

# 전국 창업보육센터<sup>1)</sup> 현황 및 이용자 수요조사를 바탕으로 한 정보통신 창업지원센터의 창업 및 경영지원에 관한 연구

김문구, 박명철

(한국정보통신대학원대학교 경영학부)

## 1. 서론

정부에서는 국가 경쟁력을 강화하기 위한 새로운 성장의 원동력으로 국가적인 차원에서 정보통신 산업을 중심으로 벤처기업 창업 및 육성에 대하여 적극적으로 지원을 하고 있으며 이러한 정부의 지원은 전국적인 벤처창업의 열기를 조성하고 있다. 그런데 현재 우리나라 벤처기업의 창업 및 경영의 현실을 살펴보면, 정부의 지원에 비하여 많은 애로사항에 처해 있는 것으로 보고되고 있다. 특히 창업 및 기업 경영과정에서 자금, 기술, 인적자원 등의 확보에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.(중소기업은행, 1999, 대한상공회의소, 1999) 이에 중소기업청, 정보통신부 등을 비롯하여 정부에서는 대학, 공공연구기관, 지방정부, 민간기관 등에 창업보육센터, 정보통신 창업지원센터 등의 설립을 지원하고 있다. 이 창업보육센터는 신생 중소기업의 창업을 촉진하고 육성하기 위해 설립된 것으로, 창업자들을 입주시켜서 제반 혜택 및 서비스를 제공함으로써 신생 중소기업의 생존율 및 조기안정화, 기업 성장을 도모하기 위한 것이다.

그런데 정부의 벤처기업에 대한 지원에 힘입어 1998년 이후 전국적인 창업보육센터의 양적인 급증을 가져왔으나 대부분의 창업보육센터들이 설립(운영)의 초기단계여서 가시적인 성과가 미비한 실정이다. 또한 창업보육센터간의 유사, 중복지원이라는 차별화, 전문화되지 못한 문제점과 입주기업이나 예비창업자들을 효율적으로 지원할 수 있는 운영전략이나 창업보육센터 자체의 효율성과 수익성을 증대시킬 수 있는 방안 등이 마련되어 있지 않은 상태이다. 그러므로 특히 정보통신 창업지원센터가 이러한 상황을 극복하고 예비창업자 및 정보통신 벤처기업에 대한 고객지향적, 전문화, 특성화된 창업 및 경영지원을 제공하기 위해서는 보다 체계적이고 능동적인 전략적 접근이 필요하다. 즉, 정보통신 창업지원센터가 기존 창업보육센터의 입주기업을 대상으로 시설 및 설비지원이나 기본적인 창업, 경영, 기술의 컨설팅을 제공하는 지원체계에서 벗어나 차별화되고 전문적이며 이용자들에게 실질적인 지원을 제공하기 위해서는 보다 체계적인 창업 및 경영지원의 전

1) 창업보육관련센터는 다양한 명칭으로 사용되고 있다. 창업보육센터, 신기술창업보육센터, 신기술창업지원단, 정보통신 창업지원센터 등. 본 논문에서는 창업보육센터와 정보통신 창업지원센터의 명칭을 크게 구분하여 사용하지 않는다.

략을 수립하는 것이 필요하며 이는 본 연구의 목적이 된다.

## 2. 연구의 구성 및 방법

본 연구의 구성 및 방법은 다음과 같다. 우선 창업보육센터에 대한 이론적인 부분을 고찰하였는데 크게 창업보육센터의 개념, 기본구조, 운영시스템, 일반적인 창업보육센터의 성공요인, 창업보육센터의 기대효과 등에 대하여 상세하게 살펴보았다. 특히 창업보육센터의 성공요인에 대한 기존의 연구를 종합하면서 정보통신 창업지원센터의 기본적인 창업 및 경영지원의 방향에 대한 시사점을 파악하였다.

다음으로 전국 창업보육센터 운영, 지원현황 및 이용자 수요에 관하여 실증분석을 하였다. 우선 전국 창업보육센터의 운영 및 지원현황을 분석하기 위하여 100개의 유형별 창업보육센터를 대상으로 센터의 운영 및 창업, 경영지원 등을 중심으로 설문조사를 수행하였으며 이를 분석하였다.

또한 이용자의 창업보육센터 이용 현황 및 수요에 관하여 분석하기 위하여 우선 예비창업자인 전국대학 벤처창업동아리(140명) 및 중소기업종합지원센터에서 주최한 벤처창업스쿨 참가자(60명) 등 예비창업자 200명과 그리고 정보통신 벤처 신설기업 및 기존의 NTBF(각 200개 업체)들을 대상으로 창업보육센터의 창업 및 경영지원이용현황을 중심으로 설문을 조사, 결과를 분석하였다.

이상의 설문조사를 통해 얻은 전국창업보육센터의 지원 현황 및 이용자 수요를 비교, 분석하여 세부적인 창업 및 경영지원에 대한 시사점을 결론적으로 도출하였다.

## 3. 창업보육센터에 대한 이론적인 고찰

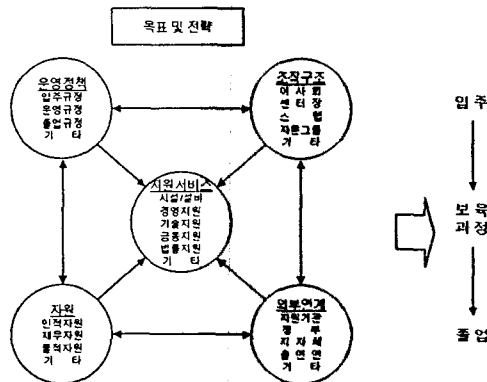
### 가. 창업보육센터의 개념

창업보육센터에 대한 정의는 학자, 기관, 국가마다 조금씩 다르게 정의된다. 배종태(1998)에 의하면 창업보육센터(Business Incubator: BI)는 「대학, 공공연구기관, 지방정부, 민간기관 등이 신생 중소기업의 창업을 촉진하고 육성하기 위해 설립한 것으로서, 창업자들을 입주시켜서 제반 혜택 및 서비스를 제공함으로써 신생 중소기업의 생존율을 제고하고, 기술혁신결과의 실용화 촉진, 신사업 창출, 고용창출, 지방경제 활성화, 기술인력 양성, 대학연구소 연구기능의 활성화 등 공공과 민간의 개발목표를 동시에 만족시킬 수 있는 매우 효과적인 정책지원수단」을 의미한다. 정부의 공식적인 정의에 의하면 창업보육센터는 기술과 사업성은 있으나 자금·장소 및 시설확보에 어려움이 있는 창업자 또는 창업 예비자에게 개인 또는 공동작업장 등의 시설을 저렴하게 제공함과 아울러 경영, 세무, 기술지도 등

