International Commerce and Information Review
Volume 17, Number 2, June, 2015: pp. 307~327
통상정보연구 제17권 제2호 (2015년 6월 27일)

논문투고일자 : 2015. 05. 31
심사(수정)일 : 2015. 06. 22
게재확정일자 : 2015. 06. 22

대학의 산학협력 무역인력 양성이 중소기업 수출성과에 미치는 영향*

A Study of Trade Experts Incubating in University and the SME Export Performance

이호형(Ho-Hyung Lee)
계명대학교 경제통상학부 전자무역학전공 조교수

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 대학의 산학협력 무역인력 양성
Ⅲ. 중소기업의 수출성과 요인
Ⅳ. 성공적인 산학협력 무역교육을 위한 시사점
Ⅴ. 결 론
참고문헌
ABSTRACT

국문초록

대학 무역교육에 현장실무지식과 현장실습을 접목하는 교육 방식이 활성화되고 있는 현상은 무역인력의 질적 수준 향상에 큰 기여를 하고 있다. GTEP, LINC, 학과 또는 강의 단위 산학협력형 무역교육 등을 전부 조사하여 분석한 결과 해외전시회 참가를 중심으로 중소기업의 수출성과 확대에 실질적인 기여를 하고 있다. 산학협력을 경험한 학생이 졸업 후 해당 기업에 취업하면서 청년취업 문제가 해소되고 중소기업에 맞춤형 무역인력을 공급할 수 있는 연쇄적인 성과도 나타나고 있다. 산학협력 무역교육을 경험한 대학생 100명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 정보화 능력, 외국어 능력이 가장 높게 나타났고 제품/기술에 대한 지식이 가장 낮은 것으로 나타났다. 산학협력을 통해 해외시장에 진출한 50개 기업을 대상으로 조사한 결과 수출성과 달성에는 산학협력 방식의 대학생 무역교육 후 수료생의 역량 향상이 성공요인으로 나타났다.

주제어 : 무역인력, 산학협력, 중소기업, 수출성과

* 본 논문은 2013년도 '산학협동재단' 신진교수연구비 지원으로 수행된 연구임

Ⅰ. 서 론

우리나라는 교역규모 1조 달러를 돌파한 세계 무역 8강의 무역국가이다. 하지만 무역 강국의 지위를 유지하기 위해서는 중소기업과 대기업간의 수출 양극화 문제를 해결해야 할 필요성이 높아지고 있다. 이에 박근혜 정부는 중소기업청의 위상을 강화하는 것을 시작으로 중소기업 수출지원 정책에 힘을 쏟고 있다.

중소기업 수출지원 정책은 해외시장개척(전시회 참가) 등에 직접 지원하는 예산과 더불어 무역실무 교육, 제품디자인, 바이어연계, 심층시장조사, 글로벌 브랜드 개발 등 수출에 필요한 해외마케팅 역량 강화 사업이 핵심이다. 또한 중소기업이 항상 어려움을 겪는 무역인력 부족 문제 해결에도 정부가 적극 나서고 있다.

무역인력 양성과 공급이 민간교육기관, 외국인·교포인력 활용, 퇴직자 재교육 등으로 다양화되고는 있지만 대학(원)을 통한 무역인력 공급이 아직 대부분을 차지하고 있다. 대학을 졸업한 신규 무역인력의 질적 수준이 기업의 요구보다 낮다는 평가는 계속 존재하지만 이를 극복하기 위해 대학 무역교육에 현장실무지식과 현장실습을 접목하는 교육 방식이 활성화되고 있는 점은 무역인력의 질적 수준 향상에 큰 기여를 하고 있다.

현장실습 등 산학협력 방식의 대학 무역교육은 해외전시회 참가를 중심으로 중소기업의 수출성과 확대에 실질적인 기여를 하고 있다. 산학협력을 경험한 학생이 졸업 후 해당 기업에 취업하면서 청년취업 문제가 해소되고 중소기업에 맞춤형 무역인력이 공급되는 연쇄적인 성과도 나타나고 있다.

산학협력은 기업과 대학 간의 상호작용을 통한 시너지 효과 창출에 그 목적이 있다. 대학에서 산학협력을 통한 무역인력 양성을 하면서 중소기업의 수출성과를 높일 수 있어야 비로소 산학협력의 목적을 달성했다고 볼 수 있는 것이다. 그러므로 본 연구의 목적은 지역특화 청년무역전문가양성사업(GTEP)을 비롯한 대학의 산학협력형 무역인력 양성 프로그램 성공사례를 수집·분석하여 중소기업 수출성과 요인으로 작용한 부분이 무엇인지 규명하여 대학의 산학협력 무역인력 양성 발전에 기여할 수 있는 시사점을 찾는 것이다.

본 연구의 사례연구와 실증분석 결과는 대학의 무역인력 양성과정에서 수행해 온 산학협력의 형태를 한 단계 더 업그레이드 하는데 활용함과 동시에 중소기업의 수출성과 확대에 기여할 수 있을 것이다. 또한 본 연구결과는 무역인력 양성과 무역학 교과과정 연구에 이론적·실무적인 시사점을 제공할 것이다.

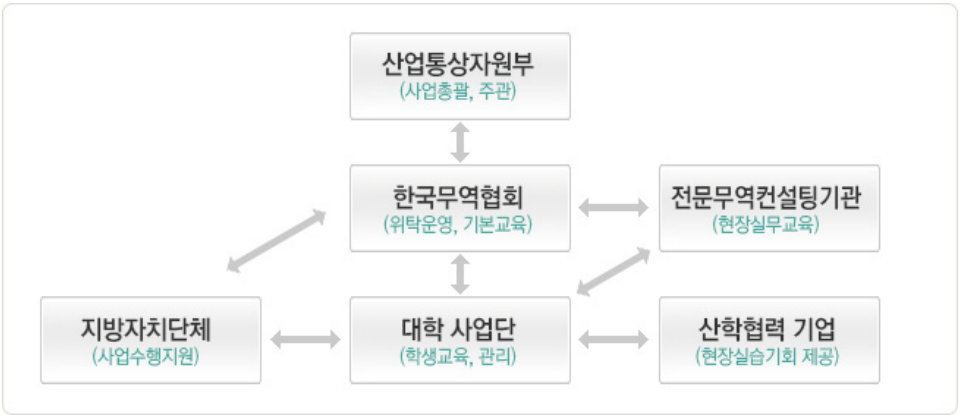
Ⅱ. 대학의 산학협력 무역인력 양성

현재 대학의 산학협력 무역인력 양성은 지역특화청년무역전문가양성사업(GTEP), 각 대학 산학협력단 또는 LINC 중심 무역인력 양성, 학과 또는 강좌 단위 산학협력형 무역교육 등이 있다. 본 연구에서는 이러한 사례들을 수집·분석하여 중소기업 수출성과 요인으로 작용한 부분이 무엇인지 규명하였다.

