



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

행정학석사학위논문

커뮤니티 비즈니스 참여가
지역공동체의식에 미치는 영향

2013년 8월

서울대학교 행정대학원

행정학과 행정학 전공

이 지 은

커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향

지도교수 이 승 종

이 논문을 행정학 석사학위논문으로 제출함

2013년 4월

서울대학교 행정대학원

행정학과 행정학 전공

이 지 은

이지은의 석사학위논문을 인준함

2013년 6월

위 원 장 정 광 호 (인)

부 위 원 장 엄 석 진 (인)

위 원 이 승 종 (인)

국 문 초 록

우리나라는 1995년에 지방자치단체장과 지방의회를 선출함으로써 본격적으로 지방자치제도가 실시되었다. 그러나 아직까지 지역공동체를 기반으로 한 실질적인 주민참여와 주민자치는 이루어지고 있지 못한 실정이다. 또한 급격한 사회변동으로 인해 지역공동체의식은 점차 약해지고 있다.

그런데 일상생활에서 발생하는 지역문제들은 점차 주민의 참여와 협력 없이 정부가 단독으로 해결하기 어려운 것들이 많아지고 있다. 지역공동체의식은 지역주민들이 지역의 문제를 인지하고, 이러한 문제를 공동으로 해결해나갈 수 있는 역할을 한다. 따라서 지역공동체의식을 형성하고 강화하는 것은 실질적인 주민자치가 이루어지는 발판이 될 수 있다.

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보는 것을 목적으로 하였다. 커뮤니티 비즈니스는 지역주민들이 지역문제를 스스로 해결하고, 창출된 이익을 지역에 환원하는 사업으로서 지역공동체의식을 활성화하기 위한 하나의 방안이 될 수 있다.

따라서 본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위해 ‘커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미칠 것이다.’, ‘커뮤니티 비즈니스의 참여 유형, 참여수준, 참여 기간, 참여기업 수에 따라 지역공동체의식이 다를 것이다.’ 라는 가설을 설정하고 이를 검증하였다.

분석을 위해 2013년 5월 서울시 관악구의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 일반주민을 대상으로 설문조사를 실시하고, 이를 바탕으로 T-검정, F-검정, 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따라 지역공동체의식이 다르게 나타났다. T-검

정, F-검정 결과 지역공동체의식의 하위 구성요소인 욕구의 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감 항목에서 커뮤니티 비즈니스 참여자의 지역공동체 의식이 더 높게 나타났다. 또한 다중 회귀분석 결과에서도 커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미쳤다.

한편, 커뮤니티 비즈니스 참여자를 대상으로 지역공동체의식을 분석한 결과 ‘참여수준’이 지역공동체의식에 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 지역공동체의식의 하위구성요소별로 살펴보면, 욕구의 충족감의 경우 참여의 독립변수 중 욕구의 충족감에 유의미한 영향을 미치는 변수는 없었다. 연대감과 소속감 및 상호영향의식의 경우 ‘참여수준’과 ‘참여기간’이 연대감과 소속감 및 상호영향의식에 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤으며, 정서적 친밀감의 경우 ‘참여수준’이 정서적 친밀감에 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤다.

본 연구는 지역공동체의식에 영향을 미치는 요인으로서 기존 연구에서 다루지 않았던 커뮤니티 비즈니스를 살펴보았는데 의의가 있다. 또한 연구 결과 커뮤니티 비즈니스는 지역공동체를 활성화하기 위한 수단이 될 수 있음을 확인하였다. 현재 정부에서는 마을공동체 만들기, 마을기업 지원 등 마을공동체를 활성화하기 위한 사업을 활발히 하고 있다. 커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 영향을 미친다는 본 연구 결과를 통해, 마을공동체를 발전시키기 위해서는 마을기업을 활성화해야 한다는 정책적 시사점을 제공한다.

주요어 : 커뮤니티 비즈니스, 지역공동체의식, 주민참여,
마을공동체, 주민자치

학번 : 2011-23883

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 목적 및 필요성	1
제 2 절 연구의 대상 및 범위	3
제 3 절 연구 방법	4
1. 문헌연구	5
2. 설문조사 및 통계분석	6
제 2 장 이론적 논의 및 선행연구	6
제 1 절 이론적 논의	6
1. 커뮤니티 비즈니스	6
2. 주민참여	11
3. 지역공동체의식	22
제 2 절 선행연구 검토	25
1. 커뮤니티 비즈니스에 관한 선행연구	25
2. 주민참여에 관한 선행연구	29
3. 지역공동체의식에 관한 선행연구	32
4. 주민참여와 지역공동체의식에 관한 연구	36
5. 선행연구의 검토 및 종합	39
제 3 장 연구 설계 및 분석 방법	42
제 1 절 연구 문제	42
제 2 절 연구 변수 및 분석틀	46
1. 종속변수	46

2. 독립변수	47
3. 통제변수	47
4. 분석틀	51

제 4 장 연구 분석 및 결과

52

제 1 절 조사 설계	52
1. 조사 대상 및 자료 수집	52
2. 분석 방법	52
제 2 절 기술통계 분석	53
1. 응답자의 일반적 특성	53
2. 커뮤니티 비즈니스 참여자의 특성	57
3. 지역공동체의식	59
제 3 절 커뮤니티 비즈니스참여와 지역공동체의식 분석	64
1. 신뢰도 분석	64
2. 상관관계 분석	65
3. 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식 분석	70
4. 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식 분석	83

제 5 장 결론

99

제 1 절 연구결과의 요약	99
제 2 절 연구의 의의	100
제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구 방향	101

참고 문헌	103
부록	110
ABSTRACT	116

표 목차

<표 1> 주민참여의 세 가지 모델	16
<표 2> 주민참여의 유형 분류	17
<표 3> 주민참여의 이익과 비용	21
<표 4> 변수와 지표	48
<표 5> 연구의 분석틀	51
<표 6> 응답자의 일반적 특성	55
<표 7> 커뮤니티 비즈니스 참여자의 특성	58
<표 8> 커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따른 지역공동체의식	60
<표 9> 인구사회학적 특성과 지역공동체의식	61
<표 10> 커뮤니티 비즈니스 참여에 따른 지역공동체의식	62
<표 11> 지역공동체의식 신뢰도 분석	64
<표 12> 독립변수 간 상관관계 분석	66
<표 13> 참여 및 인구특성 독립변수와 지역공동체의식의 상관관계 분석	68
<표 14> 주거특성 및 지역사회태도 변수와 지역공동체의식의 상관 관계	69
<표 15> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식의 단순회 귀분석	71
<표 16> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식 다중회귀 식 변수	72
<표 17> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식	73
<표 18> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 욕구의 충족감	75
<표 19> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 연대감	77
<표 20> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 소속감 및 상호영향의식	79
<표 21> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 정서적 친밀감	81
<표 22> 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식의 단순회귀분	

석.....	85
<표 23> 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식 다중회귀식 변수.....	87
<표 24> 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식.....	88
<표 25> 커뮤니티 비즈니스 참여와 욕구의 충족감.....	90
<표 26> 커뮤니티 비즈니스 참여와 연대감.....	92
<표 27> 커뮤니티 비즈니스 참여와 소속감 및 상호영향의식.....	95
<표 28> 커뮤니티 비즈니스 참여와 정서적 친밀감.....	97

그림 목차

<그림 1> 커뮤니티 비즈니스의 유형 분류	10
-------------------------------	----

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 목적 및 필요성

최근 우리나라는 출산을 저하, 고령화, 급격한 인구 이동 및 세대 구성의 변화로 인한 가족개념의 변화, 직장과 주거 공간의 분리, 새로운 생활 방식 등으로 인하여 공동체의식이 와해되고 있고, 이에 따라 지역 커뮤니티가 급속히 약화되고 있다(권순복, 1989; 이민규, 2011; 이자성, 2010; 현대경제연구원, 2006). 또한 사람들의 생활이 개인중심으로 이루어지면서 인간관계는 점차 형식화 되고 있다. 그런데 우리의 일상생활에서 당면하는 문제들은 주민들 간의 대화나 합의 없이는 해결하기 어려운 것들이 많다. 지역 내에는 교통, 각종 지역 시설 이용, 주택문제 등 다양한 문제들이 존재하지만, 아직 주민들은 이러한 문제해결은 행정의 몫이며 책임이라는 인식이 강하다(권순복, 1989). 하지만 주민 간의 이해관계 대립이 극심할 경우에는 정부가 단독으로 문제를 해결하는 데는 한계가 있으며, 주민참여를 통한 문제해결의 노력 없이는 진정한 의미의 주민자치가 이루어지기 어렵다.

그런데 도시화의 진행으로 전통적인 근린관계가 점차 사라지고 있지만 인간은 서로를 알고 인격을 존중하는 연대감 속에서 지역공동사회를 형성해 나가는 것을 이상으로 하고 있어, 개인주의가 만연한 사회 현상 속에서도 주민생활이 가정과 직장, 학교 및 이웃과 더불어 지역사회 활동에 의존하는 모습도 보이고 있다(권순복, 1989).

지역 공동체는 사회변동과정에서 야기되는 인간성 상실·사회 붕괴와 같은 문제를 극복하고, 지역사회 수준에서 지역주민들의 의지성

향을 변화시키며 주민관계를 개선시킬 수 있는 기능을 한다(채혜원·홍형욱, 2002). 그리고 지역주민들이 동질적인 의식을 향유하고 있을 때 자신이 거주하고 있는 지역의 문제나 욕구를 인지할 수 있고, 사회 문제에 대해 공동의 책임감을 가지고 이를 해결해나갈 수 있으므로, 공동체의식은 지역사회 통합력 향상, 지역사회의 감시기능 강화, 지역사회 조직화 과정에서의 참여 제고와 지속성 담보 등의 측면에서 의미가 있다(오승환, 2009). 또한 공동체의식은 지역사회 문제해결의 목적이면서 구성요소이기도 하다.

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 것을 목적으로 한다. 우리나라는 1995년 지방자치제도를 실시한 이래 아직까지 실질적인 주민참여와 주민자치는 이루어지지 못한 상황이다. 이는 민주사회를 경험한 기간이 짧아 지역공동체를 형성하고 활성화하려는 시간이 부족했고, 일부지역에 편향된 집중적인 경제성장으로 인해 지역의 경제적 기반이 충분하지 못하였으며, 의사결정권한이 중앙정부에 집중되어 지역공동체가 정책을 결정하고 실현할 수 있는 기회가 적었기 때문이다(차경은, 2012).

이에 따라 앞으로는 주민에게 필요한 행정서비스 및 서비스 공급방식을 주민이 스스로 결정하고, 주민이 단지 서비스의 수혜자가 아닌 책임의 주체가 되는 역할의 변화가 필요하다. 커뮤니티 비즈니스는 주민공동체가 중심이 되어 지역문제를 해결하고, 그 이익을 지역에 환원하는 것을 목적으로 하기 때문에 이러한 인식이 반영된 사업이라고 할 수 있다. 즉, 커뮤니티 비즈니스는 지역 주민의 자발적인 사업을 통해 지역공동체를 형성·발전시키고 활성화하는 수단이 될 수 있다. 그리고 이는 더 나아가 실질적인 주민자치를 실현하는 수단이 될 수 있다. 따라서 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 것은 매우 의미 있는 일이라 하겠다.

제 2 절 연구의 대상 및 범위

커뮤니티 비즈니스 참여에 따른 지역공동체의식 변화를 살펴보기 위한 본 연구의 대상은 서울시 관악구의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 일반주민이다. 서울시 관악구는 청년 인구가 다른 지역에 비해 9%이상 높으며, 노인·빈곤층·취약계층 청소년 비율도 다른 지역 보다 상대적으로 높은 편이다.¹⁾ 이러한 지역적 특성으로 인해 주민의 자발적인 참여와 협동적 관계망에 기초해 스스로 일자리를 창출하고 지역문제를 해결하는 커뮤니티 비즈니스 사업은 서울시 관악구에서 큰 의미가 있다.

서울시 관악구는 2011년 6월 ‘사회적 기업 육성 및 지원에 관한 조례’를 제정하였고, 2012년 5월에는 ‘관악 사회적 경제 생태계 조성 사업단’을 설립하였다. 2013년 현재 관악구에는 사회적 기업 9개, 예비 사회적 기업 17개(지역형 7개, 서울형 10개), 마을기업 3개, 자활기업 26개, 협동조합 4개 등 총 59개의 사업체가 있다. 또한 서울시 관악구는 주민들 관계망을 복원하여 지역공동체를 회복하기 위한 다양한 마을공동체 조성 사업을 추진하고 있으며, 2012년 11월 서울시 주관 자치구 마을공동체 육성 분야 인센티브 사업평가에서 최우수 구에 선정되었다. 따라서 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위한 본 연구의 대상으로서 서울시 관악구는 의미가 있다고 할 수 있다.

본 연구의 범위는 공간적 범위, 시간적 범위, 내용적 범위를 기준으로 그 대상과 범위를 다음과 같이 한정하여 분석하였다.

첫째, 공간적 범위는 서울시 관악구에 위치한 커뮤니티 비즈니스

1) 머니투데이. 2013. 5. 13 일 기사 - 지역밀착형 사회적 기업으로 지역문제 해결 : 관악구, 사회적경제시스템구축(<http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2013051016590137257&outlink=1>)

사업의 참여자 및 일반 주민으로 한정하였다. 서울시 관악구는 ‘관악 사회적 경제 생태계 조성 사업단’ 통한 마을기업의 활성화를 지원하는 등 커뮤니티 비즈니스의 육성 및 지원이 활발하게 이루어지는 지역이다.

둘째, 본 연구의 시간적 범위는 2013년 5월까지 현재 사업을 시행하고 있는 커뮤니티 비즈니스 참여자 및 관악구 일반 거주주민을 그 범위로 하였다.

셋째, 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위해 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 구체적인 내용적 범위를 포함하였다.

우선, 커뮤니티 비즈니스 참여자의 지역공동체의식을 파악하기 위해 관련 선행연구를 고찰하였다. 이를 통해, 커뮤니티 비즈니스와 지역공동체의식을 개념적으로 정의하고 커뮤니티 비즈니스의 유형 및 지역공동체의식 측정항목을 도출하였다. 둘째, 커뮤니티 비즈니스 참여자 및 일반 주민을 대상으로 한 설문을 통해 지역공동체의식을 측정하고, 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 어떠한 영향을 미쳤는지를 분석하였다. 셋째, 연구의 결과를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스가 지역공동체 활성화를 위한 역할로서 어떠한 의미를 지니는지를 분석하고 함의를 도출하였다.

제 3 절 연구 방법

1. 문헌연구

본 연구는 문헌연구를 통해 커뮤니티 비즈니스, 주민참여, 지역공동체의식에 관한 선행연구 고찰을 하고, 이를 바탕으로 커뮤니티 비

즈니스·주민참여의 개념적 정의 및 유형분류, 주민참여의 효과, 지역 공동체의식의 개념 및 지역공동체의식의 측정항목을 도출하였다.

2. 설문조사 및 통계분석

본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스 참여자 및 일반 주민을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사 문항은 김경준(1998), 박가나(2008)의 선행연구를 바탕으로 설문지를 구성하였다. 설문조사 기간은 2013년 5월 20일부터 5월 24일까지 5일 간으로, 서울시 관악구의 커뮤니티 비즈니스의 참여자와 비참여자를 대상으로 조사를 실시하였다. 커뮤니티 비즈니스 참여자와 관악구 일반주민을 대상으로 설문조사를 실시한 후 커뮤니티 비즈니스 참여자에 대한 설문지 109부, 관악구 일반주민을 대상으로 한 설문지 100부, 총 209부를 연구분석의 대상으로 하였다.

이를 통해 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다. 참여에 따른 지역공동체의식의 변화를 분석하기 위해서는 사전에 패널을 선정하여 커뮤니티 비즈니스 참여 전과 후의 지역공동체의식을 측정하여 비교하는 것이 가장 좋은 방법이다. 그러나 이러한 분석방법은 커뮤니티 비즈니스 참여자를 대상으로 설문을 수행하는 연구방법을 통해서서는 현실적으로 어려움이 있다. 따라서 본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스 참여자와 커뮤니티 비즈니스의 비참여자의 지역공동체의식을 비교함으로써 참여에 따른 지역공동체의식 효과를 측정하였다.

수집된 자료는 SPSSWIN 20 통계프로그램을 이용하여 빈도분석, T-검정, F-검정, 다중회귀분석을 실시하였다. 통계분석으로 도출된 결과를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고, 본 연구의 함의 및 한계를 도출하였다.

제 2 장 이론적 논의 및 선행연구

제 1 절 이론적 논의

1. 커뮤니티 비즈니스

1) 커뮤니티 비즈니스의 개념

커뮤니티 비즈니스(Community Business)의 유래는 영국에서부터 시작되었다. 1981년 영국 스코틀랜드 지역에 「Community Business Scotland(CBS)」라는 중간지원 조직 형태의 유한회사가 설립되었는데 이로부터 커뮤니티 비즈니스의 기원을 찾을 수 있다. 그리고 1979년 출범한 대처(Thatcher)정권은 기본적인 지역 서비스가 미치지 않는 농어촌을 지원하기 위해 지역주민을 회원으로 하는 「커뮤니티 협동조합(community cooperative)」 설립지원정책을 시행하였다.(현대경제연구원, 2006). 하지만 커뮤니티 비즈니스란 용어의 일반적 정의는 존재하지 않고 시대에 따라, 사람들에 따라, 맥락에 따라 다르게 정의된다.

우선, Pearce(1993)는 커뮤니티 비즈니스란 지역 커뮤니티들이 스스로 지속적인 거래 벤처를 통해 스스로 작업을 만들어 내는 경제자립 행태를 의미한다고 하였다(김영수·박종안, 2009 재인용). Hayton(2000)은 커뮤니티 비즈니스는 재화나 서비스의 판매를 통해 자립을 추구하는 교환 조직이라고 정의하였다. 커뮤니티 비즈니스는 특정 지역에 거주하는 주민들을 위해 일자리를 창출하는 역할을 하고, 지역 주민들이 기업을 소유하고 운영하는 사회적·공간적 요소를

강조하는 자립경제의 한 형태라고 말한다.

Tracey et al.(2005)는 커뮤니티 기업을 사회적기업과 비교하며 그 정의를 내리고 있는데, 커뮤니티 기업은 기업가 정신과 더불어 협동적인 시민정신을 기반으로 하고 있다고 설명한다. 사회적기업과 구별되는 커뮤니티 기업의 특징은 지역 주민들이 커뮤니티 조직을 구성하고 참여하는 민주적인 구조를 가지고 있으며, 다양한 지역 활동을 위한 다(多)기능적 조직이며, 이익을 커뮤니티에 분배한다는 점이다.

Gore et al.(2006)는 커뮤니티 비즈니스는 지역주민이 직접 설립한 조직으로서 지역이 당면한 문제를 다루는데, 이러한 형태는 영리적일 때도 있으나 대부분 비영리적이라고 말한다. 즉 초과수익이 발생할 경우 서비스제공의 범위확대나 개선을 위해 이를 재투자하여 지역 커뮤니티의 이익이 되도록 하는 형태를 가진다고 설명한다.

Peredo & Chrisman(2006)은 커뮤니티 비즈니스(Community-Based Enterprise ; CBE)를 공공선을 추구하는 기업가와 기업의 협동적인 지역 활동이라고 정의하고 있다. 커뮤니티 비즈니스는 장·단기적으로 개인 및 집단에 지속적으로 이익을 제공하는 사회적·경제적 목표를 추구하며, 지역의 지식·자원에 의존하여 지역주민이 기업가적으로 활동한 결과가 커뮤니티 비즈니스라고 설명한다.

최근 추진되고 있는 커뮤니티 비즈니스는 대개 1990년대 이후의 일본의 커뮤니티 비즈니스를 모델로 하고 있다(김선기, 2011). 일본은 영국의 커뮤니티 비즈니스 모델을 벤치마킹 하여 이를 시행하였는데, 일본에서 ‘커뮤니티 비즈니스(Community Business)’라는 단어는 1994년부터 만들어 사용하기 시작하였다(호소우치 et al., 2007). 일본의 커뮤니티 비즈니스는 정부 및 시장실패의 상황에서 주민이 주체가 되어 지역사업 경험축적을 통해서 지역을 건강하게 하고자 하는 것을 목표로 하는 실천적인 수단으로 부각되었다. 이에 김선기(2011)는 일본의 커뮤니티 비즈니스는 “지역공동체가 중심이 되어

지역의 인력과 자원을 활용하여 지역문제를 해결하고 개성 있는 지역사회를 건설하는 생활밀착형 비영리기업”을 의미한다고 하였다.

호소우치 노부타카(細内信孝)(2008)는 커뮤니티 비즈니스를 지역 커뮤니티를 기점으로 주민이 친밀한 유대관계 속에서 주체적으로 운영하는 사업을 지칭하며, 지역 커뮤니티에서 잠자고 있던 노동력, 원자재, 노하우, 기술 등의 자원을 활용하여 자발적으로 지역 문제 해결에 착수하고 바로 비즈니스로 성립시키며 커뮤니티를 활성화 하는 것을 목적으로 한다고 하였다.

가네코(金子)et al.(2010)는 커뮤니티 비즈니스는 커뮤니티에 기반을 두고 사회문제를 해결하기 위해 벌이는 활동으로서 그 담당자는 NPO, 주식회사, 유한회사 등 다양할 수 있고, 사명감 · 비영리추구 · 지속적 성과 · 자발적 참여 · 비활동적 동기에 따른 참여의 다섯 가지 특징을 지닌다고 설명한다.

박용규 외(2009)는 커뮤니티 비즈니스란 지역사회의 문제를 행정, NPO, 자원봉사 등이 아닌 비즈니스 방식을 활용하여 설립하고 운영되는 기업형 사업체라고 정의하고, 최소한의 이익을 추구하며 지역 사회에 필요한 재화 및 서비스를 제공하여 일자리와 소득창출을 통해 지역경제의 활성화에 기여할 수 있는 역할을 한다고 하였다.

박용규 외(2009)는 커뮤니티 비즈니스를 지역의 문제를 비즈니스를 이용하여 해결하고, 그 이익을 지역에 환원하는 사업으로 정의하였는데, 이는 지역주민이 그 지역의 자원을 이용하여 지역의 문제 및 과제를 해결해나가는 지속가능한 사업모델로서 지역 활성화가 목표라고 제시하였다.

김윤호(2010)는 커뮤니티 비즈니스는 지역이 직면한 다양한 문제에 대해 그 지역주민이 주체가 되어 지역 내 유흥자원을 활용하여 비즈니스의 형태로 지속적으로 해결해 나아가는 조직체 또는 사업을 뜻한다고 하였다.

이자성(2010)은 “지역 내 생산과 분배가 이루어지고 이익이 지역으로 환원되는 지역의 경제활동으로서 지역의 특성, 문화, 역사, 풍

토, 관습 등을 존중하고, 각각의 지역특성을 살린 지역사회 활성화
를 위한 사업 활동”이라고 정의하였다.

김혜민(2010)은 커뮤니티 비즈니스는 “지역 내에서(IN the
community) 지역을 위해서(FOR the community) 지역자원을 활용
해서(BY the community) 활동하는 커뮤니티의 활력을 창출하는 사
업성을 가진 활동”이라고 정의하였다.

함유근·김영수(2010)는 “커뮤니티 비즈니스라는 말은 지역사회가
기업이자 창의적 사업가로서 지역 주민 공통의 이익을 추구하는 존
재가 될 수 있음을 의미하며, 지역사회를 단지 지역민이 거주하는
공간으로 보는데서 벗어나, 지역의 사회적 · 경제적 문제를 해결하
는 비즈니스적인 조직체의 일부로 인식하고 활용하는 것”이라고 정
의하였다.

나주몽(2012)은 커뮤니티 비즈니스를 “지역에 주민공동체가 주체
가 되어 지역이 안고 있는 공동적인 문제를 해결하는 과정에서 기
업의 경영적 수법을 차용하고, 지속적으로 재화·서비스를 제공함에
따라 초과이윤을 지역에 환원하는 사업”으로 정의하였다.

홍선(2012)은 커뮤니티 비즈니스는 “지역경제를 살리는 것을 외부
의 자원이 아닌 지역의 자원을 활용하여 지역의 과제를 해결할 목
적으로, 문화와 환경 등 지역주민이 중요하다고 여기는 가치를 계승
하면서 공동체가 주도하는 사업”이라고 정의하였다.

변필성·윤영모(2011)는 ‘지역기반 사회적기업’이라는 개념을 제시
하였는데 이는 지역의 자원을 발굴·활용하여 투자하는 영리사업을
전개하고 그에 따른 수익을 활용하여 주민에게 일자리·소득원·사회
서비스를 제공하여 삶의 질을 제고시키는 활동으로 정의되는 지역
발전활동 및 취약계층 배려를 동시에 추구하는 사회적기업 및 그에
준하는 사업조직이라고 하였다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스
를 ‘주민공동체가 중심이 되어 지역의 인력과 자원을 활용해 지역
의 사회적·경제적 지역문제를 해결하고, 그 이익을 지역에 환원하는

사업'으로 정의한다.

