

대학의 해외인턴십을 위한 인터넷에 기초한 국제NGO 협력 Network Model - CBMC와 협력사례를 중심으로*

강 영 무**

〈 목 차 〉

I. 서론	4.2 공급적 측면
II. 미국과 한국 대학 인턴십의 개요 및 특징	4.3 매칭 머케니즘 및 관리적 측면
2.1 미국 대학 인턴십의 개요	V. 업무 흐름
2.2 한국 대학 인턴십의 개요	VI. 사업추진 전략
2.3 미국과 한국의 인턴십 비교분석	VII. 기대 효과
III. 설립 목적	VIII. 핵심성공요인
IV. 참여 주체들의 역할	참고 문헌
4.1 수요적 측면	Abstract

I. 서 론

최근에 들어 학생들의 취업이 대학의 가장 중요한 관심사 중의 하나로 등장하고 있다. 특히 사회가 글로벌화 되어감에 따라 해외 취업에 대한 관심이 높아지고 있으며 정부나 지자체도 대학생들의 해외 취업 및 연수를 정책적으로 적극 장려하며 각종 사업을 지원하고 있다(이근호, 2005). 그러나 지금까지 해외취업 및 연수는 한국산업인력공단 해외취업지원부(www.worldjob.or.kr), 한국무역협회(www.kita.net),

중소기업청(www.smba.go.kr) 등 몇 개의 정부 기관 중심으로 운영되기 때문에 사업 범위나 수혜의 폭이 제한적일 수밖에 없었다.

한편 인턴십에 대한 급격한 수요증가로 인하여 국내외 인턴 기회를 제공해주는 온오프라인 상의 서비스가 등장하고 있다(www.intern21.org, www.internworld21.com, ihumancenter.com). 그러나 이러한 서비스는 종종 안정적으로 정착되지 못하고 영세적인 수준에 머무르고 있어, 책임있는 역할을 하지 못하고 사회적인 문제를 제기하기도 한다(천인성, 2005). 한편 성균관대

* 이 논문은 동아대학교 학술연구조성비(국외연구파견)에 의하여 연구되었음
** 동아대학교 경영정보과학부 교수, ymkang@dau.ac.kr

학교의 Co op(Co operative Education program), 경북대학교의 해외인턴프로그램과 같이 대학에서 직접 추진하는 프로그램도 있다. 이러한 프로그램은 특정 대학의 학생들을 대상으로 추진되고 있으므로, 다른 대학이 참여하지 못하는 한계가 있다. 또한 일부 지자체에서 운영하는 인턴사업에 대한 효과에 의문이 제기되며 새로운 방향을 찾기 위해 노력하고 있는 것이 현실이다(민영규, 2005).

본 연구는 이러한 한계를 해결하기 위한 방안으로 경북대, 고려대, 성균관대, SUNY Buffalo, Michigan State University, Santa Monica College 등 국내외 대학의 사례들을 참고하여 국제적 조직을 가진 NGO와 대학들을 연계한 해외 인턴ships을 위한 국제네트워크 모델을 제시한다. 이 모델은 기존에 특정 목적으로 운영되고 있는 각종 NGO나 민간기관이 그 활동 범위를 넓혀 새로운 영역으로 사업의 확장 가능성을 제시한다는 점에서 의의가 있다.

본 연구는 이러한 목적을 구현하는 모델과 절차를 구체적으로 보여주기 위하여 현재 국내외에서 활발하게 활동하고 있는 민간단체인 국제CBMC(Christian Businessman Committee International)와 대학간에 인터넷에 기초한 협력관계를 통한 인턴ship 매칭 네트워크 모델을 사례로 제시한다. 즉 학생들의 해외 인턴ship 활성화를 위해 국제적 네트워크를 갖고 있는 기업들의 협력단체인 CBMC와 대학들로 구성된 상호 보완적이며 지속적으로 유지 가능한 네트워크 모델을 제시하고자 한다.

이를 위해 먼저 한국과 미국 대학의 인턴ship 운영 현황을 조사하였다. 즉 인턴ship에 대한 대학의 수요와 회사의 공급 차원에서 두 국가의

현황을 조사하고, 두 국가 간의 차이점과 특징을 비교 분석하였다. 그 후에 인턴ship의 국제적 수요와 공급의 매칭 작업 및 관리를 위한 조직인 CBMC국제네트워크의 설립목적, 참여주체의 역할, 업무의 흐름, 사업추진 전략, 기대효과, 핵심성공요인 등을 제시하였다.

급변하는 기업의 글로벌 환경과 정보통신기술의 발달로 국내외 대학생의 급증하는 인턴ship 수요를 체계적으로 충족시키며, 글로벌 기업들이 필요로 하는 외국 인재를 안정적으로 공급할 수 있는 지속 가능한 체계를 갖춘 모델을 제시한다는 측면에서 본 논문의 의의가 있다고 할 수 있다. 특히 아직 국제적 규모의 대학생 인턴ships을 지원하는 기구가 없는 상황에서, 기존의 NGO와 대학의 협력관계에 기반을 두고 대규모의 투자없이 지속적이고 안정적으로 성장할 수 있는 본 모델은 인턴ship의 국제적 교류 활성화에 새로운 가능성을 제시해 준다고 할 수 있다.

II. 미국과 한국 대학 인턴ship의 개요 및 특징

인턴ship은 회사나 학생에게 모두 유익하다. 즉 회사는 저렴한 비용으로 학생에게 현장업무를 배울 수 있는 기회를 주고, 학생은 학교에서 배운 지식을 실무에 적용해 볼 수 있는 귀중한 경험을 할 수 있을 뿐만 아니라, 새로운 지식이나 기술로 회사 업무를 도울 수 있다. 한편 향후 회사는 원하면 인턴ships을 통해 기본적인 훈련을 받고 이미 그 회사 문화에 익숙해진 인턴을 정규직원으로 선발할 수도 있다. 특히 회사

는 학생이 인턴십을 수행하는 과정에서 어떤 능력과 인성을 갖고 있는지 검증할 기회를 충분히 가질 수 있으므로 필요한 정규직원을 선발하는 효과적인 수단으로 활용할 수 있다.

한편 기업은 학생들에게 인턴십의 기회를 주므로 사회적 책무를 담당하는 측면이 있다. 즉 기업은 학생에게 중요한 지적, 윤리적, 직업적, 또는 리더십 능력을 개발할 좋은 기회를 제공해 준다는 공익적 역할을 하므로 사회에 좋은 기업의 이미지를 심어줄 수 있다. 그러나 이러한 인턴십제도가 미국에서는 대학 커리큘럼의 일부로 정착된 반면에 한국에서는 아직 초보단계에 있다. 아래에서는 미국과 한국의 인턴십의 현황에 대해서 알아보고, 어떤 차이가 있는지 알아본다.

