

청년 지식기술 창업 연구

박 동 김안국 황규희
이종선 이봉주



기본연구	2010-10
보안등급	일반과제

청년 지식기술 창업 연구

박 동 김안국 황규희
이종선 이봉주

머 리 말

최근 글로벌 경기 침체가 지속되면서 전통적 교육-훈련-고용의 연계 방식이 더 이상 작동하지 않고 청년 실업이 구조화함에 따라 국가적 차원에서 새로운 대안 모색이 불가피한 실정이다. 이러한 상황에서 정부는 청년층의 고용 확대를 위해 청년 창업을 매우 효과적인 대안 중 하나로 고려하고 이에 따른 다양한 정책 방안을 모색하고 있다.

그러나 현재 우리나라에서는 청년들이 지식기술 창업을 기피하고 공공 부문 또는 대기업 등 안정적 일자리에의 취업을 선호하는 것이 일반적이다. 이같은 청년층의 창업 기피는 창업에 따른 모든 위험을 창업자가 감수해야만 하는 우리나라의 열악한 창업 환경에 기인한 바 크다. 따라서 청년 창업이 심각한 고용 위기를 타개할 수 있는 대안 중 하나로 자리잡으려면 범정부 차원에서 새로운 시스템을 구축해 나갈 필요성이 있다.

이와 관련하여 미국이나 북유럽에서는 청년 창업자들이 실패를 하더라도 재기가 가능한 시스템을 구비하고 있을 뿐만 아니라 창업 단계별로 다양한 지원을 통하여 청년들이 견고한 기업가 정신을 길러 나갈 수 있도록 하고 있다. 특히 각국에서는 공간적으로 밀집된 과학단지과 연구중심대학 사이의 상호 교류를 통하여 신기술 개발과 청년 창업을 촉진하는 데 총력을 기울이고 있다. 그리고 초등 단계에서부터 대학 단계에 이르기까지 지속적으로 창업 교육과 창업 동아리 활동 등을 통하여 학생들이 혁신적 창업 지도자로 성장하도록 돕고 있다.

이에 비하여 우리나라는 대학과 산업 단지 사이의 물리적, 공간적 거리가 너무 멀고, 학생들이 현장 실습, 인턴십 등을 통해 산업체가 보유한 최신 기술을 습득할 기회가 매우 적다. 아울러 초·중·고등학교 수준에서 창업 교육은 전무한 상태이고 절대 다수의 대학생들도 신기술 창업보다 안

정적 취업처를 찾는 데 주력하고 있다. 최근에 청년들의 도전 정신이 날로 취약해지면서 청년층 CEO의 비중도 대폭 줄어드는 실정이다. 이러한 상황은 청년층의 고용 가능성 제고를 위해 창업 교육에서부터 창업이 용이한 시스템 구축에 이르기까지 우리나라의 청년 창업과 관련한 제반 환경들을 재검토하고 새로운 대안을 모색할 필요성을 제기하고 있다.

이 연구는 정부의 기존 청년 창업 지원 정책의 실효성 분석, 청년창업 실태에 대한 조사 및 분석 등을 통하여 청년 지식기술 창업의 활성화 방안을 모색함과 동시에 해외 사례 등에 비추어 청년 창업과 고용이 선순환의 연계를 이룰 수 있는 새로운 발전 방안을 모색하기 위한 취지에서 추진되었다. 이 연구는 박 동 박사가 연구 책임자로서 김안국 박사, 황규희 박사, 이종선 박사, 이봉주 교수와 공동으로 연구를 수행하였다.

본 연구는 청년창업 관련 연구와 사업을 추진하고 있는 많은 대학교수 및 전문가들의 도움을 받아 이루어졌다. 연구 수행 과정에서 관련 자료 수집과 면담 조사에 적극 협조해주신 전문가 여러분들께 감사드린다.

아무쪼록 이 연구 보고서가 관련 연구자 및 정책 입안자들에게 청년 지식기술 창업의 활성화 방안 모색을 위한 새로운 방향을 제시해주고, 나아가 이 연구에서의 분석 결과가 정책적으로 유용하게 활용되기를 기대한다. 끝으로 본 연구 보고서에 수록된 내용은 연구진의 의견이며 본원의 공식 견해가 아님을 밝혀 둔다.

2010년 12월

한국직업능력개발원
원장 권 대 봉

목 차

요 약

제1장 서론

제1절 연구의 필요성 및 목적 · 1

1. 연구의 필요성 · 1
2. 연구의 목적 · 3

제2절 연구의 내용 및 방법 · 4

1. 연구의 내용 · 4
2. 연구 방법 · 5

제2장 청년 지식기술 창업 관련 이론적 논의

제1절 청년 지식기술 창업의 개념과 현황 · 11

1. ‘청년 지식기술 창업’의 개념 정의 · 11
2. 청년 고용 및 창업의 현황과 특성 · 14

제2절 청년 창업 관련 이론적 논의 · 28

제3장 정부의 청년 창업 지원 사업 실태 분석

제1절 정부의 청년 창업 지원 사업 현황 · 41

제2절 청년 창업 지원 사업의 운영 실태 · 43

1. 창업 교육 사업 · 43
2. 창업 경진 대회 사업 · 52

ii 목차

3. 사업화 지원 · 54

제3절 정부의 청년 창업 지원 사업 종합 평가 · 59

제4장 우리나라 청년 지식기술 창업의 실태 분석

제1절 조사 개요 · 61

제2절 청년 지식기술 창업 실태 조사 결과 · 65

1. 청년 고용 일반 현황 · 65
2. 청년 창업에 대한 인식 · 68
3. 창업 교육 실태에 대한 인식 · 76
4. 창업 동아리 활동 및 창업 장애 요인에 대한 인식 · 80

제3절 청년 창업 계획의 결정 요인 분석 · 82

제4절 분석의 시사점 · 86

제5장 국내외 청년 지식기술 창업 사례 및 시사점

제1절 해외의 청년 지식기술 창업 사례 · 91

1. 미국 스탠포드대학과 UC 버클리대학의 청년 지식기술 창업 사례 · 91
2. 핀란드 알토대학의 산학 융합형 청년 지식기술 창업 사례 · 105

제2절 국내의 청년 지식기술 창업 사례 · 122

1. 학생창업보육센터를 통한 청년 지식기술 창업 성공 사례 · 122
2. 산업 단지 내 산학 캠퍼스를 통한 청년 지식기술 창업 성공 사례 · 136
3. 텐어클락의 청년 지식기술 창업 성공 사례 · 146

제3절 국내외 사례의 정책적 시사점 · 158

제6장 청년 지식기술 창업 활성화를 위한 정책 과제

제1절 대학 차원의 정책 과제 · 164

1. 대학 교육 과정을 통한 체계적 창업 교육 실시 · 164
2. 학생창업보육센터 설립을 통한 창업 동아리 활동의 활성화 · 166

제2절 정부 차원의 정책 과제 · 168

1. 정부의 청년 창업 지원 사업의 연계성 강화 · 168
2. 청년 창업 성공 역할 모델의 발굴 및 확산 · 169
3. 산학 융합 단지 구축을 통한 청년 창업 활성화 · 171
4. 기타 청년 창업 활성화를 위한 정책 방안 · 173

제7장 결론

SUMMARY · 177

부록 설문지 · 187

참고문헌 · 203

〈표목차〉

- <표 2-1> 한국 표준 산업 분류에 입각한 지식기술 산업 현황 · 12
- <표 2-2> 우리나라 청년층 경제 활동 상태의 추이 · 16
- <표 2-3> 벤처 기업 창업자의 연령 분포 · 21
- <표 2-4> 연령대별 창업 동기 · 22
- <표 2-5> 창업 시 업종 선택의 이유 · 22
- <표 2-6> 창업 과정 상의 애로 사항(중복 응답) · 23
- <표 2-7> 창업에 대한 정보 습득의 출처 · 24
- <표 2-8> 습득한 창업 정보에 대한 만족도 · 24
- <표 2-9> 현 창업 직전의 직업 · 25
- <표 2-10> 창업의 비용 · 26
- <표 2-11> 창업 비용 중 자기 자본 비율 · 26
- <표 2-12> 현 사업의 영업 활동 애로 사항 · 27
- <표 2-13> 현 사업을 그만두고 회사에 취업할 의사 · 28

- <표 3-1> 정부의 청년 창업 지원 사업의 유형별 운영 현황 · 42
- <표 3-2> 연도별 창업 강좌 지원 실적 · 43
- <표 3-3> 창업 동아리 지원 현황 · 45
- <표 3-4> 창업 대학원 지정 · 운영 현황 · 47
- <표 3-5> 창업 대학원 졸업생 배출 및 창업 현황 · 47
- <표 3-6> 기술 창업 학교 운영 현황 · 48
- <표 3-7> 중소 벤처 창업 경진 대회 운영 실태 · 53

- <표 4-1> 수도권외의 대학(원)생 수와 교수의 비중 · 62
- <표 4-2> 응답자 표본의 특성 · 64

- <표 4-3> 전공 분야로의 취업의 어려움 정도 · 67
- <표 4-4> 창업에 대한 관심 여부 · 69
- <표 4-5> 대학(원)생의 창업 계획 수립 · 70
- <표 4-6> 대학(원)생의 창업 계획 수립에 대한 집단별 인식 차이 · 71
- <표 4-7> 대학(원)생의 창업 계획 수립에 대한 연령대별 인식 차이 · 72
- <표 4-8> 창업 계획에서 주변 친지의 창업 성공이 미치는 집단별 영향 차이 · 73
- <표 4-9> 대학(원)생의 창업 의향 분야 · 74
- <표 4-10> 아이디어만으로 창업이 가능한지 여부에 대한 집단별 인식 비교 · 75
- <표 4-11> 창업 교육의 필요성에 대한 집단별 인식 비교 · 76
- <표 4-12> 창업 교육 경험과 창업 계획 유무의 연관성 · 77
- <표 4-13> 창업 교육의 차별화 필요성 · 78
- <표 4-14> 창업 교육의 실시 시기 · 79
- <표 4-15> 창업 교육의 정규 교과 과정 포함 여부 · 79
- <표 4-16> 창업 동아리 활동 경험과 창업 계획 수립의 연관성 · 81
- <표 4-17> 청년 창업 환경에 대한 집단별 인식 비교 · 82
- <표 4-18> 모형의 설명 변수들의 상관 분석 결과 · 84
- <표 4-19> 청년 창업 계획 여부에 대한 로지스틱 회귀 분석 결과 · 84
- <표 4-20> 서울 소재 대학과 그 밖의 지역 대학의 창업 관련 카이제곱
분석 결과 · 86

- <표 5-1> 호서대학교 창업 동아리 분포 · 131

[그림목차]

- [그림 2-1] OECD 시기별 고용률(15~24세) · 15
- [그림 2-2] 한국의 경제 성장률과 취업자 증가율, 청년 취업자 증가율 추이 · 18
- [그림 2-3] 연령대별 신설 법인 수 추이 · 19
- [그림 2-4] 소기업의 39세 이하 경영자 비율 추이 · 20
- [그림 2-5] 정보의 프로세싱과 개인적 의사 결정의 구조 · 32
- [그림 2-6] 기업가의 단계적 발전 모형 · 32
- [그림 2-7] 바이그레이브의 창업 과정 모형 · 33
- [그림 2-8] 티몬스의 창업 성공 모델(Timmons model) · 36

- [그림 3-1] 대전광역시의 대학 창업 300 프로젝트 지원 체계도 · 58

- [그림 5-1] 실리콘 밸리 청년 지식기술 창업 단계 및 모형 · 103
- [그림 5-2] 오타니에미 사이언스 파크의 산학 융합형 창업 보육 네트워크 · 107
- [그림 5-3] 오타니에미 사이언스 파크의 단계별 창업 지원 프로그램 · 114
- [그림 5-4] 순환형 벤처 창업 지원 시스템 · 124
- [그림 5-5] 호서대학교의 벤처 창업 예비 교육 과정 · 125
- [그림 5-6] 호서대학교의 창의성 함양 교육 과정 체계도 · 126
- [그림 5-7] 호서대학교 순환형 학생창업보육센터 체계도 · 129
- [그림 5-8] 학생창업보육센터 지원 체계 · 130
- [그림 5-9] 한국산업기술대학교의 엔지니어링 하우스 개념도 · 137
- [그림 5-10] EH 참여 졸업생 만족도 설문 조사 결과 · 138
- [그림 5-11] 한국산업기술대학교 창업 프로그램 프로세스 · 146

【요약】

1. 연구의 개요

이 연구는 글로벌 경기 침체 속에서 청년층의 심각한 고용 위기 상황 타개를 위한 대안 중 하나로 대학생, 대학원생 등 청년층이 직접 참여할 수 있는 지식기술 창업 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 통하여 당면한 청년 실업 문제에 대한 하나의 대안을 제시하고 지식기술을 중심으로 하는 미래의 ‘창조 경제’를 이끌어 나갈 수 있는 창의적이고 혁신적인 창업 인재 양성 방안을 마련하고자 하였다. 이를 위하여 다음과 같은 사항들에 대하여 분석을 추진하였다.

첫째, ‘청년’과 ‘지식기술’의 개념에 대한 정의를 내리고 중소기업청의 자료에 입각하여 청년 창업의 현황을 살펴보았다. 그리고 청년창업과 관련한 국내외의 이론적 논의들을 검토하고 이 연구를 위한 방향을 모색하였다. 여기서는 중소기업청의 개념 정의에 따라 청년 창업가의 연령층을 20~39세로 한정하였고, 지식기술 창업의 범주는 통계청의 한국 표준 산업 분류 상 중분류 기준에 입각하여 IT 융합분야의 콘텐츠, 소프트웨어, 제조업 융합 분야, 지식 기반 서비스업 등으로 한정하고 생계형 창업, 전통 제조업 분야의 창업은 제외시켰다.

둘째, 정부의 청년 창업 관련 정책을 각 부처별로 살펴보고 문제점과 종합적 평가를 시도하였다. 정부는 지난 2010년 8월 국가 고용 전략 회의에서 중소기업청 등 관계 부처 합동으로 청년 기술 지식 창업 지원 대책을 제시한 바 있다. 이처럼 정부가 청년층 고용 확대를 위하여 다양한 창업, 창직 정책을 추진하고 있는 현실을 감안하여 정부의 청년 창업 지원 정책의 실효성에 대한 분석을 실시하였다.

셋째, 청년 지식기술 창업 관련 대학생, 교수, 창업보육센터 입주 업체 등의 실태를 분석하였다. 대학의 창업 관련 교육 및 대학생의 창업 활동 현황을 분석함으로써 보다 실효성 있는 청년 창업 정책 방안을 도출할 수 있을 것으로 기대된다. 실태 조사는 청년 고용 일반 현황, 청년 창업에 대한 인식, 창업 교육, 창업 활동, 청년 창업의 애로 사항 및 활성화 방안 등을 중심으로 실시하였다. 그리고 성공 창업자의 역할 모델(role model), 창업 교육의 시기, 창업 교육 및 창업 동아리 활동이 창업에 미치는 영향 등을 분석하였다.

넷째, 우리나라에서 청년 지식기술 창업의 활성화를 위한 역할 모델을 수행할 수 있는 국내외 사례들에 대해 살펴보았다. 여기서는 스마트폰을 중심으로 한 제2의 IT 혁명을 선도하고 있는 미국의 실리콘 밸리와 핀란드의 오타니에미 등의 청년 지식기술 창업 실태 및 창업 활동 지원 시스템에 대한 분석을 통하여 우리나라에 필요한 시사점을 도출하고 정책 방안 마련에 활용하였다. 이와 더불어 우리나라 대학교의 청년 창업 교육 및 창업 동아리 활동, 창업 우수 사례 등을 살펴보고 시사점을 분석하여 성공 요인을 제시하였으며, 최근 소셜 쇼핑 사업에서 신규 창업에 성공한 청년 지식기술 창업의 사례를 통하여 우리나라 청년 지식기술 창업의 현주소와 개선 방안을 살펴보았다.

끝으로, 이상의 분석과 시사점에 근거하여 우리나라에서 청년창업을 활성화하기 위한 구체적 정책 과제들을 대학 차원과 정부 차원으로 나누어 살펴보았다. 대학 차원에서는 대학 교육 과정을 통한 체계적 창업 교육 실시, 학생창업보육센터 설립을 통한 창업 동아리 활동의 활성화 등을 제시하였고, 정부 차원에서는 정부의 청년 창업 지원 사업의 연계성 강화, 창업 성공 역할 모델의 발굴 및 확산, 산학 융합 단지의 조성 등을 통한 청년 창업 활성화 등을 제시하였다.

2. 연구 방법

이 연구에서는 활용된 연구 방법은 다음과 같다.

첫째, 청년 지식기술 창업 관련 기존 문헌에 대한 조사를 실시하였다. 이를 통하여 창업 관련 기존 연구 검토 및 청년 지식기술 창업 관련 연구 방향을 설정하였다. 특히 국내외의 기술창업, 창업 교육, 기업가 정신 등과 관련된 기존 연구를 재검토함으로써 연구를 위한 기본 방향을 설정하는 데 참조하였다.

둘째, 대학 창업 보육 센터, 학생 창업 동아리 등에 대한 현장 조사를 실시하였다. 전국적으로 학생 창업 활동이 활발한 호서대학교, 한국산업기술대학교, 한밭대학교 등 4년제 대학, KAIST 등 연구 중심 대학 등을 방문하여 창업보육센터와 학생 창업 동아리, 학생창업센터, 창업 보육 기업 등을 대상으로 현장 조사를 단행했다.

셋째, 설문 조사를 통한 청년 지식기술 창업 실태 조사를 시행하였다. 전체 샘플은 학생 800명, 교수 200명, 창업보육센터 입주 업체 대표 200명 등 1,200명이다. 실태 조사는 동서리서치와 연구 용역 계약을 체결하여 전국의 전문 대학, 4년제 대학, 대학원의 산학 협력단, 창업 보육 센터 등을 중심으로 조사를 실시하였다.

4년제 대학의 대학생 및 대학원생 전공자 비율 등을 감안하여 대학생 400명, 대학원생 200명 등을 층화 표집 방식으로 추출하고 전문 대학생은 광역 경제권별(제주 제외)로 1개 대학씩 6개 대학의 200명을 대상으로 창업 교육 프로그램 및 창업 활동 관련 실태를 조사하도록 하였다. 그리고 대학교수의 경우 구조화된 설문지를 활용하여 광역 경제권별로 층화 표집 방식으로 200명의 샘플을 표집하여 실태를 조사하였고, 대학 내 창업보육센터 입주 기업가 200명을 대상으로도 창업 관련 실태를 조사하였다.

넷째, 해외 출장을 통하여 주요국의 최근 지식기술 창업 실태를 파악하고 시사점을 도출하였다. 미국 실리콘 벨리의 스탠포드 대학과 버클리 대학의 사례는 미국 현지에서 머물고 있는 공동 연구진이 현지 방문을 통해 실태 파악을 하였으며, 유럽은 핀란드, 덴마크, 스웨덴, 노르웨이 등 북유럽 4개국을 방문하여 그중 청년 창업이 가장 체계적으로 이루어지고 있는 핀란드의 사례를 집중 조명해 보았다.

다섯째, 2010년 3월 이후 거의 매월 1회에 걸쳐 전문가 자문 회의를 개최하였다. 창업 관련 전문가를 초청하거나 현장을 방문하여 창업 관련 실태 및 방향과 관련한 의견을 수렴하였으며, 지식기술 창업에 성공한 창업보육센터 입주 기업인들에 대한 집중 인터뷰를 실시하기도 하였다. 그뿐만 아니라 전문가 협의회, 간담회 등을 통하여 설문 조사지를 작성하는 데 참조하였고, 전문가 자문단을 구성하여 지속적으로 연구 방향과 관련한 협의를 진행하였다.

끝으로, 11월 17일 코엑스에서 세미나를 개최하여 청년 지식기술 창업의 중요성에 대한 공감대를 확산시키고자 하였다. 세미나에서는 최근 청년 창업이 국가적 화두로 부상하고 있는 현실을 감안하여 각계의 전문가들을 초청하여 청년 창업의 활성화 방안을 모색하였다.

3. 청년 지식기술 창업 실태 분석 결과

첫째, 나이가 많을수록 청년 창업에 대해 부정적 인식을 갖고 있는 사람이 더 많다는 사실을 확인할 수 있었다. 이는 나이가 많은 창업자는 사업 아이템만이 아니라 상당한 규모의 창업 자금과 공장 등 하드웨어를 고루 갖추어야 창업이 가능하다고 보기 때문인 것으로 판단된다. 반면에 나이가 적은 청년일수록 아이디어만으로도 창업이 가능하다는 인식이 높아 창업에 대해 긍정적 태도를 보여 주고 있다.

문제는 창업에 대해 부정적으로 인식하는 대학교수들이 창업 교육을 실시할 경우 창업에 대해 긍정적 마인드를 심어주기 어렵다는 사실이다. 이를 통하여 우리는 창업 교육은 눈높이가 같아야 한다는 점을 확인할 수 있었다. 이와 관련하여 동료 집단 중 창업 경험을 보유하였거나 학생들과 동일한 관심 분야에서 창업에 성공한 창업자들을 활용하여 창업 교육의 실질화를 도모해 나가야 할 것으로 판단된다.

둘째, 청년 창업의 결정에 주변 친지의 창업 성공 등의 요인이 매우 중요한 영향을 끼치고 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 대학(원)생 800명을 모집단으로 하여 이분형 로지스틱 다중 회귀 분석 모형을 통하여 분석한 결과 학생들 주변에서 창업에 성공한 사람이 있으면 창업을 계획할 확률이 그렇지 못한 사람보다 4.232배 높은 것으로 나타났다. 이는 청년 창업을 결정하는 데에 문화적 요인의 영향이 매우 중요한 영향을 끼친다는 사실을 잘 보여 주었다.

이에 따라 창업 성공사례를 유형별로 다수 발굴하여 매우 구체적으로 성공에 필요한 요인들을 제시해 줄 필요가 있는 것으로 나타났다. 특히 청년 세대는 창업 정보를 주로 인터넷이나 미디어를 통하여 얻고 있으므로 이를 적극 활용하여 성공 사례를 지속적으로 홍보할 필요성이 제기되고 있다.

셋째, 대학(원)생들이 창업을 고려할 때 가장 유망한 분야는 아이디어 창업, 인터넷 쇼핑몰, 오락·문화·운동 관련 서비스업, 지식 콘텐츠, 정보·통신 등 지식기술 분야가 압도적인 우위를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히 스마트폰, 소셜 서비스 네트워크 등 새로운 매체들이 급속하게 확산되면서 아이디어만으로 창업이 가능한 분야가 새롭게 부상하고 있는 것으로 나타났다. 스마트폰 어플 스토어, 인터넷 쇼핑몰, 디자인, 게임 및 오락 등의 분야는 자금이나 공장 건물 등 하드웨어의 부담을 크게 갖지 않고 아이디어만으로도 창업이 가능

한 분야로 청년들에게 인식되고 있으므로 창업 환경이 매우 열악한 우리나라에서도 청년들이 창업 위험부담을 크게 느끼지 않고서 창업에 쉽게 도전하고 성공할 수 있는 여건이 조성될 수 있을 것으로 전망된다.

넷째, 창업 교육이 실제적인 창업으로 이어지는 데 매우 중요한 영향을 끼치고 있는 것으로 나타났다. 창업 교육을 경험한 학생일수록 향후에 창업 계획을 수립하는 데 더욱 적극적이며 대학(원)생의 83% 정도가 창업 교육이 본인의 창업 의지를 강화하는 데 도움이 되었다고 응답하고 있어 앞으로 창업 교육을 보다 강화할 필요성이 있다.

그리고 창업 교육이 영역·분야별로 다양화될 필요성이 제기되고 있다. 이는 창업교육에 대하여 불만족하는 학생들의 가장 많은 수가 창업 교육이 획일적이어서 실제로 창업을 하는 데 도움이 안 된다고 지적하고 있는 사실을 통하여 확인할 수 있다. 아울러 창업 교육의 시기도 현재보다 더욱 앞당겨야 할 것으로 판단된다. 조사 결과 응답자의 60%에 육박하는 학생들은 창업 교육이 고등학교에서부터 대학 1~2학년 사이에 이루어져야 한다고 생각하고 있다.

다섯째, 우리나라에서는 대학(원)생 10명 중 1명만이 창업 동아리 활동 경험을 갖고 있으며, 창업 동아리 활동을 경험한 학생들이 실제로 창업 계획을 수립할 가능성이 매우 높은 것으로 나타났다. 창업 동아리 활동은 창업과 관련한 정보 교환, 창업의 선행적 경험, 인적 네트워크의 구축, 창업 위험의 분산 등 여러 부문에서 장점을 갖고 있는 것으로 파악되었다. 창업 동아리 활동의 경험을 통하여 기업가 정신의 중요성을 실제적으로 경험할 수 있을 뿐만 아니라 창업에 대한 두려움을 극복할 수 있는 매우 중요한 계기를 제공받을 수 있다.

끝으로, 서울의 명문 대학일수록 창업에 대해 보수적 태도를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 이는 서울의 이른바 명문 대학 학생들이

안정적인 취업을 선호하기 때문에 파악된다. 우리나라 학생들은 창업에 대한 지원 시스템이 거의 갖추어지지 않은 조건에서 창업에 대하여 부정적 태도를 보이고 있는 것이다. 따라서 국가 차원에서 창업 지도자들을 체계적으로 육성하려는 노력을 기울여야 한다.

4. 국내외 청년 지식기술 창업 성공 사례의 시사점

국내외 사례들을 살펴보면서 우리는 다음과 같은 몇 가지 정책적 시사점을 얻을 수 있었다.

첫째, 청년 지식기술 창업을 활성화하기 위해서는 창업에 따른 리스크를 최소화할 수 있는 시스템 또는 사회적 문화가 확립되어야 한다. 미국의 실리콘 벨리에서는 과거에 실패한 경험을 매우 중요한 자산으로 간주하여 한두 차례의 실패를 경험한 창업가에게 투자를 더 많이하는 경향이 있다. 핀란드에서는 창업에 따른 위험을 감수하지 않고서도 아이디어만으로도 창업할 수 있는 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 특히 본격적 창업 단계뿐만이 아니라 창업 전 단계(pre-incubation)에도 학생들이나 연구자들이 금전적 위험을 전혀 감수하지 않고서 창업 활동에 참가할 수 있도록 지원한다. 연구 개발 역량이 집중된 것도 창업 활동이 활발하게 이루어지도록 촉진하는 요인으로 작용하고 있다.

호서대학교의 학생창업보육센터의 사례나 한국산업기술대학의 엔지니어링 하우스, 텐어클락 등 국내 사례의 경우 우리나라에는 창업 리스크를 사회적으로 공유하려는 문화가 존재하지 않는 사실을 극명하게 보여 주고 있다. 대학에서 창업 교육을 실시하는 교수들조차 우리나라에서는 청년 창업이 매우 위험하다는 점을 강조하고 있을 정도이다. 이에 따라 젊은 인재들이 공무원 시험을 준비하거나 대기업 취

업을 준비하는 것이 일반화되어 있다.

이러한 문제점을 해소하기 위해서는 우리나라에서도 미국이나 핀란드처럼 창업에 따른 위험을 사회적으로 공유하는 시스템을 확충할 필요가 있다. 창업 교육과 아이디어 채집, 창업 동아리 활동, 창업 보육, 벤처 창업 등 전 단계에 걸쳐 청년 창업자들이 큰 금전적 부담을 갖지 않고 실패를 경험하더라도 재도전할 수 있는 시스템을 갖추어 나가야 한다.

둘째, 국내외 성공 사례 모두 공간적으로 밀집된 첨단 산업 단지과 대학 사이의 상호 교류를 통하여 신기술 개발과 청년 창업이 활발하게 이루어지는 것으로 나타나고 있다. 특히 대학과 산업체가 가까운 거리에 밀집한 융합 단지에서 다양한 연구 개발 및 창업 지원 프로그램 등을 제공하고 있다. 이와 더불어 학생들과 연구자, 사업가들이 상시적으로 만날 수 있는 ‘만남의 장’을 통하여 다양한 사업 아이디어와 창업, 특허 기술 개발 등을 활성화하도록 하고 있다.

미국의 실리콘 벨리는 스탠포드 대학을 중심으로 UC 버클리 대학 등과 긴밀하게 연계하고 있으며, 핀란드의 오타니에미 사이언스 파크는 알토 대학을 비롯한 다양한 연구 기관 등과 협력하여 청년 지식기술 창업이 활성화되는 여건을 조성해준다. 특히 학생과 기업인이 상시적으로 구내식당 등에서 토론하고 교류할 수 있는 시스템이 확립되어 산학 융합이 구조화되어 있다.

우리나라의 경우에도 호서대학교 교내에 학생창업보육센터와 신기술창업보육센터 등을 통하여 산업체와의 긴밀한 연계를 이루어 나가고 있으며 특히 대학 내에 많은 산업체가 입주하여 산학 융합형 대학으로의 발전을 모색하고 있으며, 한국산업기술대학교의 경우에는 엔지니어링 하우스에 산업체 연구 개발 인력이 상주하면서 학생들과 상시적인 만남의 장을 구축하여 다양한 사업들을 공유해 나가고 있다.

이러한 공유 면적의 확대는 학생들의 취업 및 창업을 촉진할 뿐만 아니라 무엇보다도 산업체의 경쟁력을 제고시키는 데 크게 기여할 수 있는 것으로 평가되고 있다.

셋째, 대학 내에서 도전적이고 진취적인 기업가 정신을 배양하기 위한 다양한 창업 교육을 실시하고 있다. 미국 실리콘 벨리나 핀란드에서는 ‘기업가는 탄생하는 것이 아니라 교육을 통하여 양성된다’는 철학에 기초하여 계획적으로 혁신 기업가를 양성하고 있다. 이는 기업가 정신 교육을 실시하지 않고서는 학생들의 도전 정신과 진취적 기업가 정신이 함양될 수 없음을 의미한다.

핀란드에서 학생들은 초등학교 단계부터 기업가 정신 교육을 받아야 하며 청소년기에도 지속적으로 창업 교육을 수강한다. 미국 실리콘벨리의 스탠포드대학이나 UC버클리대학도 창업 교육을 필수적인 코스로 교육하고 있다. 그 결과 학생들은 취업보다 창업 지도자로서 성장하는 것을 선호한다. 대학에서는 기업의 요구와 실정에 맞는 교육을 우선으로 한다. 특히 기업이 필요로 하는 프로젝트를 교수와 학생이 팀을 이루어 함께 수행하고 그 성과에 따라 학점을 받고 있다. 학생들은 항상 산업체나 훈련 센터 같은 곳에서 현장 실습을 실행하고 있다.

그러나 우리나라는 초·중·고등학교 수준에서의 창업 교육은 전무한 상태이다. 그 결과 사회적으로 기업가에 대한 부정적 인식이 여전히 팽배한 실정이다. 절대 다수의 대학생들은 신기술 창업을 기피하고 학교 교육이나 창업 교육은 새로운 길을 개척할 기업가 정신 함양에 불충분하다. 명문 대학일수록 취업을 더욱 선호하며 벤처 등 신기술 창업을 통하여 기업을 일구려는 도전정신이 매우 약해지고 있다.

이러한 문제점들을 해소하기 위해서는 핀란드처럼 초·중·고등학교 단계에서부터 기업가 정신 교육을 정규 교과과정에 포함시키고 대

학에서도 현장 실습, 인턴십 등 산업 현장에 대한 정확한 인식을 갖도록 함으로써 우리나라의 미래 신산업 창출의 원동력을 확충시켜 나가야 할 것이다. 특히 미국 실리콘 벨리 인근 대학들의 사례에서 알 수 있듯이 창업 관련 과목의 정규코스 개설과 학점 이수 연계는 청년 지식기술 창업에 관심을 갖는 재학생들에게 학점 이수의 부담을 덜고 실제 지식기술 창업 과정을 동시에 추구할 수 있는 매우 실용적 방안으로 판단된다.

넷째, 창업 단계별로 다양한 창업 지원 프로그램들을 체계화해 나가야 한다. 핀란드에서는 아이디어 채집 단계에서부터 본격적 창업 단계에 이르기까지 정부나 대학이 적극적인 지원을 담당하고 있다. 미국 실리콘 벨리에서도 지역 상공 회의소 및 벤처 자본 등을 통하여 실질적 정보·인적 네트워크와 정보 공유 그리고 새로운 기술과 관리 기법에 대한 학습 활동을 수행하고 있다. 핀란드는 혁신 생태계를 토대로 실험실에서 바로 창업이 가능한 시스템을 갖추고 있으며 학생들 간의 이중 교류를 확대하는 데 총력을 기울이고 있다. 그 과정에서 창업 동아리 등에 대한 획기적인 지원을 수행하고 있다.

우리나라는 정부가 다양한 창업 지원 사업을 펼치고 있으나 실제로 현장에서 창업을 실행하는 학생들은 이를 체감하지 못하고 있으며 창업 단계별로 이루어지는 다양한 창업 지원 사업들에 대한 조정도 제대로 이루어지지 못하고 있다. 따라서 창업 활동에 본격적으로 나선 가능성이 높은 창업 동아리에 대한 획기적 지원 방안을 모색해 나갈 필요성이 있는 것으로 판단된다.

5. 청년 지식기술 창업 활성화를 위한 정책 과제

이 연구의 분석 결과에 근거하여 향후 대학과 정부가 청년층의 창

업 의욕 고취 및 청년 창업 지원 사업의 효율적 추진을 위하여 강구해야 할 방안을 제시하면 다음과 같다.

먼저 대학 차원에서는 대학 교육과정을 통한 체계적 창업 교육 실시, 학생창업보육센터 설립을 통한 창업 동아리 활동의 활성화 등을 추진해야 한다.

첫째, 대학 정규 교육과정을 통한 체계적 창업 교육을 실시해야 한다. 현재 우리나라의 청년 창업 교육 실태에 대한 분석 결과 단지 20%만이 창업 교육을 받아 본 경험이 있고 나머지 80%는 참여 경험이 없는 것으로 나타났다. 이는 대학의 정규 교과과정에 창업 교육을 포함시키고 있는 미국이나 초·중·고등학교 단계에서부터 대학원에 이르기까지 창업 교육을 통하여 혁신적 기업가를 양성하는 데 총력을 기울이고 있는 핀란드의 사례와 극명하게 대조된다.

더구나 청년 창업의 결정 요인을 분석한 결과 서울 지역의 명문 대학 학생들은 창업 계획, 창업 교육 경험 등에서 서울 이외 지역의 학생들보다 참여율이 저조한 것으로 나타났다. 이처럼 우수한 학생들이 창업 교육을 받지 않고 산업 현장에 대한 ‘생생한 체험’(lived experience)도 하지 못한 상태로 지식기술 분야에서 창업에 나서는 것은 매우 어려운 일이다.

향후에 창업 교육을 강화하기 위해서는 정규 교육과정에 창업 교육 프로그램을 마련하여 체계적으로 교육해야 한다. 이를 위해 각 대학에서는 다양한 분야에서 활용될 창업 교육 프로그램을 마련하는 것이 필요하며 관련 창업 교재는 교육 단계별로 연계성을 갖도록 개발해야 한다.

이와 더불어 청년 창업 교육의 효과성을 제고하려면 대학(원)생을 대상으로 실시하는 창업 강좌를 대폭 확충함과 동시에 창업 강좌의 특성화 및 전문성 제고가 필요하다. 교양 과목 수준으로 이루어지는

창업 강좌 수업 내용을 질적으로 심화하고, 필요하면 기초반, 전문반 등 수준별로 차등화하여 강좌를 개설함으로써 창업 강좌의 전문성 제고를 도모하며, 창업 강좌의 지속성을 확보할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다. 이와 함께 대학·성별·전공별 특성에 따라 다양한 창업 강좌를 개발하여 운영하도록 하고, 창업에 성공한 벤처 기업가를 역할 모델로 삼을 수 있는 분위기를 조성하는 것이 중요하다.

창업 교육이 학생들의 기대에 부응하여 실효성을 높이기 위해서는 실질적인 도움을 받을 수 있고, 전공 특성을 반영하며, 학생의 눈높이에 맞는 교육을 하여야 한다. 특히 동료 집단 중 창업 경험을 보유하고 있거나 학생들과 동일한 관심 분야에서 창업에 성공한 창업자들을 활용하여 창업 교육의 실질화를 도모해 나가야 할 것이다.

둘째, 학생창업보육센터 설립 등을 통하여 창업 동아리 활동을 활성화시켜야 한다. 현재 우리나라의 대부분의 대학에서 창업보육센터를 설치하고 있지만 학생들이 주도적으로 참여하지 못하고 학교나 교수가 주도하는 하향식 창업 보육 모델이라고 평가할 수 있다. 학생들의 참여를 활성화하기 위해서는 다양한 분야의 학생들이 창업 활동을 위해 함께 모일 수 있는 공간을 제공해 주는 것이 중요하다. 이에 따라 기존의 창업보육센터를 개편하거나 별도로 학생창업보육센터를 설치하여 학생들이 다양한 창업 동아리 활동을 할 수 있도록 보장해 주어야 한다.

이 연구에서 사례로 제시된 핀란드 알토대학이나 호서대학교의 학생 창업 동아리의 특징은 거대 자본이 필요하거나 많은 사회적 경험 이 요구되는 첨단 기술 개발 또는 대규모 사업 영역보다는 게임 및 소프트웨어 개발과 같은 IT 응용 분야나 디자인 분야 등이 주종을 이루고 있다는 것이다.

이들 영역의 특징은 최근 '1인 창조 기업'의 활성화 사례를 통하여

서 알 수 있듯이 소규모 자본 및 인원으로 창업이 가능하다는 것이며, 이들의 전공 배경은 주로 IT 관련 공학 계열 또는 예체능 계열인 것으로 나타났다. 따라서 학생들이 창업 관련 항목에 대한 실무적인 지식 습득 및 실습을 위하여 IT 관련 공학 계열과 예체능 계열의 특성을 적극 반영시켜 나가야 한다. 시장 조건의 상이함에 따른 사업 계획 구상 방식의 차이, 구체적 관련 법 제도의 차이 등이 반영되어야 한다. 예를 들어 IT 관련 공학 배경에서는 IT 관련 기술 개발 지원 및 사업화에 대한 구체적인 지식이 필요하며, 디자인 계열에서는 디자인 관련 각종 지원 및 사업화 방안이 필요할 것이다.

2011년부터 중소기업청을 중심으로 ‘창업 선도 대학 육성 사업’이 추진됨에 따라 창업 동아리 활동의 전국화도 이루어야 할 것으로 판단된다. 창업 동아리 활동의 전국화를 위해서는 대학이 스스로 주체가 되어 창업 경진 대회를 주기적으로 개최하는 방안을 강구해야 한다. 그렇게 되면 학생들은 생생한 창업 활동 경험을 갖출 수 있을 것이다.

정부 차원에서는 청년 창업 지원 사업의 연계성 강화, 청년 창업 성공 역할 모델의 발굴 및 확산, 산학 융합 단지의 구축 및 활성화 등을 실행해 나가야 한다.

첫째, 정부의 청년 창업 지원 사업의 연계성을 강화해야 한다. 청년 창업을 촉진하고 정부의 창업 지원 시책 추진에 따른 효과를 제고하기 위해서는 관련 부처 간, 중앙-지방 정부 간의 유기적이고 체계적인 협력 체제를 구축하여 청년 창업 지원 사업 간의 연계성을 강화하는 일이 중요하다.

창업 교육 수요자 및 창업 경진 대회 입상자 등의 창업 촉진을 위하여 중소기업청의 예비 기술 창업자 육성 사업, 서울특별시의 2030 청년 창업 프로젝트 등을 우선적으로 연계·지원하고, 창업보육센터

입주 및 창업 자금 지원 시 우대하도록 해야 한다.

창업 경진 대회 사업의 경우, 중앙-지방 정부가 협력하여 추진할 경우 그 효과를 제고할 수 있음에도 불구하고 현재는 중소기업청 주도로 추진되고 있다. 향후 창업 경진 대회 사업은 1차적으로 16개 광역 자치 단체별로 예선 대회를 개최하도록 하고, 각 지방 자치 단체에서 입상한 우수 아이টে임을 대상으로 중소기업청이 전국 대회를 개최함으로써 창업 분위기 확산 및 창업 경진 대회 개최에 따른 시너지 효과를 제고해 나가도록 해야 한다.

중소기업청의 대학생 창업 강좌와 문화관광부의 뉴미디어 창업스쿨 지원 사업도 상호 연계하여 운영할 경우 창업 교육 추진에 따른 효과를 제고할 수 있을 것으로 예상된다.

둘째, 청년 창업 성공 역할 모델을 발굴하고 확산시키는 일이 중요하다. 이 연구의 실태 조사 결과 주변에 창업에 성공한 사례가 있으면 창업을 계획할 확률이 그렇지 못한 경우보다 4.232배나 높은 것으로 나타났다. 이는 청년 창업을 결정하는 데 문화적 요인이 매우 중요하다는 점을 잘 보여준다. 즉, 대학(원)생이 창업 활동에 나설 가능성은 그 주변의 성공 사례가 가장 큰 영향을 끼치고 있는 것이다.

특히 교수, 입주 업체 대표와 비교하여도 대학(원)생이 더욱 주변의 창업 성공 사례가 있고 없음에 큰 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 구체적으로 대학(원)생은 ‘친지의 성공’ 35.8%, ‘부모님의 사업 경험’ 16.4%, ‘매스컴의 성공 사례’ 13.9%, ‘창업 교육’ 12.9% 등의 순으로 창업에 영향을 받는 것으로 나타났다. 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표의 각 집단을 통계적으로 비교할 경우 대학(원)생은 주변의 창업 성공자 유무에 따라 창업 계획의 유무가 매우 크게 영향을 받으며, 이는 1% 내에서 유의미하다. 이에 반해 교수와 입주 업체 대표는 10% 내에서 창업 계획의 유무에 차이가 있는 것으로 나타났다.

실리콘 밸리나 오타니에미의 경우처럼 특정 지역이 다른 지역보다 더 많은 창업가를 낳는 것은 우연적인 일이 아니다. 실리콘 밸리나 오타니에미에 있는 사람들은 기업가로서 크게 성공하였던 누군가를 알고 있다. 그들은 자신의 주변에서 언제든지 자신의 역할모델(role model)로 삼을 수 있는 성공한 기업가들을 만날 수 있기 때문에 다른 지역에 사는 사람들보다 더 쉽게 자신의 비즈니스를 시작하기를 갈망하게 된다. 이러한 역할 모델의 존재는 성공한 창업가를 앞으로써 성공한 창업가가 되기 위한 계획과 행동을 스스로 신뢰할 수 있도록 하기 때문에 매우 중요하다.

따라서 정부는 청년 창업을 활성화하기 위하여 무엇보다도 창업 성공 사례를 집중적으로 발굴하여 학생들에게 홍보하는 것이 중요하다. 다양한 매체를 활용하여 여러 분야에 걸쳐서 구체적으로 어떻게 성공을 하였는가를 보여 줄수록 그 효과가 배가될 수 있을 것으로 판단된다.

셋째, 산학 융합 단지의 구축 및 활성화를 촉진시켜야 한다. 미국의 실리콘 밸리나 핀란드의 오타니에미와 여기에서 소개하지 않은 스웨덴의 시스타 등에서는 산학연 간의 상시적이고 직접적인 접촉을 강화하기 위하여 공간적 접근성을 제고하는 방식의 산학 융합 단지를 확대해 나가고 있다.

이 국가들에서는 공간적으로 가까운 지역 내에 과학 단지과 연구 중심 대학이 지속적으로 상호 교류하고 협력함으로써 신기술 개발과 청년 창업이 활발하게 이루어지고 있으며, 이를 통하여 국가 발전을 위한 새로운 동력을 확충하고 있다. 특히 산학연이 한 곳에 집중된 첨단 과학 융합 단지에서 다양한 연구 개발 및 창업 지원 프로그램 등을 제공한다. 이와 더불어 학생들과 연구자, 사업가들이 상시적으로 만날 수 있는 ‘만남의 장’을 통하여 다양한 사업 아이디어와 창업, 특

히 기술 개발 등이 활성화되도록 하고 있다.

이러한 산학 융합 단지는 학생들이 창업 교육과 아이디어 채집, 창업 동아리 활동, 창업 보육, 벤처 창업 등 전 단계에 걸쳐 커다란 위험 부담을 갖지 않고 실령 실패를 경험하더라도 재도전할 수 있는 시스템으로 작용할 수 있을 것이다. 현재 우리나라에서 청년의 창업에 따른 리스크를 줄일 수 있는 가장 현실적인 방안은 실험실 창업이 가능하도록 보장해 주는 일이다. 따라서 산학 융합 단지의 구성을 통하여 청년들의 아이디어가 사업화로 연결될 수 있는 연결 고리를 만드는 것이 중요하다.

넷째, 청년창업 활성화를 위하여 이상의 정책 방안 이외에도 다양한 지원 방안을 마련해 나가야 한다. 향후 청년 창업 지원 사업 추진에 따른 효율성을 제고하기 위해서는 각 부처 및 지방 정부가 추진하는 창업 정보의 DB 구축이 필요하다. 창업 교육, 회사 설립, 시제품 개발 및 사업화, 시장 개척으로 이어지는 창업 지원 사업 전 과정에 관한 DB 구축을 통하여 창업 단계별 맞춤형 연계 지원 및 수요자의 활용도를 제고할 수 있을 것이기 때문이다.

한편, 우리나라도 체계적인 기업가 정신 육성을 통하여 미래 성장 동력을 창출해 나가기 위해서는 미국, 영국과 같은 청년 창업 전담 공익 재단(예: 청년기업가정신재단)의 설립이 필요하다. 청년기업가정신재단이 설립되면 주요 사업은 기업가 정신 교육 프로그램 개발 및 청년 기업가 교육, 청년 창업 성공 사례 발굴 및 홍보 등을 실시할 수 있을 것이다.

현재 정부의 청년 창업 지원 시스템은 닫힌 시스템으로 운영되고 있는 것으로 평가된다. 따라서 현재의 지원 시스템을 보다 열린 시스템으로 변화시켜 운영해야 한다. 특히 특정한 팀을 선발하여 모든 지원을 몰아주는 지금의 시스템으로는 공모제 수상만을 위한 아이디어

에 창업자들이 몰릴 우려가 있다.

또, 참신한 아이템은 시장에 빨리 진입하려는 많은 경쟁 업체들이 존각을 다투는 상황에서 한가하게 심사 일정을 맞춰 창업 스케줄을 조정하거나 시간·인력 등의 자원을 공모제 준비에 투입하기 어려운 실정이다. 실제 창업에 성공하더라도 1년 이상 성공적으로 운영하기가 매우 어렵다는 것을 고려할 때, 특정한 업체에 혜택을 몰아주는 방식보다는 열린 시스템으로 많은 이들에게 혜택을 제공하여 정말 필요한 업체에 적재적소로 도움을 제공한다면 시의적절한 지원으로 예산을 효율적으로 사용하는 효과도 얻을 수 있을 것이다.

이뿐만 아니라 상설 온라인 및 오프라인 법무·세무·특허 등 컨설팅 프로그램을 운영해야 한다. 현재 입주 기업에게만 제공하는 서비스를 열린 상담실 시스템으로 바꾸어 운영한다면, 기존에 확보된 인력을 통하여 좀 더 많은 사람에게 혜택을 줄 수 있을 것이다. 세금으로 운영되는 기관의 혜택이 소수에게만 집중되는 것은 바람직하지 못하다.

그리고 퇴직자를 대상으로 한 청년 창업 멘토단을 결성하여 청년들에게 경험을 전수하는 방안도 필요하다. 청년들과 눈높이가 맞는, 다양한 분야의 경험을 가진 정년 퇴직단을 젊은 사업체와 연결시켜 주고 이들에게 희망 근로처럼 보조급을 지급하는 방안을 강구할 수 있다. 이를 통하여 노년 실업과 청년 실업을 동시에 해결할 수 있을 것으로 기대된다.

끝으로, 창업 희망자 매칭 사업을 추진하는 일도 필요하다. 이공계 학생과 인문계 학생 간의 매칭 사업을 통하여 아이디어에서 시너지 효과를 얻고, 서로 도움을 받을 수 있는 기회를 마련할 수도 있다.

제1장 서론

박 동

제1절 연구의 필요성 및 목적

1. 연구의 필요성

최근 우리나라는 글로벌 경기 침체가 지속되면서 대부분의 산업 부문의 신규 투자 여건이 나빠지고 기업들의 투자가 감소하여 청년층의 고용 상황이 급속하게 악화되고 있는 실정이다. 특히 제조업 부문 중소기업의 일자리가 크게 줄어들면서 청년층의 절대 다수를 차지하고 있는 대졸자의 취업난이 더욱 심각해지고 있으며, 정규직 취업률이 지속적으로 하락하고 고용의 질도 떨어지고 있다.

2008년도에 대졸 청년층 정규직 취업률은 56.1%에 달하였으나 2009년에는 48.3%로 약 8% 정도가 감소하였다. 그리고 2010년에는 정규직과 비정규직으로 구분하지 않고 건강 보험 DB와 연계된 취업률을 집계하였는데, 고등 교육 기관 전체의 취업률은 55.0%로 나타났다. 이는 2008년 76.7%, 2009년 76.4%보다 약 20% 이상 감소한 수치이다(교육과학기술부, 2010). 이러한 취업률의 수직 하강은 거품 붕괴에 기인한 바가 크지만 청년 고용

의 현실을 적나라하게 보여 줌으로써 향후 우리나라 노동 시장에 엄청난 충격과 파장을 안겨다 줄 것으로 예측된다.

이같이 우리의 청년 고용 시장이 매우 심각한 위기 상황에 처함에 따라 새로운 고용 패러다임으로의 전환이 요구되고 있다. 글로벌 금융 위기 이전까지는 대학 등의 교육 훈련 기관에서 인력을 양성하면 산업체에서 신규 인력의 고용과 재교육을 실시하는 방식으로 청년층을 고용하는 일이 관행화되어 왔으나 이제는 이러한 고용 패턴이 더 이상 지속 가능하지 않은 시대가 도래하였기 때문이다. ‘졸업 실업 증명서’라는 표현을 통하여서 알 수 있듯이 졸업이 곧 실업으로 직결될 수밖에 없는 상황에서도 여전히 많은 청년은 특정 산업 부문의 대기업과 공공 부문의 안정적 일자리를 선호하면서 취업 경쟁률이 과열화되고 있다.

청년 고용 시장이 빙하기를 맞이하면서 최근 취업·인사 포털 인크루트의 조사 결과에 따르면 대학생 중 90%가 창업을 고려해 본 적이 있는 것으로 나타났다(www.incruit.com). 좋은 아이템만 있으면 창업을 하겠다는 것이다. 이처럼 청년 고용 시장에서 커다란 변화가 이루어지면서 정부 차원에서도 청년층의 고용 확대를 위해 창업(start-up)을 매우 유력한 대안 중 하나로 고려하고, 이에 따른 다양한 정책 방안을 모색하고 있다.

무엇보다도 청년의 기업가 정신 고취를 통한 일자리 제공을 위하여 지원금 제공, 훈련 실시, 준비·공간 지원 등 다양한 지원 방안을 강구 중에 있다. 이처럼 정부가 청년 실업 해소 대책 중 하나로 창업 지원 정책을 본격 채택하게 된 것은 2009년 3월 ‘청년 고용 추가 대책’과 2009년 12월 ‘청년·중소기업 인력 미스매치 해소’ 방안 등을 제시하면서부터이다. 여기서 정부는 ‘교육 및 창업 지원(대학내 교육 지원 등)’, ‘창직·창업 도전 지원’ 등을 본격 실행하기로 한 바가 있다.

이 연구는 이상과 같은 우리나라 청년 고용 시장의 급격한 변화 속에서 청년층이 창업을 통하여 새로운 진로를 모색할 뿐만 아니라 국가 경제의 새로운 활력소를 제공해야 한다는 현실적 요구에 입각하여 추진되었다.

2. 연구의 목적

이 연구는 글로벌 경제 위기 속에서 청년층의 심각한 고용 위기 상황을 타개하기 위한 대안 중 하나로 대학생, 대학원생 등 청년층이 직접 참여할 수 있는 지식기술 창업 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 통하여 당면한 청년 실업 문제에 대한 하나의 대안을 제시할 수 있을 뿐만 아니라 지식기술을 중심으로 하는 미래의 ‘창조 경제’(creative economy)를 이끌어 나갈 수 있는 창의적이고 혁신적인 창업 인재 양성 방안의 마련에도 기여할 수 있을 것이다.

이를 위해서 현재 정부가 추진하고 있는 청년 창업과 관련한 정책의 현황과 문제점을 살펴보기로 한다. 청년 창업을 위하여 실패를 두려워하지 않도록 하는 특별한 시스템이 필요하지만 우리나라에는 그러한 시스템이 거의 부재한 실정이다. 그리고 정부 지원도 대체로 종합적이지 못하고 산발적이므로 이에 대한 면밀한 검토가 필요하다.

또, 보다 현실적인 대안을 모색하기 위하여 청년들 스스로 청년 창업을 어떻게 바라보고 느끼는가를 심층적으로 분석해야 한다. 아울러 국내외의 청년 창업 우수 사례에 대한 시사점 분석을 통하여 앞으로 우리나라가 추진해 나가야 할 청년 창업의 구체적 실천 과제를 제시하고자 한다.

특히 청년 창업에서 창조성만이 아니라 기업가 정신의 고취를 통한 모험 정신도 중요하므로 창업 교육, 창업 동아리 활동 등에 초점을 맞추어 창업 도전 의식을 활성화할 수 있는 방안을 모색하는 데 초점을 맞추도록 할 것이다.

제2절 연구의 내용 및 방법

1. 연구의 내용

이 연구에서 우리나라 청년층의 고용 및 창업 현황에 대하여 개략적으로 살펴보기로 한다. 제2장에서는 중소기업청의 KOSIS자료에 근거하여 현황을 개괄하고, 청년 창업과 관련한 국내외의 이론적 논의들을 검토하고 이 연구를 위한 방향을 모색하도록 할 것이다.

제3장에서는 우리 정부의 청년 창업 관련 정책을 각 부처별로 살펴보고 문제점과 종합적 평가를 시도해 보고자 한다. 정부에서는 지난 2010년 8월 국가고용전략회의에서 중소기업청 등 관계 부처 합동으로 청년 기술·지식 창업 지원 대책을 제시한 바 있다(중소기업청 등 관계 부처 합동, 2010). 여기서는 ‘창업 준비 → 사업화 → 재도전 → 기반 조성’ 등 단계별 전략에 입각하여 3대 유망 분야 청년 창업자 양성, 민관 합동 청년기업가정신재단 설립 등 12개의 정책 방안을 제시하였다.

이처럼 정부에서 청년층 고용 확대를 위한 대안 중 하나로 창업, 창직을 제시하고 있으나 과연 이러한 정책들이 얼마나 실효성을 가질 것인지는 의문이다. 그동안 정부의 다양한 창업 지원 정책에도 불구하고 여전히 청년 창업이 급격하게 감소하고 있으며, 청년들이 실제로 창업을 추진하는 데 많은 장애 요인이 존재하는 실정이기 때문이다.¹⁾

제4장에서는 청년 창업 관련 대학생, 교수, 창업보육센터 입주 업체 등의 실태를 분석하도록 할 것이다. 대학의 창업 관련 교육 및 대학생의 창업 활동 현황을 분석함으로써 보다 실효성 있는 청년 창업 정책 방안을 도출할

1) 국제부흥개발은행(IBRD:International Bank for Reconstruction and Development)의 ‘기업 활동 조사 보고서’에 따르면 우리나라는 최근 지속적인 창업 규제 해방을 통하여 ‘창업하기 좋은 나라의 순위’가 세계 133위에서 53위로 대폭 개선된 것으로 나타났다(World Bank, Doing Business 2009).

수 있을 것이다. 실태 조사는 청년 고용 일반 현황, 청년 창업에 대한 인식, 창업 교육, 창업 활동, 청년 창업의 애로 사항 및 활성화 방안 등을 중심으로 실시하였다. 그리고 성공 창업자의 역할 모델(role model), 창업 교육의 시기, 창업 교육 및 창업 동아리 활동이 창업에 끼치는 영향 등을 분석하였다.

