

---

## 국내 창업기업의 성공요소에 관한 사례연구: 벤처창업을 중심으로

조신나\*, 한정희\*\*

홍익대 스마트도시 과학경영대학원 도시환경\*, 홍익대 스마트도시 과학경영대학원\*\*

### A Case Studies on the Success Factors of Local Start-up Firm: Focused on Venturing

Shin-Na Jo\*, Jung-hee Han\*\*

Graduate School of Smart City Science Management\*  
Graduate School of Smart City Science Management\*\*

**Abstract** Korea is aging rapidly and unprecedentedly in the world, and the social burden is prospected to be increased rapidly. New business start-up in blue ocean area is boomed in Korea, because sedulousness of people and high household saving rate which are basis of the economic development are getting lower, and propensity of the consumption and debt in household are getting higher. This article is refers that what is success factors of new business start-up in blue ocean through investigating the theoretical concept and the success cases. As a result, the success factors of new business start-up are categorized as environmental factors, strategical factors, organizational factors, personal factors, and factors of growing-up stages. In order not only to identify the success factors, but also to avoid failure, it is important that the basic principle should be followed ; Specifying the objectives, Balancing the fund, Meeting good biz-partners, Analysis of the market and Advice of the experts.

**Key Words** : venture firm, venture policy

---

#### 1. 서론

우리나라는 세계에서 유래가 없을 정도로 빠르게 고령화가 진행되고 있으며 이에 따른 사회적 부담도 빠른 속도로 늘어날 전망이다. 우리나라 경제발전의 밑거름이었던 근면성, 높은 저축률 등이 급격히 낮아지고 소비성향과 가계부채가 증가함에 따라, 창업 붐이 일어나고 있다.

창업의 시작은 완벽한 준비와 대비를 전제로 해야 하며, 돈을 무시할 수는 없지만 돈벌이 수단 이 되어서는 안 된다.(이미자, 김중규, 2013)

최근 산업구조의 변화로 인한 경쟁심화로 기업들의 구조조정을 통한 생산성 향상 노력과 함께 고용 없는 성장이 계속되고 있으며, 이로 인해 창업시장에는 청년층부터 퇴직한 고령층까지 다양한

---

\* 홍익대 스마트도시 과학경영대학원 도시환경

\*\* 홍익대 스마트도시 과학경영대학원 교수(교신저자)

접수일(2016년 11월 2일), 수정일(1차: 2016년 12월 2일), 게재확정일(2016년 12월 7일)

연령층과 전문 인력들이 늘어나고 있다.

이러한 사회적 구조변화에 따라 시장에 등장한 사업의 종류는 동종 산업 및 유사 산업 등장 등으로 무수히 많아졌다. 이에 따라 이를 선택하는 소비자 욕구 또한 다양해지고 있으며, 소비자마다의 개성화가 부각되고 있다.

또한 제품 및 서비스의 상품수명주기가 짧아짐에 따라 시장으로의 접근 신속성과 긴밀성의 확보가 요구되며, 고비용 저효율의 기업 및 생산구조로 인하여 산업의 부익부 빈익빈 현상이 심화되고 있다.

따라서 가치를 창출하기 위해서는 지식 정보화 사회에 효율적으로 대처하고 경제성장의 최대 걸림돌인 고비용 저효율의 생산구조를 극복할 수 있는 벤처기업의 육성과 창업의 활성화가 문제해결 방안으로 대두되고 있다.

이러한 사회적 변화에 따라 창업의 필요성이 요구되면서 창업시장의 환경변화는 상당하다.

현재 직장을 갖고 있는 직장인들도 평생직장에 대한 사고가 변화하면서 창업연령이 점차 낮아지고 있다. 이에 따라 크게 부담이 없는 소자본창업이 크게 증가했으며, 창업유형이나 아이템이 점차 다양해지고 있다. 결국은 창업으로 인한 사회적 영향력이 상당히 커지고 있다는 점이다. 연구의 목적은 창업의 개념에 대해 이론적인 접근을 하고자 한다. 둘째, 창업의 성공요인을 파악하여 정리해보고자 한다. 셋째, 창업의 성공사례를 제시하고자 한다.

논문은 모두 4개의 장으로 구성되었다. 1장 서론에서는 연구의 배경 및 목적, 범위 및 방법을 제시하였다. 2장은 창업의 의미에 대한 이론적 고찰을 다양한 연구자료들을 중심으로 정리하였다. 3장에서는 기존문헌의 연구결과를 토대로 창업의 성공요인에 대해 정리하였고, 창업기업의 성공사례를 제시하였다. 마지막 4장 결론에서는 논문내용을 요약하고 시사점에 대해 정리하였다.

