

2012

연구보고서(수시과제) - 17

여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색

양인숙 · 강민정

KW/DI

한국여성정책연구원
Korean Women's Development Institute

여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색

연구책임자 : 양 인 숙 (본원 연구위원)

공동연구자 : 강 민 정 (본원 전문연구원)



한국여성정책연구원
Korean Women's Development Institute

발 간 사

우리나라 창업열기가 뜨거웠던 외환위기 이후, 벤처기업을 비롯한 수많은 자영창업자가 태동하였다. 경기침체로 인한 노동시장의 실업 문제를 해결하기 위한 방편으로 채택된 창업 정책은 고용창출의 주요 기제로 인식되었다. 이런 관점에서 1999년 여성기업 지원법이 제정된 이후 10여 년 동안 여성기업 수가 확대되면서 국가 경제성장 및 고용창출의 측면에서 많은 성과를 거두었으나, 여성기업의 구조적 문제를 개선하고 기업 성장을 지원하는 정책으로 발전하고 있지 못한 것이 현실이다.

따라서 여성기업 지원정책은 최근 시장변화에 부합하면서도, 기존의 성과를 바탕으로 한 새로운 정책적 전환이 요구되고 있다. 즉 시장중심의 중소기업 육성방향에 입각한 여성기업 지원정책 방향의 점검이 필요한 시점이다.

여성기업의 육성을 위한 정책의 방향 전환을 위해서는 기업가정신의 본질에 충실한 창업활동이 여성에게도 가능하도록 기반을 마련해야 한다. 본 연구에서는 기업가정신에 대한 젠더화를 이론적으로 접근하고, 해외 선진국의 여성기업 지원정책 기반을 살펴봄으로써 한국의 여성기업 지원정책의 위치를 가늠해 보고자 한다. 이와 함께 우리 정부의 13년 동안 분야별로 세분화된 여성기업 지원정책이 기업가정신의 본질에 기반한 여성 기업가 육성 정책으로 전환될 수 있도록 정책적 방향을 제시하고자 한다.

최종적으로 본 연구는 여성기업 정책의 전환점 모색을 위하여 기초자료 분석과 관련 전문가 조사를 통하여 정책 설계(policy design)의 토대를 마련하고 정책이슈별 의제를 발굴하고자 하였다.

쉽지 않은 연구를 수행하느라 애쓴 연구진의 노고를 치하하며, 본 연구 결과가 여성창업의 촉진과 성장, 그리고 글로벌 강소형 여성기업 육성을 위한 유용한 자료가 되기를 기대한다.

2012년 12월

한국여성정책연구원

원 장 최 금 숙

연구요약

1. 연구목적

- 본 연구는 여성기업 정책의 전환점 모색을 위하여 기초자료 분석과 관련 전문가 조사를 통하여 정책 설계(policy design)의 토대를 마련하고 정책이슈별 의제를 발굴하고자 시도되었다. 연구목적의 달성을 위해, 여성기업 지원정책의 기존 구성틀(여성기업 지원 인프라 구축, 창업지원, 여성기업 활동 지원 등)보다는 최근 국내외의 중소기업 지원정책의 동향과 여성기업의 구조적 문제에 대한 정책이슈를 구조화하고 관련된 기초자료와 현황을 분석하고자 하였으며, 발굴된 정책이슈의 우선순위와 정책대안에 대하여 전문가 조사를 통하여 정책과제를 도출하고자 하였다.

2. 여성 기업가정신과 여성 기업인 특성

- 우리나라에서 기업가정신의 주목받기 시작한 것은 그리 오래되지 않았다. 외환위기 극복의 일환으로 정부 주도적인 창업 활성화 정책이 쏟아지면서 창업 비중이 큰 폭으로 증가하였고 여성기업 수도 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다.
- '99년 제정된 여성기업지원법은 정부 정책의 젠더 평등을 달성하기 위한 목적으로 취업취약 계층 여성의 자영창업을 활성화시키고 여성 기업가에 대한 사회적 인식을 제고시켰다는 점에서 의의를 가진다. 그러나 여성 기업가정신을 고취시키고, 경영활동의 젠더위계를 완화시키는 데에는 기여하지 못하였다. 그리고 여성 창업이 여전히 음식숙박업과 도소매업에 편중되어 있고 5인 미만 영세사업장에 머물러 있다.

3. 해외 선진국의 여성기업 지원정책의 특성

- 한국보다 앞서 여성 창업지원 정책을 전개한 해외 선진국의 노동시장 상황을 살펴보면, 여성 고용율이 높은 북유럽 국가들에서는 여성자영업 비율이 낮게 나타나며, 우리나라를 비롯한 터키, 멕시코, 그리스는 여성 고용율이 낮은 반면, 여성자영업자 비율이 상대적으로 높게 나타나고 있다. 여성고용 기반이 좋은 국가들에서는 여성창업이 낮은 경향을 보이고 있는 것이다.
- 국가경쟁력 순위(IMD 지수)와 여성자영업 비율의 관련성을 보면, 영국, 호주 등 영미권 국가들이 국가경쟁력 순위는 높고 여성자영업 비율이 낮은 특징을 보인다. 반면 아이슬란드, 일본, 체코, 미국과 같은 국가들은 국가경쟁력 순위는 상대적으로 낮고 여성자영업 비율도 낮은 국가들이다. 우리나라는 여성자영업 비율은 높고 국가경쟁력 순위는 낮은 대표적인 국가이다.
- 이러한 국가별 여성창업의 특성에서 비롯된 정부의 지원 법제를 살펴보면, 미국이 여성기업 관련정책에 있어서 관련 법제가 가장 발달된 국가인데, 미국은 1972년 여성 기업인 조사가 특별 프로젝트로 처음 실시된 이래 1977년부터 경제 센서스에 포함됨으로써 여성기업들이 경제의 한 분야로 인정받고 지속적인 조사가 이루어지고 있다. 미국은 주로 민간조직인 여성기업센터(WBC)의 지원을 통해 미국 내 여성기업을 지원하는 체계를 갖추고 있으며, 정부조달 부문에서 여성기업 및 소수인종 등에 5%를 할당하는 것을 법제화하고 있다. 이처럼 미국 여성창업 지원정책은 다분히 여성 소수민족의 경제사회적 참여를 증진시키는 데 초점을 두고 있다. 한국은 미국을 모델로 삼고 있는 여성창업지원센터(현 여성기업종합지원센터)를 설립·운영하고 있는데, 미국 중소기업청 산하의 여성기업센터(WBC)의 상당수는 여성 소수민족 관련 단체에 위탁 운영되고 있다.
- 반면, 독일, 일본, 영국, 호주의 경우에는 여성기업 대부분이 중소기업이라는 점에서 여성기업 지원정책을 세분화시키기보다는 중소기업 지원정책에서 포괄하고 있다는 특징을 갖는다. 또한 미국과 일본을 제외한 유럽국가들은 여성기업만을 대상으로 하기보다는 사회적 약자나 소수자(장애인, 소수인종 등)의 범주에 여성을 포함하여 지원이 이루어지고 있다. 추진체계에

있어서도 정부 주도적이기 보다는 민간조직 및 지방정부와 연계하는 간접 지원 형태를 띠고 있다. 또한 영국과 일본도 최근에는 여성기업 관련 정책 개발에서 주정부와 민간지원 단체 간의 네트워크 구축을 통해 지원프로그램에 대한 개발을 지속적으로 추진하고 있다.

4. 한국의 여성기업 지원정책의 전개 및 성과

- 여성기업 지원정책에 대한 전문가 평가에서는 판로확대, 여성창업 지원, 경영안정화, 인프라 확충, 글로벌 네트워킹의 각 분야별 필요성에 대해 전반적으로 긍정적 평가를 하였다. 효과성에 대해서는 창업보육 및 교육의 전문성 미흡, 해외 판로지원(해외 박람회 참가)에 대한 관리 미흡, 경영안정화 사업의 업종전환 컨설팅 프로그램의 빈약성 등이 지적되었다.
 - 구체적으로는 여성기업 및 여성창업 지원사업이 종합적·체계적으로 추진되지 못하며, 여성기업 지원사업의 연계성이 미흡하다. 또한 여성들의 기업가정신 함양 및 여성을 대상으로 하는 창업 교육이 확대되고 있으나, 교육내용이 획일적이며 특성화·전문화되지 못하였다.
 - 동 조사에서 제시된 ‘기업가 정신에 기반한 여성창업 활성화’에 대해서는 고부가가치 기회형 창업 확대의 필요성이 강조되었다. ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’에 대해서는 사업성이 우수한 여성 CEO 배출을 지원할 수 있도록 지원정책의 선택과 집중이 필요하다는 의견이 제시되었다.

- 이상과 같은 논의를 종합해 보면, 우리 정부의 여성기업 지원정책은 여성창업 활성화의 기반 조성과 사회적 인식제고, 여성고용 창출 등에 기여하였다고 평가할 수 있다. 그러나 초기 여성기업 지원정책의 출발점이었던 성평등 기초에서 탈피하여 여성 기업가정신의 고양을 위한 근본적인 전환이 요구되고 있는 시점이다.
 - 여성고용을 향상의 대안으로 소규모 자영창업을 별도로 지원하는 여성기업 지원정책은 더 이상 유효하지 않다. 기업가정신에 기반한 창업을 활성화하고 이들이 강소기업으로 성장할 수 있도록 선택과 집중을 통한 가교역할이 필요하다. 중소기업 지원정책에서 다루는 판로, 자금, 기술, 인력 등의 분야에서 유사한 여성기업 대상의 정책을 사업화할 것이 아니라, 혁

신 기반의 고부가가치 창업과 이들의 성장을 지원하는 방향으로 정책목표를 설정해야 한다.

5. 여성기업 육성 정책의 발전 방향 및 과제

- 2010년 현재, 우리나라 여성 사업체 수는 1,248천개로 37.2%로 증가하였으며, 해외 선진국과 비교하여 양적인 측면에서는 높은 비중을 차지하고 있다. 그러나 질 좋은 일자리와 고부가가치 창출을 위한 기술집약적인 부문에서 여성창업 및 여성기업이 차지하는 비중은 매우 낮은 실정이다. 정부는 1999년 「여성기업 지원에 관한 법률」 제정을 계기로 여성기업 육성 및 여성창업 촉진을 도모해오고 있다. 여성기업 육성 및 여성창업 지원이 체계적이지 못하며, 지원사업간 연계성 부족 및 실효성 미흡, 지원 인프라 미흡 등의 문제점이 지적되고 있다.

- 여성기업 지원정책의 기초를 기업가정신에 기반한 여성창업 촉진과 성장지원으로 전환해야 한다. 소상공인 진흥원을 비롯한 지자체와 관련 기관에서 경쟁적으로 추진하고 있는 초기단계의 창업지원(자금, 교육, 보육센터 등)과 여성기업 지원정책이 차별성을 가질 필요가 있다. 따라서 타 기관과 중복적인 업종과 창업교육을 시행하기 보다는 타 기관의 창업보육센터 등을 졸업한 여성기업 중 유망한 여성기업을 발굴하여 선별적이고 집중적인 지원을 강화할 필요가 있다. 전국 14개소에 달하는 여성기업종합지원센터(여성창업보육센터) 중 몇몇 센터(가칭 여성창조기업 비즈니스 센터)는 유망 여성기업을 선별하여 입주시키고 보육센터 이용 및 보육기능을 연장하여 성장단계에 진입할 수 있도록 지속적으로 지원할 필요가 있다. 현재 2년까지 보육센터를 활용할 수 있는데, 업종에 따라 2년 동안에 수익을 창출하기 어려울 수 있으며 관련 기관간 연계를 통한 지원도 창업 후 일정 기간이 경과해야 가능한 경우가 많기 때문이다. 앞서 제시된 핀란드의 여성기업 육성 체계와 같이, 여성창업가 발굴 단계에서 글로벌 단계로의 성장까지 장기적 안목으로 인프라 확충과 지원 체계를 구축할 필요가 있다.
 - 첫째, 여성 기업가정신을 고취시키는 다양한 사회적 활동을 전개해야 한다. 여성창업 친화적인 사회적 분위기를 조성하고 다양한 창업경진대회

에서 여성창업 부문을 추가로 배치할 필요가 있다. 그 밖에도 여성창업성 공사례 경진대회, 성공한 여성벤처기업가와 여성창업자의 만남, 엔젤마트 개최 등 ‘여성창업 붐’ 조성 활동을 실시할 필요가 있다.

- 둘째, 기존의 여성기업종합지원센터의 몇몇 센터를 시범적으로 (가칭) ‘여성창조기업 비즈니스 센터’로 지정하고 여성 기업가정신에 기반한 여성 창업 콘텐츠를 개발할 필요가 있다. 대학과 대학원 여학생, 이공계 경력 단절 여성 등을 대상으로 여성 기업가정신과 창업활동에 대한 교육을 실시할 필요가 있다. 또한 사업서비스업 분야의 고부가가치 아이템 발굴, 여성친화적 분야에서의 기술 혁신뿐만 아니라 과정 혁신 등을 포함시키는 창업 지원 프로그램을 개발하고, 중소기업청을 중심으로 한 관련 부처가 연계하여 지원사업을 기획하고 추진할 필요가 있다.
- 셋째, 여성창업보육 기능을 강화하여야 한다. 여성창업보육센터가 단순히 저렴한 공간 활용에 그치지 않고, 투자 및 자금유치 연계서비스, 외부 협력기업/대학과의 파트너십 구축, 네트워킹 활성화를 지원하도록 해야 한다. 이를 위해서는 보육 매니저의 전문성 강화와, 센터와 관련 기관과의 유기적 협력체계가 마련되어야 할 것이다.

□ 글로벌 시장진출을 목표로 하는 글로벌 강소형 여성기업 육성 기반을 마련하여야 한다. 제조업종이 아닌 지식서비스업에서도 부가가치는 높지만 글로벌 역량이 부족한 여성 서비스벤처 육성을 확대하기 위한 정책 기반이 구축될 필요가 있다. 글로벌 시장을 목표로 하지 않고는 기업성장에 한계가 있으며, 처음부터 글로벌 시장을 타겟으로 한 기업은 글로벌 표준에 부합하는 마인드와 경영체계를 갖추어 가기 때문에 창업 초기단계부터 준비가 필요하다. 중소기업진흥공단, KOTRA 등에서의 수출기업 지원정책과 별도로 ‘글로벌 여성 창조기업의 수출 경쟁력 강화’ 사업을 추진하고, 선도 기업 사례를 발굴해 나가야 한다.

- 첫째, 글로벌 강소형 여성기업의 발굴 및 선정을 통한 대표기업을 지원하도록 한다. 우선적으로 여성 기업가들의 글로벌 마인드를 고취시키고, 수출금융 및 보증지원 등의 정부 정책의 사각지대에 있는 여성기업들을 발굴하여 수출 인큐베이터 역할을 수행하여야 한다. 글로벌 강소형 여성기업의 선정을 위해서는 개념과 범주를 명확히 하고 정책목표를 구체적으로 설정할 필요가 있다.

- 둘째, 여성친화적인 디자인, 멀티미디어 콘텐츠, 패션 등의 여성 지식서비스 벤처사업에서 글로벌 역량을 개발하여야 한다. 수출 기업은 기술 특성상 바이오, IT 등 제조 위주가 많은데, 여성기업의 참여가 용이하지 않다. 여성기업이 경쟁력이 있는 분야인 디자인, 미디어, 패션 등의 업종에서 잠재적인 글로벌 여성창업 및 기업을 육성하고 해외진출에 지원 프로그램을 집중적으로 지원할 필요가 있다. 앞서서도 언급하였지만, 핀란드 여성기업 육성 정책에서 가장 상위 단계의 글로벌 기업으로의 성장 지원은 글로벌 진출 시장조사뿐만 아니라 파트너 체결, 협약, 자금 등을 지원하고 있다. 중견기업 이상의 경쟁력을 가진 기업이 수출 비중을 확대해 나가는 것이 아니라, 초기 단계부터 글로벌 기업을 목표로 경영하는 것이 향후 기업의 지속성장에 도움이 될 것이다.

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	3
2. 연구의 내용 및 범위	5
II. 여성 기업가정신과 여성 기업인 특성	7
1. 기업가정신과 기업가 행위	9
2. 기업가정신의 젠더화	11
3. 기업가정신과 젠더	13
4. 한국의 여성기업, 여성 기업가의 특성	17
5. 소결	20
III. 해외 선진국의 여성기업 지원정책의 특성	23
1. 해외 선진국의 여성 고용과 여성 창업의 특성	25
가. OECD 주요국의 여성자영업 비율과 여성고용 관련지표	25
나. 여성자영업 비율과 관련지표의 국가별 특성	29
2. 주요 선진국의 여성기업 지원정책 및 정책 추진체계	35
가. 미국	36
나. 영국	40
다. 일본	44
라. 기타 국가	47
마. 각국의 여성기업 관련정책의 특징	50

IV. 한국의 여성기업 지원정책의 전개 및 성과	53
1. 우리나라 여성기업 지원정책의 전개	55
가. 우리나라 중소기업 지원 정책의 발전 과정	55
나. 우리나라 여성기업 지원 정책의 발전 과정	57
다. 우리나라 여성기업 지원정책의 추진체계	59
2. 여성기업의 경제성장 기여도 및 구조적 문제점	61
가. 여성기업과 여성 고용창출	61
나. 여성기업의 구조적 한계	62
3. 여성기업 지원정책의 평가 및 개선방안	68
가. 전문가 조사 개요	68
나. 여성기업 지원정책의 필요성과 효과성	70
다. 여성기업 지원정책의 개선방안	86
V. 여성기업 육성 정책의 발전 방향 및 과제	99
1. 연구요약	101
2. 여성기업 육성 정책의 발전 방향 및 정책 과제	103
가. 기업가정신에 기반한 여성창업 촉진 및 성장	103
나. 글로벌 강소형 여성기업 육성	105
■ 참고문헌	107
■ 부 록	111
■ Abstract	121

표 목 차

<표 III-1> OECD 주요국의 관련지표(2010년)	27
<표 III-2> OECD 주요국의 관련지표 상관관계	29
<표 IV-1> 중소기업 지원체계의 변화	55
<표 IV-2> 여성 대표 사업체 산업별 분포	63
<표 IV-3> 남성 대표 사업체 산업별 분포	64
<표 IV-4> 종사자 규모별 사업체 분포	65
<표 IV-5> 사업체 조직형태별 분포	67
<표 IV-6> 조사 대상 전문가	69
<표 IV-7> 여성기업 지원정책 주요 내용	70
<표 IV-8> 판로확대 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항	71
<표 IV-9> 창업지원 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항	75
<표 IV-10> 경영 안정화 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항	78
<표 IV-11> 인프라 확충 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항	81
<표 IV-12> 글로벌 네트워킹 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항	84
<표 IV-13> 여성기업 육성정책의 방향	87
<표 IV-14> 여성기업 육성을 위한 신규 정책과제	90
<표 IV-15> ‘기업가정신에 기반한 여성창업 활성화’에 대한 개선방안	94
<표 IV-16> 핀란드의 여성기업 육성 체계	97
<표 IV-17> ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’에 대한 개선방안	98

그림 목 차

[그림 III-1] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 여성 고용율	30
[그림 III-2] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 여성경활률	30
[그림 III-3] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 시간제 여성비율	31
[그림 III-4] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 1인당 GDP	32
[그림 III-5] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 국가경쟁력 순위	33
[그림 IV-1] 연도별 대표자 성별 사업체 추이	61
[그림 IV-2] 사업체 대표자 성별 여성종사자 비율	62

I

서론

- | | |
|-----------------|---|
| 1. 연구의 필요성 및 목적 | 3 |
| 2. 연구의 내용 및 범위 | 5 |

1. 연구의 필요성 및 목적

우리나라 창업열기가 뜨거웠던 외환위기 이후, 벤처기업을 비롯한 수많은 자영창업자가 태동하였다. 경기침체로 인한 노동시장의 실업 문제를 해결하기 위한 방편으로 채택된 창업 정책은 고용창출의 주요 기제로 인식되었다.

여성창업 지원이 중소기업 정책에서 세분화되어 출발한 것은 1999년 「여성기업지원에 관한 법률」이 제정되면서부터이다. 90년대는 경제 개방의 물결 속에서 제조업 중심의 중소기업 정책이 소상공인, 벤처기업, 여성기업 등을 대상으로 세분화되어 법률체계를 갖추기 시작한 시기이다. 또한 1998년에 대통령 직속의 ‘여성특별위원회’가 발족한 이후, 정부 정책의 성주류화에 대한 요구가 커진 것도 별도의 여성기업 정책을 추진하게 된 배경으로 볼 수 있다.

여성기업 정책은 태동한 이후 줄곧 소상공인, 장애인 기업 등과 같이 사회적 약자에 대한 배려 대상으로 위치지어져 왔다. 주무부처인 중소기업청의 소관부서의 변화를 살펴보면, 2005년부터 2009년까지 동반성장과에서 여성기업과 장애인기업 정책을 동시에 담당했다. 그 후 기업협력과를 거쳐 현재 판로정책과로 이관되는 과정을 거쳤다. 여성기업 정책의 주요한 초기 사업은 저소득층 여성가장생계형 창업자금을 비롯한 여성창업 지원과 여성기업 패션전용관과 해외시장 진출 등 판로지원이었다¹⁾.

최근에는 여성창업의 대부분을 차지하는 음식숙박업 및 도소매업 분야의 여성 자영창업은 소상공인 정책으로 흡수되었고, 여성기업 지원정책은 여성창업보육기능을 수행하는 여성기업종합지원센터 운영과 여성기업확인제도를 통한 공공구매 등의 판로지원에 집중되어 있다.

결국 여성기업 지원정책은 표면상으로 여성창업 활성화의 초기 목표가 유지되고 있으나 정책대상 및 지원 내용에 있어 차별성을 찾기 어려운 실정이다. 생계형 자영창업은 소상공인정책으로 이관되었고 중앙 정부 및 지

1) 초기(2003년, 2004년)에는 여성기업전용펀드, 여성벤처투자마트 등의 민간협력 자금지원 사업도 시행되었으나 사업추진 실적이 미진하여 폐지된 바 있다.

4 ●●● 여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색

자체의 여성새로일하기센터나 여성인력(능력)개발센터를 통한 여성창업 지원과 중복된 사업을 시행하고 있다. 또한 성주류화 정책의 강화로 주요한 중소기업 지원정책의 성별영향평가분석이 실시되어 여성기업 수혜비율이 모니터링되고 있다. 여성기업 대상의 정책을 별도로 시행하는 것에 대한 당위성을 재검토해야 되는 시점에 와 있다.

여성기업과 여성 기업가에 대한 연구들에서는 여성기업 또는 여성 기업가와 남성기업/남성기업가와의 성별 차이를 부각시킴으로써 여성기업 지원정책의 필요성을 강조하는 경향을 보인다. 궁극적으로는 여성을 소외계층으로 분리하고 사회구조적인 차별을 개선하기 위한 성평등 정책의 차원에서 여성기업 지원정책의 당위성을 찾고 있는 것이다. 그러나 이러한 접근의 한계는 여성기업의 성장에 도움이 되지 않는다. 여성이 경쟁력이 있는 업종을 중점적으로 지원하거나, 여성진출이 용이한 저부가가치 산업에서의 창업을 지원하는 편의적인 여성기업 지원사업이 추진될 수밖에 없는 한계를 지닌다.

그렇다면 여성기업의 육성을 위한 정책을 어떠한 방향으로 전환해야 하는가의 과제가 남는다. 기업가정신의 본질에 충실한 창업활동이 여성에게도 가능하도록 기반을 마련해야 한다. 남성중심의 창업활동과 지원정책으로는 여성 기업가는 이차적인 지위에 놓일 수밖에 없다. 사회적으로 규범화된 기업가정신과 창업은 여성들의 창업 의지를 좌절시킬 수 있으며 여성기업가 활동을 무력화시킬 수 있다.

본 연구에서는 기업가정신에 대한 젠더화를 이론적으로 접근하고, 해외 선진국의 여성기업 지원정책 기반을 살펴봄으로써 한국의 여성기업 지원정책의 위치를 가늠해 보고자 한다. 또한 그동안 우리 정부의 여성기업 지원정책에 대한 성과를 평가해 보고 세부적인 개선방안도 도출할 것이다. 본 연구의 목적은 우리 정부의 13년 동안 분야별로 세분화된 여성기업 지원정책을 기업가정신의 본질에 기반한 여성 기업가 육성 정책으로 전환될 수 있도록 정책적 방향을 제시하는 데 있다.

2. 연구의 내용 및 범위

본 연구는 우리나라 여성기업 지원정책의 성과를 살펴보고, 정부의 창업정책의 방향 속에서 여성기업이 갖는 한계를 짚어볼 것이다. 향후 여성 창업활동이 혁신과 가치창조에 기반하여 이루어지고, 성공적 모델로 성장할 수 있도록 정부 정책의 중장기 방향에 대한 논의를 전개하고자 한다.

2장에서는 기업가정신에 대한 논의에서 출발하여 기업가정신이 갖는 젠더화된 특성을 고찰하고자 한다. 기업가정신에 대한 남녀 차이가 사회화 과정의 산물임을 관련 연구를 통하여 살펴보고, 여성기업과 여성 기업인의 내재된 특성을 기업가정신으로 양성하기 위한 정책적 기제 마련의 필요성을 제시할 것이다.

3장에서는 해외 선진국들의 여성고용과 여성창업과의 관련성을 분석하고, 여성기업 지원정책의 내용 및 추진체계를 정리할 것이다. 여성고용율이 높은 국가들에서는 여성들이 창업을 선택할 가능성이 낮으며, 여성 취업이 어려운 국가들일수록 여성 자영창업 비중이 높은 경향을 국가별 여성 노동시장의 차이로 설명할 것이다.

4장에서는 우리나라 여성기업 지원정책의 성과와 한계를 짚어볼 것이다. 여성기업지원법 제정 이후 추진된 여성기업 지원사업들이 여성기업의 양적 성장을 도모하고, 여성고용 창출에 기여한 측면을 전국사업체조사의 통계에 근거하여 제시할 것이다. 또한 다양한 여성기업 지원사업들의 필요성과 효과성에 대한 전문가 평가를 실시하고, 각각의 개선 사항들을 도출하고자 한다. 동 전문가조사에서는 여성기업 육성 정책의 새로운 방향을 제시하고 이에 대한 전문가 의견도 취합할 것이다.

5장에서는 본 연구의 논의를 바탕으로 여성기업 육성 정책의 발전 방향과 주요 정책과제를 제시하고자 한다.

II

여성 기업가정신과 여성 기업인 특성

1. 기업가정신과 기업가 행위	9
2. 기업가정신의 젠더화	11
3. 기업가정신과 젠더	13
4. 한국의 여성기업, 여성 기업가의 특성	17
5. 소결	20

1. 기업가정신과 기업가 행위

기업가정신(entrepreneurship)에 대한 공통된 학술적 정의는 없으나, 사전적으로는 기업의 본질인 이윤 추구하고 사회적 책임의 수행을 위해 기업가가 마땅히 갖추어야 할 자세나 정신을 말한다. 기업가정신의 개념에서 강조되는 특성은 기업가가 수행하는 경제적 기능이 아닌 개인적 특성, 즉 ‘가치창조의 행동’이다.

따라서 기업가(entrepreneur)와 경영자(manager), 그리고 기업가정신(entrepreneurship)과 경영관리(management)는 각각 다른 함의를 가진다. “경영자는 자신의 하루 일과를 마치기만 하면 다리를 쭉 뻗고 잘 수 있지만, 기업가는 사업을 위한 새롭고 더 나은 해결책을 떠올리기 위해 불안함 속에서 잠을 자지 못한다(Ahl, 2004:39).” 단순히 기업을 소유하고 운영하는 경영자와 다르게 기업가는 위험을 감수하는 자이자 혁신가로서 기존에 존재하는 것을 가지고 “새로운 조합(new combinations)²⁾”을 창출해내는 존재이기 때문이다. 이처럼 “기업가는 기존의 받아들여진 행위 양식에 도전하고, 전통의 힘을 제쳐둘 수 있는 용기와 힘을 가진 사람”이다(Ogbor, 2000: 616). 기업가적 행위의 동기는 열정을 가지고 “성공의 열매가 아닌 성공 그 자체”, “창조와 성취의 기쁨”을 누리는 것에서 나온다(Schumpeter 1934/1983: 93-94, Ahl, 2004: 44에서 재인용). 경제적 영역에서 기업가적 행위는 슈페터가 일반균형이론(general equilibrium theory)³⁾에 대립하여 제시했던 “경제발

2) 슈페터에게 혁신으로서 “새로운 조합”이란 다음과 같은 것이다: (a) 새로운 상품의 도입, (b) 새로운 생산 방법의 도입, (c) 새로운 시장의 개방, (d) 반제품과 원재료 공급의 새로운 원천을 정복 (e) 어떤 산업에서 새로운 조직·독점적 지위의 창출, 혹은 독점적 지위를 깨뜨리기-을 수행하기(Schumpeter, 1934: 66, Ogbor 2000: 615 에서 재인용).

3) 일반균형이론의 특징은 경제 전체의 기능을 각 상품의 수요·공급의 균형방정식을 중심으로 파악하여 그를 통해서 그물의 눈과 같은 상호의존 질서를 밝히는 데에서 찾아볼 수 있다. 가장 표준적인 예는 개별적인 소비자(가계)의 효용최대화 행동인데, 이는 생산자(기업)의 이윤최대화 행동을 다루는 주체균형이론과, 시장에서의 수급의 균형을 다루는 시장균형이론으로 이루어진다. 주체균형이론의 목표는 각 개별주체의 합리적 행동을 경유하여 전상품의 수요함수·공급함수를 연역(演繹)하는 데 있다. 이렇게 하여 유도되는 수급함수에 따라서 시장에서의 균형가격의 성립을 밝히고, 또한 여건의 변화에 따른 각 상품의 가격변화의

전(economic development)” 개념과 연관되며, 이는 “예전의 균형을 급진적으로 변혁시키는 질적인 변화, 혁명을 불러일으키는 것”으로 설명된다(Ahl 2004: 41). 따라서 기업가정신과 기업가적 행위는 단순히 한 개인의 영웅적인 성취를 의미하는 것이 아닌, 혁신을 통한 창업과 일자리 창출, 새로운 시장개척, 그리고 시장에서의 경쟁적 우위를 가짐으로써 사회발전과 자본주의의 성장을 위해서 필요한 “기업가적 기능(entrepreneurial function)”으로서 의미가 있다(Ahl, 2004: 44).

기업가적 기능으로서 기업가정신 담론은 특정한 경제적 위기의 국면에서 실업과 경기침체의 문제를 정부의 시장개입과 같은 사회구조적인 해결책이 아닌 어떤 개인들을 등장시킬 것인가에 관한 ‘개인주의적’인 해결책을 정책적으로 지원하는 것으로 이어졌다. 영미사회의 1950~60년대 전후 자본주의 호황의 시기에 중소기업, 기업가, 기업가정신은 20세기 초반에 등장했던 슈페터의 ‘기업가’에 대한 영웅적 찬양에도 불구하고 주변적 위치를 차지하고 있었고, 기업가는 지나치게 자기중심적이거나, 탐욕적이고 이기적인 존재로서 여겨지면서 도덕적 지위도 상당히 낮은 축에 속했다(Ahl, 2002: 64). 당시 많은 대중들이 선호한 것은 스웨덴과 같은 복지국가의 경우 공공영역(공적 서비스)에 진입하는 것이거나 대기업에 취직함으로써 피고용인이 되는 것이었고, “시대의 영웅은 기업가가 아닌 대기업을 이끌어가는 최고경영자(executives)”였다(Ahl, 2002: 64). 기업가 계급이 새로운 지위 상승을 경험하고 기업가정신 담론이 폭증하게 된 때는 1970년 중반 이후로, 영미 사회를 중심으로 광범위한 재정축소와 공공영역이 축소하게 된 신자유주의 경제체제로의 이행과 맞닿아 있다.

경기침체와 실업의 증가, 정리해고 등의 제조업 중심의 대기업 노동시장이 후퇴하게 되었을 때 정부와 시장이 경제를 이끌어가는 새로운 동력으로 주목했던 것은 기업가정신을 가지고 새로운 시장 영역을 확장하고 일자리를 창출하는 중소기업과 소규모 자영업의 역할이었다. 그러나 정책적인 지원의 맥락에서 기업가정신은 슈페터적인 혁신이나 새로움을 의미하는 것이 아닌, 노동시장에서의 실업 문제를 실업자 개인의 자영업 또는 창업으로 자

법칙을 규명하는 것이 시장균형이론의 과제이다.

신의 고용과 다른 사람들의 고용을 실질적으로 해결하는 문제이거나 전체 고용률에서 절대적인 비중을 차지하는 중소기업이 시장에서 지속적으로 생존하도록 경쟁력을 강화시키는 것과 맞닿아 있었다(Berglund & Thorslund, 2012). 스티브 잡스와 빌 게이츠와 같은 진정한 의미의 슈퍼터적 기업가는 극소수에 불과하기 때문에, 대다수의 인구집단을 대상으로 하는 정책의 목표는 총 고용의 70-80%를 담당하고 있는 중소기업의 ‘지속’과 개인의 ‘창업’에 초점을 두는 것이 타당하다(Ahl, 2004:46). 따라서 <Global Entrepreneurship Monitor⁴⁾>를 비롯한 기업가정신 연구의 대다수는 혁신의 실천 여부와 상관없이 중소기업의 소유와 경영권 여부를 기준으로 ‘기업가(entrepreneur)’를 규정하고 있다. 그리고 대다수의 중소기업 소유주는 남녀를 막론하고, 그들의 사업을 자신들의 생계를 지원하는 것 이상으로 자본을 축적하기를 원하지 않으며 통제 가능한 수준에서 머물기를 원하고 있다(Wiklund et al., 1997; Aldrich, 1999, Ahl, 2004: 46에서 재인용). 이에 반하여 여성 기업가정신 담론은 정체되어 있는 중소기업 소유주와 자영업자의 행위양식을 시장에서 적극적으로 경쟁하고 수익 증대와 규모 성장을 지향하고 있다(Ahl, 2004: 47).

