

고학력 경력단절 여성을 활용한 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화 지원 방안에 관한 연구

Study on the Global Technology Commercialization of SME support System utilizing Higher Level Career-interrupted Women

김찬호* · 최윤정** · 노현숙*** · 정예림**** · 현양성*****

I. 서론

우리나라 여성의 경제활동 참가율은 55.2%로 OECD 평균 62.3%에 못 미치고 있다. 특히 여성 대졸자의 경제활동 참가율은 OECD 평균 82.6%보다 무려 20%p 낮은 62.4%로, 경력단절 후 다수의 여성이 비경제활동 상태로 남아있는 상황이다. 그리고 OECD 국가 중 25-34세 청년층의 고등학교 이수율(98%) 및 대학이상의 고등학교 이수율(64%)은 OECD 국가 중에서 가장 높고, 2012년 여학생의 진학률은 74.3%로 남학생(68.6%) 보다 높은 수준으로 고학력 여성인력의 활용이 상당히 부진한 상황이다. 이들의 경제활동 참가율은 20대 중반에 가장 높고, 결혼·출산에 따라 낮아져서 다시 높아지지 않는 L자형(L-shaped curve)을 이루고 있는데, 이는 고학력 기혼 여성은 한번 노동시장에서 퇴장하면 그 이후 재진입하지 못하고 비경제활동 인구로 전환됨을 보여준다(김태홍, 2000; 민무숙, 2006).

이러한 고학력 여성의 낮은 경제 참가율과 경력단절로 인한 노동시장 이탈은 고학력 여성의 삶의 만족도를 낮추는 결과를 초래한다. 독립적 자아 정체성 확립과 자아실현에 대한 강한 욕구를 가지고 있는 고학력 여성들은(신경아, 1999; 정영숙 2004) 자신의 정체성 유지와 자아실현이 일, 즉 경제적 보상이 따르는 노동을 통해 가능하다고 생각하여 대학 졸업 이후 취업을 시도하나, 한국 사회에 만연한 ‘모성’이라는 이름의 강요로 인해 출산이후 비자발적으로 노동시장을 이탈한다(Jang & Merriam, 2005). 그러나 독립적인 자아를 갈구하는 이들에게 어머니로서의 역할은 ‘자신의 이름’을 잃는 것으로 만족을 주지 못하며, 전업주부에 대한 경시와 가사노동에 대한 가치평하는 고학력 여성이 노동시장에 재진입 함으로써 자신의 정체성을 회복하고 삶에 대한 만족도를 높이하고자 한다. 이러한 경력단절 여성의 높은 취업 욕구는 여러 연구결과에서도 입증된다. 전업주부 중 취업 희망자가 무려 77.7%에 달하고 있으며, 고학력 여성 비취업자 중 45.1%가 직업훈련을 원하는 것으로 나타나고 있다. 그러나 고학력 경력단절 여성의 높은 취업욕구에도 불구하고 이들의 재취업은 쉽지 않다. 경력단절 여성에게 주어지는 고용기회가 저학력을 중심으로 한 저숙련, 저임금 직종으로 제한되어 있을 뿐만 아니라(박성정, 2005), 기혼여성에 대한 사회적 고정관념으로 인해 이들은 결혼을 했고 아이가 있다는 이유로 취업기회 자체에서 외면당하는 경우가 많기 때문이다(구명숙 외, 2005). 이렇듯 고학력 경력단절 여성

* 한국과학기술정보연구원 기술사업화분석실 책임연구원, chkim@kisti.re.kr, 02-3299-6170

** 한국과학기술정보연구원 기술사업화분석실 실장, yjchoi@kisti.re.kr, 02-3299-6127

*** 한국과학기술정보연구원 기술사업화분석실 선임연구원, hsroh@kisti.re.kr, 02-3299-6093

**** 한국과학기술정보연구원 기술사업화분석실 선임연구원, yelima@kisti.re.kr, 02-3299-6164

***** 호주 멜번소재 제주 자문관, newliberty@hotmail.com, 070-8247-9558

의 재취업이 어려운 상황에서 재취업에 성공한 경력단절 여성들은 자녀양육과 병행 가능한 직업을 갖기 위해 새로운 취업분야를 탐색하고 취업을 시도하였다. 그러나 제한된 고용기회, 질 낮은 일자리, 기대보다 낮은 실제 임금 등 불만스러운 노동시장 조건에 실망한 이들은 전문성 확보와 자격 취득을 통해 이러한 장애를 극복하고자 교육에 참여하였다. 이들은 교육과정에서 만난 경력단절 여성간의 네트워크, 취업 희망 분야 종사자와의 네트워크를 통해 심리적 또는 물리적 지지를 제공받아 취업에 성공하였다. 또한 이들은 장기적인 계획 하에 재취업 시 의중임금을 낮춤으로써 노동시장에 재진입하였고, 취업 후 경력을 쌓고 전문성을 심화하여 경력을 개발함으로써 재취업 임금 및 근무 여건의 수준을 높이는데 성공하였다(장서영, 2008).

이렇듯 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀가 어려운 상황에서 이미 재취업에 성공한 경력단절 여성들이 노동시장 재진입 과정에서의 경험과 장애 요인들을 극복한 연구결과를 바탕으로, 이들을 활용하여 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 지원한 사례를 대상으로 구체적인 추진내용을 비교·분석해 보고, 실패한 원인을 살펴보는 것은 재취업 장애요인 극복에 대한 시사점을 얻을 수 있는 좋은 방법이 된다. 따라서 본 연구는 고학력 경력단절 여성의 활용을 촉진하기 위한 방안의 하나로 의료기기 분야 중소·벤처 기업이 사업적 타당성이 있다고 평가되었으나 실패한 글로벌 기술사업화 지원 사례를 추적해 그 원인을 살펴봄으로써, 이들을 활용하여 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 지원하는 과정에서 경험하는 실패요인을 어떻게 극복하는지를 이해하는 것을 목적으로 하였다. 이 연구를 통해 고학력 경력단절 여성의 중소·벤처기업 글로벌 기술사업화 지원을 활성화하는데 필요한 시사점을 얻을 것으로 기대한다.

II. 이론적 고찰

고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀에 관한 연구는 서로 다른 이름으로 여러 이론적인 갈래에서 검토되고 있다. 첫 번째는 고학력 여성의 노동시장 참가 결정 요인에 관한 연구이며, 두 번째는 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀에 영향을 미치는 요인이다. 세 번째는 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀 시기 및 직종에 관한 연구이다. 네 번째는 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀 과정에 관한 연구이다.

1. 고학력 여성의 노동시장 참가 결정 요인

고학력 여성들의 노동시장 참여를 결정하는데 영향을 미치는 요인들에 대한 연구결과를 살펴보면, 자녀관련 변수와 학력, 가계소득이 여성의 노동시장 참여결정에 영향을 미치는 요인으로 나타난다.

많은 연구에서 학력은 여성의 노동시장 참여 결정요인이 되는 것으로 나타난다. 학력이 높을수록 시장에서 받을 수 있는 임금이 높아지기 때문에 노동공급자인 여성이 노동시장에 참여할 확률이 높아진다. 고학력 여성들이 저학력 여성들보다 시장노동활동을 더 많이 하는 것으로 보고하고 있어 이러한 이론을 지지한다(Bowen & Fingan, 1969; Killingworth & Heckman, 1986). 그러나 우리나라는 다소 다른 연구결과를 보고하고 있는데, 오히려 학력이 여성들의 노동시장 참여에 긍정적인 영향을 미치지 않는다는 연구결과들이 존재한다(박수미, 2002; 한국여성개발원, 1998). 고학력 여성들이 한번 노동시장을 떠난 뒤에는 하향취업을 해야 노동시장에 재진입이 가능하기 때문에(이재열, 1996), 결혼이나 출산으로 노동시장을 떠나면 다시 노동시장에 참여하지 않게 되는 것이다. 학력이 여성의 노동시장 참가에 정적인 영향을 미친다는 일반론은 남성이나 미혼여성에 비해 기혼여성에게 있어서는 예외적인 경우가 많다(김지경, 2003).

한편, 여성의 학력이 노동시장 참여간의 관계에 관한 연구 중 일부는 단순히 학력만이 아닌 자녀요인이

학력과 노동시장 참여결정의 관계에 영향을 미친다는 연구결과를 보이기도 한다. Leibowitz(1975)는 고학력 여성이 그렇지 않은 여성에 비해서 노동시장 참여율이 높기는 하나 자녀를 양육하는 시기에는 높지 않다고 하였고, Hill & Stafford(1974)는 대졸여성의 경우 3세미만 자녀의 수에 따라 노동시장 참여를 줄여나갈 가능성이 높아진다는 사실을 발견하였다. 또한 Waite(1980)는 자녀가 없는 여성의 경우 학력이 경제활동 참여에 정적인 영향을 미치지만 자녀가 있는 여성에 있어서는 특별한 관련성을 보이지 않는다고 밝혔다. 따라서 학력 자체만으로 여성의 노동시장 참여가 결정되는 것은 아니며 자녀요인이 중요한 변수임을 알 수 있다.

기혼여성의 노동시장 참여를 결정하는 또 다른 요인은 가계의 경제적 요구이다. 가계소득에 따라 노동시장에 참여할지 여부를 결정하게 된다는 것이다. 남편의 소득이나 기타 가족원의 소득은 여성의 노동시장 참여에 부적인 영향을 미친다(Rosenzweig & Shultz, 1984). 즉 남편의 저소득이나 불안정한 소득은 여성이 시장노동을 해야 할 필요성을 증진시켜 노동시장 참여를 촉진시키는 요인이 된다고 할 수 있다.