2.1 미국 대학 인턴십의 개요

미국 대학들은 인턴십을 “교실학습의 수준을 높이기 위해 학생을 온캠퍼스(On campus) 또는 오프캠퍼스(Off campus)에서 현장업무를 경험토록 하고, 이러한 현장경험을 통해 학생들이 직업선택의 폭을 넓히고, 기업 문화를 익히며, 실무능력을 발전시켜나갈 수 있도록 돕는 활동이다”라고 정의한다.

미국 대학은 인턴십관련 전담 부서인 취업서비스센터(Career Services Center)가 있어 인턴을 희망하는 기업들의 정보를 지속적으로 업데이트하고 인턴십을 원하는 학생 정보를 체계적으로 관리하여 기업과 학생을 효과적으로 연결시켜주고 있다. 인턴십은 봄이나 가을학기 뿐만 아니라, 여름과 겨울학기를 포함하여 언제나 신청할 수 있다. 한편 주말이나 주중에 또는

방학 중에 인턴 활동을 하며, 정규학생으로 일정 학점 이상을 등록해야 인턴십 학점을 신청할 수 있다. 경영대학 등은 과거에 직장경력이 없으면 졸업 이전에 인턴과목을 필수로 수강해야 한다. 인턴학점은 일반적으로 한 학기에 1학점에서 최대 3학점까지 신청할 수 있으며, 재학 중에 총6학점까지 신청할 수 있다. 따라서 인턴십은 미국 대학 커리큘럼의 중요한 부분으로 정착되었다.

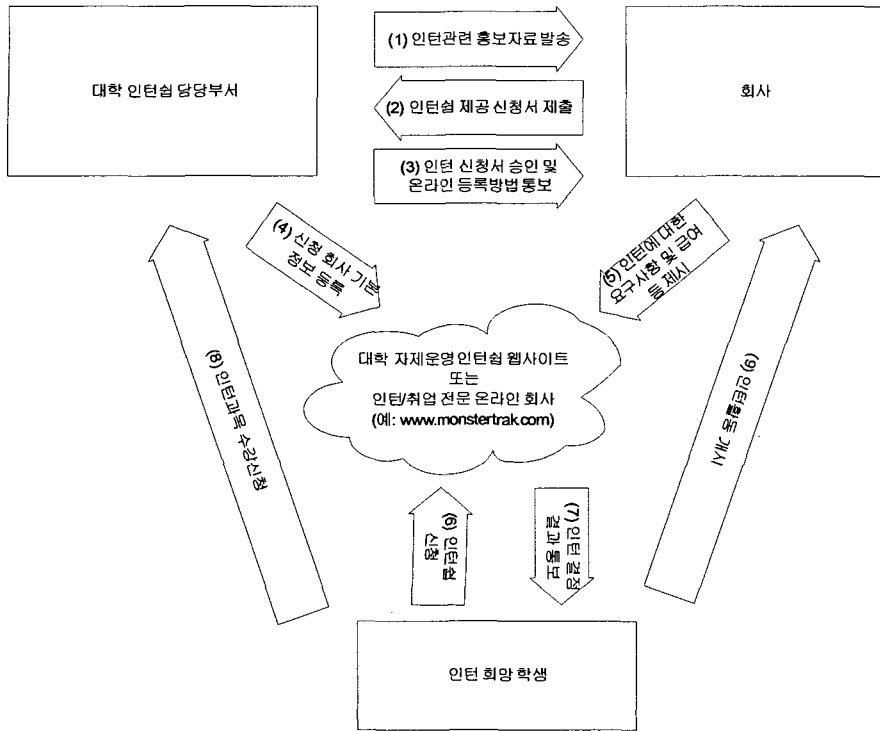
일반적으로 인턴십은 다음과 같이 3종류가 있다.

(1) 일반인턴십(General Internship): 반드시 전공이나 직업과 관련된 분야로 제한하지 않아, 자원봉사 등 다양한 분야에서 인턴십을 할 수 있다.

(2) 인턴십(Internship): 학부나 대학에서 권장하며 장래직업과 연관되어야 한다. 따라서 커리큘럼과 연계되어 현장경험을 얻기 위한 것이 목적으로, 직업을 찾거나, 직업을 바꾸거나, 또는 승진에 도움을 받기 위한 것이 목적이다.

(3) 협동직업경험(Cooperative Work Experience): 교실수업의 효과를 높이기 위한 것이 주 목적이다. 따라서 관련 과목과 동시에 수강하도록 연계시키기도 한다.

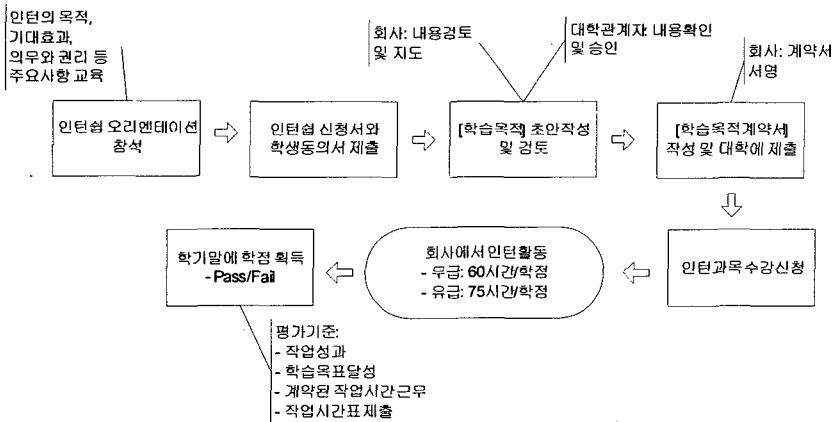
회사가 대학에 인턴십 기회를 공급하는 절차는 다음과 같다. 즉 대학에서 보낸 인턴십에 대한 홍보자료에 따라 회사가 인턴을 활용하겠다고 결정하면, 회사의 기본적인 정보를 포함하여 인턴십 기회를 제공하겠다는 의사를 대학에 알린다. 대학은 기업이 제출한 자료를 검토하여 일정 기준을 만족시켰다고 판단되면, 자체 취업정보 웹사이트 또는 외부 전문웹사이트(예: www.monstertrak.com 등)에 등록한다.



<그림 1> 미국의 전형적인 인턴십 진행 절차

대학이 기업의 기본 정보를 웹사이트에 등록한 후에는 기업에게 웹사이트 접근에 필요한 ID와 비밀번호 등을 알려준다. 회사는 이러한 웹사

이트 접근 권한을 갖고 필요한 인턴의 능력, 수행해야 될 업무, 근무기간, 급여 및 부가급부, 정규직원으로 응모할 경우 혜택 등 자세한 정



<그림 2> 미국 대학생의 인턴십 수행 흐름도

보를 올린다. 인턴십을 희망하는 학생은 회사가 올린 이러한 정보를 바탕으로 개별적으로 회사에 접촉하여 인턴의 가능성을 찾는다.

