



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 원 저작자를 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 권리와 책임은 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)



석사학위논문

창업컨설팅이 창업성과와 창업성과에 따른
경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

2015년



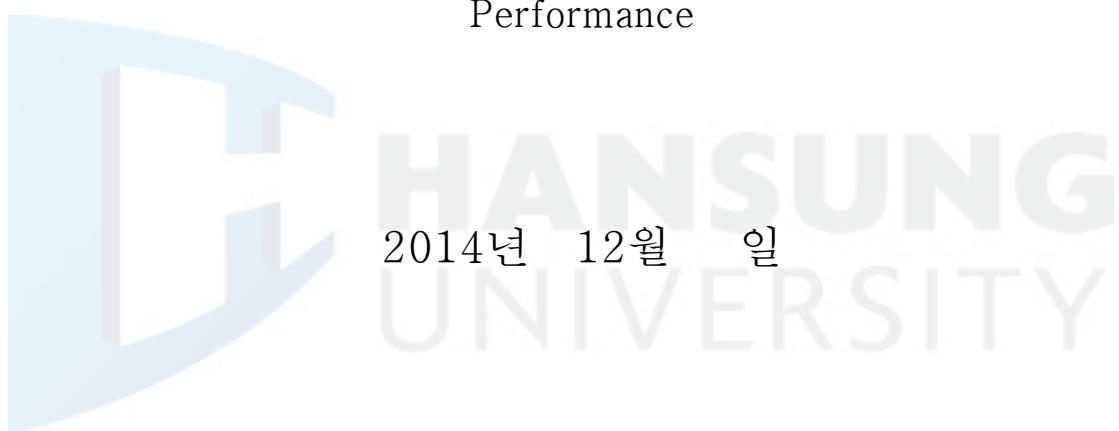
한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
지영준

석사학위논문
지도교수 정진택

창업컨설팅이 창업성과와 창업성과에 따른
경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effect of Start-up Consulting on the Start-up
Performance and Business Performance by the Start-up
Performance



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
지영준

석사학위논문
지도교수 정진택

창업컨설팅이 창업성과와 창업성과에
따른 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effect of Start-up Consulting on the Start-up
Performance and Business Performance by the Start-up
Performance

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2014년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
지영준

지영준의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2014년 12월 일

심사위원장 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

국 문 초 록

창업컨설팅이 창업성과와 창업성과에 따른 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
지 영 준

창조경제의 핵심으로 경제의 혁신성과 유연성을 높이고 일자리를 창출시켜 경제 성장에 긍정적으로 작용하는 창업이 부각되었으며, 창업기업이 창조경제 견인에 매우 중요한 역할을 하게 되었다. 따라서 신규 일자리와 국가경제의 부가가치 창출에 중추적 역할을 담당할 창업기업의 전략적 육성지원이 필요하게 되었다.

그런데 정부의 각종 지원정책 중에서도 창업컨설팅의 필요성이 강조되고 이에 따라 그 수요가 증가 추세에 있다. 그 이유를 살펴보면 창업기업에 직접 자금을 지원하는 것보다 적은 비용의 컨설팅 지원으로 동등한 성과를 거둘 수 있다는 점과 창업기업이 급변하는 경영환경에 적응하여 성과를 이루기 위해서는 전문지식 및 관리기법을 지도해 줄 수 있는 외부 전문가의 도움을 받는 창업컨설팅이 반드시 필요하기 때문이다.

그러나 창업컨설팅 전문기업이나 전문 컨설턴트의 부족과 창업기업에 적합한 차별적인 컨설팅 방법론이나 기법의 부재 등으로 창업컨설팅이 컨설팅의 한 전문분야로 명확한 자리매김을 하지 못하고 있으며, 창업기업의 창업컨설팅에 대한 이해 부족과 컨설팅 비용 부담 등으로 창업컨설팅이 정착되지 못하고 있는 것이 현실이다. 이뿐만 아니라 현재까지 기업의 경영성과에 대한

영향 요인들이나 경영컨설팅의 성과 제고에 영향을 미치는 요인들에 대해서는 많은 선행연구들의 접근이 있어 왔지만 창업기업이 창업컨설팅 수진을 통해 경쟁력이 강화되어 창업성과가 나타나고 이에 따라 경영성과가 제고되었는지에 대한 연관관계를 분석해 그 결과를 설명해 주는 국내 실증연구도 부족한 실정이다.

따라서, 본 연구는 창업컨설팅이 창업기업의 성과에 미치는 영향요인을 검증하여 앞으로 창업컨설팅이 컨설팅의 독립적인 전문분야로 발전할 수 있는 계기를 제공하고 창업컨설팅의 활성화에 기여할 수 있는 토대를 만들고자 하였다. 이를 위해 연구모형과 가설을 설정하고, 창업컨설팅을 수진한 창업기업을 대상으로 실증적인 연구를 진행하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 창업컨설팅이 창업성과에 미치는 영향요인을 분석하였다. 연구결과 창업컨설팅 신뢰도는 창업성과 요인 모두에게 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업컨설팅 만족도는 창업성과 요인 중 시장 확보, 기술 확보, 인적자원 확보에는 유의한 영향을 미치지만, 자금 확보에는 유의한 영향을 미치지 않았다. 컨설팅 활용도는 시장 확보, 자금 확보, 인적자원 확보에는 유의한 영향을 미치지만 기술 확보에는 유의한 영향을 미치지 않았다.

둘째, 창업성과가 경영성과에 미치는 영향요인을 분석하였다. 그 결과 창업성과의 요인들 가운데 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보는 재무적인 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치나, 인적자원 확보는 유의한 영향을 미치는 않는다는 결과를 얻었으며, 비재무적 성과에는 창업성과 요인 모두가 유의한 영향을 미친다는 결과가 나타났다.

결론적으로 창업컨설팅이 수진기업에게 만족할만한 품질수준으로 수행되면 창업성과를 이끌어내고 이에 수반하는 경영성과가 이루어진다는 실증적 검증 결과에서 창업기업에게 창업컨설팅이 반드시 필요하며 여기에는 창업컨설팅의 특화된 전문성 제고가 선행되어야함을 알 수 있다.

【주요어】 창조경제, 일자리창출, 창업기업, 창업컨설팅, 창업성과

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구의 배경 및 필요성	1
2. 연구의 목적	3
제 2 절 연구의 방법 및 구성	4
1. 연구의 방법	4
2. 연구의 구성	4
제 2 장 이론적 배경	6
제 1 절 창업기업에 대한 이론적 고찰	6
1. 창업의 정의 및 실태	6
2. 창업기업의 역할	8
제 2 절 창업컨설팅에 대한 이론적 고찰	9
1. 경영컨설팅의 이론적 고찰	9
2. 창업컨설팅의 의의 및 현황	12
제 3 절 창업컨설팅성과 및 창업성과, 경영성과에 관한 선행연구	14
1. 창업컨설팅성과에 대한 선행연구	14
2. 창업성과에 대한 선행연구	17
3. 경영성과에 대한 선행연구	21
제 3 장 연구설계	25
제 1 절 연구모형 설계 및 가설 설정	25
1. 연구모형의 설정	25

2. 연구가설의 설정	26
3. 변수의 조작적 정의	30
제 2 절 조사설계	34
1. 설문의 구성	34
2. 분석방법	36
제 4 장 연구결과	37
제 1 절 표본의 특성	37
1. 연구표본의 일반적 특성	37
2. 신뢰성 및 타당성 분석	39
제 2 절 가설검증	47
1. 연구모형의 적합도 검증	47
2. 연구가설에 대한 검증결과	48
제 5 장 결론	53
제 1 절 연구결과 요약	53
제 2 절 연구결과의 시사점	54
제 3 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향	55
참고문헌	56
부 록	60
ABSTRACT	64

【 표 목 차 】

<표 1> 창업여부 참고자료	7
<표 2> 창업컨설팅 성과에 대한 선행연구의 주요내용	14
<표 3> 창업컨설팅과 창업성과의 연구가설	28
<표 4> 창업성과와 경영성과의 연구가설	29
<표 5> 창업컨설팅의 조작적 정의와 측정항목	31
<표 6> 창업성과의 조작적 정의와 측정항목	32
<표 7> 경영성과의 조작적 정의와 측정항목	34
<표 8> 설문지 구성	35
<표 9> 연구표본의 일반적 특성	38
<표 10> 창업컨설팅에 대한 요인분석 결과	40
<표 11> 창업성과에 대한 요인분석 결과	41
<표 12> 경영성과에 대한 요인분석 결과	42
<표 13> 창업컨설팅 요인에 대한 신뢰성 분석 결과	43
<표 14> 창업성과 요인에 대한 신뢰성 분석 결과	43
<표 15> 경영성과 요인에 대한 신뢰성 분석 결과	44
<표 16> 확인적 요인분석 결과	45
<표 17> 상관관계 분석 결과	46
<표 18> 연구모형의 적합도 평가 결과	47
<표 19> 연구가설의 검증 결과	52

【 그 림 목 차 】

<그림 1> 국내 창업기업 현황	8
<그림 2> 국내 컨설팅 산업의 발전과정	10
<그림 3> 연구모형	26



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경 및 필요성

장기적인 글로벌 경기침체와 저성장의 상황에서 기업의 구조 조정과 기업의 도산으로 인한 대량실업문제가 사회 전반으로 확산되고 있으며 2~30대 청장년의 취업난 심화와 5~60대 베이비부머 세대의 은퇴가 본격화 되면서 일자리 창출이 가장 중요한 사회문제로 대두되고 있다.

세계 경제가 실물중심의 산업경제(Industrial Economy)에서 정보·지식 중심의 지식경제(Knowledge Economy)를 넘어 창조경제(Creative Economy)로 패러다임의 전환이 이루어지고 있는 가운데 정부는 최근 창조경제의 개념을 “과감한 패러다임의 전환을 의미하는 것”이라고 정의하고 창조경제 구현을 위해서 경제의 핵심가치를 창의성에 두고 새로운 부가가치, 일자리, 성장동력을 만들어 내야 한다고 밝힌 바 있다.

창조경제의 핵심으로 경제의 혁신성과 유연성을 높이고 일자리를 창출시켜 경제 성장에 긍정적으로 작용하는 창업이 부각되었으며, 창업기업이 창조경제 견인에 매우 중요한 역할을 하게 되었다. 따라서 창조경제 구현을 위해서는 창의성을 갖춘 창업기업이 많이 생겨나는 것이 필요하므로 신규 일자리 창출과 국가경제의 부가가치 창출에 중추적 역할을 담당할 창업기업의 전략적 육성지원이 필요하게 되었다.

창업 활성화 및 창업기업의 지원을 위해서 정부는 다양한 지원정책을 펴고 있고, 이와 함께 창업 활성화와 창업기업의 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구가 활발히 진행되면서, 성과에 대한 영향 요인으로 창업컨설팅, 창업보육공간의 지원, 창업교육, 창업자금지원, 마케팅 지원, 제도적 지원 및 인적 네트워킹 기반의 커뮤니티 등이 제시되고 있다. 그런데 정부의 각종 지

원정책 중 창업컨설팅의 수요가 증가 추세에 있고 그 필요성이 강조되고 있는 이유는 창업기업에 대한 직접지원보다 컨설팅이 활성화되면 창업기업에 100의 자금을 지원하는 것보다 컨설팅에 30을 투입하는 것이 동등한 성과를 거둘 수 있다는 점(정춘영, 2010)과 창업기업이 겪을 수 있는 어려움을 극복 할 수 있는 방안이 될 수 있기 때문이다.

창업컨설팅은 예비창업자 또는 창업 중소기업의 전반에 대한 문제점을 분석하고 문제해결을 위한 대책을 연구하여 경영 기법이나 사업계획 및 운영에 관한 전문적인 자문활동을 수행하는 행위 등이다.(중소기업청, 창업컨설팅지원 사업 운영지침, 2010)

창업기업은 일반적으로 사업계획, 자본, 정보, 인력, 생산 및 마케팅 활동 등 사업초기에 봉착한 문제들을 자체적으로 해결할 수 있는 능력이 부족하기 때문에 다양한 경영상의 문제점과 의사결정의 어려움에 직면해 있고, 대기업처럼 새로운 경영기법이나 혁신활동을 통해 변화하는 경영환경에 빠르고 유연하게 대처하지 못하고 있다. 또한, 내부 전문 인력이 부족한 창업기업은 내부 문제점 발견 및 발전방향 등에 관한 전략적 수립을 CEO의 경험에 의존하는 것이 일반적이다.

특히 기술개발 성공 후 사업화 준비 과정에서 기획 및 마케팅 수행 인력의 부족으로 개발한 기술이 사업화 단계에 이르지 못하는 어려움인 죽음의 계곡(death valley)과 사업화된 기술이 다른 기술과 생존경쟁을 거쳐 하나의 산업으로 성장하기 위해 겪는 어려움인 다윈의 바다(darwin's sea), 그리고 성장과 역량의 차이 때문에 짧게는 2년, 길게는 10년까지 성장정체를 겪게 되는 현상을 의미하는 것으로 시장 변화에 대응하지 못한 전략의 실패에서 비롯된 성장통(growth pain)에 빠져 성장기회를 상실하는 경우가 많다.

창업기업이 급변하는 경영환경에 적응하여 성과를 이루기 위해서는 경영부문별 및 경쟁 환경 전반에 걸친 문제의 해결 방안과 성장발전의 전주기적 단계에서 중장기적인 전략을 제시할 수 있고 전문지식 및 관리기법을 지도해 줄 수 있는 외부 전문가의 도움을 받는 창업컨설팅이 반드시 필요하다. 대기

업의 경영환경과 비교하면 창업기업은 상대적으로 구조적인 취약성과 기능적인 미약성을 갖고 있으므로 이의 극복을 위한 창업컨설팅의 필요성은 인정하지만 창업기업을 대상으로 한 창업컨설팅의 전반적인 실태 파악과 창업컨설팅을 수진한 기업에 대한 성과 측정, 창업의 성공 여부 및 경영성과의 달성 등에 대한 체계적인 조사자료 등이 부족하여 창업컨설팅이 창업성과와 기업의 경영성과에 미친 효과를 확인하는데 어려움이 있다.

따라서 본 연구에서는 창업컨설팅에 대한 다양한 국내외 선행연구 및 실무 사례분석을 통해 창업컨설팅이 창업기업의 창업성과와 경영성과에 미치는 영향을 분석해 보고자 한다.

2. 연구의 목적

창업컨설팅 전문기업이나 전문 컨설턴트의 부족과 창업기업에 적합한 차별적인 컨설팅 방법론이나 기법의 부재 등으로 창업컨설팅이 컨설팅의 한 전문분야로 명확한 자리매김을 하지 못하고 있으며, 창업기업의 창업컨설팅에 대한 이해 부족과 컨설팅 비용 부담 등으로 창업컨설팅이 정착되지 못하고 있는 것이 현실이다.

한편, 현재까지 창업기업의 경영성과에 대한 영향 요인들이나 경영컨설팅의 성과제고에 영향을 미치는 요인들에 대해서는 많은 선행연구들의 접근이 있어 왔지만 창업기업이 창업컨설팅 수진을 통해 경쟁력이 강화되고 이에 따라 창업성과와 경영성과가 제고되었는지에 대한 연관관계를 분석해 그 결과를 설명해 주는 국내 실증연구도 부족한 실정이다.

본 연구는 창업기업의 경영성과에 앞서 창업기업의 창업성과에 창업컨설팅이 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 하며 또한, 창업성과를 통해 경영성과가 제고됨을 입증하는 것을 그 목적으로 한다. 본 연구에서는 창업컨설팅 수진경험이 있는 창업기업을 대상으로 우선 창업컨설팅과 관련된 변수인 컨설팅 신뢰도, 컨설팅 만족도, 컨설팅 활용도와 창업기업의 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보 등의 창업성과 변수 그리고 재무적 성과, 비재

무적 성과 등 경영성과 변수간의 연관관계를 분석함으로써 이들의 관계성에 대한 결과를 도출하여 창업컨설팅을 활성화시키고 발전시키는 방안을 모색하는데 일익을 담당하고자 한다.

제 2 절 연구의 방법 및 구성

1. 연구의 방법

본 연구에서는 창업컨설팅과 창업기업의 성과에 대한 연구목적을 달성하기 위해 문헌을 통한 이론적 고찰과 실증적 검증을 병행하였다. 본 연구는 선행 연구에 대한 검토과정을 통해 연구모형을 도출하고 연구모형에 따라 창업컨설팅, 창업성과 및 경영성과와 관련된 항목들을 변수로 추출하여 이에 대한 연구가설을 설정하였다.

