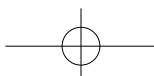
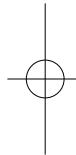
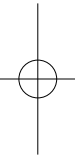
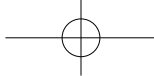


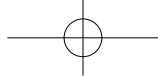
2015 국정감사 정책자료집

청년창업가를 위한 판로개척 지원현황과 개선방안

2015.9.14

새정치민주연합
조경태 의원





1. 판로지원 시책 주요내용

| | | |
|----------|---------------------|----|
| 1 | 마케팅이노베이션 지원 사업 | 6 |
| 2 | 중소기업제품 홍보지원 | 8 |
| 3 | 중소기업제품 전용판매장 운영 | 10 |
| 4 | 중소기업 브랜드 지원 | 11 |
| 5 | 중소기업 구매상담회 · 판매전 지원 | 13 |
| 6 | 온라인 판로지원 | 15 |
| 7 | 중소기업 공동A/S 지원 | 17 |
| 8 | 중소소모성자재 납품기업 지원 | 19 |

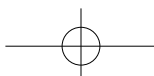
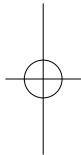
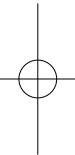
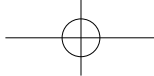
<붙임 1>

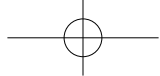
마케팅이노베이션 · 공동A/S지원 지원대상 제품군 현황

2. 중기청이 발주한 청년창업 관련 연구용역 목록

- 1) “대학내 창업지원단 설립·운영방안” - 중소기업청/창업진흥원
- 2) 유럽 주요 대학의 창업인프라 심층연구 - 창업진흥원

3. 내수판로 활성화방안 - 중소기업연구원





1. 판로지원 시책 주요내용

□ 목적

- 중소기업 제품에 대한 시장조사, 홍보, 브랜드 등을 통해 마케팅 역량을 강화하고 유통채널 진출을 촉진하여 중소기업의 시장 경쟁력 제고

□ 지원규모 : ('15년) 232.6억원

□ 주요내용

- ① 마케팅이노베이션(2,960백만원) : 시장에서 잘 팔릴수 있는 혁신제품을 발굴·선정하여 시장성조사, 마케팅전략수립, 제품개선을 지원
- ② 중기제품 홍보(3,150백만원) : 언론매체, 소셜커머스, 홈쇼핑 등에 혁신제품을 판촉·홍보하여 매출시현과 제품 인지도 향상
- ③ 전용 판매장(3,110백만원) : 창업·혁신제품 판로개척·시장검증을 위해 핵심상권의 상업·공공시설내 중기제품 전용판매장 설치·운영
- ④ 브랜드 지원(961백만원) : 공동상표 개발·홍보로 중기제품에 대한 브랜드 가치와 소비자 인지도 향상을 통해 판로 확대
- ⑤ 구매상담회(1,138백만원) : 조합·단체 및 유통기업과의 수시 구매상담회·판매전 개최를 통해 판로 개척
- ⑥ 온라인 판로지원(23억원) : 중소기업 혁신제품을 DB화하여 민간 온라인 시장의 유통채널에 자동 입점판매가 가능하도록 판촉·홍보
- ⑦ 공동A/S지원(90억원) : 자체 A/S시스템이 부족한 중소기업을 대상으로 A/S상담·수리를 지원하여 소비자 신뢰도 제고
- ⑧ 소모성자재납품기업(6.4억원) : 코칭·교육, 입찰정보 등 종합 서비스 제공

1 마케팅이노베이션 지원 사업

□ 사업개요

- 시장성 조사를 통해 혁신제품을 선별하여 마케팅 전략수립, 제품 개선 등 종합적 마케팅 지원을 통해 혁신제품의 시장진입 촉진

□ 지원규모 : 500개 제품

□ 지원대상

- 중소기업이 국내 제조·위탁하여 생산한 소비재 완제품으로써 3개월 이내에 국내시장 유통망 입점이 가능한 14개 제품군 (붙임 1 참조)
- * 지원제외 품목 : 주류, 건강보조 식품, 의약품 등

□ 지원내용 * 단계별 평가를 통해 선별 지원

- 시장성 조사 : 개발제품에 대해 소비자 온라인 조사, 갱서베이 조사 등을 통해 시장성 분석 지원 (500개 제품)
- 마케팅 전략수립 : 혁신제품에 대해 마케팅 전문기관·유통사 MD를 활용하여 가격, 제품, 유통 등 '마케팅 전략수립' 지원 (250개 제품)
- 제품개선 : 성능·디자인·품질 등 상품성 향상 지원 (50개 제품)

□ 지원조건

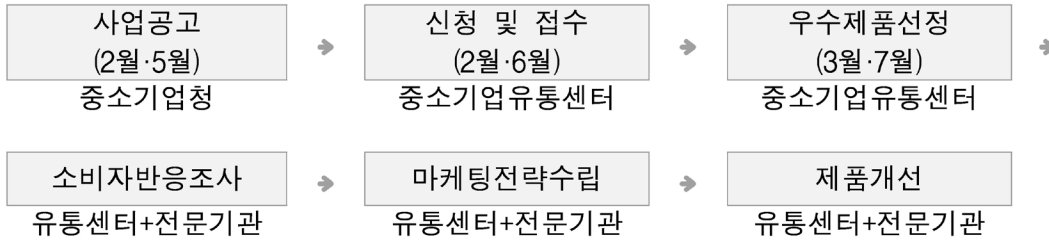
| 구 분 | 사업비 분담내역 | | |
|----------|------------|-----------|-------|
| | 정부 보조금 | 업체 부담금 | 총사업비 |
| 시장성 조사 | 100% | | |
| 마케팅 전략수립 | 4백만원(80%) | 1백만원(20%) | 5백만원 |
| 제품개선 | 14백만원(70%) | 6백만원(30%) | 20백만원 |

□ 신청서류 및 지원절차

- 신청서류 : 상품기술서(동의서, 서약서, 협약서 등 포함), 사업자등록증,

공장등록증(또는 입가공계약서), 제품 설명서, 각종 제품 관련 증명서

○ 지원절차



□ 추진일정

| 구분 | 신청·접수 | 선정평가 | 시장성조사 | 전략수립 | 제품개선 |
|----|-------|------|-------|-------|--------|
| 1차 | 2~3월 | 4월중 | 4~5월 | 6~8월 | 9~11월 |
| 2차 | 4~5월 | 6월중 | 6~7월 | 8~10월 | 11~12월 |
| 3차 | 6월 | 7월중 | 7~8월 | 9~11월 | 11~12월 |

2 중소기업제품 홍보지원

□ 사업개요

- 품질과 성능이 우수한 중소기업제품을 발굴하여 온·오프라인 매체에 판촉·홍보함으로써 중소기업 제품의 인지도 향상 및 판매 확대

□ 지원규모 : 1,868개 제품

□ 지원대상

- 국내 중소기업이 제조한 소비재 완제품 및 소프트웨어 제품
- TV홈쇼핑 판매지원의 경우, 방송통신위원회의 「TV홈쇼핑 중소기업제품 분류기준」에 적합한 제품을 생산하는 중소기업
- * 지원제외 품목 : 주류, 건강보조 식품, 의약품 등

□ 지원내용

- (매체 홍보) TV방송, 신문 등의 언론매체와 블로그, SNS 등 뉴미디어를 활용하여 중소기업 우수제품 기획 홍보
- * TV방송 채널 홍보시 업체부담금 납부, 그 외 매체는 무료 홍보
- (소셜커머스) 혁신제품 온라인 판매기획전을 수시 개최하여 중소기업제품 홍보 및 판매 지원
- (TV홈쇼핑) 홈쇼핑사와 공동으로 혁신제품을 선정하여 무료방송 판매 및 방송 부대비용 지원

□ 지원조건

| 구 분 | 사업비 분담내역 | | |
|--------|---------------|------------|-------------|
| | 정부 보조금 | 업체 부담금 | 총사업비 |
| TV 홈쇼핑 | 500만원 이내(80%) | 125만원(20%) | 625만원(100%) |

