



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

공 학 박 사 학 위 논 문

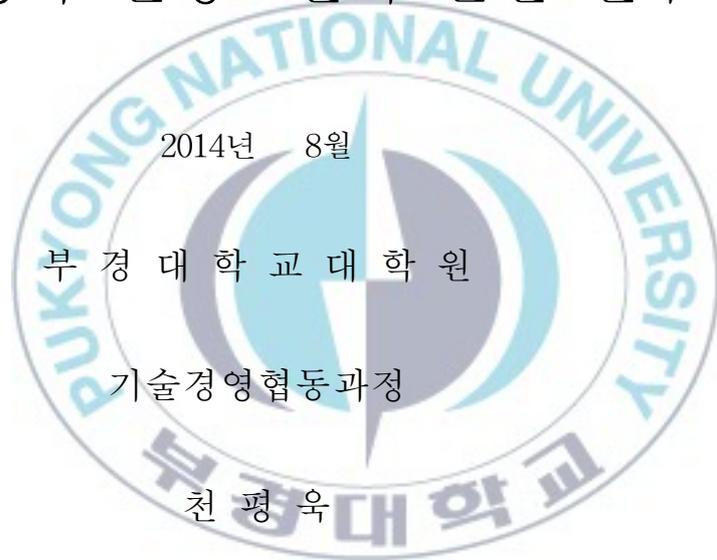
모바일 앱 1인 창조기업의
사업 성과 결정요인에 관한 연구

2014년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

기술경영협동과정

천 평 욱



공 학 박사 학 위 논 문

모바일 앱 1인 창조기업의
사업 성과 결정요인에 관한 연구

지도교수 옥 영 석

이 논문을 공학박사 학위논문으로 제출함.

2014년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

기술경영협동과정

천 평 욱

천평욱의 공학박사 학위논문을 인준함

2014년 8월 22일

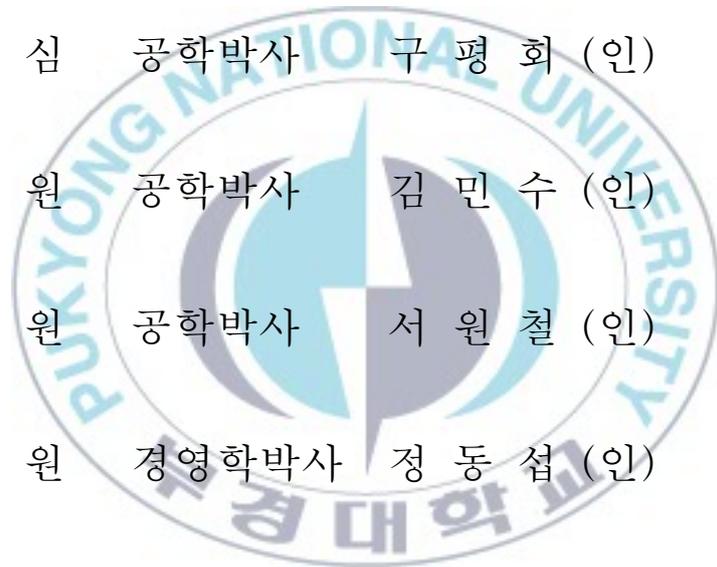
주 심 공학박사 구 평 회 (인)

위 원 공학박사 김 민 수 (인)

위 원 공학박사 서 원 철 (인)

위 원 경영학박사 정 동 섭 (인)

위 원 공학박사 옥 영 석 (인)



차 례

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구 배경 및 목적	1
제 2 절 연구 방법 및 체계	6
제 2 장 이론적 배경	8
제 1 절 모바일 앱 1인 창조기업의 개념과 역할	8
제 2 절 국내외 1인 창조기업 지원정책 분석	19
제 3 절 사업성과 요인에 관한 선행 연구	36
제 4 절 사회적 자본에 관한 선행 연구	61
제 5 절 선행 연구 문제점과 시사점	69
제 3 장 연구모형 및 가설	71
제 1 절 연구모형	71
제 2 절 연구가설	80
제 4 장 실증 연구 방법론	85

제 1 절	변수의 조작적 정의	85
제 2 절	설문지 구성	88
제 3 절	표본의 구성 및 자료수집	90
제 5 장	실증분석 결과 및 토의	91
제 1 절	표본의 특성	91
제 2 절	변수의 타당성 및 신뢰성 분석 결과	100
제 3 절	가설 검증 결과	104
제 4 절	가설 검증 결과에 대한 토의	115
제 6 장	결 론	130
제 1 절	연구 결과의 요약	130
제 2 절	연구의 시사점	134
제 3 절	연구의 한계 및 향후 연구 방향	136
참 고 문 헌	138
설 문 지	154
감사의 글	159

표 목차

<표 2-1> 1인 창조기업의 범위	9
<표 2-2> 1인 창조기업/사업과 타기업/조직 비교	12
<표 2-3> 2014년 IT 트렌드 예측	13
<표 2-4> 1인 창조기업 유형 비교	15
<표 2-5> 2013년 인터넷이용실태조사 주요 결과	16
<표 2-6> 미국 중소기업청의 창업 지원 내용	20
<표 2-7> NESTA의 창조기업 창업지원 프로그램	22
<표 2-8> 영국의 창업부양 프로그램	22
<표 2-9> 영국의 산학협력 관련 정책	23
<표 2-10> 독일의 실업자에 대한 창업지원 프로그램	24
<표 2-11> EXIST 지역거점 프로그램	25
<표 2-12> 2012년 중소기업청 창업지원 사업	30
<표 2-13> 2014년 중소기업청 창업지원 사업	31
<표 2-14> 기업 성장과 자금 조달 단계 프레임워크	45
<표 2-15> 국가별 제조분야 중소기업 고용비율 변화	46
<표 2-16> 1인 창조기업 사업성과 선행연구 결과 요약	68
<표 4-1> 설문지의 구성 내용	88
<표 4-2> 변수의 정의	89
<표 5-1> 지역에 대한 동질성 효과 검정	92
<표 5-2> 변수별 기술적 통계량	95
<표 5-3> 생존기간에 따른 매출액과 성장성의 차이	96

<표 5-4> 변수들 간의 상관관계	98
<표 5-5> 요인분석 결과	101
<표 5-6> 주요 변수에 대한 측정 도구의 신뢰도	102
<표 5-7> 가설 1의 검증 결과 (환경 동태성과 사업 성과)	104
<표 5-8> 가설 2의 검증 결과 (기업 특성과 사업 성과)	105
<표 5-9> 가설 3의 검증 결과 (경영 전략과 사업 성과)	106
<표 5-10> 가설 4-1의 검증 결과 (환경 동태성과 사업 성과, 네트워크 강도) ...	107
<표 5-11> 가설 4-2의 검증 결과 (환경 동태성과 사업 성과, 네트워크 신뢰도)	108
<표 5-12> 가설 4-3의 검증 결과 (기업 특성과 사업 성과, 네트워크 강도)	109
<표 5-13> 가설 4-4의 검증 결과 (기업 특성과 사업 성과, 네트워크 신뢰도)	110
<표 5-14> 가설 4-5의 검증 결과 (경영 전략과 사업 성과, 네트워크 강도)	112
<표 5-15> 가설 4-6의 검증 결과 (경영 전략과 사업 성과, 네트워크 신뢰도)	114
<표 5-16> 모바일 앱 1인 창조기업의 핵심 성과 요인 분석	129

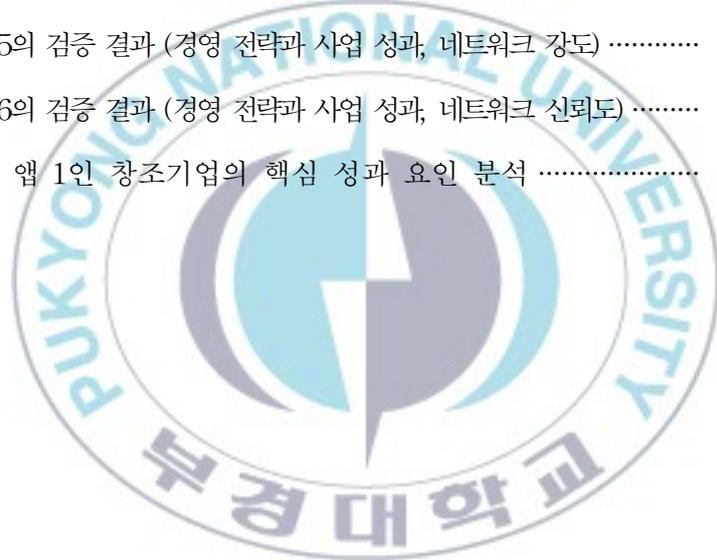


그림 목차

<그림 1-1> 연구의 구성	7
<그림 2-1> 세계 모바일 앱 이용자 수 및 매출 추이	17
<그림 3-1> 연구모형	72
<그림 5-1> 기술변화-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과	116
<그림 5-2> 기술변화-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과	117
<그림 5-3> 산업경험-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과	117
<그림 5-4> 산업경험-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과	118
<그림 5-5> 교육훈련-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과	118
<그림 5-6> 교육훈련-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과	119
<그림 5-7> 보유자금-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과	119
<그림 5-8> 보유자금-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과	120
<그림 5-9> 차별화전략-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과	120
<그림 5-10> 차별화전략-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과	121
<그림 5-11> 원가우위전략-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과	121
<그림 5-12> 원가우위전략-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과	122
<그림 5-13> 산업경험-매출액 관계에 컨설턴트 신뢰도의 조절효과	123
<그림 5-14> 원가우위전략-성장성 관계에 금융기관 강도의 조절효과	124
<그림 5-15> 원가우위전략-성장성 관계에 고객 강도의 조절효과	125
<그림 5-16> 원가우위전략-성장성 관계에 금융기관 신뢰도의 조절효과	126
<그림 5-17> 원가우위전략-성장성 관계에 고객 신뢰도의 조절효과	127
<그림 5-18> 원가우위전략-성장성 관계에 컨설턴트 신뢰도의 조절효과	128
<그림 6-1> 연구결과의 요약	133

A Study on Determinants of Business Performance
in One-Person Creative Company of Mobile App Industry

Phyeong Uk Cheon

Interdisciplinary Program of Management of Technology,
The Graduate School, Pukyong National University

Abstract

In order to alleviate the polarization between economy and high youth unemployment rates in Korea, The Korean Government has been implementing a range of policies for one-person creative companies. But, a study on business performance of “one person creative company” in mobile application industry hasn’t been conducted yet.

The purpose of this study is to find factors influencing the feature of business environment, business characteristics and business strategy on the performance of one person creative company in the mobile application industry. The dependent variable used in this study includes turnover and growth of business.

This empirical study was conducted by 79 entire companies designated by BMAC (Busan Mobile Application Center) and GSMAC (Gwangju Smart Mobile Application Center). It used the questionnaire method for the one person creative company of mobile application industry and used the regression analysis to test the hypotheses of influencing effects and moderating effects.

Results of this empirical study are as follow:

First, with the rapid advances in mobile application technologies, business circumstances using the new competitive model quickly appeared to have a positive impact on financial result(turnover) and growth of business(market share, brand awareness). The company will be expanding by using the Entrepreneur' s continuous monitoring, analysis and response of the external competitive environment. Therefore the turnover of company will continue to increase by creating a virtuous cycle where the organization has an ability to develop the product competitiveness and increase revenue.

Second, this study shows that the one person creative company funds have a positive impact on the turnover of one person creative company. There are three main types of funds; personal funds, government funds and bank loans. Ample funds will be the foundation for selection and concentration to maintain competitiveness of the business or even outsource non-core field. In addition, adequate supply of manpower required will be enabled, to contribute to financial result. At this point, an entrepreneur' s personal funds mainly come from previous

employments. There is a limit to get a bank loan with a one person creative company size, career etc. Therefore, It is readily assumable that the funds from support organizations, as a measure to give one person creative company funds support, will contribute greatly to the growth of business competition.

Third, there is an indication that promoting the business by separating differentiation strategy and cost leadership strategy has a positive impact on business growth. This phenomenon shows that the market share and recognition are increasing with the promotion of the business by selection and concentration efficiently while aimed at a clear target.

Fourth, the moderating effect on the scope and the strength of the network regarding factors that influence the business environment, features of the company and business strategy of one person creative company is as follows:

① The speed of technological change in a business environment has a beneficial effect on growth of business. The contact frequency and the reliability of support organizations, and customer confidence work as moderating effects.

② Company funds have a beneficial effect on growth of business, Customer confidence is working as a moderating effect.

③ Cost leadership strategy has a beneficial effect on business growth, the contact frequency and the reliability of support organizations, customer confidence, and the credibility of consultant were they are working as moderating effects.

As described above, there is a difference in business performance depending on the contact frequency and the reliability of one person creative company in the mobile application industry. Thus, there is a need to provide opportunity for one person creative companies that interact with external networks and build mutual trust steadily. In conclusion, If one person creative company can build networks that can overcome the weakness of a lack of resources such as information, manpower etc, then turnover and growth of business will increase.



제 1 장 서 론

제 1 절 연구 배경 및 목적

2008년 미국의 금융위기로 시작된 글로벌 금융위기는 한국 경제 전체에 영향을 미치고 있다. 특히 우리나라 경제의 일자리 창출능력 저하로 인해 2013년 1월의 실업률 3.4%가 2014년 1월에는 3.5%로 0.1% 상승하였으며, 청년 실업률은 2013년 1월 7.5%에서 2014년 1월에는 8.7%로 1.2%나 상승한 것으로 조사되었다¹⁾. 이러한 청년 실업은 사회적 총생산의 손실을 초래하고, 비경제활동 인구의 생계를 보장하기 위한 사회적 부담증가로 국가의 재정적 측면에서 부정적인 영향과 함께 일자리를 얻지 못한 청년들의 이탈 현상을 가져오는 등 국가 경쟁력이 약화되는 문제점을 안고 있다.

이와 더불어, 한국경제의 구조적 변화로 기존 중산층이 직장을 잃으면서 자영업을 시도하다가 실패하여 새로운 빈곤층을 형성하는 현상이 발생하는 등 경제 양극화로 인한 심각한 사회 문제가 나타나고 있다.

이와 같은 심각한 청년실업률과 경제 양극화 현상을 해결하기 위한 방안으로 경제적 부가가치와 일자리 창출에 있어 1인 창조기업의 역할을 인식

1) 실업자는 89만1천명으로 전년동월대비 4만4천명 증가
졸업을 앞두고 있는 청년층의 구직활동 증가와 가사 및 쉬었음의 비경제활동 인구 감소로 실업자수가 증가

	'13. 1월	10월	11월	12월	'14. 1월
· 실업자(만명)	84.7	72.4	70.0	77.4	89.1
· 전년동월증감(만명)	-0.6	0.6	-1.0	3.7	4.4
· 실업률(%)	3.4	2.8	2.7	3.0	3.5
· 청년층(15~29세)	7.5	7.8	7.5	8.5	8.7
· *(25~29세)	(6.4)	(7.4)	(7.5)	(7.3)	(6.9)

(통계청 고용동향(<http://kostat.go.kr>), 2014)

하여, 2011년 4월 [1인 창조기업 육성에 관한 법률]을 제정하고 창의적인 아이디어·전문기술·지식을 갖춘 1인 창조기업에 대한 정부의 지원 시책이 추진되고있다. 중소기업청(2013)은 이와 같은 노력의 결과로 1인 창조기업의 수가 2009년 20.3만개에서 2012년 29.6만개로 늘었으며, 향후 미래 경제의 핵심주체로 중요성이 더욱 부각될 것으로 발표하였다²⁾.

미래창조과학부(2014)의 통계자료에 의하면 2009년 11월 아이폰의 국내 이동통신 시장 진출 이후 우리나라 스마트폰 가입자는 2012년 12월 3,000만 명을 돌파하였으며, 2013년 12월 3,700만명을 넘어서면서 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다.³⁾ 그리고 보도자료를 통해 우리나라 인터넷 이용자수는 2003년 2,922만명에서 2013년 7월 4,000만명으로 늘었고, 이용율은 65.5%에서 82.1%로 증가하였고, 이와 같은 인터넷 이용자수의 증가는 스마트폰 보급에 따른 무선인터넷의 사용 증가에 따른 것으로 분석하였다⁴⁾. 이와 같이 언제 어디서나 인터넷을 자유롭게 사용할 수 있는 스마트 디바이스의 보급과 더불어 IoT⁵⁾로 대변되는 다양한 종류의 전자제품들이 인터넷

2) 중소기업청은 1인 창조기업의 현황과 운영실태에 대해 조사한 결과 창조적 아이디어를 바탕으로 하는 1인 창조기업 창업이 활발하게 나타나는 것으로 조사되었다고 밝혔다. 이는 전년('11, 26.2만개) 대비 13% 증가한 결과로 취업 보다는 창업을 선호하는 추세와 지식서비스 분야의 중요성 증대, 아웃소싱의 증가, 정부의 창업정책 강화에 따른 것으로 분석된다.

* 1인 창조기업수 : ('09) 20.3만개 → ('10) 23.5만개 → ('11) 26.2만개 → ('12) 29.6만개

3) * 스마트폰 가입자 : ('11.12) 22,578천명 → ('12.12) 32,727천명 → ('13.12) 37,517천명
(미래창조과학부 무선 통신서비스 통계 현황(<http://www.msip.go.kr>), 2014)

4) * 인터넷 이용자 : ('13) 2,922만명 → ('13) 4,008만명 (이용율 : 65.5% → 82.1%)

* 스마트폰 보유 가구수 : ('11) 42.5% → ('12) 65.0% → ('13) 79.7%

* 가구 인터넷 접속율 : ('12) 97.4% → ('13) 98.1%

* 유선 인터넷 접속율 : ('12) 82.1% → ('13) 79.8%

(미래창조과학부 2013 인터넷 이용실태조사(<http://www.msip.go.kr>), 2013)

5) IoT(Internet of Things)는 인간과 사물, 서비스 세가지 분산된 환경 요소에 대해 인간의 명시적 개입 없이 상호 협력적으로 센싱, 네트워킹, 정보 처리 등 지능적 관계를 형성하는 사물 공간 연결망

IoT의 주요 구성 요소인 사물은 유무선 네트워크에서의 end-device뿐만 아니라, 인간, 차량, 교량, 각종 전자장비, 문화재, 자연 환경을 구성하는 물리적 사물 등이 포함

에 연결됨으로써 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 디바이스가 상호간에 영향을 주고받으며 새로운 사업과 소득 기회가 창출되는 스마트 신경제 시대가 도래하였다는 것을 의미한다.

이와 같은 스마트 산업을 주도하기 위해 글로벌 IT 기업인 애플과 구글, 마이크로소프트는 하드웨어부터 소프트웨어, 콘텐츠, 플랫폼까지 아우르는 자신들만의 생태계를 구축하여 서로 치열한 경쟁을 벌여지고 있으며, 콘텐츠를 기반으로 한 아마존과 페이스북도 경쟁에 가세하고 있다. 국내의 경우 SKT, KT, LGT, 삼성 등 대기업이 국내 스마트 생태계 주도권을 놓고 경쟁하고 있으며, 네이버와 카카오도 생태계에 도전장을 내밀면서 치열한 경쟁이 진행되고 있다.⁶⁾

또한, 경제 패러다임도 실물중심의 산업경제에서 정보와 소프트웨어 중심의 지식경제로 변화한 후 창의성과 상상력을 중심으로 하는 창조경제로 변화하였고, 혼자서도 창업이 가능한 개인중심 창조경제로 발전하고 있다. 박근혜 정부는 과학기술과 산업이 융합하고, 문화와 산업이 융합하고, 산업간의 벽을 허문 경계선에 창조의 꽃을 피우는 창조경제를 강조하였으며⁷⁾, 새로운 아이디어를 바탕으로 한 사업과 기존의 사업에 새로운 기술이나 기존 기술을 융·복합하는 사업이 활발하게 일어나는 모바일 앱 산업이 창조경제시대의 핵심 산업에 포함된다.

이러한 배경에서, 중앙정부(중소기업청, 방송통신위원회, 문화체육관광부, 미래창조과학부)에서는 스마트 산업 생태계를 조성하고 생태계의 중심축인 1인 창조기업을 육성하고 지원하기 위해 개발 자금, 정보 제공, 커뮤니티 운영, 전문 교육, 국내외 마케팅 등 다양한 지원 정책을 펼치고 있다. 그리

6) 스마트 생태계 운영 현황 : App Store(애플), Google Play(구글), Windows Store(마이크로소프트), Amazon AppStore(아마존), 페이스북 AppStore(페이스북), T스토어(SKT), 올레마켓(KT), U+ 스토어(LGT), 네이버 앱스토어(NHN), KakaoGame(카카오)

7) 박근혜 대통령 취임사(2013) 인용

고 지방자치단체에서도 지역의 IT산업의 활성화와 지역 청년 실업 해소를 위해 모바일 앱 지원시설을 구축하고, 창업지원실 운영, 창업자금 지원, 경영·기획·마케팅·기술 분야의 전문 교육, 앱의 판매를 위해 홍보, 마케팅, 퍼블리싱 지원과 투자유치 지원 등 다양한 사업을 추진하고 있다.

향후 미래 경제의 핵심주체이지만 경영능력과 자원이 부족한 한계점에 당면한 1인 창조기업의 특성을 파악하고 창업활성화 및 성공률을 높이기 위해 꾸준한 관심과 연구가 이루어져 오고 있다. 1인 창조기업에 대한 연구는 크게 두 개의 방향에서 이루어져 왔다. 하나는 1980년대 시작된 벤처기업에 대한 연구를 바탕으로 2009년부터 1인 창조기업에 대한 개념, 필요성 및 제공서비스 중심으로 연구가 이루어져 왔으며(나관식, 2012; 심상민, 2010; 이승희·김건, 2012, 최경규·김하경, 2013, 황보윤·양영석, 2012; FitzRoy, 1993; Marco & Michael & Roy, 2000; Steve, 2013), 이들의 연구에서 1인 창조기업의 개념과 등장 배경, 발전 과정과 벤처기업과의 차이점과 경제에 있어서의 영향력 등을 확인하고 있다.

1인 창조기업에 대한 다른 연구 방향은 1인 창조기업의 효율적 운영과 성과 평가에 대한 연구이다. 그러나, 현재 국내에서는 1인 창조기업의 성과 요인에 관련된 연구는 본격적으로 시작되지 못하고 있으며, 해외에서는 1인 창조기업 개념을 포함하는 스타트업과 중소기업의 성과 요인에 대한 연구가 진행되고 있다(구문모, 2010; 구문모, 2012; 김선진, 2010; 신동하, 2011; Andrea & Christine, 2010; David, 1989; Enrico & Roberta, 1995; Gavin, 2004; Michael & Charles, 2000; Paul, 1997; Timothy, 2005).

우리나라의 1인 창조기업은 2013년말 기준 약 30만개로 양적으로 비약적인 성장을 해왔다. 이에 비해 성공적인 창업 성과를 위한 체계적인 연구는

아직 부족하며, 특히, 모바일 앱 산업분야의 1인 창조기업에 대한 연구는 아직 부족하다. 또한, 1인 창조기업의 성과와 중앙정부와 지방자치단체의 지원 사업들이 보다 효율적으로 수행되어야 할 필요성이 제기되고 있다.

따라서 1인 창조기업의 사업 성과를 높이기 위한 효율적이고 효과적인 지원 정책을 도출할 필요성이 있으며, 이는 1인 창조기업의 사업 성과를 결정하는 요인을 확인함으로써 가능하다.

1인 창조기업의 효율적 운영에 대한 그동안의 일부 연구가 있으나 다음의 한계를 지니고 있다.

첫째, 1인 창조기업의 현황 파악과 이에 대한 개선책을 제시하는 탐색적 성격으로 성과결정요인의 영향 여부에 대한 근거가 부족하다.

둘째, 실증 분석 연구의 경우 특정 1인 창조기업에 대한 사례분석을 통한 연구로 연구대상에 따라 성과결정요인에 대한 결과가 상이하다.

셋째, 1인 창조기업의 정성적인 성과결정요인에 치중함에 따라 재무적인 성과결정요인을 고려하지 못하고 있다.

넷째, 사회적 자본으로서 네트워크에 따라 성과결정요인이 다른데 이러한 조절 효과를 고려하지 못하고 있다.

본 연구의 목적은 지역 모바일 앱 분야 1인 창조기업의 성공에 영향을 미치는 요인과 이들 요인에 대해 사회적 자본이 어떠한 조절 역할을 하는지를 규명하고자 한다.

본 연구의 수행으로 1인 창조기업의 성공에 영향을 미치는 요인이 제시됨에 따라, 효과적이고 효율적인 1인 창조기업 지원 정책을 수립하는데 기여할 것으로 기대한다.

제 2 절 연구 방법 및 체계

1. 연구의 방법

본 연구의 목적을 위한 연구 방법으로 연구대상에 관한 국내외 문헌연구를 통해 연구모형을 도출하고 설문을 통한 실증연구를 수행하였다. 문헌연구를 통해 모바일 앱 1인 창조기업에 대한 개념과 역할, 국내외 1인 창조기업 지원 정책, 사회적 자본, 1인 창조기업 사업성과 요인을 정리하였다.

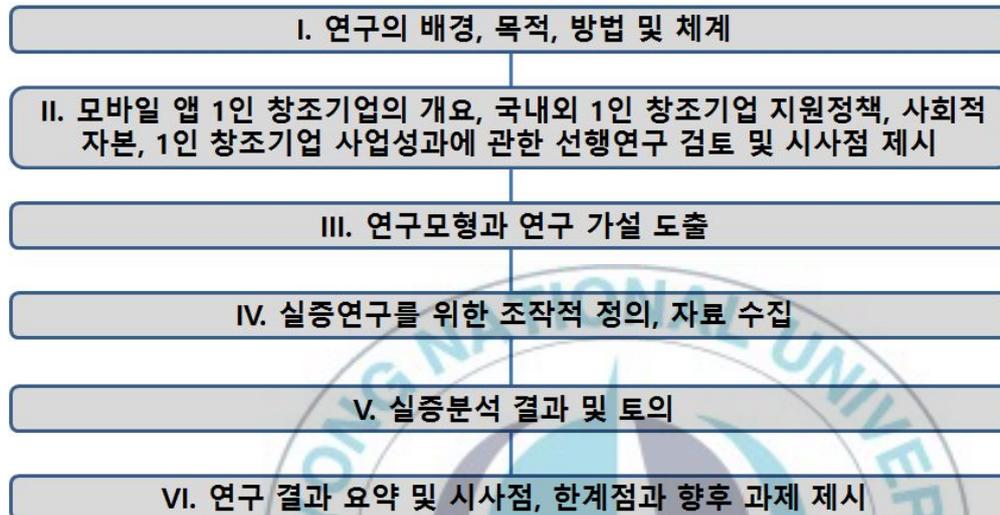
실증연구는 부산모바일앱개발센터의 지원을 받은 148개사와 광주스마트모바일앱개발지원센터의 지원을 받은 10개사를 대상으로 하여 설문조사를 실시하여 현실 자료를 수집하였다. 수집된 자료를 활용한 가설 검증은 다중회귀 분석을 사용하였으며, 이용한 통계패키지는 SPSSWIN 19.0이다.

2. 연구의 체계

1장은 서론으로 연구의 배경 및 목적, 연구의 방법 및 연구의 체계를 간략히 제시하고, 2장은 이론적 배경으로 모바일 앱 1인 창조기업의 개념과 역할, 국내외 1인 창조기업 지원정책, 사회적 자본, 1인 창조기업 사업성과 요인에 관한 선행연구 검토 및 기존 연구에서의 시사점을 제시하였다. 3장에서는 앞 장에서 논의된 내용들을 토대로 하여 본 연구 수행을 위한 연구모형과 연구 가설을 도출하였다. 본 연구에서 제시한 가설들은 크게 1)1인 창조기업의 환경 동태성과 1인 창조기업의 사업성과와의 관계 2)1인 창조기업의 기업 특성과 1인 창조기업의 사업성과와의 관계 3)1인 창조기업의 경영 전략과 1인 창조기업의 사업성과와의 관계 4)1인 창조기업의 사업성과에 대한 사회적 자본의 조절 효과 등에 관한 것이다. 4장에서는 가설을

검증하기 위한 실증적 분석 틀인 변수의 조작적 정의 및 설문지 작성을, 5장에서 가설 검증 결과 및 해석을 포함한 토의를 제시하였다. 6장은 결론으로 연구결과의 요약 및 시사점을 밝히고, 아울러 본 연구의 한계점을 지적하고 향후 연구 과제를 제시하였다.

본 연구의 구성을 도식화하여 나타내면 다음의 <그림 1-1>과 같다.



<그림 1-1> 연구의 구성

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 모바일 앱 1인 창조기업의 개념과 역할

1. 모바일 앱 1인 창조기업의 개념 및 유형

1인 창조기업은 우리나라에서 2008년부터 등장하기 시작한 용어이다. (사)한국문화산업포럼(2008)이 문화체육관광부의 위탁을 받아 작성한 [1인 창조기업 육성전략]에서 “1인 창조기업”은 개인이 창조 또는 가공한 아이디어나 제품을 시장화하려는 기업으로서, 협의로는 유한회사형태의 법인으로서 대표자를 포함한 종사자가 1인인 기업을 의미한다고 하였다. 중소기업청(2009)은 [1인 창조기업 지원사업 관리규정]에서 “1인 창조기업”이라 함은 지식서비스업 및 제조업(전통식품 제조, 공예품 등) 분야에서 창의적인 아이디어, 전문 기술지식, 지식재산권을 사업화하는 개인과 개인사업자 또는 법인으로서 대표자를 포함한 종사자가 1명인 기업을 말한다. 다만, 가족기업과 도제기업은 대표자를 포함한 종사자가 4명까지 가능하며, 프리랜서는 잠재적 기업으로 규정하였다.

이와 같은 유사한 개념을 종합하여 [1인 창조기업 육성에 관한 법률](2011.04.04)에서는 ‘1인 창조기업’이란 창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자로 정의하고 있으며, [1인 창조기업 지원사업 운영 등에 관한 고시](2011.10.05)에서는 공동 창업자 등 공동으로 사업을 영위하는 자가 5인 미만인 경우도 1인 창조기업으로 정의하였다. 이때, ‘창의성’이란 새로운 아이디어를 활용하여 독창적인 산물이나 서비스를 창출할 수 있는 것이고,

‘전문성’이란 해당 분야의 교육·연수를 이수하였거나 전문자격을 취득한 경우 또는 경력이나 프로젝트 수행능력 및 그 밖의 직무수행에 필요한 지식·기술·소양 등을 갖추었다고 인정되는 것이라 정의하고 있다.

[1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령](2011.04.04)에서 1인 창조기업의 범위는 <표 2-1>과 같이 정의하고 있다.

<표 2-1> 1인 창조기업의 범위

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

이와 같은 법률 정의와 기존 연구에서 도출된 개념들을 종합하면 1인 창조기업이란 지식서비스업 및 제조업 등의 분야에서 창의적인 아이디어, 전

문기술·지식, 지식재산권을 사업화하는 프리랜서와 개인사업자 또는 법인으로서 대표자를 포함한 종사자가 4명 이내인 기업이라 할 수 있다.

1인 창조기업의 개념을 좀더 명확히 이해하기 위해 국내외의 유사 개념과 비교할 필요가 있다. 1983년 미국의 경영학자 톰 피터스는 ‘미래를 경영하라’에서 1인 기업을 Professional Service Firm(전문서비스 회사)로 정의하였고, 개인이 브랜드가 된다는 의미로 BrandU, MeInc 라는 이름을 붙이기도 했다. 즉, 1인 창조기업은 자신이 가진 지식, 경험, 기술 등을 바탕으로 창조적인 서비스를 제공함으로써 이윤을 창출하는 1인 중심기업을 의미한다. 토마스 말론은 ‘e-lancer’(인터넷에서 자신의 활동무대를 찾는 신종 노동자 집단)’라는 개념을 제시한 바 있는데 이는 인터넷에서 전자적으로 연결된 프리랜서로 프로젝트를 중심으로 이합집산을 하는 근로형태를 지칭하는 것이다. 다이엘 핑크는 ‘조직인간’에 대비되는 개념으로 ‘프리에이전트(free agent)’를 제시한 바 있다. 이 외에도 ‘1인 지식서비스 기업’은 정부가 고학력 청년실업을 해결하기 위해 지난 2008년 선행적으로 활용한 용어로 등장했다.⁸⁾

해외에서는 [1인 창조기업]이라는 용어보다 [스타트업]이라는 용어를 많이 사용하고 있다. 인터넷 백과사전 위키피디아에서는 스타트업을 자체적인 비즈니스 모델을 가지고 있는 작은 그룹이나 프로젝트성 회사라고 설명하고 있으며, 창업 초기기업으로 기간을 고려하면서 새로운 아이디어나 창의적인 제품이라는 창조성을 중요시하고 있다. 한성철·김진영(2013)은 스타트업은 강력한 문화를 기반으로 파괴적 혁신을 통해 초고속 성장을 추구하는 기업이라고 정의하고 있다. 미국의 유명한 스타트업 투자기업인 와이 콤비네이터(Y Combinator)의 창업자인 폴 그레이엄은 초고속 성장을 추구하는 기업으로 정의하고 있다. 그리고, 스타트업은 새로운 비즈니스의 창출을 앞

8) 김선진(2010) 1인 창조기업 유형 분석 및 성공전략 연구 인용

세우고 있으며 소자본, 높은 위험성, 그리고 높은 잠재적 보상이 특징으로 한다⁹⁾. 이와 같은 정의에서 1인 창조기업의 정의와 비교할 때 인원수의 제한이 없다는 차이점을 제외하고는 창의성과 전문성을 바탕으로 비즈니스를 창조하는 기업으로 우리나라의 1인 창조기업과 유사한 개념으로 판단할 수 있다.

KT경제경영연구소(2012)는 모바일 앱(Mobile App)이란 스마트폰, 태블릿PC 등과 같이 개인이 휴대하거나 이동하면서 인터넷을 비롯한 다양한 데이터나 영상, 음성 정보 등을 송수신 할 수 있도록 모바일 기기에 적합하게 디자인되어, 모바일 기기 자체의 기능을 확장 및 향상시키는 소프트웨어를 의미하며, 일정관리·주소록·계산기·게임·동영상·내비게이션·워드 등의 콘텐츠 응용프로그램으로 분류하였다¹⁰⁾.

한국콘텐츠진흥원(2011)은 모바일 앱을 포함하는 스마트콘텐츠를 정의하였다. 스마트 콘텐츠란 스마트기기만을 위해서 만들어진 콘텐츠로서 현재 어플리케이션 형태로 애플과 구글이 규정한 플랫폼에서 동작하도록 만들어진 것으로, 스마트콘텐츠와 관련된 콘텐츠의 분류로는 출판, 음악, 게임, 영화/애니메이션/방송 콘텐츠, 광고, 지식정보 콘텐츠가 있다.

KT경제경영연구소(2012)는 모바일 앱은 모바일 운영체제의 표준 플랫폼¹¹⁾을 기준으로 개발되어, 온라인 마켓을 통해 사용자에게 제공된다고 설명하고 있다. 온라인 마켓은 스마트폰에 탑재할 수 있는 다양한 앱을 판매하는 온라인상의 모바일 장터로 애플에서 APPStore를 2008년 7월 오픈한 이후 현재 Android Market(Google), Blackberry App World(RIM), Ovi Store(Nokia), Marketplact(Microsoft), T Store(SK텔레콤), OZ Store(LG U+), Ollah Market(KT) 등의 글로벌 마켓이 생겨나고 있다.

9) <http://www.newstomato.com/readNews.aspx?no=431518>

10) 모바일 앱은 사용자와의 밀착성이 높고, 빠르며, 개인에 특화된 서비스 이용이 가능한 특성을 지님.

11) Apple의 경우 iOS 기반의 플랫폼, Google의 경우 Android 기반의 플랫폼

<표 2-2> 1인 창조기업/사업과 타기업/조직 비교¹²⁾

구분	1인 창조기업	1인 지식기업	프리랜서	사회적 기업	스타트업
기본 개념/ 중심 가치 (비전과 미션)	창의적 아이디어와 창의적 사업 실행 강조	지식경제기반 핵심 전략 6대 부문에 한정	창조적 혁신을 보좌하는 에이전시 역할에 그침	공적, 사회적 가치에 대한 이상적 접근	자체적인 비즈니스 모델을 가지고 있는 작은 그룹
지배구조/ 구성	발전적 1인 창조기업/사업 생태계와 유기적 연결	독자 비즈니스차원 고용, 활동 중시	일시적 외부 계약을 통한 협력(하청) 관계	이념형을 같이 하는 단체, 커뮤니티 중심으로 운영	1인/창업팀 간 계약을 통한 비즈니스
활동 영역/ 사업 범위	창조적 비즈니스에 집중	국가 전략 사업과 연동해 정책 효과 추구	디자인, 기술 등 아웃소싱 특성이 강한 영역 중심	비영리 공적 비즈니스 영역이 우선 채택	초고속 성장 비즈니스에 집중
활동 방식	창안자 CEO가 전략, 수익모델, 대외 협력 등 총괄	비교적 단순 기능을 수행하는 생계형 사업 위주	생태계 공동체 등에 얽매이지 않는 자유방임 일탈형 성향 보유	시장/산업 보다는 사회, 문화적 이슈에 민감하게 반응	린 스타트업을 활용하여 초기 결과를 도출하여 성공 여부 판정
주요 성과	창조적 비즈니스 모델 개발을 통해 지속적 성장 추구	기존 산업내 필수 요소 담당하는 위상 구축	기발하고 다양한 문화 창조자로서 활약하기도 함	사회를 변화시키는 실질적인 운동으로 기능	소자본, 높은 위험성, 높은 잠재적 보상을 추구

12) 심상민(2010) 1인 창조기업 개념과 유형에 관한 연구 인용, 연구자 재구성

또한, 글로벌 IT 조사·컨설팅 그룹인 가트너에서는 2014년 기업들이 가장 주목할만한 주요 정보기술과 이로 인한 트렌드에 대해 10가지를 선정하였는데¹³⁾, 이중 첫 번째로 모바일 기기의 다양성, 두 번째로 모바일 앱과 어플리케이션을 선정하였으며, KT경제경영연구소의 2014년 ICT 산업 10대 이슈 중¹⁴⁾ 모바일 메신저, 모바일 광고, 웨어러블 컴퓨터, 엔터프라이즈 모빌리티, 그리고 모바일 커머스를 선정하는 것에 비추어 볼때 모바일 앱 산업의 중요성을 짐작할 수 있다.

