

에스닉 마이너리티의 네트워크 특성에 따른 기업가정신에 관한 실증적 연구: 재일한국인 기업가의 사례분석을 중심으로*

김 태 영**

(e-mail: taeyoung@gwnu.ac.kr)

目次

- I. 연구 목적
 - II. 기존연구 검토 및 이론적 배경
 - III. 조사방법 및 연구내용
 - IV. 재일한국인 기업가의 경영활동 및 기업가 정신 분석
 - V. 결론 및 시사점
-

I. 연구목적

21세기 초국적인 글로벌시대 에스닉 집단에 대한 연구는 많은 진전을 이루어 왔다. 흔히 에스닉 집단은 사회문화적으로, 혹은 역사적으로 동질적인 정체성을 표현하는 집단이라고 한다(인종, 민족성, 종교 세 요인이 보편적, 그리고 부수적으로 언어부족과 비신뢰성에서 차이(DiMaggio 1997, Bowles의 2004). 그리고 에스닉 집단 내 사람들 간의 인적네트워크가 강한 것으로 알려져 왔다(Singer 1997, Marger 2001). 그 때문에, 에스닉 기업가정신을 이해하고자 할

* 이 논문은 2011년도 강릉원주대학교 장기해외 파견연구 지원에 의하여 수행되었음.

** 강릉원주대학교 인문대학 일본학과 교수.

때, 네트워크 요소를 도입하여 설명하는 것이 일반적이다. 그러나 에스닉 기업이 성장과정에 접어들면, 기업가정신이 보다 보편적인 조건 하에서 이루어지길 원하기 때문에, 기업가의 네트워크 속성 또한 변화할 것으로 기대된다.

대부분 에스닉 집단은 지역 공동체의 하부그룹(Bates 1994)으로, 도시지역에 위치하고 있으며(Light와 1988, Ram 1997, Rath(ed.) 2000, Rekers와 2000, Rarvati와 2001, Masurel와 2002, Collins 2003, Sequeira와 2004), 사회문화적으로, 역사적으로, 종교적으로 동질성을 유지한다. 또한 에스닉 집단의 수요와 공급시장의 기회에 반응하면서 비즈니스기회를 창출하는 것이 일반적인 경향이다(Ibrahim와 2003, Jamal 2004). 이러한 경향은 에스닉 시장 경제권을 만들어 놓았으며, 차이나타운이나 코리아타운 등이 대표적이라 할 수 있다.

이러한 맥락에서, 지리적인 경계를 지닌 에스닉 집단에서의 비즈니스 활동은 많은 연구가 이루어져 왔다. 연구자들의 조사에 의하면, 에스닉 기업은 자본조달이 집단(지리적 한계) 내에서 이루어지거나(Bates 1997 은행조달보다는 자체 조달, Ruiz-Vargas 2000 푸에르토리코의 경우), 비즈니스 자체가 여전히 영세성을 면치 못하고 있는 것으로 설명하고 있다(Bates 1998, Raijman 2001, Collins 2003, 서인석 2003, Jamal 2004). 이에 대한 차별성을 지닌 연구로는 1990년 구소련의 붕괴과정에서 이스라엘로 이주한 집단에 대한 연구이다(1990-1992 12.5%, 1995년 이후 4.8%). 이들 이주자들 대부분이 적절한 교육을 받은 지식노동자 그룹에 속한 경우가 많아(60% 이상 대학교육), 벤처형 비즈니스나 전문직에 진출하기도 하였다. 하지만, 언어와 문화적 차이 때문에, 어느 한 지역에 집중적으로 거주하며, 소규모 비즈니스에 진출하는 양상을 띠고 있다(Lerner와 1996, Mesch와 1997).

최근에 와서, 에스닉 집단의 규칙과 질서에서 벗어나는 현상, 즉 도시주변지역에서 거주하면서, 에스닉 집단의 영향을 벗어나, 거주 지역의 환경에 영향을 받았다(Fong와 2004). 보다 보편적인 국가 환경에 영향을 받는 기업가정신으로의 발전이 있어 왔고(Sequeira와 2004), 좀 더 확장된 형태로서 에스닉 기업가정신의 글로벌화까지 논해지고 있다(Iyer와 1999, Kloosterman 2000). 비록 초기 비즈니스 진출과정에서 에스닉 집단에서의 자본조달 및 다양한 네트워크가 중요한 역할을 했다 하더라도(Bates 1997, Raijman 2001), 비즈니스 성장과정에 접어들면, 자본 및 자원 조달에 있어 에스닉 집단의 환경을 벗어나서 이루어지고 있다는 것이다. 에스닉 집단의 환경조건과 규칙에서 탈피하는 트랜스내셔널리즘적 기업가정신 또한 발생하는 것이다. 대표적으로, Saxenian(2000)의 연구로서 실리콘밸리(Silicon Valley)의 첨단기술 이민자(high-tech' immigrant)들의 기업가정신에 대한 연구가 주목된다. 비록 에스닉 집단의 규칙과 질서에 의존하는 점이 없지 않지만, 글로벌시대 비즈니스 자체가 성장하

기 위해서는 보다 보편적인 조건으로서 기업가정신이 요구되고 있는 상황이다.

이러한 맥락에서, 이 연구의 목적은 재일한국인 기업가의 기업가정신의 발전 과정을 살펴보고 네트워크 구조의 특성과 기업가정신의 성향¹⁾의 분석을 통해 바람직한 네트워크 결합방향을 제시하는데 있다²⁾.

II. 기존연구 검토 이론적 배경

1. 기업가정신의 발전단계: 종속변수

최근까지 에스닉 기업가 개인의 차이를 살펴볼 수 있는 행동과학적 연구방법이 가장 폭넓게 연구되어 온 만큼 기업가정신이 무엇인가에 대한 연구에도 적용할 수 있을 것이다. 따라서 이 연구에서도 기업가정신의 발전단계를 확인하기 위해서 이 연구방법을 도입하여 설명하고자 한다.

에스닉 기업가 개인수준에서 기업가정신의 연구는 다음과 같다. 첫째, 어떤 기회를 인지(perception: 추구하고 발견)하는 잠재적 기업가의 천부적 소질로서 ①창의성을 통해 습관적으로 무엇인가 그려내려고 하는 ‘상상력(imaginations: 다른 말로 기업가의 민첩성-Bruyat외 1999)’과 (Khalila 1997, Dejardin외 2000, Venkataraman 2001, Keh외 2002), ②어떤 환경의 불확실성을 낙관적으로 보고, 창조성을 발휘하는 ‘동물적 감각(animal spirits: 다른 말로 生氣)’에 의해 (Cooper외 1998, Shaver 2001, Erikson 2002) 기업가정신(기회인지형-시장의 기회인지: 시장욕구 또는 사용되고 있지 않는 유무형의 자원을 인지하는 것)을 나타낸다. 둘째, 그 기회를 구체적으로 개발하게 하는 인식(recognition)단계로서 선호, 개성, 학습역량이 기업가정신을 발생시키는데, ③직업선택(기업가로서 선택하는 기업형태)에 대한 가치와 태도를 말하는 ‘선호(preference)’와(Verheul 외 2001), ④내향적 통제위치와 성취욕구, 인내심을 말하는 개성(personality)에 (McClelland 1961)에 의해 기업가정신(창업 전 조직화 또는 창업-비즈니스의 개발기회: 특별한 시장욕구와 특별한 자원사이의 적합한 상황의 발견이나 인식)이 발전하게 된다. 이에 따라 연속적인 기회의 개발에 따른 기회의 평가(evaluation)또는 확정(confirm)으로서 실제적 창업, 또는 이후 기업성장(또 다른 조직창출)에 의한 기업가정신(신조직 창출-지금까지 분리되어 온 시장욕구

1) 이 연구에서는 트랜스내셔널리즘의 개념을 재일한국인 기업가의 기업가정신으로 규정하고 초국적인 네트워크 활동, 문화활동, 경제적 연계, 모국과의 심리적 연계(귀국여부)로 개념화하여 자료수집을 통하여 분석을 시도하였다.

