

기업가적 기민성과 멘토링 및 멘토링 횟수와 기업성과 관계에서 기회인지의 매개효과 영향*

박미정 (세명대학교 교양대학/ 창업지원단 조교수)**

이선호 (벤처박스 대표이사)***

황보윤 (국민대학교 글로벌창업벤처대학원 교수)****

국 문 요 약

최근 정부는 제2 벤처 붐 확산을 위해 창업지원 프로그램을 확대하고 지원 규모도 늘리고 있다. 그러나 창업기업의 지속적인 성장을 위해서는 창업가가 갖추어야 할 기업가정신 교육이나 멘토링이 중요한 부분임에도 불구하고 정부 지원프로그램에 선정된 기업 중 일부에서는 사업화 자금만을 목적으로 하고 기업가정신 교육이나 멘토링 등의 프로그램 참여를 기피하는 현상이 나타나고 있는 실정이다.

본 연구는 정부 창업지원사업에 선정된 창업기업을 대상으로 제공되고 있는 멘토링의 내용과 횟수, 그리고 기업가적 기민성이 기회인지를 매개로 기업의 성과에 미치는 영향에 관해 연구함으로써 기업가적 기민성과 멘토링 프로그램의 중요성을 강조하고자 한다. 본 연구 실증분석에 따르면 첫째, 기업가적 기민성의 하위요인인 연합-연결력을 제외하고는 관찰-탐색력과 평가-판단력은 기회인지를 매개로 기업의 성과(재무, 비재무)에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 자금조달, 기술지원, 경영지원 멘토링은 기회인지를 매개로 기업의 재무 및 비재무성과에 영향을 주는 것으로 나타났다. 셋째, 멘토링 횟수 또한 기회인지를 매개로 기업의 재무, 비재무성과에 영향을 주는 것으로 나타났다.

본 연구의 시사점은 기업가적 기민성 하위요인 중 연합-연결력이 기회인지를 매개로 기업성과에 영향을 주지 않는 것으로 볼 때 프로그램 운영자들이 프로그램 설계와 운영시 창업자의 전략적 의사결정 기회를 침해하지 않는 방안에 대해 고려해야 한다는 것을 재검토해 볼 필요가 있다. 또한, 정부 창업지원 사업에서 창업기업에 제공되는 멘토링이 중요하다는 것이 실증적으로 규명된 만큼 각 창업기업의 성과 목표에 맞는 맞춤형 멘토링이 필요하다는 것을 강조할 수 있다.

본 연구의 기여점은 기업가정신에 관한 연구에서 핵심 구성 요소로 다루어지고 있는 기업가적 기민성과 기회 인지, 그리고 실무적 측면에서 창업기업 성과에 중요한 요소로 인식되는 멘토링과 멘토링 횟수에 대한 요인들을 기업성과 영향 요인으로 이론적 실증적으로 규명하였다는 점이다. 아울러 멘토링을 지원하는 창업기업 지원 기관들에게 논리적 근거를 제시하였다는 것이다.

핵심주제어: 기업가적 기민성, 기회인지, 멘토링, 기업성과

1. 서론

1.1 연구배경

세계 경기 침체로 인해 우리나라를 비롯한 많은 국가들이 창업을 신성장 동력의 발판으로 삼아 고용을 높이고 경제를 활성화하기 위해 다양한 창업지원 프로그램을 도입하여 운영하고 있다.

정부 또는 지자체 등의 창업지원 정책과 창업에 대한 사회문화적 인식 변화로 인해 많은 창업자가 배출되고 있다. 하지만 창업자들은 창업 과정에 필요한 지식과 경험이 부족한 상

태에서 창업하였다가 실제로 귀결되는 사례가 많은 것도 사실이다. 통계청(2018)의 ‘기업 생멸 행정통계’에 따르면 전체 스타트업의 1년 생존율은 65%, 3년 생존율은 41%, 5년 생존율은 29.25%로 나타난다.

이처럼 낮은 스타트업의 생존율을 높이기 위해서는 선배 창업자가 후배 창업자들의 사업에 대한 지속적인 지원을 통해 사업 가능성 검토 및 문제 해결을 도와주고, 창업자인 멘티의 사업에 도움이 되는 네트워크 증진에 기여하는 창업 멘토링이 매우 필요하다는 주장이 있다(김기홍·김용태, 2014).

그러나 저자들이 현장 경험을 통해 볼 때 창업기업 성과를 위해 창업가가 갖추어야 할 기업가정신 교육이나 멘토링이 중요한 부분임에도 불구하고 최근 정부 지원프로그램에 선정

* 본 연구는 박미정·황보윤(2020) 발표논문의 data를 활용하여 작성함

** 주저자, 세명대학교 교양대학 조교수, mijung@naver.com

*** 공동저자, 벤처박스 대표이사, hiseonho@naver.com

**** 교신저자, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원 교수, yun88@kookmin.ac.kr

· 투고일: 2021-05-10 · 1차 수정일: 2021-07-21 · 2차 수정일: 2021-08-05

· 게재확정일: 2021-08-16

된 기업 중에는 사업화 자금만을 목적으로 하여 기업가정신 교육이나 멘토링 등의 프로그램 참여를 기피하는 현상이 나타나고 있다.

이에 본 연구에서는 정부 지원프로그램에서 창업기업에 대한 멘토링의 내용을 자금조달과 기술지원, 그리고 경영지원으로 분류하고, 이와 같은 멘토링과 멘토링 횟수, 그리고 기업가적 기민성이 기회인지를 매개로 하여 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 대해 살펴보고자 한다.

창업기업의 경영성과요인 중 기업가적 기민성을 분석한 이유는 최근 인공지능, 빅데이터, IOT, 자율주행, 바이오헬스 등의 기술이 빠르게 발전하고 있는 상황에서 기술혁신을 통한 창업의 기회가 많이 나타나며(미래창조과학부, 2017), 기회형 창업이 증가되기 위해서는 기회형 창업의 기회 인식의 중요성(이현경·이일한, 2017)과 기회 인지에 영향 요소로 기업가적 기민성이 중요하기(문수영·황보윤, 2011) 때문이다.

본 연구의 차별성은 국내 학술연구에서는 잘 다루지 않고 있는 기회인지와 경영성과 관계에서 기업가적 기민성의 요인을 독립변수로 분석한 것과 창업지원 현장에서 매우 필요하지만, 이론과 실증적으로 연구가 많지 않은 멘토링 내용과 멘토링 횟수가 기회인지를 매개로 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다는 것이다.

이를 위해 독립변수는 기업가적 기민성과 멘토링 내용, 멘토링 횟수를 설정하였다. 기업가적 기민성에는 관찰-탐색력, 연합-연결력, 평가-판단력을 하위요인으로 설정하였고, 멘토링 내용에는 경영지원, 자금조달, 기술지원을 하위요인으로 설정하였다. 종속변수인 창업기업의 경영성과는 재무적 성과와 비재무적 성과를 하위요인으로 설정하였다. 이들 간의 매개변수로는 기회인지를 설정하여 독립변수와 종속변수 간의 매개변수의 영향 요인을 분석하고자 한다.

이러한 연구 결과는 창업기업 지원프로그램을 운영하는 정부 부처와 관련 기관에게 민원 발생을 이유로 줄어든고 있는 창업 멘토링의 필요성에 대한 시사점을 제공할 것으로 판단된다.

II. 이론적 배경

2.1. 기업가적 기민성

2.1.1 기업가적 기민성의 정의와 영향 요인

창업자에게 갖추어야 할 필수적인 요소인 기업가정신에서 기회는 핵심이며 기회 인식에 미치는 영향 요인에 관한 연구들은 꾸준히 진행되어왔다. 이러한 영향 요인 중 최근 주목받고 있는 요인은 바로 기업가적 기민성이다. 기민성은 기회의 인식과 활용에 영향을 끼치는 핵심 사전 요소로 고려되고 있다(Ardichvili et al., 2003; Kirzner, 1979; Mitchell et al., 2007; Tang et al., 2012). 따라서 기업가정신에 관한 연구에서 기업가적 기민성은 핵심 구성 요소로 다루어지고 있다(Baron, 2006; 김우영 외, 2018; Gaglio & Katz, 2001; Tang et al., 2012).

기업가적 기민성이란 다른 사람들이 간과하고 넘어가는 새로운 기회를 인식하는 개인의 능력으로 정의하였고, 기민한 창업가는 주변 환경의 다양한 변화에 따라서 나타나는 시장의 불균형한 상태를 인지하는 능력을 갖춰, 다른 이들보다 사업 기회를 다양하고 빠르게 인식할 수 있다고 하였다(Kirzner, 1973; 1979).

Kaish & Gilad(1991)에 의하면 기업가적 기민성은 새로운 기회의 개발과 관련된 다양한 지식 분야의 정보를 잘 파악하고 해석하기 위한 창조적 인식을 활용할 수 있는 역량이라고 하였다. Ray & Cardozo(1996)는 기업가적 기민성이란 소비자가 인지하는 문제와 미충족 니즈, 그리고 자원의 새로운 결합에 대해 민감함을 가지고 특정 환경에서 발견되는 행동의 패턴이나 사건, 경우의 수에 대한 정보를 민감하게 인식함을 바탕으로 기회를 잡는 성향이라고 정의하였다.

Kirzner(1973)는 사업 기회는 발견되는 것이며 기업가적 기민성은 기회를 인식하는 능력이라는 점에서 성공적인 창업과 밀접한 관련이 있고 창업가의 필수 능력으로 여겨진다고 하였다. Adomako et al.(2018)은 기업가의 기민성이 기업의 성과에도 영향을 미칠 수 있어 기민성을 가지고 포착한 기회에 따라 행동할 수 있는 기업가의 능력은 새로운 스타트업이 성공하게 되는 주요인으로 알려져 있고, 기업가적 기민성이 있는 창업가는 새로운 스타트업을 성공적으로 끝낸다고 설명하였다. Uy, et al.(2015)는 싱가포르 대학생을 대상으로 한 조사에서 기업가적 기민성이 무경계의 사고방식 그리고 경력적응력에 강한 영향을 주는 것으로 규명하였다.

Murphy(2011)는 기민함이 높을수록 일반적인 정보에서 사업 기회를 찾는다고 하였다. De Koning(1999)은 기회 인식에서 사회 인지적인 프레임워크를 가정하였는데, 이 프레임워크는 기업가가 사람과의 넓은 네트워크와 능동적인 상호작용을 통해서 하는 세 가지 인지적 활동 즉, 첫째 정보 수집, 둘째 말을 통해서 생각하는 것, 셋째 자원을 평가하는 것 등을 추구함으로써 기회를 진화하게 한다고 주장하였다. 위 세 가지 인지적 활동은 기업가적 기민성의 구성 요소에 해당하는 활동이다.

2.1.2 기업가적 기민성의 구성 요소

Kirzner(1999)는 기업가적 기민성이 창의적이고 상상력이 풍부한 행동들을 포함하고 미래의 시장에 진입할 거래 유형에도 영향을 줄 수 있고 새로운 기회를 발견한다는 것은 개인의 인지능력과 기술 및 통찰력이 연결되어 있다고 했다.

Ardichvili et al.(2003)는 기업가적 기민성의 구성 요소를 다음의 세 가지로 나누었다. 첫째, 개인 특성(창의성, 긍정적 태도) 둘째, 사회적 네트워크 셋째, 관련된 사전 지식(소비자와 시장의 문제, 고객 접근 방법에 대한 지식)이며 이 요인들이 기민성에 영향을 미쳐 사업 기회를 인식하고 동시에 개발하는 과정을 겪는다고 하였다.

기업가적 기민성에 대해 Tang et al.(2012)는 이론적, 실증적으로 정의된 세 가지 요소에 대해 다음과 같이 설명했다.

첫째, 정보에 대해 살펴보고 찾는 것이며 둘째, 이전에는 서로 이질적이었던 정보들을 연결하는 것이며 셋째, 수익성을 가진 사업의 기회가 존재하는지에 대하여 평가하는 것이다. 이와 함께 이러한 세 가지 구성 요소들에 대해 측정할 수 있는 충분히 입증된 척도들도 가능하다고 주장되고 있다(김우영 외, 2018). Tang et al.(2012)이 주장한 기업가적 기민성에 대한 세 가지 요소를 세분화된 정의는 다음과 같다.

첫째, 정보에 대해 기민하게 관찰과 탐색을 하는 것이다. 관찰과 탐색은 기업가로 하여금 새로운 아이디어를 조사하는 시도를 함에 있어서 끊임없이 지속하게 하고 색다른 견해를 가진다(Busenitz, 1996). 관찰과 탐색(Scanning and Search) 능력은 기업가로 하여금 기회 관련 산업의 많은 정보를 수집하게 한다. 관찰과 탐색의 측정 항목은 '새로운 정보를 얻기 위해 다른 사람들과 종종 만남', '정보를 찾을 때 새로운 사업 아이디어를 찾기 위해 항상 주시함', '새로운 정보를 찾기 위해 뉴스나 잡지 등을 읽음', '매일 인터넷을 살펴봄', '매일 일할 때마다 새로운 아이디어를 찾으려고 함', '나는 열렬한 정보 탐색가 임', '새로운 정보를 찾는 데 항상 활동적임', '정보를 찾기 위해 새로운 정보 사업 개발 원천인 지역 상공회의소, 대학 창업보육센터, 창업 관련 정보 사이트 등을 찾음' 등이 라고 하였다(김우영 외, 2018).

둘째, 이질적인 것들에 대해 기민하게 연상하고 연계하는 것이다. 기민하게 연상과 연계하는 능력은 새로운 정보와 창의적인 것을 잘 받아들이고 논리적으로 확장하는 것에 초점을 맞추는 것이다. 연상은 개개인이 다양한 선택과 가능성을 고려하여 독특한 연계를 만들어내도록 하는 것이다.

연상과 연계(Association and Connection)를 측정하는 항목에 대해 김우영 외(2018)은 다음과 같이 주장하였다. '종종 사람과 물체 또는 제품에 대해 새로운 결합을 생각함', '다양한 정보들 사이에서 신기한 연계를 만들고, 그리고 새로운 관계 또는 숨어 있다가 발견된 관계를 알아차림', '다른 사람들과 어떤 상황을 보는 데 있어서 차이가 있음을 종종 느낌', '새로운 아이디어가 번뜩 생각나서 소비자 문제를 해결하는 일이 종종 있음', '종종 틀 밖의 상황(Outside the Box)을 생각함', '겉보기에는 관련 없어 보이는 정보 간의 연결고리를 보게 됨', '점과 점들 사이에 연결하는 것을 잘함', '전에는 연결고리가 없던 정보 분야 간의 연계성을 종종 보게 됨' 등이 라고 하였다.