2) 커뮤니티 비즈니스의 유형

커뮤니티 비즈니스의 유형은 학자별로 다양하게 분류하였다. 우선 박용규, 주영민, 최홍, 삼성경제연구소(2009)는 커뮤니티 비즈니스의 유형을 지역복원형, 지역자원활용형, 개인자립형, 환경개선형, 생활지원형, 중간지원형의 6가지로 나누었다.

그리고 박용규, 최숙희, 주영민(2009)은 커뮤니티 비즈니스를 도시공공형, 농촌공공형, 지역사업진흥형, 지역자원활용형으로 분류하였

<그림 1> 커뮤니티 비즈니스의 유형 분류



※ 자료 : 박 용 규(2009) 수정

으며, (財)廣域關東圏産業活性化センター(2003)에서 사업 내용에 따라 개인자립지원형, 생활지원형, 지역만들기형, 중간지원형으로 커뮤니티

니티 비즈니스를 분류한 견해도 소개하였다.

コミュニティビジネスネットワーク(2009)에서는 사업형태에 따라 서 커뮤니티 완결형, 역외 소비형, 내방자 소비형, 크로스 오버형으로 분류하였다.

이민규(2010)는 여러 학자들이 분류한 커뮤니티 비즈니스의 유형을 소개하고 있다. 우선 하시모토(稿本, 2007)는 역할기대에 따라 새로운 산업의 담당자역할, 민간위탁의 주체역할, 고용창출 수단의 역할로 구분하였고, 이마세마사시(今瀬政司, 1998)는 복지·의료활동형, 건강촉진형, 교육·육아지원형, 고용창출·취로촉진형, 환경보전형, 지역산업활성화형, 지역만들기형, 예술문화진흥형으로 구분하였다. 그리고 야마사키 다케오(山崎丈夫, 2006)는 커뮤니티 비즈니스의 영역을 축소하여 지역 활성화 모델을 중심으로 유형을 구분하여 커뮤니티-협회, 생활관리-산업창출을 기준으로 지역자원 활용형, 지역문제 해결형, 지역생활지원형, 지역기업 취로형으로 유형화하였다. 지역자원 활용형은 지역산업의 진흥과 지역문화·자연 등을 이용한 형태이고, 지역문제 해결형은 농촌지역의 재생·쓰레기·환경·인구과소화·상점가 재생 등의 지역문제를 공동으로 관리하는 형태이며, 지역생활지원형은 고령자의 생활지원이나 인간배려를 목적으로 하고, 마지막으로 지역기업 취로형은 지역에 밀착한 취업을 창출하는 형태이다.

가네코(金子)et al.(2010)는 커뮤니티 비즈니스는 세 유형으로 나누어질 수 있다고 보고, A유형은 정부나 일반 기업이 할 수 없는 사업을 하는 형태, B유형은 일반 기업과 경쟁하면서 독자적인 장점을 발휘해 사업을 하는 형태, C유형은 정부와 파트너십을 형성해 사업을 시행하는 형태로 구분하였다.

2. 주민참여

1) 주민참여의 개념

주민참여(citizen participation)는 많은 학자들에 의해 다양하게 정의되고 있다. Cunningham(1972)은 일반주민, 권력, 결정을 주민참여의 본질적 요소라고 정의하고, 주민참여를 ‘지역사회의 주민이 그 지역사회에 일반적 사항과 관련된 정책결정에 대해 권력을 행사하는 과정’이라고 정의하였고, Huntington(1976)은 ‘정부의 정책결정에 영향을 미치려고 의도하는 일반주민의 행위’라고 정의하였다(정운수·이재성, 2003 재인용). 이승종(2005)은 참여의 개념 중에서도 주민참여를 ‘지역거주성’을 강조하여 지방정부의 주민으로서 정부의 정책결정과정에 영향을 미치기 위한 일반주민의 행위라고 정의하고, 그 특징으로는 아마추어로서의 일반주민에 의한 행위라고 정의한다. 조석주(2006)는 주민참여를 “정부와 주민사회가 대화를 개방하고, 협력관계를 구축하며 정보를 공유하고, 정책·프로젝트·프로그램의 설계·집행·평가지 상호작용하는 과정으로, 모든 이해관계 집단의 참여와 개입을 필요로 한다.”라고 정의한다.

한편, 참여의 개념을 크게 최협의·협의·광의·최광의로 분류할 수 있다. 이러한 분류의 구체적인 내용은 다음과 같다(이승종·김혜정, 2011:53-60). 첫째, 최협의 정의로는 대표적으로 Verba & Nie(1972)의 정의가 있는데, 참여를 공권력이 부여되지 않은 일반시민들이 공적권한이 부여된 관료를 선택하거나, 정부 관료에 의해 만들어진 선택에 영향을 미치고, 결과적으로 정부에 영향력을 행사하고자 하는 행동이라고 정의하였다. 그리고 그 종류는 선거·주민투표·정당활동·집단활동 등이 있다고 한다. 그러나 이러한 정의는 수동적 참여, 시민불복종, 정치적 폭력 등을 참여의 범주에서 제외시켜 다양한 참여 유형의 참여를 포괄하지 못하는 한계가 있다. 두 번째, Millbrath & Goel(1977)은 참여의 협의의 개념으로 ‘정부에 대한 영향력의 행사 또는 지지를 위한 시민활동’이라고 정의하였는데, 이는 주민의 적극적·의식적 활동뿐만 아니라 정부에 대한 지지활동도 참여에 포함된다는 점에서 최협의의 개념과 차별적이다. 세 번째, 광의의 개념으로는 Barns & Kaase(1979)가 “정치 시스템의 다양한 수준에서 발

생하는 정치적 선택에 직·간접적으로 영향력을 미치기 위한 개별 시민들의 모든 자발적 활동”으로 정의하였고, Parry(1992)는 “공공정책의 형성·결정·집행과정에서의 참여”라고 정의하였다. 조석주(2006)는 “정치적 기관과 사적기관 간의 상호작용으로서 시민의 정치적 행위들이 곧 참여”라고 정의하였다. 이와 같이 광의의 개념은 수동적, 비활동적인 것, 정부를 대상으로 하지 않는 것을 참여에서 제외시킨다. 마지막으로 참여의 최광의의 참여의 개념은 정부를 대상으로 하지 않는 시민 스스로의 공동 활동으로서, 공공재의 생산과 배분에 영향력을 미치는 시도 및 행태라고 본다. 즉 정부의 서비스 공급 부재 영역을 주민들이 근린활동을 통해서 제공하는 활동을 참여의 개념에 포함시키며, 개인이나 집단의 의도적·비의도적 활동, 정부의 변화요구, 반대 및 지지의 활동, 의식적 활동까지 포함한다.

커뮤니티 비즈니스의 주민참여는 주민들이 자발적으로 지역의 인력과 자원을 활용해 지역의 사회적·경제적 지역문제를 해결한다는 점에서 앞에서 분류한 참여의 최협의·협의·광의·최광의 개념 중에서 최광의의 참여개념에 해당한다고 볼 수 있다.

2) 주민참여의 유형2)

주민참여는 매우 다양하게 이루어져서 유형을 분류하는 데는 많은 어려움이 따르는데, 대표적인 유형은 다음과 같다(이승중·김혜정,

2) 이와 같은 분류 외에도 지역사회 주민조직을 기준으로 유형을 분류할 수 있다.(이하 곽현근·유현숙, 2011. 참조) 주민조직을 ① 참여 동기를 기준으로 표현적(expressive)조직과 도구적(instrumental)조직으로 분류하면(Guest, 2000; Swaroop & Morenoff, 2006), 표현적 조직은 한 개인의 이웃으로서의 정체감 및 의무감에 의해 동기가 부여되며 감정적이고 감상적인 사회적 관계를 강조하고, 이웃과의 사회적 교환 및 주민들 사이의 상호작용·우애를 조장하기 위해 만들어진 종교조직이나 인종집단을 포함한다. 도구적 조직은 동네 자율방범대, 학부모회, 지역정치조직 등이 있다. ② 유재원(2000)은 주민조직을 설립 목적을 기준으로 이익단체, 사회운동단체, 봉사단체, 친목단체로 분류하였고, ③ 김해동(1985)은 주민조직을 종합복지조직, 계층조직, 기능조직, 취미조직, 직능조직, 기타 문제별 조직으로 분류하였다. ④ 이은재 외(1988)는 주민조직의 1차적 존립목적을 기준으로 기능·성질에 따라 회원친목조직, 사회봉사조직, 회원이익증진조직, 행정기관협조조직으로 분류하였다.

2011 : 94-116)

우선 정부의 수권양태에 의한 분류로서 Arnstein(1969)은 연방정부의 지방자치단체의 사업에 대한 보조사업 집행에 대한 사례를 분석하여 참여의 실질적의미를 기준으로 실질적 참여, 형식적 참여, 비참여로 구분하였다. 비참여의 형태로는 조작·치료, 형식적 참여에는 정보제공·상담·회유, 실질적 참여에는 협동관계·권한이양·시민통제로 구분하여 총 8단계의 참여유형을 제시하였다. Connor(1988)는 교육, 정보 환류, 자문, 협력적 기획, 중재, 소송, 해결/예방 등 누적적 7단계로 참여활동을 구분하였다. Creighton(2005)은 정보제공, 절차적 참여, 협의·집합적 문제해결, 합의형성의 연속적 활동으로 참여를 분류하였고, Lunde(1996)는 시민의 참여와 재량권정도를 기준으로 정보제공, 협의, 공사협동, 위임, 통제의 5단계로 구분하였다.

시민의 활동양태에 의한 주민참여유형의 분류로는 첫째, Barns & Kaase(1979)의 관습화의 정도에 따른 관습적 참여와 비관습적 참여로의 구분이 있다. 관습적 참여는 투표, 정치토론, 집회참석 등 제도적 경로를 이용한 참여를 의미하고, 비관습적 참여는 보이콧, 서명운동 참여, 데모참가 등으로서 이러한 형태는 참여에 드는 비용이 크다. 둘째, 제도화에 의한 분류로 제도적 참여와 비제도적 참여가 있다. 제도적 참여는 법규·절차 등 공식적으로 인정되는 참여활동을 말하고, 비제도적 참여는 공식적으로 인정되지 않는 시민운동, 데모 등을 의미한다. 셋째, 합법성정도를 기준으로 합법적/민주적 참여와 비합법적/공격적 참여 등으로 나눈 Muller(1982)의 분류가 있다. 합법적 참여는 관습적 참여와 비관습적 참여로 나뉘지는데, 관습적 참여는 투표·선거운동원·공직자접촉·지역사회활동참여가, 비관습적 참여는 청원·보이콧·데모 등이 있으며, 비합법적 참여는 불복종과 폭력행위 등이 있다고 하였다.

Zimmerman(1986)은 자발성을 기준으로 수동적 참여와 능동적 참여로 구분하였다. 능동적 참여는 주민이 자발성을 가지고 적극적으로 참여하는 것으로서 주민총회, 공청회, 시민자문위원회, 시민위원

회, 헌장의 제·개정, 주민투표, 주민발의, 주민소환, 자원봉사 등에의 참여가 그 예이다. 수동적 참여는 공직자가 주민에게 정보를 제공하거나 정책대안에 대한 여론을 조성하려는 행위로서 정보공개, 여론조사가 이에 해당한다. Lyons & Lowery(1989)는 능동성 및 건설성을 기준으로 적극적 참여, 중도적 참여, 소극적 참여, 참여거부로 분류하였다. Milbrath(1965)는 참여를 곤란도를 기준으로 투사형활동, 과도형 활동, 관객형 활동, 무관심형으로 참여를 유형화하였고, Goel(1977)과의 연구에서 참여자를 투표자형·선거운동원형·지역사회활동가형·공직자접촉형·항의자형·의사전달형으로 나누었다. 한편 참여의 양상에 대해 Verba & Nie는 결과의 영향범위, 갈등의 정도, 적극성, 협력의 필요성을 기준으로 투표참여·선거활동·공직자접촉·공동체 활동·항쟁·인터넷 참여로 구분하였다. 또한 참여자의 유형을 나누었는데, 비참여형·투표전문가형·공직자접촉형·지역사회활동가형·선거운동원형·완전한참여형으로 나누었다.

유재원(1995)은 주민참여를 행정동원적 주민참여, 공동협력적 주민참여, 자생조직적 주민참여 등으로 구분하고, 지방자치의 정착과 민주주의의 발전에 가장 우수한 전략은 자생조직적 주민참여라고 하였다. 자생조직적 주민참여를 활성화하기 위해서는 주민들이 지역문제에 관심을 갖고 참여하도록 하는 공동체의식 개발정책인 커뮤니티 형성정책, 정부권한을 주민에게 이전하는 역할분담, 주민조직을 통한 참여 기회의 통로 확대, 재정지원에 대한 방안이 필요하다고 제안하였다.

조순제(1999)는 누가 참여를 주도하느냐를 기준으로 정부주도형, 주민주도형, 공생산형의 세 가지로 참여를 유형화하였다. 정부주도형은 개방정부형·정보수집형으로 나눌 수 있는데 이와 같은 유형의 경우는 주민의 개입이 제한적이고, 지방정부의 통제를 받는다. 주민주도형의 경우는 제도적 참여·비제도적 참여로 구분되며, 이는 정책의사결정과정에 주민의 적극적인 개입을 가능하게 한다. 공산형은 지방정부의 행정서비스 전달과정에 주민을 통합시키는 것으로서 주

민들이 자신들의 능력을 배양하고, 지역사회의 역할에 대한 인식을 갖도록 한다.

정윤수(2000)는 참여를 참여의 주도권을 기준으로 행정주도적 주민참여, 공동협력적 주민참여, 자생적 주민참여로 구분하였다. 우선, 행정주도적 주민참여는 행정기관이 주민의 참여를 주도하고 주민은 행정이 허락하는 한도 내에서 참여하는 형태로서 주민자치의 정신과 부합되지 않는 한계를 보인다. 둘째, 공동협력적 주민참여는 지방자치단체 혹은 주민 일방이 주도가 되어 이끌어가는 형태로서, 양자가 협력하여 문제를 해결해 나가는 형태이다. 이는 주민과 지자체 간의 신뢰가 형성되어야 성공가능성이 높으며, 그렇지 않을 경우 행정이 주민에게 책임을 전가할 위험이 있다. 셋째, 자생적 주민참여는 주민이 공동체의식과 자치의식을 바탕으로 주민이 스스로 조직하고 자발적으로 참여하는 형태이다.

한편, 조현석(2004)은 주민참여의 세 가지 관점을 제시하였다. 주민의 가장 소극적인 참여의 모델인 기술관료제 모델은 공청회와 입법예고제 등이 대표적인 참여 유형이다. 다원주의 모델은 여러 이해관계자들의 참여가 이루어진다는 특징을 가지는데, 규제협상·정책심의위원회가 그 예이다. 이 유형은 기술관료제 참여모델보다는 적극적인 참여가 이루어지나, 일반적인 주민의 의사가 반영되기 어렵다는 단점이 있다. 마지막으로 숙의적 참여모델은 일반주민이 적극적으로 참여하는 유형으로서 대표적인 예가 시민배심원제, 합의회의가 있다.

<표 1> 주민참여의 세 가지 모델

기준	기술관료제 참여모델	다원주의 참여모델	숙의적 참여모델
구성 (참여자)	정부, 전문가, 이해관계자, 시민	정부, 이해집단, 공익집단, 시민, (전문가)	시민 (정부, 전문가, 이해관계자)

구성 (대표성/포용성)	모두 낮다	대표성 높다	포용도 높다
과정 (정보 및 의사소통구조)	일방적, 쌍방교류, 상호작용(부분 적)	상호작용 활발	상호작용, 숙의과정
과정 (empowerment 정도)	낮다	높다	잠재적으로 높다
참여의 시점	늦다	이르다	잠재적으로 이르다
참여의 결과 (결정권한의 공유)	낮다	높다	잠재적으로 높다
관리방식과 방법론 (공정성, 투명성, 적절성)	낮다	중간	높다
대표적 시민참여 방법	공청회, 입법예고제, 여론조사, 전문가자문위 원회	규제협상, '정책심의 위원회'	시민배심원제, 합의회의, 공론조사, planning poll

조현석(2004)

김근호(2012)는 주민참여를 참여방식과 주도권을 기준으로 유형을 분류하였다. 참여방식에 따른 분류는 직·간접적인 참여와, 개별적·집단적인 참여로 구분되고, 주도권에 따른 분류는 행정주도형참여, 주민주도형참여, 주민·외부지원 참여로 구분된다고 소개하였다.

<표 2> 주민참여의 유형 분류

분류 기준	참여 유형	방법
참여 방식	직·간접적 참여	실제적으로 참여하거나 비공식적으로 참여하는 방식
	개별적·집단적 참여	개인의 참여 또는 집단으로 참여하는 방식
주도권	행정주도형 참여	도시계획법이나 기타 관련법에 보장되어 있거나 행정이 사업을 추진하고 다양한 방법을 동원
	주민주도형 참여	주민들에 의해 이루어진 유형
	주민·외부지원 참여	주민과 시민단체 또는 전문가 등의 외부지원이 함께 참여하는 유형

김근호(2012)

지금까지 살펴본 참여유형의 분류는 일반적으로 정부와 주민과의 관계를 기준으로 이루어졌다. 따라서 커뮤니티 비즈니스가 주민참여 유형 중 어느 유형에 해당하는가는 각 학자들이 제시한 유형에 해당할 수도 해당하지 않을 수도 있다. 일반적인 주민참여는 대개 조직적인 형태의 참여로 이루어지나, 커뮤니티 비즈니스의 경우에는 대개 비조직적인 참여의 형태로 참여가 이루어진다는 점이 가장 큰 차이점으로 볼 수 있다.

3) 주민참여의 효과

Rousseau는 참여의 핵심 기능은 ‘교육’에 있다고 하였는데, 이러한 교육은 시민으로 하여금 자신이 공동체에 속해 있다는 느낌을 향상 시킴으로써 개인들의 공공영역과 사적영역 사이의 갈등은 사라질 것이라고 하였다(이승중·김혜정, 2011).

주민참여의 효과는 Kweit & Kwiet(1981)의 논의에 따라서 다음과 같이 나누어 볼 수 있다(이승중·김혜정, 2011 : 502-504).

첫째, 주민참여는 정책의 민주적 발전에 기여할 수 있는데, 참여를 통해 정부에 의견을 전달함으로써 정부를 통제하고 감시하여 민주성을 회복시키는 효과를 지닌다. 둘째, 주민참여는 급진적 사회 개혁을 가능하게 한다. 일반적으로 참여는 권력의 재분배를 통해 저소득층이 정치에 참여할 수 있도록 하는 것으로 보는데, 이러한 관점에서 사회적으로 소외된 자의 참여는 사회의 공평성을 증진시키는 역할을 한다. 셋째, 주민참여는 의견투입 및 감시기능을 하여 일반주민의 복지 및 이익을 증진시킬 수 있다. 넷째, 참여를 통해 인간의 자아성취감(fulfillment)을 얻을 수 있으며, 주민소외 감축, 정치시스템에 대한 교육의 효과가 있다. 이를 통해 정부의 활동의 이해, 정부신뢰의 태도를 가져 궁극적으로 다른 주민이나 지역사회와 일체감, 자부심, 공동체의식을 갖도록 한다. 다섯째, 참여는 참여의 활성화로 이어질 가능성이 높다. 한편, 개인의 참여보다는 조직화된 형태로 참여할 경우 일반적으로 그 효과가 크다.

Beierle(1998)는 환경정책 의사결정 과정의 주민참여제도를 평가하는 분석틀을 만들었는데, 이 분석틀은 주민참여를 통해 달성하고자 하는 사회적 목표를 기반으로 하였다. 그는 각 참여제도에 따른 사회적 목표 달성여부를 살펴보았는데, 사회적 목표는 다음의 6가지로서 이는 참여의 효과로 볼 수 있다. 첫째, 주민에 대한 교육 및 정보제공(educating and informing the public), 둘째, 주민의 의사를 의사결정에 반영(incorporating public values into decision-making), 셋째, 결정의 질 향상(improving the substantive quality of decisions), 넷째, 정부에 대한 신뢰의 향상(increasing trust in institutions), 다섯째, 갈등의 감소(reducing conflict), 여섯째, 비용-효과성의 제고(achieving cost-effectiveness)이다.

Irvin & Stansbury(2004)는 주민참여의 잠재적 이익과 사회적·경제적 비용에 대해 논의하여 정책형성가가 주민참여의 접촉에 대해

더 나은 예측을 할 수 있도록 하였다. 주민참여의 장점으로서는 교육(education), 정치적 설득(political persuasion), 권한 부여(empowerment), 지연방지(break gridlock), 소송비용 절감(avoiding litigation costs), 환경 관리(environmental management)를 제시하였다. 주민참여의 단점으로는 참여로 인한 비용(cost)의 문제, 시민호의 확산의 어려움(difficulty of diffusing citizen goodwill), 무사안일(complacency), 대표성(representation) 문제, 권위의 부족(lack of authority), 잘못된 정책(power of wrong decisions)의 문제로 귀결, 이기주의(persistent selfishness)의 문제가 있다고 설명하였다.

<표 3> 주민참여의 이익과 비용

구분	주민참여자의 이익	정부의 이익	주민참여자의 불이익	정부의 불이익
정책 결정 과정	교육 (정부로부터의 정보습득과 학습) 정부설득 및 계몽, 기술 습득	교육, (주민들로부터 정보습득과 학습) 주민설득, 신뢰형성, 불안감·적대감 감소, 전략적 제휴, 결정의 정당성 획득	시간소비 결정이 무시될 경우 참여가 무의미해짐	시간소비, 비용, 정부에 대한 반감 발생가능성
결과	교착상태 해결, 성과 획득, 정책과정에 통제, 더 나은	성과 획득, 소송 회피, 더 나은 정책결정 및 집행	다른 이익집단이 반대할 경우 정책결정의 질 저하	정책결정 통제 상실, 잘못된 결정가능성, 실행계획

	정책결정 및 집행			집행예산 삭감
--	--------------	--	--	---------

Irvin & Stansbury(2004 : 56)

정윤수(2000)는 주민참여의 필요성을 대의민주주의의 보완, 주민자치의식의 함양, 지방의회와 자치단체의 정책능력 제고, 정보제공을 통한 정책순응 확보로 제시하였는데 이는 참여의 효과와 일맥상통한다고 하겠다.

유재원(2003)은 시민참여는 참여하는 시민들이 다른 사람과 함께 공동의 목표를 추구하며 ‘좋은 시민’이 되는 것을 배우고 공동체의식을 배양하게 되는데, 이러한 태도가 확산되면 사회구성원들 간에 단결·협동이 이루어지고 공동선의 발견이 용이해지며 공동체유대가 강화된다고 설명하였다.

앞에서 살펴본 바와 같이 주민의 참여는 다양한 효과를 지니는데, 주민참여는 지역공동체의식에도 영향을 미친다. 최근의 사회자본 이론가들에 따르면, 근린단체(neighborhood association)또는 근린포럼(neighborhood forum)과 같은 주민자치조직이 공동체의식을 형성하고, 시민참여의 양과 질을 높이는데 큰 역할을 한다고 주장한다(유재원, 2003). 또한 Germain(1991)은 공동체가 지역 내에서 외부환경 및 지역 내 다른 하위 체계들 간 상호교류를 지속적으로 한 결과 공동체의식이 함양되고 공동체의 긍지, 능력, 자발성, 관계성이 생성된다고 보았다(Germain, 1991; 이인정·최해경, 1995 재인용). 성희자·전보경(2006)의 연구도 이를 입증하고 있는데, 지역사회에 직접 참여하거나 혹은 간접적으로 얻는 정보를 통해서 인지하는 정도에 따라 공동체의식 수준도 달라지는 결과를 얻었다. 이를 통해 주민들이 적극적으로 참여하는 공동체가 있다면 구성원들 간의 교류가 증가하고, 응집력이 높아지며 지역의 문제해결 능력도 향상될 수 있을 것으로 보았다.

3. 지역공동체의식

지역공동체(community)는 ‘지리적으로 한정된 지역 안에 살면서 상호 간에 자신들이 살고 있는 장소에 대하여 사회적이고 심리적인 유대를 가지고 있는 사람들’ 이라고 볼 수 있다(Mattessich et al., 1997; 강용배, 2004 재인용). 공동체의식(sense of community)의 개념은 매우 다양하게 논의되고 있다. 지역공동체의식은 일정한 지역에서 함께 사는 사람들이 공통적으로 직면하는 일상적인 일들에 대해 공간, 합의, 연대로부터 발생하는 자주적인 참가활동으로부터 형성된다(채혜원·홍형욱, 2002).

Glynn(1981)은 공동체의식은 일반적으로 농촌과 관련되어 있으며, 그 특성으로는 동질성, 상호의존성, 책임감 공유, 대면적 관계, 공동의 목표 등이 있다고 소개한다. 공동체의식은 그 구성원들의 사회적 결속과 연관된 집합의식 혹은 집단 전체의 공통된 의식을 말하는데 이는 충성, 헌신 및 사람들 사이의 일차적인 상호작용에 기초하고 있다고 설명한다(김경준, 1998에서 재인용).

