

2016학년도 해외탐사Ⅱ(자기설계) 프로그램 탐사보고서

“청년 창업 활성화를 위한 대학의 역할”

팀명: 스타트52(梨)화

목 차

I. 서론

1. 탐사 배경	1
2. 탐사 주제 및 목표	1
3. 국내 사전 탐사	3

II. 본론

1. 탐사 기관 및 탐사 내용	
1) 실리콘밸리 APPLE - 백채현 선배님	5
2) 스탠포드 대학교 - 이유정 선생님 및 D 스쿨 투어	6
3) 스타트업 TALA - ROSHAN JAYANT	13
4) UCLA 창업 동아리 SIGMA	14
5) 창업 거리	16
6) 컨테이너 파크 - PAUL. B	17
2. 탐사 분석	
1) 실패에 대한 자유로운 분위기	19
2) 아이디어 발전	20
3) 공간	20
4) 네트워킹	21

III. 결론	22
---------------	----

IV. 참고문헌	24
----------------	----

V. 부록	25
-------------	----

I. 서론

1. 탐사 배경

2016년 현재 대한민국 공식 청년 실업률은 12.5%를 기록했다. 아르바이트나 비정규직으로 일하며 취업을 준비하는 청년 실업 인구까지 고려한 체감 실업률은 34%로 역대 최고를 기록했다. 실질적으로 청년 3명 중 1명은 실직 상태인 셈이다. ‘청년 실업 100만 시대’는 더 이상 우리에게 낯선 문구가 아니다. 너도 나도 학점 관리, 토익 고득점, 자격증 취득에 열심이지만 저성장·저고용의 사회 구조의 변화 없이 청년 실업 문제를 해결하기는 쉽지 않아 보인다.

사회 문제 해결에 적극적으로 앞장서야 하는 학문의 상아탑으로서, 이화여자대학교가 이화 스타트업 52번가를 시작하는 것은 이러한 국가적·사회적 상황에 있어 굉장히 의미 있는 일이다. 학생들이 열심히 노력하여 자신의 능력을 쌓도록 돕는 것도 학교의 역할 중 하나이지만, 단순히 스펙만 쌓아 기업에 취직하는 길만 장려하는 것은 바늘구멍으로 낙타를 통과시키려는 것과 같다. 오히려 도전정신을 가진 학생들에게 창업 기회를 주는 것이 근본적인 실업 문제의 해결책이 될 수 있다. 창업자 본인뿐만 아니라 다른 사람들의 일자리까지 창출함으로써 당사자의 취업만 일차적으로 해결하는 것이 아니라 저성장·저고용의 사회구조를 조금이나마 개선할 수 있기 때문이다. 실제로 최근 5년간 우리나라 벤처 기업의 고용증가율은 대기업의 3.5배, 중소기업의 10배에 달하고 있고, 미국에서는 4%의 벤처 기업이 전체 일자리의 69%를 창출하고 있다.

이렇게 청년 창업이 청년 실업의 결정적인 해결책이 될 수 있음에도 불구하고 우리나라 대학생 창업자 수는 407명으로 전체졸업생(약 56만 명) 대비 0.0007%에 불과하다. 이는 10~20%인 미국이나 2%인 중국보다도 훨씬 낮은 수치이다. 특히 이 중 여성 대학생 비율은 18.3%로, 대학생 창업에 있어서도 남녀불균형이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 이것이 바로 청년 실업이라는 사회 문제 해결과 여성의 적극적 사회진출을 위해 이화여자대학교가 청년 창업에 관심을 가져야 하는 이유이다.

이화여자대학교는 1998년 기업가센터를 설립한 이래로 대학생 창업 지원을 시작해왔다. 특히 2015년 9월 ‘기업가센터’ 라고 명칭을 바꾸고, 2016년 3월 11일 이화 스타트업 52번가를 시작하면서 대학의 창업 지원을 선도하고 있다. 본 팀은 창업에 무한한 관심을 가진 4명의 예비 창업자들로 구성되어, 청년 창업 활성화를 위한 대학의 역할이 무엇인지 모색해볼 계획이다.

2. 탐사 주제 및 목표

1) 탐사 주제

본 팀의 탐사 주제는 미국 창업 지원 사례를 바탕으로 ‘청년 창업을 활성화를 위한 대학의 역할’을 모색하는 것이다. 더 나아가서 기존 대학들이 가지고 있는 창업 지원 정책의 한계점을 딛고, 지속가능한 창업 육성을 가능하게 하여 이화여자대학교가 창업 선도 대학이 되는 것을 목표로 하고 있다.

현재 이화여자대학교에서는 창업 교육 프로그램, 창업 보육센터 운영, 이화 스타트업 52번가 입주 상인 임대료 지원 등의 방식으로 창업 지원을 해 오고 있다. 본 팀은 우선 창업을 A부터 Z까지의 과정으로 살펴보았다. ‘만약 창업을 한다면’ 이라고 가정을 시작해 보았을 때 ‘창업을 해서 실패한다면’ 이라는 두려움이 가장 먼저 들었다. 이에 대한 학교의 도움을 찾아봤지만 찾을 수 없었다. 물론 학교에서 예비 창업자가 되어 보는 관련 교과목이 있지만 이것은 창업지원 과정 전반에서 본다면 중간단계에 불과하다. 학생들의 동기 부여 부분과 창업으로 경험하게 될 실패에 대한 부분이 준비 되어 있지 않았다. 따라서 우리는 대학의 역할을 ‘실패’를 극복할 수 있는 부분에 집중하여 탐사하고자 한다.

2) 탐사 목표

이화 스타트업 52번가는 기업가센터가 진행하는 프로젝트로서 학생이 직접 창업을 할 수 있는 창업의 현장이다. 따라서 본 팀은 여러 창업지원 프로그램 중 이 프로젝트에 초점을 맞추어 해외탐사의 목표를 다음과 같이 설정하였다.

첫째, 청년 창업 장려와 지역상권 활성화를 위해 스타트업, 창업자, 대학의 역할을 재정립하고 협력방안을 제시한다. 탐방 후 학교에 제안할 수 있을 만한 것들은 이미 기업가센터에서도 진행하고 있었다. 하지만 ‘과연 이런 것도 학교에서 지원을 해 줘야 할까?’, ‘이건 창업자가 스스로 해야 하는 게 아닐까?’ 와 같이 스타트업의 자립과 대학의 지원의 정도에 대해 의문을 갖게 되었다. 그리하여 본 팀은 상대적으로 청년 창업의 역사가 긴 미국의 사례를 통해 자립을 위한 창업자와 스타트업 스스로의 노력과 학교의 지원 범위 등을 알아온다. 뿐만 아니라 이를 바탕으로 창업환경 속 구성원들의 역할을 재정립한다. 실리콘밸리에서는 ‘스타트업 생태계’ 속에 서 창업자, 대학을 비롯한 창업 지원기관, 투자자가 상호 유기적으로 작용하며 실패를 했음에도 재도전하는 선순환이 이루어지고 있다. 따라서 본 팀은 이곳을 방문하여 이화 스타트업 52번가의 발전을 위해 창업자, 창업지원기관(대학), 지역사회의 상호보완적인 역할을 찾아보고, 이를 재정립한다.

둘째, 이화 스타트업 52번가를 위한 네트워크 구축 방안을 제시한다. 52번가 사업체 인터뷰에서도 알 수 있듯이 이들 간의 네트워크는 잘 구축되어 있지 않았다. 하지만 이화 스타트업 52번가의 목표가 지역사회와의 융합을 달성하기 위해서는 가장 먼저 창업자들 사이의 교류가 필요하다. 또한 이러한 네트워크 구축 및 활성화는 창업 성공 그 자체를 위해서도 중요하다. 창업을 선도하는 스탠포드 대학 출신 창업자들이 몰려있는 실리콘밸리는 서로의 실패 경험 및 아이디어를 공유 및 피드백 하는 분위기가 잘 형성되어 있다고 한다. 이들의 교류는 실패를 실패에서 끝내지 않고 원인을 분석해 재도전하는 선순환 과정을 형성하며 배움이라는 대학의 본질을 훼손하지 않게 한다. 본 팀 역시 이화 스타트업의 자립뿐 아니라 시행착오를 통한 배움을 위해 어떻게 네트워크를 구축할 것인지 벤치마킹한다.

본 팀은 이와 같이 두 가지 목표를 두고 미국의 창업 선도 대학과 청년 창업단지를 직접 방문하여 그들의 프로그램을 직접 살펴보고 인터뷰를 진행한다. 또한 단순히 일회성 정책을 넘어서 학교와 창업자 모두가 만족할 수 있는 지속적인 정책을 제안하는 것을 궁극적인 목표로 한다.

3. 국내 사전 탐사

본 팀은 세 방향에서 이화 스타트업 52번가의 진행상황을 조사하였다. 이화 스타트업 52번가를 이끌고 있는 기업가센터와 현재 52번가에 입주한 창업자, 마지막으로 그곳을 이용한 학생 및 인식 조사이다.

1) 기업가센터 인터뷰 (7월 21일)

먼저 이화 기업가센터를 방문하여 이화 스타트업 52번가의 현주소와 특징을 조사하였다. 7월 21일 기업가센터 소속 진용주 교수님과 현 교직원에게 총 2번의 인터뷰를 진행하였다. 이화 스타트업 52번가 프로젝트의 목적은 ‘혁신 이화’라는 대학비전의 달성이며 지역사회 공헌의 일환으로 구성되었다고 한다. 이러한 맥락에서 이번 프로젝트는 CSR(Corporate Social Responsible; 기업의 사회적 책임)을 College Social Responsible로 변형하여 대학이 지역사회 문제에 관심을 가지고 기여할 것을 의미한다. 스타트업 선정 후에 사후관리에는 거리청소를 사업체 별로 돌아가며 진행하거나 정기적 모임을 통해 비즈니스를 공유하고 세금(영수증)이나 고객응대에 대한 수업을 진행한다고 답하였다. 그러나 실패에 대한 적절한 가이드라인은 부재하였다.

실패에 대한 가이드라인은 창업 준비 과정 그 자체만큼 중요하다. 이화 스타트업 52번가가 교육기관에서 이루어지는 만큼 창업이 시장 논리에 부합하고 큰 이윤을 창출할 수 있는 것도 중요하지만, 실패를 통해 문제점을 깨닫고 다시 도전하는 교육의 본질에도 부합해야 한다. 본 팀은 해외 대학을 탐방함으로써 이에 대한 해결책을 찾기를 기대한다.

2) 이화여대 스타트업 52번가 사업체 인터뷰(7월 22일, 8월 13일)

다음으로 52번가에 입주한 사업체 현장을 방문하였다. 52번가에는 여섯 개의 팀이 4개의 점포에 들어와 있었으며 6개의 사업체 중 4개의 사업체가 패션·디자인 업종에 한정되어 있었다. 4개 점포와의 인터뷰 내용을 바탕으로 이화 스타트업 52번가가 더 보완해야 할 부분은 다음과 같았다. 첫째, 후속교육 참여율이 저조했다. 창업자들이 후속교육의 실효성을 크게 느끼지 못하고 있었기 때문이다. 실제 창업 시 납세나 회계문제만큼 많이 직면하는 문제는 인력 수급과 교육의 문제였음에도 불구하고 현재 이루어지는 후속교육은 납세나 회계에 한정되어 있었다. 둘째, 창업자 간의 의사소통 및 교류가 부족했다. 이화 스타트업 52번가의 목표 중 하나가 지역상권의 활성화인 만큼, 사업체 간의 연대가 중요하다. 하나의 사업체만이 아닌 상권 전체가 활성화되기 위해서는 52번가 전체가 융합하여 하나의 브랜드를 구축하는 것이 중요한데 이 과정에서 사업체 간의 연대가 활성화될 필요가 있다.

3) 이화여대 재학생 인식 설문 조사 (8월 2일)

마지막으로 이화 스타트업 52번가에 대한 인식을 알아보기 위하여 8월 2일 본교 학생 83명을 대상으로 설문을 하였다. 그 결과 59명의 학생들은 이화 스타트업의 존재에 대해서 전혀 모르고 있었으며 이는 71%에 해당하는 수치이다. 52번가에 간 경험이 있는 학생들에게 방문 이후 청년 창업에 대한 긍정적인 생각이 생겼는지를 물어보았을 때 16명이 그렇다고 대답하였다. 그러나 이화 스타트업 52번가가 크게 지역상권 활성화에 기여한다는 느낌을 별로 받지 않았다는 점에서 아쉬움을 표현하였다.

4) Ringle 이승훈 대표님 인터뷰 (12월 26일)

미국 현지 탐사를 떠나기 전에 스탠포드 MBA 출신 창업자를 만나 앞으로 탐방할 기관에 대한 정보를 얻고 인터뷰 방향을 설정하는 데 많은 도움을 얻었다. 우선 스탠포드 MBA 내 창업 수업은 Ideation, Prototype, Launching, Funding 등으로 세분화 되어있고 case study를 통해 선행연습의 기회가 주어진다. 이런 수업들은 경영학사에서 배우는 대기업 위주의 경영방식에서 나아가 아이디어를 만들고 세워가는 과정으로 진행되기에 창업을 하고 있는 사람들에게 더욱 더 많은 도움이 된다. 창업을 하게 된 계기에는 스탠포드에서 '너의 인생에서 가장 중요한 것이 무엇이나'고 에세이 질문을 주었는데 이런 것을 고민하는 과정에서 페이스북의 주커버그처럼 사람들을 훨씬 더 의미 있게 만들고 싶어서 창업 생각이 들었다고 한다. 또한 창업을 위한 네트워킹에 대한 개인적인 생각은 자연스럽게 만들어지는 것이라고 생각하였다. 고객들에게는 1개월 된 회사의 제품인지, 5개월 된 회사의 제품인지가 중요하지 않고 좋은 제품이 필요할 뿐이다. 따라서 1개월의 회사라도 어느 정도 완성도가 높아야 하는데 이를 위해서 최대한 많은 사람들에게 물어보는 것이 중요하기에 물어보고 물어보다 보면 자연스럽게 네트워킹이 되는 것이라 보았다.

다음으로 창업자들에게 돈을 지원해주는 현 경향에 대한 생각을 말씀하셨다. 사람을 먼저 뽑고 그 후 문제를 생각하기 때문에 모두가 공감할 만한 문제를 찾기가 어렵다고 보았다. 돈이 없다면 가장 중요한 것, 돈이 될 만한 문제에 집중할 수밖에 없는데 돈이 이미 준비되어 있기 때문에 절실함이 부족한 것이다. 그렇기에 미국에서는 투자자를 만나러 갈 때 어떻게 되었건 1차 실험물을 들고 가게 되고 투자자들은 그것을 더 정밀하게 보면서 문제와 실험물들이 더욱 더 정밀해진다. 이처럼 미국에서 중요시 하는 것은 도전 및 실험정신으로 자발적으로 움직이는 것을 더 발전적으로 보았다.

II. 본론

본론을 들어가기에 앞서, 이번 탐사는 팀원들이 기존에 갖고 있던 창업에 대한 생각을 완전히 바꿔놓은 경험이었음을 밝히고 싶다. 그러다보니 기존의 탐사 목표와 실제 탐사 내용이 완전히 부합하지 않는 부분이 발생했다. 특히 탐사 이전에는 학생들의 본격적인 창업 단계인 이화 스타트업 52번가에 주목했으나, 탐사 이후 실제 창업 단계인 이화 스타트업 52번가만큼 그 이전 단계인 창업지원프로그램이 중요함을 깨닫게 되었다. 이러한 영향으로, 서론에서는 이화 52번가를 집중하여 다루었으나 본론부터는 이화 52번가뿐 아니라 기업가센터의 창업지원프로그램 전반에 대한 언급이 많아지므로 이 점에 대한 유념을 부탁드립니다.

1. 탐사 기관 및 탐사 내용

1) 실리콘밸리 APPLE - 백채현 선배님

(1) 기관 소개

Apple은 맥북, 아이패드, 아이폰 등 휴대폰과 컴퓨터와 같은 전자제품을 생산하는 미국의 기업이다. Apple의 본사는 현재 실리콘 밸리에 위치하며, 주변에 함께 자리하고 있는 유수의 기업들은 Google, Microsoft ware, Amazon 등이 있다. 스타트업이 가장 많이, 그리고 활발하게 이루어지도 있는 실리콘밸리와 그 중심에 있는 Apple 본사를 방문하고자 한다.

(2) 선정 이유

이화여대 도예과 06학번 백채현 선배님은 본교 산업디자인과 석사 학위를 수여하였고, 기업가센터에서 주관하는 교과프로그램을 7학기 동안 조교로 활동하며 수강하였다. 현재는 캘리포니아 써니베일에 위치한 Apple 본사에서 UX designer로 근무하며 전공인 예술과 IT기술을 접목하여 활약하고 있다. 본교 기업가센터 프로그램을 수강하며 창업 설계도 해보고, 실제로 실행해도 옮겨본 경력이 있다. 현재 미국 본토에서 실리콘밸리 현장 경험을 쌓으며 또 다른 창업 도전을 꿈꾸고 있다. 백채현 선배님을 통해 기업가 센터의 프로그램의 장점과 보완점에 관해 이야기하고, 한국과 미국의 창업 현장에 관해 인터뷰하고자 한다.



<사진 1> 백채현 선배님과 인터뷰

(3) 탐사 내용

2017년 1월 11일 수요일 오후 4시 애플 캠퍼스에서 백채현(08학번, 도예과 졸) 선배님을 만나 인터뷰를 하였다. 백채현 선배님은 교내에서 기업가정신 연계 수업들을 듣고, 조교 활동도 하신 분이자 소규모 창업을 직접 하셨으며 현재는 글로벌 기업 '애플'에서 재직 중이신 분이다. 그와 관련하여 창업 현장에 있으면서 느꼈던 기업가 센터 프로그램의 아쉬운 점과 보완점까지 들을 수 있었다.

