



아주대학교



2020-1 미래산업혁명과 기술창업론

제1장 기업가 정신

정 문 호



제1장 기업가 정신

1. 기업가 정신
2. 창업의 절차 및 방법과 사례
3. 벤처기업의 의미와 중요성

1. 기업가 정신

(1) 기업가란?



열정



혁신

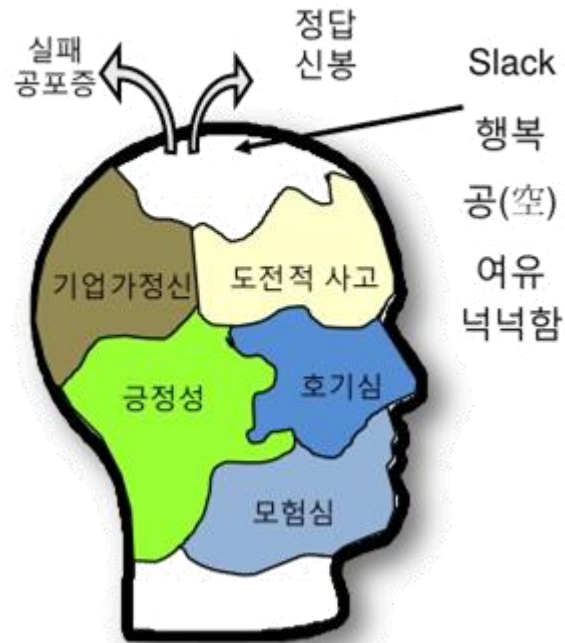


기획포착



도전

청년기업가 정신



현재 양성되는 인력





1. 기업가 정신

(1) 기업가란?

- ✓ 창의적인 혁신으로 경쟁력 있는 사업에 도전하여 새로운 기업을 일으키고 일자리를 창출하는 사람
- ✓ 기존에 존재하지 않았던 가치와 일자리를 만드는 사람 (위키백과)
- ✓ 기업의 현상 유지가 아닌 새로운 가치 또는 일자리를 창출하며, 높은 위험과 불확실성에도 불구하고 스스로 판단하고, 행동으로 옮기며, 그 결과에 책임지는 사람



1. 기업가 정신

(1) 기업가란?

✓ 성공하는 기업가의 개성

→ 팀을 구축한다.

→ 풍요의 심리를 가지고 있다.

→ 사람들의 장점을 파악하고 장점을 살릴 수 있는 역할을 맡을 수 있는 조직을 구축한다.

→ 주도적이다.

→ 지칠 줄 모르는 에너지와 끈기가 있다.

→ 자신의 기업가 정신을 계속 고취시킨다.

→ 긍정적이고 열정적이다.

→ 강한 성취 욕구와 성장 욕구가 있다.



1. 기업가 정신

(1) 기업가란?

✓ 실패하는 기업가의 개성

→ 불사조형: 실패가 없다는 망상

→ 천하무적형: 남보다 우월하다는 자만심

→ 독선형: 남의 조언을 기피하는 성향

→ 즉흥형: 상황과 기분에 따라 결정

→ 운수형: 잘되면 운이 좋아서, 안되면 운이 나빠서

→ 완벽주의형: 완벽한 일처리를 강조하는 성향

(출처: <http://cafe.naver.com/jokta/170>)



1. 기업가 정신

(2) 기업가 정신(Entrepreneurship) / 창업가 정신

- ✓ 외부 환경 변화에 민감하게 대응하면서 항상 기회를 추구하고, 그 기회를 잡기 위해 혁신적인 사고와 행동을 하고, 그로 인해 시장에 새로운 가치를 창조하는 일련의 활동과정을 말한다.
(출처: 기술창업자의 학습동기, 학습의지가 기업가 정신과 기업성가에 미치는 영향(2010), 송정현)
- ✓ 기업가 정신은 마음가짐만 가지고 있는 것이 아니라, 창업 또는 새로운 가치를 창출하는 일을 행동으로 옮기는 사람들의 활동을 의미한다.
- ✓ 미래를 예측할 수 있는 통찰력과 새로운 것에 과감히 도전하는 혁신적이고 창의적인 정신이 전통적 개념의 기업가 정신이다. 최근에는 이러한 전통적 의미의 기업가정신에 고객제일주의, 산업보국, 인재양성, 공정 경쟁, 근로자 복지, 사회적 책임의식까지 겸비한 기업가를 진정한 기업가로 본다.

