

재일한국인 기업가의 네트워크 특성과 기업가정신*

金泰永**

目次

- I. 서론
- II. 재일한국인의 비즈니스
- III. 사회화 과정으로서의 기업가정신
- IV. 실증분석
- VI. 결론

I. 서론

재일한국인은 일제강점기에 강제 이주되어서 광복 후 현재에 이르고 있다. 그러나 自發移住가 아니기 때문에 일본사회 정착이 쉽지 않았다. 그 결과 재일한국인은 사회문화적 갈등뿐 아니라 경제적 약자로서 항상 어려움에 직면해왔다.

따라서 한민족 디아스포라(Diaspora) 국가 중 일본이주가 매우 독특하고 복잡한 정착 과정이었다고 하겠다. 그 결과로 재일한국인은 자신이 누구인지 명확하게 밝히지 못하는 정체성 혼란 속에 살아왔다. 또한 일본사회는 재일한국인을 사회일원으로 인정하기보다는 異邦人 자격을 부여하여 사회진출에 차별을 적용하여 그 어려움이 더해갔다. 일례로 재일한국인은 소위 일본의 일류대학을 졸업하더라도 직업선택에 제한을 받게 되어, 취업을 하지 못한 많은 사람들이 자영업에 종사하는 현상을 발생시켰다. 일반적으로 일본사람들이 많이 하지 않는 파창코, 식당경영, 고철수집판매, 토목건축업, 운수업 등에 종사할 수밖에 없었다.

그렇지만 최근에 와서 재일한국인은 생계형 창업뿐만 아니라 기업형 비즈니스로 진출하는 등 과거와 다른 현상이 나타나고 있다. 재일한국인은 일본 제국주의 시기의 강제적

* 이 논문은 2004년도 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국대학교육협의회 대학교수 국내교류 연구비 지원에 의한 것임.

** 강릉대학교 인문대학 일본학과 부교수.

이주 시기의 사회경제적 약자에서 이제는 2세대, 3세대를 거쳐 일본사회의 일원으로 사회경제적 위치를 확보해가고 있는 것이다. 이것이 의미하는 것은 재일한국인들이 일본사회에 성공적으로 진입하고 있다는 것을 말하며, 일본사회의 차별적 대우를 극복하고 있다는 것을 반증한다고 하겠다.

일반적으로 기업가에게는 비즈니스란 위협 그 자체이고 생산조직화 및 시장창출에 부담으로 작용한다. 하지만 기업가는 일반인들이 이해하지 못한 규칙질서를 발견하고 혁신하게 된다. 또한 규칙질서는 기업가에게 차별화되어 항상 경쟁에 머물게 하여 또 다른 기업가를 유인한다. 따라서 비즈니스 기회를 위한 규칙발견은 모든 경쟁력의 시작으로 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 재일한국인 기업가들은 직업선택의 제한, 일본인들이 하지 않는 일 등의 규칙을 발견해왔다는 점에서 일본사회에의 일원으로서 그 위치를 공고히 하고 있다고 하겠다. 재일한국인 기업가는 일본사회의 독특한 환경에 적극적으로 반응하여 비즈니스 기회를 만들어 낸 것이다.

그럼에도 불구하고 재일한국인 기업가와 일본환경의 결합현상에 대한 의문점은 여전하다. 무엇보다도 재일한국인 기업가는 일본환경에 어떻게 조화하였는지에 대한 연구가 전무한 상황이고, 재일한국인 기업가는 보편적 기업가정신을 지닌 것인지, 아니면 독특하게도 일본의 환경 속에서 민족적 정체성을 확보하기 위하여서 비즈니스에 진출하였는지에 대한 명확한 결과가 없는 상황이다. 더구나 재일한국인 기업가는 성공적인 비즈니스를 이룩하는데 있어서 어떤 요인이 도움이 되었는지에 대한 연구 또한 진행되어 오지 않았다. 이와 같은 의문에서 연구자 시각에 따라 기업가정신에 초점을 둘 것인가 아니면 일본환경에 초점을 둘 것인가에 의해 해석을 달리할 수 있지만, 일본이주과정은 자발적 이주과정을 지닌 미국·유럽에로의 이주과정과는 다르기 때문에 본 연구는 보편적 기업가정신에 초점을 두기 보다는 일본의 독특한 상황에 초점을 두어 재일한국인기업가의 성공과정을 연구하고자 한다. 이러한 맥락에서 재일한국인 사회라는 民族 Network와 日本 社會文化適應과정의 독특성에서 기업가정신을 연구하고자 한다.

비록 비즈니스는 매우 보편적인 속성을 지녔다고 하지만 한편으로는 재일한국인 기업가는 일본사회의 차별을 극복하고 비즈니스 성공을 이루어내어야 했던 만큼 그들의 성공 과정에 대한 조명은 매우 의미있는 작업이다.

따라서 본 연구의 목적은 불합리한 환경을 극복하고 일본사회에서 성공적으로 정착하고 있는 재일한국인 기업가의 성장이유를 밝히는 것이다. 일반적으로 사회화과정이라는 측면에서 주장되어 왔던 재일한국인 집단의 사회적 네트워크 와 기업가정신과의 관계를 규명하고자 한다.

II. 재일한국인의 비즈니스

재일한국인은 대부분 소규모 영세업에 진출해 있으며, 업종은 주로 오락업(파칭코 등), 음식점(불고기집 등 식당), 건설업, 부동산업 등에 종사하는 사람이 비교적 많다. 재일한국인의 기업체 수는 1997년 현재 총 9,494개사에 달한다<표 1참조>. 그 외에 가수, 배우, 운동선수, 소설가, 영화감독 등 자유업에 종사하는 재일한국인 2세도 있다.

<표 1> 재일한국인의 비즈니스의 업종별 분포(단위: 사, %)

업종	오락업	건설업	서비스업	제조업	음식업	부동산업	도소매업	전문서 비즈니스	금융· 보험업	운수업	농림· 광업	합계
기업수	1,816	1,380	1,236	1,150	1,121	984	832	449	285	200	41	9,494
구성비	19.13	14.54	13.02	12.11	11.81	10.36	8.76	4.73	3.00	2.11	0.43	100

주: 재일한국인의 비즈니스분포에 대한 공식자료는 1997년까지가 최신의 것임

출처: 在日韓國商工會議所(1997), 在日韓國人會社名鑑

한편 재일한국인의 비즈니스는 도쿄(東京)와 오사카(大阪)에 많이 집중되어 있지만, 일본전역에도 고루 분포하고 있다. 이 점은 에스닉(ethnic) 기업가정신에서 설명되고 있는 에스닉집단의 지역적 집중과 비즈니스의 관계(에스닉사회의 규모가 클수록 비즈니스가 많이 창출된다는 가설)뿐만 아니라, 에스닉사회의 배경을 벗어나서 일본사회 속에서의 보편적인 기업가정신을 보여주고 있다는 점(에스닉사회를 벗어나서 당해국가의 비즈니스 활동에 편입되어간다는 가설) 또한 설명된다. 재일한국인의 비즈니스는 재일한국인 사회뿐만 아니라 일본사회에서 요구되는 비즈니스와 관련하여 광범위하게 활동이 진행되고 있다<표 2참조>.

다만 재일한국인은 각 지역의 인구대비 사업소수의 비율에서 보면, 그 수치가 낮기 때문에 비즈니스만이 재일한국인의 사회활동을 대변하지는 않고 있다. 대체적으로 에스닉사회에서는 사회적 상승의 수단으로서 비즈니스활동을 선택한다는 가설이 있지만, 재일한국인의 경우는 그렇지 못한 실정이다.

<표 2> 재일한국인 비즈니스의 지역별 분포

지방	현명	재일동포수	사업소수	기업분포율	지방	현명	재일동포수	사업소수	기업분포율
東北	北海道	6,284	338	3.56	近畿	滋賀縣	7,723	263	2.77
	青森縣	1,459	45	0.47		京都府	44,451	747	7.87
	岩手縣	1,181	62	0.65		大阪府	170,516	1,492	15.72
	宮城縣	4,201	94	0.99		兵庫縣	68,430	1,058	11.14
	秋田縣	901	40	0.42		奈良縣	6,531	44	0.46
	山形縣	1,110	45	0.47		和歌山縣	4,155	94	0.99
	福島縣	2,144	68	0.72					
關東	茨城縣	5,516	55	0.58	中國	鳥取縣	1,669	63	0.66
	栃木縣	2,975	92	0.97		島根縣	1,282	41	0.43
	群馬縣	3,087	82	0.86		岡山縣	8,345	200	2.11
	埼玉縣	16,104	146	1.54		廣島縣	14,912	207	2.18
	千葉縣	15,847	174	1.83		山口縣	12,120	126	1.33
	東京都	93,437	1,312	13.82	四國	德島縣	449	13	0.14
	神奈川縣	32,470	532	5.60		香川縣	1,176	13	0.14
	山梨縣	1,967	62	0.65		愛媛縣	1,794	65	0.68
					高知縣	850	21	0.22	
信越	長野縣	4,584	115	1.21	九州	福岡縣	23,910	426	4.49
	新潟	2,667	63	0.66		佐賀縣	1,158	48	0.51
北陸	富山縣	1,792	45	0.47		長崎縣	1,623	40	0.42
	石川縣	2,910	43	0.45		熊本縣	1,300	24	0.25
	福井縣	4,632	60	0.63		大分縣	2,638	38	0.40
東海	岐阜縣	8,483	244	2.57		宮崎縣	859	45	0.47
	静岡縣	7,486	85	0.90		鹿児島縣	485	15	0.16
	愛知縣	51,369	430	4.53	沖繩縣	355	14	0.15	
	三重縣	7,822	165	1.74					
전국합계							657,159	9,494	100.0

주: 재일동포수는 97년판 재류통계. 출처: 전계서.

