

지역중소기업 수출경쟁력 강화를 위한 산·학·관 협력모델에 관한 사례 연구*

- 경북PRIDE상품 육성사업을 중심으로 -

A Case Study on the Industry-Academy-Government Cooperation to Intensify Export
Competitiveness of Local SMEs
- Focused on Gyeongbuk PRIDE Products -

여택동(Taek-Dong Yeo)

영남대학교 국제통상학부 교수(주저자)

이희용(Hee-young Lee)

영남대학교 무역학과 박사수료(교신저자)

목 차

I. 서 론	IV. 경북PRIDE상품 육성사업 정책의 유효성 검증
II. 이론적 배경	V. 결론 및 정책적 제언
III. 경북PRIDE상품 육성사업 사례를 통한 중소기업 수출경쟁력 강화방안	참고문헌
	Abstract

국문초록

정보통신기술의 급속한 발전, 자유무역협정(Free Trade Agreement)의 심화·확산, 글로벌 아웃소싱의 확대 등으로 요약할 수 있는 중소기업의 경영환경 변화는 산학 협력 또는 산학관 협력의 여러 가지 측면에서 많은 변화를 가져오고 있다. 이러한 새로운 산학관 협력은 기존 연구개발 및 이론 연구 중심의 협력에서 벗어나 지역기업 제품의 실용화 및 상품화를 목표로 실무 능력과 전문성이 강화된 현장 및 실습 중심의 협력 모델로 추진되고 있다. 기존의 산학관 모델과 비교하여 첫째, 기존의 중소기업 지원 시스템은 중앙정부 및 중소기업관련 유관기관 중심의 하향식 중소기업 지원 체제이나 새로운 모델에서는 선택과 집중을 통한 선도 기업군에 대한 실질적인 맞춤형 지원을 통한 성과 확산을 기대할 수 있다. 둘째, 기존의 산업기술 개발, 인력 교육, 교류 위주의 산학관 협력 모델에서 벗어나 글로벌비즈니스 역량 강화와 해외시장 개척활동 지원이라는 다소 새롭고 실질적인 역할 분담 및 성과 측정이 가능한 모델 구축이 가능하다.

본 연구에서는 새로운 산학관 협력 모델인 '경북PRIDE상품 육성사업' 추진 내용을 고찰하고 '경북PRIDE상품 육성사업' 지원 기업을 대상으로 '경북PRIDE상품 육성사업' 효과성을 연구방법론을 통해 측정하고자 한다. 경북PRIDE상품은 수요자 중심의 체계적 전담 지원, 전문화된 지식공유와 연계기능, 차별화된 산학관 협력 사업 추진으로 나타낼 수 있다.

주제어 : 산학관 협력, 지역중소기업, 중소기업지원정책, 경북PRIDE상품

* 이 연구는 2010년도 산학협동재단의(과제번호 210-C-000-264)의 지원으로 수행되었음.

I. 서론

정보통신기술의 급속한 발전, 자유무역협정(Free Trade Agreement)의 심화·확산, 글로벌 아웃소싱의 확대 등으로 요약할 수 있는 중소기업의 경영환경 변화는 산학 협력 또는 산학관 협력의 여러 가지 측면에서 많은 변화를 가져오고 있다. 과거의 산학관 협력이 대학이나 정부기관에서의 인력 양성과 산업기술 개발에 중점을 두었다면, 최근에는 인력과 기술을 활용하여 실제 사업을 수행하는 수요자인 기업 중심의 산학관 협력으로 바뀌고 있다. 지원범위에 있어서도 기존 단발성 프로젝트나 대학의 전공분야 위주의 부분적인 지원에서 벗어나 대학·산업체·지방자치단체 전체를 아우르는 종합적 지원과 총괄적 참여를 유도해나가고 있다. 또한 이러한 새로운 산학관 협력은 기존 연구개발 및 이론 연구 중심의 협력에서 벗어나 지역기업 제품의 실용화 및 상품화를 목표로 실무 능력과 전문성이 강화된 현장 및 실습 중심의 협력 모델로 추진되고 있다.

특히 그간 중앙정부 주도하의 기업지원 체제에서 지방자치단체 중심의 기업지원 체제로 역할 중심이 이동함으로써 지역 경제에서 중요한 역할을 차지하게 되는 산학관 협력은 새로운 전기를 맞이하고 있다. 산학관 협력의 분야도 기존 연구기술 개발, 교육 및 인턴십 프로그램 운영 등에서 벗어나 지역과 협력 모델 구성원들에게 보다 더 적합한 분야로의 확대가 급격하게 진행되고 있다. 지방자치단체 역시 지역경제의 활성화를 위하여 지역 경제와 교육 연구의 중심인 관내 중소기업, 대학과의 협력 모델 구축에 적극적인 행정 및 재정적 지원에 나서고 있다.

중소기업은 그 특성상 대기업이 보유하지 못하는 고유의 경쟁력을 가지고 있을 뿐만 아니라 산업구조 재편이나 경제발전의 최전방에서 기초적인 원동력이 되고 있다. 그러나 중소기업은 자금이나 기술, 경영관리, 마케팅 등과 관련된 노하우(know-how)가 부족하기 때문에 개별 기업의 경제적 영향력과 자립도는 상대적으로 미미하다. 이로 인해, 중소기업들은 독자적인 해외비즈니스 활동을 하는 데 한계를 느끼고 있다. 최근 지역대학은 기존 산업기술 개발 중심의 산학협력 활동을 넘어 비즈니스 지원 차원의 통번역 서비스, 무역현장실무 지원 및 해외비즈니스역량 제고의 영역까지 역할 확대를 추구하고 있다. 지방자치단체 역시 지역 경제와 사회발전의 중심축인 중소기업과 지역대학에 대한 실질적 지원체계 구축을 통해 지역 발전과 정책운영 성과를 이룩하고자 한다.

경상북도는 우리나라 광역지방자치단체로서는 최초로 지역의 최우수 중소기업 제품을 선정하여 수요자인 기업 중심에 최적화된 해외비즈니스 지원시스템을 구축하였다. 새로운 산학관 협력 모델로 구축된 ‘경북PRIDE상품 육성사업’은 기존 중소기업 지원 유관기관인 KOTRA, 중소기업진흥공단, 무역협회와는 별도로 ‘경북PRIDE상품지원센터’라는 별도의 전담

기구를 지역대학 산학협력단 내에 설치하여 글로벌비즈니스 역량 강화 및 해외시장 개척에 특화된 지원사업을 펼치고 있다.

이러한 산학관 모델은 기존 모델과 크게 두 가지의 차별성을 가지고 있다. 첫째, 기존의 중소기업 지원 시스템은 중앙정부 및 중소기업관련 유관기관 중심의 하향식 중소기업 지원 체제이나 새로운 모델에서는 선택과 집중으로 선도 기업군에 대한 실질적인 맞춤형 지원을 통하여 성과 확산을 기대할 수 있다. 둘째, 기존의 산업기술 개발, 인력 교육, 교류 위주의 산학관 협력 모델에서 벗어나 글로벌비즈니스 역량 강화와 해외시장 개척활동 지원이라는 다소 새롭고 실질적인 역할 분담 및 성과 측정이 가능한 모델 구축이 가능하다는 것이다. 이와 같은 새로운 산학관 협력모델이 구축된 결과 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 선정 기업들의 해외비즈니스 경쟁력은 점차 강화되고 있으며, 참여 대학 인력들도 해당 기업체로의 자연스러운 취업이란 선순환 효과도 있었다.

이에 본 연구에서는 새로운 산학관 협력 모델인 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 추진 내용을 고찰하고 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 지원 기업을 대상으로 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 효과성을 연구방법론을 통해 측정하고자 한다. 본 연구의 지역적 범위는 경상북도 우수 수출중소기업 제품인 경북PRIDE상품을 대상으로 하며, 연구 범위는 기존 기술개발, 인터쉽 등의 산학관 분야부터 수출중소기업의 글로벌비즈니스 역량 강화와 해외시장 개척활동 지원 분야를 대상으로 하였다. 직접적 연구대상인 ‘경북PRIDE상품 육성사업’에 대한 전반적인 운영 현황을 고찰하고 이 산학관 모델의 효과성을 측정함으로써 사업 효과 및 보완점을 도출함은 물론, 그에 따른 유사 형태 산학관 모델의 발전 방안을 제시하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 문헌을 통한 이론 연구와 실제 사업 참여 대상 기업 및 수행 기관 그리고 지방자치단체에 대한 심층 인터뷰 등을 통한 사례연구를 실시하였다.

II. 이론적 배경

1. 산학 협력과 산학관 협력

1) 산학 협력의 개요

산학협력이란 연구 및 기술개발 또는 인력양성과 같은 다양한 사업을 추진하는 과정에서 기업체, 대학, 연구소, 정부(지방자치단체) 등 각 참여주체들이 상호 협력하는 것을 말한다.

목적에 따라 공동기술 및 연구개발, 교육 및 훈련, 생산지원 및 기술이전 등 다양한 형태로 전개될 수 있다. 이와 유사한 산학협동은 보다 좁은 범주에 속하며, 산업체와 교육 및 연구기관이 상호관심을 갖는 문제나 쟁점을 협동적으로 해결하기 위한 자발적 노력으로 정의할 수 있다.

산학협력이란, 관련 법률인 산업교육진흥 및 산학협력촉진에 관한 법률 제2조 제5호에 의하면 “산업교육기관과 국가, 지방자치단체, 정부출연 연구기관 및 산업체 등이 상호 협력하여 산업체의 수요와 미래의 산업발전에 부응하는 인력의 양성, 새로운 지식·기술의 창출 및 확산을 위한 연구·개발, 산업체 등으로의 기술이전 및 산업자문 등의 활동”으로 기술하고 있다.

링크와 바우어(Link and Bauer)는 산학협력을 기술지식을 습득하기 위해 공동으로 이루어지는 조직들 간의 협정이라고 보았다. 또한 포레스트와 마틴(Forrest and Martin)은 이와 같은 조직간 협력을 통해 기업은 자신의 경제적 지위를 향상시킬 수 있다고 제안하였으며, 동시에 산학협력을 기업이 선택할 수 있는 하나의 기술획득 방법으로서만 인식할 것이 아니라 기업의 장기적인 기술전략의 경쟁우위를 확보하기 위한 체계적인 기술 획득전략으로 파악해야 한다고 제안하였다(강치선, 2007).¹⁾

그리고 상기의 공통의 목표달성의 수단으로 협력하는 상호작용의 관점과 더불어 상호관계를 우호적인 구조로 형성하는 네트워크의 관점에서의 이해도 가능하다. 네트워크 관점에서의 산학협력은 기업, 대학, 연구소가 서로의 목표달성을 위해 상호간에 다양한 지원을 공식적·비공식적으로 공유하며, 상호의존적인 관계를 지속적으로 유지·발전시키는 우호적인 구조로 볼 수 있다. 이러한 관점에서 산학협력은 행위자간의 관계유형인 네트워크 관점에서 접근할 수 있다.