의 지원을 통해 창업에 따른 위험부담을 줄이고 원활한 성장을 유도하여 성공 가능성을 높이기 위하여 설치된 시설을 의미한다.(중소기업청) 창업지원센터와 유사한 개념으로 사용되는 창업지원센터의 명칭은 다양하다. 그 특성상의 차이로 인하여 기술보육센터, 기술혁신센터, 기술창업지원센터 등을 들 수 있다. 이들은 세부적으로는 다소 차이가 있으나, 창업보육 및 지원이라는 목적을 같이한다. (배경화, 1999 홍성도, 1998)

나. 창업보육센터의 운영시스템

창업보육센터의 운영체계는 목표 및 전략, 운영정책, 조직구조, 자원, 지원서비스, 외부연계 등의 요인으로 구성된다. 이를 세부적으로 살펴보면 우선 창업보육센터는 상위수준의 센터 목표 및 전략을 반드시 수립하여야 한다. 센터의 목표와 전략은 운영의 궁극적인 방향을 지시해주며 체계적이고 일관적인 창업보육센터의 운영을 가능하게 해준다. 그리고 이는 장단기 발전계획 수립과 연결되어 센터의 발전 및 성장의 기본 바탕이 된다. 운영정책은 예비창업자나 벤처기업들이 창업보육센터에 입주에 필요한 자격 등을 명시한 입주규정, 창업보육센터의 지원시스템 및 운영을 정리한 운영규정, 입주기업이 정해진 기간동안 성공적인 벤처기업으로 성장한 후 창업보육센터를 졸업하는 졸업규정으로 구성된다. 조직구조는 최고 의사결정기구인 이사회, 기관의 운영을 책임지는 센터장, 전일제 및 시간제 직원, 프로젝트성 사안에 참여하는 연구원, 경영 및 기술 분야의 지원을 위한 모기관 내부 및 외부의 전문가 자문그룹으로 구성된다. 자원은 조직구조에 참여하는 인적자원, 모기관 및 정부로부터의 지원자금, 입주건물, 시설 및 설비 등의 물적 자원으로 구성된다. 외부연계는 창업보육센터의 부족한 자원의 한계를 극복하기 위하여 타 창업지원기관, 정부, 지자체, 대학, 출연연구소와 반드시 연계나 필요하다. 창업보육센터의 핵심인 지원서비스는 시설/설비지원, 창업 및 경영과정에서의 애로사항에 대한 문제 해결지원, 기술적인 지원, 금융지원, 법률 지원 등으로 이루어진다. 이상의 사항을 정리하면 다음과 같다.



<그림 1. 창업보육센터의 운영시스템>

(자료출처: 이달환, 우리나라 창업보육사업의 운영실태와 발전방향, 1999)

## 다. 창업보육센터의 역할 및 기대효과

### 1) 창업보육센터의 역할

우리나라의 창업 벤처·중소기업들의 대부분은 창업 및 경영의 애로사항은 자금조달, 경영 및 기술지원, 판로개척 등으로 나타났다.(상공회의소, 1999) 이러한 애로요인을 해소하고 자생력을 갖출 때까지 효율적인 지원수단의 필요성이 요청되고 있다. 이에 창업보육센터에서는 저렴한 임대료로 건물을 임대하며, 각종 사무기기 및 회의실 등의 공동활용 등을 제공함으로써 창업자들의 운영비 부담을 최소화하고 입주자들에게 경영지도, 대학 및 연구소 인력들에 의한 기술지도, 각종 자금, 정보, 기술, 경영지원 및 알선을 통하여 창업초기의 중소기업들의 성공률을 크게 높일 수 있다. 실제로 미국의 경험에 의하면 중소기업의 창업성공률은 10-20%인 반면, 창업보육센터를 통한 중소기업의 창업성공률은 70-80%로 높게 나타났다. 창업보육센터의 주요 역할을 정리하여 보다 자세하게 설명하면 다음과 같다.

- 사업장소의 제공으로 시가보다 보통 5~70%가 저렴하게 사업장소 제공
- 컴퓨터 네트워크, 워크스테이션, 공통 기기 등을 설치 또는 설비 사용 가능
- 교수 등 각 분야 전문가들의 기술자문, 학생활용 등의 기술 및 인력 지원
- 입주기업들간의 상호교류의 장을 마련하여 상호간의 정보를 교류 가능
- 정부의 지원정책을 홍보하거나 투자자들의 투자를 알선하는 등 자금지원 및 투자 알선
- 일반운영지원 및 부대시설 등의 사용편의 도모
- 창업지원센터의 지원프로그램중 전문인력과 연결시켜줄 수 있는 프로그램을 마련함으로써 신규창업기업들의 인력난을 해결해 주는 역할
- 대학 및 연구기관으로부터 산업체로의 기술이전 창구로서의 역할을 수행이 필요한 데 이는 컨설팅, 연구접촉, 대학 등으로부터의 스핀 오프(Spin-Off)활동이 기업화됨으로써 구체화되는 바, 창업지원센터가 첨단사업 발전의 교두보
- 신 사업 창출, 고용창출, 세수증대 등 지역 및 국가경제 발전에 공헌
- 창업분위기 확산, 지역채(communitiy)의 이미지 고양

### 2) 창업보육센터의 기대효과

Bazan(1991)은 창업보육센터의 기대효과를 서술하였는데, 그에 의하면 입주기업 측면에서는 시가보다 저렴한 임대료 및 공용설비의 공동 활용을 통해 초기투자비 및 경상운영비 절감시키며 창업보육센터에서 제공되는 각종 경영·기술·정보·자금 등의 제반 지원 및

자문 활용을 통해 창업자 혼자만으로는 부족한 점을 보완하고 창업자의 모든 노력을 제품 개발 및 시장개척에 집중시키며 창업보육센터내 입주기업들간 경험 및 정보의 공유를 통해 시행착오를 줄이고 입주기업간 거래 및 자원의 공동활용 등을 통하여 시너지효과 제고 등을 기대효과로 들었다.

Molnar, et al.(1997)는 미국 전역의 50개 창업보육센터의 입주기업, 졸업기업, 센터관리자, 투자자들을 대상으로 한 조사연구를 수행하고 이를 실증적으로 분석하였다. 이 연구에 의하면 창업지원센터의 기대효과는 다음과 같았다.

- 고부가가치 창출: 창업지원센터의 입주기업에 의한 고용창출은 센터당 평균 468명이며 고용창출의 62%가 고부가가치 직업인 것으로 나타났다.
- 정부나 지역자치단체 등에 의한 공공보조금 비용은 1,109 달러로써 타 공공프로그램의 비용인 2,218 달러와 비교할 때 매우 비용 효과적이다.
- 센터 입주기업의 평균매출액은 400%이상 증가한 것으로 나타났다.
- 신생기업의 4년 후 생존율이 37-70%인 것에 반해 창업지원센터 졸업기업들은 현재 87%가 계속 활동 중이었다.
- 창업지원프로그램이 지역사회의 이미지 고양에 크게 기여하였다.

