

네트워크 마케팅 독립사업자 창업가의 개인 특성, 배경 특성이 기업가정신과 인지된 경영성과에 미치는 영향*

윤혜숙 (경남과학기술대학교 창업대학원 창업학과 석사)**

송인방 (경남과학기술대학교 창업대학원 창업학과)***

김연중 (경남과학기술대학교 창업대학원 창업학과 연구원)****

국 문 요 약

본 연구의 목적은 네트워크 마케팅에 대한 부정적인 시각이 강한 한국의 네트워크 마케팅 비즈니스의 인식 개선과 독립사업자로서의 '창업'에 대한 인식 강화 및 네트워크 비즈니스에 대한 자신의 주체성 및 사업자적 정체성을 확립함으로써 더욱 주도적인 사업자적 역할과 사업관리의 질적인 향상에 대한 시사점을 제공하고자 함에 있다.

한국 토종 네트워크 마케팅 독립사업자 121명을 대상으로 한 실증분석을 위하여 독립변인으로 창업자 개인, 배경 특성, 매개변인으로 기업가정신, 종속변인으로 재무적, 비재무적 경영성과를 투입하여 다중회귀분석을 실시하였다.

연구결과, 네트워크 마케팅 독립사업자들의 기업가정신 중 혁신성이 높을수록 재무적인 성과가 증가하는 효과를 나타내며, 이러한 혁신성은 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업효능감과 통제위치의 향상이 있어야만 가능한 것으로 나타났다. 반면, 비재무적인 경영성과는 기업가정신 중에서는 진정성만이 향상효과를 주는 것으로 나타났으며, 이러한 진정성은 네트워크 마케팅 독립사업자의 개인적 특성 중 성취욕구와 통제위치에 대한 인식의 강화가 필요하며, 네트워크 마케팅 독립사업의 배경적 특성 중 개인네트워크 수준이 높을수록 기업가정신 중 진정성이 향상되는 것으로 나타났다. 또한 개인특성 중 자기효능감은 직접적으로 비재무적 성과 향상에 기여하는 것으로 나타났다.

결과적으로, 네트워크 마케팅 독립사업자들에게는 자신의 사업에 대한 강한 자기신념과 사업활동을 하는 데 능동적이고, 자발적인 주체로서의 높은 효능감이 요구되며, 사업의 목표를 성취하고 현재상태보다 발전된 상태로 나아가려는 모험적, 계획적, 적극적, 추진력이 강화된 높은 성취욕구가 요구된다. 또한 사업에서 발생하는 다양한 현상이나 직면하는 사건들을 스스로 통제하고 감수하며 스스로 책임감을 가질 수 있는 통제위치적 능력이 배양되어야 하며, 자신에 대한 신념과 자신감이 발휘되고 자기믿음과 확신이 고취되어야만 재무적 성과나 비재무적인 성과를 높일 수 있다는 것을 알 수 있다.

네트워크 마케팅 독립사업자는 판매자의 자기중심적 사고보다 진정성을 기본이 되는 감동과 신뢰를 기반으로 하는 소비자중심의 사고로 고객을 접근하였을 때 보다 효과적인 마케팅 전략으로 작용되며, 사업에 대한 애착이나 열정을 통해 그 자신의 효능감과 사업자적 정체성을 일치 또는 잘 조화시킬 수 있는 사람일수록, 사업관리의 질적인 영역에 긍정적인 발전을 기대할 수 있을 것으로 기대된다.

핵심주제어: 네트워크 마케팅, 독립사업자, 창업자특성, 기업가정신, 경영성과, 앙트러프러너십

1. 서론

네트워크 마케팅 (Network Marketing)은 피라미드 판매 (Pyramid Selling), 추천 마케팅 (Referral Marketing), 다이렉트 마케팅 (Direct Marketing), 퍼스널 마케팅 (Personal Marketing)이라고 불리는 제품이나 서비스를 판매하는 마케팅 전략으로 우리에게서는 다단계마케팅 (Multi-level Marketing)라는 용어로 더욱 익숙하다(Clegg, 2000; Kitching, 2001; Vander & Keep, 2002; Carroll, 2003; Higgs & Smith, 2007; Mendelsohn, 2004).

이 마케팅전략은 제조업자가 도매상, 소매상들의 중간 유통 과정을 거치지 않고 대중매체를 통한 광고도 하지 않는 대신, 직접 소비자에게 물건을 팔고 이 물건을 산 소비자가 품질의 우수성과 독특함을 인정하여 자신이 상품의 소비자이자 판매원 (Distributor)이 되고, 주위의 사람들에게 권하며 상품을 나누어 쓰거나 판매하는 과정을 통하여 새로이 형성된 소비자 들이 다시 소비자인 동시에 판매자가 되는 과정이 연속됨으로써 상품의 판매범위가 넓어져 무한 연쇄 소개 판매의 형태라고 할 수 있다(오세조, 1996).

그러나 한국사회에서 네트워크 마케팅은 사기성이 강한 영

* 이 논문은 제1저자 윤혜숙의 석사학위논문을 수정보완하여 작성된 것임.

** 제1저자, 경남과학기술대학교 창업대학원 창업학과 석사, tankrf@hanmail.net

*** 교신저자, 경남과학기술대학교 창업대학원 창업학과 교수, ibsong@gntech.ac.kr

**** 공동저자, 경남과학기술대학교 창업대학원 창업학과 박사후과정 연구원, kimyeonjong@gnu.ac.kr

· 투고일: 2018-03-07 · 수정일: 2018-08-17 · 게재확정일: 2018-08-29

업형태로 인식하고, 상품의 질과 가치를 객관적으로 평가하기 보다 사업자가 ‘돈만 벌기위해 사업을 진행해 결국 금전적 손해를 본다’는 부정적 시각이 강하다보니 공식적으로 접근하기 어려운 실정이다.

이러한 부정적인 사회적 시선과 인식 뿐만 아니라 네트워크 사업자 스스로도 자신이 독립적 사업자로서의 주관적인 태도를 가지기 보다는 소극적인 마케팅을 행하는 경우가 많다.

창업은 경험, 지식, 노하우, 자본을 총동원한 상태에서 창업에 도전하지만, 네트워크 마케팅 창업은 기존 창업보다 인적·물적 자원의 요구도가 상대적으로 낮은 장점이 있다. 그러나 관계추천 및 입소문을 통해 최종 사용자에게 제품이 전달되고 판매될 것으로 예상하지만, 동료판매원으로 다른 사람들을 모집하여 자신의 제품을 판매하여 얻는 인센티브를 제공하는 것을 더욱 중요하게 인식한다(Xardel, 1993; Debra, 1998; Vander & Keep, 2002; Mendelsohn, 2004).

특히 1인 창업가의 특성을 가지고 있는 네트워크 마케팅 독립사업자의 경우는 일반 제조, 서비스기반의 1인 창업자의 특성과는 다소 다른 유형을 가지고 있다. 일반적인 제조, 서비스기반의 1인 창업자의 경우는 기술적 역량, 전략적 역량, 관리적 역량이 경영성파에 유의한 영향을 미치며, 네트워크 역량은 경영성파에 크게 반영되지 못하지만, 네트워크 마케팅 독립사업자의 경우는 네트워크 역량은 필수적인 역량 중 하나이며 제조, 서비스 기반의 창업에서는 네트워크 역량을 통하여 업무의 효율이나 기회제공의 확대 등과 증진을 모색할 수 있다(김창봉·이승현, 2017). 그 외 개인적 특성, 창업과정 특성, 창업준비특성, 심리적 특성, 경험특성, 창업지원제도 등이 경영성파에 영향을 주는 주요 요인으로 나타났다(McClelland, 1961; Ronstadt, 1987; Stuart & Abetti, 1987; Begley & Boyd, 1987; Gartner, 1989; Vesper, 1990; Baum & Singh, 1994; Cooper & Gascon, 1990; 정갑수·설병문, 2016).

창업에 대한 성과는 창업자가 가지고 있는 창업의지, 창업인식 뿐만 아니라 기업가정신이 대표적으로 주요 영향요인으로 작용하며, 기업의 성과에도 매우 유의한 영향요인으로 작용한다(Peterson & Berger, 1971; Schollhammer, 1982; Zahra, 1991; Burgelman, 1991; Smart & Conant, 1994; Zahra & Covin, 1995). 기업가적인 행동이 경쟁적 우위를 획득하고 재무적 성과에 중요한 요인으로 작용하고(Peterson & Berger, 1971; Zahra, 1991), 제품과 공정혁신을 촉진하고(Burgelman, 1991), 기업자적 역량을 구축하거나 새로운 지식을 창출해나가는 효과를 가지는 것으로 언급하였다(Smart & Conant, 1994; Zahra & Covin, 1995). 기업의 저위험, 저부가가치의 수익구조를 고부가가치, 고위험 수익구조로 전환할 때 기업가정신의 역할의 중요성이 높으며, 기업외부의 환경요인, 기업 내부의 조직요인이 재무적 성과 뿐만 아니라 사회적 성과에 영향요인으로 기업가 지향성이 조절효과로 작용하기도 하였다(Lumpkin & Dess, 1996).

