

AHP 기법을 이용한 스타트업의 액셀러레이터 선택 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위 분석

배상완¹, 이동명^{2*}

¹건국대학교 신산업융합학과 박사과정, ²건국대학교 신산업융합학과 교수

Analysis of relative importance and priority of decision-making factors in accelerator selection of startups using AHP technique

Sang-Wan Bae¹, Dong-Myung Lee^{2*}

¹Ph.D. Course, Department of Advanced Industry Fusion, Konkuk University

²Professor, Department of Advanced Industry Fusion, Konkuk University

요 약 최근 액셀러레이터가 새로운 스타트업 육성 기관으로 주목받고 있다. 본 연구는 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하고자 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위를 AHP 기법을 이용해 실증 분석하였다. 그 결과 스타트업 창업자는 의사결정요인의 중요도를 자금지원 요인, 프로그램 요인, 액셀러레이터 특성 요인 순으로 인식하고 있었고, 세부 요인 간 상대적 중요도는 스타트업 창업자와 액셀러레이터 종사자 간, 사업장 소재지 및 매출실적 유무에 따라 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 액셀러레이터의 자금지원 역량 강화와 스타트업의 니즈에 부합하는 맞춤형 서비스 향상의 필요성이 있음을 시사한다. 본 연구가 스타트업이 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정기준으로 활용되고 액셀러레이팅 프로그램에 관한 추가 연구의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

주제어 : 스타트업, 액셀러레이터, 액셀러레이팅 프로그램, 의사결정요인, AHP

Abstract Recently, accelerators are attracting attention as a new startup incubator. This study empirically analyzed the relative importance and priority of decision-making factors when a startup selects an accelerator using the AHP technique. As a result, startup founders recognized the importance of decision-making factors in the order of funding factors, program factors, and accelerator characteristic factors. there was a difference in the relative importance of detailed factors between startup founders and accelerator workers, depending on the location of the business site and the presence or absence of sales performance. This suggests that accelerators need to strengthen the financial support capabilities and improve customized services to meet the needs of startups. This study can be used as a decision-making criterion when a startup selects an accelerator, and can be used as basic data for additional research on the accelerator program.

Key Words : Startup, accelerator, accelerating program, decision-making factor, AHP

*Corresponding Author : Dong-Myung Lee(dmlee@konkuk.ac.kr)

Received November 25, 2021

Accepted February 20, 2022

Revised December 19, 2021

Published February 28, 2022

1. 서론

4차 산업혁명 시대를 맞이해 기술과 아이디어를 바탕으로 창업하는 스타트업이 꾸준히 증가하고 있으나, 대부분의 스타트업은 보유하고 있는 인적, 물적 자원이 빈약해 이를 바탕으로 비즈니스모델을 확립하고 제품/서비스를 개발해 사업화하기까지 많은 어려움과 한계에 직면하게 된다. 또한, 데스밸리(Death Valley)를 넘지 못하고 창업실패를 경험하는 스타트업도 적지 않다.

이에 따라 스타트업이 창업 이후 성공적인 사업화를 통해 지속적인 성장을 이룰 수 있도록 정부와 지자체 및 수많은 공공 창업지원기관과 민간기관에서 스타트업에 대한 지원을 적극적으로 펼치고 있으며, 이러한 창업지원기관으로는 창업공간 제공을 위주로 하는 창업보육센터, 초기자금 소액투자를 위주로 하는 엔젤투자자, 창업자금지원을 위주로 하는 창업지원기관, 제품 및 서비스 개발 후 일정 수준 이상의 매출이 나오는 벤처기업에 대한 후속투자를 위주로 하는 벤처캐피탈 등이 있다. 그러나 장소 제공 및 보육에 초점을 맞춘 창업보육센터나 투자를 통한 자금 지원에 초점을 맞춘 엔젤투자자나 벤처캐피탈 등 창업지원기관마다 지원하는 서비스와 지향하는 바가 달라 스타트업이 창업 후 필요한 서비스를 지원받기 위하여 창업지원기관마다 지원하는 내용을 개별적으로 파악해 각각 이용해야 하는 어려움을 겪고 있는 것이 현실이다. 또한 창업지원 생태계에서는 창업단계와 창업 후 단계에서 기업 운영에 필요한 자금지원 뿐 아니라 교육, 컨설팅, 네트워크 연결 등 종합적인 창업 지원 시스템에 대한 수요가 증가함에 따라 전문적이고 새로운 형태의 창업 지원 시스템의 필요성이 대두되고 있다[1].

이러한 환경 속에서 국내에서도 최근 창업자 보육에 필요한 여러 서비스를 종합적으로 제공하는 창업보육기관인 액셀러레이터가 스타트업과 벤처 육성 기관의 새로운 모델로서 주목을 받고 있다. 액셀러레이터는 창업보육기관의 새로운 모델로 멘토링, 네트워킹 및 자금 지원 기회를 제공하는 새로운 벤처를 위한 프로그램을 설계하고 큐레이팅하는 종합 창업지원기관으로[2], 액셀러레이팅 프로그램이 스타트업의 창업 후 5년차까지의 생존율을 10%에서 15%까지 증가시킨다는 연구결과에서 보듯이[3], 액셀러레이터가 스타트업의 생존율을 높이고 지속적인 경제성장과 일자리 창출을 통해 성장 동력을 확보하는데 기여할 수 있다는 기대감을 반영해 정부도 창업 활성화 정책에 맞는 액셀러레이터 제도 법제화 등을 통해 액셀러레이터에 대한 지원을 하고 있다. 이러한 분위

기 속에서 중소벤처기업부에 등록된 액셀러레이터 수가 2017년도에는 40개이던 것이 2021년 8월말 현재 339개로 크게 증가하였고[4], 등록되지 않은 액셀러레이터까지 포함하면 훨씬 더 많은 액셀러레이터가 활동 중인 것으로 추정된다. 한편, 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하려면 수많은 액셀러레이터 중 자신에게 적합한 액셀러레이터를 선택해 지원하여야 하는데, 액셀러레이터에 관한 정보를 파악하기도 쉽지 않을 뿐만 아니라 어떤 기준으로 자신에게 적합한 액셀러레이터를 선택할 것인지 명확하게 제시되고 있는 것이 없어 의사결정에 어려움을 겪고 있다[5].

이러한 문제를 해결하기 위해서는 스타트업의 액셀러레이터 선택 시 의사결정요인에 관한 연구의 필요성이 요구되고 있지만 액셀러레이터가 등장한 역사가 그리 길지 않아 액셀러레이터에 관한 연구가 많지 않으며, 그나마 선행연구의 대부분은 액셀러레이터의 성공요인이나 액셀러레이터의 투자 의사결정요인에 관한 연구 등 액셀러레이터 관점에서 이루어진 연구가 주를 이루고 있다[6,7].

이에 본 연구는 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 제공하는 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위에 대하여 실증 연구를 진행하였다. 우선 선행연구를 통해 확인되는 액셀러레이터 선택 시 의사결정요인과 델파이 기법을 이용해 도출한 요인을 계층구조 관점에서 재분류하고 요인을 통합, 추가, 제외하는 과정을 거쳐 세부요인을 도출하였고, 스타트업 창업자와 액셀러레이터 업무 종사자를 대상으로 설문조사한 자료를 AHP 기법을 이용해 분석하였다.

본 연구는 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업을 대상으로 한 조사결과와 이에 대한 액셀러레이터 업무 종사자와 인식 차이를 분석한 연구라는 점에서 향후 수요자인 스타트업의 니즈를 보다 더 세밀하고 정확하게 반영한 맞춤형 액셀러레이팅 서비스의 질적 수준 향상에 기여할 것으로 보인다.

2. 이론적 배경

2.1 스타트업 및 액셀러레이터의 정의

스타트업이라는 용어는 1970년대 미국에서 실리콘밸리의 창업열풍으로 창업에 관심이 높아지면서 벤처기업이라는 용어 대신 사용되기 시작하였다. 그러나 미국에서조차도 아직까지 용어의 정의가 완전하게 확립되지 않

은 개념이고 국내에서도 아직까지 통일된 정의는 없으며 초기기업, 벤처기업, 창업기업, 창업자, 초기창업기업, 초기창업자 등 여러 가지 의미로 혼용되고 있다[8]. 최근에는 '새로 생겨난 신생 기업으로 새로운 비즈니스 모델을 개발하거나 새로운 시장을 찾아 나서는데 주력하는 특징을 갖고 있는 창업기업'을 스타트업으로 정의하기도 하고[9], '설립된 지 얼마 되지 않은 혁신적인 아이디어 또는 기술을 보유한 신생 벤처기업'으로 정의하기도 한다[10].

