

1인 창조기업에게 배우는 미래 경영 Keywords

[목 차]

1. 누구나 기업의 오너가 되는 자기고용 시대
2. 국내 중소기업 성장의 중심 1인 창조기업
3. 시장혁신과 플랫폼 산업 성장의 주역
4. 미래 경영 Keywords

정강현(Jung, Kang-hyun), khjung@kt.com

박재현(Park, Jae-Heon), jheonpark@kt.com

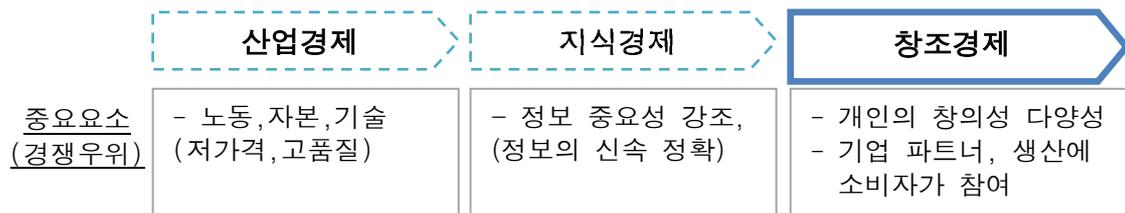
김진(Kim, Jin), oi82@kt.com

한영숙(Han, Yeong-Sook), literacy@kt.com

I. 누구나 기업의 오너가 되는 자기고용 시대

□ Idea 중심의 창조경제 도래

- 기업이 모방이 아닌 창의, 하드웨어가 아닌 소프트웨어, 문화로 경쟁해야 하는 창조경제 시대로 급격히 이전하면서 경제 패러다임의 변화가 이루어짐
- 개인이 수동적인 상품구매가 아닌 창조적 미션을 직접 수행하고 New Business Boss로 발전하는 시대
- cf) 국가 GDP 20,000달러 도달 시 창조경제 시대로 도입



Source : 중소기업청 보고서 재구성2009

□ 1인 비즈니스의 환경 조성

인터넷 등 다양한 플랫폼 등장으로 상품기획, 개발, 마케팅을 1인이 전담 하는 것이 가능해지면서 창의적인 아이디어의 사업화가 쉬워짐

- 지식커뮤니티, 공간과 장비, 마켓, 광고 플랫폼은 빠른 속도로 성장하면서 1인에게 비즈니스 기회를 제공함.
- 소프트웨어 비즈니스 플랫폼은 Smart Device 와 App으로 빠른 속도로 성장
 - App 다운로드 수 '09년 57억 건, '14년 411억 건으로 7배 증가 전망(Pyramid Research, 2010)
 - '10년 스마트폰 국내이용자 200만명 예상
 - 세계 SNS이용자는 '12년 803백만명(전체 휴대폰 가입자의 18.8%) 예상(eMarketer, 2010)
- 하드웨어 비즈니스 플랫폼은 전세계를 중심으로 빠르게 확산
 - 전통적인 제조 공장이 "DIY 2.0 컨셉" 으로 발전하면서 공간 및 장비를 개인에게 제공하는 서비스 확산
 - ex) Techshop : 2006년 멘로파크에 오픈 후 미국 전역에 수백 개의 "DIY 제조공장" 오픈 예정
 - 판매와 글로벌화를 모두 해결하는 C to B Marketplace의 등장

<idea 상품화를 위한 4대 플랫폼>



ex) 알리바바: 1999년 설립되었으며 최근 5년 동안의 매출액 연평균 성장률 54%의 초고속 성장 회사로 2009년 매출액은 6,357억 원 임, 전세계 240여 개국 5,030만 회원이 파트너

플랫폼 사례 : "TechShop"

테크샵에서는 누구나 "What do you want to make at TechShop?" 질문을 받는다. 캘리포니아 멘로파크에 위치한 15,200 평방피트 규모의 공간에 16가지의 제조 공정을 마칠 수 있는 고가의 장비들이 비치되어 있다.

즉 "상상할 수 있는 모든 Tool 과 Machine" 을 비치하여 고객이 "상상할 수 있는 모든 것" 을 만들 수 있게 한다는 것이다.