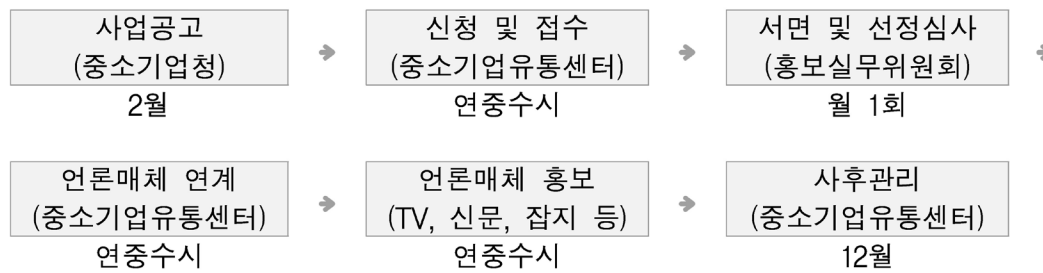
* 총사업비 초과금액 업체부담

□ 신청서류 및 지원절차

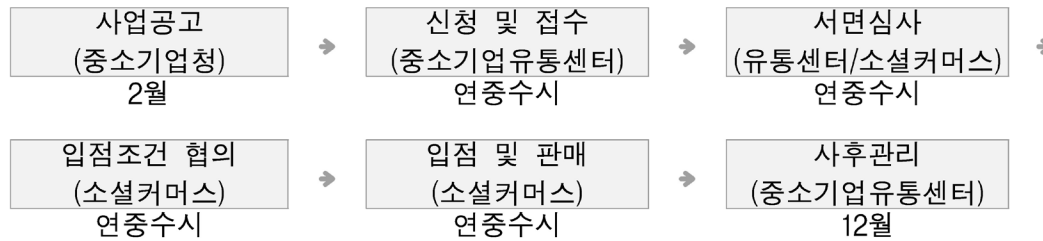
- 신청서류 : 홍보사업 신청서, 사업자등록증 사본, 제품사진 2매, 제품설명서, 품질인증서 등 기재내용 증빙서류(보유기업에 한함)

○ 지원절차

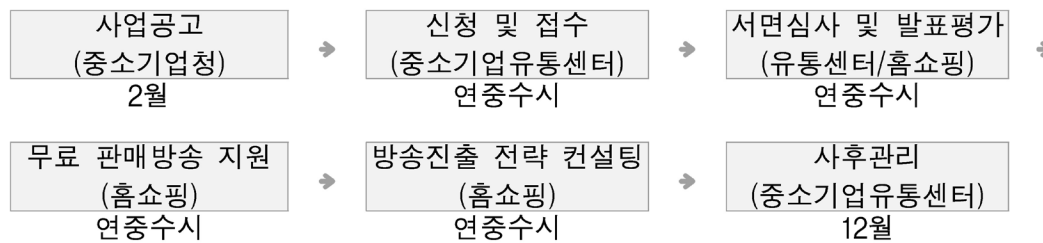
- 언론매체 홍보지원



- 소셜커머스 입점지원



- TV홈쇼핑 판매지원



□ 추진일정

| 구 분 | 신청·접수 | 선정평가 | 매체 연계 | 홍보·판매 |
|------------|-------------|------|-------|-----------|
| 중기제품 홍보 지원 | 2~11월, 연중수시 | 매월 | 매월 | 1개 채널, 1회 |

3 중소기업제품 전용판매장 운영

□ 사업개요

- 상권이 우수한 공공·상업시설에 중소기업제품 전용판매장을 운영하여 창조적 혁신제품의 원활한 시장진입과 판매 촉진

□ 지원규모 : 16개 매장, 1,834개사 입점

□ 지원대상

- 해당 판매장에서 판매 가능한 제품을 제조하는 중소기업과 그 제품을 취급하는 중소기업

* 지원제외 품목 : 수입제품, 1차 식품 등

□ 지원내용

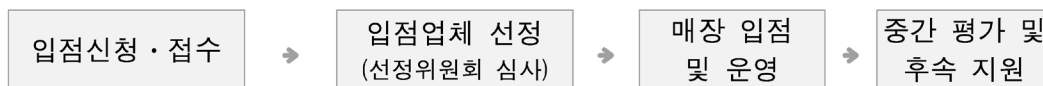
- 제품 판매·전시·홍보를 위한 인테리어 및 매장 공간 제공, 판매 전문인력을 통한 판촉·홍보 지원

< 중기제품 전용판매장 운영현황 >

| 구 분 | 판매장 입점위치 | 비 고 |
|----------|--|-----|
| 주요 공공시설 | 인천공항면세점, 인천항여객터미널(1·2항) KTX부산역, 휴게소(화성·금산·칠곡·진영·경주) | 9개소 |
| 대형 유통점내 | 워커힐면세점, 행복한백화점, 하나로 양재·삼송점 | 4개소 |
| 도심 핵심 상권 | 서울 명동, 충북 청주 | 2개소 |

- 유동인구가 많은 지역을 대상으로 독립매장 형식으로 운영, 중기 제품의 소비자 인지도 제고 및 판촉·홍보기회 제공

□ 지원절차 : 분기별 1회 입점업체 선정



4 중소기업 브랜드 지원

□ 사업개요

- 중소기업의 공동상표 개발 및 홍보를 지원함으로써 중소기업제품에 대한 소비자 인지도 확산과 브랜드 가치 제고

□ 지원규모 : 16개 브랜드

□ 지원대상

- 공동상표를 도입·이용하고자 하는 5개 이상 중소기업자의 상표 대표자
 - 「중소기업협동조합법」 제 3조에 의한 중소기업협동조합
 - 공동상표를 사용하는 사업에 선도하여 참여하는 중소기업자
 - 중소기업자들이 공동상표에 관한 사업을 추진할 목적으로 설립한 법인
- * 지원제외 업종 : 무도장, 골프장, 스키장, 도박장 등을 운영하는 업종

□ 지원내용

- (공동상표 개발) 공동 마케팅을 위해 네이밍 개발·홍보
- (공동상표 홍보) TV, 신문 등 언론매체를 통한 홍보 마케팅
- (자체상표 홍보) 주문자 상표 생산방식(OEM)으로 제조하는 중소기업의 자체상표를 개발한 경우 홍보 마케팅 지원

□ 지원조건

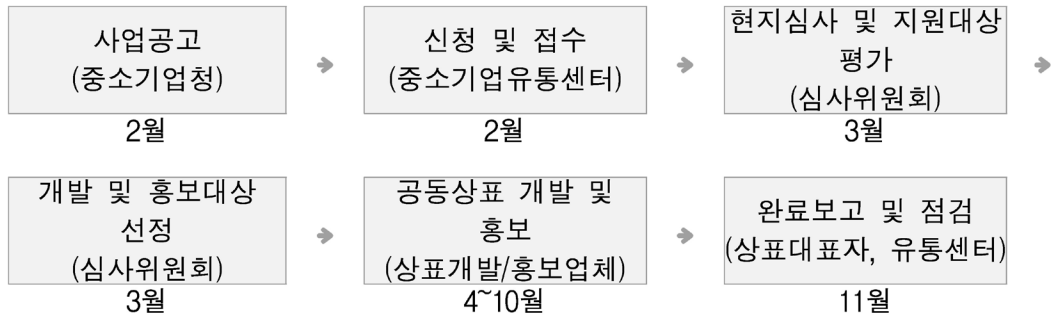
| 구 분 | 사업비 분담내역 | | |
|---------|---------------|------------|-------------|
| | 정부 보조금 | 업체 부담금 | 총사업비 |
| 공동상표 개발 | 40백만원 이내(70%) | 17백만원(30%) | 57백만원(100%) |
| 공동상표 홍보 | 40백만원 이내(70%) | 17백만원(30%) | 57백만원(100%) |
| 자체상표 홍보 | 30백만원 이내(70%) | 13백만원(30%) | 43백만원(100%) |

* 총사업비 초과금액 업체부담

□ 신청서류 및 지원절차

- 신청서류 : 공동상표 개발 또는 홍보 지원신청서, 공동상표사업추진 계획서, 공동상표규약서, 참여업체 재무제표, 공동상표부착대상품목, 특허청상표등록서, 품질통제기준 및 시스템

○ 지원절차



□ 추진일정

| 구 분 | 신청·접수 | 선정평가 | 상표개발·홍보 | 완료보고 |
|--------|-------|------|---------|------|
| 브랜드 지원 | 2월 | 3월 | 4~11월 | 12월 |

5 중소기업 구매상담회·판매전 지원

□ 사업개요

- 중소기업 관련 조합·단체가 개최하는 유통업체와의 구매상담회 및 상품 판매전을 통해 유통채널 입점 및 판매기회 제공

□ 지원규모 : 16회

□ 지원대상

- 상담회·판매전 참여업체 : 국내에서 생산 활동을 하는 제조기업
- 백화점, 대형마트 등 대형유통망에 입점 가능한 품목에 한함
- 상담회 개최단체 : 협동조합, 협회 등 중소기업 관련 단체
* 지원 제외대상 : 정부·지원기관에서 동일 사업으로 중복 지원받는 경우

□ 지원내용

- (구매상담회) 중소기업 조합·단체의 구매상담회 개최
- (특별판매전) 유통업체 또는 장외 판매장을 활용한 판매전
- (판로지원 종합대전) 중소기업 우수제품 종합전시·박람회
* 주요내용 : 판로유공자 포상, 제품전시회, 구매상담회, 마케팅 세미나

