

석사학위논문

스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 영향

-액셀러레이팅을 받은 창업 7년 미만 스타트업 중심으로-

2019년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

주 복 기

석사학위논문
지도교수 정진택

스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 영향

-액셀러레이팅을 받은 창업 7년 미만 스타트업 중심으로-

The effect of start-up characteristics on corporate performance.

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

주 복 기

석사학위논문
지도교수 정진택

스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 영향

-액셀러레이팅을 받은 창업 7년 미만 스타트업 중심으로-

The effect of start-up characteristics on corporate performance.

위 논문을 컨설팅학의 석사논문으로 제출함

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

주 복 기

주복기의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 영향

-액셀러레이팅을 받은 창업 7년 미만 스타트업 중심으로-

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

컨버전스 컨설팅전공

주 복 기

2000년대 중반부터 미국의 실리콘밸리를 시작으로 스타트업, 액셀러레이터라는 새로운 형태의 모델이 나타나서 창업생태계에 새바람을 일으키고 있다. 국내에서도 2010년 이후 도입되었으나, 아직은 초기 단계로서 액셀러레이터들의 존재가 국내에 잘 알려 있지 않은 수준이다.

하지만 2017년 7월에 관련 법령을 제정하였고 투자조합의 GP를 할 수 있게 하는 등 관련 규제를 제한하는 추세이다. 연구자는 2017년 10월부터 중소기업벤처부 인증 액셀러레이터인 (주)지구파트너스의 전문인력으로 업무를 시작하여서 2017년 10월 이래로 현재 2018년 11월까지 약 20여개의 회사에 투자, 컨설팅을 하고 있다.

이러한 상황을 바탕으로 하는 연구 활동은 일반적인 교내 연구가 아니라 실제 현업에서의 경험과 연구 활동이기 때문에 다른 연구논문들과의 차별성을 둘 것이고 의미 있는 연구임을 확신한다. 이러한 연구를 바탕으로 실제적인 도움을

줄 수 있는 액셀러레이터의 나아가야 할 방향과 실제적인 비전을 제시함으로써 대상이 되는 예비창업자에게 좀 더 활용성이 되어 지는 실질적인 논문이 되기를 희망한다.

그리고 현재 나와 있는 대부분의 액셀러레이터 관련 논문은 이게 이렇다 라는 식의 정보를 전달하는 방식의 논문임에 비해서 연구자의 논문은 국내 액셀러레이터가 가야 할 길과 주된 목적인 스타트업 보육의 효율성을 확인하고 찾아서 나아가 시사점 및 액셀러레이터의 방향과 목적을 찾고 확인하는데 연구의 큰 목적이 있겠다.

선행연구에서 연구 범위는 스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 범위 중에 낮은 인지도나 절차, 보육 등을 얼마나 효율적으로 하는지 그 효율성의 범위를 찾아보고 연구방법은 선행 자료인 93개의 학위논문과 학술지 연구자료 등을 통하여 선행 연구 참고 자료로 활용하고 그에 맞는 설문을 채택하여서 내용에 부합하는 SPSS22.0을 활용하여 통계작업을 한다.

통계작업을 통하여 나온 값을 바탕으로 내세웠던 가설과 통계 결과물인 스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 영향과 범위를 확인한다. 하지만 선행 자료가 이렇게 부족한 이유는 아직 초기 단계이고 액셀러레이터나 스타트업에 대한 연구가 이처럼 탐색적인 수준에 머물러져 있었던 이유는 그들 투자 특성과 성과를 확인할 수 있는 데이터가 부족했기 때문이다. 그리하여 본 논문에서의 액셀러레이팅 프로그램을 이수하였던 스타트업 50여개 업체의 임직원 200여명을 대상으로 설문을 추출 하였으며 이를 바탕으로 액셀러레이터와 스타트업의 나아가야 될 방향과 활성화 방안을 제시하였다.

[주요어] 액셀러레이터, 스타트업, 전략적지향성, 네트워크, 기업성과, 기술기향성

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 배경과 목적	1
1) 연구의 배경과 목적	1
제 2 절 연구의 내용과 구성	5
1) 연구의 내용과 구성	5
제 2 장 이론적 배경	8
제 1 절 스타트업의 네트워킹 및 멘토링	8
1) 스타트업의 네트워킹 및 멘토링	8
제 2 절 스타트업의 심리적 특성	11
1) 스타트업의 심리적 특성(창업자 정신)	11
제 3 절 스타트업의 전략적 지향성	15
1) 스타트업의 전략적 지향성	15
제 4 절 스타트업의 기술지향성	21
1) 스타트업의 기술지향성	21
제 5 절 기업성과	24
1) 재무적 성과	24
2) 비재무적 성과	26
제 6 절 액셀러레이터	28
1) 정의	28
2) 역할	31
제 7 절 스타트업	34
1) 정의	34

제 3 장 연구 방법	40
제 1 절 연구 모형	40
1) 연구 모형	40
제 2 절 연구 가설의 설정	41
1) 스타트업의 네트워킹 및 멘토링과 기업성과	41
2) 스타트업 심리적 특성과 기업성과	42
3) 스타트업의 전략적 지향성과 기업성과	43
4) 스타트업 기술지향성과 기업성과	44
제 3 절 설문 구성	46
제 4 절 변수의 정의	47
1) 스타트업의 창업가정신	47
2) 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링	47
3) 스타트업의 전략적 지향성	48
4) 스타트업의 기술 지향성	48
제 5 절 자료 수집	48
제 4 장 연구 결과	49
제 1 절 표본의 특성 및 분석 결과	49
1) 표본의 특성	49
2) 기술 통계 분석	52
제 2 절 신뢰도 분석	54
1) 신뢰도 분석	54
2) 상관관계 분석	56
제 3 절 종속변수별 가설검증	58
1) 재무적 기업성과 가설검증	58
2) 비재무적 기업성과 가설검증	61

제 5 장 결론	68
제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점	68
1) 연구결과의 요약	68
2) 시사점	70
제 2 절 연구의 한계점 및 향후 과제	72
1) 연구의 한계점	72
2) 향후 과제	73
참 고 문 헌	74
설문지	79
ABSTRACT	86

표 목 차

[표 2-1] 창업지원 기관 역할	39
[표 3-1] 가설정리	45
[표 3-2] 설문지 구성 및 출처(선행연구 고찰)	46
[표 4-1] 성별	49
[표 4-2] 연령	50
[표 4-3] 학력	50
[표 4-4] 근속	51
[표 4-5] 업종	51
[표 4-6] 지원분야	52
[표 4-7] 기술 통계분석	53
[표 4-8] 독립, 종속 변수들의 요인분석 결과와 신뢰도 분석	55
[표 4-9] 상관관계 분석	57
[표 4-10] 모형요약	59
[표 4-11] 분산분석	59
[표 4-12] 계수	60
[표 4-13] 가설검정결과 재무적 기업성과	61
[표 4-14] 모형요약	62
[표 4-15] 분산분석	62
[표 4-16] 계수	63
[표 4-17] 가설검정결과 비재무적 기업성과	64
[표 4-18] 전체가설검정	65

그림 목 차

[그림 2-1] 캐즘 (Chasm)	23
[그림 2-2] 엔젤투자	33
[그림 2-3] 스타트업주기	37
[그림 3-1] 연구모형	40
[그림 4-1] 연구 모형 결과	67

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경과 목적

1) 연구의 배경과 목적

세계다보스경제포럼(World Economic Forum) 2016년 포럼에서 현재 인류는 제 4 차 산업혁명의 변화에 직면해 있으며 이러한 변화는 인류에 기술인 변화 외에도 사회, 경제, 지정학, 인구학 등에서 비범한 변화를 야기할 것을 강조했다(현대경제연구원, 2016).

제 1 차 산업혁명은 증기기관을 모태로 해서 발생했으며 제 2 차 산업 혁명은 자동화 기계의 도입으로 대량생산체제가 등장하게 되었다. 그리고 제 3 차 산업명은 인터넷 등과 같은 디지털 기기의 개발로 이루어 졌는데 제 4 차 산업명은 제 3 차 산업명과 달리 속도, 범향력 등의 측면에서 인류가 단 한 번도 경험해 보지 못한 변화가 발생할 것은 물론이고 획기적인 기술에 의한 산업의 재편, 시스템 변화 등이 그것들의 특징이라고 설명했다(현대경제연구원, 2016).

제 4 차 산업 혁명은 기술적인 측면에서 바라볼 수도 있지만 제조업의 생산 방법의 변화와 제조업 경쟁력에 제고를 강화하여 인더스트리를 주장할 수 도 있다, 제 4 차 산업 혁명도 사회와 경제의 구조인 측면에서 바라볼 수도 있지만 제 4 차 산업의 의의는 다음과 같다, 제 4 차 산업혁명의 플랫폼을 기반으로 해서 신규서비스를 새로이 창출하는 것으로 플랫폼 비즈니스 모델의 확장해서 공유경제나 온디맨드 서비스 시장 등을 만드는 것이다, 여기에는 기존 개인의 역할을 플랫폼이 맡아 수요와 공을 실시간으로 연결해주며 사용자는 서로가 서로를 모르더라도 플랫폼을 중심으로 만나 제품과 서비스를 교환할 수 있는 방식이 포함된다(김태훈, 2017).

제 4 차 산업혁명에 포함되는 주요 신기술을 물리학 디지털 생물학 기술로 분류했다 첫째 물리학 기술인 에서는 무인운송수단 린터 생명공학 등이 포함되는데 각종 센서와 3D프린터, 인공지능기술을 활용해서 드론 트럭 항공기 등이 기존과는 달리 무인운송수단들로 변화하고 있다 한 린터의 경우 디지털 설계도만 있으면 3D프린터를 활용하여서 기존 공장에서의 제조과정과 달리 매우 유연하게 제품을 시연할 수 있고 기존의 단순제조공정이 아닌 작업환경에 맞춤형된 공정까지 무사히 수행해낼 수 있게 되었다(김태훈, 2017).

즉 이는 창업가가 새로운 아이디어와 창의적인 설계도만 가지고 있다면 기존의 방식처럼 설비를 구입할 필요가 없이 소자본만으로도 자신이 원하는 아이디어를 시제품을 통해서 시연 해볼 수 있는 것이다 둘째 디지털 기술인 에서는 사물인터넷을 중심으로 해서 다양한 플랫폼을 기반으로 제품이 서비스 장소 등 (IoT), 인간과 상호연결 되는 환경이 형성되게 되었다 한 인공지능을 통해 빅데이터는 단순히 데이터를 정리하는 것이 아니라 인공지능의 분석까지도 포함된 데이터 가공이 가능해졌으며 인공지능 또한 기존의 기계학습이 아니라 더욱 능동으로 학습할 수 있는 능력을 가져서 이는 향후 서비스의 능동인 제공에 있어 정인 향을 미칠 것이다 셋째 생물학 기술인 의료서비스에서는 법과 규제 윤리인 측면에 있어 큰 논의가 있을 것으로 예상되나 인간을 한 심장병 암 등 기존의 난치병 치료와 농업과 바이오연료 등에 있어 기술인 투자가 이루어진다면 더욱 효율적인 농업 연료생산이 가능해질 것이다 한 데이터 축을 통해 의료서비스에 있어서도 맞춤형된 개인 서비스 제공이 수월해 질 것으로 예상된다(김태훈, 2017).

기업경쟁력 강화를 해서라도 정부가 우선으로 규제 세제 측면에 있어서 사회 반하는 선제인 행동을 보여야 하며 경기침체로 위축된 기업가 정신의 함양, 창업가 정신을 고양하는 등의 노력이 요구 된다 이에 따라 정부는 4 차 산업혁명에 새로운 전략을 추진하고 있다(현대경제연구원, 2016).

4차 산업 선제 대응으로 지능정보산업 개발전략에 따라 지능정보기술 산업의

전략 육성을 추진하고 지능정보산업에 라인을 구축하여 벤처 창업기업들이 활용할 수 있도록 창업생태계를 형성하는 것은 물론 소프트웨어 등에 한 지원을 통해 전문인력을 양성하겠다 라고 밝혔다 미래창조과학부는 지난 3년간(미래창조과학부, 2016).

창조경제를 바탕으로 한국의 새로운 성장의 동력을 찾기 위해 노력해왔다 이를 위해서 창업 성장 회수 제도 등의 선순환 과정을 창업거치기 위해 지방에 창조혁신센터를 설치하여 지역 창업활동 17개 지역에 지역특화산업 등을 지원하는 것은 물론 엔젤투자자의 소득공제 확대, 기술신행 인수합병시장 활성화 코넥스 시장 신설 크라우드펀딩 도입 등 창업가의 제도약, 재투자의 기회를 가지게 돕는 창업지원제도도 개선하고자 한다.

제 4 차 산업혁명에 응하기 해 민간을 주도로 한 지능 4.0 정보기술 연구소 등을 설립하고 데이터 라인을 조성 등 고등학교 교육에 있어 소프트웨어 교육의 강화 인재를 양성하고 글로벌 시장, SW을 지향하는 연구개발지원도 지원하겠다고 설명했다, 한 새로운 시도를 하여 위험을 감수하는 창업가들을 해 벤처 1세대들과의 네트워크를 형성하고 멘토링을 지원할 것이며 과거에 실패했던 창업가들에게는 재도전의 기회와 이러한 역량을 다시금 발휘할 수 있게끔 재 창업 사업화 지원을 확약 할 것이라고 했다.

이에 따라 정부뿐만 아니라 각 지자체와 민간기관에서도 창업보육센터를 비롯한 다양한 지원책을 내놓으면서 청년들에게 창업을 독려하고 있지만, 창업의 질적인 향상보다는 양적인 증가에 초점을 맞추기 때문이다, 시장에 대한 이해와 경험이 부족한 스타트업들에게도 사업 아이디어를 기반으로 지원하는 경우가 적지 않다(손권상, 2018).

따라서 이러한 정부의 창업육성지원사업으로 시작한 창업기업의 경우 성장과정에서 채무를 떠안게 되어 창업 실패 시 신용불량자로 전락하는 사례도 많이 발생하고 있다(양영석 외, 2012).

또한 벤처기업은 그 특성상 창업 초창기에 불확실한 환경 속에서 끊임없이 다양한 풍파를 경험하고 안정적인 시장 안착을 하는 과정에서 겪게 되는 ‘죽음의 계곡(Death Valley)’에서 대부분의 기업이 실패하게 된다<그림 2-3> 참조(손권상, 2018).

그리고 이런 실패의 원인에 대해 2014년 미국의 기업평가 기관인 CB Insight가 실시한 조사결과에 따르면 시장의 수요가 없는 제품/서비스, 자금소진, 적절하지 못한 창업팀이 가장 큰 요인으로 나타났다(손권상, 2018).

이는 성공적인 창업을 위해서 스타트업이 보유한 모든 개인적 역량과 인적, 물적 자원을 종합해서 활용함에도 불구하고 시장에 대한 이해 부족과 조직 내부의 문제가 발생했다는 것을 의미한다(손권상, 2018).

즉, 성공적인 창업을 위해서는 창업 인프라의 조성과 같은 외부적 환경의 요인뿐만 아니라 창업자 스스로 전략적인 조직을 이끌어내야할 수 있는 내부적 힘을 키울 수 있는 노력이 필요하다는 것을 시사한다.

이러한 연구의 필요를 바탕으로 창업자, 창업과정, 창업팀 등 창업기업을 둘러싸인 다양한 내, 외부적 원인들에 대한 연구가 국내외에서 활발하게 진행되고 있다 특히 김영환(2014)에 따르면 최근 기업가정신 분야에서는 창업자가 포착한 기회를 활용하는 방법에 대한 연구가 많이 이루어지고 있으며, 창업 수단으로써의 사회적 자본에 대한 관심도 높아지고 있다(Shane & Venkataraman, 2000).

이는 스타트업이 포착한 기회를 어떻게 활용하는지에 따라 자신의 아이디어를 시장에 성공적으로 전달하는 초석을 마련할 수도 있으며, 이 과정에서 개인의 사회적인 자본이 매우 큰 영향을 미친다는 것을 의미한다고 판단할 수 있겠다.

또한 본 연구에서는 일반적인 생계를 위한 창업과는 달리 네트워크와 전략적 특성과 심리적 특성과 기술지향성을 독립변수로 하는 전략적 창업기업을 택하여서 7년 미만의 기회 추구형 창업 즉 창업 보육을 받은 업체로 폭을 넓혔다. 그리하여 단순히 소득을 버는 것이 아닌 신인 창업 아이템을 기반으로 창업기업을 성장시키기 해 시장정보를 적극적으로 수집하고 전략을 능동적으로 수립하고 새로운 정보와 지식을 받아들이는 업체들을 우선했다.

이를 종합해보면 스타트업의 특성을 내부적 요인인 심리적 특성, 전략적 지향성과 외부적인 요인의 기술적 특성과 사회적 네트워크와 멘토링 그리고 종속 변수인 기업의 성과간의 상관성을 연구하고자 한다. 그리고 액셀러레이팅을 받은 창업가들 위주로 연구를 하여서 결과를 새로운 개념인 액셀러레이터에 대한 연구도 시작 하는 계기를 만들었다.

마지막으로 액셀러레이팅을 받은 창업보육센터에 입주된 7년 미만의 스타트업이 최우선의 연구 대상이라는 점이 기존의 연구와 차이점을 두고 있다.

제 2 절 연구의 내용과 구성

1) 연구의 내용과 구성

본 논문에서는 문헌연구 방법을 통해 이론적 배경 및 연구방향을 제시하고, 이를 바탕으로 도출된 개념적 연구모형과 연구가설을 통계적 분석기법으로 검증하는 실증연구 방법을 병행하였다(손권상, 2018).

이론적 배경에서는 국내외 문헌을 근거로 전략적 지향성, 기술지향, 창업가의 심리적영향, 사회적 네트워크 및 멘토링, 기업성과에 관한 연구의 흐름 및 개념에 대해 살펴보았으며, 이를 통해 각 변수의 구성요소를 정리하였다, 그리

고 변수 간의 관계에 대한 성찰을 통해 개념적 연구모델 및 연구가설을 설정함으로써 실증연구를 위한 기초를 만들었다(손권상, 2018).

선행실증연구에서는 선행된 이론적인 고찰을 바탕으로 연구에 투입될 변수를 결정하고 조작적 정의를 결정한 후 설문지를 통하여 가설을 검증하고 분석하였다. 설문지의 문항은 선행연구에서 발췌하여 구성하였으며, 본 논문에서는 문헌연구 방법을 통해 이론적 배경 및 연구방향을 제시하고, 이를 근거로 도출된 개념적인 연구모형, 연구가설을 통계적 분석기법으로 검증하는 선행실증연구 방법 또한 택하였다(김우중, 2016).

이론적 배경에서는 국내외 문헌을 토대로 전략적 지향성과 사회적 자본, 창업성과에 관한 연구의 흐름 및 개념에 대해서 살펴보았으며, 이를 통해 각 변수의 구성요소 또한 정리하였다. 그리고 변수 간 관계에 대한 연구를 통해 개념적 연구모델과 연구가설을 설정함으로써 실증연구를 위한 기초를 제시하였다. 실증연구에서는 선행한 이론적 고찰을 통해서 연구에 투입될 변수를 결정하고 조작적 정의를 결정한 후 설문지를 이용하여 가설을 검증, 분석하였다(손권상, 2018).