2. 기업가정신의 젠더화

1980년대 이후 신자유주의적 경제시스템의 이행과정 속에서 새롭게 부각된 ‘기업가정신’은 20세기 초에 등장한 다윈주의⁵⁾(Darwinian)적인 적자생존과 정복하는 남성상으로서의 ‘기업가정신’과 만나 백인 남성규범을 강화하고 여성을 비롯한 다양한 종족적 인종적 소수자 범주의 대상을 타자화하고

4) Global Entrepreneurship Monitor는 전 세계 대학들 간의 컨소시움에 의해 수행되는 글로벌 연구로서 1999년 시작되었다. 이 연구의 목표는 광범위한 국가들(2010년 59개국)에서 나타나는 기업가적 활동의 측정하고 각 국가의 기업가정신을 고유한 수준으로 이끄는 요인을 규명하고, 기업가적 활동의 국가적 수준을 증진시키는 정책을 제안하는 데 있다.(<http://www.gemconsortium.org/What-is-GEM>)

5) “새로운 창업은 번이, 선택, 지속, 유포, 그리고 존재를 위한 투쟁을 포괄하는 진화적인 과정이다.”(Aldrich and Zimmer, 1986:9, Ogbor 2000:617에서 재인용)

고정관념에 근거한 구조적 차별을 발생시키게 되었다(Ogbor 2000). 이는 한편으로는 신자유주의 이데올로기가 특정한 가치를 가진 경제적 변화와 사회발전 모델을 지지하게 된 것과 깊은 관련이 있다. 우리는 이러한 기업가 정신의 남성규범에 관해 두 가지 차원에서 문제제기를 할 수 있다. 첫째는 기업가정신이 남성 지배 산업영역에서의 가치만을 반영하고 있다는 것이다. 경제적 문제에서 고려되어야 할 것은 상품생산과 성장과 같은 제조업 영역의 변수만이 아닌, 돌봄을 비롯한 재생산 영역의 서비스와 소비 산업의 경험이 함께 고려되어야 한다는 것을 주장한다. 이러한 논의는 젠더화된 노동분업을 전제하는데, 실제 제조업과 중공업 그리고 IT첨단 기술 산업에서는 남성들이 보건 의료분야, 공공 서비스, 그리고 제조업 중에서도 경공업에 해당되는 식품 의류 분야에서는 여성들이 지배적인 노동력 인구를 차지하고 있다. 그러나 젠더 편향적인 기업가정신은 생산을 통한 상품화와 시장에서의 교환가치를 통해 규모와 성장, 수익과 같은 수치화되고 가시화된 형태로 나타날 수 있는 전자의 것을 높이 평가하고, 비물질 노동의 사회적 재생산 과정에서 발생하는 사용가치가 노동의 결과물이 되는 후자의 영역은 평가절하하게 되는 결과를 낳는다(Nählinder 외, 2012: 357-358).

Nählinder 외(2012)는 기업가정신과 긴밀하게 연결된 가치 개념인 ‘혁신’이 매우 포괄적인 ‘변화’ 그 자체를 의미하는 것으로써 젠더 중립적일 수 있지만, 혁신개념의 조작적 정의 과정에서 젠더 편향성이 나타난다고 강조한다. EU국가에서 시행된 다양한 산업과 지역에서 발생하는 혁신의 정도에 관한 조사, Community Innovation Survey(CIS)의 질문지에서 포함하는 특허와 신상품, 그리고 생산방법(production methods), 공급방법(supply methods), 지원방법(support methods) 등에 관한 문항들은 제조업과 기술 중심의 산업 영역에만 적용될 수 있는 제한된 혁신의 조작적 정의이다(Nählinder 외: 360-361). 다시 말해서, 여기서 혁신은 여성들이 주로 고용된 보건의료나 서비스 산업 영역에서의 혁신의 항목들- “조직적 혁신(organizational innovation)”, “과정의 혁신(process innovation)”을 포함하지 않는 것이다(Nählinder 외: 361). 따라서 결과적으로 모든 혁신가는 남성의 이미지를 갖게 되고, 혁신 그 자체도 남성성과 관련된 지표가 된다. 혁신에 관한 정책과 지원금은 거

의 남성 지배적인 산업과 남성 기업가들에게만 집중되는 것은 이러한 구조에서 비롯된다.

둘째, 혁신과 같이 기업가정신이 투사된 조직에 대한 사회적 평가가 그러하듯이, 기업가정신을 내면화하는 기업 소유주 개인에 대한 평가도 남성 규범을 표준으로 한다. 즉, 기업가정신의 모든 긍정적인 규범적 판단을 남성성과 연결시키고, 그렇지 않은 것을 여성성과 연결시키고 있다는 것이다. 성공적인 기업가 모델이 가져야 할 규범적 덕목으로서 주로 언급되는 것은 “합리성, 독립성, 적극성, 무심함, 공격성을 가지면서 공격적이고 위험을 감수하며 결과 중심적이라는 것”이다(Ahl, 2004: 129). 이와 반대되는 규범적 모델은 “동정적이고, 의존적이고, 수동적이며, 비합리적이고, 감정적이고, 위험을 회피하는 것”이다(Ahl, 2004:129). 무엇이 남성적이고 무엇이 여성적인가? 당연히 전자가 남성적이고, 후자의 모델처럼 여성적인 성격을 가진 기업가는 기업가정신을 가지기 위해서는 “남성화(masculinization)”의 ‘동화’ 과정을 거쳐야만 하는 것이 된다(Ogbor, 2000: 625-626). 실제로 Bem Sex Role Inventory(BSRI)나 Need for Achievement Test(nAch), Choice Dilemmas Questionnaire(CDQ)와 같은 자기심리 평가 도구들은 경영직종에 대한 열망, 잠재적 기업가적 위치, 그리고 위험 감수의 경향 등을 측정하고 설명하기 위해서 이원화된 젠더 정체성을 주요 변수로 삼은 사례이다(Ogbor, 2000: 626). 이러한 젠더화된 평가 모델들을 통해 남성 창업가는 자연스럽게 자신을 기업가로서 정체화하는 반면, 여성 창업가는 여성과 여성 기업가 되지 않기라는 이중의 부정을 통해서만 기업가정신을 내면화할 수 있게 된다(Bruni et al., 2004b: 410). 이렇게 남성규범에 의해 젠더화된 기업가정신의 담론은 여성 기업가정신이 결국 ‘기업가정신’의 타자로서 머무를 수밖에 없다는 한계를 가지게 된다(Ahl, 2002).

3. 기업가정신과 젠더

기업가정신 연구자들 사이에 여성 기업가와 여성 기업가정신에 관한 연

구는 1980년대 이후로 실질적인 여성기업 소유주⁶⁾의 증대에서 비롯되었다 (Bruni 외, 2004a). 미국 사회에서와 같이 가정경제에서 아이 돌봄에 대한 비용이 차지하는 비중이 높거나 모성보호 휴가제도가 충분히 보장되지 않는 복지 시스템에서, 많은 여성들은 일과 가정의 양립에 대한 부담 때문에 자기 재량에 따라 유연화된 노동시간 관리가 가능한 자영업을 선호하게 된다 (Ahl, 2011: 16). 특히 1970년대 경기침체 이후로, 남성부양자에 근거한 가족 임금제 모델이 무너지고, 기혼여성들이 노동시장에 진입하여 소득을 벌어들이는 맞벌이 부부들의 증가와 맞물려, 자영업을 선택하게 되는 여성 기업인들의 수가 필연적으로 증가하였다(Ahl, 2011: 16).

이러한 경제적 환경의 변화에 따라 여성 기업가정신에 대한 담론이 등장하게 되었지만, 많은 여성 기업가정신에 관한 연구는 교육수준, 직업적 선호도, 일 경험의 축적의 성차에 관심을 집중하는 인적자본론의 논의로 회귀하였다(Haveman 외, 2012). 즉, 어떻게 노동시장의 구조적 분업에 따라 젠더 차이가 구성되며 고정관념에 근거하여 문화적으로 차별적인 제도를 재강화시키는가에 주목하기 보다는, 앞서 언급한 남성 규범적 기업가 모델에 근거하여 여성 기업가가 남성 기업가에 비해 덜 성장하고, 외부자금 조달수준이 낮으며 영세 규모를 유지하면서 안정만을 추구하는지를 밝히고, 개인적 특성으로서 인적자본의 젠더차이를 논의하는 데 집중되었다(Ahl, 2002: 57-58).

그러나 Ahl(2002)은 학계의 여성 기업가정신 문헌에 대한 비판적 검토를 통해 여성기업의 연구들에 대한 종속변수로서 사업실적 측정에서의 적합성 여부를 질문한다. 사업 실적은 규모, 이윤, 매출성장 또는 고용성장으로 측정되는 데 대다수의 여성기업들이 속한 산업영역 분야 자체가 빠른 성장을 도모하기 어려운 서비스/소비 영역에 치중되어 있음에도 불구하고 이를 다른 기술집약적 산업영역에 주로 포진하고 있는 남성 기업가들에게 적용되

6) 모든 여성 사업가(women in business)가 혁신을 추구하는 기업가정신을 소유한 여성 기업가(women entrepreneur)와 동일하게 범주화되는 것에 대해서 많은 논란이 있지만, 실증적인 차원에서 이론적인 차원에 부합하는 여성 기업가를 따로 구별하는 것이 어렵기 때문에 여성 기업가정신의 많은 연구는 소유권과 경영권 여부를 가지고 여성 기업가를 통칭한다(안승철 외, 2005).

는 사업규범과 동일하게 적용하면서 마치 독립변수인 젠더가 주요한 변수인 것처럼 설명하게 되는 것이다(Ahl, 2002: 57-58). 만약, 규모와 산업영역 등의 종속변수를 통제하고 사업실적 측정을 한다면, 유의미한 젠더차이는 거의 발견되지 않을 것이다. 캐나다 중소기업 자금 조달여부에 관한 젠더차이를 연구한 Orser et al.(2006)의 연구에 따르면 규모와 산업영역을 통제했을 때 외부 주식 자본(external equity capital)을 제외하고, 자금조달에 대한 시도와 필요성에 있어서 행위자의 젠더 차이는 거의 무의미한 것으로 나타났다. 실제로 어떤 차이가 발견되더라도 그것은 통계적으로 유의미한 수준이 아닌 경우가 대부분이지만, 많은 연구에서는 이러한 차이를 과장되게 강조하며, 이를 젠더 차이로 설명하려고 애쓴다(Ahl, 2004: 132-135).

연구결과에서 젠더 차이가 발생되지 않을 때 빈번히 발생하는 해석 중 하나는 남성 기업가와 다르지 않은 모습을 가지는 여성 기업가들은 평범한 여성들과는 다른 전략을 가진 “자기 선택적 여성(the self-selected woman)”이라는 것이다(Ahl, 2004: 135-138). 이러한 해석에는 결국 남성과 여성은 본질적으로 다를 수밖에 없다는 전제를 내포하면서 결국 ‘여성성’은 기업가가 되기에 적절하지 않은 특성이라는 사회적 편견을 재강화한다(Ahl, 2004:138). 이에 대한 대안적 해석으로서 여성성의 장점, 즉 여성 기업가는 관계 지향적이고, 수직적이기보다는 수평적인 소통 네트워크를 지향한다는 식의 논의 역시, “좋은 엄마(the good mother)”로서의 특성을 그대로 반영하는 여성 기업가 모델을 제안한다(Ahl, 2004: 138-142). 이와 비슷하게 미래학자들의 논의를 줄곧 차용해오면서 산업사회에서 정보사회로의 전환은 기술적인 하드웨어보다는 감성적 창의력을 가진 여성적 특성을 가진 기업가가 경쟁력이 있다는 논의도 있다(안승철, 2005). 대안적 고정관념으로서 여성 기업가정신의 논의는 어떤 의미에서는 여성들의 경험과 능력을 잘 반영하는 것처럼 보이지만, 기존의 기업가정신의 지배적인 남성규범을 그대로 두고, 이에 대한 어떠한 도전도 일으키지 않는다는 점에서 기업가정신에 있어서의 젠더 위계를 재확인하고 여성 기업가를 기업가이기 이전에 “좋은 여성”으로서 타자화하면서 위치시키게 된다.

이러한 학계에서의 담론 외에도 여성 기업가들을 ‘특별히’ 지원하기 위한

공공정책의 담론에서 이들은 언제나 취약한 계층에 위치해 있는 존재들로 규정된다(Ahl and Nelson, 2011: 14-15). 여성들은 남성들에 비해 경쟁적 시장에서 금융지원을 이끌어내지 못할 것이라거나 사업을 성공적으로 진행시킬 능력이 부족하다는 전제하에서 이러한 정책적 지원이 이루어지는 것이다. 따라서 노동시장 구조적으로 발생된 젠더 불평등을 개선하기 위한 다수의 정책적 지원들이 취약계층으로서의 여성 기업인 혹은 자영업자를 보호 및 지원의 대상으로 여기고 이루어지게 된다(한국여성경제인협회, 2011: 40). 젠더 평등을 달성하기 위한 목적을 가진 이러한 정책들은 결과적으로 여성 기업가들에게 크게 도움이 되지 않는 결과를 낳고, 기존의 젠더위계를 완화시키는 것이 아니라 오히려 여성 기업가의 위치를 남성 기업가에 비해 이차적인 위치에 있는 것으로 재생산한다(Ahl, 2002).

여성 기업가정신 담론은 담론 자체에 내재한 한계에도 불구하고 그 동안 창업을 비롯한 중소기업 경영 담론에서 비가시화되었던 젠더 이슈를 가시화하고 구체적으로 상대적으로 주변화된 여성의 경제활동참여가 역사적 변화과정 속에서 맞닥뜨리는 제도적인 차별이 무엇인지를 밝힘으로써 성평등한 사회를 만들어가는 데 기여할 수 있다(Ahl and Nelson, 2010). 즉, 젠더위계를 재생산하고 확립시키는 효과를 발생시키지 않기 위해, 여성 기업가정신의 연구에서 젠더는 생물학적으로 결정적이거나 본질적인 차이를 의미하는 인구사회학적 변수가 아니라, “일관된 행위의 반복된 사회적 젠더화(doing gender)로부터 비롯된 제도화된 실천”으로서 이해되어야 한다(West and Zimmerman, 1987). 따라서 여성기업을 지원하는 정책연구에서 중요한 지점은 초역사적이고 초문화적인 맥락에서 존재하는 성차를 설명하기 위해 데이터를 규명하기 위한 연구가 아니라, 가족, 복지, 국가, 시장 등 기업가적 발전에 영향을 미치는 사회적 힘으로서의 제도들을 독립변수로 고려하면서 이러한 제도들에 상응하는 남성과 여성의 기업가적 행위의 젠더 차이가 어떻게 발생되고 구성되는지를 살펴보는 연구들이 필요하다(Ahl and Nelson, 2010:6).

4. 한국의 여성기업, 여성 기업가의 특성

기업가정신 담론은 노동시장의 행위와 연관된다(Hard et al., 2007; Ahl and Nelson, 2011:16에서 재인용). 공공정책 담론에서 여성 기업가정신은 ‘이용되지 않은 자원으로 여성’ 이거나 ‘여성 실업에 대한 대응’으로서 실질적으로 여성 고용률을 높일 수 있는 대안으로서 다루어졌다(Ahl 2002). 통계청의 2009년 전국사업체조사 보고서에 따르면, 한국에서 80%의 고용을 담당하고 있는 중소기업에서 여성이 소유주로 있는 여성기업은 여타 중소기업에서 여성 고용이 26%에 그치는 반면 37%나 높은 63%의 고용비율을 나타냈다(한국여성경제인협회 2012a:39). 하지만 2006년 한국의 여성 경제활동참가율은 54.8%로 이는 OECD 회원국 평균보다 6-7%가량 낮은 수준이며 여성 창업률은 19.8%로 OECD 회원국 최하위를 나타낸다(한국여성경제인협회 2012a:21-25). 이러한 경제지표는 1999년 제정된 「여성기업지원에 관한법률」에 의해 촉발된 여성 기업가정신 담론과 여성기업 지원 정책들의 목적을 설명해준다. 즉, 여성들의 창업활동은 실질적으로 ‘이용되지 않은 자원으로 여성’이 노동시장의 영역에서 사사화된 방식으로 여성들 스스로 새로운 일자리를 창출하는 것이고, 여성기업은 기존의 남성기업이 개척하지 않은 틈새시장과 같은 다양한 방식으로 시장 영역을 확장함으로써 지속적인 경제 성장에 기여할 것이 기대된다.

「여성기업지원에 관한법률」에 따르면 여성이 해당기업의 소유자이거나 경영자이면 여성기업으로 인정하고 있다. 앞서 언급된 2009년 통계청 자료에 의하면 여성이 대표로 있는 사업체의 수는 총 1,221,653개로서 이는 전체 사업체의 37.1%의 비중을 차지하고 있다(한국여성경제인협회 2012a:29). 이 중에서 숙박 및 음식점업이 33.8%, 도/소매업이 28.1%, 등으로 두 산업이 여성사업체에서 차지하는 비중이 60%를 넘고 있으며 교육 서비스업이 7.2%로 그 뒤를 따르며 제조업 비율은 4.8%에 그치고 있다(한국여성경제인협회 2012a:30). 특히 숙박 및 음식점업은 여성사업체의 수가 남성사업체에 비해 2배 이상 많을 정도로, 상당수의 여성 창업자들이 이 분야로 진출하고 있음을 알 수 있다(한국여성경제인협회 2012a:31).

그러나 중소기업의 66.6%가 법인 사업자인 것에 반해, 평균 종사자가 2.86명 정도인 여성기업은 96.9%가 개인사업자이며, 법인 사업자는 3.1%에 그치는 것처럼 규모가 영세한 취업 창업, 생계형 창업인 경우가 많은 것을 알 수 있다(한국여성경제인협회 2012a:59). 실제로 대다수의 여성 기업인들은 창업 전 직업이 주부였던 경력단절의 경험을 가지고 있다. 특히 경기침체와 같은 경제위기가 왔을 때 가정주부들의 창업률이 증가하는 것은 이러한 현상을 입증한다(한국여성경제인협회 2012a:47-48). 국제금융위기가 있었던 2008년 조사 시에는 49.8%가 창업 전 직원이 가정주부라고 응답했는데, 이와 같은 수치는 2년 전 2006년의 44.2%보다 5.6% 가량 증가한 것이었다(한국여성경제인협회, 2012b:101). 또한 제조업 중심의 설비투자가 필수적이었던 과거의 산업양식에 비해 정보 통신 기술이 발전한 후기자본주의 시대에서는 여성들의 다양한 지식과 생활 속 경험을 상품화할 수 있는 각종 서비스산업⁷⁾이 발전함으로써 경력단절을 겪은 여성들이 소자본으로도 손쉽게 창업을 시도할 수 있는 기회의 폭이 증대하였다. 한국여성경제인협회의 2007년 여성기업 실태조사에서 창업 준비 기간을 질문했을 때, 6개월 미만인 경우라고 응답한 비중이 40.7%였다면 2011년 조사 시에는 71.2%로 증가하였고, 이들 대다수가 기존의 기업을 인수하거나 기업을 승계하기 보다는 직접 창업의 형태(2011년, 74.6%)를 띠는 것은 이러한 여성기업 창업의 기회나 필요가 증대하고 있음을 의미한다(한국여성경제인협회 2012a:44-47).

여성경제인협회에 회원으로 등록된 여성기업들을 대상으로 한 ‘여성기업 CEO에 대한 연구(중소기업연구원, 2007)’에서 여성 기업가의 창업동기를 질문했을 때 ‘독립적인 기업경영을 위해(51.9%)’, ‘자유롭게 활동하고 싶은 욕구로 인해(36.0%)’와 같은 자아실현의 목적과 같은 pull factor가 다른 요인들 - 경제적 부(25.0%)나 사회적 지위나 명예획득(3.5%), 가업승계(2.5%),

7) 여성 기업인들이 창업 유망직종으로 꼽는 지식기반 서비스분야와 구별되는 소위 ‘감성기반 서비스 업종’에는 ‘스트레스 해소 관련 분야’ (21.0%), ‘친환경 생활, 가정용품 제조 판매 분야’ (20.0%), ‘영유아 보육 교육 등의 전문서비스 분야’ (14.5%), ‘가사 노동 경감을 위한 각종 대행서비스 분야’ (12.2%), ‘실버 홈 헬스케어 서비스 분야’ (9.4%) 등이 있다. (한국여성경제인협회, 2011 여성기업 실태조사)

push factor로서의 이전직장에서의 차별적 대우(2.9%) - 보다 지배적으로 높게 나타났다(중소기업연구원, 2007:76-78). 여성 기업가의 기업가적 특성에 대한 6점 척도의 조사에서 가장 두드러진 것은 지속적 사업성장 욕구(5.04)와 타사와의 경쟁에서 생존할 수 있는 능력(4.76), 진취적으로 사업을 성공시키려는 의도(4.74)로 나타났다(중소기업연구원, 2007:78-80). 다른 항목 중 ‘새로운 일을 시도하는 편(4.57)’, ‘혁신적 사업 운영(4.41)’과 같은 혁신과 관련된 항목이 상대적으로 낮은 수치를 기록하긴 했지만 여성기업들이 주로 속해있는 서비스/도·소매 영역이 매우 경쟁적인 시장이라는 것을 고려해보면, 위험과 불확실성을 담보한 혁신을 추구하기 보다는 ‘지속’과 ‘생존’에 대한 욕구가 보다 우세한 것이 자연스러운 것으로 여겨진다(중소기업연구원, 2007:79). 동종업계에서 경쟁관계에 있는 남성기업과의 비교우위를 질문했을 때 대등하다고 대답한 여성기업의 비율이 66.7%이고, 우월한 수준이라고 응답한 비율도 20.0%를 차지하고 있듯이, 여성기업의 자신감과 경쟁력은 상당한 것으로 보인다(중소기업연구원, 2007:81).

반면 2011년 여성기업실태조사(2012b)의 5점 척도 자료에 따르면, 여성기업 전반의 경영상 애로사항으로 판매 선 확보 등의 마케팅관리(3.26점), 자금조달(3.00점)이라고 꼽았으며, 이러한 애로사항 해결을 위해 가장 필요한 정부의 지원은 역시 ‘정부 자금 조달(23.2%)’이었다(중소기업연구원, 2007:28). 그러나 실질적으로 중소기업청에서 운용하는 정책자금 중 여성기업에 대한 지원 비율은 9.3%에 그쳤으며, 보증기금지원(신용보증, 기술신용보증, 지역신용보증 포함)도 전체 규모의 11.4%에 그치는 것을 보았을 때, 이는 남성기업에 비해 지원 수에 있어서나 사업 규모가 작다는 것을 감안하더라도 실질적으로 정책 자금 지원의 수혜대상에서 배제되어 있음을 말해준다(여성가족부, 2011:100). 여성기업실태조사(2012b:94)에 따르면 금융업무 수행과정에서 여성기업에 대한 차별적 대우를 경험한 비율은 2004년 10.3%에서 2010년 2.2% 수준으로 점차적으로 낮아지고 있는 추세이긴 하지만, 실질적인 자금 지원이 낮은 것으로 보았을 때 여성기업이 비가시화되고 적절하게 성장가능성을 평가받지 못함으로써 자금 조달의 어려움을 겪는 구조적인 제도적 차별의 문제가 여전히 잔존하고 있음을 추론해 볼 수 있

다. 가장 지원 비율이 낮은 기술신용보증기금의 경우, 창업 시 매출액과 기술력을 중심으로 신용기준을 평가하는 것은 여성기업이 속한 산업 특성상 아예 자금 조달 대상에서 배제시켜버리는 결과를 가져온다. 은행의 경우 담보-재무위주의 대출을 주로 실시하는데 가부장적 가족제도에서 자신의 이름으로 된 담보자산이 부족한 여성들은 이러한 금융대출에서 어려움을 겪을 수밖에 없다(안홍철 외, 2005).

미국에서 여성기업의 수와 매출을 급격하게 증가시킨 것이 성에 근거한 대출업자의 차별적 관행을 금지시킨 1974년 제정된 평등신용기회법(The Equal Credit Opportunity)과 여성 기업인이 대출을 얻기 위해서 배우자 또는 남성 친척의 서명을 요구하는 법을 금지시킨 1988년 여성기업소유권법(The Women's Business Ownership Act)의 제정이었다(Ahl and Nelson, 2011:10). 특히 1988년 여성기업소유권 법이 제정된 이후, 여성 기업인의 은행대출 비중은 1992년부터 2002년 사이 두 배 이상 증가했다고 보고된다(www.nawbo.org, Ahl and Nelson:10). 구조적인 제도적 젠더차별로부터 비롯된 자금조달의 문제가 젠더관점을 고려한 법제정과 정책마련으로 개선된다면 한국의 여성 기업가들과 여성기업들 역시 보다 안정적으로 성장기반을 마련하고 혁신을 주도할 수 있을 것이다.

5. 소결

장기적인 저성장 경제체제에서 여성의 경제활동참여를 늘리기 위해서는 여성고용의 창출 기제인 여성기업의 수가 보다 확대되어야 할 것이다. 그러나 기업가정신, 혁신과 같은 주요한 기업 활동의 가치 개념들이 남성규범에 의해서 여성의 기업가적 활동을 이차적인 것으로 가치절하하고 젠더 불평등을 구조적으로 재생산하는 경제체제에서 여성 기업가와 여성 경영자들은 비가시화되거나 영세기업의 수준에서 벗어나지 못한 채 주변적 존재로 머무를 수밖에 없다. 여성들의 기업가적 활동이 사회적으로 가치 있는 재화를 창출하고 사회의 진보를 이끌어 나가기 위해서는 기존의 사회가 무엇을 규

범으로 삼고 있었는지 질문하고, 어떤 가치가 배제되었는지를 성찰해야 한다. 여성 기업가정신은 서구역사에서 ‘기업가정신’과 ‘혁신’의 개념이 남성 중심으로 젠더화되어 있음을 밝히고, 이것이 젠더 불평등을 재생산했을 뿐만 아니라 신자유주의 경제체제와 자본주의 시스템이 편협하게 정의하고 있었던 ‘경제발전’의 개념에 대해서도 비판적으로 밝혀냈다. 교환가치와 생산, 상품화를 중심으로 한 결과 중심의 혁신만이 아니라 사용가치를 중심에 두는 사회적 재생산의 차원과 노동과정의 혁신, 조직의 혁신과 같은 ‘과정’의 혁신을 의미 있게 평가하는 기업가정신은 서비스와 소비 영역에 속한 여성 기업가들과 여성기업 활동을 재평가함으로써 가능하게 된다.

그런 의미에서 남성 기업가들이 사회적 명예나 경제적 부의 추구를 위해 창업을 하는 것에 비해 여성 기업인들이 자아실현을 창업의 주된 동기로 꼽는 것은 주목할 만하다(중소기업연구원, 2007). 미국의 기술혁신기업(Technologically innovative new ventures)의 창업요인을 조사한 BarNir(2012)는, 창업동기로서의 자아실현 욕구 정도는 다른 임금소득이나 더 나은 고용과 같은 물질적인 동기요인보다 기업가의 혁신 지향을 잘 보여주는 지표가 된다고 주장한다. 즉, 공공정책에서의 혁신에 대한 동기부여는 새로운 벤처에 수반하는 임금 기회를 강조하는 것보다는 혁신에 따른 보상과 도전을 장려함으로써 가능하다. 즉, 자아실현의 욕구가 높은 여성 기업가들의 창업 지원에 대한 정책은 사회적 차별에 취약한 여성들을 경제적으로 지원하는 것이 아니라, 혁신으로서의 기업가정신을 고양시키기 위한 정책적 지원으로 시행될 필요가 있다. 그러나 기존의 혁신 개념으로서는 제조업이나 기술 중심의 산업영역을 지배하고 있는 남성들이 더 많은 지원을 받고, 여성들이 지원에서 배제되는 결과를 피할 수 없을 것이다. 이를 위해 비물질적인 서비스 영역에서 혁신을 측정하는 것이 필요하며 이는 생산 결과만이 아닌 ‘과정’을 포함하는 보다 포괄적인 ‘변화’를 기준으로 혁신에 대해 조작적 정의를 내림으로써 가능할 것이다.

무엇보다도 기업가적 활동에서 성차는 생물학적 문제가 아니라, 일관된 행위의 반복된 사회적 젠더화에서 비롯된 제도적 실천으로 이해되어야 한다. 정부, 복지, 시장과 같은 제도를 독립적인 변수로 고려하면서 이러한 제

도들에 상응하는 남성/여성 기업가의 젠더 차이가 어떻게 발생하고 변화하는지를 살펴볼 필요가 있다. 금융대출에서 겪은 직접적 성차별에 대한 보고는 점점 줄어들고 있지만 실질적으로 자금 조달에 애로사항을 겪고 있다거나 정책자금지원이나 신용보증기금에 의한 지원에서 여성기업이 차지하는 비중이 낮다면, 여성기업에 대한 신용평가기준과 같은 다른 제도적 차원에서 무엇이 이런 차이를 발생시키고 있는지를 섬세하게 살펴볼 필요가 있다. 사회적 규범과 법과 제도는 여성과 남성의 차이를 일반화하여 내재된 차별을 감지하지 못하고 있다.

III

해외 선진국의 여성기업 지원정책의 특성

- | | |
|-----------------------------------|----|
| 1. 해외 선진국의 여성 고용과
여성 창업의 특성 | 25 |
| 2. 주요 선진국의 여성기업 지원정책 및
정책 추진체계 | 35 |

본 장에서는 해외 선진국의 여성 고용과 여성 창업의 관계를 살펴보고, 국가별 여성 창업지원 정책의 배경 및 특성을 분석하고자 한다. 여성창업의 증가는 여성의 경제활동참여 확대와 공공영역의 여성고용 성장의 한계에서 출발한다. 여성고용율과 여성창업 비중이 동시에 높은 국가 집단과 여성고용율이 높은 반면, 여성창업 비중이 낮은 국가 집단을 비교하여 각각의 정책적 특성을 살펴보고자 한다.

1. 해외 선진국의 여성 고용과 여성 창업의 특성

가. OECD 주요국의 여성자영업 비율과 여성고용 관련지표

본 절에서는 여성의 창업이 여성 고용 및 각국의 경제수준과 어떤 관련이 있는지 OECD 주요국의 관련 통계를 통해 살펴보고자 한다. OECD 통계에서 제공되는 관련 지표로는, 여성기업 비율은 ‘여성자영업 비율(female self-employment rate)’을 활용할 수 있으며, 여성 고용 관련 지표로는 대표적으로 여성 경제활동참가율(labour force rate), 여성 고용율(employment ratio), 시간제 중 여성 비율(women's share in part-time employment)을 포함하였다. 국가의 경제수준으로는 대표적으로 1인당 GDP와 IMD(International Institute for Management Development, 국제경영개발원)에서 해마다 발표하는 국가경쟁력 순위 지표를 활용하여 여성자영업 비율과의 관계를 살펴보았다.

ILO의 가이드라인에 따르면, 자영업자(self-employed person)는 사업체를 직접 운영하고 있거나, 무급가족종사자를 포함하는 집단이다. 우리나라에서 ‘자영업 비율’로 제공하는 수치는 통계청 경제활동인구조사의 종사상지위 분류 중 ‘비임금근로자’의 비율이다. 비임금근로자에는 고용원이 있는 자영업자, 고용원이 없는 자영업자, 무급가족종사자가 포함된다⁸⁾. 따라서 엄밀

8) ‘고용원이 있는 자영업자’는 한사람 이상의 유급 고용원을 두고 사업을 경영하는 사람으로 사업규모에 상관없이 임금을 주는 종업원을 채용하고 있는 경우이며, ‘고용원이 없는 자영업자’는 자기 책임하의 독립적인 형태로 일이 수행되며 유급 종업원 없이 자기혼자 또는 무급가족종사자와 함께 일을 하는 사람을 말한다. ‘무급가족종사자’는 자기가족(동일가구내)의 구성원이 경영하는 사업체에서 일정

한 의미에서는 고용원을 포함하고 있는지 여부와 상관없이 1인 기업인 경우 및 농어촌과 같은 family work인 경우까지도 포함된다. 이에 따라 여성자영업 비율은 전체 여성 취업자 중 여성자영업자의 비율로 계산된다.

‘자영업’은 소득을 버는 다른 수단이 없는 사람의 불가피한 생존전략일 수도 있고, 기업을 운영하고자 하는 열망에 의한 것으로도 볼 수 있기 때문에 사실상 ‘자영업 비율’은 다양한 동기를 반영하는 것으로 보아야 한다. 국가마다 경제 및 산업구조가 다르고, 기업환경 및 사회적 분위기가 다르기 때문에 해석에 유의해야겠지만, OECD 주요국을 중심으로 여성자영업 비율이 여성 고용 및 경제발전 수준과 어떤 관계를 갖는지 분석함으로써 ‘여성기업’과의 관련성을 살펴보고자 한다.

