

1인 창조기업의 창업동기에 관한 사례연구

심재후¹, 최명길^{2*}

¹중앙대학교 대학원 창업학과
²중앙대학교 사회과학대학 상경학부

A Case Study on Entrepreneurial Motivations of Independent Creative Firms

Jaehu Shim¹ and Myeonggil Choi^{2*}

¹Department of Entrepreneurship, Chung-Ang University

²Department of Business Administration, Chung-Ang University

요약 고용 없는 성장의 지속과 경제 침체는 고용 상황을 악화시키고 있다. 일자리를 창출하고 경제적 격차를 줄이기 위한 대안으로 1인 창조기업이 제시되고 있다. 1인 창조기업 창업동기의 이해는 1인 창조기업의 창업 및 경영과 관련된 교육 프로그램의 개발, 정책 수립의 근거를 제시한다. 따라서 본 연구는 1인 창조기업의 창업동기 모델을 제안하고, 모델을 실증하기 위해서 사례 연구를 실시했다. 연구 결과, 1인 창조기업 창업행동에 영향을 미치는 요인은 개인적 환경, 개인적 특질 등이고, 개인적 환경 중에서는 창업가의 학력, 경험 및 네트워크가 창업에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업 행동을 지속하는 과정은 사업 아이디어 및 목표의 설정, 창업과 경영활동, 사업성과에 따른 내적·외적 보상에 대한 창업가의 평가, 평가에 따른 사업 아이디어 및 목표의 재설정이다. 본 연구의 결과는 1인 창조기업의 교육 프로그램 및 컨설팅 가이드라인 개발, 1인 창조기업에 대한 지원정책 수립 등에 활용될 수 있다.

Abstract Continued jobless growth in economy, coupled with the current economic recession, is aggravating the situation of job market. In order to create more jobs and reduce the economic gap in a society, an independent creative firm of a sole entrepreneurs is suggested as an alternative mean. Understanding entrepreneurial motivations of a sole entrepreneur will be helpful in developing educational programs on starting an independent creative firm and in establishing a relevant government policy. This study, therefore, proposes a new model on entrepreneurial motivations in the independent creative firm and performs case study. The results of the study show that the personal environment and the personal characteristics of entrepreneurs have much effects on motivation of starting the independent creative firms. Among the personal environments, entrepreneurs' educational backgrounds, work experiences, and personal networks have great influences on entrepreneurial motivations. The processes of sustained entrepreneurship involve: (a) the determination of business ideas and goals, (b) the inception of a new business and managerial activities, (c) the entrepreneur's assessment of both intrinsic and extrinsic rewards of business performances, and (d) the adjustment of business ideas and goals in accordance with the results of the assessment. The results of the study could be applied in developing educational programs and consulting guidelines on independent creative firms and in establishing government's supportive policies on the firm.

Key Words: Independent Creative Firm, Entrepreneurial Motivation, Sustained Entrepreneurship, Case Study

1. 서론

고용 없는 경제 성장의 지속과 경제 침체는 고용 상황을 악화시키고 있다. 악화되는 일자리 상황과 경제적 격차 등의 문제를 해결하기 위한 대안으로 1인 창조기업이

1.1 연구의 배경과 목적

*교신저자 : 최명길(mgchoi@cau.ac.kr)

접수일 09년 7월 14일

수정일 (1차 09년 10월 27일, 2차 09년 11월 04일)

게재확정일 09년 11월 12일

제시되고 있다. 1인 창조기업은 2007년 42000개 수준으로 평균 5.0%씩 지속적으로 증가하고 있는 반면에, 영세 소상공인은 글로벌 경기침체 및 과당경쟁 등으로 사업체 수가 정체되는 추세이다[8].

정부는 청년 실업문제 해결과 새로운 형태의 일자리 창출을 위해 ‘1인 창조기업 활성화 방안’[8], ‘콘텐츠 1인 창조기업 지원사업’[2] 등 일련의 1인 창조기업 지원정책을 발표하고 있다. 2008년 11월 중소기업청이 발표한 ‘1인 지식기업 육성방안’[3]에서 1인 창조기업 관련 정책이 본격적으로 언급되기 시작한 것을 고려하면 6개월여의 짧은 기간 동안 수많은 1인 창조기업 관련 정책이 쏟아지고 있는 것이다.

1인 창조기업 지원 정책에 따라 1인 창조기업에 대한 관심이 높아지고, 1인 창조기업 형태의 창업시도가 늘어날 것이 예상되나, 1인 창조기업을 운영하는 1인 기업가의 창업동기, 창업행동 지속과정 및 창업 성공요인 등 1인 창조기업에 관한 체계적인 연구가 이루어지지 않고 있다.

1인 기업가의 창업동기와 창업행동 지속과정을 규명하는 연구 결과는 1인 창조기업 창업에 적합한 예비창업자 선별, 1인 창조기업의 창업과 발전을 위한 교육프로그램 개발, 1인 창조기업의 지속적인 성장을 위한 컨설팅 및 다양한 정책수립에 근거를 제시해 줄 수 있다.

따라서 본 연구는 창업동기에 관한 선행연구를 종합한 ‘1인 창조기업 창업동기모델’을 제안하고, 이 모델을 적용하여 다섯 건의 1인 창조기업 사례를 분석함으로써 1인 창조기업의 창업동기와 창업행동 지속과정을 밝혀보고자 한다. 본 연구는 연구 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 연구 질문을 설정한다.

- **질문 1:** 1인 창조기업을 창업하는 1인 기업가는 어떤 동기로 창업을 결정하는가?
- **질문 2:** 1인 기업가는 창업 이후 어떠한 활동을 수행함으로써 창업행동을 지속하는가?

1.2 '1인 창조기업'의 정의와 분류

중소기업청은 1인 창조기업을 ‘창의적 아이디어, 기술·전문지식 등을 가진 자가 운영하는 1인 중심기업’으로 정의하고 있다[9]. ‘1인 중심기업’은 제3자가 아닌 가족을 고용하는 ‘가족 기업’, 스승과 제자관계로 운영되는 ‘도제기업’ 등 소규모 기업을 포함한다[5].

1인 창조기업의 개념이 명확히 제안되기 이전에 중소기업청이 제시한 1인기업의 정의는 ‘프리랜서, 개인사업자, 주식회사(자본총액 5억원 미만) 및 유한회사 형태의 법인으로 대표자를 포함한 종사자가 1인인 기업’이다[7].