2. 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀 영향을 미치는 요인

경력단절 여성이 노동시장에 복귀하는데 영향을 미치는 요인에 관한 선행 연구들을 살펴보면, 경력단절 여성의 노동시장 재진입은 일반적인 노동시장 이행에 있어 바탕이 되는 인적자본이론(Human Capital Theory)과는 다르게 진행되고 있음을 알 수 있다. 인적자본이론에서는 능력, 학력 등과 같은 개인의 성취적 요인을 노동시장 이행과정에 있어서 중요한 요소로 간주한다. 그러나 선행연구결과에 따르면, 여성의 경우 경력단절 이후 학력은 유의미한 인적자본으로 기능을 하지 못한다. 경력단절 여성의 노동시장 재진입과 재퇴장에 대한 연구를 수행한 박수미(2003)에 따르면 학력은 경력단절 여성의 노동시장 재취업에 영향이 없거나 오히려 부(-)적인 효과를 보였다. 이재열(1996)의 연구 또한 한국의 대졸학력 여성들이 일단 비취업 상태에서 취업상태로 이행하는 확률이 낮아서 고학력 여성들은 일단 비취업 상태에 놓이면 비취업 지속기간이 길어짐을 보여주고 있다. 즉, 여성들에게 있어 학력은 경력단절 이전의 첫 노동시장 이행과 취업 유지에는 긍정적인 영향을 끼칠 수 있으나, 일단 경력이 단절된 후에는 비중 있는 인적자본으로 기능하지 않음을 보여준다. 또한 취업경력(근속년수), 경력단절 이전의 직종 등의 또 다른 인적자본 역시 여성의 재취업에 영향력이 없거나 그 효과가 미미한 것으로 나타나고 있다(박수미, 2003; 김영옥, 2002). 경력단절 여성의 임금 또한 이들이 경력단절 기간을 최소화하면서 노동시장에 복귀하는데 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(김지경, 2003). 즉 시장에서 받는 임금이 높을수록 여성들이 취업상태에서 비취업상태로 이행하는 확률이 낮고, 노동시장에 복귀하는 속도도 빨라진다(김지경, 2003). 높은 임금을 받는 여성이 출산이후 노동시장에 빠르게 복귀하는 이유는 여성의 잠재임금과 실질임금의 차이를 줄일 수 있기 때문이다(Barrow, 1999; Jones, 1999). 고학력 경력단절 여성들이 노동시장 복귀를 원하는 주된 이유는 노동을 통해 한 개인으로서의 자신의 정체성을 확립하고 경제적인 독립을 이루는 것이다(신경아, 1999; 정영숙, 2004; Jang & Merriam, 2005). 그러나 고학력 중장년 여성을 위한 정규직 취업시장이 발달되어 있지 않은 한국사회의 현실에서 이들에게 주어진 노동시장은 저임금, 저숙련 중심으로, 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀욕구를 만족시키지 못한다(박성정, 2005). 이러한 제한된 노동시장과 고학력 경력단절 여성의 취업욕구 사이의 간격으로 인해, 고학력 경력단절 여성은 재취업을 포기하는 경향이 높다(황수경, 2003; 장서영 외, 2007).

3. 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀 시기 및 직종

기혼 여성의 경제활동참여가 생애주기와 밀접한 관련성을 가짐에 따라 경력단절여성의 재취업은 주로 가족주기 중 막내 자녀가 만 2세가 넘는 3주기에 주로 발생한다(황수경, 2003). 이 시기에 기혼여성의 경제활동

참가율은 51.0%로, 경력단절 이전상태인 자녀가 없는 1주기 기혼여성의 경제활동 참가율(46.4%)보다 더 높게 나타난다(황수경, 2003). 한편 구명숙 외(2005)의 연구에 따르면, 결혼 이후 10년 이내에 재취업하는 여성 중에서 70.3%가 2~4년차 동안에 재취업 하였다. 이것은 곧 경력단절 이후 장기간 미취업 상태에 놓인 여성은 재취업할 확률이 상당히 낮음을 보여준다.

경력단절 여성의 재취업 직종을 살펴보면, 고졸자의 경우 단순노무직에 집중되며 사업장 규모에 있어서도 소규모 업체로 이동하는 등 하향취업의 경향이 뚜렷하게 나타난다. 반면 대졸자의 경우 경력단절 이후 사무직으로의 재취업이 주를 이루고 있으나, 대졸여성의 재취업률은 고졸여성 재취업률의 40%에 불과해 대졸여성의 경력단절 이후 재취업률이 현저히 낮음을 알 수 있다(장서영 외, 2007). 즉 대졸여성은 하향취업을 감수하기 보다는 취업을 포기하는 경우가 많으며, 숙련도가 높은 전문직, 사무직 일자리의 경우에만 재취업하려는 경우가 많으며, 숙련도가 높은 전문직, 사무직 일자리의 경우에만 재취업하려는 경향이 높음을 알 수 있다(장서영 외, 2007).

한편 경력단절 여성은 여성근로자 비율이 70% 이상인 전통적인 여성지배직종(female dominant occupation), 즉 보건 및 간호 관련직, 개인 보호 및 특수교육 관련직, 초등 및 학령전 교육 관련직, 특수학교 교사 및 초등 교육 준교사, 비서·회계 등의 단순사무직, 단순서비스직, 섬유봉제 관련 기능직, 미화원·청소원 등 가사 관련 단순직 등을 선호한다(황수경, 2003). 경력단절여성들이 전통적인 여성지배직종을 선호하는 이유는 경력단절 기간 동안 발생한 숙련의 손실에 대한 불이익을 최소화할 수 있는 직업을 선택하려고 하기 때문이다. 이러한 선택으로 인해 여성의 경력단절은 여성들이 우량직업에 진출하는 것을 원천적으로 가로막고, 성별분리를 고착시킨다(황수경, 2003).

또한 재취업하는 경력단절여성의 종사상 지위를 살펴보면 결혼 2년차에 재취업하는 여성의 상당수가 상시 고용이나, 경력단절 기간이 길어질수록 상시고용의 비율이 감소하는 반면, 고용주 및 자영업자, 무급가족종사자, 임시 및 일용직 종사자의 비율은 증가하였다(구명숙 외, 2005)

4. 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀 과정

장서영(2008)은 고학력 경력단절 여성의 노동시장 재진입 과정과 이들의 재진입 과정에서 경험하는 장애를 어떻게 극복하는지를 이해하는 연구를 하였다. 이 연구에서 과거에 경력이 단절되었으나 현재 노동시장 복귀에 성공하여 경제활동에 참여하고 있는 대졸여성을 대상으로 실시하였다. 이 연구에 따르면 고학력 여성의 급증과 높은 취업 욕구에도 불구하고, 출산과 양육, 기혼여성을 기피하는 문화 등으로 인해 경력단절을 경험하였다. 또한 고학력 경력단절 여성은 저숙련·저임금 직종으로 제한된 노동시장, 기혼여성에 대한 취업기회 박탈 등의 이유로 노동시장에 복귀하는데 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 이 연구에서 나타난 고학력 경력단절 여성들의 노동시장 복귀과정 장애요인 극복방법은 다음과 같다. 노동시장 복귀에 성공한 고학력 경력단절 여성들은 제한된 고용기회, 질 낮은 일자리 등 불만스러운 노동시장의 조건과 자신의 취업 욕구 사이의 '간격'을 극복하는 방법의 하나로 교육 참여를 선택하였다. 즉, 현재 취업 가능한 질 낮은 일자리에는 취업하기 원치 않고 취업하기 원하는 일자리에 진입하기 위하여 '입문에 필요한 자격증을 취득하고 전문실력을 배양하는' 방법으로 교육을 선택하였다. 즉 나이가 많고 경력이 단절되어 일하기 어렵다는 경력단절 여성에 대한 고정관념을 학생신분 획득을 통해 '현재 공부하고 있다'는 이미지를 제공함으로써 완화하려고 하였다. 또한 고학력 경력단절 여성들은 의중임금과 실제임금간의 격차가 존재하는 현실에서 장기적인 계획 하에 일시적으로 의중임금을 낮추는 전략을 사용함으로써 노동시장 진입에 성공하고 노동시장 복귀 이후 경력 쌓기, 전문성 함양 등을 통해 경력을 개발함으로써 궁극적으로 임금 수준 및 근무 여건의 수준을 높이는 데 성공하

였다.

마지막으로 고학력 경력단절 여성들은 교육 참여를 통해 만난 노동시장 복귀 희망자들과의 네트워크를 통하여 노동시장 복귀에 필요한 정보를 얻고 노동시장 복귀의 기회를 제공받음으로써 경력단절 이전에 종사하던 직종을 다른 직종으로 ‘전업’하는데 따른 정보 부족이라는 장애를 극복하였다.

여성가족부(2014)가 실시한 2013년 경력단절여성 등의 경제활동 실태조사에서 일할 능력이 있는 비취업 경력단절 여성의 82%는 취업을, 18%는 창업을 희망하며, 창업 비율은 고학력 경력단절 여성일 경우 창업 희망이 26.1%로 상대적으로 높았다. 또한 향후 일하기를 원하는 비취업 경력단절 여성의 월 평균 희망임금(소득)은 평균 174.6만원으로 조사되었는데, 취업 희망자는 151.7만원, 창업 희망자는 279.1만원으로 나타났다.

5. 본 연구의 분석 틀

본 연구는 앞서 살펴본 기존 연구들을 종합하여 <표 1>과 같은 분석틀을 제시하고자 한다. 크게 사업모델 분석과 사후평가로 구성되는데, 사업모델 분석은 고학력 경력단절 여성을 활용하여 중소·벤처기업이 글로벌 시장진출 지원에 활용한 사례를 진단하고, 분석하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하는데 유용한 린 비즈니스 모델 캔버스(lean business model canvas)를 활용하여 분석한 것이다. 사후평가는 본 연구과정에서 이루어진 것을 말한다.

사업모델 분석은 2단계로 구성되어 있으며 첫 단계는 고객이 해결하고 싶어하는 핵심문제 분석으로 고객이 가진 문제 정의, 고객 군, 해결방안, 가치제안 등이 분석되고, 이 과정이 완료되면 2단계인 채널, 수익원, 비용구조, 핵심지표, 사업모델 및 경쟁우위가 분석되었다.

<표 1> 본 연구의 분석모형

분석체계		내용	
사업 모델 분석	고객문제	핵심문제	해결하고자 하는 중요한 문제 3가지
		고객군	상품이나 서비스를 제공하고자 하는 고객집단
		가치제안	고객이 제품을 구입해야 하는 이유를 설명하는 메시지
		해결	가장 중요한 3가지 해결책
	경쟁우위	채널	가치 제안이 고객에게 전달하는 경로
		수익원	고객에게 성공적으로 제공하여 얻게 될 결과
		비용구조	조직을 활용하는데 필요한 비용
		핵심지표	측정해야 하는 핵심 활동
		경쟁우위	다른 제품이나 서비스가 흉내 낼 수 없는 특징
	추적평가 (본 연구)		

본 연구에서 시도된 추적평가는 기존연구에서 지적된 요인들을 반영하여 <표 2>와 같은 분석 틀로 이루어졌다. 직업, 교육 및 네트워크를 검토하였다.

<표 2> 본 연구의 추적평가 모형

대항목	중항목	구성 항목
직업	특성	전문성, 가사 및 육아 조화성, 능력 관련성
	성향	개인 선호성, 근무 독립성
	시장성	필요성 및 가치창조 관련성
교육	교육	교육기간과 내용
	신뢰성	자격증 및 실습 연관성
	가치성	전문성 제고 및 가치창조 가능성
네트워크	구축	네트워크 구축 가능성
	활용	네트워크를 통한 애로 공유 및 정보교환

III. 사례연구

고학력 경력단절 여성을 활용하여 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화 활용 사례는 치과용 의료 엑스레이(X-ray)장비·센서 제조업체인 A기업이 최초이다(2011. 전자신문).

1. 회사개요

A기업은 1992년 4월 4일 설립되어 2006년 9월 29일자로 코스닥 시장에 등록되었다. 2002년 치과용 엑스레이(X-ray)시장으로 진입하며 산업용 엑스레이(x-ray)기업에서 치과용 방사선촬영장치 전문기업으로 변모하였다. 2002년 국내 최초로 파노라마 진단기를 개발하였으며, 2005년에는 CT·파노라마·세팔로를 통합한 기기를 세계 최초로 개발했고, 2007년에는 진단기기 핵심 부품인 디지털 X선 센서도 만들었다. 이러한 기술개발 결과로 2012년 국내 시장점유율 70%(1위), 세계 시장점유율 10%(5위)를 기록하였다. 2012년 판매지역별 매출비중은 한국 32%, 아시아 25%, 유럽 20%, 아메리카 16% 등이다. 최근에 중앙아시아, 중동, 중국에서의 매출액이 빠르게 성장하고 있는 상황이다.

