

연예매니지먼트 기업성과에 관한 영향 연구

박정배^{1*}, 신필순²

¹청운대학교 공연기획경영학과, ²(주)키이스트

A Study on the Influence of systematization of Entertainment Company

Jeong-Bae Park^{1*} and Phil-Soon Shin²

¹Dept of Performing Arts Planning & Management, ChungWoon University

²Keyeast Co., Ltd

요약 연예매니지먼트 시스템의 기업성과 등 측정도구에 대한 신뢰도 검증을 위해 크론바하 알파 계수를 산출하였으며, 크론바하 알파 계수가 0.7이상으로 나타나 측정도구에 대한 신뢰도는 양호하였다. 또한 측정도구의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며 요인분석 결과 측정도구에 대한 타당성은 확보되었다. 가설인 연예매니지먼트 시스템의 기업성과에 유의한 영향관계를 보이는가를 알아보기 위해 두 개의 소 가설을 설정하여 분석하여 모두 유의한 영향요소가 있음으로 채택하였다. 이는 논자가 인식하고 있던 이론과 선행연구를 토대로 구성하여 연구에 대한 어느 정도의 성과는 예측되었다. 하지만 연구물이 부족한 분야에 뜻하지 않게 상의한 결과에 대해서는 후속연구가 활발히 이루어져 연예매니지먼트의 이론적 확립이 필요하며, 유사한 학문과의 학문적 교류를 통한 재정립이 요구됨을 시사한다.

Abstract To verify confidence of the measurement such as Firm performance of Entertainment system, Cronbach's alpha coefficient were measured and showed 0.7 or higher alpha values. Feasibility of the measurement is also ensured by exploratory factor analysis. This thesis are formulated and analyzed as two little hypotheses to make certain that systematization of entertainment company influences on the performance. As a result, the two hypotheses are significant influential factors on the performance of entertainment company. The result are somewhat predicted because it was constructed by theories and preceding research which the researcher had already recognized. But this study was conducted to provide suggestions to establish a theory of entertainment industry by active follow-up studies for resolving will-less different results in this field due to a lack of the preceding research. And it is required to be established through the academic interchange among the similar studies.

Key Words : Corporate Performance, Entertainment industry, Entertainment Management

1. 서론

연예매니지먼트 산업은 친환경산업으로서 미래형 산업으로 적극 육성하기에 적합한 산업이라 할 수 있다. 공정거래위원회(2011)에 따르면, 1992년 민영방송인 SBS가 출범하면서 SBS가 광고출연료에 버금가는 거액으로

스타를 스카웃하면서 방송사의 전속제에서 자유계약제로 전환되고 개인 매니저제도가 기업형 매니지먼트로 전환하기 시작하였다고 한다. 1990년대 후반부터는 연예매니지먼트사의 대형화가 진행되었고, 스타 매니지먼트사는 콘텐츠 제작 시스템을 합병하는 추세를 보이고 있다. 이는 대중문화와 미디어가 발전하면서 스타의 가치와 역할

본 논문은 2013년도 청운대학교 연구비 지원으로 수행되었음.

*Corresponding Author : Jeong-Bae Park(ChungWoon Univ.)

