

내수기업 수출활성화를 위한 무역전문인력 양성 방안에 대한 연구

강호연* · 정윤세**

-
- I. 서론
 - II. 정부부처 및 유관기관의 수출지원사업
 - III. 내수기업에 대한 수출활성화 지원사업의
특징 및 개선방안
 - IV. 내수기업 수출활성화를 위한 무역전문인력
양성방안
 - V. 결론
-

주제어 : 내수기업, 수출활성화, 무역전문인력, 무역인력양성제도, 수출지원제도

I. 서론

신흥국의 부상과 FTA의 확대에 인하여 세계 경제의 글로벌 생산네트워크는 강화되고 있으며 저성장 기조의 고착화로 국내 기반의 경쟁우위만으로는 기업의 생존과 성장을 확신할 수 없는 환경이 도래하였다. 이에 더하여 내수 시장에서도 외국기업과의 경쟁이 심화되고 있어 글로벌화는 기업의 생존을 위하여 필수요건이 되었

* 한국무역협회 무역아카데미 사무총장(제1저자), E-Mail : mine@kita.net

** 단국대학교 무역학과 교수(교신저자), E-Mail : sayjeong@dankook.ac.kr

다. 글로벌화(globalization)는 무역, 해외투자 전략적 협력관계 및 네트워크 형성 등 기업 활동이 해외로 확대되어 궁극적으로는 글로벌 가치사슬 내로 편입되는 것을 의미하는데¹⁾ 본고에서는 내수기업의 수출기업화와 같은 의미로 사용하고자 한다.

수출기업은 현재 국내 일자리 창출, 생산성 제고, 판로확대, 임금 수준 향상 등의 측면에서 선전하고 있으나 우리나라 중소기업들의 수출활동은 감소하는 추세이다.²⁾ 이에 따라 대기업 위주의 수출을 전 중소·중견기업으로 범위를 넓히는 한편 수출 낙수효과와 제고를 위하여 글로벌 경쟁력을 갖춘 중소·중견 수출기업 활성화를 위한 환경 제공이 중요하다.³⁾

글로벌 무역환경의 다각적인 변화에 따른 내수기업 수출활성화의 필요성은 다음과 같은 근거를 들어 강조할 수 있다.

첫째, 글로벌 경제환경을 둘러싼 초불확실성의 시대가 도래하여 경제성장의 불확실성으로 이어지고 있어 이에 대한 대비책 마련이 요구된다. 세계 경제의 장기저성장 및 세계 곳곳의 정치사회적 불안, 보호무역주의 확산과 4차 산업혁명에 따른 산업구조 재편 등으로 한국 경제를 둘러싼 대외 변동성과 위험성이 커지고 있다. 이에 글로벌 경쟁력을 갖춘 수출 중소·중견기업이 생겨나고 성장할 수 있는 환경을 조성하여⁴⁾ 강소기업들을 확산 양성함으로써 이들 기업들을 통해 국제경쟁력을 확보하여 우리나라의 경제적 성장을 다지는 것이 필요하다.⁵⁾

둘째, 내수기업 수출활성화를 통한 수출기업 증가는 우리나라의 경제성장에 기여하고 일자리 창출에 이바지한다. 한국무역협회 국제무역연구원(2017)에 따르면 수출기업은 일자리 창출, 생산성, 임금 수준, 혁신활동 등에서 내수기업보다 우수한 것으로 나타났다.⁶⁾ 그러므로 내수기업의 수출기업화를 통해 수출 활력을 제고

1) 장현숙, “중소기업 글로벌화 생존전략, 5대 고정관념을 버려라”, Trade Focus 2016년 49호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2016, p. 1.

2) 장현숙(2016)에 따르면 우리나라 중소기업의 수출비중은 2009년 21.1%에서 2015년 18.3%로 하락하였다.

3) 본고에서는 대기업 위주의 수출을 중소·중견기업까지 확산시키는 방안을 제안하기 위하여 내수 중소·중견기업의 활성화에 초점을 맞추어 연구를 진행한다.

4) 본 연구자는 중소·중견기업의 수출활성화 전략에 차별점을 두어 진행하고자 한다. 업무력, 기술력, 경쟁력, 제품력, 수출 규모 등에 따라서 중소기업과 중견기업으로 나누어 수출활성화의 목표를 차등하여 적용하고자 한다. 다시 말하면 중소(또는 강소)기업은 수출 초보단계의 내수기업으로서 수출기업으로 거듭나기 위하여 노력하는 기업을 의미한다. 즉 기술력, 제품력 등은 갖추었으나 수출실적이 없는 상태로 판로개척 등의 해외시장 개척에 초점을 두고 있는 기업이다. 중견기업은 현재 수출을 진행하고 있는 내수기업으로서 수출확대를 목표로 하는 기업으로 구분한다.

5) 산업통상자원부는 2017년도 무역통상정책의 방향을 4개 제시하였는데 이중 3번째는 내수 중소기업의 수출참여를 확대하고, 기존 수출기업에 대한 집중지원을 통해 중소·중견기업의 수출을 획기적으로 제고하는 것이다(산업통상자원부, 2017년도 무역통상진흥시책, 2017, p. 7).

하고 국민경제 기여 효과를 높일 필요가 있다. 내수기업의 수출 활성화는 고용확대와 소득증대로 이어지게 되고 궁극적으로는 내수와 수출의 상호 시너지를 극대화하게 될 것이며 이는 무역이 경제성장의 엔진 역할을 성실하게 수행하는 데 적극적으로 일조할 것이다.

셋째, 내수기업의 수출기업화는 무역강국인 우리나라의 무역 저변 확대에 이바지하게 된다. 2017년 산업통상자원부의 보고서에 따르면 우리나라 전체 수출시장에서 중소기업의 수출참여율은 2.6%로 미국, 독일 등에 비해 매우 낮은 수준이다. 아울러 전체 중소·중견기업 중, 수출기업의 수가 차지하는 비율은 2.7%임⁷⁾ 감안할 때, 내수 중소·중견기업이 새로운 수출주역으로 발전할 가능성은 높으며 이를 통해 무역의 저변 확대에 적극적인 역할을 할 것이다. 이에 따라 정부에서는 향후 5년 내 총 3만 5천 개의 내수기업을 수출기업으로 발굴하여 육성하는 정책을 시행 중에 있다.⁸⁾ 이와 같이 내수기업의 해외진출을 활성화하는 것은 무역의 저변확대와 양질의 일자리 창출로 이어지며 이는 우리나라가 불확실한 글로벌 경제환경을 극복하는 경제엔진으로 자리매김하는 데 중요한 역할을 하게 될 것이다.

본 연구의 목적은 글로벌 무역환경의 변화와 내수기업의 수출기업화 필요성에 따른 무역전문인력 양성의 필요성을 깊이 인식하고 이를 위한 실제적 양성방안을 제시함으로써 우리나라 중소기업의 동반성장을 위한 환경조성에 일조하는 데 있다. 이를 통하여 현재 내수기업에 대한 수출활성화 지원사업의 현황을 분석하고 이를 근거로 하여 내수기업 활성화에 실질적인 도움을 줄 수 있는 무역전문인력 양성방안을 제안하였다.

본 연구의 연구방법은 문헌을 중심으로 진행하였다. 정부부처와 무역유관기관의 공식자료 및 무역인력과 수출활성화에 대한 선행 논문 등 자료를 참조하였다.

6) 2006-2015년 제조기업 3,418개를 대상으로 조사한 결과 취업자수는 2006년 대비 2015년 15.5% 증가하였고, 이중 수출기업의 취업자수는 18.7% 증가하여 내수기업의 증가율 12.2%를 상회하였다. 또한 2015년 기준 수출기업의 상용직 비중은 97.9%이며 내수기업의 상용직 비중은 92.9%로 고용 안정성 측면에서도 수출 기업의 기여도가 더 높았다. 또한 2015년 기준 1인당 임금은 수출기업 78백만원, 내수기업 59백만원으로 수출기업의 임금이 1.3배 수준으로 내수기업보다 높았다(문병기, “수출기업과 내수기업의 일자리 창출 및 혁신역량 비교 분석 - 우량 제조기업을 중심으로 -”, Trade Focus 2017년 19호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2017, p. 18).

7) 전체 중소·중견기업은 354만개이며, 수출기업은 9만4천개임(산업통상자원부, 전게서, p. 14).

8) 산업통상자원부, 전게서, pp. 14~15.

