

지역 모바일 앱 1인 창조기업의 성공요인에 관한 실증분석* : 사회적 자본의 조절효과를 중심으로

천평욱(부산정보산업진흥원 차장)**

정동섭(경성대학교 교수)***

옥영석(부경대학교 교수)****

국 문 요 약

대한민국은 실물경제에서 지식경제로, 그리고 창의성과 상상력을 중심으로 하는 창조경제로 패러다임이 변화하고 있다. 창조경제의 핵심인 창조산업은 기술과 정보를 갖춘 개인이 중요한 역할을 수행하는 산업이다. 대한민국의 높은 청년실업률과 경제 양극화 문제를 해결하는 창조산업 중 모바일 앱 산업의 역할을 인식하고, 범국가적인 차원에서 모바일 앱 산업 분야의 1인 창조기업을 지원하는 다양한 정책이 추진되고 있다. 이러한 지원 정책이 모바일 앱 1인 창조기업의 성공적인 창업에 기여할 수 있도록 지역 모바일 앱 1인 창조기업을 대상으로 성공요인에 대한 실증조사를 수행하고 이를 통해 보다 효과적이고 효율적인 지원 방안을 모색하고자 본 연구를 수행하였다. 이 연구에서는 문헌 고찰을 통해 1인 창조기업의 성공요인에 관한 4개의 연구가설을 도출하고, 지역 모바일 앱 1인 창조기업의 실증자료를 기반으로 분석을 하였다.

분석 결과 첫째, 모바일 앱 관련 기술의 발전 속도가 빠르고 이에 따른 새로운 경쟁 제품이 출현할 경우 기업의 매출액과 성장성이 높아지는 경향을 발견할 수 있었다. 둘째, 창업자가 산업 경험을 갖추고 기업 경영과 제품 개발에 필요한 자금을 확보할 경우 정량적인 성과가 높아지는 경향을 발견할 수 있었다. 셋째, 목표 시장에 맞춘 경영 전략을 수행할 경우 성장성이 높아지는 경향을 발견할 수 있었다. 넷째, 이들 환경 동태성, 기업 특성, 경영 전략과 사업 성과의 관계에 네트워크의 강도와 신뢰도가 조절효과로 일부 작용하는 것을 발견할 수 있었다. 이러한 결과는 1인 창조기업의 창업가에게 경험을 축적할 수 있는 방안과 함께 필요한 자금을 적시에 제공할 수 있어야 하고, 다양하고 신뢰할 수 있는 네트워크와 만날 수 있는 기회를 지속적으로 제공해야함을 시사한다. 본 연구를 통해 모바일 앱 분야와 같은 지식 기반 1인 창조기업들을 지원하는 기관에서 기업의 성공 가능성을 높일 수 있는 지원 시책을 수립하는데 활용되길 바란다.

핵심주제어: 모바일 앱, 1인 창조 기업, 성공 요인, 사회적 자본

I. 서론

2008년 미국의 금융위기로 시작된 글로벌 금융위기는 한국 경제 전체에 영향을 미치고 있다. 특히 고용감소, 실업률의 증가, 급여감소, 일자리 부족 등 고용문제는 중요한 정책이슈로 대두되고 있으며, 전체 실업률보다 매우 높은 청년실업률로 인한 심각한 사회 문제가 나타나고 있다. 또한, 세계경제에 있어 실물중심의 산업경제에서 정보와 소프트웨어 중심의 지식경제로 변화한 후 창의성과 상상력을 중심으로 하는 창조경제로 패러다임이 변화하였고, 혼자서도 창업이 가능한 개인중심 창조경제로 발전하고 있다. 창조경제로 인해 새로운 아이디어를 바탕으로 한 사업과 기존의 사업에 새로운 기술이나 기존 기술을 융·복합하는 사업이 활발하게 일어날 것

으로 기대하고 있다.

2009년 11월 아이폰의 국내 이동통신 시장 진출을 계기 이후, 미래창조과학부의 2013년 무선 통신서비스 통계 현황에 따르면 우리나라 스마트폰 가입자는 2012년 12월 3,000만명을 돌파하였으며, 2013년 10월말 3,700만명을 넘어서면서 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 그리고, 2013년 인터넷이용실태조사 결과, 우리나라 인터넷 이용자수는 2003년 2,922만명에서 2013년 7월 4,000만명을 돌파하게 되었고, 이는 스마트폰 보급에 따른 무선인터넷의 사용 증가가 영향을 미친것으로 분석되고 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 영향

* 이 논문은 부경대학교 자율창의학술연구비(2014년)에 의해 연구되었음.

** 제1저자, 부산정보산업진흥원 기반조성사업부 차장, cpu@busanit.or.kr.

*** 공동저자, 경성대학교 경영학과 교수.

**** 교신저자, 부경대학교 시스템경영공학부 교수, ysock@pknu.ac.kr

· 투고일: 2014-03-11 · 수정일: 2014-04-14 · 게재확정일: 2014-04-18

을 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 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.

통계청 e-나라지표의 청년 고용동향에 따르면 2008년 미국의 금융위기로 시작된 글로벌 금융위기는 현재까지도 고용감소, 실업률의 증가, 급여감소, 일자리 부족 등 우리나라 고용 시장에 큰 영향을 미치고 있다. 그 중에서도 청년층(15세~29세) 실업률은 2010년 8.0%, 2011년 7.6%, 2012년 7.5%, 그리고 2013년 11월 7.5%로 개선되지 않는 상황이고, 우리나라 전체 실업률 2.7%에 비해 2.8배나 높은 수치를 보이고 있다. 이와 더불어 청년층 고용율은 2010년 40.3%, 2011년 40.5%, 2012년 40.4%, 40.0%로 조금씩 줄어드는 현상을 보이고 있다. 이러한 청년 실업의 문제점으로 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 약화되고, 미래 한국의 양극화를 심화시키는 문제점을 안고 있다. 이와 같은 청년실업률을 해결하기 위해 국회에서는 2011년 4월 [1인 창조기업 육성에 관한 법률]을 제정하고, 정부에서 다양한 지원정책을 추진하였다. 중소기업청 1인 창조기업 실태조사 결과에 따르면 1인 창조기업이 2009년 20.3만개, 2010년 23.5만개, 2011년 26.2만개에서 2012년 29.6만개로 늘었다. 또한, 고용노동부에서는 2014년 청년 고용 회복을 위해 일자리 예산의 차질없는 추진과 함께 서비스 산업 선진화, 창업 활성화, 고용유인형 제도 개편 등 구조개선 노력도 병행하고 있다.

이러한 배경에서, 중앙정부(중소기업청, 방송통신위원회, 문화체육관광부, 미래창조과학부)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, 부산·광주광역시에서도 지역의 IT산업의 활성화와 스마트 시대를 대비하고 지역 청년 실업 해소를 위해 모바일 앱 지원시설을 구축하고, 창업지원실 운영, 창업자금 지원, 경영·기획·마케팅·기술 분야의 전문 교육, 앱의 판매를 위해 퍼블리싱 지원과 투자유치 지원 등의 다양한 사업을 추진하고 있다. 이러한 중앙정부와 지방자치단체의 지원을 통해 성공적인 1인 창조기업이 육성되고 있으나, 이와 같이 지원을 받은 1인 창조기업의 성과와 관련된 지원 사업들의 연계성에 대한 분석을 면밀히 추진하여 보다 효율적인 사업 추진을 위한 연구가 부족하다.

본 연구는 지역 모바일 앱 분야 1인 창조기업의 성공에 영향을 미치는 요소와, 이들 요소에 대한 사회적 자본이 미치는 영향에 관한 연구를 수행하여 효과적이고 효율적인 1인 창조기업 지원 방안들을 모색하고자 한다. 본 연구는 최근 급부상하고 있는 모바일 앱 산업 분야 1인 창조기업의 성공적인 창업을 위한 정책 수립을 위한 실증 연구로 학술적으로나 산업적으로 의의가 있을 것으로 판단한다.

구체적으로 다음과 같은 연구목적 하에 지역의 모바일 앱 1인 창조기업에 관한 가설을 설정하고, 지역 모바일 앱 1인 창조기업에 대한 실증조사를 통하여 정책적 방향을 도출하고자 한다.

첫째, 기업의 성공요인에 대한 기존연구자들의 연구 결과를 소개하고, 이를 통해 지역 모바일 앱 분야 1인 창조기업의 성과 관련 접근 시각과 1인 창조기업 사업성과에 영향을 미치는 데 있어서의 요인에 대하여 문헌을 고찰한다.

둘째, 이러한 요인들을 범주화하여 연구모형과 가설을 설정하고, 지역의 모바일 앱 산업 관련 기업들을 대상으로 설문조사를 통해 실증연구를 수행한다.

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

마지막으로, 통계분석 결과에 대한 해석과 함께 1인 창조기업 성공을 위한 지원 사업 방향을 도출하고, 본 연구의 한계점 및 시사점을 제시한다.

II. 이론적 배경

2.1 모바일 앱 1인 창조기업의 현황과 특징

2.1.1 1인 창조기업의 개념

[1인 창조기업 육성에 관한 법률](2011.04.04)에서 ‘창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자’로 정의하고 있으며, [1인 창조기업 지원사업 운영 등에 관한 고시]에서는 공동 창업자 등 공동으로 사업을 영위하는 자가 5인 미만인 경우도 1인 창조기업으로 정의한다.

기존 연구에서는 창업자가 가진 '지식, 경험, 기술' 등을 사용하여 보다 창조적인 서비스를 제공함으로써 이윤을 창출하는 경우 1인 창조기업이라 할 수 있으며, 구체적으로는 소프트웨어 개발, 누리집 제작 등 IT서비스, 만화, 드라마, 영화제작 등 문화콘텐츠 서비스, 전통식품, 공예품 분야의 제조업 등 창의적인 아이디어나 전문 지식·기술 등 분야의 1인 중심기업으로 정의하고 있다(Kim, 2009; Kim, 2012; Shin, 2011; Lee & Kim, 2012; Lee & Kim, 2012; Hwangbo, 2012).

이와 같은 법률 정의와 기존 연구에서 도출된 개념들을 종합하면 지식서비스업 및 제조업 등의 분야에서 창의적인 아이디어, 전문기술·지식, 지식재산권을 사업화하는 프리랜서와

개인사업자 또는 법인으로서 공동 창업자가 5명 미만인 기업이라 할 수 있다.

2.1.2 모바일 앱(App) 산업의 개념

모바일 앱(App)이란 모바일 어플리케이션(Application)의 줄임말로, 스마트폰과 같은 디바이스에 탑재되는 일정관리·주소록·계산기·게임·동영상·내비게이션·워드 등의 콘텐츠 응용프로그램으로, 한국콘텐츠진흥원(Korea Creative Content Agency)의 2011년 스마트콘텐츠 시장 조사 보고서에 스마트콘텐츠에 대한 정의를 ‘스마트기기만을 위해서 만들어진 콘텐츠’로서 현재 어플리케이션 형태로 애플과 구글이 규정한 플랫폼에서 동작하도록 만들어진 것으로 정의하고 있다. 스마트콘텐츠와 관련된 콘텐츠의 분류로는 출판, 음악, 게임, 영화/애니메이션/방송 콘텐츠, 광고, 지식정보 콘텐츠로 분류하고 있다.