□ 지원조건

| 구 분 | 사업비 부담내역 | | |
|-----------|---------------|--------------|-------------|
| | 정부 보조금 | 업체 부담금 | 총사업비 |
| 구매상담회 | 25백만원 이내(70%) | 11백만원(30%) | 36백만원(100%) |
| 판매전 | 15백만원 이내(80%) | 4백만원(20%) | 19백만원(100%) |
| 판로지원 종합대전 | | 부스비(30~50만원) | |

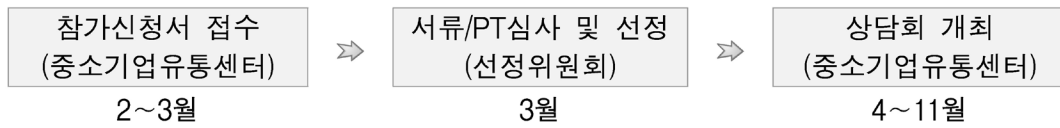
* 총사업비 초과금액 업체부담

□ 신청서류 및 지원절차

○ 신청서류

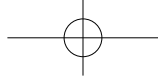
- 구매상담회 : 지원신청서, 개최 계획서, 보조금사용 계획서, 서약서
- 특별판매전 : 지원신청서, 제품 소개서, 판매 계약서, 확약서, 사업자등록증

○ 지원절차 : 구매상담회 · 판매전



□ 추진일정

| 구 분 | 신청 · 접수 | 선정평가 | 행사 개최 | 완료보고 |
|-----------|---------|------|-------|------|
| 상담회 · 판매전 | 2월 | 3월 | 3~12월 | 12월 |
| 판로지원종합대전 | 3~5월 | 5월 | 6월 | 7월 |



6 온라인 판로지원

□ 사업개요

- 중소기업 제품의 온라인 시장진입과 거래활성화를 위해 판매 인프라를 제공하여 온라인 마케팅 역량 제고

□ 지원규모 : 3,100개 제품(상세페이지 3,000개, 홍보동영상 100개)

□ 지원대상

- 중소기업이 제조·위탁하여 생산한 소비재 완제품
- 국내 제조기업에서 공급받아 판매하는 중소 유통기업
 - * 지원제외 품목 : 주류, 의약품, 소프트웨어, 건강보조/기능 식품, 산업재, 원부자재류, 부품 등

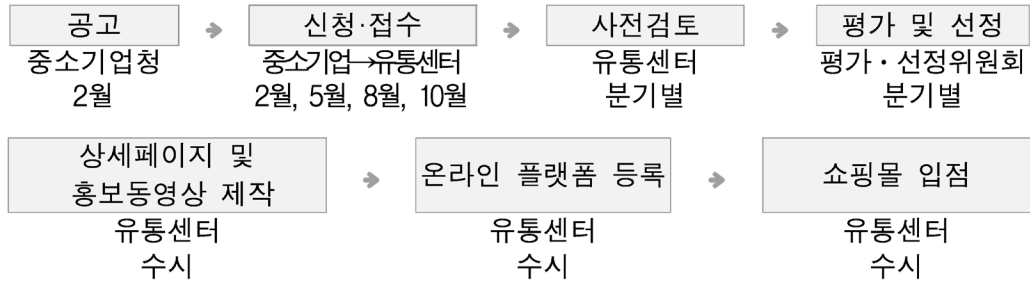
□ 지원내용

- 제품 상세페이지 제작 : 오픈마켓, 종합몰 등 온라인 쇼핑몰 입점에 필요한 제품 상세페이지 무료 제작 지원
- 홍보 동영상 제작 : 온·오프라인 홍보 활용을 위한 중소기업 제품 홍보 동영상 무료 제작 지원
- 상품 입점지원 : 혁신제품 DB시스템*과 연계하여 오픈마켓, 종합몰 등 온라인 쇼핑몰에 입점등록 및 판촉·홍보
 - * 온라인몰 상품등록, 주문관리, 서비스관리, 통계관리, 부가기능 등 판매관리 시스템 제공을 통한 온라인 채널 진출 One-Stop 지원 플랫폼

□ 신청서류 및 지원절차

- 신청서류 : 지원신청서, 사업자등록증, 제품사진, 공장등록증 또는 임가공계약서, 증명서(시험성적서, 안전검사통과 서류 등), 제품설명서, 회사소개서, 신용정보 제공 및 활용동의서

○ 지원절차



□ 추진일정

| 구 분 | 신청·접수 | 선정평가 | 제작지원 | 쇼핑몰 연계 |
|----------|-------------|------|------|---------|
| 온라인 판로지원 | 2~11월, 연중수시 | 수시 | 수시 | 수시(3월~) |

7 중소기업 공동A/S 지원

□ 사업개요

- 우수한 제품을 생산하고도 체계적인 A/S시스템을 갖추지 못하는 중소기업을 위해 A/S상담·처리를 지원하는 A/S망 구축·운영

□ 지원규모 : 720개 업체

□ 지원대상

- 국내 공장에서 지원대상 13개 제품군을 생산하는 중소기업으로써 자체 A/S 시스템을 갖추지 못한 기업
- 지원대상 13개 제품군 : 생활제품군, 주방가전군 등 (붙임 1 참조)
 - * 지원 제외대상 : 해외에서 생산된 제품, 건설부자재, 부품, 중간재, 의류, 일회성·소모성 생활 소비재 등 A/S 해당여부를 판단하기 곤란한 제품

□ 지원내용

- (A/S상담) 공동A/S콜센터를 통해 제품 사용법, 고장, 교환 등 처리
- (A/S처리) 전국적인 140개 A/S망을 구축하여 고장제품 수리
- (교육·제품개선) 참여기업의 A/S 역량강화 및 잦은 고장 제품에 대한 제품개선 지원

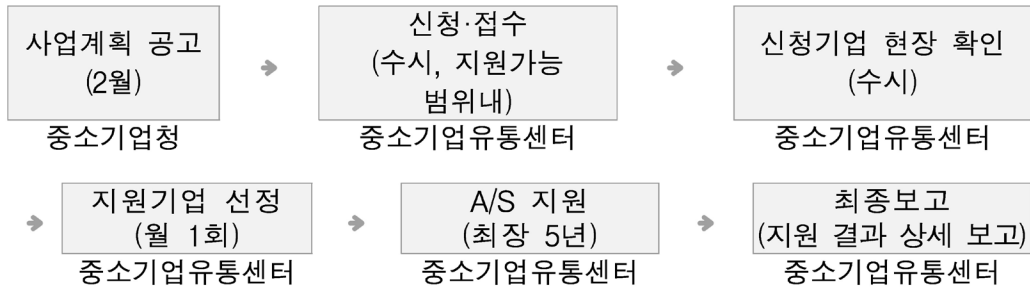
□ 지원조건

| 구 분 | 사업비 부담내역 | | |
|------|-----------------|-------------|-------------|
| | 정부 보조금 | 업체 부담금 | 총사업비 |
| 제품개선 | 17.5백만원 이내(70%) | 7.5백만원(30%) | 25백만원(100%) |

* 총사업비 초과금액 업체부담

□ 신청서류 및 지원절차

- 신청서류 : 신청서, 사업자등록증, 공장등록증, 등기부등본, 인감증명서, 카다로그, 기타 인증 등
- 지원절차



□ 추진일정

| 구 분 | 신청·접수 | 선정평가 | 사업시행 | 완료보고 |
|---------|-------|------|-------|------|
| 공동A/S지원 | 연중수시 | 월1회 | 3~12월 | 12월 |
| 제품개선 | 6월 | 7월 | 7~12월 | 12월 |

8 중소소모성자재 납품기업 지원

□ 사업개요

- 중소 소모성자재 납품기업 맞춤형 교육·코칭, 정보제공, 공동 MRO몰 운영 등 종합적 마케팅 서비스를 제공하여 경영안정 도모

□ 지원규모 : 365개 업체

□ 지원대상

- 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제2조 제6호에 따른 중소 소모성자재 납품업체

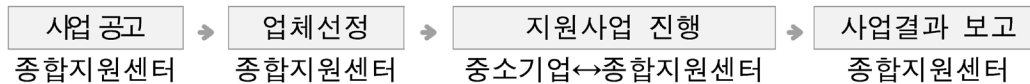
□ 지원내용

- (마케팅 지원) 중소납품업체의 경쟁력 강화를 위한 전문교육, 코칭, 상담, 입찰 정보제공 등 맞춤형 지원
- (납품 지원) 거래처 확대 및 납품에 어려움을 겪고 있는 중소기업체를 대상으로 MRO몰 운영을 통한 판로지원 강화