Nisbet(1966)은 공동체의식을 “함께 살고 일하며 겪는 그리고 함께 있는 것을 전제로 한 작은 규모와 안정된 구조의 공동체 안에서 형성된 집단의식”이라 하였고, Polpin(1979)은 공동체의식을 “타인과 함께 공유하면서 획득하는 문화적인 정체성과 심리적인 안정감”이라고 하였으며, Davison과 Cotter(1986)는 “사람들과 그들의 지역 사회 간의 강력한 애착심을 의미하는 개인적인 감정”으로 정의하였다(오승환, 2009에서 재인용).

Sarason(1974:157)은 지역공동체의식을 타인과의 유사성 인식, 상호의존성, 타인으로부터 기대하는 것을 행동하거나 제공함으로써 이러한 상호의존성을 유지하려는 의지, 안정적이고 믿을 수 있는 큰 조직의 일부라고 느끼는 감정이라고 정의하였다.

Gusfield(1975)는 영토적(territorial)·지리적(geographical)측면과 지

역과 관계없는 인간관계의 질적 특성과 관련된 관계적(relational)측면의 차이를 강조하여 커뮤니티를 설명하였는데, 참여·안전·역할·유대감·사회조직 등의 개념과의 관계를 밝혔다.

Unger & Wandersman(1985)은 공동체의식은 구성원이라는 느낌, 소속감, 공유된 사회·정서적 유대와 관련된 심리라고 정의하였다.

McMillan & Chavis(1986)는 구성원의식(membership), 영향의식(Influence), 욕구의 충족(fulfillment of needs), 공유된 정서적 연계(shared emotional connection)의 네 가지 요소로 공동체의식을 설명하였다. 즉, 공동체의식은 구성원이 소속되어 있다는 느낌, 구성원들 간 영향을 주고받고 있으며, 구성원들의 욕구가 노력을 통해 충족될 것이라는 공유된 믿음이라고 설명하였다.

김성수·김경준(1998)은 지역사회공동체의식을 “지역사회에 소속해 있음으로 인해 받는 충만한 느낌, 지역사회 주민들과 함께 한다는 연대의식, 지역사회와의 일체감 및 지역사회와 구성원 상호간에 중요한 의미를 가지며 영향을 미치고 있다는 의식, 그리고 지역사회 및 구성원들과 친밀한 느낌을 가지는 것”이라고 정의하였다.

채혜원·홍형욱(2002)은 지역공동체는 지리적 영역을 기반으로 하는 정신적 공동체이며, 마을·촌락·도시·거대도시 등 지역적 단위들을 대상으로 하여 일어나는 사회적 관계들, 즉 상호작용과 문화적 공유의 연대성을 가지는 집단이라고 정의한다.

김광복·남진(2005)는 커뮤니티 의식을 “일정한 커뮤니티에서 나타나는 ‘인간 상호작용의 특성’을 의미하며, 그 구성요소는 지리적 영역· 사회적 상호작용· 공동의 연대에 해당하는 지역주민들의 가치관 또는 공통적인 정서인 구성원의식·상호영향의식·정서적 연대감으로 구성된다.”고 정의하였다.

성희자·전보경(2006)은 공동체를 공동의 유대감을 가지고 상호작용할 수 있는 지역사회를 기준으로 정의하고, 공동체의식은 그러한 지역사회 내에서 형성되는 정서적 유대감을 의미한다고 하였으며, 고은정 외(2006)는 “지역사회에 소속되어 있어서 지역사회와 동일시

하는 감정, 지역사회에 대한 자긍심, 지역사회 구성원들과 함께 한다는 연대의식, 지역사회 및 구성원들과 친밀한 느낌을 가지는 것”이 공동체의식이라고 하였다.

오승환(2009)은 지역공동체의식을 “거주하는 지역에 대한 충성심, 지역주민이 사회의 구성원으로서 사회로부터 받게 되는 충족감, 자신이 사회에 중요하다는 느낌과 사회가 구성원에게 중요하다는 느낌으로서의 상호영향의식” 등으로 정의하였다.

이형하(2005)는 사회 노인의 공동체의식을 “노인이 사회의 구성원으로서 받게 되는 충족감, 사회 구성원들과 역사와 장소·시간 및 경험을 공유하게 될 것이라는 연대감, 사회 구성원들의 욕구가 그 집단의 구성원 자격을 가지게 됨에 따라 받게 되는 자원을 통하여 충족되는 감정으로서 정서적 친밀감, 사회 구성원이 집단에 중요하다는 느낌과 집단이 구성원에게 중요하다는 느낌으로서 상호영향의식”으로 정의하였다.

본 연구에서는 지역공동체의식을 김성수·김경준(1998)의 정의를 바탕으로 ‘사회에 속해 있으면서 받는 충만한 느낌, 주민들과 함께 한다는 연대의식, 사회와의 일체감, 사회와 구성원 상호 간에 영향을 미치고 있다는 의식, 사회 및 구성원들과 친밀한 느낌을 가지는 것’이라고 정의한다.

제 2 절 선행연구 검토

1. 커뮤니티 비즈니스에 관한 선행연구

Leeming(2002)은 영국 Merseyside 지역의 두 개 커뮤니티 비즈니스 사례를 비교하고, 이로부터 함의를 얻고 있다. 우선, 커뮤니티 비즈니스는 일반 사기업과는 개념이 다르다는 것을 인식할 필요가 있고, 이에 초보 사업가들이 성과를 내기 위해서는 조언을 해 줄 수 있는 숙련된 조언가가 필요하다고 하였다. 또한, 보조를 받는 커뮤니티 비즈니스에 대한 정당성 감소여부도 추가적으로 연구할 필요가 있으며, 커뮤니티 비즈니스가 큰 시장, 조언 및 자원의 동원이 가능한 경우라면 재투자 및 추가고용의 가능성이 있음을 시사했다. 마지막으로 두 사례 모두 경제성과가 나타나기까지 10년이 소요된 것처럼 커뮤니티 비즈니스를 통한 즉각적인 경제성과를 기대해서는 안 됨을 제시하였다.

Tracey et al.(2005)는 커뮤니티 비즈니스는 정부보조나 자선을 통해 부를 창출하는 다른 제3섹터 조직과는 달리 교환의 수단을 이용하며, 구성원들이 경영 조직에 참여할 수 있는 민주적인 거버넌스 구조를 가지고 있다고 설명한다.

Gore et al.(2006)는 최근 농촌지역은 소득 감소, 인구 고령화, 도시로의 이주 등의 문제를 겪고 있는데, 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로서 지역 단위에서의 커뮤니티 비즈니스를 영국 Yorkshire, Humber 지역 사례를 중심으로 살펴본 결과 커뮤니티 비즈니스는 지역경제발전에 직접적인 영향을 주고 있음을 밝히고 있다.

Peredo & Chrisman(2006)은 지속가능한 지역발전을 위한 한 전략

이 될 수 있는 커뮤니티 비즈니스의 개념을 설명하고, 다양한 연구 결과를 종합하여 커뮤니티 비즈니스의 요소·특징·중요성을 밝히는 이론적 모델을 제시하였다.

Hayton(2000)은 스코틀랜드 지역의 Dundee지역의 커뮤니티 비즈니스 사례를 바탕으로 대안적인 커뮤니티 비즈니스 모델을 제시하였는데, 상향적(bottom-up)인 커뮤니티 비즈니스 활동은 도시 정책 의제를 변화시키고, 높은 자원접근성을 얻을 수 있음을 보여준다고 설명하였다.

현대경제연구원(2006)은 지역경제활성화를 위한 모형으로서 커뮤니티 비즈니스를 소개했는데, 지역사회 경제활동인구의 감소로 지역경제가 위축되는 문제를 해결하기 위한 대안으로서 커뮤니티 비즈니스를 도입할 필요가 있음을 제안하였다. 커뮤니티 비즈니스의 개념·특징·도입효과를 설명하고, 외국의 실천사례 및 커뮤니티 비즈니스의 활성화 방안을 제시하였다.

김영수 외(2008)는 사회적기업의 유형 중 하나로서 커뮤니티 비즈니스를 보고 우리나라에서의 커뮤니티 비즈니스 가능성을 살펴보았는데, 지역기반 커뮤니티 비즈니스는 지역경제 활성화에 유효함을 밝혔고, 사업의 주체는 주민이 중심이 되어야 한다는 주민 참여의식이 있었음을 확인하였다.

김영수·박종안(2009)은 농촌체험관광사업을 커뮤니티 비즈니스로 규정하고, 경기도 이천의 부래미 마을과 충남 아산의 외암 마을을 대상으로 ‘지속 가능한 지역사업 네트워크(SLEN)’모형을 기본 틀로 하여 농촌체험관광의 성공요소는 마을주민의 참여, 차별화된 체험프로그램, 컴퓨터 활용, 주민들의 평생학습, 외부 네트워크 활용이었음을 밝혔다. SLEN분석 결과와 사업관련자의 인터뷰를 통해 투자(인적/재무적/사회적/장소자본), 프로세스(팀워크, 창의성, 컴퓨터 활용능력, 네트워크), 지속 가능한 결과(투자수익, 지역발전, 가계수입)를 주요요소로 한 ‘지속 가능한 체험관광 커뮤니티 비즈니스(SETCB)’모형을 구성하였다.

박용규, 주영민, 최홍, 삼성경제연구소(2009)는 지역경기 침체의 대안으로서 커뮤니티 비즈니스를 설명하고, 커뮤니티 비즈니스의 유형을 6가지로 나누어 각 유형별 성공요인을 분석하였다. 커뮤니티 비즈니스의 활성화를 위해서는 지역주민, 행정, 기업과 파트너십을 형성해야 한다고 제안하였다.

박용규, 최숙희, 주영민(2009)은 지방의 인구유출 및 고령화, 지역발전의 외부 의존성 심화로 인해 지방이 주도하는 지속가능한 '자활 프로그램'이 필요한 상황에서 지역사회 활성화의 수단으로 커뮤니티 비즈니스를 제시하였다.

이민규(2010)는 지방자치단체의 재정 강화를 위한 커뮤니티 비즈니스를 연구하였는데, 지역조직을 활성화하여 지역 주민에게 활력을 제공한다는 점에서 커뮤니티 비즈니스의 의미를 찾고 있다. 일본 커뮤니티 비즈니스의 성공요인을 살펴본 후 우리나라 도입방안을 검토하고 있다.

가네코 et al.(2010)는 커뮤니티 비즈니스의 특징, NPO의 특징 및 역할, 커뮤니티 비즈니스의 경제적 효과, NPO와 커뮤니티 비즈니스의 과제, 변화를 실천하기 위한 제도 개혁 제안 등을 설명하였다.

김윤호(2010)는 커뮤니티 비즈니스의 개념을 사회적기업과 구분하기 위해 두 개념을 한정된 지역 혹은 광범위한 영역에서 활동하는지, 일반주민을 대상으로 하는지 취약계층을 대상으로 하는지, 범위의 경계를 추구하는지 규모의 경계를 추구하는지를 기준으로 분석하였다. 이를 바탕으로 획일적으로 이루어지고 있는 사회적기업의 지원을 다양화하고, 민간의 역량을 극대화 할 수 있는 방향으로 지원을 해야 함을 제안하였다.

이자성(2010)은 일본 지역사회에서의 공동체 형성 및 활성화를 위한 주민참여의 사례로서 커뮤니티 비즈니스를 제시하였는데, 일본의 커뮤니티 비즈니스 운영사례를 통해 우리나라 커뮤니티 비즈니스 활성화를 위한 지방정부의 지원 및 추진체계를 분석하고, 지방정부에 대한 시사점을 도출하였다.

진영환·김진범(2010)은 우리나라 도시재생사업을 추진하기 위해 커뮤니티 비즈니스의 활용가능성에 대한 연구를 진행하였다. 커뮤니티 비즈니스의 개념을 정리한 후 서울시 마포구 성산동 성미산마을, 부산 연제구 물만골공동체 생태마을사업, 강원 원주시 원주의료생활협동조합, 경기 안성시 안성의료생활협동조합의 네 곳의 사례를 심층면접 조사를 통해 분석하여, 대규모 도시재생사업을 바로 추진하기보다는 주민참여형 마을만들기 사업에 커뮤니티 비즈니스를 도입하여 점진적으로 도시재생사업을 확대해 나가는 것이 필요하다고 하였다.

김혜민(2010)은 일본의 니가타현 이와후네지역의 사례를 선정하여 커뮤니티 비즈니스 조직을 제도적 환경 및 네트워크적 측면에서 제도화의 특성을 연구하였다. 분석을 통해 사회적 경제 활성화 방안 및 사회자본 증가에 있어 지방정부의 역할을 살펴보았다. 이 지역의 커뮤니티 비즈니스의 제도화는 계획 수립단계에 전문가·비영리 조직 등이 지속적으로 관여하였고, 기업·주민·행정·전문가 네트워크의 협력관계, 중간지원조직의 역할 등의 요인으로 가능하다고 설명하였다.

함유근·김영수(2010)는 커뮤니티 비즈니스의 개념을 설명하고, 외국의 커뮤니티 비즈니스의 운영사례 분석하고 우리나라 커뮤니티 비즈니스의 현주소를 살펴봄으로써 우리나라에서 적용할 수 있는 커뮤니티 비즈니스의 방안을 제시하였다.

조규원 외(2011)은 일자리창출 사업의 새로운 대안으로 고려되고 있는 커뮤니티 비즈니스의 정책 정당성 측면에서 지속적인 일자리 정책으로서의 가능성에 대해 살펴보고자 하였다. 커뮤니티 비즈니스가 정책적 정당성을 확보하기 위해서는 지원제도의 정비, 지역적 모델의 차별화와 목표의 명확화, 지역 내·외부와의 협력적 체계 구축, 중앙정부 및 지방정부의 역할에 맞는 지원 등이 필요함을 제안하였다.

변필성·윤영모(2011)는 낙후지역 발전을 위한 지역기반 사회적이

업의 필요성을 논하며, 이를 육성하기 위한 지원방안을 제안하였다. 이 연구에서는 박용규(2009)의 연구에서 소개된 재화 및 서비스의 생산과 소비가 어디에서 어떻게 이루어지는가를 기준으로 나눈 커뮤니티 비즈니스 유형화를 소개하였다.

나주몽(2012)은 한국에서의 커뮤니티 비즈니스 정책의 추진과정 및 현황을 전라남도의 마을기업과 농어촌공동회사를 중심으로 살펴본 후 지역 경제의 활성화를 위한 정책적인 과제를 제안하였다. 우선 커뮤니티 비즈니스 정책의 목표를 지방자치단체의 차원에서 명확히 하고, 주민의 자발적인 참여를 위해 사회의 공감 확산이 필요하며, 사후관리를 위한 네크워킹의 강화, 정부의 자금 지원 정책, 커뮤니티 비즈니스 매니저 역할을 할 인재 발굴이 필요하다고 하였다.

2. 주민참여에 관한 선행연구

주민참여에 대한 선행연구는 다음과 같다. 유재원(1995)은 지방자치 정착을 위한 주민참여 활성화 방안을 제시하였는데, 참여를 행정동원적 주민참여·공동협력적 주민참여·자생조직적 주민참여로 분류하여 각 유형의 효과와 문제점을 실효성·민주성·의식개발·감시효과·제도적 안전성·갈등소지·전문성의 기준으로 평가하였다.

정윤수(2000)는 1990년대 지방자치 실시이후 우리나라의 주민참여 문제점을 살펴보고 개선방안을 제시하였다. 주민들의 낮은 참여, 주민참여의 대표성 확보 어려움, 참여과정의 비효율과 혼란, 공무원의 잘못된 인식 등이 문제점으로 나타나 이를 해결하기 위해 주민참여 활성화를 위한 제도적 틀 정비, 주민참여 기회 확대, 자생적 주민조직의 재정문제 해결, 행정공개 확대를 방안으로 제시하였다.

전영평 외(2003)는 대구지역의 주민참여 실태를 조사하고 주민참여 활성화를 위한 방안을 제시하였다. 대구지역의 주민, 공무원, 시민운동단체, 국민운동단체를 대상으로 설문조사를 실시하여 분석한 결과 주민은 참여 의지가 높았으나 자치에 대한 영향력은 매우 낮

았으며, 공무원은 주민참여에 대하여 가장 소극적이고 부정적인 견해를 가지고 있음을 보여주었다.

곽현근(2004)은 대전광역시 16개 동네를 대상으로 동네 주민조직 참여 여부 및 참여정도에 영향을 미치는 요인과 동네조직 참여가 개인에게 미치는 심리적 영향을 분석하였다. 분석 결과 참여 여부 및 참여 정도에는 성별·연령·교육수준·이웃과의 유대 변수가 영향을 미쳤으며, 참여 여부는 주거형태가, 참여정도는 건강상태·주거기간·주거형태가 영향을 미쳤고, 동네조직 참여정도가 효능감에 영향을 미침을 보여주었다.

강인성(2008)은 우리나라 광역지방자치단체에서 운영되고 있는 참여제도를 실증적으로 분석하고, 참여제도의 영향력을 분석하였다. 정책과정을 의제설정·형성·집행·평가로 구분하고, 참여유형을 정보제공·협의형·적극적 참여형으로 유형화하여 분석한 결과, 정책 초기단계에서는 주민정보제공 제도가 부족하였고, 참여와 반영도가 낮은 제도들은 주민들의 적극적인 참여가 필요한 제도들이었으며, 정책의제설정·형성단계 제도들은 정책집행·정책평가단계의 제도보다 영향력이 낮음을 보여주고 이에 대한 대안을 제시하였다.

오수길(2008)은 주민참여제도의 활용과 성과에 대한 분석을 위해 시민사회단체의 상근 실무자를 대상으로 설문조사를 하여 효능감을 분석하였다. 그 결과 주민참여제도의 의의는 인정하지만, 실질적인 권한이 부여되지 않아 효능감은 높지 않은 것으로 나타나 주민참여제도를 개선해야 할 필요성을 제기하였다.

민현정(2008)은 일본의 주민참여의 전개 과정과 제도화 사례를 분석하여 한계 및 쟁점을 도출하고, 한국과의 비교를 통해 주민참여 활성화와 제도 구축을 위한 정책적 제안을 하였다. 사례는 주민참여의 환경적 측면, 참여 방식과 과정, 다양한 지역구성원 간의 협동과 네트워크 축진을 기준으로 분석하였으며, 주민참여 시스템 구축을 통하여 참여의 정당성·민주성·실효성을 확보해야 함을 제언하였다.

박세정(2008)은 주민자치의 거점으로서의 역할로 도입된 주민자치

센터가 본래의 기능을 하지 못하는 원인을 분석하고, 향후 활성화 방안을 제시하였다. 주민자치센터가 관주도로 운영되고 있어 지역주민들의 관심과 애착을 유발하기 어렵기 때문에 공직자들의 인식 전환이 필요하며, 주민자치위원들에게 실질적인 권한을 부여해야 한다고 하였다.

백조연·홍형득(2009)은 강원도 지역의 공무원을 대상으로 설문조사를 실시하여 온라인 주민참여에 영향을 미치는 요인과 요인별 영향력을 분석하고 이를 토대로 정책방안을 제시하였다. 분석 결과 강원도의 온라인 참여는 낮은 수준이었으며, 온라인 주민참여 수준에 영향을 미치는 요인은 개인적인 요인의 경우 주민참여 수준에 직접적인 영향을 미치지 않았으나 행정적 요인, 조직적 요인, 정보시스템 요인 순으로 영향력이 큰 것으로 나타났다.

김중수(2010)는 도시 및 지역개발에서 주민들의 삶의 질을 제고하기 위해서는 주민참여가 활성화 되어야 함을 주장하면서, 비참여·정부불신·주민흡수·주민참여라는 유형으로 구성된 주민참여 모형을 설정하여 각 유형의 단계적 순서로 주민참여 활성화가 진행되어야 함을 제시하였다.

류대건(2010)은 부산광역시 수영구의 주민을 대상으로 주민참여 및 대의기관의 기능에 대한 설문조사를 하여 주민평가를 분석하였다. 분석 결과 주민참여와 주민평가 사이에는 보통수준의 상관관계가 있었고, 주민참여도가 높은 주민일수록 자치기관의 대의기능에 대해 높은 평가를 내리는 경향이 있음을 밝혔다.

임승후·김병섭(2010)은 광주광역시 북구청의 주민참여예산제도를 사례로 참여 통로별 효과성을 분석하였다. 참여 통로를 시민위원회와 지역회의의 오프라인통로, 예산참여방의 온라인통로로 구분하여 시민위원회의 의견이 지역회의나 예산참여방의 의견보다 심의 과정에서 반영비율이 더 높았으며, 지역회의는 의회심의과정에서 예산참여방보다 반영비율이 높다는 결과를 보여주었다.

김관보·이선영(2011)은 수원시를 대상으로 예산과정에 시민참여

영향요인을 실증 분석하였다. 정부의 환경요인이 시민참여 목표와 성과에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 정부의 환경요인과 예산과정 설계요인은 참여기제 요인에 긍정적인 영향을 미쳤음을 밝혔다.

곽현근·유현숙(2011)은 지역사회 주민조직 참여와 인지적 사회자본의 관계를 분석하기 위해 인지적 사회자본을 결속적·가교적·연계적 유형으로 구분하고, 주민조직 유형을 친목조직·사회봉사조직·이익증진조직·행정협조조직으로 나누었다. 분석 결과 주민들의 참여도는 결속적·가교적 사회자본에 정의 영향을, 연계적 사회자본에는 부의 영향을 미쳤다. 또한 이익증진조직과 행정협조조직에 대한 참여가 결속적 사회자본에 정의 영향을 미치고, 가교적 사회자본은 친목조직과 행정협조조직에 대한 참여가 긍정적인 영향을 미쳤다. 친목조직과 사회봉사조직 참여는 연계적 사회자본에 부의 영향을 미치고, 행정협조조직 참여는 연계적 사회자본에 정의 영향을 미친다는 결과를 보여주었다.

이정훈(2011)은 지방자치단체의 주민참여 현황과 문제점을 살펴보고 실질적인 주민자치가 이루어질 수 있는 방안을 제시하였다. 우리나라와 OECD국가의 주민참여 실태를 파악하여 우리나라 주민참여 제도의 문제점을 파악하고 대안을 제시하였다.

3. 지역공동체의식에 관한 선행연구

지역공동체의식에 대한 선행연구는 다음과 같다. 우선 김남선·우룡(1995)은 아파트단지 주민의 공동체의식을 형성하고 강화하기 위한 주민관계를 살펴보고, 공동체의식과 주민관계를 형성·발전시킬 수 있는 요인들을 분석하였다. 아파트단지 주민들 간의 친밀한 이웃관계는 공동체의식에 유의미한 영향을 미쳤으며, 공동체의식을 형성하기 위해서는 주민들 간의 상호작용을 강화시키고, 상호작용 및 정착성을 강화하기 위해서는 주민이 참여하는 프로그램개발과 시설이 필요하다는 제언을 하였다.

채혜원·홍형옥(2002)은 주거지역을 기반으로 한 공동체문화의 차원에서 지역공동체의 개념을 탐색하고, 분야별 선행연구를 분석하여 그 경향 및 접근방법을 고찰하였다. 그리고 지역을 이해하고 문제를 해결하기 위해서는 현실에 초점을 두고 다양한 연구 분야와 접근방법을 적용시켜야 할 것을 제안하였다.

성희자·전보경(2006)은 농촌의 지역사회복지 실천전략으로 공동체를 활용할 가능성을 탐색하기 위하여 경북 예천에 거주하고 있는 주민들을 대상으로 공동체의식의 수준을 조사하고, 공동체의식에 영향을 미치는 요인을 탐색하였다. 다른 지역보다 발전하고 소득이 높다고 생각할수록, 공동출자에 대한 참여의지, 지역사회에 대한 관심도가 높을수록, 만족감이 높을수록 공동체의식이 높게 나타났으며, 공동체의식을 함양하는데 있어 지역의 인지도가 중요함을 밝혔다.

박가나(2008)는 청소년 참여활동이 공동체의식에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보았다. 참여를 참여활동 수준, 형태, 과정, 양으로 하위요소를 분류하여 공동체의식에 미치는 영향을 살펴본 결과, 참여활동 수준이 높을수록, 숙의과정 정도가 높을수록 공동체의식 형성에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 온라인 참여보다는 오프라인을 통한 참여가 공동체의식 함양 효과가 높았음을 보여주었다. 또한 참여기간이 공동체의식 함양에 부분적으로 영향을 미쳤다는 결과를 제시하였다.

김대건(2011)은 지역공동체의식이 지역공동체문제와 갈등을 해결하는데 필요한 협력적 갈등해결의 행태에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하여, 지역공동체의식이 높으면 높을수록 지역의 협력적 갈등해결형태의 정도가 높아진다는 연구 결과를 제시하였다.

한편, 지역공동체의식에 영향을 미치는 요인에 관한 연구는 다음과 같다. 김성수·김경준(1998)은 충족감, 연대감, 소속감, 및 상호영향의식, 정서적 친밀감을 공동체 의식의 구성요소로 설정하여 공동체 의식정도를 측정하였다. 인구학적 특성으로 성별, 연령, 소득수준, 교육수준, 결혼, 자녀 수, 자녀 연령대가 지역공동체의식에 영향을

미친다고 하였다.

