

▶ 3조 보고서

# 「제19회 경영대학 GLP프로그램」 심천탐방 보고서

3조(그린프렌즈) 김현아 유화영 임희재



## 목차

1. 심천의 특성
  - 1.1 지리적 특성
  - 1.2 산업특성
2. 방문 기업에 대한 분석 및 이해
  - 2.1 웨이양
  - 2.2 대공방
  - 2.3 BYD
3. 자유탐방
  - 3.1 목적 및 계획
  - 3.2 심천의 전기차 사용률 파악
  - 3.3 심천의 공유경제 활용도 파악
  - 3.4 설문조사 통계 및 현지인 평가
4. 한국의 대응방안
  - 4.1 국내 엑셀러레이터 기업 현황 분석 및 활성화 방안
  - 4.2 심천처럼 창업문화조성 필요

## 1. 심천의 특성

### 1.1 지리적 특성

광둥성에 위치한 심천시는 중국의 4대 대도시 중 하나로 중국 최초의 경제특구도시이다. 지리적으로는 홍콩의 구룡반도와 접해 있어 육로를 통해 홍콩으로 이동이 가능하여 홍콩을 통해 세계로 나가는 무역의 중심도시로 더 큰 발전을 하고 있다. 실제로 우리가 목었던 숙소에서 강 건너 홍콩을 볼 수 있었다. 이런 지리적 위치로 무역중심도시, 창업중심도시로 뻗어 나가고 있는 심천을 볼 수 있었다.

### 1.2 산업특성

#### (1) 심천, 하드웨어의 생태계

"심천은 전세계 전자제품의 수도", "심천은 하드웨어의 실리콘밸리" 라고 사람들이 말할 정도로 심천에는 어떤 부품이든 쉽게 구할 수 있는 전자상가와 함께 소량으로도 시제품을 만들어주는 공장들이 가득하다. 화창베이에는 10층짜리 규모의 전자 상가 빌딩이 약 20여개 있다고 생각하면 된다.

실제 화창베이에 가서 팀원들과 여러가지 전자제품 케이블선, 휴대폰 강화필름 등을 구매하였다. 생각하지 못했던 제품들도 많이 있었다. 그만큼 다양한 제품들이 팔리고 있다는 것이다. 다시 말해 심천에서는 하드웨어 관련 제품은 뭐든지 쉽게, 값싸게 구할 수 있다는 것이다. 화창베이로 인해 하드웨어의 생태계가 돌아가고 있다는 것을 볼 수 있었다. 그리고 그렇게 만든 제품을 대량 생산해서 전 세계 어디로든지 배송할 수 있는 글로벌 배송 시스템이 갖춰져 있다. 심천이 세계 최고의 하드웨어 생태계를 갖춘 곳이라는 얘기다.

#### (2) 창업의 메카 - 급증하는 중국 엑셀러레이터와 스타트업

중국 내 주 엑셀러레이터 지역은 심천이다. 심천은 과거 제조업 중심이었던 지역으로, IT 제품 제조에 우수한 인프라를 가지고 있고 공장 간 클러스터가 잘 형성돼 있어 스타트업 기업이 프로토타입을 만들기 용이하다. 이러한 효용성 때문에 미국 실리콘밸리를 비롯해, 유럽, 아시아 지역 기술 스타트업이 찾는 곳이다. 한국도 마찬가지로 명명된 한국 스타트업 전용 공간도 존재한다.

실제 탐방기업 중 대공방과 웨이양은 창업을 도와주는 엑셀러레이터로 조금은 다른 분야에서 창업가들에게 도움을 주고 있었다.

탐방 전에는 단순히 도와준다고만 생각했는데 실제 탐방을 해보니, 투자, 생산, 판매 등을 아주 좋고 넓은 시설에서 도와준다는 것을 알았다.

#### (3) 4차산업 혁명의 중심도시

심천은 전자상거래, 바이오, 신소재, 문화콘텐츠 등을 신성장 동력으로하는 4차 산업 혁명의 중심 도시이다. 한국 기업이 4차 산업 혁명 하에 국제적 위상을 얻기 위해서는 심천을 주목할 필요가 있다. 중국 선전시 '바오안구'에 위치한 하드웨어 엑셀러레이터 대공방은 중국 정부가 지정한 하드웨어 플랫폼으로, 지역 제조 인프라를 적극 활용해 테크 스타트업의 성장 과정을 돕는 역할을 한다.