실증연구를 통해 설정된 연구가설을 검증하기 위해 본 연구의 목적에 부합되도록 선행연구의 설문지를 수정하고 5점 척도의 설문지를 개발하여 창업 후 7년 이내의 기업으로 창업컨설팅을 1회 이상 수진한 경험이 있는 창업기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

회수된 설문지를 바탕으로 응답자의 일반적 특성 파악을 위해 빈도분석을 실시하였고 관련 변수들의 신뢰성과 타당성을 알아보기 위해 신뢰도 분석과 요인분석을 실시하였으며 가설검증을 위해 상관분석을 실시하여 연구의 결론과 시사점을 도출하였다. 본 연구에서는 SPSS와 AMOS를 이용하여 통계적 분석을 실시하였다

2. 연구의 구성

본 연구의 논문은 전체 5개의 장으로 구성되었으며 내용은 다음과 같다. 제1장에서는 본 연구의 배경과 목적에 대해서 설명하고 연구방법 및 연구의 구성에 대하여 서술하였다.

제2장에서는 창업 및 창업컨설팅에 대한 이론적 고찰을 하고 창업성과 및 경영성과에 대한 선행연구들을 통해 창업컨설팅의 성과에 관한 연구와 창업성과 및 경영성과에 관한 연구를 검토하였다.

제3장에서는 연구모형 및 연구가설을 설정하였으며 변수에 대해서 조작적 정의를 내리고 연구대상 및 표본을 선정하여 자료를 수집하였고 실증분석방법에 관한 내용을 설명하였다.

제4장에서는 실증분석에 대한 연구결과를 다루었으며 설문조사 대상자의 일반적인 특성과 가설에 사용된 변수의 신뢰성과 타당성을 검증하였고 상관관계분석을 진행하였으며 추가적인 공변량 구조모형분석을 통해 설정된 연구가설을 검증하였다.

제5장에서는 연구결과를 기술하고 연구결과에 대한 시사점과 연구에 대한 한계와 향후 연구 과제를 제시하였다.



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 창업기업에 대한 이론적 고찰

1. 창업기업의 정의 및 실태

창업의 협의적 개념은 경영활동을 수행하기 위해 새로운 기업조직을 설립하는 것을 의미하며 광의적 개념은 새로운 제품의 생산 및 서비스의 제공을 위해 기업을 설립하는 행위 외에도 새로운 경영활동을 위해 사업부서 또는 팀을 구성하는 등 조직을 다각화하거나 변경하는 것을 포함한다(문우식, 2010).

변종수(2009)는 창업이란 “새롭게 제품이나 용역을 생산하거나 판매할 목적으로 건물과 설비 등을 갖추고 필요한 인원을 배치하는 것”이라고 정의하였다. 박대희(2009)는 창업을 “사업(일)을 창조하는 것으로 기업가 능력을 갖춘 개인이나 집단이 사업 아이디어를 가지고 사업목표를 세우고, 적절한 사업 기회에 자본, 인원, 설비, 원자재 등 경영자원을 확보하여 재화를 생산하거나 제공하는 기업을 설립하는 것”이라고 말하였다. 민경룡(2010)은 창업이란 “개인이나 조직이 수익을 창출하기 위한 사업아이디어를 가지고 경영자원을 투입하여 재화를 생산하거나 용역을 제공하는 시스템을 구축하는 일”이라고 정의하였다.

선행연구자들의 창업에 대한 정의에는 수익창출의 목적과 새로운 창조적 변화라는 개념이 내포되어 있으며, 이러한 목적과 개념을 근거로 창업을 정의하면 “사업을 창조하여 수익을 창출하는 경영활동을 수행하기 위한 새로운 기업조직을 설립하는 것”이라고 할 수 있을 것이다.

법적인 의미의 창업으로 중소기업창업지원법에서는 창업을 중소기업법 제2조의 규정에 의한 중소기업을 새로 설립하는 것이라고 정의하고 있으며, 사업을 승계하여 승계 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우, 기업형

태를 변경하여 변경 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우, 폐업 후 사업을 개시하여 폐업 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우는 창업에 해당하지 않는다고 규정하고 있다. 창업여부에 대한 결정사항을 사례별로 살펴보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 창업여부 참고자료

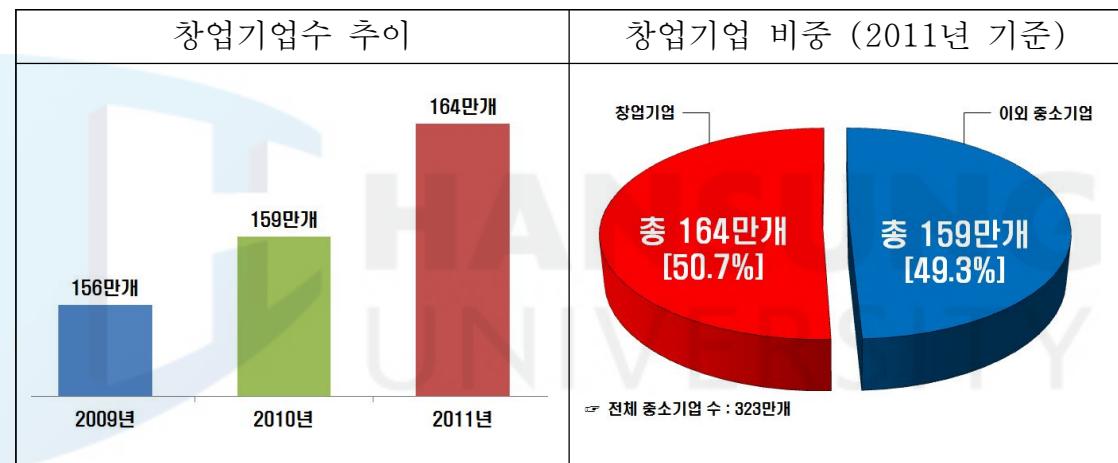
주체	사업장소	사례		창업여부
A 개인이	갑 장소에서	갑장소에서의 기존사업을 폐업하고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산	조직변경
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
	갑장소에서의 기존사업을 폐업않고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산		형태변경
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
A 법인이	갑 장소에서	갑장소에서의 기존사업을 폐업하고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산	위장창업
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
	갑장소에서의 기존사업을 폐업않고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산		형태변경
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
A 개인이	을 장소에서	갑장소에서의 기존사업을 폐업하고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산	법인전환
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
	갑장소에서의 기존사업을 폐업않고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산		창업
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
A 법인이	을 장소에서	갑장소에서의 기존사업을 폐업하고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산	사업승계
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
	갑장소에서의 기존사업을 폐업않고	B법인을 설립하여 동종업종을 생산		창업
		B법인을 설립하여 이종업종을 생산		창업
A가 (법인 개인)	을 장소에서	갑장소에서의 기존사업을 폐업하고	다시 A명의로 동종업종을 생산	사업이전
		다시 A명의로 이종업종을 생산		창업
	갑장소에서의 기존사업을 폐업않고	다시 A명의로 동종업종을 생산		사업확장
		다시 A명의로 이종업종을 생산		업종추가
주) 1. 업종구분`은 한국표준산업분류의 세분류(4자리)를 기준으로 함 (한국표준산업분류 5자리 중 앞에서 4자리까지 일하면 “동종업종”에 해당) 2. “갑” 장소는 기존사업장, “을” 장소는 신규사업장 (사업장이 기존사업장과 접하고 있더라도 별도의 경계(담, 출입문, 도로 등)를 두고 있어 공정의 연속성이 없는 경우는 신규사업장에 해당) 3. “A” 명의란 개인사업자로서 대표자가 동일한 경우를 말함.				

출처 : 중소기업청, 창업사업계획 실무중심 창업 질의응답 사례, 2014

또한 창업자를 중소기업을 창업하는 자와 중소기업을 창업하여 사업을 개시한 날부터 7년이 지나지 않은 법인사업자와 개인사업자로 규정하고 있다. 한편, 중소기업기본법시행령에서는 산업별로 세분화하여 상시 근로자수, 자본금, 매출액 규모를 고려하여 중소기업과 대기업으로 구분하고 있다.

한편, 중소기업청과 창업진흥원이 실시한 2013년 기준 창업기업 실태조사 통계에 의하면 2011년 창업기업(창업 7년 이내) 수는 164만개로 전체 중소기업의 50.7%를 차지하며 창업기업근무 종사자 수는 492만명으로 전체 중소기업 종사자(‘11. 1,263만명) 중 38.9%를 차지하고 있다.

<그림 1> 국내 창업기업 현황



출처 : 중소기업청, 2013기준 창업기업 실태조사 발표(국가승인통계), 2014

2. 창업기업의 역할

박대희(2009)는 국민경제적 측면에서 창업기업의 역할을 크게 네 가지로 구분하여 정리하였으며 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 최근 산업의 고도화 및 지식정보화의 확산으로 세계적으로 고용 없는 성장(Jobless Growth)의 추세가 지속되고 있는 가운데 우리나라 뿐 아니라 선진국에서도 창업기업이 기여도가 높은 새로운 일자리 창출의 대안으로서 핵심역할을 담당한다.

둘째, 창업기업은 경제의 역동성 제고와 성장 동력의 원천으로서 소비자의 욕구가 개성화되고 다양화되는 추세에 창의성 및 유연성 등을 이점으로 경제에 활력을 불어넣을 수 있는 중심주체가 될 수 있다.

셋째, 창업기업은 대기업과 중소기업 간 또는 계층 간 양극화 현상을 해소할 수 있는 주체가 될 수 있다. 즉 창업기업의 활성화를 통해 소득재분배가 촉진되고 중산층과 서민층의 안정화를 유도하여 소비와 투자 활성화로 연계되는 경기 선순환 구조에 기여할 수 있다.

넷째, 창업기업은 지방경제 활성화와 지역 간 균형발전의 핵심이다. 지방화(localization)의 추세에 따라 경쟁의 흐름이 국가 간·기업 간 경쟁에서 지역 간·네트워크 간 경쟁으로 진화되고 있다. 지방에 설립된 창업기업은 지역 내 전략산업 및 지연(地緣)산업의 핵심 주체이며 주된 활동영역 연고지를 중심으로 하기 때문에 지역사회 발전과 깊은 관련을 맺고 있다. 특히 지역 일자리 창출 등 지역경제의 활성화와 지역사회의 발전을 가져오기 때문이다.

제 2 절 창업컨설팅에 대한 이론적 고찰

1. 경영컨설팅의 이론적 고찰

지식경제부의 2010 지식서비스산업 백서에 따르면 한국의 컨설팅 시장은 최초 1950년대부터 시작되어 1990년대 말에는 구조조정, 2000년대 초는 정보기술, 그리고 최근에는 성장전략이란 이슈로 수요가 발생해 왔으며, 현재 경영, IT, 아웃소싱 그리고 기술 등 다양한 컨설팅 서비스를 제공하고 있다. 한편, 컨설팅은 국가 경쟁력 향상의 중간 동인이자 국가 역량을 보여주는 상징산업으로서 OECD는 컨설팅, 기술혁신, 교육 등 지식서비스를 국가혁신체제(NIS)의 중요 부분으로 설정하고 있다.

컨설팅은 지식을 통해 부가가치를 창출하는 지식 인프라(Knowledgeware) 산업으로서 기업 측면에서는 고급인력의 전문성 등을 기반으로 한 컨설팅을 통해 생산성 향상 및 고부가가치화를 촉진하고, 산업 측면에서는 고용창출 효

과가 높은 산업으로 창출된 고용 인력은 산업 경쟁력 제고의 지식베이스 기능을 수행한다고 하였다.

<그림 2> 국내 컨설팅산업의 발전과정



* 전 글로벌 컨설팅사의 전임컨설턴트들이 독립하여 보다 특화된 컨설팅사 설립(예: 노보스, n-platform).
** 예: 삼성과 LG는 명실상부한 세계 1위로 올라선다는 '글로벌 넘버 1 전략'이 주요 프로젝트.

출처 : 2010 지식서비스산업백서, 지식경제부

일반적으로 컨설팅이란 건축, 금융, 설계, 엔지니어링, 법률 등 많은 영역에서 사용되고 있지만 실제 컨설팅이라고 하면 경영컨설팅을 나타낼 만큼 인식이 보편화되어 있다(중소기업청, 중소기업 컨설팅 산업백서, 2008). 그래서 창업컨설팅의 정의를 살펴보기에 앞서 경영컨설팅에 대한 선행연구의 정의들을 개관해 보도록 하겠다. 다음과 같은 주요기관 및 학자들의 정의를 보면 각각의 인식차이를 다르게 정의하고 있지만, 기본적인 개념에서는 크게 벗어나지 않고 있음을 알 수 있다.

전기수(2009)는 경영컨설팅을 “기업의 경영활동과 관련하여 발생하는 제반 문제에 대하여 해당 분야에서 스스로의 훈련이나 직접적인 경험에 의한 능력을 가진 전문가가 자신의 능력을 활용하여 기업이 당면한 문제를 이해하고 분석, 연구하여 객관적이고 독립적인 입장에서 기업이 필요한 시기에 필요한 해결방안을 제시하는 전문서비스이다.”라고 정의하였다.

전창수(2011)는 “컨설팅(consulting)이란 타산업의 지식 집약화와 파급 효과 및 고부가가치 창출에 직접적인 지원을 수행하는 대표적인 지식 서비스업으로 전문인력이 부족한 중소기업에게는 반드시 필요한 서비스이다.”라고 정의하였다.

변태영(2014)은 “경영컨설팅이란 특별한 교육을 받고 독립적인 능력을 가진 사람이 기업이 당면한 경영상의 문제들을 분석·해결 방안을 제시하고 이를 적절히 수행 할 수 있도록 도와주는 것”이라고 정의하였다.

신용보증기금은 일정한 자격과 전문성을 갖춘 컨설턴트가 개인과 기업과 계약을 체결하고 상호협력을 통해 경영상의 문제들에 대한 진단 및 상담을 수행하여 적절한 해결방법을 제시하는 지식서비스가 경영컨설팅이라고 정의하였다.(KODIT, 경영컨설팅가이드북, 2007)

지식경제부는 컨설팅의 정의를 해당 분야에 있어 전문적 지식, 정보, 경험을 보유한 컨설턴트가 독립적이고 객관적인 태도로 고객이 당면한 경영상의 문제들을 분석하여 해결방안을 제시하고 그 실행과정을 자문하는 행위를 의미한다고 하였다(지식경제부, 지식서비스산업 백서, 2010).

국외의 경우 오래된 컨설팅의 역사만큼 컨설팅 기관이나 학자들이 컨설팅과 컨설턴트에 대한 개념을 보다 정확하게 정의하고 있다. 중소기업청의 2008년 중소기업 컨설팅 산업백서는 이러한 국외 학자들이 정의한 컨설팅의 개념들을 정리하여 보여주고 있는데 그 내용은 다음과 같다.

과제 수행에 대한 실질적인 책임을 갖고 있지 않는 컨설턴트가 과제의 내용, 프로세스, 구조에 책임을 맡고 수행하는 사람에게 컨설팅 프로세스로 도움을 제공하는 것이다(Fritz Steele, 1975).

고객과 계약에 따라 특정한 전문적인 서비스를 제공하여 독립적이고 객관적인 태도로 경영상의 문제를 분석하는 것을 도와주고 문제들에 대한 해결책을 고객에게 추천하는 것이다(Larry Greiner, & Robert Metzger, 1983).

제3자 또는 외부자(Outsider)가 자신의 경험과 지식을 조직에 유용하게 활용하도록 주고 받는 관계이다(Markham, 1991).

내부 또는 외부 컨설턴트가 클라이언트의 요구를 충족시켜주기 위해 클라이언트(조직, 개인, 조직 내부 부서 등)에게 서비스를 제공해주는 과정이다 (Williams & Woodward, 1994).

또한, 중소기업 컨설팅 산업 백서는 국외 컨설팅을 수행기관들이 정의한 컨설팅의 개념들도 정리하였는데 그 내용은 다음과 같다.

경영컨설팅은 특별한 교육을 받고 경험을 쌓은 사람이 기업 경영활동의 제 문제들을 이해하고 해결할 수 있도록 실질적인 해결방법을 제시하고 그러한 해결방법이 필요한 시기에 실시되는 것을 도와주는 전문적인 서비스를 제공하는 것이다(미국 경영컨설팅협회).

컨설팅은 특별한 분야의 전문성을 가진 전문가들이 자기들의 지식과 경험을 활용하여 경영문제를 해결하고 객관적이고 전반적인 시각에서 기업의 기획과정을 지원하는 것이다(미국 회계사회).