그리고, IT 조사컨설팅그룹인 가트너는 2014년 기업들이 주목해야 할 IT분야의 전략적 기술 트렌드 10가지를 선정하였다. 그중 첫번째로 모바일 기기의 다양성, 두번째로 모바일 앱과 어플리케이션이 선정하고 2014년 글로벌 시장에서 1,850억건 다운로드에 580억 달러의 매출이 발생할 것으로 예상하였다. 이러한 점을 비추어 볼때 모바일 앱의 산업의 중요성을 짐작할 수 있다.

2.1.3 모바일 앱 1인 창조기업의 개념

김선진(2009)은 디지털 콘텐츠 분야의 1인 창조기업의 유형을 크게 콘텐츠 생산형과 마케팅 도구형으로 구분하였으며, 하위 유형으로 엔터테인먼트형, 지식·정보형, 소프트웨어형, 블로그형, UCC형, 쇼핑형으로 구분하였다. 이 연구의 분류에 따르면 모바일 앱 1인 창조기업은 소프트웨어형으로 스마트폰 등의 디지털 기기를 위한 기능성 프로그램, 게임 등 응용 소프트웨어를 개발하여 수익의 원천으로 삼는 유형으로 적용할 수 있다.

심상민(2010)은 창업자 주관적 관점과 가치사슬 유형으로 크게 분류하였으며 창업자 주관적 관점에 따라 검열/취미 유형, 본업 전환/확장 유형, 생업신규창출 유형으로 분류하고, 가치사슬 유형에 따라 기획/발상(창안) 유형, 원천 기술 제조/창작 유형, 유통/마케팅 유형, 컨설팅/서비스 지원 유형으로 분류하였다. 이 연구의 분류에 따르면 모바일 앱 1인 창조기업은 생업신규창출 유형이며 원천 기술 제조/창작 유형으로 적용할 수 있다.

기존 연구들을 종합하면 모바일 앱 1인 창조기업은 스마트 시대에 적합한 다양한 스마트 앱 시장 창출을 위해 앱 개발자, 콘텐츠 제작자로서 출판, 음악, 게임, 영상, 광고, 지식정보 등 모든 분야에 해당되는 콘텐츠를 어플리케이션 형태로 제작하여 스마트폰 기반에서 서비스 하는 기업으로 정의할 수 있다.

2.2 1인 창조기업 및 소기업에 대한 성공요인 선행 연구

2.2.1 국내 선행 연구

한국은 고용문제가 중요한 정책이슈로 부각되었으며, 구직에서 창작으로 패러다임의 전환이 이루고 있다. 특히 세계경제가 창조기반경제로 이행되어 가면서 창조적 역량을 원천으로 하는 1인 창조기업에 대한 관심이 모아지고 있다. 이에, 벤처기업의 성공요인에 관한 연구를 바탕으로 1인 창조기업의 경쟁력을 강화하기 위해 연구가 이루어져 왔다.

김진희, 김대호, 김홍(2008)은 성공한 벤처기업들은 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 최고경영자가 성취 욕구를 강하게 나타낼 경우, 시장의 경쟁강도가 낮은 경우, 관련 산업 성장률이 높은 경우가 벤처기업의 성공에 중요한 요인이 된다고 분석하였다. 그리고 보유자원은 초기 신생기업에게 있어서 성과에 직간접적인 영향을 미치는 것으로 분석하였으며, 제품의 성능향상이나 가격인하가 가능한 기술보유가 경영성과에 중요한 영향을 미치는 것으로 분석하였다.

김선진(2009)은 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 1인 창조기업은 문화 콘텐츠 산업 부문에서 성공 가능성이 가장 높을 것이며, 1인 창조기업의 창업과 성장 발전을 도와주기 위해서는 사회적 지원 프로그램과 같은 관심과 도움이 필요하다고 주장하였다.

신동하(2011)는 1인 창조 기업의 사업성과에 미치는 영향요인에 관한 연구에서 1인 창조기업이 직면한 환경에 대해서 경쟁강도와 산업 성장률을 요인으로 선정하고, Bowman & Gatignon(1995), Mcdougall(1994)의 측정도구를 수정 보완하여 해당사업의 경쟁자수, 경쟁치열 정도로 세분화하였다.

이승희, 김건(2012)은 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[14].

이현우, 김운환(2012)은 광고 산업 분야에 있어 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 경영자금 지원, 세무·회계법률 등 행정 및 경영지원, 거래 활성화를 위한 지원 추진, 공공기기 및 업무 공간 지원, 창의적 아이디어

어의 재산권화 지원과 같은 1인 광고 콘텐츠 기업 육성방안을 제안하였다.

권미영, 정해주(2012)는 기술창업기업에게 기업가의 성취의지와 사회적 역량이 성과에 긍정적인 영향을 미치며 이런 역량을 기업가가 보유하기 위해서 멘토를 활용하는 방안이 필요하다고 제안하였다. 기술능력은 기술 변화 및 시장의 트렌드 변화에 민감하게 반응하여야 한다고 제안하였다. 기업들은 네트워크 활동에 적극적인 참여를 하여야 하며, 기업 상황에 필요한 관계를 형성하는 것이 중요하다고 제안하였다. 정책적 시사점으로 사회적 역량 강화를 위한 교육 훈련 프로그램, 세제의 개선, 기업의 사회적 기여 활성화를 위한 정책 수립과 네트워크 참여자들의 협력 문화가 이루어져야 한다고 제안하였다.

김중운(2012)은 국내 벤처기업들의 외부 협력이 그 협력의 대상 및 협력 내용별로 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 외부 협력 시 기술자료 보호 등을 조치와 함께 협력목적에 맞는 대상을 쉽게 찾을 수 있도록 정보제공시스템을 갖추는 등의 협력인프라 조성이 필요하다고 제안하였다.

김홍(2012)은 대학생들이 창업을 하는데 있어 개인이 처해 있는 배경, 긍정적인 사고를 하는 개인적인 성향이 창업에 영향을 미치며, 교육, 자금 등의 모든 요인이 상호 관계가 있다고 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. 창업대학원은 창업인프라 구축, 창업시장의 질적 성장 확대, 고용 창출, 글로벌 창업시장 진출 기반 제공과 함께 창업학의 학문정립, 현장실무 중심의 창업교육기반 확립, 국내외 대학 및 지자체와의 네트워크 활성화에 기여하였다고 분석하였다.

최종인, 양영석(2012)은 사업 기회 탐색에서부터 최종 사업화 전략에 이르기까지 프로세스 중심의 창업프로그램 개발, 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.

2.2.2 국외 선행 연구

외국은 우리나라의 1인 창조기업과 유사한 스타트업 단계의 중소기업의 고용문제 해결과 경제 활성화에 중요한 역할을 수행하고 있음을 인식하고, 이들 기업의 성공 요인에 관한 연구가 이루어져 왔다.

David(1989)는 중소기업을 1단계(신생 기업), 2단계(소기업

개발), 3단계(소기업 설립), 4단계(기업설립 완료)로 구분하고, 대부분의 스타트업은 4단계까지 도착하지 못하며, 신생 기업의 30%는 1년안에 실패하고, 많은 기업은 3년을 버티지 못한다고 분석하였다. 이를 기반으로 신생 기업 창업이 성공할 수 있도록 외부 투자가 필요하다고 제안하였다.

Alessandro(1994)는 창업 초기 종업원수와 성장율, 그리고 기업 생존 확률간의 관계에 대해 연구하였다. 신생 설립 기업의 성장에 영향을 미치는 요인과, 초기 종업원수와 생존에 영향을 주는 역할에 대한 평가를 하여, 기업이 최적의 인원으로 운영하는 것이 중요하다고 제안하였다.

Enrico & Roberta(1995)는 이탈리아 서비스분야 스타트업의 성공에 인큐베이터 노력이 가장 중요하게 작용하며 신용 금융의 활용 가능성이 영향을 미치는 것으로 분석하였다.

Gavin(1996)는 소기업의 성장과 재무와의 관계에 있어 기업의 초기 성장을 위한 인적자원과 재무 구조가 매우 중요한 역할을 하고, 자금 부족에 시달리는 창업자는 해결방안으로 친구와 가족의 지원이 좋지만, 신용 거래를 더 확장해서 상황을 악화시키는 경향을 발견하였다. 또한, 나이가 많은 창업자는 젊은 창업자보다 오래 경영하는 결과를 보였다.

Paul(1997)은 신생 중소기업이 시장 거래를 위해 처음에는 비용을 줄이는 것이고, 그 다음으로 위험을 감소시키는 것이 중요하다고 제안하였다.

Hannu, Esa & Tuomo(1998)은 창업이후 3년 동안 생존한 기업의 경우 경영 체계성, 제품의 품질, 창업 동기, 숙련, 생산 관리 경험이 유의미한 영향을 미치는 조사하였다.

Michael & Charles(2000)는 미국의 소프트웨어 스타트업은 비즈니스 계획, 경쟁자 분석, 시장, 영업, 재무 계획 및 분석, 인적 자원 등 핵심 지식을 필요로 하고, 이를 위해 자금 보조 프로그램, 저금리 융자, 기본 비즈니스 기술, 비즈니스 인큐베이터, 온라인 커뮤니티, 인적 자원 풀을 지원해야 한다고 제안하였다.

Marco, Michael & Roy(2000)는 소규모 비즈니스 스타트업의 창업자가 반응 전략을 선택하면 부족한 성과를 내고, 탑다운 방식의 완벽한 계획 전략을 채택하면 높은 비즈니스 성과를 도출했다.

John(2003)은 기술기반 회사가 성공을 위해 참신한 아이디어보다 올바른 태도, 사람, 그리고 활동이 더욱 큰 역할을 한다고 분석하였다. 특히, MIT 기업가정신 센터장인 Edward Robert는 기업을 설립할 때 4-5명의 공동창업자들이 있고 강력한 경영팀이 있을 경우 성공확률이 급격히 높아지며, 창업자들의 열정적인 활동과 함께 광범위한 이해관계자의 주인의식을 이끌어내야 한다고 제안하였다.

Gavin(2004)은 스타트업의 생존에 필요한 자본 구조 결정과 자금조달의 종류가 중요하며, 스타트업의 크기, 자본 구조, 조직 형태, 성장 방향, 창업자의 특성이 자금 규모의 선택과 사용에 영향을 미친다고 설명하였다.

Timothy(2005)은 성공적으로 사업을 종료한 경우, 충분한 경험을 갖춘 고학력자의 경우와 함께, 상대적으로 적은 투자

비용이 소모되었을 때 성공하였다고 분석하였다.

Rognvaldur & Asa(2005)는 스타트업들은 새로운 시장 지식과 현재 기술 기반의 기회를 이용하는 것이 새로운 기술 지식과 현재 시장 지식 기반의 기회를 이용하는 것보다 상당한 성장을 할 수 있으며, 외부 자금 조달이 어려울 경우 성장을 위한 새로운 지식 기반의 기회를 얻는데 어려움이 있다고 발표하였다.