먼저 OECD 주요국의 관련 통계들을 비교해 보면 다음의 표와 같다(2010년 기준). OECD 국가 중 여성자영업 비율 자료가 제공되는 30개 국가들의 평균은 13.9%로 남성 자영업 비율 평균 19.7%에 비해서는 약간 낮은 수치이다. 우리나라의 여성자영업 비율은 27.1%로 OECD 평균보다 상당히 높으며, 터키 49.3%, 멕시코 35.1%, 그리스 31.0% 다음으로 4번째로 높아 여성자영업이 많은 국가라 볼 수 있다. 반면 여성 고용율과 경활률은 각각 52.6%, 54.5%로 OECD 평균 58.7%, 64.3%로 평균이 미치지 못하는 수준이다. 시간제근로자 중 여성비율은 60.3%로 OECD 평균 64.3%보다 낮다. 한편 국가의 경제수준을 나타내는 1인당 GDP는 약 2만9천달러로 다른 OECD 국가에 비해 크게 낮지 않다. 329개의 세부항목을 통해 측정되는 IMD 국가 경쟁력 순위는 2010년 기준 총 59개국 중 23위를 차지하였다. 이는 2007년 29위에서 꾸준히 상승한 순위이며, 2012년에는 22위까지 상승하였다.

한 보수 없이 적어도 주당 18시간 이상(정상근로시간의 1/3이상) 일한 사람을 말한다(통계청 홈페이지).

〈표 Ⅲ-1〉 OECD 주요국의 관련지표(2010년)

(단위: %, \$, rank)

	여성 자영업비율	여성 고용율	여성 경활률	시간제중 여성비율	1인당 GDP*	국가경쟁력 순위
Australia	8.9	66.2	70.0	70.4	-	5
Austria	11.3	66.4	69.3	80.3	39768	14
Belgium	10.8	56.5	61.8	80.4	37435	25
Canada	8.1	68.8	74.2	67.3	-	7
Chile	24.9	46.7	51.8	58.1	-	28
Czech Republic	12.2	56.3	61.5	69.2	25299	29
Denmark	5.5	71.1	76.0	63.2	39545	13
Estonia	5.3	60.5	70.9	67.4	20608	-
Finland	9.0	66.9	72.5	62.2	36664	19
Germany	8.4	66.1	70.8	80.5	37567	16
Greece	31.0	48.1	57.6	65.9	28189	-
Hungary	8.8	50.6	56.7	66.4	20325	-
Iceland	8.4	77.0	82.7	67.6	-	30
Ireland	7.8	56.4	62.6	75.6	39778	21
Israel	8.0	56.9	60.9	73.5	-	17
Italy	18.5	46.1	51.1	76.9	31563	-
Japan	11.4	60.1	63.2	70.3	-	27
Korea	27.1	52.6	54.5	60.3	29004	23
Mexico	35.1	43.8	46.3	57.6	-	-
Norway	4.4	73.3	75.6	70.3	56648	9
Poland	19.9	53.0	59.0	67.5	19747	-
Portugal	20.1	61.1	69.9	65.6	25609	-
Slovak Republic	9.4	52.3	61.3	58.6	23448	-
Slovenia	14.0	62.6	67.4	58.5	27545	-
Spain	12.4	53.0	66.8	78.2	32076	-
Sweden	6.4	70.3	76.7	63.3	39013	6
Turkey	49.3	26.2	30.2	58.0	-	-

	여성 자영업비율	여성 고용율	여성 경활률	시간제중 여성비율	1인당 GDP*	국가경쟁력 순위
UK	8.9	65.3	70.2	74.9	35917	3
US	5.6	62.4	68.4	66.9	-	22
Russian F	6.0	63.5	68.2	64.2	-	-
평균	13.9	58.7	64.3	68.0	32287	-

자료: OECD(2011), OECD Factbook 2011.

*주: 1인당 GDP는 적용기준 환율에 따라 달라질 수 있음.

주요 국가들의 대표적인 여성고용관련 지표와 국가의 수준을 나타내는 지표들이 여성자영업 비율과 어떤 관련이 있는지 살펴보기 위해 각각의 지표와 여성자영업 비율과의 관계를 분석하였다. 다음의 표는 이들 지표간의 상관관계를 나타낸 결과이다. OECD 주요국의 여성자영업 비율은 여성 고용율, 여성 경활률과 매우 높은 (-)의 상관관계를 나타내었다. 즉 여성 고용율과 여성 경활률이 낮을수록 여성자영업 비율이 높아지는 역관계를 형성하고 있는 것이다. 시간제 중 여성비율 역시 유의도는 떨어지지만 여성자영업 비율과 역관계를 나타내었다. 1인당 GDP 및 국가경쟁력 순위⁹⁾와도 역시 (-)의 관계를 나타내었으나 유의하지는 않았다.

이와 같은 결과는 여성 고용율과 경활률은 유사한 패턴을 나타내면서, 임금근로자와 비임금근로자가 상호배타적인 관계에 있기 때문일 것이다. 그리고 여성고용율 및 경활률이 여성 시간제 근로자가 늘어나면서 함께 증가하는 추세이기 때문에 역시 시간제 근로자 여성 비율과도 역의 상관관계를 갖게 된다. 뿐만 아니라 기본적으로 여성자영업은 남성에 비해 영세한 경우가 많기 때문에 1인당 GDP와 같은 경제발전 수준과 반비례, 즉 부유한 국가일수록 여성자영업 비중이 낮은 것으로 나타났다고 볼 수 있다(OECD, 2007: 18). 국가경쟁력 순위는 여성자영업 비율과 유의한 관계는 나타내지 않았다.

9) IMD 순위는 숫자가 작을수록 국가경쟁력이 높은 것이므로 (+)의 계수값은 순위가 높을수록 여성자영업 비율이 낮은 상관관계를 의미한다.

〈표 Ⅲ-2〉 OECD 주요국의 관련지표 상관관계

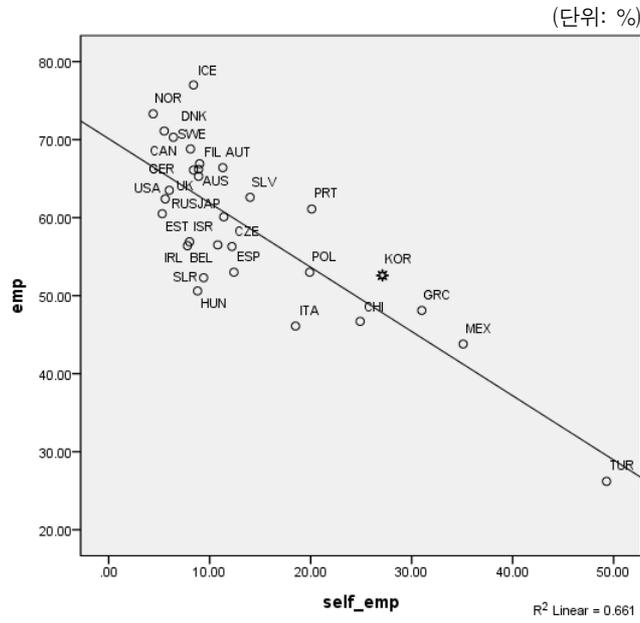
	여성자영업 비율	여성 고용율	여성 경활률	시간제 중 여성비율	1인당 GDP	IMD 순위
여성자영업 비율		-.813**	-.833**	-.424*	-.412	.444
여성 고용율	-.813**		.971**	.260	.659**	-.492*
여성 경활률	-.833**	.971**		.278	.536*	-.464
여성시간제 비율	-.424*	.260	.278		.361	-.135
1인당 GDP	-.412	.659**	.536*	.361		-.552
IMD 순위	.444	-.492*	-.464	-.135	-.552	

주: **p<0.001, *p<0.05 수준에서 유의함.

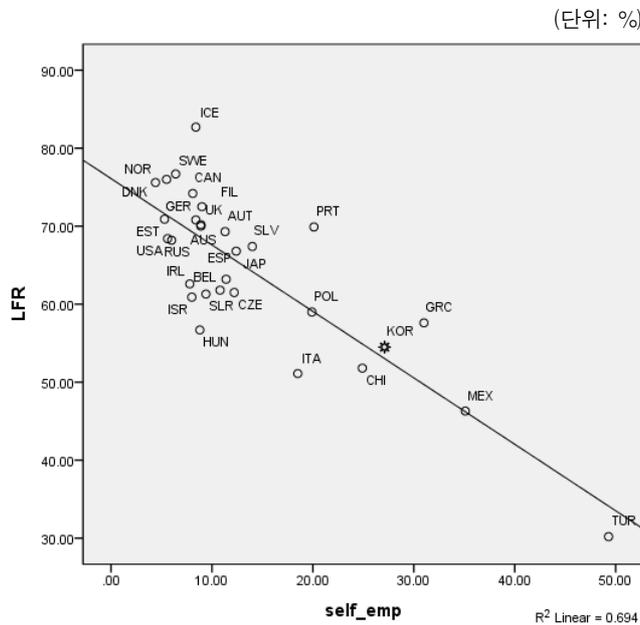
나. 여성자영업 비율과 관련지표의 국가별 특성

각각의 지표와 여성자영업 비율과의 관계를 좀 더 자세히 파악하기 위해 각 지표별로 그래프를 통해 살펴보았다. 먼저 여성 고용율과 경활률은 거의 비슷한 패턴을 나타내기 때문에 그래프 결과도 유사하게 나타났으며, 역의 상관관계가 높은 가운데 여성 경활률이 여성자영업 비율과 좀 더 상관관계 계수가 높아 R² Linear 값도 조금 더 높았다.

아이슬란드, 노르웨이, 스웨덴, 덴마크, 스위스 등과 같이 북유럽 및 서유럽 선진국의 경우 여성자영업 비율은 10% 이하이고, 여성 고용율은 70% 이상으로 높다. 특히 덴마크, 노르웨이, 스웨덴은 여성자영업 비율이 각각 5.5%, 4.4%, 6.4%로 매우 낮은 수준이고, 여성 경활률이 75% 이상으로 상위권이다. 반면 우리나라를 비롯한 터키, 멕시코, 그리스는 여성자영업 비율이 각각 27.1%, 49.3%, 35.1%, 31.0%로 상당히 높은 반면 여성 경활률은 터키는 30%로 OECD 국가 중 최하위이며 멕시코도 46.3%로 절반에도 미치지 못하며 그리스와 우리나라도 각각 57.6%, 54.5%로 낮다. 이런 관계는 그래프를 통해 더 잘 드러나는데, 역의 추세선을 따라 왼쪽 상단에 있는 국가들은 낮은 여성자영업 비율과 높은 여성 고용율 및 경활률이 집중되어 있고, 오른쪽 하단으로 갈수록 우리나라와 그리스, 멕시코, 터키가 위치하고 있음을 보여주고 있다.



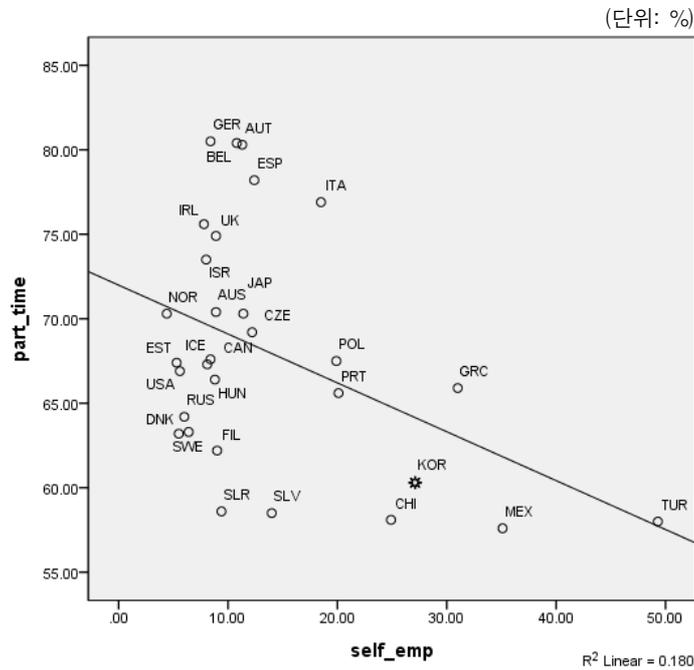
[그림 Ⅲ-1] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 여성 고용율



[그림 Ⅲ-2] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 여성경활률

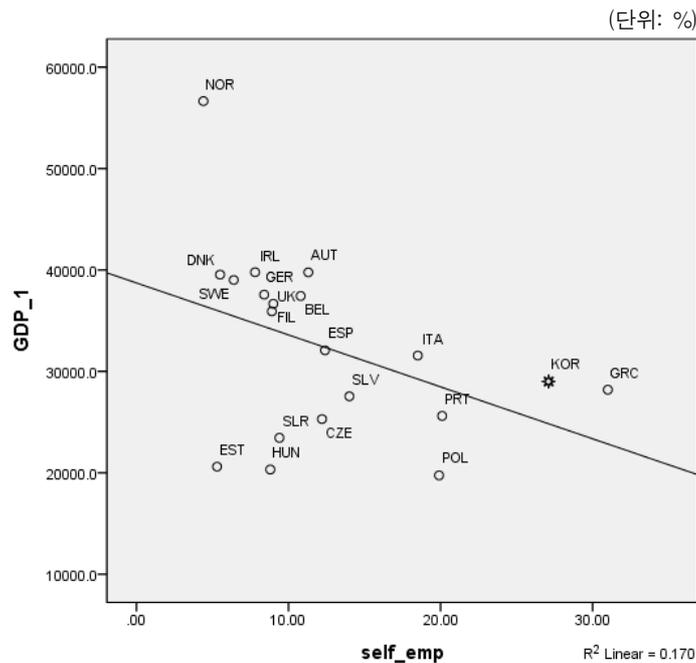
시간제 근로자 중 여성 비율과 여성자영업 비율과의 관계를 그래프를 통해 살펴보면 다음의 그림과 같다. 앞서의 여성 고용율 및 경활률만큼 상관관계가 높지는 않지만, 역시 역의 관계를 보여주고 있다. 그래프에서 왼쪽 상단에 위치한 국가들은 오스트리아, 벨기에, 독일 등으로 시간제 여성 비중이 80%가 넘는 매우 높은 수준이며 여성자영업 비중은 약 10% 수준으로 낮다. 한편 그래프의 왼쪽 하단에 위치한 덴마크, 스웨덴, 핀란드와 같은 북유럽 국가들은 시간제 중 여성 비중이 약 60% 수준으로 다른 국가들에 비해 낮으며 여성자영업 비중 또한 매우 낮다. 이런 국가들은 여성 고용이 좋은 국가들로, 시간제와 자영업 비중은 낮고 풀타임 정규직 근로자가 많다는 특징을 갖는다.

시간제 여성 비중과 여성자영업 비중이 모두 높은 국가는 없으며, 그래프의 오른쪽 하단에 위치한 상대적으로 시간제 여성 비중은 낮고 여성자영업 비중이 높은 국가로는 역시 우리나라와 터키, 그리스, 멕시코임을 알 수 있다.



[그림 Ⅲ-3] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 시간제 여성비율

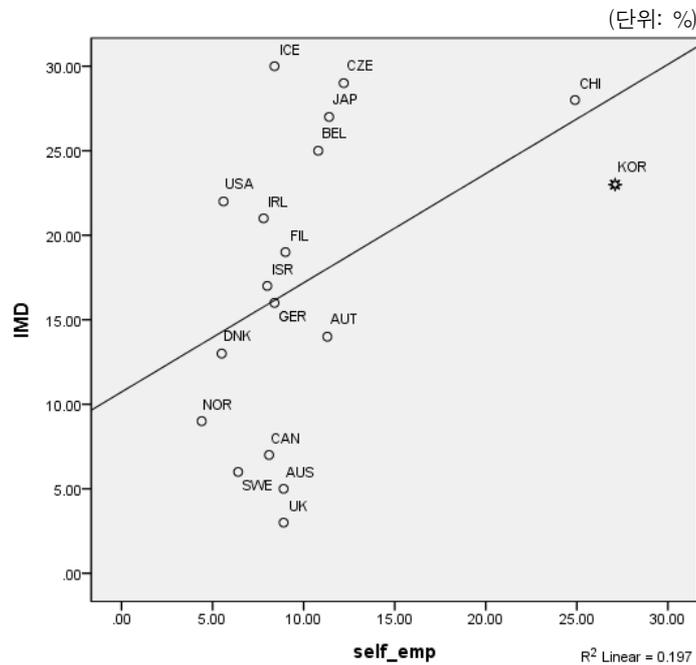
OECD 주요국의 1인당 GDP와 여성자영업 비율의 분포를 그래프로 살펴 보면 다음의 그림과 같은데, 1인당 GDP와 여성자영업 비율은 약한 역의 상관관계를 보여주고 있다. 북유럽 국가인 노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 핀란드 등이 1인당 GDP는 높고 여성자영업 비중이 낮은 왼쪽 상단에 위치하고 있다. 헝가리, 체코, 슬로바키아 등 동유럽 국가들은 1인당 GDP와 여성자영업 비중이 모두 낮은 왼쪽 하단에 위치하고 있다. 여성자영업 비중과 1인당 GDP가 모두 높은 국가는 없으며, 우리나라를 비롯한 그리스, 폴란드, 포르투갈이 여성자영업 비중은 높고 1인당 GDP가 상대적으로 낮은 국가로 그래프의 오른쪽 하단에 위치해 있다.



[그림 Ⅲ-4] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 1인당 GDP

국가경쟁력과 여성자영업 비율의 관계를 살펴보면, 그래프상으로는 (+)의 추세선이지만, 국가경쟁력을 순위를 나타내었기 때문에 순위가 높을수록 (숫자가 작을수록) 여성자영업 비율이 낮은 관계를 의미한다. 4사분면으로

나누어서 보면, 역시 덴마크, 스웨덴, 노르웨이와 같은 북유럽 국가와 캐나다, 영국, 호주 등 영미권 국가들이 국가경쟁력 순위는 높고 여성자영업 비율이 낮은 왼쪽 하단에 위치해 있다. 반면 아이슬란드, 일본, 체코, 미국과 같은 국가들은 국가경쟁력 순위는 상대적으로 낮고 여성자영업 비율도 낮은 국가들이다. 우리나라는 여성자영업 비율은 높고 국가경쟁력 순위는 낮은 대표적인 국가로 오른쪽 상단에 위치해 있음을 알 수 있다.



[그림 Ⅲ-5] OECD 주요국의 여성자영업 비율과 국가경쟁력 순위

전반적으로 살펴보면, 국제통계에서의 여성자영업 비율은 취업자 중 비임금근로자의 비율을 의미하기 때문에 여성취업과 관련된 다른 지표들과는 역의 관계를 가질 수밖에 없다. 즉 여성자영업 비율이 높을수록 여성 고용율과 여성 경활률은 낮아지게 된다. 또한 여성의 경우 시간제 근로자의 증가가 여성 취업의 증가로 이어지기 때문에 시간제 중 여성 비율과 여성자영업 비율도 역의 관계를 갖게 된다. 국가별로 비교할 수 있는 통계에서 실

질적인 의미의 여성기업의 비율은 제공되지 않고 있기 때문에 대체지표로 여성자영업 비율을 사용했지만, 여성기업 비율이 다른 고용지표와 어떤 관련이 있는지를 엄밀히 비교해보기 위해서는 추후에는 ‘여성이 대표인 기업’의 비율이 활용되어야 할 것이다.

국가의 경제수준 및 경쟁력과 여성자영업 비율은 상관관계가 낮게 나타났지만, 여성고용율이 높을수록 1인당 GDP도 높기 때문에 여성자영업 비율과 약한 역의 관계라고 볼 수 있다. 그리고 국가경쟁력 순위는 다양한 영역을 포괄하고 있고 순위로 제공되기 때문에 다른 지표들과 유의한 상관관계는 거의 없었지만, 역시 여성 고용율이 높을수록 국가경쟁력 순위가 높아지는 것으로 나타났다.

이러한 지표들과의 관계는 국가집단별로 유사한 패턴을 나타내었는데, 덴마크, 노르웨이, 스웨덴, 핀란드와 같은 북유럽 선진국들은 여성 고용율 및 경활률이 매우 높아 상대적으로 여성자영업 비율이 낮았다. 여성 고용율과 경활률이 높으면서도 시간제 여성 비율이 낮기 때문에 이들 국가는 여성 고용의 질이 높은 국가의 특징을 보여주고 있다.

반면 북유럽 국가들의 대척점이 있다고 할 수 있는 우리나라를 비롯하여 터키, 멕시코, 그리스는 최근 글로벌 경제위기의 타격이 큰 나라들로 여성자영업 비율이 매우 높고 상대적으로 여성 고용율 및 경활률은 낮다. 헝가리, 체코, 슬로바키아 등 동유럽 국가들은 1인당 GDP도 낮으면서 여성자영업 비율도 낮는데, 여성 고용율 및 경활률도 낮아 전반적으로 국가의 부의 수준과 여성 취업 상황이 다 좋지 않은 특징을 보였다. 그리고 국가의 경제수준을 나타내는 1인당 GDP가 높으면서 여성자영업 비율도 높은 국가는 없었으며, 우리나라와 그리스, 폴란드, 포르투갈이 상대적으로 1인당 GDP가 낮고 여성자영업 비율은 높은 국가였다.

우리나라는 최근 30여년 간 급격한 경제발전과 여성지위의 향상이 이루어졌지만, OECD 주요국들과 비교해 보면 여전히 여성 취업 상황은 상대적으로 열악하며, 이는 1인당 GDP 및 국가경쟁력 순위에도 반영되어 있다. 여성자영업 비율이 비임금근로자의 비율로 계산되는 한 부정적 경향은 변하지 않을 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서 다루고 있는 여성기업이

다른 고용지표 및 경제상황과 어떤 관계가 있는지를 파악하기 위해서는 추후 보다 정확한 범주의 통계자료가 제공되어야 할 것이다.

2. 주요 선진국의 여성기업 지원정책 및 정책 추진체계¹⁰⁾

본 절에서는 주요 선진국들의 여성기업 지원정책의 내용과 추진체계를 살펴봄으로써 한국의 여성기업 육성을 위한 정책적 방향을 모색해보고자 한다. 선진국들은 법제도의 구비 여부와 관계없이 여성기업을 새로운 경제주체, 고용창출의 기여자, 국가의 성장동력으로 인식하여 직·간접적으로 정책적 노력을 기울인다는 공통점을 갖고 있다. 미국은 선도적으로 여성 및 여성기업과 관련한 법·제도와 정책 등을 세계 최초로 구비하여 여성 및 소수자를 위한 매우 다양한 법체계와 함께 여성과 관련한 정책에서 약 80년 이상의 역사를 갖고 있는 국가이다. 영국과 일본의 여성기업 지원은 법률제정보다는 민간주도로 여성기업 지원이 활성화되고, 그 이후 중앙정부가 관여하는 체제로 이루어지는 특징을 갖고 있다. 유럽연합은 2009년 10월 ‘여성기업대사 네트워크 발대식’을 갖고, 여성의 새로운 아이디어와 창의성을 갖춘 여성기업의 역량강화를 통해 여성기업을 육성하고 있다(중소기업청, 2011).

이에 따라 대표적인 국가로 미국, 영국, 일본, 호주, 기타 유럽국가(독일, 프랑스, 스웨덴)의 사례를 살펴보았다. 본 절에서는 국가별로 여성기업 관련법, 관련조직 및 추진체계, 자금지원 프로그램, 교육훈련 프로그램 등을 중심으로 정리해 보고, 각국의 여성기업 지원관련 정책의 특징을 비교해볼 것이다.

10) 본 절의 내용은 이정섭. 2007. 「여성기업 현황 및 지원정책의 발전방안」. 중소기업연구원, 김용자. 2007. 「해외여성기업실태조사」. 한국여성경제인협회 및 각 국가의 홈페이지를 참조하여 재정리하였음.

가. 미국

1) 관련법

미국은 여성 및 여성기업과 관련한 법·제도와 정책에서 상당히 앞서 있다고 평가받고 있으며, 이에 기반하여 여성기업 관련 정책은 1960년대부터 이미 도입되었다. 이후 1977년 「공공사업고용법(Public Works Employment Act)」, 1988년 「여성기업소유법(Women's Business Ownership Act)」, 1991년 「여성기업개발법(Women's Business Development Act)」 등이 대표적인 여성기업지원 관련법이다.

「공공사업고용법」은 「중소기업법(Small Business Act)」 제8조에 규정되어 있으며, ‘미 연방정부는 소수 인종 및 여성이 경영하는 중소기업에 대해 각 행정기관들은 조달 계약에서 적어도 5%를 이런 기업들에 배정해야 한다’는 목표를 설정하고 있다.

「여성기업소유법」은 세계 최초의 여성기업법이라 할 수 있으며, 각 장마다 다음과 같은 내용을 담고 있다. 제2장에서는 여성이 소유·경영하는 소기업을 위해 시범계획을 시행하는 비영리 민간단체들의 지원신청이 있는 경우, 정부는 타당성을 평가하고 승인한 후 경영·자금·마케팅 등을 지원하고, 여성 기업가의 경영능력 향상을 위해 교육과 훈련 등을 기술적으로 지원하는 등의 내용을 담고 있다. 제4장에서는 ‘국가여성기업가위원회’ 설립과 관련한 내용들이 포함되어 있는데, 위원회의 활동을 매해 대통령과 의회에 보고하도록 되어 있다. 제5장에서는 여성기업 통계자료와 조달자료를 보고하도록 하는 내용을 포함하고 있다.

「여성기업개발법」은 「여성기업소유법」을 개정한 법안으로, 소액 대출프로그램, 시범 사업 연장, 시범 사업에 대한 정부 보조금 운영방식을 수정하였다. 즉 여성기업소유법의 성과에 힘입어, 시범 사업 및 소자본대출 프로그램을 연장하여 미국 내 여성기업의 활성화를 위한 직·간접적 지원내용을 담고 있다(이정섭, 2007: 18-24).

1994년 「연방정부구매합리화법(Federal Acquisition Streaming Act)」이 제정되어 복잡한 연방정부의 조달체제를 단순화시켰으며, 각 연방기구가 여성소기

업과 5%의 계약목표를 수립하고 전국여성기업위원회의 조직체계를 변경하였다. 2003년에는 「여성기업센터유지법(Women's Business Center Pre-servation Act)」을 제정, 여성기업센터를 영구히 사업화함으로써 센터의 신설과 기존센터의 예산지원을 연장할 수 있게 하였다(이정섭, 2007:18).

2) 관련조직 및 추진체계

미국 정부의 대표적인 여성기업 지원관련 조직은 중소기업청(Small Business Administration: SBA)의 여성기업국(Office of Women's Business Ownership: OWBD), 여성기업지원센터(Women's Business Center: WBC), 전국여성기업위원회(National Women's Business Council: NWBC)이다.

중소기업청(SBA) 여성기업국(OWBD)은 1979년에 설립되었고, 여성기업지원센터(WBC)를 통해 사회·경제적으로 불리한 입장에 있는 여성 기업가들에 대한 자문 및 교육·훈련서비스를 지원하여 여성기업의 경쟁력을 강화를 지원하고 있다. WBC는 「여성기업소유법」에 따라, 1998년 의회의 승인으로 설립되었으며, 현재는 미 중소기업청의 여성기업소유국의 관리 하에 있다. 미국 전역에 총 99개의 WBC가 여성 중소기업들을 지원하고 있으며, 연방정부와 주정부 및 지방정부의 보조금과 개인의 출자금으로 운영되고 있다. 주된 업무는 첫째, 훈련 및 기술 지원, 둘째, 신용 및 자금조달과 정부계약에 관한 자문, 셋째, 국제무역 기회증진을 위한 훈련 및 세미나 개최 등으로, 이러한 활동들을 통해 여성의 창업과 여성 기업인의 성장을 돕고 있다. 이와 같이 전국적으로 다양한 여성들을 위한 지원 업무를 수행하며, 특히 열악한 환경의 여성들을 활동으로 창업을 위한 기술이나 교육을 제공하고 있다. 또한 외국인을 위해 영어와 함께 여러 다양한 언어로 멘토링을 제공하며, 장애인 근로자와 농촌 소재 재택 경영자를 위한 온라인 훈련 프로그램도 운영하고 있다(이정섭, 2007:25-26).

전국여성기업위원회(NWBC)는 ‘여성기업소유법’에 의해 설립되었으며, 여성기업정책과 관련된 주요 이슈들을 검토한다. 주요 이슈는 첫째, 전국의 여성기업 현황 및 여성기업의 장애요인에 대한 조사, 둘째, 연방·주·지방정부의 여성기업 지원역할, 셋째, 여성기업 관련 자료수집 관련 사항, 넷째,

연방정부 조달업무를 포함하여 각 정부 부처의 여성기업 관련 정책 등이며, 이를 검토하고, 매년 보고서를 작성하여 대통령과 의회에 보고하는 역할을 수행한다(김용자, 2007:39).

그 외 여성기업 관련 민간단체 및 회원들은 신용 제공, 교육·훈련, 연구 등의 사업을 활발히 수행하고 여성기업 환경개선을 위해 노력하고 있다. 대표적으로 전국여성기업주협회(National Association of Women Business Owners: NAWBO), 여성기업 리서치 센터(Center for Women's Business Research), 여성기업센터 연합(Association of Women's Business Center: AWBC)이 있다. 전국여성기업주협회는 1975년 설립되었으며, 주요 업무는 여성 기업인 조직 및 네트워크, 정보 및 교육제공, 정책건의 등이다. 여성기업 리서치 센터는 NAWBO 부설 연구기관으로 여성기업과 관련한 다양한 보고서, 연구물, 통계자료를 생산하고 있다. 여성기업센터 연합은 1998년 설립된 비영리 국가기구로서 교육, 훈련, 기술지원, 멘토링, 개발 및 자금조달기회 제공 등의 활동을 통해 여성의 기업능력 개발을 지원하고 있다(김용자, 2007:40).

3) 자금지원 프로그램

미국은 각 지역별로 산재해 있는 민간의 여성기업지원센터가 제안하는 각각의 사업을 평가하여 타당성을 갖는 사업에 대해 여성기업지원센터를 통해 자금 등을 지원하고 있어, 여성기업 경쟁력 강화 및 활성화를 위한 정책적 노력을 기울이고 있다.

대표적인 자금지원 프로그램인 “여성전용 사전승인대출 프로그램(Women's Prequalification Loan Program)”은 1994년에 설립된 시범프로그램으로, 미국 중소기업청에서 여성 기업인에게 25만 달러 이하에 대하여 미리 보증을 해주는 것이다. 즉 중소기업청이 여성 기업인에게 25만 달러 이하의 용자보증을 함으로써, 용자 희망 여성 기업인은 은행에 대출을 신청하기 전에 용자적격의 자격을 부여 받는 제도이다. 운영방식은 주로 중개인을 통해 여성 기업인을 지원하는 것으로, 중개인이 대출에 필요한 제반 양식에 관한 조언 및 채권자를 찾는 데 도움을 주며, 대출양식이 모아지면 중소기업청

으로 제출하고, 3일 내에 중소기업청은 대출보증을 진술하는 Prequalification Letter를 발송하는 시스템이다. 대상자격은 평균매출액 500만 달러 이하, 종업원 수가 100인 미만인 여성에 의해 최소 51% 소유되는 기업 및 경영되는 기업이다. 대출을 위한 심사기준은 여성기업의 자산이 아니라 지원자의 경영능력, 신용 및 경험 등을 기반으로 하고 있다(김용자, 2007:37).

미국의 여성기업 지원은 자금 지원의 측면에서뿐만 아니라 판로 개척에 있어서도 차별적 특징을 갖고 있는데, 앞서 살펴보았듯이 연방정부구매합리화법(Federal Acquisition Streamlining Act)을 통해 각 연방기구가 여성소기업과 5%의 계약목표를 수립하도록 하고 있다(김용자, 2007:37). 이는 ‘정부조달 우대정책’이라 볼 수 있는데, 정부의 각 부처에 대해 전체 조달계획의 5%를 여성이 소유하는 중소기업에서 실시할 수 있도록 권고하며, 각 부처는 직원 1명을 여성소유기업과의 연락업무를 담당하는 조달촉진자(Advocate)로 임명, SBA와 연계하여 여성경영자와의 연락과 조언을 실시한다.

“8(a)조달지원 프로그램”¹¹⁾은 「사회적·경제적으로 불리한 입장에 있는 중소기업(Small Disadvantaged Business: SDB)」에 대한 특별조달지원시책으로, SDB는 사회적·경제적으로 불리한 입장에 있는 개인이 51% 이상의 지분을 소유하고 있으며, 입찰응모 이전에 최소한 2년간 조업활동을 하고 있는 기업을 대상으로 한다. 인종적으로는 소수민족에 속해 있어도 성별·종교·풍속 등을 이유로 차별을 받고 있다는 분명한 증거를 제시할 수 있다면 8(a) 프로그램에 참가할 수 있다. 일종의 조달지원시책인 8(a)프로그램은 중소기업청이 여러 연방정부의 각 부처로부터 제품이나 서비스의 조달계약을 일 단 수주하고, 그 후 프로그램에 참가하고 있는 기업에 하청의 형태로 발주한다. 기업이 프로그램에 참가할 수 있는 기간은 9년으로, 발전기(전반 4년간)과 이행기(후반 5년간)의 2가지 단계로 나누어지며 발전기에는 지금까지의 업적부진으로부터 탈출에 집중하고, 이행기에는 프로그램 종료 후 자립 기반구축에 중점을 두고 있다¹²⁾.