셋째, 사업 기회가 존재하는지에 대해 기민하게 평가와 판단하는 것이다.

평가와 판단은 기업가적 기민성에서 가장 중요한 부분이다. 새로운 정보에서 기회를 얻으면 창업가는 두 가지 측면에서 판단한다(McMullen & Shepherd, 2006). 첫째는 주의와 제3자적인 관점에서 기회를 보려고 한다. 둘째는 평가하여 그것이 직접적인 기회가 될 것인지를 본다.

첫 번째는 잠재적인 기회가 제3자적인 관점에서 존재한다는 것을 믿었을 때 발생한다. 그것은 모든 사람을 위한 기회는 아니지만, 그것을 필요로 하는 사람에게는 기회가 된다는 의

미이다. 두 번째는 제3자적인 관점의 기회가 창업가에게 직접적인 기회로 될 것인가에 대해 판단하게 된다.

평가와 판단의 측정 항목은 '유망한 새로운 사업 기회를 알아내는 것은 나에게 자연스러움', '이익이 될 만한 기회를 찾는 데 특별한 기민성 또는 민감함을 가짐', '유망한 기회에 대한 직감 또는 육감을 가짐', '이익이 되는 기회인지 이익이 안 되는 기회인지를 구분할 수 있음', '이익이 될 만한 기회에 대해 냄새 맡는 데 특별한 능력이 있음', '높은 가치의 기회와 낮은 가치의 기회를 구분하는 데 타고난 재주가 있음', '사업 기회가 왔을 때 결정하는 데 필요한 정보를 거르거나 가려내는 데 소질이 있음', '다수의 기회를 접했을 때 좋은 것이 무엇인지를 선택하는 능력이 있음' 들이다(김우영 외, 2018).

김우영 외(2018)은 기업가적 기민성에 영향을 주는 요인에 대해 다음과 같이 세 항목으로 나눠 연구하였다. 첫째, 시장, 기술 사전 지식이며, 둘째, 긍정적 태도, 그리고 셋째, 사회적 네트워크이다. 선행연구들로 살펴볼 때 기업가적 기민성이 높은 기업은 의사결정 등의 과정에서 민첩하게 대응하므로 선점 효과를 확보할 가능성이 커지기 때문에 기업가적 기민성은 기업의 경영성과에 영향을 미칠 수 있다고 하였다. 따라서 창업에 있어 기회를 인식하는 역량은 필수적으로 보유하고 있어야 하며 기회 인식에 앞서 기업가적 기민성을 보유해야 한다고 볼 수 있다. 기업가의 기민성이 증가하면 기민성이 있는 기업이 다른 기업보다 새로운 기회를 발전시키기 위한 조처할 가능성이 높다는 사실을 근거로 새로운 벤처 성공으로 이어질 가능성이 있다고 하겠다(Shane & Venkataraman, 2000).

이와 같은 선행연구를 토대로 하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1. 기업가적 기민성은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

- 가설 1-1. 관찰-탐색력은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2. 연합-연결력은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3. 평가-판단력은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

2.2 창업 멘토링

2.2.1 창업 멘토링의 개념

Kram(1983)은 멘토(Mentor)를 조직 내에서 경험이 적고 미숙한 후배 사원과 관계를 맺으면서 그들의 성장과 조직의 성공을 돕는 경험이 많고 유능한 관리자라고 정의하였다. Levinson(1978)은 누군가 진입하려고 하는 분야에 오랜 기간 종사하였고 그 분야에 경험이 풍부한 연장자를 멘토로 정의하였다. 한편 멘토로부터 도움받는 사람을 멘티(Mentee)라고 부르며 이들이 서로 신뢰를 쌓으면서 역량 개발과 경력 개발, 미래 전망 등의 목적으로 의사소통하는 것을 멘토링이라고 한다(Sour & Rasmussen, 2003).

멘토링이란 멘토와 멘티 간의 상호작용으로 멘토가 멘티의

잠재 능력을 발견하고 발전시키기 위한 과정이며, 멘토와 멘티가 일정 기간 신뢰를 쌓으면서 심리적인 안정 및 경력 개발을 목적으로 서로 의사소통하는 관계를 말한다(Kim, 2002).

이러한 학자들의 다양한 정의를 종합하면, 멘토란 멘티들의 역량 개발과 조직 적응을 위해 지원과 격려를 아끼지 않으며 조언과 피드백을 제공하는 사람이다(조장현·박정열, 2017).

창업기업은 사업 경험이 적은 구성원 그리고 사업체계가 미흡한 상태에서 사업을 하는 경우가 대부분이어서 창업자 중 대다수가 창업 초기의 치명적 위험상태 즉, 죽음의 계곡을 넘지 못하는 경우가 많다. 죽음의 계곡이란 창업 준비 상태에 따라 다르게 나타나나 통상 창업 3개월부터 1년 6개월 사이 대다수 창업기업이 경험하는 현상을 말한다(양영석, 2015).

멘토링은 산업사회에 들어서면서 조직관리의 중요한 도구로 활용되어 왔다(조장현·박정열, 2017). 기업과 학교, 군대, 체육계 등의 다양한 분야에서 도입되어 조직의 성과를 향상시키기 위한 연구가 활발히 진행되고 있다. 특히 최근에는 창업지원 프로그램에 멘토링을 접목할 필요성을 인식하고 더욱 적극적으로 적용하고 있는 추세이다(김기홍·김용태, 2014).

창업 멘토링은 사업을 계획하고 성공적으로 운영하는 데 필요한 지식, 기능, 태도 등을 (예비)창업자에게 가이드 및 조언하는 일이라고 정의할 수 있다(목영두·최명길, 2012).

창업 멘토링의 목표는 (예비)창업자에게 창업에 필요한 이론적·실무적 지식과 정보를 제공하고, 이들의 창업 역량 및 창업가 정신을 강화하여 창업 성공률을 높이는 데 있다(박윤희, 2004).

창업지원에 있어 멘토링이 중요한 이유는 콘셉트 지원을 통해 창업의 핵심이 되는 기회 개발 과정을 거칠 뿐 아니라 사업 지원을 통해 창업교육에서 놓치기 쉬운 창업의 후반 단계까지 고려할 수 있도록 지원하기 때문이다(이우진 외, 2018).

따라서 성공적인 창업 준비과정을 지원하는 데 있어 창업 아이디어를 보다 구체화하고, 창업 실행을 위한 실질적인 기반을 지원하는 측면에서 분야별 전문가의 멘토링 과정은 매우 중요하게 인식된다(곽동신·정철호, 2020).

St-Jean(2011)은 멘토의 심리적 기능과 경력 관련 기능 그리고 역할 모델 기능 등이 창업자에게 도움이 된다고 주장하였다. 이를 바탕으로 St-Jean & Mathieu(2015)는 세 가지 멘토의 기능이 창업가의 자기효능감과 업무 만족, 창업 유지에 긍정적 영향을 준다는 것을 실증적으로 확인했다.

선행연구들을 볼 때 창업 멘토링은 창업자들의 기업가정신의 향상과 창업 성공에 도움을 주어 결국 기업의 생존에 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 정리할 수 있다.

2.2.2 창업 멘토링의 기회 인지 영향

김장권(2011)은 창업 초기 기업 멘토링은 주로 사업 기회 포착 및 사업개념 개발과 관련하여 창업보육매니저와 시장전문가의 코칭과 자문을 중심으로 이루어진다고 하였다. 또한 창업보육센터 입주기업의 세부적 지원 서비스는 창업 단계(창업

직전 및 창업 초기), 상업화 단계, 성장단계, 성숙 단계 등 기업의 성장단계별로 나타내고 있으며 분야별로는 기술, 경영, 행정, 자금 4가지로 제공된다고 하였다.

창업진흥원(2011) 자료의 창업보육센터 주요 기능인 입주기업 지원프로그램을 살펴보면 입주기업을 대상으로 기술, 경영, 행정, 자금 등의 지원프로그램을 운영하고 있으며 내용은 다음과 같다.

기술 부문은 기술 개발, 애로기술 지원(전문가 POOL), 기술 이전 및 평가, 디자인 개발 지원, 시험, 검사, 장비 지원, 시제품 제작, 생산공정 관리, 보육닥터 등이다. 경영 부문은 사업 계획서 작성, 타당성 검토, 경영 진단, 사업 진행도 평가, 비즈니스 모델, 전략 수립, 시장조사, 판로, 재무, 세무, 회계, 홍보, 마케팅, 아웃소싱, 해외 판로 지원, 교육지원, 법률자문, 특허지원, 법인 및 공장 설립 지원, 정보 제공 등이다(창업진흥원, 2019).

행정 부문으로는 업무공간 제공 및 관리, 입주 및 졸업기업의 네트워크 지원, 사무장비(팩스, 복사 등) 지원, 공단 입주 등 지자체와의 연계, 회의실, 주차/보안 서비스, 휴게실 제공, 창고/보관 시설, 유료 DB 지원, 전산시스템 지원 등이다. 자금 부문은 투자(IR) 지원, 정부 정책자금 정보 제공, 엔젤클럽 정보 지원, 유관기관 정책 자금 정보 제공 등이다(창업진흥원, 2019).

위의 선행연구를 살펴볼 때 정부의 창업지원 사업에서의 멘토링 프로그램에서 멘티는 멘토로부터 기술, 자금, 경영 등 다양한 분야에 대한 멘토링을 통해 스스로 알지 못했던 정보를 인식하고 결국 더 많은 기회를 인지할 것이다.

기회 인지 프로세스에는 여러 가지 요인들이 영향을 미친다. 이러한 요소들은 개인의 특성과 같은 사전 지식이나 정보, 기업가 기민성, 학습유형, 창의성, 외부적 측면에서 환경 변화, 사회적 네트워크 등이 있다(Shane, 2000; Tang et al., 2012; Ardichvili et al., 2003).

위 영향 요인들의 특징은 기회의 상황에서 개인이 가진 사전 지식과 정보는 선별되어 가능한 기회를 탐색하며 선택할 수 있도록 도움을 주는 요소이다(Ardichvili et al., 2003).

따라서 본 연구에서는 멘토링(자금조달 멘토링, 기술지원 멘토링, 경영지원 멘토링)이 기회 인식에 미치는 영향에 대해 확인함으로써 멘토링과 기회 인식의 관계를 명확히 하고자 한다. 이에 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 제시하였다.

가설 2. 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 자금조달 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 기술지원 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 경영지원 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

2.3 기회인지

2.3.1 기회인지와 경영성과

기회 인지(Opportunity Recognition)란 아이디어 창출, 사업 시작을 위한 문제 발견 및 해결 등의 인지적 사고 과정이다 (Bird, 1988; Ardichvili et al., 2003; Wasdani & Mathew, 2014; Shane & Nicolaou, 2015).

기회 인지란 포괄적인 의미로 자원 또는 역량을 효율적으로 결합해 새로운 가치를 창조하여 시장의 니즈를 충족시키는 경우를 의미한다(문수영·황보운, 2011).

즉 분명하게 드러나지 않은 시장 내의 니즈를 파악하거나 사용되지 않은 자원 또는 역량을 활용한 사업 기회 등을 의미하는 것이다. 창업가는 남이 미처 보지 못하는 미래 트렌드를 읽는 넓은 시야를 가지고 업계의 흐름과 전망을 꿰뚫어 보는 능력을 갖추고 있어야 한다. 따라서 창업가에게는 기회를 포착하고 인지하는 능력이 요구된다. 기회를 포착하는 것이야말로 창업의 가장 기본적인 조건이자, 창업가가 성공하기 위해 반드시 갖춰야 할 중요한 역량 중 하나로 볼 수 있다(문수영·황보운, 2011).

최근 기업가정신 연구에서는 기회 발견과 기회의 활용에 대한 관심이 높아지고 있으며, 기업가가 되기를 원하는 사람들과 가치 있는 기업가적 기회 사이의 연결을 찾고자 한다 (Venkataraman, 1997; Shane & Venkataraman, 2000).

잠재 창업자는 창업 기회의 인지를 시작으로 하여 창업 행동에 이르게 된다(Wang et al., 2013; Wasdani & Mathew, 2014; Shane & Nicolaou, 2015).

기회 발견 프로세스란 모험적인 아이디어의 개발 결정 및 행동(Baron, 2006)으로 정의된다.

또한 유망한 사업기회를 실현하기 위해 자원을 이동하거나 전환하는 것으로서 끊임없이 사업기회를 발견하는 것은 벤처기업의 지속적인 성장을 위해 중요하며, 이러한 기회 추구 과정에 대한 집중은 경영성파로 이어질 수 있다(Venkataraman, 1997). 창업과정은 보통 아이디어의 발견과 활용 요소를 가지고 있는데, 잠재적 창업가는 기회를 발견한 후에 더 높은 기대 가치를 갖는 기회를 활용한다(Shane & Venkataraman, 2000).

본 연구에서는 기회를 인지한 기업가는 그 기회를 추구하고 그러한 노력과 활동의 결과는 경영성파로 이어진다는 선행연구를 바탕으로 기회인지가 기업의 경영성파에 미치는 영향을 연구하기 위하여 다음과 같은 가설을 제시하였다.

가설 3. 기회인지는 경영성파에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1. 기회인지는 재무적 성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2. 기회인지는 비재무적 성과에 영향을 미칠 것이다.

2.3.2 기회인지의 매개적 효과

기회를 인지하는 개념은 기회 인식, 기회 발견, 기회 창출 세 가지로 구분할 수 있다(Sarasvathy et al., 2003).

기회 인지 프로세스에 영향을 미치는 요소들은 개인의 특성과 같은 사전 지식이나 정보, 기업가 기민성, 학습유형, 창의성, 외부적 측면에서 환경 변화, 사회적 네트워크 등이 있다 (Shane, 2000; Tang et al., 2012; Ardichvili et al., 2003).

기업가 기민성은 사업기회의 가능성을 남보다 빠르게 인식하는 기업가의 중요한 능력이다. 창의성과 통찰력은 창업 기회의 발견에 필수적인 역할을 하며, 창의적 사고가 높으면 다양한 사업 아이디어를 개발하고 인식할 수 있다(Ardichvili et al., 2003). 기회 개발과 기회 인식에 영향을 미치는 개인적 특성들은 낙관주의, 위험 감수 성향, 자기 효능감 등이 있다 (Baron, 2006; Ardichvili et al., 2003; George et al., 2016).