대학은 인턴십을 희망하는 학생에게 1시간 정도의 인턴십관련 오리엔테이션에 필수로 참석토록하여 인턴십에 대한 올바른 이해를 하고 그 역할과 의무를 숙지하게 한다. 그 후에는 학생은 대학 자체적으로 운영하는 인턴십관련 웹사이트, 외부 전문 인턴십관련 웹사이트, 회사 또는 회사웹사이트, 친구나 친지의 도움 등 다양한 채널을 통하여 원하는 인턴십을 찾는다. 학생이 인턴십을 구하는 방법은 일반 직장을 구하는 것과 비슷하다. 그러나 회사가 인턴을 정규직원으로 채용해야 할 의무는 없으므로 선발과정에서 정규직 채용처럼 까다롭지는 않다. 이러한 여러 채널을 통해 학생이 인턴으로 선발되면, 대학 관련부서에 인턴십 신청서와 인턴십을 충실하게 수행하겠다는 동의서를 작성하여 제출한다.

학생은 인턴으로 일할 회사가 결정되면 회사 담당자의 협조하에 학습목적초안(Draft of Learning Objectives)을 작성하고, 대학 담당자와 협의하여 그 내용을 확정한다. 확정된 내용으로 학습목적계약서(Learning Objective Contract)를 작성하여 회사 대표의 서명을 받아 대학에 제출하면 비로서 인턴과목을 수강 신청할 수 있게 된다. 이 학습목적계약서는 근무시간표와 더불어 학기말 인턴을 평가하는데 기본 자료로 사용된다.

인턴에 대한 보상은 무급과 유급이 있다. 무급인턴은 급여를 받지 않고 일하는 인턴이다. 경우에 따라서는 대학이 무급 인턴에게 적절한 금액을 지불하기도 한다. 일반적으로 무급인턴

은 1학점당 60시간(주당 4시간)을 일해야 한다. 유급인턴은 급여를 받는 인턴으로, 회사가 인턴에게 급여와 관련 보험료를 지불한다. 급여는 일반적으로 시간당 \$7.00~\$11.00 정도이다. 유급인턴은 일반적으로 1학점당 75시간(주당 5시간)을 일해야 한다.

회사가 무급 또는 유급인턴을 결정하는 것은 수요와 공급의 원칙에 의한다. 예를 들면, 학생은 자신에게 꼭 필요한 경험을 얻기 위해, 자기가 즐기는 일을 하기 위해 또는 사회봉사 차원에서 무급으로 일하길 원하기도 한다. 이러한 경우에는 회사가 무급으로도 좋은 인턴을 구할 수 있다. 그러나 회계나 경영, 마케팅, 컴퓨터공학 같이 고도의 전문적 기술을 필요로 하는 분야는 일반적으로 급여를 지불해야 자격을 갖춘 인턴을 구할 수 있다.

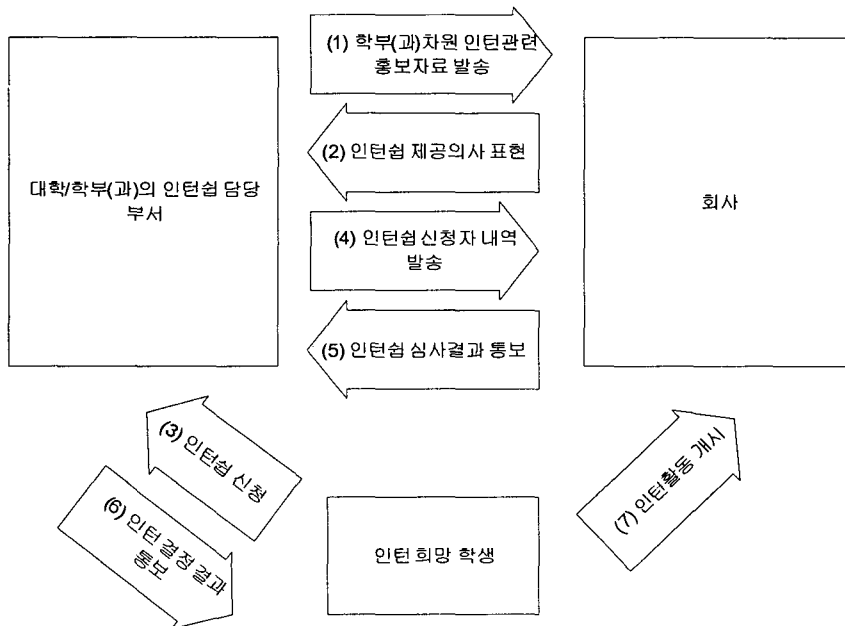
인턴십을 제공하는 회사의 일차적 책임은 학생이 인턴십을 통해서 필요한 교육적 혜택을 받도록 지원 및 관리하는데 있다. 이를 위해 회사는 첫째로 대학 담당자와 함께 학생이 인턴십을 통해서 성취해야 할 학습목표를 세운다. 둘째로 학기 중에 회사로 찾아온 대학 담당자에게 학생의 인턴십 활동을 평가하는데 도와준다. 셋째로 학기말에는 학생이 인턴십 학습목표를 달성했는지 최종 평가를 한다. 넷째로 대학 당국에 학생이 인턴십 계약시간을 실제로 근무했는지 확인해 준다. 학기말이 되면 회사는 그 동안 근무한 인턴에 대한 평가를 한다. 평가 기준은 회사에서 수행한 작업의 성과, 학습목표의 달성여부, 필수 작업시간의 근무여부, 작업시간표의 제출여부 등에 따라 통과/실패(Pass/Fail)로 준다.

2.2 한국 대학 인턴십의 개요

앞에서 살펴본 미국 대학들의 인턴십 운영 절차에 비해 한국 대학과 기업들이 대학생들에게 인턴십을 제공하는 방식은 초보 수준에 머무르고 있다. 최근에 점차적으로 개선되고는 있지만, 아직 대부분 기업들은 학생들에게 인턴십 기회를 제공하는데 큰 관심을 기울이지 않고 있다. 일부 대기업을 제외하고는 기업의 사회적 책임에 대한 인식도 대단히 낮은 편이다. 인턴십 제도가 궁극적으로는 대학생의 현장경험을 축적시켜 대학 졸업생이 기업에 취업할 때에 이미 실무능력을 갖추어 줄 수 있다는 긍정적인 효과에 대해서도 충분히 인식하지 못하고 있다. 따라서 대부분 기업들은 단순히 미숙한 학생을 회사에 투입시켜 오히려 업무에 장애나

되지 않을까 우려하는 분위기이다. 따라서 인턴십 기회를 제공하려는 기업이 대단히 적어 공급이 절대적으로 부족한 편이다.