경영컨설팅은 독립적이고 능력을 갖춘 사람들이 정책, 조직, 절차, 방법상의 문제점을 연구, 분석하고 적절한 해결책을 수행할 수 있도록 돋는 것을 의미 한다(영국 컨설턴트협회).

경영컨설팅은 목표설정 및 사업수행을 위해 보다 발전적인 계획, 조직, 동기부여, 커뮤니케이션 또는 자원 활용을 통하여 경영자문 및 지도를 하는 행위이다(호주 경영컨설팅협회).

경영컨설팅은 경영과 사업의 문제들을 해결하고 이로 인해 새로운 기회를 발견하여 이를 활용하고 학습의 기회를 넓히고 변화를 실행함으로써 경영자의 조직이 추구하는 목적을 달성할 수 있도록 도와주는 독립적인 프로페셔널 어드바이스 서비스이다(국제 노동위원회).

2. 창업컨설팅의 의의 및 현황

창업컨설팅은 넓은 의미에서 경영컨설팅의 범주에 속하며, 전문성을 갖춘 컨설턴트가 창업기업과 계약을 맺고 상호 협력하여 기업의 경영상의 문제들을 진단하고 상담함으로써 적합한 해결안을 제시하는 지식서비스라고 정의

할 수 있다(민경룡 2010). 또한, 창업컨설팅은 예비창업자 또는 창업기업의 전반적인 문제점을 분석하고 문제 해결을 위한 대책을 연구하여 기업의 경영 기법이나 사업계획 및 사업운영에 관한 전문적인 자문 활동을 수행하는 행위 등을 말한다(문우식, 2010 ; 신유섭, 2014).

그런데 실제 창업의 주체는 창업자 개인이므로 성별, 연령, 학력, 경험 등과 같은 창업자의 배경적 특성과 성취욕구, 인성, 위험감수성향 등과 같은 개인적 특성이 사업의 영역에 큰 영향을 미치며, 창업 아이템 선정부터 창업자금조달에 까지 이르는 창업 준비과정 뿐만 아니라 창업 이후 관리적 측면의 요인도 창업에 중요한 영향을 미치고 있다.(노경섭, 2007) 따라서 창업자가 창업을 하여 경영을 수행하는 과정에서 자신이 활용할 수 있는 지식의 범위를 확대시키기 위한 방안으로 전문가와 상담이 반드시 필요하며 이것이 곧 창업컨설팅의 필요성이라고 할 수 있다.(변종수, 2009)

정부는 1999년부터 중소기업청을 중심으로 컨설팅을 산업적 개념에서 정책적 개념을 도입하여 중소기업 경영컨설팅 지원사업을 시작했으며 특히 현재는 창업기업의 성공적 창업과 조기안정화를 효율적으로 지원하기 위한 창업컨설팅 지원사업으로 창업기업컨설팅, 원스톱창업지원 및 소상공인컨설팅 등을 정부 지원금으로 시행하고 있다.

창업기업컨설팅은 업력 5년 이내의 일반 창업기업을 대상으로 생산기술, R&D사업화, 공장혁신, 공정·원가·품질개선, 마케팅, 재무·인사전략, 조직·운영, 글로벌 경영전략, 사업연속성 계획(재난), 정보기술 등 경영·기술 전 분야에 대해 컨설팅을 지원한다.

원스톱창업지원은 업력 5년 이내의 예비 창업자를 대상으로 창업계획에서부터 사업개시 단계까지 사업타당성 분석, 사업계획서 작성, 창업절차(법인전환 포함)대행, 창업공장 설립 등 원스톱 창업을 지원하며, 특히 중소기업창업지원법 제32조의 용역비의 지원 규정에 따라 중소기업상담회사가 컨설팅을 수행하고 있다. 중소기업상담회사는 중소기업창업지원법 제31조에 규정된 중소기업의 사업성평가, 중소기업의 경영 및 기술향상을 위한 용역, 중소기업에

대한 사업 및 자금의 알선, 창업절차대행, 창업보육센터의 설립·운영 등을 수행하는 컨설팅 법인회사로서 동 법상에서 규정하고 있는 등록요건을 갖추고 산업자원부령이 정하는 바에 따라 중소기업청에 등록된 창업지원기관을 말한다.

소상공인컨설팅의 경우 자부담금이 없는 소상공인희망컨설팅(무료)과 자부담금이 있는 소상공인맞춤형컨설팅(유료) 등의 지원사업을 운영하고 있는데 소상공인맞춤형컨설팅의 지원 대상에 예비창업자를 포함하여 창업컨설팅을 지원하고 있다.

현재 창업컨설팅 시장은 크게 나누어 상기와 같은 정부 주도 컨설팅 시장과 순수 자기부담 비용으로 이루어지는 민간 창업컨설팅 시장이 있다. 그러나 중소 창업기업 및 소상공인의 영세성 및 취약한 자금사정, 열악한 경영자원 등으로 인하여 정부 지원 하에 이루어지는 창업컨설팅 지원 사업이 시장의 대부분을 점유하고 있는 것이 현실이다.

제 3 절 창업컨설팅성과 및 창업성과, 경영성과에 대한 선행연구

1. 창업컨설팅성과에 대한 선행연구

창업컨설팅의 성과에 대한 선행연구는 <표 2>와 같이 정리할 수 있으며 각각의 연구에 대한 내용은 다음과 같다.

<표 2> 창업컨설팅성과에 대한 선행연구의 주요내용

연구자	주요내용
박병호외 2인 (2003)	컨설팅 서비스 품질, 고객만족도, 고객충성도 사이에는 유의한 상관관계가 있음
남수희(2005)	컨설팅 고객만족도의 요인분석

연구자	주요내용
노경섭(2006)	개인적 특성과 컨설팅에 대한 신뢰도가 성과에 미치는 영향에 접근함
김익성(2007)	중소기업 특성, 컨설팅사 특성, 컨설팅 특성, 컨설팅 만족도, 컨설팅 활용도는 경영성과에 영향을 미침
곽홍주(2008)	수요기업, 공급 컨설팅사, 정부 측면에서의 특성이 컨설팅 성과 에 영향을 미침
전기수(2009)	KS-SQI 모형을 통해 컨설팅의 서비스 품질을 측정함
김상훈(2009)	자영 창업자를 대상으로 한 자영업 컨설팅이라는 특화된 영역을 다룸
민경룡(2010)	컨설팅 활용도는 재무 성과, 고객 만족, 내부 개선 그리고 컨설팅 신뢰도와 만족도는 내부 개선에 유의미한 영향을 끼침
전창수(2011)	창업 컨설팅은 안정성과 성장성 보다는 매출 증가율과 활동성 에 긍정적인 영향을 미침

출처 : 연구자 재인용

박병호, 이동원, 김연성(2003)은 SERVQUAL 모형의 5개 차원을 기초로 연구한 결과 컨설팅 서비스 품질은 고객 만족도에 유의한 영향을 미치며, 고객 만족도와 고객 충성도 사이에는 서로 유의한 상관관계가 있다. 그러므로 컨설팅 서비스 품질과 고객 충성도 사이에는 유의한 상관관계가 있다는 결론을 도출하였다.

남수희(2005)는 기업의 컨설팅 만족도가 컨설팅 성과를 결정한다는 관점에 입각하여 고객만족 관점에서 컨설팅 성과 요인을 분석하였다. 특히 컨설팅에 대한 고객 만족도의 결정요인들은 상호 복합적으로 작용하여 형성되며 기업 이미지, 서비스 품질, 컨설팅사, 컨설팅 과정, 컨설팅 결과 등 4가지 요인에 의해 결정된다고 주장하였다.

노경섭(2006)은 소상공인 경영 컨설팅이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 자영업 컨설팅을 수진한 예비 창업자와 프랜차이즈를 포함한 소상공인을 대상으로 컨설팅의 효과가 어떠한 경우에 나타나게 되는지에 대해 업체

의 형태와 성격을 대표하는 변수를 토대로 연구모형을 구축하였다. 이 연구는 자영업 컨설팅에 대한 신뢰도, 진단결과의 만족도, 컨설팅에 대한 이해정도와 컨설팅에 대한 필요성을 느끼는 정도, 연령 등의 변수가 유의한 영향을 미치는 것으로 결론을 도출하였다.

김익성(2008)은 컨설팅의 특성과 기업의 컨설팅 만족도 및 활용도가 경영 성과에 가장 직접적인 영향을 미치는 요인이며 컨설팅의 특성과 활용도에 영향을 미치는 요인으로 기업과 컨설팅사의 특성이 작용할 것으로 예상했다. 연구결과 기업 특성(수진업체의 업태, 자본규모, 매출규모, 상시 종업원 수, 사업 종사기간 등)은 컨설팅사와 컨설팅 특성(컨설턴트의 전문성 및 능력, 컨설팅 횟수 등)에 영향을 미치고, 컨설팅 특성은 수진업체의 경영성과에 영향을 미친다. 반면에 컨설팅사의 특성과 컨설팅 특성은 컨설팅 만족도에 영향을 미치지 않는다는 결과가 도출되었고, 이는 공급자인 컨설팅사보다 수요자인 수진업체의 특성이 더욱 중요하다는 것을 시사하고 있다. 따라서 이 연구는 컨설팅 성과에 있어 수진업체의 특성과 수진업체의 컨설팅 만족도 및 활용도가 수진업체의 경영성과에 유의하다는 것을 밝혀냈다는 데 의미가 있다.

곽홍주(2008)는 한국 컨설팅시장의 컨설팅 성과 제고를 위한 성공모형 구축에 관한 연구에서 기업체, 컨설팅사 및 정부를 참여주체로 하여 각 주체별로 성과 제고에 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하여 실증 분석하였다. 이를 위해 3대 참여 주체인 기업, 컨설팅사, 정부를 요인으로 하고, 각각의 개별변수를 설정하여 각 요인의 상관관계를 파악하였다. 연구 결과에 따르면 참여 주체인 3대 요인이 컨설팅 성과에 모두 영향을 미치지만, 기업, 컨설팅사, 정부의 순서로 유의성의 정도에서 차등을 보였다. 이 연구는 정부 지원으로 이루어지는 창업컨설팅의 경우 기업과 컨설팅사의 상호관계 속에서 이루어지는 추진체계를 갖고 있다는 점에서 창업컨설팅 연구모형에 적합한 것으로 평가된다.

전기수(2009)는 성과품질과 과정품질이 반영된 KS-SQI 모형을 기본으로 한 경영컨설팅의 서비스 품질 측정에 관한 연구에서 컨설팅에 대한 고객 만족도가 경영능력 향상에 영향을 미치고, 경영능력 향상은 기업의 경영성과를 개선할 수 있다고 보았다. 이 연구에서 성과품질 이란 컨설팅에 있어서 컨설

턴트에 의해 기업이 당면한 문제를 정확하게 진단하고 이에 대응하는 적절한 개선방안을 도출하는 것을 말하고, 과정품질은 언제든지 컨설팅과 상담이 가능한 것, 풍부한 전문지식과 경험으로 고객이 신뢰하는 것, 친절하고 상세히 설명하는 자세 등을 의미한다.

김상훈(2009)은 자영업 컨설팅이 소상공인의 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 자영업자를 대상으로 한 자영업 컨설팅이라는 특화된 영역을 다루고 있으며, 경영컨설팅 성과연구를 기반으로 하되 자영창업자의 성공요인을 도출하고 있다.

민경룡(2010)은 창업컨설팅이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구에서 재무성과와 고객만족 및 내부개선은 컨설팅 신뢰도, 컨설팅 만족도, 컨설팅 활용도에 정의 영향을 받는다는 것을 실증적으로 검증하였다. 컨설팅 신뢰도, 컨설팅 만족도 및 컨설팅 활용도를 독립변수로, 재무성과, 고객만족, 내부개선을 종속변수로 하여 채택하였다. 창업기업의 업력이 길어질수록 컨설팅으로 인한 영향력은 재무적 성과와 고객만족에 영향을 미치지 않는다고 주장하였다. 컨설팅 신뢰도 및 만족도는 재무성과와 고객만족에는 별다른 영향이 없었으나 내부개선에는 정의 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 컨설팅 활용도는 재무성과, 고객만족, 내부개선에 모두 정의 영향을 미쳤다.

전창수(2011)는 창업기업에 대한 컨설팅이 창업성과에 미치는 영향을 정부 지원 쿠폰제 컨설팅사업 참여기업의 재무적 성과를 사업 참여 전·후로 비교 분석하여 시행성과를 연구하였다. 여기에서 창업컨설팅은 안정성과 성장성 보다는 매출증가율과 활동성에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 다만, 연구의 대상을 쿠폰제 컨설팅에 국한시켜 창업컨설팅의 전반적인 재무적 성과의 영향 요인을 분석하지는 못했다.

2. 창업성과에 대한 선행연구

창업성과의 선행연구들은 정량적으로 측정이 가능한 재무적 성과를 성과 지표로 많이 활용하고 있기는 하지만 이외에도 기술력이나 신제품 개발 및 적용 정도, 창업자의 만족도, 외부 평판 등의 주관적 성과도 중요한 측정요인

으로 사용하고 있다. 이는 연구자의 관점에 따라 창업성과를 다양하게 해석하고 있고 측정하는 요인들 또한 다양하게 나타나고 있음을 알 수 있다.

먼저 창업성과에 관한 외국의 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

Hughers(2006)는 새로운 시장에 진입하는 창업기업은 생존을 위해 새로운 고객을 발굴하고 기술 경쟁력을 확보하여 차별화된 제품을 생산해야 하므로 창업기업의 성과를 고객성과와 제품성과로 나누고, 고객 성과는 고객유치와 유치된 고객의 유지로 분류하였고 제품성과는 인력과 고객확보 등을 통한 판매 제품의 상대적인 성공과 시장점유율 달성을 등으로 측정하였다. 위의 두 가지 요인으로 경쟁회사 및 매출 규모, 시장점유율 등을 비교하고 창업기업의 상대적인 성공 또한 측정할 수 있다고 설명하였다. Cooper(1993)는 창업기업의 성과를 예측하는 새로운 모델을 제안하고, 창업자의 특성, 창업 준비 과정, 기업 특성 및 환경 등이 기업성과에 영향을 미치는 요인이라고 주장하였다. 초기 창업기업의 특성으로 안정적인 매출 확보, 시장의 안정적 진입 능력, 역량있는 구성원 확보가 필요하며, 또한, 차별화되고 판매될 수 있는 아이템을 가지고 있어야 한다고 하였다(박용호, 2014).

Zahar(1996)는 재무적 성과가 미흡한 창업 초기시점에는 주관적이고 비재무적인 지표를 사용하고, 제품의 상업화 시점에는 브랜드인지도 및 주문량을 지표화하며, 성장시점에는 성장률, 현금흐름, 수익성 등의 재무지표를 활용하고, 안정화 시점에는 수익성, 생산성, 효율성과 같은 지표를 사용해야 한다고 주장하였다.

Naffzigger(1994)는 창업은 창업 시작단계의 의사결정과정과 창업 후 사업의 지속여부를 결정하는 과정까지 포함해야 한다고 제시한다. 따라서 창업성과에 영향을 주는 요인으로 창업가의 개인적 환경(개인특성, 가족관계, 성별 등), 창업의 목표, 사회적 환경(사회적 인식, 자금 확보의 용이성), 사업 아이디어, 성과기대(이익, 매출, 시장점유율 등) 등 다양한 요인을 제시하였다. Carter et al.(2003)은 창업성과를 창업자의 창업결과만족으로 보고, 자아실현, 혁신, 독립, 인정, 역할, 재정성공의 여섯 가지 만족도를 제시하였다. 자아

실현은 창업의 목표를 추구하는 것으로 자신에 대한 도전을 말한다. 혁신은 새로운 것의 성취이고, 인정은 지위의 확보와 가족, 친구 및 지역사회로부터의 인정으로써 개인의 의도를 말한다. 독립은 자유나 지배, 시간활동의 유연성이며, 역할은 가족 전통의 계승과 본보기가 되는 타인의 행동에 대한 모방으로써 개인의 바람을 나타낸다 끝으로 재정성공은 재정적으로 안정을 얻으려는 것이다(정지호, 2014).

창업성과와 관련한 국내 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

한태인(2001)은 한국 벤처기업의 경영자 특성과 성과와의 관계에 관한 연구에서 경영자의 특성을 학력, 기업가 경험, 창업 경험, 관련 산업에서의 근무 경험 등의 인구통계학적 특성과 심리적 행위적 요인 및 리더십으로 형성되는 행태적 특성으로 나누고 성과에 영향을 미친다고 하였다.