창업 관련 수업의 아쉬운 점에 대해서는 첫 번째로 창업 계획서 접근 방법이라고 하셨다. 시장조사를 먼저 하고 개발을 하다 보니 본인이 진정으로 하고 싶은 것에 대해서는 고민하고 진행해 볼 수 없어 7학기 동안 지겨움도 조금 있었다고 하셨다. 그래서 나중에 본인이 직접 창업할 때는 본인이 '끝까지 할 수 있는 쉬운 것'은 무엇일까 생각해서 지도 그림이 그려진 포스트잇을 만들었다고 하셨다. 두 번째로는 네트워크에 대한 방법이라고 하셨다. 과거의 경험에 비춰보자면 타 학생들과 네트워크 교류 시간이 있지만 정작 자신들의 발표에 집중 되어 있어서 실질적인 네트워킹이 잘 안 되는 것 같다고 하셨다. 제안하신 방법은 Google Docs를 통해 실시간으로 Q&A를 주고받거나, 각 팀의 사업 계획서를 미리 보고 와서 질문을 통해 교류하는 방법 등이었다.

대학에서의 후속 지원에 대해서는 첫 번째로 학생과 교수의 코드(code)를 중요하게 생각하셨다. 창업에 대한 멘토링이나, 교육을 받을 때에도 교수가 학생에게 랜덤(random)으로 배정되는 것이 아니라 자신과 잘 맞는다고 생각되는 분에게 교육을 받을 수 있도록 하는 게 효과적으로 보셨다. 두 번째로 창업과 관련한 일을 할 수 있는 공간은 필요하다고 하셨다. 창업 관련 모임을 위한 공간의 경우도 산학 협력관이 아니라 ECC 등 접근성이 가까운 공간이었으면 좋겠다고 하셨는데 팀원들끼리도 이 문제에 대해 매우 공감하였다.

그리고 마지막으로 팀원이 다음 창업을 위해 어떤 준비를 하고 있냐고 여쭙보았을 때 선배님께서 지금은 미국에서 최대한 즐기면서 문화에 적응하려 하고 있다고 하셨다. 즉, 미국과 한국의 시장이 정말 다른데 예를 들어 한국은 대중교통을 많이 이용하니까 폰도 많이 보고 어플 실행을 많이 해서 모바일 광고시장이 크다면 미국은 운전을 많이 해서 모바일 또는 지하철 광고 보다는 노출빈도가 높은 지면광고를 많이 활용하는 것과 같은 것이다. 이렇게 시장이 다르면 모든 접근법이 다르고 사용 컨셉이 달라지기 때문에 글로벌 시장에서 창업을 하려면 현지 시장을 잘 이해하는 것이 중요하다고 하셨다.

2) 스탠포드 대학교 - 이유정 선생님 및 D스쿨 투어

(1) 기관 소개

샌프란시스코에 위치한 스탠포드 대학은 표면적으로는 디자인 전공이 존재하지 않는 전형적인 공대 중심의 학교이다. 공학과학 전공 외에 미술사 등 예술 분야와 심리학 등 사회과학과 교육학, MBA 프로그램과 로스쿨 등 다양한 프로그램 또한 제공하고 있다. 이러한 스탠포드 대학은 여타 공학중심 유명 학교들과 비교할 때 큰 차이점을 가지고 있는데, 그것은 바로 모든 전공에 걸쳐 존재하는 철저한 실용중심, 융합 중심의 학풍이라는 것이다. 이러한 융합



<사진 2> 스타트 52(梨)화와 백재현 선배님

을 바탕으로 이론적 탐구보다는 현실적인 문제를 해결하는데 교육의 중심을 둔다. 특히 디자인은 본질적으로 다 학제성과 실용성을 지니고 있어 이러한 스탠포드의 특성 있는 학풍 안에서 발전하기에는 최적의 조건을 갖춘 분야라고 할 수 있다.

스탠포드 대학의 디자인 전공은 미국의 타 디자인 과정과는 명확하게 구별되는 특징을 가지고 있는데, 그 중 하나는 바로 디자인 프로그램이 미술대학이 아닌 기계공학과 안 세부전공으로 설립되었다는 것이다. 이것은 ‘디자인’이라는 주제를 단순히 ‘외관을 매력적으로 장식하는 것’이 아니라 ‘Problem solving’, 즉, 문제를 해결하는 행위라는 다소 포괄적이고 공학적인 관점에서 바라보았기 때문이다. 이를 기반으로 D. school (Institute of Design)이 설립되었다. D스쿨은 학위를 부여하는 과정이 아니며, 스탠포드 대학 내에서 일종의 특수교양 과정을 전담하는 기관으로서 디자인이 아닌 타 전공 학생들에게 Design thinking을 교육하는 것을 목적으로 한다.

(2) 선정 이유

스탠포드 대학교는 공학, 예술, 경영 교육 분야에서 뛰어난 두각을 보이고 있다. 또한 이러한 다학제 간 융합을 통해 실용성과 창의성을 갖춘 인재들을 키워내고 있다. 실제로 창업자가 창업 지원을 가장 많이 받은 글로벌 대학에서 1위, 창업 지원이 잘되는 미국 대학 중 1위를 차지하는 등 예비 창업자, 창업자들에 대한 전폭적인 지지를 하고 있다. 그러한 지원 중 ‘D스쿨’은 예비 창업자, 창업자로 하여금 창의적인 아이디어를 도출해내고 Design thinking을 통해 탄탄한 사업계획을 세울 수 있도록 도와준다. Design Garage라는 프로그램을 통해서도 학생이 직접 창업을 계획하고 실제 수요에 맞게 개선할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 뿐만 아니라 Real-world projects, Executive education, Faculty workshop 등 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 또한 수많은 스탠포드 대학 졸업 동문들과 실리콘밸리의 유능한 사업가들 등과의 네트워크로 멘토링 시스템, 인턴십 시스템 등을 갖추고 있다.

D스쿨의 특징은 Design thinking을 아주 기초적인 단계부터 시작하며 여러 단계를 거쳐 치밀하고 탄탄하게 사업 계획을 세울 수 있다는 점이다. 이 과정 속에서 많은 실패를 직, 간접적으로 경험할 수 있으며, 동문들과 선배들과의 네트워킹을 통해 실패극복의 선례를 배울 수 있을 것이라고 예상하였다. 우리는 D스쿨이 갖추고 있는 다양한 프로그램과 인적자원 네

트위킹 조사 및 분석을 통해 이화여대에 적용할 수 있는 창업 지원 프로그램의 운영 방식을 조사하고 대학생들의 창업 성공 요인을 다양한 사례들을 통해 분석할 것이다.

(3) 탐사 내용

① 이유정 선생님과의 인터뷰를 통해

● 실패의 가치를 인정하는 스탠포드의 인재상

스탠포드의 자랑은 지원 대비 입학 비율(admission rate)이 미국 최저 수준이라는 점이다. 즉, 스탠포드는 입학하기 가장 어려운 학교로 손에 꼽힌다. 이러한 스탠포드가 원하는 학생의 profile은 다음과 같다. 첫째, 한 분야에서 실패를 딛고 지속적인 성장을 이룬 학생일 것. 둘째, 운동을 소홀히 하지 않아 신체적 능력이 뛰어난 학생일 것.

지속적인 성장은 곧 여러 실패를 딛고 일어섰다는 것을 보여준다. 스탠포드는 여러 실패를 딛고 지속적인 성장을 이룬 학생들의 집합소이며, 입학 후에도 이러한 실패와 성장의 과정이 지속되기를 적극적으로 장려한다. 이러한 노력의 일환으로, 실패의 결과에 대해 질책하고 책임을 묻기보다 실패의 결과를 가지고 놀이를 하거나 공개적 토론(open discussion)을 시작한다. 이 과정에서 실패를 통해 건질 수 있는 것과 포기해야 하는 것을 재빨리 분별하는 능력이 매우 중요하다. 또한 공감(empathy)을 통해 실패에 대한 감정적 소모를 줄일 필요가 있다.

● 스탠포드의 수평적 분위기

스탠포드에서는 교수들 역시 학생들만큼 창업에 대한 의지가 강하다. 스탠포드 교수직을 마다하고 자기 아이디어에 대한 확신을 가지고 창업 전전으로 뛰어드는 경우도 다반사이다. 이렇게 뜨거운 창업 의지를 가진 교수들에게 학생들은 참신한 아이디어를 내고 합리적인 지적을 해줄 값진 인재들이다. 때문에 스탠포드 교수들은 자신의 학생들을 소개할 때 제자(student)라는 표현보다는 동료(colleague)라는 표현을 훨씬 선호한다.

이렇게 일상적인 호칭에서도 드러나듯이 스탠포드의 교수와 학생 간의 관계는 굉장히 수평적이고 민주적이다. 교수는 학생 의견의 옳고 그름을 판단해주는 재판관(judge)이 아닌 바른 질문을 통해 학생에게 길을 비춰주는 손전등(flashlight)의 역할을 한다. 이러한 스탠포드의 수평적 분위기는 교수와 학생 간의 관계뿐 아니라 다양한 전공 간에서도 나타난다. 스탠포드는 종합대학으로 학문 간의 융합이 연구뿐 아니라 창업에서도 공공연하게 나타나고 있다. 이렇게 종합으로 수평적인 분위기가 스탠포드의 공개적 토론(open discussion)의 값진 기반으로 작용하고 있다.

● 창업지원프로그램

스탠포드의 창업지원프로그램은 두 가지가 있다. STVP(Stanford Technology Venture Program)가 창업을 준비하는 정규 교육과정이라면, D스쿨은 창업을 위한 창의적인 사고를 장려하는 교과 외 과정(Extra Curriculum)이다. 즉, STVP는 '창업'을, D스쿨은 '창의'를 위

한 프로그램이다. 스탠포드에서는 STVP보다 D스쿨 지원에 더 주력하는데, 왜냐 하면 창업은 궁극적으로 교육되기보다 ‘자생’하는 것이기 때문이다. 따라서 창업 그 자체를 교육하기보다는 학생이 부담을 덜고 창업을 접할 수 있도록 기회를 제공하는 데에 집중한다.

D스쿨은 Service Design에 대해 공부한다. Service Design이란 사용자 경험(User Experience)을 중심으로 하는 일종의 제품개발과정이라 할 수 있다. 사용자 경험(User Experience)은 사용자(User)가 처음에 시장에 진입하여 퇴장할 때까지의 여정(journey)을 분석하는 것이다. 특히, 사용자가 시장에서 퇴장하는 이유에 대해 집중 분석하여 그에 따른 개인.학교.사회.국가의 지원(support) 혹은 소프트(행정)나 하드(시설) 지원을 마련하여 더 많은 사용자가 시장에서 퇴장하는 것을 방지하는 것이다. 작은 예를 들자면, 이어폰을 개발할 때 예비 소비자들에게 가상 시판을 하여 개발한 이어폰의 단점을 파악하는 것이다. 이를 통해 그 단점 때문에 더 많은 소비자들이 이어폰 (재)구매를 포기하지 않도록 사전에 보완하는 것이다.

따라서 Service Design은 본질적으로 끊임없는 실패와 극복의 과정이다. 왜냐 하면 예비 소비자들에게 제품의 단점을 지적받고 보완하는 과정이기 때문이다. 이 과정 속에서 중요한 것은 실패에 대한 감정적 소모를 줄이는 것이다. 실패를 안전하게 느끼고 실패를 통해 성장할 수 있어야 사용자 경험(User Experience)이라는 긴 여정을 무사히 마칠 수 있다.

사용자 경험(User Experience)은 오픈 마케팅(CF와 같은 한국의 일반적 광고 방식)보다 입소문(Word of Mouth)이 효과적인 미국의 환경에 더더욱 적격이다. 사용자 경험(User Experience)을 분석하는 방식에는 조금씩 자주 피드백을 받는 Agile(민첩한)과 가끔씩 많은 피드백을 받는 Waterfall(폭포) 방식이 있다. 전자가 사용자 경험(User Experience)에서 주로 다루지는 방식이며, 대학은 이를 위한 발판(platform)으로 제 역할을 다해야 한다.



<사진 3> 이유정 선생님과 함께 스탠포드 대학교 안에서

실패에 대한 피드백도 중요하지만, 아이디어가 시작되는 제품개발과정 초기과정 역시 중요하다. 스탠포드에선 이 때 원시적 방법을 애용한다. 주제를 보고 떠오르는 단어를 포스트잇으로 마구 붙인 뒤, 공통점을 가진 단어들을 그룹핑(grouping)한다. 이와 같이 아이디어를 내고, 그 아이디어에 대한 피드백을 받기 위해서는 공개적 토론(open discussion)이 이루어질

물리적 공간(Community of Practice)이 필요하다. 대학은 이를 위한 발판(platform)으로 이러한 공간을 많이 제공해야 할 뿐 아니라, 직접 Community of Practice로 기능할 필요가 있다.

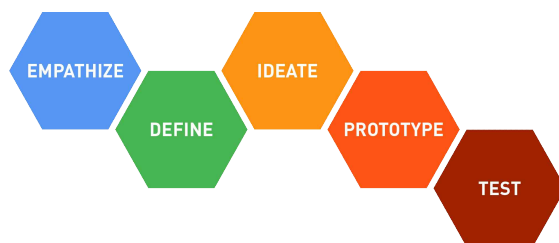
② D스쿨 투어를 통해



<사진 4> 스타트 52(梨)화가 참여한 D스쿨 투어 프로그램

우리는 시뮬레이션을 통해 각 단계를 알 수 있었다. 첫 단계의 공감은 사람들을 인터뷰하면서 그들의 요구(need)가 무엇인지 파악하는 것이다. 이 때 중요한 것은 yes or no로 대답할 수 있는 closed ended question보다는 어떠한 대답을 자세히 들을 수 있는 open ended question으로 질문하는 것이다. 이번 주제는 “샌프란시스코로 오는 여정이 어떠했는지”이었다. 가이드는 “_____ needs to _____ because _____”라는 문장으로 정의할 수 있도록 도와주었다. 우리는 서로 인터뷰하면서 어떤 경험, 느낌을 했는지 이야기를 나누었다. 그 후에 칠판에 번호를 매겨 각자의 느낌을 공유하였다. “비행/운전시간이 길어서 지루했다, 기내 음식이 맛있었다, 여정이 너무 길어서 몸이 너무 빠근했다.” 등등 다양한 경험과 느낌이 모아졌다. 가이드는 그 중에서 운전 시간이 너무 길다는 경험을 선택하였고, 그 문제를 해결하기 위해 “How might we _____”라고 가정하면서 아이디어를 다시 모았다.

1월 13일 스탠포드 대학의 D스쿨 투어에 참여하였다. 두 명의 가이드를 통해 문제 해결에 있어서 포괄적이고 공학적인 관점에서 바라볼 수 있는 design thinking에 대해 알 수 있었다. design thinking은 창의적으로 사고를 디자인하는 법을 의미하며 그 과정에는 5단계가 있다. Empathize(공감), Define(정의), Ideate(아이디어화), Prototype(시제품 제작), Test(테스트)이다. 또한 각 단계에서 아이디어를 모을 때 중요한 것은 ‘번호를 매기는 것’이다. 이는 참가자들을 자극시킬 수 있으며 거침없이 의견을 낼 수 있도록 도와준다. 그리고 어떤 아이디어를 비판하거나 반박하는 것은 지양한다.

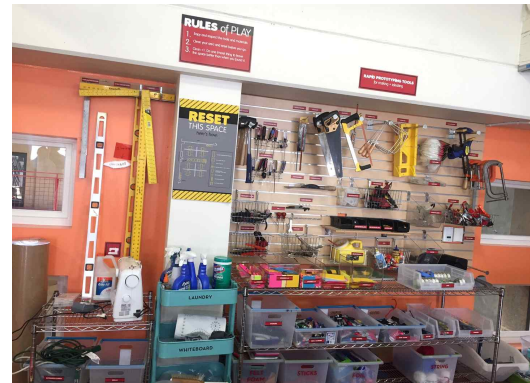


<사진 5> Design Thinking Process

사람들은 “운전하는 것이 즐거워진다면, 운전자들끼리 경쟁을 하면서 온다면, 탑승자의 요구에 맞게 차를 개조한다면, 긴 여정 동안 깜짝 파티가 있다면” 등등 자신들의 아이디어를 쏟아내었다. 겉으로 보기에 비현실적인 아이디어도 있었지만 어느 누구도 비판하지 않았다. 가

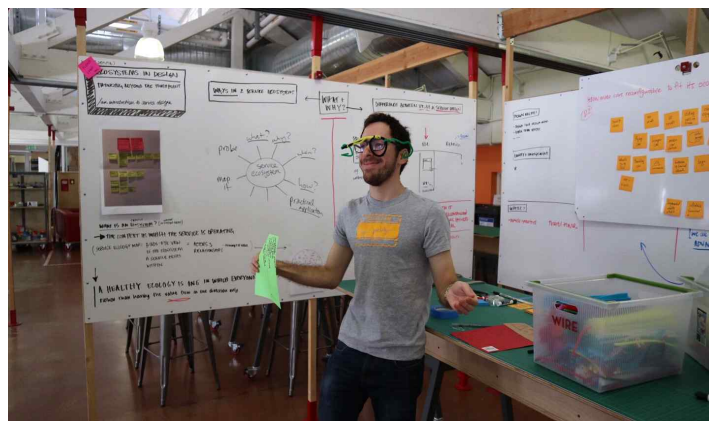


<사진 6> 아이디어를 정리할 때는 포스트잇을 이용한다.



<사진 7> 시제품에 사용할 다양한 재료

이드는 그 중에서 “탑승자의 요구에 맞게 차를 개조하는 것”을 선택하였고 과연 탑승자의 요구가 무엇인가, 운전자의 요구가 무엇인가를 놓고 다시 아이디어를 모았다. 사람들은 저마다의 생각을 이야기하였다. “도로 상태가 어떤 지, 속도 제한 표시가 보이는지, 보행자의 상태가 보이는지, 아예 좌석을 없애고 넓게 앉는 것은 어떤지” 등등을 제안하였다. 가이드들은 그 생각들을 거침없이 포스트잇에 하나씩 적어 칠판에 붙였다. 그리고 시제품 제작에 들어갔다.