최근에 들어 일부 대기업들이 우수인력을 선점하려는 차원에서 재학중인 학생들을 인턴의 형태로 방학기간이나 학기 전기간을 풀타임 근무조건으로 인턴을 선발하는 사례가 있다. 이것은 인턴십을 확산시킨다는 점에서는 바람직하나, 기업의 사회적 책임 보다는 기업 자체의 우수인력을 선점하는데 초점이 맞추어있다는 점에서 문제가 될 수 있다. 특히 기업이 학기 전체를 풀타임 인턴으로 근무하도록 요구하므로 학생이 대학 교육과정을 온전히 받지 못하고 졸업해야 하는 심각한 문제가 있다. 따라서 학생이 현장경험을 폭넓게 갖도록 하므로 학습의 효과를 높여주고 장래의 직업 선택에 도움



<그림 3> 한국의 전형적 인턴십 진행 절차

을 준다는 인턴십 본래의 취지와는 거리가 있다.

한편 인턴십을 찾는 한국 학생의 현황을 보면 다음과 같다. 최근에 들어 기업은 신입사원이라도 실무경험이 있어 채용 후에 특별한 교육이 없이 즉각 부과된 업무를 수행할 수 있기를 원한다. 따라서 기업은 실무능력을 갖춘 신규직원을 찾으며, 학생들은 졸업하기 전에 기업이 필요로 하는 기술력을 갖추려고 노력하고 있다. 이러한 기업의 직원채용 추세에 따라 학생들은 인턴십을 통하여 실무경험을 쌓기 원하고 있으며, 따라서 인턴십의 수요가 상당히 높다.

그러나 인턴십에 참여하는 기업이 많지 않으므로 학생들에게 선택의 폭이 좁다. 즉 인턴십의 수요에 비해 공급이 절대적으로 부족한 상황으로, 학생은 인턴십을 통해 원하는 학습 목적을 달성하기 어려운 상황이다. 또한 종종 지리적으로 멀리 떨어진 회사로 출근해야 되므로 학교 수업과 병행하기도 어렵다. 한편 인턴십이 정착되지 않아 대학과 기업이 인턴 학생을 체계적으로 관리하지 못하여 충분한 교육의 효과를 얻지 못하는 문제점도 있다.

이러한 문제를 해결하기 위한 방법의 하나로 정부는 한국국제협력단(Korea International Cooperation Agency: KOICA)과 같은 기관을 통해, 지자체는 해외인턴십프로그램 등과 같은 사업을 통해 인턴십의 활성화를 추구하고 있다. 한편 잡코리아(www.jobkorea.co.kr) 등과 같은 온라인 리쿠르팅 회사들이 대학과 기업의 중간에서 국내외 인턴십의 매칭 메커니즘 역할을 하기도 한다. 그러나 이러한 기관이나 회사가 추진하는 사업의 근본적인 한계는 이러한 사업들이 대학의 커리큘럼과 연계되지 못한 상태에서 운영되고 있다는 점이다. 따라서 미국의 제

도처럼 학생이 인턴십에 참여하기 전에 대학 및 회사의 담당자와 협의하여 학습목표를 설정하고, 인턴과정을 통하여 그 목표를 달성하는 등의 체계적인 인턴활동이 어렵다는 점이다. 그러나 기업들이 인턴십을 통해 얻는 혜택과 사회적 공익에 대한 인식이 점차 확산되고 있으므로, 인턴십 기회를 제공하는 기업이 늘어나고 있으므로 중장기적으로는 보다 체계적인 인턴십 제도가 도입될 것으로 보인다.

2.3 미국과 한국의 인턴십 비교분석

여기서는 한국과 미국의 인턴십 제도를 효과적으로 비교하기 위하여 인턴에 대해 관심있는 대학생들을 중심으로 형성되는 인턴십 수요, 인턴이 일할 수 있는 기업 환경을 공급하는 인턴십 공급, 수요와 공급이 서로 만나 적절한 매칭이 이루어지는 인턴 시장의 메커니즘(Mechanism)으로 나누어 분석한다.

2.3.1 인턴십의 수요적 측면

미국은 경영대학이나 공과대학 등에서 인턴십을 필수로 하는 경우가 많을 뿐만 아니라, 인턴십이 상당히 보편화되어 있다. 따라서 인턴십은 이미 안정적으로 정착된 대학교육 커리큘럼의 일부라고 볼 수 있다. 한편 학생들도 인턴십이 주는 혜택에 대해서 충분히 이해하고 있으므로 적극적으로 참여하고 있다. 그러므로 미국대학의 인턴십 수요는 상당히 높고 또 안정적이라고 할 수 있다.

한국 대학이나 학생은 인턴십의 중요성에 대해 인식하고 있고 정부도 권장하고 있으므로 인턴십에 대한 잠재적 수요는 상당히 높다. 그

러나 현실적으로 학생이 교실 수업을 들으면서 동시에 지리적으로 멀리 떨어진 외부에 인턴으로 출근해야 하는 등 운영상에 적지 않은 문제점을 갖고 있다. 또한 인턴십 제도가 아직 정착되지 않았고 필수과목이 아니므로 학생들이 적극 참여하지 않으려는 경향이 있다. 따라서 한국 대학생들의 인턴십에 대한 실제 수요는 아직 낮은 수준이라고 할 수 있다.

2.3.2 인턴십의 공급적 측면

미국 사회는 기업의 사회적 책임에 대해 많은 관심을 갖고 있다. 따라서 많은 기업이 직접적인 이익과 관계가 없어도 학생들에게 인턴십 기회를 제공하려는 의지를 갖고 있다. 또한 중소기업이나 공공기관은 인턴십을 통해서 실질적인 도움을 얻기도 하므로 단기적으로 필요한 인적자원을 확보하는 수단으로 활용되고 있다. 따라서 미국 기업의 인턴십 공급은 비교적 풍부하고 안정적이라고 할 수 있다.

한국 사회는 일부 대기업은 사회적 책임에 대한 인식이 있지만, 중소기업은 포함한 대부분 기업은 아직 사회적 책임에 대한 인식이 부족한 상황이다. 따라서 회사에 직접적인 혜택이 올 경우를 제외하고는 사회활동에 적극적이지 못한 것이 현실이다. 최근에 들어 인턴십 제도가 검증된 인력을 확보하는 효과적인 방법이라는 인식이 확산되면서 대기업을 중심으로 인턴십에 대한 관심이 높아지고 있다. 그러나 아직 기업의 인턴십 공급은 대단히 낮은 수준이라고 할 수 있다.

2.3.3 인턴십 매칭 메커니즘(Matching Mechanism)

미국에서 인턴십의 수요와 공급을 연결시키는 매칭 메커니즘은 비교적 효율적으로 운영되고 있다. 첫째로 수요와 공급이 다양하고 풍부하여 학생이 학습목표와 적절히 조화되는 회사를 찾을 수 있다. 또한 회사도 원하는 기술력을 갖춘 학생을 선발할 수 있으므로 인턴십 매칭 메커니즘이 선순환할 수 있는 환경을 갖추고 있다. 한편 대학의 인턴십 지원 부서와 온라인 커리칭 회사들이 학생과 기업간에 효율적으로 인턴십 매칭이 이루어질 수 있도록 정형화된 절차와 검증된 기준을 갖고 있다. 또한 오랜 기간 인턴십을 운영해 온 경험을 바탕으로 대학이 학생의 인턴 활동과 인턴십을 제공한 회사에 대한 품질관리를 효과적으로 할 수 있는 체계를 갖추고 있다. 그 결과 인턴십이 미국 대학 전반에 걸쳐 효과적이고 효율적으로 운영되고 있다.

