국내 스타트업 경쟁력 강화방안

1. 정부지원정책

정부는 청년창업을 통한 일자리 창출을 위하여 막대한 자금으로 다양한 지원사업을 전개하고 있으나 그 효과를 보지 못하고 있다. 그 동안 정부의 지원사업으로 창업기업의 숫자가 증가하는 등 양적인 성장은 이루어지고 있으나 창업 2년후 생존율이 절반밖에 되지 못하고 있는 실정이다. 창업의 동기도 대부분 생계형 창업이고 지신산업 창업은 약 15%수준에 머물고 있다. 청년창업의 지속가능성이 떨어지는 현상은 사회적으로도 비용이 크기 때문에 정책적인 변화가 필요한 싯점이다. 이를 위해서는 양적인 성장을 위해 창업기업의 숫자를 늘리기 보다는 창업기업의 생존율과 성장에 보다 많은 지원책을 마련해야 한다. 이렇듯 창업기업의 생존율을 높이는 방안 마련이 시급하지만 왜 생존율이 낮은지 생존율을 끌어 올릴 대책이 무엇인지를 규명하는 일은 그다지 단순하지 않으며 다양한 관점에서 바라봐야 한다. 즉, 정부의 지원정책의 변화가 필요한 싯점이다.

정부의 청년창업기업 지원 정책에 있어서는 세 가지 큰 전환이 필요하다.

첫째, 창업 생태계가 가장 선진화되어 있는 미국도 지속성장가능성이 그다지 높지 않을 정도로 실패율이 높다. 하버드 비즈니스스쿨의 Ghosh(2012)에 따르면 벤처캐피탈이 투자한 기업 중 75%는 투자자에게 원금을 돌려주지 못하고 오직 5%만이 원금을 회수하며 기업공개(IPO)까지 가는 기업은 1%미만이라고 한다. 창업의 속성상 위험부담율이 매우 높다는 인식하에 청년들의 도전을 장려하고 실패를 소중한 자산으로 여길 수 있도록 정부가 재도전 기회를 적극 장려하는 정책이 필요하다.

둘째, 현재까지는 어떻게 하면 많은 청년들이 창업을 하도록 할 것인가에 중점을 두어 왔으나 일자리 창출 및 경제의 신성장동력 발국이라는 기대에 미흡한 바, 이를 지양하고 보다 질적인 성장에 초점을 맞추어야 한다. 즉, 창업가의 준비도와 자세, 창업기업이 지향하는 Vision, 확실한 기술적 우위, 사업모델 등을 초기단계에서 검증하여 지원대상을 선발함으로써 지속성장 가능성이 높은 기업에 집중 지원하는 방안이 필요하다. 이와 관련해서 싱가폴의 정책이 주는 시사점이 크다. 싱가폴은 보유한 자원과 기술, 시장이 부족하기 때문에 청년창업 초기단계에서 아이디어를 발굴할 때부터 글로벌 시장을 타겟으로 하도록 유도한다. 철저하게 실패를 최소화하는 전략을 추구하며 이를 위하여 초기단계에서 엄격히 사전 검증함으로써 실패확률을 낮추고 있다. 또한 정부와 대학의 경쟁력이 결합하여 창업기업의 성공율을 높이기 위한 다양한 프로그램을 활성화하고 있다.

정부 주도로 대기업의 창조경제혁신센터와 8개 대학에 설립된 기업가정신센터의 저조한 성과에도 유사한 문제점을 갖고 있다. 우리가 보유한 핵심역량이나 컨텐츠를 고려하지 않은 채 분야에 제한 없이 소액의 지원금을 다수의 기업에 지원하고 있는 실정이다. 기업의 생존율을 높이기 위한 방안으로서 우리가 지닌 강점 분야에 집중 지원하는 정책변화가 필요하다.

또한 한국의 대학발 창업은 국내시장에 제한되어 있고 전략성이 부족하다. 미국이나 중국은 내수시장 규모가 크므로 굳이 글로벌 시장을 타겟으로 해야하는 절박함이 없지만 한국은 처지가 다르다. 경제규모가 한국의 절반인 싱가폴을 참고해야 한다. 싱가폴과 같이 창업초기단계에서부터 세계시장을 염두에 두고 글로벌 시장에서 통하는 아이디어와 비즈니스모델이 필요하다.