<표 2-3> 2014년 IT 트렌드 예측¹⁵⁾

가트너	KT경제경영연구소
모바일 디바이스 다양성과 관리	알뜰폰
모바일 앱과 어플리케이션	사물인터넷
만물 인터넷	미디어(OTT)
하이브리드 클라우드와 서비스 중개자로서의 IT	모바일 메신저(MIM)
클라우드/클라이언트 아키텍처	모바일 광고
퍼스널 클라우드 시대	웨어러블 컴퓨터
소프트웨어 정의 네트워크(SDA)	엔터프라이즈 모빌리티
웹스케일 IT	정보보안 & 개인정보보호
스마트 머신	빅데이터
3-D Printing	모바일 커머스

한국콘텐츠진흥원(2011)은 글로벌 온라인 마켓인 애플의 앱스토어와 구글 안드로이드 마켓을 통해 글로벌 시장 현황을 조사하였으며, 2011년 10월 기준 애플 앱스토어의 경우 약 47만개의 앱이 등록되었으며 구글의 안드로이드 마켓은 약 20만개의 앱이 등록된 것으로 발표하였다¹⁶⁾. 또한 글로벌 온라인 마켓의 시장 규모는 2010년 앱 다운로드 82억건에 52억달러의 매출

13) <http://www.gartner.com/newsroom/id/2603623>

14) <http://www.digieco.co.kr/KTFront/index.action>

15) 가트너, KT경제경영연구소 인용, 연구자 정리

16) 2013년 12월 구글플레이와 앱스토어에 각각 1백만개의 앱이 등록되었다고 추정
<http://ballacksite.wordpress.com/2013/11/22/2013년-3분기-앱스토어-경제학>

에서 2014년 1,850억건에 580억 달러의 매출이 발생할 것으로 예측하고, 국내 스마트 콘텐츠 시장 규모는 2011년 약 1조5천억원에서 2014년에는 2조9천억원으로 성장할 것으로 예측하였다.

이러한, 1인 창조기업에 대한 정의와 모바일 앱에 대한 정의를 바탕으로 모바일 앱 1인 창조기업은 스마트 시대에 적합한 다양한 모바일 앱 시장에 진출하는 앱 개발자, 콘텐츠 제작자로서 출판, 음악, 게임, 영상, 광고, 지식 정보 등 모든 분야에 해당되는 콘텐츠를 어플리케이션 형태로 제작하여 스마트폰 기반에서 서비스 하는 1인 창조기업으로 정의할 수 있다.

1인 창조기업은 구분 기준에 따라 여러 가지로 유형이 구별할 수 있다.

중소기업청(2009)은 1인 창조기업의 유형으로 1)창의성·상업성이 높은 아이디어를 상품화(개발, 제조, 판매)하는 아이디어 상품화형, 2)창의적인 아이디어를 타인에게 판매하여 수익을 창출하는 아이디어 판매형, 3)체화된 지식·기술을 활용해 서비스를 제공하고 이익을 창출하는 서비스 제공형으로 구분하고 유형별 맞춤형 지원시스템을 제시하였다.¹⁷⁾ 모바일 앱 1인 창조기업은 대체적으로 아이디어 상품화형과 서비스 제공형에 해당된다.

한국문화산업포럼(2008)에서는 수익의 원천에 따라 1)구분형변화경영연구소와 같이 서적 집필과 강연을 통해 수익을 창출하는 집필/강연형, 2)싸이월드에서 제니의 초상이라는 선물가게에서 스킨 판매를 통해 수익을 창출하는 콘텐츠제작형, 3)작은가게 창업연구소와 같이 소자본 위주의 창업 컨설팅을 수행하는 1인기업 지원형, 4)제닉스의 사고몽치와 같이 취미로 시작한 일에서 수익이 발생하는 기타 겸업형(취미형)으로 구분하였다.¹⁸⁾ 모바일 앱 1인 창조기업은 이중 콘텐츠제작형이 주를 이루며, 일부 취미로 앱을 개발하는 유형이 있다.

이장우·구문모·이준호·황신희·노현지(2009)는 1인 창조기업이라는 새로운

17) 중소기업청(2009), 1인 창조기업 활성화방안 인용

18) (사)한국문화산업포럼(2008), 1인 창조기업 육성전략 인용

범주에 진입하는 계기에 따라 겸업/취미형, 본업전환/확장형, 생업신규창출형 등으로 구분했다. 또 주업으로 삼은 일의 성격이 전체 비즈니스 프로세스(가치사슬, Value Chain)에서 차지하는 위상이 무엇인가에 따라 기획/발상(창안)/개발형, 원천기술 제조/창작형, 유통/마케팅형, 컨설팅/서비스/지원형 등으로 구분했다.¹⁹⁾ 모바일 앱 1인 창조기업은 생업신규창출형과 기획/발상(창안)/개발형에 주로 해당된다.

김선진(2010)는 디지털 콘텐츠 1인 창조기업의 유형을 문헌연구 및 관련 정보 수집·분석을 종합하여 콘텐츠 활용 방법에 따라 콘텐츠 생산형과 마케팅 도구형으로 구분하였다. 콘텐츠 생산형은 디지털콘텐츠를 생산하여 그 자체를 수익화하는 형태로, 이는 콘텐츠 유형에 따라 엔터테인먼트형, 지식·정보형, 소프트웨어형으로 구분되고 마케팅 도구형은 디지털콘텐츠를 생산하기도 하지만 그 자체가 수익이 되지 않는고 이를 입소문 등 마케팅의 수단으로 활용하는 유형으로, 이는 활용 방식에 따라 블로그형, UCC형, 쇼핑(상품판매)형으로 구분하였다. 이와 같은 분류에 따르면 모바일 앱 1인 창조기업은 콘텐츠생산형-1인기업 지원형으로 분류될 수 있다.

<표 2-4> 1인 창조기업 유형 비교²⁰⁾

중소기업청	한국문화산업포럼	이장우		김선진	
		겸업/취미형	기획/발상/개발형	엔터테인먼트형	블로그형
아이디어 상품화형	집필/강연형	겸업/취미형	기획/발상/개발형	엔터테인먼트형	블로그형
아이디어 판매형	콘텐츠 제작형	본업전환/확장형	원천기술 제조/창작형	지식·정보형	UCC형
서비스 제공형	1인기업 지원형	생업신규창출형	유통/마케팅형	1인기업 지원형	쇼핑형
	겸업형		컨설팅/서비스/지원형		

19) 이장우 외(2009), 1인창조기업 : 나의 행복한 일터, 형설라이프 인용

20) 한국문화산업포럼(2008), 중소기업청(2009), 이장우외(2009), 김선진(2010) 인용, 연구자 정리

2. 모바일 앱 1인 창조기업의 역할 및 중요성

미래창조과학부의 ‘2013 인터넷 이용실태조사’ 결과에 따르면, 최근 2년간 스마트폰의 보급이 확대된 결과로 스마트폰을 보유한 가구의 비율은 2012년 65.0%보다 14.7% 높아진 79.7%를 기록했으며, 2년 전인 2011년(42.5%) 보다는 거의 두 배 가까이 성장하였다. 특히, 스마트폰 사용이 늘어나면서 2012년 대비 가구 인터넷 접속률은 증가했지만, 유선인터넷 접속률은 오히려 낮아졌고, 장소에 구분없이 인터넷을 사용하는 비율은 대폭 높아졌다.

<표 2-5> 2013년 인터넷이용실태조사 주요 결과²¹⁾

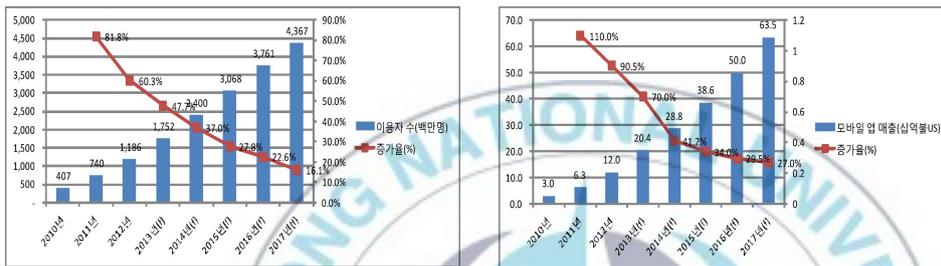
조사항목		2012년	2013년
이용자 수 및 이용율	인터넷 이용자수	3,812만명	4,008만명
	인터넷 이용율	78.4%	82.1%
이용장소	가정	97.8%	91.6%
	회사(직장)	43.8%	36.0%
	학교/유치원	21.0%	14.5%
	상업시설(PC방 등)	11.4%	14.8%
	교육장소(학교 제외)	5.3%	3.2%
	다른 사람의 집	4.4%	5.7%
	공공시설(관공서 등)	2.9%	8.7%
	장소 구분 없음(무선접속 포함)	58.3%	91.0%

시장조사업체 플러리에서 발표한 2013년 스마트폰 사용자들의 앱 이용률은 메신저·소셜 앱 사용 증가에 힘입어 전년 대비 114% 늘어났다. 앱 부문 별로는 메신저·소셜 앱 이용률이 1년 전과 비교해 가장 큰 증가폭을 기록했다. 카카오톡, 라인, 스냅챗, 왓츠앱, 페이스북 메신저, 위챗 등의 이용률은 203% 증가했다. 유틸리티 앱 부문 이용률은 149% 증가해 2위를 기록했다. 그 다음은 음악·미디어·엔터테인먼트 앱(78%), 라이프스타일·쇼핑 앱

21) http://www.msip.go.kr/www/brd/m_220/view.do?seq=410 인용, 연구자 정리

(77%), 게임 앱(68%), 스포츠 헬스·피트니스 앱(49%), 뉴스·잡지 앱(31%) 순으로 각각 3~7위로 집계됐다.²²⁾

한국콘텐츠진흥원의 세계 모바일 애플리케이션 시장 현황 및 전망에서 세계 모바일 앱 이용자는 2010년 4억7백만명에서 연평균 20~60% 증가하여 2017년에는 43억명이 넘어설 것으로 예측하였다. 이와 같은 이용자 증가 추세와 함께 실제 매출과 연결되는 모바일 앱의 다운로드의 경우에도 2010년 연간 1백억 다운로드에서 2017년에는 2천억 건에 달할 것으로 예측하였다. 이에 따른 모바일 앱의 매출 규모는 2010년 30억불에서 2017년에는 600억 불을 초과할 것으로 전망하고 있다.²³⁾



〈그림 2-1〉 세계 모바일 앱 이용자 수 및 매출 추이

그러나, 미국 시장조사기관 가트너에서 2018년에 수익성을 인정받는 소비자용 앱은 1만개 중 하나에 불과할 것으로 예측하였다. 그리고 전체 앱 중에서 무료 앱이 차지 하는 비중이 2013년 91%에서 2017년에는 94.5%까지 올라갈 것이라고 전망했다. 2014년 3월 기준 구글 플레이와 애플 아이튠스에는 각각 100만개 이상의 앱이 등록되어 있으며, 이들 중 유료 앱의 90% 이상이 하루 다운로드 건수가 500건 미만이고, 매출도 1250달러 미만인 것으로 나타났다. 즉, 앱 개발자들 간 경쟁이 점점 더 치열해지고 사용자들의 요구 수준이 높아지면서 극소수 기업들을 제외하고는 재무적으로 성공하는 사례가 드물게 될 것이라는 분석이다²⁴⁾.

22) <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2014011407071514901> 인용

23) http://www.kocca.kr/knowledge/abroad/deep/1816548_4514.html 인용

특히, 스마트산업은 기기·콘텐츠·네트워크 등 산업 내 경쟁이 아닌 플랫폼을 중심으로 한 생태계 간 경쟁 체제로 대부분의 모바일 앱 1인 창조 기업은 매출규모 10억원 미만의 영세하여 협력적 파트너 관계로의 발전 지연되고 있으며, 스마트콘텐츠를 윈스탑으로 기획·개발·상용화할 수 있는 공동인프라를 갖춘 모바일게임, 스마트폰 앱 개발 지원 센터 등은 있으나 제품의 품질향상과 수익 개선, 호환성 검증 등 체계적 지원은 미흡한 수준이다. 또한, 단순한 콘텐츠 형태로 제작된 앱은 무수히 많은 개발자와 경쟁해야 하는 레드오션 시장이며, 내수시장위주의 제품으로는 수익성 개선이 곤란할 뿐만 아니라 글로벌 시장 진출에 어려움을 겪고 있는 상황이다.

그러나, 모바일 앱 산업은 사업 자체 뿐 아니라 제조업·미디어·관광·교육 등 다양한 분야의 동반성장을 견인하는 산업으로, 신규 일자리 창출과 함께 고령화, 경제 양극화, 에너지 문제 해결에 이르는 다양한 역할을 수행할 것으로 기대하고 있다.



24) <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=70889&year=2014> 인용

제 2 절 국내외 1인 창조기업 지원정책 분석

1. 해외의 1인 창조기업 지원정책

미국은 창업과 관련한 다양한 정책과 각종 제도, 교육, 커뮤니티의 활성화 등이 매우 잘 되어 있는 나라이다. 미국에는 우리나라에도 잘 알려진 실리콘 벨리와 상대적으로 생소한 미국 동부의 보스톤과 뉴욕과 같은 창업 생태계가 존재하며, 이들 기업들이 보여주는 성과는 매우 크다. 그리고, 스타트업을 지원하기 위한 대표적인 사례로 미국의 정부에서 시행되는 지원 프로그램으로 소규모 기업 기술 혁신 연구 지원(Small Business Innovation Research Program, SBIR), 소규모 기업 기술 이전제도(Small Business Technology Transfer Program, STTR), 대학들을 중심으로 실행하는 창업 경진 대회, 금융권의 기업가정신 프로그램을 이용한 창업 자금 제도, 비즈니스 스쿨을 중심으로 한 창업 자금 조달 프로그램, 글로벌 기업가정신 펀드를 들 수 있다.²⁵⁾

미국의 중소기업청(Small Business Economics, SBA)은 창업에 필요한 준비사항들과 창업 후 주요 과정에 대한 지원, 경영 및 관리, 그리고 창업 실패시의 청산 과정에 필요한 지원을 <표 2-6>과 같이 제공하고 있다. 특히, 미국 중소기업에 대한 재정 지원을 위해 민간 기업과 함께 민간투자회사(Small Business Investment Company, SBIC)를 설립하여 신설되는 기업에 벤처 캐피탈로서 투자 프로그램을 운영하고 있다. 투자 프로그램으로는 모든 중소기업에 투자하는 정규 SBIC, 소수민족의 중소기업에 투자하는 특수 SBIC, 참가 증권을 발행하는 SBIC의 3 종류가 있으며, 이들 투자의 특징은 투자금액이 50만에서 1,500만 달러의 비교적 소규모 투자라는데 있

25) 부산발전연구원(2011), 부산의 창업활성화를 위한 시스템 구축방안 인용

다. 그리고 엔젤 투자가와 창업자들 간의 원활한 정보 교환을 지원하기 위하여 네트워크(Angel Capital Electronic Network, ACE-NET)을 운영하고 있다.²⁶⁾

<표 2-6> 미국 중소기업청의 창업 지원 내용

창업 단계	지원 내용
창업 준비단계	○ 지역의 교육 및 훈련 기관을 연결해서 필요한 강의와 자료들을 제공하고 지원
창업 시작단계	○ 비즈니스 전문가의 자문 서비스 지원 ○ 퇴직한 전문가의 자문 서비스 지원 ○ 중소기업 진흥 센터를 통한 자문 지원 ○ 훈련과 카운슬링 서비스의 네트워크를 통한 자문 지원 ○ 전반적인 창업비용 산출에 대한 지원 ○ 용자와 자금 지원
경영 및 관리	○ 리더의 의사결정, 인사관리, 공정경쟁, 세금, 보험, 정보기술 등에 대한 정보를 제공하고 상담을 제공
기업 청산	○ 기업의 청산계획, 처분, 소유권 이전, 자산 청산, 파산 신청 등에 대한 정보와 상담 지원

이러한 정부 지원 이외에도 미국은 이미 자국 내 산업 및 고용 분야에서 1인 기업이 상당한 비중을 차지하고 있기 때문에 1인 기업들의 권익을 보호하기 위한 미국 1인 기업협회(National Association for the Self-Employed, NASE), 여성 1인 기업협회(Self Employed Women's Association), 미국 노동자 및 자영업 협회(American Association of Employees and Self Employed Persons, AAASEP) 등 많은 단체들이 결성되어 있다. 대표적으로 NASE는 회원들의 사업 성장과 세금관련 혜택을 줄 수 있는 다양한 프로그램을 운영하며, 이를 위한 기금 운영, 각종 정책 연

26) 한국콘텐츠진흥원(2009), 1인창조기업 지원정책 해외사례 분석과 시사점 인용

구와 정치적 활동을 수행하고 있다. 대표적인 1인 기업 지원프로그램은 NASE Advocacy Program으로 1인 기업의 세금 감면, 공제 혜택 등 관련 법률 조항 개정에 대한 변호 지원 프로그램을 수행하고 있다.²⁷⁾

영국은 창조경제를 지식정보사회의 국가산업발전의 주요 영역으로 규정하고, 1인 창조기업이 창조경제의 주요한 일자리 창출의 원천으로 보고 광범위하고 강화된 지원 정책을 <표 2-7>과 같이 추진하고 있다. 1인 창업 지원정책은 창조산업 활성화 방안과 창업을 통한 실업대책 등 크게 두 가지 정책으로 구분할 수 있다. 영국의 창조경제에 대한 지원의 중요한 부분은 NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts)에 의해서 주도되지만, 창업을 지원을 통한 실업대책도 어느 정도 창업지원의 역할을 하고 있다.²⁸⁾ NESTA에서는 창조산업의 창업지원이외에 창조산업 부문별 지원사업을 추진하고 있다. 여기에는 게임, 영화, 패션, 뉴미디어 등이 있으며, 이는 창조비즈니스의 지속가능한 발전을 위한 지원사업이다.²⁹⁾

영국 정부는 실업대책으로서의 1인 창조기업 창업지원을 위해 다양한 창업부양 정책을 실시하고 있다. 대표적으로 <표 2-8>과 같이 Jobseeker's Allowance의 창업지원 프로그램과 The Flexible New Deal 구직지원을 통한 창업 프로그램이 있다. 그러나 이런 관료적인 프로그램은 창조산업의 기업과 청년들에게 비효율적인 제도이며, 창업에 대한 지원부분이 부족하며, 창업 금융의 실효성도 크게 없는 것으로 평가되고 있다. 그리고 창업보다는 실업감소에 역점을 두기 때문에 창업지원의 효과는 감소하고 있어, 이에 대

27) 중소기업연구원(2010), 업종별 1인창조기업 사업환경분석을 통한 저변확대방안 인용

28) 한국콘텐츠진흥원(2009), 1인창조기업 지원정책 해외사례 분석과 시사점 인용

29) 중소기업연구원(2010), 업종별 1인창조기업 사업환경분석을 통한 저변확대방안 인용

한 보완책으로 영국의 중소기업청은 창업이 실업에 대한 실제적인 대안으로 창업수당제도(Enterprise Allowance Scheme)와 같은 프로그램을 도입해야 한다고 주장하고 있다.³⁰⁾

<표 2-7> NESTA의 창조기업 창업지원 프로그램

구분	프로그램	지원 내용
1인창업 지원	Starters for 6	○ 창업훈련, 멘토링, 자금지원 등
	Insight Out	○ 창업훈련, 자금지원
	Creative Enterprise ToolKit	○ 자신만의 성공적인 비즈니스 시작 비즈니스 아이디어를 탐구하고 개발하며, 비즈니스의 '스토리'를 만드는 학습
창조기업 멘토링 네트워크 지원	Creative Biz Mentor Network	○ 미디어기업의 창업 멘토링
	Creative Biz Facilitator	○ MBA와 창조기업연계
	Creative project commissioning network	○ 청년들에게 위탁과정에 대한 실무 경험 교육
금융지원	Creative Credits	○ 소기업이 창조기업으로부터 창조적 역량과 전문성을 도움을 받을 수 있도록 자문비 지원

<표 2-8> 영국의 창업부양 프로그램

프로그램	지원 내용
Jobseeker's Allowance	○ 구직자 동의서에 의거하여 구직활동을 하고, 13주 후에 평가를 한 이후 새로운 조건의 동의서 작성 ○ 26주 이후에도 실업상태이면 Restart 인터뷰 참가
The Flexible New Deal	○ 2008년 시작된 새로운 구직 프로그램 ○ 실업 후 1년이 지나고 구직자수당을 6개월 신청 하면 구직활동을 보다 적극적으로 수행해야 함
Six Month Offer	○ 6개월 동안 실업상태에 있는 사람들에게 해당 이들이 창업을 선택할 경우 창업지원금으로 16주 동안 주당 50파운드 지원)

30) 한국콘텐츠진흥원(2009), 1인창조기업 지원정책 해외사례 분석과 시사점 인용

영국의 기업혁신기술부에서는 창업과 관련하여 크게 두 기관을 두어 관리한다. 1)Enterprise UK에서는 주로 소호(Small Office Home Office, SOHO) 등 소규모 창업 등에 필요한 민간 펀드 등을 조성하는 역할을 담당하며, UK Trade & Investment에서는 혁신기술 개발 등에 중점을 둔 창업기업 등을 주된 관리대상으로 이런 기업들의 가치를 평가하고, 기술을 검증하여 자금을 지원하는 Global Entrepreneur Program을 운영한다. 그 외 기술이전 및 창업관련 영국의 산학협력 관련 정책을 <표 2-9>와 같이 추진하고 있다.³¹⁾

<표 2-9> 영국의 산학협력 관련 정책

사업명칭	주요 내용
Collaborative R&D	산업계와 대학의 협동 프로젝트 지원
Cooperative Awards in Science & Engineering	연구회와 기업공동의 박사급 인력양성 지원
Micro @ Nanotechnology Manufacturing Initiative	제조업의 나노기술개발을 위한 시설 건립 지원
Knowledge Transfer Networks	기업과 대학의 네트워크 형성 및 공동연구 지원
Economic Challenge Investment Fund	대학의 기업교육사업 지원 (경제위기 극복 위한 한시사업)
Make Your Mark	기업문화 확산 및 청년들의 소규모 창업 지원
Higher Education Innovation Fund	대학과 기업, 시민단체 등 다른 사회조직체들과의 협력사업 지원
Knowledge Transfer Partnership	대학졸업생, 기업, 대학의 3자 협동 프로그램
Small Business Research Initiative	공공구매를 통해 중소기업 지원
Innovation Voucher	지역내의 대학에서만 쓰일 수 있는 바우처를 기업에 지원

31) 부산발전연구원(2011), 부산의 창업활성화를 위한 시스템 구축방안 인용

독일의 경우 연방노동사회부처 산하의 준독립 행정지원기관인 PES (Public Employment Service)에서 실업자의 창업을 촉진하는 프로그램을 운영하고 있다. 이 기관의 대표적인 사업으로 가교수당(Bridging allowance)과 자기회사(Ich-AG)라 불리는 창업보조금제도(strat-up subsidy)가 있다. 가교수당은 실업자들에게 창업 후 6개월 동안 이전에 받던 PES 실업급여와 같은 수준의 수당을 지급하는 것으로, 이 기간 동안 기존의 실업수당에 추가해 사회보험으로부터 매월 300유로를 추가로 지원받을 수 있다. 자기회사 제도는 창업을 원하는 실업자에게 기존의 가교수당보다 강화된 지원을 하기 위해 도입된 것으로, 첫째 해 월 600유로, 둘째 해에 월 360유로, 셋째 해에는 월 240유로의 최소소득보장이 제공된다. 가교수당과 자기회사는 창업활성화에 상당한 기여를 한 것으로 평가되었으나, 2006년 새로운 연립정부에서는 <표 2-10>과 같이 두 프로그램을 통합하여 새로운 창업지원제도를 만들었다.³²⁾

<표 2-10> 독일의 실업자에 대한 창업지원 프로그램

	가교수당	자기회사	(통합)창업지원수당
자격	<ul style="list-style-type: none"> ○실업수당 I 수혜자 ○지원영역 : 자영업 ○전문가 평가 	<ul style="list-style-type: none"> ○실업수당 I 수혜자 ○지원영역 : 자영업 ○전문가 평가 ○연수입: 25,000유로 이하 	<ul style="list-style-type: none"> ○실업수당II 수혜자 ○지원영역 : 자영업 ○전문가 평가 ○수당수혜기간 : 90일 이내
지원	<ul style="list-style-type: none"> ○월수당은 실업수당과 사회보장지원을 합한 금액 ○수당은 6개월 동안 지급 	<ul style="list-style-type: none"> ○월수당은 첫 해에는 600유로, 두 번째 해는 360유로, 세 번째 해는 240유로임 	<ul style="list-style-type: none"> ○실업수당과 사회보장 지원을 합한 금액 ○수당은 9개월 동안 지급 됨 ○사회보장지원은 추가로 6개월 지원

그리고 창업에 관한 아이디어가 풍부한 고등교육기관에서 누구든지 자신의 아이디어를 현실화 할 수 있도록 지원함으로써 고용을 증대하고 지식기

32) 한국콘텐츠진흥원(2009), 1인창조기업 지원정책 해외사례 분석과 시사점 인용

반사회에서 부가가치 창출의 동인으로 삼고자하는 취지에서 실행되는 EXIST 프로그램이 있다. EXIST 프로그램은 <표 2-11>과 같이 독일의 5개 지역거점인 BIZEPS(Wuppertal-Hagen), DRESDEN EXIT, GET UP(Ilmenau - jena - Schmalkalden), KEIM(Karlsruhe - Pforzheim), PUSH(Stuttgart)로부터 출발하였다. EXIST는 전국규모의 잡지인 EXIST-NEWS의 발간, 사이트(www.exist.de)를 통한 정보지원, 유망한 경영 아이디어를 식별하고 개발하기 위해 학부생, 대학원생, 교수 등을 개인적으로 지원하는 EXIST-Seed, 교수들에 대한 인센티브의 제공, 대학창업과 관련된 강좌의 내용과 수준을 향상시키기 위한 train-the-trainer 프로그램의 시행, 특허·상표·인허가 등의 산업재산권의 모델 구조를 설립하고 시험하기 위한 조치 등의 프로그램을 운영하고 있다.³³⁾

<표 2-11> EXIST 지역거점 프로그램

구분	주요 내용
BIZEPS	새롭고 혁신적인 기업을 설립하여 우수한 자질을 갖고 있는 연구자들에 대한 고용창출 효과를 유발
DRESDEN EXIST	TU Dresden을 순수 교육연구기관에서 창업 및 혁신센터로 전환하여 창업분위기를 조성
GET UP	대학기반 창업을 장려하는 광범위한 협조체제를 구성하고 긴밀한 협조관계를 구축
KEIM	무역 및 산업 관련 연구개발 분야에서 새로운 기술적 노하우를 관찰하고 기존 대학 및 연구기관의 잠재력을 체계적으로 활용
PUSH	충분히 활용되지 않는 지역 내 연구기관의 과학 기술력을 활용하여, 창업가들의 창업 아이디어를 더욱 빠르고 안전하게 시장에서 성공할 수 있도록 지원

이스라엘의 경우 벤처기업의 성공요인은 역사적, 지리적, 민족적인 특수

33) 부산발전연구원(2011), 부산의 창업활성화를 위한 시스템 구축방안 인용

성과 적절한 정부의 교육정책, 연구 및 산학협력의 추진, 하이테크 영재교육의 장으로서 군대의 역할, 소련의 붕괴에 따른 우수한 기술자 및 과학자의 이민, 미국으로부터의 원조, 민간 자금, 기부금의 연속적인 유입, 미국계 벤처자금의 유입이다. 이스라엘은 산업통상부 산하에 OCS(Office of the Chief Scientist)를 두고 각종 연구 개발 촉진책이 실질적으로 이뤄지는 벤처기업 육성 정책을 시행하고 있다. OCS에서 산업연구개발정책을 수립하고 집행을 총괄하면서 산업 R&D 정책을 실질적으로 주도하며, 민간의 R&D 관련 위험을 정부가 분담해 줌으로서 기업의 R&D를 고취하는 것이 정책의 취지이다. 글로벌 시장 진출을 위해 국제협력에 의한 R&D와 외국 기업과의 제휴에 큰 중점을 두고 있다. 또한 자본이나 담보능력 없이 아이디어만으로 출발하는 벤처기업들의 고충을 해결하기 위해서 관주도의 벤처캐피탈이라 할 수 있는 YOZMA를 설립하였다.³⁴⁾

칠레는 기존의 하드웨어측면의 창업지원에서 벗어나 전 세계의 혁신적인 아이디어와 기업가 정신을 가진 젊은이들을 불러들이는 소프트웨어적인 기반조성을 위해 Start-Up Chile 프로그램을 실시하고 있다. 전 세계를 대상으로 기업가정신과 도전정신을 가진 청년들을 불러 모아 그들 사이에 네트워크를 조성하고 창업에 필요한 자금, 시설 등을 지원하여 성공적인 창업을 유도한다. 이를 위해 비자발급, 무료 사무실 임대, 지원금(4만 달러), 정보공유네트워크 조성, 멘토링 등을 지원한다.³⁵⁾

일본은 경기불황이 지속되면서 기존 직장인들의 많은 수가 자신만의 전문성을 바탕으로 독립해 프리랜서로 이어지고 있다. 프리랜서의 활동을 법적으로 보장하기 위해 프리랜서의 노동조합 설립이나 가입을 허용하고 있

34) 부산발전연구원(2011), 부산의 창업활성화를 위한 시스템 구축방안 인용

35) 부산발전연구원(2011), 부산의 창업활성화를 위한 시스템 구축방안 인용

으며, 2003년 최저자본금 특례제도를 실시해 상징적인 자본금 1엔으로 법인 설립을 가능하도록 하였고, 2005년 신회사법을 제정하면서 최저자본금 규정 자체를 삭제하는 등 지원 정책을 추진하고 있다.³⁶⁾

전세계적으로 1인 기업으로 분류되는 자영자(self-employed)와 프리랜서는 확장 일로에 있으며, 그에 따라 이들의 권익보호 및 확대 정책에 대한 각국에서 관심이 높으며, 1인 창조기업을 위한 지원 정책은 큰 틀에서는 유사하지만 각 국가의 사정에 따라 다양한 형태로 추진되고 있다. 그리고 창업지원 정책도 마찬가지로 국가별 차이는 있지만, 1인 창업을 통한 국가 경제 활성화와 창업을 통한 일자리 창출이라는 두가지 목적을 동시에 추구하고 있다. 또한 국가적·지리적·경제적·문화적 특성에 따라 시범사업 형태로 시작하여 성과를 극대화할 수 있도록 지원 정책이 진화하고 있다는 것도 특징이라 할 수 있다.

2. 우리나라의 1인 창조기업 지원정책

2008년 12월 문화체육관광부는 1인 창조경제 시대의 도래와 함께 1인 창조기업에 대한 관심과 필요성은 증가하고 있으나, 일부 업종에서 논의된 것 이외에는 실질적인 정책은 부재한 상황으로, 국민 전반이 체감할 수 있는 일자리 창출과 소득증대의 기회 확보에는 미흡한 것으로 발표하였다. 그리고 1인 창조기업 육성의 기본방향으로 체계적 지원 분야 구축 및 확대, 지역 균형 발전, 문화산업 및 창의적 서비스 분야에서 시범 적용 후 점진적 확대라는 기본 방향을 제시하였고, 핵심 실천사업 추진 방안으로 1)1인 창조기업 지원의 체계화 : Korea Idea Bank 운영, 2)공공구매 기능을 통한

36) 중소기업연구원(2010) 업종별 1인창조기업 사업환경분석을 통한 저변확대방안 인용

초기시장 형성, 3)공공구매 유사효과 사업, 4)지능형 문화 공간 활성화를 통한 시범사업 운영, 5)1인 창조기업 Agency 사업 운영, 6)전통적 창조자산(유산) 사업화 지원, 7)R&DI(R&D Individual Creativity) 시범사업 운영, 8)1인 창조기업 인증제 시행을 제시하였다.³⁷⁾ 이와 같은 발표 내용에 비추어 볼 때, 2008년까지는 1인 창조기업을 위한 지원정책이 제대로 수립되지 않았다고 판단할 수 있다.

2009년 12월 중소기업청에서 1인 창조기업 실태조사 및 육성방안에 관한 연구 결과를 발표하였다. 이 연구에 따르면 1인 창조기업 육성정책의 특징은 1)1인 기업도 정부지원정책의 대상이 될 수 있게 한 점, 2)창조성을 강조하여 측정하기 어려운 아이디어나 체험적 지식을 지원 대상에 포함한 점, 3)지식서비스업이 아닌 제조업도 일부업종이 포함된 점 등을 특징으로 들 수 있으며, Idea Biz Bank를 설립·구축하여 여기에 등록된 지식(아이디어)에 대해 평가하여 선정된 우수 과제를 지원한다 내용도 포함되어 있다. 주요 지원 사업은 아이디어 발굴 및 거래시스템 구축사업, 창업활성화를 위한 제도혁신, 그리고 자생력 확보를 위한 성장기반 확충 등의 사업으로 구성되어 있다. 그리고 1인 창조기업 육성정책 방안으로 1)1인 창조기업의 발전단계에 따른 지원 방안, 2)1인 창조기업의 창조성 촉진 및 수익모델 창출을 위한 인프라 확충, 3)1인 창조기업 지원 대상 업종 범위 조정, 4)사업자 미등록 1인 창조기업의 등록 유도를 위한 인센티브 제공 및 교육 강화, 5)1인 창조기업에 대한 법·제도적 지원근거 마련을 제시하였다.³⁸⁾

2010년 12월 중소기업청에서 1인 창조기업 정책효과 조사분석 연구 결과를 발표하였다. 이 연구에서 1인 창조기업과 관련한 정부 지원의 수혜를 받은 기업인과 비즈뱅크회원을 대상으로 사용된 설문서를 검토한 결과 2010년에는 2009년의 지원 사업을 보다 확대하는 형태로 진화를 하여, 지식 서

37) (사)한국문화산업포럼(2008), 1인창조기업 육성전략 인용

38) 중소기업청(2009), 1인 창조기업 실태조사 및 육성방안에 관한 연구 인용

비스 구매 바우처 지원 사업, 골드카드 교육 사업, 일반 교육 사업과 비즈니스 센터 운영 사업을 중소기업청에서 추진하고 있었다고 짐작할 수 있다. 그리고 1인 창조기업 육성정책 방안으로 1)선택과 집중을 통한 1인 창조기업의 효율적 지원 및 성과평가, 2)1인 창조기업간 네트워크 활성화 방안 마련, 3)1인 창조기업 경영능력 확보를 위한 집중 교육 방안 마련, 4)1인 창조기업 공급자 활성화 방안 마련을 제시하였다.³⁹⁾

2011년 4월 [1인 창조기업 육성에 관한 법률]을 제정하고 창의적인 아이디어·전문기술·지식을 갖춘 1인 창조기업에 대한 정부의 지원 시책을 법률 근거를 기반으로 본격적으로 추진할 수 있게 되었다. 2012년 중소기업청은 창업과 사업 전환을 지원하기 위해 1)아이디어, 기술만으로 시작하는 창업, 2)성공창업 엔진, 맞춤형 창업 서비스, 3)창업의 산실, 창업교육·보육센터, 4)전문가 컨설팅 통해 성공적인 사업전환을 위한 사업을 지원시책 <표 2-12>와 같이 수행하였다.

2014년에도 중소기업청은 사업수행에 따른 단점을 최소화하고 성과를 극대화하기 위해 2012년 3개분야 15개 사업을 4개분야 26개 사업으로 확대 개편하였다. 세부적인 사업은 1)아이디어·기술창업 지원 분야에 6개의 사업, 2) 창업저변 확대 분야에 7개의 사업, 3) 지식서비스 창업 활성화 및 성장기반 구축 분야에 6개의 사업, 4)사업전환 및 재창업지원 분야에 7개로 <표 2-13>에 요약하여 정리하였다.