제5장에서는 우리나라에서 청년 창업의 활성화를 위한 역할 모델을 수행할 수 있는 국내·외 사례들에 대하여 살펴보았다. 글로벌 경제 위기 이후 세계 주요국들은 청년층의 지식기술 창업을 활성화하는 데 많은 지원을 하고 있다. 특히 제2의 IT 혁명으로 불리는 스마트폰을 중심으로 한 새로운 글로벌 창업 붐이 조성되면서 국가 간 창업 경쟁이 더욱 강화되고 있다.

제2의 IT 혁명을 선도하고 있는 미국의 실리콘 벨리와 핀란드의 오타니에미 등의 청년 지식기술 창업 실태 및 창업 활동 지원 시스템에 대한 분석을 통하여 우리나라에 필요한 시사점을 도출하고 정책 방안 마련에 활용하도록 할 것이다. 이와 더불어 호서대학교, 한국산업기술대학교 등 대학교의 청년 창업 교육 및 창업 동아리 활동, 창업 우수 사례 등을 살펴보고 시사점을 분석하여 성공 요인을 제시하고자 한다. 이와 더불어 최근 소셜 쇼핑 사업에서 신규 창업에 성공한 텐어클락의 사례를 통하여 우리나라 청년 지식기술 창업의 현주소와 개선 방안을 살펴보도록 할 것이다.

끝으로, 제3장, 제4장, 제5장의 분석과 시사점들에 입각하여 우리나라에서 청년 창업을 활성화하기 위한 구체적 정책 과제들을 살펴보았다. 여기서는 ‘생생한 체험’(lived experience)에 기반한 창업 교육, 창업 성공 역할 모델의 발굴 및 확산, 산학융합단지의 조성 등을 통한 청년 창업 활성화, 창업 동아리의 전국적 활성화 방안 등을 제시하였다.

2. 연구 방법

이 연구에서는 청년 지식기술 창업의 개념을 정립하기 위하여 관련 문헌들에 대한 조사를 실시하였고, 현장 조사(field research)를 통하여 청년 창

업의 실태를 모든 연구진이 생생하게 체험하면서 연구를 수행할 수 있도록 하였다. 이와 더불어 각종 전문가 자문 회의와 간담회를 실시하였고, 대학생 등을 대상으로 대규모 실태 조사도 추진하였다. 그리고 해외 출장을 통하여 해외의 청년 지식기술 창업 동향을 파악하고 시사점을 도출하였다.

가. 문헌 연구

청년 지식기술 창업 관련 기존 문헌에 대한 조사를 실시하였다. 이를 통하여 창업 관련 기존 연구 검토 및 청년 지식기술 창업 관련 연구 방향을 설정하였다. 특히 국내외의 기술창업, 창업교육, 기업가 정신 등과 관련된 기존 연구를 재검토함으로써 연구를 위한 기본 방향을 설정하는 데 참조하였다. 그리고 글로벌 금융 위기 이후 혁신적 기업가 정신을 위한 투자가 급격히 감소하면서 청년 창업의 중요성이 더욱 부각되고 있는 현실과 관련된 최근 문헌들에 대해서도 조사를 진행하였다.

나. 현장 조사 실시

대학 창업보육센터, 학생 창업 동아리 등에 대한 현장 조사를 실시하였다. 전국적으로 학생 창업 활동이 활발한 호서대학교, 한국산업기술대학교, 한밭대학교 등 4년제 대학, KAIST 등 연구 중심 대학 등을 방문하여 창업보육센터와 학생 창업 동아리, 학생창업센터, 창업 보육 기업 등을 대상으로 현장 조사를 단행하였다. 특히 모든 연구진이 수도권과 충청권의 각 대학 및 창업보육 기업들을 직접 방문하여 학생, 교수, 창업보육센터 입주 업체 대표 등의 창업 교육 실태 및 창업 활동에 대한 공감대를 마련할 수 있었다. 그리고 학생 및 교수, 창업보육센터 입주 업체 등의 청년 창업 관련 의견을 수렴하여 연구 방향을 설정하는 데 참조하였다.

다. 설문 조사 실시

설문 조사를 통한 청년 지식기술 창업 실태 조사를 시행하였다. 전체 샘플은 학생 800명, 교수 200명, 창업보육센터 입주 업체 대표 200명 등 1200명이다. 실태 조사는 동서리서치와 연구 용역 계약을 체결하여 전국의 전문 대학, 4년제 대학, 대학원의 산학 협력단, 창업보육센터 등을 중심으로 조사를 실시하였다.

4년제 대학의 대학생 및 대학원생 전공자 비율 등을 감안하여 대학생 400명, 대학원생 200명 등을 층화 표집 방식으로 추출하고 전문 대학생은 광역 경제권별(제주 제외)로 1개 대학씩 6개 대학의 200명을 대상으로 창업 교육 프로그램 및 창업 활동 관련 실태를 조사하도록 하였다. 그리고 대학교수의 경우 구조화된 설문지를 활용하여 광역 경제권별로 층화 표집 방식으로 200명의 샘플을 표집하여 실태를 조사하였고, 대학내 창업보육센터 입주 기업가 200명을 대상으로도 창업 관련 실태를 조사하였다.

라. 해외 출장을 통한 시사점 도출

7월 중에 해외 출장을 통하여 주요국의 최근 지식기술 창업 실태를 파악하고 시사점을 도출하였다. 미국 실리콘 벨리의 스탠포드대학과 버클리대학 사례는 미국 현지에서 머물고 있는 공동 연구진이 현지 방문을 통하여 실태 파악을 하였으며, 유럽은 핀란드, 덴마크, 스웨덴, 노르웨이 등 북유럽 4개국을 방문하여 그 중 가장 청년창업이 체계적으로 이루어지고 있는 핀란드의 사례를 집중적으로 살펴보았다.

마. 전문가 자문 회의를 통한 의견 수렴

4월 현장 조사 실시 이후 지속적으로 전문가 자문 회의를 개최하였다.

제1차~4차 전문가 자문 회의는 현장 조사를 진행하면서 현장에서 전문가들의 의견을 청취하는 방식으로 추진되었다. 이를 통하여 대학교수들, 창업보육센터 관계자, 학생들의 청년 지식기술 창업에 대한 관점과 인식 차이를 확인할 수 있었다.

제5차 전문가 자문 회의에서는 청년 지식기술 창업 실태 조사를 위한 설문 디자인을 목적으로 추진되었다. 이를 통하여 청년 지식기술 창업과 관련한 주요 쟁점과 기본 가설 등을 점검하고 설문 설계를 실시하였다. 그리고 설문 조사 기관으로 선정된 동서리서치 관계자 등과 간담회 등을 통하여 설문 표집과 조사 실시 방법에 대해 협의하였다.

제6차 전문가 자문 회의에서는 국내의 청년 지식기술 창업 성공사례를 발굴하기 위한 원고를 의뢰하기 위한 목적으로 실시되었다. 이를 통하여 2010년 중반에 소셜 커머스 분야에서 청년 창업을 개시한 텐어클락 등의 사례는 물론, 국내에서 창업 활동이 가장 활발하게 이루어지고 있는 호서대학교와 한국산업기술대학교 등의 사례에 대하여 검토하였다.

제7차 전문가 자문 회의에서 우리나라의 청년 지식기술 창업과 관련한 전반적 현황에 대하여 광범위한 의견 교환을 실시하였다. 이 회의에서는 정부의 청년 창업 지원 사업의 실태와 문제점, 청년 창업과 청년 고용 정책 간의 관계, 청년 지식기술 창업의 성공 요인, 창업 리스크 관리(risk-management) 방안, 패자 부활이 가능한 시스템 구축 방안 등 다양한 쟁점 사항들에 대하여 논의하고 이를 보고서에 반영하였다.

제8차 전문가 자문 회의에서는 전문 대학의 전문가들을 중심으로 전문 대학 수준에서 청년 지식기술 창업을 활성화할 수 있는 방안에 대하여 논의하였다. 이 회의에서는 학교 및 교수 주도의 창업보육센터가 유명무실해지는 문제점을 개선하기 위하여 학생 주도의 학생창업보육센터를 활성화하는 방안, 창업 동아리 활동 등 학생 창업 교육 및 창업 활동의 정도를 정부 재정 지원 평가 지표에 포함시키는 방안, 현장 실습과 실험실 활동을 통한 창업 활성화 방안, 산학 협력에서 창업 지표를 강화하는 방안 등에 대하

여 협의하고 이를 보고서에 반영시켰다.

이뿐만 아니라 창업 관련 전문가를 초청한 간담회, 현장 방문 등을 통하여 청년 지식기술 창업 관련 실태 및 방향과 관련된 의견을 수렴하였으며 지식기술 창업에 성공한 창업보육센터 입주 기업인들에 대한 집중 인터뷰를 실시하기도 하였다. 그리고 전문가 자문단을 구성하여 지속적으로 연구 방향과 관련한 협의를 진행하였다.

바. 정책 세미나 개최

2010년 11월 17일 코엑스에서 세미나를 개최하여 청년 지식기술 창업의 중요성에 대한 공감대를 형성하고 다양한 분야의 의견을 수렴하였다. 특히 청년 창업이 미래의 괜찮은 일자리 창출을 위한 국가적 과제로 부상하고 있는 현실을 감안하여 각계의 전문가들을 초청하여 청년 창업의 활성화 방향을 모색하였다.

제 2 장

청년 지식기술 창업 관련 이론적 논의

박 동 · 김안국 · 이종선

제1절 청년 지식기술 창업의 개념과 현황

1. ‘청년 지식기술 창업’의 개념 정의

통상적으로 OECD에서 청년 실업률을 산정할 때 조사 연령층은 15~24세이다. 그러나 우리나라에서는 군입대 등으로 인해 15~24세와 15~29세의 두 가지 연령층을 조사 대상으로 삼고 있다. 이러한 연령층의 청년 개념은 실업률, 고용률 등을 산정할 때 주로 사용되고 있다.

그러나 창업을 고려할 경우 청년의 연령층은 30대로까지 확대하는 것이 일반적이다. 창업은 취업과 달리 각종 자원과 경험을 필요로 하기 때문이다. 그러나 최근 인터넷의 상위 20위까지 청년 창업자의 평균 연령이 21세 미만이라는 사실을 감안하면 창업에서 청년층 연령은 위아래 모두 제한을 두어서는 안 된다는 주장이 제기되고 있을 정도로 낮아지는 것이 일반적 추세이다.

우리나라에서는 중소기업청에서 청년 창업자들을 집계할 때는 20대와 30대를 지칭하는 경우가 일반적이어서 대체로 20세에서 39세까지를 대상

으로 한다고 말할 수 있다. 청년 창업 특례 보증 시 신용보증기금에서도 청년을 20~39세로 본다. 창업진흥원에서 청년 기업인상을 수여할 때도 만 39세 미만으로 연령을 제한하고 있다. 서울특별시의 '2030 청년 창업 프로젝트' 사업의 경우에도 말 그대로 20대와 30대의 청년들을 대상으로 한다. 이러한 점들을 감안하여 이 연구에서는 '청년 창업가'의 연령층을 20~39세로 한정하여 사용하기로 하였다.

이 연구에서 지식기술 창업의 범주는 IT 융합 분야의 콘텐츠, 소프트웨어, 제조업 융합 분야, 지식 기반 서비스업 등으로 한정하고 생계형 창업, 전통 제조 분야 창업은 제외하였다. <표 2-1>은 통계청의 한국 표준 산업 분류 상 중분류 기준에 입각하여 지식기술 분야를 간추린 것이다.

<표 2-1> 한국 표준 산업 분류에 입각한 지식기술 산업 현황

코드 번호	산업(중분류)	코드 번호	산업(중분류)
211	기초 의약 물질 및 생물학적 제제 제조업	651	보험업
212	의약품 제조업	653	연금 및 공제업
213	의료 용품 및 기타 의약 관련 제품 제조업	661	금융 지원 서비스업
261	반도체 제조업	693	산업용 기계 및 장비 임대업
262	전자 부품 제조업	701	자연 과학 및 공학 연구 개발업
263	컴퓨터 및 주변 장치 제조업	702	인문 및 사회 과학 연구 개발업
264	통신 및 방송 장비 제조업	711	법무 관련 서비스업
265	영상 및 음향 기기 제조업	712	회계 및 세무 관련 서비스업
266	마그네틱 및 광학 매체 제조업	713	광고업
271	의료용 기기 제조업	714	시장 조사 및 여론 조사업
272	측정, 시험, 항해, 제어 및 기타 정밀 기기 제조업(광학 기기 제외)	715	회사본부, 지주회사 및 경영 컨설팅 서비스업
273	안경, 사진 장비 및 기타 광학 기기 제조업	721	건축 기술, 엔지니어링 및 관련 기술 서비스업
285	가정용 기기 제조업	729	기타 과학 기술 서비스업

<표 계속>

코드 번호	산업(중분류)	코드 번호	산업(중분류)
289	기타 전기장비 제조업	732	전문 디자인업
291	일반 목적용 기계 제조업	733	사진 촬영 및 처리업
292	특수 목적용 기계제조업	739	그 밖에 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업
301	자동차용 엔진 및 자동차 제조업	759	기타 사업 지원 서비스업
302	자동차 차체 및 트레일러 제조업	841	입법 및 일반 정부 행정
303	자동차 부품 제조업	842	사회 및 산업 정책 행정
311	선박 및 보트 건조업	843	외무 및 국방 행정
312	철도 장비 제조업	844	사법 및 공공 질서 행정
313	항공기, 우주선 및 부품 제조업	845	사회 보장 행정
467	기타 전문 도매업	851	초등 교육 기관
473	정보통신장비 소매업	852	중등 교육 기관
476	문화, 오락 및 여가 용품 소매업	853	고등 교육 기관
582	소프트웨어 개발 및 공급업	856	기타 교육 기관
591	영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업	857	교육 지원 서비스업
592	오디오물 출판 및 원판 녹음업	861	병원
601	라디오 방송업	862	의원
602	텔레비전 방송업	863	공중 보건 의료업
612	전기 통신업	869	기타 보건업
620	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업	901	창작 및 예술 관련 서비스업
631	자료 처리, 호스팅, 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	902	도서관, 사적지 및 유사 여가 관련 서비스업
639	기타 정보 서비스업	911	스포츠 서비스업
641	은행 및 저축 기관	941	산업 및 전문가 단체
642	투자 기관	952	자동차 및 모터사이클 수리업
649	기타 금융업	990	국제 및 외국 기관

이러한 청년층 개념과 지식기술 분야의 구분에 입각하여 청년 지식기술 창업은 다음과 같이 정의할 수 있다. 즉, “청년 지식기술 창업은 20~39세의 청·장년이 제조업 및 서비스업 중 지식기술 분야로 분류되는 산업 분

야에서 본인이 소유한 지식과 기술을 기반으로 창업을 하거나 창업 활동에 참여하는 행위를 의미한다.” 이 연구에서는 이러한 ‘청년 지식기술 창업’ 개념에 입각하여 분석을 실시하고자 한다.

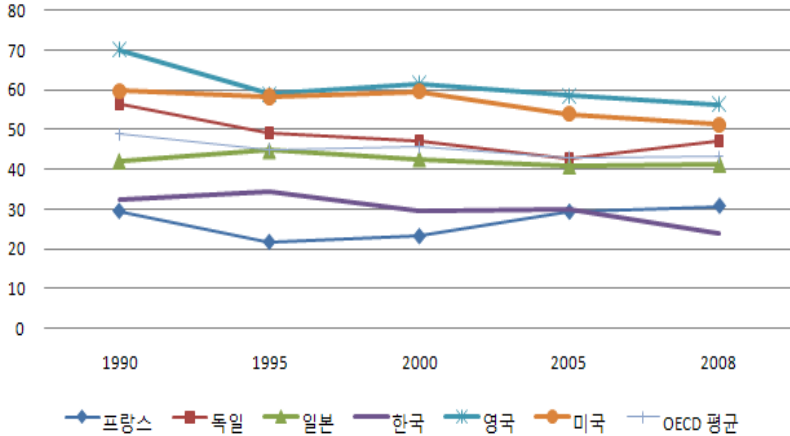
그러나 현재 중소기업청을 비롯한 정부 내에서 발간된 자료에서는 청년 창업을 특정한 분야별로 구분하지 않고 있기 때문에 청년 창업 현황이나 정부의 청년 창업 지원 사업 분석 등에서는 지식기술 창업뿐만이 아니라 일반적 청년창업 전반을 포괄할 수밖에 없는 실정이다. 따라서 청년 창업 일반을 다룰 경우에는 ‘청년 창업’이라는 용어를 사용하여 ‘청년 지식기술 창업’과 구분이 되도록 하였다.

2. 청년 고용 및 창업의 현황과 특성

지금 우리 사회는 청년 고용과 관련하여 심각한 위기 국면에 처해 있다. 청년 고용률을 중심으로 살펴보면 주요 국가들에 비교하여 매우 낮은 수준에 머물고 있다. 1990년에는 영국에 비교하여 거의 40%p의 차이를 보이고, 2008년에도 35%p 차이를 보인다. 우리의 경우 청년 고용률은 30%를 약간 상회하는 수준에서 1995년 조금 증가하였지만 IMF 이후 청년 고용률은 지속적으로 하락하여 거의 10%에 가깝게 하락하였다. 그 결과 우리나라는 2008년 현재 20% 조금 넘는 청년고용률을 나타내고 있다. 2000년 이후 청년고용률의 추이는 전체 고용률의 추이와 상반되게 지속적으로 하락하고 있어 청년 고용의 문제가 심각해지고 있음을 단적으로 나타낸다.

한국 사회의 청년고용률이 지속적으로 떨어지는 가장 큰 이유는 대학 진학률의 증가를 들 수 있다. 특히 1995년 대학 설립 준칙주의를 계기로 대학의 정원이 크게 증가하고 대학생의 숫자가 지속적으로 늘어났다. OECD의 조사는 15~24세의 조사이기 때문에 대학생의 증가는 고용률을 떨어뜨릴 수밖에 없다.

[그림 2-1] OECD 시기별 고용률(15~24세)



그렇지만 이러한 대학생의 증가를 감안하여 15~29세의 청년을 모두 고려하더라도 청년 고용 상태는 나아지지 않는다. 경제 활동 조사에서 청년층의 경제 활동 상태의 추이를 보면, 우선 청년 고용의 절대적인 숫자가 줄고 있다. 1991년에 약 550만명이었던 청년 취업자의 수는 2009년에 396만명으로 약 150명만이 줄어들었다. 물론 청년층 인구도 줄어들고 있지만, 청년의 취업 인구는 그 이상으로 줄어들고 있다. 청년 고용의 상대적인 비중도 지속적으로 줄어들고 있다. 대략 45% 안팎을 유지하던 전체 청년 중 취업 인구의 비중은 2006년 이후 감소하여 2009년 현재 IMF 시기보다도 더 떨어진 40.5%를 나타내고 있다.

청년 고용의 비중이 줄어들었을 뿐만 아니라 청년의 취업 애로도 지속적으로 늘고 있다. 현재 실업 상태에 있는 청년과 함께 구직을 위해서 준비하는 취업 준비 비경험과 취업을 하고자 하지만 취업이 힘들어서 구직 포기를 한 유휴 비경험인 청년들을 취업 애로층이라고 보면, 2003년부터 이들의 추이를 파악할 수 있다. 이렇게 취업 애로층에 있는 청년들의 비중은 2003년에는 8.6%, 2009년에는 11.0%로 지속적으로 늘고 있다.

<표 2-2> 우리나라 청년층 경제 활동 상태의 추이

(단위: 천 명, %)

연도	취업	실업	육아· 가사 비경활	재학· 학업 비경활	취업 준비 비경활	유휴 비경활	기타 비경활	총합	취업 애로층
'91	5,496 (45.3)	314(2.6)	1,694 (14.0)	4,363 (36.0)	-	-	254 (2.1)	12,121 (100.0)	-
'92	5,420 (45.4)	333(2.8)	1,648 (13.8)	4,274 (35.8)	-	-	276 (2.3)	11,951 (100.0)	-
'93	5,279 (44.6)	383(3.2)	1,649 (13.9)	4,231 (35.8)	-	-	292 (2.5)	11,835 (100.0)	-
'94	5,349 (45.6)	324(2.8)	1,622 (13.8)	4,159 (35.4)	-	-	283 (2.4)	11,736 (100.0)	-
'95	5,443 (46.4)	263(2.2)	1,533 (13.1)	4,230 (36.0)	-	-	265 (2.3)	11,734 (100.0)	-
'96	5,420 (46.2)	264(2.2)	1,442 (12.3)	4,358 (37.1)	-	-	259 (2.2)	11,743 (100.0)	-
'97	5,349 (45.6)	322(2.7)	1,317 (11.2)	4,432 (37.8)	-	-	305 (2.6)	11,724 (100.0)	-
'98	4,733 (40.6)	711(6.1)	1,335 (11.5)	4,496 (38.6)	-	-	377 (3.2)	11,651 (100.0)	-
'99	4,691 (40.9)	622(5.4)	1,273 (11.1)	4,412 (38.5)	-	-	463 (4.0)	11,461 (100.0)	-
'00	4,879 (43.4)	430(3.8)	1,144 (10.2)	4,297 (38.2)	-	-	494 (4.4)	11,243 (100.0)	-
'01	4,815 (44.0)	413(3.8)	1,043 (9.5)	4,139 (37.8)	-	-	543 (5.0)	10,952 (100.0)	-
'02	4,799 (45.1)	361(3.4)	928 (8.7)	4,044 (38.0)	-	-	520 (4.9)	10,651 (100.0)	-
'03	4,606 (44.4)	401(3.9)	782 (7.5)	3,872 (37.3)	268 (2.6)	225 (2.2)	214 (2.1)	10,368 (100.0)	893 (8.6)
'04	4,578 (45.1)	412(4.1)	701 (6.9)	3,704 (36.5)	297 (2.9)	258 (2.5)	191 (1.9)	10,141 (100.0)	966 (9.5)
'05	4,450 (44.9)	387(3.9)	583 (5.9)	3,701 (37.3)	351 (3.5)	278 (2.8)	171 (1.7)	9,920 (100.0)	1,016 (10.2)
'06	4,270 (43.4)	364(3.7)	530 (5.4)	3,865 (39.3)	413 (4.2)	258 (2.6)	143 (1.5)	9,843 (100.0)	1,035 (10.5)
'07	4,202 (42.6)	328(3.3)	506 (5.1)	4,028 (40.9)	417 (4.2)	245 (2.5)	128 (1.3)	9,855 (100.0)	990 (10.0)
'08	4,084 (41.6)	315(3.2)	484 (4.9)	4,114 (41.9)	455 (4.6)	249 (2.5)	122 (1.2)	9,822 (100.0)	1,018 (10.4)
'09	3,957 (40.5)	347(3.6)	471 (4.8)	4,156 (42.5)	429 (4.4)	297 (3.0)	124 (1.3)	9,780 (100.0)	1,073 (11.0)

자료: 통계청, 각 연도

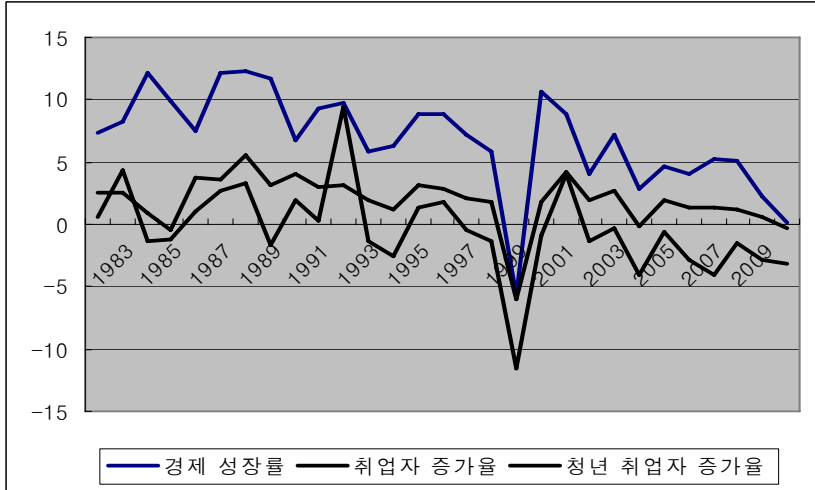
한 사회의 경제 발전이 일정한 궤도에 오르면 경제 성장 속도가 둔화될 뿐만 아니라 고용 흡수력이 저하된다. 우리나라도 경제 발전이 일정한 궤도에 오른 뒤 경제의 성장 속도가 둔해졌을 뿐만 아니라 고용 흡수력도 지속적으로 저하되고 있다. 1990년대 이후 취업 계수(1억원 산출당 고용된 근로자 수)는 지속적으로 줄어들어 1991년 8.1명에서 2009년 2.2명으로 크게 줄고 있다.

2000년대에 이르러 고용은 지속적으로 감소하고 있는데, 특히 2005년 이후 경기 회복에도 불구하고 고용은 감소하는 모습을 보이고 있다. [그림 2-2]를 보면 경제 성장률과 취업자 증가율이 대부분 동일한 방향으로 움직이고 있지만 2005년 이후는 경제 성장률이 증가하여도 취업자 증가율은 감소하는 모습을 보이고 있다.

더욱이 청년층 취업에만 한정해 보면 2000년대 이후는 취업자의 수가 지속적으로 줄고 있으며, 취업자 증가율과의 간극이 날로 커지고 있어서 청년층 취업의 어려움을 단적으로 보여 주고 있다. 특히 청년층은 경기가 좋아져도 가장 늦게 취업으로 이동하며, 경기가 나빠지면 비경항로 가장 먼저 이동하기 때문에 경기 변동에 따른 피해가 가장 크다.

[그림 2-2]에서도 나타나듯이 경제 성장률 감소기에 청년 취업자 증가율의 감소 폭은 취업자 증가율의 감소 폭보다 훨씬 커서 경기가 어려워지는 국면에서는 청년층 취업이 그 타격을 더욱 심하게 받는 것으로 나타난다.

[그림 2-2] 한국의 경제 성장률과 취업자 증가율, 청년 취업자 증가율 추이



자료: 통계청, 각 연도

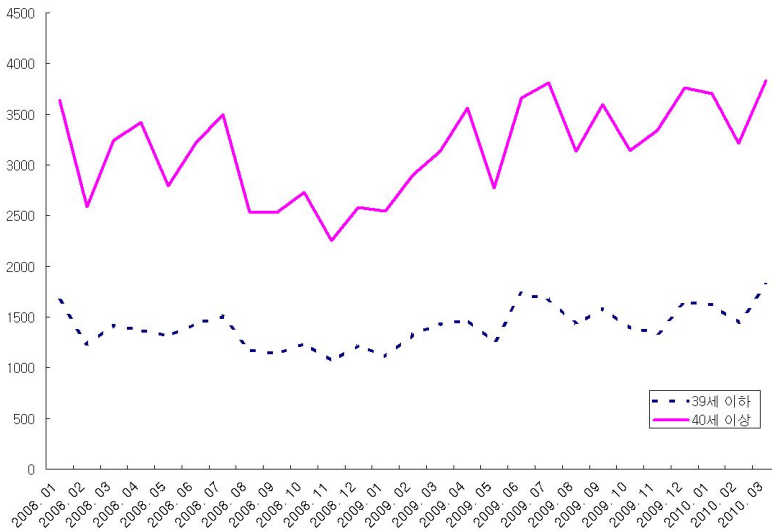
이러한 청년 고용 시장의 어려움이 가중됨에 따라 청년층의 창업에 대한 관심이 고조되고 있는 것이 사실이다. 실제로 청년들이 얼마나 창업을 하고 있는가 하는 것은 통계청의 KOSIS에서 주제별로 경기·기업 경영(사업체)를 찾고, 기업 경영(사업체)의 중분류에서 중소기업의 소분류를 택하면 창업에 관한 사항을 찾을 수 있다. 청년들에 관한 사항을 알기 위해서는 창업자의 연령이 제시되는 자료를 찾아야 하고, 창업자의 연령이 나타나는 자료는 「중소 기업 실태 조사」 자료, 「전국 소상공인 실태 조사」 자료, 신설 법인 동향 자료, 「벤처 기업 조사」 자료 등이 있다. 이들 자료가 모든 창업을 조사하지는 않고, 창업자의 연령을 조사하지 않은 경우도 있어 청년 창업의 정확한 현황을 파악하기가 쉽지 않다. 그러나 대표성 있는 통계청 자료이기 때문에 이들 자료로부터 대략의 청년 창업의 현황 및 실태를 파악하는 것이 가능하다.

청년 창업의 전반적인 상황을 파악하기 위해서 모든 신설 법인 수의 추이를 보았다. 법인으로 등록된 창업은 창업 전체의 일부분이지만, 실제의

창업과 비례할 것이라는 전제 하에 청년 창업의 추이를 볼 수 있다.

창업에 관한 가장 기본적인 자료는 통계청의 중소기업정책국의 자료이다. 이 자료에서 청년 창업의 현황을 볼 수 있다. 최근 신설 법인 수의 추이로 보면 창업은 2008년 이후 매월 3,000 건 이상 이루어지는 것으로 나타나고 있다. 신설 법인 수는 최근에 늘어나 2010년 3월에는 6,000 건에 가까운 창업이 이루어졌다.

[그림 2-3] 연령대별 신설 법인 수 추이

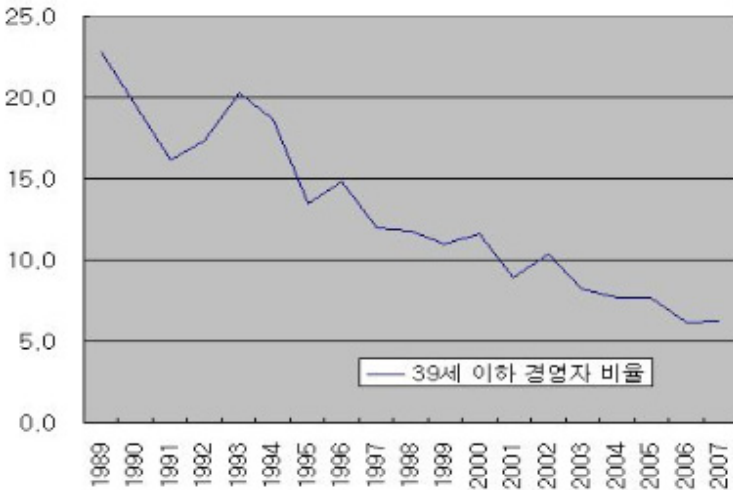


자료: 중소기업청(2009)

청년 창업은 2008년 매월 1,500건 정도가 이루어지다가 2009년 상반기에 매월 약 1,700건의 창업이 이루어졌고, 하반기에는 조금 줄었다가 다시 증가하여 2010년 3월에는 약 1,800건의 창업이 이루어졌다. 청년 창업의 수는 완만하지만 지속적으로 늘고 있다고 보아도 무방하다. 반면에 40세 이상은 2008년 하반기에 최저점을 기록하고 이후 늘어나는 추세이며, 그 진폭의 변화가 더욱 심하게 나타나는 것이 특징이다.

이러한 청년 창업의 추이는 소기업의 경영자 중 39세 이하가 차지하는 비율의 변화로도 간접적으로 파악할 수 있다. [그림 2-4]는 1989년 이후의 소기업 경영자 중 39세 이하의 비중이 어떻게 변화해 왔는지를 보여주는 데, 청년 창업자의 비중은 지속적으로 줄고 있는 것을 알 수 있다. 1989년 청년 소기업 경영자의 비율은 약 23%였지만 1991년에 크게 줄었고, 이후 약간을 만회하였지만 2007년까지 지속적으로 줄어서 2007년에는 약 7% 정도를 유지하고 있다.

[그림 2-4] 소기업의 39세 이하 경영자 비율 추이



자료: 중소기업청·중소기업중앙회(2009)

1999년 이후의 벤처 기업 창업자의 연령 분포를 살펴본 것이 <표 2-3>이다. 벤처 기업은 1999년 약 3,000개에서 2000년 약 6,000개, 2001년 약 8,000개 가까이 증가하였다가 이후 다시 줄어들고 있다. 이들 벤처기업 중 40대 미만 청년들의 창업은 2001년까지 4,236건으로 증가하였다가 이후 줄어들어 2006년, 2007년에는 세 자리 수로 줄어드는 모습을 보인다. 비중으로 보면 1999년 57.9%로 가장 높았다가 이후 점차적으로 줄어들어 2006~

2007년에는 15% 이하로 갑자기 줄어들어 주목된다. 2005년까지의 감소는 벤처 창업의 거품이 빠지는 것으로 설명이 되지만, 그 이후의 급격한 감소는 설명하기 어렵다.

<표 2-3> 벤처 기업 창업자의 연령 분포

년도	39세 이하		40대 이상	
1999	1892	57.9%	1374	42.1%
2000	3154	52.7%	2826	47.3%
2001	4236	54.5%	3532	45.5%
2003	2780	48.5%	2957	51.5%
2004	2184	47.6%	2403	52.4%
2005	1470	48.4%	1568	51.6%
2006	415	15.1%	2341	84.9%
2007	454	14.0%	2790	86.0%

자료: 중소기업청(2009)

중소기업청이 실시한 2007년 「전국 소상공인 실태 조사」에서는 창업 과정에 대한 구체적 사항이 조사되어 있다. 이 조사에서 창업자의 80%가 생계 유지를 위하여 다른 대안이 없기 때문에 창업을 하는 것으로 나타났다. 그렇지만 청년층의 창업은 40대 이상과는 달리 창업을 통한 성공 가능성 때문에 창업을 한 경우가 29%에 이르고 있다. 이러한 비율은 성공 가능성을 생각하고 창업한 40대 이상의 창업자가 14%에 지나지 않는 것과 대조적이다. 이는 청년 창업이 국민 경제에 보다 나은 결과를 가져올 수 있음을 의미한다. 성공 가능성이 있는 창업의 경우 경제의 활력소가 될 수 있기 때문이다.

<표 2-4> 연령대별 창업 동기

	사례 수	생계 유지를 위해서(다른 대안이 없어서)	창업을 통해 성공할 가능성이 있어서	가업 승계를 위해	전공 분야	기타	없음	모름/무응답
%	100.0	79.2	16.3	2.1	0.5	1.7	0.1	0.1
소계	7,039	5,575	1,147	148	35	120	7	7
40대 미만	1,274	64.9	29.0	2.1	0.9	2.9	0.1	0.1
40대 이상	5,752	82.4	13.5	2.1	0.3	1.4	0.2	0.1
모름/무응답	13	66.8	33.2	-	-	-	-	-

자료: 중소기업청(2007)

이러한 현상은 창업의 업종 선택에서도 잘 나타났다. 청년층은 잘 아는 분야에서 창업을 많이 하고 있으며 앞으로의 성장 가능성이 큰 분야이기 때문에 창업을 하고 있다. 반면에 40대 이상은 오랫동안 할 수 있는 사업이라는 이유로 업종을 선택하는 경우가 상대적으로 많다.

<표 2-5> 창업 시 업종 선택의 이유

	사례 수	잘 아는 분야라서%	오랫동안 할 수 있는 사업이라서%	앞으로의 성장 가능성이 커서%	이익이 많이 남는 사업이라서%	기타 %	모름/무응답 %
%	100.0	48.1	31.2	9.1	5.0	6.1	0.5
소계	7,039	3,386	2,196	641	352	429	35
39세 이하	1,274	54.6	21.2	12.8	5.8	5.4	0.2
40대 이상	5,752	46.8	33.3	8.2	4.8	6.3	0.6
모름/무응답	13	17.0	56.7	15.7	4.5	6.0	-

자료: 중소기업청(2007)

창업 과정의 가장 큰 애로사항은 역시 자금 조달이고 1, 2위 순위 합쳐서 절반을 훨씬 넘는다. 다음으로 입지 선정의 어려움, 경영 노하우 부족, 시장 정보 획득의 어려움 등이 큰 애로 사항이다. 청년층의 창업에서는 특히 입지 선정, 인력 확보에서 상대적으로 더 어려움을 겪고 있다. 이러한 이유는 <표 2-6>에서 본 바와 같은 성공 가능성을 높이기 위해서 필요한 부분이라 볼 수 있다.

<표 2-6> 창업 과정 상의 애로 사항(중복 응답)

	사례 수	자금 조달	입지 선정	경영 노하우 부족	시장 정보 획득	업종 선택	인력 확보	복잡한 행정 규제 통과	기술 부족	기타	없음	모름/무응답
%	100	57.7	35.0	20.1	13.4	12.4	7.8	6.2	5.2	0.6	13.3	-
소계	7,039	4,062	2,464	1,415	943	873	549	436	366	42	936	0
39세 이하	1,274	61.8	43.1	20.7	15.1	7.6	13.2	7.3	4.2	0.7	6.9	0.0
40대 이상	5,752	56.8	33.3	19.9	13.0	13.4	6.6	6.0	5.4	0.6	14.8	0.1
모름/무응답	13	66.7	16.1	33.1	15.6	9.4	-	-	31.4	-	6.0	-

자료: 중소기업청(2007)

창업자는 창업 과정에서 창업 관련 정보 습득이 없는 경우가 44%로 매우 높다. 이는 향후 정부의 창업 지원에서 주목하여야 할 부문이다. 창업 관련 정보 습득이 없는 경우는 특히 40대 이상의 창업에 많고, 청년 창업의 경우 정보 습득이 없는 경우는 약 33%로 상대적으로 적게 나타났다. 정보를 얻을 수 있는 대상으로 친구와 친인척이 가장 많고, 그 뒤를 이어 관련 업종 단체, 정부 창업 지원 기관, 민간 창업 관련 기관, 인터넷, 창업 박람회 등이 있는데, 모든 출처의 정보 습득에서 청년층은 40대 이상 창업자보다 더 높은 비율을 보이고 있다.

<표 2-7> 창업에 대한 정보 습득의 출처

	사례 수 (개)	친인척/ 친구 등 (%)	관련 업종 협회 및 단체 (%)	정부의 창업 지원 기관 (%)	민간 창업 관련 기관 (%)	인터넷 (%)	창업 박람회 (%)	기타 (%)	얻은 경험 없음 (%)
%	100.0	35.5	12.0	2.4	1.3	1.1	0.8	3.2	43.7
소계	7,039	2,499	845	169	92	77	56	225	3,076
39세 이하	1,274	38.6	14.1	3.8	1.9	2.7	1.8	3.8	33.3
40대 이상	5,752	34.7	11.5	2.1	1.2	0.8	0.5	3.1	46.1
모름/ 무응답	13	72.8	4.4	-	-	-	-	-	22.8

자료: 중소기업청(2007)

그러한 정보 습득에 대하여 대부분은 만족하는 편이지만 불만족 또는 매우 불만족인 경우도 약 23%가 있어 적지 않다. 청년 창업자들의 정보습득 만족도는 40대 이상 창업자에 비해 조금 높은 것으로 나타났다.

<표 2-8> 습득한 창업 정보에 대한 만족도

	사례 수 (개)	매우 만족한다 (%)	만족하는 편이다 (%)	불만족하는 편이다 (%)	매우 불만족한다 (%)	모름/무응답 (%)
%	100.0	3.7	72.3	22.2	1.2	0.6
소계	3,960	147	2,863	879	48	24
39세 이하	851	3.9	74.7	19.7	1.3	0.4
40대 이상	3,099	3.7	71.6	22.9	1.2	0.6
모름/무응답	10	-	73.0	19.2	7.8	-

자료: 중소기업청(2007)

창업자의 창업 이전의 직업은 생산직, 사무직도 많았지만 같은 업종 또는 다른 업종의 개인 사업을 한 경우가 많았다. 청년들의 경우 약 14%가

창업을 통하여서 첫 취업을 한 것으로 나타났고, 사무직이었던 비율이 상대적으로 높다. 다른 업종의 개인 사업을 했던 경험은 상대적으로 적은 것으로 나타났다.

<표 2-9> 현 창업 직전의 직업

	사례 수 (개)	농/임/ 어업 (%)	같은 업종 개인 사업 (%)	다른 업종 개인 사업 (%)	블루 칼라 (%)	화이트 칼라 (%)	전업 주부 (%)	현재 직업이 최초 직업 (%)	모름/ 무응답 (%)
%	100.0	3.3	18.3	15.3	23.6	16.8	15.3	7.3	0.1
소계	7,039	232	1,288	1,077	1,661	1,183	1,077	514	7
39세 이하	1,274.0	0.9	17.3	11.1	21.5	23.4	12.3	13.5	0.0
40대 이상	5,752.0	3.8	18.5	16.2	24.1	15.4	15.9	5.9	0.1
모름/ 무응답	13	-	12.6	6.0	13.5	20.5	43.0	4.4	-

자료: 중소기업청(2007)

창업의 비용은 소액에서 1억 원 이상까지 다양하다. 대략 3,000만 원 이내의 창업이 38%로 가장 많으며, 3,000~6,000만 원의 창업이 약 30%로 그 다음으로 많다. 청년 창업자의 창업 비용은 40대 이상 창업자에 비하여 적지 않아 주목된다. 특히 청년들은 3,000만 원 이상 비용의 창업인 경우가 40대 이상 창업자보다 많다. 이는 40대 이상의 창업이 부득이한 창업이고 실패할 가능성이 상대적으로 더 높다는 사실을 의미한다.

<표 2-10> 창업의 비용

	사례 수 (개)	0원 (%)	1~3,000 만원 미만 (%)	3,000만원 ~6,000만 원 미만 (%)	6,000만원 ~1억원 미만 (%)	1억원 이상 (%)	모름/무응 답 (%)
%	100.0	0.8	37.6	28.8	11.8	17.6	3.3
소계	7,039	56	2,647	2,027	831	1,239	232
39세 이하	1,274	0.8	22.6	35.3	15.9	23.8	1.7
40대 이상	5,752	0.8	41.1	27.4	10.9	16.3	3.6
모름/무응답	13	-	9.4	30.1	13.5	31.4	15.6

자료: 중소기업청(2007)

창업 비용의 조달은 절반 가까이가 자신의 자본을 투자해서 마련하고 있다. 그런데 주목되는 것은 청년 창업자는 타인의 자금을 빌려 조달하는 비율이 상대적으로 더 높다는 사실이다. 반면에 40대 이상 창업자는 창업 비용을 자신이 조달하는 비중이 높다.

<표 2-11> 창업 비용 중 자기 자본 비율

사례 수 (개)	0~10% 미만 (%)	10~20 % 미만 (%)	20~30 % 미만 (%)	30~40 % 미만 (%)	40~50 % 미만 (%)	50~60 % 미만 (%)	60~70 % 미만 (%)	70~80 % 미만 (%)	80~90 % 미만 (%)	90~100 % 미만 (%)	모름/ 무응답 (%)	
%	100.0	7.2	2.0	3.3	5.2	2.9	18.1	4.3	5.4	4.1	46.0	1.3
소계	7,039	507	141	232	366	204	1,274	303	380	289	3,244	92
39세 이하	1,274	7.1	2.0	3.5	6.7	4.3	18.8	4.0	7.3	5.0	40.4	0.7
40대 이상	5,752	7.3	2.0	3.3	4.9	2.6	17.9	4.3	5.1	3.9	47.2	1.4
모름/ 무응답	13	-	-	-	-	-	12.6	13.5	-	20.2	53.7	-

자료: 중소기업청(2007)

창업자들의 경영 및 영업 활동에서의 애로 사항은 주로 수요 부족과 자금 부족, 판로에 있는 것으로 나타났다. 수요 부족의 애로 사항은 40%의

창업자가 겪고 있으며, 자금 부족과 판로의 애로 사항도 각각 12%, 11%에 이른다. 청년 창업의 경우는 수요 부족이 29%로 상대적으로 작게 나타나고, 자금 부족이 16%로 상대적으로 크게 나타났다. 이외에 상품 및 고객 관리의 어려움, 종업원 관리의 어려움도 청년 창업자에게 상대적으로 크게 나타났다.

<표 2-12> 현 사업의 영업 활동 애로 사항

사례 수 (개)	수요 부족 (%)	자금 부족 (%)	판로 (%)	상품 및 고객 관리의 어려움 (%)	사업체 위치가 안중아 서 (%)	경쟁 업체의 불공정 거래 행위 (%)	종업원 관리의 어려움 (%)	경쟁 업체에 비해 가격이 비싸서 (%)	시장 정보 부족 (%)	경쟁 업체에 비해 품질이 떨어져 서 (%)	경쟁 업체 과잉 (%)	기타 (%)	없다 (%)	
%	100.0	40.4	11.9	11.4	6.3	6.3	5.8	4.3	3.2	2.5	0.6	0.5	4.0	2.8
소계	7,039	2,844	838	802	443	443	408	303	225	176	42	35	282	197
39세 이하	1,274	28.8	15.9	8.3	10.6	7.2	7.3	6.7	3.9	3.5	0.6	0.1	2.8	4.2
40세 이상	5,752	43.0	11.0	12.0	5.4	6.1	5.4	3.7	3.0	2.3	0.6	0.6	4.2	2.5
모름/ 무응답	13	40.3	-	28.3	13.5	-	-	-	15.7	-	-	-	-	2.2

자료: 중소기업청(2007)

창업자들은 적당한 취업처가 있으면 취업하기를 원하는 경우도 적지 않았다. 창업자의 32%는 취업 의사가 있는 것으로 나타났다. 특히 청년 창업자의 경우 취업하고자 하는 비율이 50%로 40대 이상 창업자에 비해 약 20%p 정도 높았다. 이는 40대 이상의 경우 나이가 많아 스스로 취업을 포기하는 비율이 높기 때문인 것으로 판단된다.

<표 2-13> 현 사업을 그만두고 회사에 취업할 의사

	사례 수 (개)	있다 (%)	없다 (%)	모름/무응답 (%)
%	100.0	32.1	67.5	0.4
소계	913	293	616	4
39세 이하	117	49.6	50.4	-
40대 이상	787	29.8	69.8	0.4
모름/무응답	9	-	100.0	-

자료: 중소기업청(2007)

이와 관련하여 고용노동부에서는 청년들이 일하면서 배울 수 있도록 청년 인턴제와 훈련 프로그램의 융합을 지원하는 사업을 2010년에 시범적으로 실시하고 있다. 이는 청년의 창의적 아이디어를 발굴하여 문화, 예술 분야 산업의 훈련 수요와 결합, 현장에서 인턴 경험과 훈련(문화체육관광부와 중소기업청의 1인 창조 기업 연계)을 통합하는 것이다. 아울러 고용지원 센터에 창직·창업 아이디어 발굴 공간을 대여(40여 곳)하고 대학과 지방 자치단체로의 확산을 유도하고 있다. 아울러 중소기업 창업보육센터 지원 과도 연계하여 창업 공간을 지원하고 있다.

제2절 청년 창업 관련 이론적 논의

한 나라가 경제 발전을 하는데에 혁신을 통한 신기술 창업이 차지하는 비중이 날로 증대하고 있다. 그러나 혁신의 중요성에 대한 인식은 아주 최근의 현상에 불과하다. 오랫동안 주류 경제학의 위치를 차지해 온 신고전파 경제학자들은 경제 발전을 자본과 노동이 생산 과정에 투입되고 거기서 발생한 이윤이 다음 생산 과정에 투입되는 순환 구조로 이해하였다. 이들은 노동, 자본의 생산 요소가 경제 성장의 변수이지만 계속된 생산 증가는

생산 자원과 수요의 한계에 부딪쳐 비용이 상승하고 이윤이 감소하는 수확 체감의 법칙이 작용한다고 주장해 왔다.

그러나 기술 혁신을 강조하는 혁신 성장 이론은 경제 발전을 기술 혁신에 의해 생산 함수가 변화하는 동태적 과정으로 이해한다. 이에 따라 슈페터를 필두로 한 혁신 성장론자들은 연구 개발에 의한 지식·기술의 창출과 교육·훈련을 통한 인적 자본의 육성을 강조해왔다.

여기서는 기존의 균형 상태에 의존하지 않고 미래의 불확실성을 감수하고 ‘창조적 파괴’를 통하여 생산 함수 자체를 뒤바꿀 수 있는 ‘기업가 정신(entrepreneurship)’이 필수적이라고 할 수 있다(Schumpeter, 1942).²⁾ 슈페터의 혁신 성장 이론에 따르면 연구 개발을 통하여 새로운 지식과 기술을 창출하고 그러한 지식을 확산·활용함으로써 성장 동력을 쇄신할 수 있다. 이로 인해 요소 투입의 증가보다 더 많은 산출이 발생하는 수확 체증의 법칙이 작동하게 되는 것이다. 창업은 수확 체증의 법칙이 작동하는 가장 중요한 메커니즘이라고 할 수 있다.

신기술 창업에 대한 인식이 확대되면서 이들 신기술 업체들이 밀집한 지역을 중심으로 클러스터론 또는 지역 혁신 체계론 등과 같은 새로운 논의들이 이루어지기 시작하였다. 세계적으로 지식기술 분야의 창업이 가장 활발하게 이루어지는 곳으로는 미국의 실리콘 벨리, UCSD, 스웨덴의 시스타, 핀란드의 오타니에미 사이언스 파크 등을 들 수 있다. 이들 지역을 중심으로 창업과 관련하여 다양한 이론적 논의들이 이루어져 왔다.

먼저, 마이클 포터는 클러스터가 형성되는 데에는 대학과 연구소의 존재가 매우 중요하다고 주장하였다(Porter, 1990). 여기서 클러스터는 ‘공통적인 기술과 숙련 기능에 의해 연결된 특정 분야의 상호 연관 기업과 관련 제도로 이루어진 지리적으로 근접한 집단’으로 정의된다. 포터는 클러스터

2) 여기서 슈페터는 새로운 일자리의 창출과 소멸은 결국 새로운 생산품과 서비스를 도입하고 이에 걸맞는 새로운 조직 형태를 창출해냄으로써 기존 경제 질서를 파괴하고 다시 형성하는 기업가의 ‘창조적 파괴(creative destruction)’의 결과라고 평가하고 있다.

가 갖는 경쟁 이점으로 i) 전문화된 투입 요소에 대한 보다 나은 접근에 따른 거래 비용 감소, ii) 창업(start-up) 활성화 및 분사(spin-offs)를 통한 신규 기업 형성 과정의 촉진 등을 제시하였다.³⁾

포터는 기업의 경쟁 이점을 결정하는 핵심 요소가 개별 기업 밖에 존재한다는 인식에서 출발하여 실리콘 밸리의 경제적 성공에 대하여 분석한 바 있다. 그는 실리콘 밸리가 혁신 클러스터로서 가장 큰 성공을 거둔 요인으로 i) 특정 산업의 요구에 맞는 노동자, 자본, 물리적, 과학적, 그리고 기술적 하부 구조의 유효성, ii) 고부가 가치 상품 개발을 요구함으로써 혁신 압력을 제공하는 고도로 세련된 지역 고객의 존재, iii) 지적 재산을 보호하고, 투자를 권장하며, 기업 활동을 업그레이드할 수 있도록 자극하는 규칙, 인센티브, 경쟁 압력의 체계, iv) 거래 비용을 낮추고, 아이디어 교환을 촉진하며, 유연한 아웃소싱 기회를 창출하는 풍부한 공급 업자, 전문화된 프로와 기술 지원 기업, 그리고 산업 협회 네트워크 등이 존재해야 한다는 점을 지적하고 있다(Porter, 2000).⁴⁾

지역 혁신 체계론은 공간적 근접성만으로 상호작용적 학습이 최적화되기 어렵기 때문에 기업 또는 혁신 주체들 사이의 상호 작용을 촉진할 전략 또는 네트워킹이 중요하다는 점을 강조하고 있다(Braczyk, Cooke and Heidenreich, 1998). 이들은 기술 혁신이 단순히 개별 기업 내에서보다는 기업, 대학, 그리고 다양한 제도 속에 있는 아이디어를 가진 개인의 지식 창출 네트워크를 통하여 이루어진다는 점에 주목하였다. 그리고 이들이 제기한 지역 혁신 체계론은 이후 수많은 후속 연구를 통하여 지역단위에서 창업을 포함한 혁신 활동을 설명하는 데 핵심적 이론들을 제공했다.

3) 카펠로는 이러한 클러스터를 산업 클러스터, 산업 지구, 혁신 클러스터 등 크게 세 가지 유형으로 구분하였다(Capello, 1999).

4) 미국 경제가 침체를 거듭했던 2009년에도 약 55만 2,600여 개의 신규 기업이 생겨났으며, 66만 900여 개의 기업이 사라진 것으로 집계되고 있으나 2010년 1/4분기 동안 신규 벤처 기업의 일자리는 2009년 말 이후 16% 가량 증가한 것으로 나타났다. 이처럼 세계 경제 위기 여파에도 불구하고 새로운 혁신 기업은 끊임없이 생겨나고 있으며 이에 따른 새로운 일자리의 창출과 소멸도 계속되고 있다.

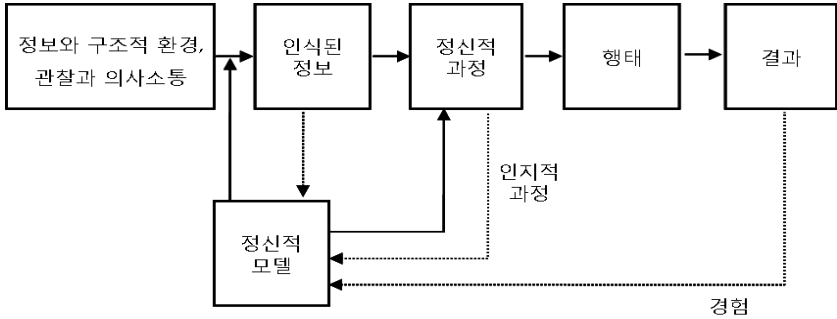
혁신 성장 이론, 클러스터론, 지역 혁신 체계론 등은 신기술 창업이 경제 발전에 필수적이며, 혁신적 기업들의 지리적 밀집이 거래 비용을 줄이고 신기술창업에 보다 유리한 조건을 제공해 준다는 사실을 잘 보여주고 있지만 창업이 어떠한 과정을 거쳐 이루어지는가를 직접적으로 설명해 주지는 못한다.

이와 관련하여 창업에 역할 모델(role model) 등 문화적 요인을 강조하는 연구들이 새롭게 제기되고 있다. 이들의 기본적 가정은 지역 사회의 문화가 충분히 개방적이어서 새로운 지식과 기술의 흐름이 자유로워야하고 주변에 창업에 성공한 사례가 많을수록 혁신 창업에 나설 가능성이 더욱 높아진다는 것이다.

대표적으로 미국의 실리콘 벨리를 분석하면서 삭세니언은 포터의 클러스터 이론이 개별 기업 밖에 존재하는 경쟁 이점을 설명하기 위하여 주로 외부 경제와 집적 개념에 의존하고 있다고 비판한다. 이 때문에 똑같이 동일한 클러스터 요소를 갖추고 있는 미국 내 두 혁신 지역인 보스톤의 실리콘 벨리와 보스톤의 루트 128지역이 1980년대 이후 한편에서는 진보와 번영을 낳고 다른 한편에서는 정체와 쇠퇴를 거듭하고 있는 이유를 제대로 설명할 수 없다고 지적한다. 요컨대, 삭세니언은 변화하는 세계 시장과 혁신 기술에 대응할 수 있는 수평적이고 탈집중화된 기업 조직과 업무의 전문화, 내부 조율 제도, 그리고 개방적 사회·문화적 환경이 실리콘 벨리의 성공을 가져다 준 가장 큰 요인이라고 주장하고 있다(Saxenian, 1994).

또다른 문화적 접근론자인 포날은 지역적으로 공유된 인지적 표상과 정보 과정이 행위자들의 의사 결정을 조절하고 기업가적 활동 또는 지역혁신에 영향을 끼친다고 주장한다. 새로운 사업 모델을 수용하려는 의지는 아래의 [그림 2-5]에 나타난 바와 같이 문화적 요인에 의하여 영향을 받는다는 것이다(Fornahl, 2003: 39-42).