□ 지원조건

| 구 분 | 사업비 부담내역 | | |
|-----|--------------|-----------|-------------|
| | 정부 보조금 | 업체 부담금 | 총사업비 |
| 코칭 | 96만원 이내(80%) | 24만원(20%) | 120만원(100%) |

□ 지원절차



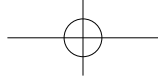
□ 추진일정

| 구 분 | 신청·접수 | 선정평가 | 사업 시행 | 완료보고 |
|----------------|-------|------|-------|------|
| 중소소모성자재 납품기업지원 | 연중수시 | 연주수시 | 연중수시 | 12월 |

<붙임 1>

마케팅이노베이션·공동A/S지원 지원대상 제품군 현황

| 구분 | 제품군 세부내역 | 비고 | |
|----|----------|--|----------|
| 1 | 생활가전군 | 세탁기, 건조기, 청소기, 에어컨, 가습기, 디지털도어락, 방범경보기, 전기다리미, TV, 보일러, 선풍기, 온열기, 난방기 등 다수 | 공통 |
| 2 | 주방가전군 | 냉장고, 전기밥솥, 음식물처리기, 가스레인지, 전기레인지, 전자레인지, 오븐, 식기세척기, 정수기, 커피메이커 등 다수 | |
| 3 | AV기기군 | 프로젝터, 셋터박스, 블루레이플레이어, 이어폰, 헤드폰, 홈씨어터, 오디오, 카세트, 라디오, 스피커, 캠코더 등 다수 | |
| 4 | PC군 | 네트워크, 노트북, 모니터, 방송장비, 복사기, 복합기, 서버, 스캐너, FAX, 프린터, 전자철판, DID 등 다수 | |
| 5 | 멀티미디어군 | 학습기, 디지털카메라, 무전기, 전자사전, 전자책, mp3, PMP, PDA, 스마트기기 등 다수 | |
| 6 | 차량용품군 | 내비게이션, 차량용블랙박스, 하이패스단말기, CAR TV, GPS수신기, 차량용DMB 수신기 등 다수 | |
| 7 | 조명기기군 | 학습용 스탠드기기, 인테리어 스탠드기기, 형광등, 백열등, 사인조명, 가로등기기 등 다수 | |
| 8 | 가구군 | 사무용 책상, 침대, 의자, 기능성 의자, 탁자, 진열장, 수납장 | |
| 9 | 유아용품군 | 카시트, 블록, 교육완구, 놀이완구, 동작완구, 승용완구, 유모차, 이유식기기, 젓병살균기, 유축기 등 다수 | |
| 10 | 스포츠용품군 | 캠핑용품, 등산용품, 낚시용품, 골프용품, 헬스기기, 자전거, 인라인스케이트, 스키용품, 구기용품 등 다수 | |
| 11 | 건강보조기기군 | 찜질기기, 안구건강보호기, 안마기, 약포장기기, 체온계, 체중기 등 | 마케팅이노베이션 |
| 12 | 생활용품군 | 행거, 선반, 옷걸이, 욕실용품, 건조대, 수납용품, 청소도구, 세탁소품, 진열대, 휴지통 등 다수 | |
| 13 | 주방용품군 | 주방수납, 키친툴, 칼/도마, 주방잡화, 식기/흙세트, 밀폐용기, 냄비, 조리도구, 컵, 프라이팬, 물병 등 | |
| 14 | 뷰티용품군 | 화장품, 향수, 바디용품, 헤어, 뷰티소품, 이미용 기기 등 | |
| 15 | 의료기기군 | 혈당측정기, 혈압측정기, 찜질기기, 의료용냉장고, 약포장기기, 치과용카메라, 초음파기기 등 | 공동A/S지원 |
| 16 | 소프트웨어군 | 시스템소프트웨어, 개발용소프트웨어, 응용소프트웨어, 교육용 콘텐츠, 콘텐츠개발업(교육, 생활, 문화, 게임, 디지털출판물) 등 | |
| 17 | 산업용장비군 | 산업용펌프, 컴프레서, 산업용계측기, 산업용로봇, 산업용 컴퓨터, 산업용 모터 등 | |



1) “대학내 창업지원단 설립·운영방안”

< 제1안 > 특별법인인 창업지원단 설립

□ 설립 형태

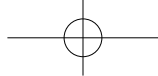
- 창업지원법 또는 벤처특별법에 설립근거를 가진 특별법인의 형태로 설립 유형은 산학협력단과 유사
- 대학은 그 선택에 의해 창업지원사업의 효과적인 추진을 위하여 창업지원단을 설립할 수 있음

□ 목적 및 임무

- 설립 목적 : 창업교육을 시행하고 교수·연구원, 학생 등의 창업의 준비, 창업 및 성장을 지원
- 주요 임무
 - ① 대학(원)생 및 일반인에 대한 창업 교육 및 실습 프로그램 관리
 - ② 학생창업을 활성화시키기 위한 사업의 시행
 - ③ 창업보육센터의 운영 및 관리
 - ④ 신기술창업전담회사 및 신기술창업집적지역의 관리
 - ⑤ 대학 관련기업에 대한 창업 투자 및 융자확대를 위한 사업
 - ⑥ 대학 관련기업의 성장 및 해외진출을 위한 사업
 - ⑦ 그 밖에 창업활성화를 위한 사업

□ 창업지원단의 조직

- 단장 : 단장은 창업지원단을 대표하며, 창업지원단의 이사가 됨
- 단장의 임면 : 창업지원단의 장은 대학의 장이 임면
- 조직 구성 사례(안) : 창업지원단 내에 창업기획팀, 창업사업화팀, 벤처성장팀, 창업보육센터 등을 둠



□ 창업지원단의 인사

- 창업지원단의 부담으로 보수를 지급하는 연구원과 직원을 둘 수 있음
- 대학의 장은 창업지원단장이 요구하는 경우, 소속 교직원에게 창업지원단의 업무를 수행하게 할 수 있음

□ 창업지원단의 예산

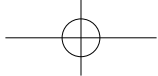
- (수입) 국가나 지방자치단체로부터의 출연금 및 보조금, 창업지원사업 또는 창업보육센터 입주기업으로부터 받는 수입금이나 유가증권, 창업지원을 위한 기부금품, 창업투자기금 또는 엔젤투자기금으로부터의 수입 등
- (지출) 창업지원단의 관리·운영비, 창업지원사업 수행을 위한 경비, 대학의 시설·운영 지원비, 대학 관련 기업에 대한 창업투자 또는 엔젤투자를 위한 출자, 대학 관련 기업에 대한 투자 등
- (회계독립) 창업지원단의 회계는 독립적으로 운용하고, 그 수입과 지출, 재산의 증감 및 변동 상태가 명백히 나타나도록 하여야 함

□ 법제화방안

- 이러한 별도의 특별법인 형태의 창업지원단의 설립은 반드시 법에 근거를 마련하여야 하므로, 창업지원법 또는 벤처특별법에 그 설립근거 및 운용방안 등을 규정하고, 지원근거를 마련하여야 함

○ 주요 내용

- ① 창업지원단의 설립·운영
- ② 창업지원단의 정관
- ③ 창업지원단의 임무
- ④ 창업지원단의 단장
- ⑤ 창업지원단의 조직
- ⑥ 창업지원단에 대한 지원
- ⑦ 창업지원단의 수입
- ⑧ 창업지원단의 지출
- ⑨ 창업투자



- ⑩ 회계원칙
- ⑪ 연구원 등의 채용

< 제2안 > 특별법인인 창업지원단 설립

설립 형태

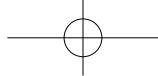
- 대학의 조직으로서의 창업지원단을 설립(현행 18개 창업선도대학의 학교조직인 창업지원단과 유사한 형태)
- 창업지원단의 기능 및 업무독립성 보장 및 효과성 제고를 위하여 창업지원 법이나 벤처특별법에 창업지원단 설립 근거, 운영방안 및 지원근거를 규정
- 창업선도대학 뿐만 아니라, 기타 대학들도 그 선택에 따라 대학 내부의 조직으로서의 창업지원단 설립 가능

목적 및 임무

- 설립 목적 : 창업교육을 시행하고 교수·연구원, 학생 등의 창업의 준비, 창업 및 성장을 지원
- 주요 임무
 - ① 교원, 대학(원)생 및 청년에 대한 창업 교육 및 실습 프로그램 관리
 - ② 학생창업을 활성화시키기 위한 사업의 시행
 - ③ 창업보육센터의 운영 및 관리와 입주기업에 대한 지원
 - ④ 신기술창업전담회사, 실험실공장 및 신기술창업집적지역의 관리
 - ⑤ 대학내 창업기업에 대한 투자 및 융자확대를 위한 사업
 - ⑥ 대학 관련기업의 성장 및 해외진출을 위한 사업
 - ⑦ 그 밖에 창업활성화를 위한 사업