1. ‘린밸류업’ 성공모델 확산

창업기업의 실패요인 중 가장 큰 것 중의 하나는 청년창업가의 사업준비 부족인 것으로 나타났으며 이는 창업교육과 기업가정신교육의 미비에서 비롯된다. 예를 들어, 경쟁전략 측면에서 보면 많은 창업기업들이 취약한 자원기반에서 여러 시장에 자원을 소진하여 실패로 이어진다. 즉, 제한된 자원과 역량을 세분시장에 집중 투입해야 실패율을 최소화할 수 있다. 사업타당성이 미흡한 상태에서 창업하고 고객들이 원하지 않는 불완전한 제품이나 서비스를 내놓기 때문에 많은 창업기업들이 실패하는 것이다. 이러한 시행착오를 최소화 하기 위해서는 보다 체계적이고 실질적인 창업교육과 기업가정신교육이 필요하다.

창업기업의 생존율을 높이고 지속적인 혁신을 이루어 내게 하기 위한 방안으로서

첫째, ‘린벨류업’ 방식에 대한 교육프로그램을 보다 활성화하고 많은 성공모델을 만들어야 한다. 미국 버클리 대학교 경영대학에서 강의를 하던 창업가인 Blank(2003)는 <The Four Steps to the Epiphany>에서 창업기업의 고객개발 방법론을 제안했다. 창업자가 사업 아이디어를 내면 곧 바로 사업화하는 것이 아니라 고객 발굴을 통해 잠재 고객을 확보하고 이들에게 자신의 사업아이디어를 검증하는 과정을 거친다. 이 과정에서 검증이 완료되면 다음 단계로 넘어가고 그렇지 않으면 아이디어를 전환(Pivot)하여 다시 고객 발굴에 나서는 것이다. 고객 가설이 검증되면 실제 제품을 만들어 고객 창출에 나서고 비로서 기업을 설립한다.

Blank의 고객개발 이론은 Eric Ries에 의해 발전한다. Ries는 린 제조 철학을 스타트업 경영에 붙여 ‘린 스타트업’이라고 명명하게 된다. ‘린스타트업’은 스타트업 경영에 있어 불필요한 일, 낭비적 요소를 제거하여 효율성을 높인다는 개념이다.

린 스타트업의 핵심 철학은 꼭 해야 할 일만 하는 것, 낭비를 없애는 것에 초점을 맞추어 스타트업이 가장 우선적으로 해야 할 일들에 대하여 할 수 있도록 하고 있다.

첫째, 사업 아이디어를 곧바로 실행시키는 것이 아니라, 고객의 관점에서 살펴봐야 한다. 창업자가 해결하려는 문제가 고객에게도 중요한 문제인지, 창업자가 내놓은 솔루션이 고객에게도 필요한 솔루션인지 검증해야 한다. 그것을 검증하는 방법은 고객에게 물어보는 것이다.

둘째, 최소 기능 제품(MVP)를 만들어 다시 한번 고객 검증을 거쳐야 한다. 고객은 제품을 눈으로 보기 전에는 정확한 판단을 하기 어려운 경우가 많다. 대상 고객이 해당 제품을 구체적으로 인지할 수 있도록 최소 기능 제품을 만들어 고객검증을 진행하고, 창업자 역시 필요 기능을 확정지을 수 있는 기회가 된다.

셋째, 시장 규모 확장이 가능한 사업인 지 판단하기 위해서 는 이를 측정할 핵심 지표가 필요하다. 고객에게 제품을 알리 는 단계부터 시작하여 고객이 제품을 구입하는 단계까지의 과정을 기반으로 체크해야 할 핵심 지표를 도출하도록 한다.

넷째, 이러한 단계는 만들기-측정-학습(BML) 나선형 모델에 기반하여 신속히 실행해 나가야 한다. 이 과정에서 학습을 통해 피봇이 필요한 경우 이를 실행하여 고객 니즈에 더욱 부합될 수 있도록 한다.