Tel: +82-10-6330-0017 email: pjb@chungwoon.ac.kr

Received October 15, 2013

Revised November 4, 2013

Accepted November 7, 2013

에 대한 관심이 높아지고, 스타는 연예인 중에서 인기가 높고 많은 팬을 확보한 소수의 엘리트가 된다는 것이다. 현재 우리나라 연예매니지먼트 산업은 강력한 마케팅으로 연예인을 발굴, 육성, 매니지먼트, 에이전시만 할 뿐 아니라 소속 연예인을 이용한 기획, 제작, 유통산업과 캐릭터, 의류, 문구 산업 등의 부가적인 사업까지 확장하고 있다. 그 범위는 이윤창출을 목적으로 아시아에서 미국, 유럽으로 글로벌화하여 연예매니지먼트 산업은 한류의 발생 요인이자 중심적 역할을 해왔다. 그러나 한류에 힘입어 급성장한 연예매니지먼트 산업은 대형화 추세로 각각의 문제점과 다른 한편에서 본다면 아직도 국내 연예 산업은 대다수가 영세하고 소규모 경영으로 주먹구구식 경영방식의 관행이 만연되어 있는 현실을 볼 때 이에 대한 상황의 철저한 분석의 필요성이 대두되고 있다(문화체육관광부2012, 공정거래위원회2011). 따라서 한류의 지속화와 한국 연예매니지먼트의 개념을 정의하고 연예매니지먼트 기업의 성과에 미치는 영향은 무엇인지에 관하여 이론적 고찰과 조사, 분석을 통하여 현업에 기여함은 물론 학문적 접근의 필요성이 제기된다.

2. 이론연구

2.1 연예매니지먼트의 개념과 선행요인

배정배[1], Kocca[2], 조인희[3] 등은 기획, 현장, 홍보, 스타일, 트레이닝의 유형으로 분류하여 실제업무에 적용되는 것으로 박정배[4], 박선하[5], Barry L. Sherman[6], Massie J. L.[7] 등은 연예인의 활동 전반을 기획하고 관리 유지하는 것으로 주장하고 있다.

[Table 1] Concept of Entertainment

Researcher	Definition
Jeong-bae Bae(2013), Kocca(2012), In-hee Jo (2006)	To be applied to actual business affairs by categorizing planning, place, Public relations, Style and Training
Jeong-bae Park(2013), Seon-Ha Park(2007), Barry L. Sherma(1987) Massie J. L (1979)	To Plan, Manage and maintain all of the entertainers' activities such as training entertainer, producing content, Public relations and Managing stars
Kocca(2010), Yeong-ik Seo(2010),	To maximize economic profits through marketable entertainers resulted from

Yong-seup Kim(2009), Seon-ho Lee(2009), Kyeong-min Lim(2001)	effectively Managing management cycles for planning, managing and maintaining overall process shown by TV Drama, Movies, Records, Entertainment shows and Commercial Films
Ministry of Culture, Sports and Tourism (2012)	Expressed 'Entertainment Planning' giving total inspection of entertainment management company and Pushing Entertainment company ·Manager registration system
Gyu-soo Jang(2011)	A series of process to make entertainers stars by Planning, Producing and Marketing

또한 연예인 육성 및 콘텐츠 생산, 홍보, 스타관리의 업무를 담당 하는 것으로 Kocca[2], 서영익[9], 김용습[10], 이선희[11], 임경민[12]는 TV드라마, 영화, 음반, 예능 프로그램, CF 등을 통해 선보이는 전반적인 과정을 기획, 관리, 유지하는 매니지먼트 사이클(cycle)의 효율적인 운용을 하여, 그 결과 상품성이 높아진 연예인으로 인한 경제적 이윤을 극대화하고자 하는 것, 문화체육관광부[13] 연예기획사 전수조사, 기획사매니저 등록제 추진 발표의 표현을 들어 연예기획으로 표기하고, 장규수[14]는 연예인이 스타로 등극하기 위하여 기획, 제작, 마케팅하는 일련의 과정으로 연예매니지먼트의 설정하고 있다. 따라서 선행 연구를 중심으로 본 연구에서는 연예매니지먼트란, 엔터테인먼트산업의 핵심으로 연예인 활동을 기획·제작·관리·중개·홍보·교육·육성·발굴하는 업무를 통하여 경제적 이윤을 극대화하고자 하는 목적의 총칭으로 정의하고, 연구자별 정의는 표 1과 같다.

