Proceedings of Conference on Business Venturing and Entrepreneurship, Fall 2018
Nov. 9, 2018, pp.77-81

크라우드펀딩을 통한 자금유치 성공법: 자코토 교육법을 중심으로

이정훈*
한양대학교 박사과정
심규진**
한양대학교 박사과정

국 문 요 약

자본시장법 개정과 벤처 창업 활성화를 위해 크라우드펀딩(Crowdfunding)의 역할이 매우 중요해지고 있다. 크라우드펀딩은 자금수요자가 자신의 사업이나 자금조달 목적을 홍보하여 불특정 대중(crowd)으로부터 자금공급 여부에 대한 집단지성(collectiveintelligence)을 이끌어내고, 온라인상의 전문중개기관(intermediation)을 통해 소액의 자금을 조달(funding)하는 행위이다(김세련, 2017). 본 연구는 2017년 4월부터 약 1년간의 질적연구로 주식 및 채권 발행을 통한 증권형 크라우드펀딩을 준비하여 성공한 기업 5곳의 면담 자료와 실제 현장에서 강사로 교육을 하면서 관찰한 참여관찰일지를 전사 및 코딩하였다. 이를 기반으로 첫째, 크라우드펀딩에 성공한 기업들의 특징을 밝혀내고 둘째, 크라우드펀딩에 관한 사전교육이 성공에 영향을 미치는지 확인하였다. 본 연구결과를 바탕으로 궁극적으로는 크라우드펀딩을 통해 성공적으로 자금 유치를 하기 위한 교육법을 밝혀내고자 하였다. 기존 교육방식에 자코토 교육철학을 접목시켜 자코토 교육법이 크라우드펀딩을 통한 자금유치 성공에 긍정적인 영향을 준다는 것을 밝혀낸다. 자코토의 교육법은 어떤 '설명' 도 하지 않고 프랑스어를 완벽하게 배우도록 한 자코토의 실험이 누구나 알려는 의지를 갖는다면 새로운 것을 배울 수 있다는 지능의 동일성에 근거하여 학생들에게 알려는 의지를 불러일으키고 빠져나갈 수 없는 고리를 강제하여 스스로 앎을 얻도록 한 것을 말한다.

Ⅰ. 서론

김연미(2012)는 2012년 4월 오바마 미국대통령이 미국 의회에서 통과시키고 공포한 창업지원법(Jumpstart Our Business Startups Act)을 오바마 대통령이 경기 부양책 중 하나로 벤처기업을 포함한 신생기업의 창업 및 초기 단계에서 자금도달을 쉽게 할 수 있도록 기존의 규제를 완화해준 것이라고 정리하였다. 같은 맥락으로 우리나라 정부는 2012년 5월 여러 부처 간 합동으로 마련한 "기업투자 활성화 방안"을 제시하였고, 자금조달 여건 개선책의 하나로 투자방식 크라우드펀딩(Crowdfunding)이 도입되었다. 실제로 창조경제 생태계 조성 및 신성장 초기업의 육성을 위한 민간부문의 역할 강화를 위해 해외 입법 사례 등을 참조하여 인터넷 및 SNS(Social Network Service)를 활용한 크라우드펀딩 제도의 도입을 위하여 기존제도의 수정을 추진하기도 하였다(고용기, 김종욱 2013). 이처럼 크라우드펀딩은 벤처창업과 같은 신성장 초기업의 육성을 위해 필요한 초기 자본 유치의 중요한 방법으로 제시되고 있다.

크라우드펀딩은 자금수요자가 자신의 사업이나 자금조달 목적을 홍보하여 불특정 대중(crowd)으로부터 자금공급 여부에 대한 집단지성(collectiveintelligence)을 이끌어 내고, 온라인상의 전문중개기관(intermediation)을 통해 소액의 자금을 조달(funding)하는 행위이다(김세련, 2017).

