

창업자의 사회적 역량과 사회적 자본이 투자유치 시도방식에 미치는 영향*

박계현 (국민대학교 경영학과 박사)**

김도현 (국민대학교 경영학부 교수)**

국 문 요 약

본 연구는 사회적 자본이론을 중심으로, 창업자의 사회적 역량이 사회적 네트워크의 특성을 매개로 투자유치 활동에 미치는 영향을 공식적, 비공식적 투자유치 접근방식으로 구분하여 분석하였다. 또한 창업자의 사회적 자본을 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크로 구분하여 투자유치 시도방식에 미치는 영향을 검증하였다. 국내 창업기업의 창업자 252명을 대상으로 설문 데이터를 수집하였으며, 구조방정식 모형을 적용하여 경로분석과 매개효과 분석을 수행하였다. 본 연구는 사회적 역량이 창업자의 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 각각 완전 매개하여 각기 다른 투자유치 시도방식을 선택한다는 결과를 도출하였다. 즉, 창업자의 사회적 역량 수준이 높으면 창업자 본인의 네트워크를 통하여 비공식적인 투자유치 기회를 추구하며 이들은 상대적으로 공개 투자유치 시도를 하지 않는 경향이 있음을 시사한다. 반대로 창업자의 사회적 역량 수준이 낮으면 비즈니스 네트워크를 통하여 공식적인 투자유치 기회를 추구하며, 상대적으로 이들은 지인 또는 지인 소개를 통한 투자유치 시도를 하지 않는 경향이 있음을 의미한다. 이는 투자유치 맥락에서 창업자의 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 상반된 영향을 미친다는 점을 실증한 국내 첫 연구로서 의의가 있다. 또한 지위 생성기(Position generator)기법으로 네트워크의 크기, 위세, 이질성을 종합한 변수를 구성하여 보다 정밀하게 네트워크 특성을 측정하였다는 방법론적인 기여가 있다.

핵심주제어: 창업자, 투자유치 시도방식, 사회적 역량, 사회적 자본, 개인 네트워크, 비즈니스 네트워크, 지위 생성기

I. 서론

1.1 연구배경 및 목적

2020년 3월 플랫폼과 로켓펀치에서 발간한 ‘2019 국내 스타트업 투자동향 보고서’에 따르면, 2019년에 이루어진 피투자사 투자유치는 총 606건이며, 연간 투자유치 총액은 5조 1,152억으로 집계되었다. 2018년 대비 투자 건수 46.9%의 증가세를 보였고, 월평균 50.5건의 투자가 이루어질 정도로 투자유치가 매우 활발하게 이루어졌다. 특히, 1년 이상 6년 미만의 업력을 가진 기업의 비율이 약 73%의 비중을 차지했다. 전반적으로 2018년에 비해 투자유치 기업(피투자사)의 단위별 투자규모 및 투자유치 금액이 증가하는 추세를 나타냈다. 이처럼 투자에 대한 실적이 늘어남에 따라 투자유치 메커니즘을 좀 더 명확히 밝힐 필요가 있다.

초기 창업기업은 그들이 보유한 네트워크를 통해 기업 외부로부터 필요자원과 정보획득을 하는데 유리한 위치를 선점하게 된다. 이러한 네트워크 활동은 잠재적인 기업 실패위험을 낮추며, 성공의 기회를 증가시킨다(Hoang & Antoncic, 2003).

또한, 창업자들은 자신의 네트워크(가족, 친한 친구, 동료, 비즈니스 파트너 및 기타 타인들과의 관계)를 통하여, 공개된 시장에서는 접근할 수 없는 정보와 자원을 얻게 된다(Larson & Star, 1993; Sullivan & Marvel, 2011; Xie & Lv, 2016). 따라서 사회적 네트워크는 기업의 출현과 성장 과정에서 매우 중요한 요소로 간주되어 왔다(Arregle et al., 2015; Hansen, 1995; Smith & Lohrke, 2008). 특히, 창업 생태계의 중요한 핵심요소인 창업자와 투자자 간의 네트워크는 창업기업의 생존과 성장에 영향을 미치기 때문에, 더욱 중요하다고 볼 수 있다. 최근 빠르게 변화하는 경영환경 속에서 네트워킹 활동의 중요성이 강조되고 있다. 이러한 맥락에서, 창업자가 본인에게 적합한 네트워크를 활용하여 필요한 자원에 접근하는 방법을 잘 이해한다면 효율적인 자금 확보로 이어져 기업의 성과 역시 향상될 것이다. 사회적 자본이 기업의 성과에 미치는 영향에 대한 선행연구(Batjargal, 2003; Brüderl & Preisendorfer, 1998; Davidsson & Honig, 2003)들이 존재하지만, 창업자의 투자유치 방법에 대해 다룬 논문은 탐색적 수준에 불과했다(김하영 외, 2019). 또한 기업가정신 맥락에서 창업자의 사회적 역량과 사회적 자본(네트워크)의 영향 관계를 규명한 연구는

* 본 논문은 저자 박계현의 박사학위 논문(국민대학교)을 바탕으로 작성되었음

** 주저자, 국민대학교 경영학과 박사, careerforyou@kookmin.ac.kr

*** 교신저자, 국민대학교 경영학부 교수, drkim@kookmin.ac.kr

· 투고일: 2021-01-11

· 1차 수정일: 2021-02-19

· 2차 수정일: 2021-02-24

· 게재확정일: 2021-02-25

매우 드문 실정이다(Baron & Markman, 2003; Baron & Tang, 2009; Lans et al., 2015). 사회적 네트워크 연구들 역시, 네트워크 특성을 구분하지 않고 네트워크 자체만을 연구했으며, 사회적 네트워크를 개인 네트워크, 비즈니스 네트워크로 구분하여 영향 관계를 연구한 것은 거의 전무한 실정이다(Hernández-Carrión et al., 2017). 특히 사회적 네트워크가 자원 획득에 긍정적인 영향을 미친다는 연구는 있으나, 창업자의 관점에서 창업자의 네트워크 유형을 구분하여 투자유치 방식(지인, 지인 소개를 통하는 비공식적 투자유치 시도 혹은 공개 행사에 참여하거나 직접 연락을 취하는 공식적 투자유치 시도)에 미치는 영향에 관해 국내에서는 연구된 바가 없다.

본 연구의 목적은 창업자의 사회적 역량이 사회적 자본(개인 네트워크와 비즈니스 네트워크)에 미치는 영향 관계를 규명하고, 사회적 네트워크 특성에 따라 창업자가 선택하는 투자유치 접근경로가 달라지는 영향력을 실증적으로 검증하는 것이다. 또한 창업자의 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 매개하여 투자유치 방식에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 하였다. 이와 같은 실증분석을 통해 창업자의 사회적 역량 수준에 따라 어떠한 네트워크 유형을 활용하여 투자유치 접근을 하는 것이 효율적인지에 대한 시사점을 도출하고자 하며, 이러한 창업자의 네트워크와 투자유치 접근방식 연구를 통하여 창업자 및 투자자, 창업생태계 핵심 관계자들의 적극적인 투자유치 전략 수립에 도움이 되고자 하였다.

1.2 연구내용 및 방법

자료수집과정은 설문조사를 통해 발생할 수 있는 동일방법 편의를 원천적으로 방지하기 위하여 절차적 방법을 적용하였다. 독립변수와 종속변수 간의 측정시점을 분리하여 2020년 3월 9일부터 4월 10일까지 1차 설문을 실시한 후 6개월의 시간차를 두고 9월 7일부터 10월 7일까지 2차 설문을 실시하였다. Time 1에서는 창업자의 사회적 역량과 사회적 자본을 측정하였고, Time 2에서는 투자유치 시도방법을 측정하였다. 또한 변수별로 척도를 다르게 적용하였다. 사회적 역량은 리커트(Likert) 척도로 측정하였고, 사회적 네트워크는 알고 지내는 인원을 숫자로 기입하는 지위 생성기(Position generator)방식의 서로 다른 척도를 사용하였다. 분석을 위한 범위로 창업 8년 이하의 국내 창업기업을 대상으로 선정하였다. 설문지는 응답자의 자기보고식 설문 방식으로 E-mail과 Fax를 통해 회수하였으며, 설문 응답 독려를 위해 전화로 응답자에게 조사취지를 설명하고 협조를 구하여 회수율을 높이고자 하였다. 1,000여부의 설문지를 발송하여 1차 313부, 2차 270부를 회수하였고, 1차와 2차 모두 응답하고 오류와 결측치가 없는 최종 252부의 설문지를 활용하여 분석을 실시하였다. 실증분석 과정은 측정도구의 신뢰도 및 타당성 분석, 경로분석, 매개분석을 거쳤으며 이를 통해 변수들 간의 관계를 검증하였다.

