

기술창업가이드

Technology start up



중소기업청
Small & Medium Business
Administration



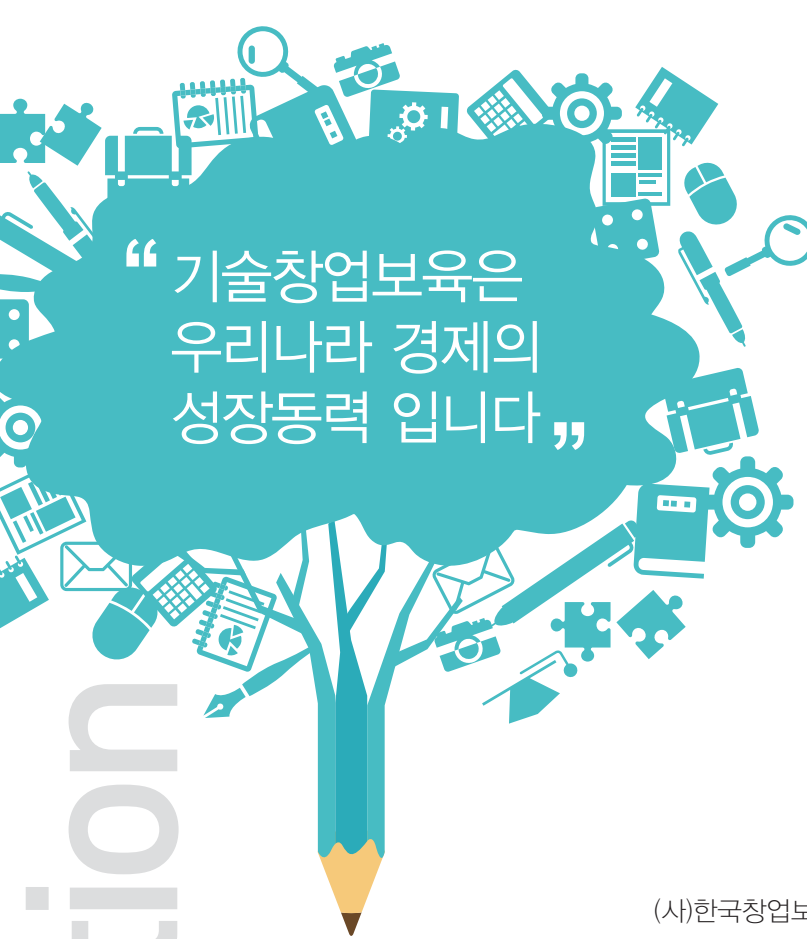
KOBIA (사)한국창업보육협회

기술창업가이드

Technology start up

2015. 3





“기술창업보육은
우리나라 경제의
성장동력 입니다.”

발간사



(사)한국창업보육협회 회장 **계형산**

과학기술이 급변하는 시기의 지식기반 사회에서는 국가경제 성장발전의 원동력으로 기술력을 보유한 혁신형 중소·벤처기업의 역할이 더욱 부각되고 있습니다. 중소기업청과 한국창업보육협회는 혁신형 중소·벤처기업 육성을 위해 신기술 창업을 활성화시키고, 체계적이고 종합적인 서비스를 제공할 수 있는 인프라를 구축하여 중소·벤처기업들이 첨단 기술력을 갖추고 미래시장에 도전할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히 지역 기반 신기술 창업 및 고용창출의 산실인 창업보육센터 운영을 통해 예비창업자 및 초기창업기업의 안정적인 창업활동 지원과 지역 및 국가경제의 균형발전을 위해 노력하고 있습니다.

그동안 창업을 준비하는 사람들에게 창업을 안내하는 많은 지침서들이 있었지만 대부분 일반적인 창업절차나 소상공인창업

을 위한 것이었고, 기술창업을 안내하는 자료는 매우 부족한 상황이었습니다. 따라서 본 『기술창업가이드』는 이러한 문제를 보완하고 기술창업을 준비하는 사람들에게 유용한 지침서가 될 수 있도록 준비하였습니다. 기술창업가이드는 크게 기술창업 구상단계부터 사업화단계까지의 기술창업절차를 안내하는 기술창업실무(제1편)와 한국표준산업분류표에 의한 주요 업종별 기술창업 가이드(제2편), 일반적인 창업과 경영에 대해 설명하는 부록-회사의 설립과 경영(제3편)으로 구성되었으며 그 내용은 다음과 같습니다.

제1편 기술창업실무에서는 기술창업에 대한 이해와 기술창업 단계별 창업절차를 “기술창업 구상단계-사업계획의 수립단계-창업보육센터 입주단계-기술개발단계-상품화단계-사업화단계”로 세분화하여 기술하였으며, 실패와 재도전에 대한 준비과정을 기술하였습니다.

제2편 주요업종별 기술창업가이드는 한국표준산업분류를 중심으로 기술창업으로 분류될 수 있는 제조업, 하수·폐기물처리·원료재생 및 환경복원업, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, 전문·과학 및 기술서비스업으로 세분화하여 해당 산업의 특성과 업종 트렌드, 사업체현황, 창업 시 고려할 사항 및 인·허가사항과 더불어 관련기관 등에 대한 정보를 제공하여 업종별 기술창업 준비에 활용할 수 있도록 하였습니다.

제3편 부록(회사의 설립과 경영)에서는 회사의 설립과 사업자등록 절차, 경영관리, 벤처기업·기술혁신형중소기업·경영혁신형중소기업 인증절차, 코스닥과 코넥스 시장 상장절차 등을 기술하였습니다.

본 기술창업가이드는 기술창업을 준비하는 예비 CEO와 초기창업자들에게 조금이나마 도움이 될 수 있도록 구성하였으나, 미흡한 점을 보완하고 유용성을 증대하기 위하여 지속적인 자료보완이 필요할 것으로 생각됩니다. (사)한국창업보육협회는 우리나라 기술창업에 대한 기준을 확립하기 위해 노력하고 있습니다. 하지만 이에 만족하지 않고 앞으로도 더욱 다양한 기술창업 정보를 제공해 드릴 수 있도록 분발하겠습니다. 감사합니다.

Contents

기술창업가이드
Technology start up

제1편 기술창업실무

제1장 기술창업에 대한 이해	3
제1절 기술창업의 정의	5
제2절 기술창업의 절차 및 핵심요소	9
제2장 기술창업 단계	13
제1단계 기술창업 구상단계	15
1.창업자 분석	15
2.사업아이템 탐색	15
3.특허검색	16
4.소비자 및 시장분석	22
제2단계 사업계획의 수립단계	24
1.사업아이템 선정	24
2.사업타당성 분석	26
3.사업계획서 작성	34
제3단계 창업보육센터 입주단계	44
1.창업보육센터의 기능과 역할	44
2.창업보육센터 입주기업 지원내용	45
3.지역별 창업보육센터 현황	46
제4단계 기술개발 단계	48
1.기술개발	48
2.기업부설연구소 설립	50
3.연구장비 공동활용	58

4.특허 및 지식재산권 확보	59
제5단계 상품화 단계	71
1.디자인 개발	71
2.시제품 제작	72
3.제품인증제도	75
제6단계 사업화 단계	83
1.마케팅전략 수립	83
2.사업 인 · 허가	99
3.공장설립	100
제7단계 실패와 재도전 준비	121

제2편 주요업종별기술창업가이드

제1장 제조업	127
제1절 식품품 제조업	129
제2절 음료 제조업	139
제3절 섬유제품 제조업	145
제4절 의복 · 의복액세서리 및 모피제품 제조업	150
제5절 가죽, 가방 및 신발 제조업	155
제6절 목재 및 나무제품 제조업	159
제7절 펄프, 종이 및 종이제품 제조업	163
제8절 인쇄 및 기록매체 복제업	167

Contents

제9절 코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	171	제3장 출판, 영상 방송통신 및	
제10절 화학물질 및 화학제품 제조업	177	정보 서비스업	269
제11절 의료용 물질 및 의약품 제조업	184	제1절 출판업	271
제12절 고무제품 및 플라스틱제품 제조업	190	제2절 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업	276
제13절 비금속 광물제품 제조업	194	제3절 방송업	282
제14절 1차 금속 제조업	199	제4절 통신업	286
제15절 금속가공제품 제조업	203	제5절 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업	291
제16절 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	208	제6절 정보서비스업	295
제17절 의료, 정밀, 광학기기 및 시계제조업	214	제4장 전문, 과학 및 기술 서비스업	299
제18절 전기장비 제조업	221	제1절 연구개발업	301
제19절 기타 기계 및 장비 제조업	227	제2절 전문서비스업	306
제20절 자동차 및 트레일러 제조업	233	제3절 건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업	314
제21절 기타 운송장비 제조업	238	제4절 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업	320
제22절 가구 제조업	244	제3편 부록(회사의 설립과 경영)	
제23절 기타 제품 제조업	248	제1장 회사의 설립과 사업자등록	329
제2장 하수·폐기물처리·원료재생		제1절 회사설립	331
및 환경복원업	253	1. 법인설립 체크포인트	331
제1절 하수, 폐수 및 분뇨 처리업	255	2. 법인설립 절차	332
제2절 폐기물 수집운반, 처리 및 원료재생업	260	3. 개인기업의 법인전환	343
제3절 환경 정화 및 복원	266		

제2절 사업자등록	346	4.벤처기업 확인요령	384
1. 개인사업자 등록	346	제5절 기술혁신형 중소기업 인증	387
2. 법인사업자 등록	348	1. 기술혁신형 중소기업의 정의	387
3. 4대 사회보험 가입	348	2. 신청자격 및 요건	387
제2장 기술창업경영	351	3. 기술혁신형 중소기업의 우대제도	388
제1절 자금 · 투자 · 재무	353	4. 기술혁신형 중소기업의 확인절차	390
1. 자금확보	353	제6절 경영혁신형 중소기업 인증	391
2. 투자유치	357	1. 경영혁신형 중소기업의 정의	391
3. 재무관리	359	2. 신청자격 및 요건	391
제2절 창업기업의 회계관리	363	3. 경영혁신형 중소기업의 우대제도	392
1. 회계의 기초	363	4. 경영혁신형 중소기업의 확인절차	392
2. 회계시스템의 관리와 회계정보의 활용	364	제7절 코스닥시장 상장	393
3. 기업의 손익계산 방법	365	1. 코스닥의 개념	393
4. 재무제표 읽는법	367	2. 코스닥시장 상장법인의 혜택	393
제3절 창업기업의 세무관리	373	3. 코스닥시장의 상장 요건	394
1. 세금에 대한 기초지식	373	4. 코스닥시장의 상장 절차	395
2. 창업자의 조세감면	374	제8절 코넥스시장 상장	396
3. 창업기업의 절세전략	375	1. 코넥스의 개념	396
4. 세무조사에 대한 대응방안	379	2. 코넥스시장 상장법인의 혜택	396
제4절 벤처기업 확인	380	3. 코넥스시장의 상장 요건	397
1. 벤처기업의 요건	380	4. 코넥스시장의 상장 절차	398
2. 예비벤처기업	383	참/고/문/헌	400
3. 벤처기업 제외업종	383		

제1편

기술창업실무



제1장

기술창업에 대한 이해

제1절 기술창업의 정의

1. 창업의 개념

창업이란 일반적으로 “영리를 목적으로 개인이나 법인회사를 새로 만드는 일” 또는 “창업자가 사업아이디어를 갖고 자원을 결합하여 사업 활동을 시작하는 일” 이라고 정의할 수 있음

이러한 창업의 개념은 확일적으로 정의할 수 없으며 지원목적에 따라 「중소기업창업지원법」, 「조세특례제한법」, 「지방세특례제한법」에서 창업의 정의를 하고 있으며 또한 창업의 형태에 따라 일반창업, 벤처창업, 기술창업으로 구분하기도 하는데 이러한 창업의 정의와 개념은 다음과 같이 분류할 수 있음

1) 창업의 형태에 따른 분류

구 분	주요내용
기술창업	혁신기술 또는 새로운 아이디어를 가지고 새로운 시장을 창조하여 제품이나 용역을 생산·판매하는 형태의 창업을 의미함
벤처창업	High Risk - High Return에 충실하며 반드시 기술창업을 전제로 하지 않으나 우리나라에서는 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」에 정의 되고 있음
일반창업	기술창업이나 벤처창업에 속하지 않는 형태로서 도소매업과 일반서비스업, 생계형 소상공인 창업 등이 해당됨

2) 지원목적상의 분류

지원목적	관련법규	주요내용
조세이외의 창업지원	중소기업창업지원법	조세 이외의 창업지원 및 부담금 감면
국세의 감면	조세특례제한법	소득세, 법인세, 인지세의 감면
지방세의 감면	지방세특례제한법	지방소득세, 취득세, 등록면허세, 재산세의 감면

2. 기술창업의 정의

1) 기술창업의 정의

기술창업이라고 하면 창업 중에서 혁신기술 및 기업가정신을 바탕으로 기존에 없는 새로운 시장을 창조하는 기술집약형 창업으로서 일반적으로 다음과 같은 특성을 갖고 있음

- 혁신기술을 창출하는 기업의 창업
- 벤처 · 기술혁신 · 혁신선도 · 기술집약형 기업의 창업
- 신기술 또는 개발아이디어를 독립 기반위에서 영위하려는 창업
- R&D의 집중도가 높은 기업의 창업
- 기술적 우월성이 성공의 주요요인인 기업의 창업
- 제품의 독창성, 사업의 독립성 · 사회성 · 국제성을 지닌 창업
- 신규 산업의 창출이 가능한 창업
- 기술의 우수성, 전문성, 노하우를 기반으로 성공가능성이 높은 창업

2) 기술창업의 형태

- (1) 창업보육센터에 입주하여 창업하는 형태
- (2) 기술을 이전 받아 외부에 Spin-Off하는 형태
- (3) 대학 또는 연구소의 실험실 창업
- (4) 기술지주회사를 통한 창업

3. 기술창업에 해당되지 않는 경우

1) 사업의 승계

타인으로부터 사업을 승계하여 승계 전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우

사업승계의 예	사업승계에 해당하지 않는 경우
① 상속이나 증여에 의해 사업체를 취득하여 동종 사업을 계속하는 경우 ② 폐업한 타인의 공장을 인수하여 동일한 사업을 계속하는 경우 ③ 사업의 일부 또는 전부의 양도·양수에 의해 사업을 개시하는 경우 ④ 기존 공장을 임차하여 기존 법인의 사업과 동종의 사업을 영위하는 경우	사업의 일부를 분리하여 해당 기업의 임직원이나 그 외의 자가 사업을 개시하는 경우로서 다음의 요건을 갖춘 경우로 함 ① 사업을 영위하던 자와 사업을 개시하는 자 간에 사업 분리에 관한 계약을 체결한 경우 ② 사업을 개시하는 자가 새로이 설립되는 기업의 대표자로서 그 기업의 최대주주 또는 최대 출자자가 된 경우

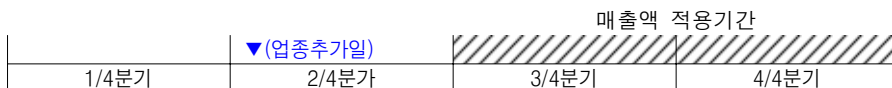


같은 종류의 사업의 범위

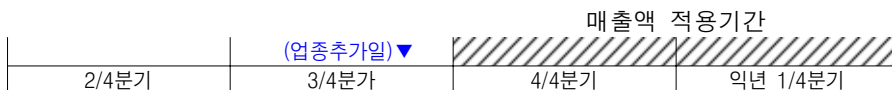
- 같은 종류의 사업이란 「통계법」 제22조 제1항의 규정에 의하여 통계청장이 작성·고시하는 한국 표준 산업분류상의 세 분류를 기준으로 함
- 이 경우 기존업종에 다른 업종을 추가하여 사업을 하는 경우에는 추가된 업종의 매출액이 총매출액의 100분의 50미만인 경우에만 같은 종류의 사업을 계속하는 것으로 봄
- 이 때 추가된 업종의 매출액 또는 총매출액은 추가된 날이 속하는 분기의 다음 2분기 동안의 매출액 또는 총매출액을 말함

[매출액기준 적용사례]

•업종추가일이 4월 2일인 경우 7월1일부터 12월 31일까지의 매출액



•업종추가일이 7월 31일 인 경우 10월1일 부터 익년 3월31일까지의 매출액



2) 기업형태의 변경

개인사업자인 중소기업자가 법인으로 전환하거나 법인의 조직변경 등 기업형태를 변경하여 변경전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우

- ① 개인사업자가 법인으로 전환하거나, 합명회사와 합자회사, 유한회사와 주식회사 상호 간에 법인형태를 변경하여 같은 종류의 사업을 계속하는 경우
- ② 기업을 합병하여 같은 종류의 사업을 영위하는 경우

3) 폐업 후 사업재개

폐업 후 사업을 개시하여 폐업전의 사업과 같은 종류의 사업을 계속하는 경우

- ① 사업의 일시적인 휴업이나 정지 후에 다시 사업을 재개하는 경우
- ② 공장을 이전하기 위해 기존장소의 사업을 폐업하고, 새로운 장소에서 사업을 재개하는 경우

제2절 기술창업의 절차 및 핵심요소

1. 기술창업의 절차

기술창업자가 창업에 실패하거나 창업기간의 장기화로 많은 창업비용이 소요되는 것은 창업을 함에 있어 준비절차를 체계화하지 않고 사업화 검증절차 없이 창업하기 때문임

기술창업의 기본 절차는 사업아이템을 결정하고 객관적 검증을 통해 실현 가능한 계획을 수립하여 창업을 실현하는 과정으로 설명할 수 있음

〈 기술창업 기본 절차도 〉



2. 창업의 핵심요소

창업을 하는 이유는 창업의 성공을 통하여 얻게 되는 여러 가지 유익을 기대하기 때문인데 창업의 성공적인 수행을 위해서는 다음과 같은 요소들이 필요

1) 사람

창업기업의 업무는 사람이 수행하게 되며 업무를 수행하는 사람이 갖고 있는 기업가정신과 의지, 능력과 자질, 사업에 임하는 태도, 구성원의 협력관계 등에 따라 기업의 성패가 좌우됨

① 창업자

사업을 계획하고 실행을 주도하며 실질적으로 책임을 지는 사람으로서 창업자의 능력에 따라 창업기업의 성공과 실패가 좌우되어질 수 있음

② 동업자

창업자와 함께 금전, 현물 또는 기술을 투자하여 사업부문별 역할을 수행하고 그 과실을 분배하여 얻는 자로서 창업자 다음으로 중요한 구성원이 됨

③ 창업기업의 팀원

창업자와 함께 창업사업의 성공을 위해 참여하는 사람으로서 창업자를 도와서 업무를 수행

2) 창업아이디어(기술, 제품, 서비스)

무슨 사업을 할 것인지에 대한 내용으로 구체적으로는 어떤 제품이나 서비스를 생산하여 시장에 팔 것인지를 결정

① 우수한 기술이나 사업아이디어로서 우수한 제품이나 서비스로 생산되어질 수 있어야 함

② 우수한 제품이나 서비스로서 가격이나 품질 면에서 경쟁력을 갖고 있어야 함

③ 소비자가 기대하는 것 이상의 가치를 제공할 수 있어야 함

3) 시장

아무리 좋은 제품이나 서비스가 공급되어질 지라도 대가를 지급하고 구입하려는 자가 없을 경우에는 제품이나 서비스의 공급이 중단될 수밖에 없음. 따라서 대상제품이나 서비스를 구매하려는 고객이 있어야 함

많은 경우에 기술의 우수성만을 믿고 제품을 개발한 후 시장을 개척하려는 경향이 있는데 시장의 가능성을 보고 제품이나 서비스를 개발하는 것이 성공 가능성이 더 높음

- 창업자가 제공하는 제품이나 서비스에 대하여 대가를 지급하고 구입하려는 고객 집단
- 고객은 제품이나 서비스의 가격을 결정하며 수요를 간접적으로 조절
- 창업자가 제공하는 제품이나 서비스의 가격 및 품질은 고객이 느끼는 가치 수준에 맞아야 함

제품이나 서비스의 원가 < 판매가격 < 고객이 느끼는 가치

- 기존의 사업자와 경쟁을 하여야 하는 시장이 존재할 수 있고 새로운 제품이나 아이디어를 통하여 새로운 시장을 개척할 수 있음
- 기존시장이나 새로운 시장에 제품이나 서비스를 판매하기 위해서는 고객의 욕구를 정확히 파악하여 그에 맞는 제품이나 서비스를 개발하고 필요한 시기에 적절한 가격으로 제공할 수 있어야 함

4) 자본

계획사업의 수행에 필요한 자금을 말하며 사업을 수행하고자 하는 사람과 좋은 아이디어, 그리고 시장이 존재한다고 해도 사업 수행에 필요한 자금이 없다면 사업을 수행할 수 없으며, 자본은 자기자본과 타인자본으로 구분

(1) 자기자본

조달된 자본으로서 상환의무가 없는 자본

① 개인기업

개인기업의 경우 창업사업의 수행에 필요한 자금은 개인 사업주가 투자하게 되고, 여러 명의 사업주가 공동으로 사업을 영위할 경우에는 공동사업을 영위하는 사업주 모두가 자금을 부담

② 법인기업

법인기업의 경우 주주 또는 출자자들이 기업에 투자하게 되는 금액을 말하며 법인기업의 투자자는 개인, 법인(벤처캐피탈 포함) 모두가 될 수 있음

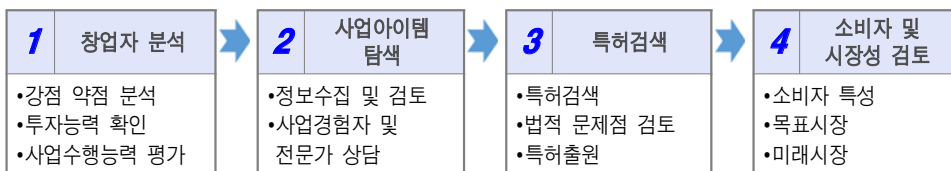
(2) 타인자본

창업자 또는 창업기업의 주주나 출자자가 기업에 투자하는 자본 이외에 사업의 수행에 필요한 자금을 타인으로부터 조달하게 되는 금액을 말하며 친인척, 지인, 금융기관으로부터 차입하게 되는 자금 등을 말하며 상환의무가 있는 자본

제2장

기술창업 단계

제1단계 기술창업 구상단계



1. 창업자 분석

창업자 분석은 기업가로서의 적성과 자질, 능력에 따라 사업의 성패가 결정된다고 할 정도로 중요한 분석 항목이므로 창업자는 아래 항목을 자가 분석으로 점검

〈 창업자 분석 항목 〉

분석 항목		분석 내용
강·약점 분석	강점	창업자의 사업수행에 강점사항을 분석
	약점	창업자의 사업수행에 약점을 분석 보완
투자능력 확인	자기자본 확보상태	총 소요자금 중 자기자본 확보정도
	추가자금 조달능력	추가자금 조달능력 분석
사업수행 능력평가	소양과 적성	기업가정신, 통찰력, 창조력, 스케일, 리더십, 의지력 등
	경험 및 지식	창업관련 분야의 경험, 창업자 능력, 학문과 지식, 인적네트워크 등
	경영관리능력	창업멤버의 구성 및 조직관리 능력, 조직유지능력, 경영기획능력 등

2. 사업아이템 탐색

창업자가 평소 관심을 가지고 있는 분야와 보유한 기술 분야에 대한 사업아이템 탐색방법은 제품탐색법과 욕구탐색법이 있음

제품탐색법	•기존제품 탐색	•기존제품 또는 성능 등 일부 변경한 제품을 기존시장 또는 신시장에 적용하는 방법
	•신제품탐색	•신제품을 개발하여 기존시장 또는 신시장에 적용하는 방법
욕구탐색법	•외적인 환경요소와 창업자 개인의 욕구가 효과적으로 결합된 아이템 선정 방법	

3. 특허검색

1) 특허정보 검색의 필요성

(1) 특허를 받기 위해

〈특허출원인들의 생각〉

자신의 발명, 디자인, 상표가 참신하고 획기적이고, 충분히 특허 받을 만 하다고 생각



〈현실〉

특허출원의 경우 30~40%는 거절 결정되며, 그 중 90% 이상은 선행기술이 존재하기 때문
(누군가가 특허출원했거나 논문으로 발표했기 때문에 신규성이나 진보성이 부족하다는 이유)



〈대응방법〉

특허검색을 하여 자신의 발명이나 사업아이템과 동일하거나 유사한 것이 있는 경우 개량설계, 회피설계 또는 특허매입 등의 전략수립·시행

(2) 창업아이디어를 발굴하기 위해

- 특허정보는 전 기술분야에 대한 자료가 체계적으로 정리되어 있고, 각각의 특허정보는 상세한 설명, 도면 등 손쉽게 파악할 수 있는 기술정보를 담고 있어, 창업아이디어 발굴에 유용하게 활용할 수 있음

(3) 연구개발 방향설정과 연구시간 및 비용절감을 위해

- 많은 시간과 비용을 투자해서 열심히 연구하고 아이템을 개발하였는데, 이미 다른 사람이 먼저 개발을 완료하고 특허까지 받았다면 이미 너무 늦은 것이고, 더 이상의 투자가치가 없다 할 것임
- 그러나, 연구개발 기획 및 개발단계 등의 전 과정에 걸쳐서 특허정보를 검색하면, 중복투자로 인한 비용낭비를 예방할 수 있고 기존 기술들을 참조함으로써 연구개발의 비용과 시간을 단축할 수 있음

〈 단계별 특허조사 내용 〉

단계	조사 내용
기획단계	관심분야에 대한 특허기술동향 및 권리동향 파악
연구개발 단계	주요적인 최신 특허정보 조사를 통하여 연구방향의 확인 및 문제해결의 아이디어 획득
개발 완료 단계	타인의 선행특허에 대한 권리범위를 검토하여 특허로 청구할 권리범위 설정·조정

2) 특허검색 방법 : 특허정보넷 키프리스를 이용하거나, 전문기관에 의뢰

- 특허검색을 직접 하고자 할 때는 특허청이 한국특허정보원을 통하여 무료로 운영하는 특허검색 인터넷사이트인 “특허정보넷 키프리스(KIPRIS)”를 이용하면 되며, 외국 특허청에서 운영하는 사이트도 많음
- 민간기업 등에서는 전문가 들을 위한 유료검색서비스도 운영중 (한국 : 웹스온, 미국 : 렉시스넥시스 등)
- 소송 관련 무효 증거를 찾기 위한 것이나, 해외 특허출원을 준비하거나, 해외에 제품을 수출하기 위한 특허조사 등을 할 때에는 특허검색 전문 업체 또는 전문가에 의뢰하는 실시하는 것이 바람직 함

3) 특허정보 검색 시 유의사항

(1) 검색키워드의 선정

- 검색키워드란 검색하고자 하는 주제에 핵심이 되는 단어 혹은 어구이며 검색하고자 하는 주제를 잘 대표하는 몇 개의 키워드만으로 그 주제 전체를 표현할 수 있어야 함
- 키워드를 제대로 선정하지 못할 경우 중요한 건이 누락되거나 추출된 건수가 많아져 검토하는데 많은 시간이 소요되므로 검색이 이루어지기 전에 검색키워드를 철저하게 작성하는 것이 매우 중요함

(2) 기술의 이해

- 검색키워드 작성에 있어 해당 기술이나 발명의 요지를 이해하는 것이 제일 중요하다고 할 수 있으며 이에 대한 작업이 선행되어야 함
- 키워드 설정이 능숙하다 하더라도 원하고자 하는 핵심내용을 잘못 이해할 경우, 결과물이 실제 원하는 것과 전혀 상이한 것이 될 수 있음

(3) 동의어, 유의어를 감안하여 키워드 선정

- 특허문헌에 사용되는 기술용어는 기술의 변화 또는 작성자의 관점에 따라 매우 다양한 표기로 이루어지므로, 동의어, 유의어, 유사어 등을 감안하여 키워드를 선정하여야 함

- 특히, 함축적 표현, 작성자에 따른 표현상의 차이, 의미상 차이, 외국어 표기, 오타자 등까지도 감안하여 검색이 이루어져야 함

〈 키워드 선정 시 고려할 사항 〉

- **표현상 차이** : 키워드가 “TV” 인 경우 유사한 단어인 “티비, 텔레비전, 텔레비전, 테레비전, 테레비, 티브이” 등이 있으며, 이들은 모두 특허검색에서 유사어나 동의어로 넣어야 하는 키워드
- **의미상 차이** : “배” 라는 단어의 예를 들면, 먹는 배, 타는 배, 사람의 배 등 다양한 의미를 가지고 있음. 관련 키워드와의 연산자 조합을 통하여 정확한 의미를 부여
- **외국어** : 외국어를 키워드로 선정하고자 할 때는 단어의 단수, 복수형이나 변화형까지도 고려하여야 하며, 하이픈(-) 문자의 사용 등에 유의
- **오타자** : 특허명세서에도 오류가 존재하기 때문에, 특정한 특허를 찾기 위해서는 특허명세서에 나타나는 오류의 유형까지도 고려되어야 하며 오류 중에는 의도된 오류도 많은데, 자신의 특허가 가급적 검색이 안 되도록 하기 위해 의도적으로 오타자를 사용하기도 함

(4) 특허정보넷 키프리스(KIPRIS) 이용방법 (<http://www.kipris.or.kr>)

키프리스(KIPRIS, Korea Intellectual Property Rights Information Service)에는 국내·외 특허, 상표 등의 정보가 DB로 구축되어 있으며, 인터넷을 통하여 무료로 검색할 수 있음

① 수록정보

1948년부터 현재까지의 국내 산업재산권(특허, 실용신안, 디자인, 상표)를 비롯한 미국, 일본, 유럽, 중국 등 전 세계 특허, 상표, 디자인 정보

〈 키프리스 수록정보 〉

구분	수록 내용
한국	1948년 이후 현재까지의 특허, 실용신안, 디자인, 상표 및 심판정보
해외특허	미국, 유럽, PCT, 일본, 중국, 영국, 독일, 프랑스, 호주, 캐나다, 러시아, 대만
해외상표	미국, 일본, 호주, 캐나다, 유럽
해외디자인	미국, 일본, WIPO

〈 키프리스 정보 중 한국정보 세부내용 〉

권리명	제공 년도	제공 내용
특허·실용신안	1948 ~ 현재	서지, 초록, 전문, 행정처리사항
디자인	1948 ~ 현재	서지, 초록, 전문, 행정처리사항
상표	1950 ~ 현재	서지, 초록, 전문, 행정처리사항
심판	1956 ~ 현재	서지, 심결문, 심판이력사항
KPA(한국특허영문초록)	1979 ~ 현재	서지, 초록(영문), 전문, 행정처리사항

② 주요기능

- 통합검색 : 모든 권리정보(특허, 실용신안, 디자인, 상표, 해외특허 등)에 대하여 한 번에 검색 하는 것으로써, 초보이용자를 위한 기능. 간략한 초록정보는 물론 상세정보 및 전문 열람 가능
- 권리별검색 : 특허, 실용신안, 디자인, 상표 등 각 권리별로 일반 키워드검색을 하거나 항목별(출원일, 성명, 발명의 명칭, 요약 등) 검색을 할 수 있음. 검색결과를 통합검색과 동일
- 부가기능 : 외국어 자동번역, 엑셀다운로드, 검색마법사 등

③ 검색사례 : 통합검색

- 통합검색은 특허 검색에 익숙하지 않은 초보 이용자를 위한 자유검색기능으로서 특허, 실용신안, 디자인, 상표, 해외특허 등에 대하여 권리구분 없이 전 권리를 한 번에 검색할 수 있는 기능
- 정보가 어떤 권리인지, 어떤 국가의 정보인지 모를 때 및 검색할 대상의 항목을 알지 못하는 일반적인 경우에 사용하며 간단한 단어, 인명, 번호 등으로 전체 또는 일부에 대한 검색이 가능
- 검색할 단어(키워드)와 연산자를 조합하여 검색하는데, 연산자와 사용방법은 아래와 같음

< 키프리스 연산자 및 입력사례 >

구분	기호	설명	입력예제
AND연산	*	입력된 키워드 2개가 모두 포함된 자료 검색	휴대폰*케이스
OR연산	+	입력된 키워드 중 한 개라도 포함된 자료 검색	핸드폰+휴대폰
NOT연산	!	입력된 키워드 2개 중 한개는 반드시 포함하고 한개는 포함되지 않는 자료 검색	자동차*!클러치
NEAR연산	^	첫 번째 검색어와 두 번째 검색어의 거리가 1단어(^1), 2단어(^2), 3단어(^3) 떨어진 특허실용 검색 (3단어까지만 지원하고 순서를 고려하여 검색함)	자동차^2각도
절단자연산	?	일부 번호가 제외된 번호에 대한 특허실용 검색	?-2012-0001234

< 통합검색 입력화면 >



④ 검색사례 : 검색결과 조회

- 검색결과 화면에서는 간략한 초록정보와 함께 해당 결과에 대한 상세정보 및 전문 열람이 가능
- 화면 상단의 특허실용, 디자인, 상표 등 각각의 권리명을 클릭하면 해당 권리에 대한 내용 조회 가능

〈 항목별 검색화면 〉

The screenshot shows the KIPAT search interface with the following sections:

- 검색어사전**: Includes filters for '특허·실용신안', '유사검색식', '내검색식', and '한글-영역'.
- 검색어사전**: Search box with 'ex) 1020050012345, 스마트폰, H03L, 통신' and a search button.
- 검색하스토리**: A section for recent searches.
- 관리구분**: Checkboxes for '특허' and '실용'.
- 행정처분**: Checkboxes for '진제', '거절', '등록', '소멸', '무효', '취하', '포기', and '공개'.
- 자유검색 (전문)**: Search box with '(핸드폰+휴대폰)*발광' and an 'and' dropdown.
- IPC**: Search box with 'ex) G06Q + H04Q' and an 'and' dropdown.
- 번호정보**: Fields for '출원번호(AN)', '공개번호(OPN)', '국제출원번호(FN)', and '우선권주장번호(PN)' with example values and 'and' dropdowns. Also includes '등록번호(GN)', '공개번호(PN)', '국제공개번호(FON)', and 'WO2003008308'.
- 일자정보**: Fields for '공개일자(PD)', '등록일자(GD)', '국제출원일자(FD)', and '우선권주장일자(PD)' with example values and 'and' dropdowns. Also includes '출원일자(AD)', '공개일자(OPD)', and '국제공개일자(FOD)'.