이형하(2005)는 광주광역시에 거주하는 노인과 농촌지역에 거주하는 노인을 대상으로 공동체의식을 비교하고, 거주지역별 노인의 공동체 의식에 미치는 요인들을 사회 인구학적 특성, 지역사회태도 관련변인, 지역사회 참여 변인 등의 관계 중심으로 분석하였다. 그 결과 광역시 거주 노인보다 농촌 거주 노인의 공동체의식이 더 높았으며, 노인의 사회 인구학적 특성 요인에서는 거주지역별 차이가 있었는데 광역시의 경우 주택소유, 경제수준이 높을수록, 농촌지역은 동거세대수가 많을수록 공동체의식이 높았다. 지역사회태도 변인 및 지역사회 참여 변인의 경우 광역시는 지역사회인지도, 지역사회문제 심각도 평가, 지역사회 시설 및 서비스만족도 평가, 지역사회 주민 관계가, 농촌의 경우 지역사회시설 및 서비스 만족도, 지역사회 주민평가, 지역사회 주민관계가 공동체의식에 유의미한 영향을 미침을 밝혔다. 이를 바탕으로 도시지역은 주거안정 대책, 지역사회시설 적극 이용유도, 지역사회 활동 및 주민교류 활성화 프로그램이 필요하며, 농촌지역은 사회복지 우대시책, 주민 간 공유영역 확대가 필요함을 주장하고 있다.

지역공동체의식 측정항목에 관한 선행연구는 다음과 같다. 우선, Glynn(1981)은 Psychological Sense of Community(PSC)를 개발하여 공동체의식을 측정하였는데, 측정항목은 공동체구조의 객관적인 평가, 공동체 내의 지원적인 관계, 공동체 주민들의 유사성 및 관계 형성, 공동체의 참여, 공동체 환경의 특성, 공동체 안전의 6개로 구성되었다.

McMillan & Chavis(1986)는 Sense of Community Index(SCI)를 통해 공동체의 구성요소를 멤버십(membership), 상호영향력(influence), 통합과 욕구의 충족(integration and fulfillment of needs), 정서연계(emotional connection)로 선정하고, 각 요소에 대한 측정항목을 총 12가지로 구체화하였다.

Davidson & Cotter(1986)는 지역공동체의식을 측정하기위해

Alabama와 South Carolina지역을 대상으로 전화인터뷰 방법을 사용하여 조사하였다. 문헌 연구를 통해 공동체의식 형성 요인을 사회적 동기와 사회적 상황들로 구성하였고, 총 17개의 항목으로 구체화 한 지역공동체의식을 4점 리커트 척도로 측정하였다.

Nasar & Julian(1995)은 정책이 공동체의식에 어떻게 영향을 미치는가를 살펴보기 위해 Ohio지역을 대상으로 공동체의식을 11개 항목으로 구성하여 측정하였다. 측정항목은 공동체 내의 지원적인 관계, 공동체 주민들의 유사성 및 관계형성, 공동체에의 참여, 공동체 안전의 4개 차원만으로 공동체 의식을 구성하여 측정하였고, 측정방법은 5점 리커트 척도를 사용하였다.

Long & Perkins(2003)는 Brief Sense of Community Index(BSCI)의 개발을 통해 New York의 Brooklyn과 Queens지역을 대상으로 사회적 연계, 상호영향, 공동체 가치라는 3가지 공동체의식 구성요소를 구체화하여 8개 항목으로 구성된 5점 척도로 공동체의식을 측정하였다.

Tartaglia(2005)는 이탈리아의 Italian Sense of Community Scale(ISCS)를 이용하여 Turin 지역을 대상으로 하여 장소애착, 욕구충족 및 상호영향의식, 사회적 유대라는 구성요소를 바탕으로 총 15개의 측정항목으로 공동체의식을 측정하였다.

Peterson et al.(2008)은 Brief Sense of Community Scale(BSCS)를 통해 욕구충족, 구성원의식, 상호영향의식, 정서적 연계라는 4가지 요소를 바탕으로 총 8개 항목을 측정하였다.

김광복·남진(2005)은 커뮤니티 의식 구성요소를 구성원의식, 상호영향의식, 정서적 연대로 보고 구성원의식은 소속감 및 지역사회와의 동일시 감정·지역사회 자긍심·욕구의 충족감·안전과 의존에 대한 만족으로, 상호영향의식은 지역사회에 대한 충성심·봉사의지·구성원 의견의 반영·공통의 가치추구의 항목으로, 정서적 연대감은 방어활동평가·연대감·정서적 친밀감·감정과 애착·전인격적 인간관계의 측정지표로 공동체의식을 살펴보았다.

최열·공운경(2007)은 부산광역시 3대 생활권의 주민들을 대상으로 단지설계 요소·거주자 특성과 주택단지 내에서의 공동체의식 간의 관계를 살펴보았다. 공동체의식에 대해 공동체에 대한 애착(community attachment), 공동체에 대한 소속감과 자부심을 나타내는 감정인 정체성(community identity), 구성원 간의 신뢰를 의미하는 상호작용(social interaction)으로 구성하여 5점 척도를 이용하여 조사하였다.

양덕순·강영순(2008)의 경우 지역사회 공동체의식을 충족감, 연대감, 소속감, 정서적 친밀감의 요소로 구성하여 충족감은 5개 항목, 연대감은 3개 항목, 소속감은 4개 항목, 친밀감은 2개 항목으로 총 14개 항목으로 측정하였다.

이경환(2009)은 개인적·인구학적 특성, 지역주민들의 사회적 관계, 근린의 물리적 환경이 지역주민들의 커뮤니티 의식 형성에 미치는 요인을 지역주민을 대상으로 실증적으로 분석하였으며, 커뮤니티 의식을 12개 항목을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

4. 주민참여와 지역공동체의식에 관한 연구

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여자와 지역공동체의식의 관계를 살펴보려고 한다. 그러나 커뮤니티 비즈니스와 지역공동체의식과 관련한 선행연구는 미흡하기 때문에 일반적인 ‘참여’로 그 개념을 확장하여, 참여와 지역공동체의식에 관한 선행연구들을 살펴보도록 하겠다.

김종재(1993)는 커뮤니티 계획 시, 계획의 방향과 평가의 기준에 대한 논의로 도시민이 생활 속에서 가질 수 있는 커뮤니티 의식에 대해서 고찰하고, 평가 기준을 제시하였다. 연구결과 커뮤니티 활동의 참여의지는 정주의식과 유의적 관련성을 갖고, 정주의식에 대한 변수는 이웃주민들에 대한 의식이 가장 높은 관련성을 갖는 것을 밝혔다. 그리고 커뮤니티 의식이 높을수록, 이웃주민에 대한 긍정적

인식도가 높을수록 정주의식도 상대적으로 높았으며, 커뮤니티 의식은 주거기간·입주전거주지·주택의 소유형태·이웃과의 교체정도·지역 활동 참가정도·애착정도 등에 의해 차이를 갖는다고 설명한다.

김성수·김경준 (1998)은 지역사회주민의 공동체의식 측정도구를 제작하여 우리나라의 대도시, 중소도시, 농어촌지역을 대상으로 공동체의식을 측정하였는데, 그 결과 대도시에서 멀어질수록 공동체의식이 높았으며, 인구학적 특성·주거·지역사회관련태도·지역사회참여의 요인들이 공동체의식과 밀접한 관련이 있었고, 특히 지역사회 관련 태도 및 지역사회 참여는 공동체의식에 매우 중요한 요인임을 밝혔다. 지역사회 주민관계 및 지역사회 활동에 많이 참여할수록 공동체의식의 수준이 높아지는 것으로 나타나, 지역사회 공동체의식과 지역사회 주민관계 및 지역사회 활동참여는 밀접한 관련이 있음을 보여주고 있다.

김동배·김형용(2001)은 지역통화운동이 지역주민의 삶의 양식 및 공동체의식의 변화에 미치는 영향에 대한 연구를 수행하였다. 국내 지역통화운동 4개 운영사례를 중심으로 실태조사와 심층면접을 한 결과, 지역통화운동 참여 경험은 공동체의식을 강화하고 공동체적 규범을 형성하고 습득하면서 구성원의식, 영향의식, 욕구의 통합 및 충족, 정서적 연대를 향상시키는 것으로 나타났으며, 지역통화운동은 주민 간 신뢰관계 및 지역사회의 공동체성을 향상시켜 지역사회 정의를 실현하도록 하는 역할을 한다는 결론은 내리고 있다.

강철희·홍현미라(2002)는 지역사회결속력에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 살펴보기 위해 서울시 30개 동을 대상으로 지역사회 결속력을 측정하였다. 지역사회결속력은 개인적 특성요인, 지역사회 해체 및 특성요인, 지역사회 참여요인, 지역사회 문제에 대한 인식요인 등 다양한 요인들에 영향을 받는다는 결론을 얻었다. 지역사회결속력을 향상시키기 위해서는 지역사회활동에 대한 참여를 강화하는 전략이 큰 효과를 가질 수 있다고 주장하였다.

장준호·이인혁(2001)은 주민자치활동이 커뮤니티 의식형성에 어떠

한 영향을 미쳤는지를 살펴보기 위해 수도권지역의 주민자치활동을 인구경제학적 특성, 주거 및 주택 관련 특성, 대상지의 커뮤니티 의식을 중심으로 살펴보았다. 그 결과 주민자치활동의 참여가 높을수록 커뮤니티 의식도 높게 나타났다. 주민자치활동의 특성에 따라 커뮤니티 의식 형성에 영향을 미쳤으며, 커뮤니티 의식에 영향을 미칠 경우 적극적인 주민자치활동일수록 커뮤니티 형성이 보다 잘 이루어지는 결과를 통해 주민자치 활동을 유도해 커뮤니티 의식을 활성화 시키자는 정책적 제안을 하고 있다.

양덕순·강영순(2008)은 제주특별자치도 주민의 지역공동체의식과 주민참여의 관계를 성별·연령과 같은 인구통계학적 특성, 주민참여 관심도·주민참여정도·주민참여의향 등 주민참여에 대한 요인들로 살펴보았다. 지역공동체의식과 주민참여 간의 상관관계는 충족감·연대감이 참여의향과 유의미한 상관관계를 보여줬으며, 공동체의식과 주민참여의 관계는 통계적으로 유의미한 결과를 도출하지 못했으나, 연대감은 주민참여의 관심도에, 소속감·충족감·친밀감은 주민참여에 대한 관심도 및 주민참여의향과 긍정적인 관계가 있었다. 즉, 공동체의식과 주민참여 간에 일정한 상관관계가 존재한다는 것을 밝혔다는 점에서 연구의 의의가 있다.

오승환(2009)은 도서지역에 거주하는 주민들의 공동체의식에 영향을 미치는 요인을 사회인구학적특성, 주거특성, 지역사회참여 특성으로 구성하여 전남 진도군에 거주하는 주민을 대상으로 조사하였다. 그 결과 남성이, 연령이 많을수록, 주택을 소유한 주민일수록, 지역거주기간이 길수록, 주거 만족도가 높을수록, 사회활동에 참여하는 주민이, 자원봉사활동에 참여하지 않을수록, 이웃과의 관계가 긍정적일수록, 지역사회문제에 대한 심각도 평가가 낮을수록 지역공동체의식이 더 높은 것으로 나타났다.

박혜영·김정주(2012)는 지역축제에 참여한 경험이 있는 주민을 대상으로 사회적자본이 지역주민의 만족도와 공동체의식에 미치는 영향을 분석하였다. 사회적 자본을 신뢰·참여·네트워크·규범의 네 요인

으로 구성하여 경로분석을 실시한 결과, 신뢰와 참여요인이 주민의 만족도에 정적인 영향을 미쳤고, 축제에 참여한 주민의 만족도는 공동체의식에 정적인 영향을 미쳤는데 이를 바탕으로 주민만족도와 공동체의식 향상을 위해서는 다양한 지역사회 참여와 신뢰 형성의 기회를 제공하는 등 사회자본의 형성이 중요하다고 제안하였다.

5. 선행연구의 검토 및 종합

지금까지 커뮤니티 비즈니스 및 지역공동체의식에 관한 선행연구를 살펴보았다. 이상의 선행연구를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 커뮤니티 비즈니스에 관한 선행연구에서는 첫째, 기존에 없던 새로운 개념인 커뮤니티 비즈니스에 대한 개념을 정립하고자 하였다(Leeming, 2002; Peredo & Chrisman, 2006; Tracey et al., 2005; 김윤호, 2010; 함유근·김영수, 2010; 현대경제연구원, 2006).

둘째, 지역경제를 활성화하기 위한 방안으로서의 커뮤니티 비즈니스를 연구하였다(Gore, Powell, & Wells, 2006; 김영수·박종안, 2009; 나주몽, 2012; 박용규·최숙희 외, 2009; 조규원 외, 2011; 진영환·김진범, 2010; 현대경제연구원, 2006).

셋째, 커뮤니티 비즈니스를 활성화하기 위한 정책적 제안을 하였다(김혜민, 2010; 변필성·윤영모, 2011; 이민규, 2010; 이자성, 2010).

위의 선행연구들을 통해서 커뮤니티 비즈니스의 연구는 크게 커뮤니티 비즈니스의 개념정립, 지역경제 활성화로서의 커뮤니티 비즈니스 사례분석, 커뮤니티 비즈니스의 제도정립 방안 등으로 이루어졌음을 알 수 있다. 그런데 커뮤니티 비즈니스의 가치는 지역사회의 문제 해결·경제적 기반 확립과 같은 경제적 가치뿐만 아니라 인간성 회복, 생활문화의 계승과 창조, 신뢰의 형성 등과 같은 사회적 가치도 동시에 존재한다(金子郁容 et al., 2010; 함유근·김영수, 2010; 호소우치 노부타카, 2007). 커뮤니티 비즈니스는 지역 사람들과 함께 사업을 해나가기 위해 사회적 인간관계를 이용하기 때문에 지역문

제 해결에 주민들이 주체가 되어 참여하는 것이 핵심이다(조규원 외, 2011). 그런데 기존의 연구에서는 커뮤니티 비즈니스의 경제적 가치측면에만 집중된 한계가 있어 커뮤니티 비즈니스의 사회적 가치도 살펴볼 의의가 있다.

주민참여에 대한 연구는 일반적으로 우리나라의 주민참여체도의 현황과 문제점을 분석하고 활성화 방안을 연구하는 경향을 보였다(유재원, 1995; 정윤수 2000; 전영평 외, 2003; 강인성, 2008; 오수길, 2008; 민현정, 2008; 이정훈, 2011). 이러한 연구들은 정부와 주민과의 관계를 바탕으로 한 제도적 측면의 주민참여의 연구이다. 주민참여를 정부를 대상으로 하지 않는 시민 스스로의 활동으로 정의하는 광의의 주민참여 개념을 바탕으로 한 연구는 미비하였다.

지역공동체의식에 관한 연구는 지역공동체의식에 영향을 미치는 요인 분석, 지역공동체의식의 측정항목 개발, 사례를 통한 지역공동체의식 측정으로 연구되는 경향을 보이고 있다.

한편, 지역공동체의식을 측정하는 국내 연구는 김경준(1998)의 공동체의식 측정항목을 개발한 이후, 많은 연구들이 이를 그대로 사용하는 모습을 보였다. 한편, 지역공동체의식을 측정하는 연구는 복지, 건축, 심리, 지리 등 다양한 학문분야에서 이루어졌다.(김광복·남진, 2005; 김동배·김형용, 2001; 성희자·전보경, 2006; 채혜원·홍형욱, 2002; 최열·공윤경, 2007). 행정학 분야에서도 지역주민을 대상으로 지역공동체의식을 측정하고 분석하는 연구는 있었으나(박혜영·김정주, 2012; 양덕순·강영순, 2008), 커뮤니티 비즈니스를 대상으로 한 연구는 아직 존재하지 않고 있다.

McMillan & Chavis(1986), 양덕순·강영순(2008)는 참여를 하고자 하는 동기에 공동체의식은 중요한 역할을 한다고 하였다. 그러나 반대로 참여가 공동체의식을 강화하는지에 대한 국내외연구는 아직 미비하다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 커뮤니티

비즈니스 참여를 통해 지역공동체 의식에 어떠한 영향을 미치는지를 실증 분석하여, 커뮤니티 비즈니스의 경제적 가치 외에도 사회적 가치 측면을 연구함으로써 커뮤니티 비즈니스의 역할을 고찰할 수 있다는 점에서 연구의 의의가 있다고 하겠다.

제 3 장 연구 설계 및 분석 방법

제 1 절 연구 문제

커뮤니티 비즈니스는 지역문제의 해결 및 지역 활성화 등을 목적으로 하고 있는 사업이다. 본 연구에서는 주민이 스스로 참여하여 수행하는 커뮤니티 비즈니스 사업을 통해서 커뮤니티 비즈니스와 지역공동체의식의 관계 및 영향력을 살펴봄으로써 시사점을 도출하고자 한다. 앞서 지역공동체의식에 대한 선행연구를 살펴본 결과, 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 효과를 살펴본 연구는 아직 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스의 참여가 지역공동체의식 함양에 어떠한 효과를 가지는지를 살펴보고자 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식 간의 관계를 탐색적으로 다루어 보고자 한다.

앞선 선행연구의 검토를 통해 지역주민들의 참여활동이 높을수록 지역공동체의식이 높아진다는 연구결과들을 확인하였다. 김남선·우룡(1995)의 연구에서는 주민들 간의 상호관계는 공동체의식 형성에 영향을 미친다고 하였고, 김종재(1993)는 커뮤니티 의식은 지역 활동 참가 정도에 따라 달라짐을 밝혔다. 또한 김성수·김경준(1998)은 지역사회 참여는 공동체의식에 매우 중요한 요인임을 보여주었고, 김동배·김형용(2001)은 지역통화운동 참여경험이 공동체의식을 강화한다고 하였다. 강철희·홍현미라(2002)는 지역사회 결속력을 향상시키기 위해 지역사회활동 참여를 강화하는 전략을 사용해야 한다고 했으며, 장준호·이인혁(2001)은 주민자치활동의 참여가 높을수록 참

여가 높게 나타남을 보여주었다. 이러한 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1. 커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

한편, 커뮤니티 비즈니스 참여자를 대상으로 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식의 관계를 살펴보기 위해 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다. ‘참여유형’의 경우 김종재(1993)의 연구에서 커뮤니티 활동의 참여의지는 정주의식과 유의미한 관련성을 가짐을 밝혔는데, 이를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스의 운영자와 이용자의 참여의지가 다를 것이라고 가정하고 ‘참여유형’을 커뮤니티 비즈니스 참여의 독립변수로 설정하였다. 한편, 박가나(2008)의 연구에서는 청소년 참여활동 수준이 높을수록, 숙의과정 정도가 높을수록, 참여 기간이 길수록 공동체의식에 유의미한 영향을 미친다고 하였다. 이를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스의 ‘참여 수준’, ‘참여 기간’, ‘참여 기업의 수’를 독립변수로 설정하였다. 따라서 본 연구의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 지역공동체의식의 관계에 대한 두 번째 가설은 다음과 같다.

가설 2. 커뮤니티 비즈니스의 참여유형, 참여 수준, 참여 기간, 참여 기업 수에 따라 지역공동체의식이 다를 것이다.

1. 커뮤니티 비즈니스 참여는 욕구의 충족감에 어떠한 효과를 가지는가?

1-1) 커뮤니티 비즈니스 참여유형에 따라 욕구의 충족감이 다를 것이다.

1-2) 커뮤니티 비즈니스 참여수준에 따라 욕구의 충족감이 다를 것이다.

1-3) 커뮤니티 비즈니스 참여기간에 따라 욕구의 충족감이 다를 것이다.

1-4) 커뮤니티 비즈니스 참여 기업 수에 따라 욕구의 충족감이 다를 것이다.

2. 커뮤니티 비즈니스 참여는 연대감에 어떠한 효과를 가지는가?

2-1) 커뮤니티 비즈니스 참여유형에 따라 연대감이 다를 것이다.

2-2) 커뮤니티 비즈니스 참여수준에 따라 연대감이 다를 것이다.

2-3) 커뮤니티 비즈니스 참여기간에 따라 연대감이 다를 것이다.

2-4) 커뮤니티 비즈니스 참여 기업 수에 따라 연대감이 다를 것이다.

3. 커뮤니티 비즈니스 참여는 소속감 및 상호영향의식에 어떠한 효과를 가지는가?

3-1) 커뮤니티 비즈니스 참여유형에 따라 소속감 및 상호영향의식이 다를 것이다.

3-2) 커뮤니티 비즈니스 참여수준에 따라 소속감 및 상호영향의식이 다를 것이다.

3-3) 커뮤니티 비즈니스 참여기간에 따라 소속감 및 상호영향의식이 다를 것이다.

3-4) 커뮤니티 비즈니스 참여 기업 수에 따라 소속감 및 상호영향의식이 다를 것이다.

4. 커뮤니티 비즈니스 참여는 정서적 친밀감에 어떠한 효과를 가지는가?

4-1) 커뮤니티 비즈니스 참여유형에 따라 정서적 친밀감이 다를 것이다.

4-2) 커뮤니티 비즈니스 참여수준에 따라 정서적 친밀감이 다를 것이다.

4-3) 커뮤니티 비즈니스 참여기간에 따라 정서적 친밀감이 다를 것이다.

4-4) 커뮤니티 비즈니스 참여 기업 수에 따라 정서적 친밀감이 다를 것이다.

정리하면 본 연구는 지역공동체의식과 관련해 커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 영향을 미칠 것인지 아닌지를 살펴볼 것이다. 그 다음으로 커뮤니티 비즈니스 참여자를 대상으로 참여 수준, 참여 형태, 참여 양에 따라서 지역공동체의식에 미치는 영향이 달라지는지를 살펴보고자 한다.

제 2 절 연구 변수 및 분석틀

본 연구에서 지역공동체의식을 측정하기 위한 변수 및 척도는 선행연구를 참고하여 구성하였다. 연구의 변수 및 분석틀은 아래와 같다.

1. 종속변수

본 연구에 설정된 종속변수는 지역공동체의식이다. 공동체의식을 측정하는 지표는 다양하게 개발되어 왔는데, 선행연구 검토를 통해 McMilan & Chavis(1986)가 제안한 구성원 연대의식(membership), 상호영향의식(influence), 욕구의 충족과 통합(integration and fulfillment of needs), 정서적 친밀감(emotional connection) 바탕으로 한 지표가 가장 보편적인 측정 방식이었다.

본 연구에서는 McMilan & Chavis(1986)의 공동체의식 지표(Sense of Community Index)를 토대로 한 김경준(1998), 홍형욱·채혜원(2004), 성희자·진보경(2006), 양덕순·강영순(2008)의 측정지표를 따랐다. 지역공동체의식을 4가지 차원, 즉 욕구의 충족감 6문항, 연대감 3문항, 소속감 및 상호영향의식 5문항, 정서적 친밀감 4문항 등 4가지 차원의 18개 문항을 이용하여 설문지를 구성하였다.

욕구의 충족감은 지역사회에 소속해 있음으로 인해 받는 충분한 느낌을, 연대감은 지역사회 주민들과 함께한다는 의식을, 소속감 및 상호영향의식은 지역사회와의 일체감 및 지역사회와 구성원 상호간에 중요한 의미를 가지며 영향을 미치고 있다는 의식을, 정서적 친밀감은 지역사회 및 구성원들과 친밀한 느낌을 가지는 것을 그 내용으로 한다. 그리고 각 18개 문항은 5점 Likert척도로 측정하였다.

2. 독립변수

본 연구에서의 독립변수는 커뮤니티 비즈니스의 참여여부, 참여 유형, 참여 수준, 참여 기간, 참여 기업의 수로 구성된다. 우선 커뮤니티 비즈니스 참여자와 비참여자의 지역공동체의식을 비교하기 위해서 ‘참여여부’를 독립변수로 선정하였다. 그 다음으로 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 ‘참여유형’, ‘참여수준’, ‘참여 양’을 독립변수로 선정하였다. 첫째, ‘참여 유형’은 커뮤니티 비즈니스 운영자와 이용자로 나누었다. 커뮤니티 비즈니스 참여를 운영자로 참여하는지 이용자로 참여하는지에 따른 지역공동체의식 차이를 살펴보기 위해서이다. 둘째, ‘참여수준’ 및 ‘참여 양’은 참여를 적극적으로 하고, 참여 기간이 길수록 공동체의식 함양효과가 크다는 선행연구(박가나, 2008)결과를 근거로 하여 독립변수로 구성하였다. 참여수준은 적극성 정도를, 참여의 양은 참여 기간 및 참여 기업 수로 구체화하여 변수를 선정하였다.

3. 통제변수

통제변수는 지역공동체의식에 영향을 미치는 요인에 대한 김경준(1998), 이형하(2005), 성희자(2006) 등의 선행연구 검토를 통해 인구통계학적요인, 사회경제적요인, 주거특성요인, 지역사회태도요인으로 구성하였다.

인구학적특성요인은 성별, 연령, 결혼여부, 자녀여부, 자녀 수, 자녀연령을, 사회경제적 요인으로는 소득과 학력을 측정하였다. 김경준(1998)의 연구에서 성별, 연령, 결혼여부, 자녀 수, 자녀 연령, 학력, 평균소득이 공동체의식에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Davidson & Cotter(1986), Wilson & Baldassare(1996), Sagy, Stern & Krakover(1996), 우룡(1994)의 연구에서도 이러한 인구학적특성요

인들이 지역공동체의식에 영향을 미친다고 하였다(이형하, 2005 재인용).