국가균형발전위원회(2005)²⁾는 “신 산학협력은 기존의 정부주도의 공급자 중심에서 수요자 중심으로의 기업과 이를 둘러싼 주체별(대학, 기업, 정부, 경제 단체) 협력적 네트워크형으로의 전환을 기본 개념으로 두고 있다. 기존의 산학협력이 대학이나 정부연구기관이라는 인력양성과 기술공급자 중심이었다면, 신 산학협력은 인력 및 기술을 활용하여 실제 사업을 수행해야 하는 기술수요자인 기업, 특히 중소기업 중심으로 산학 협력의 중심을 바꾸는 것”이라고 정의하고 있다.

산학 협력의 개념은 시대와 사회 그리고 학자에 따라 각기 다르게 정의되어 왔다. 용어의

1) 강치선, “전문대학과 중소기업간 산학협력 활성화를 위한 연구”, 석사학위 논문, 한양대학교 산업경영대학원, 2007년 6월, p.4.

2) 국가균형발전위원회, 「산학협력 활성화 방안(안)」, 2005년 1월.

개념적인 정의를 내리기 보다는 참여 주체들의 실제적 행위에 초점을 맞춘 정의가 적절할 것이다. 결국 기업과 학계가 교육 및 연구 면에서 상호 협력함으로써 학계의 입장에서는 기술교육과 연구 활동을 촉진하고, 산업계의 입장에서는 실무에 유능한 기술 인력을 확보할 수 있으며, 생산과 직결되는 기술 수준을 향상시킴으로써 산업과 사회의 요구를 충족시키려는 시도라고 할 수 있다(박은정, 2010).³⁾

2) 산학관 협력의 개요

먼저 정의된 ‘산학연관 협력’이라는 용어는 1970년대 정부출연 연구소와 민간기업과의 용역연구로 시작된 ‘산·학·연 협동 연구’는 ‘산학연 협동 연구체제’, ‘산학협동 연구’ 또는 ‘산학연관 협력사업’ 등과 같은 용어로 사용되어져 왔다. 이러한 ‘산학협력’, ‘산학연 협력’ 사업은 지방자치의 시작과 활성화로 지방자치단체가 지역경제에서 차지하는 역할이 증대하면서 ‘산학관 협력’이라는 개념으로 이동되거나 재탄생되기 시작했다.⁴⁾

더욱이 지방자치시대에는 투자유치 및 일자리 창출을 통한 지역발전이 핵심 이슈로 자리 잡고 있으며, 이로 인해 지방자치단체차원에서 국내외적 변화에 능동적이 대처를 위한 방안을 모색해 나가는 과정에서 독자적인 정책운용 수단과 산학관 네트워크 구축 등의 문제가 중요한 사안으로 대두되었다.

지역개발방식의 일환으로 효율적인 산학관 협력체제 구축, 대학이나 연구소, 기업, 지방자치단체 사이의 상호간 협력연구와 협력 사업에 관심이 커져가고 있다. 대학, 산업체, 지방자치단체, 지역민의 협력을 통해 지역개발을 추진하고자 하는 움직임도 커져가고 있으며, 지방화시대가 본격적으로 시작된 1980년 이후부터 활성화 되고 있다. 이는 지방자치단체가 지역경제에서 차지하는 역할이 그만큼 커졌다고 볼 수 있으며, 중앙정부 주도하의 대기업 위주의 기업 지원체제가 지방자치단체 주도하의 지역 중소기업 중심의 기업 지원체제로 바뀌었기 때문이다. 따라서 지방자치단체의 기업지원에 대한 역할에 따라 지역의 경제 현상이 달라질 수 있으므로, 산학관 협력 사업이 더욱 활성화 되는 새로운 전환점을 맞이하고 있다고 할 수 있다.

그러나 지역경제 활성화나 지역 산업의 정착을 위한 지역대학의 인력배출구조와 지역의 사회경제적 특성에 대한 상호관계의 만족도는 미흡한 수준에 머물러 있는 실정이다. 물론 각

3) 박은정, “대학의 산학협력 활성화를 위한 운영방안 연구”, 석사학위 논문, 건국대학교 정보통신대학원, 2010년 2월.

4) 일반적으로 학계란 각 단계의 모든 학교를 지칭하지만, 본 연구에서는 지역대학을 의미한다. 또한 산업계는 학교를 제외한 모든 기관을 총칭하지만, 본 연구에서는 특히 지역소재 중소기업을 대상으로 하며, 관은 지방자치단체를 의미하는 것으로 한다.

지역마다 해당지역의 개발 계획 및 실행 과정에서 개별 지역별로 위치한 연구단지, 공업단지, 지역대학의 상호 연계방법에 대한 다양한 시도가 있었지만, 대부분 부분적 차원에 그치고 있어 실효성 증대를 위한 다양한 노력이 요구되고 있다. 이처럼 산학관 협력은 기본적인 목표 및 역할을 달리하는 주체간의 협력이며 그 활동에 있어서는 각 주체간의 목표 및 역할 차이를 이해하고 서로 존중하면서 서로간의 활성화에 이바지하는 상호보완적인 협력을 도모해 가는 것이 중요하다.

3) 중소기업과 산학관 협력의 필요성

세계 주요 선진국인 미국 및 유럽 국가들은 기존 지역발전전략과는 차별성이 있는 각 지역 내에 존재하는 가용 자원을 활용하여 그 효과를 극대화 하는 지역 경제발전 전략을 추구하고 있다. 이러한 지역발전 전략 가운데 지역경제개발을 위한 대학과 민간부분 및 공공부분간의 파트너십을 산학관 협동이라고 할 수 있다(이원일, 2004).⁵⁾ 이는 지역의 경제발전이 필요한 지역 내의 가용자원을 효과적으로 활용하는 가장 적절한 방안이 될 수 있으며, 대기업에 비하여 현저하게 낮은 기업 경영 기반을 가지고 있는 중소기업의 발전에 필요한 중추 자원의 역할을 수행할 수 있다고 볼 수 있다.

특히 산학관 협력 활동의 지역발전효과는 지역대학이 보유하고 있는 인적·물적 자원을 활용하여 지역 내 중소기업에 대해 기술 및 인력서비스를 제공하고, 그 결과 기업성장이 촉진됨으로써 발생하게 된다. 예를 들어 산학관 협력 활동이 제대로 수행된다면, 직접적으로 중소기업과 대학에 대하여 각각 제품의 경쟁력 강화와 재정확보에 영향을 미칠 뿐만 아니라 더 나아가 지방자치단체의 정책 운영의 효율성 향상과 지역발전에 기여하게 된다.

결론적으로 산학관 협력을 통하여 중소기업은 부족한 인력 및 기술을 지역 대학을 비롯한 대학원 산하의 연구기관으로부터 지원받게 된다. 이후 경영성과의 일정부분을 다시 이들에게 환원하여 연구 활동을 지원함으로써 두 기관이 모두 거대한 이득을 취할 수 있는 이상적인 협력관계인 동시에 협업관계를 구축할 수 있을 것이다. 또 이러한 상호작용을 통하여 지역 대학 인력들의 지역 기업으로의 자연스러운 취업으로 이루어지는 이상적인 구인·구직 활동이 이루어질 것이다.

지방자치단체 역시 산학관 협력 모델을 지역 경제의 중요한 축인 중소기업의 경쟁력을 제고 하는 다양한 중소기업 지원정책 또는 중소기업 활성화 방안의 성공적인 수단으로 사용할 수 있을 것이다. 중소기업에 대한 효율적 지원과 청년 실업에 대한 효과적 대응, 그리고 이

5) 이원일, 허철행, 김도엽, “산학협동 활성화를 위한 지방대학의 역할”, 『지방정부연구』, 제8권 제2호, 지방정부학회, 2004.

를 통한 지역경제발전에 가장 적합한 수단으로써 산학관 모델은 성공적인 정책 수단이 될 수 있을 것이다.

2. 중소기업 현황 및 수출 역량 강화 지원정책

1) 중소기업 일반 현황

우리 경제에서 고전처럼 늘 강조되어 온 부분이 중소기업의 중요성이다. 2009년 기준으로 중소기업 사업체수는 306만 6천여 개로 전체 사업체의 99.9%, 종사자 수는 1,175만 명으로 총 고용의 87.7%를 차지하는 등 국민경제에서 절대적인 비중을 차지하고 있다. 특히 일자리 창출 부분에서도 지난 10년간 중소기업은 379만 5천여 개의 일자리를 창출한 반면, 대기업은 60만 3천여 개의 일자리가 감소한 통계치⁶⁾를 보면 고용에 있어서 중소기업이 얼마나 중요한 역할을 차지하고 있는지 알 수 있다.

산업별 분포는 도매 및 소매업(28.0%), 숙박 및 음식점업(20.5%), 운수업(11.1%), 제조업(10.4%) 순으로 사업체 수가 많았으며, 종사자 기준으로는 제조업(22.6%), 도매 및 소매업(20.8%), 숙박 및 음식점업(14.8%)이 전체 종사자의 58.2%를 차지하였다.

본 연구의 지역 범위인 경북의 경우 최근 통계치⁷⁾에 따르면, 전체 168,184개의 전체 사업체 수에서 168,076개의 중소기업체가 존재하여 그 비중이 99.9%를 차지하고 있다. 총 지역 고용에서도 586,264개의 일자리를 창출하여 전체 고용(667,796개)의 87.7%를 차지하고 있다.

수출규모는 중소기업 관련 수출실적 통계⁸⁾가 정착되기 시작한 1998년도에 490억 달러의 수출실적을 올리기 시작하여 매년 수출규모를 향상시켜 왔다. 2006년도에 중소기업 수출실적은 1,042억 달러를 달성하여 중소기업 수출 1,000억 달러 시대를 맞이했고, 2008년 1,300억 달러, 2009년 1,171억 달러를 기록하였다. 전체 수출액 대비 중소기업 수출액 비중으로 살펴보면 2003년 42.2%, 2005년 32.4%, 2008년 30.9%, 2009년 30.4%로 독일(80%)과 대만(56%)에 비해 월등히 작은 수준이다. 또 중소기업이 차지하고 있는 업체 수 비중, 고용 비중 등을 감안할 때 지나치게 낮은 실적을 보이고 있어 지속적인 수출비중의 향상이 요구된다.

그러나 중소기업의 수출실적에 대한 직접수출 실적은 통계로 작성되고 있고, 그 실적은 대기업의 수출실적에 비하여 낮다고 평가되고 있다. 그러나 중소기업과 대기업 무역상을 통한 수출규모가 전체 제조중소기업 직접수출 규모의 75%에 달하는 것으로 추정되고 있다. 이러

6) 통계청(2010), “전국사업체조사 및 광업 조사” 와 중소기업중앙회(2011), ‘2011년 중소기업 현황’에서 발췌 정리 함.

