자수익률, 시장점유율 등의 수익성을 나타내는 계량적 자료를 통하여 평가하였다(박길호, 2017). 경영성과는 전통적인 특정방법으로는 재무성과와 비재무성과로 구분되고, 재무적 성과중에서는 매출액, 순이익, 시장점유율의 변화를 포함(Pavis, 1990)하며, 비재무적인 성과 중에서는 고객만족, 제품만족도 등을 포함(Pavis, 1997)하였다(김연중 외 2016). 반면에 조준희 외(2012)는 경영인의 주관적 성과를 매출액증가율, 투자자본 대비 수익률, 순이익증가율, 타사와의 경쟁 등의 향상이나 느끼는 정도로 측정하였는데, 농업경영체 경영성과에 대해서는 주로 재무성과와 비재무성과를 종합적으로 파악하고 주관적 평가항목으로 측정하는 경우가 우세하다. 일반적으로 경영자가 지각하는 주관적 예측 결과는 객관적 평가 결과와 대체로 일치하고 있는 것으로 나타나 많은 연구에서 성과를 측정하는데 주관적 평가를 활용하고 있으며(박성준, 2019), 아울러 농업인의 고령화, 농가별 경영구조의 차이 등을 고려하여 객관적인 정량지표보다는 주관적인 정성지표를 활용하고 있다(차지은, 2020).

이에 따라 경영성과는 ‘농업경영체가 농촌의 유무형 자원을 활용하여 농업 경영을 조직하고 계획을 수립하여 관리·운영하는 제 활동의 결과 최종적으로 얻어지는 경제적 사회적 혜택’으로 정의하고, 반성식(2013), 송정현(2017), 정태욱 외(2019)의 설문문항을 수정·보완하여 7개의 문항으로 정리하였으며, 설문문항은 [표 3-4]와 같다.

[표 3-4] 경영성과 설문문항

변수	설문내용
경영성과	1. (코로나19 이전까지는) 매출액은 증가하였다.
	2. (코로나19 이전까지는) 판매처나 고객수가 증가하였다.
	3. (코로나19 이전까지는) 재구매하는 고객이 증가하였다.
	4. (코로나19 이전까지는) 수익률이 증가하였다.
	5. 유사업계에서 우리업체의 인지도가 높다고 생각한다.
	6. 타업체와 비교해서 우리제품의 만족도가 높은 편이다.
	7. 나는 내가 하고있는 일이 가치있는 일이라고 생각한다.

4) 설문지 구성

6차산업 기업가정신, 자기효능감, 경영성과 등 조작적 정의를 근거로 이들을 측정하기 위한 설문을 구성하였다. 각 설문항목은 신뢰도와 타당성을 높이기 위해 기존의 선행연구에서 측정된 변수를 사용하였으며, 유사한 개념을 가진 경우는 기존의 설문항목을 연구목적에 맞도록 수정하거나 보완하여 객관성을 유지하고자 하였다.

독립변수인 6차산업 기업가정신, 매개변수인 자기효능감, 종속변수인 농업 경영성과의 하위요인에 대해 Likert 척도인 5점으로 척도를 정하였으며, 조절변수인 6차산업 인증 여부에 있어서는 6차산업 인증 여부와 인증유형을, 인구통계적 변수에 대해서는 응답자의 성별, 연령, 학력, 매출액, 기업형태를 측정하고자 하였다.

[표 3-5] 설문지 구성

변수	설문문항	문항 수	문항내용	척도
6차 산업 기업가 정신	혁신성	5	성장, 변화, 경영기법, 마케팅, 아이디어	5
	진취성	5	시장흐름, 고객, 경쟁사, 신제품, 틈새시장	5
	위험감수성	5	환경변화, 위험, 도전, 신사업, 투자	5
	사회적책임	6	사회공헌, 책임, 기부/협찬, 고용, 지역성, 활동	5
	진정성	5	진심, 정성, 정직, 내면적 서비스, 인간적 느낌	5
	협력성	5	목표참여, 배려, 책임과 역할, 희생, 도움	5
	도전성	5	개척정신, 도전정신, 열정, 최선, 자신감	5
	의사소통능력	5	이해, 경청, 의견제시, 조정, 관심	5
	네트워킹역량	5	외부행사참가/활동, 정보수집, 연락/친교	5
자기효능감	8	자신감, 판단, 신념, 기대감 등	5	
경영성과	7	매출, 고객, 재구매, 수익, 인지도, 만족도, 가치	5	
6차산업 인증	2	6차산업인증 여부, 6차산업구성형태	명목	
인구통계	6	성별, 연령, 학력, 소재지, 매출액, 기업형태	명목	
계	69			

제 3 절 자료수집 및 분석

1) 자료수집

본 연구는 6차산업 기업가정신이 자기효능감을 매개로 하여 경영성과에 미치는 영향, 6차산업 기업가정신과 경영성과 등에 대한 6차산업 인증 여부의 조절효과를 파악하는데 목적이 있다. 이에 충청북도를 중심으로 한 6차산업 사업자 인증 경영체와 사업자 인증이 없는 농업경영체 및 영농조합법인을 대상으로, 2021년 9월부터 약 한달간 대상업체를 방문조사하는 방식으로 설문자료를 수집하였다. 사업자 인증이 없는 농업경영체는 사업자 인증을 받은 경영체 대부분이 소규모 업체이므로 이에 규모 등의 형평성을 고려하여 30인 미만의 영농조합법인을 경영체를 대상으로 한정하였다.

총 500부의 설문지를 배포하고 266부를 회수하여 53%의 응답률을 보였으며, 불성실하게 응답한 48부를 제외한 218부를 통계분석 자료로 사용하였다.

[표 3-6] 자료수집

구분	대상	가용회수지	비고
충북지역 6차산업 사업자 인증	136개소	113	충북지역 전체
충북지역 일반 농업경영체	364개소	105	30인 미만 경영체

2) 자료분석

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS 22.0 및 AMOS 22.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 표본의 일반적 특성 및 데이터의 정확성, 결측치와 이상치, 정규성 등을 확인하기 위해 기초통계분석을 실시하였으며, 데이터의 타당성과 신뢰성 검정을 위하여 요인분석과 Cronbach's α 의 신뢰성 계수를 이용하였다. 구성개념들간의 가설적 관계를 분석하기에 앞서 각 측정변수들의 단일 차

원성을 검정하기 위하여 확인적 요인분석을 실시하였으며, 연구모형의 적합도를 검정하기 위하여 측정모형분석을 수행하였다. 최종으로는 기본연구가설 검정, 매개효과 검정, 조절효과 검정 등 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

제 4 장 연구결과

제 1 절 표본 특성

표본의 일반적 특성을 파악하기 위해 최종 218부의 설문에 대하여 빈도분석을 실시하였다. 응답자의 성별은 남성(71.6%)이 여성(28.4%)보다 많은 것으로 나타났다. 연령은 50대가 47.2%로 가장 높은 비중을 보였고, 60대 이상(28.4%), 40대(20.2%), 30대(3.7%), 20대(0.5%)의 순으로 나타났다. 학력은 고졸이하가 49.1%로 가장 많으며, 4년제 대졸(33.0%), 2·3년제 대졸(15.1%), 대학원졸(2.8%)의 순으로 빈도를 보여주었다. 기업형태는 농업회사법인이 전체의 46.8%를 차지하였고, 영농조합법인(34.4%), 개인사업자(11.0%), 협동조합(2.8%), 일반농업인(2.8%), 일반회사법인(1.4%), 기타(0.9%) 순으로 비중을 차지하였다. 6차 산업 인증유무는 유(51.8%)와 무(48.2%)가 비슷한 분포를 보이는 것으로 나타났으며, 분석 결과는 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성

(N=218)

구분	분류	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	156	71.6
	여성	62	28.4
	소계	218	100.0
연령	20대	1	0.5
	30대	8	3.7
	40대	44	20.2
	50대	103	47.2
	60대 이상	62	28.4
	소계	218	100.0
학력	고졸이하	107	49.1
	대졸(2,3년제)	33	15.1
	대졸(4년제)	72	33.0
	대학원졸	6	2.8
	소계	218	100.0
기업형태	농업회사법인	102	46.8

	영농조합법인	75	34.4
	개인사업자	24	11.0
	일반농업인	6	2.8
	일반회사법인	3	1.4
	협동조합	6	2.8
	기타	2	0.9
	소계	218	100.0
6차 산업 인증유무	유	113	51.8
	무	105	48.2
	소계	218	100.0

제 2 절 기초통계 분석

본 연구에 사용될 잠재변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성, 진정성, 협력성, 의사소통능력, 네트워크역량, 사회적책임, 도전성, 자기효능감, 경영성과의 측정 변수에 대하여 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도를 알아보기 위하여 기술통계량분석을 실시하였다. 표준편차 3 이상인 변수가 없으며, 모든 변수가 $|왜도| < 3$, $|첨도| < 10$ 으로 나타나 정규분포를 하고 있는 것으로 확인되었다(Kline, 2016). 기술통계량 분석결과는 [표 4-2]와 같다.

[표 4-2] 측정변수에 대한 기술통계량분석 결과 (N=218)

잠재 변수	측정변 수	최소값	최대값	평균	표준편차	왜도	첨도
혁신성	1	2	5	4.38	0.597	-0.643	0.903
	2	2	5	4.29	0.618	-0.514	0.606
	3	2	5	4.24	0.590	-0.386	0.930
	4	2	5	4.36	0.624	-0.558	-0.004
	5	2	5	4.35	0.643	-0.695	0.459
진취성	1	1	5	4.22	0.665	-0.762	1.914
	2	2	5	4.22	0.695	-0.568	0.136
	3	2	5	4.16	0.760	-0.596	-0.096
	4	1	5	4.19	0.731	-0.745	0.978
	5	1	5	4.08	0.745	-0.607	0.689

위험 감수성	1	2	5	3.61	0.853	0.183	-0.741
	2	1	5	3.43	0.919	0.164	-0.621
	3	1	5	3.32	0.972	0.148	-0.729
	4	2	5	3.63	0.866	-0.073	-0.666
	5	2	5	3.65	0.900	-0.122	-0.754
진정성	1	2	5	4.53	0.623	-1.199	1.447
	2	3	5	4.61	0.533	-0.930	-0.246
	3	3	5	4.61	0.526	-0.815	-0.547
	4	3	5	4.57	0.549	-0.781	-0.470
	5	3	5	4.59	0.579	-1.063	0.144
협력성	1	3	5	4.42	0.596	-0.469	-0.656
	2	3	5	4.42	0.596	-0.469	-0.656
	3	3	5	4.45	0.584	-0.520	-0.657
	4	3	5	4.24	0.691	-0.354	-0.883
	5	3	5	4.39	0.583	-0.335	-0.714
의사소통 능력	1	3	5	4.39	0.590	-0.359	-0.689
	2	3	5	4.39	0.590	-0.359	-0.689
	3	2	5	4.22	0.679	-0.400	-0.446
	4	3	5	4.27	0.619	-0.250	-0.611
	5	3	5	4.38	0.612	-0.445	-0.647
네트워킹 역량	1	2	5	4.12	0.759	-0.395	-0.597
	2	1	5	4.13	0.781	-0.698	0.516
	3	2	5	4.24	0.684	-0.518	-0.089
	4	2	5	4.27	0.728	-0.611	-0.375
	5	1	5	4.32	0.747	-0.992	1.162
사회적 책임	1	2	5	4.23	0.617	-0.306	0.020
	2	2	5	4.31	0.702	-0.681	-0.095
	3	2	5	4.25	0.701	-0.629	0.138
	4	3	5	4.17	0.688	-0.234	-0.882
	5	3	5	4.30	0.651	-0.398	-0.719
	6	2	5	4.29	0.669	-0.514	-0.327
도전성	1	2	5	3.96	0.797	-0.044	-1.158
	2	2	5	3.97	0.817	-0.145	-1.021
	3	3	5	4.44	0.629	-0.688	-0.500
	4	3	5	4.44	0.598	-0.533	-0.619
	5	3	5	4.44	0.621	-0.645	-0.531

자기 효능감	1	2	5	4.26	0.630	-0.380	-0.092
	2	3	5	4.29	0.625	-0.300	-0.646
	3	3	5	4.34	0.603	-0.315	-0.649
	4	3	5	4.29	0.625	-0.300	-0.646
	5	3	5	4.17	0.635	-0.161	-0.586
	6	3	5	4.27	0.609	-0.214	-0.575
	7	3	5	4.37	0.611	-0.416	-0.653
	8	3	5	4.39	0.584	-0.351	-0.712
경영 성과	1	1	5	3.78	0.824	-0.517	0.158
	2	1	5	3.93	0.913	-0.588	-0.231
	3	1	5	3.93	0.850	-0.677	0.284
	4	2	5	4.06	0.870	-0.625	-0.341
	5	2	5	4.19	0.774	-0.589	-0.372
	6	2	5	4.28	0.739	-0.854	0.482
	7	2	5	4.44	0.743	-1.339	1.532

제 3 절 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석

본 연구에 사용될 측정변수들이 동일한 요인으로 묶이는지 확인하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인추출은 주성분분석, 회전방법은 Varimax에 의한 직각회전을 이용하였으며, 분석 결과 KMO 측도는 .875, Bartlett 구형성 검정의 유의확률은 .05 미만인 것으로 나타났고, 누적분산은 68.330%로 나타나 구성된 14개 요인의 설명력이 높은 것으로 나타났다.

그러나 다른 요인으로 할당되거나 가장 큰 요인적재량이 .5미만인 측정변수가 다수 존재하여 정제할 필요가 있는 것으로 나타났으며, 최초 탐색적 요인분석 결과는 [표 4-3]과 같다.