2) 이 연구에서 재일한국인 기업가는 1980년대 이전의 올드커머와 1980년대 이후 독일한 올드커머를 포함한 개념으로 사용하고 있다.

와 자원 사이의 갭(gap)을 새롭게 결합(new combinations)하려는 비즈니스의 창출 또는 비즈니스 개념의 발전과정)으로 이어지게 된다(De Koning 1999, Krueger 1999, 2000).

한편 보다 환경적인 측면에서 개인과 환경이 접합되는 영역이 있다. ⑤ 다양한 업무를 수행할 수 있는 개인적 흥미와 경영관리 지식의 용량을 말하는 역량(capability)이 기업가정신의 발전 및 지속성을 유지하게 한다(Kaisla 1998, Floyd와 1999, Ardichvili와 2003). 하지만, 이 영역은 전술한 개인수준의 기반 위에서 환경보다는 개인의 능력이 충분한가의 문제로서 접근할 수 있다. 달리 말하면, 한 개인이 기업가가 되는 과정에서 환경조건에서 발생하는 기회를 어느 정도까지 흡수할 수 있는가를 판단하는 흡수역량의 개방성(the openness of absorptive capacity)이 기업가정신의 흐름을 부드럽게 만든다. 이는 기업가정신이 진화되는 전 과정에 해당되며, 시장기회나 비즈니스 개발기회까지는 ‘흥미지식’이 중요한 역할을 하며, 신조직의 창출이 시작되는 창업단계부터는 ‘경영관리지식’이 필요하다. 그리고 하나의 사업단위가 성장하면서, 또 다른 기업가정신의 단계인 스피노프(spun-off) 조직을 요구하는 단계에서는 흥미지식과 경영관리지식이 모두 요구된다. 종합하면, 기업가정신의 발전단계는 시장기회인지, 비즈니스 개발기회인지, 신조직창출, 조직성장, 조직창출(spun-off)의 순서로 진행된다.

2. 네트워크의 수준: 독립변수

일반적으로 네트워크의 요소가 기업가정신에 중요한 역할을 한다는 지적에 대해(Mezias와 1999, Krug 2000, Kodiththuwakku와 2002:443, Davidsson와 2002, Dodd와 2002, Anderson와 2002) 가장 눈에 띄는 것은 바로, 네트워크의 규칙과 질서 속에 비즈니스 기회가 존재한다는 것이다(Uzzi 1996). 때문에, 기업가정신이 완고해지기 위해서는 네트워크와의 결합이 필수적이다. 그런데 네트워크는 기업가 개인의 수준에서 설명하기 보다는 환경의 제도적 조건에서 접근하는 것이 더욱 일반적이다. 비록 기업가가 네트워크를 결합한다고 하지만, 네트워크의 생성여부는 어디까지나, 환경조건에 영향을 받기 때문이다. 더구나 중요한 사실은 네트워크의 질이 기업가정신에 영향을 준다는 점이다.

Hills와(1997)는 네트워크 질이 기업가정신(민첩성과 창조성이라 표현했음)에 영향을 줄 수 있다고 가정하였으며, 기업가의 “확장된 네트워크는 기회를 더욱 확신하게 한다.” 라는 것을 증명하였다. 특히 기업가의 네트워크는 Granovetter(1990:99)의 주장 즉, “경제대리인의 행동(기업가)은 지속적 사회관계시스템을 유지하려 하고, 이 관계는 수익추구와 지대추구(rent seeking)의 행

등을 촉진하거나 제한하는 것을 착근(embeddedness)시킨다”는 말에서 기인한 것이다. 따라서 네트워크 질은 그라노베타(Granovetter, 1985(1990))가 제시한 사회적 네트워크의 착근성을 말한다. 그러면 사회적 네트워크를 구체적으로 파악할 수 있는 기준이 무엇인가를 찾아내야 한다.

그것은 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, 셋째, 사회의 구조화 차원(지원기관 등)에의 밀착성으로 볼 수 있다. 연구문헌에서는 이를 구조적인 구성(structural composition), 관련적인 범위와 자원(relational content and resources)으로 구분한다(Anderson와 2002, Liao와 2003, Greve와 2003). 이 때문에, 밀착성은 측정가능하고 실행 가능한 비즈니스를 출발하게 만들며, 이는 전략적 기업가정신(strategic entrepreneurship)을 발생시키는 핵심으로 작용한다. 또한 접근정도에 대한 신뢰정도를 말하는 네트워크의 밀착성(density)을 파악할 수 있게 된다. 결국, 네트워크는 계층적으로 구성되어 있으며, 네트워크에의 밀착 차이는 기업가정신을 차별화하는데 영향을 주게 되는 것이다(Egbert 1998, Basu 1998). 이에 따라 기업가의 차별화된 네트워크 구조나 기회형태가 다양하게 생성된다(Raijman 2001).

Sequeira와(2004)는 기업가정신의 발전단계와 결합과정을 분석하면서, 창업 전 단계(pre-startup)에서는 대인관계(person to person)를 통해 교환이 이루어지고, 약한 연대(weak ties)가 우세하다고 하였다. 창업단계(startup)에서는 대인관계를 통해 교환이 이루어지지만, 강한 결합이 우세한 경향을 보인다고 하였다. 그리고 성장단계(growth)에서는 대인관계 및 조직과 인적관계(person to organization)가 혼용되어 있으며, 약한 결합이 우세한 것으로 가정하였다. 한편 Iyer와(1999)는 글로벌 비즈니스의 발전 단계를 포함하여, 성공적인 에스닉 비즈니스의 확장단계(네트워크)를 구분하였다. 단계적으로 살펴보면, 단계 1: 에스닉 집단에서 이민자 노동단계(모국의 가족을 지원하기 위해 수입(income)의 일부분 송금), 단계 2: 에스닉 집단에서 이민자 자가경영 (self-employment)단계(본국에 수익(profit)의 일부분 송금), 단계 3: 비 에스닉 시장으로의 수평적 확장 단계(본국에 수익(profit)의 일부분 송금), 단계 4: 글로벌 투자 단계(모국의 소기업 또는 주식 또는 자본시장에 투자), 단계 5: 글로벌 확장단계(모국의 비즈니스 활동에 투자), 단계 6: 전국적인 경계를 가로질러 기업사이의 측면연결 단계(모국 또는 현 주소지역에서의 비즈니스 간 공급체인연결)를 지니고 있다고 설명하였다.