2.2 연예매니지먼트 기업성과의 선행요인

기업의 성과는 기업의 인적·물적 자원의 효과적이고 효율적인 관리를 통하여 얻어지는 결과이다. 황보작[15], 김철원[16]에 따르면, 기업의 성과관 기업을 구성하는 각 사업부문, 기능, 업무, 집단 및 개인이 기업의 목표를 실현하기 위하여 달성한 결과로 책임단위의 성과를 모두 합한 것으로 볼 수 있다고 주장한다. 기업성과는 개념상으로 효과성과 효율성(능률성)이라는 두 가지 측면으로 파악할 수 있다. 효과성은 조직목표의 달성을 의미하며, 효율성은 '산출'을 '투입'으로 나눈 값을 의미한다. 이형모[17], 임호순 외[18]는 기업의 성과는 단일 차원으로 측정되는 것이 아니라 다차원적인 측면을 가지고 있기 때문에 성공요인이 궁극적으로 실현되어 나타나는 성과를 파악하고, 다양한 성과들 간의 인과관계를 조사해 보는

것이 필요하다고 주장한다. 따라서 연예매니지먼트기업을 대상으로 한 환경 분석을 통하여 내부경영혁신의 추진에 따라 경제적 성과 및 사회적 성과의 개선정도의 파악은 지향되어야 할 연예매니지먼트의 혁신 성과목표와 혁신기법, 메커니즘(mechanism)과 연관선상에서 사전 분석되어야 할 것이다. 그러나 기업성장에 관한 선행연구가 다양함에도(김나연[19], 이형모[17], 이용탁[20], 임호순 외[18], 이광우 외[21], 장성희&반성식[22], Peredo, A. M. & M. McLean[23], Frishamer, J. & S. A. Horte[24], Weera-wrdena & Sullivan[25], Mair & Marti[25]) 국내의 연예매니지먼트의 기업 성과의 연구는 아직 초기 단계이다. 본 연구에서는 기존의 연구인 응답자의 지각을 통해서 측정된 성과지표와 계량된 2차 자료를 통해 얻을 수 있는 두 가지 성과측정 지표 중, 연예매니지먼트가 기업 성과에 미치는 영향을 정확히 판단하기 위해서는 계량적인 성과지표와 관계를 고려하는 것이 바람직하다. 그 이유는 연예매니지먼트 기업의 규모가 너무 천차만별이고, 또한 재무적으로 신뢰할 수 있는 재무제표를 작성하는 수가 적다. 따라서 연예매니지먼트 종사자의 지각을 통해서 경쟁기업과 비교하여 등간 척도로 측정하고자 한다. 기업성과 변수의 관련 요인은 표 2와 같다.

[Table 2] Performance variables

Related factors	Variables
Financial Performance	Increase rate of sales
Non-financial Performance	competitiveness of firms

3. 조사설계 및 분석방법

본 연구 과제를 수행하기 위하여 연예매니지먼트의 개념(배정배 2013; 박정배 2013; 문화체육관광부 2012; Kocca 2012:2010; 장규수 2011; 서영익 2010; 김용습 2009; 이선호 2009; 임경민 2001; Harold Vogel 1990; Barry L. Sherman 1987; J. L. Massie 1979)과 기업의 성과는(이형모 2012; 이용탁 2011; 임호순 외 2009; 서경 2009; 이광우 2008; Post & Meyskens 2008; Frishamer 2007; Horte 2007[27]; Weera-wrdena & Sullivan 2006; Mair & Marti 2006; 백윤정 1999; Krishnan & Miller & Judge 1997; Roth 1995; Govindarajin 1989; Bettis & Hall 1982)의 개념과 기업성과의 요인에 관한 각 연구자의 연구를 선행연구 자료로 활용하였다. 그러나 국내의 연예매니지먼트시스템화가 동종 기업 성과의 연구는 아직 초기 단계이다. 따라서 연예매니지먼트 시스템화의 선행연구

