

사회적 자본에 따른 6차산업 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향*

김연중** · 박상혁*** · 박정선****

〈목 차〉

- | | |
|----------------------|-------------------------------|
| I. 연구의 필요성 및 목적 | 4.2 연구대상자 인구통계학적 특성 |
| II. 선행연구 | 4.3 기업가정신, 경영성과 감사지의 타당도, 신뢰도 |
| 2.1 6차산업 및 6차산업 인증제도 | 4.4 사회적 자본의 타당도 및 군집, 분류분석 |
| 2.2 6차산업 기업가 정신 | 4.5 가설검증 결과 |
| 2.3 6차산업 사회적 자본 | V. 결론 |
| III. 연구모형 및 가설 | 참고문헌 |
| 3.1 연구모형 | <Abstract> |
| 3.2 연구가설 | |
| IV. 연구조사 설계 및 실증분석 | |
| 4.1 측정항목 및 자료처리방법 | |

I. 연구의 필요성 및 목적

현재 우리나라에서는 농업을 6차 산업화하여 미래 성장산업으로 발전시키기 위해 지역의 우수한 사업체를 육성하는 일환으로 6차산업 사업자 인증 제도를 도입하고 있다.

생산, 유통, 가공, 외식, 관광 등이 연계되는 6차산업 정책 확대 방안 중 하나로 2013년 7월

에 성장가능성이 있는 사업자를 지정하여 중점적으로 관리를 시작한 것이 모티브가 되어 현재 지역단위 6차산업을 통하여 농촌의 융복합 산업으로 부가가치를 높이고 일자리를 창출하는 게 그 사업의 주요목적이다(농림축산식품부, 2015).

이후 농촌에서는 다양한 지역의 유·무형의 1차산업의 자원을 활용하여 2, 3차산업과 융복합하여 부가가치를 높이는 사업으로 확대, 시행

* 본 연구는 농림축산식품부 농생명산업기술개발사업(과제번호: 314021-03-3-SB070)에 의해 이루어진 것임

** 경상대학교 경영정보학 강사, kimyeonjong@gnu.ac.kr

*** 경남과학기술대학교 창업대학원 교수, spark@gntech.ac.kr, 교신저자

**** 경남과학기술대학교 아름다운연구소 연구원, firelite0819@gmail.com

하여 지역이 특성화뿐만 아니라 다양한 관광사업, 체험사업, 가공산업 등이 연계되어 각 지역의 경쟁력, 혁신성, 발전가능성에 대한 기대가 높아지고 있다.

보통 창업, 기업 운영하는데 필요한 전통적 기업가정신은 혁신성, 진취성, 위험감수성을 강조하며(Schumpeter, 1934; Miller, 1983; McClelland, 1965; Gartner, 1985; Hisrich & Brush, 1984; Zahra, 1991; Kao, 1995; Dollinger, 1999; Lumpkin & Dess, 1996; Timmons, 1994; Kuratko & Hodgetts, 1992), 그 외 민첩성을 강조하였다(Kirzner, 1979).

그러나 6차산업은 기존 기업과는 다소 다른 특성을 가진다. 농업인, 농업법인, 농업관련 생산단체, 소상공인, 사회적 기업, 협동조합, 사회적 협동조합, 1인 기업, 중소기업 등 다양한 유형의 조직들로 구성되고(농촌융복합산업육성 및 지원에 관한 법률, 2014.06.03. 제정, 2015. 06.04 시행), 이들 간의 발생하는 갈등이나 의사소통 등이 지역주민들의 혈연적, 지연적 연계성이 있어서 그 패턴의 특이성이 존재한다. 이렇듯 농촌의 6차산업 기업들은 일반 기업조직과는 다른 유형의 구성원을 가지며 특이한 조직문화를 가지고, 기존의 기업조직이나 정치조직, 행정조직을 이끌어가는 기업가정신과는 또 다른 유형의 기업가 정신이 필요하다.

우리나라 6차산업은 대부분 지역 마을 단위로 이루어지며, 지역 자원에서 가치를 개발하며 새로운 사업 분야를 개척해 나가야 한다(김성규 등, 2016). 이러한 특수성으로 인하여 6차산업 기업가정신은 새로운 유형이 요구되며 가치개발, 진정성, 협력성, 진취성을 중요요인으로 제시하였으며(서윤정, 2013), 전문가들의 인터

뷰에서 도전성, 갈등조정역량, 네트워크역량, 의사소통능력을 필요함을 제시하였다(김성규 등, 2016).

6차산업을 주도하는 기업가들도 기업가 정신을 기반으로 고객들의 니즈를 파악하여 새로운 상품을 개발하고, 새로운 판로를 개척하는 혁신적이고 도전의식을 통해 가치를 창출해냄으로써 기업의 경영성과를 높여야 한다. 농업경영자능력에 따라 경영성과가 달라짐은 이미 유찬주 등(2008)연구에서 확인되었다.

또한 사회적 자본은 기업가치 결정 요인인 인적자본(human capital), 지적자본(intellectual capital), 금융자본(financial capital) 등을 통상적으로 중요시하지만, 최근 국내연구에서는 경제주체들간의 신뢰관계를 기반으로 하는 사회적 자본(social capital)을 중요성을 인지하며 기업 경영성과를 일으키는 선행, 촉진요인으로 활용되었다(최영근, 2007, 2009; 임병학, 2012, 김태구·이계희, 2010; 이영찬, 2007). 그러나 농업분야에 대한 사회적 자본과 경영성과간의 연구는 극히 드물며, 일부 관광자원개발의 측면에서 성과와 관련된 연구가 일부 실시되었다(윤주·최승담, 2013).

따라서 이러한 문제점으로 인하여 6차산업 기업가 정신의 경영성과에 대한 영향력을 실증자료 분석을 통하여 살펴보면, 경영성과의 선행, 촉진요인으로 작용한 사회적 자본과 우리나라에서 새로이 도입된 6차산업의 인증제도 획득여부에 따라 어떤 차별성이 존재하는지를 확인하고자 함이 본 연구의 주요목적이다.

II. 선행 연구

2.1 6차산업 및 6차산업 인증제도

농림수산물교육문화정보원(2016)에서 정의하는 6차산업은 “농촌에 존재하는 모든 유무형의 자원을 바탕으로 농업(1차)과 식품, 특산물 제조가공(2차) 및 유통판매, 문화, 체험, 관광, 서비스(3차)등을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동”이라고 정의하였다(농림수산물교육문화정보원, 2016). 6차산업의 초기개념은 1차(농업), 2차(공업), 3차(서비스)을 곁셈(혹은 덧셈)하여 그 상승효과로서 부가가치를 늘리고 농산물 수요를 확대시키고자 하는 개념에서 출발하였다.

일본의 이마무라 나라오미 교수는 농촌의 6차산업은 농업이 가지는 1차산업(생산), 2차산업(가공), 3차산업(서비스업)으로 비즈니스를 확대하는 방식으로, 이들이 유기적, 종합적 결합을 통하여 농촌에 새로운 가치를 불러일으키고, 고령자나 여성도 새로운 취업의 기회를 스스로 창출하는 사업과 활동으로 규정하기도 하였다(박성수, 2015).

우리나라는 2010년 「6차산업화법」 의해 보다 본격화 되었으며, 성장가능성이 있는 사업자를 지정하여 중점 관리·지원하기 위해 2013년 7월에 「농업의 6차산업화 추진방안」이 마련되고, 이후 2015년 6월에 「농촌융복합산업육성

및 지원에 관한 법률」 시행에 따라 2014년 예비인증사업자(379개소)를 본인인증사업자로 전환하고 2015년에 신규인증사업자로 선정(342개소)하였으며 본격적으로 농촌융복합산업 인증제도(이하 6차산업 인증제도) 시행에 대한 운영기준이 마련되어 2016년 8월 현재 950명이 6차산업 인증을 받고 있다(표 1).

6차산업 사업자 인증제는 농촌융복합산업육성 및 지원에 관한 법률에 의거하여 농촌지역의 다양한 유·무형 자원을 활용하여 농업(1차산업)과 2, 3차산업을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하고, 향후 성장가능성이 있는 농업인, 농업법인을 인증하여 핵심경영체로 육성하고자 도입한 제도이다(표 2).

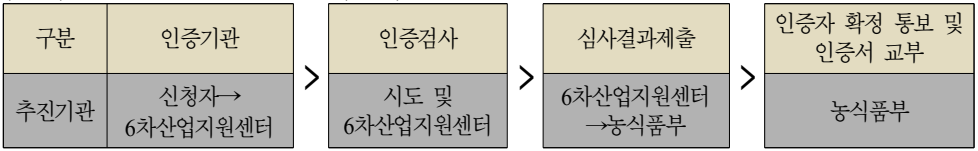
초기 6차산업은 농촌체험 관광 사업으로 지역자원을 활용한 마을단위의 사업이었다. 이는 황토자원 및 지역의 상향식 개발에 대한 인식이 대두되고 지방자치단체 단위로 신활력사업을 추진하였으나 사업자간·주체간 연계가 미흡하여 1차, 2차, 3차산업을 별도로 추진되었다. 이후 법인(기업)단위로 사업의 다각화, 외연이 확장되었으나 가공사업 위주로 진행되었고, 이 또한 농업인과 직접 연계가 부족하여 사업의 지속성이 불투명해지게 되었다. 그러나 복합산업화 추진으로 인하여 마을, 기업, 지역 단위로 융복합하여 지역특성에 맞는 모델을 개발하여 지속적인 비즈니스가 가능하여 농가의 수익으로 환원되게 되었다.