공병호는 1인 기업가를 ① 심리적·정신적 요소, ② 태도 및 행동 요소, ③ 시장에 대한 이해라는 세 가지 요소를 모두 갖춘 사람이라고 정의하고, 이 세 가지 요소에 해당하는 각각의 특성을 제시한다[1].

Peters는 1인기업과 관련된 개념으로 'Brand U', 'Me Inc.' 등을 제시한다[25]. Peters가 제시한 개념이 1인기업과 동일시되는 경우도 있으나, 개인의 브랜드를 강조하는 Peters의 개념은 유형의 기업 설립을 전제로 언급되고 있는 1인기업과는 차이가 있다.

Judson은 1인 기업가(Go-It-Alone Entrepreneur)라는 용어를 사용하면서 1인 기업가가 운영하는 1인기업(Go-It-Alone Business)의 특징을 아래와 같이 제시한다[21]. 첫째, 1인 기업가는 최소의 투자로 창업하며, 기업에 대해 전적인 통제권을 소유하고, 둘째, 1인기업은 1~6인의 적은 인원으로 운영되며, 셋째, 창업자는 소기업 설립이 목적이 아니며, 해당 사업에 무한한 수익 잠재성이 있다는 전제에서 일을 하고 있다.

1인기업에 대한 국내외 연구자의 논의를 종합해 보면 1인 중심으로 운영된다는 점에 대해서만 의견이 일치될 뿐 다른 요소에 대해서는 일치되는 개념 정의가 존재하지 않는다. 최근 사용되고 있는 ‘1인 창조기업’은 1인기업 정의의 모호성을 극복하고, 정책적 지원 대상을 명확하게 하기 위한 개념이다. 따라서 1인 창조기업을 정의할 때 1인 중심으로 운영된다는 외적 특성보다는 기업가의 창의적 아이디어, 기술, 전문지식 등 기업가 특성이 더욱 중요한 요소다.

본 논문은 1인 창조기업과 1인 기업가를 다음과 같이 각각 정의한다. 1인 창조기업은 ‘기업의 법적인 형태와 관계없이 1인 중심으로 운영되면서, 창업가의 창의적 아이디어, 기술, 전문지식이 경쟁력의 원천인 기업’이다. 1인 기업가는 ‘1인 기업의 통제권을 소유한 기업가로서 1인 기업가라는 자기 인식이 있는 기업가’이다.

중소기업청은 1인 창조기업 지원 대상 업종으로 제조 관련 서비스업(소프트웨어, 인터넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등), 문화관련 서비스업(영화, 예술, 관광, 저술, 시나리오 등), 제조업(전통식품 제조, 공예품 등 일부업종)을 제시하고 있다[9]. 그러나 이러한 업종 제시는 1인 창조기업의 지원 대상을 명확히 하기 위한 규정이므로 지원 대상 업종을 1인 창조기업의 분류기준이라고 보는 데는 한계가 있다.

이민화는 1인 창조기업을 ① 전자상거래 기업, ② 문화기업, ③ 개발기업, ④ 고객관리 기업, ⑤ 특허기업으로 구분한다[4]. 이의준은 영세 소상공인을 생활형 서비스업과 지식서비스업으로 구분하고, 1인 창조기업은 지식서비스업종에 해당한다고 정의한다[5]. 이러한 관점에 따

르면, 1인 창조기업은 1인 지식기업과 마찬가지로 한국 표준산업분류상 지식서비스 분야 6개 업종으로 분류할 수 있다. 한국표준산업분류상 지식서비스 분야 6개 업종은 ① 통신업, ② 금융·보험업, ③ 사업서비스업, ④ 교육서비스업, ⑤ 보건·사회복지사업, ⑥ 오락·문화·운동 관련 서비스업이다[7].

이와 같이 1인 창조기업에 해당하는 업종에 관해 의견 차이가 있는 것은 ‘창업가의 창의적 아이디어, 기술, 전문지식이 경쟁력의 원천인 기업’이라는 1인 창조기업의 정의와 관련이 있다. 즉, 창업가의 창의적 아이디어, 기술, 전문지식이 경쟁력의 원천인 기업은 업종과 무관하게 존재할 수 있기 때문이다. 이러한 관점에서 여러 연구자가 제시한 1인 창조기업의 업종은 1인 창조기업이 용이한 업종의 예시라고 보는 것이 타당하다. 해당 업종에서 1인에 의해 운영되는 모든 사업체가 1인 창조기업이라고 간주되는 것은 적절하지 않다.

따라서 업종에 의해 1인 창조기업 여부를 따지는 것보다는 창업가의 창의적 아이디어, 기술, 전문지식을 평가함으로써 1인 창조기업 여부를 가리는 것이 바람직하다.

2. 선행연구 고찰

2.1 창업동기에 관한 선행연구

1인 창조기업의 창업동기에 대한 연구는 전혀 없는 실정이지만, 대기업 및 중소기업 창업가의 창업 동기에 대해서는 다양한 연구가 진행되어 왔다. 특히 창업연구 초기에 연구자들은 창업하지 않은 사람과 구별되는 창업가의 개인적 특질을 밝히고자 하는 연구를 진행하였다.

Gartner는 초기 창업 연구가 밝힌 창업가의 위험감수 성향, 내적 통제기준, 성취동기와 같은 창업가의 개인적 특질이 창업가에만 국한되는 개인적 특질이 아니라, 일반인 모두에게 적용될 수 있는 특질이라고 하면서, 창업가의 개인적 특질에 대한 연구에 의문을 제기한다[19].

Carland 등은 “누가 창업가인가”라는 질문을 무시하는 것은 춤과 춤꾼을 구별하는 것과 같이 어리석다고 하면서 Gartner의 주장을 비판한다[15].

Shaver 등은 창업가 개인에 대한 연구 필요성을 언급하면서 “경제 환경도 중요하고 마케팅도 중요하고 자금 조달도 중요하다. 그렇지만 이런 것만 있다고 새로운 기업이 저절로 생기는 것이 아니다. 모든 가능성을 함께 고려하고, 혁신이 가능하다고 믿으며, 일이 완수될 때까지 계속 노력할 수 있는 동기를 가지고 있는 창업가가 있어야 한다. 사람, 프로세스 및 선택을 종합적으로 고려하는

관점이 필요하다”고 주장한다[28].