7) 중소기업통계시스템(2009), “기업규모별·지역별·산업중분류별 사업체수, 종사자수 조사”에서 발췌 정리 함.

8) 중소기업통계시스템(2011), “지역별·기업규모별 수출”에서 발췌 정리 함.

한 점을 고려할 때, 중소기업의 간접수출을 포함한 전체 중소기업의 수출규모는 간과 할 수 없는 규모라 할 수 있다. 결국 중소기업은 대외의존도가 높은 경제적 특성을 가진 한국경제에서 수출 측면에서도 중요한 역할을 하는 것으로 평가된다.

2) 중소기업 지원정책 현황⁹⁾

우리나라의 중소기업을 지원하는 정부조직은 11개 부처에서 지원하고 있다. 중소기업의 수출촉진을 통한 국가경제의 발전을 위해 정부에서는 현재 크게 세 가지 분야로 지원을 하고 있다. 첫째, 대·중소기업간 부문의 양극화를 해소하기 위한 지원 분야이다. 둘째, 혁신형 중소기업 육성을 위해 지속적인 구조조정을 통하여 한계기업을 퇴출시키거나 고부가가치사업으로의 전환을 위한 자율적인 여건을 조성하는 것이다. 마지막으로 중소기업 지원정책을 인프라 구축을 위한 간접지원방식으로 전환하는 것이다.

각 정부부처에서 실시하고 있는 중소기업 지원정책을 기능별로 분류하면 자금, 기술, 인력, 판로(수출), 정보화, 창업, 세제 지원으로 크게 구분할 수 있다. 또한 균형성장 및 사회적 약자보호 차원에서 소상공인 및 재래시장, 장애인 및 여성 기업에 대한 지원도 이루어지고 있다. 중앙정부와 지방자치단체 그리고 중소기업청을 제외하고도 수많은 관련 유관단체 및 기관에서 다양한 지원사업을 수행하고 있다. 그러나 실제로 이렇게 다양한 지원 정책들의 활용 및 인지상의 효과성에 관하여서는 부정적인 의견도 많이 제시되고 있다. 즉 너무나도 다양하고 중복적인 지원사업들로 인하여 중소기업들은 각 지원기관별로 별도의 서류를 요구하는 공식적 절차에 구속되며, 어느 기관에서 어떤 지원을 받을 수 있는지 정확하게 파악하기도 어려운 실정이다. 다음의 <표 1>은 유관기관 수준에서 지원분야별로 나타나는 기능의 겹침 현상을 정리한 것이다.

<표 1> 주요 기관의 중소기업 분야별 지원현황¹⁰⁾

지 원 분 야	집 행 기 관
정 책 자 금	중소기업진흥공단, 기보, 신보, 금형조합, 정보통신연구진흥원, 기계산업진흥원, 환경관리공단, 에너지관리공단, 광업진흥공사, 국민체육진흥공단, 정밀화학공업협회, 한국발명진흥회, 한국정책금융공사, 무역협회 등
연 구 / 개 발	기술정보진흥원, 정보통신연구진흥원, 산업기술평가원, 농림기술센터, 디자인진흥원, 정보통신정책연구원, 한국전자통신연구원, 산업기술재단, 문화컨텐츠진흥원, 한국전

9) 다양한 중소기업 관련 지원정책 가운데 본 연구에서 주로 다루고자 하는 수출경쟁력 지원정책은 기존의 수출지원관련 정책을 주로 하며, 중소기업의 국제화 과정 전반에 대한 지원정책 분야로 재정리 하고자 한다.

10) 지식경제부, 『2012년도 무역·통상진흥 종합시책』, 2012년, 발췌 및 재구성 함.

지 원 분 야	집 행 기 관
	과진흥협회 등
인 력	문화컨텐츠진흥원, 부품소재산업진흥원, 에너지기술평가원, 중소기업중앙회, 산업기술재단, 한국직업능력개발원, 소프트웨어진흥원, 여성인력개발센터, 산업인력공단 등
판 로 / 수 출	중소기업진흥공단, KOTRA, 문화컨텐츠진흥원, 소프트웨어진흥원, 한국전자거래진흥원, 농수산물유통공사, 무역협회, 한국환경협회, 산업기술시험원, 한국발명진흥회 등
정 보 화	기술정보진흥원, 정보사회진흥원, 한국전자거래진흥원, 산업기술보호협회, 지역소프트웨어지원센터, 소프트웨어진흥원, 정보통신연구진흥원

국가 경제에서 중소기업의 중요성이 매우 높음에도 불구하고 자생력 강한 중소기업의 육성을 위한 지원정책 및 체계의 문제점을 지적하는 논의가 지속되어 왔다. 특히 중소기업의 수출경쟁력 강화, 국제화 및 글로벌 역량 강화를 위한 지원정책 실효성 및 효과성에 대한 연구는 많은 연구 성과를 축적하고 있다.

우리나라의 경우 1960년대 이래 수출을 경제성장의 디딤돌로 여기며, 기업들의 수출을 촉진시키기 위해 다양한 수출지원정책 및 제도를 시행하여 왔다. 이러한 수출지원정책을 통하여 기업들에게 수출에 참여하는 기회를 제공함으로써 우리나라의 수출주도형 경제체제를 구축했다. 그러나 이 시기의 수출관련 지원정책은 단순히 대기업을 위한 일방적인 지원책으로서 중소기업의 대부분은 소외되어 왔던 것도 사실이다.

하지만 국가경제의 한 축으로서 중소기업의 역할이 강조되고, 전체 경제주체로서의 역할이 부상되면서 중소기업에 대한 체계적인 수출지원정책의 필요성이 모색되어왔다.¹¹⁾ 수출지원정책 및 제도는 해외시장에 대한 정보가 부족하고 수출과 관련된 인력부재 등 해외마케팅능력이 없는 기업을 지원하는 제도로서 경쟁력 있는 제품을 만들고도 판매하지 못하는 수출기업을 지원하기 위해 시행되는 제도를 말한다(이희용, 2009).¹²⁾ 일반적으로 중소기업의 수출지원정책은 수출활동지원정책(수출상담 등)과 해외시장개발지원정책(해외전시회 참가 등)으로 구성되고, 수출지원정책의 의도에 따라 수출 기본업무에 대한 설명회·세미나 등의 정보적 지식(informational Knowledge) 지원과 해외박람회 참가 및 해외시장개척단 파견 등의 경험적 지식(experiential Knowledge) 지원 등으로 구별되기도 한다.¹³⁾

11) 이원민, “우리나라 중소기업 수출지원제도에 관한 연구”, 석사학위 논문, 한남대학교 대학원 무역학과, 2007년 11월, p4.

12) 이희용, 어택동, “경북지역 중소기업 수출지원정책 및 제도 활용 실태분석”, 『통상정보연구』, 통상정보학회, 제11권 제1호, 2009년 3월, p.357.

13) Kotabe M., Czinkota M. R, “State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis”, Journal of International Business Studies, Vol. 23, No. 4, 1992, pp637-659.

특히 최근의 동시다발적인 FTA의 확산은 중소기업의 글로벌화에 대한 필요성과 경쟁에 대한 노출을 동시에 심화시키고 있다. 이러한 FTA의 확산은 글로벌 통합시장의 형성, 무역장벽의 인하, 기술 및 자본 이동의 원활화 등에 힘입어 중소기업들이 여러 가지 글로벌 사업을 포착할 수 있도록 더욱더 많은 기회를 제공할 것이다. 반면에 중소기업들이 내수 시장에 치중할 경우 FTA의 이점보다 글로벌 경쟁의 위협에 직면할 가능성 역시 커질 것으로 예측되고 있다(이영주, 2006).¹⁴⁾

중소기업의 수출 경쟁력 강화 및 수출지원사업의 효율적 운영방안에 대한 선행연구를 살펴보면 크게 1980년대에서 1990년까지의 시기와 2000년대 이후로 나누어 살펴볼 수 있다.

1980년~1990년대 연구들은 대체로 수출지원제도보다 수출 활성화 및 경쟁력 강화를 위한 중소기업의 과제와 대응방안에 대한 연구가 많은 편이었다. 이 당시에는 수출지원제도의 개선에 대해서도 수출지원제도의 필요성과 개선에 대한 경영 전략적인 차원의 포괄적인 내용이 위주였다. 그 내용으로는 중소기업의 영세성을 고려한 재정·금융지원, 기술개발지원을 강화해야 한다는 제안이 주를 이루고 있었다.

그러나 2000년대 이후에는 현행 수출지원제도의 과제와 개선방법에 대한 세부적인 정책적 차원에서의 논의가 시작되었다. 2000년대 이후 연구된 수출지원제도의 과제는 주로 실행기관의 입장에서 공급자 중심의 지원을 한다는 지적이 가장 많았으며, 유사사업의 중복, 지원기관 간의 연계부족, 지원사업에 대한 낮은 만족도가 문제점으로 지적되었다. 이에 대한 개선방안으로 사업별 지원기관을 특화하고, 사업의 우선순위를 선정하여야 한다는 제안이 많았으며, 이외에도 홍보강화, 지원제도 절차개선, 관련부처 제도정비, 수요자 중심의 행정지원 등이 필요하다는 제안이 주를 이루었다.

무엇보다도 지속적으로 제기되는 공통의 문제에 대한 지적에도 불구하고 개선방안에 대한 행정적, 실무적인 개선이 획기적으로 이루어지지 못한 점은 우리나라 중소기업 수출지원사업의 개선이 쉽지 않았음을 보여주고 있다.

3) 16개 시·도의 수출지원사업 현황 및 특징

현재 각 지자체에서도 해외 마케팅 지원사업, 통상지원시책 홍보사업, 정보지원사업, 수출 금융사업, 전문인력양성사업, 업무지원사업 등 다양한 수출지원사업을 시행하고 있다. 2011년의 16개 시·군의 지역별 수출지원사업을 살펴보면 다음과 같다.

14) 이영주, “한·미 FTA가 중소기업체에 미치는 영향”, 『한·미 FTA가 중소기업체에 미치는 영향 및 대응전략』, 2007 RIS 혁신네트워크세미나, 2006년 6월

<표 2> 2011년 국내 지방자치단체 수출지원사업 현황¹⁵⁾

구 분		서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
통상지원시책 홍보사업	통상지원 가이드북 제작																
	통상지원사업 합동설명회			○							○						
정보지원사업	무역정보제공										○					○	
	해외정보조사 및 설명회				○	○			○		○	○			○		○
	해외진출 컨설팅 서비스																
	해외 바이어DB 및 해외 거래 알선 정보 제공				○											○	○
	바이어 신용조사 지원																
	전자카탈로그 시스템 운영				○												
	비즈니스 센터 운영								○								
해외마케팅사업	시장개척단 파견	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	국내/해외 전시 박람회 참가 지원(개별, 단체포함)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	수출상담회	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○
	인터넷무역지원	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○
	해외선진기술 교류지원	○							○		○						
	해외사무소 설치	○	○						○								○
	해외지사화		○	○	○	○	○	○		○	○	○			○	○	○
	네트워크 활성화		○	○	○	○			○			○	○		○		
	수출상품 해외 전시 상담회 개최		○						○		○	○		○	○		
	사이버 수출상담회																
	카탈로그 제작 지원				○	○		○			○			○	○	○	○
	수출상품 유명잡지 광고											○					

15) 지식경제부, 『2012년도 무역·통상진흥 종합시책』, 2012년, 발췌 및 재구성 함.