II. 이론적 배경

2.1 사회적 역량(Social Competence)

기업가정신 맥락에서 확인된 사회적 역량은 창업자의 행동 특성 중 타인과 효과적으로 상호작용할 수 있는 사회적 기술 및 능력을 의미한다(Baron & Markman, 2000; Baron & Markman, 2003; Baron & Tang, 2009). 사회적 역량의 하위 구성개념인 사회적 기술의 항목은 다음과 같은 내용으로 측정되었다. 사회적 인식(나는 다른 사람들을 제대로 판단한다, 나는 다른 사람들이 대부분의 상황에서 왜 그렇게 행동했는지 알 수 있다 등 5개 문항), 사회적 적응성(나는 어떠한 상황에서도 쉽게 적응할 수 있다, 사람들은 내가 세심하고 이해심이 많다고 말한다 등 5개 문항), 표현력(아무리 숨기려고 해도 사람들은 항상 내 감정을 읽을 수 있다 등 3개 문항), 자기 홍보(내 경험이나 학력에 대해 자랑스럽게 말한다, 사람들에게 나의 업적/실적을 알리는 편이다 등 4개 문항), 환심 사기(나는 다른 사람을 칭찬하며 그들이 나에게 대해 호감을 가지도록 한다 등 4개 문항), 네트워킹 능력(나는 다른 사람들과 인맥을 쌓는 일에 많은 시간과 노력을 기울인다, 나는 업무적으로 중요한 사람들을 많이 알고 있으며 그들과 연락이 닿는다 등 6개 문항), 대인관계 영향력(나는 다른 사람들과 쉽고 효과적으로 소통할 수 있다, 나는 일을 하면서 영향력 있는 사람들과 관계를 쌓는 일에 능숙하다 등 4개 문항)으로 측정항목을 구성하였다. 창업자에게 중요한 것은 고도로 발달된 사회적 기술을 사용하여 동료, 멘토, 친구들로 구성된 전방위적 네트워크를 형성하는데 지속적인 노력을 하는 것이다(Baron & Markman, 2000). 사회적 기술은 창업자의 네트워크를 개발하기 위해 필요한 것으로 특히 기업의 초기 단계에서 필수적으로 필요하며, 창업자와 투자자의 관계에서 협력을 증대시킨다(Shane & Cable, 2002). 선행연구에 의하면, 사회적 역량이 뛰어난 창업자는 자신의 비즈니스 기회와 관련한 더 많은 정보와 지식을 습득함으로써 혜택을 얻을 수 있고, 새로운 비즈니스가 잘 될 것이라는 믿음을 다른 사람들에게 설득할 수 있는 가능성이 높다고 하였다. 또한 현재의 자금 조달 환경이 매우 치열하고 보수적이므로, 충분히 준비된 사회적 역량을 갖춘 창업자들만이 우위를 점할 수 있다고 하였다(Hoehn-Weiss et al., 2004).

2.2 사회적 자본(Social Capital)

사회적 자본은 경제학, 정치학, 사회학 등 여러 사회과학 분야에서 연구되어 왔으며 연구목적에 따라 개념 및 관점이 각기 다르다. 전통적 의미의 자본 개념을 확대시킨 사회적 자본은 인적자본, 재무적 자원과는 뚜렷이 구분된다(Bourdieu, 1986). 본 연구에서는 사회적 자본이론을 대표하는 여러 관점 중에서 개인이 자신의 목적을 달성하기 위해 사용하는 개인

의 자산으로 정의한다. 개인의 행위적 목표를 달성하기 위해 사회적 연결(social connection)과 사회적 관계(social relation)의 활용이 중요하다는 Lin(2002)의 관점으로부터 시작되었다. 사회적 네트워크는 사회적 자본의 핵심 구성요소 중 가장 밀접하게 관련되어 있는 요소로서 사회적 자본의 원천(source)이 된다. 실제로 사회적 네트워크가 창업자에게 정보, 금융 자본, 합법성 및 심지어 경쟁 능력에 대한 접근 같은 귀중한 자원을 제공할 수 있기 때문에 초기 창업기업에서 매우 중요한 역할을 담당한다(Batjargal, 2003; Birley, 1985; McEvily & Zaheer, 1999; Stuart et al., 1999). 사회적 네트워크 이론에 따르면, 창업자가 잠재적 투자자와 직접, 간접적으로 연결되는 것은 기업의 성장주기 단계에서 매우 중요하다고 하였다(Hall & Hofer, 1993; Hite & Hesterly, 2001; Pirolo & Presutti, 2010; Steier & Greenwood, 2000).

2.3 투자유치 시도방식

초기 창업기업이 투자자(Investor)를 만나 투자유치를 이끌어 내는 방법은 크게 가까운 친구나 지인과 같은 네트워크를 통하는 방법과 공개적인 기회에 참여하는 방법으로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 네트워크를 통한 방법은 친구나 지인, 친구의 소개, 지인의 소개를 통한 네트워크 활용방법이다. 평소 잘 아는 지인 투자자에게 연락하거나 혹은 지인의 소개를 받아 적합한 투자자를 만나게 될 기회를 가진다. 창업자와 직접 아는 관계의 투자자를 만날 때 투자자의 신뢰와 기대감을 더욱 증가시킬 수 있으며 이는 투자로 이어질 가능성이 높아지는 것을 의미한다.

둘째, 콜드 콜(cold call) 및 콜드 메일(cold mail)로 지원하는 방법이다. 특별히 연결된 지인 없이 공개된 연락처에 직접 접촉을 시도하는 것으로, 전화나 이메일을 통해 사업계획서를 보내거나 투자자의향을 묻는 방법이다. 해당 방법은 시드(Seed) 투자자와 일부 pre 시리즈 A, 시리즈 A 투자자 같은 초기 투자자에게 의미가 있는 채널로서 콜드 메일로 사업계획서를 제출하는 경우 일부 투자자들은 검증이 덜 되었다는 선입견을 갖는 경우도 있으나 시장성이 있다고 판단될 경우 회신을 보내거나 만남을 가지게 된다.

셋째, 피칭 행사 참석 등의 현장미팅이다. 다양한 공개/비공개 데모데이, 창업경진대회 심사, 스타트업 지원사업 심사, 오피스 아워 등에 투자자가 참석하는 경우가 많으므로 자신들의 비즈니스 모델을 투자자에게 설명할 수 있는 매우 유익한 기회로 볼 수 있다. 경진대회나 지원사업의 경우 고정적으로 심사위원으로 참석하는 투자자도 있으며, 오피스 아워는 해당 투자자가 SNS에 홍보를 하는 경우가 많다. 따라서 이러한 공개적인 행사를 통해 외부자금 조달 기회를 탐색하는 방법이 있다(이택경, 2020).

III. 연구방법

3.1 가설설정 및 연구모형

3.1.1 사회적 역량과 사회적 네트워크

높은 수준의 사회적 역량을 가진 창업자는 자신의 목표달성에 도움이 되는 사람을 정확히 찾아내어 관계를 형성하는데 도움이 된다고 하였다. 또한 창업자의 사회적 역량은 네트워크를 형성하고 개발하는 기회에 도움을 준다고 하였다(Lans et al., 2015). 창업자는 사회적 네트워크 내에서 관계를 유지하고 개발하기 위해 많은 시간과 노력을 투자하게 된다. 이때 비용대비 실익을 위해서 창업자는 먼저 암묵적인 지식과 자원을 자유롭게 공유할 수 있는 개인 네트워크를 설득하고, 창업에 대한 강한 의지와 열정을 보여줌으로써 사업에 대한 믿음을 준 결과로 개인 네트워크로부터의 지원을 받는다고 하였다(Kreiser et al., 2013). 또한 사회적 역량은 개인적인 네트워크의 수를 증가시키며(Lans et al., 2015; Kreiser et al., 2013), 사회적 기술 중에서 네트워킹 능력과 대인관계 영향력과 같은 정치적 기술이 뛰어난 사람들은 가치 있는 사회적 자본을 획득하는데 능숙하다(Ferris et al., 2005; 2007)고 하였다. 사회적 유능성 즉, 사회적 역량을 뛰어난 창업자는 타인과 효과적으로 교류하고 소통하므로 점점 더 많은 외부 사람들과 연결되어 네트워크를 넓히게 되며, 관계를 형성할 수 있는 적합한 상대를 선택할 가능성이 더 높고 효과적으로 상호작용하게 된다고 하였다(Kreiser et al., 2013; Zhao et al., 2010). 또한 창업자들이 이전에 연결되지 않았던 개인과도 상호작용하게 된다고 하였다(Baron & Markman, 2000). 또한 사회적 역량은 비즈니스 네트워크의 수를 증가시킬 뿐 아니라 창업자가 접근할 수 있는 직업의 범위도 증가시킨다(Lans et al., 2015). 선행연구에 따르면, 사회적 기술의 수준은 중국 내 창업자들의 관계 네트워크(guanxi networks)를 구축하고 유지, 성장시키는데 중요한 핵심 역할을 한다고 하였다(Baron & Tang, 2009). 또한 정치적 기술과 창업자가 만든 사회적 네트워크 사이에 긍정적인 연관이 있다고 하였다(Banister & Meriac, 2015). 이러한 내용을 종합하여 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 1. 창업자의 사회적 역량은 네트워크 유형에 영향을 미칠 것이다.

- 1-1. 사회적 역량은 개인 네트워크에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 1-2. 사회적 역량은 비즈니스 네트워크에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 사회적 네트워크와 투자유치 시도방법

기업가정신 맥락에서의 사회적 네트워크는 사회적 자본을 제공하고, 새로운 기업에 필요한 정보 및 기타 자원에 접근한다. 특히 사회적 네트워크는 금융 자본과 같은 자원을 획득하는 기업의 능력에 매우 중요한 영향을 미친다(Hargadon &

Sutton, 1997; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Batjargal & Liu, 2004). 창업을 시작할 때, 창업자들은 사회적 자본을 자산으로 사용하고 필요한 자원을 얻기 위해 사회적 연결 관계를 이용한다. 초기 창업기업의 사회적 자본은 창업자의 사회적 자본과 사실상 동일하다(Hite & Hesterly, 2001). Zane & DeCarolis (2016)의 연구에서는 가족 네트워크(Family network) 및 가까운 친구와 같은 개인 네트워크를 통한 자원의 중요성이 강조되었다. 대부분의 신규 창업자의 개인지축을 제외한 주요 자금원은 가족과 친구를 통한 지원이다(Mason & Harrison, 2000; Bhide, 2003). 가족 및 가깝게 지내는 친구는 사적인 관계로, 당사자들 간의 오래되고 빈번한 상호작용으로 발생한다. 이러한 관계에 투자하는 시간과 노력은 강한 신뢰와 상호호혜성을 보장하게 된다(Uzzi, 1997). 반대로, 비즈니스 네트워크는 본질적으로 일시적인 특성을 가진다. 관계 유지에 많은 노력이 필요한 것은 아니지만 개인 네트워크가 제공할 수 없는 새로운 정보의 이점을 제공하여 창업자로 하여금 기회발견이 용이하도록 한다(Granovetter, 1983; McEvily & Zaheer, 1999). 이처럼 서로 다른 유형의 네트워크 특성은 각각 상이한 네트워크 효과를 가지며, 서로 다른 네트워크 지원 결과를 도출한다고 하였다(Krackhardt, 1990; Hansen, 1999; Podolny & Baron 1997).