따라서 본 연구에서는 한국형 네트워크 마케팅의 선두주자라 할 수 있는 ‘에터미’의 네트워크 마케팅 독립사업자들을

대상으로 창업가의 개인적, 배경적 특성이 기업가정신을 통하여 경영성파를 향상시킬 수 있는 방안을 모색해보고자 함이 주요 연구의 목적이다. 이를 한국 내 부정적인 시각으로 인한 네트워크 마케팅 독립사업자들의 소극적이고 위축되어 있는 사업 행태에서 벗어나 보다 의지적이고 기업가적 성향을 가진 개인 사업가로서의 자질 향상방안으로 기업가정신의 중요성을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 창업가 특성과 기업가정신간의 관계

창업의 의미는 시대에 따라 그 의미가 달라진다. 현재 우리나라에서는 경기침체, 청년실업 증가, 노령화, 고용불안정과 더불어 평생직장이라는 개념이 사라지는 추세여서 창업에 대한 의지가 강해지고 있으며, 창업이 새로운 직업을 가지게 되는 하나의 도전적인 요소로 작용하고 있다(Carter et al., 2003).

1980년 이후 활발하게 연구된 기업의 창업가 특성은 성공한 창업가들은 남다른 특성을 가지고 있을 것이라는 전제하에 이루어졌으며, 그 요소로 기업가의 성취욕구, 위험감수성, 혁신성, 적극성, 성취욕구와 같은 심리적 특성, 창업경험, 성공경험이나 이전 직장과의 연관성과 같은 경험적인 특성, 창업가의 네트워크와 같은 배경적인 요인들이 크게 작용하여 경영성파를 이끄는 것으로 나타났다(Schumpeter, 1934; McClelland, 1961; Sexton & Bowman, 1985; Roure & Madique, 1986; Sandberg & Hofer, 1987; Chrisman et al., 1998).

또한 창업가의 사회적 위상에 위한 긍정적인 인식이 창업활성화에 영향을 미치며, 창업에 대한 전문적인 지식이 요구되며, 창업을 해본 경험이 있는 경우 또 다시 창업을 선택하는 경우가 많으며, 이러한 과거의 창업의 경험은 이전에는 가지지 못했던 새로운 시안들을 바라보는 안목, 기회를 제공하며 창업에 대한 자신감을 더욱 강화시켜주는 것으로 나타났다(Crant, 1996; Mydans, 2001).

또한 직업을 선택하는데 혁신추구, 재무성취, 롤모델 추구, 독립성, 타인의 인정, 개인의 자아실현들이 선택하는데 영향을 주며, 창업을 하는데 개인적인 특성이 매우 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며, 창업에 영향을 주는 개인적 특성은 성취감, 위험감수 의지, 불확실성의 감수, 자기관리에 대한 요구 뿐만 아니라 창업전의 직업, 가족 배경, 성별, 학력, 인종, 종교 같은 변인이 있으며, 환경적 요인은 가용자원의 규모, 정치적·인적 네트워크, 문화적 동질성과 같은 제반환경과 경제학적 측면의 가용자본, 경제지표, 경제적 침체와 실적과 같은 경제적 환경, 공공기관의 지원과 같은 정치적 지원들이 주요 요인으로 작용한다(Brush, 1992; Fischer et al., 1993; Carter, 1997; Mazzarol et al., 1999).

특히 기업가정신은 창업과 관련된 연구에서 빠지지 않는 연구주제 중 하나이며, ‘Entrepreneurship’을 대한 일본에서 사용

하는 기업가정신(企業家精神)이라는 용어로 경영 행위의 주체가 기업가라는 점에서 많이 사용하고 있다.

창업가의 역할을 혁신성으로 보고 낡은 것을 파괴하고 새로운 것을 창조하는 창조적 파괴자로 보거나, 기업가정신은 사회를 변화시키는 사람의 창의적 행동으로 정의하였다(Schumpeter, 1934). 또한 경제, 사회, 기술, 환경들의 변화가 가속화되는 환경에 맞추어 보다 신속하게 성장할 수 있는 기회를 포착하고 위험을 감수하고, 기회를 도전하여 분별력 있는 의사결정 능력을 포함한 기업성장을 이루기 위해 최고 경영자의 중심적 역할, 또는 창업가들이 갖는 사고체계와 행위 양식으로 균형을 리더십을 바탕으로 사고, 추론, 행동하는 방식을 기업가정신으로 정의하기도 하였다(Chandler, 1977; Drucker, 1985; Stevenson, 1983).

기업가정신은 시대에 따라 다양한 개념으로 변화하고 있다. 그러나 기업가가 환경변화에 창조적으로 적응하기 위한 혁신적인 행동방식으로 정의하며, 이를 통해 불확실한 기업환경속에서 지속적으로 변화를 하여 새로운 사업의 기회를 창출하고 그 과정에서 발생하는 다양한 위험을 감수하며, 새로운 가치를 창조하려는 정신 및 행동의 총체로 정의한다(Schumpeter, 1942). 또한 기업가정신의 하위 구성요인으로는 혁신성, 진취성, 위험감수성(Miller, 1983; Covin & Slevin, 2001)에 자율성, 정책적 저돌성을 추가하기도 하고, 농업기반의 창업자들의 기업가정신에는 사회적 책임, 진정성, 협력성, 도전성, 네트워크역량, 의사소통능력을 포함하기도 하였다(김성규 외, 2016).

이러한 기업가정신은 창업의 결정에 영향을 주는 요인으로 작용하며, 창업자의 심리적 특성, 행위적 특성, 배경적 특성, 역량적 특성들이 사업기회를 포착하는데 도움이 되는 것으로 나타났으며, 심리적 특성은 성취동기, 위험감수성, 모호함에 대한 인내성향, 통제위치, 자기효능감과 같은 변인이며, 행위적 특성은 창업동기, 실패 가능성이나 위험에 대한 대처노력, 신뢰성과 같은 변인이 적용되며, 배경적 특성으로는 가정환경, 교육수준, 성별, 연령, 경력으로 나누며, 역량특성은 개발역량, 관리역량, 사회적 역량으로 분류하였다(Lumpkin & Dess, 1996).

그 외 창업자의 배경특성으로는 사업동기, 가족지향, 여가지향, 성취지향, 부모의 역할모델 등도 주요 요인으로 인식하는 연구도 있었다(설병문·홍효석, 2013; 강성일 외, 2007; Getz & Carlsen, 2000).

따라서 창업자에 대한 개인적 특성, 배경적 특성은 기업가정신과 경영성과를 이끄는 요인이며, 본 연구에서 독립변수로 채택하여 다음과 같은 연구를 위해 가설을 설정하였다.

가설 1: 독립사업자의 창업자 개인특성은 기업가정신에 영향을 줄 것이다.

가설 2: 독립사업자의 창업자 배경특성은 기업가정신에 영향을 줄 것이다.

2.2 창업가 특성, 기업가정신과 경영성과간의 관계

기업의 경영성과는 일반적으로 재무성과의 건전성을 확인할 수 있는 재무상태표나 손익계산서를 의미한다. 당기순이익, 투자수익률, 매출액, 단위당 원가 등과 같은 재무적 측정치는 총체적이면서 시간적으로 지연된 정보를 제공하고 있기 때문에 미래 경영성과를 설명하는데 예측능력이 부족하며, 경영자로 하여금 단기적인 시각에 집착하게 하는 경향이 있고, 그리고 조작하기 쉽다는 단점이 있기 때문에 비재무적 측정치를 함께 사용하는 경우가 많다(이창대·김순기, 2005).

이렇게 재무적 측정치를 보완하기 위해 등장한 것이 바로 균형성과표(Balanced Score Card, BSC)인데, 이것은 1992년에 Robert Kaplan 하버드 비즈니스스쿨 교수와 David Norton 컨설턴트에 의해 기업의 성과를 바라보는 균형 있는 시각을 제공할 목적으로 공동 개발되었다. BSC의 비재무적측정치로는 고객관점, 내부 비즈니스 프로세스 관점, 그리고 학습과 성장의 관점이 있다(Kaplan & Norton, 1992). 비재무적측정 지표는 품질, 사이클 타임, 혁신, 종업원 만족 및 고객만족도 등으로 제시하며, 이러한 비재무적 요소가 기업의 가치와 재무적인 성과에까지 직접적인 연관을 갖는다는 사실이 입증되고 있음을 강조한다(조현연·장구효, 2006).