실제 대공방을 방문했을 때 놀랄 정도로 많은 지원과 도움을 주고 있었다. 사무실부터 해서 생산설비, 공장들이 있었다. 이러한 지원들은 중국 특히 심천이 창업의 메카로 성장 할

수 있기 위한 원동력이라 생각했다. 대공방뿐만이 아니라 웨이양에서도 월세를 받으면서 창업시설을 대여해주는 것을 볼 수 있었다. 이러한 서포트로 4차산업혁명 하에서 성장 할 수 있는 기회를 가질 수 있다고 보았다.

#### (4) 바쁘게 돌아가는 심천, 젊음의 도시

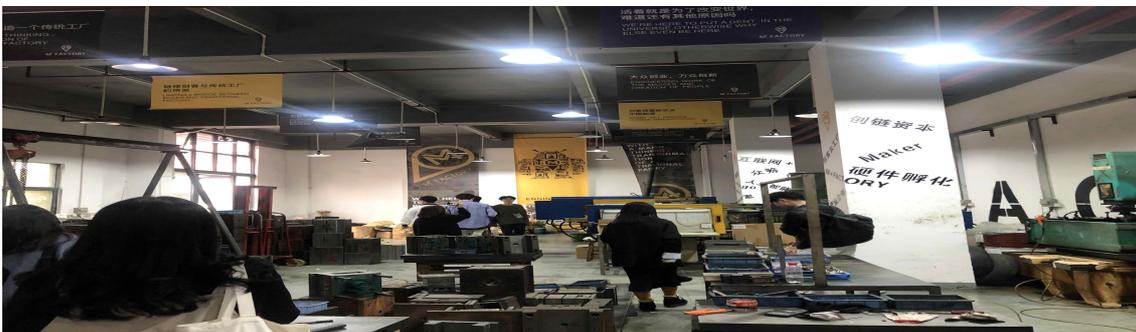
실제 심천을 탐방했을 때 경제특구로 키우기 위해 다양한 조건을 두어 시민권을 부여하는 것을 볼 수 있었다. 특히 젊은 도시를 만들고 있다는 것을 보았다. 평균연령이 30대로 나아가 많은 시민들을 보기 힘들었다. 이는 좀 더 역동적이고 창의적으로 발전할 수 있는 에너지 넘치는 도시를 만들기 위한 한 가지 이유라고 보았다.

## 2. 방문 기업에 대한 분석 및 이해

### 2.1 중국정부가 공인한 하드웨어 창업지원기관 ‘대공방’

‘혁신을 실현하라’ 라는 모토를 내세운 대공방은 심천 내 500개 창업지원 공간 중 국가 공인을 받은 기관 중 하나이다. 현재 중국의 창업 지원 공간의 성격은 두 가지로 나눌 수 있다. 첫 번째는 대기업으로부터 자금을 지원 받는 경우이고 두 번째로는 민간에서 창업 지원 공간을 기업형으로 직접 창업한 경우다. 대공방은 중간적 성격을 가지고 있다. 본래 심천에서 산업 디자인 관련 사업을 하고 있던 중견 기업 ‘따디엔이’가 중국 내 창업 열풍에 발맞춰 2014년 설립한 자회사 성격이다. 대공방은 심천의 인프라를 적극 활용해 글로벌 스타트업을 위해 서플라이 체인을 제공과 인큐베이팅과 액셀러레이터를 겸업하여 원스톱지원이 가능하다. 실제로 대공방을 탐방했을 때 각 창업 기업마다 사무실을 제공해주고 공장과 생산설비 그리고 공장까지 지원해주는 것을 볼 수 있었다. 창업자의 아이디어 구현에서부터 투자까지 스타트업 성장의 전 과정을 돕는다. 또한 제조업 인프라가 워낙 뛰어나 유럽에서 2개월 걸릴 시 제품을 1주일 만에 생산해내고 그 다음 주엔 양산이 가능하다. 단순한 아이디어만 있어도 협업을 통해 디자인과 생산을 가능하게 해 주며, 중국내 법인을 설립한 외국 스타트업에도 문호 개방을 하여 한국 스타트업도 많이 방문하고 있다.