개인 네트워크는 창업단계에서의 금융자원 관련 접근성, 무상(gratis)의 전문적 조언 등 도움의 손길을 제공받는데 용이하다(Birley, 1985; Zimmer & Aldrich, 1987; Bhagavatula et al., 2010; Lans et al., 2015). 창업자의 가족, 친한 친구, 동료, 사업 파트너를 포함한 자신의 네트워크를 통해 시장 방식으로는 접근할 수 없는 자원, 정보, 지식을 얻을 수 있다(Larson & Star, 1993; Sullivan & Marvel, 2011; Xie & Lv, 2016). 또한 개인 네트워크를 통하는 경우, 창업자의 역량과 도덕성에 대한 신뢰를 전제로 직접 투자받거나 다른 투자자를 추천받을 가능성이 높아진다(Bruno & Tyebjee, 1985, Shane & Cable, 2002; Shane & Stuart, 2002; Witt, 2004). 실증연구에 따르면, 중국의 벤처캐피탈리스트들은 그들의 친구가 소유한 기업에 투자하는 것을 선호하며 그들에게 더 많은 자금을 지원한다고 하였다(Batjargal & Liu, 2004). 이와 같이 국가적, 문화적, 제도적 맥락에서 네트워크 특성에 따라 자금조달 행동이 달라진다는 연구들이 있다. 중국은 사회적 의무(social obligation)를 중시하는 판시(guanxi)가 형성되어 있으므로, 영국의 식민지 통치로 서구 문화의 영향을 받아온 싱가포르에 비해 개인 네트워크를 사용하여 비공식적인 투자자들에게 자금조달을 위해 접근하는 경향이 더 높다고 하였다(Zhang & Wong, 2008). 둘째, 비즈니스 네트워크의 효용을 주장하는 연구자들은 다양한 사회적 연결로 구성된 네트워크를 보유한 창업자들이 더 많은 정보와 기회에 노출되므로 시장에서의 기회 활용 가능성이 높다고 보았다(Ramos-Rodriguez et al., 2010). 또한 사회적 기대와 의무에 얽매이지 않기 때문에 자율성을 가지며, 가장 많은 이득을 얻으므로 성과향상 도구로 간주될 수 있다고 하였다(Burt, 1997). 비즈니스 네트워크는 구하기 어렵

거나 비용이 많이 드는 정보를 얻는데 유용하며, 따라서 초기 창업 기업은 이러한 관계에 의존하기도 한다(Davidsson & Honig, 2003). 또한 창업자는 항상 기존 관계에만 의존하지 않으며, 시장 상황에 따라 시장 활용방법을 사용하여 잠재적 투자자를 유치하기도 한다. 창업자의 81% 이상이 초기 자원을 얻기 위해 사회적 네트워크를 단독으로 사용하거나 시장을 통한 방식과 함께 사용한다는 것을 발견한 연구도 있다(Zhang, 2010).

따라서 본 연구에서는 개인 네트워크를 통해 금융적 지원 및 실질적 도움을 받을 수 있다는 것에 주목하여 개인 네트워크와 비공식적 투자유치 시도방식 사이에 영향 관계가 있다는 가설을 수립하였다. 또한 정보의 획득 측면에서는 사회적 자본 즉, 자신이 원하는 정보를 가지고 있는 사람(얼마나) 알고 있는지가 매우 중요하므로 비즈니스 네트워크와 공식적 투자유치 시도방식 사이 역시 영향 관계가 있다는 가설을 수립하였다.

가설 2. 창업자의 네트워크 유형은 투자유치 시도방법에 영향을 미칠 것이다.

- 2-1. 개인 네트워크는 지인, 지인 소개 투자유치 시도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2-2. 비즈니스 네트워크는 지인 및 지인 소개 투자유치 시도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2-3. 비즈니스 네트워크는 공개 투자유치 시도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2-4. 개인 네트워크는 공개 투자유치 시도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 사회적 네트워크 특성의 매개경로

사회적 네트워크는 한 개인이 사회 안에서 다른 사람들과 맺는 각종 연결을 의미한다. 그 형태는 매우 다양하게 존재하며 핵심은 행위자들이 사회적 연결을 통해 얻게 되는 것이 무엇인지 파악하는 것이다. 일반적으로 학계에서는 사회적 네트워크를 단순한 관계가 아닌 개인이 획득할 수 있는 자원의 가치로 해석하여 사회적 자본의 개념으로 설명한다. 초기 창업기업의 투자유치 맥락에서 네트워크는 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크로 구분되며, 각각의 네트워크가 미치는 영향력은 상이할 수 있으나 어느 한쪽이 우세하거나 열등하다고 볼 수는 없다. Lechner & Dowling(2003)은 초기 창업기업이 각각의 관계에서 최대한의 성과를 얻기 위해 개인 네트워크를 발전시킨 다음, 비즈니스 네트워크를 추가하여 다양성을 얻으려고 한다고 하였다. 그 이후 비즈니스 관계를 개인 네트워크 관계로 발전시킨다고 주장하였다.

개인적인 네트워크는 가족이나 친한 친구들과 같은 비교적 동질적인 집단 구성원들로 이루어진 네트워크이며, 비즈니스 네트워크는 그 이외의 비즈니스적인 다양한 관계를 나타내며 사회에서의 성공에 도움을 준다. 이 두 가지를 구분하는 것이

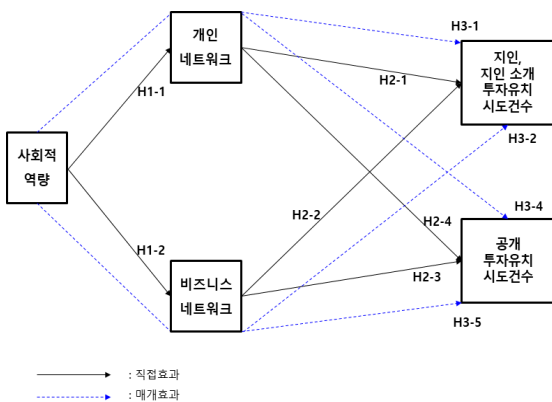
중요한 이유는 서로 다른 상황에서 어떤 역할을 하는지에 따라 사회적 자본이 미치는 영향력이 달라지기 때문이다.

위 내용을 종합하여, 사회적 역량은 네트워크에 영향을 미치고, 사회적 네트워크 유형에 따라 자원획득 시도방식이 달라질 것이라는 가설을 종합하여, 네트워크의 매개 효과에 관한 가설을 수립하였다.

가설 3. 창업자의 사회적 역량은 네트워크 특성을 매개하여 투자유치 시도방법에 영향을 미칠 것이다.

- 3-1. 사회적 역량은 개인 네트워크를 매개하여 지인, 지인 소개를 통한 투자유치 시도에 영향을 미칠 것이다.
- 3-2. 사회적 역량은 비즈니스 네트워크를 매개하여 지인, 지인 소개를 통한 투자유치 시도에 영향을 미칠 것이다.
- 3-3. 사회적 역량은 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 매개하여 지인, 지인 소개를 통한 투자유치 시도에 영향을 미칠 것이다.
- 3-4. 사회적 역량은 개인 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도에 영향을 미칠 것이다.
- 3-5. 사회적 역량은 비즈니스 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도에 영향을 미칠 것이다.
- 3-6. 사회적 역량은 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도에 영향을 미칠 것이다.

이상의 가설을 바탕으로 나타낸 연구모형은 다음과 같다.



<그림 1> 연구모형

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서 분석에 사용된 변수에 대하여 선행연구를 근거로 조작적 정의와 측정방법은 다음과 같다.

독립변수인 사회적 역량은 창업자의 행동특성 중 타인과 효과적으로 상호작용할 수 있는 사회적 기술 및 능력으로 정의하였다. 사회적 역량의 변수 측정을 위해 Baron & Markman

(2003)이 제시한 사회적 인식(social perception), 사회적 적응성(social adaptability), 표현력(expressiveness)의 설문항목을 포함하였다. 또한 Baron & Tang(2009)이 제시한 자기 홍보(self-promotion)와 환심 사기(ingratiation)의 설문항목과 PSI(Political Skill Inventory)의 항목 중 사회적 인식 및 표현력과 중복되지 않는 항목인 네트워킹 능력(networking ability), 대인관계 영향력(interpersonal influence)의 설문항목을 활용하였다(Ferris et al., 2005). 이것을 기준으로 사회적 역량은 총 7개의 하위 구성개념, 총 31개 문항으로 설문을 제시하였다.