Shane(2003)은 ‘창업을 사업 기회의 발견과 발견한 기회를 위해 필요한 다양한 자원을 획득하고 조직화해 나가는 과정’이라고 하였다.

이처럼 창업 프로세스 관점에서 창업의 첫 단계는 창업 기회 인지로부터 시작된다(최민정·박재환, 2017).

김량형·김응규(2019)는 창업 초기의 단계에서 창업 기회 인식과 발견은 새로운 가치 창출의 근본 원천으로 창업의 전 과정 중에서 가장 핵심적 부분이라고 하였다.

매개변수는 종속변수에 영향을 주는 독립변수 이외의 변수로서 독립변수와 종속변수 사이의 관계를 연결한다. 매개변수로서 기회 인식의 효과를 연구하는 것은 기업가적 기민성과 기업의 경영성파와의 관계를 분명히 규정하기 위해서 필수적이라 할 수 있다.

기회 인지(Opportunity Recognition)의 매개효과 검증은 강재학·양동우(2016) 연구에서 대학생의 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향 관계에서 기회인지의 매개적 효과를 규명하는 가운데 기회인지가 통계적으로 유의미한 매개변수로 나타난 바 있다. 하지만 기회인지의 매개변수를 기업성과와의 관계에서 그 효과를 다룬 연구는 많지 않은 것이 현실이다.

본 연구에서는 기회인지라는 매개변수에 대하여 확인함으로써 기업가적 기민성과 기업의 경영성파와의 관계를 규명하고자 다음의 가설을 제시한다.

가설 4. 기회인지는 기업가적 기민성과 경영성파와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-1. 기회인지는 관찰-탐색력과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-2. 기회인지는 연합-연결력과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-3. 기회인지는 평가-판단력과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 4.4. 기회인지는 관찰-탐색력과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 4.5. 기회인지는 연합-연결력과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 4.6. 기회인지는 평가-판단력과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

2.4 기업의 경영성과

경영성과는 기업조직의 목표 달성, 기업이 필요로 하는 생존능력, 인적 자원 개발과 조직 구성원의 욕구를 충족시킬 수 있는 기업의 수익성 또는 생산성 등으로 다양하게 정의되고 있다(김범중, 1990).

Mintzberg(1990)는 경영성과를 기업조직의 구성원 또는 직원이 설정된 목표를 달성하기 위해 계획을 수립하고 기업조직이 현재 보유하고 있는 역량과 자원을 동원하여 업무를 계획에 따라 효과적으로 수행하며 관리한 결과로 나타나는 산출물들의 집합으로 볼 수 있다고 하였다.

일반적으로 창업기업의 경영성과는 재무적 성과와 비재무적 성과로 분류한다. 매출액, 영업이익, 당기순이익, 투자수익률 등 재무적 측정치는 창업기업의 전반적인 경영성과를 종합적으로 표현한다는 장점이 있다. 이런 측면에서 그동안 선행연구에서는 영업이익의 개선 정도와 제조원가 절감, 그리고 매출 증가율, 시장점유율, 매출액과 이익률 또 자본이익률을 활용해 창업기업의 경영성과를 분석했다(강병오·김진수, 2010; 유승욱 2019).

기업의 단기성과 측정으로 사용되고 있는 재무적 성과 지표는 수익성으로 표시되며, 수익성은 기업체의 최종적인 성과를 평가하는 가장 중요한 기준이 되고, 전통적인 성과 측정으로서 기업의 이익 달성에 얼마나 기여했는가를 나타내는 측정 지표이다(윤형석 외, 2013).

이수태(2006)는 기업의 성과 측정은 기업이 역동적으로 변화하는 환경에서 재무적 측면뿐만 아니라 비재무적 측정지표들을 포함한 측정이 이루어져야 한다고 주장하였다.

이에 대해 McNair et al.(1990)은 경영성과가 단편적인 하나의 척도에 의해 측정되는 재무적 성과 측정 시스템에 대하여 부정적 견해를 보이며, 비재무적 성과 측정의 필요성을 강조하였다.

또한 재무적 성과는 과거 지향적이며 단기적 예측이라는 특성을 가지고 있어 성과 측정지표로서 의미가 많이 퇴색되고 있고(윤형보, 2015), 기업들이 재무적 상태의 공개를 꺼리는 경향이 있고, 특히 창업기업은 상장, 감사 이력이 없어 대외적으로 공시된 데이터가 제한적이다(안승구, 2016).

안승구(2016)는 성공단계를 2~3단계의 연속적 형태로 표현할 수 있으며, 벤처기업의 성공 또한 객관적 성공 항목과 주관적 성공 항목 등으로 표현할 수 있다고 하였다. 즉 재무적 측면에서의 성공 외에도 사회적인 기여도, 종업원 수의 증가 및 기업 과정 등의 비재무적 측면에서의 성공이 측정 가능하

다고 주장했다. 실제 창업초기기업의 성과를 재무적 성공과 비재무적 성공의 2가지 형태로 측정하였는데, 매출액과 자기 자본 수익률 같은 계량적 성과와 함께 종업원 만족도, 기대 목표의 달성 정도 및 외부 자본 조달 능력과 같은 주관적인 성공을 지표로 측정하였고, 그 평균치로 기업의 성공을 실증적으로 측정해내기도 했다.

2.4.1 멘토링과 기회인지와 경영성과

방혜민·전인오(2015)는 창업 초기 단계에서는 멘토 역량과 멘토링 기능이 창업자의 성과를 이끌어내는 데 중요한 역할을 한다고 하였다.

박용호·김용태(2014)는 예비 창업자를 대상으로 한 효과적인 창업교육 수단으로 창업 멘토링에 대한 연구를 진행하였으며 초기 창업자의 안정적인 성장을 지원할 수 있는 중요한 구성 요소로서 평가받을 수 있을 것이라고 주장하였다.

국내 선행연구를 살펴보면 예비창업의 단계에서부터 창업 이후까지 단계별로 멘토링이 지원되는 것을 알 수 있다. 이는 예비창업 단계에서도 멘토링을 통해 새로운 기회를 찾거나 멘토링을 통해 시장을 이해하고 경쟁사를 분석하는 등의 과정에서 기존의 아이템 피버팅(Pivoting) 등을 통해 시장에서의 경쟁력을 확보할 수 있는 기회를 찾아낼 가능성이 크다고 볼 수 있다.

따라서 창업 멘토링은 피버팅 과정을 통하여 초기 창업자로 하여금 새로운 기회를 확보하여 기업의 경영성과로 이어줄 수 있도록 하는 핵심적인 내용이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 멘토링과 기업의 경영성과와의 관계에서 기회인지의 매개적 영향에 대하여 탐색적으로 확인하기 하기 위하여 다음과 같은 가설을 제시하였다.

가설 5. 기회인지는 멘토링과 경영성과의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 5-1. 기회인지는 경영지원 멘토링과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 5-2. 기회인지는 기술지원 멘토링과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 5-3. 기회인지는 자금조달 멘토링과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 5-4. 기회인지는 경영지원 멘토링과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 5-5. 기회인지는 기술지원 멘토링과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 5-6. 기회인지는 자금조달 멘토링과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

2.4.2 멘토링 횟수와 기회인지와 경영성과

창업진흥원(2019)의 ‘지역 창업생태계 활성화 관련 분석 모델 지표 개발 및 지역 창업 인프라 구축·운영 사업의 성과 지표연구’ 내용을 살펴보면 창조경제혁신센터의 KPI 구성(안)에 ‘창업 관련 사회적 네트워크 증대를 목적으로 진행되는 행사 및 전문가 멘토링 수를 측정함’의 항목이 포함되어 있다. 또한 국내 및 해외 창업인프라 성과 지표 통합 및 단계별 구분(1차)에도 기관 및 프로그램 평가 항목에 멘토링의 횟수가 항목에 포함되어 있다. 특히 중소벤처기업부(2019)의 ‘창업교육 멘토링 실태조사’에 따르면 일반적인 투자 지원이나 사업 지원, 교육 지원 방식에서 벗어나 단계별 맞춤형 창업 교육이나 멘토링 활동 등을 통해 실제적인 도움을 줄 수 있는 방안

에 대한 고려가 이루어지고 있다. 현재 창업지원 사업마다 멘토링은 횟수와 시간이 각각 다르게 운영되고 있으며, 창업 아이디어 구체화까지 걸리는 멘토링 횟수는 5회 이상이 56.97%로 높게 나타났으며 뒤를 이어 3회가 19.12%로 나타났다는 조사 내용을 확인할 수 있다(중소벤처기업부, 2019). 아울러 초기 단계부터 멘토링과 멘토링의 횟수가 평가 항목으로 측정되고 있다는 것을 알 수 있으며, 예비창업의 단계에서도 아이디어의 구체화를 위해서는 적절한 멘토링의 횟수가 제공되어야 함을 보여준다고 할 수 있다.

이러한 멘토링을 통해 창업기업의 아이템 콘셉트가 명확해져야만 창업기업의 제품과 서비스를 시장에서 전달할 수 있게 될 것이고 결국 창업기업의 경영성과와도 연결될 수 있을 것이다. 따라서 멘토링의 횟수는 창업기업의 기회인지와 경영성과에 매우 중요한 요소라고 볼 수 있으며 멘토링의 횟수에 따른 기업의 경영성과에 대한 연구가 필요하다고 할 수 있다.

이러한 관련 연구를 토대로 창업지원 프로그램에 선정된 창업자들에게 제공되는 멘토링이 기업의 경영성과에 미치는 영향을 검증한 이후 멘토링의 횟수가 늘어날수록 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구를 탐색적으로 하고자 한다.

또한 멘토링 횟수와 기업의 경영성과와의 관계에서 기회인지의 매개적 효과를 확인하기 위하여 다음과 같은 가설을 제시하였다.

가설 6. 멘토링 횟수는 기회인지에 영향을 미칠 것이다.

가설 7. 기회인지는 멘토링 횟수와 경영성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 7-1. 기회인지는 멘토링 횟수와 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

가설 7-2. 기회인지는 멘토링 횟수와 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.

III. 연구 방법

3.1 연구의 모형

최근 기업가정신 관련 연구에서 그 핵심은 기회 인지 영향 요인이며 그중에서 가장 주목받고 있는 요인은 바로 기업가적 기민성이다. 기업가적 기민성은 기회의 인식과 활용에 영향을 끼치는 핵심적인 사전 요소로 고려되고 있다(Ardichvili et al., 2003; Kirzner, 1979; Mitchell et al., 2007; Tang et al., 2012). 또한 창업기업은 사업의 경험이 적은 구성원과 사업의 체계가 미흡한 상태에서 사업을 진행하는 경우가 대부분이어서 대다수 창업자들이 창업 실패의 위험을 넘지 못한다. 국내 창업의 주요 실패 원인으로는 짧은 창업 준비 기간, 신뢰할 만한 정보 및 지원기관의 활용 미비가 지적되었으며, 이에 대한 근본적인 해결 방안으로 전문적이고 체계적인 창업지원 시스템 구축의 필요성이 대두되며 창업 멘토링의 필요성 또한 논의하고 있다(창조가디언스, 2016). 창업 초기 단계에서 창업자의 성과를 이끌어 내는데 멘토의 역량과 멘토링 기능이 중요한 역할을 한다(방혜민·전인오, 2015).

국내 창업인프라의 많은 비중을 차지하고 있는 창업보육센터는 입주기업을 대상으로 기술·경영·행정·자금 등의 지원 프로그램을 운영하고 있다(창업진흥원, 2019).

멘토링의 주요 내용으로 기술 부문은 기술 개발, 애로기술 지원(전문가 POOL), 기술이전 및 평가 등이며, 경영 부문은 사업 계획서 작성, 타당성 검토, 경영 진단, 사업 진행도 평가 등이다. 행정 부문으로는 업무공간 제공 및 관리, 입주 및 졸업기업의 네트워크 지원 등이며, 자금 부문은 투자(IR) 지원, 정부 정책자금 정보제공, 엔젤클럽 정보 지원 등이다(창업진흥원, 2019).

이러한 멘토링을 통해 예비창업단계에서는 새로운 기회를 찾거나 시장을 이해하고 경쟁사를 분석하는 등의 과정에서 기존의 아이템 피버팅(Pivoting) 등을 통해 시장에서의 경쟁력을 확보할 기회를 찾을 가능성이 크다. 즉 창업 멘토링은 초기 창업자로 하여금 새로운 기회를 확보하여 기업의 경영성과로 이어줄 수 있도록 하는 핵심 역할이라고 볼 수 있다.

중소벤처기업부(2019)에 따르면 국내 및 해외 창업인프라 성과지표 통합 및 단계별 구분(1차) 부분의 단기(Input) KPI의 요인으로 ‘멘토링의 수’가 제시되고 있으며, 현재 진행 중인 정부 창업지원 사업은 사업별로 멘토링 횟수와 시간이 각각 다르게 운영되고 있다.

선행연구를 살펴보면 예비창업의 단계에서도 아이디어의 구체화를 위해서는 적절한 멘토링의 횟수가 제공되어야 하고, 이러한 멘토링을 통해 창업기업의 아이템 콘셉트가 명확해져야만 창업기업의 제품과 서비스는 시장에서 고객이 원하는 가치를 전달하여 결국 창업기업의 경영성과도 높일 수 있다.

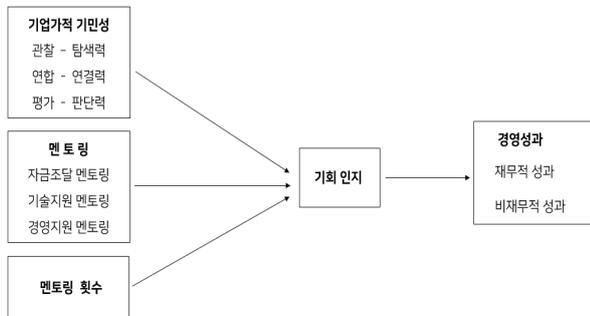
따라서 멘토링의 횟수는 창업기업의 기회인지와 경영성과에 매우 중요한 요소라고 볼 수 있다.

창업과정에서 기회 발견이란 다양한 창업활동을 위한 노력 및 미래 계획에의 초점을 의미하며 기회 발견 프로세스란 모험적인 아이디어의 개발 결정 및 행동(Baron, 2006)으로 정의되고, 이러한 기회 추구 과정 그 자체에 대한 집중은 경영성과로 이어질 수 있다(Venkataraman, 1997).