정성한과 김해룡(2001)은 소상공인의 창업성공요인에 관한 탐색적 연구에서 창업의 성공요인을 크게 세 가지 유형으로 분류하였다. 첫째 요인은 개인 특성으로 업종경험과 창업 및 경영경험 등 창업자 경험과 성취욕구, 행동통제 위치, 위험감수성향, 모호성 수용력 등 창업자의 심리학적 특성을 반영하였다. 두 번째는 자금조달과 관련한 창업자금의 양과 원천, 자금부족 등을 성공요인으로 보았다. 세 번째는 자금통제, 계획, 상담, 가격, 촉진, 입지, 품질 등 경영관리요인을 성공요인으로 선정하였다. 한편, 이 연구는 세가지 성공요인들이 창업기업의 재무적 성과와 창업자의 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하였다.

안연식(2002)은 소프트웨어 벤처기업의 성과요인에 관한 연구에서 소프트웨어 벤처기업에게 가시적으로 계량화 가능한 수치 즉 재무적 측면을 중요시하는 일반적인 평가기준을 적용하고 있는 문제점을 지적하고 무형의 지적 자산에 기초한 제품특성 및 기술력과 성장잠재력을 성과요인으로 평가할 수 있어야 한다고 주장하였다.

이장우(2002)는 상장성공여부, 경영성과인 시장점유율 1위 또는 2위 달성, 지명도 보유, 기업 상장예비심사통과 등을 판정 기준으로 제시하기도 하였다.

박상문(2002)은 국내 벤처기업의 창업팀 특성, 기술전략 및 성과간의 관계

를 분석한 결과 기존연구에서 제시되는 것과는 달리 창업팀의 규모, 역할완결성, 기술지향성은 벤처기업의 성과에 영향을 미치지 못하며, 첨단 기술분야에서 경쟁하는 벤처기업들의 경우 연구개발 투자정도와 외부기술협력정도 및 기술전략과 이에 대한 의사결정을 책임지고 있는 최고기술경영자의 존재여부가 벤처기업의 성과에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타난다고 하였다. 또한 창업팀의 구성특성에 따라 벤처기업의 기술전략에 차이를 보였는데, 창업인의 기술적 경험이나 배경에 따른 벤처기업의 기술전략 차이는 나타나지 않았으나, 최고기술경영자의 존재여부는 벤처기업의 연구개발투자와 이종기술 협력정도에 영향을 준다고 하였다.

최종열(2010)은 창업보육센터 내 기술창업기업의 창업성과에 미치는 외부자원의 조달에 있어 네트워크의 활용이 긍정적인 영향을 준다는 논의를 바탕으로 성과와 관련이 있는 네트워크 특성을 연구한 결과, 첫째, 네트워크특성 중 원천의 크기는 성과에 영향을 미치지 않으며, 네트워크 빈도는 자문 네트워크, 공공 네트워크, 사회적 네트워크에서 영향이 확인되었으나 사적 네트워크는 유의하지 않았으며, 신뢰는 전체 변수가 유의한 정의관계를 보였다. 둘째, 창업기업의 성장단계에 따라 성과에 영향을 미치는 네트워크를 확인하였는데, 창업기와 성장기 기업 모두 원천의 크기는 유의한 결과를 보여주지 않고 있다. 셋째, 업종에 따른 성과 영향요인에서 원천의 크기는 모든 업종에 있어 유의한 결과가 나타나지 않았으며, 네트워크의 빈도는 IT업종에서는 자문 네트워크, 사회적 네트워크가, 비IT업종의 경우 유의한 변수가 없는 것으로 나타났다. 따라서 기술창업기업의 외부자금 및 자금자원조달 방법으로서 네트워크 특성이 기업의 성장단계 및 사업적 특성에 따라 차이가 있음을 실증적으로 확인하였다.

정지호(2014)는 기존 선행연구의 이론적 배경을 토대로 창업멘토링이 창업성과로 연결되는 경로를 발견하고 개념적 연구모형을 도출하여 실증적인 검증을 시도하였다.

이상과 같이 창업성과와 관련된 선행연구들은 일반적으로 경영성과에서 사용하는 재무적 지표 및 비재무적 지표, 객관적 지표 및 주관적 지표 등을 사용하는 것보다는 성과를 내기 이전 창업을 준비하는 과정에서의 시장 확보,

기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보 등이 필요함을 연구내용에 포함시키고 있다.

3. 경영성과에 대한 선행연구

지금까지 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 찾아내기 위하여 수많은 연구들이 진행되어 왔다. 기업에 있어서 성과가 무엇인가를 정의하기 모호한 측면이 있으나, 기업의 성과는 목표를 정하고 이를 이루기 위한 계획을 세운 후 가지고 있는 유무형의 자원역량을 투입하여 정해진 계획에 따라 실행하고 운영한 후 최종적으로 산출된 결과라고 정의할 수 있다.(호옹기, 2013)

기준연구에서 보면, 경영성과를 측정하는데 사용되는 지표는 여러 기준으로 나뉠 수 있는데, 예를 들자면, 특정기준에 의해 계량화된 객관적 지표, 응답자의 주관적인 의견에 의해 측정된 주관적 지표, 회계 수치를 표현한 재무지표, 비재무적인 경영의 상황을 표현한 비재무지표 등이 있다(심기준, 2011).

한편, Robert Kaplan와 David Norton은 BSC(균형 성과지표, Balanced Score card)에 대하여 처음으로 개념을 정의하였다. 이들은 기업이 경영될 때 어떠한 정보가 중요한 정보이고 핵심적인 정보인지를 알면 이 정보들을 활용하여 효율적이고 신속한 조직 운영을 할 수 있다고 하였다. 또한, BSC는 재무적 성과지표와 비재무적 성과지표를 통한 균형적인 성과관리의 도구라고 정의하였다. 이런 관점에서 기업의 경영성과 측정에 있어 BSC의 개념은 매우 중요한 의미를 가지며 이 후 많은 연구자들이 BSC의 관점에서 경영성과를 측정하였다(전기수, 2009)

일반적으로 경영성과는 재무적인 성과와 비재무적인 성과로 구분되며, 매출액, 생산성, 수익성 등이 재무적 성과 측정지표 사용되고 구성원 사기 및 직무만족, 고객만족도, 조직 몰입 등이 비재무적 성과 측정지표로 활용된다. 본 연구에서는 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하여 선행연구를 살펴보고자 한다.

Gupta & Gonvindarajan(1990)은 재무적인 성과 측정지표로 매출액 증가

의 정도, 납세 전 이익 증가, 시장의 점유율, 납세 전 고정자산의 이익률, 신제품의 개발 정도, 구성원의 복지 향상, 종업원의 사기 증가 등의 척도를 제시하였다. Kividarvi & Saarinen(1995)은 기업의 경영 성과를 최근 3년간의 매출액 증가율을 이용하여 측정하고자 하였으며, 매출액 순수익률과 총자산 수익률을 이용하기도 하였다. Mitra & Chaya(1996)는 총원가 비율, 매출대비 제조원가, 간접비의 비율 등으로 재무적인 성과를 측정하였으며, 박정아(2001)는 재무적 관점, 고객 관점, 내부프로세스 관점, 학습과 성장 관점을 다루는 Kaplan & Norton(1996)의 균형성과 지표(Balanced Score Card: BSC)를 이용하여 기업의 경영 성과와 평가지표 간의 인과관계를 규명하였다(정지호, 2014).

국내외적으로 많이 이용되고 있는 성과지표를 보면, 먼저 재무적인 경영성과로 성장성 지표인 매출액증가율, 단위당매출액증가율, 총자산증가율, 부가가치 등이 있으며, 수익성을 나타내는 경상이익률, 매출액이익률, 자산이익률, 투자수익률(ROI), 자본수익률(ROE), 운영이익, 공헌이익 등이 있다. 생산성을 나타내는 1인당 인건비증가율, 1인당 부가가치증가율 등이 있다. 재무구조적인 측면인 비용통제, 현금흐름(CFOI), 시장점유율/상대적시장점유율(MS/RMS), 시장점유율의 변화(MSC), 위험수익률(RPR) 등이 있다.(안병린, 2014)

지금까지 살펴본 재무적 성과지표가 가진 가장 큰 한계점은 바로 결과에 관한 지표라는 것이다. 즉, 지금 시점까지의 경영활동의 결과를 한 순간을 기준으로 보여 줄 뿐이지, 어떠한 경영활동으로 그러한 결과가 나왔는지, 앞으로 어떻게 해나갈 것인지, 궁극적으로 비즈니스를 계속 영위할 것인지에 대해서는 보여줄 수가 없다. 또한 업력이 짧고 변동성이 큰 벤처기업의 경우에는 결과를 중시하는 재무성과지표만으로는 전체적인 경영성과를 측정하기 어렵고, 벤처기업의 특성상 재무성과 자료의 공개를 꺼리는 경우도 있을 수 있다(김형철, 2011).

비재무적 성과(non-financial performance)에 대한 기존 연구에서는 주로 시장점유율, 기존 고객 유지, 고객만족도 등에 관한 연구가 주를 이루었다. 이

외에도 고객 만족, 고객충성도 및 유지, 재구매 등의 변수들이 포함되고 있다(박용호, 2014).

Schmit & Allscheid(1995)는 기업 내 감독자 또는 관리자, 서비스 지원 등이 조직 내 분위기를 좌우하는 것으로 분류하였으며, 이에 대한 종업원의 인식이 외부 서비스에 영향을 주며 최종적으로 고객의 만족도에 영향을 준다고 주장하였다. Garbarino & Johnson(1990)은 지속적인 고객 관계 구축은 충성도 높은 고객 만족을 유도하고 나아가 긍정적인 이미지를 만들어 낸다고 하였다. Oliver(1997)는 고객 만족은 회사 제품 또는 서비스에 대한 소비자의 인지적 판단을 하는 과정에서 유쾌한 제공인가에 따라 판단할 수 있다고 정의함으로써 좀 더 구체적인 고객 만족의 개념을 설명하였다(정지호, 2014).

Zarhra(1996)는 신생벤처의 경영성과는 시간적으로 서로 다른 시점에서 서로 다르게 측정되어져야만 한다는 주장을 인용하여 벤처기업의 경영성과는 단일항목으로 측정하기 어려우며 벤처의 성장단계마다 중요한 측정지표가 다르게 측정되어져야 한다고 주장하였으며 주관적 경영성과 측정항목으로 시장점유율, 생산성, 수익성, 브랜드인지도, 신제품개발에 따른 만족 정도를 측정지표로 사용하였다

Beard & Dess(1981)는 시장에서의 경쟁적 위치를 표시하는 시장점유율 분석을 비재무적인 성과지표로 제시하였으며 현재까지 가장 널리 연구에 활용되고 있다. 시장 점유율이 높은 기업이 규모의 경제 및 유리한 거래조건 확보, 유통 경로 확보는 물론 수익성과도 밀접한 상관관계를 가진다고 주장하였다. Venkatraman(1986)도 개인 기업을 대상으로 한 실증연구에서 총 자산 수익률과 관련된 37개의 요소 중에서 시장점유율이 가장 중요한 요소이므로, 수익성을 극대화하기 위해서는 시장 진입 및 점유율을 확보하는 것이 중요하다고 하였다(박용호, 2014).

Buzzell, Gale & Sulten(1985)도 시장점유율이 높은 기업이 수익률 창출에서도 우수한 결과를 나타내고 있음을 실증적으로 검증하였다. 그 이유로 시장지배력, 규모의 경제, 경쟁능력 등이 중요하며 규모의 경제란 대량생산으로 제품 생산의 단위 원가를 낮추는 개념이다. 이외에도 진입순위, 가격 및 광고활동, 제품 차별화 및 경쟁제품, 시장규모 등도 시장점유율을 결정하는 중요

한 변수라고 할 수 있다(배은영, 2000).

이상의 연구들을 종합해보면, 재무지표는 성과측정지표로서 경영과정에 대한 측정이 어렵기 때문에 비재무지표와 같은 과정측정지표를 도입하여 전체 경영과정에 대한 측정과 평가가 균형적으로 이루어져야 한다는 것이다. 이에 본 연구에서는 재무지표와 비재무지표를 합쳐 경영성과라고 정의하고, 매출액, 영업이익, 자산, 재무유동성 등을 재무적 성과의 측정지표로 사용하고, 시장점유율, 브랜드인지도, 제품선호도, 고객만족도, 재구매율 등을 비재무적 성과의 측정지표로 활용하고자 한다.



제 3 장 연구설계

제 1 절 연구모형 설계 및 가설 설정

1. 연구모형의 설정

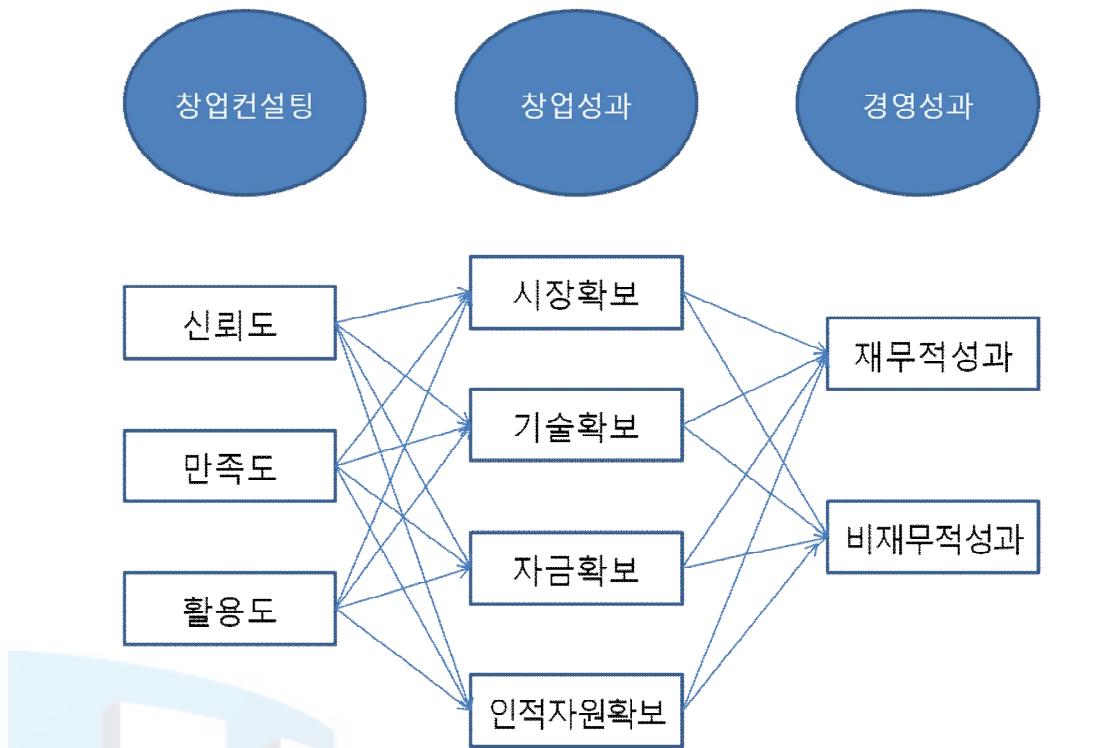
대기업이나 중소기업을 막론하고 급변하는 경영환경 속에서 중요한 의사결정이나 경영성과 및 경쟁력 제고 등을 위해 컨설팅을 적극적으로 활용하고 있지만 창업기업의 경우는 부족한 경영자원으로 인해 컨설팅이 더욱 절실히 필요함에도 불구하고 컨설팅에 대한 부정적 인식이나 정보의 부족 등으로 컨설팅에 대한 접근이나 활용을 제대로 하지 못하고 있는 실정이다.

본 연구에서는 창업기업에 대한 창업컨설팅이 성공적인 창업과 경영성과 제고에 영향을 주는 요인임을 실증적으로 분석함으로써 자금과 인력 부분에서 한계를 지니고 있는 창업기업의 성장에 도움을 줄 수 있도록 창업컨설팅의 필요성을 제시하는 것을 그 목적으로 하였다.