- 이용 요금
 - 월 125 달러 정액제
 - 일 25 달러 당일 이용



Custom Motor Bike



Welded Candle Holder

- 서비스 내용
 - 제품 제조 기초 교육 지원
 - 개인 컨설팅 및 장비사용 교육 지원
 - 모든 툴과 장비 제공
 - Wi-Fi 인터넷 제공
 - 회의실 및 커피, 팝콘 제공
 - 작업 시 필요한 소프트웨어, 컴퓨터 제공



Brutal Bus - Team Ironheade Soapbox Racer

- ※실 제작 사례 (사진)
- 전기 전동 자전거, 촛대, 자동차

□ 정부의 청년 일자리 창출을 위한 적극적 지원

- 전체 실업률대비 청년실업률이 약 4% 높음
- 정부의 499억원 투입을 통한 지원 활성화
 - 비즈니스센터, 1인 창조기업 지원센터에서 상면제공과 교육, 법률, 경영지원

구분	2007	2008	2009
전체실업률	3.2%	3.2%	3.5%
청년실업률	7.2%	7.2%	8.1%

* Source : 통계청 2010

- 중소기업청의 'Idea Biz Bank' 웹사이트를 통한 지식,기술 거래 지원
- 민관 협력으로 스마트 모바일 앱 개발 지원센터 구축하여 상면, 교육, 컨설팅 지원(KT-이코노베이션, SKT-T아카데미, KISA아카데미)

II. 국내 중소기업 성장의 중심 1인 창조기업

□ 창의적 Idea기반의 핵심기술이 1인에게 집중

- 중소기업 중 창의적인 사업아이템으로 수익을 내는 소규모(10명 미만) 기업
 - 기업규모: 창의성 있는 특정인(소수)에 의해 운영 되는 "1인 중심 기업"
 - 대상업종 : 창조적 아이디어 중심으로 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타업종에 비해 높은 업종
cf)사업자 등록 없이 활동하는 경우 잠재적 기업으로 분류
- 정부는 총 4가지의 산업으로 1인 창조기업을 분류
 - 전문과학기술 사업지원 분류 : S/W, 인터넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시.
 - 출판영상 : 영화, 예술, 관광, 저술, 시나리오 등.
 - 제조업분류 : 전통식품 제조, 공예품 등 제조 관련 일부 업종
 - 예술스포츠 분류 : 예술, 여과생활, 문화관련
- 1인 창조기업 예시
 - 엠아이엔티 감상훈 사장은 지역(부산)에 맞는 "전기차"를 "골프장 카트"에서 아이디어를 얻어 개발(경운기 대체 가능 차량 1종, 소화물 운송 이륜 차량 1종)함, 2010년 6월 생산 판매
 - "고객의 생각을 디자인해 케이크로 표현해 줍니다" 라는 컨셉 아래 47세 전미경씨는 j'cake를 운영함. 수십만 원짜리 디자인 케이크를 판매함으로써 블루오션 창출

□ '07년 20만개 에서 연 7%성장 하여 '14년 33만개 전망

- 국내 중소기업 중(326만개) 1인 창조기업 비율은 6%인 203,493개('07년)
- 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업분야의 1인 창조기업 비중이 '07년 46.5%

<산업별 1인 창조기업 수>

산업분류	2007(비율)	2014(비율)
제조업	44,975(22.1%)	62,227(19%)
출판/영상/방송통신 및 정보서비스업	6,188(3%)	11,321(3%)
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	94,684(46.5%)	188,894(57%)
사업지원 서비스업	32,705(16.1%)	33,427(10%)
전문, 과학 및 기술서비스업	24,941(12.30%)	34,617(10%)
총계	203,493(100%)	330,486(100%)

III. 시장혁신과 플랫폼 산업 성장의 주역

□ 미래시장에서 산업의 근간

- 미국의 경우 Self - Employed는 전체 일자리 55%, 전체 소비의 54%를 생산
- 전통적으로 1인 기업은 산업의 근간이었으며, 최근 아이디어 IT기반의 창의적 기업으로 빠르게 변화 중
 - Self-Employed는 2,000만 명 유지
 - 이 중 농업의 비중이 급격하게 감소하여 서비스 분야로 대체되고 있음



(Source : US BLS, 2009)

□ 창의적 발상으로 시장혁신을 이끄는 촉매제

- 트위터는 2000년 잭도시(Jack Dorsey)의 간단한 아이디어에서 시작하여 (초기 멤버 6명) 현재 가입자 1억 명을 돌파하며 시장에 파란을 일으킴