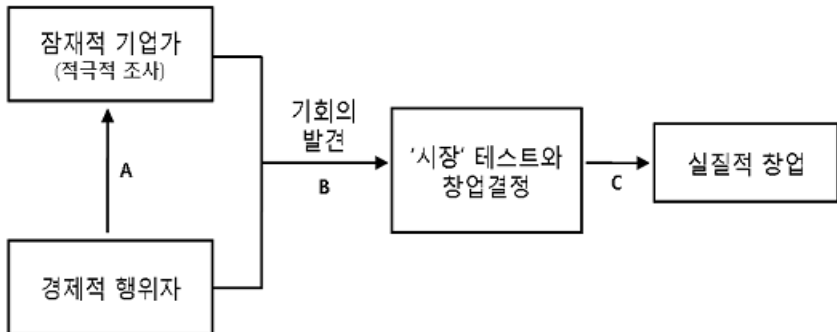
[그림 2-5] 정보의 프로세싱과 개인적 의사 결정의 구조



자료: Fornahl(2003: 40)

이뿐만 아니라 포날은 기업가로 나아가는 단계가 있다는 점을 강조한다. 즉, 상이한 단계에 따른 발전과정의 결과로서 기업가를 보는 것이 보다 더 적절하다는 것이다. 예를 들어 경제적 행위자와 잠재적 기업가의 지역 집단은 이질적일 수밖에 없다. 잠재적 기업가는 사회적 기회를 적극 탐색하지만 경제적 행위자는 창업의 구체적 의도를 갖고 있지 않기 때문이다. 기회가 발견되었을 경우 잠재적인 시장 성공과 관련하여 사업의 개념이 개발되고 평가되는 단계를 거친다. 그리고 실질적 창업은 기업의 입지, 자금 조달 방법, 고용 방법 등에 관한 계획을 포함한다. 이같은 창업의 단계는 선형적이거나 결정론적인 과정이 아니다(Fornahl, 2003: 48-49).

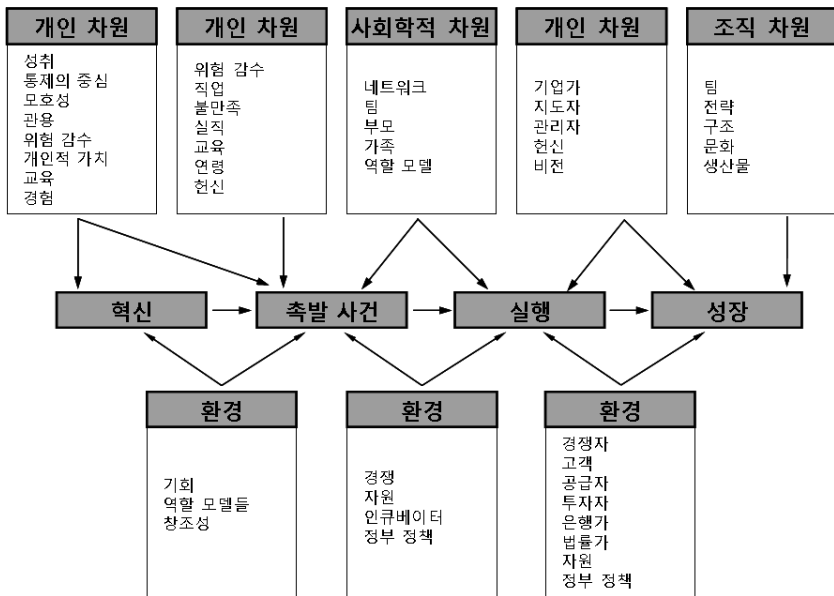
[그림 2-6] 기업가의 단계적 발전 모형



자료: Fornahl(2003, 48)

바이그레이브(Bygrave)도 청년들이 기업가로 발전하는 데는 여러 가지 과정을 거쳐야 한다는 점을 강조한다. 바이그레이브(Bygrave)는 기업가(entrepreneur)를 넓은 의미에서의 슈퍼터 정의에 따라 새로운 비즈니스를 시작하기 위해 ‘기회(opportunity)를 인지하고 기회를 추구하기 위한 조직(organization)을 창출하는 사람’으로 규정하고, 인지한 기회와 그것을 추구하기 위해 조직을 창출하는 것과 관련된 모든 기능, 활동, 행위들을 창업 과정(entrepreneurial process)에 포함시키고 있다(Bygrave, 2004).

[그림 2-7] 바이그레이브의 창업 과정 모형



자료: Bygrave(2004: 3)

[그림 2-7]에서 보는 바와 같이 바이그레이브는 ‘기업가 행동에 대한 이해(understanding entrepreneurial behavior)’라는 연구에서 제시된 무어의 모델(Moore’s model)에 기초하여 기업가의 창업 과정을 일련의 단계와 사건(event)의 전개 과정으로 바라보고 있다. 따라서 창업 과정과 단계에는

비즈니스 아이디어와 컨셉션(conception), 촉발 사건(triggering event), 실행(implementation)과 성장(growth)의 전 과정이 포함된다. 바이그레이브는 이러한 창업 과정의 각 단계에서 비즈니스 발전을 촉진하는 중요 요소들을 분석하고 있다.

먼저 어떤 사람이 기업가로서의 경력을 시작하도록 영향을 주는 주요 요소는 무엇일까? 바이그레이브는 기업가적 특성이 대부분의 인간 행동에서와 마찬가지로 개인적 특성(personal attributes)과 환경적 요소에 의해 형성된다고 주장한다(Bygrave 2004: 5). 개인적 특성은 기업가들을 기업가가 아닌 사람들과 다르게 구별짓게 하는 창업가들의 특성으로서 신념, 높은 성취 욕구, 통제 능력(locus of control), 불확실성에 대한 인내, 리스크 부담 능력, 교육과 경험 등이 여기에 포함된다.

예컨대 기업가들은 기업가가 아닌 사람에 비해 자신들의 운명을 통제하는 데 훨씬 높은 욕구(locus of control)를 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 창업 과정에서 가족 책임성(family responsibility)과 나이(age) 등도 또 다른 주요 요소이다. 실제로 바이그레이브에 따르면 25세의 싱글인 동시에 개인적인 자산과 부양 가족이 없는 경우 비즈니스 시작을 더 쉽게 결정할 수 있다는 것이다(Bygrave 2004: 5). 청년 지식기술 창업이 강조되고 있는 것도 바로 이 때문이라고 할 수 있다.

창업가가 되는 데 있어서 개인적 특성만큼이나 중요한 또 다른 요소는 외부적 환경 및 영향이다. 실리콘 벨리와 같은 혁신 클러스터의 특정 지역이 다른 지역보다 더 많은 창업가를 낳는 것은 우연적인 일이 아니다. 스탠포드대학 사회학자인 에버렛 로저스(Everett Rogers)가 ‘실리콘 벨리 열기(Silicon Valley fever)’라고 표현했던 것처럼 실리콘 벨리에 있는 사람들은 기업가로서 크게 성공하였던 그 누군가를 알고 있다. 그들은 자신의 주변에서 언제든지 자신의 역할 모델(role model)로서의 성공한 기업가들을 만날 수 있기 때문에 다른 지역에 있는 사람들보다 더 쉽게 자신의 비즈니스를 시작하기를 원하게 된다는 것이다. 특히 역할 모델의 존재는 성공한 창

업가를 안다는 사실이 자신 스스로 성공한 창업가가 되기 위한 행동을 훨씬 더 신뢰할 수 있도록 만들기 때문에 더욱 중요하다고 할 수 있다.

또, 실리콘 벨리나 핀란드의 오타니에미 등에는 하이테크 기업가들을 선택하고 양성하는 방법을 이해하고 있는 벤처 사업가와 이들에게 자금을 빌려 주는 것에 전문화되어 있는 은행가, 지적 재산권의 중요성과 그것을 보호하기 위한 방안을 이해하고 있는 법률가, 초창기 기업에게 부동산 임대 경험을 갖고 있는 임대업자, 신용(credit) 기록이 없는 신규 기업에게도 크레디트로 기꺼이 상품을 팔아 주는 공급 업자, 우수한 인적 자원을 공급해주는 연구 중심 대학의 인접성, 그리고 적극적으로 창업을 지원하는 지역 정치인들이 존재하고 있다는 점도 실리콘 벨리나 오타니에미 등에서 청년 지식기술 창업을 유리하게 하는 환경적 요인이 되고 있다(Bygrave 2004: 7).

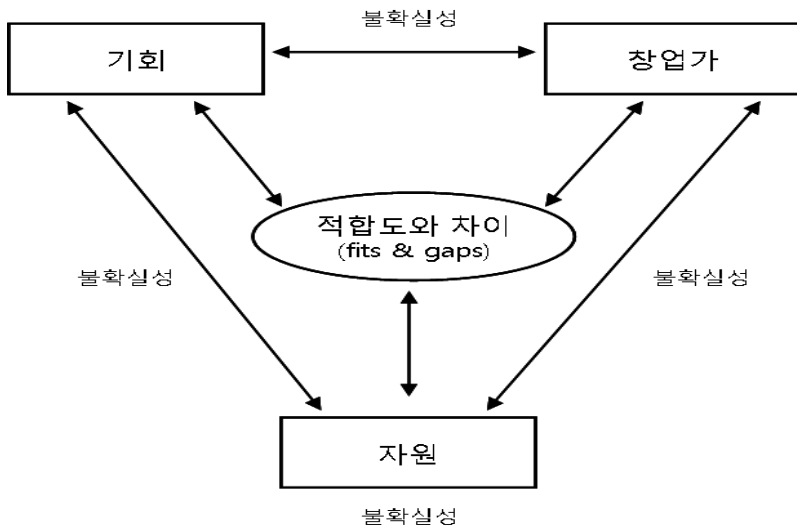
실제 이들이 비즈니스를 시작할 때 기업가들은 고객, 부품 공급 업자, 투자자, 은행가, 회계사, 그리고 변호사 등을 포함하는 일련의 계약이 필요하다. 따라서 새로운 벤처 기업을 시작하기 전에 자신이 도움을 찾을 수 있는 곳을 알아내는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다. 특히 기업가들이 필요할 계약 성립 과정에서 친구와 비즈니스 동료의 네트워크는 엄청난 도움이 될 수 있다.

현재 미국 실리콘 벨리나 핀란드 오타니에미 지역에는 이전 시기보다 초창기 기업가들에게 도움을 줄 수 있는 더 많은 조직이 존재하고 있다. 신생 기업은 창업과 관련된 도움을 무료 또는 저렴한 비용으로 받을 수 있다. 예컨대 실리콘 벨리의 경우 신생 기업들은 미국 연방중소기업청(SBA)의 재정적 지원 하에 운용되고 있는 SCORE(service core of retired executives) 프로그램의 도움을 받을 수 있다. 실리콘 벨리 지역 내 대학교들도 청년 창업가들을 위한 각종 지원을 아끼지 않고 있다. 스탠포드와 버클리, 산타클라라 등 실리콘 벨리 인근 소재 주요 대학의 경우 다양한 교육 프로그램과 창업 지원 조직을 통하여 활발한 창업 아이디어의 교환, 사업 계획서 작성, 인큐베이터 시설 제공, 벤처 투자자와의 연계, 그리고 각종 법률적 자문과

창업 지원 카운슬링 등을 제공하고 있다.

초기 창업자의 개인적 특성과 외부적 환경 요소가 결합되어 새로운 비즈니스를 시작할 수 있는 커다란 기회가 발견되었다고 하더라도 초기 창업자가 실제 비즈니스의 실행과 성공을 거두는 것은 그리 쉬운 일이 아니다. 새로운 비즈니스 창업의 성공에는 기회(opportunity), 기업가(뛰어난 관리 팀), 그리고 회사를 시작하고 성장시키는 데 필요한 자원(resources) 등 세 가지 요소가 매우 중요하다고 할 수 있다([그림 2-8] 참조).

[그림 2-8] 티몬스의 창업 성공 모델(Timmons model)



자료: Timmons(1990)

우선 일등급의 유능한 관리 팀을 가진 훌륭한 기업가와 상대적으로 우수한 시장 기회는 초창기 창업 성공의 결정적 요소라고 할 수 있다. 창업가는 동일 산업 또는 유사 산업에서의 경험이 있어야 하며, 예산과 이윤, 손실 등 회계에 대한 책임을 갖는 관리 경험도 중요한 산업적 노하우가 될 수 있다. 바이그레이브가 지적하듯이 중요한 것은 창업 과정에서의 행운도 다

른 직업에서와 마찬가지로 준비와 기회가 만나는 곳에서 찾아온다는 점이다. 그에 따르면, 아이디어 자체는 중요한 것이 아니며, 아이디어를 발전시키고, 그것을 실행하여 성공적인 사업으로 만들어 나가는 것이 창업의 가장 중요한 측면이라고 할 수 있다. 이를 위해서는 소비자 수요를 정확히 이해하고 있어야 하며, 타이밍은 많은 잠재적 기회 중에서도 매우 중요한 역할을 수행한다.

따라서 적절한 계획 없이 하나의 비즈니스에 뛰어드는 것은 큰 비용 손실과 실패를 야기할 수 있다. 또, 성공한 창업가는 자신들이 갖고 있는 부족한 자원에 대한 고려도 잊지 않아야 한다. 초기 창업가는 오버헤드는 가장 낮게, 생산성은 높게 그리고 자산 소유권은 최소한으로 유지해야 한다. 그렇게 함으로써 초기 창업가는 자신의 창업과 성장에 필요한 자금을 최소화해야 한다. 바이그레이브가 지적하듯이 비즈니스 초기의 원활한 자금 확보와 유통은 초창기 창업가에게는 행복 그 자체라고 할 수 있다. 이와 관련하여 실리콘 밸리와 같은 혁신 지역에서는 일부 임대업자들이 사무실 임대료와 매우 높은 성장 잠재력을 지닌 신생 기업의 지분을 상호 교환하고자 하는 경향도 나타나고 있다.

초기 창업자가 아이디어를 발견하고, 사업 계획서를 짜고, 창업을 위한 자원을 확보하여 새로운 비즈니스를 개시한 이후 성공적인 비즈니스와 지속적인 성장을 위한 요소는 무엇일까? 이에 대해 바이그레이브는 칸터(Kanter, Rosabeth)가 제시했던 4F에서 5개의 요소를 추가하여 기업가적 성공을 위한 9F를 제시하고 있다.

이를 간단히 요약하면 모든 신규 기업들이 성공을 거두기 위해서는 최상급의 기업가를 설립자(founders)로 두고, 틈새 시장(niche markets)에 초점(focus)을 두어야 하며, 결정은 빠르고 신속하게 하고(fast), 오픈 마인드를 갖고 변화에 유연하게 대처하며(flexible), 끊임없는 혁신자(never innovating)가 되어야 한다는 것이다. 또, 기업 조직은 가능한 한 적은 관리 계층을 가진 수평적 조직(flat)인 동시에 기업 비용을 최소화할 수 있는

조직 운영으로 생산성을 제고하고(frugal), 고객과 부품 제공업자 그리고 근로자와 우호적인 관계를 유지하고(friendly), 재미있게 활동을 할 수 있는 기업 환경(fun)을 만들어야 한다(Bygrave 2004: 25). 요컨대 초창기 기업가적 성공을 위한 9F 요소는 애플, 인텔, 구글 등 이미 실리콘 벨리에서 경제적 성공을 거두어 세계적 기업으로 성장한 회사에서 공통적으로 보이는 현상이라고 할 수 있다.

이상과 같은 선진국에서의 창업논의와 달리 우리나라에서 창업 활동과 직접 관련된 연구는 크게 규제 개선, 기술 혁신, 기업가 정신 등 세 가지 분야를 중심으로 이루어져 왔다.

첫째, 규제 개선 분야에서는 창업 규제의 개선이 경제 활력을 제고하는데 매우 중요하다는 점을 기본 가정으로 삼고 창업 관련 규제의 개선방안을 모색하는 데 초점을 맞춘 연구가 이루어졌다.

이와 관련하여 양현봉·이상신(2007)은 실업 해소와 일자리 창출, 성장 잠재력 저하 문제 등에 대응하기 위해서는 기업 활동에 관한 규제 완화와 창업 촉진 대책이 중요하다는 전제하에 우리나라의 법인 설립 제도와 일본·미국 등의 법인 설립 제도를 비교·분석하고 규제 개선을 통하여 창업이 촉진될 수 있다고 주장한 바 있다.

또, 김종호·심영섭·유진근(2009)은 글로벌 경제 위기로 촉발된 경제난국을 극복함과 동시에 새로운 도약 방안을 모색하기 위하여 진입 규제와 경제 활력간의 관계를 분석하였다. 그리고 이들은 전 산업을 대상으로 한 분석 결과 산업 전반의 중진입 규제가 10% 포인트 정도 완화되면 약 1만 4,000여 개의 신규 기업 창업을 유인할 수 있을 것으로 기대된다고 주장하기도 하였다.

둘째, 기술 혁신 분야에서 연구 개발 확대 및 신생 기업 위주의 지원 등 혁신형 중소기업을 위한 창업 생태계를 잘 조성하면 기술 창업이 활성화될 수 있다는 점에 초점을 두고 연구가 이루어졌다.

이와 관련하여 박동·박철우 외(2004), 김근영·이갑수(2004) 등은 창업

이 혁신 활동의 출발점이자 그 산물이라는 전제하에 지식기술에 기반한 혁신 주도형 경제로의 도약을 위해서는 혁신 기술 창업이 핵심이라는 점을 강조하였다. 특히 박동·박철우 외(2004)는 산학연 네트워크의 활성화를 통한 연구 성과와 창업 지원의 선순환 체계 형성, 학교 기업, 연구소기업 등 대학 및 연구소와 연계한 신기술 기업의 창업이 이루어져야 한다고 주장하고 있다.

김주미·김익성(2006), 김세종·박승찬·황성수(2004) 등은 기술 혁신형 창업 정책에 대한 문제점 및 니즈·애로 사항 파악, 선진 사례 벤치마킹 등을 통하여 혁신 정책과 정책 수요자 사이의 간극을 도출하고자 하였다. 그리고 창업 초기 창업자의 특성에 따른 지원 방향, 기업의 성장 단계에 따른 지원 방향, 기업의 유형에 따른 지원 방향 등 다양한 지원 방향을 제시하고 있다.

성경룡·정성찬(2007)은 지식기술의 융·복합화 추세에 따라 지식기술의 개발 및 사업화가 개인보다는 대규모 연구 시설, 막대한 연구비 투자, 우수 전문 연구 인력의 집적 등을 통하여 이루어지고 있다고 강조한다. 그리고 혁신 주체들 사이의 연계 개발(C&D)을 통하여 혁신 기업의 창업이 활성화될 수 있다고 주장하였다.

끝으로, 신기술 창업에 있어서 지역 문화가 기업가 정신을 얼마나 존중하는지가 중요하다는 점을 역설하면서 창업은 실패를 감수하려는 모험 정신이 없으면 불가능하기 때문에 혁신의 초창기에 특히 기업가 정신이 중요하다라는 점을 강조하고 있다.

이와 관련 양현봉 외(2008)는 402개 중소기업 대표자들을 대상으로 기업가 정신 실태를 조사한 결과 기업가 정신의 발현이 낮아지고 안정을 추구하는 경향이 높은 것으로 나타나고 있다는 점을 강조한 바 있다.

이상과 같은 규제 개선, 기술 혁신, 기업가 정신 등의 분야에 초점을 맞춘 다양한 창업 연구들은 우리나라의 창업 정책을 추진하는 데 매우 중요한 영향을 끼쳤고 나름대로 긍정적 효과를 발휘하였다. 그러나 규제개혁과

기술 개발 투자 확대, 기업가 정신 함양을 위한 다양한 정책을 추진해 왔음에도 불구하고 현재 우리나라는 국가 전체적으로 신규 창업이 지속적으로 하락하는 추세를 보여 주고 있다.

이에 따라 이 연구는 글로벌 경제 위기에 따른 대졸 청년층의 대규모 실업 사태를 완화하고 새로운 창업 활동을 활성화시키기 위해서는 ‘창업인재 육성’이라는 새로운 관점에서의 접근이 필요하다는 기본 인식에서 출발하고자 한다. 특히 선진국에서 다수의 연구자가 이미 제기한 것처럼 창업의 각 단계별로 필요한 정책 방안, 특히 성공적 창업자의 역할 모델 등에 주목하면서 우리나라에서 청년 지식기술 창업을 활성화할 수 있는 방안을 찾아 보고자 한다.

그동안 우리나라에서는 창업 지원 정책이 창업 생태계 조성에 초점을 맞추고 정작 창업인재 육성이라는 측면은 경시해 온 것이 사실이다. 이 연구에서는 지식기술 분야에서 창업 인재를 양성하기 위해서는 대졸 청년층을 대상으로 한 창업 교육의 상시화 및 내실화, 정부의 산학 협력 지원 사업과 창업 교육과의 연계, 창업자 중심의 창업 지원 정책 추진, 창업 주체들에 대한 각종 인센티브 제공, 지식기술 분야 창업 촉진 등이 필요하다는 인식하에 창업 인재를 직접적으로 지원할 수 있는 다양한 정책 대안들을 모색하도록 할 것이다.

제3장

정부의 청년 창업 지원 사업 실태 분석

박 동

제1절 정부의 청년 창업 지원 사업 현황

정부가 20~30대 청년층을 대상으로 창업을 촉진하기 위하여 지원하는 청년 창업 지원 사업은 중소기업청, 문화관광체육부, 고용노동부, 지식경제부 등의 중앙 정부, 그리고 서울특별시, 대전광역시 등의 지방 정부에서 다양한 분야에 걸쳐 실시하고 있다. 청년 창업 지원 사업은 크게 기업가 정신 확산을 위한 창업 교육, 우수 예비 창업자 발굴을 위한 창업 경진 대회, 그리고 창업 사업화 지원 등으로 유형화할 수 있다.

창업 교육 사업으로는 대학 창업 강좌, 창업 동아리 지원, 창업 대학원 지원, 기술 창업 학교(이상 중소기업청), 뉴미디어 창업 스쿨(문화관광부), MOT 사업(지식경제부), 하이 창업 스쿨(서울특별시) 등이 추진되고 있다.

창업 경진 대회는 중소 벤처 창업 경진 대회(중소기업청), 소셜 벤처 경연 대회(고용노동부)가 추진되고 있으며, 창업 사업화 지원을 위해서는 예비 기술 창업자 육성 사업(중소기업청), 학교 기업 지원 사업(교과과학기술부), 2030 청년 창업 프로젝트(서울특별시), 대학 창업 300 프로젝트(대전

광역시) 등이 추진되고 있다. 청년창업 지원 사업의 유형별 운영현황을 요약하면 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 정부의 청년 창업 지원 사업의 유형별 운영 현황

유형	사업명	소관 부처	지원 내용	비고
창업 교육	대학 창업 강좌	중소기업청	- 대학생 창업 교육을 위해 창업 강좌 운영비용 지원(400~750만원)	4.5억 원 ('10년)
	창업 동아리 지원	중소기업청	- 창업 아이템 개발 등에 소요되는 비용을 지원(300~800만원)	7억 원 ('10년)
	창업 대학원 지원	중소기업청	- 창업 예비자 및 창업 전문가 양성에 소요되는 비용 지원	16억 원 ('10년), 5개 대학
	기술 창업 학교	중소기업청	- 예비 기술 창업자에게 담당 멘토 지정 및 이론·실습 교육	15.5억 원 ('10년), 27개 기관
	뉴미디어 창업 스쿨	문화관광체육부	- 뉴미디어 분야의 창업을 위해 교육·컨설팅 등을 지원	6억 원 ('09년)
	MOT 사업	지식경제부	- 지식·기술 경영 능력을 겸비한 고급 테크노 매니저 양성	58억 원 ('10년)
	하이 서울 창업 스쿨	서울특별시	- 창업 교육, 컨설팅 및 신용 보증 지원	9.5억 원 ('10년)
경진 대회	중소 벤처 창업 경진대회	중소기업청	- 우수 창업 아이템을 보유한 예비 창업자	8억 원 ('10년)
	소셜 벤처 경연 대회	고용노동부	- 청년 사회적 기업가의 창업 촉진 지원	12억 원 ('10년)
사업화 지원	예비 기술 창업자 육성	중소기업청	- 예비 기술 창업자를 대상으로 시제품 개발 등을 지원	494억 원 ('10년)
	학교 기업 지원 사업	교육과학부	- 학교 내에 기업적 환경을 꾸며 놓고 학생들이 제조, 판매 등의 활동에 참여하면서 직업 현장에서 요구하는 능력을 습득하는 프로그램	150억 원 ('08년)
	2030청년 창업 프로젝트	서울특별시	- 사업화 단계의 아이디어 발굴 및 육성, 창업 교육 및 컨설팅, 창업 공간 등 제공	192억 원 ('10년)
	대학 창업 300 프로젝트	대전광역시	- 창업 교육, 네트워킹, 컨설팅 및 신용 보증 지원	32억 원 ('10년)

자료: 중소기업청(2010).

제2절 청년 창업 지원 사업의 운영 실태

정부는 청년 창업 활성화를 위해 청년층의 기업가 정신 확산을 위한 창업 교육, 우수 예비 창업자 발굴을 위한 창업 경진 대회, 청년 창업자들의 시제품 제작 등을 위한 사업화 지원 등 다양한 사업들을 추진하고 있다. 여기서는 각 사업 유형별로 구체적인 사업들에 대하여 개략적으로 살펴보도록 할 것이다.

1. 창업 교육 사업

가. 대학 창업 강좌

중소기업청은 대학생들의 기업가 정신을 함양하고, 창업 교육을 통하여 미래의 예비 창업자를 육성하여 창업 저변을 확산하기 위하여 학점이 인정되는 대학 창업 강좌를 지원하여 청년 창업을 촉진하고 있다. 창업 관련 과목을 정규 강좌로 개설하고자 하는 대학을 대상으로 신청을 받아 심사한 후 지원 대상 대학을 상·하반기로 구분·선정하여 강좌당 450~700만 원을 차등 지원한다.

<표 3-2> 연도별 창업 강좌 지원 실적

(단위: 개, 명)

	2004년		2005년		2006년	2007년	2008년	2009년
	일반 강좌	전문 강좌	일반 강좌	전문 강좌	대학 강좌	대학 강좌	대학 강좌	대학 강좌
선 정	58	79	11	18	54	26	50	94
교육 인원	3,006	3,637	384	754	3,700	1,000	2,000	6,237

자료: 중소기업청(2010)

그동안 일반 강좌 및 전문 강좌로 지원되었던 창업 강좌는 2006년부터 대학 창업 강좌로 발전하여 실시되고 있다. 2008년의 경우 50개 창업 강좌를 지원하여 2,000명을 교육하였으며 2009년에는 94개 강좌에 6,237명을 교육하였다. 2010년도 중소기업청의 창업 강좌 지원 규모는 2009년 대비 5,000만 원이 줄어든 4억 5,000만 원으로 나타났다.

중소기업청이 지원하고 있는 창업 강좌 지원 사업은 대학의 정규 과목으로 개설·제공됨에 따라 대학 내에 창업 분 조성 및 대학생 창업에 대한 인식 개선에 일정하게 기여하는 효과를 나타내고 있다.

그러나 창업 강좌 지원 사업은 예산 규모가 4억 5,000만 원으로 매우 영세한 수준을 벗어나지 못하고 있으며 대학별로 운영하는 창업 강좌도 별다른 차별성 없이 추진되고 있다. 특히 분야별로 특성화를 미흡한 채로 운영되고 있어 획일적이라는 비판이 제기되고 있다. 실제로 대부분의 창업강좌 커리큘럼이 창업 경영, 벤처 비즈니스, 인터넷 창업, 창업 아이템 발굴, 기업가 정신 등 일반적인 사항에 국한되는 경향을 보이는 등 대학별·전공별·학년별 특성을 고려하지 않은 채 운영되는 것으로 조사되었다. 또, 동사업이 한 학기 동안 지원되는 단기 사업이며, 학생들의 취득 학점이 2~3학점에 불과하여 심도있는 창업 교육에 한계가 있을 뿐만 아니라 사업의 지속성을 갖지 못하는 것으로 나타났다.

나. 대학생 창업 동아리

중소기업청은 대학 내 청년 창업 분위기 조성을 위하여 미래 예비 창업자인 대학생들이 창업에 대한 의지를 고취할 수 있도록 우수 창업 아이템을 보유하고 있는 동아리를 발굴하여 예산 지원 및 인센티브 부여를 통하여 창업으로 이루어질 수 있도록 지원하고 있다.

이 사업은 사업화 가능한 우수 아이템을 보유한 대학생 창업 동아리의 신청을 받아 선정 심사 위원회에서 평가·선정하며, 선정된 창업 동아리에

게 개발 비용 및 개발 기간 등을 고려하여 아이템당 300~800만 원(2010년도 예산 7억 원)을 차등 지원한다. 또, 창업 가능성과 기술 수준을 조사하여 창업 보육 센터와 연계시키고, 자금, 세제, 마케팅 등을 지원하는 등 대학생들의 창업 역량을 높이고 있다.

이와 함께 전국 대학생 창업동아리연합회와 지원 기관 등이 참가하는 워크숍, 세미나 등을 개최하여 창업에 대한 정보를 공유하고 지원 기관과의 창업 지원 네트워크를 구축하여 운영하고 있다.

2008년 말 현재 179개 대학에 759개 창업 동아리가 결성되었으며, 이 중에서 2009년에 120개 창업 동아리를 우수 동아리로 선정하여 지원하였고, 전국의 창업 동아리 회원 중 100명을 선발하여 해외 연수 등을 지원하였다.

<표 3-3> 창업 동아리 지원 현황

(단위 : 명)

	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
지원 동아리 수	50	81	51	40	131	133	100	50	55	60	120
해외 연수	1회/ 12	2회/ 24	2회/ 29	2회/ 29	15팀/ 60	21팀/ 84	25팀/ 100	1팀/ 50	2팀/ 78	2회/ 100	3회/ 100
벤처 기업 현장 방문	500	907	900	3,563	600	675	1,596	2,545	1,852	976	2,033
벤처 창업 스쿨 교육	864	957	1,080	509	402	-	240	350	999	1,200	430

자료: 중소기업청(2010)

하지만 중소기업청의 대학생 창업 동아리 지원 사업은 2010년도 예산규모가 7억 원에 불과하며, 주요 지원 내용인 창업 아이템 발굴, 창업 교육, 벤처 기업 현장 방문, 해외 연수 등의 연계성이 낮아 실질적인 창업으로 이

어지지 못한다는 문제점이 지적되고 있다.

또, 창업 동아리별로 대학생들이 신뢰할 수 있고, 활용도가 높으며 활용 가능한 정보를 접할 수 있는 창업 관련 통합 정보 시스템이 부재할 뿐만 아니라, 창업 동아리 지원에 대한 사후 관리 미흡 등으로 정책 환류 기능이 제대로 작동하지 못하는 상태에 있다.

다. 중소 벤처 창업 대학원

우리나라는 그동안 다각적인 기업가 정신 교육 프로그램을 운영하고 있음에도 불구하고 기업가 정신 관련 전문가뿐만 아니라 전문적인 교육 기관 역시 부족한 실정이다. 이에 따라 중소기업청은 2004년부터 서울(호서대학교)·경기(중앙대학교)·충청(한밭대학교)·전라(예원예술대학교)·경상(진주산업대학교) 등 5개 시·도에 창업 대학원을 설치하여 지원을 하고 있다.

창업 대학원은 석사 학위 과정으로 국내 최초로 창업 전문가를 직접 양성하는 토대가일 뿐만 아니라 창업을 희망하는 예비 창업자에게 이론과 실무 교육을 통하여 성공적으로 창업할 수 있는 기반을 조성해 주는 데 목표를 두고 있다.

2007년 2월 호서대학교, 중앙대학교 등 5개 창업 대학원에서 102명의 졸업생이 배출되는 등 성과가 있었으며, 2007년 하반기부터는 현장실습 커리큘럼 보완 등을 통하여 창업컨설팅 관련 인력 양성을 강화하고 있다. 2010년 3월 말 기준으로 501명이 창업 대학원을 졸업 및 수료하였으며, 이 중에서 199명이 창업(기창업자 포함, 2009년 2월 말 기준 순수 창업자는 30여 명)을 한 것으로 나타났다.

중소기업청은 지역 전략 산업의 신규 창업 지원 및 지역 거점 창업 후견인 역할을 강화하기 위하여 창업 대학원과 지역 소재 중소기업 지원 기관과의 연계를 활성화시키고 5개 대학원 간 우수 교육 프로그램 공유 등의

협업을 통하여 교육의 시너지 효과를 창출할 계획이다.

그러나 창업 대학원이 권역별 거점 대학보다는 지역적 안배 등에 의하여 설치됨으로써 산업계 및 예비 창업자의 큰 관심을 끌지 못하였고 창업 대학원 졸업생 중 대다수가 컨설턴트로서 순수 창업자 수가 그리 많지 않아 당초 목표하였던 창업 촉진에 크게 기여하지 못한 채 운영되고 있다는 평가들이 제기되고 있다.

<표 3-4> 창업 대학원 지정·운영 현황

	한밭대학교	진주산업대학교	호서대학교	예원예술대학교	중앙대학교
권역	충청	경상	서울	전라	경기
국·사립	국립	국립	사립	사립	사립
개설 형태	특수 대학원 (주간, 4학기)	특수 대학원 (주간, 4학기)	특수 대학원 (야간, 4학기)	특수 대학원 (주간, 5학기)	특수 대학원 (주간, 4학기)
개설 시기	'05. 3	'05. 3	'05. 3	'05. 3	'04. 9
정원1)	60명	60명	60명	60명	60명

자료: 중소기업청(2010).

주: 1, 2학년 각각 30명

<표 3-5> 창업 대학원 졸업생 배출 및 창업 현황(2010년 3월 말 기준, 누계)

(단위: 명)

	중앙 대학교	호서 대학교	한밭 대학교	진주산업 대학교	예원예술 대학교	총계
졸업생 및 수료	86	101	106	99	109	501
- 창업1)	40	51	40	32	36	199
- 진학(박사)	0	11	7	5	9	32
- 취업 및 기타	46	39	59	62	64	270

자료: 중소기업청(2010).

주: 1) 창업에는 기창업자 포함(2009년 2월 말 기준 순수 창업자 수는 31명)

2) 휴·퇴학생은 제외하였으며, 취업의 경우 주로 경영 및 컨설팅 관련 업체로 조사

라. 기술 창업 학교

중소기업청은 기술력을 보유한 예비 창업자를 대상으로 창업 교육 실시 후 수료생에 대하여 기술 평가를 실시한 후 창업 자금 및 컨설팅을 알선·연계 지원하고 있다. 이 사업은 지역별로 기술 창업 학교를 지정하고 지정 교육 기관이 교육생을 모집하여 교육하며, 기관당 5,000만 원 이내에서 정부가 지원하고 있다. 2010년도 예산 규모는 15억 5,000만 원이며, 창업 역량 및 인프라를 구축하고 수료생의 창업 보육 센터 입주 연계, 전문 멘토를 10인 이상 확보한 기관을 지원 대상으로 하고 있다.

2005년 사업 시행 이후 운영 기관이 늘어나 2009년 27개 기관이 기술 창업학교를 운영하였으며, 2005~2009년 기간 동안 총 2,327명이 수료하여 이 중에서 1,017명이 창업한 것으로 나타났다.

<표 3-6> 기술 창업 학교 운영 현황

	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
	기술 창업 패키지	기술 창업 패키지	기술 창업 패키지	기술 창업 패키지	기술(주말) 창업 패키지
운영 기관	11개	11개	12개	15개	27개
수료 현황 (참가/수료)	384명/297명	326명/266명	357명/256명	449명/368명	1,195명/991명
창업 현황	156명	100명	169명	174명	418명

자료: 중소기업청(2010).

이러한 기술 창업 학교 운영 등에도 불구하고 우리나라는 아직 창업 관련 전문 교육 기관이 부족한 상황이라고 할 수 있으며, 기술 창업 학교와 창업보육센터간 연계성 미흡, 기술 창업 학교 졸업생들의 창업에 따른 자금, 입지 등이 종합적·체계적으로 지원되지 않아 기술 창업 활성화를 촉진하는 데 어려움이 크다. 또, 기술 창업 학교가 일과 중 또는 주말에 이루어지고 있어 일과 후 창업 학교 운영 등 기술 창업을 희망하는 직장인의 수요를 충족하지 못한 채 운영되는 실정이다.

마. 뉴미디어 창업 스쿨

문화체육관광부는 뉴미디어 분야의 참신한 아이디어를 보유한 창업 희망 청년 전문 인력을 발굴하여 창업과 관련한 교육을 집중적으로 실시함으로써 뉴미디어 산업의 창업 기반을 조성하고 있다.

이 사업은 뉴미디어 분야에서 참신한 아이템을 발굴하고 이를 실제 창업으로 연결하여 창업 활성화를 이루고자 2009년부터 실시되고 있으며,

2개월 간의 창업 집중 교육과 8개월 간의 창업 컨설팅 및 사업화 지원으로 나누어 운영된다. 창업 교육은 창업 아이디어를 지닌 예비 창업자나 3년 이내의 초기 창업자 50명을 대상으로 실시되며, 교육생의 창업 경진 대회 참여, 창업에 따른 지원비 지급, 웹호스팅, 우수 아이템의 국내외 전시 출품 지원 등 다양한 사업화 지원이 이뤄지고 있다.

특히 이 사업은 문화체육관광부의 '1인 창조 기업' 시범 사업으로 지정되어, 1인 창조 기업 등록 및 창업 자금 연계 등의 각종 지원 혜택도 받을 수 있도록 하고 있다.

그렇지만 이 사업은 예산 규모가 6억 원(2009년)에 불과하며, 중소기업청 등 관련 부처의 창업 교육 사업 간 연계 미흡, 정보 공유 및 자금 지원 등 사후 관리를 위한 협조 체제 미흡으로 뉴미디어 분야의 창업 활성화를 도모하는 데 한계가 있다고 할 수 있다.

또, 뉴미디어 분야에서의 신규 창업을 촉진하기 위해서는 자금 확보가 관건이나 벤처 캐피털 및 엔젤 투자 등 창업 투자 자금의 경색, 은행 대출 제약 등으로 인하여 뉴미디어 아이템 중 장비 등 초기 투자 규모가 비교적 큰 것은 사업화 과정에서 어려움에 직면하게 된다. 특히 대학생 등 청년층은 연령, 신분 등 검증되지 않은 신용 등급 등으로 금융 기관을 통하여 창업 자금을 융통하는 데 어려움을 겪게 되어 실제 창업까지 많은 어려움에 직면하는 것으로 나타났다.

바. MOT(기술 경영) 지원 사업

지식경제부는 기술 지식뿐만 아니라 경영 능력(기업가 정신 등)을 갖추고 기술 사업화에 핵심적 역할을 수행할 고급 전문 인력 양성을 위하여 '기술 경영(MOT : management of technology) 전문 인력 양성사업'을 실시하고 있다.

이 사업은 2006년부터 사업별로 대학, 전문 교육 기관, 기업 등을 선정하여 지원해 오고 있으며, 2010년 예산 규모는 58억 원이다. 2010년도 사업 내용은 MOT 일반 대학원 개설·지원, MOT 전문 대학원 개설·지원, 글로벌 기술 경영 학위 과정 운영, 기술 경영 활성화를 위한 기반 조성으로 구성되어 있다.

MOT 일반 대학원 지원 사업은 기존의 경영 대학원 교육과 차별화하면서 기술 사업화에 있어 핵심적 역할을 담당할 석사급 인력 및 기업에서 핵심리더로 성장할 수 있는 중간 관리자를 양성하는 데 목적이 있다. 지원 규모는 2개 대학 내외에서 대학 당 최대 4억 원까지 지원하며, 교육 기간은 1~2년 이내로 자율적으로 설치할 수 있다.

MOT 전문 대학원 지원 사업은 기존의 경영 전문 대학원(MBA) 교육과 차별화하면서 산업 현장의 요구와 글로벌 트렌드에 맞는 국가 지식 서비스 산업의 발전을 이끌 실무형 고급 인재 양성, 그리고 기술 지식과 경영 능력을 갖춘 기술 혁신 리더(CTO) 등 중견 관리자를 양성하고 산업계 수요에 부합한 기술 사업화 모델의 확산을 주도하는 것이 목적이다. 지원 규모는 대학당 연간 10~15억 원이며, 매년 성과 평가를 실시하여 2014년까지 계속 지원 여부 및 사업비 차등 지원을 결정하게 된다. 사업 내용은 공학(기술) 기반 기술 경영 전문 대학원 형태로 개설하고, 수업 연한은 전문 대학원 설립 기준에 의거하여 대학별로 자율적으로 설계하도록 하고 있다.

글로벌 기술 경영 학위 과정 운영은 글로벌 MOT 인재 양성을 위해 해당 분야의 경력과 소양을 갖춘 국내 기술 경영 인력의 해외 학위 과정 취

득을 지원하며 국내의 기업, 연구소 등의 산업계 실무자를 대상으로 글로벌 기술 경영에 대한 이해도 증진을 통한 국내 기술 경영 수준 강화가 목적이다. 교육 기간은 1년이며 운영 대학은 미국 조지아공과대학교이고, 지원 내역은 수업료 일체 및 해외 현지 사전 교육비 등이다.

기술 경영 활성화를 위한 기반 조성은 국내외 선도적 사례를 종합한 기술 경영 교과서 개발 및 기술 경영 정보 시스템 구축, MOT 온라인 교육시스템 구축, 기술경영 분야에 대한 홍보 등이 목적이다.

이처럼 지식경제부의 MOT 지원 사업은 청년 창업 및 대학생 등의 기술 창업을 촉진하는 데 목적을 두지 않고 대부분 기존 기업에 근무하는 인력의 지식·기술 경영 능력 향상 및 인프라 조성에 주력하고 있다고 할 수 있다.

사. 하이 서울 창업 스쿨

서울특별시는 창업을 준비하는 사람들에게 창업 교육, 창업 컨설팅, 자금 연계지원, 경영 지도에 이르기까지 종합적으로 지원하는 창업 프로그램을 운영하고 있다.

서울특별시의 창업 스쿨은 6개 교육 과정으로 구성되어 있다. 일반 창업 과정은 외식·유통·서비스 등 자영업 창업, 벤처 창업 과정은 정보 통신·전기 전자·기계 등 벤처 창업, 디지털 콘텐츠 창업 과정은 게임·교육·네비게이션·생활 서비스 등 애플리케이션 창업, 인터넷 창업 과정은 쇼핑몰·마켓플레이스 등 인터넷 창업, 패션 창업 과정은 의류·악세서리·패션 잡화 등 패션 창업, 경영 컨설팅 창업 과정은 재무·마케팅·인사조직 등 경영 컨설팅 업종의 창업을 교육하고 있다.

교육 대상은 서울특별시 소재 창업 예정자로 만 20세 이상(단, 벤처 창업 과정은 창업 예비자 및 창업 후 2년 미만 기업)이며, 교육 기간은 3개월, 수강료는 15만 원이다.

이 창업 교육의 특징은 창업 단계에 따른 체계적 교육 과정 개발·운영, 개별 교육생의 창업 지도를 위한 담임 교수제 운영, 창업에 필요한 다양한 무료 컨설팅 및 자금 연계 지원 등을 실시하고 있다는 점이다. 2010년도 창업 스쿨 운용예산(9억 5,000만 원)은 서울특별시가 지원하며, 서울산업통상진흥원, 기술보증기금, 서울신용보증재단이 연계하여 운영하고 있다.

이처럼 서울특별시의 하이 창업 스쿨은 다양하고 세분화된 창업 교육 과정 운영, 교육 효과를 제고하기 위한 최소한의 교육 비용 부과, 창업 관련 컨설팅 및 자금 연계 지원 등을 실시하고 있음에도 불구하고, 청년층만을 위한 창업 교육 과정 및 창업 이후 사후 관리 미흡, 중소기업청 등 창업 유관 부처과의 연계성이 미흡하다는 문제점이 지적되고 있다.

2. 창업 경진 대회 사업

가. 중소 벤처 창업 경진 대회

중소기업청은 기업가 정신 발현을 통한 창업 의욕 고취 및 창업 분위기 확산, 그리고 일반 예비 창업자의 창의적이고 우수한 벤처 창업 아이디어 발굴을 통하여 사업화를 촉진하기 위한 대책으로 1998년부터 창업 경진 대회를 개최해 오고 있다.

중소 벤처 창업 경진 대회는 2006년까지 대한민국 창업 대전의 부대 행사로 학생을 대상으로 운영해 오던 것을 2007년부터 별도의 행사로 확대하여 추진하고 있다. 특히 2009년에는 지식경제부의 정보 통신 벤처 창업 경진 대회를 통합하여 대규모 행사로 확대하여 추진하였으며 선발된 수상자에 대해서는 창업 교육, 특허 출원 및 기술 평가 지원 등을 실시하고 있다.

2010년도 창업 경진 대회 예산은 전년보다 1억 원이 줄어든 8억 원이며, 경진 대회 수상자에게는 중소기업청장상 표창 및 상금(200만 원부터 최대 2,000만 원)을 지급한다. 모집 부문은 초등학교생부터 대학원생까지 학력 제

한이 없으며 교수·연구원 및 예비 기술 창업자 등도 참여할 수 있다. 2007~2009년 기간 동안 중소 벤처 창업 경진 대회 수상자(팀)는 70명이며 이 중에서 28명이 창업하여 매출액 14억 원, 고용 76명을 창출한 것으로 나타났다.

하지만 창업 경진 대회는 부처 간, 중앙·지방 간 협의하여 추진할 경우, 그 시너지 효과가 제고될 수 있음에도 불구하고 중소기업청이 독자적으로 수행함으로써 사업 추진에 따른 효율성이 떨어지는 문제점이 지적되고 있다.

<표 3-7> 중소 벤처 창업 경진 대회 운영 실태(2009년 6월 말 기준)

(단위: 명, 백만 원)

		2007년	2008년	2009년	합계
수상 팀		11	15	44	70
성과	창업(개사)	3	11	14	28
	매출액	94	282	1,038	1,414
	고용	21	27	28	76

자료: 중소기업청(2010)

주: 창업에는 기창업자 포함(2009년 2월 말 기준 순수 창업자 수는 31명)

나. 소셜 벤처 경연 대회

고용노동부는 혁신적인 아이디어로 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 창업 아이템을 보유한 청년 사회적 기업가를 적극 육성하기 위하여 소셜 벤처 경연 대회를 2009년부터 개최해 오고 있다. 소셜 벤처(social venture)란 창의성과 혁신성을 가지고 영업 활동을 통한 수익을 기반으로 취약 계층에게 사회 서비스나 일자리를 제공하는 등 국민의 삶의 질을 높이는 사회적 목적을 추구하는 진취적인 사회적 기업 모델을 말한다.

소셜 벤처 경연 대회는 먼저 권역별로 예선 대회를 치루고, 권역별 대회 입상자를 대상으로 전국 대회를 개최하는 방식으로 진행된다. 권역별 대회는 청년 창업, 일반 창업, 아이디어 부문으로 나누어 진행하며, 입상자에게

는 최고 300만 원의 상금과 전국 대회 참가 자격이 주어진다. 전국 대회는 신규 참가팀 및 권역별 경연 대회 입상자를 대상으로 진행하고, 입상자에게는 최고 3,000만 원의 상금과 2,000만 원 한도의 창업 지원금 등 사업화를 위한 다양한 지원이 제공된다.

2010년도 소셜 벤처 경연 대회 예산 규모는 12억 원이며 특히 청년 창업 모집 대상은 15~39세 사이의 청년으로 소셜 벤처 창업 초기 단계에 있거나 창업 3년 이내의 개인 및 단체이다.

이처럼 청년 사회적 기업가 육성을 위하여 소셜 벤처 경연 대회가 새로운 역할을 수행해 오고 있으나 중소기업청의 창업 경진 대회 및 지방 자치단체와의 협력이 미흡하여 사업 추진에 따른 시너지 효과를 제고하는 데 한계가 있다고 할 수 있다.

3. 사업화 지원

가. 예비 기술 창업자 육성

중소기업청은 실업 문제가 심각해지고 일자리 창출이 시급한 경제 현안으로 대두함에 따라 우수 기술을 보유한 예비 창업자를 체계적으로 발굴하고 육성할 필요가 높아져 지난 2008년 6월 중소기업 성공 전략 회의에서 '기술 창업 활성화 방안'의 일환으로 예비 기술 창업자 육성 사업을 도입하기로 결정하였다.

이에 따라 중소기업청은 2009~2010년 기간 동안 총 954억 원(2010년 494억 원)의 예산을 확보하여 예비 기술 창업자가 대학·연구 기관의 우수 인력 및 장비 인프라를 활용하여 창업 멘토링, 시제품 제작, 마케팅 등 창업 준비 활동을 하는 데 소요되는 비용을 지원해 오고 있다. 2010년부터는 실험실 창업 지원 사업과 통합하여 운영하고 녹색·신성장 분야에 대한 지원을 확대하여 전략 분야를 중심으로 한 기술 창업을 활성화하고 있다.

2009년도 예비 기술 창업 선정자 1,399명 중 1,341명이 창업(95.9%)하였으며 이들 기업에서 1,183명을 고용한 것으로 조사되어 일자리 창출 효과가 높은 것으로 나타났다. 또, 2010년 6월 기준으로 이들 예비 기술 창업 기업이 수출 278만 달러를 포함하여 613억 원의 매출액을 기록한 것으로 조사되었다.

이처럼 예비 기술 창업자 육성 사업은 대학·연구 기관의 인력 및 장비 등 인프라를 활용하여 예비 창업자의 창업 사전 준비, 창업 멘토링, 시제품 제작, 실제 창업까지 일괄 지원함으로써 창업 성공률 제고에 기여할 것으로 예상된다.

하지만 이 사업은 공급자 관점의 예산 집행으로 신축적 사업 운용이 미흡하다는 문제점이 지적되고 있다. 예비 기술 창업자 육성을 위한 지원 경비 중 상품화 제작비 비율 등의 하한선과 기타 경비의 상한선 등이 지침에 정해져 있으나, 실제 집행 시에는 경직적인 가이드라인을 적용함으로써 신축적인 대응이 어렵다는 우려가 제기되고 있다.

나. 학교 기업 지원

교육과학기술부는 학생들에게 현장 실습을 강화하기 위해 대학에서의 활동과 관련되는 분야의 기업을 학교가 직접 운영하도록 하는 학교 기업 지원 사업을 추진하고 있다.

교육과학기술부는 2004년부터 학교 기업 육성 및 지원사업을 추진하기 시작하였으며, 제1기(2004~2005년)에는 50개 학교에 250억 원, 제2기(2006~2007년)에는 50개 학교에 280억 원, 제3기(2008년~)는 66개 학교에 150억 원을 지원하였다.

학교 기업 지원 사업에서는 학교 내에 이미 설치된 교내 기반시설을 활용하여 산·학 공동협력 체계를 구축하여 학교 기업의 기업 활동 및 운영 등을 지원하고 있다. 그리고 학교 기업을 통한 실무 중심의 현장 실습 교과

과정을 운영하여 참여 학생들의 교육과정을 활성화시켰으며, 학교에서 취득한 특허·실용신안 등 산업 재산권을 학교 기업의 기반 시설을 활용하여 생산하도록 지원하였다. 또, 학교 기업의 생산, 판매 활동 등에 참여한 학생을 신규로 채용하거나 유사 산업체로 취업하도록 유도하여 산학 간 미스매치 현상을 해소하는 데 주안점을 두었다.

2004~2008년 기간 동안의 학교 기업 지원 성과를 살펴보면, 현장 실습 자료 개발이 53건(2004) → 160건(2005) → 267건(2006) → 268건(2007) → 303건(2008)이었고, 현장 실습 참여 학생 수가 1,673명(2004) → 5,950명(2005) → 7,978명(2006) → 8,287명(2007) → 17,549명(2008)으로 현장 밀착형 학습교재 개발에 따라 현장 실습 참여 학생이 증가한 것으로 나타났다.

그러나 학교 기업 지원 사업은 대학(원)생에게 기업이 정신 함양을 통한 청년 창업 촉진에 목적을 두지 않고 있으며 단지 학생들에게 대학 재학 기간동안 현장 실습을 강화하기 위하여 대학이 학교 기업을 직접 설립하여 운영하도록 함으로써 직업 현장에서 요구되는 지식, 기술 및 태도를 습득하도록 하는 프로그램이라는 한계를 갖고 있다.

다. 2030 청년 창업 프로젝트

서울특별시는 우수하고 참신한 아이템으로 창업에 도전하는 청년을 선정하여 획기적인 지원으로 성공 CEO로 육성하고자 2009년부터 젊고 패기 넘치는 창업 희망자를 모집하여 지원하고 있다.

지원 대상은 서울특별시에 거주하는 만 20세~39세까지의 청년으로 우수한 창업 아이템을 보유하고 창업 의지가 강한 자, 1인 창조 기업을 희망하는 자로 창의적 아이디어·기술·전문 지식을 가진 자, 소호(SOHO) 창업 희망자이며, 지원 인원은 1,000명 내외이다.

지원 내용은 창업 공간(업체당 10~15㎡, 사무실 집기, 세미나실 등)의 무상 제공, 심사 결과에 따른 창업 아이템 개발 활동비(월 70~100만 원까

지 1년간) 지원, 창업 관련 용자 알선 및 대출 보증 등의 재정 지원, 그리고 대형 유통 업체 대상 제품 설명회 등 판로 개척 지원과 온·오프라인 법무·세무·특허 업무 지원 등이다.

지원 분야는 지식 창업(게임 개발업, IT 기술 융합 디자인, 방송 영상업, 컴퓨터 프로그래밍, 지식 콘텐츠, 게임 프로그래머, 방송 극작가, 출판 기획자, 교육 컨설턴트, 번역, 웹 디자이너, 1인 지식 서비스-프리랜서, 아이디어 상품 기획 제작, 패션업), 기술 창업(기계, 재료, 전기 전자, 정보 통신, 화공 섬유, 생명 공학, 환경, 에너지, 공예 디자인 등), 일반 창업(무인 복합매장, 퓨전 음식 개발, 뮤지컬 공연 기획, 전통 식품 제조업, 이벤트 플래너, 도·소매 유통업, E-biz 쇼핑몰 운영자 등)으로 구분하고 있다.

이 프로젝트 수행을 위하여 서울특별시는 2009년에 118억 원, 2010년에는 192억 원의 예산을 확보하여 지원하고 있다. 그 결과 2009년 2030 청년 창업 프로젝트에 참여한 948명 중 401명(기존 창업자 포함)이 2010년 6월까지 창업한 것으로 나타나 현 단계에서는 이 프로젝트가 긍정적으로 추진되는 것으로 평가되고 있다.

그러나 이 프로젝트가 시행 초기이므로 공급자 위주로 추진되어 창업 예비자에게 실질적으로 도움이 되는 창업 강좌 개설이 미흡하고, 창업 공간에 입주한 예비 창업자에게 매월 1회씩 창업 활동 보고서와 멘토링 보고서를 제출하도록 하는 등 형식적으로 프로젝트가 추진되고 문제점이 있다.

라. 대학 창업 300 프로젝트

대전광역시시는 창의적이고 사업화 가능성이 있는 아이템의 발굴 및 지원을 통하여 대전 지역 대학(원)생 창업에 대한 사회 분위기를 조성하고, 심각한 청년실업을 대전광역시에서 앞장 서서 해소하기 위하여 ‘대학 창업 300 프로젝트’(3년간 총 300개 창업 목표)를 2010년부터 추진하고 있다.

이 프로젝트는 경제는 살아나고 있지만 ‘고용 없는 성장’으로 대학생 실

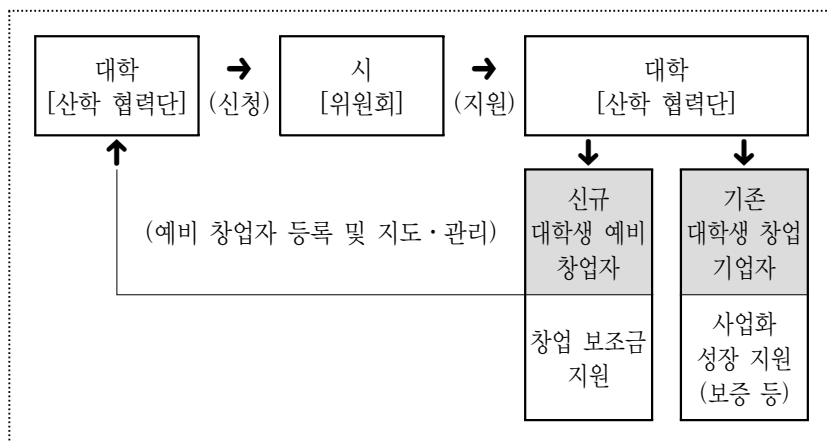
업자가 줄어들지 않는다는 점을 감안하고, 꿈과 열정을 가지고 사회에 첫 출발을 하는 대학생들의 일자리 창출 패러다임을 ‘구직(求職)에서 창직(創職)’으로 바꾸는 창업 붐 조성사업이라고 할 수 있다.