그러나 본 연구에서는 지표기반의 실제 측정치를 사용한 것이 아니라 연구 참여자들이 스스로 인지하는 수준의 결과를 계량화하여 사용하였다. 그래서 인지된 경영성과의 측면으로 경영성과를 확인하였다.

경영자는 불확실한 상황에서 위험을 감수하며 새로운 상품과 서비스를 창출하기 위한 기회를 추구하며, 기업 운영에 필요한 자원을 적극적으로 모색하고 지원하며(McClelland, 1961; 박상문·배종태, 1998; Baron & Shane, 2005; 유미림 외, 2011), 개인적 특성, 개인의 지각, 낙관주의론, 높은 자존감의 중요성이 성공적인 기업가의 위험한 상황에서 기회를 발견하게 한다(Sarasvathy et al., 1998). 또한 소자본 창업의 경우 기업자의 개인적 특성, 마케팅 관리, 경영목적 등이 재무적 비재무적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다(조준화·김찬중, 2011).

창업가의 기업가정신이 재무적, 비재무적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났으며(Chen et al., 2007; Zahra, 1991; 지용희·김정포, 2005; 김영조, 2002; 김영수·노상부, 2011; Baron & Shane, 2005; McClelland, 1961; 박상문·배종태, 1998; 유미림 외 2011), 창업 시장의 정보와 경영성과간의 관계, 리더십, 자기효능감과 경영성과간의 관계에 대한 기업가정신의 매개효과가 존재하는 것으로 나타났다(정대용·유봉호, 2009; 임진혁·이장희, 2017).

국내연구의 경우 창업가의 특성과 기업성과간의 관계연구는 창업가의 심리적 특성, 창업가의 경험특성, 개인특성, 환경적 특성, 국제 환경적 특성과 기업성과간의 관계 뿐만 아니라 기업가정신과 경영성과간의 관계는 매우 많이 연구되어 있으며

(김범성, 2012; 장성희, 2012; 함성필, 2014; 장성희 외, 2014; 황인규 외, 2017), 대부분이 제조기반의 창업, 시니어 창업, 여성 창업, 소규모 창업에 대한 내용으로 네트워크 마케팅 독립사업자에 대한 연구는 거의 없었다.

이러한 점에서 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자의 특성, 기업가정신과 경영성과간의 관계를 알아보기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

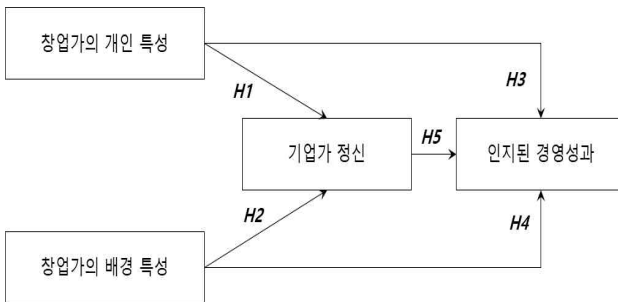
가설 3. 독립사업자의 창업자 개인특성은 인지된 경영성과에 영향을 줄 것이다.

가설 4. 독립사업자의 창업자 배경특성은 인지된 경영성과에 영향을 줄 것이다.

가설 5. 독립사업자의 기업가정신은 인지된 경영성과에 영향을 줄 것이다.

2.3 연구모형 및 자료처리방법

앞에서 이론적 고찰과 가설을 중심으로 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자의 개인 특성, 배경특성, 기업가정신 및 경영성과에 대해 선행연구를 언급하였고, 인구통계학적 특성과 창업자의 개인특성, 배경특성, 기업가정신, 경영성과 변수들간의 관계를 토대로 본 연구에서는 그림 1과 같은 연구모형을 구축하였으며 측정변인들의 구성은 표 1과 같다.



<그림 1> 연구모형

연구모형을 검증하기 위하여 다음과 같이 자료처리방법을 실시하고자 한다.

첫째, 모든 분석은 SPSS 22.0 for windows를 이용하여 분석한다.

둘째, 측정된 변인에 대해서 탐색적인 요인분석을 통해 주 성분분석에 의한 공통요인을 추출하며, 고유치 1.0이상, Varimax 회전방식을 통하여 분석한다.

셋째, 추출된 요인들을 통하여 신뢰성 분석을 실시하여 Cronbach's Alpha계수를 측정한다.

넷째, 추출된 요인을 중심으로 변인들간의 연관성을 알아보기 위하여 피어슨의 상관계수를 측정하였으며, 연구모형의 가설 검정을 위해서는 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 모든 분석의 유의수준 $\alpha=.05$ 이다.

<표 1> 설문지의 구성 및 조작적 정의

측정항목	하위항목 및 조작적 정의	연구자(년도)	
인구특성	성별, 결혼여부, 연령, 학력, 월평균매출, 사업경력, 다른 직업 유무, 사업명, 관리고객수, 활동지역	연구자 작성	
창업에 대한 개인적 특성	창업인식	창업자 또는 사업자가 갖고 있는 창업에 대한 인식	Lumpkin, Dess (1996)
	창업 효능감	사업 활동을 하는데 있어 능동적이고 자발적인 주체로서 사업관리를 하고 있는지에 대한 사업자로서의 자기 신념	
	성취욕구	어떤 목표에 도달하기 위하여 또는 그 자신을 더 나은 상태로 개발하기 위해 취하는 모험성, 계획성, 적극성, 추진력 등을 포괄하는 개념	
	자기 효능감	창업효능감 보다는 상대적으로 응답자의 개인의 특성에 가까우며, 자기 자신에게 갖는 자기 신념, 확신	
	통제위치	개인이 사업 활동을 수행하는 과정에서 접하는 현상과 직면하는 사건들에 대해 그것을 통제해서 영향력을 미칠 수 있는지, 또 그 통제의 정도	
창업에 대한 배경적 특성	개인 네트워크	창업자 또는 사업자의 개인적인 인적 네트워크	Chrisman et al. (1998)
	성공적 역할모델	사업 활동과 관련해 창업자 또는 사업자에게 창업을 하도록 장려하거나 긍정적인 동기를 부여하는 대상이나 모범, 즉 롤모델(role model)에 관한 개념	
기업가 정신	혁신성	창업자 또는 사업자가 성장과 발전을 추구하고, 끊임없이 변화를 추구하고, 창조적이고 독창적인 아이디어를 창출하면서 또 잘 수용하는 특성	Miller(1983) Covin & Stevin(1991) 김성규 외 (2016)
	진취성	창업자 또는 사업자가 시류를 잘 파악하면서 미래지향적, 발전적으로 사고하며, 경쟁사 또는 경쟁자와 경쟁에 있어 의지적, 적극적으로 행동하는 것	
	위험 감수성	창업자, 사업자가 위험을 예측하고 통제하는 능력으로서 환경변화에 대응해 불확실한 성과에도 불구하고 새로운 사업기회를 적극적으로 탐색하고 추구하는 태도	
	사회적 책임	창업자, 사업자가 이윤을 극대화 하는 과정과 그 결과에 있어서 개인의 삶뿐만 아니라 사회적 삶에 대해 취하는 책임의식과 자세	
	진정성	창업자 또는 사업자가 그 사업을 행함에 있어 자신의 정체성을 투영하는 정도	
	협력성	창업자, 사업자가 이끄는 조직 구성원이나 함께 하는 동료에게 갖는 동질감에서 비롯된 공동체적 사고와 행동	
	도전성	창업자, 사업자가 새로운 것을 두려워하지 않고 수용하며, 위기 상황에서 자발적이고 능동적으로 새로운 것에 뛰어드는 특성	
	의사소통 능력	타인과의 관계에 대한 개념으로 어떤 창업자나 사업자가 그의 조직 구성원이나 사업적 관계에서 만나는 사람들을 그 자신과 연결 짓는 방법과 능력에 대한 개념	
	네트워킹 역량	창업자 또는 사업자의 사업 활동에서 발생하는 새로운 인적관계 형성에 대한 개념	
	(인지된) 경영성과	(인지적) 재무적 성과	
(인지적) 비재무적 성과		효과성, 수치로 환산될 수 없는 비계량적 성과로 명성, 이미지, 고객충가, 제품 만족도, 신규고객확보율, 구전효과, 제품 이미지, 고객만족도 등	조현연, 강구호 (2006)

<표 2> 연구대상자의 인구통계학적 특성별 분포

특성	구분	빈도	비율(%)
성별	남자	28	23.1
	여자	93	76.9
결혼	미혼	8	6.6
	기혼	98	81.0
	이혼/별거/사별	15	12.4
연령	30대 이하	12	9.9
	40대	43	35.5
	50대 이상	66	54.5
학력	고졸이하	48	39.7
	전문대졸	26	21.5
	대졸이상	47	38.8
전체		121	100.0