II. 정부부처 및 유관기관의 수출지원사업

현재 우리나라 내수기업의 수출 경쟁력을 향상하기 위하여 정부부처와 유관기관에서는 다양한 정책을 펼치고 있다. 산업통상자원부 등의 정부부처와 한국무역협회, 대한무역투자진흥공사(KOTRA)등의 유관기관에서는 지원 정책을 마련하여 내수기업의 해외 진출을 뒷받침하고 있는데 수출지원사업의 내용을 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

1. 정부부처의 수출지원사업

1) 산업통상자원부⁹⁾

산업통상자원부는 중소·중견기업의 수출기업화를 위하여 장기간 지속적으로 다양한 정책을 추진해 오고 있다.

2001년 2월 21일 산업통상자원부는 ‘수출유망중소기업 지원요령’을 개정·공포하였다. 이 고시는 수출유망중소기업의 수출기업화를 위하여 지원대상업체의 지정 절차, 지정기준 및 지원에 관한 사항과 기타 중소기업의 수출증대를 위하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 하고 있다.¹⁰⁾ 소정의 절차를 두어 선발하고 2년 동안 내수위주의 중소기업을 수출유망중소기업으로 지정하고 이를 지원함으로써 수출기업으로 육성하며 기간의 연장도 가능하도록 하였다.

<표 1> 수출바우처사업 지원내용 예시

지원영역	지원항목
수출준비 인프라	수출브랜드개발, 디자인개발(카탈로그, 제품 및 포장디자인, 모바일 웹 앱, 홈페이지, 외국어 상품페이지 제작 등), 제품매뉴얼 제작, 상품페이지 제작, 외국어자료 통번역, 정품인증, 해외규격인증획득지원, 신용인증서비스 등
전략 컨설팅	경영멘토링, 목표시장 수출전략(로드맵) 수립 및 지원항목 코칭, 투자 유치 컨설팅, 특허·인증·시험·수출 IP 전략 컨설팅, 해외진출전략컨설팅, 기업 중장기 성장전략 컨설팅, 관세환급 컨설팅, 해외투자유치 관련 세무·회계 관련 컨설팅, 영문제안서 분석 컨설팅 등

9) 산업통상자원부 홈페이지(www.motie.go.kr).

10) 산업자원부 고시 제2000-46호, 2000.5.16.

지원영역	지원항목
수출역량강화 교육	무역교육(무역실무, 글로벌마케터 양성, 전략시장 진출, 중국시장 e-러닝, 비즈니스회화 등), 해외마케팅역량강화 교육, 지식재산권 역량 강화교육 등
홍보/광고/마케팅	TV·신문·잡지·PPL 홍보, 홍보동영상 제작, SNS·검색엔진마케팅, 홈쇼핑/온·오프라인 쇼핑몰 마케팅 (입점대행, 판촉전, 해외독립몰 구축) 등
조사·정보	해외시장조사, 소비자리서치, 바이어발굴조사, 바이어DB 타깃 마케팅, 경쟁제품 동향 조사, 국외기업(바이어) 신용조사, 원부자재 공급선 조사, 해외시장산업설명회 등
전시(상담)회, 바이어매칭	해외전시회 참가(개별), 국내개최 국제전시회 참가, 현지 바이어매칭 상담회/세미나/제품시연회, 외국바이어 국내초청 연결/설명회/세미나, 해외전시회 사전·사후 마케팅, 세일즈랩, 공공조달 시장 진출지원 등
수출관련 서류 대행	계약서 작성(지불조건 포함), 통관/선적필요 서류, 결제관련 서류, 수출물류, 무역 자동화(전자무역서비스), 사후관리(관세환급신청서 등) 대행, FTA 원산지 관련 서류 등
해외진출지원	해외투자진출자문, 해외투자환경조사 출장지원, 현지법인 설립, 지식재산권 등록, 현지 시험·인허가, 해외현지 클레임 및 지재권 분쟁지원, 해외프로젝트 수주지원 등

* 자료 : 산업통상자원부, “2018년 수출지원기반활용사업 안내 및 수출바우처사업(통합형지원)”, 2018.

이후 2018년 현재 산업통상자원부에서는 중소벤처기업부와 공동으로 ‘2018년 수출지원기반활용사업 안내 및 수출바우처사업’을 통해 수출 유망 중소·중견기업을 선정하여 바우처를 부여하고 기업이 자유롭게 수출지원서비스를 이용한 후, 소요비용을 정산하는 수출바우처사업을 통해 우리 기업의 수출역량강화에 힘쓰고 있다. 수출 준비에서 해외진출까지 수출 중소·중견기업이 글로벌시장 진출시 필요한 수출의 전 과정을 모두 포함한 마케팅 프로그램을 지원하는데 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 농림축산식품부, 해양수산부, 특허청이 주무부처가 되어 1,899.5억원의 예산을 들여 13,000개 내외의 중소·중견기업을 대상으로 한다. 이중 ‘수출 첫걸음 지원’은 150개사를 대상으로 하고 있으며 전년도 수출 전무 내수기업, 수출중단기업을 지원하게 된다. 또한 수출도약중견기업육성을 위하여 100개사를 선정하여 지원할 예정이며 3개의 종류로 분류하여 ‘Pre 수출중견기업’인 수출중견 후보기업, ‘수출 중견기업’, 그리고 ‘Post 수출중견기업’으로서의 수출중견 졸업기업을 돕게 된다.

2) 중소벤처기업부¹¹⁾

중소벤처기업부에서는 2018년도 ‘수출성공패키지사업’ 참여기업 모집공고를 통해

11) 중소벤처기업부 홈페이지(www.mss.go.kr).

글로벌 시장 진출을 희망하는 내수 및 수출기업을 대상으로 해외시장 개척활동에 필요한 마케팅 프로그램을 지원하는 수출기업화 사업을 진행하고 있다. 수출성공패키지사업은 기존의 ‘수출기업화사업’¹²⁾에서 명칭이 변경된 것이다. 이 사업의 목적은 내수 및 수출 실적 100만달러 미만 기업에 대해 수출 준비활동 및 해외시장 진출 마케팅을 지원하여 수출액 확대 및 글로벌 역량을 강화하도록 지원하는 것이다.

이 사업은 무역교육, 현지 시장조사, 디자인 개발 등 해외진출 준비활동 및 온오프라인 해외진출 마케팅 활동을 패키지로 지원하는데, 선정 기업에 ‘수출 바우처’를 발급하여 해당 기업은 바우처 한도 내에서 지원 서비스를 자유롭게 선택하여 수행한 후 소요비용을 정산하는 방식으로 진행된다. 수출 준비단계에서 해외진출 시까지 수출 전과정에서 필요한 마케팅 관련 사업을 지원받을 수 있다.

기업은 전년도 수출실적에 따라 ‘수출기업화’ 또는 ‘수출고도화’로 구분되어 지원을 받을 수 있는데, 내수기업 및 수출 10만불 미만의 기업은 수출기업화 지원을 받게 되며 수출고도화 지원은 수출 10~100만불 미만의 기업이 받을 수 있다.

이와 더불어 중소벤처기업부에서는 혁신성과 성장잠재력을 갖춘 수출 중소기업을 발굴하여 수출선도기업으로 육성하기 위하여 ‘2018년도 글로벌 강소기업 모집’ 공고를 내고 사업을 진행 중에 있다. 2017년 기준 직접 수출액 500만불이상인 중소기업을 대상으로 4년간 2억원 한도 내에서 해외마케팅을 지원하는 프로그램이다. 해당 사업은 이미 수출에 성공한 수출기업들만을 대상으로 한다는 점에서 수출성공패키지사업과 다르다.

2. 유관기관의 수출지원사업

1) 한국무역협회¹³⁾

한국무역협회는 무역업체의 권익을 옹호하고 무역진흥을 통한 국민경제발전에 이바지하고자 다양한 무역진흥 사업과 기업의 해외진출 및 수출경쟁력 강화를 위한 무역환경 개선에 앞장서고 있다. 특히 2018년에는 기업에 대한 수출지원 정책을 강화하고 중소벤처기업과 스타트업기업의 세계시장 진출을 위한 다양한 지원책을 강구하고 있다.

12) 수출기업화 지원사업은 수출가능성은 높으나 자력 수출능력이 부족한 창업초기 또는 내수 위주 중소기업을 선정, 수출 초기단계에서부터 전시회 참가, 해외광고 및 카탈로그 제작, 해외시장조사 등 수출관련 종합지원을 실시하여 수출토대를 마련해 주기 위해서 2000년 중소기업청에서 시작된 제도임.

13) 한국무역협회 홈페이지(www.kita.net).