거대한 의료기 시장에서는 ‘틈새’에 불과했지만 치과용 진단기기 시장에서 핵심 경쟁력을 갖춘 A기업은 순조롭게 성장했다. 매출액은 2006년 540억 원에서 2007년 800억 원으로 늘었다. 같은 업종의 자회사의 실적을 합치면 2013년 매출액이 1715억 원을 넘는다. 2014년에는 매출 2000억 원을 달성할 수 있을 것으로 전망하고 있다.

지속성장기업의 조건으로 기업의 사회적 책임(CSR)이 부각되고 있다. 존경받는 기업 선정 기준의 하나가 기업의 사회적 책임(CSR)일 정도로 매출, 호감도, 브랜드력, 명성 등 유·무형자산 가치 증대에 기여하는 CSR의 영향력이 확대되고 있다(SERI, 2007). A기업도 2002년 신임 회장 경영체제 이후 인류의 건강(Health)과 성장(Growth), 환경과 후세(People)를 기업의 사회적 책임(CSR)의 주요 키워드로 정하고, 중장기 CSR 체계도를 수립하였다. 임직원, 주주, 고객, 협력회사, 지역사회 등 공동체의 동방성장을 통해 건강한 삶과 환경을 지키며, 우리의 다음세대도 이를 누릴 수 있도록 후대에 전하는 기업이 되고자 하였다. 특히 A기업은 기업의 존재 목적이 단순한 이윤창출에만 있는 것이 아니라 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하는 공유가치창출(CSV: Creating Share Value)²⁾쪽으로 바뀌어야 하며 이러한 공유 가능한 가치를 창출하는 것은 기업의

2) 미국 하버드 대학의 마이크 포터(Michael Porter) 교수와 마크 크레이머(Mark Kramer)는 2011년 1월 하버드

몫이라고 하였다. 최고 경영자의 기업경영 철학에 따라 소외계층 일자리 창출 프로그램의 하나로 시도한 것이 고학력 경력단절 여성을 활용한 글로벌 기술사업화 지원 프로그램이다.

2. 사업 모델 분석

사업 모델 분석을 위해 린 비즈니스 모델 캔버스(LEAN Business Model Canvas)틀을 활용하였다. 린 비즈니스 모델 캔버스는 스위스 로잔 IMD의 교수인 알렉산더 오스터왈더가 창안한 비즈니스 모델 캔버스(Business Model Canvas)를 스파크59의 애시 모리아가 개량한 것이다. 린 캔버스는 사업의 9가지 핵심요소로 구성되어 있다. 캔버스 위에 포스트잇을 붙였다 떼었다 하면서 손쉽게 기존 사업을 진단하고 분석할 수 있다. 린 비즈니스 모델 캔버스 9가지 빌딩 블록(9 Building Blocks)을 활용하여 고객문제와 사업모델의 경쟁우위 등 2단계로 분석하였다.

1) 고객의 문제

(1) 문제(Problem)

가장 중요한 3가지 문제를 기술하면 다음과 같다. 첫 번째는 기술혁신 기업인 A기업의 해외시장 진출이다. 2010년 64.1%를 기록한 수출부문이 올해 79.9%, 2016년 84.9%까지 매출 비중이 증가할 것으로 전망하고 있다. 이는 전세계적 인구 고령화 추세, 임플란트와 같은 의료기기 수준의 향상으로 치과용 의료장비의 수요 증가가 기대되는 상황이다. 이러한 해외시장 확대 추세에 발맞추어서 A기업은 2011년 3월 해외사업본부를 분사시켜 해외사업을 전담하는 법인을 설립하였다.

두 번째, 사회적으로 여성 대졸자의 경제활동 참가율은 OECD 평균 82.6%보다 무려 20%p 낮은 62.4%로, 경력단절 후 다수의 여성이 비경제활동 상태로 남아있는 상황이다. OECD 국가 중 25-34세 청년층의 고등학교 이수율(98%) 및 대학이상의 고등학교 이수율(64%)은 OECD 국가 중 가장 높고, 2012년 여학생의 진학률은 74.3%로 남학생 보다(68.6%) 높은 수준으로 고학력 여성인력의 활용이 상당히 부진한 상황이다. 우리나라 여성의 경제활동이 저조한 이유는 임신, 출산 및 육아 등으로 30대 이후의 여성 중 다수가 경제활동을 단념한 비경제활동 상태이기 때문이다.

세 번째, A기업은 기업의 존재 목적이 단순한 이윤창출에만 있는 것이 아니라 사회적 기업으로서 일자리를 많이 창출해야 한다는 신념을 갖고 있었다. 이러한 기업경영철학으로서 공유가치창출을 실현할 수 있는 새로운 프로그램을 개발하려고 하였으나, 그동안 사회적 강자의 사회적 책임(CSR)은 이벤트성에 그치거나 오래가기 어려움에 착안하여, 근본적인 해결책을 찾고자 하였다. 특히 우수한 능력을 지닌 여성들이 육아 때문에 직장을 그만 두어야 한다는 건 사회적 낭비라는 인식으로 기업의 사회적 책임(CSR) 기업경영철학을 구현하는 실질적인 소외계층 일자리 창출사업으로써 고학력 경력단절 여성을 활용한 해외시장 진출 지원 프로그램 개발이 필요하였다.

(2) 고객군 (Customer Segmentations)

A기업은 포화상태에 도달한 국내 시장보다 거대한 세계 의료기기 시장에 진출하기 위해서는 세계 의료기기 선진국 동향과 트렌드 그리고 글로벌 경쟁업체 움직임을 파악하는 것이 중요하다고 인식하였다. 이러한 업무를 수행할 수 있는 인력으로 1) 영어·스페인어 등 외국어 능력이 가능한 30대 중반에서 40대 초반인 여

비즈니스리뷰(Harvard Business Review)에서 공유가치창출(CSV, Creating Shared Value)이라는 개념을 제시했다.

성으로서, 2) 육아 및 가사 일로 직장 출퇴근이 쉽지 않은 주부들을 고객군으로 정하였다.

(3) 고유 가치제안(Value Proposition)

본 프로그램의 차별성을 알기 쉽고 설득력 있는 단일 메시지인 고유의 가치제안(Value Proposition)으로 “고학력 경력단절여성의 우수한 능력을 재택근무를 통해 중소·벤처기업의 해외시장진출을 지원하는 전문적인 업무를 수행할 수 있는 방법”이라는 단일 메시지를 개발하였다. 그동안 A기업은 “구성원+기업=공동체”라는 철학에서 모든 것이 출발하였다. “나눔을 실천하면서 행복해 지는 나, 행복해 지는 우리!”라는 슬로건으로 ‘나눔’을 기업의 핵심가치로 규정하고 개인적, 조직적, 기업적 차원으로 나눔 활동을 확장해 나가고 있다. 또한 공동체의 동반 성장을 통해 건강한 삶과 환경을 지키고, 이를 후대에 물려주는 기업, A기업과 함께 성장하는 건강한 삶을 추구하고자 노력하고 있다.

아울러서 좋은 일자리를 만들고 지키는 것은 기업의 임무며, 이를 제대로 지키는 기업은 사회적 자산이라고 생각하고 있었다. 이러한 기업경영철학으로서 공유가치창출을 실현할 수 있는 새로운 프로그램으로 진정한 사회적 책임(CSR)을 실현하기 위해 사회적 문제와 경제적 문제를 동시에 실현할 수 있도록 고유의 가치제안을 위한 단일 메시지를 창조하였다.

(4) 솔루션(Solution)

본 프로그램이 제공하는 3가지 중요한 기능은 첫째, 근무방식으로 출·퇴근이 필요 없는 재택근무이다. 둘째, 주요업무는 해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 통한 의료기기 선진국 동향과 트렌드 보고서 제출 및 경쟁업체 동향 모니터링이다. 셋째 근무기간은 1년 계약직이다. 이는 우수한 능력을 지닌 여성들이 육아 때문에 직장을 그만두는 사회적 낭비를 해결할 수 있는 방안의 하나로 출퇴근이 쉽지 않은 주부들이 재택근무를 통해 중소·벤처기업의 해외시장진출을 지원하는 전문적인 업무를 수행할 수 있는 방법으로 고학력 경력단절 여성들을 채용하여 활용하는 프로그램을 개발하여 수행하였다.

2) 사업 모델의 경쟁우위

(1) 채널(Channels)

“고학력 경력단절 여성의 우수한 능력을 재택근무를 통해 중소·벤처기업의 해외시장진출을 지원하는 전문적인 업무를 수행 할 수 있는 방법”이라는 고유의 가치제안(Value Proposition)을 육아 및 가사 일로 출퇴근이 쉽지 않은 주부들을 대상으로 전달하기 위한 고객도달경로(Channels)서는 1차 채널로 채용 공고를 활용하였다. 2차 채널로써 웹을 활용한 웹 프로모션과 언론 홍보 그리고 3차 채널로써 카페, 블로그, 페이스북 등 온라인 커뮤니티를 활용하였다.

(2) 수익원(Revenue Streams)

수익원은 2011년 3월 A기업 해외사업본부를 분사시켜 설립한 해외사업전담 법인의 매출로 측정할 수 있으며, 그 경제적 성과는 2011년 543억에서 2012년 873억으로 증가하였으며, 순이익도 2011년 마이너스 32억 원에서 2012년도 11억으로 흑자로 돌아섰다. A기업 해외사업 전담법인의 매출추이는 <표 3>와 같다.

<표 3> A기업 해외사업 전담법인 매출추이(2011-2012)

(단위: 십억 원)

구분	2011		2012	
	매출액	순이익	매출액	순이익
A기업 해외사업 전담법인 (2011년 3월 신설법인)	54.3	-3.2	87.3	1.1

자료: 중소기업현황정보시스템(<http://sminfo.smba.go.kr>)

(3) 비용 구조(Cost Structure)

이 프로그램을 유지하기 위한 비용 구조로는 채용 공고비용과 인건비로 구성되었다. 영어·스페인어 등 외국어 능력이 가능한 30대 중반에서 40대 초반인 여성으로서, 육아 및 가사 일로 직장 출퇴근이 쉽지 않은 주부들을 위한 채용 공고비용으로 2백만 원이 사용되었다. 또한 치열한 공개경쟁으로 채용된 고학력 경력단절 여성들 5명이 해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 통한 의료기기 선진국 동향과 트렌드 보고서 제출 및 경쟁업체 동향 모니터링 업무를 수행하면서 지급받는 인건비로 매월 4백만 원씩 지출되었다.

(4) 핵심 지표(Key Activities)

본 프로그램을 시행하면서 측정해야 하는 핵심 지표로 ①의료기기 선진국 동향보고서 수, ②경쟁업체 모니터링 현황 보고서, ③온라인 마케팅 모니터링 현황으로 지표를 정하였다.

