

방통융합미래
전략체계연구

지정2013-43

인터넷 혁신 아이디어 사업화 및 투자 활성화 방안 연구

(A Research on Internet Start-up Business Activation
Plan and Promoting Private Investment)

2013. 11

연구기관 : (사)한국정보처리학회



이 보고서는 2013년도 미래창조과학부 방송통신발전기금 방통융합미래전략 체계 연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 미래창조과학부의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

미래창조과학부 장관 귀하

본 보고서를 『인터넷 혁신 아이디어 사업화 및 투자 활성화 방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2013년 11월

연구기관 : (사) 한국정보처리학회

총괄 책임자 : 이 임 영(순천향대학교 교수)

참여 연구원 : 박 석 천(가천대학교 교수)

김 예 진

박 수 경

안 재 응

양 승 수

이 윤 재

이 영 우

이 혜 선

서 정 석

심 재 성

한 경 진

목 차

요약문	vi
제 1 장 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구의 방법 및 주요 내용	2
제 2 장 인터넷 기반 혁신 아이디어 스타트업 정의	3
제 1 절 인터넷 기반 혁신 아이디어 및 스타트업 개요	3
1. 스타트업 개념 및 정의	3
2. 인터넷 기반의 혁신 아이디어 스타트업의 정의	5
제 2 절 인터넷 기반 혁신 아이디어 스타트업의 이해 및 유망 분야	7
1. 전문가 인터뷰 기반 혁신 아이디어 스타트업의 이해	7
2. 인터넷 기반 소자본 혁신 아이디어 유망산업 및 관련 분야 연구	11
제 3 장 국내외 인터넷 스타트업 기업현황 및 사례연구	16
제 1 절 국내외 인터넷 스타트업 기업 현황	16
1. 해외 스타트업 및 투자 현황	16
2. 국내 스타트업/벤처 기업 현황	25
3. 1인 창조기업 현황	28
제 2 절 국내외 인터넷 스타트업 투자생태계	31
1. 스타트업 생태계 구조	31
2. 인큐베이터 및 엑셀러레이터	34
제 3 절 인터넷 스타트업 사업화 사례 조사	49

제 4 장 국내 인터넷 혁신 아이디어 사업화 육성 방안	53
제 1 절 시장기반의 아이디어 사업화 환경	53
1. 소셜 아이디어 플랫폼의 개념 및 유형	53
2. 주요 아이디어 플랫폼 제공기업 및 성공사례	56
제 2 절. 국내 인터넷 기반 아이디어 사업화 관련 전문가 인터뷰 조사 결과	61
1. 조사 목적 및 방법	61
2. 전문가 심층 인터뷰 조사결과	62
제 3 절 국내 인터넷 기반 아이디어 사업화 관련기업현황 및 애로사항 설문조사 결과	79
1. 조사 목적 및 방법	79
2. 설문지 분석 결과	81
제 5 장 결론	99
참고문헌	102
부 록	105

표 목 차

<표 2-1> 2012년 서울시 입지 스타트업 업종 분류	6
<표 2-2> 주요 인터넷 혁신 연관 기술 및 유망 분야	12
<표 2-3> 주요 기술의 인터넷 혁신 연관 중요도 평가 점수 및 순위	14
<표 3-1> 국내 스타트업/벤처기업의 주력 제품 기술	25
<표 3-2> 국내 인터넷 관련 스타트업/벤처기업 수 추정 결과	26
<표 3-3> 스타트업/벤처기업 매출액대비 연구개발비	28
<표 3-4> 산업분류별 국내 1인 창조기업수 추정	30
<표 3-5> 스타트업/벤처 생태계 외적 환경요소	33
<표 3-6> 인큐베이터와 엑셀러레이터의 특징 비교	35
<표 3-7> 연도별 창업보육센터 운영현황	35
<표 3-8> 국내 정부 지원형 및 민간 주도형 엑셀러레이터 현황	38
<표 3-9> 미국 주요 엑셀러레이터의 프로그램 운영 현황	42
<표 3-10> 이스라엘 YOZMA 펀드 출자 현황	44
<표 3-11> 이스라엘 주요 엑셀러레이터의 프로그램 운영 현황	45
<표 4-1> 클라우드 소싱 플랫폼의 유형	55
<표 4-2> 클라우드 펀딩 플랫폼의 유형	55
<표 4-3> 정성조사 내용	62
<표 4-4> 주요 참여자별 창업 준비 단계의 애로 사항 및 주요 이슈	63
<표 4-5> 참여자별 아이디어 사업화 단계의 애로 사항 및 주요 이슈	66
<표 4-6> 참여자별 아이디어 사업화 이후의 애로 사항 및 주요 이슈	70
<표 4-7> 정량조사 내용	80
<표 4-8> 전체 응답자 성별 및 연령대	81
<표 4-9> 전체 응답자 성별 및 연령대	82
<표 4-10> 인터넷 스타트업에 투자한 기업 수	83
<표 4-11> 사업단계별 투자평가 영향요소	84

<표 4-12> 사업단계별 투자 애로사항 순위	85
<표 4-13> 투자기업이 아이디어 사업화 과정에서 느끼는 애로사항	86
<표 4-14> 사업초기 단계에 위치한 기업들의 아이디어 사업화 자금조달 유형	87
<표 4-15> 인터넷 분야 사업화 단계별 필요 자원요소	87
<표 4-16> 응답기업의 사업분야 또는 아이디어 상용화 분야에 관한 결과	89
<표 4-17> 창업을 위한 회사설립 과정에서의 애로사항 순위	91
<표 4-18> 아이디어 사업화 과정에서의 애로사항 순위	92
<표 4-19> 인터넷 분야 스타트업의 사업화 단계별 필요자원 요소	93
<표 4-20> 사업초기 단계에 위치한 기업들의 아이디어 사업화 자금조달 유형	94
<표 4-21> 전체 응답자의 아이디어 플랫폼 서비스에 대한 인지 정도	95
<표 4-22> 투자자의 아이디어 플랫폼 서비스 사용의도	96
<표 4-23> 스타트업의 아이디어 플랫폼 서비스 사용의도	97

그 립 목 차

[그림 1-1] 연구 방법 및 조사 과정	2
[그림 2-1] 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업의 특징	10
[그림 2-2] 주요 기술의 인터넷 혁신 연관 중요도 평가 결과	13
[그림 2-3] 주요 기술의 인터넷 혁신 연관 중요도 평가 결과	15
[그림 3-1] 국가별 사업자 설립자 비율	17
[그림 3-2] 국가별 사업초기단계에 위치한 기업 활동 비율	17
[그림 3-3] 1994 3월-2010 3월까지의 1년 미만 법인설립수	18
[그림 3-4] 미국 지역별 스타트업/벤처 기업 분포	19
[그림 3-5] 펀딩 유형별 총 비율 및 스타트업 활용 현황	20
[그림 3-6] 이스라엘 하이테크 기업의 투자유치 비율	22
[그림 3-7] 2011년 1분기 - 2013년 2분기까지의 산업별 투자비율	22
[그림 3-8] 기업규모별 증가 추이	23
[그림 3-9] 산업별 100대 스타트업의 분포	24
[그림 3-10] 기업유형별 경영성과, 매출액대비 연구개발비 비교	27
[그림 3-11] 국내 스타트업 생태계의 투자 주체간 관계도	32
[그림 3-12] 운영주체별 국내 창업보육센터의 분포 현황	36
[그림 3-13] SUAP 현황 (2013년 11월 기준)	40
[그림 3-14] 이스라엘 인큐베이터 비즈니스 모델	45
[그림 3-15] Dropbox의 기업 가치	50
[그림 3-16] ThinkNear의 위치기반 모바일 마케팅 서비스	50
[그림 3-17] Wibbitz의 콘텐츠 제공 방식	51
[그림 4-1] 퀵키사의 비즈니스 모델	56
[그림 4-2] Pivot Power	57
[그림 4-3] 킥스타터 펀딩 중개 규모별 성공 건수	58
[그림 4-4] 킥스타터사의 비즈니스 모델	59

[그림 4-5] 응답자의 소속된 직장 유형 또는 업무영역	82
[그림 4-6] 대표자 사업실패의 투자자 인식	84
[그림 4-7] 응답기업의 창업 동기	90

요 약 문

1. 제 목

인터넷 혁신 아이디어 사업화 및 투자 활성화 방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

최근 혁신적 아이디어를 기반으로 짧은 시간동안 소규모 벤처기업에서 글로벌 혁신기업으로 성장한 기업들(페이스북, 트위터, 그루폰, 에어비앤비 등)이 인터넷 산업에 높은 영향력을 미치면서 혁신적 아이디어를 보유한 인터넷 스타트업에 대한 관심이 높아지고 있다. 인터넷을 통해 제공되는 서비스들은 혁신적인 아이디어와 소규모의 창업자금 만으로도 사업화 성공 시 파급효과가 높은 잠재성을 가지고 있다. 따라서 인터넷 기반의 국내 스타트업 또는 예비창업자들의 혁신적인 아이디어 사업화 역량 강화는 최근 우려되고 있는 한국 IT 산업 국가경쟁력 순위의 하락세를 끌어올릴 수 있는 중요한 요소가 될 수 있다.

이미 미국의 실리콘벨리, 이스라엘의 텔아비브는 창의적 인재들의 스타트업을 돕는 편당, 인큐베이터, 워크스페이스 등의 벤처생태계가 잘 갖추어져 있으며, 클러스터 자체적인 자생력 보유로 민간에서 주도적으로 스타트업 기업들의 후원이 가능한 환경을 가지고 있다. 반면 한국은 해외 주요국에서 보유한 인프라적 요소를 보다 풍부하게 보유하고 있고 범국가적 차원에서 기업을 지원하고 있음에도, 그 양질의 성과창출이 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 국내외 인터넷 스타트업 현황 분석과 아이디어 사업화 활성화 방안을 모색할 수 있는 현황 및 문제점을 다양한 관점에서 접근하여, 향후 정책수립에 참조될 수 있는 기초자료 작성을 목적으로 한다.

1) 'Benchmarking IT Industry Competitiveness 2011'에 따르면, 우리나라의 IT 산업 국가경쟁력 순위는 2007년 3위, 2008년 8위, 2009년 16위, 2011년 19위를 기록함 (BSA, 2011)

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구의 2장에서는 스타트업의 개념과 인터넷 기반의 혁신 아이디어 사업화 분야에 대해 정의하고, 인터넷 혁신 아이디어와 연결된 유망 산업과 기술 분야의 범위를 정의하였다. 현재 국내에서는 법적, 행정적인 스타트업의 정의 및 기준이 명확하게 제시되어 있지 않은 상황이며, 전 산업분야와의 ICT 융합현상은 인터넷 서비스와도 연결되고 있어 인터넷 기반의 혁신 아이디어 산업의 구분이 명확하지 않다. 특히 이러한 부분은 기존 문헌에서도 다루고 있지 않아, 본 연구에서는 인터넷 기반의 혁신 아이디어 스타트업에 대한 이해를 돕고자 전문가 인터뷰 및 약식의 전문가 설문을 통해 인터넷 기반의 혁신 아이디어를 보유한 스타트업과 연관 산업의 특징을 분석하고, 이와 관련된 유망 산업과 기술 분야의 범위를 정의를 도출하였다.

3장에서는 국내외 인터넷 기반 스타트업의 분포 및 성과를 조사하고, 투자자 관점에서의 투자생태계 구성요소 및 현황과 기업들의 사업화 사례를 분석하였다. 특히 최근 각광받고 있는 인큐베이터와 액셀러레이터의 국내외 현황을 중점적으로 살펴보았으며, 이를 통해 성공적으로 사업화한 혁신 아이디어 기반 인터넷 스타트업 사례를 조명하였다.

4장에서는 국내 인터넷 혁신 아이디어 사업화 육성 방안을 모색하고자 아이디어 플랫폼의 일환인 클라우드 소싱과 펀딩 서비스의 개념 및 유형을 구분하고, 이러한 개념이 현재 활동 중인 전문가 및 기업에 어떠한 의미가 있는지 그리고 현 시장에서 아이디어 사업화에 어떠한 이슈와 애로사항이 존재하는지에 관하여 전문가 인터뷰 및 설문조사를 기반으로 분석된 결과를 제시하였다.

4. 연구 내용 및 결과

첫째, 인터넷 기반 혁신 아이디어와 스타트업의 정의에 대한 전문가의 의견으로는 기존에 존재하지 않는 급진적 혁신을 창출하는 범주보다는 기존 제품과 서비스의 융합을 통한 점진적 혁신을 지향하는 범위 정도로 보되, 이와 관련한 산업과 스타트업의 특성을 무리하게 분류하기 보다는 동적인 관점에서 생태계 관점으로 접근해야한다는 결론이다. 이는 최근의 기술, 사물, 네트워크 등의 융합으로 무리한 연관 산업의 구분은 오히려 혁신적인 서

비스나, 제품의 등장을 가로막는 제약 요인이 될 수 있다는 것이다. 반면 소자본 인터넷 혁신 스타트업과 연관성이 높은 산업으로는 IoT(Internet of Things) 분야로 도출되었다.

둘째, 국내외 스타트업의 현황조사를 위해 GEM(Global Entrepreneurship Monitor) 자료를 기반으로 지난 10년간 사업자 설립(Established Ownership Rate) 비율을 추정했을 때, 양적인 비율로는 한국이 가장 높고 이스라엘이 가장 낮은 비율을 나타내고 있었다. 또한 사업 초기단계에 위치한 기업 활동의 합산(Total Early Stage Entrepreneurial Activity)의 추정치는 미국, 영국, 이스라엘이 2010년부터 지속적인 증가추세를 보인 반면, 한국, 일본, 아일랜드는 2010년에서 1년간 증가추세에 있다가 2012년에 하락세를 나타냈다. 국가별 특성으로 주목할 점은 이스라엘의 스타트업은 하이테크 산업에 집중하여 태생부터 미국시장과 해외를 대상으로 육성되고 있는 반면, 영국과 한국은 1인 창조기업 비중이 전체 창업자의 73%대로 가파른 증가추세에 있으나 주로 요식업과 서비스 산업군에 분포되어 있었다. 국내를 포함한 해외 주요국들은 정부 혹은 민간 주도의 인큐베이터와 액셀러레이터가 활성화되어 있으며, 이를 통해 많은 스타트업 기업들이 사업화에 성공한 사례가 증가하고 있다. 특히 인터넷 분야에 대한 집중적인 투자가 이루어지는 것을 알 수 있었고, 이는 인터넷 기반 스타트업이 상대적으로 운영비가 적고 틈새시장 공략이 비교적 수월하다는 장점이 있기 때문으로 보인다.

셋째, 국내 인터넷 혁신 아이디어를 보유한 스타트업들의 사업화 과정에서의 애로사항과 성공적인 사업화 방안을 조사하기 위해 관련 이해관계자들과의 인터뷰 결과로는 크게 1) 창업 준비단계에서는 투자자 관점에서는 성공할 가능성이 높은 경쟁력 있는 아이디어 발굴하고 아이템의 평가체계가 필요하다는 의견이 많았으며, 스타트업 관점에서는 다양한 상황에 대한 조언에 대한 수요가 많음에 따라 전문가, 멘토 인력의 확충이 필요한 것으로 나타났다. 2) 아이디어의 상용화 단계에서는 자금 확보와 아이디어를 가시화 할 수 있는 정보와 인력확보의 애로사항이 가장 많이 도출됨에 따라, 스타트업이 시제품을 자유롭게 구현할 수 있는 인프라와 환경이 필요한 것으로 판단된다. 3) 제품 사업화 단계에서는 마케팅과 시장정보 획득과 관련된 자금 확보에 대한 애로사항이 가장 많이 도출되었으며, 이와 관련된 사업화 성공실패 평가체계 및 사업화 실패의 재도전 기회 부재, 경영 수완의 부족과 유사서비스 대응 능력 부족에 관한 이슈를 개선할 필요성을 전반적으로 제시하였다.

넷째, 인터넷 분야 혁신 아이디어의 사업화 활성화를 위한 방안으로 본 연구에서는 크라

우드 소싱 및 펀딩 서비스 등의 아이디어 플랫폼을 조사하였으며, 그 결과 이러한 플랫폼 서비스는 시장기반의 사업화 생태계를 조성할 수 있는 보완적 요소로 작용할 수 있다는 결론을 제시하고자 한다. 또한 투자자 및 스타트업의 애로사항과 실제 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의도를 조사하기 위해 설문을 실시하였으며, 전반적인 분석결과 앞서 언급한 바와 같이, 투자자는 투자대상 기업의 평가와 관련된 애로사항이 도출된 반면 스타트업은 자금 확보 및 자원 활용에 관한 의견이 많았다. 이들의 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의향은 전반적으로 긍정적인 것으로 나타났으나, 스타트업의 경우 민간 기업이 운영하는 서비스보다는 정부가 운영하는 서비스에서 자사 아이디어를 공유하겠다는 결과가 도출된 반면 투자자는 민간 기업에서 운영하는 서비스를 선호하는 것으로 나타났다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구에서 제시된 자료 및 조사결과는 인터넷 기반의 아이디어 사업화 활성화를 위한 기존 환경을 보완할 수 있는 관점을 다양하게 접근하여 도출하였다. 이에 본 자료를 기반으로 시장기반의 자율적인 생태계를 조성에 필요한 요소를 이해하고, 현 제도를 정비하여 세부적인 조사가 필요한 부분을 파악함으로써 정책수립 및 지원 사업 기획에 효과를 거둘 수 있을 것으로 판단된다.

6. 기대효과

본 연구에서 제시된 결과를 기반으로 인터넷 스타트업의 아이디어 사업화 역량과 투자자의 니즈를 극대화 할 수 있는 정책적 전략을 도출하는데 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 국내 인터넷 스타트업의 아이디어 사업화 성공에 필요한 지원요소와 애로사항, 관련 전문가들의 의견들은 향후 관련 제도를 개선하거나, 스타트업의 투자 촉진 방안을 모색하는데 관련 관계자들이 참고할 수 있는 기반자료로 활용될 수 있을 것으로 기대한다.

SUMMARY

1. Title

A Research on Internet Start-up Business Activation Plan and Promoting Private Investment

2. Objective and Importance of Research

Recently, small ventures based on innovative ideas become global companies in a short period of time. These global innovative companies such as facebook, twitter and groupm have a significant impact on the industry. Due to this interest in the Internet start-up that has an innovative idea has increased dramatically. Recently in Korea, one of the main issues is activating start-up based on innovative idea to find new growth engine in the internet industry area. The major foreign countries in the start-up era such as United States and Israel already has good venture ecosystem including start-up funding cooperates, incubators. Compare to this, Korea start-up have been made an insufficient result in spite of having a high-level of infrastructure including Information Technology, government supporting program. Therefore, this study analyzes the status of Internet start-up and a variety of issues in the field that enable the successful commercialization of the Internet start-up in Korea.

3. Contents and Scope of the Research

This study explores plans for activating Internet start-up business and promoting private investment based on literature review and field surveys. This study including following chapters:

In the chapter 2, we reviewed the concept of start-up focused on internet business

based on innovative idea. Also we defined promising industry area related to internet start-up business field. For this, we conducted interviews and surveys with experts in the field of internet start-up. In the chapter 3, we conducted case study in terms of investment ecosystem including main factors for ecosystem, company roles and so on. Also we studied status and distribution of start-up related to promising industries which are derived in Chapter 2. In the Chapter 4 we categorized concept of crowd-sourcing and service. In addition, the current market issues including the commercialization of idea and private investment ecosystem was analyzed. Expert interviews and survey were conducted to make meaningful research outcomes.

4. Research Results

First, Definitions of start-up and internet innovation ideas based on expert interview is that they tend to have process innovation rather than radical innovation. Thus it is not appropriate to draw a line to categorize or to define these startups and their industries. Also technology, industries and value chains are rapidly forming into another by convergence, thus categorization by policy can limit innovative activities.

This study explores into current problems and issues occurred in start-up in the internet service business area based on expert survey with stakeholder in the field. followings are the main issues.

- 1) In the start-up preparation stage, the establishment of Start-up culture based on innovative idea is the main issue. So that government lead the build the ecosystem.
- 2) The Idea evaluation system should be developed. Through the system, investor can examine the business potential and find the innovative idea with high likelihood of success.
- 3) To build balanced start-up ecosystem, government should try to secure the human resource such as mentors, incubators who have knowledge in various start-up area and

can give advice with expert knowledge

4) There is no clear definition of start-up at the moment. Therefore, making the guidelines for idea commercialization and government supporting program is the main issues. The necessity of education of entrepreneur and creative innovator is also important.

5. Policy Suggestions for Practical Use

The results of this study suggest various perspectives for activating internet start-up business with innovative idea. Key results addressed include how the start-ups feel about government supporting system and investment industry and how existing regulation and law need to be changed. Therefore, this study will be helpful to understand the main factors to make start-up ecosystem that operating by market and to find the direction of further research area to improve the system and policy. Also, start-up, private company and investor can find their roles in the start-up field to have competitive.

6. Expectations

This study is expected to contribute to make strategies for strengthening the capacity of internet start-up and expanding the needs of investor in private sector. In addition, stakeholder in policy-making can refer the research result of expert survey to make policy reflect opinion from the field. The results include the idea of internet start-up support systems, main difficulties to run the start-up in the field and the opinions of expert to promoting angel investment to start-up.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Definition of Internet Innovative startups

Chapter 3. Statistics of Global Internet Startups and
Successful Business Stories

Chapter 4. Successful Commercialization Issues and
Internet Innovative startups

Chapter 5. Conclusion

제 1 장 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

인터넷을 통해 제공되는 서비스들은 혁신적인 아이디어와 소규모의 창업자금 만으로도 사업화 성공 시 파급효과가 높은 잠재성을 가지고 있다. 따라서 인터넷 기반의 국내 스타트업 또는 예비창업자들의 혁신적인 아이디어 사업화 역량 강화는 최근 우려되고 있는 한국 IT산업 국가경쟁력 순위의 하락세²⁾를 끌어올릴 수 있는 중요한 요소가 될 수 있다.

이미 미국, 영국, 이스라엘 등의 주요국은 일찍이 스타트업 육성의 중요성을 인식하고, 사업화 지원, 교육, 벤처캐피탈 및 펀딩 체계 마련에 집중함으로써 창의적 인재들의 스타트업을 돕는 펀딩, 인큐베이터, 워크스페이스 등의 벤처생태계가 잘 갖추어져 있으며, 클러스터 자체적인 자생력 보유로 민간에서 주도적으로 스타트업 기업들의 후원이 가능한 환경을 가지고 있다. 반면 한국은 해외 주요국에서 보유한 인프라적 요소를 보다 풍부하게 보유하고 있고 범국가적 차원에서 기업을 지원하고 있음에도, 현재까지 양질의 성과창출이 해외 주요 국가보다는 미흡한 실정이다.

이에 국내 스타트업과 투자기업의 자율적인 시장 환경을 조성하고, 사업화 성공을 통한 양질의 성과창출과 연결된 다양한 관점의 연구와 국내 이해관계자들의 현황을 살펴볼 필요성이 있다. 따라서 본 연구에서는 국내외 인터넷 스타트업과 투자자의 관점에서 아이디어의 사업화 활성화 방안을 모색할 수 있는데 참조할 수 있는 현황 및 관련 이슈를 다양한 관점에서 조사함으로써, 향후 정책수립에 도움이 될 수 있는 기초자료 작성을 목적으로 한다.

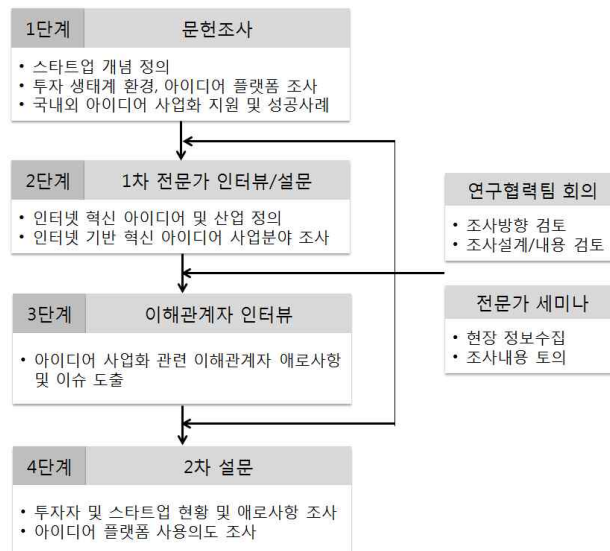
2) 'Benchmarking IT Industry Competitiveness 2011'에 따르면, 우리나라의 IT 산업 국가경쟁력 순위는 2007년 3위, 2008년 8위, 2009년 16위, 2011년 19위를 기록함 (BSA, 2011)

2. 연구의 방법 및 주요 내용

본 연구에서는 1단계 문헌조사를 통해 정보수집 및 국내외 현황과 주요 이슈를 조사하였다. 연구방법 2단계의 1차 전문가 인터뷰 및 설문은 2장의 인터넷 기반의 혁신 아이디어 스타트업에 대한 이해를 돕고자 수행되었으며, 이를 통해 인터넷 기반의 혁신 아이디어를 보유한 스타트업과 연관 산업의 특징을 분석하고, 관련 산업과 기술 분야의 범위를 도출하였다. 3장에서는 국내외 인터넷 기반 스타트업의 분포 및 성과를 조사하고, 투자자 관점에서의 투자생태계 구성요소 및 현황과 기업들의 사업화 사례를 분석하였다.

본 연구방법의 3단계의 이해관계자 인터뷰는 국내 인터넷 혁신 아이디어 사업화 육성 방안을 모색하고자 수행되었으며, 4장에서 현업에서 활동 중인 관련 이해관계자들을 통해 창업단계, 아이디어 상용화 단계, 제품 사업화 단계로 나누어 현장의 애로사항 및 관련 이슈들과 정부 지원제도의 개선 방향에 대한 시사점을 제시하였다. 마지막으로 연구방법의 4단계 2차 설문은 4장에서 투자자와 스타트업 관점에서의 현황과 애로사항을 위해 수행되었으며, 아이디어 플랫폼의 일환인 클라우드 소싱과 펀딩 서비스의 개념이 현재 활동 중인 투자자와 스타트업에 어떠한 의미가 있는지를 조사하였다.

[그림 1-1] 연구 방법 및 조사 과정



제 2 장 인터넷 기반 혁신 아이디어 스타트업 정의

제 1 절 인터넷 기반 혁신 아이디어 및 스타트업 개요

최근 혁신적 아이디어의 상용화를 통한 경쟁력 확보 및 가치 창출에 대한 성공사례가 증가함에 따라, 창조경제 실현을 위한 정부 주도의 다양한 스타트업 지원 프로그램이 확산되고 있다. 특히, ICT와 산업 및 서비스 간 융합이 이뤄지는 서비스 플랫폼, 소프트웨어, 비즈니스 모델 등의 분야에서 혁신적 아이디어를 보유한 스타트업의 사업화 활성화 방안 등에 대해 적극적으로 논의되고 있다. 그러나 현재 한국에서는 스타트업의 법적, 행정적 정의 및 기준이 명확하게 제시되어 있지 않은 상황이며, 전 산업분야와의 ICT 융합현상은 인터넷 서비스와도 연결되고 있어 인터넷 기반의 혁신 아이디어 산업의 구분에 있어 모호한 부분이 존재한다. 이에 본 절에서는 스타트업의 개념과 인터넷 혁신 아이디어 기반 사업화 분야에 대하여 살펴보고자 한다.

1. 스타트업 개념 및 정의

스타트업이란 창업을 시도하는 기업이라는 점에서 스타트업은 창업자와 유사한 의미를 가지고 있으며, 사전적 의미의 ‘창업’은 “사업의 기초를 세우고 처음으로 시작함, 사업의 기초를 닦음” 등으로 볼 수 있다. 그러나 개념적으로는 학자에 따라 다양하게 정의하고 있으며, 일반적으로 창업자, 사업아이템, 자본 등의 3요소가 갖추어져야 한다고 본다(문구선, 2007). 창업에 관한 학자들의 정의는 다음과 같이 논의되고 있다. Schumpeter는 “창업이란 새로운 상품, 새로운 서비스, 새로운 자원, 새로운 생산 방법, 새로운 시장, 새로운 조직형태로, 회사형 조직을 탄생시키는 행위”라고 정의하고 있다 (J.A. Schumpeter, 1934; 문구선, 2007 재인용). Vesper는 창업이란 자원, 노동, 재료, 자산 등의 요소를 결합하여 이전보다 가치 있는 조직으로 변화하는 것으로, 변화와 혁신, 새로운 질서가 수반된다고 정의하고 있으며 이는 수익 창출의 경제적인 관점을 기반으로 한 개념으로 볼 수 있다. 이러한 개념이 ‘스타트업’의 개념과는 어떠한 차이가 있는지 살펴보면 다음과 같다.

위키피디아(Wikipedia)에 따르면 스타트업 기업(Startup Company) 또는 스타트업(Star-tup)은 자체적인 비즈니스모델을 가지고 있는 작은 그룹이나 프로젝트성 회사를 의미한다(Wikipedia, 2013). 스타트업이란 용어는 1990년대에 시작된 닷컴버블 시기에 영미권 국가에서 처음 사용되기 시작했으며, 스타트업 회사들 대부분은 새로 생겨난 신생 기업으로 새로운 비즈니스 모델을 개발하거나 새로운 시장을 찾아 나서는데 주력하는 점이 특징이다. Eric Ries의 저서 'The Lean Startup'에서는 스타트업을 불확실한 상황 속에서 고객들에게 제공할 새로운 제품과 서비스를 창조하는 조직으로 정의하고 있다. 즉 초기 스타트업 대부분은 닷컴 버블과 함께 등장한 용어로 닷컴회사를 지칭하는 의미로 사용되었으나 최근에는 그 의미가 확대되고 있다. 예를 들어 스타트업 분야의 대표적인 창업 투자 및 보육기업의 하나인 와이콤비네이터(Y combinator)의 공동 창업자 폴 그레이엄은 스타트업의 본질을 빠른 성장으로 정의하기도 하였다(김은진, 2013).

국내에서는 스타트업을 불확실한 환경에서 혁신을 통해 가치를 창출하는 경제적 조직이라는 의미로 사용되고 있는 것으로 보이며, 2000년대 초반 널리 쓰인 '벤처기업'의 개념과 유사하다. 그러나 벤처 기업이 사업 활동에서 연구개발의 비중이 높고 고성장이 기대되는 신생기업으로 정의한 관점에서 본다면, 스타트업은 조직 구성, 조직의 생애 주기, 문제 인식과 해결 방식, 업종 등에서 차이가 있다(김은진, 2013). 특히 스타트업은 조직 규모, 구성 자체가 동태적이며, 산업 범위도 IT, 혁신 기술 분야에 국한되지 않고 더욱 다양한 산업의 아이디어와 지식이 융합된다는 점에서 큰 차이를 보인다. 이러한 스타트업 특징을 반영한 성공적인 사업화 방법론으로 최근 '린스타트업'이란 개념이 각광 받고 있다. 린스타트업이란 낭비를 최소화하는 도요타의 린제조방식에서 시작된 개념으로 빠른 실패와 반복적 학습으로 스타트업을 성공으로 이끄는 방법론이다. 이 방법론은 빠른 시도와 반복이 이루어지는 스타트업의 생애 주기, 문제 인식과 해결방식의 특징을 대변한다고 볼 수 있다(한경진 외, 2013). 이처럼 최근 논의되는 스타트업에 대한 개념적 정의는 공통적으로 불확실성, 혁신, 변화가 큰 조직, 그리고 첨단 기술 관련 업종을 포함하며, 혁신적 아이디어나 기술을 바탕으로 한 신생기업으로 이해할 수 있다. 또한 국내 스타트업 및 관련 전문가들도 혁신 아이디어 분야의 스타트업의 성공적인 사업화와 글로벌 경쟁력 확보 방안에 대한 관심이 증가하고 있는 추세이다. 그럼에도 창조경제의 패러다임 아래 창업활성화 붐이 일어나며 다양한 분야에서 스타트업이 등장하고 있으나, 아직까지 국내에서는 스타트업의 법적 정

이나 행정적 정의와 기준이 명확하지 않은 상황이다. 현재 스타트업에 대한 다양한 지원 제도와 프로그램이 등장하고 있지만 기관별로 스타트업에 대한 기준이 기업 설립기간, 자본금 규모 등을 기준으로 하는 등 기관별로 상이하다. 이는 스타트업 창업 지원 기준이 명확하지 않은 상황에서, 스타트업과 유사한 개념으로 통용되는 벤처기업 기준에 따라 스타트업 지원이 이루어지고 있음으로도 해석할 수 있다.

국가 정책 시행을 위하여 행정적 목적으로 내린 벤처기업의 법적 정의를 살펴보면 벤처기업은 벤처기업육성에 관한 특별조치법의 3 가지 기준 중 1 가지를 만족하는 기업으로 정의되고 있다(중소기업청 홈페이지, 벤처기업육성에 관한 특별조치법). 또한 스타트업이 창조적 아이디어에 바탕을 둔다는 점에서 유사성을 가지는 1인 창조기업의 법적 정의를 살펴보면, 1인 창조기업 육성법에 근거하여 '1인 창조기업'이란 창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자로 정의하고 있다. 이와 같이 벤처기업과 1인 창조기업의 행정적 지원 기준은 스타트업에 일부 적용 가능하지만 스타트업의 특징과 다소 차이가 존재한다. 우선 벤처기업의 규모와 스타트업의 자본금 규모에서 차이가 나고, 스타트업 대부분이 3년 이내의 신생기업이란 특징을 보면 벤처기업 기준을 적용하기에는 무리가 있다. 1인 창조기업 기준은 1인 중심 기업이며, 상시 종업원 없이 기업을 운영하는 5인 미만의 공동사업자의 경우도 1인 창조기업으로 인정하고 있어 소규모 창업에서 유사성을 가지지만 경우에 따라 다수가 공동으로 창업을 추진하는 스타트업과는 차이가 존재하고 있다.

2. 인터넷 기반의 혁신 아이디어 스타트업의 정의

스타트업은 통상적으로 첨단 혁신 기술 관련 제품이나 서비스와 연관된 기업으로 알려져 있다(Wikipedia, Startup company). 또한 닷컴버블과 함께 등장한 용어로 스타트업 자체가 인터넷 연관 범위를 이미 많이 포함하는 성격을 가진다. 즉, 스타트업에 대한 정의도 확실하지 않은 상황에서 인터넷 스타트업에 대한 연관 범위를 명확하게 구분하기 어렵다는 해석을 할 수 있다. 스타트업의 연관 범위의 이해는 벤처기업과 일부 유사하게 볼 수 있지만 차이가 존재한다. 벤처기업은 소프트웨어, 첨단 기술 개발의 비중이 높았지만, 최근 첨단기술의 효용범위가 일반 소비자와 일상생활 영역으로 확대되며 스타트업의 개념

도 그 추세와 일치하며 더욱 확대되었다고 볼 수 있다(김은진, 2013). 다시 말해 최근의 스타트업이 지칭하는 분야는 일상생활과 밀접하게 연관된 분야로 스마트폰과 모바일 기술의 등장을 통해 이와 연관된 범위로 확장되고 있다. 이러한 추세는 서울시 스타트업에 대해 분석한 김은진(2013)의 연구에서도 확인 할 수 있다. 이는 <표 2-1>에서 보는바와 같이, 2012년 기준 서울시에 입지한 스타트업 업종 대다수가 인터넷, SW, 정보서비스, 게임, 응용 소프트웨어 개발 등의 분야와의 연관성을 확인 할 수 있다. 그럼에도 최근 국내 창업 및 스타트업 추세를 보면 스마트 열풍과 함께 인터넷, 모바일, 미디어 콘텐츠와 관련된 서비스가 더욱 많이 나타나고 있어 스마트폰 애플리케이션 개발에 대한 관심이 증가추세에 있음을 알 수 있다. 이에 스타트업 연관 범위는 향후 더욱 확장될 것으로 보이며, 인터넷 혁신 아이디어 연관 유망 분야에 대한 이해와 이에 맞는 정책적 준비가 필요한 시점이다. 따라서 본 연구에서는 인터넷 스타트업을 혁신 아이디어를 보유한 새로운 제품과 서비스를 인터넷을 기반으로 창조 및 제공하는 조직으로 정의하고, 인터넷 기반 스타트업의 범위와 관련 업종을 어떻게 구분할 수 있을지, 향후 가장 혁신적일 유망분야에 대하여 살펴 보고자 한다.

