

1인 창조기업 특성과 경영성과와의 관계 연구

장영순¹ · 육현영² · 서종현^{3*}

¹명지대학교 경영학과 / ²한국산업기술대학교 디지털경영학과 / ³한국산업기술대학교 경영학부

A Study on Relationship between Financial Performance and Characteristics of Self-Employed Creative Company

Young-Soon Chang¹ · Hun-Young Yuk² · Jong-Hyen Seo³

¹Department of Business Administration, Myongji University

²Department of Digital Management, Korea Polytechnic University

³Department of Business Administration, Korea Polytechnic University

In order to create more jobs and cope with big change of economic paradigm, a self employed creative company is suggested as an alternative mean. The understanding of relationship between performance and characteristics of self employed creative company will be helpful in establishing and efficiently operating a relevant government policy. Therefore, this study identifies empirically relationship between financial performance and characteristics of self-employed creative company. Through exploratory factor analysis and regression analysis, creativity and network is essential in increasing the financial performance of self-employed creative company.

Keywords: Self-Employed Creative Company, Financial Performance, Exploratory Factor Analysis, Regression Analysis

1. 서론

세계 경제는 실물중심의 산업경제에서 정보중심의 지식경제를 거쳐 최근에는 창조경제로 급격하게 전환되고 있다. 따라서 시장경제의 핵심이었던 가격, 품질 등이 기업 간에 차별성이 없어지고 생산성 향상이 더 이상 발전하기 어려운 극단에 까지 도달하였다. 이에 선진국들은 수학 및 과학 중심적인 분석적 능력에서 창의성, 상상력이 중심이 되는 혁신적 사고인 창조성이 생산요소의 중요한 원동력이 될 것으로 판단하고 있다. Hawkins(2001)는 창조성을 배양하고 창조적 인간을 유치하는 능력이 발전의 핵심요소라고 주장하였으며 Florida(2002)는 창조계급의 생산성이 다른 집단보다 높다는 점을 보였다. 실제로 UNCTAD(2008)에 의하면 2000년대의 창조적 재화 및 서비스의 국제 거래 성장률은 8.7%에 달하며 2005년의 경우 전

세계 무역 비중의 3.4%를 창조적 산물이 차지하고 있음을 알 수 있다. 이러한 창조성은 날로 세분화되고 다양화 되고 있는 소비자 중심의 시장에 신속히 대응하기 위한 적절한 경쟁요소로 떠오르고 있으며, 예로 덴마크의 레고(LEGO)미국의 픽사(Pixar)와 아이디어(IDEO) 등은 각각 완구, 애니메이션, 컨설팅 분야에서 창조성을 비즈니스의 가치로 전환하여 두각을 나타내고 있다.

국내 산업 또한 성장과 더불어 선진국형의 경제구조를 가짐과 동시에 효율성에 입각한 발전의 거듭으로 인해 고용 없는 경제 성장이 지속되고 있는 상황하에서 악화되는 일자리 상황과 특히 청년 실업 등의 문제를 해결하기 위한 대안으로 1인 창조기업의 개념이 도입되었으며 정책의 구체화 과정을 거쳐 2011년 법률적인 기반하에 본격적인 지원 체계를 갖추게 되었다.

이 논문(저서)은 2011년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아연구되었음(NRF-2011-332-B00227).

* 연락처 : 서종현 교수, 429-793 경기도 시흥시 산기대학교로 237 한국산업기술대학교 경영학부, Tel : 031-8041-0679, Fax : 031-8041-0689,

E-mail : jhseo@kpu.ac.kr

2013년 11월 12일 접수; 2013년 12월 5일 게재 확정.