<표 1> 2016년도 6차산업 사업자 인증 획득 현황(2016. 8.19 현재)

구분	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	대전	대구	세종	인천	울산	계
예비인증	51	34	31	27	60	57	51	37	24	4	-	2	-	1	379
신규인증	48	24	30	26	52	53	42	37	23	4	-	2	-	1	341
현재	108	114	91	75	144	142	101	98	50	4	1	12	8	2	950

<표 2> 6차산업 인증제도 개요

(자료출처 : 농림수산물교육문화정보원, <http://www.6차산업.com> 내용참조)

구분	내용	
정의	농촌융복합산업육성 및 지원에 관한 법률에 의거하여 농촌지역의 다양한 유·무형 자원을 활용하여 농업(1차산업)과 2, 3차산업을 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하고, 향후 성장가능성이 있는 농업인, 농업법인을 인증하여 핵심경영체로 육성하고자 도입한 제도	
인증 자격 요건	형태	농업인, 농업법인, 농업관련 생산자단체, 소상공인사회적기업, 협동조합 및 사회적 협동조합, 중소기업, 1인 창조기업
	지역	농촌지역을 주 기반으로 6차산업 활동을 영위하는 경영체 - 농산물 및 농업활동과 관련한 지역의 유·무형 자원을 활용하여 2·3차 산업과 융복합을 통해 부가가치를 높이는 사업을 추진하고 있는 경영체 - 농촌융복합산업법 시행령 제3조 (1) 해당지역에서 자가생산 또는 계약재배를 통하여 생산되는 농산물을 주원료로 사용하여 식품 또는 가공품을 제조하는 산업 (2) 해당지역에서 생산된 농산물이나 (1)이 산업에서 생산된 식품 또는 가공품을 직접 소비자에게 판매하는 산업 (3) 농촌지역의 유·무형 자원을 활용하여 체험관광·외식 등 서비스업을 제공하는 산업 (4) (1)~(3) 중 둘이상이 혼합된 산업
신청 방법	지역에서 6차산업을 추진하고 있는 경영체가 관할 지역 내 6차산업 지원센터에 신청서를 작성제출	
인증 심사	(‘15년) 총3회 인증신청 및 심사 → (‘16년) 상시신청 및 분기별 심사 	
	유효 기간	인증기관은 인증을 받은 날로부터 3년간 유효 6차산업화 관련 사업영역을 유지하는 경우에 한하며 인증 유효
사후 관리	인증 갱신	인증을 받은자가 유효기간 내에 사업계획을 변경되거나 유효기간이 끝난 후 계속하여 인증을 유지하고자 할 경우 인증 갱신 - 인증서의 유효기간이 끝나기 2개월전까지 6차산업 지원센터로 인증갱신신청 - 6차산업지원센터는 인증서의 유효기간이 끝나기 3개월전까지 인증사업자에게 갱신절차 통보
	인증 취소	부정한 방법으로 인증, 1년간 사업중단, 사업계획과 다른 사업 수행, 사업계획이 목적달성 곤란 판단 등의 경우 인증 취소

현재 국내연구에서는 6차산업 인증과 관련된 학술 연구 자료는 전혀 존재하지 않으며, 6차산업 인증을 받는 대상자는 매출액 증가액이 2014년 기준 11.2%로 인증을 받지 않은 대상자들과는 차이가 존재하며, 6차산업 인증에 따른 자격요건, 경영성과적인 면, 사업주체의 전문성 등에서 많은 차이가 존재하므로 본 연구에서는 주요변인으로 파악되어 조절효과로 투입하여 분석하고자 한다.

2.2 6차산업 기업가 정신

기업가 정신은 1700년도에 처음 언급된 이후 계속 진화되고 있다. 처음에는 단순히 자신의 사업에서 시작되었으나 경제학자들은 그 이상으로 파악하였다. 일부 경제학자들은 기업가 정신이 새로운 벤처기업가들이 위험을 감당할 수 있는 용기로 그들의 시장을 혁신하는 혁신자로서의 기업가 역할을 강조하였고. 시장에서 요구

하는 현재 제공되지 않는 새로운 제품이나 프로세스를 개발하는 과정이라고 언급하였다(U.S. Department of State/Bureau of International Information Programs; Shane, 2006; Vance, 2003).

20세기에 경제학자 Joseph Schumpeter (1883-1950)는 경변하게 변하는 창출해내는 혁신과 개선을 위한 기업가의 힘에 초점을 맞추어 기업가 정신을 ‘창조적 파괴(creative destruction)’로 보았다. 즉 기업가는 ‘오래된 산업들에서 사용되지 않은 것을 사용할 수 있도록 도와줌으로써 새로운 조합(new combinations)을 수행하게 하여 새로운 것을 생성하고 보다 더 나은 방법을 창조하여 파괴되게 하는 것을 비즈니스를 수행하는 자’로 언급하였다(Ohyama et al., 2009).

또한 비즈니스 전문가인 Peter Drucker (1909-2005)는 기업가는 ‘정확하게 변화를 탐색하고, 그것을 어찌해야할지 대응하고, 하나의 기회로서 그 변화를 개척해 나가는 자’로 기술하였다. 오늘날 경제학자들은 기업가 정신이 모든 사회에서 경제성장과 고용기회를 촉진시키

기 위한 필수요소로 보고 있다. 개발도상국의 성공한 중소기업에서는 고용창출, 소득증대, 빈곤 감소에 대한 필수전략이다. 그러므로 기업가 정신을 지원해주는 정부는 경제발전에도 중요 전략이 되는 것이다.

6차산업 기업가 정신은 관련 연구문헌이 거의 없으며 김성규 등(2016)연구와 서운정(2013)의 저서가 대표적이다. 그의 저서에서 6차산업의 기업가 정신으로 가장 중요한 요인으로 가치개발, 진정성, 협력성, 진취성을 들고 있다.

김성규 등(2016)연구에서는 전통적인 기업가 정신에 서운정(2013)의 저서에서 언급한 4가지의 기업가 정신뿐만 아니라 전문가 인터뷰를 통해 6차산업에 필요한 기업가 정신을 통합하여 6차산업 기업가 정신 지표를 개발하여 총 12개의 기업가 정신을 제시하였고 이 중 실증분석을 통해 9개의 기업가 정신을 제시하였다. 6차산업에서 요구되는 기업가정신은 진정성, 네트워킹역량, 의사소통역량, 사회적 책임, 혁신성, 협력성, 진취성, 위험감수성, 도전성이다(표 3).

<표 3> 6차산업 기업가 정신의 하위요인별 개념

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

2.3 6차산업 사회적 자본

사회적 자본(Social Capital)의 개념은 ‘개인이나 집단에서 축적된 실제 혹은 가상의 자원의 합’이라는 개인적 차원의 특성과 사회적 차원의 특성을 포함하는 개념으로 광범위하게 사람들간의 관계에서 축적되는 자원의 개념으로 보고 있다(Coleman, 1988; Bourdieu & Wacquan, 1992). 이 개념은 관계에 기반을 둔 개념으로 사회적 자본이 증가하면 커뮤니티에 대한 몰입도가 높아지고 사람들 간의 상호작용이 증가하는 등 긍정적 효과가 나타나게 되며 (Helliwell & Putnam, 2004), 정보, 개인적 관계 혹은 집단을 조직할 능력 등의 형태로 나타날 수 있다(Paxton, 1999).

이러한 사회적 자본은 접근되거나 네트워크 속 관계를 통해서 유통되는 자원, 그들의 사회적 네트워크 내에 포함된 자원으로, ‘사회적 단위를 구성하는 개인들과 조직들 간의 일상생활에서 산출되는 친선, 교제, 동정, 사회적 교류와 같은 유형 자산’을 말한다(Lin, 2001).

OECD에서는 ‘조직 내, 조직 간에 상호협력을 촉진하는 규범(norms), 가치(values), 이해(understandings)를 함께 나누는 네트워크’로 정의하며, 사회학자들은 규범을 사회적 무언, 크게 의심할 여지가 없는 규칙으로 언급되며, 규범과 이해는 깨어져버릴 때까지는 명백하지 않을 것이며, 가치는 더욱 개방적이기 때문에 사회는 종종 그 가치가 변하는 것에 대해 논쟁하기도 했다(OECD, 2007). 그럼에도 불구하고 가치는 사람들의 안정(safety)과 보완(security) 측면에서 각 사회적 조직내의 필수적인 요소이며, 그들 간의 네트워크와 이해는 개인과 그룹

들이 서로를 신뢰하고, 함께 일을 할 수 있는 사회에서 이해하고, 가치를 공유하고, 연결하는 것이 사회적 자본으로 간략화 할 수 있다.

한편으로 사회적 자본은 크게 공통적인 정체성 공유로 사람들을 연결하는 결속(bonds), 정체성을 공유하는 것을 연결하는 교량(bridges), 사람이나 집단을 사회적으로 연결하는 연계(linkages)의 세 범주로 나눌 수 있다.

사회적 자본의 잠재적인 이익은 정서적, 사회적, 경제적인 유대에서 비롯되며, 약한 결속력을 가진 집단에 대한 지원이 중요하며, 강한 사회적 결속력을 가진 집단들의 구성원들에게는 방해될 수 있다. 또한 사회적 교량의 부족은 경제발전을 저해하고 사회적 소외를 가져올 수 있으며, 소셜은 강한 결속력그룹이나 폭넓은 공동체에 의해 제외될 수도 있다. 이러한 링크와 신뢰는 없어서는 안 되는 공식적인 사회적 자본이며, 기업의 비즈니스에 도움을 줄 수도 있다.

이에 대해 Putman(1993)은 사회적 자본은 ‘공동의 이익을 위해 협력과 협동을 촉진하는 신뢰, 규범, 네트워크와 같은 사회의 조직적 특성’이라고 정의하였고, 공식적, 비공식적인 협력으로 언급하며, 공동의 이익을 위해 협력(co-operation), 교류(exchange), 혁신(innovation)이 잘 어울리게 하는 역할을 한다고 주장하였다.

또한 사회적 참여를 통해 신뢰를 나누고, 공동의 가치나 관심사를 서로 나누면서 새로운 공동체를 생성하면서 전통적인 집단과 같은 가치를 가진다고 언급하며, 중개적 사회적 자본(bridging social capital)과 유대적 사회적 자본(bonding social capital)으로 구분하였다. 중개적 사회적 자본은 감정을 된 상태에서 새로운

정보를 주고받으며 ‘약한 유대관계(weak tie)’에서 나타나며, 유대적 사회적 자본은 친밀한 관계인 친구나 가족과 같은 ‘강한 유대관계(strong tie)’에서 나타난다.

특히 약한 유대관계의 힘은 광범위한 구전시스템을 보유하고 있어 밀도가 높은 사회적 집단에서 다른 밀도가 높은 집단으로 광범위한 정보의 확산과 집단의 연결이 가능하며, 느슨한 사회적 연결로 이루어져 있어 사용자들이 보다 크고 확장된 네트워크 관계를 형성, 유지할 수 있도록 도와주는 것이다(Donath & Boyd, 2004; Resnick, 2001; Granovetter, 1973).