윤지훈(2014)은 국내·외 크라우드펀딩의 성공 전략을 알아보기 위하여 해외의 Pebble Watch, Tik Tok과 LunaTik 등 5개 사례, 국내의 영화제작 "26년", BCNK 등 7개 사례를 분석하였다. 그 결과 성공 전략을 투자자의 동기적 측면과 개설자 관점에서 분석하였는데, 여기서 교육적인 측면을 살펴보기 위해서는 개설자의 관점에 주목할 측면이 있다. 윤지훈(2014)의 연구 결과, 개설자의 관점에서 크라

* jhpositive@hanyang.ac.kr
** zilso17@naver.com

우드펀딩이라는 프로젝트의 성공요인을 분석하면 첫째, 개설자와 투자자 간 신뢰 관계 형성, 둘째, 개설자 주변의 인적 네트워크의 활용, 셋째, 설자의 투자자의 질문에 대한 신속한 답변과 상호 커뮤니케이션을 위한 노력, 넷째, 개설자의 보상에 대한 적극적 고민과 실행 등으로 요약할 수 있다.

즉 크라우드펀딩을 통해 성공적으로 자금을 유치하기 위해서는 다른 누군가의 노력이나 조력이 필요한 것이 아니라 먼저 개설자 즉, 메이커인 기업대표가 주도적으로 해야 성공할 수 있다는 것을 알 수 있다. 현재 국내에서 이뤄지고 있는 대부분의 크라우드펀딩 관련 교육은 일방적인 강의 형태로 개설자에게 주입식 교육을 하고 있는 실정이다. 이러한 강사의 일방적인 내용 전달이 아닌 개설자 스스로 본인 처한 기업환경에 따라 크라우드펀딩을 활용한 자금유치 성공 전략을 수립하는 등 교육 방식에 변화가 필요하다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1. 크라우드펀딩

2.1.1 크라우드펀딩의 의의

크라우드펀딩은 군중(群衆)을 뜻하는 영어 단어 '크라우드(Crowd)'와 재원 마련을 뜻하는 '펀딩(funding)'이 합쳐진 단어로, 소셜 네트워크 서비스를 이용해 소규모 후원이나 투자 등의 목적으로 인터넷과 같은 플랫폼을 통해 개인들로부터 자금을 모으는 행위이다. 이런 크라우드펀딩의 힘은 대중의 탈중개화(disintermediation), 자금조달(funding), 그리고 웹2.0이라는 세 가지 요소로부터 나온다고 볼 수 있다(김세련, 2017). 정리하자면 크라우드펀딩은 기업의 자금유치 방법 중 하나로 불특정 일반대중으로부터 아이디어나 피드백 등 참여를 받고 이익을 공유하는 것으로 일반대중으로부터 인터넷 매체를 통해 사업자금을 유치하는 것이 골자이다.

2.1.2 전통적 자금조달수단과의 차이

김세련(2017)은 크라우드펀딩이 전통적 자금조달수단과의 차이점을 다섯 가지로 정리하였다. 첫째, 기존의 투자기관에서 투자를 받기 위해서는 자금을 상환할 수 있다는 충분한 신용도와 담보력을 보여주어야 한다. 그러나 벤처기업과 같은 신생기업은 그동안 거래내역이 존재하지 않아 신용도 파악과 담보력이 부족하여 투자받기가 어려웠다. 하지만 크라우드펀딩은 신용도 파악이 어렵고 담보가 부족한 신생기업이나 개인의 경우라도 대중으로부터 관심을 가질 수 있는 사업계획을 가지고 있거나 자금조달목적이 있다면 온라인을 통해 자금조달이 가능하며, 특히 증권형 크라우드펀딩은 초기 창업에 대한 자금조달 경로로 비교적 적합하다. 둘째, 기존에는 자금상황에 문제가 생기는 경우에 경영권을 포기하는 경우도 있었는데, 크라우드펀딩을 통해서 자금을 조달하는 경우에는 증권형 크라우드펀딩이 의결권 주식을 발행하는 경우 외에 자금조달자가 경영권에 간섭 할 수가 없다. 셋째, 기존의 조달 수단과 다르게 자금 수요자가 자신의 사업목적을 대중에게 공개함으로써 자신의 사업을 홍보하는 효과와 자금이 모집되는 것에 따른 자신의 사업 성공가능성을 예측하여 사업 성과에 영향을 줄 수 있다. 넷째, 전통적인 자금조달에서 특장한 개인 및 기관이 제한되고 비공개적인 자료를 토대로 투자를 하던 것 과는 달리, 누구나 온라인 플랫폼상에 공개된 자료를 통해서 투자 할 수 있다. 또한, 투자자와 기업 즉, 개설자가 플랫폼을 통해 정보 교류 및 의사소통이 가능하여 정보 비대칭의 일정부분을 완화 할 수 있다. 다섯째, 기존의 자금조달과는 달리 크라우드펀딩에서는 다수의 투자자가 소액을 투자하므로 위험을 분산하는 효과를 가지고 있다.

