

(주)씨.티.에프의 창업성공사례 :

기술혁신전략을 중심으로

박 규 일 *

김 연 용 **

(주)씨.티.에프는 생물공학 관련제품을 생산하는 기술혁신 중심의 소규모 벤처기업이다. 1995년 12월에 3인의 공동 출자에 의해 설립된 (주)씨.티.에프는 1997년 12월 현재 9명의 직원이 있으며, "오보크린"이라는 브랜드를 가진 향균 비누와 "티오"라는 브랜드를 가진 일회용 원두커피를 생산, 판매하고 있으며 "코보"라는 일회용 티백 자동생산기계를 개발해 놓고 있다. 또한 창업한지 2년만에 손익분기점에 도달하였으며, 3년차를 맞이하여 제품의 다양화는 물론 타분야로의 진출까지도 계획하고 있는 성공적인 벤처기업이라고 할 수 있다. (주)씨.티.에프는 현재 10개의 특허를 출원중에 있는데 지금까지 호서대학교와의 산학협동을 통해 다양한 연구과제를 수행하였으며, 그 결과를 특허로 출원하고 상품화하는데 성공하였다.

1. 서론

(주)씨.티.에프는 기능성 식품소재를 연구, 개발하여 생물공학 관련제품을 생산하는 소규모 벤처기업이다. 기능성 식품소재란 식품 본래의 영양적 기능 이외에, 영양소의 흡수, 소화, 대사 등에 영향을 주어 신체의 생리적 기능을 활성화시켜 주거나 식품의 유향, 탄성, 안정성 및 외형적 특성을 부여해

주는 물질들을 일컫는 것으로써, DHA, 키토산, 단백질, 레시틴 등이 그 예이다. 1995년 12월에 3인의 공동 출자에 의해 설립된 (주)씨.티.에프에서는 1997년 12월 현재 9명의 직원이 "오보크린"이라는 브랜드를 가진 향균 비누와 "티오"라는 브랜드를 가진 일회용 원두커피, 그리고 일회용침출차 자동생산시스템인 코보(COBO)를 생산하고 있다. (주)씨.티.에프는 창업한지 2년만에 손익분기점에 도달하였으며, 3년차를 맞이하여 핵심역량에 기반한 다각화를 시도하고 있다.

* 호서대학교 교수

** 호서대학교 전임강사

2. 창업초기환경

한양대학교에서 생화학을 전공한 서정인 사장은 창업당시 한양대학교 대학원에서 박사과정을 밟고 있었다. 대학시절부터 창업에 관심을 가지고 있었던 서 사장은 자신의 전공지식을 실용화할 수 있는 분야를 찾기 위해 시장조사를 하던 중 기능성 식품소재라는 항목에 착안하게 되었다. 90년대에 들어와 전반적으로 국민생활수준이 향상되면서 건강에 관한 관심이 높아지게 되었으며, 이에 따라 각종 식품에 첨가되는 기능성 식품소재에 대한 수요가 증가하고 있는 상황이었다. 서 사장은 자신의 전공을 활용한다면 새로운 방식으로 새로운 기능성 식품소재를 개발할 수 있으리라는 확신을 가지고 있었으며, 한양대학교의 지도교수도 서 사장의 창업을 적극 권유하였다.

서 사장은 자신이 생화학을 전공했기 때문에 창업아이템을 선정하는데 있어서는 어느 정도의 자신감을 가지고 있었으나, 복잡한 창업절차 때문에 창업을 쉽게 결정하지 못하고 있었다. 이 때 서 사장의 대학동창 2명이 서 사장과 함께 창업할 것을 제안했으며, 서 사장은 이들과 함께 복잡한 창업절차 문제를 해결할 수 있는 방안을 찾게 되었다.