따라서, 본 연구는 지금까지 살펴 본 창업컨설팅에 관한 선행연구들을 바탕으로 창업컨설팅이 창업기업의 창업성과와 경영성과에 미치는 영향을 실증 분석을 통해서 알아보고자 한다. 이를 위해 앞서 살펴본 이론적 고찰을 토대로 창업컨설팅의 변수로는 컨설팅 신뢰도, 컨설팅 만족도, 컨설팅 활용도를 추출하였으며 창업성과의 변수로는 창업 기업의 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보 및 인적자원 확보를 선정하였고 경영성과의 변수로는 재무적 성과 및 비재무적 성과를 설정하여 그 연관성을 검증하고자 한다.

상기와 같은 연구목적을 달성하기 위해 선행연구들을 통해 정리된 개념과 이론적 토대를 바탕으로 본 연구에서는 창업컨설팅이 창업기업의 창업성과와 경영성과로 연결되는 경로를 발견하고자 연구모형을 도출하였고 그 세부적인 연구모형은 <그림 3>와 같다.

<그림 3> 연구 모형



2. 연구가설의 설정

지금까지의 선행연구를 살펴보면 기업의 경영성과 영향요인에 관한 연구는 많지만, 초기 창업단계 기업의 창업성과에 대한 연구는 부족한 것이 현실이다. 아울러 최근 들어 많은 관심을 받고 있는 창업컨설팅과 창업성과, 창업성과와 경영성과 간의 인과관계를 검증한 연구는 아직 거의 없는 실정이다.

이에 본 연구에서는 창업기업이 창업컨설팅을 수진 후 컨설팅에 대한 신뢰도, 만족도 및 활용도 등의 창업컨설팅 성과가 일반적인 기업 경영성과에 앞서 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보 등의 창업성과에 어떠한 영향을 미치며, 또한 이러한 창업성과는 재무적 성과와 비재무적 성과 등의 경영성과에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 한다.

앞서 제시된 연구모형을 증명하기 위해 선행연구의 이론적 고찰로 얻어진 근거에 기반하여 아래와 같이 창업컨설팅과 창업성과 간의 가설 및 창업성과와 경영성과 간의 가설을 설정한다.

1) 창업컨설팅과 창업성과 간의 가설

본 연구에서는 창업컨설팅이 창업기업의 창업성과에 영향을 미치는 요인으로 작용할 것으로 예상하고 창업컨설팅의 변수는 민경룡(2010)의 연구모형에서 제시된 컨설팅의 신뢰도, 만족도 및 활용도를 원용하여 채택하였고 창업성과에 대한 변수는 박용호(2014)의 연구모형에서 제시된 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보를 채택하였다.

민경룡은 창업컨설팅의 3개 변수 중 컨설팅 신뢰도는 곽홍주(2008)의 연구를 원용한 것으로 세부항목으로는 컨설팅사의 능력과 전문성, 컨설턴트의 성실성과 능력, 컨설팅 수행 성실도, 컨설팅 인식 및 기대, 컨설팅의 문제해결 능력, 컨설팅에 대한 신뢰도 등 6개의 세부항목을 설정하였다. 컨설팅 만족도 및 활용도는 김익성(2008)의 연구에서 제시된 항목을 참고하여 기대욕구의 충족, 컨설팅서비스의 성실도, 컨설팅사 시스템, 컨설팅 전문성, 컨설팅 만족도, 컨설팅 결과물 만족도 등 컨설팅 만족도에 관한 6개의 세부항목과 컨설팅 산출물 활용의지, 컨설팅 산출물 학습수준, 컨설팅 산출물 활용도, 경영자문 활용도, 지속적인 컨설팅 의향, 경영의사결정 활용 등 컨설팅 활용도에 관한 6개의 세부항목을 설정하였다.

박용호는 Cooper(1983)와 Tassi(1991)의 연구모형을 참고하여 창업성과를 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보의 4가지 변수로 설정하였고 시장 확보는 신제품 개발, 개발능력 향상, 수요처 확보능력, 기술 확보는 지적재산권 출원, 시장 내 기술 인정, 자체기술개발, 자금 확보는 자금확보 능력 향상, 정부지원사업 수혜, 외부투자유치, 인적자원 확보는 직원 수 증가, 직원 충원계획, 종업원 만족도 등 각각 3개씩의 세부항목을 설정하였다.

따라서, 창업컨설팅을 컨설팅 신뢰도, 만족도 및 활용도로 구분하고 일반적인 기업 경영성과에 앞서 초기 창업기업이 겪게 되는 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보 등의 창업성과 변수에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 한다. 창업컨설팅과 창업성과에 대해 <표 3>과 같이 가설을 설정하였다.

<표 3> 창업컨설팅과 창업성과의 연구가설

가설	내용
가설 1.1.1	창업컨설팅 신뢰도는 시장확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.1.2	창업컨설팅 신뢰도는 기술확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.1.3	창업컨설팅 신뢰도는 자금확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.1.4	창업컨설팅 신뢰도는 인적자원 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.2.1	창업컨설팅 만족도는 시장확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.2.2	창업컨설팅 만족도는 기술확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.2.3	창업컨설팅 만족도는 자금확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.2.4	창업컨설팅 만족도는 인적자원 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.3.1	창업컨설팅 활용도는 시장확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.3.2	창업컨설팅 활용도는 기술확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.3.3	창업컨설팅 활용도는 자금확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 1.3.4	창업컨설팅 활용도는 인적자원 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

2) 창업성과와 경영성과 간의 가설

기업의 경영성과에 대한 연구에서 재무적인 성과를 측정하기는 현실적으로 어려운 경우가 많다. 자료 공개를 기피하거나 재무적 지표가 명확하지 않기 때문에 사실적인 재무자료를 구하기 힘들어서 그 대안으로 대부분 기업성과에 대한 주관적이나 인지적인 만족도를 활용하여 성과를 측정하고 있다.(Dess & Robinson, 1984; Pearce et al. 1987; 이재훈 외 2007)

선행연구들도 창업초기 시장에 진입하기 위한 기술과 인력의 확보, 자금 확보 등을 측정한 창업 성과와 객관적인 경영성과 자료 간 상관관계가 매우 높은 것이 입증되고 있다.(Dess & Robinson, 1984). 재무적 성과와 비재무적인

성과를 창출하기 위해서는 시장진입에 필요한 제품 개발과 인적 자원, 그에 따르는 자금 자원 확보 등이 반드시 필요하다(정지호, 2014).

본 연구에서는 창업성과가 경영성과에 영향을 미치는 요인으로 작용하며 상호 상관관계가 매우 높을 것으로 예상하고 지금까지 살펴본 선행연구를 토대로 아래와 같이 시장 및 기술 확보, 자금 및 인적자원 확보 등의 창업성과가 창업기업의 재무적 성과와 비재무적 성과 등 경영성과에 영향을 미친다는 가설을 설정하여 분석하고자 한다.

경영성과에 대한 변수는 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하고 재무적 성과는 매출액, 영업이익, 자산, 재무유동성 등을 세부항목으로 설정하였고 비재무적 성과는 시장점유율, 브랜드인지도, 제품선호도, 고객만족도, 재구매율 등을 세부항목으로 채택하였다.

이와 같이 지금까지 고찰된 선행연구를 근거로 아래와 같이 시장 및 기술 확보, 자금 및 인적자원 확보 등의 창업성과가 창업기업의 재무적 성과와 비재무적 성과 등 경영성과에 영향을 미친다는 가설을 설정하여 분석하고자 한다. 창업성과와 경영성과에 대해 <표 4>와 같이 가설을 설정하였다.

<표 4> 창업성과와 경영성과의 연구가설

가설	내용
가설 2.1.1	시장 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.1.2	기술 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.1.3	자금 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.1.4	인적자원 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.2.1	시장 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.2.2	기술 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.2.3	자금 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설 2.2.4	인적자원 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3. 변수의 조작적 정의

1) 창업컨설팅

컨설팅 신뢰도는 수진기업이 컨설팅에 대해 가지는 믿음과 기대의 정도를 지칭하는 것으로, 컨설팅사나 컨설턴트가 해당 분야에 대한 충분한 지식과 경험을 보유하고 있으며 경영의 제반 현안문제를 해결할 수 있을 것이라는 신뢰의 척도를 말한다. 본 연구에서는 세부항목으로 컨설팅사의 능력과 전문성, 컨설턴트의 성실성과 능력, 컨설팅 수행 성실도, 컨설팅 인식 및 기대, 컨설팅의 문제해결능력, 컨설팅에 대한 신뢰도 등 6개의 항목을 설정하였다.

컨설팅 만족도는 컨설팅 과정과 결과에 대한 수진기업의 태도 및 수용정도 등 전반적인 만족의 척도를 지칭한다. 본 연구에서는 세부항목으로 기대욕구의 충족, 컨설팅서비스 성실도, 컨설팅사 시스템, 컨설팅 전문성, 컨설팅 만족도, 컨설팅 결과물 만족도 등 6개 항목을 채택하였다.

컨설팅 활용도는 컨설팅 결과 및 산출물을 수진기업이 경영 각 부문에 적용 및 실천하는 척도를 의미한다. 본 연구에서는 세부항목으로 컨설팅 산출물 활용의지, 컨설팅 산출물 학습수준, 컨설팅 산출물 활용도, 경영자문 활용도, 지속적인 컨설팅 의향, 경영의사결정 활용 등 6개의 항목을 설정하였다. 창업 컨설팅의 조작적 정의와 측정항목은 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 창업컨설팅의 조작적 정의와 측정항목

구분	내용	
조작적 정의	수진기업이 컨설팅에 대해 가지는 믿음 정도와 컨설팅 과정과 결과에 대한 수진기업의 수용 정도, 컨설팅 결과를 수진기업이 경영 각 부문에 적용 및 실천하는 척도	
측정 항목 곽홍주(2008) 김익성(2008) 민경룡(2010)	컨설팅 신뢰도	<ul style="list-style-type: none"> • 컨설팅사의 능력과 전문성 • 컨설턴트의 성실성과 능력 • 컨설팅 수행 성실도 • 컨설팅 인식 및 기대 • 컨설팅의 문제해결능력 • 컨설팅에 대한 신뢰도
	컨설팅 만족도	<ul style="list-style-type: none"> • 기대욕구의 충족 • 컨설팅서비스 성실도 • 컨설팅사 시스템 • 컨설팅 전문성 • 컨설팅 만족도 • 컨설팅 결과물 만족도
	컨설팅 활용도	<ul style="list-style-type: none"> • 컨설팅 산출물 활용의지 • 컨설팅 산출물 학습수준 • 컨설팅 산출물 활용도 • 경영자문등 활용도 • 지속적인 컨설팅 의향 • 경영의사결정 활용

2) 창업성과

창업성과를 정의하는 데 있어 연구자의 시작에 따라 다양하게 해석할 수 있고 분석방법 또한 다양하다. 성과는 정량적인 부분과 정성적인 부분으로 구분하기도 하고, 기업의 기술력, 신제품의 개발 정도, 창업자의 만족도, 외부의 평판, 시장에 진입하기 위한 자금의 충분함, 이러한 운영을 할 수 있는 인력의 확보 등 주관적인 성과를 사용하기도 한다.

Cooper(1993)는 초기 창업기업의 성과를 예측할 수 있는 모형을 경영성과의 재무적, 비재무적 성과가 아닌 새로운 모형을 제안 했는데 이는 창업자와 기업이 가지고 있는 특성에 따라 창업자가 기업을 창업함에 있어 창업과정에

있는 기술개발을 통한 시장진입, 그리고 그러한 과정에 있는 인적자원 확보의 측면이 창업자가 기업을 창업했을 때의 성과의 특성, 창업과정, 시장환경이 기업성과에 영향을 미치는 요인으로 제시하였다.(정지호, 2014)

Tsai(1991)는 재무자료에서 나타날 수 있는 객관적인 지표와 창업기업이 성과를 달성하기 위한 과정에 있는 주관적 지표 두 가지를 활용하였는데, 다수의 창업성과 관련 연구에서 객관적인 재무 지표 이외에 인지된 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 조직의 유효성인 인적자원 확보 및 직무성과, 만족도 등의 주관적 지표를 추가로 사용한다.(박용호, 2014)

본 연구에서는 창업성과에 대한 선행연구를 토대로 측정지표를 추출하여 사용하였으며, 창업성과의 조작적 정의와 측정항목은 다음의 <표 6>과 같다.

<표 6> 창업성과의 조작적 정의와 측정항목

구분	내용	
조작적 정의	초기 창업기업이 인지하는 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보의 정도	
측정 항목 Tsai(1991) Cooper(1983) 정지호(2014) 박용호(2014)	시장 확보	<ul style="list-style-type: none"> 신제품 개발 개발능력 향상 수요처 확보 능력
	기술확보	<ul style="list-style-type: none"> 지적재산권 출원 시장 내 기술 인정 자체기술개발
	자금확보	<ul style="list-style-type: none"> 자금확보능력 향상 정부지원사업 수혜 외부투자유치
	인적자원 확보	<ul style="list-style-type: none"> 직원 수 증가 직원 충원 계획 종업원 만족도

3) 경영성과

경영성과는 기업이 최종적으로 목표로 하는 결과물을 계량화하여 나타낼 수 있는 것으로 선행연구들을 살펴보면 재무적인 성과와 비재무적인 성과 등으로 나누고 있다.

Venkatraman & Ramanujam(1986)은 기업의 성과 영역을 재무성과 뿐만 아니라 운영성과와 그에 따른 유효성까지 포함하는 광의의 개념으로 설명하고 있지만, 측정의 실현 가능성의 문제로 인하여 실증연구에서는 객관적인 측정이 가능하고 가장 타당성이 있는 성과척도를 재무지표로 인식하고 있다.

정찬근(1996)은 재무적 성과는 대체로 회계자료에 의해 측정된다고 정의하였지만, 회계자료는 과거의 투자결과를 반영할 뿐 기업이 창출하는 미래의 현금흐름을 반영해 주지 못한다는 평가를 받고 있다. 그런데 이에 대한 대안으로 성과에 대한 경영자의 주관적 평가가 객관적 성과와 상당히 일치한다는 점에 주목하여 주관적 성과지표를 사용하는 연구들도 있지만 주관적 평가는 왜곡될 가능성이 높기 때문에 제한적으로 사용되고 있다. 이에 따라 최근의 연구들은 성장성, 수익성, 안정성의 3대 요소를 재무적 성과로 분류하고 있으며, 서로 다른 측면을 반영해준다는 점에서 환영받고 있다.

최완일 등(2001)은 기준의 연구에서 주로 쓰인 기업성과 지표들을 요약 정리하였다. 기준의 연구는 주로 수익성을 나타내는 기업성과와 더불어 기업 운영의 효과성을 측정하기 위해서 재고회전율이나 직원 생산성과 같은 생산성 지표를 사용한다. 기준 연구에서 기업 정보화의 효과를 형태에 따라서 정량화가 용이한 효과와 정량화가 용이하지 않은 효과로 구분하였다.

김범진(2002)에 따르면 비재무적 성과는 대체로 재무지표 상에 나와 있지 않은 재무성 성과를 제외한 시장에서의 점유율과 고객들이 원하는 만족도 및 선호도 그리고 제품의 재구매 욕구로 구분 하였다. 또한 현재는 일부 선진국에서 상장규정에 비재무적 정보 공시를 제도화 하고 있다.

앞선 선행연구를 살펴보면 기업의 회계 자료에 따른 재무 지표는 미래의 현금 흐름까지 반영해 주지는 못한다는 단점을 갖고 있다. 이에 따라 경영자의 주관적인 평가인 비재무적인 평가를 보완하는 연구들도 있으며, 최근에는 이러한 재무적 성과와 비재무적 성과를 상호 보완적으로 활용하여 기업의 최종 성과를 평가하는 추세라고 할 수 있다.

본 연구에서는 기업 경영성과에 대한 선행연구를 기반으로 재무적 성과와

비재무적 성과에 대한 측정지표를 추출하여 사용하였으며, 경영성과의 조작적 정의와 측정항목은 다음의 <표 7>과 같다.

<표 7> 경영성과의 조작적 정의와 측정항목

구분	내용	
조작적 정의	기업이 최종적으로 추구하고자 하는 재무적인 결과 주관적인 창업자가 인지하고 느끼는 비재무적 성과의 정도	
측정 항목	재무적 성과	<ul style="list-style-type: none">• 매출액• 영업이익• 자산• 재무유동성
Zarhra(1996) 김범진(2002) 박용호(2014)	비재무적 성과	<ul style="list-style-type: none">• 시장점유율 증가• 제품선호도• 고객만족도• 재구매율 증가• 브랜드 인지도

제 2 절 조사설계

1. 설문의 구성

본 연구에서는 앞서의 연구요인 설계에 따라 연구모형 및 연구가설을 검증하고자 설문을 구성하였다. 본 연구에 사용된 설문은 ‘창업컨설팅이 창업기업의 창업성과와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구’에 대한 내용으로 연구의 목적에 부합할 수 있도록 창업컨설팅 신뢰도, 만족도 및 활용도에 대한 설문항목, 창업컨설팅 결과에 따른 창업성과에 대한 설문항목, 창업성과에 이은 경영성과에 대한 설문항목, 일반적인 사항에 대한 설문항목 등 총 4개의 그룹으로 구분하여 구성하였다.