이를 위하여 이 프로젝트는 고용 효과가 더 큰 지식과 기술, 참신한 아이디어 기반의 창업에 중점을 두고, 대학과 대전광역시, 중앙 부처가 연계하여 창업 활성화를 도모하기 위하여 추진되고 있으며, 단순한 1회성 창업 지원이 아닌 창업 준비 단계에서부터 사후 관리까지 적극적으로 지원하는 시스템 구축에 주력하고 있다.

이 프로젝트의 지원 대상은 대전 지역에 소재지를 두고 창업하는 지역 대학(원)생이며, 지원 방법은 대학에서 대학생 창업 기업을 선발하여 대전광역시에 보조금 지원을 신청하면 심사·선정 후 대학에 창업 지원금을 지원되되, 기업당 2,000만 원 이내에서 차등 지원하게 된다.

대전광역시는 2010년부터 2012년까지 대전 지역 소재 19개 대학을 대상으로 매년 100개씩 총 300개 대학(원) 창업을 목표로 추진하고 있으며, 소요 예산은 대덕 특수 펀드 수익금 26억 원과 은행 및 주요 기업의 기부금, 대전광역시의 자체 예산으로 충당할 계획이다.

[그림 3-1] 대전광역시의 대학 창업 300 프로젝트 지원 체계도



제3절 정부의 청년 창업 지원 사업 종합 평가

정부는 우리 경제의 활력을 제고하고 특히 청년층의 고용 확대를 위하여 청년 창업이 중요하다고 인식하고 20~30대 연령층을 대상으로 하는 창업 촉진 대책을 강화하고 있다.

청년층의 창업 촉진을 위한 대책은 대학 창업 강좌 등 기업가 정신 함양을 위한 창업 교육, 기업가 정신 발현을 통한 창업 의욕 고취 및 사업화로 연계하기 위한 창업 경진 대회, 그리고 예비 기술 창업자 육성 등 사업화 지원으로 유형화하여 추진되고 있다.

이와 같은 정부의 청년 창업 지원 사업 추진 등으로 인하여 최근 청년층의 창업에 대한 인식이 개선되고, 특히 1인 창조 기업 육성 시책과 최근 애플리케이션 시장 확대 등이 맞물려 30세 미만 청년 창업이 증가하는 추세를 보인 것으로 조사되었다.

그러나 앞서 살펴본 바와 같이 창업 활성화를 위한 정부 지원의 필요성이 증가함에 따라 창업 주무 부처인 중소기업청은 물론, 문화체육관광부, 고용노동부 등의 중앙 정부와 서울특별시, 대전광역시 등 지방 자치 단체가 산발적으로 창업 지원 사업을 전개하고 있다. 이에 따라 청년 창업 지원 사업이 종합적·체계적인 시스템을 갖추지 못한 채 추진되는 실정이다.

청년 창업 지원 사업의 부처 간 정보 공유 및 사업 협력 체계가 미흡함에 따라 정부 지원 사업 간 유사·중복성의 문제가 제기되고 있다. 창업 교육 사업은 중소기업청의 대학 창업 강좌와 문화체육관광부의 뉴미디어 창업 스쿨, 서울특별시의 하이 서울 창업 스쿨이 이에 해당한다. 창업 경진 대회 사업은 중소기업청의 창업 경진 대회와 고용노동부의 소셜 벤처 경영 대회가 유사한 형태로 사업이 추진되고 있는 것으로 평가된다.

또, 청년 창업 지원을 위한 체계적인 시스템이 작동하지 못함에 따라 창업 교육과 사업화를 위한 지원 사업이 추진 과정에서 상호 연계성을 갖지

못하는 문제점도 발생하고 있다. 창업 교육 이수자 및 창업 경진 대회 입상자를 대상으로 실시하는 창업 사업화 지원이 연계되지 못하고 있을 뿐만 아니라 중앙 정부와 지방 정부 창업 지원 사업간 연계성 또한 갖지 못한 채 사업이 추진되는 것으로 파악되고 있다.

일부 청년 창업 지원 사업은 사업 추진 과정에서 당초 사업 목적과 달리 운영되는 경우도 발생하고 있다. 교육과학기술부의 학교 기업 지원 사업의 경우, 대학이 보유한 특허·실용 신안 등 산업 재산권을 바탕으로 창업 촉진 및 학생들의 취업 기회 증대를 도모하였으나, 현재 학생들에게 대학 재학기간 동안 현장 실습을 위한 수단으로 활용됨으로써 기업이 정신 함양을 통한 청년 창업 촉진에 거의 기여하지 못하는 실정이다.

창업 대학원 지원 사업의 경우도 창업 전문가 양성과 함께 창업을 희망하는 예비 창업자에게 이론과 실무 교육을 통하여 성공적으로 창업할 수 있는 기반을 조성하는 데 목적을 두고 있으나, 창업 대학원 졸업생의 대다수가 일반 취업 또는 창업 컨설턴트 등으로 진로를 선택하고 있는 반면, 순수 창업자는 그리 많지 않아 일반 대학원과 큰 차별성을 갖지 못한 채 운영되고 있는 것으로 평가된다.

한편 청년 창업 지원 사업 추진에 따른 효율성을 제고하기 위해서는 각 부처 및 지방 자치 단체 등이 추진하는 창업 관련 정보의 DB 구축이 필요하다. 그러나 창업 교육, 회사 설립, 시제품 개발 및 사업화, 시장 개척으로 이어지는 창업 지원 사업 전 과정에 관한 DB가 구축되지 않아 창업 단계별 맞춤형 연계 지원 및 수요자의 활용도를 제고하는 데 한계가 있다고 할 수 있다.

또, 현재 추진되고 있는 청년 창업 지원 사업은 대부분의 청년 창업 기업이 사업 초기에 겪는 어려움을 완화시켜 줄 수 있는 자금, 창업 공간 제공 등의 특화된 지원 제도가 다소 미흡한 실정이기 때문에 향후 이를 보완하기 위한 대책 마련이 시급하다.

제 4 장

우리나라 청년 지식기술 창업의 실태 분석

박 동

제1절 조사 개요

우리나라에서 청년 지식기술 창업이 어떻게 이루어지고 있는지에 대한 구체적 실태를 파악하기 위하여 이 연구에서는 전국의 대학들을 대상으로 광범위한 실태 조사를 실시하였다. 이 조사는 국가적 난제인 청년 실업을 해소할 수 있는 방안으로서 청년 지식기술 창업을 연구하고, 특히 대학의 창업 관련 교육 및 대학생의 창업 활동 현황을 분석함으로써 보다 실효성 있는 청년 창업 정책 방안을 도출할 목적으로 실시되었다.

조사는 2010년 6월 7일부터 7월 19일까지 약 1개월 반에 걸쳐 이루어졌다. 조사 대상은 전국의 전문 대학생, 4년제 대학생, 대학원생, 대학교수, 창업보육센터 입주 업체 대표자 등이다. 설문 조사 방법은 전문 조사 기관을 통하여 설문 조사서를 전문 대학생 181명, 4년제 대학생 400명, 대학원생 219명, 대학교수 200명, 입주 업체 대표 200명에게 일 대 일 개별 면접하는 방식으로 실시하였다.

이에 따라 전체 표본의 크기는 전국 27개 대학의 총 1,200명에 달한다. 표본 추출은 학교급별, 지역별, 학과 계열별 구성을 고려하였다. 그리고 이

조사 전체의 표본 오차는 95% 신뢰 수준에서 대학생은 ± 3.8 포인트, 대학교수는 ± 5.2 포인트이다.

주요 조사 내용은 청년 고용 일반 현황, 창업에 대한 관심도 및 창업 계획 여부 등 청년 창업에 대한 인식, 창업 교육의 필요성 및 참여 경험 여부, 창업 교육의 실시 시기 등 창업 교육 실태, 창업 동아리 활동 참여 경험 및 만족도 등 창업 활동 현황, 청년 창업의 애로 사항 및 활성화 방안 등이다.

응답자 중 대학생 표본 800명을 대상으로 특성을 살펴보면 다음과 같다. 성별은 남학생이 76.6%이고 여학생은 23.4%에 달해 남학생이 상대적으로 많이 표집되었다. 이는 표본에 공학 계열 학생들이 많이 포함되었기 때문이다. 연령별로는 18~23세가 48.0%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 24~27세가 39.4%로 그 뒤를 이었다. 28세 이상은 12.5%를 차지하였다.

<표 4-1> 수도권 대학(원)생 수와 교수의 비중

		전문 대학	4년제 대학	대학원	전체
대학(원)생	수도권 (서울)	42.5% (8.6%)	37.0% (21.9%)	56.2% (43.6%)	40.1% (20.8%)
	충청권	11.3%	19.6%	11.9%	16.9%
	호남권	12.2%	11.4%	9%	11.4%
	동남권	14.2%	15.1%	10.9%	14.5%
	대경권	15.2%	11.2%	8.7%	11.9%
	강원권	2.9%	4.8%	2.6%	4.2%
	제주권	1.6%	0.8%	0.78%	1.0%
교수	수도권 (서울)	40.3% (8.7%)	39.7% (26.0%)	64.1% (47.8%)	41.2% (24.3%)
	충청권	11.3%	17.6%	8.0%	16.0%
	호남권	13.9%	11.7%	8.4%	11.9%
	동남권	13.2%	14.5%	11.8%	14.1%
	대경권	16.1%	9.6%	6.7%	10.6%
	강원권	3.4%	5.9%	0.3%	5.1%
	제주권	1.9%	1.0%	0.8%	1.1%

자료: 교육통계분석자료집(2009)

학교급별로는 전문대학생 22.6%, 4년제 대학생 50.0%, 대학원생은 27.4%다. 이는 실제의 학교급별 분포에서 대학(원)생중 전문대학 학생 23.9%, 4년제 대학생 66.7%, 대학원생 9.4% 등을 감안하면 전문대학은 실제와 거의 일치하는 반면에 4년제 대학생은 과소 표집되었고, 대학원은 과대표집되었다. 또, 권역별의 경우 이 조사는 수도권의 대학(원)생, 대학교수의 비중이 각각 29.9%, 33.5%로서 실제의 40.1%, 41.2%보다 과소 대표된 특성이 있다. 끝으로, 계열별로는 비IT 부문 공학 계열 학생이 35.5%, IT 부문 공학 계열 35.4%, 비경영 인문 계열 9.6%, 경영 계열 8.5% 등의 순이다. 이 표본 조사의 해석에서는 이러한 사항을 유의하여야 할 것이다(<표 4-1> 참조).

응답자 중 대학교수 표본 200명의 특성은 아래와 같다. 성별은 남성이 95.5%이고, 연령별로는 40대 45.0%, 50대 33.5%, 30대 16.0% 등의 순이다. 권역별로는 수도권 33.5%, 지방 66.5% 등이며, 계열별로는 비IT 부문 공학 계열 교수가 42.5%, IT 부문 공학 계열 34.5%, 경영 계열 11.5% 순이다.

끝으로, 응답자 중 대학 내 창업보육센터 입주 업체 대표자는 남성이 83.5%, 여성이 16.5%이다. 연령별로는 30대 42.5%, 40대 31%, 50대 13.0%, 20대 11.5% 등의 순이다. 권역별로는 수도권이 32.0%, 지방이 68.0%를 차지하고 있으며, 학력별로는 대졸 45.5%, 대학원 이상 41.5%, 전문대졸 11.0%로 98%가 전문대학 이상의 학력을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 계열별로는 IT 부문이 32.0%, 비IT 공학 계열 28.0% 경영 계열 14.5% 등의 순이다(<표 4-2 참조>).

<표 4-2> 응답자 표본의 특성

(단위: 명, %)

그룹	분 류	사례 수(명)	비율(%)	
대학(원)생	전체	800	100.0	
	성별	남자	613	76.6
		여자	187	23.4
	연령별	18 ~ 23세	384	48.0
		24 ~ 27세	315	39.4
		28세 이상	100	12.5
		무응답	1	0.1
	권역별	수도권	239	29.9
		충청권	149	18.6
		호남권	145	18.1
		동남권	89	11.1
		대경권	89	11.1
		강원권	59	7.4
		제주권	30	3.8
	학교급별	전문대학생	181	22.6
		4년제 대학생	400	50.0
		대학원생	219	27.4
	계열별	비경영 인문 계열	77	9.6
		경영 계열	68	8.5
		공학 계열(IT)	283	35.4
공학 계열(비IT)		284	35.5	
이학 계열		59	7.4	
예체능 계열		29	3.6	
교수	전 체	200	100.0	
	연령별	30대	32	16.0
		40대	90	45.0
		50대	67	33.5
		60세 이상	9	4.5
		무응답	2	1.0
	권역별	수 도 권	67	33.5
		지 방	133	66.5
	계열별	비경영 인문 계열	8	4.0
		경영 계열	23	11.5
		공학 계열(IT)	69	34.5
		공학 계열(비IT)	85	42.5
		이학 계열	11	5.5
		예체능 계열	4	2.0

<표 계속>

그룹	분 류		사례 수(명)	비율(%)
창업보육센터 입주 업체	전체		200	100.0
	성별	남자	167	83.5
		여자	33	16.5
	연령별	20대	23	11.5
		30대	85	42.5
		40대	62	31.0
		50대	26	13.0
		60대	3	1.5
		무응답	1	0.5
		권역별	수도권	64
	지방		136	58.0
	학력별	전문대 이하	4	2.0
		전문대 졸/대졸	113	56.5
		대학원 이상	83	41.5
	계열별	비경영 인문 계열	18	9.0
		경영 계열	29	14.5
		공학 계열(IT)	64	32.0
		공학 계열(비IT)	56	28.0
		이학 계열	23	11.5
		예체능 계열	10	5.0

제2절 청년 지식기술 창업 실태 조사 결과

1. 청년 고용 일반 현황

최근 우리나라에서 청년 창업에 대한 관심이 고조된 가장 큰 이유는 청년들의 괄찬은 일자리가 대폭 감소하고 있으며, 이러한 현상이 단기간에 해소될 문제가 아니라는 인식이 팽배하기 때문이다. 이에 따라 이 조사에서는 먼저 청년층의 고용에 대한 대학(원)생, 교수, 입주 업체들의 인식에

대하여 살펴보았다.

먼저, 최근의 청년 고용 현황에 대하여 대학(원)생·교수·입주 업체 대표자의 응답을 살펴보면 대학생의 미래 취업 가능성과 대학 졸업 후의 취업 가능성에 대하여 모든 집단에서 부정적으로 생각하는 것으로 나타났다. 보다 구체적으로 대학(원)생의 68.8%, 교수의 82.0%, 특히 각 대학교의 창업 센터에 입주해 있는 입주 업체 대표의 경우 응답자의 90% 이상이 '취업이 어려울 것'으로 판단하는 것으로 밝혀졌다. 전체적으로도 취업이 '어려울 것'이라는 응답이 74.6%로, '쉬울 것'이라는 응답 25.4%보다 세 배 가까이 높게 나타나 청년 취업에 대하여 부정적 인식이 팽배한 것으로 조사되었다.

특히 대학(원)생들만을 대상으로 한 설문 조사에서 학생들은 전공 분야로의 취업에 어려움이 많다는 응답이 72.0%였다. 이를 구체적으로 보면 여성이 남성보다 유의하게 전공 분야 취업에 어려움이 많다는 응답했으며, 전공 계열별로 보면 인문 계열이 전공 분야 취업이 '매우 어렵다'는 응답이 5명 중 1명꼴로 많으며, '다소 어렵다'는 응답도 사회 계열, 예체능 계열에서 많이 나왔다. 상대적으로 이학 계열은 전공 분야 취업이 다소 쉽거나 매우 쉽다는 응답이 많았다. 학력별로는 대학에 재학 중인 학생들이 대학원생들보다 전공 분야로의 취업에 어려움이 더 많을 것으로 예측된다.

<표 4-3> 전공 분야로의 취업의 어려움 정도

구분		매우 어려움	다소 어려움	다소 쉬움	매우 쉬움	전체	카이 제곱값	유의 확률	
성별	남성	빈도	36	391	148	38	613	9.331	0.025
		비중(%)	5.9%	63.8%	24.1%	6.2%	100.0%		
	여성	빈도	18	131	32	6	187		
		비중(%)	9.6%	70.1%	17.1%	3.2%	100.0%		
전공 계열	인문/사회 계열(비경영, 경제)	빈도	16	52	9	0	77	44.989	0.000
		비중(%)	20.8%	67.5%	11.7%	.0%	9.6%		
	사회계열 (경영, 경제 계열)	빈도	2	51	12	3	68		
		비중(%)	2.9%	75.0%	17.6%	4.4%	8.5%		
	공학 계열 (IT 계열)	빈도	11	186	65	21	283		
		비중(%)	3.9%	65.7%	23.0%	7.4%	35.4%		
	공학 계열 일반(비IT 계열)	빈도	18	182	70	14	284		
		비중(%)	6.3%	64.1%	24.6%	4.9%	35.5%		
	이학 계열	빈도	5	31	18	5	59		
		비중(%)	8.5%	52.5%	30.5%	8.5%	7.4%		
	예체능 계열	빈도	2	20	6	1	29		
		비중(%)	6.9%	69.0%	20.7%	3.4%	3.6%		
학력	전문 대학생	빈도	12	132	27	10	181	18.451	0.005
		비중(%)	6.6%	72.9%	14.9%	5.5%	22.6%		
	4년제 대학생	빈도	29	264	83	24	400		
		비중(%)	7.3%	66.0%	20.8%	6.0%	50.0%		
	대학원생	빈도	13	126	70	10	219		
		비중(%)	5.9%	57.5%	32.0%	4.6%	27.4%		

또, 졸업 후 학생들의 현실적 진로에 대하여 대학(원)생의 32.9%가 ‘대기업 취업’을 희망하고 있는 반면에 ‘중소기업으로 취업’을 선택하겠다는 학생은 28.7%에 불과했다. 이와 달리 교수, 입주 업체 대표들은 학생들이 ‘중소기업으로 취업’하는 것이 현실적일 것이라는 응답이 각각 48.0%, 48.5%

로 가장 높게 나타났으며, ‘대기업 취업’은 각각 35.5%, 22.0%에 머물렀다.

이는 대학(원)생들의 경우 심각한 취업난에도 불구하고 여전히 안정적인 직장인 대기업을 선호하는 반면에 학생들의 취업을 지도하고 있거나 산업 현장에서 창업 활동에 종사하는 교수, 입주 업체 대표들은 거의 절반 정도가 중소기업 취업이 현실적이라는 인식을 보여 줌으로써 학생들의 졸업 후 진로를 둘러싸고 양자 간의 인식 차이가 매우 큰 것으로 나타났다.

2. 청년 창업에 대한 인식

청년층의 취업이 더욱 어려워지면서 청년들이 창업을 통한 새로운 대안을 모색하는 경우가 늘어날 것이라고 기대할 수 있다. 이에 따라 대학(원)생들만을 대상으로 창업에 대한 관심 여부를 살펴보았다. 대학(원)생의 창업에 대한 관심은 특히 학교의 지역별로, 전공 계열별로, 학력별로 유의미한 차이가 나타났다.

학교가 소재한 지역별로 보면 수도권 학생들의 창업에 대한 관심은 비수도권의 학생들의 창업에 대한 관심보다 훨씬 적은 것으로 나타났다. 수도권 지역의 학생들은 창업에 대한 관심이 있는 경우가 4명 중에 1명 정도인 것으로 나타나지만, 비수도권 학생들은 4명 중에 3명 이상이 창업에 관심을 보이고 있다. 이러한 차이는 수도권과 비수도권의 일자리 분포에도 기인한다고 생각되지만, 상대적으로 취업 시장에서 우월한 위치를 점유한 학생들이 더욱 취업 지향적 경향을 나타낸 결과로 추정할 수 있다.

전공 계열별로는 사회 계열 학생들의 창업에 대한 관심이 여타 전공보다 더 큰 것으로 나타나 4명 중에 3명 이상이 창업에 관심을 보이고 있다. 인문 계열과 IT 계열의 공학 계열의 학생들도 3명 중 2명의 비율로 창업에 관심을 보이고 있다. 반면에 비IT 계열의 공학 계열과 이학 계열, 예체능 계열 학생들은 창업에 관심을 보이는 학생들의 비중이 상대적으로 적었다. 그리고 대학원생보다는 대학생들이 창업에 관심을 보이는 비율이 높았다.

<표 4-4> 창업에 대한 관심 여부

			창업에 대한 관심 여부		전체	카이 제곱값	유의 확률
			있다	없다			
학교 지역별	수도권	빈도	59	180	239	191.977	.000
		비중(%)	24.7%	75.3%	29.9%		
	비수도권	빈도	431	130	561		
		비중(%)	76.8%	23.2%	70.1%		
전공 계열	인문/사회 계열 (비경영, 경제)	빈도	51	26	77	19.519	.002
		비중(%)	66.2%	33.8%	9.6%		
	사회 계열 (경영, 경제 계열)	빈도	52	16	68		
		비중(%)	76.5%	23.5%	8.5%		
	공학 계열 (IT 계열)	빈도	187	96	283		
		비중(%)	66.1%	33.9%	35.4%		
	공학 계열 일반(비IT 계열)	빈도	150	134	284		
		비중(%)	52.8%	47.2%	35.5%		
	이학 계열	빈도	33	26	59		
		비중(%)	55.9%	44.1%	7.4%		
예체능 계열	빈도	17	12	29			
	비중(%)	58.6%	41.4%	3.6%			
학력	전문대학생	빈도	123	58	181	5.130	.077
		비중(%)	68.0%	32.0%	22.6%		
	4년제 대학생	빈도	242	158	400		
		비중(%)	60.5%	39.5%	72.6%		
	대학원생	빈도	125	94	219		
		비중(%)	57.1%	42.9%	27.4%		

대학(원)생들이 창업에 대하여 관심을 갖는 이유로는 ‘높은 소득 실현’ 28.8%, 도전 의식 26.1%, 자아실현 욕구 21.8% 순으로 나타났다. 그러나 청년들이 창업에 대하여 관심을 가진다고 해서 그것이 곧바로 창업 계획을 세우는 것으로 연결된다고 볼 수 없다. 실제로 청년들은 창업에 대한 관심은 있지만 자신이 창업계획을 세워 본 경험이 없는 경우도 상당수에 달했다.

이러한 창업 계획 수립은 인적 속성별, 지역별, 학력별로 차이를 보이고 있다. 남자 대학생은 여자 대학생보다 유의하게 창업 계획을 더 많이 수립하고 있었다. 학교 지역별로는 뚜렷한 차이가 나서 수도권에 있는 학생들보다 비수도권의 학생들이 창업 계획을 훨씬 더 많이 수립하여 약 30%p 이상 창업 계획을 세우는 빈도가 높았다. 학교급별로는 전문대학생들을 포함한 대학생들의 창업 계획 수립 빈도가 대학원생들의 창업 계획 수립 빈도보다 0.1% 유의 수준에서 통계적으로 유의미하게 높은 것으로 나타난다.

<표 4-5> 대학(원)생의 창업 계획 수립

구분		창업 계획			전체	카이제곱값	유의 확률
		빈도	있다	없다			
성별	남성	빈도	387	226	613	9.891	.002
		비율(%)	63.1%	36.9%	76.6%		
	여성	빈도	94	93	187		
		비율(%)	50.3%	49.7%	23.4%		
학교 지역별	수도권	빈도	89	150	239	74.461	.000
		비율(%)	37.2%	62.8%	29.9%		
	비수도권	빈도	392	169	561		
		비율(%)	69.9%	30.1%	70.1%		
학력	전문 대학생	빈도	122	59	181	6.618	.037
		비율(%)	67.4%	32.6%	22.6%		
	4년제 대학생	빈도	239	161	400		
		비율(%)	59.8%	40.3%	50.0%		
	대학원생	빈도	120	99	219		
		비율(%)	54.8%	45.2%	27.4%		

대학(원)생의 창업 계획 수립에 대한 집단별 비교를 위해 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표들 사이의 ‘대학(원)생들의 창업 계획 수립’에 대한 인식 차이의 정도를 살펴보았다. 여기서는 대학(원)생에게는 ‘스스로가 창업 계획이 있는지’를 물어 보았고, 대학교수와 입주 업체 대표들에게는 ‘주변에

창업 계획을 하는 학생이 있는지를 물었다.

그결과 대학(원)생의 60.1%가 창업 계획이 있다고 답변한 반면 교수나 입주 업체 대표들은 주변에 창업 계획을 갖고 있는 학생들이 있다는 답변이 각각 20.0%, 25.0%로 대학(원)생과 커다란 인식 차이를 나타냈다. 이는 대학(원)생 창업 계획에 대한 인식도가 집단별로 1% 내에서 통계적으로 유의하게 차이가 있었으며 교수와 업체 집단에 비해 대학(원)생 집단이 창업 계획에 더 긍정적이었다(카이제곱값=128.024).

<표 4-6> 대학(원)생의 창업 계획 수립에 대한 집단별 인식 차이

구분	있음	없음	사례 수
재학생	481	319	800
	67.4%	32.6%	
교수	50	150	200
	25.0%	75.0%	
입주 업체 대표	52	148	200
	26.0%	74.0%	
계	583	617	1,203
	48.6%	51.4%	

또, 전체 응답자(1200명)를 대상으로 연령별로 청년 창업 계획에 대한 인식 차이를 살펴보면 연령대가 높을수록 청년들이 창업 계획이 없거나 없을 것이라고 응답한 비율이 증가했다. 앞의 집단별 비교와 연령별 비교를 통하여 알 수 있듯이 기성 세대일수록 청년들이 창업 계획을 수립할 가능성에 대해 부정적으로 인식한다는 것을 알 수 있다.

<표 4-7> 대학(원)생의 창업 계획 수립에 대한 연령대별 인식 차이

	창업 계획		
	있다	없다	전체
10대	52	35	87
	59.8%	40.2%	7.3%
20대	399	282	681
	58.6%	41.4%	57.0%
30대	56	102	158
	35.4%	64.6%	13.2%
40대	46	117	163
	28.2%	71.8%	13.6%
50대	24	70	94
	25.5%	74.5%	7.9%
60대	4	8	12
	33.3%	66.7%	1.0%
계	581	614	1,195
	48.6%	51.4%	100%
	값	자유도	유의 확률
Pearson의 카이제곱	90.744	5	0.000
유효 케이스	1,195		

창업을 할 계획이 있다고 응답한 대학(원)생들에게 중요한 영향을 준 것은 주변에서 창업에 성공한 사람이 있는 경우였다. 특히 교수, 입주 업체 대표들과 비교했을 때 대학(원)생들이 더욱 주변에서의 창업 성공 사례의 존재 유무에 커다란 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 구체적으로 대학(원)생들은 ‘친지의 성공’ 35.8%, ‘부모님의 사업 경험’ 16.4%, ‘매스컴의 성공 사례’ 13.9%, ‘창업 교육’ 12.9% 등의 순으로 창업 계획 수립에 영향을 받는 것으로 나타났다.

대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표 각각의 집단을 통계적으로 비교할 경우 대학(원)생은 주변의 창업 성공자 유무에 따라 창업 계획의 유무가 매

우 크게 영향을 받으며, 이는 1% 내에서 유의미하다. 이에 비하여 교수와 입주업체 대표는 10% 내에서 창업 계획 유무에 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-8> 창업 계획에서 주변 친지의 창업 성공이 미치는 집단별 영향 차이

	창업 성공자	창업 계획					카이제곱값	유의 확률
		빈도	있음	없음	계			
대학(원)생	있음	빈도	297	87	384	91.322	0.000	
		비율(%)	77.3	22.7	48.0			
	없음	빈도	184	232	416			
		비율(%)	44.2	55.8	52.0			
교수	있음	빈도	41	97	138	3.185	0.074	
		비율(%)	29.7	70.3	69.0			
	없음	빈도	11	51	62			
		비율(%)	17.7	82.3	200			
입주 업체 대표	있음	빈도	31	71	102	3.228	0.072	
		비율(%)	30.4	69.6	51.0			
	없음	빈도	19	79	98			
		비율(%)	19.4	80.6	49.0			

대학(원)생들이 창업을 고려할 때 가장 유망한 분야로 꼽은 것은 지식 콘텐츠가 14.6%로 가장 높았고, 그 뒤를 이어 오락·문화·운동 관련 서비스업 12.3%, 기계·재료 8.1%, 전기·전자 7.7%, 인터넷 쇼핑물 7.5%, 아이디어 창업 7.3% 등의 순으로 나타났다. 그러나 1순위부터 3순위까지를 합한 경우 아이디어 창업이 12.4%로 가장 높았고, 인터넷 쇼핑물 9.5%, 오락·문화·운동관련 서비스업 9.3%, 지식 콘텐츠 9.3%, 정보·통신 8.4% 등의 순이었다(<표 4-9> 참조).

<표 4-9> 대학(원)생의 창업 의향 분야

(단위: 명, %)

재학생(1순위)	사례 수	비율(%)	재학생(1+2+3순위)	사례 수	(비율)%
전체	(481)	100.0	전체	(1,417)	100.0
지식 콘텐츠	70	14.6	아이디어 창업	175	12.4
오락/문화/운동 관련 서비스업	59	12.3	인터넷 쇼핑몰	135	9.5
기계/재료	39	8.1	오락/문화/운동 관련 서비스업	132	9.3
전기/전자	37	7.7	지식 콘텐츠	132	9.3
인터넷 쇼핑몰	36	7.5	정보/통신	119	8.4
아이디어 창업	35	7.3	전기/전자	95	6.7
정보/통신	33	6.9	마케팅 홍보	85	6.0
마케팅 홍보	33	6.9	유통업	83	5.9
생명/식품	32	6.7	기계/재료	81	5.7
전문 컨설팅	20	4.2	생명/식품	78	5.5
환경/에너지	15	3.1	전문 컨설팅	65	4.6
번역/웹 디자인 프리랜서	15	3.1	환경/에너지	52	3.7
유통업	13	2.7	통신 판매업	49	3.5
통신 판매업	10	2.1	번역/웹 디자인 프리랜서	36	2.5
화공/섬유	10	2.1	공예/디자인	31	2.2
공예/디자인	9	1.9	통신	30	2.1
통신	7	1.5	화공/섬유	24	1.7
식당	3	0.6	건설,건축	5	0.4
건설,건축	2	0.4	식당	4	0.3
학원	1	0.2	의료	3	0.2
금융 투자	1	0.2	학원	1	0.0
의료	1	0.2	금융 투자	1	0.0
			법의학	1	0.0

그리고 최근 스마트폰, 소셜 서비스 네트워크의 급속한 확산으로 스마트폰 어플리케이션 개발이나 소셜 커머스 분야에서의 아이디어 창업이 활성화되고 있다. 이에 따라 아이디어만으로 창업이 가능한 새로운 시대가 되

었다. 이와 관련하여 아이디어만으로 창업이 가능한지의 여부에 대하여 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표 등을 대상으로 조사를 실시하였다.

이와 관련하여 조사 대상별로 아이디어만으로도 창업이 가능하다는 의견은 대학(원)생에서 36.5%로 가장 높게 나타났고, 입주 업체 대표 33.0%, 교수 26.0% 등의 순이었다. 전체적으로는 2/3에 가까운 응답자가 아이디어만으로 창업하는 것이 불가능하다고 보고 있지만 1/3이 넘는 응답자가 아이디어만으로도 창업이 가능하다고 응답한 것은 청년 창업에서 자금이나 하드웨어 등의 부담을 대폭 완화시켜 준다면 향후 청년 지식기술 창업의 활성화에 커다란 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다.

<표 4-10> 아이디어만으로 창업이 가능한지 여부에 대한 집단별 인식 비교

구분	사례 수	가 능		불가능	
		그렇다	매우 그렇다	전혀 아니다	아니다
전체	1,200	34.2%		65.8%	
		30.3%	3.9%	14.5%	51.3%
대학(원)생	800	36.5%		63.5%	
		31.4%	5.1%	14.1%	49.4%
교수	200	26.0%		74.0%	
		24.0%	2.0%	16.5%	57.5%
입주업체 대표	200	33.0%		67.0%	
		32.0%	1.0%	14.0%	53.0%

아이디어만으로 창업이 가능한 분야에 대하여 대학(원)생의 35.9%가 스마트폰 어플스토어를 제1순위로 꼽았으며, 다음으로 인터넷 쇼핑몰 18.0%, 디자인 17.5%, 게임 및 오락 13.6% 등의 순이었다.

그리고 대학(원)생은 청년 지식기술 창업의 성공 요소로 대다수(42.9%)가 혁신적 기술 아이템이 가장 중요하다고 보고 있으며, 다음으로 마케팅 15.5%, 인적 네트워크 14.6%, 창업 자금 13.6% 등을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 끝으로, 대학(원)생들은 대다수가 창업 관련 정보를 인터넷

에서 얻는 것으로 나타났다. 다음으로는 미디어 21.6%, 창업보육센터 5.3% 등의 순이었다.

3. 창업 교육 실태에 대한 인식

창업 교육의 필요성에 대하여 응답자의 대부분(재학생 86.4%, 교수 94.5%, 입주 업체 대표 95.0%)이 창업 교육이 필요하다고 응답하였다. 그러나 창업 교육에 실제로 참여한 대학(원)생은 응답자의 21.9%에 불과하였고, 나머지 78.1%는 창업 교육 참여 경험이 없는 것으로 나타났다. 창업 교육이 필요한 이유에 대하여 대학(원)생은 ‘필수적인 창업 지식 축적’(38.8%), ‘창업 분야 배경 지식 획득’(25.9%), ‘창업 아이템 선정 및 지원 기관 활용 방법’(21.3%) 등을 들고 있다.

<표 4-11> 창업 교육의 필요성에 대한 집단별 인식 비교

(단위: 명, %)

구분	사례 수	전혀 불필요	거의 불필요	약간 필요	매우 필요
대학(원)생	빈도	21	88	423	268
	%	2.6	11.0	52.9	33.5
교수	빈도	1	10	82	107
	%	0.5	5.0	41.0	53.5
입주 업체 대표	빈도	0	10	61	129
	%	0.0	5.0	30.5	64.5

또, 대학(원)생의 창업 교육의 경험 유무에 따라 창업 계획 수립에 차이가 있음을 알 수 있다. <표 4-12>는 창업 교육을 받은 경험이 있는 학생일 수록 향후에 창업 계획을 수립하는 데 더욱 적극적이라는 사실을 보여준다. 또, 대학(원)생의 경우 82.9%가 창업 교육이 본인의 창업 의지를 강화하는 데 도움이 되었다는 긍정적인 응답을 하였다.

<표 4-12> 창업 교육 경험과 창업 계획 유무의 연관성

(단위: 명, %)

		창업 계획		
		있음	없음	계
창업 교육 경험	있음	130	45	175
		74.3%	25.7%	21.9%
	없음	351	274	625
		56.2%	43.8%	73.6%
	계	481	319	800
		60.1%	39.9%	100%
Pearson의 카이제곱		18.735***		
유효 케이스		800		

*: p<0.1, **: p<0.05, ***: p<0.01

또, 창업 교육 만족도를 살펴보면(설문 조사 결과를 만족/불만족으로 구분하여 정리), 조사 응답 학생 175명 중 82.9%가 만족한다고 응답하였다. 학교급별로는 전문대학 78.0%, 4년제 대학 88.0%, 대학원 83.9%가 만족으로 응답하여 창업 교육에 대한 만족도는 4년제 대학이 가장 높은 것으로 나타나고 있다.

창업 교육에 대하여 불만족을 표시한 대학(원)생만을 대상으로 불만족 이유에 대하여 살펴본 결과, 전체 응답자 30명 중 40.0%가 획일적 창업 교육 프로그램을 지적하였다. 이어서 교육이 실제 창업에 도움이 되지 않을 것으로 판단한 응답자가 30.0%, 강사의 눈높이가 달라 인식 공유가 없음이 16.7%, 교육 내용 부실에 13.3%가 공감하는 것으로 나타났다.

창업 교육의 내용으로 대학(원)생의 53.7%가 성공한 기업가 사례를 듣고 있으며, 사업 계획서 작성 22.9%, 마케팅 13.7%, 자금 조달 및 법 관련 6.3% 등으로 나타나 성공한 기업가의 사례를 집중적으로 교육할 필요성이 제기되고 있다.

이뿐만 아니라 대학(원)생들은 창업 교육이 획일적이어서 실제로 창업하

는 데 큰 도움이 안 된다는 인식을 보여 주고 있다. 이에 따라 다양한 영역·분야별로 창업 교육이 차별화 되는 것에 대하여 대학(원)생 응답자의 85.5%가 동의하였다. 한편 교수는 90.5%, 입주 업체 대표는 91.5%가 창업 교육이 영역·분야별로 차별화되어야 한다는 의견을 제시하였다.

<표 4-13> 창업 교육의 차별화 필요성

(단위: 명, %)

구분	사례 수	전혀 아니다	아니다	그렇다	매우 그렇다	
대학(원)생	800	빈도	14	102	537	147
		비율(%)	1.8	12.8	67.1	18.4
교수	200	빈도	0	19	132	29
		비율(%)	0.0	9.5	66.0	24.5
입주 업체 대표	200	빈도	3	14	128	55
		비율(%)	1.5	7.0	64.0	27.5

창업 교육의 실시 시기에 대하여 대학(원)생은 대학교 1~2학년(28.9%), 고등학교 27.0%, 대학교 3~4학년 19.8% 등의 순으로 응답한 반면, 교수는 대학교 3~4학년 33.0%, 대학교 1~2학년 28.5%, 고등학교 14.5%, 직장 경험 이후 14.5% 등으로 나타났다. 이에 비해 입주 업체 대표들은 대학교 1~2학년 30.0%, 대학교 3~4학년 25.0%, 고등학교 21.5% 순으로 높게 나타났다.

주목할 만한 것은 대학(원)생들이 창업 교육을 고등학교에서부터 대학 1~2학년 사이에 실시해야 한다는 의견이 57.9%에 이른다는 것이다. 이는 실제로 현장 조사에서 많은 대학(원)생이 우리나라의 창업교육이 매우 뒤늦게 이루어진다는 점을 지적한 사실과 부합한다.

<표 4-14> 창업 교육의 실시 시기

(단위: 명, %)

구분		초등학교	중학교	고등학교	대학교 1~2학년	대학교 3~4학년	직장 경험 이후
대학 (원)생	빈도	25	74	216	231	158	96
	%	3.1	9.3	27.0	28.9	19.8	12.0
교수	빈도	10	9	29	57	66	29
	%	5.0	4.5	14.5	28.5	33.0	14.5
입주 업체 대표	빈도	8	9	43	60	50	30
	%	4.0	4.5	21.5	30.0	25.0	15.0

끝으로, 창업 교육을 정규 교과 과정에 포함시켜야 할 것인가에 대해서는 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표 등 전체 응답자의 66.8%가 찬성하는 것으로 나타났다. 대상별로는 대학(원)생의 경우 찬성한다는 응답이 64.8%이고, 교수 69.5%, 입주 업체 대표 72.5% 등의 순이었다. 이는 전체 응답자의 2/3 이상이 창업 교육을 정규 교과 과정에 포함시켜야 한다는 사실을 지적하고 있는 것이므로, 교과 과정 개편 시 창업 교육 과정을 반드시 포함시켜야 할 것으로 판단된다.

<표 4-15> 창업 교육의 정규 교과 과정 포함 여부

(단위: 명,%)

구분		적극 찬성	찬성	반대	적극 반대
전체	빈도	97	705	369	29
	%	8.1%	58.8%	30.8%	2.4%
대학(원)생	빈도	39	479	260	22
	%	4.9%	59.9%	32.5%	2.8%
교수	빈도	32	107	58	3
	%	16.0%	53.5%	29.0%	1.5%
입주 업체 대표	빈도	26	119	51	4
	%	13.0%	59.5%	25.5%	2.0%

4. 창업 동아리 활동 및 창업 장애 요인에 대한 인식

우리의 대학(원)생 중 창업 동아리 활동을 경험한 학생은 전체 응답자 중 11.6%에 불과한 것으로 나타났다. 이는 선진국의 경우 공과계열 학생들의 절대 다수가 창업 동아리 활동을 수행하는 것과 매우 대조된다.

지식과 기술이 창업에서 매우 중요한 비중을 차지하고 있는 오늘날의 추세에 비추어볼 때 창업 동아리 활동은 창업과 관련하여 각종 정보를 공유하고, 인적 네트워크를 구축하는 등 본격적 창업 활동으로 나아가기 위하여 필수적으로 요청되고 있다.

이같은 창업 동아리 활동의 장점에 대하여 대학(원)생과 교수 사이에 인식 차이가 큰 것으로 나타났다. 대학(원)생들은 창업 동아리 활동의 가장 큰 장점으로 ‘창업 정보 교환’(59.1%)을 꼽았고, 다음으로 ‘창업의 선행적 경험’(24.7%), ‘네트워크 구축’(6.5%), ‘창업에 대한 위험 분산’(5.4%) 등을 꼽았다. 이에 비하여 교수들은 ‘창업에 대한 위험분산’(64.4%)을 가장 큰 장점으로 꼽았고, 다음으로 ‘창업 정보 교환’(28.9%), 네트워크 구축(4.4%) 등을 꼽았다.

대학(원)생은 창업 정보 교환을 가장 중요하게 생각하는 반면에 교수들이 가장 중요하다고 보는 창업에 대한 위험 분산에 대해서는 중요도를 낮게 보고 있는 것이다. 앞으로 창업동아리 활동을 보다 활성화하기 위해서는 교수가 대학(원)생의 눈높이와 요구에 맞도록 활동 방향과 내용을 수정할 필요가 있을 것으로 판단된다.

창업 동아리 활동에 참여한 경험이 있는 대학(원)생 93명을 대상으로 창업 동아리 활동의 만족도를 조사한 결과, 절대 다수를 차지하는 59.1%가 불만족하고 있는 것으로 밝혀졌다. 그 이유에 대하여 대학(원)생은 ‘동료 학생의 낮은 참여도’를 가장 중요한 원인으로 꼽았고(39.8%), 다음으로 ‘학교의 지원 부족’(26.8%), ‘선배들의 성공 사례 부재’(20.0%), ‘교수의 적극적인 지도 부족’(11.6%) 등을 지적하였다. 이로 미루어 볼 때 우리나라에서

학생들의 창업 동아리 활동 참여를 촉진하기 위하여 학생들의 관심도를 제고하기 위한 각종 인센티브를 개발할 필요가 있으며, 특히 학교차원의 적극적인 지원이 이루어져야 할 것으로 보인다.

그리고 창업 동아리 활동 경험은 창업 계획을 수립하는 데 깊 연관되는 것으로 밝혀졌다. 이는 통계적으로 매우 유의미(유의 확률 1% 이내)한 것으로 나타났다(<표 4-16> 참조).

<표 4-16> 창업 동아리 활동 경험과 창업 계획 수립의 연관성

		창업 계획		
		있음	없음	계
창업 동아리 경험	있음	76	17	93
		81.7%	18.3%	12.8%
	없음	405	302	707
		57.3%	42.7%	87.2%
	계	481	319	800
		60.1%	39.9%	100%
Pearson의 카이제곱		20.470***		
유효 케이스		800		

*: p<0.1, **: p<0.05, ***: p<0.01

우리나라에서는 창업 동아리 등을 거쳐 본격적인 창업 단계에 들어서더라도 여러 가지 장애 요인이 존재하고 있다. 이와 관련하여 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표 등 전체 응답자를 대상으로 우리나라에서 청년 창업 환경이 얼마나 열악한지 알아보았다.

그 결과 전체 응답자 중 대다수인 94.5%의 응답자가 우리나라의 창업 환경이 열악하다고 지적했다(<표 4-17> 참조). 이는 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표 모두가 공통으로 느끼는 문제점인 것으로 판단된다. 우리나라에서는 사회적으로 실패를 용인하는 분위기가 형성되지 못하며, 창업에 따르는 위험을 사회적으로 공유할 수 있는 시스템이 부재하다는 사실을 반증하는 것이다.

<표 4-17> 청년 창업 환경에 대한 집단별 인식 비교

(단위: 명, %)

구분		매우 열악	다소 열악	다소 좋음	매우 좋음	사례 수
전체	빈도	472	662	60	6	1,200
	비율(%)	39.3	55.2	5.0	0.5	
대학(원) 생	빈도	303	460	32	5	800
	비율(%)	37.9	57.5	4.0	0.6	
교수	빈도	100	92	7	1	200
	비율(%)	50.0	46.0	3.5	0.5	
입주 업체 대표	빈도	69	110	21	0	200
	비율(%)	34.5	55.0	10.5	0.0	

우리나라에서 청년 창업을 저해하는 장애 요인에 대하여 대학(원)생은 ‘창업 자금 조달의 어려움’(34.0%)을 가장 요인 것으로 꼽았고, 그 뒤를 이어 ‘창업 실패 시의 재정적 부담’(25.1%), ‘경영 기술 부족’(11.6%), ‘정보 취득의 어려움’(11.6%) 등을 지적하였다.

끝으로, 창업 활동의 개선 방안에 대하여 대학(원)생은 ‘창업 교육 활성화’를 가장 중요한 방안으로 꼽았고(29.9%), 그 다음으로 ‘창업 활동 자금 지원’(26.4%), ‘창업 활동 관련 정보 제공’(23.0%) 등의 순이었다. 이러한 장애 요인들과 개선 방안에 대한 요구는 앞으로 청년 창업의 활성화를 위하여 우리가 어떠한 일을 해야 하는지를 잘 보여 주고 있다.

제3절 청년 창업 계획의 결정 요인 분석

이 절에서는 대학(원)생 800명을 모집단으로 하여 청년 창업에 영향을 끼치는 가장 중요한 결정 요인이 무엇인지에 대한 실증 분석을 실시하였

다. 이 연구에서는 창업 계획의 유무를 종속 변수로 설정하였고, 설명 변수는 종속 변수와의 카이제곱 분석을 실시하여 통계적으로 유의미한 변수들을 포함시켰다. 이분형 로지스틱 회귀 분석을 위한 모형은 아래와 같다.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_m X_m + \varepsilon$$

종속 변수: $Y =$ 창업 계획 여부(있음=1, 없음=0)

설명 변수: $X_1 =$ 성별(남자=1, 여자=0)

$X_2 =$ 학력(대학생=1, 대학원생=2, 전문대생=0)

$X_3 =$ 창업 교육 참여 여부(있음=1, 없음=0)

$X_4 =$ 창업 동아리 참여 여부(있음=1, 없음=0)

$X_5 =$ 주변의 창업 성공 사례 여부(있음=1, 없음=0)

모형에서는 창업 계획 유무를 종속 변수로 하고, 설명 변수로는 성별, 학력, 창업 교육 여부, 창업 동아리 활동 여부, 주변의 창업 성공 사례 유무, 대학이 위치한 지역의 제조업 활성화 여부 변수를 설정하였다. 그리고 분석에 사용할 설명 변수들의 상관 관계에 대한 사전 분석을 통하여 모델을 더욱 정치화하였다.

그런데 대학이 위치한 지역의 제조업 활성화 여부 변수를 로지스틱 회귀 분석 모형에 추가하였을 경우 학력 변수 및 창업 교육 경험 유무 변수의 유의 확률값이 너무 커지는 문제점이 발생하여 모형에서 제외시켰다.

실제로 상관 분석을 실시한 결과 제조업 활성화 변수는 학력 변수 및 창업 교육 경험 유무 변수와 각각 0.178, -0.255의 상관 관계를 보여 주었다.

<표 4-18> 모형의 설명 변수들의 상관 분석 결과

	성별	학력	창업 교육 경험 유무	창업 동아리 경험 유무	주변의 창업 성공 사례 유무	대학 소재 지역 주력 산업 (제조업)
성별	1	0.174***	0.078**	0.044	0.087**	0.012
학력		1	0.041	0.167***	-0.010	0.178***
창업 교육 경험 유무			1	0.393***	0.103***	-0.255***
창업 동아리 경험 유무				1	0.057	-0.134***
주변의 창업 성공 사례 유무					1	-0.048
대학 소재 지역 주력 산업						1

*: p<0.1, **: p<0.05, ***: p<0.01

이분형 로지스틱 회귀 분석 모형에 입각한 최종적인 분석 결과는 <표 4-19>와 같다.

<표 4-19> 청년 창업 계획 여부에 대한 로지스틱 회귀 분석 결과

		회귀 계수	Exp(B)	표준 오차
성별	남자	0.522	1.685***	0.189
	여자	-0.625	0.535***	0.210
학력	대학생	-0.825	0.438***	0.231
	대학원생			
창업 교육 경험	있음	0.498	1.646**	0.217
창업 동아리 활동 경험	있음	1.013	2.755***	0.311
주변의 창업 성공 사례	있음	1.443	4.232***	0.162
	상수	-0.274	0.760	0.209

-2LL=938.443,

카이제곱(절편 모형-이론 모형)=137.56(df=3, p=.00) Nagelkerke R²=0.214

*: p<0.1, **:p<0.05, ***:p<0.01

주: 더미 변수의 기준값은 각각 성별 변수는 '여자', 학력 변수는 '전문대생', 창업 교육 경험 변수는 '없음', 창업 동아리 활동 경험 변수는 '없음', 주변의 창업 성공 사례 변수는 '없음' 임

전반적인 모형의 적합성을 검정하면 $-2LL$ 은 938.443으로 1076.003에서 137.560만큼 변화하였다. 이 변화는 유의 수준 1% 내에서 모든 계수들이 0이라는 영가설을 기각할 수 있으므로 통계적으로 유의미하다. Nagelkerke R^2 은 모형에서 종속 변수를 설명하는 부분의 비율을 나타내는 통계량으로 종속 변수의 변동 중 21.4%를 모형에서 설명하고 있음을 알 수 있다. 모형의 로지스틱 계수는 투입된 모든 설명 변수가 통계적으로 유의하게 종속 변수에 영향을 끼치고 있다는 사실을 보여 준다.

다른 변수들이 일정할 때 성별이 남자일수록 창업을 계획할 확률이 여자보다 1.685배 높은 것으로 나타났다. 그리고 창업 교육 경험이 있는 대학(원)생이 교육 경험이 없는 사람보다 창업을 계획할 확률이 1.646배 높았다. 이뿐만 아니라 창업 동아리 활동 경험이 있는 대학(원)생이 동아리 활동 경험이 없는 대학(원)생보다 창업을 계획할 확률이 2.755배 높게 나타났다. 그리고 전문대학생은 창업을 계획할 확률이 4년제 대학생보다 1.869배, 대학원생보다 2.283배 높았다.

특히 주변에 창업에 성공한 사례가 있으면 창업을 계획할 확률이 그렇지 못한 사람보다 4.232배 높은 것으로 나타났다. 이는 청년 창업 계획을 수립하는 데에 문화적 요인이 매우 중요한 영향을 끼친다는 사실을 잘 보여 준다. 즉, 대학(원)생들이 창업 활동에 나설 가능성은 그 주변에 긍정적 사례가 가장 큰 영향을 끼치고 있는 것이다. 이는 문화적으로 공유된 인지적 표상과 정보 과정이 행위자의 의사 결정을 조절하며, 따라서 창업 활동 등에 영향을 끼친다는 주장의 타당성을 다시 한 번 입증해 주고 있다(Fornahl, 2003: 38~40).

끝으로, 청년 창업 계획 수립의 결정 요인 중 서울 지역 대학(원)생들과 서울 외 지역 대학(원)생들 사이의 창업 계획, 창업 교육 참여 경험, 창업 동아리 참여 경험 등에 있어서 큰 차이가 존재한다는 사실을 확인할 수 있었다. 세 변수와 서울 지역 변수 사이의 카이제곱 상관 계수는 통계적으로 무엇보다도 창업 계획에서 커다란 차별성이 존재한다.⁵⁾

예를 들어 서울 지역 대학(원)생들의 창업 계획 유무는 ‘있음’이 32.2%에 불과하고 ‘없음’이 67.8%인데 비하여 서울 외 지역 대학(원)생들의 창업 계획 유무는 ‘있음’이 68.2%, ‘없음’이 31.8%로 서울 외 지역 대학(원)생들이 서울지역 학생들보다 창업 계획에 있어서 36.0%p가 높은 것으로 나타났다.

<표 4-20> 서울 소재 대학과 그 외 지역 대학의 창업 관련 카이제곱 분석 결과

(단위: 명, %)

	창업 계획			창업 교육 참여 경험			창업 동아리 참여 경험		
	있음	없음	계	있음	없음	계	있음	없음	계
서울 외 지역 대학	423	197	620	161	459	620	84	536	620
	68.2	31.8	77.5	26.0	74.0	11.6	13.5	86.5	77.5
서울 지역 대학	58	122	180	14	166	180	9	171	180
	32.2	67.8	22.2	7.8	92.2	88.4	5.0	95.0	22.5
계	481	319	800	175	625	800	93	707	800
	60.1	39.9	100	21.9	78.1	100	11.6	88.4	100
Pearson의 카이제곱	75.424***			27.008***			9.922***		
유효 사례	800								

*: p<0.1, **: p<0.05, ***: p<0.01

제4절 분석의 시사점

이 절에서의 분석이 우리에게 가져다 주는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 나이가 많을수록 청년 창업에 대하여 부정적 인식을 갖고 있는 사람이 더욱 많다는 사실을 확인할 수 있다. 이는 나이가 많은 창업자의 경우

5) 지역 변수를 로지스틱 회귀 분석 모형에 추가하였을 경우 학력 변수 및 창업 교육 경험 유무 변수의 유의 확률값이 너무 커지는 문제점이 발생하여 모형에서 제외시켰기 때문에, 여기서는 별도로 서울 지역과 여타 지역 간의 비교 분석을 실시하였다.

사업 아이템뿐만이 아니라 상당한 규모의 창업 자금과 공장 등 하드웨어를 고루 갖추어야 창업이 가능하다고 보기 때문인 것으로 판단된다. 반면에 나이가 적은 청년일수록 아이디어만으로도 창업이 가능하다는 인식이 높아 현재와 같은 경기 침체 상황에도 불구하고 창업에 대하여 긍정적 태도를 보여 주고 있다.

문제는 대학교수 중 절대 다수가 현재의 조건에서 창업에 대해 부정적으로 인식하고 있다는 사실이다. 이에 따라 이들이 창업 교육을 실시할 경우 청년 창업에 대하여 긍정적 마인드를 심어주기 어려울 것으로 판단된다. 이를 통하여 우리는 창업 교육의 경우 눈높이가 같아야 한다는 점을 확인할 수 있다. 동료 집단 중 창업 경험을 보유하였거나 학생들과 동일한 관심 분야에서 창업에 성공한 창업자들을 활용하여 창업 교육의 실질화를 도모해 나가야 한다. 현재는 창업 교육자와 실제 창업자들 사이에 눈높이가 맞지 않고 창업 교육자가 창업에 부정적 인식을 강하게 갖고 있어서 학생들의 호응을 이끌어 내기 어려운 문제점이 존재하는 것으로 나타나고 있다.

성공하거나 실패하였더라도 실패의 경험을 전수해 줄 수 있는 창업 유경험자를 중심으로 창업 교육 전문가 풀을 구성하고, 이들을 활용하여 전국적으로 창업 아카데미를 개최하는 방안을 적극적으로 강구해 나가야 할 것이다. 실제로 창업자는 태어나는 것이 아니라 교육을 통하여 전문적 창업가로 육성되는 것이 일반적이기 때문이다.

둘째, 청년 창업의 결정에서 주변 친지의 창업 성공 등의 요인이 매우 중요한 영향을 끼치고 있다는 사실이다. 제3절의 통계 분석 모형을 통하여 알 수 있듯이 학생들 주변에서 창업에 성공한 사람이 있으면 창업을 계획할 확률이 그렇지 못한 사람보다 4.232배 높은 것으로 나타났다. 이는 청년 창업을 결정하는 데 문화적 요인이 매우 중요한 영향을 끼친다는 사실을 잘 보여 준다.

즉, 대학(원)생이 창업 활동에 나설 가능성은 그 주변에 긍정적 사례가 얼마나 많은지가 가장 큰 영향을 끼치고 있는 것이다. 이는 학생들의 행태와 의사결정에서 그들이 환경으로부터 받는 정보에 크게 의존한다는 가설

을 입증 해주는 것이기도 하다.