(5) 경쟁 우위(Unfair Advantages)

본 프로그램을 다른 사람이 쉽게 흉내 낼 수 없는 특징으로 ①최고경영자의 인재활용 경영철학 ②의료기기 분야야 핵심기술 보유로 파악하였다.

3. 추적평가

추적평가는 언론기사와 실무자와의 전화조사로 이루어 졌다. A기업이 이들을 채용하게 된 데는 최고경영자의 경영철학 때문이었다. 즉, 최고경영자는 사회적 기업으로서 일자리를 많이 창출해야 한다는 신념을 갖고 있었으며, 특히 우수한 능력을 지닌 여성들이 육아 때문에 직장을 그만둬야 한다는 건 사회적 낭비라는 것이 최고경영자의 신념이었기 때문이다. 이를 위해 A기업은 육아 및 가사 일로 직장 출퇴근이 쉽지 않은 주부를 대상으로 채용 공고를 냈으며, 약 70~80여명의 주부가 한꺼번에 찾아왔다. 대다수가 육아와 가사를 맡고 있는 30대 중반에서 40대 초반의 여성들이다.

이들의 주요 업무는 해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 조사해 의료기기 선진국동향과 트렌드를 파악하고 보고서를 제출하는 것이다. 아울러 경쟁업체 움직임도 지속적으로 모니터링하는 일도 포함됐다. 이러한 작업을 하는 데 필요한 영어·스페인어 등 외국어 능력은 기본 조건이었다. 쉽지 않은 일임에도 불구하고 수십 명의 지원자가 몰린 이유는 A기업이 내건 재택근무라는 혜택 때문이었다. 실제로 지원자들 대부분은 육아 때문에 직장을 그만둘 수밖에 없었던 이들이었다. 비록 1년 계약직이라는 조건이 있지만 여성 재취업 기회나 정년이 갈수록 줄어들고 있는 사회적 분위기에서 A기업의 이번 채용은 주목받기 충분했다. 채용에서는 최종 5명의 경력단절 여성이 뽑혔다. 이들을 채용하여 활용하기 위해 인건비로 고학력 경력단절 여성에게 인건비와 이들을 채용하기 위한 홍보비로 총 5천만 원 정도 지출하였다고 한다. 또한 “경쟁률이 17대 1에 달할 정도로 많은 분들이 지원해 내부적으로도 상당히 놀랐다”며 “이들을 중심으로 독립적이고 안정된 조직을 만들어 볼 계획”

이였으나 아쉽게도 실행하지 못했다고 하였다. 본 프로그램은 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하는 공유가치창출(CSV: Creating Share Value) 프로그램으로 경제적 가치는 2011년 3월 A기업 해외사업본부를 분사시켜 설립한 A기업 해외사업 전담법인의 매출로 측정할 수 있으며, 그 경제적 성과는 2011년 543억에서 2012년 873억으로 증가하였으며, 순이익도 2011년 마이너스 32억 원에서 2012년도 11억으로 흑자로 돌아섰다. 그리고 사회적 가치인 소외계층의 일자리 창출, 즉 고학력 경력단절 여성의 채용실적은 최종 5명의 여성이 뽑혔다. 모집 당시만 해도 우선 3명만 뽑을 계획이었지만 우수한 인력이 많아 2명을 더 늘릴 수밖에 없었다. 1년 계약직이라는 조건임에도 불구하고 여성 재취업 기회나 정년이 갈수록 줄어들고 있는 사회적 분위기를 반영하듯 경쟁률이 17대 1에 달할 정도로 많은 경력단절 여성들이 지원하였다. 이러한 성과가 있었음에도 불구하고 계속 실행되지 못한 것은 재택근무의 장단점을 제대로 활용하지 못하고 수행업무에 대한 전문성이 부족하였다고 판단된다.

4. 실패요인

중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화는 국내 중소·벤처기업에게는 기회일 수 있다. A기업이 고학력 경력단절 여성에게 부여한 업무는 해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 조사해 의뢰기기 선진국동향과 트렌드를 파악하고 보고서를 제출하는 것이다. 아울러 경쟁업체 움직임도 지속적으로 모니터링하는 등 기본적인 업무에만 한정하여 수행하도록 하는 것이 지속적으로 본 프로그램을 운영하지 못한 결정적인 요인이 된 것이다. 즉 중소·벤처기업이 글로벌 기술사업화를 위해서는 여러 가지 전문적인 능력배양을 통해 실질적으로 해당 기업에게 경제적인 성과를 제공할 수 있어야 한다. 이를 위해 중소·벤처기업의 기술 완성도 평가, 글로벌 혁신역량 진단, 해외 경쟁자 분석정보, 해외 관련 기술시장 분석 보고서, 해외마케팅 전략 보고서, 해외시장 진출 타당성 분석보고서, 온라인 혁신역량 진단, 인터넷을 활용한 웹마케팅 전략, 해외시장진출을 위한 글로벌 협력 R&D파트너, 협력기관, 바이어 발굴, 정부의 글로벌 기술사업화 사업연계, 글로벌 비즈니스 개발 등의 능력을 필요로 한다. 그러나 이러한 글로벌 기술사업화 전문 교육을 수행할 수 있는 프로그램과 전문기관이 없어서 고학력 경력단절 여성들이 전문교육을 받을 수 없었으며 A기업이 자체적으로 글로벌 기술사업화 교육프로그램을 개발하여 수행을 요구하기에는 너무 어려운 현실이다. 아울러서 재택근무가 갖는 여러 가지 장점으로는 (1) 기업 측면에서 인적자원의 확보, 시장변화에 빠른 대응, 생산성 향상, 효율적 업무통제, 사무실 비용절약, 전문여성 인력 활용을 들 수 있고 (2) 사회의 측면에서는 출퇴근 교통문제 해소, 에너지 절약, 장애인 고용확대, (3) 개인의 측면에서는 자율성 증대, 통근 통행의 선택확대, 근무시간 자유선택, 출퇴근 압박에서의 해방 등을 들 수 있다. 단점으로는 (1)기업 측면에서 직원의 개인주의 성향이 높아지고 직원관리의 어려움, 자극과 경쟁심 손실이 있고, (2) 사회 측면에서는 재택근무를 위한 기술적 시스템의 미비를 들 수 있다. (3) 개인적 측면에서는 사회적 접촉의 부족, 승진 문제, 심리적 자기 통제의 문제, 초과 근무의 위험성, 가정생활과 조화의 어려움, 직장동료와의 정보 교환 부족 등을 들 수 있다. 글로벌 기술사업화에 대한 전문교육이 없고, 아울러서 재택근무의 장점보다는 단점 등에 기인한 것이다.

요약하자면 고학력 경력단절 여성을 활용하여 글로벌 기술사업화를 수행하는 데 필요한 전문적인 교육이 없었다는 것이 가장 큰 실패요인이라 판단된다. 그로 인해 고학력 경력단절 여성에게 단순한 해외시장진출에 필요한 정보만을 수집, 분석하는 업무만을 수행하다 보니 처음에 기대한 만큼 고학력 경력단절 여성에게 동기부여를 제공할 만한 요인들이 많이 줄어들었으며, 좋을 것만 같은 재택근무에 회사와 근무자들의 경험미숙을 가져와서 경쟁률이 17대 1에 달할 정도로 많은 경력단절 여성들이 지원하였음에도 불구하고 계속 실행되지 못하게 된 것이다.

IV. 연구결과 종합

1. 고학력 경력단절 여성과 글로벌 기술사업화 활용 사례

앞의 사례분석에서 언급한 내용 중 A기업이 국내에서 최초로 시도한 고학력 경력단절 여성을 활용한 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화 지원 사례를 린 비즈니스 모델 캔버스를 활용하여 정리한 것이 <그림 1>이다.

<그림 1> A기업의 고학력 경력단절 여성 활용 프로그램

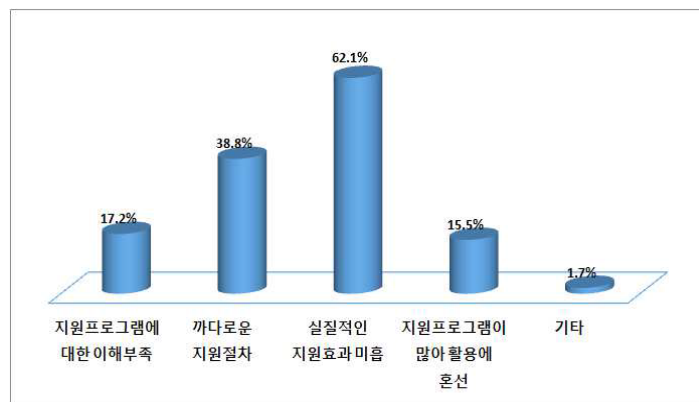
①문제	④솔루션	③고유의 가치제안	⑨경쟁 우위	②고객군
①기술력을 바탕으로 포화상태에 도달한 국내시장 보다는 해외시장 진출이 절대적으로 필요 ②사회적으로 우수한 능력을 보유한 여성들이 육아 때문에 직장 포기에 직면하고 있다 ③기업경영철학으로 공유가치창출을 실현할 수 있는 새로운 프로그램 개발이 어렵다	①출·퇴근이 필요 없는 재택근무 ②해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 통한 의료기기 선진국 동향과 트렌드 보고서 제출 및 경쟁업체 동향 모니터링	①고학력 경력단절 여성의 우수한 능력을 재택근무를 통해 중소·벤처기업의 해외 시장진출을 지원하는 전문적인 업무를 수행할 수 있는 방법	①최고경영자의 인재 활용 경영철학 ②의료기기 분야야핵심기술 보유	①영어·스페인어 등 외국어 능력이 가능한 30대 중반에서 40대 초반의 여성 ②육아 및 가사일로 직장 출퇴근이 쉽지 않은 주부
	⑧핵심지표		⑤채널	
	①의료기기 선진국 동향보고서 수 ②경쟁업체 모니터링 현황 보고서 ③온라인 마케팅 모니터링 현황		①채용공고 ②웹 프로모션, 홍보 ③온라인 커뮤니티 (카페, 블로그, 페이스북 등)	
⑦비용 구조			⑥수익원	
①인건비, 채용비 등 총 5천만원			①해외시장에서의 A기업 해외사업전담법인 매출	

A기업이 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 위해 고학력 경력단절 여성을 활용한 프로그램은 세 가지 문제들을 해결하기 위한 것이다. 첫 번째 글로벌 시장 진출을 확대하기 위한 기업의 경영전략 문제이다. 경제적인 이익측면에서 2007년부터 해당기업이 개발한 기술제품의 시장 점유율이 70%를 넘어가면서 포화상태에 도달한 국내 시장보다, 시장 점유율 10%정도를 차지하는 해외시장에 집중하기 위해 2011년 해외사업본부를 분사시켜 해외시장을 전담하는 새로운 법인을 설립하였다. 이는 전세계적 인구 고령화 추세, 임플란트와 같은 의료기기 수준의 향상으로 치과용 의료장비의 수요증가가 기대되기 때문이다. 두 번째로 사회적으로 우리나라 여성의 경제활동 참가율이 저조한 것이다. 특히 여성 대졸자의 경제활동 참가율은 OECD 평균 82.6%보다 무려 20%p 낮은 62.4%로, 경력단절 후 다수의 여성이 비경제활동 상태로 남아있는 상황이다. 우리나라 여성의 경제활동이 저조한 이유는 임신, 출산 및 육아 등으로 30대 이후의 여성 중 다수가 경제활동을 단념한 비경제활동 상태이기 때문이다. 세 번째로 사회적 강자의 사회적 책임(CSR)은 이벤트성에 그치거나 오래가기 어려움에 착안하여, 근본적인 해결책을 찾고자 한 것이다. 특히 우수한 능력을 지닌 여성들이 육아 때문에 직장을 그만 두어야 한다는 건 사회적 낭비라는 인식으로 기업의 사회적 책임(CSR)을 실천하는 기업경영철학을 구현하기 위한 실질적인 소외계층 일자리 창출사업으로써 고학력 경력단절 여성을 활용한 글로벌 기술

사업화 지원 프로그램 개발하여 시행하였다.