Naffziger 등은 창업과정에서 창업동기 연구의 유용성을 강조하면서 창업동기를 창업가의 개인적 특질은 물론 개인적 환경, 개인적 목표, 사업 환경, 사업 아이디어 등 창업을 결정하는 선행요인이라는 개념으로 확장하고, 창업가가 지속적 창업행동을 하는 과정에 대한 동기모델을 제안한다[23]. Naffziger 등의 창업동기모델은 창업가의 개인적 동기와 기타 창업 선행요인을 함께 포함하고 있고, 개인적 동기 및 기타 선행요인이 창업 프로세스에서 어떻게 작용하는지 종합적으로 설명하는 데 적용될 수 있으므로 창업동기와 창업지속과정을 설명하는 유용한 모델이다.

본 연구는 위에서 살펴본 선행 연구들을 종합하여 창업동기의 개념을 창업가의 개인적 특질, 개인적 환경, 사업 환경, 사업 아이디어 등 창업을 결정하는 선행요인이라고 정의한다.

2.1.1 개인적 특질

창업가의 개인적 특질을 창업 선행요인으로 제시하는 연구는 1980년대 많이 이루어졌다. Gartner는 창업가의 개인적 특질을 성취욕구, 내적 통제기준, 위험감수성향 등으로 제시하고 있다[18]. Sexton 등은 창업가의 개인적 특질을 에너지 수준, 적응성, 자율욕구 등으로 제시하고 있다[26]. 이외에도 Greenberger 등은 자기통제 욕구를 창업가의 개인적 특질로 제시하고 있다[20].

2.1.2 개인적 환경

창업 선행요인으로서 창업가의 개인적 환경을 제시하는 연구를 살펴보면 Shapero는 창업가의 동료, 가족, 멘토, 역할모델, 교사, 존경하는 사람이 창업에 영향을 미친다고 주장하고[27], Cooper 등은 부모의 자영업 경험, 대학 이상의 학력, 지원자 및 전문가와의 네트워크가 창업에 영향을 준다고 주장한다[16]. 창업가의 개인적 환경과 관련되는 최근 연구로서 창업가의 지식[31] 및 공식적, 비공식적 네트워크가 창업 및 성과에 영향을 미친다는 연구가 있다[12].

2.1.3 사업 환경

창업에 영향을 미치는 창업 당시의 사업 환경으로서 Shapero는 창업에 대한 사회적 태도, 창업자금에 대한 접근성을 제시하고[27], Aldrich는 창업 지원 네트워크 참여를 언급한다[11].

2.1.4 사업 아이디어와 목표

창업동기모델을 제안한 Naffziger 등은 “아이디어가 있는 것과 그 아이디어에 대한 평가가 창업 의사결정 과정에서 중요한 역할을 한다”고 주장한다. 목표에 대해서 Naffziger 등은 “창업가들은 여러 목표를 가지고 있는데, 창업 시점에서 이러한 목표를 달성하고자 한다”고 주장한다[23].

2.2 지속적 창업행동에 관한 선행연구

Adams는 “창업가들은 목표와 사업성과를 비교함으로써 미래 행동을 결정한다”고 주장한다[10].

Naffziger 등은 “창업가의 목표는 시간에 따른 변할 수 있고, 사업성과에 의한 보상은 심리적 보상을 의미하는 내적 보상과 물질적 보상을 의미하는 외적 보상으로 나누어 생각할 수 있으며, 창업가들은 외적 보상과 함께 내적 보상을 자신의 목표와 비교함으로써 창업행동의 지속을 결정한다”고 주장한다[23].

위의 주장을 종합하면 창업가는 사업성과의 내적, 외적 보상을 목표와 비교하여 평가한 후 목표 및 사업 아이디어를 조정함으로써 창업행동을 지속한다.

3. 연구방법

3.1 연구모형 및 연구명제

1인 창조기업의 창업동기 및 지속적 창업행동을 분석하기 위해 본 연구는 [그림 1]의 ‘1인 창조기업 창업동기 모델’을 제안하고, 이 연구모델을 적용하여 연구명제의 적합성 여부를 판단한다.

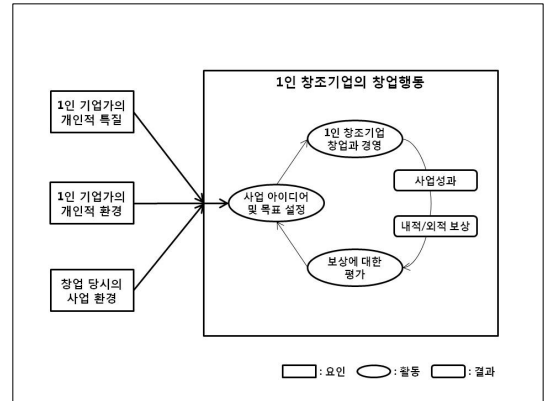
이 모델은 1인 기업가의 개인적 특질, 개인적 환경 및 창업 당시의 사업 환경이 1인 창조기업 창업행동에 영향을 미친다는 점을 제시하고 있다.

이 모델은 1인 기업가가 사업 아이디어와 목표를 설정함으로써 창업행동을 시작하고, 창업과 경영활동을 통해 사업성과를 내며, 사업성과가 가져다주는 내적·외적 보상을 평가하고, 평가 결과를 바탕으로 목표 및 사업 아이디어를 조정하는 과정을 반복함으로써 창업행동을 지속한다는 점을 제시하고 있다.

특히 이 모델은 창업행동에 영향을 미치는 요인 및 창업가의 활동과 활동의 결과를 구분해서 1인 창조기업의 창업동기와 창업행동 지속과정을 제시하고 있다는 점에서 Naffziger 등의 창업동기 모델[23]보다 발전된 연구 모델이다.

본 연구는 [그림 1]의 창업동기 모델이 1인 창조기업

의 창업동기 및 창업행동 지속과정을 설명하는 데 적합한지 여부를 판단하기 위하여 다음과 같은 연구명제를 설정한다.



[그림 1] 1인 창조기업 창업동기 모델

- **명제 1:** 1인 기업가의 개인적 특질이 1인 창조기업의 창업행동에 영향을 미친다.
- **명제 2:** 1인 기업가의 개인적 환경이 1인 창조기업의 창업행동에 영향을 미친다.
- **명제 3:** 창업 시점의 사업 환경이 1인 창조기업의 창업행동에 영향을 미친다.
- **명제 4:** 1인 기업가는 사업 아이디어와 목표를 설정함으로써 창업행동을 시작한다.
- **명제 5:** 1인 기업가는 1인 창조기업의 창업과 경영활동의 결과인 사업성과의 내적·외적 보상을 평가하여 목표 및 사업 아이디어를 조정하는 과정을 반복함으로써 창업행동을 지속한다.