Ⅲ. 사회화과정으로서 기업가정신

1. 기업가정신의 모델

1) 정치경제학적인 접근

기업가정신에 대해서 경제학에서는 환경의 제약 하에서, 그리고 새로운 환경개척으로서 시장기회 만들기를 통해 자가고용(self-employment)을 자극하는 공급측면과 수요측면에서 파악해 왔다. 기본적으로 인구통계학적 요소와 정부정책에 의한 push와 pull요인으로 도 설명된다(Shapero, 1985; Verheul et al., 2001) 1). 최근에는 정책적으로 지역경제개발

1) Shapero, Albert(1985), "Why Entrepreneurship? A Worldwide Perspective," Journal of Small Business Management, October: 1-5(Guest Editorial). ; Verheul, L, S. Wennekers, D. Audretsch, R. Thurik(2001), *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*, Tinbergen Institute Discussion Paper TI

을 통해 기업가정신을 고무시키는 방법에 관심이 많다(Parker, 1999; Cecora, 2000; Feldman, 2001)²⁾. 그 결과로서 신규창업의 확산을 기대하며, ‘창업율’ 또는 ‘비즈니스 소유권율’의 증가를 통해 기업가정신을 측정하고 있다(Verheul et al., 2001; Coviello and Jones, 2004)³⁾. 이를 통해서 기존의 진부화되었는 산업구조를 파괴하는 것이 경제학적인 기업가정신이라고 하겠다. 하지만, 개인적 수준에서 환경적 한계를 돌파하는 기업가정신에 대한 연구는 접근하지 못하였다.

2) 경영학적인 접근

개인적 수준에서의 접근은 경영학에서 이루어졌다. 그것은 환경의 제약조건을 돌파하면서 시장기회발견 또는 추구 및 비즈니스개발기회 발견이라는 기업가의 개인적 접근방법이 소개되어 왔다(Eckhardt and Shane, 2003)⁴⁾. 비록 기회라는 단어 때문에, 경제학적 기회와 맥을 같이하는 점이 없지 않으나 환경을 극복하고 돌파하려는 기업가의 개인역량을 연구하는 것이다. 핵심은 어떤 기회에 반응하는 인간자신의 극복의지와 비즈니스의 창조성에 관심이 집중되어 왔다. 이러한 맥락에서 기업가정신은 ‘창업 전의 신규조직창출을 위한 활동뿐만 아니라, 창업 그 자체, 그리고 조직의 성장과정’(Gartner, 1995; Bygrave, 1995; Elfring, 1997, Ireland et al., 2003의 종합)⁵⁾을 통합하여 정의를 하고 있다. 따라서 기업가정신은 잠재적이든, 그 잠재성이 극대화되었던 간에 ‘새로운 조직의 창출’을 핵심적 문구로 보고 있다. 궁극적으로 전략적인 목표수익 또는 시장위치를 확보하는 조직성장, 그리고 지속적인 가치창출이 보증되어야만 기업가정신이 상실되지 않는다고 보는 것

2001-030/3.

- 2) Parker, R.(1999), "Small is not Necessarily Beautiful: An Evaluation of Policy Support for Small and Medium-sized Enterprises in Australia," *Australian Journal of Political Science* 35(2): 239-253. ; Cecora, J.(2000), "Entrepreneurs and SMEs in Regional Economies: Policy Issue for Sustainable Development in a Globalizing Economy," *International Journal of Sociology* 10(1): 83-100. ; Feldman, Maryann P.(2001), "The Entrepreneurial Event Revisited: Firm Formation in a Regional Context," *Industrial and Corporate Change*, 10(4): 861-891.
- 3) Coviello, Nicole E. and Marian V. Jones(2004), "Methodological Issue in International Entrepreneurship Research," *Journal of Business Venturing* 19: 485-508.
- 4) Eckhardt, Jonathan T. and Scott A. Shane(2003), "Opportunities and Entrepreneurship," *Journal of Management* 29(3): 333-349.
- 5) Gartner, W.B.(1995), "Aspects of Organizational Emergence," in *Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building*, by Ivan Bull, Howard Thomas and Gary Willard(eds), Pergamon: 67-89. ; Bygrave, W.D.(1995), "Theory Building in the Entrepreneurship Paradigm," in *Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building*, by Ivan Bull, Howard Thomas and Gary Willard(eds), Pergamon: 129-158. ; Elfring, T., and N.J. Foss(1997), *Corporate Renewal Through Internal Venturing and Spin-offs: Perspectives from Organizational Economics*, Copenhagen Business School, Department of Industrial Economics and Strategy WP 97-7.; Ireland, R. Duane., Michael A. Hitt, and David G. Sirmon(2003), "A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions," *Journal of Management* 29(6): 963-989.

이다.

3) 사회학적인 접근

기업가정신은 본질적으로 네트워크의 구축을 통해 거래비용의 감소 및 신뢰의 확산을 이룸으로써 기업가적 활동이 적극적으로 나타난다고 지적되어 왔다. Ireland et al.(2001)⁶⁾은 기업가정신을 “개인과 팀이 시장기회를 개척하기 위해 독특한 정책을 가지고 부를 창출하는 환경의존적 사회화과정”으로 소개하고 있다. 이것은 기업가정신과 사회자본의 관계에서 신뢰(trust)가 형성되면 될수록 기업가적 활동이 적극적으로 변화한다는 연구와 맥을 같이하고 있다(Ulhoi 2004)⁷⁾. 따라서 기업가정신은 곧 사회화과정으로도 이해된다.

4) 기업가정신의 모델

기업가정신은 기업가와 환경 간의 상호작용에 의해 생성된다. 때문에 기업가의 역할도 진화하지만, 환경 또한 진화하는 결과를 가져온다. 상호진화(co-evolution)의 과정을 거치는 셈이다. 그렇다면, 기업가에게 환경은 어떠한 의미를 지니고 있기에 상호작용을 하게 만드는 것일까? 바로 불확실성의 적정수준에서 그 문제를 풀 수 있다. 기업가가 접하는 환경의 불확실성이 너무 크다면, 기업가가 되고자 노력하는 잠재적 기간이 길게 되거나, 아니면, 불확실성을 회피하여 경쟁적이고 차별적인 비즈니스 개발을 생각하지 않게 된다(Kirzner, 1997, 1999)⁸⁾. 그래서 기업가는 너무 큰 불확실성에 반응하지는 않는다. 때문에 기업가는 주어진 불확실성에서 어떤 차이를 보고, 그 틈새에서 새로운 시장기회와 비즈니스기회를 완성해가는 계산된 위험감수자(moderate risk-taker)로서 설명되어 왔다(McClelland, 1961)⁹⁾. 좀 더 보편적으로는 환경의 불확실성 하에서 차별적인 기회에 반응하고, 창업하는 이들이 기업가라는 것이다(Ripsas, 1998)¹⁰⁾. 또한 기업가는 차별적인 기회에 반응하기 위해서 사회적인 관계(네트워크)를 최대한 이용하는 특성을 지니고 있다.

따라서 기업가정신의 모델은 「새로운 조직을 창출하고자 하는 것이 그 결과이며, 과정적으로는 사회화 프로세스를 의미하며, 인풋으로는 시장기회 및 비즈니스기회에 대한 자극 또는 발견」을 말한다. 이러한 차원을 지역경제나 국가경제의 영역으로 확대한다면 본 모델의 결과는 진부화된 산업구조 및 경제관계를 파괴하여서 새로운 사회경제적 혁신을

6) Ireland, R. Duane., Michael A. Hitt, and David G. Sirmon(2003), “A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions,” *Journal of Management* 29(6): 963-989.

7) Ulhoi, J.P.(2004), “The Social Dimensions of Entrepreneurship,” *Technovation*, Preliminary Paper.

8) Kirzner, I.M.(1997), “Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach,” *Journal of Economic Literature* 35: 60-85. ; (1999), “Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur,” *Review of Austrian Economics* 11: 5-17.

9) McClelland, D. (1961), *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Nostrand.

10) Ripsas, S.(1998), “Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship,” *Small Business Economics* 10: 103-115.

이루어내는 것이 광의적인 기업가정신의 모델이 된다고 하겠다. 이러한 모델을 통해서 기업가는 막연한 불확실성을 진정한 불확실성으로 전환시키게 되는 것이다.

2. 사회문화적 적응으로서 사회화과정에서의 에스닉기업가정신

1) 에스닉사회의 기업가정신에 대한 연구

에스닉사회에서의 새로운 비즈니스 조직의 창출(이하 기업가정신)에 대해서는 이론적인 연구결과를 축적해왔다. 막시스트(Marxist)는 수익(profit)이 없는 곳에서 비즈니스 개척(exploitation)이 발생하지 않는다고 말하였지만 소규모 에스닉비즈니스는 일반적으로 수익적이지 못하더라도 진출하며, 점차 수익을 만들어 가기 때문에(Light 2004: 10)¹¹⁾ 주목받아 왔다. 그것도 직업선택 또는 비즈니스 형태는 거주국의 비우호적인 환경에 의해 제약받았음에도 불구하고 그것을 극복하고 창업하는 전형적인 기업가정신을 보여주기 때문에 연구주제가 되었다.