액셀러레이터의 시초는 2005년 미국 매사추세츠 주 케임브리지에서 Paul Graham이 설립한 Y Combinator로 보고 있다. 비교적 짧은 역사와 해당 기관들의 활동지역, 운영 형태, 설립 목적의 다양성으로 인하여 아직까지도 통일되어 있지는 않으나, 일반적으로 액셀러레이터는 창업보육기관의 새로운 모델로 기존에 장소 제공 및 보육에 초점을 맞춘 창업보육센터나 투자를 통한 자금 지원에 초점을 맞춘 엔젤투자자나 벤처캐피탈과는 달리 창업자 보육에 필요한 여러 서비스를 종합적으로 제공하는 창업보육기관이라고 할 수 있다. 즉, 성장 가능성이 큰 창업지원자들을 경쟁을 통해 심사하여 코호트별로 선발하고, 사전에 정해진 단기간 동안 같은 장소에서 작업하게 하고, 이들에게 투자자, 사업개발자 또는 성공한 창업자들에게 멘토링과 교육을 받을 수 있도록 추천하며, 투자자들에게 사업모델을 발표할 수 있는 데모데이라는 행사를 거쳐 시장으로 내보내는(“졸업”) 보육모델이다. 액셀러레이터는 창업 및 초기기업이 생존하고 성장하는데 필요한 요소들을 지원하는데 그치는 것이 아니라, 창업자 간 그리고 창업자와 투자자, 구매자 등 외부 이해관계자들 간 네트워크 형성과 생태계 조성까지도 고려하는 보육모델이라고 할 수 있다[11,12]. 국내에서는 「벤처투자 촉진에 관한 법률」을 제정해 ‘초기창업자에 대한 전문 보육 및 투자를 주된 업무로 하는 법인 또는 비영리법인’을 액셀러레이터(창업기획자)로 정의하고 이를 제도화하였다[13].

2.2 스타트업의 액셀러레이터 선택 의사결정요인

스타트업은 창업한지 얼마 되지 않은 신생기업이라 기술 및 아이디어가 있음에도 불구하고 보유자원이 빈약해 창업 후 기술개발, 시제품 생산, 사업화, 판로개척과 이를 위한 자금조달 등 모든 단계에 걸쳐 외부의 도움이 절실하다. 따라서 스타트업은 자신에게 가장 적합한 액셀러레이팅 프로그램을 제공하는 액셀러레이터를 선택하고

자 하는 니즈가 강하나, 스타트업마다 처한 상황이 다르고 액셀러레이터가 제공하는 액셀러레이팅 프로그램의 내용이나 액셀러레이터의 역량 또는 특성이 매우 다양해 스타트업이 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정을 하는데 어려움이 있다.

스타트업이 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인에 관한 선행연구를 살펴보면 우선 Birdsell 외(2013)는 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 3가지 의사결정요인은 멘토의 질, 브랜드 또는 프로그램의 명성, 네트워크 기회이고, 그 밖에 액셀러레이터의 브랜드 및 명성, 작업환경 및 문화, 후속 투자 기회, 교육의 질의 순으로 고려한다고 주장하였고[3], Isabelle(2013)은 스타트업의 벤처 단계, 스타트업의 니즈와 액셀러레이터의 미션, 목적, 초점분야 간 적합성, 액셀러레이터의 명성, 졸업 및 선발정책, 제공되는 액셀러레이팅 프로그램의 성격과 범위, 파트너와의 네트워크를 중요하게 고려해야 한다고 주장하였다[14].

그리고, Cohen & Hochberg(2014)는 액셀러레이터 관점에서 접근하여 멘토링, 교육, 컨설팅, 공간지원, 시드자금 투자, 네트워크 지원, 데모데이 개최, 후속투자 연계가 액셀러레이팅 프로그램 디자인 시 주요 요소라고 하였고[11], Levinsohn(2014)은 액셀러레이터의 역할은 제품 또는 서비스 개발단계 단축 또는 가속화, 제품 또는 서비스의 품질과 재정적 지속 가능성 개선, 창업가 교육 및 비즈니스 교육, 제한된 기간 동안 집중적인 개발 프로세스 진행, 코칭 및 멘토링, 기업이 네트워크의 확장 및 개선, 개방적이고 경쟁이 치열한 선택 프로세스, 시드 펀딩 제공, 잠재적 투자자에게 기업가 소개, 공유 사무공간 제공 등이라고 주장하였다[15].

Brillyanes & Samira(2019)는 액셀러레이팅 프로그램의 주요 디자인 요소는 프로그램 패키지(멘토링 서비스, 교육프로그램 내용, 카운슬링 서비스, 데모데이, 공간지원 서비스, 투자기회), 전략적 초점, 선발 프로세스, 자금 구조, 동문관계라고 하였고[16], Christiansen(2014)는 스타트업은 멘토링, 코칭, 피드백을 가장 중요한 요인으로 인식하고 있고 그 밖에 네트워크 확장 기회, 초기투자자금을 중요한 요인으로 인식하고 있다고 주장하였으며[17], 권용석 외(2019)는 스타트업이 액셀러레이터를 선택 시 액셀러레이터를 통한 후속 투자 가능성, 액셀러레이터와 졸업기업의 명성, 액셀러레이터의 초기 투자 규모, 입주공간의 지원여부 및 우수성, 프로그램 요인의 순으로 중요하게 생각한다고 주장하였다[8].

다만, 앞에서 살펴본 바와 같이 대부분의 선행연구가

엑셀러레이터 선택 의사결정요인을 단순 열거하는데 그치고 있고 요인 간 상대적 중요도를 따로 제시하지 않고 있으며, 요인 간 상대적 중요도 순위를 제시하고 있는 몇몇 선행연구의 경우에도 요인 간 중요도 순위에 차이를 보이고 있고 연구자들마다 중요하게 인식하는 의사결정 요인도 조금씩 다르나, 대부분의 연구자들이 멘토링 및 교육의 질, 공간 제공, 네트워킹 기회 등 엑셀러레이팅 프로그램 요인들과 엑셀러레이터의 초기투자 규모, 후속투자 기회 등 자금지원 요인들을 중요한 요인으로 인식하고 있었고, 그 밖에 엑셀러레이터의 미션/목표와 스타트업이 추구하는 목표/미션과의 적합성, 엑셀러레이터 자체의 명성 및 브랜드가치, 엑셀러레이터의 시장진출 지원 가능성 등 엑셀러레이터 자체가 보유하고 있는 여러 가지 특성 요인들도 스타트업이 엑셀러레이터를 선택할 때 중요한 의사결정요인이라고 인식하고 있었다.

2.2.1 프로그램 요인

스타트업은 엑셀러레이터를 선택할 때 엑셀러레이터가 제공하는 각종 프로그램이 얼마나 우수하고 자신의 니즈를 충족시킬 수 있는지를 중요한 의사결정요인으로 생각한다. 우선 스타트업은 엑셀러레이터가 운영하는 교육 프로그램을 통해 창업가정신 함양과 비즈니스모델 개발, 제품/서비스 개발, 시제품 개발, 사업화, 자금조달방법, 마케팅, 시장개척 등 창업에 필요한 기본적인 사업방법에 대한 전반적인 지식함양을 하고자 한다[11].

또한, 스타트업은 창업과정을 신속하게 경험하고 당면한 어려움을 해결하는데 도움을 받기 위하여 직접 또는 외부 전문가 또는 경험 많은 창업자 등과 연계해 1:1 멘토링을 집중적으로 제공받고자 한다. 실제로 스타트업은 성공한 창업자나 투자자가 포함된 멘토진 때문에 해당 엑셀러레이터에 참여하는 경우가 많다. 따라서 엑셀러레이터는 영향력 있는 투자자나 성공한 창업자가 포함된 멘토진을 내부에 포함하고 있거나 이들과 협력할 수 있는 역량을 갖추고 있어야 한다[18,19]. 그리고 스타트업은 네트워크 형성이 창업성공의 중요한 요인이라고 보고 엑셀러레이터가 코호트 기반 프로그램을 통해 제공하는 보육 기업, 멘토, 그리고 투자자 간 네트워크 형성을 활용하고자 한다.

엑셀러레이터는 코호트에 속한 스타트업들이 서로를 동기(同期) 집단으로 인식하게 하고, 이 집단을 외부 전문가의 멘토링 과정과 연결하여 교육 과정의 기본 단위 역할을 하며, 프로그램 이수 후에도 같은 코호트 창업자 및

멘토들과 네트워크를 이어 나갈 수 있도록 지원한다 [11,20]. 또한, 스타트업은 엑셀러레이터가 제공하는 공간을 통해 스타트업 간 강한 유대감을 형성함으로써 엑셀러레이팅 효과를 극대화하고[11], 멘토들과 프로그램 수료 이후에도 관계를 유지하고자 한다[19].