이러한 좋은 취지에서 시행한 고학력 경력단절 여성의 중소·벤처기업 글로벌 기술사업화에 활용한 프로그램이 성공하지 못한 것은 선행연구결과에서 지적한 우리나라 고학력 경력단절 여성의 성공적인 노동시장 복귀 방법론에서 찾아 볼 수 있다. 즉 글로벌 기술사업화에 대한 전문적인 교육과 실질적인 글로벌 성과를 창출할 수 있는 글로벌 기술사업화 서비스 부재 등으로 정보분석 서비스에 대한 품질관리와 실질적인 지원 효과가 미비하여 ‘신뢰(trust)’라는 사회적 자본(Social capital)으로 형성되지 못하였기 때문이다.

이는 중소기업중앙회(2014)가 실시한 “글로벌화³⁾ 장애요인 및 정책활용 실태조사” 결과에서도 같은 시사점을 찾아볼 수 있다. 조사결과에 의하면 정부의 글로벌 지원 프로그램을 활용한 경험이 있는 중소기업의 프로그램 애로사항으로 ‘실질적인 지원 효과 미흡’이 62.1%로 가장 높고, 다음으로 ‘까다로운 지원절차’(38.8%), ‘지원 프로그램에 대한 이해부족’(17.2%) 순으로 조사되었다.



<그림 2> 글로벌화 지원 프로그램 애로사항

출처: 중소기업중앙회(2014), 「중소기업 글로벌화 장애요인 및 정책활용 실태조사 보고서」

또한 글로벌 활동의 내부적 장애요인으로서는 ▲해외시장조사·네트워크 구축 관련 운영자금 및 기술개발 등 시설자금 부족, 수출입 보험·보증 부족과 같은 ‘금융애로’(24.0%), ▲가격경쟁력 저하 낮은 브랜드가치 등 ‘상품 및 가격장벽’(23.8%), ▲바이어 발굴, 프로모션, 재고관리 등과 관련된 ‘마케팅·유통애로’ (23.1%)순으로 나타났다.

그리고 중소기업이 글로벌화를 추진하는데 가장 도움이 되는 요인으로는 ‘자사제품의 기술, 가격경쟁력’이 80.1%로 가장 높게 나타났다. 중소기업이 글로벌화 활동을 하기 위해서는 우선적으로 기업자체의 경쟁력을 갖추어야 활동을 하는 것으로 조사되었다. 결론적으로 중소·벤처기업의 글로벌화를 지원하기 위해서는 우선적으로 보유제품의 기술과 가격경쟁력을 확보한 후, 해외시장조사·네트워크 구축이 필요하다고 하겠다. 또한 이러한 지원정책들이 실질적인 글로벌화 지원효과로 나타나야 한다는 것이다. 따라서 고학력 경력단절 여성들이 성공적으로 노동시장에 복귀할 수 있도록 중소·벤처기업들의 글로벌 기술사업화를 지원하는 새로운 전문적인 일자리 개발을 위해서는 다음과 같은 정부 정책지원이 고려되어야 한다.

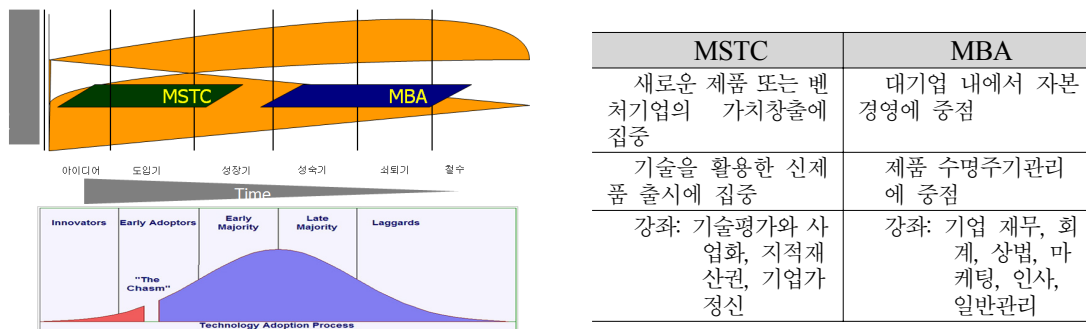
첫째, 고학력 경력단절 여성들을 글로벌 기술사업화 에반젤리스트⁴⁾ 역량을 보유한 전문가로 양성시킬

3) “글로벌화”라고 하는 것은 일반적인 수출뿐 아니라 수입, 기술교류, 해외직접투자(FDI), 외국인 투자 등 해외와 관련된 모든 활동을 의미한다.

4) 글로벌 기술사업화 에반젤리스트(Global Technology Commercialization Evangelist)란? 하이테크 산업에서 신

수 있는 교육지원이 필요하다.

선진국과 같이 고학력 경력단절 여성들을 위한 정규직 취업시장 형성이 되어 있지 않은 현실에서 중소·벤처기업이 스스로 고학력 경력단절 여성들의 글로벌 기술사업화를 지원할 수 있도록 교육프로그램을 개발하여 운영하는 것은 어렵다고 본다. 즉, 본 사례와 같이 고학력 경력단절 여성들의 영어와 스페인어 등 외국어 지식이 글로벌 기술사업화 지원이라는 ‘사회적 지식’에 ‘접속’되지 않는 한, 그리고 전문적인 교육프로그램과 같은 사회의 제도적 지원을 얻지 못한다면 개인의 지식은 무용지물이 될 수 있다. 글로벌 기술사업화 에반젤리스트는 해외기술 및 시장 그리고 경쟁자 및 바이어 등 관련 정보를 효과적이고 과학적으로 분석할 수 있는 능력이 필수적이다. 그리고 국제적인 커뮤니케이션 능력과 글로벌 네트워크를 효과적으로 구축·유지 관리함으로써 “신뢰(trust)”를 형성할 수 있는 글로벌 기술사업화 전문인력으로써 지식정보화 시대 고학력 여성을 타깃으로 한 전문직종으로 부각하고 있다. 이를 위해서는 글로벌 기술사업화 에반젤리스트에 대한 전문적인 교육이 필요하다. 글로벌 기술사업화 에반젤리스트를 위한 전문적이고 신뢰할 수 있는 교육프로그램과 강사가 부족한 우리나라의 현실에서는 미국과 호주 등에서 운영하고 있는 기술사업화 석사과정 (MSTC: Master of Science in Technol Commercialization)교육 프로그램을 도입하여, 한국 실정에 맞도록 독자적인 교육 과정을 개발하여 인력을 양성함은 물론 전문적인 자격증도 수여하는 전략도 고려해 볼 만하다.



<그림 3> MSTC vs. MBA

출처: Joel G. Momberger, Esq(2012), "Texas MSTC Information Session", KISTI.

둘째, 글로벌 기술사업화 에반젤리스트 플랫폼(GTCE)⁵⁾ 구축 지원이다. 글로벌 기술사업화 에반젤리스트 플랫폼(GTCE)은 고학력 경력단절 여성의 역량을 강화시키고, 이들을 필요로 하는 중소·벤처기업, 기관 등이 상시적으로 연결되는 장소이다. 먼저, 고학력 경력단절 여성들에게 6개월 간 글로벌 기술사업화 에반젤리스트로서 중소·벤처기업에게 제공하는 서비스 품질의 “신뢰(trust)” 제고하기 위해 맞춤형 서비스인 ①신청기업의 기술완성도 진단 절차와 방법, ②해외 기술 및 시장정보 검색 절차와 방법, ③경쟁자 또는 바이어 리스트 검색 및 보고서 작성 방법, ⑤글로벌 기술사업화를 위한 정부지원 사업 검색 및 활용방법 등을 교육한다. 수익자 부담형은 ①온라인 경쟁력 진단 및 해결방법 ②글로벌 기술사업화 전략 ③글로벌 시장진출 타당성조사분석 등을 교육한다. 이익공유형은 글로벌 공동기술개발, M/A, 해외시장 진출지원 서비스로 성공 시 인센티브(Incentive) 받을 수 있는 서비스이다. 또한 교육을 받은 고학력 경

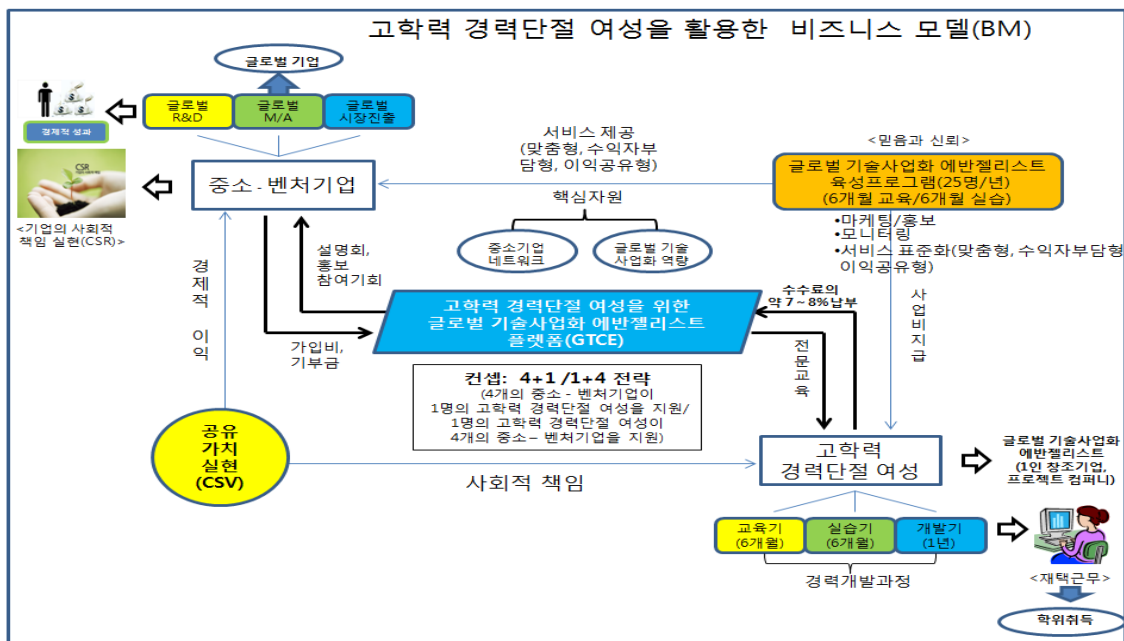
기술·신제품을 글로벌 시장에 전파시키고 확산하는 사람을 말한다. 에반젤리스트란 용어는 애플에서 최초로 사용하기 시작함. 한국에서는 한국과학기술정보연구원(KISTI)에서 처음으로 사용하기 시작함.