4. 소비자 및 시장분석

1) 소비자 분석

소비자의 행동을 분석하는 것은 사업수행의 출발점이나, 창업자들은 보유기술만 믿고 소비자에 대한 철저한 분석을 하지 않는 경향이 있음. 소비자에 대한 분석이 없이 자신의 기술에 대한 과신으로 창업을 하는 경우 대부분 실패하게 됨

소비자의 구매행동에 영향을 미치는 다양한 요인과 구매의사결정과정을 파악하여 사업의사결정에 반영

〈 소비자 구매의사 결정과정에 영향을 미치는 요인 〉

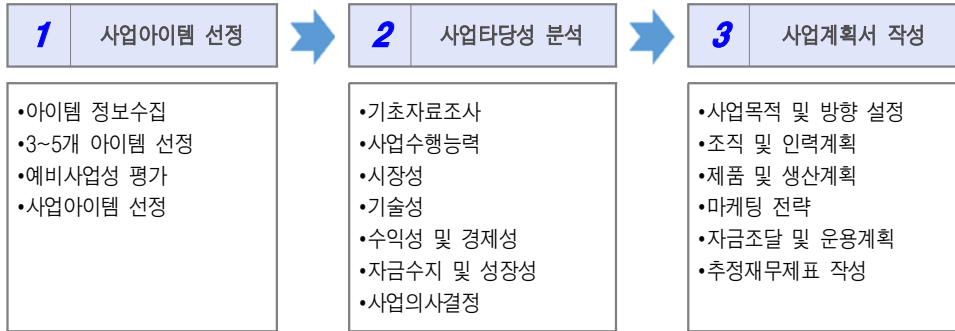
구분	소비자 구매의사 결정과정에 영향을 미치는 구체적 요인
사회 문화적 요인	지역의 문화, 전통, 사회규범, 의식기준, 사회계층, 준거집단, 가족 등
개인적 요인	연령과 생애주기, 직업과 소득, 성별과 라이프스타일 등
심리 도식적 요인	동기(생리적 욕구, 사회적 욕구, 존경, 자아실현 등) 태도(제품 및 상품에 대하여 학습된 선호 경향) 경험(소비자의 경험) 개성(사교성, 자율성, 사회성, 적극성, 과시성 등)
상황적 요인	커뮤니케이션 상황, 구매 전 상황, 구매 및 소비상황, 구매 후 상황 등

2) 시장 분석

사업아이템의 진입시장을 분석하므로 마케팅전략을 수립하여 성공적인 창업이 될 수 있도록 함

구분	주요 내용
기존시장분석	사업아이템의 시장이 이미 형성되어 있는 경우 기존 시장을 분석하여 시장진입가능 여부를 검토
신규시장분석	사업아이템의 시장이 형성되어 있지 않은 경우 신규시장을 분석하여 진입가능여부 검토

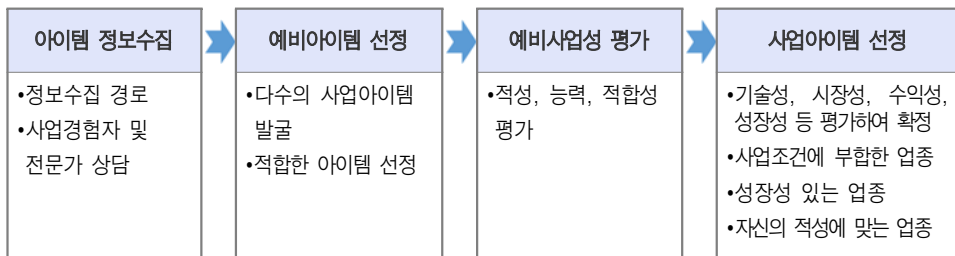
제2단계 사업계획의 수립단계



1. 사업아이템 선정

창업 아이템 선정은 창업성공의 중요한 부분으로 선정절차를 요약 하면 아래와 같음

〈 사업아이템 선정 절차 〉



1) 아이템 정보수집

창업자는 그동안의 경험과 지식을 가지고 평소 관심 있는 분야의 아이템에 대한 정보 수집을 통해 사업 아이템을 발굴

〈 사업아이템 정보수집 방법 〉

구분	정보수집 경로	정보수집 방법
정보수집 및 검토	인적 네트워크	창업자가 보유한 인맥을 활용한 정보수집
	인터넷 및 미디어	창업정보 및 정책정보 사이트와 신문 등 활용
	박람회 및 전문기관	전시회나 박람회 및 창업상담회사 등 활용
사업자 및 전문가상담	사업경험자 상담	창업관련 업종 사업경험자 및 실소비자 면담
	전문가 상담	창업컨설턴트 등 전문가 상담

2) 예비아이템 선정

아이템 탐색 및 정보수집 과정을 통해 다수의 사업 아이템에서 아래 사항을 검토하여 3~5종의 예비사업 아이템을 발굴하고 그 중에서 가장 적합한 아이템을 최종 선정

〈 아이템 선정 기준 〉

구분	선정 기준
적성·능력의 적합 여부	<ul style="list-style-type: none"> •적성 및 성격은 맞는가? •건강유지 능력은 있는가? •해당업종의 경험 또는 사업수행 능력·지식 유무는? •해당업종의 창업자금 조달능력은 양호한가?
시장성·입지성 전망	<ul style="list-style-type: none"> •해당지역에서의 시장 분석상 입지가 해당업종에 적합한가? •사업발전 단계상 도입기, 성장기 업종인가? •해당업종의 시장규모가 커지고 있는가? •시장의 경쟁현황과 전망은 양호한가?
수익성 양호 여부	<ul style="list-style-type: none"> •투자비용에 비해 수익전망은 양호한가? •손익분기점은 얼마이며, 언제인가? •2~3년 이내 흑자실현이 가능한가? •인테리어공사 등 고정비가 권리금화에 유리한가?
상품성 우수 여부	<ul style="list-style-type: none"> •고객입장에서 가격에 비해 유용한 상품인가? •고객에게 인기도와 경쟁력은 있는가? •영업 및 A/S의 가능 여부는? •상품조달 및 공급의 용이성은?
위험 요소 여부	<ul style="list-style-type: none"> •해당업종 인·허가 문제에서 미비한 점은 없는가? •경쟁업체 및 거래업체와의 분쟁 소지여부는?

3) 예비사업성 평가

(1) 사업적합도 평가

자본 가용성, 제조역량, 마케팅 및 유통역량, 기술지원역량, 경영지원 등 예비평가

(2) 사업매력도 평가

매출 및 이익 잠재성, 성장잠재성, 경쟁자분석, 위험분산, 산업구조 개편 잠재성 등 예비평가

4) 사업아이템 선정

- 창업자 특성 분석으로 자신의 적성과 사업 조건에 맞는 업종과 사업규모 선택
- 경쟁업체보다 유리한 업종으로 자신이 따라 잡을 수 있는 업종
- 생산기술 및 능력을 확보할 수 있는 업종
- 지속적인 시장성이 있는 업종
- 충분한 수익성이 확보되는 업종
- 시대 변화에 따른 성장성이 있는 업종 선택
- 자신의 사업조건에 맞는 업종 선택

2. 사업타당성 분석

1) 사업타당성 분석 개요

(1) 사업타당성 분석의 필요성

사업계획의 객관성 확보	•신규사업 추진에 대한 실패요인을 사전점검으로 성공가능성 제고
창업비용 최소화	•신규사업의 문제점 및 제약요소를 파악함으로 사업추진 기간단축과 창업비용 최소화
성공적인 사업의 틀 마련	•기술성, 시장성, 수익성, 자금수지계획 등 세부 항목에 대한 분석을 사업 추진 세부사항 점검
경영능력 향상	•창업 준비를 통한 경영관련 분야의 균형 있는 지식습득으로 경영능력 향상

(2) 사업타당성 분석 절차



2) 기초자료조사

사업타당성 분석을 위해 기업현황, 기업 내·외부 환경자료, 창업 아이템 관련 자료 등을 업종별 협회, 한국은행, 중소기업청, 보증기관, 연구기관 등을 통하여 종합적으로 조사하여 수집함

3) 사업수행능력 및 적합성 분석

사업의 성패는 기업가로서의 적성과 자질, 창업자의 계획사업 수행능력 및 해당 업종에 대한 적합도에 달려 있으며 사업 타당성을 검토할 때는 먼저 창업자의 계획사업 수행능력과 해당 업종에 창업자가 적합한가를 분석함

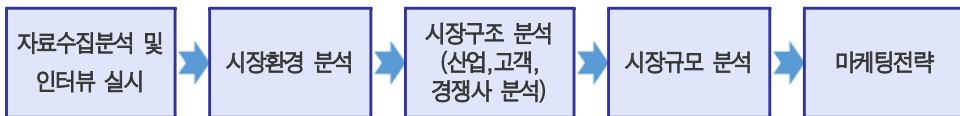
구분	분석 목적	평가 요소
사업수행능력 및 적합성 분석	<ul style="list-style-type: none"> •계획사업에 대한 적합성 확인 •사업수행능력의 유무 확인 •기업경영관리의 자질 확인 	<ul style="list-style-type: none"> •사업자의 소양과 적성 •사업자의 업무수행능력 •사업자의 경영관리능력

4) 시장성 분석

창업자가 처음 제품을 생산하여 시장에 내놓았을 때 대부분 소비자에게 생소한 것이 보통이며 품질이 확인되기 전까지는 판매가 결코 쉽지 않음. 따라서 사업 성공의 관건이 바로 시장성과 판로확보이기 때문에 시장성 분석이 무엇보다 중요

구분	분석 목적	평가 요소
시장성 분석	<ul style="list-style-type: none"> •고객의 확인 •시장구조 및 경쟁력 •수요 및 판매예측 	<ul style="list-style-type: none"> •시장동향 분석 •제품성 및 경쟁력 분석 •수요예측 및 판매전략

〈 시장성분석 절차 〉



5) 기술성 분석

충분한 시장을 가진 좋은 아이템일 경우에도 시장이 원하는 가격과 창업자가 기대하는 수익이 확보되는 가격의 제품을 합리적인 기술로서 생산 할 수 있는지의 여부를 검토하는 과정

기술분석 절차	주요 검토내용
계획제품의 특성분석	<ul style="list-style-type: none"> •제품의 용도와 주요 소비처 •제품의 주요 기능과 물리적, 화학적 특성 •표준제품 및 요구제품의 품질 수준 •경쟁제품과의 비교우위성 및 가격경쟁력
기술적 타당성 분석	<ul style="list-style-type: none"> •생산기술의 존재여부 및 도입가능성 •요구제품의 품질 수준에 대한 기술의 적정성과 기술적 대안 및 지식재산권의 확보여부 •대체기술의 출현가능성과 기술의 수명주기 •환경성의 검토 및 공해방지시설 •안정성의 확보방안



6) 수익성 및 경제성 분석

수익성 및 경제성 분석의 평가 항목은 크게 수익성전망, 손익분기점 분석, 투자수익 및 계획사업의 경제성 분석 등으로 분류할 수 있음

구분	분석 목적	평가 요소
수익성 및 경제성 분석	<ul style="list-style-type: none"> •사업의 예상 매출 파악 •사업의 추정손익 검토 •투자수익 및 손익분기점 파악 •경제성 분석 	<ul style="list-style-type: none"> •수익전망(손익추정) •투자수익률 분석 •손익분기점 분석 •민감도 분석 •현금흐름 분석

(1) 수익전망(손익추정)

- 추정 손익계산서에 의한 연도별 순이익의 적정성
- 경쟁사 대비 당기순이익의 수준
- 2~3년 내 수익 실현 가능성
- 영업 규모 대비 판매관리비 수준 등

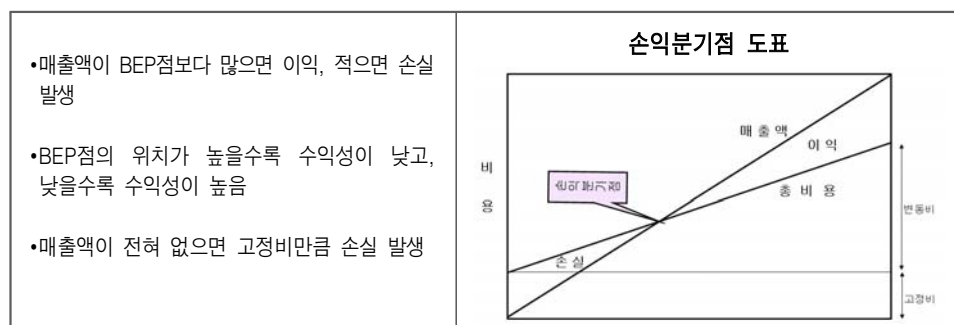
(2) 투자수익률 분석

창업을 위한 투자액의 수익률을 분석하는 것으로 세부 평가항목

- 투자수익률 수준 및 목표수익률의 실현 가능성
- 최소 금융수익 수준 이상의 수익실현 가능성

(3) 손익분기점(Break Even Point, BEP) 분석

손익분기점은 일정기간의 총수익과 총비용(고정비, 변동비)이 일치하므로 이익도 손실도 발생하지 않는 매출액을 달성하는 점으로써 매출목표 수립과 이익관리에 필요



등식법에 의한 손익분기점 분석	등식법 적용사례
<ul style="list-style-type: none"> •단위당 공헌이익 = 단위당판매가격 - 단위당 변동비 •공헌이익율 = $\frac{\text{단위당 공헌이익}}{\text{단위당 판매가격}} = \frac{\text{총 공헌이익}}{\text{총 매출액}}$ •손익분기점 판매량 = $\frac{\text{총 고정비}}{\text{단위당 공헌이익}}$ •손익분기점 매출액 = 손익분기점판매량 × 가격 = $\frac{\text{총 고정비}}{\text{공헌이익율}}$ 	<p>단위당판매가격 1,000원, 단위당 변동비 300원, 고정비 7백만원</p> <ul style="list-style-type: none"> •단위당 공헌이익 = 1,000 - 300 = 700 •공헌이익율 = $\frac{700}{1,000} = 0.7$ •손익분기점 판매량 = $\frac{7,000,000}{700} = 10,000\text{개}$ •손익분기점 매출액 = 10,000개 × 1,000 = 1천만원 또는 7,000,000 ÷ 0.7 = 1천만원

※변동비는 매출액이나 생산량의 증감변화에 따라 비례해서 변동되는 비용으로서 재료비, 외주가공비, 판매수수료, 포장비 등이 이에 속함. 변동비는 기간총액으로는 매출액의 증감에 비례하여 증감하는 비용이지만 제품단위당으로는 변동하지 않음

특히 예비창업자가 창업에 있어 반드시 손익분기점분석을 하여야 하나 대부분의 기술창업자는 계산이 복잡하여 이를 중요시하지 않는 경우가 많음. 간단히 손익분기점 분석을 쉽게 할 수 있는 방법을 설명하면 아래와 같음

- 먼저 창업 후 매월 소요되는 고정비(임차료, 급여 등)를 계산(예, 7백만원)
- 제품 1단위당 변동비(원재료비, 부품비 등)를 계산(예, 300원)
- 이때 본제품의 1단위당 판매 가격이 1,000원이라고 하면 변동비를 공제한 700원이 공헌이익
- 본 사업의 경우 매월 7백만원의 고정비가 발생하므로 제품 1단위를 팔면 700원의 공헌이익이 발생하므로 매월 10,000단위를 팔아야 고정비 7백만원을 보전할 수 있어 수익과 비용이 일치하게 되는 것을 손익분기점매출이라고 함

(4) 민감도 분석

민감도 분석은 기업의 경영환경에서 악조건으로 발생할 수 있는 제반 상황을 설정하여 계획사업의 결과의 변화여부를 분석, 검토하는 것으로 아래와 같음

- 설정 1 : 시장점유율 하락, 경쟁사의 출현 등으로 매출액이 10% 감소된 경우
- 설정 2 : 물가상승의 제 요인으로 계획보다 인건비가 10% 증가 되었을 경우
- 설정 3 : 설정 1과 설정 2가 동시에 발생하는 경우

(5) 경제성 분석

계획사업의 경제적 타당성을 분석하는 것으로써 순현재가치법, 회수기간법, 회계적 이익률법 등의 기법을 활용하며 돈의 가치는 시간의 흐름에 따라 변화함에 유의하여 분석진행

7) 자금수지 및 성장성

자금수지 및 성장성 분석 평가 항목은 자금 수지 및 조달능력을 검토하고 기업의 성패에 중대한 영향을 미칠 수 있는 위험요소의 분석과 장기적인 기업 경영측면에서 지속적인 성장발전이 가능한지를 분석

구분	분석 목적	평가 요소
자금수지 및 성장성 분석	<ul style="list-style-type: none"> •자금조달능력 확인 •계획사업의 위험요소 파악 •기업의 성장가능성 파악 	<ul style="list-style-type: none"> •소요자금 및 자금조달능력 분석 •자금조달 및 운영계획 분석 •위험요소 분석 •성장성 분석(기업환경종합)



소요자금 추정방법

일반적인 소요자금의 총액 = 고정자금 + 운전자금 + 초기 창업준비 비용

8) 사업 의사결정

(1) 사업규모 결정

창업자는 사업타당성 분석을 참고로 향후 사업방향을 결정하여 사업의 규모를 결정하고 사업계획을 수립하여 추진하여야 하며 사업규모 결정을 위한 검토사항은 다음과 같음

- 선정된 아이템의 투자계획에 따른 규모 결정
- 창업자가 자기자본과 타인자본을 이용한 자금조달 능력에 따른 규모 결정
- 사업장 확보 유무에 따른 규모 결정
- 판매계획에 따른 생산능력 확보여부에 따른 규모결정

(2) 기업형태 결정

창업을 함에 있어 개인 기업으로 할 것이냐, 법인기업으로 할 것이냐를 결정해야 하는데 개인 기업으로 창업하여 사업규모가 커지면 법인기업으로 전환하는 것을 고려할 수 있으나 전환 시기, 전환에 따른 비용, 창업지원혜택 등 여러 가지 요소를 비교한 후에 결정하여야 함

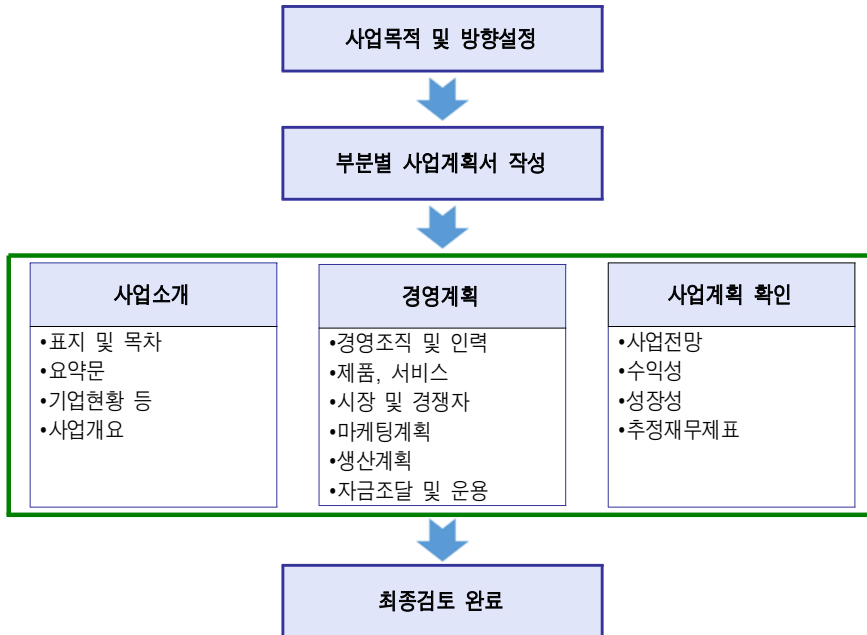
< 개인기업과 법인기업의 비교 >

구분	개인 기업	법인 기업
설립절차	•사업자등록으로 간편한 절차	•정관 작성, 법인설립절차 등 이행
경 영	•경영활동에 대한 단독 무한 책임 •신속한 의사결정 •경영능력의 한계	•회사의 형태에 따라 분류(유한책임, 무한책임) •의사결정의 저속성 •소유와 경영의 분리 가능
기업주 활동	•기업주활동의 자유	•기업주활동의 제약(상법 등)
자본조달	•개인의 전액출자로 자본조달 한계	•다수의 출자자로부터 거액의 자본금 조달 가능
이윤분배	•이윤의 전부를 개인이 독점	•출자자의 지분에 의해 분배
기업영속성	•기업의 영속성 결여	•기업의 영속성 유지
세제상의 차이	•소득세 과세 •일정규모이하인 경우에 세금부담에 유리 •대표자 본인의 급여 불인정 •장부기장 등이 상대적으로 덜 엄격	•법인세 과세 •일정규모이상인 경우에 세금부담에 유리 •대표자의 급여인정 •복식부기에 의한 장부기장 증빙징취 등의 엄격성 요구 •업무무관 가지급금 등에 대한 인정이자의 계산
기 타	•대인 접촉과 비밀유지에 유리 •대외 신용도 취약 •창의 노력의 극대화	•출자금의 유가증권화 가능 (재산 이전 용이) •대외적인 신용 유리 •경영관리의 효율성

〈 법인기업 형태별 비교 〉

구분	주식회사	유한회사	합자회사	합명회사	협동조합
법적근거	상법	상법	상법	상법	협동조합기본법
책 임	유한책임	유한책임	유한책임 무한책임	무한책임	유한책임
발기인수 또는 사원수	제한 없음	제한 없음	2인 이상	2인 이상	5인 이상
출자의 종류	금전, 현물(주식)	금전, 현물(지분)	금전, 현물, 노무, 신용(지분)	금전, 현물, 노무, 신용(지분)	금전, 현물
정관인증	필요 (10억 미만 발기 설립은 불필요)	필요	불필요	불필요	필요
출자단위	1주에 100원 이상 자본금 제한 없음	1좌에 100원 이상 자본금 제한 없음	출자한도 없음 등기 시 명시	출자한도 없음 등기 시 명시	출자한도 없음
검사인 선임	변태설립 시 필요	불필요	불필요	불필요	불필요
의결기관	주주총회 (1주1의결권)	사원총회	무한책임사원의 동의	무한책임사원의 동의	조합원 총회
주주와 사원의 이동	원칙상자유 정관에 양도 제한 가능	좌동	무한책임사원 동의 필요	무한책임사원 동의 필요	조합원 총회
조직변경	유한회사 및 유한책임회사로 변경가능	주식회사로 조직변경 가능 (법원인가 필요)	합명회사로 변경 가능 (사원 동의 필요)	합자회사로 변경가능 (전사원 동의 필요)	조직변경 규정 없음
합 병	자유	유한회사 또는 주식회사와 합병 가능	전사원의 동의 필요	전사원의 동의 필요	전조합원의 동의 필요 협동조합 이외 조직과 합병불가

3. 사업계획서 작성



1) 사업계획서 개요

사업계획서(Business plan)란 새로운 프로젝트나 계획 하는 사업과 관련하여 투자, 개발, 생산, 판매, 자금 등을 명확히 초점을 맞추어 추진 계획을 요약 정리한 보고서로 다음과 같이 요약할 수 있음

- 계획 사업의 목표가 무엇인지 설명하고 향후 사업추진동안 목표를 달성하기 위한 어떠한 수단을 사용할 것인지를 설명하는 서류
- 계획 사업의 사업방향 및 수행능력 등을 외부에 객관적으로 제시하고 투자자들에게 이를 설득시키는 가장 중요한 자료
- 새로운 프로젝트나 사업의 성공을 위해서 하고자 하는 사업의 초점을 명확히 맞추어 간결하게 메시지를 전달하는 것
- 돈 벌수 있는 아이디어(Business Idea)를 실행 가능한 구체적인 계획으로 발전시킨 것

(1) 사업계획서 역할

창업자의 길잡이	<ul style="list-style-type: none"> •창업기업의 목표, 사업추진 방향 설정, 사업화 단계 진행 방향제시, 창업자의 실현의도, 기업 및 관리자와 종업원의 목표 추진 안내 길잡이 역할
이해관계자의 이해증진	<ul style="list-style-type: none"> •창업기업의 주요 문제와 상황 등의 체계적 정보 제공, 이해관계자와 정보 공유, 상호 문제 해결 전략 도출과 상호 이해 증진
커뮤니케이션 증진	<ul style="list-style-type: none"> •사업의 잠재성을 이해관계자들에게 전달하는 역할 •사업자의 비전과 야망이 나타나 이해관계자들과 의사소통이 잘될 수 있게 함 •투자자 및 관련자들로부터 자금 유입을 유도하는 역할을 함

(2) 사업계획서의 필요성

- 신규 사업의 타당성을 다양한 각도에서 체계적으로 점검해 볼 수 있음
- 현상을 명확히 분석함으로써, 장애요인을 제거할 수 있는 도구를 제공하고 신규 사업의 효율성을 높일 수 있게 함
- 추진일정을 계획대로 진행하면서 비용의 절감을 가져옴
- 실제 Project 진행 시 추진 상황을 관리하고 평가할 수 있는 핵심 자료로 활용 가능함

(3) 사업계획서의 활용

내부지침용	<ul style="list-style-type: none"> •사업목표설정, 관련 부서별 세부추진계획 수립, 주기적 실적분석과 개선, 향후대책 등 기업의 1년 단위 혹은 중장기 사업 전략에 따라 사업추진 계획의 목적용
외부발표용	<ul style="list-style-type: none"> •자금조달(거래은행, 벤처캐피탈, 엔젤 등) •기술개발 및 정책자금 등 정부 지원 사업 자료 •벤처기업 인증, INNO-BIZ 인증, 기타 외부기관 인증, 기타 회사 홍보자료

(4) 사업계획서의 기본 요소

☒사람 ☒기술(아이디어) ☒시장 ☒자금

(5) 사업계획서 작성에 필요한 정보

정보종류	세부 내용
시장정보	<ul style="list-style-type: none"> • 계획하고 있는 제품이나 서비스가 시장에서 성공 잠재력이 있는가? • 경쟁상대는 누구? 수익성은 어느 정도? 시장동향은 어떠한지? • 시장규모? 정부의 각종 간행물(산업동향, 경제지표 등의 2차 자료) • 시장에 관한 정보는 마케팅 의사결정에 좋은 자료가 됨
경영정보	<ul style="list-style-type: none"> • 입지 : 회사의 입지는 고객, 공급자, 종업원, 접근성, 물류, 환경 등 법적인 가능성 • 제조 및 외주 : 자가 제조와 외주처리 대상 • 원자재 : 필요로 하는 원자재의 공급자, 가격 • 장비 및 설비 : 필요한 설비를 목록화, 구입 및 임대결정 • 노동기술 : 특별한 기술, 각 기술부문의 인원수, 임률, 기술 인력 확보 등 결정 • 공간 : 필요한 공간의 총량을 결정하여 소유재산으로 할 것인지, 임대할 것인지 등을 결정 • 원가 및 판매일반관리비 : 제품의 원가와 제조에 필요한 아이템, 도구들, 각종 비용 등에 관한 것 등의 결정 정보
재무정보	<ul style="list-style-type: none"> • 3~5년 간의 예상 매출액 • 3~5년 동안에 투자비와 소요될 비용 • 3~5년 동안의 현금흐름 • 3~5년 동안의 재무제표

(6) 사업계획서 작성의 세 가지 입장

구분	세부 내용
고객입장의 시장중시	<ul style="list-style-type: none"> • 고객의 이익 실현(고객 투자금 회수, 이익의 정도) • 실질적인 구매 욕구를 증명(실험고객을 통한 제품가치 평가 증거물 제시) • 자기주장을 논리적으로 기술(시장수요, 매출성장률, 이익 등 논리적인 주장 등)
투자자 입장 반영	<ul style="list-style-type: none"> • 투자환수 가능 시기를 제시 • 설득력 있는 추정손익을 제시(3~5개년 예측치) • 계수적 분석결과를 제시
창업자 입장 반영	<ul style="list-style-type: none"> • 사업계획서는 창업의 준비부터 개업까지의 세부적인 실행 계획안 • 세부계획안 작성에서 문제점과 성공가능성에 대한 세부항목별 실행단계가 반영되어 사업추진에 차질이 없도록 사업의 길잡이가 되어야 함

(7) 사업계획서 작성 시기

- 사업계획서는 아이디어 개념단계에서부터 작성
- 사업모델의 기본 틀을 잡은 다음 구체적으로 사업계획이 나올 수 있도록 시간 투자

- 사업계획서 작성에는 많은 시간투여가 필요
- 사업계획서 작성 그 자체가 복잡하기 보다는 사업기획 프로세스(business planning process)가 어려움

(8) 사업계획서 작성 시 강조할 사항

사업계획서는 제출할 대상(누구)에게서 자금조달을 할 것인가에 따라 강조점이 달라짐

- 사업계획서는 아이디어 개념단계에서부터 작성
- 은행 대상(대출 목적) : 재무추정치와 변제가능성 및 일자, 담보물 등이 중요
- 일반 투자자 대상 : 자본공모에 관한 관계법을 잘 살피고, 전문가의 도움 필요
- 개인 투자자 대상 : 설득할 상대에 따라 그 내용과 강조점이 달라짐
- 벤처캐피탈 대상 : 투자유인 요인을 부각
[이들의 주요 관심] 수익성, 투자금액의 규모, 경영자의 경영능력
- 특히 경영자의 경영능력은 설득 시 매우 중요

(9) 좋은 사업계획서 작성 원칙

- 명확성 : 사업계획서의 핵심을 명확히 제시
- 독창성 : 경쟁업체와 구별되는 특징 부각
- 단순성 : 전문가가 아닌 일반인도 알 수 있도록 서술내용 단순화
- 일관성 : 지각적 통일성, 문체의 일관성 유지
- 객관성 : 객관적 데이터를 근거로 작성

2) 부문별 사업계획서 작성

(1) 표지 및 목차

표지는 밝고 깨끗하게 하여 처음부터 좋은 인상을 갖도록 하고 목차의 경우 검토자의 입장에서 목차를 개괄함으로써 사업계획서가 담고 있는 전반적인 내용을 짐작할 수 있게 하고, 사업계획을 작성한 기업의 준비성과 치밀성을 유추할 수 있는 좋은 기회이므로 일목요연하게 작성하여야 함

(2) 요약문

계획사업의 핵심내용과 그 가치를 집약해서 설명하는 페이지로 창업 아이템이 왜 존재해야 하고 누가 어떻게 실행하여 사업을 성공시킬 수 있다는 것을 간결하고 설득력 있게 기술



요약 문서를 작성할 때 중점적으로 기술해야 할 부분

- 기업의 제품과 목표시장을 설명
 - 투자자가 투자할 것이 무엇인지 한 눈에 알 수 있게 함
- 기업이 성공할 수 있는 이유와 방법을 설명
 - 왜 경쟁기업보다 성공할 수 있는지 설명
- 과거 재무자료 및 미래 추정치를 요약
 - 미래 추정치는 사업계획 전체의 매력을 축약시킨 부분
- 경영진의 이력사항을 기술
 - 사업추진에 현 경영진이 얼마나 적합한지 인식시킬 수 있어야 함

(3) 기업현황 등 사업개요

기업현황은 검토자에게 기업의 전반적인 상태를 요약한 정보를 전달하는 기능으로 회사의 주주, 주요 인력, 업종, 위치 등에 대한 전반적인 내용을 포함하고 있으며 기업의 사업목적과 현황을 빠르게 파악하고 비전 및 경영이념을 볼 수 있음

구분	세부 내용
창업 준비 또는 창업기업	<ul style="list-style-type: none"> •미래 추정치를 근거로 요약 수치를 제공 •창업자와 주요 경영진에 대한 비중이 매우 높으므로 보다 상세한 인물 정보를 제공 •추진 사업에 적격자임을 알림
계속기업	<ul style="list-style-type: none"> •요약된 재무상태를 대차대조표와 손익계산서 기준으로 3~5년 정도 요약 작성 •이러한 실적은 기업 가치를 나타내는 가장 좋은 지표가 됨
가장 중요한 항목	<ul style="list-style-type: none"> •주요 인력에 관한 사항 : 모든 기업의 경쟁력은 궁극적으로 기업을 구성하고 있는 주요 인력으로부터 나온다는 사실을 명심해야함 •경영진 및 기술진에 대한 업계 경험과 전문분야를 반드시 기술 •상세한 프로필 첨부

(4) 경영조직 및 인력

기술창업자 대부분은 엔지니어출신이므로 강력하고 짜임새 있는 경영팀 조직을 구성

① 경영조직

- 회사의 예상 경영 조직도를 제시하고 부분의 역할 및 그 책임자를 소개

② 창업핵심인력

- 주요 핵심 관리자의 이력, 노하우, 직무능력, 과거의 실적 등을 상세하게 기술
 - 주어진 역할을 수행할 수 있는 능력을 보여줌
 - 주요 핵심 관리자의 정확한 임무와 책임을 설명

(5) 제품 및 서비스

상대방에게 제품을 알리는 것이므로 쉬운 용어로 이해를 쉽게 하여 제품과 서비스가 현재 어느 단계까지 개발되어 있는지를 설명

제품과 서비스가 고객에게 전달되기 위해서는 해결해야 할 기술적, 제도적, 관습적, 문화적 장애요인들이 있는 경우 이를 명확히 하고 해결 방안을 제시