2.1.3. 크라우드펀딩의 종류

크라우드펀딩의 유형 및 종류를 나누는 방법은 중개업자의 법적 성격 기준, 프로젝트의 타입, 모금 방식 등 다양하다. 본 연구에서는 크라우드펀딩의 종류를 펀딩의 목적으로 유형을 나눈 것에 따라 기부형, 보상형, 증권형 그리고 대출형의 4가지로 나누어 설명한다.

첫째는 어떠한 금전적인 이익추구를 목적으로 하지 아니하고 자선적인 사업이나 대중의 공감을 쉽게 이끌어 낼 수 있는 공적인 사업에 자발적으로 돈이나 자신의 재산을 제공하는 기부형(Donation-Based) 크라우드펀딩이다. 두 번째로 자금 공급자가 출연의 대가로 이자, 사업수익 등 금전적 보상이 아닌 다른 형태의 보상을 제공받는 보상형 또는 후원형(Reward-Based)이라 불리는 크라우드 펀드가 있다. 이 경우에는 선구매형 크라우드펀딩이 포함되는데, 이는 자금 공급자가 출연의 대가로 기업이 펀딩을 통해 향후 제작 등 완료하고자 물품을 사후에 받기로 하는 형태이다. 세 번째로는 증권형 또는 지분투자형(Equity-Based)이라 불리는 크라우드펀딩이다. 기업이 투자자에게 증권을 발행하는 조건으로 온라인 플랫폼업체를 통해 자금을 조달하는 형태인데, 이러한 증권형 크라우드펀딩은 기업의 부채비율이 낮아져 자산건전성이 강화되고 초기 기업이 겪는 자금경색기간의 생존율을 높여 사업 성공률을 높이고 우호적인 투자자들을 많이 확보한다는 장점이 있다. 마지막으로 금융기관을 중개기관으로 하지 않고 온라인 플

랫폼을 통해 대출이 이루어지는 금융거래방식으로 P2P(Peer-to-Peer) 금융이라고도 불리는 대출형(Lending-Based) 크라우드펀딩이다. 이 대출형 크라우드펀딩은 직접 대출형, 간접 대출형으로 더 세분화되어 나뉘기도 한다.

2.1.4. 크라우드펀딩의 특성

크라우드펀딩은 그 특성이 다양하다. 본 연구에서는 그동안 다양하게 논의된 크라우드펀딩의 특성을 비교적 최근에 정리한 김세련(2017)의 논문을 중심으로 설명하려고 한다.