따라서 본 연구에서는 창업자의 기업가적 기민성, 그리고 정부 창업지원 사업의 멘토링과 멘토링 횟수가 창업자로 하여금 기회를 인식하고 이것이 기업의 경영성과로 이어지는 과정을 분석하고자 한다.

이를 위해 선행연구를 바탕으로 독립변수는 기업가적 기민성(관찰-탐색력, 연합-연결력, 평가-판단력), 멘토링(자금조달 멘토링, 기술지원 멘토링, 경영지원 멘토링)과 멘토링 횟수를 사용하였고, 매개변수는 기회인지를 사용하였다. 종속변수는 기업의 경영성과(재무적 성과, 비재무적 성과)를 사용하였다.

이 연구를 위하여 연구 모형을 다음과 같이 도식화하였다.



<그림 1> 연구 모형

3.2 변수의 조작적 정의

3.2.1 기업가적 기민성

사업기회는 발견되는 것이며 기업가적 기민성은 기회를 인식하는 능력이라는 점에서 성공적인 창업과 밀접한 관련이 있고 창업가의 필수 능력으로 여겨진다(Kirzner 1973, 1979).

기업가적 기민성의 측정 항목은 Tang et al.(2012)이 제시했던 관찰과 탐색(Scanning & Search)능력, 연합과 연결(Association & Connection)능력, 평가와 판단(Evaluation & Judgement)능력으로 하였으며 <표 1>과 같이 구성하였다. 설문은 총 15개의 항목으로 구성하였으며 ‘매우 그렇다’, ‘그렇다’, ‘보통이다’, ‘그렇지 않다’, ‘전혀 그렇지 않다’로 5점 리커트 척도로 구성하였다.

선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 기회인지에 대한 측정지표를 <표 1> 과 같이 구성하였다.

<표 1> 기업가적 기민성에 대한 조사항목

변수	범주	문항
기업가적 기민성	관찰-탐색 능력	새로운 정보를 얻기 위하여 다른 사람들과 자주 교류한다.
		정보를 찾을 때 새로운 사업 아이디어를 찾기 위해 항상 주의를 기울인다.
		새로운 정보를 얻기 위해 정기적으로 업계 관련 뉴스, 매거진 또는 업계 관련 간행물을 읽는다.
		매일 인터넷을 검색한다.
		열심히 정보를 찾는 사람이다.
	연합-연결 능력	종종 다양한 정보들 간의 독창적인 연결고리를 만들고 새로운 관련성을 감지한다.
		겉보기에는 관계없는 정보 간의 연관성을 찾아낸다.
		이전에 관련 없던 분야 간의 연관성을 자주 찾아낸다.
		새로운 아이디어가 번뜩 생각나서 소비자 문제를 해결하는 일이 종종 있다.
		다른 사람과 어떤 상황을 보는 데 있어 차이가 있음을 종종 느낀다.
	평가-판단 능력	사업기회가 왔을 때 결정하는데 필요한 정보를 잘 가려낸다.
		이익이 될 만한 기회를 찾는데 민감함을 가졌다.
		낮은 가치보다 상대적으로 높은 가치를 가진 기회들을 잘 판단한다.
		여러 기회들에 직면했을 때 나는 더 좋은 것을 선택할 수 있다.
		이익이 되는 기회인지 이익이 되지 않는 기회인지 구분할 수 있다.

출처 : Tanget al.(2012), 김우영 외(2018), 박혜영(2018)

3.2.2 기회인지

기회 활용이란 창업가들이 자원을 획득함으로써 시장에 진입하거나 아이디어를 실행하는 과정 및 환경의 변화에 따라 발생하는 기회를 인식하고 포착하여 효과적으로 대처하는 전략적 노력 또는 새로운 아이디어를 실행하는 의사결정과 목표 지향을 위한 창업가의 노력과 열정(Shane & Venkataraman, 2000)을 의미한다.

본 연구에서는 Shane & Venkataraman(2000)의 연구를 기반으로 기회인지에 대한 측정지표를 <표 2> 와 같이 구성하였다.

<표 2> 기회인지 조사항목

변수	문항
기회 인지	새로운 창업 기회를 인식하는데 남다른 센스가 있다.
	경험이 없는 분야에서도 잠재적인 창업 기회를 인식할 수 있다.
	잠재적인 사업기회에 대해 직감을 가지고 있다.
	창업 기회가 있으면 이를 충분히 인식하고 이용할 수 있다.
	수익성이 있는 사업기회를 감지하는 비상한 능력을 가지고 있다.

Shane & Venkataraman(2000)

3.2.3 경영성과

일반적으로 기업들의 재무적 성과는 단기적 성과와 연관된 개념으로 사용되고 있으며, 비재무적 경영성과는 장기적 성과와 연관된 개념으로 사용되고 있다(Govindarajan, 1984).

재무적 성과로서 영업이익, 투자수익률 등의 재무적 측정치는 기업의 전반적인 성과를 종합적으로 표현한다는 장점이 있다. 이로 인해 기존 선행연구에서는 영업이익의 개선 정도, 제조원가 절감, 매출 증가율, 시장점유율과 수익성인 매출액 이익률과 자본이익률을 활용하여 창업기업의 경영성과를 분석하였다(강병오·김진수, 2010; 유승욱, 2019).

경영성과를 계획과 통제라고 하는 경영의 측면에서 보면 재무적 측정치만으로는 충분하지 않고 경우에 따라서 역기능을 초래하기도 한다. 따라서 효율적인 내부적인 업무 프로세스의 운영과 효과적인 전략적 목표의 달성을 위해서는 과업이 수행되는 과정을 적절히 평가할 수 있는 성과측정치의 도입이 요구된다. 이러한 측정치는 반드시 재무적인 필요는 없으며 비재무적인 측정치라도 의도하는 바를 적합하게 측정 보고할 수만 있으면 될 것이다(원종하, 2016).

박혜영(2018)은 비재무적 성과지표로 종업원 증가율(employee growth rate)과 시장점유율을 측정지표로 하였다.

본 연구에서는 이상의 선행연구를 기반으로 경영성과의 측정지표를 <표 3>과 같이 구성하였다. 설문 항목은 총 5개로 구성하였으며 ‘매우 그렇다’, ‘그렇다’, ‘보통이다’, ‘그렇지 않다’, ‘전혀 그렇지 않다’로 5점 리커트 척도로 구성하였다.

<표 3> 경영성과 조사항목

중속 변수	하위 변수	세부 항목	문항
경영 성과	재무적 성과	효율성	지난1~3년간 평균 투자 수익률
		성장	지난1~3년간 매출액 증가율
		이익	지난1~3년간 순이익 증가율
	비재무적 성과	종업원증가율	지난1~3년간 종업원의 수 증가율
		시장점유율	지난1~3년간 시장점유율의 증가율

출처 : Govindarajan(1984), 강병오·김진수(2010), 박혜영(2018), 유승욱(2019)

3.2.4 멘토링

창업 멘토링은 사업을 계획하고 성공적으로 운영하는 데 필요한 지식, 기능, 태도 등을 예비창업자에게 가이드 및 조언하는 일이다(목영두·최명길, 2012).

김양민·김승주(2013)의 연구는 미국의 스타트업의 창업가들을 대상으로 연구한 PSED II(Panel Study of Entrepreneurial Dynamics II) 자료를 기초하여 창업 초기 단계에서의 멘토링은 스타트업의 생존에 중요한 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다.

국내 창업 보육사업의 핵심인 창업보육센터에서 입주기업에 대한 세부적 지원 서비스를 창업 단계(창업직전 및 창업 초기), 상업화 단계, 성장 단계, 성숙 단계 등 기업의 성장단계별로 나타내고 있으며 분야별로는 기술, 경영, 행정, 자금 4가지로 제공된다. 이와 같은 지원 서비스를 하는 지원기관별에

는 중소벤처기업부, 특허청, 중소벤처기업진흥공단, 창업진흥원, 지방자치단체 등이 있다(김장권, 2011). 이러한 지원 서비스는 입주기업의 매출과 고용, 투자유치 등 경영성과로의 연결고리 역할을 하고 있다(신교성 외, 2017).

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 기업의 단계별로 제공되는 세부적인 지원 내용을 기술지원 멘토링, 경영지원 멘토링, 자금조달 멘토링으로 구분하여 측정지표를 <표 4>와 같이 구성하였다. 설문 항목은 총 12개로 구성하였으며 5점 리커트 척도로 답변을 구성하였다.

<표 4> 멘토링 조사항목

변수	범주	문항
멘토링 내용	자금조달	자금조달(투자유치, IR활동, 관련분야 인적네트워킹)은 창업과정에 필요하다고 생각한다
		자금조달(투자유치, IR활동, 관련분야 인적 네트워킹) 멘토링은 전반적으로 도움이 되었다
		자금조달(투자유치, IR활동, 관련분야 인적 네트워킹) 멘토링은 의사결정에 도움이 되었다
		앞으로도 자금조달(투자유치, IR활동, 관련분야 인적 네트워킹) 멘토링을 받기를 희망한다
	기술지원	기술지원(R&D, 신제품개발, 제품/서비스개선 등)은 창업과정에 필요하다고 생각한다
		기술지원(R&D, 신제품개발, 제품/서비스개선 등) 멘토링은 전반적으로 도움이 되었다
		기술지원(R&D, 신제품개발, 제품/서비스개선 등) 멘토링은 의사결정에 도움이 되었다
		앞으로도 기술지원(R&D, 신제품개발 등)멘토링을 받기를 희망한다
	경영지원	경영지원(법무, 세무, 회계, 지식재산권 등)은 창업과정에 필요하다고 생각한다
		경영지원(법무, 세무, 회계, 지식재산권 등) 멘토링은 전반적으로 도움이 되었다
		경영지원(법무, 세무, 회계, 지식재산권 등) 멘토링은 의사결정에 도움이 되었다
		앞으로도 경영지원(법무, 세무, 회계, 지식재산권 등) 멘토링을 받기를 희망한다

자료 : www.bizinfo.go.kr, 김장권(2011)

이상의 조작적 정의와 설문 항목을 정리해 보면 본 연구의 가설검증을 위한 설문 항목은 <표 5>와 같다.

<표 5> 설문 항목

변수	문항	문항
기업가적 기민성	관찰-탐색력	5문항
	연함-연결력	5문항
	평가판단력	5문항
기회 인지	기회인지	5문항
멘토링	자금조달	4문항
	기술지원	4문항
	경영지원	4문항
경영성과	재무적 성과/ 비재무적 성과	4문항
멘토링 횟수	멘토링 횟수	1문항
인구 통계학적 변수	성별/나이/업력/소재지/업종/학력	6문항

3.3 조사분석방법

본 연구에 활용되는 자료는 실증분석을 위한 것이며 2020년 07월 27일부터 08월 24일까지 정부 창업지원 사업을 현재 받고 있거나 과거에 받았던 예비창업자부터 업력 7년미만의 창업기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 총 221명에게 설문조사했고, 불성실 응답자 4부는 제외하여 최종 217개의 설문을 본 연구의 자료로 활용하여 SPSS 23.0 프로그램을 이용한 수집 자료 분석을 실시하였다. 변수들 사이의 상관관계를 보기 위하여 Pearson 상관분석과 다중선형회귀분석을 실시하였고, 주성분분석과 Varimax 회전방식에 의한 탐색적 요인분석을 실시하고, 설문항목의 신뢰도분석은 Cronbach's α test를 통해 타당성 및 신뢰성을 검증하였다. 또한 매개 효과 검증을 위하여 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개 검증을 사용하여 매개효과 검증을 실행하였다.

IV. 실증분석 결과

4.1 표본의 특성

표본의 일반·인구학적 특성을 살펴보고자 분석 시 사용되었던 최종 설문지 217부에 관하여 빈도 분석을 시행하였고, 결과는 다음 <표 6>과 같다.

<표 6> 연구 대상자의 일반적 특성에 대한 빈도 분석 (결측값 제외)

변수	항목	빈도	%
성별	남자	152	70.0
	여자	65	30.0
나이	20대	22	10.1
	30대	111	51.1
	40대	62	28.6
	50대	21	9.7
	60대 이상	1	0.5
설립 연수	1년 이내 (예비포함)	16	7.4
	1년 이상~ 3년 이내	151	69.6
	3년 이상~ 7년 이내	50	23.0
멘토링 횟수	없음	2	0.9
	1회	19	8.8
	2회	19	8.8
	3회	40	18.4
	4회	32	14.7
	5회 이상	105	48.4
소재지	서울	98	45.2
	경기/인천	76	35.0
	강원	8	3.7
	충청	31	14.3
	전라	2	0.9
	제주	2	0.9
업종	ICT서비스	73	33.6
	ICT제조	33	15.2

	일반제조	17	7.8
	문화콘텐츠	42	19.4
	바이오	3	1.4
	유통	19	8.8
	서비스	30	13.8
학력	고졸	3	1.4
	전문대졸	57	26.3
	학사졸	98	45.1
	석사	53	24.4
	박사	6	2.8

먼저 성별을 살펴보면, 남자는 152명으로 70.0%, 여자는 65명으로 30.0%로 나타났다. 연령대는 30대가 111명으로 가장 높은 51.2%를 차지했으며 40대가 62명으로 28.6%를 차지했다. 다음으로 20대가 22명으로 10.1%, 50대는 21명으로 9.7%, 60대 이상은 1명으로 0.5%를 차지한 것으로 나타났다.

설립연도를 살펴보면, 1년 이상~3년 이내가 151명으로 69.6%, 3년 이상~5년 이내가 50명으로 23.0%, 창업 1년 이내 (예비 포함)가 16명으로 7.4%로 나타났다.

멘토링 횟수를 살펴보면, 5회 이상이 105명인 48.4%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 3회가 18.4%로 40명, 4회는 14.7%로 32명, 1회와 2회는 8.8%로 19명으로 같은 비율을 차지했다. '없음'은 0.9%로 2명으로 나타났다.

소재지를 살펴보면, 서울은 98명으로 45.2%, 경기/인천은 76명으로 35.0%, 충청은 31명으로 14.3%, 강원은 8명으로 3.7%, 전라와 제주는 각각 2명으로 0.9%로 나타났다. 업종을 살펴보면, ICT서비스가 가장 많은 73명으로 33.6%였으며, 문화콘텐츠는 42명 19.4%, ICT 제조 33명 15.2%, 서비스 30명 13.8%, 유통은 19명으로 8.8%, 일반제조는 17명으로 7.8%, 바이오는 3명 1.4%로 나타났다.

학력을 살펴보면, 대졸 98명으로 45.2%, 전문대졸 57명 26.3%, 석사는 53명으로 24.4%, 박사 6명 2.8%, 고졸은 3명 1.4%로 나타났다.