반면, 강한 유대관계의 힘은 광범위한 차원의 사람들 간의 소통에서 중요한 역할을 한다. 유대적 사회적 자본을 정보의 탐색, 개인 간의 정보의 중복 교환, 영향력의 강도, 관계 활성화 등의 국소적 구전 행동에서 중요한 역할을 하게 된다(Brown & Reingen, 1987). 강한 유대관계의 사람에게 정보를 많이 구하며, 알고 있는 제품에 대한 정보를 중복 전달하고 강한 유대관계의 사람으로부터 얻은 정보의 영향력이 더 강하다는 것이다.

이렇듯 사회적 자본은 공동체 내에서 성원간의 믿음과 정직으로 연대감과 신용도를 확장시켜 참여를 촉진하는 신뢰(trust), 공통의 목표를 확인하기 위한 참여(participation), 이웃과 공동체를 유지할 수 있는 연결망(네트워크, network), 자원을 동원하고 안전망을 확보하기 위한 제도나 규범(norm), 공동의 이익을 창출할 수 있는 이타적 성향으로 구성되어 있다(송경채, 2010).

그러나 사회적 자본은 모든 자본의 하나의 유형이 아니며, 측정도 힘들고, 정의도 미약함에도 불구하고 정치인이나 정책 입안자 사이에

서는 매우 흥미로운 개념이며 관심이 증가되고 있다. 특히 선진국에서는 사회적으로 소외된 그룹이나 최하위층에 대한 재고용 문제를 해결하기 위한 방안으로 인적자본 부족과 사회적 자본을 연결하고 있다.

현재 6차산업의 사회적 자본은 지역사회 활성화의 중요성에서 작용하며, 생산자와 소비자 간의 신뢰 증대를 가져오며, 지역의 사회적 자본 증대로 인해 고령화 및 여성인력의 재고용과 같은 기본 6차산업의 기본이념과 같은 맥락을 가진다.

현 정부는 농업의 6차산업화를 매우 강조하며, 농산물의 제조·가공에 대한 법적 기반의 중요성을 인식하여 「농업인등의 농업융합산업 지원에 관한 법률」과 「농업인 등의 농외소득 활동 지원에 관한 법률 일부개정 법률안」 등의 법적 기반을 구성하고, 현장에서 요구하는 6차산업안의 대안으로 기업 중심, 자본투자 위주 모델이 아니라 중소농 중심의 ‘협동화 사업’을 모델로 제안하였다(정기석, 2014).

일본의 경우와는 달리 우리나라는 지역의 활성화를 이루지 못하였다. 이는 지역자원의 집적과 활용이 협동과 연대의 공동체적 관점에서 부족함에서 기인되어 농촌에서 사업을 영위하는 시장이 형성되기 힘들어 농촌의 주민들이 협업을 통해 농식품가공 등 6차산업화를 위한 생산·소비협동조합을 결정하여 ‘협동 사업화’를 통한 주민의 삶의 질향상, 지역사회 내부 역할 증진 등의 효과가 있다. 나아가 지역사회 주민들의 이익을 추구하기 위해 행정, 주민 등 지역사회 발전의 추진으로 지역사회의 폭 넓은 지지를 받는 ‘공익적 사업체’의 형태와 방향을 추구하기 때문이다.

지역의 연관자원을 총동원해 네트워크 기반으로 시너지 효과를 창출하는 다수가 참여하는 ‘지역사회(community business) 협동조합’ 방식은 구성원의 욕구보다는 지역사회 발전을 사업목적으로 한다. 농촌의 지역사회 협동조합이 발전 전략의 주제가 되면, 6차사업화 성패의 관건인 지역사회의 인적자본의 기반도 아울러 강화된다. 즉, 협동조합은 지역사회의 사회적 자본(social capital)을 증진시킨다. 지역사회 주민들이 협동조합에 참여하면서 협동조합의 발전 과정, 조합원 역할, 리더십 등을 경험하고 공유하면서 사회적 자본을 형성하게 되는 것이다(정기석, 2014).

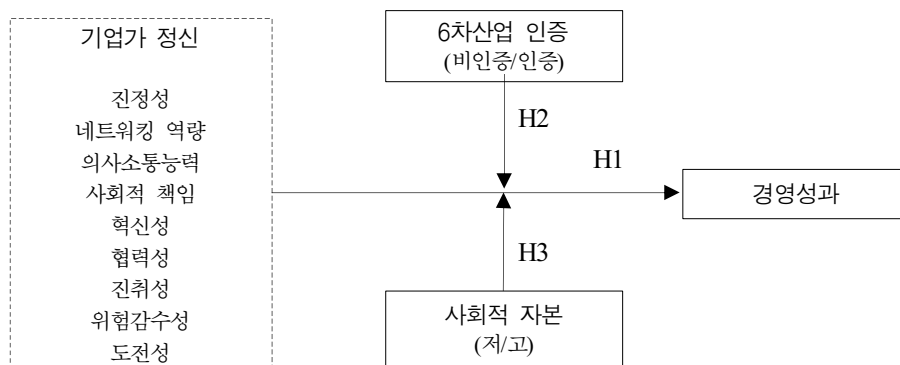
사회적 자본은 기업가치 결정 요인인 인적자본(human capital), 지적자본(intellectual capital), 금융자본(financial capital) 등을 통상적으로 중요시하지만, 최근 국내연구에서는 경제 주체들 간의 신뢰관계를 기반으로 하는 사회적 자본(social capital)을 중요성을 인지하며 기업 경영 성과를 일으키는 선행, 촉진요인으로 활용되었다(최영근, 2007, 2009; 임병학, 2012, 김태구 ·

이계희, 2010, 이영찬, 2007). 그러나 6차산업과 관련된 사회자본 연구는 전혀 없으나 농촌, 농업관련 사회자본 연구는 여성농업인 사회자본 확충, 농촌 관광마을 개발, 농어촌 학생들의 학업격차 개선을 위한 사회자본 구축과 관련된 연구들이 일부 진행되었다(윤주 · 최승담, 2013; 윤유식, 2009; 이정선, 2005; 최유진 등, 2013).

III. 연구모형과 가설

3.1 연구모형

본 연구는 이론적 연구를 기반으로 6차산업 기업가 정신이 경영성과에 미치는 영향력을 대한 실증적 결과를 도출하기 위해 <그림 1>과 같은 연구모형을 구성하였다. 이를 위해 6차산업 인증여부와 군집분석을 통해 분류된 사회적 자본그룹을 조절변인으로 투입하여 이들 변수 간의 관계에 대한 가설을 정립하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 연구가설

3.2.1 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계

기업가 정신과 경영성과간의 관계연구는 다양한 분야에서 실시되었으나 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계연구는 거의 없다. 중소기업 최고경영자의 기업가정신이 증가할수록 재무성과 고용성과가 증가되는 것으로 나타났다(원혜숙, 2010, 2014). 푸드 농가 맛집의 건강메뉴, 음식품질, 물리적 환경, 로컬 푸드, 차별성, 서비스관리, 메뉴와 맛 등의 요인들이 재방문을 가거나 방문객들의 만족도를 높이는 요인으로 확인된 바 있다(장양례, 2015). 농촌관광의 기업가 정신이 중요성을 강조하며, 기업가 정신은 재무적인 성과, 비재무적인 성과에 긍정적인 향상효과를 주는 것으로 나타났으며 미래성과 전망적인 면에서는 오직 기업가 정신만이 주요효과요인으로 작용함을 확인한 바 있다(조규호, 2006). 따라서 본 연구에서는 6차산업 기업가 정신이 경영성과에 정(+)¹의 영향을 주는 것으로 가설을 설정하였다.

H1: 6차산업 기업가 정신은 경영성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계에 대한 6차산업 인증의 조절효과

6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계에서 김성규 등(2016)연구에서는 6차산업 인증을 받는 경영자의 도전성이 인증 받지 않는 최고경영자보다 더 요구되는 기업가 정신인 것으로

나타났으며, 실제 6차산업 인증을 받은 최고경영자들은 위험감수성, 사회적 책임, 협력성, 의사소통능력, 네트워킹 역량이 높은 것으로 나타났다.

그러나 현재 국내연구에서 6차산업 인증과 관련된 학술연구 자료는 전혀 존재하지 않으며, 6차산업 인증의 조절효과에 대한 연구는 또한 전혀 없다. 6차산업 인증 조건에 근거를 하면 6차산업 인증을 받는 대상자는 매출액 증가액이 2014년 기준 11.2%로 인증을 받지 않은 대상자들과는 차이가 존재하며, 6차산업 인증에 따른 자격요건, 경영성과적인 면, 사업주체의 전문성 등에서 많은 차이가 존재하므로(농림수산식품교육문화정보원, 2016), 본 연구에서는 주요변인으로 파악되어 조절효과로 투입하여 분석하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계는 6차산업 인증여부에 따라 차이가 있을 것으로 가설을 설정하였다.

H2: 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계는 6차산업 인증여부에 따라서 차이가 있을 것이다.

3.2.3 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계에 대한 사회적 자본의 조절효과

6차산업 최고경영자 기업가 정신과 경영성과간의 관계에서 사회적 자본의 조절효과연구는 전혀 없다. 그러나 중소기업의 최고 경영자 기업가 정신과 경영성과간의 관계연구에서 사회적 자본의 매개효과를 살펴본 원혜숙(2014) 연구에서는 사회적 자본과 경영성과간의 관계에서 중소기업의 경우 기업 간 네트워크나 규범이 강해지면 재무성과가 향상되면 도리어 기

업 간 신뢰가 강해지면 재무성과는 낮아지는 효과가 있으며, 기업간 신뢰는 고용성과는 높아지는 효과를 확인하였다(이준희, 2016). 로컬푸드 소비자들의 사회적 자본 중 네트워크와 신뢰가 높아지면 구매성향이 향상되고, 사회적 자본 형성이 되는 것으로 나타났다(박재형, 2014).

그러나 사회적 자본은 기업 경영성과를 일으키는 주효과 요인 보다는 선행요인으로 작용하는 경우가 더욱 많이 연구되었으며(최영근, 2007, 2009; 임병학, 2012, 김태구·이계희, 2010, 이영찬, 2007, 주재훈, 2014) 특히 농업분야에 대한 사회적 자본과 경영성과간의 연구는 극히 드물며, 일부 관광자원개발의 측면에서 성과와 관련된 연구가 일부 실시되었고(윤주·최승담, 2013), 사회적 자본을 매개로 하여 지속 가능한 비즈니스와 기업경쟁력에 긍정적인 영향을 줄을 확인하였다(주재훈 외, 2014).