창업지원단의 예산

- (수입) 국가나 지방자치단체로부터의 출연금 및 보조금, 창업지원사업 또는 창업보육센터 입주기업으로부터 받는 수입금이나 유가증권, 창업투자기금 또는 엔젤투자기금으로부터의 수입, 창업지원을 위한 기부금품 등



○(지출) 창업지원단의 관리·운영비, 창업지원사업 수행을 위한 경비, 대학 관련 기업에 대한 창업투자 또는 엔젤투자를 위한 출자, 대학 관련 기업에 대한 투자, 대학의 시설·운영 지원비 등

□ 창업지원단 회계 처리 방안

○(원칙) 학교규정으로 교비회계 또는 산학협력단 회계 내에 특별회계 형식으로 “창업지원단 회계”를 만들어 창업지원사업관련 모든 수입과 지출을 처리

- 창업지원단 회계는 경상계정, 자본계정 및 운영비계정으로 구분
- 교비회계의 특별회계 형식으로 독립채산을 원칙으로 단년도 및 다년도 사업 수행을 위한 경비와 투자 및 출자 등 창업지원사업 수행을 위한 수입과 지출행위를 포괄적으로 인정

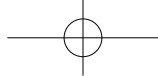
① 제1방안 : 교비회계 내에 특별회계 신설

- 교비회계의 비등록금회계 내에 특별회계 성격의 “창업지원사업회계”를 신설하여, 등록금회계나 다른 종류의 비등록금회계(연구·장학·퇴직·기타적립금)와 구분계리
- 창업지원사업회계 내에 창업지원사업기금을 운용하여 대학 내 창업기업에 대한 투자 및 대학 창업기업에 대한 투자를 위한 창업투자조합에 대한 출자 등을 수행할 수 있도록 함

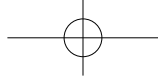
② 제2방안 : 산학협력단회계 내에 특별회계 신설

- 창업지원단이 학교의 조직으로 설립되더라도, 대학의 선택에 따라 교비회계가 아닌 산학협력단 회계를 활용할 수 있도록 함
- 산학협력단 회계 내에 특별회계 성격의 “창업지원사업회계”를 신설하고, 이는 다른 사업과 구분계리함
- 또한, 창업지원사업회계는 창업기업에 대한 투자 및 출자사업을 수행할 수 있도록 기금회계 성격을 부여하여 창업기업에 대한 효과적인 지원이 가능하도록 함

□ 인사 및 사업 관련 의사결정



- 채용 등 인사관련 의사결정은 직원 인사 규정을 준용하여 채용
 - 의사 결정 구조 : 신규 채용은 창업지원단 내부 소요에 의하여 창업지원단 운영위원회를 거쳐 총장 내부결재로 신규 채용 계획을 승인받고 채용절차를 거쳐 총장 내부결재로 신규채용 완료
- 사업 의사결정 체제
 - 주요한 신규사업은 창업지원단 운영위원회를 거쳐서 총장의 결재로 사업을 확정하고, 대응자금 및 공간활용 등에 대하여 산학협력단 및 기획예산팀과 조율하여 세부 사항 결정
- 설립·운영의 지원
 - 정부는 대학 창업지원단의 설립을 촉진하기 위하여 그 사업비 또는 운영비의 일부를 출연 또는 보조할 필요가 있음
 - 이를 통하여, 18개 창업선도대학에 더하여 다른 대학의 경우에도 운영 경비의 부담 완화를 통해 대학발 창업활성화를 적극 추진할 필요가 있음
 - 출연방안
 - 창업선도대학 : 현행 창업선도대학 사업자금 활용
 - 기타 대학 중 창업지원단 설립 대학 : 약 20개 대학(광역권역별로 2~3개 대학)에 대하여 5년간 매년 약 1억원씩 지원(직원 3명의 인건비 및 팀장 수당)
- 법제화방안
 - 이러한 대학 내부의 조직형태의 창업지원단은 현행 창업선도대학처럼 법적 근거가 없어도 대학 내부규정으로 설립이 가능하지만 기능 강화 및 사업독립성 제고 등을 위해 법적인 근거를 마련하는 것이 바람직
 - 주요 내용
 - ① 창업지원단의 설립·운영



- ② 창업지원단의 임무
- ③ 창업지원단의 단장
- ④ 창업지원단의 조직
- ⑤ 창업지원단에 대한 지원
- ⑥ 창업지원단의 수입
- ⑦ 창업지원단의 지출
- ⑧ 구분계리
- ⑨ 연구원 등의 채용

2. 보완 필요사항

창업지원단 직원의 고용 안정화

- 입사 2년은 계약직으로 근무하고 이후 근무 성과에 따라 4년 보장, 4년 후 8년 등 점차 보장 기간을 늘리는 방안을 학교 당국과 협의하여 개선할 여지가 있음

매니저 교육을 통한 양질의 매니저 양성

- 정부기관에서 전문적으로 창업선도대학에서 필요한 행정업무를 기준으로 창업투자 관련 업무 수행에 이르기 까지 교육을 실시하여 현재 경력 있고 경쟁력 있는 매니저 쟁탈전에서 벗어나야 함

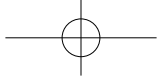
보다 적극적 교육 프로그램개발

- 양질의 기업가 정신 교육을 토대로 사업계획서와 창업아이디어가 기획되고 발전되도록 다양하고 양질의 교육 내용을 위해 필요

단기적 자금 지원을 통한 창업 유도 보다는 장기적인 창업 생태계 구축

- 창업 지원 기관 및 엔젤, 벤처 투자 기관 등과의 역할 분담 및 차별화를 통해 창업 교육에서 창업 기업 성장까지 체계적으로 연계하는 청년 창업 선순환 생태계 조성
- 교육과정의 연계성(기초과정→심화과정→실전적응과정)을 강화하고 강의 내용의 특성화 및 전문성 강화

기술 창업뿐 만 아니라 일반 창업에 대해서도 지원 확대 필요



- 한국직업능력개발원 청년 창업 인식 조사에서 대부분의 응답자는 창업교육이 필요하다고 응답 그러나 실제 창업 교육 참여자는 20% 수준
- 대학원생의 85.5%, 교수의 90.5%가 창업 교육의 영역·분야별 차별화 필요의견제시

3. 결 론

대학창업 활성화 필요성

- 대학의 사회개발 기능 제고 필요성 및 경제성장을 위한 기술창업 활성화 필요성으로 인해 석박사 고급인력을 보유하고 있는 대학의 기술과 아이디어를 창업으로 연결시킬 필요
- 본업이 연구와 교육에 있는 대학교원과 청년들의 창업 관심도 제고와 교육 및 창업사업을 추진을 담당하는 조직과 체계는 대학 및 청년창업 활성화에 매우 중요한 요소
- 현행 대학창업조직의 한계와 성공사례 등을 분석하여 창업 활성화의 기반을 조성함으로써 대학의 사회개발 기능 제고가 필요

대학내 창업활성화를 위한 인프라 보완 필요성

- 현재 대학의 구성원들은 교직원이나 학생들의 창업 활성화에 대하여 전반적으로 인식이 낮고, 학교의 중요한 기능이라는 인식이 부족함
- 따라서 대학의 인적 물적 재원의 창업 교육 및 사업에 투자하는 것이 대부분의 대학에서 매우 인색하고 관심이 부족
- 이에 따라, 대학의 청년창업 활성화를 위한 조직설립 근거를 만들고, 이에 대한 대학 및 정부의 투자 확대를 유도할 필요가 있음

창업활성화를 위한 유인정책 필요성

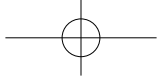
- 한편, 재정적 한계를 보유하고 있는 대학들이 창업지원조직 설립근거 마련을 계기로 그러한 조직 및 기능을 적극 확대할 것으로 기대하기는 곤란



- 따라서, 그러한 조직체계를 마련하고 교육 및 사업투자를 할 수 있는 프로그램 및 유인책을 확대하여 많은 대학이 그러한 조직체계를 만들고 활발한 창업교육 및 사업을 추진할 수 있도록 유도할 필요

□ 청년창업의 부담완화를 위한 제도개선 필요성

- 청년들이 큰 위험부담없이 창업을 교육받고 실험할 수 있는 장으로서의 대학의 역할을 확대할 필요
- 이를 위해서는 대학과 정부가 공동으로 다음과 같은 프로그램을 개설 및 확대시행할 필요가 있음
 - ①기업가정신 및 창업교육 프로그램 확대
 - ②융자보다는 투자 및 정부보조 등을 통해 청년의 기술과 아이디어로 창업을 실험해 볼 수 있는 프로그램 확대
 - ③엔젤투자 및 벤처투자 등의 투자자금과 청년벤처기업들과 연계되는 시스템을 마련
 - ④청년벤처기업가들이 세계시장을 경험하고 접할 수 있는 벤처세계화 프로그램 개설 추진
 - ⑤성실실패(honorable failure) 청년벤처기업인들의 연대보증 문제해결 및 재기기회 확대를 통한 실패의 사회적 자산화 프로그램 확대 등



