

창업교육을 위한 프로그램 개발과제

최종인(한밭대 경영학과 교수)*

양영석(한밭대 창업학과 조교수)**

국 문 요 약

창업교육에 대한 관심이 늘고 있다. 대학원만이 아니라 대학교육에도 정부는 창업교육을 강화하도록 요구하고 있다. 하지만 대학의 창업교육은 교양수준이거나 경영학의 틀을 크게 벗어나지 못하고 있다. 또한 창업 중심의 대학원 교육도 기능별 중심의 교육으로 진행되어 과목간의 상호연계가 부족한 상황이다.

본 연구에서는 학부와 대학원의 창업교육 현황을 살피고, 해외대학의 사례분석을 통해 창업교육 방향을 제안하고 있다. 특히 프로세스 중심의 교육을 하고 있는 대학을 중심으로 알고리즘 기반의 창업교육 방향을 제시하고 있다. 마지막으로 기술-제품-시장의 틀을 기반으로 한 기술창업사업화(TEC) 프로그램의 도입과 확산을 제안하고 있다.

핵심주제어: 기술창업사업화 교육, TPM, 교육알고리즘

1. 창업교육의 중요성 대두

정부의 대학에 대한 창업지원이 강화되고 있다. 교육과학기술부는 2012년 업무계획에서 산학협력을 통한 창업교육의 강화를 추진하고, 기초연구의 사업화 등을 추진하겠다고 발표하였다. 지식경제부도 산업체 경력자, CEO 출신 퇴직인력 등을 대학에서 '산학협력중점교수'로 채용하여 산학협력을 통한 교육, 연구, 취업-창업 지원활동을 중점적으로 추진할 수 있도록 법적 근거를 마련하였다(2011.6월 고등교육법 개정). 이를 기반으로 2012년부터 교과부와 지경부가 협조하여 산학협력 중점교수 채용을 2천명으로 대폭 확대할 계획을 갖고 있다.*** 또한 산학협력 선도대학(LINC)과 창업선도대학 육성사업을 통해 대학에 '창업교육센터'를 설치하여 창업교육을 총괄하고, 대학 내 창업교육 체제 구축 및 학생창업에 대한 지원 강화를 모색하고 있다. 또한 중소기업청은 2011년부터 창업 선도대학 사업을 통해 창업교육과 예비창업자를 육성하여 새로운 직업창출을 추구하고 있다.

이 같은 배경에는 취업을 희망하는 청년 6명 중 1명꼴로 취업이 안 돼 고통 받는 현실에 기반하고 있다. 통계청이 발표한 2011년 3분기 국내 청년 실업률(15-29세)은 7.6%였고, 이 기간에 실제 청년 실업률은 16.7%라는 분석이다. 한국고용정보원은 청년층(15-29세)의 실업률은 2004년 7.5%에서 2010년 7.6%로 변화가 거의 없지만 실질 청년실업률은 동기간 12.2%에서 16.7%로 4.5%포인트 증가했다고 보고하고 있다.

이는 실업자 통계에는 잡히지 않지만 사실상 실업 상태에 있는 청년, 즉 학원 등을 다니며 취업을 준비하는 취업 준비자나, 오랫동안 취업이 안 돼 자포자기한 구직 단념자까지 포함해서 실질 청년 실업률을 추산한 결과다. 이는 일자리를 구하려고 해도 취업이 잘 안 되니까 공무원 시험 등을 준비하는 '장수 취업 준비생'이 늘고 있음을 반영한다. 또한 한국고용정보원(2011)은 청년층 가운데 취업 준비자와 구직 단념자를 합한 숫자는 2004년 32만7000명에서 2010년에는 46만6000명으로 42.5% 증가해 청년실업이 더욱더 심각한 사회문제로 대두되고 있다. 더구나 최근 기획재정부에 제출된 보고서에 의하면, 2040년 청년실업률은 8.62%로 증가해 청년들의 구직 전쟁은 더욱 심화될 것으로 예상된다.

국내 일자리는 소위 '괜찮은 일자리'(decent job)는 감소하고 있고, 신입사원 보다 경력사원 채용이 두드러지고 있다. 비정규직 일자리 600백만 시대를 반영하듯 계약직 비율이 높으며 평균근속년수도 11.6년의 추세를 보여 대기업 일자리가 안정된 평생 직업이라는 개념도 무너지고 있다. 또한 2010년 늘어난 상용직 일자리 69만 7천개 중, 21.8%가 비정규직 일자리이며, 28.4% 저임금근로직, 31.0%가 1년 비정규직 일자리는 분석을 내놓고 있다(김상조, 2011). 이상의 통계를 토대로 보면, 국내 청년창업은 양질의 일자리를 구하기 자체가 어려워지고 있고 그 추세는 향후에도 악화될 가능성이 크다.

이 같은 청년실업 문제는 세계적인 문제로 고착화되는 추세이다. 국제노동기구(ILO) 분석결과에 의하면, 2010년 말 세계 청년실업률이 12.7%로 실업자가 7,510만 명에 달했으며 미국

* 제1저자, 한밭대 경영학과, 교수, jongchoi@hanbat.ac.kr.

** 교신저자, 한밭대 창업경영대학원 창업학과, 조교수, ytony@hanbat.ac.kr.

· 투고일: 2012-03-02 · 게재확정일: 2012-03-13

*** 지식경제부와 교육과학기술부는 2011. 8. 30. 관계부처 합동으로 「산업인력 육성·관리시스템 혁신방안」을 발표함.

을 중심으로 장기실업자가 증가하여 경기적 실업으로부터 구조적 실업으로 고착화되고 있다. 특히 기획재정부(2011)에 따르면 경제협력개발기구(OECD) 국가의 실업률이 2011년 8월에 8.2%를 기록하는 등 높은 수준을 유지하고 있으며 Euro 지역과 G7이 각각 10.0%, 7.7%에 달하고 있다고 발표했다. 이런 국내외적인 청년고용시장의 실업률 현황과 추이를 보면 청년실업은 경기후퇴로 인한 일시적이고 마찰적인 측면의 경기 변동적 실업이라기보다는 장기적, 구조적으로 고착화되는 난제로 풀이된다.

세계적으로 고착화되고 있는 높은 청년실업과 대기업의 정규일자리 창출 부진문제는 기업의 제품시장 패러다임 변화에 따른 부조화 현상으로 풀이된다. 1970년대와 80년대 제품시장은 '20%의 고객이 80%의 고객을 대표'하는 파레토 시장의 특성을 보이며 표준화된 대량소비가 지배적이었고 이에 따라 대규모 생산, 판매시장이 가능하였다. 규모의 경제를 바탕으로 대량생산의 우위요소를 가졌던 대기업은 대량소비시장에서 대규모 일자리 창출과 그 안정성을 담보할 수 있었다.