39) 중소기업청(2010), 1인 창조기업 조사분석 및 발전모델 연구 인용

<표 2-12> 2012년 중소기업청 창업지원 사업40)

사업명	지원 대상	지원 내용	지원 한도
청년창업사관학교	예비창업자 또는 3년 이내 창업 초기기업	창업공간, 창업코칭 및 교육, 기술지원 등	1억원
선도벤처연계기술창업지원	예비창업팀 또는 1년 이내 창업 초기기업	창업 준비공간, 멘토링, 기술 및 마케팅 지원 등	9천만원
예비기술창업자육성사업	예비창업자(팀) 또는 1년 이내 창업 초기기업	창업 준비공간, 멘토링, 시제품 제작, 마케팅 등	개인 5천만원, 팀 7천만원
창업선도대학육성지원	대학, 전문대학 등	예비기술창업자 육성, 대학창업강좌 및 창업동아리 운영비 등	40억원
대한민국실전창업리그	우수기술 또는 아이디어를보유한 개인·단체	창업아이디어시상,예비창업교육및사업화지원	최고상금 4천만원
재택창업시스템 운영	창업자	상호 검색, 등기신청, 4대보험 가입까지 창업절차 일괄 지원	-
신기술창업집적지역지원	대학, 연구기관	토지공사, 전기·통신망, 상·하수도, 시험 및 생산장비 구축비 등	15억원
중소기업모태조합출자	창업투자조합, 한국벤처투자조합 등	창업초기기업, 녹색신성장 산업,문화컨텐츠등펀드결성 지원	투자조합 결성금액의 30~70%
기술창업아카데미지원	기술창업학교	교육운영비, 교육생 창업지원금, 멘토링비 등	평균 5천만원
청소년비즈쿨 지원	초·중·고등학교	비즈쿨 운영비, 교사연수 및 체험학습 프로그램	5천만원
시니어 창업지원	만 40세 이상	창업준비공간, 커뮤니티 활동, 창업교육 및 사업화,창업자금 등 지원	교육비의 80% 등
창업보육센터확장및운영지원	창업보육센터	창업보육센터 신규 및 확장 건립비, 운영비	건립비 30억원 운영비6천만원
사업전환지원	업력 3년, 상시종업원 5인 이상 중소기업	자금 및 컨설팅 지원, 양도세 등 세제지원 등	30억원
유희설비·사공장거래알선	유희설비 및 공장 매매를 원하는 중소기업	유희설비·공장 물건 및 거래정보 제공 등	
가업승계지원	가업승계 예정기업의 경영자 및 경영후계자	경영후계자 교육, 협력네트워크, 정보제공 등	

40) 중소기업청(2012), 2012년도 중소기업 지원시책 인용

<표 2-13> 2014년 중소기업청 창업지원 사업41)

사업명	지원 대상	지원 내용	배정 예산
청년 창업사관학교	예비창업자 또는 3년 이내 창업 초기기업 창업사업화 사업 완료하고 글로벌진출이 가능한 기업	창업공간, 창업코칭 및 교육, 기술지원, 사업비 지원 등	260억원
창업맞춤형사업	예비창업팀 또는 1년 이내 창업 초기기업	창업아이템의 사업화 시제품 제작, 마케팅 자금	499억원
선도벤처연계기술창업지원	예비창업팀 또는 1년 이내 창업 초기기업	창업 준비공간, 멘토링, 기술 및 마케팅 지원 등	75억원
글로벌 청년창업 활성화	5년 이내 창업 기업 외국인 예비창업자 또는 1년 이내 창업기업	사업아이템 현지화를 위한 프로그램, 외국인전용 프로그램 및 국내 창업비용	50억원
창업선도대학육성	예비창업자 또는 창업선도대학 재학생 및 일반인	창업사업화비용, 창업교육, 창업동아리 육성 지원, 창업전담인력 지원	508억원
실전창업리그-슈퍼스타 V	예비창업자 및 초기창업자	창업아이디어시상, 예비창업교육및사업화지원	17억원
청소년 비즈쿨 지원	초·중·고등학교	비즈쿨 교재비, 체험학습 프로그램, 창업전문가 파견교육, 비즈쿨캠프 참가	50억원
창업아카데미	대학생, 예비창업자, 1년 이내 창업기업	일반인 창업아카데미, 대학생 창업아카데미	100억원
창업대학원	5개 대학원	대학원 운영에 소요되는 강사비, 교육개발비, 장학금 등	9억원
시니어 창업 지원	만 40세 이상	창업준비공간, 커뮤니티 활동, 창업교육 및 사업화, 창업자금 등 지원	47.3억원
창업보육센터 확장맞춤운영지원	창업보육센터	창업보육센터 신규 및 확장 건립비, 운영비	204억원
재택창업시스템 운영	창업자	상호 검색, 등기신청, 4대보험 가입까지 창업절차 일괄 지원	-
중소기업모태조합출자	창업투자조합, 한국벤처투자조합 등	사회적 기업, 특히기술사업화, 영화 및 문화콘텐츠, 해외진출 지원 등	4,200억원
ICT 등 지식서비스 개발 및 창업 지원	창업 희망자 및 창업 초기기업	교육, 전문가 멘토링, 창업활동 소요 비용, 최대 3천만원	112억

41) 중소기업청(2014), 2014년도 중소기업 지원시책 인용, 연구자 정리

<표 2-13> 2014년 중소기업청 창업지원 사업 (계속)

사업명	지원 대상	지원 내용	배정 예산
앱/컨텐츠/SW융합 실전 창업지원	예비창업자 및 창업 초기 기업	창업 및 사업화 비용의 70% 이내, 최대 1억원	135억원
스마트 스타트업 글로벌화 지원	국내 우수 창업팀	번역, 홍보물 제작, 퍼블리싱 등 마케팅 비용 등	20억
참살이 서비스 기업지원	참살이업종 관련 대학 전 공자, 경력단절자	참살이 업종 관련 이론·전문실습 교육 및 체험	18억원
1인 창조기업 비즈니스 센터	1인 창조기업 및 창업예정자	비즈니스 공간, 전문가 상담, 교육, 사업화지원	80억원
1인 창조기업 마케팅 지원	1인 창조기업 및 창업예정자	사업화 디자인 개발, 온라인 사업화 지원, 글로벌 시장 진출	50억원
사업전환지원	업력 3년, 상시종업원 5인 이상 중소기업	자금 및 컨설팅 지원, 양도세 등 세제지원 등	융자 1,605억
중소기업 진로제시 컨설팅	경영위기에 처한 중소기업	전문가 진단후 회생가능 여부에 대한 정보 제공	6억원
중소기업 회생컨설팅	진로제시컨설팅 결과 '회생컨설팅 지원가능' 중소기업	회생신청부터 회생인가까지 전 과정에 대한 상담·자문 등	12억원
재창업 자금	사업실패로 저신용 기업인	재창업에 소요되는 운전·시설자금	500억원
힐링캠프식 재기 교육	사업실패 기업인	재기의 기반을 다질 수 있는 교육	-
재창업기업 전용 기술개발자금	사업실패후 재창업 준비하는 중소기업	개발 총 소요비용의 90%	30억원
중소·벤처기업 자산거래 중개장터	유휴자산의 거래를 원하는 중소·벤처기업	매각·매입 물건 정보 제공, 입찰정보 제공 등	-

3. 우리나라의 모바일 앱 1인 창조기업 지원정책

우리나라에서 1인 창조기업 지원에 있어 중소기업청이 주요 역할을 수행하고 있지만, 모바일 앱 산업분야에 있어서는 중소기업청을 비롯한 다양한 정부 기관과 지방자치단체, 그리고 대기업이 각자의 목적에 따라 지원 사업을 추진하고 있다. 이렇게 다양한 이해관계자가 얽히게 된 이유는 앞서 모바일 앱 1인 창조기업의 정의에 있다. 모바일 앱은 출판, 음악, 게임, 영상, 광고, 지식정보 등 거의 모든 산업분야와 연관이 되므로, 중소기업청, 문화체육관광부, 미래창조과학부의 업무 영역에 해당될 수 밖에 없으며, 모바일 앱의 특성상 통신 대기업과 스마트 디바이스 제조사들과도 밀접한 관계가 있다. 특히, 차세대 산업으로서의 지역 경제 활성화 측면에서도 지방자치단체가 깊은 관심을 보이고 있다.

중소기업청은 2010년부터 전국 25개 ‘앱 창작터’를 통해 연간 4,000여명의 애플리케이션 전문가를 양성하고 있으며, ‘글로벌 앱 지원센터’를 운영하여 모바일 1인 창조기업의 해외진출을 적극 지원하기 시작하였고, 2014년에는 수도권에 스마트앱누립터를 구축하여 35개의 앱 개발실, 앱 개발 테스트베드, 전용 스튜디오를 구비하고 있으며, 전국에 ‘앱 창작터’의 기능을 확장한 ‘스마트 창작터’를 30개를 운영하고, 4개 내외의 스마트 벤처창업학교를 운영할 계획이다. 또한 150개 내외의 기업을 선정하여 해외 진출에 필요한 번역, 홍보물 제작, 퍼블리싱 등 마케팅 비용 및 해외 시장개척단 파견도 지원할 계획이다.

문화체육관광부에서는 글로벌게임허브센터를 통해 모바일게임 퍼블리셔 및 중소 모바일게임 개발사를 대상으로 모바일 게임 글로벌 퍼블리싱 사업, 모바일 게임 현지화 지원, 모바일 게임 입주기업 지원 프로그램 운영사업과, 해외 오픈마켓에서 서비스하고자하는 국내 스마트콘텐츠 기업을 대상으

로 스마트콘텐츠 해외진출 원스톱 지원 사업을 추진하고 스마트콘텐츠 컨퍼런스를 개최할 예정이다.

미래창조과학부에서는 스마트콘텐츠 제작기술 지원, 스마트콘텐츠 제작 인프라 조성 및 스마트콘텐츠 해외진출 지원, 스마트콘텐츠 상용화 지원센터 운영, 그리고 모바일 앱 개발 지원 사업을 추진하고 있다. 이들 사업을 통해 기업육성을 위한 인큐베이션 지원, 멘토링 지원, 전문교육 지원, 사업화 컨설팅 지원, 해외시장 베타테스트 지원, 네트워킹 지원, 정보제공, 기술 지원, 지역 거점 구축을 통한 정보 확산을 위해 노력하고 있다.

SK Planet 상생혁신센터에서는 고객, 개발자, 관련 업체 등 다양한 외부 주체들이 참여를 통한 혁신적 비즈니스 모델 발굴 및 아이디어의 사업화를 지원하여, 상호 동반 성장을 도모할 수 있는 Open Innovation Eco System을 지향하고 있다. 상생혁신센터에서는 아이디어 제안, Start스타트업, 동go 동락 Open API를 추진하고 있다.

KT 에코노베이션센터는 개발자의 자생적 생태계 조성을 위하여 만들어진 개발자들의 공간으로, 개발에 필요한 물리적 공간과 개발 인프라를 제공하고, 개발에 필요한 각종 정보 및 교육을 지원한다. 특히 우수 역량을 보유한 개발자를 발굴하여 전문가 컨설팅, 체계적인 사업 지원, 그리고 글로벌 시장으로의 진출까지 통합 지원하는 아키텍트 프로그램을 운영하고 있다.

LG U⁺ LTE 오픈이노베이션센터는 자동차, 의료, 교육, 디지털가전, 디지털 영상기기 등 다양한 분야에서 ACN(AP Centric Network)과 4G LTE 기반으로 혁신적인 디바이스와 창의적인 서비스를 개발해 나갈 수 있는 협업 체계를 구축하고 LTE 개발 환경 제공과 디자인/UX/개발 테스트 컨설팅, 그리고 마케팅과 유통 등의 사업화 지원도 하고 있다.

부산광역시청 청년실업 해소 및 부산 소프트웨어 산업 활성화를 위해 부

산모바일앱개발센터를 구축하여 1인 창업을 지원하고 전문 인력 양성을 추진하고 있다. 센터에서는 앱 개발에 필요한 입주공간과 개발 지원 시스템 및 테스트베드를 운영하고, 전문인력양성을 위한 교육 프로그램 운영, 1인 창업 지원금 및 멘토링 서비스 제공을 하고, 저변 확대를 위한 앱 공모전도 별도로 추진하고 있다. 그리고 지역 모바일 앱 개발자들간의 네트워크를 구축하고 활성화를 지원하고, 전국 협력 네트워크에도 참가를 하고 있다.

광주광역시에서도 광주 지역의 스마트 모바일 콘텐츠 산업육성 및 지역 일자리 창출을 목적으로 광주스마트모바일앱개발지원센터를 구축하였다. 센터에서는 입주공간 지원, 창업자금 지원, 테스트베드 운영, 인력양성 교육, 그리고 커뮤니티 운영 및 개발자간 협력 프로그램을 지원하고 있다.



제 3 절 사업성과 요인에 관한 선행연구

1. 해외의 사업 성과 요인에 관한 선행연구

외국은 우리나라의 1인 창조기업, 벤처기업, 그리고 중소기업의 개념을 포괄적으로 포함하는 스타트업 기업들이 자국의 고용문제 해결과 경제 활성화에 중요한 역할을 수행하고 있음을 인식하고, 이들 기업의 성공 요인에 관한 연구가 이루어져 왔다. 1980년대 중반부터 스타트업의 성공과 실패에 영향을 미치는 요인들에 대해 실증적인 분석을 통한 연구들은 다음과 같다.

Roure & Maidique(1986)은 창업인의 과거경험, 창업인의 특성, 목표시장, 기술전략, 창업인과 벤처투자가 사이의 자본비율 등을 중심으로 8개 기업을 대상으로 실증연구를 하였는데, 이들의 연구결과에 의하면 성공한 기업일수록 창업자가 다른 사람과 함께 일한 경험이 더 많았고, 더 크고 완전한 창업팀을 구성하는 경향이 있으며, 벤처기업에서 수행하는 여러 가지 기능에 대해 더 많은 경험을 쌓고 있음을 발견하였다. 또, 성공한 창업자는 그 벤처기업이 속한 산업에서 좀 더 경쟁적으로 빠르게 성장하는 기업체에서의 근무경험도 가지고 있음을 알아내었다.

Stuart & Abetti(1987)는 벤처기업의 성과와 관련된 창업팀의 다양한 경험들과 창업인의 경력특성에 대해 조사하였는데, 이들은 대부분의 문헌연구에서 확인할 수 있듯이 창업인 자신이 사업의 성공에 있어서 대단히 중요하다는 점과 벤처기업이 추구하는 기술과 창업팀의 구성원들이 지니고 있는 시장경험 사이에 잘 조화를 이루어야만 성공의 가능성이 높아진다는 점을 지적하였다.

Sandberg & Hofer(1987)는 벤처기업의 성과가 창업인의 특성, 전략, 산업구조 등 각각의 변수에 의해, 그리고 이런 변수간의 상호작용에 의해 영

향을 받는다는 연구모형을 제시함과 아울러 이를 17개 벤처기업을 대상으로 검증하고 확인하였다.

David(1989)는 소기업은 성장 단계별로 독특한 자금조달 문제점에 봉착하고 있으며, 이런 단계별 문제점을 해결하기위해 소기업에 대한 자금조달 프레임웍을 제시하였다. 소기업의 성숙도를 신생 기업, 중소기업 개발, 중소기업 설립, 성숙된 기업으로 4단계로 구분하였고, 자금조달 원천으로는 신용 거래, 은행 신용대출, 모기지부채, 자체 수익, 벤처캐피탈 투자, 비공식 투자, 기업 공개, 보통주 및 수익 지급의 방법 등을 활용하여, <표 2-14>와 같이 기업 성장 단계별 자금조달 프레임웍을 제시하였다.

<표 2-14> 기업 성장과 자금 조달 단계 프레임웍

stage	I	II	III	VI
성숙도	신생기업	중소기업 개발	중소기업 설립	성숙된 기업
조직 형태	단독 소유주	단독 소유주 소수 파트너 개인사업자	적당한 파트너 개인사업자	많은 파트너 법인 기업
목표	생존	이익 극대화 적당한 성장	이익 극대화 ROE ≥ RR	성장 극대화
자본	RC, RE	EC, RE, IC	EC, RE, IC, VC	EC, RE, IC, VC 전통적인 시장
부채	AE, TC, BC	AE,TC,BC,MC 비밀 NP, MP	AE,TC,BC,MC 비밀 NP, MP 신용 라인	AE,TC,BC,MC 비밀 NP, MP

PF = profits
 ROE = return of equity
 RR = target rate of return
 RC = owner's capital
 RE = retained earning
 IC = informal investment
 VC = venture capital
 AE = accrued expenses
 TC = trade credit
 BC = bank credit
 MC = mortgage credit
 NP = notes payable
 MP = mortgage payable

Roure & Keeledy(1990)의 경우도 36개의 벤처기업을 대상으로 조사한 결과에 의하면 성공적인 벤처기업일수록 매력적인 시장기회의 파악과 초창기의 자금확보, 필요한 핵심인력의 충원, 신제품에 대한 기술적인 향상, 중요한 고객, 원료공급업자와의 관계정립, 제조, 마케팅, 경영에 필요한 자금

의 확보, 환경에 적응할 수 있는 기업전략의 수립, 필요한 조직의 구성 등을 성공요인으로 꼽고 있다.

Wim(1992)은 중소기업의 기업의 수입을 실질적으로 측정한다는 것은 매우 중요하지만, 창업자는 장부 기록 스킬이 부족하거나 기록을 제대로 하지 못한다. 그리고 예산과 투자 정보보다는 단순 손익에 대한 정보만을 기록하는 경향이 있으며, 세금등의 문제로 인해 수입을 축소하는 경향이 있다는 것을 발견했다. 또한, 많은 기업은 회계 시스템을 사용하지 않는다는 것을 발견했다. 그들은 기업이 제시하는 매출, 비용 및 기업 이익의 자기보고 값에 연구를 의존하는 것은 위험할 수 있다고 제안하였다.

FitzRoy(1993)은 문헌분석을 통해 동·서 유럽의 국가별 중소기업의 시간에 따른 역할 변화에 대해 조사하여 <표 2-15>와 같이 고용비율의 변화를 발표하였다. 서유럽 국가는 중소기업의 고용비율이 증가하였는데, 이는 대기업의 고용인력 감소로 인해 중소기업의 고용이 촉진되었다고 설명하고 있다. 동유럽 국가는 반대로 감소하였으나, 중소기업을 육성하기 위해 전략 차원에서 정책 우선순위로 책정하였다고 설명하였다. 이와 같은 추세에 따라 중소기업이 국가 경제에서 차지하는 역할이 보다 중요해지고 있음을 발표하였다.

<표 2-15>국가별 제조분야 중소기업 고용비율 변화

국가	년도	중소기업 고용비율(%)	년도	중소기업 고용비율(%)	변화(%)
영국	1986	39.9	1979	30.1	+9.8
서독	1987	57.9	1970	54.8	+3.1
미국	1987	35.2	1976	33.4	+1.9
네덜란드	1986	39.9	1978	36.1	+3.8
포르투갈	1986	71.8	1982	68.3	+3.5
이탈리아	1987	61.8	1981	52.9	+9.0
체코	1988	1.4	1954	13.0	-11.6
동독	1986	1.1	-	-	-
폴란드	1985	10.0	1937	33.0	-23.0

Alessandro(1994)는 창업 초기 기업의 규모로서의 종업원수와 성장률, 그리고 기업 생존 확률간의 관계에 대해 연구하였다. 신생 설립 기업의 성장에 영향을 미치는 요인과 초기 기업 규모의 역할과 초기 생존에 영향을 주는 역할에 대한 평가를 하였다. 연구 결과로 기업이 효율적으로 운영하였기 때문에 성장하고, 성장하기 때문에 생존하는 것으로 해석하였다. 기업이 기반을 빨리 잡으면, 기업의 생존 확률에 초기 규모의 크기가 영향을 적게 미치므로 성장 속도나 효과성과 최적의 사이즈 사이의 간격을 줄이는 것이 보다 중요하다고 주장하였다. 그리고 초기 규모와 최적 규모의 차이가 크지 않은 기업은 생존 확률에 대한 내부 요인의 영향을 받는 경향이 많으므로 기업의 효율성을 검정하는데 중점을 주어야 하며, 초기 규모와 최적 규모의 차이가 큰 경우 외부 요인이 생존에 큰 영향을 주므로 시장의 불완전성이나 외부 환경 제약에 큰 영향을 받을 것으로 예측된다.

Gaylen & Steven(1994)는 창업가와 그를 둘러싼 여러 환경과 전략들이 성과에 어떻게 영향을 주고 있는지를 살펴보고 있지만 창업가 개인의 개인적인 특성이 성과에 어떤 방식으로 어떻게 영향을 주는지에 대해서는 언급하지 않고 있다. Gavin(1996)은 소기업의 성장과 재무와의 관계에 대한 연구를 하였다. 소기업의 초기 성장을 위한 인적자원과 재무 구조가 매우 중요하다는 주장을 하였다. 소기업은 재무자원을 확보하기 위해 금융기관을 이용하려고 하지만, 금융기관은 소기업의 모럴 해저드와 기업 정보를 감추는 등을 장애 요인으로 인식하고 있다. 또한, 자금 부족에 시달리는 창업자는 해결방안으로 친구와 가족의 지원이 좋지만, 신용 거래를 더 확장해서 재무 구조의 상황을 악화시킨다. 그리고 인구 밀집도와 실업율이 새로운 중소기업 설립에 중요한 영향을 미치는 것을 발견했고, 창업전 높은 수입을 가진 예비 창업자가 창업한 기업은 다른 스타트업들 보다 빨리 성장하지만, 생존 관점에서는 차이가 없으나, 나이가 많은 창업자의 기업이 젊은 창업자

보다 생존율이 높았다.

Paul(1997)은 신생 중소기업은 새로운 글로벌 시장에서 성장할 뿐만 아니라, 건전한 경제 생태계 유지를 위해 필수적인 요소임을 확인하였다. 특히, 대기업에 비해 중소기업의 판매액이 크게 증가할수록 국가 GNP 증가가 나타남에 따라 중소기업의 해외 수출 역할을 제시하였다. 이러한 중소기업이 글로벌 시장 진출을 위해서 처음에는 비용을 줄이는 데 집중해야 하며, 이후 리스크를 감소시키기 위해 노력해야 한다고 제안하였다.

Hannu & Esa & Tuomo(1998)는 다양한 환경이 새로운 기업의 성공과 그에 미치는 요인을 찾기 위해 연구를 하였다. 그들은 성공에 대한 정의를 내리는데 있어 창업이후 3년 생존 여부를 성공의 기준으로 삼았다. 연구결과 기업가의 개인적인 특성으로 일 윤리, 우수함의 추구, 숙달, 우월성, 내부 통제, 영향력, 기회를 조사하여, 1)체계적인, 2)제품의 품질, 3)창업 동기, 4)숙련, 5)생산 관리 경험이 영향을 미치는 것으로 발표하였다.

Michael & Charles(2000)은 지식 기반 경제에서 소프트웨어 콘텐츠의 중요성을 인식하고 소규모 소프트웨어 기업을 지원하기 위한 공공과 기업의 정책에 대해 연구를 하였다. 소프트웨어 스타트업은 비즈니스 계획, 경쟁자 분석, 시장, 영업, 재무 계획 및 분석, 인적 자원 등 핵심 지식을 필요로 한다. 이를 위해 자금 보조 프로그램, 저금리 융자, 기본 비즈니스 기술, 비즈니스 인큐베이터, 온라인 커뮤니티, 인적 자원 풀을 지원해야 하는데, 가상 인큐베이터를 운영해서, 인적 자원에 초점을 두고 금융 지원, 전략적인 협력, 재무 평가, 분산 자원, 대학과 공공 기관의 지원 역할 등을 수행할 경우 성공적인 지원 정책으로 작동할 수 있다고 제안하였다.

Marco & Michael & Roy(2000)는 소규모 비즈니스 스타트업의 창업자의 개인 전략과 불확실한 주변 여건과 성과에 대한 관련성을 연구하였다. 성과와 관련된 성공 변수로 경제적인 성공으로 창업 이후 매출 증가율, 이익,

투자, 인원, 개인 수입을 사용하였으며, 통제 변수로 기업의 나이, 소유자의 산업 경험, 산업 종류, 창업시 자본금과 별도로 대표자가 인식하는 산업의 리스크, 산업의 이익을 고려했다. 마지막으로 불확실 변수로 고객, 종업원, 재무, 기술, 공급자, 경쟁자가 있다. 연구결과 대표자가 불확실한 환경 변화에 맞추어 반응 전략을 선택하면 부족한 성과를 내고, 탑다운 방식의 완벽한 계획 전략을 채택하면 높은 비즈니스 성과를 도출한다고 발표하였다.

John(2003)은 기술기반 소규모 회사의 성공을 위한 요인을 제안하였다. 기술기반 회사가 성공을 위해 참신한 아이디어보다 올바른 태도, 사람, 그리고 활동이 더욱 중요하다고 설명하였다. 그리고 지난 100년간 시장의 리더는 급진적인 혁신을 통한 선구자 역할을 하지 않았다는 사실에 주목하여 스타트업의 중요성을 제시하였다. 하이테크 스타트업의 성공을 위해서 경영진⁴²⁾, 열정적인 활동⁴³⁾, 투자자⁴⁴⁾, 투자 시기⁴⁵⁾가 중요하고, 멋진 사무실, 일등석 비행기 출장은 멋진 무덤이므로 올바른 경영자, 직원, 투자자를 선택하는 것이야말로 하이테크 스타트업의 성공을 이끌 수 있는 가장 중요한 사항이라고 강조하였다.

Gavin(2004)은 스타트업의 생존에 필요한 자본 구조 결정과 자금조달의 종류에 대한 연구를 하였다. 연구 결과 스타트업의 자산 규모, 자본 구조,

-
- 42) MIT 기업가정신 센터장인 Edward Robert는 기업을 설립할 때 4~5명의 공동창업자들이 있을 경우 성공확률이 급격히 높아지는 것을 발견했다. 많은 혁신가들은 뛰어난 경영(관리자)의 필요성을 과소평가했다. 강력한 경영 팀이 보다 성공할 수 있다.
 - 43) 창업자들의 열정적인 활동이다. 열정이 부족한 창업자는 첫 번째 위기에 부딪혔을때 포기하는 경우가 많다. 스톡옵션과 같은 광범위한 이해관계자의 주인의식이 최고의 열정적인 활동을 이끌어 낸다.
 - 44) 창업자들은 투자 출처에 대해서 무관심하다. 투자자의 품질과 자금 흐름의 시기에 따라 성공을 결정하는 핵심이다. 그리고 창업자가 생각하는 것보다 더 많은 비용을 필요로 하는데, 기술 문제보다는 도중 자금 부족으로 실패하는 경우가 더 많다.
 - 45) 스타트업에게 투자 시기 또한 필수적이다. 경영자는 단기간내 수익을 발생시킬 수 있도록 집중적인 투자를 받아야 한다.

조직 형태, 성장 방향, 창업자의 특성이 자금 규모의 선택과 사용에 영향을 미치며, 스타트업의 자본 결정과 부채와 자기자본의 이용이 비즈니스, 실패 리스크, 기업 성과, 잠재적인 비즈니스 확장에 중요한 영향을 미친다고 발표하였다. 그러나, 창업자의 특성 중 교육, 경험, 성별은 재무에 영향을 미치지 않았다고 발표하였다. 또한 새로운 비즈니스를 위한 자본조달 결정은 직원 증가, 경쟁, 혁신, 그리고 수출에 이르기까지 경제에 필연적으로 중요한 영향을 미친다고 발표하였다. 마지막으로 기업의 자산이 정보 불균형, 거래 비용, 시장 접근, 위험 노출에 관련되어 기업의 자본 구조에 중요한 요소임을 주장했다.

Timothy(2005)는 자료 조사를 통해 스타트업의 성공의 기준은 생존이라는 것을 확인하고, 창업자가 성공으로 보일때 폐업을 하는 경우에 대해 연구를 하였다. 1992년 활동중인 기업들 중 36%가 1994년 폐업을 하였는데, 이중 37.7%가 성공적으로 운영되는 때였다고 한다. 사업이 성과를 내고 있을 때 폐업을 하는 경우는 창업자가 충분한 경험을 갖춘 고학력자일 때, 창업자의 높은 기회 비용과 낮은 전환 비용과 매물 비용이 발생할 때, 그리고 상대적으로 적은 투자 비용을 지출하였을 때와 관련이 있다고 설명하였다. 성공에 대한 판단 요소로 창업자의 교육수준, 기술과 경험, 매물 비용, 소수 민족, 산업분야, 나이, 성별 등 다양하지만, 연구자는 폐업한 사업자가 성공이라고 느끼는 개인적인 판단으로 정의하였다.

Rögnvaldur & Asa(2005)는 일반적으로 소규모 신생 기업이 성장하는데 가로막는 장벽으로 경영의 능숙도 또는 동기의 부족, 자원의 부족, 비즈니스 기회의 부족이라고 여겨왔지만, 연구자는 새로운 비즈니스 기회가 신생 기술기반 회사가 상당한 성장을 하여 중견기업이 되는 것을 제한하는 상황에 대해 연구하였다. 신생 기술기반 기업이 새로운 시장 지식과 현재 기술 기반의 기회를 이용하는 것이 새로운 기술 지식과 현재 시장 지식 기반의

기회를 이용하는 것보다 상당한 성장을 할 수 있다고 주장하였다. 그리고 일반적으로 정부는 새로운 기술 기반의 기회를 기업이 찾아서 지원하는 것을 중요하게 생각하고, 벤처 캐피탈은 새로운 시장 지식을 갖추고 있는 기업을 찾는 것을 중요하게 생각하며, 외부 자금 조달 접근의 어려움은 성장을 위해 기존 지식 기반의 기회를 이용하는 것보다 새로운 지식 기반의 기회를 이용하는데 장애가 된다고 설명하였다.

Ruta(2005)는 체제 전환국인 리투아니아에서 개인 비즈니스의 장벽에 대한 19개의 요인을 연구하였다. 공식 장벽으로 높은 세금, 잦은 세금 정책의 변경, 세금 정책의 모호성, 비즈니스 관련 법률이 있으며, 비공식 장벽으로 비즈니스 규칙 제정, 너무 많은 세무 조사, 정부의 부패, 지자체의 부패, 과다한 공무원과 조사원과의 협상 시간, 고객의 대금 지급기일 연장, 세금조사원의 부패, 마피아와 협박이 있다. 그리고 환경 장벽으로 비즈니스 투자를 위한 펀드 부족, 불법 비즈니스와의 경쟁, 정보 부족, 합법 비즈니스와의 경쟁, 마지막으로 기술 장벽으로 새로운 시장으로 성장능력 부족, 경영 문제가 있다고 발표하였다.

Demetris & Sophia & Dimitris(2005)는 시장 위치와 기업 리스크의 인식, 그리고 지방에 위치한 작은 기업의 창업 자금과의 관계에 있어, 중소기업의 창업자가 성공적이고 수지맞는 기회의 확률을 인식하고 큰 비율의 스타트업 자금을 제공할지에 대해 연구하였다. 연구 결과 부채와 자본의 크기가 기업의 리스크를 인식하는데 영향을 주며, 시장 위치가 스타트업 자금과 기업의 리스크를 낮추는데 영향을 준다. 지방 개발 기관은 장기적인 관점에서 기업가의 리스크를 줄일 수 있도록 기관들이 자금 지원을 하여야 한다. 그리고 기업가가 비즈니스 리스크로 폐업할 경우 실패자라는 오명을 받지 않도록 다른 기회를 제공해야 한다. 지속가능한 개발을 위한 통합되고, 높은 품질, 그리고 원천적인 전략을 위해 강력한 파트너십과 네트워크를 필요

로 한다고 제안하였다.

Andre & Kashifa(2008)는 새로운 기업의 설립과 지역 고용 변화와의 관계에 관하여 연구를 수행하였다. 연구 결과 새로운 기업은 지역 고용 변화에 유의한 양의 영향을 미치는 것으로 발표하였다. 다만, 새로운 기업이 설립된 초기에는 영향이 미미 하지만, 기업이 설립된 후 6년이 지나면 최대의 영향을 미치며, 제조 산업과 높은 밀집도의 도심에서 큰 영향을 미친다고 설명하였다.

Timothy & Thomas(2006)는 벤처의 생애 주기중 초기 단계에 있는 새로운 벤처 성장의 경제 및 관리에 대한 설명을 통합하는 프레임워크를 만들기 위해서는, 복잡하고 거대한 성능을 설명하기 위한 조직적이고 경제적인 이론의 적용이 필요하고 작은 새로운 벤처 기업의 독특한 특성과 행동을 모델링하기에 충분하여야 한다고 제안하였다. 그리고 기업의 기술 혁신 활동과 시장 활동에 자원을 배분하는 경영 전략은 연관이 있으며, 경험, 정보, 특허권, 아웃소싱은 기업의 성장에 긍정적인 영향을 미치지만, 경영팀 규모와 5명의 이내의 최대 고객은 성장에 부정적인 영향을 미친다고 주장하였다.

Marco & Roy & Niels(2006)는 창업을 시작하는데 누구는 성공하고, 누구는 실패하는가에 대한 분석 결과와 가트너 프레임워크를 활용하여 성공적으로 스타트업 준비를 하는 방법과 요인에 대해 연구를 하였다. 연구결과 시장의 위험 인식이 중요하며, 비즈니스를 시작하는데 영향을 미치는 요인으로 개인, 프로세스, 환경, 조직으로 분류하였고, 창업자의 시간 배분이 파트 타임에서 풀타임으로 전환하고, 사업분야에 제조분야가 창업에 정의 영향을 미치며, 초기 스타트업 자금과 시장의 리스크가 부의 영향을 미친다고 설명하였다. 무엇보다 기업의 첫 번째 성공은 창업이라고 정의하였다.

Nosella & Petroni & Verbano(2006)는 이탈리아 생물약제학의 기업들이

스타트업 초기 단계를 성공적으로 극복한 비즈니스 모델과 전략의 능숙함에 대해 분석하였다. 성공한 기업은 뛰어난 품질, 관련 네트워크의 창조와 관리 능력, 기술과 경영 역량, 전략적 능숙함을 갖추었다고 설명하였다.

Alexander(2007)는 오스트리아 전통 시장 경제와 체첸 공화국의 신흥 시장 경제에서 초기 개발 단계의 스타트업의 성공 요인 분석에 대하여 비교하였다. 오스트리아에서는 개인 특성, 성격 특성, 자원은 영향을 미치는 중요한 영향이 아니라 창업가의 개인적 환경이 영향을 미쳤다. 반면 체첸 공화국은 스타트업 프로세스의 특성도 중요한 영향을 미친다.

Hermann & Manfred & Christian(2007)은 스타트업 의도, 스타트업 성공, 사업 성공의 성격 요인의 변화하는 역할을 4가지 연구 결과를 이용하여 분석하였다. 고등학교 졸업 이하의 경우 창업자의 성격과 외부 환경의 영향이 비슷하게 나타났지만, 대학 졸업 이상의 창업에서는 외부 환경의 영향이 크게 나타났다. 창업 확률과 창업 성공, 이후 사업 성공에 창업자의 개성보다 환경, 자원, 프로세스가 큰 영향을 미친다고 주장하였다. 그리고 새로운 비즈니스 스타트업 분야에 관심을 가지고 거시경제 관점에서 예측이 필요하며, 새로운 비즈니스 시작에 관심이 있는 사람들의 잠재적인 수를 증가시키고, 비즈니스 창업을 자극하고, 마지막으로 이런 창업의 생존 및/또는 성장을 확보하는 것이 중요하다고 주장하였다.

Venkata & Ramachandra & Nagayya(2008)는 창업 성공의 기본 요소로서 기업 특성을 강조하고, 산업 기술(IK, Industry Knowledge), 참뚝뚝이(SS, Street Smartness), 모호함에 대한 허용 오차(TFA, Tolerance for Ambiguity), 스타트업 성공에 대한 개인 판매 영향(IPSS, Impact of Personal Selling on Start-up Success)에 대해 200개의 중소기업에 재무, 비재무 파라메타별로 측정하였다. 그러나 연구 결과 42개의 기업 특성⁴⁶⁾

46) 1. 신뢰 2. 인내/결정 3. 에너지, 노력 4. 지략 5. 위험을 계산할 수 있는 능력
6. 활력, 리더십 7. 낙천주의 8. 달성하기 위한 필요 9. 다양성 (제품의 지

중 기업의 성공에 영향을 미치는 요인을 발견하지 못했지만 벤처 캐피탈리스트가 중요하게 생각하는 12가지 속성⁴⁷⁾을 정리하였다.

Julie & David(2011)는 미국 하이테크 기업의 진입 결정에 대한 개인 자본의 역할에 대해 연구하였다. 스타트업을 위한 자금의 가장 중요한 원천은 1)중소기업 혁신 연구 보조금, 2)신용카드, 3)현직장에서의 월급이다. 스타트업은 초기 및 개발 초기 단계에서 자금을 필요로 하므로, 정부 자금과 보조금은 중요한 역할을 한다. 그리고 창업자의 재산은 창업을 시도할 가능성에 긍정적인 영향을 미친다고 설명하였다.

Thomas & Wim(2010)는 구조적인 경제 변화에 스타트업 기업의 역할을 조명하는 내적 성장 모델을 제시하였다. 성숙된 기업과 스타트업을 구별하고 생존의 자영업자 활동과 전문 부문과 현재의 기회 중심의 기업가정신 사이의 구별한다. 기회 중심의 기업가정신은 혁신과 중간 투입 및 서비스의 제공을 통해 고용과 생산성을 증가시켜 현대와 전통 부문의 구조적인 변화를 일으킬 수 있는 단계⁴⁸⁾를 제시하였다.

Andrea & Christine(2010)는 최초의 여성 사원이 회사의 시작 단계에서 여성 근로자의 비중을 증가시켜 인적 자원의 개발에 영향을 미치는 것을

-
- 식, 마케팅, 기계, 기술) 10. 신뢰성 11. 다른 사람에 영향을 미칠 수 있는 능력. 12. 다른 사람들과 잘 지낼 수 있는 능력 13. 이니셔티브 14. 유연성 15. 정보 16. 분명한 목표 지향 17. 도전에 긍정적인 반응 18. 독립 19. 제안과 비판에 대응 20. 시간 능력, 효율성 21. 빨리 의사 결정을 내릴 수 있는 능력. 22. 책임 23. 예지력 24. 정확성, 철저 25. 협력성 26. 이익 동향 27. 실수로부터 배울 수 있는 능력. 28. 힘의 의미 29. 즐거운 성격 30. 이기주의 31. 용기 32. 상상력 33. 민감 34. 모호성에 대한 저항력 35. 동성 36. 즐거움을 위한 용량 37. 효능 38. 헌신 39. 근로자를 신뢰하는 능력. 40. 다른 사람에 대한 민감도 41. 정직, 성실 42. 만기, 균형
- 47) 1. 드라이브 및 에너지 레벨; 2. 자신감; 3. 도전하지만, 현실적인 목표를 설정하는 단계; 4. 장기 참여; 5. 성능 측정으로 돈을 사용; 6. 지속적인 문제 해결; 7. 보통 위험을 감수; 8. 실패에서 배우기; 9. 비판을 사용하여; 10. 법안을 발의하고 개인의 책임을 찾는; 11. 자원을 잘 활용; 12. 스스로 부과 한 경쟁
- 48) 1)새로운 기업을 만든다. 2)기존 영역의 잉여 노동을 흡수한다. 3)최종 생산 기업에 혁신적인 중간재를 제공한다. 4)제조업에 더 전문화를 허용한다.

발견했다. 회사의 생존으로 성공한 기업은 최초 채용 직원으로 여성인 경우 큰 효과가 있었다. 그리고 첫 번째 고용자가 평균 근로자보다 높은 임금으로, 먼저 고용된 것이 주요 위치를 유지하고 중요한 비즈니스 결정에 참여하고 있다. 스타트업의 여성의 역할이 매우 중요하다는 증거로 제시했다.

Martin & Florian(2011)는 스웨덴 지방의 스타트업과 고용에 대한 10년간 종적인 데이터를 사용해서, 고용 성장과 스타트업의 효과를 분석하였다. 한 분야의 스타트업들의 고용 변화는 다른 분야에 영향을 미친다. 한 분야의 스타트업은 같은 부문에 긍정적인 영향을 미친다. 다른 부문으로는 음 또는 양, 고려하는 분야에 따라 달라질 수 있다. 하이엔드 서비스 스타트업은 제조 및 로우엔드 서비스 분야에 상당히 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

Hanas & John(2011)은 중소기업의 생존에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에 4년 이후 생존에 대한 연구가 주로 이루어 졌으며, 살아남은 기업에 대한 정보만을 사용하여 고용 현상을 이해하려고 시도하는 연구는 기업의 생존과 실패에 영향을 미치는 요인에 관한 잘못된 결론으로 이어질 수 있다는 점을 지적하였다. 그들은 편견 계수 추정치로 시간이 지남에 따라 사라진 기업에 대한 정보를 활용하여 Cox ATF 모델이 생존 분석에 가장 적합한 모델이라고 제안하였다.

Oliver & Joern & Philipp & Anne(2012)은 벤처 캐피탈의 사회 자본이 스타트업의 자금에 어떤 영향을 주는가에 대해 관심을 가졌다. 그들은 인터넷과 IT 부문에서 1,500개 이상의 자금 조달 라운드를 포함하는 데이터를 분석하여, 구조적이고 관계 관점에서의 벤처캐피탈의 사회 네트워크가 현재 투자 목적과 미래의 레버리지 기회에 대한 우수한 정보를 벤처캐피탈에 제공하여, 이들 기업에 대한 투자 의향을 증가시키고 있다. 향후, 스타트업에 대한 벤처 캐피탈의 사회 자본의 역할과 효과는 더 복잡할 수 있다고 제시하였다.

Sierdjan & Andre & Mickey(2012)는 새로운 기업의 진입으로 인해 기존 기업들간의 경쟁에 대한 연구는 이루어졌지만, 이들의 관련성에 대해서는 연구가 되지 않았다. 기존 기업들간의 경쟁에 대한 직접적인 측정은 스타트업 비율과 통제 변수에 의해 설명되는 시장의 이동 속도로 모델을 하였다. 결과로 시장의 이동성에 스타트업의 효과는 부문에 따라 다르며, 산업 분야에 강한 긍정적인 관계이지만, 서비스 분야에는 중요하지 않은 관계로 나타났다.

Susan & Thierry & Björn(2012)는 사회적 구조화된 관찰 방법을 사용하여 스타트업 단계에서의 6개 기업과 성장 단계의 6개 기업의 일상적인 행동을 조사하여 두 그룹간의 공통점과 차이점을 제시하였다. 스타트업 그룹과 성장 그룹사이의 공통점은 작업의 높은 속도와 분업화를 포함하고, 작업 달성도에 초점을, 다른 사람과의 통신에 상당한 시간을 소요한다. 세가지 기능 (인적 자원과 직원 관계; 마케팅, 영업, 그리고 홍보; 관리)와 하나의 핵심 활동 (정보와 의견 교환)이 동일하였다. 그리고 스타트업 그룹과 성장 그룹사이의 차이점으로 1)활동 수준에서 스타트업은 분석 및 개념적 작업에 훨씬 많은 시간을 보냈다. 2)기능 수준에서, 스타트업은 환경 모니터링에, 성장 기업은 비즈니스와 조직 개발에 훨씬 많은 시간을 보냈다. 3)성장 기업은 다른 사람과 통신에 많은 시간을 사용했는데, 내부 핵심 파트너를 참여시켰다는 것이다.