(출처: 두산백과)

- ✓ 스펀터의 기업가 정신: <https://www.youtube.com/watch?v=slj2FyqUlm0>



1. 기업가 정신

(3) 기업가 정신의 쇠퇴 원인

- ✓ 최근 우리의 기업가 정신은 강화되기 보다는 쇠퇴하고 있다.
- 적은 보상, 낮은 성공 확률, 높은 위험 부담.
- 보통 힘들게 성공하더라도 대기업에서 월급을 받는 것보다 못한 경우가 많고,
- 결과적으로 상대적으로 적은 보상을 위해 모험을 하는 것은 쉽지 않다.



2. 창업

(1) 창업이란?

- ✓ 창업은 창의적인 아이디어를 직접 현실화하는 방안으로 창조경제 실현에 필수적이다.

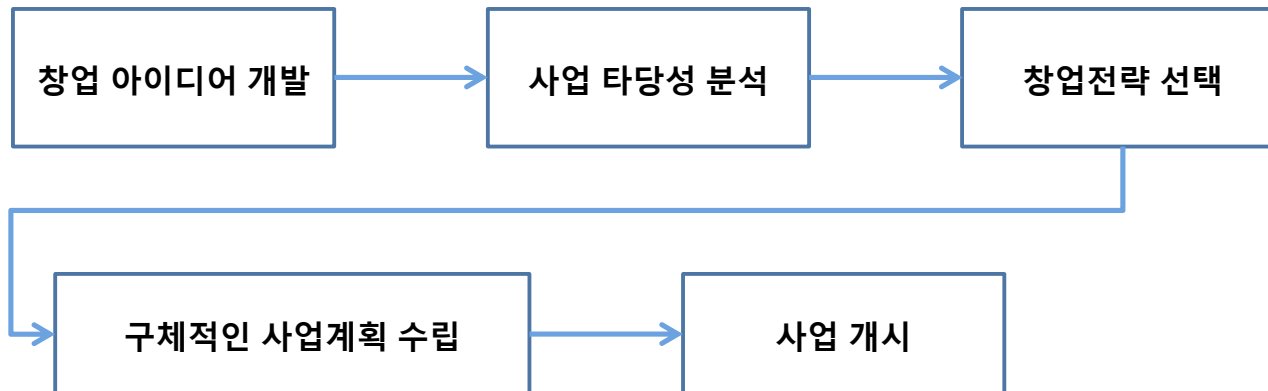
(출처: 창조경제 정책의 이해)

- ✓ 창업자가 어떤 목적을 가지고 사업을 영위하기 위해 구체적인 수단을 형성하는 것이다.
- ✓ 창업이란 재화 또는 용역을 생산, 판매하는 하나의 시스템을 구축하는 작업을 의미하며, 시스템이란 투입-변환-산출의 기본적인 구조와 목적성, 기능성, 전체성을 가지게 되는 것이다.
- ✓ 세계적인 미래학자 Peter Drucker는 지난 2000년 한국을 기업가 정신이 가장 활발하게 실천되고 있는 국가로 꼽았다. 그러나 10여 년이 지난 지금 한국의 창업에 대한 생각은 크게 바뀌었다. 2012년 OECD 보고에 따르면 창업을 좋은 기회로 보는 한국인은 11%에 불과하였다.
- ✓ 피터 드러커: <https://www.youtube.com/watch?v=eA-UgPi4mb8>

2. 창업

(2) 창업의 절차

- ✓ 창업을 성공하기 위해서는 절차에 맞춰 계획을 수립하고 실행하는 것이 중요하며, 창업의 절차는 창업의 형태나 규모에 관계없이 일반적으로 다음과 같은 과정을 거쳐 이루어진다.





2. 창업

(2) 창업의 절차

⊖ 창업 아이디어 개발

→ 기존 제품이나 서비스를 탐색하여 얻을 수 있다.