그러나 1990년대 말 전 세계적으로 일어났던 IT산업 급성장과 인터넷 붐은 기존 소비자들에게 완전시장의 조건 중에 하나인 완전정보에 근접하는 구매환경을 제공하며 소비혁신 플랫폼을 제공하였다. 이에 선진국들을 중심으로 꾸준히 증가해온 국민소득의 상승세와 주5일제 정착으로 인한 여가시간의 증가는 잠자던 80%의 고객들에게 구매능력과 구매역량을 표출하게 하는 원인을 제공하며 인터넷 산업을 중심으로 롱테일 시장을 생성시켰다. 롱테일 시장이란 기존 파레토시장과 대비해, 잠자던 80%의 고객이 자신의 선호를 주장하며 소비시장의 긴 꼬리 시장세분화를 이룬 현상을 지칭한다. 특히 1990년대 말 롱테일 시장으로 전환은 시장세분화를 가속화시키며 다품종 소량소비 시대를 착근시켰다. 이때 대기업은 국내시장에서 대량생산의 우위점을 보이는 대량소비자를 상실하며 생존성장을 위해 글로벌 시장으로 사업의 주력을 전환하였다. 이 과정에서 대기업들은 대규모 소비시장을 상실하고 다양한 아이템의 확장제한에 봉착하며 더 이상 장기적이고 안정적인 일자리 창출의 동력마저 상실하였다. 오히려, 대기업은 빠른 시장변화와 글로벌 시장으로의 사업 확대를 도모하기 위해서는 계약직 일자리와 경력직 일자리를 선호할 수밖에 없는 상황으로 변화했다.

따라서 '취업대신 창업'이라는 이슈가 부각되고 있다. 롱테일 시장으로 세분화되고 빠르게 융합화 되는 다품종소량시장에서 새로운 사업기회가 창출되며 새로운 기업의 창출 즉 창업기회가 확대되고 있다. 이는 취업전선의 청년구직자들이 가능성 낮고 취약한 위치의 대기업 조직으로의 취업노력이 아닌 높은 위험은 내재하지만 창업을 통해 스스로의 고용을 해결하는 방향으로 전환을 의미한다. 특히 지난 IMF 이후 IT 기업을 중심으로 이루어졌던 벤처창업의 붐을 통해 소규모의 기술벤처기업, 히든챔피언으로 불리는 강소기업들이 자리 잡으며 청년창업자들에게 이정표적인 모델을 제시하고 있다.

창업활성화를 통해 청년실업문제를 해소하려는 접근은 이미

앞선 선진국들이 20년-30년 전부터 실시해오고 있는 경제정책이자 시장정책이다. 1970년대 중반이후 유럽에서는 청년실업률이 한때 20%를 상회할 정도였고 상황은 더욱더 악화되었다. 이에 1990년대 초반부터 유럽 국가들은 청년실업을 해결하기 위해 두 가지 대책을 추진하였다. 첫째, 청년실업을 해소하기 위해 고용흡수력이 높은 중소기업의 경쟁력을 강화하였다. 둘째, 청년층에 적합한 창업 가능업종과 기업운영 등과 관련된 다양한 교육 및 훈련을 제공하는 청년 창업프로그램을 추진하였다. 이 결과 청년실업문제가 어느 정도 해소되었을 뿐만 아니라 유럽 국가들의 새로운 경제성장 동력까지 제공하였다.

또한 미국의 경우 1980년대 후반부터 90년대 초반까지 청년실업률이 급상승하자 이에 대한 해결책으로 수많은 청년인력들이 컴퓨터 등 신산업을 주도하는 창업인력으로 흡수되도록 창업지원 프로그램(Real Enterprises Program)을 실시하였다. 특히 미국정부는 청년실업자들이 창업관련 교육을 통해 새로운 사업을 개척하게 함으로써 청년실업의 해소는 물론, 미국경제 부활의 초석을 다지는 일석이조의 결과를 얻었다. 이러한 선진국의 경험은 산업구조와 연계된 청년실업의 근본 대책 중 하나가 창업활성화이고 이를 위해 청년실업자들에게 체계화된 창업교육의 제공이야말로 정부가 최우선 순위를 둘 정책임을 보여준다.

국내에서도 중소기업청 등이 중심이 되어 높은 청년실업률의 해소를 위해 다양한 청년창업 지원프로그램들이 추진 중에 있다. 특히 창업선도대학사업과 창업대학원사업은 보다 양질의 청년창업인재를 양성하기 위한 시대적 요구사항을 반영하여 <표 1>처럼 일반창업이 아닌 기술창업 교육프로그램을 개발하고 이를 실질적으로 가동하기 위한 실무교육 생태계를 구축하고 있다. 하지만 창업교육을 위한 프로세스 중심의 진행은 부족한 편이다.

<표 1> 일반창업과 기술창업의 차이점

일반창업	기술창업
서비스, 도매 및 외식사업 등으로 영리를 목적으로 하는 창업 - 소규모 점포형태의 창업이 주로 이에 해당됨 - 소상공인, 자영업 창업 등이 이 범주에 속함 - 창업과정에 자기자본이 중심이며 가족중심의 자기고용 노동력이 주를 이루어 고용파급효과는 상대적으로 떨어짐	사업성이 우수한 기술이나 아이디어 및 특허권 등 지적재산권 등을 활용하여 시작하는 창업 - 기술창업의 핵심은 독특한 기술력 확보임 - 기술창업은 일반창업에 비해 규모가 크고 성장속도가 빠름 - 기술창업은 타인자본의 조달이 성장과정에서 필수적임 - 큰 조직을 기반으로 사업이 성장함

본 연구는 기술창업을 대상으로 이러한 국내 창업과 창업교육 현황을 진단하고 기술창업인재 양성을 위한 교육설계 방향을 제시하는데 그 목적이 있다.

II. 창업교육의 현황

창업교육의 현황을 파악하기 위해 중기청에서 지원하는 창업대학원 사업과 학부에서의 창업교육, 그리고 해외대학의

창업교육 현황을 살펴보면 다음과 같다.

2.1 창업대학원 사업

창업대학원은 2000년대 초 벤처기업 창업 붐이 위축되면서 일자리 창출, 경제 활력제고와 체계적인 기업가 육성을 위한 창업교육이 필요함에 따라 중소기업청 지원 하에 2004년부터 <표 2>와 같이 전국 5개 대학에 설립되었다. 창업대학원 설립목적은 보면 「중소기업창업지원법」에는 ‘창업분야 전문 인력 양성’(제8조1항내지 2항)으로, “창업대학원 지원 사업 관리운영지침”(2008. 12 제정)에 따르면 ‘권역별 특성화를 반영한 창업교육 시스템구축, 예비 창업자의 육성과 유능한 창업 전문가 양성, 창업 인프라 구축의 토대 마련’ 등이 있다.

<표 2> 5개 창업대학원 현황

구 분	한밭대	경남과기대	호서대	에원예술대	중앙대
권역	충청	경상	서울	전라	경기
국·사립	국립	국립	사립	사립	사립
개설형태	특수대학원 (주간, 4학기)	특수대학원 (주간, 4학기)	특수대학원 (야간, 4학기)	특수대학원 (주간, 5학기)	특수대학원 (주간, 4학기)
개설시기	2005.3	2005.3	2005.3	2005.3	2004.9
정원*	60명	60명	60명	60명	60명
특징	대덕특구 연계, 미국 NCSU 연계	미국 Babson대학과 연계	기업가정신, 창업성공사례 등을 개설	문화, 영상분야 창업교육특화	산업 전 분야 창업전문인력 양성

* 정원 : 1,2학년 각각 30명

창업대학원의 교과목을 보면 <표 3>과 같이 정규과목과 비정규과목 등이 있으며, 이들 과목들은 대학마다 특성을 갖고 있으나 대부분 공통된 면을 갖고 있다.