주거관련특성으로서는 지역거주기간, 주택소유형태, 주택 유형을 측정하였다. Robinson & Wilkinson(1995), Coudy(1990), 김경준(1998)의 연구에서 지역거주기간, 주택소유, 주택유형에 따라 지역공동체의식이 달라진다는 연구결과를 근거로 하였다(이형하, 2005 재인용)

지역사회태도요인은 지역사회 문제평가, 지역사회 시설 및 서비스 만족도로 측정하였다. Chavis & Wandersman(1990), Glynn(1981), 김경준(1998)의 연구 결과는 지역사회태도관련요인들이 지역공동체의식에 영향을 미치고 있음을 제시하였다(이형하, 2005 재인용).

<표 4> 변수와 지표

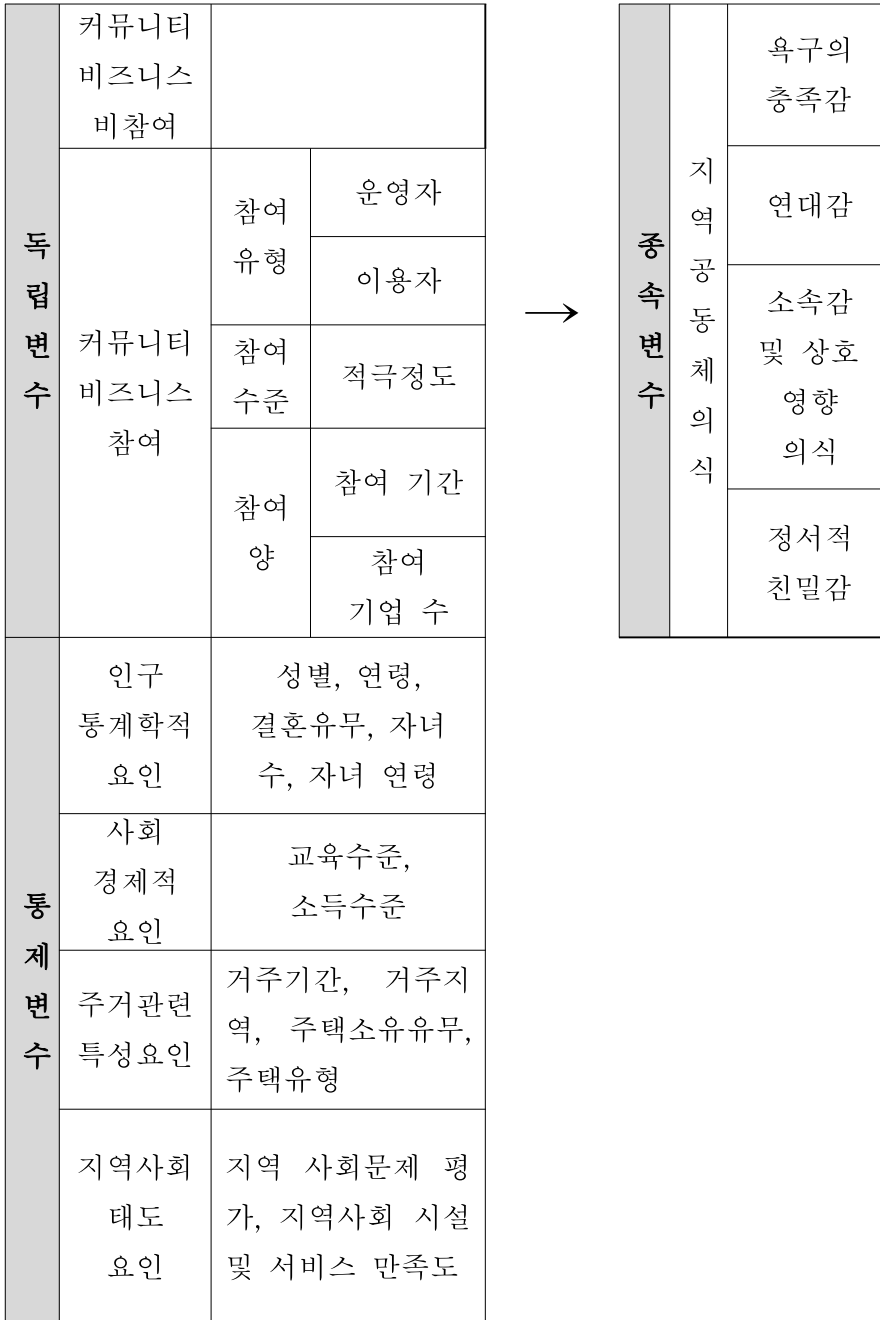
요인		변수	지표	척도
종속변수	지역공동체의식	욕구의 충족감	지역사회 소속으로 인해 받는 충만감	5점 척도 (전혀 그렇지 않다=1, 그렇지 않다=2, 보통이다=3, 그렇다=4, 매우 그렇다=5)
		연대감	지역주민들과의 연대의식	
		소속감 및 상호영향의식	지역 사회 구성원으로서의 일체감 및 상호영향의식	
		정서적 친밀감	지역사회 구성원들과 느끼는 친밀감	
독커		참여 여부	커뮤니티 비즈니스 참여여부	참여=1, 비 참여=0
		참여 수준	커뮤니티 비즈니스 참여의 적극성	5점 척도 (매우 소극적=1, 보통=3, 매우 적극적=5)

립 변 수	미 니 티	참여 유형	운영자	운영자=1, 이용자=0
			이용자	
	비 즈 니 스 참 여	참여 양	커뮤니티 비즈니스 참여 기간	5점 척도(가끔씩=1, 6개월 미만=2, 6개월~1년 미만=3, 1년~2년 미만=4, 2년 이상=5)
커뮤니티 비즈니스 참여 횟수			5점 척도(1개=1, 3개=3, 5개 이상=5)	
통 제 변 수	인 구 통 계 학 적 요 인	성별	남 · 여	남자=0, 여자=1
		연령	20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상	5점 척도(20대=1, 40대=3, 60대 이상=5)
		결혼 여부	미혼, 기혼	미혼=0, 기혼=1
		자녀 수	없음, 1명, 2명, 3명 이상	4점 척도(없음=1, 1명=2, 2명=3, 3명이상=4)
		자녀 연령	유아, 유치원생, 초등학생, 중·고등학생, 대학교 이상	5점 척도(유아=1, 유치원생=2, 초등학생=3, 중·고등학생=4, 대학교이상=5)
		사 회 경 제 적	교육 수준	초등학교이하, 중학교, 고등학교, 대학교 이상
소득 수준	100만원 미만, 100~200만원,		8점 척도 (100만원 미만=1,	

요인		200~300만원, 300~400만원, 400~500만원, 500~600만원, 600~700만원, 700만 원 이상	200~300만원=3, 400~500만원=5, 700만 원 이상=8)
	거주 기간	_____년	거주기간
주거 특성 요인	거주 지역 특성	조상대대로 살고 있는 곳, 부모님 때부터 살고 있는 곳, 내가 태어난 곳, 태어나지는 않았지만 내가 자란 곳, 이사 온 지 오래된 곳, 최근에 이사 온 곳	6점 척도 (조상대대로=1, 태어난 곳=3, 최근에 이사 온 곳=6)
	주택 소유	자가, 전세, 월세, 기타	4점 척도 (자가=1, 전세=2, 월세=3, 기타=4)
	주택 유형	아파트, 연립주택/다세대/다가구, 단독주택, 빌라, 기타	5점 척도 (아파트=1, 다세대 =2, 단독주택=3, 빌 라=4, 기타=5)
지역 사회 태도 요인	지역사회 문제평가	지역사회 문제의 심각도 평가	5점 척도 (전혀 그렇지 않다 =1, 그렇지 않다=2, 보통이다=3, 그렇다 =4, 매우 그렇다=5)
	지역사회 만족도	지역사회의 시설 및 서비스 만족도	

4. 분석틀

<표 5> 연구의 분석틀



제 4 장 연구 분석 및 결과

제 1 절 조사 설계

1. 조사 대상 및 자료 수집

커뮤니티 비즈니스 참여에 따른 지역공동체의식 변화를 살펴보기 위한 본 연구는 서울시 관악구의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 관악구의 일반주민을 연구 대상으로 하였다. 선행연구를 바탕으로 설문지를 구성하여 2013년 5월 20일부터 5월 24일까지 5일 간 서울시 관악구의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 비참여자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 커뮤니티 비즈니스 참여자와 관악구 일반주민을 대상으로 각 150부씩 총 300부를 배포하였고, 커뮤니티 비즈니스 참여자는 117부, 관악구 일반주민은 122부를 회수하여 각각 78%, 81.3%의 회수율을 기록하였다. 그리고 무응답 등 결측치가 있는 설문지를 분석에서 제외하여 최종적으로 커뮤니티 비즈니스 참여자에 대한 설문지 109부, 관악구 일반주민을 대상으로 한 설문지 100부, 총 209부를 연구 분석의 대상으로 하였다.

2. 분석 방법

본 연구를 수행하는데 있어서 회수된 자료에 사용된 구체적인 실증분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 빈도분석

(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 각 설문 문항에 대한 신뢰도 검사를 실시하여 문항간의 신뢰도를 측정하여 예측가능성, 정확성 등을 살펴보았다.

셋째, 커뮤니티 비즈니스 참여여부 따른 지역공동체의식의 차이와 커뮤니티 비즈니스 참여정도에 따른 지역공동체의식의 차이를 살펴보기 위하여 평균 및 표준편차, 집단 간 평균차이 검증인 T-검정, F-검정을 실시하였다.

넷째, 변수들 간의 관계를 살펴보기 위한 상관분석(Correlation Analysis)과 독립변수가 종속변수를 얼마나 설명하고 예측하는가를 측정하기 위해서 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다. 본 연구의 통계처리는 SPSSWIN 20.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

제 2 절 기술통계 분석

1. 응답자의 일반적 특성

조사 대상자의 인구학적 특성인 성별, 연령, 결혼여부, 자녀여부, 자녀연령, 학력, 소득, 주거특성인 거주기간, 주택소유, 주택유형으로 나누어 분석한 결과는 다음과 같다.

먼저 인구학적 특성으로는 조사대상자 209명 중 성별 분석 결과 남자는 59명(28.2%), 여자는 150명(71.8%)으로 나타나 여자의 비율이 남자에 비해 3배가량 많았다. 조사대상자의 연령은 40대 79명(37.8%), 50대 57명(27.3%), 30대 28명(13.4%), 20대 28명(13.4%), 60대 이상 17명(8.1%) 순으로 나타나 40대와 50대의 비율이 가장 높았다.

결혼 여부별로는 미혼자 48명(23%), 기혼자 161명(77%)으로 기혼자의 비율이 미혼자에 비해 높았다. 자녀여부는 자녀 수 2명이 106명(65.4%)로 가장 많았고, 자녀 수 3명이상은 28명(17.3%), 자녀 수 1명은 23명(14.2%), 자녀 없음이 5명(3.1%)이었다. 자녀의 연령대를 살펴본 결과 대학교 이상은 82명(52.2%), 중·고등학생 53명(33.8%), 초등학생 14명(8.9%), 유치원생 7명(4.5%), 유아 1명(0.6%) 순으로 높게 나타나 대학교 이상 및 중·고등학생의 비율이 대부분임을 알 수 있었다.

조사대상자의 학력을 살펴본 결과 고졸 이하는 92명(44.0%), 대졸 이상은 117명(56.0%)으로 대졸이상 학력자의 비율이 고졸이하 학력에 비해 높게 나타났으며, 소득수준은 200~300만원 집단이 57명(27.3%), 300~400만원이 43명(20.6%), 200만 원이하는 34명(16.3%), 400~500만원이 37명(17.7%), 500~600만원이 16명(7.7%), 600만 원 이상이 22명(10.5%)으로 나타났다.

그 다음으로 주거특성으로서 응답자의 거주기간을 살펴본 결과 20년 이상이 57명(27.3%)으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 5년 미만은 54명(25.8%), 5~10년은 52명(24.9%), 10~20년은 46명(22.0%)이었다. 20년 이상 거주자 집단의 비율이 타 집단에 비해 높은 것을 알 수 있다. 거주지역 특징을 살펴본 결과 이사 온 지 오래된 곳이라는 응답이 111명 (53.1%), 최근에 이사 온 곳이라는 응답이 57명(27.3%), 부모님 때부터 살고 있는 곳이라는 응답은 20명(9.6%), 태어나지는 않았지만 내가 자란 곳이라는 응답이 15명(7.2%) 순으로 나타났으며, 내가 태어난 곳이라는 응답은 6명(2.9%)이었으며, 조상대대로 살고 있는 곳이라는 응답은 없었다.

주택소유형태를 살펴본 결과 자가는 106명(50.7%), 전세는 64명(30.6%), 월세는 31명(14.8%), 기타는 8명(3.8%)으로 나타나 자가 주택 소유자의 비율이 절반 이상이었다. 주택유형은 아파트가 76명(36.4%), 연립주택/빌라/다세대/다가구가 64명(30.6%), 단독주택이 35명(16.7%), 빌라가 23명(11.0%) 순이었다.

<표 6> 응답자의 일반적 특성

구분		계					
		참여자		비 참여자		합계	
		빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)
성별	남자	25	22.9	34	34	59	28.2
	여자	84	77.1	66	66	150	71.8
합계		109	100	100	100	209	100
연령	20대	14	12.8	14	14	28	13.4
	30대	17	15.6	11	11	28	13.4
	40대	39	35.8	40	40	79	37.8
	50대	31	28.4	26	26	57	27.3
	60대 이상	8	7.3	9	9	17	8.1
합계		109	100	100	100	209	100
결혼여부	미혼	24	22	24	24	48	23.0
	기혼	85	78	76	76	161	77.0
합계		109	100	100	100	209	100
자녀여부	없다	2	1.8	3	3	5	3.1
	1명	13	11.9	10	10	23	14.2
	2명	52	47.7	54	54	106	65.4
	3명 이상	19	17.4	9	9	28	17.3
합계		86	78.9	76	76	162	100
자녀연령	유아	2	1.8	4	4	1	0.6
	유치원생	2	1.8	5	5	7	4.5
	초등학생	8	7.3	6	6	14	8.9
	중·고등학생	29	26.6	24	24	53	33.8
	대학교이상	45	41.3	37	37	82	52.2
합계		86	78.9	76	76	157	100
학력	고졸이하	47	43.1	45	45	92	44.0
	대졸이상	62	56.9	55	55	117	56.0
합계		109	100	100	100	209	100
가구 월 평균 소득	200만 원이하	17	15.6	17	17	34	16.3
	200~300만원	29	26.6	28	28	57	27.3
	300~400만원	17	15.6	26	26	43	20.6
	400~500만원	24	22	13	13	37	17.7

	500~600만원	12	11	4	4	16	7.7
	600만 원 이상	10	9.2	12	12	22	10.5
합계		109	100	100	100	209	100
주거특성		참여자		비 참여자		합계	
		빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)
거주기간	5년 미만	32	29.4	22	22	54	25.8
	5~10년	28	25.7	24	24	52	24.9
	10~20년	18	16.5	28	28	46	22.0
	20년 이상	31	28.4	26	26	57	27.3
합계		109	100	100	100	209	100
거주지역	조상 대대로 살고 있는 곳이다.	0	0	0	0	0	0
	부모님 때부터 살고 있는 곳이다	11	10.1	9	9	20	9.6
	내가 태어난 곳이다	5	4.6	1	1	6	2.9
	태어나지는 않았지만 내가 자란 곳이다	9	8.3	6	6	15	7.2
	이사 온 지 오래된 곳이다	57	52.3	54	54	111	53.1
	최근에 이사 온 곳이다	27	24.8	30	30	57	27.3
합계		109	100	100	100	209	100
주택소유	자가	58	53.2	48	48	106	50.7
	전세	31	28.4	33	33	64	30.6
	월세	15	13.8	16	16	31	14.8
	기타	5	4.6	3	3	8	3.8
합계		109	100	100	100	209	100
주택유형	아파트	44	40.4	32	32	76	36.4
	연립주택/빌라/	31	28.4	33	33	64	30.6

	다세대/다가구						
	단독주택	17	15.6	18	18	35	16.7
	빌라	13	11.9	10	10	23	11.0
	기타	4	3.7	7	7	11	5.3
합계		109	100	100	100	209	100

2. 커뮤니티 비즈니스 참여자의 특성

커뮤니티 비즈니스 참여자는 109명으로 전체 대상자의 54.0%이었으며, 비참여자는 100명으로 46.0%로 나타나 참여자의 비율이 절반 넘게 나타났다. 커뮤니티 비즈니스 참여자 109명을 대상으로 참여유형을 분석한 결과 커뮤니티 비즈니스 운영자는 27명(24.8%), 이용자는 82명(75.2%)으로 이용자의 비율이 운영자에 비해 3배가량 많았다. 참여기간은 ‘가끔씩 시간 날 때마다 활동 한다’는 41명(37.6%), ‘지속적으로 6개월 미만’은 21명(19.3%), ‘지속적으로 6개월~1년 미만’은 16명(14.7%), ‘지속적으로 1년~2년 미만’은 12명(11%), ‘지속적으로 2년 이상’은 19명(17.4%)이었다. 가끔씩 활동한다는 비율이 가장 높았으며, 그 외의 경우에는 6개월 미만, 2년 이상이라는 응답순으로 높게 나타났다.

현재 커뮤니티 비즈니스에 참여하고 있거나, 참여한 경험이 있는 커뮤니티 비즈니스 개수를 살펴본 결과 참여한 커뮤니티 비즈니스가 1개라는 응답이 65명(59.6%)으로 절반 이상이었으며, 2개는 28명(25.7%), 3개 이상은 16명(14.7%)이었다. 한편, 커뮤니티 비즈니스 참여의 적극성의 경우 적극적(적극적인 편+매우 적극적)으로 참여하는 사람은 41명(37.6%), 소극적(매우 소극적+소극적인 편)으로 참여하는 사람은 28명(25.7%)으로 나타나 적극적으로 참여하는 집단의 비율이 소극적으로 참여하는 집단에 비해 높게 나타났다. 그리고 참여의 적극성이 보통이라고 응답한 사람은 40명(36.7%)으로 가장 높

은 비율을 차지하였다.

<표 7> 커뮤니티 비즈니스 참여자의 특성

구분		빈도 (명)	비율 (%)	최소 값	최대 값	평균	표준 편차
참 여	참여자	109	52.2	0	1	.52	.501
	비참여자	100	47.8				
참 여 유 형	운영자	27	24.8	0	1	.75	.434
	이용자	82	75.2				
기 간	가끔씩 시간 날 때마다 활동	41	37.6	1	5	2.51	1.513
	지속적으로 6개월 미만	21	19.3				
	지속적으로 6개월 ~ 1년 미만	16	14.7				
	지속적으로 1년 ~ 2년 미만	12	11.0				
	지속적으로 2년 이상	19	17.4				
개 수	1개	65	59.6	1	3	1.55	.739
	2개	28	25.7				
	3개 이상	16	14.7				
적	매우 소극적	12	11.0	1	5	3.10	1.113

극 성	소극적인 편	16	14.7				
	보통	40	36.7				
	적극적인 편	31	28.4				
	매우 적극적	10	9.2				
합계		109	100				

3. 지역공동체의식

커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따른 지역공동체의식의 평균을 비교하고자 T-검정을 실시하였다. 지역공동체의식의 하위요인별로 살펴보면 욕구의 충족감의 경우 참여자는 3.16점, 비참여자는 2.74점으로 참여자의 지역공동체의식 평균값이 더 높게 나타났다($p<.001$). 연대감의 경우 참여자는 3.75점, 비참여자는 3.42점으로 나타나 참여자의 지역공동체의식이 더 높게 나타났으며($p<.01$), 소속감 및 상호영향의식의 경우에도 참여자는 3.28점, 비참여자는 2.70점으로 참여자의 지역공동체의식 평균이 더 높았다($p<.001$). 정서적 친밀감에서는 참여자의 평균점수는 3.41점, 비참여자의 평균점수는 2.80점으로 나타나 참여집단의 평균이 더 높은 것을 알 수 있다($p<.01$).

전체적으로 살펴본 결과, 커뮤니티 비즈니스 참여자의 경우 지역공동체의식 평균점수는 3.40점, 비참여자는 2.92점으로 나타나 커뮤니티 비즈니스에 참여한 사람의 지역공동체의식 평균값이 더 높았으며, 유의한 차이를 보였다($p<.001$).

<표 8> 커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따른 지역공동체의식

구분	참여 여부	N	평균	표준 편차	t	유의 확률
욕구의 충족감	참여	109	3.16	.6924	4.448	.000
	비참여	100	2.74	.6995		
연대감	참여	109	3.75	.6911	3.181	.002
	비참여	100	3.42	.7897		
소속감 및 상호영향 의식	참여	109	3.28	.6672	6.403	.000
	비참여	100	2.70	.6048		
정서적 친밀감	참여	109	3.41	.7874	6.009	.000
	비참여	100	2.80	.6711		
지역공동 체의식	참여	109	3.40	.6163	5.718	.000
	비참여	100	2.92	.5779		

한편, 인구사회학적요인에 따른 지역공동체의식을 분석한 결과는 아래 <표 9>와 같다. 연령별 지역공동체의식을 살펴보면 60대 이상은 3.39점, 50대는 3.17점, 40대는 3.08점, 30대는 3.09점, 20대는 2.86점 순으로 높게 나타나 연령대가 높은 집단일수록 지역공동체의식이 높은 것을 알 수 있다. 결혼여부별 지역공동체의식의 차이를 살펴본 결과 미혼자의 지역공동체의식 평균점수는 2.95점으로 기혼자의 3.15점에 비해 낮았다. 한편, 거주기간구분에 따른 지역공동체의식 평균은 10~20년의 거주기간 경우에 3.17점으로 가장 높았던 반면, 5~10년 집단의 평균값이 2.94점으로 가장 낮았다. 학력별 지역공동체의식 차이를 살펴본 결과 고졸이하 학력의 경우에 3.00점, 대졸이상은 3.18점으로 나타나 학력이 높은 집단의 지역공동체의식이 더 높게 나타난 것을 알 수 있었으며 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p < .05$). 그리고 소득에 따른 지역공동체의식 차이를 분석한 결과 전체적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 9> 인구사회학적 특성과 지역공동체의식

		지역공동체의식				지역공동체의식	
구분		평균	SE	구분		평균	SE
성별	남자	3.12	0.65	결혼	미혼	2.95	0.62
	여자	3.07	0.64		기혼	3.15	0.65
t(p)		0.161	0.688	t(p)		2.756	0.098
연령	20대	2.86	0.55	학력	고졸 이하	3	0.73
	30대	3.09	0.56		대졸 이상	3.18	0.56
	40대	3.08	0.69	t(p)		4.733**	0.031
	50대	3.17	0.66	소득	200만원 이하	2.96	0.77
	60대 이상	3.39	0.54		200~300만원	3.06	0.54
300~400만원					3.12	0.73	
F(p)		1.534	0.194		400~500만원	3.22	0.6
거주기간	5년 미만	3.16	0.64	500~600만원	3.29	0.62	
	5~10년	2.94	0.68	600만원 이상	3.06	0.6	
	10~20년	3.17	0.52	F(p)		1.188	3.14
	20년 이상	3.14	0.7	F(p)		1.547	0.204
F(p)		1.547	0.204				

*p<.1, **p<.05, ***p<.01

마지막으로 커뮤니티 비즈니스 참여유형, 참여 수준, 참여 양에 따른 지역공동체의식 차이를 살펴보기 위해 T-검정 및 F-검정을 실

시하였다. 첫째, 커뮤니티 비즈니스 운영자의 경우 지역공동체의식은 3.70점, 이용자의 경우에는 3.01점으로 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p < .001$).

둘째, 적극성에 따른 지역공동체의식 차이를 살펴 본 결과 매우 적극적인 경우에 3.68점, 매우 소극적인 경우에 2.71점으로 적극성이 높을수록 공동체의식이 높게 나타난 것을 알 수 있었으며 유의한 차이를 보였다($p < .001$).

셋째, 기간별 차이를 분석한 결과 가끔씩 시간 날 때마다 참여하는 사람들의 지역공동체의식 평균은 3.07점으로, 6개월 이상 지속적으로 참여하는 사람들에 비해 상대적으로 낮았다. 지속적으로 6개월~1년 미만의 기간으로 참여한 사람보다는 1년~2년 미만의 기간으로 참여한 경우가 지역공동체의식이 상대적으로 높게 나타났다.

넷째, 커뮤니티 비즈니스 참여 수에 따른 지역공동체의식을 살펴 본 결과 1개의 경우 3.2점, 2개는 3.52점, 3개 이상은 3.59점으로 나타나 참여 수가 많아짐에 따라 지역공동체의식이 높게 나타났으며 이는 유의한 차이를 보였다($p < .05$).