이러한 기업가정신은 에스닉기업가정신(ethnic entrepreneurship), 이주자기업가정신(immigrant entrepreneurship), 그리고 마이너리티기업가정신(minorities entrepreneurship or business)으로 칭하여진다¹²⁾(Light and Bonacich, 1988; Ram et al., 1997; Rath, 2000; Chaganti, 2002; Stiles and Galbraith 2004)¹³⁾. 이 중에서는 대체적으로 민족집단과 거주국 환경과의 상호작용을 연구해왔던 에스닉기업가정신이라는 명칭이 보편적이라고 사료된다.

연구동향은 지역공동체의 하부그룹으로서 에스닉집단의 비즈니스를 연구하고 있다(Bates, 1994)¹⁴⁾. 대부분의 에스닉집단은 도시지역에 위치하고 있으며(Light and Bonacich, 1988; Masurel et al., 2002; Collins, 2003)¹⁵⁾, 사회문화적·역사적·종교적으

11) Light, Ivan(2004), "The Ethnic Ownership Economic," in *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*, Curt H. Stiles and Craig S. Galbraith(eds.), ELSEVIER.

12) 1. 에스닉: 공통의 국가배경 또는 이주경험을 공유하는 사람들 간의 연결형태와 규칙적인 상호작용, 특히 에스닉비즈니스에서 상호작용-internationalism은 각 그룹들이 공급과 지역수요 사이의 적합에 의존하는 것을 가리킴. 2. 이주자: 사회경제적 생존을 위해 비즈니스를 시도하는 최근의 이주자. 3. 마이너리티: 소수 인구그룹들의 비즈니스 활동

13) Light, Ivan and Edna Bonacich(1988), *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965-1982*, University of California Press. ; Ram, Monder., Mark Ford and Guy Hillin(1997), "Ethnic Minority Business Development: A Case from the Inner City," in *Small Firms: Entrepreneurship in the Nineties*, David Deakins, Peter Jennings and Colin Mason(eds.)(1997), Paul Chapman Publishing. ; Rath, Jan(ed.)(2000), *Immigrant Business: The Economic, Political and Social Environment*, MacMillan Press Ltd. ; Chaganti, Radha and Patricia G. Greene(2002), "Who are Ethnic Entrepreneurs? A Study of Entrepreneurs' Ethnic Involvement and Business Characteristics," *Journal of Small Business Management* 40(2): 126-143. ; Stiles, Curt H. and Craig S. Galbraith(eds.)(2004), 『Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process』ELSEVIER.

14) Bates, Timothy(1994), "Social Resources Generated by Group Support Networks May Not Be Beneficial to Asian Immigrant-Owned Small Businesses," *Social Forces* 72(3): 671-689.

로 동질성을 유지한다. 또한 그 집단의 수요와 공급시장의 기회에 반응하면서 비즈니스를 창출하는 것이 일반적인 경향이다 (Ibrahim and Galt, 2003)¹⁶). 이것은 에스닉시장경제권을 만들어 놓았으며, 대표적으로 차이나타운이나 코리아타운 등이 해당된다.

2) 탈 에스닉 현상

에스닉기업가정신에 대한 연구는 지리적인 경계를 지닌 집단 내에서는, 영세적인 비즈니스활동에 대한 연구가 대부분이다. 연구자들은 자본조달이 집단(지리적 한계) 내에서 이루어지거나(Bates, 1997 은행조달보다는 자체조달)¹⁷), 비즈니스자체가 아직 영세성을 면치 못하고 있는 것으로 설명하고 있다(Raijman, 2001; Collins, 2003)¹⁸). 1990년 구소련의 붕괴과정에서 이스라엘로 이주한(이주는 1990-1992 12.5%, 1995년 이후 4.8%) 이주자들 대부분이 적절한 교육을 받은 지식노동자 그룹에 속한 경우가 많았음에도 불구하고(60% 이상 대학교육) 그들은 언어와 문화적 차이 때문에 단일지역에 집중적으로 거주하거나, 소규모 비즈니스에 진출하는 양상을 보여주는 것에서 개인적인 차이는 에스닉기업가정신에서 중요한 요인이 아니라는 것을 보여준다(Lerner and Hendeles, 1996; Mesch and Czamanski, 1997)¹⁹).

그러나 에스닉집단의 역사가 오래될수록 에스닉 위주의 비즈니스는 그 한계성을 벗고 있는 것으로 연구되고 있다. 에스닉 집단의 규칙과 질서에서 벗어나는 현상, 즉 도시주변 지역에서 거주하면서 에스닉 집단의 영향을 벗어나서 당해 지역의 환경에 영향을 받거나 아니면, 보다 보편적인 국가환경에 영향을 받는 기업가정신의 진화가 이루어져왔고 (Sequeira and Rasheed, 2004)²⁰), 좀 더 확장된 형태로서 에스닉 기업가정신의 글로벌 화까지 연구한다(Iyer and Shapiro, 1999; Kloosterman, 2000)²¹). 비록 초기의 비즈니스

15) Masurel, Enno, Peter Nijkamp, Murat Tastan and Gabriella Vindigni(2002), "Motivations and Performance Conditions for Ethnic Entrepreneurship," *Growth and Change* 33(2): 238-260. ; Collins, Jock(2003), "Cultural Diversity and Entrepreneurship: Policy Responses to Immigrant Entrepreneurs in Australia," *Entrepreneurship & Regional Development* 15: 137-149.

16) Ibrahim, Gamal and Vaughan Galt(2003), "Ethnic Business Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework," *Journal of Economic Issues*, XXXVII(4): 1107-1119. ;

17) Bates, Timothy(1997), "Financing Small Business Creation: The Case of Chinese and Korean Immigrant Entrepreneurs," *Journal of Business Venturing* 12: 109-124.

18) Raijman, Rebeca(2001), "Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago," *Journal of Socio-Economics* 30: 393-411.

19) Lerner, Miri and Yeoshua Hendeles(1996), "New Entrepreneurs and Entrepreneurial Aspirations among Immigrants from the Former U.S.S.R. in Israel," *Journal of Business Research* 36: 59-65. ; Mesch, Gustavo S. and Daniel Czamanski(1997), "Occupational Closure and Immigrant Entrepreneurship: Russian Jews in Israel," *Journal of Socio-Economics*, 26(6): 597-610.

20) Sequeira, Jennifer M, and Abdul A. Rasheed(2004), "The Role of Social and Human Capital in the Start-up and Growth of Immigrant Businesses," in *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*, Curt H. Stiles and Craig S. Galbraith(eds.)(2004), ELSEVIER.

진출과정에서 에스닉집단 내에서의 자본조달 및 다양한 네트워크가 중요한 역할을 한다 하더라도, 에스닉집단의 역사성으로 인한 현지환경에의 적응성 정도나 구성원들의 비즈니스가 성장과정에 접어들면서 자본 및 자원조달에 있어 에스닉 집단의 환경을 벗어나 이루어진다는 점이다. 에스닉집단의 환경조건과 규칙에서 탈피하는 기업가정신이 발생하고 있는 것이다.

Saxenian(2000)²²⁾은 실리콘밸리(Silicon Valley)의 첨단기술 이민자(high-tech' immigrant)들의 기업가정신에 대한 연구에서 비록 에스닉집단의 규칙과 질서에 의존하는 점이 없지 않지만, 비즈니스 자체가 성장하기 위해서는 보다 보편적인 조건으로서 기업가정신이 진화하는 현상을 시사한 바 있다. 따라서 역사성이나 첨단산업화에 참여하는 「에스닉집단의 기업가정신은 脫에스닉화 되어 가고 있다」고 하겠다.

3) 사회문화적 적응으로서 사회화과정에서의 기업가정신

에스닉기업가정신에서는 현지사회와의 상호성은 중요하며, 그 상호성이 발전하게 되면, 네트워크로 형성된다. Burt(2000)²³⁾는 “이민자 기업가뿐만 아니라, 모든 기업가는 사회적 네트워크에 의존한다”라고 말하며, 기업가정신에서 사회적 자본(social capital)의 중요성을 논하였다. 이는 Granovetter(1973)²⁴⁾가 지적한대로, 사회활동과정에서 ‘결합의 강도(weak & strong ties)에 따른 인적 네트워크는 마이크로-매크로의 다리’라는 점에서 본다면, 환경-네트워크-기업가적 과정에서 네트워크의 중요성은 두 말할 필요가 없다. 따라서 특정집단에 구성되어 있는 네트워크는 기업가가 현지환경에 적응정도의 인지에 영향을 준다. 그리고 그 적응성정도에 따라서 기업가의 역량이 발전하며, 비즈니스기회의 개발에 영향을 준다고 하겠다. 더구나 Granovetter(1992, 2000)²⁵⁾와 Uzzi(1996)²⁶⁾의 연구 결과는 기업가가 접하는 환경적 조건은 네트워크의 착근(embedded)에 의해 진화하는 것

21) Iyer, Gopalkrishnan R. and Jon M. Shapiro(1999), “Ethnic: Entrepreneurial and Marketing Systems: Implications for the Global Economy,” *Journal of Interactional Marketing*, 7(4): 83-110.; Kloosterman, Robert(2000), “Immigrant Entrepreneurship and the International Context: A Theoretical Exploration,” in *Immigrant Business: The Economic, Political and Social Environment*, Jan Rath(ed.), MacMillan Press Ltd.