[표 4-3] 최초 탐색적 요인분석 결과

측정변수	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7	요인 8	요인 9	요인 10	요인 11	요인 12	요인 13	요인 14
사업성과_3	0.803	-0.040	0.200	0.121	0.150	0.064	0.137	0.074	0.099	0.070	0.101	0.173	0.011	-0.006
사업성과_2	0.767	0.188	0.226	0.068	0.113	0.063	-0.011	0.069	0.097	0.007	0.083	0.180	0.090	0.014

사업성과_1	0.763	0.228	0.233	0.102	0.247	0.070	0.049	-0.019	0.095	-0.004	0.104	0.084	-0.003	-0.030
사업성과_4	0.761	0.051	0.229	0.081	0.092	0.054	0.066	0.079	0.067	0.099	0.143	0.186	0.156	-0.008
사업성과_6	0.699	0.105	0.181	0.093	-0.048	0.112	0.044	0.211	0.191	0.084	0.028	0.019	0.160	0.140
사업성과_5	0.686	-0.064	0.224	0.078	0.042	0.136	0.176	0.118	0.177	0.066	0.136	0.022	-0.065	-0.046
사업성과_7	0.664	0.025	0.304	0.103	-0.038	0.129	0.163	0.092	0.167	0.186	0.055	-0.082	0.022	-0.022
위험감수성_3	0.087	0.840	0.094	0.115	-0.034	-0.004	0.031	0.029	0.059	-0.024	-0.029	-0.031	-0.028	-0.048
위험감수성_2	0.064	0.808	0.056	0.127	0.068	-0.080	-0.079	0.114	0.074	0.087	-0.028	0.094	0.034	0.142
위험감수성_4	0.075	0.800	0.086	0.093	0.060	0.118	0.117	0.072	0.074	-0.079	0.128	0.107	-0.095	-0.021
위험감수성_1	0.021	0.764	0.189	0.169	0.163	0.023	-0.034	0.062	0.047	0.125	-0.111	0.119	0.067	0.109
위험감수성_5	0.197	0.723	0.153	-0.053	-0.022	-0.010	0.054	0.062	0.086	0.020	0.132	0.118	0.134	-0.075
도전성_1	-0.123	0.617	0.153	0.035	0.343	0.173	0.179	-0.068	0.054	-0.113	-0.028	-0.163	0.206	-0.091
도전성_2	-0.163	0.544	0.125	0.021	0.331	0.173	0.267	0.021	0.089	-0.208	-0.095	-0.015	0.304	-0.027
사회적책임_1	0.172	0.428	0.188	-0.033	0.010	0.069	0.275	0.381	-0.136	0.307	0.090	0.146	0.028	-0.221
자기효능감_8	0.303	0.092	0.674	0.002	-0.132	0.107	0.243	-0.004	0.101	-0.005	0.031	-0.121	0.079	0.091
자기효능감_5	0.162	0.156	0.656	-0.036	0.133	0.096	0.025	0.134	-0.006	0.100	-0.055	0.260	0.078	0.165
자기효능감_1	0.208	0.149	0.634	0.082	-0.016	0.109	0.082	0.151	-0.048	0.063	0.017	0.276	0.069	0.275
자기효능감_2	0.253	0.083	0.633	0.100	0.203	0.039	-0.008	0.098	-0.014	0.140	0.030	0.166	0.036	-0.075
자기효능감_7	0.304	0.170	0.629	0.110	0.095	-0.028	0.006	0.029	0.030	0.012	0.149	-0.096	0.155	-0.094
자기효능감_3	0.212	0.081	0.604	0.131	-0.021	0.057	0.039	0.091	0.015	0.133	0.192	-0.076	0.196	-0.245
자기효능감_6	0.201	0.161	0.577	0.178	0.253	0.069	0.033	0.129	0.131	0.059	-0.061	0.134	-0.174	-0.180
자기효능감_4	0.285	0.148	0.574	0.058	0.037	0.279	0.042	0.078	0.089	-0.194	0.273	0.015	0.043	0.219
네트워킹역량_4	0.172	0.129	0.161	0.722	0.009	0.027	0.282	0.112	0.091	0.019	-0.020	0.217	0.061	-0.153
네트워킹역량_2	0.091	0.019	0.019	0.703	0.197	0.309	0.033	0.253	0.121	-0.018	0.079	0.001	0.020	0.060
네트워킹역량_3	0.103	0.225	0.199	0.653	0.030	0.037	0.328	0.034	0.141	0.087	0.185	-0.074	0.102	0.066
네트워킹역량_5	0.152	0.138	0.195	0.642	-0.043	0.030	0.259	0.148	0.128	0.006	0.155	0.263	0.193	0.205
네트워킹역량_1	0.168	0.232	-0.022	0.641	0.304	0.253	-0.159	0.165	0.062	0.109	0.070	-0.053	0.055	-0.059
도전성_4	0.157	0.088	0.131	0.119	0.606	0.101	0.084	0.090	0.061	0.259	0.158	0.170	0.125	-0.114
협력성_4	0.068	0.440	-0.008	0.103	0.581	0.177	0.148	-0.011	0.042	0.088	-0.086	-0.009	-0.109	0.107
도전성_3	0.111	0.071	0.171	0.081	0.511	0.110	0.197	0.238	0.184	-0.049	0.236	0.079	0.325	0.157
협력성_3	0.241	0.171	0.074	0.110	0.473	0.071	0.121	0.266	0.153	0.130	0.036	0.074	0.234	0.203
도전성_5	0.094	0.156	0.354	0.055	0.414	0.178	0.086	-0.117	0.042	0.335	0.196	-0.049	0.094	-0.119
의사소통능력_1	0.108	0.120	0.103	0.127	0.080	0.738	0.030	0.031	0.037	0.070	-0.039	0.279	0.142	-0.056
의사소통능력_2	0.120	0.113	0.132	0.153	0.126	0.654	0.073	0.043	-0.056	0.070	0.103	-0.046	0.148	-0.021
진정성_4	0.144	-0.047	0.089	0.098	0.125	0.620	0.207	0.160	0.206	0.213	0.090	-0.003	-0.061	0.229

진정성_5	0.113	-0.047	0.097	0.068	0.075	0.530	0.363	0.198	0.203	0.128	0.260	-0.090	0.094	0.006
협력성_1	0.100	0.043	0.043	0.301	0.162	0.222	0.650	0.015	0.149	0.139	-0.006	0.160	0.044	0.162
사회적책임_5	0.296	0.231	0.122	0.131	0.108	0.095	0.550	0.353	0.088	-0.026	0.119	-0.062	0.069	-0.030
사회적책임_6	0.205	0.294	0.090	0.235	0.191	0.120	0.506	0.295	0.027	-0.010	0.211	0.105	0.108	-0.127
협력성_5	0.172	0.050	0.108	0.135	0.477	0.237	0.486	0.041	0.147	0.055	-0.037	0.048	-0.201	-0.099
협력성_2	0.164	0.153	0.098	0.143	0.368	0.004	0.415	0.132	0.144	0.214	-0.071	0.147	0.222	0.173
사회적책임_3	0.152	0.160	0.157	0.160	0.041	0.146	0.068	0.731	0.037	0.158	0.093	-0.001	0.008	0.053
사회적책임_2	0.119	0.024	0.139	0.260	0.067	0.026	0.097	0.718	0.101	0.117	-0.019	0.179	0.048	-0.014
사회적책임_4	0.135	0.390	0.088	0.072	0.205	0.200	0.294	0.457	0.124	-0.052	0.039	-0.033	-0.149	-0.068
진취성_3	0.211	0.114	0.055	0.115	0.055	0.076	0.146	0.030	0.749	0.017	0.119	0.113	0.027	-0.056
진취성_2	0.255	0.151	0.052	0.132	0.180	0.159	0.012	0.171	0.702	0.027	0.194	0.006	-0.065	0.098
진취성_4	0.295	0.160	0.041	0.113	-0.059	0.016	0.291	-0.133	0.543	0.332	-0.033	0.062	0.046	-0.290
진취성_1	0.243	0.137	0.003	0.144	0.295	-0.061	-0.026	0.209	0.524	0.217	0.058	0.309	0.005	0.162
진정성_3	0.102	-0.004	0.163	0.016	0.209	0.256	0.053	0.252	0.125	0.641	0.103	-0.093	0.084	0.124
진정성_2	0.150	-0.163	0.148	0.067	0.213	0.293	0.083	0.292	0.098	0.604	0.128	0.171	0.070	-0.069
진취성_5	0.239	0.371	-0.045	0.083	0.062	-0.015	0.086	-0.105	0.325	0.410	0.153	0.221	0.161	0.053
진정성_1	0.177	-0.117	0.108	0.110	0.212	0.128	0.363	0.323	-0.040	0.395	0.241	0.178	0.273	-0.031
혁신성_2	0.196	0.001	0.128	0.131	0.124	0.019	-0.001	0.101	0.156	0.171	0.762	0.112	-0.029	-0.012
혁신성_1	0.293	0.000	0.124	0.119	0.001	0.213	0.126	0.001	0.151	0.113	0.698	0.179	-0.076	0.061
혁신성_4	0.252	0.180	0.148	0.058	0.135	0.133	0.143	0.109	0.193	-0.037	0.141	0.675	0.068	-0.029
혁신성_5	0.240	0.150	0.140	0.168	0.054	-0.018	0.020	0.090	0.101	0.349	0.222	0.570	-0.040	0.090
혁신성_3	0.173	0.097	0.157	0.136	0.052	0.256	0.093	0.062	0.361	-0.185	0.352	0.431	0.136	-0.179
의사소통능력_4	0.144	0.107	0.211	0.144	0.091	0.154	0.057	-0.039	-0.038	0.110	-0.036	0.014	0.756	0.077
의사소통능력_5	0.196	0.119	0.136	0.161	0.115	0.341	-0.009	0.273	0.135	0.108	-0.149	0.149	0.519	-0.245
의사소통능력_3	0.096	0.078	0.123	0.282	0.202	0.247	0.256	-0.116	-0.092	0.191	0.082	0.023	0.342	0.410
Eigen value	5.646	5.348	4.307	3.175	2.915	2.884	2.770	2.657	2.546	2.261	2.096	2.045	1.892	1.140
설명분산(%)	9.255	8.767	7.061	5.205	4.779	4.728	4.541	4.356	4.174	3.706	3.437	3.352	3.101	1.870
누적분산(%)	9.255	18.022	25.082	30.288	35.066	39.795	44.336	48.692	52.865	56.571	60.007	63.360	66.461	68.330

KMO=.875, Bartlett's $\chi^2=8285.727$, $p=.000$

이에 따라 최초 탐색적 요인분석 이후 다른 요인으로 할당되거나, 가장 큰 요인적재량이 .5 미만인 측정변수, 공통성이 낮은 변수를 하나씩 제거하는 과정을 반복 실시하였으며, 잠재변수 및 측정변수의 추출 과정은 [표 4-4]와 같다.

[표 4-4] 잠재변수 및 측정변수 추출 과정

요인 분석 차수	KMO	Bartlett's x^2	df	추출 요인수	누적분산 비율(%)	제거된 측정변수	측정변수 제거기준*
02	.880	8015.852	1770	14	68.444	도전성_1	①
03	.881	7852.834	1711	14	68.444	도전성_2	①
04	.882	7686.186	1653	13	67.345	진취성_5	①,②
05	.881	7461.587	1596	13	67.433	진정성_2	①
06	.883	7276.887	1540	13	67.720	협력성_4	①
07	.884	7049.118	1485	13	67.854	위험감수성_5	②
08	.886	6851.987	1431	13	68.097	사회적책임_5	①
09	.886	6704.481	1378	13	68.477	진정성_3	①,②
10	.885	6552.368	1326	13	68.855	사회적책임_4	②
11	.884	6413.510	1275	13	69.258	진정성_4	①
12	.885	6237.460	1225	13	69.484	진정성_1	①,②
13	.884	6087.371	1176	12	67.795	진정성_5	①,②
14	.885	5930.149	1128	12	68.104	협력성_1	①
15	.887	5755.874	1081	11	66.465	네트워킹역량_1	②
16	.889	5627.914	1035	11	66.992	협력성_5	①
17	.888	5495.047	990	11	67.495	협력성_2	①
18	.886	5336.555	946	11	67.945	사회적책임_6	①,②
19	.886	5208.969	903	11	68.592	협력성_3	①
20	.886	5060.316	861	10	66.649	혁신성_3	①,②
21	.885	4959.328	820	10	67.347	도전성_5	①,②
22	.889	4842.471	780	10	68.008	의사소통능력_3	②
23	.886	4682.114	741	10	68.351	진취성_1	①
24	.885	4567.633	703	9	66.473	사회적책임_1	②
25	.884	4445.540	666	9	67.274	도전성_3	①
26	.884	4353.314	630	9	68.297	도전성_4	①,②
27	.887	4197.130	595	8	66.011	혁신성_5	①
28	.885	4078.029	561	8	66.940	혁신성_4	①,②

*① 다른 요인으로 할당된 측정변수, ② 요인적재량이 낮은 측정변수

이상과 같이 탐색적 요인분석을 반복 실시하여 잠재변수 및 측정변수를 추출한 결과, 최종적으로 KMO 측도는 .885로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정

결과 또한 유의확률이 .05 미만으로 나타나 요인분석 모형이 적합한 것으로 확인되었다.

잠재변수 중 진정성, 협력성, 도전성은 추출 과정에서 제거되었으며, 나머지 8개 잠재변수의 누적분산은 66.940%로 나타나 설명력이 높은 것으로, 또 모든 잠재변수의 요인적재치가 .5 이상으로 나타나 타당도를 만족시키는 것으로 나타났다.

이후, 각 잠재변수의 내적 일관성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 내적 일관성 판단을 위하여 크론바하 알파(Cronbach α) 계수를 활용하였고, 각 잠재변수에 대한 Cronbach α 값은 .710~.923으로서 양호한 수준(Cronbach α > 0.7)인 것으로 나타났으며, 그 분석결과는 [표 4-5]와 같다.