<표 10> 커뮤니티 비즈니스 참여에 따른 지역공동체의식

구분		지역공동체의식		구분		지역공동체의식	
		평균	SE			평균	SE
참여 유형	운영자	3.7	0.55	참여 기업 수	1개	3.2	0.63
	이용자	3.01	0.61		2개	3.52	0.58
3개 이상					3.59	0.56	
t(p)		12.679***	0.001	F(p)		4.420**	0.014
참	가끔씩	3.07	0.58	적	매우 소극적	2.71	0.62

여 기 간	6개월 미만	3.16	0.62	극 성			
					소극적	2.99	0.59
	6개월 ~1년 미만	3.67	0.58		보통	3.36	0.49
	1년~2 년 미만	3.79	0.52		적극적	3.63	0.61
	2년 이상	3.56	0.5		매우 적극적	3.68	0.48
F(p)		6.978***	0.000	F(p)		8.510***	0.000

* p<.1, ** p<.05, *** p<.01

제 3 절 커뮤니티 비즈니스참여와 지역공동체의식 분석

1. 신뢰도 분석³⁾

지역공동체의식의 각 항목에 대한 안정성, 일관성 및 예측가능성을 알아보기 위하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 본 연구에서는 크론바하 알파(Cronbach's α)계수를 신뢰도 계수로 사용하였다. 사회과학에서는 신뢰성에 대한 정확한 기준이 없이 일반적으로 0.6 이상을 측정지표의 신뢰성에 커다란 문제가 없다고 인정하므로, 본 연구에서도 0.6 이상을 기준으로 신뢰성을 평가하기로 하였다.

본 연구에서는 이와 같은 크론바하 알파계수를 이용하여 내적 일관성에 의한 측정도구의 신뢰도를 검증하였는데, 그 결과 충족감, 연대감, 상호영향의식, 정서적 친밀감 요인 모두에서 0.7이상의 수치를 나타내고 있어 측정지표의 신뢰수준을 만족한다고 할 수 있다.

<표 11> 지역공동체의식 신뢰도 분석

구성요소	문항수	평균	cronbach의 알파
욕구의 충족감	6	2.959	.846
연대감	3	3.593	.765
소속감 및 상호영향의식	5	3.013	.742
정서적 친밀감	4	3.163	.769
지역공동체의식	18	3.113	.928

3) 이미 범주화 된 항목을 가지고 설문조사를 실시하는 경우 탐색적 요인분석을 실시하기 보다는 각 범주에 해당하는 요인들의 신뢰성 검증만 하는 것이 일반적이다(양덕순 · 강영순, 2008). 따라서 본 연구는 기존의 범주화 된 설문항목을 가지고 설문조사를 실시했기 때문에, 별도로 요인분석은 하지 않고 신뢰도 분석만 실시하였다.

2. 상관관계 분석

커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴 보기 위하여 인구사회학적 특성요인, 주거특성요인, 지역사회태도 요인으로 구성된 독립변수의 상관관계 및 독립변수와 종속변수인 지역공동체의식의 상관관계를 분석하고자 한다.

1) 독립변수 간 상관관계

다중회귀분석에서는 다른 독립변수들의 영향을 통제하면서 하나의 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 보고자 한다. 다중회귀분석에서 어느 한 독립변수의 회귀계수를 추정할 경우에는 다른 독립변수의 값은 일정하게 유지되어야 하는데, 추정의 대상이 되는 독립변수 값과 함수관계를 갖는 다른 독립변수가 모형 내에 있다면 다중회귀 분석의 의의가 상실된다(이종원, 2007:564). 따라서 상관관계가 높은 변수는 독립변수 간의 다중공선성이 있을 가능성이 크므로 독립변수 간 상관관계를 살펴보도록 하겠다.

본 연구의 독립변수는 참여이며, 통제변수는 인구사회학적 특성 변수, 주거특성 변수, 지역사회태도 변수로 구성되어있다. 인구사회학적 특성 변수는 성별, 나이, 결혼유무, 자녀 수, 자녀 연령, 교육 수준, 소득 수준으로, 주거특성변수는 거주기간, 주택소유, 주택 유형으로, 지역태도 변수는 지역사회문제평가, 지역 시설 및 서비스 만족도로 이루어져 있다.

독립변수 간 상관분석은 Pearson 상관분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 12>와 같다. 보통 두 변수 간의 상관계수가 0.7 또는 0.6 이상이면 다중공선성을 의심하게 된다. 분석 결과 결혼, 연령, 자녀 수, 자녀 연령의 경우 상관관계가 높게 나타났으나, 다중공선성의

문제는 없는 것으로 보이며, 본 연구에서 보고자하는 독립변수인 참여와 다른 변수들과는 상관관계 높지 않음을 알 수 있다.

<표 12> 독립변수 간 상관관계 분석

	참여	성별	연령	결혼 여부	자녀 수	자녀 연령	교육 수준	소득 수준	거주 기간	지역 문제	지역 만족
참여	1										
성별	.123	1									
연령	-.014	.094	1								
결혼	.024	.239**	.714**	1							
자녀수	-.070	.212**	.630**	.827**	1						
자녀 연령	-.043	.186**	.810**	.842**	.825**	1					
교육 수준	.019	-.128	-.325**	-.301**	-.245**	-.364**	1				
소득 수준	.061	.103	-.120	-.005	-.035	-.042	.179**	1			
거주 기간	-.054	.039	.254**	.231**	.206**	.230**	-.255**	-.105	1		
지역 문제	-.052	-.057	-.098	-.148*	-.135	-.133	.092	-.074	.080	1	
지역 만족	.086	-.002	.007	-.039	.026	.021	.005	-.037	.056	.064	1

*p<.05, **p<.01

2) 독립변수와 종속변수 간 상관관계

(1) 참여 및 인구특성 변수와 지역공동체의식의 상관관계 분석

참여 및 인구특성 독립변수와 지역공동체의식의 상관관계는 아래 <표 13>과 같다. 종속변수인 지역공동체의식과 유의미한 상관관계를 보이는 변수들은 참여유형, 참여 기간, 참여 수, 적극성, 연령, 교육수준으로 나타났다.

<표 13> 참여 및 인구특성 독립변수와 지역공동체의식의 상관관계 분석

	참여 유형	참여 기간	참여 수	적극성	성별	연령	결혼 여부	자녀 여부	자녀 연령	교육 수준	소득 수준	공동체의식
참여 유형	1											
참여 기간	-.312**	1										
참여수	-.235*	.391**	1									
적극성	-.504**	.403**	.337**	1								
성별	-.010	-.017	.052	-.128	1							
연령	-.219*	.114	-.079	.213*	.094	1						
결혼	-.202*	.122	-.114	.068	.239**	.714**	1					
자녀	-.125	.098	-.085	.078	.212**	.630**	.827**	1				
자녀 연령	-.121	.096	-.060	.107	.186**	.810**	.842**	.825**	1			
교육	-.070	.076	.249**	.063	-.128	-.325**	-.301**	-.245**	-.364**	1		
소득	-.101	.215*	-.051	.046	.103	-.120	-.005	-.035	-.042	.179**	1	
공동체의식	-.325**	.384**	.244*	.484**	.025	.185**	.135	.109	.120	.148*	.117	1

* p<.05, ** p<.01

(2) 주거특성 변수 및 지역사회태도 변수와 지역공동체의식의 상관관계 분석

주거특성 및 지역사회태도 독립변수와 지역공동체의식의 상관관계는 아래 <표 14>와 같다. 종속변수인 지역공동체의식과 유의미한 상관관계를 보이는 변수들은 지역사회태도 요인인 지역사회문제 평가, 지역사회 시설 및 서비스 만족도 변수로 나타났다.

<표 14> 주거특성 및 지역사회태도 변수와 지역공동체의식의 상관관계

	거주기간	지역문제	지역만족도	지역 공동체의식
거주기간	1			
지역문제	.080	1		
지역만족도	.056	.064	1	
지역 공동체의식	-.027	-.182**	.271**	1

*p<.05, **p<.01

3. 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식 분석

1) 단순회귀분석(Simple regression analysis)

커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴 보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 분석에 사용된 회귀모형은 아래와 같다.

지역공동체의식 = f(커뮤니티 비즈니스 참여요인)

$$Y_{i(1+2+3+4)} = a + b_1X_1 \quad (a \text{는 상수})$$

$Y_{i(1+2+3+4)}$: 공동체의식

(Y_1 : 욕구의 충족감, Y_2 : 연대감, Y_3 : 소속감 및 상호영향의식,

Y_4 : 정서적 친밀감)

X_1 : 커뮤니티 비즈니스 참여여부 (참여=1, 비 참여=0)

커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식의 단순회귀분석 결과는 <표 15>와 같다. 참여는 지역공동체의식 및 지역공동체의식의 하위 구성 요인인 욕구의 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감에 모두 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 15> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식의 단순회귀분석

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	모형요약
		B	SE	베타			
지역공동체 의식	(상수)	2.917	.062		46.958	.000	R= .375, R ² = .141, Adjusted R ² = .136
	참여	.483	0.85	.375	5.718	.000	추정값의SE= .59896, F-value = 32.696***
욕구의 충족감	(상수)	2.735	.070		39.305	.000	R= .295, R ² = .087, Adjusted R ² = .083
	참여	.429	0.96	.295	4.448	.000	추정값의SE= .69583, F-value = 19.787***
연대감	(상수)	3.423	.074		46.265	.000	R= .216, R ² = .047, Adjusted R ² = .042
	참여	.326	0.102	.216	3.181	.002	추정값의SE= .73994, F-value = 10.117***
소속감 및 상호영향의식	(상수)	2.701	.066		40.747	.000	R= .412, R ² = .170, Adjusted R ² = .166
	참여	.578	0.090	.412	6.403	.000	추정값의SE= .63926, F-value = 41.001***
정서적 친밀감	(상수)	2.798	.073		38.109	.000	R= .385, R ² = .149, Adjusted R ² = .144
	참여	.611	0.102	.385	6.009	.000	추정값의SE= .73407, F-value = 36.103***

2) 다중회귀분석(Multiple regression analysis)

커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석에 사용된 회귀모형은 아래와 같다.

지역공동체의식 = f(커뮤니티 비즈니스 참여요인, 인구통계학적 요인, 사회경제학적 요인, 주거특성 요인, 지역사회태도 요인)

$$Y_{i(1+2+3+4)} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + b_{13}X_{13} + b_{14}X_{14} + \varepsilon$$

<표 16> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식
다중회귀식 변수

구분	내용
지역공동체의식 (종속변수)	$Y_{i(1+2+3+4)}$: 공동체의식 Y_1 : 욕구의 충족감, Y_2 : 연대감, Y_3 : 상호영향의식, Y_4 : 정서적 친밀감
커뮤니티 비즈니스 참여요인	X_1 : 참여여부(비 참여=0, 참여=1)
인구사회학적 요인	X_2 : 성별(남자=0, 여자=1), X_3 : 연령, X_4 : 결혼유무(미혼=0, 기혼=1), X_5 : 자녀 수, X_6 : 자녀연령, X_7 : 소득수준, X_8 : 교육수준
주거특성 요인	X_9 : 거주기간, X_{10} : 거주지역(0~5의 더미변수), X_{11} : 주택소유형태(0~3의 더미변수) X_{12} : 주택유형(0~4의 더미변수)
지역사회태도 요인	X_{13} : 지역사회문제평가, X_{14} : 지역사회 시설 및 서비스만족도

(1) 커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식에 미치는 영향에 대한 분석은 다음 <표 17>과 같다. 이 분석 결과는 ‘커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미칠 것이다.’ 라는 가설 1을 지지해주고 있다($p < .01$). 커뮤니티 비즈니스에 참여를 하는 경우 그렇지 않은 경우보다 지역공동체의식이 좀 더 높다고 할 수 있다($B = .458$).

참여 이외의 일부 기타변수들도 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인구사회학적 요인으로는 교육수준, 주거특성 요인으로는 거주지역 중 최근 이사한 곳과 주택소유 형태 중 기타, 지역사회태도 요인으로는 지역사회문제 평가 및 지역시설 및 서비스 만족도가 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미쳤다.

한편, 회귀분석 결과 독립변수들이 종속변수를 36%($R^2 = .361$) 설명해주고 있고 이는 $p < .01$ 수준에서 유의미하기 때문에 이 모형은 커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따른 지역공동체의식을 어느 정도 설명해주고 있다고 할 수 있다. 또한 공차한계가 0.1보다 작거나 VIF 값이 10을 넘는 변수들이 없으므로, 독립변수 간에 다중공선성의 문제도 없다고 할 수 있다.

<표 17> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 지역공동체의식

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	1.516	.355		4.270	.000		
참여	.458	.081	.355	5.638	.000***	.900	1.111
성별	-.055	.093	-.038	-.597	.551	.867	1.153
연령	.143	.061	.247	2.328	.021	.317	3.156
결혼 여부	.199	.208	.127	.960	.338	.204	4.893

자녀 여부	.001	.083	.001	.007	.994	.218	4.591	
자녀 연령	-.042	.063	-.104	-.660	.510	.145	6.891	
교육 수준	.255	.088	.197	2.894	.004***	.770	1.299	
소득 수준	.020	.028	.049	.721	.472	.778	1.285	
거주 기간	.000	.004	.003	.045	.964	.747	1.338	
거 주 지 역	부모 태어 남	.170	.136	.079	1.253	.212	.895	1.117
	자란 곳	-.039	.238	-.010	-.162	.871	.902	1.108
	최근 이사	-.163	.160	-.066	-1.014	.312	.833	1.200
		.163	.097	.112	1.675	.096*	.795	1.258
주 택	전세	-.064	.100	-.046	-.639	.523	.700	1.428
	월세	.071	.138	.038	.510	.611	.646	1.548
소 유	기타	-.388	.229	-.118	-1.692	.092*	.740	1.352
주 택 유 형	다세 대	.032	.107	.023	.299	.765	.615	1.625
	단독	-.068	.123	-.040	-.553	.581	.686	1.457
	빌라	-.165	.135	-.081	-1.218	.225	.799	1.252
	기타	.239	.228	.077	1.048	.296	.664	1.506
지역 문제	-.097	.041	-.151	-2.387	.018**	.891	1.122	
지역 만족	.192	.046	.271	4.198	.000***	.856	1.168	
표본수(N)		209		R ²		.361		
F값		4.597***		Adj-R ²		.283		

주1) * p<.1, ** p<.05, *** p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 ‘이사 온 지 오래된 곳이다’, 주택소유는 ‘자가’, 주택유형은 ‘아파트’이다.

(2) 커뮤니티 비즈니스 참여여부가 욕구의 충족감에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식의 하위 구성요소인 ‘욕구의 충족감’에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 18> 같다. 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미친다는 앞의 분석과 마찬가지로, 커뮤니티 비즈니스 참여는 욕구의 충족감에도 유의미한 영향을 미쳤다($p < .01$). 커뮤니티 비즈니스에 참여한 경우 그렇지 않은 경우보다 욕구의 충족감이 높다는 결과를 보여주고 있다($B = .392$).

커뮤니티 비즈니스 참여여부와 욕구의 충족감의 다중회귀 분석 결과 $F = 3.603$ 으로 통계적으로 유의미하였으며, 이 모형은 $R^2 = .299$ 으로 나타나 약 30%의 설명력을 지니고 있다.

기타변수로는 연령이 많을수록($B = .171, p < .05$), 교육수준이 높을수록($B = .327, p < .01$), 지역사회 시설 및 서비스에 대한 만족도가 높을수록($B = .269, p < .01$) 욕구의 충족감에 유의미한 영향을 미친다는 결과가 나타났다. 특히, 욕구의 충족감은 지역사회로부터 얻는 보상과 충족감을 의미하므로 지역사회 시설 및 서비스 만족도는 이와 관련이 있다고 해석할 수 있다.

<표 18> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 욕구의 충족감

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	.845	.412	.270	2.052	.042		
참여	.392	.094	-.046	4.188	.000***	.904	1.106
성별	-.074	.107	.265	-.691	.491	.855	1.170

연령		.171	.072	.122	2.375	.019**	.303	3.304
결혼		.211	.241	-.052	.874	.383	.193	5.187
여부								
자녀		-.037	.095	-.183	-.389	.698	.215	4.661
여부								
자녀		-.082	.073	.224	-1.118	.265	.141	7.067
연령								
교육		.327	.103	.045	3.176	.002***	.760	1.316
수준								
소득		.021	.033	.110	.646	.519	.777	1.287
수준								
거주		.007	.004	.010	1.550	.123	.743	1.345
기간								
거주지역	부모	.025	.160	.008	.158	.875	.897	1.115
	태어							
	남	.036	.281	-.072	.128	.899	.902	1.108
	자란							
곳	최근	-.202	.187	.103	-1.081	.281	.850	1.176
	이사							
주택	전세	-.063	.116	.053	-.543	.588	.695	1.439
	월세	.108	.159	-.040	.679	.498	.619	1.616
소유	기타	-.151	.267	.078	-.565	.573	.753	1.328
주택유형	다세	.122	.123	-.034	.993	.322	.615	1.626
	대							
	단독	-.065	.143	-.045	-.456	.649	.696	1.436
	빌라	-.104	.159	-.011	-.656	.513	.799	1.252
기타	-.035	.248	-.056	-.143	.887	.647	1.545	
지역		-.040	.047	.336	-.859	.392	.898	1.114
문제								
지역		.269	.053		5.074	.000***	.861	1.161
만족								

표본수(N)	209	R ²	.299
F값	3.603***	Adj-R ²	.216

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

(3) 커뮤니티 비즈니스 참여여부가 연대감에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식의 하위요소인 연대감에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과는 <표 19>와 같다. 커뮤니티 비즈니스 참여는 연대감에 유의미한 영향을 미쳤으며 (p<.01), 참여를 한 경우 참여하지 않은 경우보다 연대감이 높게 나타났다(B=.311). 또한 커뮤니티 비즈니스 참여의 베타(Beta)값은 .206으로 다른 변수들 중에서 연대감에 가장 많은 영향을 주고 있다. 이 모형은 R²=.242로 약 24%의 설명력을 지니고 있다.

기타통제변수의 경우 연령이 증가할수록(B=.209, p<.01), 교육수준이 높을수록(B=.190, p<.1), 지역사회문제가 심각하지 않다고 평가할수록(B=-.110, p<.05), 지역시설 및 서비스의 만족도가 높을수록(B=.099, p<.1) 연대감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 19> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 연대감

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	2.293	.446		5.146	.000		
참여	.311	.101	.206	3.072	.002***	.904	1.106
성별	.082	.116	.049	.707	.481	.855	1.170
연령	.209	.078	.311	2.683	.008***	.303	3.304
결혼 여부	-.127	.261	-.071	-.489	.626	.193	5.187
자녀	.062	.103	.083	.599	.550	.215	4.661

여부								
자녀 연령	-.002	.079	-.003	-.019	.985	.141	7.067	
교육 수준	.190	.111	.125	1.711	.089*	.760	1.316	
소득 수준	.028	.036	.056	.774	.440	.777	1.287	
거주 기간	-.005	.005	-.084	-1.133	.259	.743	1.345	
거주 지역	부모 태어 남 자란 곳	.190	.173	.074	1.097	.274	.897	1.115
	최근 이사	-.024	.304	-.005	-.078	.938	.902	1.108
		-.254	.202	-.087	-1.253	.212	.850	1.176
		.086	.120	.051	.714	.476	.806	1.241
주택 소유	전세	-.151	.125	-.093	-1.209	.228	.695	1.439
	월세	.096	.172	.045	.556	.579	.619	1.616
	기타	-.435	.289	-.111	-1.503	.135	.753	1.328
주택 유형	다세 대	-.046	.133	-.028	-.344	.732	.615	1.626
	단독	-.082	.155	-.041	-.530	.597	.696	1.436
	빌라	-.238	.172	-.099	-1.381	.169	.799	1.252
	기타	.231	.268	.068	.860	.391	.647	1.545
지역 문제	-.110	.051	-.145	-2.154	.033**	.898	1.114	
지역 만족	.099	.057	.119	1.727	.086*	.861	1.161	
표본수(N)		209		R ²		.242		
F값		2.694***		Adj-R ²		.152		

주1) * p<.1, ** p<.05, *** p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는

‘자가’, 주택유형은 ‘아파트’이다.

(4) 커뮤니티 비즈니스 참여여부가 소속감 및 상호영향의식에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식의 하위요소인 소속감 및 상호영향의식에 미치는 관계를 분석한 결과는 <표 20>과 같다. 소속감 및 상호영향의식의 경우에도 참여여부가 유의미한 영향을 미쳤으며($p < .01$), 이 모형의 설명력은 $R^2 = .356$ 으로 약 36%정도이다.

기타변수의 경우 교육수준이 높을수록($B = .236, p < .05$), 지역사회문제의 심각성 평가가 낮을수록($B = -.138, p < .01$), 지역사회의 시설 및 서비스 만족도가 높을수록($B = .165, p < .01$) 소속감 및 상호영향의식에 유의미한 영향을 미쳤다. 그런데 거주지역 중에서 ‘최근 이사한 곳’이라는 변수도 소속감 및 상호영향의식에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다($B = .234, p < .05$). 김경준(1998)의 연구결과의 경우 ‘고향인 경우’, ‘오래 거주한 경우’, ‘최근 이사 온 곳’ 순으로 공동체의식 수준이 낮아졌으나, 본 연구의 분석결과는 이와 다른 결과도 출되었다.

<표 20> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 소속감 및 상호영향의식

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	1.621	.387		4.187	.000		
참여	.561	.089	.401	6.332	.000***	.900	1.111
성별	-.129	.101	-.082	-1.276	.203	.867	1.153
연령	.071	.067	.113	1.061	.290	.317	3.156
결혼	.292	.226	.171	1.289	.199	.204	4.893

여부								
자녀								
여부	-.034	.090	-.049	-.380	.704	.218	4.591	
자녀								
연령	.003	.069	.008	.050	.960	.145	6.891	
교육								
수준	.236	.096	.168	2.457	.015**	.770	1.299	
소득								
수준	.019	.031	.042	.616	.539	.778	1.285	
거주								
기간	.000	.004	-.003	-.046	.964	.747	1.338	
거주지역	부모	.216	.148	.093	1.459	.146	.895	1.117
	태어							
	남	-.309	.260	-.075	-1.189	.236	.902	1.108
	자란							
	곳	-.108	.175	-.040	-.616	.539	.833	1.200
주택소유	최근							
	이사	.234	.106	.148	2.204	.029**	.795	1.258
주택소유	전세	-.066	.109	-.044	-.608	.544	.700	1.428
	월세	.011	.151	.005	.072	.942	.646	1.548
	기타	-.339	.250	-.095	-1.356	.177	.740	1.352
주택유형	다세							
	대	.013	.116	.009	.115	.908	.615	1.625
	단독	-.099	.134	-.054	-.744	.458	.686	1.457
	빌라	-.055	.148	-.025	-.370	.712	.799	1.252
지역문제	기타	.143	.249	.042	.573	.567	.664	1.506
	지역							
문제	-.138	.044	-.198	-3.112	.002***	.891	1.122	
지역								
만족	.165	.050	.214	3.296	.001***	.856	1.168	
표본수(N)		209		R ²		.356		
F값		4.489***		Adj-R ²		.276		

주1) * p<.1, ** p<.05, *** p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

(5) 커뮤니티 비즈니스 참여여부가 정서적 친밀감에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여여부가 지역공동체의식의 하위요소인 정서적 친밀감에 미치는 영향은 다른 요소들과 마찬가지로 참여여부가 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며(p<.01), 이 모형은 R²=.328로 약 33%의 설명력을 지니고 있다.

독립변수인 참여여부 이외에도 기타 통제변수로는 연령이 많을수록(B=.132, p<.1), 교육수준이 높을수록(B=.301, p<.01) 정서적 친밀감에 유의미한 영향을 미쳤다. 한편, 주택소유 형태가 '기타'에 해당하는 경우 정서적 친밀감이 다른 주택소유 형태보다 낮게 나타났다(B=-.510, p<.1).

<표 21> 커뮤니티 비즈니스 참여여부와 정서적 친밀감

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	1.239	.440		2.813	.005		
참여	.588	.100	.371	5.868	.000***	.904	1.106
성별	-.082	.114	-.047	-.719	.473	.855	1.170
연령	.132	.077	.188	1.723	.087*	.303	3.304
결혼 여부	.354	.258	.188	1.372	.172	.193	5.187
자녀 여부	.026	.102	.034	.260	.795	.215	4.661
자녀 연령	-.080	.078	-.164	-1.024	.307	.141	7.067

교육 수준	.301	.110	.189	2.737	.007***	.760	1.316
소득 수준	.007	.035	.014	.202	.840	.777	1.287
거주 기간	4.415E-06	.005	.000	.001	.999	.743	1.345
거주 지역	부모 태어난 자란 곳	.224	.171	.083	1.313	.191	.897
	최근 이사	.131	.300	.028	.436	.663	.902
		-.061	.200	-.020	-.307	.759	.850
		.100	.119	.056	.837	.404	.806
주택 소유	전세	.009	.124	.005	.071	.944	.695
	월세	.096	.170	.043	.564	.573	.619
	기타	-.510	.286	-.123	-1.783	.076*	.753
주택 유형	다세대	.072	.132	.042	.546	.586	.615
	단독	-.001	.153	-.001	-.007	.994	.696
	빌라	-.256	.170	-.101	-1.506	.134	.799
	기타	.338	.265	.095	1.277	.203	.647
지역 문제	-.102	.050	-.129	-2.027	.044**	.898	1.114
지역 만족	.216	.057	.247	3.817	.000***	.861	1.161
표본수(N)		209		R ²		.328	
F값		4.123***		Adj-R ²		.248	

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

4. 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식 분석

1) 단순회귀분석(Simple regression analysis)

커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 분석에 사용된 회귀모형은 아래와 같다.