설문지의 문항은 선행연구에서 발췌하여 구성하였으며, 완성된 설문은 통계 패키지인 SPSS 22.0를 사용하여 기술적인 통계분석, 빈도분석을 통해서 표본의 특성을 파악하고, 요인분석과 신뢰도의 분석을 통해 설문항목의 타당성과 신뢰성을 검증하였다. 이를 통해 검증한 적합한 항목을 바탕으로 상관관계 분석하고 다중 회귀분석을 하여 독립변수와 종속변수 간의 영향관계를 확인하였다.

이상으로 연구목차에 따라 본 연구의 연구방법을 최종 정리하면 다음과 같다. 본 연구는 선행연구의 성찰을 통해 개념에 한 이론 고찰을 정립하고 그 이론을 바탕으로 하여 실증 연구를 한 연구모형을 도출하다 실증연구에서는 연구모형을 바탕으로 가설을 결정하고 가설을 검증하기 위해서 설문조사를 하 으며 실증분석을 통해 연구결과를 제시하고 연구의 한계점을 제시하고자 한다.

본 논문은 총 다섯 장으로 구성 되어졌다.

제 1 장 서론 부분은 연구의 방법, 연구 배경, 논문 구성, 연구 목적에 하여 서술하였다.

제 2 장은 창업가의 심리적 특성, 전략적 지향성, 경영성과, 네트워크, 기술지향성에 관한 선행연구를 살펴보고 각각의 변수들과 각 변수들 간의 관계에 한 이론 배경을 기술하였다.

제 3 장은 이론 배경을 배경으로 연구모형을 도출하고 연구가설을 결정하였다. 그리고 변수들의 조작 정의를 거쳐 설문조사에 관련된 분석방법과 수집 방법 등을 설명하였다.

제 4 장은 실증분석을 통하여 연구가설에 한 검증의 결과를 제시하고 해석하였다.

제 5 장은 연구결과를 요약하고 연구의 한계, 시사, 향후의 연구방향에 대해 설명하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 스타트업의 네트워킹 및 멘토링

1) 스타트업의 네트워킹 및 멘토링

스타트업에 있어 개인적인 멘토의 존재도 중요하지만 창업활동을 실제로 수행하는 것에 있어선 광범위한 사회적 네트워크도 중요하다, 이는 자신의 창업 아이디어와 융합할 다른 사업 아이템을 찾거나 창업초기에는 인지도가 낮아 적절한 소비자를 찾아 판매경로를 개척하는 것이 어렵기 때문에 판매망에 대한 지식, 정보등이 있거나 이미 활동하고 있는 기업과 네트워크가 구축된다면 창업기업은 초기 단계부터 좀 더 수월하게 기업을 운영해나갈 수 있을 것이다(김태훈, 2017).

네트워크는 현대의 복잡한 정보화 사회에 있어서 지식습득과 외부자원 획득의 경로로 여겨진다고 볼 수 있다, 최근에는 스마트폰, 운송수단의 발달과 인터넷 등 정보통신기술의 발달 덕분에 광범위한 네트워크를 구축하는 것이 한결 쉬워졌다, 이에 따라 기업들도 참여 하는 네트워크의 종류와 규모가 이전과는 달리 커지고 있으며, 이러한 네트워크를 통해 기업은 새로운 정보를 수집하고 첨단기술 및 지식을 익히게 되어 환경변화를 미리 감지하고 대처할 수 있게 되었다(민경명, 2014).

또한 이러한 능력은 기업의 가치를 향상시키게 된다, 기업은 네트워크를 통해 인적 및 물적 자원을 확보할 수 있으며 이러한 네트워크를 체계적으로 구축할 경우 기업의 성과에 도움이 된다고 하였다(Zaheer et al., 2000; Ireland & Hitt, 2002).

자원준거관점에서 결국 스타트업은 폐쇄적 조직이 아닌 개방적인 조직으로 내부와 외부환경은 상호 작용을 하게 된다. 기존에 가지고 있는 내부자원은 언젠가 소멸될 것이며, 외부환경은 지속적으로 변화하므로 기업은 새로운 자원을 외부에서 계속 끌어올 필요가 있으며 이런 자원을 확보하려면 기본적으로 자원에 대한 접근성이

수락되어야 한다(김태훈, 2017).

문제는 시장에 필요한 자원이 존재 하느냐 그렇지 않느냐가 아니라 스타트업이 그것에 접근을 할 수 있느냐 없느냐의 문제이며, 이러한 접근을 돕는 것이 스타트업의 사회적 네트워크의 구축이다.

특히나 창업가는 사회적 네트워크를 매개로 하여 사회구성원과 관계를 맺고, 연결 관계를 통해 자원을 습득할 수 있으며 이렇게 사회적 관계를 통해 얻을 수 있는 자원의 총합을 사회적 자본이라 하였다(Nahapiet & Ghoshai, 1998).

사회적 네트워크는 일반적으로 두 가지의 개념으로 구분할 수 있으며, 공식적 네트워크와 비공식적 네트워크가 그것들이다, 사업과 직접적인 관련이 있는 공식적 네트워크와 사업과 직접적 관련은 없지만 광범위한 관점에서 이득을 줄 수 있는 비공식적 네트워크로 구분했다(Hansen, 2002).

창업기업에 있어 공식적 네트워크로 창업가와 창업기업의 업무에 실질적인 관계가 있는 변호사, 회계사, 은행, 채권자, 벤처 자본가 등을 들었고, 창업기업의 성장단계에서는 비공식적 네트워크보다는 공식적 네트워크를 활용하는 것이 더 유용하다고 하였다(Hite & Hesterly, 2001).

창업보육센터 입주기업에 있어 네트워크 역량을 높이는 것이 중요하며, 대학 또는 연구소와의 관계와 관련 업종이나 입주 기업들 사이의 네트워크 형성은 창업기업의 성과에 긍정적인 영향을 준다고 하였다(김민철, 2004).

이는 창업 초기 단계나 창업기업을 실질적으로 성장시키려면 산업에 대한 정보와 지식을 가지고 있지 못한 가족이나 친구 등이 포함되는 비공식적 네트워크보다 산업의 규칙을 알고 있으며, 관련 산업에 종사하여 새로운 융합기회나 사업 아이템을 가지고 있는 이해관계자들이 포함된 공식적 네트워크가 더 중요함을 의미한다(Das & Teng, 1997).

벤처 투자가, 변호사, 회계사 등이 공식적 네트워크라면 개인적 관계나 가족, 직업 상 동료들은 비공식적 네트워크로 분류된다, 이러한 비공식적 네트워크는 서로 간 대화를 통해 기술적 정보와 문제를 나누는 조언 네트워크와 민감한 정치적 문제를 교류하고 업무상 심각한 이야기를 나눌 수 있는 신뢰 네트워크로 구분되기도 한다 (Krackhardt & Hanson, 1993).

이는 창업기업에 있어 불확실한 환경에 처했을 때, 비공식적 네트워크를 통한 유대관계는 불확실성의 감소로 이어지며, 이는 기업의 장기적 성과로 연결될 수 있을 것이다 이렇게 사회적 네트워크는 공식적 및 비공식적 네트워크로 구분되며, 모든 유형이 신생벤처기업과 성장벤처기업에 있어 모두 성과에 긍정적인 영향을 미친다 (정대용 외, 2010).

스타트업은 창업초기의 사회적 네트워크에 의한 기회 포착이 중요하며, 비즈니스 초기단계에서의 비즈니스 중심적인 네트워크를 거쳐, 본격적인 비즈니스 성장단계에서는 조직간 전략적 네트워크로 진화를 해야만 한다, 이는 개별 기업 차원에서 뿐만 아니라 산업 클러스터와 같은 기업 간 관계 차원에서도 공통적으로 적용될 수 있을 것이다(장동관, 2013).

즉, 초창기에 기업가들 간의 비공식적 관계가 자생적으로 형성되면서 상호 신뢰를 구축할 수 있다, 이 관계는 인적 관계로서 유대감을 기반으로 점진적인 신뢰를 쌓아나가지만 비즈니스에 필요한 정도의 구속력을 보유하고 있지는 못하다, 관계가 심화될수록 스타트업들은 필요한 협력의 수준에 적합한 관계를 서로에게 요구하게 되는데, 그 내용과 수준은 매우 다양하다(장동관, 2013).

자원의 공동활용, 정보의 공유, 공동연구개발, 일회적인 거래관계 등 비즈니스 맥락에서의 관계를 점차 필요로 하며, 공식화의 수준도 높아지고, 인적인 관계가 조직 간의 관계로 발전하게 된다, 이런 협력활동이 성과를 내기 시작하면서 더욱 안정적이고, 강한 연계협력체계의 구축에 대한 요구가 본격적으로 발생하기 시작하는

단계에 이르면 조직간의 전략적 네트워크로의 진화를 의식적으로 추진하게 된다(장동관, 2013).

관계는 공동생산, 공동마케팅, 수익공유 등과 같은 수준으로 높아지게 되며 공식적인 계약관계에 의해 법률적인 구속력도 생기게 된다(김우중, 2016).

제 2 절 스타트업의 심리적 특성

1) 스타트업의 심리적 특성(창업자 정신)

창업가정신(Entrepreneurship)은 원래 경영 분야와 산업·경제 분야에서 출현해 논의되던 주제였다. 주류 경제학 이론에서는 정부와 소비자를 중심으로 하는 시장 이론은 발전하였지만 스타트업과 창업가정신은 관심 대상이 아니었다. 오스트리아 학파 등 비주류 경제학자들에 의해서 창업가정신이 생산의 4요소로 주장되기도 했지만 창업가 정신의 관한 본격적인 연구는 경영학을 중심으로 시작되었다.

오늘날 스타트업과 창업가정신에 관한 논의는 경영·경제 분야에 국한되지 않고 사회의 모든 영역에서 관심을 두고 있는 주제가 되고 있다, 창업가정신은 창업 단계의 기업(Start-up Business)에만 적용된다고 볼 수 없고 농업 분야, 복지 분야, 국방 분야, 공공 분야 등등 다양한 분야에서 적용되는 개념과 원리로의 확장이 되었다, 다수의 학자들은 혁신성, 진취성, 위험감수성, 도전정신, 인내심 등 창업가 정신을 바탕으로 끊임없이 혁신을 추구해야 사회가 발전할 수 있다고 주장하고 있다, 이런 점에서 창업가정신은 기업을 창업하거나 기존의 기업을 경영하는 기업인뿐만 아니라 학생, 공무원 등 모든 사회구성원들에게 필요한 시대정신(the Spirit of Times)이라 할 수 있다(김우중, 2016).

창업가정신(Entrepreneurship)의 어원은 프랑스어 Entreprendre로서 ‘착수 또는 감행하다’라는 의미이다, Schumpeter는 창업가정신에 대해 새로운 것을 추구하거나 기존의 것을 새로운 방식으로 시도하는 것이라고 정의했다, 새로운 생산 방식을 도입

하고 새로운 상품을 개발할 목적으로 기술 혁신 등을 통해 창조적 파괴에 앞장서는 혁신가를 스타트업 창업가라고 지칭하면서 창업가정신은 창조적이고 진보적인 사고를 충칭하는 말로 이해되기 시작하였다(김우중, 2016).

즉 Schumpeter가 의미하는 창업가정신은 신제품 개발, 신생산 방법 및 신기술 개발, 신시장 개척, 신원료 및 부품 공급, 새로운 조직 형성 등을 통해 창조적 파괴에 앞장서는 창업가의 노력 및 의욕이라고 할 수 있다(김우중, 2016).

창조적 파괴(Creative Destruction)란 창업가의 도전과 노력으로 기존의 제품, 제품의 생산 방법, 시장의 관행과 구조 등이 파괴되고 새로운 제품 및 생산 방법, 시장 관행이 창출됨으로써 시장질서가 끊임없이 탈바꿈하는 과정이다(김우중, 2016).

창업가정신을 산업 경제의 기업 현상에 한정하지 않고 사회의 모든 분야에 적용할 수 있는 개념으로 확대시킨 사람은 Drucker다 Drucker는 창업가정신은 한 사회의 모든 구성원이 발휘할 수 있는 자기 혁신의 기본이며 혁신을 떼어 놓고는 창업가정신을 생각할 수 없다고 하였다(김우중, 2016).

최근에는 사회적(Social) 창업가정신, 글로벌(Global) 창업가정신, 공공(Public) 창업가정신 등의 개념을 넘어 군사 분야의 군대(Military) 창업가정신, 농업분야의 농업(Agricultural) 창업가정신, 도시개발 분야의 도시(Urban) 창업가정신 등으로까지 퍼져 나가고 있다(한국청년 창업가정신재단, 2014).

창업가정신에 대한 정의는 다양하다 Stevenson은 ‘현재 보유하고 있는 자원에 구애됨이 없이 기회를 추구하는 것’을 창업가정신이라고 하였다(Stevenson, 1983).

Timmons는 ‘아무 것도 아닌 것으로부터 가치 있는 것을 만들어 내는 인간의 창조적인 행동’을 창업가정신이라고 정의하면서 창업가정신이 충만한 사람의 특성은 현재 보유하고 있는 자원에 구애되지 않고 기회를 추구한다고 하였다, 즉 창업가정신이란 ‘기회에 초점을 두고 있는 총체적 접근 방법이며 균형 잡힌 리더십을 바탕

으로 구체적으로 사고하고 행동하는 방식'이라 할 수 있다(김우중, 2016).

Morris & Lewis는 창업가정신에 대해 '창업가의 혁신적, 진취적, 위험감수적인 사고방식과 행동을 포괄하며 사업기회를 포착함으로써 새로운 가치를 창출하는 것' 이라고 정의하였다 즉 창업가정신은 그 자체가 과정(Process)이라기 보다는 창업가 정신이라는 사고 및 행동이 기업성으로 귀결되는 전체 과정 혹은 현상이라고 할 수 있다(Morris & Lewis, 1995).

최근 창조경제 활성화의 핵심 요소로서 창업 활동에 대한 관심이 높아지면서 창업가정신에 대한 연구도 급격히 증가하고 있지만 창업가정신을 본격적인 연구 주제로 다루기 시작한 역사는 30여년 정도밖에 되지 않았다(Cornelius et al., 2006).

자본주의 경제발전에서 파괴적 혁신의 실행자로서 창업가의 중요성을 최초로 언급한 이후 많은 경제학자들은 시장 기능의 중요한 요소로서 창업가정신을 연구하기 시작했다 1960년대부터는 창업가 개인의 특성을 중심으로 창업가정신 연구가 진행되었다(Schumpeter, 1994).

행동과학과 심리학을 기반으로 창업가들의 인적 특성을 탐구하며 창업 활동을 성공적으로 수행하는 사람과 창업활동에 실패하는 사람들 간의 차이점을 연구하였다, 이러한 연구의 흐름은 창업가 개인의 특성과 재능에 초점을 맞추고 있기 때문에 창업 이후 기업의 성장과 생존 문제에 있어서 기업 내 다른 구성원들을 포함한 조직 또는 기업 운영에 관한 전략 및 프로세스 관점을 효과적으로 반영하지 못한다는 약점이 또한 있다(김우중, 2016).

1980년대에 이르러서 본격적으로 창업자 정신에 대한 연구가 시작되었다 이렇게 독립적 학문 분야로서 창업가정신 연구가 활발해지면서 창업자 정신을 연구하는 학자들은 창업자 정신을 프로세스(Entrepreneurial Process)와 환경(Social Context)의 두 가지 관점으로 바라보게 되었다(김영환, 2014).

한편 실리콘밸리의 성공 사례 등을 통해 창업가정신이 지역 및 국가 차원의 경제 활동에 크게 기여한다는 사실을 인식한 각국 정부는 창업가정신을 고취하고 창업 활성화를 위한 정책적 노력과 함께 창업가정신지표 개발 등을 통한 국가 차원의 창업가정신 연구를 보다 활발하게 진행하였다(이윤준 외, 2014).

하지만 여전히 창업가정신 연구 결과물의 대부분은 경제학, 심리학, 경영학 등의 주요 학문 분야의 이론에 기초하고 있으며 독자적인 이론 개발 성과가 부족하다 또한 창업가정신이라는 개념 특성상 경영과학 분야에서 그 정당성을 인정받고 학문적인 성과를 이룩하기에는 적잖은 어려움이 있는 것도 사실이다(김영환, 2014).

창업가정신 초기 연구에서는 창업가정신의 개념을 단일 차원으로 이해하였으나 창업가정신을 창업가의 심리 상태가 아닌 창업가의 행동으로 이해하기 시작하면서 부터 창업가정신은 ‘혁신성’, ‘진취성’, ‘위험감수성’ 등 3개의 하위요인으로 나누어 연구되기 시작하였다(Covin & Miller, 2014; 박재환 외, 2015).

이러한 하위요인들은 개인 및 조직 차원의 창업가정신을 논할 때 공통적으로 사용되고 있다 이밖에 자율성 등이 추가로 거론되고 있으나 혁신성, 진취성 혹은 위험감수성의 속성과 유사해서 세 요인 중 하나에 포함시켜 연구하는 경우가 일반적이다 (Lumpkin & Dess, 1996).

창업가정신의 개념을 일반화하기에 많은 어려움이 있을 수 있지만 본 논문에서는 창업기업을 연구대상으로 한다는 점에서 창업자 정신이라는 용어를 사용하고자 하며 선행연구를 토대로 혁신성, 진취성, 위험감수성 등 세 개의 하위요인으로써 창업가정신을 측정하였다(Zahra & Covin, 1995).

제 3 절 스타트업의 전략적 지향성

1) 스타트업의 전략적 지향성

전략적 지향성을 기업 내부의 경영진과 종업원에게 체득되어 있는 무형의 문화나 의도로 파악하고, 이는 기업의 지속적인 경쟁우위 원천으로 작용한다고 하였다 즉, 자신을 둘러싸고 있는 주변 환경을 정확하게 파악하고 나아가야 할 방향을 바르게 인식하는 것이다(김태훈, 2017).

이러한 태도는 창업활동을 시작한 스타트업들에게 있어 매우 중요한 요소이다. 그들은 특히 창업초기에 풍부한 재무자원과 인적자원을 가지지 못하고, 기존에 실행되기 어려운 혁신적인 사업 아이템을 가지고도 기업을 운영해 나가면서 사업해야 하기 때문에 충분한 정보뿐만 아니라 지식도 가지고 있지 못하다, 그렇기 때문에 외부 시장의 환경에 민감하게 반응해야하며, 필요한 경영자원을 외부에서 적절하게 끌어오는 것이야 말로 지속적인 경쟁우위와 생존에 중요한 역할을 할 것이다.

중소규모의 기업일수록 전략적 지향성과 기업 내 협력적 활동이 어떻게 경제적 부를 창출하는지 학습하는 것이 매우 중요하다 하였다(Hult & Ketchen & Slater, 2005).

이미 대기업의 경우 이미 충분한 내부적 자원과 외부 네트워크를 형성하고 있기 때문에 시장에 대한 변화 적응에 실패하더라도 어느 정도 완충을 작용 할 자원이 있지만 소규모 스타트업의 경우 그러한 충격에 대비할 자원이 충분하지 않으며, 기술 및 시장에 대한 기회를 옳게 선택하지 못하면 이는 기업의 존립과 연결되기 때문에 적극적으로 전략적 지향성의 태도를 취하는 것이 중요하다.