본 논문은 국내 관련문헌을 정리하고 고찰하는 방식으로 이루어졌다. 대부분 대학의 연구논문집, 유관기관의 발간자료 및 학술연구자료 등의 자료들이 활용되었다.

## 2 창업의 개념

### 2.1. 창업의 정의

창업은 새로운 아이디어를 가진 창업자가 영리를 목적으로 개인이나 법인회사를 만들어 사업 활동을 시작하는 것을 의미한다.

창업에 대한 법률적인 정의에 의하면 중소기업은 새로이 설립하여 사업을 개시하는 것으로서 새로운 일을 시작하는 것을 뜻한다.(중소기업 창업지원법 제2조)

학문적으로는 인적·물적 자원을 적절히 결합하여 미리 설정된 기업목적에 달성하기 위하여 상품이나 서비스를 조달, 생산, 판매하거나 그와 무수된 활동을 수행하는 것으로 정의할 수 있다.

기술기반의 벤처기업, 지식과 전문성을 기반으로 하는 1인 창조기업, 주로 생계를 위해 시작하는 외식업, 소매업, 유통업 등이 전형적인 창업의 유형들이라 볼 수 있다.

최근 들어 창업은 경제와 사회발전의 견인차뿐만 아니라 취업난 해소 등의 측면에서 더욱 중요해지고 있다. 중소기업창업 지원법에 의하면 창업은 중소기업을 새로 설립하는 것이며, 창업자란 중소기업을 창업하는 자와 중소기업을 창업하여 사업을 개시한 날로 7년이 지나지 아니한 자로 규정하고 있다.

<표 2-1> 중소기업창업 지원법 시행령 제2조에 의한 창업의 범위

분	내 용
포괄적 승계	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 타인으로부터 사업을 승계하여 승계전의 사업과 동종의 사업을 계속하는 경우로, 이는 사업을 새롭게 창업하는 것이 아니라 기존 사업을 인수하여 같은 업종을 계속하게 되므로 중소기업을 새롭게 창업하는 효과가 없기 때문이다.</li> <li>- 상속이나 증여에 의하여 기존 사업체에서 동종 업종을 계속하는 경우</li> <li>- 폐업한 공장을 인수하여 동</li> </ul>

국내 창업기업의 성공요소에 관한 사례연구: 벤처창업을 중심으로

	<p>사업을 계속하는 경우</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업의 전부 또는 일부를 양도받아 동종 업종을 계속하는 경우</li> <li>- 기존 공장을 임차하여 기존 사업과 동종 업종을 계속하는 경우</li> </ul>
형태 변경	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 개인 사업자의 법인 전환이나 법인의 조직 변경 등 기업형태를 변경하여 변경 전의 사업과 동종 사업을 계속하는 경우로, 이는 단순한 조직을 변경하여 형식상의 창업절차만 밝기 때문에 실질적인 창업으로 인정하지 않는다. 단, 조직 변경 후 업종이 종전과 다른 경우에는 예외적으로 인정한다.</li> <li>- 법인으로 전환 또는 합병회사에서 합자회사, 유한회사에서 주식회사로 등 법인 형태를 변경하여 동종 사업을 계속하는 경우</li> <li>- 기업을 합병하여 동일한 사업을 계속하는 경우</li> </ul>
폐업 후 동종사업의 재개	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 폐업 후 다시 사업을 개시하여 폐업 전의 사업과 동종의 사업을 계속하는 경우로 폐업을 했다고 하나, 같은 업종의 사업을 하는 것이므로 창업으로 인정하지 않는다.</li> <li>- 일시적으로 휴업한 후 사업을 재개하는 경우</li> <li>- 기존 장소에서 이전하여 새로운 장소에서 동일한 사업을 계속하는 경우</li> </ul>

	전문성과 지식, 경험 등을 갖추어야 함
창업 아이템	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 우수하고 매력적인 창업 아이템 매우 중요</li> <li>▪ 시장성, 기술성, 수익성, 독창성을 모두 갖추어야 함</li> </ul>
창업 전략과 계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 창업 아이템을 구체화하고, 사업화하는데 필요한 구체적이고 합리적인 창업전략과 사업계획 필요</li> <li>▪ 제품과 서비스의 개발, 생산, 판매, 자금 조달, 직원 관리 등의 창업 계획 수립</li> </ul>
창업 자금	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 창업을 시작하고, 기업을 운영하기 위한 자금 필요</li> <li>▪ 자기자본, 정부 지원 자금, 투자 유치, 외부 차입 자금 등 다양한 형태로 자금 조달</li> </ul>

2.2.2 창업은 혁신여부에 따른 분류

혁신창업은 기존의 제품 및 서비스와 기술, 경영, 제품 등에 있어 확연히 차별화되는 상품을 기반으로 창업하는 형태로 발명품 같은 제품을 사업화하는 경우나 전혀 새로운 형태의 제품 및 서비스를 제공하는 것을 의미하며, 모방창업은 기존의 기업이 생산하는 제품 및 서비스와 동일하거나 매우 유사한 상품을 생산하는 형태로 단순모방과 벤치마킹으로 구분할 수 있다.