3.2 사례연구방법의 타당성

본 연구는 사례연구방법을 이용한다. 1인 창조기업의 창업동기와 창업행동 지속과정을 분석하고자 하는 본 연구에 사례연구방법이 적절하다는 논거는 다음과 같다.

Bygrave는 “학문의 역사가 다르고 연구 대상이 다르기 때문에 창업연구에 다른 학문의 방법론을 그대로 적용하는 데는 한계가 있고, 창업학 고유의 방법론을 개발해야 한다”고 언급한다. Bygrave는 “학문의 초기 단계인 창업연구에서는 정교한 통계분석보다는 현장연구에 치중해야 한다”고 주장한다[14].

조병주는 “인과적 설명(why)이나 과정적 설명(how)을 깊이 있게 요구하는 연구, 연구자가 현상을 통제할 수 없는 연구, 현실감이 강하게 요구되는 연구는 사례연구방법이 유효하다. 창업연구는 위의 세 가지 연구 특성을 모두

가지고 있어 사례연구가 적절하다”고 주장한다[6].

위의 논의를 종합하면 사례연구방법은 일반적인 창업 연구에 적합하며, 1인 창조기업의 창업동기와 창업행동 지속과정을 분석하고자 하는 본 연구에도 적합하다고 할 수 있다.

3.3 사례연구 절차

Pare는 사례연구 절차를 ① 사례연구 설계, ② 사례연구 수행, ③ 사례연구 증거의 분석 ④ 사례연구 보고서 작성의 단계로 제시하면서, 각 단계에 요구되는 개념, 기법 및 도구를 제시하고 있다[24].

Eisenhardt은 사례연구 절차를 ① 사례연구 착수, ② 사례의 선택, ③ 도구와 프로토콜의 고안, ④ 현장 조사, ⑤ 데이터 분석, ⑥ 가설의 설정, ⑦ 문헌 조사, ⑧ 사례연구 종료의 여덟 단계로 제시하고 있다[17].

본 연구는 Pare와 Eisenhardt의 사례연구 절차를 종합하여 [표 1]과 같은 사례연구 절차를 마련하고, 사례 연구 절차를 준수하여 사례연구를 수행한다. 각 단계의 활동은 본 논문의 해당 부분에 제시하였으며, 연관되는 논문의 절을 [표 1]의 비고에 표시한다.

[표 1] 본 연구에 적용된 사례연구 절차

단 계	활 동	비 고
사례연구 설계	연구 질문의 제기 선행연구 고찰	본 논문 1.1 2.1, 2.2
	분석 단위의 설정 사례의 수 결정 사례의 선택	3.4
	사례연구 프로토콜 작성	3.5
	인터뷰, 문서, 관찰 등 질적 데이터 수집 데이터 다원화	
사례연구 증거 분석	사례연구 데이터베이스 스 구축 사례분석(개별) 사례 비교 분석	4.1 4.2, 4.3

3.4 분석의 단위와 사례의 선택

본 연구는 분석단위를 개별 기업으로 설정한다. 본 연구가 분석하고자 하는 기업이 1인 창조기업이므로 1인 창조기업을 운영하고 있는 1인 기업가를 대상으로 사례 연구를 수행한다.

본 연구는 1인 창조기업과 1인 기업가의 정의에 부합하는 사례 중에서 18개월 이상 1인 창조기업을 운영하던

서 지속적인 수익을 내고 있는 다섯 건의 1인 창조기업 사례를 편의(convenience) 방법으로 선택한다.

다섯 건의 1인 창조기업 사례를 분석하여 모든 1인 창조기업의 특성이라고 일반화하는 데 한계가 있을 수 있으나, 1인 창조기업이 최근에 등장한 기업 형태로서 다수의 조사 대상을 확보하는 데 현실적인 어려움이 있고, 1인 창조기업에 직접 연관된 선행연구가 없는 실정임을 감안하여 다섯 건의 1인 창조기업 사례를 분석함으로써 1인 창조기업의 특성과 창업동기를 탐색하고, 1인 창조기업의 특성과 창업동기에 일관성이 있는지 확인한다. Yin은 실험과 마찬가지로 사례연구가 이론적 명제에 대한 일반화를 시도하는 것이지 모집단을 대상으로 일반화하는 것이 아니라고 주장한다[32].

Pare는 사례 선정 방법을 여덟 가지로 구분하여 설명하면서 편의 방법이 시간, 비용, 노력을 절감할 수 있는 선정 방법이나 정보 및 신뢰도의 손실이 있을 수 있다고 한다[24]. 본 논문이 편의 방법으로 사례를 선택한 것은 정보 및 신뢰도의 부족 문제를 초래할 수 있다고 지적될 수 있지만, 본 논문은 복수의 사례 선택으로 편의 방법의 단점인 정보 및 신뢰도의 손실을 최소화하기 위해 노력했다.

3.5 사례연구 프로토콜

사례연구 프로토콜은 사례연구 설계에서 꼭 필요한 포괄적 가이드라인의 집합으로, 조사 수행을 위한 절차와 연구도구 및 데이터 분석을 위한 지침을 포함한다[22].

Yin에 의하면 사례연구 프로토콜은 측정도구뿐만 아니라 프로토콜을 사용하는 데 따라야할 일반적 규칙과 절차를 포함하고 있으며, 측정도구보다 다양한 부분을 취급한다. 프로토콜의 개발이 모든 사례연구에 있어서 중요하지만 다중사례연구에 있어서는 더욱 중요하다. 사례연구 프로토콜은 사례연구의 신뢰도를 높이는 가장 중요한 방법이며, 연구원이 모든 사례로부터 올바르게 자료를 수집할 수 있도록 인도하는 목적을 가진다. 사례연구 프로토콜은 일반적으로 1) 사례연구 개요, 2) 현장조사 절차, 3) 사례연구 질문, 4) 보고서 구성으로 구성되고, 다음과 같은 내용을 포함한다[32].