전략적 지향성은 Gatignon & Xuereb(1997)에 따라 경쟁지향성, 기술지향성, 고객지향성으로 구분된다, 여기서 고객지향성은 조직의 목표를 달성하기 위해 고객입장을 우선적으로 고려하여 표적시장의 고객욕구를 지속적으로 파악하고 이에 부합

하는 가치를 제공하고자 하는 조직의 의지를 의미한다(Naver & Slater, 1990).

경쟁지향성은 시장 내 경쟁기업의장단점을 분석해 경쟁우위를 구축하고 경쟁사보다 더 나은 제품과 서비스를 제공하여 시장우위를 점하고자 하는 성향이다(Cooper, 1984). 그리고 기술지향성은 적극적으로 새로운 기술을 습득하는 경향이며(Cooper& Kleinschmidt, 1995), 사용자의 새로운 욕구를 충족시키기 위해 새로운 기술을 도입하고자 하는 경향을 의미한다(Gatignon & Xuerb, 1997).

그러나 좀 더 넓게 분류하면 시장지향성에 경쟁지향성과 고객지향성이 같이 포함되어 장동관, 황희중, 송인암(2013)은 전략적 지향성을 시장지향성과 기술지향성으로 분류하여 연구하였다 시장지향성은 보다 포괄적인 개념으로 고객지향성과 경쟁지향성을 모두 포함하고 있는 것이며, 고객지향성은 고객의 욕구를 파악하여 그에 부합하는 가치를 제공하는 것이다(김태훈, 2017).

다시 말해서 고객지향성은 단순히 고객과의 니즈를 지속적으로 확인하는 경향을 의미한다면 시장지향성은 여기서 더 고려해서 경쟁자와 시장 환경의 변화까지 포함해야하는 포괄적인 관점으로 볼 수 있다.

스타트업에 있어서는 물론 고객의 욕구를 파악하는 것도 중요하지만 이는 이미 판매경로가 개척된 성숙기의 기업이나 대기업에 더욱 중요한 요소라 보여진다 성숙기 시장의 기업들은 고객의 욕구를 빠르게 파악하지 못하고, 트렌드를 따라가지 못하면 경쟁사에게 시장의 점유를 빼앗기기 때문이다(김태훈, 2017).

그러나 이제 시작한 스타트업이나 규모가 다소 작은 벤처기업의 경우, 아직 고객이 누구인지 누구를 타겟층으로 잡아야할지 명확하지 않기 때문에 단순히 고객의 니즈를 파악하는 것보다 거시적으로 시장의 환경을 파악 기회로 인식하고, 정해진 타겟층을 미리 정하기보다 잠재적 고객층을 다양하게 확보해야 할 것이며, 경쟁사를 고려하는 포괄적인 관점이 더욱 필요 할 것이다.

기업이 성과를 높이기 위해서는 기업이 보유하고 있는 자원 및 핵심역량을 적극적으로 이용해야만 한다고 하였다 여기서 인적 및 물적자원 등 유형자원의이용도 중요하지만 시장지향성과 같은 무형자원의 활용 또한 중요하다 무형자원은 유형자원에 비해 제한적이지 않으며, 경쟁자가 특히 모방하기가 어려워 더욱 중요한 핵심역량이라 할 수 있다(김태훈, 2017).

특히 대기업에 비해서 자원이 부족한 스타트업은 무형자원을 최대한 활용하는 것이 유리하며, 혁신벤처기업에 있어서도 기업 환경을 고려해 경쟁기업들과의 비교우위를 구축하려면 풍부한 무형자원을 갖추는 것은 필수적이라 하겠다(김태훈, 2017).

이는 기술지향성과도 상호작용이 이루어져야 하는데 기업이 매출을 올려 존속을 하려면 무조건적으로 높은 기술수준을 가지는 것이 능사는 아니다, 왜냐면 기업이 소유한 기술수준은 시장이 요구하는 기술수준과 일치할 때 비로소 실제 판매로 이어지는 것이며, 기술수준이 고객의 니즈를 지나치게 앞서가면 적절한 가격정책을 펴지 못하거나 고객의 요구가 기업이 소유한 기술수준으로 상향평준화가 될 때까지 기다릴 수도 있다(김태훈, 2017).

그렇기 때문에 시장지향성과 기술지향성은 반드시 함께 포함되어야할 변수인 것이다. 이는 창업가에 있어 특히 중요한데 스타트업의 경우, 대부분의 경영가지고 있는 성향이 조직의 문화 형성에 크나큰 영향을 미치는 것을 의미한다.

소규모이기 때문에 창업가와 직원 간 소통은 더더욱 쉬울 것이며, 창업가가 가진 경영마인드는 조직과 직원 전체에 수월하게 전달된다, 그렇기에 스타트업이 기술지향성을 가진다면 조직과 직원들에게도 기술지향성의 마인드를 쉽게 가질 것이다.

기술지향성이 새로운 제품과 서비스를 가지고 시장초기 진입자가 되도록 해주며, 새롭게 성장하는 시장에서는 초기 진입 및 선도적 지위를 가지게 해준다고 하였다(김태훈, 2017).

또한 기술지향적 기업일수록 획기적인 신제품을 채택할 가능성이 높고, 기술전문가를 많이 보유한 기업일수록 획기적 공정과정을 채택할 가능성도 높아진다 (Gatignon & Xuereb, 1997).

이는 기술지향성을 가진 스타트업일수록 신규직원을 채용할 때에도 기술의 수준이 높은 직원을 고용할 확률이 높으며, 조직 내 기술관련 전문가가 많을수록 서로가 새로운 지식이나 정보에 대해 공유하고 더 좋은 기술수준을 가지기 위한 노력을 많이 해야 할 것이다, 그렇기에 처음부터 스타트업이 높은 기술지향성을 가지는 것은 추후 채용과정, 교육 및 훈련, 기술지향성의 조직문화를 구축하는 것에 있어 모두 중요하게 적용 될 것이다(김태훈, 2017).

활동과 의사결정은 스타트업들에 의해 이루어지며 이를 달리말해 창업가가 기술지향성은 창업활동에 있어서 중요한 부분이다, 생계형 창업이 아니기 때문에 기회를 추구하는 창업을 하려면 스타트업은 시장이 요구하는 니즈를 부합시키기 위해서 실질적인 서비스 및 제품을 제공하기 위한 기술력이 필요하다.

슈페터가 주장한 ‘창조적 파괴’를 일으킨 제품 및 서비스들도 결국 기존 시장에서 존재하지 않은 새로운 기술력을 도입하여 시장에 변화를 불러일으킨 것이다, 기술지향성이 높은 기업은 기술적으로 뛰어난 제품을 개발하기 위해 기업의 다양한 자원을 이용하여 시장에 보다 나은 제품을 제공하며, 이는 경쟁사에 쉽게 모방될 수 없는 자원이기 때문에 경쟁우위의 잠재적 원천이 된다(김태훈, 2017).

기업이 보유하고 있는 기술자원이 신제품 개발에 유용한 것이며, 이에 더불어 기술지향적인 문화가 중요하다고 지적했다, 기술 기반의 창업기업이 성공하기 위해서는 혁신적인 기술의 개발뿐만 아니라 소비자가 필요로 하는 제품 및 서비스를 파악하는 기회포착의 요소와 시장 현황에 대한 이해가 필요하다, 따라서 창업자는 기술에 대한 혁신뿐만 아니라 시장에 접근하기 위한 전략적 사고를 바탕으로 창업기업이 지닌 자원의 한계를 효율적으로 배분해야 한다(손권상, 2018).

이는 스타트업뿐만 아니라 모든 기업에 통용되는 사안으로, 기업의 의사결정자가 사업을 운영함에 있어서 어떠한 전략적 방향성을 지니는지에 대한 연구의 배경이 되었다, 이러한 전략적 지향성에 관한 연구는 초기에 마케팅적 관점에서 기업이 고객과 경쟁자에 어떻게 반응하는지에 대한 시장 지향성 연구부터 시작되었다(손권상, 2018).

시장 지향성에 대해 기업의 행동적인 측면을 강조하며 명확한 개념과 측정방법을 제시한 Narver & Slater(1990)는 소비자에게 우수한 가치를 전달하고, 지속적인 성과를 창출하기 위해 고객을 이해하고 경쟁사 행동에 대해 대응하는 기업의 행동이라고 정의하였다, 이와 비슷한 맥락으로 시장 지향성은 시장에 대한 새로운 정보와 지식을 검색하여 고객의 잠재적이고 명확하지 않은 수요를 충족시키고자 하는 성향으로도 정의할 수 있다(손권상, 2018).

전략적 지향성의 개념은 Narver & Slater(1990)가 제시한 시장 지향성 개념을 바탕으로 Gatignon & Xuereb(1997)에 의해 처음 제시되었다, 전략적 지향성은 기술혁신 기반의 기업이 많아지고 있는 상황에서 마케팅적 관점인 기존의 시장 지향성에 기술 지향성을 포함한 개념이며, 기업이 지속적으로 우수한 성과를 창출할 수 있는 행동으로 이끄는 전략적 방향성이라고 정의하였다(손권상, 2018).

특히 기술 지향성은 조직의 내부뿐만 아니라 외부로부터 획득한 기술의 구조, 시스템, 자원을 경쟁 요소로써 사용하고자 하는 의지로 정의되며 (Srivastava et al., 2013), 정보통신 기술의 발달과 벤처기업이 급부상하면서 기술적 요인이 기업의 성패를 좌우하는 시대적 상황에 부합한 개념으로 볼 수 있다, 이는 시장 지향성과는 서로 독립적인 관계로써 기술기반 기업의 성과에 영향을 미치는 중요 요소이기도 하다(강도규, 박성용, 2007).

반면 Kohli & Jaworski(1990)는 시장 지향성을 기업의 외향적인 행동의 측면이 아닌 내부적인 정보교환의 활동으로써 고객의 니즈에 대한 전략적 접근으로 보았는데, 고객 만족에 대한 헌신 및 경쟁자를 앞서기 위한 문화적 측면과 고객의 요구사항

에 대한 정보를 생성, 전파 및 해석하는 정보교환의 측면은 많은 차이가 존재한다(Hult et al., 2005).

하지만 두 가지 관점은 모두 시장과 고객의 반응에 기업이 대처하는 전략적 방안으로써 기업성과에 영향을 미치는 중요한 요인이라는 점에서 의의가 있다(Jaworski & Kohli, 1993).

이러한 전략적 지향성과 더불어 창업기업의 경우 기업가적 지향성이라는 요소에 대해 주목하고 있다, 기업가적 지향성에 관한 연구는 1983년에 처음 등장하여 2000년대 중반 이후 다양한 분야에서 연구의 빈도가 급격히 증가하였으며, 특히 기업가정신 분야에서 많이 다뤄지고 있다(Wales et al., 2011). 처음으로 기업가적 지향성에 대해 연구한 Miller(1983)는 해당 개념을 제품과 시장의 혁신을 추구하고, 어느 정도 위험을 감수하며, 시장의 불확실성에 진취적으로 대응하는 조직적인 성향으로 정의하였다(손권상, 2018).

기업가적 지향성을 내부적 혁신 행동과 경쟁우위를 향상시키는 자원에 대한 헌신으로 새로운 시장 기회의 발굴 및 기존 영역의 갱신을 추구하는 성향으로 정의하였는데, 이는 기업의 성과 창출을 위한 적극적으로 시장에 대응하는 전략적 의사결정의 일환으로 기존의 전략적 지향성과 공통점이 있다고 볼 수 있다(Srivastava et al, 2013).

또한 시장에서 경쟁우위를 달성하고 새로운 기회를 발굴하기 위한 전략이 빠르게 변화함에 따라 기존의 전략적 지향성 역시 기업가정신과 전략적 차원을 모두 고려해야 한다는 점에서도 개념적 변화의 타당성이 있다고 본다(문운지 & 김정운, 2011).

이러한 기업가적 지향성을 포함한 전략적 지향성의 개념에 대해 창업과정에서 시장 환경을 올바르게 파악하여 조직의 방향성을 올바르게 인지하는 창업자의 전략적 지침으로 정의하고 있으며, 시장 지향성 및 기술 지향성과 더불어 기업가적 지향성의 중요성을 강조하고 있다(장동관 외, 2013).

제 4 절 스타트업의 기술지향성

1) 스타트업의 기술지향성

기술지향적인 기업은 획기적인 신제품의 개발 가능성이 높고 기술전문가를 많이 보유한 기업은 획기적인 공정과정을 개발할 가능성이 높다고 주장하였다(Gatignon and Xuereb, 1997).

조직의 혁신성이 조직의 성과에 영향을 미치는 요인으로 파악하고 특히, 혁신성을 시장지향성, 학습지향성, 혁신역량 등과 함께 조직문화의 일부라고 했다(Hurley and Hult, 1998).

기술지향성은 기업의 전체적인 활동과정에서 일어나고 공통의 목적을 가진 신기술 개발에서 상업화에 이르는 단계적 과정에서 기술 혁신을 위한 기술창출, 기반구축 및 혁신활동으로 정의하였다(Salavou, 2005).

기술지향성이 기업성과에 영향을 미치는 요인을 기업의 기술혁신을 위한 기반구축 정도와 기술혁신을 위한 조직의 활동으로 구분하였다, 기술혁신기반 구축정도로는 기술의 우수성, 기술집약도, 개발기술의 사업화 능력으로 파악하고 기업의 기술혁신활동은 제품혁신, 공정혁신, 서비스혁신 활동으로 구분하여 분석하였다(이인우, 2009).

기술혁신기반 구축정도에서 기술의 차별적 우수성은 신기술에 의한 제품이 시장에 진입하기 위해서 기술개발, 제품화개발, 마케팅 등의 통합적 지원과 관리가 필요로 하고 궁극적으로는 고객에게 가치를 제공 할 제품의 실현이 중요하다, 기술의 집약도는 기업이 기술의 개발을 위하여 모든 인력과 자금을 투자하여 지속적인 핵심 기술개발에 집중할 수 있는지의 여부이다(장동관, 2013).

기술사업화 능력은 연구에서는 협의적으로 자체 연구개발 또는 외부조달을 통하

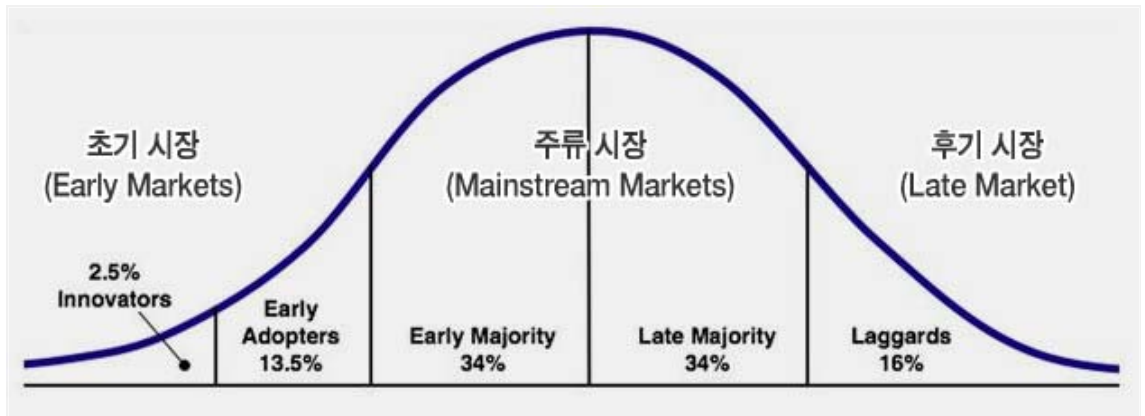
여 획득한 신기술을 생산 활동(즉 엔지니어링 및 제조공정활동)에 투입하여 대량생산을 통한 제품의 제작 출하 및 판매에 이르는 과정의 능력이라고 하였다(이영덕, 2010).

그리고 광의적으로는 연구개발계획의 수립과 아이디어의 창안을 통하여 연구 및 기술을 개발하고 개발된 기술을 사용하여 신제품, 신공정 또는 기존제품과 공정을 개량함으로써 시장에서 제품의 수명주기를 연장하거나 새로운 수명주기를 창출하는 것과 관련된 일련의 모든 활동능력이라고 하였다(박성찬, 2015).

Donovan(2006)은 기술사업화 성공을 위해서는 제품, 서비스, 고객니즈, 위험, 프로세스와 지표와 같은 명백한 사업화 과정을 추가하여 경쟁우위 전략, 다기능조직, 핵심역량, 팀워크, 최고경영자 리더십, 권한위임, 책임감, 보상과 지속적인 개선과 같은 원칙을 제시하였다. 기술사업화 능력을 “신기술을 이용하여 제품이나 서비스의 개발, 생산, 판매하는 일련의 과정을 수행하는 조직능력”으로 보고 제품화능력, 생산화능력, 마케팅능력을 주요 요인으로 선정하였다(정락채, 2009).

기술사업화 능력을 “아이디어 획득에서 연구개발을 통하여, 기술, 제품, 서비스를 시장에 판매하는 전 과정의 제 활동을 수행”하는 광의의 개념으로 기술전략기획능력, 기술프로세스능력, 기술조직능력으로 정의하고, “연구개발 후 신기술, 제품, 서비스를 시장에 판매하는 과정의 제 활동을 수행”하는 협의의 개념으로는 제조능력, 마케팅능력을 주요 요인으로 보았다(조근태, 2012).

이러한 기술개발의 활동을 소비자의 마케팅 측면으로 보았을때 아래의 그림인 캐즘의 내용을 참고 할 수 있다.



〈그림 2-1〉 캐즘 (Chasm)

기술혁신활동에서 있어서 제품혁신은 새로운 제품을 개발했거나 기존 제품의 성능이나 기능들을 향상함으로써 차별적 제품을 시장에 출시시켜 경쟁제품을 대체하는 수요와 소비자의 구매 욕구를 자극함으로써 매출과 이익을 꾸준히 창출 하는 영업활동을 말한다.

공정혁신은 생산 또는 서비스 운영을 위하여 사용, 투입, 도입되는 새로운 공정 단계의 변화, 공정의 개선을 통해서 원가를 절감, 품질개선, 시간단축 등으로 생산공정의 효율성을 제고하여 이익을 추구하는 것이다.

서비스혁신은 경쟁력 강화를 위한 서비스품질에 대한 개선 노력을 포함한다. 서비스는 이질성, 소멸성, 동시성, 무형성의 특성을 가지고 있어서 품질관리의 어려움 때문에 지속적인 혁신이 요구된다.

기술지향성이 신제품성과에 영향을 준다는 견해에는 이견이 거의 없다. 하지만 한가지 원인만 투입되는 연구는 거의 없으며 또다른 추가적인 요인변수, 매개변수, 조절변수를 통한 연구들이 다수이다.

기업의 기술지향성이 제품품질, 기술역량과 혁신속도 향상에 긍정적인 영향을 끼쳐서 결과적으로 기업의 신제품성과에 기여한다는 연구를 통하여 기업은 기술지

향성을 강화하면 성장성, 수익성, 고객만족 등의 신제품성과에 직접적으로 영향을 주는 기술역량과 혁신속도를 증대시킬 수 있다는 결론을 내렸다, 그러나 제품품질은 신제품성과에는 영향을 미치지 않는데 이는 제품의 품질은 중요하기는 하지만 반드시 시장에서 성공하는 요인은 아니라고 하였다(장동관, 2013).