<표2-1> 2012년 서울시 입지 스타트업 업종 분류

코드	업종명
63999	그 외 기타 정보 서비스업
63910	뉴스 제공업
63120	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업
6290	기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업
58219	시스템 소프트웨어 개발 및 공급업
58221	온라인모바일게임 소프트웨어 개발 및 공급업
6210	컴퓨터 프로그래밍 서비스업
58222	응용 소프트웨어 개발 및 공급업

자료: 김은진, 2013

제 2 절 인터넷 기반 혁신 아이디어 스타트업의 이해 및 유망 분야

최근 인터넷 연관 서비스, 제품, 산업 분야는 지속적으로 확장되어 가는 추세로 인터넷 기반 스타트업을 스마트폰 어플리케이션 혹은 서비스 제공 스타트업 분야로 한정짓기에는 한계가 있다. 아직까지 인터넷 기반 혁신 아이디어 스타트업 분야에 대하여 본격적으로 논의되지 않은 점을 감안하여 본 연구에서는 국내 인터넷 기반의 혁신 아이디어 스타트업에 대한 이해를 돕고자 전문가 인터뷰를 진행하였다. 본 절에서는 전문가 인터뷰 결과를 기반으로 인터넷 기반 혁신 아이디어를 보유한 스타트업과 연관 산업의 특징을 분석하여, 유망 산업과 기술 분야의 범위를 정의하고자 한다.

1. 전문가 인터뷰 기반 혁신 아이디어 스타트업의 이해

인터넷 혁신 아이디어 사업의 연관 범위와 산업의 특징을 이해하기 위하여, 본 연구에서는 스타트업과 관련된 전문가들을 대상으로 개방형 질문을 토대로 인터뷰를 진행하였다. 인터넷 기반의 혁신 아이디어의 정의에 관해 대체적으로 혁신 아이디어 사업화와 차별성을 구분하기 모호하다는 전문가들의 의견이 많았다. 인터뷰 결과를 중심으로 제시된 인터넷 기반 혁신 아이디어를 보유한 스타트업의 특징과 범위에 관한 전문가들의 의견은 크게 세 가지 관점으로 도출되었다.

첫 번째, 인터넷 기반 혁신 아이디어와 스타트업은 기존에 존재하지 않는 서비스나 제품 개발을 목표로 하지만, 기존 서비스의 기능을 강화시키거나 혁신을 지향해야한다는 것이다. 여기서 혁신은 전혀 새로운 것을 만들어 내는 급진적 혁신보다는 기존의 제품 또는 서비스를 융합, 변형하여, 스타트업 제품 또는 서비스가 소비자들의 니즈를 획기적으로 충족시킬 수 있는 새로운 관점 또는 서비스의 유용성을 제공하는 것을 의미한다. 실제로 스마트폰 어플리케이션 서비스 사업을 하고 있는 스타트업 종사자는 다음과 같이 답변하였다.

“인터넷 기반의 혁신 아이디어를 보유한 스타트업을 새로운 아이템 개발, 혹은 빠른 혁신을 통해 시장을 파괴시키는 자가 아니라 상품을 개발하여 생태계를 변화

시킬 수 있는 진화론적, 보수적 관점으로 보아야 합니다.”

이는 앞서 살펴본 스타트업의 개념적 정의 중, 스타트업의 대표적인 특징이 빠른 변화, 급진적인 혁신으로 이해되고 있는 관점과는 다른 방향의 답변이다. 이는 인터넷 연관 스타트업 분야는 다윈의 진화론적인 사고방식으로 접근해야 하는 분야로 기존 상품이나 서비스를 잘 보완하여 새로운 것을 만들어내는 범위로 이해해야 한다는 맥락이다. 즉, 이미 혁신적인 분야인 인터넷을 기반으로 하는 만큼 인터넷 혁신 아이디어 사업은 점진적인 변화를 지향해야 한다고 볼 수 있다. 다양한 분야의 스타트업의 성공을 돕는 엑셀러레이터 관련 실무자는 “현재 인터넷으로 연결되어 있지 않은 것들의 연결, 즉 오프라인과 온라인의 결합을 가능하게 하는 분야”를 인터넷 혁신 아이디어 사업화 분야의 범주라고 생각한다고 답변하였다. 이 또한 연관 기술을 새로 만들어내는 것은 벤처, 기술 개발에 가까우며, 아이디어 사업화는 결국 기존의 것의 변화, 연결 사업으로 이해해야 한다는 것이다.

두 번째는, 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업의 범위를 기술, 사물, 네트워크 등 모든 것이 융합되고 연관되는 현재의 패러다임 하에서 연관 산업의 범위를 넓게 보는 것이 타당하며 무리한 연관 산업 확장보다는 동적인 관점에서 생태계 조성을 위하여 힘써야 한다는 것이다. 최근 여러 산업의 생태계가 변화하고 있으며, 경계선이 없는 상태인데 굳이 인터넷 혁신 범위를 분류를 하려고 시도하면 혁신적인 서비스나, 제품의 등장을 가로막는 제약 요인이 될 수 있다는 의견이 제시되었다. 결국 인터넷 혁신 아이디어 연관 생태계는 다를 수 있지만, 소자본 아이디어, 스타트업 연관 산업은 비슷한 특징을 가지고 있어 시장에서의 자율적인 구분이 형성되는 것이 아닌 정부의 무리한 서비스, 산업 분류에 대한 우려가 제시되었다.

“한국의 창업, 스타트업을 보면 벤처기업(기술 기반), 외식 창업(점포형 창업), 그 사이에 1인 창조 기업 등 2009년부터 시작되어 현재 처음보다는 확대되었으나 그 종류가 많지 않은 한계를 보인다. 1인 창조기업을 429개 업종 상시 근로자 없이 1인이 하는 기업, 전문성에 기반을 두어 제조업과 서비스를 영유하는 자, 창업 3개월 이후 4인까지 고용이라는 429개 업종으로 한정지어 둔 상황에서 스타트업은 이도저도 아닌 사각지대에 놓여있는 상황이다. 때문에 스타트업 지원이 어려워지면 특히 기존의 산업분류 업종분류는 모호하며 규정하기 어려워하고 있다. 이러한 상황에서 인터넷 혁신 분야에 대한 분류를 하기보다 동적인 관점에서 바라

보는 시각 변화가 나타나야 한다.”

인큐베이팅 관련 전문가는 정부의 행정적 지원, 사업 관리, 세금 부여 등을 위하여 스타트업의 연관 범위를 정하고 업태를 구분하는 것이 맞지만 인터넷 혁신 아이디어 사업화의 범주를 만드는 것에 초점을 맞추는 것에는 부정적인 입장을 보였다. 이는 산업 범주와 분류에 주력하다보면, 스타트업 생태계 조성보다는 지원 정책 수립에 초점이 맞추어짐에 따라 스타트업 지원을 위한 선별에 힘쓰게 되고, 이는 다시 선별 기준에 부합하는 스타트업들의 육성으로 이어져 혁신 아이디어 스타트업 활성화라는 핵심을 놓치게 된다는 것이 전문가들의 공통적인 의견이었다.

세 번째는 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업을 스마트 패러다임 하에서 편의를 제공하는 분야로 정의하며, 사람들에게 흥미, 재미거리를 제공하는 분야, 특히 기존보다 더 나은 혜택과 정보를 제공하는 서비스 재화 영역에 초점을 맞추어야 한다는 것이다. 인터넷 혁신 아이디어 스타트업의 범위를 정의하려 할 때 전통적인 벤처기업을 바라보는 사고방식의 관점에서는 IT 기술, 제품 개발 분야로 정의하게 된다. 그러나 전문가들은 인터넷 스타트업에서는 IT를 활용한 비즈니스라고 크게 정의하고, 실질적인 혜택과 편의를 제공하는 서비스 발굴의 필요성을 강조하였다. 실리콘밸리, 데모데이를 방문한 창업지원기관 실무자는 다음과 같은 의견을 제시하였다.

“최근 몇 년 이슈가 되어 왔던 진정한 의미의 산업간 융합시장은 크지 않은 상황에서, 인터넷 혁신 아이디어 사업화만의 특징을 구분하기 보다는 진정한 의미의 인터넷 기반 융합서비스 발굴을 위해 힘써야 한다고 생각한다. 특히 얼마 전 실리콘밸리 방문 후, 대한민국을 2위정도 규모의 앱(app) 시장으로 볼 수 있지만, 단순히 스마트폰 애플리케이션만으로는 세계적인 성공을 거두기 어려울 것이라는 생각이 들었다.”

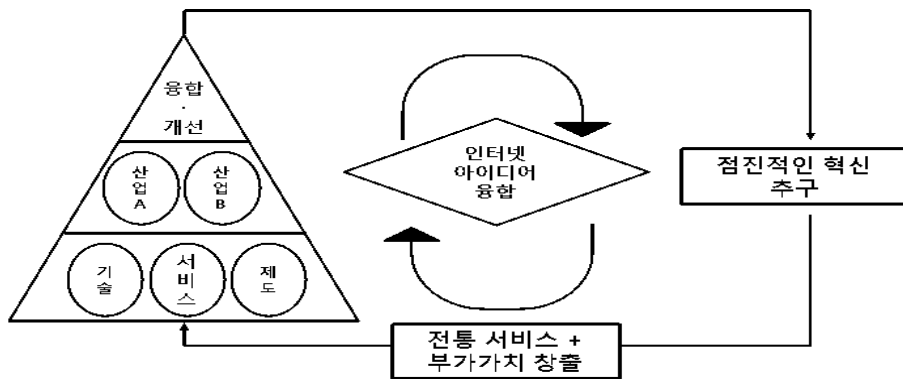
데모데이 방문결과, 스마트폰 애플리케이션이 단독 서비스로 출시되어 글로벌적으로 성공한 케이스는 드물고 제조업, 전통 산업을 베이스로 이를 지원하고 편의를 제공하기 위한 수단으로 애플리케이션을 활용하는 사례가 많았다는 것이다. 예를 들어 자동차 산업과 인터넷, 기타 산업과 인터넷이 결합되며, 인터넷, 애플리케이션 자체가 핵심 서비스가 아닌 전통 서비스 안에서 IT 솔루션, 임베디드형(Embedded)으로 변화하는 추세로 이해해야

한다는 것이다. 또한 농업 벤처를 예를 들어 다음과 같은 의견을 제시하였다.

“농업은 1차 산업에서 3차 산업으로 가고 있는데 이 과정에서 융합을 IT 개발, 산출물에 초점을 맞춘다면 새로운 부가가치를 창출하기 힘들다. 결국 IT를 활용한 종자 개량 정도 수준일 것이다. 그러나 IT 활용 비즈니스로 크게 본다면 농업도 포장, 디자인, 수량, 관리 유통 경로 관리 단계에서 1차 생산자가 아닌 다른 사람이 IT, 인터넷을 활용하여 사업을 할 수 있게 된다.”

즉, 과거에는 인터넷 서비스 자체가 혁신적인 산출물이었으나 이제는 전통 산업의 서비스에서도 이용이 가능한 하나의 도구로 활용됨에 따라, 다양한 산업에서 혁신이라는 키워드로 연결된다는 점이다. [그림 2-1]은 전문가 인터뷰 결과를 토대로 도출한 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업의 특징을 나타낸 도식이다. 인터넷 혁신 아이디어 지원 분야는 결국 융합을 지향해야 하지만, 아직까지 구체적인 실현 계획을 찾기 어렵다는 것이 단점으로 지적되었다. 따라서 급격한 산업 트렌드의 변화에 따른 혁신 아이디어의 정의와 인터넷 기반의 혁신 아이디어 사업화 스타트업을 발굴하기 위한 산업 분야 또는 지원 분야를 분류하는 연구는 지속적으로 병행되어야 할 필요성이 존재하는 것으로 보인다.

[그림 2-1] 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업의 특징



2. 인터넷 기반 소자본 혁신 아이디어 유망산업 및 관련 분야 연구

상기 전문가 인터뷰를 통해 파악한 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업의 특징을 요약하면 크게 점진적인 변화, 융합, 인터넷의 지원 기능에 초점 등으로 나타났다. 본 연구에서는 이러한 인터넷 혁신 아이디어 스타트업의 특징을 감안할 때 향후 어떠한 연관 서비스, 기술 분야가 유망산업일지를 분석하고자 전문가 대상 설문조사를 진행하였다. 이를 위해 본 연구에서는 1차 문헌 연구를 토대로 분류한 최근의 IT유망기술 주요 분야를 도출하여 전문가를 대상으로 설문을 진행하였다. 설문 결과를 토대로 인터넷기반의 소자본 혁신 아이디어 유망산업 및 관련기술 분야를 제시한다.

가. 인터넷 혁신 산업 분석을 위한 연구 방법 및 절차

최근 국내외에서 미래기술을 예측하고 유망산업을 발굴하고자 하는 활동이 전 세계적으로 활발히 이루어지고 있다. 특히 인터넷분야는 발전 속도가 빠르고 적용 영역이 광범위하여 유망산업 발굴의 중요성이 더욱 강조되고 있다. 그럼에도 불구하고 국내에서는 아직까지 인터넷 혁신 분야의 스타트업 유망분야, 연관 분야에 초점을 맞춘 관련 연구나 사례가 부족한 실정이다. 이에 본 연구에서는 전문가 설문을 통해 의 향후 3년간 소자본 아이디어 사업의 혁신성과 창출의 잠재성 및 파급효과가 크고, “인터넷 혁신 산업“에 속할 것으로 예상되는 기술 분야와 대표서비스 도출하고자 하였다.

전문가 설문지 구성을 위하여 국내외 대표적인 연구기관의 유망기술 관련 문헌을 토대로 주요 기술 분야를 분류하였다. 설문을 위한 주요 기술 리스트 도출은 1차적으로 최근 3년간 국내외 주요 연구기관의 보고서에서 소개된 IT 기술 트렌드를 분석하고, 분류한 기술 리스트를 해당 분야의 전문가의 검토를 통해 최종 구성하였다 (<표2-2> 참고).

설문 응답자에게는 해당 기술이 인터넷 혁신 산업과 연관되고 유망한 경우의 중요도를 고려하여 1(낮음)에서 5(높음)의 5점 척도로 응답하도록 하였다. 또한 전문가가 생각하는 각 기술과 연관되는 대표 혁신 서비스에 대하여 기술하고, 관련된 의견을 자유롭게 제시하도록 하였다. 설문은 2013년 10월 2일부터 진행되었으며, 최종 분석에 사용된 전문가 응답은 총 10개이다.

<표2-2> 주요 인터넷 혁신 연관 기술 및 유망 분야

A. Mobile area	C. Big data Area
A1. Mobile application development (HTML5)	C1. Big Data & Business Analytics
A2. Mobile-centric applications and interfaces	C2. Big Data from Cheap Phones
A3. Application stores and marketplaces	C3. In-memory computing
A4. More mobility	C4. Media tablets and beyond
A5. Mobile computing	D. Social media Area
A6. Enterprise App Stores	D1. Social Networking & Business
B. ICT Consolidation area	D2. Contextual and social user experience
B1. Personal cloud1)	D3. Temporary Social Media
B2. Hybrid IT & cloud computing	D4. Socialytics
B3. Accelerated Software as a Service (SaaS)	E. IoT (Internet of Things) area
B4. Industry Platform as a Service (PaaS)	E1. Web of Intelligent things
B5. Cloud Services & Enablement	E2. Contextual Devices and Services
B6. 3rd Platform datacenter disruptions	E3. Smart Vehicles
B7. Software-Defined Networking	E4. Smart Watches (Wearable Computer)
B8. Interactive Network of Things	
B9. Internet of Things	
F. Etc,	
F1. Green IT	
F2. 4G+ mobile communication technologies	
F3. Realtime automatic Speech to Speech translation	
F4. Bio-Signal interface	
F5. Tangible user interface	
F6. Gamification in Business	

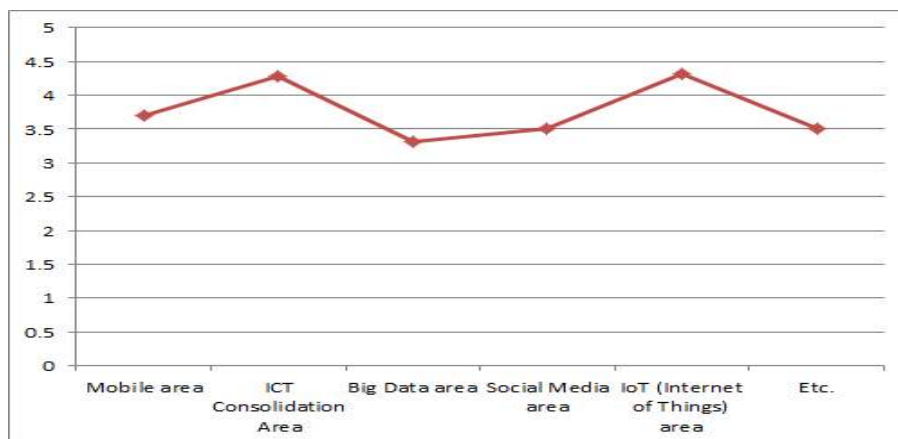
주) 주요 인터넷 혁신 연관기술 유망 분야 목록은 Accenture, 2013, Gartner, 2013, IDC, 2013, KISTEP, 2012, 삼성SDS, 2012 참조 및 재구성

나. 인터넷 혁신 아이디어 스타트업 연관 분야

전문가 설문을 통해 인터넷 혁신 산업의 연관 분야를 평가한 결과 분야별 중요도 평가 점수는 [그림 2-2]와 같다. 1위 분야는 IoT (Internet of Things) area로 4.31의 점수로 평가되었다. 차례대로 2위는 ICT consolidation area(4.28점), 3위 Mobile area (3.7점), 4위는 Social Media area (3.5점), 기타분야 (3.5점) 5위는 Big Data area(3.3점)의 도출되었다.

1순위, 2순위 분야가 IP네트워크 기반 서비스 융합, IT 비즈니스의 통합을 지향하는 IoT area와 ICT consolidation인 점은 전문가 인터뷰를 통해 파악한 인터넷 혁신 아이디어 스타트업의 주요 특징이 혁신 기술 자체보다는 기타 산업과의 융합, 지원일 것이라고 한 것과 일치하는 결과로 해석할 수 있다. 각 분야, 총 33개의 연관 기술 분야의 중요도 평가 및 순위를 세부적으로 살펴보면 결과는 <표 2-3>과 같다. B4-Industry Platform as a Service (PaaS), 'E1-Web of Intelligent things' 기술 분야가 평균 5점의 중요도로 인터넷 혁신 산업과 가장 연관이 있고 유망한 분야로 평가되었다. Industry Platform as a Service 분야의 대표적인 예를 세일즈포스닷컴을 들 수 있다. 클라우드, CRM과 같이 기업이 필요한 서비스를 클라우드 형태로 지원, 제공한다. 즉 기존 기업의 전통적인 업무에 혁신을 일으키는 분야로 볼 수 있다.

[그림 2-2] 주요 기술의 인터넷 혁신 연관 중요도 평가 결과



<표2-3> 주요 기술의 인터넷 혁신 연관 중요도 평가 점수 및 순위

순위	기술	점수	순위	기술	점수
1	B4. Industry Platform as a Service (PaaS)	5	18	D4. Socialytics	3.75
2	E1. Web of Intelligent things	5	19	E3. Smart Vehicles	3.75
3	A1. Mobile application development (HTML5)	4.75	20	F1. Green IT	3.75
4	B9. Internet of Things	4.75	21	F2. 4G+ mobile communication technologies	3.75
5	C1. Big Data & Business Analytics	4.75	22	A2. Mobile-centric applications and interfaces	3.5
6	B7. Software-Defined Networking	4.5	23	A4. More mobility	3.5
7	B8. Interactive Network of Things	4.5	24	A6. Enterprise App Stores	3.5
8	E2. Contextual Devices and Services	4.5	25	B1. Personal cloud1)	3.5
9	B2. Hybrid IT & cloud computing	4.25	26	A5. Mobile computing	3
10	B5. Cloud Services & Enablement	4.25	27	C2. Big Data from Cheap Phones	3
11	D2. Contextual and social user experience	4.25	28	D1. Social Networking & Business	3
12	F5. Tangible user interface	4.25	29	D3. Temporary Social Media	3
13	A3. Application stores and marketplaces	4	30	C3. In-memory computing	2.75
14	B3. Accelerated Software as a Service (SaaS)	4	31	C4. Media tablets and beyond	2.75
15	E4. Smart Watches (Wearable Computer)	4	32	F4. Bio-Signal interface	2.75
16	F3. Realtime automatic Speech to Speech translation	4	33	F6. Gamification in Business	2.5
17	B6. 3rd Platform datacenter disruptions	3.75			

Web of Intelligent things는 웹을 통한 사물의 연결과 제어관련 분야로 스마트폰, 태블릿 등과 같은 스마트 디바이스 뿐 아니라, 냉장고, TV 등 일반적인 가전제품들과 기타 디바이스들이 서로 연결되는 지능형 디바이스로의 전환되고, 웹을 통해 사용자가 사용을 제어하고 모니터링할 수 있는 혁신적 서비스를 지향하는 분야이다. 인터넷 혁신 산업과의 연관성 및 유망 분야로 평가된 상위 10개 기술들 중, ICT consolidation area 분야의 기술이 6개가 있는 것을 확인 할 수 있다. ICT consolidation 분야는 향후 가장 혁신적인 서비스나 제품이 다양하게 등장할 것이라는 평가를 받은 것으로 해석 할 수 있다. ICT consolidation area는 ‘통합형 IT 비즈니스’ 분야로 다양한 구성요소 들이 고도로 통합된 IT제품이나 서비스가 제공되고 생태계차원으로 통합되고 확산되는 현상 등을 포함하는 분야이다 (삼성 SDS, 2012). 예상되는 연관 서비스 분야는 가상화 등을 활용한 매니지드, 클라우드, 소프트웨어 기반의 통합관리 가능한 SDN(Software Defined Network) 등을 예를 들 수 있다. 인터넷 혁신 산업 연관성, 중요도 평가결과 가장 낮게 평가된 Big Data의 경우 최근 가장 이슈가 되고 각광받는 분야이다. 그러나 해당 분야의 빅데이터 분석 기술 자체, 해당 분야만의 특징을 갖고 있다. 실제로 1위로 평가된 2가지 분야 모두 기존 산업, 업무 환경의 변화, 서비스 이용 변화 패러다임을 가져올 분야로, 빅데이터는 인터넷, 지원 서비스와의 연관성에서 낮게 평가되었을 것이라 예상할 수 있다.

[그림 2-3] 주요 기술의 인터넷 혁신 연관 중요도 평가 결과



제 3 장 국내외 인터넷 스타트업 기업현황 및 사례연구

제 1 절 국내외 인터넷 스타트업 기업 현황

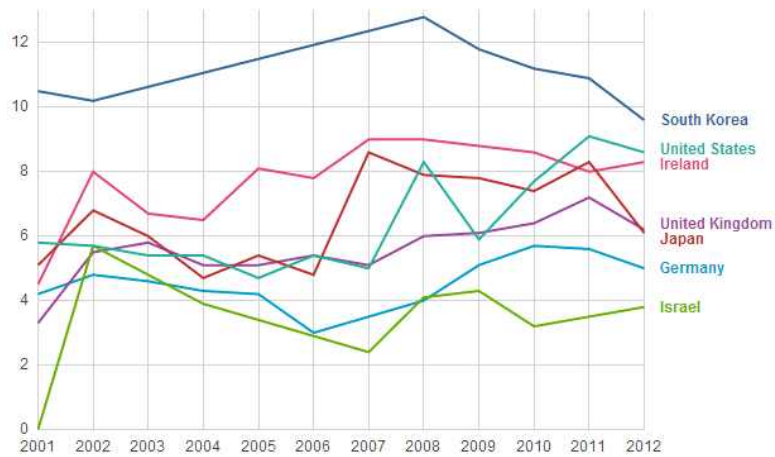
ICT 융합 및 인터넷 서비스 범위가 넓어지고 소자본, 소규모 창업이 용이해짐에 따라, 창조성과 전문성을 바탕으로 하는 스타트업/벤처 기업의 수는 전 세계적으로 꾸준히 증가하고 있다. 특히 미국, 이스라엘 등의 국가들은 안정적인 스타트업 생태계 구축을 바탕으로 경쟁력 있는 스타트업/벤처 기업들을 배출하고 있다. 이러한 증가추세는 2장에서 기술된 바와 같이, 해외에서는 스타트업을 별도로 표기하여 기업수 및 특성을 나타내는 자료가 있었으나 한국은 스타트업에 국한된 자료가 없었다. 또한 인터넷 기반의 서비스 또는 산업 군에만 집중하여 정확한 통계 수치는 제시되고 있지 않은 상황이다. 이에 본 절은 국내외 스타트업의 현황으로 전체 수와 산업군별 분포도를 살펴보았으며, 국가별 스타트업의 특성과 투자유치 규모를 살펴보았다.

1. 해외 스타트업 및 투자 현황

본 연구에서는 해외 주요국의 스타트업 및 벤처 기업현황으로 미국, 이스라엘, 영국을 집중적으로 조사하였다. 먼저 주요국의 전반적인 사업자 법인설립 비중을 알아보기 위해, GEM(Global Entrepreneurship Monitor)의 보유 자료를 기반으로 2001년에서 2012년까지의 사업자 설립(Established Ownership Rate) 관측치를 [그림 3-1]과 같이 도출하였다. 아래 관측치는 현재 사업자 보유자의 18-64%의 모집단으로 42개월 이상동안 급여 및 기타 지출이 일어난 사업자를 나타낸다. 전반적으로 사업자 설립자의 분포는 한국이 가장 높고 이스라엘이 가장 낮은 비율을 나타내고 있다. 또한 사업 초기단계에 위치한 기업 활동의 총계(Total Early Stage Entrepreneurial Activity)에 관한 관측치는 미국의 활동비율이 2010년에서 2012년 동안 급격한 증가추세를 나타내고 있으며, 영국은 2009년부터 2012년 동안 점차적인 증가추세를 보이고 있다. 반면 한국의 경우, 2008년부터 2010년까지 하락추세에서 2011년까지 증가추세를 보이다 2012년에 감소추세를 나타내고 있다. 전반적으로

미국, 영국, 이스라엘은 초기단계에 위치한 사업자의 활동이 2010년부터 증가추세를 보인 반면, 한국, 일본, 아일랜드는 2010년에서 2011년 한 해 동안 증가했다 그 다음연도에 하락 추세를 보이고 있다([그림 3-2] 참조).

[그림 3-1] 국가별 사업자 설립자 비율



자료 : Global Entrepreneurship Monitor 데이터베이스, 2013\

[그림 3-2] 국가별 사업초기단계에 위치한 기업 활동 비율



자료 : Global Entrepreneurship Monitor 데이터베이스, 2013

미국의 경우, 1년 이하의 스타트업/벤처 기업의 수는 1994년 약 55만개에서 2000년 약 64만개까지 꾸준한 증가 추이를 보이다가, 2000년 초 닷컴버블붕괴 후 잠시 감소추세를 보였다. 이후 2006년까지 다시 증가하다가 2008년 서브 프라임 모기지 사건 이후 급격한 감소하였다. 2010년 기준 1년 이하 스타트업/벤처 기업의 수는 약 50만개로 이는 1999년 55만개보다 낮은 수치이다. 1994년부터 2010년까지의 1년 이하 스타트업/벤처기업의 수의 변화 추이는 [그림 3-3]과 같다. SUAP(StartUp America Partnership)에서 제공하는 정보를 기반으로 각 지역별 스타트업/벤처 기업 분포를 추정하면, SUAP에 등록된 14,049개 스타트업 멤버 중 실리콘벨리가 위치하고 있는 캘리포니아주에 2,115개, 텍사스(Texas)에 1,078, 뉴욕(New York)에 1,077개, 플로리다(Florida)에 1,071개로 집계되고 있다([그림 3-4] 참조). 상기 자료에 의하면 스타트업 기업들은 3년 이하의 기업이 72%로 가장 많이 있으며, 4~6년이 19%, 6년 이상이 9%인 것으로 나타났다. 또한 기술별 분포를 살펴보면 기술 기반의 산업에 위치해 있는 스타트업이 전체 14,049개 중에서 4,091개로 약 30%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 3-3] 1994 3월-2010 3월까지의 1년 미만 법인설립수



자료 : 미국 노동부 홈페이지(www.bls.gov) 중 기업현황 통계자료 재인용

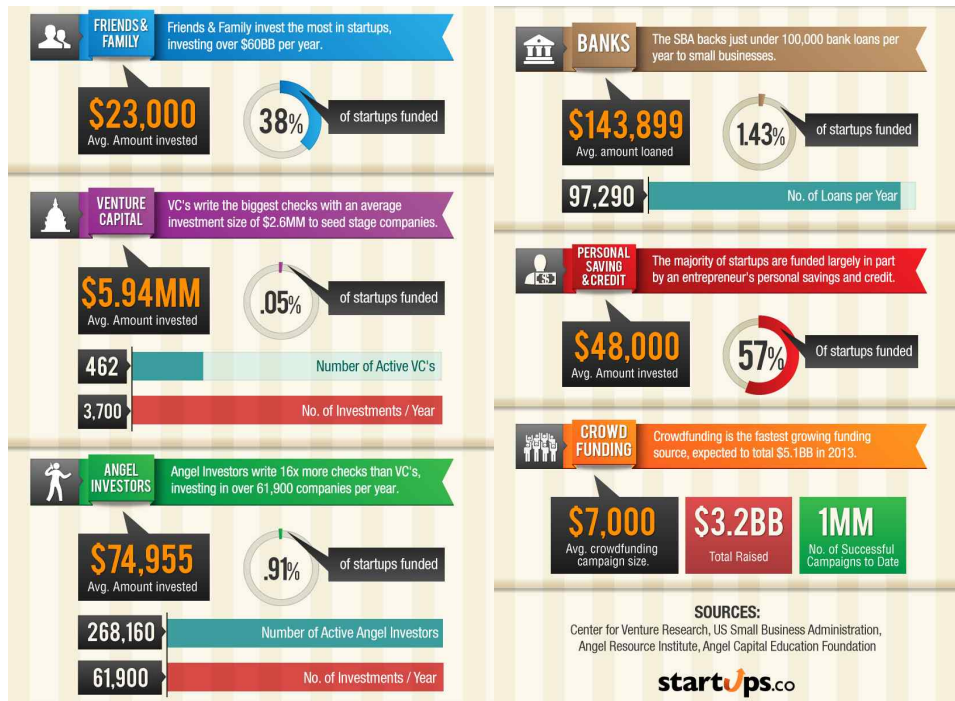
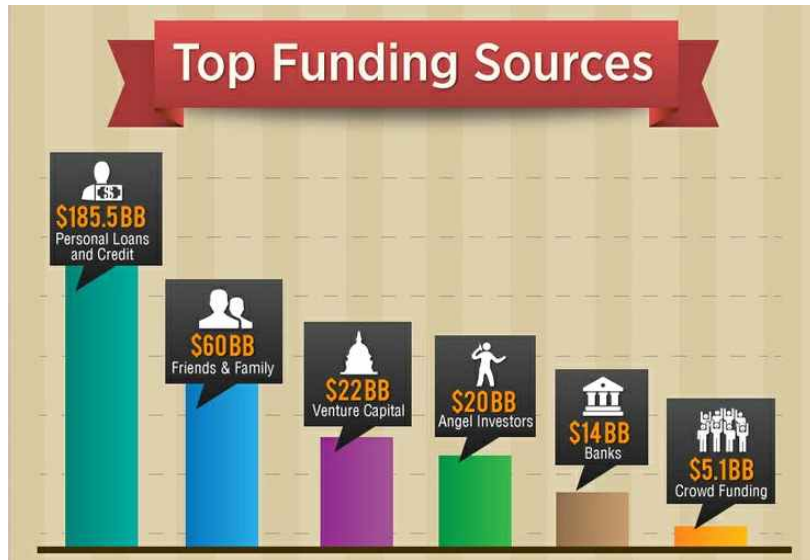
[그림 3-4] 미국 지역별 스타트업/벤처 기업 분포

State	Startup Members	Population	Members Per Million	Number of Jobs	Annual Revenue (In Millions)
Startup California	2,115	38,041,430	56	22936	1,581.6
Startup Texas	1,078	26,059,203	41	7427	333.9
Startup New York	1,077	19,570,261	55	8180	360.0
Startup Florida	1,071	19,317,568	55	12493	1,287.6
Startup Virginia	643	8,185,867	79	7486	451.7
Startup Maryland	626	5,884,563	106	3887	248.6
Startup Illinois	569	12,875,255	44	3863	211.6
Startup Georgia	517	9,919,945	52	3098	205.9
Startup Colorado	480	5,187,582	93	3866	237.3
Startup Massachusetts	453	6,646,144	68	3499	152.2
Startup North Carolina	384	9,752,073	39	2989	111.6
Startup Pennsylvania	325	12,763,536	25	7126	92.5
Startup New Jersey	321	8,864,590	36	2074	216.6
Startup Connecticut	309	3,590,347	86	1729	206.2
Startup Michigan	296	9,883,360	30	1883	84.3
Startup Washington	290	6,897,012	42	1905	35.9
Startup DC	276	632,323	436	1909	68.3
Startup Ohio	256	11,544,225	22	1782	206.5
Startup Indiana	251	6,537,334	38	2274	95.3
Startup Arizona	230	6,482,505	35	1728	119.8
Startup Tennessee	218	6,456,243	34	1644	94.8

자료 : SUAP(StartUp America Partnership) 홈페이지 (2013)

startup.co의 통계자료에 의하면, 스타트업 기업당 평균 투자금액은 약 8억 원(\$78,406)으로 매년 약 580조 원(\$531 billion)의 규모가 소요된다고 한다([그림 3-3] 참조). 또한 스타트업들의 펀딩 소스의 비중을 살펴보면, 신용대출이 약 200조원으로 가장 높고 크라우드펀딩이 약 5조원으로 가장 낮은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 가족과 친구들에게 평균 2천 3백만 원(\$23,000)의 규모로 투자를 받은 것이 스타트업의 전체 비중 중 38%로 가장 높다. 또한 벤처 캐피탈을 통한 투자금액은 기업 당 평균 60억 원(\$5.94 Million)으로 스타트업 펀딩의 전체 비중 중 0.05%로 엔젤투자자(기업당 평균 투자액: \$74,955, 전체 스타트업 펀딩 비중 중 0.91%)에 비해 낮게 집계되었다([그림 3-5] 참조).

[그림 3-5] 펀딩 유형별 총 비율 및 스타트업 활용 현황



자료 : Startup.co 홈페이지(2013), Startup funding infographics 재인용

이스라엘의 경우, 스타트업 기업의 수는 약 4800개로 집계되고 있으며 약 800개의 벤처 캐피탈이 스타트업을 지원하고 있는 것으로 기존자료에서 명시되고 있다(강일용, 2013). 이스라엘에 분포된 스타트업의 기업주는 전체 고용의 10%이상이 스타트업에서 차지되는 규모를 형성하고 있으며, 벤처생태계 시스템이 잘 갖춰진 국가로 오래전부터 다른 국가들의 벤치마킹 대상이 되고 있다. 또한 중앙통계청(Central Bureau of Statistics)의 보고서에 의하면, 이스라엘 스타트업의 65%가 지난 50년 동안 전 세계 비즈니스를 주도한 것으로 보고되고 있다(Ynetnews 기사, 2012). 이스라엘 스타트업 기업의 특징은 ICT, 바이오, 의약산업 등 하이테크 산업에 중점적으로 분포해있으며, 이 중 80%가 자국이 아닌 전 세계, 특히 북미시장을 겨냥하고 있다는 점이다 (강일용, 2013). IATI는 이와 같은 이스라엘의 ICT 산업 분야에 인터넷 부문을 별도로 구성하고 있으며, 이 분야에는 e커머스, 온라인 광고, 소비자 인터넷, 인터넷 애플리케이션, 이미지 인식 및 처리 분야를 포함시키고 있다 (IATI, 2012). KOTRA 텔아비브 지사에 따르면, 2008년을 기준으로 이스라엘의 ICT산업은 자국 GDP에 11.2%를 차지할 만큼 비중이 큰 것으로 나타났다. 특히 ICT로 인한 수출액은 이스라엘 전체 수출액의 26%로 이스라엘 경제를 견인하고 있는 대표 산업으로 나타났다(김유림, 2011). 이러한 배경으로 이스라엘의 ICT산업은 풍부한 사업화 환경 및 자원과 근로자의 복지를 형성하고 있으며, 실제 ICT산업에 근무하는 인력의 수는 자국의 노동인구 중 6.9%에 불과하지만 이들이 받는 평균연봉은 일반근로자 평균의 2.4배에 달하는 것으로 나타났다(김유림, 2011). 주목할 점은 이스라엘의 스타트업/벤처 기업이 매년 약 500개씩 등장하고 있으며, 이들에게 유입되는 해외 자본은 약 19억 달러로 전 세계 벤처기업 투자의 31%에 해당한다는 점이다(서지영, 2013).