11) 8(a)프로그램의 명칭은 1953년에 제정된 중소기업법 제8조 (a)항에 기재된 것으로부터 유래

12) http://m.konetic.or.kr/tech/view5.asp?sub_page=&gotopage=1685&query=view&unique_num=2713&tbl=BIZ

4) 교육훈련 프로그램

“여성사업가훈련네트워크프로그램(WNET)”은 경험이 풍부하고 성공한 여성 기업인과 경험이 적고 성공을 기대하는 여성창업가를 연결시키는 1년 간에 걸친 프로그램으로, 기업훈련을 수행하여 새로운 사업가가 실패하지 않도록 원조하고 사업경영을 개선할 수 있도록 돕는다. 이 프로그램에는 커뮤니케이션 스킬, 성장관리, 네트워킹 방법 등이 포함된다(김영옥·임희정, 2006).

“여성사업가 능력개발 프로그램(Women's Demonstration Program)”은 여성 사업가를 대상으로 전국 대학이나 비영리단체 등의 협력기관에서 장기연수나 상담을 실시하고 있다¹³⁾.

나. 영국

1) 관련조직 및 추진체계

영국은 주로 민간이 먼저 자발적으로 필요에 의해 기관 및 협회를 조직하여 활동하고, 그 활동이 확산되었을 때 정부 차원의 지원이 이루어진다는 특징을 갖고 있다. 따라서 여성기업에 대한 지원 역시 주로 민간차원에서 이루어지고 있으며, 자금이나 교육 및 훈련지원 등이 활성화되면 중앙정부 차원에서 협조 또는 지원하는 체계이다. 중앙정부 차원에서의 지원은 잉글랜드 지역에 국한되고 있으며, 영국 중소기업청을 중심으로 이루어지고 있다. 영국 중소기업청 산하에 소수인종 및 여성기업부가 존재하고 있으며, 해당 부서가 여성기업과 관련된 지원업무를 실행하고 있다. 이 부서는 여성만을 위한 지원이 아니라, 여성을 포함한 사회적 약자를 대상으로 전체적인 창업지원과 관련된 업무를 다루고 있다(이정섭, 2007:30).

2007년에는 ‘영국여성기업위원회(Women's Enterprise Business Council-UK)’가 공식 출범하였으며, 여성창업 지원기관인 ‘프로웨스(National Association for the Promotion of Women's Enterprise: PROWESS)’는 여성 기업인을 돕기

13) http://m.konetic.or.kr/tech/view5.asp?sub_page=&gotopage=1685&query=view&unique_num=2713&tbl=BIZ

위한 전국조직으로서 여성친화적인 기업지원 인프라의 구축과 기업문화 형성 등을 통해 여성기업의 성장을 지원한다. 프로웨스는 정부 내 관련조직과 협력관계에 있으며, 주요 역할은 여성기업에 대한 인식제고, 기업 직원서비스 단체의 능력향상 지원, 기업지원, 국가적·지역적 차원의 로비 및 정책제안활동 등을 수행한다(김용자, 2007:42).

민간 차원에서의 여성기업 관련 조직을 살펴보면, ‘여성네트워크(Women into the Network: WIN)’는 Durnham 대학의 Durnham Business School에서 여성들이 기업을 창업하고 운영함에 있어서 장애 요인이 발생했을 때, 이를 극복시켜 주기 위한 목적으로 1999년에 설립되었다. 이 기관의 주요 서비스는 여성 기업가들이 절실하게 필요로 하는 네트워크 서비스를 지원하고 있다.

1987년 노위치에 설립된 ‘여성고용기업훈련단체(Women's Employment, Enterprise & Training Unit : WEETU)’는(<http://www.weetu.org/>)는 높은 수준의 기업지원 서비스를 제공하고 있다. 대표적인 지원 프로그램으로는 ‘풀서클 프로그램(Full Circle Program)’이 있다. 풀서클 프로그램은 기존 사업을 더욱 발전시키거나 창업을 원하는 Norfolk와 Suffolk에 거주하는 여성들을 위한 무료 프로그램이다. 해당 프로그램에는 사업 시작 전 훈련, 사업기술 훈련, 지속적인 지원과 대출 자금 지원 등이 포함되어 있다. 해당 프로그램은 회계 장부 기입 등의 기술적인 측면뿐만 아니라 가족생활은 물론 개인성장을 위한 사업계획 등 사업을 운영함에 필요한 전반적인 내용의 서비스를 제공하고 있다. 여성고용기업훈련단체가 지원하는 대출기금은 재정적으로 불이익을 받고 있는 여성들이 사업을 시작하고 발전하는 데 도움을 받을 수 있는 자금이다. 여성들은 담보나 신용평가 없이도 적정수준의 이자율을 토대로 기금을 빌릴 수 있다. 1998년에 시작된 영국의 이러한 프로그램은 수백 명의 여성들이 도움을 받고 있어, 국제적으로 인지도 높은 프로그램이 되고 있는 상황이다. 풀서클 프로그램의 절차는 다음과 같이 이루어진다. 첫째, 의뢰인들의 사업 아이디어를 정리하는 동안 예비 사업 코스를 따르며, 이에 따른 사업기술 코스를 통해 효과적으로 사업계획을 발전시킨다. 둘째, 자금 대출을 지원하기 위해서는 4~6개의 유사한 창업단계의 대출서클(Lending Circle)을 형성시킨다. 셋째, 해당 사업들은 공식적인 협약

을 통해 서로의 사업을 지원한다. 넷째, 서로의 사업계획을 평가하고 대출 지원을 협조한다. 다섯째, WEETU는 첫 6개월 간 각각의 서클(Circle)을 지원하고 그 후로부터는 매달 연락을 유지한다.

1996년부터 운영되고 있는 ‘글래스고우 여성기업프로그램(Glasgow Women’s Enterprise Programme: GWEN)’은 여성기업 고객에 대해 지역사업 지원기관의 광범위한 네트워크를 활성화하기 위한 기관이다.

‘웰파크 기업센터(Wellpark Enterprise Centre: WEC)’는 글래스고우(Glasgow)에서 1996년 6월에 설립되었으며, 30개의 탁아소와 22개의 워크스페이스를 포함하여 높은 수준의 서비스를 제공하고 있는 영국 내에서 유일하게 운영되고 있는 여성기업센터이다. 웰파크 기업센터의 목표는 영국 전역의 지역기업과 글래스고우에 있는 기타 사업기관(agency)과의 관계 형성에 있으며, 주로 스코틀랜드에서 여성기업을 위한 최고의 센터가 되는 것을 목적으로 하고 있다. 웰파크 기업센터에서 지원하는 서비스는 사업장 및 사무실 제공, 육아시설, 사업에 대한 조언 및 정보, 재정적 지원, 창업에 따른 교육, 여성 기업가를 위한 네트워크, 혁신 여성 마이크로 크레딧 그룹에 자본 조달 프로젝트, 이미 사업을 하고 있는 여성의 요구를 맞춰줄 수 있는 전문가 훈련 과정, 사업정보 및 자원센터의 설립, 국제적인 연계를 통한 프로젝트 개발 등이다.

2007년에는 1천여명의 여성 기업가들로 구성된 여성기업 태스크포스팀과 산업지역부가 협조하여 지원 네트워크를 구축하였다. 이 네트워크는 여성들의 창업과 일가정 양립을 지원하고, 교육을 통해 지역사회 내 여성개발을 목표로 하고 있다(이정섭, 2007:34-36).

2) 자금지원 프로그램

영국은 여성기업의 재정지원과 관련하여 ‘창업을 위한 여성지원(Women’s Action for Start-Up Enterprise: WASE)’ 프로그램을 갖추고 있다. 이는 1996년에 시작되었으며, 해당 지역 내에 실업상태에 있는 여성들을 대상으로 창업비용을 지원하며, 여기에는 보육지원비도 포함되어 있다. 또한 여성들의 창업을 유도하기 위해 실업기금의 일부를 창업지원금(Enterprise Allowance

Scheme: EAS)으로 제공하고 있다.

‘피닉스 개발기금(Phoenix Development Fund: PDF)’은 영국에서 사업운영상의 어려움이나 불이익에 직면해 있는 이들을 지원하기 위해 조성된 기금으로, 여성 기업가들의 요구를 반영하기 위해 보다 구체적인 서비스를 지원하고 있다. 영국 중기청(SBS)은 본 기금을 통한 여성기업 지원시의 독립성을 유지하기 위해 내부 직원을 배제시키고, 외부의 평가 패널들로 구성하여 지원의 신뢰성과 책임성을 강화시키고 있다. 또한, 지원 프로그램 관리에 있어 진행과정 보고, 외부 재무 평가위원들의 관리 및 감시 등이 포함되어 있다. 이는 시범사업에 대한 정보를 공유하는 데 있어서 특정지역에서의 지원 모델개발에 따른 성공과 실패를 공유함으로써, 보다 더 나은 프로그램을 제시하기 위함이다. 이와 같이 최적의 실행방법을 공유하고 실행하는 것은 여성기업이 경제활동을 하는 데 있어 중요한 역할을 하며, 나아가 서비스에 대한 수요증가를 유발시킨다고 볼 수 있다(이정섭, 2007:31).

3) 교육훈련 프로그램

‘여성기업개발원(Women's Enterprise Development Agency: WEDA)’은 1990년에 영국의 중서부 지역에 설립되어 여성창업을 위한 훈련 프로그램을 운영하고 있다. 여성기업개발원은 기업성장 단계에 따라 경영상의 문제를 지원하기 위한 창업 프로그램과 후속 프로그램을 분리하여 실시하고 있다. 교육 외에도 탁아 수당을 지급하고, 여행비를 보조하는 등 독특한 지원 방식을 선택하고 있다. 특히, 기존 남성 중심의 기업가 훈련 과정을 탈피하여 영국 여성 기업가들의 요구사항들을 반영한 훈련 프로그램을 운영하고 있다. 지원대상은 주로 흑인을 포함한 소수민족들로 저소득 가정의 여성이나 기타 사회·경제적으로 불우한 환경에 있는 여성(예 : 여성 장애인)들이 대다수이다. 이 조직은 최근까지 여성 기업가를 위한 여성친화적인 지원을 제공함으로써, 2000년에는 영국 정부의 통상 산업부(Department for Trade and Industry: DTI)로부터 정부 지원금을 받게 되었다(이정섭, 2007:33).

다. 일본

1) 관련법

영국과 마찬가지로 일본의 여성기업에 대한 지원 법률은 구비되어 있지 않으나, 여성기업을 지원하기 위한 정책적 노력은 1999년 산업회복법 보충결의안에 “정부는 여성기업지원 확대를 위해 노력해야 한다”는 조항을 공식 의회문서상 최초로 논의하였다(이정섭, 2007:42).

2) 관련조직 및 지원체계

일본은 중앙정부, 지방정부, 민간협회, 대학 및 입법 차원에서 다양하게 여성기업 관련 지원제도가 집행되고 있으며, 지방자치단체 수준에서도 여성기업에 대한 일부 지원프로그램을 시행하고 있다.

현재까지 일본 여성기업 지원 정책은 중앙정부보다 지방자치단체에서 더 활발하다. 중앙정부차원의 여성기업 관련정책은 주로 경제산업성(Ministry of Economy, Trade and Industry: METI)과 보건국이 집행하고 있으며, 경제산업성(METI), 노동성산하 여성국이 주로 담당하고 있다. 중앙정부에서의 여성기업 지원정책은 1999년 경제산업성(Ministry of Economy, Trade and Industry)과 2000년 보건국의 자금지원 및 교육프로그램이 실시되면서부터 자금지원 및 창업관련 세미나, 여성 기업인들을 위한 네트워크 결성에 중점을 둔 프로그램이 시행되고 있다(김용자, 2007:44).

각 지자체 및 여성센터를 비롯하여 민간협회, 대학기관 등에서 활발한 지원이 이루어지고 있다. 특히 지자체의 경우, 여성기업을 위한 금융지원제도를 갖고 있으며, 여성창업강좌, 여성창업 콘테스트 실시 등을 통해 여성창업지원 네트워크를 구축하고 이를 지원하고 있다. 지방자치단체의 지원체계는 주로 여성센터를 통해 이루어지는데, 창업지원 자금, 세미나 및 강연 개최, 인적 교류 마련에 중점을 두고 있다. 또한 각 현에서는 여성을 위한 창업교육, 강연회, 교류회 등이 운영되고 있다(이정섭, 2007:42).

3) 자금지원 프로그램

일본은 지방 공공단체를 중심으로 자금지원 프로그램을 실시하고 있으며, 특히 자금지원의 경우 주로 창업자금에 집중되어 있다. 일본에서 대부분의 자금지원은 여성기업만을 대상으로 하는 것이 아니라 중소기업 전체를 대상으로 하고 있지만, ‘여성 기업가 사전대출프로그램’은 여성기업만을 대상으로 하는 유일한 일본의 자금지원 프로그램이다. 지원대상은 사업개시 5년 이상이 된 사업장 기준이며 55세 이상의 여성기업주이다.

지방자치단체의 자금지원 프로그램의 또 다른 특징은 담보 대신 보증인을 요구하여 금융부담을 줄여주고 있다. 일본의 대표적인 자금지원제도는 지역상공회를 중심으로 한 마루케이 제도와 설비자금 지원제도가 있다는 점이다. 마루케이 제도의 대출절차는, 상공회 및 상공회의소의 심사를 거쳐 추천을 받아 국민생활금융공고에서 소규모사업자나 신규창업자에게 대출이 이루어지며, 이에 따라 경영지도원은 여성 기업가에 대한 지도 및 조사를 하고 그 내용을 상공회나 상공회의소에 보고하도록 되어 있다. 설비자금 지원제도는 여성 기업가에게 설비자금을 대출해 주며, 상환기간은 7년 이내에 무이자로 가능하다.

여성기업에 대한 판로개척 차원에서 중앙정보와 지자체에서 정부와의 계약 시 여성기업에 대한 우대책을 내놓고 있다. 특히 지자체 또는 민간기관에 속해 있는 다수의 여성센터에서도 여성 기업가와의 계약을 적극적으로 추진하고 있다. 구체적으로, 여성기업을 위한 특별지원 제도를 설립하기 위해 정부조달(중앙 및 지방 정부 포함)시 미국과 유사하게 여성기업에 5%를 계약하도록 하였으며, 동시에 각 대출 기관이 총 대출액 중 여성기업 대상 대출액으로 5%를 확보하도록 하였다.

또한 국제 전시회를 자주 개최하여 국제적으로 사업을 촉진시키기 위한 활로를 모색하고 있다. 이 전시회의 주관은 경제산업성(METI)이나 일본무역협회(JETRO) 등을 중심으로 진행 중이며, 해당 기관들을 통해 향후 전시계약과 관련하여 여성기업들의 판로 개척에 도움을 주고 있다(이정섭, 2007:43-44).

4) 교육훈련 프로그램

일본은 창업이나 기업의 성장을 위한 교육과 훈련프로그램이 비교적 잘 구축되어 있는데, 여성기업 대상 교육은 주로 ‘보건노동복지부의 일하는 여성을 위한 경력개발센터’에서 주관하며, 지자체를 중심으로 활성화되어 있다. 여성들이 보다 용이하게 창업할 수 있도록 창업위주의 교육 및 훈련 프로그램이 주를 이루고 있다. 주요 교육내용으로는 창업을 위한 세미나, 멘토링, 기업인 간의 네트워킹 구축 등이 포함된다(이정섭, 2007:48).

이외에 경제산업성(METI) 내 카노지역의 경우, 창업을 위한 교육과 더불어 여성 기업가들 간의 네트워킹을 지원하기 위해 2001년 이후 여성기업 간 네트워크 결성 및 경제발전에 있어 여성기업의 역할을 확대를 목적으로 하는 차세대 여성 기업가를 위한 토론회를 개최하고 있으며, 이를 통해 여성 기업가 들의 네트워킹 촉진에 기여하고 있다.

일본은 민간창업육성조직에서 활발하게 독자적인 커리큘럼으로 창업가를 육성시키고 있으며, 지방자치단체를 중심으로 한 대부분의 창업세미나는 여성창업 지원이나 여성창업자 교류 그룹 등 여성창업자에 필요한 자질, 창업실현을 위한 노하우를 공유하고 지역 내 선배 여성 기업가의 체험담과 사례를 소개하여 네트워크를 형성하는 데 초점을 두고 있다(이정섭, 2007:48).

1996년 설립된 후쿠시마 여성플라자(Fukushima Women Presidents' Plaza)에서는 여성 대상 창업세미나를 개최하여 젊은 여성 기업인들을 지원하고 있다. 또한 가족으로부터 사업을 인수받은 여성 기업인 및 여성기업회장을 지원하고 있다. 한편, 대학 차원에서도 창업 교육이 이루어지고 있는데, 예 들 들면 무사시노 대학, 동경여자대학, 오차노 미즈 여대 등 다수의 대학에서는 여성기업 관련 강의를 실시하고 있으며, 호세이 대학은 일본벤처사업 협회(Japan Association for Venture Business)를 설립하고 1999년 여성기업 클래스를 마련하고 있다(김용자, 2007:45).

라. 기타 국가

1) 독일

독일은 1950년 이전부터인 비교적 오래전부터 중소기업에 대한 지원정책을 시행해 왔지만, 특히 1990년대 후반부터 신규 비즈니스 및 일자리 창출을 목적으로 중소기업 창업에 대한 지원이 집중되었다. 여성기업에 대한 지원정책은 이러한 지원정책에 힘입어 1990년대 중반 이후부터 본격적으로 시작되었다. ‘21세기 지식사회의 혁신과 고용(Innovation and Employment in the Knowledge Society of the 21st Century)’에 대한 연방결의 프로그램은 여성기업 비율을 40%로 증가시키는 것을 목적으로 하고 있다. 연방차원에서 기본적인 지원패러다임은 보다 조직에 기반한 지원방안을 모색하는 것이라 할 수 있다. 게다가 이 프로그램은 단지 정부차원 뿐만 아니라, 상공회의소와 기업연합 등과 같은 조직과 함께 지원을 하는 통합된 성격의 지원프로그램이다(김용자, 2007:31-32).

독일의 대표적인 여성기업관련 지원기관으로는 여성창업청과 연방여성창업청이 있다. ‘여성창업청’은 여성의 창업환경을 조성함으로써 여성의 경제활동참여를 증대시키기 위해 교육, 연구, 정보제공, 정책건의 등의 기능수행한다. 2004년 설립되었고, 본사와 16개 지회로 구성되어 있으며, 여성가족부를 비롯한 정부부처로부터 예산지원을 받는다. 주된 사업으로는 여성의 가업승계 지원관련 행사, 연구, 정보제공, 여성기업에 대한 마이크로크레딧 지원, 창조산업 및 보건 분야 여성기업 진출에 역점을 두고 있다. 999명의 여성기업전문가 DB를 구축하였으며, 445개의 여성기업 자문기구, 323개의 여성기업센터를 선정하여 지원하고 있다. 또한 2008년 처음으로 ‘여성 가업승계의 날’을 지정하여 70회의 지역별 포럼 등 행사를 개최(여성가업승계에 대한 조언, 컨설팅 등 제공)하였다.

‘연방여성창업청(BGA)’은 연방 교육연구부, 가족부 및 경제기술부의 예산을 지원받아 운영되는 정부기관으로서, 여성창업기업에 대한 우호적인 분위기를 조성하고 여성의 경제적 잠재력을 증대시키기 위한 각종 활동을 전개하고 있다. 비전 및 목표는 첫째, 산업부문에서 여성의 잠재력을 일깨

우고 기회 활용을 도우며 여성의 창업을 장려, 둘째, 여성창업의 품질을 개선하여 사업 성공의 기회를 증대, 셋째, 모든 업종과 창업의 전체 단계에서 여성 기업인들을 위한 플랫폼 역할을 수행하는 것이다. 조직은 정보센터, 자문서비스, 사업승계, 프로젝트 부문으로 구성되어 있다. 프로젝트 부문은 연방교육연구부, 가족부, 경제기술부 및 유럽사회기금(ESF)으로부터의 자금 지원을 받고 있다. 주된 사업내용은 정보센터 운영(뉴스동향제공, 여성창업 가이드, 포럼운영, 각종 발간물 발행), 자문서비스(전문가 정보 데이터베이스 구축, 전문 자문기관들과 제휴), 사업승계(가족기업의 여성상속 등 여성의 기업승계 촉진 및 지원), 프로젝트 수행(유럽의 여성창업 지원에 관한 우수사례 등 연구)이다(중소기업청, 2009).

일반은행은 소규모 투자를 꺼리기 때문에 부처 내 경제부와 함께 소자본을 투자하여 창업하고자 하는 여성들을 지원하는 활동을 전개하고 있다. 이와 관련한 「Equality Credit」 프로젝트는 대형 은행과 협력하여 여성창업자를 위한 교육을 실시하고, 은행에서 대출받을 조건을 갖추는 데 필요한 상담을 해주고 있다. 최근에는 은행과의 협력 하에 소자본 대출도 해주고 있다.

독일은 여성창업센터를 설립하여 여성에게 필요한 탁아시설을 제공하고, 서로 유사하고 보완할 수 있는 직업에 종사하는 여성들을 함께 모아서 교육훈련도 제공하고 있다. 2007년부터 나노기술분야 여성의 창업을 지원하기 위한 시범사업을 실시하고 있으며, 아이템 개발, 우수팀 선정, 시장자에 대해 나노기업에서의 3개월간의 인턴쉽 기회를 제공한다(여성부, 2003).

2) 호주

호주의 여성관련 정책기구인 ‘정부여성사무소(The Australian Government Office for Women: OfW)’는 ‘가족·주택·지역서비스 및 원주민부(Department of Families, Housing, Community Services and Indigenous Affairs)’에 소속되어 있으며 여성문제에 대한 정책자문의 역할을 담당하고 있다. 또한 여성기업 현황 및 정책자료를 포함하여 각 부문별 현황에 대한 통계 및 정책자료, 민간 여성단체 자료를 제공하고 있다.

호주정부는 여성 중소기업 및 가정기반 사업 경영자가 늘어나는 추세를

감안하여, 이 분야의 사업 가치를 인정, 지원책을 실시하고 있다. 소기업의 경우 여성기업이 1/3을 차지하고 있으며, 이에 따라 호주 정부는 다양한 소기업 대상 지원정책을 실시하고 있다. 2002년에는 ‘소기업 지원 프로그램 (Small Business Assistance Program: SBAP)’을 마련하여, 소기업 경영인의 기술개발, 멘토링, 자문서비스 등에 4년간 6000만불을 지원하였다. 그 후 2차례에 걸쳐 프로그램을 연장하여 2009년 6월 30일까지 총 1억1500만불의 예산을 지원하였다.

2003년에는 ‘소기업 문화 프로그램(Small Business Enterprise Culture Program)’을 실시하여 소기업의 성장을 위한 경영자의 기술개발에 더욱 역점을 두고 있다. 특히 동 프로그램의 8회 중 5회는 여성 기업인의 기술개발 지원에 초점을 두고 실시되었다.

소기업을 위한 세금감면 제도로, 2005년 ‘기업인 세금 감면제도’가 도입되어 일정 수준의 소기업이 사업소득과 관련하여 최대 25%의 세금감면 혜택을 받게 되었다. 75,000불의 사업소득이 있는 기업이 감면대상이 되며, 소득이 50,000불 이하인 기업은 최대 25%의 세금감면 혜택을 받게 되었다. 또한 정부는 소기업의 회계기록과 신고요건을 단순화함으로써 보다 많은 소기업들이 세금감면의 혜택을 받을 수 있도록 하였다.

호주에서 가정기반 사업(family-based business)은 중소기업 부문 중에서도 중요한 부분을 차지하는데, 정부는 2005년 이후 4년간 2백만불을 지원하여 지역별로 약 70여회의 가정기반 사업관련 세미나 개최와 비즈니스 클럽의 설립을 지원함으로써 가정기반 사업들의 혁신과 성장에 필요한 기술과 지식의 획득을 돕고 네트워킹 기회를 제공하였다. 또한 5000만불의 ‘규제 감소 인센티브 펀드(Regulation Reduction Incentive Fund)’를 통해 가정기반 사업자를 대상으로 복잡한 규제와 허가요건을 단순화하도록 지방정부를 유도하고 있다(김용자, 2007:47-48).

3) 프랑스

1989년 1월 여성들의 경제활동을 장려하는 것을 목적으로, 소액 대출 및 지원 프로그램인 ‘FGIF(Fond de Garantie pour la Création, la Reprise ou le

Développement d'Entreprises à l'initiative des Femmes)'가 Secretariat of State for Women's Rights에 의해서 만들어졌다. 창업을 원하는 여성들이 'IDES(Institute for the Development of Social Economy 10-12 rue three Fontanot 92022 Nanterre)'를 통해서 정부에 의한 보증을 받고 은행에서 대출을 받도록 하는 제도이며, 이 대출 제도는 노동력, 프로젝트 창업을 위한 투자 및 기업의 발전을 위한 자금을 지원받을 수 있다. 한 기업 당 €22,000 지원이 가능하며, 2년에서 7년까지의 대출 기간이 있다¹⁴⁾.

4) 스웨덴¹⁵⁾

여성의 경제활동 수준이 매우 높은 국가 중 하나인 스웨덴은 여성 기업인 활동의 촉진도 정부의 우선과제 중의 하나이며 지난 10년 동안 많은 대책이 시도되었다. 그 한 사례가 '여성들을 위한 사업자문가 네트워크'인데, 여러 가지 경험에서 여성 대부분은 창업에 관한 정보나 훈련, 자문이 필요할 때 여성과 접촉하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 스웨덴 기업개발청(NUTEK)은 사업자문가들에게 훈련 프로그램과 경험의 교환, 전통적 방법 및 온라인으로 배포되는 정보를 공급한다.

마. 각국의 여성기업 관련정책의 특징

앞서 살펴본 주요 선진국들의 여성기업 관련정책을 비교해 보면, 여성기업 관련정책에 있어서 미국이 관련법 및 제도가 상당히 발달되어 있음을 알 수 있다. 미국은 1972년 여성 기업인 조사가 특별프로젝트로 처음 실시된 이래 1977년부터 경제 센서스에 포함됨으로써 여성기업들이 경제의 한 분야로 인정받고 지속적인 조사가 이루어져온 것에서도 알 수 있듯이, 상당히 이른 시기부터 여성기업을 지원해왔다.

미국은 주로 민간조직인 여성기업센터(WBC)의 지원을 통해 미국 내 여성기업을 지원하는 체계를 갖추고 있으며, 정부조달 부문에서 여성기업 및

14) FGIF 홈페이지 <http://www.gersemplei.com/fiches-info/fgif/fgif.htm>

15) 중소기업정책연구DB(http://db.kosbi.re.kr/sh_nation/sh_nation04_view.html?na=11)

소수인종 등에 5%를 할당하는 것을 법제화하고 있다. 반면 영국과 일본은 자연발생적으로 조직화된 기존의 여성기업 관련 민간조직 및 지방정부와 연계하여 네트워크 구축에 초점을 두고 있다. 즉 중앙정부 차원의 직접지원 보다는 민간조직 또는 지방자치단체를 중심으로 간접 지원의 형태를 띠고 있다. 그러나 영국과 일본도 최근에는 여성기업 관련 정책개발에서 주정부와 민간지원 단체 간의 네트워크 구축을 통해 지원프로그램에 대한 개발을 지속적으로 추진하고 있다. 또한 영국과 일본은 여성기업에 대한 지원에서는 자금지원과 같은 직접적인 지원보다는 교육 등의 간접적인 지원형태를 선호하여 창업중심의 자금지원이나 중소기업의 고용창출 효과를 목표로 한 지원 프로그램을 주요하게 실시하고 있다. 이들 국가들은 공통적으로 영세한 여성기업이 많기 때문에 직접적인 자금지원에서는 소액대출프로그램을 운영하고 있다(이정섭, 2007:14-15).

여성기업만을 대상으로 하는 법과 지원 프로그램이 상대적으로 더 발달해 있는 미국과 달리, 독일, 일본, 영국, 호주의 경우에는 여성기업 대부분이 중소기업이라는 점에서 여성기업 지원정책을 세분화시키기보다는 중소기업 지원정책에서 포괄하고 있다는 특징을 갖는다. 또한 미국과 일본을 제외한 유럽국가들은 여성기업만을 대상으로 하기보다는 사회적 약자나 소수자(장애인, 소수인종 등)의 범주에 여성을 포함하여 지원이 이루어지고 있다.

국가마다 여성기업 지원정책의 내용과 방식이 다른 것은 각 국가의 정치적 특성과 사회적 분위기, 지리적 특성, 여성의 경제사회적 지위 등 다양한 변인들이 작용한 결과겠지만, 여성을 대상으로 하는 정책이라는 점에서 다음과 같은 공통점을 찾아볼 수 있다. 첫째, 기본적으로 중앙정부와 지방자치단체, 민간단체 모두에 걸쳐 여성기업을 지원하는 추진체계 및 프로그램을 갖고 있으며, 지원기관 간 네트워킹이 잘 구축되어 있다. 둘째, 여성기업이 상대적으로 규모도 작고 영세한 경우가 많으므로, 여성기업에만 특화된 정책보다는 중소기업 및 영세한 기업을 대상으로 하는 정책을 설립·추진함으로써 여성기업에 더 혜택이 많이 가도록 하고 있다. 셋째, 여성창업이나 여성기업 경영에 있어서 모성보호 및 일·가정 양립을 지원함으로써 여성의 특성을 고려한 지원이 이루어지고 있다.

IV

한국의 여성기업 지원정책의 전개 및 성과

- 1. 우리나라 여성기업 지원정책의 전개 55
- 2. 여성기업의 경제성장 기여도 및
구조적 문제점 61
- 3. 여성기업 지원정책의 평가 및 개선방안 68

1. 우리나라 여성기업 지원정책의 전개

가. 우리나라 중소기업 지원 정책의 발전 과정

우리나라 중소기업 정책대상은 중기업, 소기업, 소상공인 그리고 최근에는 1인 창조기업까지 시대적 상황에 따라 그 범위가 변화하여 왔다. 즉, 중소기업정책은 중소기업 제도의 기본 틀(framework)을 마련(60년대)한 후, 대기업 계열화(70~80년대)를 거쳐 90년대부터 중소기업정책 추진에도 선택과 집중이라는 경쟁원리를 도입하기 시작하였다.

〈표 Ⅳ-1〉 중소기업 지원체계의 변화

~ '95년	'96년 ~ 현재('07년)	'98년	'08 ~
국 단위 지원체계	청 단위 지원체계	장관급 위원회 설치	대통령실 경제수석
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: 0 auto;"> 산업자원부 (중소기업국) </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: 0 auto;"> 산업자원부 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: 10px auto;"> 중소기업청 </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;"> 산자부 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;"> 중기특위 </div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: 10px auto;"> 중소기업청 </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: 0 auto;"> 대 통 령 실 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: 10px auto;"> 중소기업비서관 </div>

우리나라 중소기업정책은 시대적 변화에 따라 보호·육성 → 근대화 → 지식집약화 → 창조적 지식화 → 융합화로 변화·발전하면서 시작되었다. 그러나 무엇보다도 본격적인 중소기업정책은 경제개발에 박차를 가하기 시작하던 1960년대에 태동하게 된다. 이 시기에 중소기업기본법 등 중소기업정책을 위한 틀을 마련하였으나, 식량자급 및 경공업위주의 수출주도형 경제 하에서 중소기업정책이 크게 중요하지 않았으나 산업구조를 근대화시키는 과정에서 중소기업지원 및 육성의 틀을 잡았다는데 그 의의가 있다 할 수 있다.

다음은 1970년대에는 중화학공업 육성과 더불어 우리나라 산업구조고도화를 위한 산업정책이 위주가 되면서 대·중소기업 간에 격차가 심화되어 균형성장의 개념이 대두되었다. 다만, 이 시기에는 중소기업의 업종별 근대화계획을 수립, 기업규모의 적정화와 시설근대화 유도를 최우선 시책으로 추진하였다. 중소기업정책의 주요 지원방법은 재정자금을 비롯하여 차관자금의 대부분을 수출전환업체, 수출 잡화업체, 계열화 조성업체, 기업합병업체 등 정책목표 대상 업체를 선정하여 시설확충과 노후시설 교체자금으로 우선 지원하였다.

한편, 3저 호황을 겪던 80년대에 중소기업정책은 경제 전반에 누적된 각종 사회적 불안 요소들을 제거하고 물가안정기반을 구축하고, 능률과 평형에 더하여 복지증진이 처음으로 명시적인 계획목표를 제시하고 있다. 특히 이 시기에 자동차, 전자, 철강, 조선 등의 산업이 외형적 성장을 거듭함으로써 하부구조의 육성을 위한 하도급 계열화에 중점이 두기 시작하였다. 이러한 중소기업정책 역시 당시의 사회 및 경제 상황을 적절히 반영한 중소기업정책이었다고 할 수 있다. 정부는 중소기업의 생산성 향상과 기술개발을 통한 구조고도화가 급선무라고 보고 기술개발과 관련한 시책을 중점적으로 추진하였다. 특히, 중소기업의 사업전환 및 자동화와 정보화를 통한 생산성 향상 등을 적극 지원하였다. 그러나 우리나라는 IMF외환위기를 경험하면서 중소기업의 구조고도화를 통한 경쟁력강화에 정책초점을 두기 시작하였다. 따라서 정부는 경쟁력 있는 중소기업의 연쇄도산 방지로 안정적 경영여건을 조성하기 위해 다양한 금융지원책과 입지, 판로 등 단기 지원대책의 강화와 함께 구조조정 원활화와 구조개선 사업의 지속적 추진을 통하여 구조고도화를 꾀하는 정책을 전개하는 한편, 벤처창업 및 벤처기업 활성화를 통한 중소기업의 새로운 도약의 계기를 마련하고자 정책을 추진하였다. 또한 규모간, 계층간의 격차 완화책으로 자영업을 중심으로 한 소기업 및 지방중소기업, 그리고 이 시기에 여성 기업인을 대상으로 한 시책이 새롭게 추진하게 되었다.