기술창업기업의 기술혁신지향성이 강할수록 기업성과도 높아지고 시장 및 고객의 니즈를 반영하기 위한 기업의 노력들이 내부 기술혁신을 위한 기반강화와 제품 및 공정, 서비스혁신 활동으로 이어지면서 신기술 및 신제품을 개발하게 된다고 하였다, 즉 기술창업기업이 경영성과를 제고하기 위해서는 시장 내에 핵심적 경쟁우위의 원천인 기술혁신력에 근거한 신기술, 신제품개발로 시장 및 고객의 정보를 기술 및 제품에 반영할 때 가능하기 때문이다(이동주,2002).

제 5 절 기업성과

스타트업기업의 장기적인 성과를 판단하기 위해서는 재무적인 기업성과와 비재무적인 기업성과로 나누어 평가하여야 하며 기업의 매출과 자본비율등을 재무적인 기업성과와 기업의 정성적인 목표등은 비재무적인 기업성과로 나누어서 성과를 확인하였고 이러한 조사를 바탕으로 본 연구의 기본적인 내용으로 결과로 판단 하려한다.

1) 재무적 성과

일반적으로 기업의 단기적 성과 측정으로 사용되고 있는 재무적 기업성과와 그에 관한 지표는 수익으로 표시되고 있으며, 이것은 기업체의 최종적인 기업성과에 대한 평가를 하는 중요한 기준으로 이용된다, 창업기업의 재무적 기업성과도 일반 기업체의 기업성과와 같이 사용하고 있다(장동관, 2013).

경영성과 자료를 측정하기 위해서는 여러 가지의 도구들을 개발하고 활용하고 있으며, 기업의 수익성을 분석하기 위해 총자산증가율, 매출증가율 등의 회계적 수익

를 통해 회계기간 이상의 기업의 장기적인 재무적 경영성과를 분석할 때 사용 된다 (McWilliam & siegel, 2000).

Gupta(1987)와 Govindarajan & Fisher(1990) 등은 기업에서의 재무적 성과를 최고경영자(CEO)의 주관적인 판단에 의해 측정하였다, 이것은 최고 경영자(CEO)가 기업 경영의 전반적 성과를 유사한 업종의 경쟁기업과의 비교를 위해 사용한 요인들이었다, 이러한 주관적인 측정방법을 통해 측정한 경영성과와 객관적인 경영성과 자료 간에 상관관계가 매우 높다는 사실을 입증하고 있다(Dess & Robinson, 1984).

Tsai(1991)는 기업성과에 대한 올바른 측정을 위해서는 객관적 지표와 주관적 지표의 사용을 통해서 측정할 것을 강조했다(홍대웅, 2017).

Cooper & Dunkelberg(1987)는 경영성과를 재무적 성과, 상대적성과, 상용화실적으로 제시하며, 재무적 성과로는 영업이익률과 매출, 상대적 성과는 경쟁 대비 재무적 성과와 이익 대비 재무적 성과, 그리고 목표대비 재무적 성과로 구분하였다(장동관, 2013).

이경우(2009)는 경영성과를 시장성과와 재무성과에 초점을 맞추고 시장성과는 시제품의 시장 성공률, 시장점유율로 보았으며, 재무성과는 순이익 증가율, 매출액 증가율로 측정하였다(손권성, 2018).

Covin & Slevin(1990)의 경우, 창업기업의 성과로 매출액, 매출성장률, 매출액이익, 투자수익률 등에 대한 중용도와 각각의 재무기준에 대한 창업가의 만족도를 통해 주관적 성과를 사용하였는데 그 이유를 창업기업의 경우, 재무자료 제공을 망설이고, 객관적 재무자료가 공개되어 있지 않아서 정확성이 결여되며, 소기업의 자료는 해석하기 어렵고, 재무적 성과 자료의 절대치는 산업관련 요소에 큰 영향을 받기 때문이라고 설명하였다(손권성, 2018).

2) 비재무적 성과

비재무적 성과는 중요성은 인정되고 있으나 객관화가 어렵고, 측정의 범위가 광범위한 점 등으로 단기적인 성과라고 하기에는 부적합한 것으로 인식되고 있다, 그러나 장기적인 관점에서의 성과를 나타내는 비재무적 성과 지표는 조직을 중심으로 관련된 모든 이해당사자의 기준에 의해 성과를 측정함으로써 종합적이고 포괄적이며, 조직성과의 많은 부분을 설명할 수 있다는 장점이 있다(홍대웅, 2017).

Beard & Dess(1981)는 기업의 성과는 복합적인 현상이기 때문에 다차원 적인 측면에서 측정되어야 하며, 조직구조, 집단역학, 동기유발, 직무충실화, 리더십, 의사 결정, 계획수립, 목표설정 등과 같은 요인들에 대해서는 종합적으로 측정을 하고 평가해야 한다고 하였다(장동관, 2013).

또한 비재무적 성과지표로 가장 많이 연구되고 있는 측정방법은 시장점유율 분석이며, 시장점유율이 높은 기업은 고객과 유리한 거래조건 확보, 상표인지도, 경험축적, 규모의 경제 등을 통해 경쟁사 대비 유리한 위치의 확보할 가능성이 높으며 시장점유율과 수익성은 상호 밀접한 상관관계가 있다고 주장하였다(손권상, 2018).

Venkatraman & Ramanujam(1986)은 기업성과를 크게 재무적 성과와 비재무적 성과로 나누면서 비재무적 성과가 더 중요하다고 강조하였다 유희경 등(2007)은 재무적 성과의 원천으로 비재무적 성과지표를 들었으며, 이는 기업의 가장 핵심적인 성공요인 탐색을 통해 이를 활용할 수 있는 장점이 있다고 강조하였다(손권성, 2018).

Stuart & Abetti(1987)는 창업기업의 성공을 주관적 성공과 객관적 성공으로 표현하며, 재무적 성공에 비해 기업의 학습과정과 종업원 수의 증가 등 사회적 기여 등 비재무적 성공에 대한 표현이 가능하고, 성공이 계획 대비 실적을 의미하기 때문에 충족과 부족 차원에서 설명될 수 있다고 주장 하였다(김태훈, 2017)

그리고 Tsai(1991)는 성과측정의 정확성 향상을 위해 객관적 지표, 주관적 지표를 활용할 것을 주장하면서 객관적인 재무적 지표 이외에 만족도의 조직 유효성, 인지된 직무성과 만족도 등 주관적 지표가 추가적으로 사용된다고 하였다(김태훈, 2017).

고봉상 외(2003)는 창업기업의 성공에 대해 두개의 방식으로 측정하였다 매출액, 수익성, 고용성장률, 자기자본수익률, 자산대비 매출액과 종업원 대비 매출액 등의 계량적 성공과 생존확률, 기대목표의 달성정도, 외부자본 조달능력, 사회에의 기여, 종업원 만족도 등 주관적 성공을 지표로 제시하고 리커트 척도에 의해 조사하여 그 평균치를 사용하여 기업의 성공을 실증적으로 측정하였다(고봉상, 2003)

기업성과는 보통은 기업의 재무, 비재무 기업 성과로 측정되지만 창업기업의 경우 부분 소규모이며 당장의 재무적 실적이 나오는 것을 기대하긴 어렵다, 그렇기 때문에 이들은 수익정보단 앞으로의 전망과 개발의 가능성을 평가하는 것이 유의미하다(김태훈, 2017).

그렇지만 7년 미만의 기업들로 연구 대상을 결정하였고 이들 기업들은 이미 충분히 매출이 발생되고 있는 기업들을 배제 할 수가 없어서 재무적 성과와 비재무적 성과 둘로 나누어서 기업성과를 확인해본다.

제 6 절 액셀러레이터

1) 정의

액셀러레이터란, 스타트업이 성장할 수 있도록 초기에 도와주는 조직, 즉 창업기획자를 의미하지만, 최근 개정된 창업지원법에는 액셀러레이터를 “초기창업자 등의 선발 및 투자, 전문보육을 주된 업무로 하는자로서 이 법에 따른 지원을 받으려면 중소기업청장에게 등록하여야 한다.”라고 정의하고 있다(중기청, 2016).

또 2014년 미국 연방중소기업청(SBA)의 정책 보고서에서는 “유망기업에 Seed단계의 투자를 제공하여 일부 지분을 취득하고, 데모데이를 마지막으로 하는 멘토링과 교육 세션이 정해진 기간 동안 기수 기반으로 제공되는 프로그램을 운영하는 사업기관”이라고 정의하고 있다(TAP, 2016).

또 2014년 발족된Accelerator Leaders Forum(ALF)에서는 “성공한 벤처인이 자신의 성공 노하우, 투자재원을 활용하여 스타트업을 발굴·투자하고, 6개월 내외의 짧은 기간 동안 실전 창업교육과 전문 멘토링을 지원하여 창업 성공률을 높이고 성장을 가속화(accelerating)시키는 민간 전문기관 또는 기업”으로 정의하고 있다(TAP, 2016).

이를 바탕으로 액셀러레이터 개념을 종합해보면 선배 창업가의 경험과 재원을 활용하여 고성장이 예상되는 초기 창업자를 선발하여 Seed Money와 함께 짧은 기간에 집중적인 멘토링, 교육, 네트워킹 및 투자 연계 등을 체계화 시킨 단기 프로그램을 제공하는 촉진자 또는 창업기획자를 의미한다(장동관, 2013).

2000년대 중반 미국 실리콘밸리를 중심으로 개별 창업자 특성에 맞추어 밀착하여 멘토링, 교육, 네트워킹 등을 전문적으로 지원하는 새로운 지원 체계가 등장하였다, 경쟁적 과정을 통해 선발된 소수의 창업기업을 대상으로 멘토링, 네트워킹 및 지분투자 등을 체계화시킨 단기프로그램을 제공하는 촉진자로서 액셀러레이터가 시장에서 주목받기 시작하였다(김용재 외, 2014).

액셀러레이터(accelerator)는 초기 창업자를 선발하여 3~6개월의 짧은 기간 안에 집중적으로 보육하는 기관이나 프로그램을 말하며, 스타트업 팩토리(Startup Factory)라고도 불린다 액셀러레이터는 창업분야의 다양한 멘토들 즉, 엔젤투자자, 벤처캐피탈, 창업가, 지역 커뮤니티 관계자 등으로 구성된 커뮤니티이다(P. Miler, K. Bound, 2011).

액셀러레이터 프로그램은 입주 희망 벤처기업의 사무 공간 제공, 보육료 지급의 단순한 인큐베이터 프로그램을 넘어 예비 창업가 및 초기 벤처기업과의 완전한 동반 관계를 의미한다, 즉, 벤처창업의 실질적이고 적극적인 지원을 위해 3~6개월의 짧은 기간 동안 예비 창업가들을 대상으로 멘토링, 창업 아이디어, 창업 제반 행정서비스, 법률 서비스, 투자자 연계 등의 다양한 밀착 교육과 멘토링 서비스를 제공하는 것이다(배영임, 2012).

입주 희망기업들을 심사하여 각종 서비스를 제공하는 인큐베이터와 달리 액셀러레이터는 잠재 기업가를 발굴하여 창업 팀을 구성하고, 사업 아이디어를 제품 및 서비스로 실현하는 초기 벤처기업의 전 과정에 밀접하게 관여하여 벤처기업의 성공적인 안정화 확률을 높이는 밀착형 지역프로그램이다(강유리, 2015).

즉, 액셀러레이터는 초기의 벤처기업을 단순히 지원하는 것이 아니라 초기의 벤처발전 과정(sed-stage development)에 깊게 관여하여 벤처기업 그 자체로서 기능하는 것이다(김용재 외, 2014).

엑셀러레이터 프로그램은 몇 가지 특징을 가지고 있다, 누구에게나 개방적이지만 매우 경쟁적 선발절차(highly selective)를 통해 선발된다, 주로 지분 교환(10% 내외) 방식의 초기 창업 준비금(pre-seed)을 투자한다, 개인 창업자 보다는 소수의 창업 팀을 지원한다, 짧은 기간 (3~6개월) 동안 집중 보육한다, 期(batches)별 창업 지원한다(P. Miler, K. Bound, 2011). 엑셀러레이터의 가장 중요한 특징은 멘토링이다.

프로그램은 보통 3~6개월 동안 진행되는데 이때 경험 있는 창업가, 투자자, 법률 및 행정 전문가 등 창업관련 전문가들이 다수 참여하여 창업 팀과 1:1멘토링을 실시함으로써 아이디어에 대한 조언, 사업계획서 작성, 투자유치방법 등을 집중 지원한다, 엑셀러레이터 프로그램은 기수별 10개 팀 내외로 운영되는데 이들의 집단작업을 통해 창업 팀들은 서로 네트워킹을 하고 협조하여 문제를 해결하며 다양한 측면에서의 시너지를 창출한다는 장점을 가지고 있다(배영임, 2012).

엑셀러레이터가 생겨나 활동한 기간이 오래되지 않아서 이에 대한 선행 연구가 국내는 물론이고 해외에서도 많이 이루어지지 않았다, 현재 국내에서 발표된 연구 자료들은 학계에서 발표된 자료는 아직 없고, 근래에 들어와서 주로 연구기관들을 중심으로 정책 연구가 이루어지고 발표되었다, “벤처생태계의 내실화 추진을 위한 정책연구”에서는 이스라엘의 벤처생태계의 핵심요소라 할 수 있는 인큐베이터 프로그램, 엑셀러레이터 프로그램, 벤처캐피탈 시스템, 평가시스템 등을 우리나라 벤처 생태계와 비교분석한 후 정책적 시사점을 제시하였다(배영임 외, 2012).

엑셀러레이터 프로그램에 관한 부분의 결론을 요약하면 국내의 엑셀러레이터는 정부주도형과 민간주도형으로 구분된다, 이스라엘의 엑셀러레이터는 모두 민간 주도형으로 이루어지는데 주로 벤처캐피탈, 인큐베이터, 민간기업 등에 의해 운영된다, 국내와 다른 형태로 기술지원형이 있는데, 이 유형은 종자돈의 제공이

나 지분의 참여는 하지 않고 기술지원과 멘토링에 집중하면서 아이디어의 발굴을 주목적으로 한다(강유리, 2015).

투자금과 지분참여가 요구되는 형태의 일반적인 액셀러레이터 프로그램뿐만 아니라 이스라엘 사례에서 볼 수 있듯이 순수하게 기술지원 집중, 기업가정신의 함양 등과 같이 다양한 목적의 프로그램을 지원하고 육성함으로써 사회적으로 창업의 분위기를 고취시킬 수 있을 것으로 보았다(서옥수, 2015).

“벤처 액셀러레이터의 이해와 정책방향” 연구 보고서에서 국내 액셀러레이터의 빠른 확산에도 아직까지 그 효과가 검증되지 않은 상황이며, 그 성과를 객관적으로 평가할 수 있는 체계가 요구된다고 하였다(김용재 외, 2014).

“유럽 주요국의 스타트업 지원 체계 현황” 동향 연구보고서에서는 유럽 주요국의 액셀러레이터 등 스타트업 지원 프로그램 수 및 성과현황은 미국보다는 우리나라의 액셀러레이터 현황과 더 유사한 것으로 보았다, 우리나라는 현재 20여 개의 액셀러레이터가 운영 중이며 이들 업체들의 외형적 다양성 또는 확장 보다 중요한 것은 이들이 실질적으로 창업 생태계를 개선시킬 것인가라고 하였다(강유리, 2014).

2) 역할

국내 창업생태계에서 엔젤투자자, 창업보육센터(Busines Incubator), 벤처캐피탈(Venture Capital) 등과 같은 기존 지원체계에서는 공간 및 자본이나 시설 등의 외형적 지원에 집중하고 있어서 스타트업의 실무활동에 필요한 멘토링, 컨설팅, 인적 네트워크, 교육 등의 내용적인 지원이 미흡하다.

벤처캐피탈은 타인의 자금을 모집 및 운영을 하는 주체로서, 소규모의 고위험 노출된 초기 투자에 적합하지 않고 중, 후기에 투자가 집중되는 보수화 경향을 보이며 멘토링과 교육 등의 보육기능은 없다(서옥수, 2015).

엔젤투자자의 경우 소수의 엔젤투자자가 개인의 역량으로 다수 창업 기업의 전 과정에 참여하여 지원하기에는 한계가 존재하며, 엔젤투자규모는 지속적으로 감소하고 있다(서옥수, 2015).

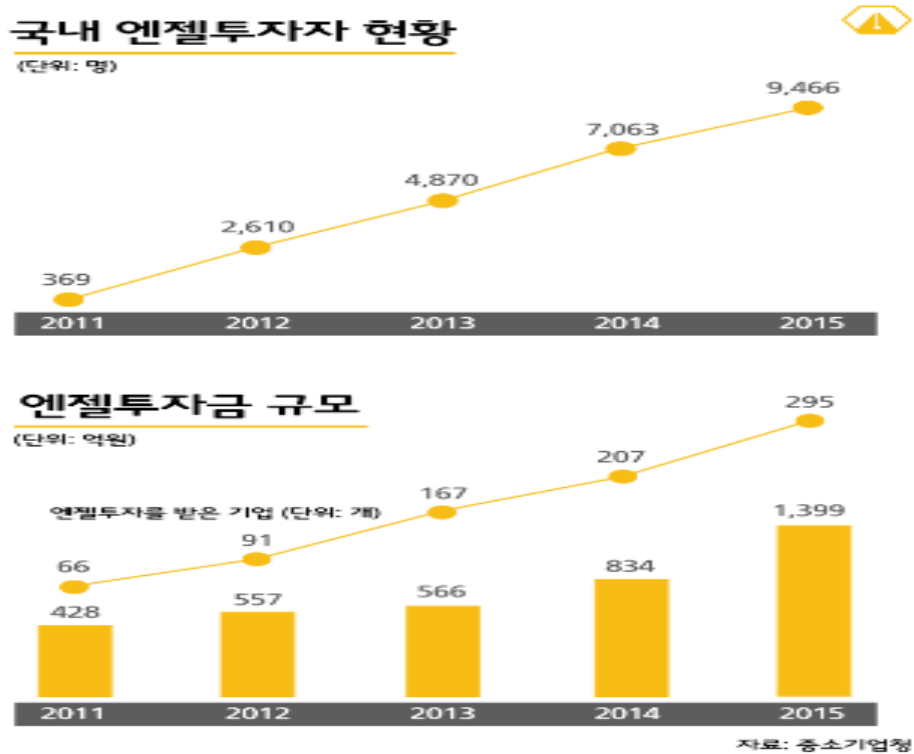
2013년도 미래창조과학부의 자료에 따르면 엔젤투자규모는 2000년 5,493억 원 대비 2012년 138억원으로 2.5% 수준으로 급격하게 줄어들고 있었지만 2013년 이후의 통계에서는 규모나 수진기업수에서 증가되고 있다.

창업보육센터는 물적 기반의 시설 및 공간의 제공에 초점을 두고 있으며 자금 투자 기능을 연계하는 연계성은 미약하다, 기타 컨설팅 및 창업상담회사들은 창업 초기보다는 사업 기반이 어느 정도 자리 잡은 기업들을 대상으로 단순히 경영관련 지원을 하는 경우가 다수이며, 담당자의 전문성이 결여된 경우도 있다 이들은 대부분 투자기능이 없다(서옥수, 2015).

그리하여 최근 창업 활성화를 위해 필요한 지원에 관한 분석 자료들에 의하면 스타트업들은 사업 아이디어를 구체화시켜주는 컨설팅, 창업자금 지원, 창업 교육지원, 멘토 연결 등의 도움이 많이 필요하다는 반응을 보이고 있다(김용재, 2013).