[표 4-5] 최종 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석 결과

변수		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7	요인 8
잠재변수	측정변수								
경영성과	2	0.812							
	3	0.804							
	4	0.769							
	1	0.768							
	6	0.715							
	5	0.671							
	7	0.658							
자기효능감	8		0.723						
	7		0.689						
	3		0.670						
	2		0.662						
	5		0.608						
	1		0.604						
	6		0.585						
4		0.559							
위험감수성	3			0.856					
	2			0.851					
	1			0.807					
	4			0.806					

네트워크역량	5				0.791				
	3				0.770				
	4				0.757				
	2				0.617				
의사소통능력	1					0.767			
	2					0.673			
	5					0.656			
	4					0.546			
진취성	4						0.743		
	3						0.742		
	2						0.541		
혁신성	1							0.751	
	2							0.701	
사회적책임	2								0.759
	3								0.745
Eigen value		4.883	4.130	3.201	2.731	2.186	1.937	1.883	1.808
설명분산(%)		14.362	12.147	9.416	8.032	6.428	5.698	5.539	5.317
누적분산(%)		14.362	26.509	35.925	43.957	50.386	56.084	61.623	66.940
Cronbach α 계수		0.923	0.867	0.884	0.840	0.710	0.734	0.778	0.721
KMO=0.885, Bartlett's $\chi^2=4078.029$, p=.000									

제 4 절 측정모형분석

1) 모형적합도 및 집중타당성 검증

구조모형분석을 통한 변수간의 영향력 확인에 앞서 본 연구에서 채택한 측정모형의 적합도 및 타당성과 신뢰도를 확인하기 위하여 측정모형분석을 실시하였다. 모형의 적합도 판단은 χ^2 , χ^2/df , SRMR, RMSEA, TLI, CFI 지수를 활용하였으며 기준은 [표 4-6]을 적용하였다.

[표 4-6] 모형적합도 기준

적합도 지수*	판단기준	본 연구에서의 적용
x^2	$p > .05$	-
x^2/df	≤ 3	≤ 3
SRMR	$\leq .08$	$\leq .08$
RMSEA	$\leq .05$ 우수 $\leq .08$ 양호 $\leq .10$ 보통	$\leq .08$
TLI	$\geq .90$	$\geq .90$
CFI	$\geq .90$	$\geq .90$

* 적합도 지수 : Kline, R. B.(2016)

최초 측정모형에 대한 모형적합도 확인 결과, $x^2=895.181(P<.001)$, $x^2/df=1.794$, SRMR=.051, RMSEA=.060, TLI=.882, CFI=.895로 x^2 , TLI, CFI가 기준을 만족시키지 못하는 것으로 나타났으며, 모형적합도 확인 결과는 [표 4-7]과 같다.

[표 4-7] 최초 측정모형 적합도 확인 결과

구분	x^2	x^2/df	SRMR	RMSEA	TLI	CFI
판단기준	$p > .05$	≤ 3	$\leq .08$	$\leq .08$	$\geq .90$	$\geq .90$
측정치	895.181 (P<.001)	1.794	.051	.060	.882	.895
판정	부적합	적합	적합	적합	부적합	부적합

모형적합도 확보를 위하여 SMC(Squared Multiple Correlations) 값이 작은 측정변수를 하나씩 제거하는 과정을 반복하였으며, 잠재변수 및 측정변수의 추출은 [표 4-8]과 같은 과정으로 진행되었다.

[표 4-8] 잠재변수 및 측정변수의 추출 과정

요인 분석 차수	x^2	x^2/df	SRMR	RMSEA	TLI	CFI	제거된 측정변수	비고
2	840.537 (p<.001)	1.800	.051	.061	.885	.899	의사소통능력_4	
3	792.908 (p<.001)	1.819	.050	.061	.887	.901	진취성_4	

4	760.265 (p<.001)	1.873	.050	.063	.885	.900	의사소통능력_2	
5	-	-	-	-	-	-	의사소통능력_1	잠재변수 의사소통의 측정변수로서 의사소통능력_5만 남아 식별 불가
6	684.440 (p<.001)	1.923	.050	.065	.890	.904	의사소통능력_5	
7	617.257 (p<.001)	1.876	.049	.064	.899	.912	자기효능감_6	
8	578.756 (p<.001)	1.910	.049	.065	.899	.913	자기효능감_3	
9	538.655 (p<.001)	1.938	.049	.066	.901	.915	네트워킹역량_2	

8개의 측정변수를 하나씩 제거하는 과정을 순차적으로 실시한 후 모형적합도가 기준치를 만족하는 것으로 나타났으나, 의사소통능력의 경우 모형적합도 개선을 위한 변수 정제과정에서 모든 측정변수가 제거되어 잠재변수가 삭제되었다. 최종 측정모형의 카이제곱(χ^2) 유의수준(p)은 .000으로 $p > .05$ 조건을 충족하지 못하는 것으로 나타났는데, 이는 표본 데이터의 공분산행렬과 모형으로부터 추출된 공분산행렬 간에 차이가 있어 모형이 적합하지 않은 것을 의미한다. 그러나 χ^2 은 표본 크기와 모형의 복잡성 등에 따라 영향을 받는 한계를 지니고 있어 χ^2 통계량만을 절대적으로 신뢰하는 것은 적절하지 않으며 다른 적합도 지수를 고려할 필요가 있다(우종필, 2012). 기타 적합도 지수 확인 결과, $\chi^2/df=1.938$, SRMR=.049, RMSEA=.066, TLI=.901, CFI=.915로 나타나 측정모형이 연구 자료를 잘 설명할 수 있도록 적합하게 설정된 것으로 판단되었다. 또한 모든 측정변수의 요인부하량이 적정치 이상($\beta > .5$)이며, 잠재변수 Construct Reliability(>.7)와 Average Variance Extracted(>.5)가 기준치 이상으로 나타나 집중타당성이 확보된 것으로 확인되었으며, 분석 결과는 [표 4-9]와 같다

[표 4-9] 집중타당성 검정 결과

잠재변수	측정변수	Estimate		SE	t	p	CR	AVE
		B	β					
혁신성	2	1.000	0.737				0.907	0.831
	1	1.134	0.865	0.135	8.426	***		

진취성	3	1.013	0.727	0.125	8.074	***	0.834	0.715
	2	1.000	0.785					
위험 감수성	4	1.000	0.766				0.905	0.705
	3	1.216	0.829	0.098	12.423	***		
	2	1.159	0.836	0.093	12.528	***		
	1	1.047	0.813	0.086	12.170	***		
네트워킹 역량	5	1.000	0.868				0.912	0.776
	4	0.885	0.788	0.072	12.369	***		
	3	0.774	0.734	0.068	11.453	***		
사회적 책임	3	1.000	0.733				0.841	0.726
	2	1.050	0.769	0.150	7.005	***		
자기 효능감	1	1.000	0.720				0.933	0.699
	2	0.907	0.658	0.101	8.946	***		
	4	0.962	0.698	0.102	9.468	***		
	5	0.957	0.684	0.103	9.292	***		
	7	0.890	0.661	0.099	8.989	***		
	8	0.886	0.688	0.095	9.344	***		
경영성과	1	1.000	0.840				0.949	0.729
	2	1.105	0.839	0.072	15.336	***		
	3	1.059	0.863	0.066	16.078	***		
	4	1.045	0.832	0.069	15.155	***		
	5	0.820	0.734	0.065	12.532	***		
	6	0.780	0.732	0.063	12.475	***		
	7	0.774	0.722	0.063	12.227	***		

최종모형 적합도

$\chi^2=538.655(p=.000, df=278)$, $\chi^2/df=1.938$, SRMR=.049, RMSEA=.066, TLI=.901, CFI=.915

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

2) 판별타당성 검정

집중타당성이 확보된 것으로 확인됨에 따라 판별타당성 검정을 실시하였다. 잠재변수에 대한 판별타당성은 해당 잠재변수의 평균분산추출(Average Variance Extracted : AVE) 지수가 해당 잠재변수와 다른 잠재변수간의 상관계수의 제곱, 즉 결정계수(r^2)보다 클 경우 두 잠재변수 간에 판별타당성이 확보된 것으로 판단할 수 있다(우종필, 2012). 판별타당성 검정 결과는 [표

4-10]과 같으며, 각 잠재변수의 AVE가 .699~.831이고, 해당 잠재변수와 다른 잠재변수간의 결정계수(상관계수의 제곱)가 AVE보다 큰 잠재변수가 없어 판별타당성이 확보된 것으로 확인되었다.

[표 4-10] 판별타당성 검정 결과

	혁신성	진취성	위험 감수성	네트워킹 역량	사회적 책임	자기 효능감	경영성과
혁신성	0.831						
진취성	0.547	0.715					
위험감수성	0.092	0.320	0.705				
네트워킹역량	0.431	0.493	0.402	0.776			
사회적책임	0.329	0.402	0.319	0.562	0.726		
자기효능감	0.454	0.345	0.375	0.504	0.466	0.699	
경영성과	0.545	0.577	0.262	0.484	0.448	0.700	0.729

주) 대각선의 진한 숫자는 AVE값임.

제 5 절 가설검정

1) 연구모형의 적합도 검정

측정모형의 잠재변수들을 가설관계에 따라 연결하고 구조모형을 분석하기 위해 AMOS 22를 통계프로그램으로 사용하였고 최대우도추정법을 이용하였다. 분석 결과 χ^2 값은 기준에 미치지 못하는 것으로 나타났는데, 이는 표본 데이터의 공분산행렬과 모형으로부터 추출된 공분산행렬 간에 차이가 있어 모형이 적합하지 않은 것을 의미한다. 그러나 χ^2 은 표본 크기와 모형의 복잡성 등에 따라 영향을 받는 한계를 지니고 있어 χ^2 통계량만을 절대적으로 신뢰하는 것은 적절하지 않으며 다른 적합도 지수를 고려할 필요가 있다. 기타 적합도 지수 확인 결과, χ^2/df , SRMR, RMSEA, TLI, CFI가 판단기준을 만족하는 것으로 나타나 연구모형이 수용 가능한 것으로 확인되었고, 분석 결과는 [표 4-11]과 같다.

[표 4-11] 연구모형 적합도 분석 결과

적합도 지수	판단기준	측정치	판단
χ^2	$p > .05$	538.655($p < .001$)	부적합
χ^2/df	≤ 3	1.938	적합
SRMR	$\leq .10$.049	적합
RMSEA	$\leq .08$.066	적합
TLI	$\geq .90$.901	적합
CFI	$\geq .90$.915	적합

2) 기본가설 검정

측정모형과 구조모형으로 구성된 연구모형의 잠재변수간 인과관계를 확인한 기본가설 검정 결과는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 기본가설 검정 결과

No	가설		Estimate		S.E	t	p	채택 여부	
	경로		B	β					
1-1	혁신성	→	자기효능감	0.327	0.328	0.101	3.233	**	채택
1-2	진취성	→	자기효능감	-0.074	-0.089	0.091	-0.818	0.413	기각
1-3	위험감수성	→	자기효능감	0.155	0.227	0.055	2.812	**	채택
1-7	네트워킹역량	→	자기효능감	0.137	0.196	0.073	1.887	0.059	기각
1-8	사회적책임	→	자기효능감	0.187	0.212	0.09	2.079	*	채택
2-1	혁신성	→	경영성과	0.16	0.105	0.129	1.246	0.213	기각
2-2	진취성	→	경영성과	0.426	0.336	0.12	3.536	***	채택
2-3	위험감수성	→	경영성과	-0.078	-0.075	0.069	-1.133	0.257	기각
2-7	네트워킹역량	→	경영성과	0.005	0.005	0.089	0.055	0.956	기각
2-8	사회적책임	→	경영성과	0.064	0.047	0.111	0.576	0.564	기각
3	자기효능감	→	경영성과	0.826	0.541	0.135	6.116	***	채택

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

가설 1-1. 혁신성은 자기효능감에 정(+의 유의한 영향을 미치는 것으로 나

타나($\beta=0.328$, $p<.01$), 혁신성이 높을수록 자기효능감이 높아지는 것으로 확인되었다.

가설 1-2. 진취성은 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta=-0.089$, $p>.05$).

가설 1-3. 위험감수성은 자기효능감에 정(+)^의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta=0.227$, $p<.01$), 위험감수성이 높을수록 자기효능감이 높아지는 것으로 확인되었다.

가설 1-7. 네트워킹역량은 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta=0.196$, $p>.05$).

가설 1-8. 사회적책임은 자기효능감에 정(+)^의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta=0.212$, $p<.05$), 사회적책임이 높을수록 자기효능감이 높아지는 것으로 확인되었다.

가설 2-1. 혁신성은 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta=0.105$, $p>.05$).

가설 2-2. 진취성은 경영성과에 정(+)^의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta=0.336$, $p<.001$), 진취성이 높을수록 사업성이 높아지는 것으로 확인되었다.

가설 2-3. 위험감수성은 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta=-0.075$, $p>.05$).

가설 2-7. 네트워킹역량은 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta=0.005$, $p>.05$).

가설 2-8. 사회적책임은 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($\beta=0.047$, $p>.05$).

가설 3. 자기효능감은 경영성과에 정(+)^의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta=0.541$, $p<.001$), 자기효능감이 높을수록 경영성과가 높아지는 것으로 확인되었다.

3) 매개효과 검증

독립변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성, 진정성, 협력성, 의사소통능력, 네트워크역량, 사회적책임, 도전성과 종속변수인 경영성과간의 관계에서 자기효능감의 매개효과를 확인하였다. 매개효과를 확인하기 위하여 부트스트래핑 검정을 실시하였으며 검정 결과는 [표 4-13]과 같다.

[표 4-13] 매개효과 검정 결과

경로	매개효과(β)	p
혁신성 → 자기효능감 → 경영성과	0.177	*
진취성 → 자기효능감 → 경영성과	-0.048	0.574
위험감수성 → 자기효능감 → 경영성과	0.123	*
네트워크역량 → 자기효능감 → 경영성과	0.106	0.089
사회적책임 → 자기효능감 → 경영성과	0.115	0.091

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

첫째, 혁신성과 경영성과간의 경로에서 자기효능감은 매개작용을 하는 것으로 나타났다($\beta = 0.177$, $P < .05$).

둘째, 진취성과 경영성과간의 경로에서 자기효능감은 매개작용을 하지 않는 것으로 나타났다($\beta = -0.048$, $P > .05$).

셋째, 위험감수성과 경영성과간의 경로에서 자기효능감은 매개작용을 하는 것으로 나타났다($\beta = 0.123$, $P < .05$).

넷째, 네트워크역량과 경영성과간의 경로에서 자기효능감은 매개작용을 하지 않는 것으로 나타났다($\beta = 0.106$, $P > .05$).