1. 지역특화청년무역전문가양성사업(GTEP)

글로벌무역인력양성사업(GTEP)은 2014년 6월에 지역특화청년무역전문가양성사업(GTEP)으로 명칭 변경되었다. GTEP은 대학 무역교육에 현장실무지식과 현장실습을 접목하여 FTA확대 등에 따른 글로벌 경쟁시대에 기업의 요구에 부응하는 무역인력을 양성하고 지방대학을 우리나라 무역실무 교육의 거점 대학으로 육성함으로써 무역인력의 수도권 집중 현상 완화에 기여하는데 그 목적이 있다. 2007년에 1기를 시작으로 2014년 12월 현재 8기가 전국 24개 대학에서 양성되고 있으며 교육프로그램은 15개월간 총 600시간 과정으로 운영된다.

<그림 1> GTEP 추진체계



출처 : GTEP 홈페이지

GTEP은 산학협력으로 중소기업의 해외시장 개척에 기여하고 청년실업 문제 해결에도 일조하고 있다. 중소기업들은 실제 수출로 이어지는 마케팅지원과 무역인력을 제공받을 수 있으며, 참가하는 대학생들은 무역실무 경험을 쌓게 되는 일거양득의 효과가 있다.

2. LINC 차원의 산학협력 무역교육

산학협력선도대학육성사업(LINC, Leaders in Industry-university Cooperation)은 정부 교육정책과 취업률 제고를 위해 산학협력 선도모델 창출과 확산을 목표로, 대학과 지역 산업이 공동으로 인력양성과 기술개발을 도모하는 사업이다. 이번 2단계 LINC 선정대학들의 큰 특징으로는 이공계만이 아닌 비이공계 학문(인문, 사회, 예체능) 분야를 비롯해 융합학문이 대폭 주목받았다. 2013년 12월 발표된 '산학협력 활성화 10대 중점 추진과제' 중 대표과제인 인문, 사회, 예체능 분야 산학협력을 활성화 하겠다는 정부의 계획이 반영된 것이다.

A대학교는 LINC 참여학과에서 지역산업특화 e무역마케터 양성과정을 개설하였다. 이 과정은 지역특화산업의 중견 및 중소기업체를 위한 온라인 수출마케팅 전문인력(e무역마케터) 양성을 위해 무역실무역량, 비즈니스커뮤니케이션역량, ERP를 활용한 무역 및 물류 실무역량 및 소셜미디어를 활용한 인터넷무역마케팅 이론과 실무를 교육하는 것을 목표로 한다. 본 과정의 이수자는 수출 및 물류 분야에 진출하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 실무지향 교육프로그램으로 해당기업 현장실습과 무역업무 시뮬레이션 교육을 이수한다.

A대학교는 전자무역학 전공자를 위한 캡스톤디자인 교과목을 개발·운영 중이다. 기업 현장의 전자무역 관련 문제해결을 위해 전공지식을 활용하는 과목이다. 기업 멘토링, 기업 공동 수출마케팅 진행 등의 방식으로 진행하고 있다. 캡스톤디자인이란 학문분야별로 습득한 전문지식을 바탕으로 산업체(또는 사회)가 필요로 하는 과제 등을 학생들이 팀을 구성하여 스스로 기획, 해결함으로써 창의성과 실무능력, 팀워크, 리더십을 배양하도록 지원하는 교육과정이다(양근우, 이호형, 2013). 전국 51개 LINC사업단의 예산을 활용하여 각 대학에 무역학 캡스톤디자인 과목을 개설한다면 산학협력형 무역인력 양성의 모델로 자리잡을 수 있을 것이다.

B대학교는 LINC 선정 이후 산학협력친화형 시스템을 대학운영에 반영하고 사업단에 기업지원센터, 현장실습 지원센터, 창업교육센터, 공용장비 지원센터 등을 설립, 산학협력을 적극 유도하고 있다. 현재 LINC의 주요사업으로는 상용제품개발 지원, 기술사업화 지원, 지식재산권 지원, 기술자문 지도, 산학연계 맞춤형 기업 지원, 기업경영컨설팅, 글로벌마케팅 지원 등이다. 글로벌마케터 양성사업 64명 등이 참여하는 등 대학과 기업에서 LINC를 통해 활발하게 무역교육을 하고 있다. 특히 GTEP에서 활동 중인 학생 4명이 지난해 열린 스페인 국제박람회에 단독으로 참여, 60만 달러 규모의 수출계약을 성사시켜 눈길을 모으기도 했다.

C대학교는 LINC 프로그램으로 학생 35명, 14개 팀으로 꾸려진 '태국보부상'들이 4박6일 동안 태국 방콕 현지 수출에 나섰다. 1~4학년으로 구성된 태국보부상은 강력한 도전정신과

열정을 가졌고 5개월 여간 무역실무영어 학습을 추가로 이수했으며 수출지원 대상기업을 출국 전에 여러 차례 방문하며 준비하였다. B2C 마케팅 방식의 제품은 주로 큰 상가나 쇼핑몰 등을 대상으로 삼고 B2B 방식의 제품은 가족기업의 기존 바이어나 코트라 등을 통한 정보수집 등으로 마케팅전략을 잡았다.

D대학교 LINC는 '기업 맞춤 패키지 프로젝트'라는 독특한 기업지원 시스템을 갖추고 있다. 기업요구에 맞춰 기술개발이나 시제품 제작 등의 과정은 여느 사업과 비슷하지만 D대학교는 기술의 사업화와 수출 등 기술과 시제품의 판로개척까지 지원하는 '사후관리' 과정을 추가하여 차별화했다. 무역·경영지원은 경영컨설팅과 다국어 번역, 동영상 제작 지원 등으로 구성하였고, 수출·판로지원은 양산시 시장개척단 등과 연계해 국내외 전시회 참가, 신흥시장 개척 등을 지원한다. 이 과정에서 수출 및 마케팅 전문가를 산학협력 중점교수로 채용했고 해외마케팅 트랙을 개설, 전문인력도 양성하고 있다. 지난 해 거둔 성과는 기술개발 6건, 특허출원 6건, 기술이전 4건과 판로개척 10건, 무역지원 21건에 이른다. 프로젝트에 참여한 8개 기업의 매출 신장률이 200%에 가깝다.

3. 기타 대학 차원의 산학협력 무역교육

E대학교는 해외 기술마케팅 코디네이터 육성 프로그램을 산·관·학 협력으로 운영 중이다. E대학교는 참가 학생들의 글로벌마케팅 교육, 무역실무 교육, 전문용어 교육, 외국어 구사능력 배양을 담당한다. 글로벌 해외 기술마케터 양성 프로그램 시작 후 현재까지 160만 불의 수출계약 성과를 달성하였다. 사전학습을 통한 제품(기술)에 대한 정보 습득, 바이어 리스트를 비롯한 고급 상담내역 정보 습득, 현장실습 참여 학생들의 시장개척 업무능력 등이 핵심 성공요인으로 판단된다.