이러한 창업에 필요한 유, 무형 자원을 전문적으로 지원하는 새로운 형태의 창업지원 시스템의 필요성 증가하고 있다(김용재, 2013).

다른 투자의 한축을 담당하고 있는 엔젤의 투자 실적을 그림으로 보면 아래의 그림과 같다.



〈그림 2-2〉 엔젤투자

이러한 액셀러레이터의 역할과 주요 핵심역량을 보면서, 스타트업의 효과적인 지원과 액셀러레이터의 활성화를 위해서 다음과 같은 운영방안이 요구된다.

첫째, 기존에 기술과 창업에 많은 경험이 있는 전문가들이 중심이 되어 잠재

력이 있는 스타트업들을 정기적으로 공정하게 선발해야 한다.

둘째, 스타트업들이 창업초기에서 발생하는 경제적 어려움을 이겨내고 동반자 의식을 갖도록 초기자금 투자가(Seed A)와 향후 투자가(Seed B)로부터 투자를 받을 수 있도록 지원한다.

셋째, 단기간 집중교육을 통해 스타트업이 조기에 성장할 수 있도록 경영역량과 시장진입을 지원하는 역량 있는 코칭이 요구된다

넷째, 창업·사업화·경영·기술 등 우수한 전문가 그룹 기반의 맞춤형 육성프로그램을 운영한다.

다섯째, 산업 분야별 글로벌 창업과 전문화 역량을 지원할 수 있는 해외 협력 네트워크 역량이 요구된다. 이러 액셀러레이터의 발전 방안을 통해서 스타트업들의 경쟁력 있는 차별적 지원이 가능해 진다.

제 7 절 스타트업

1) 정의

먼저 의미가 혼용되고 있는 벤처기업과 구분을 할 필요가 있다. 먼저 벤처기업은 벤처기업협회의 정의에 따르면 벤처기업이란 일반적으로 아이디어와 기술력을 바탕으로 다소 위험을 감수하면서 고수익과 고성장을 추구하는 중소기업을 의미한다(벤처기업협회, 2017).

벤처기업은 앨빈 토플러가 주창한제 3물결 즉, 지식혁명 이후 급속하게 증가하고 있다(Tofler & Alvin,1981). 기존의 산업혁명은 효율을 기반으로 대량 생

산을 통해 부가가치를 창출하였는데, 이러한 방식은 대부분 많은 자본을 필요로 하는 대규모 공장을 갖추는 것이 필수적이었다(강유리, 2015).

하지만 지식혁명을 거쳐 오늘날에 이르기까지 기존의 방식을 통한 부가가치 창출에는 다양한 한계가 나타났다, 대량 생산을 통한 비용 절감은 중국의 세계 공장화와 물류 이동의 혁신으로 인해 더 이상 높은 부가가치를 보증하는 방식이 아니게 되었다, 마찬가지로 많은 자본력을 바탕으로 더 많은 이익을 창출하는 방식 또한 한계에 부딪혔다(장동관, 2013).

지식혁명의 시대, 나아가 4차 산업혁명에서는 자본, 시설 등과 같은 물리적 요소 보다는 지식, 융합과 같은 요소가 부가가치를 결정하는 중요한 요인으로 작용하고 있다, 특히 IT 기반 산업의 발전은 사업을 시작하는데 많은 자본을 필요로 하지 않게 되었으며, 아이디어와 기술력 가지고 있는 기업가에게는 다양한 기회를 제공하게 되었다(Neubauer & Lank, 1998).

이러한 환경적인 변화는 많은 벤처기업의 탄생을 촉진하는 촉진제가 되었으며, 글로벌 시대에 국가 경쟁력을 제고할 수 있는 효과적인 방법 중 하나로 인식되고 있다(최윤수, 2017).

벤처기업의 정의는 국가별로 차이가 존재한다, 미국의 경우 벤처기업을 『중소기업투자법』에 의해 위험이 높은 대신 성공 시 높은 수익을 기대할 수 있는 신생 기업으로 정의하고 있으며, 기술 기업, 첨단 중소기업 등으로 벤처기업을 다소 넓게 보고 있다(배영임, 2012).

또한 가까운 일본의 경우엔 『중소기업의 창조적 사업활동 촉진에 관한 임시조치법』을 통해 R&D 투자 비율이 총매출의 3% 이상이면서, 업력기준 5년 미만인 기업을 벤처기업으로 분류한다.

OECD에서도 벤처기업에 대한 정의에서 일본과 유사하게 R&D 집중도를 중

요하게 다루고 있으며, 기업 성공의 주요 요인이 기술 혁신과 기술 우월성인 경우 벤처기업으로 볼 수 있다고 말하고 있다(강남옥, 2011).

우리나라에서는 1974년 제정된 『벤처기업육성에 관한 특별조치법』을 통해 벤처기업을 정의하고 있으며, 미국과 일본, OECD와는 달리 세부 항목을 바탕으로 심사를 통해 벤처 확인 제도를 운영하고 있다 또한 벤처기업으로 확인된 경우 조세 감면 및 면제, 특허 우선 심사 등의 다양한 혜택을 제공하고 있다(벤처기업협회, 2017).

이동희(2011)에 따르면 벤처기업에 대한 각 국의 다양한 정의와 기준에도 불구하고, 벤처기업의 일반적인 특징은 유사하다, 벤처기업은 우수한 능력을 가지고 있는 기업가를 중심으로 R&D에 집중할 수 있는 여건을 갖추고 있으며, 고성장 산업에 주로 관심을 둔다, 또한, 급변하는 기술과 경영 환경에 적응하는 능력이 우수하며, 외부 자원을 적극적으로 활용하여 고부가가치를 창출한다(송기재 & 남장근, 1998).

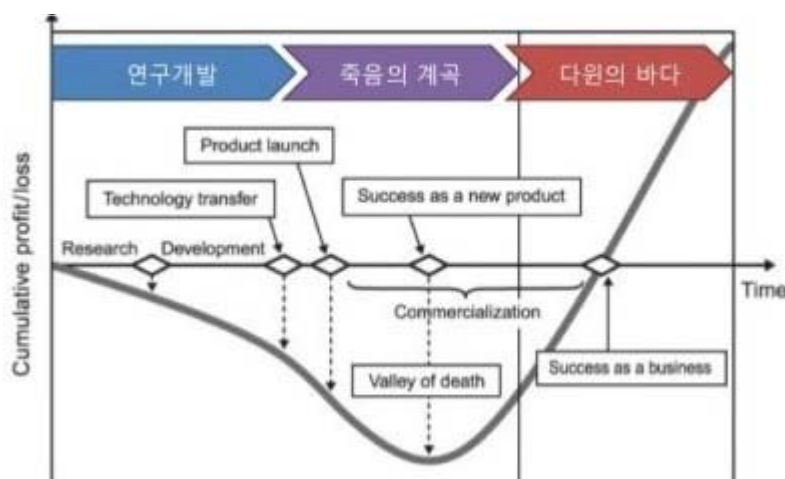
반면에 스타트업은 스타트업(Startup)이란 이번 개정된 창업지원법에서 “창업자중에서 중소기업을 창업하여 사업을 개시한 날부터 3년이 지나지 아니한 초기창업자”로 정의하고 있으며, 위키백과에서는 스타트업을 “혁신적 기술과 아이디어를 보유한 설립된 지 얼마 되지 않은 창업 기업이다”로 정의하고 있다(위키백과, 2016).

국내 액셀러레이터로 활동하고 있는 IgniteSpark 최환진 대표는 스타트업을 다음과 같이 세부적으로 구분하여 제시하고 있다, 우선, 이제 사업을 준비하고 시작한 기업으로, 현재의 가치보다 미래의 가치로 평가받을 큰 잠재력을 갖춘 기술 중심 회사 이거나 이와 비슷해야 한다, 두 번째로 개발 팀이나 프로젝트가 아닌 실제 회사의 형태를 가지고 있어야 한다, 마지막으로 출시할 제품이나 서비스를 기획하고 개발하는 과정에 있어야 한다, 시장에서 인지도를 얻기 이전의 단계로, 시장을 탐색하고 제품과 서비스의 포지셔닝을 찾는 단계가 스타트업이

다(Platum, 2016).

요약하면 혁신적 기술과 아이디어를 가지고 창업한 지 오래되지 않은 벤처기업을 의미하며, 대규모 자금을 조달하기 이전 단계라는 점에서 실제 벤처 기업과는 차이가 있다, 1990년대 후반 미국의 IT버블 과정에서 생겨난 기술기반의 벤처기업을 의미하였으나, 최근엔 새로운 비즈니스모델이나 기술을 기반으로 한 고위험·고성장·고수익의 특징을 지닌 소규모 창업 회사로 확장되어 사용된다(박찬희, 2017).

그러한 스타트업의 주기를 보면 아래의 그림과 같다.



〈그림 2-3〉 스타트업주기

최근 세계경제는 과거의 지속적 성장과는 달리 저성장의 지속으로 성장에 한계가 있으며, 또 성장하더라도 대규모 고용의 증대로 이어지지 않고 있다, 즉 고용 없는 성장이 지속되고 있으면서, 최근 국제노동기구(ILO)가 발표한 통계에 따르면 전 세계 청년층 인구의 약 13%가 실업상태에 놓여있다 말한다(손권상, 2018).

국내도 2016년 청년 실업률이 12%로 넘어섰으며, EU전체의 청년실업률도

일반 실업률 9.6%의 두 배가 넘는 20.4%로 발표되었다, 이로 인해 국내뿐만 아니라 전 세계가 앞 다투어 청년실업 대안과 경제발전을 위해 창업에 대한 관심과 창업확대 정책을 적극적으로 시행하고 있다(김태훈, 2017).

최근 미국 비롯한 각국의 스타트업 확대 정책에 힘입어 구글이나 애플처럼 상상력과 창의력을 바탕으로 스타트업들이 글로벌 기업으로 성장하여 성과와 부가가치를 선도하고 있다.

벤처 1세대인 이민화 창조경제연구회 이사장은 벤처기업 1만개를 창업하면 미래가치 170조원을 만들 수 있으며, 매년 국내총생산이 40조원 증가되면 국가의 저성장 문제와 청년실업 문제를 해결할 수 있다고 주장한다, 또 미국 대표 액셀레이터인 Y-Combinator로부터 시드머니를 투자 받은 숙박공유 기업인 Airbnb는 현재 33조의 기업 가치로 성장하였다(CNN머니, 2016).

이와 같이 1개의 스타트업이 성공할 경우 100개 스타트업 실패를 커버할 만큼의 고부가 가치를 창출하며, 또 미국의 새로운 일자리 60%를 스타트업들이 창출한다고 알려진 만큼 신규 고용창출 효과가 크다는 것을 알 수 있다, 여기에는 왜 스타트업인가 하는 질문에 대한 대답과 청년실업 및 새로운 성장 동력으로 스타트업 창업과 연구가 필요한 이유다(CNN머니, 2016).

국내도 Outstanding발표에 따르면 2015년 6월 소프트뱅크로부터 기업가치 5조5천억원을 기준으로 1조1000억을 투자받은 쿠팡이 1위를 차지하고, 같은 소셜 커머스 기업인 위메프와 티몬이 약1-2조원 기업 가치로 각각 2·3위를 차지했다(Outstanding, 2015).

전통적인 창업지원 체계인 창업보육센터(BI), 벤처캐피탈(VC), 엔젤투자자 등은 외형적 지원과 자본에 집중하고 있어, 스타트업이 창업과정에 어려움을 겪는 초기 자금과 멘토링 등 종합 지원에는 한계가 있다.

그리하여 최근 스타트업들을 대상으로 창업 활성화를 위한 필요한 지원에 대해 설문조사를 해보면 많은 창업가들이 아이디어를 검증하고 구체화 시켜주는 컨설팅과 필요한 창업자금 지원, 재무, 마케팅 등 창업교육 지원, 전문가와 연결 등에 높은 응답 요구를 보인다(박찬희, 2017).

이와 같이 창업에 필요한 자금지원 이외에 창업 활성화에 필요한 전문가의 컨설팅과 기업경영지원, 그리고 사회적 네트워크 등 전반적이고 체계적인 지원 시스템에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있다, 그리하여 2000년대 초반에 미국에서 액셀러레이터라는 지원모델이 등장하였다(박찬희, 2017).

즉 창업자에게 단순한 공간제공과 투자가 아니라, 경험 많은 멘토가 아이디어 발굴부터 사업화까지 지원하는 원스톱 육성서비스의 필요성에 따라 등장한 창업지원 모델이다(박찬희, 2017).

그러한 스타트업들의 수요를 확인하고 그 수요에 따른 연구가 필요한 것이 연구의 목적이 될 수 있겠다, 창업지원 기관들의 주요한 특징을 보면 아래의 표와 같다.

〈표2-1〉 창업지원 기관 역할

구 분	벤처 캐피탈	엔젤 투자자	액셀러레이터
투자기능	○	○	○
입주공간	x	x	○
보육 프로그램	x	x	○
특 징	중,후반기 투자	초기 투자	초기 투자

제 3 장 연구 방법

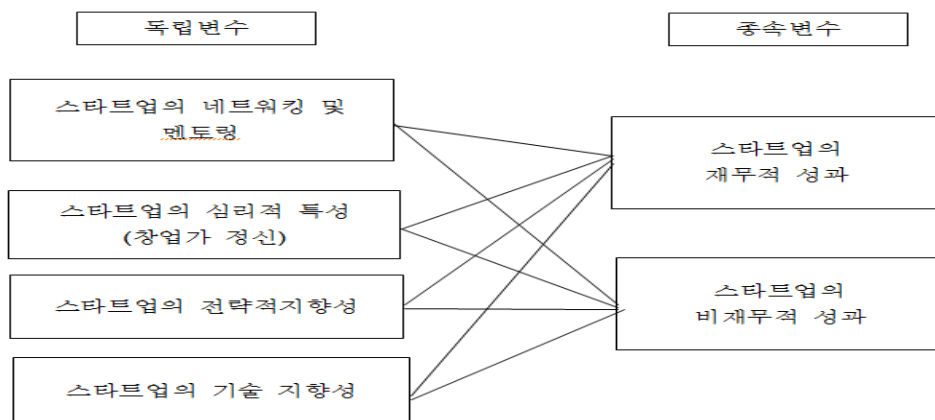
제 1 절 연구 모형

1) 연구 모형

본 연구에서는 스타트업들이 혁신형 사업기회를 포착하고 기업성과 창출에 필요한 우위를 확보하기 위한 방안으로서 창업가정신, 전략적 지향성, 기술지향성, 네트워크를 채택하고 선행연구에서는 네트워크 및 멘토링, 창업가정신, 전략적 지향성, 기술지향성이 기업성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미친다는 사실이 확인되고 있다.

21세기에는 디지털 기술이 정치, 경제, 사회, 문화 등 모든 영역에서 큰 영향을 미치고 있고 유비쿼터스(Ubiquitous)를 수반한 네트워크 환경이 갈수록 고도화되고 있기 때문에 개인 및 기업의 성과는 디지털 역량에 따라 많은 차이를 보이게 될 것임을 알 수 있다(김우중, 2016).

이를 토대로 본 논문에서 밝히고자하는 연구주제는 다음모형<그림 3-1>과 같다.



〈그림 3-1〉 연구모형

첫째, 사회적 네트워크와 멘토링은 조직문화이자 핵심중심으로서 그 중요성이 더욱 커지고 있고 기업성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음이 다수의 선행논문들에서 확인되고 있기 때문에 사회적 네트워크와 멘토링이 기업성과에 미치는 영향에 대해 살펴보자.

둘째, 창업가정신과 전략적 지향성은 기업성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미치고 있음이 다수의 선행논문을 통해서 확인되고 있으므로 창업가정신과 전략적 지향성이 기업성과에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석해 보고자 한다.

셋째, 기술지향성은 기업성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미치고 있음이 다수의 선행논문을 통해서 확인되고 있으므로 기술지향성이 기업성과에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석해 보고자 한다.

그래서 사회적 네트워크, 창업가정신, 전략적 지향성과 기술지향성이 기업성과인 종속변수에 어떠한 영향을 미치고 있는지 실증적 연구를 하는 것이 본 연구에 골자가 될 것이다.

제 2 절 연구 가설의 설정

1) 스타트업의 네트워킹 및 멘토링과 기업성과

다른 사람과의 연결성을 유대라고 정의 하며 양쪽 당사자 간의 밀접성이 좋을 경우 유대관계가 높다고 한다, 이는 관계를 맺고 있는 사람간의 친밀감, 가까움, 지지도, 교제의 정도로 감정의 깊이, 상호 호혜적 행동 등으로 유대관계의 강도를 알 수 있다고 하였다, 본 연구에서도 거리가 가깝고 친밀도가 높은 관계를 유대관계가 높다 라고 정의 한다(최병조, 2015).

본 연구에서는 창업가의 사회적 네트워크 및 멘토링을 측정하였으며, 박지유

(2013)의 연구 설문지를 참조하여 사회적 네트워크 3개 문항과 멘토링 3개 문항을 리커트 5점 척도를 이용해 측정하였다, 그리하여 선행연구들이 주장한 스타트업의 사회적 네트워크와 멘토링이 스타트업의 기업성과에도 유의한 영향을 미치는지 가설을 설정 해 보았다(박지유, 2013).

가설 1-1. 창업가의 네트워크 유대관계와 멘토링은 재무적 기업성과에 의미 있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

가설 1-2. 창업가의 네트워크 유대관계와 멘토링은 비재무적 기업성과에 의미 있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

2) 스타트업 심리적 특성(창업가 정신)과 기업성과

다수의 학자들은 창업가정신을 구성하고 있는 혁신성, 진취성, 위험감수성의 세 가지 요인들이 각각 기업성과에 긍정적 영향을 미치고 있음을 실증적으로 분석하였다(유봉호, 2013).

특히 창업기업처럼 작고 젊은 기업인 경우 창업가정신은 기업성과에 대해 긍정적 영향을 미칠 가능성이 더욱 크다(Hult et al., 2003; 김범성, 2012).

Rauch et al.(2009)은 51개의 선행연구에 대한 메타분석에서 단일차원의 창업가정신이 기업성과에 긍정적 영향을 미치고 있음을 확인하였다, 기업의 성장을 위해 창업기업은 물론 기존 중소기업들도 창업가정신의 함양을 위해 경영층 주도의 전사적인 노력이 필요하다(김상훈, 김운배, 2014).

창업가정신이 충만한 기업은 시장의 요구에 부응하여 보다 혁신적인 변화를 추구하고 불확실성이 내재된 신제품 및 새로운 서비스 개발의 위험을 감수하며 새로운 시장기회가 감지되면 경쟁기업보다 진취적으로 대응한다(유봉호, 2013).

따라서 창업가정신은 불확실성이 높은 스타트업 기업들에게 더욱 요구되는 핵심역량이라 할 수 있다. 이와 같은 선행연구와 이론적 논거에 따라 다음의 가

설을 결정하였다.

가설 2-1. 창업가정신은 재무적 기업성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

가설 2-2. 창업가정신은 비재무적 기업성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

3) 스타트업의 전략적 지향성과 기업성과

전략지향성이라는 개념은 시장지향성의 하위요인인 고객지향성, 경쟁자지향성과 기술의 중요성을 반영한 기술지향성 등 세 가지 하위요인으로 구성되어 있다(Gatignon & Xuereb, 1997).