→ 다른 기업 또는 외국의 사례를 연구하여 그것을 다소 변형시켜 새로운 사업 아이디어로 응용한다.

→ 새로운 제품이나 서비스를 찾는 방법이 있다.

→ 잠재 수요 탐색을 통해 아이디어를 개발할 수 있다.



2. 창업

(2) 창업의 절차

⊖ 사업타당성 분석

- 시장분석 방법: 사업을 시작하기 전에 생산하고자 하는 제품 및 서비스 대상 시장의 크기와 성장 잠재력 등에 대한 분석을 실시한다.
- 경쟁우위 평가: 아이디어를 제품화 했을 경우 기존 제품과의 비교를 통한 우위를 평가한다.
- 수익성 분석: 새로운 사업을 통한 적절한 수익성과 안정적인 현금 흐름을 보장할 수 있을지 여부를 검토한다.



2. 창업

(2) 창업의 절차

⊗ 창업 전략 선택

→ 구체적인 사업 계획을 수립하기 위한 창업 전략을 분명히 결정해야 한다.

→ 앞서 언급한 시장분석, 경쟁우위 평가, 수익성 분석의 세가지 전략 중 적절한 방법을 선택하여 진행한다.



2. 창업

(2) 창업의 절차

④ 구체적인 사업계획 수립

→ 새롭게 창업할 기업의 전체상을 그려보는 것이 중요하다.

→ 사업개요, 시장현황, 판매계획, 생산계획, 설비투자, 인력 및 조직 계획, 재무 및 자금 계획, 일정 계획 등 사업 추진의 각 단계 별로 고려해야 할 모든 사항에 대한 사전 예상이 필요하다.

→ 법인 기업 설립을 위한 인허가 및 신고, 등록이 필요하다.



2. 창업

(2) 창업의 절차

⑤ 사업 개시

- 계획한 일정에 따라 실행에 옮겨 사업을 개시한다.
- 사업을 개시할 경우 환경의 불확실성으로 인해 계획과 현실이 서로 다른 경우가 자주 발생한다.
- 발생하는 문제는 기업가 정신을 발휘하여 능동적으로 대처해 나가야 한다.



2. 창업

(2) 창업의 절차

- ✓ 창업의 절차를 보다 세분화하면 다음의 10단계로 구분할 수 있다.
- ✓ 1단계: 창업환경분석
- ✓ 2단계: 투자자금 설정
- ✓ 3단계: 업종 선정
- ✓ 4단계: 업종 타당성 분석
- ✓ 5단계: 시장 조사
- ✓ 6단계: 수익성 분석
- ✓ 7단계: 사업계획서 작성
- ✓ 8단계: 사업장 선정
- ✓ 9단계: 행정 절차
- ✓ 10단계: 창업



2. 창업

(3) 창업의 방법

- ✓ 창업은 새로운 기업을 시작하거나 기존에 있는 사업을 인수, 본사와 계약을 체결한 프랜차이즈 가맹점 등 다양한 방법으로 접근할 수 있다.
- ✓ 자신의 환경 조건에서 최선의 방안이 무엇인지 선택해야 한다.



2. 창업

(3) 창업의 방법

⊖ 신설 창업

- 새로운 기업/사업을 설립하는 전략이다.
- 제품, 서비스, 입지, 설비 등에 관한 의사결정 및 설립 절차나 법률 조항의 제약에서도 자유롭지만 자금을 조달하거나 신용을 확보하기 어렵다.
- 경영 경험이 없는 기업가라면 창업 초기에 조직 구조 등을 설계하는데 곤란을 겪을 수도 있다.
- 경쟁 업체 등이 이미 유리한 고지를 차지하고 있는 상태라면 진입이 어려울 수 있다.



2. 창업

(3) 창업의 방법

⊖ 기업 인수

- 인수 대상 기업에 대한 철저한 분석과 함께 세심한 주의를 기울여 인수한다면 상당한 혜택을 누릴 수 있다.
- 기존 기업의 경우 안정된 생산 제품과 서비스, 종업원, 시장이 형성되어 있으며, 거래처도 확보되어 있다.
- 기업을 인수할 때는 경영 상태를 세밀하게 평가한 다음 경쟁 업체와의 비교 분석이 필요하다.