따라서 본 연구에서는 사회적 자본을 조절효과변인으로 투입하며, 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계는 사회적 자본에 따라 차이가 있을 것으로 가설을 설정하였다.

H3: 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계는 사회적 자본에 따라 차이가 있을 것이다.

IV. 연구조사 설계 및 실증분석

4.1 측정항목 및 자료처리방법

본 연구에서 제시된 연구모형을 검증하기 위하여 6차산업 기업가 정신은 김성규 등 (2016) 연구에서 개발된 지표를 그대로 이용하였으며, 경영성과는 전통적인 특정방법인 재무적 성과 중에서는 매출액, 순이익, 시장점유율의 변화를 포함하였으며(Pavis, 1990; Matsuno & Mentzer, 2000; Walker & Ruekert, 1987; 홍중선, 2014), 비재무적인 성과 중에서는 고객만족, 제품만족도를 포함하였다(Pavis, 1997; Venkatraman & Romanujan, 1996; Riordan et al., 1997; 김영순, 2015). 사회적 자본은 신뢰, 사회적 규범, 네트워크, 사회구조의 내용을 통

<표 4> 연구변수의 측정항목

연구변수	측정항목	연구자
6차산업 기업가정신	진정성, 네트워킹역량, 의사소통역량, 사회적 책임, 혁신성, 협력성, 진취성, 위험감수성, 도전성	김성규 등(2016), 서윤정(2013)
사회적 자본	신뢰, 사회적 규범, 네트워크, 사회구조	박재형(2014), Putman(1993, 1995)
6차산업 인증	인증자/비인증자	
경영성과	매출액, 순이익, 시장점유율, 고객만족, 제품만족	Pavis(1990, 1997), Matsuno and Mentzer(2000), Walker and Ruekert(1987), Vonkatraman and Romanujan(1996), Riordan et al.(1997), 홍중선(2014), 김영순(2015)

하여 조사를 하였고(Putman, 1993, 1995), 6차 산업 인증여부는 더미변수로 포함하였다.

모든 자료 분석은 IBM SPSS Statistics 21.0 을 이용하여 6차산업 기업가 정신, 경영성과, 사회적 자본에 대한 탐색적인 요인분석을 실시 하였다. 추출된 사회적 자본요인을 중심으로 K-Means Cluster Analysis를 통하여 사회적 자본군집을 나누었으며, 분류분석을 통하여 분류 정확성을 알아보았다.

이 결과를 중심으로 6차산업 기업가 정신의 경영성과간의 관계를 다중회귀분석을 통하여 알아보았으며, 사회적 자본그룹과 6차산업 인증여부에 따른 조절효과를 알아보기 위해서는 위계적 회귀분석을 통하여 6차산업 기업가 정신의 경영성과간의 관계를 분석하였다. 모든 분석의 유의수준 $\alpha=.05$ 이다.

4.2 연구대상자 인구통계학적 특성

본 연구의 연구대상자는 경남지역 6차산업에 종사인 104명을 대상으로 6차산업 최고경영

자가 지녀야할 기업가 정신과 6차산업 경영성과간의 관계를 조사하였다.

전체 대상자 중 62.5%가 남자이며, 연령별로는 20, 30대는 전체의 10%수준이며, 대체적으로 40, 50대로 구성되었다. 주로 특용작물을 재배하는 경우가 가장 많으며(40.4%), 식량작물(18.3), 시설채소(15.4), 과수(16.3)를 재배하며, 축산과 화훼는 10%수준이었다. 조사대상자의 학력은 대졸이상이 과반수 이상을 차지하였다. 이중 6차산업 인증을 받는 대상자는 51.0%이었다(표 5).

4.3 기업가정신, 경영성과 검사지의 타당도, 신뢰도

본 연구의 검사지 중 기업가 정신은 김성규 등(2016)연구에서 개발된 6차산업 기업가 정신 지표를 사용하였으며, 검사지의 신뢰성 및 타당성을 확인하기 위하여 탐색적인 요인분석을 실시하고, 문항의 내적 일치도인 Cronbach's alpha 계수를 측정하였다.

<표 5> 연구대상의 인구통계학적 특성별 분포(n=104)

특성	구분	n	%	특성	구분	n	%
연령	20대	3	2.9	성별	남자	65	62.5
	30대	8	7.7		여자	39	37.5
	40대	36	34.6	학력	중졸이하	4	3.8
	50대	47	45.2		고졸	16	15.4
	60대	10	9.6		전문대졸	17	16.3
재배작물 유형	식량작물	19	18.3		대졸	52	50.0
	시설채소	16	15.4		대학원	15	14.4
	과수	17	16.3	6차산업 인증	있다	53	51.0
	축산, 화훼	10	9.6		없다	51	49.0
	기타(특용)	42	40.4	전체	104	100.0	

<표 6> 기업가 정신에 대한 요인분석

		요인적재치	고유치	분산의 %	누적분산의 %	Alpha
진정성	진심어린 서비스	.785	4.773	10.377	10.377	.949
	정성스런 서비스	.804				
	정직한 서비스	.838				
	내면에서 우러나는 서비스	.816				
	인간적인 서비스	.797				
네트워킹 역량	업무관련 세미나, 워크샵 참석	.752	4.190	9.108	19.485	.932
	업무관련 협회, 조직활동	.757				
	다양한 분야의 사람들과 업무관련 정보교환	.800				
	업무상 관련인과 자주 연락	.763				
	다양한 친교모임 교류	.706				
의사소통 능력	상대방 입장에서 문해이해노력	.828	4.127	8.971	28.456	.946
	상대방의 의견청취 반응	.802				
	자유로운 의견제시	.691				
	다양한 방법으로 반대 의견 조정	.736				
	상대방 주장, 행동에 관심기울임	.694				
사회적 책임	사회공헌	.572	4.055	8.816	37.272	.920
	사회적 책임감, 공익사업	.692				
	기부협찬활동	.726				
	고용창출로 사회경제성장 기여	.747				
	지역공동체의 필요과약	.756				
지역행사 참여지원	.643					
혁신성	성장발전 필요	.691	3.983	8.658	45.930	.875
	신제품개발, 지속적 변화추진	.736				
	최신 경영기법 도입	.712				
	창의적 마케팅 방법 활용	.754				
	창조적, 독창적 아이디어	.787				
협력성	공동목표에 참여하고 따름	.734	3.868	8.408	54.338	.928
	동료배려	.684				
	조직내 주어진 책임과 역할다함	.729				
	조직 어려운 상황일 때 희생	.692				
	동료의 필요시 도움	.710				
진취성	시장흐름 지속적 파악	.702	3.770	8.195	62.533	.885
	고객의 니즈 파악	.688				
	경쟁사 움직임 신속히 파악	.802				
	신제품 개발, 새로운 서비스 도입	.709				
	끊임없는 틈새시장탐색 및 신속한 공략	.639				
위험 감수성	위험 무릅쓰고 환경변화에 적극대응	.517	3.706	8.056	70.590	.884
	위험이 높더라도 수익사업에 도전	.804				
	약간 무모해도 도전	.856				
	새로운 사업분야 적극진출노력	.810				
	아이템에 대한 확신들면 과감히 투자	.788				
도전성	개척하고 변화하는 일에 도전	.601	3.300	7.173	77.762	.875
	경험이 없는 새로운 업무에 도전	.678				
	정열적으로 업무시행	.661				
	어려운 업무에도 최선을 다함	.799				
	어려운 일 극복할 자신감	.658				

기업가 정신에 대한 요인분석 결과, 전체 9개의 요인으로 구성되었으며, 전체 변량의 77.762%를 설명하며, 전체 검사지의 신뢰도는 $\alpha=0.964$ 이고, 개별 하위요인의 신뢰도는 최소 $\alpha=0.884$ 에서 최대 $\alpha=0.946$ 으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준이었다(표 6). 요인분석의 타당성을 확인하기 위하여 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)은 표본 적합성 평가기준인 0.7이상 (KMO=.856)이며, Bartlett의 구형성은 유의한 것으로 나타났다($\chi^2=10606.567$, $p=.000$).

6차산업 기업의 경영성과에 대한 요인분석 결과, 매출액, 순이익, 시장점유율, 고객만족, 제품만족을 통하여 측정하였다. 하나의 요인으로 추출되었으며, 전체 변량의 71.960%를 설명하는 것으로 나타났다(표 7). 이 검사지의 신뢰도는 $\alpha=0.900$ 이고, 요인분석의 타당성을 확인

하기 위하여 KMO=.783, $\chi^2=389.091$, $p=.000$ 으로 나타났다.

본 연구에서 회귀분석을 포함한 선형모형 (Linear Model)을 사용하기 때문에 연구모형에 포함된 변인들이 정규분포를 확인하기 위하여 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis)를 산출한 결과, 모든 측정변인에서 왜도의 절대값은 0.63, 첨도가 절대값은 1.36이하로 나타났으며, 이는 Kline(2010) 연구에서 제시된 왜도(± 3.0), 첨도 (± 10.0)의 조건을 모두 만족하여 연구에 사용된 모든 변인들이 정규분포를 형성하고 있다는 가정을 만족하는 것으로 확인하였다(표 8).

기업가 정신과 경영성과에 대한 요인분석은 모두 적합한 것으로 나타나 검사지의 타당성과 신뢰도가 확보되었음을 확인하였다.

<표 7> 경영성과에 대한 요인분석

		요인적재치	고유치	분산의 %	Alpha
경영성과	매출액	.860	3.598	71.960	.900
	순이익	.881			
	시장점유율	.871			
	고객만족	.846			
	제품만족	.779			

<표 8> 기업가정신, 경영성과에 대한 기술통계량

	6차산업 기업가정신									경영성과
	진정성	네트워킹 역량	의사소통 능력	사회적 책임	혁신성	협력성	진취성	위험 감수성	도전성	
최소	2.00	1.00	2.00	1.67	3.00	2.00	2.20	1.00	2.00	1.60
최대	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
평균	4.09	3.74	4.02	3.73	4.12	4.02	3.94	3.36	3.81	3.32
SD	.06	.07	.06	.07	.06	.06	.06	.08	.06	.07
S.E	.65	.74	.63	.73	.58	.64	.64	.80	.63	.76
왜도	-.31	-.63	-.20	-.09	-.06	-.02	-.29	-.03	-.09	.15
첨도	.12	1.36	.05	-.21	-.65	-.13	-.08	.09	.04	-.44

또한 다중공선성을 확인하기 위하여 9개의 기업가 정신과 경영성과간의 피어슨의 선형상관계수를 측정한 결과, 기업가 정신의 하위요인간에는 최소 $r=.156$ 에서 최대 $r=.685$ 의 정의 상관성이 나타났으며, 위험감수성과 진정성간에는 유의한 상관성이 존재하지 않으며 그 외 변인간에는 통계적으로 유의한 정의 상관성이 나타났으며, 기업가 정신과 경영성과간의 상관성에서는 최소 $r=.203$ 에서 최대 $r=.421$ 로 정(+)의 상관성이 나타났으며 두 변인간의 상관성이 0.7 이하로 나타나 다중공선성이 존재하지 않음을 확인하였다(표 9).