이러한 경제 및 시장환경의 변화와 정부의 지원정책에 힘입어 우리나라의 경우 2010년 기준 1인 창조기업의 수는 약 23.5만 개로 추정되며 이는 경제활동인구 2,465만 명 대비 약 0.9%에 달하고 가구 수 기준으로는 우리나라 전체 가구 중 약 2%의 가구에 1인 창조기업인이 있는 것으로 추정된다. 이렇듯 국내에서도 이미 1인 창조기업은 중요한 경제 주체로 자리 잡고 있으며 지속적으로 성장할 가능성이 매우 높다고 하겠다.

그러나 현재 1인 창조기업의 수에 대한 개략적인 현황 통계만이 작성되고 있으며 기업의 특성 및 성과 분석, 발전모형 등의 기업생태계 분석이 수행되지 못하고 있는 실정이다. 창조성이 기반이 되는 문화컨텐츠 산업을 중심으로 창업동기(Sim and Choi, 2009), 기업 경영의 지속성(Ku, 2012), 지속가능한 경영전략 수립(Choi and Kim, 2013)에 대한 연구가 진행되고 있으며 주로 1인 창조기업의 태동과 경영의 연속성에 대한 연구로 국한되어져 있다. 1인 창조기업의 성과요인에 대한 연구는 부재한 상황에서 향후 정책의 방향성을 수립의 기반을 확보하는데는 한계가 있다.

따라서 본 연구는 1인 창조기업의 성과요인에 대한 연구를 통해 지속적인 성장과 기반을 확보할 수 있는 정책 수립과 집중 지원 영역을 제시하고자 한다. 제 2장에서는 1인 창조기업의 개념과 정의, 국내 현황에 대해 제시하고 제 3장에서는 1인 창조기업의 성과요인에 대한 연구모형과 조사방법론을 제시한다. 제 4장에서는 제시된 연구모형을 기반으로 1인 창조기업의 경영성과에 직접적인 영향을 미치는 요인을 도출하고자 한다.

2. 1인 창조기업 정의 및 현황

2.1 1인 창조기업 정의

아직까지 학자와 전문가 집단에서 1인 (창조)기업에 대한 공통된 정의를 내리고 있지 못하고 있다. 톰 피터스는 PSI(Personal Service Firm)이란 개념으로 1인 기업을 처음 소개하였으며 다니엘 핑크는 조직인간에 대비되는 개념으로 프리랜서를 1인 기업가로 정의하고 있다. 미국 재무부에서는 1인 기업을 한 사람의 개인기업이거나 독립된 계약대상자로서 비즈니스를 수행하는 주체로 정의하고 있으나 창조의 개념과 산업과의 연관성은 여전히 부재한 상황이었다.

국내에서 1인 창조기업은 중소기업청을 중심으로 법적인 기반을 확보하였으며 2011년 제정된 법률에서 창의성과 전문성을 갖춘 1인 또는 5인 미만의 공동 사업자로서 상시근로자가 없는 지식서비스업, 제조업을 영위하는 자로 정의하고 있다. 1인 창조기업은 1인에서 기업의 규모를 한정하고 있으며 창조에서 기업의 범위를 제시하고 있다.

창조산업군은 1990년 초부터 거론되기 시작하였으며 1998년 영구 정부의 창조산업전략 보고서 발표 이후 공론화 되었으며 주요 산업군은 문화 및 예술, 지식서비스, 전통문화 기반 분야로 제시하고 있다. 이를 기반으로 다양한 조직과 국가에

서 창조산업군을 정의하고 있으며 국내에서는 파급효과와 특성등을 고려하여 1인이 성과를 제고할 수 있는 업종을 한국표준산업분류에 기반하여 도출하였다.

법률적인 기반하에 제시된 1인 창조기업은 제조업, 출판/영상/방송통신 및 정보서비스업, 전문과학 및 기술서비스업, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업, 교육 서비스업 일부, 예술/스포츠 및 여가관련 서비스업을 범위로 제시하고 있다.

