

1인 창조기업의 시대를 맞아



안남우 사무관*

중소기업청 지식서비스창업과

1472@smba.go.kr

창조경제(Creative Economy)의 시대

최근 우리나라를 비롯한 세계경제는 실물중심의 산업경제(Industrial Economy)에서 정보 중심의 지식경제(Knowledge Based Economy)로 변화 하였으며 더 나아가 창조경제(Creative Economy)의 시대로 넘어가고 있다. 대량생산 중심의 이른바 산업경제(Industrial Economy) 시대에서 정보와 지식이 사업의 성패를 가름하는 중요한 성공요소로 자리를 잡으면서 산업 전반에 걸쳐 지식을 생산하고 활용하는 지식기반경제(Knowledge-based Economy)로 변화하고 있는 것이다.

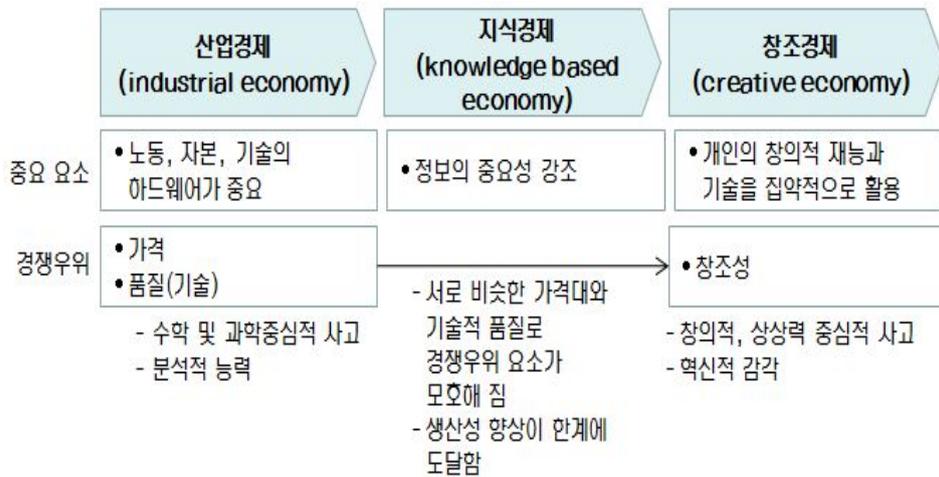
이러한 경제 패러다임의 변화로 기존의 자동화설비 및 설비확충 등을 통한 생산성 향상 방식은 이제는 한계에 부딪치게 되었으며, 소비자들의 다양한 구매 욕구를 충족시키고 새로

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 중소기업청 지식서비스 창업과
- 1인 창조기업 지원사업 총괄 및 육성법령 제정

운 시장을 창출하기 위해서는 one-to-one 생산 및 서비스 체계를 갖출 수밖에 없는 상황이 되어가고 있다.

이와같은 환경하에서 기존의 생산성향상 중심의 기업운영 방식은 더 이상 경쟁력 강화요 소로 작용할 수 없는 다시 말해 기업이 모방이 아닌 창의, 하드웨어가 아닌 소프트웨어로 경쟁해야 하는 이른바 창조경제(Creative Economy)의 시대로 어느덧 들어서게 된 것이다.



[그림 1] 창조경제로의 전환

지난 2005년 8월, Business Week의 'Get Creative!: How to build innovative companies'란 기사에서도 창조경제 시대에 대해 언급하면서 경쟁 패러다임이 지식에서 창조로 급격하게 이전하고 있음을 언급하고 있으며, 1990년 일본의 노무라(野村) 종합연구소에서는 '창조의 전략'이라는 보고서에서 향후 전 세계는 창조(創造)와 창지(創知)의 시대로 진입하고 있으며 이에 걸맞은 창조의 전략이 필요함을 강조하였다. 일부 선진국에서는 이미 경제의 패러다임이 점차 변화하고 있음을 인지하고 창조성을 기반으로 한 산업 사회를 재편하기 위한 노력을 경주하고 있는 상황이다.