22) Saxenian, A.(2000), Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs, Paper Presented at the Center for Comparative Immigrant Studies of the University of California, San Diego, May 12th.

23) Burt, Ronald S.(2000), “The Network Structure of Social Capital,” *Research in Organizational Behavior* 22: 345-423.

24) Granovetter, Mark(1973), “The Strength of Weak Ties,” *American Journal of Sociology* 78(6): 1360-1380.

25) Granovetter, Mark(1992), “Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis,” *Acta Sociologica*, 35: 3-11. ; Granovetter, Mark(2000), “A Theoretical Agenda for Economic Sociology,” in *Economic Sociology at the Millenium*, Mauro F. Guillen, Randall Collins, Paula England, and Marshall Meyer(eds.)(2000), New york: Russell Sage Foundation.

26) Uzzi, Brian(1996), “The Source and Consequences of Embeddedness for then Economic Performance of Organizations: The Network Effect,” *American Sociological Review*, 61(4): 674-698.

으로 표현하고 있는데, 네트워크의 속성에 따라 환경도 진화하고, 기업가정신도 진화하게 된다는 중요성을 지적한 바 있다.

한편 Sequeira et al.(2004)는 에스닉기업가정신의 진화단계와 네트워크의 결합과정을 분석하면서, 창업전 단계(pre-startup)에서는 대인관계(person to person)를 통해 교환이 이루어지고, 약한결합(weak ties)이 우세하다고 한다. 창업단계(startup)에서는 대인관계를 통해서도 교환이 이루어지며, 강한결합(strong ties)이 우세한 경향을 보인다. 그리고 성장단계(growth)에서는 대인관계 및 조직과 인적관계(person to organization)가 혼용되어 있으며, 약한결합이 우세한 것으로 가정하였다. 이러한 측면은 비즈니스 성장단계마다 강한결합과 약한결합이 각각 다르다는 것을 의미한다. 이러한 현상은 에스닉집단 내에서만 발생하는 것이 아니라, 현지사회와의 폭넓은 관계 속에서도 발생한다. Kloosterman et al.(1999)²⁷⁾의 이민자 비즈니스에 대한 연구에서 “혼합된 착근성(mixed embeddedness)의 개념을 도입하였다. 에스닉적인 사회네트워크(social network) 뿐만 아니라, 이민자 기업가와 정착한 국가사회의 경제와 제도적 범위 사이에서의 연결(linkage)에서 결합의 목적”을 중요하게 판단하고 있다.

따라서 기업가가 접하는 네트워크의 수준과 질(the level and quality of network)은 현지사회에서의 현지민들과의 상호작용에서 점차 발전하기 때문에 에스닉기업가에게 현지사회의 적응정도는 양질의 네트워크 발전의 척도가 될 수 있으며, 이것은 비즈니스 활동의 성패에 있어서 전제적인 신호라고 하겠다.

이러한 맥락에서 에스닉기업가정신에서는 이주자들의 사회적 적응성 정도가 비즈니스 활동에 중요한 영향을 지닌다. 현지사회에서의 사회문화적 적응은 기업가정신의 창출에서의 결과로 볼 수 있는 에스닉집단지향의 비즈니스활동을 하는가, 아니면, 현지사회의 시장을 대상으로 비즈니스 활동을 하는가에 핵심요인으로 설명되어 왔다. 일반적으로는 기업가의 심리와 행동특성, 그리고 국가 또는 지역에 따른 경제발전정도와 사회문화가 차이가 있기 때문에 기업가정신이 복합적으로 형성된다고 한다(Mueller and Thomas, 1999; Dodd 2002)²⁸⁾. 특히 사회문화와 기업가정신의 관계는 “기업가가 바라보는 사회문화 또는 기업가를 바라보는 사회문화(이하 사회적 상호성)”로 해석된다.

이 두 관점에 대한 연구의 아이디어는 Baumol(1990)의 연구에서 유추가능하다. 즉 기업가정신은 문화와 정치적 요인에 의해 결정된다는 측면이다. 만약 ①기업가가 금융적

27) Kloosterman, Robert, Joanne Van der Leun, and Jan Rath(1999), “Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Business in the Netherlands, *International Journal of Urban Regional Research* 23(2): 252-266.

28) Mueller, S.L. and A.S. Thomas(1999), “Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness,” *Journal of Business Venturing*(16): 51-75.; Dodd, S.D.(2002), “Metaphors and Meaning: A Grunded Culture Model of Us Entrepreneurship,” *Journal of Business Venturing* 17: 519-535.

보상과 권력이 목표라면, 고대 로마와 같이 경제 또는 산업조건보다 정치적 의도에서 기업을 창업할 것이고, ② 문화요소로서 기업가에 대한 사회평가가 낮다면 창업은 저조할 것이라고 하였다. 그리고 성공적인 기업가의 명성이 사회적으로 확산된다면 또 다른 잠재 기업가를 유도할 것이라고 한다. 두 주장에서 문화요소로서 기업가정신을 파악한다면, 현지사회에서도 사회적 상호성에 따라서 에스닉기업가들은 비즈니스개발기회의 상황을 조절(이하 상황조정역량)하고자 할 것이다 또한 자신의 명성을 현지사회에 확산하기 위해서 현지사회와의 관계성을 매끄럽게 유지하려고 할 것이고, 또한 현지인들에 대한 이해력을 높이려고 할 것이다(이하 현지사회와의 관계도, 현지인들에 대한 이해도). 그것은 에스닉집단에 집중하는 비즈니스뿐만 아니라 현지사회의 보편적 비즈니스에의 접근도 가능해진다고 하겠다. 따라서 현지사회와의 사회적 관계와 현지인들에 대한 이해도는 에스닉기업가들의 현지사회에서의 상황조정역량 및 비즈니스창출을 위한 기회개발에 영향을 주게 된다.

P(명제)1: 비즈니스개발기회는 에스닉기업가의 사회적 상호성(현지사회와의 관계정도, 현지인들에 대한 이해도, 상황조정역량)에 의존한다.

4) 에스닉집단의 사회적 네트워크의 차원

일반적으로 사회적네트워크는 기업가정신의 형성에 중요한 역할을 한다는 지적에서(Kodiththuwakku and Rosa, 2002:443, Davidsson and Honig, 2002)²⁹⁾ 가장 눈에 띄는 것은 바로, 네트워크의 규칙과 질서 속에서 기업가적 기회가 존재한다는 지적일 것이다(Uzzi 1996). Hills et al.(1997)³⁰⁾는 네트워크의 질이 기업가정신(민첩성과 창조성이라 표현했음)에 영향을 줄 수 있다고 가설하였으며, 기업가의 “확장된 네트워크는 기회를 더욱 확인하게 한다”는 것을 증명하였다. 특히 기업가의 네트워크는 Granovetter(1990:99)³¹⁾의 주장 즉, “경제대리인의 행동(기업가)은 지속적 사회관계시스템을 유지하려 하고, 이 관계는 수익추구와 지대추구(rent seeking)의 행동을 촉진하거나 제한하는 것을 착근(embeddedness)시킨다”는 말에서 에스닉사회와 현지사회와의 관계 속에서의 긍정적인 착근여부에 따라 기업가의 성공을 예측할 수 있을 것으로 사료된다.

때문에, 기업가정신이 완고해지기 위해서는 네트워크와의 결합은 피할 수 없는 필수조

29) Kodithuwakku, S. S. and P. Rosa(2002), “The Entrepreneurial Process and Economic Success in a Constrained Environment,” *Journal of Business Venturing* 17: 431-465. ; Davidsson, Per., and B. Honig(2002), “The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs,” *Journal of Business Venturing* 18: 301-331.

30) Hills, G., G.T. Lumpkin, R.P. Singh(1997), “Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviors of Entrepreneur,” *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, Ma: 203-218.

31) Granovetter, Mark(1990), “The Old and the New Economic Sociology: A History and an Agenda,” in *Beyond the Market Place: Rethinking Economy and Society*, R. Friedland and A. Robertson(ed.), New York: Walter de Gruyter: 89-112.

건이다. 그런데 네트워크는 기업가개인적 수준에서 설명되기 보다는 환경의 제도적 조건으로서 판단되는 것이 일반적이며, 네트워크는 그 자체가 사회적 요소로 볼 수 있다. 비록 기업가가 네트워크를 결합한다고 하지만, 그 네트워크의 생성여부는 어디까지나, 환경적 조건에 의해서 영향을 받아서 양과 질이 결정되기 때문이다.

따라서 현지(일본)사회에서의 에스닉집단의 네트워크는 현지사회가 에스닉집단을 바라보는 시각에 의해서 에스닉 지향적인가, 아니면 현지사회 지향적인가에 대한 성격이 규정될 수 있다. 만약에 에스닉 개인에게 취해지는 차별에 비해서 에스닉집단에 취해지는 차별이 있다면 집단적으로 저항하면서 고유의 규칙과 질서를 유지하려는 성격이 강해지겠지만, 집단지향적인 차별이 아니라 개인지향적인 차별이라면 에스닉집단의 성격은 점차 현지사회와의 동화에 대한 압력을 받을 것이다. 따라서 현지사회의 정부정책이나 거시적인 사회적 환경에 의한 영향은 에스닉집단의 네트워크의 양과 질에 영향을 줄 수 있다. 즉 에스닉지향적 네트워크가 발전하든가, 아니면, 현지지향적 네트워크가 발전하든가 그 결과가 나타난다는 말이다.

