# 스타트업이 실패하는 7가지 결정적 이유

스타트업은 혁신을 꿈꾸는 이들의 도전이자, 동시에 시장의 냉혹함을 시험하는 전장이다. 하지만 통계적으로 90% 이상의 스타트업이 3년 내 폐업한다. 그 이유는 단순한 자금 부족이나 운의 문제가 아니라, 더 본질적이고 구조적인 이유에서 비롯된다. 아래는 스타트업이 실패하는 7가지 결정적인 이유다.  
  
1. 시장이 없다 (No Market Need)  
많은 창업자들이 ‘만들 수 있는 것’을 기준으로 제품을 기획하지만, 정작 ‘사람들이 필요로 하는 것’에는 관심을 덜 둔다. 시장이 존재하지 않는 곳에서 아무리 뛰어난 기술을 사용해도 그것은 ‘멋진 실패작’에 불과하다.  
  
2. 팀의 역량 불균형  
스타트업은 속도가 생명이다. 하지만 공동창업자 간의 갈등, 개발자-비즈니스 간의 협업 실패, 결정권의 불명확함 등은 초기 조직을 쉽게 와해시킨다. 특히 ‘좋은 아이디어’보다 ‘좋은 팀’이 더 중요하다는 점을 간과하기 쉽다.  
  
3. 현금 흐름 관리 실패  
제품이 팔리기 전에 팀원에게 월급을 줘야 하고, 서버비와 마케팅비는 매달 빠져나간다. 이를 감당할 수 있는 자금 계획이 없다면, PMF(Product-Market Fit)를 찾기도 전에 자금이 고갈된다. 투자 유치 실패는 현금 흐름 관리 실패의 결과일 뿐이다.  
  
4. 고객 피드백 무시  
제품을 시장에 출시했지만 피드백을 반영하지 않거나, 반대로 지나치게 휘둘리는 것도 문제다. Lean Startup의 핵심은 ‘학습’을 통해 시장과 제품을 맞추는 것이다. 이 과정을 무시하고 고집스레 기능만 추가한다면, 고객 없는 제품이 만들어진다.  
  
5. 마케팅과 세일즈 역량 부족  
아무리 좋은 제품도 알리지 않으면 팔리지 않는다. 많은 기술 기반 스타트업은 마케팅을 부차적 문제로 치부하거나, 제품이 좋아지면 자연히 퍼질 것이라 착각한다. 하지만 초기 고객 유입과 세일즈 전략 없이는 생존 자체가 불가능하다.  
  
6. 경쟁자 분석 부족  
경쟁자의 존재를 부정하거나, ‘우리는 다르다’는 근거 없는 자신감은 실패로 이어진다. 시장에는 이미 대안을 쓰고 있는 고객이 있고, 스타트업은 그 대안보다 충분히 나은 가치를 증명해야만 선택받는다.  
  
7. 창업자의 번아웃  
마지막으로, 창업자 본인의 번아웃은 조직 전체에 치명적이다. 리더의 방향 상실, 동기 저하, 회피적 의사결정은 사업에 그대로 반영된다. 스스로를 관리하지 못하는 창업자는 회사를 지속가능하게 운영하기 어렵다.  
  
결국 스타트업의 실패는 대부분 외부보다 내부에서 기인한다. 문제는 ‘무엇을 만들 것인가’가 아니라 ‘어떻게 실험하고 학습할 것인가’이다. 실패를 줄이기 위한 유일한 방법은 빠른 실행과 철저한 고객 중심 사고, 그리고 지속적인 팀 학습에 있다.