다섯째, 사회적책임과 경영성과간의 경로에서 자기효능감은 매개작용을 하지 않는 것으로 나타났다($\beta = 0.115$, $P > .05$).

4) 조절효과 검정

6차산업 인증 여부가 혁신성, 진취성, 위험감수성, 진정성, 협력성, 의사소통능력, 네트워크역량, 사회적책임, 도전성, 자기효능감, 경영성과의 구조적 관계에 영향을 미치는지 여부를 확인하기 위하여 조절효과 검정을 실시하였다.

조절효과를 검정하기에 앞서, 동일한 모집단에서 추출한 두 표본에서 동일한 검정결과를 얻을 수 있는지 여부를 판단하기 위하여 다중집단 확인적 요인분석(Multi-Sample Confirmatory Factor Analysis : MCFA)을 실시하였다. 분석 결과, 비계약모형과 측정가중치모형간의 $\Delta df=19(575-556)$, $\Delta x^2=33.287$ (966.478-933.191)로 나타났으며, Δx^2 의 p값이 .022로서 .05 이하로 나타나 집단 간에 교차타당성이 확보되지 않는 것으로 확인되었고, 이에 대한 분석 결과는 [표 4-14]와 같다.

[표 4-14] 다중집단 확인적 요인분석에 의한 교차타당성 검정 결과

구 분	비계약모형	계약모형(측정가중치모형)
x^2	933.191	966.478
x^2 차이	33.287	
x^2 차이의 P-value	.022	
df	556	575

다중집단 확인적 요인분석(MCFA) 결과, 인증 집단과 미인증 집단 간에 교차타당성이 확보되지 않는 것으로 나타나, 인증 여부의 조절효과 확인이 불가능한 것으로 나타났다. 따라서 인증 집단과 미인증 집단 간 경로들의 통계적으로 유의한 차이는 검증할 수는 없으나, 개별적인 인증 집단과 미인증 집단 내에서의 유의한 경로를 확인하기 위하여 다집단 분석을 실시하였다. 인증 집단과 미인증 집단의 각각의 경로는 [표 4-15]와 같다.

[표 4-15] 인증 집단과 미인증 집단 내에서의 경로 확인 결과

가설		인증 집단 (n=113)			미인증 집단 (n=105)		
NO	경로	비표준화 계수(B)	p값	채택 여부	비표준화 계수(B)	p값	채택 여부
1-1	혁신성 → 자기효능감	0.370	**	채택	0.278	0.157	기각
1-2	진취성 → 자기효능감	-0.013	0.908	기각	-0.089	0.505	기각
1-3	위험감수성 → 자기효능감	0.217	**	채택	0.212	*	채택
1-7	네트워킹역량 → 자기효능감	0.107	0.273	기각	0.089	0.550	기각

1-8	사회적책임 → 자기효능감	0.261	*	채택	0.001	0.952	기각
2-1	혁신성 → 경영성과	0.201	0.144	기각	0.115	0.740	기각
2-2	진취성 → 경영성과	0.446	***	채택	0.083	0.725	기각
2-3	위험감수성 → 경영성과	-0.143	0.109	기각	-0.035	0.829	기각
2-7	네트워킹역량 → 경영성과	-0.041	0.705	기각	-0.014	0.958	기각
2-8	사회적책임 → 경영성과	0.096	0.523	기각	0.012	0.771	기각
3	자기효능감 → 경영성과	0.757	***	채택	1.316	*	채택

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

가설 1-1, 혁신성이 자기효능감에 미치는 영향관계에 있어, 인증 집단은 정(+)
의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나(B=0.370, p<.01), 미인증 집
단은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 1-2, 진취성이 자기효능감에 미치는 영향관계에 있어, 두 집단 모두 유
의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 1-3, 위험감수성이 자기효능감에 미치는 영향관계에 있어, 인증 집단
(B=0.217, p<.01), 미인증 집단(B=0.212, p<.05) 모두 정(+)
의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설 1-7, 네트워킹역량이 자기효능감에 미치는 영향관계에 있어, 두 집단 모
두 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 1-8, 사회적책임이 자기효능감에 미치는 영향관계에 있어, 인증 집단은
정(+)
의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나(B=0.261, p<.05), 미인증
집단은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 2-1, 혁신성이 경영성과에 미치는 영향관계에 있어, 두 집단 모두 유의
하지 않은 것으로 나타났다.

가설 2-2, 진취성이 경영성과에 미치는 영향관계에 있어, 인증 집단은 정(+)
의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나(B=0.446, p<.001), 미인증 집단
은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 2-3, 위험감수성이 경영성과에 미치는 영향관계에 있어, 두 집단 모두
유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 2-7, 네트워크역량이 경영성과에 미치는 영향관계에 있어, 두 집단 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 2-8, 사회적책임이 경영성과에 미치는 영향관계에 있어, 두 집단 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 3, 자기효능감이 경영성과에 미치는 영향관계에 있어, 인증 집단(B=0.757, $p < .001$), 미인증 집단(B=1.316, $p < .05$) 모두 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5) 가설검정 결과 요약

이상의 분석을 토대로 전체적인 가설검정 결과를 요약하면 [표 4-16]과 같다.

[표 4-16] 가설검정 결과 요약

가설No	가설내용	채택여부
가설 1	기업가정신은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분채택
1-1	혁신성은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
1-2	진취성은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
1-3	위험감수성은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
1-4	진정성은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
1-5	협력성은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
1-6	의사소통능력은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
1-7	네트워크역량은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
1-8	사회적책임은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
1-9	도전성은 자기효능감에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 2	기업가정신은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분채택
2-1	혁신성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
2-2	진취성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
2-3	위험감수성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
2-4	진정성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각

2-5	협력성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
2-6	의사소통능력은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
2-7	네트워크역량은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
2-8	사회적책임은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
2-9	도전성은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 3	자기효능감은 경영성과에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	자기효능감은 기업가정신과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	부분채택
4-1	자기효능감은 혁신성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	채택
4-2	자기효능감은 진취성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
4-3	자기효능감은 위험감수성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	채택
4-4	자기효능감은 진정성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
4-5	자기효능감은 협력성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
4-6	자기효능감은 의사소통능력과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
4-7	자기효능감은 네트워크역량과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
4-8	자기효능감은 사회적책임과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
4-9	자기효능감은 도전성과 경영성과간의 관계에서 매개역할을 할 것이다.	기각
가설 5	6차산업 인증 여부는 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향관계를 조절 할 것이다.	기각

제 5 장 결 론

제 1 절 연구 결과

본 연구에서는 6차산업 기업가정신의 특성이 농업경영체의 경영성과에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 6차산업 기업가정신의 구성요인은 Millier가 제시한 전통적 구성요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성에 김성규 외(2016)가 추가로 제시한 하위요인을 포함하여, 경영성과와의 관계에서 자기효능감의 매개역할, 농업경영체의 6차산업 인증 여부에 대한 조절효과가 있는지 검토하였다. 이를 위해 충북지역에 소재한 농업경영체를 대상으로 설문조사를 하였고, 기본연구가설 검정, 매개효과 검정, 조절효과 검정 등 구조방정식 모형분석을 통해 실증적으로 분석하였으며, 주요 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 6차산업 기업가정신과 자기효능감과의 관계에서 혁신성, 위험감수성, 사회적책임은 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기업가정신은 자기효능감에 직접적인 영향을 미친다는 Redmond et al.(1993)의 연구와 기업가적 동기에 자기효능감이 중요한 매개역할을 한다는 양준환(2015)의 연구 등과 비슷한 맥락을 보인다고 할 수 있다. 반면에 미래의 기회와 시장 수요를 예상하고 적극적으로 행동하려는 경향성을 내포하는 진취성을 포함한 나머지 요인들은 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이에 대해 고졸이하와 초대졸이상의 집단으로 구분한 경로차이를 분석했을 때 초대졸이상 집단에서 네트워킹역량이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 진취성을 포함한 나머지 요인은 동일한 결과가 나타났다. 이러한 이유는 표본집단인 농업경영체의 경우 정형화된 유통구조 및 고객 성향을 띄고 있고, 지역적 특성 및 이해관계자들의 관계로 인한 사업 성향이 전통적 기업가정신과 사회적책임 외에는 자기효능감에 낮게 영향을 미치는 것으로 추론할 수 있다. 또, 선행연구 표본과 본 연구의 표본 차이에 기인한다고도 할 수 있을 것이다.

둘째, 6차산업 기업가정신과 경영성과와의 관계에서 하위변수인 진취성에

서 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이에 대해 고졸이하와 초대졸이상의 집단으로 구분한 경로차이에서는 초대졸이상의 집단에서는 혁신성도 영향을 미치는 것으로, 또 40대이하의 집단에서는 혁신성만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 제조업체 직원을 대상으로 실증분석한 황상규(2013)의 연구, 6차산업 지원센터 교육을 수강하는 경영체를 대상으로 한 김연중 외(2016)의 연구 및 6차산업 인증을 받은 사업자를 대상으로 한 강태균(2021)의 연구와 유사한 결과를 확인할 수 있으나, 박철우(2016), 정태욱(2017) 등의 다른 선행연구와는 차이점을 보이고 있다. 이와 같은 차이는 오종석 외(1999)의 연구에서와 같이 여러 분야 기업가정신의 각 하위차원들이 경영성과에 미치는 영향이 분야별로 일관된 결과를 보여주지 못하는 것으로 이해할 수 있다. 또한 표본으로 조사된 농업경영체의 경우 시장기회를 선점하거나 시장에서 위치를 차지하려는 시도에 적극적인 자세가 필요한 반면, 지역특성에 따른 한정된 상품 및 서비스에 대한 제약 등도 이에 영향을 미치는 것으로 유추할 수 있다.

셋째, 자기효능감은 경영성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 검정되었는데, 이러한 분석결과는 농업경영체의 자기효능감은 경영성과에 주요한 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다. 이는 자기효능감이 경영성과에 직접적인 영향을 미친다는 Lock & Latham(1990)의 연구와 높은 수준의 자기효능감을 가진 창업자들이 기업성과를 향상시킬 수 있는 행동을 보인다고 하는 Wood et al.(1990)의 연구, 국내의 황상규(2013), 조준희 외(2015), 김연중 외(2016), 박길호(2016), 김문준(2018), 이희혁 외(2019) 등의 선행연구와 유사한 결과를 보이고 있다.

넷째, 자기효능감은 6차산업 기업가정신의 하위요인과 경영성과간의 관계에서 부분적으로 유의한 매개효과를 나타내는 것으로 확인되었다. 즉, 혁신성, 위험감수성은 경영성과간 관계에서 자기효능감이 완전매개역할을 하고 있으며 반면에 타 하위요인들은 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 이에 대해서는 오종석 외(1999) 선행연구, 중소기업을 대상으로 연구한 박길호(2017)의 연구 등에서도 각 변인들이 미치는 영향에 있어 차이점을 보이고 있으며, 기업가정신과 경영성과와의 관계에서 자기효능감의 매개역할을 하고 있는지에 대해

여러 방식으로 규명된 사례들이 혼재하고 있다. 그러나 농업경영체의 경영성과에 있어 자기효능감이 매개역할을 하는지에 대한 연구는 매우 미약한 수준에 머물러 있으며, 농업인의 창업경영체가 기업적인 프레임을 갖추기 위해서는 구성원들 스스로 기업가정신의 필요성을 지각하고 자기효능감의 증진을 통해 농업경영체로서의 한계를 극복하는 과정이 필요하다고 하겠다.

다섯째, 6차산업의 인증 여부는 6차산업 기업가정신이 경영성과와의 관계에 조절역할을 할 것이라는 가설은 유의하지 않는 것으로 나타났다. 그러나 6차산업 인증을 받은 경영체($n=113$)와 6차산업 인증이 없는 경영체($n=105$)를 구분하여 분석한 다집단분석에서는 6차산업 인증은 단순주효과로 경영성과에 차이를 보이는 것으로 확인되었다. 김연중 외(2016)의 연구에서도 6차산업 인증 여부가 주효과는 존재하지만 기업가정신과의 상호작용효과는 나타나지 않은 것과 동일한 결과를 보이고 있다. 6차산업 인증을 받음으로 인하여 경영체 구성원들의 자기효능감 향상, 공인 인증에 의한 고객과의 신뢰 구축 등에 유리하고, 경영성과 향상을 위한 제도적 혜택을 받을 수 있어 경영성과에 대한 조절효과를 고려할 수 있지만 6차산업 인증 자체만으로는 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

여섯째, 조절효과 검증에서 다집단 분석 결과, 인증 집단과 미인증 집단간 영향관계가 다른 점을 발견할 수 있었고, 또 6차산업 기업가정신 하위요인들이 종속변수에 영향을 미치는데 있어 기존 선행연구와 상반된 결과가 나타나기도 하였다. 이는 일반 표본들과는 달리 설문응답자의 특성 차이가 많은 점에 그 영향이 있다고 판단된다. 즉 농촌지역의 특성상 본 연구 응답자의 76%가 50대 이상이고, 학력면에서도 일반 산업계와 달리 대졸(4년제)이상이 36.4%의 분포를 보이고 있어 상대적으로 경영성과에 대한 목표 설정, 경영다각화 및 기업의 영속성에 대한 인식부족이 그 이유일 수 있다.

또 6차산업 기업가정신의 9개 요인중에 변수 정제과정에서 상당수 잠재변수들이 삭제되었고, 가설검정에서도 전통적 기업가정신의 하위요인인 혁신성, 진취성, 위험감수성과 사회적 기업가정신과 관련된 사회적책임만 채택되는 결과를 볼 수 있다. 이는 전술한 바와 같이 전통적 기업가정신의 하부요인 외에는 아직 반복된 검증 및 연구가 부족한 면이 있으며, 또 두 연구간 표본의 편

향성에 따른 결과일 수 있다고 유추된다.

6차산업 기업가정신과 농업경영체 경영성과간의 관계에 있어서 자기효능감은 직접적인 영향을 미치고 있으며, 농촌기업의 지속가능성을 위한 핵심 요인으로 중요성을 가지고 있다. 또, 6차산업 인증에 있어서 경영성과에 대해 직접적 영향은 미치지 않는다고 나타났지만, 선행연구에서와 같이 6차산업 인증을 통해 기업경영 체계 및 역량 강화 등 동기부여에 기여하고 경영상의 실무적 도움을 주고 있는 것이 사실이다. 따라서 기존의 하드웨어적 정책지원 외에 농촌에서의 기업가정신 함양 및 비즈니스 마인드 제고를 위한 소프트웨어적 지원을 위한 정책적 배려가 필요하다고 하겠다.