한편 현지정부정책이 개인수준에 집중되어 있을 경우에는 각 개인이 에스닉집단의 사회적 네트워크에 의해 영향을 적게 받을 수도 있다. 그것은 에스닉집단에 대한 정책일 수도 있으나 그 정책을 받아들이는 입장에서 본다면, 개인적차원에서 의문제로 인식되는 경우가 일반적이기 때문이다. 결국 에스닉집단의 사회적 네트워크는 현지사회의 압력에 의존한다. 다만, 본 연구는 현지사회의 거시적 환경이나 정책에서의 네트워크차원을 연구하는 것이 아니라 한 수준 아래에서(breakdown) 에스닉구성원이 에스닉네트워크에서 어떠한 영향을 받고 있으며, 이것이 차후의 태도와 행동에 무슨 영향을 주는 것인가에 대해서 연구범위가 한정되어 있다. 따라서 기업가가 에스닉네트워크를 인지하는 정도에 따라서 기업가정신에 미치는 영향을 보고자 하는 측면이다. 본 연구는 현지사회의 거시적 사회환경이나 정부정책에 대한 영향력을 보고자 하는 것이 아니라는 점을 명확히 하고자 한다.

그러면, 사회적 네트워크를 구체적으로 파악할 수 있는 기준은 첫째, 인적접촉을 통한 개인적 친분관계와 사회활동의 범위에서의 밀착성, 둘째, 개인 및 제도적 금융, 정보, 지식의 조달 또는 기업 및 산업적인 물질수단 등의 유무형적 자원의 밀착성, 그리고 셋째, 사회의 구조(지원기관 등) 등에서의 밀착성에서 찾을수 있다. 연구문헌에서는 이를 구조적인 구성(structural composition), 관계적인 범위와 자원(relational content and resources)으로 구분한다(Liao and Welsch, 2003, Greve and Salaff, 2003)³²⁾. 총 3개의

32) Liao, Jianwen. and H. Welsch(2003), "Social Capital and Entrepreneurial Growth Aspiration: A Comparison of Technology - and non-Technology-based Nascent Entrepreneurs," *Journal of High-Technology Management Research* 14:149-170. ; Greve, A., J.W. Salaff(2003), "Social Networks and Entrepreneurship," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall: 1-22.

차원에서 네트워크는 구분된다. 결국, 네트워크는 계층적으로 구성되어 있으며, 네트워크에의 밀착 차이는 기업가정신을 차별화하는데 영향을 주게 된다고 하겠다(Basu 1998)³³⁾. 더구나 기업가는 차별화된 기업형태나 기회형태가 다양하게 연출하는데도 영향을 준다(Raijman 2001)³⁴⁾. 한편 Liao and Welch(2003)는 이러한 네트워크의 계층에다가 눈에 잘 띄지 않는 ‘인식적 자본(cognition capital)’이라는 측면의 요소를 도입하기도 하였다. 주로 하나의 집단에서 비즈니스 활동에 대한 분위기와 이 분위기를 지원하는 움직임의 정도에서 파악하고 있는데, 대체적으로 구조적 구성에 포함될 것 같지만 독립적인 요인으로서 충분한 자격을 가지고 있다.

다만 에스닉 집단에서 자원과 구조라는 측면은 명확하게 구분되어지는 것은 아니다. 만약 에스닉 집단의 사회적 구조가 독립적으로 충분한 조직화가 진행되었다면 구조적인 독립기관들의 위치가 명확하겠지만, 어떤 측면에서 본다면 구조자체가 자원인 경우도 없지 않기 때문에 자원 및 구조라는 하나의 요인으로 통합되는 점이 없지 않다.

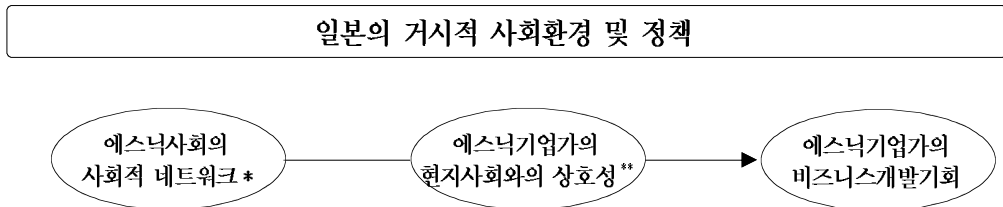
P(명제)2: 현지사회에서 에스닉기업가의 사회적상호성은 에스닉집단의 사회적네트워크(관계, 자원및구조, 인식적 자본)에 의존한다.

IV. 실증분석

1. 연구모형과 분석전략, 가설

1) 본연구의 논리 및 연구모형

<그림 1> 연구모형



주: * 관련, 자원및구조, 인식적자본

** 기업가가 바라보는 현지사회와의 관계, 현지인을 이해하는 정도, 현지상황조정역량

33) Basu, A.(1998), "An Exploration of Entrepreneurial Activity among Asian Small Business in Britain," *Small Business Economics* 10: 313-326.

34) Raijman, Rebeca(2001), "Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago," *Journal of Socio-Economics* 30: 393-411.

현지의 거시적인 사회적 환경과 정책의 영향력을 차지할 경우에, 에스닉기업가정신은 에스닉사회의 네트워크 수준과 질에 의존한다. 하지만 사회적 네트워크는 에스닉기업가의 현지사회에의 적응도에 따라서 영향을 받게 된다. 따라서 기업가정신은 기업가가 현지사회와의 상호성을 어느 정도 유지할 수 있는가에 따라서 그 영향력은 차이를 지닌다. 결국 에스닉기업가는 현지사회와의 상호성정도에 의해서 에스닉 및 현지사회의 영역에 상관없이 사회적네트워크의 발전정도를 기대할 수 있으며 그것은 비즈니스 창출에의 긍정적 효과를 가져온다<그림 1 참조>.

2) 척도 및 가설

비즈니스 기회개발에 대한 인식에 대해서는 ①Ardichvili et al.(2003)³⁵의 척도를 사용하였다. 사회적상호성은 ①기업가가 바라보는 현지사회와의 관계 대해서는 Singer(1997)의 척도와 ②현지인을 이해하는 정도에 대해서는 Baron(2002)의 척도, 그리고 기업가의 상황조정역량은 ③Baron(2002)의 척도를 변화하여 사용하였다. 사회적네트워크(관련, 자원및구조, 인식)는 ①Liao and Welsch(2003)의 척도를 수정하여 사용하였다. 다만 제일 한국인의 네트워크와 기업가정신의 관계에 대한 참조할만한 선행적 연구가 없기 때문에 본 연구에서는 긍정적인 영향을 줄 것이라는 가정 하에서 가설을 구성하였다.

P(명제)1: 비즈니스개발기회는 에스닉기업가의 사회적 상호성(현지사회와의 관계, 현지인들에 대한 이해도, 상황조정역량)에 의존한다.

H(가설)1-1에서3: 제일한국인 기업가의 [①일본사회와의 관계, ②일본인특성에 대한 인지, ③상황조정역량]이 유의할수록 비즈니스개발기회에 (+)적일 것이다.

P(명제)2: 현지사회에서 에스닉기업가의 사회적상호성은 에스닉집단의 사회적네트워크(관계, 자원및구조, 인식적 자본)에 의존한다.

H(가설)2-1에서9: 제일한국인 사회의 사회적 네트워크 [①관계, ②자원 및 구조, ③인식적]가 유의할수록 일본사회와의 사회적상호성[①일본사회와의 관계, ②일본인특성에 대한 인지, ③상황조정역량]에 (+) 적일 것이다

3) 가설검증전략과 분석기법

본 연구의 모형은 네트워크와 기업가정신에 대한 구조관계모형은 아니다. 이 주제와 관련해서는 사실상 본 연구에서 제시된 요인이외에도 수많은 변수들이 존재할 수 있다. 때문에 분석은 ①사회적네트워크와 사회적상호성 간의 인과관계, ②사회적상호성과 비즈

35) Ardichvili, A., R. Cardozo, and S. Ray(2003), "A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development," *Journal of Business Venturing* 18: 105-123.

니스기회개발 간의 인과관계를 구분하여서 가설을 검증하고자 한다. 가설은 첫째, 요인을 확정하기 위해 신뢰성분석과 요인분석, 둘째, 가설검증을 위해서 회귀분석을 이용하였다 분석 도구는 SPSS11.5버전이다.

2. 샘플링 절차와 표본특성

본 연구에서의 분석자료는 일본현지 방문(2005. 2.18-21)을 통해서 재일한국인거류민단, 재일한국인상공회의소, 재일한국인기업가를 만나서 인터뷰, 그리고 재일한국인 관련 주요기관을 통한 설문지 배포 및 회수방식을 사용하였다. 설문지는 방문기간 동안 전량 회수가 어려웠기 때문에 우편방식으로 4월말까지 받게 되었다. 설문지회수는 140부를 배포한 가운데에서 57(40.7%)부를 분석에 이용할 수 있었다. 응답한 재일한국인 기업가들의 소재지는 도쿄(東京)를 중심으로 한 관동(關東) 지역에서 사업을 운영하고 있는 기업가들이다. 응답한 기업가들의 개인적 배경 및 비즈니스관련 기본내용은 다음과 같다<표 3 참조>.