4.4 사회적 자본의 타당도 및 군집, 분류 분석

사회적 자본은 신뢰, 사회적 규범, 네트워크,

사회구조로 구성되었으며, 이 값을 중심으로 탐색적인 요인분석 결과, 이론적인 근거로 구성된 4개의 변인은 모두 통계적으로 적절하게 구성되었으며 요인분석의 타당성을 확인하기 위하여 $KMO=.866$, $\chi^2=2461.232$, $p=.000$ 으로 나타나 이 요인분석은 매우 적합한 것으로 나타났으며 검사지의 신뢰도 $\alpha=0.885$ 이상 높은 수준으로 사회적 자본 검사지의 타당성과 신뢰도가 확보되었음을 확인하였다(표 10).

요인분석에서 추출된 4개의 변인을 중심으로 K-means Cluster Analysis를 이용하여 2개의 사회적 자본 군집을 구성하였다. 4개 변인의 인식수준이 낮은 그룹과 높은 그룹으로 구성되었으며, 분류분석 결과, 97.1%의 정확률을 나타내었다(표 11).

<표 9> 각 변인간의 상관관계분석

	6차산업 기업가정신									경영성과 (10)
	진정성 (1)	네트워크 역량 (2)	의사소통 능력 (3)	사회적 책임 (4)	혁신성 (5)	협력성 (6)	진취성 (7)	위험 감수성 (8)	도전성 (9)	
(1)	-									
(2)	.481***	-								
(3)	.609***	.627***	-							
(4)	.525***	.585***	.566***	-						
(5)	.371***	.407***	.378***	.547***	-					
(6)	.657***	.614***	.685***	.498***	.359***	-				
(7)	.472***	.490***	.409***	.576***	.522***	.516***	-			
(8)	.156	.245*	.289**	.496***	.379***	.248*	.398***	-		
(9)	.404***	.579***	.483***	.518***	.504***	.457***	.479***	.469***	-	
(10)	.414***	.322**	.420***	.361***	.203*	.369***	.247*	.333**	.405***	-

Pearson's Linear Correlation Coefficient(r), * $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

<표 10> 사회적 자본에 대한 탐색적 요인분석

	번호	요인적재치	고유치	분산의 %	누적분산의 %	Alpha
네트 워크	지역주민간 정보공유	.764	3.169	22.633	22.633	.922
	지역단체의 기관과 협력	.786				
	지역단체의 지자체간 정보공유	.880				
	지역의 사회단체, 기관 정보제공도	.757				
사회 구조	주민들간 차별없음	.722	3.115	22.250	44.883	.892
	소득균형	.792				
	지역자치단체의 행정업무 수행	.869				
	지역사회문제 대한 의견제시	.849				
사회적 규범	공공부문 청렴	.858	2.730	19.498	64.380	.930
	자치단체의 법규 준수	.895				
	기관, 조직의 법규준수	.837				
신뢰	이웃간 신뢰	.875	2.503	17.875	82.256	.885
	지역구성원간 신뢰	.908				
	지역사회 신뢰	.794				

<표 11> 사회적 자본에 대한 K-Means Cluster Analysis

	사회적 자본이 낮은 그룹			사회적 자본이 높은 그룹			F(p)	
	N	M	SD	N	M	SD		
신뢰	70	3.26	0.59	34	4.08	0.56	45.490***(.000)	
사회적규범	70	2.99	0.60	34	4.21	0.59	95.096***(.000)	
네트워크	70	2.83	0.58	34	4.01	0.60	92.704***(.000)	
사회구조	70	2.98	0.53	34	3.82	0.80	40.138***(.000)	
예측 소속집단								
		낮은그룹			높은그룹			
군집그룹	낮은그룹	68(97.1)			2(2.9)			분류율=97.1%
	높은그룹	1(2.9)			33(97.1)			

4.5 가설검증 결과

6차산업 최고 경영자의 기업가 정신과 경영성과간의 관계연구를 위한 가설검정 결과는 다음과 같다.

독립변인으로 6차산업 기업가 정신의 하위 변인인 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 책임, 진정성, 협력성, 도전성, 의사소통능력, 네트워크역량의 총 9개의 하위요인을 투입하였으며, 종속변인으로는 경영성과를 통하여 다중회귀분석을 통하여 기업가 정신과 경영성과간의

관계를 알아보았으며, 조절효과로 투입된 6차산업 인증여부는 가변수(Dummy Variable)로 변환하였으며, 사회적 자본은 군집분석을 통한 군집그룹을 가변수로 투입하여 위계적 다중회귀분석을 실시하였다.

4.5.1 6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계

6차산업 최고 경영자의 기업가 정신과 경영성과 간의 관계를 알아보기 위하여 다중회귀분

석을 실시한 결과, <표 12>에서 제시된 Model 1에서 보는 바와 같이 기업가 정신 중 진정성, 도전성, 의사소통능력, 위험감수성, 협력성, 사회적 책임, 네트워크역량이 높아질수록 6차기업의 경영성고가 높아지는 것으로 나타났으며 이중 네트워크역량은 유의수준 10%에서 유의한 것으로 나타나 그 영향력이 다소 낮다. 그 외 혁신성과 진취성은 6차기업의 경영성고에는 유의한 영향을 미치지 못하는 변인인 것으로 나타났다. 이 모형의 설명력은 28.9%이다. 즉 가설 1인 “6차산업 기업가 정신은 경영성고에

정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 부분 채택되었다.

4.5.2 6차산업 기업가 정신과 경영성고간의 관계에 대한 6차산업 인증의 조절효과

6차산업 기업가 정신과 경영성고간의 관계에 대한 6차산업 인증의 조절효과를 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. <표 12>의 Model 2는 Model 1에 6차산업 인증여부를 더미변수로 추가한 모형이며 Model 3은

<표 12> 기업가 정신에 따른 경영성고의 6차산업 인증여부 조절효과

	Model 1		Model 2		Model 3		
	β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)	
기업가 정신	진정성(A)	.277	4.620***(.000)	.272	4.995***(.000)	.242	3.168**(.002)
	네트워크역량(B)	.103	1.721† (.087)	.054	.981 (.328)	.031	.427 (.670)
	의사소통능력(C)	.226	3.769***(.000)	.201	3.680***(.000)	.186	2.427* (.016)
	사회적책임(D)	.153	2.544* (.012)	.055	.970 (.333)	.012	.168 (.867)
	혁신성(E)	.014	.239 (.811)	-.015	-.266 (.790)	-.043	-.535 (.594)
	협력성(F)	.138	2.295* (.023)	.068	1.227 (.221)	.017	.222 (.824)
	진취성(G)	.070	1.173 (.242)	.129	2.342* (.020)	.074	.893 (.373)
	위험감수성(H)	.195	3.254**(.001)	.128	2.304* (.022)	.127	1.583 (.115)
	도전성(I)	.254	4.244***(.000)	.270	4.939***(.000)	.279	3.920***(.000)
	6차산업 인증(X)			.390	6.507***(.000)	.393	6.295***(.000)
A*X					.056	.710 (.478)	
B*X					.045	.596 (.552)	
C*X					.004	.056 (.955)	
D*X					.077	1.083 (.280)	
E*X					.024	.293 (.769)	
F*X					.035	.444 (.657)	
G*X					.104	1.223 (.223)	
H*X					-.030	-.368 (.713)	
I*X					-.037	-.508 (.612)	
R ² (Adj. R ²)	.289 (.220)		.414 (.351)		.428 (.370)		
ΔR ²	.289		.126		.013		
F(p)	8.921***(.000)		13.940***(.000)		7.399***(.000)		
VIF	1.000		1.000-1.210		1.272-2.380		
Dubin-Watson	1.596		1.707		.83		

† p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001

<표 13> 6차산업 인증 여부에 따른 6차산업 기업 경영성과의 차이

	매출액	순이익	시장점유율	고객만족	제품만족	전체
비인증사업체	2.81±0.76	2.90±0.85	2.86±0.75	3.18±0.59	3.20±0.60	2.99±0.55
인증사업체	3.43±1.16	3.32±1.05	3.53±0.95	3.96±0.76	3.91±0.76	3.63±0.81
전체	3.13±1.03	3.12±0.98	3.20±0.92	3.58±0.78	3.56±0.77	3.32±0.76
t(p)	-6.679*** (.000)	-4.491*** (.000)	-3.172** (.002)	-5.640*** (.000)	-8.397*** (.000)	-7.450*** (.000)

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

Model 2에 기업가정신의 각 변인과 조절변인인 6차산업 인증여부의 상호작용효과를 투입한 모형이다.

분석 결과, 6차산업 인증여부는 주효과만 존재하며, 기업이 정신과의 상호작용효과를 나타내지 않는 것을 알 수 있다. 이를 좀 더 확인하기 위하여 6차산업 인증 여부에 따른 6차산업 기업의 경영성과 차이를 살펴본 결과, <표 13>에서 제시된 바와 같이 6차산업 인증을 받은 기업들이 경영성과가 더욱 향상된 것을 알 수 있다.

또한 Model 1에서는 기업가 정신이 6차산업 기업의 경영성과에 많은 요인들이 유의한 정적 영향을 주는 반면, 6차산업 인증과의 상호작용효과를 포함한 모형(Model 3)에서는 진정성, 의사소통능력, 도전성만이 유의한 영향력이 나타나 사회적 책임, 협력성, 위험감수성은 도리어 영향력이 떨어진 것을 알 수 있다.