<표 4> 매개변인, 종속변인의 탐색적인 요인분석

요인 (고유치)	측정 문항	요인 적재량	alpha	평균 (표준편차)
혁신성 (3.022)	(1) 나는 성장과 발전을 추구한다.	.568	.871	3.81 (0.80)
	(3) 나는 최신 경영방법을 도입하려고 노력한다.	.771		
	(4) 나는 창의적 마케팅방법을 활용하고자 노력한다.	.750		
	(5) 나는 창조적이고 독창적인 아이디어를 수용한다.	.886		
	(2) 나는 위험을 무릅쓰고 환경변화에 적극 대응한다.	.714		
위험 감수성 (3.990)	(2) 나는 위험이 높더라도 수익이 큰 사업을 선호한다.	.838	.903	3.22 (0.93)
	(3) 나는 기회를 잡기 위해 약진은 무모하더라도 도전한다.	.836		
	(4) 나는 새로운 사업 분야에 적극 진출하려고 노력한다.	.837		
	(5) 나는 아이템에 대한 확신이 들면 과감하게 투자한다.	.753		
	(3) 나는 기부 협찬활동을 꾸준히 실천한다.	.713		
사회적 책임 (1.839)	(6) 나는 지역행사에 참여하고 지원한다.	.675	.647	3.03 (0.92)
	(3) 나는 진심에서 우러나오는 서비스를 한다.	.671		
진정성 (3.040)	(2) 나는 정성을 다해 서비스를 한다.	.778	.884	4.18 (0.66)
	(3) 나는 정직하게 서비스를 한다.	.791		
	(4) 나는 자신의 내면에서 우러나오는 서비스를 제공한다.	.696		
	(1) 나는 공동목표에 참여하고 따른다.	.712		
협력성 (2.427)	(2) 나는 동료들을 배려한다.	.703	.825	4.02 (0.65)
	(3) 나는 우리 조직에서 주어진 책임과 역할을 다한다.	.791		
	(1) 나는 상대방의 입장에서 문제를 이해하려고 노력한다.	.778		
의사 소통 능력 (3.640)	(2) 나는 상대방의 의견에 경청하고, 반응한다.	.551	.878	3.85 (0.65)
	(3) 나는 자유롭게 나의 의견을 제시한다.	.754		
	(4) 나는 여러 가지 방법으로 서로 반대되는 의견을 조정한다.	.819		
	(5) 나는 상대방의 주장과 행동에 관심을 기울인다.	.801		
	(1) 나의 사업 매출액이 지속적으로 증가하고 있다	.835		
재무적 성과 (3.165)	(2) 나의 사업 손익이 지속적으로 증가하고 있다	.806	.902	3.30 (0.85)
	(3) 제품 판매로 인한 매출액은 목표액을 달성하는데 어려움이 없다	.699		
	(1) 우리 사업에 대한 명성이나 이미지는 높아지고 있다	.723		
비재무 성과 (7.948)	(2) 나의 고객의 수가 지속적으로 증가하고 있다	.783	.947	3.90 (0.64)
	(3) 나의 고객의 제품에 대한 만족도가 증가하고 있다	.847		
	(4) 기존 고객 유지율이 높아지고 있다	.686		
	(5) 신규고객 확보율이 높아지고 있다	.668		
	(6) 나의 단골고객이 늘어나고 있다	.697		
	(7) 나의 제품에 대한 고객들의 추천효과가 높은 편이다	.662		
	(8) 나는 고객으로부터 항상 다양한 피드백을 받고 있다	.606		
	(9) 나의 고객의 만족도가 높은 편이다	.766		
	(10) 나의 제품에 대한 광고와 홍보를 꾸준히 하고 있다	.750		
	(11) 나의 제품에 대한 이미지는 타 제품보다 좋은 편이다	.796		
	(12) 우리 제품의 기능효과에 대해 고객의 만족도가 높다	.803		
	(13) 우리 제품의 제품 다양성에 대해 고객의 만족도가 높다	.807		

<표 3> 독립변인의 탐색적 요인분석

요인 (고유치)	측정 문항	요인 적재량	alpha	평균 (표준편차)
창업인식 (4.121)	(1) 창업은 부의 창출과 축적을 가져온다고 생각한다	.712	.891	3.61 (0.96)
	(2) 창업은 일자리는 제공한다고 생각한다	.794		
	(3) 창업은 경제활동인구를 늘린다고 생각한다	.854		
	(4) 창업은 실업문제를 해결한다고 생각한다	.803		
	(5) 창업은 혁신을 바탕으로 이루어지며 신제품을 개발하게 한다고 인식한다	.745		
	(6) 창업은 국가 경쟁력을 강화시킨다고 생각한다	.678		
창업 효능감 (4.517)	(1) 나는 다른 네트워크 독립사업자에 비해 문제를 더 잘 해결한다	.848	.918	3.21 (0.86)
	(2) 나는 다른 네트워크 독립사업자에 비해 자금을 더 잘 관리한다	.839		
	(3) 나는 다른 네트워크 독립사업자에 비해 더 창의적이다	.850		
	(4) 나는 다른 네트워크 독립사업자에 비해 사람들이 나의 의견에 동조하도록 더 잘 설득한다	.837		
	(5) 나는 다른 네트워크 독립사업자에 비해 더 리더에 적합하다	.789		
	(6) 나는 다른 네트워크 독립사업자에 비해 더 결단력이 있다	.728		
성취 욕구 (1.624)	(3) 나는 어려운 일이 생기면 혼신의 힘을 다하여 해결하고자 한다	.723	.651	4.00 (0.69)
	(4) 나는 매사에 열정을 가지고 일을 추진한다	.612		
자기 효능감 (2.804)	(1) 나는 노력만 한다면 내가 하고 싶은 대로 할 수 있다	.777	.822	3.91 (0.61)
	(2) 내가 어떤 계획을 세울 때 대부분 이를 이룰 수 있다고 확신한다	.789		
	(3) 나는 내게 맡겨진 일을 성공적으로 수행할 자신감이 있다	.766		
	(4) 나는 지금 내가 맡고 있는 일보다 더 어려운 일도 충분히 해 낼 수 있다	.611		
통제 위치 (2.692)	(1) 나에게 일어났던 좋고 나쁜 일들은 단순히 운이 아니라 내가 행한 결과로서 일어난 것들이다	.656	.815	3.89 (0.67)
	(2) 어떤 사람이든지 열심히 노력만 한다면 자신이 원하는 것들을 충분히 얻을 수 있다	.826		
	(3) 나는 사업에서의 성공은 운이 아니라 자신의 능력과 노력에 의하여 얻어지는 것이라고 생각한다	.838		
	(4) 나는 내 주변의 변화에 별로 영향을 받지 않는다.	.627		
개인 네트워크 (2.559)	(1) 나는 창업과 관련하여 조언이나 도움을 얻을 수 있는 사람들을 지니고 있다	.642	.835	3.56 (0.79)
	(2) 나는 사업과 관련하여 고민을 털어 놓을 수 있는 사람들을 지니고 있다	.822		
	(3) 사업에 어려운 일이 발생한다면 의지할 만한 친구나 선배들이 있다	.685		
	(4) 사업과정에서 문제가 생기면 의지할 만한 가족이나 친지들을 지니고 있다.	.644		
성공적 역할 모델 (2.941)	(1) 나는 주변에 성공적으로 사업을 하고 있는 사람을 잘 알 수 있다	.681	.869	3.56 (0.92)
	(2) 내가 창업한다면 잘 아는 사람 중에 모델로 삼을 만한 사람이 있다	.812		
	(3) 내 가까운 사람 중에는 창업해서 성공한 사람이 있다	.785		
	(4) 가족들 중에 나의 성공한 역할모델이 있다.	.656		

III. 실증연구

3.1 연구대상

본 연구대상은 애터미 사업자 121명을 대상으로 여자들이 75.8%로 구성되어 남성의 3.3배 많이 구성되었으며 이는 전체 모집단의 비율과 유사한 분포이다. 주로 40대와 50대로 구성되어 있으며, 기혼인 경우가 전체대상자의 81%를 차지하였다. 또한 학력별 분포를 살펴보면, 고졸이하 39.7%, 전문대졸은 21.5%, 대졸은 38.8%로 구성되었다(<표 2>).