자료에서 흥미로운 점은 첫째, 창업당시의 연령에 관한 것이다. 창업은 30-40대 초반에 많이 이루어진다는 것이 일반적이지만, 재일한국인 기업가는 40-50대에 많은 창업을 하였다. 둘째, 창업동기에 관한 것이다. 에스닉기업가정신에서는 주로 정착국에서의 차별을 극복하고, 사회적 상승수단으로서 비즈니스를 선택한다고 하였지만, 성취감이나 가족비즈니스의 승계를 위한 것이라는 독특한 결과가 나타났다. 셋째, 창업정보 통로에 관한 것이다. 흥미롭게도 일본인 친구나 일본의 사회경제단체에 의한 것이라는 응답이 많다. 에스닉비즈니스와 큰 관련성을 지니기 보다는 일본현지의 보편적 비즈니스와 관련있는 창업을 하였다는 것으로 받아들일 수 있을 것 같다. 넷째 창업당시의 목표시장에 관한 것인데, 셋째의 응답결과와 관련이 있을 것 같다 그것은 에스닉 집단을 대상으로 사업을 하는 것이 아니라 일본시장을 대상으로 하는 창업을 하였다는 의미가 된다. 비록 본 연구는 표본수가 적은 편이어서 독특하게 나타난 결과를 속단하기 이르지만, 재일한국인 기업가정신은 일반적으로 연구되어온 에스닉비즈니스에 집중된 것이 아니라, 보편적인 기업가정신이 나타나고 있다는 점에서 기존의 에스닉기업가정신에 대한 연구와 차별성을 지니고 있다고 하겠다. 따라서 「에스닉집단의 기업가정신은 脫에스닉화 되어 간다」라는 명제는 어느 정도 증명되고 있다.

<표 3> 설문응답자의 개인적 배경과 비즈니스 특성

성별		남				여			
		51(89.5)				6(6.0)			
세대		1세대	2세대		3세대	4세대			
		12(21.1)	27(47.4)		12(21.1)	6(10.5)			
교육		고등학교 이하	학사학위		석사학위	박사학위			
		19(33.3)	31(54.4)		7(12.3)	0			
창업당시 연령		21-29세	30-39세		40-49세	50세 이상			
		9(15.8)	12(21.1)		18(31.6)	17(29.8)			
창업전 경험		취직상태	실업수당 수급		학생/연구	비즈니스 경영			
		29(50.9)	2(3.5)		11(19.3)	15(26.3)			
현비즈니스 관련 근무경험		1-5년	5-10년		10년 이상	없음			
		20(35.1)	6(10.5)		20(35.1)	11(19.3)			
창업동기		보스가 되고싶어서		성취감 맛보기 위해		금융수입을 위해		실업극복 위해	
		2(3.5)		14(24.6)		4(7.0)		6(10.5)	
		기존직업에의불만		가족비즈니스승계		일본사회차별극복		기타	
	10(17.5)		13(22.8)		4(7.0)		4(7.0)		
창업정보통로	가족	친한 한국인		친한 일본인		재일한국인 단체		일본사회경제단체	
	9(15.8)	8(14.0)		17(29.8)		16(28.1)		7(12.3)	
창업시의 대상시장		재일한국인 시장		일본의지역적시장		일본의전국적시장		한국시장	국제시장
		8(14.0)		20(35.1)		14(24.6)		3(5.3)	12(21.1)
비즈니스 업종	서비스	제조	건설	도매	호텔	수송	부동산	무역	식당
	11(19.3)	9(15.8)	5(8.8)	8(14.0)	3(5.3)	2(3.5)	2(3.5)	8(14.0)	9(15.8)
조직규모		1-9명		20-39명		40-69명		100명 이상	
		20(35.1)		18(31.6)		12(21.1)		7(12.3)	
기업년수		1년 미만		1-2년		3-4년		5-10년	10년 이상
		6(10.5)		10(17.5)		7(12.3)		17(29.8)	17(29.8)

주: 창업당시 연령에서 missing 은 1 개

4. 요인분석

1) 비즈니스기회개발

<표 4> 비즈니스기회개발에 대한 요인분석

reliability coefficient	$\alpha=0.8154$
Item(평균) 현재	F1
시장의 틈새를 알고 있다(2.85) 생산공정에 필요한 제품/서비스를 알고 있다(2.88) 당장의 시장에 필요한 제품/서비스를 알고 있다(2.92) 미래시장을 창출할 수 있는 제품/서비스를 알고 있다(2.92) 제품/서비스를 지원할 수 있는 기술을 알고 있다(2.94)	단일요인
Eigenvalue	2.893

비즈니스기회개발은 제품/서비스의 창출과 관련되어 있는 ‘비즈니스개발 가능성에 대한 기업가의 인식력’으로 정의할 수 있다. 단일요인으로 형성되었다<표 4참조>.

2) 사회적상호성

기업가의 일본사회와의 관계도는 ‘일본인 이웃에 대한 호의성’으로 정의할 수 있다. 요인분석에서 3개가 추출되었는데, F2, F3는 다른 차원으로 판단되기 때문에 F1 이 본 연구의 정의와 일치하여서 분석에 이용되었다. <표 5참조>.

<표 5> 사회적 상호성에 대한 요인분석

	reliability coefficient	$\alpha=0.8790$		
	Item(평균)나는 일본사회에서.....	F1	F2	F3
일본사 회와의 관계도	효과적인 커뮤니케이션을 하고 있다(3.47)	<u>.552</u>	.232	<u>.525</u>
	일본인 이웃과 잘 지내고 있다(3.60)*	.632	.341	.422
	일하기 편하다(3.39)*	.878	-.179	.020
	자녀를 일본의 공석학교에 입학시키는 것에 호의적이다(3.43)	<u>.591</u>	.360	<u>.428</u>
	자녀가 일본인 친구와 친하게 지내는 것에 호의적이다(3.58)*	.700	.409	.135
	자녀가 일본인과 결혼하는데 호의적이다(3.26)	<u>.632</u>	.460	<u>.506</u>
	공정한 대우를 받고 있다(3.07)	.364	.840	-.029
	공정한 기회를 갖고 있다(3.05)	.000	.886	.168
	합법적인 사업을 경영하고 있다(3.44)	.024	.269	.884
	자녀들 교육에 좋은 환경이다(3.32)	.259	-.300	.655
	Eigenvalue	4.901	1.489	1.056

일본인 특성에 대한 인지도	reliability coefficient	α=0.8195	
	Item(평균) 나는.....	F1	
	일본인들로부터 좋은 평판을 듣고 있다(3.47) 일본인들을 관찰하면 그 특성을 정확하게 알 수 있다(3.14) 일본인들에게 부탁할 때를 안다(3.19) 일본인들이 어떤 상황에서 무엇을 느끼는지 말할 수 있다(3.16) 일본인들이 왜 그 상황에서 그렇게 행동하는지 말할 수 있다(3.09)	단일요인	
	Eigenvalue	2.956	
	reliability coefficient	α=0.7087	
상황조 정역량	Item(평균) 나는 일본인이든 재일한국인이든 간에.....	F1	F2
	형성된 상황을 쉽게 조절할 수 있다(3.14)*	.804	.012
	어떤이들의 성격에 상관없이 편안하게 느낀다(3.09)*	.807	-.011
	어떤 일이라도 말할 수 있다(3.14)*	.837	.280
	감수성과 이해력이 높다는 말을 듣는다(3.33)	.511	.601
	낯선 곳에서도 나 자신을 소개하는데 주저하지 않는다(2.93)	-.070	.919
Eigenvalue	2.459	1.090	

주: *는 요인으로 묶인 변수

일본인특성에 대한 기업가의 인지도는 '일본인에 대한 행동원칙의 이해'로 정의할 수 있다. 단일요인으로 형성되었다. 일본사회에 대한 기업가의 상황조정역량이란 '일본사회에서의 적응력'으로 정의할 수 있다. F1이 상황조정역량으로서 적정한 변수를 구성하고 있어서 분석에 이용되었다. 표의 밑줄친 변수는 cross-loading(각 요인 간에 0.20 이상 차이가 나야함)이 되어 있으므로 분석에서는 제외되었다.

2) 에스닉사회의 사회적 네트워크

재일한국인 사회의 사회적 네트워크, 즉 관련, 자원 및 구조, 인식적 네트워크는 각각 단일요인으로 형성되었다<표 6참조>.

<표 6> 재일한국인 사회의 사회적 자본

관계네트워크	reliability coefficient	α=0.7762
	Item(평균) 나는	F1
	가족으로부터 창업을 지원받는다(2.93) 친구로부터 창업을 지원받는다(3.12) 친척으로부터 창업을 지원받는다(3.16)	단일요인
	Eigenvalue	2.152
자원 및 구조적 네트워크	reliability coefficient	α=0.6326
	Item(평균) 재일동포 사회의.....	F1
	젊은 사람들은 자신의 사업을 시작하려고 한다(2.58) 동포은행 및 동포 투자자들은 창업방법을 제시한다(2.84) 비 비즈니스 그룹은 창업에 도움을 준다(2.89)	단일요인
	Eigenvalue	1.488
인식적 네트워크	reliability coefficient	α=0.7473
	Item(평균) 재일동포사회에서.....	F1
	성공적인 비즈니스는 관심과 존경을 받는다(3.05) 소개되는 비즈니스 뉴스에서 좋은 직업을 소개한다(2.91) 리더들은 자신의 비즈니스를 가진 사람들이다(3.00)	단일요인
	Eigenvalue	2.019

5. 가설검증

1) 재일한국인 기업가의 사회적상호성과 비즈니스기회개발

비즈니스기회개발에 영향을 미치는 재일한국인 기업가의 사회적상호성은 일본인특성에 대한 인지도와 상황조정역량이 통계적으로 유의하게 나타났다 그러나 '일본사회와의 관계'요인은 유의하지 않았다 따라서 유의한 두 요인은 β (.443 & .655)가 (+)로 작용하기 하기 때문에 비즈니스기회개발에 긍정적인 영향을 준다고 하겠다.따라서 가설 H1-2와 가설 H1-3는 채택되었다<표 7참조>.