(6) 시장 및 경쟁자

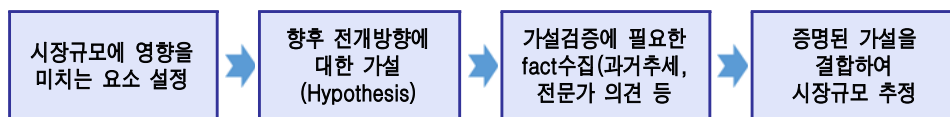
가장 어려운 부문인 동시에 가장 중요한 부문 중의 하나로 다른 부문에 앞서 작성하는 것이 효과적이며 시장규모와 성장성, 시장세분화, 경쟁자에 대한 내용을 작성함

① 시장규모와 성장성(market size and growth)

시장규모는 고객의 수, 단위 당 판매, 매출액 등의 숫자로 표시되어야 함

회사가치의 급격한 증가는 시장이 큰 잠재력을 가진 경우에만 가능하고, 시장의 성장에 대한 예측은 매우 중요하며 어떤 요소가 시장의 성장에 영향을 미치는지를 분석하여 제시(예, 기술, 법적인 제약 등)

〈 시장규모예측을 위한 방법론 〉



② 시장세분화

어떻게 시장이 세분화 되어 있으며 어떤 시장을 대상으로 하고 있는지를 분명히 제시하여야 하며 시장을 세분화하는 방법은 여러 가지가 있을 수 있으나, 아래 3가지는 지켜져야 함

- 각 세분화된 시장의 고객 수 및 구매력을 측정할 수 있어야 함
- 각 세분화된 고객의 행동 양식을 측정할 수 있어야 함
- 각 세분화된 고객은 동일한 마케팅 전략으로 공략할 수 있어야 함

소비재 시장에서 가능한 시장세분화 방법	<ul style="list-style-type: none"> •지리적 변수 : 국가, 도시/농촌(인구밀도), 기후 등 •인구통계적 변수 : 나이, 성별, 소득, 직업, 종교, 교육수준 등 •행동 분석적 변수 : 제품 구매빈도, 사용량, 상표충성도, 가격 민감도, 구매 시 중요시 하는 변수 등 •심리분석적 변수 : 라이프스타일(행동, 관심, 의견)등
산업재 시장에서 가능한 시장세분화 방법	<ul style="list-style-type: none"> •인구통계적 변수 : 회사규모, 산업종류, 위치 등 •운영적 변수 : 채용한 기술(예, digital, analog)등 •구매 습관적 변수 : 중앙 집권적 구매/분권적 구매, 구매기준 등 •상황적 변수 : 구매의 긴급도, 구매규모 등

③ 경쟁자(Competitor)

- 핵심가치, 목표 고객, 매출액, 가격, 시장점유, cost위치, 제품 수, 유통채널 등 비교
- 경쟁사의 강점과 약점을 비교하여 분석
- 경쟁우위의 요소, 무형의 자산 검토, 포지셔닝 점검

(7) 마케팅(Marketing) 전략

마케팅 계획에서 잠재고객이 누구며 그들과 어떻게 접촉하고 품질, 가격, 서비스 수준을 어느 정도로 책정할 것인지, 광고 및 홍보계획 등 4P요소를 중심으로 작성

□ 가격(Price) <ul style="list-style-type: none"> •제품이나 서비스에 대해 고객이 지불할 의사가 있는 금액 수준 결정 •제품이나 서비스가 고객에게 주는 가치를 계량화하여 가격총을 결정 •잠재적 고객과의 접촉을 통해 가격수준을 확인해 결정 	□ 유통경로(Place) <ul style="list-style-type: none"> •제품, 서비스의 종류에 따라서 최종 소비자에게 전달하는 독립적인 기구 [주요 고려 요소] 고객의 잠재적인 숫자, 제품이나 서비스의 종류, 고객이 구매하는 장소, 제품에 대한 설명의 필요 정도, 가격의 수준, 구매빈도, 제도적법적 제약 등
□ 판매촉진(Promotion) <ul style="list-style-type: none"> •제품, 서비스를 사게 하는 다양한 방식으로 고객의 주목(attention)을 끌고, 알리고, 설득하고, 확산을 심어주는 과정이 필요 •고전적인 광고 : 신문, 잡지, TV, 라디오 •Direct Marketing : mail, 전화, internet •PR : 제품, 기업, 경영자에 관한 기사 등 •전시회 및 박람회, 고객방문 	□ 제품(Product) 및 서비스 <ul style="list-style-type: none"> •시장에 출시하고자 하는 제품 및 서비스에 대해 구체적으로 기술 •관련 기술 전문가나 알 수 있는 용어를 사용하여 투자자들이 이해할 수 없게 하여 부정적인 영향을 줄 수 있으므로 알기 쉬운 용어를 사용

(8) 연구개발 계획

연구개발 목표, 자체개발·산학협력·기술이전·아웃소싱 등 연구개발방법, 연구개발 인력, 연구개발 실적 등을 간략하게 기술하고 향후 연구개발 전략과 연구개발 계획 및 예산은 보다 구체적으로 작성하여 제시

(9) 시설 및 생산계획

공장입지	<ul style="list-style-type: none"> •노동력을 이용할 수 있는 정도 및 질, 고객이나 공급자의 접근 용이성 •교통편의, 물류비용, 원부자재 조달, 해당지역의 세금과 법규 등의 관점에서 점검
설비투자계획	<ul style="list-style-type: none"> •생산에 필요한 설비를 언제 어떻게 도입할 것인가의 문제 •설비도입 규모와 향후 3년간 설비투자계획 등을 제시
생산전략과 계획	<ul style="list-style-type: none"> •제품의 생산과 관련된 제조과정의 설명으로 생산비용, 생산능력 등의 문제 •자금조달, 이용 가능한 노동력, 기술적인 문제의 관점에서 제조 및 운영계획 설명 •이용가능한 원자재, 노동력, 부품, 제경비 등에 대한 분석과 생산비 및 생산량에 관한 정보를 제시 •품질관리, 생산관리, 재고관리 방법 및 서비스 불만의 최소화 방안

(10) 자금조달 및 운용

계획사업을 추진함에 있어 가장 중요한 부분의 하나인 자금조달계획은 우선 사업계획에 대한 총 소요자금을 추정하여 부족한 자금에 대한 조달계획을 수립하여 창업자 투자금과 투자자투자금 등의 자기자본과 정책자금, 금융기관자금, 사금융 등의 타인자금으로 구분하여 작성

〈 자금조달계획 작성사례 〉

(단위 : 천원)

구 분		소요금액	자기자금	타인자금		
				정책자금	일반자금	기타
시설자금	토 지	700,000	500,000		200,000	
	건물, 구축물 설비 및 차량	330,000		330,000		
	소 계	1,030,000	500,000	330,000	200,000	
운전자금	허가 및 준비	100,000	50,000			50,000
	인 건 비	50,000	30,000			20,000
	초도 물품 구입비	320,000	220,000		100,000	
	소 계	470,000	300,000		100,000	70,000
합 계		1,500,000	800,000	330,000	300,000	70,000

(11) 추진일정

계획사업의 실행일정으로 간트 차트(Gantt Chart) 등으로 현실성 있는 계획을 수립하여 지나치게 낙관적인 계획을 수립함으로써 발생할 수 있는 위험을 회피하고 일정지연 등 차질을 예방할 수 있게 하여야 함

(12) 추정재무제표 작성

재무계획은 사업계획서의 다른 모든 요소를 종합하여 사업이 어느 정도의 수익성을 갖고 있는지를 계수적으로 나타낸 것으로써 사업추진에 필요한 자금조달 규모를 예측하는데 기본 자료로 활용되며 이러한 재무계획은 아래의 5가지 요소를 반드시 갖추어야 함

첫째, 추정재무제표(손익계산서, 대차대조표, 현금흐름표)의 작성

둘째, 예측기간 5년 정도 작성(적어도 현금흐름이 플러스가 되는 시점이후 1년까지 작성)

셋째, 최초 2년간의 상세한 재무계획(월별 혹은 분기별)을 작성하고, 이후는 연간기준으로 작성

넷째, 모든 숫자는 합리적인 가정(assumption)에 근거해야 함(모든 가정은 사업계획 내에서 근거가 제시되어 있어야 함)

다섯째, 경제성 분석결과(NPV, IRR, Payback 기간) 및 주요 변수 변화에 따른 민감도 분석을 하여야 함

3) 용도별 사업계획서 작성 포인트

주요 분야	주요 제품 또는 서비스
투자유치용 사업계획서	<ul style="list-style-type: none"> 벤처캐피탈, 엔젤 등으로부터 투자유치를 위한 목적으로 투자기관의 투자 목적 및 의도를 명확히 파악하여 그 목적과 의도에 맞게 작성 투자유치용 사업계획서는 투자자금 회수 방안을 반드시 제시 투자유치용 사업계획서는 시장의 장래성, 사업의 발전성과 수익성, 경영진의 능력 및 신뢰성 등을 강조
정책자금용 사업계획서	<ul style="list-style-type: none"> 정책자금 조달용 사업계획서는 잘 포장된 사업계획서보다 기업의 신용과 안정성을 더욱 중시하는 경향 자금 승인 시에는 기본적으로 담보를 요구하는 경우가 많으며, 담보가 미비할 경우에는 보증기관의 보증서 요구 정책자금용 사업계획서는 소요자금, 자금운용계획, 상환계획 등 자금흐름과 관련된 항목을 구체적이고 타당성 있게 작성하는 것이 가장 중요한 사항 사업계획서 평가 시 거래관계에 있는 업체를 중요하게 여기므로 매출처, 매입처, 관계회사 등을 명확히 제시하여 신용도를 향상

주요 분야	주요 제품 또는 서비스
정부출연 과제 및 평가용 사업계획서	<ul style="list-style-type: none"> • 정부출연과제 및 평가용 사업계획서는 기본적으로 기술의 경쟁력, 시장성, 사업화 가능성 위주로 작성 • 사업성공을 위한 기술의 명확한 비교우위 차별성과 독창성이 확보된 내용을 사업계획서에 기술 • 기술개발전략, 기술개발 로드맵 등 기술과 관련된 사항은 필수적이므로 보다 성실하게 작성 • 기술과 관련하여 기존 기술과 비교, 경쟁기술의 현황, 해외 기술과의 차별성, 기술경쟁우위성 등의 입증에도 중점을 둠 • 지적재산권이 기업의 소유가 아닌 개인의 소유로 된 경우는 기업의 소유로 이전하는 것이 좋은 평가를 받는데 효과적

제3단계 창업보육센터의 입주단계

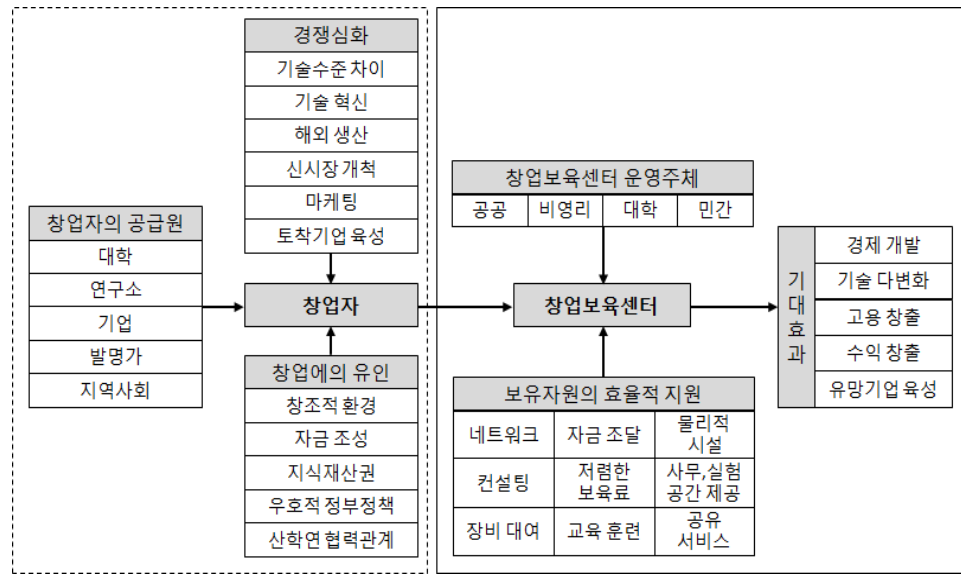
1. 창업보육센터의 기능과 역할

1) 창업보육센터 기능

창업보육센터는 기술과 아이디어는 있으나, 제반 창업 여건이 취약하여 사업화에 어려움을 겪고 있는 창업초기기업(예비창업자)을 일정기간 입주시켜 기술개발에 필요한 범용기기 및 작업장 제공, 기술 및 경영지도, 자금조달 등의 지원을 통해 창업에 따른 위험부담을 줄이고 원활한 성장을 유도함으로써 창업 활성화 및 성공률을 높이기 위한 역할을 수행하는 전문보육기관임

시설 및 설비의 제공, 사무·행정지원, 일반 경영, 마케팅, 회계, 재무, 법률 등 각종 경영자원, 그리고 다양한 기술자원을 제공함으로써 창업자가 그들의 에너지를 조직의 경영이나 자금조달에 쏟기보다는 제품 및 서비스 개발에 더욱 박차를 가할 수 있도록 지원하고 있으며, 이러한 창업보육센터의 기능을 정리하면 다음과 같음

〈 창업보육센터의 기능 〉



2) 창업보육센터 역할

창업보육센터는 일반적으로 보육(입주)기업의 생존 및 성장률을 높임으로써 신사업창출, 고용창출, 세수증대 등 지역 및 국가경제 발전에 공헌하여 낙후된 지역경제를 발전시키거나 기존 산업의 쇠퇴에 대응하여 새로운 산업을 육성함으로써 지역적 대표(특정) 산업을 육성하는데 창업보육센터가 중심적 역할을 수행함

2. 창업보육센터의 입주기업 지원내용

1) 기술부문

기술개발, 기술이전 및 평가, 디자인개발지원, 시제품 제작, 시험, 검사, 장비지원, 애로기술 지원(전문가 POOL), 보육닥터, 생산공정 관리

2) 경영부문

사업계획서 작성 및 타당성 검토, 비즈니스모델 및 전략수립, 경영진단, 사업진행도 평가, 재무, 세무, 회계, 홍보, 시장조사, 판로, 마케팅, 해외판로 지원, 아웃소싱, 교육지원, 법인 및 공장설립지원, 법률자문, 특허지원, 정보제공 등

3) 행정부문

입주 및 졸업기업 간 네트워크 지원, 업무공간 제공 및 관리, 공단입주 등 지자체와의 연계, 사무장비(팩스, 복사 등)지원, 회의실, 휴게실 제공, 창고/보관 시설, 주차/보안서비스, 전산시스템 지원, 사업관련 유료 DB지원

4) 자금부문

정부 및 유관기관 정책 자금 정보제공, 투자(IR)지원, 엔젤클럽 정보 지원

3. 지역별 창업보육센터 현황

지역별	창업보육센터 운영기관
서울	(재)장애인기업종합지원센터 / 건국대학교 / 경희대학교 / 고려대학교 / 국민대학교 / (주)닷네임코리아 / 서울대학교 / 동국대학교 / 마포구청 / 배화여자대학교 / 삼육대학교 / 서강대학교 / 서울과학기술대학교 / 국방기술품질원 / (사)벤처기업협회 / 서울시립대학교 / 서울산업통상진흥원 / (재)서울특별시서울산업통상진흥원 / 서울여자대학교 / (주)벤처포트 / 한성대학교 / 한국세라믹기술원 / 세종대학교 / 숙명여자대학교 / 송실대학교 / 씨씨브이씨밸류업센터(주) / 창업진흥원(엠피화) / 연세대학교 / 이화여자대학교 / 인덕대학교 / 투썸비아이관리전문(주) / 한양대학교 / 호서대학교 / 한국기술벤처재단 / 한국환경산업기술원 / 서울대학교기술지주(주) / (주)르호봇비즈니스인큐베이터 / 한국출판문화산업진흥원
부산울산	경남정보대학교 / 경성대학교 / 동명대학교 / 동서대학교 / 동아대학교 / 동의대학교 / 동주대학교 / 부경대학교 / 부산가톨릭대학교 / 부산대학교 / 부산울산지방중소기업청 / 신라대학교 / 영산대학교 / 한국신발피혁연구소 / 한국생산기술연구원 / 한국여성경제인협회 / 한국폴리텍Ⅶ대학(부산캠퍼스) / 한국해양대학교 / 중소조선연구원 / 울산대학교
대구경북	경북대학교 / 계명대학교 / 대구경북지방중소기업청 / 대구공업대학교 / 중소기업진흥공단(대구) / 대구보건대학교 / 수성대학교 / 영남이공대학교 / 한국폴리텍Ⅵ대학 / (재)포항산업과학연구원 / 경북과학대학교 / 경북도립대학교 / 경운대학교 / 경일대학교 / 구미대학교 / 구미시 / 금오공과대학교 / 대경대학교 / 대구가톨릭대학교 / 대구대학교 / 대구미래대학교 / 대구한의대학교 / 동국대학교(경주캠퍼스) / 동양대학교 / 문경대학교 / 안동과학대학교 / 안동대학교 / 영남대학교 / 영진전문대학교 / 위덕대학교 / 포항공과대학교 / 포항대학교 / 한동대학교 / (재)대구디지털산업진흥원
광주전남 제주	광주과학기술원 / 광주대학교 / 중소기업진흥공단(광주) / 광주보건대학 / 광주광역시 동구청 / 남부대학교 / 동강대학교 / 송원대학교 / 전남과학대학교 / 전남대학교 / 조선대학교 / 조선이공대학교 / 한국광기술원 / 한국생산기술연구원 / 호남대학교 / 광양보건대학교 / (재)전라남도생물산업진흥재단 / 동신대학교 / 목포대학교 / 목포해양대학교 / (재)전라남도생물산업진흥재단생물의약연구원 / 중소기업진흥공단(영암) / 순천대학교 / 순천제일대학교 / 전남대학교(여수캠퍼스) / (재)전라남도생물산업진흥재단 / 전라남도생물산업진흥재단(천연자원연구원) / 전남환경산업진흥원 / 전남도립대학교
	제주관광대학교 / 제주국제대학교 / 제주대학교 / 제주한라대학교 / 제주국제자유도시개발센터

지역별	창업보육센터 운영기관
경기	고등기술연구원 / KTB네트워크(주) / 가천대학교 / 가톨릭대학교 / 강남대학교 / 경기과학기술대학교 / (재)경기중소기업종합지원센터 / 경기도여성능력개발센터 / 화이텍인베스트먼트(주) / 경기대학교 / 경민대학교 / 경북대학교 / 경희대학교 / 김포대학교 / 단국대학교 / 대진대학교 / 동국대학교 / 동서울대학교 / 동원대학교 / 명지대학교 / 서울대학교 / (재)한국섬유소재연구소 / 성균관대학교 / 수원대학교 / 수원시청 / 수원여자대학 / 신구대학교 / 아주대학교 / 안산대학교 / 안양대학교 / 연성대학교 / 오산대학교 / 용인송담대학 / 유한대학교 / 을지대학교 / 한국세라믹기술원(이천본원) / 전자부품연구원 / 중앙대학교 / 중소기업진흥공단(안산) / 청강문화산업대학교 / 한경대학교 / 한국농수산대학 / 한국산업기술대학교 / 한국생산기술연구원 / 한국외국어대학교 / 한국항공대학교 / 한신대학교 / 한양대학교(에리카캠퍼스) / 협성대학교 / (재)경기테크노파크 / 여주대학교
인천	인천대학교 / 인천대학교 / 인천재능대학교/ (재)인천정보산업진흥원 / 인하대학교 / 한국폴리텍2대학
대전충남	한국과학기술원 / 대전경제통상진흥원 / 대전대학교 / 목원대학교 / 배재대학교 / 창업진흥원(연구원특화) / 충남대학교 / 한국기계연구원 / 한국생명공학연구원 / 한국에너지기술연구원 / 한전전력연구원 / 한남대학교 / 한밭대학교 / 한국디자인진흥원 / 건양대학교 / 공주대학교 / 공주대학교 / 남서울대학교 / (재)충남테크노파크 / 단국대학교 / 백석대학교 / 백석문화대학 / 한국생산기술연구원 / 선문대학교 / 순천향대학교 / 신성대학교 / 중부대학교 / 청운대학교 / (재)충청남도경제진흥원 / 한국기술교육대학교 / 한국폴리텍IV대학 / 한서대학교 / 호서대학교 / 상명대학교 / 홍익대학교 / 한국영상대학교
강원	강릉영동대학교 / 강릉원주대학교 / 강원관광대학교 / 강원대학교 / 강원도립대학 / 경동대학교 / 관동대학교 / 강원대학교 / 상지대학교 / 연세대학교(원주) / 연세대학교(장애인특화) / 중소기업진흥공단(원주) / (재)춘천바이오산업진흥원 / 한림성심대학교 / 한라대학교 / 한림대학교 / 한중대학교 / (재)강릉과학산업진흥원
충북	건국대학교글로벌캠퍼스 / 고려대학교 / 대원대학교 / 서원대학교 / 세명대학교 / 영동대학교 / 청주대학교 / 충북대학교 / 충북도립대학 / 충북보건과학대학교 / 충북지방중소기업청 / 충청대학교 / 한국교통대학교 / 중원대학교
전북	군산대학교 / 백제예술대학교 / 전자부품연구원 / 한국니트산업연구원 / 우석대학교 / 원광대학교 / 전북과학대학교 / 전북대학교 / 전주기전대학 / 전주대학교 / 전주비전대학교 / (재)전주기계탄소기술원 / 호원대학교 / 전북대학교 / (재)전북생물산업진흥원
경남	경남과학기술대학교 / 경남대학교 / 경남도립거창대학 / (재)경남로봇산업진흥재단 / 경상남도 / 경상대학교 / 마산대학교 / 부산대학교(밀양캠퍼스) / 동원과학기술대학 / 영산대학교 / 인제대학교 / 창원대학교 / 창원문성대학 / 한국국제대학교 / 한국승강기대학교 / 한국전기연구원 / (재)바이오21센터

※참조 : 창업보육센터네트워크시스템(Bi-net)/www.bi.go.kr

제4단계 기술개발 단계

1. 기술개발

1) 기술의 유형

기술이 적용되는 범위에 따라 다음과 같이 구분할 수 있음

기술유형	주요 제품 또는 서비스
일반적 기술	<ul style="list-style-type: none"> •생산과정에 포함되는 공통된 지식을 뜻하는 기술 •수학, 물리학, 화학 등과 같은 순수과학, 외국어 등의 기초지식, 공구 설계능력, 컴퓨터 프로그래밍과 같은 전문적 지식을 의미 •기술집약적인 산업에 진출하기 위해서는 일반적 기술의 바탕이 필요
시스템 특유기술	<ul style="list-style-type: none"> •특정한 산업분야에서 하나의 제품이나 시스템의 생산을 위하여 꼭 필요한 고유기술 •특정 프로젝트를 통하여 습득한 지식, 특정 시스템과 직결되는 정교한 절차나 특수해법과 같은 기술 •제조업의 경우 한 제조품목에 고유한 기술
회사특유기술	<ul style="list-style-type: none"> • 특정회사 만이 가지고 있는 특유의 독특한 기술 • 그 회사만이 가지고 있는 특허나 노하우 • 경쟁회사와 차별화 및 경쟁우위를 확보할 수 있는 기술

2) 기술개발

중소기업의 기술개발은 대기업과 달리 창업가의 아이디어에서 시작되는 경우가 대부분이며 시장으로부터의 요구나 부가가치의 향상을 위한 경우가 많음. 기술개발의 유형을 개발속도와 폭에 의하여 분류하면 다음과 같이 분류할 수 있음

기술개발유형	주요 내용
점진적 혁신	<ul style="list-style-type: none"> •새로운 기술을 이용하지 않고 사용자에게 획기적인 편익을 제공해 주지 않으면서 서서히 이루어지는 혁신
기술적 혁신	<ul style="list-style-type: none"> •기술적 측면에서는 새롭지만 구매자에게 새로운 이익을 제공해 주지 않는 혁신 •단순한 기능을 보완하거나 능력을 향상시켜 원가를 인하시킬 수 있는 혁신
획기적 혁신	<ul style="list-style-type: none"> •소비자와 생산자 모두에게 새로운 혁신 •소비패턴을 바꾸거나 창출하고 소비행위에서도 변화를 요구하는 혁신

3) 기술개발전략

창업가는 기술개발에 있어서 다수의 전략을 구사하는 것보다 자원의 한계를 고려한 핵심전략에 집중하는 것이 필요하다. 기술의 경제적 성과를 극대화 시키는 것이 필요하며 경쟁사와 차별화할 수 있어야 함

(1) 중요성에 따른 분류

다음 중 해야 하는 프로젝트를 중심으로 기술개발을 해야 함

구분	주요 내용
해야 하는 프로젝트	기업의 성장과 발전을 위하여 반드시 투자해야 하는 기술개발
할 필요가 있는 프로젝트	시간적으로 절박하지는 않으나 언젠가는 해야 하는 기술개발
할 수 있는 프로젝트	현재는 영향이 적지만 자원과 인력이 확보되면 할 수 있는 기술개발

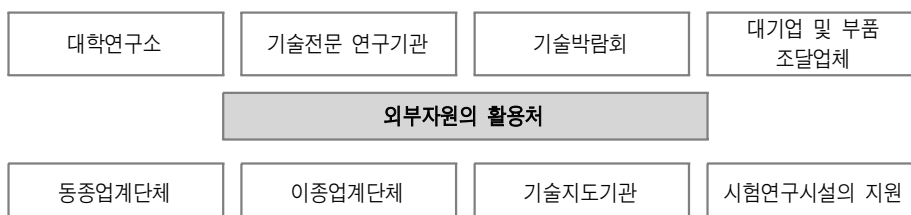
(2) 자체개발 또는 위탁개발

장점 및 단점과 기술개발의 필요와 동기를 고려하여 결정해야 함

구분	장점	단점
자체개발	<ul style="list-style-type: none"> 기술개발과정에서 비밀유지 직접 통제 가능 개발비용 조정 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 인력의 부족 및 개발비용 부담 기술관련 전문지식의 결여 시행착오에 의한 시간 낭비
위탁개발	<ul style="list-style-type: none"> 고급 인력의 활용 가능 전문지식의 보완 시간의 효율적 사용 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 많은 비용의 부담 직접 통제여려움 기술정보의 유출가능성

(3) 외부 자원의 활용

기술수준의 낙후, 인력의 부족, 자금의 부족, 전문지식의 부족 문제 등을 보완하기 위하여 방안으로 외부의 자원을 활용하는 방안을 고려할 수 있음



2. 기업부설연구소 설립

1) 중소기업부설연구소 및 연구개발전담부서의 목적

연구소/전담부서 설립신고 제도는 일정 요건을 갖춘 기업의 연구개발전담조직을 신고, 인정함으로써 기업 내 독립된 연구조직을 육성하고 인정받은 연구소/전담부서에 대해서는 연구개발 활동에 따른 지원혜택을 부여하여 기업의 연구개발을 촉진하는 제도

2) 중소기업부설연구소 및 연구개발전담부서의 요건

(1) 인적·물적 요건

구분			신고 요건
인적 요건	연구소	연구원/교원창업 중소기업 벤처기업	연구전담요원 2명 이상
		소기업	연구전담요원 3명 이상 (창업일 부터 3년까지는 2명이상)
		중기업	연구전담요원 5명 이상
		국외에 있는 기업연구소 (해외연구소)	연구전담요원 5명 이상
		중견기업(직전 3개 사업연도 평균 매출액 5,000억원 미만)	연구전담요원 7명 이상
		대기업	연구전담요원 10명 이상
	연구개발 전담부서	기업규모에 관계없이 동등적용	연구전담요원 1명 이상
물적 요건	연구시설 및 공간요건		연구개발 활동을 수행해 나가는데 있어서 필수적인 독립된 연구공간과 연구시설을 보유하고 있을 것

(2) 기업의 요건

구분	내용
벤처기업	•창업일로부터 5년 이내의 기업이면서 벤처기업 확인기간이 유효한 경우 ※창업일의 기준은 사업자등록일로부터 기산
연구원창업 중소기업	•정부출연연구기관, 국·공립연구기관, 비영리연구법인에 3년 이상 재직하면서 창업에 관련된 신기술 또는 아이디어의 개발에 직접 참여한 연구원이 연구기관을 퇴직한 후 3년 이내에 관련업종을 주 업종으로 창업한 기업

구분	내용
소기업	<ul style="list-style-type: none"> •광업, 제조업, 건설업, 운수업, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업, 보건업 및 사회복지 서비스업, 전문·과학 및 기술 서비스업을 주된 업종으로 하는 경우 : 상시근로자 수가 50명 미만인 기업 •위 외의 업종을 주된 사업으로 하는 경우 : 상시근로자 수가 10명 미만인 기업
중기업	•중소기업 중소기업을 제외한 기업
중견기업	•직전 3개사업연도 평균매출액 5,000억원 미만인 중견기업
대기업	•중소기업기본법 제2조의 규정에 의한 중소기업 이외의 법인

(3) 연구전담요원의 요건

① 일반적인 경우

구분	내용
기업규모 등에 관계없이 모두 인정되는 경우	<ul style="list-style-type: none"> •자연계(자연과학계열, 공학계열, 의학계열) 학사 이상자 •국가기술자격법에 의한 기술·기능분야 기사 이상자
중소기업에 한해 인정되는 경우	<ul style="list-style-type: none"> •자연계 전문학사로 해당 연구분야 2년 이상 경력자(3년제는 1년 이상 경력자) •국가기술자격법에 의한 기술·기능분야 산업기사로 해당 연구분야 2년 이상 경력자 •마이스터고 또는 특성화고 졸업자로 해당 연구분야 4년 이상 경력자(연구소 경력 1년 이상 포함)
중견기업에 한해 인정되는 경우	•중소기업 당시 연구전담요원으로 등록되어 해당 업체에 계속해서 근무하는 경우는 중소기업에 한해 인정되는 자격을 중견기업이 되었어도 인정
산업디자인 분야 및 지식기반서비스 분야를 주 업종으로 하는 경우	•자연계분야 전공자가 아니더라도 가능

② 연구전담요원에 편입될 수 없는 자

구분	내용
일반대학원에서 주간으로 석사 이상의 학위취득과정에 수학하는 자	<ul style="list-style-type: none"> •야간과정 대학원생은 예외 •박사학위 과정에 있는 경우에 기업의 연구개발 활동과 관련되어 있고, 연구개발 활동에 지장이 없다는 것이 증명되면 가능
6개월 이상 연구개발 활동을 수행할 수 없는 자	•해외사무소 파견, 육아휴직 등의 사유로 6개월 이상 공백 발생 시에는 연구전담요원이 될 수 없음
산업기능요원, 산업연수생으로 복무중인 자	<ul style="list-style-type: none"> •산업체 병역특례자 •외국인
비상근 자문직이나 계약기간이 6개월 이하인 단기간근로자	<ul style="list-style-type: none"> •기술고문 등 비상근 근로자 •정부의 지원에 의해 임시직으로 채용한 자
연구업무 이외 겸직하는 것이 명백한 자	<ul style="list-style-type: none"> •대표이사 및 감사 •기술자문역, 대학교수 등 타 업무 겸임자

③ 연구소장

구분	내용
연구전담요원에 해당하는 경우	•연구전담요원의 자격요건을 갖추고 연구개발 업무만 전담하는 경우
대학교수의 겸임	•소속기관장의 허가를 받은 사실이 확인되는 대학교수에 한해서는 연구소장을 겸임할 수 있으나 겸임의 경우 연구개발전담요원의 수에 포함되지 않음

④ 독립된 연구공간의 범위

구분	내용
기본요건	<ul style="list-style-type: none"> •사방이 다른 부서와 구분될 수 있도록 벽면을 경량칸막이 등 고정된 벽체로 구분하고 별도의 출입문을 확보 •면적은 객관적으로 볼 때 당해 연구소에서 연구기자재를 구비하고 연구원이 관련분야의 연구개발을 수행하는데 적절한 크기를 확보
소기업 등	•소기업의 기업부설연구소와 지식기반서비스 분야의 기업부설연구소 및 정보통신분야의 전담부서로서 소규모(전용면적 30㎡이하) 연구소의 경우 별도의 출입문을 갖추지 않고 다른 부서와 칸막이 등으로 구분하여 공간을 확보하고 입구에 현판 부착
용도구분	<ul style="list-style-type: none"> •건축물 관리대상상에 교육연구시설, 사무실, 공장 등 사무용 공간으로 사용할 수 있는 경우는 활용할 수 있음 •주거(주택)용은 기업연구소로 불인정
복층구조의 건축물	<ul style="list-style-type: none"> •건축물대상상에 나타나지 않은 복층(상층)에 위치하는 경우에는 설립 불가능 •복층 중 하층(건축물대상상 합법적인 공간)에 설립하는 경우는 가능
전대차 또는 가압류되어 있는 건축물	•명확하게 전대차계약이 되어 있는 경우와 건물을 사용하는데 지장이 없는 경우 가능

⑤ 연구시설 및 기자재의 범위

구분	내용
범위	•연구전담요원 또는 연구보조원이 연구개발 활동에 직접 사용하는 기계, 기구, 장치 및 재료를 말함
위치	•독립공간인 연구공간에 위치하여야 함
겸용시설의 경우	•순수하게 연구용으로 사용할 때에만 연구용으로 인정이 가능
PC, S/W 등	<ul style="list-style-type: none"> •연구기자재에 해당되지 않는 경우 : 일반적으로 사용되는 범용 PC, S/W(MS오피스, 한글 등) •연구기자재로 인정되는 경우 : 연구분야가 정보처리, 디자인, 제품설계 등에서 사용되는 특수목적용으로 고가의 PC나 S/W(캐드, 일러스트 등)로 연구소전용으로 사용할 경우

3) 중소기업부설연구소 및 연구개발전담부서의 설립 및 신고 절차

(1) 신고할 수 있는 기업

- 연구개발 활동을 수행하는 부문을 보유한 기업(개인기업 포함)
- 비영리법인, 공익법인과 리서치 등 과학기술분야 이외는 해당되지 않음

① 연구개발 활동이란?