다수의 선행연구에서는 전략지향성과 기업성과 간에 긍정적 상관관계가 있음을 지지하고 있다, 과거 시장지향성 관련 연구들에서는 시장지향성이 기업으로 하여금 고객만족을 향상시키기 위해 환경 및 고객들을 보다 잘 이해할 수 있도록 해준다는 가정을 기반으로 시장지향성과 기업성과간에 정적인 관계가 있을 것으로 예측해 왔으며(Jaworski & Kohli, 1993) 관리자가 지각하는 판매증가율과 시장지향성 간의 긍정적인 관계(Slater & Narver, 1995) 등을 지지하는 연구 결과들도 있었다(김태훈, 2017).

반면에 시장지향성과 기업성과는 직접적인 상관관계가 존재하지 않는다는 일부 연구결과도 존재한다, 한편 여형운, 정영배(2014)는 중소제조기업의 기술지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 기술지향성의 모든 요인들이 경영성과에 직접 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있음을 확인하였다(김우종, 2016).

선행연구들은 전략적 지향성의 하위요인들과 기업성과 간의 관계는 산업특성, 고객특성, 성과변수의 종류 등과 같은 여러 조건들에 따라 달라질 수 있으나 대체적으로 시장지향적이고 혁신지향적인 기업들이 경쟁기업들에 비해 보다 나은 성과를 창출한다는 점을 지지하고 있다(김우종, 2016).

최근의 연구에서도 전략지향성, 학습지향성, 창업가정신은 흡수능력과 혁신능력을 거쳐 국제성과에 긍정적인 영향을 주고 있음이 확인되고 있다(Stephens & Kim, 2015). 이와 같은 선행연구와 이론적 논거에 따라 다음의 가설을 설정하였다.

가설 3-1. 전략적 지향성은 재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

가설 3-2. 전략적 지향성은 비재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

4) 스타트업 기술지향성과 기업성과

본 연구에서는 다른 선행연구에서는 구분을 안 한 전략적 지향성을 전략적지향성 및 기술지향성으로 구분하였으며, 김우종(2016)의 연구를 참조하여 전략적지향성 6개 문항과 기술지향성 6개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

가설 4-1. 기술지향성은 재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

가설 4-2. 기술지향성은 비재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향이 미칠 것이다.

기술지향성은 선행연구에 따라서 전략적 지향성으로 분류되는 변수이기도 하고 생략되는 변수이기도 하는데 본 연구에서는 별도의 독립변수로 분리해서 연구 하는 점을 다른 논문과의 차별성으로 한다.

가설을 표로 정리하면 아래의 3-1의 정리와 같다.

〈표3-1〉 가설정리

가설	내용
가설 1-1	스타트업의 네트워크 및 멘토링은 재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 2-1	창업가정신은 재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 3-1	전략적 지향성은 재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 4-1	기술지향성은 재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 1-2	스타트업의 네트워크 및 멘토링은 비재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 2-2	창업가정신은 비재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 3-2	전략적 지향성은 비재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 4-2	기술지향성은 비재무적 성과에 의미있는 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 설문 구성

〈표3-2〉 설문지 구성 및 출처(선행연구 고찰)

구분	변수명	문항 수	출처	척도
독립변수	스타트업의 네트워킹 및 멘토링	6	박지유 (2014) 이승배 (2013)	Likert 5점척 도
독립변수	스타트업의 심리적 특성	6	박지유 (2014) 김종재 (1991)	
독립변수	스타트업의 전략적 지향성	6	손권상 (2018) 이숙, 문송철 (2011)	
독립변수	스타트업의 기술지향성	6	김태훈 (2017) 김우종 (2016)	
종속변수	재무적 기업성과	6	Stephens & Kim (2016) 최병조 (2016)	
종속변수	비재무적 기업성과	6	양예형 (2017) 김대일 (2015)	

제 4 절 변수의 정의

1) 스타트업의 심리적 특성(창업가정신)

본 연구의 조작적 정의는 다음과 같다. 창업가의 심리적 특성 중, 혁신성을 창업가가 얼마나 새로운 정보와 지식에 대한 관심이 많고 이를 적극적으로 수용하는지의 대한 의지이며, 진취성은 창업가가 모방적인 전략이 아닌 주도적으로 자신만의 전략을 채택하는지 그리고 시장에서 주도권을 쥐기 위한 의지가 얼마나 강한지를 의미한다(김태훈, 2017).

2) 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링

창업가는 기존 기업에 비해 새로운 시도를 하게 되므로 기존 시장에 대한 정보나 지식이 매우 취약하고, 판매경로를 개척하는 것도 쉽지 않다. 그렇기에 기존에 이미 창업한 창업가와 네트워크가 형성되어 있다면 유용한 정보와 지식을 얻고, 실패사례를 미리 알게 되어 반면교사로 삼았으며, 멘토링의 경우 창업은 소규모로 시작하기 때문에 조직 내에서 직원과 고민하기보다는 다른 기업을 창업한 스타트업들에게 개인적인 도움을 받기 쉽다.

본 연구의 조작적 정의는 다음과 같다, 스타트업의 사회적 네트워크는 창업가 자신이 창업활동을 위해 얼마나 네트워크 관계를 잘 유지하고 있는지 정보에 대해 공유하고 있는지에 대한 의지이며, 멘토링은 창업가 자신이 멘토에게서 건설적인 비판과 조언을 받고 있는지에 대한 변수이다, 본 논문에서는 박지유(2013)의 연구 설문지를 참조하여 사회적 네트워크 3개 문항과 멘토링 3개 문항을 리커트 5점 척도를 이용해 측정하였다(김태훈, 2017).

3) 스타트업의 전략적 지향성

스타트업들은 소규모 기업에서 대부분의 의사결정과 시장변화를 스스로 파악해야한다는 점에서 시장과 기술에 대한 창업가의 의지는 매우 중요하다고 볼 수 있는데, 본 연구에서는 전략적 지향성을 창업가가 시장에 대한 정보과 기술변화에 대한 흐름에 대해 얼마나 빠르게 대응하려고 하는지에 대한 의지로 정했다.

4) 스타트업의 기술 지향성

김우종(2016)의 연구를 참조하여 전략적지향성 6개 문항과 기술지향성 6개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다(김우종, 2016).

제 5 절 자료 수집

본 연구의 실증분석을 위하여 서울, 경기지역의 대학교 창업보육센터와 액셀러레이팅을 받은 업체와 한성대 보육센터에 입주한 7년 미만 기업 창업가들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

직접방문과 이메일 수집을 통해 총 400부를 발송하였으나 220부를 회수했고 이중 불성실한 응답자 6부와 액셀러레이팅을 받은 창업보육센터 스타트업을 중심으로 한 연구에 맞게 창업 업력이 7년 이상인 설문지 2부를 제외해 총 212부가 최종분석에 사용되었다.

제 4 장 연구 결과

제 1 절 표본의 특성 및 분석 결과

1) 표본의 특성

본 논문은 스타트업의 특성이 기업성장에 미치는 영향을 연구 하였으며 이를 위해서 서울, 경기지역의 대학교 창업보육센터와 액셀러레이팅을 받은 업체와 한성대 보육센터에 입주한 7년미만 기업 창업가들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

직접방문과 이메일 수집을 통해 총 400부를 발송하였으나 220부를 회수하였으며, 이중 불성실한 응답자 6부와 액셀러레이팅을 받은 창업보육센터 스타트업을 중심으로 한 연구의 특성에 맞게 창업기한이 7년 이상인 설문지 2부를 제외해 총 212부가 최종분석에 사용되었다.

〈표4-1〉 성별

		빈도	퍼센트	올바른 퍼센트	누적 퍼센트
유효	남성	177	83.5	83.5	83.5
	여성	35	16.5	16.5	100.0
	총계	212	100.0	100.0	

위의 표는 인구 통계학적인 결과로서 이 내용을 구체적 통계로 살펴보면 성별에 따른 분포는 남성과 여성의 비율이 각각 83.5%, 16.5%로 남성의 비율이 높은 것으로 나타났고, 응답자의 연령대 분포는 36-45세가 35.8%로 가장 높았으며 46-55세가 33.0%, 26-35가 24.1%, 56세 이상이 6.6%, 25세 이하가 0.5%로

나타났다.

〈표4-2〉 연령

		빈도	퍼센트	올바른 퍼센트	퍼센트
유효	25세이하	1	.5	.5	.5
	26~35세	51	24.1	24.1	24.5
	36~45세	76	35.8	35.8	60.4
	46~55세	70	33.0	33.0	93.4
	56세 이상	13	6.1	6.1	99.5
	56세이상	1	.5	.5	100.0
	총계	212	100.0	100.0	

근속년수를 살펴보면 4년 이상이 40.6%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 3년 미만이 39.6%로 나타났다. 학력을 살펴보면 대졸이 63.2%로 가장 많았고, 그 다음에 석사재학 이상이 29.7%, 고졸이하가 5.7%, 박사 이상이 1.4%, 로 나타났다. 업종 분포는 지식서비스가 28.8%로 나타났고, 기타 제조업 21.7%, 일반 제조업이 20.8%, IT관련 9.9%, 유통, 물류 7.5%, 로 나타났다.

〈표4-3〉 학력

		빈도	퍼센트	올바른 퍼센트	퍼센트
유효	고졸이하	12	5.7	5.7	5.7
	대졸	134	63.2	63.2	68.9
	박사	3	1.4	1.4	70.3
	석사	63	29.7	29.7	100.0
	총계	212	100.0	100.0	

마지막으로 액셀러레이팅 받고 싶은 분야는 자금이 52.8% 경영자문이 13.2% 사업화는 10.8%인 것으로 나타났다.

〈표4-4〉 근속

		빈도	퍼센트	올바른 퍼센트	누적 퍼센트
유효	1~3년	84	39.6	39.6	39.6
	1년~3년	1	.5	.5	40.1
	1년미만	41	19.3	19.3	59.4
	4~7년	86	40.6	40.6	100.0
	총계	212	100.0	100.0	

〈표4-5〉 업종

		빈도	퍼센트	올바른 퍼센트	누적 퍼센트
유효	IT 관련	21	9.9	9.9	9.9
	기타	46	21.7	21.7	31.6
	문화/컨텐츠	7	3.3	3.3	34.9
	서비스	8	3.8	3.8	38.7
	유통/물류	16	7.5	7.5	46.2
	의료/바이오	6	2.8	2.8	49.1
	의류/패션	3	1.4	1.4	50.5
	제조업	44	20.8	20.8	71.2
	지식 서비스	61	28.8	28.8	100.0
	총계	212	100.0	100.0	

〈표4-6〉 지원분야

		빈도	퍼센트	올바른 퍼센트	누적 퍼센트
유효	경영	28	13.2	13.2	13.2
	공간	7	3.3	3.3	16.5
	교육	3	1.4	1.4	17.9
	기타	3	1.4	1.4	19.3
	사업화	23	10.8	10.8	30.2
	자금	112	52.8	52.8	83.0
	창업생태계조성	12	5.7	5.7	88.7
	홍보 및 마케팅지원	24	11.3	11.3	100.0
	총계	212	100.0	100.0	

2) 기술 통계 분석

본 논문에서는 측정변수에 대한 정규성(normality)을 분석하기 위하여 기술 통계량의 분석을 실시하였으며, 결과는 다음 표 〈표 4-7〉 와 같다.

신건권의 기술통계량분석 결과에 대한 제시 기준에 따르면 표준편차 3이하, 왜도 절댓값 3이하, 첨도 절댓값 3 이하로 개별 측정변수들은 정규분포를 가지는 것으로 확인되었다(신건권, 2013).

〈표4-7〉 기술 통계분석

	N	최소값	최대값	평균	표준 편차	왜도	첨도	
	통계	통계	통계	통계	통계	통계	표준 오차	표준 오차
사회적								
멘토링1	212	2	5	4.14	.895	-.833	.167	.333
사회적								
멘토링2	212	1	5	3.92	.894	-.693	.167	.333
사회적								
멘토링3	212	1	5	3.78	.980	-.824	.167	.333
사회적								
멘토링4	212	1	5	3.56	.898	-.231	.167	.333
사회적								
멘토링5	212	1	5	3.57	1.035	-.593	.167	.333
사회적								
멘토링6	212	1	5	3.73	.984	-.725	.167	.333
심리1	212	2	5	4.37	.783	-1.110	.167	.333
심리2	212	2	5	4.29	.651	-.681	.167	.333
심리3	212	2	5	4.01	.776	-.578	.167	.333
심리4	212	2	5	4.17	.766	-.874	.167	.333
심리5	212	1	5	3.67	.985	-1.007	.167	.333
심리6	212	1	5	3.66	1.084	-.520	.167	.333
전략1	212	2	5	4.25	.675	-.451	.167	.333
전략2	212	2	5	4.11	.717	-.708	.167	.333
전략3	212	2	5	3.95	.753	-.259	.167	.333
전략4	212	2	5	3.76	.828	-.283	.167	.333
전략5	212	3	5	4.25	.701	-.390	.167	.333
전략6	212	2	5	4.15	.713	-.545	.167	.333
기술1	212	2	5	3.99	.871	-.460	.167	.333
기술2	212	2	5	4.21	.783	-.751	.167	.333
기술3	212	2	5	4.00	.840	-.668	.167	.333
기술4	212	2	5	3.61	.955	-.067	.167	.333
기술5	212	2	5	4.16	.655	-.586	.167	.333
기술6	212	2	5	4.16	.600	-.471	.167	.333
성과1	212	1	5	3.47	.946	-.074	.167	.333
성과2	212	1	5	3.56	.930	.030	.167	.333
성과3	212	1	5	3.55	.950	-.321	.167	.333
성과4	212	1	5	3.35	.844	-.066	.167	.333
성과5	210	1	5	3.64	.892	-.459	.168	.334
성과6	210	1	5	3.58	.952	-.305	.168	.334
비성과1	210	2	5	3.77	.662	-.304	.168	.334
비성과2	210	2	5	3.64	.870	-.205	.168	.334
비성과3	210	1	5	3.77	.840	-.464	.168	.334
비성과4	210	1	5	3.57	.916	-.402	.168	.334
비성과5	210	1	5	3.72	.876	-.367	.168	.334
비성과6	210	2	5	3.92	.676	-.276	.168	.334

제 2 절 신뢰도 분석

1) 신뢰도 분석

본 연구는 설문을 이용한 실증연구의 방법을 적용하고 있기 때문에 가설검정에 앞서서 설문에서 사용된 측정변수에 대한 개념들의 타당성, 신뢰성 검증을 실시하였다.

타당성은 연구자가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구가 그 개념이나 속성을 얼마나 정확히 측정하는가를 말하고, 요인분석은 연구하고자 하는 연구 개념을 얼마나 정확히 측정하였는가를 파악 하는 것이다, 또한 같은 개념의 연구를 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶여지는지를 확인하는 것으로 측정도구의 타당성을 판정하기 때문에 논문에 서는 타당성 검정이라고도 한다(김태훈, 2017).

요인분석은 많은 변수들을 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로써 그 내용을 단순화 시키고, 일반적으로 요인 적재치가 0.4 이하 일 때 해당 변수를 제거한다(채서일 외, 2015).

본 연구에서도 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 이는 이론상으로 아직 체계화되거나 정립되어 있지 않은 연구에서 향후 연구 방향을 파악하기 위하여 탐색적 목적으로 실행한다는 것을 의미하며, 신뢰성은 유사한 측정도구 혹은 동일한 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻는 것을 말하고, 신뢰도 분석을 측정하고자 하는 개념이 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인 하는 것이다(김한나, 2015).

즉, 동일한 개념에 대해 측정을 반복했을 때 동일한 측정값을 얻을 수 있는 가능성을 말한다 또한 신뢰도 분석은 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로, 신뢰도 분석의 결과는 Cronbach's α 와 같은 신뢰도 척도를 계산한 값을

가지고 판단한다(채서일 외, 2015).

일반적으로 알파 값이 0.7 ~ 0.9 이어야만 설문지의 신뢰성이 보장되지만 새로이 개발된 설문지의 경우는 알파 값이 0.6을 최저 허용치로 사용하기도 한다, 본 연구에서는 0.6 이상이면 신뢰도가 있다고 판단한다. 변수 최저값이 .654 이기 때문에 신뢰도는 검증이 되었다.

〈표4-8〉 독립, 종속 변수들의 요인분석 결과와 신뢰도 분석

	항목 삭제 시 척도 평균	항목 삭제 시 척도 분산	수정된 항목 계 상관	총항목 삭제 시 Cronbach 의 알파
사회적멘토링 1	11.27	6.228	.592	.818
사회적멘토링 2	11.49	5.682	.749	.752
사회적멘토링 3	11.63	5.324	.750	.747
사회적멘토링 5	11.84	5.747	.576	.831
심리3	7.33	3.187	.630	.654
심리5	7.67	2.677	.585	.673
심리6	7.68	2.416	.576	.698
전략1	12.35	3.253	.591	.778
전략3	12.66	2.995	.610	.771
전략5	12.36	2.999	.683	.734
전략6	12.46	3.074	.627	.761
기술1	12.36	3.142	.669	.698
기술2	12.14	3.449	.654	.707
기술3	12.36	3.378	.609	.731
기술6	12.20	4.397	.480	.791
성과1	14.10	8.936	.749	.846
성과2	14.01	9.153	.718	.853
성과4	14.21	10.361	.541	.891
성과5	13.91	9.198	.744	.847
성과6	13.98	8.555	.819	.828
비성과2	11.06	4.781	.652	.774
비성과3	10.93	5.163	.563	.813
비성과4	11.13	4.409	.720	.741
비성과5	10.98	4.756	.653	.774

본 연구에선 먼저 타당도 분석(탐색적 요인분석)과 측정변수의 수와 표본의 수가 적당한지를 나타내는 KMO 척도(>0.7 , 최소 >0.5)와 변수들 간의 상관 행렬이 단위행렬인지 인지 아닌 지를 확인하는 Bartlett의 구형성 검정을 ($p < 0.05$) 실행한 후 회전 제곱 합 적재 값의 % 누적 값을(>0.6) 확인하여 공통으로 묶인 요인 모두가 전체 측정변수의 분산이 얼마인가를 해석하는가를 파악하고, 끝으로 회전된 성분 행렬에서 성분(요인)별 요인 적재 값과 교차요인의 적재 값을 확인하여서 측정변수를 제거하는 변수 정제 과정으로 이루어졌다.

따라서 독립변수 요인분석 결과 KMO .755과 (>0.7) Bartlett의 구형성 검정(유의수준 .000 <0.5)을 통해 연구결과 데이터가 요인분석하기에 적절한 것으로 검정되었다. 또한 Cronbach의 알파값이 평균 값 6이상이어서 신뢰도가 검증 되었다고 볼 수 있다.

2) 상관관계 분석

회귀분석 실행 전에 독립변수 간의 상관관계와 독립변수와 종속변수 간의 관계 모두를 확인함으로써 다중공선성에 대한 준비를 위하여 독립변수와 종속변수를 모두 투입하여 상관분석을 실시하였다.

상관관계란 변수들 간의 관계를 말하는 것으로서 상관관계의 정도는 0에서 ± 1 사이를 나타내며, ± 1 에 가까울수록 상관관계는 높아지고 0에 가까울수록 상관관계가 낮아진다(김미숙, 2016).