4.2 측정모형의 타당성, 신뢰성 분석

요인들 간의 다중공선성 문제를 방지하기 위해 직교회전 방법인 베리맥스 회전을 이용하여 요인 회전, 그리고 KMO와 Bartlett의 구형성 검증을 시행하였다.

<표 7>, <표 8>, <표 9>, <표 10> 는 각각 기업가적 기민성, 기회인지, 멘토링, 경영성과에 대한 요인분석 결과이다. 네 개의 요인들에 대한 KMO 결과값이 0.5보다 크고, Bartlett의 p-value가 5% 미만들이므로 요인분석에 적절함을 나타낸다.

<표 7> 기업가적 기민성에 대한 요인분석 결과

항목	요인명			Cronbach's Alpha
	탐색	평가	연합	
관찰-탐색력 3	.794	.215	.233	.888
관찰-탐색력 2	.784	.259	.169	
관찰-탐색력 4	.767	.068	.302	
관찰-탐색력 1	.757	.329	.049	
관찰-탐색력 5	.737	.230	.333	
평가-판단력13	.267	.797	.178	.837
평가-판단력14	.279	.783	.177	
평가-판단력12	.182	.772	.281	
평가-판단력15	.182	.761	.296	
연합-연결력 8	.147	.211	.837	
연합-연결력 7	.325	.128	.750	.843
연합-연결력 9	.174	.384	.641	
연합-연결력10	.232	.454	.592	
연합-연결력 6	.475	.252	.535	
아이겐값	3.600	3.181	2.825	
설명 변량	25.713	22.721	20.182	
누적 변량	25.713	48.434	68.616	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy=.904 Bartlett's Test of Sphericity. Chi-Square X2=1782.920(df=91, p<0.01)**				

*p<0.05, **p<0.01 Harman's single factor test= 동일방법편의 없음.

<표 8> 기회인지에 대한 요인분석 결과

각항목	요인:기회인지	Cronbach's Alpha
기회인지3	.887	.906
기회인지2	.867	
기회인지1	.860	
기회인지5	.854	
기회인지4	.798	
아이겐값	3.976	
설명 변량	28.402	
누적 변량	28.402	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy=.845 Bartlett's Test of Sphericity. Chi-Square X2=714.775(df=10, p<0.01)**		

*p<0.05, **p<0.01

<표 9> 멘토링에 대한 요인분석 결과

항목	요인명			Cronbach's Alpha
	경영지원	기술지원	자금조달	
경영지원9	.775	.250	.289	.911
경영지원10	.767	.403	.264	
경영지원12	.757	.418	.224	
경영지원11	.739	.418	.253	
기술지원7	.377	.790	.257	.899
기술지원6	.338	.780	.263	
기술지원8	.374	.776	.233	
자금조달2	.176	.420	.816	.844
자금조달1	.506	.055	.741	
자금조달3	.278	.531	.657	
아이겐값	3.068	2.871	2.105	
설명 변량	30.679	28.711	21.050	
누적 변량	30.679	59.390	80.440	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy=.916 Bartlett's Test of Sphericity. Chi-Square X2=1710.376(df=45, p<0.01)**				

*p<0.05, **p<0.01 Harman's single factor test= 동일방법편의 없음

<표 10> 경영성과에 대한 요인분석 결과

각항목	요인		Cronbach's Alpha
	재무적 성과	비재무적 성과	
재무적 성과1	.906	.268	.933
재무적 성과2	.882	.371	
재무적 성과3	.826	.411	
비재무적 성과5	.351	.934	1.000
아이겐값	2.404	1.251	
설명 변량	60.111	31.268	
누적 변량	60.111	91.379	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy=.825 Bartlett's Test of Sphericity. Chi-Square X2=684.113(df=6, p<0.01)**			

*p<0.05, **p<0.01

<표 11>는 독립변수와 종속변수, 매개변수들의 기술 통계량을 나타낸다.

<표 11> 기술 통계분석 결과

	N	최소값	최대값	평균값	표준 편차	왜도	첨도
관찰-탐색력	217	2	5	4.29	.623	-1.101	1.666
연합-연결력	217	2	5	4.13	.618	-.917	.881
평가-판단력	217	2	5	4.22	.685	-1.004	1.115
기회인지	217	1	5	4.01	.720	-1.208	1.594
자금조달	217	2	5	4.25	.648	-.808	.359
기술지원	217	1	5	4.20	.776	-1.120	1.083
경영지원	217	2	5	4.21	.719	-1.205	1.695
재무적 성과	217	1	5	3.87	.877	-1.057	1.419
비재무적 성과	217	1	5	3.88	1.022	-.719	-.032

<표 12> 상관관계분석 결과

구 분	관찰-탐색력	연합-연결력	평가-판단력	기회인지	지금조달	기술지원	경영지원	재무적 성과
관찰-탐색력	1							
연합-연결력	.633**	1						
평가-판단력	.558**	.650**	1					
기회인지	.712**	.603**	.697**	1				
지금조달	.588**	.458**	.553**	.592**	1			
기술지원	.566**	.506**	.635**	.616**	.706**	1		
경영지원	.647**	.566**	.598**	.598**	.720**	.762**	1	
재무적 성과	.653**	.601**	.643**	.711**	.574**	.669**	.612**	1
비재무적 성과	.594**	.508**	.613**	.642**	.509**	.514**	.532**	.672**

<표 12>는 변수들의 상관관계에 대해 분석하기 위하여 Pearson 상관분석을 사용하여 나타난 결과이다.

4.3 연구가설 검증

본 연구의 가설 중에서 변수 가설의 검증을 살펴보기 위하여 양적 자료의 변화를 가지고 다른 양적자료의 변화량을 분석하고 예측하는 방법인 다중회귀분석(Multiple Linear Regression Analysis)을 실시하였다.

4.3.1 기업가적 기민성과 기회인지에 대한 가설 검증

관찰-탐색력, 평가-판단력 그리고 연합-연결력이 기회인지에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하여 <표 13>과 같이 나타났다.

<표 13> 기업가적 기민성 하위요인의 기회인지 영향 분석 결과

기회인지									
독립변수	B	SE	Beta	t	p	VIF	DW	R ²	F
(상수)	-.296	.230		-1.289	.199		1.985	.638	125.055** (.000)
관찰-탐색력	.520	.064	.449	8.171	.000**	1.780			
연합-연결력	.058	.070	.049	.823	.412	2.120			
평가판단력	.435	.059	.414	7.383	.000**	1.846			

*p<0.05, **p<0.01 adj R²=.633

모형 F 값이 125.055로 통계적으로 유의한 회귀 모형이라고 할 수 있다. adjR²은 63.3%로 매우 높은 설명력을 나타낸다. 다중공선성(Variation Inflation Factor)은 VIF가 10이하이므로 다중공선성의 문제가 없다고 할 수 있다. Durbin-Watson의 결과는 수치가 2에 가깝게 나왔으므로 자기상관이 없으며 잔차의 독립성 조건이 만족된다.

먼저 관찰-탐색력은 t 값이 8.171이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다.

연합-연결력은 유의확률이 0.412이므로 통계적으로 유의하지 않음을 나타낸다. 평가-판단력은 t 값이 7.383이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 목승철(2020)의 연구에서는 기업가적 기민성의 모든 하위요인인 탐색 및 검색, 연계 및 연결, 판단 및 평가는 모두 기회인지에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구 결과가 목승철(2020)의 연구 결과와 다르게 나온 이유는 목승철(2020)의 연구 대상은 일반 창업기업을 대상으로 진행된 연구였고, 본 연구는 정부의 창업지원 사업에 선정된 창업기업을 대상으로 한 연구로서 대상자의 특징이 다소 다르다는 것을 해석해 볼 수 있다.

연합-연결력에 해당하는 항목들은 ‘이질적인 것들에 대해 기민하게 연상하고 연계하는 것’, ‘다양한 정보 간의 독창적인 연결고리를 만들어 새로운 관련성을 감지하는 것’, ‘겉보기에는 관계없는 정보 간의 연관성을 찾아내는 것’, ‘이전에 관련 없던 분야 간의 연관성을 자주 찾아내는 것’ 등과 같은 내용이다.

본 연구에서 이 부분에 해당하는 가설이 기각된 이유는 창업기업이 정부 지원 사업에 선정되면 멘토나 해당 사업 담당자들 등으로부터 많은 정보를 얻을 수 있게 된다. 본 연구자를 포함한 창업 멘토들 또한 창업기업을 멘토링 할 때 창업자에게 필요한 정보를 최대한 많이 전달하여 창업자가 더 많은 기회를 잡을 수 있도록 돕고 있다. 결국 멘토나 지원기관 담당자가 연합-연결의 역할을 해주는 것이라 해석할 수 있다.

4.3.2 멘토링과 기회인지에 대한 가설검정

지금조달 멘토링, 기술지원 멘토링, 경영지원 멘토링이 기회인지에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. <표 14>와 같이 모형 F 값이 55.488로 통계적으로 유의한 회귀모형이라고 할 수 있다. adjR²은 43.3%로 설명력이 높은 것으로 나타났다. VIF는 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다. Durbin-Watson의 결과는 그 수치가 2에 가까움으로 자기상관이 없어 잔차의 독립성 조건이 만족된다.

<표 14> 멘토링 하위요인의 기회인지 영향에 대한 회귀분석결과

기회인지									
독립변수	B	SE	Beta	t	p	VIF	DW	R ²	F
(상수)	.908	.252		3.603	.000		1.750	.441	55.488** (.000)
지금조달	.262	.087	.237	3.001	.003**	2.354			
기술지원	.271	.078	.294	3.476	.001**	2.704			
경영지원	.201	.086	.202	2.341	.020*	2.813			

*p<0.05, **p<0.01 adj R²=.433

먼저 자금조달 멘토링은 t 값이 3.001이고 유의확률이 0.003 이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 기술지원 멘토링은 t 값이 3.476이고 유의확률이 0.001이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다.

경영지원 멘토링은 t 값이 2.341이고 유의확률이 0.020이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다.

4.3.3 기회인지와 경영성과에 대한 가설검정

기회인지가 재무적 성과에 영향은 <표 15>와 같이 Durbin-Watson의 결과값이 2에 가까운 수치가 나왔으므로 자기상관이 없고 잔차의 독립성 조건이 만족된다.

<표 15> 기회인지가 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

독립변수	재무적 성과						
	B	S E	Beta	t	p	DW	R ²
(상수)	.370	.239		1.546	.124		
기회인지	.872	.059	.713	14.831	.000**	1.847	.508

*p<0.05, **p<0.01

기회인지는 t값이 14.831이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 기회인지가 비재무적 성과에 영향은 <표 16>과 같이 Durbin-Watson의 결과값이 2에 가까운 수치가 회귀모형을 적합함을 알 수 있다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 12.276이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다.

<표 16> 기회인지의 비재무적 성과 영향에 대한 회귀분석 결과

독립변수	비재무적 성과						
	B	S E	Beta	t	p	DW	R ²
(상수)	.189	.305		.619	.536		
기회인지	.919	.075	.644	12.276	.000**	1.660	.414

*p<0.05, **p<0.01

4.3.4 기회인지의 매개효과에 대한 가설검정

관찰-탐색력이 재무적 성과에 영향을 주는데 기회인지가 매개체 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3 단계 회귀분석 매개효과 검증결과는 <표 17>과 같다.

<표 17> 관찰-탐색력, 기회인지, 재무적 성과 매개분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
재무적 성과/ 기회인지/ 관찰-탐색력	Step. 1					.507	220.686**
	관찰-탐색	.712	14.856	.000	1.000		
	Step. 2					.436	159.407**
	관찰-탐색	.653	12.626	.000	1.000		
	Step. 3					.549	130.185**
	관찰-탐색	.297	4.544	.000	2.026		
기회인지	.499	7.642	.000	2.026			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 재무적 성과 *p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과값이 2에 가까운 수치가 나왔으므로 회귀모형이 적합하며, VIF는 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

먼저 1단계에서 관찰-탐색력이 기회인지(매개변수)에 미치는 영향을 회귀분석한 결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

2단계는 관찰-탐색력이 재무적 성과(종속변수)에 미치는 영향을 회귀분석한 결과, 확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

3단계는 관찰-탐색력과 기회인지가 독립변수로서 종속변수인 재무적 성과에 영향을 미치는지 알아본 회귀분석 결과이다. 먼저 관찰-탐색력이 재무적 성과(종속변수)에 미치는 영향에서 베타 값이 .297 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하게 나타났다. 기회인지가 재무적 성과에 미치는 영향에서 베타 값이 .499로 나타났으며, 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

따라서 3단계의 독립변수의 베타 값이 2단계 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

연합-연결력이 재무적 성과에 영향을 주는데 기회인지가 매개체 역할을 하는지에 대해 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단 회귀분석 매개효과 검증은 <표 18>과 같다.

<표 18> 연합-연결력, 기회인지, 재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
재무적 성과/ 기회인지/ 연합-연결력	Step. 1					.363	122.649**
	연합-연결	.603	.11.075	.000	1.000		
	Step. 2					.361	121.612**
	연합-연결	.601	11.028	.000	1.000		
	Step. 3					.552	131.915**
	연합-연결	.271	4.729	.000	1.570		
기회인지	.547	9.550	.000	1.570			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 재무적 성과 *p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF는 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

1단계에서 연합-연결력이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석 결과 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다.

2단계에서 연합-연결력의 재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다.

3단계에서 연합-연결력과 기회인지, 재무성과에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하게 나타났고, 기회인지가 재무적 성과에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다. 3단계의 독립변수 연합-연결의 베타 값이 2단계보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

평가-판단력이 재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 19>와 같다.

<표 19> 평가-판단력, 기회인지, 재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
재무적 성과 기회인지/ 평가판단력	Step. 1					.485	202.795**
	평가판단	.697	14.241	.000	1.000		
	Step. 2					.414	151.611**
	평가판단	.643	12.313	.000	1.000		
	Step. 3					.548	129.619**
	평가판단	.287	4.482	.000	1.943		
기회인지	.511	7.971	.000	1.943			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF는 10이하이므로 다중공선성 문제가 없다.

1단계에서 평가-판단력이 기회인지(매개변수)에 대해 유의확률이 0.000으로 유의하다고 할 수 있다.

2단계는 평가-판단력이 재무적 성과(종속변수)에 대해 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다. 3단계는 평가-판단력과 기회인지가 재무적 성과에 각각 유의적이며, 평가-판단 베타 값이 2단계 0.643보다 3단계의 베타 값이 0.287로 2단계보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

관찰-탐색력이 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개체 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 20>와 같다.