과학기술 분야 또는 지식기반서비스 분야의 지식을 축적하거나 새로운 응용방법을 찾아내기 위하여, 축적된 창의적 지식을 활용하는 체계적이고 창조적인 활동으로서 새로운 제품 및 공정을 개발하기 위한 시제품의 설계·제작 및 시험, 새로운 서비스 및 서비스 전달체계의 개발 등 사업화 전까지의 모든 과정

② 지식기반서비스 분야란?

업종	한국표준산업분류
위생서비스(산업)	3701~3900
소매	4711, 4731, 4781, 4791
출판	5811~5819
소프트웨어개발공급	5821~5822, 6201~6209
영화 및 오디오 기록물 제작	5911~5912, 5920
부가통신	6121~6129
정보서비스	6311~6399
광고	7131~7139
시장조사 및 경영컨설팅	7140, 7153
건축공학 관련 서비스	7211
기타 공학 관련 서비스	7212~7292
기타 사업서비스	7310~7410, 7430, 7521~7599
교육기관(산업)	8550, 8561~8569, 8570
의료 및 보건(산업)	8610~8690
창작 및 예술 관련 서비스	9011~9019
문화서비스(기타)	9021~9029

(2) 신고방법

① 先설립·後신고 체계

신고하고자 하는 기업은 인적, 물적 요건을 갖춘 상태에서 구비서류를 작성하여 신고하여야 하며 온라인 시스템(www.rnd.or.kr)을 통해서 접수

② 신고할 곳 : (사)한국산업기술진흥협회

(3) 설립 및 신고절차

단 계	준비 및 확인사항	주요 내용
1	신고대상 여부 확인	<ul style="list-style-type: none"> •대상기업 여부 확인 •과학기술분야/지식서비스분야(시행령 별표 1에 한정)의 연구개발 활동 수행여부
↓		
2	인적요건 확인 및 구비	<ul style="list-style-type: none"> •연구소 직원 수의 적정여부 •연구전담요원이 자격요건에 부합여부 확인 •인적요건의 미비 시 구비
↓		
3	물적 요건 확인 및 구비	<ul style="list-style-type: none"> •독립 공간 요건의 충족여부 •연구시설 및 기자재의 적합여부 •물적 요건의 미비시 구비
↓		
4	신고서류의 작성 및 제출	<ul style="list-style-type: none"> •필수서류 작성 •선택적 서류 작성필요 여부 확인 •온라인 작성 서류의 출력 후 방문 또는 우편 제출(첨부서류 포함)
↓		
5	심사	<ul style="list-style-type: none"> •서류심사 •필요 시 현지실사 •종합평가
↓		
6	연구소 인정	<ul style="list-style-type: none"> •인정신청서 제출 •인정서 발급
↓		
7	사후관리	<ul style="list-style-type: none"> •변경신고 •연구개발활동 조사 보고 •현지 확인
↓		
8	연구소 취소	<ul style="list-style-type: none"> •자진취소 •직권취소

(4) 신고서 및 구비서류

기업부설연구소, 연구개발전담부서 신고서 등 4개 지정서식을 온라인상에서 작성하고, 구비서류를 첨부

구분	기업부설연구소	연구개발전담부서
지정 서식	<ul style="list-style-type: none"> •기업부설연구소 신고서(별지 제1호 서식) •연구개발활동 개요서(별지 제2호 서식) •연구시설 현황(별지 제3호 서식) •연구개발인력 현황(별지 제4호 서식) 	<ul style="list-style-type: none"> •연구개발전담부서 신고서(별지 제6호 서식) •연구개발활동 개요서(별지 제2호 서식) •연구시설 현황(별지 제3호 서식) •연구개발인력 현황(별지 제4호 서식)
구비 서류	<ul style="list-style-type: none"> •사업자등록증 사본 •회사 및 기업부설연구소 조직도 •연구소가 위치한 층의 전체도면 및 기업부설 연구소 내부도면(전용출입구 현판 및 내부사진 포함) 	<ul style="list-style-type: none"> •사업자등록증 사본 •회사 조직도 •연구개발전담부서가 위치한 층의 전체도면 및 연구개발전담부서 내부도면(전용출입구 현판 및 내부사진 포함)
	<ul style="list-style-type: none"> ※해당기업에 한해 제출서류 •중소기업기준검토표 •교원·연구원창업 중소기업 인원(해당기업에 한함) •벤처기업 확인서 사본(벤처기업에 한함) •안전 및 유지관리비 내역서(연구전담요원, 보조원의 총수가 10인 이상의 기업에 한함) •보험가입보고서(연구전담요원, 보조원의 총수가 10인 이상의 기업에 한함) 	<ul style="list-style-type: none"> ※해당기업에 한해 제출서류 •중소기업기준검토표 •안전 및 유지관리비 내역서(연구전담요원, 보조원의 총수가 10인 이상의 기업에 한함) •보험가입보고서(연구전담요원, 보조원의 총수가 10인 이상의 기업에 한함)

(5) 신고서 및 구비서류

다음의 서류는 확인 요청 시 제출할 수 있도록 준비

서류 목록	비고
<ul style="list-style-type: none"> •설립신고 및 변경신고의 제출서류 일체 사본 <ul style="list-style-type: none"> -본회로 접수한 서류 일체 사본 -건축물관리대장 또는 임대차계약서(사용허가서) -사업자등록증 사본 	설립서류 사본
<ul style="list-style-type: none"> •연구전담요원의 학위증명서 또는 졸업증명서, 또는 자격증 사본 <ul style="list-style-type: none"> -고졸자, 전문학사 또는 산업기사 자격증 소지자의 연구개발경력증명서 	연구전담요원 자격보유여부 확인
<ul style="list-style-type: none"> •직원(연구전담, 연구보조, 연구관리직원)에 대한 인사발령서류 사본 	연구소/전담부서 발령여부
<ul style="list-style-type: none"> •2대 보험(건강보험, 국민연금) 중 납부내역서로서 해당기관에서 발급받은 것 <ul style="list-style-type: none"> -반드시 연구소 직원의 명단이 확인되는 서류, 또는 자격취득 확인원 사본 	상시종업원 확인

4) 중소기업부설연구소 및 연구개발전담부서의 준비요령

(1) 대상기업여부의 확인

당해 기업의 업종이 한국표준산업분류번호 상의 대상기업에 해당하는 지를 확인

(2) 인적요건의 확인 및 보완

기업규모별 보유해야 할 연구전담요원의 수를 확인하고 현재 기업에서 보유하고 있는 연구전담인력을 파악한 다음 미달되는 인력이 있을 경우에 신규채용 등을 통하여 보완

(3) 물적요건의 확인 및 보완

① 독립된 공간의 확보

연구소 이외의 업무공간과 독립된 공간으로서 연구개발 활동에 필요한 독립된 공간을 확보

② 연구시설 및 기자재의 배치

연구, 개발 업무에 필요한 연구시설 및 기자재를 확보하여 업무수행이 가능하도록 배치

③ 현판의 부착

- 연구소용 독립 공간 입구에는 누가 보더라도 그 장소가 연구소임을 알 수 있도록 현판을 부착하여야 하며 연구소 현판은 스테인리스, 플라스틱, 나무 등 반영구적 재질로 하여야 함
- 현판의 연구소명과 인정받는 연구소명이 동일하여야 함

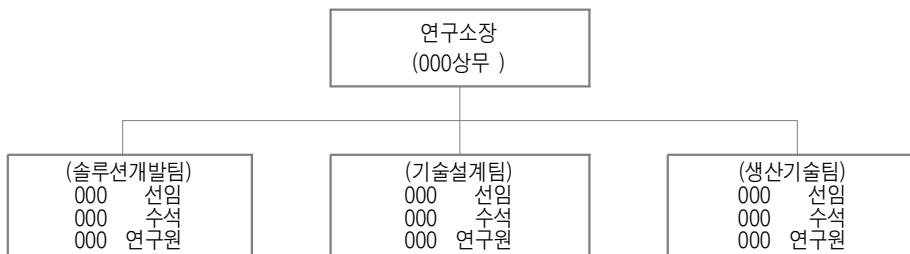
④ 연구소 조직의 구성

- 일반적인 경우

연구소도 회사의 한 부서이므로 조직체계에 나타나도록 조직을 구성하되 부서별 조직도를 작성하고 연구소 조직도 내에는 연구원 이름을 기재

- 연구원이 많은 경우

- 연구소 조직을 포함하여 부서별 조직도를 작성(부서 내에는 인원수만 표시)
- 연구소 조직도를 별도로 작성하고 조직도 내에 연구원 명을 기재



5) 중소기업부설연구소 및 연구개발전담부서의 사후관리

(1) 연구개발 활동 조사

① 매년 연구개발 활동 조사를 협회에 제출해야 함

조사내용 : 일반현황, 연구개발 인력, 연구개발비, 지역별 구분, 기타 연구개발 활동 실적, 연구개발 과제 수행 현황

② 조사기간 : 매년 3월 중순~4월 말

③ 대상기관 : 연구소 및 전담부서를 보유한 기업체

④ 설문응답방법 : 홈페이지(www.koita.or.kr)에서 조사표 온라인 입력

(2) 현지 확인

① 현지 확인 대상

- 신고서류 및 증빙서류 확인을 통한 신고내용과 실제 운영상태 확인 및 자문
- 연구 전담요원, 보조원, 관리직원의 연구 전담여부 확인
- 연구공간의 적정성 판단
- 연구소 인정요건 확보여부 및 연구 활동 수행여부 종합 판단
- 기타 연구소 운영에 관한 상담

② 현지 확인에 따른 결과 조치

연구개발 활동	인정요건 충족	신고내용 일치	조치내용
있음	충족	일치	이상 없음
	미달	공간확보, 인력부족	조건부 취소(30일내 보완)
		인력확보, 공간미달	조건부 취소(30일내 보완)
		인력, 공간 모두 미달	인정 취소(자진, 직권, 허위)
없음	미달	불일치	인정 취소(허위 처리)

3. 연구장비의 공동활용

1) 연구장비 공동활용 지원사업

구분	주요 내용	
	참여 기업	주관 기관
사업의 개요	대학·연구기관이 보유하고 있는 연구 장비를 중소기업이 R&D 목적으로 공동 활용 시 장비사용료를 지원	
지원 대상	대학·연구기관의 연구장비를 이용하여 기술 개발을 촉진하고자 하는 중소기업	중소기업과 공동이용이 가능한 도입금액 1천만원 이상 연구장비를 10대 이상 보유한 대학 및 연구기관
지원 내용	R&D장비 이용료에 대해 70~60% 범위 내 최대 3천만원까지 온라인 바우처(쿠폰) 방식으로 지원 -정부지원비율 : 창업기업(업력 7년 이하) 70% 이내, 일반기업(업력 7년 초과) 60% 이내	장비이용 지원 실적에 따라 일정규모의 운영비 지원
참여 방법	2015.1.28~연중수시(예산 소진 시까지) 중소기업기술개발사업 종합관리시스템 (http://www.smtech.go.kr)에 사업 참여 신청 *승인된 기업의 경우 2월부터 바우처를 구입 하여 장비이용 가능	중소기업청 공고(매년 초)에 의한 접수 및 평가 선정 *신청기간 : 신규 2015.1.2 ~ 1.16, 기존 주관기관 2015.1.2~1.9
바우처 구매 및 사용 절차	<ul style="list-style-type: none"> •중소기업기술개발사업 종합관리시스템(http://www.smtech.go.kr)에 접속하여 바우처 구매 신청 후 기업부담금 납부 •구입한 바우처로 선정된 주관기관의 필요장비 이용 후 사용료 지급(온라인) *바우처 : 연구장비 사용료를 대신하여 지불할 수 있는 쿠폰형태의 증서 (신청서 및 자세한 참여방법, 운영요령은 동 시스템 연구장비 공동이용지원 참고) •사용완료 후 참여기업 지원한도(최대 3천만원/기업) 내에서 추가구매 가능 •단, 참여기업이 바우처 사용기간(구입일로부터 최대 60일까지, 이후 환불조치)내에 사용하지 않아 50%이상 바우처를 환불받을 경우 사업기간 내에 재구매 불가 	
지원절차 (참여기업 기준)	지원 절차	비고
	1. 사업계획 공고	중소기업청
	2. 신청·접수 http://www.smtech.go.kr	참여기업
	3. 서류검토 및 참여승인	지방청
	4. 온라인 바우처 구매	참여기업
	5. 바우처 발행	전문기관
	6. 장비이용 http://www.smtech.go.kr	참여기업, 주관기관
	7. 사용료 지급	전문기관, 주관기관
	8. 사후관리	중소기업청

2) 창업보육센터의 시설 및 장비 지원

입주기업의 연구개발을 지원하기 위해 창업보육센터는 대학 및 창업보육센터의 보유장비 목록을 비치하여 활용할 수 있도록 하고 있음. 개별 센터에서 활용할 수 없는 시설 및 장비는 대학 및 연구기관에서 보유한 사용 가능한 공동연구장비를 이용하거나 연구 장비 공동활용지원사업을 통하여 지원하고 있음

4. 특허 및 지식재산권 확보

1) 지식재산권 개요

(1) 지식재산 : 보호하면 돈이 되는 지식, 정보, 기술, 표현, 표시

타인이 쉽게 모방할 수 있는 무형재산이어서, 보호하지 않으면 재산적 가치가 없어짐

(2) 지식재산권 : 법에 의하여 보호 받는 지식재산

관련 법률에 따른 절차와 요건을 충족하여야 보호받을 수 있음

(3) 산업재산권 : 지식재산권 중 특허, 실용신안, 디자인 및 상표 등 산업분야 권리에 대한 호칭

〈 산업재산권의 구분 〉

구분	특허	실용신안	디자인	상표
정의	자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로써 발명수준이 고도한 것(대발명)	물품의 형상·구조·조합에 관한 실용성 있는 고안(소발명)	물품의 형상·모양·색채 또는 결합한 것. 시각을 통하여 미감을 느끼게 하는 것	타인의 상품과 식별하기 위하여 사용되는 기호·문자·도형·입체적 형상이나 이들을 결합한 것
사례 (자동차)	하이브리드엔진, ABS 등 자동차관련 원천·핵심기술	백미러 구조, 컵홀더 체결장치 등 유용한 고안	후미등을 2가지 색의 2중원 구조로 하여 심미감을 높인 것	자동차 제조회사가 생산한 자동차 등에 표시하는 상호·마크
보호기간	20년	10년	15년	10년 -10년마다 갱신가능 -반영구적 권리

< 산업재산권의 종류별 사례 >

*특허 : 원천/핵심기술
<ul style="list-style-type: none"> •ABS 브레이크 시스템 •저연비 엔진관련 기술 •변속기에 관한 기술

*실용신안 : 주변개량기술
<ul style="list-style-type: none"> •백미러와 관련된 기술 •내부의 컵 홀더 관련 기술 •의자 높낮이 조절구조 등



*디자인 : 물품의 외관
<ul style="list-style-type: none"> •차체 형상 •전방 램프 형상 •백미러, 룸미러 등의 형상

*상표 : 상품의 명칭
<ul style="list-style-type: none"> •자동차 명칭(소나타, 체어맨, 로체, SM 등) •제조사 명칭(현대, 기아, 쌍용 등)

2) 지식재산권을 확보해야 하는 이유

기술과 아이디어를 뺏기지 않기 위하여	특허권 등으로 보호하지 않는 경우 후발기업이 자신의 기술, 디자인, 상표를 모방해서 시장을 잠식해도 막을 방법이 없음
시장 지배력 확보를 위하여	선발기업이 특허권을 가지고 있으면, 후발 경쟁기업은 해당 특허권의 침해가능성을 검토하거나 회피기술을 개발하여야 하므로 시장진입 시기가 늦어지게 됨
수익창출을 위하여	특허는 본인이 독점적으로 실시할 수도 있지만, 타인에게 로열티를 받고 실시하게 해 줄 수도 있음. 즉, 제품생산을 하지 않아도 특허권을 이용해서 직접적인 수익창출을 할 수 있음
특허분쟁에 대비하기 위하여	침해소송 등을 당한 경우 상대방 기업과 겨룰 수 있는 대응무기가 필요하다. 관련 분야에서 상대기업을 공격할 수 있는 특허를 가지고 있으면 분쟁을 유리한 방향으로 가져갈 수 있음
정부의 각종 정책자금 및 세제지원 혜택을 받기 위하여	지식재산권을 보유하고 있는 경우 특허기술사업화 자금지원, 우수발명품시작품 제작지원을 비롯하여 각종 정부자금 활용과 세제지원 혜택을 받을 수 있음

3) 지식재산권을 보호받는 방법

(1) 등록해야 보호받는 지식재산 – 산업재산권(특허권, 실용신안권, 상표권, 디자인권)

- 특허권 등 산업재산권은 특허청에 신청(출원)하여, 심사를 거쳐 등록되어야 권리를 주장할 수 있음
- 보호기간이 10~20년이며, 등록료를 계속 납부해야 권리가 유지되므로 지속적인 관리가 필요함

(2) 감춰야 보호받는 지식재산 – 영업비밀

- 영업비밀은 남들에게 알려지는 순간 더 이상 영업비밀이 아니기 때문에 철저히 감춰야 하는 할 뿐만 아니라, 감추려는 노력이 없으면 영업비밀로 인정받지 못함
- 또한, 원래부터 자신의 영업비밀이라는 것을 입증해 줄 수 있는 수단이 필요하며 이를 증명하는 방법으로는 영업비밀 원본증명서비스¹⁾를 이용하거나 기술자료 임치센터²⁾에 맡기는 방법이 있음

(3) 나타내야 보호받는 지식재산 – 저작권

- 저작권으로 보호받기 위해서는 다른 사람이 느껴서 알 수 있을 정도로 외부에 나타내어야 함
- 머릿속에 있는 구상, 아이디어 등은 바깥으로 나타나지 않는 것이므로 저작권으로 인정되지 않으며 저작권으로 보호받으려면 다른 사람이 느낄 수 있도록 어떠한 형식으로든지 나타내어야 함

4) 지식재산권의 취득 및 관리방법

(1) 출원

- 특허청에 신청(이를 출원이라 함)하여 심사관의 심사를 받은 후 등록을 하여야 권리가 발생

1) 영업비밀 원본증명서비스 : 한국특허정보원의 영업비밀보호센터에서 운영 (<https://www.tradesecret.or.kr>)

2) 기술자료 임치센터 : 대·중소기업협력재단에서 운영 (<http://www.kescrow.or.kr>)

- 먼저 출원한 사람만 등록되며, 나중에 신청한 사람은 등록이 거절됨

특허를 출원한다면 언제 해야 하나?	
선출원주의	빠를수록 좋다 : 동일발명의 복수 출원 시, 출원일이 빠른 것 하나만 특허 받음
신규성 상실	제품이 판매된 후에는 특허받기 어려움
공지예외 주장	논문, 박람회 출품 카탈로그 등에 발표한 경우: 12개월 이내에 출원하여야 함

- 출원서류 작성이나 절차의 진행 등을 변리사가 대신해 줄 수 있으나, 본인이 직접 할 수 있음
- 출원 시에는 특허청에 소정의 수수료를 납부하여야 하며, 개인 및 중소기업은 대폭 할인됨
- 다른 사람이 먼저 출원하거나, 이미 알려진 것일 수도 있으므로 사전에 선행 기술 검색 필요
- 특허에 있어 특허청구범위는 핵심 권리범위로써, 부동산에 있어서 지번, 면적 등과 같은 역할을 하므로 심혈을 기울여 작성하여야 하며, 잘 모르면 전문가의 도움을 받는 것이 좋음
- 등록받은 국가에서만 보호받기 때문에, 해외진출에 대비하고자 하는 경우 해외출원 필요
- 해외출원은 해당국 특허청에 직접 출원하는 방법과 국제출원제도를 이용하여 한꺼번에 출원하는 방법이 있음

(2) 심사·등록·심판

- 출원 후에 권리부여를 위한 심사과정이 오래 소요됨(권리 종류나 상황에 따라 수개월~1년 이상)
- 무형의 지식에 대하여 권리를 주는 것이기 때문에 서류형식과 표현내용에 대하여 엄격하게 심사
- 특허청의 심사에는 제출된 서류가 요건에 맞는지를 심사하는 방식심사와 실체적 내용이 권리를 부여받을 수 있는 기술에 해당하는지를 심사하는 실체심사가 있음

- 심사관은 실체심사 과정에서 선행지식(특허, 논문, 상표, 디자인 등에 관한 각종 자료) 등을 검색한 후 출원내용에 권리를 부여할 수 있는지 여부를 검토
- 심사관은 실체심사결과 신청된 출원내용에 하자가 없으면 등록결정을 하자가 있으면 거절결정을 함
- 심사관은 통상 실체심사과정에서 의견제출통지서를 발송하며 이에 대하여는 반박의견(의견서) 제출이나 출원내용을 수정(보정)하는 방법 등으로 대응
- 심사관 실체심사 후 등록결정이 된 경우에는 소정의 등록료를 납부하고 등록 절차를 진행
- 거절결정이 된 경우에는 특허심판원에 거절결정 불복심판을 청구할 수 있음 (특허심판원에서 패했을 경우 특허법원에 소송제기 가능)
- 신속하게 등록할 필요가 있는 경우에는 우선심사청구제도를 이용함(소정의 추가수수료 납부)
- 다른 사람의 출원에 심사관이 등록결정을 했을 때, 부당하다고 판단되면 이를 저지하기 위해 무효심판 청구 또는 이의신청을 할 수 있음

(3) 권리행사

- 등록된 산업재산권의 권리를 계속 유지하기 위해서는 매년 특허청에 등록료를 내어야 함
- 등록된 산업재산권은 자기 혼자만 쓸 수도 있고, 타인에게 라이선스(실시권)를 허락할 수도 있음
- 실시권에는 특정인만 쓸 수 있도록 허락하는 전용실시권과 여러 사람에게 허락해 주는 통상실시권이 있음

(4) 기타

- 출원 및 등록내용은 공보로 발간되는데, 출원내용을 공개하는 공개공보와 등록된 내용을 알리는 등록공보가 있음
- 상품광고 등에서 “특허출원 제0000호”, “상표출원 제0000호” 등으로 표현하는 것은 등록된 권리가 아니며 “등록특허”, “등록상표”라는 표현은 등록된 권리에만 사용할 수 있음

5) 권리별 특징

(1) 특허권(실용신안권 포함)

- 특허 받을 수 있는 요건 및 특허 받을 수 없는 발명

특허요건	특허 받을 수 없는 발명
자연법칙을 이용해야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •자연법칙에 위배되는 발명 -예) 에너지공급 없이 돌아가는 영구기관 •자연법칙과 관계없는 발명 -예) 경제법칙, 수학기초, 작도법, 게임규칙, 교수방법 등 •자연법칙 그 자체 -예) 열역학 제2법칙, 에너지 보존의 법칙 등 •단순한 발견이어서 창작이 아닌 것 -예) 천연물(예 : 광석), 자연현상 등의 발견
산업상 이용이 가능해야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •이론상은 가능하나 현실적으로 실현이 불가능한 발명 -예) 지구 전체를 자외선흡수필름으로 둘러싸는 방법 •반복재현성이 없는 발명
새로운 발명이어야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •출원일 전에 문헌 등에 기재되어 있는 발명 (국내, 국외 불문) -예) 국내문헌에는 없지만 외국문헌에 기재된 기술 •출원일 전에 이미 만들어져 있거나 알려진 발명 -예) 외국에서 이미 시판되는 물건, 본인이 판매한 제품
기존기술에 비하여 진보성이 있어야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •해당분야 종사자라면 용이하게 발명할 수 있을 정도의 기술
공공질서, 선량한 풍속, 공중위생 등을 해할 염려가 없어야 한다	<ul style="list-style-type: none"> -예) 위조지폐 제조장치, 아편흡입기구, 음란도구 등

〈특허의 신청과 처리절차〉

① 특허출원서의 작성 및 제출

- 특허출원서류는 특허출원서, 요약서, 명세서 및 도면으로 구성되며, 발명이 물품(기계, 기구, 장치)에 관한 특허이거나, 실용신안으로 출원되는 경우에는 반드시 도면을 첨부해야 함
- 명세서에는 발명의 목적·구성·효과를 구체적으로 기재하여야 하며, 그 기술 분야의 사람들이 기재된 내용을 보고 용이하게 실시할 수 있을 정도로 상세히 기재하여야 함

② 제출된 특허출원서의 처리절차 : 방식심사 → 출원공개 → 실체심사 → 등록

- 방식심사 : 제출된 특허출원서류가 제대로 작성되었는지를 검토하여 문제가 있는 경우 보정요구
- 출원공개 : 출원으로부터 18개월이 지나면 출원내용을 인터넷을 통하여 공개공보로 공표
- 실체심사 : 심사관이 특허를 받을 수 있는 발명인지를 판단하여 거절결정 또는 등록결정
- 등록 : 심사관에 의하여 등록결정이 된 경우 등록료를 납부하고 특허권 등록

※최근에는 심사처리기간이 빨라져서 대부분 공개공보 발간 전에 실체심사가 이루어짐

③ 등록결정서를 받은 경우 : 3년치 등록료를 납부하고 등록신청

- 심사관으로부터 등록결정서를 받은 경우에는 최초 3년치의 등록료를 납부하고 등록신청을 하게 되면 비로소 특허권이 형성되고, 특허청의 특허등록 원부에 그 내용이 기재되게 됨
- 특허권은 매년 등록료를 납부하여야 권리가 유지됨

④ 거절결정서를 받은 경우 : 내용을 변경하여 재심사청구 또는 특허심판 청구

- 재심사청구 : 심사관으로부터 거절결정을 받은 경우, 당초의 출원내용을 변경하여 다시 심사받고자 하면 재심사 청구를 할 수 있음
- 심판청구 : 출원내용 변경 없이 심사관의 결정에 승복하지 않는 경우 특허심판원에 특허심판(거절결정 불복심판)을 청구하면 됨
- 청구기간 : 재심사나 심판청구는 거절결정서를 받은 날로부터 30일 이내에 하여야 함
- 심판 : 특허심판원에서는 심사관의 거절결정이 정당한지 여부를 심판관이 판단하며, 심사관의 판단이 잘못되었다면 심사관에게 환송시켜 다시 심사토록 함
- 특허소송 : 특허심판원에서도 거절되면 특허법원, 대법원으로 이어지는 소송절차를 밟아야 함

알아두어야 할 특허 상식	
•소프트웨어는 저작권으로 보호받을 수 있지만, 특허로도 보호받을 수 있음	
•영업방법 자체는 특허받을 수 없지만, 정보기술과 결합하여 출원하면 특허 받을 수 있음	
•전혀 새로운 기술이 아니더라도 기존기술을 개량하거나 기존기술들을 조합해도 특허 받을 수 있음	
•원발명을 개량하여 특허 받은 경우, 그 발명을 실시하려면 원발명자로부터 라이선스가 필요함	
•기존 물건이나 물질에 대하여 새로운 용도를 발견했다면 이 또한 특허 받을 수 있음	
•음식에 대한 특허도 가능함	
•우리나라에 알려지지 않았더라도 외국에서 알려진 기술이면 특허 받을 수 없음	
•특허출원 전에 자기가 세미나나 논문을 통해 발표하면 그것 때문에 특허 받을 수 없는 경우도 있음. 이런 경우 공지 예외적용이라는 절차를 밟아야 특허를 받을 수 있음	
•단순한 아이디어만으로는 특허 받을 수 없음. 구체적인 실현방법 등이 제시되어야 함	
•특허를 담보로 대출을 받을 수도 있으며, 특허를 사고파는 장터도 있음	
•심사관이 특허권 부여를 거절하는 사유의 90%는 특허발명과 동일하거나 유사한 발명이 기존 문헌에 있기 때문이며 특허출원 전 선행기술 검색은 선택이 아닌 필수임	

(2) 디자인권

○ 디자인권의 성립, 등록요건과 등록받을 수 없는 디자인

요건	등록 받을 수 없는 디자인
물품성, 형태성, 시각성 및 심미성이 있어야 한다 (성립요건)	<ul style="list-style-type: none"> •물품에 대한 것이 아닌 것(글자체, 아이콘 등은 예외) -예) 건축물디자인, 캐릭터 그 자체 •형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합에 해당하지 않는 것 •육안으로 인식될 수 없는 것 -예) 분자구조, 반도체칩 배치설계도 등 •미적 감각을 일으키지 않는 것 -예) 기능이나 작용, 효과를 주목적으로 한 것
공업상 이용이 가능해야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •공업적 생산방법에 의하여 양산이 불가능한 것 -예) 자연물, 순수미술작품, 서비스디자인, 부동산 등 •디자인의 표현이 구체적이지 아니한 것
새로운 디자인이어야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •출원일 전에 문헌에 기재되어 있는 디자인(국내, 국외 불문) -예) 국내문헌에는 없지만 외국문헌에 기재된 디자인 •출원일 전에 이미 만들어져 있거나 알려진 디자인 -예) 외국에서 이미 시판되는 물건의 디자인
창작이 용이하지 않은 것이어야 한다	<ul style="list-style-type: none"> •해당분야 종사자가 용이하게 창안할 수 있을 정도의 디자인 -예) 계란모양의 비누, 자동차모양의 완구, ET 닮은 저금통

※허용되지 않는 디자인권 : 국기, 국장, 훈장, 기장, 공공기관 등의 표장 등과 유사한 디자인이나, 공공질서나 선량한 풍속을 문란하게 할 염려가 있는 디자인 등은 등록받을 수 없음

〈디자인의 신청과 처리절차〉

① 디자인출원서의 작성 및 제출

디자인출원을 하려면 정해진 양식에 따라 출원서류를 작성하여 특허청에 제출하여야 하며, 디자인출원서류는 디자인등록출원서 및 도면으로 구성되며 도면에 갈음하여 사진 또는 견본을 제출해도 가능

② 처리절차 : 방식심사 → 출원공개 → 실체심사 → 등록

제출된 디자인등록출원서의 처리절차도 특허출원서의 처리절차와 유사하며 다만, 출원공개의 경우 본인이 원하는 경우에만 공개

알아두어야 할 디자인권 상식

•유사 디자인

자기의 등록 디자인이나 디자인등록출원한 디자인(기본 디자인)에 물품의 형상, 모양, 색채 등을 변경한 디자인을 등록함으로써 디자인권의 모방, 도용을 사전에 방지할 수 있는 제도

•한 벌 물품 디자인

상관습상 한 벌로 판매되고, 한 벌로 사용되는 물품으로서 전체적인 통일성이 있는 경우에는 하나의 출원으로 등록할 수 있도록 한 제도(예: 한 벌의 차 세트, 깍연용구세트 등)

•비밀 디자인

출원인의 신청이 있는 경우에 디자인권 설정등록일로부터 3년 이내의 기간 동안 디자인공보 등에 공고하지 아니하고 비밀상태로 둘 수 있도록 한 제도

•무심사 디자인 등록

직물지, 포장지 및 의복 등과 같이 유행성이 강하고 모방이 용이한 라이프 사이클이 짧은 품목에 대해 기본요건과 공업상 이용가능성, 창작성 여부만을 심사(선행 디자인 조사는 하지 않음)하여 등록시킴으로써 조기에 디자인권을 부여하는 제도

•복수 디자인 등록 출원

디자인 무심사 등록출원에 한하여 20개 이내의 디자인을 하나의 출원서로 출원할 수 있게 하여 출원절차를 대폭 간소화함으로써 출원료 등 비용 부담을 경감하여 주는 제도

•부분 디자인

물품의 부분(커피잔의 손잡이 부분, 안경테의 귀걸이 부분 등)에 관한 디자인도 등록을 받을 수 있도록 한 제도

•글자체 디자인

글자체 즉, 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위하여 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 한 벌의 글자꼴(숫자, 문장부호 및 기호 등의 형태를 포함)도 물품으로 간주하여 보통의 디자인과 동일하게 보호받을 수 있도록 한 제도

•외국출원





다른 나라에 디자인등록을 출원하고자 하는 방법은 해당국 특허청에 직접 출원하는 방법과, 국제출원을 통하는 방법이 있는데, 이를 헤이그 국제출원이라고 부르며 절차는 PCT국제특허와 유사

(3) 상표권

- 상표의 기능 : 식별, 출처표시, 품질보증, 광고선전, 재산
- 상표의 구분 : 상표, 서비스표, 업무표장, 단체표장

구분	상표	서비스표	업무표장	단체표장
정의	타인의 상품과 식별하기 위해 사용하는 표장 (과자, 옷, 자동차 등)	타인의 서비스업과 식별하기 위해 사용하는 표장 (금융업, 요식업 등)	비영리 업무를 영위하는 자가 업무를 나타내기 위해 사용하는 표장	동종업자의 법인이 단체구성원의 영업에 관한 상품, 서비스에 사용하는 표장
사례				
권리자	주식회사 오뚜기	주식회사 신한금융지주회사	사단법인 대한체육회	남해축방멸치 영어조합법인

- 상표의 종류 : 문자상표, 도형상표, 색채상표, 결합상표
- 상표는 기호·문자·도형·입체적 형상·홀로그램·색채·동작 또는 이들을 결합한 것으로 따라서 문자와 로고를 각각 별개 상표로 하여 출원할 수도 있으며 문자와 로고를 결합하여 하나로 출원가능

종류	문자상표	도형상표	색채상표	결합상표
설명	한글, 한자, 외국어, 숫자 등	동·식물 및 다양한 형상의 도형	문자나 도형에 특정 색채가 추가되어 색상으로 상품을 식별할 수 있는 상표	문자상표, 도형상표, 색채상표 등이 결합된 상표
사례				

- 상표권의 등록요건
- 상표의 본질적 기능은 자타상품 식별기능이기 때문에 상표로 등록되기 위해서는 식별력을 가져야 함

- 따라서 먼저 출원된 상표와 동일 또는 유사한 것, 타인의 등록상표나 유명상표 등으로 혼동하기 쉬운 것 등과 다음과 같은 상표들은 등록받을 수 없음