사례연구 개요 부분에는 연구배경, 실질적인 연구이슈 및 이슈와 관련된 참고문헌이 다루어져야 한다. 연구배경에 대해 서술하는 과정은 프로토콜의 목적을 소개하고, 프로젝트를 수행하고 후원하는 사람들에 대해 간단한 정보를 제공하는 것이다. 연구개요의 대부분은 조사하고자 하는 실질적인 이슈에 할애되어야 한다[32].

사례연구 질문은 연구를 통해 무엇을 조사하고자 하는 것인가, 즉 연구의 실질적인 질문이 무엇인가를 밝히는

것이다. 서베이 인터뷰와 사례연구 질문은 질문의 방향과 질문의 수준에서 다음과 같은 차이점이 있다. 현장조사에서 무엇을 질문할 것인가는 인터뷰 대상자가 아니라 연구자 자신에게 주어진 문제이다. 따라서 사례연구 프로토콜의 연구 질문 다음에는 어떠한 자료원에서 그 질문에 대한 증거를 찾을 수 있을 것인가가 제시되어야 한다. 인터뷰 대상자의 이름, 문서의 출처나 제목, 관찰 장소 등이 자료원에 포함될 수 있다.

사례연구 프로토콜은 보고서의 기초적인 윤곽과 보고서의 분량에 대한 계획을 포함한다.

본 연구는 사례연구 프로토콜의 일반적 구성형식에 따라 1) 사례연구 개요, 2) 현장조사 절차, 3) 사례연구 질문, 4) 보고서 구성으로 이루어진 사례연구 프로토콜을 개발하여 연구에 적용했다.

3.6 조사사례 별 데이터 수집방법

2009년 4월 현재 18개월 이상 1인 창조기업을 운영하면서 지속적인 수익을 내고 있는 1인 기업가 다섯 명에 대해 사례연구 프로토콜에 따라 사례연구가 수행되었다.

연구자는 이메일을 통한 1차 인터뷰와 면담에 의한 반구조화된(semi-structured) 추가 심층 인터뷰를 수행했고, 사례1의 경우 참여관찰과 문서정보 열람을 수행했다. 조사사례 별 데이터 수집방법을 [표 2]에 제시했다.

[표 2] 조사 사례별 데이터 수집방법

구분	인터뷰	직접관찰	참여관찰	문서정보	비 고
사례1 (T)	○	○	○	○	인터뷰 시 이메일을 활용한 인터뷰 병행. 직접관찰은 운영 중인 웹사이트 및 카페에 대한 관찰 포함. 문서정보는 전자문서 열람 포함.
사례2 (H)	○	○	×	×	
사례3 (Y)	○	○	×	×	
사례4 (K)	○	○	×	×	
사례5 (L)	○	○	×	×	

연구자는 대면 인터뷰와 이메일을 통한 인터뷰를 병행하여 연구를 수행했다. Wakkee는 이메일을 이용한 인터

뷰를 즉각적인 응답, 여러 실마리의 전달, 자연스러운 언어사용, 매체에 대한 개인화라는 관점에서 전체적으로 우수한 인터뷰라고 평가하고 있다[30].

본 연구에서 연구자는 직접관찰을 수행했다. 직접관찰은 사례연구 대상자의 업무가 이루어지는 강의장, 사무실 등의 오프라인 공간과 고객과 상호작용이 이루어지는 웹사이트 및 인터넷 카페를 대상으로 수행되었다. 직접관찰은 사례연구 프로토콜에 명시된 현장조사 절차에 따라 진행되었다.

사례1에 대한 연구수행을 위해서 연구자는 T가 진행하는 설명회 및 교육에 보조자로 참여하여 관찰했고, T가 2006년 3월 창업 시부터 현재까지 기록하고 있는 인터넷 게시판상의 각종 업무기록 및 메모 1200여건을 열람, 분석했다

4. 연구결과

4.1 사례분석

사례1의 T(42세, 남)는 대학입시 시험의 일종인 적성검사에 대한 연구, 집필, 상담, 강의를 수행하는 교육서비스 분야의 1인 창조기업을 2006년 3월 창업하여 운영하고 있다. T의 주된 수입원은 적성검사에 대한 강의와 교재 판매이고, T는 2009년부터 적성검사에 대한 온라인 교육과 인터넷 모의고사 사업을 준비하고 있다. 2009년 매출목표는 4억 4000만원이다. T는 비상근 직원 3명과 함께 일하고 있지만 자신의 전문성을 살려서 사업을 전개하기 때문에 자신의 사업을 1인 창조기업이라고 인식하고 있다.

사례2의 H(42세, 여)는 기업체를 상대로 외국어 교육에 대한 컨설팅, 강의, 교육 프로그램 기획 및 강사파견을 수행하는 사업서비스업 분야의 1인 창조기업을 1996년 창업하여 운영하고 있다. 2009년 매출 목표는 1억 5000만원이다. T는 프리랜서 강사 15명을 확보하고 있으나, 강사를 고용하고 있는 것은 아니다. 본인이 창의적으로 모든 일을 진행하므로 자신의 사업을 1인 창조기업이라고 인식하고 있다.

사례3의 Y(45세, 남)는 미스터리 쇼퍼 리서치 관련 교육, 컨설팅 및 외식기업을 상대로 교육, 컨설팅을 제공하는 사업서비스업 분야의 1인 창조기업을 2007년 10월 창업하여 운영하고 있다. 2009년 매출목표는 2억 4000만원이다. 3~5명의 파트너가 있으나 본인 중심으로 네트워크를 활용하여 창조적으로 사업을 전개하므로 자신의 사업을 1인 창조기업이라 인식하고 있다.

사례4의 K(37세, 남)는 백화점, 할인점, 일반 기업체를 대상으로 한 생활용품 유통도매 분야의 1인 창조기업을 2005년 5월 창업하여 운영하고 있다. 2009년 매출목표는 약 8억원이다. 필요시 외주 또는 아르바이트생을 활용하지만 기업의 핵심역량을 대표자 1인이 가지고 사업을 해 나가기 때문에 1인 창조기업이라 인식하고 있다.

사례5의 L(34세, 남)은 마케팅 관련 행사기획 및 대행, 컨설팅, 교육 등 사업서비스업 분야의 1인 창조기업을 2005년 10월 창업하여 운영하고 있다. 2009년 매출목표는 1억 8000만원이다. 본인 이외에 두 명의 직원이 있으나, 일부 기능적인 업무를 위임한 것이고, 전체 비즈니스를 개인 중심으로 운영하고 있기 때문에 1인 창조기업이라 인식하고 있다.