벤처마킹의 경우 타사를 단순모방하는 것이 아닌 특정분야에서 뛰어난 업체나 상품, 기술, 경영 방식 등을 배워 자사의 경영과 생산에 합법적으로 응용하는 것으로 성공한 상품, 기술, 경영방식 등의 장점을 충분히 배우고 익혀 자사의 환경에 맞추어 재창조하는 것을 말한다.

2.2.3 창업의 유형

창업은 목적과 특징, 기업의 법적구조, 창업의 형태에 따라서 유형이 다양하게 분류된다.

2.2 창업의 핵심요소 및 유형

2.2.1 창업의 핵심요소

창업을 시작하고 성공하기 위해서는 기본적으로 창업자의 능력, 창업 아이템, 창업 전략과 계획, 창업 자금 등의 네 가지 요소가 필요하다.

<표 2-2> 창업의 4가지 요소

분	핵심요소
창업자의 능력	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 새로운 사업기회를 찾아내고, 창업을 추진하는 창업자의 능력 중요</li> <li>▪ 창업하고자 하는 열정과 노력,</li> </ul>

<그림 2-1> 창업의 유형



(1) 목적에 따른 분류

창업자가 창업하는 목적에 따라 기회형 창업과 생계형 창업으로 나누어진다.

기회형 창업은 창업자가 새로운 사업기회를 실현하기 위해 자발적으로 창업하는 것을 의미하며, 새로운 기술이나 아이디어를 기반으로 창업하기 때문에 위험은 많으나 성공했을 시에 큰 수익을 기대할 수 있으며, 경제성장에 직접적으로 기여하기 때문에 매우 중요하다.

생계형 창업은 창업자의 생계유지를 위해서 창업하는 경우를 의미하며, 창업으로 최소비용을 투자해 안정적인 수익을 창출하는 것을 목적으로 하고, 기회형 창업과는 달리 집약적이며 비자발적으로 이루어지는 것이 특징이다.

(2) 특징에 따른 분류

창업의 본질적인 특징에 따라 도전 창업, 기반 창업, 전문 창업, 안전 창업으로 분류할 수 있다.

도전 창업은 주로 20대 연령층에서 이루어지며 열정과 도전정신을 바탕으로 이루어지는 창업유형이다. 앱개발, 웹서비스 및 IT관련업종이 대표 업종사례이다.

기반 창업은 주로 30대 연령층에서 이루어지며 직장생활을 통한 경험, 지식, 인맥 등을 기반으로 이루어지는 창업유형이다. 제조, 정보제공 등 기술 개발 업종이 대표적인 사례이다.

전문 창업은 주로 40대 연령층에서 이루어지며 특정분야에 오랜 근무경력과 전문지식을 바탕으로 이루어지는 창업유형이다. 제조, 컨설팅, 기술개발, 음식점 등이 주를 이룬다.

안전 창업은 주로 50대 연령층에서 이루어지며

생계수단 및 노후대책으로 안전성을 바탕으로 이루어지는 창업유형이다. 외식업, 제과점, 스크린골프 등 프랜차이즈 업종이 대표적인 사례이다.

(3) 법적 구조에 따른 분류

창업기업의 법적 구조에 따라 개인사업자와 법인사업자로 구분된다.

개인사업자의 경우 창업기업의 소유자본의 전부 또는 대부분을 한 개인이 출자하고 그 자본운영에 관한 책임을 출자자가 전적으로 지는 형태로 소규모자본을 투입하여 적은 인원이 운영하기에 알맞은 형태이다.

법인사업자의 경우 대표자는 회사운영에 대해 일정한 책임을 지며, 주주는 주금 납입을 한도로 채무자에 대해 유한 책임을 지는 형태로, 일정 규모이상으로 성장 가능한 유망사업의 경우에 적합한 형태이다.

(4) 창업형태에 따른 분류

창업은 창업의 형태에 따라서 벤처기업, 소호, 1인 창조기업, 소상공인, 프랜차이즈 등 다섯 가지로 나뉜다.

벤처기업은 첨단기술이나 새로운 아이디어를 사업화하는 창조적이고 기술집약적인 창업의 형태이다.