〈 등록받을 수 없는 상표의 사례 〉

등록받을 수 없는 상표	사례
상품의 보통명칭 사용 상표	•CAR(자동차), 청바지(피복제품), 생수(생수제품)
그 상품에 관용하는 상표	•정종 · 사케(청주류), 깡 · 스낵(과자류)
산지 · 품질 · 원재료 · 효능 · 용도 · 수량 · 형상 · 가격 · 생산방법 · 가공방법 · 사용방법 또는 시기를 사용하는 상표	•금산인삼, 품질보증가위, 더덕소주, 정력드링크, 둥근두부 등
지리적 명칭 · 그 약어 또는 지도만으로 된 상표	•뉴욕, 종로학원, 장충동왕족발, 대전막걸리
흔히 있는 성 또는 명칭으로 표시한 상표	•윤씨농방, 상사, 상점, 공업사, 회장, 사장 등
간단하고 흔히 있는 표장만으로 된 상표	•1자의 한글 또는 한자로 구성되거나 2자 이내의 외국문자 •2개의 숫자를 결합한 것, 1자의 외국문자와 1자의 숫자 •원형, 삼각형, 사각형, 마름모형, 기호 또는 ㄱ 등
누구의 상품을 표시하는 것인가를 식별할 수 없는 상표	•http://, www, @, CYBER(통신업), NEWS(자료제공업)

※등록받을 수 없는 상표: 국기, 국장, 군기, 훈장, 기장, 공공기관 등의 표장 등과 유사한 디자인이나, 공공의 질서나 선량한 풍속을 문란하게 할 염려가 있는 상표 등은 등록받을 수 없음

〈 상표권의 등록신청과 처리절차 〉

① 상표등록출원서의 작성 및 제출

- 상표등록출원을 하려면 정해진 양식의 출원서류를 작성하여 특허청에 제출함. 상표등록출원서류는 상표등록출원서, 상표견본(가로, 세로 각각 8cm) 및 상표에 대한 설명서로 구성
- 제출된 상표등록출원서의 처리절차 : 방식심사 → 실체심사 → 출원공고 → 등록
 - 제출된 상표등록출원서의 처리절차는 특허출원서의 처리절차와 유사하다. 다만, 상표에서는 출원공개 제도가 없으며 출원공고 제도가 있는데, 출원공고 후 2개월 이내에 누구든지 이의신청 가능함

알아두어야 할 상표권 상식

•**지정상품(또는 지정서비스업)** : 상표(서비스표)를 출원하면 모든 상품종류에 대하여 등록을 받는 경우는 거의 드물고 법이 규정해 둔 테두리 내에서 그 상표의 권리가 미칠 상품, 서비스를 선택해야만 하는데, 이때 정하는 상품, 서비스를 지정상품(지정서비스업)이라 함

•**상표의 동일, 유사판단** : 대비되는 두 상표가 동일 또는 유사한 지정상품에 사용된 경우에 상품의 출처에 관하여 일반수요자가 오인, 혼동을 일으키는 염려가 있는 것을 상표의 유사라고 함. 상표가 유사하다는 것은 상표의 속성인 외관형상이 유사하거나(예: HOP와 HCP), 호칭이 유사하거나(예: NHK와 MHK) 또는 의미가 유사(예: 왕과 KING) 한 것을 말함

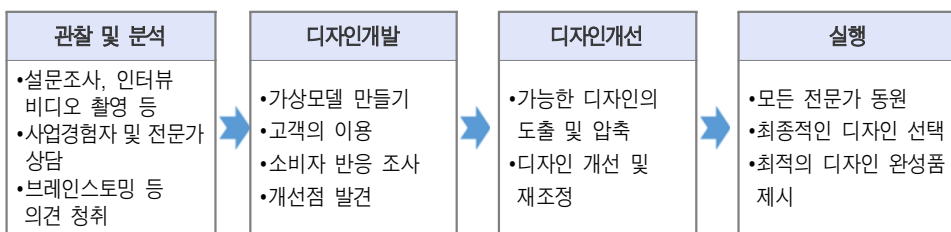
•**지정상품의 동일, 유사판단** : 상표는 상품의 식별표지이므로, 상품은 상표출원, 상표심사, 상표권의 효력, 상표 침해 문제에 있어서 표지와 일체 불가분적 의미를 가지게 됨. 예를 들어, 출처의 혼동이 발생하는지 여부는 상표가 동일·유사하다는 사실만으로는 판단이 불가능하고, 동일·유사한 상표를 동일·유사한 상품에 사용해야 비로소 혼동이 발생한다는 점에서 결국, 상표의 동일, 유사 판단은 상품의 동일·유사 판단이 선행되어야 하는 것과 같음

•**다류 1출원** : 상표등록을 받고자 하는 상품이 1개류 이상에 해당할 경우에도 하나의 출원서로 묶어서 출원이 가능하도록 한 제도

•**입체 상표** : 현재 상거래에 많이 사용되고 있는 3차원적인 입체 상표(예: 코카콜라병 모양)를 평면으로 구성된 상표와 마찬가지로 상표등록이 가능하도록 한 제도

제5단계 상품화 단계

1. 디자인 개발



1) 관찰 및 분석

- 개발하고자 하는 제품의 사양을 결정하여 기록
- 디자이너 및 계획제품과 관련된 각 분야의 전문가들의 자문을 받음
- 계획 제품의 디자인에 관한 설문조사, 비디오촬영, 인터뷰 등을 통해 기획해야 할 디자인이 무엇인지 추적함
- 관찰한 내용을 갖고 사업경험자 및 전문가들의 의견을 듣고 브레인스토밍 등을 통하여 아이디어를 도출함
- 도출된 아이디어를 기준으로 디자인의 방향을 설정

2) 디자인 개발

- 계획제품에 대하여 산업디자인을 적용하고 가상 모델을 만들
- 원래 상품과 똑같은 형태의 모델을 만들어 고객들이 직접 이용해 보도록 함
- 제품의 모형을 만들어 보거나 소비자 반응을 조사하고 개선점을 찾음
- 소비자들의 반응은 모조리 기록하고, 불편사항이나 개선해야 할 점은 즉각 수용하여 반영

3) 개선

- 최적의 솔루션을 찾기 위해 적용 가능한 디자인을 몇 가지로 압축하고 한 가지를 선택
- 소비자들의 보다 세심한 의견을 반영, 미세한 부분에 대한 디자인 개선작업이 이루어짐
- 디자인 결과에 대해 만족하지 않는다면 이 단계에서 재조정을 실시

4) 실행

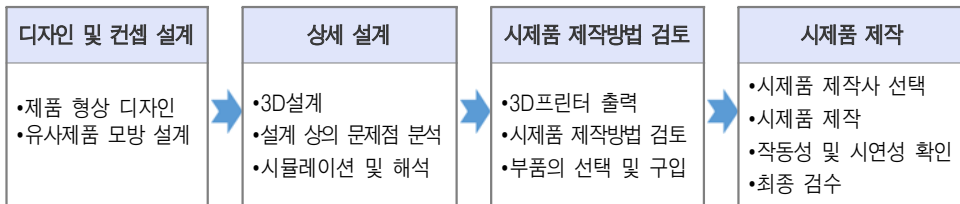
- 제품생산과 관련한 모든 전문가들을 동원, 최종적인 디자인을 만들어냄
- 다방면의 전문가를 총동원하여 디자인을 검토하고 완성품을 내놓음
- 필요에 따라 디자인 MOCK-UP을 제작



전문가에게 위탁하여 개발할 경우

- 기업의 제품과 목표시장을 설명
 - 소비자가 원하는 것이 무엇인지 한 눈에 알 수 있게 해야 함
- 위탁 사업의 전 과정에 대한 명확한 계약의 체결
 - 디자인 목표 및 사업수행기간, 가격, 창업가의 참여방법, 역할 구분, 검수방법 등
- 디자인 개발과정 및 내용의 확인
 - 계획 제품에 대한 디자인개발 과정 및 절차와 내용에 대한 철저한 확인

2. 시제품 제작



1) 디자인 및 컨셉 설계

- 디자인 조사 및 분석 단계에서 결정되어진 결과를 기초로 디자인 전개 방향을 설정
- 유사 제품의 이미지와 이미지 스케일 상에서 비교해 보고 전문가와의 협의를 거쳐 최적의 디자인과 제품 컨셉을 결정

2) 상세 설계

(1) 상세설계의 개념

- 제품이 제작될 수 있도록 모든 세부사항이 결정되는 설계의 최종 단계
- 품질과 비용 측면에서 적절한 제품을 제작할 수 있도록 함
- 요구사항 명세서의 모든 내용을 구현해야 함
- 이해가 쉬워서 구현 또는 테스트로 추적이 가능해야 하며 유지 보수 시 변경이 용이해야 함

(2) 상세설계에서의 활동 과 결정

- 비용과 생산 능력을 고려하여 자체 제작, 구입 또는 외부 제작을 검토해야 함
- 부품 및 자재의 선택과 크기를 결정하고 자재 명세서를 작성
- 기술도면과 제품 설계사양을 작성 한 후 검토 후 최종 설계를 완성
- 세부 도면을 이용하여 생산계획에 따른 최종 비용을 계산

3) 시제품 제작방법 검토

(1) 목업 이외에 다양한 방법을 사용할 수 있음

- 구현이 비교적 쉬운 기존 제품의 일부 변경 또는 표준적인 기존 소재의 변형과 결합, 응용 등

(2) 상황에 맞는 다양한 소재와 구현 방법의 검토

- 3D프린터의 활용, 프레스를 이용한 단조공법, 마스터와 실리кон 금형, 주물, 선

재의 가공, 아크릴의 가공, 파이렉스 유리 및 크리스털의 가공, 톱슨 목금형, 레이저 가공, 스카시, 시보리 등

(3) 다양한 공정의 후가공 검토

- 시제품의 완성도를 높이기 위하여 도장, 부식, 인쇄, 연마, 염색, 증착 필름 전사, 레이저 마킹, 도금, 코팅, 샌딩 등 다양한 후가공 공정에 대해 검토해야 함

(4) 자체제작 또는 외부 위탁 제작의 결정

- 다양한 공정의 후가공 검토 비용과 생산 능력을 고려하여 자체 제작 또는 외부 제작을 결정

4) 시제품 제작

(1) 시제품제작사의 선택

- 계획제품 및 서비스의 품질을 적합하게 제조 또는 제공할 수 있어야 하고 이에 필요한 전문 면허, 인허가, 특허 등을 보유하여야 함

(2) 시제품 제작

- 제품설계가 완료되면 시제품을 제작하여 상품화 되었을 때를 고려하여 모든 평가가 이루어져야 함
- 외형 디자인, 기능성, 사용성, 제작 및 조립성, 원가 및 투자비 분석, 고객의 반응 등을 고려하여 평가해야 함



금형의 개발

- 금형의 개발업체는 생산까지 검할 수 있는 업체를 선정하는 것이 바람직
- 생산품에 대하여 금형제작 업체와 양산업체간 다툼이 발생될 수 있음
- 개발하고자 하는 제품 분야에 경험이 있는 업체를 선정
- 제품의 특성을 잘 알고 있어야 문제가 없음
- 워킹 목업을 갖고 제품의 특성을 충분히 검토 하고 협의해야 함
- 계획 제품의 결함을 방지하기 위함임

3. 제품인증제도


1) 법정 강제인증제도 현황

구분	관련부처	대상분야		관련 법률	대상품목
안전	산업통상 자원부	전기용품		전기용품안전 관리법	전선/전동기등
		공산품	안전인증	품질경영 및 공산품안전관리법	유모차 등
			자율안전확인	품질경영 및 공산품안전관리법	등산용로프 등
		승강기		승강기시설 안전관리법	승강기 등
		가스용품		액화석유가스의 안전관리 및 사업법	가스렌지 등
		고압가스용기		고압가스 안전관리법	고압가스용기 등
		열사용기자재압력용기		에너지이용 합리화법	1,2종 압력용기 등
		전기용품		전기용품 안전관리법	전기용품
		어린이보호포장대상 공산품		품질경영 및 공산품안전관리법	광택제 등
		항공기부품		항공우주산업개발 촉진법	고정의 소형비행기 등
	국토 교통부	기계식주차장		주차장법	기계식주차장치 등
		내화구조		건축법	건축용 벽체 등
		건설기계		건설기계관리법	불도저 등
		자동차		자동차관리법	자동차
		자동차부품		자동차관리법	제작자동차
		항공기		항공법	항공기 등
	미래창조 과학부	무선설비기기		전파법	무전기기류 등
		전자파적합등록		전파법	정보기기류 등
	해양수산부	선박 및 선박용 물건		선박안전법	구명정 등
	고용노동부	유해/위험기계기구		산업안전보건법	프레스/전단기 등
		방호장치 및 보호구		산업안전보건법	방호장치 등
	국민안전처	소방용품		소방시설설치·유지 및 안전관리에 관한 법률	소방용품
식품	식품의약안 전처	축산물 HACCP		축산물 위생관리법	축산물가공업 등
		식품 HACCP		식품위생법	어묵류 등

구분	관련부처	대상분야	관련 법률	대상품목
성능	산업통상자원부	계량기	계량에 관한 법률	전기계기 등
		에너지효율	에너지이용 합리화법	형광램프 등
	환경부	정수기	먹는물 관리법	정수기구조/재질 등
		교정용품	환경분야 시험·검사 등에 관한 법률	측정기기교정가스 등
품질	국토교통부	벽체의 차음구조	건축법	건축물의 경계벽, 간막이벽 등
		바닥충격음 차단성능 인정	주택법	공동주택 바닥슬라브
		주택성능등급인정	주택법	공동주택
환경	환경부	환경측정기기	환경분야 시험·검사 등에 관한 법률	원동기동력계와 그 부속기기 등
		자동차소음	소음진동규제법	제작자동차
		자동차배출가스	대기환경보전법	제작자동차
		고형연료제품	자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률	생활폐기물 고형연료제품
	해양수산부	해양오염방제자재	해양환경관리법	해양오염방지설비 등
		해양오염방지설비	해양환경관리법	기름여과장치 등
		해양환경측정기기	해양환경관리법	용존산소측정기 등
보건	식품의약품안전처	의약품	약사법	의약품/마약류 등
		화장품	화장품법	기능성화장품, 신원료심사
		의료기기	의료기기법	지정대상 고시품목 의료기기

2) KC 국가통합인증마크 소개

(1) 개요

개 요 (강제)	<ul style="list-style-type: none"> 국가통합인증마크란 국민의 생명과 재산을 지키기 위한 안전·보건·환경·품질 등의 법강제 인증마크를 국가적으로 단일화한 것으로 현재 우리나라에서 운영되는 인증제도는 법정인증과 민간인증을 모두 포함해 총 158개가 있음 이니셜은 안전(S), 품질(Q), 환경(E), 보건(H)로 표기
대상을 표시방법	 <ul style="list-style-type: none"> 대상물 : 제품 표시방법 : 제품 또는 포장

(2) KC마크로 통합되는 강제인증마크

마크	이름	분야	주관부처
	공산품 안전인증마크	유모차, 압력솥, 보행기 등	산업통상자원부 (국가기술표준원)
	자율안전확인 마크	등산용로프, 건전지, 보안경 등	산업통상자원부 (국가기술표준원)
	승강기 인증 마크	조속기, 완충기, 비상정지장치 등	산업통상자원부 (국가기술표준원)
	전기안전인증마크	전선, 전원코드, 청소기, TV 등	산업통상자원부 (국가기술표준원)
	고압가스용기(검마크)	안전밸브, 압축기, 증발기 등	산업통상자원부
	어린이보호포장	방향제, 세정제, 광택제, 얼룩제거제 등	산업통상자원부 (국가기술표준원)
	정보통신기기 인증	전화기, 모뎀, PC 등	방송통신위원회
	에너지소비효율등급	냉장고, 냉방기, 형광램프, 승용차 등	산업통상자원부
	품질검사필증 물마크	정수기	환경부
	안전인증	프레스, 전단기 등	고용노동부
	가스용품(검마크)	가스레인지, 압력조정기, 연소기 등	산업통상자원부
	계량기 검정마크	전기계량기, 체온계, 저울 등	산업통상자원부 (국가기술표준원)
	소방용품 검정마크	소화기, 방염재 등	소방방재청

(3) 기존 제도와의 차이점

구분	개정 전	개정 후	비고
제도운영부서	환경부 등 소관 중앙행정기관	변경사항 없음	단, 법정인증제도 도입 시 통상자원부장관과 협의
인증대상	각 개별법에서 정한 제품인 증품목	변경 사항 없음	
인증 기관	각 개별법에서 정한 인증기관	변경 사항 없음	
인증 마크	 등 개별 인증마크 사용	 마크로 통합하여 사용	2년간 기존마크 병용 사용 가능
심사절차	개별법에서 정한 절차에 의해 심사(20개 유형)	9개 표준인증심사 유형 중 선택하여 심사	
인증 심사원	개별법에서 정한 심사원	변경 사항 없음	


3) 신기술·신제품 인증








구분	 신기술인증(NET)	 신제품인증(NEP)
목적	•국내 기업 및 연구기관, 대학 등에서 개발한 신기술 조기 발굴	•기술표준원에서 사전평가 지표를 제공하여 인증의 효율성 제고
산업 트렌드	•신기술 상용화 •기술기대 촉진 •제품신뢰성 제고 •초기시장진출 조성	•인증제의 품목 •엔지니어링 기술 •이주가 되는 플랜트 •임상실험 필요 의약품 •KS, KICS 제품
인증시점	•신기술 개발 완료 후	•제품실용화한지 3년 이내 신개발 제품
준비할 사항	•기술설명서 •ISO 인증서 •제품시험 성적서 •산업재산권의 인증 실적자료	•제품설명서 •신기술성을 증빙하는 자료 •선행기술 조사서
관련업종	•국내에서 최초로 개발된 우수기술 및 제품	•성능과 품질이 우수한 제품으로 실용화한 제품 •경제적, 기술적 파급 효과가 큰 제품
우대내용	•기술우대보증 등 자금지원 시 우대 •「조세특례제한법」 제11조에 따른 신기술인증 기술 사업회사 투자자산에 대한 세액공제 •신기술이용제품 제조자에 대한 기술지도 등 (「기술개발촉진법」 시행령 제14조)	•판로확대지원 •공공기관 우선구매
관련기관	•산업통상자원부(국가기술표준원) 1577-0900(1544-7115)	•산업통상자원부(국가기술표준원) 1577-0900(1544-7115)

4) 해외인증마크

지역	인증마크	인증명	인증대상
유럽		CE Marking	<ul style="list-style-type: none"> •EU의 공동규격에 상품 •안전, 건강 그리고 소비자의 보호와 관련된 규정 준수 •EU, EFTA 지역 및 터키 내에서 추가 인증없이 자유로이 유통가능함을 나타내는 유럽의 적합성평가인증마크
유럽		e-Mark	<ul style="list-style-type: none"> •승용차 및 트레일러 등(총 60개 품목) •자동차 및 그 부품에 적용되는 EU의 강제인증으로 회원국중 어느 한 국가에서 부여받은 인증은 모든 회원국에서 인정
독일		GS	<ul style="list-style-type: none"> •운영체제 소프트웨어 등(총 125개 품목) •GS마크는 안전과 품질을 보증하는 마크로서 한국의 "KS마크" 혹은 "품"자 마크와 유사하며 •독일 시장에 통용되는 각종의 공산품에 대하여 독일의 DIN 혹은 EN규격에 따라 요구되는 검사를 마치면 GS 마크가 부여
폴란드		B mark	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 전기기기류 등(총 40개 품목) •폴란드의 EU가입에 따라 폴란드 B마크는 자발적 테스트 마크가 되었고 EU의 강제인증제도인 CE마킹을 따름 •현재의 PCBC는 폴란드내의 인증기관중 하나로서의 기능을 유지하고 있음
스위스		SEV	<ul style="list-style-type: none"> •누전차단기 등(총 26개 품목) •교류 50V이상 1000V이하, 직류 75이상 1500V이하의 전기 제품에 적용되고, 새로운 규정은 제삼자 또는 제조업자의 자기 인증제도를 기본으로 하여, 전기제품에 대한 인증제도
벨기에		CEBEC	<ul style="list-style-type: none"> •낮은 전압(1000V) 전기제품 인증 •교류 50V에서 1000V, 직류 75V에서 1500V까지의 전압에 사용되는 전기기계 기구 및 전선은 반드시 해당 지침을 따르도록 함. 벨기에는 EC 및 EFTA 가맹국의 인증마크 부착 기기 및 부품의 시장 판매를 허용
덴마크		DEMKO	<ul style="list-style-type: none"> •덴마크 전기 규격 •DEMKO는 규격 안을 작성할 책임을 가지고 있음. 덴마크 전기 규격의 대부분은, EN, HD, IEC 등의 국제 규격에 근거하고 있으며, 또한, 유럽 혹은 덴마크의 규격차이점(deviation)이 반영된 경우도 있음
노르웨이		DNV	<ul style="list-style-type: none"> •노르웨이선급협회 공장승인 규격, 강제규격 •제품을 노르웨이 선급협회의 검사 선박에 설치하기 위해서는 제품의 테스트 및 공정, 생산설비 및 검사 및 시험 장비까지 심사를 받아야 인증이 가능한 강제적용 규격
그리스		ELOT	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 전기기기류 등(총 40개 품목) •그리스 표준규격이나 기타 국제기준에 합당하게 제조된 상품에 대하여 품질을 인증하고 품질인증마크 부여

지역	인증마크	인증명	인증대상
슬로바키아		ESS	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 기기 등(총 13개 품목) •EVP에 의해 인정된 ESS 적합성 마크는 관련 규격과 제품의 적합성을 나타내고 제품안전상징, 안전 및 EMC 요구사항을 포함하고 다양한 시장에 제품을 판매하는 기초로서 제공
체코		ESC	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 전기기기류 등(총 38개 품목) •체코의 자율 규제제도로서 EZU인증제도의 ESC마크는 전기 안정성을 인증하는 체코의 고유마크
프랑스		NF	<ul style="list-style-type: none"> •프랑스 내에서만 유용하며, 프랑스에 수출을 위해 강제적으로 취득해야 하는 인증제도는 없음 •프랑스에서도 유럽전역에 효력을 발휘하는 CE가 적용되나, 프랑스가 독자적으로 시행하는 강제인증은 없음. 반면 강제성이 없는 자율인증인 NF마크가 품질보증제도로 시행
이탈리아		IMQ	<ul style="list-style-type: none"> •환경 보호 및 안전 등(총 57개 품목) •IMQ마크는 특정의 IEC규격에 적합함을 나타내는 전자·전기 제품에만 적용되는 마크
네덜란드		KEMA	<ul style="list-style-type: none"> •개폐기기류 등(총 122개 품목) •KEMA의 KEUR마크는 N.V.KEMA가 관리. KEMA-KEUR 마크는 전기 제품만의 인증마크임 •KEMA는 세계적인 규격 기관 중 하나로써 대용량 전기기계 및 전기 부품에 대한 명성을 가지고 있어서 인증을 획득했을 때 품질의 신뢰성(우수성)을 인정받을 수 있음
영국		Kitemark	<ul style="list-style-type: none"> •신체 보호용 기기 등(총 37개 품목) •제품 또는 서비스에 대해서 인증을 받은 제조자는 품질관리 프로세스가 엄격하게 관리되고 품질과 안전에 대한 의지를 갖고 있다는 것을 고객에게 호소할 수 있음
스페인		AENOR	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 전기기기류 등(총 53개 품목) •AENOR를 통해 국제적으로 공인된 인증을 받을 수 있으며, 64000여개의 품목에 대하여 12000여개의 인증 조직에 대한 보증을 받을 수 있음
헝가리		MEEI	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 전기기기류 등(총 45개 품목) •헝가리에서는 전기설비, 기기, 제품 및 부속품은, 시험을 받아, 생명, 건강, 재산에 대한 안전성과 전기안전규격과의 적합성이 승인된 후에야 유통 및 제조가 가능함 •MEEI는 부품, 전기 제품, 가정용품, 그리고 공업용 장비에 대한 승인 마크임
터키		TSE Mark	<ul style="list-style-type: none"> •터키 시장 진입을 위한 필수 요건임 •터키내에서 생산되거나, 외국으로부터 수입되는 식품, 의약품, 신발 및 섬유와 같은 소비재를 제외한 공산품에 대해서 인증을 받도록 규정 •TS규격에 일치함이 확인된 제품은 TSE로부터 라이선스가 허용됨

지역	인증마크	인증명	인증대상
호주		Standards Mark	<ul style="list-style-type: none"> •비디오 등(총 244개 품목) •다른 인증에 비해 호주 내의 거주민들의 인지도가 굉장히 높음 •SAI-Global의 인증마크를 직접 제품에 부착하도록 규정하고 인증에 대한 사용권한이 제조자(Manufacturer)에게 부여된다는 점이 특징
오스트리아		OVE	<ul style="list-style-type: none"> •VE 마크는 오스트리아 전기 기술법에 의거한 전기기기, 통신용 기기 등에 대한 강제 인증임 •VE 마크는 국제전기표준위원회(IEC)와 유럽 전기기기 통일안전규격 위원회(CEE)의 안전규격과 무선간섭, 전원시스템에 관한 외란, 일부 기기의 성능(오븐, 냉장고) 항목을 포함
스웨덴		SEMCO	<ul style="list-style-type: none"> •스웨덴 전기 안전 규격 •스웨덴은 전기법(Electrical Act)에 의해서 별도로 선정된 기기에 대하여 시험검사를 하여 스웨덴 전기안전규격에 적합하지 않으면 판매, 전달, 획득 등이 금지 •SEMCO는 Nordic/EMKO 협정의 회원국으로 S-mark를 활용하여 기타 스칸디나비아 국가의 규격 획득이 가능함
핀란드		FIMKO	<ul style="list-style-type: none"> •내부장착용 전원공급장치 등(총 50개 품목) •핀란드 전기안전 규격 •강제성이 전혀 없으며 단순히 FI에서의 시험검사에 합격한 제품임을 표시함 •Nordic/EMKO 협정의 회원국으로 Fi-mark를 활용하여 기타 스칸디나비아 국가의 규격 획득이 가능
호주		A-Tick	<ul style="list-style-type: none"> •가정용기기 등(총 34개 품목) •기본적인 승인절차는 제품의 종류 및 적용 기술기준에 따라 수준(level)1, 2, 3으로 구분되어 각 수준에 따른 절차를 약간씩 달리하고 있으며, 해당되는 label을 부착하도록 규정 •제품이 비적합성을 나타내는 경우 제품에 경고문구와 함께 Non-compliance label을 부착
일본		PSE	<ul style="list-style-type: none"> •고무절연전선 등(총 453개 품목) •국내에는 제조자가, 수입품의 경우는 경제산업성에 신고된 수입업자가 인증을 받아야 함 •인증 대상은 특정전기용품(115개 품목)과 특정전기용품 이외의 전기용품(338개 품목)으로 구분
중국		CCC	<ul style="list-style-type: none"> •전자, 전기통신 등 132개 품목 인증 •CCEE인증과 국가수출입검험검역국의 CCIB인증으로 이원화되어 운영되어 오던 제품인증제도를 CCC인증제도로 통합 •중국내에서 유통되거나 중국으로 수입되는 제품 중 CCC인증 대상 품목은 반드시 동 인증을 취득하여 CCC인증마크를 부착하여야 함 •대리상 및 수입상은 동 인증마크가 부착되지 않은 제품은 중국내 판매 및 수입이 금지됨

지역	인증마크	인증명	인증대상
말레이시아		ST& SIRIM	<ul style="list-style-type: none"> •Two pole plug with supply cord (max. 2.5A) 등 (총 143개 품목) •강제규격에 해당되는 제품은 SIRIM 인증을 받아야 제조 및 수입이 가능하며 임의 규격에 해당되는 제품이 SIRIM 인증을 받은 경우 제품의 안전성을 보장하는 마크로 시장 진출에 용이
필리핀		PS	<ul style="list-style-type: none"> •Air conditioners/Electric heat pumps, Dehumidifiers 등(총 92개) •품질 경영시스템 표준을 지속적으로 준수하는 국내·외 제조업체에게 마크 부여 •PS마크가 없는 경우 판매를 할 수 없음 •제품신뢰성 향상 및 시장 경쟁력 확보
태국		Mandatory Standard Mark	<ul style="list-style-type: none"> •Incandescent lamps 등(총 95개 품목) •태국산업규격 (Thai Industrial Standards)에 따른 제품 인증 제도로 태국에 제조 혹은 수입되는 강제규격에 해당되는 제품은 반드시 Mandatory Standard Mark 인증을 받고 마크를 부착해야 함 •강제규격으로 반드시 인증을 받아야 만 태국 내에서 제조, 수입, 판매가 가능
미국		UL	<ul style="list-style-type: none"> •가전기기 등(총 295개 품목) •UL은 미국의 대표적인 비영리 안전시험기관이며, UL에서 제정한 UL규격은 미국의 안전규격으로 사용되는, 미연방정부의 강제 승인사항은 아닌 비강제 규격 •미국내에서 UL의 신뢰성은 높이 평가되고 있으며, 소비자들의 선호도가 높기 때문에 생산업체, 판매상, 수입업체 대부분이 요구하고 있어, 실제로 미국에 수출하기 위해서는 반드시 필요한 강제규격과 같음
아르헨티나		Safety Mark (S-Mark)	<ul style="list-style-type: none"> •전선 및 케이블류 등(총 13개 품목) •아르헨티나 내에서 판매되는 AC50-1000 V 및 DC50-1500V에 속하는 모든 전기전자 제품은 아르헨티나 인가기관인 OAA(The Argentine Organisation of Crediting)에서 인가받은 인증기관에서 발행한 강제인증을 받을 것을 요구
멕시코		NOM	<ul style="list-style-type: none"> •Household appliances 등(총 57개 품목) •약 800여개의 NOM 규격이 있으며 이중 일부 규격들은 인증기관이 정해져 있지 않음. 인증기관이 정해진 NOM 규격은 해당 인증기관에서 인증을 받아야 하며 인증기관이 정해지지 않은 NOM 규격의 경우 정부기관인 DGN를 통해 인증을 받아야 함
캐나다		CSA	<ul style="list-style-type: none"> •가정용 가스기기 등(총 260개 품목) •CSA의 인증을 받을 경우, 각 주는 물론 캐나다 전역에 걸쳐 효력이 있음 •Gas 사용기기의 경우, 안전검사는 세계적 수준이므로 북미 지역에서 CSA 인증이 UL 인증보다 안전성 보장의 측면에서 신뢰도가 높고 북미지역 외에도 호주, 뉴질랜드 등의 국가에서도 인지도가 높음

※참고사이트 : 국가표준인증종합지원센터(www.standard.go.kr)

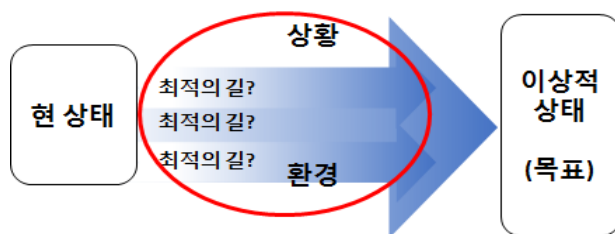
제6단계 사업화 단계

1. 마케팅전략 수립

1) 마케팅 전략의 개념

변화하는 환경 속에서 기업의 목표를 설정하고 마케팅 목표달성을 위하여 시장과 경쟁상황 등에 관한 분석을 행하고 기업 내의 마케팅자원을 효율적으로 활용하는 방안에 관한 결정을 하는 것으로 현재의 상태에서 이상적 상태(목표)를 향해 환경 또는 상황을 극복해 나가는 최적의 길을 선택하는 과정

마케팅 전략의 수준은 기업수준, 사업부수준, 사업단위수준, 제품수준으로 나누어 짐



2) 현 상태의 분석

이상적인 상태로 진입하기 위해서는 현 상태에 대한 정확한 분석이 필요함

현 상태의 분석을 위해서는 사업을 명확하게 정의한 후 사명문을 작성하고 사업의 목표를 정하며, 기업의 경쟁상황을 파악해 나가는 것

사업의 정의	제품 중심이 아니라 고객이 얻는 편익 중심으로 이루어져야 함
기업의 사명	기업의 존재의의와 목적을 규명하는 것
사업의 목표	회사의 각 단계별로 목표를 구체적으로 수립
경쟁분석	현재의 경쟁자, 잠재적 진입자, 대체품의 위협, 공급자의 공급능력, 구매자의 교섭능력





3) 이상적 상태의 선택

현재의 상태를 파악하고 나면 이상적 상태를 정하고 최적의 길을 정해야 하는데 최적의 길이란 자원의 배분문제를 결정하는 것으로서 대표적인 도구로서는 BCG 매트릭스 모델과 GE 매트릭스 모델이 있음

(1) BCG 매트릭스 모델

기업이 추진하는 여러 사업들을 시장성장률과 시장점유율이라는 2개의 축을 갖는 공간에 물음표(question mark), 별(star), 자금젖소(cash cow), 개(dog)의 4개의 셀에 나타내어 각 사업에 대한 상대적 매력도를 비교할 수 있게 하는 분석 도구로서 각 셀상의 특징과 전략을 살펴보면 다음과 같음

성장-점유율 분석: BCG매트릭스

높음	별  <p>수익 : 높고 안정적임 현금흐름 : 중립적 전략 : 성장을 위한 지속적 투자</p>	물음표  <p>수익 : 낮고 불안정함 현금흐름 : (-) 시장점유를 위한 자금투자필요 전략 : 사업을 확대하여 별로 이동시킬 것인지 혹은 철수할 것인지를 결정</p>
	자금젖소  <p>수익 : 높고 안정적임 현금흐름 : 높고 안정적임 전략 : 현상유지전략 필요</p>	개  <p>수익 : 낮음 현금흐름 : 중립적 혹은(-) 전략 : 철수요망</p>