이러한 연구결과에서 충돌하는 문제점은 Sequeira와(2004)의 경우, 성장단계에서 대인 및 조직과 인적관계 속에서 약한 결합이 우세하다고 한 반면, Iyer

외(1999)는 단계 3과 4 이후의 단계에서 혈족이나 가족관계를 통한 초국적 거래(transnational trade)나 글로벌 비즈니스(international business)에서 가족기업의 특성을 유지한다고 주장한 점이다. 따라서 이들 두 연구의 가정에 따라 창업과 성장과정에서, 네트워크구조에 어떠한 변화가 발생하는지, 그리고 이에 따라 기업가정신이 어떻게 발전하는지 살펴볼 필요가 있을 것이다.

Ⅲ. 조사방법 및 연구내용

에스닉 집단은 거주국에서 사회 심리적으로 매우 취약한 상태에 처해 있다. 이 때문에, 기업가정신의 발휘에 있어 집단 내에서의 상호연결 즉, 네트워크는 매우 중요한 요소이다(Light 1988, Lerner와 1996, Masurel와 2002). 또한 기업 성장과정에서는 거주국의 일반적 환경에 구조화된 네트워크와의 결합은 필수적이라 할 수 있다. 따라서 네트워크의 속성에도 변화가 나타나게 된다. 에스닉 집단에서의 네트워크 속성은 기업가정신을 발휘하게 하는 매우 중요한 요소일 뿐만 아니라, 거주국 환경과의 네트워크 결합정도에 따라 성장기의 기업가정신도 영향을 주게 되는 것이다.

에스닉 집단의 구조적 환경(수요와 공급측면) 요인은 기업가정신의 수준(기업형태: 생계형, 중소기업형, 무역형, 벤처형, 기회형태: 시장기회인지, 비즈니스개발기회인식, 창업조직화 기회인식, 조직성장의 기회인식)을 결정짓는다. 이러한 구조적 환경의 제도적 성향을 담고 있는 것이 네트워크이며, 네트워크의 속성이 기업가정신의 발전에도 많은 영향을 준다.

이 연구는 일본 현지인터뷰와 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 인터뷰는 제시된 이론적 근거에 따라 재일한국인 집단의 구조적 변화에 대한 사례자료로서 수집하였다. 한편 이 연구를 위한 설문조사는 다음과 같은 내용을 구조화하여 실시하였다.

첫째, 기업가정신의 발전과정은 ‘시장기회인지, 비즈니스개발기회 인식, 창업 전 조직창출, 창업(조직창출), 조직성장, 그리고 새로운 사업분야 개척(또는 신 조직창출)’으로 분류하였다. 하지만 에스닉 집단에서 기업가정신의 발전을 확실하게 판단할 수 있는 단계는 창업 및 성장과정에서 더욱 분명해진다. 전술한 바와 같이, 기업가정신이 조직창출과 관련된 점이 많아 창업단계에서는 조직의 생존(survival)이 매우 중요하기 때문에, ‘3년 이내(또는 일본 내 상황에 따라 연수 조정 할 것임)에 기업 활동이 멈추지 않는 것’을 의미하며(Bruderl와 1998), 단순 더미(dummy)변수를 사용하였다. 조직성장 단계는 ‘시장 확장과 외

부자금의 조달탐색'으로 정의하고, 두 차원을 비교하여 기업가정신을 측정하였다(Gundry의 2001).

<표 1> 제일한국인 기업가의 기업가정신 분석체계³⁾

독립		종속
네트워크		기업가정신의 진화단계 (명성과 신뢰의 진화과정)
형태	예상된 기준	밀착성(믿음을 확신하는 정도: 신뢰도)
		시장기회 인지
		비즈니스개발기회 인식
본 연구에서는 Skip		
조직이나 단체 참가여부	strong ties	한국정부사무소, 비즈니스협회, 제일한국인 연합회, 취미서클, 계모임, 동창회, 교회, 절, NGO, 학생조직 등
	weak ties	
참가정도	strong ties	①전혀 참가 못함 ②거의 참가 못함 ③보통 ④가끔 참가 ⑤자주 참가
	weak ties	
참가만족 도	strong ties	①매우 불만족 ②약간 불만족 ③보통 ④약간 만족 ⑤매우 만족
	weak ties	
참가빈도	strong ties	① 전혀 못 만남 ②거의 못 만남 ③보통 ④가끔씩 만남 ⑤매우 자주
	weak ties	
친밀도	strong ties	①전혀 친밀하지 않음 ②거의 친밀하지 않음 ③보통 ④약간 친밀 ⑤매우 친밀
	weak ties	
네트워크 활동	strong ties	한국선거나 정치단체활동 참가
	weak ties	
네트워크 문화	strong ties	한국TV 드라마, 영화, 신문, 잡지, 인터넷사이트 접속 여부
	weak ties	
자녀의 한국방문	strong ties	단체나 조직의 프로그램 참가여부
	weak ties	
경제적 연대	strong ties	한국가족이나 친척에게 송금이나 선물 여부
	weak ties	
모국귀국	strong ties	향후 모국에 귀국할 의향 여부
	weak ties	
상동		조직성장(네트워크 확대)
본 연구에서는 Skip		새로운 사업분야 개척 (트랜스내셔널리즘 성향)

둘째, 네트워크는 인적, 자원, 구조적으로 계층화되어 있다(Granovetter 1990). 보통 개인적 차원과 제도적 차원으로 구분하여 네트워크 형성 과정에서의 신뢰도(trust)를 사회적 자본(social capital)으로 보고 측정하기도 한다(Canetti-Nisim의 2004). 다만, 이 연구에서는 제도적 차원을 자원과 구조적 네트워크로 분류하여 측정하였다. 이에 따라 에스닉 및 에스닉 외(일본사회) 네

3) 약한연대(weak ties)는 '비즈니스와 관련 없는' 네트워크의 밀착성, 다만 글로벌적 관계에서는 지역과 단위를 벗어나기 때문에 비즈니스와 관련 있는 네트워크를 연결한다고 볼 수 있음.

트위크로 구분하여, 네트워크의 각 수준마다 ‘믿음의 확산정도를 말하는 신뢰도로써’, ‘밀착성(density)’을 측정하였다. 그러면, 기업가들이 접하는 네트워크의 착근성을 측정할 수 있을 것이다<표 1참조>.

이 연구에서는 독립변수로서 네트워크의 혼합된 착근성(mixed embeddedness)과 모국과의 연결정도(Waldinger 1995, Kloosterman외 1999)의 밀착성 변화에 따른 재일한국인 기업가의 네트워크 특성(트랜스내셔널리즘적 성향)을 종속변수로 선정하였다. 이 연구의 분석방법으로는 ‘빈도분석’, ‘상관분석’과 ‘다중 회귀분석’을 실시하여 연구결과를 도출하였다.

IV. 재일한국인 기업가의 경영활동 및 기업가 정신 분석

1. 재일한국인 기업가의 경영활동

이 연구는 재일한국인 기업가의 네트워크 특성과 트랜스내셔널리즘적 성향을 분석하여 기업가정신을 고찰하는데 있다. 이 연구의 자료수집은 연구자의 일본방문조사와 현지조사자를 통해 2012년 1월부터 2012년 6월까지 약 6개월간 진행되었다. 재일한국인기업의 폐쇄적인 특성상 자료를 수집하는데 상당한 기간이 소요되었으며 어려움도 많았다. 그럼에도 불구하고 재일한국인 기업가를 대상으로 총 184부의 설문조사표를 입수하였다는 것은 상당한 성과라고 할 수 있다.