이상의 연구를 종합하면 창업지원사업은 창업초기 단계의 작업장 임대에서부터 독립창업경영이 가능할 때까지의 창업과정의 전반적인 애로 요인에 대한 종합지원을 내용으로 하고 있으며, 공동 시설을 활용한 공동화지원 사업으로 경영 및 기술의 지원, 행정사무지원, 정보제공등 창업과정의 애로 요인에 대한 종합적이고 간접적인 지원으로 창업환경의 개선, 창업기업의 자생력 및 체질 강화에 의한 경쟁력 제고로 창업조성의 촉진과 창업이후 도산하지 않고 창업에 성공하도록 지원함으로써 창업기업의 질적·양적 성장을 도모할 수 있다는 것이 가장 큰 기대효과가 된다.

#### 라. 창업보육센터의 성공요인 분석 및 시사점

창업지원센터의 성공요인에 대하여 국내외 여러 학자나 기관에 의하여 실증 분석적 및 개념적으로 연구되었다. 주요한 연구 보고된 사항을 정리하면 다음과 같다.

창업지원센터의 성공적인 운영을 위하여 텍사스 대학의 마케팅 교수인 Raymond, W. Smilor(1987)에 의하면 다음의 10가지 요인이 원활히 이루어져야 한다고 하였다.

- ① 경영지도 및 상담 : 사업계획서 작성, 마케팅, 회계, 경영관리 등
- ② 입주에 대한 자금조달 : 자기자본, 타인자본, 운전자금
- ③ 사무지원 및 시설지원 등 물적 지원
- ④ 지역사회로부터의 지원

- ⑤ 연계지원
- ⑥ 입주에 대한 교육훈련
- ⑦ 창업지원센터의 성공적인 운영에 대한 홍보
- ⑧ 입주자 선정기준
- ⑨ 대학과의 긴밀한 유대
- ⑩ 명확한 목적 및 방침수립 : 입주자에 대한 지원사항 평가, 운영방침, 절차 등을 들고 있다.

OECD(1997) 보고서는 기술창업보육센터의 전반적인 정책측면에서 센터의 성공적인 운영지침을 제시하였다. 이들 중 일반적인 창업보육센터에도 적용될 수 있는 사항들을 제시하면 다음과 같다.

- ① 시작할 때부터 목표 및 미션을 명확히 정의하라
- ② 창업가적인 관리자(센터장)를 고용하라
- ③ 기업들간 시너지 및 적정규모(critical mass)를 달성할 수 있도록 기술군에 초점을 맞추어라(소프트웨어, 정보기술 등)
- ④ 선정기준의 너무 엄격한 적용보다는 창업가의 경험, 제품의 시장성, 타 입주기업들과의 적합성 등을 고려해서 입주기업을 선정하라.
- ⑤ 지원서비스는 고객(입주기업)의 니즈(needs)에 맞게 하라
- ⑥ 지역 및 국제적 연계(linkages)를 확립하라
- ⑦ 재무자원의 원천을 다각화하라
- ⑧ 경험을 공유하라
- ⑨ 평가 방법을 개선하라

배종태(1998)의 연구에 의하면 창업보육센터의 10가지 성공요인은 다음과 같다.

- ① 창업보육센터에 대한 적극적 홍보 노력이 중요하다.
- ② 유망한 창업자 입주에 대한 전문가의 심사 필요하다.
- ③ 실무 경영전문가를 센터장으로 임명하라.
- ④ 졸업기업에게도 공장알선 및 지속적인 지원 및 연계를 하라.
- ⑤ 다른 창업보육센터와 차별화하라.
- ⑥ 공동지원활동이 필요하다.
- ⑦ 운영비의 재정자립을 추구하라.
- ⑧ 정착되기까지는 정부의 지속적 지원이 필수적이다.
- ⑨ 각종 창업지원제도 소개 및 창업절차간소화 등 실질적인 지원을 하라.
- ⑩ 창업보육센터는 창업의 지원자이지 모든 문제의 해결자가 아니라는 점 인식하라.

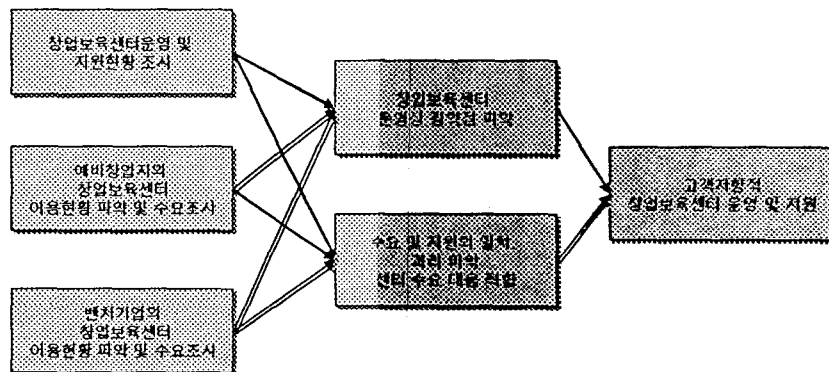
배경화(1999)에 의하면 중소벤처기업을 대상으로 하는 창업보육센터의 성공요인으로 다음과 같은 항목을 제시하고 있다.

- ① 핵심기술의 사장화를 막기 위해서 핵심기술을 가진 업체를 조기에 발굴·평가할 수 있는 운영프로그램이 필요하다.
- ② 벤처기업의 특성상 급격히 변화하는 시장변동을 감안하여, 기술적인 서비스지원 뿐만 미래적 차원의 개발투자를 할 수 있도록 유도하는 정책이 필요하다.
- ③ 창업보육센터에 입주한 중소벤처기업의 장기간의 생존률을 높이기 위해서 저비용의 서비스제공을 중심으로 운영하기보다는 장기적 측면에서 경영 및 마케팅 능력 등을 기르도록 지원하고 훈련할 수 있는 프로그램과 전략이 요구된다.
- ④ 국내 시장의 한계성을 극복하고 시장진입 기반을 확대하기 위해서 선진 각국의 시장정보와 산업동향에 관한 정보를 제공할 수 있어야 하며, 외국의 기업들과 접촉할 수 있는 네트워크의 구성이 선행되어야 한다.

이상의 연구를 종합하면 성공적인 창업보육센터가 되기 위해서는 종합적이고 체계적인 센터의 목표와 전략을 수립하여야 하고 다른 창업보육센터와 차별 화될 수 있는 특성적 기능을 전문화하고 센터의 인적, 물적, 재무적 자원을 충분히 확보하여야 하며 단기성, 일회성 지원이 아닌 입주기업의 기술수준, 경영능력을 향상시킬 수 있는 근본적이고 체계적인 지원이어야 하며 입주기업의 수요에 적합한 지원이어야 한다. 또한 부족한 자원을 확충하기 위하여 정부의 지원, 센터간의 광범위한 네트워킹이 필요하며 센터의 홍보도 중요하다.