매개변수인 사회적 자본은 창업자의 사회적 관계 속에 내재된 자본 중 네트워크에 접근된 자원으로, 사회적 자본의 구조적 차원은 공식적, 비공식적 사회적 네트워크를 말한다. 즉, ‘무엇을 아느냐가 아니라 누구를 아느냐(It’s not just what you know, but who you know)’로 개인이 형성하고 있는 네트워크를 통해 자원에 대한 접근이 가능한 것을 의미한다. 본 연구에서는 창업자 개인적 수준에서의 사회적 네트워크를 유형에 따라 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크로 나누어 측정하였다. 가족, 가깝게 지내는 8촌 이내의 친척, 친한 친구, 동창, 가깝게 지내는 지인까지의 관계를 개인 네트워크(personal network)로 정의하였다. 또한 직업상 알게 된 관계의 범위를 비즈니스 네트워크(business network)로 정의하였다(Hernández-Carrión et al., 2017; Greve & Salaff, 2003; McDonald & Westphal, 2003). 나열한 직종 목록(Position Generator List)중의 응답자의 네트워크 중에서 ‘누구를 알고 있는지’와 ‘어떤 관계에 해당하는지’ 묻고, 해당 직종에 중사하는 사람의 인원수를 자기보고식으로 기입하도록 하였다. 제시한 목록(List)은 측정항목의 숫자가 적으면 결과의 신뢰성이 낮아질 수 있으므로 최소한 15개 이상의 항목에 기초하는 것을 추천하는 선행연구에 따라 창업과 관련된 대표적인 15개의 직종으로 구성되었으며, 국내 창업 현황에 맞는 직종을 선별하기 위한 검토를 진행하였다. 이 검토 작업에는 경영학·창업학 전공 대학교수 및 창업 관련 협회 실무자, 경영학 박사 학위를 취득한 전문가들이 참여하였다. 또한 대부분의 선행연구와 같이 네트워크의 크기(Network size), 직업적 위세(occupational prestige), 접근된 위세의 이질성(heterogeneity of network resources)을 측정하여 사회적 자본의 측정지표인 네트워크 자원의 종합적 점수를 구성하기로 하였다(Verhaeghe & Li, 2015). 첫째, 네트워크 크기는 응답자가 접근할 수 있는 자원의 범위(Extensivity)로, 연결된 인원을 합산하여 산출하였다. 개인 네트워크 크기는 가족, 친척, 친구, 동창, 지인까지의 인원수를 합산하였고, 비즈니스 네트워크 크기는 직업상 아는 인원수를 합산하였다. 둘째, 직업적 위세 순위는 ‘기사의 투자유치(자금조달)에 중요하게 작용했던 직종의 번호를 3가지 선택하여 적어주십시오’의 응답을 이용하여 금융자원 획득에 도움이 되는 정도 즉, 효용의 크기를 점수화하여 설정하였다. 그리하여 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 가장 많이 접근된 위세와 가장 적게 접근된 위세에 해당하는 네트워크 크기를 산출하였다. 셋째, 접근된 위세의 범위는 각각 개인 네트워크와 비즈니스

네트워크에 가장 많이 접근된 위세와 가장 적게 접근된 위세의 차이를 계산하고 가중치를 두어 산출하였다(Lin, 2002; Van der Gaag & Snijders, 2004; Van der Gaag et al., 2008). 이렇게 3개의 네트워크(network) 측정항목들을 요인분석하고, 하나의 구성개념임을 확인하여 네트워크 변수로 생성하였다.

중속변수인 투자유치 시도방식은 비공식적 접근과 공식적 접근방법으로 나누었다. 비공식적 접근은 자신의 네트워크를 활용하는 방식이며, 공식적 접근은 공개된 시장을 활용하는 방식이다. 비공식적 접근에 의한 투자유치란, 창업자들과 직접 혹은 간접적 연결을 가지는 개인들을 통해 접근하는 것으로 지인, 지인 소개 투자유치 시도로 정의하였다. 공식적 접근에 의한 투자유치란, 시장에 공개되어 있는 VC, 기업 투자자, 은행 및 기관 투자자를 통해 접근하는 것으로 공개 투자유치 시도로 정의하였다(Mason & Stark, 2004). 공식적 투자자에 접근하는 방식은 공개 투자유치 시도로 공개적인 자금조달 행사에 참여하는 것(public event)과 직접 연락(cold calls) 하는 것을 포함하였다(Wang, 2016; Zhang & Wong, 2008). 최근 1년 동안 시도했던 외부 투자유치 시도건수를 ①지인이 투자자인 경우 ②지인이 투자자를 소개한 경우 ③지인 없이 공개된 연락처로 직접 연락한 경우 ④데모데이, 지원사업과 같이 공개적인 자금조달 기회에 지원한 경우로 나누어 각각의 횟수를 작성하도록 하였다. 본 연구에서는 창업자의 사회적 네트워크와 자원획득 방식에 영향을 미칠 수 있는 기업 규모, 창업자의 이전 창업경험 유무, 창업자의 이전 실무경력 년수, 학력, 대출액을 통제하였다. <표 1>은 본 연구에서 사용한 변수들에 관해 위에서 설명한 정의와 측정방법을 정리한 것이다.

<표 1> 변수의 조작적 정의 및 측정방법

변수명		측정방법		출처
사회적 역량 (독립 변수)	사회적 기술		사회적 적응력 사회적 인식 표현력 환심 사기 자기홍보 네트워킹 능력 대인관계 영향력 31개 측정문항 5점 리커트 척도 설문	Baron & Markman (2003) Baron & Tang(2009) Ferris et al.(2005) Lans et al.(2015)
	네트워크 크기	개인 네트워크 비즈니스 네트워크	가족/친척, 친구/동창, 지인의 합 직업상 아는 관계의 합	Lin(2002) Van der Gaag et al.(2008)
사회적 자본 (매개 변수)	직업적 위세 순위	개인 네트워크 비즈니스 네트워크	가장 많이 접근된 위세에 해당하는 네트워크 크기 가장 적게 접근된 위세에 해당하는 네트워크 크기	

	접근된 위세의 범위	개인 네트워크	가장 많이 접근된 위세와 가장 적게 접근된 위세의 차이(가중치 적용)	
		비즈니스 네트워크		
투자유치 방법 (중속 변수)	지인 소개 투자유치 시도	지인이 투자자인 경우 및 지인이 투자자를 소개한 경우에 해당하는 시도건수의 합		Wang(2016) Zhang & Wong(2008)
	공개 투자유치 시도	지인 없이 직접 연락을 시도하거나 공개적인 자금조달 기회에 지원한 경우에 해당하는 시도건수의 합		

IV. 분석 결과

4.1 자료수집

본 설문조사는 두 시점으로 나누어 실시되었다. 스타트업 투자정보 서비스 ‘The VC(더브이씨)’를 기초로 초기 창업기업 1000개에 대한 목록을 작성하여, fax와 mail로 설문지를 발송하고 회수하였다. 1차 설문조사는 2020년 3월 9일부터 4월 10일까지 4주간 실시되었다(T1). 이후 6개월의 간격을 두고, 2차 조사는 2020년 9월 7일부터 10월 16일까지 5주에 걸쳐 실시하였다(T2). 1, 2차 설문에 모두 응답한 데이터 중 유효한 252부의 데이터를 최종분석에 활용하였으며, 데이터 분석은 STATA 16.1을 사용하였다.

4.2 표본의 특성

<표 2>는 본 연구의 표본인 창업자들의 연령, 학력, 실무경력 년수 등의 인구통계학적 속성을 정리한 것이다.

<표 2> 인구통계학적 빈도분석

	변수	항목	빈도	비율(%)
		창업자 성별	남자	282
여자	31		9.9	
T1	창업자 연령	20대	30	9.6
		30대	113	36.1
		40대	119	38.0
		50대	41	13.1
		60대	10	3.2
창업자 학력	고졸	12	3.8	
	전문대졸	7	2.2	
	대졸(4년제)	174	55.6	
	석사 (MBA 포함)	75	24.0	
이전	유	박사졸업	45	14.4
		유	71	22.7

1) The VC(더브이씨)는 공개된 보도 또는 IR자료 등에 근거하여 투자 데이터베이스를 구축, 검색서비스를 제공하는 스타트업 투자전문 리서치 DB임

T2	창업경험	무	242	77.3
	이전 실무경력 연수	5년이하	123	39.3
		10년 이하	97	31.0
		15년 이하	45	14.4
		20년 이하	29	9.3
		21년 이상	19	6.0
	정규직 직원수	1인-5인 이하	159	50.8
		10인 이하	83	26.5
		20인 이하	53	17.0
		30인 이하	18	5.8
	업종	제조업	80	25.6
		유통/서비스업	160	51.1
		바이오/의료	17	5.4
		영상/공연/음반	1	0.3
		전기/기계/장비	1	0.3
		기타	54	17.3
	대출금액	없음	177	70.0
		1억 미만	16	6.4
		5억 미만	43	17.2
		10억 미만	11	4.4
10억 이상		5	2.0	

4.3 기술통계, 상관관계 분석

<표 3>은 앞서 정의한 주요 연구변수들의 기술통계량으로 지인 및 지인 소개를 통한 투자유치 시도건수보다 공개 투자유치 시도건수가 평균적으로 약 3배 많음을 보여준다.

<표 3> 기술통계량

변수	평균	표준편차	최소값	최대값
지인, 지인 소개 투자유치 시도건수	0.496	1.113	0	10
공개 투자유치 시도건수	1.516	2.733	0	30
사회적 역량	3.553	0.432	2.406	4.9
개인 네트워크	-2.805	3.072	-4.605	4.771
비즈니스 네트워크	4.259	1.092	-4.605	7.003

상관관계 분석결과, 종속변수인 지인, 지인 소개 투자유치 시도와 공개 투자유치 시도는 상관계수가 $-0.209(p<0.05)$ 로 통계적으로 유의한 부(-)의 상관관계를 보였다. 독립변수인 사회적 역량과 매개변수인 개인 네트워크는 상관인 $.222(p<0.001)$ 로 아주 높게 나타났다. 즉, 사회적 역량과 개인 네트워크가 통계적으로 매우 유의한 상관관계가 있음을 나타냈다. 매개변수인 개인 네트워크와 종속변수인 지인, 지인 소개 투자유치 시도 역시 $.147(p<0.05)$ 로 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계를 보였다. 또한 매개변수인 개인 네트워크와 종속변수인 공개 투

자유치 시도는 상관계수가 $-0.144(p<0.05)$ 로 통계적으로 유의한 부(-)의 상관관계를 보였으며, 매개변수인 비즈니스 네트워크와 종속변수인 지인, 지인 소개 투자유치 시도의 상관계수도 $-0.140(p<0.05)$ 로 나타나 통계적으로 유의한 부(-)의 상관관이 있는 것으로 나타났다.