이스라엘의 하이테크 기업에 투자되고 있는 최근 현황으로는 2013년 3분기에 162개 기업에 약 7천억 원(\$660 million)에 달하였으며, 이는 2000년 이후 가장 높은 금액이라고 한다(IVC 연구센터, 2013). 또한 2013년 2분기의 투자현황 자료에서는 소프트웨어 분야에서 1천 4백억 원(\$127 million) 규모의 투자유치 성공으로 전체 중 가장 높은 비율을 기록하였다. 상위 기업에 유치된 기업 당 평균 투자액은 약 32억(\$3.1 million), 회당 VC의 평균 투자금액은 약 44억(\$4.2 million)으로 나타났다. 주목할 점은 2013년 2분기에만 투자계약을 체결한 VC 기업의 수가 184개로 60% 이상이 이스라엘 VC라는 점이며, 분기별 하이테크 기업에 투자 유치된 규모와 투자자 비율은 [그림 3-6], [그림 3-7]과 같다.

[그림 3-6] 이스라엘 하이테크 기업의 투자유치 비율

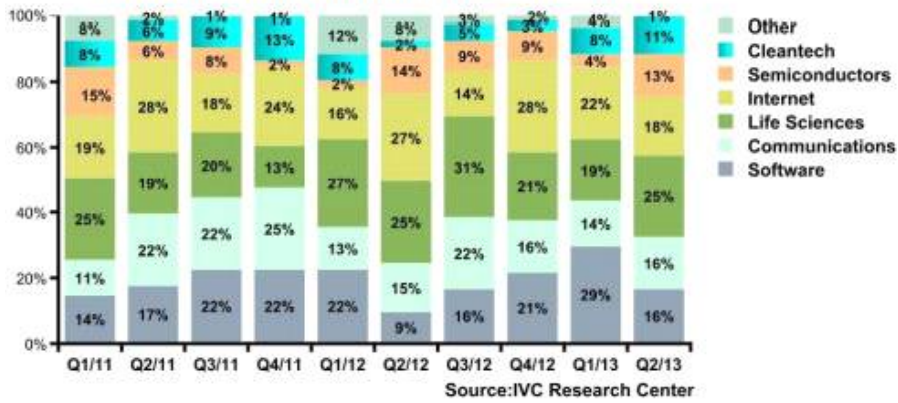
(단위: Million Dollar)



자료: IVC Research Center, 2013 3분기 보고서 재인용

[그림 3-7] 2011년 1분기 - 2013년 2분기까지의 산업별 투자비율

(단위: %)

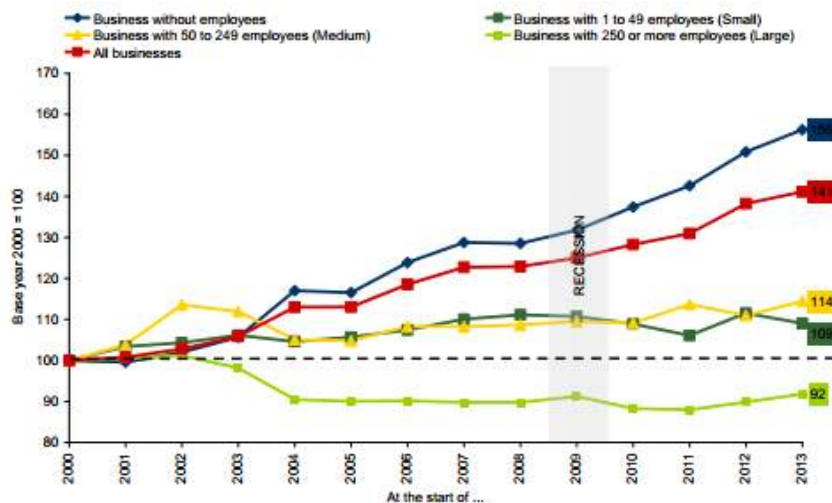


자료: IVC Research Center, IVC-KPMG 2013 3분기 보고서 재인용

영국의 경우 2013년을 기준으로 민간분야의 총 스타트업수가 약 490만(4.9 million)개로 전년도에 비해 102,000개의 기업이 늘어난 것으로 추정되고 있으며, 2000년도 이후 점차적으로 기업 수가 증가하여 2013년에 최고 높은 것으로 나타났다(FSB 홈페이지). 이는 영국의 전체 SME 중, 스타트업과 마이크로 사업자(Micro business)가 95%를 차지하고 있으며, 60%가 신생 비즈니스로 가정에서 재택근무 형태로 이루어지고 있다(Fredericks Foundation, Start up Britain Tour 2013 재인용). 또한 Department for Business, Innovation & Skills의 Business Population Estimates 2013 보고서에 의하면, 전체 중소기업의 규모는 개인사업자(Sole Proprietorships)의 비중이 62.6%, 기업이 28.5%, 파트너쉽 협력업체가 8.9%로 분포된 것으로 보고되고 있다. 여기서 주목할 점은 전체 SME 기업 수 중 대표자 이외 종업원이 없는 1인 기업의 규모가 75.3%(370만 기업, 3.7 million)를 차지하고 있다는 점으로 [그림 3-8]의 기업별 증가추이 그래프에서도 볼 수 있듯이 가장 높은 증가추세를 확인할 수 있다.

최근에 발간된 영국의 스타트업 100대 기업의 통계량을 살펴보면, 2012년 70개 스타트업의 평균 이익이 12억 5천만 원(731,778 파운드)로 일부는 너무 이른 사업단계이거나 이익 규모를 밝히지 않은 기업을 제외한 수치이다. 이들의 평균 종업원 수는 11명, 1인 설립

[그림 3-8] 기업규모별 증가 추이

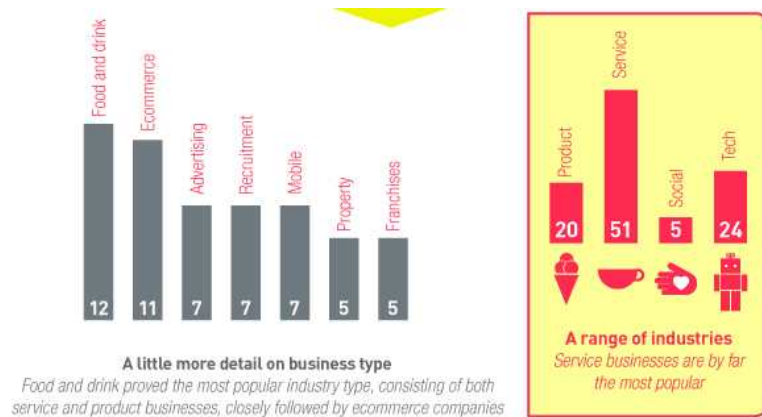


자료: Department for Business, Innovation & Skills, Business Population Estimates 2013

자는 41개 기업, 파트너쉽 형태의 스타트업은 44개사, 사업자 설립인이 3명이상인 경우는 15개사이며 6명 이상은 2개사로 조사되었다. 이들의 지역적 특성으로는 63%가 런던에 위치하고 있으며, 산업적 특성으로는 요식업이 가장 높았고 그 뒤로 전자상거래(e-commerce) 사업이 높은 것으로 나타났다. 또한 [그림 3-9]에서 보는 바와 같이, 영국의 100대 스타트업의 유형이 서비스군에 가장 많이 포함되어 있으며, 그 뒤로 기술, 제품군이 었다. 이들이 창업을 한 주된 이유는 자신의 아이디어를 현실화하기 위함(73%)으로 가장 높았으며, 그 뒤로 사장이 되기 위해(19%), 부를 창출하기 위해(18%) 등으로 응답하였다.

DFJ Esprit의 자료에 의하면, 2013년 2분기를 기준으로 초기단계에 위치한 스타트업의 시드 펀딩(Seed funding)의 상태가 좋은 것으로 보고되며, 총투자규모는 약 7천억 원(\$656 million)으로 집계되었다(DJE Esprit, 2013). 영국의 전반적인 투자현황으로는 스타트업에 대한 영국의 투자현황은 선행연구의 문맥으로 보았을 때, 한국과 유사한 패턴을 가지고 있는 것으로 판단된다. 2012년에 소개된 인사이드UK 기사에 의하면, 2011년 통계치에 의하면 영국에는 61만 9천명의 백만장자가 있으나 그 중 5%의 비율만이 엔젤 투자자라 명시되고 있다(insidestartups.co.uk, 2012). 또한 벤처 캐피탈 투자활동이 저조함에 따라, 영국 정부 역시 청년 창업자들의 활동을 장려하고 있는 추세에 있으며, 이들을 위한 스타트업 용자 프로그램으로 3만 파운드(약 5천 100만원)를 지원하고 있다.

[그림 3-9] 산업별 100대 스타트업의 분포



자료 : Startups.co.uk(2013), "Who are the Startups 100?"

2. 국내 스타트업/벤처 기업 현황

국내 스타트업 및 벤처기업의 현황으로는 2013년 9월말을 기준으로 29,044개로 집계되고 있다. 이는 2000년대 초반 닷컴 붐과 후 발발한 침체기에서 감소폭을 기록한 이후, 2005년부터 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 각 지역 별 스타트업/벤처기업의 분포는 서울이 6,321개로 가장 많으며, 그 다음 경기 8,898개, 부산 2,191개 순으로 나타남에 따라 국내 스타트업 및 벤처기업은 수도권 중심으로 분포하고 있음을 알 수 있다. (벤처인, 2013). 또한 전체 스타트업/벤처기업 업종 중에서 인터넷 스타트업/벤처기업과 관련성이 높은 즉, IT를 주력 제품 기술로 가지고 있는 업종 분류는 통신기기/방송기기 제조업, 소프트웨어개발, 정보통신/방송서비스로 나타났다 (중소기업청, 2012). 다음 <표 3-1>은 국내 벤처기업 2,034개를 대상으로 주력 제품 기술을 조사한 결과이다.

<표 3-1> 국내 스타트업/벤처기업의 주력 제품 기술

(단위: %)

업종 구분		사례수	IT	BT	NT	ET	CT	ST	이외 기술
전체		2,034	29.1	6.0	3.1	13.1	2.3	0.4	46.0
첨단제조	에너지/의료/정밀	140	27.1	22.1	9.3	7.9	0.0	0.0	33.6
	컴퓨터/반도체/전자부품	218	52.8	0.9	3.2	5.0	0.9	0.5	36.7
	통신기기/방송기기	79	87.3	1.3	1.3	0.0	0.0	0.0	10.1
일반제조	음식료/섬유/(비)금속	422	5.9	8.1	3.6	15.4	0.9	0.9	65.2
	기계/제조/자동차	682	10.3	4.5	3.8	20.7	0.6	0.1	60.0
소프트웨어/정보통신	소프트웨어개발	156	90.4	0.6	0.0	0.0	4.5	0.0	4.5
	정보통신/방송서비스	109	81.7	0.0	0.0	0.0	11.9	0.9	5.5
기타	기타	228	18.9	10.1	0.4	17.1	7.0	0.9	45.6

주) 전체 샘플수는 2,034

자료: 중소기업청, 2012년 벤처기업정밀실태조사, 2012

동 조사 결과에 따르면 조사 대상 2,034개 기업 중 인터넷 관련이 높을 것으로 예상

본 연구에서는 인터넷 관련 스타트업/벤처기업의 수를 산정하기 위해서, 상기 자료인 중소기업청 벤처기업정밀실태조사의 표본 집단 중 인터넷 관련 업종의 비율을 전체 스타트업/벤처기업 수에 곱하는 과정을 통해 아래와 같이 추정하였다.

$$\text{인터넷 스타트업/벤처기업 수(A개)} = \text{인터넷 관련 업종 비율(B\%)} \times \text{전체 스타트업/벤처기업 수(C개)}$$

이와 같은 과정을 통해 국내 인터넷 관련 스타트업/벤처기업 수를 추정한 결과 전체 기업 수에서 17%를 차지하는 3,556개로 <표 3-2>를 보면 각 인터넷 관련 업종 비율 별 기업 수 추정 결과를 도출하였다.

<표 3-2> 국내 인터넷 관련 스타트업/벤처기업 수 추정 결과

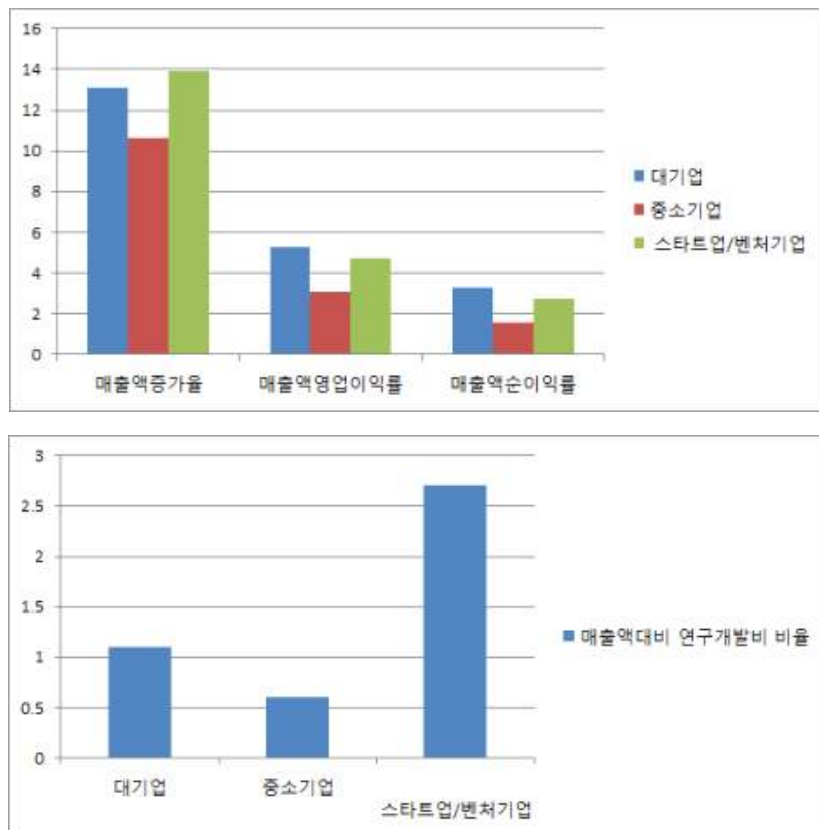
구분	첨단제조	소프트웨어/정보통신		합계
	통신방송기기	소프트웨어개발	정보통신/방송서비스	
인터넷 관련 업종 비율(%)	3.9%	7.7%	5.4%	17%
국내 스타트업/벤처 전체 기업 수(개)	29,044			
인터넷 관련 스타트업/벤처 기업 수 추정(개)	816	1,610	1,130	3,556

지금까지 살펴본 결과에 따르면 국내 스타트업/벤처 기업의 수는 꾸준히 증가하고 있으며, 이는 정부가 벤처 육성 정책이 어느 정도 실효성을 나타내었다고 볼 수 있다. 본 연구는 기업 수 현황 파악에 그치지 않고, 스타트업/벤처 기업이 대기업이나 중소기업에 비해 혁신 아이디어 사업에 적합한 환경임을 검증하고자 하였다. 이를 위해 각 기업 분류 별 경영성과와 매출액 대비 연구개발비의 비율을 비교하였다. 그 결과 스타트업/벤처기업은 대기업이나 중소기업에 비해 일부 경영성과가 높은 것으로 나타났다. 매출액영업이익률과

매출액순이익률은 대기업보다 낮으나 중소기업보다는 높게 나타났으며, 매출액증가율은 대기업이나 중소기업에 비해 높은 것으로 조사되었다. 다음 [그림 3-10]은 2011년 대기업, 중소기업, 스타트업/벤처기업 간 경영성과를 비교한 그래프이다. 또한 스타트업/벤처기업은 대기업이나 중소기업에 비해 매출액대비 연구개발비의 비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 현상에는 여러 가지 요인이 있을 수 있지만, 스타트업/벤처기업 육성이 혁신 아이디어 사업화에 있어 적합한 조건을 갖추고 있다고 볼 수 있다.

[그림 3-10] 기업유형별 경영성과, 매출액대비 연구개발비 비교

(단위: %)



자료: 대기업, 중소기업은 한국은행 “2011년 기업경영분석”
벤처기업은 중소기업청 “벤처기업정밀실태조사”

스타트업/벤처기업 업종 별 매출액대비 연구개발비를 비교한 결과, 타 업종 대비 인터넷 혁신 관련 업종의 매출액대비 연구개발비 비율이 높은 것으로 나타났다. 가장 높은 비율을 보이는 업종은 통신기기/방송기기 제조업 분야이며, 그 뒤로 소프트웨어개발, 정보통신/방송서비스 분야로 나타났다(<표 3-3> 참조).

<표 3-3> 스타트업/벤처기업 매출액대비 연구개발비

(단위: 백만원, %)

구분	첨단제조			일반제조		SW/정보통신		기타
	에너지 의료 정밀	컴퓨터 반도체 전자 부품	통신기기 방송기기	음식료 섬유 (비)금속	기계 제조 자동차	SW 개발	정보통신 방송 서비스	
전체 매출액	5,697	7,411	8,248	10,633	7,097	2,855	2,698	5,155
R&D 투자액	174	388	594	116	153	194	135	125
매출액대비 연구개발비 비율	3.1	5.2	7.2	1.1	2.2	6.8	5.0	2.4

자료: 중소기업청, 2012년 벤처기업정밀실태조사, 2012, 재구성

3. 1인 창조기업 현황

본 연구에서는 혁신 아이디어 기반 스타트업/벤처 기업현황을 파악하기 위한 과정의 일환으로, 1인 창조기업 현황에 대해 살펴보았다. 중소기업청은 『중소기업청 고시 제 2013-12호』를 통해 1인 창조기업에 대한 지원사업 운영 절차를 명시하고 있다. 본 고시에서 정의하는 1인 창조기업의 정의는 상시근로자를 사용하지 않고 연속으로 1개월 이상 1인이 운영한 적 있는 기업 중 '창의성'과 '전문성'을 지니고 있는 기업을 의미한다. 동 고시 제2장 제3조에 '창의성'과 '전문성'은 다음과 같이 정의되어 있다.

창의성: 새로운 아이디어를 활용하여 독창적인 산물이나 서비스를 창출할 수 있는 것
전문성: 해당 분야의 교육·연수를 이수하였거나 전문자격을 취득한 경우 또는 경력이나 프로젝트 수행능력 및 그 밖의 직무수행에 필요한 지식·기술·소양 등을 갖추었다고 인정되는 것

따라서 중소기업의 1인 창조기업의 정의는 본 연구의 혁신 아이디어 사업화 행위와 어느 정도 일맥상통한다고 볼 수 있다. 창업진흥원의 조사에 따르면 2012년 기준 국내 1인 창조기업의 수는 296,137개로 나타났다(창업진흥원, 2012). 이는 2011년 사업체조사, 2012년 통계청생멸통계조사를 반영하여 1인 기업의 신생률과 소멸률을 반영하여 추정한 결과이며, 공식적으로 등록된 1인 창조기업은 122,668개, 미등록 1인 창조기업 173,469개로 나타났다. 산업 대분류별로 1인 창조기업을 살펴보면 제조업이 135,765개로 가장 많았으며, 그 뒤를 전문과학기술 서비스업이 70,368개, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업이 52,223개, 출판영상방송통신 및 정보서비스업은 24,621개, 예술스포츠여가관련 서비스업은 13,160개 순으로 나타났다. 산업분류별 국내 1인 창조기업수의 추정결과는 <표 3-4>에서 세부적으로 살펴볼 수 있다. 1인 창조기업이 늘어나기 시작한 배경을 살펴보면 인터넷의 등장이 주된 요인으로, 인터넷이 등장하면서부터 개인이 상품기획, 개발, 마케팅 등 사업화 전 과정을 전담할 수 있는 비즈니스 플랫폼의 제공이 가능해졌다. 특히 스마트폰 애플리케이션으로 대표되는 소프트웨어 비즈니스 플랫폼이 급속히 확산되면서 창업비용 및 진입장벽은 낮아지게 되었고, 창의적인 아이디어를 기반으로 하는 1인 비즈니스의 성공 사례가 보고되고 있다. 그럼에도 불구하고 아직까지 국내 1인 창조기업은 식료품 제조업, 장비 제조업, 사업지원 서비스업에 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 현 시장에서 기술기반의 사업에 대한 인식이 예상보다는 어렵거나 수익창출이 낮다고 해석이 가능하며, 국내 인터넷 혁신 아이디어 기반의 1인 창조기업과 예비창업자, 스타트업의 사업화 활성화를 위해서는 인터넷 서비스를 사업에 활용하거나 서비스화 할 수 있는 교육과 지원 인프라 확장, 자금 지원 등 보다 효율적인 지원정책이 필요할 것으로 판단된다.

<표 3-4> 산업분류별 국내 1인 창조기업수 추정

산업분류	1인 창조기업수 전체 추정	1인 창조기업 등록업체수 추정	1인 창조기업 미등록업체수 추정	
제조업	식료품 제조업	71,170	42,938	28,232
	음료 제조업	800	483	317
	목재 및 나무제품 제조업;가구 제외	4,966	2,996	1,970
	화학물질 및 화학제품 제조업;의약품 제외	1,698	1,024	674
	전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	2,236	1,349	887
	의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	2,899	1,749	1,150
	전기장비 제조업	8,965	5,409	3,556
	기타 기계 및 장비 제조업	14,865	8,968	5,897
	자동차 및 트레일러 제조업	1,745	1,053	692
	가구 제조업	8,557	5,162	3,394
	기타 제품 제조업	17,865	10,778	7,087
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	출판업	8,557	1,559	6,998
	영상·오디오 기록물 제작 및 배급업	8,977	1,636	7,341
	통신업	1,831	334	1,497
	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업	3,614	658	2,956
	정보서비스업	1,642	299	1,343
전문, 과학 및 기술 서비스업	연구개발업	1,479	418	1,061
	전문서비스업	18,712	5,290	13,422
	건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업	10,383	2,935	7,448
	기타 전문, 과학 및 기술 서비스업	39,794	11,249	28,545
사업시설관리 및 사업지원 서비스업	사업지원 서비스업	52,223	10,389	41,834
예술, 스포트 및 여가 관련 서비스업	창작, 예술 및 여가 관련 서비스업	13,160	5,992	7,168
전체		296,137	122,668	173,469

자료: 창업진흥원, 2012년 1인 창조기업 실태조사 보고서, 2012

제 2 절 국내외 인터넷 스타트업 투자생태계

중소기업청이 실시한 2012년 벤처기업정밀실태조사 결과에 따르면, 조사 대상의 91.9%가 벤처캐피탈로부터 투자를 받은 경험이 없는 것으로 나타났으며, 투자를 받은 기업은 6.5%에 불과한 것으로 나타났다. 또한 벤처기업의 경영에 있어 자금 조달의 문제와 해외 진출의 어려움 등을 가장 큰 어려움으로 꼽았으며, 이를 개선하기 위해 현 방식이 가지고 있는 투자 구조의 개선과 건전한 투자생태계 확보는 인터넷 혁신 아이디어 스타트업 활성화에 매우 중요한 요소로 볼 수 있다. 실제로 스타트업 투자생태계가 잘 갖추어진 미국 실리콘밸리의 경우, 창의적인 창업자와 우수한 인큐베이터가 만나 혁신적인 기업이 탄생하는 사례가 많이 보고되고 있으며, 이와 같은 필요성에 근거하여 본 절에서는 국내 스타트업 생태계 구조 조사 및 투자생태계의 핵심요소인 인큐베이터(Incubator) 및 액셀러레이터(Accelerator)를 중심으로 국내외 현황을 살펴보고자 한다.

1. 스타트업 생태계 구조

스타트업/벤처기업 생태계에 대한 연구는 1990년대 이루어지기 시작하였으며, 국내에서는 1998년에 최초로 벤처생태계라는 용어가 언급된 것으로 알려져 있다 (삼성경제연구소, 1998). 스타트업/벤처 생태계에 대한 정의는 학술적으로 아직 통일이 되지 않은 상태나, 일반적으로 스타트업 생태계는 스타트업 기업과 이를 투자 및 지원해주는 인베스터, 인큐베이터, 액셀러레이터, 그리고 투자 자금이 회수되는 회수시장으로 구성되어 있다. 인베스터는 스타트업에 직접 투자하거나 펀드를 조성하여 다른 인베스터 및 인큐베이터에 위탁하는 것을 의미하며, 인큐베이터 및 액셀러레이터는 스타트업 기업이나 예비 창업자에게 창업 환경을 제공하고, 인베스터의 투자 유치를 도와주는 것을 의미한다. 또한 회수시장은 코스닥과 같은 주식시장, M&A 시장을 말한다. 국내의 스타트업/벤처 생태계의 경우, 정부의 지원 및 운영의 정부 인큐베이터, 민간/기업이 주도하는 민간/기업 인큐베이터, 정부/민간의 출자를 받은 창업투자펀드로 구성된다. 각 구성 요소별 대표 업체/기관 간 생태계 구성도는 [그림 3-11]과 같다(KT경제경영연구소, 2013).

[그림 3-11] 국내 스타트업 생태계의 투자 주체간 관계도



자료: KT경제경영연구소(2013), 국내 스타트업 창업생태계 현황과 시사점

그러나 스타트업 생태계는 지속적으로 성장 및 발전하고 있으며, 이를 설명하기 위해서는 스타트업 기업, 투자 및 지원 기관, 회수시장의 내적 구성요소 뿐만 아니라 이들 구성요소와 상호작용하며 생태계를 유지 가능하게 하는 다양한 외적 환경적 요소까지 고려해야 한다. 배영임 외(2012)는 생태계의 중요한 개념인 자기증식이나 지속가능성(sustainability)을 설명하기 위해 환경 요소를 대학 및 교육기관, 연구소, 대기업, 정부, 인큐베이터, 소비자, 물리적 인프라, 경영지원 인프라, 전문가 그룹, 유통 및 물류 채널, 벤처에 대한 문화적 인식으로 정의하였다. 양현봉·박종복(2011)은 이와 같은 생태계 구성요소들 중에서 인큐베이팅, 멘토링 등 지원 인프라의 역할과 창업 실패에서 재도전할 수 있는 기회를 가능하게 하는 기업가정신, 퇴출환경, 사회적 인식 등의 사회여건 조성의 필요성을 강조하였다. 이에 기존의 선행연구들에서 도출된 스타트업 생태계 외적 환경요소의 역할 및 기능의 세부적인 요소들은 <표 3-5>와 같이 정리하였다.

<표 3-5> 스타트업/벤처 생태계 외적 환경요소

생태계 환경요소	역할 및 기능	선행연구
대학 및 교육기관	첨단기술개발 연구, 인적자원 공급, 대학 내 Spin-off 기업 창업 등의 역할 수행	고정민·김정호, 2000; 손동원, 2006; 윤종언, 2000; 이철우·이종호, 2004; 임채운, 2006; 한정화, 2000; 한정화 외, 2007; Cohen, 2006; Isenberg, 2011; Neck et al., 2004; Spilling, 1996; Valdez, 1988; Zacharakis et al., 2003
연구소	대학, 대기업, 중소기업 내 연구개발 조직과 협력하여 기술혁신 및 지식창출 담당	고정민·김정호, 2000; 손동원, 2006; 윤종언, 2000; 이철우·이종호, 2004; 임채운, 2006; 한정화, 2000; Isenberg, 2011
대기업	스타트업 기업과 공급채널에서 긴밀한 관계를 유지하고, 기술 개발 및 혁신 노력을 통해 새로운 spin-off 기업 창조	손동원, 2006; 한정화, 2000; Cohen, 2006; Neck et al., 2004
정부 (규제 및 지원체계)	스타트업 생태계의 전체 시스템 감독, 관리와 생태계 내 각 구성요소들의 이해관계 조정, 국가 경제 발전 및 고용 창출	고정민·김정호, 2000; 서창수, 2000; 윤종언, 2000; 이철우·이종호, 2004; 한정화, 2000; Cohen, 2006; Isenberg, 2011; Neck et al., 2004; Spilling, 1996; Valdez, 1988; Van de Ven, 1993
인큐베이터	기술력을 가진 예비창업자나 창업초기 기업에게 사업 공간, 경영 기술지도 및 정보제공	이철우·이종호, 2004; 한정화, 2000; Neck et al., 2004
소비자 (시장)	제품 및 서비스에 대한 소비, 다른 소비자의 유인, 스타트업 기업의 혁신 유도	고정민·김정호, 2000; 이철우·이종호, 2004; 임채운, 2006; Bernandez, 2009; Isenberg, 2011; Spilling, 1996; Valdez, 1988; Van de Ven, 1993; Zacharakis et al., 2003
물리적 인프라	좋은 기업 입지 조건, 지역내 교통, 통신과 같은 사회간접자본, 스타트업/벤처기업이 입주할 수 있는 사무실, R&D 및 제품 생산 관련 공용 설비 및 시설 등으로 구성	고정민·김정호, 2000; 윤종언, 2000; 이철우·이종호, 2004; Cohen, 2006; Isenberg, 2011; Neck et al., 2004; Spilling, 1996; Valdez, 1988
경영지원 인프라	스타트업/벤처기업의 인력부족, 특히 경영 관련 부문의 전문성부족을 보완할 수 있는 회계, 법률, 경영 및 전략 컨설팅 부문의 사업서비스기업	고정민·김정호, 2000; 윤종언, 2000; 이철우·이종호, 2004; 한정화, 2000; Isenberg, 2011; Neck et al., 2004

생태계 환경요소	역할 및 기능	선행연구
전문가 그룹	개별 스타트업/벤처 전문가, 지역 전문가, 기술 관련 전문가들의 다양한 전문가들로 구성된 조직 (Talent Pool)으로 멘토링 프로그램, 포럼, 세미나, 컨퍼런스, 교육 프로그램 제공	Neck et al., 2004; Van de Ven, 1993; Zacharakis et al., 2003
유통 및 물류 채널	공급자-해당기업-구매자-고객으로 이어지는 유통 채널로 제품 및 서비스에 대한 판로 개척과 마케팅이 보다 용이함	이철우·이종호, 2004; Bernandez, 2009; Isenberg, 2011; Spilling, 1996; Valdez, 1988; Van de Ven, 1993
벤처에 대한 문화적 인식	창의성을 독려하는 문화, 실패가 용인되는 문화, 기업가가 존경받는 문화에 대한 구축	이철우·이종호, 2004; 임채운, 2006; Isenberg, 2011; Neck et al., 2004
성공스토리	스타트업/벤처생태계 내의 창업을 준비 중에 있거나 창업 초기에 있는 기업가들에게 역할모형 제시	Cohen, 2006; Isenberg, 2011

자료: 배영임 외, 벤처생태계의 내실화 촉진을 위한 정책연구, 2012, 재구성

2. 인큐베이터 및 엑셀러레이터

인큐베이터는 창업한지 얼마 되지 않은 기업이나 예비 창업가의 성장을 돕는 것을 담당한다. 구체적으로 인큐베이터는 스타트업 기업이나 예비 창업가에게 창업 보육, 공간, 시드머니, 노하우, 멘토링, 창업가 네트워킹 등을 제공하고 인베스터의 투자유치를 도와준다 (KT경제경영연구소, 2013). 반면 엑셀러레이터는 인큐베이터의 한 종류로 기존 인큐베이터가 단순 지원, 투자에 그칠 수 있다는 문제점을 극복하기 위해 초기 창업자를 선별, 3~6개월 정도의 짧은 기간 동안 집중적 보육을 실시하는 방식이다. 구체적으로 엑셀러레이터 프로그램은 예비 창업가를 대상으로 멘토링, 창업 아이디어, 창업 제반 행정서비스, 법률 서비스, 투자자 연계 등의 다양한 서비스를 제공한다. <표 3-6>은 인큐베이터와 엑셀러레이터의 주요 특징을 비교한 내용으로 상기 두 개념의 차이점으로는 보육기간, 투자방식, 지원 단위 및 프로그램 지원을 통한 목적에 차이점이 존재한다.

<표 3-6> 인큐베이터와 엑셀러레이터의 특징 비교

구분	인큐베이터	엑셀러레이터
보육기간	장기	단기
초기투자	없음	소액 지분투자
주요프로그램	경영 지원 서비스	전문적 초기 육성 프로그램
지원단위	개별 지원	기수별 집단 지원

자료: KT경제경영연구소, 국내 스타트업 창업생태계 현황과 시사점, 2013

가. 국내 인큐베이터 및 엑셀러레이터 현황

인큐베이터의 유형은 운영주체에 따라 정부운영, 민간운영, 기업운영으로 나눌 수 있다. 우리나라에서 처음으로 인큐베이팅 프로그램이 시작된 것은 1993년 중소기업진흥공단의 ‘중소기업창업보육센터(Business Incubator)’가 설립되면서이다. 이후 스마트폰이 도입 후 스타트업 붐이 일어난 2009년 전까지 정부 주도의 전통적인 인큐베이팅 프로그램이 운영되었다. 현재 정부가 운영하는 인큐베이터로 창업보육센터, 창업선도대학, 청년창업사관학교 등이 있는데 이들은 모두 비영리로 운영되고 있다. 다음 <표 3-7>은 국내에서 운영 중인 창업보육센터의 예산 및 개설 현황을 나타낸다. 국내 창업보육센터의 개설 수는 2001년 이후 큰 변동 없이 없는 것으로 나타났으며, 전체 예산은 꾸준히 증가하는 모습을 보여주고 있다 (중소기업청, 2011).

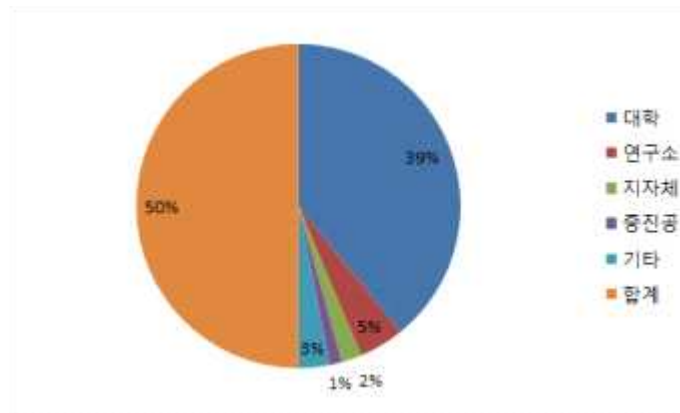
<표 3-7> 연도별 창업보육센터 운영현황

구분	'98	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11
예산 (억원)	63	494	468	255	270	207	284	163	183	168	189	306	353	380
센터 (개)	29	128	219	256	270	273	275	309	265	269	269	279	286	280

자료: 중소기업청, 창업보육센터 활성화 방안, 2011

국내 인큐베이팅 프로그램의 특징은 중소기업청에서 예산을 지원하여 대학 내에 설치된다는 것이다 (배영임 외, 2012). 이와 같은 대학 내의 운영하는 인큐베이터의 장점은 교수, 석박사 인력 등 풍부한 인적자원을 활용할 수 있고, 지식과 기술 전파가 용이하며, 산업계, 정부, 연구소 등과의 협력 관계 구축이 유리하다는 점이다. 다음 [그림 3-12]는 운영주체별 창업보육센터의 분포 현황을 나타낸다.

[그림 3-12] 운영주체별 국내 창업보육센터의 분포 현황



자료: 중소기업청, 창업보육센터 활성화 방안, 2011, 재구성

2010년 이후 스마트폰 관련 스타트업이 폭발적으로 증가하면서, 민간 및 기업이 운영하는 인큐베이터가 생겨나기 시작하였다. 이들은 정부주도의 일관적인 운영방식에서 탈피해 다양한 형태로 프로그램을 운영하고 있다. 민간 주도형으로는 비영리재단인 은행권청년창업재단과 애플이운동본부에 의해 설립된 디캠프 Kstartup, 그리고 창업가 출신에 의해 설립된 패스트트랙아시아, 스파크랩 등이 대표적이며, 기업 주도형으로는 KT의 에코노베이션센터, SK Planet의 상생혁신센터, 네오위즈의 네오플라이 등이 대표적이다. 특히 민간에서 운영되는 인큐베이터는 대 다수가 엑셀러레이터로 정부 주도형 인큐베이터와 구분된다. 다음 <표 3-8>은 국내 정부 지원형 및 민간 주도형 엑셀러레이터들의 현황 및 특성을 정리한 것이다.