#### 4. 창업보육센터 운영, 지원현황 및 이용자 수요에 관한 실증분석

##### 가. 연구의 모형, 개념, 흐름도



<그림 2. 연구의 모형, 개념, 흐름도>

## 나. 창업보육센터 운영 및 지원현황 분석

### 1) 설문조사

전국 100개 유형별 창업보육센터를 대상으로 설문조사를 수행하였다. 설문변수는 센터의 기본 및 일반현황, 장단기 계획 및 센터운영전략, 설비 및 기술지원, 창업교육 및 자문, 경영교육 및 자문, 정보제공, 홍보 및 네트워킹 구성 등 40개였으며 단답형, 선택형, 7점척도형 등으로 구성되었다. 설문회수는 총 32개(회수율 26.67%)로 중소기업청 산하 창업보육센터가 가장 많았으며 정보통신부 산하 정보통신 창업지원센터 역시 상당한 비중을 차지하였다.

### 2) 조사결과

#### (1) 창업보육센터의 일반 현황: 입주 기업수와 직원구성, 전문자문위원확보

창업보육센터의 현재 입주기업 수는 14.3개 업체이며 향후 3년 후를 기준으로 한 입주기업 예정 수는 21.3개로 나타났다. 직원구성을 살펴보면 대부분 센터가 평균 2.1인의 전일제 직원 확보에 그쳐 센터의 지원기능을 수행하기에는 부족한 편이었다. 전문자문위원 확보를 살펴보면 기술분야가 창업지원 및 경영자문 위원보다 더 많이 확보한 것으로 나타났다. 전문 자문위원은 대부분은 기술분야가 교수비중이 높았으며 창업지원 및 경영자문분야는 교수, 변호사, 회계사, 변리사 순이었다.

#### (2) 창업보육센터의 운영목표 및 방향

창업보육센터의 운영목표의 우선 순위는 내부 입주기업을 중심으로 창업 및 경영, 공동시설 지원이 가장 높았으며 다음으로 예비창업자를 대상으로 한 창업기반조성, Campus Venture나 연구소 Venture형태의 운영, 외부 벤처기업에 대한 창업 및 경영지원 순이었다. 창업보육센터의 전략적, 체계적 운영현황을 살펴보면 대부분의 창업보육센터가 분명한 장단기 목표를 수립하고 있으나 타기관의 벤치마킹, 차별화, 전문화된 전략수립, 세부발전계획, 이용자수요파악은 단지 50%를 넘는 정도이며 재원확보 및 인력확보계획에서는 매우 취약한 것으로 나타났다. 운영상의 강점으로 모기관의 높은 인지도, 우수한 운영 인적자원확보, 전문가 연계 등을 들고 있으나 정부 및 모기관의 지원, 다양한 창업지원 등의 분야에서는 다소 낮은 것으로 나타났다. 운영상의 어려움은 재원확보 및 모기관의 지원부족을 들고 있다.

#### (3) 창업보육센터의 창업지원 현황 및 방향

입주기업을 대상으로 제공되는 지원사항은 공동시설지원이 우선적으로, 대부분 기관에



서 제공되는 것으로 나타났으며 기술자문지원, 경영자문지원, 전문기관이나 전문가연계 순을 보이고 있다. 향후강화 예정인 지원분야는 역시 공동시설지원이 가장 많았으나 경영자문지원이나 기술자문지원이 현 제공상황과 비교하여 볼 때 상대적으로 우선적인 제공 분야로 선정하고 있다. 외부 벤처기업이나 예비창업자들을 대상으로 한 지원분야를 살펴 보면 창업 및 경영자문지원, 기술자문지원, 유관기관 연계 순을 보이고 있다. 향후 강화될 분야의 우선순위는 기술자문지원이 가장 높았으며 창업 및 경영자문지원, 전문가연계 순을 보이고 있다.

#### (4) 창업(경영) 교육 및 자문, 정보제공

창업과 관련하여 제공하고 있는 항목은 관련정보제공이 가장 높았으며 창업강좌, 창업상담, 전문가연계, 창업스쿨 등의 우선순위를 보이고 있다. 주로 창업정보의 제공이나 창업강좌, 창업상담 등은 대부분의 기관에서 제공하고 있으나 실질적인 창업대행이나 해외 진출대행 등과 같은 현장지향적인 분야에서의 제공이 부족한 것으로 나타났다. 향후 강화예정인 분야를 살펴보면 창업스쿨이 가장 높았다. 창업(경영) 교육 및 강좌는 분기당 2회에서 5회가 가장 많으며 (평균 3.18회) 대부분은 창업스쿨보다는 창업강좌를 선호하는 것으로 나타났다. 강사는 대부분 벤처관련전문가, 정부관련인사, 성공벤처기업가이며 경영학교수나 다른 기술분야 전문가들은 강사선정이 다양하지 못하였다. 문제점으로 원론수준의 교육내용, 교육에 대한 홍보부족, 교재의 충실치 못함, 강사선정의 문제점 등의 순위를 보였다.

창업(경영)관련 자문제공의 방법은 이용자의 직접 기관방문을 통한 상담이 가장 높았으며 전화상담, 전자우편활용 순이었다. 분기당 자문회수를 살펴보면 대부분 2회-10회의 자문제공이 가장 높았으며(평균 8.23회) 자문 처리는 대부분 기관에서 전문가에 의뢰(62.75%)하는 것으로 나타났다. 문제점은 자문분야가 다양하지 못하며 제한이 되어 있으며, 자문제공에 대한 홍보부족으로 이용률이 낮으며 센터내 자문담당 전문가가 부족하며 외부 자문전문가를 충분히 확보하지 못하여 연계가 부족한 것으로 나타났다. 창업(경영) 정보제공방법으로는 인터넷을 통한 홈페이지게시(자료실, FAQ, 상담실 등)가 가장 높았으며 정보제공 전문책자를 발행하거나 정기 소식지에 내용수록 순을 보이고 있다.

분기당 창업(경영) 정보제공회수는 2회에서 10회가 가장 많았다. (평균 8.77회) 문제점으로 제공정보의 전문성과 다양성의 부족을 들었다. 창업관련 교육, 자문, 정보제공 세부 항목을 살펴보면 전체적으로 창업지원제도소개, 사업계획서작성, 회사설립절차지원, 자금 확보 및 조달방법, 창업성공사례소개, 창업관련법규소개 등의 순을 보이고 있다. 향후 강화예정인 세부 항목은 사업타당성분석, 자금확보 및 조달, 사업계획서작성, 기술지원제공이 주를 이루었다.