를 바탕으로 재무적인 성과는 일반적으로 순이익 증가율(Roth 1995), 효율성(Govindarajin 1989), 총 자산 수익률(Krishnan & Miller & Judge 1997, 백윤정 1999), 투자수익율(Bettis & Hall 1982) 등을 본 연구에서는 매출액 증가율을 연예매니지먼트 종사자의 지각을 통해서 측정된 성과지표(김나연2012; 이형모 2012; 황보작 2012; 장규수 2011; 삼일 PwC Advisory 2010; 서경 2009; 박진 2007; 성기욱 2006; 김철원 2002; Kaplan and Norton 1992) 활용하였다. 그 이유는 연예매니지먼트 기업의 규모가 너무 천차만별이고, 또한 재무적으로 신뢰할 수 있는 재무제표를 작성하는 수가 적다. 따라서 연예매니지먼트 시스템은 기업성장에 유의한 영향에 대해 가설로 설정하였다. 연구 대상은 서울의 강남, 강북, 강서, 강동구 소재의 연예매니지먼트 기업 및 관련 종사자 250여명을 표본으로 선정하여 연구목적인 연예매니지먼트 시스템화가 기업성장에 관한 설문조사를 실시하였다. 설문분석방법은 먼저 설문 대상과 일반적 특성을 파악하기 위해 평균, 빈도 등의 기술통계분석을 실시하였으며 측정도구에 대한 신뢰도 검증은 위해 Cronbach's 알파 계수를 산출하였고, 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 본 연구모형에 포함된 변수들의 단일차원성과 내적 일관성을 검증함과 동시에 구체적으로 연구목적을 달성하고 주관적 인지 척도로 측정된 각 변수에 대한 타당성과 신뢰도를 높이기 위하여 타당성과 신뢰도 검증을 실시하였다. 크론바하 알파계수는 0과 1사이의 값을 가지며 탐색적 분석인 경우 0.6이상이면 신뢰도가 양호하다고 평가하고, 통상적인 경우 0.7이상이면 신뢰도가 양호하며 0.8-0.9이상이면 우수하다고 평가한다. 또한 본 연구 모형에 대한 가설을 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하여 연구 모형에 대한 분석방법을 활용하여 가설관계를 검증하였다.

4. 실증 분석

4.1 측정도구의 신뢰도 및 타당성검증

본 연구에서 수집된 자료는 Nunnally[28]와 여운승이 제시한 측정 타당화(measure validation)과정을 바탕으로 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 측정도구의 신뢰성과 타당성을 확보하기 위해서 우선 정화 절차를 거치며 이로부터 탐색적 요인분석 및 신뢰도 검증을 실시하였다. 연예매니지먼트 기업성장에 대한 기초통계량과 크론바하 알파계수를 제시한 결과로 각 문항의 평균은 4.2점 이상으로 나타났다. 연예매니지먼트 기업성장에 대한 전체 신뢰도는 0.738로서 양호한 신뢰도를 보였으

며, 특별히 신뢰도를 저해할만한 문항은 없었다. 직교호전을 통한 설문도구에 대한 탐색적 요인분석 결과 고유값(eigen value)이 1 이상인 요인(common factor)이 추출되고, 고유값은 3.937로 전체의 35.79%를 설명하고 전체 분산의 58.22%를 설명하고 있었다. 또한 탐색적 요인분석 결과 설문도구 문항 중 요인적재량이 0.5이하이며, 공통성이 0.4이하인 문항은 없으므로 제거되는 문항은 존재하지 않았다.

4.2 가설 검증

연예매니지먼트 시스템화와 동종분야 기업 매출액과의 영향관계를 표 3와 같이 살펴보면 유의미한 회귀계수가 모두 (+)이므로 연예매니지먼트 시스템화가 잘 구축되고 중요하다고 판단할수록 기업의 매출액은 증가하는 것을 알 수 있다.