첫째, ‘수출기업화 지원을 위한 무역현장 MC(Mentoring & Consulting) 서비스’ 사업을 시행한다. 이는 한국무역협회 고유사업인 ‘무역현장 자문위원 서비스’ 사업과 산업통상자원부의 위탁사업인 ‘내수기업의 수출기업화 PM’ 사업을 통합하여 기업의 현장밀착지원 및 내수기업의 수출기업 전환을 동시에 달성하는 지원 서비스의 효율성을 제고하기 위한 것이다. 수출기업화 사업은 내수에 머물러 있으나 해외시장 진출을 희망하는 중소·중견기업에게 기업별 맞춤형 지원을 통해 수출기업으로 전환을 촉진하고, 수출 초보 기업에게 수출중단 방지 프로그램(수출 울타리)을 통해 수출지속률을 제고하기 위한 사업이다.

2018년 수출기업화 사업 규모는 전년도 수출실적이 없는 내수기업 1,000개사와 전년도 수출 5만달러 미만인 수출 초보기업 1,000개사인데 대상 기업에게는 무역전문가를 수출전문위원(PM)으로 매칭하여 수출의 전과정을 지원한다. 또한, 중소무역업체 10,000여 개사를 대상으로 20,000건 이상의 법률상담을 지원하기 위하여 계획하고 있다.

둘째, 전자상거래의 발달로 인터넷 기반의 온라인거래가 활성화됨에 따라 글로벌 온라인 B2B 해외마케팅 플랫폼인 ‘트레이드 코리아’ 사이트¹⁴⁾를 운영하고 있다. 이 사이트는 한국무역협회 회원사의 온라인 글로벌 시장 개척을 지원하고 국내 수출중소기업과 해외기업과의 거래를 활성화하기 위한 e-Marketplace이다. 세계 바이어와 국내 셀러 간의 비즈니스 매칭을 위한 글로벌 e-마켓플레이스로서 연평균 8,120,000여 명이 방문하고 64,000여 건의 인콰이어리가 접수되고 있는데 우리 수출기업의 상품을 홍보할 수 있는 기회를 무료로 제공해 주고 있다는 것이 큰 장점이다. 트레이드 코리아 사이트에는 수출 상품 등록으로 자율 홍보 가능, 해외 비즈니스 매칭 서비스를 통한 거래알선 서비스, 해외 수출 밀착 지원 서비스 제공, 지속적인 사후 관리 지원, 다채널 해외 프로모션, 믿을 수 있는 해외 바이어 정보 제공 등의 지원 기능이 있다.

또한, 내실 있는 온라인 수출 지원 서비스의 하나로 중소기업을 위한 B2C 해외 직판 온라인 쇼핑몰인 Kmall¹⁵⁾를 운영함으로써 중소·중견기업의 전자상거래 시장 진입 기회를 제공하고 있다. 오늘날 아마존, 이베이, Tmall(중국) 등의 글로벌 오픈마켓이 활성화되고 있으나 입점조건, 비용 등의 장벽으로 우리 중소기업의 입점이 쉽지는 않은 상황이다. 그러나 Kmall24 입점 시에 Tmall 등 글로벌 오픈마켓에 무료로 입점이 가능하다는 특장점이 있어 그 효용성이 매우 높다.

셋째, 한국 무역의 미래전략 제시와 심층적인 무역 및 정보 제공을 위하여 설립

14) www.tradekorea.com

15) www.kmall24.co.kr

한 국제무역연구원에서는 매년 50여개 남짓의 연구보고서 출간을 통하여 수출기업화 사업에 객관적이고 논리적인 근거를 제공하고 있다. 수출기업화의 장점, 수출 경쟁력 제고 방안 연구, 새로운 무역 전략 발굴 및 확산, 중소·중견기업의 수출현황 파악, 업종별 특정 시장 분석, 중소기업의 글로벌화 생존전략, 해외바이어들의 의식조사, 수출기업의 경영환경 조사, 무역구조와 글로벌 시장 예측 등 무역분야에서의 다각적 연구결과를 통해 수출기업으로 거듭나기 위해 노력하는 내수기업과 수출초보기업에 전문적인 근거자료를 제시함으로써 현실적인 도움을 주고 있다.

넷째, 트레이드 SOS는 한국무역협회의 또 다른 수출활성화 지원제도로 무역애로 해소를 위한 온라인시스템이다. 무역애로컨설팅 센터인 트레이드 SOS는 회원사를 대상으로 하여 무역애로 건의, 무역실무 상담, 무역현장 자문서비스, 통번역 지원서비스, FTA 컨설팅, 해외인증상담센터 등을 컨설팅하고 있다. 온라인 문의를 통해 컨설팅을 받을 수 있고, 오프라인 컨설팅으로 연결되어 무역현장에서 실질적인 지원을 받을 수 있다. 관련 사례를 확인할 수 있어 간접적인 문제해결도 가능하다.

2) 대한무역투자진흥공사(KOTRA)¹⁶⁾

2018년 창립 55주년을 맞이한 대한무역투자진흥공사(Korea Trade-Investment Promotion Agency, 이하 KOTRA)에서는 수출 확대를 통한 일자리 창출과 국가 경제회복을 위해 조직과 서비스 개선에 박차를 가하고 있다. 수요자인 중소기업이 원하는 서비스를 선택해 사용할 수 있는 ‘수출바우처사업’ 시행, 고객 점점 확보를 위한 고객서비스본부 신설, 무역·투자 빅데이터를 활용한 기업별 맞춤형 종합컨설팅 서비스인 ‘KOTRA 해외시장 빅북¹⁷⁾’ 게시 등 고객과 현장 중심의 서비스 개편으로 수출기업 수 증가와 중소·중견기업의 수출액 확대를 지원할 계획이다. 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

KOTRA는 크게 ‘수출마케팅, 역량별 마케팅, 산업별 마케팅, 특화시장별 마케팅, 해외투자 진출 지원’ 등으로 구분하여 무역업체 지원사업을 진행하고 있다.

먼저, 수출마케팅 사업에서는 ‘수출바우처사업, 수출상담회, 해외전시회’ 등의 세부사업을 진행하고 있는데, 대표적 사업인 수출바우처사업은 정부 수출지원사업에 참여하는 기업이 서비스에 대한 비용을 보조받도록 바우처를 발급하는 새로운 형태의 지원사업이다. 즉, 기업이 각 사업별로 정해진 수출지원 서비스를 받던 기

16) KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr).

17) 해외시장 빅북 : 채팅 형식으로 해외진출에 필요한 최적의 답변을 검색하여 제공하는 ‘빠른 FAQ’ 및 중소기업의 수출 역량을 1:1로 진단하여 유망시장과 해외진출 사업을 맞춤형으로 제공하는 ‘해외진출진단가이드’로 구성.

존 방식에서 바우처를 활용하여 자유롭게 수출지원서비스를 신청할 수 있도록 변경되었다.

두 번째로는 역량별 마케팅 사업 중 하나인 ‘신규 수출기업화 사업’이다. 본 사업은 내수에 머물러 있으나 해외시장 진출을 희망하는 중소·중견기업에게 기업별 맞춤형 지원을 통해 수출기업으로의 전환을 촉진하는 데 목적이 있다. 국내 내수기업을 대상으로 하며 해외시장 개척을 통해 수출 유망기업으로 성장할 수 있도록 1년 동안 지원한다. 특히 퇴직 무역 전문인력인 수출전문위원과 참가기업을 멘토와 멘티로 지정하여 무역 실무에서 수출계약 이행까지 일대일 밀착 지원을 받을 수 있다는 특징이 있다.

해당 사업은 2017년도 기준 직수출 실적이 없는 내수기업 4,000개사와 2017년도 해외 직접수출액 5만 달러 미만 기업 또는 샘플 수출 기업 1,000개사를 대상으로 하며 신청 후 소정의 절차를 거쳐 최종 선정한다. 무역전문인력의 일대일 지원과 함께 협업기관인 한국무역협회, 무역보험공사, 중소기업진흥공단, 수출입은행, 중소기업중앙회 등이 합동으로 지원 대상 기업에게 수출기업화를 위한 맞춤형 서비스를 지원하게 된다.

신규 수출기업화 사업은 KOTRA의 ‘수출첫걸음지원단’에서 진행하며, 선정된 기업의 현재 성장단계를 확인하고 맞춤형 해외마케팅을 지원하는 것이다.¹⁸⁾

역량별 마케팅 사업의 또 다른 하나는 ‘스타트업 해외진출’사업이다. 국내 신생 혁신기업인 스타트업의 해외투자유치, 해외기업과 파트너쉽 구축, 신규수출 등의 지원사업을 통하여 글로벌 경쟁력 강화 및 성공적 해외진출을 지원하는데, 본 사업의 일환으로 해외 수출을 희망하는 내수 스타트업의 수출기업화 지원을 동시에 진행하고 있다.