5) 고학력 경력단절 여성의 역량을 강화하기 위한 교육을 실시하고, 이들을 필요로 하는 중소·벤처기업, 기관 등이 상시적으로 연결되는 場.

력단절 여성들이 글로벌 기술사업화 예비젤리스트로서 신뢰할 수 있는 전문 직종으로 정착될 수 있을 수 있도록 홍보, 설명회, 성과홍보는 물론 중소·벤처기업과 직접적으로 연결을 해 주는 기능을 한다. 그리고 글로벌 기술사업화 예비젤리스트로 실무적인 역량을 강화하기 위해 6개월 인턴으로써 멘토와 같이 실질적으로 중소·벤처기업을 지원하는 실무경력을 통해 제공하는 서비스에 대한 품질관리는 물론 실질적인 지원효과를 통해 “신뢰(trust)”라는 사회적 자본이 형성될 수 있어야 한다. 아울러 고학력 경력단절 여성들 간에 정보와 교류 활동이 플랫폼에서 이루어지고, 이를 통해 글로벌 기술사업화 애로해소는 물론 고학력 경력 단절 여성의 성공적인 노동시장 복귀라는 혁신의 시너지를 유발하는 선순환 구조가 형성될 수 있다.

고학력 경력단절 여성을 중소·벤처 기업의 글로벌 기술사업화지원을 위한 정부의 정책적 지원이 있다면, 창조경제시대에 고학력 여성의 노동시장 진출을 촉진할 수 있는 사회적 분위기를 조성하는 계기가 될 수 있을 것이다. 아울러서 중소·벤처기업들이 글로벌 기술사업화가 활발하게 진행됨으로써 경제적인 이익을 통해 새로운 일자리 창출에도 기여할 것이다.

고학력 경력단절 여성을 활용한 중소·벤처기업 글로벌 기술사업화 지원 사업의 새로운 비즈니스 모델(BM)은 <그림 4>와 같이 제시될 수 있다.



<그림 4> 고학력 경력단절 여성과 중소·벤처기업 글로벌 기술사업화 지원 사업 新 BM

2. 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화

중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화 환경은 빠른 속도로 변하고 있다. 정보통신 기술의 발전, 시장 통합의 가속화, 신흥 시장의 안정화, 새로운 형태의 다국적기업 출현 등 최근의 변화는 중소·벤처기업이 태생적 한계, 즉 규모의 영세성으로 인한 부담, 신생 조직으로서의 부담, 그리고 이방인으로서의 부담을 극복하는 데 의미 있는 영향을 미칠 것으로 예측되고 있다.

1) 정보통신기술(ICT)의 발전

1990년대 이전까지 점진적 또는 원만한 글로벌화(slow globalization)를 주장하는 스웨덴의 Uppsala모형이 주축을 이루었다. Uppsala모형은 창업이후 국내시장에 주력하면서 지리적, 문화적으로 비슷한 국가로부터 점진적으로 진출하는 유형이다(Jahanson & Vahlne, 1977). 1990년대 이후 정보통신기술(ICT)의 급속한 발전으로 소규모 벤처기업이나 혁신형 중소기업들이 탄생하면서 기업특유의 독점적 우위능력을 바탕으로 창업과 함께 글로벌화를 단행하는 기존의 다른 특징을 지닌 중소·벤처들이 등장하였다. 예를 들어 휴맥스, 핸디소프트, 엔씨소프트, 아이다스 등 한국의 주요 벤처기업들은 창업이후 평균 3.5년 만에 수출을 포함한 글로벌화를 단행하였다. 이러한 형태를 보이는 이유로서 국내시장은 높은 연구개발비용을 회수하기에 협소하며, 제품수명주기가 짧은 첨단제품의 경우 국내시장에서 성과를 거둔 후 해외시장으로 진출하는 점진적 단계를 밟을 시간적 여유가 없기 때문이다. 또한 빠르게 발전하는 정보통신 및 미디어 기술은 중소·벤처기업으로 하여금 새로운 유형의 글로벌 성과 창출 가능성을 경험할 수 있도록 해준다. 다시 말해서, 중소벤처기업은 이러한 기술을 활용하여 단순히 물리적으로 국경을 넘어 사업 하는 것 이상의 활동을 수행할 수 있다. 구체적으로, 인터넷 기반 업무 수행의 활성화, 소셜 미디어와 네트워크의 확대 등으로 중소·벤처기업은 굳이 현지 시장으로 움직이지 않고도 세계화를 추진할 수 있게 되었다.

2) 가속화 되는 글로벌화

기술, 자본, 노동 등 생산 요소의 국경을 넘는 이동 확대와 FTA 확산에 따라 시장 통합이 가파르게 진행되고 있다(오동운, 2012). 이러한 시장 통합은 거대 시장의 등장과 격화된 경쟁 무대를 예고한다. 또한, 기술 세분화, 제품 및 서비스의 전문화, 그리고 시장과 고객의 복합화를 바탕으로 가치사슬의 재배열 및 통합과 새로운 산업의 출현이 가속화되고 있다. 이러한 현상은 중소·벤처기업으로 하여금 글로벌 공급망에 폭넓게 참여할 수 있도록 해주며 반대로 글로벌 소싱을 확대할 수 있도록 해준다. 그리고 내수시장에서는 향유하기 어려웠던 규모의 경제를 누릴 수 있는 기회를 제공한다.

자동차 에어컨용 패럴(Ferrul) 및 머플러(Muffler)를 생산하는 기업인 (주)휘일은 기존의 단조방법에 의한 소모적 재료손실을 5%에서 3%까지 줄이는 획기적인 기술을 개발하였으며, 10여개 공정이 필요한 작업과정을 2개 공정으로 줄여 생산성을 8배 이상 향상시켜, 품질은 중국산보다 월등하면서 가격은 오히려 저렴한 제품을 생산하게 되어 2008년 지식경제부(현 산업통상부)로부터 차세대 일류상품으로 선정되었다. 국내 자동차업체에 납품하던 (주)휘일은 세계적인 자동차 부품업체인 Visteon사를 만나 본격적으로 해외시장 개척을 시작하여 2009년 10만불에 불과하던 수출이 2010년 100만불을 넘었으며 2011년에는 400만불을 달성 현재 세계시장 점유율 15%로 세계 4위의 글로벌 기업에서 2015년 세계 1위의 자리에 오른다는 야심찬 목표를 향해 노력하고 있다. 또한 여성기업인 김도희 대표가 2006년 설립한 (주)디지에스는 기존 브레이크 성능을 획기적으로 향상시킴으로써, 제동능력 향상은 물론 연료절감 효과까지 가져 올 수 있는 15미크론의 매우 얇은 도포처리기술과 내열성을 갖춘 CLIP제품을 바탕으로 여성기업인으로서 시장 진입이 쉽지 않았던 국내 판로 대신 BOSCH, TRW 등 해외 시장 공략에 주력, 미국의 FORD사와 한국의 현대, 기아자동차의 브레이크 기본설계 사양으로 채택되는 등 브레이크 CLIP부문에서 독점적인 지위를 갖게 되었다. 이들 사례는 가속화 되는 글로벌화와 신산업의 등장에 적극적으로 대응할 경우, 중소·벤처기업이 새로운 기회를 얻을 수 있음을 의미한다.

3) 신흥 국가 중심의 시장 재편

2008년 미국발 금융 위기 이후 유럽과 북미지역은 계속해서 어려움을 겪고 있다. 그럼에도 불구하고, NEXT-11, BRICs, MAVINS, VISTA, Volume Zone 등으로 대별되는 여러 신흥시장들은 여전히 성장 가능성을 상대적으로 높게 평가받고 있다. 예를 들어, 향후 10년이 지나더라도 북미와 유럽 주요 국가들의 경제성장률이 정상화 되지 못하고 2% 수준에도 미치지 못할 것으로 분석되는 반면, 중국, 인도, 베트남, 인도네시아 등의 경제성장률은 7%를 넘어설 것으로 예측되고 있다.

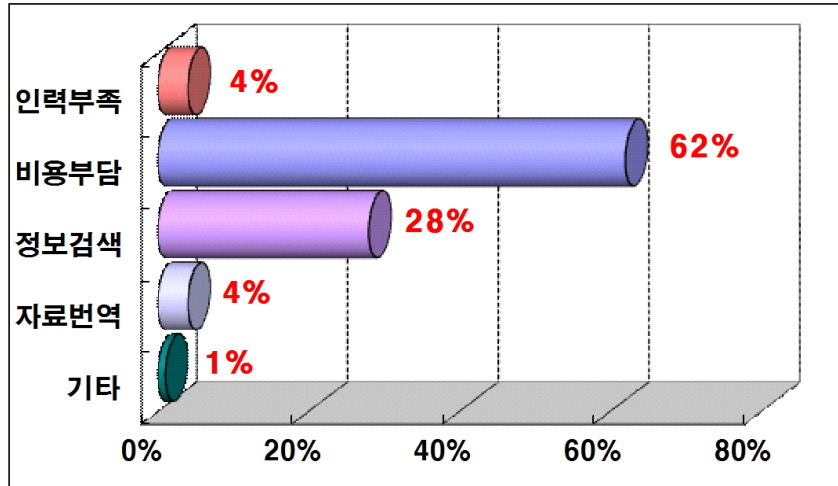
이와 관련하여, 향후 신흥시장은 생산 기지 혹은 자원 거점으로서의 역할을 수행하던 과거와는 다른 양상을 보일 것으로 기대된다. 무엇보다도, 이들 국가들은 중산층 및 명품 소비확대에 기반을 둔 새로운 시장으로서의 위상이 크게 강화될 전망이다. 또한, 남미, 중동, 아프리카 지역에 위치하고 있는 차세대 고성장 국가들 가운데 상당수가 기존 선진국들뿐만 아니라 중국과 인도를 기반으로 한 글로벌 기업들의 각축장으로 변모하게 될 것이다. 이러한 움직임은 세계화를 추진하고자 하는 중소벤처기업이 발 빠르게 대응해야만 하는 필요성을 제기한다(권기환, 홍성태, 이원준, 2011).

3. 글로벌 기술사업화와 정보분석

최근 빠르게 발전하는 정보통신 및 미디어 기술은 중소·벤처기업으로 하여금 새로운 유형의 글로벌 성과 창출 가능성을 경험할 수 있도록 해준다. 그런데 이 논문에서 글로벌 기술사업화에 대한 전체를 검토하는 것은 지면 제약이 있으므로 앞의 사례에서 지적한 내용을 중심으로 글로벌 기술사업화를 지원하기 위한 분석 내용 문제를 검토한다. 아주 단순하고 간단한 문제이지만 앞의 사례분석에서 보듯이 영어나 스페인어 등 외국어 구사능력만 있으면 누구나 글로벌 기술사업화를 수행 할 수 있다고 오해할 수 있다고 볼 수 있는 문제이기 때문에 더욱 더 깊이 생각할 필요가 있다.