높음
상대적
시장점유율
낮음




(2) GE 매트릭스 모델

시장 매력도와 사업 강점의 2가지 차원으로 평가하는 분석 모델로서 여러 사업 단위를 보유하고 있는 기업의 경우 각 사업 단위를 평가하여 집중 육성할 사업 군과 철수 또는 폐기 등을 결정하여 기업자원의 효율적 배분과 관련된 전략적 의사결정을 합리적으로 수행할 수 있음

〈 GE 매트릭스 〉

시장 매력도	사업강점			
	시장지위 유지 및 집중 투자	시장지위구축을 위한 투자	선별적 투자	높음
	선별적 투자	선별적 투자, 독자적 수익창출	제한된 확장, 단계적 철수	중간
	시장지위 보호 및 신규진출 탐색	독자적 수익창출	철수	낮음
	높음	중간	낮음	

9개의 셀은 각각 전략적 위치를 나타내고 있으며 위치별 포함하고 있는 전략의 내용은 다음과 같음

 집중투자, 사업확장	 즉시 또는 단계적 철수	 선택적 투자, 수익창출
--	--	--



산업매력도 및 사업강점

- 산업매력도 : 시장규모, 시장성장률, 이익률, 경쟁강도, 수요 변동상황,
- 사업 강점 : 상대적 시장점유율, 가격경쟁력, 품질경쟁력, 판매효율성, 고객에 관한 정보 등

4) 마케팅전략수립 프로세스

마케팅전략수립 프로세스란 마케팅 문제해결이나 마케팅 목표를 달성하기 위하여 환경 분석을 통한 기회와 위협요인을 파악하고 보유 역량을 분석한 후 기업의 마케팅 수단을 동원하여 대응해 나가는 과정으로서 계획, 실행, 통제의 단계를 거쳐 수행됨

〈 마케팅전략 수립 프로세스 〉



5) 외부환경 분석

창업자는 환경변화에 따른 기회와 위협요인을 구체적으로 분석해야 하며 자사와 관련성이 높은 요인에 대해 집중분석하고 창업자에 미치는 영향과 향후 전망을 고려함

(1) 거시환경 분석(PEST)

거시환경 분석을 통해 마케팅활동에 응용할 수 있는 기회 요인과 위협요인을 도출

〈 거시환경 분석 체크리스트 〉

환경 요인	분석내용	기회요인	위협요인	시사점
정치적, 법적 환경요인	정치이념, 정책노선, 개혁정책, 지원정책, 무역장벽 및 자유화, 조세, 특허, 저작권, 안전, 환경, 규제 또는 규제완화 등을 분석			
경제적 환경요인	국제경제상황, 경기주기, 인플레이션 또는 디플레이션, 이자율, 환율, 금융/재정정책, 소비성향, 금융시장의 변화, 임금수준, 에너지 가격 등			
사회, 문화적 환경요인	인구구조, 라이프스타일 소비자 행태, 여성의 사회진출, 환경보호·에너지에 대한 관심, 교육수준, 소비문화, 인터넷 보급률, 노동조합 및 시민단체의 활동 등			
기술적 환경요인	정보기술 및 신기술의 발전, 기술혁신 및 확산, 신제품 혁신, 고객관리도구, 전자상거래 기술, 솔루션 개발 기술, 기술개발을 위한 정책적지원등			
기타의 환경요인	정치적 법적 환경, 경제적 환경, 사회 문화적 환경, 기술적 환경 이외의 기타 환경요인			

(2) 산업환경 분석

창업자는 기술창업분야에서의 전략수립을 위해 산업동향, 시장, 기술, 수명주기, 유통채널 등의 분석을 통하여 기회요인과 위협요인을 도출

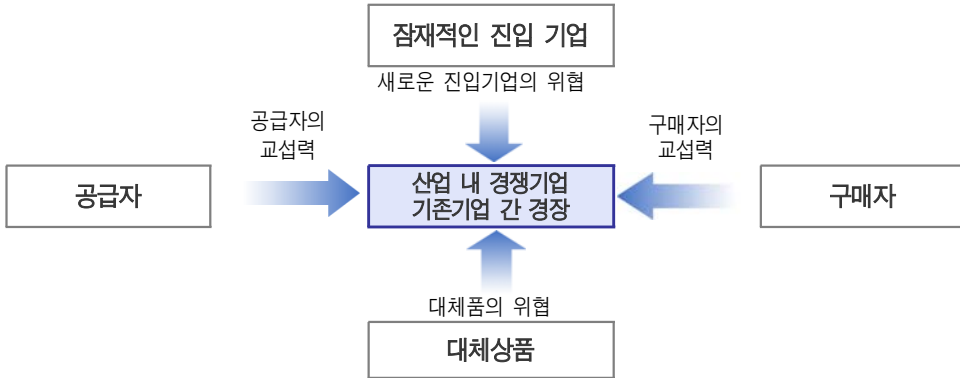
〈 산업환경 분석 체크리스트 〉

환경요인	분석내용	기회요인	위협요인
산업동향, 트렌드	산업자동화 트렌드, 생산 및 소비트렌드, 산업의 발전 전망, 기술동향, 유통시스템의 변화, 산업정책의 변화 동향 등		
시장규모 및 성장성	국내시장 및 해외시장의 규모, 시장의 성장가능성, 공급자 및 수요자의 현황 시장의 특성, 소비자의 소비행태 및 기호변화, 시장규모 추이분석 등		
기술 및 원가구조	신기술 및 기술 인프라, 제품 및 기술수준, 요구제품 및 요구기술수준, 기술도입가능성, 제품 및 생산 수준, 요구제품에 대한 원가 및 이익구조 등		
산업의 수명주기	도입기, 성장기, 성숙기, 쇠퇴기		
유통채널	유통채널의 유형, 유통채널의 단계, 유통구조의 형태, 유통채널의 주요 동향 등		
기타	주요 성공요인, 미래 발전 전망 등		

(3) 경쟁환경 분석

창업자가 진출하고자 하는 시장에 대해 경쟁자가 어떠한 전략을 사용하고 있는가에 대한 대응전략을 수립하는데 활용

주요 분석 내용은 산업 내 기존 업체들 간의 경쟁, 새로운 경쟁자의 위협, 대체재의 위협 구매자의 교섭력, 공급자의 교섭력 등



〈 경쟁환경 분석 체크리스트 〉

구분	분석요소	기회요인	위협요인	시사점
기존기업 간의 경쟁	산업 성장성, 제품차별성, 고정비 또는 함몰비, 간헐적인 수요 초과, 브랜드 지명도, 전환비용, 경쟁의 집중도와 균형, 정보의 복잡성, 경쟁자의 다양성, 후퇴장벽 등			
새로운 경쟁자의 진입	규모의 경제, 브랜드 지명도, 독점적 제품 차별성, 전환비용, 소요 자본, 유통망, 정부시책, 압도적 비용 우위, 독점적 학습, 요구되는 입력자원, 독점적 저비용 제품 설계비, 예상되는 보복 등			
대체상품의 위협	대체재의 출현 가능성, 전환비용, 대체재의 성능대비 가격, 대체재에 대한 구매자의 반응 등			
구매자의 교섭력	구매력, 기업집중도 대비, 구매자 집중도, 구매자의 수, 기업의 전환비용 대비, 구매자의 전환비용, 구매자의 정보, 후방통합 능력, 대체제품, 총 구매 가격, 브랜드 지명도, 제품 차별성			
공급자의 교섭력	입력물의 차별성, 산업내 공급자와 기업의 전환비용, 대체재의 존재여부, 공급자 집중도, 공급량, 산업 내 기업의 전방통합의 위협과 관련한 후방 통합의 위협 등			

(4) 소비자행동 분석

급변하는 환경 속에서 소비자의 욕구 발생 단계부터 실제 구매에 이르는 과정까지의 복잡한 과정이 외부 환경에 어떻게 영향을 받는 지를 분석하여 마케팅 전략에 활용

구분	분석요소	기회요인	위협요인	시사점
정보처리과정	자극, 노출, 주의, 지각, 해석, 태도, 기억, 정보의 인출			
구매의사결정과정	문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매 결정 및 구매, 구매 후 행동			
소비자행동의 영향요인	개인적 요인, 사회 문화적 요인, 심리적 요인, 상황적 요인			

6) 내부환경 분석

창업자는 체계적인 내부자원 분석을 통해 자사의 강점과 약점을 진단하고 경쟁적 위상을 평가하는데 필요한 분석방법임. 과거 성과와의 비교, 산업 진화 단계에 따른 평가, 경쟁사와의 비교, 산업 내 핵심성공요인과의 비교를 통해 자사의 강점과 약점을 도출할 수 있음

(1) 기능별 내부능력 분석

기업활동의 주요 기능 부문별로 자사의 강점과 약점을 분석하는 방법이며 기업의 성공에 영향을 미치는 주요 요인들을 규명하여 이들을 바탕으로 전략을 개발

부문	핵심요소	강점	약점	시사점
경영전반	경영자의 능력, 기업이미지, 기업문화, 정보시스템 등			
R&D/기술	신제품개발, R&D투자 연구개발인력, 기술개발체제, 경험 및 노하우, 기술차별성, 특허보유정도 등			
생산	설비의 효율성, 공장입지, 생산성, 공정 혁신, 품질, 원부자재 조달, 생산능력, 제품의 다양성			
인사/조직	조직체계 및 인사정책, 인력의 질과 숙련도, 교육훈련투자, 노사관계			
재무	매출/수익, 재무구조, 자본조달능력, 자금 운용능력 등			
마케팅	브랜드파워, 가격정책, 고객기반, 고객서비스, 유통망/유통경로, 촉진활동, 영업조직, 시장점유율 등			
글로벌화	수출비중, 해외시장기반, 국제적 전문인력			

(2) 가치사슬 분석

기업의 전략적 단위활동을 구분하여 강점과 약점을 파악 하고 원가발생의 원천 및 경쟁기업과의 차별화 원천(가치창출 원천)을 분석

부문	핵심요소	강점	약점	시사점
주요활동	투입물류, 생산 및 운영, 산출물, 마케팅과 판매, 서비스			
지원활동	투입요소의 획득, 기술개발, 인적자원관리, 기업의 하부구조			
가치사슬 연계	가치사슬 내의 연계 공급자나 유통경로의 가치사슬과 기업의 가치사슬의 연계 등			

7) SWOT 분석 및 전략도출

(1) SWOT 분석

창업자는 내부환경 분석을 통해 강점과 약점을 도출하고 외부환경 분석을 통해 기회와 위협요인을 도출한 결과를 결합하여 회사의 전략을 수립

구분	내용
개 념	기업의 환경 분석과 내부 능력 분석의 결과를 결합하여 전략 방안을 도출하는 것 SWOT는 다음과 같은 요인의 영문 첫 글자를 조합한 표현 기업의 강점(Strengths) 기업의 약점(Weaknesses) 환경의 기회(Opportunities) 환경의 위협(Threats)
전 제	효과적인 전략이란 환경의 기회와 기업의 강점은 활용하면서, 기업의 약점과 환경의 위협을 최소화하는 것이라는 전제에 바탕을 둠
역 할	기업이 처한 대내외의 상황에 대한 체계적인 분석과 기업이 선택 가능한 전략 대안들을 도출하는데 하나의 논리적 틀을 제공
질문에 대한 해결방안 제시	<ul style="list-style-type: none"> •우리 회사는 어떠한 강점에 바탕을 두고 전략을 개발해야 하는가? •우리의 약점 중 가장 취약한 부분은 무엇이며, 환경의 기회를 선취하는데 장애가 되는 요인은 무엇인가? 우리의 약점을 보완할 수 있는 전략은 무엇인가? •환경의 기회를 활용할 수 있는 우리의 강점은 무엇인가? •가장 우려되는 환경의 위협요인은 무엇이며, 이에 대처하기 위한 전략방안은 무엇인가?

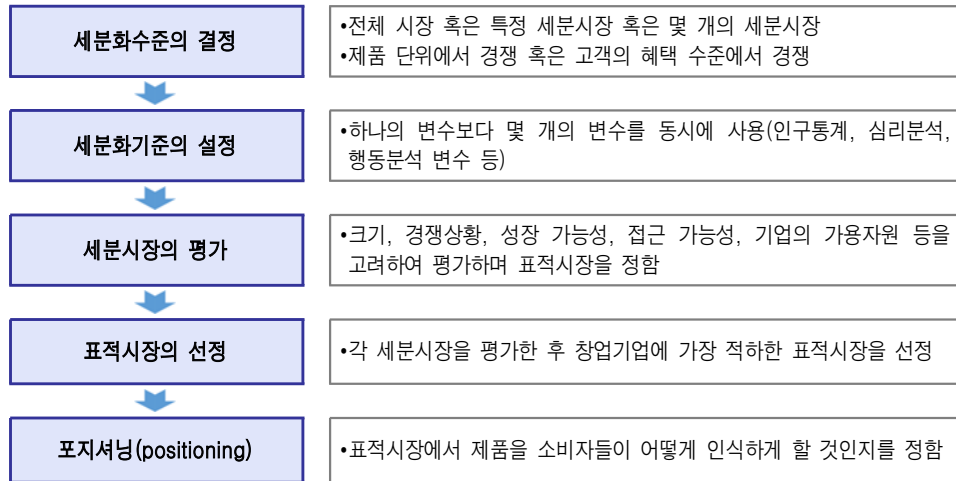
(2) SWOT 분석을 통한 대응전략

기업 내부의 강점과 약점을 기업 외부의 기회와 위협에 대응 시켜 기업의 목표를 달성하려는 전략

구분	강점(S)	약점(W)
기회(O)	SO 전략(우선수행과제) <ul style="list-style-type: none"> •기회의 이익을 얻기 위해 강점이 이용되는 전략 •가장 호의적인 상황으로서 환경의 기회를 활용할 수 있는 내부의 강점이 많은 경우 •이 경우에는 공격적, 성장 지향적인 전략이 바람직 	WO 전략(우선보완과제) <ul style="list-style-type: none"> •약점을 극복함으로써 기회를 활용하는 전략 •시장의 기회는 풍부하나 내부 능력의 취약성으로 기회 활용이 제약받고 있는 상황 •내부 약점의 단기적 개선을 통해 기회를 적극적으로 포착하는 것이 필요
위협(T)	ST 전략(위험해결과제) <ul style="list-style-type: none"> •위험을 회피하기 위해 강점을 이용하는 전략 •강점이 많은 기업 임에도 불구하고 환경 여건이 불리한 상황 •이 경우에는 다른 제품 시장에서 현재의 강점을 활용하는 전략, 즉 다각화 전략이 바람직 	WT 전략(장기보완과제) <ul style="list-style-type: none"> •위험을 회피하고 약점을 최소화하기 위한 전략 •기업의 가장 불리한 상황으로서 환경도 좋지 않고 내부 능력도 취약한 경우 •사업을 축소하거나 전략방향을 재조정하는 등의 방어적 전략이 요구

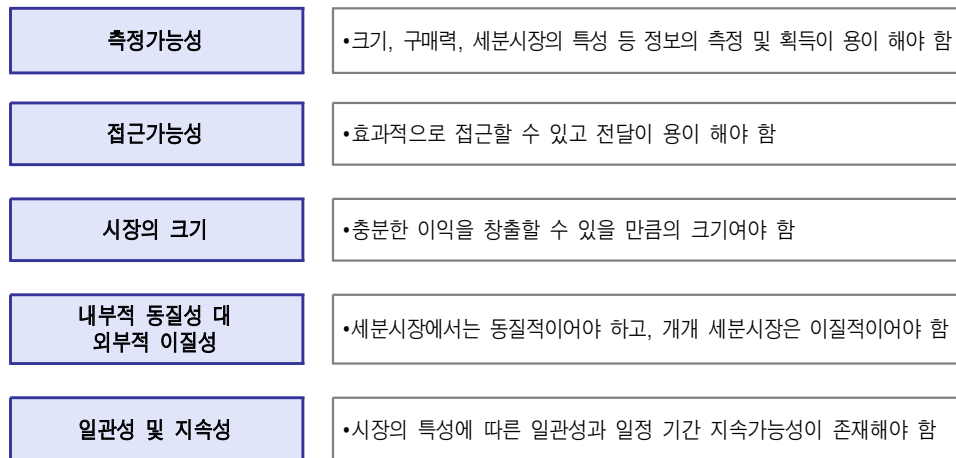
8) STP 전략

상품의 특성과 소비자의 수요를 고려하여 몇 개의 세분시장으로 고객집단을 나누고 기업의 역량과 경쟁 상황을 고려하여 자사와의 적합성이 가장 높은 매력적인 시장을 선정한 후 고객들의 마음에 자사의 상품이 자리 잡게 하는 과정



(1) 시장세분화

① 시장세분화의 요건



② 시장세분화에 사용되는 기준들

지리적 변수	•국가, 지역, 도시의 크기, 인구밀도, 기후 등
인구통계적 변수	•나이, 성별, 소득, 직업, 교육수준, 종교, 인종, 세대, 국적, 가족규모 등
심리분석적 변수	•사회적 계층, 생활양식, 개성 등
행태적 변수	•구매 또는 사용상황, 추구하는 편익, 사용량, 상표충성도, 구매자의 상태 등

(2) 표적시장 선정

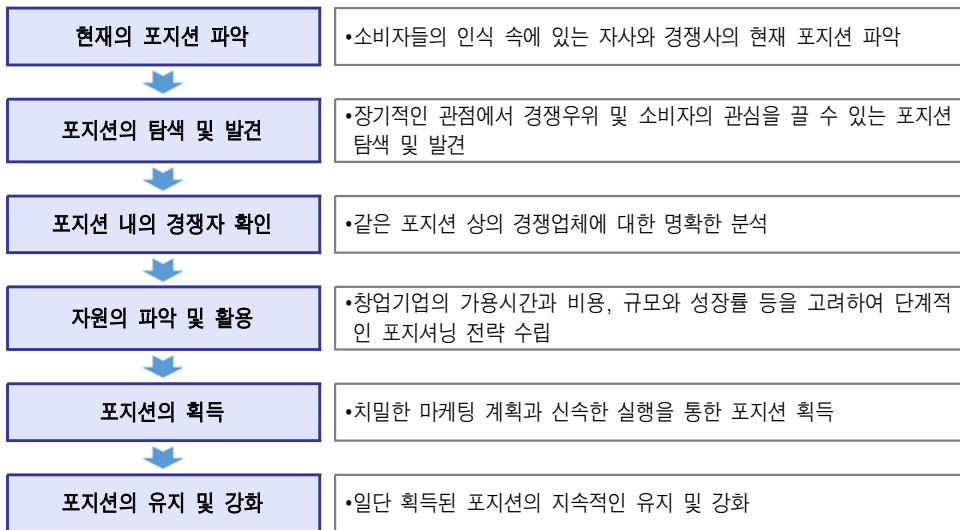
세분화 된 시장을 몇 가지 기준으로 평가하여 창업기업과의 적합성이 가장 높은 매력적인 시장을 선택하는 과정을 말하며 적합성을 평가하기 위해서는 기업목표와의 일치, 기업의 능력과 자원, 경쟁적 우위 등을 고려

유형	주요 내용	장점	단점
비차별화 전략	<ul style="list-style-type: none"> •세분시장의 차이를 무시하고 단일 마케팅 프로그램으로 전체 시장을 공략 •대량생산, 대량유통, 광고 등으로 비용을 최소화 •세분화가 덜 진행된 도입기에 사용될 수 있음 •가격경쟁과 고객 불만족 초래 가능성 	<ul style="list-style-type: none"> •전체시장에 단일마케팅 •규모의 경제로 생산 및 재고관리 비용의 절감 	<ul style="list-style-type: none"> •특징 없는 제품의 제공 •적용분야가 제한적임 •경쟁사가 다양한 제품으로 시장에 진출할 경우 위험도가 높음
차별화 전략	<ul style="list-style-type: none"> •세분시장마다 차별적인 마케팅프로그램을 사용 •자원이 풍부한 기업이 사용 가능, 비용이 많이 소요 •전체 판매량 증가, 소비자만족 증가의 이점 	<ul style="list-style-type: none"> •두개 이상 시장에 동시에 진입 •위험부담 감소 •많은 소비자 확보로 매출액과 이익 증가 	<ul style="list-style-type: none"> •고 비용발생 •자기잠식 우려
집중화 전략	<ul style="list-style-type: none"> •단일 제품으로 단일 세분시장을 공략 •자원이나 능력이 한정되어 있을 때 사용가능 •하나의 세분시장(니치마켓)에서 경쟁력을 가질 수 있음 •세분시장 내 소비자욕구의 변화, 강력한 경쟁자 진입 등의 경우 위험분산이 되지 않을 가능성이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> •창업기업에 적합 •소비자의 욕구 파악 •자원의 집중화 •시장 안에서의 강력한 위치 점유 	<ul style="list-style-type: none"> •대기업 경쟁사 진입이 쉬움 •시장의 불확실성으로 높은 위험의 감수

(3) 제품 포지셔닝

목표시장에서 고객의 욕구를 파악하고 경쟁제품과는 다른 차별적인 특징을 갖도록 제품개념을 정하여 소비자의 인식 속에 적절히 위치시키도록 노력하는 것으로 광고, 포장, 디자인, 촉진활동 등의 수단을 총 동원하여 소비자의 인식에 영향을 주는 것

① 포지셔닝의 절차와 유의점



② 포지셔닝의 유형

속성에 의한 포지셔닝	• 제품의 속성 중 경쟁적 우위를 갖는 점이 있다고 판단되었을 때 시행
이미지에 의한 포지셔닝	• 제품의 추상적인 편익을 강조하여 포지셔닝(정서적, 사색적인 고급 이미지 등)
사용상황에 의한 포지셔닝	• 제품이 사용되거나 사용될 수 있는 상황이나 사용목적을 묘사하여 포지셔닝
제품사용자에 의한 포지셔닝	• 제품 사용자나 사용계층을 이용하여 포지셔닝(소비자 자신에게 맞는 제품으로 느끼도록 만드는 것)
경쟁제품에 의한 포지셔닝	• 경쟁제품과 명시적 또는 묵시적으로 비교함으로써 포지셔닝 하는 방법

9) 마케팅믹스

(1) 제품전략

창업기업은 자사의 시장에서 소비자의 필요와 욕구를 충족시켜 줄 수 있도록 제품이나 서비스를 제시하는 전략의 수립이 필요

① 제품전략 수립 시 고려사항

제품의 속성	제품전략 수립 시 고려사항
품질	<ul style="list-style-type: none"> •목표 시장 내 소비자가 요구하는 품질 수준 및 품질의 일관성 •가격대비 품질 수준과 가치수준 고려 •경쟁제품의 품질 수준 고려 •전사적 품질관리
특성	<ul style="list-style-type: none"> •목표 시장 내 소비자의 욕구에 부합하는 특성 부여 •제품 특성의 부여에 대해 소비자가 느끼는 가치 •제품특성에 대비 기업의 소요비용
브랜드	<ul style="list-style-type: none"> •자사 제품의 이점, 품질, 편익을 나타내주는 브랜드 명 결정 •소비자의 인지가 용이 •법적 보호가 가능하고 독창성
디자인	<ul style="list-style-type: none"> •목표시장 내 소비자층이 선호하는 디자인 결정 •가격대비 디자인 품질 고려 •제품의 특징과 가치가 표현
포장	<ul style="list-style-type: none"> •제품의 속성에 적합해야 함(규격, 형태 등) •가격 요인 고려 포장재 질 결정 •제품 디자인의 기능적, 심미적 요인 충족 •제품의 정보제공 및 브랜드 인지

② 제품믹스 관리

구분	주요 내용
제품믹스의 폭에 관한 의사결정	<ul style="list-style-type: none"> •특정 제품계열을 유지하거나 확장할 것인지 혹은 철수 할 것인지에 대한 의사결정 •마케팅 목표를 효율적으로 달성할 수 있는 최적의 제품믹스 유지 필요
제품계열의 길이 및 깊이에 관한 의사결정	<ul style="list-style-type: none"> •품목을 추가하는 확장전략 •품목을 줄이는 축소전략
기존 제품의 폐기전략	<ul style="list-style-type: none"> •잔여 제품력이 향상되면서 이익이 증가할 수 있음 •수확전략, 제품계열의 단순화 전략, 철수전략을 통해 신중히 대응
기존 제품의 수정전략	<ul style="list-style-type: none"> •제품의 특징 중에서 하나 이상을 변경시키는 것으로 품질수정, 기능수정, 스타일 수정

(2) 유통전략

창업기업은 거래가 효율적으로 일어날 수 있도록 합리적인 유통전략을 수립

① 유통경로의 설계

구분	주요 내용
고객의 서비스 기대수준의 분석	<ul style="list-style-type: none"> •대기시간, 입지의 편의성, 최소 구매단위의 크기, 제품의 다양성 등의 면에서 고객의 욕구를 분석 •고객의 욕구에 따라 서비스의 수준이 달라져야 함
유통경로목표의 설정	<ul style="list-style-type: none"> •고객의 욕구와 기업의 장/단기 목표를 고려하여 구체적으로 유통경로의 목표를 설정 •제품특성, 회사특성, 중간상 특성, 경쟁사 특성, 환경요인을 고려 (예) 직장여성 들 중 60%가 5분 이내의 운전으로 신제품을 구매할 수 있도록 유통경로를 구축하며 “신제품 출시 후 12개월 이내에 목표를 달성” 등의 구체적인 목표설정
최적의 경로대안 결정	<ul style="list-style-type: none"> •목표가 설정되면 경로대안을 결정 •이용할 중간상의 유형, 필요한 중간상의 수, 각 경로구성원의 조건과 책임 등을 정함
주요 경로대안의 평가	<ul style="list-style-type: none"> •경제성, 통제가능성, 적응성 등의 측면에서 평가한 후 결정 <ul style="list-style-type: none"> -경제적 평가 : 기대 판매량, 비용, 수익성 비교 -통제적 평가 : 통제가능성 평가 -적응적 평가 : 환경변화에 대한 적응가능성 평가

② 유통경로 구성원의 선정과 관리

구분	주요 내용
경로구성원의 선택	<ul style="list-style-type: none"> •신용능력, 영업사원의 규모, 판매능력, 명성, 취급하는 제품의 종류와 특성, 수익성 및 미래 성장잠재력 등을 고려하여 중간상을 선택
경로구성원의 관리와 동기부여	<ul style="list-style-type: none"> •긍정적 동기부여 수단과 부정적 동기부여 수단을 적절히 사용하여 관리
경로구성원의 성과평가	<ul style="list-style-type: none"> •판매할당량, 평균재고수준, 배송시간, 불량품 처리, 프로모션 협조, 훈련프로그램 등을 기준으로 평가 •평가에 따라 적절히 보상을 하거나 불량할 경우 제거

(3) 가격전략

가격은 소비자의 구매행동 시 가장 민감하게 반응하는 요인으로서 창업기업의 마케팅 목표를 달성하기 위한 수준에서 결정

① 목표중심의 가격전략

구분	검토 내용
시장 확대	•저가격전략, 대중시장 공략, 신규 시장 선점이나 매출 최대화, 규모의 경제 달성
수익률 확대	•고가가격전략, 특정 목표시장 공략, 소비자의 가격 민감성, 이윤의 최대화 목적
기업의 유지존속	•저가격전략, 소비자의 욕구변화, 기업의 외부환경 변화

② 가격전략 방향

전략 유형	전략 활용
고가전략	<ul style="list-style-type: none"> •수요의 탄력성이 높지 않은 고가품, 전문품 •경쟁사 보다 높은 경쟁우위나 차별성이 존재할 경우 •고품질로 새로운 소비자계층을 유인하고자 할 경우
경쟁가격전략	<ul style="list-style-type: none"> •경쟁이 심하고 가격변화에 대한 경쟁자의 즉각적인 대응이 예상되는 경우 •경쟁자와 차별화 되지 못할 경우
저가전략	<ul style="list-style-type: none"> •소비자가 가격변화에 민감할 경우 •목표시장의 경쟁이 치열할 경우 •원가우위가 가능한 경우

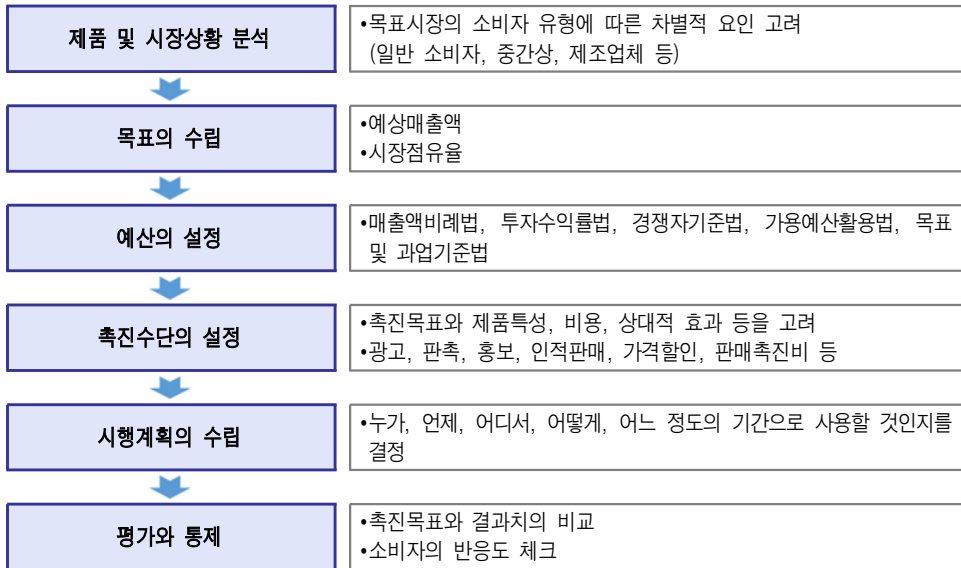
③ 제품믹스 가격전략

전략	주요 내용
제품계열에 대한 가격결정	<ul style="list-style-type: none"> •제품계열 내 제품수준에 따라 가격결정 •가격차이를 품질 차이로 지각하지 않으면 자기제품잠식현상 발생
사양제품에 대한 가격결정	<ul style="list-style-type: none"> •주력제품과 함께 판매되는 사양제품 혹은 액세서리에 부과하는 가격 •주력제품은 저가격, 사양제품은 고가격을 책정하는 경향이 있음
종속제품에 대한 가격결정	<ul style="list-style-type: none"> •특정 제품과 함께 반드시 사용되는 제품에 대해 측정되는 가격 •기본제품은 저가격, 종속제품은 고가격
묶음제품에 대한 가격결정	<ul style="list-style-type: none"> •기본제품과 선택사양, 서비스 등을 묶어서 하나의 가격을 제시하는 방법 •순수묶음 가격제 : 묶음가격으로 통합제품만 구매해야 하는 경우 •혼합묶음 가격제 : 통합제품과 개별제품 중 선택해서 구매할 수 있게 해주는 경우

(4) 촉진전략

제품을 구매하도록 유도할 목적으로 제품 및 서비스의 성능에 대해 정보를 제공하거나 설득하는 행위로서 최근에는 커뮤니케이션 믹스전략에 포함되어 사용되고 있음

① 촉진전략의 단계와 고려요인



② 마케팅커뮤니케이션 믹스의 특성 및 장단점

구분	특징	장점	단점	범위	비용
광고	<ul style="list-style-type: none"> • 단방향 의사소통방법 • 비개인적 의사전달 방법 (인터넷의 경우 예외) 	<ul style="list-style-type: none"> • 메시지 통제가능 • 다수 대중에게 전달 • 효과가 빠르다 	<ul style="list-style-type: none"> • 효과측정이 어려움 • 정보의 양이 제한됨 • 고객별 메시지 차별화 곤란 	대중	고가
판매 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 부가적 이익의 제공 • 샘플링, 쿠폰, 리베이트 판촉물 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 직접적, 즉각적 효과 • 효과측정 용이 • 시행 용이 	<ul style="list-style-type: none"> • 모방이 쉬움 • 단기적 효과 	대중	보통
홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 이미지 증대를 통한 매출 증대 추구 • 특별행사, 간담회, 기부금 출연, 사회봉사 활동 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰도 높음 • 효과 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 통제 어려움 • 간접적 효과 	대중	저가
인적 판매	<ul style="list-style-type: none"> • 높은 수준의 주의 유발 가능 • 메시지를 특성별 고객화 가능 • 메시지의 유효성 검증이 즉시 가능 • 관계 지향적 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 정보의 양과 질 확보 • 고객별 정보전달 • 즉각적 피드백 	<ul style="list-style-type: none"> • 높은 비용 • 대중 상품에 부적절 • 느린 프로모션 속도 	개별 고객	고가

2 사업의 인·허가

1) 인·허가 개요

법령에 의하여 허가를 받거나 등록 또는 신고(이하 “허가” 등이라 함)를 하여야 하는 사업을 하려는 경우에는 해당 관청으로부터 사업에 대한 허가를 받거나, 등록 또는 신고를 하여야 그 사업을 할 수 있음

2) 인·허가의 유형

구분	내용
허가	<ul style="list-style-type: none"> •법령에 의한 일반적·상대적 금지(부작위의무)를 특정한 경우에 해제하여 적법하게 일정한 사실행위 또는 법률행위를 할 수 있도록 자유를 회복시켜 주는 행정행위를 말함 일반적으로 영업허가는 보건, 위생, 풍속 또는 사회질서와 공공복리 등과 관련된 업종에 대해 국민을 보호하기 위해 일반적으로는 영업을 금지하고 특정한 경우에 한해 그 금지를 해제하여 영업을 할 수 있게 하는 것으로 법률로서 허가 요건을 엄격하게 정하고 있음 <p>예) 먹는샘물제조업, 식품제조가공업, 연탄제조업, 소금제조업, 비료생산업, 농약원제업, 유해화학물질제조업, 의약품제조업 등</p>
등록	<ul style="list-style-type: none"> •등록은 영업과 관련된 일정한 사실이 기재된 등록신청서를 관할 관청에 제출하게 하여 해당 기관에 비치된 등록대장에 등재되도록 하는 것으로서 해당 대장에 등재가 되면 어떤 사실이나 법률관계의 존재가 공적으로 공시 또는 증명되는 것으로서 일종의 허가의 성질을 갖고 해당 업종에 대한 등록요건은 관련 법률로서 정하고 있음 <p>예) 농약제조업 수처리제 제조업 정화조 제조업 출판 및 인쇄업 음반 및 비디오물 제조업 열사용 기자재 제조업 계량기 제작수리업 전기용품제조업 공해방지시설업 1승강기 및 부품제조업</p>
신고	<ul style="list-style-type: none"> •신고는 법령 등이 정하는 바에 따라 일정한 사항을 관할 관청에 통지하는 것으로서 신고서의 기재사항에 흠이 없고 필요한 구비설가 첨부되어 있으며 기타 법령 등에 규정된 형식상의 요건에 적합한 때에는 신고서가 접수기관에 도달할 때에 신고의무가 이행된 것으로 함 <p>예) 식품영업, 세척제제조업, 장난감제조업, 항공우주산업 및 기타 위생용품제조업 등</p>