2) 유럽 주요 대학의 창업인프라 심층연구

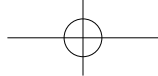
1 정부

□ 국가경제 발전전략과 창업육성정책 간 연계 강화

- 덴마크 정부의 경우, 신재생에너지, IT, 생명공학 등 국가 신성장동력 분야의 창업기업을 지원하는 별도의 펀드 및 지원프로그램을 운영하고 있음
- 덴마크는 국가경제성장을 위한 신성장동력정책과 창업육성정책의 방향성을 일치시킴으로써, 창업기업 육성정책의 성과가 곧 국가경제 발전의 토대로 이어질 수 있도록 지원함
 - 현재의 창업기업을 미래 덴마크 경제를 이끄는 글로벌 경쟁력을 갖춘 기업으로 성장시키기 위해 집중하는 자원과 노력은 결국 국가의 미래 성장 동력 산업을 육성시키는 것과 같은 효과
- 그러나 우리나라의 경우, 국가 차원의 경제발전 전략과 창업기업 육성 정책 간 유기성이 부족하여 창업을 통한 경제 활성화 및 경제 성장 원동력 확보 효과가 다소 미흡할 가능성이 있음
 - 우리나라가 IT에 강점이 있다고는 하지만, IT에 너무 치중된 경향을 보이고 있어 신성장동력과 관련된 다양한 공학 및 과학기술 기반의 창업시도가 부족
- 따라서, 국가 경제발전 전략과 창업기업 육성 정책의 지원정책 간 방향성을 조정하고 신성장동력 분야의 첨단기술 기반 창업기업 육성에 필요한 별도의 자원과 노력을 투입할 필요가 있을 것으로 판단됨

□ Startup Permit 확대 및 체류 지원

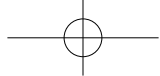
- 작은 내수시장으로 인해 덴마크의 창업기업이나 중소기업은 설립 초기부터 글로벌 비즈니스 모델을 수립하고 해외진출을 위해 노력하고 있지만, 국내 창업기업들은 글로벌 진출에 한계를 보이고 있음
 - 핀란드 Microsoft에서 운영하고 있는 창업촉진프로그램인 AppCampus 관계자 인터뷰에 따르면 한국 창업팀의 아이템의 경우, 글로벌 비즈니스 모델이 부족하여 탈락한 것으로 답변



- 글로벌 창업 시도가 부진한 원인으로 언어문제, 정보부족 등 다양한 이유를 꼽을 수 있으나 유럽 각 국가가 유럽연합이라는 테두리에서 자유롭게 교류가 가능한 반면, 유럽연합 이외 국가의 경우 체류허가 및 체류비용 등 소규모 창업기업(가)들이 해결해야 할 이슈가 있기 때문임
- 유럽의 주요 창업 선도대학 및 창업을 지원하는 민간 기관들은 외국인의 참여를 제한하고 있지 않으나, 한국의 창업희망자거나 창업기업가들 개개인이 현지에 진출하기 위해 필요한 절차를 밟기에는 비용, 비자 등 현실적으로 어려움이 존재함
 - 현지 대학 입학 시 현지인과 동일한 대우를 받고 절차에 대한 어려움이 감소하지만, 그 외의 경우 비자 발급이 쉽지 않은 상황
- 따라서 유럽 등 해외 시장에 쉽게 체류할 수 있도록 정부차원의 협정체결을 통해 일반적인 워킹퍼밋(Working Permit)보다 요건을 완화한 창업비자(Startup Permit)의 신설을 적극 추진하고, 정부차원의 파견 및 지원이 필요함
 - 일반적으로 국내보다 높은 물가를 감안하여 초기 창업비용 및 체류비용도 일부 지원 필요
- 또한, 유럽 등 선진국의 경우 기업의 현지 소재여부나 현지 대학재학여부를 지원의 중요한 기준으로 삼는 경우가 많으므로 현지의 창업기업과 Joint Venture를 할 수 있도록 시스템을 마련하는 것도 하나의 방법이 될 수 있음
 - 정기적으로 한국과 진출 대상국가 간 Match making 이벤트를 개최하여 상시 정보를 공유할 수 있는 네트워크 구축
 - 장기적으로는 각 국의 벤처캐피탈리스트들이 한국 기업을 관찰하고, 시너지 효과를 창출할 수 있는 팀을 구성해주는 등 민간에서 창업기업들이 활발히 자연스럽게 교류할 수 있도록 환경이 조성될 필요가 있음

□ 민관 협력 강화 및 민간영역의 확대지원

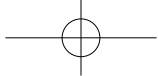
- 창업 선도국가들의 경우, 정부가 창업촉진정책을 수립하고 일관된 정책방향을 수립하는 등 큰 틀에서 주도적으로 개입하고 있지만, 다양한 민간기관(Entity)들이 활발하게 활동함으로써 저변을 넓히고 창업생태계를 구축하고 있음
 - 대학도 자체적인 인프라 구축과 함께 외부와의 협업을 통해 창업을 지원
 - 기업가정신이나 창업의 경우 일반적인 산업과는 달리 상생이나 사회적기여, 사회적 가치창출 등 공공성을 띄고 있으며, 창업선도국가들의 기업들은 기업의 사회적 책임의 하나로 창업기업을 지원



- 국내의 경우 주로 정부기관, 지자체, 대학 등 공공분야가 중심이 되어 창업을 지원하고, 민간 엑셀러레이터나 벤처캐피탈리스트 등 민간분야의 창업지원 및 보육프로그램은 크게 활성화되지 못한 상황임
- 공공분야의 경우 정부정책 등의 영향으로 지원규모 등에 있어 제한이 발생할 수 있고, 지원프로그램이나 기관 확대에 한계가 존재함
 - 민간기관의 경우 프로그램 운영이나 규모 확대, 공동 지원 등 다양한 형태로 서비스를 제공할 수 있는 장점이 있으며, 정책방향이 변동되더라도 자체적으로 관련 사업 및 서비스의 제공이 가능
- 창업지원 초기단계인 우리나라에서는 창업지원의 지속가능성을 위해 창업 기업 자체에 대한 지원과 더불어 다양한 형태의 민간 창업관련 서비스기관을 육성함으로써 저변과 지속성을 확보하는 것이 중요할 것으로 판단됨
 - 민간의 창업지원기관이 다양해질수록 보다 많은 창업기업이 서비스를 제공 받을 수 있고, 기관 간 협력과 경쟁을 통해 다양한 서비스의 개발이 가능
 - 창업과 관련하여 지속적으로 제기되고 있는 전문가 부족에 대한 문제도 민간 영역의 성장으로 해결 가능
- 지자체나 공공기관이 독자적으로 이벤트를 개최하기보다는 민간에서 활용할 수 있는 전문가 혹은 관련성이 높은 기관의 참여를 확대하여 창업촉진 역할을 수행할 수 있는 민간기관을 다수 확보할 필요가 있음

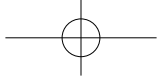
□ 국내 창업기업에 대한 글로벌 마케팅 추진

- 덴마크(Innovation Center)나 스위스(Switzerland Global Enterprise)는 국가의 첨단기술력, 미래산업, 창업기업의 인지도를 글로벌 시장에 적극적으로 홍보하기 위해 국가차원에서 관련 기관을 운영하고 있음
 - 덴마크 창업기업(가)의 아이디어, 프로토타입 등을 해외 기업이나 벤처캐피탈리스트에게 소개하고 필요한 파트너를 찾을 수 있도록 미팅 등을 주선
- 해외의 경우 창업생태계나 네트워크가 잘 구축되어 있어 자생적으로 좋은 아이디어나 아이템에 대해 정보를 공유하고, 투자를 유치할 수 있는 토대가 마련되어 있음
 - 특히 해외 대규모 벤처캐피탈리스트 등으로부터 주목받은 기업은 투자유치 및 글로벌 진출이 더욱 용이
- 국내 창업기업의 경우, 기술력이 뛰어나도 해외 창업시장에 쉽게 노출되지 못하여 투자