이 과정은 보통 2학년 때 국제상거래커뮤니케이션 연계전공을 통해 국제통상의 기초소양을 다지고, 3학년 때 마케팅 실무, 외국어, 해당 산업분야 기초이론을 공부해 4학년 때 기업과 함께 해외시장개척을 실습하는 것으로 진행된다. 바이어들에게 제품을 효과적으로 설명할 수 있는 능력 향상을 위해 외국어로 설명하는 프레젠테이션 경진대회에도 참가한다. 현재 이 공계뿐만 아니라 인문·사회·경영·디자인계열 학생 200여 명이 과정을 이수하고 있다. 무엇보다 비이공계 학생들이 산학관 협력을 통해 융합형 글로벌 인재로 성장한다는 데 의미가 있다.

창업선도대학육성사업을 통해 설립된 F대학교 창업학부는 120명 정원으로 창업학 전공, 기술경영학 전공, 디지털비즈니스 전공으로 구성되며 전문화된 창업 인재와 창업 컨설턴트 인

력을 양성하고 있다. 창업학부 활성화를 위해 '장영실 발명·창업대전 창업학부 리그'를 개최하고 장학금 및 해외연수 특전을 제공했다. 아울러 창업학부생 전원을 '중국 장보고 무역체험 행사'에 참가시키는 등 글로벌 창업경영인재 양성에도 힘쓰고 있다.

4. 대학의 산학협력 무역인력 양성 성공요인

1) 선행 연구 분석

윤충원(2004)이 주장한 무역학의 본질과 중요성에 관한 인식부족, 학문적인 체계 부족 및 표준교과과정의 부재, 실용성이 결여된 교육내용과 교육방식 등에 본 연구자는 동의한다. 김학민(2004)은 무역인력 양성을 위한 지식기반의 협력모델을 제시하였고 학계 및 산업계 공동으로 인력양성이라는 주제에 적극적으로 동참할 것을 제안하였다. 윤충원, 유찬확(2008)은 무역학 교육의 교육내용과 교육방식의 실용성 강화를 주장하였다. 조현정(2009)은 지방 대학 국제통상학과의 경쟁력과 차별화 방안으로 교육체계와 교육내용의 실용성 강화를 제시하였다. 한은식(2011)은 선진형 무역인력을 양성하기 위해서 무역학이 실용학문으로 거듭나야 한다고 주장하면서 취업 예비자와 기업 모두에게 이익이 될 수 있도록 인턴십 프로그램을 확대 시행할 것을 제안하였다.

윤충원(2004)의 연구를 시작으로 여러 학자들이 무역인력 양성을 위한 대학의 역할제고 방안으로 교과과정의 보완과 교육방식의 개선, 특히 산학협력 체계의 강화를 제안하였다. 김학민 외(2006)는 대학의 무역인력양성에서 경력개발계획의 필요성과 타당성을 검증하였고 체계적인 인력양성지원 실행프로그램이 구축되어야 함을 제안하였다. 김학민 외(2008)는 무역인력 역량의 기대 불일치를 해소하기 위해 대학이 산업현장의 수요에 맞는 무역인력 양성에 주력해야 하며 이는 산학협력의 강화를 통해 효과적인 양성이 가능함을 주장하였다. 박광서, 유광현(2008)은 무역학 교과과정 개편방향에 관한 연구에서 지리적 위치와 특화산업, 지역 발전방향 등을 토대로 무역학과의 특성화 분야를 선정할 것을 제안하였다. 김학민, 이호형(2010)은 현재의 대학교육이 무역인력의 핵심역량 수준에 영향을 미치지 못한다는 실증분석 결과를 얻었다. 무역학 교과과정의 개선방안으로 지역전문가양성, 서비스무역 전문인력 양성 등 새로운 교과과정 신설을 통해 산업현장의 수요에 맞는 산학협력형 인력양성을 제안하였다.

2001년부터 청년무역인력양성사업과 Trade Incubator 사업이 시작되면서 기업의 요구에 부응하는 이론과 실무를 겸비한 무역인력으로 양성코자 산학협력 사업이추진되었고 2007년부터 글로벌무역인력양성사업(GTEP), 2014년부터 지역특화청년무역전문가양성사업(GTEP)으로

확대 운영하고 있다. 한편 몇몇 대학 사례처럼 학과 자체적으로 산학협력을 통해 무역인력 양성을 펼쳐나가는 경우도 있다. 이러한 무역인력 양성프로그램에 대한 개선방안을 제시한 연구들은 다음과 같다.

이정호, 김장호(2003)는 무역인력양성 프로그램을 효율적으로 운영하기 위해 산·학·관 협력 관계 모형의 정립이 필요하고 세분화·특화된 전문가 양성과 사후관리의 필요성을 제시하였다. 조정곤(2008)은 산·관·학 협력을 통한 무역인력 양성의 과제 연구에서 Trade Incubator 사업 이후 지방대학이 지방자치단체와 협력하여 지역소재 중소기업의 수출을 지원해 나갈 것을 제안하였다. 이학노 외(2012)는 글로벌무역전문가양성사업(GTEP)의 운영 및 성과에 관한 실태분석을 실시하였다. 주로 GTEP 개선방안을 제시하였고 KOTRA 등 유관기관, 무역전문가 등이 참여하는 GTEP운영위원회를 신설하여 인턴제도, 박람회 참가 등 GTEP 운영에 관한 가이드라인을 제시하고 사업단의 운영을 평가할 필요성을 제시하였다.

한편, 정홍주(2011), 박문서(2007), 이재성(2009), 홍성규(2004) 등 여러 학자들이 무역교육에 대한 연구를 진행하였지만 주로 교육의 체계, 인증 등에 대한 연구이지 교육현장에서 직접 적용하기 힘든 부분이 있다. 권융(2004)의 연구에서 실습형 산학협력의 성공모형과 무역창업 견인시스템을 제시하는 등 구체적인 교육방법을 제시하였으나 경성대학교 사례만 다루고 있어서 아쉬움이 있다.

2) 성공 요인

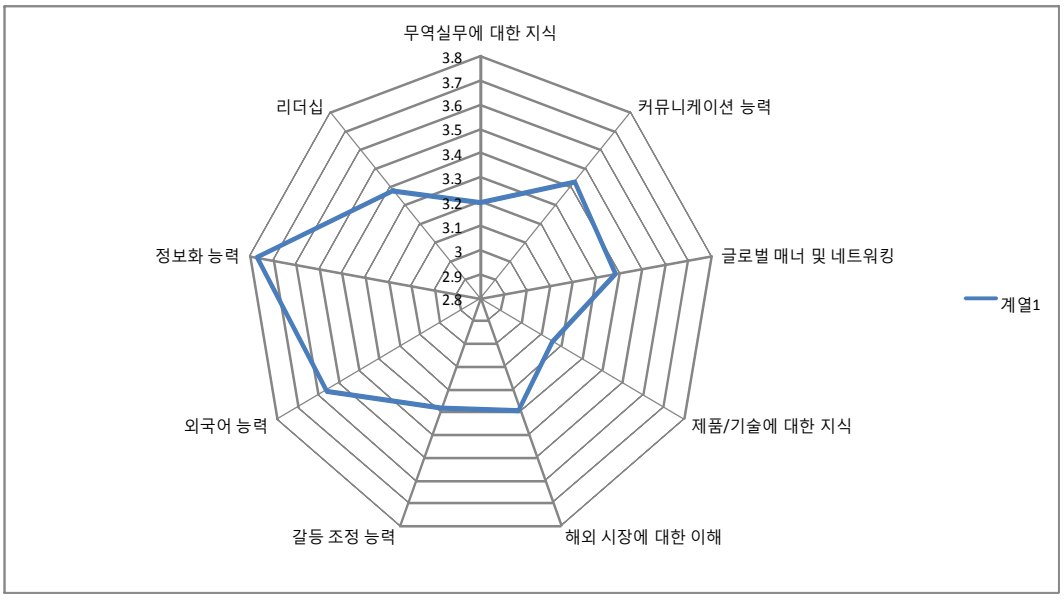
선행연구 검토 결과 결국 산학협력 무역인력 교육을 통해 중소기업 수출성과를 달성하는 것은 교육 수료생의 기본 역량향상이 성공요인이라는 것을 알 수 있다. 본 연구에서는 GTEP, LINC 차원의 산학협력 무역교육, 기타 대학 차원의 산학협력 무역교육을 경험한 대학생 100명을 대상으로 설문조사를 실시하여 무역인력으로서 필요한 개별 역량을 측정하였다.