연예매니지먼트 시스템화와 동종분야 기업 경쟁력과의 영향관계를 표 4와 같이 살펴보면 유의미한 회귀계수가 모두 (+)이므로 연예매니지먼트 시스템화가 잘 구축되고 중요하다고 판단할수록 기업의 경쟁력은 증가하는 것을 알 수 있다. 따라서 ‘연예매니지먼트 시스템의 기업 성과에 유의한 영향을 줄 것이다.’라는 연구의 가설을 각각 연예매니지먼트 시스템의 동종 기업매출액 관계와 동종기업의 경쟁력관계를 구분하여 통계분석을 실시한 결과 선행연구를 토대로 설정한 가설은 대체로 입증되었다 이는 연예매니지먼트 요인 중, 사업다각화 구축을 제외한 4개 독립변수와 동종분야 기업 매출액과의 영향관계에서는 유의수준 1%, 5%, 10%에서 유의한 결과를 나타내었다. 동종분야 기업 경쟁력에 대한 영향분석을 실시한 결과는 법 제도상 사업군 구축, 사업 다각화를 제외한 3개 독립변수와 동종분야 기업 경쟁력과의 영향관계에서 유의수준 1%, 5%하에서 유의한 결과를 나타내었다. 본 연

구에 있어서 주목하여야 할 사항으로 연예매니지먼트 시스템의 동종기업성과의 연구에 따른 통계분석결과 연예매니지먼트 시스템은 기업형 경영혁신구축, 사업모델구축, 법제도상 사업군 구축, 제작유통의 저작권 권리구축, 사업 다각화 같은 구성되었으며, 이는 논자가 인식하고 있던 이론과 선행연구를 기업 성과는 기업매출액과 경쟁력 같은 구성개념으로 나타나 요인을 설정하여 구성하였다. 토대로 구성하여 연구에 대한 어느 정도의 성과는 예측되었다. 하지만 연구물이 부족한 분야에 뜻하지 않게 상의한 결과에 대해서는 후속연구가 활발히 이루어져 연예매니지먼트의 이론적 확립이 필요하며, 유사한 학문과의 학문적 교류를 통한 재정립이 요구됨을 시사한다.

5. 결론

연예매니지먼트 시스템의 기업성과 등 측정도구에 대한 신뢰도 검증을 위해 크론바하 알파 계수를 산출하였으며, 크론바하 알파 계수가 0.7이상으로 나타나 측정도구에 대한 신뢰도는 양호하였다. 또한 측정도구의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며 요인분석 결과 측정도구에 대한 타당성은 확보되었다. 가설인 연예매니지먼트 시스템의 기업성과에 유의한 영향관계를 보이는가를 알아보기 위해 두 개의 소 가설을 설정하여 분석하였다. 연예매니지먼트 기업성과 중 기업 매출액과의 영향관계를 분석한 결과 사업모델 구축이 가장 큰 영향력을 보였고, 제작 유통의 저작권 권리 구축, 기업형 경영 혁신 구축, 법 제도상 사업군 구축 순으로 나타났으나 사업 다각화 구축은 유의한 영향력을 보이지 않았다. 연예매니지먼트 기업 경쟁력과의 영향관계를 분석한 결과 제작 유통의 저작권 권리 구축이 가장 큰 영향력을 보였고,

[Table 3] Relation Between Entertainment Management System and Sales of Entertainment Agencies

Independent variable	Non-standard regression coefficient	Standard regression coefficient	Standard error	t-value	p-value	VIF
Intercept	1.708	-	0.301	5.68***	0.001	-
Enterprise-type Management Innovation	0.173	0.167	0.075	2.30**	0.022	1.70
Business model establishment	0.195	0.193	0.069	2.82***	0.005	1.51
Legal Industry Construction	0.100	0.110	0.056	1.79*	0.075	1.48
Copyright Claim of Producing and Distribution	0.173	0.189	0.056	3.09***	0.002	1.21
Business Diversification	-0.026	-0.036	0.042	-0.61	0.541	1.13

$R^2 = 0.234, F = 15.07^{***}, DW = 1.850$

* Annotation: *** : $p < 0.01$, ** : $p < 0.05$, * : $p < 0.10$

[Table 4] Relation between Entertainment Management System and Competitiveness of Entertainment Agencies