각각의 측정항목들의 신뢰도 및 타당도 검사를 위하여 먼저

<표 5> 각 변인들의 상관성

구분	창업가 개인적 특성					창업가 배경적 특성		기업가정신					경영성과		
	창업 인식 (1)	창업 효능감 (2)	성취 욕구 (3)	자기 효능감 (4)	통제 위치 (5)	개인 네트워크 (6)	성공적 역할모델 (7)	혁신성 (8)	위험 감수성 (9)	사회적 책임 (10)	진정성 (11)	협력성 (12)	의사소통 능력 (13)	재무적 성과 (14)	비재무적 성과 (15)
(1)	-														
(2)	.243**	-													
(3)	.275**	.425***	-												
(4)	.299**	.391***	.557***	-											
(5)	.462***	.232*	.329***	.399***	-										
(6)	.285**	.239**	.267**	.327***	.222*	-									
(7)	.414***	.266**	.176	.210*	.284**	.601***	-								
(8)	.373***	.417***	.329***	.384***	.382***	.348***	.355***	-							
(9)	.386***	.507***	.370***	.384***	.261**	.208*	.289**	.542***	-						
(10)	.195*	.227*	.241**	.230*	.091	.465***	.393***	.288**	.441***	-					
(11)	.135	.211*	.415***	.270**	.361***	.315***	.205*	.390***	.268**	.319***	-				
(12)	.268**	.318***	.450***	.332***	.518***	.274**	.220*	.426***	.326***	.136	.509***	-			
(13)	.346***	.283**	.379***	.371***	.369***	.248**	.129	.469***	.409***	.220*	.500***	.572***	-		
(14)	.246**	.442***	.356***	.241**	.211*	.281**	.273**	.445***	.387***	.261**	.311**	.263**	.279**	-	
(15)	.092	.244**	.250**	.075	.243**	.234**	.142	.303**	.147	.106	.475***	.348***	.232*	.552***	-

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

독립변인인 창업자 개인 특성과 배경 특성(표 3), 기업가정신(표 4), 경영성과(표 4)에 대한 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 모든 분석은 고유치 (Eigen value) 1.0이상으로 주성분분석을 통하여 요인을 추출하였다. 또한 직각회전 (Orthogonal rotation) 방식 중 VARIMAX 회전방식을 이용하여 공통요인을 추출하였다.

표 3의 창업자 개인 특성과 배경 특성 (독립변인)에 대한 탐색적 요인분석의 결과, 전체 7개 차원의 요인이 전체 변량의 70.856%를 설명하는 것으로 나타났으며, 표 4의 기업가정신(매개변인)과 경영성과 (종속변인)의 탐색적 요인분석 결과, 전체 8개 차원의 요인이 전체 변량의 74.542%를 설명하는 것으로 나타났다. 또한 독립변인인 창업자 개인특성, 배경특성의 검사지의 신뢰도는 최소 $\alpha = .651$ 에서 최대 $\alpha = .918$ 의 수준이며, 매개변인인 기업가정신은 최소 $\alpha = .647$ 에서 최대 $\alpha = .903$ 이며, 종속변인인 경영성과는 $\alpha = .902$ 이상으로 높은 신뢰도를 확보하였다.

3.4 각 요인간의 상관관계

탐색적인 요인분석에 의해 추출된 각 변인들간의 상관성 (Pearson's Linear Correlation Coefficient)을 살펴본 결과 표 5에서 제시된 바와 같다.

창업자 개인적 특성은 기업가정신과는 최소 $r = .195$ 에서 최대 $r = .518$ 의 정(+)의 상관성을 나타내며, 창업인식과 진정성 간에는 통계적으로 유의한 상관성은 없는 것으로 나타났다.

창업자 배경적 특성과 기업가정신 간의 상관성에서는 최소 $r = .208$ 에서 최대 $r = .465$ 의 정(+)의 상관성이 나타났으며, 성공적 역할모델과 의사소통능력간에는 통계적으로 유의한 상관

성은 없는 것으로 나타났다.

창업자 개인 특성과 배경 특성에 따른 경영성과 중 재무적 성과간의 상관성에서는 최소 $r = .211$ 에서 최대 $r = .442$ 의 정(+)의 상관성이 나타났으며, 비재무적 성과간의 상관성에서는 창업효능($r = .244$), 성취욕구($r = .250$), 통제위치($r = .243$), 개인 네트워크($r = .234$)에 대해서만 낮은 정(+)의 상관성이 나타났으며, 창업자의 개인특성 중 창업인식, 자기효능감, 배경특성 중 성공적 역할모델간에는 통계적으로 유의한 상관성은 없는 것으로 분석되었다.

기업가정신과 경영성과 간의 상관성에서는 재무적 성과는 최소 $r = .261$ 에서 최대 $r = .445$ 의 정(+)의 상관성이 나타났으며, 비재무적 성과간의 상관성에서는 혁신성($r = .303$), 진정성($r = .475$), 협력성($r = .348$), 의사소통 능력($r = .232$) 간의 정(+)의 상관성이 나타났으며 위험감수성과 사회적 책임과는 통계적으로 유의한 상관성은 없는 것으로 나타났다.

3.5 연구모형의 가설검증

네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자의 개인특성, 배경특성, 기업가정신, 경영성과간의 관계에 대한 연구모형을 검증은 2단계에 의한 다중회귀분석을 통하여 실시하였다. 이론적인 근거를 배경으로 창업가의 개인특성과 배경특성이 기업가정신을 통하여 경영성과에 대한 영향력을 연구하는 모형으로 첫째, 독립변인으로 창업가의 개인특성, 배경특성을 투입하고 종속변인으로 기업가정신을 투입하여 다중회귀분석을 실시하며(가설1, 가설2), 둘째, 독립변인으로 창업가의 개인특성, 배경특성, 기업가정신을 투입하고 종속변인으로 인지된 경영성과를 투입하여 분석하는 방법으로 진행된다(가설3, 4, 5).

<표 6> 창업자의 개인 특성, 배경 특성의 기업가정신에 대한 다중회귀분석 결과

	혁신성		위험감수성		사회적 책임		진정성		협력성		의사소통능력	
	β	t	β	t	β	t	β	t	β	t	β	t
창업인식	.127	1.371	.219	2.417*	.024	.244	-.135	-1.393	-.037	-.418	.193	1.990*
창업효능감	.240	2.715**	.355	4.100***	.062	.666	.009	1.103	.111	1.299	.095	1.031
성취욕구	.027	.281	.088	.919	.104	1.012	.329	3.244**	.278	2.956**	.158	1.557
자기효능감	.115	1.154	.140	1.439	.042	.405	-.064	-.613	-.058	-.607	.102	.978
통제위치	.161	1.753†	-.023	-.253	-.107	-1.109	.290	3.031**	.421	4.739***	.179	1.867†
개인네트워크	.118	1.187	-.067	-.685	.319	3.032**	.220	2.113*	.124	1.282	.158	1.517
성공적역할모델	.093	.905	.106	1.050	.178	1.640	-.001	-.010	-.024	-.244	-.171	-1.594
R	.580		.601		.512		.526		.614		.524	
R ² (Adj.R ²)	.336(.295)		.362(.322)		.262(.216)		.277(.232)		.377(.339)		.275(.230)	
F(p)	8.171***(.000)		9.146***(.0000)		5.724***(.000)		6.178***(.000)		9.786***(.000)		6.109***(.000)	

†p<.10 *p<.01 **p<.01 ***p<.001

3.5.1. 창업자 개인특성, 배경특성과 기업가정신 간의 관계

네트워크 마케팅 독립사업자의 창업가의 개인특성, 배경특성과 기업가정신간의 관계에 대한 가설1, 가설2의 검증 결과, 표 6에서 제시한 바와 같이 기업가정신 중 혁신성은 창업에 대한 효능감(β=.240, p<.01)과 통제위치(β=.161, p<.10)에 대한 인식이 강할수록 높아지며, 위험감수성은 창업인식(β=.219, p<.05)과 창업효능감(β=.355, p<.001)이 높을수록 향상되는 것으로 나타났다. 독립사업자들이 상대적으로 낮은 인식을 가지는 사회적 책임은 개인네트워크(β=.319, p<.001) 수준이 높을수록 강해지는 것으로 나타났으며, 진정성은 성취욕구(β=.329, p<.01)과 통제위치(β=.220, p<.05), 개인네트워크수준(β=.220, p<.05)이 높아질수록 강해지는 것으로 나타났다. 협력성의 경우는 성취욕구(β=.278, p<.01), 통제위치(β=.421, p<.001)가 강해질수록 높아지는 것으로 나타났으며, 의사소통능력은 창업인식(β=.193, p<.05), 통제위치(β=.179, p<.10)가 높아질수록 강해지는 것으로 나타났다.

각 모형의 설명력은 최소 26.2%에서 최대 37.7%로 나타났으며 모든 회귀모형은 통계적으로 유의하였다. 따라서 가설 1, 가설 2는 채택되었다.