수출성과를 달성하기 위해서는 조직자원 관점의 역량, 수출마케팅 관련 역량이 중요하다고 할 수 있다. 본 연구에서는 무역인력의 성과수준을 무역실무에 대한 지식, 커뮤니케이션 능력, 글로벌매너 및 네트워킹, 제품/기술에 대한 지식, 해외시장에 대한 이해, 갈등조정 능력, 정보화 능력, 리더십을 측정항목으로 이용하였다(김학민, 이호형, 2010).

<표 1> 산학협력 무역교육 후 대학생의 역량

무역실무에 대한 지식	3.2
커뮤니케이션 능력	3.43
글로벌 매너 및 네트워킹	3.39
제품/기술에 대한 지식	3.16
해외 시장에 대한 이해	3.29
갈등 조정 능력	3.28
외국어 능력	3.56
정보화 능력	3.77
리더십	3.38
평균	3.38 (5점 만점)

<그림 4> 산학협력 무역교육 후 대학생의 역량 비교



<표 1>과 <그림 4>에서 볼 수 있듯이 산학협력 무역교육 후 대학생의 무역 역량은 정보화 능력, 외국어 능력이 가장 높게 나타났고 제품/기술에 대한 지식이 가장 낮은 것으로 나타났다. 5점 만점으로 측정한 역량의 전체 평균은 3.38이다.

Ⅲ. 중소기업의 수출성과 요인

1. 선행 연구 분석

중소기업의 수출성과는 전략적성과, 경제적성과 두 가지 관점에서 검토할 수 있다. 전략적 성과는 국제화성과로 볼 수 있는데 대학의 산학협력이 해당 기업의 국제화에 얼마나 도움을 주었는가를 측정하는 것이다. 대부분의 중소기업들이 국제화 성과가 낮은 점을 고려한다면 국제화 단계에서의 성과를 파악할 수 있는 장점이 존재한다.

경제적성과는 기업의 니즈 관점에서 접근하는 것이다. 서로 다른 중소기업의 니즈는 다양성을 평가하는 데 좋은 기준이 된다. 구체적으로 브랜드구축 기여, 거래선 확장, 제품개발 기여, 채널확장, 수출증가, 종합평가 등으로 측정할 수 있다. 단순히 수출 계약 실적만으로 판단할 것은 아니다. Leonidou(2002)는 수출성과를 수출 판매율, 수출시장점유율, 수출성장률로 측정하였고 George(2002)는 수출액으로 측정하였다. Gabbitas(2003)는 수출성과를 수출집약도와 수출액으로, Stephen(2003)는 수출성장률로 측정하였다.

중소기업의 수출성과에 영향을 미치는 요인들은 다양한데 선행연구를 종합해보면 4가지 요인들로 요약할 수 있다. 첫째, 중소기업 내부적인 특성요인이다. 이는 경영자의 수출인식과 국제사업에 대한 몰입도(Francis & Collins-Dodd, 2000), 기업의 규모, 국제화경험과 협력(Chetty & Hamilton, 1993), 경쟁사 대비 우위적인 요소(Holzmuller & Kasper, 1991) 등이 포함된다. 이장호(1999)는 실증분석을 통해 중소기업의 전략적 선택과 조직역량이 대미수출 성과에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혔다. 따라서 중소기업 수출성과를 높이기 위해서는 기업의 내부적인 특성요인들과 산학협력 대학의 연계성을 살펴보아야 한다.

둘째, 국제마케팅의 전략적 적합성이다. 중소기업의 마케팅믹스 전략, 특히 차별화전략과 촉진전략 등 차별화 요소들을 검토하여 수출마케팅 전략을 계획해야 한다(Cavusgil & Zou, 1994; 유승훈, 1995; 박철, 1999). 예를 들면 이메일마케팅, 영문 홈페이지 활용, 전자카탈로그, 전자상거래, 전자장터, 무역거래알선사이트와의 제휴 등 전자무역 수단과 국내외 무역전시회, 고객설명회, 직접방문, 매스미디어 마케팅 등 오프라인 수단을 생각할 수 있다.

셋째, 글로벌 마케팅 역량이 중요하다(Knight & Dalgic, 2000). 글로벌 마케팅 역량은 해외사업 경험, 해외사업 비중, 해외시장 정보의 수집 능력, 해외시장에 대한 태도 등인데 중소기업들은 이러한 역량에 매우 취약하다(김선식·조동성, 1997). 산학협력의 궁극적인 목표가 해당 중소기업의 수출성과를 높이는 것이라면 글로벌 마케팅 역량이 높은 중소기업을 선정하

는 것이 중요하다(김종식, 1996). 글로벌 마케팅에서 체계적인 해외시장조사가 매우 중요하지만 이는 중소기업들에게 취약한 부분이다(문휘창·김선식, 1999). 중소기업 수출지원제도가 장기적인 해외시장조사보다는 해외전시회 참관 등 실적위주 행사로 진행되는 점은 중소기업의 글로벌 마케팅 역량 향상에는 큰 도움이 되지 못한다(이철, 2002).

넷째, 산학협력 지원체계 요인이다. 만일 산학협력에 참여한 중소기업의 수출성과가 향상되었을 경우 그 원인이 산학협력에 의한 것 일수도 있고 독자적인 다른 요인들에 의한 것 일수도 있지만 산학협력 효과가 극대화되기 위하여 지원체계를 정비할 필요가 있다(Ahmed et al., 2002). 지원 대상 중소기업에 대한 선정에서부터 집행, 성과관리까지의 지원프로세스를 개별 중소기업의 국제마케팅 역량 증진을 위한 목적으로 재설계할 필요성이 있다(Burpit & Rondinelli, 2001). 상호이해, 목표의식에 대한 인식, 자원의 투입, 커뮤니케이션의 실효성, 위험관리, 예산관리, 성과체계 등 산학협력 관리실효성에 따라 수출성과가 달라지는 것을 가정할 수 있다(Kedia & Chhokar, 1986).