일반 기업이 아닌 1인 창조기업 형태로 창업을 결심한 이유에 대해서는 “자기 주도적으로 사업을 전개하고, 수익을 극대화하기 위해서(사례1)”, “업종의 특성상 직원을 충원하더라도 사업의 경쟁력이 크게 향상되지 않기 때문에(사례2)”, “위험을 최소화하고, 신속하게 사업모델을 정착시키기 위해서(사례3)” 등의 응답이 있었다.

4.2 '1인 창조기업'의 창업동기 분석

본 연구는 서론에서 제기한 연구 질문 1(“1인 창조기업을 창업하는 1인 기업가는 어떤 동기로 창업을 결정하는가?”)에 답하기 위한 사례 비교 분석을 실시하였다.

4.2.1 개인적 특질

조사가 수행된 다섯 명의 1인 기업가는 자신의 개인적 특질이 창업행동에 영향을 미쳤다고 응답했다.

조사 대상 1인 기업가는 개인적 특질 중에서 성취에 대한 욕구(사례2, 사례3, 사례4)와 스스로 통제하고자 하는 성향(사례1, 사례4), 사업에 대한 호기심(사례5) 등 개인적 특질이 1인 창조기업 창업에 영향을 미쳤다고 응답했다. 이는 중소기업을 대상으로 한 선행연구 결과와 일치하는 응답이다[13, 29].

1인 창조기업 창업에 영향을 미쳤다고 응답한 구체적인 개인적 특질은 응답자 간에 차이가 있었으나, 다섯 명의 응답자 모두 자신의 개인적 특질이 1인 창조기업 창업에 영향을 미쳤다고 응답했으므로 1인 기업가의 개인적 특질이 1인 창조기업 창업에 영향을 미친다는 명제1은 사실에 부합한다고 판단된다.

1인 기업가의 개인적 특질이 일반기업 창업가의 개인적 특질과 차이가 있는지, 차이가 있다면 어떤 차이가 있는지에 관해서 추가 연구가 필요하다.

4.2.2 개인적 환경

조사가 수행된 다섯 명의 1인 기업가는 자신의 개인적 환경이 창업행동에 영향을 미쳤으며, 다른 요인에 비해 개인적 환경이 큰 영향을 미쳤다고 응답한 경우가 많았다.

개인적 환경 중에서 학력이 창업에 영향을 미쳤다는 응답이 세 건 있었는데, 사례1(심리학 전공)과 사례2(영어영문학 전공)는 학업을 통해 사업에 필요한 내용적 지식을 습득했다고 보고한 것에 비해, 사례3(창업대학원 졸업)은 창업 관련 대학원 교육을 받은 것이 창업에 도움이 되었다고 응답했다.

개인적 환경 중에서 경험이 창업행동에 영향을 미쳤다는 응답이 세 건 있었는데, 이와 관련된 응답은 “대기업 부설 교육기관에서 15년간 강의했던 경험이 창업에 영향을 미쳤다(사례1)”, “여러 기업체에서 직접 영어를 가르치면서 사업에 대한 노하우를 익히게 되었다(사례2)”, “과거에 외식업을 창업했던 경험이 큰 도움이 되었다(사례3)” 등이다.

연구자는 개인적 환경 중에서 네트워크의 중요성도 공통적으로 관찰할 수 있었다. 사례1의 T는 “온라인 카페활동이 창업에 영향을 미쳤다”, 사례2의 H는 “해당 분야의 인맥이 가장 큰 영향을 미쳤고, 수강자들의 도움과 추천도 도움이 되었다”, 사례3의 Y는 “세리(seri.org)와 다음(daum.net)에서 운영하고 있는 인터넷 네트워크와 카페가 도움이 되었고, 학교인맥이나 가족관계에서의 도움과 영향은 미미하다”고 각각 응답했다. 인터뷰 내용과 관찰 결과를 종합하면, 개인적 네트워크가 1인 창조기업의 창업에 영향을 미치는데, 학연·혈연 등 전통적 네트워크보다는 인터넷 카페와 같은 온라인 네트워크가 1인 창조기업 창업에 더 큰 영향을 미친다고 할 수 있다.

개인적 환경 중에서 집안 환경이 창업행동에 영향을 미쳤다는 응답이 있었는데, 이와 관련된 응답은 “개인적으로 넉넉하지 못한 환경에서 자라났기 때문에 무엇인가 성취에 대한 욕구가 남들보다 강하며, 가족환경에서 장남으로서 책임감을 항상 가지고 있기 때문에 내 스스로 가족 구성원들을 챙기려는 성향이 강하다(사례4)”, “가정적 환경에서 돈을 벌어야 하는 상황이 창업을 고려하게 했다(사례5)” 등이다.

1인 창조기업 창업에 영향을 미쳤다고 응답한 구체적인 개인적 환경은 응답자 간에 차이가 있었으나, 다섯 명의 응답자 모두 자신의 개인적 환경이 1인 창조기업 창업에 영향을 미쳤다고 응답했으므로 1인 기업가의 개인적 환경이 1인 창조기업 창업에 영향을 미친다는 명제2는 사실에 부합한다고 판단된다.

4.2.3 사업 환경

다섯 건의 사례 중에서 세 건은 창업 당시의 사업 환경이 1인 창조기업 창업에 영향을 미치지 않았거나 영향력이 미미하다고 응답했다.

다만, 사례4의 K는 “창업을 장려하는 분위기에 많은 영향을 받았고, 직장생활을 하던 중 국가적인 창업 활성화 트렌드로 인해 창업을 결심하게 되었다”고 응답했고, 사례3의 Y는 지자체 및 국가의 정책과 자금에 대한 접근성이 창업에 다소 영향을 미쳤다고 응답했다.

각 사례별로 사업 환경의 영향에 대한 평가가 달랐던 원인으로 각 사례 기업이 창업할 당시에 1인 창조기업 창업에 유리한 사업 환경이 조성되었는지 여부에 따라 사업 환경의 영향에 대한 응답자의 의견이 달라졌을 가능성과 창업가의 창의적 아이디어, 기술, 전문지식을 활용하여 최소의 투자로 창업하는 1인기업의 특성상 사업 환경의 영향력이 크지 않을 가능성이 고려되어야 한다.