2.2.2 자금지원 요인

스타트업은 창업 후 제품/서비스를 개발해 시장에 진출하는 모든 단계에 걸쳐 자금부족에 직면하므로 자금조달에 대한 관심이 매우 높다. 따라서 엑셀러레이터를 선택할 때 엑셀러레이터의 자금지원 가능성을 중요한 의사결정요인으로 생각한다.

엑셀러레이터는 상대적으로 적은 금액을 투자하여 스타트업이 얼리어답터 고객을 대상으로 아이디어를 베타 서비스 수준 정도의 시제품으로 전환하는 빠른 실험을 진행하도록 지원하며[19], 스타트업은 이러한 엑셀러레이터의 초기자금 투자를 받고자 엑셀러레이팅 프로그램을 이용하는 경우도 많다. 또한, 스타트업은 엑셀러레이터가 제공하는 멘토링이나 데모데이에 참여해 벤처캐피탈 등 잠재적 투자자에게 자신을 소개함으로써 후속투자의 기회를 제공받고자 하는 니즈가 강하다. 데모데이는 엑셀러레이터가 엔젤 투자자와 벤처캐피탈 등을 초청하여 보육 중인 스타트업들이 사업 모델을 발표하도록 하는 행사이다[11]. 다만, 개발된 제품 및 서비스가 사업화를 통해 일정 단계 이상의 성과와 성장가능성을 입증하는 것이 선행되어야 후속투자 유치 가능성이 높아지는 만큼 현실적으로 엑셀러레이팅 기간 중에 후속투자로 이어지는 경우가 많지는 않다. 그리고, 국내의 경우 정부, 지자체 및 수많은 공공기관들이 스타트업을 대상으로 보조금, 지원금 및 투자금 등 각종 정책자금을 적극적으로 지원하고 있고 지원규모 또한 적지 않아 스타트업의 창업성공에 큰 영향을 미치고 있어 정책자금에 대한 스타트업의 관심 역시 매우 높다. 따라서 일부 엑셀러레이터는 초기자금 투자 및 후속투자 기회를 제공하는 것뿐만 아니라 스타트업이 정책자금을 지원받을 수 있도록 소개하거나 추천해주고 있다.

2.2.3 엑셀러레이터 특성 요인

스타트업은 엑셀러레이팅 프로그램 요인들과 자금지원 요인들 외에도 엑셀러레이터의 미션/목표가 스타트업이 추구하는 목표/미션과 부합하는지 여부와 엑셀러레이터 자체의 명성 및 브랜드가치, 엑셀러레이터의 선발 및

졸업정책, 액셀러레이터가 스타트업의 국내외 시장진출을 지원할 수 있는 특성을 보유하고 있는지 등 액셀러레이터 자체가 보유하고 있는 여러 가지 특성들도 중요한 의사결정요인으로 인식하고 있다.

스타트업이 액셀러레이터를 선택할 때 자신이 속한 산업 부문이 액셀러레이터의 초점영역인지 확인하는 것은 중요한 부분이다. 액셀러레이터마다 ICT, 소프트웨어, 모바일 애플리케이션, 무선 기술, 생명과학, 의료 기술 등 각자 초점을 두는 분야 또는 강점이 있는 분야가 다르기 때문이다[14]. 그리고, 스타트업은 제품/서비스 개발 후 시장에 진출하는 것이 궁극적 목표이므로 액셀러레이터가 액셀러레이팅 프로그램 졸업 후에도 스타트업의 시장진출을 지원하는지 살펴볼 필요가 있다. 다만, 액셀러레이팅 프로그램의 시간적, 물리적 제약으로 인해 현실적으로는 이를 지원하는 액셀러레이터가 많지는 않다.

액셀러레이터의 명성도 스타트업의 성공 가능성을 높이고 자본, 자원 및 인재를 유치하는데 도움이 되기 때문에 매우 중요한 요인이라 할 수 있다.

그 밖에도 액셀러레이터는 해당 스타트업의 지리적 위치 요구사항 충족여부, 스타트업 창업가에 대한 코칭의 용이성, 성장 잠재력, 팀 구성 및 관련 경험, 지식재산, 시장진출 기회 등 많은 요소들을 평가해 액셀러레이팅 대상 스타트업을 선발하므로 스타트업 역시 액셀러레이터의 선발정책을 충분히 확인하여야 한다[14].

또한, 액셀러레이터는 일반적으로 스타트업에 대하여 액셀러레이팅 프로그램을 제공한 후 스타트업이 더 이상 새로운 가치를 창출하지 않거나 제공된 보육공간이 부족하거나 수용 가능한 인원수를 초과할 때 또는 정해진 기간이 경과할 때 스타트업을 졸업시키게 되고[14], 이러한 졸업정책은 액셀러레이터마다 다르기 때문에 해당 액셀러레이터의 졸업정책이 스타트업의 니즈에 부합하는지 검토할 필요가 있다.

3. 연구방법

3.1 분석과정

본 연구에서는 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하고자 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인을 선행연구를 분석해 도출하였고, 이를 바탕으로 델파이 기법(Delphi technique)을 이용하여 스타트업 창업자와 액셀러레이터 종사자를 대상으로 2차례에 걸쳐 심층

면접을 실시해 의견을 수렴하였다. 이러한 과정을 거쳐 도출된 의사결정요인을 AHP 계층구조에 맞게 재구성하여 연구모형을 설계하였고, 설문조사를 실시하여 AHP 기법을 이용해 실증 분석하였다.

3.1.1 델파이 기법

본 연구에서는 스타트업이 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인을 도출하기 위하여 선행연구와 델파이 기법을 이용하였다. 우선 선행연구를 근거로 멘토링, 창업교육, 컨설팅, 카운슬링, 코칭, 공간 제공, 네트워킹 지원, 초기자금 투자, 후속투자 유치 기회, 미션/목표의 적합성, 선발 및 졸업정책, 서비스의 성격 및 범위, 액셀러레이터의 명성, 액셀러레이팅 프로그램 졸업기업의 명성 등 14개의 요인을 도출하였다.

이를 바탕으로 최근 3년 이내에 창업하고 2회 이상 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업 창업자 6명과 액셀러레이팅 업무 종사경험이 10년 이상이고 100건 이상의 액셀러레이팅 경험이 있는 액셀러레이터 종사자 5명을 대상으로 델파이 기법을 이용해 2차례에 걸쳐 심층면접을 실시하였다. 이러한 과정을 통해 선행연구에서 도출된 요인 중 멘토링, 창업교육, 컨설팅, 카운슬링, 코칭 요인 등 유사한 5개 요인을 ‘멘토링/교육 요인’으로 통합하고, 액셀러레이터의 명성과 액셀러레이팅 프로그램 졸업기업의 명성 요인을 ‘명성 요인’으로 통합하였으며, 선발 및 졸업정책 요인, 서비스의 성격 및 범위 요인 등 다른 요인과 개념이 중복되는 2개 요인을 제외하여 14개의 요인을 7개의 요인으로 압축하였다. 그리고 대다수의 전문가들의 의견을 반영하여 ‘정책자금 연계 요인’과 ‘마케팅/시장개척 지원 요인’ 등 2개의 의사결정요인을 추가해 총 9개 요인을 분석 대상 요인으로 확정하였다.

3.1.2 연구모형의 설계

선행연구와 델파이 기법을 이용해 도출한 9개 요인에 대하여 프로그램 요인, 자금지원 요인, 액셀러레이터 특성 요인 등 3개 요인을 제1계층 요인으로 설정하고, 멘토링/교육, 공간 제공, 네트워킹 지원, 초기자금 투자, 후속투자 유치기회, 정책자금 연계, 미션/목표의 적합성, 마케팅/시장개척 지원, 명성 등 9개 요인을 제2계층 요인으로 설정하여 Figure 1과 같이 연구모형을 확정하였다. 스타트업의 액셀러레이터 선택 의사결정요인의 조작적 정의는 Table 1과 같다.