당시 정부는 벤처기업의 창업을 활성화하기 위하여 다양한 형태의 창업지원제도를 마련하고 있었으며, 서 사장은 그러한 창업지원제도에 관한 정보를 수집하던 중 호서대학교의 신기술창업보육센터에 대한 정보를 얻게 되었다. 신기술창업보육센터에 입주함

으로써 창업초기의 위험을 상당부분 감소시키고 복잡한 창업절차문제를 해결할 수 있을 것이라고 판단한 서 사장은 대학동기들과 함께 (주)씨.티.에프를 설립하고 신기술창업보육센터에 입주하게 되었다. 자금사정이 넉넉하지 못했던 서 사장은 자신의 대학동기 2명과 함께 5천만원의 자금을 마련하여 창업을 시도하였다. 창업시 서 사장은 자금부족 문제를 기술혁신으로 극복하겠다는 방침을 수립하였다. 각종 벤처기업창업지원제도를 최대한으로 활용하면서 기술혁신을 이룬다면 자금조달문제는 어느 정도 해결될 수 있으리라는 것이 서 사장의 생각이었다.

서 사장이 호서대학교의 신기술창업보육센터를 선택하게 된 것은 호서대학교 식품영양학과 이기영 교수와의 친분때문이었다. 호서대학교의 강석규 총장은 벤처기업, 산학협동 분야에 강한 관심을 표명하고 있었으며, 호서대학교의 교수진도 이에 호응하여 적극적으로 산학협동을 추진하고 있었다. 이러한 상황속에서 호서대학교 이기영 교수는 (주)씨.티.에프의 보육다터를 맡으면서 제품 개발에 참여하게 되었다.

서 사장은 1996년 초에 호서신기술창업보육센터에 입주한 이후 호서대학교 식품영양학과 교수진과 함께 제품의 생산기술들을 개발하기 시작하였으며, 1996년 하반기에는 계란으로부터 향균/항생의 기능을 갖는 단백질을 분리, 정제하고 이를 산업적 규모로 생산할 수 있는 공정까지 개발하게 되었다. 그런데 창업초기부터 자금부족문제에 직면하고 있었던 서 사장은 (주)씨.티.에프의 운영자금을 조달하기 위해 고민하던 중 새로운 제품을 개발, 판매함으로써 자금문제를 해결해야

겠다는 생각을 하게 되었다. 즉 주력제품이 정상궤도에 진입하기 전에 회사에 자금을 제공해 줄 수 있는 제품을 개발, 판매하고자 한 것이다. 커피를 좋아하던 서 사장은 평소 원두커피를 마시면서 겪었던 불편함을 해결한다면 원두커피 애호가들에게 큰 호응을 받을 수 있을 것이라는 생각을 가지고 있었다. 이러한 생각에서 서 사장이 개발한 신제품이 바로 일회용 원두커피인 “티오”였다. “티오”는 현재 (주)씨.티.에프의 자금부족문제를 해결해 주고 있는 제품이 되었다. (주)씨.티.에프는 1997년 초부터 일회용 원두커피 “티오”를 시판함과 동시에 일회용침출차 자동생산 시스템인 “코보(COBO)”를 개발하게 되었으며, 1997년 5월에는 중소기업청으로부터 중소기업 기술혁신사업 주관기업으로 선정되기도 하였다. 서 사장은 호서신기술창업보육센터에 입주할 때의 계약에 따라 1998년에는 호서신기술창업보육센터를 졸업하고 아파트형 공장으로 입주하여 자립한다는 계획을 추진하고 있다.

3. (주)씨.티.에프의 연구개발전략

서 사장은 창업초기부터 자금부족문제를 안고 있었다. 창업보육센터에 입주함으로써 창업관련비용을 상당부분 절감하였으나 자금은 여전히 부족한 상태였다. 따라서 창업당시부터 서 사장은 기술혁신을 통해 자금부족문제를 극복해야 한다는 확고한 생각을 가지게 되었다. 서 사장의 이러한 생각은 (주)씨.티.에프의 전 직원이 연구개발활동에 몰입하도록 만들었으며, 여기서 나온 결과를 특허

로 출원한 것만도 10 여개가 된다.