<표 7> 사회적 상호성이 비즈니스기회개발에 미치는 영향

모델	종속: 비즈니스기회개발				
	β	S.E	t	sig.	
constant	.035	.096	.360	.720	
일본사회와의 관계도(H1-1)	-.113	.141	-7.96	.430	비유의
일본인특성에 대한 인지도(H1-2)	.443	.105	4.216	.000	유의
상황조정역량(H1-3)	.655	.128	5.116	.000	유의

F : 19.389(sig. .000), R-Square : .548

2) 재일한국인 사회의 사회적네트워크와 사회적상호성

일본사회와의 관계도에 영향을 미치는 에스닉 사회적 네트워크는 자원 및 구조 네트워크 요인($\beta = .570$)만이 통계적으로 유의하였으며, 일본인특성에 대한 인지도에는 관계 네트워크요인($\beta = .305$)만이 통계적으로 유의하게 나타났다. 상황조정역량에는 관계($\beta = -.644$)와 자원 및 구조 네트워크($\beta = .279$)가 통계적으로 유의하였다.

<표 8> 에스닉 사회적 네트워크가 사회적상호성에 미치는 영향

모델	종속: 일본사회와의 관계도				
	β	S.E	t	sig.	
constant	1.052	.120	.000	1.000	
관계 네트워크(H2-1)	-.125	.128	-.978	.333	비유의
자원 및 구조 네트워크(H2-2)	.570	.151	3.769	.000	유의
인식적 네트워크(H2-3)	-.180	.150	-1.203	.234	비유의

F : 5.070(sig. .004), R-Square : .223

모델	종속: 일본인특성에 대한 인지도				
	β	S.E	t	sig.	
constant	-7.45	.124	.000	1.000	
관계 네트워크(H2-4)	.305	.132	2.300	.025	유의
자원 및 구조 네트워크(H2-5)	.250	.156	1.597	.116	비유의
인식적 네트워크(H2-6)	-.091	.155	-.585	.561	비유의

F : 3.577(sig. .020), R-Square : .168

모델	종속: 상황조정역량				
	β	S.E	t	sig.	
constant	1.306	.107	.000	1.000	
관계 네트워크(H2-7)	-.644	.114	-5.670	.000	유의
자원 및 구조 네트워크(H2-8)	.279	.134	2.210	.031	유의
인식적 네트워크(H2-9)	-.010	.133	-.075	.941	비유의

F : 11.179(sig. .000), R-Square : .388

그러나 관계네트워크가 개입되면 될수록 상황조정역량은 떨어진다는 결과를 보여주고 있다. 따라서 가설 H2-2, H2-4, H2-8만이 사회적상호성 각각에 긍정적인 영향을 미친다고 하겠다. 그러나 인식적 네트워크(엄격하게 말하면, 재일한국인사회의 전반적인 비즈니스분위기로서 사회적자본)는 사회적상호성에 대해서 통계적으로 유의하지 못하기 때문에 인식적자본에 대한 Liao and Welch(2003)의 주장은 제고될 필요가 있겠다.

한편, 본 논문에는 나타내지 않았지만 추가분석으로서 재일한국인 사회의 사회적 네트워크와 비즈니스기회개발 간의 직접적인 영향에 대한 회귀분석을 실시해 보았다. 그 결과 모델자체가 유의하지 않았으며(F=.847, Sig..475), 통계적으로 유의한 요인은 없었다. 따라서 재일한국인 사회의 사회적 네트워크는 비즈니스기회개발에 직접적으로 영향을 주지는 않으며, 사회적인 상황조건(본 연구에서는 사회적상호성)을 거쳐야만 그 영향력을 파악할 수 있을 것이다. 그 이유는 사회적상호성과 비즈니스기회개발 간의 의미있는 결과치가 이를 보장하고 있기 때문이다.

3) 가설검증 결과에 대한 해석

<표 10> 가설검정결과

연구범위	가설		유의성	가설 검증
	독립	종속		
사회적상호성과 비즈니스 기회개발	일본사회와의 관계도 일본인특성에 대한 인지도 상황조정역량	비즈니스기회개발	비유의 (+)유의 (+)유의	기각 채택 채택
에스닉 사회적 네트워크와 사회적상호성	관계 네트워크 자원 및 구조 네트워크 인식적 네트워크	일본사회와의 관계도	비유의	기각
			(+)유의	채택
			비유의	기각
		일본인특성에 대한 인지도	(+)유의	채택
			비유의	기각
			비유의	기각
상황조정역량	(-)유의	기각		
	(+)유의	채택		
	비유의	기각		

총 12개의 가설 중 6개의 가설만이 통계적 유의하였으며, 긍정적인 영향이 존재할 것이라는 가설검증에 대해서는 관계네트워크가 상호조정역량에 미치는 영향이 (-)이기 때문에 5개만이 유효하였다. 이러한 결과는 재일한국인에 대한 선행적 연구가 없는 가운데, 연구자가 임의적으로 긍정적일 것이라는 가정을 하였던 바, 향후의 연구에서는 표본수의 확대와 함께, 요인을 구성하는 정확한 변수를 파악하여 삽입함으로써 모형이나 모델의 개선이 이루어져야 할 것이다.

이러한 가설검증 결과에 대한 해석으로서, 우선 <표 7>의 사회적 상호성이 비즈니스 기회개발에 미치는 영향에 대한 것은 다음과 같다. 「비즈니스기회개발」에 대한 재일한국인 기업가의 응답은 2.85-2.94의 평균을 보이고 있기 때문에 현재로서는 비즈니스기회개발에 대한 잠재성은 낮은 편이다<표 4참조>. 이러한 잠재성을 끌어올리는데 긍정적인 영향을 주는 요인은 「일본인특성에대한인지도」와 「상황조정역량」이 영향을 주는 것으로 나타났다<표 5참조>. 기업가들의 답변에 의하면, 두 요인을 구성하고 있는 변수들의 평균은 3.00 이상으로서 긍정적인 만큼 향후의 비즈니스기회개발을 위한 잠재요인으로서 그 역할이 중요하다고 하겠다. 따라서 재일한국인 기업가는 일본인의 특성을 잘 파악할 수 있어야 하며, 또한 현지의 상황을 조정하는 역량을 확보할 필요가 있다. 현지 일본사회에 대한 적극적인 동화가 더 필요한 상황이라고 하겠다. 한편 현지의 일반적인 생활적응도를 의미하는「일본사회와의관계」요인은 평균이 3.39-3.60으로 높은 편임에도 불구하고, 비즈니스기회개발과의 관계는 회귀분석결과 통계적으로 유의하지 않기 때문에 일본에서의 개인적인 생활차원과 비즈니스 관련활동 차원은 엄격히 구분되어져 있는 것으로 추측해 볼 수 있다. 일본인 이웃과의 관계가 좋다고 하더라도, 이것이 비즈니스기회개발에 영향을 줄 것이라는 가정은 성립되지 않고 있으며, 재일한국인 기업가는 개인차원과 비즈니스 차원을 나름대로 구분하고 있는 것으로 판단된다.

다음으로 <표 8>의 에스닉 사회적 네트워크가 사회적상호성에 미치는 영향은 다음과 같다. 「<표 6>의 관계자본(각 변수의 평균=2.93-3.16), 자원및구조적자본(=2.58-2.89), 인식적자본(2.91-3.05)」과 「일본사회와의관계(=3.39-3.60), 일본인특성에대한인지도(=3.09-3.47), 상황조정역량(3.09-3.14)」는 평균이 높지 않은 편이다.

재일한국인 기업가의 「자원및구조적 네트워크」는 「일본사회와의 관계도」를 증진시키는 것으로 나타났다. 이것은 재일한국인 기업가가 재일한국인 사회에서 비즈니스를 시작하는데 있어서 도움을 받을 수 있는 구조일수록 일본사회와의 관계도가 증진될 수 있다는 것을 보여준다. 대체적으로 재일한국인의 직업선택에 있어서 창업이나 비즈니스활동이 주를 이루기 때문에, 일본사회에서의 재일한국인은 비즈니스활동을 할수록 일본사회와의 관계가 긴밀해질 수 있음을 의미한다고 하겠다. 그렇지만, 이것이 비즈니스기회개발에 직접적으로 영향을 미치지 못하고 있으며(추가분석에서 나타남), 일본사회와의 관계도 또한 영향을 미치지 못하기 때문에 자원 및구조적자본은 일본사회와의 관계도 증진에만 영향

이 있다고 추측할 수 있겠다. 한편 관계네트워크와 인식적네트워크는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

「일본인특성에대한인지도」에는 관계네트워크만이 영향을 미치고 있다. 이것은 가족, 친구, 친척과 형성된 네트워크를 통해서 비즈니스활동에 적극적인 도움을 받지는 못하지만 (평균=2.93-3.16), 이 네트워크를 통해서 일본인특성에 대한 간접경험을 공유할 수 있는 기회는 가지는 있는 것으로 해석해볼 수 있다. 재일한국인 기업가들은 가까운 사람들끼리 일본인들에 대한 평가의 정확성을 높이는 시도가 이루어지며, 비즈니스기회개발에 긍정적인 영향을 준다고 하겠다. 반면, 자원 및 구조, 인식적 네트워크에서는 어떠한 영향도 나타나지 않았으며, 이것은 일본인 특성에 대한 평가에 있어서 공개적으로는 이루어지지 않고 있다는 측면으로 이해된다.