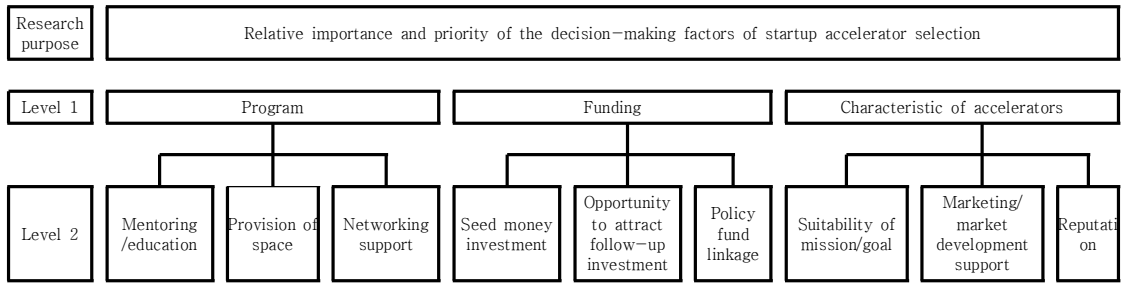


Fig. 1. Research model on the relative importance and priority of decision-making factors in accelerator selection of startups

3.1.3 분석방법 및 설문조사

본 연구는 스타트업이 창업 및 성장에 필요한 각종 지원을 받고자 액셀러레이팅 프로그램을 운영하는 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위를 분석하기 위하여 AHP(Analytic Hierarchy Process) 기법을 이용하였다. AHP 기법은 Saaty에 의해 개발된 다기준 의사결정기법으로서[21], 여러 개의 대안에 대해 다면적 평가 기준에 의한 의사결정을 지원한다. 또한 다양한 정책요소 간 쌍대 비교를 통하여 더 중요한 요소를 선택하는 방식의 의견수렴 수단이며[22], 전문가의 경험과 직관이 포함될 수 있을 뿐만 아니라 계량화에 의한 데이터 분석도 가능하여 전문가의 경험과 식견을 과학적으로 반영하는 방법이 될 수 있다[23]. AHP 기법을 활용하기 위하여 실무 지식과 전문적인 경험이 있는 집단의 규모는 집단의 특성이 동질적일 때 10명 이내 소수의 표본 수로도 충분하다고 제시하고 있다[24].

2차례에 걸쳐 실시한 심층면접을 통해 설계한 연구모형(Figure. 1)을 기반으로 9점 척도로 구조화된 설문지를 개발하였고, 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업 창업자와 액셀러레이터 종사자를 대상으로 설문조사를 각각 실시하였다. 설문조사는 대면 설문방식 및 구글 온라인 설문방식을 병행하여 2021년 9월1일부터 2021년 9월 30일까지 진행하였으며, 회수한 설문 응답 자료는 AHP 분석도구인 AHP Online System-Googol Online Survey를 이용하여 분석하였다[25].

4. 실증 분석

4.1 응답자 특성

4.1.1 스타트업 창업자 특성

액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업 창

Table 1. Operational definition of decision-making factors in accelerator selection of startups

Level 1	Level 2	Operational definition
Program	Mentoring/education	Excellence and expertise of mentoring and education programs on business model development, technology/product development, marketing/market development and startup and commercialization know-how
	Provision of space	Whether to provide occupant space and the convenience of the occupant space provided, etc.
	Networking support	Networking between startup teams and graduates, networking support capabilities with helpers from all walks of life (lawyers, patent attorneys, accountants, financial experts, marketing experts, technology development experts, etc.) and potential investors (angel investors, venture capitalists, etc.)
Funding	Seed money investment	Investment conditions such as accelerator's initial capital investment scale, investment ratio, etc.
	Opportunity to attract follow-up investment	whether there is an opportunity to attract follow-up investment using Demo day, accelerator's own network and reputation, etc.
	Policy fund linkage	Degree of support in connection with various policy funds such as subsidies from the government, local governments and public institutions
Characteristic of accelerators	Suitability of mission/goal	The degree of alignment between the accelerator's mission/goal and the mission/goal pursued by the startup
	Marketing/market development support	Possibility of follow-up support such as marketing, public relations and domestic and overseas market development
	Reputation	Accelerator's reputation, market recognition, brand value, reputation of the graduate company, etc.

업자로부터 회수한 설문지 총 85건 중 일관성비율 (consistency ratio)이 0.1 이상으로 신뢰성이 낮거나 불성실하게 작성된 자료 18건을 제외한 67건의 응답 자료를 대상으로 분석하였다. 설문에 응답한 스타트업 창업자 특성을 살펴보면 Table 2와 같이 응답자의 연령대는 30대가 32명(47.8%)으로 가장 많았고 40대 이상 25명(37.3%), 20대 10명(14.9%)의 순이었다. 전공의 경우 이공계열 전공자가 39명(58.2%)으로 과반수를 차지하고 있었고 상경계열 12명(17.9%), 기타계열 16명(23.9%)의 순으로 나타났다.

또한, 기 창업경험이 없는 응답자가 39명(58.2%)이고 스타트업 창업 전 기 창업경험이 있는 응답자가 28명(41.8%)이었다. 창업 전 동종업계 종사경력이 5년을 초과한 응답자가 28명(41.8%)이고, 5년 이내인 응답자가 27명(40.3%)이며 창업 전 동종업계 종사경험이 없는 응답자는 12명(17.9%)으로 나타났다.

창업 업종의 경우 ICT 관련 업종이 52명(77.6%)으로 대부분을 차지하고 있고, 사업장 소재지는 수도권이 36명(53.7%), 비수도권이 31명(46.3%)이었다. 업력은 모두 5년 이내였으며 그 중에서 3년 이내가 52명(77.6%)으로 대부분을 차지하고 있었다.

종업원 수는 5명 이내가 43명(64.2%)으로 대부분을 차지하고 있었고 10명 이내가 17명(25.4%), 10명 초과가 7명(10.4%)의 순이었다. 매출액 규모가 3억 원 이하인 응답자는 53명(79.1%)이고 그 중 23명(34.3%)은 아직까지 매출실적이 없는 것으로 나타났다.

또한, 액셀러레이팅 프로그램을 1회만 이용한 응답자가 40명(59.7%)으로 과반수를 차지하고 있으나 2회 이용한 응답자도 16명(23.9%)이나 되고 3회 이상 이용한 응답자도 11명(16.4%)이나 있는 것으로 나타났는데 이는 하나의 액셀러레이팅 프로그램을 이용하는 것만으로는 스타트업의 다양한 니즈를 충족시키는데 한계가 있기 때문에 가능한 한 많은 액셀러레이팅 프로그램을 이용하는 경향에 따른 것으로 판단된다.

4.1.2 액셀러레이터 종사자 특성

스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하고자 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위에 대하여 스타트업 창업자와 액셀러레이터 종사자(투자심사역, 매니저 등) 간 인식의 차이를 비교 분석하기 위하여 ‘스타트업이 액셀러레이터를 선택 시 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위가 어떤 것이라고 판단하고 있는지’ 액셀러레이터 종사자를 대상으로 설문하여 회수한 총 59건 중 일관성비율(consistency ratio)이 0.1 이상으로 신뢰성이 낮거나 불성실하게 작성된 자료 17건을 제외한 42건의 응답 자료를 대상으로 분석하였다.

설문에 응답한 액셀러레이터 종사자의 특성을 살펴보면, Table 3과 같이 응답자의 직위는 직원이 36명(85.7%)으로 대부분을 차지하고 있고, 연령대는 40대 이상이 23명(54.8%)으로 과반수를 차지하고 있으며 30대 16명(38.1%), 20대 3명(7.1%)의 순이었다.

Table 2. Characteristics of startup founders

Division	Sub-division	Frequency	Percentage (%)	Division	Sub-division	Frequency	Percentage (%)
Age	20's	10	14.9	Location	Metropolitan area	36	53.7
	30's	32	47.8		Non-metropolitan area	31	46.3
	Over 40's	25	37.3	Start-up history	3 years or less	52	77.6
Magor	Science and engineering	39	58.2		5 years or less	15	22.4
	Business	12	17.9	Number of employees	5 or less	43	64.2
	Other	16	23.9		6~10	17	25.4
Previous start-up experience	Non-exist	39	58.2		More than 10	7	10.4
	Exist	28	41.8	Sales volume	Non-exist	23	34.3
Experience in the same industry	Non-exist	12	17.9		3 billion won or less	30	44.8
	Within 5 years	27	40.3		More than 3 billion won	14	20.9
	More than 5 years	28	41.8	Accelerating program number of uses	1 time	40	59.7
Sectors	ICT related industry	52	77.6		2 times	16	23.9
	Other	15	22.4		3 or more times	11	16.4

Number of samples: 67 (CR < 0.1)

Table 3. Characteristics of accelerator workers

Division	Sub-division	Frequency	Percentage (%)	Division	Sub-division	Frequency	Percentage (%)
Position	Executives	6	14.3	Experience in the same industry	10 years or less	21	50.0
	Employee	36	85.7		20 years or less	13	30.9
Age	20's	3	7.1		More than 20 years	8	19.1
	30's	16	38.1	Founded capital	10 billion won or less	24	57.1
	Over 40's	23	54.8		More than 10 billion won	18	42.9
Magor	Science and engineering	9	21.4	Size of individual investment association fund	30 billion won or less	20	47.6
	Business	26	61.9		More than 30 billion won	22	52.4
	Other	7	16.7	Number of accelerations per year	100 or less	15	35.7
Location	Metropolitan area	27	64.3		More than 100	27	64.3
	Non-metropolitan area	15	35.7	Number of samples: 42 (CR < 0.1)			

전공의 경우 상경계열이 26명(61.9%)으로 과반수를 차지하고 있고 이공계열 9명(21.4%), 기타계열 7명(16.7%)의 순으로 나타났다. 회사 소재지는 수도권이 27명(64.3%), 비수도권이 15명(35.7%)인 것으로 나타났다. 동종업계 종사경력의 경우 10년 이내가 21명(50.0%)이고 20년 이내 13명(30.9%), 20년 초과 8명(19.1%)의 순이었다.