소호(SOHO)는 집이나 작은 사무실에서 정보나 지식 그리고 독특하고 창의적인 아이디어를 기반으로 시작하는 창업형태로, 소규모사무실/가정사무실(Small Office Home Office)의 머리글자를 따서 만든 신조어이다.

1인 창조기업은 자신의 경험, 기술 등을 통해 보다 창조적이고 새로운 서비스를 제공하는 기술 집약적 기회형 창업이며, 소상공인은 외식업, 소매업, 유통업 등 규모가 작은 점포형태의 창업을 의미한다.

프랜차이즈는 브랜드를 가지고 있는 본사와 가맹점 계약을 체결하고 상표, 서비스 등을 제공받아 동일한 이미지를 갖고 사업을 하는 형태이다.

2.3 창업의 환경변화와 활성화

21세기 정보화와 과학기술의 급격한 진보로 인해 기업들은 새로운 패러다임과 글로벌화 촉진을 경험하게 된다. 이에 가치 창출의 원천이 노동 자본에서 지식과 정보 기반의 자본으로 이동하고 경제 활동의 범위가 국내에 머무는 것이 아닌 글로벌화가 추진되었다.(소소한 마케팅이야기, 2016)

이러한 환경변화에 따라 가장 큰 움직임을 보인 것이 바로 창업시장의 활성화이다.

경제 불황으로 인한 평생직장의 개념이 붕괴되면서 다수의 직장인들의 직업관에 커다란 변화가 생기기 시작하였고, 사회 환경의 변화로 인하여 직업에 대한 일반인들의 직업관에도 변화가 일어났다.

이에 따라 미래에 대한 불안감과 직업에 대한 가치관의 변화에 대처할 수 있는 대안으로 창업시장이 각광 받게 되었다.

또한 직장에서의 조기퇴출 등은 소자본창업의 급속한 증가를 가져왔다. 특히 외식업 분야에서 활발하게 진행되고 있으며, 다른 산업분야에 비해 적은 자본과 경험의 부재에도 보다 쉬운 창업으로 1인 기업 혹은 가족구성원에 의한 창업으로 외식산업이 많이 선택되고 있지만, 최근에는 소자본창업에서도 편중현상으로 인하여 경쟁이 치열해지고 있어 성공이 쉽지만은 않은 현실이다.

여성의 사회진출에 대한 의식변화와 고학력 여성의 증가로 전문적 여성이 증가하면서 여성 고유의 섬세하고 부드러운 요하는 업종을 기반으로 하는 전문직종의 여성창업도 활발히 이루어지고 있으며, 더불어 1인가구의 증가 등의 가족구성원의 변화에 따라 새로운 창업시장이 확대되고 있다.

경제상황은 취업난과 비례관계이다. 사회적으로 대두되고 있는 문제로 청년실업이 언급되고 있는데 청년만의 문제를 넘어 국가적인 해결문제로 확대되면서 실업난의 대안으로 젊은층의 창업을 고려하는 현상이 일어나고 있다는 것도 창업활성화에 한 몫을 하고 있다.

정보화의 발전에 따라 창업 준비자의 창업에 대한 정보검색 등 접근방법이 용이해졌으며, 빠르게 변화하는 소비자의 욕구는 새로운 시장 진입자

들을 창업의 길로 유도하게 되었다. 시장 환경의 변화로 인하여 기회요인이 많은 이들을 창업의 길로 유도하고 있다고 볼 수 있다.

그 밖에도 다문화 가정의 증가와 해외 근로자의 유입 등 세계 각국의 다양한 인종과 우리나라 문화의 결합, 저출산과 노령인구 증가 등은 새로운 창업시장을 요구하고 있다.

이에 따라 정부와 유관기관은 실업난 해소, 저소득층의 일자리 창출 및 지역경제 활성화 등의 방안으로 창업을 고려하고 창업과정을 돕기 위한 교육프로그램 운영, 창업자금 지원 등을 통해 안정적인 창업을 위하여 적극적인 지원과 장려활동을 펼치고 있다

### 3. 성공한 창업기업의 사례 연구

#### 3.1 창업의 성공요인

국내에서 창업자 특성(이진주·윤정환, 1987; 조형래, 1995), 시장 및 산업환경(김홍경, 1990; 박민규, 1992; 백경래, 1996; 이성훈, 1997; 한상설, 1998)이 벤처기업의 성과에 미치는 영향에 관하여 실증적으로 연구되었으며, 문헌연구이기는 하지만 창업자 특성, 산업환경, 조직특성, 자원능력 및 전략과 벤처기업 성과의 관계에 대한 이론적 특리 제시되기도 하였다.