※업종별 인허가의 주요내용은 “제2편 주요업종별 기술창업 가이드”를 참고

3. 공장설립

1) 공장설립의 개념과 유형

(1) 공장설립의 정의

공장에 대한 정의 및 범위를 규정하고 있는 법령은 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」과 「건축법」이며 신기술공장에 대해 규정하고 있는 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 등과 같이 정책목적에 따라 범위를 세분화

「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제2조 제1호에서 규정한 「공장」

건축물 또는 공작물, 물품제조공정을 형성하는 기계·장치 등 제조시설과 그 부대시설(이하 “제조시설 등”이라 함)을 갖추고 「통계법」 제22조의 규정에 의하여 통계청장이 고시하는 표준산업분류에 의한 제조업(“C”, 10~33)을 영위하기 위한 사업장으로서 다음을 포함

- 제조업을 영위함에 필요한 제조시설(물품의 가공·조립·수리시설을 포함) 및 시험생산시설
- 제조업을 영위함에 있어서 그 제조시설의 관리·지원, 종업원의 복지후생을 위하여 당해 공장부지안에 설치하는 부대시설로서 지식경제부령이 정하는 것
- 제조업을 영위함에 있어서 관계법령에 의하여 설치가 의무화된 시설
- 위의 시설이 설치된 공장부지

「건축법 시행령」 별표1 제17호에서 규정한 용도별 건축물 종류 중 「공장」

물품의 제조·가공[염색, 도장(도장)표백, 재봉, 건조, 인쇄 등을 포함] 또는 수리에 계속적으로 이용되는 건축물로서 제1종 근린생활시설, 제2종 근린 생활시설, 위험물저장 및 처리시설, 자동차 관련 시설, 분뇨 및 쓰레기처리시설 등으로 따로 분류되지 아니한 것

첨단공장	「산업집적활성화 및 공장설립에 관한법률 시행령」 별표1 제3호 라목과 관련한 도시형공장 (제34조제2호의 규정에 의한 도시형공장을 제외) 중 첨단기술의 발전 및 산업구조고도화를 위하여 지식경제부령이 정하는 "첨단업종"은 시행규칙 별표5에서 규정
실험실공장	실험실공장은 벤처기업의 창업을 촉진하기 위하여 대학이나 연구기관이 보유하고 있는 연구시설에 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제28조에 따른 도시형공장에 해당하는 업종의 생산시설을 갖춘 사업장을 말함
도시형공장	「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제28조에 의해 첨단산업의 공장, 공해발생정도가 낮은 공장 및 도시민생활과 밀접한 관계가 있는 공장 등은 대통령령이 정하는 바에 따라 지식경제부장관이 도시형공장으로 지정
아파트형 공장	<p>아파트형공장은 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」의하여 동일건축물 안에 다수의 공장이 동시에 입주할 수 있는 다층형 집합건축물을 말하며 동법 제28조의2 내지8, 동법시행령 제36조, 제36조2 내지6에 의하여 설립과 관리를 받음</p> <p>[아파트형 공장에 입주할 수 있는 시설물] 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법」 제28조의5 및 「시행령」 제36조의4</p> <ul style="list-style-type: none"> •제조업, 연구개발업, 지식산업 및 정보통신산업, 기타 특정 산업의 집산화 및 지역경제의 발전을 위하여 아파트형공장에 입주가 필요하다고 시장·군수·구청장이나 관리기관이 인정하는 사업 •「벤처기업육성에 관한 특별조치법」에 의한 벤처기업을 영위하기 위한 시설 •기타 입주업체의 생산활동을 지원하기 위한 시설 다만, 시장·군수 또는 구청장이나 관리기관이 당해 아파트형공장의 입주자의 생산활동에 지장을 초래할 수 있다고 인정하는 시설을 제외 <ul style="list-style-type: none"> -금융·보험·교육·의료·무역·판매업(당해 아파트형공장에 입주한 자가 생산한 제품을 판매하는 경우에 한함)을 영위하기 위한 시설 -물류시설 기타 입주기업의 사업을 지원하거나 보육시설·기숙사 등 종업원의 복지 증진을 위하여 필요한 시설 -건축법에 의한 근린생활시설(면적제한이 있는 경우에는 그 제한면적범위 이내의 시설에 한함)



제2종 근린생활시설의 제조업소에 대한 공장설립 승인

공장업무와 관련된 사항은 「건축법 시행령」 별표1의 제2종 근린생활시설 중 '사' 목의 제조업소이며 동일한 건축물 안에서 당해 용도에 쓰이는 바닥면적의 합계가 500제곱미터 미만이고 주거시설과 인접한 특성상 「대기환경보전법」, 「수질 및 수생태계 보전에 관한 법률」 또는 「소음진동규제법」에 의한 배출시설의 설치허가 또는 신고를 하지 않는 것으로 규정



제1종과 제2종으로 구분한 목적(건설교통부의 질의·회신 2006년 11월 17일)

국민이 생활하면서 제1종 근린생활시설은 '가' 목 슈퍼마켓부터 '다' 목 발전소 등까지 생활에 꼭 필요한 필수적인 시설이며, 제2종 근린생활시설은 '가' 목 일반음식점, 기원에서부터 '타' 목 안마시술소 및 노래연습장까지 생활하는데 유용한 시설로 분류하여 국민의 생활에 편리하도록 하여 국민의 삶의 질을 향상하고자 하는 것

(2) 제조업의 정의

통계청장이 고시하는 표준산업분류에 따른 제조업의 정의

① 제조업이란

- 원재료(물질 또는 구성요소)에 물리·화학적 작용을 가하여 투입된 원재료를 성질이 다른 새로운 제품으로 전환시키는 산업 활동
- 따라서 단순히 상품을 선별·정리·분할·포장·재포장 하는 경우 등과 같이 그 상품의 본질적 성질을 변화시키지 않는 처리활동은 제조회업으로 보지 않음

② 위탁제조 경우 제조업 요건

자기가 특정 제품을 직접 제조하지 않고, 다른 제조회업체에 의뢰하여 그 제품을 제조하여, 이를 인수하여 판매하는 경우라도 다음의 4가지 조건이 모두 충족된다면 제조회업으로 분류

- 생산할 제품을 직접 기획(고안 및 디자인, 견본제작 등)
- 자기 계정으로 구입한 원재료를 계약사업체에 제공
- 그 제품을 자기명의로 제조
- 이를 인수하여 자기책임 하에 직접 시장에 판매하는 경우

(3) 설립유형

구분	정의
신 설 (법2조14호)	건축물을 신축(공작물 축조 포함)하거나 기존건축물의 용도를 공장용도로 변경하여 제조시설 등을 설치하는 것
증 설 (법2조15호)	등록된 공장의 공장건축면적 또는 공장부지면적을 증가시키는 것 •단순한 제조시설만 추가 설치하고 건축면적 증가가 없는 것은 증설에 해당하지 않음 •부대시설을 증설하는 경우에는 공장증설로 보지 않음 단, 수도권의 자연보전지역 및 시행령별표2 제3호(성장관리지역의 기타지역) 다목 및 라목의 규정에 의하여 대기업이 사무실·창고면적을 증설하는 경우 제외
이 전 (령25조 제4항)	등록된 공장을 폐쇄하고 다른 위치로 이동하여 동종업종의 공장을 신설 또는 증설하는 것
업종변경 (령18조의2제4항)	공장설립 승인을 얻은 공장 또는 등록된 공장의 업종을 다른 업종으로 변경하거나 당해 공장에 다른 업종을 추가하는 것
제조시설 설치 (법제14조의3제1항)	공장설립 승인을 얻어 건축된 공장건축물 또는 등록된 공장으로서 등록이 취소된 공장 건축물의 전부 또는 일부에 제조시설 등을 설치하여 제조업을 영위하고자 하는 경우
공장입지 기준확인 (법9조)	토지소유자 기타 이해관계인의 신청이 있는 경우에는 10일 이내에 토지 지번 별로 공장설립이 가능한지 여부를 확인하여 통지 ※시장·군수 또는 구청장은 매년 2월 말일까지 공장설립 가능지역과 공장설립가능업종 등을 고시할 수 있음

※「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법」 제2조 제13호

(4) 설립승인 유형

구분	신청 대상	관련 법률
창업사업계획 승인	•창업자 *개별입지에 설립	「중소기업창업 지원법」 제33조 (예비창업자 및 창업 후 7년 이내의 창업자에 적용)
공장설립 승인	•모든 공장 설립자 *개별입지에 설립	「산업집적 활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제13조(공장설립등의 승인), 제16조(공장의 등록) *건축면적 500㎡이상인 모든 공장에 적용 (500㎡미만도 승인신청 가능함)

2) 공장설립절차

개별입지에서 창업공장설립에 따른 절차는 크게 입지선정 단계부터 공장설립 신청 및 승인단계, 공장건축단계, 사용승인(공장등록)단계 등 4단계로 구분할 수 있으며 세부적으로는 사업타당성검토부터 공장등록증 발급까지 15단계의 절차

〈 공장설립절차 〉

구분	진행 순서	비고
공장입지 선정	사업타당성 검토 ↓	•토지이용계획 확인원, 지적도등본, 토지등기부 등본(공장설립 가능 여부 검토)
	입지분석 및 결정(개별·계획) ↓	•사례별 소요기간 편차 큼
공장설립 신청 및 승인	토목측량 및 환경 보고서 등 준비 ↓	•사전환경성검토서, 도시계획심의자료, 사전재해 영향성검토서 등 각종 보고서 준비
	공장설립(창업사업계획) 승인신청 ↓	•지자체 : 복합민원 형태로 심의(의제처리) 및 외부기관 심의 의뢰
	사전환경성검토협의 ↓	•지방환경청 협의
	사전재해영향성검토협의 ↓	•소방방재청(시·군·구 재난안전관리과 내부협의)
	[도시계획위원회심의] ↓	•민원처리기간 중 위원회 개최(해당부지에 한함) •지역별 편차 20일~90일
	공장설립(창업사업계획) 승인 ↓	•시·군·구로부터 승인서 발급
공장건축	토목공사(부지조성) ↓	•농지 30일, 산지 60일 기준 (건축설계 진행)
	건축허가 및 착공신고 ↓	•건축허가 및 착공신고 등
	공 장 건 축 ↓	•3~6개월 소요
	건축사용허가 및 준공 ↓	•현황도 작성 및 업무대행 등 •법정처리기간 7일(위험물, 화학공장의 경우 50일)
	제조시설 설치 ↓	•기계시설 및 오염방지시설(해당업종)설치 등
사용승인 (공장등록)	공 장 설 립 완 료 신 고 ↓	•기계설치 완료 후 2개월 이내 •완료신고 접수 후 3일내 통보
	공장등록증 발급	•식품 유통기한 설정 사유서 제출(해당업종)

3) 창업사업계획 승인과 공장설립 승인 비교

구분	창업사업계획 승인	공장설립 승인
근거법령	• 「중소기업창업 지원법」 제33조	• 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한법률」 제13조의2
신청대상 (적용대상)	• 예비창업자 및 창업 후 7년 이내의 창업 기업으로서 - 개별업지에 공장을 설립하고자 하는 자	• 공장건축면적이 500㎡ 이상인 공장의 신설, 증설, 업종변경을 하고자 하는 경우 • 공장건축면적이 500㎡ 미만인 경우에도 제 13조의2의 규정에 의한 허가·신고·면허·승인·해제 또는 용도폐지의 의제를 받고자 하는 자
의제 처리되는 인·허가사항	• 36개 법률 69개 인허가 사항(중복제외)	• 35개 법률 73개 인허가 사항(중복 제외)
처리기한	• 20일 이내	• 20일 이내
변경승인 대상	• 사업주체의 변경 • 업종의 변경(세분류 기준) • 공장 건축, 부지, 면적의 변경(개별법에서 정한 기준)	• 사업주체의 변경 • 업종의 변경(세분류 기준) • 공장 건축, 부지, 부대시설 면적의 변경(부대시설은 기존공장면적율에 적합한 범위 안에서의 20% 이내의 증감은 제외)
변경신고 대상	• 회사명 또는 법인대표의 변경 • 공장입지기준고시에 의한 업종분류 내에서의 업종의 변경(세세분류 기준) • 개인사업자의 법인전환	• 회사명 또는 법인대표의 변경 • 공장입지기준고시에 의한 업종분류내에서의 업종의 변경(세세분류 기준)
승인취소사유	• 승인 후 1년이 경과할 때까지 공장의 착공을 하지 아니하거나 공장착공 후 1년 이상 공사를 중단한 경우 • 승인을 얻은 당해 공장용지를 공장착공을 하지 아니하고 다른 사람에게 양도한 경우 • 승인을 얻은 당해 공장용지를 다른 사람에게 임대하는 등 공장외의 용도로 활용하는 경우 • 사업계획 승인 후 4년이 지나도록 공장 건축을 완료하지 아니한 경우	• 공장설립 등의 승인을 얻은 날부터 3년(농지전용허가 또는 신고가 의제된 경우에는 2년)이 경과할 때까지 정당한 사유 없이 공장의 착공을 하지 아니하는 경우 • 토지형질변경허가 등이 취소되어 공장설립 등이 불가능하게 된 경우 • 공장설립 등의 승인 및 제조시설설치승인을 얻은 후 4년이 경과된 날까지 완료 신고를 하지 아니하거나, 공장착공 후 1년 이상 공사를 중단한 경우 • 공장설립 승인을 얻은 부지 또는 건축물을 정당한 사유 없이 승인을 얻은 내용과 다른 용도로 활용하는 경우 • 법 제13조제1항의 규정에 의한 공장설립 등의 승인기준에 미달하게 된 경우

구분	창업사업계획 승인	공장설립 승인
국세 및 지방세 감면혜택	<p><국세></p> <ul style="list-style-type: none"> •소득세 또는 법인세의 50% 감면(흑자년도 포함 차 후 3년간) <p><지방세></p> <ul style="list-style-type: none"> •창업중소기업이 창업일로부터 4년 이내 취득하는 사업용재산에 대한 취득세, 등록세, 교육세의 75% 면제 •재산세 및 종합토지세 5년간 50% 감면 	<ul style="list-style-type: none"> •좌와 동일
농지보전 부담금	<ul style="list-style-type: none"> •창업일로부터 3년 이내에 「중소기업창업지원법」 제33조의 규정에 따라 사업계획의 승인을 받아 최초로 설립하는 공장에 대해서 면제 * 「농지법」 시행령 별표2, 「중소기업창업지원법」 제39조의2 	<ul style="list-style-type: none"> •부과대상(단, 소기업은 100% 감면) *소기업 중 [기준공장면적을 /제조시설면적]의 범위 내에서만 감면이고, 초과면적은 부과대상임
대체 산림자원 조성비	<ul style="list-style-type: none"> •창업일로부터 3년 이내에 「중소기업창업지원법」 제33조의 규정에 따라 사업계획의 승인을 받아 최초로 설립하는 공장에 대해서 면제 * 「산지관리법」 시행령 별표5 	<ul style="list-style-type: none"> •부과대상(단, 소기업은 100% 감면) *소기업 중 [기준공장면적을 /제조시설면적]의 범위 내에서만 감면이고, 초과면적은 부과대상임
개발 부담금	<ul style="list-style-type: none"> •100% 면제 *「개발부담금 부과 및 징수업무처리규정」 제2조 제2항 	<ul style="list-style-type: none"> •50% 감면(단, 소기업은 100%)



사업계획 및 공장설립 승인 신청대상

- 기존 건물 또는 공장을 임차하여 공장등록을 하고자 하는 경우도 신청대상에서 제외. 단, 토지를 임차하여 공장을 건립하고자 하는 경우와 폐업 후 2년 이상 경과 후 사업을 재개하는 경우는 중기청에 질의답변을 통해 '창업자' 확인 후 신청
- 산업단지 내에서 입주(변경)계약을 체결한 경우에는 공장설립 등의 승인을 얻은 것으로 함
- 승인대상이외(500㎡미만)의 공장소유자 또는 점유자도 공장등록을 할 수 있음
- 공장건축 면적이 500㎡ 미만인 경우에도 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법」 제13조의 2규정에 의한 허가, 신고, 면허, 승인, 해제 또는 용도폐지의 의제를 받고자 하는 경우 공장설립 승인을 얻을 수 있음
- 공장건축면적은 수도권에서는 제조시설·사무실·창고의 건축면적을 합산하며, 수도권외의 지역에서는 제조시설의 건축면적만을 의미하며 사무실, 창고, 기숙사 등의 건축면적은 제외

4) 입지선정

(1) 창업공장의 입지선택

① 공장입지 유형

계획입지	<ul style="list-style-type: none"> •국가나 공공단체, 민간기업이 공장을 집단적으로 설립·육성하기 위하여 일정지역을 선정하여 계획에 따라 개발한 공장용지 예) 국가 및 지방산업단지, 농공단지 등
개별입지	<ul style="list-style-type: none"> •계획입지외의 지역에서 공장설립에 관련된 인·허가 사항의 승인을 득하여 공장을 설립하고자 하는 농지 등과 같은 개별용지

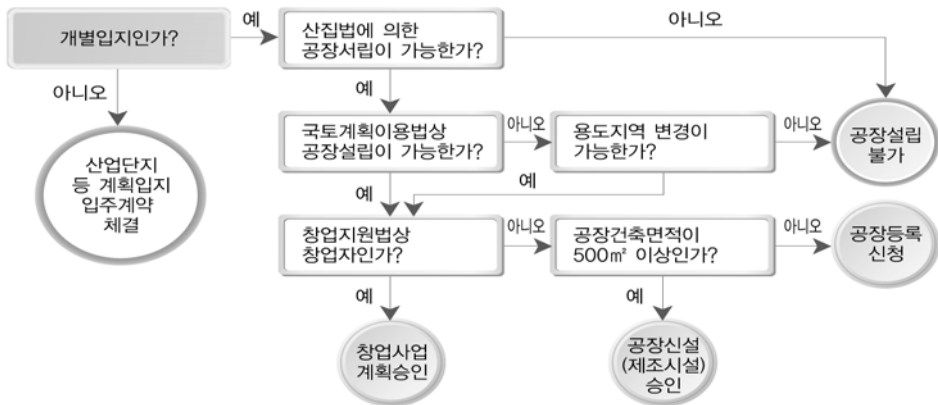
< 개별입지와 계획입지의 장·단점 >

구분	개별 입지	계획 입지
장 점	<ul style="list-style-type: none"> •원하는 시기와 원하는 장소에 원하는 규모로 공장을 건축할 수 있음 •공장용지의 처분과 사업 확장 시 공장의 증축이 용이함 •계획입지에 비해 업종의 제약이 심하지 않고 상대적으로 저렴한 금액으로 부지확보가 가능 	<ul style="list-style-type: none"> •대규모 단지조성에 따른 산업기반시설, 생활편의시설, 동력, 용수, 수송 등의 지원시설이 양호 •공해배출업소의 입주가 용이하고, 공장설립허가 절차가 간소
단 점	<ul style="list-style-type: none"> •공장설립허가 절차가 까다롭고 동력, 용수, 수송 등의 입지여건이 취약하며 산업기반시설, 생활편의 시설이 미약 •계획입지에 비해 조세 및 금융 지원 등의 인센티브가 부족 	<ul style="list-style-type: none"> •선 분양 후 입주 방식이므로 적기에 공장을 확보하기가 어려움 •분양공단이 지역별로 불균형하게 분포되어 있어 적소에 공장을 건축하기가 어려움 •구획된 단지이므로 일단 입주하면 사업 확장에 따른 공장증축이 불가능 •국가 및 지방공단, 아파트형공장은 분양가격이 대체로 높음 •공장부지의 매각 등 처분에 제한을 받으며 입주업종에 대한 제약이 있음

② 공장입지선정 절차 및 고려 할 사항

절차	고려할 사항
입지형태결정	<ul style="list-style-type: none"> •공장을 설립할 경우 가장 먼저 해야 할 일은 해당사업의 업종 및 사업여건에 적합한 공장입지의 형태를 결정하는 것 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」은 행위제한을 명시한 원천법을 사항으로 누구든지 국가산업단지 등 계획입지 이외의 지역에서 개별입지 공장을 설립하는 경우 가장 먼저 검토해야 하며 그 외에 기술적인 사항들을 개별법에 의해 검토해야 함
후보지역 현장조사 및 입지분석	<ul style="list-style-type: none"> •공장입지의 형태가 결정되면 결정된 입지형태에 따라 공장입지 대상 후보지역을 물색해야 하며 입지분석은 대상지역을 선정하는 지역분석과 대상지역 선정 후 공장 후보지를 선정하기 위한 개별 분석이 있으며 이때 가장 중요한 것은 현장조사 -지역분석 : 사업여건 요인, 공장설립예산(부지매입가격), 시장의 위치, 노동력, 교통여건, 생활기반시설, 관련산업과의 위치, 동력, 용배수의 조건, 투자성, 자연적 요인 등 -개별분석의 기본적인 내용은 현장조사를 통해 소재지(위치) 확인, 지목 확인, 면적 확인, 경계 확인, 토지의 형상 확인, 지형물의 확인, 기타 주요사항의 확인이며, 권리분석은 소유권의 진정성 판단, 소유권의 제한사항 판단, 지적의 판단, 이용가능성에 대해 판단 -기술성분석은 부지조성의 타당성 및 사용률, 생산자원시설, 경제성분석은 토지의 편익, 부지조성 공사비용, 편익과 비용의 대응
최종입지선정	<ul style="list-style-type: none"> •의사 결정자 및 실무담당자가 후보지가 가지고 있는 입지요인별 가중치를 설정하고 의견을 모아 최종 공장입지를 결정

<공장설립 가능여부 검토 프로세스>



(2) 기존공장의 임차 및 매입

기존공장이란 개별입지 및 계획입지를 불문하고 공장건축 및 기계시설 설치를 완료하고 공장설립 완료신고(공장등록)를 마친 공장을 편의상 부르는 것으로 공장 용지가 부족하고 부지를 전용하여 공장을 신설하기가 어려운 상황에서 적절한 대안이 될 수 있음

① 대상공장 선정

기존공장을 임차하거나 매입하여 사업을 개시하는 경우에도 개별입지 및 계획입지를 선택할 때와 같이 공장입지유형, 공장입지분석, 용도지역분석 등의 사항을 검토하여 결정해야 함

입지에 대한 사전분석 없이 기존 공장을 임차하거나 매입하였을 때 영위하고자 하는 업종 및 사업규모에 따라 입주가 불가능한 상황이 발생할 수 있으므로 입지에 대한 사전분석은 기존공장을 임차 또는 매입하는 경우라도 필수사항

② 승인 내용

기존공장을 임차하거나 매입하여 제조업을 영위하고자 하는 경우 현재의 공장형태에 따라 다양한 절차가 적용될 수 있음

절차	내용
제조시설설치승인	공장등록이 되어 있거나 취소된 기존공장의 일부 또는 전부를 임차하거나 매입하여 부지, 건물의 변동 없이 새로운 업종의 기계시설을 설치하는 경우의 절차이며 기계설치 후 공장완료 신고 해야 함
공장등록사항의 변경	공장등록이 되어 있는 기존공장의 일부 또는 전부를 임차 또는 매입하여 시설, 업종 등의 변경 없이 사업주체 및 대표자만을 변경하는 경우의 절차
공장업종변경 승인	기존공장을 임차 또는 매입하여 업종, 사업주체 대표자가 변경될 경우의 절차이며 기계시설 설치 후 공장완료 신고해야 함
공장증설승인	매입한 기존공장의 공장등록이 아직 유지되고 있고 추가로 부지 및 건물을 확장할 경우의 절차이며 부지전용, 공장건축, 기계설치가 완료되면 공장설립 완료보고 해야 함

③ 산업단지 입주

산업단지입주를 위해서는 산업단지 입주계약신청서(산업입지 및 개발에 관한법. 규칙 별지 25호 서식)에 사업계획서(별지2호의 2)를 첨부하여 해당지역 자치단체에 제출하며 업종 및 환경부분 등을 검토한 후 입주계약을 체결

(3) 용도지역별 공장설립 기준

「국토의 계획 및 이용에 관한법률」 제76조 및 시행령 제71조 내지 제91조

「공장입지기준고시」 지식경제부 고시 제2012-80호

용도지역이란 토지의 이용 및 건축물의 용도·건폐율·용적률·높이 등을 제한함으로써 토지를 경제적·효율적으로 이용하고, 공공복리의 증진을 도모하기 위하여 서로 중복되지 아니하게 도시관리계획으로 결정하는 지역으로 공장입지 선정 시 가장 먼저 검토해야 하는 사항

용도지역의 확인을 위해서는 「토지이용규제 기본법」에 따른 토지이용계획 확인서를 열람, 발급받아 확인하여야 하며 전국 시·군·구 민원실 또는 토지이용규제 정보서비스(<http://luris.molit.go.kr>)에서 확인할 수 있음

① 도시지역

용도지역		공장의 허용 또는 제한여부
주 거 지 역	제1종전용주거지역 (영제71조제1항제1호관련)	공장설립 불가
	제2종전용주거지역 (영제71조제1항제2호관련)	공장설립 불가
	제1종일반주거지역 (영제71조제1항제3호관련)	2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물(4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함) 가. 건축법시행령 별표1 제4호의 제2종근린생활시설의 제조업소 차. 건축법시행령 별표1 제17호의 공장중 인쇄업, 기록매체복제업, 봉제업(의류 편조업을 포함), 컴퓨터 및 주변기기제조업, 컴퓨터관련 전자제품조립업, 두부제조업의 공장 및 아파트형공장으로서 다음에 해당하지 아니하는 것 (1) 대기환경보전법에 의한 특정대기유해물질을 배출하는 것 (2) 대기환경보전법에 의한 대기오염물질배출시설에 해당하는 시설로서 1종 내지 4종사업장에 해당하는 것 (3) 수질환경보전법에 의한 특정수질유해물질을 배출하는 것 (4) 수질환경보전법에 의한 폐수배출시설에 해당하는 시설로서 1종 내지 4종사업장에 해당하는 것 (5) 폐기물관리법에 의한 지정폐기물을 배출하는 것 (6) 소음진동규제법에 의한 배출허용기준의 2배 이상인 것
	제2종일반주거지역 (영제71조제1항제4호관련)	2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물(15층 이하의 건축물에 한함. 다만, 도시계획조례로 15층 이하의 범위 안에서 따로 층수를 정하거나 구역별로 층수를 세분하여 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함) 가. 건축법시행령 별표1 제4호의 제2종근린생활시설의 제조업소 자. 별표 4 제2호 차목의 공장
	제3종일반주거지역 (영제71조제1항제5호관련)	2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 가. 건축법시행령 별표1 제4호의 제2종근린생활시설의 제조업소 자. 별표 4 제2호 차목의 공장
	준주거지역 (영제71조제1항제6호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 라. 건축법시행령 별표1 제4호의 제2종근린생활시설의 제조업소 2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 사. 건축법시행령 별표1 제17호의 공장으로서 별표4 제2호차목(1)내지(6)의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것

용도지역		공장의 허용 또는 제한여부
상업지역	중심상업지역 (영제71조제1항제7호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 : 제2종근린생활시설 2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 아. 건축법시행령 별표 1 제13호의 공장중 출판업·인쇄업 및 기록매체복제업의 공장으로서 별표 4 제2호차목(1)내지(6)에 해당하지 아니하는 것
	일반상업지역 (영제71조제1항제8호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 : 제2종근린생활시설 2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 사. 건축법시행령 별표 1 제17호의 공장으로서 별표 4 제2호차목(1)내지(6)의 1에 해당하지 아니하는 것
	근린상업지역 (영제71조제1항제9호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 : 제2종근린생활시설 2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 사. 건축법시행령 별표 1 제17호의 공장으로서 별표 4 제2호차목(1)내지(6)의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것
	유통상업지역 (영제71조제1항제10호관련)	2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 가. 건축법시행령 별표 1 제4호의 제2종근린생활시설
공업지역	전용공업지역 (영제71조제1항제11호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 나. 건축법시행령 별표 1 제4호의 제2종근린생활시설(동호 가목·나목·차목 및 타목에 해당하는 것을 제외) 다. 건축법시행령 별표 1 제17호의 공장 2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 나. 건축법시행령 별표 1 제4호의 제2종근린생활시설중 동호 가목·나목 및 타목에 해당하는 것 라. 건축법시행령 별표 1 제7호의 판매 및 영업시설(판매·용시설의 경우에는 당해 전용공업지역에 소재하는 공장에서 생산되는 제품을 판매하는 경우) 바. 건축법시행령 별표 1 제10호의 교육연구 및 복지시설중 동호 사목에 해당하는 것과 직업훈련소(근로자직업훈련촉진법에 의한 직업훈련시설에 한함)·학원(기술계학원에 한함) 및 연구소(공업에 관련된 연구소, 고등교육법에 의한 기술대학에 부설되는 것과 공장대지안에 부설되는 것에 한함)
	일반공업지역 (영제71조제1항제12호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 나. 건축법시행령 별표1 제4호의 제2종근린생활시설(단란주점 및 안마시설소 제외) 마. 건축법시행령 별표 1 제17호의 공장
	준공업지역 (영제71조제1항제13호관련)	1. 건축할 수 있는 건축물 다. 건축법시행령 별표1제4호의 제2종근린생활시설의 제조업소 차. 건축법시행령 별표1제17호의 공장으로서 당해 용도에 쓰이는 바닥면적의 합계가 5,000㎡ 미만인 것 2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 카. 건축법시행령 별표1제17호의 공장으로서 당해 용도에 쓰이는 바닥면적의 합계가 5,000㎡ 이상인 것

용도지역		공장의 허용 또는 제한여부
녹지지역	보전녹지지역 (영제71조제1항제14호관련)	공장설립 불가
	생산녹지지역 (영제71조제1항제15호관련)	<p>2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물(4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함)</p> <p>나. 「건축법 시행령」 별표1 제4호의 제2종근린생활시설로서 당해 용도에 쓰이는 바닥면적의 합계가 1,000㎡미만인 것(단란주점 제외)</p> <p>아. 「건축법 시행령」 별표1 제17호의 공장 중 도정공장·식품공장 및 제1차 산업생산품가공공장 및 「산업집적 활성화 및 공장설립에 관한 법률 시행령」 별표1 제3호 라목의 첨단업종의 공장으로서 다음의 1에 해당하지 아니하는 것</p> <p>(1) 「대기환경보전법」 제2조 제8호의 규정에 의한 특정대기유해물질을 배출하는 것</p> <p>(2) 「대기환경보전법」 제2조 제9호의 규정에 의한 대기오염물질배출시설에 해당하는 시설로서 동법시행령 별표 8의 규정에 의한 1종 내지 3종사업장에 해당하는 것</p> <p>(3) 「수질환경보전법」 제2조 제8호의 규정에 의한 특정수질유해물질을 배출하는 것, 다만 동법 제34조에 따라 폐수 무방류 배출시설의 설치허가를 받아 운영하는 경우를 제외함</p> <p>(4) 「수질환경보전법」 제2조 제10호의 규정에 의한 폐수배출시설에 해당하는 시설로서 동법시행령 별표 8의 규정에 의한 1종 내지 4종사업장에 해당하는 것</p> <p>(5) 「폐기물관리법」 제2조 제4호의 규정에 의한 지정폐기물을 배출하는 것</p>
	자연녹지지역 (영제71조제1항제16호관련)	<p>1. 건축할 수 있는 건축물(4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함)</p> <p>다. 「건축법 시행령」 별표 1 제4호의 제2종근린생활시설(동호나목에 해당하는 것과 일반음식점·단란주점 및 안마시술소를 제외)</p> <p>2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물(4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함)</p> <p>차. 「건축법 시행령」 별표 1 제17호의 공장 중 다음의 하나에 해당하는 것</p> <p>(1) 첨단업종의 공장, 아파트형공장, 도정공장 및 식품공장과 읍면지역에 건축하는 제재업의 공장으로서 별표 16 제2호 아목(1) 내지 (5)의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것</p> <p>(2) 「공익사업을 위한 토지 등의 취득 및 보상에 관한 법률」에 의한 공익사업 및 도시개발법에 의한 도시개발사업으로 인하여 당해 사군지역으로 이전하는 레미콘 또는 아스콘공장</p>