마지막으로 해외투자 진출 지원 사업의 일환으로 KOTRA의 해외진출상담센터에서는 ‘이동 KOTRA’ 사업이 진행되고 있다. 전국 내수 수출초보기업을 위한 찾아가는 현장컨설팅 서비스이며 수출관련 전문 상담이 필요한 모든 중소기업이 신청 가능하다. 특히 KOTRA의 글로벌 역량진단테스트를 받은 후 해당 정보를 등록하면, 보다 정확한 맞춤형 상담을 받을 수 있다. 상담 분야는 ‘해외거래선 발굴, 바이코리아, 지사화, 해외전시, 인재 발굴 등의 KOTRA 지원사업 안내, 타겟 수출시장 추천 및 현지시장 설명, 계약서/신용장 검토, 통관절차 등의 무역실무 관련 상담, 자금애로, 기술개발 등에 관한 KOTRA 이외의 유관기관 지원사업 안내’인데 원거리에 위치한 중소·중견기업들을 위하여 편리함과 실용성을 갖춘 제도이다.

18) KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr) 내, 사업안내→역량별마케팅→신규수출기업화.

3) 중소기업중앙회¹⁹⁾

중소기업중앙회는 2018년 현재 조직 내에 산업통상본부를 구성하고 하부조직으로 무역협력부와 무역촉진부를 두어 수출기업화를 위한 지원사업을 진행 중에 있다.

첫째, 중점 추진 사업으로 '중소기업 해외마케팅 지원사업'이 있다. 이 사업의 특징은 민간 주도형 사업 운영을 통한 자생력 강화와 더불어 업종 특성별 맞춤형 지원을 한다는 점이다. 특히 해외전시회는 중소기업 글로벌화를 위해 중소기업들이 가장 선호하는 글로벌 진출방안이며 상품 등의 수출 및 홍보 제고에 매우 효과적인 수단이 되고 있다.

이와 더불어 중소기업중앙회의 대표적인 지원 사업으로는 '무역촉진단 파견 사업, 수출 컨소시엄 사업, 단체 해외전시회 바우처 지원 사업, 업종별 내수기업의 수출기업화 사업' 등이 있다.

둘째, '무역촉진단 파견 사업'은 전문업종 위주 해외전시회 단체관과 시장개척단 파견을 지원해 마케팅 능력 취약, 수출 인력 부족 등 해외시장 개척에 애로를 겪는 중소기업의 해외 마케팅을 지원한다. 협동조합·협회 등의 업종별 단체와 중소기업이 협업해 사업 기획부터 운영까지 민간 주도로 추진해 중소기업계 자체 수출 역량을 강화하는 데 주요 목적이 있다.

국내 중소기업을 대상으로 하며 중소기업의 수출 확대·해외마케팅 지원을 위해 해외 전시회, 시장개척단 참가 및 파견 시 사업비를 지원한다. 단체전시회는 업종별 전문전시회에 단체관 구성을 위한 부스 임차료, 장치비 등 세부 항목별로 50~80%를 지원한다. 시장개척단은 자유무역협정(FTA), 경제 외교 활용, 신흥 시장 위주로 1대1 바이어 초청 상담을 위한 공통 경비의 100%(기업당 1,100만원 한도)를 지원한다.

셋째, '수출 컨소시엄 사업'은 동일·유사 업종 중소기업들로 구성된 전략적 컨소시엄의 단계별 공동 해외시장 개척 활동을 지원한다. 업종별 단체(협회·조합), 수출전문기업(GMD)·수출 유관기관이 주관하는 수출 컨소시엄에 참여하는 중소기업과 초기 중견기업이 대상이다. 지역별, 전문업종별 최대 30개 기업으로 구성해 사전 준비, 현지 활동, 사후 관리까지 공동 해외시장 개척을 돕는다.

넷째, 2017년에 시작한 '단체 해외전시회 바우처 지원 사업'은 수출 바우처 도입으로 기관별로 선정된 해외전시회 단체 참가 사업을 통합·모집해 참여 기업 선택의 폭을 넓혔다. 국내 중소기업을 대상으로 하며 해외전시회 단체관 참가 우선권을 2회 제공한다. 부스 임차료, 장치비 등 직접 경비의 약 50~80%를 업체당 1,100만원

19) 중소기업중앙회 홈페이지(www.kbiz.or.kr).

한도 내에서 국고 지원한다.

다섯째, 2018년 처음 시행하는 ‘업종별 내수기업의 수출기업화 사업’은 내수기업이 수출기업으로 성장하는 데 있어 ‘해외 거래처 바이어 발굴’이 주요 애로사항이라는 것에 착안해 적은 비용으로 바이어를 대면할 수 있는 기회를 제공하자는 취지다.

내수 중소기업의 수출기업화를 위해 중소기업 업종별 단체의 해외 바이어 초청 수출상담회 개최를 지원하는 이 제도는 국내 중소기업을 대상으로 하며 2018년 약 10억원 규모 지원이 예정돼 있다. 해외바이어 초청 국내 중소기업의 1대1 매칭, 초청바이어 DB화 및 정보 제공, 상담장 임차료, 통역비 등 비용의 80%를 지원한다. 회당 바이어 25개사, 내수·수출 초보기업 중심의 중소기업 75개사 내외 규모로 진행될 예정이다.

Ⅲ. 내수기업에 대한 수출활성화 지원사업의 특징 및 개선방안

1. 수출지원제도의 특징

앞서 정부부처와 주요기관의 내수기업의 수출활성화 지원사업의 현황을 파악하였는데 이를 분석한 결과는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 각 기관들이 긴밀한 협조를 통해 유기적인 지원정책이 실현되고 있다는 점이다. 산업통상자원부, 중소벤처기업부 등의 정부부처와 한국무역협회, KOTRA, 중소기업중앙회 등의 유관기관에서는 공동으로 사업을 추진하는 경우가 자주 있는데 정보를 공유하는 한편, 각 기관의 특장점과 노하우를 살려 공평하고 폭넓게 중소·중견기업체를 지원하기 위하여 온라인 서비스, 오프라인 사업설명회, 관련 책자 발간 등의 다양한 경로를 통해 적극적인 지원을 아끼지 않고 있다.

둘째, 수출과 관련한 전 과정에 걸쳐 전방위적인 지원이 이루어지고 있다. 세부적으로 살펴보면 수출 준비단계에서부터 수출을 위한 전략컨설팅, 홍보 및 마케팅, 관련 조사, 전시회, 수출관련 서류 대행, 그리고 해외진출 지원까지 수출기업화로 의 도약을 위해 노력하는 중소·중견기업이 수출을 위한 전체 내용을 지원을 받을 수 있다. 특히 해당 사업에 선정된 기업이 필요로 하는 내용을 직접 선택하면 그에 최적화된 일대일 맞춤형 컨설팅과 지원을 제공하는 방식을 통해 실효성과 만족도, 수출기업화 성공확률을 동시에 높이고 있다.

셋째, 무역 전문인력을 두어 수출관련 업무절차 전 과정에 대한 세세한 사항들이 있어 도움을 주고 있다. 한국무역협회, KOTRA²⁰⁾ 등은 무역회사에서 다년간의 근무와 경험을 통해 무역실무의 전문성과 노하우를 습득한 후 퇴직한 무역전문가를 대상으로 심사를 거쳐 수출전문위원(PM)으로 선출한다. 업체에 수출전문위원을 배정한 후 일대일 맞춤형 컨설팅을 통하여 다각도의 현장 밀착지원을 하고 있다.

넷째, 수출기업화의 성공사례에 대한 충실한 정보 공유를 통해 수출기업화의 저변 확장에 일조하고 있다. 정부와 유관기관에서는 수출기업화를 이루어 낸 내수기업에 대한 세세한 정보와 진행과정, 성공 주요 전략과 실패 이유 등을 정리하여 업종별, 진출 시장별 등으로 모아 사례집²¹⁾을 발간함으로써 수출을 준비하는 기업들에게 지침을 제공하고 있다. 글로벌 시장에 첫 발자국을 내딛은 기업에서부터 괄목할만한 수출계약을 체결해 낸 기업에 이르기까지 수출기업화 성공 기업들의 실제 사례는 수출을 준비하는 내수기업들에게 지침이 되는 동시에 용기를 주고 있다.