〈표4-9〉 상관관계 분석

		사회적 멘토링	심리	전략	기술	성과	비성과
사 회 적 멘토링	Pearson 상	1	.491**	.423**	.338**	.245**	.386**
	관계수 유의수준(양 쪽)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	210	210
심리	Pearson 상	.491**	1	.518**	.485**	.331**	.445**
	관계수 유의수준(양 쪽)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	210	210
전략	Pearson 상	.423**	.518**	1	.451**	.395**	.493**
	관계수 유의수준(양 쪽)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	210	210
기술	Pearson 상	.338**	.485**	.451**	1	.480**	.514**
	관계수 유의수준(양 쪽)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	212	212	212	212	210	210
성과	Pearson 상	.245**	.331**	.395**	.480**	1	.676**
	관계수 유의수준(양 쪽)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	210	210	210	210	210	210
비성과	Pearson 상	.386**	.445**	.493**	.514**	.676**	1
	관계수 유의수준(양 쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	210	210	210	210	210	210

** . 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

변수들 간의 상관관계분석 결과 사회적 네트워크 및 멘토링은 심리적특성과 .491, 전략적 지향성과 .423, 기술지향성과 .338, 재무적 기업성과 .245의 상관관계수

값을 보이는 것으로 나타났고, 심리적요인은 전략적 지향성과 .518, 기술지향성과 .485, 재무성과와 .331의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 전략적 지향성은 기술적특성과 .451, 재무적 기업성과와 .395, 비재무 기업성과와 .493의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 기술지향성은 재무적 기업성과와 .480의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 재무적 기업성과는 비재무적 기업성과와 .676의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났다.

독립 변수간의 상관계수는 .518이 가장 큰 수치이므로 다중공선성은 존재하지 않을 것으로 판단하고 가설검증을 실시하였다.

제 3 절 가설검증

1) 재무적 기업성과 가설검증

독립변수인 사회적 네트워크 및 멘토링, 심리적요인, 전략적지향성, 기술지향성과 종속변수인 재무적 기업성과와 비재무적 기업성과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 <표 4-10>의 모형의 요약에서 보면 독립변수와 종속변수간의 상관관계는 0.522로 다소 높은 상관관계를 보이고 있다.

그리고 사회적 네트워크 및 멘토링, 심리적요인, 전략적지향성, 기술지향성이 기업성과에 대한 전체 영향 설명력은 $\text{adj } R^2 = .259 (25.9\%)$ 이며, Durbin-Watson은 1.568 의 수치로 나타났는데, 이는 2에 가까운 수치($1.5 < d < 2.0$)로 잔차들 간에 상관관계가 없어 즉, 자기상관이 없이 독립적이어서 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다.

〈표 4-10〉 모형 요약

모형	R	R 제곱	조 정 된 R 제곱	표준 주 통계 변경				Durbin-Watson
				정 값 오 류	R 제곱 변화량	F 변화량	유 의 수 준 F 변화량	
1	.522a	.273	.259	.69278	.273	19.246	.000	1.568
a. 예측변수: (상수), 기술, 사회적멘토링, 전략, 심리								
b. 종속 변수: 재무적 기업성과								

〈표 4-11〉의 분산분석표에서 F값은 19.246, 유의수준은 .000($P < .05$)으로 독립변수 중에서 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 검증하였다.

〈표 4-11〉 분산분석

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
1	회귀분석	36.947	4	9.237	19.246	.000b
	잔차	98.388	205	.480		
	총계	135.335	209			
a. 종속 변수: 재무적 기업성과						
b. 예측변수: (상수), 기술, 사회적멘토링, 전략, 심리						

〈표 4-12〉의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.389 ~ 1.407으로 VIF 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없어서 다중회귀분석을 실시할 수 있다.

〈표 4-12〉 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의수준 p	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	.425	.386		1.100	.273		
	사회적 멘	.018	.071	.018	.259	.796	.720	1.389
	토링							
	심리	.043	.079	.042	.540	.590	.591	1.692
	전략	.290	.104	.204	2.779	.006	.657	1.521
	기술	.417	.081	.363	5.134	.000	.710	1.407
a. 종속 변수: 재무적 기업성과								

회귀분석을 실시하기 위하여 종속변수의 자기상관과 독립변수들 간의 다중공선성을 검토하였다. 종속변수들 간의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 1.568로 나타나서 자기상관이 없이 독립적이다.

독립변수 간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수들 간의 VIF 지수는 1.389 ~ 1.407으로 10 미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다. 다중회귀분석을 실시한 결과, 전략적 지향성($p < .05$), 기술지향성($p < .05$)은 종속변수에 유의한 영향을 주었다.

전략적 지향성이 높을수록 ($B = .290$), 기술지향성이 높을수록 ($B = .417$), 재무적 기업성과가 높아지며, 이들 독립변수가 종속변수인 재무적 기업성과를 설명하는 설명력은 25.9%($\text{adj } R^2 = .259$)이다.

독립변수에서는 기술지향성($\beta = .363$)이 종속변수인 재무적 기업성과에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며, 다음으로 전략적 지향성($\beta = .204$), 심리적 특성(

$\beta = .042$), 사회적 네트워크 및 멘토링($\beta = .018$) 순으로 운영성과에 영향을 주었다.

종속변수인 대한 재무적 기업성과에 대한 결과에 대한 요약 표는 <표 4-13>과 같다.

<표4-13> 가설검정결과 재무적 기업성과

가설	내용	검증결과
가설 1-1	스타트업의 네트워크 및 멘토링은 재무적 기업성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	기각
가설 2-1	창업가정신은 재무적 기업성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	기각
가설 3-1	스타트업의 전략적 지향성은 재무적 기업성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	채택
가설 4-1	스타트업의 기술지향성은 재무적 기업성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	채택

2) 비재무적 기업성과 가설검증

독립변수인 사회적 네트워크 및 멘토링, 창업가정신, 전략적지향성, 기술지향성이 종속변수인 비재무적 기업성과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 <표-14> 의 모형 요약에서 독립변수와 종속변수 간의 상관관계는 0.614으로 다소 높은 상관관계를 보이고 있다.

그리고 사회적 네트워크 및 멘토링, 창업가정신, 전략적 지향성, 기술지향성이 비재무적 기업성과에 대한 전체 설명력은 $\text{adj } R^2 = .365(36.5\%)$ 이며, Durbin-Watson은 1.923의 수치로 나타났는데, 이는 2에 가까운 수치($1.8 < d < 2.2$)로 잔차들 간에 상관관계가 없어서 자기상관이 없이 독립적이어서 회귀 모형이 적합하다고 할 수 있다.

〈표 4-14〉 모형 요약

모형	R	R 제곱	조 정 된 R 제곱	표준 추 정값 오 류	통계 변경 R 제곱 변화량	F 변화량	유 의 수 준 F 변 화량	Durbin -Watso n
1	.614a	.377	.365	2.25631	.377	31.058	.000	1.923
a. 예측변수: (상수), 기술, 사회적네트워크및 멘토링, 전략, 심리								
b. 종속 변수: 비재무적 기업성과								

〈표 4-15〉의 분산분석 표에서 F값은 31.058, 유의수준은 .000($P < .05$)으 로 독립변수들 중에서 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 검증하였다.

〈표 4-15〉 분산분석

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
1	회귀분석	632.455	4	158.114	31.058	.000b
	잔차	1043.645	205	5.091		
	총계	1676.100	209			
a. 종속 변수: 비재무적 기업성과						
b. 예측변수: (상수), 기술, 사회적네트워크및 멘토링, 전략, 심리						

〈표 4-16〉의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.389 ~ 1.407로 VIF 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없어 다중회귀분석을 실시할 수 있었다.

〈표 4-16〉 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	유의수준 p	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타		허용 오차	VIF
1	(상수)	1.270	1.259		1.009	.314	
	사회적 멘토링	.451	.230	.127	1.961	.051	.720
	심리	.381	.258	.106	1.474	.142	.591
	전략	1.235	.339	.247	3.637	.000	.657
	기술	1.255	.265	.310	4.744	.000	.710
	기술지향성						1.389
a. 종속 변수: 비재무적 기업성과							

회귀분석을 실시하기 위하여 종속변수의 자기상관과 독립변수들 간의 다중공선성을 검토하였다. 종속변수의 자기상관지수는 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 1.923으로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수 간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수 간 VIF 지수는 1.389 ~ 1.407으로 10 미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

따라서 본 데이터는 회귀분석을 실행하기에 적합하다. 다중회귀분석을 실행한 결과, 사회적 네트워크 및 멘토링($p < .01$), 전략적 지향성($p < .01$), 기술지향성($p < .01$)은 종속변수에 유의한 영향을 주었다.

전략적 지향성이 높을수록($B = 1.235$), 기술지향성이 높을수록($B = 1.255$), 비재무적 기업성과가 높아지며, 이들 독립변수가 종속변수인 비재무적 기업성과를 설명하는 설명력은 36.5%($\text{adj } R^2 = .365$)이다.

독립변수에서는 기술지향성($\beta = .310$)이 종속변수인 재무적 기업성과에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며, 다음으로 전략적 지향성($\beta = .247$), 심리적 특성($\beta = .106$), 사회적 네트워크 및 멘토링($\beta = .127$) 순으로 비재무적 기업성과에

영향을 주었다.

독립변수인 사회적 네트워크 및 멘토링, 창업가정신, 전략적지향성, 기술지향성이 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 <표 4-17>과 같다.

〈표 4-17〉 가설검정결과 비재무적 기업성과

가설	내용	검증결과
가설 1-2	스타트업의 네트워크 및 멘토링은 비재무적 성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	기각
가설 2-2	창업가정신은 비재무적 성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	기각
가설 3-2	스타트업의 전략적 지향성은 비재무적 성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	채택
가설 4-2	스타트업의 기술지향성은 비재무적 성과에 유의적인 정(+)의 영향이 미칠 것이다.	채택

연구 모형에 대한 전체 가설검정 결과에 대한 요약은 <표 4-18>과 같다.

<표 4-18>전체가설검정

가설	경로	표준 계수	비표준 계수	t	p	결과
1-1	사회적네트워크 및 멘토링 → 재무적 기업성과	.018	.018	.259	.796	기각
1-2	사회적네트워크 및 멘토링 → 비재무적 기업성과	.127	.451	1.96 1	.051	기각
2-1	창업가 정신 → 재무적 기업성과	.042	.043	.540	.590	기각
2-2	창업가 정신 → 비재무적 기업성과	.106	.381	1.47 4	.142	기각
3-1	전략적 지향성 → 재무적 기업성과	.204	.290	2.77 9	.006	채택
3-2	전략적 지향성 → 비재무적 기업성과	.247	1.235	3.63 7	.000	채택
4-1	기술 지향성 → 재무적 기업성과	.363	.417	5.13 4	.000	채택
4-2	기술 지향성 → 비재무적 기업성과	.310	1.255	4.74 4	.000	채택

가설 1-1 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값은 β 값 .018, p값 .796 으로 가설은 기각되었다.

즉, 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 1-2 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값은 β 값 .451, p값 .051 으로 가설은 기각되었다.

즉, 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 2-1 창업가정신은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값은 β 값 .042, p 값 .590 으로 가설은 기각되었다.

즉, 창업가정신은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 2-2 창업가정신은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .381, p 값 .142 으로 가설은 기각되었다.

즉, 창업가정신은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 3-1 스타트업의 전략적 지향성은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .204, p 값 $< .001$ 으로 가설은 채택되었다.

즉, 스타트업의 전략적 지향성은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검정되었다.

가설 3-2 스타트업의 전략적 지향성은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .1235, p 값 .142 으로 가설은 채택되었다.

즉, 스타트업의 전략적 지향성은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검정되었다.

가설 4-1 스타트업의 기술지향성은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .363, p 값 $< .001$ 으로 가설은 채택되었다.

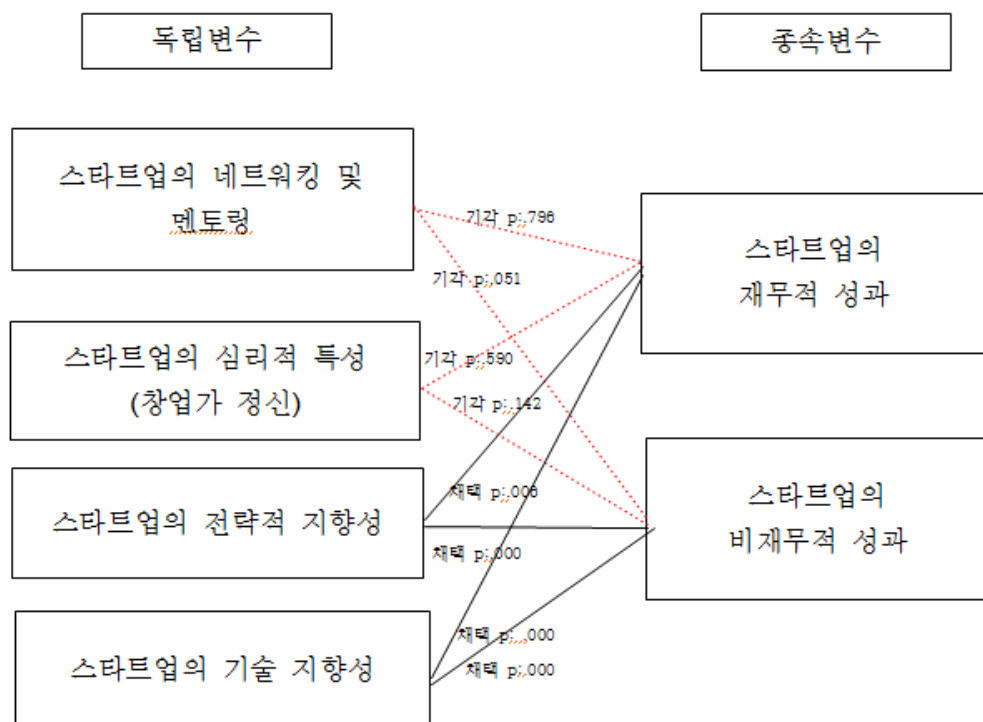
즉, 스타트업의 기술지향성은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검정되었다.

가설 4-2 스타트업의 기술지향성은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠

것이다. 이 경로분석 결과 값이 β 값 1.255, p 값 $< .001$ 으로 가설은 채택 되었다.

즉, 스타트업의 기술지향성은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검증되었다.

연구모형결과를 그림으로 보면 아래의 〈그림 4-1〉과 같다.



〈그림 4-1〉 연구모형결과

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점

1) 연구결과의 요약

본 연구는 스타트업의 특성이 기업성과에 미치는 영향에 대해서 확인하고자 하였다. 그 분석 결과로 우리나라 스타트업의 성과를 내기위한 특성을 독립변수인 사회적 네트워크 및 멘토링, 심리적 특성, 전략적 지향성, 기술지향성들이 기업의 재무적, 비재무적 경영성과에 대해 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대해서 제시하고자 하였다.

실증분석을 위해서 서울, 경기, 인천, 충청도 등의 연구자에게 액셀러레이팅을 받은 50여개의 수진기업들의 임직원을 대상으로 하여 구글 설문과 직접 방문 등을 통하여 설문지를 배부 및 회수 하였으며 설문의 결과는 SPSS 22.0 통계프로그램을 통하여 타당도와 신뢰도 분석과 상관관계를 분석하고 회귀분석을 실시 하였다.

그리하여 나온 분석결과를 종합요약 하면 다음과 같다.

가설 1-1 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값은 β 값 .018, p 값 .796 으로 가설은 기각되었다.

즉, 사회적 네트워크 및 멘토링은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 1-2 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값은 β 값 .451, p 값 .051 으로 가설은 기각되었다.

즉, 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 2-1 창업가정신은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값은 β 값 .042, p 값 .590 으로 가설은 기각되었다.

즉, 창업가정신은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 2-2 창업가정신은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .381, p 값 .142 으로 가설은 기각되었다.

즉, 창업가정신은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치지 않는 것으로 검정되었다.

가설 3-1 스타트업의 전략적 지향성은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .204, p 값 $< .001$ 으로 가설은 채택되었다.

즉, 스타트업의 전략적 지향성은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검정되었다.

가설 3-2 스타트업의 전략적 지향성은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .1.235, p 값 .142 으로 가설은 채택되었다.

즉, 스타트업의 전략적 지향성은 비재무적 재무성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검정되었다.

가설 4-1 스타트업의 기술지향성은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠 것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 .363, p 값 $< .001$ 으로 가설은 채택되었다.

즉, 스타트업의 기술지향성은 재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검정되었다.

가설 4-2 스타트업의 기술지향성은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향이 미칠

것이다 의 경로분석 결과 값이 β 값 1.255, p 값 $.< .001$ 으로 가설은 채택 되었다.

즉, 스타트업의 기술지향성은 비재무적 기업성과에 정의 영향이 미치는 것으로 검증되었다.

종합 결과 기업성과의 재무적 기업성과 측면에서 전략적 지향성, 기술지향성의 경로 분석 결과 재무적 기업성과에 긍정의 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 비재무적 기업성과 측면에서는 전략적 지향성, 기술지향성이 비재무적 기업성과에 긍정의 영향을 줄 것이다 의 경로분석 결과 비재무적 기업성과에 긍정의 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

정리하면 스타트업의 사회적 네트워크 및 멘토링과 창업가 정신을 제외한 다른 4개의 가설 즉, 전략적 지향성과 기술지향성이 재무적 기업성과와 비재무적 기업성과의 구분 없이 모두 긍정의 역할을 미칠 것이라는 가설이 입증되었다.

2) 시사점

엑셀러레이터팅을 받은 스타트업에 대한 학술적 연구를 바탕으로 현재 우리나라의 엑셀러레이터 운영 실태와 지원체계 등에 대하여 살펴보고, 문제점을 파악하여 앞으로의 발전방향을 제시하는 연구를 하였다는데 의의가 있다.

첫째, 기존의 연구에서는 전략적 지향성과 기술지향성에 관한 연구에서는 구분을 안 하고 하나의 독립 변수로만 판단하여 기업성과와의 관계를 분석하였다. 그러나 본 연구에서는 전략적 지향성과 기술지향성을 개별의 요인인 독립변수로 설정하여 성과에 미치는 영향을 분석하였고, 나아가 기술적 지향성에 가설을 검증하여서 기업의 성과를 결정하는 요인으로써 포괄적인 분석을 했다는 점에 의의가 있다

둘째, 그러한 이유는 기술이 점점 다양해지고 고도화되고 있는 상황에서 기술기반 스타트업의 성공을 위한 핵심 역량은 기술에 대한 활용과 이해라고 할 수

있으며, 이에 맞춰 혁신적 기술을 활용하고자 하는 기술적 지향성은 성과 창출을 위해 중요한 전략 요소라는 점을 인지하였다.

셋째, 스타트업의 약한 유대 네트워크와 창업가 정신을 보완하는 지원이 기업 성과에 영향을 미치는 것을 확인하고 선행논문을 통하여 가설을 세웠지만 기각되어서 스타트업의 네트워크 및 멘토링과 창업가 정신에 대한 부분은 추후의 연구과제로 생각한다.

넷째, 인구통계학적 조사에서 스타트업들의 과반수는 창업보육센터와 정부의 창업지원에 대한 만족도가 그리 만족스럽지 못한 것으로 나타났다. 그리고 스타트업들이 주로 요구하는 지원분야는 자금지원, 사업화 지원, 마케팅 및 홍보 지원, 공간지원 순이었다.