소속 회사의 설립자본금 규모는 10억 원 이하가 24명(57.1%), 10억 원 초과가 18명(42.9%)으로 나타났고, 개인투자조합으로 구성된 펀드 규모는 30억 원 이하가 20명(47.6%), 30억 원 초과가 22명(52.4%)으로 나타났으며, 연간 액셀러레이팅 하는 스타트업의 수가 100개사 이내인 경우는 15명(35.7%), 100개사 초과인 경우는 27명(64.3%)으로 나타났다.

4.2 액셀러레이터 선택 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위 분석 결과

4.2.1 스타트업 창업자의 응답 내용 분석 결과

스타트업 창업자 67명의 응답 내용을 분석한 결과 Table 4 및 Figure. 2와 같이 제1계층에서는 요인 간 상대적 중요도가 자금지원 요인(0.441), 프로그램 요인(0.387), 액셀러레이터 특성 요인(0.172) 순으로 나타났고, 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도는 초기자금 투자(0.246), 멘토링/교육(0.196), 후속투자 유치기회(0.127), 공간 제공(0.099), 네트워킹 지원(0.092), 미션/목표의 적합성(0.086), 정책자금 연계(0.068), 마케팅/시장개척 지원(0.058), 명성(0.028) 순으로 나타났다.

이러한 결과를 통해 스타트업이 액셀러레이팅 프로그

램을 이용하고자 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인으로 제1계층에서는 액셀러레이터의 자금지원 요인을 가장 중요하게 생각하고, 제2계층에서는 초기자금 투자, 멘토링/교육, 후속투자 유치기회 순으로 중요하게 생각하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

4.2.2 액셀러레이터 종사자의 응답 내용 분석 결과

한편, 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하고자 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인의 우선순위에 대하여 스타트업 창업자와 액셀러레이터 종사자(투자심사역, 매니저 등) 간 인식의 차이를 비교 분석하기 위하여 액셀러레이터 종사자 42명의 응답 내용을 분석한 결과 Table 4 및 Figure. 2와 같이 스타트업 창업자가 제1계층에서 요인 간 상대적 중요도가 자금지원 요인(0.505), 프로그램 요인(0.347), 액셀러레이터 특성 요인(0.148) 순으로 인식할 것으로 판단하고 있었고, 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도는 초기자금 투자(0.292), 네트워킹 지원(0.142), 멘토링/교육(0.141), 후속투자 유치기회(0.122), 정책자금 연계(0.091), 마케팅/시장개척 지원(0.066), 공간 제공(0.064), 미션/목표의 적합성(0.042), 명성(0.040) 순으로 인식할 것으로 판단하고 있었다.

이러한 결과를 통해 액셀러레이터 종사자는 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하고자 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인으로 제1계층에서는 액셀러레이터의 자금지원 요인을 가장 중요하게 인식할 것으로 판단하고, 제2계층에서는 초기자금 투자, 네트워킹 지원, 멘토링/교육 순으로 중요하게 인식할 것으로 판단하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

Table 4. Comparison of relative importance and priorities between startup founders and accelerator workers

Level 1			level 2						
Criteria	Weight		Sub-criteria	Weight		Adjusted weight		Rank	
	Startup	Accelerator		Startup	Accelerator	Startup	Accelerator	Startup	Accelerator
Program	0.387	0.347	Mentoring /education	0.506	0.407	0.196	0.141	2	3
			Provision of space	0.257	0.184	0.099	0.064	4	7
			Networking support	0.237	0.409	0.092	0.142	5	2
Funding	0.441	0.505	Seed money investment	0.557	0.578	0.246	0.292	1	1
			Opportunity to attract follow-up investment	0.289	0.242	0.127	0.122	3	4
			Policy fund linkage	0.154	0.180	0.068	0.091	7	5
Characteristic of accelerators	0.172	0.148	Suitability of mission/goal	0.502	0.282	0.086	0.042	6	8
			Marketing/market development support	0.336	0.446	0.058	0.066	8	6
			Reputation	0.162	0.272	0.028	0.040	9	9

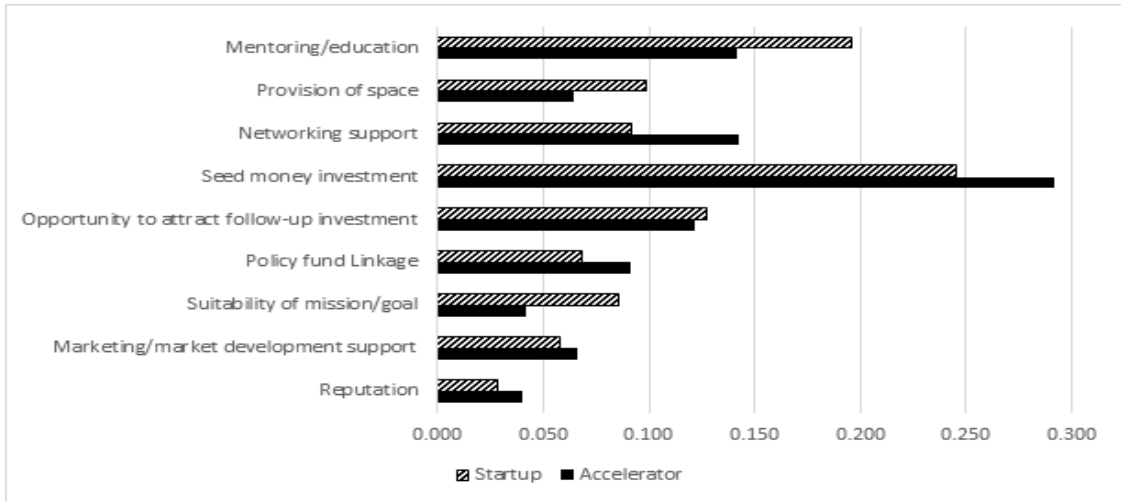


Fig. 2. Comparison of relative importance between startup founders and accelerator workers4.

4.2.3 스타트업 창업자와 액셀러레이터 종사자 간 상대적 중요도 비교

스타트업 창업자 그룹과 액셀러레이터 종사자 그룹 간 액셀러레이터 선택 시 의사결정기준의 상대적 중요도를 비교한 것은 스타트업 창업자 그룹과 액셀러레이터 종사자 간 인식의 차이가 있을 수 있고 만약 인식의 차이가 있다면 향후 액셀러레이팅 서비스의 질적 향상방안 모색에 시사점을 제공할 수 있다고 보았기 때문이다.

스타트업 창업자 그룹의 응답 내용과 액셀러레이터 종사자 그룹의 응답 내용을 비교한 결과 Table 4와 같이 요인 간 상대적 중요도에 대한 두 그룹 간 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다.

