

인문학 전공자를 위한 창업보육센터 설립 및 운영에 관한 정책연구

김학민* · 육영수** · 이영관**

A Study on Business Incubating Center for Arts and Humanities Majors

Hak-Min Kim*, Youngsoo Yook** and Young Gwan Lee***

요 약 지식산업사회의 주요 자원인 인문학의 생산성을 높이기 위한 방안으로 본 연구에서는 인문학창업보육센터의 설립과 운영에 관한 모델을 개발하였다. 인문학창업보육센터는 인문학 관련 전공자가 창업에 성공할 수 있도록 창업에 적합한 교육과 정보를 제공하고 졸업 후에도 지속적으로 경영 컨설팅을 제공하는 기관이다. 본 연구는 인문학분야에서 창업 가능한 사업이 무엇인지 고찰하고 이 분야의 사업을 추진하고자 하는 예비창업자에게 제공해야하는 입주공간과 사무기기 등 하드웨어적 측면과 경영기법과 자금유치, 시장개척 등 소프트웨어적 지원을 체계적으로 제시하였다. 본 연구를 통해 중소기업청 차원에서의 인문학분야 창업보육센터 설립의 필요성을 적시하였고, 문화관광부에서 추진하는 문화산업창업보육센터 내에 인문학창업보육실을 운영해야 하는 정책적 필요성을 제안하고 있다. 본 연구에서 제시한 정책제안의 결과로 인문학 분야 관련 정부 연구기관이나 민간 단체 및 전문기관이 인문학창업보육센터를 설립·운영하여 인문학분야의 고용창출과, 인문학의 학문적 발전, 그리고 지역의 경제 활성화를 도모하는 계기가 되기를 기대한다.

Abstract This study develops a model for establishing and operating "Arts and Humanities Business Incubators (AHBI)" to improve the productivity in the field of arts and humanities, the major resource of the knowledge-based society. The AHBI is a center that provides general assistance to those who want to start a new business in the area of arts and humanities and continue to provide managerial consultation to those who graduated from the AHBI. This research provides systematically how to provide the hardwares such as office space computers and furniture, and how to supply the softwares such as management skills, financing, and marketing. This research indicates that the Ministry of Small and Medium-sized Industry should develop AHBIs, and suggests that the Ministry of Culture and Tourism establish AHBIs in its Cultural Industry Incubation Centers. This research expects that government research institutes or professional institutes operate AHBI to create job opportunities for arts and humanities majors, to add the academic value of arts and humanities, and to vitalize the local economy.

Key Words : 인문학 창업, 인문학창업보육센터, 인문학의 실용화, 인문학의 사업화

1. 서 론

1.1 연구의 목적 및 필요성

본 연구의 목적은 인문학 분야의 생산성을 높이기 위한 가치창출과 이를 통한 인문학 전공자의 고용증대에 있다. 이 목적을 달성하기 위하여 본 연구에서는 인문학 분야 전공자를 위한 창업보육센터를 설립하고 운영하는 새로운 모델을 개발하는 것에 목표를 두고 있다.

*순천향대학교 사회과학대학 행정학전공

**중앙대학교 인문대학 역사학과

***순천향대학교 인문과학대학 국제문화전공

인문학 창업보육센터 모델을 정립하기 위해 본 연구는 두 가지 세부 연구목표를 두고 있다. 첫 번째는 (어)문학, 사학, 철학 등 인문학 분야에서 추진하는 사업의 현황을 분석하고 관련 분야의 전문지식을 활용하여 창업프로그램을 개발하는 것이다. 두 번째는 창업보육사업의 정책 및 운영현황을 분석하여 인문학 창업보육센터 설립의 이론적 근거와 당위성을 제시함으로써 정부의 지원으로 인문학 창업보육센터의 설립을 추진하도록 하는데 있다.

지금까지 인문학 분야 전공자들에 의한 정보화혁명 시대에 걸맞은 기회를 창출하기 위해 많은 노력이 있

었던 것이 사실이다. 특히 콘텐츠를 중심으로 이를 디지털화 내지는 사이버 문화화 하려는 시도가 진행되었다. 그러나 인문학을 부가가치화 하는 데는 약간의 어려움을 겪고 있는 것이 오늘의 현실이다. 이러한 인문학의 부가가치화 시도가 노력만큼의 결실을 맺지 못한 이유는 결과물을 통한 사업화에 어려움을 겪었기 때문이다.

중소기업청이 주도적인 역할을 하면서 정부는 지난 4년간 자원의 부가가치화를 위한 사업으로 창업보육사업을 적극 추진할 결과 현재 전국적으로 300여 개의 창업보육센터를 활발하게 운영하고 있다. 이들 창업보육센터는 공학, 의학, 자연과학 및 일부 사회과학 분야가 주종을 이루고 있으나 인문학 분야의 창업보육센터는 상대적으로 부족한 상태이다. 인문학 분야의 정부지원이 그 동안 미흡했던 것은 주지의 사실이나 창업보육사업에 대한 인문학 전문가들의 관심이 부족했다는 것도 사실이다.

문화관광부에서는 2001년 8월에 문화콘텐츠를 개발하고 육성하는 등 문화산업분야의 종합적인 지원체제를 구축하기 위해 기존의 문화산업지원센터를 확대 개편하여 한국문화콘텐츠진흥원을 설립한바 있다. 한국문화콘텐츠진흥원은 문화산업분야의 창업보육, 산업정보제공, 해외수출지원 등 종합지원 기능을 수행하면서 공학분야 중심의 창업보육사업에 일대 전환을 가져왔다. 현재는 대전, 춘천, 대구, 전주, 부천 등지에 문화관련 산업의 창업보육센터 지원계획을 수립하였거나 사업추진을 시작하고 있는 단계이다. 그러나 이들 문화관련 창업보육센터는 대부분이 영화, 방송, 애니메이션, 음악 등 대규모 문화산업에 초점을 맞추고 있어 인문학전공자들이 접근하는 데는 한계가 있다.

21세기 지식산업사회는 문화를 중심으로 한 인문학분야가 주요한 자원으로 활용될 것이다. 지금까지 인문학 자원을 가공하고 생산하는 가치창출 작업에 어려움이 있어 왔지만 이제는 이를 타개하기 위한 인문학 전

문가들의 대안제시와 정부차원의 구체적인 정책이 수립되고 집행되어야 할 때이다. 그 구체적인 정책 대안 중 하나로 인문학 분야 창업보육센터의 설립과 운영을 제시해야 할 시점이다. 이는 대규모의 문화산업과는 차별화 되는 문학, 사학, 철학 분야의 인문학 분야 전공자를 위한 창업보육센터의 설립과 운영을 의미하며 인문학적 자산을 부가가치화 하여 성공적인 사업으로 이끌어 내는 산실역할을 할 수 있도록 정부의 지원정책이 있어야 할 것이다.