지역공동체의식 = f(커뮤니티 비즈니스 참여요인)

$$Y_{i(1+2+3+4)} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$Y_{i(1+2+3+4)}$: 공동체의식

(Y_1 : 욕구의 충족감, Y_2 : 연대감, Y_3 : 소속감 및 상호영향의식, Y_4 : 정서적 친밀감)

X_1 : 참여유형(운영자=0, 이용자=1)

X_2 : 참여수준

X_3 : 참여기간(가끔씩~지속적으로 6개월 미만=0, 6개월~2년 이상=1)

X_4 : 참여기업 수(1개=0, 2개 이상=1)

(1) 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여자를 대상으로 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위한 단순회귀분석 결과는 <표 22>와 같다. 지역공동체의식 및 지역공동체의식의 하위구성요소인 욕구의 충족감, 연

대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감은 모두 공통적으로 참여의 적극성과 참여기간에 유의미한 영향을 받는 것으로 나타났다. 단순회귀 분석 결과 참여의 유형과 참여 기업의 수는 지역공동체의식 및 지역공동체의식 하위요소에 유의미한 영향을 주지 못하였다.

<표 22> 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식의 단순회귀분석

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	모형요약
		B	SE	베타			
지역공동체의식	(상수)	2.728	.235		11.618	.000	R=.564, R ² = .319 Adjusted R ² = .292 추정값의 SE= .51850 F-value = 12.153***
	참여 유형	-.100	.135	-.071	-.745	.458	
	적극성	.188	.054	.340	3.469	.001***	
	참여 기간	.360	.113	.291	3.190	.002***	
	참여 수	.019	.112	.015	.171	.864	
욕구의충족감	(상수)	2.653	.287		9.243	.000	R= .439, R ² = .193 Adjusted R ² = .162 추정값의 SE= .63382 F-value = 6.221***
	참여 유형	-.118	.165	-.074	-.713	.477	
	적극성	.136	.066	.219	2.054	.042**	
	참여 기간	.299	.138	.215	2.168	.032**	
	참여 수	.116	.137	.083	.847	.399	
연대감	(상수)	3.225	.286		11.259	.000	R= .440 R ² = .194 Adjusted R ² = .163

	참여 유형	-.112	.164	-.071	-.684	.496	추정값의 SE= .63237 F-value = 6.253***
	적극성	.162	.066	.260	2.439	.016**	
	참여 기간	.371	.138	.267	2.697	.008***	
	참여 수	-.129	.137	-.092	-.939	.350	
소속감 및 상호 영향의식	(상수)	2.398	.246		9.729	.000	R= .599 R ² = .359 Adjusted R ² = .335 추정값의 SE= .54424 F-value = 14.582***
	참여 유형	-.040	.141	-.026	-.286	.776	
	적극성	.236	.057	.393	4.136	.000***	
	참여 기간	.434	.118	.323	3.660	.000***	
	참여 수	-.017	.118	-.012	-.143	.887	
정서적 친밀감	(상수)	2.637	.314		8.441	.000	R= .506, R ² = .256 Adjusted R ² = .227 추정값의 SE= .69228 F-value = 8.928***
	참여 유형	-.131	.180	-.072	-.729	.468	
	적극성	.220	.073	.311	3.033	.003***	
	참여 기간	.336	.151	.212	2.231	.028**	
	참여 수	.106	.150	.066	.707	.481	

2) 다중회귀분석(Multiple regression analysis)

커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴 보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석에 사용된 회귀모형은 아래와 같다.

지역공동체의식 = f(커뮤니티 비즈니스 참여요인, 인구통계학적 요인, 사회경제학적 요인, 주거특성 요인, 지역사회태도 요인)

$$Y_{i(1+2+3+4)} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + b_{13}X_{13} + b_{14}X_{14} + b_{15}X_{15} + b_{16}X_{16} + b_{17}X_{17} + \varepsilon$$

<표 23> 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식 다중회귀식 변수

구분	내용
지역공동체의식 (종속변수)	$Y_{i(1+2+3+4)}$: 지역공동체의식 Y_1 : 욕구의 충족감, Y_2 : 연대감, Y_3 : 상호영향의식, Y_4 : 정서적 친밀감
커뮤니티 비즈니스 참여요인	X_1 : 참여유형(운영자=0, 이용자=1) X_2 : 참여수준 X_3 : 참여기간(가끔씩~지속적으로 6개월 미만=0, 6개월~2년 이상=1으로 더미변수로 변환) X_4 : 참여기업 수(1개= 0, 2개 이상=1으로 더미변수로 변환)
인구사회학적 요인	X_5 : 성별(남자=0, 여자=1), X_6 : 연령, X_7 : 결혼유무(미혼=0, 기혼=1), X_8 : 자녀 수, X_9 : 자녀연령, X_{10} : 소득수준, X_{11} : 교육수준

주거특성 요인	X ₁₂ : 거주기간 X ₁₃ : 거주지역(0~5의 더미변수) X ₁₄ : 주택소유형태(0~3의 더미변수) X ₁₅ : 주택유형(0~4의 더미변수)
지역사회태도 요인	X ₁₆ : 지역사회문제평가 X ₁₇ : 지역사회 시설 및 서비스만족도

(1) 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과는 <표 24>와 같다. 참여의 변수 중에서는 참여의 적극성만이 유의미하게 나타나(B=.171, p<.01), 참여를 적극적으로 할수록 지역공동체의식이 높다고 해석할 수 있다. 참여유형·적극성·참여기간이 지역공동체의식에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않았다. 한편, 이 모형의 R²=.538로서 어느 정도 설명력을 지니고 있다고 할 수 있다.

기타 통제변수로는 주택소유형태 중 ‘기타’ 변수와(B=-.703, p<.05), 지역사회 문제의 심각도 평가(B=-.131, p<.05)가 지역공동체의식에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다.

<표 24> 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	2.115	.531		3.985	.000		
참여 유형	-.024	.144	-.017	-.168	.867	.540	1.851
적극성	.171	.056	.309	3.048	.003***	.543	1.842
참여	.186	.122	.151	1.524	.131	.571	1.751

기간								
참여 수	.081	.120	.065	.679	.499	.608	1.646	
성별	-.012	.123	-.008	-.100	.920	.779	1.283	
연령	-.008	.081	-.015	-.103	.918	.258	3.877	
결혼 여부	.314	.257	.212	1.219	.226	.185	5.417	
자녀 여부	-.063	.117	-.098	-.541	.590	.168	5.951	
자녀 연령	.049	.075	.130	.652	.516	.139	7.189	
교육 수준	.165	.115	.133	1.432	.156	.643	1.555	
소득 수준	.027	.038	.069	.724	.471	.620	1.612	
거주 기간	-.002	.005	-.032	-.330	.742	.585	1.709	
거 주 지 역	부모 태어 남 자란 곳	.154	.172	.076	.897	.372	.784	1.275
	최근 이사	.074	.248	.025	.299	.766	.781	1.281
		-.290	.196	-.130	-1.483	.142	.722	1.384
		.038	.133	.027	.283	.778	.632	1.583
주 택 소 유	전세	-.009	.120	-.006	-.073	.942	.713	1.402
	월세	.102	.179	.057	.571	.570	.552	1.812
	기타	-.703	.285	-.240	-2.462	.016**	.588	1.700
주 택 유 형	다세 대	.002	.136	.001	.014	.989	.557	1.796
	단독	-.166	.158	-.098	-1.046	.299	.636	1.572
	빌라	-.246	.173	-.130	-1.420	.159	.664	1.505
	기타	.481	.338	.147	1.425	.158	.521	1.921
지역	-.131	.055	-.210	-2.383	.019**	.717	1.394	

문제 지역 만족	.093	.062	.135	1.508	.135	.693	1.443
표본수(N)	109		R ²		.538		
F값	3.859***		Adj-R ²		.398		

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

(2) 커뮤니티 비즈니스 참여가 욕구의 충족감에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여가 욕구의 충족감에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과는 <표 25>와 같다. 분석 결과 참여 변수는 욕구의 충족감에 유의미한 영향을 미치지 못한 것으로 나타나 '커뮤니티 비즈니스 참여유형, 참여수준, 참여기간, 참여 수에 따라 욕구의 충족감이 다를 것이다'라는 가설1-1), 가설1-2), 가설1-3), 가설1-4)을 모두 지지하지 못하였다. 회귀분석 결과를 보면 독립변수가 지역공동체의식을 R²=.401, 약 40%정도 설명해주고 있으며, 이는 통계적으로 유의하다(p<.01).

기타 통제변수로서 거주지역 중 '태어나지는 않았으나 내가 자란 곳이다.'라는 변수(B=-.516, p<.05)와 지역사회 시설 및 서비스 만족도(B=.214, p<.01)가 욕구의 충족감에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다. 앞에서 보았듯이 욕구의 충족감은 지역사회로부터 느끼는 보상 및 충족감을 의미하므로 지역사회 시설 및 서비스 만족도가 높아질수록 욕구의 충족감도 증가한다고 볼 수 있다.

<표 25> 커뮤니티 비즈니스 참여와 욕구의 충족감

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량
----	---	-----	----	---	-------	---------

						공차	VIF	
(상수)	1.487	.679		2.192	.031			
참여 유형	-.108	.185	-.068	-.587	.558	.540	1.851	
적극성	.096	.072	.154	1.340	.184	.543	1.842	
참여 기간	.179	.156	.128	1.142	.257	.571	1.751	
참여 수	.139	.153	.099	.911	.365	.608	1.646	
성별	.004	.158	.002	.023	.982	.779	1.283	
연령	.043	.103	.070	.419	.677	.258	3.877	
결혼 여부	.339	.329	.204	1.030	.306	.185	5.417	
자녀 여부	-.146	.150	-.202	-.976	.332	.168	5.951	
자녀 연령	.052	.096	.123	.540	.591	.139	7.189	
교육 수준	.245	.147	.176	1.659	.101	.643	1.555	
소득 수준	.020	.048	.046	.423	.673	.620	1.612	
거주 기간	.000	.006	.006	.050	.960	.585	1.709	
거 주 지 역	부모 태어 남	.067	.219	.029	.305	.761	.784	1.275
	자란 곳	.064	.317	.020	.204	.839	.781	1.281
	최근 이사	-.516	.250	-.206	-2.061	.042**	.722	1.384
		.106	.171	.066	.619	.537	.632	1.583
주 택 소	전세	.006	.154	.004	.039	.969	.713	1.402
	월세	.289	.229	.145	1.264	.210	.552	1.812
	기타	-.413	.365	-.125	-1.132	.261	.588	1.700

유								
주택유형	다세대	.005	.174	.003	.027	.978	.557	1.796
	단독	-.140	.202	-.073	-.690	.492	.636	1.572
	빌라	-.068	.222	-.032	-.306	.760	.664	1.505
	기타	.045	.432	.012	.105	.916	.521	1.921
지역문제	-.082	.070	-.117	-1.169	.246	.717	1.394	
지역만족	.214	.079	.276	2.706	.008***	.693	1.443	
표본수(N)		109		R ²		.401		
F값		2.223***		Adj-R ²		.221		

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

(3) 커뮤니티 비즈니스 참여가 연대감에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여가 연대감에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보기 위한 다중회귀분석 결과는 <표 26>과 같다. 분석결과 참여를 적극적으로 할수록(B=.155, p<.05), 참여기간이 길수록(B=.254, p<.1) 연대감이 높아지는 것을 보여주고 있어 이는 '커뮤니티 비즈니스 참여수준, 참여 기간에 따라 연대감이 다를 것이다'라는 가설 2-2)와 가설2-3)을 지지하는 것으로 보인다. 한편, R²=.493으로서 독립변수들이 연대감을 약 50%정도로 설명하고 있다.

기타 통제변수로는 거주지역 중 '태어나지는 않았지만 자란 곳'이라는 변수(B=-.391, p<.1)와 주택소유형태 중 '기타'변수(B=-.838, p<.05)가 통계적으로 유의미한 결과를 보여주었다.

<표 26> 커뮤니티 비즈니스 참여와 연대감

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량		
						공차	VIF	
(상수)	2.665	.623		4.274	.000			
참여 유형	.012	.170	.007	.068	.946	.540	1.851	
적극성	.155	.066	.250	2.352	.021**	.543	1.842	
참여 기간	.254	.144	.183	1.768	.081*	.571	1.751	
참여 수	-.049	.141	-.035	-.349	.728	.608	1.646	
성별	.173	.145	.106	1.192	.237	.779	1.283	
연령	.070	.095	.114	.741	.461	.258	3.877	
결혼 여부	-.094	.302	-.057	-.311	.756	.185	5.417	
자녀 여부	.126	.138	.174	.912	.364	.168	5.951	
자녀 연령	.028	.088	.067	.321	.749	.139	7.189	
교육 수준	.095	.135	.068	.698	.487	.643	1.555	
소득 수준	.053	.044	.118	1.185	.240	.620	1.612	
거주 기간	-.007	.006	-.122	-1.189	.238	.585	1.709	
거주 지역	부모 태어 남	.088	.202	.039	.439	.662	.784	1.275
	자란 곳	.070	.291	.021	.242	.809	.781	1.281
	최근 이사	-.391	.230	-.156	-1.700	.093*	.722	1.384
		-.184	.157	-.116	-1.176	.243	.632	1.583

주 택 소 유	전세	-.153	.141	-.100	-1.085	.281	.713	1.402
	월세	.189	.210	.095	.898	.372	.552	1.812
	기타	-.838	.335	-.255	-2.500	.014**	.588	1.700
주 택 유 형	다세 대	.016	.160	.010	.098	.922	.557	1.796
	단독	-.170	.186	-.090	-.915	.363	.636	1.572
	빌라	-.334	.204	-.158	-1.643	.104	.664	1.505
	기타	.342	.396	.093	.863	.391	.521	1.921
지역 문제	-.086	.064	-.123	-1.330	.187	.717	1.394	
지역 만족	-.025	.073	-.033	-.348	.729	.693	1.443	
표본수(N)		109			R ²		.493	
F 값		3.224***			Adj-R ²		.340	

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

(4) 커뮤니티 비즈니스 참여가 소속감 및 상호영향의식에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여가 소속감 및 상호영향의식에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 27>과 같다. 회귀분석 결과를 보면 독립변수들이 소속감 및 상호영향의식을 R²=.543으로 약 54%정도 설명해주고 있고, 이는 통계적으로 유의미하다(p<.01). 참여의 적극성(B=.234, p<.01)과 참여 기간(B=.222, p<.1)이 통계적으로 유의미한 결과를 보여주고 있어 이는 '커뮤니티 비즈니스 참여수준, 참여 기간에 따라 소속감 및 상호영향의식이 다를 것이다'라는 가설3-2)와 가설3-3)을 지지한다. 즉, 참여를 적극적으로 할수록, 참여 기간이 길수록 소속

감 및 상호영향의식은 증가한다고 할 수 있다.

한편, 기타 통제변수로는 결혼여부(B=.481, p<.1), 주택소유 형태 중 ‘기타’(B=-.639, p<.05), 주택유형 중 ‘기타’(B=.701, p<.1), 지역문제의 심각성 평가(B=-.153, p<.05)가 소속감 및 상호영향의식에 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤다.

<표 27> 커뮤니티 비즈니스 참여와 소속감 및 상호영향의식

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	2.217	.571		3.880	.000		
참여 유형	.050	.155	.032	.319	.750	.540	1.851
적극성	.234	.060	.391	3.884	.000***	.543	1.842
참여 기간	.222	.132	.165	1.683	.096*	.571	1.751
참여 수	.059	.129	.043	.454	.651	.608	1.646
성별	-.154	.133	-.098	-1.161	.249	.779	1.283
연령	-.093	.087	-.157	-1.072	.287	.258	3.877
결혼 여부	.481	.277	.300	1.737	.086*	.185	5.417
자녀 여부	-.146	.126	-.210	-1.158	.250	.168	5.951
자녀 연령	.100	.081	.247	1.241	.218	.139	7.189
교육 수준	.104	.124	.078	.839	.404	.643	1.555
소득 수준	.015	.041	.035	.367	.715	.620	1.612
거주 기간	-.002	.005	-.036	-.375	.709	.585	1.709

거주지역	부모	.289	.185	.131	1.565	.121	.784	1.275
	태어남	-.080	.267	-.025	-.300	.765	.781	1.281
	자란 곳	-.084	.211	-.035	-.397	.692	.722	1.384
	최근 이사	.232	.144	.151	1.615	.110	.632	1.583
주택소유	전세	.033	.129	.023	.257	.798	.713	1.402
	월세	-.041	.193	-.021	-.211	.833	.552	1.812
	기타	-.639	.307	-.201	-2.081	.040**	.588	1.700
주택유형	다세대	-.015	.146	-.010	-.101	.919	.557	1.796
	단독	-.217	.170	-.119	-1.276	.205	.636	1.572
	빌라	-.136	.187	-.066	-.729	.468	.664	1.505
	기타	.701	.363	.198	1.929	.057*	.521	1.921
지역문제		-.153	.059	-.227	-2.589	.011**	.717	1.394
지역만족		.060	.067	.081	.904	.369	.693	1.443
표본수(N)		109			R ²		.543	
F값		3.943***			Adj-R ²		.405	

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

(5) 커뮤니티 비즈니스 참여가 정서적 친밀감에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스 참여가 정서적 친밀감에 미치는 영향에 대해 다중회귀분석을 한 결과는 <표 28>과 같다. 참여의 변수 중 참여의 적극성(B=.198, p<.05)이 정서적 친밀감에 유의미한 영향을 미치는

것으로 나타나, ‘커뮤니티 비즈니스 참여수준에 따라 정서적 친밀감이 다를 것이다’라는 가설4-2)를 지지한다. 참여유형, 참여 기간, 참여 수는 정서적 친밀감에 유의한 영향을 미치지 못하였다. 한편, 이 회귀 모형은 $R^2=.464$ 로 약 46%의 설명력을 가지고 있다.

기타 통제변수로는 주택소유형태 중 ‘기타’($B=-.920$, $p<0.5$), 주택 유형 중 ‘빌라’($B=-.446$, $p<.1$), ‘기타’($B=.835$, $p<.1$), 지역사회문제 심각성 평가($B=-.203$, $p<.01$)변수가 정서적 친밀감에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 주택 유형 중 ‘빌라’ 및 ‘기타’ 유형에 거주하는 경우 정서적 친밀감이 낮다는 결과를 보여주었는데, 이는 주택유형에 따라 지역공동체의식이 달라진다는 김정준(1998)과 이형하(2005)의 선행연구와 일치하는 결과이다.

<표 28> 커뮤니티 비즈니스 참여와 정서적 친밀감

구분	B	S.E	베타	t	유의 확률	공선성 통계량	
						공차	VIF
(상수)	2.093	.730		2.868	.005		
참여 유형	-.050	.198	-.028	-.252	.802	.540	1.851
적극성	.198	.077	.280	2.572	.012**	.543	1.842
참여 기간	.091	.168	.058	.543	.588	.571	1.751
참여 수	.176	.165	.110	1.069	.288	.608	1.646
성별	-.072	.170	-.038	-.422	.674	.779	1.283
연령	-.054	.111	-.076	-.482	.631	.258	3.877
결혼 여부	.529	.354	.280	1.496	.138	.185	5.417
자녀 여부	-.087	.161	-.106	-.538	.592	.168	5.951
자녀	.015	.103	.032	.149	.882	.139	7.189

연령								
교육 수준	.217	.159	.137	1.370	.174	.643	1.555	
소득 수준	.022	.052	.042	.414	.680	.620	1.612	
거주 기간	.002	.007	.032	.302	.763	.585	1.709	
거주 지역	부모 태어난 자란 곳	.171	.236	.066	.726	.470	.784	1.275
	최근 이사	.241	.341	.064	.707	.481	.781	1.281
		-.171	.269	-.060	-.636	.526	.722	1.384
		-.002	.184	-.001	-.013	.990	.632	1.583
주택 소유	전세	.079	.165	.045	.476	.635	.713	1.402
	월세	-.029	.246	-.013	-.117	.907	.552	1.812
	기타	-.920	.392	-.246	-2.345	.021**	.588	1.700
주택 유형	다세대	.002	.187	.001	.012	.991	.557	1.796
	단독 빌라	-.135	.218	-.063	-.621	.536	.636	1.572
		-.446	.238	-.184	-1.871	.065*	.664	1.505
	기타	.835	.464	.200	1.799	.076*	.521	1.921
지역 문제	-.203	.076	-.254	-2.682	.009***	.717	1.394	
지역 만족	.124	.085	.141	1.461	.148	.693	1.443	
표본수(N)		109		R ²		.464		
F 값		2.875***		Adj-R ²		.303		

주1) *p<.1, **p<.05, ***p<.01

주2) 더미변수의 기준은 거주지역은 '이사 온 지 오래된 곳이다', 주택소유는 '자가', 주택유형은 '아파트'이다.

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 위해 2013년 5월 20일부터 2013년 5월 24일까지 5일간 서울시 관악구의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 일반 주민을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 그리고 커뮤니티 비즈니스와 지역공동체의식을 분석하기 위해 빈도분석, T-검정, F-검정, 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따라 지역공동체의식이 다르다는 결과가 도출되었다. 우선, 커뮤니티 비즈니스 참여자와 비참여자의 지역공동체의식 점수를 T-검정을 통해 비교한 결과 커뮤니티 비즈니스 참여자의 지역공동체의식 점수가 더 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의하였다. 그리고 커뮤니티 비즈니스 참여여부에 따른 지역공동체의식을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 하였다. 독립변수인 참여여부는 종속변수인 지역공동체의식과 지역공동체의식의 하위구성요소인 욕구의 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감 항목에서 모두 통계적으로 유의미한 영향을 미친다는 결과가 도출되었다. 따라서 ‘커뮤니티 비즈니스 참여는 지역공동체의식에 유의미한 영향을 미친다.’는 가설1이 지지되었다.

둘째, 커뮤니티 비즈니스 참여자를 대상으로 지역공동체의식을 분석하였다. 우선, 커뮤니티 비즈니스의 참여 유형, 참여 수준, 참여 기간, 참여 기업의 수에 따라 지역공동체의식이 달라지는 것을 살펴보기 위해 T-검정, F-검정을 실시하였는데, 그 결과 모든 항목에서 유의미

한 차이를 보였다. 또한 다중회귀분석을 통해 종속변수인 지역공동체의식과 참여의 관계를 살펴본 결과 ‘참여수준’으로 정의된 참여의 적극성 변수만이 통계적으로 유의하였다. 한편, 커뮤니티 비즈니스 참여가 욕구의 충족감에 미치는 영향에 대해서는 참여의 독립변수 중 유의한 변수가 존재하지 않았다. 연대감과 소속감 및 상호영향의식 변수에서는 공통적으로 ‘참여수준’과 ‘참여 기간’이 유의미하였다. ‘참여유형’은 지역공동체의식 및 지역공동체의식 하위요소에 유의미한 영향을 미치지 못하였는데, 이는 조사 데이터의 이용자보다 운영자가 상대적으로 적어서 이러한 결과가 도출되었을 가능성도 있다.

요약하자면, 커뮤니티 비즈니스 참여는 참여하지 않은 경우보다 지역공동체의식이 더 높았다. 그리고 커뮤니티 비즈니스 참여를 하는 경우에는 참여를 적극적으로 할수록, 참여 기간이 길수록 지역공동체의식이 높다는 결론을 얻었다.

제 2 절 연구의 의의

주민참여는 진정한 주민자치를 실현하기 위한 필수 전제 조건이다. 그러나 우리나라는 여전히 주민참여가 저조한 상황이고, 실질적인 주민자치도 이루어지지 못하고 있다. 그런데 점차 사회에서 발생하는 문제들은 정부가 단독으로 해결하기 어려운 것들이 많아지고 있으며, 또한 주민들 간의 협력이 필요한 문제들이 증가하고 있다.

커뮤니티 비즈니스는 지역주민들이 주민의 역량과 지역 자원을 활용하여 지역문제를 스스로 해결하고 창출된 이익을 지역에 환원하는 사업이다. 지역주민들이 자발적으로 지역문제를 해결하려는 커뮤니티 비즈니스는 지역공동체를 활성화하는 수단이 될 수 있다.

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여에 따른 지역공동체의식을 분석하였다. 그 결과 커뮤니티 비즈니스에 참여한 경우 참여하지 않은

경우보다 지역공동체의식이 높게 나타났다. 또한 커뮤니티 비즈니스에 참여하는 경우 참여를 적극적으로, 오랜 기간 할 경우 지역공동체의식이 더 높았다. 이에 본 연구는 지역공동체를 활성화하기 위한 일환으로서의 커뮤니티 비즈니스가 추구하는 목적 및 정당성에 대해 실증적으로 확인해보았다는 점에서 연구의 의의가 있다. 또한 지역공동체의식에 대한 기존의 연구 중에는 주민참여와 지역공동체의식 간의 관계를 다룬 연구는 있었지만 커뮤니티 비즈니스 참여를 대상으로 한 연구는 존재하지 않았다. 따라서 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식에 관한 연구를 탐색적으로 하였다는 점에서도 본 연구의 의의가 있다.