벤처기업을 대상으로 한 기업경영관련 교육, 자문, 정보제공의 세부항목 현황을 전체적으로 살펴보면, 다양한 경영지원을 제공하는 것으로 나타났다. 대부분의 세부항목이 창

업보육센터에서 50%이상 제공되고 있는 것으로 나타났다. 향후 계획은 현재 제공하고 있는 경영관련 서비스를 집중적으로 더욱 강화하는 계획이다. 특히 이용자들의 수요가 높은 분야인 세무, 법무안내, 재무 관리 및 회계처리, 마케팅전략 및 기법 등을 중심으로 경영 교육, 경영자문, 경영정보제공분야에서 거의 모두 높게 나타났다.

#### (5) 만족도, 네트워킹, 홍보

창업(경영)지원에 대한 기관 자체 만족도와 이용자 만족도에 대한 자체평가를 비교한 결과 대부분 기관이 평균을 높게 상회하는 만족도를 보이고 있었다. 다수의 센터와 광범위한 협력 내지는 단순 업무 공조를 맺는 것으로 나타났다. 그런데 유사 기능을 제공하거나 모기관의 성격이 비슷한 성격의 창업보육센터간의 협력은 시너지 효과를 극대화시킬 수 있음에도 불구하고 현재 유사기관간의 긴밀한 협력은 18.18%로 크게 부족한 실정이었다. 협력 및 제휴가 필요한 세부분야에 대하여 창업교육, 창업자문, 창업교육 등을 포함하는 창업지원이 가장 높았으며 공동시설활용, 전문가지원, 기술정보제공, 경영지원 등의 순서를 보이고 있다. 창업보육센터의 홍보방법으로는 대부분의 기관이 자체 홈페이지를 보유하고 이를 홍보의 매체로 우선 선호하는 것으로 나타났다.

### 나. 예비창업자 대상 창업보육센터 이용 현황 및 수요 분석

#### 1) 설문조사

전국대학 벤처창업동아리 전부(140명) 및 중소기업종합지원센터에서 주최한 벤처창업스쿨 참가자(60명) 등 예비창업자 200명을 대상으로 우편 및 대면방식의 설문조사를 실시하였다. 설문회수는 총 45개(회수율 22.5%)였으며 이중 불성실한 응답을 한 것을 제외하고 벤처창업동아리 회원 20명, 창업스쿨 참가자 22명 등 총 42개의 설문응답을 바탕으로 본 연구를 수행하였다.

#### 2) 조사결과

##### (1) 예비창업자 현황 및 창업준비

창업을 결심하고 실제 창업까지의 창업준비기간을 예비창업자들은 2-3년을 가장 크게 잡고 있었으며 3년 이상의 창업준비기간 설정도 상당하였다. 이는 대체로 예비창업자들이 성공적인 창업을 하기위하여 창업준비기간을 비교적 길게 잡는 것으로 판단이 된다. 예비창업자들의 창업을 하려는 동기(2개 선택)에 대하여 독창적인 아이디어의 사업화, 전공기술의 창업화가 가장 높은 순서였다. 이는 예비창업자들이 단지 유행처럼 번지는 창업열기 속에서 맹목적인 창업을 하려는 것이 아니라 제품으로 개발하거나 서비스로 제공하려는

아이디어를 바탕으로 한 창업이기에 긍정적인 것으로 판단된다.

## (2) 창업지원 이용

창업관련 보육센터로부터 지원을 받은 창업지원 서비스는 창업스쿨, 창업관련정보, 벤처관련정보, 창업강좌, 창업관련상담, 창업자문 순으로 나타났다. 교육과 정보를 제공받은 것이 거의 대부분으로 창업보육센터의 기능이 일부 편중된 것이 아닌가하는 문제점으로 지적 가능하다. 예비창업자들의 대부분은 창업관련지원을 중소기업청, 중소기업진흥공단 등 정부 벤처, 중소기업 지원기관으로부터 받는 것으로 나타났다. 대학이나 지방자치단체, S/W로 특성화된 창업보육센터로부터 창업지원 제공이 부족한 실정이다.

## (3) 창업교육 이용

창업교육에 대한 예비창업자들의 분기당 참석회수는 1회 이하가 60%로 가장 많았으며 적합한 창업관련 교육 강사는 예비창업자들은 성공한 벤처창업가와 벤처전문가, 실패한 벤처창업가 등을 들었다. 정부관련인사나 대학교수 등이 적합한 강사로 선정이 미비하였는데 특히 현장지향적이지 못하고 이론 중심의 대학교수의 교육은 커다란 호응을 얻지 못하고 있다. 적합한 창업교육 및 강좌의 형태는 창업스쿨인 것으로 나타났다. 단기간의 단발성 2-3시간의 창업강좌보다는 창업과 관련하여 체계적이고 종합적인 접근이 가능한 창업교육을 다 선호하였다. 창업관련 교육 및 강좌로부터 얻은 이점은 창업에 대한 전반적인 지식획득, 세무와 법무, 회계 등 전문지식 파악, 창업성공요인 파악, 창업실패요인에 대한 사전대비, 창업관련 지원기관파악 등의 순으로 나타났다. 교육 및 강좌의 문제점으로 교육수준이 원론적이어서 전문적이고 심층적인 내용을 기대하기 힘들고 교육 및 세미나가 사전에 홍보가 부족하여 참석을 하지 못하는 경우가 많으며 교육내용의 부적절성, 부족한 강사선정 등 교육의 질, 창업지원기관마다 중복적이고 유사한 창업교육실시 등을 교육에 대하여 문제점으로 지적하였다.

## (4) 창업자문 이용

예비창업자들의 분기당 창업자문회수는 1회가 가장 많은 것으로 나타나 창업자문이 크게 활성화되어 있지 못한 것으로 나타났다. 창업자문을 받은 기관으로 중소기업청이 가장 많았으며 대학소속이나 자치단체 소속의 창업보육센터가 중소기업진흥공단이나 S/W 창업보육센터 등 정부기관의 센터보다 더 많은 것으로 나타났다. 창업자문을 받은 방법으로는 센터에 방문을 하여 상담을 받은 것이 가장 높았다. 인터넷 게시판의 활용도, 전자우편의 활용도 다소 높은 경향을 보였다. 예비창업자들이 창업자문기관외에 창업자문을 받기 위해 연계되어 있는 전문가들은 대학교수, 변호사, 회계사 등 전문직 종사자, 실제 현장에서 기업을 영위하는 벤처기업경영자, 벤처기업실무자 등으로 나타났다. 창업자문의 이점으로는 창업에 대한 전반적인 지식과 창업과정 및 절차 지식, 법무, 회계 등 전문적

인 창업지식, 창업관련 지원기관 등을 습득하는 것으로 드러났다. 문제점으로는 자문분야가 다양하지 못하며 자문전문가가 부족하며 비용이 많이 들며 자문에 대한 홍보가 부족하며 전문가의 수준이 낮은 것을 지적하고 있다.