이는 연구결과에서도 보듯이 스타트업들의 전략적 지향성과 기술지향성은 기업 성과에 긍정적인 영향을 미쳤지만 정작 스타트업들이 인지하는 지원에 대한 만족도에 대한 수준은 낮은 것으로 나타났다.

이에 따라 대학교 창업보육센터와 중앙정부와 지자체는 스타트업에 대한 지원이 실질적으로 기업 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 인지하고, 예비 창업가에 대해서는 스타트업의 심리적인 특성을 배양시킬 수 있는 교육이 요구될 것이며 먼저 창업한 스타트업에 대해서는 자금 지원이나 사업화 등의 지원이 우선 요구되는 분야에 집중적으로 투자해야 될 것이다

제 2 절 연구의 한계점 및 향후 과제

1) 연구의 한계점

본 연구는 시사점을 제공하지만 그와 동시에 다음과 같은 한계점과 향후연구과제도 존재한다.

첫번째, 표본이 전국단위가 아닌 서울, 인천, 경기, 충청지역을 중심으로 연구를 하였고,

두번째, 창업 연한과 업종을 별도로 구분하지 않고 모두 종합해서 연구했다는 점이다. 이는 스타트업들에게 요구되는 지원정책이 창업초기, 중기와 후기에 따라 내용이 달라질 수 있기 때문이다.

예를 들어, 창업초기에는 당장의 자금지원과 매출을 올려 존속하기 위한 사업화와 판매경로에 대한 지원이 커질 수 있지만 어느 정도 사업이 안정된 상황에 접어든 스타트업들의 경우, 법률지원이나 경영지원이 더욱 절실할 수 있다. 7년 미만의 기업으로 선별을 하였으나 업력별로 구분 못한 점이 두번째 한계점이다.

세 번째, 창업업종에 따라서도 제조업은 설비 등 유형의 자산이 더욱 중요할 수 있지만 콘텐츠 및 문화 산업 같은 서비스업의 경우, 새로운 아이디어와 뛰어난 인적자본구성이 더 중요할 수도 있기 때문이다. 향후 업종이나 창업기한 등을 기준으로 한 스타트업들간에 분야별 분석을 통해 연구를 한다면 더욱 유의미한 연구가 진행될 수 있을 것이다.

2) 향후 과제

새로운 창업지원 방법인 액셀러레이터에 관한 선행 연구가 부족하고, 최근의 도입으로 인한 연관 자료가 부족하여서 객관적으로 검증된 선행 연구 결과를 제시하기에는 어려움이 많이 있었다.

향후 연구과제로는 다양한 변수의 적용을 통해 이번에 도출된 프레임워크의 한계점을 보완하고 타당성을 증명하여 성공적인 스타트업 비즈니스 전략을 위한 프로세스를 정립하는데 있겠다.

스타트업이라는 특정한 환경에서 아이디어를 사업화 하는 단계에 있는 경영자 및 임직원들을 대상으로 본 프레임워크의 단계를 기준으로 아이디어 배양을 실험해 볼 수 있었으며, 또한 스타트업 배양기관에서 아이디어 사업화를 위한 스타트업의 가치 평가 및 초기 지원을 위한 운영 프로그램을 개발함에 있어서 본 프레임워크의 실제 적용도 가능한지 실험할 수 있을 것이다.

그러나 본 연구는 액셀러레이터의 특성과 스타트업의 성과에 대한 첫 실증분석 연구논문으로서 의미를 가지고 있고, 최근에 많은 관심과 정책이 집중 되고 있다는 점을 연구 결과를 알게 되었고 이를 통해 벤처 생태계를 이루고 있는 액셀러레이터와 스타트업들에게 미력하나마 기여를 할 수 있을 것이라고 생각한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강유리. (2015). 『스타트업 육성 프로그램 성과 : 액셀레이터 중심으로』, 정보통신정책연구원, KISDI Premium Report
- 강병오. (2011). “중소기업 CEO의 창업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 중앙대학교, 박사학위논문
- 강호규. (2017). “창업기업에 대한 신용보증 성과 비교분석”. (기업의 재무성과를 중심으로), 서울대학교, 석사학위논문
- 곽규태, 최세경. (2015). 『창업보육센터(BI) 운영성과의 영향요인 : 보육활동과 BI 운영모델 특성을 중심으로』, 중소기업연구, 37(4), 209-230.
- 김민철, 황정욱, 김근형. (2004). 『창업보육센터 활성화 요인 연구 : 전산회계연구』, 3(1), 155-171.
- 김범성. (2012). 『창업가의 심리 특성과 기업가정신에 한 연구 : 과정모형을 중심으로』, 유라시아연구, 9(1), 119-152.
- 김상표, 변충규, 하환호. (2014). 『창의성이 높으면 기업가 정신도 높은가? : 인지적 · 비인지적 창의성이 기업가정신에 미치는 영향』, 경영컨설 연구, 14(3), 67-78.
- 김수진, 한정화, 이상명. (2016). 『예비창업자의 실패에 한 두려움이 창업의도에 미치는 영향』, 벤처창업연구, 11(3), 49-61.
- 김양민, 김승주, 최초의 자산. (2013) 『창업자의 특성이 신생기업에 미치는 영향』, 경영전략연구, 16(2), 1-22.
- 김우종. (2016). “창업가정신과 전략적지향성이 기업성과에 미치는 영향 : 디지털리터러시와 학습지향성의 조절된 매개효과”. 중앙대학교, 박사학위논문
- 김종재. (1991). 『중소기업경영론』, 박영사.
- 김춘근. (2015). “창업지원시스템과 창업가역량이 기술창업기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 한국산업기술학교, 박사학위논문
- 김태훈. (2017). “창업가의 특성과 전략적 지향성이 경영성과에 미치는 영향 : 창업보육센터 스타트업을 중심으로”. 부산대학교, 석사학위논문

- 미래창조과학부. (2016). 창조경제 생태계 조성을 통한 창업 벤처성과 본격화 보도자료.
- 박지유. (2014). “창업가 특성과 사회 자본이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구 : 멘토링을 중심으로”. 호서대학교, 석사학위논문
- 배영임. (2012). 엑셀러레이터의 성과와 핵심성공요인, 중소기업포커스, 중소기업연구원.
- 손권상. (2018). “창업성과에 영향을 미치는 요인 : 창업자의 전략적 지향성과 사회적 자본의 역할”. 인하대학교, 석사학위논문
- 양예형. (2017). “대학교 창업보육센터 입주기업의 기업역량이 기업성과에 미치는 영향”, 동양대학교, 석사학위논문
- 윤민진. (2017). “소상공인과 소기업의 전략적지향성이 기업성과에 미치는 영향”.호서대학교, 석사학위논문
- 이경미. (2017). “벤처기업의 지식 흡수능력과 기업가적 지향성이 혁신성과에 미치는 영향”. 경북대학교, 석사학위논문
- 이숙, 문송철. (2011). 『학습지향성 시장지향성 기업가지향성이 조직문화에 따라 경영성과에 미치는 영향』, 정보통신교육원, 18(2), 109-132.
- 이승배. (2013). “중소벤처기업 창업자의 사회 자본이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 건국대학교, 박사학위논문
- 장동관. (2013). “기술창업시 전략적 지향성이 창업성과에 미치는 영향 : 가격 및 품질관리 역량의 매개역할을 중심으로”. 대전대학교, 박사학위논문
- 장동현. (2018). “대학의 엑셀러레이팅 역할 강화방안 연구”. 한밭대학교, 석사학위논문
- 정철호, 정덕화. (2014). 『중소벤처기업의 전략지향성이 창업가정신에 따라 기업성과에 미치는 영향』, 한국콘텐츠학회논문집, 14(7), 468-479.
- 지성권, 김숙정. (2007). 『벤처기업의 비재무적 성과측정치 결정요인에 관한 실증 연구』, 벤처경영연구, 10(2), 25-48.
- 채서일. (2006). 『사회과학조사방법론』, 비앤엠북스, 서울.
- 최병조. (2016). “창업가의 사회적 네트워크와 온라인 네트워킹 활동이 기업성과에 미치는 영향 : 창업 5년 이하의 기술창업기업을 중심으로”. 호서대학

교, 석사학위논문

최선화. (2018). “창업보육센터 입주기업의 초기성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”. 강원대학교, 석사학위논문

한국정보화진흥원. (2013). 2012 정보격차지수 및 실태조사. 한국정보화진흥원.

한국청년창업가정신재단. (2014). 창업가정신의 이해, 중소기업청.

한정화. (2011). 창조경제시의 기업가정신 활성화 방안, 산업연구원, 청년창업포럼 발표자료.

현대경제연구원. (2016). 4차 산업혁명의 등장과 시사점, 경제주평.

2. 국외문헌

- Cooper, K. (2000). Effective competency modeling & reporting: a step-by-step guide for improving individual & organizational performance. *AMACOM Div American Mgmt Assn.* 519-532.
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1994). Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. *Journal of business venturing*, 9(4), 331-349.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *The Journal of marketing*, 20-35. 재인용.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. 519-532.
- SSuliyanto, S., & Rahab, R. (2012). The Role of Marketing Orientation and Learning Orientation in Improving Innovativeness and Performance of SMEs. *Asian Social Science*, 8(1), 134-145.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V., Chatelin, Y., & Lauro, C. (2005). PLS Path Modeling. *Computational Statistics and Data Analysis*. 48(1), 159-205.
- Timmons, J. (1994). *New Venture Creation : Entrepreneurship for the 21st Century*. Fourth Edition, McGraw-Hill, Boston.
- Todorova, I., Guzzardo, M. T., Adams, W. Z., & Falcon, L. M. (2014). Gratitude and Longing: Meanings of Health in Aging for Puerto Rican Adults in the Mainland. *Journal of Health Psychology*, 19(2), 1-12.
- VandeWalle, D. (1997). Development and Validation of Work Domain Goal Orientation Instrument. *Education and Psychological Measurement*, 57(6), 995-1,015.
- Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, and Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635-656.
- Wennekers, S. (2005). Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic

- Development. *Small Business Economics*, 24, 293~309.
- Yu, C. H. (2010). Exploratory Data Analysis in the Context of Data Mining and Resampling. *International Journal of Psychological Research*, 3(1), 9–22.
- Zahra, S. A. (1996). Technology Strategy and Financial Performance: Examining the Moderating Role of the Firm's Competitive Environment. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 189–220.
- Zahra, S., & Covin, J. (1995). Contextual Influence on the Corporate Entrepreneurship–Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10, 43–58.
- Zhao, Y., Li, Y., Li, S. H., & Chen, L. B. (2011). Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning and Performance: Evidence from China. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1042–2587.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

부 록

설 문 지

안녕하세요?

먼저 바쁘신 와중에도 이렇게 귀한 시간을 할애하여 본 설문에 참여하여 주신 것에 매우 감사드립니다.

본 설문은 창업가 본인이 인지하는 창업가의 심리적 특성 및 네트워킹에 대한 내용입니다. 또한 창업가가 보유하는 전략적 지향성과 기술지향성과 액셀러레이터로부터 받은 도움에 대한 항목도 포함하고 있습니다.

그리고 최종적으로 창업가가 인식하는 재무적, 비재무적 기업성과에 대해 묻고 있습니다. 본 설문의 가장 중요한 목적은 설문자의 솔직한 의견을 기록하는 것이므로 생각 하시는 바를 솔직하게 응답해주시면 감사하겠습니다.

귀하와 귀사의 발전을 기원합니다.

한성대학교

지 식 서 비 스 & 컨 설 팅 대 학 원

2018년 10월 2일

한성대 지식서비스 & 컨설팅 대학원

지도교수 : 정 진 택

컨버전스 전공 석사과정 : 주 복 기

1. 다음은 스타트업의 사회적 네트워크와 멘토링에 대한 질문입니다. 해당 되는 곳에 표시해 주시길 바랍니다.

순서	설문문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 하고 싶은 창업활동을 위해 비즈니스 관계를 구축하려 노력하고 있다.					
2	나는 관심분야의 기존 창업가와 지속적인 비즈니스 관계를 유지하고 있다.					
3	나는 관심분야의 기존 창업가와 판매, 상품개발, 생산 등에 대한 계획을 공유한다.					
4	멘토가 건설적인 비판을 제안한다.					
5	멘토가 성공한 자금기관, 기업가, 공급업자 및 잠재적 고객들과의 관계수립을 가능하게 해준다.					
6	멘토가 기회 및 위기에 대한 적절한 조언으로 창업을 지향할 수 있게 해준다.					

2. 다음은 스타트업의 심리적 특성에 관한 질문입니다. 해당 되는 곳에 표시해 주시길 바랍니다.

순서	설문문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 새로 나온 제품 및 서비스에 관심이 많은 편이다.					
2	나는 독창적이고 혁신적인 아이디어를 적극적으로 수용한다.					
3	나는 항상 신제품개발, 신사업 발굴 등에서 모방전략을 취하기보다 진취적으로 경쟁업체를 앞서려고 노력한다.					
4	나는 새로운 시장 창출과 그 시장에서의 주도적인 지위를 확보하기 위해 노력한다.					
5	나는 안전하고 확실한 것보다는 리스크를 감수하더라도 새로운 것을 추진하려 한다.					
6	나는 경제상황이 불확실하더라도 투자전략과 성장전략을 수립해 추진한다.					

3. 다음은 스타트업의 전략적 지향성에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 표시해 주시길 바랍니다.

순서	설문문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매 우 그 렇 다
1	나는 고객정보를 중요시하고 관련정보를 수집한다.					
2	나는 주요의사결정의 기준을 고객만족에 두고 있다					
3	나는 경쟁사의 활동을 중시하고 그들에 대한 정보를 지속적으로 수집한다..					
4	나는 경쟁사의 활동에 즉각적으로 대응하고 싶다.					
5	나는 제품 및 서비스 개발에 있어 기술혁신을 중요시한다.					
6	나는 기술혁신을 위해 정보를 지속적으로 수집한다.					

4. 다음은 스타트업의 기술 지향성에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 표시해주시길 바랍니다.

순서	설문문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	벤처, 이노비즈인증등 인증획득이 사업에 도움이 될 것이라고 판단한다.					
2	지식재산권(특허등)이 사업에 도움이 될 것이라고 판단한다.					
3	기술이전이 사업에 도움이 될 것이라고 판단한다.					
4	우리 회사의 기술은 시장에서 독보적인 것으로 인정받고 있다.					
5	나는 기술개발 핵심인력이 사업에 도움이 될 것이라고 판단한다.					
6	나는 사업성과를 위해서 기술혁신 정보를 지속적으로 추구하는 것이 사업에 도움이 될 것이라고 판단한다.					

5. 다음은 재무적 경영성과에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 표시해주시길 바랍니다.

순서	설문문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	동종 동업종의 경쟁회사와 비교하여 우리 회사의 매출성장율이 더 높다.					
2	동종 동업종의 경쟁회사와 비교하여 우리 회사의 영업이익율이 더 높다.					
3	동종 동업종의 경쟁회사와 비교하여 우리 회사의 자산증가율이 더 높다.					
4	우리 회사의 원가는 절감되고 있다.					
5	우리 회사의 고객수는 증가하고 있다.					
6	우리 회사의 시장점유율은 증가하고 있다.					

6. 다음은 비재무적 경영성과에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 체크해주시길 바랍니다.

순서	설문문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	경쟁회사에 비해서 종업원의 만족도가 더 높다.					
2	경쟁회사에 비해서 브랜드인지도가 더 높다.					
3	우리 회사의 업무처리속도가 향상되고 있다.					
4	우리 회사는 현재 회사의 목표 또는 비전이 어느 정도는 달성되었다.					
5	우리 회사는 벤처캐피털 등 외부에서 성장잠재력이 있다고 평가받고 있다.					
6	우리 회사의 제품(서비스) 품질이 향상되고있다.					

- 다음은 일반적인 사항에 대한 질문입니다.

1. 당신의 성별은 무엇입니까?

① 남성 ② 여성

2. 당신의 나이는 어떻게 되십니까?

① 25세 이하 ② 26-35세 ③ 36-45세 ④ 46-55세 ⑤ 56세 이상

3. 당신의 최종학력은 다음 중 어디에 해당되니까?

① 고졸 이하 ② 대재 및 대졸 ③ 대학원재학포함(석사) ④ 대학원(박사)

4. 현재 당신의 회사는 창업 후 몇 년이 지났습니까?

① 1년 미만 ② 1년-3년 ③ 4년-7년

5. 당신이 속한 창업 업종은 다음 중 어디에 해당되니까?

① IT관련 ② 제조업 ③ 의료/바이오 ④ 문화/컨텐츠 ⑤ 의류/패션

⑥ 유통/물류 ⑦ 서비스 ⑧ 기타

6. 스타트업 창업에 있어서 가장 지원이 필요하다고 생각되는 분야는 어디입니까?

① 경영지원 ② 공간지원 ③ 자금지원 ④ 교육지원 ⑤ 사업화 지원

⑥ 사회적 분위기 조성 ⑦ 창업소통 공간 확보 ⑧ 창업생태계 조성

⑨ 홍보 및 마케팅 지원 ⑩ 기타

7. 액셀러레이터와 창업보육센터로부터 얻은 지원에 대한 만족도는 어떻습니까?

① 전혀 만족스럽지 않다. ② 만족스럽지 않다. ③ 그저 그렇다.

④ 만족스럽다. ⑤ 매우 만족스럽다

ABSTRACT

The effect of start-up characteristics on corporate
performance
-Start-up business with less than 7 years of
accelerating-

Joo. Bok-Kee

Major in Convergence Consulting

Dept of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service
& Consulting

Hansung University

Since the mid-2000s, a new form of startup and accelerator has emerged in Silicon Valley in the United States, creating a new wave of entrepreneurial ecosystems. It has been introduced in Korea since 2010, but the existence of accelerators is not well known in Korea at the initial stage.

However, in July 2017, related laws and regulations have been enacted. Since October, 2017, the researcher has started to work as a specialist for the district partners, which is a middle accreditation accelerator, and has invested in and consulted about 20 companies since October, 2017 until November, 2018.

I believe that research based on this situation is not a general in-school

research but a real work experience and research activity, which makes a difference from other research papers and is meaningful research. Based on these researches, I hope to become a practical article that will be more useful to the target pre – founders by suggesting the direction of the accelerator and the practical vision that can give practical help.

And most of the current accelerator-related papers are as follows. The researcher's paper confirms and finds out the way the domestic accelerator should go and the efficiency of the start-up childcare which is the main purpose and finds out direction and purpose of the implications and accelerator, I have a purpose.

In the previous research, the extent of the research was examined as to how efficient the low level of awareness, procedures, and child care were in the range of the characteristics of the start – up, and the research method was based on 93 preliminary theses And the statistical work will be done using the SPSS22 which meets the contents.

We examine the effects and scope of the start-up characteristics, which are the hypotheses and statistical results based on the values derived from the statistical work, on the performance of the company. However, the reason for this lack of prior data is still at an early stage, and research on accelerators and start-ups has remained at such an exploratory level because of the lack of data to identify their investment characteristics and performance.

Therefore, the questionnaires were extracted from about 200 executives and employees of 50 start – up companies who completed the accelerating program in this paper. Based on this survey, directions and directions for accelerator and start – up were suggested.

[Key words] Accelerator, Start-up, Strategic orientation, Network