린 스타트업이 창업 실패 가능성을 최소화하는 전략이라고 하는 이유는 창업자의 아이디어가 고객의 문제를 해결해 주는 적합한 솔루션인지 검증하는데 많은 부분을 할애하고 있다는 점이다. 상당수의 창업가들이 자신의 생각만으로 사업 계획을 수립하고, 제품을 만든 다음, 그때서야 비로서 고객에게 검증받으려고 하는 위험 가능성을 앞 단에서 검증할 수 있도록 한 것이다. 린 스타트업 방법론은 기존 대기업에서 활용하고 있는 일반적인 신규 사업 전략 수립, 실행 방안이 스타트업 기업에서 적합하지 않다고 판단하여 만들어진 전략이다. 대기업 신규 사업은 이미 보유한 내외부 자원을 활용하여 내부에서 충분히 검토된 면밀한 마스터플랜에 신중하게 실행된다. 제품은 시장에 나가기 전 완전성을 띄어야 하고 성과는 전통적인 재무제표에 의해 진행된다. 반면 린 스타트업 전략은 이와 차이점을 가진다.

린 스타트업은 창업자 뿐만 아니라 창업 관련 교육자 또는 멘토(mentor)에게도 적용 시사점을 준다. 기존의 창업 사업 타당성 검토는 창업자나 교육자 모두가 공감할 수 있는 방법론이 제시되기 어려웠다. 단지 사업 아이디의 창의성, 목표 시장의 크기, 창업팀 구성원 등 개개인의 경험과 지식에 의해 가능성을 판단했다. 하지만 창업자가 창업 이전이라도 린 스타트업의 가설 검정 프로세스를 실행한다면 고객의 실제 니즈를 파악할 수 있어 개인의 주관에 근거한 판단이 아닌 시장에 의한 판단을 하여 보다 객관화된 사업성을 검증할 수 있도록 해 준다. 때에 따라서 창업가 생각한 사업 아이디어의 현실성에 대해서도 실제 고객에게 가치를 제공하는 지 확인할 수 있도록 만드는 도구가 될 수 있다. 실전 창업 교육을 진행하는 교육자가 학생들을 교육시키는 데에도 유용하게 활용할 수 있을 것이다.

실제 창업 교육 및 멘토링 현장에서 확인하는 바에 의하면, 아직도 예비창업가들이 ‘린벨류업’에 대한 개념이해 없이 사업계획서를 작성하려는 모습을 발견하게 된다. 기존의 대기업위주의 접근 방식이 이미 정부지원자금 요청을 위한 사업계획서에 여과 없이 반영되어 있고 예비창업가들이 이미 그런 사업계획 작성방식에 익숙해져 있다는 얘기이다. 대기업과 같이 이미 기존사업에서 매출과 수익을 내고 있는 사업환경과 무에서 새로운 사업을 창출해야 하는 창업기업의 환경은 전혀 다르다. 창업기업은 큰 조직의 매니저들이 접근하는 경영방식과 패러다임에서 탈피해야 한다. 대기업에서 근무 경험이 있는 창업가가 그러한 경험이 없는 창업가보다 더 성과가 좋다는 학문적 근거는 없으며, 기존의 경영학 이론을 공부한 대학생들이 타 전공 학생들보다 창업 동기나 성공율이 더 높다라는 통계는 아직 없다.

창업은 실질적인 영역이다. 시행착오 없이 성공을 기대할 수 없으며 린밸류업을 통하여 많은 성공모델이 나올 수 있도록 정부기관부터 관심을 갖고 장려해야 한다.

1. 창업교육 및 기업가정신

대학을 중심으로 한 정부의 창업교육 재정지원 확대와 민간의 창업교육이 크게 증가 한 바 이제는 창업교육의 양적 확대 보다는 질적 개선에 보다 많은 노력이 요구되는 시점이다. 창업교육의 양적 팽창은 어느 정도 이룬 상태라고 본다. 이제 질적 성장을 위한 노력이 필요한데, 현장의 경험을 통해 콘텐츠 문제가 중요하다는 것을 느꼈다. 학생들이 몰입할 수 있도록 사례 중심의 강의를 하는 것이 관건인데, 이러한 강의가 가능하게 하는 콘텐츠가 충분히 개발되어야 한다.

또한, 창업교육이 초중고등학교부터 대학교까지 자연스럽게 이어져야 하는데, 현재는 대학 창 업강좌에서 기업가정신에 대한 이해가 전혀 없는 학생들에게 갑자기 사업계획서 작성법을 가르치는 등 체계가 갖춰져 있지 않은 상태이다. 어린 시절부터 대학생에 이르기 까지 단계적으로 기업가정신 교육을 위한 콘텐츠 개발이 무엇보다 필요하다.