<표 20> 관찰-탐색력, 기회인지, 비재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
비재무적 성과 기회인지/ 관찰-탐색력	Step. 1					.507	220.686**
	관찰-탐색	.712	14.856	.000	1.000		
	Step. 2					.353	117.482**
	관찰-탐색	.594	10.839	.000	1.000		
	Step. 3					.451	87.829**
	관찰-탐색	.278	3.857	.000	2.026		
기회인지	.444	6.162	.000	2.026			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF는 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

1단계는 관찰-탐색력이 기회인지(매개변수)에 미치는 영향에서 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

2단계는 관찰-탐색력이 비재무적 성과(종속변수)에 미치는 영향에서 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 관찰-탐색력과 기회인지가 각각 비재무적 성과에 유의적이며, 관찰-탐색력의 3단계의 베타 값이 0.278로 2단계의 0.594 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

연합-연결력이 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3 단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 21>과 같다.

<표 21> 연합-연결력, 기회인지, 비재무적 성과 매개분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
비재무적 성과 기회인지/ 연합-연결력	Step. 1					.363	122.649**
	연합-연결	.603	.11.075	.000	1.000		
	Step. 2					.258	74.602**
	연합-연결	.508	8.637	.000	1.000		
	Step. 3					.435	82.510**
	연합-연결	.189	2.937	.004	1.570		
기회인지	.528	8.209	.000	1.570			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

먼저 1단계는 연합-연결력이 기회인지(매개변수)에 대한 회

귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 연합-연결력이 비재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 연합-연결력과 기회인지가 각각 비재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 연합-연결력의 3단계 베타값이 0.189로서 2단계 0.508 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

평가-판단력이 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 22>과 같다.

<표 22> 평가-판단력, 기회인지, 비재무적 성과 매개분석 결과

종속변수 매개변수 독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
비재무적 성과/ 기회인지/ 평가-판단력	Step. 1					.485	202.795**
	평가판단	.697	14.241	.000	1.000		
	Step. 2					.376	129.475**
	평가판단	.613	11.379	.000	1.000		
	Step. 3					.466	93.328**
	평가판단	.322	4.619	.000	1.943		
기회인지	.418	6.005	.000	1.943			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다. 먼저 1단계는 평가·판단력이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 평가·판단력이 비재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 평가·판단력과 기회인지가 각각 비재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 평가·판단력의 3단계 베타값이 0.322로서 2단계 0.613 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

4.3.5 멘토링과 경영성과와 기회인지에 대한 가설검정

자금조달 멘토링이 재무적 성과에 영향을 주는데 기회인지가 매개 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 23> 과 같다.

<표 23> 자금조달, 기회인지, 재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수 매개변수 독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
재무적 성과/ 기회인지/ 자금조달	Step. 1					.347	113.351**
	자금조달	.589	10.647	.000	1.000		
	Step. 2					.326	103.240**
	자금조달	.571	10.161	.000	1.000		
	Step. 3					.543	126.005**
	자금조달	.232	4.034	.000	1.532		
기회인지	.576	10.026	.000	1.532			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다. 먼저 1단계는 자금조달 멘토링이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 자금조달 멘토링이 재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 자금조달 멘토링과 기회인지가 각각 재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 자금조달 멘토링의 3단계 베타값이 0.232로서 2단계 0.571 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

기술지원 멘토링이 재무적 성과에 영향을 주는데 기회인지가 매개 효과 검증은 <표 24>과 같다.

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

<표 24> 기술지원, 기회인지, 재무적 성과 매개분석 결과

종속변수 매개변수 독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
재무적 성과/ 기회인지/ 기술지원	Step. 1					.378	129.464**
	기술지원	.615	11.378	.000	1.000		
	Step. 2					.446	171.416**
	기술지원	.668	13.093	.000	1.000		
	Step. 3					.593	154.276**
	기술지원	.369	6.640	.000	1.608		
기회인지	.486	8.743	.000	1.608			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

먼저 1단계는 기술지원 멘토링이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 기술지원 멘토링이 재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

3단계는 기술지원 멘토링과 기회인지가 각각 재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 기술지원 멘토링의 3단계 베타값이 0.369로서 2단계 0.668 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

경영지원 멘토링이 재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 효과 검증은 <표 25>와 같다.

<표 25> 경영지원, 기회인지, 재무적 성과 매개 분석 결과

종속매개독립	단계	표준화 베타	t	P	VF	R ²	F
재무적 성과 기회인지/ 경영지원	Step. 1					.355	117.377**
	경영지원	.596	10.834	.000	1.000		
	Step. 2					.371	125.825**
	경영지원	.609	11.217	.000	1.000		
	Step. 3					.561	135.381**
	경영지원	.286	5.050	.000	1.551		
기회인지	.542	9.565	.000	1.551			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다. 먼저 1단계는 경영지원 멘토링이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

2단계는 경영지원 멘토링이 재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

3단계는 경영지원 멘토링과 기회인지가 각각 재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 경영지원 멘토링의 3단계 베타값이 0.286로서 2단계 0.609 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

자금조달 멘토링이 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 26>과 같다.

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

먼저 1단계는 자금조달 멘토링이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 자금조달 멘토링이 비재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

<표 26> 자금조달, 기회인지, 비재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수 매개변수 독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VF	R ²	F
비재무적 성과 기회인지/ 자금조달	Step. 1					.347	113.351**
	자금조달	.589	10.647	.000	1.000		
	Step. 2					.256	73.378**
	자금조달	.506	8.566	.000	1.000		
	Step. 3					.434	82.947**
	자금조달	.194	3.052	.003	1.532		
기회인지	.529	8.311	.000	1.532			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

3단계는 자금조달 멘토링과 기회인지가 각각 비재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 자금조달 멘토링의 3단계 베타값이 0.194로서 2단계 0.506 보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다. 기술지원 멘토링이 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 효과 검증은 <표 27>과 같다.

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

먼저 1단계는 기술지원 멘토링이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 기술지원 멘토링이 비재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다.

<표 27> 기술지원, 기회인지, 비재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수 매개변수 독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VF	R ²	F
비재무적 성과 기회인지/ 기술지원	Step. 1					.378	129.464**
	기술지원	.615	11.378	.000	1.000		
	Step. 2					.262	75.476**
	기술지원	.512	8.688	.000	1.000		
	Step. 3					.436	81.905**
	기술지원	.186	2.845	.005	1.608		
기회인지	.529	8.092	.000	1.608			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3; 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

3단계는 기술지원 멘토링과 기회인지가 각각 비재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 기술지원 멘토링의 3단계 베타값이 0.186로서 2단계 0.512보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

경영지원 멘토링이 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인

지가 매개 효과 검증은 <표 28>과 같다. Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

<표 28> 경영지원, 기회인지, 비재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계	표준화 베타	t	P	VIF	R ²	F
비재무적 성과/기회인지/경영지원	Step. 1					.355	117.377**
	경영지원	.596	10.834	.000	1.000		
	Step. 2					.281	83.202**
	경영지원	.530	9.121	.000	1.000		
	Step. 3					.448	85.875**
	경영지원	.227	3.570	.000	1.551		
기회인지	.508	7.997	.000	1.551			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3: 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

먼저 1단계는 경영지원 멘토링이 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 경영지원 멘토링이 비재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 경영지원 멘토링과 기회인지가 각각 비재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 경영지원 멘토링의 3단계 베타값이 0.227로서 2단계 0.530보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

4.3.6 멘토링 횟수와 기회인지에 대한 가설검정

멘토링 횟수가 기회인지에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 <표 29>과 같다.

<표 29> 멘토링 횟수와 기회인지에 대한 회귀분석 결과

독립변수	기회인지						
	B	Std Err	Beta	t	p	DW	R ²
(상수)	2.773	.162		17.129	.000		
멘토링 횟수	.254	.032	.476	7.901	.000**	1.469	.227

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과는 그 수치가 2에 가까우므로 자기상관이 없어 잔차의 독립성 조건이 만족된다. 회귀분석 결과 설명력은 22.7%이며, 검정통계량을 살펴보면, t 값이 7.901이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다.

4.3.7 멘토링 횟수와 경영성과와 기회인지에 대한 가설검정

멘토링 횟수가 재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개체 역할을 하는지 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 30>과 같다.

<표 30> 멘토링 횟수, 기회인지, 재무적 성과 매개 분석 결과

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
재무적 성과/기회인지/멘토링 횟수	Step. 1					.227	62.433**
	멘토링 횟수	.476	7.901	.000	1.000		
	Step. 2					.240	67.340**
	멘토링 횟수	.490	8.206	.000	1.000		
	Step. 3					.537	123.155**
	멘토링 횟수	.195	3.670	.000	1.293		
기회인지	.620	11.671	.000	1.293			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3: 종속변수, 재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

먼저 1단계는 멘토링 횟수가 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 멘토링 횟수가 재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 멘토링 횟수와 기회인지가 각각 재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 멘토링 횟수의 3단계 베타값이 0.195로서 2단계 0.490보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

멘토링 횟수가 비재무적 성과에 영향을 주는 데 기회인지가 매개 역할을 하는지에 대해 알아보기 위한 Baron & Kenny(1986)의 3단계 회귀분석 매개효과 검증은 <표 31>과 같다.

<표 31> 멘토링 횟수, 기회인지, 비재무적 성과 매개 분석

종속변수/매개변수/독립변수	단계별	표준화 베타값	t	P	VIF	R ²	F
비재무적 성과/기회인지/멘토링 횟수	Step. 1					.227	62.433**
	멘토링 횟수	.476	7.901	.000	1.000		
	Step. 2					.169	43.173**
	멘토링 횟수	.411	6.571	.000	1.000		
	Step. 3					.428	79.430**
	멘토링 횟수	.135	2.279	.024	1.293		
기회인지	.580	9.816	.000	1.293			

Step 1: 종속변수, 기회인지, Step2, Step3: 종속변수, 비재무적 성과
*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 값이 2에 가까우므로 회귀모형이 적합하고, VIF값이 10 이하로 나왔으므로 다중공선성 문제가 없다.

먼저 1단계는 멘토링 횟수가 기회인지(매개변수)에 대한 회귀분석결과, 유의확률이 0.000으로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 2단계는 멘토링 횟수가 비재무적 성과(종속변수)에 대한 회귀분석결과 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 3단계는 멘토링 횟수와 기회인지가 각각 비재무적 성과에 대해 유의하게 나타났고, 멘토링 횟수의 3단계 베타값이 0.135로서 2단계 0.411보다 작으므로 기회인지의 매개효과가 있다고 할 수 있다.

4.4 분석결과 요약

본 연구에서는 정부의 창업지원 사업에 선정되어 지원을 받고 있는 창업기업의 기업가적 기민성과 멘토링 그리고 멘토링 횟수가 기회인지를 매개로 하여 경영성과와의 관계에 미치는 영향을 실증적으로 검증하였으며, 가설검정 결과는 <표 32>와 같다.

<표 32> 연구가설의 검정 결과 정리

가 설		분석 결과
가설 1	기업가적 기민성은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	부분 채택
가설 1-1	관찰 - 탐색력은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-2	연합 - 연결력은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 1-3	평가 - 판단력은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2	멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-1	자금조달 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-2	기술지원 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-3	경영지원 멘토링은 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3	기회인지는 경영성과에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-1	기회인지는 재무적 성과에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-2	기회인지는 비재무적 성과에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	기회인지는 기업가적 기민성과 경영성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 4-1	기회인지는 관찰 - 탐색력과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 4-2	기회인지는 연합 - 연결력과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 4-3	기회인지는 평가 - 판단력과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 4-4	기회인지는 관찰 - 탐색력과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 4-5	기회인지는 연합 - 연결력과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 4-6	기회인지는 평가 - 판단력과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택

가설 5	기회인지는 멘토링과 경영성과와의 관계에 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5-1	기회인지는 경영지원 멘토링과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5-2	기회인지는 기술지원 멘토링과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5-3	기회인지는 자금조달 멘토링과 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5-4	기회인지는 경영지원 멘토링과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5-5	기회인지는 기술지원 멘토링과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 5-6	기회인지는 자금조달 멘토링과 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 6	멘토링 횟수는 기회인지에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 7	기회인지는 멘토링 횟수와 경영성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 7-1	기회인지는 멘토링 횟수와 재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택
가설 7-2	기회인지는 멘토링 횟수와 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이다.	채택

기업가적 기민성이 기회인지에 영향을 미칠 것이라는 가설은 부분 채택되었다. 기업가적 기민성의 하위요인인 관찰-탐색력과 평가 판단력은 기회인지에 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었으나 연합-연결력은 기회인지에 영향을 미칠 것이라는 가설은 기각되었다.

멘토링의 하위요인인 자금조달 멘토링, 기술지원 멘토링, 경영지원 멘토링이 기회인지에 영향을 미칠 것이라는 가설은 모두 채택되었다.

기회인지는 기업의 경영성과 하위요인인 재무적 성과와 비재무적 성과에 영향을 미칠 것이라는 가설은 모두 채택되었다. 기회인지가 기업가적 기민성의 하위 요소인 관찰-탐색력, 연합-연결력, 평가-판단력과 경영성과의 하위요인인 재무적 성과와 비재무적 성과와의 관계에서 각각 매개효과가 있을 것이라는 가설도 모두 채택되었다. 기회인지는 멘토링의 하위요인인 자금조달, 기술지원, 경영지원과 경영성과의 하위요인인 재무적 성과와 비재무적 성과와의 관계에서 각각 매개효과가 있을 것이라는 가설도 모두 채택되었다.

멘토링 횟수는 기회인지에 영향을 미칠 것이라는 가설도 채택되었다. 기회인지는 멘토링 횟수와 경영성과의 하위요인인 재무적 성과, 비재무적 성과와의 관계에서 매개효과가 있을 것이라는 가설도 모두 채택되었다.

V 결론 및 제언

5.1 연구의 결과

본 연구는 정부의 창업지원 사업에 선정된 창업기업을 대상으로 기회인지를 매개변수로 기업가적 기민성과 멘토링과 멘토링 횟수가 기업의 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다.