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
중소기업 수출기업화 지원							○		○	○			○	○	○	
사후관리 지원								○								
중소기업 수출지원단	○															
한중일 산업 교류전																
수출예로사항 상담 지원																
무역인턴제 지원																
통상전문인력 지원				○								○	○		○	
토탈 마케팅 사업							○		○	○		○	○	○		
수출상품 디자인 개발 지원													○			○
FTA 활용지원센터 운영			○		○		○	○				○	○			○
중소기업 수출 컨설팅 지원사업					○											○
중소기업 단체 교류 지원사업					○											
전시용 모형물 제작 지원사업							○									
기타 사업		○		○						○	○	○			○	

지역별 지원사업을 크게 나누면 통상지원정책 홍보사업, 정보지원사업, 해외마케팅사업, 수출금융사업, 전문인력양성사업, 업무지원사업, 기타사업 등 7개 사업으로 나눌 수 있다. 지원 사업을 구체적으로 살펴보면 해외마케팅 지원사업이 114건으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 업무지원사업 57건, 전문인력양성사업 18건, 정보지원사업 14건 등의 순으로 나타났다. 해외마케팅 지원사업의 경우 시장개척단 파견, 해외 전시박람회 참가지원, 수출상담회 등으로 조사되었으며, 이 같은 결과는 대부분의 지방자치단체의 수출지원사업이 단기간에 가시적인 성과를 보여주는 사업에 많은 지원을 할애하고 있는 것을 알 수 있다. 수출거래 이후 계약 체결 및 대금결제, 관세통관, 사후관리(분쟁 및 클레임)등도 매우 중요한 부분이지만 지원사업을 실시하고 있는 지방자치단체의 비중은 매우 낮으며, 정보지원사업 및 전문인력양성사업 또한 중요하지만 소홀한 부분이 아쉬운 점으로 나타났다.

현재 바이어 발굴을 위한 사업으로는 무역사절단 및 해외전시회 지원사업이며, 16개 시도에서 빠짐없이 진행되고 있는 사업이다. 무역사절단의 경우 해외시장 개척을 위한 사업으로서 초보 수출기업에게 적합한 사업이며, 해외 바이어의 발굴 경험이 높은 수출기업은 해외전시회 지원사업이 효과적인 사업으로서 수출단계에 따라 개별 기업에 맞는 지원이 필요하다.

4) 해외 주요국의 중소기업 지원정책

해외 중소기업 지원제도는 각 국가별로 경제성장 단계 및 산업구조에 기반을 둔 특징적인 지원제도를 보이고 있다. 이러한 해외 중소기업 지원제도의 경우는 우리나라와의 경제성장 단계 및 산업구조가 상이한 관계로 각 지원제도의 장점을 취사선택해야 할 필요가 있다. 각 국가별 지원제도를 살펴본다면, 미국의 경우 시장경제원칙 하에 다양한 규제개혁을 통한 중소기업네트워크를 적극 활용한다는 점이다. 미국의 민간 및 대학 코디네이팅 기능은 현재 경북PRIDE상품지원센터와 가장 유사한 형태라 할 수 있다.

일본의 경우, 최근 자유 시장경제 메커니즘으로의 정책전환을 기반으로 지도와 자금 대출을 동시에 종합적으로 시행하고 있는 특징을 보이고 있다.

대만의 경우 중소기업 중심의 경제구조로 인해 전 국가적인 지원정책이 특징이며, 타 국가 사례에 비해 엄격한 지도 관리를 중시하는 특징이 있다.

영국은 최근 경제성장의 주요 주체로서 중소기업의 인식을 국가적 차원에서 격상시킨 점이 주목된다. 현재 우리나라의 경우에도 대·중소기업 상생을 위한 다양한 정책 및 제도가 시행 중에 있다. 하지만 국가 및 사회적인 인식수준의 격상 없이는 이러한 정책 및 제도의 효과를 기대할 수 없다. 따라서 우리나라 역시 중소기업에 대한 지원에 앞서 국가 및 사회적 차원의 대대적인 인식전환을 위한 다양한 노력이 선행되어야 할 것이다.

독일의 경우는 연방정부 중심의 국가로 연방정부와 주정부와의 분명한 역할분담을 골자로 한 중소기업지원제도를 시행 중에 있다. 거시적인 중소기업지원을 위한 계획수립은 연방정부에서 시행하고 실질적인 집행은 주정부에서 수행하는 구조를 가지고 있는 특징을 보이고 있다. 또한 지원사업의 중복수혜를 제도적으로 방지하고 있어 예산낭비를 근본적으로 차단하고 효율적인 지원을 하고자 하는 노력이 그 특징이라고 할 수 있다. 지금까지의 해외 국가별 중소기업 지원제도 및 시사점을 정리해 보면 <표 3>과 같다.

〈표 3〉 해외 중소기업 지원제도 및 시사점¹⁶⁾

국 가	정 책 특 징	시 사 점
미 국	시장경제원칙 중시 차별 없는 경쟁 환경 조성 주력	수출지원 종합조정 민간 및 대학 코디네이팅 기능 활용
일 본	산업보호정책의 일환으로 중소기업 보호 및 육성 자유 시장 경제 메커니즘 정책전환	정부의 적극적 수출지원 지도, 자금대출 및 출자 등의 종합적인 지원사업 실시
대 만	중소기업 중심 경제구조 모든 정책이 중소기업 정책	엄격한 지도관리 전국가적인 지원정책 수립
영 국	소극적 중소기업 지원정책에서 적극 적 개입정책 추진으로의 정책선회	경제성장 핵심주체로의 중소기업에 대한 인식 격상 금리·과세·공공지원의 통합정책 추진
독 일	연방정부와 주정부와의 역할 분담	정책수립은 연방정부에서 실질집행은 주정부에서 수행 중복지원 방지를 위한 제도,

Ⅲ. 경북PRIDE상품 육성사업 사례를 통한 중소기업 수출경쟁력 강화방안

1. 기존 중소기업 수출지원정책의 과제

수출경쟁력이나 글로벌역량 강화를 위해 지방자치단체에서 추진하고 있는 기존 중소기업의 수출지원정책의 개선점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 중앙정부 및 개별 지방자치단체 사업의 중복 추진을 지적할 수 있다. 물론 해당 지방자치단체별로 지역별 정책을 고려한 다양하고 참신한 관련 지원정책을 개발하고 있지만, 수출상담회, 해외전시회, 시장개척단 파견 등 중앙정부의 단계별 지원사업의 상당수가 지방자치단체의 마케팅 지원사업과 중복되고 있다.

둘째, 관련 지원정책을 추진하는 기관도 체계적인 선정과 상호 협력할 수 있는 시스템으로 정비되고 있지 않는 점도 문제점으로 지적할 수 있다. 도내 모든 관련 지원정책을 경기중소

16) 홍유수, 반유미, 『주요국의 중소기업 국제화 지원서비스 현황과 시사점』, 중소기업연구원, 2006년, 자료에서 발췌 정리 함, 2006.

기업지원센터로 단일화하여 유관기관 및 민간기관에 위·수탁하는 경기도를 제외하고, 거의 모든 지방자치단체가 각 유관기관별로 업무를 나눠서 수행하고 있어 지원주체 상호간의 협력정도가 미흡한 것으로 파악되고 있다. 그리고 각 지방자치단체에서 관련 정책을 구현하는 실행 주체도 기존의 중앙정부 사업을 주로 수행해온 KOTRA 등의 한정된 기관에서 위탁 경로를 다양하게 할 필요가 있는 것으로 조사되었다.

셋째, 지역별로 추진되는 관련 정책들은 사업 중복과 함께 행사성 위주의 사업 위주로 운영되어 거래처 발굴을 위한 전시·상담회 비중이 높은 것으로 조사되고 있다.

지식경제부가 매년 작성 및 배포하는 무역·통상진흥 종합시책을 분석해 보면, 모든 지방자치단체에서 거래선 발굴을 위한 해외시장개척단사업과 국내 및 해외전시회 참가지원을 위주로 추진하고 있는 것으로 파악된다. 그 외에도 수출상담회 및 해외바이어 초청사업, 해외시장조사 및 마케팅지원을 위한 해외진출 및 해외지사화 사업의 추진 등을 많이 하고 있지만, 대부분 KOTRA, 중소기업진흥공단 등의 유관기관 사업을 그대로 활용한 사업이 많은 것으로 나타난다. 그리고 무역계약 체결 및 대금결제, 물류지원 및 보험, 관세통관 관련 지원, 무역사후관리 등에서는 일부 지방자치단체에서만 관련 사업을 수행하고 있는 실정이다.

2. 경북PRIDE상품 육성사업

1) 경북PRIDE상품 육성사업의 개요

21세기 첨단산업시대를 맞아 중소기업의 기술력이 지역 경쟁력의 핵심요소로 등장함에 따라, 지역 우수상품의 명품화가 세계시장 경쟁력을 제고시킬 수 있는 필수요건으로 자리매김하였다. 경북 지역의 산업 환경은 중소기업 위주의 산업구조이며, 전략적 제휴 및 기업 간 기술·마케팅 정보교류 등의 경영환경이 열악하고, 금융·컨설팅·무역 등 관련 비즈니스가 공동화된 상태에 처해 있다. 지역에 기반을 둔 중소기업이 경쟁력을 유지하며 지속적인 성장을 할 수 있을 것인가에 대하여 지방자치단체로서 최대의 역점을 두지 않을 수 없는 상황이다. 이에 지역경제의 실질적인 성장 기반 구축을 위해서 미래 성장 동력인 지역 전략산업을 중심으로 선택과 집중을 통한 기업지원시스템 구축이 필요하게 된 것이다.