2. 전문가 의견

선행연구 결과들이 반영되어 지금의 산학협력형 무역인력 양성사업이 전국 대학에 실시되고 있는 점은 매우 바람직하다. 하지만 구체적으로 산학협력 기업의 수출성과를 높이기 위해 어떤 부분을 전략적으로 교육하고 관리해야 하는가에 대한 이론적, 실증적 연구는 존재하지 않는다. 산학협력을 통한 수출 성공사례를 분석하면서 본 연구는 산학협력 무역인력 양성에 대한 새로운 지식을 창출하려고 전문가 의견을 충분히 수렴하였다. 전문가 의견은 학술대회 및 세미나에 연구결과를 발표하여 무역인력 양성과 무역학 교과과정 연구자들의 의견을 청취하며 민관기관 무역인력 양성 담당자의 의견도 청취하여 연구에 반영하였다.

3. 산학협력 기업의 성공요인

전문가 의견 검토 결과 산학협력을 통해 해외시장을 진출하는 중소기업의 수출성과 달성에는 산학협력 방식의 대학생 무역교육 후 수료생의 역량 향상이 성공요인이라는 것을 알 수 있다. 본 연구에서는 GTEP, LINC 차원의 산학협력 무역교육, 기타 대학 차원의 산학협력 해외시장 진출 후 수출성과를 달성한 50개 기업을 대상으로 설문조사를 실시하여 산학협력에 투입한 대학생 무역인력의 개별 역량을 측정하였다.

선행연구에서 살펴본 바와 같이 수출성과를 달성하기 위해서는 조직 자원 관점의 역량, 수

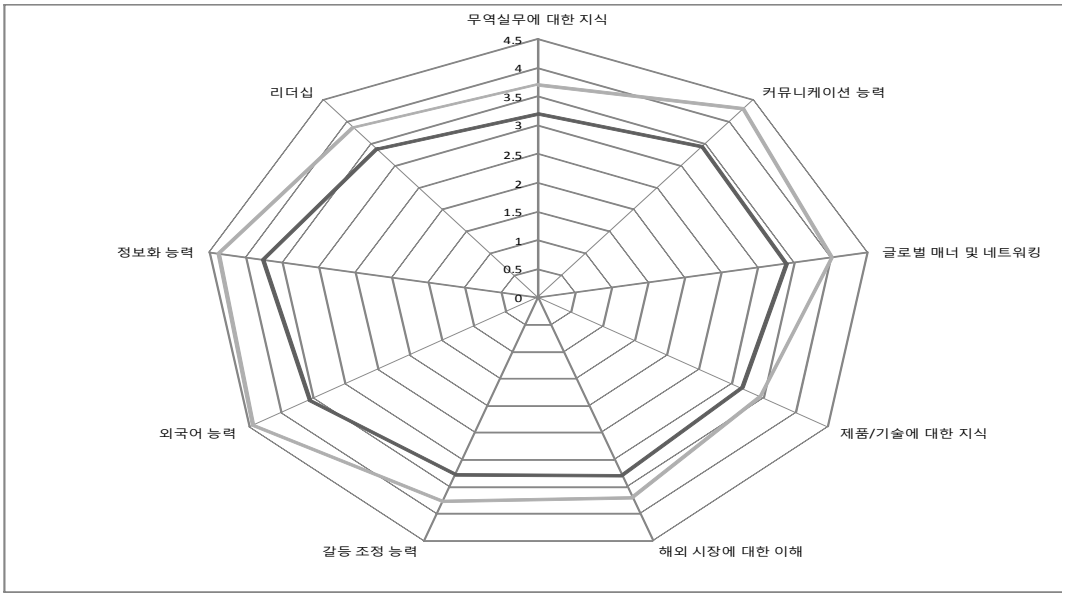
출마케팅 관련 역량이 중요하다고 할 수 있다. 본 연구에서는 무역인력의 성과수준을 무역실무에 대한 지식, 커뮤니케이션 능력, 글로벌 매너 및 네트워킹, 제품/기술에 대한 지식, 해외시장에 대한 이해, 갈등 조정 능력, 정보화 능력, 리더십을 측정항목으로 이용하였다.

<표 2> 산학협력 기업이 체감하는 대학생의 역량

무역실무에 대한 지식	3.71
커뮤니케이션 능력	4.3
글로벌 매너 및 네트워킹	4.02
제품/기술에 대한 지식	3.45
해외 시장에 대한 이해	3.7
갈등 조정 능력	3.77
외국어 능력	4.44
정보화 능력	4.37
리더십	3.87
평균	3.89 (5점 만점)

산학협력 기업이 체감하는 대학생의 역량은 산학협력 방식의 무역교육을 수료한 대학생 자신이 생각하는 역량보다 모두 높게 나왔다. 5점 만점으로 측정하여 기업이 체감하는 역량은 3.89로 대학생 자신이 생각하는 역량인 3.38보다 0.51이나 높게 나온 것이다. 이는 산학협력을 통해 중소기업의 수출성과가 달성될 경우 기업이 대학생의 무역 역량을 성공요인으로 보는 것이며 그 중에서도 외국어 능력, 정보화 능력, 글로벌 매너 및 네트워킹 역량에 높은 점수를 주고 있다.

<그림 5> 기업과 대학생의 무역역량 인식 비교



Ⅳ. 성공적인 산학협력 무역교육을 위한 시사점

1. GTEP 사례를 통한 성공요인 검증

GTEP은 대학-지방 중소기업 간 산·학 협력을 통한 수출기업화로 2008년도 163만 달러, 2009년도 244만 달러, 2010년도 333만 달러 수출실적을 달성한 바 있다. 2011년 상반기 250만 달러 수출실적으로 보여주고 있다. 연구자는 2013년 10월 29일~11월 3일 베트남 호치민에서 열린 베트남 국제 유통산업전을 비롯한 다양한 GTEP 전시회에 참가하여 24개 대학 GTEP의 수출성공 사례를 수집·분석하였다. 그리고 전국 무역학자대회 및 산관학대토론회, 산학협력 전문가 워크숍, 대학 산학협력 사례, 각종 학회 참석을 통한 전문가 의견 청취 결과 각 사업단의 성공사례와 성공요인을 확인할 수 있었다.

G대학교 GTEP 학생들은 GTEP에서 진행하는 체계적인 무역실무와 해외 마케팅 교육, 국내외 박람회와 현장인턴십을 이수한 후 우수 중소기업과 산학협력을 통해 전반적인 국제무역을 지원하는 단계를 통해 스스로 벤처무역업체를 창업해 수출 실적을 거두게 됐다. 계속적

인 업체와의 관계 유지, EC21과 알리바바와 같은 무역거래알선사이트를 활용한 꾸준한 바이어관리가 성공요인이다.