Anne & Matthias(2012)은 초기 기업의 관점에서 비즈니스 계획을 분석하고, 기업가가 계획 여부를 결정해야 하는 시점에서 기업에 대한 가치 측정과 시장 진입 후 기업의 성능을 비교하는 실험을 하였다.⁴⁹⁾ 기회 평가 차원에서의 계획은 시장 진입에 대한 의사결정에 있어 중요한 가치를 제시

49) 공식적인 의사 결정의 이론적 프레임에서, 계획의 가치는 대응 활동을 평가하고 전략을 개선할 수 있도록 하는데 있다. 시장 진입 전 평가의 주요 목적은 좋은 것은 추구하고 나쁜 사업 아이디어는 종료하는 것이다.

하였다. 그리고 의사결정하는 방법과 계획의 품질에 따라 계획의 가치가 달라진다. 스타트업은 부족한 자원을 극복하기 위해 창업가와 구성원들의 합리적인 의사 결정 모델을 수립하여야 한다고 제안하였다.

Christian & Ute(2012)는 기업가 정신에 대한 비공식 제도와 특별한 문화의 중요성에 대한 국가간 비교, 문화적 가치와 기업의 행동에 문화의 직접적인 영향에 대한 기존 연구결과를 바탕으로 지역 사회 수준의 문화와 문화적 규범에 대해 관심을 가졌다. 벤처 출현에 대한 문화적 규범의 간접적인 영향에 대한 가설로 커뮤니티 수준의 문화적 규범(성과 중심의 문화와 사회적 지지의 제도적 규범)은 벤처 기업을 만드는(벤처 출현) 초기 기업가의 성공에 영향을 미치는 공급 측면의 변수(자체 효율성과 기업가 동기)에 중요한 영향을 미친다고 설정하였고, 5년에 걸친 자료를 활용하여 초기 기업가의 벤처 창업 노력을 추적하여 이를 지원하는 증거를 찾을 수 있었다. 벤처 창조의 노력을 지원할 수 있는 방법으로 기업 행동과 지역 사회의 맥락에서 그 즉시 우선적으로 믿음을 가져야 한다는 것을 강조한다.

Seyed & Brenda & Mohammad & Asadollah(2013)는 스포츠 산업의 소규모 스타트업의 중요한 요소를 식별하기 위해 18명의 개별 인터뷰를 진행하였다. 스포츠 산업의 스타트업의 성공에 영향을 미치는 중요한 요인의 범주로 1)개인 요인, 2)환경 요인, 3)금융 요인을 제시하였다.⁵⁰⁾

Steve(2013)는 Ghost가 발표한 스타트업의 75%는 실패한다라는 발표를 근거로 리스크를 최소한으로 줄이면서 창업할 수 있는 방법론으로 Lean Start-up을 설명하였다. 린 스타트업은 정교한 계획보다 실험을, 직감보다 고객의 피드백을, 전통적인 상세한 디자인보다 반복을 선호한다. 이 방법론은 스타트업 세계에서 빨리 자리 잡았으며, 비즈니스 스쿨들도 교육과정에

50) 1. 개인 요소 : 성격, 백그라운드, 기업가 스킬
2. 환경 요소 : 정책, 경제, 사회 문화, 기술
3. 금융 요소 : 비밀 원천, 부채, 자본

반영하고 있다. 린 스타트업은 빨리 실패하고 지속적으로 배우는 원리로서 성공을 위해 개선하는 시도를 하여야 하며, 3가지 핵심 원칙⁵¹⁾을 제시하였다.

Michael & Sf & Spencer(2013)는 테네시 대학의 연구⁵²⁾와 같은 스타트업의 실패율⁵³⁾을 낮추기 위해, 기업 위기에 들어갔을 때, 시장 전략을 바꾸고, 조직구조를 세분화하기 위해 미래 지향적 관리 회계 도구를 이용해야 한다는 점을 강조했다. 최근 관리 회계 연구에 따르면 분산 분석, 이익 계획, 성과 측정 시스템과 같은 전략적 도구는 기업가 정신 유지와 성장과 같은 부분적인 역할에서 확대되어 관리 회계 시스템이 기업 비즈니스의 생존과 성장에 큰 성공을 가져온다는 결과가 있다. 관리 회계 시스템은 보고서, 법 준수, 세금 처리 기능을 벗어나 전략 수립, 미래 지향 관리, 제품과 서비스의 성과 분석이 가능해야 한다고 제안하였다.

2. 국내의 사업 성과 요인에 관한 선행연구

1인 창조기업은 최근에 나타난 개념으로 기업의 사업성과 요인에 관한 연구는 벤처기업을 대상으로 시작되었다. 1990년대 중반부터 벤처기업의 성공과 실패에 영향을 미치는 요인들에 대해 실증적인 분석을 통한 연구들은 다음과 같다.

조형래(1994)는 창업인의 특성과 기업성과와의 관련성을 파악하고 그런 관련성이 제품의 혁신성에 따라 어떻게 달라지고 있는가를 분석하였으며, 남영

51) 1. 비즈니스 모델 캔버스라는 프레임워크를 활용하여 가정을 요약하여 계획을 세운다.

2. 가정을 개발하고 고객에게 테스트하여 피드백을 다시 개발에 반영한다.

3. 소프트웨어 개발 방법인 애자일 방법론을 사용한다.

52) 최근 미국 테네시 대학의 연구 결과에 따르면 비즈니스의 성공률은 상대적으로 낮다. 주요한 실패 이유로 계획 부족, 자금 조달 계획 부족, 기록 보관 경험 부족, 경영 경험 부족이 있다.

53) 스타트업 실패율 : <http://www.statisticbrain.com/startup-failure-by-industry>

호(1999)는 정보통신산업 분야의 기술집약형 벤처기업을 대상으로 성장단계별로 성공에 영향을 미치는 요인들을 알아내고, 예비창업자가 이 요인들을 경험하고 내재 능력화한 장소, 방법 및 형태 등을 분석하여 배태조직의 효과성을 높이기 위한 정책방향을 도출하고자 하였으며, 기업의 기술영업직 출신의 예비창업자나 출연연구소에서 시작품을 개발한 경험이 있는 연구원이 창업할 때 가장 성공 가능성이 높음을 도출하였다.

이인찬·이광훈·박성진·김운호(1998)는 정보통신관련 기술집약형 벤처기업을 대상으로 기업 성장에 중요한 영향을 미치는 요인들이 무엇인가와 이러한 요인들이 배태조직의 성격 및 창업자의 배태조직에서의 습득 능력과 어떠한 관계를 가지고 있는가를 알아보고 우수한 배태조직의 특성⁵⁴⁾을 설명하였으며, 정부의 정책방향으로 창업 및 퇴출의 유연화, 시장효율화, 금융인프라 구축, 벤처 네트워크 구축이라는 네 가지 방향으로 집약하여 제안하였다.

최만기·신진교·남준호(2000)는 한국경제 위기를 극복하고 미래지향적인 산업구조로의 조정을 견인해 나갈 새로운 경제주체로서 벤처기업이 부각되고 있는 시점에 기존 벤처기업들의 성공요인에 관한 연구들의 문제점을 분석하여 벤처기업의 포괄적인 성공요인을 탐색적으로 규명하였고, 이 결과를

- 54) 1. 예비창업자에게 내재적으로 기회를 인지하고 사업아이템을 설정할 수 있는 기회를 제공한다.
 2. 예비창업자가 기술적인 기회와 동시에 시장에서의 기회를 인지할 수 있게 한다.
 3. 예비창업자가 신제품의 시제품(prototype)을 제작할 수 있는 기회를 제공한다.
 4. 예비창업자가 창업동지를 만날 수 있는 환경을 제공한다.
 5. 예비창업자가 업무상 공동작업을 할 수 있는 환경을 제공한다.
 6. 예비창업자가 기술적으로 상호보완적(여러 전공에 걸친)인 능력을 가진 창업팀을 구성할 수 있는 기회를 제공한다.
 7. 예비창업자가 창업후에 계약용역을 제공하여 첫 제품 개발을 위한 자금을 지속적으로 지원한다.
 8. 예비창업자가 첫제품 개발을 위한 자금조달 능력을 습득시켜 준다.
 9. 예비창업자에게 시장에 관한 노하우, 고객군, 유통망, 경쟁사나 부품업체 등과 같은 산업에 관련된 지식을 제공한다.
 10. 예비창업자에게 기업의 성장에 필수적인 재무관리 능력을 제공한다.

바탕으로 향후 연구할 명제를 제안⁵⁵⁾하였다.

배병렬·최관신·황윤용(2001)은 벤처기업의 성과에 영향을 미치는 요인들을 추출하고, 이를 토대로 기업의 성장 단계별 핵심 요인들을 제시함으로써 벤처기업의 성장단계별로 각 요인에 따라 기업이 중점을 두어야 할 요소들이 무엇인지를 상호 복합적으로 검토하였다. 연구 결과 창업초기에는 창업자의 일에 대한 의욕과 자율성 및 현시장의 구매자 집중도가 중요한 고려요인이었고, 성장기에는 기업의 규모 및 현 시장과의 마케팅능력의 조화가 요구되었으며, 성숙기에는 제품라인과 시장과의 일치성 및 품질우위 전략 등이 핵심요인인 것으로 조사하였으며, 전체적인 벤처기업의 성과를 위해서는 창업자의 확고한 비전과 목표 그리고 파트너십이 있어야 하며, 벤처기업이 초기에 일을 시작하면서 벤처기업이 갖는 창의적이고 도전적인 정신이 그대로 유지될 수 있도록 하는 환경을 만드는 것, 성장기에는 고객의 욕구에 맞는 가장 효과적인 마케팅 전략들이 요구되는 시기, 성숙기에는 사업의 유연성 및 전문가의 자문 그리고 조직의 공식화 정도, 기업규모, 현 시장과 제품라인의 적합성 및 지속적인 R&D 투자 등이 요구된다는 결과를 보였다.

김진희·김대호·김홍(2008)은 미래지향적인 산업구조로의 조정을 견인해 나갈 혁신형 중소기업이 부각되고 있는 시점에서 혁신형 중소기업의 성공

-
- 55) 1. 창업자가 기술분야나 공학분야의 고등교육을 받은 후 중소기업의 근무경험을 갖고 그 경험을 살리는 벤처기업일수록 성공가능성이 높다.
2. 경쟁사의 모방이 어려운 참신하고 독특한 제품을 생산하거나 서비스를 창출하는 벤처기업일수록 성공가능성이 높다.
3. 자체 연구소를 지니고 연구개발비 투자를 많이 하는 기술 혁신지향적인 벤처기업일수록 성공가능성이 높다.
4. 경쟁이 치열하나 성장가능성이 높은 산업에 속한 벤처기업일수록 성공가능성이 높다. 5. 개방적 의사소통시스템을 갖고 신속히 의사결정을 내리며 직무의 자율성을 부여하고 성과에 따라 보상하며 지속적으로 교육훈련을 실시하는 벤처기업일수록 성공가능성이 높다.
6. 불확실성을 감수하며 많은 혁신적인 제품/서비스를 생산하는 벤처기업일수록 성공가능성이 높다.

요인에 대한 선행 연구를 고찰하고 실제 사례를 검증한 결과 성공한 벤처 기업들은 젊고 패기 있는 고학력의 창업자가 자신의 전공과 이전 직장의 경험을 살려서 창업할 때, 시장 진입 후 빠른 시기에 비교우위를 획득할 때, 기술혁신에 의한 차별화 된 전략으로 경쟁우위를 점할 때, 의사결정의 신속함이나 자율적이고 유연한 체계로 운영될 때, 사업환경 및 고객의 트렌드 변화에 대해 현재 파악 및 미래를 예측할 수 있는 수준으로 발전할 때가 성공요인으로 제안하였다.

윤종록·김형철·김광숙(2008)은 벤처기업의 실패율을 줄이고 성공률을 높일 수 있는 방안을 모색하기 위하여 벤처기업의 조직성과에 영향을 미치는 것으로 분석된 요인들을 중심으로 창업가특성, 환경특성, 조직특성을 독립변수로 설정하여 벤처기업의 조직성과에 미치는 영향에 대해 광주, 전남지역의 벤처기업을 대상으로 실증분석 하였다. 연구결과 창업가의 심리적 특성 중 최고경영자가 성취 욕구를 강하게 나타내면 조직구성원도 이것의 영향을 받게 되고 또한 벤처기업의 경영성과에 영향을 미치는 것으로 분석하였고, 시장의 경쟁강도가 낮은 경우 높은 경우보다 벤처기업의 경영성과가 높았음을 분석하였고, 제품의 산업 성장률과 같은 환경 특성이 벤처기업에 중요한 요인이 된다고 분석하였으며, 보유자원은 초기 신생기업에게 있어서 성과에 직간접적인 영향을 미치는 것으로 분석하였으며, 제품의 성능향상이나 가격인하 등이 가능한 기술보유가 벤처기업의 경영성과에 중요한 영향을 미치는 것으로 분석하였다.

이병현·강원진·전호일(2008) 공공연구기관에서 개발한 기술을 기반으로 창업된 연구기반스핀오프벤처기업의 성장과정과 성장과정에서 나타난 어려움을 극복하고 성공할 수 있었던 요인들에 대해 살펴보고, 연구기반스핀오프벤처기업이 성공할 수 있는 정책적·실무적 시사점을 제안하였다. 스페인 오프벤처기업의 성공요인으로 창업 이전에 형성된 우수한 자원역량, 지속적인

연구활동을 통한 세계적 수준의 원천기술 보유, 내부 인력의 상호보완적인 구성, 경영진의 기업 자문활동을 통한 사업감각 형성, 운영자금 및 생산설비 구축 자금의 원활한 확보, 최고경영진의 리더십 및 동기부여, 위기 상황에서 시행착오를 통한 꾸준한 학습, 연구팀의 팀워크, 단계적인 연구개발 및 시장진출 전략, 창업자의 부족한 경영역량을 보완하기 위한 전문경영인 영입으로 분석하였으며, 정부는 엄격하면서 공정한 과제심사를 통해 기초연구비를 배분해야 하고, 대학 스핀오프 벤처들에게 기초 연구비를 지원하는 것은 중요한 일이지만, 필요 이상으로 너무 과대한 수준이어서는 안된다고 제안하였다.

강원진·이병헌·오왕근(2012)은 2008년 벤처기업정밀실태조사 자료를 활용하여 벤처기업의 외부자원 활용, 특히 외부협력 네트워크 활용, 정부정책자금 활용과 벤처캐피탈 자금 활용이 기술혁신 성과에 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석하였으며, 연구 결과 벤처기업에 있어 외부협력 네트워크, 정부정책자금 및 벤처캐피탈 자금의 활용은 통계적으로 유의하게 기술혁신 성과에 정의 영향을 미치므로, 벤처기업들이 다양한 외부기관과의 협력을 통해 기술혁신을 촉진할 수 있는 방안과 국가연구개발사업의 효과성을 제고하기 위해 임계규모 이상의 자금지원과 그 효과성에 대한 지속적인 평가와 개선이 필요하다고 제안하였다.

권경섭·김병진·하규수(2012)는 지식경제부 소속 준정부기관이자 연구기관인 한국세라믹기술원의 세라믹히든챔피언 종합육성사업을 통하여 국가연구개발기관에서 수행하는 벤처중소기업 기술사업화 종합지원사업의 성과와 개선과제를 탐구했다. 권경섭은 한국세라믹기술원에서의 애로요인 및 종합지원사업에 대한 설문조사로 제품 생산 부문보다는 기술개발과 판로, 금융이 중요한 것으로 요약되며, 벤처중소기업이 기술사업화에 성공할 수 있도록 기업가치사슬 전반을 지원하는 방향으로 서비스 영역을 확대할 필요성

이 있다고 제안하였다. 한국세라믹기술원은 연구개발 및 기술 중심의 기능별 개별 서비스를 금융과 판로가 포함된 종합지원 서비스로 세라믹히든챔피언 종합육성사업을 추진하였으며, 초기 목표로 했던 과제들이 계획대로 수행되고 궁극적 목표로 설정했던 지원기업의 매출과 고용수준이 증가했다는 점에서 성과 창출도는 양호했으나 전체기능의 정렬과 조정문제, 외부지원기관 및 지원기업에 대한 유인 체계와 관리시스템의 개선 등 해결과제가 남는 아쉬움이 있었다.

김종운(2012)은 국내 벤처기업들의 외부 협력이 그 협력의 대상 및 협력내용별로 벤처기업의 경영성과에 미치는 영향을 1,567개 벤처기업 자료를 활용하여 실증적으로 분석하여, 정부의 대·중소(벤처)기업 협력정책은 벤처기업의 혁신 능력 향상 및 시장개척을 위한 협력활동에 대한 인센티브를 확대하는 정책이 필요하고, 벤처기업의 창업초기 단계에서 외부협력 시 기술자료 보호 등을 조치와 함께 협력목적에 맞는 대상을 쉽게 찾을 수 있도록 정보제공시스템을 갖추는 등의 협력인프라 조성이 필요하다고 제안하였다.

이성호(2012)는 지식이 경쟁우위의 핵심역량이 되어 가고 있는 지식경제 하에서 벤처기업의 성과를 제고시키기 위하여 지식경영에 대한 지식중심문화와 협동학습의 영향을 파악하고자 문헌연구와 실증분석을 수행하였다. 지식활동을 성과와 연계하기 위해서는 보상, 정감, 그리고 지원과 같은 조직풍토에 더 많은 배려를 해야 하고, 구성원간의 상호의존과 집단학습인 협동학습을 통한 지식 경영활동이 이루어져야 조직의 효율성과 유효성인 성과를 제고시킬 수 있을 것이다. 중소벤처기업은 자율성보다는 조직풍토를 우선적으로 고려하고, 대벤처기업에서는 자율성과 조직풍토를 동시에 고려하는 지식중심문화를 조성하는 것이 좋을 것으로 제안하였다.

글로벌 경제위기로 이후 우리나라는 저성장시대로 돌입됨에 따라 고용문제가 중요한 정책이슈로 부각되었으며, 구직에서 창직으로 패러다임의 전환이 이루고, 세계경제체제가 지식기반경제에서 창조기반경제로 이행되어 가면서 창조적 역량을 원천으로 하는 1인 창조기업에 대한 관심이 모아지고 있다. 이에, 벤처기업의 성공요인에 관한 연구를 바탕으로 1인 창조기업의 이론적 정의와 1인 창조기업의 경쟁력을 강화하기 위해 연구가 이루어져 왔다.

김경환(2009)은 1인 창조기업에 대한 이론적 고찰을 통해 1인 창조기업을 이해하고, 1인 창조기업의 현황, 창업동기 및 문제점을 파악하였다. 이를 통해 1인 창조기업의 발전을 위한 정책방안으로 제도적인 측면으로 1인 창조기업의 사업등록 절차 간소화와 1인 창조기업간 네트워크 활성화를 통한 공동 사업 추진 제도를 개발하고, 자금지원 측면으로 1인 기업 특성에 맞는 신뢰평가/보증 제도의 필요성을 제안하였으며, 판로를 위해 판로 개척 지원, 1인 창조기업을 위한 거래의 장, 1인 창조기업도 입찰할 수 있는 제도적 장치, 1인 창조기업을 위한 수출 규제완화의 필요성을 제시하였다.

김선진(2010)은 상상력과 창의성을 바탕으로 하는 만화·애니메이션·게임·디지털 영상·지식정보 등 콘텐츠 산업 분야가 1인 창조기업에 최적이며, 개인의 브랜드화, 수익모델 다양화, 다양한 휴먼 & 정보 네트워크 구축 및 활용, 적극적인 아웃소싱 활용, 확고한 기업가 정신, 유연하고 통합적인 사고능력을 디지털 콘텐츠 분야의 1인 창조기업 성공 전략으로 도출하였다.

심상민(2010)은 문화콘텐츠 산업 분야를 중심으로 1인 창조기업에 대한 명료한 기준과 대상, 유형을 설명하기 위해 연구자의 주관적 관점에 따라 <겸업/취미>형, <본업전환/확장>형, <생업신규창출>형의 3가지로 분류하고, 가치사슬 유형에 따라 <기획/발상>형, <원천 기술 제조/착장>형, <유

통/마케팅>형, <컨설팅/서비스 지원>형의 4가지로 분류하였다. 1인 창조기업은 문화 콘텐츠 산업 부문에서 성공 가능성이 가장 높을 것이라고 분석하였으며, 1인 창조기업의 창업과 성장 발전을 도와주기 위해서는 사회적 지원 프로그램과 같은 관심과 도움이 필요하다고 주장하였다.

이승희·김건(2012)은 내용전문성을 갖춘 대학생이 창의적이고 도전적인 아이디어로 부가가치를 창출하는 학생 1인창조기업을 전문인력양성이라는 교육적 책무성을 가진 대학에서 육성하기 위한 방안을 음악콘텐츠산업에 진출하는 예비 음악가들의 창업약량을 개발하는 관점에서 탐색하였다. 학생 1인 창조기업 육성을 위해 교육내용의 체계화와 교육방법의 다양화, 그리고 학생 창업을 위한 대학문화 활성화를 제시하였으며, 청년과 학생들이 창의적 아이디어를 창출하고 도전하는 창업문화를 대학과 사회가 함께 주도해 나가야 한다고 주장하였다.

권미영·정해주(2012)는 기술창업기업의 성과에 영향을 미치는 요인을 탐색하고, 기술창업기업의 성과 향상을 위하여 기업가와 정책적 차원에서 지원에 대한 방향을 제시하였다. 연구 결과 실무적 측면에서의 시사점으로 기술창업기업에게 기업가의 성취의지와 사회적 역량이 성과에 긍정적인 영향을 미치며 이런 역량을 기업가가 보유하기 위해서는 장기간에 걸쳐 이루어지는 것으로 부족한 부분은 멘토를 활용하는 방안이 필요하다고 제안하였다. 기술능력은 지적재산권이나 기술인증 등 객관적인 기술을 많이 보유한다고 높은 성과를 예측할 수 없으며, 기술 변화 및 시장의 트렌드 변화에 민감하게 반응하여야 한다고 제안하였다. 네트워크 특성이 성과에 긍정적인 효과를 창출하고 있는 만큼 기업들은 네트워크 활동에 적극적인 참여를 하여야 하며, 기업 상황에 필요한 관계를 형성하는 것이 중요하다고 제안하였다. 정책적 시사점으로 사회적 역량 강화를 위한 교육 훈련 프로그램이 필요하고, 세제의 개선, 기업의 사회적 기여 활성화를 위한 정책 수립과 네트

워크 참여자를 규모별, 업력별, 업종별 매트릭스 형태로 참여자를 구성하여 실질적 협력 문화가 이루어지도록 정책이 운영되어야 한다고 제안하였다.

김홍(2012) 벤처창업 후보군중 하나인 대학생들이 창업을 하는데 있어 중요한 영향을 미치는 창업요인과 창업의지의 관계에 대해 연구를 하였고, 개인이 처해있는 배경, 긍정적인 사고를 하는 개인적인 성향이 창업에 영향을 미치며, 교육, 자금 등 처해있는 상황 등의 요인이 모두 상호 관계가 있다고 제안하였다.

이현우·김운한(2012)은 디지털 광고 시장의 성장으로 인하여 1인창조기업과 중소 광고회사의 창업 기회 및 성장 가능성이 점차 커지고 있는 상황에서 광고와 관련한 1인창조기업의 주요 사업 영역을 미디어(모바일, 인터넷), Art, BTL, Technology, 콘텐츠 기획 및 발굴 영역으로 구분하고 관련 문헌 및 관련 전문가를 대상으로 한 FGI 결과와 소비자의 광고소비 행태 및 디지털 미디어에 대한 관심과 성장성을 고려할 때 향후 광고 산업의 핵심적인 영역이 될 것으로 전망하였다. 이와 결부하여 중소 광고회사와 광고 관련 1인창조기업을 연계시키는 Hub 운영 기관 설립, 비즈니스 네트워크 구축, 다양한 연계망 구축 및 지원으로 인력 활용성 배가, 창업 시 행정 절차 간소화 및 경영 자금 지원, 세무·회계·법률 등 행정 및 경영지원, 거래 활성화를 위한 지원 추진, 공공기기 및 업무 공간 지원, 창의적 아이디어의 재산권화 지원과 같은 1인 광고 콘텐츠 기업 육성방안을 제안하였다.

황보윤·양영석(2012)은 창업의 80.2%가 생계형 창업인 자영업창업으로 집중되고, 이들 창업사업체의 3년 생존율이 33%에 머물고 있다는 국내 창업현실에 대해 창업교육을 통한 양질의 창업유도가 절실하다고 제안하였다. 이를 뒷받침하기 위해 창업대학원의 성과를 분석한 결과 성장성으로 창업 측면에서 인프라구축 및 지원, 창업시장의 질적성장 확대 및 고용 창출 및 글로벌 창업시장 진출기반 제공의 성과를 거두었으며, 교육측면에서는 창업

학의 학문정립과 현장 및 실무 중심의 창업교육기반 확립 및 국내외 대학 및 지자체와의 네트워크 활성화에 기여하였다고 분석하였고, 매출액으로 창업을 통해 기업을 배출하고 논문 및 교육컨텐츠 개발등의 성과를 거둔 것으로 평가하였다. 그리고 창업대학원 재학생 및 졸업생의 설문을 통해 창업대학원에 대한 종합적인 만족도가 높으며 지속적으로 운영 및 확대할 필요성이 있다고 제안하였다.

최종인·양영석(2012)은 교육과학기술부, 지식경제부, 중소기업청은 청년 실업률 해소와 국가 경쟁력 강화를 위해 창업교육에 대한 지원을 강화하고 있는 상황에서 국내창업 현황과 창업교육의 진행과정을 통해 파악한 문제점과 현황을 분석하여 사업기회 탐색에서부터 최종 사업화 전략에 이르기까지 프로세스 중심의 창업프로그램 개발, 사례중심과 이론중심의 교육을 지양하고 자기주도적 창업실습 훈련을 통해 창업교육 알고리즘의 소화와 적응능력 배양, 질 좋은 창업교육을 위해서 사업현장의 정보와 노하우를 창업자들과 연결시키는 창업교육 생태계 구축과 교육자를 양성하여야 한다고 제안하였다.



<표 2-16> 1인 창조기업 사업성과 관련 선행연구 결과 요약56)

연구자	독립변수	종속변수
David (1989)	자본, 부채	생존
Alessandro(1994)	초기 종업원수, 종업원수 증가율	생존
Peter & Sara & Daphne (1996)	대표자의 성별	직원의 수, 직원 증가율, 매출액, 재무 자산
Hannu & Esa & Tuomo(1998)	기업가의 개인적인 특성	생존
Marco & Michael & Roy(2000)	창업 기간, 기업가의 산업 경험, 산업 종류, 창업시 자본금, 리스크, 이익	매출 증가율, 이익, 투자, 인원, 개인 수입
Gavin(2004)	스타트업의 크기, 자본 구조, 조직 형태, 성장 방향, 창업자의 특성	생존
Timothy Bates (2005)	창업자의 교육수준, 기술과 경험,, 매물 비용, 소수민족, 산업분야, 나이, 성별	주관적 평가
김진희·김대호·김홍 (2008)	창업자 특성, 전략 특성, 환경 특성, 조직 특성	매출액, 종업원수, 경영자의 만족도, 브랜드 인지도, 시장점유율
윤종록·김형철·김광숙 (2008)	창업자 특성, 환경 특성, 조직특성	매출액, 시장점유율, 투자수익률, 인력고용 증감, 생산성, 경영성과에 대한 만족도
신동하 (2011)	기업가의 심리적 특성, 기업의 환경특성, 기업 특성	매출증가율, 시장점유율, 투자수익률
권미영·정해주 (2012)	기업가 특성, 기술능력, 네트워크 능력	주관적 평가
김중운 (2012)	종업원수, 업력, 네트워크 협력	매출액,매출증가율

56) 연구자 정리

제 4 절 사회적 자본에 관한 연구

1. 사회적 자본의 개념

경제학자들이 돈으로 대표되는 재화와 생산 투자를 가능하게 하는 토지, 공장과 같은 생산요소로 구성된 물질적 자본과 지식이나 숙련의 형태로 인간에 내재되어 있는 인적 자본으로서의 노동을 포함하는 자본에 대한 개념에 대해 연구를 진행하여 왔다. 이 과정에 전통적인 의미의 자본을 확대시킨 사회적 자본이라는 개념이 생겨났다. 사람은 사회속에서 가깝게는 가족, 친척, 동창 등 친분을 이어가고, 직장에서 동료, 거래처, 경쟁자 등 관계를 맺어 간다. 사람은 접촉하는 사람들 중에서 일부를 신뢰하고, 서로 도움을 주고 받으면서 관계를 형성하고 있다. 이때, 기업의 경영 성과적인 측면에서 조직원의 인적 유대관계가 기업의 경쟁 우위의 요소로 작용할 때, 이런 유대관계를 그 조직이 가진 사회적 자본이라고 생각할 수 있으며 일반적으로 기업의 네트워크라고 이해하고 있다. 이와 같은 사회적 자본을 정의하는 방법은 1980년대 중반부터 제시되기 시작하였다.⁵⁷⁾

사회적 자본의 개념적 기원에 대한 의견은 일치되지 않았지만, 사회적 자본의 개념들을 분석하고 체계화 시킨 학자는 Bourdieu와 Coleman이 최초로 시작하였다고 알려져 있다. Bourdieu(1986)은 사회적 자본을 지속적인 네트워크 혹은 상호인식이나 상호인정이 제도화된 관계를 특정한 집단의 회원이 되는 일과 관련되어 획득되는 실제의 또는 잠재적인 자원의 총합이

57) 정동섭·정석찬·정문섭(2011) 사회적 자본과 기업혁신 역량의 관계 인용

라고 정의하였다. 또한, 특정한 행위자가 누릴 수 있는 사회적 자본의 양은 자신이 효과적으로 동원할 수 있는 연결망의 규모와 그 연결망에 포함된 여러 개인이 소유한 자본의 크기에 달려 있으며, 특정한 집단이나 개인이 시장에서 선택하는 행위는 이러한 사회적 자본의 제도화 정도에 따라 달리 나타난다고 하였다. Coleman(1990)은 신뢰와 연결된 사회적 자본 개념을 도입하여, 사회적 자본은 사람이 지니고 있는 것이 아니라, 사람들 간의 관계가 어떤 행동으로 이어질 때 생겨난 것이라고 주장하였다.⁵⁸⁾

Burt(1992)는 인간이 동료나 친구와 같은 다른 사람과의 관계에서 얻는 기회를 사회적 자본이라 정의하였고, 네트워크란 상호접촉을 보유하는 자원 및 접촉의 사회적 구조를 동시에 의미한다고 정의하였다. Jarillo(1989)는 벤처기업 측면에서의 네트워크를 창업자 또는 벤처기업이 외부자원의 활용을 통해 경쟁우위를 획득하기 위한 전략적 행동으로 정의하였다. Fukuyama(1996)는 사회적 자본을 그룹과 조직에서 공통의 목적을 위해서 함께 일하도록 하는 사회 구성원의 능력 및 구성원간의 협력을 가능하게 하는 구성원 사이에 공유된 비공식적인 가치 또는 규범이라고 정의하였다. Gemuden & Ritter & Hydebreck(1996)은 벤처기업의 사업 협력네트워크 활동을 기업들이 자신이 소유한 자원의 부족을 극복하기 위해 자원을 보유하고 있는 다른 기업이나 조직과 협력관계를 형성함으로써 자원의 임계치를 확보하려는 활동으로 정의하였다. Adler(2002)는 사회적 자본을 결속력의 정도로 파악했으며, 중소기업에 있어서 결속력은 조직과 구성원들 간에 형성되는 공동체의식이나 신뢰를 통해 강화될 수 있다. Inkpen(2005)는 사

58) 정동섭·정석찬·정문섭(2011) 사회적 자본과 기업혁신 역량의 관계 인용

회적 자본이란 네트워크 내 개인이나 조직들이 보유하고 있는 관계로부터 발생하고, 그 관계에 내재되어 있는 자원의 총합을 의미하는 것이라고 주장하였다. Gulati(2007)은 네트워크를 통해 참여 기업들이 보유하고 있는 자원을 공유 및 보완함으로써 시너지 효과를 발생시킬 수 있다는 점을 강조했다.

구태회·이윤철(2004)은 네트워크란 경제행위자들인 기업이 각자의 목적을 달성하기 위하여 다양한 파트너들과 상호연계를 형성함으로써 자원을 공유하는 지속적인 협력구조라고 정의하였다. 임영언(2007)은 네트워크는 행위자의 목적을 달성하기 위한 수단으로 활용되기 때문에 네트워크 자체를 사회적 자본(social capital)으로 정의할 수 있다고 주장하였다. 김양민(2007)은 사회적 자본은 개인이 소유한 것이 아니고 그룹이나 조직 또는 국가가 공동으로 소유하는 신뢰, 규범, 네트워크 등에서 발생하는 것으로, 최고경영진의 사회적 자본이란 기업의 수뇌부가 갖는 기업 내 외부의 잠재적, 실재적 네트워크에서 발생하는 자원이라고 정의하였다. 그리고 그는 연구를 통해 사회적 여건이 비슷한 지역일지라도 시민 참여의 규범과 네트워크가 잘 발달된 지역에서 제도의 성과가 높게 나타났다고 설명하였다.

이러한 관점에서 사회적 자본은 사회내의 구성원들간의 관계를 형성함에 따라 생기는 무형의 부가가치라고 생각할 수 있다. 이는 대전광역시 사회적 자본 확충조례 제2조 1항에서 사회적자본이란 시민의 자발적인 참여를 바탕으로 지역사회가 직면한 문제를 해결하고, 공동의 목표를 향하여 나아갈 수 있도록하는 사회적 역량으로써 신뢰, 소통, 협력, 규범, 네트워크 등 무

형의 자산라고 규정하고 있는 것을 통해 확인할 수 있다.

2. 사회적 자본의 특징 및 구성요소

Nahapiet & Ghoshal(1998)은 사회적 자본은 다양한 형태를 띠지만, 공통적인 두 가지 특징을 제시하였다. 하나는 사회적 자본은 개인들이나 조직들 사이에 존재하기 때문에 어느 한 개인이나 조직이 배타적으로 소유권을 확보할 수 없다는 것이고, 또 다른 하나는 사회적 자본이 네트워크 내 개인이나 조직의 행동에 영향을 미친다는 것이다.

Inkpen(2005)는 사회적 자본의 문화적 차원을 관계적 차원과 인지적 차원으로 세분하였다. 관계적 차원이란 '신뢰'나 '신뢰할 수 있다'는 개념과 같이 관계에 내재되어 있는 자산을 의미하며, 인지적 차원이란 적절히 행동할 수 있는 방법이나 공유된 언어나 패러다임, 공유된 비전, 공통의 가치 등을 의미한다.

김양민(2007)은 최고 경영진의 사회적 자본을 그 위치에 따라 크게 내부 자본과 외부 자본의 두 종류로 나누고, 그 기준에 따라 다시 묶는 자본과 연결 자본으로 나누었다. 내부 묶는 사회적 자본은 최고 경영진 내부에 존재하는 응집력의 정도라고 정의하고, 최고 경영진의 내부 사회적 자본은 만약 최고 경영자 개개인이 서로 끈끈한 네트워크를 갖고 있을 경우 극대화된다. 최고 경영진의 외부 사회적 자본은 최고 경영진이 제도환경에서 갖고 있는 외부 인맥의 합이라고 정의할 수 있다. 제도 환경은 정부나, 주 공급자, 구매자, 경쟁자를 포함하는 관련기업, 또는 금융기관등 해당기업의 성과에 직 간접적으로 영향을 줄 수 있는 기관들을 포함하는 환경이다. 최영근

(2010)은 최고 경영진의 인적 및 사회적 자본이 기업성과와 벤처캐피탈 투자에 미치는 영향을 연구하면서 이 개념을 수용하였다.

이동현(2008)은 사회적 자본을 구조적 차원, 관계적 차원, 인지적 차원으로 구분해서 정의하였다. 구조적 차원은 네트워크 내에서 관계의 패턴을 의미하는 것으로 네트워크 연계, 네트워크 구성 등의 개념을 통해 분석할 수 있다. 관계적 차원은 네트워크 구성원간의 신뢰를 의미하는 것으로, 신뢰란 어떤 사람의 의도된 행위의 결과가 다른 사람의 관점에서 적절할 것이라는 믿음을 의미한다. 인지적 차원은 네트워크 구성원간에 공통된 의미를 이해할 수 있는 자원을 의미하는 것으로, 공유된 언어나, 코드, 공유된 신화나 은유법 등의 커뮤니케이션 수단과 네트워크 내에서 어떤 행동을 해야 하는지 알려주는 규범을 의미한다.

서인덕·류동우·박태경(2010)은 Stearns의 네트워크의 수, 유형의 다양성, 지역의 다양성으로 네트워크의 구조 분류, Watson의 네트워크를 규모와 빈도로 분류, 원종하의 네트워크 규모와 강도, 박우성의 네트워크 크기, 다양성, 강도, 신뢰 등으로 분류된 선행연구를 참고하여 기업의 지속적인 생존 및 경쟁우위 달성에 필수적인 자원 획득을 위한 전략적 방안이라고 할 수 있는 네트워크를 크기, 다양성 및 강도로 분류하였다. 네트워크의 크기는 특정 기업이 참여하고 있는 네트워크의 수로 네트워크의 크기가 크면 해당 기업이 필요로 하는 자원에 접근도가 더 커지게 되므로 자원이 부족한 벤처기업에게 큰 도움이 된다. 네트워크의 다양성은 기업이 네트워크 원천을 얼마나 다양하게 보유하고 있는가 하는 범위로 다양한 네트워크의 형성 및 활용을 통해 기업들은 다양한 경험과 지식등을 확보할 수 있으며, 이로 인해 성과를 향상시킬 수 있다고 가정할 수 있다. 네트워크 신뢰도는 참여기업들이 서로 얼마나 강하게 연결되어 있는가 하는 것을 의미하고 동일 네트워크에서 활동하고 있는 파트너들 간에 교류 빈도가 높고 많은 시간을

할수록 이러한 신뢰도는 높아진다고 설명하였다.

본 연구에서는 모바일 앱 1인 창조기업이 외부와 연결되는 네트워크를 외부 연결 사회적 자본으로서 간주하고, 구조적 관점에서 다양한 네트워크에 대한 강도와 신뢰 측면에서 분석하고자 한다.

3. 사회적 자본이 사업성과에 미치는 영향에 대한 실증연구

구태희·이윤철(2004)은 호텔기업의 내부 자원과 전략적 네트워크가 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구를 수행하였다. 연구 결과, 호텔의 경영성과에 대한 영향은 호텔의 내부자원과 호텔이 참여하는 글로벌 네트워크의 강도에 따라 발생하고 있음을 확인하였다. 글로벌 네트워크의 강도에 따라 국내 호텔의 성과에서 확연한 차이가 있음을 발견할 수 있었다. 사업 환경이 온라인 환경으로 확장됨에 따라 온라인 환경에서 경쟁우위를 확보하고 있는 중간기업과의 네트워크 구축이 호텔의 경영성과에 긍정적인 영향을 끼치고 있음을 확인하였다.