6차산업을 인정받지 않은 경우는 도전성이 가장 경영성과를 향상시키며, 다음으로 진정성, 의사소통능력, 위험감수성이 높은 기업이 정신을 가질수록 경영성과가 높아지는 결과가 나타났다. 그러나 6차산업 인증을 받는 기업은 진정성이 가장 긍정적인 영향력을 부여되고, 의사소통능력, 진취성, 도전성은 약한 정의 영향력을

부여하는 것으로 나타났다. 따라서 6차산업의 인증기업과 같이 재무 건전성이 인증된 업체들은 자금지원과 컨설팅 지원, 유통 판로 지원등의 다양한 지원들이 존재하므로 더욱 경영성과가 높아지는 것이다(표 16).

따라서 가설 2인 “6차산업 기업가 정신과 경영성과의 관계는 6차산업 인증여부에 따라서 차이가 있을 것이다”은 부분 채택되었으며 6차산업 인증여부는 주효과만 존재함을 확인하였다.

4.5.3 6차산업 기업가 정신과 경영성과의 관계에 대한 사회적 자본의 조절효과

6차산업 기업가 정신과 경영성과의 관계에 대한 사회적 자본의 조절효과를 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 14>와 같다.

조절변인인 사회적 자본 주효과만 투입된 Model 4와 기업가 정신과의 사회적 자본 간의 상호작용효과를 투입된 Model 5를 살펴본 결과, Model 4에서는 조절변인인 사회적 자본은 경영성과에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 자본과 기업가 정신간의 상호작용효과를 살펴본 Model 5에서는 Model 4와 비교해보면 기업가정신 주효과 중 의사소통능력, 협력성, 위험감수성은 유의한 영향력을 미

<표 14> 기업가 정신에 따른 경영성과의 사회적 자본의 조절효과

		Model 1		Model 4		Model 5	
		β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)
기업가정신	진정성(A)	.277	4.620***(.000)	.259	4.405***(.000)	.218	3.664***(.000)
	네트워킹역량(B)	.103	1.721† (.087)	.042	.685 (.494)	.007	.110(.912)
	의사소통능력(C)	.226	3.769***(.000)	.192	3.234**(.001)	.093	1.499(.136)
	사회적책임(D)	.153	2.544* (.012)	.103	1.698† (.091)	.181	3.112**(.002)
	혁신성(E)	.014	.239 (.811)	.029	.494 (.622)	.008	.136 (.892)
	협력성(F)	.138	2.295* (.023)	.083	1.356 (.177)	-.027	-.424 (.672)
	진취성(G)	.070	1.173 (.242)	.030	.507 (.613)	.045	.753 (.453)
	위험감수성(H)	.195	3.254**(.001)	.163	2.750**(.007)	-.056	-.788 (.432)
	도전성(I)	.254	4.244***(.000)	.211	3.516**(.001)	.365	5.944***(.000)
사회적 자본(Y)				.225	3.207**(.002)	.308	4.038***(.000)
A*Y						.091	1.343 (.181)
B*Y						.036	.504 (.615)
C*Y						-.239	-2.834**(.005)
D*Y						-.192	-2.820**(.005)
E*Y						.033	.522 (.602)
F*Y						.292	3.692***(.000)
G*Y						.019	.268 (.789)
H*Y						.315	4.291***(.000)
I*Y						-.342	-4.497***(.000)
R ² (Adj. R ²)		.289 (.220)		.324 (.251)		.499 (.448)	
ΔR ²		.289		.035		.175	
F(p)		8.921***(.000)		9.434***(.000)		9.837***(.000)	
VIF		1.000		1.009-1.433		1.271-2.660	
Dubin-Watson		1.596		1.595		.738	

† p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001

<표 15> 사회적 자본 군집그룹에 따른 6차산업 기업 경영성과의 차이

	매출액	순이익	시장점유율	고객만족	제품만족	전체
낮은 사회적자본	2.86±0.98	2.84±0.92	3.01±0.84	3.44±0.73	3.37±0.70	3.11±0.67
높은 사회적자본	3.71±0.90	3.68±0.84	3.59±0.95	3.85±0.82	3.94±0.77	3.75±0.76
전체	3.13±1.03	3.12±0.98	3.20±0.92	3.58±0.78	3.56±0.77	3.32±0.76
t(p)	-6.251*** (.000)	-6.022*** (.000)	-6.293*** (.000)	-4.242*** (.000)	-3.649*** (.000)	-5.312*** (.000)

***p<.001

치는 낮은 것으로 나타났으나 사회적 책임은 Model 4에서는 영향력이 미약하며 Model 5에

서는 강한 정(+)의 영향력이 나타났다. 또한 사회적 자본과 기업가정신 하위요인간의 상호작용

용효과 중 의사소통능력, 사회적 책임, 도전성은 부(-)적관계가 나타났으며, 협력성, 위험감수성은 정(+)적 관계가 나타났다.

사회적 자본의 주효과를 확인하기 위해서 6차기업의 경영성과 차이를 살펴본 결과, 사회적 자본이 잘 구축된 6차산업 기업들이 더욱 경영성과가 높은 것으로 나타났고 특히 매출과 순이익적인 측면에서는 사회적 자본이 낮은 기업들은 전년대비 감소한 반면, 사회적 자본이 높은 6차산업 기업들은 전년대비 많은 향상이 나타났다음을 확인 할 수 있다(표 15).

사회적 자본 군집그룹별로 다중회귀분석을 실시한 결과로, 사회적 자본수준이 낮은 기업은 진정성뿐만 아니라 사회적 책임, 도전성의 기업

가 정신이 유의한 정의 영향을 미치며, 특히 사회적 책임의 영향력이 매우 강한 것으로 나타났다. 반면, 사회적 자본수준이 높은 그룹에서는 사회적 자본 수준이 낮은 그룹과 동일하게 진정성, 도전성은 영향력을 미치며, 그 외는 사회적 자본 수준이 낮은 그룹과는 달리 의사소통능력, 협력성, 위험감수성이 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 진정성과 도전성과는 달리 의사소통능력, 협력성, 위험감수성은 사회적 자본이 높은 6차산업 기업자들에게 더욱 요구되며, 사회적 책임의식은 사회적 자본이 낮은 6차산업 기업에 더욱 요구되는 기업가 정신임을 알 수 있다(표 16).

그러므로 6차산업 인증여부에 따라서는 기

<표 16> 6차산업 경영성과에 대한 사회적 자본과 기업가정신의 영향력 그룹별 회귀계수

		전체		6차산업 인증				사회적 자본			
				없음		있음		낮은그룹		높은그룹	
		β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)
기업가정신	진정성	.277	4.620*** (.000)	.357	4.074** (.006)	.291	3.047** (.003)	.270	3.609*** (.000)	.330	3.143** (.003)
	네트워킹역량	.103	1.721† (.087)	.049	.589 (.557)	.085	.859 (.392)	.008	.109 (.914)	.062	.621 (.537)
	의사소통능력	.226	3.769*** (.000)	.273	3.351** (.001)	.172	1.837† (.069)	.114	1.477 (.142)	-.333	2.555* (.013)
	사회적책임	.153	2.544* (.012)	.019	.232 (.817)	.108	1.112 (.269)	.228	3.066** (.003)	-.194	1.947† (.056)
	혁신성	.014	.239 (.811)	-.062	-.738 (.462)	-.007	-.066 (.947)	.010	.134 (.893)	.064	.708 (.482)
	협력성	.138	2.295* (.023)	.025	.307 (.760)	.061	.641 (.523)	-.032	-.418 (.677)	.460	4.017*** (.000)
	진취성	.070	1.173 (.242)	.107	1.232 (.221)	.203	1.953† (.054)	.055	.742 (.460)	.068	.639 (.525)
	위험감수성	.195	3.254** (.001)	.184	2.185* (.031)	.072	.712 (.478)	-.059	-.776 (.439)	.481	5.062*** (.000)
	도전성	.254	4.244*** (.000)	.438	5.412*** (.000)	.177	1.876† (.064)	.437	5.856*** (.000)	-.274	2.417* (.019)
R ² (Adj. R ²)		.289 (.220)		.450 (.423)		.241 (.170)		.308 (.260)		.560 (.395)	
F(p)		4.235***(.000)		3.344**(.004)		3.392**(.001)		2.964**(.006)		3.392**(.008)	
Dubin-Watson		1.596		1.987		1.632		1.734		1.376	

† p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001

업가 정신과 경영성과 간에는 6차산업을 인증 받지 않는 기업들이 더욱 기업가 정신이 요구되며 6차산업인증여부에 관계없이 유사한 기업가정신 변인들이 경영성과에 영향을 주는 것을 알 수 있다. 그러나 사회적 자본에 따라서는 기업가 정신과 경영성과 간에는 다소 다른 유형이 나타났다.

사회적 자본이 낮은 기업의 경우는 도전성이 매우 강하게 요구되며, 특히 사회적 책임에 대한 강한 의지가 높아져야만 경영성과가 향상되는 것을 알 수 있으며, 사회적 자본이 높은 기업의 경우는 협력성, 위험감수성은 매우 경영성과 향상이 큰 영향을 주며, 의사소통능력, 도전성

은 긍정적인 효과를 부여하는 것을 알 수 있다.

따라서 가설 3인 “6차산업 기업가 정신과 경영성과간의 관계는 사회적 자본에 따라 차이가 있을 것이다.”은 부분 채택되었다.

그러나 본 연구에서는 6차산업인증여부와 사회적 자본 간의 상호작용효과 역시 존재할 수 있으나 이를 확인하기 위해서는 차원이 3차원이 되며 그런 경우 해석하기 힘들기 때문에, 6차산업 인증여부, 사회적 자본, 기업가 정신간의 상호작용효과가 존재하므로 각각 두 개의 그룹으로 나누어서 다중회귀분석 계수만 확인하여 <표 17>에 제시하였고 이 결과를 중심으로 간략화 하여 <표 18>에 도식화 하였다.