주로 진행되는 아이템은 인공지능이나 로봇 관련 제품이 많으며 시제품 제작뿐 아니라 중국시장 진출에도 도움을 주고 있다. ‘타오바오’를 통한 클라우드 펀딩을 통해 R&D를 진행하기도 하며 전 세계 스타트업을 인큐베이팅하는 플랫폼을 공유할 예정이라고 한다.



### 2.2 창업을 위한 ‘웨이양 인큐베이터’

대공방과 비슷한 ‘웨이양’도 창업보육기관이라고 할 수 있다. 웨이양은 사무실의 의자, 책상, 컴퓨터를 한 달간 대략 30만원대로 자리를 빌려준다. 창업기업이 차차 성장하게 되면서 좀 더 좋은 자리를 마련해준다. 웨이양에 있는 창업기업은 대공방보다 다양한 분야를 가

지고 창업하는 기업이 많다고 보았다. 유아의 침을 가지고 건강상태를 체크하는 시스템을 개발하는 기업, 목걸이, 귀걸이와 같은 악세서리를 만드는 기업 등등 있었다.

웨이양은 좋은 지리적 위치를 가지고 있다. 소프트웨어단지 안에 있어, 창업 투자지원 빌딩도 있고, 다양한 서포트를 해주는 건물들이 넓게 포진되어있다. 이러한 환경으로 인해 심천이 창업의 메카로 성장할 수 있었던 것이라고 느꼈다.



탐방했던 날이 중국의 설날연휴였음에도 많은 직원들이 와서 열심히 일을 하고 있었다. 실제 봤던 제품 중 기억에 남는 제품은 텀블러에 믹서가 달려있어서 섞어 먹을 필요 없이 믹서로 갈고 바로 먹는 텀블러가 있었다. 또한 와인오프너 등 다양한 제품을 보았다. 이렇게 웨이양은 창의적인 발상을 할 수 있도록 환경이 조성되어있는 것을 볼 수 있었다. 사진에 보이는 기린은 기린처럼 크게 성장하자는 목표를 담고 있는 모형물이다.



### 2.3 전세계 전기차 배터리 4개 중 1개는 'BYD'

탐방 중 기억에 남았던 한 가지는 중국에서는 다양한 기업의 자동차가 많이 있었다는 것이다. 그 중 가장 많이 보였던 자동차기업은 BYD였다. 특히나 택시는 거의 우리가 본 90%는 BYD의 기업이었다. 심천 본사를 중심으로 전 세계 33개의 공업원을 운영 중인 세계 전기차

시장의 1위 기업 BYD 는 IT, 자동차, 신에너지 등 첨단기술을 바탕으로 자동차산업 분야의 차체 디자인 개발, 모듈 개발, 완성차 제조 등에서 모두 세계적인 수준에 이른다.

현재 BYD는 자체 전기차 외에도 공급처 확대를 위해 창안자동차와 전략적 제휴를 맺고 50억 위안을 투자해 신에너지차 배터리를 생산·판매하는 합작 회사를 설립했으며 2018년 BYD의 자가용 승용차 및 전기차 버스 판매 목표량을 각각 15만대, 1만8000대로 설정했다. 정부의 친환경 차량 육성정책에 따라 향후 판매량은 증가할 것으로 전망된다.

심천에서 택시나 버스는 거의 60~70%는 전기차로 운행하는 것으로 보았는데 그만큼 중국은 전기자동차가 많이 상용화되었다는 것을 알 수 있었다. 또한 전기배터리 충전소가 많이 보이는 것도 알 수 있었다. BYD는 일찍이 전기자동차 사업에 뛰어들어 성공을 이뤄냈다는 것을 탐방하면서 알게 되었다.