H대학교 GTEP 학생들은 중소기업과 공동으로 수출 마케팅활동을 진행하여 75만 달러의 수출성과를 달성했다. 회사측은 수출계약을 주도한 학생을 해외마케팅 담당자로 채용했다. 이 사례는 해외 바이어와의 협상전략, 꾸준한 사후관리, 온·오프라인 동시 홍보 등이 수출성공전략임을 보여주고 있다.

I대학교 GTEP의 성공 요인은 '자율적 운영'에 있다. 다른 대학은 사업단이 사업비를 맡아 관리하고 학생들에게 나눠주지만, 이 대학은 각 팀별로 1000만원 전후의 사업비를 지급하고 1년 예산을 짜도록 한다. 각 팀은 수출업체를 찾아가 직접 섭외를 해야 한다. 학생들은 대학에서 받는 사업비 외에 업체에서 지원을 직접 받기도 한다.

J대학교 GTEP 학생들은 박람회 종료 이후에도 각 회사를 전담해 가계약 상담 진행 및 바이어 리스트 정리 등의 사후관리를 도맡아 진행하였다. 이들은 학생 신분이지만 해외 박람회를 참가해 무역업 실무자에 못지않은 성과를 얻어 내고 있다. 해당 제품에 대한 완벽한 이해, 해당 국가의 비즈니스 관습에 대한 이해, 전시회 운영, 무역실무 지식, 외국어 실력 등을 핵심성공요인으로 관찰할 수 있다.

2. 중소·중견기업 수출기업화에 초점

2014년 8월에 정부는 수출저변 확충을 위한내수기업의 수출기업화 촉진 대책을 발표하였다. 우리나라의 수출저변이 확충되도록 내수에 머물러 있는 중소·중견기업의 수출기업화를 집중 지원하고 전자상거래 수출을 활성화하여 소상공인의 해외판로 개척을 지원한다는 것이 핵심 내용이다.

2017년까지 중소·중견 수출기업 1만개 증가시 200억 달러의 수출 창출[1]이 가능하고 중소·중견 수출기업의 성장과 투자확대를 통한 일자리 창출을 정부는 기대하고 있다. 이는 대학의 산학협력 무역인력 양성이 중소·중견기업 수출기업화에 기여한다면 대졸자들의 취업 문제 해결에도 큰 도움이 된다는 것이다.

정부는 수출역량을 보유한 내수기업을 대상으로 지원기업군을 발굴하고 기업별 역량평가를 거쳐 구체적 수출지원 방안 도출하기로 하였다. 로컬수출, 수출중단기업 등을 대상으로 유망기업 발굴, 중기 수출 지원센터 등을 통해 희망기업의 신청을 받아 500개의 지원기업군

1) 중소·중견 수출기업당 평균 수출액 약 200만달러 감안

을 도출한다는 것이다. 24개 대학에 설치된 GTEP은 각각 30명 내외의 학생 요원을 양성하고 있으므로 700명 정도가 활동하고 있다. 이들 중 중도탈락자를 감안한다면 1인 1사 수출지원으로 500개사를 수출기업화 하는데 기여할 수 있고 역량이 부족하다면 2인 1사 수출지원은 충분히 가능하다.

3. 대학과 기업의 동반성장

아무리 정부에서 좋은 수출지원 제도를 마련해 놓아도 해당 기업의 수출담당 인력의 역량이 부족하거나 담당자가 아예 없으면 정책의 효과성은 떨어지고 특히 수출지원 제도 종료 후 기업의 수출자생력이 떨어질 가능성이 높다.

산학협력을 하는 대학과 기업 간에는 '재직자 직무능력 향상' 프로그램이 있다. LINC 또는 GTEP에서 대학생 무역교육만 실시할 것이 아니라 '재직자 직무능력 향상' 프로그램을 활용해 수출기업화를 목표로 하는 기업을 대상으로 하는 직무교육을 실시할 필요가 있다.

산학협력 무역교육을 위해 체계적인 산학협력식 교육을 하는 것이 필요하다. LINC로 선정된 전국 50여개 대학에서 무역 관련 전공 학과는 참여학과로 등록하여 산학협력친화형교과목, 캡스톤디자인, 해외시장개척단 등 무역교육과 기업 수출지원의 두 마리 토끼를 동시에 잡을 수 있도록 개선할 수 있다.

현행 GTEP도 대학생의 무역인력 양성에만 집중하고 있는데 산학협력 활동이 주 목적이 아니므로 협력기업의 수출성과 측면에서는 대학별 편차가 심하다. 앞으로 GTEP 개선 과정에서 중소기업청 수출지원센터 등 지역별 수출지원기관과 손을 잡고 체계적으로 협력기업 선정 및 수출지원을 진행할 때 GTEP 학생들의 현장 경험 증대와 협력기업 수출증대를 동시에 이루어 낼 수 있을 것이다.

4. 대학생을 통한 전자상거래 수출 활성화

정부는 2017년까지 전자상거래 수출을 3억 달러 이상으로 확대하여 보편화하기 위해 전방위적인 제도개선 및 지원을 계획하고 있다. 전자상거래 수출은 2013년 2천 4백만 달러에서 2017년에 3억 달러 이상으로 급증할 전망이다. 해외 소비자를 직접 상대하는 B2C 전자상거래 수출을 활성화하면 소상공인과 중소·중견기업의 해외판로 개척에 큰 도움이 되고 개인무역 창업을 통해 청년 일자리 창출에도 일조할 것이라고 한다.

본 연구에서 산학협력 무역인력 교육을 받은 대학생들의 외국어 능력, 정보화 능력이 가장

높게 나왔으므로 약간의 교육으로도 대학생이 1인 1사 전자상거래 수출 업무를 담당할 수 있을 것이다. 각 대학 무역학과에서 B2C 전자상거래 수출과 관련된 정규과목을 개설하거나 특별과정으로 교육을 진행하여 지역 기업의 전자상거래 수출을 직접 도와줄 수 있다.

2013~2014년에 서울산업진흥원(SBA)은 한국통상정보학회와 공동으로 온라인 수출경진대회를 개최하였다. eBay계열의 글로벌 오픈마켓(Qoo10.com)내 몰인몰('서울몰') 참가기업의 수출확대 지원을 통해 각 대학 참가자들에게 실전 현장경험과 실무능력 향상을 목표로 하였다. 각 대학 참가팀에게 서울몰 입점기업을 매칭하여 학생들이 직접 Qoo10.com 및 Alibaba.com 활용 온라인 프로모션을 진행한 결과 팀당 500 달러 이상 매출달성한 팀에게는 장학금을 지급하였다. 이 중에는 4주만에 5,000 달러 이상 수출한 팀도 있어서 장학금 2백만 원을 지급받았다. 참가 학생에게는 '글로벌 e세일즈 프로모터' 인정서를, 지도교수에게는 '우수산학협력교수' 인정서를 제공하였고 우수팀은 지도교수 추천을 통해 지오시스 정규직 채용전제로 인턴 입사자격을 부여하였다.

앞으로도 각종 수출지원기관과 무역 관련 학회에서 공동으로 전자상거래 수출 경진대회를 지속적으로 개최한다면 대학생을 통한 전자상거래 수출 활성화에 큰 도움이 될 것이다.