1) 시장 기회 분석(Market Opportunities)

먼저 글로벌 기술사업화를 위한 첫 번째 단계로 시장 기회 분석의 개념을 이해하는 것이 필요하다. 단순히 해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 조사해 의뢰기기 선진국동향과 트렌드를 파악하는 것과는 다르다. 시장 기회 분석은 여러 단계를 거쳐 형성된다. 먼저 시장성장률 및 업계 점유율과 분야별 비중 등을 조사하여 목표 시장 및 마켓을 평가하는 단계가 있고, 다음 단계로 시장진출이 가능하도록 목표 시장에 대한 구체적인 내용을 중심으로 다시금 조사하고 분석하고 다듬어야 한다. 첫번째 단계는 목표 시장을 평가하는 단계라 부를 수 있고, 다음 단계는 시장 기회 분석 및 위험을 분석하는 단계이다. 이를 위해서는 시장보고서, 인터뷰, 온라인 소스 등을 통해 수집한 자료를 기초로 하여 시장성장률, 업계 점유율, 분야별 비중 등이 조사·분석되어야 한다. 그러나 대덕연구개발 특구본부에서 중소기업이 해외 시장조사 보고서 입수시 애로사항을 조사하였는데, 대부분의 중소기업이 해외 시장조사 보고서 구입 비용부담(68%)이 가장 큰 애로사항으로 조사되었다. 그 다음으로 적절한 보고서를 검색(28%)하는 데에도 애로사항이 있는 것으로 나타났다. 중소기업이 해외 시장조사 보고서 입수시 애로사항은 <그림 5>과 같다.



<그림 5> 해외시장조사 보고서 입수시 애로사항

출처: 대덕특구(2008), 「해외 시장조사 보고서 제공을 위한 설문조사」 보고서.

앞서 본 치과용 영상진단기기 산업의 목표 시장 및 마켓 평가를 위해 시장성장률 등을 구체적으로 조사·분석할 수 있다. 시장 기회 분석이라고 하여 본 논문의 사례에서와 같이 해외 웹사이트와 시장조사기관 등을 조사해 의뢰기기 선진국동향과 트렌드를 파악하고 보고서를 제출할 수 있을 것이라 쉽게 표현 할 수 있으나, 실질적으로 고도의 자료 수집과 분석 능력이 있어 야만 수행될 수 있기 때문이다. 외국어 능력이 있다고 하더라도 제대로 된 시장 기회 분석보고서를 제출하기가 어려운 중요한 이유가 여기에 있다.

2) 경쟁업체 모니터링(Monitoring) 분석

경쟁업체 모니터링 현황 보고서도 여러 단계를 거쳐서 완성된다. 본 논문에서는 기업에서 사전에 조사된 경쟁업체를 대상으로 인터넷 상에서 해당기업의 신제품 출시 등에 관한 동향을 모니터링한 보고서를 지칭한다. 그러나 경쟁사 분석 및 모니터링은 메시징 분석의 한 부분이다. 이를 위해서 동향 분석이 먼저 진행되며 그 다음으로 신제품 후보 분야의 관련 경쟁사 분석 단계로 완성된다. 동향 분석은 유사 경쟁업체 동향을 파악하고 나서 현재 관련 제품의 산업 범위를 분석한다. 그리고 나서 산업 범위 확대 기회를 통해 제품 적용 가능한 신제품 후보를 분석하게 된다. 마지막으로 신제품 후보 분야의 관련 경쟁사들을 분석하게 되는 것이다. 구체적인 내용은 기업 배경, 규모, 가격, 장단점을 분석하여야 하며 또한 해당 기업의 진출 전략(Messaging focus)도 도출하여 보고하는 것이다. 이 또한 글로벌 기술사업화를 추진하기 위해서 제대로 수행되어야 하나 고학력 경력단절 여성들이 전문 교육이 없이 수행하기에는 상당히 어려운 일임에는 분명하다.

3) 시장 진출 전략 및 판매 경로 분석(Channel and Tactics)

‘자사제품의 기술, 가격경쟁력’이 확실하다면 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화성공 가능성은 높아 질 수 있다. 즉 시장에서 원하는 제품을 정확하게 파악하여, 제품개발에 신속하게 적용하여 만들어 낼 수 있다면 유통채널도 쉽게 관심을 갖고 연락을 해 올 것이다. 이것이 바로 인바운드 마케팅 전략이다. 시장에서 원하는 제품, 가치 있는 제품은 누구나 관심이 있기 때문이다. 시장 기회 분석과 경쟁업체 모니터링 분석을 통해 충분한 정보가 조사되어 분석되었다면 그 다음 이를 활용하여 시장 진출 전략 및 판매 경로 분석이 이루어져야 한다. 정보통신기술의 발달에 따라 홈페이지가 제대로 구축되어 있다면 이러한 업무들을 손쉽게 수행할 수

있게 되어 있다. 이를 활용하여 기업의 홍보 전략, 판매 리드타임, 소비자 트래킹, 판매과정 분석을 통한 판매 효율 증대방안 도출, 인바운드(inbound) 및 통합적(integrated) 전략 개발 등이 부수적으로 수반되어 중소·벤처기업에게 맞춤형으로 서비스 되어야 한다. 결론적으로 고학력 경력단절 여성들이 자발적 고부가가치 일자리를 창출하기 위해 노력하여야 한다. 먼저 서비스 품질을 ‘신뢰(trust)’할 수 있도록 전문 교육과 멘토들의 지원을 받아서 사회적 자본으로 형성될 수 있어야 한다.

4) 내·외부 자원분석(Resource Development)

마지막으로 기업 내·외부 자원분석이 이루어 져야 한다. 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 위한 최근의 환경변화는 중소·벤처기업의 태생적 한계, 즉 규모의 영세성으로 인한 부담, 신생 조직으로서의 부담, 그리고 이방인으로서의 부담을 극복하는 데 의미 있는 영향을 미친다고 하였다. 중소·벤처기업의 글로벌화를 지원하기 위해서는 기술과 자사제품의 경쟁력을 높이는 것이 가장 필수적이다. 이를 위해 현재 기업의 자원을 분석하고, 향후 보완해야 할 자원을 선정, 관련 자원 보완시기 및 예산을 분석하여야 한다. 이를 바탕으로 자원 확보를 위한 인소싱, 아웃소싱 전략을 수립함은 물론 정부의 관련 지원 사업도 분석하여 제공할 수 있어야 한다. 이러한 글로벌 기술사업화를 위한 정보분석 활동 능력은 고부가가치 창출이 가능한 전문인력 양성에 필수적인 요소가 되고 있다.

V. 결론 및 정책적 시사점

본 연구는 고학력 경력단절 여성들을 활용하여 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 지원한 사례에 대한 심층분석이다. 이를 위하여 우리나라에서 최초로 고학력 경력단절 여성을 활용하여 자사의 글로벌 기술사업화에 활용한 사례를 수집하여 린 비즈니스 모델 캔버스 툴로 분석하였으며, 그 이후의 결과를 추적평가한 것이다.

추적평가는 고학력 경력단절 여성들의 노동시장 복귀에 대한 여러 이론적인 갈래를 검토하고, 그로부터 도출된 성공요인들을 중심으로 작성된 분석틀이 기반이 되었다. 검토된 이론적인 갈래들은 고학력 여성의 노동시장 참가 결정 요인론, 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀에 영향을 미치는 요인론, 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀 시기 및 직종론, 고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀론 등이었다. 본 연구 논문에서 분석한 고학력 경력단절 여성들을 활용한 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화 지원사례에서는 앞의 연구에서 성공요인들이 제시한 프로세스를 적용하지 않은 것이 실패의 핵심요인으로 지적되었다.

고학력 경력단절 여성들이 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 지원하며 노동시장에 나가는 과정에 필요한 글로벌 기술사업화 전문 교육에 대한 이해부족이 실패의 가장 중요한 원인이었던 것이다. 여러 표면적인 이유가 있었지만 핵심적인 이유는 고학력 경력단절 여성들이 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화에 필요한 전문교육 부족으로 규정된다. 이는 기술을 창업을 통해 사업화 한 경우나 관련 분야에서 상당기간 사업을 했던 기존기업들의 기술사업화에서도 공통된 문제인식으로 동일하게 나타났다. 해당분야에서 사업을 해 왔어도 새로운 기술의 창업이나 사업화에 필요한 검증된 교육 프로그램과 교육 전문가가 없다는 것이다.

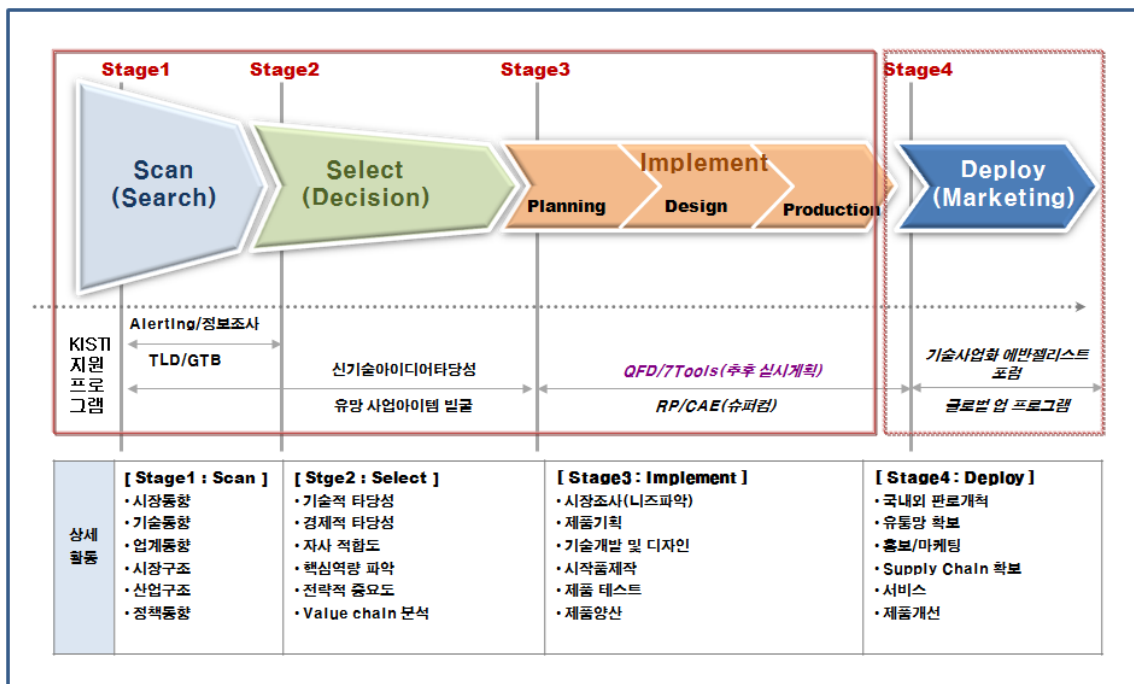
본 연구의 사례분석을 통해 다음과 같은 시사점이 도출되었다. 먼저 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화에 대한 이해부족이다.