<표 3-8> 국내 정부 지원형 및 민간 주도형 엑셀러레이터 현황

분류	업체명	현황 및 특성
정부 지원형	벤처스퀘어	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 스타트업/벤처 전문 온라인 미디어로서, 창업 전문가, 벤처캐피탈, 엔젤 투자자 등의 네트워크를 기반으로 함 ▪ 서울 시내 4~5개, 전국 23 개의 르호봇 비즈니스센터 사용 가능 ▪ 아이템이 확실한 ICT, 모바일, 인터넷 미디어 기업이 선정 대상
	닷네임코리아	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 싸이월드 창업자 형용준, 강희(주닷네임 코리아 대표)이 운영 ▪ 초기단계 기업의 성장을 가속화하기 위해 설립된 벤처 육성기관으로 Biz 멘토링, Biz 모델수립, SW 개발, 법인설립, 특허출원, 비즈니스 인큐베이팅 센터, 서버 데이터 센터, 벤처센터 업무 공간 등 지원 ▪ 매년 상반기와 하반기에 각각 10 개의 창업팀, 스타트업/벤처 기업에 투자 진행 ▪ 아이디어, 아이템을 구체적인 제품 혹은 서비스로 구현하기 위해 개발하는데 소요되는 자금과 노하우 멘토링 및 교육 지원
	벤처포트	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 인큐베이팅, IR 전문기업으로 설립되었으며 마젤란기술투자자와 연계한 벤처캐피탈 투자 연계형 엑셀러레이터 ▪ 보육시설은 서울 디지털 미디어 센터 내에 위치 ▪ IT, 디지털 콘텐츠 분야의 예비창업자나 창업팀 지원
민간 주도형	Kstartup	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (사)앱센터운동본부와 서울 스페이스에 의해 운영되며 구글 창업지원팀(Google for Entrepreneurs)의 아시아 지역 첫 번째 엑셀러레이터 파트너로 선정됨 ▪ 글로벌 서비스를 목표로 하는 스타트업 및 창업 준비팀 지원 ▪ 선정된 스타트업에게는 국내·외 성공 창업자, 우수기업 임원, 투자자들로부터의 멘토링, 전문가들과 함께 하는 테크 포럼 참여 기회, 글로벌 시장 진출을 위한 제품 및 서비스·법률·현지화 등 관련 이슈들에 대한 컨설팅, 시드펀딩(Seed Funding), 오피스 공간 제공 등 다각적으로 지원
	패스트트랙 아시아	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insight Venture Partners, 스토브릿지캐피탈, 노정석(현 아블라컴퍼니 대표), 신현성(현티켓몬스터 대표)에 의해 설립됨

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 초기단계 스타트업에게 엔젤 투자 및 지원을제공하는 시드 펀딩 프로그램(Fast Track Asia Talent Fund)을 운영하며, 기존의 엔젤투자자와 같이 기설립된 법인이나 예비 창업팀을 대상으로 회사당 1,000 만 원 ~ 5,000 만 원을 투자 ▪ 인터넷, 모바일 비즈니스 관련 스타트업을 위주로 선정하며, 개발자 중에서 포탈·전자상거래·이동통신사 전략, 컨설팅, 투자은행 및 기타 IT 기업 근무 경험 보유자를 우대하여 지원 ▪ 선정된 스타트업에게는 벤처캐피탈 참여를 통한 자금 지원 및 미국 현지 벤처캐피탈의 직접참여를 통한 시장 진출 지원
스파크랩	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 한국과 미국에서 법인을 설립한 바 있는 기업가 출신 김호민, 버나드문, 이한주가 설립 ▪ 글로벌 기업 성장을 꿈꾸는 신생 및 초기단계 기업가를 위한 3개월 프로그램 제공 ▪ 인터넷, 온라인 게임, 모바일, e-commerce, 디지털 미디어 분야에서 두각을 나타낼 스타트업을 중점적으로 선발 ▪ 선발된 스타트업에게는 회사별로 25,000 달러 (약 2 천만 원 이상)의 투자금, 무료 사무실, 멘토링을 제공하며 기업/프로그램/인적분야의 네트워크 제공 ▪ 대가로 5~10%의 지분을 수취 ▪ 2013 년 5 월을 기준으로, 2 기 10 개 기업의 스타트업 선발을 완료하였으며 1 차례 Demoday를 개최함 ▪ 미미박스, 위플래닛, 노리 등 3 곳이 글로벌 투자자로부터 약 150 만 달러(한화 17 억 원)의 투자 유치에 성공

자료: 김주성 외, 엑셀러레이터의 국내·외 현황 및 운영사례 분석, 2013, 재구성

나. 해외 인큐베이터 및 엑셀러레이터 현황

1) 미국

미국은 대표적인 스타트업 선진국으로 우수한 창업생태계를 갖추고 있다. 글로벌기업가정신연구(Global Entrepreneurship Monitor)에 따르면, 미국은 혁신주도형 경제로 분류 된다 (강유리, 2013). 이러한 이면에는 스타트업에 대해 긍정적으로 생각하는 사회적 인식과 민간 주도의 스타트업문화 정책이 있다. 특히 실리콘밸리는 1990년대 IT 산업의 부흥과 정부의 적극적인 스타트업지원정책에 의해 세계 제1의 스타트업 클러스터로 발전하였다. 이후 미국 정부는 스타트업에 대한 꾸준한 지원정책을 시행하여 왔

으며, 가장 최근에는 2011년 1월 'Start-up America Initiative'을 발표함으로써 기업이 정신 함양을 위한 종합대책을 수립하였다. 미국의 스타트업 관련 정책의 특징은 유망 스타트업/벤처기업 발굴, 보육, 육성의 과정에 민간부문이 적극적인 참여하도록 하는 것이다.

이와 같은 정부의 정책에 영향을 받아 미국의 인큐베이팅은 민간의 적극적인 참여가 이루어지고 있다. 미국의 인큐베이팅 과정은 대학중심으로 혁신적 아이디어에 대한 연구가 이루어지는 기초연구 단계, 학생, 연구원 등이 기술이전기관(TLP)의 도움을 받아 스타트업을 하는 제품 시장화 단계, 마지막으로 이를 통해 창설된 기업의 주식시장 상장(IPO)을 도와주는 상업화 단계로 구성되어 있다 (중소기업청, 2012).

대표적인 스타트업/벤처 기업을 지원하는 인큐베이팅 프로그램으로 SUAP(StratUp America Partnership)의 스타트업 지원 프로그램이 있다. SUAP는 Case 재단, Kauffman 재단, 마이크로소프트, 델, 아메리칸 에어라인 등의 민간 재단/기업으로부터 지원을 받고 있는 비영리재단이다 (강유리, 2013). SUAP의 주요 목표는 1) 고등학교, 대학 등 학생들에게 기업가정신 교육 프로그램 지원 2) 지역별 스타트업 생태계 개발, 교수 참여 확대, 기술 라이선싱 프로세스 간소화시킴으로써 원천 연구가 상용화되도록 시장진출을 지원 3) 스타트업 기업을 지원하기 위해 경험이 풍부한 멘토들로 구성된 엑셀러레이터 프로그램을 전파하는 것이다 (The White House, 2011). SUAP의 지원 대상은 미국 내 모든 스타트업 기업으로 SUAP는 스타트업 기업을 네 단계로 분류하고 있다. SUAP의 스타트업 기업 분류는 혁신 아이디어를 보유하고 있으나 아직 사업을 시작하지 못한 'Idea' 단계, 2명 이상의 사람이 사업을 시작한 'Startup' 단계, 구성원이 5명 이상으로 적어도 2곳 이상에서 고객을 확보하였으나 설립한지 10년이 넘지 않은 'Rampup' 단계, 25명 이상의 기업으로 1,000만 달러의 수익이 발생하지만 설립한지 10년이 넘지 않은 'Speedup' 단계로 구분하고 있다. SUAP는 매 분기 스타트업 설립자, 고용인, 매출액 등에 대한 자료를 조사하며, 이를 홈페이지에 공개한다. 다음 [그림 3-13]은 홈페이지에 공개된 SUAP에 가입한 기업 현황을 나타낸다.

[그림 3-13] SUAP 현황 (2013년 11월 기준)



자료: SUAP 홈페이지(www.s.co), 2013

SUAP 프로그램 출범 이후, 이에 참여하는 대기업 수와 출연기금이 꾸준히 증가하고 있는데, 2011년 IBM은 1억5천만 달러, 인텔은 2억 달러 규모의 투자를 통해 스타트업 관련 조연과 멘토링, 교육 훈련 프로그램을 지원하고 있다 (KIAT, 2011).

또 다른 스타트업 인큐베이팅 프로그램으로 NFTE(Network for Teaching Entrepreneurship)의 기업가정신 교육네트워크가 있다. NFTE는 1987년 뉴욕주에서 스티브 마리오티에 의해 설립된 비영리 재단으로 미국 저소득층 청소년들을 대상으로 창업경영과 기업가정신 교육을 통해 청년 창업가 양성을 목적으로 한다 (NFTE Homepage, 2013; 강유리, 2013). NFTE는 SUAP와 마찬가지로 구글 및 벤처캐피탈 등의 민간지원으로 운영된다. NFTE의 교육 프로그램은 벨기에, 중국, 칠레, 콜롬비아, 독일, 인도, 아일랜드, 뉴질랜드, 이스라엘, 사우디아라비아, 미국 등 11개국에서 진행되고 있으며, 지금까지 50여만명의 학생들이 NFTE의 프로그램을 통해 교육받았다. NFTE의 교육 프로그램은 다른 비영리 재단들과의 교류 하에 온라인 네트워크를 통해 제공된다. 대표적으로 'StartUp Summer' 파일럿 프로그램은 청소년들에게 스타트업을 위한 사업목표를 세우도록 지도하고, 멘토링 지원, 온라인 비즈니스 설계 강좌 등을 제공함으로써 실제적 스타트업 기업을 설립할 수 있도록 도와준다.

<표 3-9> 미국 주요 엑셀러레이터의 프로그램 운영 현황

형태	명칭	프로그램 운영 현황
민간기업 엑셀러 레이터 주도형	Google for Entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> - 구글(Google)에서 설립하였으며, 전 세계에 걸쳐 지역 내 강력한 기관들과의 파트너십을 형성하고 있음 - 구글의 인적 자원 및 기술 지원을 위한 프로그램 제공 - 창업 단계의 기업들에게 관련된 구글 툴(Tool)을 제공 - 매년 3,000 명 이상의 기업가와 구글 지원들이 함께 회합하는 창업 주간 행사 마련
	Nike+ Accelerator	<ul style="list-style-type: none"> - 나이키(Nike)가 Techstars 와의 파트너십을 바탕으로 운영 - 3개월간 10개의 기업을 지원 - 나이키의 디지털 이노베이션을 위한 제품 및 서비스 개발이 목표 - 기업 당 2만 달러를 지원
	Microsoft Startup Accelerator	<ul style="list-style-type: none"> - Microsoft(마이크로소프트)사에서 설립하였으며 소프트웨어 개발 및 시장성 제고에 중점을 둠 - 마이크로소프트와 전략적 파트너십 형성 가능성이 높은 기업을 집중적으로 선발 - 직접적인 투자보다는 인적, 기술적 투자로 이루어짐
전문 엑셀러 레이터 주도형	Y-combinator	<ul style="list-style-type: none"> - 2005년 Paul Gramham에 의해 설립되었으며, 연간 2회의 육성 프로그램을 진행하고 있음 - 스타트업 아이디어는 지원서 검토 후 면접 심사를 통해 채택되며, 이 과정에서 소요되는 면접비용으로 그룹 당 1,100달러까지 지원 가능함 - 선정 된 팀은 그룹 당 1.1만 달러의 초기자금을 받으며, 이에 대한 대가로 Y-combinator는 6~7% 지분을 획득함 - 프로그램 과정 후반 부에는 Demo day를 개최하여, 영향력 있는 투자회사들과 엔젤투자자들에게 사업계획을 발표할 수 있는 기회를 제공받음 - 2005년부터 현재까지 400여개 팀에 총 800만불을 투자하였으며, 투자한 회사의 성공으로 회수된 투자가치는 100억불로 1,000배가 넘는 수익률을 기록하고 있음
	Techstars	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 콜로라도주 볼더 지역에 2007년 설립되었으며, 뉴욕, 시애틀, 보스턴, 샌 안토니오 지역으로 확장 - 114개 스타트업이 프로그램을 졸업하였으며, 이중 98개는 현재까지 생존 - 73개 스타트업이 벤처캐피탈로부터 총 1.34억불 이상의 투자유치 - 4,000명의 지원자 중 1%만 선발하는 소규모 형태 프로그램 진행

	<ul style="list-style-type: none"> - 10개 스타트업 당 1명의 멘토를 지원하는 10-to-1 멘토링으로, 스타트업을 집중적으로 지원하는 시스템 구축 - 'Global Accelerator Network'를 구축하여, 타 Accelerator에게 자료 및 투자사례 제공
AngelPad	<ul style="list-style-type: none"> - Google 출신의 경영진 7인이 2010년 설립 - Thomas Korte(The San Francisco firm 설립자)를 포함한 멘토들이 스타트업에게 전문적인 지식·서비스 제공 - 한 기수당 스타트업 선발을 15개 팀으로 제한하며, 개별적인 멘토링 제공 - 상품 개발을 위주로 진행되며, 사무 공간도 제공

자료: 김주형 외, “엑셀러레이터의 국내·외 현황 및 운영사례 분석”, 2013, 재구성

미국의 엑셀러레이터는 운영 주체에 따라 전문 엑셀러레이터 주도형과 민간기업 주도형 엑셀러레이터로 나뉜다 (김주성 외, 2013). 미국의 엑셀러레이터는 인터넷과 모바일 분야에 중점적 지원 프로그램을 운영하고 있다. 대표적인 전문 엑셀러레이터 주도형 엑셀러레이터로 Y-combinator와 Techstars가 있다. Y-combinator는 2005년 Paul Garam에 의해 설립된 엑셀러레이터로 혁신적 아이디어를 기반으로 하는 스타트업을 지원을 운영목표로 하고 있다. Y-combinator의 특징은 자금 및 교육 프로그램 지원뿐만 아니라 동문들 사이에 형성된 네트워크를 통해 시너지 효과를 발휘할 수 있는 환경을 제공한다는 점이다. Techstars는 2006년 엔젤투자자와 기업 커뮤니티를 개선하기 위해 David Cohen 외 2명에 의해 설립된 엑셀러레이터로, 전국 15개에서 운영되는 지역 조직을 통해 경험이 풍부한 5,000여명의 창업가와 투자자들이 6,000여개의 초기 창업가를 지원하는 프로그램을 진행하고 있다. 그 외 민간기업 주도형 엑셀러레이터로는 Microsoft Startup Accelerator, Nike+ Accelerator, Google for Entrepreneur 등이 있으며 각각 자사와 전략적 파트너십을 형성하고, 스타트업에 인적 자원과 기술 지원 프로그램을 제공하고 있다 (박재성 외, 2013).

2) 이스라엘

이스라엘은 지역발전 불균형, 구 소련 이주민 문제 등을 해결하기 위해 첨단기술 창업보육정책을 추진하여온 국가이다. 이스라엘의 이와 같은 인큐베이팅 프로그램은 전 세계 도처에 분포된 유대인 출신의 혁신적인 과학자 및 기술자의 창업을 적극 유도하고 이들을 통해 국가경제발전 이루는 것, 기술력이 뛰어난 사회주의 국가(러시아 등) 출신의 이민자들을 유치해 시장경제에 적응하도록 지원하는 것, 초기 단계의 혁신적 아이디어나 기술의 성공적 상용화를 지원하여 창업 성공률 제고를 목적으로 한다.

이스라엘의 인큐베이팅 프로그램은 내수시장의 취약으로 창업초기부터 글로벌화 지향한다. 이스라엘 정부는 미국 실리콘벨리에 회사를 설립하여 자본을 직접 조달하고, 이스라엘형 스타트업/벤처모델을 제시하는 역할을 담당한다. 그 결과 이스라엘은 IT, BT 등의 첨단분야에서 세계적인 기술보유 국가로 부상하였다. 전 세계 글로벌기업들은 이스라엘에 R&D센터 설립하였는데, 마이크로소프트, 인텔, 휴렛패커드 등이 그 대표적인 사례이다. 또한 글로벌 투자를 유치하고 우수한 인력 우선적으로 확보하기 위해 적극적인 인센티브 제도를 도입하였다. 외국인 투자와 해외 우수인력에 대해서는 세제 혜택, 보조금 지급, 보증 등 다양한 인센티브가 제공되었는데, 특히 유대인 인재확보에 중점적으로 지원하였다.

이스라엘은 스타트업 인큐베이팅 자금 확보를 위해 공공 벤처캐피털 펀드인 YOZMA 펀드를 조성 및 운영하였다. YOZMA 펀드는 1991년 이스라엘 산업무역성(Ministry of Industry and Trade) 산하의 OCS 주관으로 정부 출연금 1억 달러를 기반으로 창설되었다. 이후 민간펀드회사가 YOZMA Management & Investment 주식회사를 창설하여 정부 지주비율 100% 운영되었으며, 1997년 민영화로 전환되었다. YOZMA 펀드는 자본이나 담보능력 없이 혁신아이디어 기반 스타트업들의 창업초기 자금조달을 주로 담당하였으며, 2011년 말에는 10개 창업펀드 조합의 총 출자액은 약 210만 불 정도에 달하는 거대 규모의 펀드로 성장하였다. YOZMA의 주요 창업펀드 명과 출자 기업은 다음 <표 3-10>과 같다 (김중운 외, 2013).

그 중 인터넷 기술 분야를 지원하고 있는 인큐베이터로는 Ofakim Hi-Tech Ventures (OHV), Explore Tech Ventures, The Time가 대표적이다. 이스라엘의 인큐베이터는 입주하는 기업들 중 졸업하는 기업의 비중이 매우 높다.

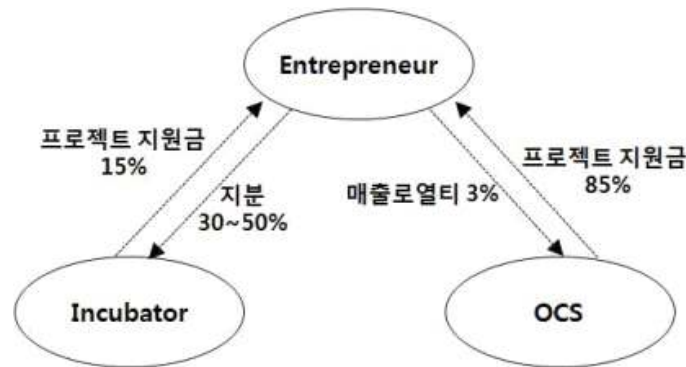
<표 3-10> 이스라엘 YOZMA 펀드 출자 현황

펀드명	글로벌 파트너	결성금액 (단위: 달러)
Eurofund	Daimler-Benz, DEG(Germany)	200,000
Gemini	Advent(USA)	250,000
Inventech	Van Leer Group(NL)	200,000
JPV	Oxton(US/Far East)	200,000
Medica	MVP(USA)	200,000
Nitzanim-Concord	AVX, Kyocera(Japan)	200,000
Polaris	CMS(USA)	200,000
Star	TVM(Germany) & Singapore Tech	200,000
VERTEX	Vertex International Funds(Singapore)	200,000
Walden	Walden(USA)	250,000
합계		2,100,000

자료: 김종운 외, 벤처창업 촉진을 위한 지원시스템 구축, 2013

1985년부터 2010년까지 이스라엘 인큐베이터들에 입주한 기업 중 91%가 보육기간을 마치고 성공적으로 졸업한 것으로 나타났다. 주목할 만한 점은 인터넷 기술 분야의 입주기업들이 졸업 후 투자회수 또는 사업을 지속하는 비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 가장 많은 비중을 차지하고 있는 생명과학 분야의 기업의 투자회수 또는 사업 지속 비율이 55% 수준인 것에 비해, 인터넷 분야의 기업은 그 비율이 70%에 달하는 것으로 나타났다 (IVC Research Center, 2012; 배영임 외, 2012). 이와 같은 이스라엘 인큐베이터들의 자금회수 방식은 입주 선정된 프로젝트 소요자금의 85%를 지원하고 향후 매출액의 3%를 로열티로 지급 받는 방식이나 프로젝트의 정부 지원을 제외한 나머지 15%를 지원하고 기업으로부터 지분을 최대 50%까지 받는 방식으로 이루어진다. 다음 [그림 3-14]는 이스라엘 인큐베이터 자금회수를 위한 비즈니스 모델을 나타낸다.

[그림 3-14] 이스라엘 인큐베이터 비즈니스 모델



자료: 김종운 외, 벤처창업 촉진을 위한 지원시스템 구축, 2013

이스라엘의 액셀러레이터는 2009년 기준 15개로 다국적 기업이나 인큐베이터 운영 주체에 의해 운영되고 있다. 이러한 액셀러레이터는 유형별로 장소제공형, 기업자정신 교육 중심형, 투자유치 목적형, 기술 지원형으로 나눌 수 있다. 다음 <표 3-11>은 이스라엘 주요 액셀러레이터의 프로그램 운영 현황을 나타낸다.

<표 3-11> 이스라엘 주요 액셀러레이터의 프로그램 운영 현황

형태	명칭	프로그램 운영 현황
장소 제공형	TechLoft	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 출범해 텔아비브 중심가에 위치하고 있으며, 인터넷과 모바일 분야에 집중 - 기본적인 물품을 제공하며, 매주 산업 전문가와 'Office Hour' 미팅을 갖고 창업관련 토론 - 참가자는 매달 평균 250불을 지불하고 다양한 서비스를 제공 받으며, 다양한 네트워크를 형성하여 참가자들과 지식과 경험 공유
	The Junction	<ul style="list-style-type: none"> - 이스라엘 벤처캐피탈 기업인 Genesis Partner에 의해 2011년 출범하였으며, 텔아비브에 위치 - 한 클래스에 30~40명까지 참가 가능하고 3개월이 소요되며, 참가자당 한 달 50불의 비용으로 다양한 서비스를 제공받음 - 참가자들은 교육기간의 10%를 다른 팀을 위해 할애해야 하며, 창업 관련 경험을 공유하고 협력해야 함 - 매주 목요일에 산업 전문가가 방문하여 지식과 경험을 공유하는 오픈

		<ul style="list-style-type: none"> 이벤트를 가짐 - 최근까지 5번의 클래스가 운영되었으며, 50개 팀이 졸업하고 20%가 투자유치에 성공
기업가 정신 교육 중심형	8200 EISP	<ul style="list-style-type: none"> - 2010년 개시되었으며 클린테크, 바이오 테크, 에너지, 환경 기술 분야의 창업자 지원 - 프로그램은 5개월간 운영되며, 집중적인 교육 훈련과 멘토링이 이루어짐 - 프로그램 마지막 날 투자자들이 참여하는 Demoday 개최
	The Hive by Gvahim	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 텔아비브에서 개시되었으며, 새로운 이민자를 지원하기 위한 프로그램으로 6개월간 8개의 신생기업 지원 - 프로그램 참가비용은 없으며, 웹사이트를 통해 지원서를 제출하면 선정기준에 의해 평가하여 참가자 선정
투자유치 목적형	IDC Elevator	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 개시되었으며, 연 2회에 걸쳐 4개월 동안 프로그램 운영 - 프로그램 운영기간 중 3개월은 이스라엘에서, 1개월은 뉴욕에서 운영되며, 각국의 프로그램 마지막 날에 Demo day를 통해 투자설명회 개최 - 소프트웨어와 모바일 기기 분야의 스타트업을 선정하여 기업 당 20,000불을 지원하고 10%의 지분을 대가로 받음
	UpWest Labs	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 개시되었으며, 5~10개의 이스라엘 기업이 10주간 실리콘 벨리에서 프로그램 참가 - 애플리케이션, 광고, 모바일, 게임, 커머스, 보안분야의 스타트업을 선발하여 기업 당 20,000불 제공 - 10주간의 프로그램 기간 동안 12회의 강의, 멘토링, Demo day 투자설명회가 이루어짐 - 실리콘벨리의 창업 네트워크를 접할 수 있는 기회이고 초기단계의 기업보다는 이미 시작품이 어느정도 완성된 후기단계의 기업이 실리콘 벨리에서 사업화 기회를 찾는 목적으로 유용
기술 지원형	Azure Accelerator	<ul style="list-style-type: none"> - 마이크로소프트사에서 운영하는 프로그램으로 2012년 출범 - 장소 제공, 훈련, 멘토링 위주의 서비스 제공 - 클라우드를 이용할 수 있는 기술에 집중 지원하며 4개월 동안 운영 - 마이크로소프트사의 프로그램을 무료로 이용할 수 있으며, 마이크로소프트 R&D센터 바로 옆에 위치하여 R&D 전문가의 지원을 용이하게 받을 수 있는 장점이 있음
	Plarium Labs	<ul style="list-style-type: none"> - 모바일 게임 전문 액셀러레이터로 3개월간 운영됨 - 프로그램 참가자는 7,500불을 지원받고 2,500불을 추가 지원받을 수 있음 - Plarium Labs promises access에 접속하여 1만명의 사용자를 활용해 모바일 게임 테스트를 할 수 있음

자료: 김주성 외, 액셀러레이터의 국내·외 현황 및 운영사례 분석, 2013, 재구성

3) 영국

영국은 철저한 시장경제 체제를 바탕으로 스타트업/벤처기업이 잘 발달되어 있으며, 창업관련 행정 절차가 간소화되어 있어 소자본으로도 스타트업 시작이 가능한 환경을 보유하고 있다 (KAIT, 2011). 월트뱅크의 조사에 따르면 2011년 기준 영국은 G7 국가 중 가장 좋은 스타트업 환경을 보유한 나라로 1인당 GNI 대비 창업비용이 OECD 평균 5.1%에 비해 0.8%로 매우 낮은 것으로 나타났다. 영국 정부는 4대 핵심 정책 중 하나로, 스타트업과 기업성장을 위한 최상의 환경 조성을 하겠다는 등 스타트업 육성에 적극적인 입장을 펼쳐왔다. 이를 위해 적극적인 자금지원, 스타트업이 용이하도록 규제완화, 각종 지원 프로그램 통합 등 다방면의 제도적 개혁을 시도할 것을 선언하였다. 이의 일환으로 기업투자제도 (Enterprise Investment Scheme) 하에 스타트업 기업에 대한 소득세 감면 혜택을 확대하고, 엔젤 공동투자 펀드의 조성을 추진하였다. 또한 영국 전역에 21개의 새로운 'Enterprise zone'을 설치하고, 스타트업 및 영세기업들에게 3년간 규제 적용 면제 및 연구 개발에 대한 세제 혜택을 강화하였다.

특히 2013년 4월 25일 영국 재무성이 공개한 스타트업 육성정책인 'Future Fitty'는 혁신 아이디어 사업화를 중요하게 생각하고 있는 영국 정부의 입장을 잘 대변해주고 있다. 'Future Fifty' 제도는 미래성장 가능성이 돋보이는 50개의 핵심 스타트업을 매년 선정하고 투자 유치, 사업확장, 인수합병, 상장 등 출구전략에 대해 정부가 집중 지원하는 제도로 영국의 차세대 성장동력이 항공우주와 같은 거대 산업이 아니라 혁신 아이디어를 기반으로 하는 스타트업에 있음을 알 수 있다 (안지성, 2013). 'Future Fitty'에서 스타트업을 선정하는 기준은 영국에서 24개월 이상 사업을 운용하였으며, 매년 100% 이상의 성장을 보인 기업으로, 1) 감세혜택 2) 신기술의 상업적/기술적 연구 지원 3) 낮은 법인세율 4) 연구개발 및 공장 건설경비 세금면제 5) 사업용도의 건물, 기계류 구입비용에 대해 고율의 감가상각 인정과 같은 파격적인 혜택을 받을 수 있다.

이와 같은 정부의 스타트업 육성 정책으로 인해 영국은 2011년 글로벌 기업가정신연구(GEM)에서 태동기창업 활동지수 4.7%, 초창기소유경영활동지수 2.6%, 초기창업활동지수 7.3%, 기회형창업 80.8%로 전체 혁신주도형 국가들의 평균보다 높은 수준으로 나타났다 (김중운 외, 2013).

영국의 인큐베이팅 프로그램은 직업숙련 자금지원 기구(Skills Funding Agency), 청

년 직업교육 기구(Young People's Learning Agency) 등의 프로그램이 있다. 직업숙련 자금지원 기구는 영국 직업숙련부(DBIS) 산하의 기관으로 성인의 평생교육과 직업훈련을 위한 자금지원 및 관리를 수행하는 것을 목적으로, 다른 연관 기관들과 교육 및 직업훈련에 있어 중요한 네트워크를 형성하고 있다. 청년 직업교육 기구는 아동, 학교 및 가족부(DCSF) 산하의 기구로 청소년을 대상으로 도제직 기술교육을 수행하는 프로그램을 운영하고 있다. 이와 함께 영국 정부는 비즈니스 링크(Business Link) 웹사이트를 운영함으로써 온라인에서 예비 창업가에게 스타트업 관련 정보를 제공하고, 비즈니스 링크를 단일창구로 기업지원정책을 대폭 간소화하여 정책 수요자의 혼란을 방지하고 운영비용을 절감하였다.

영국의 엑셀러레이터는 비영리 독립 스타트업지원 기관인 NESTA(National Endowment for Science, Technology and the Arts)가 '스타트업 팩토리'로 명명한 민간 주도의 지원 프로그램을 통해 운영되고 있다 (KAIT, 2011). 스타트업 팩토리는 미국에서 처음 시작된 스타트업 엑셀러레이터와 유사한 개념으로, 동일한 생산 과정에 대한 투입과 고효율의 대량생산을 통해 다수의 스타트업 기업을 지원한다. 대부분의 프로그램은 미국의 엑셀러레이터와 유사하게 10주~13주 정도로 짧은 기간 내에 완료되며, 대표적인 스타트업 팩토리로는 Seedcamp(2007), Oxygen Accelerator(2011), The Difference Engine(2009-2011), Betafoundry(2011) 등이 있다 (KAIT, 2011). 실제로 The Difference Engine은 고성장 잠재능력을 보유한 초기 단계의 스타트업 육성이 목표로, 19개의 기업을 대상으로 투자하였고 56%의 투자회수율을 기록하였다 (NESTA, 2011). 또한 당초 예상 프로그램 운영비인 400,000유로에서 250,000유로로 감축하였다. Seedcamp는 2007년부터 2009년까지 22개의 스타트업 기업에 110만 유로를 지원하였고, 3000만 유로 투자유치에 성공하였다. Seedcamp가 지원한 22개의 기업 중 7개가 연간 100만 유로 이상의 수익을 창출하였고, 단 2곳만이 폐쇄되었다 (NESTA, 2011).

제 3 절 인터넷 스타트업 사업화 사례 조사

앞 절의 조사결과는 미국, 영국, 이스라엘 등 주요국들은 잘 구축된 스타트업 생태계를 보유하고 있으며, 이는 초기 스타트업 단계부터 지원을 해주는 인큐베이터, 액셀러레이터의 역할이 크다는 것을 보여주었다. 이러한 흐름을 반영하듯 주요국들은 성공적인 스타트업 기업들을 배출해내고 있다. 본 절에서는 이와 같은 주요국의 스타트업 사업화 성공 사례들을 조사함으로써 국내 인터넷 혁신 아이디어 사업화 육성 방안 도출에 사용가능한 기반 자료를 제공하고자 한다.

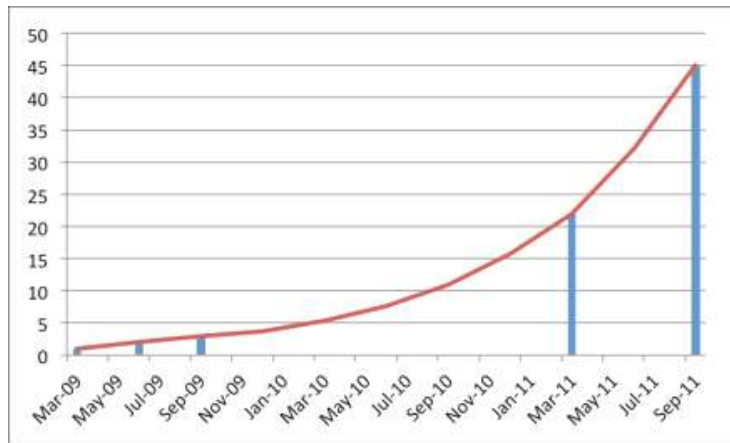
1. 인터넷 스타트업 사업화 사례

미국의 대표 스타트업 액셀러레이터인 Y-combinator의 지원을 받아 크게 성공한 케이스로 Dropbox가 있다. Dropbox는 클라우드 서비스가 이제 막 사용자들에게 보급되는 2006년 Y-combinator에 언제든지 기기와 상관없이 동기화가 가능하다는 사업 아이디어를 제안하였고, 선발되어 15,000 달러의 투자를 받았다 (이선미 외, 2012). Y-combinator는 이 밖에 실리콘벨리에 경험이 풍부한 경영자들로 구성된 네트워크를 제공하고, Angle&Demo Day를 개최해 투자자, 언론사, 파트너사에게 데모 시현을 할 수 있는 기회를 제공하였다. 특히 Dropbox는 Lean Startup 기법을 채용하였는데, 이는 모든 개발을 완료하지 않고 데모범위에서만 동작 하도록 하여 데모영상을 올려 사용자의 피드백을 받으면서 개발 하는 방식이다. Dropbox는 비즈니스 모델로 무료 서비스로 가입자를 유인 후 프리미엄 모델로 전환을 유도하는 '선체험 후지불' 방식을 채용하였다. 이로 인해 클라우드 서비스에 대한 인식이 부족한 사용자들을 유인해 시장을 선점할 수 있었다. Dropbox의 사용자 수는 2012년 11월 기준 1억명을 돌파하였으며, 기업 가치는 [그림 3-15]와 같이 가파르게 상승중이며 2011년 10월 40억 달러를 넘어선 것으로 나타났다 (David, 2011).

또 다른 미국의 스타트업 액셀러레이터인 Techstars의 지원을 받아 성공적인 스타트업으로 ThinkNear가 있다. ThinkNear의 창립자인 Eli Portnoy는 2011년 Techstars의 NYC Startup 액셀러레이터 프로그램에 ThinkNear 아이디어를 지원하였고, 이를 계기로 ThinkNear 개발을 시작하였다. ThinkNear의 아이디어는 GPS 기반의 모바일 광고로 사용

자가 해당 점포, 지역에 들어서게 되면, 가입된 광고주의 쿠폰이나 행사정보를 사용자의 모바일 기기에 전송한다 ([그림 3-16] 참조). ThinkNear는 Blackberry, Quiznos 등 유명 기업들과 제휴를 맺고 있으며, 기업 가치는 2012년 기준 2,200백만 달러를 넘어선 것으로 나타났다 (Business Insider, 2012).

[그림 3-15] Dropbox의 기업 가치



자료: David, The Brode Report - November 2011, 2011

[그림 3-16] ThinkNear의 위치기반 모바일 마케팅 서비스

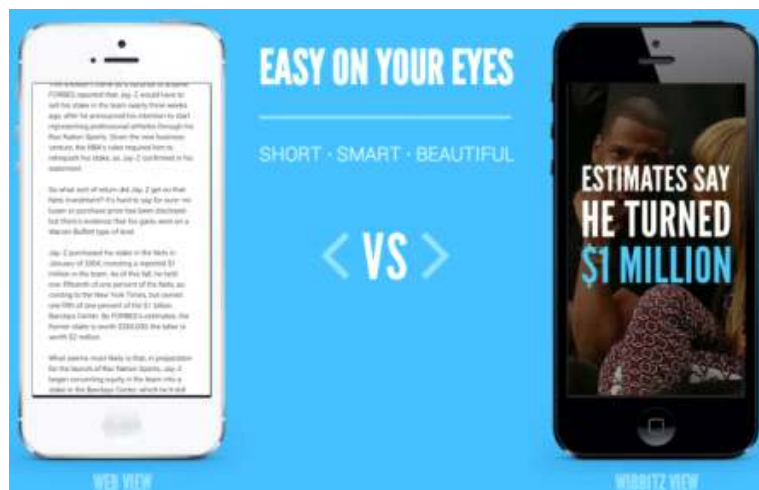


자료: ThinkNear 홈페이지, 2013

Dropbox, ThinkNear 등의 사업화 사례로부터 미국의 성공한 스타트업 기업의 특징은 혁신적 아이디어를 바탕으로, 스타트업 창립 당시부터 수익 모델을 강구하기보다는 제품 기술에 집중하고, 추후 제품의 혁신성과 우수성을 기반으로 수익을 창출하는 형태를 보이고 있음을 알 수 있다. 또한 미국의 액셀러레이터는 스타트업 기업들이 사업 초기에 겪을 수 있는 자금조달, 투자자 유치 등의 어려움을 해소할 수 있는 지원책을 적시에 공급해주는 것을 알 수 있다.