Demetris, Sophia & Dimitris(2005)는 지속가능한 개발을 위한 통합되고, 높은 품질, 그리고 원천적인 전략을 위해 강력한 파트너쉽과 네트워크를 필요로 한다고 제안하였다.

Timothy & Thomas(2006)는 초기 단계에 있는 새로운 벤처 성장 및 관리에 대한 프레임워크를 개발하는 연구를 수행하여, 경험, 정보, 특허권, 아웃소싱은 성장에 긍정적인 영향 미친다고 제안하였다.

Marco, Roy & Niels(2006)는 비즈니스를 시작하는데 성공과 실패에 영향을 미치는 요인으로 풀타임 근무 인력이 정의 영향을, 스타트업 자금과 시장의 리스크가 부의 영향을 미친다고 제안하였다.

Nosella, Petroni & Verbano(2006)는 이탈리아 생물약제학의 기업들이 스타트업 초기 단계를 성공적으로 극복한 요인으로 뛰어난 품질, 관련 네트워크의 창조와 관리 능력, 기술과 경영 역량, 전략적 능숙함이었다고 분석하였다.

Alexander(2007)는 오스트리아와 체첸 공화국의 초기 개발 단계의 스타트업의 성공 요인 분석에 대한 비교를 수행하여, 오스트리아에서는 창업가의 개인적 환경이 영향을 미쳤고, 체첸 공화국은 개인적 환경에 스타트업 프로세스의 특성도 중요한 영향을 미쳤다고 분석하였다.

Venkata, Ramachandra & Nagayya(2008)는 200개의 중소기업에 재무, 비재무 파라메타별로 측정하였고, 연구 결과 4개의 기업 특성 중 기업의 성공에 영향을 미치는 요인을 발견하지 못했다.

Julie & David(2011)는 스타트업을 위한 자금의 가장 중요한 원천은 (1) 중소기업 혁신 연구 보조금 (2) 신용카드 (3) 현직 장에서의 월급으로 분석하였으며, 스타트업 초기 및 개발 초기 단계에서 자금을 필요로 하므로, 정부 자금, 보조금은 중요하다라고 제안하였다.

Andrea & Christine(2010)은 스타트업의 직원 채용은 성공과 관련이 있으며, 회사의 생존에 성공한 기업은 최초 채용 직원으로 여성인 경우 큰 효과가 있었다.

Martin & Florian(2011)은 스웨덴의 스타트업과 고용에 대한 10년간 종적인 데이터를 사용해서, 고용 성장과 스타트업의 효과를 분석하여, 스타트업은 지역 산업 조성을 바꿀 수 있는 역할을 한다고 제안하였다.

Seyed et al.(2013)은 중소기업의 스타트업에 중요한 역할을 하는 요인을 분석하여, 1) 개인 요소 (성격, 백그라운드, 기업가 스킬) 2) 환경 요소 (정책, 경제, 사회 문화, 기술) 3) 금융 요소 (비밀 원천, 부채, 자본)를 중소기업의 스타트업에 영향을 미치는 요인으로 제안하였다.

Michael, Sf & Spencer(2013)는 스타트업 회사가 기업 위기에 들어갔을 때, 시장 전략을 바꾸고, 조직구조를 세분화하기 위해 미래 지향적 관리 회계 도구를 사용할 경우 기업 비즈니스의 생존과 성장에 큰 성공을 가져온다고 제안하였다. 특히, 관리 회계 시스템은 보고서, 법 준수, 세금 처리 기능을 벗어나 전략 수립, 미래 지향 관리, 제품과 서비스의 성과 분석이 가능해야 한다고 제안하였다.

Steve(2013)는 정교한 계획보다 실험을, 직감보다 고객의 피드백을, 전통적인 상세한 디자인보다 반복을 수행하는 린 스타트업(Lean Start-up)을 제안하였다.

<표 1> 성공요인에 관한 선행연구 요약

연구자	독립변수	종속변수
David A. W.(1989)	자본, 부채	생존
Alessandro A.(1994)	초기 종업원수 종업원수 증가율	생존
Hannu L. 외 (1998)	기업가의 개인적인 특성	생존
Marco v. G. 외 (2000)	창업 기간, 기업가의 산업 경험, 산업 종류, 창업시 자본금, 리스크, 이익	매출 증가율, 이익, 투자, 인원, 개인 수입
Gavin C. (2004)	스타트업의 크기, 자본 구조, 조직 형태, 성장 방향, 창업자의 특성	생존
Timothy Bates (2005)	창업자의 교육수준, 기술과 경험, 매출 비용, 소수민족, 산업분야, 나이, 성별	주관적 평가
김진희, 김대호, 이홍(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

2.3 사회적 자본에 관한 연구

일반적으로 네트워크는 행위자의 목적을 달성하기 위한 수단으로 활용되기 때문에 네트워크 자체를 사회적 자본(social capital)으로 정의할 수 있다. Burt(1992)는 네트워크란 상호접촉을 보유하는 자원 및 접촉의 사회적 구조를 동시에 의미한다고 하였다. 네트워크 분석(network analysis)은 상호의존하고 있는 행위자의 관계를 기술하고 수량화하는 방법이며 행위자 상호간에 어떤 관계가 있는가를 규명하는데 유용하다.

구태희, 이윤철(2004)은 사회적 자본 관점에서 네트워크는 사회 행위자가 배태된 사회적 관계 속에 존재하는 재무적이며 기술적인 자원으로 기업의 성과에 대한 중요한 공헌자의 역할을 수행한다고 정리하였다. 호텔의 경영성과에 대한 영향에 있어 호텔의 내부자원과 호텔이 참여하는 글로벌 네트워크의 강도에 따라 발생하고 있음을 확인하였다.

김양민(2007)은 최고 경영진의 사회적 자본이 신생 벤처 코

스닥 기업의 실패 가능성에 미치는 영향을 분석하였다. 최고 경영진간의 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.

임재현, 최만기(2007)은 조직 상황요인인 시장지향성과 외부 네트워크의 조절효과를 실증적으로 검증하였다. 연구개발과 혁신 간 관계는 비용과 인력 모두 유의적인 정의 관계였고, 연구개발과 혁신간의 관계에 외부네트워크가 조절효과를 발휘하고 있으므로, 중소기업의 연구개발과 혁신에 외부 네트워크가 필요하다고 제안하였다.

이동현(2008)은 건강기능식품 산업에서 유사한 방문판매 사업을 하는 회사가 보유한 사회적 자본에 있어 구조적, 관계적, 인지적 차원에서 차이점이 지점의 수와 생산성, 판매원의 수와 생산성 측면에서 뚜렷한 성과 차이를 보여준다는 것을 연구하였다.

신진교(2008)는 중소 제조기업을 대상으로 전략, 인적자원관리 및 기술상업화 사이의 관계를 실증하였다. 이때, 차별전략 지향성은 신제품 도입, 신공정 도입 및 특허에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이때, 외부 네트워크는 기술상업화에 대한 차별전략 지향성이 영향을 유의하게 향상시키는 것으로 나타났다. 연구결과에 따라 성공적 기술상업화를 위해서는 차별전략지향성과 외부 네트워크의 강화가 중요하다고 제시하였다.

양영석, 조상혁(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 받을 때, 외부의 정보에 의존하여 기업의 전략을 수립하는 기업들이 높은 성과를 가지며, 전략적으로 중요한 고객들과 공급자들과 밀접하게 연계되어 있는 네트워크를 통하여 경쟁우위를 얻을 수 있다고 정리하였다.

천망봉(2009)은 국내 제조기업들 간의 전략적 제휴를 네트워크 관점에서 제휴 만족도와 제휴성과에 미치는 영향을 분석하였다. 네트워크가 환경동태성과 기업간 제휴간 관계에 있어 부의 조절 효과를 보이고 있다고 발표하였다.

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 범위를 다양화 하는 특성을 보이고, 활용형 혁신을 추구하는 기업들이 제한된 네트워크 내에서 그들 집단과 아주 밀접한 연계활동의 특성을 보이는 것을 발견했다.

최영근(2010)은 최고 경영진의 인적 및 사회적 자본이 창업부터 기업공개까지의 재무성과와 벤처캐피탈의 투자 결정에

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

서인덕, 류동우, 박태경(2012)은 기업의 내부역량과 외부역량이 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였으며, 내부역량으로 R&D 역량과 생산역량 그리고 학습역량이, 그리고 외부역량은 네트워크의 크기가 경영성과에 유의한 영향을 미친다고 분석하였다. 다만, 환경이 동태적인 경우에는 내부역량에 집중하는 것이 상대적으로 중요하다고 제안하였다.

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.

조연성(2012)은 서비스산업의 수출기업을 대상으로 기업가정신, 시장지향성, 네트워크 및 수출성과에 대한 관계를 분석하였다. 기업의 경쟁환경과 수출성과 사이에 조절효과를 보이고 있다고 설명하였다. 네트워크의 조절효과에 있어, 고객지향성은 조절 효과가 없으나, 경쟁자지향성에 조절 효과가 있음을 발견하였다. 외국시장에 진출한 국내 서비스 기업은 경쟁자지향적인 활동을 위한 네트워크 구축에 힘써야 한다고 제시하였다.

Oliver et al.(2012)은 벤처 캐피탈의 사회적 자본이 스타트업의 자금에 어떤 영향을 주는가에 대해 연구하여 벤처 캐피탈의 사회 자본의 긍정적인 효과를 보임을 제안하였다.

Christian & Ute(2012)은 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 제안하였고, 벤처 창조의 노력을 지원할 수 있는 방법에 대해 설명하였다.

III. 연구설계

3.1 연구 모형 설정

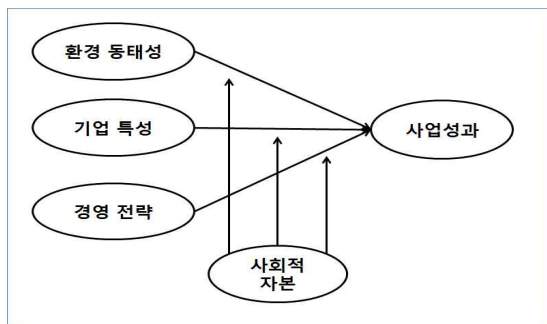
한국은 고용문제가 중요한 정책이슈로 부각되었으며, 구직에서 창직으로 패러다임의 전환과 세계경제가 창조기반경제로 이행되어 가면서 창조적 역량을 원천으로 하는 1인 창조기업에 대한 관심이 모아지고 있다. 특히, 이들 창업한 1인 창조기업이 경쟁력을 유지하면서 성공을 이룸으로써 대한민

국의 국가 경제도 활성화 될 것으로 기대하고 있다.