1.2 인문학 전공자들의 진로 현황

인문학 분야에서 전통적인 학문분야는 어문학, 사학, 철학 등의 분야로서 흔히 문사철(文史哲)로 불린다. 이들 학과 출신의 졸업생들은 최근 경제위기 극복 이후 약간의 진전은 있었으나 취업을 하는데 상당히 어려운 실정이다. 이들의 취업률은 Table 1에서 보듯이 타 단과대학 출신자들 보다 낮은 상태이고 특히, 전공분야 취업율은 Table 2에서 제시하듯이 현저하게 낮은 상태이다.

인문학 분야의 졸업생들은 전통적으로 교육계, 연구계, 언론계 및 예술계 분야에 취업하여 두각을 나타내고 있으나 인문학을 자원으로 한 사업화 경향은 대체적으로 저조한 편이다. 그러나 최근에 인문학전공자들이 전통적인 취업에 국한하지 않고 다양한 분야에서 취업을 하거나 사업화 하려는 시도가 있는데 문화사업분야가 가장 두드러진 분야이다. 이들 인문학 분야의 졸업자 중 창업을 시도하는 직종은 아래의 Table 3과 같다.

1.3 인문학 분야의 창업 가능 분야

문학, 사학, 철학 등 인문학 분야에서 창업을 집중적으로 지원할 수 있는 분야는 문화산업 중에서도 자본이 적게 들고, 신 개척 분야이며, 인문학 고유의 자원을 극대화 할 수 있는 것이어야 한다. 물론 여기에는 사업적인 수익성이 높아야 하며 사업의 지속성이 보장되어야

Table 1. 대학 졸업자 계열별 취업률* 최근 추이

(단위 : %)

연도	계열	인문계	사회계	자연계	의약계	예체계	사범계	계
1998		45.4	46.9	50.3	84.8	52.4	53.2	50.5
1999		47.2	49.6	50.8	80.5	54.1	48.0	51.3
2000		51.1	54.1	55.6	86.2	58.6	54.4	56.0
2001		52.0	54.1	57.0	83.1	59.2	52.3	56.7
2001		57.6	57.9	59.4	90.1	64.5	61.0	60.7

* 취업률 = 취업자수 / (졸업자수 - (진학자수 + 입대자 수)) × 100

자료 : 교육인적자원부 · 한국교육개발원. (각 연도), 교육통계연보.

Table 2. 대학 졸업자 전공 관련 취업률* 최근 추이

(단위 : %)

연도	계열	인문계	사회계	자연계	의약계	예체계	사범계	계
1998		40.8	58.8	68.6	96.1	81.1	73.8	65.8
1999		43.0	59.4	64.6	92.8	79.0	68.7	63.6
2000		43.4	59.2	69.6	96.9	80.5	75.5	66.5
2001		43.7	59.1	70.7	96.5	83.5	75.4	67.3
2001		43.8	58.2	68.0	97.3	81.4	80.8	66.1

* 취업률 = 취업자수 / {졸업자수 - (진학자수 + 입대자 수)} × 100

자료 : 교육인적자원부 · 한국교육개발원. (각 연도). 교육통계연보.

Table 3. 창업 가능한 인문학 전공자의 직종

계열	분야	직종
(어) 문학	연구계	학예관, 연구소 연구원 등
	예술계	시인, 소설가, 비평가, 구성작가 등
사학	연구계	문화재 연구소, 박물관 등 종사자
	예술계	미술관, 문화관, 민속관 등 종사자
철학	연구계	철학자, 미래학자 등
	예술계	비평가 등
공통	교육계	학원종사자, 강사 등
	경영 사무계	통역가, 관광가이드, 이벤트 사업, 문화센터 직원 등
	언론 방송계	신문-잡지 출판 관련자, 광고업무 종사자, 방송작가 등

한다. 이러한 점들을 고려하여 본 연구에서는 크게 네 분야로 나누어 인문학 창업의 개발 가능 분야로 선정하였다.

먼저 ‘문화유산 길라잡이’ 분야로 한국의 문화유산을 바탕으로 관광 및 문화 상품과 이벤트를 개발하는 것이다. 문화관광은 체험을 중심으로 차별화하고 문화상품은 판매가 가능하도록 실제적인 생산과 연결하는 것이다. 문화 이벤트 분야 역시 한국적 문화를 보편적 시각에서 접근해 충분한 홍보로 외국의 관광객은 물론 내국인의 참여를 극대화하는 것이다.

두 번째로 ‘국제문화’ 관련 사업을 들 수 있다. 우리 문화를 번역해 외국에 판매하는 사업은 물론 외국 문화를 우리말로 번역해 소개하는 상품을 개발 판매하는 것이다. 이런 콘텐츠는 이미 많은 진전을 보고 있기에 이를 세계시장과 정부 관련부처에 판매하는 길을 도모할 수 있다. 특히 정부 및 단체의 홈페이지 번역작업은 앞으로 상당기간 시장을 형성할 것으로 예측된다.

세 번째로 인문학 전공자를 중심으로 e-출판 사업을 진행해 방대한 자료를 국내 대학은 물론 외국 대학의 도서관 및 연구소에 제공하고 수수료를 받는 사업이다. 동시에 사진이나 영상자료를 다양한 교과과정과 연계시켜 대학은 물론 교수와 교사들에게 판매하는 것도 수익성 높은 사업으로 볼 수 있다. 특히 한국문화의 영상자료를 번역과 함께 외국의 교육기관에 판매하는 것도 가능한 사업으로 볼 수 있다.

다양한 채널이 공중과 시장에서 방송사의 콘텐츠 빈곤이 예견되고 있다. 외국의 TV 프로그램이나 다양한 다큐멘터리 프로그램을 번역해 각 방송사를 상대로 판매하거나 인문학 관련 분야 프로그램을 제작해 판매하는 것도 장래가 촉망되는 업종이라 할 수 있다. 이외에도 21세기 지식산업사회에서 요구하는 인문학분야의 신규사업은 다양할 것이다.

이상에서 언급한 분야의 사업은 언어 및 문학 전공자는 물론 사학, 철학, 국제문화 등 문화 관련 분야 전공자들이 창업하기에 적합하며 이들 사업의 성공은 인문학 전공자들의 고용을 확대시킬 수 있다. 이런 벤처의 색채가 강한 사업을 개인적으로 시작하기에는 많은 위험부담이 따른다. 이런 위험부담을 최소화하고 틈새시장을 공략해 성공적 사업으로 발전시킬 수 있는 보호막을 창업보육센터가 제공해 줄 것이다. 특히 이들 사업과 관련한 첨단 기술과의 접목은 인문학 창업보육센터의 중요한 역할이 될 것이다.