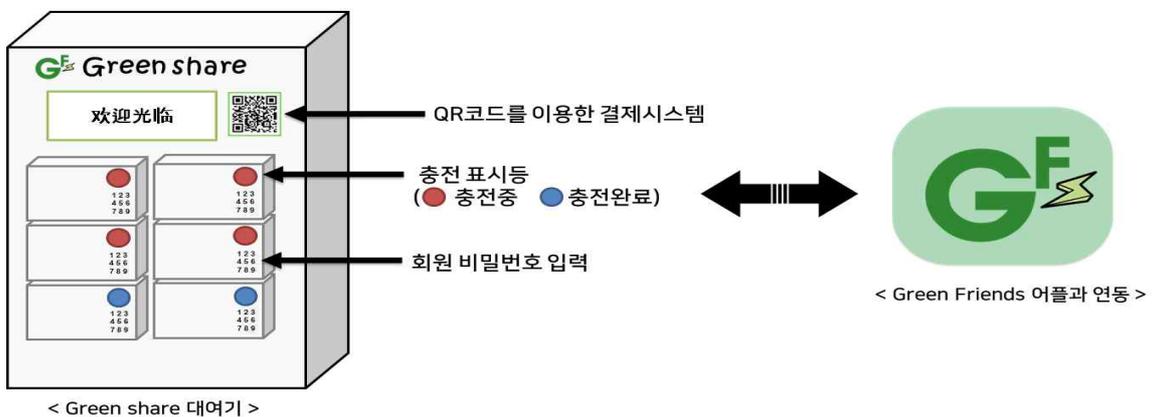
### 3. 자유탐방

#### 3.1 자유탐방 목적 및 계획

우리 팀은 중국 심천의 시장과 환경을 분석해 보았을 때 한국이 전기차 배터리 공유경제 시스템을 이용하여 4차 산업 혁명 하에서 성장할 수 있는 기회를 누릴 것이라 판단하였다. 따라서 Green Friends 의 사업인 'Green share(전기차 배터리 공유경제 사업) 을 위한 자유탐방 계획을 세웠다.

Green Friends 의 'Green share' 플랫폼은 전기 자동차의 보조 배터리를 대여하는 것으로, 어플을 통해 인근 대여소 장소를 탐색하고 QR 코드를 이용해 결제를 한 후, 보조 배터리를 사용 후 다시 인근 대여소에 반납하는 신(新)공유경제 사업이다.

중국은 공유경제가 가장 활발하게 이루어지는 국가이다. 특히 심천은 교통산업에 대한 공유경제가 아주 활발히 이루어지고 있다. 자국민은 휴대폰 번호로, 외국인의 경우 여권 및 본인이 여권을 들고 있는 모습을 올리고 QR코드를 이용하여 자전거와 자동차를 빌린다. 이때 간편한 QR시스템이 공유 경제가 활발해 질 수 있는 배경이 되었다. 우리는 자유탐방을 통해 QR코드 결제 시스템을 직접 이용해보고 전기 자동차 휴대용 배터리를 공유하는 방식의 플랫폼을 개발하여 보급하는 것에 대한 신사업 가능성을 연구했다.



### 3.2 심천의 전기차 및 충전소 사용을 파악 : 현장조사

2018년 5월 코트라 이준청 중국 창사무역관에서 발표된 중국 전기자동차 시장동향 보고서에 따르면 중국 정부는 2020년까지 500만 대 보급, 연간 생산능력 200만 대 증가를 목표로 정책 추진하며 자동차 기업에 전체 생산 수량 대비 일정한 비율로 전기자동차 제조 의무화를 실시하고 중국 내 전기자동차 충전소 1만2000곳, 480만 대의 충전기 설치, 주택단지 주차공간의 18%를 전기자동차 전용으로 확보하여 현재 충전기 1개당 차량 3대인 비율을 2020년까지 1:1 비율로 증대할 예정이라고 한다. 이에 비해 국내를 살펴보면 2018년 기준 약 2만5000대의 전기차 수와 약 3400의 전기자동차 충전소를 비율로 따지면 전기차 7대당 충전기 1개로 전기차 충전소 부족문제가 자주 거론되고 있다.



실제 三诺智慧大厦(Sannuo Zhihui Mansion)의 주차장을 조사해본 결과 전기차 충전소 공간을 한쪽에 모아 배치 한 것으로 확인 되었으며, 지하 2층 전체 자동차 수 47개 중 21개가 전기차로 파악 되었다. 이는 약 2.2:1 비율로 파악 할 수 있었다. 또한 전기차 충전소 개수는 총 10대로 파악 되었으며 이는 2대당 1개의 꼴로 설치되어 있었다.



전기자동차 충전기 사용방법은 중국과 한국 크게 차이가 있지 않았다. 중국은 QR코드 혹은 APP를 이용하여 결제를 하고 , 한국은 사용자카드를 이용하여 결제 후 충전하는 결제수단의 차이만 있을 뿐 충전방법은 큰 차이가 없다는 것을 확인 하였다.