이러한 점에 착안하여 지금까지의 기업의 성과에 영향을 미치는 환경동태성(Marco·Michael & Roy, 2000; Kim·Kim & Kim, 2008; Yun·Kim & Kim, 2008; Shin, 2011), 기업 특성(David, 1989; Alessandro, 1994; Hannu·Esa & Tuomo, 1998; Kwun & Jeong(2012), 경영 전략(Koo & Lee, 2004; Choo, Yu & Limb, 2009; Kim., 2009; Seon & Lee, 2013), 그리고 사회적 자본(Kim, 2007; Im, Choi, 2007; Shin, 2008; Lee, 2008; Cheon, 2009; Choi, 2010; Chang, Zhu, 2012; Cho, 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 사업 성과에 영향을 미치는 환경동태성, 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 1>에 제시하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 변수의 선정

본 연구에서 선정된 변수는 선행연구들에서 이용되었던 변수들을 바탕으로 1인 창조기업의 사업 성과에 가장 실질적으로 영향을 미칠 것으로 판단되는 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략, 사회적 자본을 선정하였다.

3.2.1 환경동태성

1인 창조기업은 제한적인 제품 및 서비스, 좁은 시장, 소규모 자원으로 급속히 변화하는 환경에 상대적으로 보다 더 민감하게 대응하게 된다. 특히 모바일 앱 산업 분야 1인 창조기업은 온라인 마켓 이라는 거대한 시장을 가지고 있다는 것

과 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.

윤중록, 김형철, 김광속(2008)은 산업 환경은 해당산업의 고객, 경쟁자, 공급자와의 관계를 포함하는 영역으로, 산업의 특성을 산업 내 경쟁관계, 공급자와의 관계, 수요자와의 관계, 대체체의 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.

이장우, 이성훈(2003)은 벤처기업 실패요인에 관한 실증 연구를 통해 경쟁자들의 진입과 같은 경쟁의 정도, 환경의 불확실성을 주요 변수로 경쟁사의 존재, 경쟁사의 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, 환경동태성과 경쟁전략 간 관계 및 기업 내부역량과 경쟁전략 간 관계와 이들 요인 간의 적합성이 기업의 경영성과에 미치는 영향에 대한 실증 연구를 통해 기업의 환경동태성은 환경의 불확실성을 주요 변수로 확인하고, 환경의 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, 환경동태성은 기업의 경영 전략에 영향을 미치는 중요한 요인으로 할 수 있다.

3.2.2 기업 특성

신동하(2011)는 문헌연구에서 기업 성과에 영향을 미치는 첫 번째 요인인 기업가 특성은 주로 기업가의 연령, 경험, 교육 수준, 가족 배경, 성취 욕구, 위험 감수 성향, 통제 위치, 모호성에 대한 인내 등에 관한 것으로, 초창기 연구는 특질 접근법이라고 알려진 기업가의 심리특성이 기업의 성과에 영향을 준다는 연구가 주를 이루었다. 하지만, 기업가를 구분하는 특성에 관한 일관된 연구 결과가 없어 이를 비판하는 연구자들은 기업가의 심리 특성 외에 기업가의 행동 특성이나

역량이 창업기업 성과에 큰 영향을 미친다고 주장하였다. 두 번째 요인으로 환경을 들 수 있는데 해당 산업에 대한 정부의 지원 등과 같은 거시적 환경과, 산업구조(산업의 라이프사이클, 산업 성장률 등), 경쟁 상태(경쟁자수, 진입 장벽 등) 등의 미시적 환경으로 구분되며 기업 성과 요인으로 설명되고 있다. 반면, 행운 등 예측이 불가능한 환경적인 변화가 창업기업 성과에 영향을 미칠 수 있다는 연구도 있다고 설명하였다.

김선진(2009)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 생산이 가능하는 등 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 창업가와 조직/자원이 영향을 미친다는 선행 연구결과 분석을 바탕으로, 창업가의 심리적 특성으로 위험감수성향과 성취욕구 요인으로 정의하고 Cooper, 이장우, Edwards의 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, 위협의 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, 창업자가 고객의 니즈를 정확히 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, 창업멤버의 유지 등으로 구분할 수 있다. 이러한 창업가가 보유하고 있는 자금과 창업가의 내재된 역량은 사업 성과에 적지않은 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 경영 전략

추승엽, 유정민, 임성준(2009)은 다차원적인 환경 및 내부역량과 경영전략 간의 적합성을 연구하기 위해서는 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 진행하는 것이 필요하다. 따라서 Porter(1980)의 본원적 전략은 기업의 경쟁전략을 분석하는 실증연구에서 가장 많은 지지를 얻고 있으며, 이전의 학자들에 의해 널리 사용되어 왔다고 설명하였다. 또한 Porter의 전략유형론은 Miles와 Snow의 전략유형과도 밀접한 연관성을 가지고 있기 때문에, 경쟁전략을 대표하는 본원적 전략 유형으로서의 타당성을 지니고 있다고 판단하였다. 기업의 내부역량을 가치사슬내의 주요 활동 역량으로 측정하였다. 이의 근거로 경쟁우위의 원천인 여러 가지 역량 유형 중에서도 가치사슬에 근거한 역량들이 경영성과에 직접적인 영향을 미친다고 가정하였다.

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

이장우, 이성훈(2003)은 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 성장단계와 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 공정혁신에 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 마케팅으로 대변되는 차별화 전략과 아웃소싱 및 시스템 통합 사업의 형태로 진행되는 원가우위 전략으로 구분되며, 세부적으로 신제품개발, 제품범위확대, 신시장개척, 신기술개발, 제품개선, 비용절감으로 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.

3.2.4 사회적 자본

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

정동섭, 정석찬, 정문섭(2011)은 네트워크의 범위정도는 협력 파트너와 관련이 있었던 빈도의 정도를 가지고 측정하였으며 이들의 빈도의 합을 네트워크의 범위정도로 측정하였다. 빈도의 정도에 따라 높을수록 활발 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 사용하였다. 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 측정하였으며, 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.

3.2.5 사업 성과

배병렬, 최관신, 황운용(2001)은 매출액과 종업원 수의 비율, 시장 점유율, 수익성과 창업과정에 따른 경영자의 만족도, 창업시 착수한 신제품의 개발 진척도, 신제품의 브랜드인지를 사용하였다. 임영언, 최영(2007)은 재일한국인 기업가의 경영성과에 있어 매출액 만족도, 기업의 발전도, 조직 참가 만족도, 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 정성적인 성과로서 시장점유율, 생산성, 수익성, 신제품 개발능력, 브랜드 인지도를 사용하였다.

최영근(2010)은 연간 투자수익률, 창업자 투자액, 창업자 지분 평가액, IPO 소요기간을 정의하였고 정성적인 성과는 정

의하지 않았다. 신동하(2011)는 매출 증가, 시장 점유율, 투자 수익률과 전반적인 만족도를 사용하였다.

권미영, 정해주(2012)는 기업의 성과를 비재무적 성과와 재무적 성과의 주관적 평가로 정의하였다. 장수덕, 주연매(2012)는 수익성 증대, 시장점유율 향상, 매출액 증대, 고객만족 증대, 신제품/서비스의 개발 및 상업화로 정의하였다. 김종운(2012)은 전년 대비 매출액 증가율을 사용하였다. 선명옥, 이우창(2013)은 소상공인의 사업만족도와 주관적 재무성과를 사용하였다.

다만, Wim(1992)은 중소기업의 기업의 수입을 실질적으로 측정한다는 것은 매우 중요하지만, 창업자는 장부 기록 스킴이 부족하거나 기록을 제대로 하지 못해서 기업이 제시하는 수치에 연구를 의존하는 것은 위험할 수 있다고 제안하였다.

<표 2> 변수의 정의

구분	변수명	정의
환경 동태성	기술변화	회사의 기술의 변화 속도의 정도
	신제품출현	회사의 신제품 출현의 정도
기업 내부 특성	산업경험	기업가유사 기업 근무를 통한 경험 보유 정도
	교육훈련	경영/창업, 마케팅, 기술 교육 훈련 이수 정도
	보유자금	기업이 보유하고 있는 총자금(로그값)
경영 전략	신제품개발	새로운 제품이나 서비스 개발 역량 강화 정도
	제품범위확대	제품의 범위를 확대 역량 강화 정도
	신시장개척	새로운 시장 개척 역량 강화 정도
	신기술개발	신기술 진출 영역 진출 역량 강화 정도
	제품개선	기존 제품이나 서비스의 개선 역량 강화 정도
사회적 자본	비용절감	제품이나 서비스의 비용 절감 역량 강화 정도
	대학연구기관	대학/연구기관과 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	정부/공공기관	정부기관과 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	금융기관	금융기관과 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	관련협회	관련 협회와 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	(잠재)고객	고객 및 수요처와 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	투자자	VC 및 엔젤등과 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	경영컨설턴트	경영/법률 멘토와 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
	재무컨설턴트	세무/재무 멘토와 접촉한 횟수 및 신뢰 정도
이업종기업	이업종 교육기업과 접촉한 횟수 및 신뢰 정도	
사업 성과	매출액	2013년 매출액(로그값)
	성과만족도	사업성과에 대한 주관적 만족 정도
	시장점유율	시장점유율에 대한 주관적 만족 정도
	투자수익율	투자수익율에 대한 주관적 만족 정도
	시장인지도	시장인지도에 대한 주관적 만족 정도

3.3 연구가설의 설정

본 연구의 궁극적 목적인 모바일 앱 1인 창조기업의 성공에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위해서, 환경동태성, 기업가 특성, 경영 전략, 사회적 자본을 독립변수로 하여 종속변수로

사업성과를 선정하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1 : 환경동태성은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

Roure & Keeledy(1990), Alessandro(1994), 이장우, 이성훈(2003), 추승엽, 유정민, 임성준(2009) 등은 기술 및 제품의 변화속도가 빠르고, 경쟁자의 수가 많아 경쟁강도가 높고, 여러 가지 고려해야 할 요소들이 복잡하다면 기업은 그러한 변화에 대응할 수 있는 시간과 능력의 한계로 성장에 제한을 받기 때문에 실패 가능성이 증대한다고 추측하였다. 그러나 환경의 복잡성과 환경동태성이 높다는 것은 새로운 시장이 존재하며 기업성장의 기회가 많다는 것을 의미하며, 적대적이고 동태적인 환경에서 기업이 경쟁우위를 가지기 위해서 혁신이나 변화를 피하고, 경쟁자보다 낮은 비용을 가지거나 제품 차별화를 달성하려 하기 때문에 고성장 기업이 되기도 한다는 문헌 연구 결과를 제시하였다.

이러한 관점에서 기술변화, 신제품출현과 같은 외부 환경동태성은 기업의 성과에 영향을 미칠 것은 분명하다. 특히, 자원이 부족하고, 글로벌 오픈마켓에서 무한 경쟁을 치루고 있는 1인 창조기업 입장에서는 외부 환경에 적절한 대응을 해야 할 것이다. 본 연구는 환경동태성이 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것임을 증명하기 위하여 가설1을 도출하였다.

가설 2 : 기업 특성은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

David(1989), Marco, v. G. & Michael, F. & Roy, T.(2000), Gavin C.(2004), 윤종록, 김형철(2009) 등은 벤처기업과 중소기업의 성과와 관련된 연구를 통해 기업가는 가장 중요한 벤처기업의 성과 결정 요인으로 보았으며, 기업가의 중요 특성을 밝히는데 초점을 맞추었다. 특히, 1인 창조기업의 경우 기업가 자신이 기업 자체와 동일시 되고 있는 상황임을 감안한다면 기업가의 특성이 1인 창조기업의 사업 성과에 큰 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다. 또한, 기업이 보유하고 있는 자금과 조직원이라는 자원의 한계 또한 사업 성과에 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다.