<표 3> 창업대학원 교과목 내용

정규 교과목 과정	기업가정신, 창업제무, 창업과 문화마케팅, 창업실무론, 중소기업정책론, 벤처창업전문인력양성자 과정, 뉴비즈니스와 사업성검토, 신사업개발론, 창업금융론, 시장분석과신제품출시론, 글로벌협상론, 고객분석론, 창업회계, CEO IR과 EXIT전략, 무역실무협상, SNA실무과정, 프랜차이즈, 창업컨설팅 비즈니스코칭,비즈니스모델개발, 창업가치평가, 소매창업사례연구
정규 교과목 과정 외	비정규과목(특강), 개별지도(Coaching), 인턴십(Internship), 현장실습, 국내연수, 해외연수, 역량강화특화수업, 졸업논문 및 사업계획서, 창업경진대회, 로켓피치발표대회

2.2 국내 대학 창업교육 프로그램 특성

국내 창업교육은 <표 4>와 같이 1970년대 후반부터 경영학의 한 분야로 시작되었으며 1990년대 후반 들어 급속히 성장하였다. 중소기업청의 지원으로 1990년 후반 실업계 고등학교에서 비즈쿨(Bizcool) 형태의 도입과 비영리 조직에서의 창업교육 실시가 본격화되었다.

<표 4> 국내 창업 교육 교과목의 특성

년도	주요 교과목	특성
1970년 후반 ~1980년	중소기업경영론	• 경영학 위주의 기업 컨설팅 능력 배양
1990년 ~ 2000년 초	중소기업론 중소기업창업론 중소기업지원체계론	• 중소기업 경영에 대한 지원차원 창업 소개 • 비확위과정의 중소기업 인력난 해소 및 구직난 해소를 창업활동 강화
2000년 이후	벤처창업론 창업론 창업이론과 실무 창업과 정보기술 창업과 경영	• 경영학에서 다루지 않은 실용적인 과목을 포함, • 창업관련 개념, 창업과정의 개요, 창업의 결정요인, 사업 아이디어 발굴 및 평가, 기술요인 포함 • 사업계획서작성, 자본조달, 집행 운영 개인적 윤리와 창업, 각종 가족기업 지원제도 등 지원프로그램 • 대학원 수준의 교과과정을 통한, 국내외연수와 개별지도(coaching), 인턴십 등 구체적인 실용교육 실시

* 자료 : 김주미 외(2007) 수정 보완함

2000년 대 이후, 창업을 경영학의 한 분야가 아닌, 독립적인 부분으로 정규교과로 운영되었다. 교육과정과 내용 또한 실용적인 프로그램으로 진화 발전되었고, 학부의 정규교과로 이루어지는 창업 강좌는 160여 대학에서 진행되었다. 대부분의 교과목의 공통점으로는 창업의 실무내용과 경영론이 주류를 이루었다. 2010년 3월에 국내 최초로 숙명여대에서 <표 5>와 같이 학부의 창업 전공과정이 개설되었다.

<표 5> 숙명여대 앙트러프러너십 전공 내역

학부	교수인원	학생 수	전공	비고
글로벌 서비스 학부	전임교수 3명, 행정교수 1명 석좌교수 1명	20명	앙트러프러너십	2010. 3월 개설
교과목 내용	글로벌기업환경, 창의적 사고와 조직 리더십, 글로벌경력관리, 국내기업인턴십, 앙트러프러너십 개론, 지적재산과 국제관계, 창업자금관리, 창업마케팅, 글로벌시장조사론, 사회적 기업창업, 신서비스창출전략, 해외기업 인턴십, 글로벌화와 앙트러프러너십 벤처성장전략, 프랜차이즈, 글로벌지식재산전략, 글로벌투자과 다국적기업, 신제품개발전략, 창업과 정부정책, 사내벤처, 사업계획서 작성과 발표, 투자와 관리기업, 가족기업 경영			

2.3 해외 대학의 창업교육 프로그램

Babson 대학 등 세계적인 미국의 창업교육과정 운영 10개 대학 등에 대한 분석결과 교과목 특성으로는 학문적 전문성, 실무 적용성, 다양성이 있다. 첫째, 학문적 전문성은 창업학의 성취도를 나타내는 것으로, ‘교육성’과 ‘성취가능성’의 개념으로 이해될 수 있으며, 대개 창업 및 경영과 관련된 이론적 교과목의 비중으로 측정된다. 둘째, 실무 적용성은 학습내용이 실무와 다양한 현실 상황에 적용할 수 있는지와 관련되어 평가되는 것으로 ‘정체성’과 ‘개인적 유용성’의 개념으로 이해될 수 있다. 셋째, 다양성은 학습자별로 다양한 욕구를 최대한 충족시키면서 각 범주에 교과목이 얼마나 균형 있게 분포되어 있는지를 평가하는 것으로, ‘분화성’과 ‘상보성’의

개념으로 이해될 수 있다(김주미 외, 2007).

<표 6> 미국 대학의 창업교과목의 요소별 특성

요소 교과목		특성	대학
대분류	소분류 과목명		
창업에 대한 개론	경영학, 연구조사방법론, 벤처 및 창업론, 컨설팅	창업과 경영에 대한 기초적인 이해	Harvard, Stanford, Babson, Singularity, UCLA,
창업준비 및 제반 환경분석	창업분석, 창업아이템 선정, 사업계획서, 벤처캐피탈, 재무, 법률, M&A	창업을 첫 번째 단계로 환경 분석과 사업계획서 작성 및 창업자금 확보 등 현실적인 내용 이해	Pennsylvania, Singularity, Babson
기업가 정신	기업가 정신, 리더십 문화, 조직, 혁신 사고, 창의성	창업의 핵심과목으로 기업가 정신 및 리더십, 환경변화에 대한 혁신적인 사고력 습득 능력	North Western, California State, Babson, Harvard
창업 경영 / 전략	기업관리, 마케팅, 인사 조직, 재무 회계, 전략 정보, 기술획득, 기술전략	창업 실무를 수행하는데 필요한 경영의 제반 지식 습득	Indiana, Babson, Texas Austin, NCSU
분야별 창업	과학 기술 교육/네트워크/문화 유통	창업을 위한 좀 더 현실적이고, 실무적인 차원에서 접근, 기술분야에 대한 창업내용 제공	Babson, Singularity, UCLA, NCSU, Texas Austin
사례분석 및 세미나	실습/ 연수 기업경영사례, 팀워크 세미나	창업과 관련된 다양한 간접 경험 기회를 제공할 수 있는 사례 및 세미나 교육연구	MIT, Babson, Syracuse, Singularity, Texas Austin

* 자료 : 김주미 외(2007), p.85 수정 보완함

<표 7> 미국 7개 대학의 창업 교육 과정 특성 요약

구분	창업교육의 주요특성	주요개설 교과목	장 단 점
Babson	창업 단계별 모듈에 의한 현장 중심 사례교육 사례학습을 통한 문제 해결능력 개발협동강의와 각종 프로그램 지원	벤처경영, 성장관리, 사회적기업가, 가족기업경영, 세무계획, 마케팅, 벤처캐피탈 연구, 현장연구	장점: 창업의 특화된 현장 실무교육 중심의 창업 전문 대학 단점: 경영위주의 창업교육이 많아 기술 교육이 요구됨
Stanford	창업교육이 MBA와 공과대학에 개설교과목은 공과대학이나, MBA학생만을 위한 과목은 물론 함께 수강가능. 팀을 이루어 프로젝트를 수행 수업 개설 운영	기술기반기업의 전략,글로벌 벤처마케팅, 벤처기업재무관리, 사회적 기업가, 기술벤처창업, 창업조직과 인사관리, 성장관리, 하이테크 기술창업, 창업과 지속성장	장점: 지역의 많은 기업과 자원의 적극적인 활용 단점: 창업자 윤리나 사회적 책임에 대한 과목이 부족
U Penn	창업교육이 대학원과 연계 운영됨, 고급 연구과제 시스템 도입으로 개별연구 가능	중소기업 시스템, 경제경영, 개별연구, 혁신변화와 기업가정신, 창업기업의 법률 문제, 기술전략, 기업가 벤처의 실행과 디자인, 시스템 구성과 개발, 문제해결능력개발, 기업가적 마케팅	장점: 대학원과 연계 운영되는 창업에 대한 실무적 교육과 협동전공으로 다양성 단점: 사례위주의 실무적 교육부족