이에 따라 창업 성공 사례를 유형별로 다수 발굴하여 매우 구체적으로 성공에 필요한 요인을 제시해 줄 필요가 있다. 특히 청년 세대들이 창업정보의 획득에서 인터넷이나 미디어의 영향을 많이 받고 있으므로 이를 적극 활용하여 성공 사례를 지속적으로 홍보해 나가야 한다.

셋째, 대학(원)생이 창업을 고려할 때 가장 유망한 분야는 아이디어 창업, 인터넷 쇼핑몰, 오락·문화·운동관련 서비스업, 지식 콘텐츠, 정보·통신 등 지식기술 분야가 압도적인 우위를 차지하고 있다는 사실을 알 수 있다. 최근 스마트폰, 소셜 서비스 네트워크 등 새로운 매체들이 급속히 확산되면서 아이디어만으로 창업이 가능한 분야들이 새롭게 부상하고 있다.

특히 스마트폰 어플스토어, 인터넷 쇼핑몰, 디자인, 게임 및 오락 등의 분야는 자금이나 공장 건물 등 하드웨어 부담을 크게 갖지 않고 아이디어 만으로도 창업이 가능한 분야들로 인식되고 있다. 이러한 새로운 환경 변화는 창업 환경이 매우 열악한 우리나라에서 청년들이 창업 위험을 크게 느끼지 않고서도 창업에 쉽게 도전하고 성공과 실패를 할 수 있는 여건을 조성해 줄 수 있을 것으로 기대된다.

넷째, 창업 교육이 실질적인 창업으로 이어지는 데 매우 중요한 영향을 끼치고 있다는 것이다. 창업 교육을 경험한 학생일수록 향후에 창업 계획을 수립하는 데 더욱 적극적이며, 대학(원)생의 83.0% 정도가 창업 교육이 본인의 창업 의지를 강화하는 데 도움이 되었다고 응답하고 있어 앞으로 창업 교육을 보다 강화해야 한다.

그리고 창업 교육이 영역·분야별로 다양화될 필요성이 제기되고 있다. 이는 창업 교육에 대하여 불만족하는 학생들의 가장 많은 수가 창업 교육이 획일적이어서 실제로 창업을 하는 데 도움이 안 된다고 지적하고 있는 사실을 통하여 확인할 수 있다. 아울러 창업 교육의 시기도 현재보다 더욱 앞당겨야 할 것으로 판단된다.

현재 대부분의 대학에서는 대학 3~4학년 수준에서 창업 교육을 실시하

고 있지만 실제로 60%에 이르는 학생들은 창업 교육이 고등학교에서부터 대학 1~2학년 사이에 이루어져야 한다고 보고 있다. 실제로 심층 면접을 통하여 많은 학생이 더 어린 나이에 창업 교육을 받았더라면 현재의 시행착오를 훨씬 많이 줄일 수 있었을 것이라는 답변을 하고 있다. 이에 따라 고등학교 단계에서부터 창업 교육을 정규 교과목으로 지정하여 기업가 정신을 고취시켜 나갈 필요가 있다.

다섯째, 우리나라에서는 대학(원)생 10명 중 1명만이 창업 동아리 활동 경험을 갖고 있지만 창업 동아리 활동을 경험한 학생이 실제로 창업 계획을 수립할 가능성이 매우 높은 것으로 나타나고 있다. 창업 동아리 활동은 창업과 관련한 정보 교환, 창업의 선행적 경험, 인적 네트워크의 구축, 창업 위험의 분산 등 여러 부문에서 장점을 갖고 있는 것으로 파악된다. 창업 동아리 활동의 경험을 통하여 기업가 정신의 중요성을 실제적으로 경험할 수 있을 뿐만 아니라 창업에 대한 두려움을 극복할 수 있는 매우 중요한 계기를 제공받을 수 있다.

그러나 우리나라에서 창업 동아리가 활성화되기 위해서는 학생들의 참여도를 제고하기 위한 각종 인센티브의 개발이 필요하며, 특히 대학 차원의 적극적인 지원이 필요한 실정이다. 특히 창업 동아리 활동에 대한 정부 차원의 지원을 획기적으로 강화해 나가야 할 것이다.

끝으로, 서울의 명문 대학일수록 창업에 대하여 보수적 태도를 나타내는 것은 이른바 명문 대학 학생들이 안정적인 취업을 선호하는 결과 때문인 것으로 판단된다. 우리나라 학생들은 창업에 대한 지원 시스템이 거의 갖추어지지 않은 조건에서 창업에 대하여 부정적 태도를 보이고 있는 것이다. 이에 따라 국가 차원에서 창업 지도자들을 체계적으로 육성하려는 노력을 기우려야 한다.

우수한 인재가 고용 시장에 몰려들도록 방치할 것이 아니라 보다 적극적으로 창업 등을 통하여 자기 취업에 나설 수 있도록 창업에 따른 위험도를 낮추어 주고, 다양한 인센티브를 제공하는 방안을 강구해 나가야 하는 것이다.

제 5 장

국내외 청년 지식기술 창업 사례 및 시사점

박 동 · 이종선 · 이봉주

제1절 해외의 청년 지식기술 창업 사례

1. 미국 스탠포드대학과 UC 버클리대학의 청년 지식기술 창업 사례

가. 미국 실리콘 밸리 사례의 개관

새로운 영역에의 도전 정신과 혁신, 그리고 기업가 정신(entrepreneurship)은 미국 경제를 세계 경제의 중심지로 성장시켜 온 힘의 원천이라고 할 수 있다. 미국 내 주요 일자리의 창출과 소멸은 무수히 새롭게 생겨나는 중소기업이 이루고 있다.⁶⁾

특히 실리콘밸리는 HP, 인텔, 애플 등 1960년대 이후 세계 IT 산업과 혁신의 메카로서 미국 신경제 발전의 원동력이자 엔진 역할을 수행해 왔으며, 국내는 물론 세계 노동 시장 차원에서 새로운 일자리 창출의 산실이 되

6) 미국 내에는 2009년 말 현재 2,750만여 개의 기업체가 존재하고 있으며, 이 중 99.7%가 500인 미만의 고용인을 갖고 있는 중소기업으로 나타나고 있다. 이들 중소기업은 미국 전체 고용 비중의 절반 가량인 49.7%를 차지(하이테크 기업의 경우는 43%)하고 있으며, 지난 1993년에서 2009년 신규 일자리의 65%(980만 개)를 만들어 냈다(SBA, 2010).

고 있다. 실리콘 밸리는 새로운 혁신 기업의 발상지이자 최적지로서 매년 전 세계에서 창업과 성공을 꿈꾸는 수많은 청년 기업가들이 끊임없이 몰려왔다.

그러나 최근 실리콘 밸리에서는 미국의 경기 침체 속에서 지역 경제 전반에 걸친 일자리 감소 등 혁신 엔진으로서의 기능이 약화되고 있다는 내부 우려가 고조되고 있다. 실제로 2009년 현재 실리콘 밸리 내 고용자수는 2008년에 비해 5.8% 감소하였으며, 특허등록 수는 같은 기간 동안 1% 이상 감소한 것으로 나타났다. 이에 따라 같은 기간 동안에 실리콘 밸리 지역에서 모두 9만 개의 일자리가 사라져 2005년 수준으로 후퇴한 것으로 집계되었다(Joint Venture, 2010).

이와 같은 실리콘 밸리 내부의 우려와 경제 상황에도 불구하고 실리콘 밸리는 여전히 새로운 비즈니스의 탄생과 혁신 지역으로서의 역할을 지속하고 있다. 전반적인 일자리 감소에도 불구하고 코어 그린 에너지 산업 일자리는 1995년 이후 50% 이상 증가 추세를 보이고 있다. 세계 경제 위기에도 불구하고 2007년에서 2008년 동안 실리콘 밸리 내 코어 그린에너지 관련 일자리는 8% 성장한 것으로 나타났다.

실리콘 밸리에는 스탠포드대학을 중심으로 UC버클리·샌프란시스코·산호세대학과 산타클라라대학 및 미 에너지부 산하 버클리 로렌스·리버모어 연구소 등 세계적 연구 기관과 우수한 연구 인력이 집중되어 있다. 또, DFJ(Drafer Fisher Jurvetson) 등을 비롯한 미국 내 주요 벤처 투자사가 스탠포드대학을 중심으로 반경 1~2마일 이내에 위치하여 다양한 기술을 가진 신규 투자 기업들이 성장할 수 있는 최적의 조건을 갖추고 있다. 그러나 실리콘 밸리의 기업 외부적 환경 요인만으로 새로운 혁신 기업의 창업과 경제적 성공을 설명하기는 매우 어렵다.

따라서 이 절에서는 전 세계 다른 어느 지역에서보다 유독 실리콘밸리에서 더 많은 청년 지식기술 창업이 시작되고 성공을 일구는 내적 요인과 창업 과정에 대한 분석을 하고자 한다. 특히 혁신과 기업가 정신을 토대로 청

년 지식기술 기업 창업을 도모하기 위한 실리콘 밸리 소재 대학의 다양한 교육 프로그램과 네트워킹에 대한 분석을 토대로 우리의 청년 지식기술 창업을 위한 시사점을 모색하고자 한다.

나. 실리콘 밸리의 청년 지식기술 창업 관련 프로그램

1) 스탠포드대학의 청년 지식기술 창업 관련 프로그램

스탠포드대학의 청년 창업 관련 프로그램으로는 스탠포드 기술 벤처 프로그램, 스탠포드 바이오디자인 프로그램, 스탠포드 대학 지식기술 창업 관련 협회 및 단체 등이 있다.

첫째, 스탠포드 기술 벤처 프로그램(STVP)은 스탠포드 공과 대학 내에 설치되어 있으며, 동 프로그램에는 엔지니어링, 비즈니스, 법학 등 다양한 분야의 전공자들이 공동 참여하여 교육과 연구를 진행하고 있다. STVP는 전 세계 엔지니어와 과학자를 대상으로 하이테크 기업이 정신 연구와 교육을 촉진하고 지식기술 기업에 대한 학문적 연구를 통해 대학생과 학자, 비즈니스 리더들에게 새로운 창업 동기를 부여하고 있다. 이를 위해 STVP는 과학 기술 전공 학생들을 대상으로 한 매우 다양한 지식기술 창업 관련 정규 코스 교육 과목을 제공한다.

STVP의 지식기술 창업과 관련된 주요 교육프로그램의 내용을 살펴보면, 창업 정신 고취를 목적으로 한 하이테크 기반 신규 기업 CEO와 세계 정상급 기업 창업자 초청 세미나를 비롯하여 창업 비즈니스 모델과 전략, 기업 관리와 자금 확보, 마케팅 등 실제 지식기술 창업에 필요한 지식과 정보, 그리고 능력을 갖추도록 하는 데 중점을 둔다. 특히 STVP의 청년 지식기술 창업 관련 교육 프로그램은 매우 다양한 분야로 구성·운영되고 있으며, 실리콘 밸리 지역 내 창업자들이 강의와 멘토(mentors)로 교육과정에 참여함으로써 실제 창업 과정에서 직면하게 되는 문제와 해결책을 찾아

가는 학습 경험을 통해 자신들이 갖고 있는 아이디어를 실제 창업으로 이어 가도록 돕고 있다.

예를 들어 2010년 가을 학기에 개설된 ‘기술 벤처 설립’ 과목은 하이테크 기업 시작 과정을 시뮬레이션 하는 학습 체험을 제공하고 있다. 학생들은 학기 초 창업을 위한 사업 계획에 대한 팀을 구성하고, 사업 계획서를 작성하며, 이를 경험 많은 벤처 자본가로 구성된 패널 앞에서 발표할 기회를 갖게 된다. 신규 벤처 설립 전문가들로 구성된 코스의 강사들은 학생들에게 시장 기회 평가, 수익성 있는 시장 모델 설계, 비즈니스 계획 수립, 자본금 충당, 법률적 고려 사항 등과 관련된 핵심 이슈들을 소개한다. 동 강의는 대학원생으로 수강 신청이 제한되며, 수업 첫날까지 과목 수강과 관련된 신청서를 작성·제출해야 한다. 수강을 원하는 학생 중 최종 48명이 선정되어 교육을 받게 되며, 추후 수강 변경 사항을 고려하여 12명의 학생이 추가 예비 명단에 포함된다. 최종 수강이 허용된 학생들은 두 차례의 만남을 통해 자신들의 팀을 구성하고 자신들이 선호하는 멘토를 직접 선택한다. 이후 수업 과정을 통하여 창업에 필요한 다양한 지식과 정보를 얻게 되며 실제 상황의 창업과정을 체험하게 된다. 특히 발표 리허설과 패널 발표를 통하여 최종 우승 팀이 될 경우 본격적인 창업을 할 수 있는 기회를 얻게 된다.

스탠포드대학 내 청년 지식기술 창업 관련 프로그램은 STVP뿐만 아니라 그밖의 엔지니어링 관련 학과와 비즈니스, 헬스 케어·바이오 디자인, 메디컬 디바이스 등 학제 간 교육·연구를 통하여 활발하게 진행된다. 이러한 교육 프로그램은 실리콘 벨리 내에 위치한 스탠포드대학이 가진 지역적 장점의 하나인 다양한 분야의 창업가와 창업관련 전문가, 그리고 벤처 기업가들과의 연계를 통하여 우수한 아이디어를 가진 학생들이 언제든지 창업할 수 있는 기회를 제공해 준다.

또, 스탠포드 테크놀로지 벤처 프로그램에서는 청년 지식기술 창업을 도모하기 위해 자체적으로 ‘스탠포드 기업가 정신 네트워크(SEN)’를 개설·

운영하고 있다. SEN은 청년 지식기술 창업을 활성화하기 위해 전문적인 창업 멘토링 프로그램의 하나인 ‘코치스 온 콜(Coaches-on-Call)’을 운영하고 있다. ‘코치스 온 콜’은 청년 기술 기술 창업에 관심을 가진 학생들이 신청 절차를 통해 기업 전문가들로부터 비공식적, 실용적 자문을 얻도록 지원하고 있다. 먼저 신청서를 작성한 후, 스케줄이 결정되면 각각 30분씩 총 네 번의 멘토링 기회가 부여된다. 특히 외부 코치들의 명단을 SEN 웹사이트를 통해 미리 공지함으로써 학생들은 자신의 사업 또는 관심 전문 분야에 맞는 코치들을 미리 선택해서 자문을 받을 수 있다.

그 밖에 STVP는 연례 회의, 범캠퍼스적 협력, 그리고 ECorner (Entrepreneurship Corner) 웹사이트를 통한 강의 내용의 확산과 전파를 통해 새로운 청년 지식기술 창업에 기여하고 있다. 특히 ECorner에서는 강의와 학습을 목적으로 한 기업가 정신 정보 관련 무료 온라인 아카이브를 운영하고 있다. 이러한 ECorner 아카이브는 스탠포드 테크놀로지 벤처 프로그램(STVP)에 속한 교육자, 기업가, 엔지니어 및 디자이너들에 의해 자체 개발·운영된다.

둘째, 스탠포드 바이오디자인 프로그램이 있다. 최근 실리콘 밸리 내 지식기술 창업과 관련하여 관심을 끄는 곳 중의 하나는 스탠포드 디자인 연구소이다. 이 연구소는 엔지니어링, 의학, 비즈니스, 인문학, 그리고 교육학 전공자와 교수진이 디자인 사고를 배우고 인간 중심적 방식으로 당면 문제를 함께 해결하기 위하여 만든 프로그램이다. 그런데 이러한 디자인 사고가 최근 지식기술 창업으로 나아갈 수 있는 하나의 방법으로 미래의 창업자를 꿈꾸는 연구자들 사이에서 주목을 받고 있다.

디자인 사고는 엔지니어링과 디자인 분야의 방법을 토대로 예술로부터의 아이디어, 사회 과학으로부터의 도구, 비즈니스 세계로부터의 통찰력을 결합함으로써 새로운 창업 아이디어에서 혁신제품 발명, 그리고 신제품 생산에 이르기까지 짧은 시간 안에 모든 것이 가능하게 하여 실제 창업으로 이어지도록 하는 새로운 방안이 되었다. 디자인 사고 과정의 핵심 요소는

몰입과 시제품화, 협력, 반복, 피드백의 자세등이 이처럼 디자인 사고는 특정한 혁신 자체보다는 오히려 끊임없이 혁신을 일구어 내는 혁신가들을 창출하는 데 초점을 두고 있다. 특히 연구소 내 ‘사회적 기업가 정신 실험실’(SEL)은 자신들의 프로젝트 지속과 현재 존재하는 조직체 나 벤처를 구성함으로써 세계에 유용한 해결책을 고안하고자 하는 학생 팀을 지원한다.

스탠포드대학 ‘바이오디자인 프로그램’도 이러한 노력의 일환이라고 할 수 있다. 현재 바이오디자인 프로그램은 4주부터 10주까지 다양한 프로그램을 운영하고 있으며, 비즈니스 스쿨, 엔지니어링, 인문학과 사이언스, 법학과 의학 등 40개 학과 이상 교수진과 학생들이 참여하여 운영되고 있다. 동 프로그램은 바이오디자인 과정에서 새로운 바이오메디컬 기술에 대한 수요발견, 발명과 실행에 이르기까지의 전 과정에 대한 체계적 접근을 통해 학생, 창업자 그리고 교수·연구진을 연계시키는 가교 역할을 하고 있다. 이를 위해 동 프로그램에서는 바이오 디자인 혁신 동료의식, 메디테크 혁신(meditech innovation) 관련 강의 개설, 기술 이전 과정을 원하는 학생·교수진에 대한 멘토링, 메디테크 경력에 관심을 갖고 있는 학생들에 대한 커리어 서비스, 그리고 각종 커뮤니티 교육 이벤트 등을 제공한다.

셋째, 스탠포드대학에는 다양한 지식기술 창업 관련 협회 및 단체가 청년 창업을 지원하고 있다. 그중 가장 활발한 활동을 펼치고 있는 곳은 ‘스탠포드 기업가 학생 비즈니스 협회’(BASES)와 ‘스탠포드 벤처 캐피탈 클럽(SVCC),’ 그리고 ‘MIT·스탠포드 벤처 실험실’(VLAB) 등이다.

BASES는 현재 스탠포드대학을 중심으로 대학 내부와 외부 구성원 등 총 3~4천여 명의 회원을 둔 가장 큰 청년 지식기술 창업 관련 조직의 하나로서, 실리콘 벨리 내외의 차세대 기업가 양성을 주요 임무로 설정하고 있다. 학생들과 기업가 공동체 사이에 대화, 상호작용과 파트너십을 촉진하기 위해 ‘기업가 리더(entrepreneurial thought leaders)’ 강연 시리즈, 전국 기업가 훈련 캠프(E-bootcamp), 그리고 매년 총 10만 달러의 상금이 걸린 2개의 ‘사업 계획서 경진 대회’를 개최하고 있다. 또다른 창업 관련 프로그

램으로서 BASES는 스탠포드와 관련된 팀들이 자신들의 발명품을 벤처 캐피탈 기업이 커뮤니티를 대상으로 전시하고 포상(총 상금 15만 달러)을 위해 경쟁하는 ‘생산품 전시 박람회’를 개최한다.

스탠포드 벤처 캐피탈 클럽은 벤처 자본과 신규 기업 투자 과정에 관심을 갖고 있는 스탠포드 학부 학생을 중심으로 2006년에 설립된 벤처 창업 관련 학생 운영 단체이다. 특히 SVCC는 벤처 자본가들이 어떠한 과정을 통하여 투자하는가 하는 벤처 자본 프로세스에 초점을 맞추어 활동하고 있다. 현재 SVCC 회원은 15명 안팎으로 경제학, 경영학, 엔지니어링 등 다양한 학문적 배경을 갖고 있다. 신규 회원의 경우 클럽 가입 신청서를 통해 자신의 벤처 자본 관련 전문적 관심 영역과 지금까지의 활동 사항 등을 상세하게 기재하여야 하며, 많은 가입 희망자 중 매우 엄격한 서류 심사와 인터뷰를 거쳐 가입이 허용되고 있다. 또, SVCC는 스탠포드대학교 실리콘 벨리 벤처 자본의 하나인 DFJ(Draper Fisher Jurvetson)사의 재정적 지원을 받고 있으며, 아이디어와 기술을 가진 신규 기업과 벤처 자본가 사이의 연결과 신규 기업 조사 등을 주요 임무로 하고 있다⁷⁾.

SVCC에서 2009년도에 수행한 주요 프로젝트의 하나는 태양열 열판 및 환경 에너지 관련 신규 기업에 대한 벤처 자본 투자 타당성에 관한 분석이었다. 이를 위하여 미국 내 태양열 열판과 환경 에너지 관련 총 800개 기업에 대한 자체 분석 작업을 통하여 상위 20개 기업을 선정하여 벤처 자본의 입장에서 투자 타당성, 시장성에 대하여 신규 투자 기업을 분석한 뒤 주요 벤처 자본가들을 대상으로 발표를 하기도 하였다.

이 밖에 MIT·스탠포드 실험실이 운영하고 하고 있는 VLAB 포럼도 샌프란시스코와 실리콘 벨리의 주요 기업가, 창업 전문가, 벤처 자본가, 개인 투자자, 그리고 기술 전문가를 중심으로 하이테크 벤처 기업을 효과적

7) 현재 Stanford VC Club의 재정적 지원을 하고 있는 DFJ는 Hotmail, SAAS 등 실리콘벨리 내 수많은 창업기업에 투자하고 있으며, 한국내 자회사인 DFJ Athena를 통해 전기차(Electronic Car)사업 등에 적극적인 신규 투자를 하고 있다.

으로 성장시킬 수 있는 방안에 대한 지식과 정보를 교환할 수 있는 기회를 제공한다.

2) UC버클리대학의 청년 지식기술 창업 관련 프로그램

UC버클리대학도 스탠포드대학처럼 학부생과 대학원생을 대상으로 매우 다양한 창업(Entrepreneurship) 관련 교육 프로그램을 제공하고 있다.

첫째, ‘기업가정신과 혁신을 위한 레스터 센터’가 있다. 레스터 센터는 미래 창업을 꿈꾸는 재학생을 대상으로 기업가정신과 혁신에 대한 각종 교육 프로그램을 제공하고 있다. 또, LCEI의 ‘버클리 기업가 포럼’은 지난 20여 년 동안 재학생과 일반인들이 경험이 풍부한 전문 기업인을 만나서 창업 관련 정보를 듣고 자극을 받을 수 있는 환경을 제공하고 있다. EBP (Entrepreneurial Best Practices) 시리즈는 정규 학기 중 UC 버클리 사업 계획서 경진 대회와 글로벌 사회 벤처 경진 대회 시즌에 맞추어 개최함으로써 버클리와 실리콘 밸리 커뮤니티로부터 온 기업인들과 기업 활동의 실제 측면에 대하여 의견을 교환할 수 있는 기회를 제공한다.

2010년에 12회를 맞이한 매년 개최되고 있는 UC버클리 사업 계획서 경진 대회는 클린 테크(clean-tech)에서 소비자 제품에 이르기까지 매우 다양한 아이디어와 제품들이 출시되었다. 특히 UC버클리 사업 계획서 경진 대회는 학생들의 비즈니스 벤처를 중견 실리콘 밸리 벤처 자본 기업들에게 직접 선보일 수 있는 기회를 제공해 주며, UC버클리의 모든 학과의 재학생, 동문, 스태프는 물론 UC샌프란시스코 동문과 버클리 로렌스 연구소 연구자에게도 참여 기회가 개방된다. 경진 대회의 상금은 개인 준결승전의 경우 세 명의 1등 우승자에게는 각각 5,000달러 씩, 그리고 세 명의 2등 입상자에게는 각각 1,000달러 씩 수여되며, 각 트랙에서 우승한 최종 두 팀에게는 총 2만 달러의 상금이 걸려 있는 대상을 두고 경쟁할 수 있는 기회를 준다. 또, 별도의 ‘일반 결승전’으로서 준결승전에 속한 각 트랙의 최종 두 팀

이 5천달러의 상금을 두고 경합을 벌이며 최종 라운드에 나가지 못한 준결승 진출자에게도 1,000달러의 상금이 걸린 포상을 두고 경쟁할 수 있는 기회를 제공한다.

둘째, UC버클리 대학에는 기업가 정신과 혁신을 위한 벤처 랩(venture lab)이 존재한다. 벤처 랩은 2006년 이후 UC버클리 공과 대학 내 창업기술 센터(CET)에서 제공하고 있는 교육 프로그램의 하나로서 새로운 벤처기업들이 실제 세계에서 어떻게 시작 하는지에 대하여 참가자들의 이해를 증진하는 데 결정적으로 필요한 환경과 플랫폼을 제공하고 있다. 벤처 랩 팀들은 창업을 계획·실행하는 과정에서 창업기술 센터 교수진의 지도를 받게 된다. 벤처 랩은 참가한 팀의 창업 과정에 필요한 부분을 제공하기 위하여 주기적으로 실리콘 밸리 내 기업가들과 창업관련 전문가를 초청하는 것은 물론 CET 전문가 네트워크를 활용하여 초기 창업에 필요한 벤처자본 유치 방법까지 다양한 창업 정보를 제공한다.⁸⁾

벤처 랩에 참가하게 될 팀의 선정은 지원자 중에서 경쟁 방식으로 결정하고 있다. 2007년에는 4개 팀, 2009년에는 13개 팀이 최종 결정되어 벤처 랩에 입주하였다. 선정된 팀에는 각 10,000달러 씩 제공되며, 2010년에도 총 40개 팀이 지원하여 현재 심사가 진행되고 있다.

셋째, UC버클리대학에는 ‘인텔+UC버클리 기술 창업 도전’(IBTEC)이라는 프로그램이 있다. IBTEC는 세계 정상급 공과 대학과 비즈니스 스쿨로부터 창업 팀을 발굴해 내기 위하여 인텔(Intel)사와 UC버클리대학 LCEI 간의 공동 프로젝트로서 시작되었다. 특히 IBTEC는 UC버클리대학이 전 세계 기업가들을 대상으로 자신들의 꿈을 현실화할 수 있는 기술과 비즈니스 커리큘럼을 제공하도록 제반 활동을 지원하고 있다. IBTEC는 최고의 엔지니어와 과학자들이 자신들의 혁신과 사업가적 능력을 통해 세계를 더 나은 곳으로 만들어 갈 수 있는 방안에 대하여 발표할 수 있는 공개 토론

8) 최근 총 3,000만 달러에 액티비전(Activision)사에 매각된 기타 히어로(Guitar Hero)의 창업주도 벤처 랩의 주요 파트너로 활동하고 있다.

회를 개최하고 있다. 국제 챔피언십 이벤트에서는 참가팀들이 교육, 협력, 경쟁을 통하여 자신들의 아이디어를 발전시켜 나갈 수 있는 비즈니스 및 기술 상업화 방안을 발표한다. IBTEC는 향후 큰 영향을 가져다 줄 지식기술과 팀을 발굴하기 위하여 전 세계 최고의 연구 기관과 파트너십을 맺고 있으며, 지역별 사업 계획서 경진 대회와도 제휴하고 있다. 이를 통해 IBTEC은 경연 참가자와 그들이 속한 기관이 기술 창업을 통하여 세계 무대로 도약할 수 있는 기회를 제공한다.

3) 실리콘 밸리의 청년 지식기술 창업 관련 지원 프로그램

첫째, 실리콘 밸리의 심장부에 위치하고 있는 ‘플러그앤플레이테크센터’(Plug and Play Tech Center)는 웹(Web) 2.0, 소프트웨어(SaaS), 시스템스(systems), 반도체(semiconductor), 그리고 텔레콤 버티컬스(telecomm verticals) 등 모두 280개 이상의 기술창업 기업들이 모여 있는 지식기술 창업 공동체이다. 테크센터는 2006년 1월 설립 이후 지금까지 총 7억 달러 이상의 벤처 자금 확보를 통하여 창업 성공에 기여하여 왔으며, 이를 통하여 성장한 신규 기업들은 지금까지 총 20억 달러 이상의 가치를 창출한 것으로 집계되었다.

플러그앤플레이테크센터는 실리콘 밸리 내 주요 기업과 기업 파트너, 전문가들, 그리고 스탠포드, MIT 등 미국 내 우수 대학과의 전략적 파트너십과 네트워크 속에서 신규 기업들이 빠르게 성장, 이윤을 창출할 수 있는 기업으로 발전하는 데 필요한 자원과 하부 구조를 제공하고 있다. 이를 위하여 테크센터는 지식기술 창업에 필요한 사무실 임대는 물론 초기 기업 활동에 필요한 각종 부가 서비스를 제공하고 있다. 특히 플러그앤플레이테크센터는 신규 기업을 다양한 자금 확보처와 연결시켜 주는 데 큰 노력을 기울이고 있다. 테크센터는 입주한 스타트업 기업들에게 자신의 투자 자회사인 아미드자드(Amidzad)와 다른 에인절 투자자들과 연계시켜 주고 있으

며, 실리콘 벨리 내 다른 벤처 투자 회사들과도 전략적 파트너십을 맺음으로써 창업기업들이 또다른 자금원에도 접근이 가능하도록 지원해 주고 있다. 또, 테크 센터에서는 엑스포(EXPO), 투자 포럼, CEO 커뮤니티 네트워킹 서클, 그리고 웹 2.0 이벤트 등 다양한 커뮤니티 네트워크 미팅 이벤트 행사를 통해 창업 기업들이 성공하는 데 필요한 각종 정보를 얻을 수 있는 기회를 제공한다.

이를 위해 플러그앤플레이테크센터는 선(Sun), 야후(Yahoo), 마이크로소프트(Microsoft), SAP, 노키아(Nokia), 이베이와 구글(Ebay and Google) 등 실리콘 벨리의 대표적 기업들과도 전략적 관계를 맺고 있으며, 이들 기업에 의해 재정적 지원을 받는 각종 교육과 이벤트를 통한 멘토십 제공과 아이디어 교환을 통해 신규 기업 육성을 돕고 있다. 또한 플러그앤플레이센터는 창업 아이디어의 온상인 미국 전역의 우수한 대학들과도 전략적 관계를 맺고 있다. 동 테크 센터는 스탠포드, MIT, 코넬, 그리고 버클리대학에서부터 소규모 대학에 이르기까지 청년 지식기술 창업을 꿈꾸는 기업가 정신협회와 학생 운영 단체들에 대한 지원을 아끼고 않고 있으며, 플러그앤플레이 유니버시티 파빌리언에 입주해 있는 창업 기업도 적극 지원하고 있다.

요컨대 플러그앤플레이테크센터는 초기 창업 기업들에게 필요한 사무실 임대에서 자금 모집에 이르기까지 각종 창업 관계 서비스 제공은 물론 전략적 파트너십과 네트워크 관계를 활용하여 신규 창업 기업들이 진정으로 성공하고 궁극적으로 자신들의 꿈을 실현할 수 있는 창업 생태계와 환경을 제공한다.

둘째, 실리콘 벨리 스코어(SCORE) 프로그램이 존재한다. 실리콘 벨리 지역 상공 회의소의 각종 비즈니스 관련 프로그램과 SCORE의 비즈니스 멘토링 서비스도 창업에 매우 긍정적인 역할을 수행하고 있다. 실리콘 벨리의 중심에 위치하고 있는 산타클라라 상공회의소는 새로운 비즈니스 창업을 위한 정보·인적 네트워킹과 SCORE 카운슬링 서비스 등을 통해 지

식기술 창업에 매우 중요한 역할을 수행하고 있다. 특히 산타클라라 상공 회의소 위클리 커넥션 클럽(weekly connection club) 미팅은 지역 내 신규 사업가들에게 다양한 정보 교류와 네트워크의 장으로 활용된다.⁹⁾

특히 실리콘 벨리 내에 설치·운영되고 있는 실리콘 벨리 스코어 프로그램은 청년 지식기술 창업에 실질적인 기여를 하고 있다. 실리콘 벨리 SCORE(Service Corps of Retired Executives)¹⁰⁾는 새로운 비즈니스 창업을 희망하거나 소규모 비즈니스 업체를 운영하고 있는 기업가들에게 무료 비즈니스 멘토링 서비스를 제공하는 비영리단체로서 비즈니스 멘토링, 워크숍·세미나 그리고 비즈니스 도구와 자원 제공 등을 주요 서비스로 하고 있다. SCORE의 핵심 업무 중 하나인 비즈니스 멘토링 서비스는 신규 비즈니스와 기존 소규모 비즈니스를 대상으로 자신들의 시간과 전문성을 기부하는 전·현직 비즈니스 임원들로 구성된 멘토에 의해 제공되고 있다. 이러한 비즈니스 멘토링 서비스에는 대면적 멘토링과 함께 최근 활발하게 운영되고 있는 온라인 멘토링 서비스가 있다.¹¹⁾

또, 실리콘 벨리 SCORE는 지식기술 창업과 관련한 다양한 비즈니스 워크숍과 세미나를 개최하고 있다. 워크숍과 세미나는 사회 미디어를 활용하고 고급 마케팅, 홈 오피스 활동, 성공적 컨설팅, 사업 계획서, 프랜차이즈 평가와 구매, 시장 조사, 창업과 법 쟁점, 소규모 비즈니스 회계와 세금, 마케팅과 판매 수수께끼 풀기, 인터넷 마케팅 등 비즈니스 창업과 활동에 실질

9) 위클리 커넥션 클럽에는 매주 화요일에 개최되는 Cahoots Club(매주 화요일 12:00 p.m.), 수요일에 개최되는 Breakfast of Champions (매주 수요일 7:30 a.m.)와 The Power Partners(매주 수요일 12:00 p.m.), 그리고 목요일에 개최되는 Business Growth Generators Group(매주 목요일 7:30 a.m.) 등이 있다.

10) SCORE는 현재 미국 전역에 걸쳐 약 370개의 지부를 갖고 있으며, 11,200명 이상의 지원자들이 활동하고 있으며, 미국 연방중소기업청(SBA)의 재정적 지원을 받아 기업이 교육은 물론 전국의 중소기업체의 설립과 성장에 기여하고 있다. 또, 지부에서는 관할 지역 내에 지회·분소를 갖고 있는 경우가 많으며, 실리콘 벨리 SCORE 사무소도 지역 내에 상공 회의를 비롯하여 모두 15곳의 지회를 운영하고 있다.

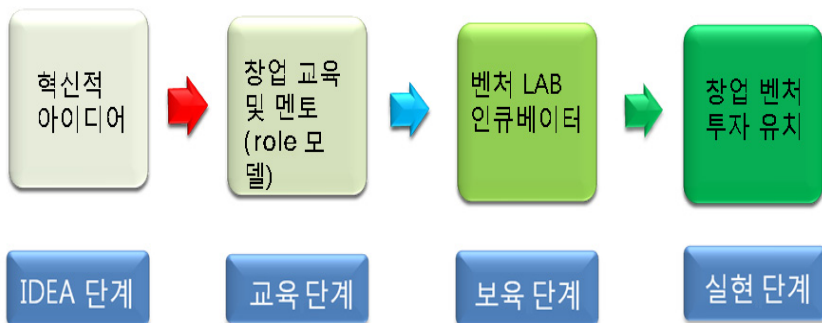
11) 1997년 6월 이후 실시되고 있는 온라인 카운슬링 서비스(online counseling services, 'Ask SCORE')는 개시 첫 90일 내에 160여 만 명이 다녀갔으며, 3,000건 이상의 온라인 카운슬링 사례를 기록하고 있다. 이에 따라 처음 40명에 불과하였던 온라인 카운슬러는 이후 크게 늘어 현재 약 1,500여 명의 온라인 카운슬러가 활동 중이다.

적으로 도움을 줄 수 있는 교육 프로그램과 내용으로 이루어져 있다. 참가비도 세미나당 40달러로 매우 저렴하게 책정되어 누구나 부담 없이 참여하도록 하고 있다. 또한 실리콘밸리 SCORE는 창업과 기존 비즈니스 운영자들을 위해 ‘비즈니스 시작하기’를 주제로 한 일일 워크숍을 실시하고 있다. 이 워크숍은 자신의 사업을 시작하거나 벤처 기업을 창업하려는 고객을 대상으로 사업 계획에서 법적 사항까지 비즈니스 시작과 운영에 필요한 모든 것들에 대한 총괄적인 이해를 돕기 위해 마련된 것이다. 주요 교육 내용으로는 SCORE 서비스 소개, 비즈니스 플랜, 현찰 통제와 기록, 세금, 비즈니스 법률, बैं킹, 보험, 마케팅과 세일 등이 포함된다.

다. 실리콘 밸리 사례의 시사점

실리콘 밸리는 [그림 5-1]에 나타난 바와 같이 청년 지식기술 창업의 전 단계에 걸쳐 중요한 시사점을 제공해준다. 이에 따라 현재에도 전 세계에서 창업과 성공을 꿈꾸는 수많은 젊은이들이 실리콘 밸리로 몰려들고 있다. 실리콘 밸리 사례가 우리에게 주는 시사점을 요약하면 다음과 같다.

[그림 5-1] 실리콘 밸리 청년 지식기술 창업 단계 및 모형



첫째, 세계적인 경기 침체에도 불구하고 실리콘 벨리는 이미 많은 청년 창업가들에게는 자신의 꿈을 이룰 수 있는 혁신 지역으로 각인되었다. 무엇보다도 청년 창업가들이 실리콘 벨리에서의 경제 성공은 곧 세계 시장에서의 성공이라는 믿음과 함께 자신들이 갖고 있는 혁신적 아이디어를 실현시킬 수 있는 최적지로 여기고 있기 때문이다. 특히 실리콘 벨리는 벤처기업 투자자들이 청년 창업자가 실패할 경우에도 사후 책임을 묻지 않아 창업 실패에 대한 두려움이 적고, 실패 자체가 경험적 자산이라는 사회 인식이 확산되어 있어 여타 지역에 비해 청년 지식기술 창업이 매우 활발하게 이루어지는 요인이 되었다.

둘째, 스탠포드대학과 UC버클리대학 등 실리콘 벨리 인근 소재 대학의 지식기술 창업 관련 교육 프로그램을 통해 지역 내에서 성공한 역할모델 기업가를 수시로 접할 수 있다는 사실이다. 이들은 멘토로서 학생들에게 자문과 조언을 받을 수 있는 기회를 제공함으로써 청년 학생들이 창업에 대한 두려움을 없애고 창업을 통해 성공할 수 있다는 자신감을 갖도록 하고 있다. 스탠포드대학의 경우 대학 구성원 다수가 창업 아이디어만 있으면 언제든지 세계적으로 성공할 수 있다는 인식을 갖고 있는 점은 이들 대학에서 실시하고 있는 다양한 창업 관련 교육 프로그램과도 깊은 연관이 있다. 또, 스탠포드대학과 UC버클리 대학의 기업가 정신과 창업 관련 정규 교육 과정 개설과 학점 이수 연계는 지식기술 창업에 관심을 갖는 학생들에게 학점 이수와 실제 지식기술 창업 프로세스를 동시에 추구할 수 있는 매우 실용적 방안으로 활용되고 있다. 특히 스탠포드대학의 창업 관련 정규 교육 프로그램은 팀 프로젝트 구성과 발표를 통하여 그 자체가 하나의 청년 창업 동아리의 역할과 기능을 수행하고 있으며, 벤처 자본가와 CEO로 구성된 패널 프레젠테이션을 통하여 실제 창업 가능성과 투자자와의 연결 기회를 제공한다.

셋째, 바이오디자인(Bio-design) 프로그램, 벤처 랩(Venture lab) 등 스탠포드대학과 UC버클리대학 내 학제 간 창업 관련 프로그램과 각종 경연

대회를 통한 벤처 투자자와의 실질적 연계 모색은 실리콘 벨리 내 청년 지식기술 창업을 활발하게 유도하는 제도적 장치로 기능하고 있다. 또, 실리콘 벨리 내 창업 인큐베이터로서의 역할과 기능을 수행하고 있는 ‘플러그 앤플러그(Plug & Play)’의 윈스톱 창업 지원 서비스 체제도 우리에게 시사해 주는 바가 매우 크다.

넷째, 실리콘 벨리의 정보·문화적 개방성도 청년 지식기술 창업에 매우 중요한 역할을 하고 있다. 실리콘 벨리 지역은 다양한 정보·인적 네트워크를 통하여 자신의 아이디어를 다른 사람과 공유함으로써 새로운 아이디어를 얻고, 지식을 함께 공유하는 독특한 문화적 특성을 보여주고 있다. 이러한 실리콘 벨리 지역의 창업, 벤처 자본, 연구 중심 대학 간 개방적 정보·자본·인적 네트워크는 새로운 아이디어를 가진 사람들에게 매우 활발한 창업 기회를 제공하고 있다. 특히 신규 기업 창업 시 사업체 등록이 매우 간단하고 온라인으로도 등록이 가능한 점도 청년 지식기술 창업에 긍정적 요인으로 작용한다.

2. 핀란드 알토대학의 산학 융합형 청년 지식기술 창업 사례

가. 핀란드 사례의 개관

핀란드는 2010년 기준 디지털 산업 국가 경쟁력이 스웨덴, 덴마크, 미국에 이어 4위를 차지하고 있는 디지털 강국이다(EIU, 2010).¹²⁾ 인구 530만여 명에 불과한 소국인 핀란드가 디지털 산업, 특히 ICT 산업에서 세계적 경쟁력을 보유하고 있는 것은 경이로운 일이다. 특히 2010년 2/4분기 전세계 스마트폰 시장에서 핀란드의 노키아는 2,400만대로 38.1%의 점유율을

12) 우리나라는 2009년 19위에서 2010년에는 13위로 상승하였으나 디지털 분야에서 여전히 개선해야 할 문제점이 많은 것으로 평가받고 있다. 우리나라의 경쟁력 순위가 여전히 낮은 이유는 비즈니스 환경(25위)과 법적 환경(26위), 소비자 및 비즈니스 수용 정도(23위) 등의 영역에서 부진한 것으로 평가받았기 때문이다(EIU, 2010).

기록할 정도이다(<http://www.idc.com>).

이처럼 핀란드가 ICT 산업 분야에서 높은 경쟁력을 보유하게 된 요인은 대학과 산업체가 사이언스 파크 또는 테크노폴리스를 중심으로 물리적 인접성(physical proximity)에 기초하여 일체가 되도록 하는 독특한 모델을 발전시켜 왔기 때문이다. 핀란드에는 20개 이상의 첨단 과학 기술 단지가 조성되어 있다. 그중 알토대학교와 노키아의 글로벌 본사 등 8백여 개의 첨단 산업체, 각종 연구 기관이 긴밀히 연계하고 있는 오타니에미 사이언스 파크는 대표적 산학융합단지로 평가받고 있다.¹³⁾

핀란드 정부가 첨단 과학 기술 단지를 건설하기 시작한 이유는 지속적인 기술 혁신을 촉진함으로써 국가 경쟁력을 제고하고, 산업체, 대학, 연구 기관, 정부 사이의 네트워킹을 활성화함으로써 신산업을 창출하기 위한 것이다. 특히 산업체와 대학, 연구 기관 사이의 긴밀한 연계를 통해 연구 개발 활동이 첨단 기업 창업과 신제품 생산에 직접적으로 연결되어 첨단 산업의 집적 효과를 강화하도록 하고 있다(박상철, 2005).

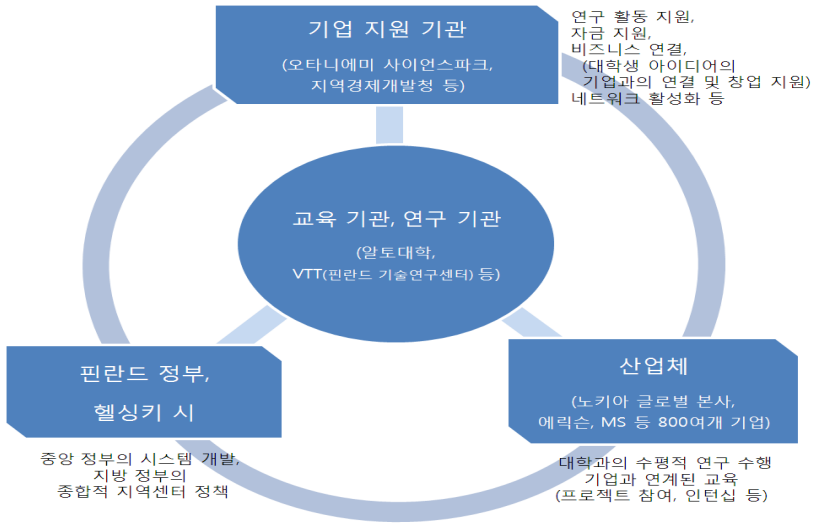
나. 오타니에미 사이언스 파크의 산학 융합형 창업 보육 네트워크

핀란드의 대표적 첨단 단지인 오타니에미에는 연구 중심 대학이라고 말할 수 있는 알토대학이 입지하여 산학 융합 모델의 핵심 역할을 수행하고 있다. 이와 더불어 핀란드 기술연구센터(VTT)와 같은 연구 기관이 있으며, 이들과 노키아 등 산업체 사이에 상시적인 연계 시스템이 확립되어 있다. 그리고 산학 간 연계를 강화할 수 있는 연구활동 지원, 자금 지원 등의 역할을 수행하는 다양한 기업 지원 기관들이 다수 포진하고 있으며, 핀란드 정부와 헬싱키 시가 산학 융합 단지의 활성화를 지원하는 버팀목 역할

13) 핀란드의 대부분의 첨단 과학 기술단지 내에서는 산업체와 대학, 연구 기관이 지리적 근접성에 기초하여 수많은 우연한 상호 작용을 통하여 새로운 아이디어와 사업 아이템을 창출하고 있다(Otaniemi Marketing Ltd, 2010).

을 수행하고 있다. 오타니에미의 산학 연관 네트워크는 대부분 창업을 지향하고 있어 ‘산학 융합형 창업 보육 네트워크’라고 부를 수 있다.

[그림 5-2] 오타니에미 사이언스 파크의 산학 융합형 창업보육 네트워크



오타니에미 사이언스 파크는 핀란드 헬싱키 서부의 에스푸(Espoo)에 위치하고 있으며 총면적이 4평방 킬로미터에 불과한 밀집된 단지에 노키아의 글로벌 본사(Nokia global headquarters), 에릭슨(Ericsson), 컴팩(Compaq), 마이크로소프트(MS), 코네(Kone), 포텀(Fortum), 네스트오일(Neste Oil) 등 세계적 대기업뿐만 아니라 신규 창업 기업 등 800여 개 첨단 기업이 입주하고 있다. 오타니에미 사이언스 파크에는 노키아를 중심으로 ICT 부문 기업들이 다수 입주하고 있을 뿐만 아니라 모바일, 무선 통신, 미세 전자 기계 시스템(MEMS), 나노 기술, 에너지 등의 기술 클러스터가 형성되어 있다.

그뿐만 아니라 알토대학(Aalto University)이라는 연구 중심 대학, 핀란드 국립기술연구소(VTT), 국립기술개발청(TEKES) 등이 입주함으로써 세

계적 산학 융합 단지를 구축하고 있다. 오타니에미 사이언스 파크에서는 이들 각종 기관 사이의 긴밀한 연계를 통하여 북유럽에서 소프트웨어 분야의 최대 창업보육센터라고 부를 수 있을 정도로 연구 개발과 창업 활동이 활발하게 이루어지고 있다(Otaniemi Marketing Ltd, 2010).

산학연 유관 기관들에 종사하는 고급 인력의 분포를 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 알토대학은 2010년 헬싱키공과대학(TKK), 헬싱키예술디자인대학(TaiK), 헬싱키 제대학(HSE) 등 3개 대학이 통합하여 설립된 융합 대학이다. 이를 통하여 디자인, 비즈니스, 과학 기술의 세 분야가 한 지붕하에 융합할 수 있게 되었으며, 세계 최초로 순수하게 혁신에 초점을 맞춘 다학제적 '혁신 대학'이 창출되었다. 에스푸 캠퍼스의 학생수는 약 16,000여 명이다.

오타니에미 사이언스 파크 에는 핀란드기술연구센터(VTT : Technical Research Center of Finland), 알토대학, MIKES, GTK, CSC, 노키아, 코네, 네스트오일 등 산학연 연구 기관에서 약 5,000여 명의 연구자들이 연구를 수행 중이다. 전체적으로 오타니에미 단지 내에는 19개의 학술연구 조직, 1만6천여 명의 하이테크 기술전문가, 학자, 연구자들이 혁신 활동에 종사하고 있다. 핀란드의 전체 인구가 약 530만 명에 불과한 사실을 고려해보면 헬싱키 인근에 3만 2천여 명의 고급 인력이 오타니에미 사이언스 파크에 밀집하고 있다는 것은 매우 중요한 시사점을 제공해 주고 있다. 32,000명 중 50%는 800개의 기업과 대학 등에서 일하고 있으며, 나머지는 알토대학 학생들이다.

현재 알토대학은 핀란드 ICT 산업, 특히 소프트웨어 부문의 핵심 인력을 제공하는 대학으로 빠르게 발전해 나가고 있다. 알토대학이 급성장하는 이유는 1987년 문을 연 첨단 과학 기술 단지인 오타니에미 사이언스 파크 내에 노키아 글로벌 본사 등 산업체, 정부 출연 연구소인 핀란드기술연구센터(VTT), 중앙 정부 및 지방 정부 등이 톱니바퀴처럼 서로 맞물려 돌아가는 긴밀한 네트워크를 구축하고 있기 때문이다.

핀란드의 산학 융합형 모델에서 알토대학은 연구 개발 인력을 제공하는 핵심적 역할을 수행함으로써 핀란드의 미래 성장 동력을 창출하는 데 기여하고 있고 알토대학 졸업생들 대다수는 지역 내 첨단기 업에 취업하고 있다. 알토대학의 설립은 한 가지 학문 안에 안주할 경우 급변하는 경제 환경에 대한 적응력을 갖추기 어렵기 때문에 공학, 경제학, 디자인 등을 비롯한 다양한 분야에서 실시간으로 지식을 습득하며, 시장 선도 능력을 갖춘 학생을 양성할 필요가 있다는 인식에서 출발하였다.

이를 위하여 1995년부터 헬싱키 내 각 분야를 대표하는 3개 대학교가 통합 석사 과정을 운영하여 프로젝트를 진행해 왔다. 3개 대학에서 각 10명씩 선발된 석사과정 학생들은 공학·경영·디자인을 모두 아우르는 능력을 갖추도록 모든 교육을 통합 과정에서 학습하고 있다. 그리고 대다수의 프로젝트는 서로 다른 대학 학생들이 한 조가 되어 수행하도록 한다. 그리고 모든 과목을 하나의 고리로 연결하여 마지막 과목을 동시에 수료하도록 함으로써 신사업 모델을 완성시키도록 한다. 이러한 통합 과정의 운영을 통하여 수많은 졸업생이 더욱 좋은 직장에 취업하거나 창업하는 데 성공하였다.

이러한 통합 과정 프로그램들이 성공을 거둠에 따라 수업뿐만 아니라 학교 차원의 통합 필요성이 본격적으로 제기되었고, 2010년 1월 1일부로 3개 국립 대학의 통합을 공식적으로 완료하였다. 현재 알토대학은 3개 단과 대학을 두고 있으며, 교직원 4,512명(교수 308명), 학생 수 20,434명으로 핀란드 내에서 두번 째로 큰 대학으로 새롭게 탄생하였다¹⁴⁾.

다음으로 오타니에미 사이언스 파크가 ICT 부문에서 세계적 혁신 역량을 강화할 수 있게 된 것은 테크노폴리스 피엘시사가 입주하고 있기 때문이다. 테크노폴리스 피엘시사가 지원하는 서비스의 범위는 전반적인 경영 및 개발 서비스에서부터 현대적 산업 환경에 이르기까지 매우 다양하며,

14) 현재 핀란드에는 20여 개의 일반 대학이 있는데, 이중 헬싱키대학교(University of Helsinki)가 최대 규모이고 그 다음이 알토대학, 오울루대학 등의 순이다.

약 1,200개의 기업과 16,000명에 이르는 근로자들로 구성되었다. 현재 나스닥 북유럽증권거래소(Nasdaq OMX)에 상장되어 있으며, 핀란드와 러시아 지역에 총 9개의 센터가 소재한다.

핀란드 지역 내에는 에스푸(Espoo), 헬싱키(Helsinki), 유바스킬라(Jyväskylä), 쿠오피오(Kuopio), 라펜란타(Lappeenranta), 오울루(Oulu), 탐페레(Tampere), 반타(Vantaa) 등 8개소의 센터가 운영되고 있으며, 러시아지역 내에는 상트페테르부르크(St. Petersburg) 센터 1개소를 운영 중이다(www.technopolis.fi).

테크노폴리스 피엘시사의 개발 계획은 네트워크 구축, 사업 비즈니스 제공, 이미지 구축, 필요 시설 임대 사업 등으로 구성되었다(박상철, 2005: 285~86).

첫째, 테크노폴리스 피엘시사는 여타 입주 첨단 기업뿐만 아니라 연구기관 등과의 네트워크를 구축하여 산업체들이 이를 활용하도록 하고 있다. 이러한 네트워크 제공 서비스는 전문화 프로그램 센터를 통해서 이루어지며, 이는 입주 첨단 기업, 연구 및 교육 기관들에게 연구개발 환경 향상 및 국제화 기회를 제공한다.

둘째, 신기술 기업들이 핀란드의 협소한 시장을 넘어서 글로벌 시장을 개척할 수 있는 긍정적 이미지 구축을 지원한다. 에스푸, 헬싱키, 오울루 등의 테크노폴리스가 갖는 국제적 신인도를 통해 글로벌 첨단 기업을 유치하는 데 성공하고 있으며, 수많은 혁신적 청년들을 이들 지역에 유인한다.

셋째, 입주 첨단 기업들에게 연구 개발 활동을 위한 최적의 시설들을 임대하는 사업들을 수행하고 있다. 임대 방식은 산업체가 필요로 하는 시설과 공간을 제공하는 맞춤형 대여 방식(customer-oriented services) 및 산업 부문 특화 임대 방식(sector specific expertise)을 취한다.

이러한 테크노폴리스가 갖는 주요 장점은 다음과 같다. i) 혁신 창출 및 기업 간 협력을 돕는 자극제 역할을 수행(규모의 경제)하며, ii) 고객기업의 요구에 유연할 뿐만 아니라 윈스톱 서비스를 제공함으로써 신속하고 용이한 업무처리가 가능하여 입주기업이 연구에 전념 할 수 있고 iii) 문제발생

시 상담이 가능한 전문가 팀이 상주하고 있는 등 다양한 연구가 가능한 연구소 및 기업을 위한 업무환경이 구축되어 있다.

오타니에미 사이언스 파크에서는 알토대학교와 에스푸 테크노폴리스만이 아니라 핀란드기술연구센터(VTT)가 연구 기관으로서 매우 중요한 역할을 수행한다. 핀란드기술연구센터는 기업들이 혁신 과정의 가장 중요한 단계에서 국제경쟁력을 고취할 수 있도록 연구서비스를 제공하며, 그렇게 함으로써 성장과 고용, 복리를 위한 선결 요건들을 창출하는 것을 임무로 한다. 핀란드기술연구센터는 북유럽 최대의 연구 기관으로서, 유럽의 에너지, ICT, 기후 변화 등 세 영역에 대한 연구를 수행하는 유럽혁신기술연구소(EIT)가 에스푸에 ICT 실험실을 입주시킬 정도로 전문성을 인정받고 있다. 핀란드기술연구센터는 하이테크 기술 솔루션과 혁신 서비스를 제공하며, 광범위한 지식 기반으로부터 다양한 기술을 결합하여 새로운 혁신을 창출하고 세계적 수준의 기술과 응용 연구 서비스를 제공한다. 핀란드기술연구센터는 다양한 연구개발 프로젝트뿐만 아니라 기술과 시장 전망, 전략적 연구 활동, 상품과 서비스의 개발을 위한 전문가 서비스, 지적 재산의 상업화, 혁신 기술의 평가, 검증, 검사, 인증 등을 통해 연구자들뿐만 아니라 대학생들이 신기술에 기반한 비즈니스를 실행하는 데 있어서 매우 중요한 역할을 수행한다(VTT, 2009).