2.2 1인 창조기업 현황

법률에 제정된 1인 창조기업 실태조사를 통해 1인 창조기업의 수는 2010년 23.5만 개에서 지속적으로 증가하고 있는 추세이며 2012년 조사에서는 29.6만 개 수준으로 증가하였다. 이는 전체 경제활동인구의 1% 수준이며 주로 지식서비스업 분야에 종사하는 기업이 다수를 차지하고 있는 것으로 조사되었다.

1인 창조기업의 예산 또한 급속한 확산이 이루어지고 있는 추세이며 정책 또한 창업, 인프라, 인력 등 다양한 분야에서 지원되고 있다. 또한 1인 창조기업의 영업 환경 구축의 한계성을 극복하기 위한 시장 창출과 네트워크 구축, 아이디어 교류를 위한 다양한 지원을 실시하고 있다. 1인 창조기업 실태조사 결과 업무의 만족도와 지속가능성은 높은 것으로 나타났으나, 네트워크 구성, 영업망 확보, 정보 교류 등에 애로사항을 보유하고 있는 것으로 분석되었다.

3. 연구 설계

3.1 조사 대상

본 연구에서는 1인 창조기업가가 운영하고 있는 업체로부터 연령, 업종, 학력, 거주지역별로 무작위 추출을 통해 선정된 206개 기업을 대상으로 1인 창조기업가의 특성을 파악할 수 있는 설문과 경영성과를 파악할 수 있는 설문을 실시하였다. 1인 창조기업인의 특성을 대변할 수 있는 문항과 기업인의 일반특성을 확인할 수 있는 문항들과 함께 경영성과를 평가할 수 있는 항목으로 조사가 이루어졌다. 조사는 모집단의 구성이 비교적 명확하고 접촉이 용이하여, 조사 및 분석의 편의성과 신속한 처리를 최대한 고려하기 위해 온라인 조사 방법을 사용하였으며 온라인 설문 발송 후 7일간(2011년 12월 16일~22일)의 여유를 두고 회수된 설문을 분석 대상으로 삼았다. 표본은 총 1,052개를 대상으로 실시하여 이 중 240개가 수집되어 회수율은 약 23%였으며 조사표의 검증과정에서 응답이 불성실하거나 누락이 심한 결과를 제외하고 총 206개 기업을 대상으로 분석을 실시하였다.

3.2 분석 요인

기업의 경영성과에 영향을 미치는 요소에 대한 다양한 연구

를 분석해보면 크게 기업이 가지고 있는 독특한 구조적 특성과 기업의 경영성과와의 관계를 단일차원의 함수관계로 파악하는 전통적인 접근방법과 복수의 성공요인에 대한 관계구조의 차원에서 파악하는 현대적인 접근방법으로 대별할 수 있다 (An, 2002).

일반적으로 기업의 경영성과에 영향을 미치는 요소를 현대적인 접근 방법으로 해석할 때 경영자특성은 기업이 본인의 기업가정신, 능력 기술 태도와 같은 핵심역량 등을 들 수 있을 것이다. 또한 환경은 기업의 내부 환경과 외부환경으로 구분할 수 있는바 기업의 내부 환경은 마케팅 생산 연구개발 전략 기획 인력조직 재무회계 구매등과 같은 기업 내부의 자원과 역량, 외부환경은 기업이 속한 산업에 영향을 주는 정치 경제 사회 문화 기술과 같은 거시환경과 기업을 둘러싸고 있는 고객과 경쟁자 공급자와 같은 미시적 환경요인 등으로 구분할 수 있겠다. 최근에는 그 외에도 주주, 종업원, 고객, 지역사회와 같은 기업의 경영과 직접관계가 있는 이해관계자와 기업과 직접적인 관계를 맺고 있기보다는 특정 이익집단이나 공익적인 측면에서 기업의 이미지나 사회적 위상에 영향력을 미치는 그룹으로 정부, 시민사회 단체, 언론 등과 같은 다양한 이해관계자들이 기업의 성과를 좌우하는 요소로 등장하고 있다.