#### (5) 창업정보이용

예비창업자들이 주로 이용하고 있는 창업정보분야는 창업과정 및 절차에 대한 정보가 가장 활용도가 높았다. 기술분야나 벤처창업정보, 자금지원정보역시 높았다. 창업정보의 입수처는 주로 중소기업청, 중소기업진흥공단 등 정부 공식 벤처, 중소기업 창업전담 기관으로 나타났다. 이는 창업지원의 대부분을 정부의 해당 기관에서 담당하기 때문으로 판단된다. 대학소속 창업보육센터, 자치단체 창업보육센터의 활용도는 다소 낮은 것으로 나타났다. 정부기관으로부터 창업정보를 이용하는 회수는 월 1-2회가 가장 많았으며 정부기관의 창업정보를 이용하는 목적으로 정부기관으로부터 각종 지원의 확인, 공신력있는 창업 및 경영정보의 이용, 정보로부터 유관기관과의 네트워크 구성, 기술정보입수 활용 등의 순서를 보이고 있다. 정부기관 제공 창업정보를 이용하는 이유는 우선 비용이 가장 저렴하며 접근이 용이하고 정부기관의 공신력 등을 들었다. 정부기관으로부터 제공받는 창업정보의 문제점으로는 정보제공의 홍보의 부족이 가장 큰 것으로 나타났다. 최신성의 부족, 제공정보의 비충실성, 비슷한 정보의 중복제공 역시 큰 문제점으로 지적이 되고 있다. 예비창업자들은 강화되어야 할 창업정보의 내용은 역시 자금지원정보와 같은 재무관리나 마케팅 등과 같은 경영에 필요한 정보를 지적하였다. 이는 기능적이고 기업 운영적인 수준에서의 필수정보를 기업들이 원하는 것으로 나타났다. 창업의 절차정보, 창업보육센터 입주정보 등 실질적인 정보에 대한 예비창업자들의 정보수요역시 높았다.

#### (6) 인터넷 활용

인터넷을 이용하여 수집하는 정보의 주요 사이트는 정부기관이 거의 대부분으로 나타났다. 벤처 및 중소기업지원 사이트의 핵심인 벤처넷의 이용이 가장 높았다. 그 다음으로 산업자원부의 Innonet, 중소기업진흥공단의 중소기업정보은행, 중소기업협동조합 등의 정부관련 사이트의 순서를 보이고 있으나 그 빈도가 낮은 편이었다. 인터넷을 이용하여 창업관련 정보수집 활용회수는 매일이 가장 높아 역시 예비창업자들이 인터넷 활용빈도가 가장 높은 것으로 나타났다. 활용하는 목적은 우선 기술정보입수, 창업 및 경영정보 입수 등 정보의 입수가 가장 많았으며 게시판을 통한 정보입수나 유관기관과의 네트워크 정보 활용등은 극히 적었다. 인터넷 활용 주된 이유는 접근의 용이함을 가장 높게 잡았다. 역시 인터넷의 가장 큰 특징인 접근성(information access)이 이용자들의 가장 큰 인터넷 이용목적이 되었다. 인터넷의 문제점으로 예비창업자들은 제공정보의 비충실성인 정보의 질적인 문제를 지적하였다.

### (7) 창업보육센터 이용

예비창업자들이 창업보육센터로 지원을 받은 경험이 반 이상 없는 것으로 나타났다. 창업보육센터를 이용하지 않는 이유에 대하여 예비창업자들은 창업보육센터의 존재조차 모른다는 응답이 많았다. 이는 신설 창업보육센터가 많은 것이며 홍보부족에서 기인한다고 판단된다. 그리고 이용 경험자들의 불만족 토로, 큰 도움이 없을 것이라는 선입견도 상당부분 좌우하고 있다. 창업보육센터가 우후죽순처럼 엄청나게 많이 급증하고 있음에도 불구하고 대부분 신생센터여서 아직 예비창업자들을 대상으로 한 프로그램개발이나 지원 서비스가 부족한 데서 기인한다고 할 수 있다.

창업보육센터를 이용한 경험이 있는 예비창업자들은 이용목적에 대하여 창업 및 경영 정보가 가장 크며 다음으로 창업관련 교육 참가, 기술정보의 획득, 전문가 자문으로 응답하였다. 창업보육센터로부터 지원받은 서비스는 대부분은 창업교육이었으며 창업정보제공, 창업자문지원, 전문가와 상담연계, 유관기관 연계의 순을 보였다. 지원받은 서비스 가운데 만족도가 가장 높은 분야에 대한 설문에서 예비창업자들은 창업교육 및 자문, 창업상담의 순으로 대답을 하였다. 만족하지 못하는 분야는 자금지원, 전문가에 의한 창업자문지원, 유관기관 연계, 기술자문지원 등의 순서를 보이고 있다. 자금지원은 대부분의 창업보육센터에서 제공하지 못하는 분야이기 때문으로 사려된다

## 다. 벤처기업 대상 창업보육센터 이용 현황 및 수요 분석

### 1) 설문조사

정보통신 벤처기업들을 대상으로 창업보육센터의 수요를 분석하기 위하여 창업 및 경영과정에서의 애로사항 및 문제발생시 해결방법, 제공희망 정보 및 지원내용 파악 등을 창업보육센터와 관련하여 설문을 조사하였다. 설문구성은 기업 일반현황, 창업지원, 자문, 교육, 정보제공 활용 및 향후 요망, 경영지원, 자문, 교육, 정보제공 활용 및 향후 요망 등 61개 항목으로 단답형, 선택형, 7점척도형 척도를 사용하였다. 설문대상업체는 창업지원에 관한 설문을 중심으로 매일경제신문사와 전자신문사에서 매주 금요일 공고하는 신설업체(97년 1월-99년 6월) 200개, 경영지원에 관한 설문을 중심으로 정보통신연구관리단 유망정보통신기업편람(1998) 및 전자신문사 99 전자,정보업체 총람 가운데 94-96년도 설립된 업체(NTBF) 200개를 선정하였다. 이 때 정보통신산업의 하위산업부분은 균등수로 sampling하였다. 설문회수는 총 62개(회수율 15.5%)였으며 이중 불성실한 응답을 한 것을 제외하고 신생기업이 32개, NTBF가 28개 등 총 60개의 설문응답을 바탕으로 본 연구를 수행하였다.

## 2) 조사결과

### (1) 창업(경영)지원 이용

창업 및 경영지원을 받은 기관은 중소기업청, 중소기업진흥공단, S/W 창업보육센터, 개인창업전문가 순으로 나타났으며 주 이용 내용은 창업 및 경영 관련기관 안내, 창업정보, 창업자문 순이었으며 향후에는 전문가자문, 벤처관련정보, 관련 전문가 안내 등의 지원을 희망하였다. 창업보육센터에서는 창업교육, 자금지원, 기술자문 등을 주로 지원받았고 향후에는 자금지원, 기술자문, 창업교육을 희망하였다.