나. 우리나라 여성기업 지원 정책의 발전 과정

우리나라 중소기업정책이 변천해 오는 과정 속에서 사회적 약자로만 여겨지던 여성이 산업의 중심으로 강조되기 시작한 것은 외환위기 이후 '99년 12월에 「여성기업지원에 관한 법률」이 제정¹⁶⁾되면서 부터라고 할 수 있다. 1998년에 대통령 직속의 '여성특별위원회'가 발족(정부조직법, 제18조 및 대통령령 제156993호)하게 되었다. 시기별로 보면, 우선, 90년대에는 경제의 개방화가 높아지고, 중소기업보호의 효과성이 덜하게 되자 자율과 경쟁을 중소기업정책의 중요한 기조로 하였다. 당시 정책의 효율성 제고를 위해 노력들이 경주되었으나, 1997년의 외환위기 극복과정에서 사회경제적으로 중소기업정책에 대한 수요가 급증하기 시작하였다. 이 시기의 가장 큰 특징은 그동안 부품소재공급자로서 전통 제조업 부문의 중소기업 주 정책대상이었다면, 소상공인, 벤처기업, 여성기업 등을 대상으로 세분화된 법률체계와 정책을 추진하기 시작하였다는 것이다. 여성기업에 대한 사회적·경제적 지원을 위한 법률체계가 마련되고 차별화된 지원체계를 마련하기 시작하였다. '99년 2월에 여성기업지원에 관한 법률이 공포되고, 7월에 한국여성경제인협회가 법정단체로 전환되었다. 또한, 법률 제정 이후 여성기업 지원을 위해 추진된 주요사업으로는 창업촉진지원(창업보육, 창업강좌, 저소득 여성가장 생계형창업 지원, 창업경진대회 등), 경쟁력 향상지원(해외경영연수단 파견, 여성기업 전문정보시스템 구축, 경영 및 정보화 연수, 여성경제인 1인 1후견인제, 경영컨설팅 지원 등), 판로개척지원(여성기업 우수상품박람회, 해외시장개척단 파견, 여성디자이너 패션쇼, 귀금속 전시회 등), 정책수립을 위한 기반조성(여성기업 실태조사, 여성기업디렉토리 발간 등) 등의 사업들을 지원하기 시작하였다. 이런 다양한 초기 여성중소기업 육성 기반

16) '여성기업지원에 관한 법률'은 미국과 같이 중소기업법 내 여성기업지원에 관한 별도의 조항이 아닌, 독립된 법으로 1999년에 제정되었음. 총 21조로 구성되어 있으며, 자금, 인력, 정보, 기술, 판로 등의 분야에서 종합적인 지원과 사업활동 기회가 균등하게 보장될 수 있도록 여성기업활동 촉진에 관한 기본계획을 수립하고 시행하도록 하고 있으며, 이는 중소기업청장이 대통령령으로 정하는 바에 따라 여성기업의 활동을 촉진하기 위한 기본계획을 매년 수립하고 이를 추진하도록 국가와 지자체의 역할을 법률에 명시하고 있다.

을 조성하기 위한 사업이 한국여성경제인협회를 중심으로 추진되어 왔으며, 여성경제인들이 국가경제 발전의 한 축으로 성장할 수 있도록 역할을 수행하기 시작하였다.

둘째, 90년대 후반에 접어들면서 외환위기와 함께 출범한 국민의 정부는 대기업 중심의 양적 성장 정책에 대한 반성에 기초하여 경제정책을 추진하였다. 즉 시장에서의 경쟁을 촉진하고, 외환위기로 인한 고용문제 해결과 고부가가치 산업중심의 경제구조로 전환하기 시작하였다. 그리고 2000년대 들어서는 경쟁력 강화를 위한 요소 기능을 지원하는 기능별 지원체계가 구축되면서 중소기업의 취약부문을 대상으로 한 정책들이 등장하게 되었다. 이 시기에 중소기업 육성정책은 OECD의 기업가정신에 입각하여 그 중요성을 같이 하고, 중소기업 창업활동에서 여성 기업가의 비중이 증가하기 시작하였다. 특히, 중소기업 창업에서 남성의 참여가 한계성장에 달한데 반해, 기업가정신을 가진 여성창업기업이 새로운 성장동력으로 활동할 수 있는 계기를 마련하였다. 여성기업의 성장은 고용과 국가 경제성장에 있어 중요한 원동력이 되었으며, 고학력 여성의 잠재적 노동력과 창의성을 끌어내어 국가 경쟁력을 향상시키는 것이 주된 관심사로 대두하기 시작한 것이다.

셋째, 미국 발 금융위기 이후에 경기침체로 여성의 고용상황이 크게 악화되는 가운데, '09년에 정부는 “여성을 위한 맞춤형 일자리 만들기”를 정책 과제로 선정하여 추진하기 시작하였다. 이를 위해 구체적으로 창업지원·창업업종 유도를 통해 일자리 창출은 물론이고, 초기 여성기업의 경영안정화 및 업종별 여성 진입장벽을 완화한 것이다. 구체적으로, 여성창업촉진 및 창업성공률 제고를 위해 창업보육모델 발굴, 고부가가치 창업유도, 인프라 지속 확충, 생계형 창업지원 등을 지속적으로 해오고 있다. 또한, 여성 CEO 경영능력 향상을 위해 경영혁신연수 및 업종간 네트워크를 통한 경영노하우 전수, 여성기업 글로벌 네트워크 구축 등을 추진하기 시작하였으며, 이 밖에도 여성기업 제품 판로확대 지원을 위해 여성기업제품 전용관 운영, 수출기업화 지원 등을 해오고 있다. 그러나 이러한 정부의 여성중소기업 지원 정책과 사업들에도 불구하고 우선, 여성 창업정보, 유망진출 업종, 해외시장 정보 등 여성창업 및 여성기업을 위한 통합정보망이 이미 구축되어 있

으며, 육성체계가 일반기업에 비해 상대적으로 미흡하다고 지적되고 있다. 다음으로, 여성 유망 창업자 발굴 및 지원 프로그램이 미흡하고, 특히, 기술성·사업성이 있는 유망한 예비창업자 및 창업 초기기업에게 필요한 여성창업보육센터가 부족하고 프로그램이 미흡하다는 지적이다. 마지막으로, 여성기업 제품에 대한 홍보 및 지원제도 활용이 미흡하고, 특히 '09년 12월에 도입한 여성기업 제품에 대한 공공구매제도를 도입하였으나 홍보부족으로 실적이 저조한 것으로 나타나고 있다.¹⁷⁾

다. 우리나라 여성기업 지원정책의 추진체계

중소기업정책의 법률적·제도적 변화 속에서 고령화 및 저출산 시대에 여성친화적인 디자인, 문화컨텐츠 등 지식기반 산업과 더불어 최근에는 SNS를 활용한 디지털산업분야에서 새로운 성장동력으로 자리잡아 가기 시작하였다.¹⁸⁾ 실제, 국내 여성기업이 고용, 부가가치, 기술개발 등의 측면에서 국민경제에서 차지하는 비중이 확대되면서 여성기업의 육성을 위한 정책적·제도적 지원제도가 1990년대 후반에 들어와 체계를 갖추기 시작하였다.

그러나 여성기업 지원을 위한 다양한 시책이 추진되고 성과가 나타나고 있으나 창업지원 인프라가 부족한 실정이다. 다만 여성기업의 규모, 성장가능성, 현재의 경영환경의 열악성 등에 비추어 볼 때 활발한 여성청년 창업가들의 발굴과 기존 경력단절 여성¹⁹⁾들의 창업 활성화가 필요한 상황이다. 또한 이들 여성기업들 중에서 글로벌 경쟁력을 가진 창조형 여성 강소기업 육성의 육성이 무엇보다도 필요한 시점이다.

이러한 정책적 필요성에 따라 기존의 여성기업 지원정책의 추진체계는 중소기업청을 중심으로 하여 한국여성경제인협회가 중심이 되어 운영되어

17) 중소기업청, “12년 여성기업활동촉진 기본계획”. 2012.3.

18) 국내 남성의 경제활동참가율은 최근 5년간 평균 73.5%이나 여성의 경제활동참가율은 50% 수준에 머물고 있다. 다만, 국내 여성기업은 전체사업체 수 대비 37.1%로 '07년 이후 지속적으로 증가하고 있으나, 주로 규모가 매우 열악하고, 숙박업 등 일부 업종에 편중되어 있다.

19) 2011년 여성기업 실태조사에 따르면, 여성창업자의 창업 전 직업은 가정주부 39.6%, 개인사업 24.5%, 기술/생산직 18.1%, 사무직 14.8% 등으로 나타나고 있다.

왔다. 그리고 여성기업 지원에 관한 법률도 제정되어 있고, 지원조직, 프로그램이 있음에도 불구하고 미국이나 호주에 비하여 여성창업이나 글로벌 경쟁력을 가진 강소기업 비율이 낮은 실정이다. 그 근본적인 이유로는 미국은 정책이 간결하고 분명한 반면에, 한국은 형식을 갖추고 있으나 내용이 복잡하여 여성창업자 및 여성기업이 지원받는데 어려움이 있다.²⁰⁾ 따라서 사회적 약자에 대한 배려의 경제정책에서 탈피하여 글로벌 경쟁력을 갖춘 여성 강소기업이 지속적으로 창업-성장을 이루는 여성 강소기업 생태계를 조성할 수 있는 지원체계 구축이 절실히 요구된다. 이를 위해서는 최근 일반 중소기업이 다양한 형태의 융복합이 이루어지면서 이를 통해 융합화 및 신분야 진출을 촉진하고 있는 것을 고려할 때, 이를 이끌고 갈 지원기관의 역할 강화 및 재설정이 요구된다. 이에 중소기업청의 역할 확대도 필요하지만, 궁극적으로 한국여성경제인협회가 추진하는 사업에 대한 재검토를 통해 역할 강화를 모색해야 할 것이다. 이를 통해 급속도로 변화하고 있는 글로벌 경제 환경에 여성중소기업이 선제적으로 대응할 수 있는 경쟁력 강화 및 강소기업으로의 체질 개선을 위한 역할 강화가 요구된다.

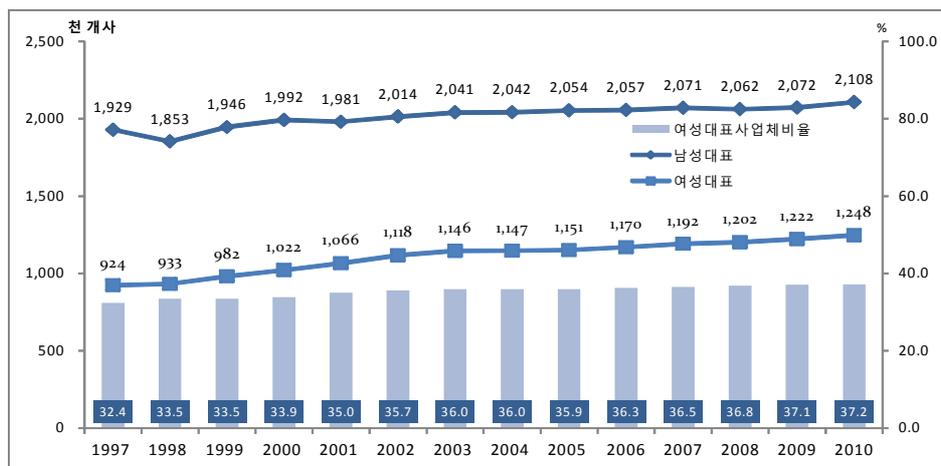
좀 더 구체적으로, 여성중소기업의 지원체계에 있어서 기존의 체계를 강화하여 창조형 여성인력의 발굴과 육성, 창업, 성장으로 이어지는 여성중소기업 생태계를 조성해 나가야 할 것이다. 기존 여성중소기업의 지원체계는 크게 중소기업청-한국여성경제인협회(14개 지회)-(재)여성기업종합지원센터로 이루어져 있는데, 향후 기능 및 조직재설계시 고려해야 할 사항은 수요자 중심의 효율적 서비스 전달체계이다. 더불어 글로벌 강소기업 경쟁력을 확보하기 위한 창조적 여성창업자 및 여성기업 육성에 초점을 맞춰야 한다.

20) 한국여성경제인협회, 『해외여성기업실태조사』, 2007.

2. 여성기업의 경제성장 기여도 및 구조적 문제점

가. 여성기업과 여성 고용창출

여성이 대표자인 기업의 수는 조사가 시작된 1997년 924천개에서 꾸준히 상승하여 2010년 1,248천개로 13년 동안 37.2%로 늘어났다. 같은 기간 남성 대표자 기업수는 1997년 1,929천개에서 2010년 2,108천 개사로 9.3% 늘어나는 데 그쳤다. 여성대표 기업이 전체 기업에서 차지하는 비율도 동일 기간 꾸준히 상승하여 2010년 37.2%에 이르고 있다. 여성대표 기업의 상승폭이 남성 대표 기업보다 큰 것은 고무적이나 한국의 기업이 종업원 5인 이하 비중이 높고 그 중에서 여성대표 기업의 5인 이하 자영업 비중이 많은 데서 여성대표 기업 수 증가의 양적, 질적 특성을 동시에 파악할 필요가 있다.

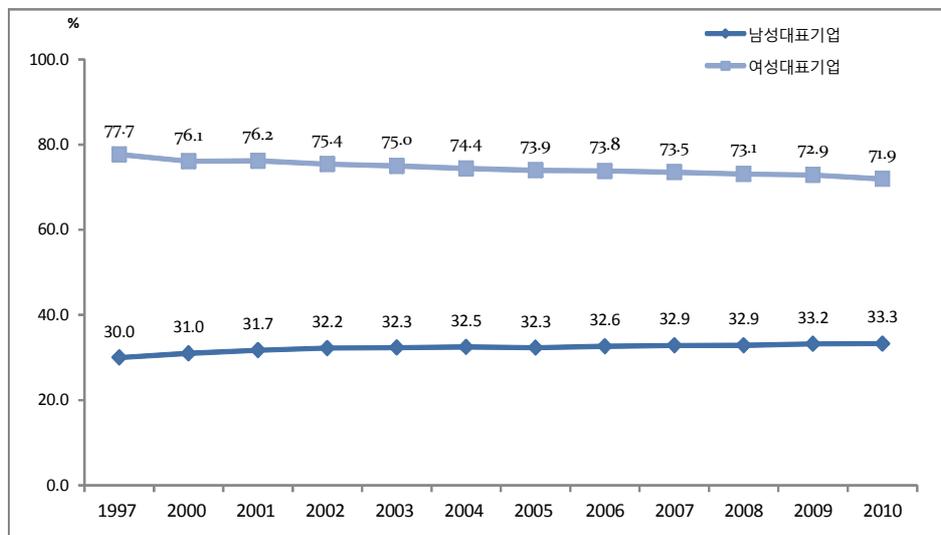


주: 통계청 「전국사업체조사」에서 대표자 성별에 따른 사업체수 발표는 1997년 처음 시작함.
 자료: 통계청, 「전국사업체조사」(각 년도)

[그림 Ⅳ-1] 연도별 대표자 성별 사업체 추이

일반적으로 여성대표 기업이 여성 고용 비율도 높은 편이다. 1997년부터 2010년까지 시계열로 보았을 때 여성기업의 여성종사자 비율이 줄곧 70% 이상을 유지하고 있는데 이는 동 기간에 남성대표 기업의 여성종사자 비율

이 30%대에 머무른 것에 40%p 가까이 격차를 보이고 있다. 여기서 특이할 만한 사실은 여성대표 기업의 여성종사자 비율은 1997년 77.7%에서 2010년 71.9%로 소폭 하락 추세를 이어오고 있는 반면, 남성대표 기업의 여성종사자 비율은 1997년 30.0%에서 2010년 33.3%로 소폭 증가 추세를 유지하고 있다는 점이다.



자료: 통계청, 「전국사업체조사」(각 년도)

[그림 IV-2] 사업체 대표자 성별 여성종사자 비율

나. 여성기업의 구조적 한계

여성대표 기업의 산업별 분포는 ‘도매 및 소매업’과 ‘숙박 및 음식점업’을 합한 비율이 50% 이상을 차지하고 있고 두 산업의 편중이 심하다. ‘도매 및 소매업’과 ‘숙박 및 음식점업’ 비율은 2007년 28.8%, 34.4%이고, 2010년에는 28.2%, 33.1%이다. ‘제조업’의 비율은 2007년 5.0%에서 2008년 ~ 2010년에는 4.7%~4.8%로 다소 하락하였다.

〈표 IV-2〉 여성 대표 사업체 산업별 분포

(단위: 개사, %)

	2007		2008		2009		2010	
농업, 임업 및 어업	105	0.0	107	0.0	158	0.0	185	0.0
광업	122	0.0	122	0.0	147	0.0	157	0.0
제조업	57,357	5.0	56,382	4.7	58,032	4.8	60,089	4.8
건설업	9,593	0.8	10,541	0.9	11,283	0.9	12,500	1.0
도매 및 소매업	333,028	28.8	339,964	28.3	342,943	28.1	351,599	28.2
숙박 및 음식점업	397,218	34.4	413,289	34.4	413,002	33.8	413,065	33.1
운수업	13,219	1.1	14,238	1.2	15,284	1.3	13,889	1.1
금융 및 보험업	3,719	0.3	3,999	0.3	4,317	0.4	4,478	0.4
부동산업 및 임대업	33,245	2.9	36,844	3.1	38,311	3.1	39,407	3.2
교육 서비스업	84,859	7.3	85,721	7.1	87,494	7.2	88,890	7.1
보건업 및 사회복지 서비스업	27,941	2.4	36,908	3.1	39,676	3.2	44,745	3.6
공공행정, 국방 및 사회보장 행정	376	0.0	382	0.0	404	0.0	478	0.0
나머지산업	193,765	16.8	203,914	17.0	210,602	17.2	218,375	17.5
전 산업	1,154,547	100.0	1,202,411	100.0	1,221,653	100.0	1,247,857	100.0

주: 나머지 산업 : 전기, 가스, 증기 및 수도사업/ 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업/ 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업/전문, 과학 및 기술 서비스업 /사업시설 관리 및 사업지원 서비스업 / 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업/협회및단체,수리 및 기타 개인 서비스업

자료: 통계청, 「전국사업체조사 원자료」(각 년도)

남성대표 기업의 산업별 분포는 ‘도매 및 소매업’과 ‘운수업’의 비중이 높지만 여성기업 처럼 비율이 높은 상위 2개 산업을 합한 비율이 50% 이상을 차지하고 있지는 않아 전반적으로 여성대표 기업에 비해 특정 산업에 분포 편중이 크지 않다. ‘도매 및 소매업’과 ‘운수업’ 비율은 2007년 각각 25.4%, 16.0%이고, 2010년에는 24.9%, 15.8%로 변동이 거의 없다. 한편 ‘제조업’의 비율은 2007년 13.5%에서 2010년 12.7%로 다소 떨어졌으나, 여성대표 기업의 ‘제조업’ 비율보다는 여전히 2배 이상 높다.

〈표 IV-3〉 남성 대표 사업체 산업별 분포

(단위: 개사, %)

	2007		2008		2009		2010	
농업, 임업 및 어업	2,159	0.1	2,005	0.1	2,144	0.1	2,169	0.1
광업	1,664	0.1	1,635	0.1	1,693	0.1	1,613	0.1
제조업	273,793	13.5	263,671	12.8	262,342	12.7	266,724	12.7
건설업	82,938	4.1	84,147	4.1	83,433	4.0	84,333	4.0
도매 및 소매업	517,167	25.4	519,830	25.2	518,793	25.0	525,055	24.9
숙박 및 음식점업	198,634	9.8	210,626	10.2	215,076	10.4	221,435	10.5
운수업	324,728	16.0	326,284	15.8	328,787	15.9	333,290	15.8
금융 및 보험업	33,008	1.6	33,494	1.6	34,024	1.6	34,875	1.7
부동산업 및 임대업	85,825	4.2	88,234	4.3	87,493	4.2	86,674	4.1
교육 서비스업	72,235	3.6	74,219	3.6	74,960	3.6	77,074	3.7
보건업 및 사회복지 서비스업	53,072	2.6	57,119	2.8	59,300	2.9	62,267	3.0
공공행정, 국방 및 사회보장 행정	11,893	0.6	11,651	0.6	11,364	0.5	11,451	0.5
나머지산업	377,518	18.6	369,456	18.9	392,496	18.9	400,653	19.0
전 산업	2,034,634	100.0	2,062,371	100.0	2,071,905	100.0	2,107,613	100.0

주: 나머지 산업 : 전기, 가스, 증기 및 수도사업/ 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업/ 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업/전문, 과학 및 기술 서비스업 /사업시설 관리 및 사업지원 서비스업 / 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업/협회및단체,수리 및 기타 개인 서비스업

자료: 통계청, 「전국사업체조사 원자료」(각 년도)

종사자 규모별 남녀 대표 사업체 분포를 남성은 1~4인 비중이 70%대를 유지하다 2010년에는 79.3%로 80%에 육박하고 있다. 여성도 1~4인 비중이 가장 높지만 그 비율은 남성대표 기업 보다 높아 2010년 90.9%로 줄곧 90% 초반대를 유지하고 있다. 여성대표 기업에서 1~4인이 차지하는 비율과 남성대표 기업에서 1~4인이 차지하는 비율의 격차 역시 10%p 여성대표 기업이 높은 것이 유지되고 있다.

〈표 Ⅳ-4〉 종사자 규모별 사업체 분포

(단위: 개사, %, 명)

연도	대표자 성별	규모						300인 이상	전체	평균 종사자 수
		1-4	5-9	10-49	50-99	100-299				
'05	남성	905,694	74,746	52,035	973,489	47,423	482	2,053,869	6.0	
		44.1	3.6	2.5	47.4	2.3	0.02	100.0		
	여성	1,096,424	39,570	13,126	1,621	174	25	1,150,940	2.5	
		95.3	3.4	1.1	0.1	0.0	0.00	100.0		
	전체	2,002,118	114,316	65,161	975,110	47,597	507	3,204,809	4.7	
		62.5	3.6	2.0	30.4	1.5	0.02	100.0		
'06	남성	1,627,607	225,839	171,264	20,107	9,328	2,382	2,056,527	6.0	
		79.1	11.0	8.3	1.0	0.5	0.12	100.0		
	여성	1,069,986	71,155	26,567	1,767	492	75	1,170,042	2.6	
		91.4	6.1	2.3	0.2	0.0	0.01	100.0		
	전체	2,697,593	296,994	197,831	21,874	9,820	2,457	3,226,569	4.8	
		83.6	9.2	6.1	0.7	0.3	0.08	100.0		
'07	남성	1,597,486	229,863	174,407	20,712	9,592	2,574	2,034,634	6.2	
		78.5	11.3	8.6	1.0	0.5	0.13	100.0		
	여성	1,048,636	74,731	28,711	1,853	508	108	1,154,547	2.7	
		90.8	6.5	2.5	0.2	0.0	0.01	100.0		
	전체	2,646,122	304,594	203,118	22,565	10,100	2,682	3,189,181	4.9	
		83.0	9.6	6.4	0.7	0.3	0.08	100.0		
'08	남성	1,622,729	230,534	174,010	22,087	10,187	2,824	2,062,371	6.3	
		78.7	11.2	8.4	1.1	0.5	0.14	100.0		
	여성	1,089,754	79,276	30,594	2,121	561	105	1,202,411	2.7	
		90.6	6.6	2.5	0.2	0.0	0.01	100.0		
	전체	2,712,483	309,810	204,604	24,208	10,748	2,929	3,264,782	5.0	
		83.1	9.5	6.3	0.7	0.3	0.09	100.0		
'09	남성	1,623,502	235,042	176,937	22,520	10,964	2,940	2,071,905	6.5	
		78.4	11.3	8.5	1.1	0.5	0.14	100.0		
	여성	1,100,475	83,841	33,995	2,502	728	112	1,221,653	2.8	
		90.1	6.9	2.8	0.2	0.1	0.01	100.0		

연도	대표자 성별	규모							전체	평균 종사자 수
		1-4	5-9	10-49	50-99	100-299	300인 이상			
'10	전체	2,723,977	318,883	210,932	25,022	11,692	3,052	3,293,558	5.1	
		82.7	9.7	6.4	0.8	0.4	0.09	100.0		
	남성	1,670,508	211,304	186,830	24,131	11,684	3,156	2,107,613	6.7	
		79.3	10.0	8.9	1.1	0.6	0.15	100.0		
	여성	1,134,112	71,850	37,921	2,971	868	135	1,247,857	2.9	
		90.9	5.8	3.0	0.2	0.1	0.01	100.0		
	전체	2,804,620	283,154	224,751	27,102	12,552	3,291	3,355,470	5.3	
		83.6	8.4	6.7	0.8	0.4	0.10	100.0		

자료: 통계청, 「전국사업체조사」(각 년도)

사업체 조직형태별 남녀 기업 분포를 보면 남녀 기업 모두 ‘개인사업체’ 비율이 가장 높는데 비율 수치 상에는 남녀의 차이가 있다. 2005년에 남성 대표 기업은 ‘개인사업체’ 비율이 80.6%이고 여성대표 기업은 94.8%로 여성의 ‘개인사업체’ 비율이 남성보다 10%p 이상 높다. 이러한 기조는 2010년에도 동일하여 ‘개인사업체’ 비율은 남성 77.7%, 여성 92.9%이고 남성은 2005년에 비해 ‘개인사업체’ 비율이 3%p 하락하였고 여성은 1.9%p 하락하여 남녀 모두 개인사업체 비율이 하락하였다. 반면 2005년에 비해 2010년 비율이 상승한 조직형태는 남녀 모두 ‘회사법인’과 ‘비법인단체’로 ‘회사법인’의 경우 2005년과 2010년 여성은 2.4%에서 3.9%, 남성은 12.0%에서 14.4%로 상승한 것으로 나타났다.

Ⅳ. 한국의 여성기업 지원정책의 전개 및 성과 ●●● 67

〈표 IV-5〉 사업체 조직형태별 분포

(단위: 개사, %)

연도	대표자 성별	규모					
		개인사업체	회사법인	회사이외 법인	국가, 지방자치단체	비법인단체	전체
'05	남성	1,655,359	246,737	53,869	29,708	68,196	2,053,869
		80.6	12.0	2.6	1.4	3.3	100.0
	여성	1,090,925	28,158	7,479	7,080	17,298	1,150,940
		94.8	2.4	0.6	0.6	1.5	100.0
	전체	2,746,284	274,895	61,348	36,788	85,494	3,204,809
		85.7	8.6	1.9	1.1	2.7	100.0
'06	남성	1,640,029	261,944	55,228	29,327	69,999	2,056,527
		79.7	12.7	2.7	1.4	3.4	100.0
	여성	1,103,187	32,746	7,972	7,600	18,537	1,170,042
		94.3	2.8	0.7	0.6	1.6	100.0
	전체	2,743,216	294,690	63,200	36,927	88,536	3,226,569
		85.0	9.1	2.0	1.1	2.7	100.0
'07	남성	1,605,622	269,299	56,369	29,064	74,280	2,034,634
		78.9	13.2	2.8	1.4	3.7	100.0
	여성	1,081,713	36,686	7,989	8,252	19,907	1,154,547
		93.7	3.2	0.7	0.7	1.7	100.0
	전체	2,687,335	305,985	64,358	37,316	94,187	3,189,181
		84.3	9.6	2.0	1.2	3.0	100.0
'08	남성	1,623,458	277,104	48,773	29,148	83,888	2,062,371
		78.7	13.4	2.4	1.4	4.1	100.0
	여성	1,124,701	39,381	7,562	8,890	21,877	1,202,411
		93.5	3.3	0.6	0.7	1.8	100.0
	전체	2,748,159	316,485	56,335	38,038	105,765	3,264,782
		84.2	9.7	1.7	1.2	3.2	100.0
'09	남성	1,617,923	289,705	48,921	28,579	86,777	2,071,905
		78.1	14.0	2.4	1.4	4.2	100.0
	여성	1,137,724	43,166	7,851	9,176	23,736	1,221,653
		93.1	3.5	0.6	0.8	1.9	100.0
	전체	2,755,647	332,871	56,772	37,755	110,513	3,293,558
		83.7	10.1	1.7	1.1	3.4	100.0

연도	대표자 성별	규모					
		개인사업체	회사법인	회사이외 법인	국가, 지방자치단체	비법인단체	전체
'10	남성	1,634,539	304,335	47,683	29,499	91,557	2,107,613
		77.6	14.4	2.3	1.4	4.3	100.0
	여성	1,158,772	48,178	7,657	8,753	24,497	1,247,857
		92.9	3.9	0.6	0.7	2.0	100.0
	전체	2,793,311	352,513	55,340	38,252	116,054	3,355,470
		83.2	10.5	1.6	1.1	3.5	100.0

자료: 통계청, 「전국사업체조사」(각 년도)

3. 여성기업 지원정책의 평가 및 개선방안

본 절에서는, 현재 우리나라의 여성기업 지원정책에 대한 전반적인 평가와 향후 개선방향, 그리고 본 연구에서 설정한 여성기업 육성정책의 새로운 패러다임에 대한 의견을 파악하기 위해 창업 및 여성기업 관련 전문가들을 대상으로 조사를 실시하였다. 이 조사 결과를 여성기업 지원정책의 개선 및 정책대안과 여성기업 육성을 위한 새로운 정책 패러다임 수립의 자료로 활용하고자 한다. 이에 따라 본 절의 구성은 첫째, 전문가 조사의 개요를 설명하고, 둘째, 우리나라의 여성기업 지원정책 각각에 대한 필요성과 효과성에 대한 전문가들의 의견을 정리하였고, 셋째, 여성기업 지원정책에 대한 보완 및 개선사항을 정리하였다. 마지막으로 새롭게 설정한 여성기업 육성정책의 패러다임에 대한 전문가들의 의견과 개선사항을 정리하였다.

가. 전문가 조사 개요

본 전문가 조사는 2012년 12월 13일부터 12월 18일까지 6일 동안 서면으로 이루어졌으며, 약 20여명의 관련 전문가에게 조사를 의뢰하였고 최종적으로 10명의 전문가로부터 결과를 받을 수 있었다. 조사에 참여한 전문가들은 관련학과 교수 2명, 관련연구원 박사 4명, 유관기관 전문가 3명, 여성 기

업가 1명으로 구성되어 있다. 이들의 전문분야 역시 여성기술창업, 여성기업 전반, 센터운영, 판로 등을 다양하게 포괄하고 있다.

〈표 Ⅳ-6〉 조사 대상 전문가

연번	전문분야	소속기관
1	여성기술창업	유관기관 사업본부장
2	창업	교수 및 관련연구원 원장
3	창업	관련학과 교수
4	창업	관련연구원 팀장
5	창업	관련연구원 팀장
6	여성기업 전반	관련연구원 박사
7	여성기업 전반	유관기관 본부장
8	여성기업 전반	유관기관 부장
9	센터운영	관련연구원 부장
10	여성기업 판로	여성 CEO

조사를 위해 ‘여성기업 지원정책’을 ①국내외 판로확대, ②여성창업 촉진 지원, ③경영안정화, ④인프라 확충, ⑤글로벌 네트워킹 5가지로 구분하여, 각각 정책의 필요성, 효과성, 향후 개선사항에 대해 작성하도록 하였다. 객관적인 판단을 위해, 2008~2012년의 여성기업 지원사업 성과평가 자료를 함께 첨부하였으며, 지원정책의 자세한 내용은 다음의 표와 같다.

〈표 IV-7〉 여성기업 지원정책 주요 내용

구분	2005년~2011년	2012년
판로확대	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업제품 전용관 운영 - 여성기업제품 공공구매 확대(여성기업 확인 제도 운영) - 여성기업제품 온라인/홈쇼핑 지원 - 대·여성기업 동반 성장 지원(포럼) - 국내외 박람회/전시회/상담회 지원 - 해외시장개척단 파견 	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업제품 전용관(패션업종) 운영 - 여성기업제품 공공구매 확대 - 해외유명박람회 참가 지원
여성창업 촉진 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 여성창업보육센터 운영 - 창업교육 강화 및 자금 지원 - 여성가장 창업자금 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 실전창업스쿨 - 여성창업경진대회 - 차세대 여성CEO 양성교육 - 여성가장 창업자금 지원
경영안정화	<ul style="list-style-type: none"> - 여성 기업인 교육/세미나/포럼 지원 - 경제인대회 및 경영연수 지원 - 경영안정자금 및 보증 지원(가점 부여) - 멘토링 제도 및 프로그램 운용 	<ul style="list-style-type: none"> - 여성CEO 경영연수 - 미래기업형 업종전환 구조개선 컨설팅 지원 - 각 부문 강화 추진 - 자금/보증 지원 확대
인프라 확충·재정비	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업 확인제도 도입 및 운영 - 여성기업책임관제도 도입 및 활성화 - 여성기업 실태조사 실시 - 여성기업종합지원센터 (구 여성창업보육센터) 구축 - 여성기업전용 입주단지 제공 	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업 통합 정보망 구축 - 여성기업종합지원센터 보육실 확장 및 여성특화창업보육센터 운영
글로벌 네트워킹	<ul style="list-style-type: none"> - 세계여성경제인대회 참가 지원 - 여성지도자회의 참가 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 세계여성경제인대회 유치 및 개최

자료: 중소기업청·한국여성경제인협회(2012). 「2011 여성기업 백서」, 88쪽 수정.