Independent variable	Non-standard regression coefficient	Standard regression coefficient	Standard error	t-value	p-value	VIF
Intercept	1.654	-	0.292	5.67***	0.001	-
Enterprise-type Management Innovation	0.182	0.178	0.073	2.49**	0.013	1.70
Business model establishment	0.149	0.148	0.067	2.21**	0.028	1.51
Legal Industry Construction	0.056	0.069	0.054	1.04	0.299	1.48
Copyright Claim of Producing and Distribution	0.263	0.290	0.054	4.83***	0.001	1.21
Business Diversification	-0.017	-0.025	0.041	-0.42	0.672	1.13
$R^2 = 0.264, F = 17.67^{***}, DW = 1.676$						

주: *** : $p < 0.01$, ** : $p < 0.05$, * : $p < 0.10$

기업형 경영혁신 구축, 사업모델 구축 순으로 나타났으나 법 제도상 산업군 구축이나 사업 다각화 구축은 기업 경쟁력과 유의한 영향관계를 보이지 않았다. 본 연구가 다루고 있는 연예매니지먼트 학문은 아직 초기의 단계에 있으므로 학문적 완성도가 높지 않다는 것이 지적되며, 본 연구 결과 시사점을 도출했음에도 불구하고 다음과 같은 한계점이 있다.

연예매니지먼트의 개념과 기업성과의 검증에 대한 보다 구체적이고 체계적인 연구가 필요한 것으로 판단된다. 보다 명확한 측정항목의 도출을 위한 연구가 선행되어야 하며 검증과정을 통한 실증적 요인의 도출이 향후 연구에서 진행되어야 한다고 판단된다. 그러나 연예매니지먼트 시스템의 기업성과의 의미와 영향에 대한 선행연구는 최근의 흐름으로서 본 연구에서 그 적용가능성을 실험한 것은 의미가 있는 것으로 향후 추가적인 연구와 접근이 모색되어야 될 것으로 판단된다. 아울러 본 연구에서 연예매니지먼트 시스템의 기업성과에 상호작용성에 대한 실증적 요인을 도출하고자 시도하였으나 실제 연예매니지먼트 환경에서 발생할 수 있는 변인들에 대하여는 검증을 실시할 수 없는 한계점을 내포하고 있는 것으로 사료된다. 향후 이러한 연구의 한계점을 극복하는 후속연구가 이루어져 연예매니지먼트에 대한 다양한 이론과 성과를 이루기를 기대한다.

References

- [1] Bae, Jeong-bae, "The Effect of Korean Wave Start's Activities on Firm's Market Value," master's thesis, Hanyang University, pp. 27-38, 2013
- [2] Korea Creative Content Agency, "The introduction of the registration system of entertainment management companies and the plan to activate entertainment management industry", pp.6-15, 25-34, 2012
- [3] Cho, In-hee, "A study on the effect brand personality of Entertainment Companies on the Corporate Image: focusing on the acting of product image, non-product image of Entertainment Companies," Ph. d, Kyonggi University, pp. 9-15, 2009
- [4] Jeong-bae, Park, "A Study on the Systemization of Entertainment Industry," International Conference on Convergence Technology, pp. 714-715, 2013
- [5] Park Sun Ha, "A study on the role of a management company in media contents industry in Korea," master's thesis, Jungang University, 2007
- [6] Barry L. Sherman, "Telecommunication Management : The Broadcasting & Cable Industries," NewYork : McGraw-Hill, pp. 22-23, 1987
- [7] Massie, J. L., "Essentials of Management, Englewood Cliffs," N.J : Prentice-Hall Inc, 1979.
- [9] Seo, Young-ik, "Applying IPA to operating Korea Entertainment-Management Company," master's thesis, Hanyang University, pp. 8-34, 2010.
- [10] Kim Young Sup, "A study on the entertainment management organization and the characteristics of decision making", master's thesis, Hanyang University, pp. 6-19, 2009
- [11] Lee Sun Ho, "The characteristics and current status of Korean entertainment management industry", Korean Society for Music Application, Vol.2, 2009
- [12] Im, Kyung-min, "A Study Status and Development of Entertainment Management," master's thesis, Yonsei University, p.10, 2001
- [13] Ministry of Culture, Sports and Tourism, "Survey of entertainment management industry and a study on the environmental improvement," 2010