2. 인문학창업보육센터의 특성 및 입지

2.1 기존의 창업보육사업 기능과 운영현황

창업보육센터는 새로운 아이디어로 창업을 희망하는 예비창업자에게 창업에 필요한 기술과 경영을 지원하고 지속적인 교육과 정보를 제공함으로써 성공적인 창업을 할 수 있도록 체계적인 지원 시설과 프로그램을 갖춘 기관을 말한다. 우리나라에 창업보육센터가 도입된 것

Table 4. 인문학 분야의 소규모 창업의 예시

사업분야	사업명	예시
문화관광개발	문화유산길라잡이 양성	전문가 양성학원
	문화유산답사 운영	답사전문 여행사
	교육용문화관광개발	지역별문화여행 주제별문화여행, 수학여행, 인터넷문화여행
	체험용문화관광개발	전통고기잡이, 전통음식, 천연염색, 오지체험, 전통농사체험, 전통예절체험, 전통무예체험, 전통 탈놀이, 전통음악-무속-유기 등
문화상품	전통문화상품개발	전통회화 및 서적
	비문탁본 판매	컴퓨터 비문탁본
	불상재현판매	불상제작
	전통음식 브랜드화	지역음식, 궁중음식
	지역축제 전문이벤트	자연유산축제, 영화축제, 미술축제, 음악축제, 역사축제
문화이벤트개발	교육용 문화이벤트	문화마을, 박물관, 미술관
	전시용 이벤트	수문장 교대식, 가례식
	방송용 이벤트	역사드라마, 다큐멘터리, 애니메이션, 인터넷방송
번역사업	한국문화 번역	한국문화자료제공, 한국문화 방문 체험
	한국사 번역	한국사 외국어 도서 제작, 초중고교 교과서 제작
	한국학 문화 번역	한국관련 정치, 경제, 사회, 문학, 철학 번역, 성리학 등 전통사상 번역
	대중문화 번역	한국퍼포먼스, 연극연화, 대중음악, 음식문화
	기타 번역사업	인터넷 번역, 공공안내표지판(문화재, 도로표지 등) 번역
디지털콘텐츠	외국문화 영상자료	서양 문화사, 지리 영상교육자료 동양 문화사, 지리 영상교육자료 제3세계 문화 영상교육자료
	한국문화 영상자료	한국사, 지리, 사회 문화, 영상교육자료
	e-book 출판 사업	대학교과서, 초중고 교과서, 전문서적, 전문학술논문집, 문헌단행본, 유아교재

은 1991년 산업기술연구원이 처음이었으며 중소기업진흥공단이 운영한 1993년 안산창업보육센터와 1994년 한국과학기술원(KAIST)이 기술창업보육센터를 운영하면서 본격적으로 추진되었다.

이후 1997년 경제위기 체제하에서 중소기업청은 적극적인 창업보육사업을 전개하여 우리나라의 창업보육사업은 확산단계를 지나, 보육기업이 배출됨으로서 본 궤도에 진입하는 상태에 있다. 현재 운영중인 창업보육센터는 272개소이며 여기에 3,626개의 기업이 입주하여 사업을 펼치고 있다. 현재의 보육시설 수용 규모에 91.2%에 달하는 입주율을 기록하고 있으며 이곳에 종사하는 고용인원만도 20,700여명에 이른다. 창업보육센터에 입주한 기업의 매출액은 해마다 증가 추세에 있으며 현재 50억원 이상의 매출을 기록하는 창업보육센터가 25개에 달하고 있다(중소기업청 벤처기업국 2002, 8).

우리 나라의 창업보육사업은 미국 NASA의 기술이 전사업을 벤치마킹한 것으로 신기술개발단계에서 상업화에 이르기까지 예비창업자 및 창업초기단계 기업에게 시제품제작 등 3단계에 걸쳐 지원하는 시스템으로서 기술개발지원의 성격이 강하다. 따라서 창업보육사업은 주로 공과대학과 자연과학대학이 참여하는 사업으로 인식되어 왔다.

중소기업청에서 추진한 창업보육사업의 주요 분야는 정보처리 및 컴퓨터관련사업, 바이오 환경사업, 기계장비제조업, 디자인사업, 전자부품 등 제조업, 의료기기제조업 등이다. 1999년 하반기에는 인터넷창업보육사업이 시작되어 일부 인문학분야의 참여가 열려졌으나 대부분의 운영주체와 방향이 인터넷 기술을 중심으로 한 컴퓨터관련 공과대학의 사업으로 자리 잡고 있다. 또한 2001년도에는 산업자원부에서 주관하는 트레이드 인큐

Table 5. 중소기업청 지정 창업보육센터 운영현황 (2002)

운영 주체	현황		입주기업수
	지정	운영	
대학	243	229	3,026
연구소	18	16	235
지자체	12	8	159
기타	20	19	206
계	293	272*	3,626

주: * 19개 센터는 현재 중소기업청으로부터 지정을 받아 시설준비 중임

베이터(Trade Incubator) 사업이 시작되어 전국의 9개 대학의 무역학 관련 학과 학생들이 무역창업을 할 수 있도록 하였다. 산업자원부에서는 트레이드 인큐베이터 사업을 보다 많은 대학에 확대할 계획을 수립하였고 사회과학분야의 모든 학과 학생들이 참여하도록 유도하고 있다.

이에 비해 인문학 분야의 창업보육사업은 문화관련 창업보육사업 일부를 제외하고 충분히 추진되지 못하고 있는 실정이다. 한국문화콘텐츠진흥원에서 추진하는 문화산업창업보육센터 사업은 부산, 광주, 대전에 이어 2002년도에 대구, 춘천, 부천, 청주, 전주 등 5개 지방자치단체에 지방문화산업지원센터를 지원하기로 결정함으로써 총 8개 지역에 문화관련 창업보육센터가 설립 중에 있다. 이 사업은 1개소에 20억 원씩의 국비보조와 나머지는 지방자치단체의 지원에 의해 충당될 것으로 알려져 있다. 그러나 이 분야의 창업보육사업은 대부분 창업자금이 많이 소요되는 대규모 사업이 중심이 되고 인문학분야의 소규모 사업을 자산으로 사업화 하는데 필요한 정부차원의 지원은 매우 한정되어 있다. 다만 오락문화서비스업이 특화분야로 선정되어 운영되는 청주창업보육센터와 동아방송대학의 창업보육센터가 인문학 분야의 창업보육이라고 볼 수 있다.

2.2 인문학 창업보육센터의 특성

인문학 창업보육센터는 인문학 분야에서 사업할 목적으로 창업아이템을 개발하는 예비기업가에게 창업에서부터 성공에 이르기까지 인문학분야의 전문적인 기술과 정보를 제공하는 보육기관이다. 인문학창업보육센터는 보육공간으로서 필요한 기자재와 사무기기 등을 갖추어야 하며 예비창업자에게 필요한 교육 및 컨설팅을 제공하기 위한 인적자원과 사업지원 프로그램이 있어야 한다.

현재 인문학 분야에서 창업하는 개인이나 업체는 대체적으로 체계적인 지원을 받지 못하고 있다. 공학분야

및 자연과학분야의 창업보육센터에 입주하여 사업을 준비하고 있는 인문학분야의 예비창업자들은 기술 분야에 치중한 보육센터 특성상 인문학 분야의 전문성 있는 보육을 받지 못하고 있는 실정이다. 창업에 있어서 기술적인 분야도 중요하지만 내용적인 측면이 더욱 큰 성패 요인으로 작용하기도 한다. 특히 인문학 분야는 기술적인 분야보다는 내용적인 특성에 의해 사업의 결과를 좌우하는 만큼 이 분야의 전문적이고 체계적인 창업보육 사업이 필요하다.