이장우·장수덕(1998) 및 안준모와 김종인(1999)은 정보통신 벤처기업을 대상으로 한 연구에서 창업자 특성(성격, 경험, 지식)과 상황변수(초기 자본금, 시장진입장벽, 전략)를 성공요인으로 제시했으며, 김갑과 한상설(1999)은 국내 118개 벤처기업을 대상으로 실시한 연구에서 기업가 특성(기능적 경험, 관리적 능력), 산업구조(경쟁구조, 산업성장률), 벤처전략 등이 벤처기업의 성과에 영향을 미치고 있음을 보여주었다.(양희순, 2002)

<표 2-3>과 같이 기존 선행연구들은 벤처기업의 성공요인을 크게 환경특성, 전략특성, 조직특성, 창업자특성, 성장단계별특성 등으로 분류하였다.

<표 2-3> 창업기업의 성공요인

연구자	요 인	연구결과
Van den Abeele and Christians (1986)	<ul style="list-style-type: none"> <li>마 케 팅 공 격 성</li> <li>기 술 적 공 격 성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공격적이고, 선용적인 마케팅과 신상품개발 강조가 성과와 정(+의) 상관관계가 있음</li> </ul>
Sandberg and Hofer (1987)	<ul style="list-style-type: none"> <li>창 업 자 특 성</li> <li>산 업 구조</li> <li>전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 창업경험을 제외한 창업자특성은 성과와 무관함</li> <li>차별화 전략이 비차별화전략보다 높은 성과를 보임</li> <li>산업의 진입장벽, 불균형, 진화 단계 등이 성과에 영향을 미침</li> <li>산업진화 초기단계 : 비집중화 전략이 유리함</li> <li>산업진화 말기단계 : 집중화전략이 유리함</li> </ul>
Roure and Madique (1987)	<ul style="list-style-type: none"> <li>창 업 자 경 력</li> <li>창 업 팀 특 성</li> <li>목 표 시장</li> <li>기 술 전략</li> <li>이 율 배 분 구조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>더 성공적인 경우</li> <li>성공적인 경력을 보유하고, 현재와 같은 직무에서 2년 이상의 경험을 한 경우</li> <li>창업팀의 완성도가 높고, 공동 직무수행경험이 있는 경우</li> <li>목표 시장점유율과 고객집중도가 높고, 산업내 경쟁강도가 낮은 경우</li> <li>성능향상이나 가격인하가 가능한 전략적 기술을 가진 경우</li> </ul>
Covin and Slevin (1989)	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경</li> <li>전략</li> <li>조 직 구조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>적대적 환경 : 장기적인 자본투자, 장기이익률, 고가격정책, 산업추세의 예측이 성과에 부정적으로 영향을 미침</li> <li>우호적환경 : 위험선호 제무관리, 단기수익성, 기존제품의 개선, 단일고객 의존을 최소화하는 것이 성과에 긍정적으로 영향을 미침</li> </ul>
Eisenhardt 등 (1990)	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경</li> <li>전략</li> <li>창 업 팀</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경(성장시장에서의 창업이 높은 성장과 상관관계가 있음)</li> <li>Top Management Team(공동 직무 경험과 팀규모, 팀의 이질성 등이 벤치기업의 높은 성장률과 관련 있음)</li> </ul>
MacMillan 등 (1991)	<ul style="list-style-type: none"> <li>기 업 전략</li> <li>환경</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전략변수 중 제품의 질, 판촉비용, 제품의 상대적 가격, 생산능력에의 투자가 성과에 미치는 영향이 유의적임</li> <li>환경의 풍부성과 적대성</li> </ul>
박민규	<ul style="list-style-type: none"> <li>진입 특성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>표본의 이질성으로 인해 진입 특성, 전략, 환경의 영향요인과</li> </ul>