1인 창조기업의 등장 및 중요성

1. 1인 창조기업의 등장

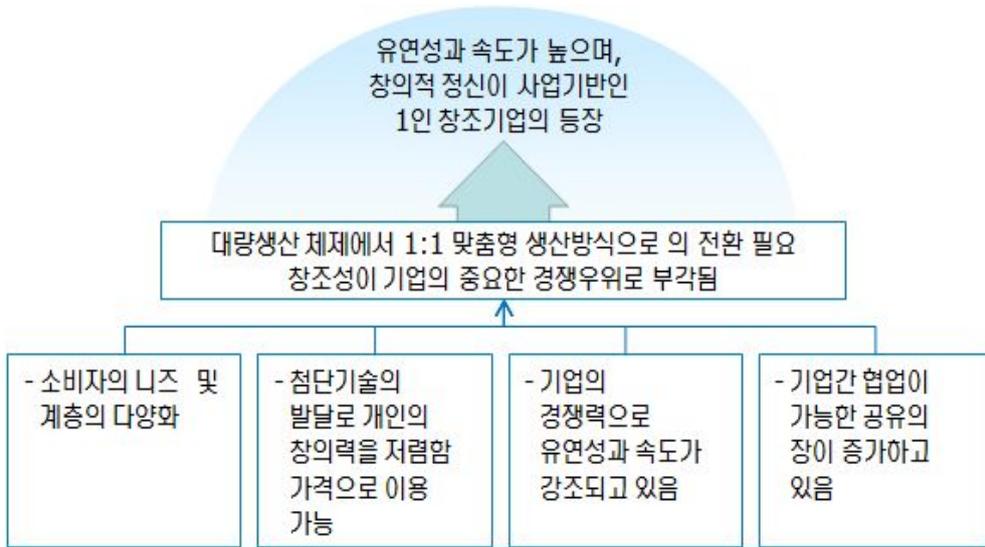
21세기 창조경제로 경제체제가 전이하면서 대량생산 체제에서 일대일 맞춤형 생산방식으로 기업의 운영방식이 변화하게 되었다. 즉, 시장의 중심이 공급자인 기업에서 각자의 개성을 강조하는 소비자들로 변화되면서 다양한 소비자의 니즈에 대응하기 위한 기업의 유연성과 속도가 중요시 되고 있다.

이러한 시대에서는 다양한 조직이 복잡하게 얽혀있는 기존의 기업체계로는 소비자의 욕구와 니즈에 대한 유연하고 신속한 반응이 용이하지 않다. 따라서 이러한 환경에 유연하게 적응할 수 있는 초소형 기업(Micro Business)이 등장하게 되었으며 이들 초소형 기업이 지속적으로 성장하기 위한 생태계가 자연스럽게 조성되고 있다.

아이디어 창출에서 생산출하에 이르는 전체 value chain을 기업 내부에서 해소하던 기존 방식에서 다수의 value chain을 외부에 위탁하는 아웃소싱이 점차 활성화되고, 오프라인에서 주로 자행되던 영업과 마케팅 활동이 점차 온라인으로 대체됨에 따라 기업 차원에서는 자체 효율성을 제고하기 위한 새로운 대안으로 IT 기술과 이를 바탕으로 하는 비즈니스 모델 생성이 활발하게 나타나고 있다.

또한 컴퓨터 기능의 첨단화와 인터넷의 발전으로 큰 투자 없이도 시공간을 초월하는 비즈니스가 가능하게 됨으로써 초소형 기업의 창업 용이성이 더욱 증가하게 되었다. 뿐만 아니라 기업에서는 자사의 핵심기능 이외에는 대부분을 외부에 아웃소싱(outsourcing)을 실시하고 있어 이는 소형 기업들이 사업기회를 얻고 시장규모를 확대하는 중요한 계기가 되었다.

따라서 이러한 초소형 기업의 극단적인 형태로 개인의 창의성을 극대화하고 이를 생존기반으로 하는 '1인 창조기업'의 등장은 현 경제상황에서 필연적이라고 할 수 있다. 또한 이러한 시대적 흐름에 맞추어 세계 각국은 1인 기업의 창업과 성장에 필요한 각종 지원을 실시함으로써 1인 기업의 수는 더욱 증가하고 있는 실정이다.