<표 계속>

구분	창업교육의 주요특성	주요개설 교과목	장 단 점
MIT	MBA위주 프로그램, 경영과 혁신적 기술 창업을 중시 창업과 관련된 많은 선택과목 운영	신생기업론, 신제품개발과재무관리, 벤처마케팅, 기술창업, 하이테크기업론, 창업과운영, 비즈니스플랜작성과실제, 제품 디자인 개발, 창업실험실 (Entrepreneurship Lab)	장점: 창업을 지원하는 학교 분위기와 다양한 활동 단점: 강의 이외의 활동간의 연계성 미흡
Harvard	벤처창업과정은 주로 MBA를 대상으로 실시	벤처재무, 벤처경영, 벤처마케팅,기업가정신과 창조성, 사회적기업가정신, 국제벤처재무, 가족기업운영,제품개발관리, 성장관리, 현장연구	장점: 사례발표와 현장 연구중심의 실천적 교육 단점: 현장과 관련된 실무교육 미흡
Texas Austin	MBA위주 프로그램 9개 중 창업이 그중 하나로 운영, 창업과 관련된 많은 선택과목 운영	기업가 정신 기초, 기회확인(Opportunity Identification), 창업 프랙티스, 기업가정신과 뉴벤처, 기술이전경영, 글로벌경영과 마케팅, 중소기업재무관리, 벤처창업, 변화와 리더십	장점: 창업을 전공하기 위해서는 폭넓은 교육으로 복수전공제도 활발. 단점: 창업에 대한 상대적인 인 실무교육 미흡
NCSU	공대와 경영대가 공동으로 만든 프로세스 중심의 창업강좌.	기술-제품시장의 단계별 필요한 창업과정을 워크시트 형태로 제시함. 기술시업학, 시장전략, 창업전략	장점: 워크시트중심, 기술중심의 창업과정. EIR 참여 단점: 이론적인 접근이 상대적으로 부족함

* 자료 : 김주미 외(2007) 수정 보완함

<표 7>처럼 미국의 7개 주요 대학 200여개 창업교과목들에 대한 분석결과, 그 장점을 보면 현장 실무 교육 중심, 지역 기업과 자원을 활용, 대학원과 연계 운영되는 점, 창업 지원 학교 분위기, 활발한 복수 전공제도 등이 나타났다. 단점으로는 경영 위주의 창업교육이 많아 기술 교육이 요구되는 점, 창업자 윤리나 사회적 책임에 대한 과목의 부족, 강의와 활동들 간의 연계성 미흡, 창업 실무교육 미흡 등이 나타났다.

2.4 국내·외 대학의 창업교과목 분석결과 및 시사점

국내외 대학의 창업교과목을 분석한 결과 그 시사점은 다음과 같다.

첫째, 창업 단계별 모듈에 의한 프로세스 중심의 교육이 필요하다. 창업은 여섯 단계를 거친다. 아이디어 개념을 창업 아이템으로 검증하는 창업 기획 또는 설계 단계를 시작으로, 확정된 아이디어에 대한 시장 반응을 사전 테스트하는 창업 준비 단계, 소비자로부터 검증된 창업 제품/서비스를 개발하는 창업 제품 개발 단계, 개발 제품을 잠재 소비자들로부터 다시 검증 받는 시장 조사 단계, 시제품 검증이 끝나고 제품 양산을 준비하는 창업 초기 단계, 그리고 마지막으로 양산된 제품을 내부의 역량을 활용하여 판매 및 운영하는 창업 운영 단계 등이다. 따라서 창업 교육은 이러한 단계별로 필요한 전문 지식과 시장 현장에서 검증해 보는 현장 실무교육이 필

요하다. 국내 대학 및 대학원, 창업 전문 교육 기관들에서 이뤄지는 창업교육 커리큘럼은 단편적, 단발적 교육에 치중하고 있다. 창업 과정은 잠재 소비자의 필요나 불편을 해소하는 일련의 과정이며 이러한 과정은 단기간 교육으로 성과를 얻을 수 있는 성격이 아니므로 창업 단계별 모듈에 의한 교육이 필요하다.

둘째, 창업교육은 끊임없는 실습(practice)을 통해 체화된다. 이를 위해 지역기업들과 지방자치단체들과의 적극적인 연대가 필요하다. 지역 기업들과 연계한 현장실습과 인턴십으로 학생들은 현실적인 이해도를 높일 수 있다. 이를 통해 첫 단계 교육을 실제 창업과정에 연결시킬 수 있다.

셋째, 실습과 함께 이론적 연구가 뒷받침 되어야 한다. 창업교육의 특수성을 감안하여 창업 교육 전문가 또는 창업 코칭 전문가를 양성하는 학문적 연구와 실무 경험과 능력을 갖춘 박사급 인재 육성이 필요하다. 현재 국내 창업대학원은 특수 대학원으로 석사 과정만 양성하고 있다. 그런데 창업 코칭은 창업 아이디어 단계에서 창업 운영단계에 이르기까지 전 과정에 대한 깊이 있는 이론적 이해와 실무 능력을 병행해야 한다. 이를 위해 심층연구를 할 수 있는 박사급 프로그램이 개발되어야 한다.

III. 창업교육을 위한 제언

앞장에서 살핀 국내창업 현황과 창업교육의 진행과정을 통해 파악한 문제점과 현황을 중심으로 창업교육의 진화 방향을 정리하면 다음 <표 8>과 같다.

<표 8> 국내창업교육의 문제점

국내창업의 문제점	창업대학원 사업 진행	창업교육의 진화 방향
<ul style="list-style-type: none"> ○ 매력적인 사업기회 포착 미흡 ○ 신뢰성을 갖춘 실행 가능한 사업계획서 수립 미흡 ○ 잘 팔릴 제품기획과 개발력 미흡 ○ 타인자본 조달기반의 확보 미흡 ○ 우수한 기술세앗 확보 미흡 ○ 견고한 사업실행 네트워크 부족 ○ 우수한 창업팀 구성의 문제 ○ 치밀한 창업단계 고객기반 확보 미흡 등 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우수한 알고리즘(BMO) 등 기반의 사업기회개발교육 ○ 알고리즘 기반의 정보조사와 사업 공식 프로세스 중심의 사업계획서 작성 ○ 중기창업예비창업자육성 사업과 연계한 시제품 개발 ○ 중기청 초기사업자금 등 정책자금 연계 중심 ○ 기술이나 특허를 보유한 창업자 선정 및 교육 ○ 졸업생이나 부문별 전문가 중심의 외형 네트워크 ○ 창업자 스스로 구성한 창업팀 인정(팀창업 중심) ○ 고객조사 및 고객니즈 파악에 주력하는 교육 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 투자자 등 시장전문가와 함께하는 사업기회 포착과 검토 진행 ○ 실질적인 투자 IR을 병행하며 진행하는 사업계획서 작성 ○ 충분한 고객조사와 경쟁기술 기반의 시제품 기획 ○ 창업초기 시장 투자자금 유치 중심의 교육 ○ 우수한 기술을 외부에서 공급해주는 창업교육 ○ 창업전개에 실질적으로 필요로 하는 네트워크 강조 ○ 사업계획서 작성과정의 팀구성 강조 ○ 고객=파트너 사고 강조