김양민(2007)은 최고 경영진의 사회적 자본이 신생 벤처 코스닥 기업의 실패 가능성에 미치는 영향을 분석하였다. 최고경영진들의 학연과 경력연으로 측정된 내부 사회적 자본과 최고 경영진의 외부 관련 기관 근무 경험으로 측정된 외부 사회적 자본은 기업의 성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으나, 최고 경영진간의 지연관계로 측정된 내부 사회적 자본은 기업의 성과에 악영향을 미치는 것으로 나타났다.

임영언(2007)은 100년 가량이 경과된 한국인의 해외이민 역사 가운데 일본 현지에서의 동포 네트워크가 그들의 이민사회에서 생활하고 기업을 일구는데 어떤 중요한 역할을 했는지에 대해 연구하였다. 연구 결과 재일한국인 기업가간의 네트워크 관계는 강한 연대를 형성하고 있으며, 상호관계(참

가 빈도), 기업거래빈도(신뢰관계), 중요기업 거래 수(네트워크 규모)가 높을수록 경영성과도 높게 나타났다고 발표하였다.

이동현(2008)은 방문판매사업을 중심으로 사회적 자본이 성과에 미치는 영향에 관한 연구를 수행하였다. 연구 결과, 건강기능식품 산업에서 유사한 방문판매사업을 하는 회사가 보유한 사회적 자본에 있어 구조적, 관계적, 인지적 차원에서의 차이점이 지점의 수와 생산성, 판매원의 수와 생산성 측면에서 뚜렷한 성과 차이를 보여주었다고 발표하였다.

양영석·조상섭(2009)은 선행 문헌 연구를 통해 기술 벤처기업의 네트워크 성과에 있어, 기업 간에 상호 관련된 자원의 양과 상호작용의 빈도가 높을수록, 파트너와 밀접한 관계의 네트워크를 가질수록, 네트워크가 크고 다양하면서 그 네트워크로부터 지원을 받을때, 외부의 정보에 의존하여 기업의 전략을 수립하는 기업들이 높은 성과를 가지며, 전략적으로 중요한 고객들과 공급자들과 밀접하게 연계되어 있는 네트워크를 통하여 경쟁우위를 얻을 수 있다고 정리하였다.

서인덕·류동우·박태경(2010)은 기업의 조직역량과 전략적 네트워크가 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 연구 결과, 전략적 네트워크 크기는 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 주장하였다. 즉, 네트워크의 수가 많다는 것은 활용할 수 있는 외부자원의 원천의 수가 많다는 것을 의미하는 것이므로, 이는 궁극적으로 경영성과 향상에 기여할 수 있음을 보여준다. 하지만 네트워크 다양성은 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 기업 및 산업의 특성에 기인한다고 추론해 볼 수 있다. 네트워크 강도는 '얼마나 자주 접촉하느냐'를 의미하는데, 기업이 성과를 높이기 위해서는 파트너 기업과 자주 접촉하는 것이 도움이 된다는 선행연구들도 함께 제시하였다.

최영근(2010)은 최고 경영진의 인적 및 사회적 자본이 창업부터 기업공

개까지의 재무성과와 벤처캐피탈의 투자 결정에 미치는 영향을 분석하였다. 최고경영진의 인적 및 사회적 자본은 기업의 성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 한편 벤처캐피탈의 투자결정에는 인적 자본을 측정할 변수 중에서는 아웃풋 기능배경, 내부 사회적 자본에서는 직장연, 외부사회적 자본에서는 명문대 출신과 관련기업 근무경험이 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

정동섭·정석찬·정문섭(2011)은 탐험형 혁신과 활용형 혁신의 유형을 바탕으로 혁신형 중소기업을 대상으로 한 사회적 자본의 특성 중 네트워크의 범위 및 강도에 어떠한 영향을 주며 이들의 상호관계가 실제 혁신성과에 어떠한 영향을 주는지를 실증분석하였다. 탐험형 혁신을 추구하는 기업들은 사회적 자본의 네트워크 강도를 다양화 하는 특성을 보이고, 활용형 혁신을 추구하는 기업들이 제한된 네트워크 내에서 그들 집단과 아주 밀접한 연계 활동의 특성을 보이는 것을 발견했다.

장수덕·주연매(2012)는 조직내 기업가정신, 사회적 자본, 그리고 이들간의 상호작용이 중국 중소기업의 성과에 미치는 영향에 관하여 연구를 하였다. 조직내 기업가정신과 관련된 활동들과 사회적 자본으로서의 조직내부의 결속력을 높이기 위한 조직차원의 배려(OCE)가 기업성과에 유의한 긍정적 영향을 미치며, 특히, 조직혁신과 관련된 기업가정신은 조직의 배려와 상호 작용하게 될 때 기업성과는 보다 향상될 수 있음을 발견했다.

제 5 절 선행 연구의 문제점과 시사점

1980년대 중반부터 해외에서는 중소기업, 벤처기업, 그리고 이런 개념을 포괄적으로 포함하는 스타트업 기업들이 고용문제 해결과 경제 활성화에 중요한 역할을 수행하고 있음을 인식하고, 이들 기업의 성공 요인에 관한 연구가 이루어져 왔었다(Roure & Maidique, 1986; Stuart & Abetti, 1987; Sandberg & Hofer, 1987; David, 1989). 이러한 연구들은 창업인의 과거경험, 창업인의 특성, 목표시장, 기술전략, 자본비율, 산업구조, 전략 등 다양한 요인에 대하여 수행되었다. 1990년대에 들어서도 이들 기업의 성공 요인을 분석하는 요인으로 창업자의 특성과 거시적인 국가 통계를 기반으로 추진하는 등 1980년대와 큰 차별화가 없었다(Roure & Keeledy, 1990; Wirm & Vijverberg, 1992; FitzRoy, 1993; Alessandro, 1994; Chandler & Hanks, 1994; Gavin, 1996; Paul, 1997; Hannu & Esa & Tuomo, 1998). 2000년대에 들어서서 지식 경제 기반 스타트업에 대한 연구가 시작되었으며(Marco & Michael & Roy, 2000), 소프트웨어 회사와 같은 기술 기반 소규모 회사에 대한 성공 연구가 제안되었으며(Michael & Charles, 2000; John, 2003), 이들 스타트업의 성장을 위한 프레임워크가 제시되기도 하였다(Timothy & Thomas, 2006; Marco & Roy & Niels, 2006). 그리고 스타트업의 실패율을 낮추기 위해 Lean Start-up 방법론과 회계 관리 시스템의 활용에 대한 방안을 제시하였다(Steve, 2013; Michael & Sf & Spencer, 2013).

국내에서는 해외 연구보다 10년 정도 뒤에 벤처기업의 성공 요인에 관한 연구가 시작되었다. 1990년대 중반부터 성공요인으로서 창업인의 특성, 우수한 배태조직의 특성에 대한 연구가 시작되었다(조형래, 1994; 이인찬·이광훈·박성진·김운호, 1998). 2000년대에는 벤처기업의 성공요인에 대한 본격적인 연구가 시작되었다. 벤처기업의 성공 요인으로 창업자, 기업 규모, 마케팅

팅 능력, 경영 전략, 의사결정 시간, 고객 트렌드 파악 등 다양한 요인에 대한 연구가 있었다(최만기·신진교·남준호, 2000; 배병렬·최관신·황운용, 2001; 김진희·김대호·김홍, 2008). 특히 2010년 들어 1인 창조기업에 대한 중요성이 부각되기 시작하면서, 1인 창조기업에 대한 정의, 창업자 교육, 대학생 창업에 이르기까지 다양한 요인에 대한 연구가 진행되었다(김선진, 2010; 심상민, 2010; 이승희·김건, 2012; 이현우·김운한, 2012; 황보윤·양영석, 2012; 최종인·양영석, 2012).

그리고 사회적 자본과 기업의 성공요인에 대한 실증연구에서 기업의 내부 자원과 전략적 네트워크간의 관계, 최고경영진의 사회적 자본과 신생 벤처 코스닥 기업의 실패 가능성간의 관계, 일본 동포 네트워크와 이민사회생활과 기업 성과간의 관계, 방문판매업의 사업회 자본과 성과와의 관계, 그리고 기술 벤처기업의 네트워크 성과, 혁신의 유형에 따른 네트워크의 효과 등에 대한 연구가 진행되었다(구태회·이윤철, 2004; 김양민, 2007; 임영언, 2007; 이동현, 2008; 양영석·조상섭, 2009; 서인덕·류동우·박태경, 2010; 최영근, 2010, 정동섭·정석찬·정문섭, 2011; 장수덕·주연매, 2012).

따라서 본 연구의 연구내용처럼 스마트 경제 시대에 1인 창조기업의 사업 성과 결정요인에 대한 실증 분석에 있어, 모바일 앱 분야 1인 창조기업에 대한 설문조사를 실시할 필요가 있으며, 사업 성과에 대한 공통 요인을 확인하는데 있어 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략이 미치는 영향을 확인하며, 사회적 자본으로서 네트워크가 미치는 영향에 대해 규명할 필요가 있다.

제 3 장 연구모형 및 가설

제 1 절 연구모형

한국은 고용문제가 중요한 정책이슈로 부각되었고, 구직에서 창직으로 패러다임의 전환과 세계경제가 창조기반경제로 이행되어 가면서 창조적 역량을 원천으로 하는 1인 창조기업에 대한 관심이 모아지고 있다. 특히, 이들 1인 창조기업이 경쟁력을 유지하면서 성공을 이룸으로써 대한민국의 국가경제도 활성화 될 것으로 기대하고 있다.

이러한 점에 착안하여, 지금까지의 기업의 성과에 영향을 미치는 환경 동태성(Marco & Michael & Roy, 2000; 김진희·김대호·김홍, 2008; 윤종록, 2008; 신동하, 2011), 기업 특성(David, 1989; Alessandro, 1994; Hannu & Esa & Tuomo, 1998; 권미영·정해주, 2012), 경영 전략(구태희·이윤철, 2004; 추승엽·유정민·임성준, 2009; 김선진, 2010; 선명옥·이우창, 2013), 그리고 사회적 자본(김양민, 2007; 임재현·최만기, 2007; 신진교, 2008; 이동현, 2008; 천만봉, 2009; 최영근, 2010; 장수덕·주연매, 2012; 조연성, 2012)에 대한 연구를 바탕으로 하여, 모바일 앱 1인 창조기업에 대한 성공 요인과 사회적 자본의 관계에 대한 가설을 도출하고자 한다. 모바일 앱 1인 창조기업의 성공요인에 대한 적절한 해답을 발견하기 위하여 기존 연구에서 밝혀진 관련 변수들을 바탕으로 다음과 같은 연구모형을 설계하였다.

먼저, 1인 창조기업, 스타트업, 벤처기업의 성공 요인에 관한 선행연구의 검토를 통하여 기업의 경영 전략에 영향을 미치는 환경 동태성과 기업이 특성을 선별하였으며, 경영 전략과 사회적 자본을 사업 성과에 미치는 변수로 사용하였다. 여기서, 환경 동태성과 기업 특성이 경영전략에 영향을 미

치고, 사회적 자본을 활용하여 사업 성과를 도출한다는 가정하에 연구모형을 결정하였다.

먼저, 1인 창조기업, 스타트업, 벤처기업의 성공 요인에 관한 선행연구의 검토를 통하여 기업의 사업 성과에 영향을 미치는 환경 동태성, 기업 특성, 그리고 경영 전략을 선별하였으며, 사회적 자본을 사업 성과에 영향을 미치는 조절 변수로 작용한다는 가정하에 연구모형을 결정하였다. 이와 같이 설계된 연구모형을 지역의 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 영향을 미칠 것으로 예상되는 변수들을 활용하여 재조명해 보고, 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 어떠한 작용을 하는지 종합적으로 살펴보고자 한다. 본 연구의 모형은 <그림 3-1>에 제시하였다.



<그림 3-1> 연구모형

1. 환경 동태성

1인 창조기업은 제한적인 제품 및 서비스, 좁은 시장, 소규모자원으로 급속히 변화하는 환경에 상대적으로 보다 더 민감하게 대응하게 된다. 특히 모바일 앱 산업 분야 1인 창조기업은 온라인 마켓 이라는 거대한 시장을 가지고 있다는 것과 창의적인 아이디어를 활용한 다양한 제품과 서비스를 제공할 수 있다는 것이 다른 산업 분야의 1인 창조기업과 차이점이 있다. 환경은 1인 창조기업의 외부에 존재하는 물리적이고 경제, 사회적인 제요소로 산업 환경과 일반 환경으로 분류되는데, 1인 창조기업에 직접적인 영향을 주는 산업 환경이 중요한 요인으로 작용하게 된다.

산업 환경은 해당산업의 고객, 경쟁자, 공급자와의 관계를 포함하는 영역으로 Porter(1985)는 산업의 특성을 산업 내 경쟁관계, 공급자와의 관계, 수요자와의 관계, 대체제의 위협 및 잠재적 신규진입자의 5가지 경쟁요인으로 분석했다. Sandberg & Hofer(1987)는 각 산업마다 서로 다른 산업구조, 시장안정성 및 진입장벽의 강도 등의 특성을 가지고 있고, 이러한 산업특성이 벤처기업의 성과에 유의한 영향을 미친다고 주장했다.⁵⁹⁾

이장우·이성훈(2003)은 벤처기업 실패요인에 관한 실증 연구를 통해 경쟁자들의 진입과 같은 경쟁의 정도, 환경의 불확실성을 주요 변수로 경쟁사의 존재, 경쟁자의 수, 주요 제품의 경쟁정도와 시장 및 경쟁상황에 대처한 마케팅 활동의 변화 정도, 제품의 진부화 정도, 생산기술의 변화정도로 세분화하였다. 추승엽·유정민·임성준(2009)은 전략적 상황이론 및 자원준거관점을 바탕으로, 환경 동태성과 경쟁전략 간 관계 및 기업 내부역량과 경쟁전략 간 관계와 이들 요인 간의 적합성이 기업의 경영성과에 미치는 영향에 대한 실증 연구를 통해 기업의 환경 동태성은 환경의 불확실성을 주요 변

59) 윤종록·김형철·김광숙(2008) 벤처기업의 성공요인에 관한 실증 연구 인용

수로 확인하고, 동태성, 복잡성, 적대성으로 세분화하였다. 신동하(2011)는 1인 창조 기업의 사업성과에 미치는 영향요인에 관한 연구에서 1인 창조기업이 직면한 환경에 대해서 경쟁강도와 산업 성장률을 요인으로 선정하고, Bowman & Gatignon, Mcdougall의 측정도구를 수정 보완하여 해당사업의 경쟁자수, 경쟁치열 정도로 세분화하였다.

이상의 연구를 토대로 사업 성과에 영향을 미치는 환경 요인은 기술의 변화, 새로운 제품의 출현, 고객 니즈의 변화, 그리고 경쟁사의 진입과 퇴출 등으로 구분할 수 있다. 1인 창조기업의 경우 산업 내외의 환경 변화와 경쟁자와 고객의 요구사항의 변화는 기업에게 직접 또는 간접적으로 많은 영향을 주고 있으므로, 환경 동태성은 기업의 경영 전략에 영향을 미치는 중요한 요인으로 할 수 있다.

2. 기업 특성

김선진(2010)은 1인 창조기업의 특성으로 첫째, 인터넷을 기반으로 시간과 공간의 제약이 없는 유연 근무형태를 가지며 1인 창조기업 간 네트워크 구축을 통해 제품 및 서비스의 생산과 판매 등 일련의 과정을 수행하는 등 유연하고 협력적인 경영활동이 가능하고, 둘째 인터넷 블로그, 커뮤니티 등을 기반으로 빠른 정보교류를 통해 소비자 기호 변화에 신속히 대응하고, 생활에서 체득된 아이디어, 재능, 경험을 바탕으로 소비자의 새로운 수요에 적합하도록 맞춤형 생산과 같은 시장의 환경변화에 신속한 대응 및 맞춤형 생산이 가능하고, 셋째, 초기 시설투자 비용이 낮아 적은 비용으로 창업이 가능하며 본인이 선호분야에서 자유롭게 댓가를 받는 등 소자본 창업과 높은 자기만족도를 가진다고 설명했다.

윤종록·김형철·김광숙(2008)은 벤처기업의 성과와의 상관관계에 있어 창

업가와 조직/자원이 영향을 미친다는 선행 연구결과 분석을 바탕으로, 창업가의 심리적 특성으로 위험감수성향과 성취욕구 요인으로 정의하고 선행연구에서 도출된 측정 항목을 인용하여 세분화 하였다. 그리고 조직 특성으로 조직보유자원과 기술자원 요인으로 정의하고 세분화 하였다.

김진희·김대호·김홍(2008)은 혁신형 중소기업의 성공요인에 관한 사례 연구에서 기업가는 창업과정에서 나타나는 기회의 인지, 자원의 동원, 위험의 관리, 경영시스템의 구축을 주도적으로 수행하는 사람으로 성공 요인으로 제시하였으며, 제품이나 서비스 경쟁우위의 원천이 기업이 보유한 자원 수준에 달려 있다고 제안하였다.

남영호(1999)는 어필텔레콤의 성공요인의 분석한 결과 첫째, 고객 니즈의 정확한 파악, 둘째, 운영자금 및 신제품 개발 자금을 충당, 셋째, 창업동지들과 함께 초소형 설계기술을 내재화, 넷째, 경영을 투명하게 하여서 건전한 재무구조 유지, 다섯째, 이윤의 공정한 배분과 더불어 신제품에 생사를 건 모험을 할 수 있었던 벤처정신이라고 설명하면서, 기업가와 조직의 특성이 성공요인이었음을 제시하였다.

이상의 연구를 토대로 사업 성과에 영향을 미치는 기업 특성 요인은 보유 자금, 창업가의 특성으로 구분되며, 창업가 특성은 세부적으로 산업 경험, 교육 훈련 등으로 구분할 수 있다. 이러한 창업가가 보유하고 있는 자금과 창업가의 내재된 역량은 사업 성과에 적지않은 영향을 미칠 것이다.

3. 경영 전략

추승엽·유정민·임성준은 다차원적인 환경 및 내부역량과 경영전략 간의 적합성을 연구하기 위해 변수 증가에 따른 많은 수의 연구표본과 이론의 복잡성이 요구되기 때문에, 경쟁전략과 각 요인 간의 적합성 관계를 보는

첫 단계에서는 단순명료하게 정의된 경쟁전략 개념을 선택하여 연구를 진행하였다. 기업의 내부역량으로 경영성과에 직접적인 영향을 미치는 가치사슬(value chain)내의 주요 활동 역량으로 측정하였다.

최만기·신진교·남준호(2000)은 전략특성을 불확실성 선호, 혁신적 경향, 시장선택 등으로 파악하였다. 불확실성 선호는 수요가 불확실한 상황에서 신제품/서비스를 개발하는 정도로 정의하고 혁신적 경향은 환경변화에 대응하여 조직 및 제품/서비스를 변화시키는 정도로 정의하고, 시장 선택은 전체 시장에서 경쟁할 것인가, 아니면 부분시장에서 경쟁할 것인가에 관한 의사결정으로 정의하고 제품의 수로 측정하였다.

이장우(2003)는 본원적 경쟁전략과 자원기반 이론을 통해서 벤처기업의 경쟁전략이 기업의 실패에 관련성이 있는지에 대해 연구하였고, 경쟁전략으로 원가우위 전략, 차별화 전략, 집중화 전략으로 구분하고 차별화 전략을 기술혁신 차별화와 마케팅 차별화 전략으로 나누었다.

이인찬·이광훈·박성진·김운호(1998)는 벤처기업의 성장 단계와 전략유형간의 관계에 대해 연구를 하면서 전략 유형으로 기술/고객지향 전략, 다양성지향 전략, 품질/원가지향 전략으로 구분하였다. 기술/고객지향 전략은 혁신과 마케팅을 강조하는 전략이고, 다양성지향 전략은 전후방 통합과 공정 혁신에 관심을 가지면서 차별화된 다양한 제품군으로 다양한 세부시장을 공략하는 것이며, 품질/원가지향 전략은 신제품 개발과 시장민감도를 높이는 활동은 자제하는 반면에 효율적 생산을 통해 원가를 절감하고 현재의 제품을 개선하며 품질 수준을 높이는데 관심을 두는 전략이다.

이상의 연구를 토대로 기업의 성과에 영향을 미치는 모바일 앱 시장에 대한 주요 경영 전략은 온라인 마켓으로 대변되는 차별화 전략과 아웃소싱 및 시스템 통합 사업의 형태로 진행되는 원가우위 전략으로 구분되며, 세부적으로 신제품개발, 제품범위확대, 신시장개척, 신기술개발, 제품개선, 비용

절감으로 구분할 수 있다. 이러한 목표 시장에 대한 경영 전략의 적절한 선택은 자원이 부족한 기업의 역량의 선택과 집중을 위한 경영 전략을 수립하고 실행함으로써 기업의 성과 달성을 이룰 수 있을 것이다.

4. 사회적 자본

정동섭·정석찬·정문섭(2011)은 선행연구에서 도출된 네트워크의 특성을 근거로 네트워크의 범위정도는 협력 파트너와 관련이 있었던 빈도의 정도를 가지고 측정하였으며 이들의 빈도의 합을 네트워크의 범위정도로 측정하였다. 빈도의 정도에 따라 높을수록 회박 네트워크이며 낮을수록 밀집 네트워크로 측정하였다. 또한 네트워크의 연계강도는 이들의 협력파트너와 얼마나 신뢰가 있었는지를 신뢰정도로 파악하였다.

장수덕·주연매(2012)는 조직내 구성원들의 결속력을 높일 수 있는 조직구성원들에 대한 조직차원의 배려를 인용하여 사용하였다.

김양민(2007)은 내부 사회적 자본으로 최고경영진의 학연, 지연, 경력상의 공통점을 사용하였고, 외부 사회적 자본으로 최고경영진의 관련 기업에 근무한 경험과 경영진의 출신 대학을 사용하였다. 최영근(2010)은 최고경영진의 내부 사회적 자본과 외부 사회적 자본을 사용하였다.

임영언·최영(2007)은 기업가가 네트워크에 얼마나 자주 참가하였는지, 네트워크와 거리상으로 어느 정도 멀리 떨어져 있는지, 중요거래 기업수, 다른 기업과 거래한 연수, 기업가간 얼마나 자주 거래하는가, 그리고 기업가간 정서적인 친밀감을 측정하였다.

서인덕·류동우·박태경(2012)은 네트워크를 크기, 다양성 및 강도로 설정하였다. 기업이 보유하고 있는 네트워크의 상대적인 크기, 네트워크 유형수 10개를 선정하여 점수를 부여하였다. 네트워크는 파트너 접촉 횟수를 측정

하였으며, 다양성 측정을 위해 사용된 항목 각각에 대해 발생하는 빈도의 횟수를 평균하여 측정하였다.

이상의 연구를 토대로 사회적 자본의 네트워크 특성은 범위와 연계강도로 구분되며, 세부적으로 네트워크의 범위정도는 기업이 가지고 있는 네트워크 원천과의 접촉 빈도로 구분하고, 네트워크의 연계강도는 기업이 가지고 있는 네트워크 원천과의 신뢰도로 구분할 수 있다. 이러한 네트워크의 범위와 연계강도는 자원이 부족한 1인 창조기업의 부족한 점을 보강하고 강점을 극대화 시킴으로서 기업의 성과에 영향을 줄 것이다.

5. 사업 성과

배병렬·최관신·황윤용(2001)은 매출액과 종업원 수의 비율, 시장 점유율, 수익성과 창업과정에 따른 경영자의 만족도, 창업시 착수한 신제품의 개발 진척도, 신제품의 브랜드인지를 사업 성과로 사용하였다.

임영언·최영(2007)은 제일한국인 기업가의 경영성과에 있어 매출액 만족도, 기업의 발전도, 조직 참가 만족도와 기업규모와 기업존속연수를 사용하였다. 윤종록·김형철·김광숙(2008)은 전년대비 매출액, 시장점유율, 투자수익률, 인력고용의 증감, 생산성, 경영성과에 대한 창업자의 주관적인 동의 정도를 정성적인 성과로 사용하였다. 윤종록·김형철(2009)은 벤처기업의 성과로서 시장점유율, 생산성, 수익성, 신제품 개발능력, 브랜드 인지도를 사용하였다.

최영근(2010)은 연간 투자수익률, 창업자 투자액, 창업자 지분 평가액, IPO 소요기간을 정의하였다. 신동하(2011)는 매출 증가, 시장 점유율, 투자수익률과 전반적인 만족도를 사용하였다.

권미영·정혜주(2012)는 기업의 성과를 비재무적 성과와 재무적 성과의 주

관적 평가로 정의하였다. 장수덕·주연매(2012)는 수익성 증대, 시장점유율 향상, 매출액 증대, 고객만족 증대, 신제품/서비스의 개발 및 상업화로 정의하였다. 김종운(2012)은 로그값으로 취한 전년 대비 매출액 증가율을 사용하였다. 선명옥·이우창(2013)은 고봉상(2003), 류만희(2006), 빈봉식·방정기(2006)의 연구 결과를 참고하여 소상공인의 사업만족도와 주관적 재무성과를 사용하였다.

다만, Wirm & Vijverberg(1992)는 중소기업의 기업의 수입을 실질적으로 측정한다는 것은 매우 중요하지만, 창업자는 장부 기록 스킬이 부족하거나 기록을 제대로 하지 못한다. 그리고 예산과 투자 정보보다는 단순 손익에 대한 정보만을 기록하는 경향이 있으며, 세금등의 문제로 인해 수입을 축소하는 경향이 있다는 것을 발견했다. 또한, 많은 기업은 회계 시스템을 사용하지 않는다는 것을 발견했다. 그들은 기업이 제시하는 매출, 비용 및 기업 이익의 자기보고 값에 연구를 의존하는 것은 위험할 수 있다고 제안하였다.



제 2 절 연구가설

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 선행연구의 이론적 고찰 및 연구모형을 토대로 실증 분석을 위한 연구 가설을 다음과 같이 설정하였다.

모바일 앱 1인 창조기업의 환경 동태성과 사업성과간의 관계에 2개의 가설, 기업 특성과 사업성과간의 관계에 2개의 가설, 그리고 경영 전략과 사업 성과간간의 관계에 2개의 가설을 설정하였다.

그리고 독립변수인 1인 창조기업의 환경 특성, 기업 특성, 경영 전략과 종속변수인 사업성과 사이에서 사회적 자본의 조절 효과와 관련한 6개의 가설을 설정하였다.

1. 환경 동태성에 따른 사업 성과

Roure & Keeledy(1990)는 환경에 적응할 수 있는 기업전략의 수립이 필요하며, Alessandro(1994)는 창업 초기 기업은 외부 환경 요인이 생존에 큰 영향을 미친다고 하였다. Chandler & Hanks(1994)는 창업가와 그를 둘러싼 여러 환경과 전략들이 성과에 영향을 미치며, Marco & Michael & Roy(2000)는 대표자가 불확실한 환경 변화에 맞추어 반응 전략을 선택하면 부족한 성과를 내고, 탐다운 방식의 완벽한 계획 전략을 채택하면 높은 비즈니스 성과를 도출한다고 발표하였다.

추승엽·유정민·임성준(2009)은 환경 동태성은 기업의 경쟁전략 선택에 영향을 미치며, 특히 환경 불확실성과 차별화 전략은 매우 유의한 정(+)의 관계를 보이며, 특히, 환경이 불안정하고 역동적일수록 기업이 더욱더 다양한 제품 차별화를 시도하며, 혁신적인 제품을 만들어냄으로써 성공가능성을 높이는 경쟁전략을 취하게 된다는 연구 결과를 보였다. 기술변화, 신제품출현,

시장변화, 경쟁상황과 같은 외부 환경 동태성은 기업의 경쟁력 강화와 생존을 위한 경영 전략에 영향을 미칠 것은 분명하다. 특히, 자원이 부족하고, 글로벌 오픈마켓에서 무한 경쟁을 치루고 있는 1인 창조기업 입장에서는 적절한 경영 전략을 수립하여야 할 것이다. 따라서 1인 창조기업의 경영 전략과 환경 동태성 요소와의 관계에 대해 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 1-1 : 환경 동태성은 매출액에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 환경 동태성은 성장성에 영향을 미칠 것이다.

2. 기업 특성에 따른 사업 성과

David(1989)는 소기업은 성장 단계별로 독특한 자금조달 문제점에 봉착하고 있으며, 이런 단계별 문제점을 해결하기 위해 소기업에 대한 자금조달 전략을 제시하였다. Gavin(2004)은 새로운 비즈니스를 위한 자본조달 결정은 직원 증가, 경쟁, 혁신, 그리고 수출에 이르기까지 경제에 필연적으로 중요한 영향을 미친다고 발표하였다.

윤종록·김형철(2009), Marco & Michael & Roy(2000), Gavin(2004)는 벤처기업과 중소기업의 성과와 관련된 연구에서 기업가를 가장 중요한 벤처기업의 성과 결정 요인으로 보았으며, 기업가의 중요한 특성을 밝히는데 초점을 맞추었다. Steve(2013)은 Ghost가 발표한 스타트업의 75%는 실패한다 발표를 근거로 리스크를 최소한 줄이면서 창업할 수 있는 방법론으로 Lean Start-up을 설명하였다. 린 스타트업은 정교한 계획보다 실험을, 직감보다 고객의 피드백을, 전통적인 상세한 디자인보다 반복을 선호한다. 이 방법론은 스타트업 세계에서 빨리 자리 잡았으며, 비즈니스 스쿨들도 교육과정에

반영하고 있다고 설명하였다. 특히, 1인 창조기업의 경우 기업가 자신이 기업 자체와 동일시되고 있는 상황임을 감안한다면 기업가의 특성이 1인 창조기업의 경영 전략에 큰 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다. 또한, 기업이 보유하고 있는 자금과 조직원이라는 자원의 한계 또한 경영 전략에 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다. 따라서 1인 창조기업의 경영 전략과 기업 특성 요소와의 관계에 대해 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 2-1 : 기업 특성은 매출액에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : 기업 특성은 성장성에 영향을 미칠 것이다.

3. 경영 전략에 따른 사업 성과

Timothy & Thomas(2006)는 창업 초기 벤처기업의 기술 혁신 활동과 시장 활동에 자원을 배분하는 경영 전략은 기업 성장에 중요한 영향을 미친다. Nosella & Petroni & Verbano(2006)는 이탈리아 생물약제학의 기업들이 스타트업 초기 단계를 성공적으로 극복한 비즈니스 모델과 전략의 능숙함에 대해 분석하였다. 성공한 기업은 뛰어난 품질, 관련 네트워크의 창조와 관리 능력, 기술과 경영 역량, 전략적 능숙함을 갖추었다고 설명하였다. 김진희(2008)는 혁신형 중소기업의 성공요인으로 경영 전략에 따라 성과가 달라지며, 이러한 경영 전략은 기업가가 영향을 미친다고 연구하였다. 선명옥·이우창(2013)은 창업자가 아무리 좋은 아이템 및 적절한 자본을 가지고 사업을 시작했음에도 불구하고 경영전략이 부족하여 사업실패로 귀착하는 경우가 많이 일어났으며, 성공 및 실패의 요인으로서 이러한 경영전략의 부재를 꼽으면서 그 중요성을 강조하고 있다는 문헌 연구 결과를 제시하였고, 소상공인의 업종별에 따라 경영 전략의 경영성과를 분석하는 연구를 수

행하였다. 이러한 관점에서 환경 동태성과 기업 특성을 기반으로 수립된 기업 경영전략은 사업성가에 유의한 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다. 따라서 1인 창조기업의 경영 전략과 기업 특성 요소와의 관계에 대해 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 3-1 : 경영전략은 매출액에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 : 경영전략은 성장성에 영향을 미칠 것이다.

4. 사회적 자본의 조절효과

구태희·이윤철(2004)은 사회적 자본 관점에서 네트워크는 사회 행위자가 배태된 사회적 관계 속에 존재하는 재무적이며 기술적인 자원으로, 기업에 있어 고객을 유치하고 유지하기 위해 상품과 서비스의 질을 조절하고 경쟁력있는 가격에 판매할 수 있는 상태로 생산하기 위해서는 구매자 및 파트너들과 형성하고 있는 네트워크가 성과에 대한 중요한 공헌자 역할을 수행한다는 문헌 연구 결과를 제시하였다. Demetris & Sophia & Dimitris(2005)는 지방에 위치한 소규모 창업 기업이 성공하는데 기여하는 요인으로 지속적인 제품 개발, 높은 품질, 그리고 경영 전략을 제시하였고, 이를 강화하기 위해 강력한 파트너쉽과 네트워크를 필요로 한다고 제안하였다. 1인 창조기업의 특성상 사회적 자본인 네트워크와의 상호관계와 신뢰도는 1인 창조기업의 성과에 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다. 따라서 1인 창조기업의 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략과 기업 성과와의 관계에 있어 사회적 자본으로서의 네트워크의 특성과 관련하여 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 4-1 : 환경 동태성과 사업성과의 관계는 네트워크 강도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 4-2 : 환경 동태성과 사업성과의 관계는 네트워크 신뢰도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 4-3 : 기업 특성과 사업성과의 관계는 네트워크 강도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 4-4 : 기업 특성과 사업성과의 관계는 네트워크 신뢰도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 4-5 : 경영 전략과 사업성과의 관계는 네트워크 강도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 4-6 : 경영 전략과 사업성과의 관계는 네트워크 신뢰도에 따라 차이가 있을 것이다.



제 4 장 실증 연구 방법론

제 1 절 변수의 조작적 정의

실증연구를 위해서는 현상에 대한 계량적인 측정이 요구되며 이러한 측정을 통해서만이 현상 속에 내재해 있는 특정 변수의 상태와 변수들간의 관계를 분석할 수 있는 것이다. 따라서 정의된 개념을 보다 구체적이고 관찰 가능한 형태로 표현하는 과정이 필요한데 이를 조작적 정의라 한다.

따라서 본 연구에서도 조사에 사용될 개념들을 제2장에서 논의된 관련 연구들을 근거로 하여 다음과 같이 조작적으로 정의하였다.

1. 환경 동태성

1인 창조기업의 경우 산업 내외의 환경 변화와 경쟁자와 고객의 요구사항의 변화는 기업에게 직접 또는 간접적으로 많은 영향을 주고 있으므로, 환경 동태성은 기업의 경영 전략에 영향을 미치는 중요한 요인으로 할 수 있다. 이러한 환경 동태성은 새로운 기술의 출현과 신제품 출시와 같은 기술변화와 소비자의 요구사항의 변화에 따른 기업의 진입 및 퇴출과 같은 시장경쟁으로 구분하였다.

2. 기업 특성

1인 창조기업과 같은 초기 신생기업의 경우 창업자나 창업멤버들의 기술과 아이디어를 근거로 사업을 시작하기 때문에 인적 자원이 매우 중요하며,

이를 통해 대표자의 산업 종사 경험, 그리고 교육 훈련 정도가 중요한 요인으로 선정할 수 있다. 또한, 1인 창조기업은 창업과 성장의 단계마다 적절한 규모의 자금을 필요로 하지만, 이를 마련하지 못해 사업 실패로 이어지는 사례가 많이 발생한다. 이에 따라 본 연구에서는 1인 창조기업이 보유하고 있는 자금과 1인 창조기업을 대표하는 창업가의 산업 경험, 교육 훈련으로 구분하였다.

3. 경영 전략

1인 창조기업은 일반 기업에 비해 상대적으로 부족한 자원을 활용하여 시장에서 경쟁을 해야 하므로, 필수적으로 선택과 집중을 통해 제품을 개발하여야 한다. 이와 같은 관점에서 1인 창조기업의 핵심역량을 강화하는 경영 전략이 기업의 경쟁력을 결정한다고 할 수 있다. 이에 따라 본 연구에서는 1인 창조기업의 경영 전략으로 차별화와 원가우위로 구분하였고, 이는 새로운 제품이나 서비스의 개발, 제품의 범위를 확대, 새로운 시장을 개척, 신기술의 영역에 진출, 기존 제품이나 서비스를 개선, 제품이나 서비스의 비용 절감에 대한 집중도로 세분화 하였다.

4. 사회적 자본

1인 창조기업은 태생적으로 선택과 집중을 통해 핵심 경쟁력을 갖추고, 부족한 부분은 네트워크를 활용하여야 한다. 이러한 사회적 자본으로서 네트워크와 1인 창조기업이 얼마나 강력하게 연결되었는지와 어느 정도의 상호 신뢰가 존재하는지가 기업의 성과에 영향을 미칠 것으로 생각할 수 있다. 이에 따라 본 연구에서는 1인 창조기업의 사회적 자본으로서 다양한 네

트위크 원천에 대한 강도와 신뢰도로 구분하였다.

5. 사업 성과

선행연구에서 매출액과 직원수, 점유율, 수익률을 정량적인 성과로 사용하고, 경영자의 주관적인 만족도를 정성적인 성과로 사용하였다. 이에 따라 본 연구에서는 1인 창조기업의 사업 성과로 기업 성장을 나타낼 수 있는 매출액과 경영자가 판단하는 기업의 성장성으로 구분하였다.



제 2 절 설문지 구성

앞에서 제시한 연구모형과 가설을 검증하기 위해 다음의 <표 4-1>과 같은 항목들로 구성된 설문지를 작성하였으며, 변수에 대한 정의는 <표 4-2>에서 요약하여 정리하였다.

설문지는 크게 6개의 부문으로 나뉘어져 있으며 독립 변수인 환경 동태성에 4개, 기업 특성에 5개, 매개 변수인 경영 전략에 6개, 조절 변수인 네트워크의 범위와 강도에 각각 9개, 그리고 종속변수인 사업 성과에 5개의 항목으로 구성하였다.

<표 4-1> 설문지의 구성 내용

구분	변수	문항수	
독립 변수	환경 동태성	기술변화	2
		시장경쟁	2
	기업 특성	산업경험	2
		교육훈련	2
		보유자금	1
	경영 전략	차별화 전략	4
		원가우위 전략	2
조절 변수	네트워크 강도	금융기관	2
		고객	3
		컨설턴트	2
		지원기관	2
	네트워크 신뢰도	금융기관	2
		고객	3
		컨설턴트	2
		지원기관	2
종속 변수	사업 성과	매출액	1
		성장성	4

<표 4-2> 변수의 정의

구분	변수명	정의
환경 동태성	기술변화	기술의 변화 속도와 신제품 출현의 정도
	시장경쟁	시장 수요의 변화와 경쟁사의 진입 및 퇴출의 정도
기업 특성	산업경험	창업자의 경력 기간과 창업에 도움이 되는 정도
	교육훈련	창업자의 경영, 마케팅, 기술 교육 훈련 이수 정도
	보유자금	자기자금, 정부자금, 투자유치, 금융자금, 사채의 총합
경영 전략	차별화 전략	고객을 위한 제품 및 서비스 개발 전략 (신제품·신기술 개발, 제품 컨버팅, 신규시장 진출)
	원가우위 전략	고객을 위한 제품 개선 및 비용 절감 전략 (고객 비용 절감, 제품 업데이트)
사회적 자본	금융기관	금융기관, 투자기관
	고객	관련 협회, 고객 및 거래처, 이업종 기업
	컨설턴트	경영 컨설턴트, 재무 컨설턴트
	지원기관	대학/연구기관, 정부기관
사업 성과	매출액	2013년 매출액
	성장성	사업 성과에 대한 주관적 만족 정도 (매출증가, 시장점유, 투자수익, 시장인지도)

제 3 절 표본의 구성 및 자료수집

모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 영향을 미치는 구조적, 과정적 특성에 대한 연구를 위하여 연구대상(study object), 표본단위(sampling unit), 범위(range), 시기(time)등이 선정되어야 한다. 연구대상은 지역의 모바일 앱 산업분야의 1인 창조기업이며, 표본단위와 지리적 범위는 수도권을 제외하고 지방자치단체 차원에서 모바일 앱 개발자 지원 센터를 설립하여 운영하고 있는 부산과 광주 지역에서 활동중인 모바일 앱 1인 창조기업과 예비창업자를 대상으로 하고 있다. 그리고 조사기간은 대상 기업에 설문지를 이메일을 이용하여 회수하였으며, 2014년 2월 1일부터 2월 28일까지 실시하였다.