〈표 4〉 경북PRIDE상품 선정현황(2011년 말 기준)

업종분류	경북PRIDE상품명	해당 기업명	선정연도
건축자재제조업	적벽돌	(주)삼한씨원	2007년
기계제조업	스리터라인	(주)대화산기	2008년
	곡물색채선별기	(주)대원GSI	2007년
	부직포제조기계	(주)삼화기계	2010년
	콘크리트폴리싱 장비	(주)성심	2010년
	멀티코팅기	(주)에스아이티	2010년
	루브오일유닛	(주)케이에스인터스트리	2009년
	산업용 펌프	(주)그린텍	2011년
	연마지석	제일연마공업(주)	2011년
농림수산업	흑마늘농축액	의성흑마늘영농조합법인	2010년
섬유제조업	실키아	(주)덕우실업	2009년
	타포린용 원단	(주)부영섬유	2010년
	레이온벨벳	(주)영도벨벳	2007년
신재생에너지	수처리시스템	(주)시노텍스	2010년
	태양광모듈	(주)티앤솔라	2010년
	양갓그로워	(주)세미머터리얼즈	2011년
의료정밀제조업	LK렌즈	(주)루시드코리아	2007년
	온열의료기	맥섬석GM(주)	2008년
	레스큐 임플란트	(주)메가젠임플란트	2008년
자동차 및 부품제조업	브레이크패드	동우브레이크	2008년
	차량용전원발생장치	(주)석문전기	2010년
	모터라이즈 모니터	(주)엑스엠	2010년
	3 피스 휠	(주)태창공업	2008년
	프로펠러 샤프트	효림산업(주)	2007년
	스냅링	(주)삼성금속	2011년
전자전기제조업	알카라인 건전지	(주)백셀	2008년
	위-위(산업용 무선통신기)	(주)세영정보통신	2010년

업종분류	경북PRIDE상품명	해당 기업명	선정연도
철강금속제조업	익스펜디드 메탈	(주)에스케이더블유	2010년
	멀티컬러강관	(주)엠씨엠텍	2007년
	로자본드(금속기와)	(주)로자	2010년
	탄소강	현대강업(주)	2011년
	베네토(금속기와)	(주)페루프	2010년
화학공업제조업	방사유제	동양정밀	2010년
	스테비올배당체	(주)대평	2010년
	천연주방세제	(주)슈가머블	2007년
	보호필름	(주)한비론	2011년

‘경북PRIDE상품 육성사업’은 경북에 소재한 기업 상품 중 세계 시장에서 경쟁우위에 있고 미래성장 가능성이 높은 우수 중소기업 상품을 경북PRIDE상품으로 선정하여, 선택과 집중을 통한 맞춤형 지원을 통해 지역 우수 상품의 해외시장 개척 및 수출경쟁력 향상에 집중적으로 지원·육성하는 정책이다. 이러한 경북PRIDE상품 육성정책은 기술경쟁력과 미래성장 가능성을 갖춘 중소기업 상품을 선정하여 명품화·브랜드화를 통한 중소기업의 글로벌 경쟁력을 제고하고, 새로운 수출동력 상품 확충으로 안정된 수출증진을 도모하여 지역경제의 활성화를 목표로 하고 있다.

2007년부터 시작한 본 사업은 2011년 말 현재까지 대기업 편입 및 퇴출기업을 제외하면 10개 산업군에 36개의 제품이 선정되어 있다. <표 4>에서처럼 천연주방세제, 흑마늘농축액, 건전지 등 일반적인 소비재에서 루브오일 유닛, 스텀링라인, 수처리 시스템 등 B2B 산업분야에 이르기까지 다양한 제품군을 가지고 있다. 선정된 상품을 생산하는 기업도 그 규모나 기술적 압축도 등의 측면에서 넓은 상품군 만큼이나 다양한 편차를 보여주고 있다. 경북 PRIDE상품은 현재 경상북도 및 우리나라 차원에서의 우수성을 넘어 전 세계적으로 그 제품과 기술력을 인정받고 있다. 이러한 우수 중소기업 상품에 대한 집중적 지원은 해당 제품이 속한 지역 산업분야에도 많은 영향을 주는 것으로 나타나고 있다. 즉, 선도 기업에 대한 육성과 지원을 통한 효율적인 정책 개발과 성과를 관련 산업군 전체로 확산할 수 있는 측면이 큰 것으로 나타나고 있다.

2) 주요 추진 사업 현황

‘경북PRIDE상품 PRES 전략’으로 표현되는 경북PRIDE상품 육성사업의 주요 추진 전략은 선정 제품별로 특성을 반영한 다양한 맞춤형지원사업(S : Support)과 제품과 직접적인 연관을 갖는 선정 기업체 내부 인력의 역량 강화를 위한 다양한 교육지원사업(E : Education)을 보다 강화하고 경상북도, 경북PRIDE상품 브랜드 및 선정기업들을 대내외적으로 널리 알려(PR : Public Relations) 경상북도의 일자리 창출과 지역경제 발전에 이바지 하고자 하는 것으로 정리할 수 있다.

전략에 따른 주요 추진사업은 크게 온라인 분야 지원, 오프라인 분야 지원, 맞춤형 지원, 홍보 및 기타 지원, 교육지원의 다섯 가지로 분류할 수 있다. 각 영역에 대한 세부 사업은 26개의 단위사업과 공통지원 사업으로 구분된다(<표 5> 참조).

<표 5> 경북PRIDE상품 세부 지원 사업 내역(2011년 말 기준)

구분	세부사업명
온라인 분야 지원	경북PRIDE상품 e-Biz 통합시스템 운영 사업
	경북PRIDE상품 검색엔진 마케팅 사업
	APP, B2B, SNS 마케팅 사업
오프라인 분야 지원	해외 비즈니스 출장 지원 사업
	해외 박람회 참가 지원 사업(개별)
	경북PRIDE상품 해외 박람회 참가 사업(단체)
	해외시장개척단 사업
	해외 바이어 초청 지원 사업(개별)
	경북PRIDE상품 해외 바이어 초청 사업
	해외시장 심층 조사 지원 사업
	해외규격인증 획득 지원 사업
맞춤형 분야 지원	컨설팅 및 코디네이팅 지원 사업
	맞춤형 홍보물 지원 사업
	디자인 개발 지원 사업
	통역 및 번역 지원 사업
	비정형 기타 지원 사업

구 분	세 부 사 업 명
홍보 및 기타 지원	글로벌 홍보 지원 사업
	아리랑TV 홍보 지원 사업
	언론 홍보 지원 사업
	The CEO Gyeongbuk 매거진 제작 및 발행
	경북PRIDE상품 마케팅 경진대회
	경북PRIDE상품 선정기업 채용 상담회
교육 지원	외국어, IT 교육 사이버 연수원 운영
	임직원 직무 역량 강화 교육 및 워크숍
	경북PRIDE상품 임직원 자녀 영어 캠프

3. 주요 지원 사례 분석 및 시사점

1) 주요 지원 사업의 분석

‘경북PRIDE상품 육성사업’과 기존 중앙 및 지방자치단체의 유사 지원사업과의 가장 큰 차별성은 산학관 협력 모델을 기반으로 한 전담지원체계 구축으로 설명할 수 있다. 본 연구에서는 다양한 지원사업 사례를 분석함에 있어, 사업별·성과별 분석에서 벗어나 지원전담 주체의 핵심적 역할 기능에 따라 첫째, 수요자 중심의 체계적 전담 지원, 둘째, 전문화된 지식 공유와 강력한 연계 기능, 셋째, 차별화된 산학관 협력 사업 추진으로 구분할 수 있다.

(1) 수요자 중심의 체계적 전담 지원

선정 제품별 특성을 파악하고 개별 기업의 수출경험, 수출방식, 해외시장 개척방식, 개별제품별 특성 등을 고려하여 해외시장 개척 및 수출관련 사업계획의 수립과 이에 대한 지원 시 개별 기업별로 최적화된 모델을 운영하고 있다. 또 지원전담기구인 지원센터에서는 각 기업별 지원전담인력제도를 운영하고 있으며, 관련 지원사업 분야도 개별 제품의 특성에 보다 적합한 지원사업별 지원 비율 및 가중치를 탄력적으로 운영하고 있다.

대표적인 사례로 곡물색채선별기 전문 제조사인 D사에 대한 ‘중소기업형 전자무역솔루션 구축 사업’을 들 수 있다. D사의 경우에는 선정제품의 특성상 수출대금 결제 시 신용장 방식

의 거래가 상당히 많은 비중을 차지하고 있었다. 제품 및 수출대상국 특성으로 인한 신용장 거래는 각 거래 단계에서 발생하는 빈번한 은행 업무와 비용의 발생으로 담당자의 업무효율성 저하와 많은 고정비용의 지출을 가져왔다. 더욱이 회사가 위치한 지역에서 해당 신용장 거래은행과의 지리적, 공간적 제약이 존재하고 있는 상황이었다. 이에 경북PRIDE상품지원센터에서는 국가수출입전산망 기간사업자인 한국무역정보통신과의 연계를 통하여 D사에게 최적화된 중소기업형 전자무역시스템을 구축하고 운영 인력들을 교육하였다. 그 결과 D사는 최초 시스템 구축에 소요되는 막대한 비용을 절감하였으며, 기존 시스템과의 연동으로 업무 담당자의 부담을 최소화하였다. 이를 통하여 기존 방식의 고비용 저효율 업무처리 구조를 저비용 고효율의 시스템화로 혁신시켰다. 또한 기존 시스템과의 연계를 통해 재고 조달과 수출·입 관리에서 대금결제까지의 일련의 과정을 실시간으로 조회하고 관리할 수 있는 부가가치 창출 활동도 수행할 수 있었다.

(2) 전문화된 지식공유와 연계기능

현재 중소기업 지원은 중앙정부를 비롯한 다양한 유관기관에서 여러 사업을 통하여 수행하고 있다. 각 분야별로 매우 다양한 지원제도가 있지만, 이를 탐색하고 활용하는 중소기업은 그다지 많지 않다. 실제로 내부인력의 과중한 업무로 인해 다양한 중소기업 지원을 탐색하고 효과적으로 활용하기 힘든 상황이다. 이러한 상황에서 ‘경북PRIDE상품지원센터’에서는 해당기업, 지원센터, 지방자치단체로 연결되는 전체 사업 참여자들 간의 인트라넷을 구축하여 실시간으로 선정기업의 애로사항 및 관심분야를 파악하였다. 이후 전국 단위의 해당 지원 사업에 대한 안내를 위해 선정기업과 지원기관을 연계시켜 다양한 실질적인 중소기업 지원 사업을 수혜 받을 수 있도록 하고 있다. 그러나 과거에 비해 중소기업 관련 지원예산 및 사업은 갈수록 증대되고 있지만, 실제 지역 기업이 체감하는 정도는 크게 변화되지 않고 있는 상황이다.

또한 ‘경북PRIDE상품지원센터’에서는 상기의 중소기업과 중소기업 지원기관과의 연계와는 별도로 중소기업과 중소기업 간의 이업종 연계를 활발하게 추진하고 있다. 대표적인 사례로 친환경세제를 제조하는 S사가 음이온 칫솔을 개발하려고 하였으나, 이에 대한 노하우를 전혀 갖고 있지 않아 ‘경북PRIDE상품지원센터’에서는 알카라인 건전지 상품으로 경북PRIDE상품에 선정된 B사, 기타 소재 분야는 역시 경북PRIDE상품으로 선정된 S사, 그리고 PCB설계는 지역 내 다른 중소기업과의 연계를 통해 음이온 칫솔 개발사업을 추진하고 있다. 이러한 지역 내 중소기업간 이업종 교류 및 연계를 통한 새로운 비즈니스모델의 개발도 향후 활발하

게 추진될 수 있을 것으로 기대된다. 더불어 각 개별 선정기업들이 중소기업관련 지원사업의 수행사인 민간수행 사업자와의 관계 조정 및 철저한 사업관리까지 지원센터에서 수행하고 있다.