연구 결과 첫째, 기업가적 기민성의 하위요인인 관찰-탐색력과 평가-판단력은 기회인지에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으나 연합-연결력은 기회인지에 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이에 대한 시사점은 일반 창업자들과는 별개로 정부 지원 사업에 선정된 창업자는 관찰-탐색력을 통해 얻은 정보를 평가-판단을 통해 본인에게 필요한 부분을 가져가는 등의 요소들을 상대적으로 더 많이 활용하게 되지만 멘토나 지원 기관 담당자가 창업자를 위해 멘토링 하는 과정에서 창업자의 연합-연결력은 적극성을 일부 상실할 수 있다고 결론지을 수 있다. 이는 멘토링 과정에서 나타나는 의도치 않은 부가적 작용으로 볼 수 있으며 멘토와 지원기관 담당자가 창업자를 지원함에 있어 창업자의 연합-연결력과 이를 통한 전략적 의사결정 기회를 침해하지 않는 방안에 대해 고려해야 할 것으로 판단된다.

둘째, 멘토링은 정부 창업지원을 받고 있는 창업기업의 기회인지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 멘토링의 하위요인인 자금조달, 기술지원, 경영지원 모두 기회인지에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

이는 창업가가 투자유치, IR 활동, 관련 분야 인적 네트워크 등 자금조달 관련 멘토링을 통해 사업화 자금 등의 지원사업에 대한 정보를 획득하고 엔젤투자자나 벤처캐피탈(VC) 등 관련 분야의 인적 네트워크를 통해 투자유치 등의 기회를 인지하게 되는 것으로 해석할 수 있다.

또한 R&D, 신제품 개발, 제품/서비스 개선 등의 기술지원 멘토링을 통해 제품개발과 서비스 등을 개선하여 피버팅(Pivoting) 할 수 있는 기회를 인지하는 것으로 해석할 수 있다. 법무, 세무, 지식재산권 등의 경영지원 멘토링을 통해서도 창업가가 창업활동을 하면서 반드시 필요한 부분이지만 놓칠 수 있는 법적, 세무적, 지식재산권 등의 문제를 적절하게 준비할 수 있도록 기회를 인식하는 데 도움이 되는 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 창업기업의 기회인지는 경영성과의 하위요인인 재무적 성과 및 비재무적 성과에도 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 자금조달, 기술지원, 경영지원 멘토링 중 기업의 재무적 성과에 가장 큰 영향을 준 것은 기술지원 멘토링으로 나타났으며 경영지원 멘토링은 기업의 비재무적 성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 자금조달이 재무적으로 작동하나 창업기업의 경우 재무 분야에 대한 지식이 낮음에 따라 이를 명확히 인지하지 못하고 있는 것으로 판단되며 정부지원사업에 선정된 기업의 경우 정부지원사업의 사업화 자금과 투자유치 등은 경영성과의 측정 항목이었던 투자대비 수익률, 매출액, 순이익, 종업원 수, 시장점유율과 같은 직접적인 경영성과로 연결된다기보다 창업기업을 성장으로 이끄는 과정의 기저에서 전반적으로 영향을 미치는 것으로 인식한다고 해석해 볼 수 있다.

경영지원 멘토링은 창업자나 창업기업의 일반적 경영 전반에 걸친 멘토링을 의미하는 것으로 자금 및 기술 외적 요소인 종업원의 수 증가와 같은 비재무적 성과에 더 큰 영향을

미치는 것으로 해석할 수 있다.

또한 R&D, 신제품개발, 제품/서비스개선 등의 기술지원 멘토링을 통해 창업기업의 아이템 콘셉트가 명확해지고 기술적으로 고도화되어 창업기업의 제품과 서비스는 시장에서 고객이 원하는 가치를 전달할 수 있도록 구체화되고 완성도가 높아지므로 결과적으로 재무적 성과인 매출액, 순이익, 투자대비 수익률 등이 높아지는 것으로 해석할 수 있다.

넷째, 기회인지는 기업가적 기민성의 하위요인과 경영성과의 하위요인 모두에 매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

이와 같은 연구 결과는 Kirzner(1973, 1979)의 사업기회는 발견되는 것이며 기업가적 기민성은 기회를 인식하는 능력이라는 점에서 성공적인 창업과 밀접한 관련이 있고 창업가의 필수 능력으로 여겨지는 것과 일치한다고 볼 수 있다.

Adomako et al.(2018)은 기업가의 기민성이 기업의 성과에도 영향을 미칠 수 있어 기민성을 가지고 포착한 기회에 따라 행동할 수 있는 기업가의 능력은 새로운 벤처가 성공하게 되는 주요한 동인으로 알려져 있고 기업가적 기민성이 있는 창업가는 새로운 벤처의 성공을 이끌어낸다고 설명하고 있는 선행연구와 맥을 같이하고 있다.

다섯째, 기회인지는 멘토링의 하위요인과 경영성과의 하위요인에 모두에 매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

이는 창업기업에 제공된 멘토링은 기회인지를 매개로 하여 창업기업의 투자대비 수익률, 매출액, 순이익, 종업원이 동종업체와 비교하여 증가하게 되는 기업의 경영성과로 이어지는 것으로 분석되었다.

이러한 결과는 김장권(2011)의 연구에서 창업 초기 기업은 창업 보육매니저와 담당 전문가로부터 기술, 경영, 행정, 자금 분야의 멘토링과 자문을 통해 사업기회 포착 및 사업개념 개발이 이루어진다는 것과 일치한다. 또한 이러한 지원 서비스는 입주기업의 매출과 고용, 투자유치 등 경영성과로의 연결 고리 역할을 하고 있다는 신교성 외(2017)의 연구와 맥을 같이하는 결과라고 할 수 있다.

여섯째, 창업기업에 대한 멘토링 횟수와 기회인지와의 관계를 분석한 결과, 정부 지원 사업에 선정된 창업기업은 멘토링을 받는 횟수가 증가할수록 창업기업이 기회를 인지할 확률이 높아지며, 이는 창업교육 멘토링 실태조사(중소벤처기업부, 2019)연구에서 나타난 연구 결과와 일치함을 알 수 있다.

일곱째, 정부 창업지원을 받고 있는 창업기업의 기회인지를 매개효과로 하여 멘토링 횟수와 경영성과와의 관계를 분석한 결과, 기회인지는 멘토링 횟수와 경영성과와의 관계에서 매개효과가 있으며, 멘토링 횟수와 재무적 성과, 비재무적 성과와의 관계에서도 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

이는 멘토로부터 얻은 자금조달, 기술지원, 경영지원의 멘토링의 정보를 통해 창업기업이 자금, 기술, 경영 분야의 성장으로 이끌 수 있는 새로운 기회를 인지하고 경영성과로 연결되는 것이며 멘토링의 횟수가 늘어남에 따라 창업기업은 기회를 인지하게 될 확률이 높아짐에 따라 기업의 재무적, 비재무적 성과가 그만큼 증가하는 것으로 해석할 수 있다.

5.2 연구의 시사점 및 한계

본 연구는 정부의 창업지원을 받고 있는 창업기업을 대상으로 기업가적 기민성이 기회인지를 매개효과로 기업의 경영성과에 미치는 영향과 멘토링 및 멘토링 횟수가 기업의 경영성과에 미치는 영향에 대해 실증 분석했다. 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 정부 창업지원 사업에 선정된 창업기업의 기업가적 기민성은 기회인지에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 기업가적 기민성의 하위요인 중 관찰-탐색력과 평가-판단력은 기회인지에 영향을 미치는 것에 반해, 연합-연결력은 기회인지에 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다.

이는 일반 창업자들과는 별개로 정부 지원 사업에 선정된 창업자는 관찰-탐색력을 통해 얻은 정보를 평가-판단을 통해 본인에게 필요한 부분을 가져가는 등의 요소들을 상대적으로 더 많이 활용하게 되지만 멘토나 지원기관 담당자가 창업자를 위해 멘토링 하는 과정에서 창업자의 연합-연결력은 적극성을 일부 상실할 수 있다고 해석할 수 있다.

이러한 결과는 멘토링 과정에서 나타나는 의도치 않은 부가적 작용으로 보이며 멘토와 지원기관 담당자가 창업자를 지원함에 있어 창업자의 연합-연결력과 이를 통한 전략적 의사결정 기회를 침해하지 않는 방안에 대해 고려해야 할 것으로 판단된다.

둘째, 정부 창업지원을 받고 있는 창업기업에 제공되는 자금조달, 기술지원, 그리고 경영지원 멘토링은 모두 기회인지에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기회인지는 기업의 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 기회인지는 멘토링과 기업의 경영성과와의 관계에서 매개효과가 있다고 나타났다.

위의 내용을 종합해 보면 정부 창업지원사업의 경영지원, 자금조달, 기술지원 멘토링은 기회인지를 매개로 기업의 경영성과에 영향을 준다는 연구 결과를 확인할 수 있다. 또한 자금조달, 기술지원, 경영지원 멘토링 중 기업의 재무적 성과에 가장 큰 영향을 준 것은 기술지원 멘토링으로 나타났으며 기업의 비재무적 성과에 가장 큰 영향을 미치는 것은 경영지원 멘토링으로 나타났다.

이는 정부 창업지원을 받고 있는 기업에 제공되는 멘토링은 기업의 성과 목표에 따라서 차별적으로 구성하는 것이 효과적이라는 것을 시사하는 결과라고 할 수 있다.

셋째, 정부 창업지원을 받고 있는 창업기업에 제공되는 멘토링 횟수도 기회인지에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 기회인지는 멘토링 횟수와 기업의 경영성과의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 멘토링 횟수가 기회인지를 매개로 기업의 경영성과에 영향을 주어 멘토링 횟수가 증가할수록 기업의 경영성과가 좋아지는 것으로 나타나 멘토링의 중요성을 다시 한 번 확인하게 되었다.

본 연구의 의미 있는 시사점들에도 불구하고 본 연구가 가

지는 한계점은 다음과 같다. 본 연구는 정부 창업지원 사업에 선정된 창업기업을 대상으로 진행되었다. 설문 응답 데이터가 지역적으로 서울 경기 인천이 80.2%를 차지하였고, 기업 설립 연도가 1~3년 기업이 69.6%를 차지하고 있다. 물론 정부 창업지원이 서울 경기 인천에 편중되어 있고 업력 1~3년차 기업들이 가장 많은 지원을 받고 있다는 반증도 되지만 이후 연구에서는 지역, 업력 등에서 좀 더 균형 잡힌 데이터를 기반으로 연구가 진행되어야 할 것이다.

또한 멘토링 내용과 멘토링 횟수가 기회인지를 통해 기업성과에 영향을 미치는 추가적인 연구들이 계속되어서 관련한 이론적 근거가 더 보강되기를 기대한다.

REFERENCE

- 강병오·김진수(2010). 프랜차이즈 가맹본부의 가맹사업 전 직영점 운영활동이 가맹본부의 성과에 미치는 영향에 관한 연구, *한국산학기술학회*, 11(9), 3210-3222.
- 강재학·양동우(2016). 대학생의 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구-창업기회인식의 매개효과를 중심으로-, *한국산학기술학회 논문지*, 17(1), 493-507.
- 곽동신·장철호(2020). 멘토 역량 및 멘토링 기능이 다차원 신뢰와 창업의도에 미치는 영향. *한국창업학회지*, 15(2), 119-137.
- 김기홍·김용태(2014). 창업 멘토링 교육 요인이 창업교육 만족도와 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 9(5), 33-41.
- 김광형·김응규(2019). 대학생 창업기회인지이 창업의도에 미치는 영향 : 글로벌 마인드셋의 조절효과를 중심으로. *한국창업학회지*, 14(2), 57-83.
- 김범중(1990). *동태적 시장 변화에 대한 전략적 대응이 성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 국내박사학위논문 고려대학교 대학원.
- 김양민·김승주(2013). 최초의 자산: 창업자의 특성이 신생기업에 미치는 영향. *전략경영연구*, 16(2), 1-22.
- 김우영·김형길·황보윤(2018). 기업가적 기민성 영향 요인. *벤처창업연구*, 13(1), 1-10.
- 김장권(2011). 창업보육센터 입주기업의 성과에 미치는 지원요인에 관한 연구. *대한경영학회 학술발표대회 발표논문집*, 171-190.
- 목승철(2020). *창업가의 기업가적 기민성이 기회인지에 미치는 영향*, 국내석사학위논문 동국대학교 대학원.
- 목영두·최명길(2012). 대학의 창업교육 체계화를 위한 창업학교육과정 개발 모형 연구, *대한경영학회지*, 25(2), 833-857.
- 문수영·황보윤(2011). 청년창업가의 창업기회원천 분석 및 기회탐색에 관한 실증적 연구: 서울시 [청년창업 1000 프로젝트] 참가자를 중심으로. *한국벤처창업학회 학술대회 논문집*, 103-126.
- 미래창조과학부(2017). *창업활성화 지속 및 지역경제 생태계 완성을 위한 정책 방향*, 서울, 미래창조과학부.
- 박용호·김용태(2014). 창업 멘토링이 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, *상업교육연구*, 28(5), 513-528.
- 박윤희(2004). 실업계 고등학교 창업교육 활성화를 위한 과제. *직업교육연구*, 23(3), 83-110.
- 박혜영(2018). *문화벤처의 기업가적 기민성이 기업 성과에 미치는 영향*, 박사학위논문, 한양대학교 대학원.
- 방혜민·전인오(2015). 멘토의 역량과 멘토링 기능이 창업의 초기성 과만족도에 미치는 영향에 관한 연구. *한국콘텐츠학회논문*