설문지의 설문항목은 변수별로 선행연구 검토에서 추출된 측정문항을 원용하거나 일부 수정 및 보완하여 활용하였고, 설문의 평가는 ‘매우 낮음’은 1점, ‘매우 높음’은 5점 또는 ‘전혀 아니다’는 1점, ‘매우 그렇다’는 5점으로 표기하는 리커트 5점 척도를 사용하였다. 구체적인 설문지의 내용을 요약하면 다음 <표 8>과 같다.

<표 8> 설문지 구성

구분	변수	문항수
창업컨설팅	컨설팅 신뢰도	6
	컨설팅 만족도	6
	컨설팅 활용도	6
	소계	18
창업성과	시장 확보	3
	기술 확보	3
	자금 확보	3
	인적자원 확보	3
	소계	12
경영성과	재무적 성과	4
	비재무적 성과	5
	소계	9
일반사항	업종, 매출규모, 업력, 종업원수	4
합계		43

2. 분석방법

본 연구는 1회 이상 컨설팅을 받은 서울과 수도권에 분포되어 있는 창업기업의 설문 결과를 바탕으로 하였다. 설문지의 배포 및 회수는 2014년 11월에 실시하였으나 수진업체의 여건 및 인식의 결여 등으로 162부가 회수되었고 이 가운데 불성실한 응답이 있거나 결측 값 발생과 응답 값의 편중이 심한 설문지 28부를 제외한 총 134부의 설문지를 분석에 사용하였다. 한편, 실증 분석 검증을 위해 수집한 자료는 SPSS WIN을 통해서 기초 분석과 요인분석을 실시하였고 연구모형의 검증은 AMOS를 사용하였다.

본 연구는 설문조사를 통해 획득한 응답 값을 코딩하고 표본의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 또한, 창업컨설팅 및 창업성과와 경영성과 변수들에 대해 요인분석을 실시하였고 요인분석의 결과를 통해서 추출된 요인 변수들을 대상으로 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도란 안정성과 일관성 또한 예측 가능성, 의존성 등으로 표현되는 개념으로 오차가 많을수록 측정 도구의 신뢰도는 떨어지는 것이다. 일반적인 개념으로서 신뢰도란 동일 개념을 측정했을 때 동일 측정치가 나타날 가능성을 의미하는데 신뢰성 측정을 위해서 본 연구에서도 크론바흐 알파계수를 통해서 검증하였다. 크론바흐 알파계수는 척도의 질에 대한 평가 계수인데, 알파계수가 높다는 것은 표본들이 측정하는 개념을 올바로 반영하고 있음을 나타내며 사회과학에서는 알파계수가 0.6~0.7이상이면 척도를 신뢰할 수 있다고 본다. 이 과정에서 신뢰성을 저해하는 항목들은 분석에서 제외하였으며, 측정변수의 단일차원에서 타당성을 분석하기 위해 요인분석을 실시하였다.

최종적으로 변수들 간의 상관관계분석을 실시하여 변수 상호 간의 관계를 검토하였다. 외생변수와 내생변수 간의 경로계수 분석을 실시하여 연구모형과 연구가설을 검증하였으며, 통계적 유의성을 밝히기 위한 공분산 구조분석을 실행하였다.

제 4 장 연구결과

제 1 절 표본의 특성

1. 연구표본의 일반적 특성

본 연구의 최종분석에 사용된 134명의 응답자에 대한 일반적인 특성을 분석해 보면 다음과 같다.

창업컨설팅 수진기업의 업종을 살펴보면 제조업이 43.2%로 가장 많은 것으로 나타났으며 서비스업이 34.3%, 도소매업/유통업이 17.2%, 건설업이 0.7%, 농업/임업/어업이 3.0%, 기타가 1.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

매출규모는 5억원 미만이 47.0%, 10억원 미만이 34.3%, 50억원 미만이 9.7%, 100억원 미만이 7.5%, 100억원 이상이 1.5%인 것으로 분석되어 매출 규모 10억원 미만의 기업이 전체의 81.3%로 대부분의 창업기업의 매출규모가 10억원 미만임을 알 수 있다.

창업기업의 업력은 1년 이내 기업이 23.1%, 3년 이내 기업이 36.6%, 5년 이내 기업이 21.6%, 7년 이내 기업이 18.7%로 나타났다.

종업원 수는 5명 미만이 47.0%, 10명 미만이 38.1%, 50명 미만이 12.7%, 100명 미만이 2.2%의 순서로 나타났는데 이것은 창업 준비 및 초기 창업단계로 본격적인 인적자원 투입 이전의 기업들이 창업컨설팅을 많이 받고 있기 때문인 것으로 분석된다. 이상 연구표본의 특성을 정리해보면 다음의 <표 9>와 같다.

<표 9> 연구표본의 일반적 특성

구분	항목	빈도	비율
업종	제조업	58	43.2
	서비스업	46	34.3
	도소매/유통업	23	17.2
	건설업	1	0.7
	농업/임업/어업	4	3.0
	기타	2	1.6
매출규모	5억원 미만	63	47.0
	10억원미만	46	34.3
	50억원미만	13	9.7
	100억원 미만	10	7.5
	100억원 이상	2	1.5
업력	1년 이내	31	23.1
	3년 이내	49	36.6
	5년 이내	29	21.6
	7년 이내	25	18.7
	7년 이상	0	0.0
종업원수	5명 미만	63	47.0
	10명 미만	51	38.1
	50명 미만	17	12.7
	100명 미만	3	2.2
	100명 이상	0	0.0
합 계		134	100.0

2. 신뢰성 및 타당성 분석

1) 타당성 분석

타당성(validity)이란 특정한 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정 도구가 그 속성을 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표이다. 본 연구에서는 변수들을 측정하기 위해 내용 타당성(content validity)과 판별 타당성 (discriminant validity) 확보를 위한 요인분석 과정을 진행하였다. 내용 타당성은 측정을 위해 개발한 도구가 측정하고자 하는 대상의 정확한 속성이나 개념을 얼마나 대표할 수 있는가를 평가하는 것이고 판별 타당성은 서로 상이한 개념을 동일한 측정방법으로 측정할 경우 결과 값들 간에 상관관계가 낮아야 된다는 것을 의미한다. 요인분석은 다수의 변수들에 대한 집합적 구조를 발견하여 여러 변수들을 일련의 동질적인 차원으로 그룹화하는 변수들 간의 상관관계를 분석하는 방법이다.

한편, 본 연구에서 사용된 측정 항목들은 앞서 고찰한 선행연구와 문헌에서 검증된 항목들을 원용하거나 선별하여 선정하였기 때문에 설문문항의 내용 타당성은 충분히 확보되었다고 볼 수 있다.

가. 창업컨설팅에 대한 요인 분석

창업컨설팅에 대한 요인분석을 위해 최소의 요인으로 가능한 많은 정보를 뮤이게 하는 주성분 분석과 요인적재치의 단순화를 위하여 요인회전은 베리 맥스 회전방법(Varimax Rotation)을 사용하였고 적합도 검정을 위해 KMO 검정과 Bartlett 검정을 실시하였다. 이 과정에서 요인적재치가 낮게 나타난 해당 변수를 삭제하여 창업컨설팅에 대한 요인분석 결과는 컨설팅 신뢰도 3 개 문항, 컨설팅 만족도 3개 문항, 컨설팅 활용도는 6개 문항에 요인이 있는 것으로 나타났으며 수정분석을 실시하여 창업컨설팅에 대한 요인분석이 설명하고 있는 총 분산은 73.135%로 나타났으며, 타당성을 검증하기 위한 KMO

검정은 0.876, Bartlett 검정 결과 유의수준은 0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 따라서 창업컨설팅에 대한 요인분석은 타당성을 확보하였다. 창업컨설팅에 대한 요인분석 결과는 <표 10>과 같다.

<표 10> 창업컨설팅에 대한 요인 분석 결과

요인명	변수 측정방법	성분		
		요인 1	요인 2	요인 3
컨설팅신뢰도	컨설팅사 능력과 전문성	.745	.342	.435
	성공창업의 영향	.705	.483	.310
	경영문제 해결능력	.705	.432	.372
컨설팅만족도	기본적인 욕구 충족	.326	.805	.435
	즉각적인 서비스	.205	.805	.431
	필요한 시스템 보유	.556	.735	.356
컨설팅활용도	산출물 활용 의지	.514	.225	.805
	직원교육 및 학습수준	.373	.234	.785
	산출물 활용도	.545	.231	.848
	컨설턴트 활용도	.185	.435	.789
	사후관리 의향	.475	.285	.765
	경영의사결정 활용계획	.504	.340	.820
설명된 총 분산 = 73.135, KMO 검증 = 0.876, Bartlett's Test = 0.01				

나. 창업성과에 대한 요인 분석

창업성과에 대한 요인분석을 위해 최소의 요인으로 가능한 많은 정보를 뮤 이게 하는 주성분 분석과 요인적재치의 단순화를 위하여 요인회전은 베리맥스 회전방법(Varimax Rotation)을 사용하였고 적합도 검정을 위해 KMO 검정과 Bartlett 검정을 실시하였다. 창업성과에 관한 요인분석이 설명한 총 분산은 76.873%로 나타났으며, 타당성을 검증하기 위한 KMO 검정은 0.878, Bartlett Test 결과 유의수준은 0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 따라

서 창업성과에 대한 요인분석은 타당성을 확보하였다. 창업성과에 대한 요인 분석 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 창업성과에 대한 요인 분석 결과

요인명	변수 측정항목	성분			
		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
시장 확보	신규 아이템 개발 시도	.901	.194	.249	.132
	신제품 개발 능력 향상	.896	.236	.372	.222
	수요처 확보 능력 향상	.829	.224	.463	.434
기술 확보	독보적 기술 보유	.423	.883	.235	.215
	자체기술(제품) 개발	.267	.724	.325	.156
	지식재산권 출원 증가	.201	.805	.483	.387
자금 확보	정부 자금 지원	.143	.415	.818	.123
	융자 자금 지원	.284	.523	.844	.254
	외부 투자자금 지원	.225	.211	.796	.305
인적자원 확보	창업 당시보다 고용증가	.219	.336	.319	.807
	직원 충원 계획	.345	.527	.235	.778
	낮은 이직률	.286	.126	.324	.826
설명된 총 분산 = 76.873, KMO 검증 = 0.878, Bartlett's Test = 0.01					

다. 경영성과에 대한 요인 분석

경영성과에 대한 요인분석을 위해 최소의 요인으로 가능한 많은 정보를 뮤 이게 하는 주성분 분석과 요인적재치의 단순화를 위하여 요인회전은 베리맥스 회전방법(Varimax Rotation)을 사용하였고 적합도 검정을 위해 KMO 검정과 Bartlett 검정을 실시하였다. 경영성과에 관한 요인분석이 설명한 총 분산은 84.162%로 나타났으며, 타당성을 검증하기 위한 KMO 검정은 0.929, Bartlett Test 결과 유의수준은 0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 따라서 경영성과에 대한 요인분석은 타당성을 확보하였다. 경영성과에 대한 요인 분석 결과는 <표 12>와 같다.

<표 12> 경영성과에 대한 요인 분석 결과

요인명	변수 측정항목	성분	
		요인 1	요인 2
재무적 성과	매출액 증가	.827	.352
	영업이익 증가	.881	.323
	자산 증가	.809	.207
	재무유동성 향상	.858	.364
비재무적 성과	시장점유율 증가	.254	.791
	브랜드 인지도 향상	.345	.838
	제품 선호도 증가	.392	.792
	제품에 대한 고객만족도 증가	.289	.860
	재구매율 증가	.273	.802
설명된 총 분산 = 84.162, KMO 검증 = 0.929, Bartlett's Test = 0.01			

2) 신뢰성 분석

신뢰성(reliability)이란 동일한 개념에 대해 측정을 되풀이했을 때 동일한 측정값을 얻을 가능성을 말하는 것으로 측정하고자 하는 현상이나 대상을 얼마나 일관성 있게 측정하였는가를 나타낸다. 신뢰성 측정방법 중에는 내적 일관성분석(internal consistency reliability)이 있는데 이는 동일한 개념을 측정하기 위해 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를 저해하는 항목을 찾아내어 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰도를 높이기 위한 방법으로 크론바흐 알파라는 계수값을 사용하여 신뢰성을 측정한다. 따라서, 본 연구에서는 내적 일관성을 나타내는 크론바흐 알파 신뢰도 계수 기준을 적용하여 변수들 측정문항의 동질적인 구성 여부에 대한 검토를 통해 신뢰성을 검증하였다. 일반적으로 크론바흐 알파 계수값은 0.60 이상이면 충분하다.

가. 창업컨설팅 요인에 대한 신뢰성 분석

창업컨설팅에 대한 요인분석 결과의 신뢰성을 확인하기 위하여 요인별 신뢰성 분석을 실시하여 <표 13>과 같이 창업컨설팅 요인에 대한 신뢰성 분석의 결과가 나타났다.

<표 13> 창업컨설팅 요인에 대한 신뢰성 분석 결과

요인	신뢰도
창업컨설팅	컨설팅 신뢰도 $\alpha=.774$
	컨설팅 만족도 $\alpha=.829$
	컨설팅 활용도 $\alpha=.924$

창업컨설팅에 대한 요인들의 신뢰성 검증을 위한 크론바흐 알파 분석 결과 모든 요인에서 기준값 0.6 이상의 신뢰도가 나타났으므로 신뢰성 분석 결과 역시 타당한 것으로 볼 수 있다.

나. 창업성과 요인에 대한 신뢰성 분석

창업성과에 대한 요인분석 결과의 신뢰성을 확인하기 위하여 요인별 신뢰성 분석을 실시하여 <표 14>와 같이 창업성과 요인에 대한 신뢰성 분석의 결과가 나타났다.

<표 14> 창업성과 요인에 대한 신뢰성 분석 결과

요인	신뢰도
창업성과	시장 확보 $\alpha=.896$
	기술 확보 $\alpha=.789$
	자금 확보 $\alpha=.897$
	인적자원 확보 $\alpha=.852$

창업성과에 대한 요인들의 신뢰성 검증을 위한 크론바흐 알파 분석 결과 모든 요인에서 기준값 0.6 이상의 신뢰도가 나타났으므로 신뢰성 분석 결과 역시 타당한 것으로 볼 수 있다.

다. 경영성과 요인에 대한 신뢰성 분석

경영성과에 대한 요인분석 결과의 신뢰성을 확인하기 위하여 요인별 신뢰성 분석을 실시하여 <표 15>와 같이 경영성과 요인에 대한 신뢰성 분석의 결과가 나타났다.

<표 15> 경영성과 요인에 대한 신뢰성 분석 결과

요인	신뢰도
경영성과	재무적 성과 $\alpha=.805$
	비재무적 성과 $\alpha=.743$

경영성과에 대한 요인들의 신뢰성 검증을 위한 크론바흐 알파 분석 결과 모든 요인에서 기준값 0.6 이상의 신뢰도가 나타났으므로 신뢰성 분석 결과 역시 타당한 것으로 볼 수 있다.

3) 확인적 요인분석

앞서 본 연구에서는 가설 검증에 투입되는 측정변수들의 정확성을 위해서 탐색적 요인분석을 실시하여 각 단계별로 적절하게 차원이 분리되는지 여부와 항목들이 적절하게 묶이는지를 분석하였다. 이어서 본 연구는 측정항목 간의 판별타당성과 수렴타당성을 검증하는 방법인 확인적 요인분석(CFA)을 통해 투입된 변수들에 의한 모형의 타당성을 분석하고자 한다. 확인적 요인분석을 통하여 각 변수의 표준 요인적재치, t 값 및 적합도 지수, 수정지수 등이 도출되며 연구모형의 적합도 지수가 낮게 나타난다면 해당 변수에 대한 타당성은 수용될 수 없으므로 제거되어야 한다. 일반적으로 표준 요인적재치는 0.5 이상이 바람직하며, 0.5 미만일 때는 해당 항목을 제거하게 된다. 본 연구모형의 확인적 요인분석 결과는 <표 16>과 같다.