1) 오보크린의 개발과정

1996년 1월에 호서신기술창업보육센터에 입주한 이래 (주)씨.티.에프는 호서대학교 식품영양학과 교수, 대학원생들과 함께 제품의 생산기술들을 개발하기 시작하였으며, 그 결과 1996년 하반기에는 계란으로부터 항균/항생의 기능을 갖는 단백질을 분리, 정제하고 이를 산업적 규모로 생산할 수 있는 공정까지 개발하였다. (주)씨.티.에프의 공정에 따라서 생산되는 계란 단백질들은 비누, 샴푸, 바디크린싱 등의 각종 생활용품의 항균성 부여를 위한 목적으로 충분히 사용될 수 있으며, 이유식, 조제분유, 햄, 소시지 등의 각종 식품에도 상기한 목적으로의 사용이 가능하다.

(주)씨.티.에프가 계란 단백질을 이용하여 개발한 항균비누 오보크린은 일반적인 항균비누, 샴푸처럼 마이신과 같은 항생제를 첨가하여 항균성을 부여하지 않고, 계란 단백질만을 첨가하여 항균/항생 기능을 부여하고 있다. 이는 피부감염균의 항생제 내성을 줄일 수 있다는 점에서 매우 중요한 의미를 갖는다고 하겠다. 오보크린의 또 다른 중요한 특징 가운데 하나는 생활환경의 오염으로 생활용수의 중금속 함량이 높아짐으로써 세안, 목욕시 중금속이 피부를 통하여 흡수 오염될 수 있는 가능성들을 효과적으로 방지하여 줄 수 있다는 데에 있다.

(주)씨.티.에프에서 개발한 오보크린의 항균 메카니즘의 특징은 다음과 같다.

첫째, 단백질 분해 효소제제로 균의 증

식을 억제한다(달걀에서 유래한 오보 무코이드).

둘째, 금속 결합 단백질로 균의 증식을 억제한다(달걀에서 유래한 콘알부민).

셋째, 효소 단백질을 이용한 균의 용균 작용이 있다(달걀에서 유래한 리소짐).

네째, 문헌적으로 증명된 생약 성분이 있다(항생 스펙트럼의 확장 및 항생 효과의 상승 작용).

(주)씨.티.에프가 오보크린을 개발하는 과정에서 호서대학교가 산학협동으로 추진했던 산학콘소시업은 큰 힘이 되었다. 서 사장은 창업당시 한양대학교 생화학과 박사과정에 재학중이었으며, 연구결과를 사업장에서 활용할 수 있는 창의적 능력을 보유하고 있었다. 서 사장은 연구하는 과정에서 부딪히는 어려움들을 처리하는 과정에서 대학교은 사들과 호서대학교 식품영양학과 교수 및 대학원생들의 도움을 충분히 활용하였다.

(주)씨.티.에프는 오보크린을 개발하는 과정에서 2가지의 연구과제를 수행하였는데, 1996년 호서대학교 식품영양학과 교수팀과 산학협동으로 “생리활성 단백질의 분리”과제를 성공적으로 수행하였으며, 이 과제의 성공적 수행으로 1998년 하반기부터는 월 1억 원 정도의 매출액 증대가 예상되고 있다. 또한 1997년에는 “계란으로부터 콜라스테롤이 제거된 레시틴을 공업적으로 생산할 수 있는 공정 개발”이라는 과제명으로 호서대학교 식품영양학과 및 연세대학교 생화학과의 콘소시업을 형성하였으며, 중소기업청 기술혁신 개발사업에 응모하여 기술혁신 개발사업의 주관기업으로 선정되었다. 이 사업은 현재 순조롭게 진행되고 있으며, 이것이 성공적으

로 제품화될 경우 의약품 및 화장품의 제조에 사용되면서 전량을 수입에 의존하고 있는 kg당 20만원 내지 30만원하는 고가의 고순도 난황 레시틴의 제조기술이 완전 국내기술로 자립하게 되며, (주)씨.티.에프에는 월 4 억원 정도의 매출액증대 효과가 있을 것으로 기대되고 있다.