2. 수출지원제도 개선방안

1) 다양한 지원방식 구비

지원 방식이 다양하지 않다는 것을 아쉬움으로 꼽을 수 있다. 수출 전 과정에 걸친 컨설팅 지원, 맞춤형 서비스 제도, 찾아가는 서비스, 통번역 인력 파견, 전시회 전문 컨설팅 등 고효율적인 지원이 이루어지고 있으나 멘토링 및 컨설팅에 집중되어 있다. 이에 보다 다양한 지원 방식이 요구된다.

예를 들어 1인 기업 등 강소기업이 증가하는 추세에서 기관을 통해 업종간 교류의 시간이 마련되는 것은 정보 공유와 수출활성화에 매우 긍정적인 영향을 주게 될 것이다. 다시 말하면 동일 업종끼리의 내수기업 워크숍을 마련하여 업종별 특화된 무역실무 교육과 수출시장 정보, 업계 정보 등을 공유할 수 있는 간담회를 진행한다면 수출기업화 사업의 효과를 높일 수 있다.

이와 더불어 전문인력의 풀을 다양화하는 것도 고려할만 하다. 현재의 수출전문위원은 주로 큰 조직 내에서 경험을 쌓은 무역전문가들이다. 직접 회사를 설립하여

20) KOTRA에 231명의 수출전문위원이 신규 수출기업화, 해외진출종합상담, 월드캠프 등 다양한 사업에서 활약하고 있다. 전문위원 도움으로 지난해 내수기업 1,401개사가 첫 수출에 성공했으며, 170개 중견기업이 22억달러를 수출하는 데에도 도움을 줬다(“KOTRA 수출전문위원 간담회, 지난해 1,401개사 수출지원”, 매일경제, 2017.02.26).

21) 사례: 산업통상자원부·KOTRA·한국무역협회, “대한민국 내수기업 수출엔진을 켜라 - 신규 수출기업화 성공사례집”, 2016; 산업통상자원부·KOTRA·한국무역협회, “2017 내수기업 수출기업화 성공사례집 - 해외 첫 문을 연 우리 기업들의 희망이야기”, 2017.

운영하며 해당 업종 안에서 경험하며 무역업에 종사해 온 전문가가 수출전문위원으로서 확대 영입되어 멘토링을 지원한다면 강소기업의 측면에서는 또 다른 관점에서의 실무적인 지원을 할 수 있을 것이다.

2) 인력양성에 대한 지원확대

인력 파견 지원 서비스에 비하여 인력 양성을 위한 지원은 활발하게 이루어지지 않고 있다는 점이 아쉽다. 수출전문인력 배정 등 도움을 받을 수 있는 수출전문인력 파견은 활발하게 이루어지고 있으나, 무역전문성을 키워 수출에 기여할 수 있도록 하는 인력 양성 교육은 체계적으로 이루어지지 않고 있는 것이 현실이다. 수출활성화를 목표로 하는 내수기업의 실무자들에게 무역실무를 교육하는 것도 필요하며, 전자상거래 교육, 업종별 교육, 수출시장별 특화교육도 소홀히 할 수 없다. 또한 수출전문인력(PM)에 대한 특화교육도 중요한데, 수출전문인력의 현장 파견에 앞서 업종별 특수성, 수출시장 분석, 전자상거래 등 현재의 무역현장을 반영한 다각화된 교육을 실시하여 컨설팅 능력을 강화시켜 주는 교육 제도도 필요할 것이다.

불확실성과 불가측성의 세계경제환경 변화에 국가차원에서 대응하는 한편 기업의 자체 경쟁력을 확보하기 위하여 인력 양성은 매우 중요하다. 여전히 우리나라는 무역 의존도가 높으며 수출이 경제성장을 이끌어가는 추세도 지속되고 있다. 이에 따라 기업에게는 수출 경쟁력을 확보하는 것이 최우선 과제 중의 하나이며 우수 무역인력의 확보와 양성은 수출 경쟁력을 갖추기 위한 관건이다. 이와 더불어 전통 무역 개념에서 확장된 다변화된 현대의 무역 거래방식은 무역교육의 다각화를 요구하고 있다. 그러므로 무역역량을 증진하기 위해서 다양한 교육과정을 개발하여 무역현장에 전문인력을 공급하는 것이 필수적이다.

지금까지 본고에서는 수출활성화를 위하여 필요한 전문인력 양성의 중요성을 확인하였고 현재 정부와 유관기관의 수출활성화 지원사업을 파악하여 분석하였다. 이에 다음 장에서는 수출활성화에 초점을 맞추어 보다 구체적인 무역전문인력 양성 방안을 제안하고자 한다.²²⁾

22) 미래무역전문인력: 무역전문인력은 무역프로세스 전반에 걸친 지식을 보유하면서도 특정 분야의 전문성을 확보한 인력(대외경제정책연구원, “무역전문인력양성을 위한 중·장기 로드맵 수립에 관한 연구, 2008).

IV. 내수기업 수출활성화를 위한 무역전문인력 양성 방안

무역전문인력을 양성하여 수출을 도모하는 기업에 공급하는 것은 내수기업의 수출활성화에 기여할뿐만 아니라 경제적 안정 추구, 경제성장 기여 및 일자리 창출, 무역 저변 확대에 이바지 하게 된다. 이를 위하여 본고에서는 다음과 같이 무역전문인력 양성 세부 방안을 제시하고자 한다.

1. 1인 창조기업에 대한 무역인력양성방안

1인 창조기업의 확대 및 육성을 위한 무역전문인력 양성 방안 마련이 중요하다. 글로벌 경영환경의 급격한 변화에 따라 이에 대한 민첩한 대응이 가능한 기업들만이 생존을 위한 경쟁력을 가지게 된다. 특히 핵심 카테고리별 마케팅 능력이 가능한 카테고리 킬러²³⁾로서의 기업들은 부상할 것이며 변화에 둔감한 기존 기업들은 그 규모를 막론하고 퇴장하게 될 것이다. 특히 공룡기업이 퇴장하는 경우에는 다양한 기회요인이 생겨나게 되고 이는 카테고리 킬러로서의 능력을 탑재한 강소기업들에게는 새로운 비즈니스 기회를 가져올 것이다. 다시 말하면 거대 위기와 거대 기회가 공존하는 지금의 세계경제환경 속에서 정보력과 4차산업혁명 기술을 갖춘 강소기업들에게는 수출시장 진출을 위한 절호의 환경이 조성되고 있다.

특히 전자상거래, e-business로 대표되는 디지털 경제의 확산이 강소기업의 활약에 일조하고 있다. 디지털 경제의 특징으로는 인터넷 플랫폼에 의한 거래 비용 하락, 시장에 대한 즉각적 접근, 네트워크 효과로 거리와 국경의 개념 약화, 실시간 정보교류와 판매 가능성을 들 수 있다. 이에 따라 제품 및 아이디어의 확산이 빨라지며 제품의 수명 주기는 더욱 단축되고 거래비용이 축소되어 기업의 최소 운영 규모가 축소될 것이다. 따라서 작지만 기민하게 대응하는 강소기업의 활약이 두드러지게 될 것으로 예측된다. 그러므로 무역분야에서도 1인 창조기업의 확대 및 육성은 매우 시의적절하게 필요하다.

이를 위하여 확대 및 육성 방안의 하나로서 1인 기업인들을 무역전문인력으로

23) 완구용품·스포츠용품·아동의류·가전제품·식품·인터넷 포털사이트·가구 등과 같이 상품 분야별로 여러 곳에 특화된 전문 매장을 갖추고 이를 집중적으로 판매하는 소매업체를 통틀어 일컬음(두산백과사전).

양성하기 위한 전문 교육 커리큘럼을 개발하는 것이 중요하다. 특히 업종별 전문가 교육을 통하여 무역업 창업의 세부 절차, 업종별 규제 사항 및 유관기관 확인, 수출 국가별 특장점의 이해, 수출 업무 절차 세부사항 등을 교육하고 이들의 네트워킹을 꾸준히 유지하도록 도움을 주는 동시에 업종별 전문 컨설턴트를 통하여 손쉽게 현장에서의 실무에 도움을 받을 수 있도록 교육에서부터 사후 관리까지 체계적인 커리큘럼을 설계하여 진행하는 것이 필요하다.