[그림 2] 1인 창조기업의 등장배경

2. 1인 창조기업의 중요성

1인 창조기업은 일자리 창출에 주도적인 역할을 담당할 것으로 예상되며, 이를 통해 국가의 안정적이고 지속적인 성장 기반을 마련하는 핵심 역할을 담당할 것으로 기대된다. 최근 금융위기 등으로 인해 경제가 침체되고 이의 영향으로 실업이 증가하면서 고용창출은 국내 뿐만 아니라 세계의 많은 나라에서 사회의 안정과 영속적인 성장을 위한 기본과제가 되고 있다. 이러한 실업문제를 해결하기 위한 방안으로 선진국에서는 1인 창조기업의 활성화를 통한 신규 일자리 창출을 중요한 방안으로 인식하고 있다. 독일의 경우 통일 이후의 실업문제와 일자리 창출을 동시에 해결하기 위해 1인 기업지원 프로그램(Ich-AG)을 운영하였으며, 영국에서는 청년들의 재능을 일자리로 연계시키는 것을 지원하기 위한 각종 스킬(skill) 캠프와 견습생 제도 등을 마련하고 있다. 또한 벤처 창업 붐이 다소 주춤해진 미국의 실리콘밸리는 R&D와 디자인 등의 창의적인 분야에서 1인 창업붐이 일어나 고용창출을 주도하고 있다.

실업해소와 고용창출 이외에도 1인 창조기업은 창조경제시대에서 경제성장의 막중한 역할을 담당하게 될 것이다. 이러한 점을 인식한 일본과 영국의 경우에는 가치 창조형 경제로 전환하기 위해 창의적 인재를 육성하고 창조역량을 보유한 1인 창조기업에 대한 대대적인 지원을 실시하고 있다.

우리나라의 1인 창조기업

1. 1인 창조기업 현황

중소기업청 자체 조사결과, 우리나라의 1인 창조기업 수는 2010년 현재 총 23만5천개로 전체 경제활동인구의 약 1%를 차지하는 것으로 나타났다. 그러나 이는 표본추출을 통한 추정치로서 미국 등 선진국의 현황으로 미루어 볼 때 실제로는 이보다 더 많을 것으로 판단된다. 2009년 대비 2010년 1인 창조기업의 통계학적 특성을 살펴보면, 다음과 같은 특징을 보이고 있다.

- I) 남성비율 상승: 작년 대비 남성의 비율이 7% 상승
- II) 중년비율 상승: 30~40대의 비율이 3.6% 상승
- III) 고학력비율 상승: 4년제 이상 대학졸업자 비율이 3.9% 상승
- IV) 수도권 밀집현상 지속

<표 1> 2009년 대비 1인 창조기업 현황 변화

전 체		2010 빈도수	비율(%)	2009 빈도수	비율(%)
성별	남성	206	59.5	158	52.5
	여성	140	40.5	143	47.5
연령	20대	15	4.3	23	7.6
	30대	88	25.4	68	22.6
	40대	129	37.3	110	36.5
	50대	78	22.5	67	22.3
	60대이상	35	10.1	33	11.0
학력	고졸이하	101	29.2	90	29.9
	전문대졸	33	9.5	37	12.3
	학사	168	48.6	140	46.5
	석사	34	9.8	26	8.6
	박사	10	2.9	7	2.3
거주지	수도권	219	63.3	188	62.4
	지역 광역시	51	14.7	51	16.9
	기타 시도	76	22.0	62	20.6
합 계		346	100.0	301	100.0

또한 1인 창조기업의 업종별 비율을 보면 다음과 같은 특징을 볼 수 있다.

- I) 전문 서비스업종 집중도 高: 1인 창조기업 업종별 분포는 음식료품 제조업, 전문서비스 업종 특히 연구전문, 과학/기술과 창작/예술/여가 비율이 높음
- II) 성별 업종집중도 高: 남성은 전문성 중심의 컴퓨터 관련 분야와 전문/과학 및 기술 서비스업, 여성은 경험 중심의 제조업, 창작/예술분야 비율이 높음
- III) 연령별 업종 집중도 高: 중년층은 IT 관련 업종과 서비스 업종에 집중도가 높고, 장년층은 제조업 비율이 높음

<표 2> 업종별 1인 창조기업 분포

전체	제조업			출판/영상/방송통신 및 정보서비스업					전문/과학 및 기술 서비스업			사업지원 서비스업	예술/스포츠/여가관련 서비스업		
	음식료품	목재/가구	기타	출판	영상	통신	컴퓨터/시스템	정보	연구/전문	과학/기술	건축기술	사업지원	창작/예술/여가	스포츠/오락	
	15.8	2.1	0.7	8.0	4.6	0.4	8.4	1.7	17.7	13.0	7.1	2.4	17.7	0.4	
성별	남성	8.4	2.6	1.1	7.3	5.7	0.5	10.4	2.6	19.8	12.3	10.7	2.0	16.1	0.5
	여성	31.5	1.1	-	9.7	2.1	-	4.4	-	13.1	12.3	1.9	3.2	20.7	-
연령	20대	-	-	12.5	12.5	-	-	-	-	12.5	-	-	-	62.4	-
	30대	10.4	1.4	1.4	7.4	3.0	-	13.2	3.0	17.6	16.7	3.9	4.4	16.2	1.4
	40대	16.2	-	-	7.6	7.6	-	6.6	1.0	22.9	8.7	7.5	2.8	19.0	-
	50대	20.0	7.1	-	4.2	4.2	1.4	10.0	2.9	12.8	12.3	14.9	-	10.0	-
	60대	21.9	-	-	18.7	-	-	-	-	12.5	19.4	2.5	3.2	21.9	-