같은 창업교육이라 하더라도 그 목표를 어디에 두는지에 따라 내용이 달라지게 된다. 창업교육의 목표가 창업기업 수, 투자금액 등 결과 중심 목 표를 세우는 것이 일반적인데, 목표가 기업이 되는 것과 사람이 되는 것 간에는 큰 차이 가 존재한다고 생각한다. 후자의 경우 ‘창업’이 아닌 ‘기업가정신’ 자체에 초점을 맞춰야 한다. 한번에 성공하는 창업가가 없고, 재도전으로 사회적 가치가 발생한다는 점에서 사람에 초점을 맞추는 것이 맞다고 본다. 따라서 창업교육 목표는 사고의 측면에서 설정 되어야 한다. 왜 창업교육을 받아야 하는지가 모호하기 때문에 현재 개발되는 교과서를 봐도 실질적인 내용이 담겨져 있지 않은 실정이다. 창업기업을 키운 것은 창업가뿐 아니라 그 외 초기멤버들과 그 후 헌신한 많은 일원들이라는 점에서도 창업 과정 자체를 도식화하여 교육하는 것은 위험하다.

대학의 창업교육 측면에서는, 두 가지 트랙으로 나눌 때 효과적일 것이라고 생각한다. 먼저, 학생 들이 창업이 가치창조의 방법으로 이해할 수 있도록 인식과 경험의 저변을 확대하는 작업이다. 이 과정을 통해 학생들은 교과서 상의 지식을 생활에 적용하는 역량을 배울 수 있다. 다음으로 창업역량을 갖춘 인재를 발굴하고, 민간 기관에 연결해 실질적인 창 업과정을 돕는 교육이다. 이 과정을 통해 학생들은 창업가라는 직업을 선택해 성장할 수 있다.

정부는 장기적인 안목에서(수익창출을 통해 생존해야 하는 민간은 구조상 장기적인 안 목과 호흡을 갖고 일하기가 어렵다.) 미래세대들이 기업가정신을 갖춘 인재로 성장할 수 있도록 투자해야 한다. 아이들이 어렸을 때부터 기업가의 세계를 접하고, 체험형 창 업교육을 통해 창업가를 꿈꾸며, 기업가정신을 갖춘 인재로 성장할 수 있다면, 이들은 4 차산업혁명을 리드할 성장동력으로 작용할 것이다. 민간은 정부와 학교가 그리는 인재 양성의 큰 틀 속에서 각 단계별로 필요하고도 적절한 교육프로그램을 제공하거나 운영 하는 방식으로 효율을 더하는 역할을 해야 한다.

대학들은 재정적 제약의 결과로서 학생 기업가 정신을 지원 하는 데에 불충분하다. 대학들의 자금 조달 체계와 교수들의 경력에 있어서 인센티브 부족, 기존 교수들의 기업가정 신에 관한 스킬과 지식의 부족, 더 넓게는 고등교육기관의 빈약한 기업가정신 문화와 변화에 대한 저항이다. 이러한 장벽을 없애기 위해서는 정책 입안자가 학생 기업가정신을 육성하는데 보다 적극적으로 참여하도록 지원하여야 한다.

기업가정신은 창업 뿐만 아니라 새로운 일에 도전하는 모든 상황에서 필요한 요인이다. 예를 들어, 특정 Task에 대한 자신감, 창의성, 개방성 및 학습의욕 (주변을 수용하고 배우려는 자세)은 이를 위한 기본적인 기질로서 개발될 수 있다. 특히, 창업가에게는 적극적으로 먼저 시작해서 선점하고자 하는 의지(Proactiveness), 리스크를 계산하고 이를 Taking하려는 자세(Risk-Taking) ,제품이나 서비스에 대한 혁신적 Idea개발(Innovativeness)은 창업가에게 필요한 반드시 필요한 특질이라 볼 수 있다. 이러한 요소들은 청소년 시기이면 더 좋겠지만 늦어도 대학의 기본 교양과정에서 학습되어야 하는 내용들이다. 그러나 한국의 학교 현실에서는 과분한 요구로 볼 수 있으며 최소한 정부나 기관의 창업관련 교육 프로그램에서 예비창업가들에게 스스로 진단해볼 수 있는 기회가 많이 주어져야 한다.

제대로 된 교육을 통하여 높은 기업가 정신과 올바른 사업접근 방법을 무장함으로써 경험이 부족한 많은 청년창업가들이 강한 자신감을 가짐과 동시에 궁극적으로 실패율을 줄일 수 있다.