서 사장은 계속적으로 연구개발에 박차를 가하고 있으며, 기업의 성공을 연구개발과 연계시키고 있다. 또한 (주)씨.티.에프는 연구개발결과를 계속적으로 특허로 출원하고 있으며, 이러한 특허권은 기술담보제도가 정상제도에 진입할 경우 (주)씨.티.에프에게는 자금조달이라는 측면에서 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 예상된다.

(주)씨.티.에프가 오보크린과 관련하여 출원하고 있는 특허는 다음과 같다.

- 비항생제성 항균 조성물: 대한민국 특허출원 제 96-21339호

- 수용성 계란 단백질의 제조 방법: 대한민국 특허출원 제 96-40768호

2) 일회용 원두커피 "티오"의 개발배경

서 사장이 관심을 가지고 있던 제품은 오보크린과 같은 생화학 관련 제품이었다. 그러나 그러한 제품들이 본격적으로 시장에 진입하기까지 많은 시간과 비용이 소요될 것으로 예상되었기 때문에 서 사장은 단시일내에 시장에 진입하여 기업의 자금공급원이 될 수 있는 제품을 필요로 하게 되었다. 이러한 분위기 속에서 (주)씨.티.에프는 국내 최초로 1회용 포장 원두커피팩 “티오”를 개발하게 되었다.

급속한 경제발전으로 국민들의 생활수준이 급격히 향상되었고 이로 인해 건강지향적 제품에 대한 선호도가 증가하게 되었다. 이러한 추세는 커피수요에서도 반영이 되어 많은 커피소비자들이 인스턴트커피보다는 원두커피를 선호하게 되었다. 그런데 소비자들이 원두커피를 사용하는 경우에 몇 가지 불편한 점들이 존재한다. 우선 원두커피는 인스턴트커피에 비해 그 이용방법이 매우

복잡한 편이다. 원두커피를 마시기 위해서는 커피메이커 또는 특수한 기구를 사용해야 하며, 또한 이를 이용하여 원두커피를 만들때 한 번에 보통 서너 잔 정도의 분량이 나오게 되므로 혼자서 이용하기에는 다소 부담이 될 수 있다. 그리고 국내에서 시판되고 있는 원두커피의 최소 포장 단위(보통 200g 정도)가 너무 크다는 것도 문제로 지적되고 있다. 서 사장이 조사한 바에 의하면 우리나라의 경우 200g 단위포장의 원두커피를 가정에서 소비할 경우 보통 3개월 이상이 소요된다고 한다. 그런데 일단 개봉될 경우, 원두커피는 커피향이 손실되는 등 품질이 급속히 저하되는 단점이 있으며, 이에 대해 많은 소비자들이 불만족하고 있는 실정이다.

시장조사를 통해 이상과 같은 소비자들의 불만을 파악한 서 사장은 다음과 같은 특성을 지닌 커피를 개발해야겠다는 생각을 하게 되었다.

첫째, 소비자들이 원두커피를 사용하는 데 있어서 큰 불편이 없어야 한다. 대부분의 소비자가 원두커피를 마시기 위해서 별도의 기구를 이용하여야 하는데 만약에 손잡이가 부착된 커피팩을 이용하게 된다면 원두커피를 마시기 위해서 겪는 번거로움이 크게 줄

어떻게 될 것이다.

둘째, 소비자들의 건강에 대한 관심이 증대되고 있는만큼 원두커피를 생산하기 위해서는 위생적인 생산시스템을 사용하여야 한다. 철저한 위생관리를 위해서는 일회용 봉지차의 자동생산장치를 자체 개발/설치하는 것이 바람직할 수 있다.

셋째, 소비자들이 원두커피를 사용하면서 원두커피의 풍부한 맛을 느낄 수 있어야 한다. 이를 위해서는 많은 커피 애호가들이 선호하는 남미 4개국에서 생산되는 원두를 사용할 필요가 있다.