먼저, 자금 조달의 용이성이다. 크라우드펀딩은 온라인이라는 공개된 장소에 자금수요자가 자신에 대한 정보를 불특정 다수에게 공개하고, 자금을 모집하는 행위이기 때문에 자금수요자와 인적관계가 형성되어 있지 않은 사람들도 자금공급자로 참여할 수 있다. 특히, 크라우드펀딩은 저렴한 비용으로 잠재적 또는 실제 투자자를 연결시켜주기 때문에 소규모 기업의 운영 자금조달이라는 중요한 문제에 대한 좋은 해결책이 된다. 둘째, 정보의 비대칭성이다. 크라우드펀딩은 불특정 다수로부터 자금을 조달받기 위해서 자신들의 사업에 대한 정보를 공개한다. 따라서 자금수요자는 지적 재산권 침해 등의 우려 대문에 모든 사업 정보를 공유하는데 어려움이 있다. 또한 반대로 자금공급자 역시 크라우드펀딩을 통한 투자시 자금 수요자의 정보를 정확히 파악할 수 없는 정보의 비대칭 문제가 발생한다. 셋째, 중개인의 책임이다. 오픈마켓에서 통신판매중개자와 유사한 지위에 있는 크라우드펀딩에서의 플랫폼 운영자도 정보의 비대칭성을 완화하기 위하여 설명의무를 지거나 자금수요자의 정보제공의무에 대하여 연대하여 책음을 져야한다는 것이다. 넷째, 집단지성의 발현이다. 크라우드펀딩은 대중이 집단지성을 이용하여 자금을 공급하는 것을 전데로 한다. 집단지성은 전문가의 판단보다는 비전문적이다. 하지만 대중들의 지혜는 전문가들의 것보다 더 빠르게 형성되며, 더 믿을만하고, 덜 주관적이다. 따라서 대중은 집단지성을 활용하여 투자하기 때문에 일반 개인투자자들 입장에서는 혼자 결정해서 투자하는 것과는 달리 투자위험을 줄일 수 있으며, 집단지성을 활용하여 사업의 가치를 스크리닝(screening)할 수 있다.

2.2 자코토 교육법

자코토 교육법은 어떠한 설명도 없이 프랑스어를 완벽하게 배우도록 한 자코토의 실험을 바탕으로 누구나 알고자 하는 의지를 가지고 있다면 새로운 것을 배울 수 있다는 지능의 동일성에 근거하여 학생들에게 알려는 의지를 불러일으키고 빠져나갈 수 없는 고리를 강제하여 스스로 앎을 얻도록 한 것을 말한다.

주성옥(2016)은 랑시에르가 자코토의 '보편적 가르침'에서 주목한 점은 제자가 스스로 배우게 하면서도 배움이 스승이 없이 이루어진 것은 아니라는 사실이라고 하였다. 일반적으로 학생이 배우는 것은 스승의 학식이라고 생각한다. 그러나 보편적 가르침에서 학생이 배우는 것은 스승의 학식이 아니다. 랑시에르는 배우고 가르치는 행위에 두 가지 능력이 작용한다고 보는데, 지능과 의지가 바로 그것이다. 랑시에르는 이 두 가지 능력을 분리시킨 것이 자코토의 성공 원인이라고 보았다. 아무것도 가르치지 않았지만 자코토가 스승이었던 까닭은 '그의 학생들을 그들 혼자서 빠져나올 수 있는 고리 안에 가둬두도록 명령했기 때문'이다. 랑시에르는 스승의 역할은 무엇보다 학생에게 앎에의 의지를 일으키도록 가두어두는 명령, 즉 의지에 있다고 말한다. 랑시에르는 스승은 내용을 설명하고 가르치는 자가 아니라 제자의 진능을 일깨우는 자라고 생각한다. 스승은 제자의 지능을 해방시키는 자, 제자를 앎으로 이끄는 의지를 갖는 자이다. 알려고 하는 제자의 욕구와 해방시키려고 하는 스승의 의지가 보편적 가르침, 즉 누구나 자신의 지적 능력을 개발하여 알고자 하는 바를 알 수 있다는 자코토의 교육철학을 실현 가능한 것으로 만든다.

즉, 바람직한 교육의 가장 기본적인 모습이란 교사는 교육내용을 설명하지 않는 대신 학생의 학습의지를 자극하고, 학생은 교재를 가지고 주체적으로 학습하는 형태의 것이다. 이와 반면, 교사가 우월한 지위에서 지적 권위를 가지고 학생에게 교육내용을 상세하게 설명하고, 학생은 열등한 지위에서 교사의 설명을 일방적으로 받아들이기만 하는 수업은 나쁜 형태의 것이다(목영해, 2012).