현재 정부는 마을공동체를 활성화하기 위한 지원사업을 활발히 진행하고 있다. 마을공동체 만들기 사업, 마을기업 및 협동조합 지원 정책 등이 그 예이다. 지역공동체를 활성화하기 위한 수단으로서 커뮤니티 비즈니스의 정당성을 확인한 본 연구에서는 마을기업을 활성화해야한다는 정책적 시사점을 제공한다.

제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구의 한계 및 향후 연구방향은 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 대상인 커뮤니티 비즈니스 참여자가 제한되어있다는 점이다. 본 연구는 커뮤니티 비즈니스 참여자를 서울시 관악구로 한정하여 분석 대상이 제한되었다. 안전행정부의 보도 자료에 따르면 2012년 6월 기준으로 전국의 커뮤니티 비즈니스 사업체는 781개이다. 특정 지역의 커뮤니티 비즈니스 참여자와 비참여자를 대상으로 지역공동체의식을 측정하고 분석한 본 연구는, 연구 대상의 제한으로 인해 연구결과를 일반화하기 어렵다는 한계가 존재한다. 따

라서 향후 연구에서는 서울시 관악구 이외의 지역으로 연구 범위와 대상을 확대할 필요가 있다.

둘째, 설문조사 방식을 통한 연구 분석 자료수집의 한계이다. 설문 의 응답자가 설문을 정확히 이해하고 응답을 했는지에 대해 설문조사 연구방법의 근본적인 한계가 존재한다. 이러한 한계를 극복하기 위해 향후 심층 면접 및 인터뷰를 통한 추가적인 분석이 필요하다.

셋째, 역의 인과관계(reverse causality) 문제이다. 본 연구의 분석 결과 커뮤니티 비즈니스 참여자는 비참여자보다 지역공동체의식이 더 높았다. 그러나 이는 지역공동체의식이 높은 사람이 커뮤니티 비즈니스 참여를 적극적으로 하여 나타난 결과일 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 도구변수를 통한 역의 인과관계 문제를 해결해야 할 필요가 있다.

넷째, 커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식의 관계를 살펴본 본 연구를 바탕으로 연구를 확장할 수 있다. 예를 들어 지역공동체 의식을 매개로 하여 커뮤니티 비즈니스 참여가 사회적 자본 및 정부신뢰에 미치는 효과 등을 연구해 볼 수 있다.

참고 문헌

국내 문헌

- 강인성. (2008). 일반논문 : 지방정부 주민참여제도의 정책과정과 참여유형에 따른 영향력 분석: 16개 광역자치단체를 중심으로. *韓國行政學報*, 42(3), 215-238.
- 강철희. (2002). 지역사회결속력(Community Solidarity)에 대한 탐색적 연구. *한국사회복지학*, 48, 42-81.
- 고은정·이경환·안건혁. (2006). 담장 허물기 사업으로 인한 보행환경의 변화가 커뮤니티 의식에 미치는 영향. *한국도시설계학회지*, 7(4).
- 곽현근. (2004). 동네조직 참여의 영향요인 및 심리적 효과. *지방정부연구*, 8(4), 381-405.
- 곽현근·유현숙. (2011). 지역사회 주민조직 참여가 인지적 사회자본에 미치는 영향에 관한 연구. *한국공공관리학보*, 25(2), 61-91.
- 권순복. (1989). *都市共同社會의 形成과 發展方向 研究*. 국내박사학위논문, 漢陽大學校 大學院, 서울.
- 김경준. (1998). 지역사회 주민의 공동체의식에 관한 연구. 국내박사학위논문, 서울대학교대학원, 서울.
- 김관보·이선영. (2011). 일반논문: 지방정부 예산과정 시민참여의 목표와 성과에 대한 영향 요인연구: 수원시 구조방정식 모형을 중심으로. *韓國行政學報*, 45(3), 279-304.
- 김광복·남진. (2005). 주택재개발아파트의 단지배치특성에 따른 임대주택거주자의 커뮤니티의식 분석. *國土計劃*, 40(7), 73-86.
- 김근호·이영창. (2012). 마을만들기 사업의 주민참여에 관한 주관적 인식유형. *한국디자인포럼*, 35(-), 27-38.
- 김남선·우룡. (1995). 아파트 단지 주민의 공동체의식형성 관련변인(關聯變因)에 관한 연구. *地域社會開發研究*, 20(1), 93-110.
- 김대건. (2011). 지역공동체의식이 협력적 갈등해결행태에 미치는 영향. *분*

- 쟁해결연구, 9(1), 67-93.
- 김동배·김형용. (2001). 지역통화운동이 지역사회 공동체의식 강화에 미치는 영향에 관한 연구. *한국사회복지학*, -(45), 40-71.
- 김선기. (2011). 커뮤니티 비즈니스의 사례. *地方行政*, 60(688), 32-35.
- 김성수·김경준. (1998). 지역사회 주민의 공동체의식에 관한 연구. *地域社會開發研究*, 23(2), 211-232.
- 김영수·박종안. (2009). 일반논문 : 한국 커뮤니티 비즈니스의 성공요소에 관한 사례연구-농촌체험 관광마을을 중심으로. *農村社會*, 19(2), 167-206.
- 김영수·이광우·권주형. (2008). 지역경제 활성화를 위한 사회적 기업에 관한 탐색적 연구: 커뮤니티 비즈니스를 중심으로. *지식경영연구*, 9(1), 77-96.
- 김윤호. (2010). 커뮤니티 비즈니스의 개념정립에 관한 연구. *한국사회와 행정연구*, 21(1), 275-299.
- 金子郁容·本間正明·山内直人·大澤眞知子·玄田有史. (2010). *커뮤니티비즈니스의 시대*. 서울: 이매진.
- 김종수. (2010). 도시 및 지역개발에서의 주민참여 확대방안. *한국정책연구*, 10(2), 51-67.
- 김종재. (1993). *都市民의 定住. 커뮤니티 意識에 관한 研究*. 국내박사학위논문, 全南大學校, 광주.
- 김혜민. (2010). 일반논문 : 일본 커뮤니티 비즈니스 조직의 제도화에 관한 연구: 니가타현 이와후네 지역 사례를 중심으로. *地方行政研究*, 24(3), 171-195.
- 나주몽. (2012). 연구논문 : 한국의 커뮤니티 비즈니스정책 추진과정과 지역차원의 과제. *地域開發研究*, 44(1), 141-160.
- 류태건. (2010). 부산광역시 수영구의 지방자치 삼고(三顧): 주민의사회참여, 주민참여, 주민평가를 중심으로. *大韓政治學會報*, 17(3), 49-79.
- 민현정. (2008). 지방자치에의 주민참여 활성화에 관한 연구. *한국거버넌스학회보*, 15(1), 255-288.
- 박가나. (2008). 청소년 참여활동이 공동체의식에 미치는 효과. 국내박사학위논문, 서울대학교대학원, 서울.
- 박용규·주영민·최홍·삼성경제연구소. (2009). *지역활성화의 새로운 대안, 커*

- 커뮤니티 비즈니스*. 서울: 삼성경제연구소.
- 박용규·최숙희·주영민. (2009). 커뮤니티 비즈니스와 지역경제 활성화. *Issue Paper*. 서울: 삼성경제연구원.
- 박세정. (2008). 주민참여 관점에서 본 주민자치센터: 현실과 향후과제. *社會科學研究*, 24(2), 135-151
- 박혜영·김정주. (2012). 사회적자본이 지역주민의 만족도와 공동체의식에 미치는 영향 분석. *한국거버넌스학회보*, 19(3), 47-66.
- 백조연·홍형득. (2009). 지방정부의 온라인 주민참여수준과 영향요인에 관한 연구 : 공무원의 인식을 중심으로. *한국지방자치연구*, 11(1), 47-68.
- 변필성·윤영모. (2011). 지역기반 사회적기업 육성을 통한 낙후지역 발전연구. *국토연구원*.
- 성희자·전보경. (2006). 농촌 지역 주민의 공동체 의식에 관한 연구. *사회복지정책*, 27(-), 149-170.
- 양덕순·강영순. (2008). 지역공동체의식이 주민참여에 미치는 영향 분석. *韓國地方自治學會報*, 20(1), 71-89.
- 오승환. (2009). 도서주민의 지역공동체 의식에 미치는 영향요인. *한국지역사회복지학*, 28(-), 1-20.
- 오수길. (2008). 주민참여제도의 활용과 효능감 분석-시민사회단체의 경험과 인식을 중심으로. *한국행정논집*, 20(4), 1179-1208.
- 유재원. (1995). 지방자치의 정착을 위한 주민참여의 활성화 방안-자생조직적 주민참여방식의 모색. *한국행정연구원 연구보고서*.
- 유재원. (2003). 시민참여의 확대방안. *한국정책과학학회보*, 7(2), 105-125.
- 이경환. (2009). 근린의 보행 환경이 지역 주민의 커뮤니티 의식 형성에 미치는 영향. *대한건축학회 논문집 : 계획계*, 25(7), 203-210.
- 이민규. (2010). 지방재정 위기극복을 위한 CB(커뮤니티 비즈니스) 도입방안. *국가위기관리학회 학술대회*, 2011(1), 373-378.
- 이승중. (2005). *지방자치론*. 서울: 博英社.
- 이승중·김혜정. (2011). *시민참여론*. 서울: 박영사.
- 이인정·최해경. (1995). *인간행동과 사회환경*. 서울: 나남출판.
- 이자성. (2010). 일본 지역공동체 경영을 위한 주민참여와 커뮤니티 비즈니스. *한국행정학회 하계학술대회*, 2010(-), 1-19.

- 이정훈. (2011). 지방자치단체의 주민참여 활성화 방안에 관한 연구. 한국균형발전연구, 2(1), 41-64.
- 이종원. (2007). (제3판) 경제경영통계학. 서울: 博英社.
- 이형하. (2005). 대도시지역 노인과 농촌지역 노인의 공동체 의식 관련요인 비교연구. 노인복지연구, 28(-), 231-254.
- 임승후·김병섭. (2010). 일반논문: 주민참여통로의 효과성 연구: 광주광역시 북구청의 주민참여예산제도를 중심으로. 韓國行政學報, 44(3), 61-86.
- 장준호·이인혁. (2001). 주민자치활동과 커뮤니티 의식 수준 간의 관련성 연구. 한국도시지리학회지, 4(2), 15-26.
- 전영평·최준호·이근수. (2003). 한국의 지방자치와 주민참여. 行政論叢, 41(2), 53-83.
- 정윤수. (2000). 지방자치와 주민참여. 東西研究, 12(1), 115-131.
- 정윤수·이재성. (2003). 지방정부 온라인 주민참여 유형. 현대사회와 행정, 13(2), 1-34.
- 조규원·최조순·김중수. (2011). 커뮤니티 비즈니스의 정책적 정당성. 도시행정학보, 24(1), 263-281.
- 조석주·강인성. (2006). 지방자치단체의 주민참여 수준 진단과 발전방안. 한국지방행정연구원.
- 조순계. (1999). 지방자치와 주민참여. 社會科學研究, 6(2), 349-369.
- 조현석. (2004). "사회갈등 예방을 위한 시민참여, 왜 필요한가? 시민참여의 필요성 및 전통적 참여 모델과 숙의적 참여 모델 비교". 시민과학센터 시민참여강좌.
- 진영환·김진범. (2010). 도시재생과 커뮤니티 비즈니스. 국토연구, 65(-), 181-196.
- 차경은. (2012). 지역공동체 형성을 위한 주민의 행정참여 개선방안. 정책과학연구, 21(2), 112-134.
- 채혜원·홍형욱. (2002). 지역공동체에 관한 연구의 접근방법과 쟁점. 한국가정관리학회지, 20(1), 33-44.
- 최열·공윤경. (2007). 공동주택 단지설계요소 및 거주자특성이 공동체의식에 미치는 영향에 관한 분석. 대한건축학회 논문집: 계획계, 23(5), 83-90.

- 함유근·김영수. (2010). *커뮤니티 비즈니스*. 서울: 삼성경제연구소.
- 현대경제연구원. (2006). 커뮤니티 비즈니스 : 지역경제 활성화의 새모형. *Global Management Insight*.
- 호소우치노부타카. (2007). *지역사회를 건강하게 만드는 커뮤니티 비즈니스*. 서울: 아르케.
- 호소우치노부타카·정정일·희망제작소. (2008). *우리 모두 주인공인 커뮤니티 비즈니스*. 서울: 이매진.
- 홍선. (2012). 더불어 사는 세상 : 주민 스스로 세워가는 마을 만들기와 커뮤니티비즈니스. *도시문제*, 47(519), 54-57.

외국 문헌

- Beierle, T. C. (1998). *Public participation in environmental decisions: an evaluation framework using social goals*: Resources for the Future Washington, DC.
- Chavis, D. M., & Pretty, G. M. (1999). Sense of community: Advances in measurement and application. *Journal of Community Psychology*, 27(6), 635-642.
- Davidson, W. B., & Cotter, P. R. (1986). Measurement of Sense of Community Within the Sphere of City1. *Journal of Applied Social Psychology*, 16(7), 608-619.
- Glynn, T. J. (1981). Psychological sense of community: Measurement and application. *Human Relations*, 34(9), 789-818.
- Gore, T., Powell, R., & Wells, P. (2006). The contribution of rural community businesses to integrated rural development: "Local services for local people". *Cahiers d'economie et sociologie rurales*, 80, 29-52.
- Gusfield, J. R. (1975). *Community: A critical response*: Harper & Row New York.
- Hayton, K. (2000). Scottish community business: an idea that has had

- its day? *Policy & Politics*, 28(2), 193-206.
- Irvin, R. A., & Stansbury, J. (2004). Citizen participation in decision making: is it worth the effort? *Public Administration Review*, 64(1), 55-65.
- Kweit, M. G., & Kweit, R. W. (1981). *Implementing citizen participation in a bureaucratic society: A contingency approach*. Praeger New York.
- Leeming, K. (2002). Community businesses - lessons from Liverpool, UK. *Community Development Journal*, 37(3), 260-267.
- Long, D. A., & Perkins, D. D. (2003). Confirmatory factor analysis of the sense of community index and development of a brief SCI. *Journal of Community Psychology*, 31(3), 279-296.
- Mattessich, P. W., Monsey, B. R., & Roy, C. (1997). *Community building: what makes it work: a review of factors influencing successful community building*. Amherst H. Wilder Foundation Saint Paul, MN.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.
- Nasar, J. L., & Julian, D. A. (1995). The psychological sense of community in the neighborhood. *Journal of the American Planning Association*, 61(2), 178-184.
- Nisbet, R. A. (1966). *The sociological tradition*. Basic Books.
- Pearce, J. (1993). *At the heart of the community economy: community enterprise in a changing world*. Calouste Gulbenkian Foundation.
- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.
- Peterson, N. A., Speer, P. W., & McMillan, D. W. (2008). Validation of a brief sense of community scale: Confirmation of the principal theory of sense of community. *Journal of Community Psychology*, 36(1), 61-73.

- Sarason, S. B. (1974). *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. Jossey-Bass.
- Tartaglia, S. (2005). A preliminary study for a new model of sense of community. *Journal of Community Psychology, 34*(1), 25-36.
- Tracey, P., Phillips, N., & Haugh, H. (2005). Beyond philanthropy: community enterprise as a basis for corporate citizenship. *Journal of business ethics, 58*(4), 327-344.
- Unger, D. G., & Wandersman, A. (1985). The importance of neighbors: The social, cognitive, and affective components of neighboring. *American Journal of Community Psychology, 13*(2), 139-169.
- Verba, S., & Nie, N. H. (1972). Participation in America: Social equality and political democracy. *New York: Harper & Row*.
- コミュニティビジネスネットワーク. (2009). コミュニティビジネスのすべて、ぎょうせい.

부록

커뮤니티 비즈니스 참여와 지역공동체의식에 대한 설문조사

안녕하십니까?

본 설문지는 커뮤니티 비즈니스 참여가 지역공동체의식에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 실시되는 것으로서, 지역공동체 활성화의 바람직한 방향을 모색하기 위한 일환으로 마련된 것입니다. 이에 여러분의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

설문조사 내용은 익명으로 처리되고, 연구의 목적 이외에는 어떠한 용도로도 이용되지 않으며, 내용은 일체 공개되지 않습니다. 모든 항목에 대해 솔직하게 답변하여 주시면 감사하겠습니다.

바쁘신 중에도 불구하고 본 설문조사를 위해 귀중한 시간을 할애해 주셔서 감사합니다.

2013년 5월

서울대학교 행정대학원 행정학과

연구자 : 이 지 은

연락처 : 010-2433-1212

이메일 : eunnylee@hanmail.net

본 조사의 내용은 통계법 제33조에 의거하여 비밀이 보장되며 통계적 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

※ 다음은 마을기업(커뮤니티 비즈니스) 참여에 대한 질문입니다.

1. 마을기업(커뮤니티 비즈니스)에 참여 해보신 경험이 있습니까?
① 있다(→아래 2번으로) ② 없다(→뒤 페이지로)

2. 마을기업(커뮤니티 비즈니스)에 참여를 하셨다면 어떤 형태이십니까?
① 운영자 ② 이용자

3. 마을기업(커뮤니티 비즈니스)에 참여하신 기간은 어느 정도입니까?
① 가끔씩 시간 날 때마다 활동
② 지속적으로 6개월 미만
③ 지속적으로 6개월 ~ 1년 미만
④ 지속적으로 1년 ~ 2년 미만
⑤ 지속적으로 2년 이상

4. 마을기업(커뮤니티 비즈니스)에 현재 참여하고 있거나, 과거에 참여했던 기업은 모두 몇 개입니까?
① 1개 ② 2개 ③ 3개 ④ 4개 ⑤ 5개 이상

5. 마을기업(커뮤니티 비즈니스)에 참여 정도는 어느 정도이십니까?
① 매우 소극적 ② 소극적인 편 ③ 보통
④ 적극적인 편 ⑤ 매우 적극적

※ 다음은 지역공동체의식에 관한 질문입니다. 각 사항에 대해 5점 만점을 기준으로 해당하는 점수에 "O" 표하여 주십시오.

지역공동체의식 설문 문항		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 지역사회는 주민들의 욕구를 충족시켜주고 있다.	1	2	3	4	5
2	이 곳에 문제가 있으면 주민들은 힘을 모아 해결한다.	1	2	3	4	5
3	지역사회는 주민들을 위해 노력하고 있다.	1	2	3	4	5
4	이 지역사회에서는 사람들이 서로를 의지할 수 있다.	1	2	3	4	5
5	이 지역에 속해 있으므로 혜택을 받고 있다.	1	2	3	4	5
6	주민들이 단결하면 어떤 문제도 잘 해결될 것이다.	1	2	3	4	5
7	이웃이 고통을 당하면 내 마음도 아프다.	1	2	3	4	5
8	이웃이 잘 되면 나에게도 좋다.	1	2	3	4	5
9	나는 지역사회의 일원이라는 느낌이 든다.	1	2	3	4	5
10	우리 지역사회에만 있는 고유한 정신이나 질서가 있다.	1	2	3	4	5
11	지역사회는 나에게 중요한 영향을 미치고 있다.	1	2	3	4	5
12	내가 노력하면 지역사회 발전에 기여할 수 있을 것이다.	1	2	3	4	5
13	내가 대화하고 싶을 때 당장 이야기	1	2	3	4	5

	할 수 있는 사람을 지역사회에서 찾을 수 있다.					
14	나는 이곳에서 좀처럼 외로움을 느끼지 않는다.	1	2	3	4	5
15	다른 지역 사람들에게 내가 살고 있는 곳에 대하여 자랑스럽게 말할 수 있다.	1	2	3	4	5
16	지역사회에서 나의 역할은 능동적으로 참여하는 것이다.	1	2	3	4	5
17	주민들은 공동의 운명을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
18	우리 지역사회에는 정말로 나를 염려해주는 가족 이상의 사람들이 있다.	1	2	3	4	5

※ 다음은 지역사회에 대한 만족도입니다. 귀하는 어느 정도 만족하십니까?

지역사회 만족도 설문 문항		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	우리 지역의 주거환경문제(범죄, 환경, 교통 등)는 심각하다.	1	2	3	4	5
2	우리 지역의 시설(교육시설, 문화시설, 공원, 의료원, 복지시설, 공공행정시설 등) 및 서비스에 대해 만족한다.	1	2	3	4	5

※ 다음은 귀하의 인적정보에 대한 질문입니다. 괄호 안에 표시하거나 응답을 직접 적어주십시오.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? ()

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? ()

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 귀하는 결혼을 하셨습니까? ()

- ① 미혼 ② 기혼 (→ 3-1번으로) ③ 기타

3-1) 기혼이신 경우 자녀는 몇 명입니까? ()

- ① 없다 ② 1명 ③ 2명 ④ 3명 이상

3-2) 기혼이신 경우 자녀(만이 기준)의 연령대는 어떻게 됩니까?
()

- ① 유아 ② 유치원생 ③ 초등학생 ④ 중·고등학생
⑤ 대학교 이상

4. 귀하는 이 지역에 거주하신지 얼마나 되셨습니까? 주민등록상 주소와 상관없이 이 지역에서 생활하신 기간을 적어주십시오.

[] 년

5. 현재 거주하는 지역은 어떤 곳입니까? ()

- ① 조상 대대로 살고 있는 곳이다.
② 부모님 때부터 살고 있는 곳이다.
③ 내가 태어난 곳이다.
④ 태어나지는 않았지만 내가 자란 곳이다.

- ⑤ 이사 온 지 오래된 곳이다.
 - ⑥ 최근에 이사 온 곳이다.
6. 귀하가 현재 살고 있는 주택의 소유형태는 무엇입니까? ()
- ① 자가 ② 전세 ③ 월세 ④ 기타
7. 귀하가 현재 거주하고 있는 주택의 유형은 무엇입니까? ()
- ① 아파트 ② 연립주택/빌라/다세대/다가구 ③ 단독주택
 - ④ 빌라 ⑤ 기타
8. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까? ()
- ① 초등학교(중퇴포함) 이하 ② 중학교(중퇴포함)
 - ③ 고등학교(중퇴포함) ④ 대학교 이상
9. 작년 한 해 가정의 월평균 소득(가족합계)은 대략 얼마였습니까? ()
- ① 100만원 미만 ② 100~200만원 ③ 200~300만원
 - ④ 300~400만원 ⑤ 400~500만원 ⑥ 500만원~600만원
 - ⑦ 600~700만원 ⑧ 700만 원 이상

ABSTRACT

A Study on the Influence of Participation in Community Business on Local Sense of Community

Lee, Ji-Eun

Public Administration

The Graduate School of Public Administration

Seoul National University

In Korea, with the election of local heads of governments and local councils in 1995, local self-government began in earnest in Korea. However, actual citizen participation and citizen autonomy at the community level have not yet been realized. In fact, citizens' local sense of community has been waning due to rapid social change.

As it is difficult for local problems affecting the daily lives of citizens to be solved by the government without citizen

participation and cooperation, they are becoming more numerous. Local sense of community can play a role in alleviating this predicament by helping citizens to recognize and resolve local problems cooperatively. Accordingly, creating and strengthening local sense of community can provide a foothold toward actual citizen autonomy for local citizens.

This paper proposes to examine the influence of participation in community business on local sense of community. As an undertaking of citizens to solve local problems by themselves, where profits created are reverted back into the community, community business can be an effective measure for invigorating local sense of community.

In order to examine the influence of participation in community business on local sense of community, the following hypotheses are verified. First, participation in community business has a meaningful influence on creating local sense of community. Second, local sense of community differs across several categories of participation in community business, which are defined as type of participation, level of participation, duration of participation and the number of businesses involved.

This research employed a T-Test, an F-Test and a multiple regression analysis of a survey carried out in May 2013 on the local residents and participants in community business of Gwanakgu, Seoul. Results showed that local sense of community differed between participants and non-participants in community business. Across indicators of local sense of community, including sense of fulfillment of needs, sense of solidarity, sense of belonging and influence, sense of emotional connection, it was found that the average value for local sense of community was

higher among participants in community business. Moreover, within the multiple regression analysis as well, participation in community business was found to possess a marked influence on creating local sense of community.

Looking at community business participants to analyze local sense of community, it was revealed that 'level of participation' held a statistically significant influence on local sense of community. As well, an investigation of local sense of community according to individual indicators revealed the following. Participation in community business did not act as an independent variable influencing sense of fulfillment of needs. 'Level of participation' and 'duration of participation' each had a statistically significant influence on sense of solidarity, sense of belonging and influence. Finally, 'level of participation' had a statistically significant impact on sense of emotional connection.

The results of this research confirm that community business may act as a measure for invigorating local sense of community. The current government administration is actively engaged in building village community, stimulating and supporting community businesses. By stipulating that participation in community business influences the creation of local sense of community, this paper reveals the implications and desirability of such policies for invigorating village communities.

Key words : Community Business, Local Sense of Community,
Citizen Participation, Village Community,
Citizen Autonomy

Student Number: 2011-23883