제 2 절 연구의 시사점

본 연구는 기존의 전통적 기업가정신, 일반 기업 및 비영리 조직 등에 대한 연구와는 달리 농촌의 6차산업 기업가정신에 대한 개념 정립에 기여하고, 그 구성요소가 농업경영체의 경영성과에 미치는 영향, 자기효능감의 매개효과, 6차산업 인증 여부에 대한 조절효과 등을 실증분석하였다는 점에 그 의의가 있다.

본 연구와 관련된 선행연구가 거의 없다는 점에서 본 연구는 후속연구의 과정에서 실증연구를 한 결과로 다음과 같은 학문적 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 농촌 6차산업에서의 기업가정신은 기존 전통적 기업가정신과는 다른 기업가정신이 필요하다. 즉, 6차산업 기업가정신은 상업적 기업가정신과 사회적 기업가정신이 복합된 형태이고, 농촌의 유무형자원과 지역 활성화가 그 기반이 되어야 한다는 것이다. 따라서 농촌분야 기업가정신에 대한 연구가 지속적으로 이루어져 6차산업 기업가정신에 대한 다양한 관점과 함께 이론적 기반과 체계가 정립되어야 할 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서는 선행연구에서 검증된 6차산업 기업가정신 하부요인으로 혁신성, 진취성, 위험감수성, 진정성, 협력성, 사회적 책임, 의사소통능력,

네트워킹역량, 도전성을 채택하였다. 그러나 변수를 정제하기 위해 탐색적 요인분석을 반복실시하는 과정에서 잠재변수 중에 진정성, 협력성, 도전성이 제거되었고, 모형적합도 개선을 위한 변수 정제과정에서 의사소통능력이 제거되었다. 또, 선행연구와 동일표본을 사용한 김연종 외(2016)의 연구에서도 혁신성과 진취성이 기업성가에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과를 볼 때 6차산업 기업가정신을 명확히 정의하기 위한 9개의 변수에 대한 추가 검정 및 실무적 지표검토가 요구된다고 할 수 있다. 하나의 도구에 대한 변수의 조작적 정의가 많을 경우 도구를 정의하는데는 유리한 면이 있지만, 설문응답자가 측정변수에 대해 충분히 이해하지 못하거나 설문내용에 집중하지 못할 때 데이터의 왜곡이 발생할 우려가 있다. 따라서 6차산업 기업가정신에 대한 변수의 검증 및 보완, 또는 4차산업혁명 시대에 진입한 농촌의 기업가정신에 대한 측정 도구로 보완되어야 할 필요가 있다.

셋째, 모집단에 비해 지역적으로 편중된 선행연구와 본 연구의 한계를 벗어나 다양한 표본을 통한 분석이 요구된다. 예를 들어 김성규 외(2016)의 선행연구 표본의 인구통계학적 특성은 6차산업 종사자 104명으로, 남자 65명(62.5%), 대졸이상 67명(64.4%), 50대이상 57명(54.8%), 인증업체 53명(51%), 농업회사법인 17사(16.3%) 및 영농조합법인 22사(21.2%)로 37.5% 비중을 차지하고 있고, 이에 반해 본 연구에서는 남자 156명(71.6%), 대졸이상 78명(35.8%), 50대이상 165명(75.6%), 인증업체 113명(51.8%), 농업회사법인 102사(46.8%) 및 영농조합법인 75사(34.4%)로 81.2%를 차지하여 양 표본간에 큰 폭의 빈도차이를 보이고 있다. 따라서, 지역적 한계를 벗어나 전국적 표본에 의한 실증연구 및 다양한 검정이 필요할 것이다.

본 연구는 농촌의 기업가정신에 이론적 연구, 농업경영체를 대상으로 6차산업 기업가정신과 자기효능감을 매개한 경영성과 차원의 실증연구가 매우 미흡한 상황에서 6차산업 기업가정신의 개념 및 관련 도구와의 관계를 분석했다는 점에서 의미가 있다. 또한, 저출산 고령화, 기후변화 및 환경문제, 소비패턴의 변화 등 농촌에 영향을 줄 메가트렌드에 대응하고, 스마트 팜 등 4차산업 혁명으로 새로운 농업기술이 빠르게 도입되어 다품종 소량생산, 표준화, 경영다각화가 필요한 시점에 농촌 분야 기업가정신의 중요성을 제시하였

다는 점에서도 그 의미가 있다고 하겠다.

제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구에서는 6차산업 등 관련 선행연구를 바탕으로 6차산업 기업가정신이 자기효능감을 매개변수로 하여 농업경영체의 경영성과에 미치는 영향, 그리고 6차산업 인증 여부의 조절효과를 분석하였으나 다음과 같은 점에서 연구의 한계성을 지니고 있다.

첫째, 설문자료 표본의 선정에 있어 농촌을 기반으로 하는 우리나라 전체 농업경영체가 아닌 지역적으로 편중된 충북지역 경영체를 표본으로 진행하였기에 전체 경영체들의 특성을 반영하지 못하는 한계점을 가지고 있다. 따라서 향후 연구에서는 영세농을 포함한 표본의 대상과 지역을 확대한 실증적 연구를 수행하여 연구의 보편성을 확보하여야 할 필요가 있다.

둘째, 기존 선행연구에서는 기업가정신의 하위 요인을 한정하여 연구가 진행되었지만 본 연구에서는 6차산업 기업가정신 선행연구의 변수를 고려하여 총 아홉 개의 하위요인으로 연구를 진행하였다. 그러나 본 연구에 포함된 하위요인들의 상당수가 채택되지 못했으며, 이는 표본의 특성에 기인할 수 있지만 관련 연구가 매우 부족하고 이론적 정립이 미흡하기 때문이라고도 할 수 있다. 따라서 향후 추가적인 실증연구가 계속되어 변수에 대한 정제과정이 반복 검정되고 측정도구의 완성도가 높아질 때 6차산업 기업가정신에 대한 개념과 이론도 더욱 명확히 정립해 나갈 수 있을 것이다.

셋째, 기업의 성과측정은 단순하게 재무적 또는 비재무적 성과만으로는 한계가 있으므로 농촌기업의 경영성과를 측정하는 측정도구의 개발이 필요하다. 농업부문의 성과에 미치는 영향관계를 검정할 수 있는 다양한 변인들이 있으므로 이들을 활용한 다차원적 접근을 통하여 변수의 다양한 연관관계를 규명할 필요가 있다.

넷째, 이 외에도 선진농업국인 유럽의 농촌 기업가정신에 대해서도 다방면의 연구가 추가되어 하며, 이를 통해 6차산업 기업가정신에 대한 이론적 근거가 보장되어야 할 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 강병오. (2011). “중소기업 CEO의 창업가정신(Entrepreneurship)이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 프랜차이즈 기업을 중심으로”. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 강영욱, 하규수. (2012). 소상공인 창업자특성과 창업준비과정이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 자기효능감 매개효과를 중심으로. 『디지털융복합연구』, 10(9), 239-251.
- 강태균, 김영문. (2021). 기업가정신이 농어촌 6차산업의 경영성과에 미치는 영향. 『유통경영학회지』, 24(2), 67-85.
- 강태원. (2019). “기업가정신이 자기효능감, 열의, 그리고 창의성에 미치는 영향 : 중소기업 종업원 관점을 중심으로”. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 강형석. (2019). “중소기업의 사회적책임(CSR)활동이 경영성과에 미치는 영향 : 조직몰입과 기업평판의 매개효과를 중심으로”. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문.
- 고광만. (2013). “기업가정신 및 사회적자본이 지식경영과 혁신에 미치는 영향 : 중소기업 이업종융합회를 중심으로”. 상지대학교 대학원 박사학위논문.
- 고세훈. (2011). “중소벤처기업의 경쟁전략과 경영성과간의 구조적 관계에 관한 실증연구”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 곽지은, 반성식, 정대율. (2009). 바이오 벤처기업의 창업성공요인에 관한 연구. 『한국창업학회지』, 4(2), 18-38.
- 구언희. (2007). “기업가정신과 벤처기업 성장의 결정요인에 관한 연구”. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 권용덕. (2014). 농업의 6차 산업화와 추진과제. 『경남발전』, 133, 57-70.
- 권혁찬. (2018). “소공인의 경영자 특성이 자기효능감과 네트워크 및 협업전략을 매개로 경영성과에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.

- 김경찬. (2018). “농촌융복합산업 육성을 위한 인증제도와 인증 경영체에 관한 연구”. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김경찬, 문응규, 이상수, 구승모, 이동근, 손용훈. (2017). 농촌융복합산업(6차 산업)지구 추진실태 및 개선방안. 『농촌계획』, 23(3), 107-120.
- 김경찬, 조석호, 예병훈, 손용훈. (2015). 6차산업화 활성화를 위한 한·일 정책 비교 연구. 『농촌계획』, 21(2), 149-162.
- 김규환 외 5인. (1994). 『농업경영학요론』. 서울: 선진문화사.
- 김문준. (2018). 사회적기업가정신과 자기효능감이 사회적기업의 경영성과에 미치는 영향. 『기업경영리뷰』, 9(3), 209-232.
- 김미원. (2021). “유아 교사의 자기효능감과 자기성찰이 조직몰입에 미치는 영향연구 - 긍정적 착각의 매개 효과를 중심으로 -”. 배제대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김민정. (2004). “아동이 지각하는 부모의 양육태도와 통제소재, 자기효능감 및 학업성취도와의 관계”. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김상진. (2006). “호텔의 사회자본이 기업성과에 미치는 영향 : 직무만족, 조직몰입, 경영성과를 중심으로”. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김성규. (2016). “6차산업 기업가정신 지표개발”. 경남과학기술대학교 창업대학원 석사학위논문.
- 김성규, 박상혁, 박정선, 설병문, 손은일. (2016). 6차산업 기업가정신 지표개발. 『벤처창업연구』, 11(3), 63-76.
- 김아영. (2012). 교사전문성 핵심요인으로서의 교사효능감. 『교육심리연구』, 26(1), 63-84.
- 김연중, 박상혁, 박정선. (2016). 사회적 자본에 따른 6차산업 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향. 『정보시스템연구』, 25(3), 147-173.
- 김영수. (2006). 기업가 정신과 지역발전 이론적 접근. 『산업경제』, 7, 4-15.
- 김용기. (2019). “가족기업 후계자의 기업가정신과 역량이 지속경영에 미치는 영향에 관한 연구 : 가업승계 전 기업성과의 매개효과를 중심으로”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 김용렬, 김태곤, 허주녕. (2014). 『농업의 6차산업 활성화방안』, 서울: 한국농촌경제연구원.
- 김용렬, 정은미, 최용욱, 한태녕. (2015). 『농촌산업 통계·동향 분석을 통한 6

- 차산업 발전전략 연구』. 서울 : Jinhan M&B(진한엠앤비).
- 김용호. (2017). “농업관련기업의 산업환경과 마케팅역량이 경쟁전략과 경영 성과에 미치는 영향”. 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김재형, 임진혁. (2019). 기업가정신이 직무성과에 미치는 영향 : 직무만족의 매개효과 및 경영자/근로자 여부의 조절효과를 중심으로. 『대한경영학 회지』, 32(7), 1181-1197.
- 김정섭. (2020). 사회적 농업의 이해. 『지역과 농업』, 9, 13-35.
- 김준호. (2017). 『미래산업, 이제 농업이다』. 서울: 가인지 캠퍼스.
- 김지수, 조광래. (2012). 영업직에 있어서의 변혁적 리더십이 조직구성원들의 직무태도와 성과에 미치는 영향. 『대한경영학회 학술발표대회 발표논문 집』, 2012(11), 83-105.
- 김지연. (2013). “중소기업의 대기업과의 협력이 기업성과에 미치는 영향 : 기업가정신과 시장지향성의 조절효과를 중심으로”. 송실대학교 대학원 박사학위논문.
- 김진수, 황인호. (2020). 혁신적 조직 구조 확립이 사내 기업가정신과 기업 성과에 미치는 영향. 『중소기업연구』, 42(3), 245-274.
- 김진욱. (2013). “공유리더십이 종업원 직무태도에 미치는 영향 : 자기효능 감의 조절효과를 중심으로”. 경희대학교 대학원 박사 학위논문.
- 김창일. (2014). 6차 산업으로서의 지역문화관광콘텐츠 융합에 근거한 농어촌 형 승마시설 모델 방향 고찰. 제주대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김춘화. (2019). “자기효능감에 관한 탐색적 연구 - 한·중·일의 비교연구 -”. 호남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김태곤, 허주녕. (2011). 『농업의 6차산업화와 부가가치 창출방안』. 서울: 한국농촌경제연구원.
- 김태곤, 허주녕, 양찬영. (2013). 농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법. 『농 정포커스』, 제69호.
- 농림축산식품부. (2013a). 『2013~2017 농업 농촌 및 식품산업 발전계획』
- 농림축산식품부. (2013b). 『6차산업화 창업매뉴얼』.
- 농림축산식품부. (2014). 『6차산업화 지원정책 매뉴얼 : 농업·농촌에 창조를 담다』. 서울: Jinhan M&B(진한엠앤비).
- 농림축산식품부. (2015). 『2016~2020 제1차 6차산업 육성 기본계획(안)』.