그러면 먼저 조사대상자의 인구통계학적 환경요인에 대하여 조사결과를 토대로 살펴보도록 하자. <표 2>에 제시한 바와 같이 성별로는 남성이 64.7%, 여성이 35.5%로 남성 비율이 상당히 높게 나타났다. 연령별로는 30대-40대가 56.5%로 과반수를 넘어섰고 50대 이상이 32.1%, 그 중에서도 60대 이상이 10.9%나 되었다. 60대 이상이 높은 비율을 차지한 이유에 대해서는 재일한국인 기업의 특성상 고령의 경영자가 아직도 현역에 종사하고 있는 경우가 많다는 것을 보여주고 있다.

다음은 조사대상자에 대하여 출생지를 질문한 결과, 한국 출생이 74.5%, 일본에서 출생한 비율이 25.5%를 나타내었다. 따라서 응답자의 경향은 주로 한국에서 태어나 도일한 재일한국인 1세가 많은 것으로 나타났다. 직업별 특성을 보면 관리직 54.3%, 전문직 14.1%, 서비스 11.4%, 사무직 6.5%, 기타 13.5% 등 이었다.

<표 2> 인구통계학적 환경요인(N=184)

구분		빈도(%)	구분		빈도(%)
성별	남성	119(64.7)	학력별	초등학교졸업	2(1.1)
	여성	65(35.3)		중학교졸업	6(3.3)
연령별	20대 이하	21(11.4)		고등학교졸업	16(8.7)
	30대	49(26.6)		전문대학졸업	17(9.2)
	40대	55(29.9)		대학졸업	108(58.7)
	50대	39(21.2)		대학원졸업	35(19.0)
	60대 이상	20(10.9)	거주기간	0~9년	46(25.0)
출생지	일본	47(25.5)		10~19년	65(35.3)
	한국	137(74.5)		20~29년	33(17.9)
직업별	관리직	100(54.3)		30~39년	5(2.7)
	전문직	26(14.1)		40~49년	11(6.0)
	서비스	21(11.4)		50~59년	15(8.2)
	사무직	12(6.5)	60년이상	9(4.9)	
	기타	25(13.5)	거주지	동경	94(51.1)
국적별	한국	105(76.6)		기타지역	18(9.8)
	일본	32(23.4)	동거자	아버지	15(5.1)
도일연도	1950~1989년	19(10.3)		어머니	13(4.4)
	1990~1994년	28(15.2)		배우자	117(39.8)
	1994~1999년	37(20.1)		자녀	101(34.4)
	2000~2004년	28(15.2)		친척	2(0.7)
	2005년 이후	31(16.8)		지인	12(4.1)
	무응답	41(22.3)		기타	34(11.6)

국적별로는 한국적이 76.6%, 일본적이 26.4%로 주로 한국적이 대부분을 차지하고 있지만 일본에서 비즈니스의 특성상 일본적도 26.4%를 차지하였다. 도일연도별로 제일한국인 기업의 특성을 살펴보면, 1989년 이전이 10.3%, 90년~94년 15.2%, 2000년 이후가 54.3%로 절반이상을 차지하였다. 따라서 이 연구는 1990년 이전의 올드커머들도 10.3%정도 차지하고 있지만 약 90%정도는 90년대 이후 초국적인 글로벌시대 일본에 도일하여 기업에 종사하고 있는 기업가로 파악된다.

제일한국인 기업가의 학력별 특성을 살펴보면 고졸이하가 13.1%, 전문대학졸업이 9.2%, 대학졸업이 58.7%, 대학원 졸업이 19.0%를 차지하였다. 기업가의 학력별 성향을 살펴보면 대졸이 58.7%로 가장 많았고 대학원졸업도 19.0%나 되었다. 그러나 고졸이하가 13.1%를 차지한 것은 해방 전후나 1980년대 이전에 도일한 기업가도 상당수 포함되어 있다는 것을 의미한다. 해방 전후 제일한국인 기업가의 특성은 무학력자가 많았고 민족차별과 직업차별로 인해 한정된 업종의 틈새산업에서 차별성을 나타내었다.

<표 3> 재일한국인 기업의 경영활동

구분		빈도(%)	구분		빈도(%)
기업수입 (N=69)	1억엔 이하	40(57.9)	업종별 (N=69)	다방, 스넥업	4(5.8)
	5억엔미만	14(20.3)		금융업	2(2.9)
	5억엔이상	8(11.6)		부동산업	11(15.9)
	10억엔이상	7(10.1)		음식업	14(20.3)
종업원 수 (N=184)	자신	14(7.6)	경영형태 (N=69)	오락업	9(13.0)
	가족	9(4.9)		채생자원업	29(42.0)
	1~4명	30(16.3)		1업종	36(52.2)
	5~9명	30(16.3)		2업종	17(24.6)
	10~29명	40(21.7)	영업연수 (N=69)	3업종	11(15.9)
	30~99명	29(15.8)		4업종이상	5(7.2)
	100~299명	9(4.9)		1~10년	24(34.8)
	300~499명	1(0.5)		11~20년	18(26.1)
500명 이상	1(0.5)	경영조직 (N=69)	21~30년	15(21.7)	
무응답	21(11.4)		30년이상	12(17.4)	
세대별 (N=69)	1세대		26(37.7)	개인	14(20.3)
	2세대	34(49.3)	법인	53(76.8)	
	3세대	9(13.0)	기타	2(2.9)	
모국투자 계획(N=68)	전혀	11(15.9)	기업 계속 여부(N=68)	전혀	16(23.5)
	생각없음	16(23.2)		생각없음	20(29.4)
	모름	16(23.2)		생각없음	20(29.4)
	생각있음	25(36.2)		모름	29(42.6)
가족종업원 (N=68)	있음	43(63.2)	동 포 종 업 원 (N=68)	매우생각있음	3(4.4)
	없음	25(36.8)		있음	49(72.1)
				없음	19(27.9)

재일한국인 기업가의 거주기간별로는 10년 이하가 25.0%, 10~30년 사이가 43.2%, 30년 이상이 21.8%로 주로 최근에 도입한 경우가 78.2%를 차지하였다. 따라서 이 연구에서는 1990년대 이후 일본에 도입하여 기업을 창업하여 경영하는 기업가들이 많다는 것을 전제로 이해할 필요가 있다. 거주지별로는 동경이 51.1%, 기타지역이 9.8%로 주로 동경지역에 거주하는 기업가들이 많았으며 나머지는 무응답자들에 해당된다. 기업가의 동거자별 특성으로서는 배우자나 자녀와의 동거가 74.2%, 부모 9.5%, 친척이나 지인 4.8%, 기타가 11.6%였다. 재일한국인 기업가의 거주별 특성은 부부와 자녀가 동거하는 핵가족이 대부분을 차지하고 있었지만 9.5%는 조부모와 동거하는 특성을 보이고 있었다.