<표 16> 확인적 요인분석 결과

잠재요인	측정변수	요인 적재치	표준 요인적재치	t (CR)	p
창업컨설팅	컨설팅신뢰도 1	1.000	.876	-	-
	컨설팅신뢰도 2	1.043	.889	19.945	0.001
	컨설팅신뢰도 3	1.221	.804	22.120	0.001
	컨설팅만족도 1	1.000	.781	-	-
	컨설팅만족도 2	1.078	.790	16.438	0.001
	컨설팅만족도 3	1.096	.891	17.166	0.001
	컨설팅활용도 1	1.000	.763	-	-
	컨설팅활용도 2	1.155	.765	14.930	0.001
	컨설팅활용도 3	1.183	.739	16.428	0.001
	컨설팅활용도 4	1.096	.758	11.095	0.001
	컨설팅활용도 5	1.051	.800	10.383	0.001
	컨설팅활용도 6	1.003	.826	15.055	0.001
창업성과	시장 확보 1	1.000	.811	-	-
	시장 확보 2	1.037	.892	17.569	0.001
	시장 확보 3	1.056	.797	15.134	0.001
	기술 확보 1	1.000	.834	-	-
	기술 확보 2	1.098	.855	14.528	0.001
	기술 확보 3	1.133	.826	13.663	0.001
	자금 확보 1	1.000	.860	-	-
	자금 확보 2	1.082	.838	18.209	0.001
	자금 확보 3	.995	.762	15.460	0.001
	인적자원확보 1	1.000	.894	-	-
	인적자원확보 2	.880	.667	13.535	0.001
	인적자원확보 3	1.074	.845	11.378	0.001
경영성과	재무성과 1	1.000	.795	-	-
	재무성과 2	1.037	.861	21.336	0.001
	재무성과 3	.086	.893	22.635	0.001
	재무성과 4	1.071	.856	21.540	0.001
	비재무성과 1	1.000	.856	-	-
	비재무성과 2	.920	.885	23.545	0.001
	비재무성과 3	1.048	.925	23.822	0.001
	비재무성과 4	1.381	.856	21.495	0.001
	비재무성과 5	.895	.865	20.530	0.001

주 1. * 분석 시 1.0의 값이 지정된 것임.

2. ** 모든 분석 t 값은 $p < 0.001$ 에서 유의적으로 요인적재 되었음을 나타냄.

4) 상관관계 분석

상관관계란 조사된 자료에서 둘이나 그 이상의 변수들에 있어서 하나의 변수가 변함에 따라서 다른 변수도 같이 변화되는 연관성과 변동의 방향을 의미하며 측정 변수의 상관관계를 분석하여 표시되는 상관계수 간의 절대값이 0.2 이하인 경우는 상관관계가 없거나 경미한 수준이며, 0.4 정도는 약한 상관관계, 0.6 이상이면 강한 상관관계라고 판단할 수 있다. 본 연구에서는 연구모형 내 측정변수 간 피어슨 상관관계분석을 수행하여 측정변수 간의 상관관계를 정리하였으며, 상관관계 분석 결과는 <표 17>과 같다.

<표 17> 상관관계 분석 결과

변수	창업컨설팅			창업성과				경영성과	
	신뢰도	만족도	활용도	시장	기술	자금	인적자원	재무적	비재무적
신뢰도	1.0								
만족도	.37**	1.0							
활용도	.33***	.77**	1.0						
시장	.43***	.39**	.31***	1.0					
기술	.55**	.45***	.49***	.62***	1.0				
자금	.39***	.44***	.52***	.45***	.36***	1.0			
인적자원	.46***	.52***	.48**	.42***	.49***	.46***	1.0		
재무적	.47***	.48***	.57***	.39***	.49***	.42***	.44***	1.0	
비재무적	.40***	.36***	.43***	.48**	.43***	.59**	.52***	.35***	1.0

1. ** : 상관계수 $p < .05$ 수준에서 유의

2. ***: 상관계수 $p < .01$ 수준에서 유의.

이상과 같이 변수들의 상관관계를 분석한 결과에서 모든 요인간 상관관계가 정(+)의 방향으로 유의하게 나타났으므로 연구가설에서 제시한 변수 간 관계와 일치하여 타당성을 만족한 것으로 결론지어진다. 그러나 상관관계분석은 구성개념들의 상관관계는 알 수 있으나, 방향성은 알 수 없으므로 공변량 구조모형분석에 의한 가설검증을 다음과 같이 실시하였다.

제 2 절 가설검증

1. 연구모형의 적합도 검증

일반적으로 경로계수를 통한 가설검증을 위해서 모형의 적합도에 대한 평가가 필요한데 적합도 평가는 예비적 적합도와 전반적 적합도 및 모형 내부 구조 적합도 등으로 구성되며 이러한 기준에 부합하는 경우 연구모형의 전반적인 적합도를 살펴볼 수 있다. 이 때 기초 부합치(GFI) 및 조정 부합치(AGFI), 원소 간의 평균차이(RMR), 증분지수 및 결정계수 등의 수치가 적절하게 얻어져야 한다. 선행연구와 문헌을 살펴보면 카이제곱(χ^2)은 보통 100 이하면 수용 가능한 모형으로 간주되며, GFI, AGFI, CFI는 값이 0.8~0.9 이상, RMR과 RMSEA 값은 0.05~0.08 이하일 때 바람직한 모형으로 평가된다(김호정 2012 : 박용호, 2014).

본 연구모형은 카이자승통계량($\chi^2=94.8$)과 자유도($d.f=38$) 값이 유의하게 나타나고 있어 적절하다고 판단할 수 있으며, 기초부합지수(GFI=.963), 표준 부합지수(NFI=.927) 등에 대한 통계량도 권장수준인 0.9 이상이므로 본 연구의 연구모델은 간명성도 확보하고 있다고 할 수 있다. 본 연구모형의 적합도 평가 결과는 <표 18>과 같다.

<표 18> 연구모형의 적합도 평가 결과

구분	절대 적합지수					증분 적합지수
	χ^2	d.f	p	RMR	GFI	
연구모형	94.8	38	.000	.048	.963	.927

2. 연구가설에 대한 검증결과

본 연구에서는 공변량 구조모형분석으로 본 연구모형에서 설정된 가설을 검증하였으며 통계자료와 검증결과는 <표 19>와 같이 본 연구의 20개 가설 중에서 17개의 가설이 채택되었고, 3개의 가설이 기각되었다. 본 연구모형의 분석결과는 경로계수 검정통계량인 C.R.값으로 가설의 채택여부를 결정하며, ± 1.96 보다 클 경우 의미가 있는 것으로 판단한다. 가설 검증의 결과는 다음과 같다.

1) 창업컨설팅과 창업성과

‘가설 H1.1.1 창업컨설팅 신뢰도는 시장 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.342이고 검정통계량 CR값이 3.435로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 신뢰도가 시장 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.1.2 창업컨설팅 신뢰도는 기술 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.598이고 검정통계량 CR값이 3.098로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 신뢰도가 기술 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.1.3 창업컨설팅 신뢰도는 자금 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.863이고 검정통계량 CR값이 3.931로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 신뢰도가 기술 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.1.4 창업컨설팅 신뢰도는 인적자원 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.694이고 검정통계량 CR값이 4.116으로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 신뢰도가 인적자원 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.2.1 창업컨설팅 만족도는 시장 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.379이고 검정통계량 CR값이 2.989로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 만족도가 시장 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.2.2 창업컨설팅 만족도는 기술 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.521이고 검정통계량 CR값이 3.227로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 만족도가 기술 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.2.3 창업컨설팅 만족도는 자금 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.005이고 검정통계량 CR값이 0.047로 1.96보다 작으므로 유의하지 않다. 이는 창업컨설팅 만족도가 자금 확보에 영향을 미치지 않는다는 것을 의미하므로 본 가설은 기각되었다.

‘가설 H1.2.4 창업컨설팅 만족도는 인적자원 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.414이고 검정통계량 CR값이 2.563으로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 만족도가 인적자원 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.
을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.3.1 창업컨설팅 활용도는 시장 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.376이고 검정통계량 CR값이 3.725로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 활용도가 시장 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.3.2 창업컨설팅 활용도는 기술 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 -0.405이고 검정통계량 CR값이 -1.062로 절대값이 1.96보다 작으므로 유의하지 않다. 이는 창업컨설팅 활용도가 기술 확보에 영향을 미치지 않는다는 것을 의미하므로 본 가설은 기각되었다.

‘가설 H1.3.3 창업컨설팅 활용도는 자금 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.568이고 검정통계량 CR값이 3.114로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 활용도가 자금 확보에 영향을 미친다는 것

을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H1.3.4 창업컨설팅 활용도는 인적자원 확보에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.673이고 검정통계량 CR값이 4.263으로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 창업컨설팅 활용도가 인적자원 확보에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

이상과 같은 창업컨설팅과 창업성과에 관한 가설의 실증적 검증결과 창업컨설팅이 창업기업의 창업성과에 유의한 영향을 미친다는 것 확인할 수 있었으며 이러한 결과에서 창업기업이 창업성과를 실현하기 위한 창업컨설팅의 역할에 큰 의미를 부여할 수 있다고 하겠다.

2) 창업성과와 경영성과

‘가설 H2.1.1 시장 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.526이고 검정통계량 CR값이 5.745로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 시장 확보가 재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H2.1.2 기술 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.234이고 검정통계량 CR값이 2.073으로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 기술 확보가 재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H2.1.3 자금 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.392이고 검정통계량 CR값이 1.988로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 자금 확보가 재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H2.1.4 인적자원 확보는 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 -0.206이고 검정통계량 CR값이 -1.791로 절대값이 1.96보다 작으므로 유의하지 않다. 이는 인적자원 확보가 재무적 성과에 영향을 미치지 않는다는 것을 의미하므로 본 가설은 기각되었다.

‘가설 H2.2.1 시장 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.465이고 검정통계량 CR값이 3.457로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 시장 확보가 비재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H2.2.2 기술 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.363이고 검정통계량 CR값이 4.031로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 기술 확보가 비재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H2.2.3 자금 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.411이고 검정통계량 CR값이 6.106으로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 자금 확보가 비재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

‘가설 H2.2.4 인적자원 확보는 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’는 검증결과 경로계수가 0.278이고 검정통계량 CR값이 5.368로 1.96보다 크므로 유의하다. 이는 인적자원 확보가 비재무적 성과에 영향을 미친다는 것을 의미하므로 본 가설은 채택되었다.

창업성과 요인 중 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보는 경영성과의 요인인 재무적 성과와 비재무적 성과에 유의한 영향을 미쳤지만, 인적자원 확보는 재무적 성과에는 직접적인 영향을 미치지 않고 비재무적 성과에만 유의한 영향을 미쳤다. 이러한 분석을 통한 창업성과와 경영성과에 관한 가설의 실증적 검증결과 창업성과가 창업기업의 경영성과에 유의한 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다.

<표 19> 연구가설의 검증 결과

연구가설		표준화 경로계수	t(CR)	검증결과
H 1.1.1	컨설팅 신뢰도→시장확보	0.342	3.435	채택
H 1.1.2	컨설팅 신뢰도→기술확보	0.598	3.098	채택
H 1.1.3	컨설팅 신뢰도→자금확보	0.863	3.931	채택
H 1.1.4	컨설팅 신뢰도→인적자원확보	0.694	4.116	채택
H 1.2.1	컨설팅 만족도→시장확보	0.379	2.989	채택
H 1.2.2	컨설팅 만족도→기술확보	0.521	3.227	채택
H 1.2.3	컨설팅 만족도→자금확보	0.005	0.047	기각
H 1.2.4	컨설팅 만족도→인적자원확보	0.414	2.563	채택
H 1.3.1	컨설팅 활용도→시장확보	0.376	3.725	채택
H 1.3.2	컨설팅 활용도→기술확보	-0.405	-1.062	기각
H 1.3.3	컨설팅 활용도→자금확보	0.568	3.114	채택
H 1.3.4	컨설팅 활용도→인적자원확보	0.673	4.263	채택
H 2.1.1	시장 확보→재무적 성과	0.526	5.745	채택
H 2.1.2	기술 확보→재무적 성과	0.234	2.073	채택
H 2.1.3	자금 확보→재무적 성과	0.392	1.988	채택
H 2.1.4	인적자원확보→재무적 성과	-0.206	-1.791	기각
H 2.2.1	시장 확보→비재무적 성과	0.465	3.457	채택
H 2.2.2	기술 확보→비재무적 성과	0.363	4.031	채택
H 2.2.3	자금 확보→비재무적 성과	0.411	6.106	채택
H 2.2.4	인적자원확보→비재무적 성과	0.278	5.368	채택

제 5 장 결론

제 1 절 연구결과 요약

창조경제의 핵심으로 창업이 부각되면서, 창업기업이 창조경제 견인에 중요한 역할을 하게 되었지만 대기업과 비교했을 때 창업기업은 상대적으로 구조적 취약성과 기능적 미약성을 갖고 있으므로 이의 극복을 위한 창업컨설팅은 반드시 필요하다. 그러나 창업컨설팅 전문기업이나 전문 컨설턴트의 부족과 창업기업에 적합한 차별적인 컨설팅 방법론이나 기법의 부재 등으로 창업컨설팅이 컨설팅의 한 전문분야로 명확한 자리매김을 하지 못하고 있으며, 창업기업의 창업컨설팅에 대한 이해 부족과 컨설팅 비용 부담 등으로 창업컨설팅이 정착되지 못하고 있는 것이 현실이다.

이뿐만 아니라 현재까지 기업의 경영성과에 대한 영향 요인들이나 경영컨설팅의 성과 제고에 영향을 미치는 요인들에 대해서는 많은 선행연구들의 접근이 있어 왔지만 창업기업이 창업컨설팅 수진을 통해 경쟁력이 강화되어 창업성과가 나타나고 이에 따라 경영성과가 제고되었는지에 대한 연관관계를 분석해 그 결과를 설명해 주는 국내 실증연구도 부족하다.

이러한 배경 하에서 본 연구는 창업컨설팅의 성과가 창업기업의 창업성과에 영향을 미치며 창업성과는 경영성과에 영향을 미친다는 연구주제를 선정함으로써, 창업컨설팅이 창업기업의 성과에 미치는 영향요인을 검증하여 앞으로 창업컨설팅이 컨설팅의 독립적인 전문분야로 발전할 수 있는 계기를 제공하고 창업컨설팅의 활성화에 기여할 수 있는 토대를 만들고자 하였다.

이를 위해 본 연구는 연구모형과 가설을 설정하였고, 창업컨설팅을 수진한 창업기업을 대상으로 실증적인 연구를 진행하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 창업컨설팅과 창업성과의 관련성을 검증하기 위해 창업컨설팅의 요인은 창업컨설팅 신뢰도, 창업컨설팅 만족도, 창업컨설팅 활용도로 선정하고, 창업성과의 요인은 시장 확보, 기술 확보, 자금 확보, 인적자원 확보로 선정하여

창업컨설팅이 창업성과에 미치는 영향요인을 분석하였다. 연구결과 창업컨설팅 신뢰도는 창업성과 요인 모두에게 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창업컨설팅 만족도는 창업성과 요인 중 시장 확보, 기술 확보, 인적자원 확보에는 유의한 영향을 미치지만, 자금 확보에는 유의한 영향을 미치지 않았다. 끝으로 컨설팅 활용도는 시장 확보, 자금 확보, 인적자원 확보에는 유의한 영향을 미치지만 기술 확보에는 유의한 영향을 미치지 않았다.

둘째, 경영성과 요인을 재무적 성과와 비재무적 성과로 선정하고 창업성과가 경영성과에 미치는 영향요인을 분석하였다. 그 결과 창업성과의 요인들 가운데 시장 확보, 기술 확보, 자금확보는 재무적인 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치나, 인적자원 확보는 유의한 영향을 미치는 않는다는 결과를 얻었으며, 비재무적 성과에는 창업성과 요인 모두가 유의한 영향을 미친다는 결과가 나타났다.

결론적으로 창업컨설팅이 수진기업에게 만족할만한 품질수준으로 수행되면 창업성과를 이끌어내고 이에 수반하는 경영성과가 이루어진다는 실증적 검증 결과에서 창업기업에게 창업컨설팅이 반드시 필요하며 여기에는 창업컨설팅의 특화된 전문성 제고가 선행되어야함을 알 수 있다.

제 2 절 연구결과의 시사점

본 연구는 다음과 같은 시사점을 제공하고 있다.