2. 재직자에 대한 무역인력양성방안

현직 전문무역인의 현장 방문교육 및 컨설팅을 수출기업화 사업에 도입하는 현업 무역전문인력 활용방안을 적극적으로 검토해야 한다. 앞서 III 장에서는 우리나라 내수기업의 수출활성화 지원사업에 대한 현황을 확인하였고 그 결과 유관기관에서는 수출전문위원(PM)을 두어 일대일 맞춤형 컨설팅을 통해 현장 밀착지원을 하고 있음을 확인하였다. 수출전문위원(PM)은 무역회사 근무경험과 전문성, 노하우가 풍부한 퇴직 무역전문인으로 구성되어 있다. 이들 전문위원은 큰 조직 내에서 실무 경험을 쌓은 경우가 대부분인데, 이와 같은 퇴직 무역전문인 중심의 멘토링 및 컨설팅은 다방면에서 실무적 도움을 줄 수 있다.

그러나 내수기업의 수출기업화를 효과적으로 지원하기 위해서는 보다 전방위적 이면서 세부적인 수출 관련 업무지원까지 해야 한다는 것을 감안해야 한다. 수출기업화를 추진하는 기업들은 대부분 강소기업 또는 중소기업이다. 탄탄한 기술력과 제품력을 갖추었으며 상품성과 경쟁력은 굳건히 다졌으나 판로개척이나 해외마케팅, 온라인마케팅, 전자상거래 활용, 관세문제 해결, 유관기관 업무 협의 등의 수출력이 부족한 경우에는 다양한 사례를 통하여 해당 업무를 직접 다루어 보고 관련 지식을 습득한 현업 무역전문가의 즉각적인 도움이 필요하다. 즉, 직접 회사를 설립하여 운영하며 수출 업무의 전 과정을 직접 핸들링한 현업 무역인의 멘토링 및 컨설팅이 최적의 도움이 될 수 있다는 것이다. 그러므로 현업에 있는 전문무역인을 활용한 실제적인 교육과 컨설팅이 뛰어난 현실적 업무 성과를 도출해 낼 수 있음을 주시해야 한다.

현업 전문무역인을 활용한 현장 방문교육은 소규모 실무진을 대상으로 한 일대일 맞춤형 교육이 가능하다는 장점이 있다. 해당 기업과 수출아이템에 대한 이해를 선행하여 눈높이 교육을 실시함으로써 업무효율에 초점을 맞춘 교육이 가능하다. 기업과 수출아이템에 대한 깊이 있는 이해는 수출업무 관련 컨설팅에서도 효과가

뚜렷하게 나타나는데 특히 해당 업종에 대한 선행 업무력이 있는 컨설턴트가 수출 기업화 사업의 현장에 파견되는 경우에는 업무효율 및 진행 속도가 최적의 만족도와 수출성으로 이어질 것이 자명하다.

그러나 현업 전문무역인의 활용을 위해서는 체계적인 컨설턴트 선발과정 도입, 교육 및 관리 제도가 필요하다. 최고의 수출 성과를 내기 위해서는 현업 무역인 중에서 최적임자를 선발하고 이들에게 무역실무 강사교육과 컨설턴트 업무 수행을 위한 교육 및 기타 현장에서 필요한 특화교육을 실시한 후 현장에 파견해야 하기 때문이다. 내수기업의 수출을 활성화하기 위한 방안으로 현업 무역인을 무역전문인력으로 양성하는 것은 무역교육기관과 업종별 유관기관들 사이의 업무 협조를 통하여 더욱 효율적으로 실시할 수 있다.

3. 경력단절 여성에 대한 무역인력양성방안

경력이 단절된 여성 무역인력을 위한 교육 프로그램을 마련하여 무역전문인력으로서 적극 양성하는 방안을 제안한다. 우리나라의 생산가능인구가 줄어들고 있음에 따라 이를 보완할 대체 무역저변인력이 필요한 상황이다. 이러한 상황 속에서 무역전문인력의 필수자질인 정보통신 기술과 외국어능력 및 커뮤니케이션 능력, 무역실무능력 및 업무 경험을 갖춘 여성 무역인력을 보다 적극적으로 활용하여 수출인력 저변을 확대해 나가는 것은 매우 유용한 인력공급 방안이다.

수출 관련 업무에 활발하게 종사하다가 출산과 육아 등의 이유로 경력이 단절된 채 사회활동에서 제외된 여성인력들이 있다. 이들의 재교육 및 재취업을 보다 구체적으로 알선하는 방안을 마련하여 경제활동이 가능하도록 기회를 제공하는 한편으로 수출을 준비하는 내수기업들에게는 부족한 무역전문인력을 보완하는 데 도움을 받을 수 있다.

또한, 무역업 경력여부와 무관하게 경력 단절된 우수 여성인재를 무역업계로 유인하여 무역실무교육, 해당 특정 산업분야 교육 등 재교육을 실시함으로써 이들이 수출전문인력으로 발돋움할 수 있는 교육기회를 제공하는 것이 필요하다. 그 후 이들 여성인력을 수출을 도모하는 기업에 취업하도록 하면 수출활성화에 이바지하고 궁극적으로 무역저변 확대에도 힘을 기울일 수 있게 된다. 이 또한 한국여성경제인협회, 여성인력개발센터, 창조경제혁신센터, 창업진흥원 등 유관기관과의 긴밀한 업무 협조를 통하여 실효성을 높일 수 있다.

경력단절 여성의 재취업과 더불어 결혼이주 여성에 대한 교육과 취업지원 또한

여성 무역전문인력 양성에 한 방법이 될 수 있다. 통계청에 따르면 2016년 결혼이주 여성은 12만명을 넘어섰는데²⁴⁾ 출신국과 우리나라에 대한 문화적 이해 및 언어 능력이 갖추어진 상태에서 체계적인 전문교육을 통하여 무역실무능력과 산업군에 대한 이해까지 갖추게 된다면 이들은 수출활성화에 이바지하는 무역전문인력으로 훌륭한 인재가 될 것이다.

4. 국내거주 외국 유학생에 대한 무역인력양성방안

국내에 거주하는 외국인 유학생을 무역전문인력으로 양성하여 무역인프라로 활용함으로써 무역업체 취·창업 등 수출활성화에 기여할 전문인력으로 추가 공급하는 방안을 제안한다. 한국교육개발원 국가교육통계센터에 따르면 2017년 전체 외국인 유학생 수는 123,858명으로 전년 대비 19,596명(18.8%) 증가한 수이며, 외국인 유학생 수는 2년 연속 10% 이상의 증가율을 보이고 있다. 이들 중 학위과정 유학생의 구성을 살펴보면, 중국인 유학생의 비중은 61.9%, 뒤를 이어 베트남 유학생이 6.5%를 차지하고 있다. 또한 통계청의 자료에 의거 우리 기업들의 국가별 수출현황을 살펴보면 중국, 미국, 일본, 베트남의 순서로 수출규모가 크다. 그러므로 이들 교역국에서 온 외국인 유학생들이 우리나라에서 창업을 하는 경우 우리나라의 수출 저변 확대와 일자리 창출에 기여하게 된다.

법무부에 따르면 우리나라 외국인의 창업 현황을 살펴보면 2015년 이후 기술창업비자인 D-8-4로 23명이 창업하였고, 현재 국내 유학생 포함 약 1,200여명이 예비 창업을 준비 중에 있다. 또한 무역비자인 D-9-1에 대하여는 2016년 3월 이후 약 90여명이 비자를 취득하여 우리나라의 수출에 이바지하고 있다. 따라서 정부는 정책적으로 외국인 창업비자 발급 문턱을 대폭 낮추는 등 외국 우수인력의 한국 내 창업을 독려하는 방안을 추진 중에 있다. 법무부는 외국인 무역비자 제도를 개선하여 2018년 3월부터 시행 중인데, 이번 개선은 2016년 3월부터 시행한 D-9-1 도입과 관련하여 무역업자들이 초창기에 겪는 애로사항과 무역비자 제도의 운영과정에서 나타난 문제점과 미비점을 보완하였다. 무역실적 입증 방식 다양화, 무역비자 기간 연장 추천제 도입, 무역 심화교육 과정 신설이 그것이다.

비자제도의 개선으로 외국인 유학생의 창업 문턱을 낮추는 한편, 이들을 대상으로 무역전문교육을 실시하고 있다. 외국인 유학생을 무역전문인력으로 양성하기

24) 전체 결혼이민자 중, 중국과 베트남에서 온 결혼이민자가 약 65%를 차지하므로 중국과 베트남의 수출을 목적으로 하는 경우 이들을 무역인력으로 활용하는 방안도 검토할 수 있다.