이스라엘의 스타트업으로 성공한 기업은 Wibbitz를 들 수 있다. Wibbitz는 이스라엘 청년창업 교육 프로그램인 IDC(Interdisciplinary Center)의 Zell Entrepreneurship(2010년, 9기)을 통해 성공적으로 사업화한 기업이다 (이윤준 외, 2012). Wibbitz는 사람들이 웹에서 콘텐츠를 소비하는 방식을 텍스트 기반에서 동영상 기반으로 바꾼 서비스로, [그림 3-17]과 같이 자신의 관심 분야 기사의 글을 읽는 것이 아닌 뉴스처럼 빠르고 효과적으로 볼 수 있게 해준다. Wibbitz의 핵심 기술은 텍스트와 이미지를 영상으로 변환하는 기술, 그리고 텍스트를 음성화하는 기술에 있다. Wibbitz는 사업 초기 단계에 벤처캐피탈인 Lool Ventrues, Initial Captital, Kima Ventures에서 230백만 달러의 투자를 조달받았으며, 연이어 2012년 Horizons Ventures의 투자도 유치하였다.

[그림 3-17] Wibbitz의 콘텐츠 제공 방식



자료: Rani Molla, Wibbitz wants to be the 'play button' for the text media, 2013

Horizons Ventures는 페이스북, Spotify, Waze 등에 투자한 적이 있는 Private Venture 이다. Wibbitz의 사용자 수는 매주 2만 5천 여명이 증가하고 있으며, 5만 개의 사이트와 콘텐츠 제휴, 매달 1천 7백만 개의 영상을 생성하고 있다 (유채현, 2013). 또한 Wibbitz는 올해 아이폰 버전의 애플리케이션을 출시하면서 모바일 화를 추진하고 있으며, 추후 영상에 광고를 넣어 수익성을 확보할 계획을 가지고 있다. Wibbitz의 사례와 같이 이스라엘은 창업가의 자질이 보이는 인재를 대학시절부터 선발해 적극적으로 교육, 기업가 정신을 갖출 수 있는 환경을 가지고 있는 것을 알 수 있다.

영국의 경우, 10년 만에 가장 많은 투자금을 유치하며 스타트업 황금기를 맞고 있다 (김용주, 2012). 이와 같은 투자는 인터넷, 모바일, 디지털 미디어, 신재생에너지 분야에 집중되고 있다. Ascendant의 조사결과 인터넷 분야에서 2012년 한해 가장 많은 투자액을 받은 기업은 테이크아웃 음식 온라인 주문 사이트인 Just Eat으로, 약 700억의 투자를 받았다 (Growthbusiness, 2012). Just Eat은 온라인 테이크아웃 음식 주문 서비스로 전 세계 13개국 (유럽, 남미, 중동아시아)에서 서비스를 운영하고 있다.

영국의 대표적인 스타트업 팩토리(엑셀러레이터)에 의해 사업화에 성공한 스타트업 기업으로 모바일 광고 업체인 Mobclix가 있다 (NESTA, 2011). Mobclix는 2008년 Seedcamp에 지원을 받아 시작한 스타트업 기업으로 수십 개의 모바일 광고 네트워크를 구축해 송출하며, 개발자를 위한 포괄적인 모바일 광고 솔루션을 제공한다. Mobclix는 아이폰의 애플리케이션을 주요 대상으로 하며, 사용자의 위치와 사용 중인 애플리케이션에 기반한 광고를 송출한다. Mobclix는 Seedcamp에 의해 사업화에 성공한 대표적인 케이스로, 영국의 모바일 마케팅 회사인 Velti에 2010년 50만 달러에 인수되었다 (MarketWired, 2010).

이와 같이 주요국들은 정부 혹은 민간 주도의 인큐베이터와 엑셀러레이터가 활성화되어 있으며, 이를 통해 많은 스타트업 기업들이 사업화에 성공한 것을 볼 수 있다. 특히 인터넷 분야에 대한 집중적인 투자가 이루어지는 것을 알 수 있었고, 이는 인터넷 기반 스타트업이 상대적으로 운영비가 적고 틈새시장 공략이 비교적 수월하다는 장점이 있기 때문으로 보인다. 따라서 향후 국내 스타트업 활성화를 위해서는 인터넷 분야의 혁신 아이디어를 기반으로 하는 스타트업에 대한 육성 및 지원이 필요하다고 할 수 있겠다.

제 4 장 국내 인터넷 혁신 아이디어 사업화 육성 방안

제 1 절 시장기반의 아이디어 사업화 환경

본 연구에서는 자율적인 시장기반의 혁신 아이디어의 사업화 환경 조성과 관련 이해관계자들의 니즈를 충족시킬 수 있는 근접한 개념으로써 개방형 혁신(Open Innovation) 방식의 소셜 아이디어 플랫폼을 조사하였다. 최근 급격한 기술 및 시장변화로 인해 기업의 내부 자원만으로는 소비자 니즈를 부합하는 혁신적인 제품개발이 어려워짐에 따라, 개방형 혁신 방식의 기업 간 제휴 및 협업은 자원 활용의 한계점과 경쟁 지속력을 극대화 할 수 있는 대안으로 대두되고 있다. 소셜 아이디어 플랫폼은 개방형 혁신의 특정 문제해결의 강점에도 혁신제품 개발을 위한 자발적인 아이디어 생성에 있어 그 양과 질이 모두 빈약하다는 한계점을 보완할 수 있는 대안으로 제시되고 있다(SERI 경영노트, 2013). 또한 사업자 및 투자자 관점에서 기존 투자시스템을 보완할 수 있는 요소로써 주목할 필요가 있다. 이에 본 절에서는 국내 인터넷 혁신 아이디어 사업화 육성 방안을 모색하고자 아이디어 플랫폼의 일환인 클라우드 소싱과 펀딩 서비스의 개념 및 유형을 구분하고, 해외 주요 아이디어 플랫폼 서비스와 이를 통한 일반 개인 및 창업자들의 주요 아이디어 사업화 성공사례를 소개하고자 한다.

1. 소셜 아이디어 플랫폼의 개념 및 유형

가. 소셜 아이디어 플랫폼의 개념

소셜 아이디어 플랫폼은 개인 또는 기업의 아이디어 제안자와 이를 활용하려는 기업, 투자자, 기관 등 관련 이해관계자들 간의 양방향 정보교류와 평가과정을 공개하는 공간으로 정의될 수 있다. 일반적으로 플랫폼(Platform)은 다양한 용도를 위한 특정 목적 또는 작업과정을 공통적인 활용을 위해 표준화하여 접근성 및 효율성 등을 향상시키는 유무형의 구조물로서, IT산업분야에서는 네트워크, 콘텐츠, 서비스, 어플리케이션, 단말기를 공통적으

로 활용할 수 있는 구조를 의미한다(방송통신위원회, 2011). 따라서 소셜 네트워크 플랫폼은 웹기반의 포털 커뮤니케이션 및 소셜 미디어를 중심으로 일상생활을 포함한 조직과 사업운영 등의 모든 사용자 행위의 사회화를 가능하게 하는 기반과 구조를 의미할 수 있다(복경수, 2011). 최근 아이디어 플랫폼에 대한 관심이 증가하게 된 배경은 참여 주체 간의 양방향적 아이디어 교류의 개방을 통해 아이템 사업화에 대한 객관적인 가치 평가와 개인의 아이디어가 신제품 개발, 신사업 창출, 창업으로 발전하는 해외 사례가 늘면서 그 활용도가 증가되고 있다(SERI 경영노트, 2013).

나. 소셜 아이디어 플랫폼의 유형

아이디어 플랫폼의 유형으로는 크게 크라우드 소싱(Crowdsourcing)과 크라우드 펀딩(Crowd Funding)의 성격으로 구분될 수 있으며, 세부적으로는 플랫폼의 기능과 서비스 유형이 다양함에 따라 일부 보고서에서는 소싱 방식이 통합적인지 선택적인지 또는 플랫폼의 역할과 제안내용의 성격에 따라 그 유형을 구분하고 있다. 크라우드 소싱은 대중과 외부자원의 활용을 의미하는 합성어로서, 기업의 생산, 서비스 및 문제해결 과정 등에 특정 커뮤니티 또는 불특정 다수의 대중들을 참여토록 하여 효율성을 높이고자 하는 접근방법으로 알려져 있다(LG Business Insight, 2010 재인용). 기존의 문헌에 따르면, 크라우드 소싱의 유형을 크게 통합적 크라우드 소싱(대중들의 집단지성을 하나로 통합하는 형태로 오픈소스 소프트웨어의 개념을 다양한 분야로 확장)과 선택적 크라우드 소싱(여러 아이디어 제안자들의 아이템 중 한 가지를 선택하는 형태로 <표 4-1>과 같이 서비스 유형별로 구분할 수 있다.

크라우드 펀딩(Crowd Funding)의 개념 역시 특정 프로젝트에 대한 대중의 소액모금으로 현재 재난 구호에서부터 시민 언론 활동, 예술가의 후원자 모집, 정치적 캠페인, 신규 사업에 대한 소규모 투자에 이르기까지 다양하게 나타나고 있으며, 소셜벤처링(social venturing), 마이크로벤처링(micro venturing) 등의 용어도 사용되고 있다(DBR, 2011 재인용). 해당 보고서에 따르면, 해외 크라우드 펀딩 사이트는 약 200개인 반면, 한국의 경우 주요 5개 사이트가 2011년부터 서비스를 시작하여 문화예술분야, 일반대출 연계 및 소상공업 창업자금 연계 등의 기능을 구현하고 있다. 크라우드 펀딩 플랫폼 역시 서비스의 유

형 및 기능 따라 분류되고 있으며, 시민활동과 모금을 제외한 아이디어 사업화 관련 유형으로는 <표 4-2>와 같이 분류할 수 있다.

<표 4-1> 클라우드 소싱 플랫폼의 유형

유형	세부유형	내 용
통합형 클라우드소싱	협업형 (협력커뮤니티)	일반 대중의 협업을 통해 정보의 검증 및 집단지성을 창출 - 위키백과, 구글맵스 등
	통합선택형 (오픈마켓)	다양한 아이디어 중 하나를 선택하여 정보의 지속적인 누적 - iStockphoto, Apple appstore
선택형 클라우드소싱	의뢰자 선택형 (콘테스트)	기업, 단체 등 의뢰자의 특정 주제에 관한 대중들의 집단지성 중 최종적 채택이 이뤄지는 방식 - 99designs, Innocentive, Kaggle 등
	대중 선택형 (보완자)	집단지성의 아이디어를 일반 대중이 집적 평가하는 방식 - Quirky, Threadless 등

자료: 클라우드산업연구소, HBR 2011 재구성

<표 4-2> 클라우드 펀딩 플랫폼의 유형

유형	내용	모금방식/보상방식
후원 기부형 / Investing in start-ups	창의적 아이디어에 의한 프로젝트 또는 소규모 창업에 다수의 투자를 받는 경우 (펀듀, 텀블벅, 디스이즈트루스토리 등)	후원금 기부 / 부상 또는 비금전적 보상
대출형 / Microcredit	일반 금융권을 이용할 수 없는 취약계층 또는 긴급자금 조달에 무담보 소액대출 (팝펀딩)	대부 / 유상(이자지급)
지분 투자형 / P2P lending	소셜펀딩과 소셜커머스를 합쳐 놓은 방식으로 특정 프로젝트에 투자한 이후 일정 수익공유 (머니옥션, 팝펀딩)	증자(지분취득) / 유상(이익배당)

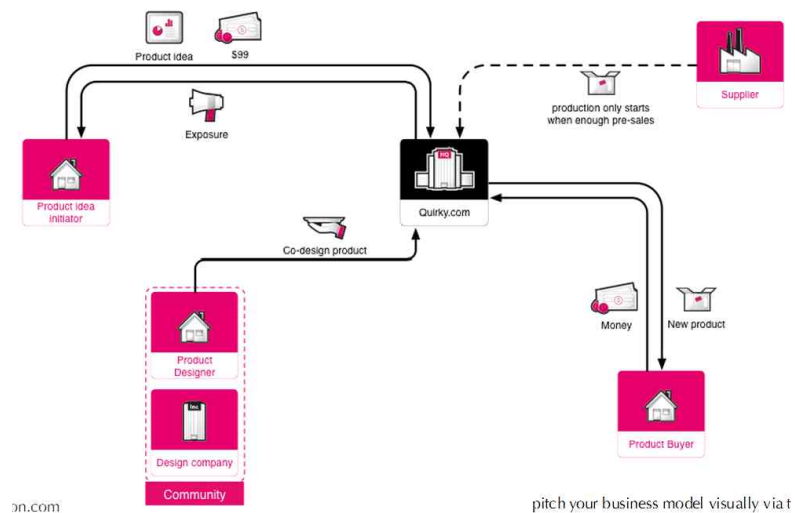
자료: 클라우드펀드연구소, DBR 2011 재구성

2. 주요 아이디어 플랫폼 제공기업 및 성공사례

가. Quirky.com

Quirky(이하 퀴키)사는 일반 개인이 평소에 생각했던 아이디어를 제품화하여 유통까지 수행하는 제품 개발형 - 소셜 매뉴팩처링(Social manufacturing) 플랫폼이라 할 수 있다. 퀴키사는 2009년에 24살의 벤처창업자가 설립하였으며, 2013년 Forbes가 미국 유망 신생 기업 59위로 선정한 만큼 창업 이래 짧은 기간 동안 왕성한 활동과 다양한 성공사례를 창출하고 있다. 퀴키사의 제품개발 프로세스와 기능은 크게 아이디어 제공자, 아이디어 기여자, 퀴키로 나눌 수 있다([그림 4-1] 참조). 아이디어 제공자 관점에서는 개인이 미화 \$10의 비용을 지불 후, 평소에 생각했던 아이디어의 설명과 도식을 사이트에 게재함으로써 다른 사람들의 평가를 받는 기회를 제공받는다. 아이디어 기여자는 일반 참여자들로서 사이트에 게재된 아이템 중 실제 제품으로 개발되었으면 하는 선호도를 별점으로 제공하고, 추가적인 기능이나 아이디어를 댓글에 남김으로써 제품개발 후 매출의 일정부분을 제품개발 기여자로서 받을 수 있는 기회를 제공받는다.

[그림 4-1] 퀴키사의 비즈니스 모델



자료 : BOI(2011) 재인용

사이트에 게재된 다양한 아이템 중 대중의 선호도와 평가를 참조하여 퀴키사 내부적으로 제품개발 아이템을 선정, 2주 만에 제품설계, 생산, 판매, 마케팅 등의 전 단계를 전문적으로 진행함으로써 매출을 일으키는 비즈니스 모델을 가지고 있다. 다시 말해 사용자들은 아이디어를 제공하고, 자사 내.외부 전문가들은 사용자들로부터 생성된 아이디어를 수정, 조합, 추가하여 상용화 제품을 새롭게 개발한다. 이러한 방식으로 퀴키사는 매주 한 개의 새로운 제품을 출시하고 있으며, Pivot Power라는 멀티탭의 경우([그림 4-2] 참조), 미국 로드아일랜드디자인학교의 학생이 제안한 아이디어로 퀴키사에서 29.99달러에 판매하여 1년 동안 90만 달러(약 10억2600만 원)의 매출을 기록한바 있다. 또한 iPad stand 제품의 경우, 약 500명이 넘는 사용자들이 공동으로 협력하여 제품디자인 아이디어를 제공하였다(Board of innovation 웹사이트). 결론적으로 퀴키는 혁신적 제품개발에 필요한 대중의 아이디어를 수익공유 방식과 제품 상용화를 통해 구현하고 있으며, 평소 발명이나 아이디어 상품에 대해 관심은 많지만 관련 기술이나 생산에 관한 부담이나 어려움을 느낀 사람들의 니즈를 충족시켜줌으로써 시장기반의 자발적인 참여를 이끄는 동기부여를 제공하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

[그림 4-2] Pivot Power



자료 : quirky.com

나. Kickstarter.com

Kickstarter(이하 킥스타터)사는 공연, 음반 등의 프로젝트, 시제품 제작 및 제품 양산 비용이 필요한 개인 또는 창업자에게 펀딩을 연계하는 중계자 역할을 수행하는 소셜 펀딩 플랫폼이라 할 수 있다. 킥스타터 역시 2009년에 설립되어 2013년 현재 177개국 220만명의 사용자, 미화 \$885 million(약 9,735억원)의 펀딩규모를 증대하여 52,156건의 펀딩 성공 프로젝트([그림 4-3 참조]로 해당 플랫폼을 통해 성공한 개인 및 창업자의 사업화 사례를 창출하고 있다. 인터넷과 관련된 IT제품 및 기술과 관련한 프로젝트의 펀딩건수는 전체 카테고리 중 가장 낮은 프로젝트 펀딩 건수를 차지하고 있으나, 한화 1억에서 10억원 사이의 고액 펀딩건수가 전체 카테고리 중 3번째로 높은 것으로 집계되었다(1위 게임, 2위 디자인).

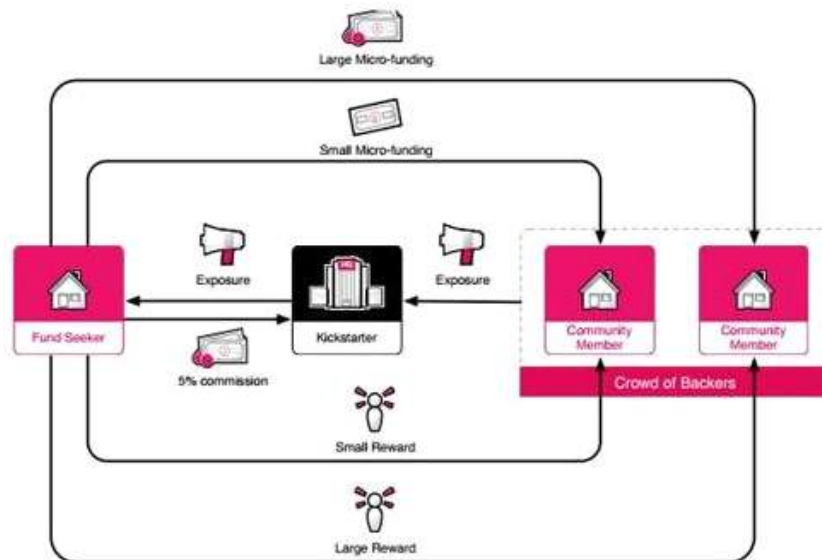
[그림 4-3] 킥스타터 펀딩 증대 규모별 성공 건수

Category	Successfully Funded Projects	Less than \$1,000 Raised	\$1,000 to \$9,999 Raised	\$10,000 to \$19,999 Raised	\$20,000 to \$99,999 Raised	\$100 K to \$999,999 Raised	\$1 M Raised
All	52,156	5,716	33,414	6,880	5,189	904	53
Music	13,947	1,372	10,356	1,602	589	27	1
Film & Video	12,074	1,152	7,337	1,894	1,552	136	3
Art	5,202	977	3,610	422	183	10	0
Publishing	4,628	721	3,038	536	312	21	0
Theater	3,379	455	2,544	248	126	6	0
Photography	1,349	210	890	170	78	0	1
Comics	1,586	203	961	227	168	26	1
Design	2,151	136	752	398	637	221	7
Games	2,533	134	988	484	684	215	28
Fashion	1,273	132	723	200	188	29	1
Dance	1,118	92	935	71	20	0	0
Food	1,862	86	930	477	350	19	0
Technology	1,054	46	350	151	302	194	11

자료: Kickstarte.com (2013.11월 기준)

킵스타터사의 펀딩 프로세스는 [그림 4-4]와 같으며, 플랫폼의 주요 기능은 크게 펀딩 요청자가 킵스타터사의 가이드라인에 따라 아이템의 정보(도면, 영상, 펀딩목적, 보상내용 등)를 게시하면 일반 회원(개인)의 자발적인 의사에 따라 투자 또는 기부를 하는 방식을 채택하고 있다. 킵스타터는 각 요청자의 펀딩목표액 후원 성공 시 모금액 대비 일정수수료(5%)를 받는 수익구조를 가지고 있으며, 공정한 배당금 지급 정책을 제공한다. 현재 소셜 펀딩 플랫폼으로 선두주자의 위치를 유지하고 있는 요인 중 하나는 펀딩 중개자로서 수익을 추구하기보다는 게시물의 창의성과 혁신성을 선호한다는 점이다. 이러한 성향은 최근 Lockitron이라는 신생 도어락 브랜드가 자사의 제품판매를 목적으로 킵스타터 플랫폼에 프로젝트 게시를 요청하였으나, “Kickstarter Is Not a Store.”라는 킵스타터의 입장표명에 따라 프로젝트 등록을 거절당한 사례가 있다. 반면 킵스타터 플랫폼을 통해 사업화 성공을 거둔 창업자 또는 예비창업자들의 사례로는 기술 기반 아이디어 사업화에 해당되는 잘 알려진 사례로는 아이팟 나노용 시계줄인 TikTok, 스마트 시계인 Pebble과 Ouya의 게임콘솔 프로젝트가 있다.

[그림 4-4] 킵스타터사의 비즈니스 모델



자료 : BOI(2011) 재인용

TikTok은 킥스타터를 통해 약 10억 원을 투자받아 화제가 된 바 있으며, Pebble의 경우 프로젝트 개시시점 후 2틀 만에 20억 원을 모금하여 총 112억원을 기록하면서 현재 275,000명에게 예약판매 완료되었다. 스타트업으로 시작한 기업으로써 올 7월 미국 베스트바이(BestBuy) 매장을 통해 Pebble을 145.95 판매되고 있으며, 그 반응 역시 뜨겁다고 한다 (BeSuccess.com, 2013). 국내 유사 서비스로는 2011년부터 활동을 시작하여 펀듀(FundU)와 텀블벅(Tumblbug), 굿펀딩을 포함한 5~6개 플랫폼 제공 기업이 존재하고 있으며, 현재까지는 기술기반의 제품상용화의 비중보다는 공연, 음반 등 콘텐츠의 펀딩비중이 높은 것으로 알려지고 있다. 결론적으로 소셜 펀딩은 아이템의 창의성과 혁신성에 따라 개인이 소액으로 후원하는 방식으로 투자 실패 시 투자자의 부담을 줄이면서도 자금조달이 어려운 사업자 입장에서는 자금조달을 포함한 아이템 홍보 및 평가가 가능한 특성을 가진 신 금융 트렌드로 볼 수 있다.

제 2 절. 국내 인터넷 기반 아이디어 사업화 관련 전문가 인터뷰 조사 결과

최근 혁신 아이디어를 보유한 소규모, 소자본 기업의 사업화 장려를 위한 다양한 지원 프로그램이 제공되고 있는 반면, 자율적인 시장 환경에서의 투자유치 및 사업화 성공 환경에 대한 실질적인 현장조사는 부족한 것으로 보인다. 본 연구에서는 인터넷 기반 혁신 아이디어를 보유한 스타트업들의 사업화활성화와 관련된 다양한 관점을 도출하여 자료를 작성하는 과정에서, 이들이 현장에서 느끼는 애로사항 및 관련 이슈들의 조사 필요성을 인식함에 따라, 수집된 샘플 수는 적지만 산학연관 실무자들을 대상으로 조사를 실시하였다. 이에 본 절에서는 인터넷 기반 혁신 아이디어를 보유한 예비창업자 및 스타트업, 벤처 기업의 적극적이고 성공적인 사업화 환경에 필요한 주요 요소들을 도출하고자 관련 이해 관계자들을 대상으로 조사된 현장의견을 다음과 같이 도출하였다.

1. 조사 목적 및 방법

본 연구에서의 현장 조사는 크게 2개의 파트로 나뉘며, 관련 전문가를 초빙한 연구협력 팀과의 사전회의를 2회 진행하였으며, 정성적 조사로는 전문가 인터뷰, 정량적 조사로는 투자자와 예비창업자/스타트업/벤처기업을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 정성적 조사는 ICT 분야의 혁신 아이디어 사업화와 관련하여 현업에서 활동하고 있는 스타트업, 엔젤 투자자, 대기업 실무자, 엑셀러레이터, 인큐베이터, 창업지원기관 실무자 및 연구자를 대상으로 아이디어 사업화 환경과 이와 관련된 현황, 애로사항 및 요구사항을 파악하기 위해 조사되었다(<표 4-3> 참조).

조사방법으로는 아이디어 사업화와 관련된 각 이해관계자들의 유형을 도출하여, 각 해당 분야에서 현재 왕성한 활동을 하고 있는 전문가 표본을 선정하여 심층인터뷰(In-Depth Interview)를 실시하였다. 전문가 대상의 심층인터뷰 조사기간은 전문가 리스트 추출 및 표본 선정은 9월 1일부터 시작되어, 실질적인 심층인터뷰는 10월 1일부터 11월 7일까지 진행되었다.

<표 4-3> 정성조사 내용

구 분	내 용
조사 구성	이해관계자별 아이디어 사업화 관련 이슈분석 - 인터넷 기반 혁신 아이디어 사업화 단계별 애로사항 - 시장기반 스타트업 투자 활성화 및 정부지원 방향 요구사항 - 아이디어 플랫폼 관련 의견
조사대상 수	총 7명 스타트업, 엔젤 투자자, 대기업 실무자, 엑셀러레이터, 인큐베이터, 창업지원기관 실무자, 교수
조사기간	2013년 10월 01 ~ 2013년 11월 7일

2. 전문가 심층 인터뷰 조사결과

가. 인터넷 혁신 아이디어 사업화 과정 단계별 이슈 분석

1) 인터넷 혁신 아이디어 기반 창업 준비 단계와 관련한 이슈

창업 준비단계는 사업화 과정의 첫 단계라고 볼 수 있으며, 인터뷰 결과 전문가들은 인터넷 혁신 아이디어 스타트업의 창업 진입 장벽이 높지 않고 산업진입이 용이하다는 의견을 제시하였다. 또한 최근 창조경제 정책으로 정부가 창업을 장려하기 위하여 다양한 지원 프로그램이 소개되고 있어, 창업하기 좋은 환경이 형성됨에 따라 창업 진입 장벽 자체는 높지 않다는 의견이다. 인터넷 연관 분야의 경우, 이미 기술적으로도 상당한 수준이 뒷받침 되어 있고 창업 관련 플랫폼도 형성되어 있어 아이디어만 있으면 창업을 시도하는 것이 어렵지 않다. 반면에 창업 진입 장벽은 낮아졌지만, 다양하지 못한 창업 업종이 현 국내 창업 생태계의 한계라는 문제점이 지적되었다. 현재 창업생태계에서는 창업의 입출이 빈번하며 최근에는 청년 IT벤처 창업 권장하는 추세이지만, 청년창업가 대부분이 요식업 창업에 시도하려고 한다는 문제점을 가지고 있다는 것이다.

전문가 인터뷰를 통하여 도출한 아이디어 기반 스타트업의 창업 진입 단계에 애로사항 및 이슈는 <표44>와 같다. 각 스타트업 생태계 참여자별로 아이디어 평가체계, 스타트업 시도 문화, 교육, 정부 지원체계 등 다양한 분야에 걸친 장애요인과 관련 이슈에 대한 의견을 제시하였다.

<표 4-4> 주요 참여자별 창업 준비 단계의 애로 사항 및 주요 이슈

분 류	주요 내용
스타트업	<ul style="list-style-type: none"> • 멘토들의 전문성 부족 • 정부기관, 부처별로 다른 규정 • 성공 사례가 없어 가이드라인 부재
대기업	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 사람들이 창업을 시도할 환경이 구축되어 있지 않음 • 창업 시도에 대한 큰 부담감(실패를 용인하지 않는 사회 분위기)
엔젤 투자자	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어 평가 체계 필요 • 전문가 자문 • 스타트업 아이디어 보호, 특허, 지적재산권 이슈
엑셀러레이터	<ul style="list-style-type: none"> • 초기 아이디어 소유자의 사업화 관련 정보 수집의 어려움 • 창업자 스스로의 역량 판단과 주요 인력 자원의 확보
비즈니스 인큐베이터	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어 기반 창업 교육의 필요성(다양하지 못한 스타트업 종류) • 아이템 경쟁력 평가, 선별의 중요성
창업지원기관	<ul style="list-style-type: none"> • 기관별로 다른 스타트업 지원 기준 • 인터넷 연관 분야의 낮은 아이디어 사업화 성공 비율 • 아이디어 카피의 위험
학계	<ul style="list-style-type: none"> • 경쟁력 있는 아이디어 발굴과 성과로의 연계 • 기업가 정신 교육

전문가들이 제시한 의견을 토대로 아이디어 기반 창업 준비단계에서의 이슈를 정리하면 다음과 같다.

첫 번째 이슈는 아이디어 기반 창업자의 창업 시도 문화이다. 우선 국내 창업 환경이 아이디어 기반으로 다양한 사람들이 창업을 시도할 환경이 구축되어 있지 않다는 것이다. 더불어 창업 시도에 실패한 경우 용인하지 않는 사회 분위기가 큰 애로사항이다. 예를 들어, 대학생 창업 지원을 위한 다양한 창업지원 센터가 운영되고 있지만 대학생이 실제로 창업을 시도하는 경우, 학교나 연구실 등에서 창업에 대한 이해나 배려가 부족한 상황이다. 다양한 창업과정이 개설되는 현실과는 다르게 실제 휴학 없이 창업하기 어려운 것이 현실이다. 이미 사회에 나와 창업을 시도하는 스타트업의 경우 가장 큰 걸림돌로 창업 실패에 대해 용인하지 못하는 문화 때문에, 혁신적인 아이디어를 가지고 있다하더라도 쉽게 창업을 시도하기 어렵다는 의견이 제시되었다.

두 번째는, 사업화 이전에 경쟁력 있는 혁신아이디어 선별과 혁신 아이디어 보호 체계 마련을 통해 사회적 손실을 줄여야 한다. 인터넷 혁신 산업분야는 아이디어만 가지고 사업에 성공하기 쉽지 않으며, 성공적인 스타트업으로 평가받기가 어렵다. 일반적으로 혁신적 아이디어를 가지고 있는 수준에서 사업을 시작하는 것이 쉽지 않은 현실이며, 시장을 뚫고 성공하리라는 보장이 없고 진입하는 순간 유사한 서비스, 제품이 등장할 수 있는 매우 경쟁적인 시장이 인터넷 혁신 서비스 분야라는 것이다. 그러나 최근 아이디어 창업 활성화로 인해 막연한 아이디어만 가지고 사업화까지 무모하게 시도하는 사람들이 많아지고 있다. 이러한 시도가 무모한지, 실현 가능성이 있는지에 대한 검증은 거쳐 남들이 가지고 있지 않은 경쟁력 있는 아이디어를 가지고 창업을 시도할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 실제로 최근 정부에서 운영하는 창조경제타운이란 사이트에 수많은 아이디어가 올라오지만, 경쟁력 있는 아이디어가 많이 모이고 있는지는 미지수라는 의견이다. 즉, 아이템 경쟁력을 평가하고, 경쟁력 있는 아이디어 발굴이 성과로 연계될 수 있는 체계가 먼저 마련되어야 한다는 것이다.

즉, 사업화 시도 이전에 스스로 아이디어의 사업화 역량이 있는지 판단하고 실제 제품 제작, 서비스 제작, 애플리케이션 제작 역량 등에 대한 객관적인 평가가 필요하다. 이를 위해서 아이디어 사업화 시도 이전에, 혁신 아이디어에 대한 민간 자문, 사업성 평가, 기술 평가 등이 함께 이루어져야 한다. 또한 정말 경쟁력 있고 수익성 있는 아이템 발굴을 위해서 정부의 평가보다는 수익을 고려하고 냉정하게 평가하는 민간의 평가를 추천한다는 의견이 제시되었다. 이와 함께 제시된 이슈는 경쟁력 있는 혁신 아이디어로 평가된 경우에 스타트업의 아이디어 보호 이슈가 다수의 전문가에 의해 제기되었다. 그 이유는 새롭게 시도한 혁신 분야를 선점하더라도 금방 아이디어 카피가 이루어지는 것이 인터넷, IT 서비스 분야의 특징이기 때문이다. 따라서 스타트업의 장기적인 생존과 성장을 위해서 사업화 아이디어의 보호, 특허, 지적재산권 등이 이슈가 될 것이라고 전망하였다.

세 번째는 다양한 인터넷 혁신 분야의 아이디어 소유자들의 정보 수집과 전문가 자문에 대한 애로 사항이다. 아이디어 사업화 과정에 전문가 자문이 필요한데 사업화 이전 단계에서는 사업화 초기 프레임을 어떻게 구성해야 하는지에 대한 자문이 무엇보다 중요하다. 아이디어를 구체화 과정에 대하여 실제로 사업을 시도해본 사람들을 만나서

아이디어 사업화에 대한 계획, 절차, 구체화하는 방법, 유념해야 할 사항에 대한 자문과 멘토링은 필수적이라는 것이 전문가들의 공통적인 의견이었다. 이와 관련하여 실제 스타트업 종사자는 정부 지원 기관의 자문, 멘토들의 전문성 부족을 애로사항으로 제시하였다. 아이디어 사업화를 시도하는 과정에서 멘토들이 모르겠다는 답변을 많이 들었으며, 사업화 과정의 관련 법률, 제도 등에 대한 전문 분야의 지식을 보유한 자문 인력의 부족을 애로사항으로 지적하였다. 향후 인터넷 혁신 아이디어 사업화의 연관 분야가 더욱 다양해지고 다양한 법적 자문, 전문 분야에 대한 멘토링이 더욱 이슈가 될 것으로 예상된다.

네 번째는 초기 아이디어 소유자의 사업화와 관련한 정보 수집의 어려움이다. 이는 과거 유사한 성공 사례가 없기 때문에 가이드라인이 부재하다는 한계와 정부기관의 부처별, 사업별로 차이가 나는 지원 규정, 법률 등으로 혼란을 초래한다는 것이다. 이는 정보 수집 및 관련 규정을 파악하는데 많은 시간이 소요된다는 문제점을 야기한다. 창업지원 기관 실무자는 현장의 스타트업들이 아직까지 새로 시도되는 스타트업 분야의 창업 준비 단계에 대한 절차가 매뉴얼화 되어 있지 않고, 관련 정보를 수집하는 것이 어렵기 때문에 상담 멘토가 필요하다는 의견을 많이 접한다고 하였다. 특히 최근 창업에 관한 다양한 지원(정부, 민간) 프로그램이 있으나, 어디에서 자기에겐 적절한 지원을 해주는지에 대한 정보를 수집하기 어려우며, 이에 대한 정보가 통합적으로 관리될 필요가 있다고 지적하였다.

다섯 번째는 아이디어 창업 준비 단계의 기업가 정신에 대한 이슈이다. 인터넷 연관 분야의 낮은 아이디어 사업화 성공 비율을 보았을 때 무엇보다 창업가의 역량이 매우 중요하다는 것이다. 그렇기 때문에 혁신적인 아이디어 기반 스타트업들이 성공하고 글로벌 경쟁력을 갖추기 위해서는 준비단계에 창업가들을 대상으로 한 아이디어 기반 창업 교육의 필요하다는 것이다.

전문가들이 제시한 상기 이슈들을 종합하면 창업 준비단계에서는 혁신아이디어 기반 창업 문화 조성, 경쟁력 있는 아이디어 발굴과 평가, 다양한 스타트업 분야를 아우를 수 있는 전문가 멘토 인력의 확충, 스타트업 사업화 가이드라인 마련, 스타트업을 준비하는 창업자들의 기업가 정신이 주요 이슈로 도출되었다.

2) 인터넷 혁신 아이디어 기반 사업화 단계

인터넷 혁신 아이디어 사업화 단계에서 전문가들이 가장 많이 언급한 애로사항으로는 무엇보다 사업화 자금과 경영 역량에 대한 이슈였다. 이와 관련해서 스타트업 생태계 전문가별 주요 키워드는 <표4-5>와 같다.