인문학 창업보육센터는 설립과 운영분야에서 신중하게 고려되어야 할 사항이 많다. 기존의 창업보육센터와는 차별화 된 인문학 분야의 전문적인 창업보육센터가 되어야하고 현재 실패사례가 많은 기존의 창업보육센터에서 나타난 문제점들을 거울삼아 개선해야 할 사항들이 많기 때문이다. 창업보육센터의 설립과 연계하여 고려해야 할 사항은 창업보육센터의 입지를 어디에 해야 할 것인가 부터 시작해 창업보육센터의 공간적 구성과 시설, 그리고 주요장비구축 및 인력수요에 관한 사항이다. 창업보육사업의 운영과 관련해 고려해야 할 사항은 입주자의 수요를 어떻게 창출하고 이들을 입주시켜 어떠한 교육과 컨설팅을 제공하고 성공적인 보육졸업 업체에게 어떠한 후속지원을 제공해야 할 것인가까지 포함되어야 한다.

문화관광부에서 추진하는 문화콘텐츠 개발 및 육성 사업은 인문학창업보육센터에서 벤치마킹하기에 가장 근접한 기관이다. 특히 한국문화콘텐츠진흥원에서 담당하는 문화산업분야의 창업보육, 산업정보제공, 해외수출지원 등 종합지원 기능 중 소규모 분야의 창업은 인문학창업보육센터에서 수행해야 할 핵심 분야이기 때문이다. 그러나 인문학창업보육센터에서는 대규모 제작을 중심으로 하는 창업이나 응용기술개발 및 관련 산업의 육성을 위한 사업은 부적절하며 대신에 문화콘텐츠 기획·개발·유통분야의 창업에 초점을 맞추어야 한다.

2.3 인문학 창업보육센터의 입지

기존의 창업보육센터는 전국적으로 균형적인 분포를 보이고 있으나 이는 정부차원에서 시·도별로 창업보육센터를 선정했기 때문이다. 특히 대학차원에서 추진한 창업보육센터가 전체 293개중에서 243개를 차지하여 83%에 이르기 때문에 대학의 의지와 역량에 따라 기존의 창업보육센터가 분포되었다. 기존의 창업보육센터가 대학 중심으로 설립된 배경은 창업보육사업이 대부분 공학분야에서 이루어졌고 이를 위해서는 대학에서 보유한 고가의 실험장비와 공학분야 교수와 연구원들의 기술적 지원이 필수적 때문이었다.

대학이외의 창업보육사업의 파트너는 산업체이다. 정

부에서는 이러한 점을 고려하여 대학과 산업체 여건을 갖춘 지역에 창업보육사업을 중점적으로 추진하였고 그 결과 산학협동형 창업보육사업의 특징을 갖추게 되었다. Table 6에서 보듯이 경기, 대전·충남, 서울, 대구·경북 지역은 대학과 산업체의 분포에 매우 긴밀한 연관이 있는 지역이다.

인문학창업보육센터의 입지도 기존의 창업보육센터에서 시사하는 대학과 산업체의 유기성이 필수적이다. 그러나 기존의 창업보육센터와는 달리 인문학 창업보육센터는 단순히 대학의 장비와 시설을 이용하고 기술 중심의 보육사업이 아니라는 것이다. 또한 기존의 창업보육센터가 제조업 중심의 산업체와 연계한 사업을 펼치는 반면 인문학창업보육센터와 연계된 문화산업은 제조업이 아닌 서비스업과 관련이 깊다. 이러한 점에서 기존의 창업보육센터 입지와는 다른 시각에서 접근되어야 할 것이다.

인문학 분야의 대표적인 사업인 문화관련 사업의 수요와 공급은 대부분 대도시지역에서 이루어진다. 또한 문화사업이야말로 인적 네트워크와 내용상의 네트워크가 그 어느 분야보다도 소중한 자원으로 인식되기 때문에 대학중심의 창업보육사업과는 구별이 되어져야 한다. 따라서 인문학창업보육센터는 문화활동이 활발하고 인문학 관련 소비시장과 인적자원이 풍부한 대도시의 문화공간 밀집지역에 설립되는 것이 타당하다. 즉, 창업에 필요한 유관 사업자와의 네트워크 구축 및 연계성, 인문학 출신의 문화산업 관련 종사자들의 풍부한 인적 자원, 그리고 지속적인 문화관련 상품에 대한 수요측면이 인문학관련 창업보육센터 설립의 입지여건이 된다. 아래의 Table 7은 우리나라의 문화산업 사업체 현황이다.

Table 7에서 밝히고 있는 서울지역의 문화관련 사업체 비율은 무려 83.9%에 이른다. 문화관련 산업에 종사하는 종업원수 중 서울의 비율이 86.1%이며 매출액 규모로는 전국의 91.6%를 차지함으로써 절대적인 집중도를 차지하고 있다. 한편, 일부 광역도시 및 경기도를 제외한 비광역시 지역의 문화관련 산업의 매출액은 전국 대비 1%에도 미치지 못하고 있다. 따라서 인문학창업보육센터는 서울에 입지하는 것을 우선적으로 고려해야 할 것이다.

Table 6. 중소기업청 지정 지역별 창업보육센터 현황

지역	서울	부산 울산	대구 경북	광주 전남	대전 충남	경기	인천	강원	충북	전북	경남	제주	합계
개수	37	26	35	27	39	47	7	19	16	16	20	4	293
%	12.6	8.9	11.9	9.2	13.3	16.0	2.4	6.5	5.5	5.5	6.8	1.4	100

Table 7. 지역별 문화관련 사업체 현황

지역	사업체수	종사자수	매출액(백만원)
서울	1,133 (83.9%)	25,393 (86.1%)	1,928,375 (91.6%)
부산울산	27 (2.0%)	348 (1.2%)	8,279 (0.4%)
대구경북	22 (1.6%)	227 (0.8%)	5,004 (0.2%)
광주전남	15 (1.1%)	110 (0.3%)	3,056 (0.1%)
대전충남	15 (0.9%)	198 (0.6%)	9,247 (0.5%)
경기	98 (7.3%)	2,578 (8.7%)	133,629 (6.3%)
인천	16 (1.2%)	382 (1.3%)	7,744 (0.4%)
강원	6 (0.4%)	82 (0.3%)	7,595 (0.4%)
충북	5 (0.4%)	66 (0.2%)	828 (0.04%)
전북	4 (0.3%)	28 (0.1%)	300 (0.01%)
경남	8 (0.6%)	95 (0.3%)	1986 (0.1%)
제주	1 (0.07%)	4 (0.01%)	-
합계	1,350 (100%)	29,511 (100%)	2,105,943 (100%)

주: () 안 %는 전국대비 백분율
자료: 한국문화정책개발원, 2002

3. 인문학 창업보육센터의 설립 및 운영

3.1 인문학 창업보육센터의 설립

인문학 창업보육센터는 3가지 방법에 의해 설립될 수 있다. 첫 번째 방법은 현재 문화관광부에서 추진하고 있는 문화산업창업보육센터내에 소규모의 인문학창업보육실을 운영하는 것이다. 문화관광부 소속의 한국문화콘텐츠진흥원이 주체가 되어 추진하고 있는 8개의 문화산업창업보육센터는 부산, 광주, 대전, 대구, 춘천, 부천, 청주, 전주로서 대도시이거나 문화관련 인프라가 구축된 중규모 도시이다.