위한 교육은 현재 한국무역협회, KOTRA, 서울산업진흥원에서 실시하고 있다. 이 중 한국무역협회²⁵⁾는 2016년부터 무역아카데미를 통해 국내 무역업 창업 및 취업을 희망하는 외국인 유학생을 대상으로 30시간의 무료 무역실무 교육을 시행하고 있다. 한국어로 진행되는 이 교육의 수료생들은 2016년 3월 개정된 법무부 무역업 비자 점수제에 따라 무역업비자 발급을 위한 필수 점수 10점 취득이 인정된다.

외국인 유학생의 무역인프라 활용방안은 무역전문인력 양성 및 공급이라는 측면에서 단기적으로는 이들에게 무역분야로의 취·창업의 기회를 제공하고, 중·장기적으로는 우리나라와 외국인 유학생의 출신국가 간의 비즈니스 네트워크로 성장하는 계기를 마련할 수 있을 것이다. 이를 위하여 비자제도의 보다 실효성 있는 개선과 무료 무역교육 기회를 확대하여 강소기업으로 탄생할 수 있도록 지원해야 한다.

5. 특성화 고등학생에 대한 무역인력양성방안

특성화 고등학교 학생들에 대한 선제적 무역교육을 확대 실시하는 방안을 제안한다. 최근 우리나라 사회가 실용적으로 변화됨에 따라 고등학생이 9급 공무원시험에 응시하는 등 대학생과 고등학생 사이의 학습능력 격차가 매우 낮아졌다. 이에 고등학생에게 무역교육을 실시하여 무역전문인력으로 양성한 후 이들의 특장점을 살려 적재적소의 무역현장에 공급한다면 수출활성화에 적극적으로 이바지하게 될 것이다.

한국무역협회는 무역교육의 다각화와 청년무역전문가 양성 강화를 위하여 2011년부터 특성화고 무역실무교육을 실시해 오고 있다. 서울 소재 6개 학교 60명을 대상으로 실시한 이 교육은 매년 참가인원이 늘어나면서 2017년에는 전국 8개 학교 323명을 대상으로 확대 실시되었다.²⁶⁾

상업계 고등학교는 회계, 금융 등의 과목과 무역의 높은 연관성 덕분에 높은 이해도로 이어진다는 특징이 있으며, 이공계 고등학교를 대상으로 하는 무역교육은 기술력과 제품력이 기반이 된 상태에서 무역실무능력을 접목할 수 있다는 장점이 있다.²⁷⁾

25) 한국무역협회는 외국인 유학생 창업 지원과 더불어 중소수출기업의 해외시장 개척 지원을 위해 ‘외국인 유학생 무역도우미 지원사업(Trade-Link)’을 진행하고 있음.

26) 한국무역협회, “위대한 여정 무역입국 70년, 한국무역협회 70년사(2947~2016)”, 2016.

27) 국제무역 마이스터고등학교인 경상북도 경주 감포고등학교의 커리큘럼은 기존의 마이스터고와 차별화된 융합형 교육과정으로 운영되는데 공업(30%), 외국어(30%), 국제무역(40%)으로 구성됨.

이와 같은 특성화고 학생들에 대한 무역전문교육은 정보통신 발달, 글로벌 경제 환경에 따라 외국어 능력을 갖춘 고교생들을 대상으로 기존에 실시하던 무역교육을 확대하여 전통무역 관점에서의 무역실무능력을 갖추도록 함은 물론 역지구, 전자상거래 등 온라인 교육을 실시하여 다각화된 현대무역 관점에서의 무역실무능력을 구비하도록 함으로써 무역전문가로 거듭나도록 한다는 데 의의가 있다.

대부분의 수출활성화를 추구하는 내수기업이 강소기업 및 중소기업이라는 점을 감안할 때, 이들 기업에서는 자신들의 경제적 한계성으로 인해 대졸 사원 보다는 고졸 사원을 선호할 수 있다. 그리고 취업을 목적으로 하는 특성화고 학생들이 무역인으로서의 전문성을 갖추면 취업시장에서 우위를 선점할 수 있을 것이다. 이에 특성화고 학생을 대상으로 하는 무역전문인력 양성 교육은 그 의의를 가진다.

V. 결 론

현재 인터넷의 발달 및 FTA 확대 등으로 세계의 모든 나라에서는 무역의 확대가 국민경제의 발전을 좌우하는 중요한 요인이 되고 있다. 수출이 신장되면 국민경제 성장으로 이어지며 상품의 수출은 고용과 직결되고 산업구조 또한 비교우위의 상품을 생산하기 위한 방향으로 재정비 되어 발전해 나가기 때문이다. 그러므로 세계 각국은 경제규모의 크기와 상관없이 수출 진흥을 위하여 노력하고 있다.

이에 따라 본고에서는 우리나라의 수출 진흥을 위한 주요 사업 중에서 내수기업의 수출활성화에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다. 내수기업의 수출활성화를 위한 방안으로 무역전문인력을 양성하는 것을 제안하였으며 이를 위한 구체적인 방법으로 다음과 같이 다섯 가지를 제안하였다.

첫째, 1인 창조기업의 확대 및 육성을 위한 무역전문인력 양성 방안 마련이 중요하다. 특히 전문 교육 커리큘럼을 개발하는 것이 중요한데 업종별 전문가 교육을 통하여 무역업 창업의 세부 절차, 업종별 규제 사항 및 유관기관 확인, 수출국가별 특장점 이해, 수출 업무 절차 세부사항 등을 교육하고 이들의 네트워크를 꾸준히 유지하도록 도움을 주는 한편 컨설턴트를 통하여 손쉽게 업무 도움을 받을 수 있도록 교육에서부터 사후 관리까지 체계적인 커리큘럼을 설계하여 장기적으로 진행하는 것이 필요하다.

둘째, 현업 무역인을 무역전문인력으로 추가 양성하여 현장 교육 및 컨설팅이 가능하도록 하는 활용방안을 적극적으로 검토해야 한다. 이를 위하여 체계적인 컨

설턴트 선발과정 도입, 교육 및 관리 제도가 필요하다. 최고의 수출 성과를 내기 위해서는 현업 무역인 중에서 최적임자를 선발하고 이들에게 무역실무 강사교육과 컨설턴트 업무 수행을 위한 교육을 실시한 후 현장에 파견해야 하기 때문이다. 내수기업의 수출을 활성화하기 위한 방안으로 현업 무역인을 무역전문인력으로 양성하는 것은 무역교육기관과 업종별 유관기관들 사이의 업무 협조를 통하여 더욱 효율적으로 실시할 수 있다.

셋째, 경력이 단절된 여성 무역인력을 위한 교육 프로그램을 마련하여 무역전문인력으로 적극 양성하는 방안을 검토할 필요가 있다. 경력단절 여성들을 무역전문인력으로 교육한 후 재취업을 알선하여 경제활동이 가능하도록 기회를 제공하는 한편 수출을 준비하는 내수기업들에게는 부족한 무역전문인력을 보완하는 데 도움을 받을 수 있다.

넷째, 국내에 거주하는 외국인 유학생을 무역전문인력으로 양성하여 무역인프라로 활용함으로써 수출활성화에 기여할 전문인력으로 추가 공급하는 방안을 제안한다. 단기적으로는 이들에게 무역분야로의 취·창업의 기회를 제공하고, 중·장기적으로는 우리나라와 외국인 유학생의 출신국가 간의 비즈니스 네트워크로 성장하는 계기를 마련할 수 있을 것이다. 이를 위하여 보다 실효성 있는 비자제도 개선과 무료 무역교육 기회를 확대하여 강소기업으로 탄생할 수 있도록 지원해야 한다.

다섯째, 특성화 고등학교 학생들에 대한 선제적 무역교육을 확대 실시하는 방안을 제안하고자 한다. 대부분의 수출활성화를 추구하는 내수기업이 강소기업 및 중소기업이라는 점을 감안할 때, 이들 기업에서는 경제적 한계로 인해 대졸 사원보다는 고졸 사원을 선호할 수 있다. 그리고 취업을 목적으로 하는 특성화고 학생들이 무역인으로서의 전문성을 갖추면 취업시장에서 우위를 선점할 수 있을 것이기 때문이다.