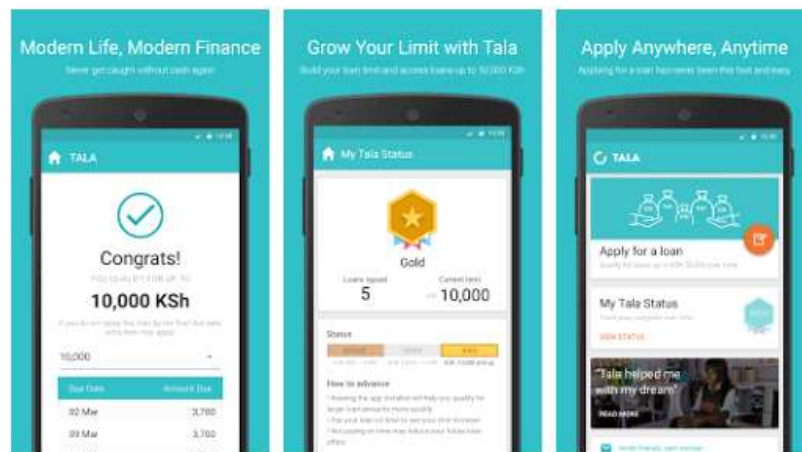
<사진 8> 시제품에 대해 설명하고 있는 모습

주변에는 상자, 스티로폼, 페트병, 골판지, 본드 등 다양한 재료들이 있었고 그걸 이용하여 우리의 아이디어를 현실화시켰다. 만약 우리가 만든 안경이 도로 상황, 속도 제한 표시, 보행자의 정보를 정확하게 파악할 수 있다는 가정 하에 테스트를 진행하였다. 두 사람이 나와 운전자와 탑승자로 시뮬레이션을 하였다. 우리는 이들에게 여러 질문을 하면서 그들의 요구가 어느 정도 만족되었는지 이야기를 나누었다.

3) 스타트업 TALA

(1) 탐사 기관

기존의 신용 카드는 전 세계적으로 250억명이 넘는 사람들을 배제하고 있다. 그러나 TALA는 모든 사람들이 재정적인 삶과 능력에 대한 지배력을 가질 자격이 있다고 믿는다. 따라서 그것을 이룩하기 위해서 네트워크의 다양성, 소셜 네트워크, 지리적 패턴, 10,000개 이상의 다른 데이터 포인트를 생각하였다. 그리하여 신용 카드를 대신할 수 있는 안드로이드 앱을 개발하여 동아프리카와 동남아시아에 수십만 명의 사람들이 경제력을 가질 수 있도록 도왔다. 그들의 데이터 모델은 지원자의 역량과 용량을 즉시 평가하여 몇 분 사이에 맞춤형 대출을 지원한다. TALA의 플랫폼에서 고객들은 신용 상태, 추적 결제, 독촉 통지, 도움을 요청할 수 있으며 스마트 데이터 모델을 이용하여 고객에게 낮은 이자율을 제공한다.



<사진 9> TALA의 안드로이드 앱

(2) 선정 이유

TALA는 전세계의 네트워크와 적은 자본을 이용하여 스타트업을 운영하고 있다. 이화 스타트업 52번가가 궁극적으로 IoT까지 목표로 하고 있는 만큼 이들의 장점을 조사할 필요를 느꼈다. 또한 젊은 인재들이 많이 모여 있는 곳으로 이들의 실패 극복 경험과 꿈에 관한 공감대를 형성할 수 있는 곳이라고 생각하였다.

(3) 탐사 내용

2017년 1월 16일에 LA 산타모니카 지역에 위치한 Tala라는 스타트업에 방문하였다. 미리 약속을 잡고 갔었지만 마틴 루터 킹 데일로 담당자가 출근하지 않아 회사에서 화상 채팅의 형식으로 대신하였다.

Tala는 방글라데시의 사회적기업 'Grameen Bank'와 비슷한 아이디어로 출발하였다. 다른 점은 종이로 된 지폐로 거래를 하는 것이 아니라 1분 만에 앱으로 소액의 돈을 빌려주는 시스템이다. 이로 출금을 하지 않아도, 오랫동안 줄서서 기다리지 않아도 쉽게 돈을 빌릴 수 있다. Tala의 장기적 목표는 전 세계적으로 '누구나' 은행을 사용하는 것이다. 그렇기에 앱을 페이스북, 라디오, 버스 등으로 홍보하여 관심 있는 사람이 앱을 설치한다면 몇 가지 질문을 통해 Tala 자체의 알고리즘을 돌려 (여기서 데이터 분석, 예측이 이 기업 운영의 핵심이다)

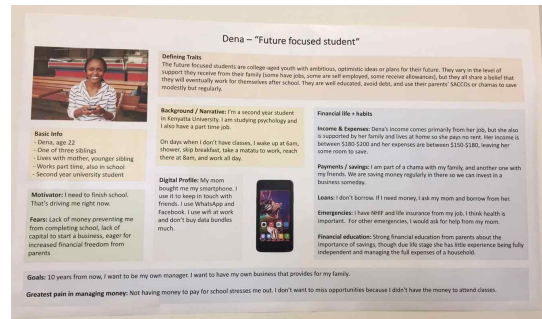


<사진 10> TALA의 operation을 맡고 있는 Roshan <사진 11> Roshan Jayanti와 인터뷰하는 스타트 52(梨)와 Jayanti



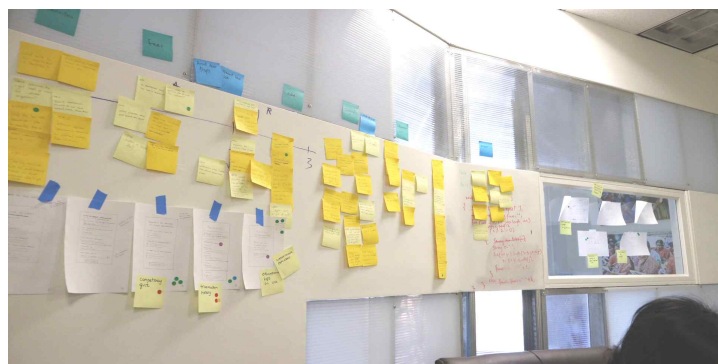
값을 것 같은 사람에게 믿고 빌려준다. 케냐의 농부도 찾아오고 등록금이 필요한 학생들, 급한 상황에 처한 사람 등이 찾아오는데 평균적으로 92~3%정도가 갚는다고 하였다.

위험 관리에 대해서는 우선 첫 번째로 사람에 대한 신뢰를 기반으로 한다고 답하였다. 그리고 자체 알고리즘과 데이터 수집방식을 통해 신뢰도를 평가한다고 하였다. 두 번째로는 bank와는 협력하지 않지만 소액을 빌려주기 때문에 다른 사람이 갚는 금액으로 커버할 수 있다고 하였다. 또한 처음 빌린 돈을 갚은 이후에야 그 다음에 돈을 빌려주는 방식을 갖고 있으며, 계속해서 돈을 못 갚는 사람에 대해서는 신용에 대한 기록을 남겨 놓으며 데이터를 쌓고 있었다. Tala는 현재 자체적인 돈을 가지고 운영하고 있으며 아직까지는 큰 위험을 만나지는 않았다고 답하였다.



<사진 13> TALA 사무실 내 붙어있는 고객 스토리

그 다음으로는 스타트업 운영과 관련된 부분이다. 우선 이 지역에는 스타트업을 위한 단지들이 잘 구성되어 있고 회사 주위에 있는 Campus box는 창업 준비 공간으로 세미나실 등이 잘 준비되어 있다고 하였다. 또한 회사 내 데이터 사이언티스트들은 주기적으로 실리콘밸리 데이터 사이언티스트 모임에 참석하여 네트워킹을 이어가고 있다고 하였다.



<사진 14> TALA 회의실에서 볼 수 있는 Design Thinking의 흔적

마지막으로 위 사진에서 볼 수 있듯이 회사 내에서 포스트잇을 활용하여 끊임없이 자유롭게 아이디어를 발전시켜 나가고 있었다. 이것은 13일 금요일에 방문했던 스탠포트 D스쿨의 design thinking 방법과 매우 유사하다고 볼 수 있다.



<사진 15> 스타트 52(梨)화와 TALA

4) UCLA 창업 동아리 SIGMA

(1) 탐사 기관

SIGMA는 UCLA의 가장 유명한 창업 동아리 2개 중 하나이다. 2010년부터 시작한 서부에서는 가장 먼저 만들어진 기업가정신 동아리이다. 이 동아리는 다양한 전공을 가진 학생으로 구성되며 21개의 다양한 벤처들을 시작하고 있다. Y-Combinator로부터 투자받고 있는 벤처도 있으며 전액 지원받고 있는 5개의 프로젝트도 있다. 이 기관의 가장 큰 목적은 인간의 잠재력을 극대화시키는 것인데 이들의 미션은 각자의 열정을 지속가능한 관계로 발전시키고 가치를 창출하는 것이다.

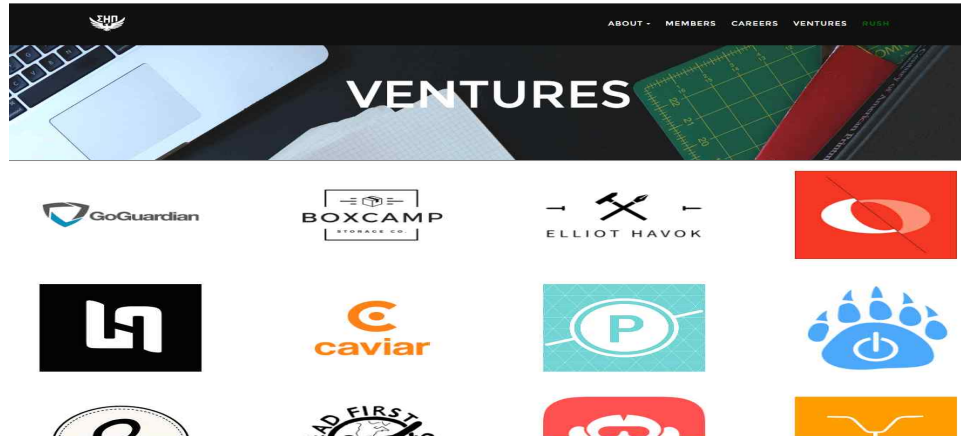
(2) 선정 이유

SIGMA는 UCLA의 창업 활동에 가장 활발한 창업 동아리이다. 다양한 학생들을 만날 수 있는 곳이 창업 동아리라 생각하였으며 국내에는 소개 되지 않은 미국 토레들의 창업 도전 사례는 무엇인지 조사하려 한다. 학생들이 자발적으로 운영하는 동아리인 만큼 운영은 어떻게 되는지, 우리와는 어떤 차이점을 가지고 있는지 살펴보려 한다.

(3) 탐사 내용

UCLA 교내 창업 동아리 SIGMA는 쿼터제로 운영된다. 한 쿼터동안 두 달에 한 번 이루어지는 정식 모임과 매주 이루어지는 주 모임을 갖는다. 정식 모임은 굉장히 엄격하고 경직되어 있다면, 주 모임은 유연하고 친근하게 이루어진다. 매 쿼터 동안 구체적으로는 LA 지역 내 스타트업 방문, 관습적 모임 참여, 사업 운영 시작, 공식에서 말하기 등의 활동을 진행한다. 주 모임에서는 한 주 동안 어떤 활동을 했는지에 대해 발표하고, 창업 분야의 유

명인이 참석하여 함께 교류한다(Guest speaking). 또한 3-4명의 학생이 한 조가 되어 가상 창업을 한다. 꼭 창업뿐 아닌 다양한 분야에 흥미를 가진 학생들이 참여하고 있으며 그러다보니 학문 융합이 이루어진 창업 사례가 많다.



<사진 16> UCLA 창업 동아리 SIGMA는 다양한 스타트업을 시도하고 있다.

한국 창업이 판교 테크노벨리와 같이 지역상권에 주목하는 경향이 있다면, 미국 창업은 개인의 아이디어에 주목한다. 이러한 경향으로 인하여, 실리콘밸리 임대료가 높아지자 굳이 실리콘밸리를 고집하지 않고 LA로 이동하는 창업자들이 늘고 있다. 그래서 UCLA가 위치한 LA, 특히 산타모니카를 중심으로 기술 관련 창업이 급증했다. 이러한 지리적 영향 때문에 SIGMA에서도 기술 관련 창업이 많지만, 기술뿐 아니라 배달 서비스, 디자인 관련 창업 역시 많이 이루어지고 있다. LA에 있는 스타트업으로부터 피드백을 받으며 많은 도움을 받고 있다.

교내 창업 관련 수업은 존재하지 않으며 학생들에게는 피드백과 자원을 얻을 수 있는 공간, 5천 달러가 제공된다. 그리고 학교 측에서는 학생들에게 많은 후원자를 연결해주려는 노력을 아끼지 않고 있다. 학생들의 창업을 위한 학교 역할의 핵심은 자금 제공과 멘토를 연결해주는 것이다.

SIGMA 학생들이 취업보다 창업에 관심이 많은 이유는 다음과 같다. 일단 본인이 진정으로 원하는 것을 할 수 있기 때문이다. 뿐만 아니라 대기업에 입사하면 관료제 속 개인이 할 수 있는 혁신의 영향력이 작지만, 창업을 한다면 영향력이 크다. 또한 스타트업은 대기업보다 민첩하게 움직일 수 있기 때문이다.

5) 창업 거리

(1) 탐사 기관

① Silver Lake St.

예술적이고 낭만적인 엔터테인먼트와 할리우드 문화가 가득한 거리이다. 1930년대 월트 디즈니사를 비롯해 크고 작은 영화사가 몰려들면서 아직도 영화나 음악관련 사업들이 남아



<사진 17> 스타트 52(梨)화와 SIGMA 학생들과 함께

있다. 실버레이크 거리의 가게들은 모두 독특하고 개성 있는 외관을 가지고 있는 것으로 유명하다. 한인 타운에 있음에도 자신만의 색을 유지하고 있는 거리이다.

② Western St.

수수하지만 웨스턴만의 색이 잘 드러난 가구 거리이다. 또한 지역상권 활성화와 환경미화를 위해 도로변 건물들이 벽화로 장식되어 있다. LA의 공공예술 전통을 이어나갈 뿐 아니라 지역에 대한 관심과 자부심을 키우는 효과를 누리고 있다.

③ La Brea St.

현대적인 모습을 가지면서도 역사와 전통을 자랑하는 거리이다. 패션스토어, 빈티지 숍과 아기자기한 갤러리가 있는 한편 1860년대부터 1970년대까지 100년에 걸친 아이템들이 있다. 중세, 근현대에 따른 아이템들도 잘 정리되어 있을 뿐 아니라 가게들 하나하나에 세월의 흔적이 느껴지는 모습들을 볼 수 있는 거리이다. 오랜 시간 동안 변화가로 자리 매김을 하고 있는 거리이다.

(2) 선정 이유

LA 창업거리는 이화 52번가와 마찬가지로 거리를 공동으로 네이밍 하였고, 디자인 산업에 집중되어 있다. 이화 52번가와 유사한 창업단지를 방문하여 장점을 벤치마킹, 예상되는 문제점을 미리 파악한다.



<사진 18> La Brea St. 모습

(3) 탐사 내용

1월 14일 본 팀은 창업거리 La Brea St, Western St, Silver lake St를 방문하였다. 이곳은 LA의 창업거리로 알려져 있다. La Brea St는 현대적인 모습과 더불어 1860년대부터 1970년대까지 약 100년에 걸친 역사와 전통을 자랑하는 유명거리이다. Western St는 가구 거리로서 지역상권 활성화와 환경미화를 위해 도로변 건물들이 벽화로 장식되어 있다. 또한 LA의 공공예술 전통을 이어나갈 뿐 아니라 지역에 대한 관심과 자부심을 키우는 효과를 누리고 있다. Silver Lake St. 는 1930년 대 이후 예술 산업 거리로 독특하고 개성 있는 외관을 가지고 있는 것으로 유명한 거리이다. 그러나 본 팀이 사전 조사를 한 바와 달리 위 거리들은 국내의 일반적인 가구단지를 연상케 하였다. 이들은 직접 물건을 만들지도 않았고 유통 과정에서 소규모로 판매하는 모습만 볼 수 있었다. 간간히 자신만의 개성을 유지한 가게들을 보았으나 본 팀은 아쉽게도 이 거리에서 주제에 관한 적절한 탐사 결과를 얻을 수 없었다.

6) 컨테이너 파크

(1) 탐사 기관

라스베가스에 위치한 컨테이너 복합 창업단지이다. 컨테이너 파크는 낮은 임대료에 기초한 청년 창업이며, 수익 창출뿐만 아니라 일자리 창출과 지역상권 활성화를 목표로 하고 있다는 점에서 이화 스타트업 52번가의 창업 환경과 흡사하다. 뿐만 아니라 각기 다른 업종과 창업주가 잘 융화되어 있다.

(2) 선정 이유

이화 스타트업 52번가의 창업환경과 목적이 유사하므로, 컨테이너파크가 겪고 있는 문제는 이화 52번가가 앞으로 겪게 될 문제와 겹칠 가능성이 높다. 따라서 이화 52번가가 겪게 될 다양한 시행착오들을 시뮬레이션 하여 이에 대한 가이드라인을 마련할 필요가 있다.

컨테이너 파크는 각기 다른 업종과 창업주가 한곳에 입주하여 공동의 공간, 공동의 목표 속에 협력이 이루어지고 있다. 이화 52번가 역시 앞으로 더욱 다양한 업종이 입주하게 될 것이므로 52번가라는 공동의 공간 속 효율적 네트워킹에 대해 구상하고자 한다.

(3) 탐사 내용

1월 19일 본 팀은 라스베가스에 위치한 컨테이너 파크를 방문하였다. 그곳은 거대한 다운타운 프로젝트의 일환으로 낮은 임대료에 기초하여 지역상권 활성화와 일자리 창출을 한다고 알려져 있다. 덕분에 이곳에는 많은 소규모의 창업자들이 모여 있었다. 더불어 여타 다른 가게들의 집합과 다른 점은 문화를 형성할 수 있는 요소들이 곳곳에 있다는 점이었다. 아이들을 위한 놀이시설이 중심에 상징물로 자리 잡고 있었으며, 무대, 자유롭게 벽에 방문객들의 흔적을 남길 수 있는 공간 등이 마련되어 있었다.