이와 같이 기업가의 개인적인 특성과 기업이 보유하고 있는 자원은 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것임을 증명하기 위하여 가설2를 도출하였다.

가설 3 : 경영전략은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

Timothy & Thomas(2006), Alexander(2007), 김진희(2008), 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 분

석하는 연구를 수행하였다.

이러한 관점에서 수립된 기업 경영 전략은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것이라고 생각할 수 있다. 이와 같이 기업의 경영전략은 사업성과에 유의한 영향을 미칠 것임을 증명하기 위하여 가설3을 도출하였다.

가설 4 : 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략이 1인 창조기업의 사업 성과에 미치는 영향은 사회적 자본에 따라 다르게 나타날 것이다.

구태희, 이윤철(2004), Demetris & Sophia & Dimitris(2005), 신진교(2008), 천만봉(2009) 등은 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.

이러한 관점에서 환경동태성과 기업특성, 그리고 경영 전략이 사업성과에 미치는 영향은 공헌자로서의 사회적 자본인 네트워크에 따라 다를 것임을 증명하기 위하여 가설4를 도출하였다.

IV. 실증결과분석

4.1 표본의 설정

본 연구의 특징은 모바일 앱 산업 분야에 종사하는 지역 1인 창조기업을 대상으로 이들 1인 창조기업의 성공요인에 영향을 미치는 요인들로서 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략, 사회적 자본간의 관계를 분석하는데 있다. 2009년 국내에 아이폰이 도입된 이후 2014년은 앱스토어와 구글플레이에 1백만개가 넘는 앱이 등록되어 있으며, T-스토어를 비롯한 국내 마켓에도 30만개에 가까운 앱이 등록되어 있는 상황에, 자금과 인력면에서 열악한 1인 창조기업에서 경영 성과를 창출하는데 어려움이 있다. 그러나 온라인 마켓에 앱을 출시하고 주어진 환경내에서 마케팅을 수행함에 따른 소기의 성과와 함께 외부 프로젝트 수행에 따른 기술력과 자금의 유입으로 경쟁력을 갖추어가서 성장을 하고 있는 1인 창조기업이 배출되고 있다. 따라서 본 연구는 모바일 앱 산업 분야의 1인 창조기업을 대상으로 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략, 사회적 자본이 기업의 성과와 어떠한 관계를 보이는지를 분석하고자 한다.

본 연구의 표본대상 기업은 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. 수집된 표본자료는 사회과학통계패키지인 SPSS 19.0을 이용하여 분석하였다.

분석에 사용된 설문지 응답자의 인구 통계적 특성은 <표 3>과 같다.

<표 3> 응답자의 통계적 특성 (N=79)

항목		빈도	비율
기업 형태	예비창업자	3	3.8%
	개인사업자	66	83.5%
	법인사업자	10	12.7%
벤처기업	등록	2	2.5%
	미등록	77	97.5%
창업 년도	2010년	2	2.5%
	2011년	11	13.9%
	2012년	21	26.6%
	2013년	41	51.9%
창업 동기	예비창업자	4	5.1%
	창의적 아이디어의 사업화	57	72.2%
	작지만 내 사업을 갖기 위해서	25	31.6%
	하는 일이 좋고 보람을 찾을 수 있어	41	51.9%
	정년 없음	4	5.1%
	재너 양육 및 가사 병행 가능	3	3.8%
	취업난	2	2.5%
	높은 소득	11	13.9%
대표자 경력	없다	33	41.8%
	있다	46	58.2%

4.2 신뢰성 분석

가설의 검증 결과에 대한 타당성을 인정받기 위해서는 측정도구의 신뢰성과 타당성의 검증이 선행되어야 한다.

본 연구에서는 측정도구의 신뢰성 분석을 위해 설문항목들의 내적 연관성을 나타내는 Cronbach's α 계수를 이용한다. 설문항목의 신뢰계수로 환경동태성의 2가지 요인, 기업특성의 5가지 요인, 경영 전략의 6가지 요인, 사회적 자본의 14가지 요인, 사업성과의 6가지 요인에 대한 Cronbach's α 값은 0.864로서 일반적으로 탐색적인 연구 분야에서의 신뢰도의 척도인 0.6보다 높아 신뢰도가 충분하다고 판단할 수 있다.

또한 측정변수들의 타당성 분석을 위해 요인분석을 하였다. 요인추출방법으로는 주성분분석을 사용하였으며, 요인회전은 직각회전 방식의 하나인 베리맥스 방식을 사용하였다. 또한 아이겐 값이 1을 상회하지 못하는 요인들은 변수로서의 기능이 제약된다는 판단하에 아이겐 값이 1 이상인 요인만을 선택하였으며, 요인적재치는 0.5 이상이면 유의한 것으로 간주하였다. 분석 결과, <표 4>에 제시되어 있는 바와 같이, 10개의 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 4> 요인 분석결과

이론적 변수	요인명 / 측정변수	성분1	성분2	α 값	
환경 동태성	기술변화	기술변화속도	0.880	0.702	
		신제품출현	0.867		
기업 특성	산업경험	경력기간	0.871	0.683	
		앱관련성	0.871		
	교육훈련	경영교육		0.893	0.627
		마케팅교육		0.877	
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		
사업 성과	성장성	성과만족도		0.892	0.865
		시장점유율		0.899	
		시장인지도		0.885	

변수	측정변수	(잠재 고객	컨설턴트	금융기관	대학연구기관	α 값
사회적 자본	정부기관강도	0.637				0.899
	정부기관신뢰도	0.670				
	고객맞거래처강도	0.845				
	고객맞거래처신뢰도	0.869				
	이업종기업강도	0.728				
	이업종기업신뢰도	0.749				0.923
	경영컨설턴트강도		0.877			
	경영컨설턴트신뢰도		0.866			
	세무컨설턴트강도		0.852			0.896
	세무컨설턴트신뢰도		0.819			
금융기관강도			0.829			
금융기관신뢰도			0.838		0.806	
대학/연구기관강도				0.875		
대학/연구기관신뢰도				0.886		

4.3 상관관계 분석

연구의 각 변수들 간의 상호관련성을 확인하기 위해 <표 5>와 같이 Pearson 상관관계분석을 하였다. 상관관계분석은 가설검증에 사용될 뿐 아니라 흔히 가설검증에 사용되는 중요 변수들 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. 이상의 상관관계 분석 결과는 모바일 앱 산업의 급격한 기술변화와 이로 인한 신제품의 출현을 인식하고 대응하고 있는 기업이 매출액 정성적인 성과가 높다는 것을 의미한다.

<표 5> 상관관계 분석결과

	기술 변화	산업 경험	교육 훈련	보유 자금	차별화 전략	원가우위 전략
기술변화	1					
산업경험	.254*	1				
교육훈련	.068	-.097	1			
보유자금	.510**	.330**	.099	1		
차별화전략	.541**	.257*	.202	.135	1	
원가우위전략	.332**	.068	-.024	.224*	.277*	1
(잠재)고객	.213	.414**	-.071	.211	.046	.170
컨설턴트	.171	.000	.202	.156	.117	.307**
금융기관	.265*	.166	.073	.166	.127	.187
대학연구기관	.028	.131	.021	.029	.080	.058
매출액	.298**	.423**	-.041	.469**	.143	.140
성장성	.476**	.131	.051	.203	.485**	.426**

	(잠재) 고객	컨설턴트	금융 기관	대학연구기관	매출액	성장성
기술변화						
산업경험						
교육훈련						
보유자금						
차별화전략						
원가우위전략						
(잠재)고객	1					
컨설턴트	.534**	1				
금융기관	.583**	.530**	1			
대학연구기관	.346**	.178	.297**	1		
매출액	.553**	.353**	.463**	.276*	1	
성장성	.349**	.310**	.231*	.191	.363**	1

기업 특성과 사업 성과의 상관관계를 알아본 결과 산업 경험과 보유자금이 매출액과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이상의 상관관계 분석 결과는 창업자가 산업 경험을 갖추고, 기업 운영에 필요한 자금을 보유할 경우 매출액이 많아진다는 것을 의미한다.

경영 전략과 사업 성과의 상관관계를 알아본 결과 원가우위 전략과 차별화전략 모두 성장성과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이상의 상관관계 분석 결과는 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. 이상의 상관관계 분석 결과는 네트워크와 많은 접촉을 하면서 신뢰할 경우 매출 증가와 함께 성장성도 높음을 의미한다.

이상의 상관관계 분석 결과는 창업자가 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.

4.4 가설의 검증

본 연구에서는 가설을 검증하기 위해 두 개 이상의 연속형 변수 사이에 얼마나 인과관계가 존재하는가를 설명할 뿐만 아니라 원인에 따라 결과를 예측하기 위해 사용하는 통계분석 방법인 회귀분석을 실시하였다.

4.4.1 가설 1의 검증

다음 <표 6>과 같이 1인창조기업의 기업성과에 영향을 미치는 환경 동태성에 대해 회귀분석한 결과 신기술과 신제품의 출현 빈도가 높은 환경동태성이 매출액과 성장성에 대해 p-value가 각각 0.008과 0.000으로 유의하다고 할 수 있으므로, 환경동태성은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다.

<표 6> 가설 1의 회귀분석 결과

변수	매출액	성장성
기술변화	1.099	0.476
표준오차	0.402	0.100
t값	2.737	4.743
R ²	0.089	0.226
F값	7.493	22.500
유의확률	0.008	0.000

4.4.2 가설 2의 검증

다음 <표 7>과 같이 1인창조기업의 기업성과에 영향을 미치는 기업 특성에 대해 회귀분석한 결과 창업자의 산업경험과 보유자금의 경우 매출액에 대해 p-value가 각각 0.000으로 유의하다고 할 수 있으므로, 기업 특성은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설은 부분적으로 채택되었다.

<표 7> 가설 2의 회귀분석 결과

변수	매출액			성장성		
산업경험	1.563			1.131		
교육훈련		-0.153			0.051	
보유자금			0.528			0.062
표준오차	0.381	0.420	0.113	0.113	0.114	0.034
t값	4.099	-0.364	4.655	1.158	0.451	1.817
R ²	.179	0.002	0.220	0.017	0.003	0.041
F값	16.800	0.133	21.673	1.342	0.203	3.302
유의확률	0.000	0.717	0.000	0.250	0.653	0.073

4.4.3 가설 3의 검증

다음 <표 8>과 같이 1인창조기업의 기업성과에 영향을 미치는 경영 전략에 대해 회귀분석한 결과 온라인 시장을 통한 차별화 중심의 전략과 기업과 기관을 대상으로 하는 원가우위 중심의 전략의 경우 정성적 효과에 대해 p-value가 각각 0.000으로 유의하다고 할 수 있으므로, 경영 전략은 1인 창조기업의 사업 성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설은 부분적으로 채택되었다.