유치나 글로벌 시장진출에 어려움을 겪고 있는 상황임

- 우리나라 창업기업의 규모나 성장단계로 볼 때, 앱스토어 등 유통 창구가 간단한 애플리케이션 등을 제외하면 자체적인 해외마케팅은 쉽지 않은 상황
- 따라서 정부 차원에서 네트워크와 현지 전문가를 활용한 접촉 경로를 확보하고, 창업기업을 선정함으로써 창업기업의 기술력에 대한 신뢰성을 부여하고, 이를 토대로 창업기업이 글로벌 시장에 진출할 수 있도록 제도 및 인프라를 구축해야 함
- 또한 정부가 기존 산업의 기업들을 대상으로 진행하는 홍보 목적의 박람회, 컨퍼런스, 컨벤션 등을 창업기업(가)를 대상으로 진행하여 글로벌 클라우드 펀딩이나 해외 언론, 일반 사용자에게 적극적으로 노출시킬 필요가 있음
 - CES 등 유명 컨퍼런스와의 공동 이벤트 추진
 - 첨단기술을 선도하고 있는 대기업과의 제품 및 기술 연계를 추진하여 대기업 신제품 발표행사를 활용하여 함께 사용할 수 있는 IT 제품 등을 전시
- 이러한 홍보활동을 통해 국내에서 부족한 대규모 투자 유치 문제를 해결하고 글로벌 창업 성공사례를 창출할 가능성을 높일 수 있을 뿐만 아니라, 기존의 IT 강국 이미지와 함께 높은 기술력과 혁신적인 아이디어를 가진 창업기업가를 보유한 혁신적이고 역동적인 국가 이미지를 긍정적으로 구축할 수 있음



□ 전문가 Database 구축

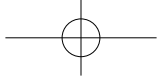
- 덴마크의 경우 정부차원에서 창업과 관련된 전문가 풀을 구축하고, 각 대학이나 창업기업들이 전문가를 선택하여 지원을 받는 수요 중심의 멘토링 시스템이 운영되고 있음
 - 각 기업의 성장단계에 따라 적합한 멘토를 찾을 수 있는 장점이 존재
- 우리나라의 경우, 정부를 중심으로 벤처캐피탈협회 등 유관기관과의 협업을 통해 이러한 네트워크를 구축하기 시작하고 있으나 아직까지 공급자 중심의 구조로 수요자가 쉽게 접근할 수 있는 수준으로 개선이 필요함
- 현재 수요에 비해 국내에 기업가정신 전공자나 연속창업기업가가 많이 부족하므로, 해외 한인 네트워크나 해외 엑셀러레이터 등을 활용하여 다양한 경로를 통한 전문가 풀을 확보해야 함
 - 수요자들이 쉽게 접근할 수 있도록 일원화된 접근경로를 구축

□ 창업기업 성장 모니터링 시스템 구축

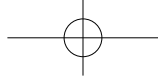
- 창업은 창업자체보다 지속가능성이 매우 중요한데, 창업기업이 지속적으로 성장할 수 있도록 하기 위해서는 모니터링과 피드백 과정이 매우 중요하며, 창업선도국가의 각 기관들은 각자의 방식으로 프로그램 참여 기업에 대한 모니터링을 실시하고 있음
- 창업기업에 대한 지속적인 모니터링은 창업의 실패확률을 감소시켜주기도 하지만, 국내의 창업기업들이 겪는 문제점을 파악하고 정책방향을 수정하기 위한 데이터 수집을 위해서도 매우 중요함
- 창업기업가는 크게 학생과 일반으로 구분되므로 신분에 따라 대학과 지자체 차원에서 창업기업 성장 모니터링 시스템을 구축함
 - 스위스 SME Forum과 같이 창업기업의 성장에 필요한 요소 및 저해요소에 대한 기업들의 의견을 수렴하고 이에 대한 해결방안 마련을 위해서 중앙 정부와 지자체, 대학, 민간 전문가 등이 참여하는 협의체를 구성하여 운영

□ 대학평가 내 기술사업화 성과 반영

- 대학평가 시 교원의 연구 성과 지표로 논문 편수를 책정하는 것보다 연구 성과를 통한 기술사업화 지표로 변경 및 반영하는 것이 중요함



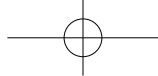
- 현재 대학평가는 주로 연구논문 편수로 측정되는데 이 경우, 다수의 연구 논문 발표는 가능하나 초기부터 기술사업화 가능성을 고려한 연구 설계는 부족
 - 덴마크의 대학들은 정기적으로 정부와 창업성과에 대한 계약을 체결하여 평가하고 있으며, 이러한 정부의 평가가 대학의 동력으로 작용
- 특히 국내 대학은 대학평가에 따라 교내 시스템 및 자원을 집중하는 경향이 있어 대학을 중심으로 하는 창업생태계 조성을 위해서는 자금 지원이나 시설 확충보다는 대학들에게 동기를 제공할 수 있는 요인이 필요함
- 자금지원이나 인프라 지원도 중요하지만, 자금이나 인프라가 확보되어도 대학에서 기술사업화나 창업이 우선순위로 고려되지 못하면 내부적인 절차 진행이 현실적으로 어려운 상황
- 국내에서는 대학 내 창업 촉진 문화가 부족하다는 이슈가 자주 제기되는데, 대학과 교원 평가에 기술사업화 지표가 반영되지 않으면 특히 많은 연구 성과가 도출되는 대학원의 경우 학생이 교수의 평가지표와 상관없는 창업을 적극적으로 고려할 수 없는 것이 현실임
- 창업문화 촉진을 위해서도 기술사업화에 대한 지표반영이 필요



2 대학

□ 기업가정신 연구 강화 및 교육 커리큘럼 및 프로그램 개발

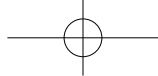
- 해외 창업선도 대학들은 창업 성과 도출 자체보다는 기업가정신 교육에 초점을 맞추고 있음
 - 대학은 학생을 대상으로 기업가정신 철학이나 기업가적 사고를 함양함으로써 학생 스스로 창업을 고려할 수 있도록 하며, 진로 선택의 하나로 창업을 고려할 수 있도록 네트워크와 인프라를 지원
 - 오랜 시간동안 함양된 기업가정신을 토대로 한 창업은 지속가능성에 있어 차이가 발생
- 그러나 국내의 경우 창업에만 집중하고 있고 기업가정신 등 창업을 위한 기초 소양에는 상대적으로 소홀하여 학생 스스로 창업에 대한 인식이나 철학이 상대적으로 약할 수밖에 없음
 - 특히 공학, 생명과학 등 첨단기술을 연구하는 학생들의 경우, 창업에 대한 기술습득보다는 조기부터 기업가정신을 교육함으로써 기술개발 초기부터 창업을 고려할 수 있도록 마인드의 함양이 중요
- 이를 위해 국내외 연속창업기업가 및 기업가정신 전공자를 교수로 확충하고, 기업가정신과 창업에 대한 실무성을 강화하며 기업가정신 교육 커리큘럼 및 프로그램을 개발할 필요가 있음
 - 기업가정신 교육 선도대학인 미국의 Babson College나 덴마크의 DTU, 창업뿐만 아니라 활발히 창업을 지원하고 있는 핀란드 Aalto University와의 공동 연구 등을 추진
 - 글로벌 기업가정신 컨퍼런스 등에 지속적으로 관련 교원 및 직원을 파견 하여 네트워크를 확장하고, 지식을 축적
- 또한 우리나라의 학생 특성과 상황에 적합한 창업모델과 기업가정신 교육 체계 구축을 위해서 전담 연구기관을 신설하고, 교원의 지위 및 처우를 보장하여 기본적인 연구 성과 및 지식의 축적을 시작해야 할 필요가 있음



□ 글로벌 비즈니스 모델 개발 중심의 창업보육 강화

- 국내 창업의 경우 기술창업보다는 애플리케이션이나 웹앱과 같은 IT 관련 창업이 시도되고 있는데, 글로벌 진출이 용이한 이러한 분야가 창업을 주도 하고 있음에도 불구하고, 글로벌 비즈니스 모델이 상대적으로 부족한 문제가 있음
- 내수시장이 작은 우리나라의 경우 다른 나라보다 더욱 적극적으로 글로벌 진출을 모색해야 하나, 글로벌 진출을 위한 지원도 부족하고 나아가 글로벌 시장에 대한 창업희망자 및 창업기업가의 인식도 부족함
- Quirky나 Kickstarter와 같이 일상생활에서 간단히 떠올릴 수 있는 아이디어와 프로토타입만 있어도 투자를 유치하고 제품을 판매할 수 있는 투자유치 및 판매 플랫폼을 활용하여 글로벌 시장에서의 가능성을 타진해 볼 수 있음
 - Quirky는 혁신적인 아이디어나 프로토타입에 대해 투자를 유치하고, 판매를 할 수 있도록 하는 플랫폼을 제공하는 미국의 창업기업으로, 웹을 통해 아이디어를 업로드하면 일반사용자와 전문가의 평가 후 이를 제품화하여 판매대행(수수료를 통해 수익 창출)
 - Kickstarter는 창의적인 프로젝트나 아이디어에 대해 투자를 제공하는 크라우드 펀딩 플랫폼으로, 투자를 받고자하는 프로토타입, 비즈니스 모델, 투자 규모를 서비스에 올리고 프로젝트 진행 과정에 대한 내용을 소개하면서 투자금을 모금
- 이들 기관들은 중소기업청의 '아이디어 오디션'과 같이 아이디어의 상업화를 지원하는 서비스를 제공하고 있으며, 이들 해외 기관을 이용할 경우 아이디어에 대한 업로드와 동시에 전 세계 소비자, 투자자, 기업에 노출될 수 있다는 장점이 있어 본 글로벌 기업 발굴에 대한 가능성을 높일 수 있음
 - 아이디어 제안과 동시에 글로벌 시장의 평가와 투자를 받을 수 있고, 초기단계부터 전 세계 시장을 대상으로 판매가 가능하여 본 글로벌 기업¹⁾의 빠른 성공사례 도출이 가능할 것으로 기대