컨테이너 파크 기획자인 토니 셰이는 주인이 직접 가게를 운영하는 방침을 가지고 있었는데 덕분에 본 팀은 직접 창업자와 이야기할 수 있는 기회를 가지게 되었다. 본 팀이 인터뷰한 창업자 Paul. B는 컨테이너 파크가 세워질 때부터 3년 6개월을 함께 해왔다고 답하였다.

그는 본래 라스베이거스의 변화가에서 사업을 시작하였으나 높은 임대료가 부담스러웠고, 컨테이너 파크가 만들어지면 자연스럽게 손님이 몰릴 것이라고 생각하여 이곳으로 들어오게 되었다고 말하였다. 또한 자신이 운영하기에 적당히 작은 크기를 가진 것도 장점이라고 말하였다. 그러나 임대료의 경우 알려진 만큼 그렇게 낮은 수준은 아니라고 하였다. 물론 라스베이거스의 변화가와 비교하였을 때는 낮지만 가게의 규모를 고려했을 때는 약간 비싸지만 감당할 만 하다고 답하였다. 본 팀은 다운타운 프로젝트로서 컨테이너 파크에 어떤 지원이 들어가는 지를 물었다. 그는 재정부의 도움은 없지만 커뮤니티를 구성하는데 있어서 도움을 받는다고 말하였다. 컨테이너 파크의 사람들끼리 정기적인 모임은 없



<사진 17> 하나의 문화시설로 자리 잡은 컨테이너 파크



<사진 20> 컨테이너와 자연이 어우러져 문화시설을 만들 <사진 21> 컨테이너 파크의 외부 전경

지만 항상 새로운 것을 만들고 시도하는데 그것을 통해 많은 사람들이 모인다고 하였다. 또한 그것을 통해서 작은 사업들이 많이 탄생할 수 있다고 말하였다. 이들끼리는 매우 친밀하고 이것은 컨테이너 파크를 더 발전시킨다고 말하였다.

2. 탐사 분석

1) 실패에 대한 자유로운 분위기

해외탐사를 통해 창업과 관련하여 대학에 시사하는 점은 다음과 같다. 첫째, 실패에 대한 안목이다. 대학은 학생들이 실패에 대한 면역력을 기르고 지속 가능한 발전을 할 수 있도록



<사진 22> 컨테이너 파크 앞에서



<사진 23> 스탠포드 대학의 D 스쿨에 걸려있는 슬로건

안전한 쿠션역할을 해야 한다. 대학은 학생들의 창업 실패 확률을 낮추는 것이 아니라 실패를 경험하더라도 다시 일어설 수 있는 분위기를 만들고 이를 격려해야 한다. 스탠포드 대학은 학생들의 창업 결과를 성공과 실패로만 보지 않았으며 학생 스스로도 그렇지 않았다. 이들은 실패에 대해 당연히 있을 수 있는 일이며 그것에서도 무언가를 배울 수 있다는 생각을 항상 하고 있었다. 그 점 덕분에 오히려 실패에 대해서 자유로울 수 있는 것이다. 이들은 수업 시간에 실패한 창업자를 모셔와 실패를 통해서 무엇을 배웠는가를 질문하고 토론하는 시간을 가질 만큼 실패에 대한 면역력을 기르는 한편 지속 가능한 성장을 하고 있었다.

본 팀의 또 다른 탐사 목적은 현 이화 스타트업 52번가 프로젝트에 참여하는 스타트업들이 1년 후 대학의 지원을 받지 않았을 때 자생할 수 있는 방안을 찾는 것이었다. 실패에 대한 자유로운 분위기는 결국 자생에도 영향을 미쳤다. 실패에 대한 긍정과 면역력은 이후 창업자가 어떤 지원 없이도 스스로 살아남을 수 있는 생존력을 향상시킨 것이다.

미국 대학에서는 교수 및 학생의 창업이 자유롭고 그 수도 굉장히 많다. 따라서 탐사를 떠나기 전 본 팀이 예상한 것은 미국 대학의 창업 교육의 내용에 특별한 무엇인가가 있다는 것이었다. 가령 소자본에 맞는 회계나 시장의 수요에 꼭 맞는 아이템을 선정하는 내용이 있을 거라고 생각하였다. 그러나 여러 대학들을 방문하고 인터뷰한 결과 이들은 창업 수업 내용에 특별한 것이 있기 보다는 실패를 수용하고 안정적으로 받아들일 수 있는 환경을 만드는 것이 가장 도움이 되었음을 알 수 있었다.

2) 아이디어 발전

둘째, 아이디어의 발전이다. 미국 서부의 창업은 대부분 technology와 서비스에 집중되어 있는데 이들이 아이디어를 발전시키는 방법 중 가장 주목 받는 것이 design thinking이다. 이것은 단순히 이 아이디어가 시장에서 수요가 많을 것인가를 조사하는 기존의 창업 스타일과는 다르다. 문제 해결에 있어서 소비자의 생각과 경험을 존중하는 것이다. Design Thinking은 여러 데이터와 자료를 분석하여 문제를 해결하는 것이 아니라 이 문제를 직면하고 있는 소비자를 인터뷰하고 공감을 형성하여 이를 토대로 문제를 해결한다. Createdu의 설립자인 Coeylen Barry가 말한 예시는 Design Thinking의 이해를 명확히 돕는다.

남아프리카의 80%는 피부암으로 사망하게 된다. Design Thinking을 배운 사람들은 이 문제를 해결하기 위해 아프리카 주민들을 인터뷰하였다. 그 결과 햇빛에 많이 노출되면 피부암 걸린다는 지식이 낮은 것이 가장 큰 원인임을 알게 되었다. 이것을 토대로 그들은 일정시간 햇빛에 노출되면 색이 변하는 팔찌를 만들었고 이것은 자연스럽게 사람들에게 경각심을 주는 효과를 얻었다.

한편 Design Thinking의 과정은 공감, 즉 소비자의 요구(need)에서 시작하여 시제품 제작과 수정으로 이어지고 이 과정이 반복된다. 덕분에 실패를 빠르게 수정함으로써 소비자가 원하는 것에 보다 빠르게 적용할 수 있다. 이러한 점은 작은 실패의 연속이라고 볼 수도 있는데 이들은 이것을 조금 더 발전하는 과정이라고 여기기 때문에 실패에서 끝나지 않고 그것을 극복하여 더 나은 제품을 만들어 낸다. 통합적 사고를 요구하고 다양성을 함유한다는 점에서 Design Thinking의 장점은 아이디어를 도출하고 발전시키는 데 큰 효과를 보였다. 또한 빠르게 변화하는 현대에도 적합한 방법이라고 생각하였다. 따라서 본교에서 창업 지원 프로그램을 운영할 때에 Design Thinking을 적용하면 도움이 될 것이다.

3) 공간

세 번째 시사점은 ‘물리적인 공간’이다. 이는 먼저 (예비)창업자의 입주를 위한 공간을 말한다. 현재 이화여자대학교에서는 (예비)창업자의 체계적인 육성과 지원을 위해 산학 협력관에 창업 보육센터를 마련하고 있다. 국내 사전조사와 해외 탐사를 돌아보면 예비 창업자들에게 창업을 준비할 수 있는 사무실은 매우 필요한 요소였다. 그런 점에서 창업 보육센터는 이들에게 큰 지원이 되고 있다. 그러나 산학 협력관 내에 입주해야 한다는 점이 많은 이들에게 매력적이지 않다. 산학 협력관은 교내 학생들에게도 접근성이 좋지 않은 곳인데, 타 학교 학생들과 함께 창업을 준비하는 대다수의 예비창업자들에게는 지원하기 힘든 그림의 떡과도 비슷한 곳이기 때문이다. 게다가 창업 보육센터가 고립되어 있다 보니 일반 학생들에게도 창업 보육센터 등 다양한 지원 및 활동들이 잘 노출이 되지 않고 있다. 학생들에게 많이 노출될수록 창업을 대학생활의 다양한 활동 중 하나로 느껴 창업에 대한 심적 진입장벽을 낮출 수 있을 것이다. 따라서 우리는 ECC 세미나실이나 학문관 또는 스타트52화 점포와 같이 접근성이 좋은 곳에 창업 보육센터를 두었으면 한다.

두 번째는 실패를 해도 괜찮다고 안정감을 느낄 수 있는 공간이다. 한국 사회는 ‘성공’과 ‘실패’가 극명하게 나뉘어져 있어서 성공하지 못하면 실패한 것으로 생각된다. 하지만 미국에서는 성공의 반대말이 실패가 아닐 뿐만 아니라, 실패의 뜻이 우리가 흔히 생각하는 패배와는 다른 의미로 사용되고 있었다. 어떤 것을 도전했다 실패를 하더라도 그들은 용기를 잃지 않고 그

속에서 더 많은 것들을 배울 수 있었다며 가치 있는 활동으로 보고 있었다. 이러한 사소한 인식이 창업에 도전하게 하고, 실패를 하더라도 재창업 할 수 있도록 일어서는 원동력이 되기에 우리도 이런 인식 개선을 위해 노력해야 한다. 이런 점에서 생각된 것이 ‘실패를 해도 되는 공간’이다. 실패를 해도 실패를 한 게 아니라고 마음으로 위로 받을 수 있고, 실패가 두려워 지지 않도록 인식을 바꿔주는 곳이다. 여기서는 누구나 상대방과 사업성이 없어 보여도 자기가 꿈꾸고 있는 세상에 대한 아이디어를 제시할 수 있고 이런 아이디어로 사업을 구상해 볼 수 있는 곳이다. 대신 모든 과정들은 다 포스트잇으로 기록해 놓아서 다른 사람들에게도 그 과정을 공유해야 한다. 그러면 당자에 성공하지 못하더라도 그간의 과정을 살펴보면 얻게 되는 깨달음을 통해 더 준비해서 다시 일어설 수 있을 것이다. 이런 과정을 혼자서 겪는 게 아니라 실패의 과정을 즐기는 동료들과 함께한다면 같이 있었던 예비창업자들에게도 좋은 학습 자료가 될 것이다. 또한 이화여자대학교에도 큰 자산이 되어 창업 지원 분야에서 선두하게 되는 비법이 될 것이다.

4) 네트워킹

링글 사 이승훈 선배님과 애플 사 백채현 선배님을 비롯하여 많은 창업 경험자들이 창업의 핵심적 요소로 지목한 것은 바로 네트워킹이다. 대학은 많은 인재들을 선발하여 육성하는 기관으로, 네트워킹의 허브로서 역할을 다할 필요가 있다. 학생 개인으로선 만나기 힘든 전문가, 유명인사 초청을 확대해야 하며, 교수나 멘토 배치 역시 늘려야 한다. 이때 교수와 멘토의 풀(pool)을 늘리는 데에 집중할 뿐 아니라, 학생과의 매치(match)가 효율적일 수 있도록 해야 한다. 기존의 무작위적 배치(random)가 아니라 교수 혹은 멘토와 학생의 코드(code)가 잘 맞아 함께 팀을 이루었을 때 시너지 효과를 낼 수 있도록 서로에 대해 알 수 있는 충분한 시간과 각자의 멘토 혹은 멘티를 선택할 기회가 주어져야 한다. 이와 같이 코드에 맞는 매칭이 이루어지기 위해선, 일단 학생들이 선택할 수 있는 교수나 멘토의 풀이 커야 하는 것이 필수적인 선결 조건이라고 할 수 있다.

네트워킹은 대학을 통해서만이 아니라 지역상권 내에서도 활발히 이루어질 필요가 있다. UCLA의 창업 동아리 SIGMA는 LA에 입주해 있는 스타트업을 방문하고, 그들로부터 피드백을 받아 모의 창업의 질을 높이고 있었다. Tala는 산타모니카에 위치한 다른 스타트업과 활발히 교류하고 있었으며, 컨테이너파크 역시 입주 상점끼리 혁신을 위한 모임이 이루어지고 있었다. 이화 52번가 역시 52번가 내에 입주하고 있는 상점들끼리 더 자주 교류해야 하는 것은 물론이며, 기업가센터에서 모의 창업 수업을 듣는 학생들과 52번가 내에서 사업을 운영하고 있는 창업자 학생들 간의 네트워킹도 필요해 보인다.

Ⅲ. 결론

본 팀은 인터뷰를 할 때마다 공통적으로 창업을 하는 이유에 대해서 물었다. 그러자 대부분 “하고 싶은 일을 하기 위해서” 라는 답변이 많았다. 이들은 성공할 법한 것을 창업하는 것이 아니라 자신이 진짜 하고 싶은 것을 창업하는 것이 중요하다고 말하였다. 한 예로 Ringle의 이승훈 대표님은 창업을 하게 된 계기가 스탠포드에서 ‘너의 인생에서 가장 중요한 것이 무엇

이나'에 대한 에세이를 쓰다가 창업을 결심하게 되었다고 한다.

안타깝게도 기존의 창업 방식이나 교육 방식은 시장의 요구에 자신의 창업을 끼워 맞추는 경우가 많다. 그리고 그것이 창업자 본인이 진짜 원하는 것이라고 여기게 된다. 하지만 창업을 할 때 결국 중요한 것은 이 일을 하는 이유이다. 이 점에서 대학의 역할을 엿볼 수 있다. 교수는 학생의 의견에 대해 시장에서 실패와 성공을 판단하는 역할이 아니라 바른 질문을 통해 학생들의 길을 밝혀주는 손전등의 역할을 했을 때 더 지속 가능한 창업을 꿈꿀 수 있는 것이다.

해외탐사 II 여정을 마치며

창업은 거대한 여정이다. 시작은 작을 수밖에 없으며 수많은 실패는 당연하다. 예상치 못한 변수들은 덤으로 작용한다. 우리는 사전조사부터 인터뷰, 탐사하는 동안 새로운 환경과 사람들을 만났고 이 모든 것이 새로운 세계로 나아가는 도전처럼 여겨졌다. 우리의 시작 또한 소박하였으며 예상치 못한 상황도 있었다. 그럼에도 불구하고 여기까지 올 수 있었던 것은 서로에 대한 강한 믿음이었다. 팀에 대한 애정이 있었고 우리 넷이라면 현명하게 이 상황을 해결할 수 있을 것이라는 자신감이 있었다. 결국 그런 상황은 우리의 결속력을 다지는 훌륭한 기회가 되었다.

이번 탐사를 통해 느꼈던 것은 창업이 많은 것과 연결되어 있다는 사실이다. 그 사회의 경제뿐 아니라 정치, 문화, 복지, 교육 전반에 걸쳐서 뿌리 깊게 연결되어 있었다. 예를 들어 스탠포드 학생들은 주위에 실리콘밸리라는 큰 플랫폼이 형성되어 있었고 구글, 애플 등과 같은 거대 기업이 있었다. 또한 페이스북의 주커버그와 같은 창업신화가 학생들을 도전하게 하는 원동력이 되었다. 그러나 물론 이것이 개인의 열정일 수 있지만 구글과 같은 대기업에서 좋은 스타트업에 많이 발굴하고 인수하는 과정에서 창업자들이 억만장자가 된다는 점도 주목할 만한 점이다. 자본주의 사회에서 이들을 가장 동기부여 시키는 것이 어찌면 이런 자본력이 아니었을까. 우리나라는 하고 싶은 것과 돈이 되는 것이 다르다면, 미국에서는 하고 싶은 것을 연구하고 개발하다가도 억만장자가 될 수 있으니 수많은 창업자들이 몰려드는 것이다. 게다가 교수진들도 자유롭게 창업 활동을 겸할 수 있고, 주커버그 사례처럼 학생이 CEO가 되기도 하면서 서로 제자 관계가 아니라 동료 관계로 인식하고 있었다. 또한 교수들이 먼저 수업 시간에 창업경험을 소개하면서 학생들에게 자연스럽게 창업을 노출시키고 있었다.

우리는 청년 창업에 대해 누구의 역할이 가장 중요한 것인가를 놓고 많은 토론을 하였고 때로는 제자리를 맴도는 느낌도 들었다. 그러나 그럴 때마다 탐사를 통해 만난 모든 인터뷰가 우리의 멘토가 되었으며 해결의 실마리를 던져주었다.

가장 인상적이었던 인터뷰는 스탠포드에서 만난 이유정 선생님과 만남이었다. 당시 우리는 대학이 과연 어디까지 청년 창업을 지원해야 하고 이후 그 창업이 스스로 자립할 수 있기 위해 어떤 노력이 필요한가에 대한 문제가 궁금하였다. 거듭되는 토론에도 불구하고 딜레마에 봉착한 것 같아 답답하였다. 그와 관련하여 이유정 선생님과 만남은 우리에게 신선한 충격을 주었다. 다음은 인터뷰 발췌 내용이다.

만약 학교에 창업센터나 프로그램을 만들 수 있다면 어떤 지원을 생각하시나요?

물리적인 공간을 만들고 싶어요. 창업을 준비하는 사람들끼리 자연스럽게 커뮤니티를 형성할 수 있는 물리적인 공간을 만드는 거죠. 거기에는 창업에 관해 필요한 자료들도 배치하고 서로 생각을 나눌 수 있는 보드도 가져다 놓고 싶네요. 실패를 하고 돌아왔을 때 내가 있을 곳, 나의 실패를 서로 나눌 수 있는 안정적으로 편안한 곳이 필요합니다. 그런데 이런 커뮤니티는 인공적으로 만들어져서는 안돼요. 즉 물리적인 공간은 학교에서 제공을 하되 자연스럽게 커뮤니티가 형성되어야 한다는 거죠.

이러한 관점은 UCLA 학생들을 인터뷰하면서도 느낄 수 있었다. 실패에 대해 자유롭고 수용적인 분위기가 대학 전반에 녹아있었고 이를 매우 당연하게 여기고 있었다. 항상 성공과 실패의 날카로운 이분법적 사고에 놓여있는 환경에서 자란 우리가 생각하지 못한 부분이였다. 실패의 감정적인 요인을 낮추고 실패를 통한 발전을 이룩하는 것. 이것은 간단해보여도 개인이 혼자 극복하기에는 큰 장벽으로 느껴진다. 따라서 대학이 그러한 환경을 만들어주었을 때 가능하지 않을까. 미처 간과해버린 중요한 질문이 우리의 머리에서 떠나지 않았다.