에스푸의 오타니에미 사이언스 파크는 이처럼 조밀한 지역 내에 산학연 기관이 모두 몰려 있기 때문에 산학간 연계가 어느 지역보다도 강하며, ‘아이디어로 충만한 도시’라는 평가를 받고 있다. 특히 알토대학 학생들은 취업뿐만 아니라 아이디어에 기반한 신기술 창업을 통해 핀란드의 신산업 창출을 선도하는 역할을 수행하고 있다. 이러한 이유로 인해 기업들도 알토대학 및 연구 기관 등과 긴밀히 협력하고 있다.

특히 핀란드기술연구센터(VTT)는 연구 개발과 인력 양성에 있어 중요한 역할을 수행한다. 이를 통하여 핀란드기술연구센터는 톱니바퀴식 연계 고리를 형성하는 데 핵심을 이룬다. 핀란드 정부는 핀란드국립기술청

(TEKES)과 핀란드기술연구센터 등을 통하여 기술 사업화 지원 시스템을 구축하였다. 알토대학과 핀란드국립기술청의 자금 지원, 핀란드기술연구센터의 기술지원을 받아 연구개발 활동을 수행하여 기업에 아이디어와 기술을 제공한다. 연간 5억 유로에 달하는 예산을 집행하는 핀란드국립기술청의 자금력과 핀란드기술연구센터의 연구력의 결합은 핀란드를 세계에서 가장 좋은 연구 개발 센터로 만드는 데 크게 기여한다(박동 외, 2009).

그 결과 오타니에미 사이언스 파크에는 [그림 5-1]과 같은 산학 융합형 네트워크가 작동하고 있다. 이러한 네트워크가 더욱 활성화될 수 있었던 것은 노키아 글로벌 본사, 코네, MS 등과 같은 대기업들이 단지 내에 입지한 것이 매우 중요한 요인으로 작용하였다. 특히 노키아는 알토대학에서 배출한 고급 인력을 찾아 이곳에 글로벌 본사를 두고 있는데, 노키아의 성공에 알토대학과 연구기관이 지대한 역할을 수행하고 있다.

다. 오타니에미 사이언스 파크의 창업 단계별 지원 프로그램 분석

핀란드 오타니에미 사이언스 파크(Otaniemi Science Park)는 ICT 분야의 세계적 변화 추세를 가장 빠르게 수용하고 세계적 흐름을 선도함으로써 새로운 글로벌 경쟁을 선도해 나가고 있다. 특히 연구와 교육을 병행할 수 있는 역량을 갖춘 연구 중심 대학과 첨단 과학 기술 단지와의 긴밀한 연계를 통하여 산학 융합의 새로운 모델을 창출·발전시켜 나간다고 평가할 수 있다.

오타니에미 사이언스 파크는 핀란드 최대의 연구 개발 센터이자 북유럽 최대의 하이테크 창업 인큐베이터 단지로서 지식기술에 기반한 핀란드 경제 성장의 엔진 역할을 수행한다. 사이언스 파크 내에는 대학생과 연구자들의 창업 활동을 지원하기 위한 각종 프로그램이 존재한다. 특히 알토대학이 출범하면서 이종(異種) 분야 학생들과 연구자들의 융합과 창조적 활동을 촉진하기 위하여 다양한 공간과 프로젝트를 추진 중이다. 이뿐만 아

나라 알토대학을 중심으로 이노폴리(Innopoli), 핀란드기술개발청(TEKES) 등 청년을 비롯한 연구자들의 창업을 돕기 위한 다양한 기관과 제도들이 설치되었다.

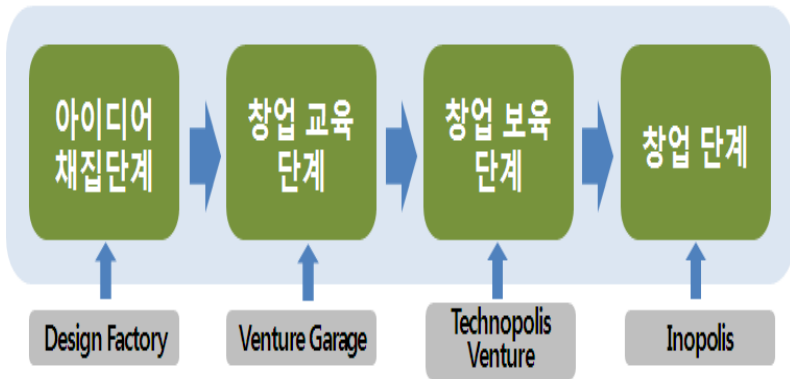
오타니에미는 물리적, 공간적 인접성(proximity)과 상호 연계성이 어떻게 협력과 혁신을 촉진하는가를 가장 잘 보여 주는 세계적 사례라고 할 수 있다. 협력적 연구 개발과 상업적 협력을 고취하는 공동체 내에서 핀란드의 산학연은 세계적 수준의 연구를 수행하고 있다. 오타니에미는 EU에 의해 유럽에서 가장 혁신적인 지역 중 하나로 두 차례나 선정된 바 있다.

오타니에미의 가장 중요한 특징은 학생과 연구자들을 위한 창업 시스템이 아주 잘 갖추어져 있다는 사실이다. 오타니에미에서는 산학 협력의 최종적 목표를 창업에 두고 산학연간의 네트워킹만이 아니라 네트워킹을 통한 실질적 성과도출을 위해 총력을 기울이고 있다. 오타니에미 사이언스파크는 특히 산학연간의 개방형 혁신(open innovation)을 통하여 혁신적 아이디어의 발굴과 채집, 연구 개발 지원, 창업 지원 등 실질적 산학 융합 시스템을 확립함으로써 세계 최고 수준 혁신 지역으로서의 위상을 확보하고 있다. 이러한 시스템을 통하여 매년 500개 이상의 비즈니스 아이디어, 40~70개의 신규 창업, 200개 이상의 특허 창출을 선도한다.

오타니에미의 성공은 i) 훌륭한 아이디어를 보유한 스마트한 사람들, ii) 고도의 하이테크 기술의 활용 가능성, iii) 디자인에 있어 최종 사용자의 참여 등 세 가지 요인 사이의 '우연한 상호 작용'에 기초한다. 오타니에미에서 이러한 세 조건이 수월하게 충족될 수 있었던 것은 박사급 인력, 산업체 CEO, 110개국 출신의 숙련 인력이 고도로 집중되어 있기 때문이다. 오타니에미에는 다수의 세계적 기업 본사만이 아니라 연구 조직과 학술 조직, 그리고 모험(risk)에 대한 재정을 지원 받는 창업 기업들이 모두 도보 거리 이내에 위치하고 있다. 즉, 오타니에미의 물리적, 공간적 인접성이 산학 간 밀접한 협력을 촉진하고 있는 것이다. 오타니에미에서는 모두가 서로를 아는 것처럼 보일 정도이며, 우연한 상호 작용이 아이디어의 공유를 돕는다.

노키아 본사의 입지로 인해 ICT 분야에서 국제적 명성을 획득하였지만 오타니에미의 명성이 자자해진 것은 ‘개방형 혁신’ 이론 때문이기도 하다. 혁신 제작소(innovation mill) 프로젝트를 통해 노키아의 수천 개 미사용 특허 및 제도판 모델들을 공개한다. 이는 신규 창업에 활용하거나 기존 기업의 성장을 위하여 활용된다. 이러한 개방형 혁신 문화로 인하여 노키아는 새로운 하이테크 기업의 탄생을 돕고 있을 뿐만 아니라 비핵심 아이디어들을 자본화하는 데 성공하였다. 오타니에미 사이언스파크의 혁신기업 창출 과정을 단계별로 살펴보면 [그림 5-3]과 같이 4단계로 구분해 볼 수 있다.

[그림 5-3] 오타니에미 사이언스 파크의 단계별 창업 지원 프로그램



1) 다학제적 실습, 프로젝트 기반의 학습 등을 통한 아이디어 생성 및 채집 단계

알토대학이 출범하기 이전인 2008년 9월부터 ‘디자인 팩토리’(design factory)라는 공간이 설치되었다. 알토 디자인 팩토리는 학생, 사업가, 학자들이 함께 모여 아이디어를 창출할 수 있도록 하기 위한 새로운 프로젝트이다. 이곳의 캐치프레이즈는 ‘즐거고(have fun), 배우고, 미친 듯이 일하

라!’이다. ‘즐기지 않고서는 혁신할 수 없다.’는 철학이 바탕에 깔려 있는 것이다.

디자인 팩토리는 제품 개발 목적을 위해 특별히 건축되었으며, 교육, 연구, 테스트, 응용 등을 위한 플랫폼 역할을 수행한다. 이는 드림 팩토리라고 부르기도 하는데, 강의만이 아니라 3개 분야 학생들의 융합된 실습을 통하여 새로운 아이디어를 창출하는 등 이론과 응용의 결합을 위한 시설이다. 2010년까지 약 1년 반 동안 7천여 명이 이곳을 거쳐갔으며 대부분이 학생들이다.

디자인 팩토리는 프로젝트에 기반한 학습을 실행한다. 이를 위해서 광범위한 기업 파트너 네트워크가 가동 중이다. 노키아, 코네 등의 대기업이 학생들의 연구를 진전시킬 수 있는 기회 만이 아니라 실습 비용을 지원하기도 하고 구체적 취업 기회를 제공한다. 특히 ‘모든 도전은 기회다’는 핀란드 속담에 기초하여 학생들에게 모험 정신을 기르도록 하고 있다.

또, 디자인 팩토리에서는 예술 디자인, 과학 기술, 비즈니스의 각 분야의 학생과 연구자, 사업가 등이 융합되어 학제간 연구, 개방형 혁신을 실행하고 있으며 엄격한 심사 과정을 거쳐 1년에 약 500여개의 새로운 사업 아이디어를 발굴하고 있다. 그 뿐만 아니라 디자인 팩토리에서 제공된 기회를 통하여 다수의 창업 비즈니스가 이루어지기도 한다(www.aaltodesignfactory.com).

파워키스(Powerkiss)는 디자인 팩토리에서 아이디어 차원을 넘어서 창업으로까지 이어진 대표적 사례이다. 이 회사는 배터리 충전 분야에서 혁신적인 아이디어로 창업에 성공하였고, 현재는 10여 명의 직원을 고용할 수 있을 정도로 성장하였다. Aito, Seos 등도 디자인 팩토리에서 아이디어를 개발하고 숙성시켜 창업으로까지 이어진 성공 사례이다.

핀란드 전체적으로는 비즈니스 아이디어를 보다 숙성시키기 위하여 매년 ‘신규 비즈니스 계획 경진대회’(venture cup)를 개최하고 있다. 경진대회 참가를 통하여 학생들은 신규 사업 계획에 대한 전문가의 코칭 이벤트, 상담 등을 무료로 받을 수 있다. 현재 경진 대회의 수상금만 10만 유로에

달하며, 헬싱키뿐만 아니라 많은 지역에서 알토대학을 비롯한 주요 대학, 기술 센터, 인큐베이터들이 벤처 컵 경진 대회, 교육, 그리고 코칭 과정에 참여하고 있다(venture Cup, 2010).

2) 창업 교육 및 동아리 활동 단계

엄격한 선발 과정을 거쳐 아이디어가 채집되면 ‘벤처 개러지’(venture garage)로 옮겨져 매월 약 750유로의 금전적 지원과 멘토 프로그램 등을 통하여 본격적인 창업 교육 및 동아리 활동 단계를 거치게 된다. 학생들이 단순한 아이디어 차원을 넘어 벤처기업 창업을 위한 활동을 수행하는 벤처 개러지 역할을 수행하는 곳이 바로 ‘알토 기업가 정신 동아리’(aalto entrepreneurship society)이다.

먼저 ‘알토 기업가 정신 동아리’(이하 ‘알토 동아리’)는 알토대학 내에서 기업가적 생태계를 조성하기 위해 노력하고 있다. 이는 Aaltoes라는 약칭으로 불리기도 하는데, 다음과 같은 세 가지를 목표로 하고 있다. i) 알토대학에서 기업가적 문화를 조장하며, ii) 알토 창업을 위해 가용한 자원을 확보하고, iii) 기업가 정신이 충만한 지도자를 육성하도록 한다는 것이 바로 그것이다(www.aaltoes.com).

알토 동아리는 학생들이 직접 운영하는 조직으로서 기업가 정신을 촉진할 뿐만 아니라 대학 내에서 학생 창업을 지원하고 있다. 알토 동아리는 ‘성공이 새로운 성공과 활동을 낳는다’는 것을 기본 철학으로 실리콘 벨리를 비롯한 선진국의 창업 활동 경험을 배우고, 스스로의 성공경험을 공유하기 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 이를 통하여 최고의 학생들이 성공적인 기업가가 되도록 지원한다. 여기서는 특히 기업가가 영웅이라는 정신을 체득하도록 전력을 기울이고 있다(Rapo and Seulamo-Vargas, 2010).

이뿐만 아니라 알토 동아리는 학생들과 연구자들이 새로운 아이디어를 찾거나 창조하고, 팀을 구성하며, 학습하고, 창업을 하고 성공적 기업을 창

출하는 것을 돕고 있다. 이를 위하여 학생들을 활성화시키고, 자원을 한데 모으며, 동아리 팀들이 창업을 개시하도록 촉진하는 역할을 수행한다. 알토 동아리에서 창업 성공을 위하여 설정한 벤처 트랙의 4단계는 다음과 같다.

첫째 번 단계는 ‘생각하라.’이다. 즉, ‘당신의 비즈니스 아이디어를 찾고 이를 위하여 사람들을 만나며, 아이디어 브레인스토밍을 하고, 다음의 큰 일을 발견하고, 잠재적 기회를 발견하도록 유도하라.’는 것이다. 이와 관련하여 알토 동아리에서는 ‘오픈 믹스’(Open Mics), ‘알토스 토크’(Aaltoes Talks) 등의 행사를 개최하고 있다.

둘째 번 단계는 ‘판매하라.’이다. ‘좋은 아이디어를 확보한 후에 이익을 창출하기 위하여 판매하는 방법을 학습하고, 아이디어를 효과적으로 제시하며, 광고선전물을 만들고, 자신의 잠재적 팀을 확보하도록 하라.’는 것이다. 이를 위하여 알토 동아리에서는 ‘피칭 경진 대회’(pitching competitions)를 개최한다.

셋째 번 단계는 ‘개발하라.’이다. 즉, ‘비즈니스에 착수하기 위해 경험이 풍부한 기업가들과 아이디어를 개발하도록 하라.’는 것이다. 이를 위하여 경험이 풍부한 산업계 베테랑 및 청년 창업가들과 아이디어를 개발할 수 있는 주말 캠프인 ‘창업 워크숍’(startup talkoot) 개최를 지원하고, 5주 프로그램의 ‘신규 기업가 훈련 캠프’(BootCamp)를 통하여 전문적 기업가들과의 작업을 통하여 지도를 받게 되며, 선택된 팀들은 핀란드국립기술청이 청년 혁신 기업을 위하여 지원하는 창업 촉진 프로그램인 비고스(Vigos) 프로젝트의 지원을 받을 수 있다.

마지막 단계는 ‘가속화하라.’이다. ‘빛을 발휘할 때가 왔다.’는 것이다. ‘신규 기업가 훈련 캠프’에서 성공적인 팀들은 ‘툴리(Tuli) 프로그램’의 재정 지원, 비고스의 코칭, 알토 벤처 개러지에서 일할 수 있는 공간 제공 등의 혜택을 부여받게 된다.

3) 창업 보육 단계

벤처 개리지(venture garage)에서 보다 숙성된 과정을 거친 아이디어는 테크노폴리스 벤처로 이전되어 본격적인 벤처 기업으로서의 보육 과정을 거친다. 에스푸의 테크노폴리스 피엘시사에는 이노폴리I, 이노폴리II, 테크노폴리스벤처 등 3개 기관이 입주해 있다. 여기서 테크노폴리스 벤처는 오울루에 위치한 테크노폴리스 PLC의 자회사이다. 오타니에미 사이언스 파크에 입지하고 있으며, 핀란드에서 가장 큰 창업에 집중된 비즈니스 개발 회사라고 말할 수 있다. 이는 하이테크 비즈니스 창업 보육과 성장개발 서비스를 제공하는 것을 목표로 한다(Technopolis, 2010).

테크노폴리스 벤처는 2010년 현재 헬싱키 지역을 중심으로 5개의 여타 대학 도시들에서 300개 이상의 하이테크 지식기술 기업들에게 개발 프로그램을 제공하고 있다. 테크노폴리스 벤처 프로그램은 잠재력이 높은 사업 아이디어를 성공적 창업으로 전환시키는 것을 지원하고 있다. 이와 더불어 사업가들이 자신의 사업 아이디어의 생존 가능성을 평가하고 고품질의 비즈니스 계획을 창출하는 것을 지원하고 있으며, 기업가들이 새로운 기업을 시작하면서 제기되는 다양한 장애물을 극복하도록 지원 서비스를 제공한다.

테크노폴리스 벤처가 제공하는 서비스는 포괄적 비즈니스 및 개별 서비스에서부터 현대식 건물들이 모두 포함된다. 이 중 테크노폴리스 온라인은 핀란드 하이테크 전체 생태계를 포괄하는 포괄적인 투자 데이터베이스이다. 이는 기업가와 재정 지원자를 상호 연결하는 역할을 수행한다. 테크노폴리스 온라인에 따르면 2010년 상반기에만 28개 기업이 약 5,000만 유로의 투자 지원을 받은 것으로 나타났다. 테크노폴리스 온라인은 핀란드의 벤처자본 시장에 대하여 가장 포괄적인 정보를 제공하고 있다(www.technopolisonline.com).

4) 창업 단계

벤처 기업으로서 어느 정도 성장 단계를 거치면 창업 기업이 밀집한 이노폴리(Inopolis)로 이전되어 벤처 기업으로서의 생애를 시작하게 된다. 이노폴리는 신기술 창업 기업들에게 공간을 제공해 줄 뿐만 아니라 스피노, 멘토 프로그램과 같은 전문가 집단, 학자, 그리고 다양한 비즈니스 서비스 네트워크에 대한 접근이 가능하도록 지원한다. 이노폴리에서는 스피노기업센터(Spinno Enterprise Center)를 통하여 창업을 직접적으로 지원한다. 스피노기업센터는 지식기술에 기반한 회사들이 빠르게 성장할 수 있는 비즈니스 서비스를 제공한다. 스피노는 최선의 비즈니스 아이디어를 파악해 내고, 성장하는 기업들의 국제적 성공을 돕는 것을 목표로 설정하고 있다 (www.spinno.fi).

스피노 프로그램은 개발, 창업 보육 전(前) 단계(pre-incubation) 프로그램, 비즈니스 보육 프로그램 등으로 구분이 가능하다. 첫째, 비즈니스 아이디어를 개발하고 사업에 착수할 수 있도록 6~12개월 간 지원하며, 둘째, 1~3개월 간 구체적 비즈니스 플랜을 구축할 수 있도록 지원하고 훈련하는 창업 전(前) 단계(pre-incubation) 프로그램을 제공한다. 여기서는 네트워킹과 멘토링 지원만이 아니라 창업 자금 지원이 가능하고 사업을 구체화할 수 있는 계획 수립에 착수토록 한다. 끝으로, 비즈니스 인큐베이션 프로그램을 통하여 6~12개월 간 창업 보육을 지원한다.

이뿐만 아니라 금융 지원과 여타 자원들에 대한 지원을 통해 실질적 비즈니스가 가능하도록 지원한다. 이러한 스피노 프로그램 등을 통하여 이노폴리는 새로운 사업 아이디어를 벤처 기업화하고 성공적인 기업으로 성장할 수 있도록 지원하는 역할을 수행한다. 특히 벤처 기업들에 대해 각종 편의를 제공할 뿐만 아니라 마케팅, 재무관리 등을 교육함으로써 인큐베이터로서의 역할을 수행한다.

이노폴리 입주 기업의 입주 기간은 평균 10년 이상이며, 입주 기업들이

장기간 입주하려는 가장 큰 이유는 네트워크 형성 등 비즈니스 환경이 매우 유리하기 때문이다. 동 단지 내 입주 기업에 대하여 TEKES는 기술 평가를 거쳐 창업 자금의 50%까지를 지원한다. 이노폴리는 공익성이 강하지만 대부분의 지분을 금융 기관 및 기업 등 민간이 보유하도록 함으로써 정부의 간섭을 최대한 배제하고 민간의 자율성을 제고하도록 하고 있다.

이노폴리는 창업에서 상업적 성공에 이르기까지 전 단계에 걸친 지원을 하고 있으며, 1개 벤처 기업에 대해 7명의 경영 회계 전문가들이 창업에서부터 상업적 성공에 이르기까지 전단계에 걸쳐 미래의 기업가를 지원한다. 특히 노키아 등의 제조 업체는 물론이고 프라이스워터하우스쿠퍼스(PwC) 등 컨설팅 회사들도 각각의 프로젝트에 스폰서로 참여하고 있다. 벤처 기업의 선정은 엄격한 반면, 완벽한 보육 및 지원 시스템을 보유하고 있다. 거의 완벽에 가까운 지원으로 인해 이노폴리 내 벤처 기업의 생존율은 90% 수준에 이른다.

라. 핀란드 사례의 시사점

2008년 이후의 글로벌 경제 위기는 핀란드에도 새로운 도전과 기회를 제공하고 있다. 특히 핀란드의 경우 IMF 등에서 2010년에 실업률이 10%대로 증가할 것으로 전망하고 있는 가운데 고급 인력을 위한 일자리 창출과 신기술 창업을 위하여 전 국가적 노력을 경주하고 있는 실정이다. 핀란드는 글로벌 경제 위기에 대처하는 과정에서 다른 나라들이 단순히 모방하기 어려운 나름대로의 산학 융합형 창업 보육 모델을 활성화하고 있다. 이 모델은 글로벌 경제 위기를 극복하는 가장 유력한 대안 중 하나로 평가받고 있다. 이러한 핀란드의 산학 융합형 창업 보육 모델이 우리에게 가져다 주는 시사점들을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 공간적으로 밀집된 과학 단지와 연구 중심 대학 사이의 상호 교류를 통해 신기술 개발과 청년 창업이 활발하게 이루어지고 있으며, 이를 통

하여 국가발전을 위한 새로운 동력을 확충해 나가고 있다. 특히 산학연이 한 곳에 집중된 과학 단지 또는 테크노폴리스라는 융합단지에서 다양한 연구 개발 및 창업 지원 프로그램 등을 제공한다. 이와 더불어 학생들과 연구자, 사업가들이 상시적으로 만날 수 있는 ‘만남의 장’을 통해 다양한 사업 아이디어와 창업, 특히 기술 개발 등을 활성화하고 있다.

둘째, 대학 내에서 도전적이고 진취적인 기업가 정신을 배양하기 위한 다양한 교육을 실시하고 있다. 핀란드에서는 ‘기업가는 탄생하는 것이 아니라 교육을 통해 양성된다’는 철학에 기초하여 계획적으로 혁신 기업가를 양성한다. 이는 기업가정신 교육을 실시하지 않고서는 학생들의 도전 정신과 진취적 기업가정신이 함양될 수 없음을 의미한다.

셋째, 핀란드에서는 창업에 따른 위험을 감수하지 않고서도 아이디어만으로도 창업할 수 있는 다양한 프로그램을 제공한다. 특히 본격적 창업 단계 뿐 만이 아니라 창업 보육 전 단계(pre-incubation)에도 학생이나 연구가 금전적 위험을 전혀 감수하지 않고서도 창업 활동에 참가할 수 있도록 지원하는데 연구실 창업이 대표적이다. 연구 개발 역량이 집중된 것이 창업 활동이 활발하게 이루어지도록 촉진하는 요인으로 작용하고 있다.

넷째, 핀란드는 혁신 생태계를 토대로 오타니에미 사이언스 파크와 알토 대학, 중앙(지방) 정부, 지역 기업 등이 산학 융합형 네트워크를 구축함으로써 대학이 배출하는 우수한 인적 자원을 혁신 클러스터 내 기업들이 흡수하고, 기업은 유능한 연구 개발 인력을 공급 받아 협력 대학과의 공동 연구 개발을 진행하여 경쟁에 앞서는 성과를 창출하였다. 그리고 정부는 서로의 관계를 조정하고 인프라와 행정 혁신의 방법으로 산학이 일체가 될 수 있도록 지원하는 역할을 수행한다.

제2절 국내의 청년 지식기술 창업 사례

1. 학생창업보육센터를 통한 청년 지식기술 창업 성공 사례

가. 호서대학교의 학생창업보육센터 모델 개관

호서대학교에서는 1990년대 중반부터 대학 교육과 산업 기술 혁신의 근간으로 산학연 협력 체제를 구축하여 고급 기술 인력을 양성하고 지역 전략 산업의 발전에 기여할 수 있는 실질적 산학 협력을 실행해 왔다. 특히 ‘벤처 중심 대학’이라는 모토로 실무 교육과 벤처 정신에 충만한 핵심 산업 인력을 육성하는 데 주력하고 있으며, 이를 통하여 기술 혁신과 산업 경쟁력의 확보라는 선순환 구조를 가져올 수 있는 체제개편을 지속적으로 추진하고 있다.

충남 지역 산학 협력의 중추적인 역할을 담당하고 있는 호서대학교는 교수와 대학원 및 학부생들의 기업가 정신의 함양과 벤처 창업에 대한 의욕을 고취시키고 활성화하기 위한 제도 도입과 지원 사업을 지속적으로 추진하고 있으며, 창업 보육을 위한 사업으로 학생 벤처 회관의 건립과 학생 벤처 동아리, 호서 신기술 창업보육센터, 인터넷 창업보육센터, 벤처 전문대학원 등을 연계 추진함으로써 예비 창업자에게 창업보육에서 기술혁신을 통한 사업화에 이르기까지 종합적인 지원 체계를 구비하고 있다.

학부생의 벤처 창업과 실무 교육 과정을 지원하기 위하여 1999년에 국내 최초로 벤처 동아리를 모집(32개 팀에 200명 선발)하여 지원한 이래 학생들이 벤처 연구에 보다 집중할 수 있는 벤처 동아리관(지상 2층, 지하 1층, 연건평 2,082.3㎡(631평), 1999년 8월 준공)을 제공하고 2002년 9월에 학생창업보육센터(Student Venture Incubator Center)로 명칭을 변경하였다. 호서대학교의 학생창업보육센터는 우리나라의 다른 대학에서 찾아보기 힘

든 조직과 프로그램으로, 학교 교비 자금을 지원하여 게임 콘텐츠, 애니메이션 관련 디자인, 영상, 지능형 로봇, IT 응용 및 정보개발 등 첨단 지식과 신기술에 기반을 둔 학생창업 의욕을 고취하는 우수한 모델로 발전되어 학생 창업에 긍정적인 영향을 끼치고 있다.

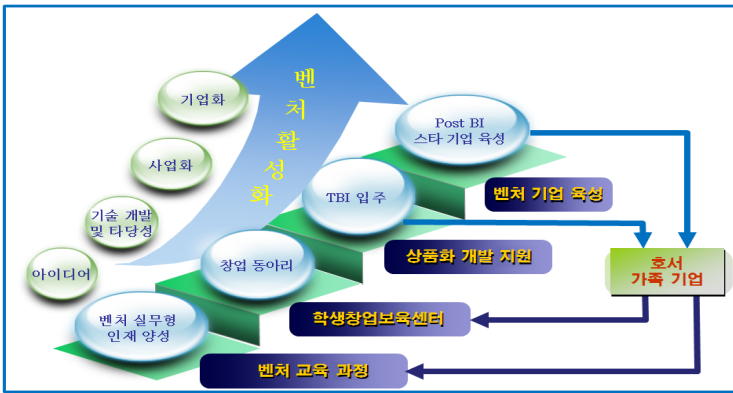
호서대학교가 학생창업보육센터를 설립한 목적은 i) 벤처 동아리의 확산에 의한 기업가 정신 함양, ii) 산학 협력 활성화에 의한 실무 교육 강화, iii) 경쟁력을 갖춘 벤처 동아리의 육성과 벤처 창업 및 벤처 기업 육성 등이다. “할 수 있다. 하면 된다”는 창학 정신을 모토로 높은 이상과 의욕, 마지막까지 최선의 노력을 할 수 있도록 함으로써 학생들의 벤처 정신을 고취시키고 있다.

우리나라 대부분의 대학들에서는 여전히 이론 중심의 교육과정을 운영하고 있으며, 참신한 아이디어를 보유했더라도 벤처 의지를 구체화할 수 있는 시스템을 갖추지 못하여 청년 지식기술 창업에 대한 체계적 지원이 이루어지지 않고 있다. 특히 기존의 일반 제조업 창업이 하드웨어 부문的高비용 부담이나 리스크 등이 상대적으로 높은 것과 달리 호서대학교의 학생창업보육센터 모델은 소프트웨어 부문에 기초한 지식 창업이 주축을 이루고 있다. 즉, 아이디어만으로 창업이 가능하다는 점에서 학생들이 창업을 통하여 자신의 일자리를 스스로 창출할 수 있는 장점을 지니고 있는 것이다. 무엇보다도 학생창업보육센터의 운영을 통하여 학생들의 참신한 아이디어 및 연구 노하우 등과 같은 대학 기술의 상품화와 기업화가 더욱 촉진될 수 있으며, 대학의 구성원인 학생들이 벤처 문화를 쉽게 접할 수 있는 기회가 늘어날 수 있는 시스템을 갖추고 있다.

[그림 5-4]는 호서대학교에서 운영하는 지식기술 기반의 성공적인 학생 창업을 유도하기 위한 순환형 벤처 창업 시스템을 도식화한 것이다. 벤처 실무형 인재 양성 과정에서는 아이디어를 도출하기 위한 과정으로 캡스톤 디자인, 제품 설계 중심의 실험 교육과정과 다양한 벤처 교육과정의 운영을 통하여 새로운 아이디어의 창출을 적극적으로 유도한다. 창의적 융합

기술의 창출을 위해 CLP(Creative Learning Program) 교육과정을 통해 2개 이상의 상이한 전공의 학생들로 구성하여 창의성이 풍부한 새로운 아이디어의 발굴을 장려하고 있다.

[그림 5-4] 순환형 벤처 창업 지원 시스템



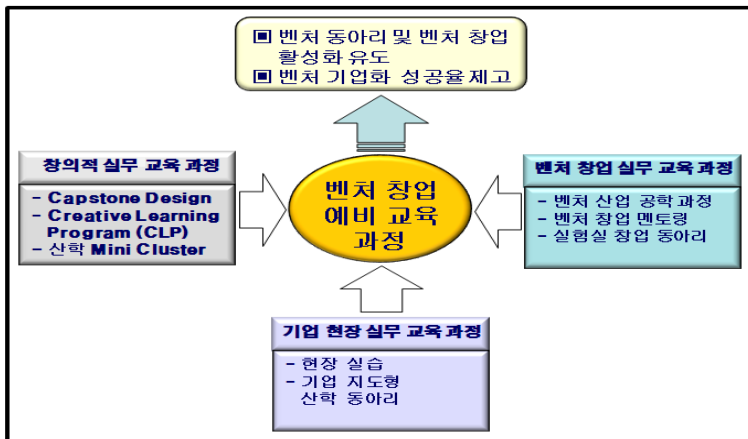
다음으로 도출된 아이디어를 중심으로 핵심 기술 개발 및 타당성 탐색연구를 위한 창업 동아리 결성을 지원하고 학생창업보육센터에 입주시켜 실질적인 연구 개발과 벤처 창업에 보다 집중할 수 있도록 한다. 또, 이 과정에서 호서 가족 기업과 연계시켜 개발된 제품의 완성도를 높이고 상품화의 가능성을 높일 수 있도록 한다. 성공적인 창업 동아리를 중심으로 벤처 기업의 창업을 유도하고 신기술창업보육센터(TBI)에 입주시켜 상품화 개발을 지원해서 스타 기업으로 성장할 수 있도록 기술 개발과 경영 지원, 벤처 캐피털과 연계된 자금 지원 등을 수행하여 스타 기업으로 성장할 수 있도록 적극 지원한다.

TBI에 입주된 벤처 기업이나 스타 기업으로 육성된 기업을 호서 가족기업으로 편입시켜 벤처 정신에 충만한 인재 양성과 창업보육센터에 입주한 창업 동아리들의 기술 개발 및 상품화를 지원하게 하는 순환형 벤처 창업 지원 시스템을 갖추고 있다.

나. 호서대학교의 학생 창업 교육 실태

창의적 문제 해결 능력과 현장 적응력의 함양을 바탕으로 벤처 정신으로 무장된 진취적인 청년 지식인을 육성하기 위하여 호서대학교에서는 다양한 교육과정을 운영하고 있다. [그림 5-5]는 현재 운영 중인 벤처 창업의 활성화와 벤처 기업의 성공률을 높이고 기업가정신을 함양하기 위한 벤처 창업 예비 교육과정을 나타낸 것이다.

[그림 5-5] 호서대학교의 벤처 창업 예비 교육 과정

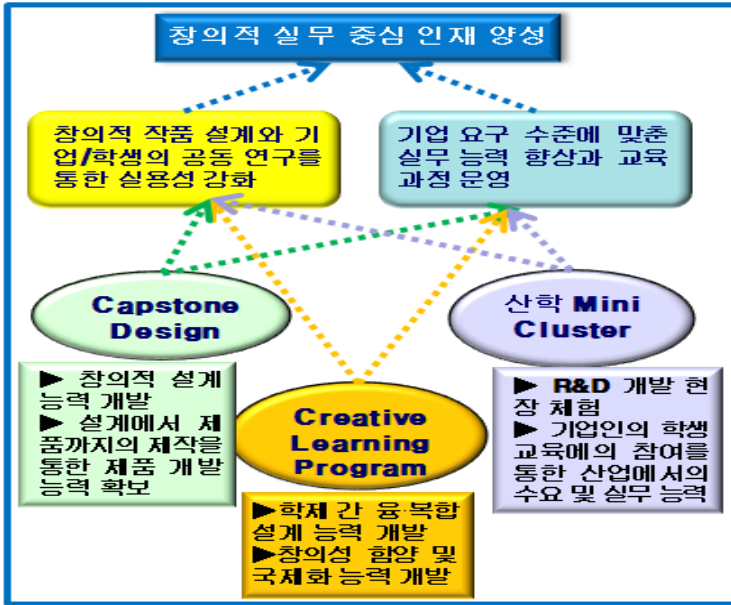


먼저 창의성 함양과 아이디어 창출, 학제 간 융·복합 기술 개발을 촉진하기 위한 창의성 함양 교육 과정으로 종합 설계 과정, 창의적 인력 양성 프로그램(Creative Learning Program: CLP), 산학 미니 클러스터(Mini Cluster) 등을 운영하고 있다([그림 5-6] 참조).

캡스톤 디자인 교육 과정에서는 프로그램의 정규 교과목화를 통한 창의성 공학 교육의 기반을 확립하고 설계에서 제품까지의 제작을 통하여 제품 개발 능력을 확보할 수 있도록 한다. 또, 다양한 설계 과제 유형을 통하여 아이디어 창출과 학제 간 융·복합 기술 개발을 촉진시켜 지식 기반의 벤

처 창업 동아리로의 활성화를 유도하고, 실무 능력을 향상시켜 취업으로 연계될 수 있도록 하고 있다.

[그림 5-6] 호서대학교의 창의성 함양 교육 과정 체계도



CLP 교육 과정에서는 국제화와 학제 간 융복합 기술 개발 능력을 향상시키는 것을 목적으로 2개월 과정의 해외 인턴 체험 프로그램과 기업 참여형 다학제 간 설계 과정을 운영하고 있다. 이 과정을 통해 외국 기업의 현장 체험과 제품 개발 과정에서의 상호 협력 및 새로운 아이디어 창출을 학습하게 함으로써 학제 간 설계 능력 개발과 국제화 능력을 향상시킬 수 있도록 한다.

산학 미니 클러스터(Mini Cluster)에서는 지역의 중점 산업을 중심으로 관련 학과와 지역 기업이 연계된 협의회를 통하여 산업 기술 현황에 대한 정보 교류와 애로 기술 발굴, 교수와 학생이 함께 참여하는 기업 애로 기술

과제 해결 등을 수행한다. 이 과정을 통해 기업에서 진행되는 연구개발의 현장 체험, 산업 현장에서의 기술 수요의 이해와 실무 능력의 향상, 실질적인 제품 개발 과정을 충분히 이해할 수 있도록 함으로써 지식 기반의 학생 창업 과정 유도과 함께 취업 활성화를 지원한다.

기업 현장 실무 교육 과정으로 현장 실습의 정규 교과목화 및 기업 지도형 산학 동아리 운영이 있다. 현장 실습에서는 기업 요구를 반영한 기업 맞춤형 실무 교육이 이루어지도록 함으로써 제품 개발 및 생산 현장을 체험할 수 있도록 하고 있다. 또, 지역 기업과 연계하여 지도 교수와 기업인이 공동으로 기술과 제품 개발을 지도하는 기업지도형 산학동아리(Education-Industry Club: EI Club) 교육 과정의 운영으로 학생의 벤처 창업을 적극적으로 유도한다. 그 뿐만 아니라 연구실에서 창출되는 교수나 대학원생들의 아이디어 구현을 지원하는 실험실 창업 동아리 활동을 통하여 창의적 신기술의 개발을 장려한다. 이 과정에서 지도 교수와 대학원생의 창업 동아리 활동에 적극적으로 참여하고 지도하게 함으로써 학생들의 벤처 창업을 지원하게 한다.

끝으로 벤처 실무 교육 과정으로 정규 교육 과정에 편성하여 운영하는 벤처 산업 공학 교육 과정과 학생들의 벤처 정신의 고취 및 함양을 목적으로 창업 강좌의 운영과 창업에 성공한 기업인을 중심으로 초청 특강을 운영하고 있다.

벤처 창업 실무 교육 과정의 주요 내용은 다음과 같다. 먼저 교내 벤처 산업 공학 전공으로 학부 2학년부턴 복수 전공 또는 부전공으로 선택할 수 있다. 복수 전공은 벤처 과정 개설 교과목 중 현장 실습 2학점을 포함하여 벤처 산업 공학에서 개설된 과목 중에서 32학점 이상 취득 하면 인정하며, 부전공은 21학점 이상 취득 하면 인정한다.

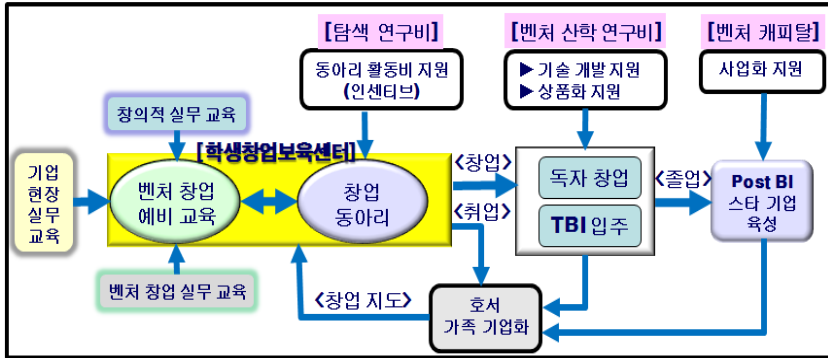
또, 창업 멘토링 시스템 구축을 통한 선배 벤처 기업인과의 일 대 일 멘토링과 매주 정기적으로 실시되는 창업관련 세미나 및 외부 인사의 창업 특강을 개설하여 학생들의 도전 정신의 함양과 창업에 대한 관심을 고취시

키고 있다. 학생 창업 동아리에 대한 멘토링 교육은 먼저 멘토 및 멘티를 선정한 후 구체적인 창업 교육 목표를 설정하고, 예비 과정, 실행 과정 및 평가 과정으로 구성하여 운영한다. 멘토링 교육은 새로운 기술 분야에 대한 창업 동아리 구성원들의 교차 훈련, 다양한 전문 분야와 고급 과정의 교육 기회 제공, 신입 학생의 오리엔테이션 등을 통하여 창업 동아리 활동을 지원한다. 구체적인 운영 과정은 i) 예비 과정에서는 추진팀 구성, 교육 프로그램 필요성 및 추진 방안 수립을 위한 멘토링 mapping, 구성원 공감대 형성, ii) 실행 과정에서는 목표 프로그램 확정, 교육 과정 개발, 멘토·멘티 연결, iii) 평가 과정에서는 활동 결과 평가 및 사후 관리 등으로 교육을 진행하고 있다.

다. 호서대학교의 창업 동아리 활동 현황과 특징

호서대학교의 학생 창업 보육 센터 운영의 특징은 벤처 창업 예비 교육에서 스타 기업으로의 육성 단계까지 선순환 구조의 체계적인 운영 시스템을 구비하고 있다는 점이다. 즉, 학생들에게 기업가 정신의 함양과 벤처 창업을 장려하기 위한 벤처창업 예비교육과정에서 아이디어 창출을 위한 창의성 함양과 기업 현장에서 발생하는 다양한 실무 능력의 향상을 교육, 벤처 창업에 필요한 실무 교육 등으로 운영함으로써 벤처 창업에 필요한 제반 지식을 사전에 습득할 수 있도록 한다. [그림 5-7]은 이와 같은 호서대학교의 순환형 학생창업보육센터 운영의 체계도를 나타낸 것이다.

[그림 5-7] 호서대학교 순환형 학생창업보육센터 체계도



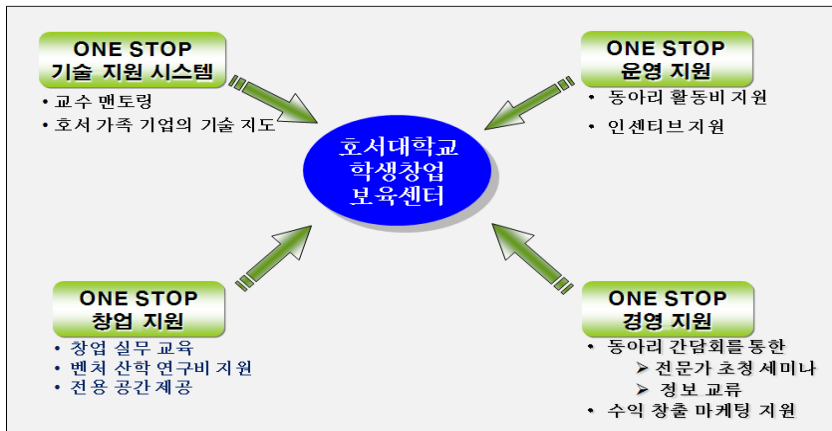
창업 동아리를 중심으로 운영되는 창업보육센터에서는 타당성 탐색 연구를 위한 동아리 운영비와 우수 동아리를 대상으로 인센티브를 제공해서 창업 활동을 적극적으로 후원하고 있다. 창업 동아리 운영 과정에서 발생하는 기술 개발은 소속 대학교수를 동아리 지도 교수로 임명하여 지원하도록 한다. 또, 상용화 제품 개발을 지원하기 위하여 호서 가족 기업과 연결시켜 개발된 제품의 생산성, 상업성 등에 관한 자문을 받을 수 있도록 하고 있다.

호서대학교의 학생창업센터 모델이 갖는 가장 중요한 강점은 학생창업보육센터를 거쳐 많은 학생이 실제로 창업에 성공하거나 관련 기업으로 취업과 강력한 연계성을 갖는 점이다. 또, 대부분의 창업 활동이 학제 간 융·복합과 같은 창의성에 기반한 지식기술 분야에 집중되어 있다. 실증 사례로 최근에 학생창업보육센터를 통하여 창업된 업체들의 분야는 게임 제작 서비스, 문화 이벤트 개발·운영·보급, 미생물 및 효소를 기반으로 한 생물 공학 제품 개발, n-버룩시장 & 디지털 영상 제작, 론 레온 제작, 업소용 게임기, 웹 사이트를 이용한 스타 마케팅, Candle Love Web-site 등이다.

호서대학교 학생창업보육센터의 다른 특징은 아이디어 단계에서부터 타

당성 탐색 연구 및 창업 동아리 운영, 벤처 창업에 이르는 단계까지 교내외에 구축되어 있는 모든 인프라를 통합하여서 벤처 창업에 대한 신속한 기술 및 활동비 지원을 위한 종합적 서비스 지원 프로그램을 가동하고 있는 점이다. 즉, [그림 5-8]에 나타낸 바와 같이 기술 지원 시스템에서 운영 지원, 창업 및 경영지원의 전 과정을 필요한 시점별로 즉시 지원받을 수 있는 종합적 지원체계를 구축하여 운영하고 있다.

[그림 5-8] 학생창업보육센터 지원 체계



호서대학교의 학생 창업 동아리는 1999년에 안전보건학과, 정보통신공학과, 컴퓨터공학과 및 전자공학과에서 5개씩의 동아리가 공과 대학의 학과를 중심으로 결성되어 처음으로 활동을 시작한 이래 청소년문화상담학과, 체육학과, 생명공학과 등 공과 대학 이외의 학과로 확대되어 창업 보육 활동을 활성화시켜 나갔다. 2003년~2007년 사이에 게임공학과, 컴퓨터공학과 동아리가 크게 늘어나면서 IT 부문의 창업에 관심이 대폭 증가하여 지식 기반의 창업 활동을 구축해 나가기 시작하였다. 또, 애니메이션학과, 사회복지학과, 시각디자인학과 및 문화기획학과 등도 창업 동아리 활동에 참여하면서 대학의 전 학과로 확대되는 결과를 가져왔다.

<표 5-1> 호서대학교 창업 동아리 분포

분류	내용
게임	게임 콘텐츠 개발
	특수 목적 게임 개발
	게임 개발 인력 아웃소싱
	모바일 네트워크 게임 엔진 및 게임 개발
	기능성/체감형 게임 개발
로봇	휴머노이드 로봇 개발 및 교육 콘텐츠 사업
	민, 군에서 필요로 하는 로봇을 보다 실용적으로 개발
	배틀 및 휴머노이드 지능형 로봇 분석 및 제작
IT 응용 및 정보	교육 정보 개발
	독립형 GPS를 이용한 위치 기반 서비스(LBS)
	키로거에 시반한 후킹 탐지 및 차단과 특정 단어 금지 S/W 개발
	LCD 모니터 캘리브레이션 장치 기술 개발
	태양광 전지를 이용한 조정 제품
디자인 영상	디지털뉴미디어 콘텐츠 제작 및 인터넷 방송
	특정 소수를 위한 인터넷 방송 구현
	CF및 뮤직비디오 애니메이션 등의 영상 콘텐츠 제작
	애니메이션을 이용한 영상물 제작
	PAPER TOY 캐릭터 개발
이벤트 음악 스포츠	이벤트, 연구, 기획, 운영
	이벤트 기획과 커뮤니케이션
	미디 음악 제작 및 콘서트 공연 기획 프로그램 연구 개발
	유소년 스포츠 진행
기타	전통 식품 우수성 발굴 및 홍보
	시약 개발
	고인성, 고내화성 시멘트 복합체를 이용한 구조물의 보수 공법
	플라스틱 성형 사출
	패CD-R 내 알루미늄 추출 기술 연구 및 개발

2010년 현재 지금까지 이름만 유지하던 동아리와 실적이 부족한 동아리를 퇴출시키고 총 16개의 학과(부)의 경쟁력 있는 우수 동아리만으로 운영

하고 있으며 우수한 실적을 쌓을 수 있도록 운영 체계의 혁신을 진행하고 있다. <표 5-1>은 2010년 5월 현재 운영되고 있는 창업 동아리의 참여 학과와 창업 분야의 내용을 나타낸 것이다.

한편 호서대학교의 청년 창업 촉진을 위한 모델의 특징은 i) 학생창업보육센터를 통하여 모든 신기술 창업에 관련된 제반 내용의 자문 및 지원 체계를 확립하여 학생들이 능동적으로 신기술 창업에 참여할 수 있는 기반을 마련해 주고, ii) 공공 지원 및 창업 투자 자금의 원활한 유입 체계를 구축하여 자연스럽게 학생들의 연구 실적을 학생 벤처 창업으로 연계되도록 유도하고 관리하는 것이다.

학생 창업 동아리 활동을 통하여 현재 청년 창업이 활성화된 부문이 주로 젊은 아이디어와 청년의 패기에 기반을 둔 영역이라는 것을 확인할 수 있다. 거대 자본이 필요하거나 많은 사회적 경험이 요구되는 첨단 기술개발 또는 대규모 사업 영역보다는 게임 및 소프트웨어 개발과 같은 IT응용 분야나 디자인 분야 등이 주종을 이루고 있는 것이다.

이들 영역의 특징은 소규모 자본 및 인원으로 창업이 가능하다는 것이며, 이들 영역 전공 배경은 IT 관련 공학 계열 또는 예체능 계열이다. 그런데 이들이 창업 관련 항목에 대한 실무적인 지식 습득 및 실습을 위하여 벤처 산업 공학 전공의 교과목을 이수하는 경우에는 IT 관련 공학 계열과 예체능계열의 특성을 반영할 필요가 있다. 시장 조건이 다름에 따른 사업 계획 구상 방식의 차이, 구체적 관련 법 제도의 차이 등이 반영되어야 하는 것이다. 예를 들어 IT 관련 공학 배경에서는 IT 관련 기술 개발 지원 및 사업화에 대한 구체적인 지식이 필요하며, 디자인 계열에서는 디자인 관련 각종 지원 및 사업화 방안이 필요하다.

호서대학교에서 청년 창업 성공 사례가 많은 핵심 요인은 지도 교수를 기업 소속 전문가로 배정함으로써 실무 중심의 사업 추진이 가능했으며, 동아리 구성원에 대학원생을 참여시킴으로써 대학교수의 적극적인 자문을 유도해 하였다는 점이다. 또, 산학 협력 중심 대학 육성 사업과 같은 국책

사업과의 연계에 의한 시너지 효과를 극대화할 수 있었던 점도 중요한 요인 중의 하나이다.

호서대학교 청년 창업 동아리 I&T 이진철 대표의 성공 사례

벤처 특성화 대학 ‘호서대학교’는 벤처 창업에 꿈이 많고 열정 있는 학생들에게 다양한 지원을 하고 있습니다. 특히 20여 개의 창업 동아리를 육성하는 호서대학교는 매년 100~300만 원 창업 지원금(seed money)과 창업 공간을 지원함으로써 많은 청년 창업가를 육성하고 있습니다.

그중에 한 명인 본인은 지방자치단체 및 학교 교내 창업 경진 대회에서 우수한 창업 아이템으로 평가를 받았고 수상도 하였습니다. 이를 계기로 제품의 사업성과 성장성을 직감하게 되었고 취업이라는 진로의 길 대신 창업이라는 길을 선택하게 되었습니다.

우선 학교의 학생창업보육센터에서 I&T라는 창업 동아리를 조직하여 활동하였으며, 이러한 토대 위에서 2009년 태양광을 이용하여 태양광 가로등 및 보안등을 생산하는 (주)쏠라엔라이트라는 회사를 창업하게 되었습니다. 창업 동아리에서 법인화 목표를 실현하게 된 것입니다. 그리고 시제품의 상용화를 목표로 기존의 태양광 제품 외에 지속적인 연구 개발 투자로 신제품을 개발하였습니다.

그 결과 2010년에는 매출이 발생하였고, 호서대학교의 신기술 창업보육센터(TBI)에 입주함으로써 본격적인 벤처 창업가로서의 길을 걷게 되었습니다. 앞으로는 기술신용보증기금을 통하여 벤처 인증 등록을 해 나갈 것이며, 2010년 말 해외 수출전시회에도 참가하여 타이완, 홍콩 등지로 수출을 추진할 것입니다. 그뿐만 아니라 호서대학교 학생 2명을 채용하여 새로운 고용을 창출할 계획도 수립한 상태입니다.

그러나 사회 경험이 부족한 본인으로서 아직도 많은 것이 연속적인

고난으로 다가오고 있습니다. 여전히 주위에서는 창업을 부정적 시선으로 보고 있는 가운데 창업에 대한 노하우가 많이 부족하고 학교수업의 병행으로 인한 시간 부족 등이 어려움으로 다가오고 있습니다.

이러한 어려움에도 불구하고 남들보다 더 많이 창업에 대해서 공부하고 노력하여 단기간에 높은 성장을 이루어 나가도록 앞으로도 최선의 노력을 다할 것입니다. 특히 학교에서 많은 관심과 지원을 제공해 주고 있어 매우 큰 힘이 되고 있습니다.

최근 들어 청년 실업률이 더욱 높아지는 것을 보고 듣고 느끼고 있습니다. 물론 떨어진 취업률을 당장 청년 창업으로 올리기는 어렵다고 보지만, 젊었을 때의 도전은 앞으로 한 단계 더 올라설 수 있는 소중한 경험이 될 것으로 믿어 의심치 않습니다.

라. 호서대학교 학생창업보육센터 모델의 시사점

호서대학교에서는 학생창업보육센터의 운영을 통해 학생들의 창의적 문제 해결 능력의 배양과 전문 기술 교육의 심화, 기업 현장 적응력의 강화 등 기업가 정신으로 무장된 진취적인 인력 양성의 모델로서의 역할을 충실히 수행하고 있다. 또, 호서 가족 기업과의 협력을 통한 긴밀한 산학 협력 체계를 구축하고 취업을 연계시킴으로써 취업률 향상에도 많은 역할을 하고 있다. 창업된 벤처 기업을 성공적인 스타 기업으로 성장할 수 있도록 종합적 지원 체계를 구축하여 운영함으로써 청년 창업을 유도하고 학생들에게 꿈과 희망을 유발시키는 효과를 거두고 있다. 호서대학교의 학생 창업보육센터 운영 모델이 제공하는 시사점은 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 호서대학교는 성공 사례에서 보듯이 창업 동아리 활동에서 경험한 벤처 정신이라는 체험에 입각한 청년 지식기술 벤처 창업이 있었고 계속해서 이와 같은 청년 창업이 다른 창업 동아리를 통하여 가속화되었다. 이와

같은 호서대학교의 독특한 창업 촉진 모델을 통하여 창업 리더들이 육성됨으로써 학생들이 적극적으로 창업 활동을 펼치게 되어 학생들의 창업에 대한 열기가 증가하고 있으며, 이는 궁극적으로 창업 성공률의 향상으로 이어질 것이다.

둘째, 호서대학교는 학생창업보육센터를 통하여 대학생 창업을 위한 시스템 및 지원 체계를 확립한 것으로 평가할 수 있다. 즉, 창업보육센터를 통하여 모든 신기술 창업과 관련된 제반 절차와 자문 및 지원 체계를 확립하여 학생들이 능동적으로 신기술 창업에 참여할 수 있는 종합적 지원 체계를 구축·운영하고 있다. 이를 토대로 공공 지원 및 창업 투자 자금의 원활한 유입 체계를 구축하여 자연스럽게 학생들의 연구 실적을 학생 벤처 창업으로 연계될 수 있도록 유도하고 있다.

셋째, 호서대학교는 대학 특성화 사업과 연계하여 1995년부터 국내 최초로 TBI를 설립하여 벤처 기업 육성에 국내 대학 중 선도적 역할을 수행해 왔다. 이와 같은 TBI와 학생 창업의 연계·운영을 통하여 학생 창업 보육에서 벤처 기업으로의 창업과 스타 기업으로의 육성을 위한 선순환 구조의 종합적 지원체계를 확립하고 있다. 따라서 벤처 기업들의 요구에 능동적인 대응이 가능하다. 즉, 대학교수와 연계된 애로 기술 지원 및 대학이 보유한 다양한 첨단 장비나 기자재의 신속한 활용이 가능하여 제품 개발을 쉽게 할 수 있는 장점이 있다. 또, 학생창업보육센터를 통하여 배출된 인력들이 졸업 후에도 이미 구축되어 있는 벤처창업시스템을 효과적으로 활용할 수 있도록 하였다. 그 뿐만 아니라 학생들의 참신한 아이디어 및 연구 노하우를 대학 특성화 등과 연계하여 물적·인적자원을 벤처기업과 공유토록 하였다. 이를 통해 축적된 정보를 바탕으로 창업 보육에 대한 연구를 체계화하여 벤처 정신을 가진 유망한 인재 및 기술을 쉽게 활용할 수 있도록 하고 있다.

넷째, 호서대학교는 학생창업보육센터를 통하여 학생 창업자와 일반 창업자, 교수, 연구자 등의 상시적 만남의 장을 제공하고 있다. 학생창업보육

센터는 단순히 학생 창업 동아리의 공간이라기보다 다양한 전공의 학생들이 모여 상호 정보를 교류하고 새로운 지식을 학습하는 장이기도 하며, 새로운 아이디어가 창출되는 공간이기도 하다. 이뿐만 아니라 사업가나 연구자가 수시로 학생창업보육센터에 방문하여 우수한 학생 창업자를 발굴하고 교류하는 장으로 활용하기도 하다.