다음은 재일한국인 기업가의 경영활동에 대하여 응답자들을 대상으로 살펴

보았다. 일본에서 소수민족기업의 경영활동은 거주국의 차별이나 현지사회의 정치적 분위기와 민감하게 작용하기 때문에 기업 활동 공개를 꺼려 연구 상 애로사항이 상당히 많았다. 여기에서는 기업수입, 종업원 수, 세대별, 모국투자, 가족종업원, 업종, 경영형태, 영업연수, 경영조직, 기업의 계속여부, 동포종업원의 유무 등으로 측정하였다.

먼저 재일한국인 기업가의 수입은 1억엔 미만이 57.9%, 5억엔 미만이 20.3%, 5억엔 이상이 11.6%, 10억엔 이상이 10.1% 등이었다. 조사결과를 자세히 살펴보면 주로 수입이 1억엔 미만인 절반이상을 차지하고 있어 영세자영업자들이 대부분임을 알 수 있다. 재일한국인 기업의 종업원수를 살펴보면 가족중심의 자가경영은 12.5%를 차지하였으며 1명에서~10명이하가 32.6%, 10명~100명은 37.5%, 100명이상이 5.9%, 무응답이 11.4%였다. 대부분의 에스닉기업과 마찬가지로 재일한국인 기업도 가족경영이 12.5%로 상당히 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 재일한국인 기업의 기업 내 가족종업원 유무에 대해서는 “있다”가 63.2%, “없다”가 36.8%로 나타나 가족종업원의 고용은 상당히 높은 것을 알 수 있다. 동질민족인 재일동포의 고용여부에 대해서는 “고용”이 72.1%, “비고용”이 27.9%로 동질민족의 종업원 고용이 높은 비율을 차지하였다. 재일한국인 기업의 세대별 특징에서는 재일 2세대가 49.3%, 재일 1세대가 37.7%, 재일 3세대가 13%를 나타내었는데 주로 재일 2세들이 기업일선에서 활동하는 비율이 높은 것을 알 수 있다.

재일한국인 기업의 글로벌적 수준을 확인할 수 있는 모국투자에 대한 조사 결과는 향후 모국투자에 대하여 고려하고 있다는 응답자가 36.2%로 나타났으며 “잘 모르겠다.”가 23.2%, 나머지 39.1%는 모국투자를 고려하지 않는다고 응답하였다. 이러한 응답비율은 한국의 글로벌화와 경제성장에 따라 과거 조사에 비해 상당히 모국투자에 대한 고려비율이 높아진 것이다. 업종별 재일한국인 기업의 특징을 살펴보면, 폐기물 재생자원업이 42.0%, 음식업이 20.3%, 부동산업이 15.9%, 파칭코 오락업이 13.0%, 다방 스펙업이 5.8%, 금융업이 2.9%로 비교적 다양한 분포를 보이고 있다. 특히 재일한국인 3대 산업은 파칭코오락업, 음식업, 부동산업 등인데 이와 비슷한 분포비율을 보이고 있으며 특징적인 것은 폐기물 에너지 재생업이 가장 높은 비율을 나타내고 있다는 점이다. 이것은 재일한국인 기업의 최근의 기업성향을 반영하는 매우 특기할만한 점으로 생각된다.

기업의 경영형태 면에서는 단일 업종만 취급하는 경우가 52.2%로 절반이상을 차지하고 있으며 2개 업종이상을 취급하는 경우도 47.7%로 나타났다. 이러한 비율은 재일한국인 기업 대부분이 다양한 업종을 취급하는 다각적인 경영을 시도하고 있는 것으로 풀이된다. 기업의 영업연수에 있어서도 10년 미만이

34.8%, 30년 이상도 17.4%나 되었다. 영업연수가 10년 미만의 경우의 2000년대 전후 도일하여 창업한 뉴커머기업들이 여기에 해당된다. 최근에는 일본에서 한류열풍으로 한류상품이나 한류음식을 중심으로 진출하는 기업들이 상당히 많은 것으로 나타났다. 경영조직의 경우 개인인지 법인인지를 묻는 질문에서 법인이 76.8%, 개인이 20.3%, 기타 2.9%로 응답자의 약 70% 이상이 법인으로 나타났지만 아직까지 개인으로 경영을 하는 경우도 여전히 높은 것으로 나타났다. 재일한국인 기업이 향후 영업을 계속할 것인지의 여부를 묻는 질문에서는 “지속할 생각이 없다”가 52.9%, “잘 모르겠다.”가 42.6%, “지속할 생각이다”가 4.4%였다. 이 질문에 대한 응답결과는 주지하는 바와 같이 기업가의 고령화와 재일동포 젊은 세대의 일본기업 취업에 의한 민족기업의 위기를 그대로 반영하는 결과로 생각된다. 그러나 재일한국인 기업 중 아직까지 승계여부를 보류하고 있는 기업도 42.6%나 되었다.

2. 네트워크 특성과 기업가정신 분석

재일한국인기업의 네트워크 특성 및 기업가정신(트랜스내셔널리즘적 성향)에 대하여 ANOVA분석과 상관분석, 다중회귀분석을 통해 살펴보고자 한다. 재일한국인기업의 네트워크와 트랜스내셔널리즘적 성향은<표 4>에 제시한 바와 같다. 먼저 네트워크 특성에 관한 질문으로서 재일한국인 기업가의 조직이나 단체에 대한 참가정도, 조직과 단체 참가만족도, 접촉빈도, 친밀도를 종합하여 대응 T검정 및 ANOVA분석을 실시하였다. 분석결과 성별, 출생지, 직업에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 재일한국인기업의 네트워크는 성별에서 남성의 경우 출생지는 한국에서 출생한 사람일수록, 그리고 직업이 관리직인 경우 상호 강한 연대를 보이고 있었다. 또한 지면관계상 여기에 분석결과는 제시하지 않았지만 재일한국인기업의 한국단체와 제도적 연대에 대해서는 한국선거 투표나 정치정당, 단체활동과 성별에서 차이를 보였다. 재일한국인기업의 한국자녀방문은 거주연수가 영향을 미치고 있었다. 이것은 재일한국인기업가의 일본 거주연수가 오래될수록, 즉 거주연수가 20년에서 29년 사이인 경우 한국으로의 자녀 방문비율이 높은 것으로 나타났다.