조사대상 기업은 부산모바일앱개발센터와 광주스마트모바일앱개발지원센터로부터 이메일 주소를 확보하고, 설문지를 이메일로 발송한 후 양해와 협조를 구했다. 자료 수집은 부산모바일앱개발센터와 광주스마트모바일앱개발지원센터 입주 및 졸업기업과 지원사업 수혜기업 모두를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

자료의 정확성을 기하기 위하여 대표자가 작성하는 것을 원칙으로 하되, 부득이한 경우 창업 동료나 그에 준하는 직원이 작성하도록 하였다. 설문지를 발송한 이후 확인전화를 통해 응답을 촉구하여 최대한 회수율을 높였다.

제 5 장 실증분석 결과 및 토의

제 1 절 표본의 특성

1. 표본의 특성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 부산모바일앱개발센터의 지원을 받은 148개사와 광주스마트모바일앱개발지원센터 입주기업 10개사를 대상으로 하였다. 부산의 경우 2013년 12월 말 기준 폐업한 기업 41개사를 제외하고 총 107부의 설문지를 이메일을 이용하여 배포하였으며, 77부의 설문지를 회수하였다. 그리고 광주의 경우 총 10부의 설문지를 이메일을 이용하여 배포하였으며, 이들로부터 2부를 회수하였다. 부산과 광주에서 회수한 설문서를 대상으로 직접 면접과 전화를 통해 보완하여 최종 79부의 설문지를 최종분석에 사용하였다.

2. 분석 방법

본 연구는 모바일 앱 1인 창조기업의 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략중 어떠한 요인이 사업 성과에 영향을 미치는지를 분석하며, 사회적 자본으로서의 네트워크 요인이 이러한 영향관계에 있어 조절적 작용을 하는지 검증하였다. 이를 위해 부산과 광주에서 수집된 자료의 동질성을 확인한 후, 기술통계 분석과 상관관계 분석을 하였다. 이후 내적 일치도 척도인 Cronbach α 계수를 이용하여 설문문항의 신뢰성을 검증하였다. 또한 요인분석(factor analysis)을 통하여 개념타당성 검증을 하였다. 연구의 가설을 검증하기 위하여 회귀분석

(regression analysis)를 실시하였으며, 사회적 자본 요인이 조절 효과를 가지는지를 검증하기 위하여, Andrew f. Hayes, Ph. d. 교수가 개발한 PROCESS⁶⁰⁾ 매크로 기반 프로그램을 활용하였다(구동모, 2013; 허원무, 2013). 통계 패키지는 SPSS 19.0 for window를 사용하였다.

3. 부산과 광주에서 수집된 자료에 대한 동질성 분석

부산과 광주에서 수집된 자료가 지역의 상황에 따른 차이가 있는지 확인하기 위하여 다변량 분산분석을 실시하였다. 분석 결과 <표 5-1>과 같이 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략, 네트워크 강도, 네트워크 신뢰도, 사업성과의 유의확률이 모두 0.05 이상이므로 부산과 광주의 변수의 값은 유효한 차이가 없는 것을 확인할 수 있다.

<표 5-1> 지역에 대한 동질성 효과 검정

구분	변수		F	유의확률
환경 동태성	기술변화	신기술개발	0.012	0.913
		신제품출현	0.303	0.584
	시장경쟁	수요의변화	0.272	0.604
		진입및퇴출	0.792	0.376
기업 특성	산업경험	경력기간	0.050	0.824
		산업관련성	0.682	0.411
	교육훈련	경영교육	0.317	0.575
		마케팅교육	0.268	0.606
		기술교육	0.634	0.428
	보유자금	총자금	0.567	0.454

60) PROCESS는 SOBEL, INDIRECT, MODMED, MODPROBE, MEDTHREE/MED3C 등의 프로그램을 통해 별도로 수행할 수 있던 여러 방법론을 통합한 프로그램이다. 보다 자세한 사항은 Hayes 교수의 홈페이지인 <http://www.afhayes.com>로 접속하면 된다.

<표 5-1> 지역에 대한 동질성 효과 검정 (계속)

구분	변수		F	유의확률
경영 전략	차별화 전략	신제품개발	0.484	0.489
		제품범위확대	0.010	0.922
		신시장개척	3.503	0.065
		신기술개발	0.222	0.639
	원가우위 전략	기존제품개선	0.019	0.890
		비용절감	0.067	0.796
네트워크 강도	지원기관	대학/연구기관	2.156	0.146
		정부기관	0.007	0.935
	금융기관	금융기관	0.942	0.335
		벤처캐피탈	0.371	0.545
	컨설턴트	경영컨설턴트	0.044	0.834
		세무컨설턴트	0.117	0.734
	고객	고객맞거래처	0.010	0.919
		이업종기업	0.033	0.856
		관련협회	2.399	0.126
	네트워크 신뢰도	지원기관	대학/연구기관	2.051
정부기관			1.825	0.181
금융기관		금융기관	1.297	0.258
		벤처캐피탈	0.002	0.963
컨설턴트		경영컨설턴트	0.120	0.730
		세무컨설턴트	0.004	0.949
고객		고객맞거래처	0.410	0.524
		이업종기업	0.000	0.983
		관련협회	3.316	0.073
사업 성과	매출액	매출액(로그)	0.114	0.737
	성장성	전체성과	0.668	0.416
		시장점유	0.061	0.806
		투자수익	0.044	0.834
		인지도	0.004	0.948

4. 변수에 대한 기술적 통계량

부산과 광주의 모바일 앱 1인 창조기업의 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략, 사회적 자본, 그리고 사업 성과의 기술적 통계량을 요약하면 <표 5-2>와 같다.

환경 동태성은 신기술은 빠르게 나타나고 있으나, 신기술을 이용한 제품은 상대적으로 느리게 출시되고 있음을 알 수 있다. 그러나, 시장의 고객은 신기술이 적용된 제품을 요구하고 있으며, 모바일 앱 산업 분야는 진입장벽이 낮아 창업과 폐업이 동시에 발생하는 것으로 볼 수 있다.

기업 특성은 창업자는 평균적으로 4년 정도 경력을 가지고 있는 것으로 조사되었으나, 모바일 앱 산업간의 관련성은 높지 않은 것으로 나타났다. 이는 신산업으로서의 모바일 앱 산업으로 인한 것으로 해석할 수 있다. 또한 경영자로서의 역량을 갖추기 위해 경영 교육과 기술 교육은 대체로 이수하여 기본적인 자질과 부족한 기술력은 보강한 것으로 추정되나, 제품 개발 이후 마케팅에 필요한 교육은 별도로 받지 못한 것으로 해석할 수 있다. 경영 전략은 차별화 전략과 원가우위 전략의 특성 모두를 추구하고 있는 것으로 보인다. 이는 1인 또는 소수의 기업의 자원을 최대한 활용하기 위해서 선택과 집중을 통한 경영 전략을 수립해야 할 필요가 있다.

네트워크의 범위에 있어 고객과 잠재적인 고객간의 접촉 빈도는 분기별 1~2회 접촉하는 수준이며, 지원기관은 연간 1~2회 수준에 그치는 것으로 분석된다. 특히, 기업의 멘토로서 역할을 수행할 수 있는 컨설턴트와의 접촉 빈도는 전혀 없는 수준으로, 이는 지역에 최신 산업으로서 모바일 앱 분야의 전문 컨설턴트가 전무한 특수한 상황으로 인해 발생한 것으로 분석할 수 있다. 이러한 특수 상황은 네트워크의 강도에 있어서 고객을 제외하고는 지원기관과 컨설턴트를 신뢰하지 않는 것으로 나타나고 있어, 1인 창조기업이 신뢰할 수 있는 네트워크 환경을 갖추어야 할 필요성이 제시된다.

<표 5-2> 변수별 기술적 통계량

구분	변수		평균	표준편차
환경 동태성	기술변화	신기술개발	3.57	.901
		신제품출현	2.95	1.165
	시장경쟁	수요의변화	3.81	.848
		진입및퇴출	4.01	.824
기업 특성	산업경험	경력기간	4.43	5.948
		산업관련성	2.47	2.541
	교육훈련	경영교육	2.82	1.715
		마케팅교육	1.84	1.829
		기술교육	2.97	1.840
	보유자금	총자금	43,041,772	86,533,117
경영 전략	차별화 전략	신제품개발	4.06	.896
		제품범위확대	3.57	1.009
		신시장개척	3.53	1.142
		신기술개발	3.41	1.225
	원가우위 전략	기존제품개선	3.61	1.103
		비용절감	3.22	1.184
네트워크 강도	지원기관	대학/연구기관	2.77	1.250
		정부기관	2.43	1.216
	금융기관	금융기관	1.52	.766
		벤처캐피탈	1.57	1.009
	컨설턴트	경영컨설턴트	1.85	1.026
		세무컨설턴트	1.76	1.003
	고객	고객및거래처	3.11	1.585
		이업종기업	2.33	1.337
		관련협회	2.19	1.110
	네트워크 신뢰도	지원기관	대학/연구기관	3.11
정부기관			2.76	1.876
금융기관		금융기관	1.43	1.802
		벤처캐피탈	1.05	1.560
컨설턴트		경영컨설턴트	1.95	1.846
		세무컨설턴트	1.58	1.823
고객		고객및거래처	2.81	1.805
		이업종기업	2.03	1.724
		관련협회	2.14	1.708
사업 성과	매출액	매출액(로그)	56,594,377	129,076,438
	성장성	전체성과	3.11	1.074
		시장점유	2.81	1.099
		투자수익	2.35	.988
		인지도	2.95	1.097

사업 성과에 있어 평균 매출액은 56,594,377원으로 평균 임직원수로 나누어 1인당 매출액을 환산하면 18,374,797원으로 매월 1인당 1백만원 미만의 수입이 발생하는 것으로 추정할 수 있다. 이는 1인 창조기업에서 만족할 만한 수준의 성과를 내지 못하는 것으로 분석이 되지만, 창업자가 체감하는 정성적인 성과는 보통 이상의 수준으로 창업이후 사업의 성과가 조금씩 나타남에 따라 희망을 보이고 있으므로, 1인 창조기업의 경쟁력 강화를 위한 정책이 추진되어야 할 것으로 보인다.

또한 창업이후 생존기간에 따라 사업 성과에 대한 차이가 있는지를 확인함으로써 지원 정책의 방향성을 찾아 볼 수 있을 것이다. 이를 위해 업력에 따른 매출액과 성장성에 대하여 일원 분산분석(one-way ANOVA)를 한 결과가 <표 5-3>과 같다.

<표 5-3> 생존기간에 따른 매출액과 성장성의 차이

분산분석		제곱합	df	평균제곱	F	유의확률
매출액	집단간	16.497	4	4.124	4.962	.001
	집단내	61.503	74	.831		
성장성	집단간	5.301	4	1.325	1.349	.260
	집단내	72.699	74	.982		

생존기간에 따른 매출액과 성장성간의 분산분석이 유용하기 위해서는 표본이 무작위로 추출되었으며 모집단은 동일한 분산을 가지고 있다는 가정을 충족시켜야 한다. 현재 분석하고 있는 자료가 이러한 가정을 충족시키고 있는지를 알아보기 위해 Levene 통계량을 사용한다. 매출액의 Levene 통계량 값이 2.485로서 충분히 크며 p 값 = 0.051 > 유의수준 $\alpha=0.05$ 이므로 모집단의 분산이 동일하다는 귀무가설이 채택되고, 성장성의 Levene 통계량 값도 2.146로서 충분히 크며 p 값 = 0.084 > 유의수준 $\alpha=0.05$ 이므로 모집단의 분산이 동일하다는 귀무가설이 채택된다. 따라서 다음의 계속적인 분석

이 가능하다.

분산분석의 결과에서 매출액의 유의확률 p 값 = .001 < 유의수준 $\alpha=0.05$ 이므로 귀무가설을 기각할 수 있다. 즉, 모바일 앱 1인 창조기업의 매출액은 업력에 따라 유의한 차이가 있다. 성장성의 유의확률 p 값 = .260 > 유의수준 $\alpha=0.05$ 이므로 귀무가설을 기각할 수 없다. 즉, 모바일 앱 1인 창조기업의 성장성은 업력에 따라 유의한 차이가 없다는 결론을 내릴 수 있다. 이는 기업의 생존에 따른 기업의 경쟁력이 갖추어 진 것으로 해석할 수 있으며, 지원 정책도 기업의 생존에 초점을 맞출 필요성이 있음을 의미한다. 그러나, 성장성에 있어 창업후 3년이 경과한 기업도 기업 생태계적인 관점에서는 여전히 스타트업 단계이므로 창업자가 느끼는 성과는 차이가 없는 것으로 판단할 수 있다.

5. 변수간 상관관계 분석

본 연구에 포함된 주요 변수간의 상관관계를 분석하기 위해 <표 5-4>와 같이 Pearson 상관관계를 산출하였다. 상관관계분석은 가설검증에 사용될 뿐 아니라 흔히 가설검증에 사용되는 중요변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변수의 관련성에 대한 대체적인 윤곽을 제시한다. 따라서 상관관계분석은 모든 분석에 앞서 요구되는 선행조건이기도 하다.

환경동태성과 사업 성과의 상관관계를 알아본 결과 기술변화는 매출액 및 성장성과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이것은 모바일 앱 산업의 급격한 기술 변화와 이로 인한 신제품의 출현을 인식하고 대응하고 있는 기업이 매출액과 성장성이 높다는 것을 의미한다.

기업 특성과 사업 성과의 상관관계를 알아본 결과 산업 경험과 보유자금이 매출액과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이것은 창업자가 산업 경험

을 갖추고, 기업 운영에 필요한 자금을 보유할 경우 매출액이 많아진다는 것을 의미한다.

경영 전략과 사업 성과의 상관관계를 알아본 결과 원가우위전략과 차별화전략 모두 성장성과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이것은 분명한 시장을 목표로 전략을 세운 기업은 매출액의 증가와는 관련이 없지만 미래에 성과가 나타날 가능성이 높음을 의미한다.

사회적 자본과 사업 성과의 상관관계를 알아본 결과 네트워크 강도와 신뢰도는 매출액과 성장성과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이것은 네트워크와 많은 접촉을 하면서 신뢰할 경우 매출 증가와 함께 성장성도 높아짐을 의미한다.

이상의 상관관계 분석 결과는 창업가가 관련 산업에 대한 경험과 창업 및 운영에 필요한 자금을 갖추고, 분명한 경영 전략을 수립하고, 외부 네트워크를 충분히 활용한다면 매출 증가와 함께 성장성을 높일 수 있음을 의미한다.

<표 5-4> 변수들 간의 상관관계

구분	기술변화	산업 경험	교육 훈련	보유 자금	차별화 전략	원가우위 전략	금융기관 강도
기술변화속도	1.000						
산업경험	0.254*	1.000					
교육훈련	0.068	-0.097	1.000				
보유자금	.0510**	0.330**	0.099	1.000			
차별화 전략	0.541**	0.257*	0.202	0.135	1.000		
원가우위 전략	0.332**	0.068	-0.024	0.224*	0.277*	1.000	
금융기관 강도	0.306**	0.217	.109	0.248*	0.277*	0.255*	1.000
고객 강도	0.143	0.294**	0.17	0.103	0.009	0.114	0.619**
컨설턴트 강도	0.136	-0.020	0.217	0.140	0.142	0.334**	0.666**
금융기관 신뢰도	0.273*	0.086	0.071	0.141	0.127	0.205	0.845**
고객 신뢰도	0.138	0.370**	-0.087	0.087	0.045	0.081	0.522**
컨설턴트 신뢰도	0.165	-0.040	0.241*	0.133	0.067	0.264*	0.562**
매출액	0.298**	0.423**	-0.041	0.469**	0.143	0.140	0.534**
성장성	0.416**	0.131	0.051	0.203	0.485**	0.426**	0.332**

<표 5-4> 변수들 간의 상관관계 (계속)

구분	고객 강도	컨설턴트 강도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	매출액	성장성
기술변화속도							
산업경험							
교육훈련							
보유자금							
차별화 전략							
원가우위 전략							
금융기관 강도							
고객 강도	1.000						
컨설턴트 강도	0.666**	1.000					
금융기관 신뢰도	0.845**	0.576**	1.000				
고객 신뢰도	0.893**	0.434**	0.572**	1.000			
컨설턴트 신뢰도	0.484**	0.891**	0.616**	0.418**	1.000		
매출액	0.462**	0.304**	0.502**	0.429**	0.302**	1.000	
성장성	0.342**	0.303**	0.290**	0.267*	0.244*	0.363**	1.000

*p < 0.05, **p < 0.01



제 2 절 변수의 타당성 및 신뢰성 분석

1. 변수의 타당성 분석

타당성(validity)은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 측정하였는가의 정도를 의미하는 것으로 평가 방법에 따라 내용타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 구성개념 타당성(construct validity)으로 구분할 수 있다.

내용타당성은 특정한 측정도구의 대표성에 대한 개념으로 본 연구에서는 내용타당성을 높이기 위하여 광범위한 문헌연구를 통하여 측정변수를 조작화 하였으며 선행연구자들의 경험적 연구결과 신뢰성과 타당성이 검증된 척도를 사용하였다. 또한 일부 수정한 항목에 대하여는 전문가의 의견을 얻어 작성한 후 예비조사를 통해 부산모바일앱개발센터 입주기업 대표자에게 검토를 받았다.

기준에 의한 타당성은 특정한 기준에 대한 측정도구의 예측(predictive)에 있어서의 정확성의 정도를 나타낸 것이다. 본 연구에서는 설정된 가설을 검증함으로써 이를 확인하고자 한다.

구성개념 타당성은 추상적인 개념이 실제로 측정도구에 의해 적절하게 측정되었는가에 대한 개념으로 집중타당성, 판별타당성, 이해타당성으로 구성되어 있다. 개념타당성을 검증하기 위하여 요인분석이 사용되는데, 표본의 수가 50개 이상이 되어야 하며, 요인분석 대상 항목 수에 대하여 4-5배 이상을 확보조건으로 하고 있다. 본 연구는 이러한 조건을 만족하고 있으며, 요인추출모형으로는 주성분분석(principal component analysis)방식을, 요인의 결정은 아이겐 값(eigenvalue)이 1보다 큰 요인만을 선택하였다. 요인의 회전 방식은 직교회전(orthogonal rotation)방식의 하나인 베리맥스

(varimax)방식을 사용하였다.

분석 결과, <표 5-5>에 제시되어 있는 바와 같이, 12개의 요인으로 분류되었으며, 이들 도출된 요인에 대한 Cronbach's α 값은 0.627부터 0.865까지로 일반적으로 탐색적인 연구 분야에서의 신뢰도의 척도인 0.6보다 높아 신뢰도가 충분하다고 판단할 수 있다.

<표 5-5> 요인분석 결과

이론적변수	요인명 / 측정변수	성분1	성분2	성분3	α 값
환경 동태성	기술변화	기술변화속도	0.880		0.702
		신제품출현	0.867		
기업 특성	산업경험	경력기간	0.871		0.683
		애플관련성	0.871		
	교육훈련	경영교육		0.893	0.627
		마케팅교육		0.877	
기술교육		0.578			
경영 전략	차별화 전략	신제품개발	0.711		0.682
		제품범위확대	0.682		
		신시장개척	0.652		
		신기술개발	0.776		
	원가우위 전략	기존제품개선		0.878	0.731
		비용절감		0.864	
사회적 자본	네트워크 강도	금융기관	0.869		0.674
		투자기관	0.869		
		관련협회		0.801	0.786
		고객맞거래처		0.869	
		이업종기업		0.839	
		경영컨설턴트 재무컨설턴트			
	네트워크 신뢰도	금융기관	0.869		0.677
		투자기관	0.869		
		관련협회		0.692	0.717
		고객맞거래처		0.844	
		이업종기업		0.857	
		경영컨설턴트 재무컨설턴트			
사업 성과	성장성	성과만족도	0.892		0.865
		시장점유율	0.899		
		시장인지도	0.885		

2. 변수의 신뢰성 분석

신뢰성(reliability)은 안정성(stability), 일관성(consistency), 정확성(accuracy), 의존가능성(dependability)등으로 표현될 수 있는 개념으로, 측정도구에 측정오차가 상대적으로 어느 정도인지를 의미한다. 신뢰성 있는 도구란 동일한 개념을 독립된 측정 방법으로 측정한 경우 결과가 비슷하게 나타나는 것을 의미한다. 신뢰성을 측정하는 방법에는 여러 가지가 있으나 가장 널리 사용되는 신뢰성 계수의 하나는 Cronbach α 이다. 이는 내적 일관성(internal consistency reliability)을 통해 문항이 동질적인 요소로 구성되었는지에 초점을 두고 있다. 일반적으로 Cronbach α 계수가 0.6이상이면 신뢰성이 있다고 본다. 분석 결과는 <표 5-6>과 같다.

<표 5-6> 주요 변수에 대한 측정 도구의 신뢰도

구분	요인	변수	Cronbach α 계수
환경 동태성	기술변화	신기술개발	.687
		신제품출현	
기업 특성	산업경험	경력기간	.683
		산업관련성	
	교육훈련	경영교육	.622
		마케팅교육	
경영 전략	차별화 전략	신제품개발	.674
		제품범위확대	
		신시장개척	
		신기술개발	
	원가우위 전략	기존제품개선	.730
		비용절감	

<표 5-6> 주요 변수에 대한 측정 도구의 신뢰도 (계속)

구분	요인	변수	Cronbach α 계수
사회적 자본	금융기관 강도	금융기관	0.674
		투자기관	
	고객 강도	관련협회	0.786
		고객맞거래처	
		이업종기업	
	컨설턴트 강도	경영컨설턴트	0.856
		재무컨설턴트	
	금융기관 신뢰도	금융기관	0.677
		투자기관	
	고객 신뢰도	관련협회	0.717
		고객맞거래처	
		이업종기업	
컨설턴트 신뢰도	경영컨설턴트	0.814	
	재무컨설턴트		
사업 성과	성장성	진반적성과	.859
		시장점유율	
		투자수익률	
		인지도향상	

제 3 절 가설 검증 결과

1. 환경 동태성과 사업 성과 관계 (가설 1의 검증)

환경 동태성은 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이라는 가설 1을 검증한 결과가 <표 5-7>과 같다. 기술변화는 매출액에 양(+)의 유의적 영향을 보이고 있다. 즉 모바일 앱 산업은 기술 변화 속도가 빠르며, 신기술을 활용한 제품 개발을 대응함으로써 이에 따른 매출액도 증가하는 것을 의미하고 있다. 모형의 설명력은 24.5%이다. 그리고, 기술변화는 성장성에 양(+)의 유의적 영향을 보이고 있다. 즉 모바일 앱 산업은 기술 변화 속도가 빠르며, 신기술을 활용한 제품 개발을 대응함으로써 시장점유율과 인지도가 향상되고 이로 인해 투자수익률 등 전반적인 성과가 향상되고 있다고 느끼는 것을 의미하고 있다. 모형의 설명력은 23.5%이다. 그러므로 환경 동태성은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 1-1과 1-2는 채택되었다.

<표 5-7> 가설 1의 검증 결과 (환경 동태성과 사업 성과)

구분	매출액		성장성	
	모델1	모델2	모델1	모델2
기업업력	1.730	1.650	0.145	0.107
기술변화	-	0.996	-	0.469
R ²	0.173	0.245	0.017	0.235
F값	16.067	12.330	1.295	11.684
유의확률	0.000	0.000	0.259	0.000

2. 기업 특성과 사업 성과 관계

기업 특성은 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이라는 가설 2를 검증한 결과가 <표 5-8>과 같다. 창업가의 산업경험은 매출액에 양(+)의 유의적 영향을 보이고, 기업이 보유한 자금은 매출액에 양(+)의 유의적 영향을 보이고 있다. 창업자의 경력이 오래되었다는 것은 그 만큼 창업에 필요한 능력이 갖추어 졌으며, 모바일 앱 개발 능력과 사업화에 대한 경험을 활용할 수 있어 성과를 높일 수 있다고 볼 수 있다. 모형의 설명력은 35.5%이다. 창업자의 교육훈련은 1인 창조기업의 매출액에 유의한 영향을 미치지 않음을 보인다. 창업자의 개인 자금, 정부 지원금, 금융 대출, 투자유치 등 1인 창조기업의 보유 자금이 매출액에 영향을 미치고 있음을 의미하고 있다. 모형의 설명력은 31.8%이다. 그리고 창업가의 산업경험, 교육훈련, 보유자금은 성장성에 유의한 영향을 미치지 않음을 보인다. 그러므로 기업 특성은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 2-1은 부분적으로 채택되었고, 가설 2-2는 배제되었다.

<표 5-8> 가설 2의 검증 결과 (기업 특성과 사업 성과)

구분	매출액				성장성			
	모델1	모델2	모델3	모델4	모델1	모델2	모델3	모델4
기업업력	1.730	1.559	1.730	1.542	0.145	0.131	0.145	0.122
산업경험	-	<u>1.415</u>	-	-	-	0.118	-	-
교육훈련	-	-	-0.160	-	-	-	0.051	-
보유자금	-	-	-	<u>0.484</u>	-	-	-	0.058
R ²	0.173	0.318	0.175	0.355	0.017	0.030	0.019	0.053
F값	16.067	17.700	8.034	20.948	1.295	1.192	0.741	2.117
유의확률	0.000	0.000	0.676	0.000	0.259	0.309	0.480	0.127

3. 경영 전략과 사업 성과 관계

경영 전략은 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이라는 가설 3을 검증한 결과가 <표 5-9>와 같다. 분석 결과 경영 전략 중 차별화전략과 원가우위 전략은 매출액에 유의적 영향을 보이지 않고 있다. 1인 창조기업의 창업자와 팀원들은 목표 시장에 맞추어 경영 전략을 추진한 기업과 그렇지 않은 기업간 매출액의 차이가 보이지 않는 것을 의미한다. 그러나 경영전략은 성장성에 양(+)의 유의적 영향을 보이고 있다. 재무적인 성과가 가시적으로 나타나지 않았지만, 목표 시장에 진출을 하였고 신생 기업으로 고객의 인지도가 향상됨에 따라 향후 성과를 기대하고 있다고 해석할 수 있다. 모형의 설명력은 각각 25.6%와 20.0%이다. 차별화 전략과 원가우위 전략은 1인 창조기업의 매출액에 유의한 영향을 미치지 않음을 보인다. 그러나 기업에 최적화된 경영 전략을 수립하고 실행하는 것이 기업의 생존에 중요한 역할을 한다는 사실은 변하지 않을 것이다. 그러므로 경영 전략은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 3-1은 배제되었고, 가설 3-2는 채택되었다.

<표 5-9> 가설 3의 검증 결과 (경영 전략과 사업 성과)

구분	매출액			성장성		
	모델1	모델2	모델3	모델1	모델2	모델3
기업업력	1.730	1.749	1.738	0.145	0.161	0.152
차별화전략	-	0.574	-	-	<u>0.489</u>	-
원가우위전략	-	-	0.537	-	-	<u>0.428</u>
R ²	0.173	0.197	0.194	0.017	0.256	0.200
F값	16.067	9.309	9.134	1.295	13.050	9.471
유의확률	0.000	0.135	0.162	0.259	0.000	0.000

4. 사회적 자본의 조절효과

모바일 앱 1인 창조기업의 네트워크 강도에 따라 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략이 사업 성과에 영향을 미치는 강약을 확인하고자 네트워크의 강도와 신뢰도별로 구분하여 분석하였다. 이를 위해 표본을 Andrew f. Hayes, Ph. d. 교수가 개발한 PROCESS를 사용하여 조절변수 효과를 분석하였다.

가. 네트워크 강도에 따른 환경 동태성과 사업 성과간의 관계

분석 결과인 <표 5-10>을 보면 기업의 생존기간을 통제된 상태에서 금융기관, 고객, 그리고 컨설턴트 네트워크와의 강도는 매출액과 성장성에 조절효과로 작용하고 있지 않음이 확인되고 있다. 이는, 기술의 변화가 빠르게 일어나고 이에 따른 제품 출시를 함에 있어, 외부 네트워크와의 접촉 강도는 매출액과 성장성에 유의한 조절 효과를 보이지 않는 것으로 판단할 수 있다.

<표 5-10> 가설 4-1 검증 결과 (환경 동태성과 사업 성과, 네트워크 강도)

통제변수	생존기간					
독립변수	기술변화					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관강도	고객강도	컨설턴트강도	금융기관강도	고객강도	컨설턴트강도
비표준화계수	-0.3674	0.0245	0.2113	-0.1237	-0.1031	-0.0559
R ²	0.4077	0.3659	0.3067	0.2805	0.3129	0.2931
F값	19.9516	15.9407	13.2049	7.0080	8.4342	8.7441
조절변수유의확률	0.2509	0.9402	0.5537	0.2559	0.3593	0.5519

나. 네트워크 신뢰도에 따른 환경 동태성과 사업 성과간의 관계

분석 결과인 <표 5-11>을 보면 기업의 생존기간을 통제한 상태에서 금융기관, 고객, 그리고 컨설턴트 네트워크와의 신뢰도는 매출액과 성장성에 조절 효과로 작용하고 있지 않음이 확인되고 있다. 이는, 기술의 변화가 빠르게 일어나고 이에 따른 제품 출시를 함에 있어, 외부 네트워크와의 신뢰도는 매출액과 성장성에 유의한 조절 효과를 보이지 않는 것으로 판단할 수 있다.

<표 5-11> 가설 4-2 검증 결과 (환경 동태성과 사업성과, 네트워크 신뢰도)

통제변수	생존기간					
독립변수	기술변화					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도
비표준화계수	-0.3297	0.2692	0.2531	-0.1820	-0.0749	-0.0879
R ²	0.3814	0.3603	0.2913	0.2839	0.2762	0.2655
F값	19.7343	15.0596	12.5647	6.3817	6.7397	7.1007
조절변수 유의확률	0.2799	0.4701	0.5232	0.1053	0.5300	0.4591

다. 네트워크 강도에 따른 기업 특성과 사업 성과간의 관계

분석 결과인 <표 5-12>를 보면 기업의 생존기간을 통제한 상태에서 컨설턴트 네트워크와의 강도가 산업 경험과 매출액간의 관계에 있어 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 따라서 1인 창조기업의 창업자가 창업이전 사회 경험을 축적한 상태에서 전문 컨설턴트를 멘토로 삼아 많은 교류를 할수록 매출액 증가폭이 커진다고 판단할 수 있다.

기업의 생존기간을 통제한 상태에서 고객 네트워크와의 강도가 창업자의 교육훈련과 매출액간의 관계에 있어 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 따라서 1인 창조기업의 창업자가 창업이후 지속적인 교육 훈련을 이수한다면 매출액 증가폭이 커진다고 판단할 수 있다.

기업의 생존기간을 통제한 상태에서 금융기관 네트워크와의 강도가 보유자금과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 금융기관과 자주 접촉할수록 기업의 미래 성장성의 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

<표 5-12> 가설 4-3 검증 결과 (기업 특성과 사업성과, 네트워크 강도)

통제변수	생존기간					
독립변수	산업경험					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도
비표준화계수	-0.3934	-0.1119	0.8462	-0.0424	0.1798	0.0940
R ²	0.4744	0.3996	0.4219	0.1181	0.1389	0.1248
F값	28.0621	18.5186	21.5606	2.7467	3.5060	2.8042
조절변수 유의확률	0.4342	0.7876	0.0934	0.7100	0.1706	0.4620

통제변수	생존기간					
독립변수	교육훈련					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도
비표준화계수	0.0308	0.0601	0.0457	-0.1612	-0.1493	-0.1996
R ²	0.3889	0.3453	0.2605	0.1358	0.1428	0.1355
F값	17.4274	17.2457	11.9194	2.2749	2.5114	3.2517
조절변수 유의확률	0.9308	0.0802	0.8978	0.1622	0.2061	0.163

통제변수	생존기간					
독립변수	보유자금					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도
비표준화계수	-0.0321	0.0343	-0.0841	-0.0536	-0.0186	-0.0161
R ²	0.4903	0.4761	0.4107	0.1580	0.1508	0.1300
F값	22.3845	25.2400	21.1600	3.8845	2.2904	2.5751
조절변수 유의확률	0.7405	0.7546	0.3571	0.0641	-.6256	0.5752

라. 네트워크 신뢰도에 따른 기업 특성과 사업 성과간의 관계 분석 결과인 <표 5-13>을 보면 기업의 생존기간을 통제한 상태에서 고객 네트워크와의 신뢰도가 산업 경험과 성장성간의 관계에 있어 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 따라서 신뢰할 수 있는 고객과의 네트워크는 기업의 성장성 증가폭이 커진다고 생각할 수 있다.

기업의 생존기간을 통제한 상태에서 컨설턴트 네트워크와의 신뢰도가 교육훈련과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 컨설턴트 네트워크를 신뢰할수록 기업의 성장성 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

<표 5-13> 가설 4-4 검증 결과 (기업 특성과 사업성과, 네트워크 신뢰도)

통제변수	생존기간					
독립변수	산업경험					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도
비표준화계수	-0.1866	0.3123	0.6226	-0.0397	0.3019	0.0523
R ²	0.4760	0.3814	0.4123	0.0996	0.1320	0.0881
F값	27.2477	14.4282	16.8040	2.1829	6.1375	1.4026
조절변수 유의확률	0.6614	0.6434	0.2246	0.7053	0.0065	0.6742

통제변수	생존기간					
독립변수	교육훈련					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도
비표준화계수	0.2109	0.2274	0.1121	-0.1434	-0.2346	<u>-0.2071</u>
R ²	0.3567	0.3093	0.2457	0.1089	0.1367	0.1072
F값	19.0941	11.2741	10.4553	3.2046	1.7393	2.5219
조절변수 유의확률	0.4200	0.5529	0.7839	0.1322	0.1504	0.0697

통제변수	생존기간					
독립변수	보유자금					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도
비표준화계수	-0.0670	0.0763	-0.1193	-0.0434	0.0044	-0.1091
R ²	0.4958	0.4723	0.4055	0.1347	0.1086	0.0998
F값	23.5216	19.9601	18.8548	3.1848	1.6826	1.5222
조절변수 유의확률	0.4379	0.5572	0.2717	0.1275	0.9253	0.6068

마. 네트워크 강도에 따른 경영 전략과 사업 성과간의 관계

분석 결과인 <표 5-14>를 보면 컨설턴트 네트워크의 강도가 차별화 경영 전략과 매출액간의 관계에 있어 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 따라서 컨설턴트 네트워크와 자주 접촉할 수록 기업의 성장성 증가폭이 커진다고 생각할 수 있다.

금융기관 네트워크의 강도가 원가우위 경영 전략과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 금융기관 네

트위크와 자주 접촉할수록 기업의 성장성 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

그리고 고객 네트워크의 강도가 원가우위 경영전략과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 고객 네트워크와 자주 접촉할수록 기업의 성장성 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

<표 5-14> 가설 4-5 검증 결과 (경영 전략과 사업성과간의 네트워크 강도)

통제변수	생존기간					
독립변수	차별화전략					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도
비표준화계수	-0.4397	0.3220	0.9830	-0.1039	-0.1562	0.0290
R ²	0.3923	0.3464	0.3208	0.3035	0.3766	0.3078
F값	18.0464	14.1062	10.4949	9.9573	12.0397	13.4501
조절변수유의확률	0.2447	0.4126	0.0179	0.4172	0.1699	0.7332

통제변수	생존기간					
독립변수	원가우위전략					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도	금융기관 강도	고객 강도	컨설턴트 강도
비표준화계수	-0.2580	0.1826	0.0809	-0.1683	-0.2860	-0.1628
R ²	0.3857	0.3295	0.2527	0.2719	0.3529	0.2481
F값	14.4853	12.5782	9.7689	13.6388	25.4802	12.4358
조절변수유의확률	0.2759	0.5650	0.7787	0.0371	0.0015	0.1404

바. 네트워크 신뢰도에 따른 경영 전략과 사업 성과간의 관계

분석 결과인 <표 5-15>를 보면 컨설턴트 네트워크의 신뢰도가 차별화 경영전략과 매출액간의 관계에 있어 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 따라서 컨설턴트 네트워크와의 신뢰도에 따라 기업의 매출액 증가폭이 커진다고 생각할 수 있다.

금융기관 네트워크의 신뢰도가 원가우위 경영전략과 매출액간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 금융기관 네트워크를 신뢰할수록 기업의 매출액 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

금융기관 네트워크의 신뢰도가 원가우위 경영전략과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 금융기관 네트워크를 신뢰할수록 기업의 성장성 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

고객 네트워크의 신뢰도가 원가우위 경영전략과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 고객 네트워크를 신뢰할수록 기업의 성장성 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

컨설턴트 네트워크의 신뢰도가 원가우위 경영전략과 성장성간의 관계에 있어 음(-)의 조절 효과로 작용하고 있음이 확인되고 있다. 이는 컨설턴트 네트워크를 신뢰할수록 기업의 성장성 증가폭이 감소한다고 판단할 수 있다.