(3) 차별화된 산학관 협력 사업 추진

‘경북PRIDE상품 육성사업’은 차별화된 산학관 협력 사업을 추진하고 있다. 이는 기존 지원사업 및 산학협력 분야에서와는 달리 중소기업의 글로벌역량 강화 분야에 특화시켜 대학 내의 인적자원을 효율적으로 활용하여 지원기업에 대한 지원 적시성 및 지원의 차별성을 확보한 예로 설명될 수 있다.

지역 내 중소기업은 내부인력 부족으로 인해 대내·외적인 다양한 전문지식을 활용한 해외시장조사 등에 어려움을 겪고 있는 상황이다. 경북PRIDE상품으로 선정된 S사의 경우, 친환경세제를 전문적으로 제조하는 기업으로 대형유통업체에 주로 납품하고 있는 기업이다. 하지만 친환경세제 분야의 경우 일본과 독일산의 고급 수입제품들이 국내 대부분의 시장을 점유하고 있는 상황이며 국내 대기업들의 진입이 예상되는 시장이었다. 이에 ‘경북PRIDE상품 지원센터’의 주도로 S사를 대신하여 현재 국내·외 친환경세제시장에 관한 조사를 수행하였으며, 국내의 시장조사는 ‘경북PRIDE상품지원센터’의 내부인력과 지원센터가 속한 대학교의 대학 및 대학원생들이 수행하였다. 해외시장조사의 경우, 지원센터가 속한 대학교의 대학생들이 해당 외국지역의 유학생 및 어학연수를 나간 인력을 활용하여 조사를 수행하였다. 또한 국내로 유학온 다양한 외국 유학생들을 활용하여 S사 제품에 대한 제품명 분석 및 해외제품과의 비교분석을 수행하였다. 이러한 조사결과 S사의 경우 국내시장 점유율 확대 및 해외시장 진출을 위해서는 해외 친환경세제 분야의 인증취득이 가장 우선시 된다는 결과를 도출하였다. 이에 ‘경북PRIDE상품지원센터’에서는 S사를 대신하여 유럽의 친환경인증인 “ECO-LABEL”을 획득하기 위해 인증대행 절차에 착수하였으며, 2011년에 1차 검증을 획득하였으며, 현재 2차 인증을 진행 중에 있다.

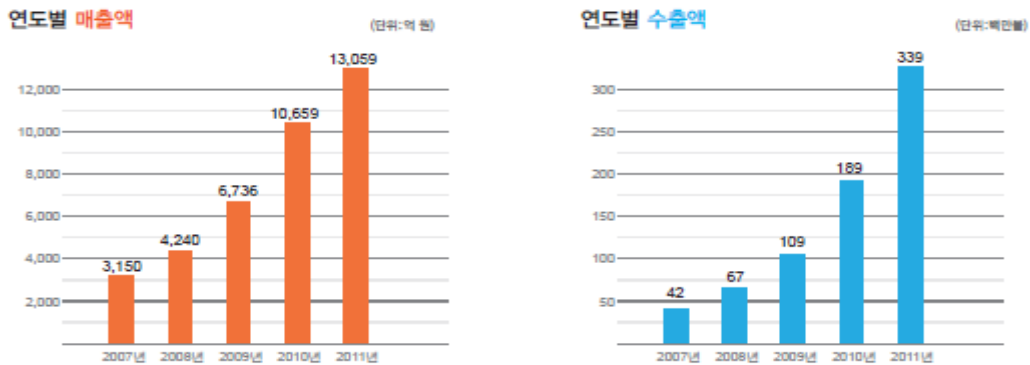
또 다른 사업으로는 ‘경북PRIDE상품 마케팅경진대회’의 사례를 들 수 있다. 현재 대학생들을 대상으로 한 공모전의 경우 대기업이나 행정기관 혹은 공공기관에서 대부분 수행되고 있다. 하지만 국내에서 중소기업 단독 혹은 중소기업만을 위해서 수행되고 있는 공모전은 극히 드물다. ‘경북PRIDE상품지원센터’에서는 경북PRIDE상품 선정업체들의 다양한 요구와 주제들을 접수받아 전국 대학(원)생들을 대상으로 마케팅경진대회를 수행하고 있다. 접수된 대학생들의 공모전의 자료는 중소기업의 경영상 내부 자원으로 활용하고, 이 대회 기간 동안 전국

규모로 경북PRIDE상품 선정업체를 홍보하고 있다. 또한, 참여한 대학생들이 해당 선정업체의 공모전을 준비하면서 선정업체의 우수성과 경영 현실을 보다 잘 이해하는데도 큰 기여를 하고 있다.

마지막으로, 대다수의 중소기업들의 경우 직업훈련예산 부족, 직원들의 교육에 대한 무관심, 업무공백 우려 등으로 인해 직원 역량 교육에 소극적인 자세를 가지고 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 지원센터에서는 ‘경북PRIDE상품 사이버연수원’을 구축하였다. 온라인 사이버연수원을 통해 영어, 일어, 중국어 등의 외국어 교육능력 향상과 다양한 IT 직무능력 제고를 위해 직원 교육을 지원하고 있다. 또한, 교육 참가의 결과에 따른 예산지원의 인센티브 방식의 도입으로 경북PRIDE상품 선정업체의 임직원들의 교육을 유도하고 있다. 온라인 교육 외에 다양한 전문분야에 관한 교육의 경우, 관련 교육기관 및 장소가 수도권에 집중되어 있어 교육 참가 시 시간과 비용이 상당히 소요되는 단점이 발생한다. 이러한 단점을 개선하기 위하여 ‘경북PRIDE상품지원센터’에서는 각 개별기업별 수요과약을 통해 전문가 초빙특강, 교육 참가에 관한 비용 지원 등을 시행하고 있다. 이와 더불어 수도권 지역에서 주로 위치하고 있는 전문 교육기관과의 협약을 통한 지역 내 교육프로그램을 유치하여 경북PRIDE상품 선정업체에 대한 다양한 교육 기회와 예산을 지원하고 있다.

2) 경북PRIDE상품 육성사업 성과

‘경북PRIDE상품’으로 선정된 선정기업의 경우 지원센터의 집중 육성이 이루어졌으며, 대부분의 선정기업은 선정이후 ‘경북PRIDE상품 육성사업’을 수행하여 연평균 매출액 및 수출액이 증가한 것으로 조사되었다. 특히, 국내제조업 전체의 수출액 증가율은 2009년 대비 2010년 28.3% 수준에서 2011년 12월 말을 기준으로 19.3%의 증가율을 보였으며, 2011년 수출액 증가율은 2010년도에 비해 감소한 것으로 나타났다. 하지만 ‘경북PRIDE상품 선정기업’의 경우 2009년 대비 2010년 수출액 증가율은 73.3%, 2011년 수출액 증가율은 79.3%로서 매년 증가한 것을 알 수 있다.



〈그림 1〉 경북PRIDE상품 연도별 매출액 및 수출액

3) 경북PRIDE상품 육성사업의 시사점

우리나라의 중소기업 지원제도는 매우 다양한 기관에서 매우 다양한 지원사업을 수행하고 있다. 지원 담당기관에서는 매년 책정되는 예산범위에서 지원사업을 수행하고 그 결과를 지원기관 별로 취합 및 보고하고 있으며, 이는 전형적인 공급자 중심의 지원정책이라 할 수 있다. 그러나 지원을 받는 수요자인 중소기업 입장에서는 지원받고자 하는 분야를 매년 검색해야 하며 이를 지원받기 위한 지원기관-교부기관-수행기관을 일일이 탐색해야 하는 시간적·금적적인 비용이 발생한다. 현재 중소기업은 내부인력 부족에 항상 어려움을 겪고 있는 상태에서 이러한 공급자 중심의 지원제도를 활용하여 그 성과를 내는 것 자체가 매우 어려운 구조적인 모순을 갖고 있다.

또한 사업의 최종 수행기관에 민간수행자가 다수 포함되어 있으며, 민간수행자의 거의 대부분이 서울 및 경기 중심의 수도권에 집중되어 있다. 이러한 수도권 중심의 민간 사업수행자는 지역경제 기반 및 지역 중소기업의 현실을 고려한 최선의 지원사업을 수행하기 보다는 최대한의 중소기업 수혜자를 모집하여 단기간 내 수익 달성을 하기 때문에 그 사업수행 성과에 대한 만족도는 정체되거나 혹은 떨어지고 있는 것이 현실이다. 이에 반해 ‘경북PRIDE 상품 육성사업 및 지원제도’는 선정된 상품 및 제조 기업 중심으로 기업의 여건과 현실을 파악한 후 이에 최적화된 정책사업의 개발, 연계 및 전담 지원을 하는 수요자 중심의 지원제도가 할 수 있다. 핵심 지원 분야 역시 중소기업과 관련된 전체적인 분야가 아닌 글로벌역량 및 수출경쟁력 강화, 그리고 해외비즈니스 전문교육 등을 중심으로 전문화 되어 있다. 또한 불가피한 민간위탁의 경우에도 중소기업을 대신하여 관리 및 통제함에 따라 민간사업에 대한 사업수행 성과의 만족도를 확보하는데 주력하고 있다.

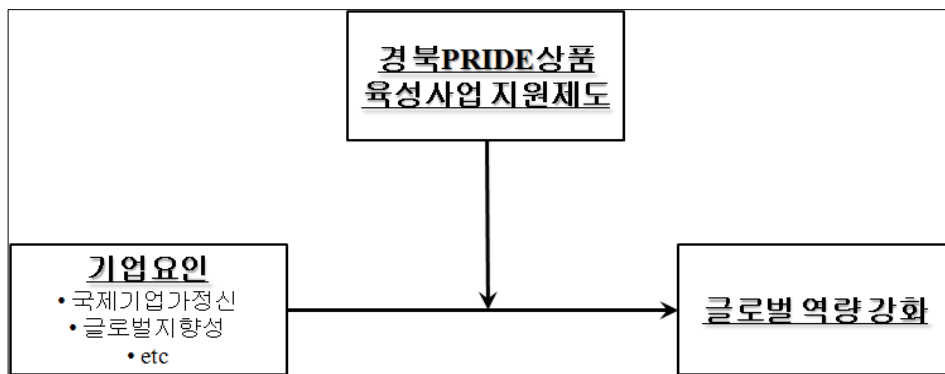
IV. 경북PRIDE상품 육성사업 정책의 유효성 검증

1. 연구방법과 사업성과 검증

‘경북PRIDE상품 육성사업’의 유효성을 측정하기 위해 본 연구에서는 다음과 같은 연구방법을 채택 하였다.