관찰한 건물 주차장 뿐만 아닌 아래의 사진처럼 공터, 까르푸 지하 주차장, 길거리 등등에 전기충전소를 쉽게 볼 수 있었다. 반경 1km 정도 구간에 무려 3곳을 확인하였다. 또한 아파트 주차장은 진입이 불가하여 현지인 인터뷰를 통해 확인한 결과 아파트 주차장에 개인적으로 설치가 가능해졌다는 것을 알게 되었다. 관리실에 연락하고 비용만 지불하면 개인 충전소를 즉각 설치해 준다고 한다. 중국과 비교해 국내를 살펴보면 절대적인 비율은 적지만 빠르게 늘고 있는 전기차 수요에 맞춰 전국적으로 충전소가 늘어나고 있는 추세이다. 대표적인 유통업체 이마트는 2010년 유통업계 최초로 전기차 충전소를 구축하기 시작하여 전국 121개 점포에서 214대(완속 147대·급속 67대)의 전기차 충전기를 운영 중이다. 이마트는 최근 미국 실리콘밸리의 ‘구글 캠퍼스’ 처럼 여러 대의 전기차를 동시에 충전할 수 있는 집합형 전기차 충전소를 선보이기도 했다. 또한 롯데마트는 전국 123개 점포 중 117개 점포에서 174대(완속 19대·급속 155대)의 전기차 충전기를 운영 중이며 물류의 중심인 편의점도 최근 빠르게 늘고 있는 전기차 수요에 맞춰 전국 1만3000여 CU 매장도 전국의 300여 개 점포로 충전시설을 확대하며 전기차 충전 인프라의 핵심 역할을 할 것으로 기대 할 수 있다.



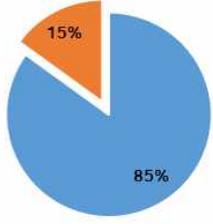
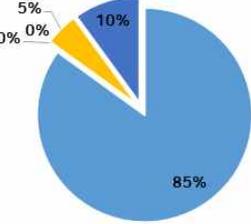
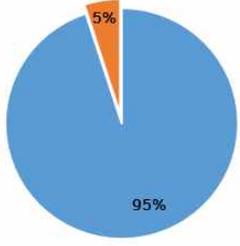
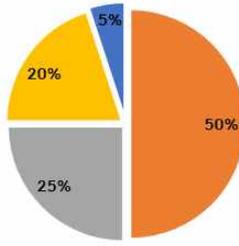
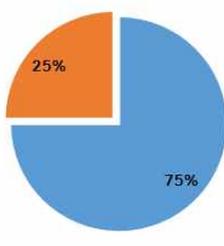
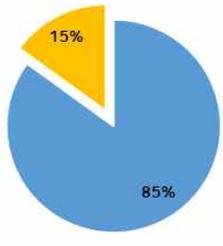
### 3.3 심천의 공유경제 활용도 파악

공유경제는 온라인과 오프라인의 방향성과 관계없이 오프라인 비즈니스를 온라인 플랫폼을 통해 제공하면서 오프라인과 온라인의 경험을 유기적으로 제공하는 비즈니스 모델이다. 중국의 공유경제는 온라인 플랫폼을 통한 자원 공유와 서비스 공유로 나타난다. 자원 공유 방면에서는 차량 공유, 공간 공유, 금융 등을 포함하며 서비스 공유 방면에서는 1인 미디어, 지식·교육, 운송 등을 포함하면서 다양한 기업들이 참여하면서 거대한 생태계를 형성하고 있다. 우리는 자유탐방시간에 다양한 공유경제 플랫폼을 확인했다. 대표적인 차량공유 플랫폼 디디추싱은 어플을 통해 차량을 예약하는 차량공유 플랫폼으로 2017년을 기준으로 세계 400여개의 도시에서 4억 5천만 명의 이용자에게 택시 호출, 개인 자가용 콜, 카풀, 공유 버스, 공유자전거 등 다양한 서비스를 제공하고 있으며 약 2,100만 명의 기사가 디디추싱의 플랫폼을 이용하고 있다. 그리고 이용자는 모바일 앱을 통해 실시간 예약과 결제가 가능하다. 우리도 마지막 자유탐방 도중 택시 잡기 어려운 곳에서 디디추싱 어플을 이용하여 택시를 타고 다른 곳으로 이동할 수 있었다. 또한 대표적인 자전거 공유 플랫폼 모바이크, 헬로바이크도 위챗을 통해 실제 결제 직전까지 시도해보았다.