넷째, 원두커피에는 항암 효과가 있다고 알려진 클로로젠산이 들어있는데, 이 클로로젠산은 원두의 배전과정 중에서 80%가 소실된다. 소비자들이 건강문제, 특히 성인병 등에 많은 관심을 가지고 있는 현 상황을 고려할 때 클로로젠산의 소실을 최소화할 수 있는 배전과정을 개발하여야 한다.

다섯째, 원두커피를 추출하는 속도에도 충분한 관심을 가져야 한다. 원두커피는 95°C의 열수에서 2분 이내에 80%가 추출되는데, 이를 위해서는 빠른 추출성을 구현할 수 있는 배전기술을 개발하여야 한다.

이상과 같은 특성을 두루 갖추고 개발된 상품이 일회용 원두커피 “티오”이다. 이러한 “티오”가 상품으로 시판되기까지 (주)씨.티.에프 직원들의 끊임없는 연구개발노력이 뒷받침되었다. 시장조사로부터 시작해서 “티오”라는 브랜드의 제품이 생산되기까지 (주)씨.티.에프는 각 단계에서 나타난 연구결과들을 특허로 출원하였다. 이에 관련된 특허를 보면 다음과 같다.

- 원두커피분의 포장 방법; 대한민국 특

- 허출원 제 95-28598호
- 원두커피분 및 그 제조 방법; 대한민국 특허출원 제95-29863호
- 착향 커피 및 그 제조 방법; 대한민국 특허출원 제 95-307111호
- 볶은 커피의 처리 방법; 대한민국 특허출원 제 96-11198호
- 1회용 다류 포장대; 대한민국 실용신안 제 96-14916호
- 1회용 봉지차의 자동 생산 시스템 및 그 장치; 대한민국 특허출원 제 97-15472

3) 코보(COBO)의 개발

(주)씨.티.에프는 1996년부터 일회용침출차 자동생산시스템, 코보(COBO)를 개발하기 시작했다.

서 사장이 코보의 개발문제를 고려하게 된 것은 “티오”의 생산을 효율적으로 수행하기 위해서였다. 그러나 코보를 개발해 나가는 과정에서 코보의 용도가 보다 다양해질 수 있다는 사실이 판명되었다. 당시 개인 소비용품의 고급화/건강화 추세로 티백형태의 일회용침출차에 대한 수요가 크게 증가하고 있었다. 그런데 국내제조업체에서 사용하고 있는 티백 포장기는 100% 외국산을 사용하고 있었으며, 국산화 실적이 전무(全無)한 상태였다. 또한 이러한 티백 포장기는 고가(대당 7억원~20억원)였기 때문에 식품기술 발전에 커다란 장애가 되고 있었다. 그러므로 티백 포장기의 국산화는 매우 시급한 상황이었다. 서 사장은 티백 포장기의 국산화를 위해서는 지금까지의 티백포와는 전혀 다

른 형태의 티백포 구조개발이 필수적이라고 생각하였으며 이에 따라 (주)씨.티.에프는 1996년에 새로운 티백포 구조를 개발하게 되었다. 그후 1997년에 들어서 (주)씨.티.에프는 구조가 간단하여 거의 고장이 없으며, 가격도 외국산 기계에 비해 저렴한(대당 7천만 내지 9천만원) 티백 자동 포장기를 개발, 제작하게 되었다. 현재 (주)씨.티.에프는 코보를 이용하여 티오를 생산하고 있다.

스티클을 부착한 일회용침출차를 포장하는 코보의 작동은 크게 4 개의 동작으로 구성되어 있다.

첫째, 티백을 형성한다.

둘째, 종이스티클을 형성하여 접착한다.

셋째, 스틱을 부착한 티백을 절단한다

넷째, 가스차폐성 필름으로 스틱을 부착한 티백을 외포장한다.