다섯째, 호서대학교 학생창업보육센터는 학생 창업 촉진을 위하여 평가 결과에 따라 다양한 인센티브를 제공하고 있다. 즉 각 동아리 구성원의 업무 분담(20%), 동아리 과제에 대한 계획의 실천 정도(30%), 기술 개발 노력 및 성과(20%), 시장성 및 사업성(30%) 등을 집중적으로 평가하여 매년 평가가 미흡하거나 기준에 미달했을 때는 퇴출 조치를 시행하기도 한다. 이를 통하여 기술 경쟁력과 성장 잠재력을 갖춘 학생들을 수시로 발굴하여 취업이 아닌 직접 창업을 할 수 있는 계기를 제공하는 등 청년 창업의 새로운 분야를 선도적으로 개척해 나가고 있다.

2. 산업 단지 내 산학 캠퍼스를 통한 청년 지식기술 창업 성공 사례

가. 한국산업기술대학교의 엔지니어링 하우스 모델 개관

최근 우리나라에서도 산업단지 내에 산학 융합의 캠퍼스를 조성하여 산업체와 대학 사이의 물리적 거리를 좁혀 나감과 동시에 화학적 융합을 촉진하려는 노력이 이루어지고 있다. 수도권에서는 반월·시화·남동 공단을 배경으로 한 한국산업기술대학교의 사례가 대표적이다.

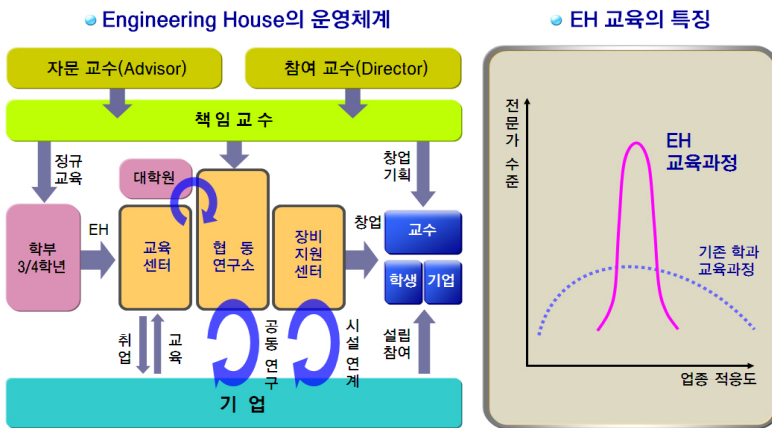
한국산업기술대학교는 2007년 기술 혁신 파크(TIP: Techno Innovation Park)¹⁵⁾ 완공에 따른 엔지니어링 하우스(EH) 본격 운영을 통하여 교수,

15) 한국산업기술대학교의 기술 혁신 파크는 2005년부터 2007년까지 정부가 571억 원을 지원하여 지하 1층, 지상 18층, 연면적 47,274㎡으로 건축한 것으로 식당, 아트센터, 복지시설, 컨벤션 홀, 엔지니어링 하우스 및 기업 연구소 등 산학 간의 직접적 접촉을 통한 상시적이고 실질적인 산학 협력을 이루어 나가도록 설계된 공간이다.

기업, 학생이 공동으로 참여하여 중소기업에 대한 기술 지원과 현장 체험형 교육을 혼합한 신개념의 산학 협력 교육 체계를 마련하였다. 2009년 2월 현재 41개의 엔지니어링 하우스를 운영하고 있으며, 참여 교수 88명, 참여 학부생 374명, 참여기업 152개, 연구과제 간접비 7.23억원을 달성했다.

여기서 엔지니어링 하우스는 2~3명의 대학교수와, 10명 내외의 3, 4학년 학생, 다수의 가족 회사 간에 교육 센터, 협동 연구소, 기업 지원 센터 등으로 연계되어 함께 생활하며 교육, 연구 등을 수행하는 물리적 공간을 의미한다. 이는 산·학 연구 과제에 3~5명의 학부 학생이 참여하여 특정 업종 기업의 연구 과제 지원 및 실용 교육을 받게 함으로써 전공을 더욱 심화하려는 교육 제도의 하나라고 평가할 수 있다.

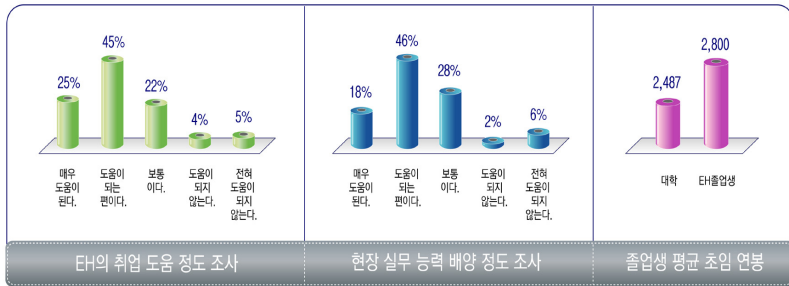
[그림 5-9] 한국산업기술대학교의 엔지니어링 하우스 개념도



한국산업기술대학교는 엔지니어링 하우스를 통하여 기업과 대학간 산학 연계를 활성화함으로써 참여 기업의 실질적인 연구 역량 강화를 통한 매출 증대 및 고용 창출에 기여하고 있다. 참여 학부생의 경우, 현장 참여 형태의 현장 맞춤 교육 운영에 따라 빠른 기술 변화에 대처할 수 있는 실무 능력을 배양할 수 있으며, 이러한 능력 배양이 양질의 취업으로 연계되어 고

용 만족도도 매우 높은 것으로 나타났다. 엔지니어링 하우스 참여 졸업생 대상 설문 조사 결과, 취업 도움 정도(70%)와 현장 실무 능력의 배양 정도(64%) 등에서 크게 만족하고 있으며, 참여 졸업생의 취업률은 100%에 달하고 초임 연봉이 비참여 학생 평균보다 약 300만 원 정도 높은 것으로 나타났다.

[그림 5-10] EH 참여 졸업생 만족도 설문 조사 결과



한국산업기술대학교의 엔지니어링 하우스는 교수, 학생, 기업이 공동 공간에서 교육, 연구, 산학 협력이 이루어지는 형태로 학생들이 기업의 문화를 쉽게 접할 수 있고 실용적인 공학 교육을 할 수 있는 장점이 있다. 엔지니어링 하우스를 기반으로 하는 청년 지식기술 창업 활동은 크게 두 가지 유형으로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 엔지니어링 하우스 입주 기업이 매출 50억 원 이상으로 대기업 협력 업체로서 독자 상품 확보에 대한 욕구와 안정적인 판로를 위하여 혁신 활동을 하는 경우이다. 우리나라 대기업들은 협력 업체의 경쟁력 향상이나 신제품 개발 노력을 지원하는 선진국과 달리 협력 업체의 다른 사업 구상을 달갑지 않게 여기는 경우가 많다. 따라서 별도의 자회사를 설립하여 대기업의 눈치를 보지 않고 독자 상품이나 신제품을 개발하려는 중소기업들 학생이나 교수와의 협력을 통하여 새로운 아이템을 위한 창업 활동을 하게 된다.

둘째, 학생들의 아이디어 창업의 유형이다. 이 경우는 한국산업기술대학교의 산학 협력 프로그램, 즉 현장 프로젝트 실습, 졸업 작품(capstone design), 엔지니어링 하우스 연구 등을 통하여 기업 연계 활동 수행 중에 학생들이 참신한 아이디어를 도출하여 기업 활동을 하는 경우이다. 주로 컴퓨터공학과, 게임공학과 등과 관련된 엔지니어링 하우스가 이런 유형으로 창업이 이루어지는데, 그 이유는 아이디어를 구현하는 소프트웨어 개발의 경우 다른 산업보다 인프라에 대한 투자가 크게 필요하지 않기 때문이다.

나. 한국산업기술대학교의 창업 교육 실태

한국산업기술대학교는 11개 공학 분야의 학과(기계공학과, 기계설계공학과, 메카트로닉스공학과, 전자공학과, 컴퓨터공학과, 게임공학과, 신소재공학과, 생명화학공학과, 산업디자인공학과, 나노-광공학과, 에너지·전기공학과), 경영학사 학위가 수여되는 e-비즈니스학과, 그리고 1학년 교양 교육을 담당하는 교양 학과로 이루어져 있다. 이 중 창업 교육에 도움이 되는 교과목은 교양 학과에서 운영하고 있는 공학과 경영, 공학과 경제, 공학과 마케팅, 공학 기술과 윤리, 교양 특강(CEO seminar), 산업 재산권과 특허 관리, 고용과 법률 등이다.

한국산업기술대학교 창업 교육의 특징은 엔지니어링 하우스 기반 공학 교육에서 찾을 수 있다. 일반 종합 대학과 달리 한국산업기술대학교 학생들은 3학년 때 생활 지도 교수와의 상담을 통해 엔지니어링 하우스에 입주 의사를 타진한다. 기업(가족 회사 중 EH 참여 기업), 교수(분야가 비슷한 2~3명의 전임 교수진), 학생(각 EH에 따라 선정기준을 정해서 자유롭게 선발)으로 이루어진 엔지니어링 하우스에서 학생들은 기업 활동을 조기에 경험하고, 상시적인 만남(세미나 등)을 통하여 창업에 대한 경험을 공유하고 동기를 가지게 된다. 이는 타 대학에서 경험하기 힘든 살아 있는 창업 교육으로 전임 교수진이 산업일체 경력과 벤처기업 창업 경험이 많아서 가

능해 보인다. 공학 교육에서는 반적이지만 특히 창업 교육에서 이론적인 내용보다는 실천 학습(learning by doing)을 통하여 학생들이 엔지니어링 하우스를 기반으로 창업 아이디어를 발굴하고, 성공한 기업인들을 상시적으로 접하고 역할 모델(role model)로 정할 수 있는 것은 매우 긍정적인 효과가 있다고 판단된다.

또, e-비즈니스학과에서는 전반적인 교육 과정이 IT를 활용, 경영의 효율화에 초점을 맞추어져 있어 전반적인 교육 체계 및 교과목들이 청년 창업과 직접적으로 연계되어 있으며 여기서는 4학년 학생들을 대상으로 창업론을 개설하여 졸업 예정자들에게 창업에 필요한 교육을 진행하고 있다. 창업론 과목은 경영학의 다양한 분야의 이론적 지식을 통합하여, 글로벌 비즈니스 리더로서의 마인드 정립과 윤리적 기준을 확립하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로는 수강생이 직접 사업 아이템을 발굴하여 사업 계획서를 작성하게 되며, 이 과정에서 경영학의 이론적 지식을 실체화하는 방법을 습득하게 된다. 16주로 편성된 창업론 강의는 사업 계획서의 작성, 창업 아이템 발굴, 창업 지원 제도, 창업과 관련된 세무와 회계, 성공 창업을 위한 마케팅 전략, 사업 계획서 작성의 실제, 발표 등으로 구성되어 있다.

다. 한국산업기술대학의 창업 동아리 활동 지원 현황

한국산업기술대학교에서는 98년부터 Tech-Zone이라는 창업 동아리가 활동 중이다. 이 동아리에서는 신기술을 사업 아이템으로 연결시켜 창업을 할 수 있도록 각 전공별 참여 학생들이 정기적으로 토론회와 세미나를 개최하고 선후배 간 친목을 도모하고 있다. 한국산업기술대학교 경우는 타 종합 대학보다 다양한 학생의 참여가 부족하고 현재에는 동아리 활동을 통한 창업 성과가 다소 부족하지만, 향후 부가 가치가 큰 신기술, 지식 산업 분야에서 많은 아이템이 나올 가능성이 있다. 따라서 학교 차원에서 창업 동아리가 활성화될 수 있도록 적극적으로 지원해 나가고 있다.

우수 창업 아이디어 및 창업 아이템을 발굴·육성, 창업 아이템 개발비 및 운영비 지원을 위하여 창업보육센터가 주관하는 경진 대회를 개최하고 있다. 경진 대회를 통해 창업 동아리 활성화로 대학생의 창업 분위기 조성, 창업 마인드 확산되는 부분에 기여할 수 있으며, 대학 내 체계적인 창업 지원 시스템 구축을 통해 준비된 청년 창업가를 육성하는 데 도움이 될 수 있다.

우수 창업 아이디어 5개를 선정하여 200만 원 안팎의 개발비 및 운영비, 창업보육센터 입주 신청 시 가산점 부여 등을 지원한다. 이 사업으로 한 단계 진화된 대학 창업 지원 정책을 통한 학생들의 창업에 대한 관심 제고 및 일자리 창출을 통한 대학 발전과 지역 경제 활성화에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

이와 더불어 청년 창업 프로젝트 사업을 지원하는데 있는데, 이는 사업화 역량을 갖춘 도전과 패기의 청년 우수 창업 아이템을 발굴, 지원하여 미래 성장 가능한 사업으로 육성함으로써 청년 창업을 촉진하는 것이 목표인 사업이다. 이 사업의 추진 방식은 다음과 같다.

1. 창업 적성 검사 및 졸업 작품을 연계함으로써 창업 아이템을 발굴
2. 사업 계획서를 작성하여 사업 타당성을 분석하며 창업 경진 대회 참가를 추진
3. 특허 출원을 위한 지적 재산권 및 특허 정보 검색 등의 교육을 지원
4. 사후 창업 경진 대회 참가나 공동 보육실 입주, 기존 사업 연계 등의 관리를 추진

한국산업기술대학의 창업 동아리 활동의 성과는 중소기업청-벤처 기업 협회가 주관하는 YES CHALLENGE 2010에서 대상을 수상한 것으로도 잘 알 수 있다. 2010년 7월에 진행된 기업가 정신 캠프 ‘YES CHALLENGE 2010’에서 한국산업기술대학교의 박준호(나노-광공학과 2010학번) 학생이 대상을 수상한 것이다.

중소기업청과 벤처기업협회에서 주관한 ‘YES CHALLENGE 2010’은 창업에 대한 대학생들의 도전 의식과 열정을 키워 주기 위하여 개최된 대회로 YES 리더스 특강 수강생, 1사 1꿈나무 장학생 및 사업가를 꿈꾸는 대학생들을 대상으로 진행되었다. 50명을 5인 1팀, 총 10팀으로 나누어 2박 3일동안 진행한 ‘YES CHALLENGE 2010’은 YES 리더 공모전, YES리더 기업가정신 특강, YES리더 멘토링 등의 코너로 진행되었다.

한국산업기술대학교의 EH 기반 청년 창업 성공 사례: (주)지구뱃 대표 배복근

게임을 만드는 회사를 차리는 것이 꿈이었던 게임공학과 배복근 학생은 같은 과 학우인 한지수, 안미나와 2007년 ‘지구뱃’을 설립하였다. 배복근 대표는 현재 게임공학과 학사 과정 후, 대학원 석사 과정 휴학 중에 있으며, 2007년 인디 게임 사업을 목표로 ‘지구뱃’이라는 이름으로 개인 사업자 등록을 하였고, 게임공학과와의 전폭적인 지원으로 창업보육 센터에 사무실 공간을 확보하였다.

지구뱃은 인디 게임 포털 사이트 서비스를 통하여 인디 게임이라는 새로운 게임 시장을 개척하였고, 오픈 마켓을 통한 수익 창출을 목표로 사업을 진행 중이다. 인디 게임 사업이 지속적인 수익을 낼 때까지 단기 수익을 내기 위하여 ‘모션 캡처’를 이용하여 게임 업체 용역 서비스를 시작하였다. 이 모션 캡처 장비는 한국산업기술대학교 게임공학과 엔지니어링 하우스인 DES(Digital Entertainment Studio)에서 대학의 지원으로 마련된 것이다. 이 엔지니어링 하우스 참여 학생인 배복근은 게임 관련 기업들이 캐릭터의 움직임을 표현하기 위하여 모션 캡처 장비를 활용해야 실감 있는 애니메이션을 구성할 수 있다고 판단하여 이 분야 기술을 습득하고 본격적으로 연구하기 시작하였다. 지구뱃이 보유

한 모션 캡처 기술로는 기본 인체 모션 캡처 기술, 2인 동시 촬영 기술, Facial Motion Capture 기술이 있으며 이로 인한 연간 매출 규모는 4,000만 원 정도이다. 모션 캡처 뿐만 아니라 게임 자체 개발 능력을 갖추어 XNA 및 Direct 3D를 활용한 게임 개발 기술도 갖추고 있다. 또, 웹사이트 제작 기술을 통하여 주문 제작 서비스를 하고 있어 연간 매출 규모가 5,000만 원에 이른다.

2008년부터의 사업 이력을 보면 자체 보유 기술인 ‘모션 캡처’를 활용한 게임 ‘Escape’의 제작(용역)과 모 국회의원의 홈페이지 주문 제작(용역), ‘모션캡처’를 이용한 광고용 영상 제작(용역), 수화 데이터베이스 구축을 위한 모션캡처 서비스(정부 과제), 인디 게임 포털 사업을 위한 포털 사이트 오픈(자체 사업), LinkGini, CockBox 등의 웹 사이트 주문 제작(용역)을 성공적으로 수행하였고, 현재는 인디 게임 포털 회원 수 1,000명 돌파 등의 성과를 이룩하였다.

이후 학교와 연계된 지원 사업으로 엔지니어링 하우스를 기반으로 기술 지도 사업, 프로젝트 실습의 수행 업체, 학교 장비를 사용하는 바우처 사업이 있고, 게임공학과 교수진의 도움으로 모션 캡처 장비를 저가에 운영 위탁을 하여 자체 기술 개발에 많은 도움이 되었다. 또, 엔지니어링 하우스를 통한 외부 업체의 프로젝트 연계로 회사의 초기 유지비용에 많은 도움이 되었다. 그 밖에 『한국산업기술대학교 창업보육센터에서 경영, 회계, 마케팅 등 각종 컨설팅 지원이 있어 회사 경영에 서툰 점을 보완할 수 있었다.

향후, 충분한 인프라와 콘텐츠를 확보하면 새로운 시장 개척과 더불어 새롭게 떠오르고 있는 스마트폰 오픈 마켓 시장에서도 성과를 보일 수 있을 것으로 기대하고 있다. 인디 게임 시장은 해외에서 더욱 활발한 거래가 이루어지고 있는 바, 충분히 콘텐츠가 성숙되면 이를 통해 해외 진출도 가능할 것으로 기대된다.

라. 한국산업기술대학교 청년창업 모델의 시사점

첫째, 한국산업기술대학교의 학생 창업은 EH 기반의 기술 창업 모델이다. 학부생에게 연구 공간을 제공하는 대학은 국내에서 찾아보기 힘들다. 특히 EH 를 통하여 청년창업자와 기존 창업자, 교수, 연구자 등의 상시적 만남의 장을 제공함으로써 산학연 간의 연계 네트워크를 통하여 학생들이 창업 활동에 적극 나설 수 있도록 하고 있다. 특히 한국산업기술대학은 교육과학기술부가 지원하는 교육 역량 강화 사업의 세부 사업으로 가족 회사 CEO 특강을 운영하고 있다. 이 프로그램은 지역의 우수 중소기업 대표(CEO)들이 경영 철학, 중소기업 인재상, 사회생활 경험 등을 재학생들에게 시켜 미래의 직업에 대한 비전을 심어 주고 취업 및 직장 생활에 대한 Q&A 시간을 가짐으로써 창업 멘토 역할을 수행하는 것이다. 또, 한국산업기술대학교 일체형 공학 교육 프로그램을 운영하여 적응력이 뛰어난 학생들을 육성하고 나아가 창업의 기회를 제공할 수 있도록 유도하고 있다. 한국산업기술대학교의 경우 교수 창업은 타 대학에 비하여 활성화되어 있으므로 이를 학생 창업과 연계시키는 노력이 필요한 것으로 판단된다.

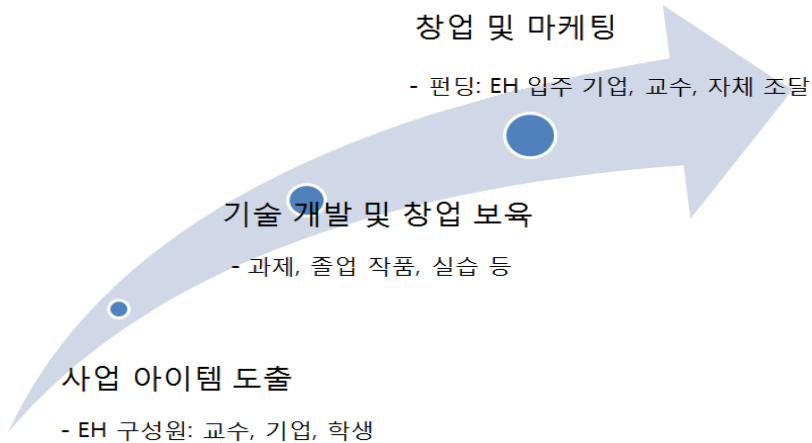
둘째, 청년 창업 촉진을 위한 다양한 인센티브를 제공하고 있다. 한국산업기술대학교에서는 창업보육센터 입주 기업의 사업을 돕고, 창업을 준비하는 대학(원)생을 지원하는 창업 보육 사업을 하고 있다. 2010년 5월에 조사된 바에 따르면 창업보육센터에는 총 23개 업체가 입주하여 1사 1인 지도교수 체계를 통한 기술, 경영 지원을 하고 있다. 또, 입주 기업들은 엔지니어링 하우스를 통하여 기술, 인력 및 정보 교류를 활발히 하고 있으며, 학부생 및 대학원생을 프로젝트 실습 및 실습 사원(인턴사원)으로 채용하여 초기 인력을 지원하고 있다. 따라서 입주 기업의 만족도는 매우 높으며, 학생 창업의 경우 입주 선호도가 매우 높아서 경쟁률이 치열하다.

셋째, 창업 전담 인력 지원 사업을 통하여 청년 창업의 활성화를 도모하고 있다. 한국산업기술대학은 창업 전담 인력 지원 사업을 시행하는데, 이

사업으로 대학생의 창업에 대한 관심 제고를 통해 성공 창업을 지원한다. 즉 창업 아이디어나 신기술 등을 보유하고 있으나 창업 절차, 사업 계획서 작성, 특허 출원 등 창업 방법 등을 몰라 창업에 어려움을 겪고 있는 학생 및 연구원 등을 대상으로 전반적인 창업 상담 및 정보를 제공하고, 정부의 창업 지원 제도 안내, 창업 특강, 창업 강좌, 창업 경진 대회 등을 중점적으로 추진하여, 대학생의 우수 창업 아이템 및 잠재적인 아이디어를 발굴하여 창업 분위기 확산을 위하여 노력하고 있다.

넷째 한국산업기술대학교의 경우, 시화복합비즈니스센터를 건립하여 창업 인프라를 확충하려고 대학 차원에서 노력하고 있다. 교육 역량 강화 사업 및 산학 협력 중심 대학 사업 등을 대학의 중요 사업으로 인식하고, 엔지니어링 하우스를 산학 협력의 브랜드로 표방하여 이를 기반으로 한 창업 과정을 그림과 같이 시스템화하여 졸업생에게 취업뿐만 아니라 창업을 지원하고 있다. EH에서의 상시적인 접촉을 통한 창업 아이템 발굴 단계, 이를 구체적으로 실현하기 위한 기술 개발 및 창업 보육 단계, 사업 자금을 확보하여 본격적인 창업 및 마케팅 단계에 이르는 일련의 과정이 이루어지고 있으며 이 시스템을 더욱 공고히 하려는 노력이 필요하다. 이를 위하여 시화복합비즈니스센터를 한국산업단지공단 및 시흥시와 공동으로 교내에 설립할 예정이며, 교내외 창업자들의 자금·경영 및 기술 개발 컨설팅, 창업 보육, 컨벤션 센터, 전시장 등을 지원하여 기술의 사업화를 준비 중이다.

[그림 5-11] 한국산업기술대학교 창업 프로그램 프로세스



3. 텐어클락의 청년 지식기술 창업 성공 사례

최근 트위터 페이스북 등 사회적 네트워크 서비스(social network service) 매체¹⁶⁾가 활성화되면서 이를 활용한 청년 지식기술 창업 성공 사례들이 속속 등장하고 있다. 특히 소셜 커머스라고 불리는 새로운 사업영역이 개척되면서 많은 청년이 이 분야에서 창업을 하거나 창업에 이미 성공한 사례들이 발굴되고 있다. 여기서 소셜 커머란 사회적 네트워크 서비스를 통하여 소비자들이 공동으로 서비스를 구매함으로써, 50~90%의 할인 효과를 누리는 마케팅 전략을 가리킨다.¹⁷⁾ 미국과 유럽 주요 도시에서는 그룹온(groupon), 리빙소셜(livingsocial) 등이 2년여 전부터 커다란 인기를 끌고 있다.

여기에서 소개하는 텐어클락(www.tenoclock.co.kr)은 소셜커머스 분야

16) 한국의 대표적인 사회적 네트워크 서비스 매체로는 트위터(Twitter), 페이스북(Facebook), 사이월드(Cyworld), 유튜브(Youtube), 미투데이(Me2Day), 버즈(Buzz) 등이 있다.

17) 소셜커머스라 불리는 새로운 사업 아이템이 발굴되면서 2010년에만 수십여 개의 업체가 창업되었다. 이는 '많이 모이면 가격이 내려간다'는 기본 철학하에 기존의 동호회 카페 등에서 행하던 공동구매를 비즈니스화 한 것이라고 말할 수 있다.

에서 창업에 성공한 업체로서 언론 매체들이 이미 청년 지식기술 창업의 대표적 성공 사례 중 하나로 소개한 바 있다. 텐어클락은 2010년 6월에 창업한 사업체로 회사 대표를 포함해 임직원 7명의 평균 연령이 25세에 불과하다. 이들 중에는 휴학 중인 대학생부터 대학원생까지 아직 학업을 병행하는 학생이 상당수가 있다.

가. 업체 소개

텐어클락은 2010년 6월 글로벌 기업을 지향하는 플루비코리아로 출발하였으나 사정이 여의치 않아 폐업하고 곧바로 국내 시장을 중심으로 텐어클락이라는 사업체를 등록하였다. 그리고 2010년 10월 15일 현재 누적 방문자 수는 20만 명 이상이며, 트위터 팔로어만 4,000여 명에 달한다. 본격적으로 서비스를 개시한 이후 2달 간의 매출은 약 5,500만 원에 이르렀다.

텐어클락은 밤 10시 기준으로, 24시간 동안 하루에 한 상품을 판매하는 비즈니스 모델을 추구한다. 기존에 밤 12시를 기준으로 하는 원어데이 쇼핑몰에 비해 고객들의 생활 패턴을 고려하여 10시라는 시간을 기준으로 설정하였고 회사 이름도 이에 따라 정하였다.

텐어클락의 사업은 최소 목표 인원을 지정하여 정해진 인원이 해당 업체의 바우처를 구입하면 고객들이 50% 이상 할인된 가격으로 상품을 구입할 수 있도록 하는 것이 핵심 내용을 이루고 있다. 이에 따라 소비자들은 다양한 할인 혜택을 받을 수 있고, 서비스를 제공하는 업체 또한 막대한 입소문을 누릴 수 있는 장점이 있다. 이 때문에 이미 뉴욕, 시카고, 런던 등 대도시에서는 소셜 커머스가 각광을 받고 있는 실정이다. 우리나라에서 소셜 커머스는 아직은 생소한 사업 모델이지만, 지역 내에서 할인 해주는 서비스 사업자, 그 상품을 사는 소비자, 거래를 중개하는 사업자 모두에게 이익이 돌아갈 수 있는 새로운 비즈니스 모델이다.

첫째, 텐어클락은 함께 프로모션을 진행하게 되는 업체에 대하여 무료로

홍보 자료를 제공한다. 콘텐츠 팀이 해당 제품의 사진 촬영을 한 후, 적절한 홍보 문구를 작성하여 스토리 텔링 기법으로 홍보 자료를 만드는 것이다. 이는 젊은 세대에 익숙한 블로그 글처럼 친숙하게 소비자에게 다가갈 수 있는 좋은 마케팅 자료로 활용할 수 있게 된다.

통계상 사이트 방문자의 3%가 구매를 한다고 했을 때, 구매를 하지 않더라도 업체의 광고를 접하게 되는 잠재적인 고객에게 끼치는 간접 홍보 효과도 무시할 수 없고, 24시간 실제 판매 행위가 이루어짐으로써 단시간에 공동 구매로 큰 액수의 매출을 올리게 된다는 것이 가장 중요한 이점이다. 또, 최소 구매 인원을 넘길 때에만 매출의 일정부분을 텐어클락에 수수료로 제공할 수 있는 합리적인 비용 구조도 사업체와 텐어클락, 그리고 소비자 모두가 윈-윈 할 수 있는 환경 조성에 기여한다.

24시간 동안 목표 인원을 채우지 못하면, 모든 결제는 취소 처리가 되고 고객들은 환불을, 그리고 해당 업체는 무료 홍보 효과를 누리는 결과가 된다. 사업자들은 기존의 인쇄 매체나 방송 광고에 비하여 매우 저렴한 가격에 눈에 보이는 홍보 효과를 누릴 수 있어 신규 창업 시 홍보비용을 효율적으로 집행하는 효과를 누리게 된다.

소셜 커머스의 경우 인터넷 사이트 구축 및 인건비가 운영비의 대부분을 차지한다. 재고 위험도 없고, 창고도 필요없는 진입 장벽이 낮은 사업 모델인 것이다. 따라서 지난 5월부터 단 5개월만에 약 35개 이상의 기업이 우후죽순으로 생겨났다. 이 중의 대부분은 청년 창업자들인 것으로 파악된다.

사회적 네트워크 서비스(SNS)의 발달로 전 세계적으로 소셜 커머스 사업은 계속해서 확장되는 중이다. 주요 도시마다 매일 많게는 10,000장 이상의 쿠폰이 판매되고, 사이트에 등록을 하려는 업체들은 1년 이상 대기해야 할 정도이다. 특히 소셜 커머스의 원조격인 그루폰은 일본, 유럽 진출 이후 한국 진출도 준비하고 있다. 또, 미국을 중심으로 한 서구의 벤처 자본들이 벌써 한국의 소셜 커머스 업체에 대규모 투자를 진행하고 있는 중이다. 이는 점차 성장하고 있는 소셜 커머스 분야의 주도권을 외국 자본에 선점당

하는 결과를 나올 수 있어 앞으로 우리 업체의 보다 적극적인 대응이 필요한 상황이다.

나. 사업 준비 과정 및 각 단계별 애로 사항

1) 아이디어 채집 및 팀 구성 단계

당초 텐어클락은 글로벌 기업으로서 출발했다. 유럽에서 경영 전문 대학원(MBA)을 수료한 신용욱(28세)은 아시아에서 손꼽히는 대도시인 서울에서 미국에서 떠오르고 있는 소셜 커머스 사업체를 창업하기로 하고 창업 멤버들을 모집했다. 신 씨는 교포 1.5세로 미국 와튼스쿨을 졸업하고, 유럽에서 MBA를 취득한 후, 룩셈부르크에서 다국적 회계 법인 PWC에서 근무한 바 있다. 신 씨는 PWC 동료인 포르투갈 출신의 디오고 소사와 함께 디오고의 모국인 포르투갈, 한국, 홍콩, 중국 등에서 동시에 소셜 커머스 업체를 창업하기로 하고 각 도시에서 적절한 인력을 물색하였다. 그러던 중, 신 씨의 대학 재학 시절 인맥인 신지은 양과 김한상 군을 통하여 한국 팀을 구성하였다.

4월 초, 1차 멤버가 구성되어 한국의 인터넷 사업 시장 조사 및 한국에서 사업 준비를 위한 절차 등에 대하여 알아보기 시작했다. 신용욱 씨가 교포 1.5세로 국적이 미국이었기 때문에, 내국인에게는 간단했을 사업자 등록 등의 절차를 파악하는 과정에서부터 어려움이 많았다. 당시 포르투갈 본사에서 한국 시장에 대하여 분석을 하면서 투자 여부를 결정하고자 하는 상황이었다. 그렇기 때문에 아직 사무실을 구할 수 있는 여력이 없었다. 그래서 한국 팀 구성원들의 인맥을 하여해 임시 사무실을 구하였지만, 실제 사업자 등록 시 기재할 사무실을 구하는 것도 쉬운 일이 아니었다.

우리 정부에서 외국인 사업자에게 제공하는 혜택은 모두 다 한국에 투자 목적으로 진출하는 대기업 정도에만 해당하는 것이었고, 개인 사업자에게

는 해당 사항이 없었다. 어쨌든 당시 한국에서의 사업 경험이 없던 신용욱 씨는 여러 방면으로 상담을 받고자 했지만, 적절한 정부 부처를 찾을 수가 없었다. 세무나 법률적인 부분도 한국 팀 구성원들이 개인적인 인맥에 의지해 임시로 상담을 받았다.

한국에서의 준비가 법적 절차 등으로 늦어지는 사이에, 한국에서 경쟁업체가 창업하기 시작하였다. 플루비와 같이 소셜 커머스를 표방하는 업체들이 바로 그것이다. 하지만 포르투갈 본사는 여러 가지 이유로 창업이 지연되면서 한국 팀에 대한 신뢰를 잃기 시작하였다. 예를 들어 사업자 등록과 같은 간단한 절차에 대해 알아보는 것, 개인 사업자나 법인 중 어느 형태로 사업을 시작해야 하는지와 같은 아주 기초적인 것을 결정하는 데만 한 달 이상 소요되었기 때문이다.

이들은 청년 창업과 관련해 윈스톱으로 상담을 해 주는 창구조차 찾을 수 없었다. 하다못해 외국인이 사업자 등록을 하는 데 필요한 부가 서류가 정확히 무엇인지, 그 대리인을 지정하는 데 갖추어야 할 서류의 양식이 무엇인지 등을 알아보는 것도 전화를 수차례 해야 할 정도의 상황이었다. 곧 포르투갈 본사에서는 한국 진출을 주저하게 되었고, 필요한 자금 등을 제때 지원해주지 않았다.

한편, 소셜 커머스에서 가장 중요한 것은 하루하루 올릴 상품을 소싱하는 일이다. 아무리 새로운 상품에 대한 아이디어가 있어도 해당 업체에서 이 사업에 대하여 확신을 가지고 우리와 계약을 해 주지 않으면 성립이 될 수 없다. 당초의 창업자가 교포이기 때문에 국내에 인맥도 없이 창업을 한다는 것 자체가 수많은 어려움을 수반하였고, 소셜 커머스라는 신생 사업 모델 역시 생소했지만 청년들이 직접 경영을 한다는 점에서도 못미더워하는 사업주가 많았다.

또, 창업자가 데이터를 분석하고 경영 컨설팅을 하는 일을 경험하였지만 리더로서의 자질을 교육 받은 바가 없어 팀을 인솔하는 데 어려움이 많았다. 그 중 가장 큰 어려움은 한국 시장의 특수성이었다. 그루폰이 막대한

성공을 이룬 미국과 달리 한국에서는 요식업 등에서 마진율은 물론 할인에 대한 문화 등 모든 게 상이하였다. 이에 포르투갈 본사는 아시아 진출 자체에 회의를 느끼고 사업을 철수하는 결정을 내렸다.

2) 팀 결성 및 구체적인 준비 단계

신용욱 대표가 포르투갈로 돌아간 후 남아 있는 한국 팀 멤버들은 영업 업무를 위하여 플루비에 합류했던 정준규 씨를 새로운 대표로 선임하고, 지인들을 통해 소규모 투자를 받았다. 기존 포르투갈 본사 측의 한국 시장에 대한 이해 부족, 그리고 해외 IT 업체와의 소통 장애 등으로 인해 결국 한국 출신 멤버들끼리 새로운 회사를 꾸리기로 결정하고 새롭게 IT 업체를 알아보기 시작했다.

한국의 온라인 시장은 서구와 달리 개개인의 블로그보다는 다음이나 네이버의 카페, 디시인사이드나 베스트즈 등의 커뮤니티의 영향력이 컸다. 이는 영어권과는 다른 한국만의 특수한 문화라고 볼 수 있다. 그리고 사이트 가입 시 반드시 해야 하는 실명인증 등 때문에 국내에 거주하는 외국인이 인터넷 사용에 여러 가지 어려움을 겪고 있는 상황이었다. 따라서 한국의 서비스와 문화 생활을 한국에 거주하는 외국인에게 알리는 것을 새로운 목표로 삼아 영어 서비스를 함께 계획하게 되었다. 하지만 여러 가지 규제로 인해 외국인이 결제할 수 있는 시스템을 갖추는 것이 불가능했다. 따라서 구체적인 창업 일자가 다가옴에 따라 영어 서비스는 잠정 연기할 수밖에 없었다.

이 시점에 기존에 플루비코리아 이름으로 개설했던 트위터 계정을 텐어클락(@ten_oclock)의 명의로 수정하고 다양한 정보를 업데이트하기 시작했다. 그리고 10월 초에는 4,000여 명의 트위터 팔로어를 돌파하였다. 텐어클락이 새로운 시스템을 구축하는 사이 해외 유학생들을 중심으로 많은 20대들이 비슷한 서비스를 속속 시작하였다. 티켓몬스터와 같이 두각을 나타

낸 업체들도 창업하였다. 이들 업체들과의 경쟁에서 텐어클락 직원들이 보유한 강점은 한 번의 실패에서 얻은 팀워크와 서울에서 대학 생활을 하며 익힌 서울 구석구석의 살아 있는 정보였다.

군대에서 막 제대한 복학생, 대학생 온라인 웹진의 편집장, 언더그라운드 음반 대표, 방송사 막내 작가, 한국에서 고등학교를 졸업하고 아이비리그에 진학한 국내파 유학생, 한국에 처음 온 유학생, 다양한 프리랜서 작업을 통하여 디자인 경험을 쌓은 디자이너 등 각기 다른 배경을 지닌 학생들이지만 어려움을 통하여 팀워크를 다져 나갈 수 있었다. 아무리 좋은 아이디어라도 한국시장에 성공적으로 안착시키기 위해서는 막대한 자금이나 로비가 아닌 한국의 20대의 생활 패턴에 대한 살아 있는 정보와 노하우가 필요하였다.

그리고 밤 12시를 기준으로 운영되던 기존의 쇼핑몰과 달리 텐어클락은 매일 밤 10시를 상품 교체 시간으로 정했다. 하루에 한 상품을 파는 쇼핑몰은 무궁무진하지만, 직장인과 학생들의 생활 패턴을 고려하면 밤 10시가 더욱 더 적합한 시간이라는 판단 때문이었다.

웹사이트를 구축하고 본격적 창업을 준비하면서 계속해서 제기된 어려움은 상품 소싱 부분이었다. 워낙 생소한 아이디어로 사업을 진행하다보니 이 아이디어를 업주들에게 이해시키는 게 어려웠던 것이다. 하지만 직접 사업주들을 찾아다니면서 점차 인맥과 신뢰를 쌓아 가면서 창업을 위한 준비를 차질 없이 준비해 나갈 수 있었다. 텐어클락의 정준규 대표는 대학을 졸업한 후 10여 년간 인디 음반 레이블을 설립하는 등 방송국 등에서 잔뼈가 굵었고, 다른 텐어클락 직원들은 대체로 문화 사업에도 관심이 많은 편이었다. 따라서 점차 영향력을 키워 다양한 이벤트를 기획하는 단계까지 성장하는 것을 목표로 잡았다.

자연스럽게 텐어클락만의 개성을 드러낼 수 있는 이벤트로 이대 앞에 위치한 복합 문화 공간을 빌린 미니 콘서트를 준비했다. 정준규 대표가 직접 인디 밴드 활동을 하고 있기 때문에, 무료로 인디 밴드 2팀을 섭외하여 무

대를 구성했다. 창업 시기에 도움을 준 지인과, 친구 등 100여 명이 모인 성공적인 개업식이었다.

3) 창업 이후의 단계

창업을 한 이후, 주얼리, 화장품 등 기존의 소셜 커머스에서 잘 시도되지 않았던 배송 상품 판매를 시험해 보고, 그루폰 데이터베이스를 분석하면서 한국 시장에 맞는 업종을 찾는 등 다양한 상품 개발에 가장 많은 에너지를 투입했다. 한국 시장은 유행이 빨리 바뀌기 때문에 홍대, 이태원, 신사동 등 젊은층이 많이 찾는 지역을 중심으로 영업을 계속하였다.

한편 새로운 시스템을 개발하는 데에, IT 전공자가 없었기 때문에 외부 회사에 프로그래밍 부분을 의존하는 데 어려움이 많았다. 기술적인 조언을 받기도 힘들었기 때문에 간단한 작업인데도 솔루션을 구입한 업체에 추가 비용을 내고 의존할 수밖에 없는 상황이었다.

그리고 창업 이후 가장 큰 장벽은 사이트 홍보였다. 기본적으로 소자본으로 출발했기 때문에 많은 홍보 비용을 쓸 수 없는 상황에서, 경쟁 업체들은 해외의 벤처 캐피탈로부터 수십억의 투자를 받아 막대한 홍보비를 쏟아붓고 있었다. 한편, 소셜 커머스 업체가 많이 생기면서 이들 사이트를 모아서 한번에 보여주는 메타 소셜 커머스 사이트까지 등장하였다. 다원데이(daoneday.com) 등의 사이트들이 바로 그것인데, 10여 개의 메타 사이트들을 통하고, 온라인 홍보 활동을 지속적으로 펼친 결과 하루 평균 7,000명 가량의 방문자를 확보할 수 있었다. 메타 사이트의 발달은 결국 소셜커머스 업체의 브랜드 싸움보다는 매일의 상품을 통한 경쟁이 더 중요시되는 상황을 만들었다.

소셜 커머스가 여러 언론에 소개되면서 경쟁은 점차 치열해지고 있다. 지금의 텐어클락은 아직 사업 초기 단계이기 때문에 함께 프로모션을 진행하는 가맹점들과 고객들을 대하며 많은 시행착오를 겪으며 경험을 쌓아가

는 단계라고 평가할 수 있다. 텐어클락은 회사 홍보 자료의 제목을 ‘88만 원 세대가 빨났다.’라고 정했을 정도로 우리나라의 청년 고용 시장의 암울한 실정과 창업의 어려움을 모두 경험하면서 창업에 성공한 사례이다.

다. 텐어클락 사례의 시사점

텐어클락의 창업 경험은 청년 지식기술 창업 과정에서 정부의 정책적 지원이 거의 실효성을 발휘하지 못하고 있다는 점을 잘 보여 준다.

첫째, 현재 정부차원에서 다양한 창업 지원 사업을 펼치고 있지만 청년 창업 지원 제도가 실질적으로 새로운 분야에서 창업을 추진하는 신규창업자들에게 커다란 도움을 주지 못하는 것으로 나타났다. 이에 따라 텐어클락의 임직원은 창업 아이디어 채집 및 팀 구성 단계에서부터 본격적 창업에 이르기까지 불필요한 시행착오를 너무나 많이 겪어야만 했다. 서울 소재 대학을 다니는 텐어클락 직원들의 경우 대학에서 창업 교육을 받아 본 경험을 가진 사람도 전무했다고 한다.

이들이 유일하게 접하게 된 ‘서울특별시 청년 창업 희망자 지원 프로그램’의 경우에도 당시 필요했던 사무실, 온·오프라인 법무·세무·특허 등 컨설팅 프로그램 등을 제공하였지만, 서류 전형과 면접 등을 거쳐야 하는 공모전을 거쳐야 하기 때문에 실질적으로 창업에 돌입한 학생들에게는 창업 시기를 늦추는 결과만을 초래하였을 뿐이다.

이들은 현재 운영되는 청년창업지원센터 등이 온라인 콘텐츠도 빈약하고, 2010년 초 이후로는 새로운 정보도 업데이트 되어 있지 않은 상태라고 지적하고 있다. 그리고 입주 업체들에게만 한정된 지원을 하여 그렇지 못한 다수가 배제되어 보다 보편적인 창업 지원 제도의 설계가 필요한 것으로 판단된다. 특히 창업에 본격적으로 착수한 학생들에게는 원스톱 서비스를 통하여 창업에 필요한 내용을 최단 기간에 제공해 줄 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다.

둘째, 창업 이후에도 창업 업체 홍보 등 마케팅 청년들이 많은 어려움을 겪고 있다는 사실을 확인할 수 있다. 청년들이 소규모 자본과 아이디어만으로 창업을 실행하기에는 많은 어려움이 수반될 수밖에 없지만 정부 차원에서 창업 단계별로 다양한 지원 방안을 마련할 필요가 있는 것으로 판단된다.

청년 창업에 중요한 것은 내부의 리더십과 조직적 결속력이다. 텐어클락은 초기 단계의 창업에 실패하면서 이러한 문제를 극복해 나간 사례라고 할 수 있다. 그러나 수많은 청년 창업자가 내부 규율과 조직 활동의 경험 부족 등으로 인하여 내부적으로 와해되는 경우가 많은 것으로 나타났다. 따라서 청년 창업자들을 위한 다양한 교육과 워크숍, 멘토 서비스 등을 지원해야 할 필요성이 제기되고 있다.

셋째, 청년 창업은 성공보다는 실패를 통하여 더 많은 경험을 축적하는 과정이다. 텐어클락의 경우에도 초기 창업 과정에서 실패의 쓰라린 경험을 하였다. 그러나 이들은 실패의 경험을 토대로 쉽지 않은 창업의 길을 지속할 수 있었다. 결국 실패의 과정에서 임직원 사이의 결속력과 역할 분담이 제대로 이루어지고 본격적 창업을 통하여 시장의 거친 파고를 헤쳐 나갈 수 있었던 것이다.

물론 텐어클락은 아직 창업에만 성공한 단계라고 평가할 수 있다. 그러나 이들의 창업 사례는 서울의 명문 대학을 나온 7명의 임직원들이 안정적인 쉬운 취업의 문을 두드리기보다 스스로 자신들만의 길을 개척해 나가려고 분투하고 있다는 사실이다. 청년 고용 시장이 빙하기라고 할 정도로 어려움을 겪고 있는 현실에서 텐어클락의 사례는 우리에게 많은 교훈을 제공해 주고 있다.

끝으로, 소셜 커머스가 새로운 비즈니스 아이템으로 정착하면서 이제는 대기업들조차 이 시장에 뛰어들면서 청년들의 도전 의식을 약화시키고 있다는 사실이다. 경험도 없고 자본도 부족한 청년들과 대기업이 경쟁을 한다는 것 자체가 어불성설이다. 그럼에도 현재 많은 청년은 엄혹한 시장에

서 아무런 보호 장치도 없이 대기업들과 혹독한 경쟁을 치르고 있다. 이들이 생존할 가능성이 낮아 보이는 이유는 바로 여기에 있다. 현재 소셜 커머스 사업이 몇몇 청년들의 모험으로 인하여 사업성이 검증되자, 일부 대기업과 기존의 카드사 등 많은 업체가 이 사업에 뛰어들면서 자금을 앞세운 경품 이벤트 등으로 고객들을 선점하고 있는 실정이다.

이와 관련하여 정부 차원에서 대기업-중소기업 상생 방안을 통하여 새로운 질서를 형성시키는 일이 중요하다. 스마트폰을 비롯한 소프트웨어 분야에서 새로운 기술 혁신을 이루어 내려면 중소기업과 대학교수, 연구원, 학생 등이 창안한 아이디어가 사회적으로 생존 가능하도록 하는 시스템을 갖추어 나가야 하는 것이다. 최근 대학 등에서 학생, 연구자, 교수 등을 중심으로 1인 창조 기업이 활성화되고 있으나 국가적 차원에서 이들의 아이디어를 체계적으로 채집하고 대기업과 연계하는 시스템은 아직도 구비되지 못하고 있다.

그 결과 대기업과 1인 창조 기업을 비롯한 청년 창업가들이 서로 경쟁하는 사태가 발생하고 있다. 이는 공정성 측면에서도 많은 문제를 야기할 수 있으며, 창업 생태계를 교란시키는 요인으로 작용할 가능성이 크다. 따라서 새로운 지식기술 분야에서 정부가 개입하여 대기업과 중소기업, 대학생, 교수 등 사이에 공정한 게임 규칙을 만들도록 해야 한다. 이를 통해 '신기술 분야 대·중소기업 상생 방안'을 마련해 나가야 할 것이다.

■ 정준규 텐어클락 대표 인터뷰 내용

저는 대학 졸업 후 현재 KGIT에서 미디어 제작 석사 과정을 이수 중입니다. 본래 대다수의 학생이 그렇듯 저 역시 대학 졸업 후 안정된 직장을 얻고자 취업준비에 열중했고 나름대로 탄탄한 회사에 합격 통지도 받게 되었습니다. 하지만 합격 통지를 받고 나서 저의 미래에 대해 좀 더 진지하게 고민해 본 결과, 저의 꿈을 펼치기에는 큰 직장에서 일

하는 것보다는 제 일을 가지는 것이 옳다고 판단하였습니다.

그리하여 취업을 취소하고 좀 더 공부를 하며 저의 장래를 구상하기 위하여 대학원에 들어갔습니다. 그리고 지인으로부터 제안을 받아 엔터테인먼트 회사 ‘로켓펀치뮤직’을 설립하게 되었습니다.

회사 설립 후 앨범 세 장을 제작하였고, 콘서트 기획 및 여러 행사에 참여하며 나름의 성과를 얻을 수 있었습니다. 하지만 일이 진행될수록 자금력 부족과 전체적인 음반 시장의 침체로 어려움을 겪었고, 새 앨범 제작에 대한 투자금 유치 루트를 알아보았지만 실질적인 성과를 얻지 못하여 회사 유지 자체에 급급한 상황이 되었습니다.

그러던 중 포르투갈 소셜 커머스 업체인 ‘플루비’로부터 입사 제안을 받게 되었고 플루비 한국 진출 작업을 진행하게 되었습니다. 하지만 일이 진척되지 않자 ‘플루비’는 한국시장에서 철수하였고 한국에 남게 된 인원들이 의기투합하여 ‘텐어클락’을 설립하게 되었습니다.

하지만 대다수가 학생이었던 저희 직원들에게 창업이라는 벽은 생각보다 높았습니다. 애인절 투자를 받기는 했지만, 투자금 유치자체가 여러 부분에서 제한되어 있었고, 정부의 지원 정책이 있다고는 하지만 그 역시 형식적인 부분이 많았습니다. 또, 지원정책에 대한 홍보 자체가 잘 안되어 이미 인맥이 형성되어 있는 업체에 지원이 물리는 경우도 있었습니다.

저희 회사홍보에도 어려움이 많았습니다. 홍보에 들어가는 자금이 저희 같은 소규모 신생 업체에게는 너무나 큰 부담이었습니다. 그래서 저희는 보도 자료를 돌리거나 관련 컨퍼런스에 참여하는 것에 국한되어 있었습니다. 이러한 홍보 부분에 대해서만이라도 정부에서 적극적인 지원을 통해 인큐베이터로서의 역할을 수행해 주었으면 합니다.

창업을 하면서 느낀 것은 소자본 청년 창업자들에게 홍보나 업체 입주에 대한 실질적인 지원이 이루어진다면 수많은 청년 사업가들이 실패하는 현재의 상황이 훨씬 개선될 수 있을 것이라고 생각합니다.

제3절 국내외 사례의 정책적 시사점

국내외 사례들을 살펴보면 우리는 다음과 같은 몇 가지 정책적 시사점을 얻을 수 있었다.

첫째, 청년 지식기술 창업을 활성화하기 위해서는 창업에 따른 리스크를 최소화할 수 있는 시스템 또는 사회적 문화가 확립되어야 한다는 사실이다. 미국의 실리콘 벨리에서는 과거 실패한 경험 자체도 매우 중요한 자산으로 간주하여 한두 차례의 실패를 경험한 창업가에게 투자를 더 많이하는 경향이다. 핀란드에서는 창업에 따른 위험을 감수하지 않고서도 아이디어 만으로도 창업할 수 있는 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 특히 본격적 창업 단계뿐만이 아니라 창업 보육 전단계(pre-incubation)에도 학생이나 연구자가 금전적 위험을 전혀 감수하지 않고서도 창업활동에 참가할 수 있도록 지원한다. 연구 개발 역량이 집중된 것도 창업 활동이 활발하게 이루어지도록 촉진하는 요인으로 작용하고 있다.

호서대학교의 학생창업보육센터의 사례나 한국산업기술대학교의 엔지니어링 하우스, 텐어클락 등 국내 사례의 경우 우리나라에는 창업 리스크를 사회적으로 공유하려는 문화가 존재하지 않는다는 사실을 극명하게 보여주고 있다. 이들 대학이나 청년들이 창업에 적극적이라고 하더라도 정부 차원의 지원은 턱없이 부족한 실정이다.

우리나라에서 청년층의 도전 정신이 희박하고 위험을 기피하는 풍조가 만연한 가장 큰 이유는 사회적으로 실패를 용납하는 분위기가 형성되지 않았고, 좀처럼 재기에 성공하기도 어렵기 때문이다. 우리나라는 패자 부활전이라는 분위기가 형성되지 않아 실패하면 신용불량자가 되거나 금융 거래를 할 수 없는 등 재기 자체가 어려운 것이 현실이다.

대학에서 창업 교육을 실시하는 교수조차 우리나라에서는 청년 창업이 매우 위험하다는 점을 강조하고 있을 정도이다. 이에 따라 젊은 인재가 공

무원 시험을 준비하거나 대기업 취업을 준비하는 것이 일반화되어 있다. 이러한 문제점을 해소하기 위해서는 우리나라에서도 미국이나 핀란드처럼 창업에 따른 위험을 사회적으로 공유하는 시스템을 확충해 나갈 필요가 있다. 창업 교육과 아이디어 채집, 창업 동아리 활동, 창업 보육, 벤처 창업 등 전 단계에 걸쳐 청년 창업자가 커다란 금전적 부담을 갖지 않고 실패를 경험하더라도 재도전할 수 있는 시스템을 갖추어 나가야 하는 것이다.

둘째, 공간적으로 밀집된 첨단 산업 단지와 대학 사이의 상호 교류를 통하여 신기술 개발과 청년 창업이 활발하게 이루어지고 있으며, 이를 통해 국가발전을 위한 새로운 동력을 확충해 나가고 있다. 특히 대학과 산업체가 가까운 거리에 밀집한 융합 단지에서 다양한 연구 개발 및 창업 지원 프로그램 등을 제공하고 있다. 이와 더불어 학생들과 연구자, 사업가가 상시적으로 만날 수 있는 ‘만남의 장’을 통하여 다양한 사업 아이디어와 창업, 특허 기술 개발 등을 활성화하도록 하고 있다.

미국의 실리콘 벨리는 스탠포드대학을 중심으로 UC버클리대학 등과 긴밀한 연계를 맺고 있으며, 핀란드의 오타니에미 사이언스 파크는 알토대학을 비롯한 다양한 연구 기관 등과 일체가 되어 청년 지식기술 창업이 활성화될 수 있는 여건을 조성해 주고 있다. 특히 학생과 기업인이 상시적으로 구내식당 등에서 토론하고 교류할 수 있는 시스템이 확립되어 산학 융합이 구조화 되어 있다.

우리나라의 경우에도 호서대학교의 경우 교내에 학생창업보육센터와 신기술창업보육센터 등을 통하여 산업체와의 긴밀한 연계를 이루어 나가고 있으며, 특히 대학 내에 많은 산업체가 입지하여 산학 융합형 대학으로의 발전을 모색하고 있다. 또, 한국산업기술대학교의 경우에는 엔지니어링 하우스에 산업체 연구 개발 인력이 상주하면서 학생들과 상시적인 만남의 장을 구축하여 다양한 사업을 공유해 나가고 있다. 이러한 공유 면적의 확대는 향후 학생들의 취업 및 창업을 촉진할 뿐만 아니라 무엇보다도 산업체의 경쟁력을 제고시키는 데 크게 기여할 수 있는 것으로 평가되고 있다.

셋째, 대학 내에서 도전적이고 진취적인 기업가 정신을 배양하기 위한 다양한 창업 교육을 실시하고 있다는 사실이다. 미국 실리콘 벨리나 핀란드에서는 ‘기업가는 탄생하는 것이 아니라 교육을 통해 양성된다.’는 철학에 기초하여 계획적으로 혁신 기업가를 양성하고 있다. 이는 기업가 정신 교육을 실시하지 않고서는 학생들의 도전 정신과 진취적 기업가 정신이 함양될 수 없음을 의미한다.