기존의 문화창업보육센터에 부속하여 설치함으로써 초기 설치비용이 적게 들고 행정적, 경영적 창업지원을 공동으로 받을 수 있어 창업보육센터 운영비 절감에도 유리하다. 그뿐만 아니라 같은 공간에 입주해 있는 대규모의 문화산업 업체와 소규모의 인문학 분야 업체는 상호보완적인 네트워크를 형성하여 상승효과를 거둘 수 있을 것이다.

인문학창업보육실을 설립하기 위해서는 한국문화콘텐츠진흥원의 이해와 지원이 우선적으로 필요하다. 이를 위해 한국 인문학연구소 협의회나 인문사회연구회와 같은 기관에서 사업계획서를 작성하여 한국문화콘텐츠진흥원을 접촉하고 문화관광부의 협조를 이끌어 내야 할 것이다.

인문학창업보육센터는 소규모로 운영되는 창업보육센터로서 단독으로 운영하는 방안 또한 검토되어야 한다. 이는 대도시에 집중되어 있는 특성화된 문화사업 분야에서 창업하고자 하는 예비창업자를 목표로 추진되어야 하는 것이다. 한국문화콘텐츠진흥원에서 추진하는 문화산업창업보육센터는 지역적 안배를 고려한 8개 지역으로 나뉘어져 있으며 여기에 서울은 제외되었다. 우선적으로 서울지역에 인문학창업보육센터를 설립하고 이후 사업의 성과를 보아가면서 다른 대도시로 입지를 확대할 수 있어야 한다.

서울시의 관련 부서인 문화관광국 문화과와에서는 문화예술진흥계획 차원에서 직접 사업하기 위한 타당성 조사에 착수해야 한다. 서울시는 대학로 또는 인사동 등과 같은 문화수요와 인프라가 잘 구축된 지역에 건물 신축하거나 임대건물을 활용하는 방법을 우선적으로 고려할 수 있을 것이다. 그러나 초기 사업투자비에 부담이 될 경우에는 기존의 서울시에서 지원하는 창업보육센터에 병설하여 인문학분야의 창업보육사업을 우선적으로 실시할 수 있을 것이다.

세 번째 방법으로는 대학내에 인문학창업보육센터를 설치하는 것이다. 인문학 창업보육센터를 대학에 설치하는 것은 앞선 두 가지 방법보다 어려운 작업이 될 것이다. 왜냐하면 대학내의 자원으로 교육이외의 사업을 적극적으로 추진하는 데는 제약이 있을 것이기 때문이다. 공과대학 중심으로 운영되고 있는 중소기업청 지원의 창업보육센터는 공과대학의 특성상 산학협동의 경험이 풍부하게 축적되었기 때문에 가능했으나 (어)문학, 역사, 철학 분야에서는 그에 비해 경험이 축적되어 있지 못하다. 이러한 점을 타개하기 위해 인문사회연구회에서는 인문학분야의 창업을 유도할 수 있는 교육과정 개발을 유도하고 구체적인 후속연구를 실시해야 할 것이다.

대학내에서의 인문학창업보육센터 운영을 위해 학과 차원에서 업체를 설립하고 업체의 운영을 학과차원에서 추진하는 것도 하나의 방법이 될 수 있을 것이다. 예를 들어 본 연구에서 제시한 문화유산답사 전문 업체를 사학과에서 운영하면서 학생들의 답사 가이드 활동에 따라 학점도 부여하고 그에 따라 보수도 지급하는 “산학일체형” 교육을 시도할 수 있을 것이다. 이때 담당 교수는 사전교육을 통해 답사와 관련된 전문지식을 전달하고 시험이 아닌 답사 결과에 따른 학점 인정과 보수지

급을 결정할 수 있다. 마찬가지로 사례로 외국어 관련 학과에서 한국문학번역사업에 창업하여 학생들의 교육과 취업을 제공할 수 있을 것이다.

대학에 인문학창업보육센터를 설립할 경우 대학에서는 공간을 제공하고 문화관광부, 중소기업청 및 해당 지역의 지방자치단체로부터 시설지원 및 운영지원을 받을 수 있도록 해야 한다. 이때 대학 구성원뿐만 아니라 일반인들이 활발하게 대학내의 인문학창업보육센터에 입주할 수 있도록 유도해야 하며, 일반인들에게도 똑같이 학교의 전체시설물을 사용할 수 있게 하고 관련 분야의 강의를 시간제 학생으로 수강하거나 담당교수의 개별적인 지도를 받을 수 있도록 해야 한다.

3.2 인문학 창업보육센터의 운영

본 연구에서는 센터의 시설 구축 및 인력 배치 등과 같은 내용은 기존의 센터에서 벤치마킹하고 인문학창업보육사업에 적합한 내용으로 접목할 것을 제안한다. 대신에 아래의 Table 8과 같은 시설 구축과 Table 9와 같은 인력 배치는 인문학창업보육센터를 위해 필수적인 사항이라서 제시하고자 한다.

인문학 창업보육센터를 설립하는 과정에서 예비 수요자에 대한 조사를 실시하여 입주자를 발굴하고 이들이 어떠한 분야에 창업을 선호하고 필요로 하는 지원이 무엇인지를 파악해야 한다. 이를 위해 전국의 (어)문학, 사학, 철학, 지역학 계열의 학과를 선정하여 설문조사를 실시할 필요가 있다. 아래의 Table 10에 제시된 학과의 학부 4학년 학생들과 대학원생들, 그리고 졸업생들에게 우편설문을 실시하여 예비창업자의 수요를 예측하고 그들의 요구를 수렴해야 한다.

학생들이 창업하는 경우에는 사업화에 이르기까지 많은 어려움이 있을 것이다. 그러나 그들이 인문학 분야의 창업에 대해 관심을 갖고 업체에서 시간제 근무를 하면서 창업의 실무를 익히는 것은 매우 소중한 경험이 될 것이다. 따라서 대학 교수나 연구원 또는 졸업생들이 창업을 하고 그 업체에 재학생들이 참여하는 형태를 취하는 것이 바람직할 것이다. 또는 학생 1인이 창업하는 것보다는 동아리 차원에서 창업관련 활동을 하는 그룹의 학생들이 함께 역할 분담을 하면서 창업을 할 경우 시작단계에 진입하기에 유리할 것이다. 그러나 학생 창업은 지도교수를 비롯한 전문가의 지원이 절대적으로 필요하다.