연구자	요 인	연구결과
(1992)	<ul style="list-style-type: none"> <li>과 전략, 환경의 상호 작용</li> <li>경쟁 상황, 수요, 기술적 특성, 정부 영향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>유의적인 관계를 통계적으로 검증하는데 실패</li> <li>벤처기업의 성과는 경쟁상황과 고객의 수요, 그리고 기술적 특성과 정부의 영향에 따라 유동적임</li> </ul>
Mcdougall, Robinson and Denisi (1992)	<ul style="list-style-type: none"> <li>벤 치 지원</li> <li>전략</li> <li>산 업 구조</li> <li>전략 과 산업 구조의 상호 작용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전략과 산업구조의 상호작용 모델이 벤치기업 성과를 가장 많이 설명하고 있음</li> <li>벤처기업은 성과에 영향을 미치지 못함</li> </ul>
Chandler and Hanks (1994)	<ul style="list-style-type: none"> <li>시 장 매력도</li> <li>자 원 능력</li> <li>전략</li> <li>환 경 의 이 질성</li> <li>경 쟁 강도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장 매력도와 기업의 경영성과와는 정(+의) 상관관계가 있음</li> <li>다양한 자원에 기초한 장래성은 기업성장 및 사업규모와 정(+의) 상관관계가 있음</li> <li>비용우위전략과 비용리더십 능력과는 무관</li> <li>환경의 이질성과 경쟁강도는 기업성과에 부(-)의 영향을 미침</li> </ul>
조형래 (1995)	<ul style="list-style-type: none"> <li>창 업 자 특 성</li> <li>심 리 적 특 성</li> <li>경 력 특성</li> <li>형 태 적 특 성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>통제의 소제는 수익성 지표와 정(+의) 상관관계가 있음</li> <li>위험감수성향·모호함에 대한 인내는 모든 성과지표와 약한 정도의 부(-)의 상관관계를 보임</li> <li>학력은 수익성과는 상당한 관련성을 보임</li> <li>경영경험은 부(-)의 관계가 있음</li> <li>행태적 특성은 탐색적 수준에서 상황적 변수로 고려됨</li> </ul>
백경래 (1996)	<ul style="list-style-type: none"> <li>전 략 적 자 세</li> <li>산 업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>산업성장률과 성과와는 정(+의) 상관관계가 있음</li> <li>경쟁강도와 성과와는 부(-)의 상관관계가 있음</li> </ul>

연구자	요 인	연구결과
	구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 전략적 자세가 기업가적일수록 성과와 정(+)의 상관관계를 보임</li> <li>▪ 넓은 사업범위전략을 추구할수록 성과와는 정(+)의 상관관계를 보임</li> </ul>
한상철 (1998)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 창 업 자 특 성</li> <li>▪ 산 업 구조</li> <li>▪ 전 략 차 원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 낮은 경쟁강도의 경우 성과가 높음</li> <li>▪ 높은 산업성장률인 경우 성과가 높음</li> <li>▪ 다양하고 풍부한 전반적인 관리경험이 벤처성가에 유리함</li> <li>▪ 기술적인 관리능력이 벤처성가에 유리함</li> <li>▪ 집단 간의 표본이 고르게 분포되지 못하여 산업성장률과 전략유형간의 적합관계는 발견하지 못함</li> </ul>

### 3.2 창업의 성공사례

영유아를 상대로 각종 사건사고가 빈번하여 아이를 가진 부모들이 눈살 찌푸려질 소식들이 연이어 들리고 있다. 그 중에 이슈가 되는 사건 중 하나는 바로 어린이집 보육교사가 아이에게 폭력을 휘두르거나 학대하는 사건들이다.

여건상 어린이집을 보내지 않을 수도 없기에 부모들의 걱정에도 다른 방법이 없다는 것이 가장 큰 문제일 것이다.

이러한 사회적 분위기에 2012년 4월, 보육기관과 학부모를 신뢰로 연결시켜준다는 취지의 ‘키즈노트’라는 앱이 생겼다.

‘키즈노트’란 어린이집에서 사용하던 수기알림장을 스마트폰과 PC에서 확인할 수 있도록 바꾸어주는 앱으로, 최근 몇 년간 전국의 어린이집과 유치원에 속속 도입되고 있는 ‘스마트알림장’이라는 새로운 시장을 개척한 서비스이다.

김준용 CEO는 창업하기에 앞서 2011년 가을 무렵부터 어린이집에서 실제 테스트를 진행해보고 반응이 좋아 본격적인 사업화를 해보고자 범인으로 설립하게 되었다.

현재 대부분의 어린이집은 엄마가 아이를 보내면 하루 동안 어린이집에서의 아이의 활동에 대해 담당교사가 관찰 후 기록하고 그 내용을 수첩에

수기 작성하여 아이가방에 넣어 부모에게 보내주는 의사소통방식을 사용하고 있다. 담당교사는 늘 알림장을 손으로 직접 써야하고 사진의 경우 찍고 출력하고 오려붙이기까지 상당히 비효율적인 절차들을 매년 행해야 한다.

이러한 점들을 바로 ‘키즈노트’가 간소화 및 편리함을 무기로 담당교사와 학부모에게 실시간 작성 및 확인이 가능토록 한 서비스이다.

비효율성에 대한 문제제기를 느끼고 이를 실행하기까지의 변화를 보면 조금은 특이한 점이 있는데 이는 ‘키즈노트’의 공동대표이자 어린 자녀를 둔 최장욱 대표이다.