V. 결 론

정부는 중소·중견 수출기업 10만개 육성을 통해 내수기업이 수출기업으로 성장하고 궁극적으로 글로벌 전문기업에 이르는 성장사다리를 구축하고자 한다. 하지만 좋은 수출지원제도가 있어도 기업이 무역인력을 확보하지 못한다면 지속적인 기업성장은 보장될 수 없다. 무역인력 양성과 공급이 산업교육기관, 외국인·교포인력 활용, 퇴직자 재교육 등으로 다양화되고는 있지만 대학(원)을 통한 무역인력 공급이 아직 대부분을 차지하고 있다. 최근 대학 무역교육에 현장실무지식과 현장실습을 접목하는 교육 방식이 활성화되고 있는 현상은 무역인력의 질적 수준 향상에 큰 기여를 하고 있다.

현재 대학의 산학협력 무역인력 양성은 지역특화청년무역전문가양성사업(GTEP), 산학협력선도대학 육성사업(LINC) 차원의 산학협력형 무역교육, 학과 또는 강의 단위 산학협력형 무역교육 등이 있다. 이들 사례를 전부 조사하여 분석한 결과 해외전시회 참가를 중심으로 중소기업의 수출성과 확대에 실질적인 기여를 하고 있다. 산학협력을 경험한 학생이 졸업 후 해당 기업에 취업하면서 청년취업 문제가 해소되고 중소기업에 맞춤형 무역인력을 공급할

수 있는 연쇄적인 성과도 나타나고 있다.

산학협력 무역교육을 경험한 대학생 100명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 무역실무에 대한 지식, 커뮤니케이션 능력, 글로벌 매너 및 네트워킹, 제품/기술에 대한 지식, 해외시장에 대한 이해, 갈등 조정 능력, 정보화 능력, 리더십이 수출성과를 달성하기 위해서 필요한 역량으로 나타났다. 정보화 능력, 외국어 능력이 높은 역량으로 나타났고 제품/기술에 대한 지식이 가장 낮은 것으로 나타났다. 5점 만점으로 측정한 역량의 전체 평균은 3.38이다.

산학협력을 통해 해외시장을 진출한 50개 기업을 대상으로 설문조사한 결과 수출성과 달성에는 산학협력 방식의 대학생 무역교육 후 수료생의 역량 향상이 성공요인으로 나타났다. 산학협력 기업이 체감하는 대학생의 역량은 산학협력 방식의 무역교육을 수료한 대학생 자신이 생각하는 역량보다 모두 높게 나왔다. 5점 만점으로 측정하여 기업이 체감하는 역량은 3.89로 대학생 자신이 생각하는 역량인 3.38보다 0.51이나 높게 나온 것이다. 그 중에서도 외국어 능력, 정보화 능력, 글로벌 매너 및 네트워킹 역량에 높은 점수를 주고 있다.

성공적인 산학협력 무역교육을 위한 시사점은 다음과 같다. 첫째, 중소-중견기업 수출기업화에 산학협력 무역교육의 초점을 두어야 한다. 대학의 산학협력 무역인력 양성이 중소-중견기업 수출기업화에 기여한다면 대졸자들의 취업 문제 해결에도 큰 도움이 된다. 정부는 수출역량을 보유한 500개 내수기업을 1차 대상으로 지원기업군을 발굴하고 기업별 역량평가를 거쳐 구체적 수출지원 방안 도출하기로 하였는데 24개 대학에 설치된 GTEP 학생이 1인 1사 수출지원으로 500개사를 수출기업화 하는데 기여할 수 있고 역량이 부족하다면 2인 1사 수출지원은 충분히 가능하다.

둘째, 대학과 기업의 동반성장을 목표로 산학협력 무역교육을 해야 한다. LINC 또는 GTEP에서 대학생 무역교육만 실시할 것이 아니라 '재직자 직무능력 향상' 프로그램을 활용해 수출기업화를 목표로 하는 기업을 대상으로 하는 직무교육을 실시할 필요가 있다. 또한 GTEP 개선 과정에서 중소기업청 수출지원센터 등 지역별 수출지원기관과 손을 잡고 체계적으로 협력기업 선정 및 수출지원을 진행할 때 GTEP 학생들의 현장 경험 증대와 협력기업 수출증대를 동시에 이루어 낼 수 있을 것이다.

마지막으로 대학생을 통한 전자상거래 수출 활성화가 가능하다. 전자상거래 수출은 2013년 2천 4백만 달러에서 2017년에 3억 달러 이상으로 급증할 전망인데 산학협력 무역인력 교육을 받은 대학생들의 외국어 능력, 정보화 능력이 가장 높게 나왔으므로 약간의 교육으로도 대학생이 1인 1사 전자상거래 수출 업무를 담당할 수 있다. 각 대학 무역학과에서 B2C 전자상거래 수출과 관련된 정규과목을 개설하거나 특별과정으로 교육을 진행하여 지역 기업의

전자상거래 수출을 직접 도와줄 수 있다. 이를 촉진하기 위해 수출지원기관과 무역 관련 학회에서 공동으로 전자상거래 수출 경진대회를 지속적으로 개최하는 것을 제안한다.

최근 GTEP 등 무역인력 양성프로그램에 대한 개선방안을 제시한 연구가 제시되고 있으나 효과적인 산학협력을 위한 무역교육을 어떻게 실시해야 하는지에 대한 해답을 본 연구결과가 제시한다면 무역교육 분야의 연구 활성화에 기여하고 많은 후속 연구를 파생할 수 있을 것으로 기대한다. 무역학 분야에서 새로운 과목을 개설하고 산학협력 친화형 교육방법을 개발할 때 본 연구결과가 가장 잘 활용될 수 있다.

참 고 문 헌

국립특수교육원(2009), 특수교육학 용어사전, 도서출판 하우.

권융(2004), “대학 무역실습교육의 방향에 관한 고찰 : 경성대학교의 사례를 중심으로”, 경성대학교 상경연구 제20권 1호 (2004. 2) pp.15-32.

김선식·조동성(1997), “한국기업의 기업특유경쟁우위 형성에 관한 실증적 연구”, 「국제경영연구」, 제8권 제1호, 한국국제경영학회, 1997, pp.127-149.

김은영(2011), “중소기업 수출지원제도의 활용 및 수출성과에 관한 연구”, 한남대학교 박사학위논문.

김재식(2000), “사이버무역에 대비한 무역실무교육의 개선에 관한 연구”, 서원대학교경영과학연구소, 경영연구 제9권 제1호 통권9호 pp.79-97.

김종식(1996), “국제경영의 역할과 국제 경쟁력 모델”, 「국제경영연구」, 제7권 제1호, 한국국제경영학회, 1996, pp.163-189.

김학민(2004), “무역 전문인력 양성을 위한 지식기반의 협력모델에 관한 연구”, 무역학회지 제29권 제4호. (2004-08) p.231.

김학민, 이호형(2010), “무역인력의 핵심역량 조사·분석”, 무역학회지 제35권 제3호 통권 제87호 (2010년 6월) pp.65-88.