기업가 정신(entrepreneurship)은 기술 혁신이 가속화되는 글로벌 경제 환경 속에서 한 나라의 경제가 역동성을 유지하는 필수 요소이며, 국가 경제 성장을 위한 원천으로 간주되고 있다. 특히 요즘과 같이 글로벌 경기침체가 지속되는 가운데 도전적 기업가 정신이 더욱 중요한 의미를 갖게 된다. 이에 따라 선진국에서는 국가 차원에서 창업 교육을 적극 장려하고 정규 교과 과정으로 포함시키고 있다.

핀란드에서 학생들은 초등학교 단계에서부터 기업가 정신 교육을 받아야 하며, 청소년기에도 지속적으로 창업 교육을 수강한다. 미국 실리콘 벨리의 스탠포드대학이나 UC버클리대학에서도 창업 교육은 필수적인 코스로 교육되고 있다. 그 결과 학생들은 취업보다 창업 지도자로서 성장하는 것을 선호한다. 대학에서는 기업의 요구와 실정에 맞는 교육을 우선시한다. 특히 기업이 필요로 하는 프로젝트를 교수와 학생이 팀을 이루어 함께 수행하고 그 성과에 따라 학점을 받고 있다. 학생들은 항상 산업체나 훈련 센터 같은 곳에서 현장실습을 실행하고 있다.

그러나 우리나라의 경우 초·중·고등학교 수준에서 창업 교육은 전무한 상태이다. 그 결과 사회적으로 기업가에 대한 부정적 인식이 여전히 팽배한 실정이다. 절대 다수의 대학생의 경우에도 신기술 창업을 기피하고 학교 교육이나 창업 교육이 새로운 길을 개척할 기업가 정신 함양에 불충분하다. 명문 대학일수록 취업을 더욱 선호하며 벤처 등 신기술 창업을 통해 기업을 일구려는 도전 정신이 매우 희박해지고 있다. 텐어클락의 창업 멤버 중 대부분은 대학 재학 중 창업과 관련한 교육을 거의 접해 보지 못

했다고 증언하고 있을 정도이다.

이러한 문제점들을 해소하기 위해서는 핀란드의 경우처럼 초·중·고등학교 단계에서부터 기업가 정신 교육을 정규 교과 과정에 포함시키고 대학에서도 현장 실습, 인턴십 등 산업 현장에 대한 정확한 인식을 갖도록 함으로써 우리나라의 미래 신산업 창출의 원동력을 확충시켜 나가야 할 것이다. 특히 미국 실리콘 벨리 인근 대학의 사례에서 알 수 있듯이 창업 관련 과목의 정규 코스 개설과 학점 이수 연계는 청년 지식기술 창업에 관심을 갖는 재학생들에게 학점 이수의 부담을 덜고 실제 지식기술 창업과정을 동시에 추구할 수 있는 매우 실용적 방안으로 판단된다.

넷째, 창업 단계별로 다양한 창업 지원 프로그램들을 체계화해 나가야 한다는 사실이다. 핀란드에서는 아이디어 채집 단계에서부터 본격적 창업 단계에 이르기까지 정부나 대학이 적극적인 지원을 담당하고 있다. 미국 실리콘 벨리에서도 지역 상공 회의소 및 벤처 자본 등을 통해 실질적 정보·인적 네트워킹과 정보 공유, 그리고 새로운 기술과 관리 기법에 대한 학습활동을 수행하고 있다. 핀란드는 혁신 생태계를 토대로 실험실에서 바로 창업이 가능한 시스템을 갖추고 있으며, 학생들 간의 이종 교류를 확대하는 데 총력을 기울이고 있다. 그 과정에서 창업 동아리 등에 대하여 획기적인 지원을 수행하고 있다.

우리나라는 정부가 다양한 창업 지원 사업을 펼치고 있으나 텐어클락의 경우처럼 실제로 현장에서 창업을 실행하는 학생들은 이를 체감하지 못하고 있을 정도이다. 창업 단계별로 이루어지는 다양한 창업 지원 사업에 대한 조정도 제대로 이루어 내지 못하고 있다. 특히 창업 활동에 본격적으로 나설 가능성이 높은 창업 동아리에 대한 획기적 지원 방안을 모색해 나갈 필요성이 있는 것으로 판단된다.

우리나라는 대학의 실험실에서 바로 창업이 가능한 핀란드 등과 같은 선진국에 비하면 기술 및 재정 지원 인프라 환경이 매우 열악한 상태이다. 따라서 호서대학교의 학생창업보육센터 사례의 경우처럼 청년 창업의 의욕

을 고취하는 우수한 모델들을 적극 발굴하여 이를 전국적으로 확산시켜 나갈 필요가 있다. 현재 호서대학교의 경우에도 대학의 지원만으로는 대학생들의 신선한 아이디어와 체험을 바탕으로 한 창업 지원에 한계를 느끼고 있는 것으로 알려지고 있다.

기술의 융·복합화와 발전 속도의 가속화로 인하여 다학제 간 융·복합 동아리 운영을 확대할 필요성이 커지고 있다. 이는 참여 학생의 폭이 확대되는 장점이 있지만, 창업 동아리 운영 지원비의 확대에 이어져 외부로부터 운영비 지원이 없으면 창업 동아리의 양적 확대에 큰 제약 요소가 될 것이다. 따라서 정부가 지원하는 미래의 가능성이 높은 연구 개발 프로젝트에 창업 정신이 강한 학생들을 참여시켜 기반 투자 등을 함으로써 대학생들에게 창업에 대한 큰 재정적 두려움 없이 연구 개발에 집중하여 창업을 성공적으로 유도하는 것이 필요하다.

따라서 정부 차원의 자금 지원이 이루어진다면 호서대학교와 같은 학생 창업의 실효성이 전국적으로 괄목할 만큼 증대될 것이다. 또, 민간 부문으로부터 대학생 및 연구원을 위한 재정적 지원 방안도 절실히 요구된다. 예를 들어 벤처 캐피탈 등을 설립하여 학생 창업 지원을 통한 청년 지식기업 육성과 자금 회수라는 벤처 투자의 선순환이 이루어지면 현재와 같은 심각한 청년 실업률 개선을 위한 돌파구를 마련할 수 있을 것이다.

제 6 장

청년 지식기술 창업 활성화를 위한 정책 과제

박 동 · 황규희

이 장에서는 제3장 정부의 청년 창업 지원 사업 분석, 그리고 제4장의 국내 청년 창업 실태 분석, 제5장의 국내외 청년 창업의 시사점 등에 입각하여 우리나라에서 청년 지식기술 창업을 활성화하기 위한 정책 과제를 대학차원과 정부 차원의 과제로 나누어 제시하고자 한다.

우리의 대학들은 대부분 산학 협력단 산하에 창업보육센터를 설치하고 있다. 그러나 창업보육센터가 청년 지식기술 창업의 요람 역할을 수행하지 못하고 있다. 이에 따라 대학 수준에서 다양한 정책 방안을 모색해 나갈 필요가 있다.

이와 더불어 정부는 우리 경제의 활력을 제고하고 특히 청년층의 고용확대를 위해 청년 창업이 중요하다고 인식하고 20~30대를 대상으로 하는 창업 촉진 대책을 강화해 오고 있다. 그런데 상당수의 청년 창업 지원 사업이 부처 간, 중앙-지방 정부 간 정보 공유 및 협력 체계 없이 산발적으로 추진되고, 창업 교육과 사업화 지원 등 사업 프로세스 간 연계가 미흡한 것으로 나타나고 있다. 이에 따라 향후 정부가 청년층의 창업 의욕 고취 및 청년 창업 지원 사업의 효율적 추진을 위해서도 다양한 정책 방안을 강구해 나가야 한다.

제1절 대학 차원의 정책 과제

1. 대학 교육 과정을 통한 체계적 창업 교육 실시

현재 우리나라의 청년 창업 교육 실태를 분석한 결과 단지 20%만이 창업 교육을 받아 본 경험이 있고 나머지 80%는 참여 경험이 없는 것으로 나타났다. 이는 대학의 정규 교과 과정에 창업 교육을 포함시키고 있는 미국이나 초·중·고등학교 단계에서부터 대학원에 이르기까지 창업 교육을 통하여 혁신적 기업가를 양성하는 데 총력을 기울이고 있는 핀란드의 사례와 극명하게 대조되고 있다.

더구나 청년 창업의 결정 요인을 분석한 결과 서울 지역의 명문 대학 학생들의 경우 창업 계획, 창업 교육 경험 등에서 서울 이외 지역의 학생들보다 참여율이 저조한 것으로 나타났다. 이처럼 우수한 학생들이 창업 교육도 받지 않고 산업 현장에 대한 생생한 체험을 하지 못한 상태에서 지식기술 분야에서 창업에 나선다는 것은 지극히 어려운 일이 아닐 수 없다. 그러나 최근 대학생의 90% 이상이 창업에 대해 관심을 보이고 있다는 조사에 따르면 향후 대학 차원에서 창업 교육을 획기적으로 늘려 나가지 않으면 안 될 것으로 판단된다.

청년 창업이 활성화되도록 하기 위해서는 무엇보다도 학교 교육 과정을 통하여 체계적인 창업 교육을 실시하는 일이 중요하다. 미국, 영국, 핀란드 등 선진국의 경우 ‘기업가 정신에 대한 교육을 조기에 실시할수록 기업가 정신에 대한 수용력이 빨라진다.’는 모토 아래 정규 교육 과정에서 기업가 정신에 대한 조기 교육을 강화하고 있으며, 대학 및 대학원 교육에서도 기업가 정신을 필수 교과목으로 포함하는 방안을 계획 또는 실행하고 있다. 이에 비하여 우리나라는 대학 교육 시스템이 창업 마인드를 제고하는 데 거의 기여하지 못하는 실정이다.

향후 창업 교육을 강화하기 위해서는 무엇보다 정규 교육 과정에 창업 교육프로그램을 마련하여 체계적으로 교육할 필요가 있다. 이를 위하여 각 대학에서는 다양한 분야에서 활용할 창업 교육 프로그램을 마련하는 것이 필요하며, 관련 창업 교재는 교육 단계별로 연계성을 갖도록 개발할 필요가 있다.

이와 더불어 청년 창업 교육의 효과성을 제고하기 위해서는 우선 대학(원)생을 대상으로 실시하는 창업 강좌를 대폭 확충함과 동시에 창업 강좌의 특성화 및 전문성 제고가 필요하다. 교양 과목 수준으로 이루어지는 창업 강좌 수업 내용을 질적으로 심화하고, 필요 시 기초반, 전문반 등 수준별로 차등화하여 강좌를 개설함으로써 창업 강좌의 전문성 제고를 도모하며, 창업 강좌의 지속성을 확보할 수 있는 방안도 강구할 필요가 있다. 이와 함께 대학·성별·전공별 특성에 따라 다양한 창업 강좌를 개발하여 운영하도록 하고, 창업에 성공한 벤처 기업가를 역할 모델로 삼을 수 있는 분위기를 조성하는 것도 중요하다.

한편 창업 강좌 및 기술 창업 학교 등 창업 교육이 대부분 일과 중 또는 주말에 이루어지고 있어 일과 후 창업 교육을 희망하는 상당수 젊은 창업 예비자의 수요를 충족하지 못하는 실정에 있다. 향후에는 대학이 주도하여 대도시를 중심으로 일과 후 창업 강좌 등을 개설하여 운영하는 등 창업 교육 방식의 다양화도 필요하다.

이뿐만 아니라 창업 교육이 학생들의 기대에 부응하여 실효성을 높이기 위해서는 실질적인 도움을 받을 수 있고, 전공 특성을 반영하며, 학생의 눈높이에 맞는 교육이 필요하다. 우리는 이 연구에서 실태 조사를 통하여 현재 나이가 많을수록 청년 창업에 대해 부정적 인식을 가진 사람이 더욱 많다는 사실을 확인한 바 있다. 이에 따라 청년 창업에 부정적인 교수 등이 창업 교육을 실시할 경우 창업에 대해 긍정적 마인드를 심어 주기 어려울 것으로 판단된다. 그보다는 동료 집단 중 창업 경험을 보유하고 있거나 학생들과 동일한 관심 분야에서 창업에 성공한 창업자들을 활용하여 창업 교육

의 실질화를 도모해 나가야 할 것이다.

창업 교육으로의 성격을 강화하기 위한 교과 구성에서는 다음과 같은 사항에 이루어져야 할 것이다.

첫째, 사업 계획서 작성에 대한 실습, 창업 절차 및 운영에 직결된 법률·조세 사항, 자금 지원 제도 및 활용 방안, 기초 회계, 기술 개발 및 지적 재산권 사항 등에 대한 교육이 강화되어야 할 것이다.

둘째, 공과 대학 또는 예체능 계열에서 요구되는 특수한 환경에 맞는 창업 관련 지식의 습득이 필요하다. 창업 영역이 상이한 가운데, 해당 분야의 대내외 환경, 각종 법규·제도 등에 대한 맞춤형 지식이 기본적인 수준에서라도 제공되어야 한다.

셋째, 학교 특성에 따른 차별화된 창업 교육 내용 개발이 필요하다. 예컨대 전문대학에서는 강사의 눈높이가 달라 인식 공유가 없다는 불만족이, 4년제 대학에서는 획일적 창업 교육 프로그램에 대한 불만족이 가장 높은 것으로 나타나고 있다. 그리고 첨단 기술 개발을 도모하며 기술 창업을 수행할 수 있는 연구 중심 대학에서의 창업 교육은 기술 정보 분석, 특허 관리 등에 대한 사항이 보다 강조되어야 할 것이다.

이러한 창업 교육의 확대 및 강화에서 가장 근본적인 사항의 하나는 창업을 단순히 촉진하며 창업 자체가 단순히 취업의 대안으로 간주되는 것이 아니라, 창업 성공률을 높이는 것이다. 이를 위하여 창업 교육과 함께 운영과정에서의 마케팅·세무·경영 관리 등 컨설팅 지원이 대학을 통하여 이루어져야 한다. 대학을 통하여 창업 기업이 육성되고 대학들이 대학의 명성을 높이기 위한 수단으로 투자되도록 유도되어야 할 것이다.

2. 학생창업보육센터 설립을 통한 창업 동아리 활동의 활성화

현재 우리나라의 대부분의 대학에서는 창업보육센터를 설치하고 있지만 이는 대다수 학생이 주도적으로 참여하지 못하고 학교나 교수가 주도하는

하향식 창업 보육 모델이라고 평가할 수 있다. 학생들의 참여를 활성화하기 위해서는 무엇보다도 다양한 분야의 학생이 창업 활동을 위해 함께 모일 수 있는 공간을 제공해 주는 일이 중요하다. 이에 따라 기존의 창업보육센터를 개편하거나 또는 별도로 학생창업보육센터를 설치하여 학생들이 다양한 창업 동아리 활동을 할 수 있도록 보장해 주어야 한다.

핀란드 알토대학에는 ‘알토 기업가 정신 동아리’가 결성되어 대학 내에서 기업가적 생태계를 조성하기 위하여 노력하고 있다. 알토 동아리는 학생 스스로가 직접 운영하면서 기업가 정신을 함양함은 물론 대학내 학생창업을 지원한다. 알토 동아리의 기본 철학은 ‘성공이 새로운 성공과 활동을 낳는다.’는 것이다.

우리나라의 경우에는 호서대학교에서 학생창업보육센터를 통하여 학생 창업 동아리 활동이 가장 활발하게 이루어지는 것으로 평가되고 있다. 호서대학교의 학생창업보육센터는 창업 동아리를 중심으로 운영되며, 타당성 탐색 연구를 위한 동아리 운영비와 우수 동아리를 대상으로 인센티브를 제공하여 창업 활동을 적극적으로 후원하고 있다. 창업 동아리 운영 과정에서 발생하는 기술 개발은 소속 대학교수를 동아리 지도 교수로 임명하여 지원하도록 한다. 또, 상용화 제품 개발을 지원하기 위하여 호서 가족 기업과 연결시켜 개발된 제품의 생산성, 상업성 등에 관한 자문을 받을 수 있도록 하고 있다.

핀란드 알토대학이나 호서대학교의 학생 창업 동아리의 특징은 거대 자본이 필요하거나 많은 사회적 경험이 요구되는 첨단 기술 개발 또는 대규모 사업 영역보다는 게임 및 소프트웨어 개발과 같은 IT 응용 분야나 디자인 분야 등이 주종을 이루고 있다는 것이다.

이들 영역의 특징은 최근 ‘1인 창조 기업’의 활성화 사례를 통하여 알 수 있듯이 소규모 자본 및 인원으로 창업이 가능하다는 것이며, 이들의 전공 배경은 주로 IT 관련 공학 계열 또는 예체능 계열인 것으로 나타나고 있다. 따라서 학생들이 창업 관련 항목에 대한 실무적인 지식 습득 및 실습을 위

하여 IT 관련 공학 계열과 예체능 계열의 특성을 적극 반영시켜 나갈 필요가 있다. 시장 조건의 상이함에 따른 사업 계획 구상 방식의 차이, 구체적 관련 법 제도의 차이 등이 반영되어야 하는 것이다. 예를 들어 IT관련 공학 배경에서는 IT 관련 기술 개발 지원 및 사업화에 대한 구체적인 지식이 필요하며, 디자인 계열에서는 디자인 관련 각종 지원 및 사업화 방안이 필요할 것이다.

특히 2011년부터 중소기업청을 중심으로 '창업 선도 대학 육성 사업'이 추진됨에 따라 창업 동아리 활동의 전국화도 이루어 나가야 할 것으로 판단된다. 창업 동아리 활동의 전국화를 위해서는 대학 스스로가 주체가 되어 창업 경진 대회를 주기적으로 개최하는 방안을 강구해 나가야 할 것이다. 그렇게 하면 학생들은 생생한 창업 활동 경험을 갖추어 나갈 수 있게 될 것이다.

제2절 정부 차원의 정책 과제

1. 정부의 청년 창업 지원 사업의 연계성 강화

청년 창업을 촉진하고 정부의 창업 지원 시책 추진에 따른 효과를 제고하기 위해서는 관련 부처 간, 중앙-지방 정부 간 유기적이고 체계적인 협력 체제를 구축하여 청년 창업 지원 사업 간 연계성을 강화하는 일이 중요하다.

창업 교육 수요자 및 창업 경진 대회 입상자 등의 창업 촉진을 위해 중소기업청의 예비 기술 창업자 육성 사업, 서울특별시의 2030 청년 창업 프로젝트 등을 우선적으로 연계·지원하고, 창업보육센터 입주 및 창업 자금 지원 시 우대하도록 할 필요가 있다.

창업 경진 대회 사업의 경우, 중앙-지방 정부가 협력하여 추진할 경우 그 효과를 제고할 수 있음에도 불구하고 현재는 중소기업청 주도로 추진되고 있다. 향후 창업 경진 대회 사업은 1차적으로 16개 광역 자치 단체별로 예선 대회를 개최하도록 하고, 각 지방 자치 단체에서 입상한 우수 아이টে를 대상으로 중소기업청이 전국 대회를 개최함으로써 창업 분위기 확산 및 창업 경진 대회 개최에 따른 시너지 효과를 제고해 나가도록 해야 할 것이다.

중소기업청의 대학생 창업 강좌와 문화체육관광부의 뉴미디어 창업 스킴 지원사업도 상호 연계하여 운영할 경우 창업 교육 추진에 따른 효과를 제고할 수 있을 것으로 예상된다.

현재 서울특별시(2030 청년 창업 프로젝트), 대전광역시(대학 창업 300 프로젝트)에서 시행하고 있는 청년 창업 모델이 긍정적인 평가를 받고 있다는 점을 감안하여, 향후 이 모델을 여타 지방 자치 단체 여건에 맞게 확대 실시하는 방안도 강구할 필요가 있다.

한편 청년 창업자들은 사회 경력 및 신용이 부족하여 사업 초기에 창업 자금 조달 등에서 큰 어려움을 겪게 되므로, 성공 벤처 기업인의 경험과 노하우를 청년 창업 기업 성장에 활용할 수 있도록 하는 네트워크를 구축함과 아울러, 창업 후 3년 이내인 청년 CEO에게는 정부의 창업 지원 자금 우선 지원 및 신용 보증 특례 지원 방안 등을 마련할 필요가 있다.

2. 청년 창업 성공 역할 모델의 발굴 및 확산

이 연구의 실태 조사 결과 가장 관심을 끄는 부분은 주변에 창업에 성공한 사례가 있으면 창업을 계획할 확률이 그렇지 못한 사람보다 4.232배나 높았다는 사실이다. 이는 청년 창업을 결정하는 데에 문화적 요인이 매우 중요한 영향을 끼친다는 사실을 잘 보여 준다. 즉 대학(원)생들이 창업 활동에 나설 가능성은 그 주변에 긍정적 사례가 얼마나 많은가가 가장 큰 영향을 끼치고 있는 것이다.

특히 교수, 입주 업체 대표들과 비교했을 때 대학(원)생들이 더욱 주변에서의 창업 성공 사례의 존재 유무에 커다란 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 구체적으로 대학(원)생들은 ‘친지의 성공’ 35.8%, ‘부모님의 사업 경험’ 16.4%, ‘매스컴의 성공 사례’ 13.9%, ‘창업 교육’ 12.9% 등의 순으로 창업에 영향을 받는 것으로 나타났다. 대학(원)생, 교수, 입주 업체 대표 각각의 집단을 통계적으로 비교할 경우 대학(원)생은 주변의 창업 성공자 유무에 따라 창업 계획의 유무가 매우 크게 영향을 받으며, 이는 1% 내에서 유의미하다. 이에 반해 교수와 입주 업체 대표는 10% 내에서 창업 계획 유무에 차이가 있는 것으로 나타났다.

이는 문화적으로 공유된 인지적 표상과 정보 과정이 행위자의 의사 결정을 조절하며, 따라서 창업 활동 등에 영향을 끼친다는 주장들의 타당성을 다시 한 번 입증해 주고 있다. 즉, 청년들이 창업가가 되는 데에 개인적 특성만큼이나 중요한 또다른 요소는 외부적 환경 및 영향인 것이다. 실리콘 밸리나 오타니에미의 경우처럼 특정 지역이 다른 지역보다 더 많은 창업을 낳는 것은 우연한 일이 아니다.

실리콘 밸리나 오타니에미에 있는 사람들은 기업가로서 크게 성공하였던 그 누군가를 알고 있다. 그들은 자신들의 주변에서 언제든지 자신의 역할 모델(role model)로서의 성공한 기업가들을 만날 수 있기 때문에 다른 지역에 있는 사람들 보다 더 쉽게 자신의 비즈니스를 시작하기를 갈망하게 된다는 것이다. 특히 역할 모델의 존재는 성공한 창업가를 안다는 사실 스스로 성공한 창업가로 되기 위한 행동을 훨씬 더 신뢰할 수 있도록 만들기 때문에 더욱 중요하다고 할 수 있다.

그러므로 정부에서는 청년 창업을 활성화하기 위하여 무엇보다도 창업 성공 사례를 집중적으로 발굴하여 학생들에게 확산시키는 일이 중요하다. 특히 다양한 분야에 걸쳐서 구체적으로 어떻게 성공을 하였는가를 다양한 매체를 활용하여 보여 줄수록 그 효과는 배가될 수 있을 것으로 판단된다.

3. 산학 융합 단지 구축을 통한 청년 창업 활성화

미국의 실리콘 벨리나 핀란드의 오타니에미는 물론이고 여기서 소개하지 않은 스웨덴의 시스타 등에서는 산학연간의 상시적이고 직접적인 접촉을 강화하기 위하여 공간적 접근성을 제고하는 방식의 산학 융합 단지를 확대해 나가고 있다.

이들 국가에서는 공간적으로 가까운 지역 내에 과학 단지와 연구 중심 대학이 지속적으로 상호 교류하고 협력을 함으로써 신기술 개발과 청년 창업이 활발하게 이루어지고 있으며, 이를 통하여 국가 발전을 위한 새로운 동력을 확충해 나가고 있다. 특히 산학연이 한 곳에 집중된 첨단 과학 융합 단지에서 다양한 연구 개발 및 창업지원 프로그램 등을 제공한다. 이와 더불어 학생들과 연구자, 사업가가 상시적으로 만날 수 있는 ‘만남의 장’을 통하여 다양한 사업 아이디어와 창업, 특히 기술 개발 등을 활성화하도록 하고 있다.

또, 학생들이 기업에서 일하고 대학에서 공부할 수 있도록 효율적 네트워크가 구축되어 있다. 특히 학생과 기업인이 상시적으로 구내식당 등에서 토론하고 교류할 수 있는 시스템이 확립되어 산학 융합이 구조화되어 있다. 미국의 실리콘 벨리는 물론이고 핀란드의 경우에도 국내 시장에 안주하지 않고 글로벌 시장에서 고평가받는 정보 통신 기술 제품을 생산하기 위하여 효율적인 산학 연관 연계 시스템을 구축하기 위하여 총력을 기울이고 있다. 특히 핀란드는 최근 산업의 융·복합화 추세에 대응하기 위하여 수도 헬싱키에 소재한 3개의 연구 중심 대학들을 하나의 대학으로 통합하는 과감한 조치를 통하여 새로운 혁신 대학 모델 창출을 선도해 나가고자 시도할 정도이다.

이뿐만 아니라 핀란드국립기술청, 핀란드기술연구센터 등을 설립하여 대학과 기업들에게 다양한 연구 개발 활동을 수행할 수 있도록 지원하고 있다. 이러한 산학연 연계를 통하여 핀란드에서 연구 개발의 사업화 및 신기

술 창업이 활성화될 수 있는 것이다.

이러한 산학 융합 단지는 학생들이 창업 교육과 아이디어 채집, 창업 동아리 활동, 창업 보육, 벤처 창업 등 전 단계에 걸쳐 커다란 위험 부담을 갖지 않고 실패를 경험하더라도 재도전할 수 있는 시스템으로 작용할 수 있을 것이다. 현 단계에서 우리나라에서 청년들의 창업에 따른 리스크를 줄일 수 있는 가장 현실적인 방안은 실험실 창업이 가능하도록 보장 해주는 일이다. 따라서 산학 융합 단지의 구성을 통하여 청년들의 아이디어가 사업화로 연결될 수 있는 연결 고리를 만드는 일이 긴요한 실정이다.

이와 관련 우리나라는 지난 2010년 9월 1일 국가과학기술위원회에서 산업체 수요를 반영한 고용 연계형 인력 양성을 강화하기 위하여 산업 단지 또는 산업 집적지에 학과 이전 등을 통하여 상시적 산학 협력 체제를 구축하여 교육 - R&D - 고용간 연계를 강화하는 산업 단지 캠퍼스 시범 지원을 2011년부터 추진하기로 하였고 관련 예산 250억원을 확보한 상태이다. 그러나 이는 선진국과 비교하여 너무 규모가 작아 대학-기업 간 클러스터화를 추진하기에는 역부족인 것으로 판단된다.

이러한 정부의 사업이 실효성을 거두려면 중앙 정부가 지방 정부와 협력하여 산업 단지의 입지 선정, 대학 - 기업 간 클러스터링 등의 전 과정에서 주도적인 역할을 수행함으로써 대학과 산업체, 연구 기관 등이 하나로 융합할 수 있는 다양한 방안을 모색해 나가야 한다. 이러한 융합을 통하여 학생들이 학업과 연구는 물론이고 일상생활에서도 산업체 또는 연구 기관과 상시적으로 연계하여 활발한 연구 개발 활동을 전개할 수 있도록 하는 일이 중요하다. 그렇게 해만 동일한 공간 안에서 언제 어디서나 학생과 기업인, 연구원들이 만나 아이디어를 교환하고 서로 돕는 '살아 있는 산학협력'을 수행할 수 있게 될 것이다.

또, 산학 융합 단지의 구성을 통하여 학생들의 고용 가능성을 높일 뿐만 아니라 궁극적으로 청년 창업을 활성화할 것이라는 목표를 분명하게 설정해야 한다. 현재 우리나라의 대부분 산학 협력 사업에서는 여러 가지 이유

로 대학의 창업 활동이 중요한 비중을 차지하지 못하고 있는 실정이다. 많은 산학 협력 관련 사업들 중에서 창업 활동을 직접적으로 겨냥하는 사업은 지극히 소수에 불과한 것이다. 이에 따라 앞으로 산업 단지 캠퍼스 시범 지원 사업은 청년 창업을 촉진하는 새로운 역할 모델을 할 수 있도록 설계되어야 할 것이다.

4. 기타 청년 창업 활성화를 위한 정책 방안

최근 들어 청년 창업의 중요성이 강조되면서 다양한 지원 시책이 마련되고 있다. 그러나 중앙 부처, 지방 정부가 마련한 청년 창업 관련 사업의 정보가 공유되지 않아 사업의 중복 추진, 사업 간 연계 강화에 한계가 있다.

향후 청년 창업 지원 사업 추진에 따른 효율성을 제고하기 위해서는 각 부처 및 지방 정부가 추진하는 창업 정보의 DB 구축이 필요하다. 창업 교육, 회사 설립, 시제품 개발 및 사업화, 시장 개척으로 이어지는 창업 지원 사업 전 과정에 관한 DB 구축을 통하여 창업 단계별 맞춤형 연계지원 및 수요자의 활용도를 제고할 수 있기 때문이다.

한편 우리나라도 체계적인 기업가 정신 육성을 통하여 미래 성장 동력을 창출해 나가기 위해서는 미국, 영국과 같은 청년 창업 전담 공익 재단(예 : 청년기업가정신재단)의 설립이 필요하다. 재단의 설립 방식은 단기적으로 정부와 민간 공동 주도 방식을 취하고, 중·장기적으로는 벤처 기업 협회 등 민간 주도로 운영하도록 하는 것이 적절할 것이다. 청년기업가정신재단이 설립될 경우, 주요 사업은 기업가 정신 교육 프로그램 개발 및 청년 기업가 교육, 청년 창업 성공 사례 발굴 및 홍보 등을 실시할 수 있을 것이다.

현재 정부의 청년 창업 지원 시스템은 닫힌 시스템으로 운영되고 있는 것으로 평가된다. 따라서 현재의 지원 시스템을 보다 열린 시스템으로 변화시켜 운영할 필요가 있다. 특히 특정한 팀을 선발하여 그들에게 모든 지원을 몰아주는 지금의 시스템으로는 공모제 수상만을 위한 아이디어에 창

업자들이 몰릴 우려가 있다.

참신한 아이템의 경우 시장에 빨리 진입하기 위하여 많은 경쟁 업체들이 존각을 다투는 상황에서 한가하게 심사 일정을 맞추어 창업 스케줄을 조정하거나 시간·인력 등의 자원을 공모제 준비에 투입하기 어려운 실정이다. 실제 창업에 성공하더라도 1년 이상 성공적으로 운영하기가 매우 낫다는 것을 고려할 때, 특정한 업체에 혜택을 몰아주는 방식보다는 열린 시스템으로 많은 이에게 혜택을 제공하여 정말 필요한 업체에게 적재적소에 도움을 제공한다면 시의적절한 지원을 통하여 예산을 효율적으로 사용하는 효과를 얻을 수 있을 것이다.

이뿐만 아니라 상설 온·오프라인 법무·세무·특허 등 컨설팅 프로그램을 운영할 필요가 있다. 현재 입주 기업에게만 제공하는 서비스를 열린 상담실 시스템으로 바꾸어 운영한다면, 기존에 확보된 인력을 통하여 좀 더 많은 사람에게 혜택을 줄 수 있을 것이다. 국민 세금으로 운영되는 기관의 혜택이 소수에게만 집중되는 것은 바람직하지 못하기 때문이다.

그리고 퇴직자를 대상으로 한 청년 창업 멘토단을 결성하여 청년들에게 경험을 전수할 수 있도록 조치할 필요가 있다. 특히 청년들과의 눈높이가 맞는 다양한 분야의 경험을 가진 정년 퇴직단을 젊은 사업체와 연결시켜주고 이들에게 희망 근로처럼 보조금을 지급하는 방안을 강구할 수 있을 것이다. 이를 통하여 노년 실업과 청년 실업을 동시에 개선할 수 있을 것으로 기대된다.

끝으로, 창업 희망자 매칭 사업을 추진하는 일도 필요하다. 이공계 학생과 인문계 학생 간의 매칭 사업을 통하여 아이디어도 시너지 효과를 얻고, 서로 일시적으로 필요한 도움도 받을 수 있는 기회가 마련될 수 있을 것이다.

제7장 결론

고용 없는 성장이 지속되는 가운데 이제는 창업 없이 새로운 일자리가 창출되기 어려운 시대가 도래하였다. 그러나 청년 지식기술 창업은 당면한 고용 위기를 극복할 수 있는 단기적 처방이 되기 어려운 한계를 지니고 있다. 최근 스마트폰이나 사회적 네트워크 등 신기술 분야가 급부상하면서 1인 창조 기업 등이 활성화되고 있다. 그럼에도 불구하고 청년층의 고실업난을 극복하기에는 역부족인 것이 사실이다.

정부 정책 당국자나 국민들은 청년 창업을 통하여 당장 가시적인 성과가 나타나기를 기대하는 것이 일반적이다. 그러나 창업이 새로운 일자리 창출로 이어지는 데는 많은 시간과 인내가 필요하다. 이는 창업 정책을 추진하는 데에 심각한 딜레마라고 할 수 있다. 따라서 무엇보다도 ‘혁신의 끔찍한 고통’(terrible pains of innovation)을 감내하려는 의지가 중요하다.

이러한 점을 감안하면서 이 연구에서는 다음과 같은 몇 가지 사실들을 확인하였고 그에 입각하여 중·장기적 관점에서 대학 차원과 정부 차원에서 각각 실행 가능한 정책 과제들을 도출할 수 있었다.

대학 차원에서는 첫째, 창업 교육을 대학 정규 교과 과정에 포함시켜야 하며, 창업에 성공한 창업자들을 활용하여 창업 교육의 실질화를 이루어 나가야 한다는 것이다. 둘째, 학생들이 창업 동아리 활동을 통하여 기업이

정신의 중요성을 실제적으로 경험할 수 있을 뿐만 아니라 창업에 대한 두려움을 극복할 수 있는 매우 중요한 계기를 제공받도록 해야 한다는 것이다. 이를 위해 학생창업보육센터를 각 대학에 신설할 필요가 있다.

정부 차원에서는 첫째, 정부 각 부처별로 분산된 청년 창업 관련 사업들을 연계하여 시너지 효과를 제고시켜 나가야 한다는 것이다. 이를 통하여 청년 지식기술 창업의 각 단계별로 다양한 지원 방안을 마련해 나가야 한다. 둘째, 청년 창업의 결정에 주변 친지의 창업 성공 등의 요인이 매우 중요한 영향을 끼치고 있으므로 창업 성공 역할 모델을 발굴·확산시켜 나가야 한다는 것이다. 셋째, 산학 융합 단지 등 공간적 접근성이 높은 새로운 산학 연계 모형을 개발하여 실험실 창업 등 학생들의 창업 활동을 용이하게 할 수 있는 여건을 조성해 나가야 한다.

이 밖에도 우리는 다양한 새로운 사실들을 확인할 수 있었다. 예를 들어 대학(원)생이 창업을 고려할 때 가장 유망한 분야는 아이디어 창업, 인터넷 쇼핑몰, 오락·문화·운동 관련 서비스업, 지식 콘텐츠, 정보·통신 등 지식기술 분야가 압도적인 우위를 차지하고 있다는 것이다. 이에 따라 창업 환경이 매우 열악한 우리나라에서 청년들이 창업 위험을 크게 느끼지 않고서도 창업에 보다 쉽게 도전하고 성공과 실패를 할 수 있는 여건이 조성될 수 있을 것으로 전망된다.

그리고 서울의 명문 대학일수록 창업에 대해 보수적 태도를 나타낸다는 사실도 확인하였다. 이는 취업 시장에서 상대적으로 우위를 차지하고 있는 서울 소재 대학생들이 안정적인 취업을 선호한 결과 때문이라고 할 수 있다. 우리나라 학생들의 경우에는 창업에 대한 지원 시스템이 거의 갖추어지지 않은 조건에서 창업에 대해 부정적 태도를 보이고 있는 것이다.

이에 따라 국가 차원에서 창업 지도자들을 체계적으로 육성하려는 노력을 적극적으로 기울여 나가야 할 것으로 판단된다. 우수한 인재들이 고용 시장에 몰려들도록 방치할 것이 아니라 보다 적극적으로 창업 등을 통하여 자기 취업에 나설 수 있도록 창업에 따른 위험도를 낮추어 주고, 다양한 인센티브를 제공하는 방안을 강구해 나가야 하는 것이다.

SUMMARY

Research on Youth Start-ups in Knowledge and Technology Industries

Tong Park, An-kook Kim, Gyu-hee Hwang
Jong-sun Lee, Bong-ju Lee

1. Outline of Research

The purpose of this research is to suggest a recipe for knowledge and technology start-ups that the youth such as college students and graduate school students can directly take part in, as one of alternatives for breaking through the serious crisis of youth unemployment during a global economic depression. This Research was intended not only to suggest an alternative solution to the present problem of youth unemployment, but also to establish a proposal for training and cultivating the creative and innovative start-ups that will lead the prospective 'Creative Economy' focused on knowledge and technology. To this end, the following matters were analyzed.

First, the concepts of 'youth' and 'knowledge technology' were defined, and then the present status of the youth start-ups was analyzed based on the KOSIS(Korean Statistical Information System) data of the Small and Medium Business Administration(SMBA). Then,

Korean and foreign theoretical perspectives on the youth start-ups were reviewed, and the direction for this research was sought.

Second, the government's policies for the youth start-ups were analyzed for each ministry, and their problems were searched and assessed synthetically. Considering the reality that the government has promoted the diversity of start-ups and job creation policies, the government analyzed the effectiveness of its youth start-ups support policy as one of the alternatives for expanding youth employment.

Third, the actual conditions of college students, professors and business incubator center occupants related to the youth knowledge and technology start-ups were analyzed. A survey on actual conditions was conducted focused on the general status of youth employment, the awareness of the youth start-ups, start-up education, start-up activity, problems of youth employment, and recipes for the invigoration of the youth start-ups.

Fourth, Korean and foreign cases that could function as role models for the invigoration of the youth knowledge and technology start-ups in Korea were analyzed. By analyzing the actual conditions of the youth knowledge and technology start-ups and the start-up activity support system in Silicon Valley, US and Otaniemi, Finland that have led a second IT revolution focused on the Smartphone, the implications for Korean circumstances were derived, and then were utilized to form policy initiatives.

Finally, based on the foregoing analysis and implications, detailed agendas for invigorating the youth start-ups in Korea were examined. Here, the initiatives for youth start-ups and the invigoration of students' business incubation clubs through a lived experience-based

start-up education, successful start-up role model development and expansion and buildup of an industry-academia fusion complex were suggested.

2. Method of Research

The methods used in this Research can be summarized as follows.

First, a review of the literature on youth knowledge technology start-ups was conducted.

Second, a field survey of college incubation centers and students' business incubation clubs was carried out.

Third, through a questionnaire survey, the actual conditions of the youth knowledge technology start-ups were analyzed.

Fourth, the current situation of knowledge technology start-ups in major countries was examined, and then implications were drawn.

Fifth, an expert advisory meeting was held almost every month beginning in March. Through the invitation of experts related to the start-ups or on-site visits, opinions were gathered regarding the actual conditions and the direction of start-ups.

Finally, a seminar was held at COEX on November 17 in order to improve the awareness of the significance of youth knowledge technology start-ups.

3. Results of Analysis of Actual Conditions of Youth Knowledge Technology Start-ups

First, it was certified that the older people were, the more people

had negative perceptions of the youth start-ups. This is probably because older people consider a company as only ready to 'start up' when they have plenty of money, an infrastructure such as a factory, and a business item. On the other hand, younger people think that one can start a company with a business item alone. They have a positive attitude regarding the start-ups.

Second, it has been confirmed that the success of a family member or relative in a business start-up has a very important effect on the decision regarding a youth start-up. By analyzing a population of 800 college(graduate school) students through a binary logistic multiple regression analysis model, it was found that when the students had family members or relatives who had succeeded in a previous start-up, the number of students who were likely to plan to start a business was 4.232 times higher than the number of students who did not.

Third, when students plan to start a business, the most promising business for them are all in the knowledge technology field, including idea-oriented start-ups, Internet shopping malls, entertainment & culture & sports-related service businesses, knowledge contents, and information/communication. In particular, as new media such as smartphones and social service networks have rapidly spread, start-up businesses with only ideas are newly emerging.

Fourth, start-up education has significantly affected the actual start-up process. Students who experienced start-up education were more active in establishing a prospective start-up plan. 83% of students responded that start-up education was helpful in reinforcing the student's will to start a business.

Fifth, only one of ten students in Korea has experience in a business incubation club, and it is indicated that students involved in a business incubation club were very highly likely to actually establish a start-up plan.

Finally, prestigious universities in Seoul have showed a conservative attitude toward start-ups. This is due to the fact that students of prestigious universities in Seoul tend to prefer stable employment. Korean students have a negative attitude about business start-ups, and as a result the start-up support system hasn't been properly organized and arranged.

4. Implications of Korean and Foreign Youth Knowledge Technology Start-up Success Stories

By analyzing Korean and foreign success stories, we could derive several policy implications, which are as follows.

First, to activate the youth knowledge technology start-ups, there must be a system or social culture that minimizes the risks for start-ups. In order to solve risk-averse problem, there must be an expanding system that allows people to socially share the risks of start-up together in Korea, like in the US and in Finland. There also must be a well-organized system that enables young business starters to make second and third attempts after the experience of failing in business, without a huge monetary burden throughout the pre-incubation phase that includes start-up education, idea gathering, business incubation and venture start-up.

Second, in all of the Korean and foreign success stories, the new

technology development and the youth start-ups have been achieved through cross-fertilization between dense high-tech industrial complexes and colleges. In particular, the fusion complexes, in which academia and industry are in close quarters, have provided a diversity of research & development and incubation support programs. Furthermore, these complexes encourage the activation of various business ideas, business incubation and patent technology development by serving as 'Meeting Places' where students, researchers and entrepreneurs can meet together at any time.

Third, it is a fact that universities worldwide have provided diverse start-up education programs to develop the challenging and enterprising spirit of entrepreneurs. In Silicon Valley, US and in Finland, innovation entrepreneurs have been intentionally developed based on a philosophy that 'the entrepreneur is not born, but is trained through education'. This means that students' challenging spirit and the enterprising spirit of entrepreneurship cannot be fostered without education in the spirit of entrepreneurship.

Fourth, various start-up support programs must be systematically organized by start-up phase. In Finland, the government and universities have provided active support for all phases, ranging from idea-gathering to active business incubation. Even Silicon Valley, US, has promoted learning activity for actual information & human networking and information sharing and new technology and management techniques through the regional chamber of commerce and venture capital. Finland has a well-organized system that allows students to directly start a business at a lab based on the innovation ecosystem, and has concentrating on expanding the exchange among

students. In this course, the business incubation clubs have been given innovative support.

5. Policy Agendas for the Invigoration of Youth Knowledge Technology Start-ups

Based on the analysis conducted for this Research, the government should consider the following initiatives to encourage young people to pursue start-ups, and to efficiently promote the youth start-up support project.

First, it is necessary to reinforce the connectivity of the government's youth start-up support projects. To accelerate the youth start-ups and to improve the effects of the promotion of the government's start-up support policies, it is important to reinforce the connectivity among the youth start-up support projects by building up an organic and systematic cooperation system among the competent ministries and central-regional governments.

Second, systematic start-up education based on vivid experiences must be provided. Through analyzing the actual conditions of Korean youth start-up education, it was found that only 20% of respondents had experienced start-up education, while the remaining 80% answered that they had never experienced start-up education. This contrasts with the situation of the US, which includes start-up education in the regular school curriculum of colleges, or the case of Finland, which has concentrated on fostering the innovative entrepreneurs through start-up education ranging from the elementary, middle and high school level to the graduate school level.

Third, it is important to find and promote successful role models for the youth start-ups. In our analysis of actual conditions, one of the most interesting findings was that the number of students who were likely to plan to start a business was 4.232 times higher than the number of students who were not, when the students had a relative or family member who had already operated a successful business. This tells us that the cultural factor has a very significant influence on deciding whether youth are likely to pursue a business start-up. That is, the possibility that college (graduate school) students will take part in start-up activity is affected the most by how many family members or relatives students have who had a successful start-up.

Fourth, the government should facilitate the development and invigoration of industry-academic fusion complexes. Silicon Valley in the US, Otaniemi in Finland and Kista in Sweden, which is not mentioned in this Research, have expanded the industry-academic fusion complex, improving the spatial accessibility to reinforce permanent and direct contact between industry-university-research.

Such an industry-academic fusion complex will work as a system that enables students to make new endeavors without the huge burden of risk in the pre-incubation phase, including start-up education, idea gathering, business incubation club activity, incubation and venture start-up, after experiencing failure. In the present situation, the most reasonable way to reduce the risk of a youth start-up in Korea is to guarantee the lab start-up. Accordingly, it is urgent to make this link, in order to connect young people's ideas to the business of commercialization through the buildup of the industry-academic fusion complex.

Fifth, it is necessary to expand support for the nationwide invigoration of business incubation clubs. In Alto University, Finland, 'Alto Club for Spirit of Entrepreneurship' was organized, and strives to form an entrepreneurial ecosystem at the school. Alto Club is directly led by students, and promotes the spirit of entrepreneurship and supports the students start-up efforts at school. The basic philosophy of Alto Club is 'Success breeds new success and activity.' At Hoseo University, Korea, the student business incubation club's activities have been pursued the most actively through the student business incubation center. The student business incubation center of Hoseo University is operated by the student business incubation club. It has also actively supported the business incubation activity by providing club operation costs and incentives to good clubs for exploratory research on feasibility.

Finally, for the invigoration of the youth start-ups, a diversity of support initiatives must be pursued in addition to the above policies. It is necessary to build up a DB of start-up information promoted by each ministry and local government in order to improve the efficiency of prospective youth start-up support projects. Customized support can be provided by start-up phase, and the benefit to the user will be improved by forming a DB on all processes of start-up support projects, including start-up education, company foundation, prototype development and commercialization and market development.

<부 록>

설문지

청년 지식기술 창업 실태조사_대학(원)생용

안녕하십니까?

저는 여론조사 기관인 동서리서치의 면접원 ○○○입니다.

이번에 저희는 국무총리실 산하 국책연구소인 한국직업능력개발원의 의뢰를 받아 “청년 지식기술 창업 실태조사” 연구를 수행하고 있습니다. 본 설문조사는 국가적 난제인 청년실업을 해소할 수 있는 방안으로서의 청년 지식기술 창업을 연구하고, 특히 대학의 창업관련 교육 및 대학생의 창업 활동 현황을 분석함으로써 보다 실효성 있는 청년창업 정책방안을 도출할 목적으로 기획되었습니다.

이 설문조사는 청년고용 일반현황, 청년창업에 대한 인식, 창업교육, 창업활동, 청년창업의 애로사항 및 활성화방안 등에 관한 질문으로 구성되어 있습니다. 귀하의 의견이 우리나라 청년 지식기술 창업 실태 파악 및 정책대안 마련을 위한 귀중한 기초자료가 됨을 양지하시고, 충실한 답변을 부탁드립니다.

질문에는 정답이 없으며, 응답해 주신 내용은 통계분석을 위해서만 사용되고, 귀하의 개인정보는 통계법 제13조에 의해 철저히 보호됨을 약속드립니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내셔서 귀하의 고견이 향후 청년 창업을 위한 정책수립에 반영될 수 있도록 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2010년 6월

(주)동서리서치

☞ 통계법 제33조(비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

◆ 주관연구기관

◆ 조사대행기관

담당연구원 : 서민석

02) 2188-9693

조사연구원 : 000

02) 2188-9000

- ⑦ 리더십을 발휘하고자 하는 욕구
- ⑧ 기타 ()

문 4-2. (문 4에서 ②번 응답자만) 귀하께서 창업에 관심이 없는 이유는 무엇입니까?

- ① 실패에 대한 두려움
- ② 취직을 선호하기 때문
- ③ 창업과 관련된 정보가 없기 때문
- ④ 생계에 큰 지장이 없기 때문
- ⑤ 창업할 자금이 없음
- ⑥ 기타 ()

문 5. 귀하의 주변에서 창업에 성공하신 분이 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다

문 6. 귀하는 부모님과 창업에 관해 구체적으로 상의해 본적이 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다

문 7. 귀하는 우리나라에서 청년창업이 활성화되지 못하는 가장 큰 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 높은 창업실패율
- ② 기업가에 대한 인식 부족
- ③ 초기 창업자금 조달의 어려움
- ④ 청년층의 도전의식 저하
- ⑤ 부모의 반대
- ⑥ 성공사례가 없음
- ⑦ 기타()

문 8. 귀하는 미래에 창업을 할 계획이 있습니까?

- ① 있다 (☞문8-1로 이동)
- ② 없다 (☞문9로 이동)

Ⅲ. 창업교육

문 12. 귀하는 창업교육의 필요성에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 전혀 불필요 (☞문13으로 이동)
- ② 거의 불필요 (☞문13으로 이동)
- ③ 약간 필요 (☞문12-1로 이동)
- ④ 매우 필요 (☞문12-1로 이동)

문 12-1. (문 12에서 ③, ④번 응답자만) 귀하께서 창업교육이 필요하다고 생각하는 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 기업가 정신 고취
- ② 필수적인 창업 지식 축적으로 창업 실패 예방
- ③ 창업아이템 선정 및 지원기관 활용 방법
- ④ 창업 자신감 고취
- ⑤ 창업분야 배경지식 획득
- ⑥ 기타 ()

문 13. 귀하는 창업교육에 참여한 경험이 있습니까?

- ① 있다 (☞문13-1로 이동)
- ② 없다 (☞문14로 이동)

문 13-1. (문 13에서 ①번 응답자만) 귀하는 창업교육을 어느 기관에서 받았습니까?

- ① 학교(고교·대학교·대학원)
- ② 정부기관이나 상공회의소 등 비영리기관
- ③ 기타 ()

문 13-2. (문 13에서 ①번 응답자만) 귀하가 참여한 창업교육의 내용이 만족스러웠습니까?

단 계	항 목	전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요하다
		부정		←————→ 긍정		
창업검토	A.1. 성공적인 창업사례 소개	①	②	③	④	⑤
	A.2. 시장조사 연습	①	②	③	④	⑤
창업준비	B.1. 사업계획서 작성 연습	①	②	③	④	⑤
	B.2. 관련 법/제도 이해 (금융대출, 정부 지원정책 등)	①	②	③	④	⑤
기업운영	C.1. 기업운영 연습	①	②	③	④	⑤
	C.2. 판매, 홍보 연습	①	②	③	④	⑤
	C.3. 세무, 회계 기초 지식	①	②	③	④	⑤

문 22. 창업교육에서 추가적으로 필요하다고 여기시는 사항이 있으면 적어 주시기 바랍니다.

문 23. 귀하께서 이하의 관련 교육을 받으신 경험이 있는 곳에 O를 체크해 주시고, 이에 대한 만족도를 '매우 불만족'부터 '매우 만족'까지 표시해주시시오.

응답자 특성

DQ1. 귀하의 연세는 올해 만으로 어떻게 되십니까? 만 ()세

♣ 장시간 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ♣

참고문헌

- 교육과학기술부(2010). 『대학정보공시, 대학별 취업률 등 36개 항목 공시』.
- 교육과학기술부·한국교육개발원(2009). 『교육통계분석자료집』.
- 김근영·이갑수(2004). 『기술창업 활성화를 위한 정책제언』, 삼성경제연구소.
- 김세종·박승찬·황성수(2005). 『주요국 창업제도의 비교연구 및 정책적 시사점: 혁신형 중소기업을 중심으로』, 중소기업연구원.
- 김중호·심영섭·유진근(2009). 『경제활력 제고를 위한 진입규제 개혁 방안』, 산업연구원.
- 김주미·김익성(2006). 『기술혁신형 중소기업 창업 활성화 방안』, 중소기업연구원.
- 박동·박철우 외(2004). 『혁신주도형 경제도약을 위한 신산학협력』, 국가균형발전위원회.
- 박동·정지선·박철우(2009). 『고등교육단계의 맞춤형 산업인력양성 방안』, 한국직업능력개발원.
- 박상철(2005). “핀란드의 지역혁신체계와 오울루 테크노폴리스”. 박동 외 편. 선진국의 혁신클러스터. 동도원.
- 성경룡·정성찬 외(2007). 『국부창출을 위한 신산학협력과 제4세대 R&D』, 국가균형발전위원회.
- 양현봉·박중복·김중호(2008). 『기업가정신의 발현실태와 함양방안』. 『e-KiET 산업경제정보』. 제420호(2008-46). 산업연구원.
- 양현봉·이상신(2007). 『법인설립제도 개선방안: 한국·일본·미국·캐나다 제도의 비교분석을 중심으로』, 산업연구원.
- 중소기업청(2007). 『전국 소상공인 실태조사』.
- _____ (2009a). 『2009년도 중소기업에 관한 연차보고서』.
- _____ (2009b). 『제2기 벤처기업 육성대책』.

_____ (2009c). 『벤처기업정밀실태조사』.

_____ (2010). 『2010년도 중소기업에 관한 연차보고서』.

중소기업청 등 관계부처 합동(2010). 『청년 기술·지식창업 지원대책』, 제9차 국가고용전략회의 회의자료.

중소기업청·중소기업중앙회(2009). 『중소기업실태조사』.

Braczyk, Cooke and Heidenreich eds.(1998). *Regional Innovation Systems*. London: UCL Press.

Bygrave, W. D. (2004). The entrepreneurial process. In W. D. Bygrave & A. Zacharakis (Eds.). *The portable MBA in entrepreneurship*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Capello, R.(1999). “Spatial transfer of Knowledge in High Technology Milieux: Learning versus Collective Learning Process.” *Regional Studies*. Vol.33, No.4.

Economist Intelligence Unit(2010). *Digital Economy Rankings 2010*.

Fornahl, Dirk(2003). “Entrepreneurial Activities in a Regional Context.” in Fornahl and Brenner eds. *Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*. Edward Elgar.

Joint Venture Silicon Valley Network. (2010). *The 2010 Silicon Valley Index*. San Jose, CA.

Otaniemi Marketing Ltd.(2010). *OTANIEMI.FI: The Otaniemi Technology Hub*.

Porter, M. E.(2000). “Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy,” *Economic Development Quarterly* Vol.14 No.1, 15~34.

Rapo, Raija and Marita Seulamo-Vargas(2010). *Silicon Valley Journey: Experiences of Finnish IT Startups from Dot-Com Boom to*

2010. TEKES.

Saxenian, Anna Lee(1994). *A Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press.

Schumpeter, Joseph A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy* Harper Torch Books, New York.

Technopolis(2010). "Technopolis News(1/2010)."

Timmons, J. A. (1990). *New Venture Creation*. Homewood, IL Richard D. Irwin.

Venture Cup(2010). *Venture Cup Annual Report 09-10*.

VTT(2009). *VTT Review 2009*.

World Bank(2009). *Doing Business 2009*.

<http://www.aaltoes.com>

<http://www.aaltodesignfactory.com>

<http://www.idc.com>

<http://www.incruit.com>

<http://www.spinno.fi>

<http://www.technopolisonline.com>

■ 저자 약력

- 박 동
 - 한국직업능력개발원 연구위원
- 김안국
 - 한국직업능력개발원 연구위원
- 황규희
 - 한국직업능력개발원 연구위원
- 이종선
 - 미국 켄트대학교 교수
- 이봉주
 - 조선대학교 교수

청년 지식기술 창업 연구

- | | |
|-----------|--|
| · 발행연월일 | 2010년 12월 30일 인쇄
2010년 12월 31일 발행 |
| · 발행인 | 권대봉 |
| · 발행처 | 한국직업능력개발원
135-949, 서울시 강남구 삼성로 147길 46
홈페이지: http://www.krivet.re.kr
전화: (02)3485-5000, 5100
팩스: (02)3485-5200 |
| · 인쇄처 | (주)범신사 (02)720-9786 |
| · 등록일자 | 1998년 6월 11일 |
| · 등록번호 | 제16-1681호 |
| · I S B N | 978-89-6355-139-5 93300 |