<표 4> 인구통계학적 요인과 네트워크(참가정도, 참가만족도, 접촉빈도, 친밀도) A NOVA분석

	구분	N	평균	표준편차	T or F	P
성별	남자	58	3.80	1.07	2.278	0.025
	여자	54	3.30	1.25		
연령	20대 이하	21	3.56	1.32	.938	0.445
	30대	45	3.33	1.31		

	40대	32	3.83	.91		
	50대	12	3.60	1.07		
	60대 이상	2	4.13	1.24		
출생지	일본	5	3.45	1.50	-2.477	0.014
	한국	107	3.57	1.18		
거주연수	10년 이내	43	3.40	1.39	1.478	0.233
	10~19년	55	3.57	1.07		
	20~29년	14	4.02	.84		
직업	관리직	30	4.28	.64	7.823	0.000
	전문직/사무직	37	3.10	1.33		
	노동	11	4.00	.74		
	서비스/기타	34	3.29	1.19		
학력	전문대이하	27	3.68	.87	.276	0.759
	대학	56	3.57	1.25		
	대학원	29	3.44	1.32		

다음은 재일한국인 기업가와 모국과의 경제적, 재정적 연계에 대한 질문에 대하여 대응 T검정 및 ANOVA분석을 실시한 결과, 성별, 연령, 거주연수가 모국과의 재정 연계에 영향을 미치고 있었다. 즉 재일한국인기업가가 여성이고 40대일수록, 일본 거주연수가 짧을수록 모국과의 재정적 연계가 큰 것으로 나타났다. 반대로 재일한국인 기업가가 60대 이상이거나 일본 거주연수가 30년 이상인 경우 모국과의 연대는 낮은 것으로 나타났다. 종합해보면 재일한국인 기업가가 여성이고 나이가 젊고 일본 거주연수가 짧을수록 모국과의 연대의 필요성을 강하게 느끼고 있으며 트랜스내셔널리즘적 성향(모국과의 연계)이 강한 것을 알 수 있다.

<표 5> 인구통계학적 환경요인과 모국과의 경제적 연대(대응 T검정 및 ANOVA 분석)

	구분	N	평균	표준편차	T or F	P
성별	남자	118	1.65	.40	-2.218	0.028
	여자	63	1.78	.36		
연령	20대이하	21	1.69	.43	2.853	0.025
	30대	47	1.70	.39		
	40대	54	1.81	.30		
	50대	39	1.60	.42		
	60대이상	20	1.53	.47		
출생지	일본	47	1.51	.47	-0.254	0.800
	한국	134	1.76	.34		
거주	10년이내	45	1.71	.38	5.402	0.001

연수	10~19년	63	1.79	.34		
	20~29년	33	1.74	.31		
	30년이상	40	1.49	.47		
직업	관리직	99	1.66	.41	.655	0.581
	전문직/사무직	37	1.73	.37		
	노동	11	1.73	.41		
	서비스/기타	34	1.75	.37		
학력	전문대이하	41	1.70	.40	.342	0.711
	대학	107	1.68	.40		
	대학원	33	1.74	.36		

다음 <표 6>은 재일한국인 기업가에게 향후 한국에 귀환할 생각으로 일본에서 생활하고 있는지에 대하여 5점 척도로 질문한 결과를 나타낸 것이다. 분석결과를 살펴보면 향후 모국으로 귀국할 의향은 연령, 출생지, 거주연수, 학력에 따라 차이를 보였다. 분석결과를 좀더 상세히 살펴보면 재일한국인 기업가의 경우 연령이 낮을수록, 출생지가 한국일수록, 거주연수가 짧을수록, 학력이 높을수록 모국으로의 귀환의식이 높은 것으로 나타났다.

<표 6> 인구통계학적 요인과 귀국여부(대응T검정 및 ANOVA분석)

	구분	N	평균	표준편차	T or F	P
성별	남자	116	3.14	1.27	-0.851	0.396
	여자	62	3.31	1.24		
연령	20대 이하	21	3.24	1.26	3.488	0.009
	30대	47	3.60	1.08		
	40대	54	3.31	1.27		
	50대	36	2.81	1.19		
	60대 이상	20	2.60	1.43		
출생지	일본	46	2.59	1.29	-3.298	0.002
	한국	132	3.41	1.18		
거주연수	10년 이내	45	3.80	1.12	8.699	0.000
	10~19년	61	3.15	1.15		
	20~29년	33	3.30	1.26		
	30년이상	39	2.49	1.23		
직업	관리직	97	2.98	1.29	2.336	0.075
	전문직/사무직	37	3.51	1.02		
	노동	10	3.20	1.14		
	서비스/기타	34	3.47	1.35		
학력	전문대이하	40	2.90	1.32	4.716	0.010
	대학	105	3.13	1.20		
	대학원	33	3.76	1.23		

다음 <표 7>은 재일한국인 기업가의 네트워크 특성에 대한 상관분석 결과를 나타낸 것이다. 아래 표를 보면 네트워크 문화와 재정적인 연계의 상관분석을 살펴보면 네트워크문화(한국 TV나 드라마, 영화를 자주 본다. 한국 신문이나 잡지, 인터넷사이트를 자주 보고 있다.)에 강한 연대를 가지고 있는 기업가일수록 네트워크 재정적 연계(한국의 가족이나 친척에게 송금이나 선물을 보낸 적이 있다. 한국의 가족이나 친척으로부터 송금이나 선물을 받았다.)도 강한 것으로 나타났다($r=0.340$). 또한 한국과의 문화접촉이 빈번한 재일한국인 기업가일수록 모국으로의 귀환의식이 강한 것으로 나타났다($r=0.251$). 마찬가지로 재일한국인 기업가의 모국과의 경제적 재정적 연계가 강할수록 한국으로의 귀환의식이 강한 것으로 나타났다($r=0.232$).

덧붙이면 재일한국인 기업가의 기업가정신(트랜스내셔널리즘적 성향)은 모국문화와의 접촉빈도와 재정적 연계, 경제적 연대가 강할수록 모국으로의 귀환의식도 강한 것으로 해석된다.

<표 7> 재일한국인 기업가의 네트워크 활동(상관관계분석)

	네트워크	네트활동	네트문화	한국자녀 방문	경제적 연계	귀국여부
네트워크	1	.045	-.015	.051	-.059	-.092
네트활동		1	.106	-.020	-.003	.033
네트문화			1	.097	.340	.251
한국자녀 방문				1	.187	.111
경제적 연계					1	.232
귀국여부						1

다음 <표 8>은 재일한국인 기업가의 조직이나 단체의 참가, 참가만족도, 친밀도, 한국에 가족이나 친척여부를 다중회귀 분석한 결과이다. 독립변수로서 가족처럼 지내는 친구나 이웃이 많은 기업가(행복1), 남들이 선망하는 직업을 가지고 있다고 생각하는 기업가(행복4), 성별, 거주기간이 재일한국인 기업가의 네트워크 활동(트랜스내셔널리즘 성향), 즉 종속변수에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 즉 재일한국인 기업가가 친구나 이웃이 많은 사람일수록, 행복도가 높은 사람일수록, 거주기간이 길수록, 남성일수록 네트워크 활동이 활발하며 외부적인 네트워크 확대(트랜스내셔널리즘적 성향)의 성격이 강한 기업가로 나타났다.