<표 5-15> 가설 4-6 검증 결과 (경영 전략과 사업성과간의 네트워크 신뢰도)

통제변수	생존기간					
독립변수	차별화전략					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도
비표준화계수	-0.2156	0.4824	1.0700	-0.0726	-0.1233	0.0417
R ²	0.3602	0.3415	0.3237	0.3001	0.3213	0.2947
F값	14.6540	11.1592	11.0526	8.6053	8.9905	10.4257
조절변수 유의확률	0.6068	0.2442	0.0094	0.5145	0.3024	0.6471

통제변수	생존기간					
독립변수	원가우위전략					
종속변수	매출액			성장성		
조절변수	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도	금융기관 신뢰도	고객 신뢰도	컨설턴트 신뢰도
비표준화계수	-0.6275	0.0953	-0.1064	-0.1867	-0.2676	-0.2569
R ²	0.3795	0.3194	0.2410	0.2659	0.3071	0.2712
F값	17.9278	10.0814	8.6902	10.2253	16.6458	12.2711
조절변수 유의확률	0.0010	0.8161	0.7631	0.0832	0.0158	0.0252

제 4 절 가설 검증 결과에 대한 토의

1. 회귀 분석 결과에 대한 논의

제시된 가설의 검증 결과가 의미하고 있는 바를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 환경 동태성과 사업 성과와의 영향 관계를 보면 기술 변화 속도가 매출액과 성장성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 1인 창조기업은 외부 기술변화에 따른 제품을 신속히 출시함으로써 매출 증가와 함께 향후 성장성을 높일 수 있음을 의미한다. 회귀식을 나타내면 다음과 같다.

$$\text{매출액} = 1.984 + 0.996 * \text{기술변화}$$

$$\text{성장성} = -0.169 + 0.469 * \text{기술변화}$$

둘째, 기업 특성과 사업 성과와의 영향 관계를 보면 산업경험과 보유자금은 매출액에 영향을 미치지만, 성장성에는 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 그리고 교육훈련은 매출액과 성장성에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이는 1인 창조기업의 대표자가 창업과 관련한 경험을 쌓고 기업 운영에 필요한 자금을 적절한 수준에서 보유한다면 매출 증가를 이룰 수 있다는 것을 의미한다. 그러나, 단순한 교육 훈련은 직접적인 매출 증가나 성장성에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 회귀식을 나타내면 다음과 같다.

$$\text{매출액} = 2.127 + 1.415 * \text{산업경험}$$

$$\text{매출액} = -0.525 + 0.484 * \text{보유자금}$$

셋째, 경영 전략과 사업 성과와의 영향 관계를 보면 차별화전략과 원가우위전략이 매출액에는 영향을 미치지 않지만, 성장성에 영향을 미치는 것으

로 나타났다. 이는 1인 창조기업은 부족한 자원과 인력 문제를 해결하기 위해 목표 시장을 선정하고 맞춤형 경영전략을 수립하여 수행할 경우 성장성은 증가하고 있다는 것을 의미한다. 회귀식을 나타내면 다음과 같다.

$$\text{성장성} = -0.253 + 0.489 \times \text{차별화전략}$$

$$\text{성장성} = -0.238 + 0.428 \times \text{원가우위전략}$$

넷째, 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략과 사업 성과에 미치는 영향에 대한 사회적 자본으로서의 네트워크 강도와 강도의 조절효과를 정리하면 다음과 같다.

① <그림 5-1>과 같이 환경 동태성 중 기술 변화는 매출액에 유의한 영향을 미치고 있지만, 사회적 자본은 조절효과를 나타내지 못하는 것으로 나타났다.



<그림 5-1> 기술변화-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과

② <그림 5-2>와 같이 환경 동태성 중 기술 변화는 성장성에 유의한 영향을 미치고 있지만, 사회적 자본은 조절효과를 나타내지 못하는 것으로 나타났다.



<그림 5-2> 기술변화-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과

③ <그림 5-3>과 같이 기업 환경 중 창업자의 산업경험은 매출액에 유의한 영향을 미치고 있으며, 컨설턴트 네트워크 강도가 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났다. 회귀식을 나타내면 다음과 같다.

$$\text{매출액} = 2.4280 + 1.6402 * \text{산업경험} + 1.2668 * \text{컨설턴트강도} + 0.8462 * \text{산업경험} * \text{컨설턴트강도}$$



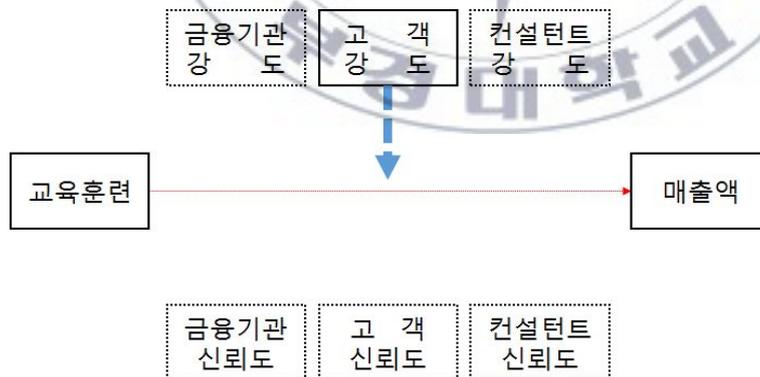
<그림 5-3> 산업경험-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과

④ <그림 5-4>와 같이 고객 신뢰도는 기업 환경 중 창업자의 산업경험과 성장성 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났지만, 창업자의 산업경험은 성장성에 유의한 영향을 미치지 못함에 따라 조절 변수로서의 의미를 가지지 못한다.



<그림 5-4> 산업경험-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑤ <그림 5-5>와 같이 고객 강도는 기업 환경 중 창업자의 교육훈련과 매출액 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났지만, 창업자의 교육훈련은 매출액에 유의한 영향을 미치지 못함에 따라 조절 변수로서의 의미가 없다고 생각할 수 있다.



<그림 5-5> 교육훈련-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑥ <그림 5-6>과 같이 컨설턴트 신뢰도는 기업 환경 중 창업자의 교육훈련과 성장성 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났지만, 창업자의 교육훈련은 성장성에 유의한 영향을 미치지 못함에 따라 조절 변수로서의 의미가 없다고 생각할 수 있다.



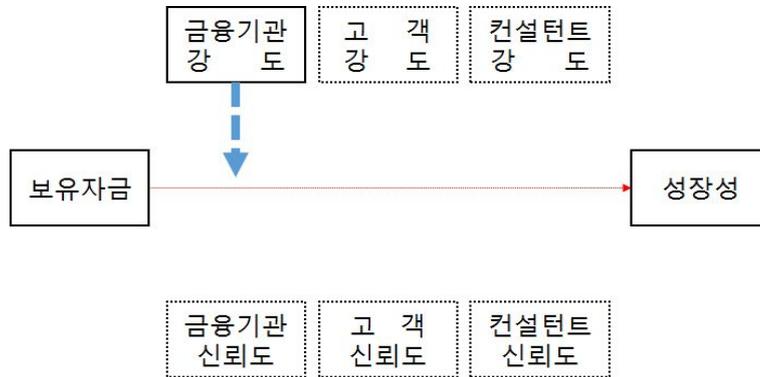
<그림 5-6> 교육훈련-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑦ <그림 5-7>과 같이 기업 환경 중 보유자금은 매출액에 유의한 영향을 미치고 있지만, 사회적 자본은 이들 관계에 조절효과를 보이지 않고 있다고 나타났다.



<그림 5-7> 보유자금-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑧ <그림 5-8>과 같이 금융기관 강도는 기업 환경 중 보유자금과 성장성 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났지만, 보유자금은 성장성에 유의한 영향을 미치지 못함에 따라 조절 변수로서의 의미가 없다고 생각할 수 있다.



<그림 5-8> 보유자금-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑨ <그림 5-9>와 같이 컨설턴트 강도와 신뢰도는 경영 전략 중 차별화 전략과 매출액 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났지만, 차별화 전략은 매출액에 유의한 영향을 미치지 못함에 따라 조절 변수로서의 의미가 없다고 생각할 수 있다.



<그림 5-9> 차별화전략-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑩ <그림 5-10>과 같이 경영 전략 중 차별화 전략은 성장성에 유의한 영향을 미치지만, 사회적 자본은 조절효과를 나타내지 못하는 것으로 나타났다.



<그림 5-10> 차별화전략-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑪ <그림 5-11>과 같이 금융기관 신뢰도는 경영 전략 중 원가우위 전략과 매출액 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났지만, 원가우위 전략은 매출액에 유의한 영향을 미치지 못함에 따라 조절 변수로서의 의미가 없다고 생각할 수 있다.



<그림 5-11> 원가우위전략-매출액 관계와 사회적 자본의 조절효과

⑫ <그림 5-12>와 같이 경영 전략 중 원가우위 전략은 성장성에 유의한 영향을 미치고 있으며, 금융기관의 강도와 신뢰도, 고객과의 강도와 신뢰도, 그리고 컨설턴트에 대한 신뢰도가 이들 관계에 조절효과로서 작용하고 있다고 나타났다. 회귀식을 나타내면 다음과 같다.

$$\begin{aligned} \text{성장성} &= -0.1359 + 0.3621 * \text{원가우위전략} + 0.2050 * \text{금융기관강도} \\ &\quad - 0.1683 * \text{원가우위전략} * \text{금융기관강도} \\ \text{성장성} &= 0.0161 + 0.3367 * \text{원가우위전략} + 0.2897 * \text{고객강도} \\ &\quad - 0.2860 * \text{원가우위전략} * \text{고객강도} \\ \text{성장성} &= -0.1428 + 0.3853 * \text{원가우위전략} + 0.2317 * \text{금융기관신뢰도} \\ &\quad - 0.1867 * \text{원가우위전략} * \text{금융기관신뢰도} \\ \text{성장성} &= -0.0437 + 0.3615 * \text{원가우위전략} + 0.2639 * \text{고객신뢰도} \\ &\quad - 0.2676 * \text{원가우위전략} * \text{고객신뢰도} \\ \text{성장성} &= -0.1498 + 0.3260 * \text{원가우위전략} + 0.1664 * \text{컨설턴트신뢰도} \\ &\quad - 2.2569 * \text{원가우위전략} * \text{컨설턴트신뢰도} \end{aligned}$$



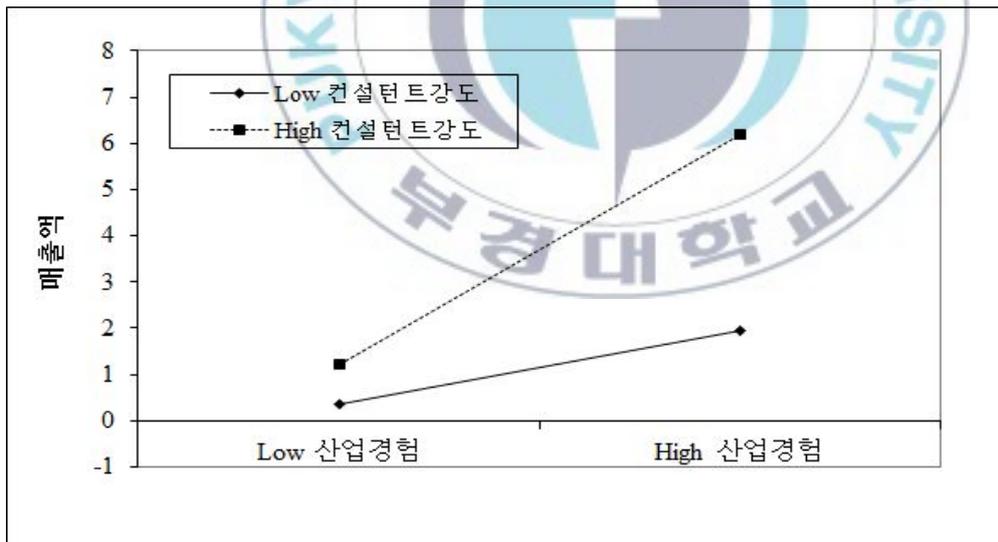
<그림 5-12> 원가우위전략-성장성 관계와 사회적 자본의 조절효과

2. 사회적 자본의 조절효과에 대한 논의

사회적 자본으로서 네트워크 강도와 강도가 사업 성공 요인에 미치는 조절효과의 의미를 살펴보면 다음과 같다.

가. 기업 환경과 사업 성과간 관계에서 사회적 자본의 조절효과

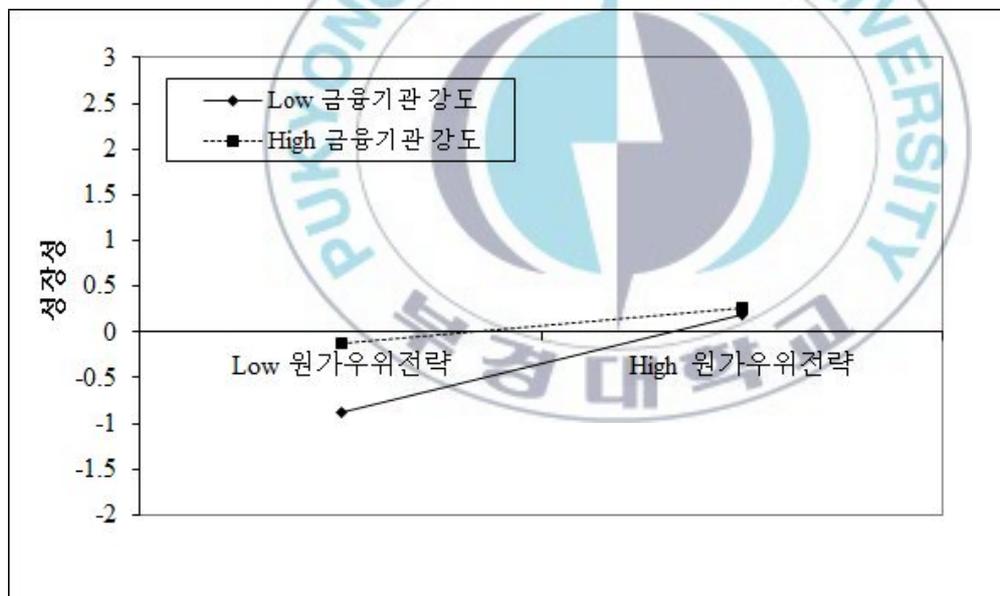
① <그림 5-13>과 같이 창업자의 산업경험이 풍부한 집단은 적은 집단보다 상대적으로 많은 매출을 기록하고 있다. 그리고, 컨설턴트의 강도가 높은 집단은 낮은 집단보다 상대적으로 많은 매출을 기록하고 있다. 이때, 컨설턴트의 강도가 높은 집단의 경우 낮은 집단보다 매출 증가율이 더 큰 것으로 볼 수 있다. 창업자가 창업하기 이전 창업에 필요한 지식과 경험을 많이 축적하여야 한다는 것을 의미하며, 컨설턴트와의 잦은 만남을 통해 정보 습득할 경우 많은 매출이 기대된다고 생각할 수 있다. 또한, 창업자가 경험을 갖추지 못한 1인 창조기업의 창업자에 대해 경험을 쌓을 수 있는 교육 훈련등의 방안이 필요하다는 것을 의미한다.



<그림 5-13> 산업경험-매출액 관계에 컨설턴트 강도의 조절효과

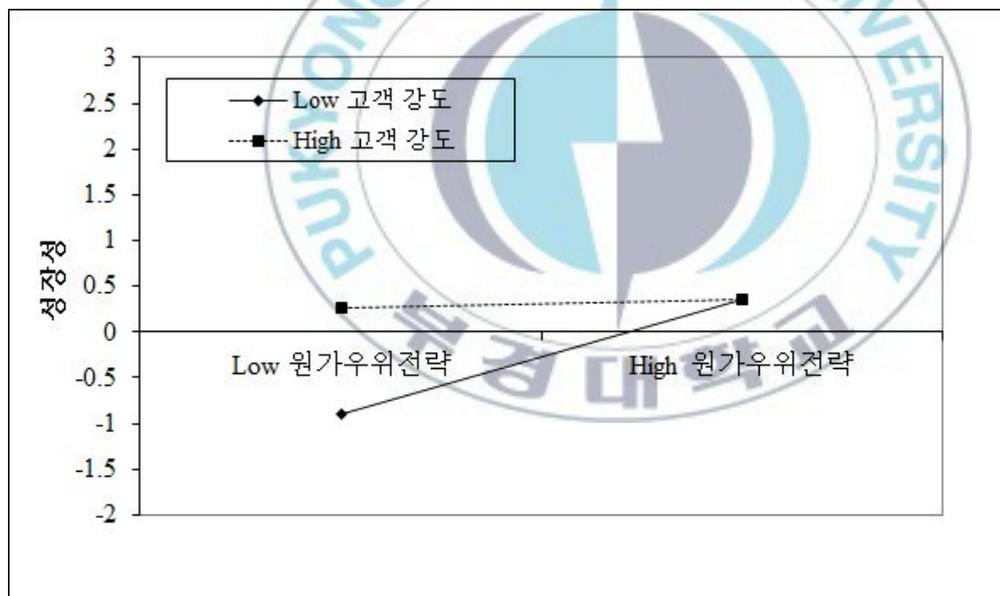
나. 경영 전략과 사업 성과간 관계에서 사회적 자본의 조절효과

① <그림 5-14>와 같이 원가우위 전략을 수립하여 시행하는 집단은 그렇지 않은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 보이고 있다. 그리고, 금융기관 강도가 높은 집단은 낮은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 기록하고 있다. 이때, 금융기관 강도가 낮은 집단의 경우 높은 집단보다 성장성의 증가율이 더 큰 것으로 볼 수 있지만, 금융기관간의 강도가 낮은 집단은 원가우위전략을 수행하지 않을 경우 마이너스 성장할 것으로 추측할 수 있다. 그리고 금융기관 네트워크와의 강도가 높은 집단은 원가우위전략에 따른 성장성이 증가하지만, 증가폭은 강도가 낮은 집단보다 상대적으로 높지 않은 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 원가우위전략을 수행하지 않는 기업은 은행권과 벤처캐피탈 심사역, 엔젤투자자들과 미팅을 통한 정보 습득이 필요하다는 것을 시사한다.



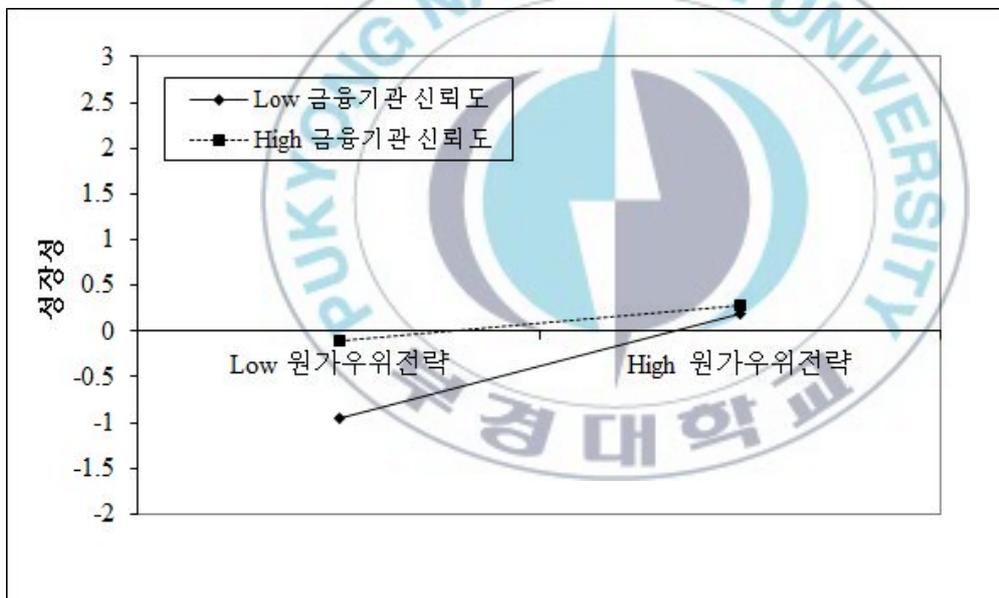
<그림 5-14> 원가우위전략-성장성 관계에 금융기관 강도의 조절효과

② <그림 5-15>와 같이 원가우위 전략을 수립하여 시행하는 집단은 그렇지 않은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 보이고 있다. 그리고, 고객 강도가 높은 집단은 낮은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 기록하고 있다. 이때, 고객 네트워크와의 강도가 낮은 집단의 경우 높은 집단보다 성장성의 증가율이 더 큰 것으로 볼 수 있지만, 고객 네트워크와의 강도가 낮은 집단은 원가우위전략을 수행하지 않을 경우 마이너스 성장할 것으로 추측할 수 있다. 그리고 고객 네트워크와의 강도가 높은 집단은 원가우위전략에 따른 성장성이 증가하지만, 증가폭은 강도가 낮은 집단보다 상대적으로 높지 않은 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 원가우위전략을 수행하지 않는 기업은 고객 및 관련 협회, 이업종 기업 등 잠재 고객과 접촉을 통한 정보 습득과 마케팅 활동이 필요하다는 것을 시사한다.



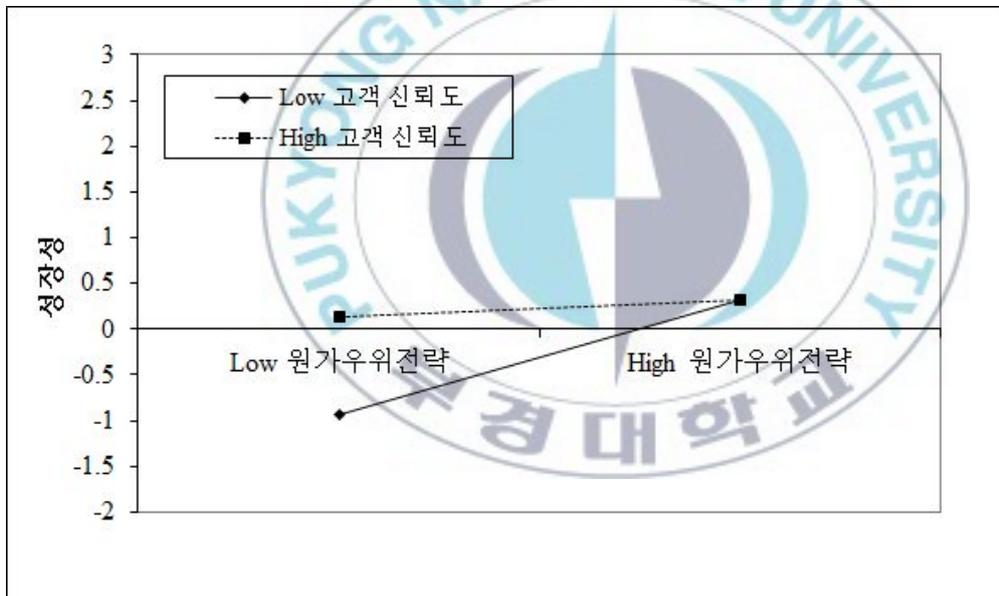
<그림 5-15> 원가우위전략-성장성 관계에 고객 강도의 조절효과

③ <그림 5-16>과 같이 원가우위 전략을 수립하여 시행하는 집단은 그렇지 않은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 보이고 있다. 그리고, 금융기관 신뢰도가 높은 집단은 낮은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 기록하고 있다. 이때, 금융기관 네트워크에 대한 신뢰도가 낮은 집단의 경우 높은 집단보다 성장성의 증가율이 더 큰 것으로 볼 수 있지만, 금융기관 신뢰도가 낮은 집단은 원가우위전략을 수행하지 않을 경우 마이너스 성장할 것으로 추측할 수 있다. 그리고 금융기관 네트워크를 많이 신뢰하는 집단은 원가우위전략에 따른 성장성이 증가하지만 그 폭은 신뢰도가 낮은 집단보다 적은 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 원가우위전략을 수행하지 않는 기업은 신뢰할 수 있는 금융기관을 구축할 필요성이 있다는 것을 시사한다.



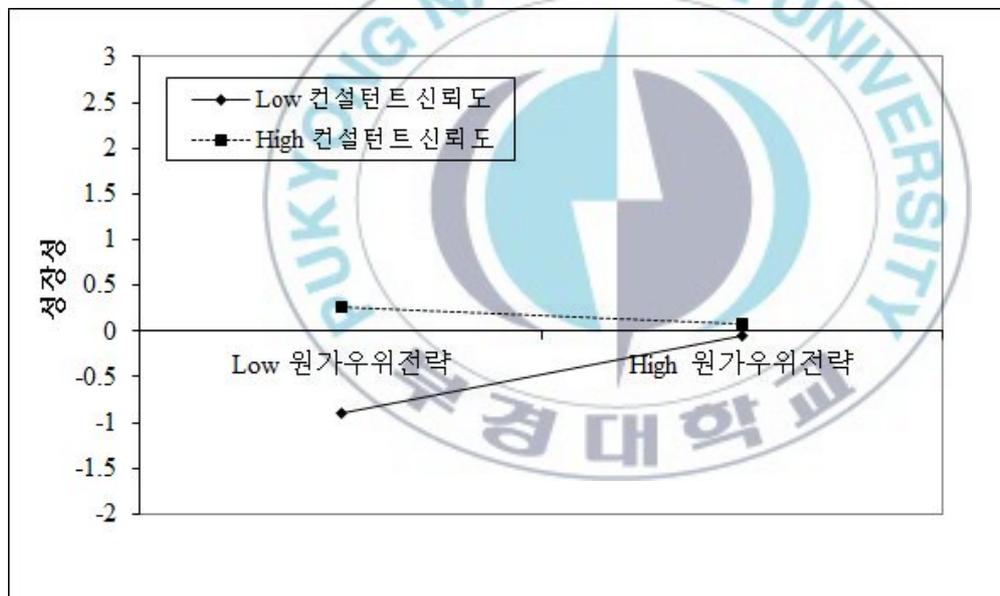
<그림 5-16> 원가우위전략-성장성 관계에 금융기관 신뢰도의 조절효과

④ <그림 5-17>과 같이 원가우위 전략을 수립하여 시행하는 집단은 그렇지 않은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 보이고 있다. 그리고, 고객 신뢰도가 높은 집단은 낮은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 기록하고 있다. 이때, 고객 네트워크에 대한 신뢰도가 낮은 집단의 경우 높은 집단보다 성장성의 증가율이 더 큰 것으로 볼 수 있지만, 고객 신뢰도가 낮은 집단은 원가우위전략을 수행하지 않을 경우 마이너스 성장할 것으로 추측할 수 있다. 그리고 고객 네트워크를 많이 신뢰하는 집단은 원가우위전략에 따른 성장성이 증가하지만 그 폭은 신뢰도가 낮은 집단보다 적은 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 원가우위전략을 수행하지 않는 기업은 신뢰할 수 있는 고객 집단을 구축할 필요성이 있다는 것을 시사한다.



<그림 5-17> 원가우위전략-성장성 관계에 고객 신뢰도의 조절효과

⑤ <그림 5-18>과 같이 원가우위 전략을 수립하여 시행하는 집단은 그렇지 않은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 보이고 있다. 그리고, 컨설턴트 신뢰도가 높은 집단은 낮은 집단보다 상대적으로 높은 성장성을 기록하고 있다. 이때, 컨설턴트 네트워크에 대한 신뢰도가 낮은 집단의 경우 높은 집단보다 성장성의 증가율이 더 큰 것으로 볼 수 있지만, 고객 신뢰도가 낮은 집단은 원가우위전략을 수행하지 않을 경우 마이너스 성장할 것으로 추측할 수 있다. 그리고 컨설턴트 네트워크를 많이 신뢰하는 집단은 원가우위전략에 따른 성장성이 오히려 감소하고 있지만, 그 폭은 그리 크지 않은 것을 확인할 수 있다. 이를 통해 원가우위전략을 수행하지 않는 기업은 신뢰할 수 있는 컨설턴트와 멘토를 찾을 필요성이 있다는 것을 시사한다.



<그림 5-18> 원가우위전략-성장성 관계에 컨설턴트 신뢰도의 조절효과

3. 사업 성과별 핵심 결정 요인

본 연구에서는 각 특성별(환경동태성, 기업특성, 경영전략) 제 요인들 중 어떠한 요인이 가장 강력하게 성과에 영향을 미치는가의 사후 검토가 필요하다. 즉 모바일 앱 1인 창조기업의 성과에 영향을 미치는 제 요인들 중 어떠한 요인이 가장 강력하게 고려해야 될 요인인가를 제시하기 위하여 추가적인 검토가 필요하다. 본 연구에서는 이를 위해 각 성과별로 의미 있는 변수들을 통합적으로 고려하여 추출하기 위해서 가장 의미 있는 변수들을 단계별로 투입하여 최적의 모델을 도출하는 stepwise 회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 5-16>과 같다.

기업의 매출액에 영향을 미치는 요인은 산업경험과 보유자금으로 나타났다. 즉, 모바일 앱 1인 창조기업의 매출액을 높이기 위해서는 창업자가 창업이전 다양한 경험을 갖출 필요성이 있으며, 기업의 자금을 충분히 보유해야 하는 것을 나타낸다. 그리고, 성장성에 영향을 미치는 요인은 기술변화, 차별화전략, 원가우위전략으로 나타났다. 즉, 모바일 앱 1인 창조기업이 성장하기 위해서는 기술변화를 수용하여야 하며, 기업의 경영전략을 명확히 수립하고 수행해야 하는 것을 의미한다.

<표 5-16> 모바일 앱 1인 창조기업의 핵심 성과 요인 분석

성과결정요인	기업 성과					
	매출액			성장성		
	β	t	sig.	β	t	sig.
산업경험	1.113	2.966	0.004			
보유자금	0.416	3.633	0.001			
기술변화				0.232	2.060	0.043
차별화전략				0.285	2.577	0.012
원가우위전략				0.270	2.742	0.008
	R ² =0.301, F=16.332, p=0.000			R ² =0.603, F=14.258, p=0.000		

제 6 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

2009년 11월 아이폰의 국내 이동통신 시장 진출을 계기로 우리나라 스마트폰 가입자는 2013년 12월 3,700만명을 넘어서면서 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 이와 같은 언제 어디서나 인터넷을 자유롭게 사용할 수 있는 스마트 디바이스의 보급과 더불어 IoT로 대변되는 다양한 종류의 전자제품들이 인터넷에 연결됨으로써 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 기기가 상호간에 영향을 주고받으며 새로운 사업과 소득 기회가 창출되는 스마트 신경제 시대가 열렸다. 또한, 세계경제 패러다임도 실물중심의 산업경제에서 정보와 소프트웨어 중심의 지식경제로 변화한 후 창의성과 상상력을 중심으로 하는 창조경제로 변화하였고, 혼자서도 창업이 가능한 개인중심 창조경제로서의 1인 창조기업의 중요성이 부각되고 있다.

중앙정부(문화체육관광부, 미래창조과학부, 방송통신위원회, 중소기업청)에서는 스마트 산업 생태계를 조성하고 생태계의 중심축인 1인 창조기업을 육성하고 지원하기 위해 자금 지원·정보 제공·커뮤니티 운영·전문 교육·국내외 마케팅 등 다양한 지원 정책을 펼치고 있다. 그리고 지방자치단체에서도 지역의 IT산업의 활성화와 지역 청년 실업 해소를 위해 모바일 앱 지원시설을 구축하고, 창업지원실 운영, 창업자금 지원, 경영·기획·마케팅·기술 분야의 전문 교육, 앱의 판매를 위해 홍보, 마케팅, 퍼블리싱 지원과 투자유치 지원 등 다양한 사업을 추진하고 있다.

이러한 배경에서 향후 미래 경제의 핵심주체이지만 경영능력과 자원이 부족한 한계점에 당면한 1인 창조기업의 특성을 파악하고 창업활성화 및

성공률을 높이기 위해 꾸준한 관심과 연구가 이루어져 오고 있다. 1인 창조기업의 효율적 운영에 대한 그동안의 일부 연구가 있으나, 다양한 산업분야의 1인 창조기업을 포괄하는 현황 파악과 이에 대한 개선책을 제시하는 수준으로 1인 창조기업의 정성적인 성과결정 요인에 치중하고, 사회적 자본으로서 네트워크의 조절 효과를 고려하지 못하고 있다. 따라서 스마트 산업의 핵심 분야인 모바일 앱의 1인 창조기업의 실정을 반영하는 실증 연구를 포함한 1인 창조기업의 성과에 관한 연구가 절실하다.

본 연구의 의의를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 우리 경제의 주요한 역할을 담당하고 있는 모바일 앱 산업 분야의 1인 창조기업의 역할에 비하여 연구량이 부족한 1인 창조기업을 연구대상으로 성공적인 창업과 성장을 위한 사업 성과 결정요인에 대하여 실증연구를 하였으며,

둘째, 기존 연구에서 간과한 1인 창조기업의 매출액 변수를 도입하여 실제 1인 창조기업의 지속성에 대한 요인을 규명하였다.

셋째, 실무적으로 1인 창조기업 지원기관의 운영자 및 정책입안자의 활용도 측면에서 의미를 찾을 수 있다. 지원기관의 운영자 측면으로는 1인 창조기업 지원기관을 운영하기 위한 바탕을 제공하고 있으며, 정책입안자의 측면에서는 1인 창조기업의 성과를 거양하기 위한 다양한 지원 정책의 단초를 제시하고 있다는 점이다.

본 연구의 결과에 대하여 요약하면 다음과 같다.

첫째, 모바일 앱 관련 기술의 발전 속도가 빠르고 이에 따른 새로운 경쟁 제품이 빨리 나타나는 환경 동태성이 기업의 시장 점유율과 인지도 등의 성장성과도 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업자가 외부

경쟁 환경을 지속적으로 모니터링하고, 분석하고, 대응하면서 회사 규모도 증가하게 될 것이다. 이로 인해 조직의 역량이 갖춰지고 제품 경쟁력 향상되어 매출액 증가가 나타나는 선순환 구조를 생성함으로써 기업의 성과가 지속적으로 증가할 것으로 이해할 수 있다.

둘째, 1인 창조기업의 창업자의 경험과 기업이 보유하고 있는 자금이 1인 창조기업의 매출액에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자금의 종류로는 창업자 개인 자금, 정부 지원금, 금융기관 대출금이 주를 이루었다. 이는 자금이 풍부하면 기업의 경쟁력 유지하거나 비핵심 분야의 아웃소싱을 통한 효율화를 통해 선택과 집중을 수행할 수 있는 기반이 될 것이다. 또한 필요한 인력을 보다 쉽게 채용할 수 있는 여력이 됨에 따라 매출 증가에 기여한다고 추정할 수 있다. 이때, 창업자의 개인 자금은 기존 직장에서 근무하면서 받은 급여를 모은 것이 대부분으로, 1인 기업의 기업 규모, 업력 등으로 금융기관으로부터 대출을 받는 것도 한계가 있다. 따라서 1인 창조기업의 자금을 지원하는 방안으로 지원기관의 자금 지원과 함께 엔젤 및 벤처투자자의 투자금이 기업 경쟁력 강화에 기여하는 바가 클 것으로 추측할 수 있다.

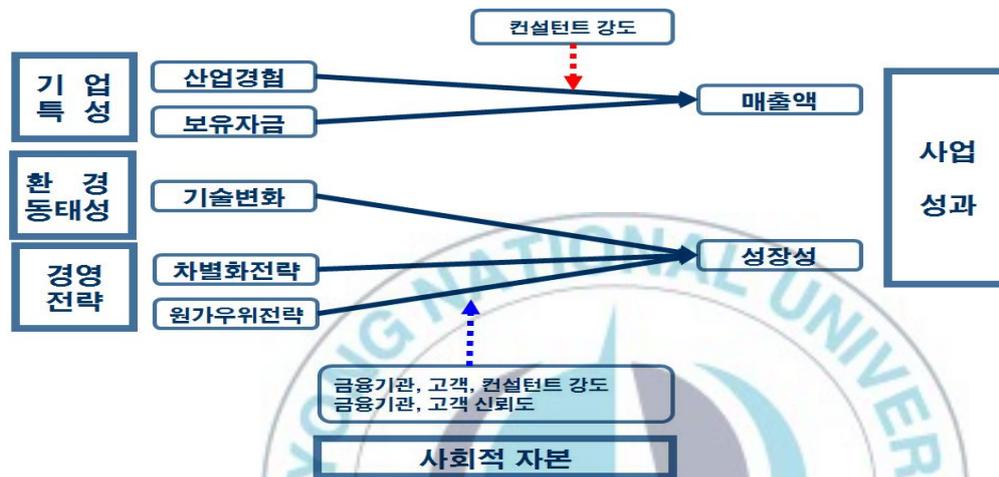
셋째, 앱스토어나 구글플레이와 같은 온라인 마켓을 통한 차별화 시장 또는 기업, 공공기관의 시스템 구축 프로젝트와 같은 원가우위 시장을 명확한 시장으로 구분하고 사업을 추진하는 경우 성장성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 명확한 타겟을 목표로 선택과 집중을 위한 효율적인 사업을 추진할 수 있어 시장점유율과 인지도가 향상되어 성공 가능성이 높아지고 있다는 것을 의미한다.

넷째, 1인 창조기업의 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략이 사업 성과에 미치는 영향에 대한 네트워크의 범위와 강도의 조절효과를 정리하면 다음과 같다.

① 기업 특성 중 창업자의 산업경험이 매출액에 유의한 영향을 미치고 있으며, 컨설턴트 강도가 조절효과로서 작용하고 있다.

② 경영 전략 중 원가우위 전략이 성장성에 유의한 영향을 미치고 있으며, 금융기관의 강도와 신뢰도, 고객의 강도와 신뢰도, 그리고 컨설턴트 신뢰도가 조절효과로 작용하고 있다.

이를 종합적으로 정리하면 <그림 6-1>과 같이 나타낼 수 있다



<그림 6-1> 연구결과의 요약

이상에서와 같이 모바일 앱 1인 창조기업이 연결하고 있는 네트워크의 접촉 빈도와 신뢰도에 따라 기업의 사업 성과에 조절 효과가 작용하고 있음을 알 수 있다. 따라서 1인 창조기업들이 외부 네트워크와 지속적인 교류를 가지면서 상호 신뢰를 쌓을 수 있도록 기회를 제공할 필요성이 있다. 이와 같이 일반적인 기업에 비해 정보, 인력 등 모든 분야에서 상대적으로 부족한 자원을 지닌 1인 창조기업의 핸디캡을 극복할 수 있는 네트워크를 구축할 경우 기업의 매출 향상 및 성장과 함께 성공가능성이 증가할 것이라고 판단할 수 있다.

제 2 절 연구의 시사점

본 연구는 다음과 같은 학문적, 실무적 시사점을 제시하고 있다.

학문적 시사점으로는

첫째, 최근 정부의 청년실업해소 정책이 1인 창조기업의 창업에 맞추어져 있어 1인 창조기업의 성공 요인으로써의 사업 성과에 초점을 맞추어 실증 분석을 실시했다. 그 결과 신기술 발전에 따른 대응과 이를 수행하기 위해 보유한 자금이 성과에 전반적으로 유의한 상관관계를 갖고 있으므로, 1인 창조기업의 경쟁력 요인이 중요하게 다루어져야 하며 반복연구가 이루어질 필요가 있다.

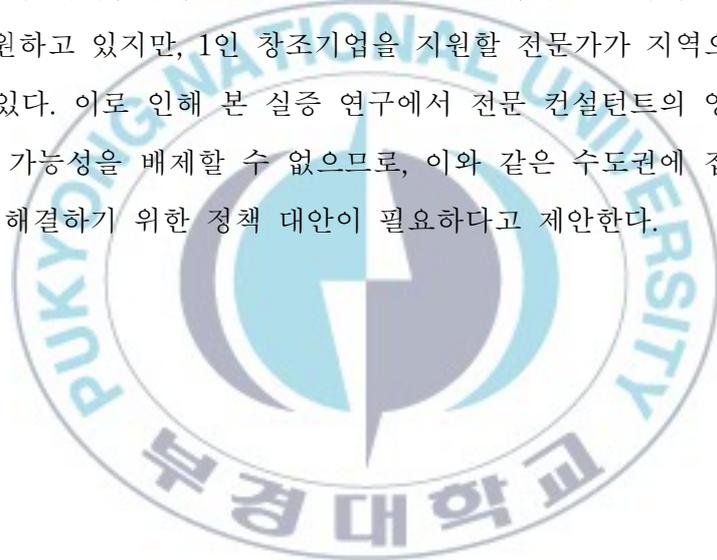
둘째, 기존의 1인 창조기업의 성과에 관한 연구는 정성적 관점에서 1인 창조기업의 창업자가 느끼는 성과를 중심으로 이루어졌다. 본 연구는 영향 요인을 성장성에 추가하여 재무적인 요소와 규모 요소를 추가하였고, 네트워크의 조절 효과를 포함하여 논의하였는데 실증분석을 한 결과 네트워크의 접속빈도와 신뢰도가 전반적으로 사업의 성과에 유의한 조절 효과를 나타내고 있으므로, 1인 창조기업의 성공 요인에 관한 연구에서 사회적 자본이 중요하게 다루어져야 하며 반복연구가 이루어질 필요가 있다.