작년 무더운 여름을 지나 어느새 봄을 바라보는 이 시기에 우리는 한 뼘 더 성장하였다. ‘해 외탐사 II’는 우리에게 새로운 가능성을 보여주었고, 이화를 넘어 세계로 향하겠다는 꿈을 키워준 계기가 되었다. 모든 순간들이 소중했고 프로그램을 진행하며 만났던 모든 이들의 열정과 도전이 멋있고 존경스러웠다. 이렇게 좋은 친구들을 만날 수 있어서 영광이었고 졸업 전 가장 아름다운 추억을 만들어서 감사하다.



IV. 참고문헌

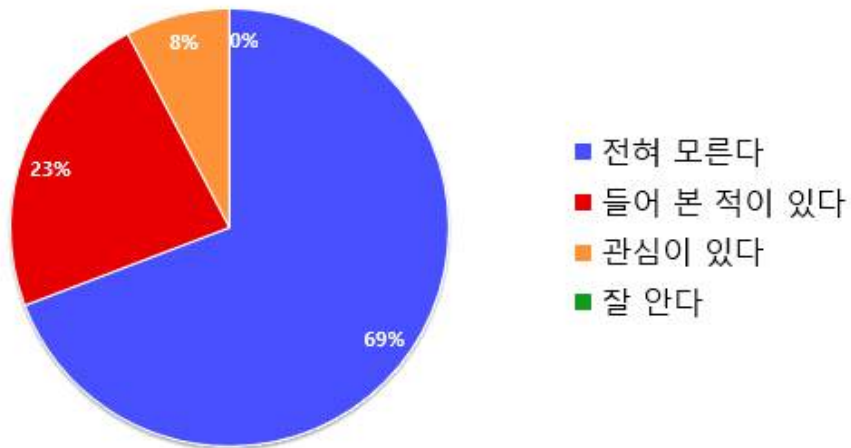
- 기업가센터 홈페이지. Retrieved from cms.ewha.ac.kr/user/indexMain.action?siteId=startup
- 김정곤. (2016.08.18.). *악화되는 청년 실업률... 올 두자릿수로 고착화*. 서울경제. Retrieved from <http://www.sedaily.com/NewsView/1L06W9JQ7R>
- 디자인 씽킹이란?. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3534377&cid=58540&categoryId=58540>
- 문수빈. (2016.07.26.). 이화여대, '청년몰 조성사업' 선정. *머니투데이*. Retrieved from <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016072618337420567&outlink=1>
- 박원득. (2014.11.12.). *실버 레이크... 예술·낭만·맛집·갤러리 많은 '젊은 도시'*. LA중앙일보. Retrieved from http://www.koreadaily.com/news/read.asp?art_id=2963918
- 원용석. (2016.05.13.). *타운 웨스턴 길 따라 밋 바랜 건물 벽 벽화로 장식*. LA중앙일보. Retrieved from http://www.koreadaily.com/news/read.asp?art_id=4262067
- 이우진 외 2명. (2013). *해외 대학의 창업교육 현황과 특징에 관한 연구 - 미국 5개 대학 사례를 중심으로*. 벤처창업연구 8(1), 99-110.
- 이해광. (2016.08.17.). *'저마다 개성 철철' 거리 나들이 즐거워*. 미주한국일보. Retrieved from <http://www.koreatimes.com/article/20160817/1005990>
- 임원기 외 4명. (2015). *대한민국 글로벌 창업 백서*. 본투글로벌센터.
- 임원기 (2013). *실리콘밸리와 한국, 창업 환경의 차이*. KT경영경제연구소.
- 장차근. (2013). *청년 창업 활성화를 위한 대학 창업교육의 현황과 과제*. *The HRD Review*
- 장현숙. (2014). *청년 창업자가 말하는 대학창업의 애로사항*. *한국무역협회*, 13(16), 3-18.
- 정철. (2014.11.29.). *'컨테이너 샵핑몰' 첫 타생... 광고명소로*. 미주한국일보. Retrieved from <http://www.koreatimes.com/article/826280>
- Stanford D school 홈페이지. Retrieved from dschool.stanford.edu
- Las Vegas Downtown Container Park 홈페이지. Retrieved from www.downtowncontainerpark.com
- TALA 홈페이지. Retrieved from tala.co
- UCLA SIGMA 홈페이지. Retrieved from <http://uclasep.com>

V. 부록

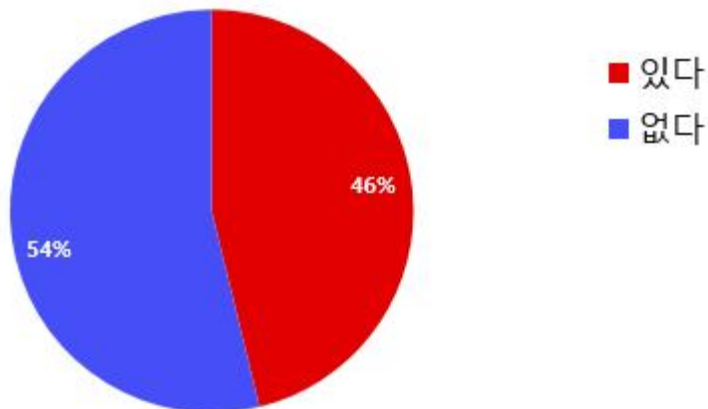
부록1. 대학생 인식 조사

(N=83, 구글독스 온라인 설문조사)

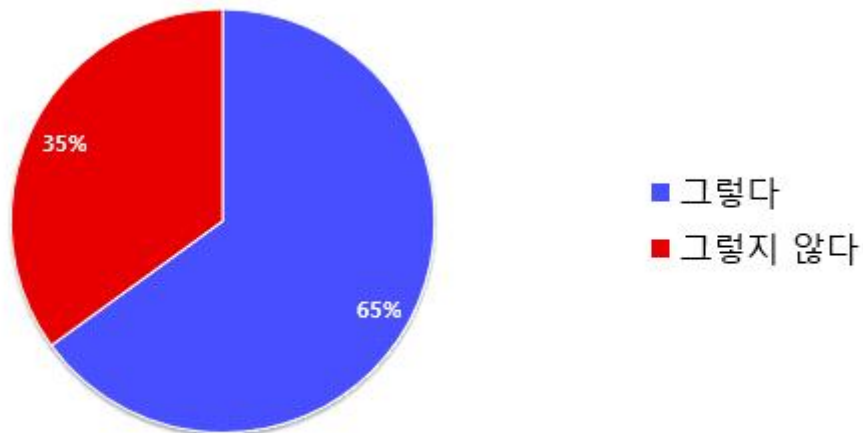
1) 이화 스타트업 52번가에 대해 알고 계시나요?



2) (1번에서 알고 있다고 대답한 경우) 이화 스타트업 52번가를 방문한 적이 있으신가요?



3) (2번에서 방문한 적이 있다고 대답한 경우) 방문 이후 청년 창업에 대한 긍정적인 생각이 생겼나요?



4) 이화 스타트업 52번가는 청년 창업과 지역상권 활성화를 목적으로 시작한 프로젝트입니다. 이화 스타트업 52번가를 방문한 소감을 간단하게 적어주세요. (혹은 바라는 점)

청년창업에 관한 골목인지 몰랐다. 이화 스타트업에 대한 정보를 더 드러내면 좋을 것 같다.
좀 더 홍보해주세요 전혀 몰랐어요
식당을 들리느라 52번가를 들르게 되었는데 추후 제대로 구경해보고 싶단 생각이 들었다
52번가가 크게 지역상권 활성화에 기여한다는 느낌을 별로 받지 못한 것 같습니다
상점이 좁아 보였다.
52번가가 청년들의 스타트업 가게라는 소리는 많이 들었는데 그래서 거기에 뭐가 있는지에 대한 홍보가 부족한 것 같아요.
참여하고 싶어요. 비싼 가격에 운영되지 않았으면 좋겠어요
좀 더 상업적인 물건을 팔면 더 잘될 것 같아요
좀 더 다양한 직업들로 이루어 졌으면 합니다.
더 많이 입소문이 퍼져 잘 활용되면 좋겠습니다

2. 국내 및 해외 인터뷰

1) 기업가센터 인터뷰 (7월 21일)

Q. 이화여대 52번가 스타트업 사업의 목적과 현재 진행상황이 궁금합니다.

A. 이화여대 52번가 스타트업 사업의 목적은 '혁신이화'라는 대학비전 달성입니다. '혁신'이란 말은 탈바꿈을 뜻하고, 그러다 보니 진행되는 사업들이 다소 급진적이고 공격적인 경향도 있어요. 혁신이화에는 네 가지 방향이 있습니다. 첫째로는 조직과 인프라를 미래지향적으로 바꾸는 것, 둘째로는 DNA(Do and Achievement), 셋째로는 Global Brand Power(이화의 교외 국제적 이미지 개선), 넷째로는 지역사회 공헌입니다.

바로 이 넷째 지역사회 공헌의 일환으로 52번가 스타트업이 구상되었습니다. 이화여대 주변 상권이 과거에는 굉장히 발전되어 있었죠. 이대 근처 미용실에서 머리를 하고 옷을 사 입는 것이 젊은 여성들의 로망이었을 정도로 쇼핑의 메카였는데, 이제는 상권의 중심이 명동을 비롯한 다른 곳으로 완전히 이동했어요. 이렇게 이화여대 주변 상권이 쇠퇴하면서 상가 임대료가 굉장히 저렴해졌습니다. 더불어 학생들의 창업 열기가 거세져, 학교가 나서서 이러한 사업을 진행하게 되었습니다. 52번가는 이화여대 주소를 나타내고, 스타트업은 창업을 가리키는 데 주로 쓰이는 요즘 용어라 제목을 이렇게 짓게 되었어요.

이 과정에서 CSR(Corporate Social Responsible; 사회적 기업)을 College Social Responsible로 변형하여 적용했죠. 사업 시행 이후 이대 상권 유동인구가 증가했으며, 중국인 관광객을 많이 몰고 있습니다. 박원순 시장이 3월 2일 개업식 때 방문하였으며 중소기업청 청년몰 조성사업에 참여하는 52개 대학 중 선도 대학으로 선정되었습니다.

Q. 사업을 구상하는 데 있어 '선모델'이 있었나요?

A. 선모델은 딱히 존재하지 않았습니다. 다만 제가(전용주 교수님) 계명대에 있을 때 학교기업(사회적 기업을 대학교 학과에 적용한 것)을 운영했던 것이 도움이 되긴 했죠. 학과의 특성에 맞춰 배운 것을 실제로 적용해보고, 우수 학생은 바로 취업이 보장되는 시스템이었습니다.

Q. 52번가 스타트업에서 '점유디자인 관련 분야를 우대'한다고 되어 있는데 그 이유가 궁금합니다.

A. 아닙니다, 그런 조건은 없습니다. 다만 점유디자인학과 학생들은 수업시간에도 사업화와 상품판매에 대해 배우기 때문에 타과 학생들보다 축적된 지식이 많아 많이 선정되었을 뿐이죠. 게다가 지역상권의 소상공인과 함께한다는 점에서 점유디자인 산업에 약간 더 치중된 경향이 있긴 하죠. 기술창업 지원에는 캠퍼스 CEO(기업가정신을 가르치는 수업)와 연계전공 등이 따로 있습니다.

Q. 현재 진행되고 있는 사업은 전통시장의 젊은 활기를 불어넣어 전통시장을 활성화시키고 청년들의 일자리 창출에 기여한다고 들었습니다. 그런데 이미 자영업 포화 상태에 접어든 상태에서 이런 식의 창업은 오히려 불안정한 일자리를 야기할 수 있다는 생각에 대해서는 어떻게 생각하시는지요?

A. 우리나라 산업의 60% 이상이 자영업입니다. 하지만 자영업에 대한 편견은 여전하죠. 자영

업이 불안정한 일자리라고 생각하는 것 자체가 편견입니다. 트렌드를 캐치할 수 있는 성실성만 있다면 자영업은 불안정한 일자리가 아니라고 생각합니다. 또 젊은이들의 새로운 아이디어가 기존의 파이를 더 잘게 나눠 가진다기보다는 파이 자체를 키우는 일이 될 수도 있다고 생각합니다.

Q. 선정 시 ‘후속적인 조치나 지속적인 관리’가 있나요?

A. 거리청소를 사업체 별로 돌아가며 진행합니다. 또 정기적 모임을 통해 비즈니스를 공유하고 세금(영수증)이나 고객응대에 대한 수업을 진행하죠. 또한 세무회계, 마케팅 교육을 실시하고 있어요. 엇그제는 홍보촬영을 통해 마케팅을 도왔죠. 정부기간사업과의 연계도 추진하고 있어요.

Q. 만약 ‘지속적’ 운영에 실패하는 사업체가 생긴다면 그에 대한 가이드라인이 있나요?

A. 일정한 기준이 있고 그 기준에 도달하지 못하는 사업체는 중간평가를 통해 퇴출됩니다. 그 매장에는 선정 과정을 통해 새로운 사업체가 입점하게 되죠. 학교에서 학생을 대상으로 진행하는 프로젝트이다 보니, 매출뿐만 아니라 과정 전체를 중시하고 있어요. 따라서 매출이 적고 이해타산이 다소 맞지 않더라도 교육적 목적에서 지속하는 게 바람직한 경우도 분명히 있겠죠.

Q. 청년기업의 경우 세금이나 인건비 등으로 임대료 등의 자원 지금이 없으면 홀로서기가 쉽지 않은 것이 현실이라 들었습니다. 그래서 이화가 이에 발 벗고 나섰고, 현재 운영되는 52번가 사업체들은 이번 9월부터 청년몰로 전환되어 정부의 지원을 받는다고 들었는데요, 현재 진행되고 있는 이화의 청년창업 지원이 단순히 걸음마 떼기 용도에서 그치지 않고 신용카드 돌려막기처럼 청년 기업의 의존도를 높이는 것 같기도 합니다만, 이러한 생각에 대해서는 어떻게 생각하시는지요?

A. 자립이 어려워서 다른 후원자를 찾은 것이 아닙니다. 이화여대의 52번가 스타트업이 순조롭게 진행되자 중소기업청에서 새롭게 진행하는 청년몰 조성사업에 52번가 스타트업 업체들이 지원하기를 요청했고, 그에 따라 다른 52개의 대학들 중 선도 대학으로 참여하게 된 것이죠. 9월에 20개 이상의 시범 점포로 운영될 것이고, 향후 183개로 늘어갈 전망이에요.

Q. 마지막으로 52번가 스타트업을 지원하거나 진행하는 학생들에게 바라는 점이 있다면 어떻게 있을 수 있을까요?

A. 기존의 지역상인들과 비교했을 때, 학생 창업자들은 절대적으로 헝그리정신이 부족한 경향이 있어요. 간절함이 없고, 학교에서 제공하는 혜택만 받으려는 경우도 있죠. 그런 식으로라면 생계를 걸고 도전하는 지역상인들과 결코 경쟁할 수 없어요. 커피전문점 아르바이트 하나를 하더라도 내가 사장의 입장에서, 향후 커피전문점을 차린다는 태도로 일한다면 단순히 돈만 벌기 위해 일하는 다른 아르바이트생보다 훨씬 더 돈뿐만 아니라 많은 것을 얻어갈 수 있겠죠. 이화인들이 간절함을 가지고 사업에 참여해주었으면 하는 바람입니다.

더불어 학생들이 지역 상인들과의 융화, 교외 다양한 이해관계자들과의 관계 정립에 성공했으면 좋겠어요. 또 아무래도 학생들이 학교의 후원 없이 개인 사업체의 자립을 이루는 것이 가장 큰 바람이 아닐까 싶네요.

2) 이화여대 스타트업 52번가 사업체 인터뷰 (7월 22일, 8월 13일)

<B301 Omnibus Exhibition>

Q. 이 공간에 들어왔을 때 어떤 점포인지 모호한 느낌이 드는데 이 공간에 대해 자세히 설명 해주실 수 있나요?

A. 이 공간은 이화여자대학교 도예도자예술관에서 운영하는 인큐베이터52라는 곳입니다. 여기서 전시도 하고 새로운 담론을 도출할 수 있는 다양한 것을 시도할 수 있는 곳입니다.

Q. 그렇다면 운영은 어떻게 이뤄지나요?

A. 학사, 석사 재학생들이 이 공간에서 돌아가며 옴니버스 식으로 전시를 합니다. 일정 기간을 주기로 매번 전시가 바뀌고, 문 앞에 붙여 있는 스티커들도, 각 전시 제목에 따라서 바뀝니다.

Q. 그럼 여긴 이화 스타트업 52번가에 있는 타 점포가 하는 창업이랑은 다른 곳인가요?

A. 네, 여긴 학교 과에서 운영하는 곳입니다. 일반인들에게 무료로 전시를 오픈하기도 하고, 가끔은 작품들을 판매하기도 합니다. 새로운 것들을 많이 하려고 합니다.

Q. 무료로 전시를 하고 하면 전시자에게는 별로 수익이 돌아가지 않을 것 같은데 전시자가 얻는 이득은 무엇인가요?

A. 학교에서 학생들에게 전시 기회를 주는 곳이라 전시자들은 외부공간에서 전시를 하는 것보다 훨씬 저렴한 금액으로 전시를 할 수 있어 좋습니다.

Q. 저희도 인터뷰를 하기 위해 거리를 조사하던 중 오늘 처음 이 공간을 알았는데, 평소에는 어떻게 주로 홍보 하고 있나요?

A. 인스타로 많이 하지만 오히려 지나가면서 봐주시는 경우가 많습니다. 그러나 대부분의 사람들이 들어오기 어색하고 불편하다고 느끼는 것 같습니다. 게다가 밖에서 구경하다 눈이 마주치면 잘 안 들어오는 것 같습니다.

<J.E.D & HAH>

Q. 스타트업 52번가에 대한 간단한 설명과 이 가게에 대한 간단한 소개 부탁드립니다.

A. 이 거리에는 학교에서 창업을 원하는 학생들에게 가게 공간과 임대료 등을 지원해주어서 현재 6개 팀이 4개의 점포에 들어와 있습니다. 주로 가방, 액세서리 등 다양한 품목들이 들어와 있습니다. 또한 이 가게는 원래 온라인으로 운영해오던 액세서리 전문 상점입니다.