다섯 명의 응답자가 창업 당시의 사업 환경과 자신의 창업행동의 연관성에 대해 일치된 응답을 하지 않으므로 창업 시점의 사업 환경이 1인 창조기업의 창업행동에 영향을 미친다는 명제3은 일반적인 사실에 부합하지 않는다고 판단된다.

4.2.4 사업 아이디어와 목표

다섯 건의 사례는 모두 사업 아이디어와 목표 설정 후에 창업행동을 시작했으며, 개인적 환경과 개인적 특질이 사업 아이디어와 목표에 영향을 미쳤다고 응답했다. 이러한 사례연구 결과는 사업 아이디어와 목표를 독립적인 창업동기로 보는 Naffziger 등의 모델로는 설명될 수 없다.

사례연구 결과는 개인적 환경, 개인적 특질을 고려해서 사업 아이디어와 목표를 설정하고, 사업 아이디어와 목표의 설정이 창업행동의 첫 단계라고 보는 본 논문의 연구모델을 지지한다.

따라서 1인 기업가는 사업 아이디어와 목표를 설정함으로써 창업행동을 시작한다는 명제 4는 사실에 부합한다고 판단된다.

4.3 '1인 창조기업'의 지속적 창업행동 분석

서론에서 제기한 연구 질문 2(“1인 기업가는 창업 이후 어떠한 활동을 수행함으로써 창업행동을 지속하는가?”)에 답하기 위한 사례 비교 분석이 수행되었다.

사례 비교 분석결과, 사업의 진행 상황을 관찰하면서 최초 설정한 사업 아이디어와 목표를 지속적으로 수정한다는 일치된 응답이 있었다.

연구자가 인트라넷 게시판상의 업무기록 및 업무메모

를 분석한 사례1의 경우, 연구자는 고객의 요구 변화와 환경 변화에 따른 T의 지속적인 목표 수정과 사업 아이디어 수정 과정을 관찰할 수 있었다.

사례1의 T는 2006년 3월 창업 시점에는 자신이 집필한 적성검사 교재의 서점 유통과 학원 출강을 위주로 사업을 전개하다가 교재 판매 및 학원 출강의 성과가 목표에 미치지 못하자 직접 웹사이트를 구축하여 고객 질문에 일일이 답하면서(2009년 5월 현재 고객과의 온라인 상담기록 14000여 건 확인), 2008년부터는 직접 교육 프로그램을 기획하여 홈페이지 및 인터넷 카페를 통해 교육생을 모집하여 교육 사업을 진행하고 있고, 2009년부터는 동영상 강의와 온라인 모의고사를 직접 제작하여 판매할 계획도 가지고 있다.

사업 아이디어 결정과 목표 설정의 순서를 묻는 질문에 대해 조사를 수행한 다섯 건의 사례는 모두 자신의 환경과 특질을 고려하여 사업 아이디어를 결정한 다음 자신이 성취할 수 있는 목표를 설정했다고 응답했다.

사업성과에 대한 보상에 대해서는 다섯 건의 사례는 사업성과의 외적 보상(금전적 보상) 및 내적 보상(능력 발휘, 사회적 기여 등)을 모두 고려한다고 응답했으나, 내적, 외적 보상의 중요성 평가에 대해서는 의견 차이가 있었다.

따라서 1인 기업가는 1인 창조기업 창업과 경영활동의 결과인 사업성과의 내적·외적 보상을 평가하여 목표 및 사업 아이디어를 조정하는 과정을 반복함으로써 창업행동을 지속한다는 명제 5는 사실에 부합한다고 판단된다.

5. 결론

본 연구는 1인 창조기업을 창업, 운영하고 있는 1인 기업가의 창업동기와 창업행동 지속과정을 이해하기 위해 선행 연구를 종합하여 ‘1인 창조기업 창업동기 모델’을 제안하고, 이를 확인하기 위한 사례연구를 실시했다.

사례연구 결과, 1인 기업가의 개인적 특질, 개인적 환경이 1인 창조기업 창업에 영향을 미친다는 사실이 관찰되었고, 1인 기업가는 창업행동 첫 단계에서 사업 아이디어와 목표를 설정하고, 창업 이후 사업성과의 내적·외적 보상을 평가하여 사업 아이디어 및 목표를 수정하는 과정을 반복함으로써 창업행동을 지속한다는 사실이 밝혀졌다.

연구 결과를 종합하면 연구 대상 1인 기업가들은 외부의 제약요인에 의해 수동적으로 1인 창조기업을 창업하게 된 것이 아니라 사업의 경쟁우위를 확보하기 위한 전

략적 선택으로 1인 창조기업을 창업한 것이라 할 수 있다. 따라서 어떤 특성을 가진 창업가가 어떤 상황에서 1인 창조기업을 창업하는 것이 최선의 선택이 될 수 있는지에 대한 후속 연구가 요구된다.

본 연구의 결과는 일반기업을 대상으로 한 기존의 창업연구 결과와 대부분 일치하는 것으로, 일반기업을 대상으로 수행된 창업연구 결과가 1인 창조기업 연구에도 적용될 수 있음을 보여준다.

본 연구가 제안한 1인 창조기업 창업동기모델은 창업행동의 선행요인, 창업가의 활동 및 활동의 결과를 구분하여 제시하고 있다는 점에서 기존의 창업동기 모델보다 발전된 모델이다. 이 모델은 1인 창조기업은 물론 중소기업 등 다양한 기업의 창업동기 및 창업행동 지속과정을 연구하는 후속 연구에 활용될 수 있다.

1인 창조기업의 창업동기 및 창업행동 지속과정을 제시하는 연구 결과는 1인 창조기업 창업에 적합한 예비창업자 선별, 1인 기업가 대상 교육 프로그램 및 컨설팅 가이드라인 개발, 지원 정책 수립 등에 활용될 수 있다.

본 연구는 다섯 건의 사례를 편의 방법으로 선정하여 조사를 수행했다는 한계가 있으나, 복수의 사례 선택으로 편의 방법의 단점인 정보 및 신뢰도의 손실을 최소화하기 위해 노력했다. 본 연구는 사업서비스 및 교육서비스 분야 1인 창조기업을 중심으로 사례연구를 진행했는데, 이 연구결과를 다른 분야의 1인 창조기업에도 일반화할 수 있는지에 대해서 추가 연구가 필요하다.