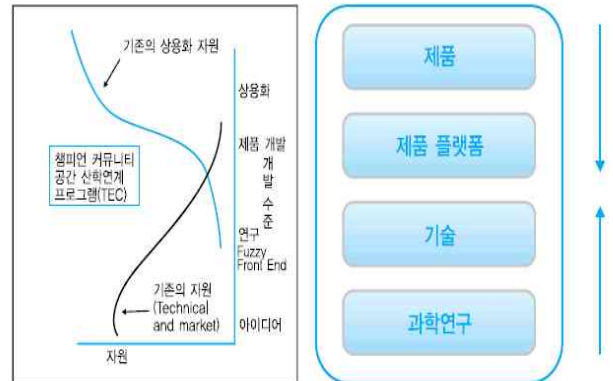
이를 토대로 본 연구에서는 창업교육과 인재양성을 위한 제언으로 프로세스 중심의 프로그램 개발과 창업교육전문가 양성을 통한 창업교육의 질적 개선을 제언하고자 한다.

3.1 프로세스 중심의 창업프로그램 개발

기술이 시장으로 연결되어 성공적인 창업을 이루려면, 그 사이에 <그림 1>과 같은 소위 ‘죽음의 계곡’이 존재한다. 따라서 창업에 대한 개별 주체의 명확한 이해 및 지원이 요구된다. 창업가는 고객, 투자가에 대해 몇 가지 점을 기억해두어야 한다.

“고객들은 기술을 사는 것이 아니라 제품을 구입하므로 창업자는 제품에 초점을 두어야 한다. 투자자들은 제품에 투자하지 않는 것은 제품이 수명주기를 갖고 있기 때문이다. 그 대신 우수한 경영진이 갖는 비즈니스 컨셉을 보고 투자한다는 점을 명심해야 한다. 따라서 창업가는 강력하고 매력적인 비즈니스 컨셉을 지속적으로 만들 능력을 보유해야 한다.”(최종인, 2008).

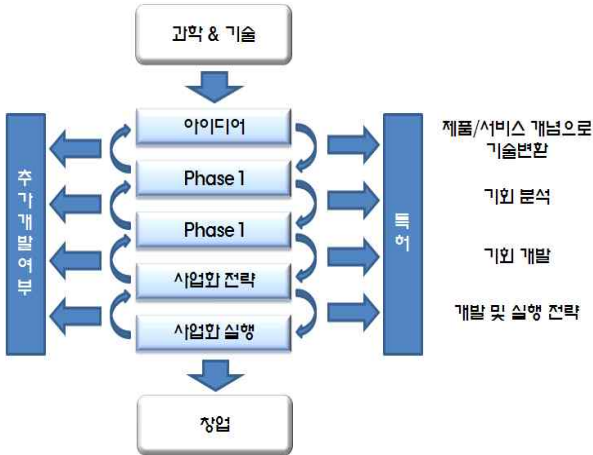
창업과정에서 죽음의 계곡을 넘기 위한 방법들로는 연구와 기술이 사업가치를 가지고 있음을 제시하기, 제품을 통해 연구발견들을 증명해보이기, 강력한 사업케이스를 통한 가능성 전달하기, 가능성 만들기 위한 자원 찾기, 위험을 줄이기 위한 자원 사용하기, 공식 개발을 위한 프로젝트 승인확보, 프로젝트를 승인을 위한 기준제시, 프로젝트를 승인여부 결정하기, 상품 개발, 착수하기 등이 있다(Barr et al, 2009).



* 자료 : 최종인(2010)

<그림 1> 창업과정의 죽음의 계곡

위 죽음의 계곡을 넘는 창업교육 프로세스가 노스캐롤라이나주립대(NCSU) 공대와 경영대 교수에 의해 공동개발 되었다. 이는 1990년대 중반 미국 과학재단의 지원을 받아 개발한 창업과정으로 ‘기술창업사업화 알고리즘’(Technology Entrepreneurship and commercialization, 이하 TEC)이라 부르며 이를 살펴보면 <그림 2>와 같다(최종인, 2008; Barr 등, 2009).

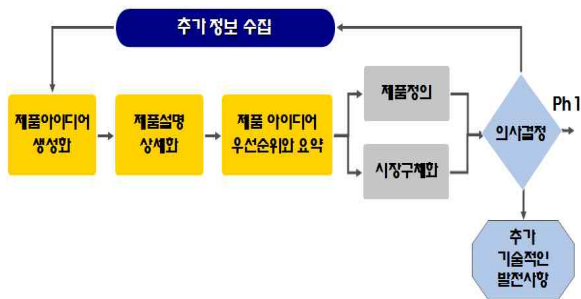


* 자료 : Barr et al.(2009)

<그림 2> 기술창업교육 알고리즘

기술창업교육 알고리즘은 기술-제품-시장이라는 T-P-M을 근간으로 다섯 단계로 구성되며, 이들 과정을 자세히 살펴보면 다음과 같다.

3.1.1 아이디어 도출 단계



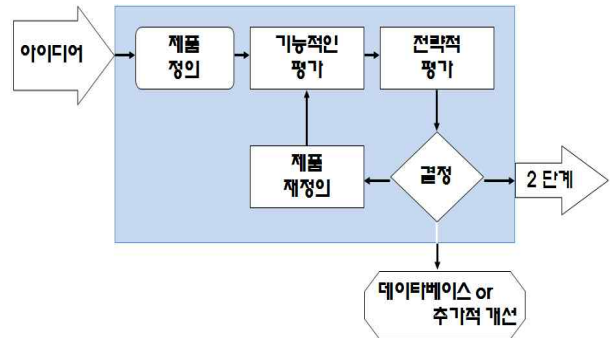
<그림 3> 아이디어 도출단계

첫째, 아이디어도출 단계는 강력한 기술-제품-시장의 연계성을 가진 제품개념군을 개발하는 것이 목적이다. 이때 기술탐색이 중요한 것은 창업 성공이 신기술의 질적인 면에 달려있기 때문이다. 최고의 성과를 내기위한 기술을 탐색하고 이를 바탕으로 새로운 아이디어 도출을 통해 매력적인 제품후보를 많이 찾는다. 이 탐색절차는 여러 순차적 요인으로 구성된다. 즉 제품아이디어 도출, 제품설명 상세화, 제품아이디어의 우선순위 정하기, 제품 정의, 시장 구체화, 의사결정 등의 절차를 거친다. 이 단계마다 얻은 정보는 데이터베이스에 축적하고 후에 이를 재활용할 수 있다.