인문학창업보육센터의 실질적인 예비 수요자는 인문학 분야 출신들이 종사하고 있는 현업종사자들이다. 이들 현업종사자들은 업무상의 경험과 실생활을 통해서 새로운 직종의 필요성에 대해서 스스로 터득하거나 새로운 시장을 간파하고 있을 수 있다. 이들에게 창업을

Table 8. 인문학창업보육센터 시설 구축 예시

공간	평수	용도	배치시설
보육실	200	1업체 당 10평×20업체	책걸상, 캐비닛 등 사무기
행정지원실	10	행정지원, 소장업무 등	복사기 팩스기 등 사무기
전산실	5	전산서버 기기 배치	웹, 메일서버 등 전산기
회의실	10	회의 및 전문가 상담	회의탁자, 의자, 발표 장비
휴게실	10	간이식당 및 휴식	정수기, 자판기 등
화장실	20	남녀 각 10평	화장실 시설
샤워실	20	남녀 각 10평	샤워실 시설
총계	275		

Table 9. 인문학창업보육센터 인력배치 예시

직 위	인 원	기 능	자 격	비 고
소장	1	사업총괄	조교수 또는 전문분야 경력 5년 이상	상근
경영지원담당	1	행정 경영 지원	경영지도사	상근
전산지원담당	1	전산 지원	웹관리사	상근
자문위원	8	어학, 문학, 사학, 철학, 관광, 콘텐츠 개발, 전산 분야 자문	조교수 또는 전문분야 경력 5년 이상	비상근
실무위원	6	특허, 세무회계, 창업절차, 자금관리, 마케팅 등 경영실무	해당분야 자격증 소지자	비상근

손쉽게 할 수 있도록 공간과 시설을 제공해 준다면 그들이 갖고 있는 잠재력을 발휘할 수 있는 계기가 될 수 있다. 이를 통해 인문분야의 분야의 부가가치를 높이고 시장에서의 인문학 수요를 증대시키는 기회를 만들 수 있을 것이다.

인문학 창업보육센터에 입주할 수 있는 마지막 수요자는 현재 기존의 창업보육센터에 입주해 있는 업체들이다. 기술중심의 창업보육센터에 입주해 있는 인문학 분야의 업체들이 상당수 있을 것으로 예상되고 있다. 이들 중 인문학분야에서 전문적인 보육을 원하는 업체들은 인문학창업보육센터로 이전해올 수 있을 것이다. 이들을 위한 사업설명회와 같은 홍보노력이 필요하다.

입주자 모집을 위한 사업설명회와 각종 홍보를 통해 예비 입주자들의 지원을 받은 다음 이들 중에서 인문학 창업보육센터에 입주하여 성공 가능성이 높은 업체를 선정하는 것은 인문학창업보육센터의 성패를 좌우하는 첫 번째 단추이다. 입주업체 선정은 자문위원과 실무위원의 평가에 의해서 결정되어야 한다.

자문위원은 인문학 창업보육센터에 입주할 예상업체들을 고려하여 어학, 문학, 사학, 철학, 지역학, 관광, 콘텐츠 개발, 전산 분야에서 위촉해야 한다. 실무위원은

입주업체들의 사업성과 창업 가능성을 고려하여 세무사, 회계사, 변리사, 경영지도사 등이 위촉되어야 한다. 이와 같은 전문가들 중에서 창업관련 업무경험이 있는 인사들로 구성되어야함은 물론이다.

이들 전문가들이 고려해야할 평가 기준은 (1) 창업자 평가, (2) 사업성 평가, (3) 기술성 평가이다. 이 중에서 창업자 평가는 인문학 분야의 창업 특성상 타 분야의 창업보다 더욱 중요한 대목이 될 것이다. 창업자로서의 자질 및 업무 추진능력, 창업의 사업적 배경 및 목적, 그리고 창업자로서의 적성 및 책임성을 평가하게 될 것이다.

입주 지원자중에서 합격한자가 최종적으로 인문학창업보육센터에 입주를 완료한 다음에는 본격적인 보육사업에 돌입해야 한다. 이들을 최우선적으로 해야 할 것이 교육지원 프로그램 운영이다. 교육프로그램은 (1) 사업타당성 검토, (2) 사업계획서 작성, (3) 벤처기업 창업절차, (4) 공장 인허가 절차 등이 첫 번째 단계의 주요 교육 내용이 될 것이다.

입주업체들이 초기 교육을 마치고 창업활동에 들어가면 업체별로 필요한 교육수요가 있을 것이다. 이에 따른 업체 교육 프로그램은 업체요구에 따라 유연하게

Table 10. 인문학 창업보육센터 설문 대상 학과

계열	학 과		
어문학	국어국문학과	한문학과	이태리어과
	노어노문학과	네덜란드어과	인도어과
	독어독문학과	미얀마어과	중앙아시아어과
	몽골어(문학)학과	베트남어과	체코어과
	불어불문학과	말레이·인도네시아어과	태국어과
	서어서문학과	아랍어과	터키어과
	영어영문학과	아프리카어과	포르투갈어과
	일어일문학과	유고어과	폴란드어과
	중어중문학과	이란어과	헝가리어과
	문예창작학과		사학과
사 학	고고인류학과	민속학과	
	서양사학과	국제문화학과	
철 학	철학과	미학과	
지역학	독일학과	러시아학과	미국학과
	북미학과	아랍학과	아시아학과
	영미지역학과	유럽학과	일본학과
	중국학과	프랑스학과	한국학과
	히브리학과		

Table 11. 인문학창업보육센터 교육 프로그램 예시

교육 과 목	세 부 교육 내 용
사업타당성 검토	o 계획제품에 대한 시장조사
	o 계획제품에 대한 기술성 검토
	o 계획제품에 대한 수익성 및 경제성 검토
사업계획서 작성	o 사업추진에 대한 일정계획수립
	o 자금조달 및 운영계획수립
	o 조직 및 인력계획수립
	o 사업계획 목적별, 특정분야별 계획수립
벤처 창업 컨설팅	o 벤처기업 창업 절차
	o 벤처기업 자금 및 조세 지원제도
공장설립 인·허가	o 계획업지의 법률·경제적 검토
	o 창업사업승인 계획서 작성
	o 창업사업계획 승인절차

개발해야 하며 컨설팅 프로그램을 적절하게 운영하는 것이 필요하다. 컨설팅은 실무위원들이 담당해야 한다. 실무위원들은 날짜를 정하여 규칙적으로 인문학창업보육센터 행정지원실을 방문하고 업체들의 컨설팅에 응할 수 있도록 한다. 또는 업체들이 개별적인 차원에서 실무위원들을 접촉하고 업무를 처리할 수 있도록 배려해야 한다. 컨설팅은 경영컨설팅과 기술컨설팅으로 나누어 실시할 수 있는데 경영지도사, 회계사, 변리사는 경영컨설팅에 입하고 전선관련 전문가는 기술컨설팅을 담당해야 한다.

기술컨설팅은 인문학창업보육센터에 입주한 모든 업체에게 필요한 것은 아니다. 그러나 인문학분야의 창업을 위해서 정보화를 활용하는 것은 점차 피할 수 없는 추세이다. 이를 위해 인터넷을 비롯한 전산관련 컨설팅을 제공하고 이를 업체들이 적극 활용할 수 있도록 업체들의 요구가 있다면 체계적인 교육까지 수행해야 한다.