우선 제1계층에서 요인 간 상대적 중요도의 경우는 스타트업 창업자 그룹과 액셀러레이터 종사자 그룹 모두 자금지원 요인, 프로그램 요인, 액셀러레이터 특성 요인 순으로 나타나 두 그룹 간 인식 차이가 거의 없는 것으로 나타났다. 그러나 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도는 스타트업 창업자 그룹이 초기자금 투자, 멘토링/교육, 후속투자 유치기회, 공간 제공의 순으로 인식하고 있는 반면, 액셀러레이터 종사자 그룹은 초기자금 투자, 네트워킹 지원, 멘토링/교육, 후속투자 유치기회의 순으로 인식하고 있는 것으로 나타나 두 그룹 간 차이를 보이고 있는 것을 확인할 수 있었다. 특히, 두 그룹 모두 초기자금 투자 요인을 가장 중요

한 요인으로 인식하고 있었으나, 멘토링/교육과 공간 제공 요인의 경우는 액셀러레이터 종사자 그룹보다 스타트업 창업자 그룹이 훨씬 더 중요한 의사결정요인으로 인식하고 있었고, 네트워킹 지원 요인의 경우는 스타트업 창업자 그룹보다 액셀러레이터 종사자 그룹이 훨씬 더 중요한 의사결정요인으로 인식하고 있어 차이를 보였다. 이는 액셀러레이터가 스타트업의 니즈를 반영해 공간 제공과 멘토링/교육 서비스 향상에 더 많은 관심과 노력을 기울일 필요가 있다는 것을 의미한다.

4.2.4 사업장 소재지별 비교 분석 결과

스타트업 창업자 67명 중 사업장이 소재지가 수도권인 그룹(36명)과 비수도권인 그룹(31명) 간 액셀러레이터 선택 시 의사결정요인의 상대적 중요도를 비교한 것은 스타트업, 액셀러레이터, 잠재적 투자자 등 인적, 물적 자원과 투자자본이 수도권에 편중되어 있어 이러한 지역적 차이로 인해 의사결정요인의 상대적 중요도가 차이가 있을 것으로 보았기 때문이다.

두 그룹 간 상대적 중요도를 비교한 결과 Figure. 3과 같이 두 그룹 간 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

우선 제1계층에서는 두 그룹 모두 자금지원 요인, 프로그램 요인, 액셀러레이터 특성 요인의 순으로 중요하게 고려하는 것으로 나타나 두 그룹 간 차이가 거의 없었다. 그러나 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도의 경우 사업장 소재지가 수도권인 그룹은 초기자금 투자, 멘토링/교육, 공간 제공의 순으로

인식하고 있는 반면, 비수도권인 그룹은 초기자금 투자, 멘토링/교육, 후속투자 유치기회의 순으로 인식하고 있어 비수도권 그룹이 수도권 그룹에 비해 후속투자 유치 기회 요인을 훨씬 더 중요한 요인으로 인식하고 있는 것을 확인할 수 있었고, 이는 대부분의 투자자가 수도권에 편중되어 있어 비수도권 소재 스타트업이 후속투자 유치 기회가 적은데 기인하는 것으로 보인다.

4.2.5 매출실적 유무별 비교 분석 결과

스타트업 창업자 67명 중 매출실적이 있는 응답자 그룹(44명)과 매출실적이 없는 응답자 그룹(23명) 간 액셀러레이터 선택 의사결정요인의 상대적 중요도를 비교한 것은 매출실적 유무에 따라 스타트업의 니즈에 차이가 있고 이에 따라 의사결정요인의 상대적 중요도가 차이가 있을 것으로 보았기 때문이다.

두 그룹 간 상대적 중요도를 비교한 결과 Figure. 4와 같이 두 그룹 간 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

우선 제1계층에서는 두 그룹 모두 자금지원역량 요인, 프로그램 요인, 액셀러레이터 특성 요인의 순으로 중요하게 고려하는 것으로 나타나 두 그룹 간 큰 차이가 없었다. 그러나 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도의 경우 매출실적이 있는 그룹은 초기자금 투자, 멘토링/교육, 후속투자 유치기회, 공간 제공의 순으로 인식하고 있는 반면, 매출실적이 없는 그룹은 초기자금 투자, 멘토링/교육, 공간 제공, 후속투자 유치기회의 순으로 인식하고 있어 두 그룹 간 다소 차이를

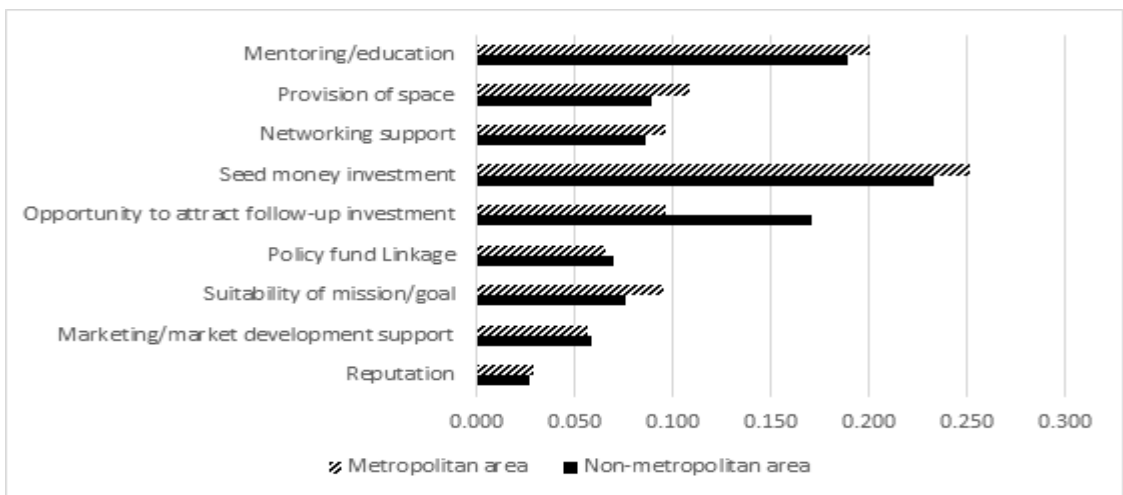


Fig. 3. Comparison of relative importance by business location

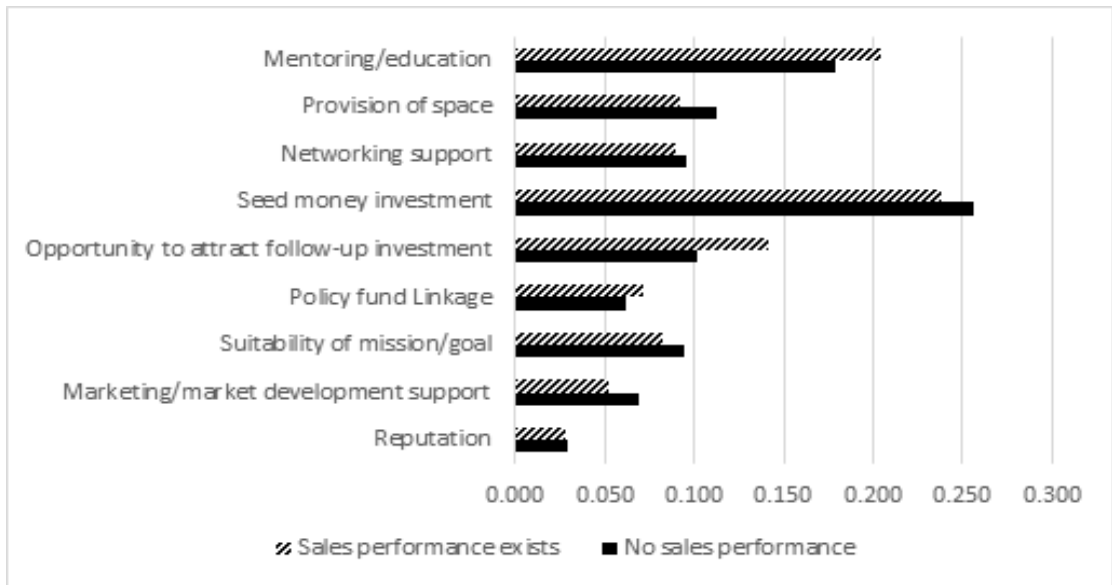


Fig. 4. Comparison of relative importance by sales performance

보이고 있는 것으로 나타났다. 특히 매출실적이 있는 그룹은 매출실적이 없는 그룹에 비해 후속투자 유치기회 요인을 훨씬 더 중요하게 인식하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

이는 매출실적이 있는 그룹은 스타트업 진행단계상 창업 초기에 조달한 창업자금으로 기술 및 제품개발을 완료하고 본격적으로 매출 확대에 집중하는 단계라 자금조달 니즈가 훨씬 더 강한데 따른 것으로 보인다.

4.3 액셀러레이팅 프로그램 이용 만족도 분석 결과

액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업 창업자 67명의 이용 만족도를 조사한 결과 Figure. 5와 같이 전반적인 만족도는 ‘매우 만족’ 15명(22.4%), ‘만족’ 21명(31.3%), ‘보통’ 28명(41.8%), ‘불만족’ 2명(3.0%), ‘매우 불만족’ 1명(1.5%)으로 나타나 ‘만족’ 응답(53.7%)이 ‘불만족’ 응답(4.5%)에 비해 훨씬 높았다.