3.1.2 1단계 정보수집

정보수집 1단계에서는 선택한 제품군 하나하나에 대해 각기 그것이 사업화가 될 매력도가 정말 있는지 여부를 기능과 전략면에서 평가하는 것이다. 이것이 잘 수행되면 초기 제품아이디어들에 대한 치명적 결점(fatal flaw)을 찾을 수 있어 초기에 나타날 수 있는 사업 위험도를 줄일 수 있다. 이처럼 1단계 정보수집의 목적은 제품아이디어들 중에 치명적 결함이

있는 것을 찾아 제거하는 것이다. 이 과정을 거쳐 몇몇의 제품 아이디어들이 얻어지면, 계속된 기능분석을 통해 전략적 분석을 도출하고, 의사결정을 하게 된다. 의사결정의 핵심은 보다 나은 정보를 바탕으로 제품 아이디어를 다시 정의하는 것이다. 그 결과 기능 및 전략 분석 및 평가는 반복된 형식으로 계속 이루어진다. 이 반복과정에서 얻어지는 정보는 깊이가 더해져 좋은 의사결정의 토대가 된다. 기능평가와 전략평가의 내용은 <그림 5>와 <그림 6>에서 제시하고 있다.



<그림 4> 정보수집 단계 : 1단계, 2단계

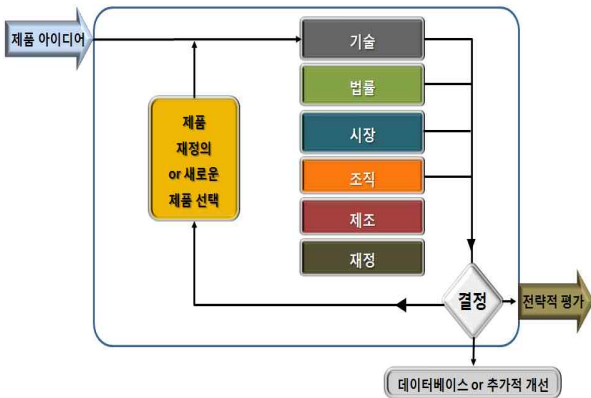
3.1.3 2단계 정보수집

2단계 정보수집은 1단계 평가로부터 선택된 제품아이디어들을 보다 가치 있게 만드는 과정이다. 보다 치밀하게 제품 아이디어들을 놓고 기능 분석, 전략 분석, 제품 재정의, 의사결정의 과정을 거친다. 즉 치명적 결함이 제거된 제품들을 놓고 최고 가능성이 있는 제품을 찾아가는 과정이다. 이 과정을 통해 다음 3가지 가능한 선택을 한다. 1) 제품아이디어들 재정의, 2) 제품아이디어 탈락, 3) 프로세스를 따라 진행한다. 1단계 평가에서 팀들이 여러 선택 대안들 중 선택한 것과는 달리, 단계 2는 최적 기회를 선택하는데 초점을 두고, 그 제품을 위한 사례를 구축한다. 앞선 1단계에서 질문의 수가 적거나 포괄적이었다면, 2단계의 분석단계에서는 매우 다양한 질문이 있으며, 더욱 구체적이다. 예를 들어 1단계에서, 제품아이디어에 대한 지적재산권을 보호할 잠재력에 대한 질문이 별로 없는데 반해, 2단계에서는 10개 이상의 특허관련 질문, 외국특허, 발명의 주관적 문제, 특허의 산업 내 효율성 등이 지적된다. 만일 특허가 여의치 않으면, 사업 비밀과 저작권 등이 신기술 보호의 수단으로 논의된다. 1단계에서는 기능평가 질문들이 서로 독립적인 모습이라면, 2단계에서는 기능영역들에 대한 질문들이 상호 연계되고 통합되는 모습을 보인다. 정보수집의 1단계와 2단계의 차이점을 정리해보면 <표 9>와 같다.

<표 9> 1단계 분석과 2단계 분석의 차이점

구분	1단계	2단계
목표	치명적 결함 찾기	비즈니스 사례 구축, 기술, 제품, 시장에서 전문가 되기
정보수집	10개 정도의 질문, 분석 도구	수십~백여 개의 질문과 엄격한 표준도구의 적용(예, 5 force 분석)
외부전문가와 상호작용	제한된 상호작용	많은 외부 전문가들과 상호작용 및 관계구축, 고객소리(VoC) 분석
구분	1학기 주요 과제	2학기 주요과제, 최종 제품/시장 선택

기능평가의 내용을 보면 <그림 5>와 같이 자신이 선택한 제품에 대해 기술, 법률, 시장, 조직, 제조, 재정 등의 요인을 중심으로 그 가능성과 개발정도를 평가한다.

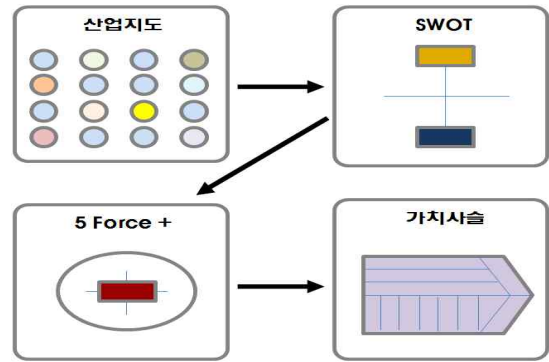


<그림 5> 기능평가 도구들의 통합

또한 전략평가의 경우 <그림 6>과 같이 산업지도를 중심으로 본인이 만들 제품을 중심으로 해당 산업의 기업들이 무엇이고, 어떤 영향력을 갖고 있는가를 평가한다. 이때 객관적으로 해당 산업을 분석하고, 그 이후에 본인의 기업이 어느 곳(원료공급, 제조, 유통 등)에 위치할 것인가를 정해야한다. 또한 SWOT 분석, 5Forces, 가치사슬 등의 분석을 실시하여 전략적 선택을 하는 기반이 마련된다.

3.1.4 사업화 전략

2단계를 거쳐 제품이 확정이 되면, 이 제품을 시장에서 성공하기 위한 구체적 전략이 수립된다. 기술사업화 전략은 몇 가지 세부 단계로 나뉜다. 1)기술우위와 보호 능력, 2) 사업화 경로의 세분화, 3) 신제품을 향한 진입전략과 확대전략의 구축, 4) 보완재의 평가, 5) 전략 플랫폼의 구축, 6) 사업화를 위한 적합한 서류작성(예, 매력적 사업계획서) 등이다. 한 예로 <그림 6>의 산업지도 분석을 통해 업계에서 누가 강자인지를 파악한 뒤, 이로부터 자신의 위치를 정할 수 있고, 전방 및 후방 기업들과 상호제휴 등의 전략을 수립할 수 있다.



<그림 6> 전략평가의 도구들의 통합

3.1.5 사업화 전략의 실천

마지막 알고리즘은 사업화의 실천이다. 이 단계의 목적은 실제로 사업화 계획을 실행에 옮기는 것이다. 이 과정은 사업적인 모습을 보이며 교육적 면보다 실제 사업에 적용해보는 단계이다. 이 때 필요한 것은 바로 경험 많은 리더십과 지원 네트워크, 실행한 인력확보이다. 보완자산이라고도 불리는 지원 네트워크로는 법률 및 회계서비스, 지식재산권 관리, 시장조사기관, 사업계획서, 시설 제공 등이 있다.

3.2 창업교육 알고리즘의 소화와 적응능력 배양

이상 창업 교육 프로세스를 단계별 모듈로 나누어 살펴보았다. 창업교육 대상자들인 학생이나 교육생들은 창업의 전체를 한 번에 파악하기 어렵기 때문에 각 단계별 과정을 거치면서 실험학습을 통해 알고리즘을 습득, 소화, 변환, 활용할 수 있는 흡수능력을 갖출 수 있다. 이를 통해 각 개인과 팀원들은 창업에 대한 자신감을 갖게 된다(김명숙, 최종인, 2011).