#### 3.2.1 아이디어의 성공요인

세계 최초의 스마트알림장인 키즈노트는 백신 연구소 (주)안랩에서 특급개발자로 일하던 최장욱 대표의 작품이다.

사업가이기에 앞서 평범한 한 가정의 아버지인 최장욱 대표는 첫째 딸을 어린이집에 보냈는데 항상 어린이집에서 보내주는 알림장 수첩을 보면서 세세하게 적어둔 내용에 감동을 했었지만 또 한편으로는 개발자 출신인 그는 매번 수기작성에 불편함이 있겠다는 생각이 들었고, 마침 그 시기에 스마트폰이 막 확산되어가던 시기이다보니 앱으로 실시간 작성하고 확인하는 것은 어떤가 생각하고는 기획을 하게 되었다.

일상의 불편함을 발견한 아버지가 부모의 마음으로 만든 전형적인 생활밀착형 서비스라고 할 수 있다.

그 결과로 탄생한 이 서비스는 부모, 교사, 원장 등 주요 사용자 모두가 필요로 하는 서비스라는 평가를 받았다.

많은 맞벌이부부들의 아이의 활동에 대한 궁금증을 실시간으로 확인할 수 있고, 수기작성의 불편함이 사라졌으며 투자시간이 단축되어 더욱 아이들을 잘 돌볼 수 있게 해준다는 것이다.

부모의 알림장 확인여부 및 공지전달 여부 등 일일이 연락해야하는 번거로움도 줄어들었으며, 사진과 댓글로 양방향 소통이 가능하다는 것이 신뢰도와 선호도에 큰 영향을 미쳤을 정도이다.

### 3.2.2 사업 잠재력에 따른 투자자금 유치 성공

키즈노트의 잠재력을 알아채고 성공의 길로 이끌어준 것은 선배 벤처기업인이었다. 창업 석 달 만인 2012년 7월, 카카오의 김범수 의장이 출자한 엔젤투자사 ‘케이큐브벤처스’가 단독번의 만남으로 3억 원을 선뜻 투자한 것이다.

키즈노트는 무료서비스이기에 적절한 수익모델이 없었고 자칫하면 기술이 사장되는 최악의 경우도 배제할 수 없는 환경이었지만, 스마트알림장 서비스시장이 빠르게 성장하는 것을 지켜본 엔젤투자사(케이큐브)는 많은 후배기업들에 기회를 주기위해 같은 회사에 2번 투자하지 않는 원칙을 깨고 2014년 4월 5억 원의 후속투자를 결정했다.

위와 같은 시기에 민간투자주도형 기술사업화 지원(TIPs프로그램)에 선정되어 5억 원의 정부 출연금까지 받게 되었다.

이에 따라 거액의 자금을 확보하면서 탄탄한 서비스 운영 및 확장이 가능해졌고, ‘KBS과노라마’ 등 매스컴의 집중적 보도 덕분에 시장점유율도 대폭 상승하였다.

### 3.2.3 경쟁사와의 차별화

2015년 기준으로 전국 5만여 영유아 보육기관 가운데 28%에 해당하는 약 14,000곳이 키즈노트와 제휴했다. 나아가 일본, 미국, 호주, 중국, 베트남, 말레이시아, 체코 등 세계 7개국 한인어린이집에서도 사용 중이라고 한다.

이러한 성과에 스마트알림장 시장을 탐내는 후발주자의 등장도 적지 않다.

열 개가 넘는 유사 앱이 출시되었고, 그 중에는 4대그룹 안에 드는 대기업도 포함된다.

영유아기관을 대상으로 하는 키즈노트와는 주요 고객층은 다르지만 대표적으로 NHH엔터테인먼트의 ‘유니원’과 아이엠컴퍼니의 ‘아이엠스쿨’ 등이 있다.

<그림 2-2> 스마트알림장 대표사례



‘유니원’은 간편결제 서비스인 페이코(Payco)에 기반을 둔 학원 운영관리 서비스로, 대형 프랜차이즈 학원을 중심으로 약 1,000여개의 가맹점을 확보하여 서비스 제공 중이다. 주로 사립교육기관을 대상으로 한다.

‘아이엠스쿨’은 국공립기관을 대표하는 스마트알림장으로 거듭나고자 하는 곳으로, 초·중·고등학교(전국 초·중·고등학교 중 약 99% 점유율)를 대상으로 공지사항이나 가정통신문, 급식 등 학교정보 및 무료 교육 콘텐츠까지 제공한다. 이 서비스가 국공립교육기관을 빠르게 선점할 수 있었던 이유는 학교 데이터베이스를 앱에 연동시킨 덕분이었다.

쟁쟁한 경쟁자들이 등장하고 있지만, 아직까지는 최초의 스마트알림장이라는 타이틀과 영유아기관을 대상으로 하는 등의 선발주자인 키즈노트의 아성은 요지부동이다.