컨설팅에는 지원 단계 및 방법에 따라 그 효과가 달라질 수 있다. 인문학창업보육센터에서는 3단계에 걸쳐 컨설팅을 실시하는 한다. 제 1단계는 점검 및 준비기로서 입주업체의 사업분야와 창업자의 자질을 점검하고 사업에 필요한 사항을 준비할 수 있도록 인도해준다. 제 2단계는 교육 및 본격 컨설팅 시기이다. 인문학 창업분야의 다양한 사례를 수집하여 입주업체들에게 그들의 사업 모델과 비교하여 컨설팅을 실시해야 한다. 제 3단계는 입주업체 사업의 재점검에 따른 컨설팅이다. 2 단계를 거쳤는데도 불구하고 사업화가 미진할 경우에는 공정한 입장에서 입주업체의 아이টে을 점검하고 재 컨설팅을 한다. 또한 사업화에 따른 자본유치를 통해 일어나는 재무관리부문을 졸업을 앞둔 입주업체에게 집중적으로 컨설팅 하도록 한다.

입주업체들의 자금지원을 위해서 각 업체별 사업계획서 상에 있는 자금조달 및 운용계획을 심도 있게 검토해야 한다. 이때 업무에 맞는 최적의 자본구조를 검토하고 중소기업 창업자금을 유치하는 각종 지원제도를 소개하여 업체들이 가장 적합하고 가능성 있는 지원 프로그램을 활용하도록 컨설팅 해야 한다.

창업투자회사와 창업투자조합이용 방안에 대해서도 사업별로 가능한 자원을 활용토록 해야 한다. 인문 창업의 특성상 개인 투자자의 알선이 효과적일 수도 있다. 특히 앤젤자금 모집을 위한 동업종인들의 사업설명회를 개최하도록 하고 인문학 창업의 붐을 조성하는데 기여해야 할 것이다. 인문학 창업분야에서 특별한 기술을 담보로 자금을 활용하는 방안을 강구해야 한다. 기술신보, 신용보증 등에서 기술력 있는 창업자들에게 자금을 제공하는 제도를 분석하여 이를 적극 활용토록 해야 한다. 정부정책자금을 인문학 창업에 활용할 수 있는 가능

성을 연구하여 업체들에게 제공해야 한다. 특히 문화관광부에서 추진하고 있는 문화산업진흥기금은 우수한 문화상품개발 및 시설현대화를 위해 문화상품개발과 관련 시설 장비에 투자하는 업체들에게 저리 융자를 제공하고 있다. 또한 문화콘텐츠투자조합을 결성하여 2001말 현재 2,046억원 규모의 펀드결성하고 업체들에게 투자를 지원하고 있다. 이외에도 중소기업청과 정보통신부 등에서도 활발한 중소기업지원제도가 있으므로 이를 활용한 자금지원 컨설팅을 제공해야 한다.

마케팅 및 영업지원은 컨설팅 분야에서 마지막으로 실시하는 사업이다. 인문학 창업은 새로운 분야라기보다는 신수요를 창출하고 틈새시장을 개발하며 다양한 분야의 목적을 통해서 탄생하는 사업이다. 따라서 인문학 분야의 사업은 마케팅의 중요성이 특히 강조되는 사업이라고 인식되어야 한다.

인문학 창업보육센터에서는 입주업체들이 2년 이내에 창업에 성공할 수 있도록 보육하고 이 기간내에 성공하지 못하거나 보육기간 중에도 성공할 가능성이 희박한 경우에는 과감하게 퇴소시킬 수 있는 규정을 마련해야 한다. 이를 위해 입주업체들을 6개월 간격으로 정기적인 사업추진 성과에 대해 평가를 실시해야 한다.

2년 이내에 성공적으로 창업을 이룬 업체에 대해서는 인문학창업보육센터 졸업후 새로운 사업장을 마련하여 실제 사업에 진출해야 한다. 이시기는 마치 어린 아이가 걸음마를 배우고 도로에 나가 걷기 시작하는 시기이다. 따라서 각별한 도움 프로그램이 필요한데 이것이 바로 Post BI(창업보육후 지원사업)이다.

Post BI에는 사무공간을 저렴하게 제공하는 것이 우선적으로 고려되어야 한다. 많은 벤처기업들이 창업 후에 독립적인 사무실을 갖추기 위해 대규모 자금을 투입하고 대신에 운영자금의 어려움을 겪게 된다. 사업을 시작한 업체에게는 무엇보다도 사업운영상의 초기자금이 투자되어 수익의 환수가 이루어 져야 한다. 이러한 점에서 Post BI 공간은 저렴한 형태로 제공되도록 설치하고 대신에 각 업체별로 필요한 장비가 다르기 때문에 창업보육센터에서 제공하는 기자재는 별도로 준비할 필요가 없을 것이다.

저렴한 공간 비용 이외로 Post BI에 필요한 것은 창업성공률을 높일 수 있는 생산관리와 마케팅 지원의 전문화가 이루어져야 한다는 것이다. 이때부터는 질적으로 수준이 높은 인문학 관련 대학원생들을 업무에 투입하여 시간제 근무를 시키고 이를 바탕으로 생산성을 제고시킬 수 있다. 또한 마케팅 지원을 위해 경영학 분야의 전문 교수나 경영지도사, 판매사와 같은 자격을 갖춘 전문가들이 사외이사나 계약제에 의한 업무지원 시스템을 갖추도록 한다.

4. 결론 및 정책 제언

본 연구는 인문학창업보육센터를 설립하고 운영하는 방안에 대한 정책연구로 인문학 분야의 사업을 체계적이고 전문적인 방법으로 개발하고 이를 부가가치화 할 수 있는 창업지원 프로그램을 마련하고자 시도되었다. 지식산업시대의 주요 자산인 인문학의 생산성을 높이고 인문학 분야 산업에서의 고용증대를 제공하는 새로운 모델로서 인문학창업보육센터는 실현 가능한 정책적 대안이 될 수 있다는 결론에 도달하였다. 이를 단계적으로 실행에 옮길 경우 인문학 발전의 새로운 전기가 마련 될 것이다.

인문학창업보육센터는 인문학 관련 전공자가 관련분야에서 새로운 아이디어로 창업을 희망할 경우 이들 예비기업자에게 인문학 분야의 창업에 필요한 기술과 경영을 지원하고 인문학 분야의 지속적인 교육과 정보를 제공함으로써 성공적인 창업을 할 수 있도록 체계적인 지원 시설과 프로그램을 갖춘 기관을 말한다. 인문학창업보육센터는 예비 창업자에게 2년간 각종 지원 프로그램을 제공하면서, 보육기간 중 성공가능성이 희박한 업체는 과감하게 중도에 탈락시키고 성공 가능한 업체는 기술과 경영지원을 적극적으로 제공한다. 성공적으로 졸업한 업체는 시장에서 본격적인 사업을 추진하게 되는데 초창기 Post BI(보육후 과정)기간에는 인문학 창업보육센터에서 각종 컨설팅과 동업종 및 이업종 교류를 통해서 성공적인 사업의 궤도에 이르도록 유도한다.