김학민, 이호형, 안지정(2006), “무역인력의 조기경력개발계획 효과에 관한 실증 연구”, 무역학회지 제31권 제3호 통권 제67호 (2006. 6) pp.247-270.

김학민, 이호형, 이홍기(2008), “무역인력 역량의 기대 불일치에 관한 실증 연구”, 무역학회지 제33권 제5호 통권 제79호 (2008년 11월) pp.203-228.

문휘창·김선식(1997), “Location Advantages of Korea for the Telecommunication Industry : The Generalized Double Diamond Approach”,「국제경영연구」, 제10권 제1호, 한국국제경영학회, 1999, pp.107-127.

박광서, 유광현(2008), “글로벌무역인력 양성을 위한 합리적인 무역학 교과과정 개편방향에 관한 연구”, 무역상무연구 37 329-360.

박문서(2007), “서비스무역 교육 및 연구방향과 과제”, 경희대학교 사회과학연구 제33권 제3호 (2007년 12월) pp.71-97.

박철(1999), “수출성과별 중소기업군의 수출관련변수 차이에 관한 탐색적 연구”,「국제경영연구」, 제9권 제2호, 한국국제경영학회, 1999, pp.261-282.

양근우, 이호형(2013), 전자무역학 캡스톤디자인, 계명대학교 출판부, 2013.

유승훈(1995), “전략경영과 수출성과에 관한 연구”,「국제경영연구], 제6권 제1호, 한국국제경영학회, 1995, pp.51-84.

윤충원(2004), “무역전문인력 양성과 관련한 대학교육의 문제점과 대처방안”, 무역학회지 제29권 제3호 통권 제55호 (2004. 6) pp.5-34.

윤충원, 유찬확(2008), “무역학과(전공) 교과과정 운영상의 과제와 개선책”, 국제상학 제23권 제3호 (2008. 9) pp.157-183.

이장호(1999), “중소전자기업의 전략적 선택 , 전략적 의도 및 조직역량이 대미수출 성과에 미치는 영향”,「중소기업연구」, 제21권 제1호, 한국중소기업학회, 1999, pp.81-103.

이재규, 권순범, 임규건(2011), 경영정보시스템원론, 법영사.

이재성(2009), “장보고 대사의 글로벌 경영사상 함양을 위한 한국대학 무역교육에 관한 연구”, 성균관대학교 석사학위 논문.

이정호, 김장호(2003), “무역전문인력 양성프로그램의 효율화에 관한 연구”, 조선대학교지역사회발전연구소, 지역발전 연구 제8집 제2호 (2003) pp.227-245.

이철(2002), “한국 기업의 국제 마케팅력과 기업 특성 요인의 관계”,「국제경영연구」, 제13권 제1호, 한국국제경영학회, 2002, pp.151-179.

이학노, 이제홍, 최혁준(2012), “글로벌무역전문가양성 사업의 운영 및 성과에 관한 실태분석”, 무역학회지 제 37권 3호, pp.1-24.

정홍주(2011), “대학의 무역교육 평가·인증체제 고찰 : 경영교육 평가·인증 사례연구를 중심으로”, 무역학회지 제36권 제3호 통권 제92호 (2011년 6월) pp.221-243.

조정곤(2008), “산관학 협력을 통한 무역전문인력 양성의 과제”, 통상정보연구. Vol. 10 No. 1 (2008) p.415.

조현정(2009), “지방대학의 국제통상학과 교육범위와 체계 : 경쟁력과 차별화의 관점에서”, 계명대학교산업경영연구소, 경영경제 제42집 제1호 (2009년 2월) pp.207-228.

한은식(2011), “무역환경 변화에 따른 선진형 무역전문인력 양성에 관한 연구”, 성균관대학교 박사학위논문.

홍성규(2004), “일본대학의 무역교육분석을 통한 무역학의 정체성 확립방안”, 국제상학 제19권 제3호 (2004. 9) pp.323-348.

Ahmed(2002), Z.U., O. Mohamed, J.P. Johnson and L.Y. Meng, “Export Promotion Programs of Malaysian Firms: an International Marketing Perspective”, Journal of Business Research, Vol.55, Iss.10, 2002, pp.831-843.

Burpit and Rondinelli(1998), op. cit.Gencturk, Esra F. and Masaaki Kotabe, ″The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation″, Journal of International Marketing, Vol.9, Iss.2, 2001, pp.51-72.

Cavusgil, S.T. and S. Zou(1994), “Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures”, The Journal of Marketing, Vol.58, No.1, 1994, pp.1-21.

Chetty S.K. and R.T. Hamilton(1993), “Firm-level Determinants of Export Performance: A Meta-analysis”, International Marketing Review, Vol.10, No.3, 1993, pp.26-34.

Francis, J. and C. Collins-Dodd(2000), “The Impact of Firms’ Export Orientation on the Export Performance of High-Tech Small and Medium-Sized Enterprises”, Journal of International Marketing, Vol.8, Iss.3, 2000, pp.84-103.

Gabbitas, O and Gretton, D.(2003), “Firm Size and Export Performance : Some Empirical Evidence”, Media and Publications Productivity Commission.

George R. G.. Clarke(2002), ″Do Internet Connectivity Affect Export Performance?″, World Institute for Development Economics Research.

Holzmuller, H.H. and H. Kasper(1991), “On a Theory of Export Performance: Personal and Organizational Determinants of Export Trade Activities Observed in Small and Medium-Sized Firms”, Management International Review, Vol.31, Special Issue, 1991, pp.45-70.

Kedia and Chhokar, 1986, op. cit.Kotabe and Czinkota, 1992, op. cit.Moini, 1998, op. cit. Welch and Wiedersheim-Paul, 1979, op. cit.

Knight G.A. and T. Dalgic(2000), “Market Orientation, Marketing Competence, and the International

Performance of the Firm," in Proceedings of the AMA Winter Educators Conference, 2000.

Leonidou, Leonidas. C.(2002), "Marketing strategy of determinants of export permanence," Journal of Business of Research, pp.51-67.

Stephen Redding, Anthony J. Venables(2003), "Geography and Export Performance: External Market Access and Internal Supply Capacity", National Bureau of Economic Research.

ABSTRACT

A Study of Trade Experts Incubating in University and the SME Export Performance*

Ho-Hyung Lee**

Trade education methods that combine practical knowledge and on-site job training have significantly contributed in improving abilities of trade experts. For instance, GTEP and LINC have contributed to a substantial expansion of SME export performane. Moreover, students' cooperation experience have led to employment outcomes as SMEs can employ customized trade workers. I have conducted a survey to 100 students about university-industry collaboration. Results show that ICT skills and foreign language ability are the highest required conditions of employment while production and technology knowledge are the lowest. Furthermore, 50 companies operating in foreign markets responded that through industry-university cooperation, capabilities of university graduates have improved and trade education cooperation scheme is a success.

Key Words : Trade workforce, Cooperation, SMEs, Export Performance

* This work was supported by the Korea Sanhak Foundation
** Assistant Professor, Dpt. of International e-Trade, Keimyung University