앞서 설명한 바와 같이 한국의 인턴십에 대한 수요와 공급은 아직 정착되지 않은 상황이다. 따라서 매칭 메커니즘도 아직 안정된 체계를 갖추지 못하고 있다. 즉 단과대학 또는 학부(과) 차원에서 확보한 인턴십은 해당 대학, 학부(과) 또는 관련 교과목을 수강하는 극히 제한된 범위의 학생들에게만 기회가 주어진다. 경우에 따라서는 유능한 학생을 선점하기 위한 방편으로, 한 학기 전체를 특정 회사에서 근무하도록 요구하는 기형적인 형태의 인턴십도 도입되고 있다. 그러므로 한국은 아직 현장경험을 통한 폭넓은 직업선택의 대안, 기업문화의 이해, 새로운 실무기술의 습득, 특정과목에 대한 깊은 이해 등과 같은 원래의 인턴십 목적을

<표 1> 한국과 미국의 인턴십 비교

	한국	미국
인턴 수요	학생의 관심은 높으나, 실제 수요는 아직 낮은 수준	많은 대학이 졸업의 필수 요건화함 학생의 높은 관심과 수요
인턴 공급	기업의 낮은 관심과 공급	공익적 차원에서 기업의 역할로 인식됨 기업의 비교적 높은 관심과 공급
인턴 매칭 메커니즘	기업에 따라 각각 운용 절차가 다르고 체계화되지 못함	인턴 활동의 평가 등 각 단계가 체계화되어 있음 인턴이 커리큘럼의 일부로 정착되어 있음

달성할 수 있는 매칭 메커니즘을 갖추지 못하고 있다.

III. 설립 목적

본 논문에서 제시하는 인턴십 국제네트워크의 목적은 크게 대학의 수요적 측면과 회사의 공급적 측면에서 볼 수 있다. 첫째로, 대학의 입장에서는 침체된 국내 경제로 인해서 심각한 취업의 어려움을 겪고 있는 학생들에게 신뢰할 수 있는 국내외 기업에 연수를 보내는 기회를 제공하는 것이다. 이를 통해 학생들은 국제 감각을 키우고 현장 경험을 통해서 경쟁력을 갖추어 향후 학생들이 희망하는 곳에 취직할 수 있는 능력을 키울 수 있다.

한편 국내외CBMC 회원기업은 우수한 학생을 저렴한 비용으로 활용하고 향후 정규직원으로 활용 가능성을 점검할 수 있다는 장점이 있다. 특히 중소기업은 일반적으로 고급인력을 확보하는데 많은 어려움을 겪고 있다. 또한 원하는 인력을 체계적으로 확보할 수 있는 수단도 극히 제한적이다. 따라서 이러한 네트워크를 활용하여 원하는 인력을 체계적으로 확보하

고 인턴기간을 통해서 능력을 검증하여 향후 정식 직원으로 채용하는 창구를 가질 수 있다는 것이 가장 중요한 목적 중에 하나이다.

이와 같이 대학과 CBMC회원기업이 각각 원하는 분야를 상호 보완적으로 연계시킬 때 대학과 CBMC 모두 Win Win하며 지속 가능한 관계의 형성이 가능하다. 본 논문에서는 이러한 지속 가능한 관계를 성공적으로 구축하는데 필요한 주요 요소가 무엇인지를 알아 본다. 또한 관련된 조직, 자원, 기능, 절차와 역할이 무엇인지도 정의하도록 한다.

IV. 참여 주체들의 역할

4.1 수요적 측면

국내외 인턴 희망 학생: 인턴을 희망하는 학생은 자신의 보유 기술, 자격증 및 지식 등을 포함한 프로필과 인턴으로 일하기를 원하는 분야 및 부서 등을 포함한 인턴 신청서를 CBMC 국제인턴십 웹사이트에 등록한다. 이렇게 등록된 자료는 추후 해당 대학의 담당자에 의해 내용의 정확성 및 신뢰성에 대한 검증을 받는다.

인턴십을 등록한 학생은 웹사이트에 등록된 기업들이 올린 자료를 분석하여 자신이 원하는 기업이 있으면 해당 기업에 인턴십 희망 의사를 제시할 수 있다. 향후 인턴으로 선발된 경우, CBMC국제네트워크 사무국을 통해서 국내 및 해외 인턴으로서 필요한 내용의 오리엔테이션을 받는다.

지역대학: 국내외 대학은 CBMC국제네트워크사무국의 협조하에 인턴에 관심이 있는 학생들에게 CBMC국제인턴십 서비스에 대해 적극 홍보하도록 한다. 지역 대학은 이러한 홍보활동을 통해서 많은 학생들이 자신의 보유 기술과 인턴십 희망 분야 등을 CBMC국제인턴십웹사이트에 등록할 수 있도록 돕는다. 한편 대학의 취업정보실은 등록된 학생 프로필과 능력, 전문지식, 자격 등 기술된 내용의 정확성과 신뢰성 등을 검증한다. 이러한 활동을 보다 효과적으로 추진하기 위하여 대학별로 CBMC국제인턴십 코디네이터를 두어 관장토록 한다.

4.2 공급적 측면

국내외 CBMC회원기업: 인턴십을 제공할 기업들은 인턴이 갖춰야 할 기술, 외국어 능력 등 필요한 사항을 제시하고, 인턴이 수행할 업무 내용과 보수와 혜택 등을 명기한 신청서를 CBMC국제인턴십 웹사이트에 등록한다. 이때 인턴에 대한 보수, 정규직원으로의 전환 가능성 등은 회사의 인적자원관리에 대한 전략과 방침에 따라 결정된다. 만약 높은 기술력이 필요하며 일반적으로 수요가 많은 분야의 업무에 일할 인턴을 찾는 경우에는 보수가 높아야 할 것이다. 또한 정규직원을 선발할 때 인턴 활동

의 결과를 중요시 고려하는 회사는 인턴을 선발하는 과정이 보다 철저하고 신중할 것이다. 회사가 등록한 정보는 지역CBMC지부에 의해 정확성과 신뢰성에 대한 검증을 받는다.

지역CBMC지부: 지역CBMC지부의 주요 역할은 학생들을 인턴십으로 활용하기 원하는 회원기업을 확보하고, 계약 조건에 따라 적절히 대우하고 활용하는지 모니터링하는 것이다. 즉 지역CBMC지부는 회원 기업들에게 CBMC국제인턴십 웹사이트를 통해 기업으로서 공익적 역할을 담당할 뿐만 아니라 고급 인력을 저렴한 비용으로 확보할 수 있다는 것을 홍보하는 역할을 담당한다. 특히 오늘날과 같이 많은 중소기업들이 유능한 인력을 확보하지 못해 어려움을 겪고 있는 상황에서, CBMC국제인턴십웹사이트가 실력을 갖추고 신뢰할 수 있는 인력을 확보하는 좋은 수단을 제공해 주고 있음을 홍보하여 많은 회원 기업들이 참여할 수 있도록 한다.