<표 8> 가설 3의 회귀분석 결과

변수	매출액		성장성	
차별화전략	0.528		0.485	
원가우위전략		0.515		0.426
표준오차	0.416	0.417	0.100	0.426
t값	1.268	1.236	4.866	4.130
R ²	0.020	0.019	0.235	0.181
F값	1.607	1.529	23.676	17.061
유의확률	0.209	0.220	0.000	0.000

4.4.4 가설 4의 검증

다음 <표 9>와 같이 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략이 1인 창조기업의 기업성과 간의 관계에서 사회적 자본이 조절 변수로서의 역할을 확인하기 위해 조절회귀분석을 실시하였다. 그에 앞서 다중공선성의 발생 가능성을 최소화하기 위해 평균중심화를 실시한 후 상호작용항을 생성시켜 분석에 투입하였다. <표 9>는 사회적 자본의 조절효과 분석 결과 중 유의한 결과를 보여주고 있다. 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략이 1인 창조기업의 기업성과에 미치는 영향은 사회적 자본에 따라 다를 것이라는 가설은 부분적으로 채택되었다.

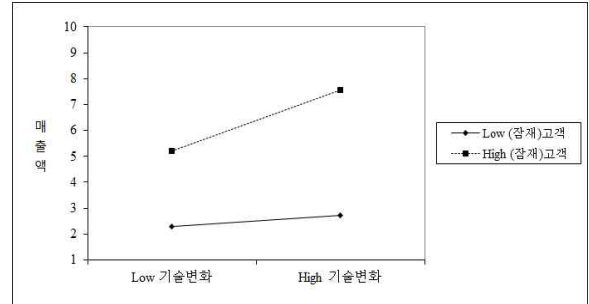
<표 9> 가설 4의 회귀분석 결과

종속변수	매출액	매출액	성장성
독립변수	기술변화	보유자금	산업경험
조절변수	(잠재)고객	(잠재)고객	(잠재)고객
비표준화계수	0.4821)	0.17162)	0.27543)
R ²	0.3555	0.4621	0.1580
F값	28.9194	32.5363	9.8072
유의확률	0.000	0.0000	0.0000

종속변수	성장성	성장성	성장성	성장성
독립변수	원가우위전략	원가우위전략	원가우위전략	원가우위전략
조절변수	(잠재)고객	컨설턴트	금융기관	대학연구기관
비표준화계수	-0.25694)	-0.18965)	-0.17586)	-0.32727)
R ²	0.3387	0.2517	0.2397	0.2812
F값	32.0016	14.6555	12.2948	11.3453
유의확률	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

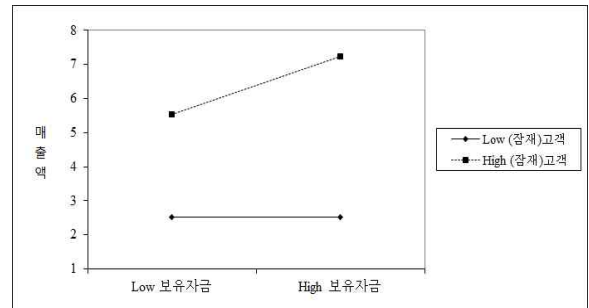
4.4.5 가설 4의 검증결과에 대한 논의

<그림 2>와 같이 기술 변화 정도가 심한 환경일수록 (잠재)고객과의 네트워크 강도와 신뢰가 약한 집단보다 높은 집단의 경우 매출액이 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다.



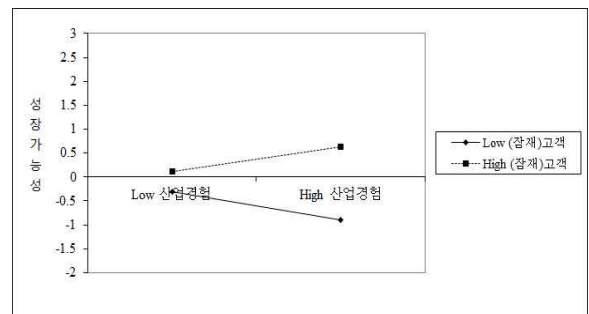
<그림 2> 매출액-기술변화에 대한 (잠재)고객 조절효과

<그림 3>과 같이 보유자금이 많은 기업일수록 (잠재)고객과의 네트워크 강도와 신뢰가 약한 집단보다 높은 집단의 경우 매출액이 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다.



<그림 3> 매출액-보유자금에 대한 (잠재)고객 조절효과

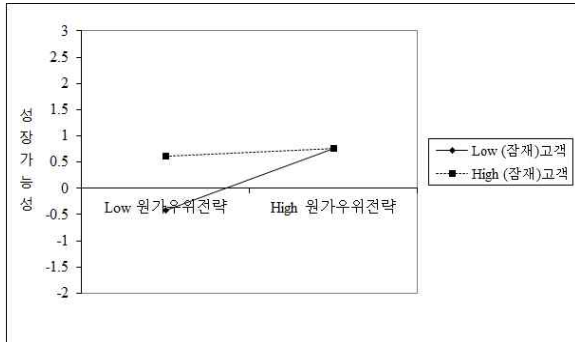
<그림 4>와 같이 창업자의 산업 경력이 많은 기업인 경우 (잠재)고객과의 네트워크 강도와 신뢰가 약한 집단보다 높은 집단의 경우 성장성의 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다.



- 1) 매출액 = 4.427 + 0.6831*기술변화 + 1.9382*(잠재)고객 + 0.4822*(잠재)고객*기술변화
- 2) 매출액 = 4.4569 + 0.4247*보유자금 + 1.9329*(잠재)고객 + 0.4247*보유자금 + 0.1716*(잠재)고객*보유자금
- 3) 성장성 = -0.1126 - 0.0256*산업경험 + 0.4869*(잠재)고객 + 0.2754*(잠재)고객*산업경험
- 4) 성장성 = 0.431 + 0.3328*원가우위전략 + 0.2567*(잠재)고객 - 0.2569*(잠재)고객*원가우위전략
- 5) 성장성 = 0.0574 + 0.3140*원가우위전략 + 0.2352*컨설턴트 - 0.1896*컨설턴트*원가우위전략
- 6) 성장성 = 0.0324 + 0.3884*원가우위전략 + 0.1705*금융기관 - 0.1758*금융기관*원가우위전략
- 7) 성장성 = 0.0189+ 0.4054*원가우위전략 + 0.1986*대학연구기관 - 0.3272*대학연구기관*원가우위전략

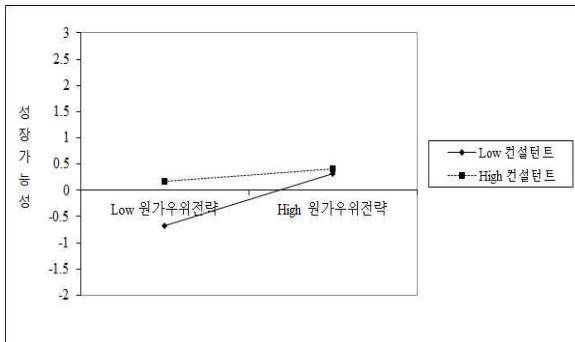
<그림 4> 성장성-산업경험에 대한 (잠재)고객의 조절효과

<그림 5>와 같이 원가우위전략을 집중하지 않는 기업일수록 (잠재)고객과의 네트워크 강도와 신뢰가 낮은 집단보다 높은 집단의 경우 성장성이 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다.



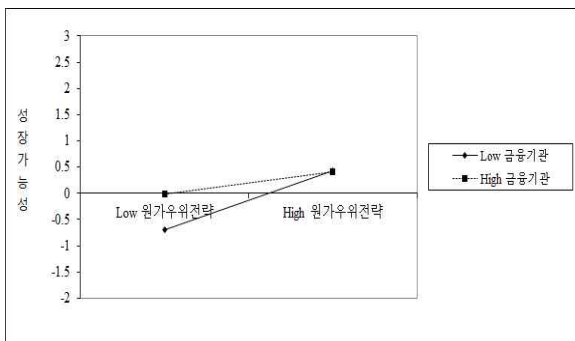
<그림 5> 성장성-원가우위전략에 대한 (잠재)고객의 조절효과

<그림 6>과 같이 원가우위전략을 집중하지 않는 기업일수록 컨설턴트와의 네트워크 강도와 신뢰가 낮은 집단보다 높은 집단의 경우 성장성이 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다. 특히, 원가우위전략을 수행하지 않는 경우 (잠재)컨설턴트와의 네트워크를 활용하지 않을 경우 마이너스 성장성이 있다.



<그림 6> 성장성-원가우위전략에 대한 컨설턴트의 조절효과

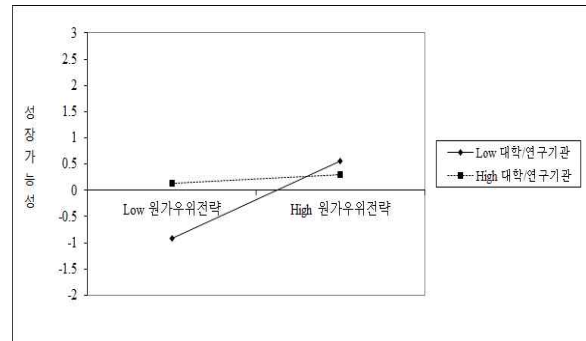
<그림 7>과 같이 원가우위전략을 집중하지 않는 기업일수록 금융기관과의 네트워크 강도와 신뢰가 낮은 집단보다 높은 집단의 경우 성장성이 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다.



<그림 7> 성장성-원가우위전략에 대한 금융기관의 조절효과

<그림 8>과 원가우위전략을 집중하지 않는 기업일수록 대

학/연구기관과의 네트워크 강도와 신뢰가 낮은 집단보다 높은 집단의 경우 성장성이 증가되는 정도가 더 큰 것으로 볼 수 있다.



<그림 8> 성장성-원가우위전략에 대한 대학연구기관의 조절효과

4.5 연구문제에 대한 논의

지역 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 영향을 미치는 요인으로 환경동태성, 기업 특성, 그리고 경영 전략 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다.

환경 동태성에 있어, 신기술 및 신제품이 나타나는 속도는 기업의 매출액과 성장성에 유의한 양(+)의 상관관계를 나타내고 있으며, 이장우, 이성훈(2003)이 제안했던 기술 및 제품의 변화속도가 빠를 경우 경쟁강도가 높아 이러한 변화에 대응할 수 있는 시간과 능력이 부족한 1인 창조기업은 실패 가능성이 증대한다고 추측하였지만 이와 상반되는 결과를 보이고 있다. 이러한 결과는 환경의 복잡성과 동태성이 높은 새로운 시장으로서 모바일 앱 산업은 새로운 시장으로서 성장의 기회가 많다는 것을 나타내고 있다. 또한, 사회적 자본으로 신뢰할 수 있는 (잠재)고객과의 잦은 교류는 매출 증가폭과 미래 성장성을 높일 수 있는 기회로 작용한다.