이러한 일련의 과정을 추진하기 위해 본 연구에서는 대학차원의 역할과 중앙정부 및 지방자치단체 차원의 정책을 분류하여 제안하였다. 대학에서 인문학 분야의 (어)문학, 사학, 철학 등에서 졸업생들이 사업화 할 수 있는 소규모 창업 분야로 문화관광개발, 소규모 문화상품 개발, 문화이벤트 사업, 번역사업, 디지털 콘텐츠 사업 등을 제시하였다. 인문학 분야의 학부 및 대학원의 재학생과 졸업생이 창업하는 데는 초기투자 비용이 많고 위험성이 높은 대규모 창업보다는 소규모 창업이 현실적으로 가능하기 때문이다.

중앙정부차원에서는 우선 문화관광부와 중소기업청이 중심이 되어 기존의 창업보육센터와는 차별화된 인문학분야의 창업보육센터를 설립해야 한다. 문화관련 사업의 수요와 공급은 대부분 대도시지역에서 이루어지며 문화사업은 인적 네트워크와 내용상의 네트워크가 매우 소중한 자원이다. 이러한 차원에서 인문학창업보육센터의 입지는 기존의 한국문화콘텐츠진흥원에서 추진하는 문화산업창업보육센터가 있는 8개 지역과 대한민국 문화인프라 제 1집적지인 서울시의 대학로 또는 인사동 지역과 대학원 과정이 우수하고 산학협동경험이

풍부한 대학에 인문학창업보육센터가 성공할 가능성이 가장 높다.

이상의 입지에서 제시한 서울시와 8개의 지방자치단체에서는 지역의 특성화된 문화산업진흥계획과 연계하여 창업보육센터의 설립과 운영을 지원해야 한다. 이때 대학직원에서는 전문 인력을 투입해 창업보육센터의 운영 요원으로 활용하고 재학생 및 졸업생 그리고 교수와 연구원들이 보유한 아이디어는 창업 아이템으로 전환되도록 유도해야 한다. 이 과정에서 입주업체의 선정과 보육에 따른 교육 및 컨설팅 지원, 그리고 졸업업체의 후속적인 지원까지 추지하는 인문학창업보육센터는 전문 창업보육사업자로 다양한 자원을 활용해야 한다.

본 연구에서 제시하고 있는 인문학창업보육센터의 설립, 인력 및 시설배치, 운영 등에 관한 정책은 문화관광부, 중소기업청, 교육인적자원부에서 1차적으로 검토되어야 할 것이다. 이후 지방자치단체와 대학에서 인문학창업보육사업을 추진하기 위한 재원 마련과 프로그램 개발이 이루어져야 한다. 인문학창업보육센터는 인문학의 가치창출과 인문학 분야의 고용창출에 새로운 전환점이 될 것으로 판단되며 이에 대한 확신을 갖고 인문학관련 연구협회나, 국무총리실 산하 인문사회연구회 같은 기관이 첫 번째 추진체가 될 것을 기대한다.

감사의 글

본 연구의 일부는 2002 인문사회연구회 정책과제의 지원을 받아 이루어졌음.

참고문헌

1. 인문학 관련 자료

- [1] 대학사연구회, 『전환의 시대, 대학은 무엇인가』, 한길사, 2000.
 - [2] 야스퍼스, 『대학의 이념』, 민준기 옮김, 서문당, 1996
 - [3] 이광주, 『대학사: 이념, 제도, 구조』, 민음사, 1997.
 - [4] 전국대학 인문학연구소협의회, 『21세기 대학교육과 인문학의 전망』, 민속원, 1998.
 - [5] 전국대학 인문학연구소협의회, 『인문비평』, 창간호, 월인, 2000.
 - [6] 전국대학 인문학연구소협의회, 『현대사회 인문학의 위기와 전망』, 민속원, 1998.
 - [7] 중앙대학교 인문과학연구소, 『인문학연구』, 제31집 (특집: “아시아, 전환의 세기와 대학개혁”) 2001. 2.
 - [8] 커어, 『대학의 효용』, 이형행 옮김, 학지사, 2000.
 - [9] 한림대 아시아문화연구소, 『아시아의 근대화 와 대학의 역할』, 한림대, 2000.
 - [10] Ellen Messer-Davidow et al.'s (eds.), *Knowledges: Historical and Critical Studies in Disciplinarity* (Charlottesville: University Press of Virginia, 1993)
 - [11] Jos Ortega Y Gasset, *Mission of the University* (New York: W. W. Norton & Company, 1966). tran. by Howard Lee Nostrand.
 - [12] Ron Eyerman et al.'s (eds.), *Intellectuals, Universities, and the State in Western Modern Societies*(Berkeley: University of California Press, 1987).
- #### 2. 창업보육센터 관련 자료
- [1] 나중덕, “한국형 모험기업의 성패요인 분석”, 한국과학기술원 석사학위 논문, 1985.
 - [2] 박경민, 『벤처비즈니스 활성화를 위한 정책방향』, LG경제연구원, 1997.
 - [3] 박삼욱, “한국 대도시지역의 공업입지정책에 관한 연구”, 『국토계획학회지』, 1985, pp. 202-220.
 - [4] 박재룡, “주요 국가 공업단지 경쟁력 비교”, 삼성경제연구소 보고서, 1996.
 - [5] 박희정, 지방산업구조개편방향, 한국지방행정연구원 보고서 94-12, 1995.
 - [6] 백경래, “신생모험기업의 전략유형 및 성과결정요인에 대한 연구”, 한국과학기술원 석사학위논문, 1996.
 - [7] 정희남, 김원희, “기업의 개별공장 입지실태 및 개선방안”, 『국토개발연구원 연구보고서』, 1995.
 - [8] 최상철, “지역고용승수와 창출고용의 지역적 이동성에 관한 연구 - 6개 지방공업단지를 중심으로”, 『노동경제논총』, 1979.
 - [9] Hennart, J. F., “A Transaction Cost Theory of Equity Joint Ventures,” *Strategic Management Journal*, Vol. 9, 1988, pp.361-374.
 - [10] Isard, Walter, *Location and Space Economy*, Cambridge, MA: MIT Press, 1956.
 - [11] Lloyd, P. E. and D. Dicken, *Location in Space*, New York: Harper & Row Publishers, 1972.
 - [12] Moseley, M.J., “The Impact of Growth Centers in Rural Region: An Analysis of Spatial Patterns in Britany”, *Regional Studies*, vol. 7, 1973, pp. 57-75.
 - [13] 문화관광부, 『2001 문화산업백서』, 2001.
 - [14] 산업연구원, 『벤처기업 실태 및 육성전략』, 2000.
 - [15] 전국테크노파크협의회, 『테크노파크 사업보고서』, 1999-2001.
 - [16] 중소기업청 벤처기업국 『창업보육센터의 현황 및 운영전략』, 2002, 8.
 - [17] 한국문화정책개발원, 『문화산업통계』, 2002.