□ 플랫폼과 동반 성장 하는 플랫폼 비즈니스의 토양

- 1인 창조기업들이 활동할 수 있는 시장을 제공하는 플랫폼 기업들이 등장하고 있으며, 1인 창조기업들은 플랫폼 기업과 함께 동반성장

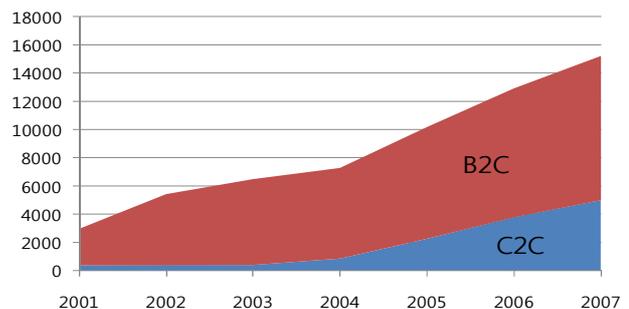
<산업 영역별 플랫폼>

영역	플랫폼 구분	플랫폼 사례	1인 창조기업
일반상품	E-marketplace	G-market, Auction, 블로그샵, 알리바바	1인 쇼핑몰
디지털 콘텐츠	블로그/카페	네이버 블로그, 다음 카페	파워블로거, 인터넷 소설가/만화가
	방송/영상 플랫폼	짱라이브, 오픈 IPTV	1인 방송국
S/W	Appstore	애플 앱스토어	App 개발자
H/W	Manufacturing	Techshop, Sparkfun	1인 제조기업
	Open-Source H/W	Open Core	

- 국내 인터넷 쇼핑 시장은 '01년 이후 연평균 29.5%로 성장, 최근 1인 쇼핑몰이 급성장하여 '07년 35%를 넘어서고 있음

cf) 이노센티브: 문제해결을 위한 기술이전 및 지식거래를 통해 수익을 얻는 플랫폼 기업, 기업체와 175개국 135,000명 이상의 문제해결 전문가들을 연결

<국내 전자상거래에서의 1인 쇼핑몰 성장(C2C) 추세>



(Source: 산업 디지털 연구센터, '08)

IV. 미래 경영 Keywords

□ Nomadic worker, 시간과 장소에 구애 받지 않는다.

- 고정적인 사무실보다 모바일 워크 환경을 적극 사용함으로써 시간과 비용을 최대한 효율적으로 사용하여 Single worker로서 인력 한계를 극복한다.

시간과 장소의 유동성은 필수다. (윤호상의 인사PR 연구소)

- 전직 인사담당 출신인 윤호상씨는 구직자를 위한 컨설팅을 진행하여 자신만의 전문적이면서 실용적인 정보를 제공함
- 웹사이트 운영은 기본, 컨설팅을 위한 고객미팅, 구직을 위한 출강, 외부 네트워크 확보 까지 모두 혼자 소화 함
- 이 때문에 고정적 사무실과 업무시간 없이 언제 어디서든 인터넷이 되는 환경이면 업무를 진행함

< 윤호상의 인사 PR 연구소 >



(Source: blog.naver.com/yunhos0088)

길거리 방송 사이버자키(도전365 현장생방송)

- 2000년 독학으로 여러 사이트를 돌아다니며 인터넷방송을 시작, 전국 문화축제현장은 물론 달리는 차량에서도 방송을 하고 있음
- 심현용 씨는 현재 서울시로부터 방송 횟수당 일정금액을 받으며 사이버자키로 활동하고 있음
- 인터넷과 걸맞게 촛불시위, 길거리 노래자랑 등 언제 어디서나 콘텐츠를 제작 방송하고 있음

<도전365 현장생방송 심현용>



(Source: wing365.com)

□ 누가 먼저 생각하는지는 중요하지 않다 누가 먼저 제품화하는지가 중요하다.

- 1인 기업은 의사결정이 본인에서 시작해서 본인에서 끝나 아주 쉽게 의사결정을 할 수 있는 유연성이 가장 큰 장점이다.
- 따라서, 누구나 생각할 수 있는 아이디어이지만 기회를 포착하여 제품을 출시해서 가장 먼저 실행하는 것이 성공의 요인이 된다.