4.3 매칭 머케니즘 및 관리적 측면

CBMC국제네트워크사무국: CBMC국제네트워크사무국을 CBMC조직 내에 두고 국제인턴십 활동 전반에 걸친 기획과 운영을 담당한다. 특히 국제네트워크사무국은 CBMC국제인턴십 웹사이트를 구축하여 운영한다. 활발한 국제인턴십 교류를 위해 지역대학과 지역CBMC지부간에 상호 협조토록 하여 인턴을 희망하는 학생과 인턴을 선발하려는 CBMC회원 기업들이 효율적으로 만나 정보를 교환할 수 있도록 도와 주는 것이 주 임무이다. 이를 위해 CBMC국제네트워크사무실은 구체적으로 다음

— 대학의 해외인턴십을 위한 인터넷에 기초한 국제NGO 협력 Network Mode -CBMC와 협력사례를 중심으로

과 같은 역할을 한다.

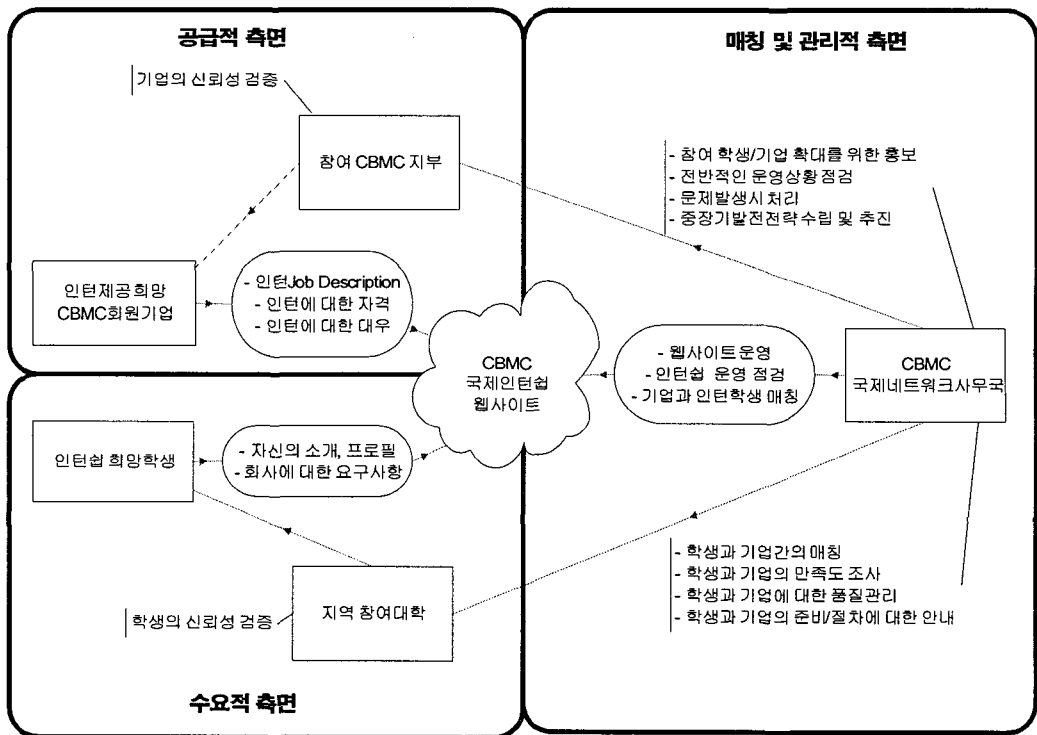
- 학생과 인턴십 제공 기업간의 준비/절차에 대한 안내 및 연결
- 학생과 기업의 인턴 활동과 관련된 만족도 조사 및 품질관리
- 참여 학생과 기업의 확대를 위한 홍보 활동
- 전반적인 운영상황 점검 및 문제발생시 처리
- CBMC국제인턴십 사업 중장기 발전전략 수립 및 추진

이와 같이 지역 대학, 지역CBMC지부, CBMC국제네트워크사무국 간의 긴밀한 상호 협조하에 대학은 보다 안정적으로 많은 학생들

에게 국내외 인턴십의 기회를 줄 수 있다. 한편 지역CBMC회원기업은 체계적으로 인턴제도를 활용해서 보다 안정적으로 유능한 인력을 활용하고, 나아가서 검증된 신규직원을 채용할 수 있는 기회를 가진다.

V. 업무 흐름

공급적 측면: 인턴을 필요로 하는 기업은 CBMC국제인턴십 웹사이트에 기업이 필요로 하는 인턴의 보유기술 등 필요 사항을 올린다. 또한 기업이 제공하는 급여 및 보험 등 혜택도 같이 제시한다. 이 경우에 혜택이 다른 기업이



<그림 4> 인턴십 업무 흐름도

제시하는 것 보다 더 많을 경우, 더욱 유능한 학생들이 이 기업의 인턴쉽에 관심을 갖고 응모할 것이다.

지역CBMC지부는 이 회사가 올린 내용이 정확하고 사실과 차이가 없는지 등을 점검한다. 만약에 내용이 정확하지 않을 경우에는 수정할 것을 요구한다.

수요적 측면: 인턴을 희망하는 학생은 CBMC국제인턴쉽 웹사이트에 자기가 원하는 분야에 인턴을 모집하는 기업이 있는지를 알아본다. 만약에 원하는 분야가 있으면 그 회사에 자신의 전문분야, 보유기술 등을 담은 프로필과 인턴을 하는 목적 등을 온라인으로 제출한다. 이 때에 원하는 대우 및 조건 등도 같이 제시한다.

한편 그 학생이 인턴활동을 통해서 학점을 취득하고자 할 경우에는 미리 그 점에 대해 CBMC국제인턴 코디네이터(주로 학생이 소속된 대학의 교수)에게 알려주어야 한다. 코디네이터는 소속 대학의 교무처 담당자와 협의하여 인턴활동이 학점으로 인정받는데 필요한 조건과 기준을 파악하고, 인턴을 신청한 학생이 그 조건에 맞는지 지도해 준다. 만약 조건의 만족여부가 명확하지 않을 경우에는 교무처 담당자의 협조를 얻도록한다.

인턴십매칭메커니즘: 만약 기업이 인턴쉽을 신청한 학생에 대해 관심이 있으면, 해당 대학의 CBMC국제인턴 코디네이터에게 이를 통보한다. 통보를 받은 코디네이터는 그 학생을 면접하여 보유한 자격과 능력, 인턴을 하려는 목적, 원하는 대우 등에 대해 상세한 면접을 실시한다. 그 학생에 대한 면접 결과를 해당 기업에 통보하여 인턴쉽 결정의 참고 자료로 삼도록

한다.