### (2) 창업(경영)교육 이용

창업(경영)교육은 분기당 1.8회에 참석하는 것으로 나타났다. 교육의 강사는 성공한 벤처기업가, 벤처관련 전문가, 실패한 벤처기업가 등으로 선호하였으며 교육을 받은 기관은 중소기업진흥공단, S/W 창업보육센터, 개인창업전문가, 중소기업청 순으로 나타났다. 현재 교육은 주로 창업(경영)강좌, 창업스쿨 순으로 참석하지만 향후에는 홈페이지를 통한 창업교육을 희망하였다. 창업교육을 받은 주 항목은 사업계획서, 창업성공사례, 관련 법규 순이었으며 강화를 희망하는 분야는 자금조달, 사업타당성, 사업계획서 등이었다. 경영교육의 주 항목은 경영성공사례, 경영지원제도였으며 강화를 희망하는 분야는 경영전략작성, 마케팅, 기술동향, 재무관리 등이었다. 창업교육의 이로움은 창업전반 지식, 창업지원기관파악, 창업성공요인 파악 등을 들었으며 문제점으로 원론수준의 교육내용, 교육내용의 부적절, 강사의 부적절성 등을 지적하였다.

### (3) 창업(경영)자문 이용

정보통신 벤처기업의 창업(경영)자문의 이용은 분기당 3.01회였으며 방문, 전화상담, 인터넷 게시판, 전자우편 등의 방법을 사용하였다. 자문의뢰는 대학교수, 전문직, 벤처기업 경영자 순이었다. 창업자문의 주 항목은 사업타당성, 사업계획서, 재무관리이었으며 강화요망항목은 자금조달, 사업타당성분석이었다. 경영자문의 주 항목은 경영전략작성, 마케팅이었으며 강화요망 항목은 경영전략작성, 마케팅, 재무관리 등이었다. 창업자문의 이로움은 창업전반 지식, 창업지원기관 파악, 창업전문지식, 창업핵심요인 파악 등이었으며 문제점으로 자문분야의 제한, 부적절한 자문전문가, 비용과다, 홍보부족등을 들었다.

### (4) 창업(경영)정보 이용

정보통신 벤처기업의 창업(경영)정보의 이용은 자금지원정보, 창업절차정보, 기술정보 등이 높았다. 주 정보 이용처는 사업경험자, 중소기업진흥공단, 중소기업청, 개인 창업전문가 등이었으며 이용이유는 다양한 정보의 제공, 소재파악용이, 비용저렴, 충실한 정보제공 등이었다. 창업정보이용의 주 항목은 사업계획서, 창업성공사례, 지원제도 순이었으며

강화요망 부분은 자금지원, 기술정보, 인력확보정보 등이었다. 경영정보의 이용 주 항목은 마케팅전략, 경영전략작성이었으며 강화 요망은 마케팅전략, 기술동향, 인적자원확보, 경영전략 순이었다. 문제점으로 최신 정보제공부족, 홍보부족, 충실하지 못한 정보제공 등을 들었다.

#### (5) 인터넷을 통한 창업(경영)지원 이용

벤처기업이 창업(경영)지원을 받기 위한 인터넷 활용은 주로 창업정보입수, 기술정보입수, 게시판기능 활용이 목적으로 나타났다. 인터넷 이용은 매일(28.11%), 주 2-3회(21.92%) 순이었다. 주 이용 인터넷 사이트는 벤처넷, 이노넷, 중소기업정보은행 순이었으며 인터넷에서 창업지원부문에 강화해야 할 분야는 자금조달확보, 관련법규소개, 각종 창업지원제도 소개 순이었으며 경영부문에 강화해야 할 부분은 마케팅전략, 각종 경영지원제도, 경영전략 등이었다. 문제점으로 최신성 부족, 제공정보의 비충실성, 중복정보의 제공, 홍보부족 등을 들었다.

#### (6) 창업보육센터 이용

벤처기업의 창업보육센터 이용은 무 경험(73.51%)이 가장 많았다. 이용기관은 정보통신 창업지원센터, S/W 창업보육센터순이었으며 향후에는 이용예정이 상당하였다. (82%) 불이용 이유로 도움 불필요, 큰 도움이 없을 것이라는 선입견, 존재조차모름을 지적하였다. 이용 만족항목은 창업교육, 기술자문, 유관기관연계 등이었으며 불만족 항목은 자금지원, 기술자문, 인력자문 등이었다.

### 5. 창업보육센터 현황 및 이용자 수요와의 비교 분석을 통한 시사점 도출

#### 가. 전체적인 창업 및 경영지원

창업보육센터에서 제공하는 창업지원 현황과 예비창업자, 벤처기업 이용현황 차이가 없으나 실제 이용자가 원하는 이용자의 수요측면에서는 차이를 발견할 수 있었다. 현재 대부분의 창업보육센터가 창업교육, 창업정보제공 치중되어 있으나 전문가 자문, 관련 전문기관 및 전문가 안내를 강화하고 창업교육을 지속적으로 수행하여야 한다. 그리고 창업보육센터의 자체 만족도와 이용자의 만족도가 차이가 크므로, 이용자들의 불만족에 대한 개선 필요하다. 특히 이용자들의 센터에 대한 인지도가 낮으므로 센터에 대한 지속적인 홍보 필요하다.

## 나. 창업 및 경영교육

창업교육의 강사는 벤처관련 전문가, 성공벤처기업가 순이 적절하며 정부관련 인사보다는 실패한 벤처창업가 선호하는 것으로 나타났으므로 강사 섭외시 반영을 해야 한다. 창업관련 항목으로는 자금조달, 사업계획서, 사업타당성, 창업성공사례 등 벤처기업 현장 중심의 창업의 도움이 되는 실질적인 내용이 적절하며 경영관련 항목으로는 경영전략작성, 마케팅, 기술동향, 재무관리 등이 적절한 것으로 나타났다. 원론수준의 교육내용, 교육홍보부족, 충실하지 못한 교재, 교육내용의 부적절 등이 문제점으로 지적되고 있으니 이에 대한 대응이 필요하고 인터넷을 통한 창업교육 방법도 모색해야 한다.

## 다. 창업 및 경영자문

예비창업자들의 분기당 창업자문 회수가 특히 낮으므로 창업보육센터는 이를 제고할 홍보 등의 방법이 필요하다. 창업 자문의뢰는 대학교수, 전문직, 벤처기업전문가 등으로 정하고 창업자문 분야는 자금조달, 사업타당성 분석, 사업계획서, 창업법규 등 보다 벤처현장 지향적인 내용으로 한다. 경영자문 분야는 재무관리, 경영전략, 마케팅 등을 강화해야 한다. 자문분야의 제한, 부적절한 자문전문가, 홍보부족, 센터내 전문가 부족, 비용부과 등의 문제점을 극복한다. 특히 인터넷의 게시판, 질의응답 등을 통한 창업자문 활성화 방법을 강구해야 한다.