첫째, 빠르게 발전하는 정보통신 및 미디어 기술은 중소·벤처기업으로 하여금 새로운 유형의 글로벌 성과 창출 가능성을 경험할 수 있도록 해준다. 다시 말해서, 중소·벤처기업은 인터넷을 활용하여 단순히 물리적으로 국경을 넘어 사업 하는 것 이상의 활동을 수행할 수 있다. 즉, 인터넷 기반 업무 수행의 활성화, 소셜 미디어와 네트워킹의 확대 등으로 중소·벤처기업은 굳이 현지 시장으로 움직이지 않고도 세계화를 추진할 수 있게 되었다는 것이다.

둘째, 가속화 되는 글로벌화와 신산업의 등장에 적극적으로 대응할 경우, 중소·벤처기업이 새로운 기회를 얻을 수 있다는 것이다.

셋째, 향후 신흥시장은 생산 기지 혹은 자원 거점으로서의 역할을 수행하던 과거와는 다른 양상을 보일 것으로 기대된다. 무엇보다도, 이들 국가들은 중산층 및 명품 소비확대에 기반을 둔 새로운 시장으로서의 위상이 크게 강화될 전망이다

넷째, 글로벌혁신 기업의 경우 지식기반 첨단기술을 독점적 우위자산을 보유할 가능성이 높은 반면에 전통적인 중소기업의 글로벌 역량은 정교한 프로세스 기반을 두고 있는 경우가 많다. 따라서 지식기반 요소가 다른 특성을 보이는 두 집단에 대해서 기존의 전통적 단계적 발전만을 중시하는 정책만으로는 지원효과를 상쇄시킬 가능성이 높다 것이다. 이를 감안하여 글로벌혁신 유형의 차이에 따라 지원정책이 차별적으로 운영되어야 한다. <그림 6>은 글로벌 기술사업화 단계별 지원 프로세스와 상세활동을 기술한 것이다.



<그림 6> 글로벌 기술사업화 지원 프로세스

출처: 박경석(2008), 「중소기업의 기술사업화 촉진을 위한 맞춤형 시장정보 서비스」, KISTI 내부발표자료 수정.

또한 이상의 사례에서 도출된 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화의 성공적인 패턴은 다음과 같이 제시된다.

첫째, 글로벌 기술사업화에 대한 이해가 가능한 경영자나 담당자가 필요하다.

둘째, 경영자나 담당자가 그러한 능력이 없다면 외부의 도움을 받아서라도 글로벌 기술사업화에 대한 이해를 명확히 해야 한다.

셋째, 그를 바탕으로 시장 기회 분석, 경쟁업체 모니터링(Monitoring) 분석, 내·외부 자원 분석, 시장 진출 등 글로벌 기술사업화 전략이 도출되어야 한다.

넷째, 글로벌 기술사업화를 외주로 준다면 해도 내부 핵심인력을 바탕으로 외부의 글로벌 기술사업화 역량을 활용하여야 한다.

다섯째, 언어문제는 1차적인 문제가 아니고 기술개발 지연, 제품화 지연, 표준화 및 문화에 대한 이해부족에서 발생한다.

고학력 경력단절 여성의 노동시장 복귀에 관련하여서는 다음과 같은 시사점이 도출된다. 분석사례에서와 같이 고학력 경력단절 여성들이 중소·벤처기업의 글로벌 기술사업화를 지원하는 것은 매우 매력적이면서 차별성이 있는 직종으로 판단된다. 특히 지식기반경제에서 여성의 전문성을 충분히 살릴 수 있는 것은 물론 경력을 쌓아서 이직도 쉽게 할 수도 있을 것으로 판단된다. 더욱이 1인 지식서비스기업으로 창업도 할 수 있게 되어 노동시장으로 복귀가 충분히 가능한 직종으로 판단된다. 단, 이들이 성공적으로 노동시장에 복귀하기 위해서는 사용자인 중소·벤처기업에게 가치 있는 글로벌 기술사업화 서비스를 제공하여야 한다. 이를 위해서는 6개월 교육, 6개월 실습이라는 전문교육 과정을 이수할 필요가 있다고 판단된다. 단, 이에 대한 전문적인 교육프로그램 개발이 선행되어야 한다고 본다.

결론적으로 고학력 경력단절 여성을 활용하여 글로벌 기술사업화를 지원하는 것은 우리 사회의 사회적 문제와 중소·벤처기업의 경제적 이익을 창출하는 문제를 동시에 해결할 수 있는 공유가치를 실현하는 모범적인 사업으로 판단된다. 단, 중소·벤처기업 자체적으로 고학력 경력단절 여성을 교육시켜 활용하기에는 경제적으로 무리가 있는 것으로 보인다. 이를 위해 정부에서는 고학력 경력단절 여성의 글로벌 기술사업화 교육 및 실습에 대한 지원으로 중소·벤처기업의 애로사항을 극복할 수 있도록 정책적 지원이 필요하다고 하겠다. 또한 중소·벤처기업은 저렴한 비용으로 고학력 경력단절 여성을 활용하여 글로벌 시장에서 경제적 성과를 얻을 수 있게 된다면 기업의 경쟁력 제고는 물론 일자리 창출 및 지속성장에 많은 도움이 될 것이다. 장기적으로는 해외 기술·시장 관련정보 및 서비스 품질을 잘 유지 관리함으로써 고학력 경력단절 여성과 중소·벤처기업 등이 ‘신뢰(trust)’를 형성함에 따라, 글로벌 기술사업화를 위한 정보와 교류활동이 이루어지고, 이를 통해 혁신의 시너지가 유발하는 선순환 구조를 형성하는 기회가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 권기환, 홍성태, 이원준 (2011). 「중소벤처기업의 효과적인 신흥시장 진출 방안 연구」, 벤처기업협회.
- 구명숙 외 (2005), “기혼여성의 재취업 구조에 관한 사례 연구: 전업주부 재취업 훈련 참가자를 중심으로”. 한국가정관리학회지, 제23권 제3호 pp.163-167.
- 김영옥 (2002), “여성의 동태적 노동공급, 취업연속성과 첫 노동시장 퇴출 형태를 중심으로”. 한국인구학, 제25권 제2호, pp.5-40.
- 김지경 (2003), 「기혼여성의 출산 후 경력단절 및 노동시장 복귀에 관한 분석」. 한국노동연구원.
- 김태홍 (2000), 「여성고용구조의 변화와 향후 정책방향」. 한국여성개발원.
- 노현숙, 김찬호, 최윤정 (2013), “기술전도사(Technology Evangelists)를 활용한 중소기업 기술 사업화 활성화 프로세스”, 2013년 한국기술혁신학회 추계학술대회.
- 대덕연구개발특구본부 (2008), 「해외 시장조사 보고서 제공을 위한 설문조사 결과보고서」.

- 민무숙 (2006), “여성인력개발종합계획”, 여대생커리어개발센터 확대, 발전을 위한 전국대학심포지엄, pp.3-86.
- 박경석(2008), 「중소기업의 기술사업화 촉진을 위한 맞춤형 시장정보 서비스」, 한국과학기술정보연구원 내부 사업설명 자료.
- 박성정 (2005), “전업주부 직업능력개발 및 취업제고 정책 방안”, 젠더 리뷰, 여름호, pp.15-19.
- 박수미 (2002), “한국여성들의 첫 취업 진입·퇴장에 미치는 생애사건의 역동적 영향. 한국사회학, 36(2). pp.145-174.
- 박수미 (2003), “한국여성들의 두 번째 노동시장 이행에 대한 종단적 연구”. 한국여성학, 제19권 제1호, pp.43-80.
- 삼성경제연구소 (2007), “지속성장기업의 조건:CSR”, CEO information, 제620호.
- 신경아 (1999), 「1990년대 모성의 변화, 모성담론과 현실」, 서울:나남.
- 여성가족부 (2014), “2013년 경력단절여성 등의 경제활동 실태조사”. 여성가족부.
- 오동윤 (2012), “중소기업의 수출 특성과 정책 시사점”, 중소기업 포커스, 제30호, 중소기업연구원.
- 이재열 (1996), “여성의 생산노동과 재생산노동의 상호연관성이 취업에 미치는 영향에 관한 경험적 연구”. 한국인구학, 19(1), pp.5-44.
- 장서영·오민홍·은혜경·최미정 (2007), 「경력단절여성 취업지원 프로그램개발 연구 보고서」. 한국고용정보원.
- 장서영 (2008), “고학력 경력단절 여성의 노동시장 재진입 과정에 관한 질적 연구”, 女性研究, 제1호, pp.79-104.
- 정영숙 (2004), 「여성의 정체감과 지업의식, 여성과 직업」, 시그마프레스.
- 중소기업중앙회 (2014), 「중소기업 글로벌화 장애요인 및 정책활용 실태조사 보고서」.
- 최운정 (2013), “중소기업 기술사업화 촉진과 네트워크”, 「제1회 기술사업화 에반젤리스트 포럼」, 한국과학기술정보연구원.
- 한국여성개발원 (1998), 「여성통계연보」.
- 현대경제연구원 (2013), “여성인력 활용의 선진 사례와 시사점- 자발적·고부가가치 시간제 늘려야”, 현안과 과제, 13-55.
- 황수경 (2003), “노동력 활용지표에 관한 소고: 여성 유희인력 지표를 중심으로. 노동정책연구, 3(4), pp1-24.
- 황수경 (2003), 「여성의 직업선택과 고용구조」. 한국노동연구원.
- Barrow, L. (1999), An Analysis of Women's Return-To-Work Decisions Following First Birth, Economic Inquiry, 37(3), pp. 432-451.
- Bowen, W. & Finegan, A. (1969), The economics of labor force participation. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Hill, C. R. & Stafford, F. P. (1974), Allocation of time to preschool children and educational opportunity, Journal of Human Resources. 9(3). pp. 323-341.
- Jang, S. Y. and Merriam, S. (2005), "Korean culture and the reentry motivations of university women", Adult Education Quarterly, pp. 23-51.
- Joel G. Momberger, Esq(2012), 「Texas MSTC Information Session」, KISTI.
- Johanson J. & Vahlne J-E. (1977), The Internationalization process of the firm –a model of knowledge development and increasing foreign market commitments, Journal of International Business Studies, 8(1): pp. 23-31.

Johnes, G. (1999), Schooling, Fertility and the Labour Market Experience of Married Women, *Applied Econometrics*, 31, pp. 585-592.

Leibowiz, A. (1975), Employment of new mothers and child care choice : Differences by children's age. *Journal of Human Resources*. 27. pp. 112-133.

Rosenzweig, M. R. & Schultz, T. P. (1984), Market opportunities, genetic endowments, and intrafamily resource distribution. *The American Economic Review*. 74(3). pp. 803-815.

Waite, L. J. (1980), Working wives : 1940-1960. *American Sociology Review*. 41. pp. 573-596.

전자신문 (2011), “의료기기 업체에 아줌마 부대 출동”, (2004.07.11.).

중앙일보 (2009), “알찬 중기 알찬 일터-A기업”, (2009.04.14).