인턴이 수행할 업무내용, 보수, 숙식제공여부, 해외인 경우 항공료 부담여부, 보험, 정규직 원으로 채용 가능성 등 인턴업무와 관련된 모든 것은 회사와 학생간의 협상에 의해 결정된다. 지역CBMC지부, 대학, CBMC국제인턴 코디네이터, CBMC국제네트워크사무국 등은 이러한 협상이 상호 신뢰 가운데 진행될 수 있도록 필요한 정보제공 및 정보의 정확성을 검증하는 역할을 한다.

한편 학생과 회사간의 협상이 타결되어 학생이 인턴쉽을 시작하게 되면 맡겨진 업무를 적절히 수행하고 있는지, 회사는 계약된 내용에 따라 인턴에게 대우하는지 등을 모니터링할 필요가 있다. 이러한 모니터링은 해당지역CBMC지부가 담당한다. 만약 학생이 인턴으로 역할을 적절히 수행하지 않는다면, 회사가 계약된 수준의 대우를 인턴에게 해주지 않는다면 등의 문제가 생길 경우, 학생이나 회사가 이를 CBMC국제네트워크사무국에 통보한다. 사무국에서는 관련 내용을 파악한 후에 직접 처리하든지 또는 해당 지역CBMC지부 또는 대학의 코디네이터에게 통보하여 처리에 협조를 요청한다.

인턴 계약기간이 만료되면 CBMC국제네트워크사무국은 인턴과 회사에 상대방에 대한 평가를 요청한다. 이러한 평가 결과는 향후 국제인턴쉽 활동을 개선하는데 기초자료로 활용한다. 또한 회사의 인턴 업무수행 능력에 대한 평가는 대학에서 학생에게 학점을 주는 기본 자료로 사용한다. 지역CBMC지부 및 대학 코디네이터가 제공하는 정보도 국제인턴쉽 활동을 개선하는데 좋은 자료가 된다.

VI. 사업추진 전략

본 사업은 성격상 국제적인 기반을 갖고 있지만, 사업의 성공을 위해서는 단계적으로 확대하며 추진할 필요가 있다. 즉 국내의 일부 지역에서 우선 추진하여 그 성공 가능성을 검증한 후에 전국 규모로 확대시킬 필요가 있다. 그 후 이러한 국내의 성공 경험을 바탕으로 외국 CBMC지부와 외국 대학으로 확대시켜야 한다. 즉 한국의 성공적 사례를 바탕으로 일본, 중국, 대만 등 동북아 인근 국가로 범위를 확대하고, 나가서 전 세계로 확산시키는 단계적인 확대 전략을 적용할 필요가 있다. 현재 부산·경남 지역CBMC지부가 본 사업에 관심을 갖고 있으므로, 이 지역에 시범적으로 우선 적용될 가능성이 크다.

대기업은 인턴으로 근무하며 보여 준 업무수행 능력을 정규직원 채용에 자료로 적극 활용하는 방향으로 나가고 있다. 일부 대기업은 모든 신규직원을 인턴을 통해 선발하는 방침을 세우고 있다. 이러한 추세와 인턴십의 필요성을 일찍 인식한 미국 등 일부 국가의 대학에는 인턴제도가 정착되어 대학의 커리큘럼에 필수로 지정되어 있다. 그러나 우리나라는 아직 인턴제도가 정착되지 않은 상태이다. 특히 우리나라 대학에서는 인턴의 학점처리, 정규수업과의 관계 등 학사행정적 측면에서 아직 보완해야 될 부분이 많이 있다. 따라서 외국의 성공사례와 정착된 제도를 적극 활용하여 국내 대학에 인턴제도가 조기에 정착될 수 있도록 지원할 필요가 있다.

정부는 KOICA 등을 통해서 대학생의 해외인턴십 및 봉사활동을 장려하고 있다. 특히 해

외 인턴십을 대규모로 운영하는 것은 정부나 국제기구가 아니면 시도하기 어려운 분야이다. 따라서 대학도 자체적으로 수행하기 어려운 분야는 정부 과련기관의 재정적 및 기술적 지원을 적극 활용하는 것이 바람직하다. 본 사업도 초기에는 KOICA 등과 같은 정부출자 해외협력기관의 해외 인턴 및 봉사활동에 대한 축적된 지식과 경험을 적극 활용할 필요가 있다.

VII. 기대 효과

본 모델을 통해 얻을 수 있는 기대효과는 해외인턴십의 확대를 통한 대학 교육의 질 향상, 기업의 체계적이고 안정적인 인력확보 가능, 참여NGO 단체의 활동 다양화 및 이미지 제고 등 세가지로 생각할 수 있다.

대학교육의 질 향상: 학생들이 국내의 기업으로부터 인턴십을 제공받을 기회가 확대된다. 현재는 정부기관 또는 지자체가 비용을 지원하며 시행하는 해외인턴사업이나 대학에서 자체적으로 소규모로 시행하는 사업이 있다. 그러나 이러한 사업은 성격상 제한적일 수밖에 없으며 지속적인 예산 지원이 없으면 중단할 수밖에 없는 문제점이 있다. 그러나 본 논문이 제시하는 협력네트워크모델은 학생과 기업간에 Win Win관계를 형성해 주므로 일단 사업이 안정단계로 정착되면 정부의 예산 지원이 없어도 계속 시행해 갈 수 있는 특징이 있다.

기업의 안정적인 인력 확보: 기업이 보다 체계적이고 안정적으로 검증된 인재를 확보할 수 있다. 일반적으로 대기업은 인턴을 보다 쉽게 확보할 수 있으나, 중소기업은 그렇지 못하다.

한편 광범위한 인력 풀에서 원하는 능력을 갖춘 인재를 확보하는 것은 대기업이라도 쉽지 않은 작업이다. 본 논문이 제시하는 모델은 기업의 규모에 관계없이 국내외에서 능력을 갖춘 인재를 인턴으로 확보하고, 필요에 따라 정규 직원으로 채용할 수 있는 기회를 체계적으로 제공해 준다.

참여NGO의 활동 다양화 및 이미지 제고: CBMC와 같은 국제NGO 단체가 지금까지 기업인으로서만 구성된 조직에서 대학과 같은 사회의 핵심적 조직과 연계하여 보다 복합적인 사업을 전개할 수 있다. 이와 같은 대학과의 협력 사업을 통해서 자신의 활동을 홍보하며 미래의 잠재 회원을 확보하는 역할도 할 수 있다. 또한 이러한 사업을 통해서 사회 공익적인 역할을 수행하므로 단체의 이미지 및 인지도를 높일 수 있다.