나. 여성기업 지원정책의 필요성과 효과성

1) 국내외 판로확대

여성기업 지원정책 중 여성기업제품 전용관 운영, 여성기업제품 공공구매 확대, 해외유명박람회 참가 지원과 같은 ‘판로확대’ 관련정책의 필요성과 효과성에 대한 전문가들의 전반적인 의견과, 개선사항을 간략히 정리해보면 다음의 표와 같다.

〈표 IV-8〉 판로확대 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항

구분	내용
필요성	<ul style="list-style-type: none"> - 기업 수익창출을 위해 필수적 - 여성 기업인의 가장 큰 애로사항 중 하나임 - 신규 시장진입 및 글로벌 마켓 진출 기업에 큰 도움 될 것임
효과성	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업에 해외 판로개척 기회 제공 - 다양한 채널을 통한 판로개척 시도 성공 - 해외박람회 통한 홍보효과 및 네트워킹 - 사업초기 여성기업에 효과적
개선사항	<ul style="list-style-type: none"> - 시장성 있는 제품 개발을 우선시하고, 여성특화 아이템을 발굴하여 이에 대한 창업을 유도하는 정책 - 수요처 및 수요자의 수요를 조사하여 구매조건부식으로 상품을 공급하는 제도 - 여성기업에 대한 명확한 확인절차를 시행하여, 실효성을 높이도록 함 - 해외박람회의 경우, 정교한 맞춤형 기획과 정교한 프로그램을 발굴, 지속적인 추적관리 시스템 마련. 반복 참가 지원 필요 - 시장개척단과 박람회 참가를 병행하여 지원하되, 중점 지원대상을 선정 - 성과 목표를 제시해야 하며, 다개년 지원사업으로 지속되어야 함

판로확대 관련정책의 필요성에 대한 의견들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 판로확대는 기업의 근본적 목적인 수익창출을 위한 기본과제이며, 특히 신규 시장진입 기업에게 더 어려운 부분이기 때문에 반드시 공공부문에서 지원해야 한다. 다만 기존 시장논리의 틀을 방해하거나 다른 기업에게 불이익이 되지 않도록 각별히 주의해야 한다는 점이 지적되었다. 그리고 경영상 안정기에 들어선 기존의 여성기업보다 창업을 하려는 여성기업들에게 더 많은 기회를 제공해야 하기 때문에 필요하며, 아직도 문화적, 사회적으로 비해 여성의 기업활동, 특히 네트워킹나 마케팅에서 많은 장벽이 존재하기 때문에, 정부차원에서 이를 낮춰주는 역할을 수행해야 한다.

여성창업자뿐만 아니라 여성 기업인의 가장 큰 애로사항이 자금지원과 판로개척이고, 특히 여성 기업은 상대적으로 약자기업이므로 이를 대상으로 하는 적극적인 판로지원 사업이 필요하다. 또한 판로확대 지원은 기업의 최종 목표인 비즈니스 성과를 위해 필수적이면서 가장 직결되는 것이므로 지원을 계속 확대해나가야 하며 지원내용도 보다 심화 및 다양화되어야 한다. 창업기업의 특성상 네트워크에 의한 판로개척의 효과가 크다고 알려져

있는데, 여성의 특성상 네트워크 형성에 다소 한계가 있기 때문에 이러한 부분을 충분히 고려하여 더욱 다양한 판로확대를 위한 지원방안이 고려되어야 한다.

효과성에 대한 구체적인 평가로는, 해외경험이 없는 또는 부족한 여성기업들에게 해외 판로개척의 기회를 제공한 부분과 여성기업 쇼핑몰을 구축하고, 다양한 채널을 통한 판로개척을 시도한 점을 높게 평가하였다. 이와 병행하여 교육이 이루어진 것은 시간이 지난 후 기업을 보다 강하게 만들어주는 계기가 될 것이다. 특히 사업초기 여성기업의 제품홍보 및 판로개척에 효과를 거두고 있다고 평가하였다. 여성기업의 경우 대기업보다는 중소기업이 많으므로 특히 수출판로 확대 지원은 매우 효과적인 지원사업이며, 여성기업들의 제품전시회를 통해서 다양한 제품을 시장에 보일 수 있는 기회를 제공하는 것이 중요하다.

해외박람회 등의 경우, 한 번에 큰 성과를 얻기는 어렵지만 관련업체들의 관심이 집중되므로 홍보효과와 국제시장 동향을 얻을 수 있으며, 꾸준한 참여와 접촉이 필요한데 비용이 많이 들어 지원과 정보 제공이 큰 힘이 될 것이다. 또한 해외진출을 희망하는 여성기업에게 시장 진출 전 가능성을 점검하는 중요한 테스트마켓으로 효과가 있다고 볼 수 있으며, 일반적으로 수출판로의 경우 바이어와의 첫 접촉 이후 계약 성사 평균 시점이 3년이므로 수출판로의 경우 중기적 시각하의 평가가 필요하다.

전반적으로 판로확대 지원정책의 필요성과 효과는 인정하고 있으나, 각 정책에 대한 아쉬운 점도 지적되었다. 구체적으로는 여성기업에 대한 국내외 판로 개척에 다소 효과는 나타나고 있으나 수혜기업에 대한 지속적이고 획기적인 효과 창출에는 다소 미흡하다고 평가하였다. 여성전용관은 의도는 좋지만 과연 소비자가 여성전용관이라고 해서 더 호의적이거나 구매의욕을 느낄지 의문이며, 시장에서의 경쟁은 여성전용이 아니기 때문에 그런 발상이 현실과 동떨어진다고 평가하였다. 또한 전용관 운영은 사업을 추진하는 기관의 사업으로는 좋으나, 홍보 및 인프라를 구축하는데 많은 비용이 소요되기 때문에 좋은 사업이라고 보기 어려우며, 전용관 위치나 마케팅 비용 대비 효과성은 낮을 것으로 예상하기도 하였다. 효과성을 측정하기에 충

분한 정보가 제공되지 않는다는 지적도 있었는데, 공공구매는 약자기업이라는 측면에서 가능하지만, 이를 약용하는 사례 및 매년 구매실적 등에 대한 현황 파악 없이 평가하기는 어려워 보인다는 의견이었다.

이러한 평가를 토대로 판로확대와 관련한 개선사항을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. ‘여성기업제품 전용관’과 관련해서는 차별성이 없음을 지적하면서, 전용관에서 확실한 효과가 나타날 수 있도록 철저한 지원과 기획(바이어 발굴, 이벤트 기획, 기업의 사전 준비 등)이 필요함을 강조하였다. 전용관보다는 현재 성업 중인 쇼핑몰이나 유동인구가 많은 곳에 위치해야 실제 지원효과가 있을 것이라는 제안도 있었다.

‘공공구매 확대’와 관련해서는 첫째, 여성기업임을 강조하기보다는 여성 특화된 아이템을 선정하고, 아이템을 강조하는 방향에 대한 모색이 필요하다. 둘째, 홍보차원을 넘어 여성기업의 공공구매 확대를 위한 보다 적극적이고 공격적인 정보제공과 마케팅 등 노력이 필요하며, 공공구매보다는 대형 쇼핑몰, 대형마트, 대기업 등 판로 지원도 필요하다. 셋째, 실제 수요처, 수요자의 수요를 조사하여 그 결과를 토대로 상품을 공급하는 시스템을 제안하였다. 즉 구매조건부식으로 대기업이나 중견기업 및 소비자의 수요를 미리 알고 상품을 공급하는 제도를 도입하여 경험이 부족한 기업들의 실패와 시행착오를 막고, 초기 경험을 도와주는 시스템이 필요하다. 넷째, 여성기업을 우대하는 만큼 여성기업에 대한 명확한 확인절차 개선을 제안하였는데, 이를 통해 여성기업 제품의 물품(5%)·용역(5%)·공사(3%) 의무구매사항 통보 및 구매를 독려하게 되어 있으나 실제 공공기관에서 이행 여부에 대한 관리가 제대로 되지 못하여 실효성이 감소되는 것을 방지해야 할 필요가 있다. 공공구매 등에서 여성기업들을 우대하는 정책은 무늬만 여성기업이거나 기업의 CEO만이 여성 기업인이고 사실상은 그렇지 않은, 차별적인 혜택을 지원하는 방식은 개선되어야 할 것이다.

‘해외박람회 참가’와 관련해서는 첫째, 참가자 아이템을 고려하여 진출국가를 선택해야 하며, 해외박람회지원업체 수를 늘리고 이들에 대한 피드백을 철저히 관리하여 일회성 박람회가 아니고 지속적인 추적관리 시스템을 마련해야 한다. 둘째, 지원하는 참가자가 여성기업이라는 점 외에 KOTRA

등 다른 해외박람회 지원기관과 차별성이 거의 없기 때문에, 수혜기업에 단순한 박람회 참가기회 제공 차원을 넘어 기업이 스스로 노하우를 습득하고 수출기업으로 성장할 수 있도록 정교한 맞춤형 기획과 프로그램이 필요하다. 셋째, 해외박람회와 전용관 운영에 있어서 다소 디자인과 여성패션 주얼리 전문샵에 중점이 맞춰져 있는데, 향후 기회형 창업형태의 아이템을 발굴하여 디자인과 여성패션 창업보다 확대된 해외진출기업을 육성할 필요가 있다. 넷째, 해외박람회는 해외시장개척단과 해외박람회를 통합해서 실시되, 사전 충분한 시장조사 및 의견 개진이 이루어진 후에 진출하는 것이 사업의 성공률을 높일 수 있으며, 박람회 참여 이후 지속적인 사후관리도 중요하다. 또한 해외 유명박람회를 골라 참여하는 것도 중요하지만, 기업별로 희망 박람회에 대한 사전 수요조사를 실시하여 박람회 참가비용을 지원해주는 것도 필요하다. 해외박람회 참가는 일회성이 아닌 수년에 걸친 지속적인 참가를 해야 바이어들로부터 인지도와 신뢰도를 얻을 수 있으므로 참가 박람회에 대한 반복 참가를 특히 지원할 필요가 있다. 다섯째, 지원 박람회 선정에도 신중을 기해야 하며, 참가기업의 수요를 무조건 수용하기보다는 판로 확대는 성과 목표를 제시해야 하고, 외국 바이어 대상 사업이므로 인지도 제고를 통해 신뢰를 쌓기 위해서는 한해 지원 사업이 아닌, 다개년 지원 사업으로 지속되어야 한다.

2) 여성창업 지원

여성창업 지원정책 중 창업자금 지원, 교육, BI(Business Incubator)센터 운영과 같은 ‘여성창업 지원’ 관련정책의 필요성과 효과성에 대한 전문가들의 전반적인 의견과, 개선사항을 간략히 정리해 보면 다음의 표와 같다.

〈표 IV-9〉 창업지원 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항

구분	내용
필요성	<ul style="list-style-type: none"> - 자금, 교육, 멘토링은 창업자에게 가장 필요한 지원임 - 여성의 생애주기적 특성을 고려한 여성적합 및 맞춤형 서비스 강화 필요 - BI시설은 시설을 공유하는 사람들과의 네트워크 구축을 통해 사업리스크를 사전에 예방할 수 있는 가장 효율적인 공간임
효과성	<ul style="list-style-type: none"> - 창업지원서비스의 전문성이 전반적으로 부족함 - 정보접근성의 불용이성, 체계적인 시스템 부족 등으로 여성기업의 참여 저조 - BI센터의 전문성 및 활용도 낮음
개선사항	<ul style="list-style-type: none"> - 창업교육을 다양화하여 맞춤형 교육이 반복적, 지속적으로 이루어져야 함 - 여성특화된 기업가정신 중심 교육, 세분화되고 심도 깊은 다양한 교육 필요 - 선진국의 창업보육시스템과 같이 단계적이고 체계적인 창업보육시스템 필요 - 교육과 창업간의 연계 평가와 창업의 질에 대한 평가 필요 - 고부가가치형 여성창업 업종에 대한 연구개발 및 정보제공 서비스 확대 - 여성창업보육센터의 전문인력 확보 및 서비스 지원 기능 강화 - 입주기업간 정보교환, 협업기회 제공을 위한 커뮤니티 사업 개발 및 활성화

여성창업 지원 관련정책의 필요성에 대해서는, 모두 공감하였으며, 특히 여성의 특성과 여성기업의 상대적인 불리함 등을 고려하였을 때, 안정화 시기까지 지원이 필요하다고 강조하였다. 이에 대한 의견들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 창업자에게 자금 및 교육, 멘토링은 반드시 필요하며, 특히 초기 창업화 시기에 가장 필요한 것은 수요자적 측면에서는 자금이라고 할 수 있다. 특히 고학력이고 전문적인 경력이 있음에도 불구하고 여성들이 임신, 자녀교육 등으로 인한 경력단절 때문에 경제활동을 지속적으로 유지하기가 어렵고, 재취업 또한 힘든 상황이기 때문에 여성들에게 적합한 창업을 적극 지원함으로써 여성들의 경제활동 참여와 성공 창업을 활성화 할 필요가 있다. 그리고 기존 창업지원정책이 청년, 시니어, 기술창업, 제조업 창업 등 남성위주의 창업지원 정책이 중점적으로 추진되어, 상대적으로 여성들의 창업이 위축되어 왔기 때문에 여성에게 적합한 업종개발, 창업교육/컨설팅, 자금지원 등 인큐베이팅 서비스가 강화될 필요가 있다.

여성창업지원 담당기관인 BI센터는 여성기업에게 단순히 사무공간을 제공하는 것이 아니라, 시설을 공유하는 사람들과의 네트워크 구축을 통해 사업리스크를 사전에 예방할 수 있는 가장 효율적인 공간이다. 이론과 실무가

미흡한 여성창업은 창업실패로 이어지고 사회적 비용을 오히려 증가시킬 수 있기 때문에 창업보육센터 등을 통한 사전 보육과 단계적 보육이 반드시 필요하다고 할 수 있다.

반면 효과성에 대해서는 부정적인 평가들이 많았다. 구체적으로는 여성창업 보육기관의 전문인력 부족, 교육/컨설팅 전문성 부족, 판로개척 지원 서비스 부족 등 보육기관의 지원서비스 전문성이 부족하다고 지적하였다. 그리고 여성창업에 적합한 업종개발, 특히 생계형 창업 업종보다는 고부가가치 업종개발 및 보급이 부족하다는 의견도 있었다. 즉 창업교육과 여성특화 자금지원, 인큐베이팅과 같은 여성창업 활성화 지원사업들을 통하여 창업한 여성들이 매년 증가하며 효과를 입증하고 있으나, 다른 유사기관들이 제공하는 서비스에 비하여 확실한 비교우위에 있지 못한 것으로 평가되었다. 특히 BI센터 운영의 경우 집중교육 차원에서는 효과적이지만 창업에 직접적으로 기여한다고 보기 어렵다고도 평가하였다.

이러한 평가를 토대로 여성창업 지원정책과 관련한 개선사항을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 우선 전반적인 여성창업 지원에 있어서, 산업트렌드, 기술트렌드를 반영한 고부가가치형 여성창업 업종에 대한 연구개발 및 정보제공 서비스 확대가 필요하다. 자금지원과 관련해서는 무분별한 자금지원은 기업의 수를 증가시킬 수는 있지만, 우수한 기업으로 성장시키는 것은 저해될 수 있기 때문에 성장가능한 기업을 선정하여 지원해야 한다. 특히 여성가장 창업자금 지원사업의 경우 컨설팅을 하고 있을 것으로 판단되지만, 자영업 중심의 사업임을 감안한다면 홍보나 마케팅 지원 등이 추가적으로 필요하며, 성공률이나 매출증가율 등을 파악하여 적극적으로 지원해야 한다.

교육과 관련해서는 첫째, 단순 이론보다는 기업가정신 중심의 교육이 필요하다. 업종별, 창업 기간별로 세분화된 심도 있는 교육이 다양하게 이루어져야 할 것이며, 특히 창업자금 초기기업들에게 좀 더 다양한 프로그램이 마련되어야 한다. 둘째, 유사한 창업교육이 많기 때문에 여성 친화적이며 유망분야의 차별화된 교육프로그램 개발로 여성경제인협회만의 경쟁력 확보가 필요하다. 따라서 우선적으로 기회형창업 아이템을 발굴하는 체계적

인 교육적 접근이 필요하며, 아울러 기업가정신 교육강화를 통해서 변화관리에 대한 교육에 대해서 집중적인 교육지원이 필요하다. 셋째, 교육의 성과를 제대로 평가하기 위해서는 교육과 창업을 연계하여 평가해야 하며, 단순 창업인 수보다는 창업의 질에 대한 평가도 필요하다. 넷째, 내수 기업의 수출 창업에 대한 교육도 필요하며 특히 이 과정에서 창업 자금 지원이 집중되어야 한다. 내수 창업의 경우는 국내시장에서의 경쟁만 격화시키는 부작용도 있으므로, 자금 지원은 수출 창업에 집중되어야 한다. 한편 창업 교육의 경우 여성 전용보다는 일반 창업교육과 병행하여 진행하는 것이 바람직하다는 제안도 있었다.

BI센터에 대해서는 시설 확대와 전문성 강화를 강조하였다. 첫째, BI센터에 대한 전문가의 체계적인 관리가 미흡하여 단순히 저렴한 임대공간으로 전략하고 있어 보완책 개발과 유휴공간을 활용한 여성특화 BI센터 확대를 제안하였다. 둘째, 현장 인터뷰 등을 통해 파악해 본 결과, 남성/여성 모두에게 창업 후 몇 년간(2~5년)은 고전을 하는 경우가 많아 창업 기업이 성장 토대를 위해 최대 5년까지 BI 등에서 사업을 하도록 지원해야 한다는 지적도 있었다. 셋째, 전문성 강화 및 컨텐츠와 관련해서는 입주업체를 대상으로 맞춤형 교육 및 체계적이고 지속적인 컨설팅 사업을 추진하고, 입주기업 간 정보교환, 협업기회 제공을 위한 커뮤니티 사업 개발 및 활성화할 필요가 있다. 넷째, 서비스 기능을 3세대형 BI(자금유치 지원, 네트워킹 지원, 맞춤형 교육/컨설팅 지원, 판로개척 지원 등) 기능을 제공할 수 있는 수준으로 전문 인력을 확보하고 서비스 지원 기능을 강화해야 한다. 다섯째, 여성기업이 남성기업에 비해 재무적 성과가 낮고 성장성이 상대적으로 낮으며, 남성들에 비해서 기업활동에 필요한 자원과 기회가 상대적으로 많지가 않아서 도전적으로 기회를 탐색하기 보다는 안정적인 전략을 구사하는 것으로 나타난다. 따라서 창업보육시스템의 경우에는 여성창업자가 가지고 있는 문제점(육아문제, 기술 및 능력, 기술정보부족 등)을 개선할 수 있는 여성전용 창업보육시스템이 구축되어야 한다.

3) 경영 안정화

여성창업 지원정책 중 업종전환컨설팅, 멘토링, 경영안정자금 및 보증지원과 같은 ‘경영 안정화’ 관련정책의 필요성과 효과성에 대한 전문가들의 전반적인 의견과, 개선사항을 간략히 정리해 보면 다음의 표와 같다.

〈표 IV-10〉 경영 안정화 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항

구분	내용
필요성	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 여성기업들의 성장 및 경영안정 지원에 필수적 - 다양한 기업멘토링, 컨설팅, 경영지원과 교육지원, 실질적인 여성기업 자금지원 우대정책은 여성기업의 성공에 매우 효과적
효과성	<ul style="list-style-type: none"> - 업종전환 컨설팅 사업은 다양성과 실효성 면에서 미흡함 - 효과성을 정확히 측정하기에는 구체적인 실적이 부족함 - 효과성을 높이기 위해서는 여성기업의 수요를 세밀하게 파악해야 하며, 정밀한 사후평가가 필요함
개선사항	<ul style="list-style-type: none"> - 직접적인 자금지원보다는 교육지원 등 자생력을 키울 수 있도록 지원 - 업종의 특성에 맞게 차별화하여 멘토링과 컨설팅 지원 - 컨설팅 업체의 다원화, 실력 배가, 지원의 지속성 필요 - 성공한 여성 창업가들과의 유기적 협력관계 구축하여 지속적으로 멘토링 지원할 수 있는 시스템 구축 - 창업초기 기업컨설팅, 창업성장기 기업컨설팅을 통해 여성창업기업의 안정적 정착을 지원

경영 안정화 관련정책의 필요성에 대한 의견들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 일반적으로 기업 멘토링은 꼭 필요한 기업에게 지식을 직접적으로 제공하거나 전수함으로써 멘토사와 멘티사 모두 가치를 창출해 내는 의미 있는 활동으로 인식되고 있다. 특히 동 사업은 창업기를 지나, 기존(6~10년 이상) 여성기업들의 성장 모멘텀을 지원하는 사업이다. 둘째, 여성기업의 경영안정지원을 위한 업종별 다양한 경영교육관 프로그램 개발과 컨설팅이 중요하며, 경영개선을 위한 실질적인 여성기업 자금지원 우대정책 필요도 반드시 필요하다. 셋째, 여성 기업인에 대한 무조건적인 또는 우선적인 자금지원 보다는 경영지원이나 교육지원 등을 통한 여성기업 지원이 더욱 필요하다. 실제 핀란드의 경우에는 창업보육시스템 체계가 각 분야

별 전문가(특히, 네트워크, 자금관리, 경영전략 등) 풀 멘토링시스템이 구축되어 있어 창업성공률에 많은 기여를 하고 있다. 대부분의 여성창업가들이 접근하는 아이템의 경우 위험부담이 낮고 시장 성장가능성이 낮은 분야 쪽으로 관심을 기울이고 있는데 이러한 부분을 창업보육시스템 안에서 점검하여 시장 성장가능성과 수익창출이 어려울 경우 빠르게 업종전환을 할 수 있는 컨설팅 시스템 구축이 필요하다. 넷째, 안정적으로 자금을 조달할 수 있도록 경영안정화 자금 확보 및 보증 지원 등을 통해서 초기 창업기업의 기반을 확립하는데 지원할 필요가 있다.

효과성에 대해서는 부정적인 평가가 많았는데, 우선 업종전환 컨설팅에 대해서는, 실제 컨설팅 기관들 층도 두텁지 않고 내용도 빈약할 뿐 아니라 작은 업체가 난립해 있고, 내용이 부실하며 큰 업체는 비용이 부담되어 상대적으로 꺼려하고 있는 상황이다. 따라서 업체들에 도움이 되기보다는 컨설팅 업체를 배불리는 컨설팅 지원 프로그램으로 운영되고 있다고 지적하면서, 심지어 불필요한 사업으로 평가하기도 하였다. 자금지원에 대해서도 여성 기업인들을 우대하는 자금지원을 하기 시작하면 여성 기업인에 대한 자금지원이 관성화가 되어서 여성기업의 자립화에 오히려 걸림돌이 될 가능성이 크다고 보았다.

이러한 평가를 토대로 경영 안정화 정책과 관련한 개선사항을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 업종전환 컨설팅의 경우, 기존 사업에서 성공하지 못하는 여성 CEO는 업종을 전환해도 어렵긴 마찬가지이기 때문에, 기존 여성기업의 성공률을 높이는 사업에 집중해야 한다. 둘째, 컨설팅 업체를 다원화하고, 실력을 배가시키는 등 업체의 현 상황에 맞는 컨설팅 업체를 연결해 주어야 하며, 현실의 문제를 타개할 수 있는 컨설팅도 필요하다. 셋째, 대부분 예비창업자를 위한 창업초기 기업에 대한 컨설팅이 진행되어 성과를 거두었으나 생계형 창업에 집중되어 고부가가치의 여성기업의 참여가 요구되며 초기기업보다는 안정기이면서 도약이 필요한 업체로 범위를 확대해야 한다. 넷째, 창업기업이 성장하는데 필요한 컨설팅인 창업초기 기업컨설팅(사업타당성 분석, 사업계획서 작성, 기회발견, 자금조달, 업종전환 등), 창업 성장기 기업컨설팅(투자연계, 특허전략, 네트워크 지원 등)을

통하여 여성창업기업의 안정적인 정착을 위한 밑거름이 되어야 한다.

멘토링에 대해서는 첫째, 좋은 멘토를 확보하기 위해 멘토 검증 및 교육 프로그램 운영이 필요하다. 이를 위해 성공한 여성 CEO에 대한 리스트를 확보하고 이러한 성공한 창업가들과의 유기적인 협력관계를 구축하여 지속적으로 멘토링을 지원할 수 있는 시스템 구축이 시급하다. 둘째, 일회성이나 행사성이 아닌 장기적이고 지속적인 멘토링으로 기획해야 하며, 자발적인 멘토링 유도를 위하여 네트워킹 기회를 확대하고 매칭 스킬을 강화해야 한다. 셋째, 멘토링 및 컨설팅의 경우 매년 수요 조사를 파악하여 적정한 컨설팅을 제공하지 못하는 멘토나 컨설턴트의 경우 차년도 사업에서 제외하는 것이 필요하며, 수요 여성기업도 졸업제도가 필요하다.

여성기업 자금지원 우대는 대부분 형식적인 가점부여 형태로 끝나기 때문에 실질적인 우대가 필요하며, 신용보증서 활용에서도 이를 적극 반영할 수 있도록 강화해야 한다고 제안하였다. 또한 직접적인 자금지원보다는 자생력을 강화할 수 있는 교육 지원이나 경영컨설팅 지원 등이 우선적으로 고려되어야 한다는 의견이 제시되었다.

4) 인프라 확충

여성창업 지원정책 중 여성기업종합지원센터 운영, 정보망 구축, 여성창업특화 BI 확대와 같은 ‘인프라 확충’ 관련정책의 필요성과 효과성에 대한 전문가들의 전반적인 의견과, 개선사항을 간략히 정리해 보면 다음의 표와 같다.

〈표 Ⅳ-11〉 인프라 확충 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항

구분	내용
필요성	<ul style="list-style-type: none"> - 남성에 비해 네트워크 부족하고, 경력단절에 따른 창업역량 부족, 기업가정신 부족 등을 고려한 여성전용 BI센터와 통합시스템, 종합지원센터 반드시 필요함 - 여성특화 반드시 필요함 - 여성기업종합지원센터는 여성기업의 정책수요 파악하여 반영하기 위해, BI센터는 여성들이 창업준비에 집중할 수 있는 환경과 서비스 지원을 가능하게 하기 위해 필요함
효과성	<ul style="list-style-type: none"> - 유사동일 업종 기업들의 상호 정보교환은 어떤 교육보다 효과적임 - 기존 및 여성기업들간 정보교류, 지원기관과의 네트워킹 강화 등으로 여성기업의 사업 활성화에 기여 - 여성기업종합지원센터의 추진사업이 한정적이며, 여성기업 전문으로서의 확실한 자리매김이나 브랜드 창출에는 미흡함
개선사항	<ul style="list-style-type: none"> - BI센터 및 여성기업종합지원센터의 확대와 전문성 강화, 서비스 지원기능과 인력 보강, 다양한 네트워킹 서비스 강화 필요 - 여성창업 업종개발 및 특화형 BI센터 설립 및 운영 - 원스탑 정보망 구축 - 여성기업이 희망하는 사업에 대한 수요조사 및 정책개발 - 여성기업종합지원센터의 기능강화를 위해 추적이력관리시스템 도입

인프라 확충 관련정책의 필요성에 대한 전문가들의 의견을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 여성기업종합지원센터는 기본적으로 입주기업의 관련 통계현황(매출액, 성과, 애로사항 등), 우수사례조사, 전문가 의견수렴 등을 통해서 여성기업의 정책수요로 파악하여 반영하기 위해서 반드시 필요하다. 특히 남성에 비해 사회적 약자인 여성기업의 사회적 인식과 역할을 개선하는데 중요한 역할을 담당하며, 다양한 기업 정보 및 판로 정보 등에 대한 정보망 구축 역시 필수적이다. 미국, EU 등 선진국의 경우 여성전용 BI센터가 주별로 다수가 설치 및 운영되고 있어 여성창업 활성화에 크게 기여하고 있는데, 최근 우리나라 여성들의 창업에 대한 수요가 많음에도 불구하고 전문적인 BI센터가 절대적으로 부족하다. 둘째, 여성들의 경우 가사를 병행해야 하는 경우가 많아 여성들의 애로사항을 도와주고, 창업준비에 집중할 수 있는 환경과 서비스를 지원할 수 있는 여성특화 BI센터가 필요하다. 이와 같이 여성창업지원시설은 단순한 공간제공이 아닌 네트워크의 장소이기 때문에 중요하다고 평가하였다.

효과성에 대한 구체적인 평가를 정리해 보면 다음과 같다. 2011년 여성기업종합지원센터 운영 사업은 전년대비 106.2%, 입주업체 만족도 101.5%, 입주업체 평균 매출액 증가율 13.3% 증가한 것으로 나타나 수치상으로는 입주 여성기업 육성에 크게 기여하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 남성들에 비하여 상대적으로 창업관련 네트워크가 부족하고, 경력단절에 따른 창업역량 부족, 기업가정신 부족 등을 감안할 때, 여성전용 BI센터 확충은 여성들의 창업준비와 실전 창업에 많은 도움을 줄 것으로 기대할 수 있다. 그러나 여성기업종합지원센터는 매우 필요하지만, 추진사업이 한정적이어서 실제 여성기업에게 도움이 되고 있는지에 대한 효과성은 낮아보인다는 평가도 있었다. 즉 매년 수혜기업들의 성장에 기여하며 효과를 입증하고 있으나 여성기업 전문으로서의 확실한 자리매김이나 브랜드 창출에는 미흡한 것으로 보였다.

이러한 평가를 토대로 인프라 확충 관련정책과 관련한 개선사항을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 여성기업종합지원센터는 수요에 비해 공급이 절대 부족한 상태로 시설규모 확대가 필요하며, 입주업체의 선발도 단순 여성친화 업종보다는 고부가가치의 사업체가 보다 많이 입주할 수 있도록 적극적인 지원과 노력이 필요하다. 둘째, 여성기업종합지원센터의 주요사업은 창업보육 등 창업지원에 집중되어 있는데, 실제 여성기업이 희망하는 사업에 대한 수요조사 및 정책개발 등 다양한 신규사업이 필요하다. 셋째, 입주기업간 다양한 네트워킹 서비스를 강화해야 하며, 특히 민간투자 유치, 기술개발, 판로개척 등을 효과적으로 지원할 수 있는 네트워킹 서비스를 강화해야 한다. 넷째, 물리적으로는 유희공간을 확보하여 지원공간을 확대해야 하며, 보육센터 매니저의 전문역량 강화를 통해 단순 사무공간제공이 아닌 창업 인큐베이팅 본연의 목적에 맞게 기능을 강화해야 한다. 다섯째, 연구 분석기능의 강화를 통해 전문성을 제고하고 맞춤형 정책을 개발할 필요가 있는데, 예를 들어 여성기업이 겪고 있는 애로사항 중 불공정거래나 노사 문제 등 실질적인 기업인 입장에서 추진사업이 검토되어야 할 것이다. 여섯째, 여성기업종합지원센터의 기능을 강화하기 위해서는 추적이력관리시스템 도입이 추가적으로 필요하다. 선진국의 경우 입주기업의 즐

업 후에도 사후관리를 통하여 선후배 기업 간의 네트워크 활성화와 졸업기업의 이력관리시스템 도입으로 졸업 후에도 성공적인 창업을 위해 필요한 정보, 자금, 컨설팅, 네트워크 등을 지원하고 있다.

일곱째, 여성 창업자들을 전문적으로 보육할 수 있는 서비스 지원기능과 인력보강이 필요한데, 그런 의미에서 여성창업특화 BI센터는 여성들만의 창업 공간에서 마음껏 아이템을 찾아내고 여성들이 함께 협업할 수 있는 공간과 인프라를 마련하는 것은 매우 중요한 창업활성화의 효시가 될 것이다. 향후에는 여성전용 BI 센터를 더욱 확대할 필요가 있는데, 일반 보육센터와 차별화를 위해 지역특화 및 미래 유망형 여성친화업종을 특화하여 생계형이 아닌 부가가치를 높일 수 있는 여성특화 BI로 육성해야 할 것이다. 영국과 같은 선진국가의 경우에는 여성창업특화 BI센터를 만들어 건물디자인, 카페시설, 무인안전시스템 도입, 육아지원시스템 등을 도입하여 여성들이 사업에 집중할 수 있는 환경을 조성하여 많은 성과를 올리고 있다. 따라서 향후 여성기업종합지원센터도 이러한 여성전용 창업보육센터를 지속적으로 확대시켜 여성창업성공률 제고에 이바지해야 할 것이다.

여덟째, 정보망 구축과 관련해서는 사업의 전과정에서 활용할 수 있도록 인력 네트워크, 자금, 교육, 채용 등 지원 프로그램에 대한 정보를 한눈에 볼 수 있는 원스탑 정보망을 구축이 필수적이라고 제안하였다.

5) 글로벌 네트워킹

여성창업 지원정책 중 세계여성경제인대회 유치 및 개최와 같은 ‘글로벌 네트워킹’ 관련정책의 필요성과 효과성에 대한 전문가들의 의견과, 개선사항을 간략히 정리해 보면 다음의 표와 같다.