<표 17> 6차산업 경영성과에 대한 6차산업 인증, 사회적 자본과 기업가정신의 영향력 그룹별 회귀계수

	전체		6차산업 인증							
			없음				있음			
			사회적 자본 낮은 그룹 (n=42)		사회적 자본 높은 그룹 (n=9)		사회적 자본 낮은 그룹 (n=28)		사회적 자본 높은 그룹 (n=25)	
	β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)	β	t(p)		
기업가정신	진정성	.277	4.620*** (.000)	.315	3.585** (.001)	.201	1.373 (.176)	.417	2.677* (.011)	
	네트워킹역량	.103	1.721† (.087)	.072	.822† (.414)	-.229	-1.674 (.101)	.089	.608 (.547)	
	의사소통능력	.226	3.769*** (.000)	.162	1.777 (.080)	-.077	-.541 (.591)	-.350	-1.964† (.057)	
	사회적책임	.153	2.544* (.012)	.024	.278 (.782)	.422	3.414** (.001)	-.162	-.908 (.369)	
	혁신성	.014	.239 (.811)	.028	.327 (.745)	.016	.126 (.900)	.013	.078 (.938)	
	협력성	.138	2.295* (.023)	-.036	-.411 (.682)	-.134	-1.049 (.300)	.379	2.160* (.037)	
	진취성	.070	1.173 (.242)	.115	1.261 (.211)	.306	2.161* (.036)	.004	.026 (.979)	
	위험감수성	.195	3.254** (.001)	.001	.012 (.991)	-.175	-1.507 (.139)	.513	2.856** (.007)	
	도전성	.254	4.244*** (.000)	.569	6.478*** (.000)	.422	3.569** (.001)	-.294	-1.613 (.115)	
R ² (Adj. R ²)	.289 (.220)		.495 (.433)				.423 (.311)			
F(p)	4.235***(.000)		8.044***(.000)				3.754***(.000)			

† p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001

<표 18> 6차산업인증과 사회적 자본규모에 따른 6차산업에 요구되는 기업가 정신

독립	종속	전체	경영성과			
			6차산업인증 사회적 자본	비인증		인증
			저	고	저	고
진정성	▲▲▲	/	▲▲	●	●	▲
네트워크역량	△		△	●	●	●
의사소통능력	▲▲▲		●	●	●	▽
사회적책임	▲		●	●	▲▲	●
협력성	▲		●	●	●	▲
진취성	●		●	●	▲	●
위험감수성	▲▲		●	●	●	▲▲
도전성	▲▲▲		▲▲▲	●	▲▲	●

▲ : 유의수준 5%에서 유의함, △, ▽ : 유의수준 10%에서 유의함

분석 결과, 6차산업 비인증 기업의 경우 사회적 자본이 높은 그룹은 9명뿐이라 회귀계수 산출이 불가하여 제시할 수 없었으며, 사회적 자본수준이 낮은 그룹의 경우는 진정성과 도전성과 경영성과에 향상효과로 작용하며 네트워크 역량은 미약한 향상효과가 존재할 것으로 기대된다.

반면, 6차산업 인증기업의 경우는 사회적 자본수준이 낮은 그룹은 사회적 책임과 진취성, 도전성만이 경영성과에 유의한 정의 영향을 주는 반면, 사회적 자본이 높은 그룹은 진정성과 협력성, 위험감수성은 높아지며, 의사소통능력은 낮아지는 것으로 기대된다.

V. 결론

본 연구는 미래에 가장 수익성이 높은 산업이 될 것이라고 전망하는 농업의 새로운 산업구조인 6차산업의 사회적 자본에 의한 기업가 정신과 경영성과간의 관계연구를 실시하였다. 그 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 6차산업은 전통적인 기업가 정신인 혁

신성, 진취성, 위험감수성 중에서는 위험감수성만이 경영성과에 유의한 영향효과가 있으며, 6차산업에서는 도전성, 의사소통능력, 진정성, 협력성을 보다 강하게 요구되는 것으로 확인되었다. 이 결과로 6차산업 기업가들에게 요구되는 기업가 정신을 기존의 제조업이나 벤처기업 등에서 요구되는 기업가 정신과는 다른 유형이 요구됨을 확인할 수 있다.

둘째, 6차산업 인증은 기업가 정신과의 상호작용효과는 없으며, 6차산업 인증은 주효과로 경영성과를 향상시키는데 도움을 주는 것으로 확인되었다. 농업인들은 6차산업 인증을 받음으로 인하여 평균 10%이상 경영성과를 향상하게 되는 역량을 가질 수 있는 제도적인 혜택을 받을 수 있다. 농업인들은 6차산업 인증을 획득하여, 구성원들의 결속을 더욱 강화하고, 지역 주변자원들을 잘 활용하며, 지역사회 활성화를 도모하고, 생산자와 소비자 간의 신뢰가 증대되어 더욱 높은 경영성과를 얻어 사업을 안정성을 유지하게 됨을 알 수 있다.

셋째, 6차산업 기업은 사회적 자본을 통하여 기업가정신과 함께 융합하여 경영성과 향상에

높은 영향력을 주는 것으로 나타났다. 진정성과 도전성과는 달리 의사소통능력, 협력성, 위험감수성은 사회적 자본이 높은 6차산업 기업자들에게 더욱 요구되며, 사회적 책임의식은 사회적 자본이 낮은 6차산업 기업에 더욱 요구되는 기업가 정신임을 알 수 있다. 이는 농업, 농촌의 다양한 자원들을 활용하여 보다 산업화를 가속화 할 수 있다. 특히 6차산업은 1차, 2차, 3차산업이 융합되어 농촌의 내부자원 뿐만 아니라 외부자원을 원활하게 활용하고 체험, 관광, 외식, 치유와 같은 서비스산업을 가미하여 더욱 다양한 가치를 창출하게 된다. 이를 통해 보다 경영성과 향상도가 높아지며, 6차산업체의 사회적 자본을 통한 경영조직을 더욱 강하게 하고, 지역단체와 구성원 관리 등 종합적인 경영관리가 이루어져야 하며, 보다 유형을 다각화시키고, 산업 간에 유대를 통해서 상호 상승효과를 일으킬 수 있으며, 지역의 경제 활성화와 지역 내의 유대감도 향상되며, 다양한 유통채널을 활용하여 소비자들의 다양한 요구에 대한 만족감을 향상시킴으로써 경영전략이나 사업전략의 다양화 될 수 있다.

결과적으로, 6차산업 최고경영자에 요구되는 기업가 정신은 6차산업 인증과 사회적 자본을 통하여 많은 경영성과를 향상시키는 효과를 동반하며 지속적인 금융, 경영, 유통, 마케팅과 같은 경영지원과 위생, 품질관리, 공정개선과 같은 기술지원, 기타적인 다양한 지원혜택으로 6차산업의 활성화를 도모할 수 있다.

또한 사회적 자본의 효과가 없으면 6차산업 기업가들은 사회적 책임의식을 통하여 기업의 경영성과를 높이고, 최고경영자들의 도전성이 매우 강하게 요구되는 반면, 사회적 자본이 높

은 경우에는 기업적인 역량이 강화되어 구성원들 간의 협력성, 위험감수성과 진정성이 더욱 요구되는 반면, 의사소통능력, 도전성, 사회적 책임은 낮아져서, 사회적 자본이 잘 구축되어 기업일수록 의사소통능력이 높아 최고경영자들이 직접 상대방과 의사소통을 하는 기회가 많이 줄어들게 됨을 알 수 있고, 사회적 자본이 낮았을 때 요구되던 도전의식과 사회적 책임에 대한 부담감이 줄어들게 된다.

이렇듯 6차산업은 융합산업화를 촉진하고 농촌의 산업 고도화를 촉진해야 한다. 보다 섬세하고 가치가 높은 서비스를 위해서는 신기술이 요구되고 다양한 마케팅을 통하여 지역의 비즈니스 창출로 생산적 복지와 성장 동력원 확보로 진화되어야 한다. 이를 위해 농촌융복합산업 인증제도에 의해 인증을 사업 사업체는 3년 동안 현장코칭, 사업자금, 제품판로 및 홍보 등의 6차산업화 성장을 지원하여 사업목표를 달성하기 위한 맞춤형 지원을 한다. 특히 6차산업의 융복합은 낭비의 제거와 효율성을 제고하기 위해 정크자원과 폐자원을 활용하며, 유희시설, 유희공간을 다각적으로 활용할 방안은 모색하고, 이러한 물리적 자원뿐만 아니라 인적 자원에 대해서도 재능기부나 은퇴자 활용방안으로 작용되며, 가격, 기술, 사회연대, 마케팅의 상생협력을 통하여 시너지를 창출하는 효과를 창출할 수 있을 것으로 기대된다.

본 연구는 경남 6차산업 지원센터에서 교육을 받고 있는 농업인외 6차산업 관련 지역교육기관을 통해 교육을 받고 있는 농업인들 대상으로 설문지를 이용하여 조사한 내용으로 전국 단위로 확장하는 것은 다소 연구에 제한점이 존재한다. 또한 6차산업 비인증그룹 중 사회적

자본 수준이 높은 그룹을 확보하지 못한 관계로 추후 전국적으로 6차산업 인증과 사회적 자본에 대한 추가적인 연구를 통하여 사회적 자본의 형성이 6차산업의 발전에 어떠한 영향을 미치는지를 더욱 구체적으로 알아보고자 한다.

참고문헌

- 경남6차산업지원센터, <http://gsnd6.com/>, 2016
게시내용
- 김성규, 박상혁, 박정선, 설병문, 손은일, “6차산업 기업가정신 지표개발,” 벤처창업연구, 제11권, 제3호, 2016, pp. 63-76.
- 김영순, “서비스산업 유형에 따른 GWP 경영성과 연구,” 국민대학교 대학원 박사학위논문, 2015.
- 김태구, 이계희, “호텔의 서비스 혁신성 및 경영성과 선행요인으로서 사회자본과 지식공유-기업의 자원기반관점,” 관광학연구, 제34권, 제7호, 2010, pp. 13-36.
- 농림수산식품교육문화정보원, <http://www.6차산업.com>, 2016 게시내용
- 농림축산식품부, 농촌융복합산업(6차산업) 사업자 인증제 운영계획, 2015.7.
- 박성수, 한국형 6차산업화, 대왕사, 2015.
- 박재형, “로컬푸드가 사회적 자본 형성에 미치는 영향에 관한 연구 : 로컬푸드 직매장 소비자를 대상으로,” 전남대학교 대학원 박사학위논문, 2014.
- 서윤정, 6차산업 융복합 혁명-융복합 산업의 원리와 실제, HNCON, 2013.
- 송경채, “미국 소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용자의 특성과 정치 참여,” 한국과 국제정책, 제26권, 제3호, 2010, pp. 129-157.
- 원혜숙, 홍정화, 차진화, “중소기업 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향,” 상업교육연구, 제29권, 제1호, 2015, pp. 309-340.
- 유찬주, 황진수, 장동현, “농업경영자능력이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 수도권 농가의 사례,” 산업경제연구, 제21권, 제4호, 2008, pp. 1809-1824.
- 윤유식, “농촌관광마을 사회자본에 따른 관광개발태도 및 관광개발 지지도에 관한 연구,” 농어촌관광연구, 제16권, 제3호, 2009, pp. 41-61.
- 윤주, 최승담, “사회적 자본이 지역사회 관광개발 성과에 미치는 영향 - 녹색농촌체험마을을 중심으로,” 관광학연구, 제37권, 제4호, 2013, pp.77-96.
- 이영찬, “사회적 자본, 지식경영, 그리고 조직성과 간의 인과관계,” 정보시스템연구, 제16권, 제4호, 2007, pp. 223-241.
- 이정선, “사회자본 구축을 통한 농어촌 학생이 학업격차 개선방향,” 농업교육과 인적자원개발, 제37권, 제1호, 2005, pp. 131-150.
- 이준희, “기업가의 특성과 사회적 자본의 사회적 기업 성과와의 연계에 관한 연구,” 사회과학연구, 제13권, 제2호, 2014, pp. 127-166.
- 임병학, “사회적 자본과 공급망 관리가 기업성과에 미치는 영향에 대한 연구,” POSRI 경영경제연구, 제12권, 제3호, 2012, pp. 5-43.
- 장양례, “6차산업화를 위한 로컬푸드 농가맛집 만족도 연구,” 관광연구, 제29권, 제6호, 2015, pp. 221-239.