- 농림축산식품부. (2017a). 『2017년도 6차산업 활성화를 위한 농촌융복합산업 활성화 지원사업 세부사업 추진요령(안)』.
- 농림축산식품부. (2017b). 『농촌융복합산업 사업자 인증제 운영요령』.
- 농림축산식품부. (2021). 『2021년도 농촌융복합산업 활성화 지원사업 세부사업 추진계획』.
- 농림축산식품부 & 충남발전연구원(2014). 『6차산업 중간지원체계 구축 및 농촌산업 사업자 인증제 도입방안 연구』.
- 농림축산식품부 & 한국농어촌공사(2017). 『6차산업 기초실태조사 보고서』.
- 농림축산식품부 & 한국농어촌공사(2019). 『농촌융복합산업 기초실태조사 및 분석』.
- 농업개발연구소. (2000). 『농업 관련 산업의 통계지표 개발』. 서울: 서울대학교.
- 농촌진흥청. (2014). 『6차산업 유형별 사업매뉴얼』.
- 농촌진흥청. (2016). 『6차산업 유형별 사업매뉴얼 : 창조농업 첫 걸음, 어떻게 추진할 것인가?』. 서울: Jinhan M&B(진한엠앤비).
- 도경록, 박덕병. (2012). 농촌관광경영주의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향. 『관광산업연구』, 6(20), 49-65.
- 마창준. (2019). “소상공인의 기업가정신과 경영자역량, 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 학습지향성의 매개효과를 중심으로”. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 松永桂子. (2015). 『로컬 지향의 시대』 로컬志向の時代. (이혁재 옮김). 서울 : 알에이치코리아.
- 문성식. (2017). “기업가정신과 사회적 자본이 시니어의 창업의지에 미치는 영향 : 자기효능감의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 민경호. (2004). 『벤처기업과 기업가정신』, 서울: 무역경영사.
- 박기동. (1987). 『조직행동론』. 서울: 박영사.
- 박기동. (1998). 기업가정신. 『산업경제연구』, 11(4), 1-20.
- 박기용. (2009). 외식산업의 기업가 정신이 성과에 미치는 영향. 『한국조리학회지』, 15(3), 153-165.
- 박길호. (2017). “중소기업의 기업가 정신이 경영성과에 미치는 영향”. 목원대학교 대학원 박사학위논문.

- 박길호, 강찬희. (2019). 중소기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향: 사회적 자본의 조절효과. 『전문경영인연구』, 22(2), 55-72.
- 박길호, 조준희. (2016). 중소기업 경영자의 기업가 특성이 성과에 미치는 영향. 『한국창업학회 추계학술대회 발표 논문집』. 45-46.
- 박상호. (2021). “충청남도 농촌융복합산업 인증사업자의 특성에 따른 사업성과 분석”. 공주대학교 대학원 석사학위논문.
- 박성수. (2015). 『한국형 6차 산업화』. 경기: 대왕사.
- 박성수. (2016). 성공적인 한국형 6차산업화의 정착을 위한 제언. 『觀光研究』, 31(4), 427-434.
- 박성준. (2019). “협동조합 네트워크에서 주관조직의 네트워크 관리가 결속과 성과에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 반성식, 김상표, 임태열, 장성희. (2013). 농촌 창업기업의 내부 및 외부 특성이 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국창업학회지』, 8(1), 15-32.
- 박시현. (2013). 농촌 6차산업화를 위한 농촌관광의 발전 방향. 『농정포커스』, 2013, 1-21.
- 박시현. (2015). 농촌관광의 6차산업화 비즈니스 모델. 『농어촌관광연구』, 22(1), 1-15.
- 박시현. (2019). 『한국의 농촌개발 전략』. 전남: 한국농촌경제연구원.
- 박시현, 송미령, 성주인, 장면주, 박주영. (2003). 『우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안』. 서울 : 한국농촌경제연구원.
- 박시현, 정문수, 민경찬. (2017). 『한국 농어촌 마을의 변화 실태와 중장기 발전 방향(3/5차년도)』 전남: 한국농촌경제연구원.
- 박정기. (2002). 소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구. 『한국중소기업학회 춘계학술발표논문집』, 2002(0), 121-140.
- 박정일, 이도경, 김성훈. (2015). 농업 6차 산업화 정책의 우선순위 분석: AHP를 이용하여. 『농업과학연구』, 42(4), 461-467.
- 박종훈, 황재희, 이성우. (2014). 농업의 6차산업화가 농가 및 농업법인의 농업 및 농외소득에 미치는 영향. 『농촌계획』, 20(4), 193-208.
- 박준기, 김용렬, 이명기, 김윤희, 윤종열. (2013). 『창조경제 기반의 농업농촌 신성장 전략』, 서울: 한국농촌경제연구원.
- 박철우. (2016). 기업가정신과 자기효능감이 지식경영성과에 미치는 영향연구.

- 『벤처창업연구』, 11(6), 11-26.
- 배근석. (2016). “코스닥 기업의 사내 기업가 정신과 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향”. 국민대학교 글로벌창업벤처대학원 석사학위논문.
- 배인호. (2013). “호텔조리사의 직무착근도와 자기효능감이 직무태도 및 이직 의도에 미치는 영향”. 경기대학교 관광전문대학원 박사학위논문.
- 배종태, 차민석. (2005). 기업가정신과 벤처경영 부문의 연구동향: 한국과 미국의 학술지 비교분석(1998-2004), 『벤처경영연구』, 8(3), 57-94.
- 배종태, 차민석. (2009). 기업가정신의 확장과 활성화. 『중소기업연구』, 31(1), 109-128.
- 백창화, 손은일, 임성욱. (2018). 6차산업의 정책과 지원에 대한 문제점 및 전략방안. 『품질경영학회지』, 46(2), 243-258.
- 백혜선. (2020) “경영자 특성과 환경특성이 농업경영체 경영성과에 미치는 영향 - SNS활동의 매개효과를 중심으로”. 전주대학교 대학원 박사학위논문.
- 변세광. (2016). “농업경영체의 경영다각화 수준 및 성과에 관한 연구 : 식량 작물을 중심으로”. 전북대학교 대학원 석사학위논문.
- 변우정. (2014). “농업의 6차산업화의 실태와 발전방안 : 경상북도 사례를 중심으로”. 경북대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 서승진. (2018). “수출형 중소벤처기업의 최고경영자특성 및 해외마케팅역량이 경영성과에 미치는 영향 : 시장지향성을 조절변수로”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 서윤정. (2013). 『6차산업 융복합 혁명: 융복합 산업의 원리와 실제』. 서울: HNCOM.
- 선석민. (2015). “농업의 6차산업 활성화 방안 - 전라남도 6차산업화 경영체 등 설문조사 중심으로 -”. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 설봉식. (1991). 『기업은 혁신이다』. 서울: 인간사랑. 35-38.
- 曾根原久司. (2013). 『농촌의 역습』 日本の田舎は宝の山-農村起業のすすめ. (제갈현 옮김). 서울: 쿵푸컬렉티브. (원서출판 2011).
- 曾根原久司. (2015). 『농촌기업가의 탄생』 農村起業家になる-地域資源を宝に変える6つの鉄則. (정윤성, 전충훈 옮김). 서울: 쿵푸컬렉티브. (원서출판 2012).

- 송재길. (2011). “창업기업의 기업가정신과 혁신성과와의 관계 연구 : 사회자본의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.
- 신용우. (2019). “기업가정신이 경영성장에 미치는 영향연구: 환경변화에 대한 경영자 인식의 조절효과를 중심으로”. 계명대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문.
- 신효중, 윤희정. (2013) 內生的 發展과 6次産業. 『한국지역사회생활과학회 학술대회 자료집』, 2013(11), 28-44.
- 안승권. (2016). “창업교육과 제도적 지원이 자기효능감 및 창업의지에 미치는 영향”. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 양정임, 이정희, 황대용. (2014). 지역농업자원의 6차 산업 활성화 방안: 전문가 실증연구를 중심으로. 『농촌계획』, 20(3), 111-120.
- 양준환. (2015). 지각된 관계적 지원이 한·중 대학생의 기업가적 동기에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로. 『벤처창업연구』, 10(3), 1-13.
- 양현봉. (2015). 6차 산업화 정책의 추진실태와 발전과제 - 농공상용합형중소기업 육성방안 모색을 중심으로. 『중소기업금융연구』, 35(4), 29-54.
- 오종석, 이용탁. (1999). 벤처기업의 기업가정신과 성과와의 관계. 『대한경영학회지』, 22(0), 285-307.
- 우대일. (2015). “소상공인 창업가적 특성이 기업가 정신과 사회적 자본 그리고 기업성장에 미치는 영향에 관한 연구”. 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 우장명. (2015). 『충북 농업의 6차산업화 육성방안』. 충북: 충북발전연구원.
- 우종필. (2012). 『구조방정식모델 개념과 이해』. 서울 : 한나래아카데미.
- 원혜숙, 홍정화, 차진화. (2015). 중소기업 최고경영자의 기업가정신이 기업성장에 미치는 영향. 『상업교육연구』, 29(1), 309-340.
- 유병규. (2020). “공무원의 자기효능감이 직무성장에 미치는 영향 : 집단효능감을 매개로 한 사회복지직과 기타 일반직 공무원 비교를 중심으로”. 가천대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 유상오. (2014). 『귀농귀촌 6차산업으로 성공하기』. 서울: 한스미디어.
- 유진국. (1991). “우리나라 企業의 競爭要因 및 競爭戰略이 事業成果에 미치는 影響에 관한 實證的 研究”. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- 유학열. (2015). 일본 사례로 배우는 우리의 6차 산업화 과제. 『공공정책』,

112, 71-75.

- 유홍성. (2016). 기업가정신(Entrepreneurship)의 이해. 『2016 인천 알짜기업 기업가정신 탐방 교재』, 인천: 기업가센터(Entrepreneurship Center).
- 이기화, 신용준. (2010).造船機資材 벤처企業의 CEO와 人的資源管理 特性이 自己效能感과 組織有效性에 미치는 影響에 관한 研究. 『산업경제 연구』, 23(3), 1259-1295.
- 이동필. (2007). FTA시대의 국토와 도시전략 ; FTA 시대의 농산어촌 발전전략. 『도시문제』, 42(464), 44-54.
- 이병오. (2013). 일본 농업·농촌의 6차 산업화 정책과 시사점. 『강원 농업생명환경연구』, 25(2), 78-92.
- 이병오. (2014). 강원도 농업의 6차 산업화 전략. 『강원 농업생명환경연구』, 26(1), 50-61.
- 이병오. (2015a). 농업 6차 산업화의 발전방향과 핵심 과제. 『차문화·산업학』, 30, 1-30.
- 이병오. (2015b). 6차산업화 정책의 점검과 과제. 농정연구』, 55, 125-148.
- 이석근. (2020). “사내기업가정신이 자기효능감, 조직유효성 및 인지적 성과에 미치는 영향 : 서비스기업 중심으로”. 경기대학교 서비스경영전문대학원 박사학위논문.
- 이선호. (2015). “창업자 및 정보기술특성이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 전자문화지도를 중심으로”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이성우, 황재희, 신민주, 김민선, 신진주. (2016). 『제다움: 농업농촌 6차산업 혁신모델 매뉴얼』. 서울대학교 농업농촌6차산업혁신모델사업단.
- 이승욱. (2020). 코로나19로 인한 충북의 농촌융복합산업(6차산업) 실태와 활성화방안. 『전원과 자원』, 62(3), 17-23.
- 이승희, 황동룡. (2021). 6차산업 활성화를 위한 정책 방안과 추진과제에 관한 연구. 『산업융합연구』, 19(2), 33-38.
- 이 실. (2016). “일본 지역별 6차산업화의 효율성 결정요인 분석”. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이용천. (2015). “외식창업자의 개인특성이 경영성과에 미치는 영향”. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

- 이용탁. (2009). 사회적 기업가정신에 관한 이론적 고찰. 『사회적기업연구』, 2(2), 5-28.
- 이운준, 김영환, 김석관, 배용호, 임송, 고명주. (2014). 기업가정신의 국제 비교를 통한 창업 환경 진단 및 개선방안. 『정책연구』, 2014-08, 세종: 과학기술정책연구원.
- 이정호. (2005). “기업가정신, 조직구조, 조직문화 및 조직성과간의 관련성에 관한 연구”. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이종학. (2014). “자기효능감이 긍정적 자산, 직무만족, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향 : 서울시내 특1급 호텔 식음료 종사원을 대상으로”. 경희대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 이춘우. (1999). “조직 앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구 : 자원기초이론을 중심으로”. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이춘우. (2020). 기업가(起業家)의 20가지 모습: 역사적 맥락과 문화인류학적 관점. 『中小企業研究』, 42(2), 139-177.
- 이춘우, 한유진, 김도현, 서유미, 이경원, 이희우, 이영달. (2014). 『기업가정신의 이해』, 서울 : 중소기업청&한국청년기업가정신재단.
- 이태훈. (2017). “귀농 유형에 따른 기업가정신에 대한 연구”. 계명대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문.
- 이현정. (2017). “농가의 6차산업화 활동 참여 유형 및 성과 결정요인 분석”. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이희혁, 유영진. (2019). 외식창업자의 개인특성이 경영성과에 미치는 영향: 자기효능감의 매개역할을 중심으로. 『외식경영연구』, 22(2), 215-243.
- 임도경. (2015). “성공적인 6차 산업 촉진을 위한 평가지표 개발”. 경남과학기술대학교 창업대학원 석사학위논문.
- 임재원. (2013). “자기효능감이 직무성과에 미치는 영향 : 셸프리더십의 매개효과를 중심으로”. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 임진혁. (2017). “기업가정신과 리더십이 인지적 성공에 미치는 영향에 관한 연구: 자기효능감의 매개효과와 성별의 조절효과를 중심으로”. 숭실대학교 대학원, 박사학위논문.
- 장성희, 하갑진. (2012). 시장지향성이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향과 기업가정신의 조절효과 분석. 『한국창업학회지』, 7(2), 1-23.