이제 이들 5단계를 종합하고 비교함으로써 보다 개념적으로 창업교육 알고리즘을 이해할 수 있다. 먼저 시장에서 유망한 분야가 무엇인지를 찾고, 이를 바탕으로 필요한 기술을 대학이나 연구소 등에서 찾고 팀원들이 이를 이해, 소화한다. 이는 기술 명세서로 정리할 수 있다. 그리고 초기단계에서 기술이 어떤 제품들로 구현될 수 있는지 시장은 어떤 종류의 시장이 있는지를 파악한다(초기 TPM). 제품속성 워크시트와 시장워크시트를 작성하고 이를 바탕으로 제품속성 시장매트릭스를 작성한다. 초기시장 평가를 거친 후에 더욱 정교하게 가다듬은 요약 TPM을 작성하게 된다. 이를 토대로 제품의 정의를 보다 명확히 하고 팀원들 간에 어떤 제품들이 가능성 있는지에 대한 합의와 공유가 있게 된다. 이는 가치제안서(customer value proposition; CVP) 형태로 전달될 수 있다. 이들 제품 아이디어들은 1단계 기회의 평가단계를 거치면서 필요한 정보가 수집(기능평가, 전략평가)되고 치명적 결함이 발견되면 해당 제품 아이디어들은 탈락하게 된다. 2단계 정보조사에서는 기회 개발을 목적으로 1단계에서 살아남은 제품

아이디어를 더욱 정교하고 매력적인 것으로 가다듬는 단계이다. 이 과정에서 정리된 제품은 이제 사업화전략을 통해 재창조된다. 즉 비즈니스 모델과 비즈니스 전략이 탄생된다. 이 같은 프로세스는 일회로 그치는 것이 아니라 반복되면서 그 가치를 높일 수 있다. 이상 기술창업 알고리즘을 정리하면 <표 10>과 같다.

<표 10> 5단계 창업교육 알고리즘의 종합

5단계	목표	내용	결과물
1) 아이디어 도출	독특한 기술을 기반으로 시장에서 통할 수 있는 다양한 제품군 도출	시장 및 기술의 탐색 및 발굴, 창의적 기법, 워크시트(기술명세서, 제품명세서, 창의적기법, 시장세분명세서, 제품개발)	제품과 사업개념 정리(가치제안서)
2) 1단계 정보수집	기술이나 제품아이디어들 중 치명적 결함 제거	기능적 평가: 기술, 법률, 시장, 조직, 생산, 재무 등, 체크 리스트의 거시적 미시적 이해, 나와 관련된 항목을 이해, 항목 중 우선순위를 이해, 정보수집의 기획, 정보의 수집, 정보에 기반한 평가, 전략적 평가: 전략의 개념과 틀을 이해하고, 자기상황에 맞는 전략정보수집 기획 후 정보수집과 평가	기술의 결함과 시장의 결함 찾기
3) 2단계 정보수집	비즈니스 사례를 구축하기 시작, 1단계에서 살아남은 기술, 제품, 시장에서 전문가 만들기	매우 세부적 정보 습득 (기능 + 전략분석)	기회가 높은 제품을 중심으로 전략개발에 필요한 정보수집과 평가
4) 사업화 전략수립	전략에 대한 개념과 도구 이해, 1단계와 2단계 정보를 연결, 자기만의 전략패키지 (전략요소 및 대응방안) 도출	비즈니스모델 구축, 전략요인도출, 사업계획서수립	전략의 재료 수집과 전략의 논리 기반한 전략 포트폴리오 구성
5) 사업화 전략 실천	자기의 핵심자산과 보완자산의 실행방안을 고안, 사업계획서에 연결	핵심자산, 보완자산 구성 및 실행방안 수립, 실천 사업계획서 작성	전략의 통합과 비즈니스 플랜

이 같은 반복과 실행학습을 통해 학생과 교육생들은 세 가지 내용인 가치제안서, 비즈니스 모델, 비즈니스 전략을 자신의 것으로 만들 수 있다. 첫째, 명확한 가치제안서를 만든다, 여기에서 우리 제품이 무엇이고 누가 이를 구입하며 왜 구입하는지를 간결하고 명확히 제시할 수 있어야 한다. 둘째, 가치제안서를 바탕으로 이를 어떻게 만들고 이익을 낼 것인지를 추가하면 비즈니스 모델이 된다. 즉 가치 사슬의 요소들이 주요활동들이며 산업지도 분석에서 자신이 어떤 포지션을 가질 것인지, 그리고 비교우위 (advantages)는 무엇인지, 이익 모델을 제시하는 것이다. 그리고 마지막으로 이같은 비즈니스모델을 실천할 수 있는 방법들을 찾고, 실행에 옮기는 것이다.

기술창업교육을 통해 학생들은 자신들이 이미 공부한 기초 과학, 공학, 디자인, 경영, 인문학 등의 내용을 종합할 수 있는 능력을 키워나간다. 특히 학생들은 다음의 주제를 실제 경험과 실행학습을 통해 체득하게 된다.

“고객의 문제가 클수록 시장의 기회는 커진다. 독특한 기술로부터 나온 다양한 제품아이디어가 나오고 이는 세분화된

시장(고객)들과 연결하게 된다. 이 같은 TPM을 거치고 제품 시장속성표(PAMM)를 거치면서 시장성이 있는 제품들에 대해 기능분석과 전략분석을 하게 된다. 가치제안은 독특한 우리 제품이 무엇인지, 목표 고객은 누구인지(얼마나 큰지), 고객이 왜 우리제품을 구매하는가를 나타내는 가치제안서를 작성한다. 이에 앞서 문제기술서를 통해 고객의 심각한 문제의식과 기존제품의 한계를 지적하게 된다. 이렇게 가치제안서가 나오면 그 다음 단계는 비즈니스 모델을 수립하게 된다. 이는 앞서 살핀 가치제안서의 매력적인 제품을 어떻게 만들어 시장에 팔지를 고민하는 것이다. 여기에 가격 설정은 고객의 가치의 크기에 비례에 높아질 것이며 비즈니스모델을 통해 우리가 하려는 사업의 수익구조가 얼마나 큰지를 보여준다.”

3.3 창업교육생태계 구축과 교육자 양성

‘질 좋은 창업교육’은 창업 실천프로세스에 맞추어 워크시트 기반으로 자기주도적 사업을 개발하고 진화시켜 나가는 과정이다. 그런데 이러한 과정에서 가장 필수적인 요소는 창업교육자가 시장이나 사업현장의 실전정보를 확보하고 이를 기반으로 사업통찰력을 발휘해 자신만의 차별화된 매력적인 사업을 도출하는 것이다. 그러나 사업경험이 상대적으로 적고 통찰력이 약한 창업자들은 이러한 과정에서 크게 두 종류의 도움을 받을 생태계가 필요하다. 첫째, 창업프로세스에서 주어지는 다양한 워크시트를 자유자재로 활용할 수 있는 역량을 배가하기 위해 해당 알고리즘을 반복적으로 강의하고 코칭해온 교육자 즉 코칭친의 도움이다. 둘째, 해당 산업에서 수년간 실행해보고 전문성과 노하우를 쌓아온 선배 기업가와 전문가들의 조언과 도움을 필요로 하는데 이를 지역내 선배 기업가(Executive-In-Residence, EIR)라고 부르며, 이들의 밀착형 멘토링이 필요하다(Buckley 등, 1998).