이들의 동작 구성은 P.L.C 및 감지 센서에 의하여 순차적으로 진행된다. 티백형성은 가열 플레이트가 부착된 로터리 충전기로 열접착성 티백종이(heat sealable tea-bag paper) 내에 차 내용물을 충전함으로써 진행되기 때문에 내용물의 종류에 구애를 받지 않으며, 타 용도에 응용이 가능하다. 그리고 종이스티클의 형성 및 접착동작은 티백포 상에서 나란히 진행되는 종이띠를 금형을 이용하여 진행시킴으로써 수행한다. 또 스틱을 부착한 티백포의 절단시 구동롤에 의하여 일정하게 공급된 티백을 하나씩 잘라낸다. 가스차폐성 필름으로 외포장하는 동작은 통상적인 수평형 3면 자동 포장기를 통하여 용이하게 이루어질 수 있다. 이처럼 코보는 운전 동작 구성이 4단계에 불과하므로 작업속도가 높고(분당 30내지 50포), 숙련된 전문인력이

불필요하며, 넓은 설치공간이 불필요하다(5㎡)다는 장점이 있다.

(주)씨.티.에프가 코보를 개발하는 과정에서 출원하고 있는 특허는 다음과 같다.

- 봉지차의 자동 생산 방법 및 장치; 대한민국 특허출원 제 97-15472호
- 1회용 다류 포장대; 대한민국 실용신안등록 출원 제 96-14916호

4) (주)씨.티.에프의 경영전략

(주)씨.티.에프의 자산은 1997년 12월 현재 6억원이며, 자본금은 5천만원이다. 부채는 중소기업구조조정자금(이자비용 연 6.5%)으로 충당하고 있으며 일반은행에서의 차입금은 없다. 서 사장은 앞으로 대부분의 부채를 자기자본으로 대체함으로써 자기자본비율을 증가시키려고 하고 있으며, 안정속의 성장전략을 추구하고 있다.

(1) 특허권을 이용한 자금조달

현재 우리나라에서는 기술담보제도가 시범적으로 운영되고 있는데 이 제도가 본격화될 경우 (주)씨.티.에프가 출원하고 있는 특허는 자금조달면에서 많은 이득을 줄 것으로 예상되고 있다. 많은 벤처기업들이 우수한 기술력을 갖추고도 실패한 이유들 가운데 하나가 자금부족이라는 것을 고려해 볼 때 (주)씨.티.에프가 보유하게 될 특허권은 (주)씨.티.에프의 경쟁우위요소 가운데 하나라고 할 수 있다.

또한 국민은행에서는 기술담보제도에하여서 건당 1억 5천만원의 대출을 허용하고 있기 때문에 앞으로 (주)씨.티.에프가 영업자금

을 조달할 경우 현재 출원중에 있는 특허권을 등록한다 해도 약 20억원 정도의 자금을 추가로 조달할 수 있을 것으로 보고 있다.

(2) 고유브랜드의 개발을 통한 시장개척

서 사장은 고유브랜드를 개발하는 문제에 매우 큰 관심을 가지고 있다. 그래서 브랜드명을 선택하는데 있어서 다양한 시장조사를 실시하고 있다. 특히 (주)씨.티.에프가 가지고 있는 “티오”라는 상표는 많은 잠재적 소비자들에게 호감을 줄 수 있을 것이라고 예상되고 있다. 일본의 종합식품회사인 오츠카가 판매하고 있는 제품들 가운데 “티오”라는 명칭을 가지고 있는 캔음료가 있다. 이 제품은 녹차와 홍차의 중간 정도의 특성을 가지고 있는 고급차를 캔으로 포장한 제품이며, 일본에서 연간 50 억원 이상의 매출액을 올리고 있는 인기상품이라고 한다. 서 사장이 조사한 바에 의하면 “티오”라는 브랜드명이 일본인들에게 좋은 이미지를 주고있는 것으로 나타났다. 그러나 “티오”라는 상표가 일본에서 등록된 상표이기 때문에 (주)씨.티.에프의 입장에서 “티오”라는 상표를 가지고 일본에 진출하기는 어려운 실정이다. 그러나 국내에서는 “티오”가 (주)씨.티.에프의 상표로 등록되어 있기 때문에 (주)씨.티.에프가 독점적으로 사용할 수 있다. 또한 중남미에서는 “티오”라는 단어가 “아저씨”라는 친숙한 의미로 사용되고 있으며, 이 상표로 진출할 경우 중남미의 소비자들에게 많은 호감을 얻을 수 있을 것이라고 서 사장은 말하고 있다. (주)씨.티.에프가 98년에 중남미시장에 진출할 것을 계획하고 있는 상황에서 잠재적