〈표 IV-12〉 글로벌 네트워킹 관련정책의 필요성, 효과성 및 개선사항

구분	내용
필요성	<ul style="list-style-type: none"> - 새로운 시장에 대한 정보를 얻을 수 있으며, 글로벌 시장진출을 고려하는 기업에 필수적임 - 국내 여성경제인들의 사기진작, 글로벌화 및 네트워크 구축에 필요함 - 여성기업 지원에 대한 국가적인 관심도 제고의 여건 조성 위해 필요함 - 한국 여성경제인의 위상을 세계에 알리고 실질적인 비즈니스 거래 촉진에 필요함
효과성	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 여성기업의 정보제공 및 대외적인 네트워크 강화 - 한국 여성기업이 세계적 기업으로 성장할 수 있는 기틀 마련에 기여 - 사전 기획부족과 이벤트성 행사로 끝난 점은 아쉬운 부분임
개선사항	<ul style="list-style-type: none"> - 내실 있는 행사 기획, 사후관리 프로그램 보완 필요 - 관계분야 여성 기업인과의 별도 간담회 및 지속적 사업 연계 추진 - 기업별 업종별로 핵심 요소를 진단·분석하여 패키지 형태(준비단계, 글로벌 시장 침투, 자금조달)의 프로그램 제공

글로벌 네트워킹 관련정책의 필요성에 대한 의견들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 전문가들은 글로벌 네트워킹의 필요성과 중요성을 매우 강조하고 있는데, 첫째, 세계경제 대국으로서 한국여성기업의 위상을 높이고 신성장 동력으로서의 역할을 수행하기 위해서는 글로벌한 네트워킹이 전제되어야 한다고 지적하였다. 둘째, 여성기업 지원에 대한 국가적인 관심도 제고 등의 여건 조성을 위해 필요하며, 글로벌 시장 진출을 고려하는 기업 모두에게 절실하다. 셋째, 국내의 한정된 정보를 벗어나 새로운 시장에 대한 정보를 얻을 수 있으며, 국내 여성경제인들의 사기진작, 글로벌화 및 네트워크 구축을 위해서도 필요하다. 넷째, 글로벌 네트워킹 주요행사인 ‘세계여성경제인대회’를 통해 한국 여성경제인의 위상을 세계에 알리고 세계 여성경제인과의 소통 및 한국문화 체험 등을 통해 실질적인 비즈니스 거래 촉진을 위한 협력 네트워크를 구축할 수 있다.

효과성에 대해서는, ‘세계여성경제인대회’만으로 평가해야 했는데, 개별 기업, 소수 인력의 네트워크에 의존하는 것보다 관과 조직의 영향력을 활용하는 것이기 때문에 신뢰할 수 있고 정확한 정보력 면에서는 효과적이라고 평가하였다. 반면 ‘세계여성경제인대회’는 이벤트가 아니라, 지속적인 여성기업인과의 네트워킹이어야 하며, 국내시장 진출 및 해외시장 진출을 희망

하는 여성기업간의 비즈니스로 연계되어야 하는데 행사로 끝나 효과를 측정하기 어렵다고 지적하였다.

이러한 평가를 토대로 글로벌 네트워킹과 관련한 개선사항을 구체적으로 살펴보면, ‘세계여성경제인대회’를 이벤트성 행사로 보고 이를 개선하고 보완할 수 있는 대안들이 제시되었다. 첫째, 내실 있는 행사기획이 필요한데, 일회성 행사가 아니라 이번 기회를 통하여 참가한 여성기업들이 향후 ‘기업활동 및 판로개척, 글로벌 기업으로 성장’을 목적으로 하는 철저한 기획과 사후관리 프로그램이 보완되어야 한다. 그리고 현지인들의 생생하고 개별적인 목소리를 들을 수 있다면 시장 확보에 유리할 것이다. 둘째, 대회 참석 외국 경제인들과 국내 여성 기업인과의 실효성 있는 네트워킹 구축에 중점을 두어야 하는데, 이를 위해 여성 벤처캐피탈리스트와 여성기업과의 연계, 대회에 참석한 외국 여성경제인과 국내 여성기업과의 연계 기회(예 : B2B 상담회 등)를 많이 만들어 대회 이후 실제 비즈니스로 발전할 수 있는 세부 활동을 부대행사로 개최해야 한다. 한편 세계여성대회를 유치하는 등의 형식적이고 전시행정적인 사업은 중단하는 것이 바람직하다는 반론도 있었다.

구체적인 글로벌 네트워킹 대안도 제시되었는데, 실질적인 글로벌 네트워킹을 구축하기 위해서는 핀란드의 Technopolis Ventures에서 추진하고 있는 BornGlobal™ 프로그램을 사례로 제안하였다. 이 프로그램은 글로벌 진출을 원하는 기업에게 요구되는 사항들이 기업별/업종별로 상이한 만큼 각 기업별/업종별로 필요한 핵심적인 요소들을 진단·분석하여, 패키지 형태로 제공하는 프로그램이다. 본 프로그램에 참여하는 기업은 입지에서부터 서비스 제공자들과의 계약, 자금 계획까지 포함하는 one-stop shop 서비스를 받게 되며, 서비스 비용의 67%는 정부지원 자금으로 지원된다. 크게 글로벌 시장 진출 단계별로 적용할 수 있는 프로그램은 3가지 형태의 패키지(준비단계, 글로벌 시장 침투, 자금조달)²¹⁾로 제공하고 있다. 따라서 여성기업중

21) ①준비단계: 사업에 선정된 기업의 관점에서 글로벌 시장조사를 실시하여 적합한 대상을 찾아 주고, 각종 판매촉진활동을 지원하며, 계약과정의 지원을 위한 전문 서비스를 지원하고 있음. ②글로벌 시장 침투단계: 시장조사를 바탕으로 지원 기업에게 가장 적합한 목표 시장이 어디인지를 선정하고 해당 시장의 사업타

합지원센터의 경우 주도적으로 세계여성경제인대회 행사를 통해 네트워크 형성과 더불어 글로벌 시장 진출을 목표로 가지고 있는 기업을 적극적으로 후원할 수 있는 시스템 마련에 더욱 많은 노력을 기울일 필요가 있다.

마지막으로, 글로벌 네트워킹을 위해서는, 세계여성경제인대회 뿐만 아니라 글로벌한 감각을 키우기 위한 여성경제인들의 자체적인 능력도 배양해야 한다는 의견도 있었다.

다. 여성기업 지원정책의 개선방안

1) 여성기업 육성정책의 방향

여성기업 지원정책은 중소기업 정책에서 성평등(gender equality) 개념을 반영하여 법적 기반('99년 여성기업지원에관한법률)을 마련하였다. 동 법은 차별적 관행의 시정을 통한 여성기업의 경영활동 촉진을 목표로 삼고 있다. 그동안 여성기업의 양적 증가와 고용확대는 국가경제에 기여한 바가 크나, 여성기업의 구조적 문제(음식숙박업/도소매업 편중, 영세규모)는 개선되고 있지 못하다. 정부의 여성기업 지원정책도 여성기업이 내재한 문제들을 해소하는 방향으로 전개되지 못했으며, 시장환경의 변화에 부합하는 정책발굴도 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 여성기업 지원정책이 나아가야 할 방향을 ①기업가정신에 기반한 여성창업 활성화, ②글로벌 강소형 여성기업 육성으로 설정하였다.

당성을 분석한 후의 실제 시장침투과정까지 지원. ③자금조달단계: 자금투자캠프를 설치하여 벤처캐피탈의 투자 절차를 수립하고, 잠재 투자자 명단 확보 및 협업체계 구성까지 전 과정을 지원. 이렇게 실질적인 글로벌 네트워크를 활용한 지원을 함으로써 글로벌 시장진출의 판로개척에 많은 기여를 하고 있음.

〈표 Ⅳ-13〉 여성기업 육성정책의 방향

구분	내용
기업가정신에 기반한 여성창업 활성화	여성기업 지원정책의 성평등적 관점은 젠더에 초점을 맞추어 여성기업을 취약계층으로 규정하고 있다. 이러한 관점은 어느 측면에서는 여전히 유효한 것이나, 기업가정신에 입각한 여성창업을 촉진하는 데 한계가 있다. 지식기반산업에서의 여성창업을 활성화하고, 기술/과정 혁신을 촉진할 수 있는 제도적 지원 방안을 강구해야 할 것이다.
글로벌 강소형 여성기업 육성	여성 유망 서비스산업에서의 해외시장 진출을 지원하기 위해서는 단계적 접근이 필요하다. 정부의 중소기업 수출 지원 제도에 통합적인 접근이 가능하나, 중소기업서비스산업의 여성기업이 미래형 글로벌 중소기업으로 전환하기 위한 기초적인 변화가 우선되어야 한다.

이 두 가지 정책방향에 대한 전문가의 의견을 살펴보면, 조사에 참여한 모든 전문가들은 ‘기업가정신에 기반한 여성창업 활성화’와 ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’이 시의적절하며, 바람직한 방향임에 동의하였다. 첫 번째 정책방향 ‘기업가정신에 기반한 여성창업 활성화’에 대한 구체적인 의견을 살펴보면 다음과 같다. 여성창업을 위한 지원인프라가 부족한 상황에서 여성창업 활성화를 위한 제반 제도 개선, 인프라 확충, 기회형 창업 확대 등은 매우 시의적절한 정책방향이며, 특히 여성창업에서 생계형 창업이 많은 비중을 차지하여, 치열한 경쟁환경 때문에 생존율이 높지 않음을 감안할 때, 고부가가치 기회형 창업을 확대하는 것은 매우 바람직하다고 평가하였다. 그리고 그동안 여성창업자의 대부분이 소자본 생계형에 밀집되어 있고 남성과의 동등한 경쟁에서 경쟁력을 확보하기가 어려운 것이 현실이긴 하지만, 최근 들어 창의력을 갖춘 여성창업자가 늘고 업종도 생계형에서 지식서비스 분야의 고부가가치 분야로 점차 늘고 있어 정책의 방향도 정책의 방향도 기업가정신에 입각한 기술 및 서비스 분야로 이동하는 것이 바람직하다고 동의하였다. 또한 기업가정신이라는 키워드가 사회 전반적으로 향후 우리나라가 경제성장을 하기 위한 핵심어이며, 이러한 기업가정신이 시니어 기업가정신, 실버 기업가정신, 사회적 기업, 가족 기업, 기업 내 기업가정신 등 다양한 연령과 분야에서 기업가정신의 필요성에 대해서 강조되고 있기 때문에 여성에게 특화된 기업가정신에 대한 연구와 교육이 더욱 필요

하다고 평가하였다.

한편, 이에 대한 보완 및 개선사항에 대한 의견도 있었는데, ‘여성’이라는 이유만으로 혜택을 주는 것을 경계해야 하며, 여성창업의 분야를 확대하는 방안, 사회 전반의 인식전환을 제안하였다. 구체적으로 살펴보면, 첫째, 기업 생태계에서는 여성이라고 우대될 수 없기 때문에, 초기의 정부지원이 생존률에 도움이 될 수는 있을지 모르나 경쟁력에는 큰 도움이 되지 않을 수 있으므로 결국 경쟁력 확보라는 관점에서는 강점의 부각이 필수적임을 강조하였다. 즉 여성의 입장에서 기 확보된 우수 인자를 활용할 수 있는 산업을 발굴하고, 이에 대한 선도적인 지원이 필요하다. 둘째, 여성창업 활성화를 위해서는 창업을 위한 창업유도를 지양하여야 한다. 경쟁력이 없는 생계형 소상인 창업은 여성창업에 도움이 되지 않을 것이므로, 여성이 특화되어 할 수 있는 분야를 먼저 조사하고, 그 분야를 선도적으로 육성할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다. 선정분야는 기존에 여성이 강점이 된 산업분야(패션, 디자인, 공예 등)를 선택할 수도 있으나, 새로이 부각될 수 있는 분야(IT, 게임스토리 작가, 포토그래퍼, 편집 등)를 새로이 개발하여 육성할 필요가 있다. 단, ‘여성유망 = 서비스산업’이라는 고정관념의 틀에서는 탈피해야 한다. 셋째, 기업가정신에 기반한 여성창업의 활성화의 기초는 가정과 사회에서 창업에 대한 마인드의 변화가 있어야 할 것이다. 무조건 여성창업의 활성화 보다는 창업의 의미와 필요성에 대하여 가정과 사회가 공감하는 사회적 인식 변화가 우선되어야 할 것이다. 나의 유능한 딸이 취직보다는 기업인이 되는 것이 훨씬 더 자랑스러울 수 있으려면 가장 우수한 사람은 창업을 먼저 지향한다는 내 가정의 인식과 우리사회의 인식이 자리할 때에 가능한 이야기이다. 따라서 창업에 대한 사회적 인식변화와 가정의 인식 변화가 우선되어야 할 것이다.

‘글로벌 강소형 여성기업 육성’의 정책방향에 대해서는 모든 전문가들이 반드시 필요하다고 동의하였으며, 긍정적으로 평가하였다. 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 그동안 중기청 등에서 강소기업 육성사업을 운영하고 있으나, 남성 위주의 기업 육성 때문에 여성들이 상대적으로 각종 지원 프로그램 혜택을 받지 못하고 있는 실정이기 때문에, 글로벌 강소형 여

성기업을 중점 육성하여 사업성이 우수한 여성 CEO가 많이 배출될 수 있도록 지원할 필요가 있다. 둘째, 우리나라 여성들은 세계적으로도 경쟁력을 충분히 갖고 있다고 생각하며 선택과 집중을 통해 글로벌 강소기업을 발굴하여 이를 집중 케어하고 실질적인 여성기업 우대정책을 전개해 나가는 것이 바람직하다. 셋째, 생계형 창업인 소상공인 창업에만 집중하고 있는 여성창업의 현실에서 벗어나 기회형 창업 아이템 발굴을 통해서 여성들이 강점을 보일 수 있는 유망 서비스 산업 아이템을 발굴하여 글로벌 강소기업으로 육성해야 한다.

2) 여성기업 육성을 위한 신규 정책과제와 개선방안

본 연구에서는 여성기업 육성정책에 대해 설정했던 두 가지 목표에 대해 구체적인 신규 정책과제를 다음과 같이 제안하였다. 첫 번째 정책목표 ‘기업가정신에 기반한 여성창업 활성화’에 대해서는 최근 취업난이 심각한 여대생, 경력단절 여성들을 타겟으로 하는 차세대 여성창업 지원 확충 및 시니어 여성창업자 지원 강화, 기존의 창업보육센터의 전문성을 높일 수 있는 창업보육센터 입주 여성기업의 창업보육기능 확충, 그리고 여성청년창업가 발굴 및 양성지원을 제안하였다. 두 번째 정책목표 ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’에 대해서는 글로벌 여성 강소기업의 발굴 및 선정, 자금 및 보증지원, 해외진출 지원, 수출 경쟁력 강화 지원과 같은 글로벌화에 성공할 수 있도록 하는 다양한 지원정책과, 글로벌 강소기업 선정 시 여성기업에 가점을 부여하는 방안을 제안하였다. 구체적인 정책내용은 다음의 <표>와 같다.

〈표 IV-14〉 여성기업 육성을 위한 신규 정책과제

정책 목표	정책과제	내용
기업가 정신에 기반한 여성창업 활성화	차세대 여성창업 지원 확충 (1인 창조기업, 창조형 혁신 여성기업 중심)	- 여대생, 창업준비 여성을 대상으로 창업 교육훈련을 확대하여 1인 여성창조기업 비즈니스센터 운영 확대 - 여성기업종합지원센터 입주 인프라 확대 및 프로그램 운영
	시니어 여성창업자 지원 강화	- 시니어 여성창업컨설팅 지원 강화(경력단절 여성 창업 유도)
	창업보육센터 입주 여성기업의 창업보육기능 확충	- 입주 기업 경영활동(경영, 기술, 멘토링) 지원 강화 - 창업보육 담당자 역량 강화를 위한(전담 교수제 운영) 정기적 교육훈련 실시
	여성청년창업가 발굴 및 양성지원	- 여성청년창업가 발굴 및 지원 강화 - 여성청년창업자금 신설 및 강화
글로벌 강소형 여성기업 육성	글로벌 여성 강소기업 발굴 및 선정	- 글로벌 여성 강소기업 발굴 및 선정을 통한 대표 기업 지원
	글로벌 여성 강소기업 자금 및 보증 지원	- 수출금융 및 보증지원을 통한 글로벌 여성 강소기업 지원
	글로벌 여성 강소기업의 해외진출 지원을 위한 대중소기업 협력	- 해외 진출지원을 위한 수출인큐베이터 입주지원 및 대중소기업 협력 진출지원
	글로벌 여성 중소기업 중 창조산업의 수출 경쟁력 강화 지원	- '창조서비스업 수출지원', '창조형 유망 서비스 여성 중소기업' 등 정부 인증 참여 지원(글로벌 여성 창조형 기업지정제)
	글로벌 여성 강소기업의 해외진출 기반 구축 지원	- 여성기업 정보화 지원 사업의 확대를 통한 홈페이지 구축에서 영문 사이트를 포함시키도록 장려 (온라인 쇼핑몰 등 해외매출 지원)
	글로벌 강소기업 선정에서의 여성기업 가점 부여 추진	- 벤처기업, 이노비즈, 경영혁신형 기업, 녹색인증기업, 수출유망중소기업에 부여되는 가점(5점)을 여성기업에게도 부여하도록 추진

이와 같은 신규 정책과제에 대한 전문가들의 의견과 개선점을 살펴보았다. 우선 첫 번째 정책목표 ‘기업가정신에 기반한 여성창업 활성화’의 정책과제에 대한 전문가의 의견은 다음과 같다.

전반적으로 ‘기업가정신’을 강조하는 것에 대해 긍정적으로 평가하였다. 구체적인 의견들을 살펴보면, 첫째, 기업가정신은 개인이 주도적이고 자발적으로 갖춰야할 의식이라기보다는 기업가정신을 고취시킬만한 창업을 해

도 좋은 사회적 분위기, 다양한 성공 사례, 창업 이후 지속성장 가능하게 도와줄 법, 제도적 지원, 여성이 편하게 사업할 수 있는 사회적 인프라, 사회적 인식 등이 우선됨으로써 개인들이 창업을 할 수 있다고 하고 싶다고 생각하게 만드는 것이다. 따라서 단편적인 프로그램들로 짧은 시간에 이루어 낼 목표가 아니라, 장기적인 안목으로 사회 전반의 저변을 염두에 둔 거시적 정책을 세워나가는 것이 필요하다. 둘째, 여성 기업가정신 고취를 위해서는 그 전에 가정과 학교와 사회에서 창업에 대한 인식 전환이 우선되어야 한다고 지적하였다. 즉 사회적 인식변화를 통하여 가장 유능한 사람들이 우선 창업을 고려하는 분위기가 조성되어야만 관련 정책들이 효과를 거둘 수 있을 것이다. 이를 위해서는 유치원 교육, 초·중·고 교육뿐 아니라 부모를 대상으로 한 교육에서도 창업의 의미에 대한 끊임없는 교육이 우선되어야 할 것이다.

셋째, 현재 기업가정신에 대한 많은 학문적 연구와 적합한 한국형 기업가정신 교육프로그램에 대한 연구가 활발히 진행되고 있는 반면에 여성 기업가에 대한 특성과 여성 기업가정신 함양을 위한 교육 프로그램 개발에는 다소 미진한 상황임을 지적하면서 기업가정신 고취를 위한 대안도 제시되었다. 해외의 경우에는 기업가정신 고취를 통하여 여성 창업가의 특성을 이력관리 시스템을 도입하여 꾸준히 관찰하고 연구하는 좋은 사례들이 있다. 또한 여성 기업가들에게 필요한 기업가정신의 행동적 특성과 필요한 기술이 무엇인지에 대해서 분석하여 필요한 행동적 특성을 강화하기 위한 훈련을 체험형 프로그램으로 습득하고 있으며, 필요한 기술의 경우에는 전문가와 함께 다양한 사례연구를 통해서 여성 기업가들이 향후 처할 수 있는 상황을 반영하여 다양한 의사결정을 체험할 수 있도록 교육프로그램을 강화하여 실시하고 있다. 따라서 여성 기업가를 체계적으로 지원하기 위해서는 여성 창업가에게 필요한 부분에 대해 창업보육시스템에 입주하여 창업을 하고 있는 여성 창업가들과 인터뷰 및 연구조사를 통해서 애로사항을 분석하여 정책에 반영시켜서 여성창업보육시스템을 더욱 강화시킬 필요가 있다. 그리고 현재 사회 전반적으로 실시되고 있는 기업가정신 함양교육을, 여성들이 특히 강화해야 할 스킬 부분(기회발견, 아이템 구체화, 사업계획

서 작성, 투자유치, 파트너십&네트워크 형성)과 행동적 특성강화 부분(진취성, 위험감수성, 창의성, 조직융화력 등)을 체험형 형태로 프로그램화하여 창업에 대한 마인드 제고를 위해서 여성 청소년에서 여성 시니어까지 적용할 필요가 있다.

여성 청년과 시니어로 대상을 타겟팅하여 창업을 지원하는 것에 대해서도 전문가들의 평가는 긍정적이었다. 구체적으로 살펴보면, 첫째, 여성창업을 청년층은 물론 경력단절 여성, 시니어 등으로 대상을 확대하고 다양한 정책을 도입하는 것이 바람직하며, 이와 함께 보다 많은 여성창업자 발굴을 위하여 여성창업이나 여성 기업인에 대한 성공사례 확산, 인식개선, 붐을 조성하기 위한 홍보 내지는 성과확산을 정책적으로 병행하는 것이 필요하다. 둘째, 대상을 지정하여 지원하는 방식에 대해서는, 기존 여성 창업 경진대회 등에서 무늬만 청년 여성창업자들이 다수 등장하여 창업 초기부터 성(gender) 문제가 부각되고 있음을 고려할 때, 실질적으로 여성이 창업하는지 등 정책대상에 대한 확인이 필요(시니어 창업도 동일)하다. 셋째, 차세대 여성창업 활성화를 위해 현재 진행하고 있는 “차세대 여성CEO과정”을 이공계 여대생을 중심으로 선발하여 보다 강도 높은 교육을 수행하는 것이 필요하다. 한편 대상 측면에서 여성청년창업가를 별도로 구분하는 것에 대한 사업 타당성 검토가 필요하다는 반론도 있었다. 즉 청년의 실업률이 높은 것은 사실이나, 청년창업은 다양한 기관, 대학 등에서 현재 진행하고 있는데, 대상만 특화되었을 뿐 지원사업 내용이 다른 것은 아니므로, 청년여성을 특정대상으로 분리해서 지원하는 것에 대한 고민이 요구된다는 의견이었다.

경력단절 여성을 위한 시니어 여성 창업 컨설팅에 대해서는, 창업과 함께 여성기업에 대한 취업과도 연결하는 것이 바람직하다는 의견이 제시되었다. 그렇지 않을 경우 창업이 1인 기업이나 소규모 기업으로밖에 되지 않아 중기적으로 사업 실패 가능성이 높기 때문에, 기존 여성기업과의 연계를 강화하는 것도 포함되어야 할 것이다.

여성에 특화된 정책과제에 대한 개선방안들도 제시되었다. 첫째, 여성들의 경력, 창업환경(경력단절, 가사와 육아 병행, 네트워크 부족), 기업가정신

등이 남성에 비하여 열세인 걸 감안하여, 여성친화적인 지원 사업과 관련한 프로그램을 개발할 필요가 있다고 지적하였다. 둘째, 여성들의 경우 경력단절과 가사를 병행해야 하는 상황에서 창업에 전적으로 뛰어들기는 쉽지가 않기 때문에, 예비창업자 육성 프로그램을 강화하여 창업마인드 함양, 창업실무 능력 향상, 사업아이템 개발 역량을 향상시킬 수 있는 예비 여성창업자 육성 프로그램이 강화될 필요가 있다. 셋째, 중기청에서 지원하는 창업한 지 5년 미만의 창업초기기업 전용 R&D 자금지원 사업이 있는데, 이를 참고한 ‘여성창업 전용 R&D 지원사업’이 제안되었다.

창업보육센터와 관련해서도 다양한 정책과제들이 제시되었는데, 지원서비스로는 첫째, 입주기업의 네트워킹 활성화, 투자 및 자금유치 연계서비스, 외부 협력기업/대학과의 파트너쉽 구축을 지원할 수 있는 지원 서비스 확대가 필요하다고 지적하였다. 둘째, 공간조성에 있어서는 고정화된 공간제공(BI운영 등)보다는 자유로이 소통하고 교감할 수 있는 개방형 공간으로 조성한다면 보다 많은 여성들에게 창업에 대한 지원을 이룰 수 있을 것이며, 이는 자연스럽게 창업 준비자간의 네트워크가 구성될 수 있다. 또한 본 공간을 활용하여 멘토 멘티의 만남의 장소로 활용할 필요가 있는데, 이를 통해 사전적으로 검증된 창업자를 대상으로 BI입주 등의 차별화된 지원으로 확대된다면 더욱 효과적일 수 있다. 셋째, 미래유망분야에 대한 선행연구를 통해 창업교육과 일부 고부가가치를 갖고 있는 아이템을 사전에 공모하여 이들을 창업보육공간에서 인큐베이팅하는 방식의 여성창조기업 비즈니스센터 운영을 확대할 필요가 있다.

창업보육센터의 운영방식에 대한 의견도 있었는데, 첫째, 여성직업훈련기관과 연계하여 실무기술은 직업훈련기관에서 진행하고 일반창업 및 인큐베이팅 기능은 여성경제인협회에서 이원화하는 시스템으로 운영한다면 시너지 효과를 거둘 수 있다고 제안하였다. 둘째, 여경협 지회의 창업보육센터 내 매니저의 역할은 개인의 역량에 따라 천차만별이므로 매니저의 전문역량 강화를 위해서는 본회 차원의 전문 컨설턴트가 컨트롤 타워를 맡아서 운영해야 하며, 보육기능 강화가 절대적으로 필요하다. 셋째, 각 지회의 보육센터 담당자의 업무량 중 대부분이 지회 운영을 위한 사무업무의 비중이

높은 상태이기 때문에 보육공간에서의 매니저 역할에 대한 재정립과 교육이 요구된다.

마지막으로 ‘여성청년창업자금 신설 및 강화’에 대해서 여성청년 창업자금을 별도로 신설하기가 제도적으로 쉽지 않으나, 만약 신설한다면 신용보증제도로 자금을 활용할 수 있도록 뒷받침이 되지 않으면 현실적으로 무용지물이 될 수밖에 없음을 지적하였다.

위와 같은 전문가들의 의견을 간단히 정리하면 다음의 표와 같다.

〈표 IV-15〉 ‘기업가정신에 기반한 여성창업 활성화’에 대한 개선방안

정책과제	내용
기업가정신 고취	<ul style="list-style-type: none"> - 장기적 안목으로 거시적 정책 필요 - 가정과 학교, 사회에서 창업에 대한 인식전환 필요 - 이력관리 시스템을 도입하여 여성 창업가의 특성을 관리 - 교육프로그램을 강화하고, 인터뷰 및 연구조사를 통해 정책에 반영
여성청년과 시니어 대상 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 홍보와 성과확산 강화 - 엄밀한 정책대상 타겟팅 - 이공계 여대생 중심의 특화된 교육 수행
여성특화 정책과제	<ul style="list-style-type: none"> - 창업과 여성기업으로의 취업과의 연계 - 여성친화 지원사업 프로그램 개발 - 경단여성 대상 예비창업자 육성 프로그램 강화 - 여성창업 전용 R&D 지원사업
창업보육센터 지원서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 네트워킹 활성화, 투자 및 자금유치 연계서비스, 외부 협력기업/대학과의 파트너십 구축을 지원할 수 있는 지원 서비스 확대 - 여성창업기업 비즈니스 센터 운영 확대
창업보육센터 운영방식	<ul style="list-style-type: none"> - 실무기술과 일반 창업 및 인큐베이팅 기능을 이원화 - 매니저 역할에 대한 재정립과 교육 및 전문성 강화
여성청년창업자금 신설 및 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 신용보증제도로 자금을 활용할 수 있도록 뒷받침 필요

두 번째 정책목표 ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’의 정책과제에 대한 전문가의 의견은 다음과 같다. 우선 정책목표에 대해서 역시 긍정적인 평가가 많았다. 구체적으로 살펴보면, 첫째, 여성 창업 중에서 생계형 창업이 많은 비중을 차지하여 레드오션형 창업에 대한 우려가 높은 상황을 감안할 때,

글로벌 시장 진출을 목표로 하는 글로벌 강소형 여성기업 육성은 매우 바람직한 사업방향이라고 보았다. 둘째, 생계형 창업보다는 부가가치가 높으나, 글로벌 수준까지는 아직 역량이 안 되는 여성 서비스벤처 육성을 확대하는 것이 현재의 여성 창업가 수준에는 더 적합한 정책이 될 가능성이 높다. 외국 사례에 비추어 보아도, 글로벌 강소기업이 안정적인 일자리 창출을 위해 기업들의 순일자리 창출 밀도를 높이는데 중추적인 역할을 하고 있다. 미국의 경우에는 강소기업의 신규 일자리의 약 60%를 만들어 냈고, 영국은 54%를 창출하였다. 셋째, 글로벌 마켓을 염두에 두지 않고는 사업을 성공적으로 영위하기가 어렵기 때문에, 세계 시장 진출에 있어서 안전한 거래, 지속적인 비즈니스가 가능할 수 있도록 정부 차원의 안전망을 갖추는 것이 필요하다. 이를 통해 소기업, 여성기업들도 원하는 기업은 누구나 시행착오 없이 도전하여 걸음마 단계부터 도움을 받고 또 성장한 후에 후배 기업들에 멘토링 해주는 경험의 선순환 시스템을 형성하여 사회적 자산으로 네트워크가 구축될 것을 기대하였다.

반면, 글로벌 강소기업 육성이 단순한 슬로건으로 그치지 않을까 하는 우려도 제기되었다. 글로벌 기업으로 육성하고자 한다면, 우선 해외선행기술 조사 등을 실시하여 해외에 적용 가능한 아이템을 발굴하고, 이에 대해 육성 가능한 프로그램을 구축해야 효과를 얻을 수 있어, 현실적으로 많은 시간과 노력이 반영되어야 할 것이다. 기존 타 기관의 운영과 같이, 해외에서 우수한 실적을 낸 기업을 대상으로 글로벌 기업이라고 선정하여 추가적인 지원을 하는 형태라고 한다면 사실상의 효과를 기대하기는 어렵다. 따라서 선택과 집중을 위해서는 일반적인 여성기업 보다는 글로벌 강소기업육성에 대한 명확한 개념정립과 다양한 각도에서 성장가능성이 높은 여성기업이 우선적으로 발굴되어야 하며, 이를 발굴하고 육성하여 성공기업으로 키우기 위해서는 정부의 정책적 지원이 반드시 뒷받침되어야 할 것이다.

부정적인 의견 중에서는 글로벌화 이전에 국내 판로개척에 대한 신규사업 또는 기존 사업의 고도화가 필요하다는 지적도 있었다. 즉 국내에서 경쟁력이 없는 기업을 해외를 대상으로 키운다고 강소기업이 될 것인지 의문을 제기하면서, 강소기업을 강조하기 이전에 수많은 인재들이 창업을 열망

하는 사회적 분위기를 만드는 데에 국가정책의 우선순위를 두어야 한다고 지적하였다.

이러한 평가들을 바탕으로 다양한 대안들이 제기되었다. 구체적으로 살펴보면, 첫째, 강소기업으로 선정된 기업인은 해외진출을 위한 글로벌감각 능력배양과 수출금융을 통한 특별보증서연계, 대중소기업의 협력을 통한 상생발전 방안의 모색과 자체 역량을 강화할 수 있는 경영안정 교육프로그램이 병행되어야 한다. 둘째, 글로벌 강소형 기업 특성상 기술, 바이오, IT, 제조 위주의 창업이 많은 실정이고, 아이템 특성상 여성들이 참여하기가 쉽지 않은 것이 현실이기 때문에, 사업방향은 적절하지만 글로벌 강소형 여성기업으로 보육하기에 적절한 잠재적 여성 창업자들의 비중이 크지 않을 수 있으므로 지나치게 글로벌 수준의 여성창업 발굴 및 육성에 치우치기 보다는 여성에게 적합한 디자인, 멀티미디어 콘텐츠, 패션 등의 여성 지식서비스 벤처사업 육성 프로그램 개발이 필요하다. 셋째, 해외에 진출이 필요한 여성기업에게는 홈페이지 구축 시 영문사이트 구축을 지원함으로써 수출에 필요한 기본 인프라를 제공해야 한다.

넷째, 그동안 여성기업에 대한 자료와 통계, 지원 정책결과를 잘 살려 여성기업만의 특성이 잘 반영된 기획으로 차별화하고 집중할 필요가 있다. 특히, ‘글로벌 여성 중소기업 중 창조산업의 수출 경쟁력 강화 지원’, ‘글로벌 여성 강소기업의 해외진출 기반 구축 지원’ 등 인프라성 사업은 상대적으로 취약한 국내 여성중소기업이 글로벌 기업으로 성장하기 위하여 향후 심혈을 기울여 집중해야 할 분야이다. 이를 위해 중점 지원대상 여성기업을 선정하여 일종의 선도기업 개념으로 집중 지원하여 매년 성공사례를 만들어 나가는 것이 필요하다(예 : 세계일류상품 기업). 다섯째, 선정된 선도기업에 대한 지원 프로그램을 사전에 만들어 체계적으로 정부가 지원해야 한다. 단순한 지원 기업 선정은 정부의 기존 많은 지원제도와 유사하여 큰 효과를 거두지 못하며 각 지원기관들도 관심을 갖기 어려운, 구호상의 지원에 그칠 것이기 때문이다. 단, 이러한 선도기업 선정은 일류상품 기업처럼 엄정한 심사를 거쳐 범정부적으로 이뤄져야 할 것이며 최소 2년, 최대 3년의 지원이 이뤄져야 할 것이다.