Q. 그렇다면 학교에서 임대료 지원을 계속해주는 건 아니라고 들었는데 지원은 언제까지 인가요?

A. 8월 까지 임대료 지원이 나옵니다.

Q. 저희가 생각할 때는 임대료와 같은 금전적인 문제도 창업을 하는 데 있어 장애요소겠지 만 다른 부분도 많은 어려움이 있을 것이라 생각합니다. 실제로 창업을 해보니까 다른 점이 많았을 텐데, 어떤 점이 가장 어려웠나요?

A. 기존 플리마켓을 했을 때는 디자인만 하면 되었었는데, 이제는 직접 사업장을 내고 하는 거니까 세금문제 등의 문제가 어렵습니다. 또한 온라인으로만 했었을 때는 혼자 운영하기 편 찼았었는데 오프라인 매장이니까 알바나 직원 등의 문제들도 생각보다 힘듭니다.

Q. 그렇다면 이런 문제들은 어떻게 해결하고 있나요?

A. 우선 정부의 지원을 더 받으려고 여러 군데 지원을 해 봅니다. 그리고 이런 게 아니라면 창업 동업자를 구한다거나 하는 방법 등으로 문제가 생기면 그때 해결하려 하고 있습니다.

Q. 이런 문제를 학교에서 예방차원에서라거나, 추후 관리차원에서 교육 받은 적이 있나요?

A. 많이는 없고 세금관련 문제는 세금 강의를 한번 들은 것 같습니다.

Q. 실례가 되지 않는다면 사업이니만큼 수익도 중요하게 고려되어야 할 것 같은데 수익은 어떻게 가져가나요?

A. 나갈 때 5%의 기부금만 내고 나가면 되어서, 나머지 수익들은 각 개인 매장들이 가져 가는 형태입니다. 개인 사업 수익에 대해선 말하기가 어렵습니다.

Q. 그리고 이 공간이 외진 곳에 있어서 많은 사람들에게 노출되지 않을 것 같은데 홍보는 어떻게 하고 있나요? 그리고 학교 앞에서 운영하는 만큼 이대생들이 주 타겟인가요?

A. 아닙니다. 개인가게처럼 사업을 하고 있습니다. 여기엔 개인 사업을 하다가 들어온 점포들이 많아서 학생들에게만 치우쳐 있지 않습니다. 인스타그램이나, 온라인을 많이 활용합니다.

Q. 그렇다면 마지막으로 앞으로의 계획은 어떻게 되나요?

A. 디자인과 학생신분으로 들어온 것이라, 학년이 남아서 나갔다가 졸업 후에 다시 돌아오 려고 합니다. 여긴 곧 있으면 정부지원 청년몰로 바뀌는데 그럼 1년 반을 더 해야 하기 때 문입니다. 그래서 졸업 후에 다시 지원하고, PT를 통과해서 돌아올 것입니다. 그 사이에는 온라인 사업에만 집중하려고 합니다.

<지흥>

Q. 여기가 스타트업 52번가라고 창업자들이 몰려 있는 거리잖아요, 혹시 창업자들 간의 네트워크에 관심이 있으신가요?

A. 친한 대표님들끼리는 네트워크가 있는 것 같지만, 다 있는 것은 아닙니다. 창업자 멤버들끼리 모임은 굳이 필요할까라는 의문이 듭니다. 다들 바쁘셔서 나오는 날짜를 맞추기도 어렵고 아이템이 다 달라서 교류 할 수 있을 지 의문이 듭니다.

Q. 그럼 학교에서 주최하는 네트워킹 모임에 참여한 적이 있으신가요?

A. 간담회 같은 것을 주기적으로 하긴 했는데 최근엔 소식이 없는 것 같습니다. 한두 번 대표님들끼리 모여서 예로 사항 전달하고 그러는 간담회가 있긴 합니다. 의견을 전달하면 긍정적으로 들어 주시고 실제로 변화하는 부분도 있었습니다. 예를 들면 여름에 너무 더워서 이런 점을 듣고 에어컨 설치를 해주기도 하였습니다.

Q. 학교 기업가센터에서 창업교육 프로그램을 여러 가지 제공하고 있는 것으로 알고 있습니다. 혹시 창업 전에 기업가센터에서 지원하는 여러 프로그램에 참여하신 적이 있으신가요?

A. 저희는 사업을 바꾸려 하고 있고, 프로그램 교육 참여에 강제성이 없어서 따로 참여한 적은 없습니다.

Q. 그렇다면 만약 학교에서 후속조치로 고객응대, 세금문제와 같은 실제 운영에 도움이 되는 교육을 해주겠다고 하면 들으실 의향이 있으신가요?

A. 저희는 사무실이 고대 쪽이고 세법과 같은 문제는 따로 사무소에 맡기기 때문에 괜찮은 것 같습니다.

3) Ringle 이승훈 대표님 인터뷰 (12월 26일)

Q. 스탠포드 MBA에서 창업과 관련하여 어떤 수업이 있었는지 설명 부탁드립니다.

A. 창업 관련 수업이 굉장히 많았습니다. 학생들은 원하는 분야를 자유롭게 들을 수 있고 창업 관련 수업은 Ideation, Prototype, Launching 등으로 세분화되어 있었습니다. Funding 받는 수업을 들으면서 펀딩 체계를 알게 되었는데 특히 case study를 했던 것이 선행연습에 많은 도움이 되었습니다. 수업 끝나고는 교수들과 활발하게 사업 아이템으로 의견을 주고받을 수 있었던 점도 기억에 남습니다.

Q. 서울대 경영학과에서와 스탠포드 MBA에서의 경영 수업의 차이를 비교한다면 다른 점은 어떤 부분인가요?

A. 우선 학사 석사의 수준 차이가 있지만 경영학과에서 배우는 것은 삼성과 같은 대기업을 경영하는 걸 중심으로 배우는 편입니다. 그러나 창업이란 건 Idea를 만들고 세워나가는 것으로 (전자와) 다른 점이 존재합니다. 스탠포드의 경우에는 회사 하나의 사례를 잡고 토론식 수업이 대부분이었는데 이런 과정이 창업을 하고 있는 사람은 이미 직면한 문제이기 때문에 더 많은 도움이 되었습니다.

Q. 스탠포드 가기 전부터 창업에 생각이 많으셨는지 궁금합니다.

A. 대학 때만 해도 대기업에 들어가서 주요 업무를 맡는 게 꿈이었습니다. 그런데 페이스북을 만든 주커버그를 통해서 같이 성장하고 사람들을 더 많이 연결하고 사람들을 훨씬 더 의미 있게 만드는 게 창업'이란 생각이 들었습니다. 그리고 스탠포드에서 '너의 인생에서 가장 중요한 것이 무엇이나'는 에세이를 쓴 적이 있었는데 이게 하나의 터닝 포인트가 된 셈이죠. 내가 하고 싶은 일은 무엇인지 생각을 했고 그런 과정을 통해서 그 일을 하려면 창업을 하자는 생각이 들었습니다.

Q. Ringle은 한국에서 하버드 선생님과 1:1 영어 대화, 영어 인터뷰 등을 할 수 있도록 알려진 교육 프로그램인데요, 본격적으로 Ringle을 시작하게 된 계기가 있으신가요?

A. 예시를 들어 볼게요. 만약 하나의 신발이 있어요. 이건 내가 당장 지금 이 시기에 신발을 신지 않더라도 큰 문제가 되지 않습니다. 내가 어렸을 때 신지 못 한 것이 어른이 되어서 그렇게 큰 문제를 야기하지는 않거든요. 그런데 교육의 경우에는 어떤 특정 시기에 적절한 교육을 받지 못한 것은 성장하는 데 큰 어려움을 야기합니다. 그래서 더 좋은 질의 교육을 널리 보급하는 걸 꿈으로 삼게 되었습니다. 한국에서는 영어공부 하는 게 어렵고 방법이 아쉽다고 생각한 점이 많았고, 미국에 꼭 가지 않아도 영어 실력을 늘릴 수 있게 해야겠다고 생각한 점이었습니다. 그래서 Ringle을 시작하게 되었습니다. 아마도 창업자들은 이런 아쉬운 것들을 그냥 넘기지 않는 것 같습니다.

Q. 아무래도 창업을 하는데는 많은 우여곡절이 있었을 거 같아요, 혹시 Ringle을 만드는 과정에서는 어떤 우여곡절이 있으셨나요?

A. 창업 같이 할 사람 찾는 게 제일 어려웠습니다. 마케팅만 하는 사람이 아니라 다 할 수 있는 사람, 팀워크 중요한 사람을 찾아야 하거든요. 그래서 창업 초기에 돈은 별로 없는데 좋은 사람 찾는 게 제일 어렵죠. MBA에서 Co-founder를 찾는 게 다행이라 생각합니다. 그리고 자문은 MBA 선배들로부터 받고 있습니다. 물론 이 분들이 직접적인 해결을 해주는 것은 아니지만 활동 방향을 정하는 데 적절한 조언과 질문을 해주시는 게 큰 도움이 되고 있습니다.

Q. 지금까지의 인터뷰를 통해서 인적자원, 네트워킹에 대해 많은 얘기를 하셨는데요, 대표님께서 창업에서 네트워킹 활동이 얼마나 중요하다고 생각하시나요?

A. 네트워킹은 하려고 하는 것 보다는 자연스럽게 만들어지는 것이라 생각합니다. 고객들에게

는 1개월 된 회사의 제품인지, 5개월 된 회사의 제품인지가 중요하지 않고 좋은 제품이 필요할 뿐이거든요. 따라서 1개월의 회사라도 어느 정도 완성도가 높아야 하는데 이를 위해서 최대한 많은 사람들에게 물어보는 것이 중요합니다. 이렇게 물어보고 물어보다 보면 자연스럽게 네트워킹이 되는 것인데 이건 우스갯소리로 내가 지금까지 얼마나 잘 살았는지를 보여주는 거라고도 생각될 때가 있어요. 그리고 선배들은 기본적으로 후배들이 무엇을 하는지 궁금해 하시기에 많은 도움이 됩니다.

Q. 저희는 이번 해외탐사를 통해서 창업의 생태계를 조사해보고 스타트업, 창업자, 대학의 역할을 재정립하는 것을 목표로 하고 있습니다. 혹시 이와 관련하여 대표님의 꿈은 어떤 것이 있으신가요?

A. 혁신은 시골에서 일어납니다. 사람이 기본적으로 도시에 있다 보면 놀거리가 워낙 많아서 '문제'를 느끼고 몰입할 시간이 줄어듭니다. 그리고 단편적인 예로 강연을 나가봐도 도시 속 학생들과 시골의 상위 학교에 있는 학생들의 질문이 다른 것을 확인할 수 있어요. 도시 속 학생들은 '이 아이템의 시장이 얼마나 큰지, 수익이 얼마나 되는지' 등 상업적인 질문 위주인 반면 다른 지역의 학생들은 '왜 이 일을 시작하게 되었는지'처럼 'why'를 질문합니다.

Q. 미국(스탠포드)에서 창업에 대해 중요시 하는 게 있다면 어떤 것인가요?

A. 도전과 실험정신을 매우 중요하게 생각합니다. 그런 정신 하에 자발적으로 움직이는 것을 더 발전적으로 보기 때문이죠. 그래서 자신이 생각한 문제에 대해서 더 집중해서 발전시키고자 한다면 한적한 곳에 가서 문제를 생각해보고 발전시키는 걸 추천합니다.

인터뷰가 끝난 후 이승훈 대표님은 스타트 52(梨)화에게 역으로 왜 창업을 하고 싶은지 질문 하셨습니다.

(학생들에게 질문 던진 후) 창업은 Why의 연속이기 때문에 왜를 묻는 것에서부터 시작합니다. '나를 들끓게 하는 일이 과연 무엇인가?'를 질문 했을 때, 나의 identity가 형성되는 것이죠. 창업과 Why는 사람과 가치의 문제, 어떤 사람이 어떤 가치를 지니는가를 통해 알 수 있습니다. 실리콘밸리에서의 창업은 시장을 분석하는 것이 아니라 Why라는 질문을 통해 나를 분석하는 것입니다. 예를 들어, 페이스북 주커버그가 창업을 시작한 이유는 돈을 벌려고 한 것이 아니라 자신이 사람을 연결하는 것을 좋아했기 때문에 시작한 것처럼 말이죠.

Q. 좋은 말씀 감사합니다. 그렇다면 대표님께서 생각하시는 창업은 어떤 것인가요?

창업은 당연히 물질적으로는 자유롭지 못하고, 오히려 가장 제약이 많습니다. 하지만 정신적으로는 가장 자유로운 것도 사실입니다. 정신이 자유로워야 새롭고 좋은 것을 만들 수 있다고 생각해요. 나는 남들보다 잘하는 것이 공부밖에 없었기 때문에 교육 어플을 만들기 시작했습니다. 아까 신발과 교육을 예시로 들었던 것처럼 현 사회에서 교육은 불평등의 시작이라고 생각합니다. 물질(신발)은 타이밍이 없고 부족하다고 해서 당장 손해 입는 것이 적지만 하지만 교육은 타이밍이 중요하므로 잘 맞출 수 있다면 손해가 일시적인 것이 아니라 차곡차곡 쌓여

일시적인 문제가 되는 것이죠. 그리고 그 중에서도 영어는 다수의 문제입니다. 우리나라 청년들 중 역량이 높은 사람들은 많지만, 영어 때문에 해외 취업이 좌절되거나, 생각도 못하는 경우 많거든요 또한 창업은 문제해결방법입니다. 문제의식 가지면 해결을 위한 기술 개발할 수 있습니다.

4) 실리콘밸리 APPLE 백채현 선배님 인터뷰

Q. 현직에 계시기 전 선배님의 학부 및 대학원 시절에 대한 간단한 소개 부탁드립니다.

A. 저는 이화여자대학교 08학번 도예과 출신이고 미술사를 연계전공 했습니다. 졸업 후 인천 공항 문화재보호재단 전시관 큐레이터로 일하다 학위의 필요성을 느껴 도예과 대학원에 진학하게 되었습니다. 하지만 대학원 커리큘럼이 학부 시절 커리큘럼과 비슷한 부분이 많아 학업에 다소 지루함을 느끼게 되었습니다. 그래서 도예를 접고, 산업디자인과 대학원으로 재입학하게 되었습니다.

어렸을 적부터 미술뿐 아니라 기술과학에도 관심이 많았는데, 이것이 전공 재 선택의 큰 결정 요소로 작용했습니다. 미술과 기술과학을 융합한 일을 하고 싶었기 때문에, 소프트웨어 관련 산업보단 하드웨어를 디자인하는 일이 저에게 더 적합하다고 생각했습니다. 때마침 우리 학교 산업디자인과 대학원에 휴먼 로봇 인터랙션이 있어, 그것을 전공으로 결정하게 되었습니다.

공부하면서도 계속 한국보다는 더 넓은 미국이나 중국으로 나아가고 싶다는 생각을 많이 했었어요. 그래서 2기 해외탐사에도 신청했었는데 저는 잘 안 됐었어요. (웃음) 대신 자비로 미국에서 보름, 중국에서 보름 묵으며 미국과 중국에 대해 알아봤어요. 그 과정에서 미국이 더 선진적이고 저에게 더 잘 맞다고 생각해서 미국에서의 취직을 준비했어요. 그 과정에서 지금의 남편도 만났고, 기대도 하지 않았던 Apple 사에도 이렇게 취직하게 되었네요.

Q. 기업가정신 관련 수업을 굉장히 많이 들으셨다고 들었습니다. 기업가정신 수업을 들으며 인상 깊었던 점이나 아쉬웠던 부분이 있으셨나요?

A. 저는 기업가정신 수업을 7학기동안이나 들었고, 마지막 학기에는 조교로도 활동했습니다. 기업가정신 수업의 질이 형편없었다면 7학기나 듣진 않았겠죠? (웃음) 다만 시장조사를 먼저 한 후, 수요가 많은 분야의 창업 아이템 개발을 시작하는 것이 양날의 검으로 작용하는 것 같아요. 소비자의 수요를 먼저 생각하기 때문에 나 자신이 진정으로 하고 싶은 것에 대한 고민은 부족했던 것 같습니다. 그 상태가 7학기동안 지속되니 조금 지루하기도 했어요. 다만 창업 계획의 현실성을 우선시하다보니 성과가 좋았던 경우도 물론 있었습니다.

대학원 시절, 부모님께 손 벌리기가 죄송스러워 돈을 벌 수 있는 방법에 대해 고민해보았어요. 기업가정신 수업을 들으며 시장의 수요가 높고, '내가 끝까지 할 수 있는 것'이 무엇일까 고민하다 지도 그림이 그려진 포스트잇을 팔기 시작했습니다. 역사나 지리는 공무원시험을 비

롯한 각종 시험의 지정과목이기 때문에 중·고등학생뿐 아니라 공시생도 많이 공부하는 과목이에요. 역사나 지리를 공부할 때에는 한국 지도가 필수적인데, 매번 한국 지도를 그리며 필기하는 것이 쉽지 않죠. 그래서 동생의 응원과 지적에 힘입어 한국 지도가 그려진 포스트잇을 판매하기 시작했습니다. 시장에서의 반응이 정말 좋았고, 실제로 이윤도 많이 창출했어요. 미국에 넘어오기 전 판권을 다른 분께 넘겼는데, 지금은 각종 문구 산업 큰손들도 지도 포스트잇을 만들어 팔고 있다고 들었어요.

Q. 쉬우면서도 남들이 생각하긴 어려운 창업 아이템인 것 같아요. 혹시 네트워킹 관련해서 해주실 말씀은 없으신가요?

A. 기업가정신 수업에서 경험할 수 있었던 네트워킹 방식에는 두 가지가 있었어요. 창업을 꿈꾸는 다른 학교 학생들과의 수평적 네트워킹과 지도 교수님과의 수직적 네트워킹이요. 다른 학교 학생들과의 교류에서 아쉬웠던 점은, 교류가 발표 형식으로 진행되다보니 자기 발표 준비에 집중하다가 정작 다른 학생들의 발표는 잘 듣지 못한 경우가 많았어요. 서로의 의견에 대해서 모임 전에 어느 정도 읽고 만나거나, Google Docs를 이용해서 실시간으로 질문이나 의견을 교환하는 것이 대안이 될 수 있을 것 같아요.