<표 4> 상관관계 분석 결과

	1	2	3	4	5
1. 지인, 지인 소개 투자유치 시도건수	1				
2. 공개 투자유치 시도건수	-0.209^*	1			
3. 사회적 역량	$.092$	$.035$	1		
4. 개인적 네트워크(로그값)	$.147^*$	-0.144^*	$.222^{***}$	1	
5. 업무적 네트워크(로그값)	-0.140^*	$.079$	-0.105	-0.006	1

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

4.4 측정도구의 신뢰도 및 타당도

먼저 사회적 역량의 측정항목은 모두 31개로서 매우 많으므로 이들의 요인구조를 축약, 정리하기 위해 항목묶음(Parcelling)방식을 적용하였다. 이는 오차를 줄여주고 비정규성을 적게 하며, 모델을 간명하게 하고 상대적으로 적합도를 향상시키는 장점을 가진다(Matsunaga, 2008). 항목묶음을 하기에 앞서, 단일차원성 검토를 위해 31개 전체를 대상으로 1개 단일요인 기준으로 요인분석을 실시하였다. 그리고 단일요인의 요인적재량이 0.5 미만인 항목들을 제외하고 다시 요인분석하여 단일차원성을 확인한 후, 사회적 역량의 하위 구성개념(사회적 인식, 네트워킹 능력 등)을 측정항목에 따라 6개로 항목묶음(Parcelling)하였다. 항목묶음 과정을 통해 생성된 6개의 측정변수를 대상으로 확인적 요인분석을 실시한 결과, 먼저 <표 5>는 모형의 적합도에 관한 통계량과 지수들을 정리한 것이다. 적합도에서 CFI 값은 $.975(>.9)$ 로 양호한 수준을 보였고, RMSEA 값은 $.082(<.10)$, TLI 값은 $.959(>.9)$ 로 역시 양호한 적합도 수준을 보였다. 따라서 6개의 측정변수가 사회적 역량을 구성하는 요인구조임을 확인하였다.

<표 5> 연구모형의 확인적 요인분석 적합도

χ^2	df	p	RMSEA	CFI	TLI
24.641	3.080	.001	.082	.975	.959

구성개념 수준에서 측정항목들의 추출된 평균분산(AVE)이 $.509$ 로 0.5보다 크게 나타나 판별 타당도와 집중타당도는 문제가 없는 것으로 판단하였다. 또한 측정항목들의 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha)는 $.854$ 로서 신뢰도를 확보하고 있는 것

으로 나타났다(Nunnally, 1978; MacKenzie et al., 2011).

<표 6>은 각 측정변수들의 요인적재량 및 관련 통계량을 요약한 것이다.

<표 6> 사회적 역량의 확인적 요인분석 결과

측정변수	계수	표준오차	z	P> z
사회적 인식	.730	.032	22.96	0.000
사회적 적응성	.570	.042	13.40	0.000
자기 홍보	.600	.040	14.82	0.000
환심 사기	.748	.030	24.50	0.000
네트워킹 능력	.779	.027	27.96	0.000
대인관계 영향력	.816	.025	32.22	0.000

사회적 네트워크는 네트워크의 크기, 네트워크 위세 순위, 접근된 위세의 범위(이질성) 3가지 차원을 네트워크 변수로 생성하여 각각 개인 네트워크, 비즈니스 네트워크로 변수화하였다(Lin, 2002). 사회적 네트워크에 관한 1번 항목부터 15번 항목까지를 가족/친척, 친구/동창, 지인, 직업상 아는 관계 네 가지로 번호를 매겨 총 60개의 항목을 만들고 네트워크 크기를 측정하였다. 이때 탐지된 이상치(outlier)를 처리하는 여러 방법이 있으나 본 연구에서는 가중치를 조정하여 percentile 0.999 기준으로 윈저화(winsorizing)하였다(Kokic & Bell, 1994).

첫째, 개인 네트워크 크기는 가족, 친척, 친구, 동창, 지인까지의 인원수를 합산하였고, 비즈니스 네트워크 크기는 직업상 아는 인원수를 합산하였다. 둘째, 직업적 위세 순위는 ‘귀사의 투자유치(자금조달)에 중요하게 작용했던 직종의 번호를 3가지 선택하여 적어주십시오.’의 질문을 하여 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 가장 많이 접근된 위세와 가장 적게 접근된 위세에 해당하는 네트워크 크기를 각각 산출하였다. 가장 많이 접근된 직종은 ① 엔젤투자자 및 개인투자자 ② 액셀러레이터 ③ 벤처캐피탈 및 기관투자자로 나타났으며 이에 해당하는 개인 네트워크 인원(가족, 친척, 친구, 동창, 지인)을 합산하고, 비즈니스 네트워크 인원(직업상 아는 관계)을 합산하여 높은 위세 지위로 분석하였다.

가장 적게 접근된 직종은 ⑧ 창업 관련 민간협회/재단 관리자 ⑨ 창업 관련 대학교수 ⑩ 창업 관련 대학의 산학협력단, 창업지원단 관리자 ⑪ 타 벤처/스타트업 C-level 임원 및 관리자 ⑫ 상장 대기업 임원 및 관리자 ⑬ 제 2금융권 관리자급 직원 ⑮ 증권, 보험, 신탁 등 금융회사 관리자로 나타났으며 이에 해당하는 개인 네트워크에 해당하는 인원(가족, 친척, 친구, 동창, 지인)을 합산하고, 비즈니스 네트워크에 해당하는 인원(직업상 아는 관계)을 합산하여 낮은 위세 지위로 분석하였다. 셋째, 접근된 위세의 범위는 가장 많이 접근된 위세에 해당하는 네트워크에 ×3의 가중치를 두어 가장 적게 접근된 위세에 해당하는 네트워크의 차이를 계산하여 산출하였다.

이렇게 3개의 네트워크(network) 측정항목들을 요인분석한

결과 하나의 구성개념임을 확인하여 각각 개인 네트워크, 비즈니스 네트워크 변수로 생성하여 분석에 활용하였다. <표 7>과 <표 8>은 각각 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크의 요인분석 결과를 요약한 것이다. 한편, 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크의 분포가 정규분포를 많이 벗어나고 있음을 확인하여 log변환 후 정규화(normalizing)하였다.

<표 7> 개인 네트워크 요인분석 결과

변수	Factor1	Uniqueness
네트워크 크기	0.604	0.636
네트워크 위세 순위	0.998	0.005
접근된 위세의 범위(이질성)	0.828	0.314

<표 8> 비즈니스 네트워크 요인분석 결과

변수	Factor1	Uniqueness
네트워크 크기	0.907	0.178
네트워크 위세 순위	0.989	0.021
접근된 위세의 범위(이질성)	0.965	0.070

4.5 동일방법편의 검증

동일방법편의(CMB)는 동일한 응답자에 의해 독립변수와 종속변수가 측정되었을 때 발생하는 문제로 인지적 측정 문항을 사용할 경우 가장 강하게 발생할 수 있다(Podsakoff & Organ, 1986). 따라서 그 영향을 통제하는 것이 중요하기 때문에 본 연구는 절차적 방법을 통해 사전적 방지 및 완화조치를 적용하였다. 첫째, 독립변수와 종속변수의 측정 시점을 달리하였고 둘째, 설문항목 측정 척도형식을 다르게 하였다. 셋째, 애매모호함을 줄이기 위해 설문항목 표현을 개선하고, 설문 문항에 사회적 바람직성이 암시되지 않도록 표현을 가다듬는 작업을 수행하였다. 독립변수와 종속변수 간의 측정시점을 분리하여 2020년 3월 9일부터 4월 10까지 1차 설문을 실시하였고, 9월 7일부터 10월 7일까지 2차 설문을 실시하였다. T1에서는 창업자의 사회적 역량과 사회적 자본을 측정하였고, T2에서는 투자유치 시도방법을 측정하였다. 또한 변수별로 척도를 다르게 적용하였다. 사회적 역량은 리커트(Likert) 척도로 측정하였고, 사회적 네트워크는 숫자로 기입하는 방식의 서로 다른 척도를 사용하였다. 또한 Harman의 Single Factor Test를 사용하여 사후적 방법을 통해 동일방법편의를 검증하였다. 본 연구에서 사용된 모든 변수들을 넣고 주성분 분석을 한 결과, 고유값(eigenvalue)이 1이상인 8개의 요인이 식별되었으며, 첫 번째 요인은 분산의 28.06%만을 설명하였다. 따라서, 단일요인이 도출되지 않았고, 하나의 요인이 분산의 일부만을 설명하였기 때문에 본 연구의 동일방법편의에 따른 문제가 없는

것으로 판단할 수 있었다.

4.6 가설 검증 결과 및 해석

본 연구에 적용된 가설을 검증하기 위하여 <그림 1>의 연구

모형을 바탕으로 구조방정식 방법을 적용하여 경로분석과 매개효과 분석을 실시하였다. 매개효과는 간접효과에 관한 전통적인 검정방법인 Sobel-test를 이용하였다.

<표 9>는 가설에서 설정한 경로별로 추정된 계수 및 유의도를 나타내고 검증 결과를 요약한 것이다.