참고문헌

- [1] 공병호, 1인 기업가로 홀로서기, 21세기북스, 2003
- [2] 문화체육관광부, “콘텐츠 분야 참신한 아이디어를 발굴, 사업화 지원”, 뉴스와이어, 2009. 4. 1.
<<http://www.newswire.co.kr/?job=news&no=396608>>
- [3] 오세현, “1인 지식기업 육성방안”, 제1회 1인 지식서비스기업 성공포럼 발표집, p. 23, 2008. 11.
- [4] 이민화, “창조경제와 1인 창조기업”, 제1회 창업정책포럼 일자리창출을 위한 지식기반 창업활성화 방안 발표집, pp. 40-45, 5월, 2009.
- [5] 이의준, “1인 창조기업”, 제1회 창업정책포럼 일자리창출을 위한 지식기반 창업활성화 방안 발표집, p. 59, 5월, 2009.
- [6] 조병주, “사례연구방법의 창업연구 적용과 연구질문 개발”, 중소기업연구, 제21권, 제2호, pp. 141-142, 1999.
- [7] 중소기업청, “향후 5년간 1인 지식기업 18만개 창출”, 뉴스와이어, 2008. 11. 4.
<<http://www.newswire.co.kr/?job=news&no=368982>>
- [8] 중소기업청, “1인 창조기업 활성화 방안 발표... 창업관련 법 대폭 정비”, 뉴스와이어, 2009. 3. 26.
<<http://www.newswire.co.kr/?job=news&no=395288>>
- [9] 중소기업청, “1인 창조기업 지원사업”, 중소기업청 홈페이지, 2009. 12. <<http://www.smba.go.kr/smba/BoardDetail.do?boardId=12AC&seq=7582>>
- [10] Adams, J. S., "Injustice in Social Exchange", In Berkowitz, L., et al. (Eds.), *Advances Experimental Social Psychology*, Academy Press, pp. 267-296, 1966.
- [11] Aldrich, H., & Zimmer, C., "Entrepreneurship Through Social Networks", In Sexton, D. L., et al. (Eds.) *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Pub. Co., pp. 3-23, 1986.
- [12] Baucus, D. A., & Human, S. E., "Second-Career Entrepreneurs: A Multiple Case Study Analysis of Entrepreneurial Processes and Antecedent Variables", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 19, No. 2, pp. 41-71, 1994.
- [13] Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O., "Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems", *Journal of Small Business management*, Vol. 47, No. 1, pp. 68-72, 2009.
- [14] Bygrave, W. D., "The Entrepreneurship Paradigm (I): A Philosophical Look at Its Research Methodologies", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 14, No. 1, pp. 7-26, 1989.
- [15] Carland, J. W., Hoy, F., and Carland, J. A. C., "Who Is an Entrepreneur? Is a Question Worth Asking", *American Journal of Small Business*, Vol. 12, No. 4, pp. 33-40, 1988.
- [16] Cooper, A. C., & Dunkelberg, W. C., "Entrepreneurial Research: Old Question, New Answers, and Methodological Issues", *American Journal of Small Business*, Vol. 11, No. 3, pp. 11-23, 1987.
- [17] Eisenhardt, K. M., "Building Theories from Case Study Research", *The Academy of Management*, Vol. 14, No. 4, pp. 532-550, 1989.
- [18] Gartner, W. B., "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation", *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 4, pp. 696-706, 1985.
- [19] Gartner, W. B., "Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question", *American Journal of Small Business*, Vol. 12, No. 4, pp. 11-32, 1988.
- [20] Greenberger, D. B., & Sexton, D. L., "An Interactive Model of New Venture Initiation", *Journal of Small Business Management*, Vol. 26, No. 3, p. 107, 1988.

- [21] Judson, B., *Go It Alone!*, Collins Business, 2005.
- [22] Maimbo, H., & Pervan, G., "Designing a Case Study Protocol for Application in IS Research", *The Ninth Pacific Conference on Information Systems*, pp. 1281-1292, Jul. 2005.
- [23] Naffziger, D. W., Hornsby, J. S., & Kuratko, D. F., "A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, No. 3, pp. 29-42, 1994.
- [24] Pare, G., & Elam, J. J., "Investigating Information Systems with Positive Case Study Research", *Communications of the Association for Information Systems*, Vol. 13, pp. 237-259, 2004.
- [25] Peters, T., *Re-Imagine!*, Dorling Kindersley, 2003.
- [26] Sexton, D. L., & Bowman, N. B., "Validation of a Personality Index", In Ronstadt, R., et al. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, pp. 40-51, 1986.
- [27] Shapero, A., "The Entrepreneurial Event", In Kent, C. A. (Ed.), *Environments for Entrepreneurship*, Lexington, pp. 21-40, 1984.
- [28] Shaver, K. G., & Scott, L. R., "Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, No. 2, pp. 23-45, 1991.
- [29] Swierczek, F. W., & Thanh Ha, T., "Motivation, Entrepreneurship and the Performance of SMEs in Vietnam", *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 11, No. 1, pp. 50-52, 2003.
- [30] Wakee, I., Englis, P. D., & During, W., "Using E-mails As a Source of Qualitative Data", In Neergaard, H., et al. (Eds.), *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, Edward Elgar, pp. 331-343, 2006.
- [31] West, G. P., & Noel, T. W., "The Impact of knowledge Resources on New Venture Performance", *Journal of Small Business Management*, Vol. 47, No. 1, pp. 1-22, 2009.
- [32] Yin, R. K., *Case Study Research*, Sage Publications, 2003.

심재후(Jaehu Shim)

[정회원]



- 1998년 2월 : 연세대학교 산업대학원 산업공학과(석사)
- 2008년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 대학원 창업학과(박사과정)
- 2000년 2월 ~ 현재 : (주)이창업넷 대표이사
- 2005년 3월 ~ 현재 : (사)한국소호 진흥협회 이사
- 2006년 3월 ~ 현재 : 한국관광대학 겸임교수

<관심분야>

1인기업, 스몰비즈니스, 인터넷마케팅, 웹마이닝

최명길(Myonggil Choi)

[정회원]



- 2004년 9월 : 한국과학기술원 박사
- 1995년 9월 ~ 2000년 1월 : 국방 과학연구소 연구원
- 2000년 2월 ~ 2005년 8월 : 한국 전자통신연구원 선임연구원
- 2005년 9월 ~ 2008년 2월 : 인제 대학교 조교수
- 2008년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 조교수

<관심분야>

창업정책, 기술창업, 보안성평가, 정보보호정책 및 관리