1) 연구의 분석틀 및 명제 도출

본 연구는 경북PRIDE상품 육성사업 선정기업의 글로벌역량 강화에 영향을 주는 요인이 경북PRIDE상품 육성사업 지원정책으로 어느 정도 영향을 받는지 대해 분석하고 있다. 아래 <그림 2>에서 알 수 있듯이, 글로벌역량 강화를 위해서는 최고경영자의 국제 기업가정신 및 글로벌지향성, 그리고 여러 요인들이 존재할 수 있다. 하지만, 이러한 기업 내적요인(internal factor)이 아닌 외적요인(external factor), 즉 지방자치단체 차원의 지원 제도에 따라서 수출경쟁력 및 글로벌 역량이 분명 변화할 것이다. 수출경쟁력 및 글로벌역량 강화에 있어 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 지원 정책은 중추적인 역할을 수행하고 있다는 전제하에 이를 연구 분석 방법을 통해 검증하고자 한다. 앞서 언급한 것처럼 <그림 2>은 본 연구의 분석틀이며, 이러한 분석틀을 이용하여 본 연구의 목적에 부합하는 관련 명제(proposition)를 도출하였다.



명제 : ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 지원정책은 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 선정기업의 수출경쟁력 및 글로벌 역량 강화에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<그림 2> 연구의 분석틀

2) 연구방법

본 연구의 명제는 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 지원제도가 중소기업 수출경쟁력 및 글로벌 역량 강화에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보기 위해 설정되었다. 이상의 명제를 논의하기 위한 최적의 방법으로 본 연구에서는 사례연구(case study)를 채택하였다(Yin, 2003). 일반적으로 수출경쟁력 및 글로벌 역량 강화의 측정을 위해서는 설문조사를 통한 횡단면 자료(cross-sectional data)를 이용하여 왔다. 그러나 횡단면 자료는 글로벌 역량에 영향을 주는 요인인 ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 지원제도의 영향력에 대한 심도 있는 이해를 얻기는 어렵다. 이러한 점에서 사례연구는 조직의 태도를 심층적으로 분석하기 위한 적절한 방법이라 할 수 있다(Yin, 2003).

본 연구의 표본대상으로 선정된 기업은 ‘경북PRIDE상품 육성사업’에 지정된 경상북도 소재 중소기업이다. 전체 36개의 기업 중 비교적 사업 참여 기간이 1년 이상이 되는 30개의 기업 최고경영자 또는 임원을 대상으로 인터뷰를 실시하였다. 선정된 기업들의 지원제도 인식 및 효과성을 측정하기 위하여 사업보고서, 발간자료, 기록물 및 최고경영진 혹은 책임자급의 인터뷰를 활용하였다. 이러한 자료들의 종합적인 활용은 삼각측량(triangulation)을 가능하게 하여 연구대상을 다각적 측면에서 분석할 수 있게 도와준다. 인터뷰 내용의 타당도와 신뢰도를 높이기 위해 정리된 인터뷰 결과를 당사자들에게 보내어 확인하는 절차를 거쳤다. 뿐만 아니라, 본 연구에서 설정한 명제를 확인하기 위해 사례는 개별적으로 그리고 집단적으로 분석되었다. 사례별 분석은 각각의 사례에 대한 패턴을 확인하는 것을 가능하게 해 주며, 집단별 분석은 그러한 패턴을 일반화하는데 유용하다(Eisenhardt, 1989). 사례에 포함된 기업들의 익명성을 유지하기 위해 실제 사명은 표기하지 않았다.

3) 분석 및 논의

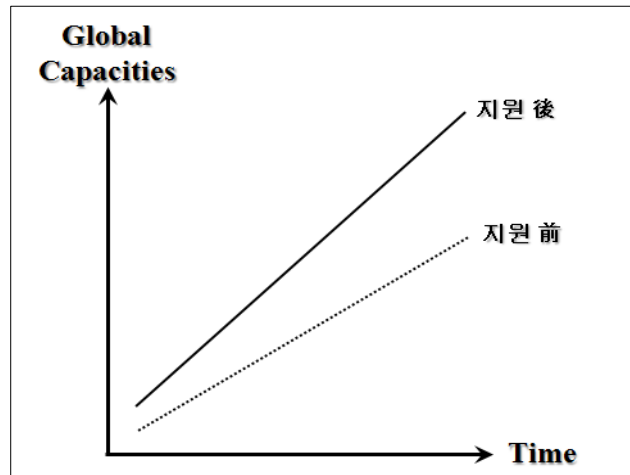
사례분석 결과 대상기업들은 모두 국제시장에 진출하였으며, 종업원 수는 최소 28명에서 최대 130명으로 조사되었다. 산업은 생필품 산업, 기계 산업, 부품산업 등 다양한 산업에 속해져 있었다.

연구대상 기업 중 30개 기업이 수출경쟁력 강화 및 해외시장 진출에 가장 큰 영향을 주는 요인으로 기업 내적 요인으로는 최고경영자의 글로벌화에 대한 강력한 의지, 즉 글로벌지향성(global-orientation)이라고 대답하였다. 다음으로 중요한 요인으로 각 기업이 가지고 있는 글로벌 전략 및 기술역량 등을 채택하였다. 이는 국제화를 위한 최고경영자의 강력한 의지와 기업의 차별화된 역량을 보유하고 있을수록 중소기업의 글로벌 역량은 점차 강화되어지는

것으로 이해할 수 있다.

마지막으로는 기업외적 요인으로 ‘경북PRIDE상품육성사업지원센터’에서 제공하고 있는 수출경쟁력 강화 및 글로벌역량 강화 프로그램에 대해 인지하고 있는지를 알아본 결과, 모든 기업들이 이를 명확하게 인지하고 있었으며, 지원센터의 도움으로 프로그램을 적절하게 활용하고 있다는 대답을 얻을 수 있었다.

경북PRIDE상품 육성사업 지원제도가 각 기업의 글로벌 역량 강화에 긍정적인 영향을 주었는지 살펴본 결과, 응답기업 모두가 글로벌역량 강화에 경북PRIDE상품 육성사업 지원제도가 중요한 역할을 수행하여왔다고 대답하였다. 이상의 결과를 도식화하면 <그림 3>과 같다.



<그림 3> 분석결과

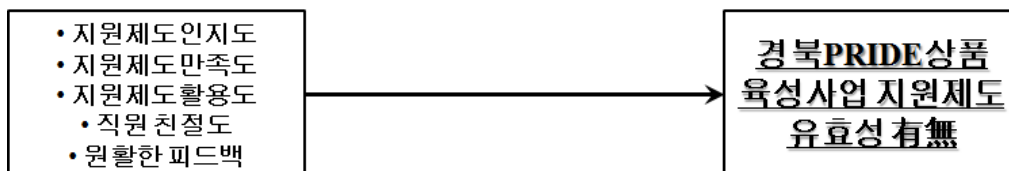
<그림 3>에서 알 수 있듯이, 다른 조건이 동일한 상황에서 시간이 지남에 따라 글로벌 역량은 일반적으로 상승하고 있다(<그림 3> 점선 참조). 하지만, 경북PRIDE상품 육성사업의 지원을 받고 난 후, 글로벌역량 상승폭은 더욱 커짐을 <그림 3>에서 알 수 있으며, 경북PRIDE상품 육성사업 지원제도는 선정기업들의 수출 경쟁력 및 글로벌역량을 강화시키는 데 매우 중추적인 역할을 하고 있음을 우리는 알 수 있다. 이에 여타의 다른 기관에서도 경북PRIDE상품 육성사업처럼 보다 지역밀착적인 지원정책이 필요함을 본 연구는 시사하고 있다.

2. 지원제도의 유효성에 대한 실증분석

1) 연구모형 및 가설 도출

이상과 같은 연구방법을 통한 경북PRIDE상품 육성사업 선정기업의 글로벌 역량 강화에 영향을 주는 요인으로 경북PRIDE상품 육성사업 지원이 어느 정도 영향을 주는지 대해 분석을 하였다. 그러나 이는 전체 선정기업을 대상으로 한 것이 아니기 때문에 일반화하기가 어렵다는 한계를 가지고 있다. 따라서 본 연구에서는 경북PRIDE상품 육성사업 지원에 대해 선정기업들이 실제 효과가 있는지 없는지에 대해 어떻게 생각하는지 알아보고, 지원제도의 유효성 유무(有無)에 영향을 주는 변인이 무엇인지 실증적으로 분석함으로써 경북PRIDE상품지원센터에서 지원제도 유효성 증가를 위해 어떤 전략을 활용해야 하는지를 알아보고자 한다.

이를 위해 먼저 중소기업 지원제도 관련 문헌조사와 FGI(Focus Group Interview)를 통해 경북PRIDE상품 육성사업 지원제도 유효성에 영향을 주는 변인들을 선별하였으며, 이 변인들과 실제 유효성 유무(有無) 간의 관계를 다음 <그림 4>과 같이 도출하였다. <그림 4>는 본 연구의 연구모형이며, 이러한 연구모형을 이용하여 본 연구의 목적에 부합하는 가설(hypothesis)을 도출하였다.



가설 : ‘경북PRIDE상품 육성사업’ 관련 지원제도에 대한 대상 기업들의 인지도, 활용도, 만족도 및 직원친절도와 피드백 등은 지원제도 유효성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<그림 4> 연구모형

2) 실증분석 결과

본 연구에서는 경북PRIDE상품 육성사업 관련 지원제도의 유효성 유무(有無)를 검증하기 위해 로지스틱 회귀분석을 선택하였다. 일반적으로 로지스틱 회귀분석은 종속변수가 효과가 있다 없다와 같이 0과 1의 값을 가지는 이항변수 또는 범주변수이고 독립변수가 연속변수일 경우에 사용한다. 유효성 유무(有無) 예측에 로지스틱 회귀분석을 사용할 경우의 장점은 다변량 정규분포와 같이 분산-공분산의 행렬이 동일해야한다는 가정이 필요 없으며, 계수의 유

의성 검증이 가능하며, 각 변수와 유효성 유무(有無) 간의 상관관계를 파악할 수 있다는 점이다. 로지스틱 회귀분석 결과를 살펴보면, 지원제도 인지도, 만족도, 활용도, 직원 친절도, 센터와 선정기업 간 원활한 피드백(feedback) 등이 입력변인으로 사용되었다. <표 6>은 로지스틱 회귀분석의 결과 요약표이다. 분석결과를 살펴보면 통계적으로 의미가 있는 변인들은 지원제도 인지도, 만족도, 활용도, 지원센터 직원의 친절도, 센터와 선정기업 간 원활한 피드백 등 다섯 가지 변인 모두이다.