본 연구에서 고려하고 있는 1인 창조기업은 1인이라는 기업 운영 개체로 인해 절대적으로 기업을 운영하는 대상의 역량이

기업의 성과와 직접적인 인과관계를 가지고 있다. 즉 개인의 창의적 아이디어와 비즈니스 모델로 시장의 변화에 능동적으로 대응하는 1인 창조기업의 특성상 경영자 자신이 조직의 전 부임을 감안하여 기업의 외부환경과 내부환경 요소를 제외하였고 대신 경영자의 특성과 창조성을 주요 요소로 추출하였으며 여기에 1인 창조기업이 경영성과를 내기위해서 필요한 마케팅 역량을 추가하였다. 또한 1인 창조기업의 경영자 역량은 능력, 태도 기질로 창조역량은 비즈니스 모델의 독창성, 연구 개발능력, 커뮤니케이션으로, 마케팅 역량은 보유하고 있는 네트워크로 파악하였다.

4. 실증 분석

4.1 1인 창조기업가의 특성 분류

1인 창조기업가의 특성을 그룹화하기 위해 21개 세부 기업가 특성에 대한 설문 응답결과를 기반으로 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 주성분분석법(principal component analysis)을 통해 구성요인을 추출하였으며 베리맥스(VARIMAX) 회전방식을 이용하였다. 요인과 문항의 선택에 있어서는 일반적으로 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인적재

Table 1. Result of exploratory factor analysis

Factor	Characteristic of enterpriser	Factor loading	Rotation square loading (accumulation %)	Cronbach Alpha
Confidence and investment in the future	maximum aim	.802	2.967 (14.128)	.816
	confidence of company growth	.786		
	continuous development	.676		
	visioning	.643		
	self development	.515		
Creativity	future similar item	.826	2.423 (25.665)	.760
	alternative item	.770		
	present similar item	.726		
	difficulty of imitation	.603		
Reliability	commitment action	.771	2.059 (35.478)	.665
	compliance	.731		
	reputation	.700		
Control of uncertainty	risk control	.787	1.992 (44.954)	.617
	future prediction	.692		
Capability of problem solution	creative problem solution	.717	1.966 (54.313)	.658
	fast alternative exploration	.617		
	error recognition	.582		
	logical problem solution	.559		
Network	network between company	.848	1.918 (63.446)	.663
	action of making network	.720		
	awareness	.702		

치는 0.4 이상이면 유의한 변수로 간주하며 0.5가 넘으면 중요한 변수로 간주한다. 이 연구에서도 이러한 기준에 따라 고유값 1.0 이상, 요인적재치 0.5 이상을 기준으로 하였다. <Table 1>은 요인분석 결과를 요약한 것으로 21개의 모든 변수가 제거되지 않고 사용되었으며, 1인 창조기업가에 관한 요인은 총 6개로 요약되고 이는 전체 변동의 63.45%를 설명하는 것으로 나타난다. 각 요인의 요인적재량이 0.5 이상이고 모든 요인에서 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 값이 일반적인 기준으로 사용되는 0.6 이상으로 나타나 요인에 대한 적합성 및 내적일관성에는 큰 문제가 없는 것으로 판단된다. 각 요인에 속한 변수들을 살펴보면 각 차원은 '미래확신 및 투자', '독창성', '신뢰성', '불확실성 관리', '문제해결능력', '네트워크'로 명명할 수 있다. 이 중 독창성은 창조기업의 특성에서 기인한 것으로 판단되고 네트워크는 다양한 기업 및 고객 등과의 협력이 필요한 1인 기업가의 특성에 따라 도출된 것으로 판단된다.