### 3.4 사업에 대한 현지인 평가 : 설문조사

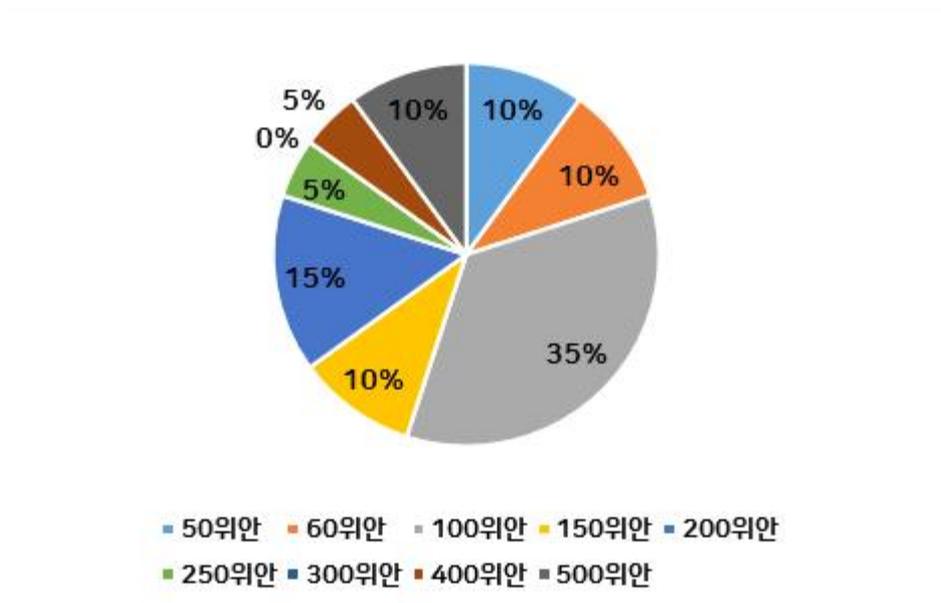
우리는 전기 자동차의 보조 배터리를 대여하는 ‘Green share’ 플랫폼의 사업 가능성을 알아보기 위하여 약 20명의 중국 현지들에게 설문조사를 실시하였다.

<p>전기자동차를 이용하십니까? 你用电动车吗?</p>	<p>이용하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까? 如果没有,为什么?</p>
 <p>■ YES ■ NO</p>	 <p>■ 미응답 ■ 충전소부족 ■ 전기자가격 ■ 관리비용 ■ 기타</p>
<p>공유경제를 이용해 보신 적이 있습니까? 你使用过共享经济吗?</p>	<p>이용하셨다면 한 달에 몇 번 사용 하셨습니까? 如果是这样,你每月使用多少次?</p>
 <p>■ YES ■ NO</p>	 <p>■ 1~3회 ■ 4~6회 ■ 7~10회 ■ 그이상</p>
<p>전기자동차 배터리 공유경제'Green Share'를 이용하시겠습니까? 如果你有电动车,你会使用共享电动车吗?</p>	<p>전기자동차 배터리 플랫폼에 대해 부정적이라면 이유는 무엇입니까? 如果对共享电动车平台持否定态度,那原因是什么?</p>
 <p>■ YES ■ NO</p>	 <p>■ 미응답 ■ 복잡함</p>

설문조사 결과 대상자 85%가 전기자동차를 이용하고 있으며, 이중 95%가 공유경제를 이용하고 있었다. 공유경제 이용 횟수는 한달에 1~3번 사용이 50%로 가장 높았으며, 4~6회 사용이 25%, 7~10회 사용이 25%로 확인되었다. 이를 통해 중국인의 다수는 전기자동차를 이용중이고 공유경제는 일상에 밀접하게 연결되어 있다는 것을 확인 할 수 있었다.

다음으로 우리의 사업인 전기자동차 배터리 공유경제 플랫폼에 대한 평가를 살펴보면 75%가 이용할 의향이 있다고 밝혔다. 부정적인 이유로는 복잡함이 가장 높은 15% 비율을 차지 하였다.

적정가격을 살펴보면 50위안 ~ 500위안까지 다양한 응답이 나왔으며 평균 가격으로는 173.5 위안으로 나왔다. 따라서 이용시간마다 금액별 차이를 주어 3시간 이용권을 200위안, 1일 이용권 500위안 으로 결정하였다.