「상황조정역량」에는 「관계네트워크와 자원 및 구조적네트워크」만이 영향을 주고 있다. 그러나 관계네트워크는 재일한국인기업가의 상황조정역량을 β -0.644만큼이나 낮추기 때문에 관계네트워크가 개입되면 개입될수록 비즈니스기회개발에 합리적인 판단을 하지 못할 수도 있음을 보여준다고 하겠다. 반면 자원 및 구조적네트워크는 비즈니스기회개발을 위한 상황조정역량에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 보여주고 있다. 한편, 인식적 네트워크는 상황조정역량과의 관계에 있어서 그 의미가 없다고 하겠다.

종합하면, 인식적 네트워크는 일본사회와의 상호성에 미치는 영향은 거의 없으며, 비즈니스기회개발에는 관계네트워크와 자원 및 구조적네트워크가 일본사회와의 상호성을 통해서 그 의미가 나타난다고 할 수 있다. 다만 관계네트워크의 과도한 착근성은 일본인특성에 대한 이해에는 긍정적이지만, 상황조정역량에는 오히려 부정적인 측면이 나타났다. 때문에 재일한국인 기업가의 비즈니스가 공개적인 특성을 지닐수록 재일한국인사회의 특수한 네트워크보다는 보편적인 네트워크가 비즈니스기회개발에 도움이 된다고 하겠다. 즉 재일한국인 기업가의 비즈니스기회개발에 있어서는 보편적인 네트워크가 보편적인 일본사회에서의 적응을 통해서 이루어지고 있는 현상이며, 특수한 조건에 의해서 비즈니스 활동이 진행될 것이며, 또는 그것이 도움이 될 것이라는 가정 및 판단은 조심해야 할 필요가 있다.

따라서 재일한국인 기업가의 네트워크 특성과 기업가정신 간의 관계는 일본사회와의 상호성을 매개로 하여서 형성되고 있으며, 비즈니스 활동에 있어서는 재일한국인의 특수성은 존재하지 않는다고 하겠다. 이러한 맥락에서 재일한국인 기업가는 일본사회에 보다 적극적으로 침투할 수 있는 개인적인 전략이 필요하다. 그것은 재일한국인 및 재일한국인사회에 대한 개념은 네트워크 상에서 필요한 것이 사실이지만, 비즈니스 활동에 있어서는 재일한국인이라는 개념보다 일본에서 비즈니스 활동을 추진하는 기업가라는 전략개념을 명확하게 형성하는 것이 필요할 것이다.

V. 결론

기업가가 접하는 사회적 네트워크의 수준과 질은 현지사회에서의 현지인들과의 상호작용에서 점차 발전하기 때문에 에스닉기업가의 비즈니스 활동의 성패에 매우 중요하다고 가정되어 왔다. 그러나 가정은 있으나 실증된 바가 그리 많지 않은 편이다 이러한 맥락에서 네트워크와 기업가정신 간의 관계에 대해서 실증적인 연구가 필요하였다. 한편 본 연구는 일반적인 기업가정신의 연구와는 다르게 에스닉 사회에 대한 연구차원으로서 재일한국인 기업가의 네트워크와 기업가정신 간의 관계를 연구하였다. 일반적인 네트워크 수준과 기업가정신의 관계에 대해서 실증적으로 연구 된 바가 미약하지만, 재일한국인의 비즈니스 활동에 대한 현상과 미래방향을 밝히는 것은 어느 누구도 연구하지 않았던 주제이며, 불행한 과거를 지닌 이들에게 미래지향적인 방향을 제시할 필요성은 충분하였다.

네트워크와 기업가정신 간의 관계에서 우선적으로 재일한국인 사회에서의 에스닉 네트워크가 비즈니스 활동에 미치는 영향이 존재하는가. 아니면 에스닉 네트워크와 현지사회의 네트워크가 결합되어서 영향력이 있는가의 구분을 놓고 볼 때에 에스닉 네트워크의 차원에서만 먼저 연구가 이루어지는 것이 재일한국인 사회의 미래지향성을 파악해 줄 수 있을 것이기에 네트워크의 차원을 한정하였다. 물론 일본사회에서의 폭넓은 네트워크와의 관계는 향후의 연구로 남겨두고 있다.

분석결과는 재일한국인기업가의 에스닉적 사회네트워크는 일본사회와의 상호성 정도에 의해서 비즈니스기회개발로 이어진다는 사실이 나타났다. 더구나 에스닉 네트워크는 관계 네트워크가 고착될수록 보편적인 비즈니스 활동에는 긍정적인 효과를 지니지 못하였다. 에스닉 네트워크라고 하더라도 비즈니스 활동과 보다 직접적인 자원 및 구조적 차원만이 유효한 효과를 지니고 있다. 비록 재일한국인기업가의 비즈니스기회개발에 대한 현상적 잠재성이 낮은 편이지만(평균 낮음), 비즈니스 활동에 보다 직접적인 자원이나 구조 등의 재일한국인 사회에서의 기업가네트워크가 일본과의 사회적 상호성을 거침으로서 비즈니스 활동을 더욱 자극하는 것이다. 이것은 재일한국인기업가의 비즈니스가 탈에스닉적인 사업으로 진행하고 있는 상황이었던 결과에 비추어 본다면, 에스닉 네트워크와 기업가정신 간의 관계보다는 에스닉 네트워크 및 일본사회와의 네트워크가 복합적으로 설명될 수 있을 때 보다 명확한 관계가 나타날 것이라는 점을 지적할 수 있겠다.

따라서 재일한국인사회에서의 비즈니스 활동의 성패는 에스닉 차원에서의 네트워크가 비즈니스기회개발이라는 기업가정신에 미치는 영향이 자원 및 구조라는 측면이 긍정적으로 나타나는 한편 에스닉적인 관계네트워크 등은 일본과의 사회적 상호성에서 비공개(일본인에 대한 인지)에 대한 긍정 및 공개적 비즈니스 상황조정역량에 대한 부정으로 동시에 나타나기 때문에 보편적인 비즈니스 활동규칙을 지키는 것이 재일한국인 기업가의 성패를 좌우할 수 있을 것으로 파악된다. 전략적 차원에서도 에스닉 네트워크에 제한받기 보

다는 일본사회로의 네트워크를 확대하는 측면이 비즈니스 활동에 도움을 받을 것이다. 다만 비즈니스기회개발과의 관계성을 차치하고, 일본사회와의 상호성에서 일본인특성에 대한 인지도의 향상이 필요하다면, 재일한국인 기업가의 관계네트워크가 긍정적인 영향을 지니고 있기 때문에 재일한국인 사회의 자본으로서 그 역할이 존재할 것으로 보인다. 상황조정 등의 객관적 차원에서는 관계네트워크 요인이 도움을 주지는 않지만, 일본인들을 이해하는데 있어서의 주관적 차원에 있어서는 긍정적이다.

결과적으로 관계네트워크의 일부 긍정적인 측면을 차치한다면, 재일한국인기업가의 사회적 네트워크 및 기업가정신은 이미 탈에스닉화가 진행되어 있으며, 탈에스닉적인 비즈니스 활동이 전략적으로 도움을 줄 것이라고 하겠다.

【參考文獻】

· 참고문헌은 각주로 대신함.

K C I

要 旨

本稿の目的は、不合理な環境を乗り越え、日本社会で定住した在日韓国人企業家の成長理由を明らかにしたものである。さらに、在日韓国人集団の社会的ネットワークと企業家精神との関係を究明したものである。

社会的ネットワークのレベルと質が企業家精神に影響を与え、企業家の拡張されたネットワークは機会をもっと広げる。在日韓国人集団においては、創業のための人間関係で結ばれた関連的資本は日本社会に肯定的に寄与を与える反面、在日韓国人集団のビジネス雰囲気あるいわ政体性は日本社会に肯定的に寄与を与えない。したがって、創業に関しては、在日韓国人集団は人間関係中心に関連資本を活用すればするほど、日本社会に対する寄与度は肯定的に作用するだろう。

在日韓国人企業家は日本社会に対する社会・文化的適応に高い方であり、創業に関して関連資本が日本社会に肯定的に作用するから、在日韓国人企業家は自信を持ってビジネスを開発する必要がある。しかし、在日韓国人企業家はビジネス機会に対する認識力が低いから、企業家個人はビジネスに対する理解力と実行力を自発的に高める努力が必要である。結果的に、在日韓国人企業家の社会的ネットワーク及び企業家精神はすでに脱エスニック化が進んでおり、脱エスニック的なビジネス活動が戦略的に必要である。

キーワード：在日韓国人, 企業家精神, ネットワーク, エスニック集団, エスニックビジネス, 脱エスニック

투 고 : 2005. 8. 31
1차 심사 : 2005. 9. 10
2차 심사 : 2005. 10. 1

住 所 : (210-702) 강원도 강릉시 지변동 123 번지 강릉대학교 인문대학 일본학과
電 話 : 033-640-2157
e-mail : taeyoung@kangnung.ac.kr