3.5.2. 창업자의 개인특성, 배경특성, 기업가정신과 인지된 경영성과간의 관계

창업에 대한 인식, 기업가정신에 따른 경영성과간의 관계를 살펴보면 표 7에서 제시한 바와 같다. 재무적 성과에 대해서는 창업에 대한 개인적 특성 중 창업효능감(β=.248, p<.05), 기업가정신 중 혁신성(β=.226, p<.05)이 통계적으로 유의한 영향력을 미치며, 비재무적 성과에 대해서는 창업에 대한 개인적 특성 중 자기효능감(β=.203, p<.10)과 기업가정신 중 진정성(β=.395, p<.001)이 통계적으로 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

각 모형의 설명력은 재무적성과는 32.5%, 비재무적 성과는 30.7%이며, 모든 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설 4는 기각되었으나, 가설 3, 가설5는 채택되었다.

<표 7> 창업자의 개인특성, 배경특성, 기업가정신의 경영성과에 대한 다중회귀분석 결과

		재무적 성과		비재무적 성과	
		β	t	β	t
창업가 개인 특성	창업인식	.033	.319	-.017	-.168
	창업효능감	.248	2.496*	.159	1.583
	성취욕구	.155	1.444	.070	.642
	자기효능감	-.105	-.996	-.203	-1.901†
	통제위치	-.013	-.119	.064	.597
창업가 배경 특성	개인 네트워크	.067	.602	.143	1.264
	성공적역할모델	.034	.305	-.062	-.552
기업가정신	혁신성	.226	2.093*	.141	1.287
	위험감수성	.070	.611	-.042	-.361
	사회적 책임	.018	.174	-.086	-.828
	진정성	.111	1.054	.395	3.687***
	협력성	-.056	-.495	.095	.820
	의사소통 능력	-.001	-.010	-.091	-.813
R	.570		.554		
R ² (Adj.R ²)	.325(.243)		.307(.223)		
F(p)	3.965***(.000)		3.644***(.000)		

† p<.10 *p<.01 **p<.01 ***p<.001

이상의 가설검증 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자 개인특성과 기업가정신간의 관계에서는 기업가정신 중 사회적 책임은 창업가의 개인적 특성에 따라서는 향상효과를 기대할 수 없었으며, 혁신성은 창업효능감, 통제위치, 위험감수성은 창업인식, 창업효능감, 진정성과 협력성은 성취욕구, 통제위치, 의사소통능력은 창업인식, 통제위치에 대한 인식이 높을수록 향상되는 효과가 있었다.

둘째, 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자 배경특성과 기업가정신간의 관계에서는 오직 사회적 책임과 진정성에 대해서는 개인네트워크가 높아질수록 향상되는 효과가 나타났다.

이를 통해서 창업가의 특성 중 기업가정신에 긍정적인 영향력을 주지만 개인특성은 혁신성, 위험감수성, 협력성, 의사소통능력의 향상을 기대하지만 사회적 책임은 개인네트워크가 향상됨으로 인하여 더욱 강화되는 효과가 있음을 확인하였다. 그러나 진정성의 경우는 개인적 특성과 배경적 특성이 모두

영향을 주는 주요요인임을 알 수 있었다.

셋째, 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자 개인특성과 인지된 경영성과간의 관계에서는 인지된 재무성과는 개인특성 중 창업효능감 만이 유의한 영향을 주었으며, 배경적 요인을 전혀 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다.

넷째, 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자 배경특성과 인지된 경영성과간의 관계에서는 인지된 비재무성과의 경우는 창업가의 개인특성과 배경특성은 전혀 향상효과를 주지 못하는 요인이었다.

다섯째, 네트워크 마케팅 독립사업자의 기업가정신과 인지된 경영성과간의 관계에서는 인지된 재무성과는 혁신성만이 중요요인으로 작용하며, 인지된 비재무성과에 대해서는 진정성만이 고객으로 하여금 비재무적인 성과를 이끌어내는 것으로 나타났다.

즉, 네트워크 마케팅 독립사업자의 경우는 경영성과 향상을 위해서는 자신이 가지고 있는 개인특성은 창업효능감 만이 직접적으로 재무성과에 향상을 주었으며, 기업가정신 중 혁신성을 통하여 재무성과를 향상시키는 것으로 나타났다.

반면, 비재무적 성과에 대해서는 창업가의 개인특성과 배경특성은 전혀 영향을 주지 못하며, 기업가의 진정성이 유일하게 비재무적 성과를 이끌어내는 효과를 확인하였다.

IV. 결론 및 시사점

본 연구는 네트워크 마케팅 독립사업자의 창업자 개인 특성과 배경 특성이 경영성과에 미치는 영향을 알아보기 위함으로 국내 네트워크 마케팅 독립사업자인 애터미 사업자들을 대상으로 연구를 진행하였다.

네트워크 마케팅 사업자의 특수성으로 인하여 일반 창업자와는 다른 양상이 존재함을 확인하였다. 소자본창업자의 경우는 기업가정신 중 진취성과 안전추구성은 재무성과에 영향을 주며, 위험감수성이 추가되어 비재무적인 성과에도 영향을 향상효과를 주는 것으로 나타났으며(함성필, 2014), 프랜차이즈 가맹점 창업의 경우는 성취욕구, 진취성이 경영성과에 영향을 주었으며, 일반점포 창업의 경우는 성취욕구와 혁신성이 경영성과에 주요한 영향요인으로 작용하는 기업가정신인 것으로 나타났다(최명길 외, 2012). 그러나 네트워크 마케팅 독립사업자의 경우는 혁신성은 재무적 성과를, 진정성은 비재무적인 성과를 이끄는 내는 기업가정신으로 나타났다.

이렇듯 네트워크 마케팅 독립사업자가 능동적이고 자발적 주체로서의 사업가적 신념을 갖고 직면하는 사업적 현상에 민감하게 파악하고 혁신적으로 대응할수록 재무적 성과를 이끌어내며, 고객에게 진정성이 가미된 마케팅을 할수록 비재무적 성과에 긍정적 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

본 연구결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 네트워크 마케팅 독립사업자의 재무적 성과를 향상하기 위해서는 혁신성이 고취되어야 한다. 이러한 혁신성은 창

업효능감과 통제위치 수준이 높을수록 혁신성이 높아지는 것으로 나타났다. 즉, 자신이 창업한 사업에 대해서 운보다는 능력과 자질을 갖추어 주변의 변화를 잘 파악해서 보다 진취적인 사고를 할 수 있도록 많은 노력을 기울여야 하며, 문제 해결능력이나 자금관리능력, 타인의 의견에 대한 동조능력, 자신의 의견에 대한 설득력과 결단력이 함께 보유하고 있어야 한다.

둘째, 재무적 성과보다 높게 나타난 비재무적 성과는 기업가정신 중 진정성의 향상으로 인해 강화할 수 있는 것으로 나타났다. 진정성은 성취욕구, 통제위치, 개인네트워크와 같은 창업인의 개인 특성 뿐만 아니라 배경 특성의 향상이 동반되었을 때 더욱 진정성이 향상되어 비재무적 성과로 이어지는 것으로 나타났다.

이상의 결과는 현재 우리나라의 네트워크 마케팅 독립사업자들은 창업적인 교육보다는 제품마케팅이나 제품의 효능에 대한 교육에 치중하기 때문에 실제적으로 창업에 필요한 창업자적 정신, 즉 기업가정신의 중요성을 크게 인식하지 못함을 보여주고 있다.

네트워크 마케팅 독립사업자들의 개인특성, 환경특성이 다양한 기업가정신에 영향을 주지만 이 요인들이 재무적 성과나 비재무적 성과의 향상에 크게 기여되지 못하는 것은 아직 그들이 기업가로서의 역량을 가지지 못하고 있음에서 기인된 것으로 사료된다.

글로벌 네트워크 마케팅 사업자들의 경우는 사회적 책임적인 요소를 마케팅의 전략으로 사용함으로써 다단계 마케팅이라는 이미지를 벗어나고 보다 가치지향적인 사업으로 기업의 비전을 강화시키는 요소로 활용하기도 한다.

애터미 사업자에 있어서는 기업가적 인식이 전혀 경영성과에 영향을 주는 요인으로 작용하지 못하는 것을 현실에서 기업가정신을 재인식할 수 있도록 하여 이것이 사업자의 성장에 많이 활용될 수 있는 방안이 필요함을 알 수 있다.

네트워크 마케팅 독립사업자들은 위험감수성, 사회적 책임, 협력성, 의사소통능력과 같은 기업가정신을 더욱 강화시킴으로써 위기상황에 대한 적응력, 대응능력 향상 뿐만 아니라, 불확실한 미래에 대한 독단적인 사업운영보다는 유사한 업종간 협력, 동료간에 상호 협업적인 능력을 요구된다.