첫째, 이전까지의 선행연구는 경영컨설팅 또는 창업컨설팅과 일반적인 경영성과의 관계성이나 창업지원정책의 전체 또는 일부와 창업성과 간의 관계성 등에 관한 것이었지만 본 연구는 창업컨설팅이 경영성과에 이전에 창업성과에 영향을 미치고 이러한 영향이 경영성과를 달성하게 한다는 관계를 검증하였으므로 학문적 의미를 갖고 있다고 할 수 있다.

둘째, 본 연구는 창업컨설팅, 창업성과 및 경영성과와 관련한 선행연구들에 대한 이론적 고찰을 통해 연구모형을 만들고 가설을 설정하여 분석함으로써 창업컨설팅에 관련된 이해관계자들에게 창업컨설팅이 창업기업의 성공창업과

성과제고의 필수적 수단이며 창업컨설팅을 특화된 전문분야로 더욱 발전시켜야 한다는 인지의 단초를 제공했다고 할 수 있다.

셋째, 세계 경제가 창조경제로 패러다임의 전환이 이루어지고 있는 이 때 창조경제의 핵심은 창의성 있는 창업기업들의 설립과 이러한 창업기업의 생성과 발전을 통한 고용창출의 확대라고 할 수 있다. 본 연구는 이러한 관점에서 창조경제를 견인하는 창업기업의 생존율을 제고시킬 수 있는 방향을 제시했다고 할 수 있다.

제 3 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향

끝으로 본 연구의 한계점을 살펴봄으로써 향후 관련 연구의 발전을 위한 방향을 제시해보자 한다.

첫째, 본 연구는 창업컨설팅을 수진한 경험이 있는 업력 7년 이내의 기업을 모집단으로 하였으나 수집된 유효 표본이 134개로 모집단 전체를 반영하기에는 부족함 있었다. 앞으로 연구는 전체 표본에 최대한 접근할 수 있도록 연구를 진행하여 연구결과의 대표성을 강화해야 할 것이다.

둘째, 현재 국내 창업컨설팅 유형은 크게 정부지원사업인 원스톱창업지원, 창업기업컨설팅, 소상공인컨설팅과 민간 차원의 창업컨설팅으로 구분되고 있다. 그러나 각각의 유형별로 그 대상이나 컨설팅의 내용, 효과 등이 상이함에도 불구하고 본 연구에서는 전체를 대상으로 연구를 수행하였으나 향후 구분적인 연구가 이루어진다면 보다 의미 있는 연구가 될 것으로 기대한다.

셋째, 본 연구는 창업기업의 창업성과 및 경영성과의 측정변수 채택에 있어 선행연구를 바탕으로 대부분 주관적 인지에 초점을 둔 측정변수를 활용하였다. 그러나 이러한 방법이 창업 초기 기업의 경우는 효과적으로 활용될 수 있을 것이나 일정기간이 경과한 창업기업에 대해서는 재무적 지표를 계량화한 측정변수가 성과측정에 필요하다고 할 수 있을 것이다. 따라서 앞으로 더욱 심도 있는 연구를 통해 객관적이고 정교한 측정변수를 개발할 필요가 있다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 곽홍주. (2008). 한국컨설팅시장의 성과 제고를 위한 성공모형 구축에 관한 연구. 전문경영인연구, 11(1).
- 김상훈. (2009). 자영업컨설팅이 소상공인의 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문. 중앙대학교.
- 김익성. (2008). 중소기업컨설팅이 경영성과에 미치는 영향 분석. 한독사회과학논총, 18(1).
- 김호정. (2012). 창업보육 특성과 지원서비스가 입주기업의 경영성과에 미치는 영향. 박사학위논문. 조선대학교.
- 김형철. (2011). 벤처기업 내부역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 대한경영학회지, 24(2).
- 남수희. (2005). 한국기업의 컨설팅에 대한 만족요인을 파악하기 위한 연구. 한국경영컨설팅학회, 5(1).
- 노경섭. (2007). 소상공인 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문. 호서대학교.
- 문우식. (2010). 창업중소기업의 경영컨설팅 발전방향에 관한 연구. 석사학위논문. 한남대학교.
- 민경룡. (2010). 창업컨설팅이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증적 연구. 석사학위논문. 중앙대학교.
- 박대희. (2009). 쿠폰제 창업컨설팅의 실태와 개선방안. 석사학위논문. 한밭대학교.
- 박병호, 이동원, 김연성. (2003). 경영컨설팅 서비스품질 측정에 관한 연구. 품질경영학회지, 33(3).

- 박상문. (2002). 벤처기업의 창업팀 및 기회추구 특성이 성과와 성장전략에 미치는 영향. 박사학위논문. 한국과학기술원.
- 박용호. (2014). 창업멘토링이 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문. 중앙대학교.
- 변태영. (2014). 경영컨설팅과 벤처기업 성과에 관한 연구. 석사학위논문. 한성대학교.
- 변종수. (2009). 창업기업의 경영컨설팅 성과 영향요인에 관한 연구. 석사학위논문. 한밭대학교.
- 신유섭. (2014). 창업지원사업이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 박사학위논문. 중앙대학교.
- 심기준. (2011). 혁신형 중소기업의 재무성과에 영향을 미치는 기업 내부자원 요인에 관한 연구. 박사학위논문. 경희대학교.
- 안연식. (2002). 소프트웨어 벤처기업의 성과요인에 관한 연구. 박사학위논문. 국민대학교.
- 이장우. (2002). 벤처기업의 성공요인. 한국중소기업학회. 23(4).
- 이재훈. (2007). 중소기업 경영자의 경영위험 인식구조와 효과적 대응방안. 중소기업연구원.
- 전기수. (2009). 중소벤처기업 경영컨설팅이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구. 박사학위논문. 건국대학교.
- 전창수. (2011). 기업 재무성과에 관한 실증연구. 석사학위논문. 배재대학교
- 정성한, 김해룡. (2001). 소상공인 창업성공요인에 대한 탐색적 연구. 한국중소기업학회, 4(2).
- 정지호, (2014). 창업교육이 기업가 정신과 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 박사학위논문. 건국대학교.
- 정찬근, 정동섭 (1996). 경영자의 행동적 특성이 기업성과에 미치는 영향. 한국인사관리학회, 20(1).

- 정춘영. (2010). 창업컨설팅의 지각된 성과에 관한 연구. 석사학위논문. 건국대학교.
- 최종열. (2010). 기술창업기업의 네트워크 특성이 기업성과에 미치는 영향. 한 국중소기업학회, 13(4).
- 한태인. (2001). 한국 벤처기업의 경영자 특성과 성과와의 관계에 관한 연구. 석사학위논문. 동아대학교.
- 호웅기. (2013). 경영성과소프트웨어 기업에서 마케팅 및 교육훈련 집약도가 기술자원역량과경영성과 간의 관계에 미치는 영향에 관한 연구. 박사학위논문. 건국대학교.
- 신용보증기금. (2007). KODIT 경영컨설팅가이드북.
- 중소기업청. (2014). 창업사업계획 실무중심 창업 질의응답 사례집.
- 중소기업청. (2014). 2013기준 창업기업 실태조사 발표(국가승인통계).
- 중소기업청. (2010). 창업컨설팅지원사업 운영지침.
- 지식경제부. (2010) 지식서비스산업백서.
- 채서일. (2006). 사회과학조사방법론. 비엔앰북스.

2. 국외문헌

- Cooper, A. (1993). Challenges in Prediction New Firm Performance. *Journal of Business Venturing*. 8(3).
- Gartner, W.B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*. 10.
- Tsai, W. (1991). Social Capital and Value Creation: *The Role of Intrafirm Networks*. *Academy of Management Journal*. 41(4).
- Venkatraman, N. & V. Ramanujam. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: *A Comparison of Approaches*. *Academy of Management Review*.
- Zahra, S. A. (1996). Technology Strategy and New Venture Performance: *A Study of Corporate-Sponsored and Independent Biotechnology Venture*. *Journal of Business Venturing*. 11.

부 록

< 설 문 지 >

안녕하십니까?

저는 현재 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원에서 석사학위논문을 준비하고 있는 지영준입니다.

본 설문은 '창업컨설팅이 창업성과와 창업성과에 따른 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구'를 위해 작성되었습니다.

본 설문의 목적은 현재 장기적인 글로벌 경기침체와 저성장의 상황에서 창조경제로 패러다임이 전환되고 있는 가운데 창조경제의 견인 역할을 하는 창업기업의 성장과 발전에 이바지 할 수 있도록 보다 실효성 있는 창업컨설팅의 발전방향을 모색하고자 하는데 있습니다.

부디 바쁘시더라도 본 연구의 취지를 이해해 주시고 아래 설문에 대하여 솔직하고 성의 있는 답변을 부탁드립니다.

귀하께서 응답해 주신 자료는 학술적인 연구목적으로만 사용되며 익명으로 처리됨을 약속드립니다.

귀하와 귀사의 무궁한 발전을 진심으로 기원하며 설문에 응해 주심에 진심으로 감사를 드립니다.

2014년 11월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 지식서비스&컨설팅학과

지도교수 : 정 진 택

연 구 자 : 지 영 준

문의사항 : E-mail) jugend66@naver.com

Tel) 010-7128-4150

1. 다음은 귀하(사)의 창업컨설팅 결과(신뢰도, 만족도, 활용도)에 관한 질문입니다. 가장 적합하다고 생각하는 항목에 체크를 해 주십시오.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
1) 귀사는 컨설팅사의 능력과 전문성을 어떻게 생각하십니까?					
2) 귀사는 컨설턴트의 성실성과 능력을 어떻게 생각하십니까?					
3) 처음에 약속하였던 컨설팅 서비스를 정확하게 수행하였습니까?					
4) 컨설팅이 성공창업에 미치는 영향을 어떻게 보십니까?					
5) 귀사는 컨설팅의 경영문제해결능력을 어떻게 보십니까?					
6) 귀사의 컨설팅에 대한 신뢰도는 어느 정도입니까?					
7) 귀사가 컨설팅을 통하여 얻고자 하였던 기본적인 욕구가 충족되었습니까?					
8) 귀사에 대하여 세심한 주의를 기울이며 즉각적으로 서비스를 제공하였습니까?					
9) 컨설팅회사는 필요한 시스템을 잘 갖추고 있었습니까?					
10) 컨설팅을 제공한 회사는 차별화된 컨설팅을 제공하였습니까?					
11) 귀사가 수진 받은 컨설팅에 대한 만족도는 어떻습니까?					
12) 컨설팅 결과물에 대한 만족도는 어느 정도입니까?					
13) 귀사 대표자의 컨설팅 산출물 활용 의지는 어떻습니까?					
14) 컨설팅 산출물 활용을 위한 귀사 직원의 교육 및 학습수준은 어떻습니까?					
15) 귀사의 컨설팅 산출물 활용도는 어떻습니까?					
16) 경영자문 및 경영상담을 위한 귀사의 컨설턴트 활용도는 어떻습니까?					
17) 컨설팅사로부터 지속적으로 사후관리를 받을 의향은 어느 정도입니까?					
18) 컨설팅을 향후 경영의사결정에 활용할 계획은 어느 정도입니까?					

2. 다음은 귀사의 창업성과(시장, 기술, 자금, 인적자원)에 관한 질문입니다.
 창업컨설팅을 받은 이후 귀사의 성과에 대한 내용으로 가장 적합하다고 생각하는 항목에 체크를 해 주십시오.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
1) 귀사는 새로운 제품을 개발하려 한다.					
2) 귀사는 신제품 개발능력이 향상 되었다.					
3) 귀사의 수요처 확보능력이 향상 되었다.					
4) 귀사의 지식재산권 출원이 증가하고 있다.					
5) 귀사의 기술은 시장에서 독보적으로 인정 받고 있다.					
6) 귀사는 외부기술도입 보다는 자체기술 개발에 중점을 두고 있다.					
7) 귀사는 은행, 보증기관 등을 통한 자금을 확보하였거나 확보할 능력이 향상되고 있다.					
8) 귀사는 정부지원사업을 받았거나 받을 능력이 향상되고 있다.					
9) 귀사는 외부투자자의 자금을 받았거나 받을 능력이 향상되고 있다.					
10) 귀사는 창업 당시보다 직원이 증가 되었다.					
11) 귀사는 직원을 충원할 계획이 있다.					
12) 귀사는 종업원들의 만족도가 높아서 이직률이 낮은 편이다.					

3. 다음은 귀사의 경영성과(재무적 성과, 비재무적 성과)에 관한 질문입니다.
창업컨설팅을 받은 이후 귀사의 성과에 대한 내용으로 가장 적합하다고 생각하는 항목에 체크를 해 주십시오.

설문내용	①	②	③	④	⑤
	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
1) 귀사의 매출액이 증가하고 있다.					
2) 귀사의 영업이익이 증가하고 있다.					
3) 귀사의 자산이 증가하고 있다.					
4) 귀사의 재무유동성이 향상되고 있다.					
5) 귀사의 시장점유율이 증가하고 있다.					
6) 귀사의 브랜드 인지도가 향상되고 있다.					
7) 귀사의 제품 선호도가 증가하고 있다.					
8) 귀사의 고객 만족도가 높아지고 있다.					
9) 귀사의 재구매율이 높아지고 있다.					

4. 다음은 귀사의 일반적인 사항에 관한 질문입니다.
가장 적합하다고 생각하는 항목에 체크를 해 주십시오.
- 1) 귀사의 업종은?
 ① 제조업 ② 서비스업 ③ 도소매/유통업 ④ 건설업 ⑤ 농업/임업/어업 ⑥ 기타
- 2) 귀사의 최근년도 매출규모는?
 ① 5억원 미만 ② 10억원 미만 ③ 50억원 미만 ④ 100억원 미만 ⑤ 100억원 이상
- 3) 귀사의 설립 경과년수는?
 ① 1년 이내 ② 3년 이내 ③ 5년 이내 ④ 7년 이내 ⑤ 7년 이상
- 4) 귀사의 종업원 수는?
 ① 5명 미만 ② 10명 미만 ③ 50명 미만 ④ 100명 미만 ⑤ 100명 이상

ABSTRACT

A Study on the Effect of Start-up Consulting on the Start-up Performance and Business Performance by the Start-up Performance

Chi, Young-Jun

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

Start-up has been highlighted as the core of the creative economy. Start-up enhances the innovation and flexibility of the economy, employment to create, by acting positively to economic growth, it was supposed to be start-ups to a very important role in the tow of the creative economy. Therefore, start-ups have become necessary strategic development support to be able to an important role in the new job creation and the value-added creation of the national economy.

Currently among the various government support policies emphasized the need for start-up consulting and demand is on the rise. The reason is, first, it is because a low-cost consulting support is more effective than to help direct funds to support start-ups. Second, start-ups are because it requires the help of external experts who can guide the expertise and management techniques in order to achieve the performance to adapt to the rapidly changing business environment.

However, due to lack of start-up consulting firms and professional

consultants, start-up consulting methodologies and techniques, start-up consulting have not been specialized area. Also, the start-up consulting do not seated in such as burden of the consulting costs and lack of the understanding about start-up consulting of start-ups. In addition, the study of factors affecting the business performance of the company and the performance of management consulting until now was a lot. There is a correlation between start-up consulting and business performance and start-up consulting will affect the company's start-up performance and business performance. but there is little domestic research that verifies the correlation between them.

In this study we want to verify the influence factors on the start-ups' performance of the start-up consulting. So, this study offers the opportunity to develop into an independent consultancy specializing in the field of consulting and want to create a foundation on which we can contribute to the activation of the start-up consulting. Then, the process was an empirical study of start-ups receiving the start-up consulting. The results were as follows.

First, we analyzed the influence factors on start-up performance and start-up consulting. The reliability of start-up consulting results appeared to affect of the significant positive factor for all start-up performance. The satisfaction of start-up consulting had a significant impact on market reach, technology acquisition, securing human resources, but funding did not significant effect. The utilization of start-up consulting had a significant impact on market reach, funding, human resources gain, but the technologies did not significantly affect.

Second, we analyzed the influence factors on start-up and business performance. As a result, market reach, technology acquisition, funding has significantly affected the positive on financial performance, but securing human resources did not significant effect. All start-up

performance factors had a significant impact on non-financial performance.

In conclusion leads to the start-up performance, when the start-up consulting performed satisfactorily. In addition, because the business performance is empirically proven results to be achieved through the start-up performance, we can say that the start-up consulting is absolutely necessary for start-up companies. However, here are found to be preceded by the raising of start-up consultancy specialized expertise.



key words : Creative economy, job creation, start-ups, start-up consulting, start-up performance