- 장창권. (2017) “소상공인의 기업가 정신과 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 장현규, 강창규. (1980). 『신농업경제학』. 서울: 창학사.
- 전수연. (2020). “1인 창조기업가의 자기효능감이 경영성과에 미치는 영향: 창업가정신의 매개효과를 중심으로”. 중앙대학교 산업·창업경영대학원 석사학위논문.
- 전지은, 김선우, 김영환, 홍정임, 진우석, 과학기술정책연구원. (2019). 『기업가정신 실태조사 심층연구』, 중소벤처기업부&한국청년기업가정신재단.
- 정대용, 김민석. (2010). 조직구성원의 사회적 가치추구와 경제적 가치추구가 사회적기업의 발전에 미치는 영향에 관한 연구. 『산업경제연구』, 23(5), 2299-2321.
- 정대용, 양준환. (2008). 중소기업의 핵심역량 및 네트워킹 활동이 기업성과에 미치는 영향 ; 한국기업가와 중국기업가의 네트워킹 특성을 중심으로 한 비교연구, 『한국창업학회지』, 3(2), 43-69.
- 정도채. (2020). 지속가능한 농촌을 위한 농촌융·복합산업 육성 방향 및 과제. 『월간 공공정책』, 171, 57-60.
- 정도채, 성주인, 심재현. (2016). 지역 단위 6차산업화의 추진 방향과 과제. 『농정포커스』, 123.
- 정병현. (2015). “공유리더십이 조직신뢰와 커뮤니케이션에 미치는 영향 : 자기효능감의 조절효과를 중심으로”. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 정성영. (2012). “예비창업자의 심리적 특성이 창업의지에 미치는 영향 : 창업교육 만족도의 조절효과를 중심으로”. 한밭대학교 창업경영대학원 석사학위논문.
- 정승현. (2020). “사회적 자본이 흡수 역량과 경영 성과에 미치는 영향”. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 정승화. (1999). 창업교육의 실태와 활성화 방안. 『한국중소기업학회 추계학술 발표논문집』, 1999(0), 133-175.
- 정종영. (2021). “농촌융복합산업 활성화 방안에 대한 연구 - 전라남도 사례를 중심으로”. 순천대학교 대학원 석사학위논문.
- 정태욱, 장동헌. (2019). 농업인의 기업가 지향성이 경영성과에 미치는 영향 : 농업인 소규모 창업경영체를 중심으로. 『한국협동조합연구』, 37(2),

1-15.

- 조경호. (2016). 농업의 6차산업화를 위한 유형별 접근 전략에 대한 검토. 『지역과 농업』, 7(0), 206-237.
- 조규호. (2006). 기업가정신이 농촌관광 성과에 미치는 영향. 『농촌경제』, 29(2), 71-92.
- 조록환, 서환석, 진혜련. (2013). 농가형 농업·농촌 6차산업화 성공사례 분석. 『한국지역사회생활과학회 학술대회 자료집』, 2013(11), 131-131
- 조원섭. (2007). 비재무적 성과가 재무적 성과에 미치는 영향 : 균형성과표(BSC)의 성과측정관점을 중심으로. 『관광연구』, 22(3), 25-39.
- 조준희, 김찬중. (2014). “대학생의 창업가 특성이 창업의지에 미치는 영향,” 『전문경영인연구』, 17(2), 109-126.
- 조준희, 김찬중, 송명규. (2012). 자영업 창업가의 특성이 경영성과에 미치는 영향: 창업교육과 경영, 상담의 조절효과를 중심으로. 『산업경제연구』, 25(1), 19-39.
- 차지은. (2020). “농업생산자조직의 사회적 자본과 조직몰입, 경영성과에 관한 연구”. 전북대학교 대학원 박사학위논문.
- 채갑석. (2014). “소상공인의 기업가 정신과 사회적 자본이 마케팅성과에 미치는 영향”. 청주대학교 대학원 박사학위논문.
- 최이석. (2014). “6차산업의 경쟁력 전략과제에 관한 연구”. 배재대학교 컨설팅대학원 석사학위논문.
- 추양현. (2015). “농업경영컨설팅 특성요인이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- 통계청. (2021). 『2020 농림어업 총조사』.
- 한국농촌경제연구원. (2015). 『농업의 6차산업화 활성화 방안』. 서울 : Jinhan M&B(진한엠앤비),
- 한국농촌경제연구원. (2020). 『제2차 농촌융복합산업 기본계획(2021-2025) 수립방향 연구』.
- 한병철, 조용화, 송찬섭, 김은경, 이선규. (2018). 기업가정신, 흡수역량과 창의성과간의 관계에 관한 연구. 『디지털융복합연구』, 16(10), 187-197
- 한성일, 소순열, 이승형. (1999). 농업경영성과 파악을 위한 개념의 체계화. 『한국축산경영학회지』, 15(2), 429-443.

- 한채원, 홍정표. (2017). 6차산업의 구성요소와 팜디자인에 관한 기초연구. 『산업디자인학연구』, 11(1), 21-29.
- 현의승. (2014). 『6차산업을 디자인하라』. 서울: 책넝쿨.
- 현정환. (1993). 자기효능감(Self-efficacy)에 관한 연구동향과 문제. 『한국심리학회지』, 12(1), 81-97.
- 홍의숙. (2009). “중소기업 리더 코칭이 자기효능감을 매개로 직무관련성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 송실대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍태익. (2018). “경영지도사 및 기술지도사의 자기효능감이 직무만족에 미치는 영향”. 한경대학교 박사학위논문.
- 홍현경. (2012). “자기효능감이 직무착근도, 혁신행동과 조직구성원행동에 미치는 영향 ; 서울시내 특급 호텔 근무형태에 따른 조절효과 중심으로”. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 황상규. (2013). 조직 내 기업가정신이 자기효능감과 기업성과에 미치는 영향: 경남지역 중소 제조업체를 대상으로. 『대한안전경영과학회지』, 15(4), 345-356.
- 황인표. (2007). 지역 벤처기업의 Entrepreneurship과 사회적 책임에 관한 실태분석. 『국제지역연구』, 11(3), 735-759.
- 황인학. (2016). 한국 기업가정신의 장기 변화 추이 분석. 『KERI Insight』, 16(10), 1-24.
- 황재희, 이성우. (2016). 농업의 6차산업화 융복합 유형과 농가 소득 증대효과. 『농촌경제』, 39(4), 1-28.
- (Web Site) 6차산업지원센터. <https://www.6차산업.com>
충북6차산업지원센터. <http://충북6차산업.com>

2. 국외문헌

- Ansari, B., Mirdamadi, S. M., Zand, A. & Arfaee, M. (2013). Sustainable entrepreneurship in rural areas. *Research Journal of Environmental and Earth Sciences*, 5(1), 26-31.
- Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. *Harvard Business School*, 30(1), 1-22.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122-147.
- Bandura, A. (1986). Social Foundations of Thought and Action: A social cognitive theory. *Englewood Cliffs*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bandura, A.(1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning, *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A. (1997). 『Self-efficacy: The exercise of control』. New York: W. H. Freeman.
- Bandura, A. & Wood, R.(1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 586-589.
- Bandura, A. (2012). One the Functional Properties of Perceived Self-Efficacy Revisited. *Journal of Management*, 38(1), 9-44.
- Baron, R. A. & Shane, S. A. (2005). *Entrepreneurship: a Process Perspective*. Ohio: Thomson/South-Western.
- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of business venturing*, 2(1), 79-93.

- Brockhaus, R. H. (1982). The Psychology of the Entrepreneur, Encyclopedia of Entrepreneurship. *Englewood Cliffs, NJ*: Prentice-Hall, 41-56.
- Brockhaus, R. H. & Horwitz, P. S. (1986). The Psychology of Entrepreneur, In D. L. Sexton & R. W. Smilor(Eds), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger, 25-48.
- Clark, C. (1940). *The Conditions of Economic Progress*. London: Macmillan & Co.
- Conant, J. S., Mokwa, M. P. & Varadarajan, P. R. (1990). Strategic types, distinctive marketing competencies and organizational performance : A multiple measures-based study. *Strategic Management Journal*, 11(2), 365-383.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship Firm Behavior, *Entrepreneurship: Theory And Practice*, 16(1), 7-25.
- Czop, K. & Leszczynska, A. (2011). Entrepreneurship and innovativeness : in search of the interrelationships. *International Journal of Innovation and Learning*, 10(2), 156-175.
- Dahles, H. & Bras, K. (1999). Entrepreneurs in Romance. Tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2),267-293
- Davidson, P. (1991). Continued entrepreneurs hip: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of business venturing*, 6(6), 405-429.
- Dollinger, M. J. (1984). Environmental boundary spanning and information processing effects on organizational performance. *Academy of Management Journal*, 27(2).
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. NY: Harper and Row.
- Feltham, G. A. & Xie, J. (1994). Performance measure congruity and

- diversity in multi-task principal/agent relations. *Accounting Review*, 69(3), 429–453.
- Fisher, A. G. (1939). Production, Primary, Secondary and Tertiary. *Economic Record*, 15(1), 24–38.
- Forbes, D. P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others?. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 623–640.
- Gardner, D. G. & Pierce, J. L. (1998). Self-esteem and self-efficacy within the organizational context. *Group and Organization Management*, 23, 48–70.
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15–28.
- Gartner, W. B. & Baker, T. (2010). A Plausible History and Exploration of Stevenson's Definition of Entrepreneurship, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(4), 2.
- Gist, M. E. and Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management Review*, 17(2), 183–211.
- Govindarajan, V. (1984). Appropriateness of accounting data in performance evaluation: An empirical examination of environmental uncertainty as an intervening variable, *Accounting Organization and Society*, 19(2), 125–135.
- Homburg, C. & Pflesser, C. (2000). A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: Measurement issues and performance outcomes. *Journal of marketing research*, 37(4), 449–462.
- Ittner, C. D. & Larcker, D. F. (1998). Innovations in performance measurement: Trends and research implications, *Journal of Management Accounting Research*, 4, 205–238.
- Kanter, R. M. (1983). *The Change Masters: Innovation for Productivity*

- in the American Corporation*. NY: Simon & Schuster.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard measures that drive performance. *Harvard Business Review*, (1-2), 71-79.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). Using the Balanced Scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, (1-2), 75-85.
- Kaplan, Roger. (1987). Entrepreneurship Reconsidered : The Antimanagement Bias. *Harvard Business Review*, 65(3), 84-89.
- Kenessey, Z. (1987). The Primary, Secondary, Tertiary and Quaternary Sectors of the Economy. *Review of Income and Wealth*, 33(4), 359-385.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: Guilford Press.
- Knight, F. H. (1921). Cost of production and price over long and short periods. *Journal of Political Economy*, 29(4), 304-335.
- Kuratko, D. F. (2009). "The entrepreneurial imperative of the 21st century." *Business Horizons*, 52(5), 421-428.
- Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (2001). "Improving firm performance through entrepreneurial actions: Acordia's corporate entrepreneurship strategy." *Academy of Management Perspectives*, 15(6), 114-130.
- Latham, G. P. & Locke, E. A. (1991). Self-regulation through goal setting. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 212-247.
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C. & Schneider, D. R. (2009). Understanding and measuring autonomy : An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 47-69.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial

- orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135–172.
- Lunenburg, F. C. (2011). Self-efficacy in the workplace: Implications for motivation and performance. *International Journal of Management, Business, and Administration*, 14(1), 1–6.
- March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization science*, 2(1), 71–87.
- McClelland, D. C. (1961). *The achievement society*. Princeton, NJ: Von Nostrand.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement and Entrepreneurship. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.1, 389–392.
- Miller, D.(1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Miller, D. & Friesen, P. H. (1982). Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1–25.
- Morris, M. H. & Paul, G. W. (1987). "The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms", *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247–259.
- Peterson, T. O. and Arnn, R. B. (2005). Self-efficacy: The foundation of human performance. *Performance Improvement Quarterly*, 18(2), 5–18.
- Pintrich, R. R. & DeGroot, E. V. (1990). Motivational and self-regulated learning Components of classroom academic performance. *Journal of Educational Psychology*, 82, 33–40.
- Price, L. L., Eric, A. & Patrick T. (1995). Going to Extremes: Managing Service Encounters and Assessing Provider Performance. *Journal of Marketing*, 59(April), 83–97.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external

- control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28.
- Saxena, S. (2012). Problems Faced By Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve. *Journal of Business and Management*, 3(1), 23–29.
- Schunk, D. H. (1984). Self-efficacy perspective on achievement behavior. *Educational Psychologist*, 19, 48–58.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness*. San Francisco: Freeman.
- Sherer M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B. & Rogers, R. W. (1982). The Self-Efficacy Scale: Construction and validation. *Psychological Reports*, 51(2), 663–671.
- Sobel, R. & Sicilia, D. (1986). *The Entrepreneur, An American Adventure*. Boston : Houghton Mifflin.
- Spector, P. E. (1982). “Behavior in Organizations as a Function of Employee's Locus of Control,” *Psychological Bulletin*, 91(3), 482–497.
- Styles, C. (1998). Export performance measures in Australia and the United Kingdom. *Journal of international Marketing*, 6(3), 12–36.
- Tipton, R. M. & Worthington, E. L. (1984). The measurement of generalized self-efficacy: A study of construct validity. *Journal of Personality Assessment*, 48(5), 545–548.
- Vesala K. M., Peura J. & McElwee G. (2007). The split entrepreneurial identity of the farmer. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(1), 48–63.
- Wilson, F., Kickul, J. & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387–406.
- Wood, R. E., Mento, A. J. & Locke, E. A. (1987). Task complexity as a moderator of goal effects: A meta-analysis. *Journal of Applied*

- Psychology*, 72, 416–425.
- York, K. M. & Miree, C. E. (2004). Causation or covariation : an empirical re-examination of the link between TQM and financial performance. *Journal of Operations Management*, 22(3), 291–311.
- Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259–285.
- Zahra, S. A. & Covin, J. G. (1995). Contextual Influence on the Corporate Entrepreneurship Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43–58.
- 今村奈良臣. (1998). 新たな価値を呼ぶ, 農業の6次産業化:動き始めた, 農業の総合産業戦略. 『地域に活力を生む, 農業の6次産業化:パワーアップする農業・農村』, (財)21世紀村づくり塾, 1–28.
- 今村奈良臣. (2011). 農業の6次産業化で地域に活力を. 『畜産の情報』, 2011(11).
- 今村奈良臣. (2012a). 農業の6次産業化の理論と実践の課題. 『ARDEC』, 47, 2–6.
- 今村奈良臣. (2012b). Opinion. 『畜産の情報』, 2012(12), 2–6.
- 葉山幹恭. (2013). 非大規模農家による多角化戦略の現状. 『追手門経営論集』, 19(1), 201–223.
- 吉田真悟. (2020). 都市近郊農業経営の多角化プロセスと経営発展の相互関係. 『農林水産政策研究』, 32(0), 17–41.
- 川崎訓昭. (2016). 農業経営の発展とアントレプレナーシップ. 『農業経営研究』, 54(1), 13–24.
- 加藤知愛. (2013). 北海道における農業六次産業化企業家育成事業 : アントレプレナーたちの実践事例研究. 『開発こうほう』, 2013(2), 34–38.
- 木南章, 木南莉莉, 古澤慎一. (2020). 農業経営の多角化における起業家精神とソーシャル・キャピタル : 農産物加工事業と消費者への直接販売事