이들은 개인이 운영하는 독립사업체이기에 독단적인 의사결정하고, 판단의 오류로 작용하는 시행착오들을 최소화하기 위해서는 보다 주변의 많은 인적 네트워크를 활용하여 서로 의사소통과 정보공유를 하면서 사업의 저변확대 및 불확실한 외부의 환경에 대한 정보획득에도 적극적인 행동을 해야한다.

따라서 네트워크 마케팅 독립사업자 영역에서는 판매자가 자기중심적 사고보다는 진정성에 기초한 감동과 신뢰를 바탕으로 한 소비자중심의 사고로 고객에게 접근할수록 보다 효과적인 마케팅 전략이 될 수 있고, 사업에 대한 애착이나 열정을 통해 그 자신의 정체감과 사업자적 정체감을 일치 또는 잘 조화시킬 수 있는 사람일수록, 사업관리의 질적인 영역에 긍정적인 발전을 기대할 수 있을 것으로 기대된다.

REFERENCE

- 강성일·오상훈·정병웅(2007). 제주지역 중소관광기업가의 사업동기와 배경특성에 대한 탐색적 연구, *관광학연구*, 31(3), 135-152.
- 김범성(2012). 창업가의 심리적 특성과 기업가정신에 관한 연구-과정보형을 중심으로, *유라시아 연구*, 9(1), 119-152.
- 김성규·박상혁·박정선·설병문·손은일(2016). 6차산업 기업가정신 지표개발, *벤처경영연구*, 11(3), 63-76.
- 김영수·노상부(2011). 한약제조유통산업의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향: 지식경영프로세스의 매개효과, *상업교육연구*, 25(1), 85-112
- 김영조(2002). 기업가적 전략과 재무성과의 관계에 관한 연구: 경영환경 및 조직구조와의 적합관계를 중심으로, *전략경영연구*, 5(1), 69-89.
- 김창봉·이승현(2017). 창업지원제도가 1인 창업자의 행동특성에 따라 창업기업 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, *벤처창업연구*, 12(2), 41-54.
- 박상문·배종태(1998). 우리나라 벤처기업의 네트워크 활동 특성: 영향요인 및 성과간의관계 분석, *기술경영경제학회*, 6(2), 101-121.
- 설병문·홍효석(2013). 창업자 특성과 사업기회의 상황 간에 관한 연구, *벤처창업연구*, 8(1), 19-28
- 오세조(1996). *시장지향적 유통관리*, 박영사.
- 유미림·김영신·배종석(2011). 중소기업의 혁신형 인적자원관리와 조직성과: 조직에 대한 신뢰와 CEO의 기업가정신의 역할, *인사조직연구*, 19(4), 1-54.
- 이창대·김순기(2005). 성과평가 및 보상제도에서 성과측정치에 관한 실증연구, *대한경영학회지*, 18(1), 267-296.
- 임진혁·이장희(2017). 변혁적 리더십과 자기효능감이 정성적 성과에 미치는 영향, *한국창업학회지*, 12(2), 278-303.
- 정갑수·설병문(2016). 소상공인 지원제도가 경남지역 소상공인 경영성과에 미치는 영향, *벤처창업연구*, 11(2), 221-232
- 정대용·유봉호(2009). 시장정보와 경영성과간에 기업가정신의 매개역할에 관한 연구, *대한경영학회지*, 22(4), 749-775.
- 조준희·김찬중(2011). 소자본 창업의 경영성과요인에 관한 탐색적 연구, *대한경영학회지*, 24(3), 1757-1773.
- 조현연·강구효(2006). 고객만족수준이 재무성과에 미치는 영향, *재무회계정보저널*, 6(2), 73-104.
- 지용희·김정포(2005). 한국벤처기업의 국제화 성공요인에 관한 사례 연구, *서강경영논총*, 16(2), 349-365.
- 장성희(2012). 창업가의 특성, 환경적 특성과 사회적 기업가 정신이 사회적 기업의 성과에 영향을 미치는 요인, *경영연구*, 27(3), 223-245.
- 장성희·김희자·반성식(2014). 여성창업가 특성, 조직문화가 기업가 정신 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, *생산성논집*, 28(1), 187-215.
- 최명길·심재후·김명기(2012). 프랜차이즈 가맹점 창업자의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향, 73, *경영교육연구*, 1-18.
- 함성필(2014). 소자본 창업가의 개인특성, 기업가정신 및 성과에 관한 연구: 부산지역 디저트카페 창업자를 중심으로, *동북아관광연구*, 10(4), 103-122.
- 황인규·이우진·김도현(2017). 제조업분야 창업가의 기업가 정신과 경험 특성이 기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구, *한국창업학회지*, 12(4), 189-214.
- Baron, R., & S. Shane.(2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*, 1st Edition,
- Baum, J. A., & Singh, J. V.(1994). *Evolutionary dynamics of organizations*, Oxford University Press, Oxford.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P.(1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses, *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93.
- Brush, C. G.(1992). *Factors Motivating Small Companies to Internationalize: The Effect of Firm Age*, Unpublished Doctoral dissertation, Boston University.
- Burgelman, R. A.(1991). Intra organizational ecology of strategy making organizational adaption: Theory and field research, *Organizational Science*, 2, 239-262
- Carroll, R. T.(2003). *The Skeptic's Dictionary: A Collection of Strange Beliefs, Amusing Deceptions, and Dangerous Delusions*, John Wiley & Sons, 235-36. ISBN 0-471-27242-6. Archived from the original on June 26, 2009. Retrieved June 29, 2009.
- Carter, N. M.(1997). *Entrepreneurial processes and outcomes: the influence of gender*, In: Reynolds, P.D., White, S.B.(Eds.), *The Entrepreneurial Process*. Westport, CT: Quorum Books, 163-178.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J.(2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.
- Chandler, A.(1977). *The Visible Hand. London and Cambridge, MA: The Belknap Press*.
- Chee, Y., H., & Kim, J. P.(2005). A Case Study on the Success Factors of Internationalization of Korean Business Ventures, *Sogang Journal of Business*, 16(2), 349-365.
- Chen, C., Tzeng, L., Ou, W., & Chang, K.(2007). The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures, *Contemporary Management Research*, 3(3), 213-232.
- Cho, H. Y., & Kang, K. H.(2006). An Empirical Research of Financial Results on the Level of Customer Satisfaction, *Journal of Finance and Accounting Information*, 6(2), 73-104.
- Cho, J. H., & Kim, C. J.(2011). A Study on Management Performance Factors on the Small and Micro Business, *Korea Journal of Business Administration*, 24(3), 1757-1773.
- Choi, M. G., Shim, J. H. & Kim, M. G.(2012). A Study on the Factors of Franchisee's Entrepreneurship Influencing Business Performance, *Korean Business Education Review*, 73, 1-18.
- Chung, D. Y., & Yoo, B. H.(2009). The Mediating Role of Entrepreneurship between Market Information and Management Performances of the Real Estate Development Company, *Korea Journal of Business Administration*, 22(4), 749-775.
- Chrisman, J. J., Bauer schmidt, A., & Hofer, C. W.(1998). The Determinants of New Venture Performance: An Extended Model, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Fall, 5-29.
- Clegg, Brian.(2000). *The invisible customer: strategies for successive customer service down the wire*, Kogan