2. 창업

(3) 창업의 방법

⊗ 프랜차이즈

- 프랜차이즈는 본사와 가맹점이 계약을 맺고 로열티를 받는 대가로 가맹점에게 본사의 자산인 상표, 이미지, 기업 인지도, 정책 자문, 창업 및 관리기법, 전문성과 경험 등을 활용할 수 있게 해준다.
- 다소 경험이 부족하더라도 창업에 따르는 부담과 위험을 줄일 수 있다는 것이 장점이다.
- 초기 비용 및 로열티의 회수가 어렵고, 이익이 기대에 미치지 못하는 경우 어려움에 빠질 수 있다.



2. 창업

(4) 창업의 성공 요인과 실패 요인

- ✓ 창업은 여러 가지 요인에 의해 성공하거나 실패할 수 있다.
- ✓ 성공 요인
 - 새로운 사업기회를 포착하고 집행하는 것
 - 기업가의 자질적 특징과 환경을 갖추는 것
 - 창업을 하게 된 동기를 부여하는 요인들이 있는 것
 - 일을 추진 및 성취하는 능력



2. 창업

(4) 창업의 성공 요인과 실패 요인

- ✓ 창업은 여러 가지 요인에 의해 성공하거나 실패할 수 있다.
- ✓ 실패 요인
 - 시장에 대한 지식과 특별전문기술
 - 기본사업자금 및 사업경영 능력의 부족
 - 지나친 자신감과 용기 부족, 새로운 일에 대한 열정 결핍
 - 사회적 불신감 및 시간에 대한 압박감
 - 법률이나 규정, 독점과 보호주의, 특허 등에 대한 제약성



3. 벤처기업

(1) 벤처기업이란

- ✓ 벤처기업은 모험을 뜻하는 벤처(venture)와 기업(company)의 합성어로서, 벤처기업은 고수익, 고위험을 내포하고 있으며 제품 또는 사업방법이 기술 혁신과 창조성에 바탕을 두고 경영의 독립성을 나타낸다.
- ✓ 벤처기업이란 왕성한 기업가 정신을 바탕으로 위험성이 큰 첨단기술개발에 과감히 도전하여 새로운 시장을 개척하는 사업 또는 높은 위험성에도 불구하고 그것의 성공 가능성을 보고 과감히 도전하는 기업을 뜻한다.
- ✓ 첨단의 신기술과 아이디어를 개발하여 사업에 도전하는 창조적인 중소기업으로 연구개발형 기업, 기술집약형 기업, 모험기업 등으로 부른다. (두산백과)



3. 벤처기업

(2) 벤처기업의 특징

✓ 벤처기업의 흐름

- 벤처기업은 독점적 사업, 전통적 사업, 사양 사업으로 변화하는 수행주기를 가진다.
- 벤처기업은 새로운 기술과 아이디어를 바탕으로 벤처기업이 성공하면 기술 및 시장 우위를 획득하여 독점적 지위를 가진다.
- 시간의 흐름에 따라 새로운 신기술의 출현과 시장 특성 변화로 인해 저위험, 저수익의 경쟁적인 전통 사업으로 변화하고 이후 제품 수요가 포화 상태가 되면서 사양 산업으로 변화한다.



3. 벤처기업

(2) 벤처기업의 특징

✓ 벤처기업의 범위

- 고위험, 고수익이 있는 사업이라고 해서 모두 벤처기업으로 볼 수 없다.
- 기술 혁신과 아이디어를 기반으로 할 경우에만 벤처기업이며, 혁신제품이면서 정보통신, 전자, 소프트웨어 등 첨단 산업을 포함하고 있어야 한다.
- 기존의 일반적인 기업 범주에 속하지 않고 유연하게 범위의 설정이 가능하다.



3. 벤처기업

(2) 벤처기업의 특징

✓ 벤처기업의 독립성

- 벤처기업은 제품기획, 구매, 생산 및 유통 등 의사결정에 있어서 독자적이다.
- 불확실하고 급변하는 환경은 경영 및 사업 스타일에 있어서 독립적인 의사결정과 혁신성을 요구한다.
- 한 기업에 의존하거나 기술이나 자본 관계에서 종속적인 경우도 진정한 의미의 벤처기업이 아니다.