<표 8> 재일한국인 기업가의 기업정신

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p (유의 확률)
	B	표준오차	베타		
(상수)	-.433	.939		-.461	.646
행복1	.343	.074	.476	4.650	.000
행복2	-.116	.089	-.145	-1.291	.200
행복3	-.155	.097	-.177	-1.591	.115
행복4	.455	.112	.373	4.044	.000
성별	-.390	.197	-.165	-1.983	.050
태어난 곳	.384	.486	.067	.790	.432
거주기간	.036	.016	.196	2.279	.025
한류상품관심	.054	.147	.039	.367	.714
한류상품접촉 빈도	-.104	.145	-.076	-.717	.475
인식변화	.274	.194	.158	1.415	.160
이미지변화	.015	.134	.014	.116	.908
재일한국인변 화	-.082	.155	-.066	-.529	.598
관심도변화	-.142	.131	-.129	-1.084	.281
의식변화	.036	.166	.018	.217	.829
한류영향1	-.029	.236	-.014	-.124	.901
한류영향2	.029	.193	.017	.152	.879

주) $F=4.794(P<0.001)$, $R^2 = 0.447$

V. 결론 및 시사점

초국적인 글로벌 시대를 맞이하여 대표적 이민집단인 화교, 유대인, 한국인들의 에스닉 기업가정신은 다양한 학문에서 연구주제로 다루어지고 있다. 대체적으로 초기 이주자들은 에스닉 집단에서 직업을 찾고, 점차 기업가로 발전하는 양상을 보이며, 에스닉 비즈니스 또는 마이너리티 비즈니스로서의 특징을 보여 준다. 하지만, 점차적으로 비즈니스 경향이 글로벌화 되면서, 에스닉 기업가들 또한 기업가 정신이 변화하는 것으로 나타났다. 특히 탈경계와 탈문화를 강조하는 트랜스내셔널리즘(transnationalism) 시대 현지거주 사회와 좀더 폭넓은 네트워크를 활용하여, 거주사회의 비즈니스에 진입하거나, 모국과의 거래관계를 확장하고, 더 나아가서는 글로벌 비즈니스 활동까지 영역을 확장하는 보편적 기업가정신이 대두되고 있다. 이 연구에서는 이러한 현상을 한마디로 재일한국기업가의 기업가정신(트랜스내셔널리즘적 성향)으로 정의하였다.

다른 측면에서 에스닉 기업가정신은 에스닉 집단의 직업선택에 대한 연구로서 자가고용(self-employment)에 대한 이론정립에 공헌해 왔으나, 비즈니스 성장과정이나, 글로벌화 과정에 대한 연구관심은 최근에 대두되고 있다. 그러나 아직까지 연구의 이론적 정리나 실증적 증거가 제한적으로 제시되고 있는 상황에 있다. 따라서 이 연구는 향후 에스닉 기업가정신의 발전에 대한 연구의 기초자료 및 이론적 확장, 그리고 에스닉 집단의 성장이론으로서 초국가시대 기업가정신(트랜스내셔널리즘)의 중요성을 지적하고자 하였다.

이 연구의 목적은 재일한국인 기업가의 기업가정신의 발전과정을 살펴보고 네트워크 구조의 특성 및 기업가정신의 분석을 통해 바람직한 네트워크 결함 방향을 제시하는데 있다.

이 연구의 자료수집은 연구자의 일본방문조사와 현지조사자를 통해 2012년 1월부터 2012년 6월까지 약 6개월간 진행되었다. 재일한국인기업의 폐쇄적인 특성상 자료를 수집하는데 상당한 기간이 소요되었으며 여러 가지 어려움도 많았다. 그럼에도 불구하고 재일한국인 기업가를 대상으로 총 184부의 설문조사표를 입수하였다는 것은 상당한 연구성과라고 할 수 있다.

이 연구의 분석결과는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, ANOVA분석결과, 재일한국인 기업가가 여성이며 나이가 젊고 일본 거주연수가 짧을수록 모국과의 연대의 필요성을 강하게 느끼는 트랜스내셔널리즘적 기업가정신이 강한 것으로 나타났다.

둘째, ANOVA분석결과, 재일한국인 기업가의 경우 연령이 낮을수록, 출생지가 한국일수록, 거주연수가 짧을수록, 학력이 높을수록 모국으로의 귀환의식이 높은 것으로 나타났다.

셋째, 상관분석결과, 재일한국인 기업가의 기업가 정신은 모국문화와의 접촉빈도와 재정적 연계, 경제적 연대가 강할수록 모국으로의 귀환의식도 강한 것으로 나타났다.

넷째, 회귀분석결과, 재일한국인 기업가가 일본 친구나 이웃이 많은 사람일수록, 행복도가 높은 사람일수록, 거주기간이 길수록, 남성일수록 네트워크 활동이 활발하며 외부적인 네트워크 확대(트랜스내셔널리즘적 성향)의 성격이 강한 기업가로 나타났다.

결론적으로 이 연구는 연구가설에서 제시한 바와 같이 에스닉 비즈니스 활동 과정에 있어 에스닉 및 에스닉 외부(일본사회)와의 네트워크에 밀착하면 할수록 기업이 발전하게 된다는 것이다. 이러한 연구결과는 재일한국인 기업이 일본사회와의 상호작용으로 비즈니스의 성장에 영향을 줄 수 있기 때문에, 현지사회와의 네트워크관계를 정립할 필요가 있음을 시사하고 있다. 이 연구의 공헌은 이론적 학문영역의 확대뿐만 아니라, 실증적으로 일본 내 한국인 기업가의 비즈니스 성장을 위한 기업가정신의 방향성을 제시하고자 시도한 점에 있다.

따라서 이 연구는 재일한국인 기업가가 재일한국인사회와 일본사회와의 실질적인 경제활동의 방향설정에 있어서 네트워크 특성을 고려하고 트랜스내셔

널리증적 성향의 기업가 정신을 통해 기업의 잠재적 가능성을 실현해 나가야 한다는 점을 시사하고 있다.

【参考文献】

- 서인석(2003), “호주 현지 한국인 기업 연구: 이민자의 소규모 사업을 중심으로,” 경영교육논총 제 31집: 325-352.
- 田中利見(1986), 『地場企業のマーケティング戦略: 企業家精神とマーケティングの結合』, 同文館出版.
- 奥村昭博(1986), 『企業イノベーションへの挑戦: 新企業家精神の創生』 日本經濟新聞社.
- 日経ビジネス 編(1988), 『アメリカ企業家精神の旅: 大企業時代の終わり』, 日本經濟新聞社.
- 十川廣國(1991), 『企業家精神と經營戰略』, 森山書店.
- 吉森賢(1991), 『アメリカ企業家精神の衰退: その要因と再生への展望』, ジャパンタイムズ, (シリーズ[日關係] / 細谷千博責任監修; 國際大學日米關係研究所企畫・編集; 9).
- リー・サオユエン, 린다·로우著; 岩崎育夫 譯(1992), 『シンガポールの企業家精神: 民間と國家』, 井村文化事業社(東南アジアブックス; 108. シンガポールの社會||シンガポールノシャカイ; 5).
- 日経流通新聞 編(1993), 『流通現代史: 日本型經濟風土と企業家精神』, 日本經濟新聞社.
- 大西昭生, 石川勝徑 編著(1995), 『山口縣中堅企業の企業家精神』, 徳山大學總合經濟研究所 (徳山大學研究叢書; 12号)
- 關滿博, 一言憲之編(1996), 『地方産業振興と企業家精神』, 新評論.
- 井口富夫編 著(2004), 『企業家精神と地域經濟: 京都市と周辺地域を對象とした事例研究』 日本評論社(龍谷大學社會科學研究所叢書; 第55卷)
- 野藤忠 著(2003). 『ツァイス企業家精神』, 第2版. 九州大學出版會.
- 太田一郎 著(1996). 『企業家精神の生成: 中小企業創出のダイナミクス』, 多賀出版.
- 武知京三 著(2000), 『地域經濟と企業家精神: 奈良の地場産業と經濟団体の歩み』, 稅務經理協會.
- Ardichvili, A., R. Cardozo. and S. Ray(2003), “A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development,” *Journal of Business Venturing* 18: 105-123.