- Page.
- Cooper, A. C., & Gascon, F. J.(1990). *Entrepreneurs, processes of founding, and new-firm performance*, Institute for Research in Behavioral, Economic, and Management Sciences, Krannert Graduate School of Management, Prudue University, Indiana.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1991), A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1), 7-24.
- Crant, J. M.(1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions, *Journal of Management*, 29(3), 62-74.
- Debra, A. V.(1998). "Pyramid Schemes". *FTC*. Archived from the original on December 16, 2013. Retrieved June 24, 2009.
- Drucker, P. F.(1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*, New York: Harper & Row.
- Fischer, E. M., Reuber, A. R., & Dyke, L. S.(1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 8(2), 151-168.
- Gartner, W. B(1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics, *Entrepreneurship theory and practice*, 14(1), 27-37.
- Getz, D., & Carlsen, J.(2000). Characteristics and goals of family and owner-operated business in the rural tourism and hospitality sectors, *Tourism Management*, 21(6), 547-560.
- Hahm, S. P.(2014). The Study of Personal Characteristics, Entrepreneurship, Business Performance of the Limited Capital Entrepreneur: Focus on Busan Region, *Northeast Asia Tourism Research*, 10(4), 103-122.
- Higgs, P. & Smith, J.(2007). *Rethinking Our World*. Juta Academic. 30.
- Hwang, I. K., Lee, W. J., & Kim, D. H.(2017). A Study on the Impact of Entrepreneurship and Experience on the Firm's Performance in Manufacturing Industry, *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 12(4), 189-214.
- Im, J. H., & Lee, J. H.(2017). The Relationship between Transformational Leadership and Self-Efficacy and Organizational Performance.: Focus on the Mediating Effects of Entrepreneurship, *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 12(2), 278-303.
- Jang, S. H.(2012). The Effects of Entrepreneurs and Environmental Characteristics, Social Entrepreneurship on the Performance of Social Enterprise, *Journal of Business Research*, 27(3), 223-245.
- Jang, S. H., Kim, H. J., & Bhan, S. S.(2014). The Effects of Women Entrepreneurs Characteristics, Organizational Culture, and Entrepreneurship on Business Performance, *Productivity review*, 28(1), 187-215.
- Jeong, G. S., & Seol, B. M.(2016). A study on the Effects of Small Business Managerial Performance with Small Business Support Systems in Gyeongnam, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(2), 221-232.
- Kang, S. I., Oh, S. H., & Chung, B. U.(2007). Research Articles: The Business Motivation and Background Characteristics of Small and Medium-sized Tourism Entrepreneur in Jeju, *Journal of Tourism Sciences*, 31(3), 135-152.
- Kaplan, Robert S., & David, Norton.(1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kim, B. S.(2012). Theses: Economics and Administration Session; A Study on the Entrepreneur's Psychological Traits and Entrepreneurship: Focus on the Process Model, *The Review of Eurasian Studies*, 9(1), 119-152.
- Kim, S. G., Park, S. H., Park, J. S., Seol, B. M. & Son, E. I.(2016). Development of Index about the sixth Industrial Entrepreneurship, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(3), 63-76.
- Kim, C. B., & Lee, S. H.(2017). A Study on Influence of Entrepreneur Behavior Characteristics on Business Performance According to the Entrepreneurial Support System, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(2), 41-54.
- Kim, Y. J.(2002). The Moderating Effects of Environmental Dynamism and Centralized Structure on the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Financial Performance, *Journal of Strategic Management*, 5(1), 69-89.
- Kim, Y. S., & Noh, S. B.(2011). The Effects of the Entrepreneurship on Enterprise Performance in the Oriental Medicine Industry: Focusing on the Mediated Effects by Knowledge Management Process, *The Journal of Business Education*, 25(1), 85-112.
- Kitching, T.(2001). *Purchasing scams and how to avoid them*. Gower Publishing Company, ISBN 0-566-08281-0.
- Lee, C. D., & Kim, S. K.(2005). An Empirical Investigation on the Use of Measures in Performance Measurement and Reward Systems, *Korean Journal of Business*, 18(1), 267-296.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance, *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V.(1999). Factors influencing small business start-ups: a comparison with previous research, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63
- McClelland, D.(1961). *The achieving society*, Princeton, NJ, Van Nostrand.
- Mendelsohn, M.(2004). *The guide to franchising*, Cengage Learning Business Press, 36. ISBN 1-84480-162-4.
- Miller, D.(1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770-791.
- Mydans, S.(2001). *Singapore, hoping for a baby boom, makes sex a civic duty*, NY Times (April 21).
- Oh, S. J.(1996). *Market-oriented distribution management*, Parkyeongsa.
- Park, S. M., & Bae, J. T.(1998). Entrepreneurial Networking of High-tech Ventures in Korea: Relationships with Influencing Factors and Performance, *Journal of*

- Technology Innovation*, 6(2), 101-121.
- Peterson, R. J., & Berger, D.(1971). Entrepreneurship in organizations, *Administrative Science Quarterly*, 16, 97-106.
- Ronstadt, R.(1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning, *American Journal of Small Business*, Spring, 37-53
- Roure, J. B., & Madique, M. A.(1986). Linking Prefunding Factors and High-Technology Venture Success: An Exploratory Study, *Journal of Business Venturing*, 5, 201-220.
- Sandberg, W., & C. Hofer(1987). Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure, and the Entrepreneur. *Journal of Business Venturing*. 2, 5-28.
- Sarasvathy, D. K., Simon, H. A., & Lave, L.(1998). Perceiving and managing business risks: Differences between entrepreneurs and bankers, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 33(2), 207-225.
- Schollhammer, H.(1982). Internal corporate entrepreneurship, *Encyclopedia of entrepreneurship*, 209-223.
- Schumpeter, J. A.(1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA : Harverd University Press.
- Schumpeter, J. A.(1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*, New York: Harper & Row.
- Seol, B. M. & Hong, H. S.(2013). A Study on the Business Opportunity Source and Search According to the Characteristic of Entrepreneur, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 8(1), 19-28.
- Sexton, D., & N. Bowman.(1985). The Entrepreneur: A Capable Executive and More, *Journal of Business Venturing*, 1, 129-140.
- Smart, D. T., & Conant, J. S.(1994). Entrepreneurial orientation, distinctive marketing competencies and orientational performance, *Journal of Applied Business Research*, 10(3), 28-38
- Stevenson, H. H.(1983). *A Perspective on Entrepreneurship*. Harvard Business School Background Note, 384-131, 1-13.
- Stuart, R. W., & Abetti, P. A.(1987). Start-up Ventures: Towards the Prediction of Initial Success, *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215-230.
- Vander Nat, P. J., & Keep, W. W.(2002). Marketing fraud: An approach for differentiating multilevel marketing from pyramid schemes, *Journal of Public Policy & Marketing*, 21(1), 139-151.
- Vesper, K. H.(1990). *New venture strategies*, Prentice-Hall, New Jersey.
- Xardel, D.(1993). *The Direct Selling Revolution*, Understanding the Growth of the Amway Corporation, Blackwell Publishing, 1-4.
- Yoo, M. I., Kim, Y. S., & Bae, J. S.(2011). High-Commitment Human Resource Management and Performance in SMEs: The Role of Trust-in-Management and CEO's Entrepreneurship, *Korean Journal of Management*, 19(4), 1-54.
- Zahra, S. A.(1991). Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study, *Journal of Business Venturing*, 6, 259-286.
- Zahra, S. A., & Covin, J. G.(1995). Contextual Influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis, *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.

Influence of Personal Characteristics and Background Characteristics on Entrepreneurship and Perceived Business Performance in Entrepreneurs as Independent Business Owners of Network Marketing

Yoon, Hae Sook*
Song, In Bang**
Kim, Yeon Jong***

Abstract

The purpose of this study was to improve awareness of network marketing business in South Korea, which takes a quite negative view of network marketing, to raise awareness of "starting up a business" as independent business owners, to assist them in building their own subjecthood in network business and entrepreneurial identity, and ultimately to give some suggestions on how to improve their self-directed entrepreneurial competency and the quality of their business management.

To make an empirical analysis of 121 independent business owners of Korean native network marketing, the personal and background variables of the entrepreneurs were selected as independent variables, and entrepreneurship was selected as a mediator variable. The selected dependent variables were financial and non-financial business performances. A multiple regression analysis was conducted by inputting the variables.

The findings of the study were as follows: It produced an effect of more financial performance when the innovation of the independent business owners of network marketing was better, and this innovation was possible to have only when they improved in entrepreneurial efficacy and locus of control. In contrast, only authenticity had an effect on boosting non-financial business performance among the factors of entrepreneurship. To have authenticity, it's necessary to strengthen achievement needs and awareness of locus of control among the personal characteristics of the independent business owners of network marketing. Among the factors of entrepreneurship, there was better authenticity when their personal networks were broader among their background characteristics. In addition, self-efficacy that was one of personal characteristics made a direct contribution to the enhancement of non-financial performance.

As a result, independent business owners of network marketing are required to hold a strong belief in their own business, to be active in business activities and to have a high efficacy as spontaneous principal agents, and they also are required to have more adventurous, planned, active and propulsive achievement needs that enable them to attain the goals of their business and keep moving forward. Besides, they should foster their locus-of-control competency that is to control, endure and be responsible for a variety of phenomena or incidents that they face, and there will be better financial performance or non-financial performance only when they demonstrate their self-belief and confidence and when they have faith in and conviction about themselves.

For independent business owners of network marketing, a consumer-centered thinking that entails authenticity and trustworthiness and touches the hearts of customers is a more effective marketing strategy than an egocentric thinking as sellers when they approach customers. And they are expected to make progress in terms of the quality of business management when their business attachment or enthusiasm is great enough to match their own efficacy with entrepreneurial identity or strike a balance between them.

Keywords: Network marketing, Independent business owner, Entrepreneur characteristics, Entrepreneurship, Business performance.

* First, Master, Gyeongnam National University of Science and Technology, tankrf@hanmail.net

** Corresponding, Professor, Gyeongnam National University of Science and Technology, ibsong@gntech.ac.kr

*** Co-Author, Post Doc., Gyeongnam National University of Science and Technology, kimyeonjong@gnu.ac.kr