1) 전통적인 '내수성장 후 해외진출' 기업과는 달리 창업단계부터 글로벌 시장을 목표로 제품개발, 해외 투자유치 및 판로 확보 등 창업과 글로벌화를 동시에 진행하는 기업으로, 보통 창업 2년 이내에 2개국 이상에서 해외현지 창업을 진행하고 전체 매출의 25% 이상을 해외에서 달성한 기업을 지칭



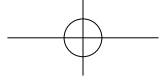
- 각 창업기업이 투자에 어려움을 겪고 국내의 열악한 벤처캐피탈을 통한 투자를 유지해야 하는 상황에서 대학이 일반 학생 및 입주한 창업기업 등을 대상으로 글로벌 진출을 위한 다양한 경로를 확보하고 제시할 필요가 있음

□ 대학 간 협업을 통한 지원 강화

- 해외 창업선도대학들은 대학 자체적인 프로그램이나 인프라를 구축하고 있지만, 대학 간 협업을 통한 공동연구나 커리큘럼 개발, 경진대회 등을 추진하기도 함
- 이는 각 대학이 별개로 관련 프로젝트를 진행할 때보다 다수의 대학이 자원과 인력을 집중함으로써 빠른 성과를 도출할 수 있기 때문이며, 기업가정신 등 학계의 논의와 이론적 토대의 구축이 필요한 사안이기 때문임
 - 덴마크의 경우 DTU, UCPH, CBS가 공동으로 기업가정신 및 창업 연구센터CIEL을 설립하여 기업가정신이나 창업과 관련된 프로젝트에 대해서는 세 대학의 창구를 CIEL로 단일화
- 각 대학이 기업가정신연구센터를 구축하거나 창업지원기관에 자원을 집중하기 쉽지 않은 상황을 감안할 때, 지역 기반 대학들이 공동으로 기업가정신 연구 센터나 창업전담기관을 설립하는 방안도 고려할 필요가 있음
 - 교원에 대한 기업가정신 교육훈련
 - 학생을 위한 교육 커리큘럼 개발
 - 창업경진대회 공동 운영
 - 기업과의 공동 프로젝트 추진을 위한 창구 역할 등을 담당

□ 창업보육기관에 대한 평가 강화

- 국내의 경우, 일부 대학을 제외하고는 창업보육센터나 창업지원센터의 역할이매우 소극적이고 실질적인 지원을 제공하지 못해 창업기업들의 불만이 가중되거나 입주를 꺼리는 경우도 발생하고 있음
- 창업보육센터나 창업지원센터를 통해 학생의 창업을 촉진하고 입주기업을 적극적으로 지원하는 대학도 있으나 인력부족, 예산부족을 이유로 실질적인 지원혜택을 제공하지 못하는 경우도 발생하는 상황임
- 그러나 해외 창업선도대학의 경우 창업지원부서의 직원은 소수로 구성된 경우에도 적극적인 활동 및 네트워크 구축, 외부 파트너 물색 및 파트너십 구축을 위한 활발한 활

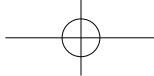


□ 글로벌 네트워크 확충 및 프로그램 운영

- 유럽, 미국 등 상대적으로 창업이 용이한 생태계 및 환경이 조성되어 있는 국가의 대학이나 민간엑셀러레이터 등과의 네트워크를 구축하고 연계 프로그램을 운영하는 것도 고려할 필요가 있음
 - 한국 학생들을 파견하는 연수프로그램, 인턴십 프로그램, 현지 대학 학생과 국내 학생 간 교환학생 프로그램 등
- 당장의 창업성과를 도출하지는 못하더라도 학생들로 하여금 창업을 진로의 한 선택으로 고려할 수 있는 기회를 제공하고, 기업가적 사고방식을 가지고 있는 해외 학생과의 공동 프로젝트 수행으로 사업기회를 인식하고 포착할 수 있음
 - AaltoES의 경우 학생이 미국 실리콘밸리, MIT공대 등을 방문 후 이를 벤치마킹하여 설립하는 등 학생의 해외 파견은 대학의 창업생태계 조성에 역할
- 또한 대학 차원에서 기술사업화에 필요한 변리사, 컨설턴트 등 전문가 네트워크를 구축하고, 기술사업화를 원하는 사람들에게 이러한 전문가와 협업이 가능하도록 시스템을 구축하는 것이 필요함

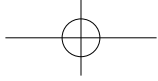
□ 모니터링 시스템 구축

- 앞서 제안한 바와 같이 대학차원에서도 창업기업의 입주기간 이후에도 지속적으로 창업기업을 모니터링 함으로써 성장을 지원하고, 대학의 창업성과를 높일 필요가 있음
 - 덴마크 DTU의 Stardust-DTU의 경우, 학생 자치단체임에도 불구하고 프로그램을 수료한 기업에 대해 이메일이나 전화를 통해 지속적으로 관찰
- 창업기업에 대한 지속적인 모니터링을 통해 창업의 실패확률을 감소시키고 창업기업들이 겪는 문제점을 토대로 새로운 지원서비스를 개발할 수 있음
- 또한, 대학이 창업기업의 성장에 적극적으로 개입함으로써 창업기업이 성공 할 경우 차후 창업기업가나 창업기업을 대학이 활용할 수 있는 네트워크로 확보할 수 있음
 - 기대효과 : 창업 프로그램의 성공사례 도출, 창업기업가 출신의 교원 확보, 멘토 확보, 창업기업 내 인턴십 등 프로그램 공동운영 등



□ 기술사업화 프로세스 체계화

- 국내 대학의 특허출원의 경우, 대학 내에서 철저한 기술사업화 가능성에 대해 검증한다
기보다는 연구자 개인의 의지와 자원에 따라 결정되는 경우가 발생하기도 함
- 특허는 그 자체로도 중요하지만 기술사업화와 시장가능성이 높은 특허일 때 보다 가치가 높게 평가될 수 있으며, 이러한 절차를 대학 내부의 검증과정과 외부의 평가과정을 결합하여 실질적인 성과도출에 집중할 필요가 있음
 - 덴마크 DTU의 경우 학과, 대학, 외부 변리사 등 세 번에 걸친 연구 성과의 기술사업화 및 시장가능성 평가 진행
- 특허 출원 이후에는 연구자가 외부에서 투자를 유치할 수 있도록 비즈니스 전문가 및 투자유치 전문가를 전담 매칭 시켜 대학의 연구 성과가 아닌 실제 창업기업으로 성장할 수 있도록 지원이 필요함



3. 내수판로정책 개선방안

중소기업 마케팅 역량 강화 토대로 정책 개발

- 중소기업의 판로를 활성화하기 위한 정책은 중소기업의 마케팅 역량강화를 토대로 개발하는 것이 바람직
- 전통적 마케팅 믹스인 제품, 가격, 유통, 판매촉진이외에 브랜드와 마케팅 관리를 중소기업 마케팅 믹스로 제시. 이들 6가지 요소는 중소기업 마케팅 역량의 구성요소이기도 함

중소기업 판로 활성화 방안 제시

- 팔릴 수 있는 제품 만들기, 공동물류를 통한 비용 절감, 유통채널 접근성 제고, 체험을 통한 소비자 태도변화, 중소기업 브랜드 경쟁력 강화, 마케팅 관리역량 강화 지원, 그리고 이들 정책을 지원하기 위한 인프라 개선 등 공적 판로지원 기능 강화를 통해 중소기업의 마케팅 역량을 확충 필요
- 이를 통해 시장에 고객의 수요를 반영한 다양한 신제품을 출시하여 고객의 소비욕구를 자극하고, 시장경쟁을 촉진함으로써 중소기업이 내수시장 활력회복에 주도적 역할을 수행

<중소기업 판로활성화 방안>