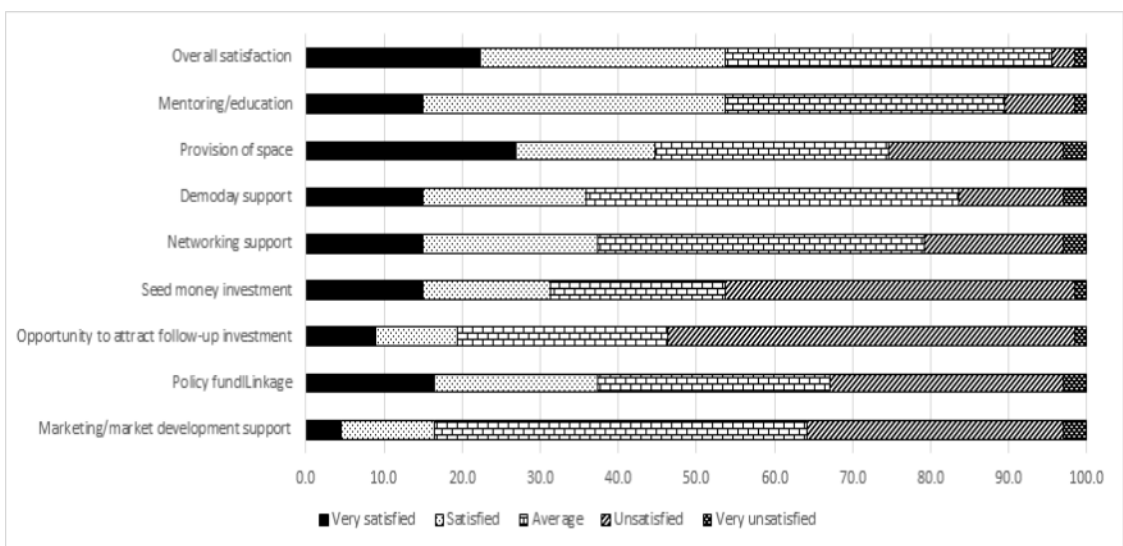


Fig. 5. Satisfaction with the use of accelerating programs

그러나 액셀러레이팅 프로그램의 세부 서비스 내용별 만족도는 차이가 있는 것으로 나타났다. 공간 제공 서비스의 경우 18명(26.9%)이 '매우 만족'으로 응답해 응답률이 가장 높았고, 그 밖에 멘토링/교육, 데모데이 지원, 네트워킹 지원, 초기자금 투자, 정책자금 연계 서비스는 '매우 만족' 응답률 차이가 거의 없었다.

반면에 마케팅/시장개척 지원 서비스는 3명(4.5%)만이 '매우 만족'으로 응답했고 후속투자 유치지원 서비스는 6명(9.0%)만이 '매우 만족'으로 응답해 '매우 만족' 응답률이 매우 낮은 것으로 나타났다. 이는 공간 제공 서비스의 경우는 액셀러레이터가 스타트업에게 비교적 제공하기 용이한 서비스인 반면 마케팅/시장개척 지원과 후속투자 유치 지원 서비스는 단기간의 액셀러레이팅 기간 중에 스타트업의 니즈를 충족시키기 어려운 특성에 기인하는 것으로 보인다.

한편, '매우 불만족' 및 '불만족' 응답률의 경우 후속투자 유치기회(53.7%), 초기자금 투자(46.3%), 마케팅/시장개척(35.8%), 정책자금 연계(32.9%) 순으로 응답률이 높게 나타나 스타트업과 액셀러레이터 모두 공통적으로 자금지원 요인을 가장 중요한 요인으로 인식하고 있는 것과는 달리 실제로는 액셀러레이팅 프로그램이 스타트업의 자금조달 니즈를 충분히 충족시키지는 못하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

5. 결론

본 연구는 스타트업이 액셀러레이팅 프로그램을 이용하기 위하여 액셀러레이터를 선택할 때 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위에 대하여 실증 연구를 진행하였다. 우선 선행연구와 델파이 기법을 이용해 프로그램 요인, 자금지원 요인, 액셀러레이터 특성 요인 등 3개 요인을 제1계층 요인으로 설정하고 멘토링/교육, 공간 제공, 네트워킹 지원, 초기자금 투자, 후속투자 유치기회, 정책자금 연계, 미션/목표의 적합성, 마케팅/시장개척 지원, 명성 등 9개 요인을 제2계층 요인으로 설정하여 구성한 연구모형을 바탕으로 AHP 기법을 이용해 설문조사를 진행하여 계층별 상대적 중요도와 우선순위를 분석하였다.

우선 스타트업 창업자 그룹과 액셀러레이터 종사자 그룹 간 인식의 차이를 비교 분석한 결과 제1계층에서는 요인 간 상대적 중요도가 자금지원 요인, 프로그램 요인, 액셀러레이터 특성 요인 순으로 나타나 두 그룹 간 인식

의 차이가 거의 없었으나, 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도는 스타트업 창업자 그룹이 초기자금 투자, 멘토링/교육, 후속투자의 순으로 인식하고 있는 반면, 액셀러레이터 종사자 그룹은 스타트업 창업자들이 초기자금 투자, 네트워킹 지원, 멘토링/교육 순으로 인식할 것이라고 판단하고 있는 것으로 나타나 두 그룹 간 인식에 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 스타트업의 자금조달 니즈에 맞춰 액셀러레이터의 자금지원 역량 강화 노력이 더욱 더 필요함을 의미한다.

또한, 사업장 소재지 및 매출실적 유무에 따라 제2계층의 요인별 가중치를 적용한 전체 요인 간 상대적 중요도가 다소 차이가 있는 것으로 나타났다.

이는 액셀러레이터가 단순히 자금지원 요인 뿐 아니라 스타트업의 사업장 소재지나 사업개발 단계, 사업아이템 등 스타트업마다 각기 다른 상황이나 니즈를 정확하게 파악해 가장 적합한 형태의 차별화된 맞춤형 프로그램을 제공할 필요가 있다는 것을 의미한다.

한편, 액셀러레이팅 이용 경험이 있는 스타트업 창업자를 대상으로 액셀러레이팅 프로그램 이용 만족도를 조사한 결과 전반적으로는 만족도가 높은 것으로 나타났으나, 세부 서비스 내용별로 만족도에 차이가 있었다. '매우 만족' 응답률이 가장 높은 서비스는 공간 제공 서비스였고, 마케팅/시장개척 지원 서비스와 후속투자 연계 서비스는 '매우만족' 응답률이 매우 낮은 것으로 나타났다. 한편, 후속투자 유치기회, 초기자금 투자, 마케팅/시장개척, 정책자금 연계의 경우 '매우 불만족'과 '불만족' 응답률이 높게 나타나 불만족스럽게 인식하는 서비스 내용도 많은 것을 확인할 수 있었다.

이는 현재 액셀러레이팅 생태계가 액셀러레이터가 스타트업을 선정하는 공급자 중심 생태계이다 보니 서비스 수준 향상 노력이 미흡한 것에 기인하는 것으로 판단된다. 또한, 액셀러레이터마다 갖고 있는 특화된 서비스의 내용, 투자규모 및 투자회수 성과 등 액셀러레이터에 대한 정보를 파악하기 쉽지 않아 스타트업이 어느 액셀러레이터의 액셀러레이팅 프로그램을 이용하는 것이 적합할 것인지 판단하기 매우 어려운 것도 액셀러레이팅 서비스의 질적 수준 향상을 더디게 하는 요인으로 작용하고 있다.

따라서 스타트업이 액셀러레이터에 관한 필요한 정보를 탐색할 수 있도록 제도적으로 보완함으로써 액셀러레이터와 스타트업 간 정보비대칭 현상을 해소할 필요가 있어 보인다.