수직적 네트워킹에서는 학생과 교수의 코드(code)가 맞는 것이 정말 중요한 것 같아요. 저는 운 좋게도 제 코드에 맞는 교수님을 배정 받아 어려움이 없었지만, 그렇지 못했다면 너무 힘들었을 것 같아요. 학생과 교수가 서로에 대해 알 기회를 갖고, 그 이후에 매칭이 이루어지면 좋겠어요. 요즘 말로 서로 케미가 맞아야 시너지효과가 극대화 되는 것 같거든요. 꼭 교수님뿐만 아니라 멘토와 네트워킹에도 해당되는 얘기라고 생각해요.

Q. 현재 학교에서 좋은 창업 아이템과 창업 의지를 가진 학생들을 선발해 일정 기간 동안 임대료를 무상으로 지원해주는 52번가 프로젝트를 진행 중인데요, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요?

A. 나쁘지 않은 생각 같아요. 다만, 매장 공간보다는 ‘창업을 할 수 있는 공간’에 포커스가 맞춰지면 더 좋을 것 같아요. IT나 디자인 같은 가치창출 창업은 꼭 상품 판매가 이루어지지 않을 수도 있잖아요. 그런 분야까지 포괄할 수 있게 말이죠. 또한 창업을 시작하기로 확정한 학생들을 돕는 것도 필요하지만, 창업에 별 관심 없는 일반 학생들을 위한 정책도 필요하다고 생각해요. 창업에 관심 없는 일반 학생들도 창업에 부담 없이 쉽게 노출될 수 있는 환경 말이죠. 현재 기업가센터는 산학 협력관에 위치해 있어, 접근성이 확연히 떨어지잖아요. ECC 같이 접근성 좋은 곳에 위치해서 창업에 특별한 관심이 없는 학생들도 부담 없이 가볼 수 있는 공간이 있으면 좋을 것 같아요.

Q. 고견 감사합니다. 마지막으로 선배님 역시 현직에 매여 있지 않고 또 다른 창업을 계획 중이라고 들었는데요, 앞으로의 계획에 대해 간단히 말씀해주시겠어요?

A. 다음 창업은 미국에서 할 생각이예요. 그래서 일단 쉬면서 미국 현지 문화에 대해 많이 알고 적응하려 노력 중이에요. 당연한 말이지만 한국과 미국은 다른 점이 많거든요. 일례로 한

국은 대중교통을 많이 이용하다보니 통근이나 통근 시간에 대형 CF 광고에 노출될 가능성이 높은 환경이죠. 반면에 미국은 자가용을 많이 이용하니 대형 광고보단 집으로 직접 배달 오는 전단지나 훨씬 효과적이에요. 그래서 일단 지금은 이런 차이점에 대해 많이 배우며 천천히 다음 창업 아이템을 연구할 예정입니다.

5) 스탠포드 대학교의 이유정 선생님 인터뷰

Q. 현직에 계시기까지 대학 졸업 후 어떤 과정을 거치셨는지 궁금합니다.

A. 저는 서울대학교 국어국문학과를 졸업한 후, 스탠포드 동아시아학과 대학원에 입학하게 되었습니다. 동아시아사를 배우던 중, 교육에 대한 관심이 많아졌고, 그래서 동아시아 교육사에 대한 연구를 많이 했고, 졸업 논문도 이와 관련된 주제로 썼어요. 학문 간의 경계가 뚜렷하지 않고, 학문 간의 융합이 잘 이루어지는 스탠포드의 학풍이 아니었다면, 제 전공과 관심 분야를 연계하기 어려웠을 것이라고 생각합니다. 대학원 졸업 후, 교육 분야에 종사하고 싶다는 생각이 계속되어 교직원으로서 스탠포드에 소속되어 있습니다.

Q. 학생과 교직원으로서 스탠포드에 오랫동안 계셨겠어요. 스탠포드에 대한 간단한 소개 부탁드립니다.

A. 스탠포드는 도심에서 멀고 실리콘밸리 근처에 자리 잡고 있어요. 그래서 교수 학생 할 것 없이 모두 창업에 대한 열기가 뜨겁고, 좋은 아이디어가 있으면 바로 실리콘밸리로 나아가 자신만의 스타트업을 시작하려는 강한 의지를 갖고 있어요. 스탠포드 교수직을 마다하고 자기만의 스타트업을 위해 실리콘밸리로 가는 교수가 일 년에도 여럿 있을 정도입니다. 이런 환경 속 교수들 역시 학생들의 참신한 아이디어가 필요하기 때문에, 교수와 학생 간의 관계는 사제 관계라기보다 창업 동료 관계라는 인식이 강합니다. 또한, 학문 간의 경계가 허물어진 상태로 학제 간 동반 연구가 굉장히 활발해요. 한 마디로 스탠포드는 전반적으로 굉장히 수평적인 분위기라 할 수 있습니다.

스탠포드는 미국 내에서도 가장 낮은 입학률(admission rate)로 유명하고, 학교 측에서도 이에 대한 굉장한 자부심을 갖고 있습니다. 스탠포드가 입학할 원하는 인재상의 조건으로는 크게 두 가지를 말할 수 있어요. 첫째, 스탠포드는 실패를 통해 배우고 재기할 수 있는 능력을 갖춘 인재를 원합니다. 당연히 지원 학생의 성적과 수상 경력을 보지만 그것은 똑똑한 인재를 찾으려 한다기보다, 한 분야에서의 성공은 무수한 실패를 통한 배움과 성장의 결과라는 전제를 두고 앞으로도 실패를 통해 배우고 재기할 수 있는 인재를 찾으려는 의도입니다. 둘째, 스탠포드는 신체 활동을 적극적으로 하는 인재를 높이 평가합니다. 운동은 정신과 신체 모두의 건강을 증진시키죠. 건강과 체력은 모든 지적 활동의 기반이 되므로 스탠포드 학생에게 운동 경력은 정말 중요한 역량입니다.

Q. 인재상의 첫 번째 조건이 정말 인상적입니다. 실패를 통한 성장을 표방하는 스탠포드의 창업교육은 어떻게 이루어지고 있는지 궁금합니다.

A. 스탠포드의 창업지원프로그램은 두 가지가 있습니다. STVP(Stanford Technology Venture Program)가 창업을 준비하는 정규 교육과정이라면, D스쿨은 창업을 위한 창의적인 사고를 장려하는 교과 외 과정(Extra Curriculum)입니다. 즉, STVP는 ‘창업’을, D스쿨은 ‘창의’를 위한 프로그램입니다. 스탠포드에서는 STVP보다 D스쿨 지원에 더 주력하는데, 왜냐하면 창업은 궁극적으로 교육되기보다 ‘자생’하는 것이기 때문입니다. 따라서 창업 그 자체를 교육하기보다는 학생이 부담을 덜고 창업을 접할 수 있도록 기회를 제공하는 데에 집중합니다.

D스쿨은 Service Design에 대해 공부합니다. Service Design은 사용자 경험(User Experience)을 중심으로 합니다. 사용자 경험(User Experience)은 사용자(User)가 처음에 시장에 진입하여 퇴장할 때까지의 여정(journey)을 분석하는 것입니다. 특히, 사용자가 시장에서 퇴장하는 이유에 대해 집중 분석하여 그에 따른 개인.학교.사회.국가의 지원(support) 혹은 소프트(행정)나 하드(시설) 지원을 마련하여 더 많은 사용자가 시장에서 퇴장하는 것을 방지하는 것입니다. 작은 예를 들자면, 이어폰을 개발할 때 예비 소비자들에게 가상 시판을 하여 개발한 이어폰의 단점을 파악하는 것이다. 이를 통해 그 단점 때문에 더 많은 소비자들이 이어폰 (재)구매를 포기하지 않도록 사전에 보완하는 것입니다.

따라서 Service Design은 본질적으로 끊임없는 실패와 극복의 과정입니다. 왜냐하면 예비 소비자들에게 제품의 단점을 지적받고 보완하는 과정이기 때문이죠. 이 과정 속에서 중요한 것은 실패에 대한 감정적 소모를 줄이는 거예요. 실패를 안전하게 느끼고 실패를 통해 성장할 수 있어야 사용자 경험(User Experience)이라는 긴 여정을 무사히 마칠 수 있을 것입니다.

사용자 경험(User Experience)은 오픈 마켓팅(CF와 같은 한국의 일반적 광고 방식)보다 입소문(Word of Mouth)이 효과적인 미국의 환경에 더더욱 적격이에요. 사용자 경험(User Experience)을 분석하는 방식에는 조금씩 자주 피드백을 받는 Agile(민첩한)과 가끔씩 많은 피드백을 받는 Waterfall(폭포) 방식이 있어요. 전자가 사용자 경험(User Experience)에서 주로 다뤄지는 방식이며, 대학은 이를 위한 발판(platform)으로 제 역할을 다해야 합니다.

실패에 대한 피드백도 중요하지만, 아이디어가 시작되는 제품개발과정 초기과정 역시 중요합니다. 스탠포드에선 이 때 원시적 방법을 애용해요. 주제를 보고 떠오르는 단어를 포스트잇으로 마구 붙인 뒤, 공통점을 가진 단어들을 그룹핑(grouping)하는 거죠. 이와 같이 아이디어를 내고, 그 아이디어에 대한 피드백을 받기 위해서는 공개적 토론(open discussion)이 이루어질 물리적 공간(Community of Practice)이 필요합니다. 대학은 이를 위한 발판(platform)으로 이러한 공간을 많이 제공해야 할 뿐 아니라, 직접 Community of Practice로 기능할 필요가 있어요.

Q. 마지막으로, 선생님께서 만약 모교에 돌아가 창업관련프로그램을 마련하신다면 어떤 양상이 될지 기대됩니다.

A. 이분법적으로 말하는 것은 위험하지만, 전반적으로 미국은 학생들에게 실패지향적인 반면 한국은 실패지양적인 경향이 있어요. 어린 아이가 창문을 깨트렸을 때, 한국 부모들은

사건이 일어난 직후 아이의 실수를 지적하고 다음에는 같은 실수를 반복하지 않도록 훈육하죠. 반면에 미국 부모들은 훈육을 사건 바로 직후에 하지 않고 지연하는 경향이 있습니다. 당장 혼내기보단 깨진 유리 조각을 보며 아이와 함께 ‘이걸로 무얼 할 수 있을지 생각해볼까?’ 놀아 보려는 경향이 있습니다. 다시 말하자면, 완전히 이분법적인 구분은 가능하지도 않고 옳지도 않습니다. 다만 실패에 대한 한미의 태도 차이가 있는 것은 명확하다고 생각합니다.

이대, 서울대 할 것 없이 대한민국 청년들의 창업 열기가 낮은 것은 이러한 실패에 대한 엄격한 사회분위기와 이로 인한 실패에 대한 위축된 태도와 두려움 때문이겠죠. 제가 관련 직책을 맡는다면, ‘재기의 방’을 만들어 창업 실패를 경험한 학생들에게 편안히 서로의 실패 경험을 공유하며 정서적 위로를 얻고, 실패 결과 중 무엇을 살릴 수 있고 무엇이 과감히 버려야 하는지 구분하는 기회를 갖게 해주고 싶어요. 이러한 과정에서 공감(Empathy)이 필수적이죠. 사실 Design Thinking의 본질도 소비자의 심정에 공감하는 거라고 할 수 있는데, 이러한 공감은 아무래도 공감능력이 뛰어난 여성들이 더 앞장서서 주도할 수 있는 부분이라고 생각합니다. 이런 점에서 분명히 이화여대에 많은 가능성이 보인다고 여겨지네요.

6) 스타트업 TALA의 Roshan Jayanti 인터뷰

Q. 안녕하세요, TALA에 대한 간단한 소개와 이 일을 어떻게 시작하게 되었는지 설명 부탁드립니다.

A. TALA (전 Inventure)는 어플을 이용해 소액의 돈을 빌려주는 서비스를 제공하고 있습니다. 처음 시작은 Inventure라는 회사로 시리아에서 온 Shivani Siroya 에 의해 시작되었죠. 그녀는 은행에 접근할 수 없는 소외계층의 생활을 돕기 위하여 소액을 빌려주고자 하였습니다. 그리고 그의 생각에 동의하는 많은 이들이 함께 모였고 2011년에 이름을 바꿔서 지금의 TALA가 있게 되었습니다. 현재 TALA는 미국 뿐 아니라 필리핀과 케냐에도 여러 지부를 두고 있으며 그곳의 사용자가 가장 많습니다.

Q. 돈이 필요한 사람들에게 소액을 빌려준다는 점에서 TALA와 방글라데시 Grameen Bank 가 비슷한 것 같은데요, 혹시 Grameen Bank와 다른 어떠한 차이점이 있나요?

A. Grameen bank와 TALA는 비슷한 아이디어에서 출발하긴 하였지만 다른 점은 종이로 된 지폐로 거래를 하는 것이 아니라 1분 만에 어플로 소액의 돈을 빌려주는 시스템이라는 것이죠. TALA는 스마트폰 어플을 통한 소액 금융 대출 서비스입니다. 가령 돈을 이용해서 어떤 것을 구입하려면 전통적인 방법으로는 은행 ATM에 가서 인출하거나 혹은 가까운 사람에게 돈을 빌리고는 했습니다. 그런데 TALA를 통해서만 출금을 하지 않아도, 오랫동안 줄서서 기다릴 필요 없이 안전하고 쉽게 돈을 빌릴 수 있습니다.

Q. 기존의 은행이 신용등급을 평가받기 위해 직업, 소득, 부양가족 수 등 정보를 일일이 수집하는 과정을 보이는 반면, 그런 과정 없이 짧은 시간 안에 어플을 이용해 돈을 빌린다는 점은

기존 은행과 또 다른 점인 것 같아요. 그렇다면 TALA는 돈을 제때 돌려받지 못해서 생길 수 있는 위험에 대해 생각하지 않을 수가 없는데요, 이와 관련한 위험관리가 따로 마련되어 있나요?

A. 맞아요. 그런 위험이 충분히 있을 수 있습니다. 물론 다행히 현재까지는 큰 위험을 만나지는 않았지만 TALA 자체적으로 위험관리에 대한 방침은 가지고 있습니다. 먼저 TALA는 사람에 대한 신뢰를 기반으로 합니다. 그리고 이들에 대한 정보가 아예 없는 것은 아니고, 이들이 작성한 돈의 사용목적과 고객의 스마트폰에서 10,000개 이상의 데이터를 분석하여 신용 점수를 평가합니다. 즉 자체 알고리즘을 통해 판단하여 돈을 빌려주는 시스템입니다. 두 번째로는 소액을 빌려주기 때문에 다른 사람이 갚는 금액으로 다른 이들이 빌린 금액을 커버할 수 있습니다. 또한 처음 빌린 돈을 갚은 이후에야 그 다음에 돈을 빌려주는 방식을 갖고 있으며, 계속해서 돈을 못 갚는 사람에 대해서는 신용에 대한 기록을 남겨 놓으며 데이터를 쌓고 있습니다.

Q. 저희가 이번 탐사를 진행하면서 인상적이었던 점은 많은 창업자들이 네트워크의 중요성을 언급한 점인데요, 혹시 TALA는 스타트업 운영과 관련해서 어떤 네트워크 활동을 하고 계신가요?

A. TALA가 위치한 산타 모니카, 이 지역은 스타트업을 위한 단지들이 잘 조성되어 있습니다. 그리고 가까이 있는 Campus box는 창업 준비 공간으로 세미나실 등이 잘 준비되어 있어서 다른 창업자들은 그런 곳에서 미팅을 많이 하기도 합니다. 그리고 회사 내 데이터 사이언티스트들은 주기적으로 실리콘밸리 데이터 사이언티스트 모임에 참석하면서 네트워킹을 이어가고 있습니다.

Q. 마지막으로 TALA의 목표가 궁금합니다. 이에 대해 설명해주실 수 있나요?

A. TALA의 중·장기적 목표는 전 세계 ‘누구나’ 은행(금융기관)에 접근가능 하도록 만드는 것입니다. TALA를 사용하는 사람들은 케냐의 농부도 찾아오고 등록금이 필요한 학생들, 급한 상황에 처한 사람 등등 다양한 사람들이 찾아옵니다. 그들은 TALA의 각 지점과 긴밀한 관계를 맺고 있으며 피드백을 주기도 하는데 그런 것을 받아들임으로써 건설적인 방향으로 발전하고자 합니다.

7) UCLA 창업 동아리 SIGMA 인터뷰

Q. UCLA에 소속된 창업 동아리로, 실제로 이 동아리를 거쳐 간 실리콘밸리 창업가들이 많다고 들었는데요, 본격적인 인터뷰에 앞서 자세한 소개 부탁드립니다 될까요?

A. 네, 일단 저희 동아리는 쿼터제로 운영됩니다. 1년을 4분기로 나누어 매 분기동안 창업에 대한 test, trial, relationship을 경험하는 것이죠. 학교 근처에 위치한 스타트업에 방문하여 실제 스타트업이 어떻게 이루어지는지 직접 체험하고, 기존 LA에 있는 관습적인 모임에도 참

여합니다. 이 과정에서 창업의 기본기라 할 수 있는 소통 능력(public speaking)을 연습해요. 뿐만 아니라 창업에 필요한 기본 지식에 대해 퀴즈도 봅니다. 이를 기반으로 3~4명이 한 팀이 되어 벤처기업을 만들고 시험 삼아 스타트업을 운영해보죠. 창업에 관심 있는 학생들이 많은 것은 사실이지만, 창업뿐 아니라 다양한 분야에 흥미를 가진 학생들도 꽤 많아요. 저 역시 원래는 음대에 소속되어 있고 뮤직 퍼포먼스에 관심이 많지만, 이 동아리에 들어와 음악 관련 창업을 배우고 있죠. 저희 동아리에서는 이런 식의 학문융복합을 굉장히 장려합니다.