이러한 현장조사와 설문조사를 통해 우리의 green share 사업은 한국시장과 중국시장의 사업 가능성을 확인 했으며, 문제점으로 지적된 복잡함과 가격부분을 보완하여 디자인 수정 및 결제의 간편화를 통해 진출 가능성을 보았다.

#### 4. 한국의 대응방안

##### 4.1 국내 엑셀러레이터 기업 현황 분석 및 활성화 방안

엑셀러레이터 제도 시행 19개월 만에 국내 엑셀러레이터 수가 100개를 넘었다. 2017년 8월 16일 기준, 등록된 엑셀러레이터 수는 37개에서, 2019년 1월 21일 기준 138개로, 4배 가까운 성장률을 보였다. 엑셀러레이터는 초기 창업기업을 발굴하여 엔젤투자, 사업공간, 멘

토링 등 종합보육서비스를 제공하는 창업기획자다. 이는 최근 정부의 창업·벤처 지원 정책에 따라 증가 추세다.

#### ☞ 창업기획자(엑셀러레이터)등록현황

(2019.1.21 기준)

구분	서울	경기	인천	부산	대구	대전	광주	세종	전북	충북	충남	경북	경남	울산	강원	합계
기업(社)	78	12	3	8	6	13	2	1	2	1	2	2	3	2	3	138
비율(%)	56.5	8.7	2.2	5.8	4.3	9.4	1.4	0.7	1.4	0.7	1.4	1.4	2.2	1.4	2.2	100
	67.4			32.6										100		

중기부(중소벤처기업부)는 엑셀러레이터 제도 활성화를 위해 규제완화 및 세제지원 등 정책적 지원을 해왔다. 엑셀러레이터에게 개인투자조합 결성을 허용하고, 팁스 프로그램<sup>1)</sup> 운영사 신청자격도 엑셀러레이터에게만 부여하여 창업팀을 육성해 나가는 한편, 창투사에 준하는 세제지원(주식의 양도차익 및 배당소득에 대해 법인세 면제)도 마련하였다.

엑셀러레이터를 활성화하기 위한 방안으로 우리 팀은 두 가지 구상을 해보았다.

첫째, 전문가 시니어 등 다양한 전문가를 엑셀러레이터 멘토로서 활용하는 방안을 마련해야 한다고 생각한다. 우리가 방문한 창업의 메카인 ‘심천’의 경우 평균 연령대가 30대일 정도로 매우 젊은 도시였고, 몸소 그러한 분위기를 느끼기도 했다. 물론 젊은 인재가 많을수록 창의적이고 역동적인 아이디어가 나오는 것은 사실이다. 하지만 젊기 때문에 실무를 통한 시행착오나, 노하우 등의 측면에서는 부족한 부분이 존재할 것이다. 그렇기 때문에 경기 불황과 조기 퇴직 등 많은 경험과 기술을 가진 시니어를 생계형 창업이 아닌 엑셀러레이터 같은 기회형 창업이나 엑셀러레이터 멘토로 활용할 수 있는 방안이 필요하며, 이는 교육과 인증제도 도입이 수반되어야 할 것이다. 이러한 방안은 특히 요즘 대두되고 있는 임금피크제의 문제점을 해결하면서도 시니어들의 만족도와 자아성취감을 향상시킬 수 있을 것이라고 생각한다.

둘째, 엑셀러레이터 운영 현황과 투자회사의 정보를 공유할 수 있는 종합정보망 구축이 필요하다. 우리나라의 경우, 엑셀러레이터 정보공유 기반이 구축되어 있지 않다. 미국의 Global Accelerator Network나 유럽의 Accelerator Assembly처럼 엑셀러레이터의 발전을 위한 노하우 공유, 공동투자 등 상호 협력 채널이 필요하다. 또한 엑셀러레이터의 특징과 주요 성과 등을 제공하여 스타트업이 자신에게 맞는 엑셀러레이터를 선택할 수 있는 정보 공유체계 또한 마련되어야 한다고 생각한다. 즉 창업가와 엑셀러레이터가 서로 정보를 공유할 수 있도록 엑셀러레이터 운영 현황과 스타트업의 정보 등을 한곳에서 접근할 수 있는 포털구축이 필요하다는 것이다.