여섯째, 글로벌 강소형 여성기업 육성과 관련한 우수 해외사례를 참고할 필요가 있다. 글로벌 강소형 여성기업을 육성하기 위해서는 핀란드와 같은 단계적인 서비스 체계(여성창업가 발굴 단계, Pre-Incubation 단계, Incubation 단계, Acceleration 단계, BornGlobal 단계)가 확립되어야 한다. 자세한 내용은 다음의 표와 같다.

〈표 IV-16〉 핀란드의 여성기업 육성 체계

단계	내용
여성창업가 발굴 단계	여성창업경진대회와 교내 로켓피치 대회 등을 통해서 창업마인드가 형성되어 있고, 발전가능성이 높은 여성창업가를 지속적으로 발굴함.
Pre-Incubation 단계	발굴된 여성창업가를 중심으로 아이템을 구체화시킴. 아이템 구체화 단계에서는 기존의 생계유지형 창업아이템(음식, 교육 등)에서 탈피하여 다양한 전공이 융합된 융합형 서비스 아이템을 개발하는데 중점을 둠(특히, 서비스, 바이오, IT, 우주항공 등).
Incubation 단계	전문 멘토링 시스템을 통하여 초기창업자금조달에서, 제품디자인, 제품생산, 특허 등 제품 실현화하는데 필요한 지원 서비스를 제공함.
Acceleration 단계	투자유치와 네트워크 형성을 통해서 필요한 전문 기관과 전문 컨설팅을 제공함.
BornGlobal 단계	글로벌 진출시장조사, 파트너 체결, 협약, 자금지원 등을 지원하여 글로벌 강소형 여성기업을 육성함.

마지막으로 글로벌 강소기업 육성에 필요한 모든 지원책이 총 망라되어 있지만, 대부분 세부 사업내용이 해외진출 기업에게만 집중되어 있으며, 최근 수년간 정부(중기청, 지경부, 코트라 등)와 금융권(수출입은행)등 공공기관이나 민간에서 수행중인 유사사업과의 중복성과 차별성 문제를 검토해야 할 것이다.

위와 같은 전문가들의 의견을 간단히 정리하면 다음의 표와 같다.

〈표 IV-17〉 ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’에 대한 개선방안

구분	내용
글로벌 강소기업 선정	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 강소기업육성에 대한 명확한 개념정립과 다양한 각도에서 성장가능성이 높은 여성기업을 우선적으로 발굴
프로그램 발굴	<ul style="list-style-type: none"> - 해외선행기술조사를 통해 현실적인 프로그램 구축 - 글로벌 감각 능력배양, 수출금융을 통한 특별보증서연계, 경영안정 교육프로그램이 병행되어야 함 - 여성 지식서비스 벤처사업 육성 프로그램 개발 - 해외진출 여성기업에 영문사이트 구축 지원 - 성공사례 발굴
시스템 개선	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 판로개척에 대한 신규사업 또는 기존 사업의 고도화 필요 - 다른 기관 및 사업과의 중복성과 차별성 문제 검토 필요 - 단계적인 서비스 체계 확립

V

여성기업 육성 정책의 발전 방향 및 과제

1. 연구요약	101
2. 여성기업 육성 정책의 발전 방향 및 정책 과제	103

1. 연구요약

우리나라에서 기업가정신의 주목받기 시작한 것은 그리 오래되지 않았다. 외환위기 극복의 일환으로 정부 주도적인 창업 활성화 정책이 쏟아지면서 창업 비중이 큰 폭으로 증가하였고 여성기업 수도 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다.

'99년 제정된 여성기업지원법은 정부 정책의 젠더 평등을 달성하기 위한 목적으로 취업취약 계층 여성의 자영창업을 활성화시키고 여성 기업가에 대한 사회적 인식을 제고시켰다는 점에서 의의를 가진다. 그러나 앞서 지적한 바와 같이 여성 기업가정신을 고취시키고, 경영활동의 젠더위계를 완화시키는 데에는 기여하지 못하였다. 그리고 여성 창업이 여전히 음식숙박업과 도소매업에 편중되어 있고 5인 미만 영세사업장에 머물러 있다.

한국보다 앞서 여성 창업지원 정책을 전개한 해외 선진국의 노동시장 상황을 살펴보면, 여성 고용율이 높은 북유럽 국가들에서는 여성자영업 비율이 낮게 나타나며, 우리나라를 비롯한 터키, 멕시코, 그리스는 여성 고용율이 낮은 반면, 여성자영업자 비율이 상대적으로 높게 나타나고 있다. 여성고용 기반이 좋은 국가들에서는 여성창업이 낮은 경향을 보이고 있는 것이다.

국가경쟁력 순위(IMD 지수)와 여성자영업 비율의 관련성을 보면, 영국, 호주 등 영미권 국가들이 국가경쟁력 순위는 높고 여성자영업 비율이 낮은 특징을 보인다. 반면 아이슬란드, 일본, 체코, 미국과 같은 국가들은 국가경쟁력 순위는 상대적으로 낮고 여성자영업 비율도 낮은 국가들이다. 우리나라는 여성자영업 비율은 높고 국가경쟁력 순위는 낮은 대표적인 국가이다.

이러한 국가별 여성창업의 특성에서 비롯된 정부의 지원 법제를 살펴보면, 미국이 여성기업 관련정책에 있어서 관련 법제가 가장 발달된 국가인데, 미국은 1972년 여성 기업인 조사가 특별 프로젝트로 처음 실시된 이래 1977년부터 경제 센서스에 포함됨으로써 여성기업들이 경제의 한 분야로 인정받고 지속적인 조사가 이루어지고 있다. 미국은 주로 민간조직인 여성기업센터(WBC)의 지원을 통해 미국 내 여성기업을 지원하는 체계를 갖추고 있으며, 정부조달 부문에서 여성기업 및 소수인종 등에 5%를 할당하는

것을 법제화하고 있다. 이처럼 미국 여성창업 지원정책은 다분히 여성 소수민족의 경제사회적 참여를 증진시키는 데 초점을 두고 있다. 한국은 미국을 모델로 삼고 있는 여성창업지원센터(현 여성기업종합지원센터)를 설립·운영하고 있는데, 미국 중소기업청 산하의 여성기업센터(WBC)의 상당수는 여성 소수민족 관련 단체에 위탁 운영되고 있다.

반면, 독일, 일본, 영국, 호주의 경우에는 여성기업 대부분이 중소기업이라는 점에서 여성기업 지원정책을 세분화시키기보다는 중소기업 지원정책에서 포괄하고 있다는 특징을 갖는다. 또한 미국과 일본을 제외한 유럽국가들은 여성기업만을 대상으로 하기보다는 사회적 약자나 소수자(장애인, 소수인종 등)의 범주에 여성을 포함하여 지원이 이루어지고 있다. 추진체계에 있어서도 정부 주도적이기 보다는 민간조직 및 지방정부와 연계하는 간접 지원 형태를 띠고 있다. 또한 영국과 일본도 최근에는 여성기업 관련 정책 개발에서 주정부와 민간지원 단체 간의 네트워크 구축을 통해 지원프로그램에 대한 개발을 지속적으로 추진하고 있다.

여성기업 지원정책에 대한 전문가 평가에서는 판로확대, 여성창업 지원, 경영안정화, 인프라 확충, 글로벌 네트워킹의 각 분야별 필요성에 대해 전반적으로 긍정적 평가를 하였다. 효과성에 대해서는 창업보육 및 교육의 전문성 미흡, 해외 판로지원(해외 박람회 참가)에 대한 관리 미흡, 경영안정화 사업의 업종전환 컨설팅 프로그램의 빈약성 등이 지적되었다.

구체적으로는 여성기업 및 여성창업 지원사업이 종합적·체계적으로 추진되지 못하며, 여성기업 지원사업의 연계성이 미흡하다. 또한 여성들의 기업가정신 함양 및 여성을 대상으로 하는 창업 교육이 확대되고 있으나, 교육내용이 획일적이며 특성화·전문화되지 못하였다.

동 조사에서 제시된 ‘기업가 정신에 기반한 여성창업 활성화’에 대해서는 고부가가치 기회형 창업 확대의 필요성이 강조되었다. ‘글로벌 강소형 여성기업 육성’에 대해서는 사업성이 우수한 여성 CEO 배출을 지원할 수 있도록 지원정책의 선택과 집중이 필요하다는 의견이 제시되었다.

이상과 같은 논의를 종합해 보면, 우리 정부의 여성기업 지원정책은 여성창업 활성화의 기반 조성 및 사회적 인식제고, 여성고용 창출 등에 기여하였

다고 평가할 수 있다. 그러나 초기 여성기업 지원정책의 출발점이었던 성평등 기조에서 탈피하여 여성 기업가정신의 고양을 위한 근본적인 전환이 요구되고 있는 시점이다. 여성고용을 향상의 대안으로 소규모 자영창업을 별도로 지원하는 여성기업 지원정책은 더 이상 유효하지 않다. 기업가정신에 기반한 창업을 활성화하고 이들이 강소기업으로 성장할 수 있도록 선택과 집중을 통한 가교역할이 필요하다. 중소기업 지원정책에서 다루는 판로, 자금, 기술, 인력 등의 분야에서 유사한 여성기업 대상의 정책을 사업화할 것이 아니라, 혁신 기반의 고부가가치 창업과 이들의 성장을 지원하는 방향으로 정책목표를 설정해야 한다.

2. 여성기업 육성 정책의 발전 방향 및 정책 과제

2010년 현재, 우리나라 여성 사업체 수는 1,248천개로 37.2%로 증가하였으며, 해외 선진국과 비교하여 양적인 측면에서는 높은 비중을 차지하고 있다. 그러나 질 좋은 일자리와 고부가가치 창출을 위한 기술집약적인 부문에서 여성창업 및 여성기업이 차지하는 비중은 매우 낮은 실정이다. 정부는 1999년 「여성기업 지원에 관한 법률」 제정을 계기로 여성기업 육성 및 여성창업 촉진을 도모해오고 있다. 여성기업 육성 및 여성창업 지원이 체계적이지 못하며, 지원사업간 연계성 부족 및 실효성 미흡, 지원 인프라 미흡 등의 문제점이 지적되고 있다.

본 연구의 논의를 바탕으로 여성기업 육성 정책의 발전 방향을 모색하고 주요 정책과제를 제시하고자 한다.

가. 기업가정신에 기반한 여성창업 촉진 및 성장

여성기업 지원정책의 기조를 기업가정신에 기반한 여성창업 촉진과 성장 지원으로 전환해야 한다. 소상공인 진흥원을 비롯한 지자체와 관련 기관에서 경쟁적으로 추진하고 있는 초기단계의 창업지원(자금, 교육, 보육센터 등)과 여성기업 지원정책이 차별성을 가질 필요가 있다. 따라서 타 기관과

중복적인 업종과 창업교육을 시행하기 보다는 타 기관의 창업보육센터 등을 졸업한 여성기업 중 유망한 여성기업을 발굴하여 선별적이고 집중적인 지원을 강화할 필요가 있다. 전국 14개소에 달하는 여성기업종합지원센터(여성창업보육센터) 중 몇몇 센터(가칭 여성창조기업 비즈니스 센터)는 유망 여성기업을 선별하여 입주시키고 보육센터 이용 및 보육기능을 연장하여 성장단계에 진입할 수 있도록 지속적으로 지원할 필요가 있다. 현재 2년까지 보육센터를 활용할 수 있는데, 업종에 따라 2년 동안에 수익을 창출하기 어려울 수 있으며 관련 기관간 연계를 통한 지원도 창업 후 일정 기간이 경과해야 가능한 경우가 많기 때문이다. 4장에서 제시된 핀란드의 여성기업 육성 체계와 같이, 여성창업가 발굴 단계에서 글로벌 단계로의 성장까지 장기적 안목으로 인프라 확충과 지원 체계를 구축할 필요가 있다.

주요 정책과제는 다음과 같다. 첫째, 여성 기업가정신을 고취시키는 다양한 사회적 활동을 전개해야 한다. 여성창업 친화적인 사회적 분위기를 조성하고 다양한 창업경진대회에서 여성창업 부문을 추가로 배치할 필요가 있다. 그 밖에도 여성창업성공사례 경진대회, 성공한 여성벤처기업가와 여성창업자의 만남, 엔젤마트 개최 등 ‘여성창업 붐’ 조성 활동을 실시할 필요가 있다.

둘째, 기존의 여성기업종합지원센터의 몇몇 센터를 시범적으로(가칭) ‘여성창조기업 비즈니스 센터’로 지정하고 여성 기업가정신에 기반한 여성창업 콘텐츠를 개발할 필요가 있다. 대학과 대학원 여학생, 이공계 경력단절 여성 등을 대상으로 여성 기업가정신과 창업활동에 대한 교육을 실시할 필요가 있다. 또한 사업서비스업 분야의 고부가가치 아이템 발굴, 여성친화적 분야에서의 기술 혁신뿐만 아니라 과정 혁신 등을 포함시키는 창업 지원 프로그램을 개발하고, 중소기업청을 중심으로 한 관련 부처가 연계하여 지원사업을 기획하고 추진할 필요가 있다.

셋째, 여성창업보육 기능을 강화하여야 한다. 여성창업보육센터가 단순히 저렴한 공간 활용에 그치지 않고, 투자 및 자금유치 연계서비스, 외부 협력기업/대학과의 파트너십 구축, 네트워킹 활성화를 지원하도록 해야 한다. 이를 위해서는 보육 매니저의 전문성 강화와, 센터와 관련 기관과의 유기적 협력체계가 마련되어야 할 것이다.

나. 글로벌 강소형 여성기업 육성

글로벌 시장진출을 목표로 하는 글로벌 강소형 여성기업 육성 기반을 마련하여야 한다. 제조업종이 아닌 지식서비스업에서도 부가가치는 높지만 글로벌 역량이 부족한 여성 서비스벤처 육성을 확대하기 위한 정책 기반이 구축될 필요가 있다.

글로벌 시장을 목표로 하지 않고는 기업성장에 한계가 있으며, 처음부터 글로벌 시장을 타겟으로 한 기업은 글로벌 표준에 부합하는 마인드와 경영체계를 갖추어 가기 때문에 창업 초기단계부터 준비가 필요하다. 중소기업진흥공단, KOTRA 등에서의 수출기업 지원정책과 별도로 ‘글로벌 여성 창조기업의 수출 경쟁력 강화’ 사업을 추진하고, 선도기업 사례를 발굴해 나가야 한다.

주요 정책과제는 다음과 같다. 첫째, 글로벌 강소형 여성기업의 발굴 및 선정을 통한 대표기업을 지원하도록 한다. 우선적으로 여성 기업가들의 글로벌 마인드를 고취시키고, 수출금융 및 보증지원 등의 정부 정책의 사각지대에 있는 여성기업들을 발굴하여 수출 인큐베이터 역할을 수행하여야 한다. 글로벌 강소형 여성기업의 선정을 위해서는 개념과 범주를 명확히 하고 정책목표를 구체적으로 설정할 필요가 있다.

둘째, 여성친화적인 디자인, 멀티미디어 콘텐츠, 패션 등의 여성 지식서비스 벤처사업에서 글로벌 역량을 개발하여야 한다. 수출 기업은 기술 특성상 바이오, IT 등 제조 위주가 많은데, 여성기업의 참여가 용이하지 않다. 여성기업이 경쟁력이 있는 분야인 디자인, 미디어, 패션 등의 업종에서 잠재적인 글로벌 여성창업 및 기업을 육성하고 해외진출에 지원 프로그램을 집중적으로 지원할 필요가 있다. 앞서서도 언급하였지만, 핀란드 여성기업 육성 정책에서 가장 상위 단계의 글로벌 기업으로의 성장 지원은 글로벌 진출 시장조사뿐만 아니라 파트너 체결, 협약, 자금 등을 지원하고 있다. 중견기업 이상의 경쟁력을 가진 기업이 수출 비중을 확대해 나가는 것이 아니라, 초기 단계부터 글로벌 기업을 목표로 경영하는 것이 향후 기업의 지속성장에 도움이 될 것이다.

참고문헌

- 김영옥, 임희정 (2006). “여성기업의 장애요인에 관한 탐색적 연구”. 『여성연구』, 2:107-140.
- 산업연구원 (2009). 『기업가정신 육성 및 기업친화정책을 통한 잠재성장률 제고 방안』.
- _____ (2008). “기업가정신의 발현실태와 함양방안”, 『e-KIET 산업경제정보』, 2008.11.17.
- _____ (2009). 『창업기업의 행태 및 성과 분석- 경영성과 및 고용창출요인을 중심으로』.
- _____ (2011). 『청년창업 생태계 조성 및 활성화 방안』.
- 숙명여자대학교 (2007). 『해외여성기업실태조사』.
- 안승철, 박소영, 김명화 (2005). “여성 기업인의 경영활동 특성에 관한 연구- 대구 경북지역 여성기업을 중심으로-”, 『産經研究』, 13: 95-128.
- 양현봉 (2012). 『“여성 지식·기술창업 활성화를 통한 일자리 창출방안” 정책토론회자료』, 국회 손인춘의원실·산업연구원.
- 여성부 (2003). 『독일직무연수결과보고서』.
- 여성가족부 (2011). 『2011년도 여성정책연차보고서』.
- 중소기업연구원 (2007). 『여성기업 현황 및 지원정책 발전방안』.
- _____ (2009). 『주요국의 소상공인 지원기관』.
- 중소기업청 『2002 2012년 여성기업 활동촉진 계획』.
- _____ (2006). 『여성기업에 대한 사회적 차별관행 개선방안 및 해외선진사례 연구: 금융지원방안을 중심으로』.
- _____ 『중소기업에 관한 연차보고서』, 각 연도.
- _____ (2010). “청년 기술·지식창업 지원대책” 『제9차 국가고용전략회의』 참고자료, 2010.8.
- _____ (2010). 『중소기업창업지원정책』.
- _____ (2011). 『2010년 연간 및 12월 신설법인 동향』.
- 중소기업청, 벤처기업협회 (2010). 『2010년 벤처기업정밀실태조사』.
- 창업진흥원 (2011). 『창업활성화를 위한 창업보육센터장 워크숍자료』.

통계청 「전국사업체기초통계조사」, 각 연도.

한국여성경제인협회 (2012a). 「2011 여성기업 백서」.

_____ (2012b). 「2011년 여성기업 실태조사」.

Ahl, Helene (2002). The construction of female entrepreneur as the Other, In *Casting the Other: The production and Maintenance of Inequalities in Work Organization*, Edited by Barbara Czarniawska-Joerges, Heather Höpfl, Routledge:52-67.

_____ (2004). *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*, Liber:Sweden.

Ahl, Helene, Nelson, T. (2010). Moving Forward: institutional perspectives on gender and entrepreneurship, *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 2(1):5-9.

_____ (2011). Welfare Systems and Policies for Woman's Entrepreneurship in Sweden and the United States, *Triple Helix IX International Conference, "Silicon Valley: Global Model or Unique Anomaly?,"* 11-14 July 2011.

Aldrich, H. E. (1999). *Organizations Evolving*. Thousand Oaks; London: Sage, Quoted in Helene Ahl (2004) *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*, Liber:Sweden:46.

Aldrich, H. and Zimmer, G. (1986). 'Entrepreneurship through social networks', In *The Art and Science of Entrepreneurship*, Edited by Sexton, D. L. and Smilor, R. W., Ballinger Publishing:9, Quoted in John O. Ogbor (2000) Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies, *Journal of Management Studies* 37(5):617.

Barnir, Anat (2012). Starting technologically innovative ventures: reasons, human capital, and gender, *Management Decision*, 50(3):399~419.

Berglund, K. and Thorslund, J. (2012). Innovative policies?: Entrepreneurship and innovation policy from a gender perspective, In *Promoting Innovation: Policis and Practices and Procedures*, Edited by Susanne Andersson, Karin Berglund, Ewa Gunnarsson and Elisabeth Sundin, VINNOVA - Verket för Innovationssystem / Swedish Governmental Agency for Innovation System, Nov 2012:25-46.

- Bruni A., Gherardi, S., Poggio, B. (2004a). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs, *Journal of Organizational Change Movement*, 17(3): 256~268.
- _____ (2004b). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of Intertwined practices, *Gender, Work and Organization*, 11(4):406-429.
- Hård, Ursula, Sundin, Elisabeth & Tillmar, Malin (2007). *Kvinnors företagande - arbetsmarknadsbeteende och organisatorisk lösning*, Stockholm: Arbetslivsinstitutet, Quoted in Helene Ahl and Teresa Nelson (2011) Welfare Systems and Policies for Woman's Entrepreneurship in Sweden and the United States, *Triple Helix IX International Conference*, "Silicon Valley: Global Model or Unique Anomaly?", 11-14 July 2011:16.
- Haveman, H., Beresford, L. (2012). If You're So Smart, Why Aren't You the Boss? Explaining the Persistent Vertical Gender Gap in Management, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 639:114.
- Nählinder, Johanna, Tillmar, M., Wigren-Kristoferson, C. (2012). Are female and male entrepreneurs equally innovative?: Reducing the gender bias of operationalisations and industries studied, In *Promoting Innovation: Policies and Practices and Procedures*, Edited by Susanne Andersson, Karin Berglund, Ewa Gunnarsson and Elisabeth Sundin, VINNOVA - Verket för Innovationssystem / Swedish Governmental Agency for Innovation System, Nov 2012: 351-372.
- OECD (2007). *Women and men in OECD countries*.
- Ogbor, John O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies, *Journal of Management Studies* 37(5):605-635.
- Orser, Barbara J, Allan L. Riding, Kathryn Manley (2006). Women Entrepreneurs and Financial Capital, *Entrepreneurship Theory and Practice*: 643~665.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle* (trans, by Redvers Opie). Cambridge, MA: Harvard University Press, Quoted in John O. Ogbor (2000) Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies, *Journal of Management Studies* 37(5):615.
- Schumpeter, J. A. (1934/1983). *The Theory of Economic Development*. (Reprint 1971 ed.). New Brunswick: Transaction Publishers:93-94, Quoted in Helene Ahl

(2004) *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*, Liber:Sweden:44.

West, Candace. Zimmerman, Don H., (1987). Doing gender, *Gender and Society*, 1(2):125-151.

Wiklund, J., Davidsson, P., Delmar, F., & Aronsson, M. (1997). Expected consequences of growth and their effect on growth willingness in different samples of small firms, In *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Edited by P. Reynolds, N. Bygrave, N. Carter, P. Davidsson, W. Gartner, C. Mason, & P. McDougall, Babson Park, MA:Babson College:1-16, Quoted in Helene Ahl (2004) *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*, Liber:Sweden:46.



부 록

전문가 조사지

‘여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색’을 위한 전문가 조사지

안녕하십니까?

한국여성정책연구원에서는 ‘여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색’ 연구과제를 수행하고 있습니다. 본 조사는 여성기업 지원정책에 대한 전반적 평가 및 개선 방향, 그리고 본 연구에서 설정한 여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임에 대한 귀하의 의견을 묻고 있습니다.

조사지 내용과 첨부자료를 읽어보시고 각 문항에 대하여 귀하의 의견을 간략하게 적어 주십시오. 조사지 작성에 필요한 자료나 문의사항이 있으면 아래로 연락주시기 바랍니다. 감사합니다.

2012년 12월

한국여성정책연구원 여성일자리·인재센터 양인숙 연구위원

02-3156-7134 / insyang@kwdimail.re.kr

한국여성정책연구원 여성일자리·인재센터 강민정 전문연구원

02-3156-7137 / kangmj@kwdimail.re.kr

전문가 조사 확인서

성명		소속	
직위		주민번호	
주소			
계좌번호	은행		

I. 여성기업 지원 정책에 대한 평가 및 개선 방향

1. 1999년 제정된 「여성기업지원에관한법률」에 근거하여 실시되고 있는 여성기업 지원정책의 내용은 <표 1>과 같습니다. 전체적으로 큰 변화없이 계속 사업으로 추진되고 있으며, 지난 10여년 동안의 주요 변화는 ①여성기업제품 공공구매를 위한 여성기업 확인제도 도입, ②여성창업보육센터를 여성기업종합지원센터로 개편·확충한 것입니다. 첨부한 여성기업 지원사업 성과평가 자료를 참고하시어 분야별로 개괄적 평가의견을 적어 주십시오.

<표 1> 여성기업 지원정책 주요 내용

구분	2005년~2011년	2012년
판로확대	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업제품 전용관 운영 - 여성기업제품 공공구매 확대(여성기업 확인 제도 운영) - 여성기업제품 온라인/홈쇼핑 지원 - 대·여성기업 동반 성장 지원(포럼) - 국내외 박람회/전시회/상담회 지원 - 해외시장개척단 파견 	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업제품 전용관(패션업종) 운영 - 여성기업제품 공공구매 확대 - 해외유명박람회 참가 지원
여성창업 촉진 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 여성창업보육센터 운영 - 창업교육 강화 및 자금 지원 - 여성가장 창업자금 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 실전창업스쿨 - 여성창업경진대회 - 차세대 여성CEO 양성교육 - 여성가장 창업자금 지원
경영 안정화	<ul style="list-style-type: none"> - 여성 기업인 교육/세미나/포럼 지원 - 경제인대회 및 경영연수 지원 - 경영안정자금 및 보증 지원(가점 부여) - 멘토링 제도 및 프로그램 운용 	<ul style="list-style-type: none"> - 여성CEO 경영연수 - 미래기업형 업종전환 구조개선 컨설팅 지원 - 각 부문 강화 추진 - 자금/보증 지원 확대
인프라 확충·재정비	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업 확인제도 도입 및 운영 - 여성기업책임관제도 도입 및 활성화 - 여성기업 실태조사 실시 - 여성기업종합지원센터(구 여성창업보육센터) 구축 - 여성기업전용 입주단지 제공 	<ul style="list-style-type: none"> - 여성기업 통합 정보망 구축 - 여성기업종합지원센터 보육실 확장 및 여성특화창업보육센터 운영
글로벌 네트워킹	<ul style="list-style-type: none"> - 세계여성경제인대회 참가 지원 - 여성지도자회의 참가 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 세계여성경제인대회 유치 및 개최

자료: 중소기업청·한국여성경제인협회(2012). 「2011 여성기업 백서」, 88쪽 수정.

※ 종합평가는 해당 정책의 **필요성**과 **효과성**에 대해 전반적으로 평가해 주시고, 그렇게 평가하신 이유를 적어주십시오. 개선 사항은 각 정책과제에서 어떤 부분의 개선이 필요한지 구체적으로 적어 주십시오.

(1) 국내외 판로확대 : 해외박람회 참가, 공공구매, 전용관 운영

종합평가	• 필요성
	• 효과성
개선 사항	

(2) 여성창업 지원 : 창업자금, 교육, BI운영

종합평가	• 필요성
	• 효과성
개선 사항	

116 ●●● 여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색

(3) 경영 안정화 : 업종전환컨설팅, 멘토링, 경영안정자금 및 보증 지원 등

종합평가	• 필요성
	• 효과성
개선 사항	

(4) 인프라 확충 : 여성기업종합지원센터 운영, 정보망 구축, 여성창업특화 BI 확대 등

종합평가	• 필요성
	• 효과성
개선 사항	

(5) 글로벌 네트워킹 : 세계여성경제인대회 유치 및 개최 등

종합평가	• 필요성
	• 효과성
개선 사항	

II. 여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색

1. 본 연구에서 설정한 여성기업 육성 정책의 방향에 대한 귀하의 의견을 적어주시기 바랍니다.

여성기업 지원정책은 중소기업 정책에서 성평등(gender equality) 개념을 반영하여 법적 기반('99년 여성기업지원에관한법률)을 마련하였다. 동 법은 차별적 관행의 시정을 통한 여성기업의 경영활동 촉진을 목표로 삼고 있다. 그동안 여성기업의 양적 증가와 고용확대는 국가경제에 기여한 바가 크나, 여성기업의 구조적 문제(음식숙박업/도소매업 편중, 영세규모)는 개선되고 있지 못하다. 정부의 여성기업 지원정책도 여성기업이 내재한 문제들을 해소하는 방향으로 전개되지 못했으며, 시장환경의 변화에 부합하는 정책발굴도 미흡한 실정이다.

본 연구에서는 여성기업 지원정책이 나아가야 할 방향을 ①기업가 정신에 기반한 여성창업 활성화, ②글로벌 강소형 여성기업 육성으로 설정하였다.

(1) 기업가 정신에 기반한 여성창업 활성화

여성기업 지원정책의 성평등적 관점은 젠더에 초점을 맞추어 여성기업을 취약계층으로 규정하고 있다. 이러한 관점은 어느 측면에서는 여전히 유효한 것이나, 기업가정신에 입각한 여성창업을 촉진하는 데 한계가 있다.

지식기반산업에서의 여성창업을 활성화하고, 기술/과정 혁신을 촉진할 수 있는 제도적 지원 방안을 강구해야 할 것이다.

(2) 글로벌 강소형 여성기업 육성

여성 유망 서비스산업에서의 해외시장 진출을 지원하기 위해서는 단계적 접근이 필요하다. 정부의 중소 서비스업 수출 지원 제도에 통합적인 접근이 가능하나, 중소 서비스산업의 여성기업이 미래형 글로벌 중소기업으로 전환하기 위한 기초적인 변화가 우선되어야 한다.

정책방향에 대한 의견	
------------------------	--

2. 본 연구에서 상기 2가지의 여성기업 육성 정책의 목표에 대해 아래의 신규 정책과제를 제안하였습니다. 이에 대한 귀하의 의견을 적어주시기 바랍니다.

정책 목표	정책과제	내용
기업가 정신에 기반으로 한 여성창업 활성화(청년 창업, 시니어창업)	<ul style="list-style-type: none"> - 차세대 여성창업 지원 확충 (1인 창조기업, 창조형 혁신 여성기업 중심) - 시니어 여성창업자 지원 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 여대생, 창업준비 여성을 대상으로 창업 교육훈련을 확대하여 1인 여성창조기업 비즈니스센터 운영 확대 - 여성기업종합지원센터 입주 인프라 확대 및 프로그램 운영 - 시니어여성창업컨설팅 지원 강화 (경력단절 여성창업 유도)
	창업보육센터 입주 여성기업의 창업 보육기능 확충	<ul style="list-style-type: none"> - 입주 기업 경영활동(경영, 기술, 멘토링) 지원 강화 - 창업보육 담당자 역량 강화를 위한(전담 교수제 운영) 정기적 교육훈련 실시
	여성청년창업가 발굴 및 양성지원	<ul style="list-style-type: none"> - 여성청년창업가 발굴 및 지원 강화 - 여성청년창업자금 신설 및 강화
글로벌 강소형 여성기업 육성	글로벌 여성 강소기업 발굴 및 선정	- 글로벌 여성 강소기업 발굴 및 선정을 통한 대표 기업 지원
	글로벌 여성 강소기업 자금 및 보증 지원	- 수출금융 및 보증지원을 통한 글로벌 여성 강소기업 지원
	글로벌 여성 강소기업의 해외진출 지원을 위한 대중소기업 협력	- 해외 진출지원을 위한 수출인큐베이터 입주지원 및 대중소기업 협력 진출지원
	글로벌 여성 중소기업중 창조산업의 수출 경쟁력 강화 지원	- '창조서비스업 수출지원', '창조형 유망 서비스 여성 중소기업' 등 정부 인증 참여 지원(글로벌 여성 창조형 기업지정제)
	글로벌 여성 강소기업의 해외진출 기반 구축 지원	- 여성기업 정보화 지원 사업의 확대를 통한 홈페이지 구축에서 영문 사이트를 포함시키도록 장려(온라인 쇼핑몰 등 해외매출 지원)
	글로벌 강소기업 선정에서의 여성기업 가점 부여 추진	- 벤처기업, 이노비즈, 경영혁신형 기업, 녹색인증기업, 수출유망중소기업에 부여되는 가점(5점)을 여성기업에게도 부여하도록 추진

<p>여성 기업가 정신 고취 정책과제에 대한 의견</p>	
<p>글로벌 강소형 여성기업 육성 정책과제에 대한 의견</p>	

Abstract

A Search for a New Paradigm in the Policies to Develop Women's Enterprise

In-Sook Yang
Min-Jung Kang

This study aims to seek for a new paradigm in the policies to develop women's enterprise. The policy supporting women's enterprise has been established in 1999 in order to promote women's start-up business, which was based on the consideration for social minority.

The major findings of this study are as follows. First, the government policies toward women's enterprise has boosted the quantities of women's enterprise, but their entrepreneurship hasn't been improved much. Second, the countries with high rate of women's employment like North Europe show relatively lower rate of self-employed women entrepreneurs. On the other hand, Korea, Turkey, Mexico, and Greece have relatively higher rate of them. The simple rate of women's enterprise including self-employed is not related to the competitiveness of countries. Third, the needs of the policies on women's enterprise were

highly evaluated, but the effectiveness of them were not by the experts in the relevant areas.

Two future directions on the policy of women's enterprise are suggested. (1) To improve entrepreneurship in women's start-up business. (2) To promote to global oriented small giants.

2012 연구보고서(수시과제)-17

여성기업 육성 정책의 새로운 패러다임 모색

2012년 12월 29일 인쇄

2012년 12월 31일 발행

발행인 : 최 금 숙

발행처 : 한국여성정책연구원

서울특별시 은평구 진흥로 225(불광동 1-363)

전화 / 02-3156-7000(대)

인쇄처 : 도서출판 한 학 문 화

전화 / 02-313-7593(대)

ISBN 978-89-8491-532-9 93330

<정가 10,000 원>