크라우드펀딩에서 자코토의 교육법은 펀딩을 성공적으로 유치하기 위해서는 다른 누군가의 노력이나 조력이 필요한 것이 아니라 먼저 개설자 즉, 메이커인 기업대표가 주도적으로 해야 성공할 수 있다는 것과 같은 맥락을 가지고 있다. 자코토의 교육법은 기존의 교육방식의 일방적인 강연형태가 아닌 개설자가 스스로 학습하여 단순한 책속 교육 내용을 벗어나 체화를 통해 성공 요인을 깨우치고 실천할 수 있도록 하기 위한 교육방식이 될 수 있다.

3. 연구방법

본 연구는 신생기업의 자금유치 방법으로 새롭게 떠오른

크라우드펀딩의 개설자들의 상호작용, 학습의 양상을 구조적 연관성 속에서 탐색하고자 하였으며 이를 위해 하나의 사례를 장기간에 걸쳐 연구하였다. 소규모 집단의 역동성에 관해 총체적인 연구를 수행하기 위해 문화기술지 연구(ethnographic study)가 의미 있다고 판단했으며 이를 통해 심층적인 분석이 가능하고 궁극적으로 자코토 교육법의 실효성을 체계적으로 정리할 수 있었다.

문화기술지는 사회 집단과 공동체들의 일상적 세계들을 이해하고 기술(description)하는 연구방법으로 주로 현지에 들어가서 내부자의 관점으로 심층적 기록을 하는 문화인류학에서 널리 활용하는 연구방법이다(김영천, 2013a; 조성남, 이현주, 주영주, 김나영, 2011에서 재인용). 문화기술지 연구의 궁극적인 목표는 특정 집단 내 다양한 사람들이 일상이나 특수한 사건 상황에서 행하는 활동들을 관찰하고 서술하는 가운데 문화적 과정으로서 잠재되어 있는 규칙을 탐색하는 것이다(김소현, 2015). 본 연구를 위해 국내 최대 크라우드펀딩사인 A사에서 근무하고 있는 필자를 통해 업종이 서로 다른 성공 기업을 제보하여 연구 참여자로 선정하였다. 자료를 수집하는 방법은 연구자가 현장에 직접 참여하여 관찰하였고 개별 심층 면담(in-depth interview)을 진행하였다. 또한 증권형 크라우드펀딩 개설을 위해 기업마다 필수적으로 작성해야하는 문서자료(documents) 또한 참고하였다. 이를 바탕으로 심층 기술(thick description)과 사례 추출을 통한 소설적 글쓰기를 통해 자료를 분석하였다.

4. 결론

국내에 증권형 크라우드펀딩 제도를 도입한지 2년이 지났다. 그간의 성과를 요약하자면 크라우드펀딩이 업력 3년 이하의 신생기업에게 중요한 자금조달 경로로 안착하고 있는 것이 사실이다. 하지만 한편으로는 증권형 크라우드펀딩업을 영위하고 있는 회사들의 투자회원 가입률이 정체 상태에 빠져 있고 개설자들이 크라우드펀딩으로 손쉽게 자금을 유치하기에는 진입장벽이 높다고 할 수 있다. 또한 자본시장법의 규제강도가 강하여 크라우드펀딩 활성화에 걸림돌이 되고 있어 개정안 발의도 활발히 진행 중인 단계이다. 이러한 상황 속에 성공 개설자들을 대상으로 질적연구를 시도한 것은 의미 있다고 할 수 있다. 연구결과를 토대로 했을 때 기존의 크라우드펀딩 교육방식은 다음과 같이 개선되어야 한다.

첫 째, 강사가 아닌 퍼실리테이터(Facilitator)가 필요하다. 강사는 내용을 전달하는 사람이지만 퍼실리테이터는 질문을 던지는 사람이다. 강사는 사전에 준비한 내용을 연출하는 사람이지만 퍼실리테이터는 현장에서 즉흥적인 상황을 조정하는 사람이다. 크라우드펀딩을 통한 자금유치 특성상 모든 내용을 일반화할 수 없으며 자금유치를 준비 중인 기업의 업종, 환경, 인력구성에 따라 '개별적'으로 진행해야 한다. 즉 강사의 일방적인 시나리오를 청취할 것이 아니라 퍼실리테이터의 안내에 따라 스스로 기본적인 내용을 학습하고 본인만의 성공유치 전략을 수립하여야 한다. 이를 통해 펀딩 성공률을 향상시킬 수 있으며 나아가 증권형 크라우드펀딩이 국내에서 보다 활성화될 것이라 기대한다.