<표 9> 가설검증 결과

경로				계수	p	결과		
H1-1.	사회적 역량	→	개인 네트워크	1.564***	.000	채택		
H1-2.	사회적 역량	→	비즈니스 네트워크	-.319**	.008	기각		
H2-1.	개인 네트워크	→	지인, 지인 소개 투자유치 시도	.091**	.009	채택		
H2-2.	비즈니스 네트워크	→	지인, 지인 소개 투자유치 시도	-.342*	.025	기각		
H2-3.	개인 네트워크	→	공개 투자유치 시도	-.106***	.000	기각		
H2-4.	비즈니스 네트워크	→	공개 투자유치 시도	.086	.383	기각		
H3-1.	사회적 역량	→	개인 네트워크	→	지인, 지인 소개 투자유치 시도	0.143*	.022	채택
H3-2.	사회적 역량	→	비즈니스 네트워크	→	지인, 지인 소개 투자유치 시도	0.109†	.089	채택
H3-3.	사회적 역량	→	네트워크	→	지인, 지인 소개 투자유치 시도	0.252**	.002	채택
H3-4.	사회적 역량	→	개인 네트워크	→	공개 투자유치 시도	-0.165**	.007	기각
H3-5.	사회적 역량	→	비즈니스 네트워크	→	공개 투자유치 시도	-0.027	.388	기각
H3-6.	사회적 역량	→	네트워크	→	공개 투자유치 시도	-0.192**	.009	기각

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

본 연구는 기존 연구 문헌들의 고찰을 통해 창업자의 사회적 역량과 네트워크 특성이 투자유치시도 방식에 영향을 미칠 것이라는 가정을 토대로 시작하였다. 앞에서 언급한 가설들에 대한 검증결과를 종합적으로 정리한 결과, 사회적 역량과 네트워크 유형에 관한 가설 검증결과는 다음과 같다. 가설 1-1. 사회적 역량은 개인 네트워크에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 즉, 창업자의 사회적 역량은 신뢰와 결속을 기반으로 하는 긴밀한 개인적 연결망을 강화시키는 것으로 나타났다. 한편, 사회적 역량은 비즈니스 네트워크에 정(+)의 영향을 미친다는 가설 1-2는 기각되었으나 검증결과는 부(-)의 방향으로 유의하였다. 즉, 사회적 역량은 가설과는 반대로 비즈니스 네트워크에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

네트워크 유형과 지인 및 지인 소개를 통한 투자유치 시도에 관한 가설과 검증결과는 다음과 같다. 가설 2-1. 개인 네트워크가 비즈니스 네트워크는 지인 및 지인 소개를 통한 투자유치 시도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다. 이는 창업자의 개인 네트워크의 규모와 다양성이 높을수

록 지인을 통한 비공식적 방식으로 투자유치를 시도하는 경향이 강함을 의미하며, 관련 선행연구와 일치하는 결과를 보였다. 한편, 비즈니스 네트워크가 지인 및 지인 소개 투자유치 시도에 정(+)의 영향을 미친다는 가설 2-2는 기각되었으나 부(-)의 방향으로 유의하였다. 즉, 비즈니스 네트워크는 지인 및 지인 소개를 통한 투자유치 시도에 부정적인 영향을 미치며, 달리 말해 비공식적인 투자유치 시도를 감소시키고 있음을 의미한다.

다음으로 네트워크 유형과 공개 투자유치 시도에 관한 가설과 검증결과는 다음과 같다. 개인 네트워크가 공개 투자유치 시도에 정(+)의 영향을 미친다는 가설 2-3은 기각되었으나 부(-)의 방향으로 유의하였다. 이는 개인 네트워크가 공개 투자유치 시도에 부정적인 영향을 미치고 있음을 의미한다. 그리고 비즈니스 네트워크가 공개 투자유치 시도에 정(+)의 영향을 미친다는 가설 2-4는 기각되었다.

창업자의 네트워크 유형 중 개인 네트워크의 매개효과 가설과 검증결과는 다음과 같다. 가설 3-1. 사회적 역량이 개인 네트워크를 매개하여 지인 및 지인 소개를 통한 투자유치의 시도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었으며, 가설 3-2. 사회적 역량이 비즈니스 네트워크를 매개하여 지인

및 지인 소개를 통한 투자유치의 시도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이라는 가설 역시 채택되었다. 사회적 역량은 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 각각 완전 매개하여 지인을 통한 비공식적 투자유치 시도에 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 합한 전체 네트워크를 매개하여 지인 및 지인 소개를 통한 투자유치의 시도에 정(+)¹의 영향을 미친다는 가설 3-3도 채택되었다.

창업자의 네트워크 유형 중 비즈니스 네트워크의 매개효과 가설과 검증결과는 다음과 같다. 사회적 역량이 개인 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도에 정(+)¹의 영향을 미친다는 가설 3-4는 기각되었으나, 부(-)¹의 방향으로 유의하였다. 한편, 사회적 역량이 비즈니스 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도에 정(+)¹의 영향을 미친다는 가설 3-5는 기각되었으나, 부(-)¹의 방향으로 유의하였다. 그리고 사회적 역량이 개인 및 비즈니스 네트워크를 모두 매개하여 공개 투자유치 시도에 정(+)¹의 영향을 미친다는 가설 3-6은 기각되었으나, 검증결과는 부(-)¹의 방향으로 유의하였다. 즉, 사회적 역량은 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 매개하여 공개적이고 공식적인 투자유치 시도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5. 결론

5.1 연구결과 요약 및 결론

창업자의 사회적 역량과 네트워크 유형이 투자유치 시도방식 및 투자유치 성과에 미치는 영향을 실증분석한 결과를 토대로 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 창업자의 사회적 역량이 높을수록 개인 네트워크에 긍정적인 영향을 미치지만, 비즈니스 네트워크에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 창업자의 사회적 역량이 높으면 신뢰와 결속을 기반으로 하는 긴밀한 개인 네트워크를 강화시키는 반면, 업무적이고 느슨한 연결을 기반으로 하는 비즈니스 네트워크의 강도와 폭은 오히려 줄어드는 것을 의미한다. 결과적으로, 사회적 인식과 사회적 적응성과 같은 상호작용 능력의 수준이 높을수록 개인 네트워크는 증가하고 비즈니스 네트워크는 감소하는 것을 의미한다. 즉, 사회적 역량 수준이 높으면 다양하고 넓은 연결망을 구성하기보다는 좁고 깊은 연결망을 강화하는 경향이 있음을 시사한다. 가설 수립시에는 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 예측하였으나 비즈니스 네트워크에서는 그 반대영향이 나타나는 것으로 조사되었다. 이는 창업자의 특성 중 후천적인 학습과 훈련을 통해 개발되는 사회적 역량은 창업자의 사회적 네트워크와 상충관계의 가능성이 존재하는 것으로 판단된다. 즉, 사회적 역량이 효과적으로 발휘되는 것은 강한 결속력과 신뢰를 기

반으로 하는 개인 네트워크이며, 비즈니스 네트워크에서 발휘되기까지는 충분한 시간과 상호관계가 존재해야 하는 것으로 보인다. 또 다른 가능성은 선행연구에서 다루었던 사회적 역량과 사회적 자본간의 측정항목이 다르기 때문에 반드시 동일한 기준에서 비교하기는 어렵다는 것이다. 예를 들면, 선행연구에서 사회적 역량의 하위차원인 각각의 사회적 기술(사회적 인식, 사회적 인식, 표현력)이 네트워크에 미치는 영향을 분석한 반면(Baron & Markman, 2003; Lans et al., 2015), 본 연구는 사회적 역량을 단일차원으로 항목묶음하여 한 가지 구성개념으로 연구를 진행하였다. 또한 환심사기와 같이 일부 사회적 기술 항목은 문화적 맥락에 따라 사회적 자본에 부(-)¹의 영향을 미치는 것으로 확인되었다(Omrane, 2015). 따라서 본 연구에서도 일부 측정항목의 영향으로, 문화적 측면에서 부(-)¹의 방향으로 작용했을 가능성이 있다고 보았다.

둘째, 창업자의 네트워크 유형별 특성에 따라 선택하는 투자유치 시도방식이 다르게 나타났다. 창업자의 개인 네트워크 규모가 크고 다양성이 높을수록 지인, 지인 소개 투자유치 시도방식으로 투자유치를 시도하는 경향이 강한 것으로 조사되었으며, 이는 선행연구와도 일치한다(Zane & DeCarolis, 2016). 한편 비즈니스 네트워크는 지인 및 지인 소개를 통한 비공식적 방식으로 투자유치를 하려는 시도를 줄이는 것으로 나타났다. 이는 투자유치와 관련하여 업무적으로 다양한 사람을 폭넓게 알고 지낼수록 지인을 통한 비공식적 투자유치 성공 가능성이 낮다고 판단하여 지인, 지인 소개 투자유치 시도를 줄이고 있음을 시사한다. 또한 창업자의 개인 네트워크는 공개 투자유치시도는 줄이고 있는 것으로 나타났다. 즉, 학연, 지연, 혈연의 역할을 중요하게 보는 사회 통념상 창업자는 개인 네트워크를 통해 지인, 지인 소개와 같은 비공식적 투자자에게 자금조달을 위해 접근하는 경향이 높다는 것을 확인하였다. 한편, 공개 투자유치에 참여하기 위해 비즈니스 네트워크가 꼭 필요한 것은 아니라고 해석할 수 있다. 비즈니스 네트워크가 많으면 공개 투자유치 기회를 인지할 가능성이 높기는 하지만, 동기가 되는 것은 아니므로 이들 간의 관계가 유의하지 않다는 것을 시사한다고 볼 수 있다.

셋째, 창업자의 사회적 역량은 투자유치 시도방식에 직접적인 영향을 미치지 못하며, 사회적 네트워크를 매개하는 경우에만 유의하게 나타났다. 즉, 창업자의 사회적 역량이 직접적으로 지인, 지인 소개 투자유치 시도에 영향을 미치는 것은 아니며, 역량은 개인 네트워크를 증가시키고, 증가된 개인 네트워크는 지인, 지인 소개 투자유치 시도를 높이는 기제가 작동하는 것을 확인하였다. 한편 사회적 역량은 비즈니스 네트워크에 부정적인 영향을 주지만, 비즈니스 네트워크가 증가하면 지인, 지인 소개 투자유치 시도가 줄어들어서 결과적으로 사회적 역량은 비즈니스 네트워크를 매개하여 지인, 지인 소개 투자유치 시도에 긍정적인 영향을 미친다. 즉, 창업자의 사회적 역량은 모든 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 통하여 지인, 지인 소개 투자자들에게 접근함으로써 외부자금 조달의 기회를 높이는 기제가 작동하는 것을 검증하였다.

또한 사회적 역량은 개인 네트워크를 완전 매개하여 공개 투자유치 시도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 단, 사회적 역량이 비즈니스 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도에 미치는 간접효과는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 확인되었다. 따라서, 사회적 역량은 네트워크를 매개하여 공개 투자유치 시도를 감소시키는 효과가 있음을 검증하였다. 즉 창업자의 사회적 역량은 공개 투자유치 시도를 줄이는 부정적인 역할을 하고 있는 것으로 조사되었다. 즉, 창업자의 사회적 역량 수준이 높으면 창업자 본인의 네트워크를 통하여 비공식적인 투자유치 기회를 추구하며 이들은 상대적으로 공개 투자유치 시도를 하지 않는 경향이 있음을 시사한다. 반대로 공개 투자유치 시도는 사회적 역량 수준이 낮지만, 비즈니스 네트워크가 많은 창업자가 추구할 수 있는 기회이며 이들은 지인, 지인 소개 투자유치 시도를 하지 않는 경향이 있다고 볼 수 있다.