[14] Jang, Gyu-soo, "A Study on strategies to improve the Entertainment Management System," Ph. d, Hankuk University of Foreign Studies, pp. 8-11, 2011

[15] HwangBo, Jak, A Study on the Effects of Recognition for Human Resource Management Types and Degree of Labor-Management Cooperation on Corporation Performance; Focus on Urban Railroad Corporations, Ph. d, Hannam University, pp. 32-34, 2012

[16] Kim, Chol-won, "A study on Hotel's Managerial Performance Evaluation Using the BSC," master's thesis, Chongju University, pp. 9-20, 2002

[17] Lee, Hyeing-mo, "A study of Patent-related Activities affecting the Early Stage Company Performance of Technology-based Start-ups," master's thesis, Hanbat National University, pp. 23-33, 2012

[18] Im, Ho-sun & Kim, Dae-su & Kim, Hong-il, "An Empirical study on Causal Relationship between Performance Measures of Technology-based Startup Firms," Korea Productivity Association, 23(1). 2009

[19] KIm, Na-Yeon, Study on the Effects Social Mission and Social Entrepreneurship on the Performance : focused on the moderating effects of start-up incubating supports, master's thesis, Soongsil University. pp. 33-38, 2012

[20] Lee. Yong-tak, "A Study on Performance Measurement the social entrepreneurship," Journal of human resource management research, 18(3), 2011.

[21] Lee Kwang woo & Kwon, Ju Hyoung, "An Empirical Study on the Effect of Capacity Factors on Profit and Public Outcome of Social Enterprise," Journal of Business Education, 23(1), pp. 261-292, 2009

[22] Jang, Sung-Hee & Bahn, Sung-Sik, The Effects of Entrepreneurial Orientation and Markrt Orientation on the Economic and Social Performance of a Social Enterprise, Korean Journal of Business Administration, 23(2), pp. 3482-3485, 3488. 2010

[23] Peredo, A. M. & M. McLean(2006) Social entrepreneurship: A critical review of the concept, Journal of World Business, 41(1), pp 56-65.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>

[24] Frishammar, J. & S. A. Horte(2007) Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public polices and third sector, Policy and Society, 29(3). pp. 231-242

[25] Weerawardena, J. & Sullivan, M. G, Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model, Journal of World Business, 41, pp 21-35, 2006
DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001>

[26] Mair. J & Marti, Social Entrepreneurship Research: A

Source of Explanation, Prediction, and Delight. Journal of World Business, 41, pp. 36-44, 2006

DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>

[27] Harold L. Vogel., Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis, Cambridge University Press. 2005, p.37

[28] Nunnally, J. C., *Psychometric Theory (2nd Edition)*, Mcgraw-Hill Book Company, 1978, pp. 295-309.

박 정 배(Jeong-Bae Park)

[정회원]



- 2001년 8월 : 중앙대학교 예술대학원 예술경영학과 (예술학석사)
- 2009년 2월 : 성균관대학교 공연예술협동과정 (공연예술학박사)
- 2012년 9월 ~ 현재 : 한국이벤트컨벤션학회 회장
- 2005년 3월 ~ 현재 : 청운대학교 공연기획경영학과 부교수

<관심분야>

문화산업, 예술경영, 공연기획, 이벤트 등

신 필 순(Phil-Soon Shin)

[정회원]



- 1999년 2월 : 연세대학교 경영학과
- 2013년 8월 : 단국대학교 경영대학원 수료
- 1999년 10월 ~ 2007년 3월 : 삼일회계법인 회계사
- 2010년 5월 ~ 현재 : (주)키이스트 대표이사

<관심분야>

문화산업, 예술경영, 공연기획, 이벤트 등