## 라. 창업 및 경영정보제공

정보제공의 방법은 홈페이지 게시, 정보제공책자, 소식지 등을 이용하고 창업정보는 자금지원, 창업절차정보, 창업성공사례, 지원제도, 입주정보, 기술정보 등을 강화하며 경영정보는 자금지원, 세무법무, 마케팅, HRM, 기술정보 등을 집중해야 한다. 제공정보의 전문성 부족, 다양한 정보제공부족, 고객들 이용부족, 홍보부족 등을 극복하기 위한 방법을 모색해야 한다.

## 마. 인터넷을 활용한 창업 및 경영지원

인터넷을 통한 창업지원은 정보제공, 게시판기능, 질의응답의 자문 등으로 최대한 활용되어야 하며 창업정보는 자금조달확보, 관련법규소개, 각종 창업지원제도 소개가 적절하며 경영정보 제공은 마케팅전략, 각종 경영지원제도, 경영전략, 재무분야가 적절하다. 최신성 부족, 제공정보의 비충실성, 중복정보의 제공 정보의 전문성 부족 등이 문제점으로 지적되므로 이를 해결해야 하고 홍보를 강화하고, 질의 응답 등 다양한 방법으로 인터



넷 이용을 유도해야 한다.

## 6. 결론

1990년대 이후 창업보육센터는 양적으로 급증하고 있으나 질적인 측면에서는 대부분의 창업보육센터들이 설립(운영)의 초기단계여서 가시적인 성과가 미비하고 창업보육센터간의 유사, 중복지원이라는 차별화, 전문화되지 못한 문제점과 입주기업이나 예비창업자들을 효율적으로 지원할 수 있는 운영전략이나 창업지원센터 자체의 효율성과 수익성을 증대시킬 수 있는 방안 등이 마련되어 있지 않은 상태이다. 이러한 창업보육센터의 현실은 새로 설립된 대부분의 정보통신 창업지원센터에도 그대로 해당되는 문제점들이 된다. 이를 극복하고 예비창업자 및 정보통신 벤처기업에 대한 고객지향적, 전문화, 특성화된 창업 및 경영지원을 제공하기 위해서는 본 연구에서는 보다 체계적으로 연구에 임하였다. 즉 본 연구에서는 우선 창업보육센터에 대한 일반적인 이론적인 배경을 고찰하였다. 창업보육센터가 기본적으로 수행하여야 할 일반적인 기능 및 역할을 파악하였고 우리나라 창업보육센터에 대한 설문조사의 방법을 통하여 센터의 운영, 창업 및 경영 지원 현황 등을 파악하고 그 강약점, 문제점 및 개선방안 등을 고찰하였다. 또한 예비창업자 및 정보통신 벤처기업에 대하여 각각 설문조사를 수행하여 창업보육센터의 이용현황 및 수요(needs)를 파악하였으며 국내 창업보육센터의 창업 및 경영 지원현황과의 비교, 분석을 통하여 이용자 수요에 적합 대응점과 차이점, 문제점 등을 시사점으로 종합 분석하였다. 이를 통하여 예비창업자, 정보통신 벤처기업의 수요에 적합한 정보통신 창업지원센터의 창업 및 경영지원의 방향을 설정한 것이 본 연구의 기여사항이 된다.

본 연구의 한계점으로는 정보통신 창업지원센터가 정보통신의 산업 특성을 반영하여 보다 산업에 적합하며 거시적이며 전센터적인 차원에서 차별적인 운영전략을 체계적으로 수립하고 이를 세부적으로 기능적인 차원에서 운영지침 및 운영방향을 수립하지 못하였다는 점이다. 이는 바로 후속연구의 방향이 된다. 즉, 후속연구는 본 연구의 주제인 창업 및 경영지원을 포괄하는 거시적인 창업보육센터의 운영전략과 세부적이고 기능적인 차원에서의 운영지침을 동시에 접근, 연구되어야 한다.

## 참고문헌

- 과학기술처(1994), 「대덕연구단지 기술창업지원센터 설립·운영 방안에 관한 연구」  
김영배(1999), 벤처기업의 창업 및 성장과정에 따른 대학의 역할 및 정부정책 방향: 실증 조사, 과학기술정책연구원 포럼 자료

- 대한상공회의소(1998), 「미국의 인큐베이터 운영현황」
- 대한상공회의소(1999), 벤처기업의 경영애로와 해소방안
- 명제선외(1997), 중소기업 창업실태 조사보고서, 중소기업진흥공단
- 박명철외(1999), 정보통신 중소기업 경영전략연구, 한국정보통신대학원대학교 연구보고서
- 박명철, 김문구외(2000), ICU 벤처창업연구실 운영전략 및 지침에 관한연구, 정보통신부  
과제 연구보고서
- 박상범(1996), 중소기업론, 법영사
- 박준엽(1997), 한국과 미국의 창업지원체제비교: 벤치마킹식 접근, 중소기업학회지, 제 19  
권 1호
- 배경화(1999), 우리나라 창업보육센터의 효율적 운영전략 및 지원프로그램 연구, 중소기업  
진흥공단
- 배종태(1998), 우리 나라 창업보육센터의 활성화 방안- 21세기를 향한 과학산업단지와 벤  
처기업의 성공전략 국제 워크샵 자료, 한국과학기술원 신기술창업지원단
- 서건일(1997), 「중소벤처기업의 활성화방안에 관한 연구」, 중소기업연구원
- 송위진, 신태영(1998), 「신기술창업기업의 성공요인 분석과 정책과제」, 과학기술정책연  
구소
- 신창호(1997), 「산업지원기반의 국내외 사례」, 서울시정개발연구원
- 신창호(1999), 창업보육센터의 효과적 운영방안 - 서울창업보육센터를 중심으로, 벤처경  
영연구 제 2권 1호
- 이달환(1999), 우리나라 창업보육사업의 운영실태 및 발전방향, 과학기술정책연구원 포럼  
자료
- 이재규(1998), 미국의 중소기업 지원기관 연구, 중소기업학회지, 제 20권 1호
- 이재훈외(1999), 중소기업 경영론, 경세원
- 정승화(1999), 벤처창업론, 박영사
- 중소기업은행(1999), 「예비창업자 실태조사 보고서」
- 지용희외(1999), 중소기업론, 박영사
- 홍성도(1999), 벤처기업 창업경영론, 학문사
- 인터넷 자료, <http://www.internationalincubator.com/arrive.htm> - 10th Anniversary  
Survey of Business Incubators 1985-1995,