둘 째, 강의장이 아닌 열린 공간이 필요하다. 정면을 바라보고 책상과 의자가 배열된 형태에서 사전에 초대된 사람만 참석할 수 있는 공간이 아닌 서로를 바라보고 토론할 수 있는 형태에서 관심있는 누구나 참석할 수 있도록 해야 한다. 여기서 중요한 것은 개설자 대상 교육이라고 해서 개설자만 신청 받고 초대하는 것이 아닌 잠재적 투자자, 그리고 거리를 지나가던 행인도 관심이 있다면 참석하여 자유롭게 토론할 수 있는 공간과 분위기 연출이 필요하다. 일반적으로 펀딩 개설 전 크라우드펀딩 회사 담당자와 대화를 나누다가 곧 바로 모집 개시를 하게 되는데 이는 기업환경에 대한 객관적인 피드백을 받을 수 없는 구조일 뿐만 아니라 모집 개시 후 성공여부 사전에 예측할 수 없다. 따라서 크라우드펀딩 교육 시 자유토론 형태로 누구나 참석할 수 있도록 하여 개설자가 다각적으로 고민하여 성공 유치 전략을 수립할 수 있도록 해야 한다.

본 연구의 한계는 하나의 크라우드펀딩 플랫폼을 통해 자금을 유치한 기업을 대상으로 질적연구방법론이 사용되었기 때문에 크라우드펀딩을 통한 자금을 유치를 준비 중인 모든 기업에 적용하기에는 태생적 한계점을 지니고 있다는 것이다. 또한 정부에서 크라우드펀딩 활성화를 위한 다양한 지원 정책을 펼치고 있지만 해당 내용을 연구에 반영하지 못하였다. 향후 자코토 교육법을 접목한 크라우드펀딩 교육효과성을 크라우드펀딩 플랫폼 간 비교를 통해 실증연구를 하는 것도 의미 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

고용기·김종욱(2013). 지분투자형 크라우드펀딩: 창조경제 활성화와 국민 상상 실현을 위한 새로운 투자방법, *KISTEP 이슈페이퍼,* 2013(18), 1-28

김세련(2017). *크라우드펀딩의 법적 문제와 개선 방안: 증권형 대출형 크라우드펀딩을 중심으로*, 박사학위논문, 전남대학교 법학전문대학원.

김소현(2015). *HRD 담당자의 활동체제 확장에 관한 문화기술지 연구.* 박사학위논문, 한양대학교 일반대학원.

김연미(2012). 벤처창업과 크라우드펀딩, *정보법학*, 16(2), 1-21
김영천(2013a). *질적연구방법론 II:* Method. 파주: 아카데미프레스.
김영천(2013b). *질적연구방법론 III:* Writing. 파주: 아카데미프레스.
김영천·이동성(2013). 질적 연구에서의 대안적 글쓰기 이론화 탐색. *열린교육연구*, 21(1), 49-76
목영해(2012). 랑시에르의 교육관이 학력양극화 해결에 주는 시사점, *교육사상연구*, 26(2), 91-112
송진·김균수(2013). 크라우드펀딩 저널리즘 콘텐츠 특성과 성공요인에 대한 연구, *한국언론학보*, 62(1), 36-68
윤지훈(2014). *크라우드펀딩의 성공전략: 해외 및 국내 사례를 중심으로* 석사학위논문, 한양사이버대학교 경영대학원.
주성옥(2016), 무지한 스승으로서의 선사, *선학*, 44, 179-206
천창민(2017), 증권형 크라우드펀딩 제도 도입 1년의 성과와 법적 과제, *금융법연구*, 14(2), 3-40