- 業を対象として.『新潟大学農学部研究報告』, 72(0), 51-58.
- 木南章, 木南莉莉, 古澤慎一. (2021). 日本農業における新規開業と起業家精神.『日本地域学会 第58回 年次大会 学術発表論文集』.
- 工藤康彦, 今野聖士. (2014). 6次産業化における小規模取り組みの実態と政策の課題.『農経論叢』, 69(0), 63-76.
- 小林茂典. (2012a). 6次産業化の展開方向と課題.『月刊Nosai』, 64(6), 38-46.
- 小林茂典. (2012b). 6次産業化の類型化とビジネスモデル.『農林水産政策研究所シンポジウム』, 2012(11).
- 小林茂典. (2015). 6次産業化の動向と課題.『農村生活研究』, 58(2), 10-20.
- 小椋康宏. (2014). 企業家精神と企業家的経営者 : ベンチャー創出の行動理念.『現代社会研究』, 12(0), 15-22.
- 藤崎浩幸. (2018). 農業農村の六次産業化.『森林環境』, 2018, 46-54.
- 坂田祐里香, 長屋沙和子, 辻凌平, 中野響子, 中村圭. (2012). 農業の6次産業化促進のために - 取引コスト理論からのアプローチを通じて.『WEST 論文研究発表会 2012』, 1-41.
- 伴秀実, 東山寛. (2020). 小規模農業者による六次産業化の取り組みと顧客への新たな「価値創造」: 千歳市・小栗農場「(有)ファーム花茶」を事例として.『農経論叢』, 74(0), 109-117.
- 農林水産政策研究所. (2015).『6次産業化の論理と展開方向: バリュチェーンの構築とイノベーションの促進』.
- 八木洋憲. (2018). 農業経営学における経営戦略論適用の課題と展望.『農業経営研究』, 56(1), 19-33.
- (ウェブ) 農林水産省 - 農林漁業の6次産業化, 6次産業化の政策について.
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>

설문지

귀 경영체의 무궁한 발전을 기원합니다.

본 설문은 “6차산업 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향”에 관한 실증분석을 위해 진행되는 조사입니다.

본 설문지는 농업경영체를 운영·관리하는 경영주 및 임원, 농가대표, 영농관련 법인 및 조합임원을 대상으로 작성되었습니다.

응답하시는 정보는 학문적 기여는 물론 우리 농업경영체의 역량강화를 위하여 유익한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

설문에 응답하신 모든 정보는 학술적인 목적 외에는 어떠한 용도로 사용되지 않으며, 통계법에 따라 통계적 목적으로만 이용할 수 있습니다.

설문지를 작성함에 있어 진솔한 응답을 통해 보다 효과적인 연구가 진행될 수 있도록 협조를 부탁드립니다,
본 연구를 위해 귀중한 시간을 할애하여 주신데 대해 깊은 감사 말씀을 드립니다.

2021. 9.

한성대학교 대학원 지식서비스&컨설팅학과
지도교수 : 김 상 봉
연구자 : 제 영 만

I. 6차산업 기업가정신에 대한 질문입니다. 각 문항에 대해 평소 가장 가깝게 생각하시는 항목에 “V”표시를 해 주시기 바랍니다.

구분	기업가정신 : 경영자나 기업종사자가 갖추어야 할 자세나 정신 (객관적, 일반적 생각으로 체크)	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
혁신성	1. 나는 성장과 발전을 추구한다	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 신상품 개발이나 끊임없는 변화를 추구한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 최신 경영기법을 도입하려고 노력한다	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 창의적 마케팅방법을 활용하고자 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 창조적이고 독창적인 아이디어를 수용한다.	①	②	③	④	⑤
지취성	1. 나는 시장흐름을 지속적으로 파악한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 고객이 무엇을 원하는지 파악한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 경쟁사의 움직임을 신속히 파악한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 신제품 개발이나 새로운 서비스를 도입하고자 한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 끊임없이 틈새시장을 찾고 신속하게 공략한다.	①	②	③	④	⑤
위험감수성	1. 나는 위험을 무릅쓰고 환경변화에 적극 대응한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 위험이 높더라도 수익이 큰 사업을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 기회를 잡기 위해 약간은 무모하더라도 도전한다	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 새로운 사업 분야에 적극 진출하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 아이템에 대한 확신이 들면 과감하게 투자한다.	①	②	③	④	⑤
지정성	1. 나는 진심에서 우러나오는 서비스를 한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 정성을 다해 서비스를 한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 정직하게 서비스를 한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 자신의 내면에서 우러나오는 서비스를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 인간적인 느낌이 나는 서비스를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
협력성	1. 나는 공동목표에 참여하고 따른다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 동료들을 배려한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 우리 조직에서 주어진 책임과 역할을 다한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 조직이 어려운 상황일 때 희생한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 동료가 도움이 필요할 경우 언제든지 도와준다.	①	②	③	④	⑤
의사소통능력	1. 나는 상대방의 입장에서 문제를 이해하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 상대방의 의견에 경청하고, 반응한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 자유롭게 나의 의견을 제시한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 여러가지 방법으로 서로 반대되는 의견을 조정한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 상대방의 주장과 행동에 관심을 기울인다.	①	②	③	④	⑤

네트워크영역	1. 나는 업무와 관련된 세미나나 워크숍에 자주 참석한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 업무와 관련된 협회나 조직 활동에 자주 참석한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 다양한 사람들에게 업무와 관련된 정보를 구한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 업무상 만난 사람들에게 자주 연락한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 다양한 친구 모임에 자주 참석한다.	①	②	③	④	⑤
사회적책임	1. 나는 사회에 공헌하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 사회적 책임감을 갖고 공익사업을 한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 기부 협찬활동을 꾸준히 실천한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 고용창출을 통해서 사회의 경제적 성장에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 지역공동체의 필요를 잘 파악하고 있다.	①	②	③	④	⑤
	6. 나는 지역행사에 참여하고 지원한다.	①	②	③	④	⑤
도전성	1. 나는 안정적인 일보다 개척하고 변화하는 일을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 경험이 없는 새로운 업무에 도전하는 것을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 매사에 매우 정열적으로 일한다	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 주어진 일의 어려움이 크더라도 최선을 다한다	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 여러 가지 힘든 어려움을 극복할 자신이 있다	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 다음은 자기효능감에 대한 질문입니다. 각 문항에 대해 평소 가장 가깝게 생각하시는 항목에 “V”표시를 해 주시기 바랍니다.

자기효능감 : 주어진 일에 대해 성공적으로 수행할 수 있다는 자신에 대한 믿음 (객관적, 일반적 생각으로 체크)	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 다른 사람보다 일을 잘 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 많은 장애물을 효과적으로 극복할 수 있다고 확신한다.	①	②	③	④	⑤
3. 대체로 내가 한 일에서 중요한 성과들을 얻을 수 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 어려운 과제가 주어져도 그것을 해낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 어려운 상황이 되어도 많은 일을 잘 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 내가 정한 대부분의 목표를 달성할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 어려운 일을 효과적으로 수행할 수 있다고 믿는다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 하고자 마음먹은 일을 해낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 경영성과에 대한 질문입니다. 각 문항에 대해 평소 가장 가깝게 생각하시는 항목에 “V”표시를 해 주시기 바랍니다.

사업성과 : 코로나19에 의해 매출 및 수익성에 영향이 있을 수 있습니다. 타업체나 조합에 비해 상대적으로 어떠한지 평가바랍니다.	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 코로나19 이전까지 매출액이 증가하였고, 이후에도 증가할 것이다.	①	②	③	④	⑤
2. 코로나19 이전까지 수익성이 향상되었고, 이후에도 향상될 것이다.	①	②	③	④	⑤
3. 판매처나 고객수가 증가하였고, 코로나19 이후에도 증가할 것이다.	①	②	③	④	⑤
4. 재구매하는 소비자가 증가하였고, 코로나19이후에도 증가할 것이다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리 상품·제품의 인지도가 높아졌다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6. 다른 곳과 비교해서 우리 상품·제품의 만족도가 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 내가 하고있는 일이 가치있는 일이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 다음은 6차산업 인증 여부에 대한 질문입니다. 6차산업 인증 경영체일 경 우 2번의 인증유형에도 “V”표시를 해 주시기 바랍니다.

6차산업 인증 / 미인증	있다	없다
1. 6차산업 인증 여부	[]	[]
2. 6차산업인증을 받은 경우 유형에 체크하여 주시기 바랍니다. - 1차+2차 () - 1차+3차 () - 1차+2차+3차 ()		

Ⅴ. 다음은 일반사항에 대한 질문입니다. 해당되는 항목에 “V”표시를 해 주시 기 바랍니다.

성별	① 남자 () ② 여자 ()
연령	① ~20대 () ② 30대 () ③ 40대 () ④ 50대 () ⑤ 60대이상 ()
학력	① 초중고졸 () ② 대졸(2,3년제) () ③ 대졸(4년제) () ④ 대학원이상 ()
매출액	연 _____ 원(2~4년평균)
경영체/ 조합원 수	- 성수기 최대 인원 기준 ① 5인미만 () ② 5인~10인 () ③ 11인~20인 () ④ 21인 이상 ()
기업형 태	① 농업회사법인 () ② 영농조합법인 () ③ 개인사업자 () ④ 일반농업인 () ⑤ 일반회사법인 () ⑥ 협동조합 () ⑦ 기타 ()

설문에 응답해 주신데 대해 다시 한번 감사의 말씀을 드립니다.

ABSTRACT

The Effects of the Rural 6th Industrialization Entrepreneurship
Paradigm on Business Performance
: Focusing on the Mediational Effect of Self-efficacy

Je, Young-Man

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

The Graduate School

Hansung University

The rapid industrialization of agriculture and rural areas in South Korea (Republic of Korea) has given rise to various challenges to be addressed and overcome by both the populace and the government. These challenges included but were not strictly limited to: the aging and declining rural population, the continuing reduction of agricultural income and the growing threat of rural community extinction. Thus, in response, the rural 6th industrialization, focusing on the growth, proliferation and revitalization of said rural areas, was proposed. Entrepreneurship should be considered to be a key requirement in present time where agricultural business entities have expanded their industrial domain via management diversification. This stands especially true as the rural 6th industrialization has different characteristics in comparison to existing industrial, economic and management fields.

Taking the aforementioned factors into consideration, this study

attempted to analyze: firstly, the characteristics of the rural 6th industrialization entrepreneurship paradigm and secondly, the impact and effects of said entrepreneurship paradigm on agricultural business entities (and thus the efficacy of the rural 6th industrialization itself). By cooperating with organizations partaking in the rural 6th industrialization, data was collected via utilizing surveys targeting agricultural and rural industries in Chungcheongbuk-do. Data analysis techniques such as basic statistical analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, measurement model analysis and structural equation model analysis were then performed to extract meaningful data. The general findings of this study can be found below:

Firstly, it was identified that innovation, risk assessment and authenticity positively affected self-efficacy, which, in turn, positively affected its mediational effect on the rural 6th industrialization entrepreneurship paradigm (ultimately improving business performance). In contrast, it was identified that personal initiative and other various factors did not affect self-efficacy in a statistically significant manner. This can be attributed to the standardized structure of supply and customer trend within the exemplified group of small to medium sized agricultural business entities. Furthermore, the relationship between unique local characteristics, business affinity and relevant personnel can be seen as a detrimental factor to self-efficacy.

Secondly, it was found that personal initiative, which was considered to be a non-significant variable of the rural 6th industrialization entrepreneurship paradigm, displayed positive effects on business performance. This discovery, however, could somewhat be logically inferred as an active attitude can increase a given business's scope of opportunities (especially in terms of agricultural commerce, where goods and services can be significantly affected by physical limitations).

Thirdly, it was discovered that self-efficacy, especially in terms of agricultural business entities, had a significantly positive effect on business performance. This result coincided with findings in previous studies that had a similar context.

Fourthly, it was confirmed that self-efficacy exhibited a moderate positive mediating effect on factors that contributed towards effective entrepreneurship within the rural 6th industrialization and management performance. However, it should be noted that innovation, risk assessment and self-efficacy were the only factors that exhibited such positive effects (i.e. other factors did not exhibit such behavior).

Fifthly, the hypothesis that organizations adopting the rural 6th industrialization entrepreneurship paradigm (i.e., rural 6th industrialization certified) would experience significant improvement in business performance was identified to be false. However, in a multi-group analysis between organizations that were rural 6th industrialization certified (n=113) and organizations that were not (n=105); it was discovered that certified organizations displayed better business performance relatively to non-certified organizations.

Lastly, it was found that certified and non-certified organizations possessed different factors that affected the understanding, adoption and realization of the rural 6th industrialization entrepreneurship paradigm. This may be attributed to the fact 76% of the respondents were aged 50 or over with varying backgrounds of industry education.

This study was meaningful as it manifested the concept of the rural 6th industrialization entrepreneurship paradigm. In addition, it analyzed the relationship between the aforementioned paradigm, self-efficacy and management performance. This was done in the current context where theoretical research on rural entrepreneurship paradigm and empirical

research on management performance affecting entrepreneurship and self-efficacy are limited. In addition, this study was also meaningful as it underlined the importance of entrepreneurship in rural areas at a timeline where varying small-scale production, standardization and management diversification are required. As new agricultural technologies, such as smart farms, are introduced due to the 4th Industrial Revolution, responding to the looming challenges mentioned earlier, such as: the aging and declining rural population, the continuing reduction of agricultural income and the growing threat of rural community extinction are critical aspects to consider and address for the future.

【Keywords】 6th industry, Rural 6th industrialization, Rural convergence industry, Agricultural business entity, Entrepreneurship, Self-efficacy, Business Performance