- 정기석, “농업의 6차산업화, 협동조합이 돌파구”, 2014.02.18.
<http://www.pressian.com/news/article.html?no=114335>
- 조규호, “기업가 정신이 농촌관광 성과에 미치는 영향,” 농촌경제, 제29권, 제2호, 2006, pp. 71-92.
- 최영근, “최고경영자이 인적 및 사회적 자본이 기업성과와 벤처캐피탈 투자에 미치는 영향,” POSRI 경영경제연구, 제11권, 제1호, 2011, pp. 107-139.
- 최영근, “기업가의 사회적 네트워크가 기업의 전략과 성과에 미치는 영향 : 기업가의 지분율과 산업환경 선택의 조절효과,” POSRI 경영경제연구, 제9권, 제2호, 2009, pp. 32-71.
- 최유진, 김영옥, 김이선, 문희영, “여성농업인 사회자본 확충 방안 연구,” 한국농촌경제연구원 연구자료, 2013, pp. 1-168.
- 주재훈, Matthew M. shin, Mike Tae-In Eom, “기업 경쟁력의 새로운 원천으로서 비즈니스 생태계와 사회적 자본의 역할, 정보시스템연구 제23권 제4호, 2014, pp. 93-117.
- 한창식, 이기광, 김민관, 김준현, 기업가정신 수준진단 모델개발, 중소기업청, 2014
- 허남혁, 충남 로컬푸드 활성화 방안, 충남발전연구원, 2011.
- 홍종선, “호텔 식자재 공급업체 장기지향성이 SCM과 경영성과에 미치는 영향,” 경기대학교 관광전문대학원 박사학위 논문, 2014.
- Bourdieu, P. and Wacquant, J. D., “*An Invitation to Reflexive Sociology*,” The University of Chicago Press, Chicago, 1992.
- Brown, J. J., and Reingen, P. H., “Social ties and word-of-mouth referral behavior,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, 1987, pp. 350-362.
- Coleman, J., “Social capital in the creation of human capital”, *American Journal of Sociology*, Vol. 94(Supplement), 1888, pp. 95-120.
- Dollinger, M. J., “*Entrepreneurship, Strategies and Resources*,” Boston, Irwin, 1995.
- Donath, J. S. and Boyd, D., “Public displays of connection,” *BT Technology Journal*, Vol. 22, No. 71, 2004
- Drucker, P., “*Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles*,” London and New York, 1985.
- Gartner, W. B. & Mitchell, T.R. & Vesper, K. H., “Acting as if Differentiating Entrepreneurial from Organizational Behavior,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, No. 3, 1992, pp. 13-31.
- Granovetter, M. S., “The strength of weak ties,” *American Economic Review*, Vol. 78, 1973, pp. 1360-1480.
- Helliwell J, and Putnam RD., “The Social Context of Well-Being,” *Philosophical Transactions of the Royal Society(London), Series B[Internet]*, Vol. 359, No. 31, 2004, pp. 1435-1446.
- Hisrich, R. D., & Brush, C., “The woman entrepreneur: Management skills and business problems,” *Journal of Small Business Management*, Vol. 22, No. 1,

- 1984, pp. 30-37.
- Kao, R. W. Y., "Entrepreneurship: A wealth-creation and value-adding process", Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd, 1995, p.71.
- Kirzner, I. M. K., "Perception, Opportunity and Profit; Studies in The Theory of Entrepreneurship," Chicago : The University of Chicago Press, 1979.
- Kline, P. B. "Principles and Practice of Structural Equation Modeling(3rd ed.)," NY: Guilford Press, 2010.
- Kuratko, DF, and Hodgetts, RM., "Entrepreneurship: A Contemporary Approach (Second Edition)," Fort Worth, Texas: Dryden Press, 1992.
- Lin, N., "Social capital, A theory of social structure and action," Cambridge: Cambridge University Press. 2001.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G., "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking its Performance," *Academy of Management Review*, Vol. 2, No. 1, 1996, 135-172.
- Matsuno, K. and Mentzer, J. T, "The Effects of Strategy Type on the Market Orientation-Performance Relationship," *Journal of Marketing*, Vol. 64, 2000, pp. 1-16.
- McClelland, D. C., "Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 1, 1965, pp. 389-392.
- Miller, D. "The Correlates of entrepreneurship in three types of firms," *Management Science*," Vol. 26, No. 7, 1983, pp. 770-791.
- OECD, OECD INSIGHT : Brian Keeley Human Capital : How what you know shapes your life, OECD, 2007.
- Ohyama A., Braguinsky S., Kleeper S., "Schumpeterian Entrepreneurship," DRUID Summer Conference, 2009.
- Pavia, T. M., "Product Growth Strategies in Young High-Technology Firm," *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 7, 1990, pp. 297-309.
- Paxton, P., "Social Capital and Democracy: An Interdependent Relationship," *American Sociological Review*, Vol. 67, No. 2, 2002, pp. 254-277.
- Putman, R. D., "The Prosperous Community: Social Capital and Public Life," *The American Prospect*, Vol. 13, 1993, pp. 35-42.
- Putman, R. D., "Bowling Alone : America's Declining Social Capital," *Journal of Democracy*, January 1995, pp. 65-78.
- Resnick, P., "Beyond bowling together: Sociotechnical capital," In J. Carroll (Ed.), *HCI in the new millennium*, New York: Addison-Wesley, 2001, pp. 647-672.
- Riordan, C. M, Gatewood R. D. & Bill, J. B., "Corporate Image : Employ Reactions and Implications for Managing Corporate Social Performance," *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, 1997, pp.401-412.

- Schumpeter, J. A., *"The theory of economic development,"* Cambridge, MA, Harvard University Press, 1934.
- Shane, S., *"Economic Development Through Entrepreneurship: Government, University, and Business,"* 2006, Edward Elgar Pub., 2005.
- Timmons, J. A., *"New Venture Creation : Entrepreneurship for the 21st Century,"* Fourth edition, McGraw-Hill, Boston, 1994.
- U.S. Department of State/Bureau of International Information Programs, *Principles of Entrepreneurship.* 2013.
- Vance, H. F., "Defining a forum for entrepreneurship scholars," *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, No. 1, 2003, pp. 1-11.
- Venkatraman, N. and Ramanujam, V., "Measurement of Business Performance in Strategy Research : A Comparison of Approaches," *Academy of Management Review*, Vol. 11, No. 4, 1986, p. 806.
- Walker & Ruekert, "Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies : A Critical Review and Conceptual Framework" Co, *Journal of Marketing*, Vol. 51, No. 3, 1987, pp. 15-31.
- Zahra, S. A., "Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship : An Exploratory Study," *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, 1991, pp. 258-282.

김연종 (Kim, Yeon Jong)



경상대학교 정보통계학 학사, 경상대학교 경영학 석사, 박사학위를 취득하였다. 현재 경상대학교 경영정보학과 시간강사로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 개인정보보호, 빅데이터, 경영통계, 연구방법론, 계량경영분석, 멘토링, 6차산업, 창업, 소셜네트워크분석 등이다.

박상혁 (Park, Sang Hyeok)



한국외국어대학교 경영학사, 석사, 한양대학교 경영학 박사 학위를 취득하였다. 현재 경남과학기술대학교 창업대학원 교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 6차산업, 사회혁신, 스마트워킹, 소셜미디어, 액션러닝, 디자인씽킹, 창업 등이다

박정선 (Park, Jeong Seon)



경상대 컴퓨터과학 학사, 석사를 거쳐 경남과학기술대학교 전자상거래 무역학과 박사과정을 수료하였으며, 현재 경남과학기술대학교 아름다운연구소 연구원으로 활동하고 있다. 주요관심분야는 IT를 활용한 경영혁신, 융합, 디자인씽킹, 액션러닝, 사회혁신, 창업, 6차산업 등이다.

<Abstract>

The Effect of the Sixth Industrial Entrepreneurship by Social Capital on Business Performances

Kim, Yeon Jong · Park, Sang Hyeok · Park, Jeong Seon

Purpose

The purpose of this study was to investigate the relationship between the 6th industrial entrepreneurship and business performances on social capital. The 6th industry based on its social capital can have a significant impact on business performances.

Design/Methodology/Approach

For this reason, we examined the relationship between entrepreneurship and business performance using the moderator variables of social capital and the Sixth industry certification. As a result, the 6th industrial entrepreneurship affects significant positive business performance. In particular, the authenticity, communication skills, social responsibility, collaborative, risk susceptibility, and challenging mind have a positive effect on business performances. As a result of moderation effect analysis, the 6th industry certification has no interaction effect of entrepreneurship, and only challenging mind and communication skills, the authenticity showed that the positive effect on business performances.

Findings

Social capital has interaction effects on the 6th industry entrepreneurship. Low level of social capital improves business performance through a strong challenging mind and social responsibility. High level of social capital are more demanding authenticity, collaboration, and risk sensitivity. And the higher level of social capital, the lower the communication ability, electrical conductivity, and social responsibility.

Keywords: 6th industry, Entrepreneurship, Business performance, and Social capital

* 이 논문은 2016년 5월 30일 접수, 2016년 7월 29일 1차 심사, 2016년 9월 22일 게재 확정되었습니다.