<표 6> 로지스틱 회귀분석 결과표

Model	Chi-square	Df	Sig	-2 Log L = 34.608		
27.754		3	.004	Nagelkerke $R^2 = .614$		
지원제도 유효성 有에 대해 올바르게 예측한 비율				78.3%		
지원제도 유효성 無에 대해 올바르게 예측한 비율				81.8%		
전체 대상의 유효성 유무에 대해 올바르게 예측한 비율				80.0%		
변수	B 값	S.E	Wald	Sig.	Exp(B)	
인지도	.663**	.284	5.441	.020	.515	
활용도	.991***	.127	61.283	.000	2.693	
만족도	3.374***	.303	124.197	.000	29.188	
친절도	.447**	.208	4.649	.031	.639	
피드백	.241**	.105	5.280	.022	1.273	
(Conxtant)	5.016	.516	94.464	.000	.007	

* p<0.1, ** p<0.05, ***p<0.01

각각의 변인 모두가 지원제도 유효성 유무(有無)와 유의한 정(+)의 상관관계를 가지고 있는 것으로 드러났다. 이는 경북PRIDE상품 육성사업 지원제도가 선정기업들의 기업성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 인지하게 만들기 위해서는 지원제도를 선정기업들에 효과적으로 홍보하고 이를 활용하게 만들어 만족을 시킬 필요가 있음을 의미한다. 그리고 경북 PRIDE상품지원센터 내 구성원들의 전문성과 원활한 피드백에 따라 지원제도 유효성 유무(有無)가 달라질 수 있기 때문에 직원친절교육 및 커뮤니케이션(communication) 기술 향상을 위한 교육훈련프로그램이 선행되어야 함을 시사하고 있다. 끝으로 즉각적이고 실용적인 피드백

은 경북PRIDE상품 육성사업 지원이 대상기업들에게 실제로 중요한 변인 중 하나임을 본 연구결과를 통해 알 수 있다. 다음으로 비차비(odd ratio) 결과는 지원제도 활용도 및 만족도, 원활한 피드백만이 1배 이상의 수치를 나타내고 있다. 이를 통해 우리는 지원제도 활용도 및 만족도, 그리고 원활한 피드백이 높게 이루어질수록 경북PRIDE상품 육성사업 지원의 유효성이 실제로 존재한다고 느끼게 됨을 알 수 있다.

마지막으로 전체적인 로지스틱 회귀분석 식은 유의수준 0.001이상의 $-2 \log L$ 과 61%의 Nagelkerke R²를 지닌 유의적인 식으로 인식되었다. 로지스틱 회귀모형의 예측력은 ‘지원제도에 대한 유효성이 존재한다.’는 것에 대한 예측오류가 21.7%, ‘지원제도에 대한 유효성이 존재하지 않는다.’라는 것에 대한 예측오류가 18.2%로 나타나 지원제도 유효성 유무(有無)에 대한 예측능력이 보다 우수하게 나타나고 있다.

V. 결론 및 정책적 제언

세계경제에서 우리나라가 차지하는 국가적인 위상과는 달리 우리나라 기업이 차지하고 있는 위상은 몇몇 대기업을 제외하고는 미미한 수준이다. 특히 우리나라 중소기업의 세계시장 진출은 아직도 많은 어려움에 직면하고 있는 것도 사실이다. 최근 급격하게 변화하고 있는 글로벌 경제 환경 하에 맞는 체계적이고 효과적인 중소기업 육성정책을 새롭게 마련하여 중소기업의 경쟁력을 확고하게 확보하기 위한 시점에 이르렀으며, 원활한 수출활동이 이루어질 수 있도록 중앙정부, 지방자치단체에서도 다양한 중소기업 지원정책을 추진해야 할 시점이다.

본 연구에서는 경북PRIDE상품 육성사업 지원제도의 효과성에 대한 사례연구를 실시하였으며, 이를 바탕으로 향후 좀 더 나은 중소기업 글로벌역량 강화방안 마련을 위한 정책적 제언을 실시하고자 한다. 첫째, 국가적 차원에서는 중소기업 수출지원 및 수출경쟁력 강화 사업에 대한 현실적이고 효과적인 정책 방향을 제안하고, 중소기업청 및 각 지방자치단체, 유관기관 등 관련 기관과의 업무협력을 강화해 나가야 할 것이다.

둘째, 지방자치단체 차원에서는 지역특성에 맞는 사업의 개발과 추진을 통하여, 각 지방자치단체별로 KOTRA, 무역협회 등의 일부 유관단체에서 중복적으로 추진되고 있는 해외시장 개척 및 마케팅 관련 활동에서 벗어나 무역계약 체결 및 대금결제, 물류지원 및 보험, 관세통관 지원, 무역사후관리 등의 분야로 지원사업을 통하여 상시 지원체계를 구축해야 할 것이

다. 또한, 지역 내 존재하고 있는 지역대학 및 관련기관의 자원 및 전문인력들을 통하여 지역 기업 및 지역 수출환경을 가장 잘 이해하고 있는 인프라 및 인적자원을 상시 활용함으로써 밀착형 지원을 통한 지원성과를 향상시킬 수 있어야 한다.

셋째, 지역대학 차원에서는 기존의 기술 및 인턴쉽 등 제약된 분야에서의 산학관 협력 활동에서 벗어나 해외마케팅 및 수출지원분야로의 산학관 협력활동 모델을 구축할 필요가 있다. 이는 지역경제 기반의 대부분을 차지하고 있고, 내수보다는 수출중심형의 중소기업이 대부분인 지역에서 지역경제 활성화를 위한 역할 담당과 지역대학 졸업 인력들의 지역기업으로의 취업을 통한 선순환 구조를 만들 수 있다. 또한 해외시장 개척 및 수출경쟁력 강화 부분에서도 대학에서 가지고 있는 다양한 인적 자원 및 전문성을 발휘함으로써 지역 차원에서 실시되고 있는 중소기업 수출경쟁력 강화 분야에 대한 전문성, 효율성 및 운영 주체성을 향상시킬 수 있는 좋은 기회가 될 수 있기 때문이다.

특히 수출경쟁력 및 글로벌역량 강화 관련 지원사업의 효율적 운영에 있어서도 기존 중앙정부 차원의 불특정 다수의 중소기업을 대상으로 하는 지원사업에서 벗어나, 관련 지원사업을 수탁하여 추진하고 있는 유관기관의 효율적인 업무 분담체계의 확립도 가능할 것이다. 무엇보다도 관련 사업을 진행할 전문가 양성에 있어 지속적인 인력양성 시스템의 구축도 가능할 것이다.

향후 보다 더 체계적인 연구를 위하여, 직접적 유사사업에 대한 국내·외 사례분석과 선행 연구나 문헌연구 측면에서도 기본적 현황자료 분석과 함께 실증분석이 함께 이루어져야 할 것이다. 그리고 향후 표본 대상기업 수와 사업 참여 기간이 증가함에 따라 보다 충실한 연구가 진행되어야 할 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

강치선, “전문대학과 중소기업간 산학협력 활성화를 위한 연구”, 석사학위 논문, 한양대학교 산업경영대학원, 2007년 6월.

경북PRIDE상품 통합시스템, <http://www.prideitems.co.kr> (발췌 정리)

관세청, ‘2011년 수출입 동향 확정치’ 보도 자료, 2012.

국가균형발전위원회, 「산학협력 활성화 방안(안)」, 2005년 1월.

박은정, “대학의 산학협력 활성화를 위한 운영방안 연구”, 석사학위 논문, 건국대학교 정보통

- 신대학원, 2010년 2월.
- 이영주, “한·미 FTA가 중소기업체에 미치는 영향”, 「한·미 FTA가 중소기업체에 미치는 영향 및 대응전략」, 2007 RIS 혁신네트워킹세미나, 2006년 6월.
- 이원민, “우리나라 중소기업 수출지원제도에 관한 연구”, 석사학위 논문, 한남대학교 대학원 무역학과, 2007년 6월.
- 이원일, 허철행, 김도엽, “산학협동 활성화를 위한 지방대학의 역할”, 「지방정부연구」, 제8권 제2호, 지방정부학회, 2004, pp. 163-183.
- 이희용, 여택동, “경북지역 중소기업 수출지원정책 및 제도 활용 실태분석”, 「통상정보연구」, 통상정보학회, 제11권 제1호, 2009, pp.353-378.
- 중소기업통계시스템, “기업규모별·지역별·산업중분류별 사업체수, 종사자수 조사”, 2009.
- 중소기업통계시스템, “지역별·기업규모별 수출”, 2011.
- 지식경제부, 「2012년도 무역·통상진흥 종합시책」, 2012.
- 통계청, “전국사업체조사 및 광업 조사”와 중소기업중앙회 “2011년 중소기업 현황”, 2010.
- 홍유수, 반유미, 「주요국의 중소기업 국제화 지원서비스 현황과 시사점」, 중소기업연구원, 2006.
- Autio, E., Sapienza, H. J., and Almeida, J. G., “Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth”, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, 2000, pp.909-924.
- Bilkey, W. J., “An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 9, No.1, 1978, pp.33-46.
- Burgel, O. and Murray, G. C., “The international market entry choices of start-up companies in high-technology industries”, *Journal of International Marketing*, Vol. 8, 2000, pp.33-862.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., and Zhao, Y., “Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance,” *Industrial Marketing Management*, 31, No.6, 2002, pp.515-524.
- Cavusgil, S. T.. “On the Internationalization Process of Firms,” *European Research*, Vol. 8, No.6, 1980, pp.273-281.
- Kotabe M., Czinkota M. R, “State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 23, No. 4, 1992, pp637-659.

ABSTRACT

A Case Study on the Industry-Academy-Government
Cooperation to Intensify Export Competitiveness of
Local SMEs
- Focused on Gyeongbuk PRIDE Products -

Taek-Dong Yeo* · Hee-young Lee**

The Changes in management environment in SMEs such as rapid development of information communication technology, worldwide expansion of FTAs, enlargement of global outsourcing, etc have changed various aspects in industry-academy or industry-academy-government cooperation. It has been away from the cooperation focused on research and development and industrial training, and advanced to the cooperation focused on the business fields and practices where the executive ability and professionalism are required to commercialize major products of local SMEs. Compared with the existing model, the new model of industry-academy-government cooperation can provide effective and customized supports to local SMEs and expect better performance than ever before through the choice and focus. However, the existing support programs of government and related organizations are just top-down pattern to SMEs. In addition to the development of industrial technology, education and training for labor force and knowledge interchange between industry and university, the new cooperation model would also provide practical tasks such as enhancement of business competences and abilities to cultivate foreign markets. This study deals with Gyeongbuk PRIDE Products support project that is the new model of industry-academy-government cooperation and evaluates the effectiveness of this support project by empirically analyzing the survey results from the target SMEs.

Key Words : industry · academy · government cooperation, export support programs, local SMEs, Gyeongbuk PRIDE Products

* School of International Economics & Business, Yeungnam University

** School of International Economics & Business, Yeungnam University