절대적 선두주자의 자리에 있음에도 불구하고 키즈노트는 아직 해결해 나가야할 목표들이 있다. 국내에서 안정적인 수익모델을 만들어내는 것과 나아가 해외시장 진출을 적극 추진하여 새로운 전성시대를 준비하는 것이다.

무료로 제공 중인 서비스를 유료 서비스인 프리미엄 버전으로의 추가 서비스 제공과 글로벌 버전으로의 확장 서비스 개발 등을 준비 중이라고 한다.



#### 4. 결론

사업을 함께 할 동업자를 고르는 것은 평생의 반려자를 찾는 것과 비슷하다. 기업가 연구자로 유명한 노암 와서만(하버드대 교수, Noam Wasserman)은 “가족이나 친구들과 창업하는 경우 사람과 회사를 모두 잃을 가능성이 크다.”라고 말했다. 서로의 부족한 부분을 보완할 수 있는가가 동업자를 선택함에 있어 좋은 선택기준이라 할 수 있다.

사업의 성공은 사전에 얼마만큼 시장조사를 시행하였느냐에 달려있다고 해도 과언은 아니다. 가장 좋은 시장조사의 방법은 스스로가 창업하고자 하는 분야의 시장을 직접 방문해보는 것이다. 후보지의 주변 분위기나 스타일, 주중 혹은 주말의 유동인구 파악 등 잠재고객과 수요를 예상해보고, 유사사업의 경쟁자가 있다면 차별성에 대해 고민해볼 필요도 있다.

창업초기에는 전문가관의 비용이 부담스러워 창업주가 회계나 세무 등 모든 부분을 직접 해결하려는 경우가 많으나, 이는 결국 하나도 제대로 하지 못하는 결과를 초래할 수 있다. 정부나 관련기관이 진행하는 행사나 상담지원 등의 제도를 활용하는 것도 부담을 줄이는 방안 중 하나이다.

성공요인을 잘 파악하는 것도 중요하지만 창업의 실패를 겪지 않기 위해서는 앞서 언급한 기본원칙을 잘 지켜져야 하는 것으로 나타났다.

다품종 소량생산, 소비자 개인특성에 맞는 특화된 제품 및 서비스의 개발, 아이디어의 실용화, 소비자 불만의 즉각적 대응을 통한 소비자 만족 극대화 등으로 고부가 가치를 창출하고 기업성장의 최대 장애요인인 고비용 저효율 등의 문제점들을 극복할 수 있도록 꾸준히 노력해나가는 것이 창업을 시작할, 그리고 시작한 창업가들이 가져야 할 마음가짐이자 헤쳐 나갈 과제가 될 것이다.

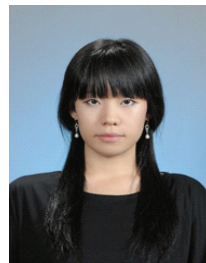
#### 참고문헌

[1] 신금순(2002), “소자본창업의 성공요인에 관한 연구”, 중앙대학교 국제경영대학원, 석사학위

논문.

- [2] 양희순(2002), “한국 벤처기업의 성공요인에 관한 실증적 연구”, 인천대학교 경영대학원, 석사학위논문.
- [3] 김철호(2002), “벤처기업의 성공사례에 관한 연구”, 조선대학교 경영대학원, 석사학위논문.
- [4] 이길형(2009), “소규모 지식기업의 창업 성공요인에 대한 탐색적 연구”, 「한국기업경영학회」, 제16권 제3호, 143-162면.
- [5] 조준희·김찬중(2011), “소자본 창업의 경영성과요인에 관한 탐색적 연구”, 「대한경영학회지」, 제24권 제3호, 1757-1773면.
- [6] 이미자·김중규(2013), “창업의지와 기업가정신이 창업성공에 미치는 영향”, 호서대학교 대학원, 석사학위논문.
- [7] 중소기업청(2015), 「성큼성큼 스타트업 성공공이 이야기」

#### 조신나(Shin-Nal Jo)



- 홍익대 스마트도시 과학 경영대학원 도시환경전공
- 관심분야 : 기술경영, 혁신기업, 혁신경영
- E-Mail : phyagd@nate.comt

#### 한정희(Jung-Hee Han)



- 2008년 서울대학교( 박사)
- 현재 홍익대학교 스마트도시과학경영대학원 조교수
- 2016년 2월 19일 기술경영경제학회 최우수 논문상 수상
- 관심분야 : 기술경영, 기

술사업화와 창업.

· E-Mail: hjh0037@hongik.ac.kr