본 연구는 내수기업의 수출활성화에 실제로 기여할 수 있는 무역전문인력을 양성하는 데에 초점을 맞추어 진행한 최초의 연구라는 데에서 의의를 찾을 수 있다. 그러나 내수기업들의 생생한 의견을 통하여 보다 구체적인 현장의 목소리를 반영하지 못한 부분이 아쉬움으로 남는다. 이후 관련 연구에서는 수출기업으로 발돋움하기 위하여 노력 중인 내수기업 임직원들의 의견을 수렴하여 이를 통한 세부적인 방안이 도출될 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

- 김학민 · 이호형, “무역인력의 핵심역량 조사·분석, 무역학회지 제35권 제3호, 한국무역학회, 2010. 6.
- 김학민 · 이호형 · 이흥기, “무역인력 역량의 기대 불일치에 관한 실증 연구”, 무역학회지 제33권 제5호, 한국무역학회, 2008. 11.
- 대외경제정책연구원, “무역전문인력양성을 위한 중·장기 로드맵 수립에 관한 연구”, 2008.
- 문병기, “수출기업과 내수기업의 일자리 창출 및 혁신역량 비교 분석 - 우량 제조기업을 중심으로 -”, Trade Focus 2017년 19호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2017.
- 문병기 · 이도형, “4차 산업혁명 시대 신성장산업의 수출 동향과 경쟁력 분석”, Trade Focus 2017년 10호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2017.
- _____, “수출 강소기업의 성장전략 및 정책과제에 관한 연구”, Trade Focus 2018년 1호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2018.
- 산업통상자원부, “무역거래기반 조성 5개년 계획 - 선진형 무역전문인력 양성 방안”, 2009.
- _____, “2017년도 무역통상진흥시책”, 2017.
- _____, “2018년 수출지원기반활용사업 안내 및 수출바우처사업(통합형지원)”, 2018.
- 산업통상자원부 · KOTRA · 한국무역협회, “대한민국 내수기업 수출엔진을켜라 - 신규 수출기업화 성공사례집”, KOTRA, 2016.
- _____, “2017 내수기업 수출기업화 성공사례집 - 해외 첫 문을 연 우리 기업들의 희망이야기”, KOTRA 수출첫걸음지원단, 2017.
- 심혜정, “수출 활동 기업과 내수 기업의 R&D 활동 비교와 시사점”, Trade Brief 2017년 9호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2017.
- _____, “수출의 우리 경제에 대한 기여와 시사점”, Trade Focus 2017년 14호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2017.
- 양현주, “국제기업가정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화 간의 관계 : 수출중소기업을 중심으로”, 박사학위 청구논문, 영남대학교, 2012. 2.
- 오성근, “수출 선도 중소기업의 연구개발역량이 글로벌 마케팅역량 및 수출성과에

- 미치는 영향요인 연구”, 박사학위 청구논문, 건국대학교, 2013. 8.
- 윤창기, “글로벌무역전문인력 양성을 위한 외국어 교육의 중요성에 관한 연구”, 박사학위 청구논문, 건국대학교, 2013. 2.
- 이상진·김형철, “전자무역 전문인력 양성을 위한 대학교육의 문제점 및 개선방안”, 관세학회지 14권 2호, 한국관세학회, 2013. 5.
- 장현숙, “중소기업 글로벌화 생존전략, 5대 고정관념을 버려라”, Trade Focus 2016년 49호, 한국무역협회 국제무역연구원, 2016.
- 중소벤처기업부, “2018년도 글로벌 강소기업 모집”, 2018.
- _____, “2018년도 「수출성공패키지사업」 참여기업 모집”, 2018.
- KOTRA, “수출, 더 이상 어렵지 않아요 : 내수기업을 위한 종합 수출 가이드북”, KOTRA 수출첫걸음지원단, 2017.
- _____, “해외진출 성공사례집-꽃피어라 수출”, 2017.
- _____, “글로벌로 간다! 수출혁신기업으로 거듭난 그들의 비법”, 2017.
- 최광문, “중소기업의 수출역량 요인과 정책지원과제에 관한 연구”, 박사학위 청구논문, 배재대학교, 2015. 2.
- 한국무역협회, “무역애로 해결사들이 떴다 - Trade SOS 무역애로 상담 우수 사례”, 2013.
- _____, “위대한 여정 무역입국 70년, 한국무역협회 70년사(1947~2016)”, 2016.
- 한국중소기업학회, “강소기업의 특성과 육성전략 및 중진공의 역할”, 중소기업진흥공단, 2010.
- 한은식, “무역환경 변화에 따른 선진형 무역전문인력 양성에 관한 연구”, 박사학위 청구논문, 성균관대학교, 2011. 2.
- Harris, R. and J. Moffat, “R&D, Innovation and Exporting”, *SERC Discussion Paper 73*, Spatial Economics Research Centers, London School of Economics, London, 2011.
- Ito, K. and S. Lechevalier, “Why Some Firms Persistently Out-perform Others: Investigating the Interactions Between Innovations and Exporting Strategies”, *Industrial Corporate Change*, 19(6), 2010.
- Lara Birkes and Brindusa Fidanza, “Advancing the Trade and Climate Change Agenda”, *International Trade Forum*, Issue 1, 2010.
- Manez, J. A., M. E. Rochina-Barrachina and J. A. Sanchis-Liopolis, “The Dynamic Linkage Among Exports, R&D and Productivity”, *Working Papers*, No. 1308, Dept. of Applied Economics II, Universidadde Valencia, 2013.

Mufutau Akanbi Awoniyi, “An Investigation of Various Government Programs, Trade and Industrial Policies on Growth and Development of Small Scale Industries toward Their Marketing Activities in Nigeria”, *American Journal of Industrial and Business Management*, 04(12), 2014.

Wagner, J., “Exports and Productivity: A Survey of the Evidence from Firm Level Data”, *The World Economy*, 30(12), 2007.

관세청(www.customs.go.kr)

대한무역투자진흥공사(KOTRA)(www.kotra.or.kr)

법무부(www.moj.go.kr)

산업통상자원부(www.motie.go.kr)

중소기업중앙회(www.kbiz.co.kr)

중소벤처기업부(www.mss.go.kr)

통계청(kostat.go.kr)

한국무역협회(www.kita.net)

한국교육개발원 국가교육통계센터(kess.kedi.re.kr)

ABSTRACT

A Study on the Proposal for Training of the Trade Experts to Promote Export of Domestic Companies

Ho-Yeon KANG · Yoon Say JEONG

In all countries of the world, the development of trade is an important factor for the survival of the national economy. Increased export will lead to national economic growth. Export is directly linked to employment, and the industrial structure will be developed in the direction to produce products of comparative advantages. Therefore, every country around the world is trying to promote export regardless of the size of its economy.

Accordingly, this paper focused on the promotion of export of domestic companies. It proposed to cultivate trade experts to promote export of domestic companies. The following five methods were proposed to materialize the proposal.

First, it is important to foster trade experts to expand and foster the one-person creative companies. In particular, it is important to develop a professional education curriculum. It is necessary to design and conduct a systematic curriculum throughout the process including follow-up after education such as teaching detailed procedures for establishing a trade business, identification of relevant regulations and related organizations, understanding of special features of each exporting country, and details of exporting procedures through specialist training for the individual industries, helping them to keep their network steady so that they can easily get help from consultants.

Second, it is necessary to educate traders working in the field to make them trade experts and utilize them in on-the-job training and consulting. To do this, it is necessary to introduce systematic consultant selection process, and to introduce a system to educate and manage them. It is because, we must select the most appropriate candidates, educate them to be lecturers and consultants, and dispatch them to the field, in order to make the best achievement in export.

Nurturing trading professionals utilizing the current trading workers to activate export of domestic companies can be more efficient through cooperation of trading education agencies and related agencies in various industries.

Third, it is also proposed to cultivate female trade experts by educating female trade workers whose career has been disrupted. It is to provide career disrupted women with opportunities to work after training them as trade professionals and to give manpower pool to domestic companies that are preparing for export.

Fourth, it is also proposed to educate foreign students living in Korea to be trading experts and to utilize them as trading infra. They can be trading professionals who will contribute to the promotion of export. In the short term, they will be provided with opportunities for employment and start-up in the field of trade, and in the mid- to long-term, they may develop a business network between Korea and their own countries. To this end, we need to improve the visa system, expand free trade education opportunities, and support them so that they can establish small but strong enterprises.

Fifth, it is proposed to proactively expand trade education to specialized high school students. Considering that most of domestic companies pursuing activation of export are small but strong companies or small and medium sized companies, they may prefer high school graduates rather than university graduates because of financial limitations. Besides, the specialized high school students may occupy better position in the job market if they are equipped with expertise in trading.

This study can be meaningful, in that it is the first research that focuses on cultivating trading experts to contribute to the export activation of domestic companies. However, it also has a limitation that it has failed to reflect the more specific field voices. It is hoped that detailed plans will be derived from the opinions of the employees of domestic companies making efforts to become an export company in the related researches in the future.

Keywords : Domestic Company, Activation of Export, Trade Experts, Trade Manpower Cultivation System, Export Supporting System, Cooperative Methods