실무적 시사점으로는

첫째, 1인 창조기업의 성공을 지원하기 위해서는 신기술 개발 동향과 새로운 경쟁 제품 출현에 관한 정보를 1인 기업에게 제공해야한다. 이와 같은 정보 수집은 기업이 해야할 일인 것은 분명하나, 1인 기업이 시장 정보와 경쟁 제품 정보에 시간을 할애 하지 못하는 실정을 감안한다면 매우 필요한 서비스라 할 수 있다.

둘째, 1인 창조기업들간 네트워크를 연계시키는 것도 중요하다. 이와 같은 네트워크내에서 1인 창조기업들은 서로가 경쟁자로 인식할 가능성이 높지만, 같은 사업을 각자 하는 것보다 힘을 합쳐서 공동 기술을 개발하고 각자 활용할 경우 분업에 따른 비용과 시간 절감의 효과를 얻을 수 있는 사례를 발굴하여 전파함으로써, 사업 협력 파트너로써 동반자적인 관계를 이루어 경쟁력을 향상시키는데 일조할 것으로 예상된다.

셋째, 우리나라의 모든 산업 구조와 마찬가지로 지역 모바일 앱 산업은 전문가 부족, 자금 부족, 정보 부족, 전문 인력 부족 등 모든 면에서 수도권에 비해 열악한 환경에 놓여 있다. 이러한 척박한 환경에서 창업을 하고 생존해 나간다는 것은 1인 창조기업에게 쉽지 않은 길이 될 것이다. 이러한 차원에서 정부기관과 대기업에서는 수도권의 자원을 지역에 분배하여 지역 산업의 성장을 지원하고 있지만, 1인 창조기업을 지원할 전문가가 지역으로 내려오지 못하고 있다. 이로 인해 본 실증 연구에서 전문 컨설턴트의 영향이 나타나지 않을 가능성을 배제할 수 없으므로, 이와 같은 수도권에 집중된 자원 문제점을 해결하기 위한 정책 대안이 필요하다고 제안한다.



제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구의 한계로는

첫째, 1인 창조기업의 사업 성과에 대한 연구가 본격적으로 이루어지지 않았고 대부분 벤처기업과 중소기업을 대상으로 수행한 연구이므로 이론적 선행연구가 부족함에 따라 가설 도출에 있어 이론적 근거가 다소 미흡하다.

둘째, 1인 창조기업의 성과 변수에 대한 유용한 객관적인 재무 자료의 부족으로 응답자의 기억과 주관적인 판단에 의존하는 설문지에 의한 연구 방법론적인 한계를 포함하고 있다.

셋째, 지역에서 모바일 앱 산업 분야에 종사하는 1인 창조기업을 대상으로 한 조사로 수도권의 기업이 포함되지 않아 우리나라의 모든 모바일 앱 1인 창조기업에게 이 연구결과를 일반화시키는 데에는 한계를 갖고 있다.

앞으로의 연구 방향을 제시하면

첫째, 모바일 앱 1인 창조기업의 창업과 성장에는 많은 영향 요인들이 있고, 본 연구에서 고려한 사회적 자본의 조절 변수 외에 모바일 앱 산업의 특성상 운영체제, 앱의 장르, 산업 분야 등 다양한 조절변수가 있을 수 있다. 특히 차별화 시장에서는 운영체제와 장르가 원가우위 시장에서는 산업 분야에 따라 사업 성과 요인이 다를 것으로 예상되므로 이에 대한 연구가 수행되어야 할 것이다.

둘째, 설문에 있어 기간 개념을 포함함으로써 종단적인 연구의 효과를 얻고자 노력하였으나 그 효과에 대하여는 단언할 수 없다. 따라서 1인 창조기업 생존 기업을 대상으로 한 1인 창조기업 생존 요인에 대한 종단적인 연구 등 다양한 차원의 연구가 필요하다. 이를 위해서는 통합적인 1인 창조기

업 관리시스템의 수립이 필요하다.

셋째, 모바일 앱 1인 창조기업의 성과 변수에 대한 추가적인 변수의 발굴과 객관적인 재무 자료의 개발로 응답자의 주관적 답변을 보완하는 방법론적인 한계를 보완할 필요가 있다.

1인 창조기업의 사업 성과와 관련된 요인들에 대한 연구에 있어 일반화된 결론을 도출하기에는 많은 어려움이 있다. 우리의 주된 관심은 1인 창조기업을 대상으로 다양한 이해관계자들 중에서 누가 어떠한 정책과 서비스를 제공할 때 1인 창조기업의 성과가 극대화 되는지, 장기적으로 이들 기업이 생존하여 성장할 것인가에 있다. 이에선 사례연구를 비롯한 추가적인 연구가 지속되어야 하나, 1인 창조기업의 특성상 정확한 자료 수집에 어려움이 많은 실정이다. 따라서 정부, 지방자치단체, 공공기관, 민간기관 등이 협력하여 관련된 연구를 지속적으로 수행하여야 할 것이다.



참고 문헌

1. 국내문헌

- 1인 창조기업 육성에 관한 법률 및 동법 시행령, 2011.04.04.
- 1인 창조기업 지원사업 운영 등에 관한 고시, 2011.10.05.
- KT경제경영연구소(2012), "스마트 혁명, 세상을 바꾸다", IT전략 보고서
- 강병서·김계수(2012), "SPSS 17.0 사회과학 통계분석", 한나래출판사
- 강원진·이병헌·오왕근(2012), "국내 벤처기업의 성장단계별 외부자원 활용이
기술혁신 성과에 미치는 영향", 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.35-45
- 경기테크노파크(2010), "경기TP 입주기업 성공요인 분석보고서"
- 고민호·백효정(2010), "1인창조기업의 기업교육 명강사 사례 연구", 대한
경제학회 추계 학술발표대회 발표논문집, pp.89-99
- 광주광역시(2012), "스마트 모바일 콘텐츠 산업육성 및 활성화 방안"
- 구동모(2013), "SPSS, LISREL, PLS 및 PROCESS를 활용한 기초, 조절·
매개효과 분석을 위한 연구방법론", 학현사
- 구문모(2010), "콘텐츠 산업의 1인 창조기업 성공사례 분석 연구", 한국문
화관광연구원
- 구문모(2012), "창조산업에서 1인 창조기업의 지속성 연구에 관한 소고",
인문콘텐츠, 제27호, pp.155-170
- 구태희·이윤철(2004), "호텔기업의 내부자원과 전략적 네트워크가 경영성
과에 미치는 영향에 관한 실증연구", 관광학연구, 제27권, 제4호,
pp.235-253
- 권경섭·김병진·하규수(2012), "국가연구개발기관 기술화 종합지원사업 성공

요인에 관한 탐색적 연구”, 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.225-232

권미영·정해주(2012), “기업가, 기술 및 네트워크 특성이 기술창업기업의 성과에 미치는 영향”, 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.7-18

김경영·박기술(2009), “기업 R&D 투자에 대한 정부지원정책 효과 분석”, 기술혁신연구, 제31권, 제3호, pp.34-45

김경환(2009), “지식기반 1인 창조기업 활성화 방안 연구”, 한국경영학회 통합학술발표논문집

김경환·은희국(2011), “1인 창조기업 대박나기”, 아침기술경영연구원

김광두·김영욱(2013), “한국형 창조경제의 길”, (주)FKI미디어

김구(2011), “사회과학 연구조사 방법론의 이해: 양적연구와 질적연구의 접근”, 비엔엠북스

김선진(2010), “1인 창조기업 유형 분석 및 성공전략 연구”, 디지털디자인학연구, 제10권, 제1호, pp.69-77

김선화(2010), “업종별 1인창조기업 사업환경분석을 통한 저변확대방안”, 중소기업연구원

김양민(2007), “코스닥 벤처기업의 최고 경영진 사회적 자본이 기업 퇴출에 미치는 영향”, 전략경영연구, 제10권, 제2호, pp.71-89

김중운(2012), “벤처기업의 외부협력이 경영성과에 미치는 영향”, 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.215-224

김중태(2010), “1인창조기업 컨설팅북”, e비즈북스

김진희·김대호·김홍(2008), “혁신형 중소기업의 성공요인에 관한 사례연구”, The Journal of Business and Venturing, 제3권, 제2호, pp.65-88

김현정(2011), “청년 기업가정신”, 토네이도

김홍(2012), “대학생의 창업요인과 창업의지와의 관계 연구”, 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.263-271

- 나관식(2012), " 1인 창조기업의 현황분석 ", 과학과 문화, 제9권, 1호, pp.31-41
- 남영호(1999), " 벤처기업의 배태조직 특성과 창업성공 가능성 분석 ", 정보통신부 연구결과보고서
- 댄세노르·사울싱어(2011), " 창업국가 ", (주)기운센
- 동남지방통계청(2013), 2013년 11월 부산·울산·경남지역 고용 동향
- 문화체육관광부(2010), 창조경제시대 지역 콘텐츠산업 발전전략
- 문화체육관광부(2010), 콘텐츠산업 발전 전략
- 미래창조과학부(2013), " 대한민국 인터넷 이용자, 4천만명 최초 돌파 ", 보도자료
- 미래창조과학부(2014), 유무선통계('13.12월말 기준)
- 박건실(2007), " 사례와 실무 중심의 경영의 이해와 창업 ", 한울출판사
- 박상규·문휘창(2012), " 한국 IT벤처기업의 국제화 학습 : 유니데이터커뮤니케이션(주) 사례 ", 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.73-86
- 박일준(2013), " 2013년 IT산업정책 방향 ", 2013년 정보통신 기술 및 정책 보고서, pp.5-9
- 방송통신위원회(2012), 2012.10월 유무선통계
- 방송통신위원회(2012), " 방통위, 1인 창조기업 육성 등 중소벤처기업 지원 본격 점화 ", 보도자료
- 배기홍(2012), " 스타트업 바이블 ", 파이가
- 배기홍(2013), " 스타트업 바이블 2 ", 요구멍 미디어
- 배병렬·최관신·황윤용(2001), " 벤처기업의 성장단계별 성공요인에 관한 연구 ", 전북대학교 산업경제연구소논문집, 32권, pp.133-155
- 백병부·김경근(2007), " 학업성취와 경제자본, 사회자본, 문화자본의 구조적 관계 ", 교육사회학연구, 제17권, 제3호, pp.101-129

백필규(2011), " 재기성공요인 분석을 통한 중소 벤처기업의 재도전 활성화 방안 연구 ", 중소기업연구원

벤 카스노카(2008), " 마이 스타트업 라이프 ", 에이콘

부산발전연구원(2011), 부산의 창업활성화를 위한 시스템 구축방안

부천문화재단(2011), " 문화예술분야 1인창조기업의 현황과 전망 ", Issue Paper

산업연구원(2006), 지역산업의 기술이전 성공요인분석 및 활성화방안

삼성경제연구소(2009), " 청년 일자리 창출을 위한 3대 과제 ", issue Paper

삼성경제연구소(2010), " 모바일 빅뱅이 촉발하는 기업경영의 변화 ", Issue Paper

삼성경제연구소(2010), " 청년고용 확대를 위한 대학교육 혁신방안 ", Issue Paper

삼성경제연구소(2012), " 기업생태계와 플랫폼 전략 ", SERI 연구보고서

삼성경제연구소(2012), " 스마트 시대, 소비자 '불만'을 '신뢰'로 바꾸는 비결 ", SERI 경제 포커스

서인덕·류동우·박태경(2012), " 조직역량과 전략적 네트워크가 경영성과에 미치는 영향 : 환경동태성의 조절효과 ", 기업가정신과벤처연구, 제15권, 제1호, pp.23-41

선명옥·이우창(2013), " 소상공인의 업종별 경영전략이 경영성과에 미치는 영향 ", 국제회계연구, 제50집, pp.305-322

송기준(1999), " 벤처기업의 성공요인분석 : 코스닥 상장기업을 중심으로 ", 한국기술혁신학회 학술대회발표논문집, pp.117-136

신동하(2011), " 1인 창조 기업의 사업성과에 미치는 영향요인에 관한 연구 ", 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문

심상민(2010), " 1인 창조기업 개념과 유형에 관한 연구 ", 문화산업연구, 제10권, 제2호, pp.5-26

안계환(2012), " 성공하는 1인 창조기업 ", (주)교학사

안관영·박노국(2012), " 창업기업의 조직공정성의 개념과 효과성에 관한 연

- 구", 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.245-255
- 양영석·조상섭(2009), "기술벤처기업간 사업 협력 네트워크의 경영자원 제공 가치와 진화도 평가 연구 : 대덕 하이업 프로그램 사례분석 중심으로", 대한경영학회지, 제22권, 제2호, pp.861-888
- 오은혜(2013), "1인 창조기업", 피앤씨미디어
- 오현목·이상우·박명철(2002), "정보통신기업의 기술개발전략과 성과에 관한 연구", 경제학연구, 제31권, 제4호, pp.881-901
- 요시자와 마사루(2010), "스타트업 경영의 기술 39", 라이온북스
- 윤석일(2013), "1인 기업이 갑이다", 북포스
- 윤종록·김형철(2009), "벤처기업의 창업가 특성과 차별화 전략이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구", 대한경제학회지, 제22권, 제6호, pp.3693-3721
- 윤종록·김형철·김광숙(2008), "벤처기업의 성공요인에 관한 실증연구", 한국비즈니스리뷰, 제1권, 제1호, pp.39-68
- 이동현(2008), "사회적 자본이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 방문판매사업을 중심으로", 중소기업연구, 제30권, 제1호, pp.41-66
- 이병헌·강원진·전호일(2008), "연구기반 스피노프 벤처기업의 성장과정 및 성공요인에 관한 탐색적 사례연구 : (주)아이센스", 한국벤처창업학회 춘계학술대회, pp.145-178
- 이성호(2012), "벤처기업의 지식중심문화의 영향에 관한 연구", 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.57-66
- 이승희·김건(2012), "학생 1인창조기업 육성을 위한 거시적 교육방향 탐색", 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제5호, pp.125-133
- 이용관(2012), "ICT 환경 변화에 따른 콘텐츠 생태계 조성 방안 연구", 한국문화관광연구원

- 이인정(2001), " 한국중소기업의 경영혁신 성공요인에 관한 실증적 연구",
인천대학교 경영학과 박사학위논문
- 이인찬·이광훈·박성진·김운호(1998), " 벤처기업의 성장단계별 성공요인 분석과 정책과제 ", 정보통신정책연구원
- 이장우·구문모·이준호·황신희·노현지(2009), " 1인창조기업:나의행복한일터 ", 형설라이프
- 이장우(2013), " 창조경제에서의 경영전략 ", 법문사
- 이장우·이성훈(2003), " 벤처기업의 실패요인에 관한 실증연구 ", 한국전략경영학회 하계학술대회발표논문집, pp.49-82
- 이창주·김승섭·전태유(2009), " 프랜차이즈 시스템을 활용한 1인 창조기업 성장 전략 ", 한국프랜차이즈경영학회 추계학술발표논문집, pp.153-163
- 이학식(2012), " 사회과학 연구를 위한 회귀분석 ", 집현재
- 이현우·김운한(2012), " 디지털 미디어 환경에서 1인 창조기업의 광고산업 적용에 관한 탐색적 연구 ", Journal of Digital Interaction Design, 제11권, 제1호, pp.87-101
- 임재현·최만기(2007), " 연구개발과 혁신 간 관계에 대한 시장지향성 및 외부네트워크의 조절효과 ", 한국경영학회 통합학술발표논문집, 제2007권, 제0호, pp.1-20
- 임영연(2007), " 제일한국인 기업가의 네트워크가 경영성과에 미치는 효과에 관한 연구 ", 일본문화학보, 제34집, pp.635-651
- 장수덕·주연매(2012), " 중국 중소기업내 기업가정신과 사회적자본이 기업성과에 미치는 영향 ", e-비즈니스연구, 제13권, 제2호, pp.283-299
- 장진민(2012), " 1인 창조기업 사용 매뉴얼 ", 이음스토리
- 정동섭·정석찬·정문섭(2011), " 사회적자본과 기업혁신 역량의 관계 ", Journal of The Korean Data Analysis Society, 제13권, 제4호, pp.2125-2136

- 정운찬(2013), " 미래를 위한 선택 동반성장 ", 21세기북스
- 조대우(2004), " 여성 벤처기업 CEO의 성공요인 : 사례연구를 중심으로 ",
경제경영연구, 제26권, 제2호, pp. 121-149
- 조연성(2012), " 서비스기업의 기업가정신, 시장지향성, 네트워크, 수출성과
의 관계 ", 서비스경영학회지, 제13권, 제1호, pp. 157-178
- 조형래(1994), " 창업인의 특성, 제품혁신성과 벤처기업 성과간의 상황적 관
계 ", 한국과학기술원 경영과학과 박사학위논문
- 주재욱·정현준(2012), " ICT 신기술 및 신규 서비스 도입의 고용효과 ", 정
보통신정책연구원
- 중소기업연구원(2010), 벤처기업성장경로에 관한 실증분석과 지원정책개선방안
- 중소기업연구원(2010), 업종별 1인창조기업 사업환경분석을 통한 저변확대
방안 연구
- 중소기업연구원(2011), 재기성공요인 분석을 통한 중소벤처기업의 재도전
활성화 방안 연구
- 중소기업청(2009), 1인 창조기업 지원사업 관리규정
- 중소기업청(2009), 1인 창조기업 활성화방안
- 중소기업청(2011), 2012년도 업무보고
- 중소기업청(2012), 2011년 1인 창조기업 실태조사
- 중소기업청(2013), 2012년 1인 창조기업 실태조사 보고서
- 중소기업청(2012), 2012년도 중소기업 지원시책
- 중소기업청(2013), 2013년도 중소기업 지원시책
- 중소기업청(2014), 2014년도 중소기업 지원시책
- 중소기업청·중소기업기술정보진흥원(2009), 1인 창조기업 실태조사 및 육성
방안에 관한 연구
- 중소기업청·중소기업기술정보진흥원(2010), 1인 창조기업 정책효과 조사분

석 연구

중소기업청·중소기업기술정보진흥원(2010), 1인 창조기업 조사분석 및 발전
모델 연구

중소기업청·창업진흥원(2011), 2011년 창업기업 실태조사 결과보고서

천만봉(2009), "국내 제조기업들 간의 전략적 제휴와 성과에 관한 연구",
기업경영연구, 제16권, 제1호, pp.73-94

천평욱·정동섭·옥영석(2013), "부산 모바일 앱 산업 분야의 1인 창조기업 성공
요인에 관한 실증연구", 멀티미디어학회 논문지, 제16권, 제8호, pp.982-993

천평욱·정동섭·옥영석(2014), "지역 모바일 앱 1인 창조기업의 성공요인에
관한 실증분석:사회적자본의 조절효과를 중심으로", 벤처창업연구,
제9권, 제2호, pp.201-219

최경규·김하경(2013), "1인 창조기업 사례연구 : 더한익스피리언스의 창업
과 합병", 중소기업연구, 제35권, 제1호, pp.85-121

최만기·신진교·남준호(2000), "한국 벤처기업의 성공요인에 관한 탐색적
연구", 경영경제, 제33집, 제1호, pp.251-278

최영근(2010), "최고경영진의 인적 및 사회적 자본이 기업성과와 벤처캐피탈
투자에 미치는 영향", POSRI경영경제연구, 제11권, 제1호, pp. 107-139

최종인·양영석(2012), "창업교육을 위한 프로그램 개발과제", 벤처창업연
구, 제7권, 제1호, pp.125-134

추승엽·유정민·임성준(2009), "환경 동태성, 경쟁전략 및 기업 내부역량간
의 적합성이 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 전략경영연구, 제12
권, 제1호, pp.101-126

콘텐츠산업진흥위원회(2011), 스마트콘텐츠산업 육성전략(안)

통계청(2012), 경제활동인구조사

통계청(2013), "2013년 11월 고용동향", 보도자료

한국문화관광연구원(2009), 문화콘텐츠기업 창업활성화 방안 연구

한국문화관광연구원(2012), ICT 환경 변화에 따른 콘텐츠 생태계 조성 방안 연구

(사)한국문화산업포럼(2008), 1인창조기업 육성전략

한국전자통신연구원(2002), 지방벤처기업(대덕밸리 기업)을 위한 코스닥등록 주요 성공사례 분석연구

한국콘텐츠진흥원(2009), 1인 창조기업 지원정책의 해외사례 분석과 시사점, 한국콘텐츠진흥원 포커스

한국콘텐츠진흥원(2011), 2011년 스마트콘텐츠 시장 조사 보고서

한국콘텐츠진흥원(2012), 2012년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서

한국콘텐츠진흥원(2013), "세계 모바일 애플리케이션 시장 현황 및 전망", KOCCA 통계브리핑, 제13-15호

한정화(2005), "불황을 뚫는 7가지 생존전략", 랜덤하우스중앙

한정화(2011), "기업가정신의 힘", 21세기북스

황보운(2008), "창조기업에 관한 문헌적연구와 정책적 시사점", 한국벤처창업학회 학술대회, pp. 91-99

황보운·양영석(2012), "창업교육 전문성 제고를 위한 창업전문대학원 설립 방안 연구", 벤처창업연구, 제7권, 제1호, pp.113-123

한성철·김진영(2013), "스타트업 성공 7법칙 마케팅", 클라우드북스

허원무(2013), "매개효과 분석 방법의 최근 트렌드: 부트스트래핑을 이용한 단순, 다중, 이중매개효과 분석 방법", 한국비즈니스리뷰, 제6권, 제3호, pp. 43-59

2. 국외문헌

- A. Nosella & G. Petroni & C. Verbano(2006), " Innovation development in biopharmaceutical start-up firms: An Italian case study", Journal of ENGINEERING AND TECHNOLOGY MANAGEMENT, Vol. 23, No. 3, pp.202-220
- Adler, P. S. & Kwon, S.(2002), " Social Capital: Prospects for a New Concept", Academy of Management Review, Vol. 27, No. 1, pp.17-40
- Alessandro, A.(1994), " Entry, Growth and Survival of Manufacturing Firms", Small Business Economics, Vol. 6, No. 2, pp.127-137
- Alexander, K.(2007), " Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic", ENTREPRENEURSHIP & REGIONAL DEVELOPMENT, Vol. 19, No. 5, pp.381-403
- Andre, v. S. & Kashifa, S.(2008), " The impact of new firm formation on regional development in the Netherlands", Small Business Economics, Vol. 30, No. 1, pp.31-47
- Andrea, W. & Christine, Z.(2010), " Female Hires and the Success of Start-up Firms", American Economic Review: Papers & Proceedings, Vol. 100, No. 2, pp.358-361
- Anne, C. & Matthias, G. R.(2012), " The value of business planning before start-up. A decision-theoretical perspective", Journal of Business Venturing, Vol. 27, No. 3, pp.385-399
- Bourdieu, P. (1986), " The Forms of capital", In Handbook of theory and Research for the Sociology of Education. Greenwood.

- Bruderl, J. & R. Schussler(1990), "Organizational mortality: The liabilities of newness and adolescence", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 35, No. 3, pp. 530-547.
- Burt, R.(1992), "Structural Holes: The Social Structure of Competition, Cambridge", MA: Harvard University Press.
- C Venkata R. & A Ramachandra A. & D. Nagayya(2008), "Entrepreneurial Success in SMEs Based on Financial and Non-Financial Parameters", *The Icfai University Journal of Entrepreneurship Development*, Vol. 5, No.2, pp. 32-48
- C. Timothy K. & Thomas G. L.(2006), "Economic and Managerial Perspectives on New Venture Growth: An Integrated Analysis", *Small Business Economics*, Vol. 26, No. 5, pp.427-437
- Christian, H. & Ute S.(2012), "The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 24, No. 9/10, pp.917-945
- Coleman, J. S.(1990), "Foundations of Social Theory", Cambridge, MA: Harvard University Press.
- David, A. W.(1989), "Financing the Small Firm", *Small Business Administration*, Vol. 1, No. 4, pp.285-296
- Demetris, P. & Sophia S. & Dimitris S.(2005), "The Location of Markets, Perceived Entrepreneurial Risk, and Start-up Capital of Micro Rural Firms", *Small Business Economics*, Vol. 25, No. 2, pp.147-158

- Enrico. S. & Roberta. P.(1995), " The Determinants of Firm Start-up and Entry in Italian Producer Services ", Small Business Economics, Vol. 7, No. 3, pp.221-230
- F. R. FitzRoy.(1993), " Small Firms and Entrepreneurship: An East West Perspective: A Review Article ", Small Business Economics, Vol. 5, No. 3, pp.239-243
- Fukuyama, F.(1996), " Trust: The social virtues and the creation of prosperity ", NewYork, Simon&Schuster
- Gavin, C.(2004), " The financing of business start-ups ", Journal of Business Venturing, Vol. 19, No. 2, pp.261-283
- Gavin, C. R.(1996), " Financial Structure and the Growing Small Firm: Theoretical Underpinning and Current Evidence ", Small Business Administration, Vol. 8, No. 1, pp.1-7
- Gaylen, N. C. & Steven, H. H.(1994), " Market attractiveness, Resource-Based Capabilities, Venture Strategy, and Venture Performance ", Journal of Business Venturing, Vol. 9, No. 4, pp.331-349.
- Gemunden, H. G. & T. Ritter & P. Hydebreck(1996), " Network Configuration and Innovation Success : An Empirical Analysis in German High-tech Industries ". International Journal of Research in Marketing, Vol. 13. No. 5, pp.449-462.
- Gulati, R.(2007), " Managing Network Resources: Alliances, Affiliations, and Other Relational Assets ", NewYork, Oxford University Press
- Hanas, A. C. & John C. L.(2011), " Small business survival and sample selection bias ", Small Business Economics, Vol. 37, No. 2, pp.155-165

- Hannu L. & Esa S. & Tuomo N.(1998), "The survival of firms over the critical first 3 years and the local environment", *ENTREPRENEURSHIP & REGIONAL DEVELOPMENT*, Vol. 10, No. 3, pp.189-202
- Hermann F. & Manfred L. & Christian K.(2007), "The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success", *ENTREPRENEURSHIP & REGIONAL DEVELOPMENT*, Vol. 19, No. 3, pp.227-251
- Inkpen, A. C. & E. W. K. Tsang(2005), "Social capital, network, and knowledge transfer", *Academy of Management Review*, Vol. 30, No. 1, pp. 144-165
- Jarillo, J. C.(1998), "On strategic networks. *Strategic Management Journal*", Vol. 9, No. 1, pp.31-41
- John, T. P.(2003), "Building Success into a High-Tech Start-Up", *The Industrial Physicist*, Vol. 9, No. 3, pp.16-18
- Julie, A. E. & David, B. A.(2011), "Financing the entrepreneurial decision: an empirical approach using experimental data on risk attitudes", *Small Bus Econ*, Vol. 36, No. 2, pp.209-222
- Kamhon, K. & Wei-Der, T.(2006), "Entrepreneurship and Risk Aversion", *Small Business Economics*, Vol. 26, No. 5, pp.31-47
- Kristopher, J. P. & Andrew, F. H.(2008), "Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models", *Behavior Research Methods*, Vol. 40, No. 3, pp.879-891
- Marco, v. G. & Michael, F. & Roy, T.(2000), "Strategies, Uncertainty

- and Performance of Small Business Startups", *Small Business Administration*, Vol. 15, No. 3, pp.165-181
- Marco, v. G. & Roy, T. & Niels, B.(2006), "Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase", *Small Business Economics*, Vol. 26, No. 4, pp.319-335
- Martin, A. & Florian, N.(2011), "Start-ups and employment dynamics within and across sectors", *Small Bus Econ*, Vol. 36, No. 4, pp.461-483
- Michael, J. N. & Charles, E. G.(2000), "The virtual incubator: managing human capital in the software industry", *Research Policy*, Vol. 29, No. 2, pp.125-134
- Michael, L. & Sf, F. & Spencerr, C.(2013), "Management Accounting Systems Support Start-up Business Growth", *MANAGEMENT ACCOUNTING QUARTERLY*, Vol. 14, No. 3, pp.1-17
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S.(1998), "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp.242-266
- Oliver, T. A. & Joern, H. B. & Philipp, S. & Anne, L. J. T.(2012), "Social capital of venture capitalists and start-up funding", *Small Bus Econ*, Vol. 39, No. 4, pp.835-851
- P. E. Petrakis(2004), "Entrepreneurship and Risk Premium", *Small Business Economics*, Vol. 23, No. 2, pp.85-98
- Paul, D. R.(1997), "New and Small Firms in Expanding Markets", *Small Business Economics*, Vol. 9, No. 1, pp.79-84
- Peter, R. & Sara, C. & Daphne, H.(1996), "Gender as a Determinant of

- Small Business Performance: Insights from a British Study",
Small Business Economics, Vol. 8, No. 6, pp.463-478
- Porter, M. E. (1980), Competitive Strategy: Techniques for Analyzing
Industries and Competitors, New York, Free Press
- Rögnvaldur, S. & Ása, L. D.(2005), "How Business Opportunities
Constrain Young Technology-Based Firms from Growing into
Medium-Sized Firms, Small Business Administration", Vol. 24,
No, 2, pp.113-129
- Roure, J. B. & Keeiey, R. H(1990). "Predictors of success in new
technology based ventures", Journal of Business Venturing, Vol.
5, No. 4, pp.201-220.
- Roure, J. B. & Maidique, M. A.(1986). "Linking prefunding factors and
high-technology venture success: an exploratory study", Journal
of Business Venturing, Vol. 1, No. 3, pp.295-306
- Ruta, A.(2005), "Institutional Barriers to Small- and Medium-Sized
Enterprise Operations in Transition Countries", Small Business
Economics, Vol. 25, No. 4, pp.305-318
- Sandberg, W. R. & Hofer, C. W.(1987). "Improving new venture
performance: The role of strategy, industry structure, and the
entrepreneur", Journal of Business Venturing, Vol. 2, NO. 1,
pp.5-28.
- Seyed, M. A. & Brenda, P. & Mohammad, E. & Asadollah, K.(2013), "
The Vital Factors for Small and Medium Sized Sport
Enterprises Start-ups", Asian Social Science, Vol. 9, No. 5,
pp.243-253

- Sierdjan, K. & Andre, v. S. & Mickey, F.(2012), "Start-ups as drivers of market mobility: an analysis at the region sector level for The Netherlands", *Small Business Economics*, Vol. 39, No. 3, pp.575-585
- Steve, B.(2013), "Why the Lean Start-Up Changes Everything", *Harvard Business Review*, May, pp.65-72
- Stuart, R. & Abetti, P. A.(1987). "Start-up ventures: towards the prediction of initial success", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, No. 3, pp.215-230
- Susan, M. & Thierry, V. & Björn, v. S.(2012), "What Do Entrepreneurs Actually Do? An Observational Study of Entrepreneurs' Everyday Behavior in the Start-Up and Growth Stages", *ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE*, Vol. 36, No. 5, pp.995-1017
- Thomas, G. & Wim, N.(2010), "Entrepreneurship and structural economic transformation", *Small Business Economics*, Vol. 34, No. 1, pp.13-29
- Thomas, S. H.(2010), "Determining the Success of Fundraising Programs", *NEW DIRECTIONS FOR HIGHER EDUCATION*, Vol. 149, pp.51-56
- Timothy, B.(2005), "Analysis of young, small firms that have closed : delineating successful from unsuccessful closures", *Journal of Business Venturing*, Vol. 20, No. 3, pp.343-358
- Wim, P. M. V.(1992), "Measuring Income from Family Enterprises with Household Surveys", *Small Business Economics*, Vol. 4, No. 4, pp.287-305

설문지

No.			
-----	--	--	--

안녕하십니까?

이 설문지는 부경대학교 대학원에서 지역 모바일 앱 산업 분야 1인 창조기업의 사업 성과에 관한 연구의 자료 수집을 목적으로 작성된 것입니다.

본 설문조사는 지역에서 모바일 앱 산업 분야에 종사하는 1인 창조기업 및 예비창업자(팀)을 대상으로 하며, 이는 지역에서 사업을 영위 중인 기업 및 예비창업자에 대한 현황과 성과를 확인하고, 지역 모바일 앱 산업 분야의 1인 창조기업의 성공에 기여하고자 합니다.

본 설문지는 익명으로 통계처리 되며, 귀하의 응답내용은 조사목적 외에는 절대 사용되지 않을 것임을 약속드립니다.

향후 우리나라 1인 창조기업을 위한 지원사업의 효율화에 도움이 될 수 있도록 많은 관심과 협조 부탁드립니다.

2014년 1월

연구자 : 부경대학교 기술경영협동과정 박사과정 천평욱
지도교수 : 부경대학교 시스템경영공학과 옥영석 교수

연락처 : 전화 : 051_749-9462

H.P : 010-4635-2181

메일 : cpu@busanit.or.kr

1. 환경 동태성 (해당란에 ○표 해 주세요.)

구분	매우 빠르다	빠르다	보통이다	느리다	매우 느리다
1-1 우리 회사의 기술의 변화속도는 어느 정도인가?					
1-2 우리 회사의 신제품 출현은 어느 정도인가?					
1-3 우리 고객인 시장 수요의 변화는 어느 정도인가?					
1-4 우리 업종 기업들의 진입 및 퇴출은 어느 정도인가?					

2. 창업자 산업경험 (해당란에 ○표 해 주세요.)

구분	없다		있다		
2-1 창업전 현재의 사업과 관련된 분야/업계 종사한 경험은?			종사기간 ()년		
2-2 관련산업 경험이 있다면 귀사 제품과 관련성 정도는?	매우 높다	높다	보통이다	낮다	매우 낮다

3. 창업자 교육훈련 (해당란에 ○표 해 주세요.)

구분	경험 없음	교육을 이수하셨다면 도움이 되는 정도				
		매우 높은	높음	보통이다	낮음	매우 낮음
3-1 경영/창업 교육 수료 여부?						
3-2 마케팅/영업 교육 수료 여부?						
3-3 기술/개발 교육 수료 여부?						

4. 기업 경영 전략 (해당란에 ○표 해 주세요.)

구분	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	아니 다	전혀 아니 다
4-1 새로운 제품이나 서비스의 개발에 역점을 두고 있다.					
4-2 제품의 범위를 확대하는데 주력한다.					
4-3 새로운 시장을 개척하는데 역점을 두고 있다.					
4-4 신기술의 영역에 진출하는데 역점을 두고 있다.					
4-5 기존 제품이나 서비스를 개선하는데 역점을 두고 있다.					
4-6 제품이나 서비스의 비용 절감하는데 역점을 두고 있다.					

5. 네트워크 접촉 빈도 (해당란에 ○표 해 주세요.)

네트워크 원천	네트워크 원천과 접촉한 회수				
	전혀 없음	매년 1-2회	매분기 1-2회	매월 1-2회	매주 1-2회이상
5-1 대학/연구기관					
5-2 정부기관					
5-3 금융기관					
5-4 관련 협회					
5-5 고객 및 거래처					
5-6 벤처캐피탈, 개인투자자					
5-7 경영 및 법률 컨설턴트					
5-8 세무 및 재무 컨설턴트					
5-9 이업종 교류기업					

6. 네트워크 신뢰도 (해당란에 ○표 해 주세요.)

네트워크 원천	네트워크 원천에 대한 신뢰				
	전혀 없음	매년 1-2회	매분기 1-2회	매월 1-2회	매주 1-2회이상
6-1 대학/연구기관					
6-2 정부기관					
6-3 금융기관					
6-4 관련 협회					
6-5 고객 및 거래처					
6-6 벤처캐피탈, 개인투자자					
6-7 경영 및 법률 컨설턴트					
6-8 세무 및 재무 컨설턴트					
6-9 이업종 교류기업					

7. 사업 성과 (해당란에 ○표 해 주세요.)

구분	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	아니 다	전혀 아니 다
7-1 사업성과에 만족한다.					
7-2 시장점유율이 증가하고 있다.					
7-3 투자수익률이 증가하고 있다.					
7-4 시장에서 인지도가 증가하고 있다.					

8. 인구 통계적 특성

일반 사항

기업 형태	<input type="checkbox"/> 예비창업자 ()	창업년도	년 월
	<input type="checkbox"/> 개인사업자 ()	(창업예정일)	
	<input type="checkbox"/> 법인사업자 ()	벤처기업지정	예 () 아니오 ()
응답자	직위 :	연락처	
	성명 :	이메일	
소재지	()시/도 ()구/군/청		

지적재산권 현황

앱 등록	특허 출원	특허 등록	실용신안등록	상표등록
건	건	건	건	건

※ 앱 등록 : 아이폰 앱, 안드로이드 앱 동시 등록시 2건으로 작성
안드로이드마켓별은 1건으로 작성 (안드로이드마켓, T스토어 동시 등록시 1건)

인력 현황

경영진	기획/마케팅/영업	개발(프로그램,디자인)	합계
명	명	명	명

※ 직무가 중복될 경우 주 업무를 중심으로 작성

매출 현황

마켓 매출액 (앱 판매액)	마켓 매출액 (광고 수입 등)	프로젝트 수주 매출액	기타 매출액 (강사비 등)
원	원	원	원

자금조달

자기자금	정부자금	투자유치	금융자금	사채(私債)	기타
원	원	원	원	원	원

감사의 글

이 논문이 나오기까지 수많은 분들의 도움을 받았습니다. 그분들의 도움이 없었다면 논문이 나올 수 없었을 것이기에 이 자리를 빌려 감사의 인사를 드리고자 합니다.

먼저 기술경영으로 학문의 길을 소개해주시고 논문을 지도해주신 옥영석 교수님께 깊은 감사의 뜻을 전합니다. 그리고 바쁘신 일정에도 부족한 글을 심사해주신 구평희 교수님, 김민수 교수님, 서원철 교수님, 정동섭 교수님과 기술경영협동과정 교수님들께도 감사의 마음을 전합니다.

학위 과정을 무사히 마칠 수 있도록 많은 배려와 격려를 해 주신 부산정보산업진흥원 서태건 원장님, 전형섭 실장님, 그리고 부장님들과 동료 직원 여러분들께 감사드립니다. 특히, 논문을 완성하는데 적지 않은 도움을 주신 정보라님께 깊은 감사드립니다.

누구보다도 학위 과정을 기뻐해 주시고 격려를 보내주신 아버지, 어머니, 장인 어른, 장모님께 감사드립니다. 그리고 공부하는 아빠를 응원해준 아들 시영이와 중간에 포기하지 않도록 묵묵히 응원해준 사랑하는 아내 박영미님이 있었기에 오늘에 이르게 됨에 고맙다는 마음을 드립니다. 그리고, 옆에서 지켜봐주시고 격려해 주신 홍승범님과 김경옥님께 감사를 드립니다.

이렇게 많은 분들의 도움으로 박사 과정을 마칠 수 있었습니다. 이러한 도움이 더욱 빛나도록 앞으로도 최선을 다하겠습니다. 감사합니다.