2. 1인 창조기업 지원정책

최근 경제 패러다임 및 사회여건 변화에 따라 우리나라도 양질의 청년일자리 창출을 위해 1인 창조기업을 ‘창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자’로 정의하고 경제활력 및 일자리 창출의 대안으로 적극 지원하고 있다.

정부의 1인 창조기업 주요 지원정책을 살펴보면, 먼저 1인 창조기업의 수주증대를 위해 중소기업과의 서비스 계약비용 10%(300만원 한도)를 지원하는 ‘지식구매마우처’, 다양한 아이디어의 사업화를 지원(4,000만원 한도)하는 ‘아이디어 사업화’, 중소기업과의 R&D 지원(1억원 한도)을 위한 ‘연계형 기술개발’, 1인 창조기업에게 작업공간 및 각종 경영서비스를 제공하는 ‘비즈니스지원센터’ 등이 있으며 이러한 각종 지원정책을 편리하게 이용할 수 있도록 IBB(Idea Biz Bank) 온라인시스템 등을 운영하고 있다.

특히, '09년부터 시작된 스마트 경제혁명 시대에 선제적으로 대응하여 전국 25개 '앱 창작터' 를 통해 연간 4,000여명의 애플리케이션 전문가를 양성하고 있으며, '글로벌 앱 지원센터' 를 운영하여 모바일 1인 창조기업의 해외진출을 적극 지원하고 있다. 이와함께 '1인 창조기업 육성에 관한 법률' 을 제정하여 1인 창조기업에 법적근거 및 지원정책의 재정적·정책적 추동력을 확보해 나가고 있다.

이러한 노력에 힘입어 지난해 1인 창조기업의 수가 20.3만개에서 23.5만개로 양적인 성장을 이루었고, 280억원의 지식서비스 거래시장 조성, 1,300여개의 신규 일자리 창출, 모바일 시장의 성장확대 등 소기의 성과를 거두었다.

맺음말

경제활력과 일자리 창출은 우리의 미래를 위해 반드시 해결해야 할 국가적 과제이다. 정부에서는 이러한 과제들을 풀어가기 위해 청년 기업가정신 함양을 통한 사회전반의 창업분위기 고취, 1인 창업 성공률 제고를 위한 공동창업 프로그램 확대, 1인 창조기업의 안정적인 사업화 및 성장기반 확충, 창의적 아이디어의 사업화 및 거래활성화 등 다양한 1인 창조기업 지원정책을 단계적으로 추진해 나가고 있다.

이와 함께 고용창출 효과가 큰 미래유망 지식서비스 기업군을 발굴·육성하여 창의성과 전문성을 가진 1인 창조기업들이 창업을 통해 '제2의 주커버그' 의 꿈을 이루어 나가고 아울러 많은 일자리가 창출되어 우리 경제가 더욱 발전할 수 있도록 적극 뒷받침할 계획이다. 특히, 1인 창조기업 분포에서 알 수 있듯이 서울을 비롯한 수도권의 1인 창조기업이 전체의 63.3%를 차지하고 있는 만큼 서울시가 1인 창조기업의 성장에 큰 역할을 수행해 나갈 것으로 기대한다.

함께 노력해야 하나의 일을 이룬다는 의미로 '줄탁동시(啍啄同時)' 라는 말이 있다. 즉, 병아리 스스로가 어미닭에게 알에서 나올 준비가 되어 있음을 껍질 안에서 소리를 내면 이를 들은 어미닭이 껍질을 쪼아서 비로소 병아리가 세상으로 나온다는 뜻이다. 중앙정부 뿐만 아니라 지방자치단체, 민간섹터 모두가 힘을 합한다면 일자리가 늘어나고 경제가 활성화 되어 우리나라가 선진국에 안정적으로 진입할 수 있는 굳건한 기반이 마련되지 않을까 생각한다. **SDI**