5.2 연구의 의의 및 시사점

본 연구는 창업자의 사회적 역량이 사회적 자본(네트워크)의 특성을 매개하여 투자유치 시도방식과 투자유치 성과에 미치는 영향을 실증 분석하였으며, 이를 토대로 도출한 이론적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 선행연구들은 주로 투자자의 관점에서 창업자와 창업기업과의 관계 및 성과를 분석한 반면, 본 연구는 창업기업의 투자유치 맥락에서 창업자의 사회적 역량과 네트워크 유형이 투자유치 활동에 미치는 영향을 분석하였다. 특히 본 연구의 가장 중요한 기여는 창업자의 네트워크를 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크로 구분하여 투자유치 시도 및 성공에 미치는 영향을 분석하였다는 점으로, 투자유치 맥락에서 창업자의 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 미치는 영향이 상반되는 것을 실증하였다는 것이다. 또한 지인, 지인 소개 투자유치 시도 및 성공과 공개 투자유치 시도 및 성공을 구분하여 창업자의 네트워크 유형이 이들에 미치는 효과를 구분하여 분석하였다. 본 연구는 사회적 자본의 측정을 위해 지위 생성기(Position generator)를 사용하여, 보다 구체적으로 네트워크 특성을 분석하였다. 이를 통해 단순히 리커트 척도를 사용하여 개념적이고 추상적으로 사회적 자본 또는 네트워크를 측정해 왔던 단점을 극복하였다. 또한 모든 창업자와 투자유치 관련자들 간의 구체적인 N × N 연결관계를 전수 조사하여 연결망 구조를 분석하는 어려움도 피할 수 있었다. 방법론적 시사점으로는 사회적 네트워크 변수화 범주에 네트워크 위세 순위를 적용하였다는 점이다. 대부분의 선행연구에서는 네트워크를 단순히 크기나 접촉 빈도로 측정하는 경향이 있으나 본 연구에서는 투자유치에 중요한 직종 3가지의 응답을 이용하여 금융자원 획득에 도움이 되는 정도 즉, 효용의 크기를 점수화하여 설정하였다. 그리하여 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 가장 많이 접근된 위세와 가장 적게 접근된 위세에 해당하는 네트워크 크

기로 산출함으로써 사회적 자본 측정지표인 네트워크 자원의 종합적 점수를 구성하였다. 이와 같이 네트워크 크기, 직업적 위세, 접근된 위세의 이질성을 요인분석하고 하나의 구성개념임을 확인하여 네트워크 변수로 생성하였다는 점에서 연구의 의의가 있다. 실무적 시사점으로는 첫째, 창업자는 본인이 보유하고 있는 네트워크 특성에 따라 전략적으로 자신에게 유리한 투자유치 방법을 선택함으로써, 투자유치 기회 및 가능성을 높일 필요가 있음을 확인하였다. 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크가 투자유치의 맥락에서의 역할이 명확히 구분되므로 창업자가 지향하는 투자유치 방법 및 성공 경로에 따라 서로 다른 연결관계를 활용할 필요가 있음을 알 수 있었다. 둘째, 네트워크의 위세에 관한 설문결과, 창업기업의 투자유치 및 자금조달에 가장 중요한 영향을 미치는 직종 3가지(벤처캐피탈, 액셀러레이터, 엔젤투자자 및 개인투자자)와의 관계가 원활할 수 있도록 네트워킹 전략을 구축하는 것이 필요하다. 그 외에도 창업과 관련된 15가지 직종 중에서 금융자원 획득에 도움이 되는 관계들과의 연결 역시 주목해야 할 것이다.

셋째, 사회적 역량이 창업자의 네트워크 유형인 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크를 각각 완전 매개하여 각기 다른 투자유치 시도방법을 선택하게 된다는 결과를 도출함으로써 투자유치 맥락에서 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크에 미치는 영향이 상반되는 것을 검증하였다. 또한 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크가 투자유치 시도방식 및 투자유치 성과에 다른 영향을 미치는 것을 실증한 국내 첫 연구라는 점에서 의의를 갖는다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구결과는 창업자 및 투자자 등 창업 생태계의 이해 관계자들에게 의미 있는 시사점을 제공하는 근거가 될 것이다.

5.3 연구 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 창업자의 사회적 자본이 투자유치 시도방식을 결정한다는 가설을 규명했다는 점에서 의의가 있으나, 연구 시기와 설계의 특성상 COVID-19로 인한 상황적 어려움에 봉착하였다. 따라서 연구결과 해석시, 특수한 상황을 고려하여 해석하여야 할 것으로 보인다. 또한 동일방법편의(CMB) 문제로 연구시점을 나누어 6개월동안 2회에 걸쳐 설문을 실시하였고, 시간차이를 두었기 때문에 1차 응답과 2차 응답 사이에 폐업이나 연락두절 등의 돌발상황이 발생하였다. 또한 응답자에게 다소 부담이 될 수 있는 차입 및 대출에 관한 질문에 결측치가 발생하여 분석에 활용할 수 있는 데이터가 1차 설문 대비 현저히 줄었다는 한계점을 갖는다. 실제로 1차 회수된 설문지가 350개였던 것에 반해 2차 회수된 설문지는 270여개로 줄어들었다. 본 연구의 한계는 종단매개(Longitudinal Mediation) 모형을 검토하지 못한 점이다. 종단매개 모형은 3개 이상의 시점(Wave)에서 독립-매개-종속변수를 반복적으로 측정하여 이들 간의 매개관계가 인과적으로 지속되는 것을 검증한다.

사회적 역량과 사회적 자본의 관계는 동적 연구가 이루어져야 하나 연구 기간의 제한으로 수행하지 못하였다. 또한 사회적 네트워크가 투자유치 이후 성과에 미치는 영향을 분석해 볼 필요가 있다. 추후 중단연구를 진행하면, 매개모형을 확장하여 보다 강건하고 인과적인 설명을 할 수 있는 연구가 될 것으로 보인다. 또한 본 연구의 결과를 토대로 향후의 연구주제에 대해 몇 가지를 제시하고자 한다.

첫째, 사회적 역량의 최적 조합에 관한 연구가 필요하다. 본 연구에서는 사회적 역량을 단일차원으로 항목묶음(Parceling)하여 한 가지 구성개념으로 연구를 진행하였다. 따라서 사회적 역량의 여러 측면 중에서 어떤 특정한 사회적 기술이 창업자의 네트워킹에 가장 유용한지에 대한 조사가 필요한 것으로 보인다. 사회적 역량이 개인 네트워크와 비즈니스 네트워크 모두에 도움을 주거나 방해하지 않는 요인이 무엇인지, 창업자의 사회적 역량 중 어떤 요소를 개발하는 것이 네트워킹 및 실제 투자유치 성과에 효과적인지 비교 연구가 필요한 것으로 보인다. 둘째, 사회적 네트워크와 실제 투자유치 실적 간의 관계를 규명하는 실증연구가 필요하다. 본 연구에는 탐색적 연구로 투자유치 성공건수와 투자유치 금액을 종속변수로 하여 추가분석을 시도하였으나 이론적 근거와 가설수립을 하지 못하였다. 따라서 향후 실증연구로서의 분석이 필요한 것으로 보인다. 셋째, 사회적 자본의 구성요소인 구조적(네트워크), 관계적(신뢰), 인지적(비전 및 가치공유) 차원을 종합적으로 검토하는 연구가 필요하다. 또한 특히 온라인과 오프라인을 포괄하는 사회적 네트워크 측정연구가 필요하며 자기보고식 응답의 한계가 있을 수 있으므로, 보다 객관적이고 정량적 측정도구가 필요하다. 특히 SNS 활동이 활발한 업계 특성상, 가시적인 수치로 측정될 수 있는 팔로워 숫자나 소통의 빈도 등 보다 객관적인 근거를 바탕으로 사회적 네트워크를 측정하려는 시도가 필요한 것으로 보인다. 향후 연구에서는 추가적인 연구를 통해, 창업자 및 창업기업의 사회적 자본에 대한 이론적인 기여와 투자환경에서의 실무적인 시사점이 풍부하게 제공되기를 기대한다.

REFERENCE

- 김하영·배태준·원치운.(2019). 스타트업의 초기 투자유치 프로세스: (주) 레티널 사례를 바탕으로 *벤처창업연구*, 14(6), 119-130.
- 이택경.(2020) 스타트업이 투자자를 만날 수 있는 6가지 채널, 아웃스탠딩 기사. <https://outstanding.kr/investorchannel20200226>.
- 플래텀(2019). *국내 스타트업 투자 동향 보고서*.
- Arregle, J. L., Batjargal, B., Hitt, M. A., Webb, J. W., Miller, T., & Tsui, A. S.(2015). Family ties in entrepreneurs' social networks and new venture growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(2), 313-344.
- Banister, C. M., & Meriac, J. P.(2015). Political skill and work attitudes: A comparison of multiple social effectiveness constructs. *The Journal of psychology*, 149(8), 775-795.
- Baron, R. A., & Markman, G. D.(2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs success. *Academy of Management Perspectives*, 14(1), 106-116.
- Baron, R. A., & Markman, G. D.(2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of business venturing*, 18(1), 41-60.
- Baron, R. A., & Tang, J.(2009). Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 35(2), 282-306.
- Batjargal, B.(2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study. *Organization studies*, 24(4), 535-556.
- Batjargal, B., & Liu, M.(2004). Entrepreneurs' access to private equity in China: The role of social capital. *Organization Science*, 15(2), 159-172.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A., & Van De Bunt, G. G.(2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260.
- Bhide, A.(2003). *The origin and evolution of new businesses*. Oxford University Press.
- Birley, S.(1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of business venturing*, 1(1), 107-117.
- Bourdieu, P.(1986). *The forms of capital*.
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P.(1998). Network support and the success of newly founded business. *Small business economics*, 10(3), 213-225.
- Bruno, A. V., & Tyebjee, T. T.(1985). The entrepreneur's search for capital. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 61-74.
- Burt, R. S.(1997). A note on social capital and network content. *Social networks*, 19(4), 355-373.
- Davidsson, P., & Honig, B.(2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Ferris, G. R., Treadway, D. C., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J., Douglas, C., & Frink, D. D.(2005). Development and validation of the political skill inventory. *Journal of management*, 31(1), 126-152.
- Granovetter, M.(1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological theory*, 201-233.
- Greve, A., & Salaff, J. W.(2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(1), 1-22.
- Hall, J., & Hofer, C. W.(1993). Venture capitalists' decision criteria in new venture evaluation. *Journal of business venturing*, 8(1), 25-42.
- Hansen, E. L.(1995). Entrepreneurial networks and new organization growth. *Entrepreneurship theory and practice*, 19(4), 7-19.
- Hansen, M. T.(1999). The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits. *Administrative science quarterly*, 44(1), 82-111.