현재 창업기획자 전자공시(DIAA; Disclosure

Information of Accelerator Analysis) 시스템이 구축되어 있어 액셀러레이터의 세부 현황을 공시하고 있으나 [26], 공시 내용이 빈약해 스타트업이 액셀러레이터에 관하여 필요한 정보를 충분하게 파악하는데 한계가 있다. 따라서 액셀러레이터의 자본금, 개인투자조합 펀드 조성 및 운영현황, 투자규모 및 투자회수 실적, 멘토 구성 현황, 멘토링 및 교육프로그램 내용, 데모데이 개최현황, 입주공간 및 시설지원 내용, 초기자금 투자조건, 후속투자 연계 실적, 액셀러레이터의 미션 및 목표 등 액셀러레이터에 관한 세부정보를 스타트업이 쉽게 파악하고 비교할 수 있도록 액셀러레이터 정보공시제도를 보다 더 정교하게 발전시킬 필요가 있다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 학문적으로는 첫째, 선행연구에서 다양하게 제시되었던 액셀러레이터 선택 의사결정요인을 크게 3가지 요인으로 구분하고 이를 다시 9가지 하위 요인으로 구분하여 체계적으로 정리함으로써 액셀러레이터와 액셀러레이팅 프로그램에 대한 추가 연구의 기초자료로 활용될 수 있다. 둘째, 액셀러레이팅 프로그램 발전방안을 모색하기 위해 프로그램 이용자인 스타트업과 프로그램 제공자인 액셀러레이터 간 인식 차이에 대한 통합·비교연구의 필요성을 제시하였다. 실무적으로는 첫째, 스타트업에게는 사업장 소재지, 매출 실적, 업종, 제품개발단계 등 스타트업이 처한 상황과 니즈를 충족시켜 줄 수 있는 액셀러레이터를 선택하고자 할 때 본 연구에서 제시된 의사결정요인이 참고자료로 활용될 수 있을 것이다. 둘째, 액셀러레이터에게는 초기 자금 투자, 후속투자 유치기회 요인들 뿐만 아니라 멘토링/교육 서비스와 공간 제공 서비스 등 스타트업이 중요하게 인식하는 요인들의 서비스 수준 향상의 필요성을 제시하고 있다.

본 연구의 차별점은 다음과 같다. 첫째, 액셀러레이팅 프로그램 이용자인 스타트업을 대상으로 한 연구라는 점에서 액셀러레이팅 프로그램 제공자인 액셀러레이터를 대상으로 한 기존 연구와 차별점이 있다. 둘째, 실제로 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업을 대상으로 실시한 실증 연구라는 점에서 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 없는 스타트업을 대상으로 한 기존 연구와 차별점이 있다. 셋째, 스타트업이 실제로 인식하는 액셀러레이터 선택 의사결정요인의 상대적 중요도와 액셀러레이터가 인식하는 상대적 중요도의 차이를 분석한 연구라는 점에서 어느 일방을 대상으로 한 기존 연구와 차별점이 있다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점이

있다. 첫째, 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업만을 대상으로 연구를 진행함에 따라 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 없는 스타트업과 비교하지 못한 한계가 있다. 둘째, 액셀러레이팅 프로그램 이용 만족도에 대하여 보다 더 세밀한 연구를 하지 못한 한계가 있다.

따라서, 향후 연구과제는 다음과 같다. 첫째, 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 있는 스타트업과 아직까지 액셀러레이팅 프로그램 이용 경험이 없는 스타트업을 비교 연구함으로써 잠재적 이용자의 니즈까지 포함한 서비스 향상방안을 모색하는 것도 의미가 있을 것으로 보인다. 둘째, 액셀러레이팅 프로그램 이용 만족도에 대한 보다 더 세밀한 연구가 필요해 보인다.

References

- [1] Y. J. Kim & S. H. Yeom. (2014). Understanding and policy direction of venture accelerators. *Korea Information Society Development Institute(KISDI), Premium Report, 14(2)*, 1-16.
- [2] C. Pauwels, B. Clarysse, M. Wright & J. Van Hove. (2015). Understanding a new generation incubation model: *The accelerator. Technovation, 50*, 13-24. DOI : 10.1016/j.technovation.2015.09.003i
- [3] M. J. Birdsall, C. Lee, C. Somerset & S. Takaki. (2013). Business accelerators: The evolution of a rapidly growing industry. *University of Cambridge, Cambridge(MBA Dissertation ad Judge Business School and Jesus College)*.
- [4] K-Startup. (2021). *Accelerator registration status*. <https://www.k-startup.go.kr>
- [5] G. W. Kim & S. W. Moon. (2019). Current landscape of accelerators in Korea. *Advancing Small Enterprise Innovation Research, 22(4)*, 1-22. DOI : 10.36491/JSBI.22.4.1
- [6] J. H. Han & Y. Hwangbo. (2020). Determinants of accelerators' investment. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 15(1), 2020.2*, 31-44. DOI : 10.16972/apjbe.15.1.202002.31
- [7] J. Y. Heo. (2020). A study on the determinants of investment in startup accelerators. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 15(5), 2020.10*, 13-35.
- [8] Y. S. Kwon, Y. Hwangbo, J. H. Lee. (2019). Key factors affecting a startup entrepreneurs choice of accelerator. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 14(1), 2019.2*, 33-46. DOI : 10.16972/apjbe.14.1.201902.33
- [9] S. H. Lee & S. H. Noh. (2014). A study on the success

- factors of ICT convergence type-specific start-up enterprise- mainly the case study. *Journal of Digital Convergence*, 12(12), 203-215.
DOI : 10.14400/JDC.2014.12.12.203
- [10] Y. J. Lee & S. A. Kim. (2019). A case-study suggests government-supported startup mentoring service-Focused on public service design methodology. *Journal of Digital Convergence*, 17(1), 63-71.
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.1.063
- [11] S. Cohen & Y. V. Hochberg. (2014). Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon. *Electronic Journal*, March 30, 1-16.
DOI : 10.2139/ssrn.2418000
- [12] Y. V. Hochberg. (2016). Accelerating entrepreneurs and ecosystems: The seed accelerator model. *Innovation Policy and the Economy*, 16(1), 25-51.
DOI : 10.1086/684985
- [13] Korean Law Information Center. (2021). *Act on the Promotion of Venture Investment*.
<http://www.law.go.kr>
- [14] D. A. Isabelle. (2013). Key factors affecting a technology entrepreneur's choice of incubator or accelerator. *Technology Innovation Management Review*, 16-22.
DOI : 10.22215/timreview/656
- [15] D. Levinsohn. (2014). The role of accelerators in the development of the practising social entrepreneur. *Paper presented at the Institute for Small Business and Entrepreneurship: The Future of Enterprise: The Innovation Revolution, Manchester, U.K.*
- [16] S. Brillyanes & B. A. Samira. (2019). Building Startups: The Design Elements of Startup Accelerators In Indonesia. *Eurasia: Economics & Business*, 8(26).
DOI : 10.18551/econeurasia.2019-08
- [17] J. Christiansen. (2014). Startup's view: What do founders get from attending an accelerator programme?. *Accelerator Assembly Conference*.
- [18] S. L. Cohen. (2013). What do accelerators do? Insights from incubators and angels. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 8(3-4)(Summer-Fall 2013), 19-25.
DOI : 10.1162/inov_a_00184.
- [19] P. Miller & K. Bound. (2011). The startup factories. *NESTA*.
- [20] M. Fowle & N. Tyne. (2017). Critical success factors for business accelerators: A theoretical context. *In British Academy of Management 2017 Conference*, 1-23.
- [21] T. L. Saaty. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York : McGraw Hill.
DOI : 10.21236/ada214804
- [22] J. M. Choi & D. M. Lee. (2017). A Study on national R&D project proposal evaluation indicator for small-medium business-focusing on R&D Pproject for support marine SMEs. *Ocean Policy Research*, 32(2), 169-189.
- [23] B. W. Kim. (2015). *Decision-making layer analysis method*. Kims Information Strategy Institute.
- [24] C. H. Lee, D. M. Lee & L. Chen. (2019). Relative Importance of Executive Competency Factors of SMEs and Venture Firms in Credit Evaluation. *Journal of Digital Convergence*, 17(4), 123-136.
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.4.123
- [25] K. S. Oh & D. M. Lee. (2021). Analysis of relative importance priority based on blockchain technology characteristics using AHP technique. *Journal of Digital Convergence*, 19(6), 239-250.
DOI : 10.14400/JDC.2021.19.6.239
- [26] Ministry of SMEs and Startups. (2021). *Disclosure Information of Accelerator Analysis(DIAA) Homepage*.
<http://diaa.kised.or.kr>

배 상 완(Sang-Wan Bae)

[장학원]



- 2021년 2월 : 건국대학교 신산업융합학과(박사과정 수료)
- 1992년 12월 ~ 현재 : 신용보증기금 (현 광진지점장)
- 관심분야 : 벤처투자, 기술가치평가
- E-Mail : crediman@naver.com

이 동 명(Dong-Myung Lee)

[장학원]



- 2009년 7월 : (英)리버풀대학교 경영학 박사
- 2012년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 신산업융합학과 교수
- 관심분야 : 전략경영, e-비즈니스
- E-Mail : dmlee@konkuk.ac.kr