첫 번째는 사업화 단계에 필요한 인력 확보의 어려움이다. 혁신 아이디어를 가지고 실제 사업화를 진행하는 단계에서는 필요한 인력으로 팀 빌딩을 하는 과정에 많은 어려움을 겪는다. 최근 벤처와 창업에 대한 인식 개선으로 인력 확보의 어려움이 나아지고는 있으나, 인터넷 분야의 스타트업은 개발자, 기획자 등 다양한 인력이 팀을 이루어야 하는 만큼 더욱 어려움을 겪는다. 스타트업 응답자는 사업아이템을 가지고 있어도 상품화하기까지 주요 인력들이 자본이 있는 곳으로 이동하고 성공가능성이 낮고 자본이 없는 스타트업으로는 유능한 인력이 모이지 않는다고 어려움을 제기하였다.

<표 4-5> 참여자별 아이디어 사업화 단계의 애로 사항 및 주요 이슈

분 류	주요 내용
스타트업	<ul style="list-style-type: none"> • 인력 확보의 어려움 • 창업자의 경영마인드 부족 • 시장의 협소성 • 정부지원의 괴리감
대기업	<ul style="list-style-type: none"> • 인력 팀 빌딩의 어려움 • 아이디어 비즈니스화 과정에서의 경영마인드 부족 • 투자 자금 확보의 어려움
엔젤 투자자	<ul style="list-style-type: none"> • 영업, 활동을 통한 자금조달의 어려움 • 사업화 과정의 투자자 확보를 위한 체계 마련
엑셀러레이터	<ul style="list-style-type: none"> • 장소 임대료, 사업비 등의 자본금 조달 • 전문적인 민간인큐베이터 육성 • 엑셀러레이터 활성화 • 정부사업화 지원 체계 개선
비즈니스 인큐베이터	<ul style="list-style-type: none"> • 사업화 자금 조달의 애로사항 • 정부지원금 예산 집행의 강제성
창업지원기관	<ul style="list-style-type: none"> • 사업화 자금 마련 • 정부지원금 사용의 제약
학계	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어 사업화를 활성화 할 수 있는 제 3거래 시장 활성화 • 불특정 다수의 스타트업 생태계 참여 유도

즉 혁신적 아이디어가 있다하더라도 나머지 인력 지원이루어지지 않는다면 사업 진출은 무의미하며, 스타트업은 이러한 인력 풀의 한계로 어려움을 겪고 있다.

두 번째는 스타트업의 자금 조달 관련 이슈이다. 자금 조달방법을 영업 활동을 통한 자금 조달, 재무 활동을 통한 자금 조달 등으로 구분한다면, 사업화 초기 스타트업은 영업활동을 통한 자금 조달에는 한계가 있다. 창업 초기에 영업을 통한 자금 조달이 가능한 스타트업은 매우 성공적인 케이스이며, 스타트업들 대부분은 재무 활동을 통하여 자금 조달이 이루어진다. 최근 스타트업에 대한 정부의 지원금이 늘어나고 있지만, 여전히 창업자들이 이야기하는 사업화 과정의 가장 큰 애로사항으로는 자금 조달이다. 창업 초기 스타트업은 금융권을 통한 자금 조달에도 어려움이 있으며, 이러한 한계 때문에 엔젤 투자 활성화의 필요성이 제기되는 것이다.

세 번째는 스타트업 사업화 지원 구조의 마련이다. 인터넷, IT 등 기술 분야의 지식을 가지고 스타트업을 시도하는 프로그래머, 엔지니어들은 비즈니스 마인드가 부족한 경우가 많다. 이들은 사업화 과정에 변화를 수용하고 사업의 방향성을 잡는데 어려움을 겪으며, 아이디어를 실제 비즈니스 모델로 만드는 과정에서 고객 니즈 분석, 마케팅 전략 수립 등 실제 사업이 가능한 형태로 개발해 내는 측면에서 어려움을 겪는다. 따라서 최근에는 이들을 지원해주고 사업화를 성공적으로 할 수 있도록 지원해주는 인큐베이터, 액셀러레이터가 이슈가 되고 있다. 아직까지 국내에는 전문적인 민간 인큐베이터가 많지 않으며, 정부가 인큐베이터 역할을 수행하려는 상황이다. 그러나 정부의 직접적인 인큐베이터 역할 수행은 개인 단위의 민간 인큐베이터들이 정부와 경쟁하는 구조를 만들고 시장의 사업화 지원 구조 형성에 부정적인 영향을 미친다는 것이 전문가들의 의견이다. 스타트업이 산업에 빨리 진입하도록 하도록 지원하는 역할을 하는 액셀러레이터도 아직까지 국내에는 대표 기업이 없는 상황이다. 따라서 비즈니스 역량이 부족한 스타트업을 지원하고 성공적인 사업화를 이룰 수 있도록 지원하는 기능을 하는 인큐베이터와 액셀러레이터가 민간에 활성화 될 수 있는 방안 마련이 필요하다.

네 번째는 정부지원과 스타트업들이 실제 겪는 현실의 괴리감에 관한 문제이다. 현재 정부 지원은 대부분 인큐베이팅, 공간 지원 등에 집중되어 있지만 인큐베이팅 기간이나, 공간 효율성이 떨어지며 현재 운영 중인 보육 센터, 멘토 수준도 창업 준비자들의 수준에 적정하지 않다는 의견이 제시되었다. 스타트업 응답자는 자신이 겪은 정부

지원의 괴리감을 느끼는 사례로 공간 지원과 멘토링 문제를 예를 들어주었다.

사무실을 제공 받는 것은 좋지만 사무실 공간이 폐쇄적이고 협업이 어려우며, 이러한 지원은 많은 사람들과의 교류가 필요한 스타트업에게 적합한 공간이 아니라는 것이다. 또한 정부 지원을 통해 멘토로 변리사를 소개받았으나, 모바일, 기술 특히 분야에 대한 부정적인 태도와 멘토링에 따른 대가가 없다는 점 때문에 조연에 인색하며 정부에 가시적으로 보여주기 위한 상담을 해준다고 이야기 하였다. 이 같은 문제는 엑셀러레이터인 응답자도 지적하고 있는 이슈였다. 정부의 스타트업 사업화 지원 중 현재 멘토링, 마케팅 지원 등을 정부가 직접 지원을 해주고 있지만 효율적이지 않다는 것이다. 현재의 지원 구조는 멘토링, 인큐베이팅 등의 정부 지원을 수행하고 있는 인력들이 스타트업과 이해당사자 구조가 아니며 부작용이 발생할 것이라는 것이다. 예를 들어, 멘토가 컨설팅에 대하여 개인에게 추가 비용을 받지 못하기 때문에, 적극적인 참여가 보장되지 않으며 전문적인 서비스 제공 수준이 보장되기 어렵다. 또한 추후 스타트업의 수익 발생 시 추가 비용을 받지 못하는 구조로 긍정적인 관계 형성이 어렵다는 것이다. 따라서 사업화 과정의 멘토, 인큐베이팅 역할은 정부가 민간사업자 중 의지가 있는 업체들을 움직이게 하는 것이 가장 효과적일 것이며, 정부 지원은 물리적 기반, 인프라 지원에 집중되어야 한다는 의견이 제시되었다.

다섯 번째는 사업화 과정에 지원되고 있는 정부지원금 사용의 한계성이다. 창업지원 기관 실무자는 창업 지원금을 가져간 업체들의 애로사항을 들어보면, 처음 자금 집행 계획보다 마케팅 등의 비용이 예상보다 많이 소요되어, 스타트업들이 돈을 운용하는데 어려움을 토로한다고 의견을 제시하였다. 예를 들어, 규정 상 처음 계획대로 자금을 집행해야 하는데, 규정 상 계획을 변경하기 힘들다는 것이다. 자금 운영 효율성 측면에서 스타트업들에게 자유롭게 돈을 쓸 수 있도록 하는 것이 맞지만 세금이 투입되는 만큼, 추후에 자금 사용에 대한 평가 기준이 있어야 하는 현실적으로 어렵다는 입장이다. 그러나 스타트업의 입장에서는 자금 사용의 용도 변경이 힘들고 정부 지원을 처음 받는 사람들은 요구 서류나 절차에 대한 어려움을 느낀다는 것이다. 지원금을 받아 정해진 항목대로 돈을 써야하고 정해진 기간에 다 집행해야 하는 강제성이 있어, 사업 진행 과정에서 필요 없는 곳에 지출하게 되고, 정말 필요한 곳에 예산 집행이 어렵다는 것이다. 비즈니스 인큐베이팅 전문가는 정부가 경쟁력 있는 창업자를 선별하여 지원한만큼,

사업 환경이 급변하기 때문에 예산 집행의 자율성과 융통성을 어느 정도 보장해주어야 한다고 의견을 제시하였다. 그러나 이러한 정부 지원은 불량 벤처를 양성할 수 있으며, 보조금으로 연명하는 벤처들을 만들어내는 부작용이 있을 수 있다고 지적하였다.

마지막 이슈는 불특정 다수의 스타트업 생태계의 참여 유도이다. 이는 엔젤투자자, 소액 투자자 등 투자 관점에서의 이슈를 의미한다. 한국의 스타트업 사업화 환경은 실리콘밸리와 비교하여 매우 다르고 이와 유사한 창업 지원이 이루어진다면 실패할 것이라고 학계 전문가는 의견을 제시하였다. 이와 관련한 최근 이슈로 프리보드를 활성화 시키는 것이 아이디어 사업화를 활성화 시킬 수 있는 대안 중 하나로 제시되었다. 프리보드는 진입요건이 없으며, 추후 감사보고서만 제출하면 어떠한 창업자든 진입이 가능하여 유망 스타트업의 프리보드 활용이 가능할 것으로 생각된다고 하였다. 크라우드 펀딩을 통한 자금조달, 즉 펀딩한 사람들이 자금을 회수할 수 있도록 하는 과정에 프리보드의 활용이 가능하다는 것이다. 크라우드 펀딩, 엔젤 투자가 최초 자본 마련에 큰 도움이 된다면, 프리보드는 불특정다수의 거래가 이루어지며 시장 기반 자금 순환 구조가 형성되어 소자본 투자자를 유인할 수 있을 것이라고 응답하였다. 이러한 프리보드가 성공하기 위해서는 프리보드의 활성화의 임계점인 약 300여개 이상의 진입자가 필요하며, 현재 진입한 기업은 약 50개 정도로 아직까지 초기 단계라 효과를 판단하기에는 이른 상황이다. 향후 성공하는 기업도 나오고, 엔젤 투자의 수익회수 등 선순환 구조가 형성이 된다면 성공 가능성은 더욱 높아 질 것이라고 의견을 제시하였다. 이와 유사하게 엔젤투자자는 코네스의 활성화가 불특정 다수의 소액 투자자, 엔젤들의 스타트업 투자를 활성화 시키고 사업화 과정의 어려움을 해소시킬 것이라고 하였다. 투자자 보호책의 마련이 초창기 창업자의 투자 활성화로 이어져 결국 사업화 과정에 스타트업이 가지는 어려움을 낮추는 것에 도움이 될 것이란 의견이다.

3) 인터넷 혁신 아이디어 기반 사업화 이후 단계

인터넷 혁신 아이디어 기반 사업화 이후에 나타나는 이슈와 전문가들이 활동하고 있는 현업에서 스타트업들이 일반적으로 제기하고 있는 애로사항은 어떠한 것인지에 대하여 인터뷰를 통해 도출된 결과는 <표4-6>과 같다.

<표 4-6> 참여자별 아이디어 사업화 이후의 애로 사항 및 주요 이슈

분 류	주요 내용
스타트업	<ul style="list-style-type: none"> • 사업화 이후 홍보, 마케팅 비용 확보의 어려움 • 사업화 실패시 재도전 기회 부재 • 펀딩 절차에 소요되는 많은 시간과 비용
대기업	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 비용 확보의 어려움 • 유사서비스 등장에 대응하지 못하는 한계
엔젤 투자자	<ul style="list-style-type: none"> • 스타트업의 경영 수완 부족 문제 • 재창업, 재시도에 대한 기회 부재
엑셀러레이터	<ul style="list-style-type: none"> • 지속적인 자금 조달 • 정부의 사업화 지원 방안 개선 필요성
비즈니스 인큐베이터	<ul style="list-style-type: none"> • 사업화에 실패한 사람들의 재창업 기회를 가질 수 있는 구조 마련
창업지원기관	<ul style="list-style-type: none"> • 사업화 이후의 지속적인 자금 조달의 어려움 • 사업화 성공실패 평가 기준 및 지원 여부
학계	<ul style="list-style-type: none"> • 사업화 이후 제품화 과정의 어려움 • 정부의 실물 지원 이슈

사업화 이후의 가장 큰 이슈는 역시 지속적인 자금 조달이다. 사업화에 성공하더라도 수익을 바로 만들어 내기 힘들기 때문에 사업화 성공 이후 마케팅, 홍보, 성장을 위하여 필요한 자금을 마련하는 것에 스타트업은 어려움을 겪게 된다. 창업지원기관 인터뷰 응답자는 스마트폰 애플리케이션 분야의 창업자를 예로 들며, 대부분 애플리케이션이 다양한 유형으로 사업을 시도하지만 게임 분야만 돈이 되는 경우가 많고, 다운로드만으로 수익을 만들기 어려워 다들 사업화 이후 자금 조달에 어려움을 겪는다고 하였다. 스타트업인 응답자도 마켓에서 실제로 애플리케이션을 올리고 싶어도 마켓에서 애플리케이션을 홍보해야하는 등의 초기 마케팅비용이 없는 스타트업에게는 큰 부담이 된다고 하였다.

두 번째는 사업화 이후에 정부 지원, 벤처 투자를 받는 과정의 까다로운 절차, 규제 등의 이슈이다. 사업화 이후 겪는 사업자금 조달 문제 해결을 위하여 다양한 방안으로 펀딩을 위해 노력하게 된다. 하지만 민간 벤처 투자자나 엔젤투자자들에게 자본금을 받으려도 해도 투자자 각각의 바라보는 방향이나 요구사항이 다르고, 자금 지원을 위해 필요한 서류를 제출하고, 제안서를 준비하는데 소요되는 시간과 비용이 크다. 정부

지원은 이보다 더 까다로운 서류 준비, 규제 등으로 어려움을 겪는다. 이러한 점을 고려할 때 정부 지원은 제품화 등, 사업화 이후에 실질적으로 자금이 필요한 과정에 정부 지원이 필요하다고 생각한다는 의견도 제시되었다. 예를 들어 제품을 만들어 가는 과정에, 실물 지원 등이 오히려 효과적일 수 있다는 것이다.

세 번째 주요 이슈는 사업화 성공실패 평가 기준 및 제도전 기회 부재이다. 사업화 이후에 겪는 어려움은 스타트업만 가지고 있는 것이 아니다. 정부 지원 기관 입장에서 사업화 이후의 이슈를 보자면 스타트업 사업화의 성공여부 판단의 어려움을 겪고 있다고 하였다. 최종 평가에서 처음 제출한 제안서에 사업화의 성공, 실패에 대하여 규정되어 있으나, 사업화의 성공을 단기간에 판단한다는 것이 조금은 무리라는 의견이다. 또한 사업화에 실패하는 경우, 지원 금액을 회수하지 않지만 창업자의 의도적인 실패인 경우 투자지원금 회수, 정부지원 사업 참여 제재 등이 이루어져하는데 그러한 스타트업들에 대하여 판단을 내리는 것이 쉽지 않다는 의견이다. 이와 연관되어 나타나는 이슈는 재창업, 재시도에 대한 기회가 없다는 것이다. 사실 스타트업이 한 번에 성공할 가능성은 매우 낮음에도 불구하고 실패한 경우에 다시 시도하기 어려운 것이 한국의 사업 환경이라는 것이 전문가들의 공통적인 의견으로 나타났다. 미국의 성공한 창업자들은 평균 2.3회의 창업 시도가 이루어지는데 반해 한국은 한번 무너지면 재시도할 기회를 찾기 어려운 것이 현실이다. 따라서 사업화 이후에 사업에 실패한 사람들이 기회를 가질 수 있는 방안과 창업 환경이 마련되어야 한다는 것이다. 그러나 창업지원기관 실무자는 사업화에 실패한 창업자에게 패자부활전의 기회를 주어야 한다는 의견이 자주 제기되지만, 세금을 집행하는 입장에서는 동전의 양면이라고 생각한다는 반대되는 의견을 제시하였다. 정부지원금을 통해 사업화에 시도해보았고, 실패를 통해 배웠다는 것에 만족을 해야 한다고 생각하며, 재창업 지원을 하는 경우 혜택이 집중된다는 비난을 받을 수 있다는 것이다. 유사하게 엑셀러레이터 전문가는 사업화 이후에 실패하는 스타트업에 대한 무조건적인 계속 지원은 스타트업의 자생력이 사라지도록 하는 부작용이 나타날 수 있다는 의견을 제시하였다. 그러나 전문가들의 공통적인 의견은 스타트업 실패 경험을 자산으로 생각하기 때문에 왜 실패 했는지를 알고 있는 스타트업들에게 투자자들은 투자할 수 있는 환경이 조성되어야 하고, 새로운 기회를 가질 수 있는 산업 환경이 조성되어야 한다는 것이다.

마지막은 경영 수완의 부족과 유사서비스 대응에 관한 이슈이다. 사업화 이후에 스타트업이 직면하게 되는 애로사항은 창업자의 경영 수완 부족, 전략의 부재, 소셜 플랫폼(사회적 네트워크) 부족 등이다. 이러한 문제점을 해결하기 위하여 실제 투자자로 활동하거나 창업 등의 경험이 있는 시니어(퇴직자)들과의 연계가 필요하다는 의견이 제시되었다. 시니어들과의 연계로 노하우, 그들이 가진 사회적 네트워크의 전수가 필요하다는 것이다. 또한 스타트업이 사업화 이후 고객이 생기고 시장의 관심을 갖게 되면 대기업 등에서 금방 유사서비스를 출시하는 상황이 발생하고 이에 대응하는데 많은 어려움을 겪는다는 의견이 제시되었다. 이러한 상황에서 스타트업이 지속적으로 비즈니스 모델을 고도화 하여야 하는데 대응하기 위한 노하우와 자금이 부족한 경우가 대다수이다. 다수의 스타트업들이 이러한 부분에 대한 고려가 부족하여, 사업의 변곡점을 넘지 못하고 사장되는 경우가 많다. 따라서 유사서비스 등장 이슈를 고려하고 문제를 해결하기 위한 사업화 이후의 스타트업 보호, 성장 지원 방안을 고려해보아야 한다는 의견이 제시되었다.

나. 시장 기반 인터넷 혁신 아이디어 스타트업 투자 활성화 구조 관련 이슈

시장 기반 스타트업 투자 활성화와 관련한 첫 번째 이슈는 민간 투자 활성화를 위한 투자회수 시장 구조 형성에 관한 이슈이다. 우선 시장 기반 투자 활성화 구조 형성을 위해서는 투자자금 회수 시장의 형성이 가장 시급하다는 것이 전문가들의 공통적인 의견이었다. 투자 금액이 회수되는 시장 구조와 투자자 보호책에 대한 마련이 없다면 사업 성공 가능성이 낮은 스타트업에 민간 투자는 잘 이루어지지 않을 것이다. 실제로 투자는 코스닥에 갈 정도로 평가 되는 우량 기업에게만 투자가 이루어지는 것이 현실이다. 이에 엔젤 투자 활성화를 위한 방안으로 거론되는 코네스 활성화를 위한 노력이 필요하단 의견이 제시되었다. 코네스 도입의 취지가 투자의 문턱을 낮추는 것임을 유념하고 지나친 규제는 없어야 한다고 지적하였다. 코네스 시장이 활성화 되면 코스닥이 아닌 코네스에 진출 가능성이 있는 초기 스타트업에 대한 엔젤 투자가 이루어질 것이고, 민간 투자가 활성화 될 것이라는 의견이다. 종합하면 투자회수 시장 구조 형성을 위하여 엔젤 투자자의 유인을 제공할 수 있는 코네스 활성화, 투자자 보호책 등이 마련되어야 한다는 것이다.

두 번째는 민간 투자활성화의 대안으로 M&A활성화와 소규모, 중소기업, 대기업 간의 협력 구조 마련에 대한 이슈가 제시되었다. 앞서 논한 바와 같이 민간 기반 투자 시장 구조 형성을 위해서 경쟁력 있는 기업과 스타트업의 M&A 시장 활성화가 필요하다는 의견이 제시되었다. 비즈니스 인큐베이팅 전문가는 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업은 전통적으로 고객으로부터 수요가 시작되는 시장이 아닌, 시장에서 출발하여 technology-push의 형태로 혁신 서비스가 시장에 알려지는 구조이다. 이러한 관점에서 인터넷 혁신 아이디어 기반 서비스나 제품을 시장에 알리는 것이 어려우며, 제 1 진입자는 전사, 제 2 진입자가 생존하는 경우가 많다는 것이다. 이 모든 과정을 스타트업이 단독으로 시도하기 어렵고 실패할 가능성이 높다. 이러한 어려움을 해결할 방안으로 기존 대기업, 중소기업과 같은 일정 규모 이상의 업체들과 스타트업들의 상생 협력 구조 만들어야 한다는 의견이다. 특히 인터넷 연관 분야는 아이디어를 가지고 사업을 시도하려는 스타트업이 많은 편이며, 스타트업들과 대기업, 중견기업과 연계가 되어 사업화에 성공한다면, 시장에 혁신적 아이디어가 투영되고 민간 주도의 사업화, 투자 구조가 활성화 될 것이란 의견이다. 실제로 최근 이러한 시장 환경 활성화의 대안으로 기업 간 M&A를 활성화 하겠다고 정부가 발표하였다. 과거의 개발자만 빼앗아 가는 식의 M&A가 아닌, 기술 로열티, 사업체 간 협력이 이루어지는 M&A가 활성화된다면 시장에 긍정적이라는 의견들이 제시되었다. 이를 위해서 정부의 정책적 지원중 자금 지원 형태가 스타트업에게 직접 주는 것이 아닌, 이중 일부 비율을 기업 간 협력을 지원하는 것에 투입된다면 더욱 효과적일 수 있다는 의견도 나왔다.

세 번째는 정부 규제 및 지원제도 개선 이슈이다. 우선 전문가들은 정부의 금전적인 직접 지원은 자제되어야 한다는 의견을 제시하였다. 스타트업에 대한 무조건적인 정부지원 은 오히려 민간 투자 생태계를 저해시키고, 시장 기반 투자 구조가 만들어지기 위해서는 경쟁력 있는 아이디어 소유자에게만 투자가 이루어 질 수 있도록 정부의 직접적인 지원은 자제되어야 한다는 입장이다. 또한 지나친 규제로 1대 1 투자, 매칭 활성화가 이루어지지 못하고 있다는 문제가 지적되었다. 엔젤 투자가 활성화 되어야함에도 불구하고 매칭 투자 진행 과정이 매우 까다로운 현실, 즉 지나친 규제나 법 때문에 투자자들은 창업자와의 1대 1 매칭을 꺼려하는 경우가 많다는 애로사항이 제시되었다. 이러한 정부 규제는 시장 기반 스타트업의 투자 활성화 구조 형성을 위해서 완화되어야 하며, 정부는 세금관련 규제 등을 잘 개선하여 초기 사업자의 민간투자가 이루어질 수 있도록 해야 한다는 것이다. 종합

하면 아이디어 소유자의 초기 투자에 가장 영향력을 미치는 엔젤 투자의 흐름이 생기게 할 수 있는 것은 정부의 직접 지원을 줄이는 것과 세금 문제의 해결 방안을 제시하는 것이라는 의견이다.

마지막은 민간 투자 활성화를 위한 투자 정서 및 문화 마련에 관한 이슈이다. 한국의 벤처캐피탈은 투자한 자금의 본전을 찾는 것이 주목적이다. 투자자가 투자금액의 회수를 고려하는 경우, 현실적으로 3년 미만의 스타트업에게서는 회수 하는 것이 어려워 투자가 이루어지지 않을 수밖에 없는 상황이다. 결국 이제 막 창업한 스타트업 생태계로는 민간의 투자금액이 잘 들어가지 않고 있으며, 이는 투자문화의 영향을 받는 것이라고 지적되었다. 한국이나 미국에서 투자 활동을 하는 사람의 특징을 비교해보면, 한국은 다운사이징(본전 찾기), 미국은 업사이징(한탕주의) 위주로 투자 문화가 조성되어 있다는 것이다. 투자 분위기 자체가 그러하니 이제 막 시작하는 스타트업에게 투자가 이루어지지 않는 것으로 규제 개선 뿐 아니라, 이러한 의식 개선을 위한 노력이 함께 이루어져야 한다.

다. 국내 아이디어 플랫폼 관련 이슈 및 활성화 방안

초기 스타트업에 대한 투자 활성화 방안과 개방 혁신의 진화모델로 거론되는 것이 아이디어 플랫폼이다. 소셜 참여자들의 평가와 제품화 지원을 통해 스타트업의 사업화에 성공한 사례로 유명한 퀴키의 모델은 국내에도 소셜펀딩, 마이크로 펀딩 등의 모델로 도입이 가능성에 대한 관심이 증가하며 아이디어 플랫폼에 대한 이슈가 제기되고 있다. 다음은 전문가 인터뷰를 토대로 도출한 국내 아이디어 플랫폼 관련 이슈이다.

우선 아이디어 플랫폼의 성공 가능성에 대하여 국내 투자자 정서상 어려울 것이라는 의견이 다수의 전문가들에 의해 제시되었다. 국내 투자 구조에서 한국인 정서상 투자가 잘 될까에 대한 의심이 많고 크라우드펀딩이 잘 이루어질지에 대해서는 의구심이 많아 투자가 활발히 이루어지기 힘들 것이라 다수의 전문가가 지적하였다. 국내 투자자들의 정서상 의심이 많아 투자자금이 사업자에게 제대로 전달되는지, 향후 성공하게 되는 경우 수익 배분은 잘 이루어질지 등에 대한 의심이 많고, 가능하다면 모든 과정이 공개되는 투명한 구조가 형성되어야 할 것이라고 의견을 제시하였다. 또한 아이디어를 제시하는 스타트업은 아이디어 플랫폼에서 아이디어를 빼앗길 수 있다는 가능성에 대한 불안감으로 활성화되지

않을 수 있으며, 이를 보완하는 제도를 만들어야 하는데 한계가 있을 것이라 응답하였다.

두 번째는 자본금 회수에 대한 이슈이다. 아이디어에 대한 투자가 선순환 될 수 있는 구조가 되어야 하는데, 이는 투자 자금이 제대로 창업자에게 전달된다는 투명한 산업 구조가 확인되고 투자한 자본금이 잘 회수되어야 한다는 평가를 전제한다. 소액 투자에 대한 회수 기간, 신뢰적인 문제가 가장 큰 이슈가 될 것이며, 투자 평가 기준이 공개 등도 하나의 방안이다. 그러나 한국은 모든 투자 참여 과정이 검증되고 투명하게 오픈되어 있는 기업을 찾기 힘들고, 투자자와 스타트업이 서로에 대한 의심이 많고, 투자 사례에 대하여 대부분이 비공개인 것이 한국의 투자 환경의 특징으로 아이디어 플랫폼 투자 환경 조성은 쉽지만은 않을 것이란 의견이다.

세 번째는 아이디어 플랫폼 활성화 방안으로 소액 투자자를 끌어들이 수 있는 유인책 마련이 시급하다는 것이다. 이러한 해결책은 대표적인 아이디어 플랫폼 성공사례를 만들어 내는 것으로 영리의 목적이 아니더라도 성공적인 투자 케이스가 나와야 시장기반의 투자 구조가 형성될 것이라는 의견이다. 해외의 아이디어 플랫폼의 민간 참여가 활발한 나라의 사례를 보면, 대표적인 민간 투자자들이 투자하는 경우 소규모 개인도 뒤따라 투자하는 경향이 있다. 예를 들면 Y컴비네이터가 투자하면 나머지 소액 투자자가 따라서 투자하는 것으로, 국내에서도 크라우드 펀딩이 성공하기 위한 핵심요소는 결국 성공 사례를 만들어 내는 것과 대표적인 민간 투자기업이 등장하는 것이다.

마지막은 민간 주도의 크라우드 펀딩 생태계가 형성되어야 한다는 것이다. 아이디어 플랫폼은 참여하는 모두가 win-win하는 모델을 만들어야 하는데 정부 주도로는 성공하기 어렵다는 의견이다. 정부는 시장을 열어주는 역할만 수행해야 하며 나머지는 민간 주도로 순환될 수 있도록 해야 한다. 크라우드 펀딩 활성화를 위하여 모든 것을 처음부터 제도의 틀로 맞추려고 하거나 초기 지원책 마련에 초점을 맞추는 것은 부정적이다. 종합하면 아이디어 플랫폼에 대한 인식 변화가 이루어져야 하는데, 저작권, 투자 구조, 교육 시스템 등을 통해 전반적인 것을 해결할 제도적 방안이 먼저 마련되어야 한다.

라. 인터넷 혁신 아이디어 기반 스타트업 활성화를 위한 정부 지원 방향

신정부 이후 창조경제 태동아래 정부주도의 벤처 생태계 조성에 대한 회의적인 시각에도 불구하고 정부기관들은 창업경진대회, 멘토 지원, 자금 지원 등 다양한 정책을 진행 중에 있다. 이에 대한 문제점과 개선방향에 관한 전문가의 의견은 아래와 같다.

1) 스타트업 생태계 조성

현재 지원 정책의 문제점으로 지적되는 것 중 하나는 스타트업 생태계 조성에 실패했다는 점이다. 국내의 스타트업 지원 정책은 지원 대상 선정에 집중되어, 자금 지원 이후 회수를 위한 환경 조성, 기타 혁신적 스타트업 발굴을 위한 정책적 지원이 미흡하다는 것이다. 이를 위한 개선 방향의 첫 번째로는 스타트업 생태계에 참여하는 참여자간 네트워크 지원 정책의 도입이 필요하다. 벤처의 성공사례인 미국의 실리콘밸리 성장의 원동력 중 하나는 연구자, 기업인, 투자사, 정부인력 등 벤처 관련 수요자와 공급자가 다양한 네트워킹을 통해 상호작용한다는 것이다. 국내에서도 성공한 벤처 1세대를 중심으로 이러한 움직임이 있으나 제한적 규모를 보이고 있다. 유럽연합(EU)을 중심으로 한 EEN(Enterprise Europe Network)은 50개국 600여개 기관들이 참여하고 있는 세계 최대 규모의 기술과 비즈니스 협력 네트워크이다. EEN은 4,000여개 기술과 3,000여개 비즈니스 보유하고 있으며, 투자 연결, EU 법, 표준, 지적재산권 및 특허 컨설팅 등의 서비스를 제공한다. 또한 지원 분야 별 기술 이전, 연구과제 펀딩 등 다양한 기술기반 초기 기업 투자 서비스도 제공한다. 한국에서도 정부 차원에서 EEN과 같은 강력한 네트워킹 장을 조성할 필요가 있다.

2) 정부 규제 변화의 필요성

현재 국내의 창업 환경은 많은 제도나 규제의 족쇄가 많으며, 전체적인 창업시스템 개선이 가장 시급한 상황이라고 문제점으로 지적되고 있다. 현재 정부의 지원제도 및 규제는 민간 주도 움직임 형성에 초점을 맞추는 방향으로 변화해야 한다. 민간의 지원 아래 사업화에 성공하는 경우 인센티브를 주는 등의 민간과 매쉬업(Mash up)되는 방향으로 추진하며 플랫폼으로서의 정부가 되어야한다. 또한 투자, 사업화 과정의 이해

당사자들끼리의 사적인 관계에 대한 가이드라인은 좋지만, 법적인 규제를 만들거나 불필요한 절차를 만들어내면 안 된다. 종합하면 정부 지원과 규제가 같이 나오는 것에 부정적이며, 정부 규제가 네거티브(Negative) 규제 변화 방향으로 나아가야 한다는 의견이 제기되었다. 네거티브 규제의 예를 들자면 정부 지원은 스타트업 지원금에 대하여 어떤 용도로 쓰라는 것에 대한 가이드라인이 아닌, 되지 않는 것만 증빙하라는 방향으로 가이드라인 나오는 것이다. 즉 정부 규제가 과거의 실패한 규제를 답습하기 보다는 새로운 스타트업 환경을 반영한 방향으로 변화해야 할 시점이다.

3) 민간 기반 투자구조 조성 지향

현재의 스타트업 투자자금 확보의 추세중 하나가 정부주도의 자금대출 위주라는 점이다. 벤처창업금융의 문제점으로 보증위주의 기술 금융과 엔젤투자과 중간회수(M&A) 시장의 미흡하고 정부지원에 의존하는 문제점이 지속적으로 거론되고 있다. 국내의 벤처창업자금이 대출 중심인 것에 반해 벤처 선진국인 이스라엘, 독일, 핀란드는 대출이 아닌 투자의 개념으로 접근한다. 특히 이스라엘 정부는 초기기업에 투자하는 정부주도의 벤처캐피털인 '요즈마펀드'를 운영하고 있다. 즉 대기업과 중소기업의 협력, 스타트업과 중견기업의 M&A 등이 활발히 이루어질 수 있는 시장 형성에 힘쓰길 바라며 정부 주도의 직접 자금 지원은 제한되어야 한다.

4) 일회성 지원 위주에서 실질적 성과 창출 체계로의 전환

스타트업에 대한 정부지원의 문제점으로 일회성 지원이 많이 지적되었다. 현 정부의 지원은 각종 경진대회 등 일회성 행사를 중심으로 실질적인 스타트업의 사업화 성과로 이어지는데 한계가 있다. 최근 매일경제에서 벤처기업 CEO를 대상으로 벤처 정책에 대한 설문조사 결과에서도 정책의 문제점으로 '현실적 지원 부족(54.8%), 유사정책 중복 추진(19.3%), 정책자금 남발(18.7%)'을 지적하고 있다. 이러한 문제점 해결을 위하여 경쟁력 있는 스타트업 선별 및 인큐베이션 전문화와 단계적 투자를 통한 성장 지원 정책으로의 변화가 필요하다. 이스라엘에서는 정부의 자금 지원을 받는 벤처기업을 정부 내 전문 투자 감별사가 직접 기업에 2~3개월 파견되어 신중하게 검토하여 최종 선발하며, 선정 이후에도 6개월~1년 단위로 지속적으로 멘토링하며 관리한다. 국내에서도 지

원 기업 선정 및 인큐베이션 전문 인력을 육성하고 이를 장기적 관점에서 엄격하게 선정 후 단계적으로 지원할 수 있는 정책이 필요하다.

5) 체계적인 정부 지원 및 교육 시스템 마련

정부 지원체계의 복잡성은 아직까지 스타트업 관련 제도 또는 관련 기관을 통합한 체계가 없어 생기는 문제들이 제기되었다. 한 기관에서 창업 지원금을 받아 실패한 경우, 재지원은 어려우나 기관별 중복지원은 통합적인 지원체계의 부재로 스타트업 평가 체계까지 마련하여 성과로 이어질 수 있어야한다. 현 구조에서는 정부가 스타트업에 지원하는 경우, 회수하지 않는 보조금 개념으로 사용되며 이에 대한 모럴헤저드가 생길 수 있다. 따라서 행정적 절차를 위한 평가제도보다는 현실을 반영한 스타트업 사업화 성공 평가 제도를 구성하여, 스타트업들이 적극적으로 사업을 추진하게 할 유인 체계가 필요하다. 또한 정부의 직접적인 자금 지원이 문제로 계속해서 지적되는 만큼 초반 아이디어 사업화 과정에 기업가 정신에 대한 강조, 교육에 대한 지원에 힘쓰는 것도 하나의 방안이다. 특히 교육 시스템의 마련이 중요한 이유는 글로벌 기업으로 성장하기 위한 발판으로 생각하고, 스타트업들을 대상으로 사업 구상 단계의 처음부터 교육이 이루어지는 것이 필요하다는 의견이다.