1) 팁스(TIPS : Tech Incubator Program for Startup) 프로그램은 이스라엘식 민간투자주도형 기술창업지원 프로그램으로 세계시장을 선도할기술 기반의 창업팀을 민간주도로 선발하여 지원하면 정부가 함께 지원하여 기술 창업기업을 집중 육성하는 프로

## 4.2 창업문화 조성 필요

위와 같이 국내 엑셀러레이터 기업은 증가하고 있는 추세이다. 마찬가지로 창업자의 수 또한 증가하고 있는 추세이긴 하나, 그 수준은 여전히 기대에 미치지 못하는 수준이다.

2013년, 2014년 표본 각 1000명을 대상, 전국의 자영업 종사자를 제외한 만 19세 이상의 성인을 대상으로 창업 관련 인식을 조사한 자료에 따르면 창업을 고려하는 이유는 ‘높은 수입’, ‘하고 싶은 일을 하는 만족감’이 가장 높은 이유로 꼽혔다. 반면, 창업을 고려하지 않는 이유로는 ‘위험 부담이 커서’라는 응답이 58.5%로 가장 높았다. 이를 바탕으로 볼 때, 우리나라의 창업에 대한 인식은 위험부담 때문에 쉽게 도전하지 못하는 경향이 있으며, 창업을 일종의 모험으로 여기는 경향이 있는 것으로 판단되었다.

이러한 한국의 분위기와 달리 중국에서는 ‘대중창업, 만인혁신’이라는 모토를 내세우며 창업을 적극적으로 장려하고 있다. 또한 정부의 적극적인 지원과 잘 갖추어진 창업기반 시설 덕분에 청년의 창업률은 물론, GDP 또한 빠르게 성장하고 있는 추세이다.

한편, 중국의 이러한 유의미한 성장이 초반부터 나타난 것은 아니다. 2000년을 기점으로 약 20년 동안 중국 정부는 창업과 관련된 4개의 계획을 발표했다. 초기에는 가시적인 성과가 나지 않았음에도 불구하고, 지원 확대를 거듭하는 중국 정부의 일관된 정책이 있었기에 성공적인 창업 생태계 조성이 가능했다. 다만 최근엔 중국의 창업이 활성화 되었기에, 이제는 중국 정부가 일일이 개입하기 보다는 민간(엑셀러레이터)에 맡기며, 가이드 역할에 충실할 뿐이라고 한다.

그렇기 때문에 우리팀은 이러한 관점으로 볼 때, 우리나라의 현주소는 중국이 실패를 겪었던 이러한 초기 단계에 있다고 생각한다. 지금 당장은 창업을 장려하고 있어도 창업률이 늘지 않고 있는 것처럼 보이나, 중국과 같이 일관된 지원이 계속된다면, 꾸준히 창업율이 성장할 것이라는 기대를 해 본다.

또한 우리나라의 경우, 창업자금 조달방식의 근본적인 변화가 필요하다고 생각한다. 중국에서 창업자금은 투자금이기 때문에 실패를 두려워하지 않고 좀 더 적극적이고 공격적으로 도전한다. 이와 달리 우리나라는 창업자금이 개인 신용대출이나 연대보증을 통한 은행대출금으로 조달되기 때문에 실패할 때의 위험이 너무 크기 때문에 창업을 기피하게 된다. 따라서 투자자금 조달방식의 변화를 위해 투자금융기관이 전문 창업 플랫폼을 운영하는 창업 인큐베이터를 통해 투자를 활성화시키거나, 중국과 같이 창업기업을 위한 다양한 투자금 조달 경로를 조성 및 확대하는 방안을 고려해볼 필요가 있을 것이다.

마지막으로, 대학생의 경우 창업 지원 프로그램에 대한 경험이 많을수록 창업 효능감과 기회인식이 높아지고 이로 인해 창업의지가 높아진다는 연구 결과가 있다.<sup>2)</sup> 따라서 청소년기부터 대학생의 교육과정에 있어, 창업 지원 프로그램을 체험하도록 하여 긍정적인 창업 인식을 심어준다면 자연스럽게 창업문화가 조성될 것이라고 기대한다.

---

2) 대학생 창업지원프로그램이 창업효능감, 기회인식, 창업의지에 미치는 영향, 이정란, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원, 2017