Ⅷ. 핵심성공요인

국제CBMC본부의 적극적 홍보 활동: 본 사업은 여러 나라의 기업과 대학들이 참여하는 국제적 사업이므로 사업의 신뢰성이 대단히 중요하다. 따라서 사업 초기에 지역CBMC지부와 회원기업, 지역대학 등 관련 기관이 신뢰감을 갖고 참여할 수 있도록 국제CBMC본부의 적극적인 홍보 활동과 관련 정보 제공이 필요하다. 즉 (1) 국제CBMC본부가 지역CBMC지부와 지역 참여 대학 등 관련기관에 공문을 보내어 국제인턴십 활동을 적극 홍보하므로 신뢰도를 높이고, (2) 사업 초기에는 참여 기업에 대한 정보가 부족하므로 지역CBMC지부를 통하여 회

원기업에 대한 정확한 정보를 네트워크 사무국에 제공할 필요가 있다.

인턴십의 합리적 연결로 조기 신뢰성 확보: 본 사업의 핵심은 참여 학생과 기업을 합리적으로 연결시켜 인턴의 효과가 극대화될 수 있도록 하는데 있다. 이를 통해 참여 대학과 기업들로부터 조기에 신뢰성을 얻을 수 있다. 이렇게 되면 특히 사업 초기에 참여 대학, 지역CBMC지부 및 CBMC국제네트워크사무국이 상호 긴밀하게 협조하여 관련 기관간에 유기적인 협조 체제를 신속히 갖추어야 한다. 이러한 협조 체제를 통하여 (1) 참여 학생의 보유 능력 및 기술에 대한 정보와 참여기업의 요구사항 및 인턴의 보수에 대한 정확한 정보를 확보하고, (2) 수요와 공급간의 가장 적절한 매치를 만들어내는 것이 본 사업이 조기에 정착하는데 핵심적이다.

CBMC회원기업의 적극적 참여 유도: 일반적으로 인턴십을 원하는 학생의 수요가 인턴십을 제공하는 기업의 공급 보다 훨씬 많은 것이 현실이다. 따라서 초기에 인턴을 희망하는 기업의 대량 확보를 위해 CBMC회원기업들에게 본 사업에 대해 적극 홍보할 필요가 있다. 인턴십 기업의 대량 확보를 위해서는 지역CBMC지부의 적극적 활동이 필수적이다. 이를 위해 사업 초기에는 보다 활성화된 CBMC지부를 파악하여 이들을 중심으로 참여기업 확대를 위한 활동을 전개하는 것이 전략적이다. 특히 CBMC국제인턴십 사업을 통해 국내 학생뿐만 아니라 외국 학생도 인턴으로 유치할 수 있는 점을 강조하여, 본 사업이 고급 해외인력을 확보하여 기업의 글로벌 전략에 활용할 수 있음을 인식시킬 필요가 있다.

CBMC국제네트워크사무국의 리더십: 본 사업은 국제적 사업이므로 다양한 문화와 언어를 사용하는 대학과 기업이 참여한다. 이러한 다문화와 다중언어 환경하에서는 특히 지역 대학과 CBMC지부 등 참여기관의 높은 신뢰성과 긴밀한 협조가 필수적이다. 이의 성공 여부는 이 사업의 추진 주체인 CBMC국제네트워크사무국의 리더십에 달려 있다. 특히 사무국은 (1) CBMC회원기업의 적극적 참여 유도, (2) 신뢰성 있는 학생 신상 프로필 확보 및 관리, (3) 기업과 학생간의 적절한 매칭 등 사업의 성공에 결정적 역할을 할 업무를 담당해야 하기 때문에 사무국의 책임감과 리더십은 본 사업 성공에 핵심적이다.

참고문헌

민영규, “전국 지자체 취업지원제 걸돈다”, 매일경제 2005년 7월 7일

이근호 외 6인, “청년실업해소를 위한 국제인턴십 프로그램”, 부산인적자원개발원 2005년 7월

천인성, “올고 오는 해외 인턴십”, 중앙일보, 2005년 5월 6일

한국국제협력단, “2005년도 연수생초청사업계획”, 2005년 2월

gp.knu.ac.kr/intern_law.html 경북대학교 국제교류센터 안내

www.intern21.org: 인턴21, 미국 영국 인턴십 및 Work & Travel 프로그램 사업

www.jobkorea.co.kr: 한국의 대표적인 온라인 잡웹사이트

www.kita.net: 한국무역협회

www.internworld21.com: IW21, 미국, 유럽 기업을 위한 실습인턴 소개 사업

www.mgt.buffalo.edu/LEAP: SUNY Buffalo 인턴십 프로그램 안내

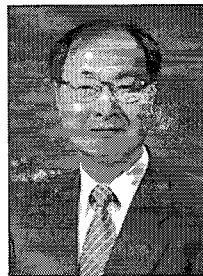
www.monstertrak.com: 미국의 대표적인 온라인 잡웹사이트

www.skku.ac.kr/e-home-s/office 성균관대학교 Co-op위원회 안내

www.smba.go.kr: 중소기업청

www.worldjob.or.kr: 한국산업인력공단 해외취업지원부

강영무(Young-Moo Kang)



연세대학교 역사학박사, University of Wisconsin Madison 경제학석사, University of Wisconsin Madison 경영학석사 및 경영학박사(경영정보학 전공)를 취득하였다. 그 후 University of Wisconsin Madison에서 강사, Vanderbilt University 경영대학원에서 조교수, 대외경제정책연구원에서 정보관리실장으로 근무하였다. 현재 동아대학교 경영정보과학부 교수로 근무하고 있으며 전자상거래지원센터와 경영문제연구소 소장으로 있다. 주요 관심분야는 전자상거래, IT접근성, 경영전략과 정보기술 등이다.

<Abstract>

Internet Based Cooperative Network Model for University's Internship Abroad with Cooperation of International NGOs: Cooperative Case of CBMC

Young-Moo Kang

Employment rate of graduating students has been one of the most important issues at universities. Recently interest on internship abroad has been increased significantly due to globalization of the society. In particular, central and local governments have developed policies and encouraged university students to participate in internships abroad. However, activities and resources for internships abroad are very limited to a few organizations.

This paper investigated the current status of internship in the U.S. and Korea. Then, this paper analyzed differences in demand and supply of the internship and matching mechanism of the internship between the U.S. and Korea. From the results of those analyses, this paper developed an international network model which can help effective and efficient increase in the demand and supply of the internship as well as the internship matching mechanism in Korea.

This network model utilizes international NGOs in order to develop internationally cooperative environment. This model provides mechanism for (1) effectively identifying intern applicants who like to work abroad and evaluating them, (2) effectively identifying new internship positions and evaluating companies which plan to hire interns, (3) efficiently matching demand for and supply of internship by identifying appropriate candidates, (4) monitoring companies for their quality of working conditions and interns for their qualities of work. This model for internship has been applied for a NGO which is International CBMC (Christian Businessman Committee International)

Keywords : Internship Abroad, Internet, Cooperative Network Model, International NGO

* 이 논문은 2006년 3월 2일 접수하여 1차 수정을 거쳐 2006년 8월 28일 게재 확정되었습니다.