요인선택 기준을 요인적재치가 0.4 이상으로 완화하여 3개와 2개의 요인이 되도록 요인을 선택한 결과 <Table 2>의 결과를 얻었다. 요인선택과정에서 '독창적 문제해결', '미래 예측', '준법'과 관련한 3개의 문항은 요인적재치가 낮게 나와 제외시켰다. <Table 2>(a)에서 3개의 요인으로 구분한 결과 <Table 1>의 결과에서 '미래 확신 및 투자', '신뢰성', '불확실성 관리', '문제해결능력'이 하나의 요인으로 합쳐져 '경영자 일반특성', '창조 기업가 특성(독창성)', '1인 기업가 특성(네트워크)'의 3가지 요인으로 구분되었다. <Table 2>(b)에서 2개의 요인으로

구분한 결과는 <Table 2>(a)의 3개 요인 중 '창조 기업가 특성'과 '1인 기업가 특성'이 하나의 요인으로 나타났다. 즉, 1인 창조기업가의 특성은 일반적인 기업가의 특성에 독창성으로 구분되는 창조 기업가 특성과 1인 기업가의 필수 요소인 네트워크 형성이 합쳐져서 나타나며 이들이 어느 정도 구분될 수 있다고 판단된다.

4.2 1인 창조기업가의 특성과 경영성과 간의 관계

이 절에서는 제 4.1절에서 파악한 1인 창조기업가의 특성이 경영성과 및 지속적인 투자에 미치는 영향을 분석한다. 이 연구의 대상이 되는 국내 1인 창조기업의 경영성과는 아직 뚜렷하게 나타나지 않고 있어 정량적 성과를 얻는데 한계가 존재하므로 각 기업가에게 설문문을 통해 정성적으로 성과를 측정하였다. 성과는 <Table 3>과 같이 계획대비 성과(매출 및 순이익), 향후 매출 성장 가능성, 지속적 투자의 정도를 각각 5점 리커트 척도로 측정하였다.

<Table 4>(a)에서 <Table 4>(c)는 1인 창조기업가의 특성이 경영성과 및 지속적 투자에 미치는 영향을 파악하기 위해 1인 창조기업가의 특성을 설명변수로 하고 경영성과를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과를 정리한 것이다. 이 때, 계획 대비 현재 성과는 매출과 순이익에 관한 두 개의 설문 응답결과를 평균하였으며 성장 가능성과 지속적 투자 정도는 설문 응답 결과를 그대로 사용하였다. 표로부터 다음의 결과를 얻

Table 2. Decomposition of 3-factor and 2-factor

(a) Decomposition of 3-factor

Factor	Diagnostic area(variable)	Factor loading	Rotation square loading (accumulation %)	Cronbach Alpha
General characteristics of CEO	self development	.698	4.381 (24.339)	.852
	continuous development	.664		
	visioning	.661		
	maximum aim	.658		
	logical problem solution	.652		
	confidence of company growth	.633		
	fast alternative exploration	.574		
	reputation	.569		
	future prediction	.569		
	error recognition	.559		
	commitment action	.557		
Characteristics of creative entrepreneurs (creativity)	future similar item	.781	2.578 (38.663)	.665
	present similar item	.773		
	alternative item	.734		
	difficulty of imitation	.656		
Characteristics of self-employed company (network)	network between company	.787	2.022 (49.897)	.663
	awareness	.674		
	action of making network	.655		

(b) Decomposition of 2-factor

Factor	Diagnostic area(variable)	Factor loading	Rotation square loading (accumulation %)	Cronbach Alpha
General characteristics of CEO	self development	.705	4.494 (24.965)	.852
	continuous development	.681		
	visioning	.677		
	maximum aim	.670		
	confidence of company growth	.649		
	logical problem solution	.644		
	fast alternative exploration	.577		
	reputation	.569		
	future prediction	.568		
	error recognition	.553		
	commitment action	.553		
Characteristics of self-employed creative company	future similar item	.803	2.728 (40.122)	.694
	alternative item	.693		
	present similar item	.639		
	difficulty of imitation	.546		
	awareness	.479		
	action of making network	.456		
	network between company	.417		