② 관리지역

용도지역	공장의 허용 또는 제한여부
보전관리지역 (영제71조제1항제17호관련)	2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물 나. 제2종 근린생활시설(동호 나목에 해당하는 것과 일반음식점 및 단란주점을 제외)
생산관리지역 (영제71조제1항제18호관련)	2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물(4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함) 다. 건축법시행령 별표1 제4호의 제2종 근린생활시설(동호 나목에 해당하는 것과 일반음식점 및 단란주점을 제외) 자. 「건축법 시행령」 별표 1 제17호의 공장(동시행령 별표1 제4호의 제2종근린생활시설 중 제조업소를 포함)중 도정공장 및 식품공장과 읍면 지역에 건축하는 제재업의 공장으로서 다음에 해당하지 아니하는 것 (1) 「대기환경보전법」 제2조 제8호의 규정에 의한 특정대기유해물질을 배출하는 것 (2) 「대기환경보전법」 제2조 제9호의 규정에 의한 대기오염물질배출시설에 해당하는 시설로서 동법시행령 별표 8의 규정에 의한 1종 내지 3종사업장에 해당 하는 것 (3) 「수질환경보전법」 제2조 제8호의 규정에 의한 특정수질유해물질을 배출하는 것, 다만, 동법 제34조에 따라 폐수무방류 배출시설의 설치허가를 받아 운영하는 경우를 제외 (4) 「수질환경보전법」 제2조 제10호의 규정에 의한 폐수배출시설에 해당하는 시설로서 동법시행령 별표 8의 규정에 의한 1종 내지 4종사업장에 해당하는 것
계획관리지역 (영제71조제1항제19호관련) <개정 2008.9.25>	1. 4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한함 자. 「건축법 시행령」 별표1 제17호의 공장 중 제2호 카목(1)내지 (5)의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것(다음의 어느 하나에 해당하는 공장을 기존 공장부지 안에서 증축 또는 개축하거나 부지를 확장하여 증축 또는 개축하는 경우에 한함. 이 경우 확장하고자 하는 부지가 기존부지와 너비 8미터 미만의 도로를 사이에 두고 접하는 경우를 포함) (1) 2002년 12월 31일 이전에 준공된 공장 (2) 법률 제6655호 국토의계획및이용에관한법을 부칙 제19조에 따라 종전의 「국토이용관리법」, 「도시계획법」 또는 「건축법」의 규정을 적용받는 공장 차. 「수도권정비계획법」 제6조제1항제3호에 따른 자연보전권역 및 「환경정책기본법」 제22조에 따른 특별대책지역 외의 지역에 설치되는 「건축법 시행령」 별표 1 제17호의 공장 중 다음의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것(도시계획조례에서 따로 건축을 제한하는 경우에는 그에 따름) 1) 별표 19 제2호자목(1)부터 (4)까지에 해당하는 것 2) 화학제품제조시설(석유정제시설을 포함) 다만, 물·용제류 등 액체성 물질을 사용하지 아니하거나 제품의 성분이 용해·용출되지 아니하는 고체성 화학제품제조시설은 제외 3) 제1차금속·가공금속제품 및 기계장비제조시설 중 「폐기물관리법 시행령」 별표 1 제4호에 따른 폐유기용제류를 발생시키는 것 4) 가죽 및 모피를 물 또는 화학약품을 사용하여 저장하거나 가공하는 것 5) 섬유제조시설 중 감량·정련·표백 및 염색시설 6) 「폐기물관리법」 제25조에 따른 폐기물처리업 허가를 받은 사업장. 다만, 「폐기물관리법」 제25조에 따른 폐기물처리업 중 폐기물 중간처리업(재활용만을 하는 경우에만 해당함)으로서 특정수질 유해물질이 배출되지 아니하는 경우는 제외

용도지역	공장의 허용 또는 제한여부
계획관리지역 (영제71조제1항제19호관련) <개정 2008.9.25>	<p>2. 도시계획조례가 정하는 바에 의하여 건축할 수 있는 건축물(4층 이하의 건축물에 한함. 다만, 4층 이하의 범위 안에서 도시계획조례로 따로 층수를 정하는 경우에는 그 층수 이하의 건축물에 한하며, 휴게음식점·일반음식점 및 숙박시설은 국토해양부령이 정하는 기준에 해당하는 지역의 범위 안에서 도시계획 조례가 정하는 지역에 설치하는 것에 한함)</p> <p>다. 「건축법 시행령」 별표 1 제4호의 제2종근린생활시설중 동호·나목·사목에 해당하는 것과 일반음식점 및 안마시설소</p> <p>카. 「건축법 시행령」 별표 1 제17호의 공장 중 부지면적(2 이상의 공장을 함께 건축하거나 기존 공장부지에 접하여 건축하는 경우와 2 이상의 부지가 너비 8미터 미만의 도로에 서로 접하는 경우에는 그 면적의 합계를 말함)이 1만제곱미터 이상인 것과 특별시장·광역시장·시장 또는 군수가 1만5천제곱미터 이상의 면적을 정하여 공장의 건축이 가능한 지역으로 고시한 지역 안에 입지하는 것으로서 다음의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것</p> <p>(1) 별표 19 제2호 자목(1) 내지 (4)에 해당하는 것</p> <p>(2) 화학제품제조시설(석유정제시설을 포함함) 다만, 물·용제류 등 액체성 물질을 사용하지 아니하거나 제품의 성분이 용해·용출되지 아니하는 고체성화학제품제조시설을 제외</p> <p>(3) 제1차금속·가공금속제품 및 기계장비제조시설 중 「폐기물관리법 시행령」 별표 1 제4호에 따른 폐유기용제류를 발생시키는 것</p> <p>(4) 가죽 및 모피를 물 또는 화학약품을 사용하여 저장하거나 가공하는 것</p> <p>(5) 섬유제조시설 중 감량·정련·표백 및 염색시설</p>

③ 농림지역 및 자연환경 보전지역

용도지역	공장의 허용 또는 제한여부
농림지역 (영제71조제1항제20호관련)	공장설립 불가 (다만 농업진흥지역, 보전임지 또는 초지인 경우에는 각각 농지법, 산지관리법, 초지법이 정하는 바에 의함)
자연환경보전지역 (제71조제1항제21호관련)	공장설립 불가

④ 자연취락지구 및 시가화조정구역, 수산자원보호구역

자연취락지구 및 시가화조정구역, 수자원보호구역 안에서는 공장설립에 대한 제한이 많으며 식품, 도정, 제재, 첨단공장 등 일부 업종만의 설립이 가능

(3) 의제처리를 통한 주요 인·허가

의제처리를 통한 인·허가란 창업자가 공장설립을 위해 창업사업계획 승인서를 제출함에 있어 창업공장의 여건에 따라 관계된 각 분야의 법률에 대한 검토를 일괄 처리하여 신속한 인·허가를 진행하고자 하는 제도

창업사업계획 승인 신청 시에는 36개 법률에 의한 69개의 인·허가를 한번에 의제처리를 할 수 있는 제도로 창업계획승인 신청에 대한 처리기한은 20일이며, 처리기간내에 승인여부의 통지를 하지 아니한 경우에는 그 다음날에 승인된 것으로 인정함. 다만, 민원사무처리지침 등에 따로 보완서류제출 소요기간 등은 처리기간에서 제외

① 농지전용허가

농지전용 허가는 농지에 공장을 설립하는 경우 전용규모, 용도의 적정성과 농지의 보전가치여부, 사업계획 및 피해방지계획 등 적합성여부를 검토하는 절차

관련법령	•농지법 제22조, 제37조, 제39조, 제40
용어정의	•농지란 전답 또는 과수원 그 밖의 법적지목을 불문하고 실제로 농작물 경작지 또는 다년생식물재배지로 이용되는 토지 •농지전용허가란 농지를 전용하여 공장부지등의 타목적으로 사용하고자 할 경우 받아야 되는 허가
허가제한	•도시지역, 계획관리지역 및 개발진흥지구안의 농지를 제외하고는 대기, 수질오염물질 배출규모 1종 내지 4종 사업장과 특정유해물질을 배출하는 시설은 농지전용허가가 제한되거나 자원의 재활용시설과 폐기물처리시설은 예외 규정을 둠
허가취소	•거짓, 기타 부정한 방법으로 허가를 받거나, 허가목적 위반, 허가 없이 사업계획변경, 2년 이상 목적사업을 착수하지 않거나 착수 후 1년 이상 공사를 중단한 경우, 농지보전 부담금을 내지 않은 경우는 농지전용허가를 취소할 수 있음
용도변경	•농지전용허가를 받은 토지가 5년 이내에 대기·수질오염물질의 배출규모에 변동이 있을 경우, 허가 당시 외의 시설과 다른 시설로 변경되는 경우, 농지보전 부담금의 감면에 변동 있는 경우에는 용도변경승인을 받아야 함
부담금감면 (농지전용부담금)	•중소기업이 창업일로부터 3년 이내에 창업사업계획 승인을 받아 공장을 설립하는 경우 감면 •제조업 창업자(2010년 8월 한시적 적용) 감면 •소기업 중 건축면적 또는 사업장면적 1천㎡미만인 기업이 수도권 외 지역에서 신축, 증축, 이전하는 경우 감면

② 산지전용허가

산지전용허가는 임야에 공장을 설립하는 경우 수목의 보존가치, 재해발생우려, 산지 전용면적 및 사업계획 등의 적정성 등을 검토하여 전용여부를 결정하는 절차

관련법령	•산지관리법 제2조, 제12조, 제18조, 제21조
용어정의	<ul style="list-style-type: none"> •「산지」라 함은 나무(임목, 죽)가 집단적으로 생육하고 있는 토지와 집단적으로 생육한 나무가 일시적으로 상실된 토지 또는 나무의 집단적 생육에 사용하게 된 토지 •산지전용허가란 산지를 전용하여 공장부지 등의 타목적으로 사용하고자할 경우 받아야 되는 허가
허가제한 및 허가기준	<ul style="list-style-type: none"> •보전산지인 임업용 산지에서는 대기·수질오염물질 배출시설규모 1종 내지 4종사업장과 특정유해물질을 배출하는 시설은 산지전용 허가가 제한 단, 공익용 산지에서는 원칙적으로 개별입지의 공장설립은 불가 •산지전용 허가를 받기 위해서는 다음의 기준에 적합해야 하나 준보전산지에 대하여는 (1)부터 (4)까지 기준을 적용하지 않음 (1) 산지관리법 제10조 및 제12조의 규정에 의한 행위제한사항에 해당되지 아니할 것 (2) 인근 산림의 경영·관리에 큰 지장을 주지 아니할 것 (3) 집단적인 조림성공지 등 우량한 산림이 많이 포함되지 아니할 것 (4) 희귀야생 동·식물의 보전 등 산림의 자연생태적 기능유지에 현저한 장애가 발생되지 아니할 것 (5) 토사의 유출·붕괴 등 재해발생이 우려되지 아니할 것 (6) 산림의 수원함양 및 수질보전기능을 크게 해치지 아니할 것 (7) 산지의 형태 및 임목의 구성 등의 특성으로 인하여 보호할 가치가 있는 산림에 해당되지 아니할 것 (8) 사업계획 및 산지전용면적이 적정하고 산지전용방법이 자연경관 및 산림훼손을 최소화하고 산지전용후의 복구에 지장을 줄 우려가 없을 것
허가취소	•거짓, 기타 부정한 방법으로 허가를 받거나, 허가목적 위반, 허가 없이 사업계획변경, 2년 이상 목적사업을 착수하지 않거나 착수 후 1년 이상 공사를 중단한 경우, 농지보전 부담금을 내지 않은 경우는 농지전용허가를 취소할 수 있음
용도변경	•산지전용허가를 얻어 목적사업에 사용되고 있거나 사용된 토지를 5년 이내에 다른 목적으로 사용하고자 하는 자는 용도변경 승인을 얻어야 함
부담금감면 (대체산림자원 조성비)	<ul style="list-style-type: none"> •중소기업이 창업일로부터 3년 이내에 창업사업계획 승인을 받아 공장을 설립하는 경우 감면 •제조업 창업자(2010년 8월 한시적 적용) 감면 •소기업 중 건축면적 또는 사업장면적 1천㎡미만인 기업이 수도권 외 지역에서 신축, 증축, 이전하는 경우 감면

③ 개발행위 허가

개발행위 허가는 건축물의 건축이나 토지의 형질변경이 수반되는 공장설립을 할 경우 수반되는 필수허가로서 세밀한 설계도면 및 부속서류가 첨부되어야 함

○ 개발행위허가 주요 내용

관련법령	•국토의 계획 및 이용에 관한 법률 제2조, 제56조, 제57조, 제58조, 제62조												
용어정의	•개발행위허가란 각각의 개발행위에 대해 도시계획차원의 적정성, 기반시설의 확보여부, 주변의 환경 및 경관과의 조화 등을 검토해 허가여부를 결정하는 제도												
허가대상 및 미적용대상	<ul style="list-style-type: none"> •도시계획사업을 하는 경우를 제외하고 건축물의 건축, 공작물의 설치, 토지의 형질 변경, 토석채취, 토지분할, 물건을 쌓아 놓는 행위 등의 행위를 하고자할 경우에는 개발행위허가를 받아야 함 •미적용 대상 <ol style="list-style-type: none"> (1) 보전관리지역, 생산관리지역, 농림지역 및 자연환경보전지역 안의 산림에서 행하여지는 개발행위에 관하여는 「산지관리법」의 규정에 따름 (2) 개발행위 허가를 받지 않는 행위 <ol style="list-style-type: none"> ① 건축법에 의하여 신고 설치할 수 있는 건축 행위와 이에 수반되는 토지의 형질 변경 ② 건축허가 또는 건축신고 대상에 해당하지 아니하는 건축물의 건축 ③ 높이 50센티미터 또는 깊이 50센티미터 이내로 토지를 절토, 성토, 정리하는 행위 ④ 도시지역, 자연환경 보전지역, 지구단위계획 구역외의 지역에서 면적 660제곱미터 이하의 토지에 지목변경을 수반하지 아니하는 토지의 절토, 성토, 정리 행위 ⑤ 「사도법」에 의한 사도개설허가를 받은 토지의 분할 												
허가규모	<ul style="list-style-type: none"> •용도별 개발행위 허가 규모 <table border="1"> <tbody> <tr> <td>주거지역 · 상업지역 · 자연녹지지역 · 생산녹지지역</td><td>1만 제곱미터 미만</td></tr> <tr> <td>공업지역</td><td>3만 제곱미터 미만</td></tr> <tr> <td>보전녹지지역</td><td>5천 제곱미터 미만</td></tr> <tr> <td>관리지역</td><td>3만 제곱미터 미만</td></tr> <tr> <td>농림지역</td><td>3만 제곱미터 미만</td></tr> <tr> <td>자연환경보전지역</td><td>5천 제곱미터 미만</td></tr> </tbody> </table> •개발행위 허가의 대상인 토지가 2이상의 용도지역에 걸치는 경우 각각의 용도지역의 개발행위 규모에 관한 규정을 적용 •녹지지역, 관리지역, 농림지역 또는 자연환경 보전지역 안에서 연접하여 개발하거나 수차에 걸쳐 개발하는 경우에는 이를 하나의 개발행위로 보아 그 면적을 산정 	주거지역 · 상업지역 · 자연녹지지역 · 생산녹지지역	1만 제곱미터 미만	공업지역	3만 제곱미터 미만	보전녹지지역	5천 제곱미터 미만	관리지역	3만 제곱미터 미만	농림지역	3만 제곱미터 미만	자연환경보전지역	5천 제곱미터 미만
주거지역 · 상업지역 · 자연녹지지역 · 생산녹지지역	1만 제곱미터 미만												
공업지역	3만 제곱미터 미만												
보전녹지지역	5천 제곱미터 미만												
관리지역	3만 제곱미터 미만												
농림지역	3만 제곱미터 미만												
자연환경보전지역	5천 제곱미터 미만												

○ 연접개발 적용 제외기준

- 다음 각목의 요건을 갖춘 경우. 다만, 특별시장 · 광역시장 · 시장 또는 군수는 지역여건상 다음 각목의 요건을 적용하는 것이 불합리하다고 인정하는 경우에는 당해 지방자치단체에 설치된 지방도시계획위원회의 심의를 거쳐 요건을 완화할 수 있음

- 가. 개발행위허가의 대상인 토지가 개발행위가 완료되었거나 개발행위허가 등에 의하여 개발행위가 진행 중이거나 예정된 다른 토지와 고속국도·일반국도 또는 너비 20미터 이상의 도로·하천·공원 등 지형지물에 의하여 분리될 것
- 나. 개발행위허가의 대상인 토지의 진입도로가 너비 8미터 이상이고 구간선도로 또는 도로법 제8조의 규정에 의한 도로(고속국도를 제외) 또는 「농어촌정비법」 제2조에 따른 농어촌도로 중 너비 6미터 이상인 도로에 직접 연결될 것
- 개발행위허가의 대상인 토지가 자연취락지구·개발진흥지구, 기반시설부담구역 또는 「산업입지 및 개발에 관한 법률」 제40조의 2에 따른 공장입지 유도지구에 위치한 경우
 - 개발행위허가의 대상인 토지에 제1종 근린생활시설 또는 주택(주택법 제16조의 규정에 의한 사업계획 승인을 받아야 하는 주택을 제외)을 건축하고자 하는 경우
 - 계획관리지역(관리지역이 세분되지 아니한 경우에는 관리지역을 말함)안에서 다음 각목의 공장 중 부지가 1만 제곱미터 미만인 공장의 부지를 종전 부지면적의 50퍼센트 범위 안에서 확장하는 경우. 이 경우 확장하고자 하는 부지가 종전 부지와 너비 8미터 미만의 도로를 사이에 두고 접한 경우를 포함
- 가. 2002년 12월 31일 이전에 준공된 공장
- 나. 법률 제6655호 국토의 계획 및 이용에 관한 법률 부칙 제19조의 규정에 의하여 종전의 「국토이용관리법」, 「도시계획법」 또는 「건축법」의 규정을 적용받는 공장
- 다. 2002년 12월 31일 이전에 종전의 「공업배치 및 공장설립에 관한법률」(법률 제6842호 공업배치및공장설립에관한법률중개정법률에 의하여 개정되기 전의 것을 말함) 제13조의 규정에 의하여 공장설립 승인을 얻은 경우 또는 동조의 규정에 의하여 공장설립 승인을 신청한 경우(별표 27 제2호 타목의 규정에 의한 면적제한 요건에 적합하지 아니하여 2003년 1월 1일 이후 그 신청이 반려된 경우를 포함)로서 2005년 1월 20일까지 「건축법」 제21조의 규정에 의한 착공신고를 한 공장
- 라. 특별시장·광역시장·시장 또는 군수는 제1항의 규정에 의한 개발행위허가 규모에 적합하지 아니함에도 불구하고 제5항제3호 또는 제4호의 규정을 적용하여 개발행위허가를 하는 경우에는 당해 건축물의 용도를 변경(연접개발을 적용하지 아니하는 건축물간의 변경을 제외)하지 아니하도록 조건을 붙여야 함

(4) 도로점용허가

도로점용허가란 공장을 설립함에 있어 가장 기본적인 사항인 진입로에 대한 허가로서 국토관리청, 국토유지사업소, 시·군·구 등 진입로와 연결되는 도로의 관할기관에 설계도면 및 부속서류를 제출하여 얻어야 되는 허가

관련법령	•도로법 제2조, 제38조
용어정의	<ul style="list-style-type: none"> •「도로」라 함은 일반의 교통에 공용(供用)되는 도로로서 고속국도, 일반국도, 특별시도, 광역시도, 지방도, 시도, 군도·구도를 말함. 이러한 도로에는 터널, 교량, 도선장(渡船場), 도로용 엘리베이터 및 도로와 일체가 되어 그 효용을 다하게 하는 석도, 옹벽, 지하통로·무덤 기시설·배수로 및 길도랑, 도선의 교통을 위하여 수면에 설치하는 시설 또는 공작물을 포함 •「접도구역」이라 함은 관리청이 도로의 구조에 대한 손괴방지, 미관의 보존 또는 교통에 대한 위험을 방지하기 위하여 도로경계선으로부터 20미터를 초과하지 아니하는 범위 안에서 지정한 구역을 말함
허가신청	•공장을 설립하기 위하여 도로의 구역 안에서 공작물·물건·기타의 시설을 신설·개축·변경 또는 제거하거나 기타의 목적으로 도로를 점용하고자 하는 사업자는 점용의 목적, 점용장소와 면적, 점용기간, 공작물 또는 시설의 구조, 공사시설의 방법, 공사시기, 도로의 복구방법을 적은 신청서를 관리청에 제출하여야 함

5) 공장등록의 특례

중소기업이 다음의 요건을 모두 갖춘 경우에는 「부가가치세법」 제8조에 따라 발급받은 사업자등록증을 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제16조에 따라 공장등록을 하였음을 증명하는 서류로 간주함

구분	소기업의 공장 등록	사업분리 시 공장등록
적용법규	「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」 제4조	「중소기업창업지원법」 제39조의4
요건	소기업 중 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 공장의 건축면적 또는 이에 준하는 사업장의 면적이 500제곱미터 미만인 기업인 경우	<p>내국법인이 하는 사업의 일부를 분리하여 사업을 개시하는 중소기업이 다음의 요건을 모두 갖춘 경우</p> <ul style="list-style-type: none"> •내국법인의 임직원이었던 자가 대표자, 최대주주 또는 최대출자자일 것 •내국법인과 사업의 분리에 관한 계약 및 그 내국법인의 공장 전부 또는 일부의 공동사용에 관한 계약을 서면으로 체결할 것
적용특례	「부가가치세법」 제5조에 따라 발급받은 사업자등록증은 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제16조에 따라 공장등록을 하였음을 증명하는 서류로 본다	
적용기간	없음	사업을 개시한 날부터 2년



공장의 건축면적 또는 이에 준하는 사업장의 면적

「건축법」 제2조제2항제4호에 따른 제2종 근린생활시설 중 제조업소(건축물 전체가 「산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 공장인 경우만 해당) 또는 「건축법」 제2조제2항제17호에 따른 공장 용도로 같은 법 제11조 또는 제14조에 따라 건축허가를 받거나 건축신고를 한 건축물에서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 면적으로 함

- 「수도권정비계획법」에 따른 수도권
제조시설로 사용되는 기계 또는 장치를 설치하기 위한 건축물의 각 층 바닥면적, 제조시설로 사용되는 옥외 공작물의 수평투영면적, 사무실 및 창고의 각 층 바닥면적을 합산한 면적
- 수도권 외 지역
제조시설로 사용되는 기계 또는 장치를 설치하기 위한 건축물의 각 층 바닥면적과 제조시설로 사용되는 옥외 공작물의 수평투영면적을 합산한 면적

제7단계 실패와 재도전 준비

1. 성공한 사업가란

사업을 하면서 한 번도 실패해 보지 않은 사람은 드물며, 대부분 사람은 실패를 경험 하게 됨. 중요한 것은 실패를 했을 때 그것을 어떻게 극복하느냐의 문제라고 볼 수 있음

야구에서 3할 대의 타자를 강타자라고 할 수 있지만 사실은 70%의 실패를 하고 있는 것으로 볼 수 있음

한 번의 작은 성공을 갖고 성공한 기업인처럼 평생을 행세하는 중소기업자가 의외로 많은데 사업의 성공여부를 알 수 있는 방법은 그 사람이 죽었을 때 판단을 할 수 있음

따라서 실패를 했더라도 이를 좋은 경험으로 삼아 재기의 발판으로 삼는다면 더 큰 도약을 하는데 힘이 될 수 있음

2. 실패에 대한 좋은 태도

실패를 했을 경우 그 실패를 어떻게 대하느냐의 태도가 중요하며 태도에 따라 향후 성공여부가 결정될 수 있음

1) 실패로 인한 낙담의 상태에서 빨리 벗어 난다

실패는 최종 결과가 아니라 성공을 향해 가는 과정의 일부라는 것을 인식하고 실패에 몰입하거나 집착하지 않고 실패에 대한 충격을 최소화 함

2) 실패의 원인과 실패 속에 숨어 있는 성공을 찾는다

창업가는 최종 성공에 도달하기 까지 실패와 성공을 반복할 수밖에 없으므로 실패의 내용을 분석하고 다시는 동일한 실패를 하지 않도록 해야 함. 즉 비록 실패에 이르게 되는 경우에도 성공의 요인을 배우는 기회로 삼도록 함

3) 개인과 사업을 구분 한다

창업과정에서 일이 잘못 되어 실패를 하게 될지라도, 그것이 창업가 개인에 대한 문제로 보지 말고, 창업가가 제안한 기획안의 내용이나 사업 방법론 때문에 실패했다고 생각할 수 있어야 함. 실패를 사적으로 받아들이는 순간, 극복할 수 있는 가능성은 점점 더 멀어지게 되나 사업으로 받아들일 때 새로운 가능성을 찾을 수 있음

4) 불의한 성공보다 정직한 실패가 낫다

성공에 눈이 어두워 불의한 방법을 동원한 결과 모든 노력이 일시에 물거품이 되는 경우가 많음. 또한 폐업을 할 때, 고의 부도, 회사자금 유용, 사기 등 부도덕한 사유가 발생하지 않도록 해야 함. 부도덕한 폐업에 해당할 경우 재도전기업의 지원 대상에서 제외되어 신용회복과 재 창업에 필요한 지원을 받을 수 없게 됨

따라서 불의한 성공을 추구하는 것보다 비록 실패할 경우에도 정직한 실패가 되도록 함

3. 실패를 극복한 성공 사례

회사	주요 내용
아이디오 (IDEO)	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 <비즈니스위크>가 보스턴컨설팅그룹에 의뢰해 세계에서 가장 혁신적인 기업 25곳을 발표했는데, 디자인 회사로 유일하게 선정된 곳 • 실패를 좌절이 아닌 하나의 기업문화로 승화시켰으며, 이 회사에서 실패는 가벼운 시행착오에 지나지 않는 것으로 보고있음
IBM	<ul style="list-style-type: none"> • IBM의 창업초기 회사에 1,000만 달러의 손실을 입히게 된 간부가 회사를 떠나겠다고 했을 때 톰 왓슨은 그 간부에게 “우리가 자넌 교육하는데 1,000만 달러나 썼는데, 회사를 관둔다는 것은 말도 되지 않는다” 며 그 간부를 계속 중용했고, 그 간부는 나중에 IBM에 커다란 성과를 가져왔음
다음카카오	<ul style="list-style-type: none"> • 카카오는 2006년에 ‘아이월랩’ 이라는 이름으로 설립되었음. 아이월랩은 설립 이후 여러 번의 실패를 한 후 사용자가 어떤 기능을 원했는지, 그들의 니즈가 무엇인지를 알게 되었고 사용자가 원했던 기능과 그들의 니즈가 반영된 서비스를 통하여 성공에 이르게 됨
재능마켓 크몽	<ul style="list-style-type: none"> • 처음 창업을 했을 때는 열정만 넘치다보니 당장 성과를 낼 수 있는 방향으로만 생각하고 행동해서 실패했다는 것을 배움 • 성공을 위해서는 뭐가 됐든 장기적인 관점과 지속성이 필요하다는 것을 배우고 이를 적용하여 성공에 이르게 됨

회사	주요 내용
북팔	<ul style="list-style-type: none"> •스마트폰을 통한 변화의 속도가 빨라서 열심히 하는 것보다 빨리 해야 되는 것인데 시장의 속도를 잡지 못해 실패를 하게 됨 •실패를 통해 시장의 속도를 잡지 못하면 성공에 이를 수 없다는 것을 배우고 아무리 좋은 것이라 해도 우리가 할 수 있는 것만 하고 할 수 있는 것을 시장의 속도에 맞추어 하는 것으로 전략을 바꾸어 성공에 이름
클리오니	<ul style="list-style-type: none"> •자신이 모든 것을 다할 수 있다고 생각하고 일을 추진한 결과 4번의 실패를 경험하게 됨 •그것의 가장 큰 폐해는 누군가의 경험을 인정하지 않으므로 실패를 줄일 수 있는 기회를 놓치게 된다는 것을 배우게 됨 •창업자는 잘 되어 있는 사회 시스템을 효율적으로 활용하고 진정한 멘토나 스승을 두고 활용할 것을 권고

4. 실패기업인 재도전 지원제도

1) 신용회복 및 재도전 지원제도

사업에 실패한 기업인의 채무조정 및 신속한 신용회복과 재도전 과정을 밀착 지원

구 분	주요 내용	비고
중소기업인 신용회복	<ul style="list-style-type: none"> •금융기관 주채무 및 보증채무 합계 30억원 이하의 채무를 보유한 대표이사 등에게 채무를 조정 	신용회복위원회 1600-5500 (www.ccrs.or.kr)
개인회생 파산지원	<ul style="list-style-type: none"> •개인회생 : 파산대상자에게 소송지원서비스를 제공 •채무범위 : 무담보채무5억원 담보부채무 10억원 이하 채무자 중에서 일정 소득이 있는 급여소득자 및 사업소득자 •개인파산채무를 변제할 수 없는 개인채무자 	법률구조공단 개인회생 및 파산 종합지원센터 국번없이 132 (resu.klac.or.kr)
중소기업인 채무조정	<ul style="list-style-type: none"> •정책금융기관이 보유한 중소기업 부실채권을 매입하여 실패기업인의 채무를 조정 	한국자산관리공사 02-3420-5039 (www.kamco.or.kr)
맞춤형 재도전 지원	<ul style="list-style-type: none"> •경영위기 기업 및 재도전 기업인에게 전문가 심층 상담후 맞춤형 처방 제시 및 연계 지원 	재도전 종합지원센터 02-6678-4050 (www.rechallenge.or.kr)

2) 재도전 기업인 재창업자금

정직한 실패기업인일 경우 신용회복과 재창업에 필요한 운전자금, 시설자금을 지원

구분	주요 내용
신청대상	<ul style="list-style-type: none"> 다음의 요건을 충족하는 중소기업 •재창업 준비 중 또는 재창업 후 7년이 경과하지 않은 자 •재창업을 준비 중인 자의 경우는 재창업자금 지원결정 후 3개월 이내에 법인 대표등록이 가능할 것 •실패사업체의 폐업을 완료했거나, 재창업자금 지원결정 후 3개월 이내에 완료 가능할 것 •고의부도, 회사자금유용, 사기등 폐업의 사유가 부도덕하지 않을 것 •신용미회복자(신용회복절차가 정상적으로 진행중인 경우 제외)는 총부채 규모가 30억원 이하일 것
대출금리	정책자금 기준금리에서 0.15%p 차감
신청시기	홀수월(1월, 3월, 5월, 7월, 9월)1일, 융자상환금 조정형은 2,4,6,8,10월 접수
대출기간	시설자금 9년 이내(거치 4년 포함), 운전자금 6년 이내(거치 3년 포함)
대출한도	잔액기준 45억원 이내(지방소재 50억원), 매출액의 150% 이내에서 지원
대출방법	중진공 직접대출(대리대출 선택 가능)
신청할 곳	중소기업진흥공단 (www.sbc.or.kr) 국번없이 1357,(055)751-9000

3) 재도전 지원제도 활용을 통한 실패 극복 사례

회사	주요 내용
동우에이앤이	<ul style="list-style-type: none"> •1991년 설립된 국내 1위의 애니메이션 제작사로 2000년 이후에는 연매출 100억원 대의 매출을 올리는 기업이었지만, •2000년도에 기술신용보증기금으로부터 받은 120억원의 자금이 사채로 전환되고, 경기 침체 속에서 무리한 투자로 유동성 위기로 법정관리에 들어감 •정부가 지원한 기업회생컨설팅으로 기업진단을 받고 해결책을 찾아 재도약하고 있음
엔토피아	<ul style="list-style-type: none"> •2002년 크리스탈 생활용품 도매업체 '다산' 으로 시작하였지만, 영업부진으로 얼마 지나지 않아 폐업함 •다시 동료들과 재기를 하기위해 2012년 기술력을 보유하고 엔토피아를 설립하였지만 사업실패 이력과 신용 상의 문제로 자금조달에 어려움을 겪음 •정부의 재창업자금의 지원을 받아 현재는 매출액이 30억원에 달할 정도로 성장 중
케이피전자	<ul style="list-style-type: none"> •자동차부품 납품으로 연평균 매출 20억원에 달하던 회사였지만, 1997년 외환위기와 무리한 사업확장으로 사업에 실패하면서 2010년 부도 처리됨 •사업실패 후, 정부의 힐링캠프식 재기교육(재기중소기업개발원)의 프로그램을 통하여 재기를 다짐하고, 재창업자금을 지원받아 새로운 도약의 전기 마련

※참고 : 성공스몰스타트업 성공이야기(중소기업청, 2014)

제2편

주요 업종별 기술창업 가이드



제1장

제 조 업

제1절 식료품 제조업

1. 산업특성

1) 사업의 범위

농업, 임업 및 어업에서 생산된 산출물을 사람이나 동물이 먹을 수 있는 식료품 및 동물용 사료로 가공하는 산업 활동을 말하며 산지에서 생산물을 시장에 출하하기 위하여 통상적으로 수행되는 농·임·수산물의 선별, 세척, 정리활동은 제조활동으로 보지 않음

식료품제조업의 한국표준산업분류에 의한 업종의 분류는 다음과 같음

•도축업	•가금류 가공 및 저장 처리업	•기타 육류 가공 및 저장 처리업
•수산동물 훈제, 조리 및 유사 조제식품 제조업	•수산동물 건조 및 염장품 제조업	•수산동물 냉동품 제조업
•기타 수산동물 가공 및 저장처리업	•수산식품 가공 및 저장 처리업	•과실 및 채소 절임식품 제조업
•기타 과실·채소 가공 및 저장 처리업	•동물성 유지 제조업	•식물성 유지 제조업
•식용 정제유 및 가공유 제조업	•액상시유 및 기타 낙농제품 제조업	•아이스크림 및 기타 식용빙과류 제조업
•곡물 도정업	•곡물 제분업	•제과용 혼합분말 및 반죽 제조업
•기타 곡물가공품 제조업	•전분제품 및 당류 제조업	•떡류 제조업
•빵류 제조업	•코코아 제품 및 과자류 제조업	•설탕 제조업
•면류, 마카로니 및 유사식 제조업	•식초, 발효 및 화학 조미료 제조업	•천연 및 혼합조제 조미료 제조업
•장류 제조업	•기타 식품 첨가물 제조업	•커피 가공업
•차류 가공업	•수프 및 균질화식품 제조업	•두부 및 유사식품 제조업
•인삼식품 제조업	•건강보조용 액화식품 제조업	•건강기능식품 제조업
•도시락 및 식사용 조리식품 제조업	•그 외 기타 식료품 제조업	•동물용 사료 및 조제식품 제조업