기업특성에 있어 산업경험은 기업의 매출액과 성장성에 유의한 양(+)의 상관관계를 나타내고 있으며, 보유자금은 기업의 매출액에 유의한 양(+)의 상관관계를 나타내고 있다. 이는 윤종록, 김형철(2009), Marco v. G. & Michael, F. & Roy, T.(2000), Gavin C.(2004) 등이 기업가는 가장 중요한 벤처기업의 성과 결정 요인으로 작용하고, 기업이 보유하고 있는 자금이 사업 성과에 영향을 미친다고 예상했던 결과를 나타내고 있다. 이러한 결과는 1인 창조기업의 경우 기업이 자신이 기업이므로 다양한 경험을 축적하고, 기업 경영에 필요한 자금을 확보해야 한다는 것을 의미한다. 또한, 사회적 자본으로 신뢰할 수 있는 (잠재)고객과의 잦은 교류는 미래 성장성을 높일 수 있는 기회로 작용한다. 그리고 창업자의 경험을 보충하기 위한 방안으로 교육을 진행하고 있으나, 단순 교육 훈련으로는 해결할 수 없다는 것을 암시한다.

차별화전략과 원가우위전략은 정성적 사업 성과와 유의한 양(+)의 상관관계를 나타내고 있으며, 선편목, 이우창(2013)이 제안했던 아무리 좋은 아이템 및 적절한 자본을 가지고 사업

을 시작했음에도 경영전략이 부족하여 사업실패로 귀착하는 사례 연구를 감안하면 창업초기단계에서 전략이 즉각적인 매출로 나타나지는 않지만, 미래 성장성은 증가하고 있음을 추측할 수 있다. 이러한 결과는 자금과 인력 등 모든 면에서 부족한 1인 창조기업은 명확한 목표 시장을 선정하고 집중함으로써 시장 점유율과 인지도가 높아지는 성과를 얻어 매출액 증가와 같은 가시적인 성과를 얻을 수 있을 것이다. 이를 위해 외부의 모든 이해관계자와 접촉하여 상호 정보 교류 및 네트워크를 형성할 경우 효과적이고 효율적인 경영이 가능하다는 것을 추측할 수 있다.

1인 창조기업의 사업성과에 영향을 미치는 환경동태성과 기업 특성, 그리고 경영 전략이 미치는 영향은 네트워크의 접촉 빈도와 신뢰도에 따라 일부 유의한 조절 효과가 있음을 나타내고 있다. 일반적으로 기업은 자신의 상품과 서비스의 품질을 유지하고 가격 경쟁력을 갖추어 신규 고객을 유치하고 기존 고객을 유지하는 것이 매우 중요하다. 이때 기업이 구매자 및 파트너들과 형성하고 있는 네트워크는 재무적이며 기술적인 자원으로서, 제품 생산에 대한 중요한 공헌자 역할을 수행한다는 구태희, 이윤철(2004)의 선행 연구 결과와 본 연구 결과가 일부 일치하고 있다.

결과를 종합해보면 지역 모바일 앱 1인 창조기업들은 급격히 변화하는 관련 기술을 수용하고, 명확한 목표 시장을 위한 경영전략을 수립하고, 필요한 자금을 확보한다면 소기의 성과를 얻을 수 있을 것이다. 이때 사회적 자본으로서 네트워크를 충분히 활용한다면 그 성과를 얻는 폭이 증가할 것이다. 특히, 네트워크를 활용하지 않는다면 미래 성장성이 줄어들 수 있으니, 1인 창조기업의 모든 구성원은 항상 외부와의 연결에 집중해야 할 것으로 판단된다.

V. 결론

본 연구는 지역 모바일 앱 1인 창조기업의 사업 성과에 있어서 중요하게 고려되는 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략 관련 변수들 간의 관계와, 이들 관계에 영향을 미치는 사회적 자본에 따라 어떠한 차이를 보이는지를 전반적으로 살펴보고자 하였다.

분석결과에 따르면 첫째, 모바일 앱 관련 기술의 발전 속도가 빠르고 이에 따른 새로운 경쟁 제품이 출현되는 환경이 기업의 매출액과 규모와 같은 정량적인 성과와 함께 시장 점유율과 인지도 등의 성장성에도 유의한 관계를 나타내고 있다는 점이다. 이러한 현상은 외부 경쟁 환경을 충분히 분석하고, 자체 경쟁력을 유지 발전함으로써 기업의 성과가 나타나는 것으로 이해할 수 있다.

둘째, 창업자가 일의 보람 자체를 추구하거나 많은 수익과 같이 적극적이고 분명한 목표를 위해 창업을 하고, 금융기관

의 자금 대출 리스크를 감수하거나 사업성을 기반으로 투자를 유치할 경우 정량적인 성과와 유의한 관계를 나타내고 있다. 이러한 현상은 자기 사업이나 가사 병행과 같은 비 적극적인 이유로 창업할 경우 정량적인 성과가 나타나지 않는 것으로 이해할 수 있다. 또한, 창업자의 경우 정량적인 성과가 보이고 있지만, 창업자의 목표에 도달하지 못함에 따라 정성적인 성과에 있어 만족하지 못하고 있다고 이해할 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 정성적인 성과와 유의한 관계를 나타내고 있다. 이러한 현상은 명확한 시장을 목표로 하여 부족한 자원의 선택과 집중을 위한 경영 전략을 수립함으로써 시장점유율과 인지도가 향상됨에 따른 성과를 만족하고 있다고 이해할 수 있다.

넷째, 이들 환경동태성, 기업 특성, 경영 전략이 사업 성과에 유의한 관계를 나타냄에 있어, 환경동태성이 사회적 자본과의 접촉 빈도와 신뢰도가 높을 경우 사업 성과가 증가하는 유의한 관계를 나타내고, 원가우위 시장 중심의 경영 전략을 수행할 경우 벤처 캐피탈과 컨설팅의 신뢰도에 따라 사업 성과가 증가하는 유의한 관계를 나타내고 있다. 이러한 현상은 외부 네트워크와 많은 접촉을 통한 정보의 교환과 함께 신뢰할 수 있는 네트워크를 구축할 경우 기업의 정성적, 정량적 성과가 증가할 것이라고 판단할 수 있다.

이와 같은 결과들을 종합해 보면 경쟁 상황과 기업가 특성, 그리고 경영 전략에 따라 기업의 성과의 차이가 존재한다고 볼 수 있다. 또한, 이러한 차이는 사회적 자본으로서 네트워크의 접촉 빈도와 신뢰도가 조절효과를 가지고 있다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 실무적 측면에서 정부기관, 지원기관에서 현재 추진하고 있는 기술 개발 자금 지원, 기술 관련 교육 훈련보다는 시장 분석, 경영 전략 수립, 기업가 정신 고취를 위한 교육과 지원 정책이 필요하며, 1인 창조기업이 다양하고 신뢰할 수 있는 네트워크와 만날 수 있는 기회를 지속적으로 제공해야한다는 방향을 제시하고 있으며, 1인 창조기업의 사업 성과와 성공 요인간의 관계에 네트워크의 조절 효과를 규명하고자 한 것은 학술적 측면에서 의미가 있다는 점이 본 연구의 시사점이라 할 수 있다.

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

첫째, 본 연구에서 조사된 1인 창조기업의 경영성과에 관련된 객관적 지표들을 좀 더 정확하게 수집할 필요성이 있다. 1인 창조기업은 2010년 이후 창업한 신생 기업으로 아직까지 재무 관리에 대한 기틀이 마련되지 않아 매출액을 제외하고 재무 성과에 대한 자료를 수집할 수 없어 매출액만으로 본 연구를 진행한 만큼 재무적인 성과에 대한 다차원적 접근이 필요하다.

둘째, 설문조사 과정에서 응답한 연구의 대상이 지역 모바일 앱 산업 분야의 1인 창조기업이기는 하나 설문 조사를 통한 실증분석의 데이터는 대부분이 부산지역 1인 창조기업 및 예비 창업자로서 부산을 제외한 비수도권에 사업중인 1인 창조기업의 특성이 배제될 가능성이 높으므로 향후 연구에서는 표본수를 늘려서 본 연구의 변인들을 관계에 대해 다시 검증할 필요가 있다. 본 연구를 통해 모바일 앱 분야와 같은 지식 기반 1인 창조기업들을 지원하는 기관에서 기업의 성공 가능성을 높일 수 있는 지운 시책을 추진하는 유용하게 활용되길 바란다.

REFERENCE

- A. Nosella, G. Petroni and C. Verbano(2006), Innovation development in biopharmaceutical start-up firms: An Italian case study, *Journal of ENGINEERING AND TECHNOLOGY MANAGEMENT*, 23(3), 202-220
- Alessandro, A.(1994), Entry, Growth and Survival of Manufacturing Firms, *Small Business Economics*, 6(2), 127-137
- Alexander, K.(2007), Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic, *ENTREPRENEURSHIP & REGIONAL DEVELOPMENT*, 19(5), 381-403
- Andrea, W. and Christine, Z.(2010), Female Hires and the Success of Start-up Firms, *American Economic Review: Papers & Proceedings*, 100(2), 358-361
- Bae, B. R., Choi, K. S., and Hwang, Y. Y.(2001), A Study on the Success Factors of Venture Business as Life Cycle, *Research Institute of industry and Economy*, 32(1), 133-155
- Burt, R.(1992), *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- C. Timothy K. and Thomas G. L.(2006), Economic and Managerial Perspectives on New Venture Growth: An Integrated Analysis, *Small Business Economics*, 26(5), 427-437
- Chang, S. D. and Zhu, Y. M.(2012) Corporate Entrepreneurship, Social Capitals, and SMEs' Performance in China, *The e-Business Studies*, 13(2), 283~299
- Cheon, M. B.(2009), The Research of Strategic Alliance and Performance between the Domestic Manufacturing Enterprises, *KOREAN CORPORATION MANAGEMENT REVIEW*, 16(1), pp.73-94
- Cho, Y. S.(2012), The Influence of Entrepreneurship, Market Orientation and Network on Export Performance of Enterprise in Service Industry, *Journal of the Korea Service Management Society*, 13(1), 157-178
- Choi, J. I. and Yang, Y. S.(2012), Program Development for Entrepreneurship Education, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 125-134
- Choi, M. K, Shin, J. K, and Nam, J. H.(2000), An Exploratory Study on the Critical Success Factors of Korean Entrepreneurial Business Ventures, *Management and Economy*, 33(1), 251-278
- Choi, Y. K.(2010) A Study of the Effect of Top Management team's Human and Social Capital on Firm Performance and Venture Capital Investment, *POSRI Management and Economic Research*, 11(1), 107-139
- Choo, S. Y, Yu, J. M., and Limb, S. J(2009), A Study on the Effects of the Fit among Environment, Strategy and Competence on Firm Performance, *Journal of Strategic Management*, 12(1), 101-126
- Christian, H and 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*, 24(9/10), 917-945
- Chung, D. S., Jung, S. C, and Jung, M. S.(2011) The Relationship of Social Capital and Firm's Innovative Capability, *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 13(4), 2125-2136
- David, A. W.(1989), Financing the Small Firm, *Small Business Economics*, 1(4), 285-296
- Demetris, P., Sophia, S. and Dimitris, S.(2005), The Location of Markets, Perceived Entrepreneurial Risk, and Start-up Capital of Micro Rural Firms, *Small Business Economics*, 25(2), 147-158
- Enrico, S. and Roberta. P.(1995), The Determinants of Firm Start-up and Entry in Italian Producer Services, *Small Business Economics*, 7(3), 221-230
- Gavin, C.(2004), The financing of business start-ups, *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261-283
- Gavin, C. R.(1996), Financial Structure and the Growing Small Firm: Theoretical Underpinning and Current Evidence, *Small Business Economics*, 8(1), 1-7
- Hannu L., Esa S. and Tuomo N.(1998), The survival of firms over the critical first 3 years and the local environment, *ENTREPRENEURSHIP & REGIONAL DEVELOPMENT*, 10(3), 189-202
- Hwangbo, Y. and Yang, Y. S.(2012), A study for Establishing Entrepreneurship Graduate School enhancing the Expertise of Entrepreneurship Education, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 113-123
- Im, J. H. and Choi, M. G(2007), The Moderating Effects of Market Orientation and External Network on the Relationship between R&D and Innovation, *Korean Academic Society of Business Administration*, 2007(0), 1-20
- Im, Y. U. and Choi, Y.(2007), 在日韓国人企業家のネットワークが経営成果に与える効果に関する研究, *日本文化學報* 34, 635-651
- John, T. P.(2003), Building Success into a High-Tech Start-Up, *The Industrial Physicist*, 9(3), 16-18
- Julie, A. E. and David, B. A.(2011), Financing the entrepreneurial decision: an empirical approach using experimental data on risk attitudes, *Small Business Economics*, 36(2), 209-222
- Jung, D. S., Jung, S. C., and Jung, M. S.(2011), The