6) 스타트업 실패, 재도전 문화 조성

마지막으로는 국내 스타트업의 건전한 실패를 용인하는 문화조성이 필요하다. 국내의 벤처업계에서 실패에 대해 용인하는 문화가 부족하며, 미국이나 이스라엘에서 실패를 훈장처럼 인식하는 문화와 상반된다. 매일경제신문 설문조사에서도 국내 스타트업 시스템의 가장 큰 문제로 '패자 부활이 어렵다(36.7%)'는 점을 지적했다. '자금조달 어려움(25.9%)'이나 '육성기관이나 멘토 부족(17.5%)' 보다 높은 문제점으로 지적되었다. 실패가 용인되지 않는 문화에 크게 영향을 미치는 제도로 연대보증 제도가 지적되었으며, 이를 재정비 한다면 국가적으로 큰 편익이 있을 것으로 판단된다고 하였다. 더불어 스타트업 실패와 재도전 문화 조성을 위한 정부 지원 방향으로 중장기적 관점의 다양한 스타트업 교육 정책이 제시되었다. 또한 관련 제도를 입안하는 사람부터 스타트업의 경험이 있고, 현장에 있던 사람을 고용해야한다는 의견도 제시되었다.

제 3 절 국내 인터넷 기반 아이디어 사업화 관련 기업현황 및 애로사항 설문조사 결과

최근 한국경제신문과 대한상공회의소에서 2012년 11월에 제시한 설문조사 결과에 의하면, 국내 중소기업이 느끼는 기업 성장 저해요인으로써 “독자생존 능력(자본금 및 자본의 한계)(34%)” 다음으로 “창의성과 혁신성 부족(28.2%)”으로 응답된 바 있다. 또한 기업성장에 가장 필요한 자원으로써 “연구개발에 의한 새로운 아이디어(53.4%)”와 “제품시장에 대한 선택과 집중(13.6%)”으로 도출되었다. 이는 현 시장에서의 기업경쟁력 지속성을 위한 요구자원이 기업의 규모에 따라 상이할 수는 있으나, 기업 간 협업은 자원관점에서의 높은 파급효과 창출과 기업 생애주기 관점에서도 상기 명시된 요소들을 해소할 수 있을 것으로 예측된다. 따라서 스타트업 또는 예비창업자들은 중소기업에 비해 활용할 수 있는 자사의 보유자원은 없지만, 이들은 혁신적인 아이디어를 보유하고 있으나 사업화에 필요한 시기적절한 투자 재원을 확보하는데 적은 경험으로 많은 시행착오를 겪을 수 있다. 이에 본 절에서는 예상보다 샘플수 확보가 적게 되었지만, 인터넷 기반 혁신 아이디어를 보유한 현재 사업자(예비창업자 및 스타트업, 벤처기업)와 투자자, 두 집단으로 나누어 설문조사 결과를 아래와 같이 제시하고자 한다.

1. 조사 목적 및 방법

정량적 조사는 시장에서의 주요 플레이어들인 투자자와 사업자로 나누어 기업현황 및 사업화 환경과 관련한 의견 수집을 목적으로 개발되었다. 사업자는 예비창업자 및 스타트업, 소규모 기업의 창업동기 및 기업경영, 아이디어 사업화와 관련된 애로사항과 현황, 사업자 관점에서의 아이디어 플랫폼 사용의도에 관한 문항으로 설문지를 구성하였다. 반면 투자자는 투자기업의 발굴경로, 사업초기단계에 위치한 기업투자에 관한 인식 및 애로사항, 투자자 관점에서의 아이디어 플랫폼 사용의도에 관하여 설문을 실행하였다. 조사방법으로는 현재 인터넷 기반의 아이디어를 사업화 중에 있는 예비창업자와 스타트업, 소규모 기업과 관련 투자자들을 대상으로 아이템 발표회 및 인큐베이팅 센터를 방문하여 구조화

된 대인면접조사로 시행하였다. 또한 설문지 개발은 스타트업과 관련한 선행연구를 참조하였으며, 현업에서의 현황을 잘 반영할 수 있도록 연구협력팀과의 회의 및 전문가 검토를 통해 신뢰성을 확보하였다. 설문 조사기간은 10월 28일부터 시작되어 11월 25일까지 진행되었다. 본 조사는 인터넷 기반 혁신 아이디어를 보유한 스타트업의 사업화 활성화를 위한 기초자료를 작성하는 과정에서 기업과 투자자의 현황 및 의식에 관한 조사 필요성을 인식함에 따라 진행됨에 따라, 모집단의 표본추출 방식이 아닌 현장조사 방식을 채택하였다. 특히 투자자의 경우, 설문조사의 응답률이 저조하다는 의견은 전격 수렴하여 국내 엔젤투자협회들과의 협력을 통해 연구기간 중에 열린 주요 행사에서 100부의 설문지를 배포하여 대인면접조사 방식으로 조사를 진행하였으나 설문지 회수율은 10% 정도로 매우 저조하였다. 반면 스타트업 기업은 서울 주요 행사 및 창업지원센터를 방문하여 총 150부를 배포하여 100개 데이터를 수집하였다. 이를 합산하면 총 250부의 설문지를 배포하여 데이터 분석에 사용된 샘플은 110개(44%의 응답률)로 불성실한 응답을 제외한 최종분석에 사용된 표본 수는 모두 106개로 조사결과를 도출하였다.

<표 4-7> 정량조사 내용

구 분	내 용
설문 구성	투자자 및 스타트업의 아이디어 사업화 현황 조사 1) 스타트업 설문조사의 구성 - 기업현황(사업화 제품/서비스/기술 아이디어의 개수 및 특성 등) - 창업 및 아이디어 사업화 과정에서의 애로사항 - 아이디어 상용화 및 사업화 과정에 필요한 지원요소 - 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의도 정도 2) 투자자 설문조사의 구성 - 기업현황(인터넷 분야 기업투자 수 등) - 기업발굴 경로 및 기업 사업단계별 투자 애로사항 - 인큐베이팅 또는 엑셀러레이팅 과정에서 필요한 지원요소
조사대상 수	설문지 배포수 : 250개 중 수집된 샘플 수는 총 110개 응답률(44%) : 투자자 100개 중 10명 (4%), 스타트업 100명 (40%) 사용 표본수 : 총 106명 투자자(9명), 스타트업(97명)
조사 기간	2013년 10월 28 ~ 2013년 11월 25일

2. 설문지 분석 결과

가. 조사대상의 일반 현황

본 조사를 통해 수집된 데이터는 총 106개로 스타트업이 97명(91.5%), 투자자가 9명(8.5%)이 설문에 응답하였다. 전체 응답자의 성별 및 연령대는 <표 4-8>과 같이, 남자 82명, 여자 24명이 설문에 참가하였으며 연령대로는 20대 42명, 30대 48명, 40대 13명, 50대가 3명으로 20대 30대가 가장 많은 것으로 나타났다. 설문조사의 대상이 투자자 또는 스타트업 사업자로써 본 설문데이터에 의하면, 20~30대 스타트업 사업자가 절반 이상인 것으로 해석이 가능하다. 응답자의 성별 연령대의 특이사항으로는 30대 여성이 다른 연령대보다 높다는 점, 투자자의 성별로는 한명을 제외한 나머지 응답자가 남성으로 66%가 40대와 50대로 나타났다. 반면 스타트업 및 예비창업자에 속하는 응답자의 경우 남성이 76%, 여성이 24%로 20대, 30대의 연령이 90%의 비중을 차지하고 있었다.

응답자의 소속된 직장의 유형 또는 업무영역으로는 스타트업이 69명으로 가장 높았으며, 그 뒤로 벤처/기업 15명, 학교 11명, 투자기업 3명, 금융권 3명, 컨설팅 2명, 기관이 1명으로 나타났다. 이외 상기 문항에 대해 6명의 응답자가 복수응답을 하였으며, 세부적인 특성으로는 투자자이자 벤처기업이라 응답한 그룹과 학교, 연구소, 컨설팅이라 응답한 그룹으로 구분된 특성이 나타났다. 상기 응답에 대해 2개의 결측치가 존재하며, 분야별 비율은 [그림 4-5]와 같다.

<표 4-8> 전체 응답자 성별 및 연령대

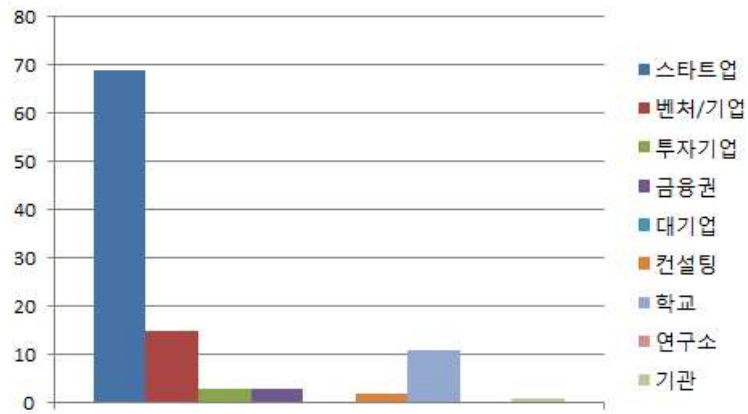
(단위: 명)

		연령대				합계
		20대	30대	40대	50대	
성별	남	35	35	9	3	82
	여	7	13	4	0	24
합계		42	48	13	3	106

주) 전체 응답자 수(n): 106명 (투자자 9명, 사업자 97명)

[그림 4-5] 응답자의 소속된 직장 유형 또는 업무영역

(단위: 명)



주) 전체 응답자 수(n): 106명 중 2개의 결측치 존재

투자자 및 사업자를 포함한 응답자의 창업의향을 알아보기 위해, 업무시간 외 개인적인 시간을 활용하여 아이디어 또는 아이템 개발 여부를 조사한 결과는 <표 4-9>와 같다. 응답자 77명(75%)이 향후 본인의 창업을 위해 아이디어 또는 아이템 개발을 하고 있는 것으로 답하였다. 또한 15명(14%)가 현재는 상기 활동을 하지 않고 있지만, 향후 그럴 의향이 있다고 응답함에 따라, 투자자 및 사업자 모두 개인적 아이디어 및 아이템 개발 활동에 긍정적인 것으로 나타났다.

<표 4-9> 전체 응답자 성별 및 연령대

(단위: 명)

	예	아니오	의향은 있다	합계
투자자	6	2	1	9
사업자	71	8	14	93
합계	77	10	15	102

주) 전체 응답자 수(n): 106명 중 102명 데이터로 결측치 4개 존재

나. 투자 기업의 조사결과

앞서 언급하였듯이, 투자기업에 해당되는 샘플 수는 총 9개로 인터넷 관련 스타트업의 투자현황 및 애로사항에 관한 대표성은 미미할 수 있으나, 현장조사의 단면적인 결과로써 참조는 가능할 것으로 판단하여 아래와 같이 정리하였다. 투자 기업 현황조사를 위한 측정 문항은 크게 투자기업의 일반적인 현황, 사업단계를 사업초기단계와 확장단계로 나누어 기업투자에 관한 애로사항, 스타트업 기업의 아이디어 상용화 단계 및 아이템 사업화 단계에서 필요한 지원요소로 나누어 결과를 도출하였다.

1) 투자기업의 일반적인 현황조사

투자기업에 대한 일반적인 현황조사로 본 조사에서는 응답자의 소속된 기업의 규모 및 종업원 수, 설립년도 등을 포함하였으나, 전원 응답을 하지 않아 기업의 현황에 대해서는 결과도출을 할 수 없었다. 응답자들은 투자를 위해 기업을 발굴 경로로 업계 전문가 소개가 62.5%, 직접적인 투자문의 및 방문을 통해 발굴되는 경우가 25%, 기타가 12.5%(VC 네트워크를 통해)로 나타났으며, 업계전문가 및 기업방문 모두를 선택한 응답자는 전체 응답 중 25%로 나타났다. 이들의 총 투자 기업수는 평균 23개사로 최저 3개 기업, 최고 40개 기업이라 응답하였으며, 그중에서도 사업초기단계에 위치한 인터넷 분야의 스타트업 수는 평균 3개(최저 2개, 최고 5개)로 나타났다. 반면 투자자 군에 속하는 응답자들이 사업확장단계에 있는 기업에 투자한 수는 평균 2.6개사로 최저 1개 기업에서 최고 5개 기업으로 나타났다[<표 4-10> 참조].

<표 4-10> 인터넷 스타트업에 투자한 기업 수

(단위: 기업 수)

	사업초기단계			사업확장단계		
	최저값	최고값	평균	최저값	최고값	평균
인터넷 스타트업	2	5	3.3	1	5	2.6

주) 인터넷 분야를 포함한 일반기업의 총 투자수 : 평균 23개(최저 3, 최고 40)
 중 인터넷 분야와 관련된 기업의 투자수

투자자로서 사업초기단계에 위치한 기업에 투자 결정 시 중요하게 평가되는 요소로는 기술력과 기술의 차별성(2), 제품시장성(2), 경영자의 마인드와 비전(2), 탐구성, 수익성, 아이템과 열정, 사업계획서의 현실성(2), 영업력, 사업화 가능성으로 응답되었다. 반면 사업확장단계에 위치한 기업에 투자 결정 시 중요하게 평가되는 요소로는 사업 성장성(5), 마케팅 능력(2), 사업 시장성, 인적 인프라, 비즈니스 모델, CEO의 장기비전, 회사 운영시스템으로 나타났다(<표 4-11> 참조). 즉 투자자 관점에서는 기업의 사업단계별로 투자결정의 중요 요소가 다르며, 사업초기단계에 위치한 기업의 아이템과 경영자의 사업실현성을 보는 반면 사업확장단계에서는 사업의 성장성과 성과창출 방법인 마케팅 능력을 가장 중요하게 판단하는 것으로 해석된다. 또한 투자 결정에 대표자 또는 임원진들의 이전 사업실패는 투자결정에 영향을 주는 것으로 나타났다. 응답자의 대부분인 85.7%가 사업실패 경험이 투자결정에 영향을 준다고 대답한 반면, 사업실패 경험이 투자결정에 영향을 미치지 않는다는 대답은 14.2%로 나타났다([그림 4-6]).

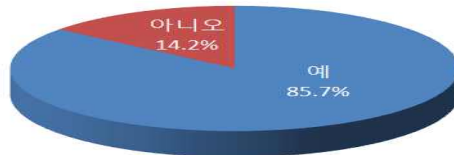
<표 4-11> 사업단계별 투자평가 영향요소

(단위: 빈도수)

	투자 결정에서 중요하게 평가되는 요소
사업초기단계	기술력과 기술의 차별성(2), 제품시장성(2), 경영자의 마인드와 비전(2), 사업계획서의 현실성(2), 탐구성, 수익성, 아이템과 열정, 영업력, 사업화 가능성
사업확장단계	사업 성장성(5), 마케팅 능력(2), 사업 시장성, 인적 인프라, 비즈니스 모델, CEO의 장기비전, 회사 운영시스템

주) 해당 결과는 주관식으로 응답자가 직접 기입한 결과로 괄호 안의 숫자는 빈도수

[그림 4-6] 대표자 사업실패의 투자자 인식



2) 사업단계별 기업투자 애로사항

투자자 관점에서 사업초기단계에 위치한 기업투자 시 애로사항을 3순위까지의 중복 응답을 분석한 결과, 투자대상 기업이 보유한 기술평가(37.5%)가 1위, 사업 타당성 분석(37.5%)이 2위, 아이템의 시장성 평가(50%)가 3순위로 나타났으며, 순위 외 빈도수가 높았던 답변으로는 기업정보의 획득(25%), 기업의 인력평가(25%)로 도출되었다. 반면 사업확장단계에 위치한 기업투자 시 애로사항으로는 1순위가 시장성 평가(37.5%), 사업 타당성 분석(50%)이 2위, 기업대표의 경영평가와 시장성 평가가 공동 3위로 도출되었다(<표 4-13> 참조).

<표 4-12> 사업단계별 투자 애로사항 순위

(단위: 빈도수)

사업 초기 단계	1순위	기술평가 (37.5%)	기업정보 획득 (25%) 기술개발 기간의 신뢰성(12.5%) 서류구비(12.5%) 인력평가(12.5%)
	2순위	사업 타당성 분석 (37.5%)	인력평가 (25%) 기업정보 획득(12.5%) 대표의 경영평가(12.5%) 기술평가(12.5%)
	3순위	시장성 평가 (50%)	기술개발 기간의 신뢰성(12.5%) 인력평가(12.5%) 사업 타당성 분석 (12.5%) 대표의 경영평가(12.5%)
사업 확장 단계	1순위	시장성 평가 (37.5%)	사업 타당성 분석 (12.5%) 기술평가(12.5%) 기업정보 획득 (12.5%) 아이디어 평가 (12.5%) 기타 (12.5%)
	2순위	사업 타당성 분석 (50%)	신용평가 (12.5%) 서류구비 (12.5%) 시장성 평가 (12.5%) 기술개발 기간의 신뢰성(12.5%)
	3순위	대표의 경영평가 (28.5%) 시장성 평가 (28.5%)	인력평가 (14.2%) 사업 타당성 분석 (14.2%) 기업 투명성 (14.2%)

반면, 현업에서 투자자가 평소에 접하게 되는 투자대상 기업들의 아이디어 사업화 과정에서의 애로사항은 <표 4-14>와 같다. 이는 실제 스타트업 또는 기업들이 평소에 투자자에게 호소하는 애로사항으로 1순위가 시제품 또는 제품 제작자금을 조달하기 힘들다는 측면(57%), 공동 2순위가 제품의 시제품 구현 및 사업 타당성 분석, 그 뒤로 3위가 인력확보(33%)로 나타났다. 이를 종합하여 해석하면, 투자자 관점에서는 투자대상 기업의 사업 아이템이 실제 시장에서 성공할지의 여부를 판단하고, 이를 위한 정보 수집에 애로사항이 존재하는 반면, 투자를 필요로 하는 기업들은 실제 시제품 또는 제품을 제작하기 위한 자금과 기술력이라 할 수 있다. 이는 가시적인 시제품을 구현해야지만 아이템의 객관적인 시장성 판단을 받을 수 있고, 이를 통해 투자 또는 영업이 가능하다는 S기업 마케팅 실무자의 인터뷰 결과와도 일치한다.

<표 4-13> 투자기업이 아이디어 사업화 과정에서 느끼는 애로사항

1순위	제작 자금 조달 (57%)	시제품 구현 (14%) 행정절차 (14%) 사업 타당성 분석 (14%)
2순위	시제품 구현 (28.5%) 사업 타당성 분석 (28.5%)	제작 자금 조달 (14%) 투자자 검색 (14%) 아이디어 공유의 불안함 (14%)
3순위	인력확보 (33%)	제작 자금 조달 (16.6%) 시제품 구현 (16.6%) 시제품 제작 교육 미비 (16.6%) 투자자 검색 (16.6%)

3) 인터넷 분야 스타트업의 지원에 필요한 요소

투자자들이 현업에서 접했던 초기단계 기업들이 아이디어 사업화를 위해 사용되는 자금 규모와 경로에 대해 경험적으로 100% 중 어느 정도인지에 대한 응답 결과는 <표 4-15>와 같다. 정확한 수치는 아니지만 투자자의 경험적 비중으로는 기업들이 아이디어 사업화를 위해 자금을 융통하는 방법으로 자기자금이 28.3%로 가장 높았고, 그 다음으로 정부 지원금이 21.7%, 친구 또는 친인척을 통해 자금을 융통하거나 제 2 금융권을 통해 대출을 받는다는 비중이 공동으로 18.3%로 나타났다. 투자자의 관점에서 인터넷

넷 분야의 기업을 바라보는 시각은 <표 4-16>과 같이 아이디어 상용화(스타트업 인큐베이팅) 단계와 제품/서비스의 사업화(엑셀러레이팅) 단계에 필요한 자원이 상이하다.

<표 4-14> 사업초기 단계에 위치한 기업들의 아이디어 사업화 자금조달 유형

(단위: %)

자기자금	친구/ 친인척	공동대표자	일반금융 기관 차입	제2금융권 대출	정부지원 사업	기타	합계
50	30	-	-	-	20	-	100%
30	20	-	-	-	50	-	100%
-	-	-	-	100	-	-	100%
10	10	10	10	10	10	40	100%
30	20	20			30		100%
50	30	-	-	-	20	-	100%
28.3%	18.3%	5.0%	1.7%	18.3%	21.7%	6.7%	100

<표 4-15> 인터넷 분야 사업화 단계별 필요 자원요소

아이 디 어	1순위	자금 (28.5%)	기술성 관련 분야 전문성 다양한 공모전 사업계획서 작성 능력 사업 아이디어의 차별성
	2순위	마케팅 능력 (57.1%)	아이템의 시장성 정부 지원 프로그램 사업 자금
	3순위	우수한 인재확보 (28.5%) 네트워킹, 영업판로 (28.5%)	고객 니즈파악 능력 제품 완성도 초기 런칭 자금조달
제 품	1순위	자금 (42.8%) 민간자금 투자, 정부지원금	관련 분야 전문성 매출 실적
	2순위	시제품 제작 능력 (50%)	마케팅 전문성 투자자금 확보 경영능력 고객니즈파악
	3순위	대표의 경영평가 (28.5%) 시장성 평가 (28.5%)	대표의 현장감 민간 자금 투자 인력과 기술의 완성도

아이디어 상용화 단계에서는 투자자들은 자금을 1순위로 꼽았으며, 2순위를 마케팅 능력, 3순위를 기업내 우수한 인재를 확보하고 영업판로에 대한 내외부자원이 필요하다고 응답한 반면, 제품/서비스 사업화 단계에서는 민간과 공공투자를 포함한 사업자금을 1순위, 시제품 제작능력을 2순위, 기업경영 능력과 시장성 평가능력을 3순위로 기업이 가장 필요한 요소로 도출되었다.

다. 스타트업 기업의 조사결과

스타트업 기업 및 소규모 기업의 샘플 수는 총 97개로 투자자 설문조사 문항과 프레임워크는 동일하나, 현재 인터넷 분야와 연관된 사업을 하고 있거나 준비하고 있는 관점에서 문항을 제시되었다. 기업 현황조사를 위한 측정 문항은 크게 투자기업의 일반적인 현황, 스타트업이 창업을 하고 아이디어를 사업화 과정에서 느끼는 애로사항, 상용화 단계 및 아이템 사업화 단계에서 가장 필요한 지원요소로 나누어 결과를 도출하였다.

1) 스타트업의 일반적인 현황조사

응답기업의 스타트업의 설립년도는 2010년에서 2013년 사이에 분포되어있으며, 그중에서도 2012년과 2013년이 각각 32%의 비중으로 절반이상으로 나타났다. 또한 이들의 소재지는 전반적으로 서울과 수도권이며, 이는 서울에서 표본을 수집하였기 때문으로 판단된다. 종사자 수는 최소 값이 1명에서 최대 값 50명으로 평균 5.5명으로 조사되었으며, 평균의 표준오차는 ± 1.5 이다. 또한 결측치를 제외한 응답 기업들의 종사자수를 세부적으로 살펴보면, 일부 몇 개의 기업을 제외한 나머지 기업들의 종사자수는 1명에서 5명 사이로 집계되었다. 응답기업들의 공동창업 여부에 대한 답변으로는 공동창업자가 있다는 기업의 분포가 31.4%, 그렇지 않은 기업이 68.6%로 전반적으로 1인 대표자가 많은 것으로 나타났다. 또한 이들의 창업형태로는 개인창업이 97.2%로 가장 높았으며, 그 유형으로는 스타트업이 55.56%, 벤처기업이 25%, 일반기업이 16.67%, 예비창업자 2.78%로 집계되었다. 또한 매출액은 최소값이 100만원에서 최대 48억원으로 나타났다.

<표 4-16> 응답기업의 사업분야 또는 아이디어 상용화 분야에 관한 결과

(단위: %)

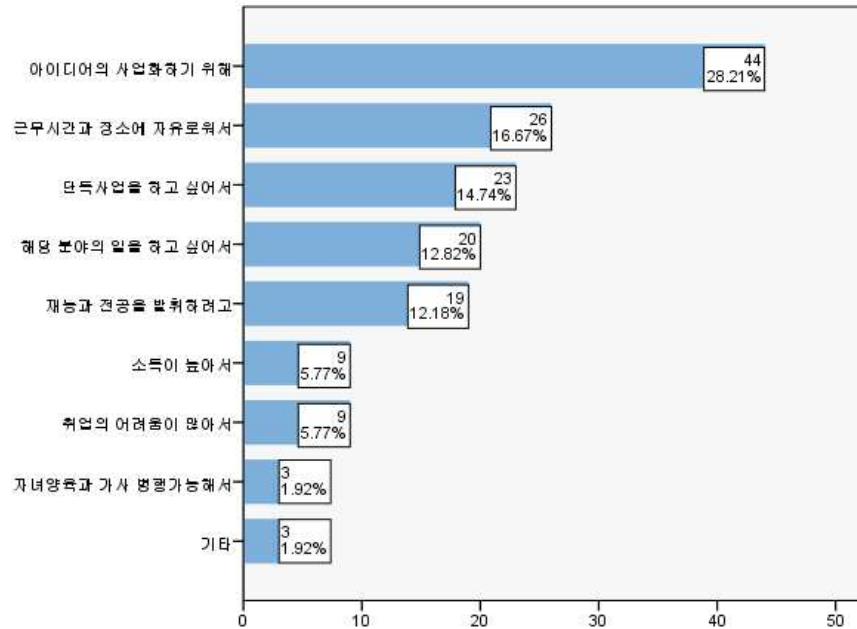
분야	분포	응답 내용
IT	23(25%)	IT, ICT, IT&NFC
IT&HW 융합	18(20%)	제조(LED)&IT, 태양광&인터넷, WiFi, 바이오유전자진단, 이미용상품, 유헬스케어, 스마트폰 악세서리 제조, 보안하드웨어&소프트웨어, 블루투스 통신 등
모바일 APP	17(19%)	APP개발, 스마트 TV 안드로이드, 콘텐츠 개발&APP, 디지털출판, 공유경제&APP, Word process&APP, 모바일 커뮤니티&APP 등
게임	9(10%)	모바일 게임, 게임, 교육&게임
디자인/컨텐츠	9(10%)	포켓카툰스, 영상음악 라이브러리 제작웹, 디자인, e-book, 1인출판업 e-book, 컴퓨터 그래픽, 디자인, 명함디자인IT
e-커머스	6(7%)	쇼핑, B2B CRM 어플리케이션, 천연석주얼리&웹서비스, 웹스토어, 중고거래 모바일 Web, 모바일 상품권 판매
지식서비스	5(5%)	지식서비스, 전통사찰-문화컨텐츠-지식서비스 공유, 예술창작커뮤니티 공유&APP, 소셜 커뮤니티 등
S/W 솔루션	4(4%)	빅데이터, CCTV&영상처리, 빅데이터&의료정보

주) 산업분야 유형은 응답자의 주관식 답변을 취합하여, 카테고리를 유형화함

응답기업의 사업분야 또는 아이디어 상용화의 산업분야에 관한 답변으로는 결측치를 제외한 91개 기업 중 IT가 25.27%, IT와 하드웨어의 융합이 19%, 모바일 어플리케이션이 18.6% 순으로 나타났으며, 도출된 결과의 사업 분야는 응답자의 답변을 범주화하여 카테고리는 <표 4-17>와 같이 유형화하였다. 응답기업의 아이템 사업분야의 범위는 소프트웨어, 콘텐츠 및 하드웨어 뿐만 아니라 ICT와 산업 간 융합된 제품들도 상당수 포함되어 있다. 이들이 창업을 시작하게 된 동기에 대한 답변으로는 [그림 7]과 같이 “아이디어를 사업화하기 위해”가 28.21%, “근무시간과 장소의 자유성”이 16.67%, “단독 사업을 하고 싶어서”가 14.74%, “해당 분야의 일을 하고 싶어서”가 12.82%, “재능과 전공을 살리고 싶어서”가 12.18%로 나타났다. 이를 종합하여 해석하면 아이디어 사업화와 관련한 개인의 경험과 재능도 창업의 깊은 연관성이 있음으로 판단된다.

[그림 4-7] 응답기업의 창업 동기

단위 : 빈도수(%)



주) 응답자의 중복응답 포함 전체 빈도수

응답기업의 인터넷 분야 아이디어 상용화 또는 사업화 아이템 개수로는 평균 1.7개로 최소 0에서 최대 8개로 나타났으며, 응답자의 아이템 개수 답변의 빈도수로는 결측치를 제외한 86개 기업 중 40개 기업이 1개, 29개 기업이 2개로 가장 높게 도출되었다. 반면 0개라고 응답한 기업은 5개, 3개 아이템이 8개 기업, 4개 아이템이 2개 기업 등으로 도출되었다. 또한 아이디어의 사업화를 결심하고 실제 가시적인 결과물이 나오기까지의 소요기간에 대하여 응답기업의 답변으로는 6개월에서 1년 미만(36%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 1년~1년 6개월 미만이 31.8%, 6개월 미만이 21%, 1년 6개월 이상이 8% 순으로 집계되었다. 응답기업의 대표자 또는 임원진이 창업이전에 사업경험이 있었는지에 대한 답변으로는 51.8%, 그렇지 않은 기업은 48.2%로, 응답자의 절반 이상의 대표자가 현재 기업의 창업이전에 사업경험을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

2) 스타트업의 창업 및 아이디어 사업화 과정에서의 애로사항

스타트업이 아이디어 사업화를 위한 창업과정에서 회사설립 시 느끼는 애로사항을 1에서 3순위로 응답한 중복선택을 분석한 결과, 자금조달이 52.7% 1순위로 집계되었으며 그 뒤로 인력확보가 21.5%, 판로개척이 20.4%로 나타났다(<표 4-18> 참조). 각 애로사항의 순위별 하위 빈도수가 높았던 답변으로는 1순위에서는 행정절차가 14%로 가장 높았으며, 2순위에서는 자금조달(19.4%), 3순위에서는 인력확보 (19.4%)로 순위별 요소와 유사하게 애로사항이 도출되었다. 이 외 높은 빈도수를 나타내는 애로사항으로는 사업 타당성 분석과 기술개발, 사업에 관한 정보획득으로 나타났다. 이를 종합하면 창업자가 회사를 설립하는 과정에서 느끼는 애로사항은 1차적으로 자금을 조달과 이를 위한 행정절차로 볼 수 있으며, 2차적으로는 아이디어를 상용화 또는 기업운영을 위한 인력확보와 그 과정에서 필요한 자금과 판로개척, 사업타당성 분석이 어려운 것으로 해석할 수 있다.

<표 4-17> 창업을 위한 회사설립 과정에서의 애로사항 순위

(단위: 빈도수)

1순위	자금조달 (52.7%)	행정절차(14%), 인력확보(9.7%), 판로개척(7.5%), 사업 타당성 분석(5.4%), 기술개발(3.2%), 사업정보 획득(2.2%), 경영에 대한 교육 미비(2.2%), 입지 선정 및 확보(1.1%), 업종선정(1.1%), 신용획득(1.1%)
2순위	인력확보 (21.5%)	자금조달(19.4%), 판로개척(15.1%), 사업 타당성 분석(15.1%), 사업정보 획득(7.5%), 행정절차 (6.5%), 기술개발(5.4%), 업종선정(2.2%), 입지 선정 및 확보(2.2%), 신용획득(2.2%), 경영에 대한 교육 미비(2.2%), 가족의 반대(1.1%)
3순위	판로개척 (20.4%)	인력확보 (19.4%), 기술개발(10.8%), 자금조달(8.6%), 사업정보 획득(7.5%), 입지 선정 및 확보(7.5%), 경영에 대한 교육 미비(7.5%), 사업 타당성 분석(6.5%), 업종선정(4.3%), 신용획득(3.2%), 가족의 반대(2.2%), 행정절차(2.2%)

주) 일부 결측치 외 93개 샘플로 각 순위별로 나열

반면에 스타트업 또는 소규모 기업이 아이디어를 사업화 하는 과정에서 느끼는 애로사항을 1에서 3순위로 분석한 결과, 시제품 또는 제품 제작을 위한 자금조달이 51%인 1순위로 집계되었으며, 그 뒤로 아이টে에 관한 사업 타당성 분석이 18.2%, 인력확보가 15.38%로 나타났다(<표 4-19> 참조). 각 애로사항의 순위별 하위 빈도수가 높았던 답변으로는 1순위에서는 인력확보가 14.13%, 2순위에서도 인력확보가 17.2%, 3순위에서는 시제품 구현이 14.29%로 인력확보에 관한 애로사항이 높은 것으로 집계되었다. 이 외 높은 빈도수를 나타내는 애로사항으로는 행정절차, 기술개발, 시제품 구현 및 제작에 관한 정보획득으로 나타났다. 이를 종합하면 스타트업 또는 소규모 사업자가 아이디어를 사업화하는 과정에서 느끼는 애로사항은 1차적으로 아이디어를 가시화 할 수 있는 제작자금을 조달이 어렵고, 2차적으로는 상용화 아이টে의 사업 타당성 분석을 통한 성공여부 그리고 회사 운영 및 아이디어 사업화 등과 관련된 인력확보로 해석할 수 있을 것으로 판단된다.

<표 4-18> 아이디어 사업화 과정에서의 애로사항 순위

(단위: 빈도수)

1순위	제작 자금조달 (51%)	인력확보(14.13%), 행정절차(7.6%), 사업 타당성 분석(6.5%), 투자자 검색(5.4%), 기술개발(4.3%), 시제품 구현(3.26%), 시제품 제작정보 수집(2.1%), 사업정보획득(2.1%), 아이디어 공유에 대한 불안감(2.1%), 협력업체 검색(1%)
2순위	사업 타당성 분석 (18.2%)	인력확보(17.2%), 제작 자금조달(13.98%), 기술개발(9.6%), 투자자 검색(9.6%), 시제품 구현(8.6%), 협력업체 검색(5.3%), 업종선정(4.3%), 행정절차(4.3%), 아이디어 공유에 대한 불안감(3.23%), 시제품 제작정보 수집(3.2%), 사업정보획득(2.1%)
3순위	인력확보 (15.38%)	시제품 구현(14.29%), 기술개발(10.99%), 협력업체 검색(9.89%), 시제품 제작정보 수집(9.89%), 사업정보 획득(8.79%), 투자자 검색(8.79%), 사업타당성 분석(7.69%), 행정절차(5.49%), 제작 자금조달(4.4%), 업종선정(3.3%), 아이디어 공유의 불안감(1%)

주) 일부 결측치 외 93개 샘플로 각 순위별로 나열

3) 인터넷 분야 아이디어 사업화 과정에서 필요한 자원

스타트업 또는 소기업 관점에서는 아이디어 상용화와 제품 사업화 각 단계 모두에서 민간자금 투자가 가장 필요하다고 응답하였다. 반면 아이디어 상용화 단계에서 1순위

<표 4-19> 인터넷 분야 스타트업의 사업화 단계별 필요자원 요소

아이디어 상용화	1순위	민간자금 투자 (36.47%)	정부지원 프로그램(22.35%) 고객 니즈파악 능력 (10.59%) 인력(7%), 경영능력(3.5%), 관련분야 전문성(2.3%), 마케팅(1%), 기타(8%)
	2순위	민간자금 투자 (32.1%)	고객 니즈파악 능력 (22.6%), 관련분야 전문성(9.5%), 시제품 제작능력(9.5%), 정부지원사업(6%), 시제품 제작 능력(4%), 이외 경영능력, 인력, 마케팅, 기타
	3순위	관련 분야 전문성 (25.9%)	기타(14.81%), 고객니즈파악 능력(14.8%), 시제품제작 능력(12.35%), 경영능력(11.11%), 민간자금투자(9.8%), 인력(6%), 그 외 정부지원사업, 마케팅
제품 사업화	1순위	민간자금 투자 (34.12%)	고객니즈파악 능력(21%), 정부지원사업(20%), 경영능력(7%) 인력(4%), 시제품제작능력(4%), 기타(3%), 관련분야전문성(3%), 마케팅(1%)
	2순위	민간자금 투자 (26.83%)	고객니즈파악 능력(23%), 시제품 제작능력(13%), 관련분야 전문성(13%), 정부지원사업(12%), 마케팅(4%), 경영능력(4%), 기타&인력(2%)
	3순위	관련분야 전문성 (24%)	경영능력(23%), 시제품제작 능력(17%), 고객니즈파악 능력(9%), 민간자금투자(9%), 인력(8%), 기타&마케팅(4%), 정부지원프로그램(3%)

하위 빈도수가 가장 높았던 답변으로는 정부지원 프로그램이었으며, 제품 사업화 단계에서는 고객 니즈를 파악할 수 있는 능력으로 나타났다. 실제 이들이 아이디어 상용화 또는 제품 사업화를 위해 준비하고 있는 제품/서비스/아이디어의 특성으로는 시장에

<표 4-20> 사업초기 단계에 위치한 기업들의 아이디어 사업화 자금조달 유형

(단위: %)

No	자기자금	친구/ 친인척	공동대표자	일반금융 기관 차입	제2금융 권 대출	정책자금 (지원금 등)	기타	합계
1	50		50					100%
2		50				50		100%
3	30	60				10		100%
4	50					50		100%
5	33		66				1	100%
6	30		40			30		100%
7	30					70		100%
8	30		20			50		100%
9	10			30		10	50	100%
10						50	50	100%
11	100							100%
12	25		25			50		100%
13	20					80		100%
14	100							100%
15	20	20					60	100%
16	70	30						100%
17				20		70	10	100%
18	50		10	10		30		100%
19	100							100%
20	50		50					100%
21	80			20				100%
22	100							100%
23	50	10	10	10		10	10	100%
24	50					50		100%
25	100							100%
26	50				50			100%
61	100							
합 계	2744.4	230	531	550	150	1553.6	341	6100
	45%	4%	8.7%	9%	2.5%	25.5%	5.6%	100%

주) 전체 샘플 중 자금 비율을 100%로 정확하게 응답한 데이터를 추출한 61개 샘플

서 최초인 제품이 32.2%, 시장에서 최초는 아니지만 새로운 유형으로 제품을 출시하는 유형이 34.4%, 기존의 제품을 점진적으로 개선하여 출시한 제품이 33.3%로 전반적으로 파괴적 혁신제품과 점진적 혁신제품의 비중이 3대7인 것으로 해석된다.