카세트 오디오 차량에서 아이폰을 듣는다.(신지모루)

- 정찬홍 신지모루 대표는 카세트 테이프가 장착되어 있는 차량에서 아이폰을 장착할 수 있는 iDeck 를 개발
- 이 아이디어는 누군가가, 특히 카세트 테이프가 장착된 차량을 운전하는 사람이라면 생각해봤을 아이디어지만 먼저 제품화한 것이 성공 요인
- 국산/수입 차량 모든 카세트 시스템에 지원되며, 국내 뿐 아니라 해외 주문이 폭증

<카세트 차량용 iDeck>



(Source: 이장우 외 4인:1인창조기업,2009)

스마트폰으로 버스 도착시간을 체크한다.(서울버스)

- 유주완 군은 국내 스마트 폰 도입 초기에 실시간 버스도착예정 정보를 제공하는 '서울버스' 어플리케이션을 제작
- 많은 이용자를 확보함은 물론 국내의 스마트폰 어플리케이션 제작 붐을 일으켜 외부강연을 하는 등 해당 분야의 전문가로 활동

<서울버스 앱>



(Source: 한겨레신문,2010.5.27)

□ 회사 설립과 운영 모두 "Free Infra"를 적극 활용 한다.

- 무료 개념이 강한 인터넷 서비스들의 속성을 활용하면 사무실 운영, 홍보, 리크루팅 뿐만 아니라 M&A 도 투자 없이 진행 가능

"Big Space But Free" 인터넷 카페(F.R.M.S)

- 국내 최초 미스터리쇼핑 컨설팅 FRMS* 민유식 대표는 휴대전화와 노트북을 들고 다니면서 모든 업무를 인터넷 카페를 통해 수행
 - * Food & Restaurant Mystery Shopping
- FRMS에서 전문교육과정을 거친 500여명의 미스터리 쇼퍼가 활동 중
- 전 외식 분야에 걸쳐 현재까지 121개 브랜드, 1500여개 매장이 실시
 - < 오픈 커뮤니티를 통한 FRMS의 업무 수행 >

다음 카페에 개설된 FRMS 사무실



미스터리 쇼핑 프로젝트 수행 프로세스

1. 미스터리 쇼핑 프로젝트 공지
2. 미스터리 쇼퍼들의 참가 신청
3. 평가지 다운로드

4. 미스터리 쇼퍼 업무 수행
5. 평가서 작성 및 업로드

(* Source: 권소현:1인기업의 비밀,2010)

무자본 M&A 로 성장한 인터넷 커뮤니티 허브(UniverClub)

- 유니버클럽 대표 한형태 대표는 양질의 인터넷 커뮤니티만을 모아 놓은 인터넷 커뮤니티 허브를 구성 기업과 커뮤니티 회원의 브리지 역할 수행
- 무료 개념이 강한 인터넷 커뮤니티는 소유 개념이 모호하고 관리자가 대부분 젊은 층이라서 큰 대가 없이 인수가 가능했음
- 최종적으로 15개 분야의 360개 커뮤니티 확보가 목표
 - < 커뮤니티의 커뮤니티 UniverClub.Net >



수익 모델

1. 커뮤니티 관리 수수료
2. 광고 수익
3. 기업들의 홍보 후원

(* Source: 권소현:1인기업의 비밀,2010)

□ 네트워킹을 통해 타인의 역량을 활용 한다.

- 조직 내에서 일을 잘못하는 사람은 모든 일을 혼자 처리하려고 하는 사람과 완벽하게 처리하려고 하는 사람일 확률이 높다.
- 1인 창조기업은 혼자 운영하는 기업이지만, 자신이 잘 하는 부분만 집중하고 나머지 부분은 더 잘하는 사람들에게 맡기는 분업이 필요하다.

집단지성을 모아 책으로(블로그스)

- 출판 2.0 기획 출판사 블로그스의 강영미 대표는 웹2.0 기반의 집단지성을 활용한 분업시스템으로 책을 출판
- '2009년 블로그로 살아남다' (29명의 블로거들이 온라인툴로 한달만에 책 출판), '블로거 입문서' (40명의 블로거들이 하루만에 원고 작성)

< 출판 2.0 참여 블로거들 >



(* Source: 이장우 외 4인:1인창조기업,2009)

생산자, 블로거, 소비자의 집결지(도토리속 참나무)

- 요리 블로거들이 쏟아내는 레시피 속 요리 재료의 출처와 유통과정을 명확하게 보여주고 세트로 구성하여 판매
- 양돈업자, 양계업자들은 레시피에 들어가는 재료의 신뢰를 책임 지고 소개하는 블로거들은 마케팅 담당

< 도토리속 참나무 홈페이지 >



(* Source: 이장우 외 4인:1인창조기업,2009)