저희 동아리에서는 매주 발표가 이루어져요(Weekly presentation). 한 주 동안 어떤 경험을 하고 그걸 통해 무엇을 배웠는지 서로 교류하는 것이죠. 동아리 구성원들의 발표가 끝나면 Guest Speaker의 연설을 듣거나, 그와의 대화가 이루어집니다. Guest Speaker로는 보통 창업 분야에 있어 굉장한 전문가나 유명인사가 초청됩니다. 학생 혼자서로선 만나기 힘든 분들이기 때문에 동아리 차원에서 그런 분들과의 교류가 많이 이루어질 수 있도록 노력 중입니다.

Q. 굉장하군요! 매주 발표가 이루어진다면 모임 횟수는 주 1회인가요? 모임 횟수가 어떻게 되나요?

A. 모임은 만나는 간격에 따라 두 가지가 있어요. 장기 모임은 두 달에 한 번 꼴로 만나는 모임으로 굉장히 엄격하고 형식을 지켜 이루어집니다. 단기 모임은 한 주에 한 번 만나는 모임으로, 융통성 있고 친목도 쌓는 방식으로 이루어져요.

Q. 그렇군요. 동아리에서 이루어지는 창업은 어느 분야에서 가장 활발히 이루어지나요?

A. 일단 지역적으로 보면, LA는 기술 산업이 많죠. 샌프란시스코 실리콘밸리가 창업의 메카이지만, 임대료가 점점 오르는 추세라 신진 창업가들은 LA로 많이 이동하고 있어요. 이러한 흐름 때문에 LA 산타모니카에도 큰 기술 산업 단지가 생겼죠.

그렇지만 동아리 내에서는 기술뿐 아니라 서비스 관련 창업도 활발히 이루어지고 있어요. 최근엔 선진적인 포토샵 기술과 대나무로 만든 친환경 제품을 만들어 좋은 반응을 얻었죠. LA에 스타트업들이 많이 생겨, 동아리 내에서 구상한 창업 계획에 대해 많은 피드백을 받을 수 있어 좋았어요.

Q. 대단합니다. 혹시 동아리 활동을 제외한 교내 창업 관련 프로그램이 있나요?

A. 우선 학교 차원에서 피드백을 받고 자원을 얻을 수 있는 공간을 제공해주고 있어요. 재정적 지원도 같이 해주고 있고요. 우리 동아리 구성원들은 학교의 역할이 예비 창업가들에게 돈과 멘토를 제공해주는 것이라고 생각해요.

이건 여담이지만, 한국의 창업 지원은 지역상권에 집중되어 있는 경향이 있어요. 판교테크노밸리를 봐도 창업을 지원할 때 창업 아이템보다는 지역상권에 대한 투자가 더 이루어지는 것 같아요. 반면에 미국의 창업 지원은 창업가의 창업 아이디어(personal idea)에 더 큰 관심을 갖는 경향이 있어요.

Q. 그렇군요. 그럼 이제 마지막 질문 여쭙볼게요. UCLA는 미국 내에서도 유명 대학교로, 구글이나 페이스북 같은 대기업에 취직할 수 있을 텐데, 왜 취업보다는 창업에 더 관심을 가지시나요?

A. 창업을 하면 제가 하고 싶은 것을 할 수 있어요. 뿐만 아니라 대기업에 가면 거대한 관료제 속 한 명의 구성원으로서 저의 영향력이 너무 작는데, 스타트업은 사업의 규모가 아무리 작아도 리더의 위치에서 큰 영향력을 행사할 수 있죠. 특히, 애플 같은 대기업은 규모가 너무 크기 때문에 제가 할 수 있는 혁신의 크기가 너무 작아요. 내 영향력은 0에 가깝죠. 저는 저만의 스타트업을 통해 세상에 바로 영향을 미치고 싶어요.

8) 컨테이너 파크의 Paul.B 인터뷰

Q. 안녕하세요, 저희는 청년 창업을 조사하기 위해 한국의 이화여자대학교에서 온 학생들입니다. 현재 하고 계신 창업과 언제부터 어떤 이유로 컨테이너 파크에서 활동을 하고 계셨는지 소개 부탁드립니다.

A. 지금 제가 하고 있는 창업은 간단한 먹거리에 관한 창업을 하고 있습니다. 제가 이곳에 온지는 3년 6개월이 되어 가고 있습니다. 그 전까지는 라스베이거스 변화가에서 사업을 시작하였으나 높은 임대료가 부담스러워서 컨테이너 파크에 들어오게 되었습니다. 그 때 컨테이너 파크를 선택한 이유는 하나의 문화시설과 상업 단지가 들어오면서 자연스럽게 사람들이 몰릴 것이라고 생각했기 때문입니다. 실제로도 그랬고요. 다만 알고 있는 것과는 다르게 임대료가 저렴한 것은 아닙니다. 라스베이거스의 변화가보다 상대적으로 저렴한 것은 사실이지만 가게의 규모를 고려했을 때는 약간 비싸지만 감당할 수 있을 정도입니다.

Q. 이화여자대학교는 학생들이 창업에 대한 꿈을 펼칠 수 있도록 여러 지원을 하고 있으며 최근에는 임대료 지원 사업을 하고 있습니다. 지역상권을 부활시키는 한편 저렴한 임대료를 제공하고 여러 창업자들이 모일 수 있는 창업 거리를 제공한다는 점에서 컨테이너 파크와 매우 유사한 점을 보이고 있습니다. 컨테이너 파크는 토니 셰어가 다운타운 프로젝트의 일환으로 기획하였다고 알려져 있는데 혹시 그로부터 컨테이너 파크에 어떤 지원을 받고 있는 것이 있나요? 있다면 그 지원이 사업을 유지하는 데 있어서 효과적이라고 생각하시나요?

A. 따로 재정적인 도움을 받고 있는 것은 없습니다.

Q. 그렇다면 컨테이너 파크의 창업자끼리 소모임을 주최하거나 지속적인 소통을 하는 것이 있나요?

A. 네, 정말 많습니다. 컨테이너 파크의 사람들끼리 항상 새로운 것을 만들고 시도하는데 그 결과 많은 사람들이 모이는 것을 볼 수 있습니다. 또한 그런 커뮤니티와 이벤트를 통해 작은 사업들이 많이 탄생할 수 있습니다. 우리끼리는 매우 친하고 어떤 문제가 있으면 같이 얘기하

고 해결해나가는 일이 많습니다. 그만큼 서로에 대한 신뢰가 매우 두텁게 쌓였습니다. 그리고 아마 이런 점이 컨테이너 파크를 더 발전시키는 것 같습니다.

부록3. 최종 탐사 일정표

일자	지역	장소	현지시간	한국시간	활 동 내 용
제1일 1/10(화)	인천	인천공항	시차: -17시간	17:55	인천공항 out. 출국
	밴쿠버	밴쿠버 공항	10:30	11일 (수) 03:30	밴쿠버 경유
			15:45	08:45	밴쿠버 -> 샌프란시스코
	샌프란시스코	샌프란시스코 공항	18:09	11:09	샌프란시스코 공항 도착
		숙소	20:30	13:30	숙소 체크인 및 기관방문 준비
제2일 1/11(수)	샌프란시스코	실리콘밸리	11:00	12일(목) 04:00	[프로젝트] 길거리 '실패경험' 설문조사, 인터뷰
		스탠포드 Coupa Cafe	15:30	08:00	Coupa café 스탠포드 대학가 창업 카페
		숙소	18:00	11:00	숙소 체크인 및 기관방문 준비
제3일 1/12(목)	샌프란시스코	실리콘밸리 Apple	10:00	13일(금) 03:00	<활동 목표> 1. 기업가정신 프로그램을 이수하고 창업에 성공한 후 Apple에 입사한 백채현 선배와의 인터뷰를 통해 현 기업가정신 프로그램의 강점과 약점을 고찰한다. 2. IT 산업의 세계적 흐름을 주도하는 Apple 사의 사내문화를 간접경험 한다.
제4일 1/13(금)	샌프란시스코	스탠포드대학교 D스쿨	12:00	14일(토) 05:00	<활동 목표> 실리콘밸리와 더불어 미국 창업을 주도하는 스탠포드 창업교육 커리큘럼을 알고, 창업실패와 대학교육 사이의 연결고리를 찾는다.

					2. 창업 제품개발의 세계적 흐름인 Design Thinking에 대해 배워 온다.
	로스앤젤레스	도시 이동	15:30	08:30	샌프란시스코 -> 로스앤젤레스 (16:45분 도착)
제5일 1/14(토)	로스앤젤레스	창업거리	13:00	15일(일) 06:00	<활동 목표> 1. 이화 52번가와 같이, 같은 거리 이름 안에서 디자인 산업에 집중된 창업이 많이 이루어지는 창업거리를 탐방한다. 이를 통해 이화 52번가에도 적용할 수 있는 좋은 관습이나 이화 52번가에도 예상되는 문제점을 파악한다.
제6일 1/15(일)	로스앤젤레스	온누리교회	11:00	16일(월) 04:00	한인교회 및 재충전의 시간
제7일 1/16(월)	로스앤젤레스	TALA	13:00	17일 (화) 06:00	<활동 목표> 1. 소자본과 네트워크를 이용해 스타트업을 운영하는 효율적 방법에 대해 배워 온다. 2. 자신만의 스타트업을 열망하는 젊은 인재들의 사례에 대해서도 알아본다.
제8일 1/17(화)	로스앤젤레스	UCLA 창업 동아리 SIGMA	19:00	18일(수) 11:00	<활동 목표> 한국대학과 다른 미국의 UCLA의 창업 교육과 환경에 대해 학생들의 생각과 경험을 들어본다.
제9일 1/18(수)	로스앤젤레스	Los Angeles, CA, Union Station's Patsaouras	11:10	19일(목) 04:10	도시이동 및 숙소 체크인
	라스베가스	Las Vegas, NV, RTC south strip Transfer Terminal	16:35	09:35	
제10일 1/19(목)	라스베가스	컨테이너 파크	14:00	20일(금) 07:00	<활동 목표> 1. 단지 내에 입주해 있는 스타트업끼리의 교류가 활발히 이루어지고 있는 컨테이너파크를 탐방함으로써, 이화 52번가 내에 입주한 스타트업끼리의 네트워킹을 활성화할 수 있는 방법을 모색해본다.

제11일 1/20(금)	라스베가스	라스베가스 공항	05:30	22:30 21일(토)	라스베가스 공항 도착 및 출국수속 비행 시작
	밴쿠버	밴쿠버 공항	08:15 11:10 12:20	01:15 14:10 15:20	밴쿠버 경유
제12일 1/21(일)	인천	인천공항	16:20	16:20	귀국

부록4. 정책 제안서

제 안 서			
소 속	이화여자대학교	직 위	재학생
성 명	임혜윤, 이소정, 한수지, 한예선	제출일	2017.02.07
제 목	미국 탐사를 다녀와서 기업가센터에 제안하는 3가지 - (1) 공간		
< 현재의 문제점 > 1) 기존의 창업보육센터는 산학협력관에 위치해 접근성이 떨어진다. 2) 창업 실패에 대해 얘기하고 경험해볼 쿠션 공간이 부족하다. 3) 창업에 특별한 관심이 없는 일반 학생들이 부담 없이 창업에 노출될 환경이 부재한다.			
< 제 안 내 용 > 1) 창업보육센터를 접근성이 좋은 ECC로 옮긴다. 이것이 현실적으로 어렵다면, ECC나 52번가에 현존하는 잉글리쉬 라운지와 같은 창업 라운지를 작게나마 조성한다. 2) 실패에 대한 부끄러움(shame)을 완화하고, 서로의 실패 경험을 공유할 수 있는 공간을 만든다. 3) 창업에 대한 자료가 풍부하며, 창업에 대한 얘기를 자유롭게 나눌 수 있는 공간으로 꾸민다.			
< 기 대 효 과 > 1) 창업 실패 경험자에게는 실패의 원인과 해결책을 찾음으로써 재기를 위한 주춧돌로써 작용한다. 미경험자에게는 실패에 대한 사전경험을 통해 실패 시 가이드라인을 구축하는 기회로 작용한다. 2) 창업공간을 통해 창업이 학생들에게 만이 노출될수록 창업을 대학생활의 다양한 활동 중 하나로 느껴 창업에 대한 심적 진입장벽을 낮출 수 있다. 또한 창업공간이 네트워킹의 허브로 작용하여 활발한 교류가 이어지며, 학생들이 생각하고 경험한 과정들이 족보처럼 남아 자산이 된다.			

제 안 서			
소 속	이화여자대학교	직 위	재학생
성 명	임혜윤, 이소정, 한수지, 한예선	제출일	2017.02.07
제 목	미국 탐사를 다녀와서 기업가센터에 제안하는 3가지 - (2) DesignThinking		
< 현재의 문제점 > 1) 해외탐사 방문기관인 스탠포드, TALA, Container park에서 디자인 땁킹을 폭넓게 활용하고 있는 것을 확인하였다. 최근 국내에서도 디자인 땁킹이 도입되어 많은 사람들의 관심을 받으며 떠오른다. 앞에서 설명한 바와 같이 디자인 땁킹은 기술적으로 구현할 수 있고, 현실적으로 이윤도 남기는 동시에 고객을 만족시킬 수 있는 창의적이고 혁신적인 방법이다. 미국에서와 같이 국내 스타트업 방법론에도 적용할 수 있는 방법이다. 현재 본교 산업디자인과에서 개설되어 기업가 정신 연계전공 과목으로 등록되어 있지만, 잘 열리지 않아 수강신청이 어렵다. 2) 디자인 땁킹과 같은 창업 방법론 교육을 듣고 싶지만, 교외에서 들을 수 있는 방법이 많지 않다.			
< 제 안 내 용 > 1) 기업가 정신과 디자인땁킹에 대한 중요성과 효과성을 제고하여 교내 개설되어 있는 디자인 땁킹 강의를 활성화한다. 2) 또는 창업을 위해 휴학하고 있는 학생들과, 창업에 대한 관심을 높이기 위해 비창업자 학생들을 위해 학제 외의 기업가센터 프로그램으로 진행한다.			
< 기 대 효 과 > 1) 디자인 땁킹을 통해 효율적으로 아이디어를 구축하여 창업 비즈니스 모델이 구체적.현실적으로 발전될 수 있다. 2) 창업뿐만 아니라 사회문제와 같이 다양한 분야의 문제해결능력의 기초로 작용할 수 있다.			

제안서			
소속	이화여자대학교	직위	재학생
성명	임혜윤, 이소정, 한수지, 한예선	제출일	2017.02.07
제목	미국 탐사를 다녀와서 기업가센터에 제안하는 3가지 - (3) 멘토링		
< 현재의 문제점 > 1) 기업가센터가 보유한 멘토는 10명중 5명이 IT 분야에 전문화 되어 있으며, 패션 분야 멘토는 1명 뿐이다. 이화스타트업52번가에 입주한 대부분의 점포들이 패션 분야에 집중되어 있음을 고려해 보았을 때 멘토 전문 분야가 대학생 (예비)창업자들의 수요에 맞지 않다. 또한 멘티에게는 멘토를 선택할 기회가 결여되어 있다. 2) 기업가정신 연계전공 교과목의 경우 학생들이 비즈니스 모델을 발표한 후 피드백 받는 시간을 갖고 있다. 그러나 그곳에 참여하는 기업가 센터의 지정 멘토는 대부분 투자자이며 일방적으로 피드백을 주기 때문에 발표 학생과의 상호 교류가 부족하다. 더불어 팀별로 멘토를 지정 받고 있지만 멘토의 수가 부족하고 그시간 외에는 따로 그들을 만날 수가 없다. 3) 일반 학생이 창업 아이디어가 떠올랐을 때 쉽게 기업가센터 멘토링 프로그램에 접근하기 용이하지 않았다. 교내에 창업 멘토링 프로그램이 있다는 정보를 찾기 힘들 뿐 아니라 신청 방법도 홈페이지에 소개되어 있지 않다.			
< 제안 내용 > 1) 대학은 IT 뿐만 아니라 다양한 분야의 멘토를 초청한다. 새로운 멘토를 탐색하기에 앞서 '이화스타트업오피플', '입주기업', '기업가정신연계전공생' 등 다양한 이화인들에게 멘토링 받고 싶은 분야에 대한 사전 조사를 실시한다. 또한 멘토와 멘티가 일방적으로 맺어지는게 아니라 네트워킹 시간을 통해 상호 선택할 수 있는 기회를 제공한다. 2) 멘토와 학생 간의 상호 교류를 증진할 수 있도록 소그룹이나 일 대 일 멘토링을 후원한다. 더불어 소규모 창업 강연을 열어 그 안에서 네트워킹이 가능할 수 있도록 돕는다. 3) 기업가 센터의 멘토링 프로그램에 대한 접근을 확대시킨다. 기업가센터는 멘토링 프로그램에 관한 내용을 홈페이지에 게시하는 한편 멘토와 접촉할 수 있는 문턱을 낮춤으로써 학생들이 다양한 멘토와 교류할 수 있도록 돕는다. 창업 아이디어를 가진 학생이 기업가센터에 멘토를 요청하면 그에 관한 정보를 얻을 수 있는 접근이 허용되게 함으로써 개인정보를 보호할 수 있다.			
< 기대 효과 > 1) 자신의 분야에 전문화된 멘토와 연결을 통해 그들의 실패를 간접 경험하고 아이디어를 얻을 수 있다. 분야에 대한 전문성으로 멘티가 멘토를 더욱 더 신뢰할 수 있어 지속적인 멘토링이 가능하다. 또한 서로 코드가 맞는 멘토와 멘티의 결합을 통해 시너지효과를 극대화할 수 있다. 2) 네트워킹과 소규모 모임을 통해 창업을 준비하는 혹은 진행 중인 학생들은 실질적으로 자신이 직면한 문제에 대해서 해결방안을 얻을 수 있다. 3) 많은 학생들이 창업에 대한 심적 진입장벽을 낮출 수 있고 학교에서도 더 많은 학생들의 아이디어를 발전시켜 창업으로 이끌 수 있다.			