또한 응답자들이 자사의 아이디어 상용화 또는 제품 사업화를 위해 확보했거나 현재 계획 중인 자금규모는 평균적으로 1.17억 원으로 최소값이 1천만 원에서 최대값이 27억으로 나타났다. 이들의 자금조달 방법의 비중은 <표 4-21>에서 보는 바와 같이, 자기 자금이 45%로 가장 높았으며, 그 뒤로 정부 지원금 25.5%, 금융권을 통한 용자와 공동 대표자의 투자금액 순으로 나타났다. 상기 결과는 전체 표본에서 100%의 비율을 정확하게 맞춰 응답한 결과 값을 추출하여 계산하였으며, 이에 총 61개의 데이터를 기반으로 분석결과를 도출하였다. 전반적으로 스타트업 및 소기업의 아이디어 상용화 과정과 제품 사업화 과정에서 가장 필요한 요소는 자금으로 민간투자 또는 정부 지원 자금, 성과창출의 성공여부를 판단할 수 있는 정보와 능력이 중요한 것으로 판단된다.

라. 투자기업 및 스타트업의 아이디어 플랫폼 사용의도에 관한 조사

본 연구에서는 아이디어 플랫폼의 개념이 시장기반의 아이디어 사업화를 보완할 수 있는 요소로 보았다. 현재 국내에서 제공되고 있는 소수 플랫폼은 해외만큼 참여율 또는 범위가 한정되어 있어, 이에 국내 투자자와 스타트업의 서비스 사용의도에 관한 조사를 같이 실시하였다. 이를 위해 먼저 아이디어 플랫폼에 관한 인지도를 알아보았으며, 클라우드 소싱 또는 클라우드 펀딩 서비스 및 개념에 대해 대다수의 응답자들이 높은 인지도를 나타내고 있었다(<표 4-21> 참조).

<표 4-21> 전체 응답자의 아이디어 플랫폼 서비스에 대한 인지 정도

질문 문항	투자자	스타트업	전체
클라우드 소싱 또는 펀딩 서비스를 들어본적 있다.	4.25	4	4.13
클라우드소싱 또는 펀딩서비스의 개념을 인지하고 있다.	4.50	3.97	4.24

주) 전체 샘플 101개 중, 투자자:8개, 스타트업: 93개 데이터의 평균값
측정 정도는 1 = '전혀 아니다'에서 5='매우 그렇다'의 5점 척도로 측정

투자자의 아이디어 플랫폼 서비스 사용의도를 알아보기 위해, 해외 서비스와 국내 서비스의 사용의도 및 참여의도의 평균을 <표 4-22>과 같이 비교하였으며, 국내는 정부와 민간기업이 운영하는 경우를 나누어 조사하였다

먼저, 해외 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의도로는 응답자가 투자자로서 해외 서비스를 통해 투자기업을 발굴하여 투자할 의향을 조사한 결과 5점 중 평균 2.87점으로 그렇지 않다고 보통 사이에 위치하는 것으로 집계되었다. 또한 해외 서비스에서의 투자자로서의 참여의도에 대한 답변 역시 5점 중 평균 2.75점으로 나타났다. 따라서 국내 투자자들은 해외 아이디어 플랫폼 서비스를 통해 투자기업을 발굴하거나 투자자로서의 참여의도는 중립적이기는 하나, 다소 긍정적이지 않은 것으로 해석된다.

반면 국내의 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의도로는 정부 주도의 서비스에서 발굴한 기업에 투자 의향이 평균 3.12, 민간 기업 주도의 서비스의 경우는 평균 3.5점으로 투자자들은 민간 기업이 운영하는 서비스를 통한 기업발굴 및 투자를 선호하는 것으로 해석된다.

<표 4-22> 투자자의 아이디어 플랫폼 서비스 사용의도

질문 문항	평균	N
해외 클라우드 소싱 또는 펀딩 서비스를 통해 발굴한 기업에 투자할 의향이 있다.	2.8750	8
국가에서 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스를 통해 발굴한 기업에 투자할 의향이 있다.	3.1250	8
국내 기업에서 운영하는 클라우드 소싱/펀딩서비스를 통해 발굴한 기업에 투자할 의향이 있다.	3.5000	8
해외 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 투자자로서 참여의향이 있다.	2.7500	8
국가에서 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 투자자로서 참여의향이 있다.	3.0000	8
국내 기업에서 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 투자자로서 참여의향이 있다.	3.1250	8
법적 규제의 문제(모호함, 제도구축 등)로 클라우드 소싱/펀딩 서비스를 통한 투자 의사가 없다.	3.6250	8
신뢰적인 문제로 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 정보를 통한 투자 의사가 없다.	3.3750	8

또한 투자자로서 국내 서비스의 참여의도 역시 정부가 운영하는 서비스보다는 민간 기업이 운영하는 서비스가 근소한 차이로 높은 것으로 나타났다. 주목할 점은 국내 투자자들은 아이디어 플랫폼 서비스의 사용 및 참여의도에 대한 부정적인 관점으로 법적규제의 모호성과 신뢰성에 관해 평균값이 높게 나타났다는 점이다. 상기 두 가지 관점은 전문가 인터뷰 및 선행 연구를 통해 개발되었으며, 실제 8명의 투자자들의 응답 역시 이러한 요소로 투자참여에 부정적인 의사를 가지고 있는 것으로 나타났다. 따라서 아이디어 플랫폼에 관한 법적 제도 및 신뢰성에 관한 이슈를 개선한다면, 투자자의 참여율이 다소 개선될 것으로 예측된다.

스타트업의 아이디어 플랫폼 서비스 사용의도 역시 해외 서비스와 국내 서비스의 사용의도 및 참여의도의 평균을 <표 4-23>과 같이 비교하였으며, 국내는 정부와 민간기업이 운영하는 경우로 나누어 사용 및 참여의도를 조사하였다.

<표 4-23> 스타트업의 아이디어 플랫폼 서비스 사용의도

질문 문항	평균	전체
해외 클라우드 소싱 또는 펀딩 서비스에 사업 아이디어를 공유할 의향이 있다	3.50	95
한국 정부가 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 사업 아이디어를 공유할 의향이 있다.	3.12	95
국내 기업이 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 사업 아이디어를 공유할 의향이 있다.	2.97	95
해외 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 나의 노하우/ 아이디어를 타인에게 알려줄(참여) 의향이 있다.	3.54	95
한국 정부가 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 나의 노하우 또는 아이디어를 타인에게 알려줄(참여) 의향이 있다.	3.03	95
국내 기업이 운영하는 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 나의 노하우 또는 아이디어를 다른 사람들에게 알려줄(참여) 의향이 있다.	3.02	95
가능하다면 나는 아이디어 사업화를 위해 직접적인 창업보다는 아이디어 거래소에 팔 의향이 있다.	3.24	95
나는 아이디어 도용의 문제로 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 정보를 공유할 의향이 없다.	2.73	95
나는 신뢰적인 문제로 클라우드 소싱/펀딩 서비스에 정보를 공유할 의향이 없다.	2.77	95

해외 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의도로는 응답자가 자신의 아이디어를 공유할 의향이 있는지에 대해 5점 중 평균 3.5점으로 보통에서 그렇다 사이에 위치하는 것으로 집계되었다. 또한 본인의 노하우 또는 아이디어를 다른 참가자들에게 알려줄 의향이 있는지에 대한 참여의도로는 5점 중 평균 3.54점으로 보통에서 그렇다 사이로 나타났다. 따라서 국내 스타트업 또는 소기업은 해외 아이디어 플랫폼 서비스에 자신의 아이디어를 게시하거나 타인과 의견을 나누는데 긍정적인 의향을 가지고 있다고 해석된다.

국내의 아이디어 플랫폼 서비스의 사용의도로는 정부가 운영하는 경우, 아이디어 공유 의향이 평균 3.12점으로 나타났으나 민간 기업이 운영하는 경우에는 평균 2.97로 응답자의 사용의도가 다소 부정적인 것으로 집계되었다. 또한 서비스 내 다른 참가자가 게시한 내용에 대해 자신의 아이디어 또는 노하우를 공유할 의사, 즉 참여의도로는 정부가 운영하는 서비스의 경우 평균 3.03, 민간기업의 경우 평균 3.02로 그 값이 유사하게 나타났다. 따라서 응답자들은 자신의 아이디어를 게시하는 관점에서의 사용 의도는 정부에서 운영하는 서비스를 민간기업이 운영하는 서비스보다 선호하나, 타인의 게시물에 자신의 의견을 공유하는 관점에서는 운영주체가 공공이던 민간이던 차이가 없는 것으로 나타났다. 또한 해외 서비스와의 사용의도 및 참여의도를 비교하였을 때, 평균값이 다소 차이가 있는 것으로 나타났으며 이는 플랫폼 서비스를 통한 성과와 참여자들의 규모 및 문화적 차이에서 기인될 것으로 예측된다.

제 5 장 결론

본 연구에서는 인터넷 혁신 아이디어 사업화 활성화 방안을 모색하기 위한 기초자료 작성을 목표로 인터넷 혁신 아이디어 스타트업과 관련 산업분야를 정의하였으며, 국내외 관련 분야 스타트업의 현황과 투자생태계의 환경적 요소 및 스타트업 지원 시스템을 조사하였다. 또한 이와 관련된 이해관계자들의 인터뷰를 통해 현업에서의 애로사항, 세부적으로는 투자자 및 스타트업의 기본적인 현황, 사업화 애로사항과 필요한 자원을 조사하였으며, 시장기반의 자율적인 사업화 환경 조성에 보완역할을 수행할 수 있는 아이디어 플랫폼의 유형과 국내 투자자 및 스타트업의 사용의도를 분석하여 결과를 제시하였다.

본 연구의 인터넷 혁신 아이디어 사업화 활성화 방안을 위한 각 관점의 주요 결과의 요약은 아래와 같다.

첫째, 인터넷 기반 혁신 아이디어와 스타트업의 정의에 대한 전문가의 의견으로는 기존에 존재하지 않는 급진적 혁신을 창출하는 범주보다는 기존 제품과 서비스의 융합을 통합 점진적 혁신을 지향하는 범위정도로 보되, 이와 관련한 산업과 스타트업의 특성을 무리하게 분류하지 말고 동적인 생태계 관점으로 접근해야한다는 결론이다. 이는 최근 기술, 사물, 네트워크 등의 융합으로 무리한 연관 산업의 구분은 오히려 혁신적인 서비스나, 제품의 등장을 가로막는 제약 요인이 될 수 있다는 것이다. 전문가들이 지목한 인터넷 혁신 아이디어 관련 유망 산업으로는 IoT(Internet of Things) 분야로 도출되었으며, 인터넷 혁신 아이디어를 소자본으로 스타트업이 높은 성과를 이룰 수 있을 것으로 예측된다.

둘째, 국내외 스타트업의 현황조사를 위해 GEM(Global Entrepreneurship Monitor) 자료를 기반으로 지난 10년간 사업자 설립(Established Ownership Rate) 비율을 추정했을 때, 양적인 비율로는 한국이 가장 높고 이스라엘이 가장 낮은 비율을 나타내고 있었다. 또한 사업 초기단계에 위치한 기업 활동의 합산(Total Early Stage Entrepreneurial Activity)의 추정치는 미국, 영국, 이스라엘이 2010년부터 지속적인 증가추세를 보인 반면, 한국, 일본, 아일랜드는 2010년에서 1년간 증가추세에 있다가 2012년에 하락세를 나타냈다. 국가별 특성으로 주목할 점은 이스라엘의 스타트업은 하이테크 산업에 집중하여 태생부터 미국시장과 해외를 대상으로 육성되고 있는 반면, 영국과 한국은 1인 창조기업 비중이 전체 창업

자의 73%대로 가파른 증가추세에 있으나 주로 요식업과 서비스 산업군에 분포되어 있었다. 이러한 차이는 각 국가의 문화와 보유자원에 따라 다를 수 있지만, 스타트업을 육성할 수 있는 인적 네트워크와 민간 투자규모를 형성하는 자율적이나 체계적인 생태계 시스템이 큰 작용을 하는 것으로 판단된다. 본 연구에서 문헌조사를 통해 이러한 메커니즘을 비교했을 때, 이미 한국을 포함한 해외 주요국들은 정부 혹은 민간 주도의 인큐베이터와 액셀러레이터가 활성화되어 있었다. 또한 이러한 조직들을 통해 많은 스타트업 기업들이 사업화에 성공한 사례는 증가추세에 있으며, 특히 인터넷 분야에 대한 집중적인 투자가 이루어지고 있었다. 따라서 신생 스타트업을 포함한 국내 기업들의 인터넷 분야 혁신 아이디어 사업화 활성화는 국가적으로도 높은 파급효과를 창출할 수 있을 것으로 예측된다. 이는 인터넷 기반 스타트업이 상대적으로 운영비가 적고 틈새시장 공략이 비교적 수월하다는 장점이 있기 때문이며, 스타트업의 가장 큰 특성은 조직의 규모가 작아 급변하는 시장의 니즈를 즉각적으로 충족시킬 수 있는 유연성을 가지고 있기 때문이다. 따라서 스타트업의 사업화 지원 관점에서 가장 중요한 요소는 아이디어를 가시화 할 수 있는 자원, 예컨대 빠른 시제품 제작과 관련 기술에 관한 적극적인 멘토링 또는 상기 두 가지 요소를 수행할 수 있는 자금이 될 수 있다. 또한 이를 통해 투자자는 아이디어 개념에 관한 설명이 아닌 시제품을 눈으로 확인함으로써 시장평가가 용이하고 아이디어 단계인 사업 초기 단계에 위치한 스타트업 또는 예비창업자의 투자를 촉진시킬 수 있을 것으로 예측된다.

셋째, 국내 인터넷 혁신 아이디어를 보유한 스타트업들의 사업화 과정에서의 애로사항과 성공적인 사업화 방안을 조사하기 위해 관련 이해관계자들과의 인터뷰 결과로는 크게 1) 창업 준비단계에서는 투자자 관점에서는 성공할 가능성이 높은 경쟁력 있는 아이디어 발굴하고 아이디어의 평가체계가 필요하다는 의견이 많았으며, 스타트업 관점에서는 다양한 상황에 대한 조언에 대한 수요가 많음에 따라 전문가, 멘토 인력의 확충이 필요한 것으로 나타났다. 2) 아이디어의 상용화 단계에서는 자금확보와 아이디어를 가시화 할 수 있는 정보와 인력확보의 애로사항이 가장 많이 도출됨에 따라, 스타트업이 시제품을 자유롭게 구현할 수 있는 인프라와 환경이 필요한 것으로 판단된다. 3) 제품 사업화 단계에서는 마케팅과 시장정보 획득과 관련된 자금 확보에 대한 애로사항이 가장 많이 도출되었으며, 이와 관련된 사업화 성공실패 평가체계 및 사업화 실패의 재도전 기회 부재, 경영 수완의 부족과 유사서비스 대응 능력 부족에 관한 이슈를 개선할 필요성을 전반적으로 제시하였다.

넷째, 인터넷 분야 혁신 아이디어의 사업화 활성화를 위한 방안으로 본 연구에서는 크라우드 소싱 및 펀딩 서비스 등의 아이디어 플랫폼을 조사하였으며, 그 결과 이러한 플랫폼 서비스는 시장기반의 사업화 생태계를 조성할 수 있는 보완적 요소로 작용할 수 있다는 결론을 제시하고자 한다. 실제로 본 연구의 투자자 및 스타트업의 조사결과에 의하면, 대부분의 응답자들은 이미 아이디어 플랫폼 서비스에 대해 잘 알고 있는 편이었다. 그럼에도 실제 투자자와 스타트업 간의 사용의도 정도는 다르게 나타났다. 투자자의 경우 해외 플랫폼 서비스보다는 국내 플랫폼 서비스를 선호하나, 정부 보다는 민간기업이 운영하는 서비스를 통해 발굴된 기업에 투자하겠다는 의견이 높았다. 반면 스타트업의 경우, 국내보다는 해외 서비스에서의 참여의도가 높았고, 자신의 아이디어를 개제하여 다른 사람들과 공유를 한다면 민간 기업이 운영하는 서비스보다는 정부 주도의 서비스를 선호하는 것으로 나타났다. 이는 투자자 관점에서는 질적인 관점에서 기업과 그 아이템을 바라봄으로써 아이디어 플랫폼 활성화에 퀄리티 컨트롤이라는 개념이 매우 중요한 것으로 판단되며, 스타트업 관점에서는 자사의 아이디어 보호에 민감함에 따라 제도 및 서비스 신뢰성을 보완함으로써 아이디어 플랫폼 활성화에 도움이 될 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

국내 문헌

- 강유리 (2013), “미국의 창업정책 현황 및 시사점: Startup America를 중심으로”, 정보통신정책연구원.
- 강일용 (2013), “스타트업의 천국 이스라엘에서 보내온 국내 스타트업들을 위한 메시지”, IT동아.
- 고정민·김정호 (2000), “벤처생태계의 형성과 진화”, CEO Information 240, 삼성경제연구소.
- 김상일·한종민·김주희 (2012), “2012년 KISTEP 선정 10대 미래유망 기술”, 한국과학기술기획평가원, ISSUE Paper.
- 김은진 (2013), “스타트업의 창업 공간에 관한 연구 : 서울의 스타트업을 중심으로”, 석사학위논문, 서울대학교 환경대학원.
- 김용주 (2012), “영국 스타트업 투자 10년 만에 최대”, Channel IT.
- 김유림 (2011), “주간동아 현지취재 - 벤처에 의한, 벤처를 위한 나라”, 주간동아.
- 김재중 (2011), “SNS 시대, 클라우드펀딩이 패러다임 바꾼다,” DBR, 제92호.
- 김종운·김홍기 (2013), “2012 경제발전경험모듈화사업: 벤처창업 촉진을 위한 지원 시스템 구축”, 중소기업청.
- 김주성·홍다혜 (2013), “엑셀러레이터의 국내·외 현황 및 운영사례 분석”, 한국전자통신연구원.
- 문구선 (2007), “소상공인 창업지원 사례연구: 하이서울 창업스쿨을 중심으로”, 석사학위논문, 호서대학교 글로벌창업대학원.
- 미래창조과학부 (2013), “민간과 손잡고 Internet Heroes 발굴 본격 시동”, 「보도자료」
- 박성민 (2013), “혁신의 요람, 아이디어 플랫폼,” SERI 경영노트, 제186호.

박재성·박현주 (2013), “미국 대학의 창업 성공 요인과 시사점”, 중소기업포커스, 중소기업연구원.

배영임·표한형·김영태 (2012), “벤처생태계의 내실화 촉진을 위한 정책연구 (이스라엘을 중심으로)”, 중소기업연구원.

삼성경제연구소 (1998), “벤처기업 창업 및 육성 5개년 계획”, 삼성경제연구소.

삼성SDS (2012), “2013년 9대 IT 메가트렌드”, 2012.9.

서지영 (2013), “이스라엘 창의력의 힘”, KOTRA.

손동원 (2006), “한국 벤처생태계의 성숙과 진화”, 과학기술정책연구원(STEPI).

안지성 (2013), “창업자의 천국 영국의 스타트업 육성정책”, KOTRA

양현봉·박종복 (2011), “청년창업 생태계 조성 및 활성화 방안”, 산업연구원(KIET).

윤종언 (2000), “집적지별 벤처생태계 현황”, 벤처 심포지엄, 삼성경제연구소.

유재훈 (2010), “대중의 지혜를 내것으로 클라우드 소싱에 성공하려면,” LG Business Insight.

유채원 (2013), “나만을 위한 뉴스가 시작된다, 위비츠(WIBBITZ)”, beSUCCESS.

이선미·김정훈·이은영 (2012), “주목 받는 Startup, Dropbox의 성공요인 분석”, KT경제경영연구소.

이윤준 외 (2012), “기업가 정신 고취를 통한 기술창업 활성화 방안”, 과학기술정책연구원.

이주훈 (2012), “클라우드소싱의 형태별 분류 방식,” Crowd Research Institute.

이철우·이중호 (2004), “지방대도시 벤처생태계의 제도적 및 문화적 환경: 대구지역을 사례로”, 한국경제지리학회지.

임채운 (2006), “한국형 벤처생태계 활성화 방안”, 과학기술정책연구원(STEPI).

중소기업진흥공단 (2013), “2013 중소기업지원제도”, 중소기업진흥공단.

중소기업청 (2012), “2012년 벤처기업정밀실태조사”, 중소기업청.

중소기업청 (2012), 『벤처기업육성에 관한 특별조치법』 법률 제11232호.

창업진흥원 (2012), “2012년 1인 창조기업 실태조사 보고서”, 창업진흥원.

- 한국벤처캐피탈협회 (2013), “Venture Capital News Letter Vol.82”, 한국벤처캐피탈협회, pp.42-66.
- 한경진, 조지연, 이윤재, 이혜선, 이봉규 (2013), “린스타트업 기반 인터넷 스타트업의 사업화 전략”, 2013년도 한국인터넷정보학회 추계학술발표대회 논문집, 제14권, 2호
- 한국일보 (2013), “미래부-인터넷기업, SW혁신 및 스타트업 지원 나선다”, 2013.11.21.
- 한정화 (2000), “한국의 벤처생태계 진단”, 벤처 심포지엄, 삼성경제연구소.
- 한정화·이춘우·김영수 (2007), “한국 교수·연구원 창업벤처생태계의 특징과 정책적 과제에 대한 탐색적 연구”, 중소기업연구.
- 허정윤 (2013), “[스타트업 2.0]한국형 클라우드펀딩의 진화,” 전자신문.
- Hazel (2013), “275,000명이 기다렸던 21세기형 스마트와치, 페블(PEBBLE),” beSUCCESS.
- KAIT (2011), “주요국 창업지원 정책 동향”, KIAT ITPB.
- Kevin J. Boudreau • Karim R. Lakhani (2013), “클라우드소싱, 혁신의 파트너다!,” DBR, 제141호.

해외 문헌

- Accenture (2013), “Accenture Technology Vision 2013.”
- Business Insider (2012). “TECHSTARS' BIGGEST EXIT YET: ThinkNear Gets Acquired For \$22.5 Million.”
- Cohen, B. (2006). “Sustainable valley entrepreneurial ecosystems.” Business Strategy and the Environment.
- David (2011), “The Brode Report - November 2011.” The Brode Report.
- Deloitte (2012), “Tech Trends 2012: Elevate IT for digital business.”

- Gartner (2012). "Top 10 Strategic Technology Trends for 2013."
- Growthbusiness (2012). "UK tech venture capital deals reach new high as London dominates."
- IATI (2012). "IATI Annual Review: Israel ICT Industry 2012." IATI (Israel Advanced Technology Industries).
- InformaTelecoms&Media (2012). "Top10 trends for 2013."
- Isenberg, D. (2011). "The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship." Presented at: Institute of International and European Affairs.
- J.A. Schumpeter(1934). "The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle". Trans. R. Opie. Cambridge/ Mass : Harvard Univ. Press.
- IVC Research Center (2012). "IVC Yearbook: Israel High-Tech, Venture Capital, Startup and Private Equity Directory."
- J.J. Colao (2013). "America's most promising companies," Forbes.
- MarketWired (2010). "Velti Acquires Mobelix."
- Neck, H.M., Meyer, G.D., Cohen, B., Corbett, A.C. (2004). "An entrepreneurial system view of new venture creation." Journal of Small Business Management.
- Lucy Smith (2013). "Who are the Startups 100?." Startups.
- Paul Miller and Kirsten Bound (2011). "The Startup Factories." NESTA.
- PWC (2013). "PwC's 5th Annual Digital IQ Survey: Digital Conversations and the C-suite."
- Rani Molla (2013). "Wibbitz wants to be the 'Play button' for text media." GIGAOM.
- Spilling, O.R. (1996). "The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event." Journal of Business Research.
- Steven White (2013). "Business Population Estimates for the UK and Regions 2013."

Department for Business, Innovation & Skills.

The White House (2011). “White House to Launch “Startup America”.”

<http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/01/31/white-house-launch-startup-america-initiative>

Valdez, J. (1996). “The entrepreneurial ecosystem: Toward a theory of new business formation.” Working Paper.

Van de Ven, A.H. (1993). “The development of an infrastructure for entrepreneurship.” *Journal of Business Venturing*.

Zacharakis, A.L., Shepherd, D.A., Coombs, J.E. (2003). “The development of venture-capital-backed internet companies: An ecosystem perspective.” *Journal of Business Venturing*.

웹사이트

Dfjesprit Homepage, Scarcity of follow-on start-up funding exposed in first half of 2013 as UK surrenders lead to France in European venture deals over USD \$5million, <http://www.dfjesprit.com/news/scarcity-of-follow-on-start-up-funding-exposed-in-first-half-of-2013-as-uk-surrenders-lead-to-france-in-european-venture-deals-over-usd-5million>

Fredericks Foundation Homepage, Start Up Britain Tour 2013, <http://www.fredericksfoundation.org/news/start-up-britain-tour-2013>

Federation of Small Business Homepage, Small Business Statistics, <http://www.fsb.org.uk/stats>

Global Entrepreneurship Monitor Homepage, Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA), <http://gemdev.dev.marmaladeontoast.co.uk/visualizations>

InsideStartups Homepage, The UK Startup Economy In Numbers: Nov 2012,

<http://www.insidestartups.co.uk/blog/the-uk-startup-economy-in-numbers-nov-2012>
IVC Research Center, Summary of Israeli High-Tech Capital Raising - Q3/2013,
http://www.ivc-online.com/language/en-US/Research_Center/IVC_Publications/IVC_Surveys/High-Tech_Capital_Raising.aspx
Kickstarter Homepage, Kickstarter Stats, <http://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>
NFTE Homepage, <http://www.nfte.com>
Pinterest, Startup Funding (US), <https://www.pinterest.com/pin/163325923960100629>
Startups.co Homepage, <https://www.startups.co>
ThinkNear Homepage, www.thinknear.com
United States Department of Labor Homepage, www.bls.gov
Wikipedia Homepage, Startup company, http://en.wikipedia.org/wiki/Startup_company
Ynetnews, Israel a haven for start-up businesses,
<http://www.ynetnews.com/articles/0,7340,L-4290230,00.html>

B. 투자기업

아래는 귀사의 기업 투자현황에 관한 내용으로, "스타트업, 벤처 또는 중소기업"에 투자를 하셨거나, 투자를 고려하고 계신 분께 해당되는 설문입니다.

● 회사명		● 소재지	_____ (시, 도) _____ (구, 군)
● 설립년도	_____ 년 _____ 월	● 종사자수 <small>(2013. 10월 기준)</small>	
● 주 투자유형	<input type="checkbox"/> 사업초기단계에 위치한 기업 <input type="checkbox"/> 사업확장단계에 위치한 기업 <input type="checkbox"/> 기업 M&A	● 매출액	2012년 _____ 원 / 2013년 _____ 원

B1. 귀하는 투자 기업을 주로 어떠한 발굴 경로를 통해 이루어집니까? (복수선택 가능)

- 업계 전문가 소개를 통해 기업의 투자 문의 및 방문 기타 (_____)

B2. 귀하 또는 귀사에서는 사업초기단계에 위치한 기업의 투자 결정에 어떠한 요소를 가장 중요하게 평가하는지요? (필수) _____

B3. 귀하 또는 귀사에서는 사업확장단계에 위치한 기업의 투자 결정에 어떠한 요소를 가장 중요하게 평가하는지요? (필수) _____

B4. 다음의 보기에서 사업초기단계의 기업 투자에 애로사항을 느꼈던 순위(1순위-3순위)를 기입해주세요.

1순위 (_____), 2순위 (_____), 3순위 (_____)

<input type="checkbox"/> 서류구비	<input type="checkbox"/> 기업 투명성	<input type="checkbox"/> 아이디어 평가	<input type="checkbox"/> 사업 타당성 분석	<input type="checkbox"/> 기술평가	<input type="checkbox"/> 기술기발 기간의 신뢰성
<input type="checkbox"/> 인력평가	<input type="checkbox"/> 시장성 평가	<input type="checkbox"/> 기업정보 획득	<input type="checkbox"/> 대표의 경영행태	<input type="checkbox"/> 신용평가	<input type="checkbox"/> 기타 (_____)

B5. 다음의 보기에서 사업확장단계의 기업 투자에 애로사항을 느꼈던 순위(1순위-3순위)를 기입해주세요.

1순위 (_____), 2순위 (_____), 3순위 (_____)

<input type="checkbox"/> 서류구비	<input type="checkbox"/> 기업 투명성	<input type="checkbox"/> 아이디어 평가	<input type="checkbox"/> 사업 타당성 분석	<input type="checkbox"/> 기술평가	<input type="checkbox"/> 기술기발 기간의 신뢰성
<input type="checkbox"/> 인력평가	<input type="checkbox"/> 시장성 평가	<input type="checkbox"/> 기업정보 획득	<input type="checkbox"/> 대표의 경영행태	<input type="checkbox"/> 신용평가	<input type="checkbox"/> 기타 (_____)

B6. 귀하께서 기업발굴을 통해 실질적인 투자가 이루어지기까지의 소요기간은 얼마입니까?

- 6개월 미만 6개월 ~ 1년 미만 1년 ~ 1년 6개월 미만 1년 6개월 이상

B7. 다음의 보기에서 투자기업이 아이디어 사업화 과정에서 느꼈던 애로사항으로 호소하였던 순위(1-3순위)로 기입해주세요.

1순위 (_____), 2순위 (_____), 3순위 (_____)

<input type="checkbox"/> 행정절차	<input type="checkbox"/> 제작 자금조달	<input type="checkbox"/> 업종선정	<input type="checkbox"/> 사업 타당성 분석	<input type="checkbox"/> 기술기발	<input type="checkbox"/> 시제품 구현
<input type="checkbox"/> 인력확보	<input type="checkbox"/> 협력업체 검색	<input type="checkbox"/> 사업정보 획득	<input type="checkbox"/> 시제품 제작 교육미비	<input type="checkbox"/> 투자자 검색	<input type="checkbox"/> 아이디어 공유에 관한 불안함

B8. 귀하의 경험을 기반으로 투자이전 초기단계 기업들의 아이디어 상용화에 사용되는 자금규모와 조달 방법은 주로 무엇입니까?

자기자금	친구 친연척	공동대표자	일반금융 기관 차입	제2금융권 대출	정액자금 (여연금 등)	기타	합계
_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	100%

B. 아이디어 사업화 기업

아래는 귀사의 기업현황에 관한 설문입니다. 이미 창업을 하셨거나 이시거나 "예비창업자" 이신 분들을 대상에 해당되는 질문입니다.

* 예비창업자 또는 창업예정이신 분께서는 해당되는 문항만 기입하시면 됩니다.

● 회사명		● 소재지	[] (시, 도) [] (구, 군)	
● 설립년도	[] [] [] 년 [] [] 월	● 종사자수 (0013, 10대 기타)	대표자	남 [] 명 여 [] 명
● 공동창업 여부	<input type="checkbox"/> 예 (공동대표 등록 인원수 [] 명) <input type="checkbox"/> 아니오	총	가족(혈연)	남 [] 명 여 [] 명
● 창업형태	<input type="checkbox"/> 개인창업 <input type="checkbox"/> 대기업 분사 <input type="checkbox"/> 관계사 공동설립 <input type="checkbox"/> 대기업 계열 <input type="checkbox"/> 기타 ()	근로자	남 [] 명 여 [] 명	
● 기업유형	<input type="checkbox"/> 일반기업 <input type="checkbox"/> 벤처기업 <input type="checkbox"/> 스타트업 <input type="checkbox"/> 예비창업자	● 매출액	2012년 [] 원 / 2013년 [] 원	

B1. 귀사의 사업 분야 또는 아이디어 상용화의 산업분야는 무엇입니까? (필수)

B2. 귀하께서 창업을 시작하게 된 동기는 무엇입니까? (복수선택 가능)

- 아이디어를 사업화하기 위해서 취업하기가 어려움이 많아서 자녀양육, 가사활동과 병행가능해서
 근무시간과 장소에 상관없이 자유로워서 소득이 높아서 이 분야의 일을 하고 싶어서
 지능과 전공(기술)을 살려보고 싶어서 단독으로 사업을 하고 싶어서 정부에서 창업을 장려해서
 기타 ()

B3. 다음의 보기에서 기업 설립 당시 느꼈던 애로사항을 느꼈던 순위(1순위-3순위)로 기입해주세요.

1순위 (), 2순위 (), 3순위 ()

<input type="checkbox"/> 행정절차	<input type="checkbox"/> 자금조달	<input type="checkbox"/> 업종선택	<input type="checkbox"/> 사업 타당성 분석	<input type="checkbox"/> 기술개발	<input type="checkbox"/> 입지선정 및 확보
<input type="checkbox"/> 인력확보	<input type="checkbox"/> 판로기척	<input type="checkbox"/> 사업정보 획득	<input type="checkbox"/> 경영에 대한 교육마비	<input type="checkbox"/> 신용확득	<input type="checkbox"/> 가족 및 친지의 반대

B4. 귀하께서 아이디어 사업화를 결심하면서부터 실제 가시적인 결과들이 나오기까지 소요기간은 얼마입니까?

- 6개월 미만 6개월 ~ 1년 미만 1년 ~ 1년 6개월 미만 1년 6개월 이상

B5. 다음의 보기에서 아이디어 사업화 과정에서 느꼈던 애로사항을 느꼈던 순위(1-3순위)로 기입해주세요.

1순위 (), 2순위 (), 3순위 ()

<input type="checkbox"/> 행정절차	<input type="checkbox"/> 제작 자금조달	<input type="checkbox"/> 업종선택	<input type="checkbox"/> 사업 타당성 분석	<input type="checkbox"/> 기술개발	<input type="checkbox"/> 시제품 구현
<input type="checkbox"/> 인력확보	<input type="checkbox"/> 협력업체 검색	<input type="checkbox"/> 사업정보 검색	<input type="checkbox"/> 시제품 제작정보 수집	<input type="checkbox"/> 투자자 검색	<input type="checkbox"/> 아이디어 공유에 관한 불안함

B6. 아이디어 사업화를 위해 확보 또는 계획 중인 자금규모와 조달 방법은 무엇입니까?

전체 비용							백만원
비용 조달방법 (%)							
자기자금	친구 친연계	공동대표자	일반금융 기관 차입	제2금융권 대출	정씨자금 (자영업 등)	기타	합계
[] %	[] %	[] %	[] %	[] %	[] %	[] %	100%

● 저 자 소 개 ●

이 입 영

- 홍익대 전자공학과 졸업
- 오사카대 통신공학과 석사
- 오사카대 통신공학과 박사
- 현 순천향대학교 교수
- 현 국가정보원 정보보호시스템 인증위원
- 현 대검찰청 자문위원
- 현 행정안전부 G-ISMS 인증위원

박 석 천

- 고려대 전자공학과 졸업
- 고려대 컴퓨터공학과 석사
- 고려대 컴퓨터공학과 박사
- 현 가천대학교 컴퓨터공학과 교수
- 현 한국정보처리학회 회장

방통융합미래전략체계연구 지정2013-43

인터넷 혁신 아이디어 사업화 및 투자
활성화 방안 연구

2013년 11월 일 인쇄

2013년 11월 일 발행

발행인 미래창조과학부 장관

발행처 미래창조과학부

경기도 과천시 관문로 47

Homepage: www.msip.go.kr