창업 아이디어와 STP 작성



시장 세분화 (Segmentation)

- ◆ 시장 세분화를 위한 세분화 기준변수 파악
- ◆ 효과적 세분시장의 요건 파악

표적시장 선정 (Targeting)

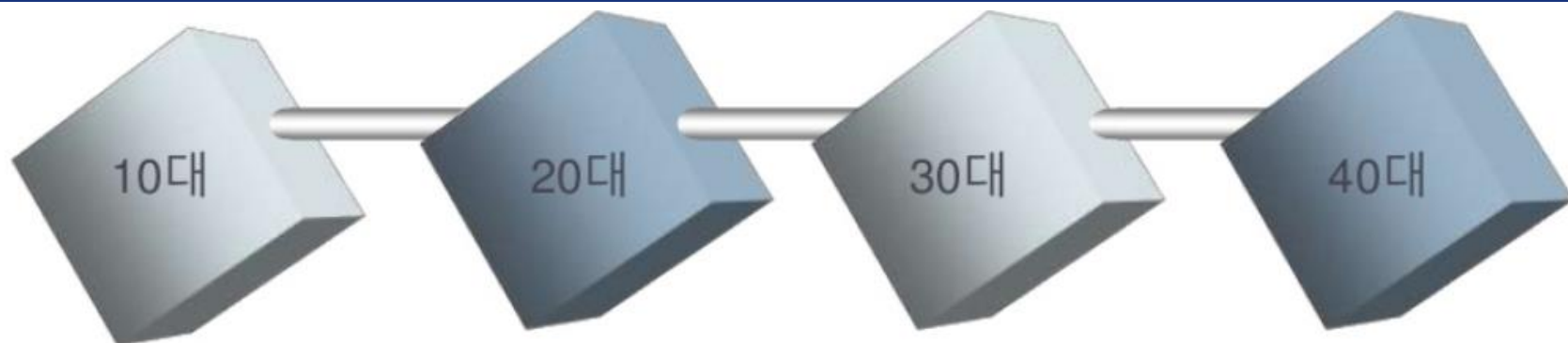
- ◆ 세분시장의 매력도 평가 위한 고려사항 점검
- ◆ 표적시장 선정 및 시장 공략 전략

포지셔닝 (Positioning)

- ◆ 각 표적시장별 포지셔닝 전략 파악
- ◆ 각 표적시장별 마케팅믹스 개발



창업 아이디어와 STP 작성



- 커피보다 탄산 음료를 즐겨 마신다.
- 커피전문점보다 패스트푸드점을 선호한다.
- 집에서 끓여 마시거나 자판기 커피, 캔 커피를

- 모든 소비문화를 주도하는 연령층.
- 약속 장소로 커피숍을 추구함
- 커피전문점을 가장 빈번하게 이용.
- 커피전문점을 찾아 간단한 식사를 해결
- 커피 취향이 정해져 있다.

- 여유를 찾기 위해 커피숍을 찾는다.
- 커피 한잔을 하며 업무를 한다.
- 사업상 미팅장소.
- 자신만의 브랜드를 찾는다.

- 40대 여성들의 경제적, 시간적 여유.
- 사람들과의 이야기를 나눌 수 있는 매개체.



창업 아이디어와 STP 작성



Targeting

연령

20대와 30대 초반의 젊고 활동적인 층

지리적
위치

시내 중심가, 대학가, 문화 중심지, 사무실 밀집 지역에 분포

학력

대학생, 대학교 졸업생, 유학생 등의 고학력층

중요
가치

최고급커피, 세련된 분위기, 차별화, 개성, 새로운 커피의 경험.

고객
특성

스타벅스 매니아-이곳을 찾는 사람들의 70%가 스타벅스만을 이용



창업 아이디어와 STP 작성

- 고급스러운 이미지로 높은 가격과 높은 품질을 유지





창업 아이디어와 STP 작성

No.	아이디어명	특징	시장성/경제성	(S)시장분류	(T)타겟	(P)포지셔닝
1						
2						
3						



아주대학교



www.ajou.ac.kr

Thank You !