- relationship between social capital and business innovation capability, *Journal of The Korean Data Analysis Society*, 13(4), 2125-2136
- Kang, W. J., Lee, B. H., and Oh, W. G.(2012), The Effects of the Utilization of External Resources on the Technological Innovation Performance Along the Stages of Growth in Korean Ventures, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 35-45
- Kim, H(2012), The Entrepreneurial Factors and Entrepreneurial Intention on Student, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 263-271
- Kim, J. H., Kim, D. H., and Kim. H(2008), A Case Studies on the Success Factors of Innovation SMEs, *The Journal of Business and Venturing*, 3(2), 65-88
- Kim, J. W.(2012), The Effects of Korean Ventures' External Collaborations on their Performance, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship* 7(1), 215-224
- Kim, S. J.(2009), An analysis on the types of 1 man creative business and its success strategies, *The Journal of Digital Design*, 10(1), 69-77
- Kim, Y. M(2007), Top management team social capital and its impacts on firm exit from the KOSDAQ market : Evidence from venture startup companies, *Journal of Strategic Management*, 10(2), 71-89
- Kwun, M. Y. and Jeong, H. J.(2012), The Effect of Entrepreneurs's Characteristic, Technological Capabilities and Network on Firm Performance of Technology-based Start-ups, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 7-18
- Korea Creative Content Agency (2011), *Smart Content Market Survey 2011(Pub. No. 11-66)*, Seoul, KOCCA, Retrieved December, 2011 from <http://kocca.or.kr>
- Koo, T. H. and Lee, Y. C.(2004), Empirical Study on the Resources and Strategic Networks Influencing the Performance of the Hotel Industry, *Journal of Tourism Sciences*, 27(4), 235-253
- Lee, D. H.(2008), The Effect of Social Capital on Firm Performance in Direct Selling Business, *The Korean Small Business Review*, 30(1), 41-66
- Lee, H. W. and Kim, W. H.(2012), An Exploratory Study for Application of 'Creative Me-Company' to Advertising Industry in Digital Media Environments, *Journal of Digital Interaction Design*, 11(1), 87-101
- Lee, J. W. and Lee, S. H.(2003), Failure Factors of High-tech Ventures : an Empirical Study, *Korean Society of Strategic Management*, 49-82. Retrieved April 20, 2014 from <http://www.dbpia.co.kr/Journal/ArticleDetail/533006>
- Lee, S. H. and Kim, K.(2012), Inquiry on Educating One-person Creative Enterprise by College Students, *J. of Contents Association*, 12(5), 125-133
- Marco, v. G., Michael, F. and Roy, T.(2000), Strategies, Uncertainty and Performance of Small Business Startups, *Small Business Economics*, 15(3), 165-181
- Marco, v. G., Roy, T. and Niels, B.(2006), Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase, *Small Business Economics*, 26(4), 319-335
- Martin, A and Florian, N.(2011) Start-ups and employment dynamics within and across sectors, *Small Business Economics*, 36(4), 461-483
- Michael, J. N. and Charles, E. G.(2000), The virtual incubator: managing human capital in the software industry, *Research Policy*, 29(2), 125-134
- Michael, L., Sf. F. and Spencerr, C.(2013), Management Accounting Systems Support Start-up Business Growth, *MANAGEMENT ACCOUNTING QUARTERLY*, 14(3), 1-17
- Nam, Y. H.(1999), *Characteristics of Incubator Organizations and Key Success Factors of Hi-tech Ventures in the IT Industry*, Seoul, KookMin University
- Oliver, T. A., Joern, H. B., Philipp, S. and Anne, L. J. T. W.(2012), Social capital of venture capitalists and start-up funding, *Small Business Economics*, 39(4), 835-851
- Paul D. R.(1997), New and Small Firms in Expanding Markets, *Small Business Economics*, 9(1), 79-84
- Peter, R., Sara, C. and Daphne, H.(1996), Gender as a Determinant of Small Business Performance: Insights from a British Study, *Small Business Economics*, 8(6), 463-478
- Porter, M. E. (1980), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York, Free Press
- Ramana C. V., Aryasri. A. R., and Nagayya. D.(2008), Entrepreneurial Success in SMEs Based on Financial and Non-Financial Parameters, *The Icfai University Journal of Entrepreneurship Development*, V(2), 32-48
- Rögnvaldur, S. and Åsa, L. D.(2005), How Business Opportunities Constrain Young Technology-Based Firms from Growing into Medium-Sized Firms, *Small Business Economics*, 24(2), 113-129
- Roure, J. B. and Keeiey, R. H(1990). "Predictors of success in new technology based ventures", *Journal of Business Venturing*, 5(4), pp.201-220.
- Royce Consulting Co.(2011), *Research of Smart Content Market(Pub. No. 11-66)*, Seoul; Korea Creative Content Agency
- Sandberg, W. R. and Hofer, C. W.(1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur, *Journal of Business Venturing*, 2(1), 5-28.
- Seon, M. O. and Lee, W. C.(2013), *Small business-specific management strategies and its impact on business performance*, Korea International Accounting Review, 50, 305-322. Retrieved April 20, 2014 from <http://download.dbpia.co.kr/download.asp?arid=2233163>
- Seyed, M. A., Brenda, P., Mohammad, E. and Asadollah, K.(2013), The Vital Factors for Small and Medium Sized Sport Enterprises Start-ups, *Asian Social Science*, 9(5), 243-253
- Shin, J. K.(2008), The Organizationla Characteristics And Technology Commercialization Of SMEs, *Journal of Human Resource Management Research*, 15(2), 159-175
- Shin. D. H.(2011), *A Study of the Influencing Factors of*

- One-Person Creative Company on Business Performance*: Master's degree, HanSung University
- Shim, S. M.(2010) The Study of 'Creative Me-Company' with the aspect of Culture Content Industry, *Journal of Korean Cultural Industries*, 10(2), 5-26
- Steve, B.(2013), Why the Lean Start-Up Changes Everything, *Harvard Business Review*, May, 65-72
- Suh, I. D., Ryu, D. W. and Park, T. K.(2012), Effects of Capabilities and Network on Performance in Venture Firms : Moderating Effects of Environmental Dynamism, *Journal of Entrepreneurship and Venture Studies*, 15(1), 23-41
- Susan, M., Thierry, V. and 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*, 36(5), 995-1017
- Timothy, B.(2005), Analysis of young, small firms that have closed, *Journal of Business Venturing*, 20(3), 343-358
- Thomas, S. H(2010), Determining the Success of Fundraising Programs, *NEW DIRECTIONS FOR HIGHER EDUCATION*, 149, 51-56
- Wim P. M. V.(1992), Measuring Income from Family Enterprises with Household Surveys, *Small Business Economics*, 4(4), 287-305
- Yang, Y. S. and Cho, S. U.(2009), The Study on Assessing the Degree of Management Resource Value and Evolution of Business Network Among High-tech Venture Firm: Case of Daeduck High-up Program, *Journal of Korean Economic*, 22(2), 861-888
- Yun, J. R., Kim, H. C. and Kim, K. S.(2008), An Empirical Research on Successful Factor of Venture Business, *Korean Business Review*, 1(1), 39-68.

An Empirical Study on Successful Factor of Local Mobile App One-Person Creating Company : The Moderating Effects of Social Capital

Cheon, Phyeong Uk*

Chung, Dong Seop**

Ock, Young Seok***

Abstract

The Republic of Korea in the real economy to a knowledge economy, and a center of creativity and imagination in the creative economy is changing the paradigm. As the core of creating economic, creative industries with the technology and information play an important role in the industry individuals. In order to solve the problem of the polarization of the economy and high youth unemployment rate of Korea, to recognize the role of the creative industries, as objection part, dimensions pan-national and one creative companies in industries of Mobile Apps various policies that support has been promoted. Support these policies to be able to contribute to the establishment of the success of mobile apps one-person creating company, we performed this study targeting one-person company that creates mobile apps area, we conducted a demonstration study of success factors, and thus more effective and efficient in an attempt to seek out support measures. In this study, we derive a research 4 hypothesis about the success factors of one creative enterprise through literature discussion , a study was made on the basis of empirical data of one-person company that creates mobile apps.

The results of the analysis, first, if the development rate of the mobile application technology is fast and a new competition associated product is appeared, it was possible to find a tendency to be higher at the performance quantitative companies. Second , if the founder is a founding for the benefit and rewarding work and come to terms with the risk, it was possible to discover tends to be higher achievement quantitative. Third , if one-person company select a target market with capture intensively, it was possible to find a tendency for higher qualitative results. Fourth, it could be found that the reliability of the contact frequency of the network related performance business environment these characteristics enterprise management strategy and act as a significant modulatory effect.

Provision of information relating to management and entrepreneurship education to be one creative enterprise is required, these results suggest that there is a provision continuing need for the opportunity to be able to meet and network and reliable variety have. In this study, to take advantage to promote the elimination measures that can increase the likelihood of success of the company of institutions to support one company that creates knowledge-based, such as in the field of mobile application.

KeyWords: Mobile App, One-person Creating Company, Success Factors, Social Capital

* Deputy Director, H.R.D & Infrastructure Division, Busan IT Industry Promotion Agency, cpu@busanit.or.kr.

** Professor, Department of business, Kyungshung University

*** Professor, Division of Systems Management and Engineering, Pukyong University, ysock@pknu.ac.kr