- 지, 15(5), 444-454.
- 신교성·양영석·김명숙(2017). 입주기업의 성장단계별 창업보육센터 지원서비스가 서비스 만족도와 경영성과에 미치는 영향, *한국벤처창업학회: 학술대회논문집*, 43.
- 안승구(2016). *기술기반 창업의 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*. 서울: KISTEP(한국과학기술기획평가원).
- 양영석(2015). 창업초기 투자단계 'Series A Crunch'의 원인분석과 마이크로 VC 펀드의 도입에 대한 정책방안. *벤처창업연구*, 10(4), 39-47.
- 원종하(2016). 소상공인의 창업가특성이 기업성과에 미치는 영향. *재무와 회계 저널*, 10(1), 16-17.
- 유승욱(2019). 창업가 특성이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향 : 창업행동의 매개효과를 중심으로, *한국콘텐츠학회논문지*, 19(10), 165-178.
- 윤형보(2015). *기술창업기업의 기업특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 윤형석·신진호·김국중·김차용(2013). 골프장의 핵심역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 영향, *한국자료분석학회*, 15(4), 2245-2255.
- 이수태(2006). *기술혁신과 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위논문, 창원대학교.
- 이우진·손종서·오혜미(2018). 앙트러프러너십 교육과 창업기회인식 역량과의 관계, *벤처창업연구*, 13(3), 71-83.
- 이현경·이일한(2017). CEO의 기회에 대한 기민성이 제품 혁신에 미치는 영향 : 경험과 업력의 조절효과, *한국창업학회지*, 12(4), 27-49.
- 조장현·박정열(2017). 창업 멘토링 척도 개발 및 타당화 연구, *벤처창업연구*, 12(5), 67-77.
- 중소벤처기업부(2019). 창업교육 멘토링 실태조사, 대전, 창업진흥원.
- 창업진흥원(2011). *지역 창업생태계 활성화 관련 분석 모델 지표 개발 및 지역 창업인프라 구축운영 사업의 성과지표*, 대전, 중소기업부.
- 창업진흥원(2019). *글로벌 창업 활성화 방안 연구*, 대전, 중소기업부.
- 창조가디언스(2016). *멘토링 가이드북 1.0*, 서울; Youth Business International..
- 최민정·박재환(2017). 창업교육이 기회인지 및 평가에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 12(3), 135-146.
- 통계청(2018). *기업 생멸 행정통계*, 대전.
- Adomako, S., Danso, A., Boso, N. & Narteh, B.(2018). Entrepreneurial alertness and new venture performance: Facilitating roles of networking capability. *International Small Business Journal*, 36(5), 453-472.
- Ahn, S. G.(2016). *A Study on the Factors Affecting the Performance of Technology*, Seoul, Korea Institute of S&T Evaluation and planning.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. N., & Ray, S.(2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development, *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Bang, H. M., & Jeon, I. O.(2015). A study on the Effect of Mentoring Skills and Mentoring Functions on Initial Start-up Performance and Satisfaction. *The Journal of the Korea Contents Association*, 15(5), 444-454.
- Baron, R. A.(2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs Connect the Dot to Identify New Business Opportunities, *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Baron & Kenny(1986). The Moderate-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical consideration, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bird, B.(1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention, *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Busenitz, L. W.(1996). Research on entrepreneurial alertness. *Journal of Small Business Management*, 34(4), 35-44.
- Choi, M. J., & Park, J. W.(2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Opportunity Recognition and Evaluation: A Focus on Small Business Entrepreneurs, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(3), 135-146.
- De Koning, A.(1999). *Conceptualizing Opportunity Recognition as a Socio-Cognitive Process*, Sweden. Centre for Advanced Studies in Leadership, Stockholm.
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A.(2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, 16(2), 95-111.
- George, N. M., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J.(2016). A Systematic Literature Review of Entrepreneurial Opportunity Recognition: Insights on Influencing Factors, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 309-350.
- Govindarajan, V.(1984). Appropriateness of accounting data in performance evaluation: an empirical examination of environmental uncertainty as an intervening variable. *Accounting, Organizations and Society*, 9(2), 125-135.
- Guardians mentorship(2016). *Mentoring Guidebook1.0*, Seoul; Youth Business International.
- Jo, J. H., & Park, J. Y.(2017). The Development and Validation Study of the Entrepreneurial Mentoring Scale. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(5), 66-77.
- Kaish, S., & Gilad, B.(1991). Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: sources, interests, general alertness, *Journal of Business Venturing*, 6(1), 45-61.
- Kang, B. O., & Kim J. S.(2010). An Empirical Study on the Influence of Franchisors Company Owned Outlet before Franchising to Franchisors Current Performance, *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 11(9), 3210-3222.
- Kang, J. H., & Yang, D. W.(2016). A Study on Effect of the University Student's Entrepreneurship on Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Intention: Focusing on Mediating Effect of Opportunity Recognition, *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 17(1), 493-507.
- Kim, B. J.(1990). *The influence of strategic adaptability to market dynamism on performance in Korean consumer packaged goods markets*. Doctoral Dissertation, Graduate School of Korea University.
- Kim, C. K.(2011). A study on the operating performance factor of the BI's tenant. *The Proceedings of Academic Conference of the Korean Academic Association of Business Administration*, 171-190.

- Kim, K. H., & Kim, Y. T.(2014). Effects of Start-up Mentoring Educational Factors on Satisfaction with Start-up Education and Start-up Intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(5), 33-41.
- Kim, M. O.(2002). Designing e-Mentoring System for Office Professionals, *Journal of Secretarial Sciences*, 123-134.
- Kim, R. H., & Kim, E. K.(2019). The Impact of Perception of Entrepreneurial Opportunity on the Entrepreneurial Intention of University Students: Focusing on the Moderating Effect of Global Mindset. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 14(2), 57-83.
- Kim, W. Y., Kim, H. G., & Hwang, B. Y.(2018). Impact Factors of Entrepreneurial Alertness, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(1), 1-10.
- Kim, Y. M., & Kim, S. J.(2013). Role of Initial Assets: Entrepreneurs' Attempts to link the Startup Firms to the Environment and their Impacts on firm Survival. *Journal of Strategic Management*, 16(2), 1-22.
- Kirzner, I. M.(1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago, The University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M.(1979). *Perception, opportunity, and profit*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M.(1999). Creativity and/or alertness: a reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11(1), 5-17.
- Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development(2011). 「Development of analysis models and indicators related to revitalization of local start-up ecosystem and performance indicators of local start-up infrastructure establishment and operation」, Daejeon, Korea, Ministry of SMEs and Startups
- Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development(2019). 「A Study on the Promotion of Global Start-ups」, Daejeon, Korea,, Ministry of SMEs and Startups
- Kram, K. E.(1983). Phases of the mentor relationship, *Academy of Management Journal*, 26(4), 608-625.
- Kwak, D. S., & Jung, C. H.(2020). Effects of Mentor's Competency and Mentoring Functions on Multi-Dimensional Trust and Entrepreneurship Intention. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 15(2), 119-137.
- Lee, H. G., & Lee, I. H.(2017). The Impact of CEO's Alertness to Opportunity on Product Innovation : Moderating Effect of Experience and Firm Age. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 12(4), 27-49.
- Lee, S. T.(2006). *Effects of the Technology Innovation and the Market Orientation on the Management Performance in Small and Medium Inno-Biz Enterprises*. Doctoral Dissertation, Graduate School of Changwon University.
- Lee, W. J., Son, J. S., & Oh, H. M.(2018). Relationship between Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Opportunity Recognition: Focused on the Entrepreneurship Major College Students. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(3), 71-83.
- Levinson, D. J.(1978). *The seasons of a man's life*, Random House Digital.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A.(2006). Entrepreneurial Action And The Role Of Uncertainty In The Theory Of The Entrepreneur, *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.
- McNair, C. J., Lynch, R. L., & Cross, K. F.(1990). Do financial and non-financial measures have to agree? Management. *Accounting*, 72(5), 28-36.
- Ministry of Science, ICT and Future Planning(2017). *A study of policy for continuing start-up activation and completing local economy ecosystem*, Seoul, Korea, Ministry of Science, ICT and Future Planning
- Ministry of SMEs and Startups(2019). *A Survey on Mentoring Start-up Education*, Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development, Daejeon, Korea, Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development
- Mintzberg, H.(1990). *Strategy formulation: School Of thought. in. W. Frederickson(ed), Perspectives on strategic Management*, New York, Harper Business.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J., Morse, E. & Smith, B.(2007). The central question in entrepreneurship cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 1-27.
- Mok, S. C.(2020). *The Effect of Entrepreneurial Alertness on Opportunity Recognition : A Focus on the Moderating Effect of Regulatory Focus*. Master's thesis Dongguk University,
- Mok, Y. D., & Choi, M. G.(2012). A Study on the Entrepreneurship Curriculum Development Model to Systemize Entrepreneurship Education in Undergraduate School. *Korea Journal of Business Administration*, 25(2), 833-857.
- Moon, S. Y., & Hwang, B. Y.(2011). An Empirical Study on Start-up Opportunity Sources Analysis and Opportunity Search of Korean Young Entrepreneurs - Focused on a participants of Seoul Young Entrepreneurs 1000 Project. *The proceedings of Conference of the Korean Society of Business Venturing*, 103-126.
- Murphy, P. J.(2011). A 2×2 conceptual foundation for entrepreneurial discovery theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 359-374.
- Park, H. Y.(2018). *The effects of entrepreneurial alertness of cultural ventures on firm performance ; Moderating effect of government policy*. Doctoral Dissertation, Graduate School of Hanyang University.
- Park, Y. H.(2004). Tasks for the Promotion of Entrepreneurship Education in Vocational High Schools. *The Journal of Vocational Education Research*, 23(3), 83-110.
- Park, Y. H., & Kim, Y. T.(2014). A Study on the Effect of Mentoring on the Entrepreneurial and Management Performance. *The Journal of Business Education*, 28(5), 513-528.
- Ray, S., & Cardozo, R.(1996). *Sensitivity and creativity in entrepreneurial opportunity recognition: a framework for empirical investigation, Presented at the Sixth Global Entrepreneurship Research Conference*, London,

- Imperial College.
- Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R. & Venkataraman, S.(2003). *Three Views of Entrepreneurial Opportunity, in Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston, MA.
- Shane, S.(2000). Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities, *Organization Science*, 11(4), 448-469.
- Shane, S., & Nicolaou, N.(2015). Creative Personalty, Opportunity Recognition and The Tendency to Start Business: A Study of Their Genetic Predispositions, *Journal of Business Venturing*, 30(3), 407-419.
- Shane, S., & Venkataraman, S.(2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Journal*, 25(1), 217-226.
- Shane, S.(2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar.
- Shin, G. S., Yang, Y. S., & Kim, M. S.(2017). The Influence on the Level of Satisfaction Performance by Incubating Service on the Stage Growth of Firms, *The proceedings of Conference of the Korean Society of Business Venturing*, 43.
- Sour, R., & Rasmussen, S.(2003). Butterfly Power in the Art of Mentoring Deaf and Hard of Hearing College Students, *Mentoring and Tutoring*, 11(2), 255-272.
- Statistics Korea(2018). Corporate Death Administrative Statistics, , Daejeon, Korea, Statistics Korea.
- St-Jean, E.(2011). Mentor Functions for Novice Entrepreneurs, *Academy of Entrepreneurship Journal*, 17(1), 65-84.
- St-Jean, E., & Mathieu, C.(2015). Developing Attitudes toward an Entrepreneurial Career through Mentoring: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy, *Journal of Career Development*, 42(4), 325-338.
- Tang, J., Kacmar, K. M., & Busenitz, L.(2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities, *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- Uy, M. A., Chan, K. Y., Sam, Y. L., Ho, M. H. R., & Chernyshenko, O. S.(2015). Proactivity, adaptability and boundaryless career attitudes: The mediating role of entrepreneurial alertness, *Journal of Vocational Behavior*, 86, 115-123.
- Venkataraman, S.(1997). *The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research, in Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, 3, Katz, J.A. ed., Greenwich, CT: JAI Press.
- Wang, Y., Ellinger, A. D., & Wu, Y. J.(2013). Entrepreneurial Opportunity Recognition: An Empirical Study of R&D Personnel, *Management Decision*, 51(2), 248-266.
- Wasdani, K. P., & Mathew, M.(2014). Potential for Opportunity Recognition: Differentiating Entrepreneurs, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 336-362.
- Won, J. H.(2016). The Effect on Entrepreneurial Characteristics of Small Business Management Performance. *Journal Finance and Accounting Information*, 10(1), 16-17.
- Yang, Y. S.(2015). The Policy Alternative of Launching Micro VC Fund in Korea Against an Overwhelmed 'Series A Crunch' Issues as to the Early Venture Investment at Startup Stage. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(4), 39-47.
- You, S. O.(2019). The Influence of the Characteristics of Start-ups on the Performance of Start-up Firms : Based on the Mediated Effects of Start-up Behavior. *The Journal of the Korea Contents Association*, 9(10), 165-178.
- Yun, H. B.(2015). *The Effects of Enterprise Characteristics in Technology-based Startups on Business Performance*. Doctoral Dissertation, Graduate School of Joong-Ang University.
- Yun, H. S., & Shin, J. H., Kim, G. J., & Kim, C. Y.(2013). A Study on the Effects of Core Ability of Golf Club and the Appropriateness of Competitive Strategy on the Business Outcome. *Journal of The Korean Data Analysis Society*, 15(4), 2245-2255.

Mediating Effect of Opportunity Recognition Among Entrepreneurial Alertness, Mentoring, & Number of Mentoring on New Ventures' Performance*

Park, Mi-Jung**
Lee, Seon-Ho***
Hwangbo, Yun****

Abstract

The Korean government is currently expanding the business startup incubator support program and funds for new ventures with innovative technology in order to spread the second venture boom. However, despite the fact that entrepreneurial education and mentoring that entrepreneurs should have are important parts for the sustainable growth of the startup, some companies selected for government support programs are reluctant to participate in programs such as entrepreneurship education and mentoring for the sole purpose of funding commercialization.

This research addressed the effects of entrepreneurial alertness with opportunity awareness as its medium and the small business mentoring service along with the number of times the mentoring has taken place, on the corporate performances. The results of empirical research are as follow: the first one is that scanning-search and evaluation-judgment can influence a company's performance (financial, non-financial) through opportunity recognition, with the exception of association-connection, which is a sub-factor of entrepreneurial alertness. Secondly, it was found to affect a company's financial and non-financial performance through opportunity recognition for financing mentoring, technical support mentoring, and management support mentoring. Thirdly, it was found that the number of mentoring also affects the financial and non-financial performance of a company through opportunity recognition.

The implications of this study are that it should be revisited that program managers consider rooms that do not violate the startup founder's strategic decision-making opportunities when designing and operating the program as entrepreneurial alertness sub-factor association-connection does not affect corporate performance through opportunity recognition. This study also emphasizes the need for customized mentoring to meet the outcome goals of each startup, as it has been empirically clarified that the mentoring provided to the startup by the government's support is important.

The contribution of this research is that entrepreneurial alertness and opportunity recognition that are treated as important components in research for entrepreneurship, and the factors of mentoring and mentoring frequency that are recognized as important elements in the practical aspect of startup business are clarified theoretically and empirically as an influential factor in corporate performance. And this study also provide a rationale for the startup business support agency supplying mentoring.

Keywords: Entrepreneurial Alertness, Opportunity Recognition, Mentoring, Corporate Performance

* In this paper, we has used data from the paper proceeded by Park & Hwangbo (2020) at Fall Academic Conference of Korea Productivity Association.

** First Author, Assistant professor, College of general education, Semyung University, miijung@naver.com

*** Co-author, CEO of Venture Box, hiseonho@naver.com

**** Corresponding Author, Professor, Graduate School of Global Entrepreneurship, Kookmin University, yun88@kookmin.ac.kr