- Hargadon, A., & Sutton, R. I.(1997). Technology brokering and innovation in a product development firm. *Administrative science quarterly*, 716-749.
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J.(2017). Entrepreneurs' social capital and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(1), 61-89.
- Hite, J. M., & Hesterly, W. S.(2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic management journal*, 22(3), 275-286.
- Hoang, H., & Antoncic, B.(2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of business venturing*, 18(2), 165-187.
- Hoehn-Weiss, M. N., Brush, C. G., & Baron, R. A.(2004). Putting Your Best Foot Forward?: Assessments of Entrepreneurial Social Competence from Two Perspectives. *The Journal of Private Equity*, 7(4), 17-26.
- Jung, K. H.(2020). Effectiveness Analysis of Startup Support Policy of Early Start-ups: Moderating Effect of the Industry and Growth Stage of the Start-ups, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(1), 59-70.
- Kim, E. K., & Kang, Y. S.(2016). Effects of the Preparation for the Old Age and Social Networks on Entrepreneurial Intention, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(5), 105-115.
- Kim, H. Y., Bae, T. J. & Won, C. W.(2019). Investment Process of Start-up: A Case Study of LetinAR, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(6), 119-130.
- Kokic, P. N., & Bell, P. A.(1994). Optimal winsorizing cutoffs for a stratified finite population estimator. *Journal of Official Statistics*, 10(4), 419.
- Krackhardt, D.(1990). Assessing the political landscape: Structure, cognition, and power in organizations. *Administrative science quarterly*, 342-369.
- Kreiser, P. M., Patel, P. C., & Fiet, J. O.(2013). The influence of changes in social capital on firm-Founding activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 539-567.
- Lans, T., Blok, V., & Gulikers, J.(2015). Show me your network and I'll tell you who you are: social competence and social capital of early-stage entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(7-8), 458-473.
- Larson, A., & Starr, J. A.(1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship theory and practice*, 17(2), 5-15.
- Lechner, C., & Dowling, M.(2003). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & regional development*, 15(1), 1-26.
- Lee, E. A., Seo, J. H. & Shim, Y. S.(2019). A Study on the Entrepreneurial Orientation and the Performance of Startups: The Mediating Effects of Technological Orientation and Social Capital, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(2), 47-59.
- Lee T. K.(2020). Six Channels for Startups to Meet Investors, *Outstanding Articles*. <https://outstanding.kr/investorchannel20200226>
- Lin, N.(2002). Social capital: *A theory of social structure and action* (Vol. 19). Cambridge university press.
- MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Podsakoff, N. P.(2011). Construct measurement and validation procedures in MIS and behavioral research: Integrating new and existing techniques. *MIS quarterly*, 35(2), 293-334.
- Mason, C. M., & Harrison, R. T.(2000). Influences on the supply of informal venture capital in the UK: an exploratory study of investor attitudes. *International Small Business Journal*, 18(4), 11-28.
- Mason, C., & Stark, M.(2004). What do investors look for in a business plan? A comparison of the investment criteria of bankers, venture capitalists and business angels. *International small business journal*, 22(3), 227-248.
- Matsunaga, M.(2008). Item parceling in structural equation modeling: A primer. *Communication Methods and Measures*, 2(4), 260-293.
- McDonald, M. L., & Westphal, J. D.(2003). Getting by with the advice of their friends: CEOs' advice networks and firms' strategic responses to poor performance. *Administrative Science Quarterly*, 48(1), 1-32.
- McEvily, B., & Zaheer, A.(1999). Bridging ties: A source of firm heterogeneity in competitive capabilities. *Strategic management journal*, 20(12), 1133-1156.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S.(1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242-266.
- Nunnally, J. C.(1978). An overview of psychological measurement. *Clinical diagnosis of mental disorders*, 97-146.
- Omrane, A.(2015). Entrepreneurs' social capital and access to external resources: the effects of social skills. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 24(3), 357-382.
- Park, J. Y., & Sung, C. S.(2016). The Effect of Entrepreneurs' Social Network on Entrepreneurial Performance: Focusing on Moderating effect of Entrepreneurial Experience, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(3), 87-96.
- Pirollo, L., & Presutti, M.(2010). The impact of social capital on the start-ups'performance growth. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 197-227.
- Platum. (2019). Korean Startup Investment Trend Report
- Podolny, J. M., & Baron, J. N.(1997). Resources and relationships: Social networks and mobility in the workplace. *American sociological review*, 673-693.
- Podsakoff, P. M., & Organ, D. W.(1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of management*, 12(4), 531-544.
- Ramos-Rodríguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., Lorenzo-Gómez, J. D., & Ruiz-Navarro, J.(2010). What

- you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal*, 28(6), 566-582.
- Shane, S., & Cable, D.(2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management science*, 48(3), 364-381.
- Shane, S., & Stuart, T.(2002). Organizational endowments and the performance of university start-ups. *Management science*, 48(1), 154-170.
- Smith, D. A., & Lohrke, F. T.(2008). Entrepreneurial network development: Trusting in the process. *Journal of Business Research*, 61(4), 315-322.
- Steier, L., & Greenwood, R.(2000). Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks. *Organization Studies*, 21(1), 163-192.
- Stuart, T. E., Hoang, H., & Hybels, R. C.(1999). Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures. *Administrative science quarterly*, 44(2), 315-349.
- Sullivan, D. M., & Marvel, M. R.(2011). Knowledge acquisition, network reliance, and early-stage technology venture outcomes. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1169-1193.
- Uzzi, B.(1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative science quarterly*, 35-67.
- Van der Gaag, M. P., & Snijders, T. A.(2004). Proposals for the measurement of individual social capital. *Creation and returns of social capital*, 9, 154.
- Van der Gaag, M., Snijders, T. A., & Flap, H. D.(2008). Position generator measures and their relationship to other social capital measures. *Social capital: An international research program*, 27-49.
- Verhaeghe, P. P., & Li, Y.(2015). The position generator approach to social capital research: Measurements and results. In *Handbook of research methods and applications in social capital*. Edward Elgar Publishing.
- Wang, Y.(2016). Bringing the Stages Back in: Social Network Ties and Start-up firms' Access to Venture Capital in China. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(3), 300-317.
- Witt, P.(2004). Entrepreneurs' networks and the success of start-ups. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(5), 391-412.
- Xie, X., & Lv, J.(2016). Social networks of female tech-entrepreneurs and new venture performance: the moderating effects of entrepreneurial alertness and gender discrimination. *International entrepreneurship and management journal*, 12(4), 963-983.
- Zane, L. J., & DeCarolis, D. M.(2016). Social networks and the acquisition of resources by technology-based new ventures. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28(3), 203-221.
- Zhang, J.(2010). The problems of using social networks in entrepreneurial resource acquisition. *International Small Business Journal*, 28(4), 338-361.
- Zhang, J., & Wong, P. K.(2008). Networks vs. market methods in high-tech venture fundraising: the impact of institutional environment. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(5), 409-430.
- Zhao, X. Y., Frese, M., & Giardini, A.(2010). Business owners' network size and business growth in China: The role of comprehensive social competency. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(7-8), 675-705.
- Zimmer, C., & Aldrich, H.(1987). Resource mobilization through ethnic networks: Kinship and friendship ties of shopkeepers in England. *Sociological perspectives*, 30(4), 422-445.

The Influence of the Founder's Social Competence and Social Capital on Access to Funding Sources*

Gyehyun Park**

Dohyeon Kim***

Abstract

Based on social capital theory, this study investigated the influence of the start-up founder's social competence on the start-up's access to funding sources and performance through the mediating role of the type of social network. This study aimed to examine two types of social networks empirically (i.e., personal networks and business networks) as social capital in analyzing the effect of the founder's social competence and social capital on the method of accessing funding sources. A self-report questionnaire was administered to 252 South Korean start-up founders whose businesses are based in South Korea. Path analysis and mediation effect analysis were performed by structural equation modeling(SEM) using STATA 16.1.

This study examined the full mediating effect of the founder's social competence on his/her personal and business networks, respectively, and how the effect leads to different methods to approach funding sources. This is the first study in South Korea to analyze empirically how social competence has contrasting effects on personal and business networks as well as how each type of network varies in its influence on the method founders use to attract investment. This study is also significant in that it proposed a new methodology by utilizing the position generator as the measure of personal and business networks to analyze social networks in detail. The analyses of 252 survey data collected over a period of six months will be a valuable resource that may provide researchers, founders, investors, and other stakeholders in the start-up ecosystem with meaningful implications.

KeyWords: Founder, Access to funding source, Social competence, Social capital, Personal network, Business network, Position generator

* This paper is based on the author's doctoral dissertation (Kookmin University).

** First Author, Ph.D, Kookmin University, careerforyou@kookmin.ac.kr

*** Corresponding Author, Professor, Kookmin University, drkim@kookmin.ac.kr