Table 3. Evaluation of business outcome and continuous investment

Result classification	Questions
Current performance vs plan	Sales are sufficient contrast to plan
	Net income of the business is sufficient contrast to sales
Growth possibility	Sales will continuously increase in the future
Degree of continuous investment	Continuos investment is fully implemented to develop new item and idea

을 수 있다.

i) 회귀식의 결정계수는 0.2에서 0.4사이로 나타났으며, 유의 확률은 0.000으로 모든 회귀식은 유의한 것으로 판단된다.

ii) 계획과 대비한 현재 성과에는 경영자의 일반특성, 창조 기업가의 특성(독창성) 및 1인 기업가의 특성(네트워크) 모두가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 경영자의 일반 특성 중에는 불확실성 관리 요인만이 통계적으로 유의한 영향을 미친다. 단, 이 연구에서 도출한 경영자의 4가지 특성만을 설명변수로 하여 회귀분석을 별도로 한 결과 불확실성 관리(p-값 : 0.017) 뿐 아니라 미래 확신 및 투자(p-값 : 0.033)도 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

iii) 성장 가능성에는 경영자의 일반특성과 창조 기업가의 특성이 유의수준 1%하에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 단, 경영자의 일반특성을 모두 독립변수로 추가한 6요인 모형에서는 경영자의 일반특성 중 미래확신 및 투자와 신뢰성만이 유의한 영향을 미치는 독창성은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

iv) 지속적인 투자에는 경영자의 일반특성과 더불어 1인 기업가의 특성이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 경영자의 일반특성 중 미래확신 및 투자와 불확실성 관리가 지속적인 투자에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다.

이러한 결과를 종합하면 창조 기업가의 특성인 독창성은 현재의 성과에 큰 영향을 미치고 향후 성장 가능성에도 어느 정도의 영향을 미치나 지속적인 연구개발 투자에는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 판단되고, 1인 기업가의 특성인 네트워크는 현재의 성과와 더불어 지속적인 연구개발 투자에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 따라서 일반 기업가와 차별화되는 1인 창조기업가의 주요 특성이 독창성과 네트워크라고 할 때, 이들은 모두 단기적 성과, 장기적 성과 및 성과창출을 위한 기반이 되는 지속적인 연구개발 투자에 모두 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다. 창조성의 지속적인 발전을 위해서는 연구개발에 지속적 투자가 필수적 요소로 인식되고 있으나, 이는 독창성 보다는 외부와의 다양한 네트워크를 통한 교류과정과 외부의 자극 등으로부터 활발하게 일어나는 것으로 이해할 수 있다.

Table 4. Regression result

(a) Effect of outcome compared with plan

Model	Explanatory variable	Regression coefficients	t-value	p-value	R ²	p-value of regression
3-factor	General characteristics of CEO	0.384	3.125	0.002	0.207	0.000
	Characteristics of creative entrepreneurs	0.282	3.667	0.000		
	Characteristics of self-employed company	0.194	2.792	0.006		
	(constant)	0.308	0.647	0.518		
6-factor	Future confidence and Investment	0.147	1.292	0.198	0.224	0.000
	Reliability	-0.038	-0.358	0.721		
	Control of uncertainty	0.197	2.046	0.042		
	Capability of problem solution	0.122	0.966	0.335		
	Characteristics of creative entrepreneurs	0.272	3.498	0.001		
	Characteristics of self-employed company	0.181	2.579	0.011		
(constant)	0.239	0.453	0.651			