‘질 좋은’ 창업교육은 실전형 교육기반을 고취하기 위해 창업교육 프로세스와 워크시트 기반의 자기주도 학습이어야 한다. 즉 충분한 현장정보와 실전노하우 중심으로 이루어져야 한다. 성공적인 결과물을 창출하기 위해 창업교육 코치진과 선배벤처기업인을 중심으로 한 생태계 구축이 요구된다.

IV. 요약 및 시사점

본 연구는 ‘질 좋은 창업’의 핵심인 기술창업을 대상으로 국내 창업교육 현황을 분석하고 문제점을 진단한 후 이를 토대로 ‘질 좋은’창업 교육을 위한 창업교육 프로그램 수립 방안을 제시하였다.

지금까지 국내창업 교육은 기존 경영이론 중심의 교육과 성공사례 중심의 옴니버스 강의가 중심이었다. 일부 창업대학원 출범을 시작으로 창업교육에 대한 교육알고리즘 개발과 적용이 시도되고 있지만 크게 세 가지 문제점이 진단되었다. 첫째, 기능별로 이루어지는 창업교육이 시도되고 있으나 사업기회 탐색에서부터 최종 사업화 전략에 이르기까지 연결된

프로세스 중심의 창업교육 프로그램 개발이 미흡하였다. 둘째, 창업교육은 사례중심과 이론중심의 교육보다는 자신의 사업아이템을 가지고 프로세스를 거치며 체험하는 ‘자기주도적 창업실습훈련’이 중요하며 그러한 과정을 통해 체화된 창업교육의 결과를 창출할 수 있는데 이것이 부족하였다. 특히 이 과정에서 각 프로세스별 사업기회의 개발과 숙성을 도모해 줄 워크시트 기반의 실습교육은 더욱 부족하였다. 셋째, ‘질 좋은 창업교육’을 위해서는 사업현장의 정보와 노하우를 창업자들과 연결시키는 것이 중요한데 창업실습 교육관점의 지원네트워크 구축이 부족하였다.

본 연구는 이러한 문제점에 대해 크게 세 가지 대안을 제시하였다. 첫째, 창업과정의 죽음의 계곡을 극복하고 성공창업 모델을 진화시키는 프로세스중심의 교육프로그램 대안을 제시하였다. 알고리즘이라 표현되는 프로세스 중심의 창업교육이란 우수한 기술씨앗을 확보하고 이를 기반으로 매력적인 사업기회를 포착하여 아이디어로 개발한 후 이것을 고객가치가 명백한 제품, 크고 성장하는 시장으로 결합하여 제품과 사업모델을 개발하는 것이다. 이 과정에서 치명적인 사업위험요인을 기능 관점과 전략 관점에서 제거하고 가치제고의 포인트도 개발하여 이를 사업화 전략으로 연결시키고 최종적으로 매력적인 사업계획서를 도출하여 사업화를 실행하는 일련의 과정이다.

둘째, 기술창업교육의 각 프로세스별로 자기주도 창업실습교육이 가능하도록 다양한 워크시트 개발이 필요하다. 해당 워크시트는 창업자와 창업 팀들이 현장정보를 보다 효율적이고 정확하게 수집하게 만드는 역할 뿐만 아니라 팀원간 상호 일치된 커뮤니케이션 역할을 수행하게 만든다.

셋째 본 연구는 창업교육이 보다 실천적이며 체계적으로 이루어질 수 있도록 프로세스에 맞추어 창업자들이 현장 실행력을 확보할 수 있도록 창업알고리즘 코치진과 선배기업가(EIR; Executive-In-Residence)로 구성된 멘토진이 필요하다. 이들은 일련의 교육지원 생태계를 구성하여 학생들의 부족한 경험을 보완해주는 역할을 수행한다.

창업교육에 대한 교육열기가 창업대학원에서 시발하여 일반인 창업자교육에서부터 대학생창업 그리고 초중고의 비스쿨 창업교육에 이르기까지 전 국가 차원으로 확대되고 있다. 이러한 창업몰입 추세가 자칫 선부른 창업으로 신용불량자를 양산할 위험도 있다. 따라서 사전에 철저한 창업교육 알고리즘의 준비와 생태계조성을 통해 위험도를 낮추고 자신감을 갖게 하는 교육프로그램이 되어야 할 것이다. 따라서 본 논문이 제시하는 자기주도와 프로세스 중심의 ‘질 좋은’ 창업교육 프로그램은 정책적, 실무적인 기여를 할 수 있을 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

- 권선택(2008), 창업활성화 방안-창업대학원 성과보고발표회 발표자료, 창업대학원협의회.
- 김명숙, 최종인(2011), 기술사업화 교육프로그램의 성공적인 프로세스 개발연구-흡수역량을 중심으로, *한국산학기술학회논문지*, 12(6), 2506-2514.
- 김상조(2011), 한국의 실업률 3.2%에 숨겨진 비밀, *오마이뉴스* 2011.07.06.
- 김주미, 오상훈, 양재경(2007), *우리나라 창업교육 현황 및 발전방향에 관한 연구 창업대학원을 중심으로*, 중소기업연구원.
- 기획재정부(2011), OECD 국가의 실업률 동향과 전망, 기획재정부.
- 박명수(2011), *마이크로 데이터 이용자 콘퍼런스*, 통계청.
- 양영석, 최종인(2009), 공학기반의 효과적인 기술사업화 교육시스템 구축방안, *한국산학기술학회논문지*, 10(7), 1711-1717.
- 이미순(2011), *2011년 벤처전략기업 조사결과*, 벤처기업협회(KOVA).
- 이운준(2011), *지역 신성장동력 창출을 위한 지역 벤처기업 육성 방안*, STEPI Insight, 76.
- 최수일 외(2009), *글로벌창업대학원 장기발전 및 활성화 전략*, 호서대학교.
- 최종인(2008), 실천중심의 기술경영 교육: 대전 테크노파크의 기술사업화 교육사례를 중심으로, *산업경제연구*, 21(4), 1455-1478.
- 최종인(2010), 미국의 산학협력 클러스터와 대학의 역할, *2009 대학산학협력백서*, 402-428, 한국연구재단.
- 최종인, 이경주, 김경근(2012), *대전지역 벤처기업의 성공사례 분석과 시사점*, 한국은행.
- 한국고용정보원(2011), *고용이슈*, 2011.09.
- 한국연구재단(2010), *2009 대학산학협력백서*, 교육과학기술부, 한국연구재단.
- Barr, S. H., Baker, T., Stephen, K., Markham, S. K. & Kingon, A. I.(2009), Bridging the Valley of Death: Lessons learned from 14 Years of commercialization of Technology Education, *Academy of Management Learning and Education*, 8(3), 370-388.
- Buckley, R., Ferris, G, Bernardin, J. and Harvey, M(1998), The disconnect between the science and practice of management, *Business Horizons*, March-April, 31-38.

Program Development for Entrepreneurship Education

Choi, Jong In*
Yang, Young Seok**

Abstract

The concerns for entrepreneurship education has increased significantly in decades. Government asking to university to teach the entrepreneurship on the undergraduate and graduate level. Existing graduate-level entrepreneurship program is not enough for the reciprocal relationship among the subjects.

This study review the university's entrepreneurship program in the domestic and abroad. We suggest the process and algorithm based education program which is The Technology Entrepreneurship and Commercialization.

Keywords: Technology entrepreneurship education, TPM(technology-product-market), education algorithm

* First Author, Professor, Department of Management, Hanbat National University.

** Corresponding Author, Assistant Professor, Graduate School of Entrepreneurial Management, Hanbat National University.