- Basu, A.(1998), "An Exploration of Entrepreneurial Activity among Asian Small Business in Britain," *Small Business Economics* 10: 313-326.
- Bates, Timothy(1997), "Financing Small Business Creation: The Case of Chinese and Korean Immigrant Entrepreneurs," *Journal of Business Venturing* 12: 109-124.
- Baumol, William J.(1990), "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive," *Journal of Political Economy* 98(5): 893-921.
- Burt, Ronald S.(2001), "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital," in *Social Capital: Theory and Research*, Nan Lin, Karen S. Cook, and R. S. Burt(eds.)(2001), Aldine de Gruyter.
- Busentiz, Lowell W., G. Page West III, Dean Shepherd, Teresa Nelson, Gaylen N. Chandler, and Andrew Zacharakis(2003), "Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions," *Journal of Management* 29(3): 285-308.
- 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.
- Collins, Jock(2003), "Cultural Diversity and Entrepreneurship: Policy Responses to Immigrant Entrepreneurs in Australia," *Entrepreneurship & Regional Development* 15: 137-149.
- Coviello, Nicole E. and Marian V. Jones(2004), "Methodological Issue in International Entrepreneurship Research," *Journal of Business Venturing* 19: 485-508.
- Davidsson, Per., and B. Honig(2002), "The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs," *Journal of Business Venturing* 18: 301-331.
- Delmar, F.,and P. Davidsson(2000), "Where Do They Come From? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs," *Entrepreneurship & Regional Development* 12: 1-23.
- DiMaggio, Paul(1997), "Culture and Cognition," *Annual Review of Sociology* 23: 263-288.
- Eckhardt, Jonathan T. and Scott A. Shane(2003), "Opportunities and Entrepreneurship," *Journal of Management* 29(3): 333-349.
- 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.
- Granovetter, Mark(1985), "Economic Action and Social Structure: the Problem

- of Embeddedness," *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Granovetter, Mark(1990), "The Old and the New Economic Sociolpy: 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.
- Granovetter, Mark(1992), "Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis," *Acta Sociologica*, 35: 3-11.
- Harada, N.(2003), "Who Succeeds as an Entrepreneur? An Analysis of the Post-Entry Performance of New Firms in Japan," *Japan and the World Economy* 441: 1-12.
- Hoang, Ha and Bostijan Antonic(2003), "Network-based Research in Entrepreneurship: A Critical review," *Journal of Business Venturing* 18: 165-187.
- Ibrahim, Gamal and Vaughan Galt(2003), "Ethnic Business Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework," *Journal of Economic Issues*, XXXVII(4): 1107-1119.
- 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.
- Kirzner, I.M.(1973): 이성순 역/ 『경쟁과 기업가정신』, 한국경제연구원 (1995):53-116.
- Kirzner, I.M.(1999), "Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur," *Review of Austrian Economics*, 11: 5-17.
- 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.
- Kodithuwakku, S. S. and P. Rosa(2002), "The Entrepreneurial Process and Economic Success in a Constrained Environment," *Journal of Business Venturing* 17: 431-465.
- Krueger, N.J.(2000), "The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring: 5-23.
- 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.
- Light, Ivan and Edna Bonacich(1988), *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in*

- Los Angeles 1965-1982*, University of California Press.
- Light, Ivan(2004), "The Ethnic Ownership Economic," in *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*, Curt H. Stiles and Craig S. Galbraith(eds.), ELSEVIER.
- Litwin, Howard(1997), "The Network Shifts of Elderly Immigrants: The Case of Soviet Jews in Israel," *Journal of Cross-Cultural Gerontology* 12: 45-60.
- Marger, Martin N.(2001), "Social and Human Capital in Immigrant Adaption: The Case of Canadian Business Immigrants," *Journal of Socio-Economics* 30: 169-170.
- Mesch, Gustavo S. and Daniel Czamanski(1997), "Occupational Closure and Immigrant Entrepreneurship: Russian Jews in Israel," *Journal of Socio-Economics*, 26(6): 597-610.
- Mezias, S.J. and J.C. Kuperman(1999), "The Community Dynamics of Entrepreneurship: The Birth of the American Film Industry, 1895-1929," *Journal of Business Venturing* 16: 209-233.
- Rajman, Rebeca(2001), "Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago," *Journal of Socio-Economics* 30: 393-411.
- Rath, Jan(ed.)(2000), *Immigrant Business: The Economic, Political and Social Environment*, MacMillan Press Ltd.
- Ripsas, S.(1998), "Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship," *Small Business Economics* 10: 103-115.
- Ruiz-Vargas, Yolanda(2000), "Small Business Financing Sources between Immigrants and Natives in Puerto Rico," *The Quarterly Review of Economics and Finance* 40: 387-399.
- 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.
- Shapero, Albert(1985), "Why Entrepreneurship? A Worldwide Perspective," *Journal of Small Business Management*, October: 1-5(Guest Editorial).
- 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.
- Verheul, I., S. Wennekers, D. Audretsch, R. Thurik(2001), *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*, Tinbergen Institute Discussion Paper TI 2001-030/3.
- Waldinger, Roger(1995), "The 'other side' of Embeddedness: A Case-Study of the Interplay of Economy and Ethnicity," *Ethnic and Racial Studies* 18(3): 555-580.

要 旨

本研究の目的は在日韓国人企業家の起業家精神の發展過程を調べ、ネットワーク構造の特徴及び起業家精神の分析を通して望ましいネットワーク結合の方向を提示することである。本研究のための資料収集は研究者が直接2012年1月から6月まで約6ヶ月間日本現地調査を行った。しかし、在日韓国人起業家の閉鎖的な特徴のため調査資料を収集するには大変な時間がかかってしまった。それにも関わらず、在日コリアン企業家を対象にした調査で合計184部の質問調査表を入手できたのは幸である。

本研究の分析結果は次の通りにまとめられる。

第一に、ANOVA分析結果、在日コリアン企業家精神は女性で、若く、日本居住の年数が短いほど母國との紐帶の必要性を強く感じる傾向が現れた。

第二に、ANOVA分析結果、在日コリアン企業家の年齢が少ないほど、出生地が韓國であり、居住年数が短く、高學歷者であると母國への歸還意識も強く現れた。

第三に、相關關係分析結果、在日コリアン企業家の起業家精神は母國文化との接触頻度や財政的な繋がり、經濟的な紐帶が強いほど母國への歸還意識も強かった。

第四に、回歸分析結果、在日コリアン企業家が友だちや隣人が多く幸福度が高いほど、居住期間が長く男性であるとネットワーク活動が活發であり、ネットワーク擴大への願望も強く現れた。

本研究の示唆点は在日コリアン企業家に對する企業家精神の學問領域の擴大だけではなく、日本國內における韓国人企業家の企業成長のために必要な企業家精神を提示したことである。

キーワード：在日コリアン企業家、起業家精神、ネットワーク、歸還意識、紐帶、母國文化、ネットワーク結合、接触頻度

투 고 : 2012. 11. 30

1차 심사 : 2012. 12. 15

2차 심사 : 2013. 1. 5