(b) Growth possibility

Model	Explanatory variable	Regression coefficients	t-value	p-value	R ²	p-value of regression
3-factor	General characteristics of CEO	0.837	8.377	0.000	0.341	0.000
	Characteristics of creative entrepreneurs	0.121	1.937	0.054		
	Characteristics of self-employed company	0.051	0.894	0.372		
	(constant)	0.034	0.089	0.929		
6-factor	Future confidence and Investment	0.635	6.961	0.000	0.375	0.000
	Reliability	0.156	1.827	0.069		
	Control of uncertainty	0.041	0.538	0.591		
	Capability of problem solution	-0.056	-0.554	0.580		
	Characteristics of creative entrepreneurs	0.089	1.430	0.154		
	Characteristics of self-employed company	0.074	1.315	0.190		
(constant)	0.291	0.690	0.491			

(c) Degree of continuous investment

Model	Explanatory variable	Regression coefficients	t-value	p-value	R ²	p-value of regression
3-factor	General characteristics of CEO	0.574	4.217	0.000	0.228	0.000
	Characteristics of creative entrepreneurs	0.112	1.321	0.188		
	Characteristics of self-employed company	0.345	4.491	0.000		
	(constant)	-0.833	-1.583	0.115		
6-factor	Future confidence and Investment	0.265	2.082	0.039	0.229	0.000
	Reliability	0.040	0.336	0.737		
	Control of uncertainty	0.203	1.893	0.060		
	Capability of problem solution	0.053	0.377	0.707		
	Characteristics of creative entrepreneurs	0.106	1.224	0.223		
	Characteristics of self-employed company	0.342	4.367	0.000		
(constant)	-0.734	-1.246	0.214			

5. 결론

본 연구에서는 1인 창조기업의 경영성과를 제고할 수 있는 1

인 창조기업인의 특성을 실증적으로 분석하였으며 그 결과 창조기업가 특성, 즉 아이템의 독창성을 확보하거나 향후 확보할 가능성이 결정적인 역할을 하는 것으로 분석되었다. 또한 1

인 창조기업의 특성상 영업이나 마케팅을 수행할 수 있는 조직을 보유하고 있지 않은 상황에서 마케팅 능력을 판단할 수 있는 네트워크 보유나 이를 확보하기 위한 활동이 경영성과에 직접적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

1인 창조기업의 성장 가능성과 지속적 투자 관점에서 경영 성과를 평가한 결과 성장 가능성 측면에서도 창조 기업가의 특성이, 지속적인 투자 관점에서는 1인 기업가 특성이 중요한 영향 요인으로 분석되었다.

본 연구는 향후 일반 기업으로의 발전 가능성이 높은 기업군으로서 점차 확대되고 있을 뿐만 아니라 내실화된 기업의 형태를 갖추고 있는 1인 창조기업 경영성과의 영향 요인을 찾는 출발 연구로 의미가 있다 하겠다. 다만 1인 창조기업의 태동기간이 짧은 관계로 구체적인 경영성과를 발생하고 있는 기업을 찾는데 한계가 있어 실제 경영성과와 요인 분석에는 한계가 있었으며 향후 실질적인 매출을 기반으로 이를 실증적으로 규명할 수 있는 연구가 추가되어야 할 것이다.

참고문헌

- An, Y. S. (2002), *A Study on Outcome Factor of Software Venture Company*, Kukmin University.
- Choi, G.-G. and Kim, H.-K. (2013), A Case Study of the One-Man Start-Up Business : THE han Experiences's Start-Up and M&A, *Asia Pacific Journal of Small Business*, **35**(1), 85-121.
- Florida, R. (2002), *The Rise of The Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books.
- Hawkins, J. (2001), *The Creative Economy : How People Make Money From Ideas*, Penguin Books.
- Ku, M. M. (2012), A Study on the Sustainable Growth of Creative Micro Businesses in Creative Industry, *Journal of Human Contents*, **27**, 155-170.
- Sim, J.-H. and Choi, M.-G. (2009), A Case Study on Entrepreneurial Motivations of Independent Creative Firms, *Journal of Academia-Industrial Technology*, **10**(11), 3363-3372.
- UNCAD (2008), *Creative Economy Report 2008-The Challenge of Assessing the Creative Economy : toward Informed Policy-making*.