소비자들에게 호감을 줄 수 있는 브랜드명이 시장진출에 큰 공헌을 할 것이라고 예상하고 있다.

(3) 기계개발전략

제품을 생산할 수 있는 제조기계의 개발에 대한 서 사장의 생각은 매우 특이하다. 국내 대부분의 중소기업들의 경우 특정제품을 일단 개발하고 나면 제품을 생산할 수 있는 제조기계에는 별다른 관심은 갖지 않는 것이 일반적인 상황이다. 그럴 경우 제조기계는 외부의 기계가공업체에 주문하는 것이 상례이며, 제품의 특성에 관한 충분한 지식이 없는 외부의 기계가공업체는 주문자로부터 제품의 제조방법에 관한 설명을 듣고 제조기계를 설계, 가공하게 된다. 그럴 경우 제품개발자가 의도했던 최선의 제품제조공정이 실현되지 못할 수도 있다는 것이 서 사장의 생각이다. 그러한 이유로 서 사장은 제품을 개발함과 동시에 그 제품을 생산할 수 있는 제조기계의 개발에도 관심을 가지고 연구를 하게 되었다. 그 대표적인 예가 티오를 생산하는 일회용 원두커피 생산기계인 코보(COBO)이다. 국내에서 일회용 침출차를 생산하는데 있어서 외국산 기계를 사용할 경우 막대한 외화가 유출될 것이다. 서 사장은 이러한 외화의 과다한 지출을 방지하기 위해서 뿐만 아니라 제품의 생산공정을 개발하기 위해서, 그리고 장기적으로 제품의 효율적인 생산을 위해서 제품 뿐 아니라 제품의 제조기계도 자체 개발하는 것이 유리하다고 판단하였다. 현재 (주)씨.티.에프는 원두를 볶는 기계(로스터)도 역시 자체 개발해서 사용하고 있다. (타기업의 경우 외국산 기계를 사

용하고 있다)

이러한 기술을 개발하면서 서정인 사장은 기계개발분야로 진출할 계획도 수립하게 되었다. 1997년말 현재 (주)씨.티.에프에서 사용하고 있는 코보(COBO)는 외부가공업체에 주문을 하여 제조하였으며, 이 생산시스템은 원두커피뿐 아니라 일회용 침출차생산에 일반적으로 사용할 수 있기 때문에 기계에 대한 수요잠재력은 충분할 것으로 예상된다. 서 사장은 98년부터는 하청업체를 선정하여 코보를 제조, 판매할 계획을 가지고 있으며, 이 분야에서 성공할 경우 (주)씨.티.에프는 튼튼한 성장기반을 닦게 될 것이라고 볼 수 있다.

5) (주)씨.티.에프의 향후계획

(주)씨.티.에프는 1996년초 호서신기술창업보육센터에 입주한 이후 96년에는 오보크린이라는 향균비누로 2천만원의 매출을 달성하였다. 그리고 97년에 들어서는 향균비누 5천만원, 티오 1억 5천만원의 매출을 달성하였다. 또한 당기순이익이라는 측면에서 보면 96년에는 2천만원의 손실을 기록하였으나, 97년에는 손익분기점에 도달하게 되었다. 서 사장은 98년부터는 순이익이 나타날 것으로 예상하고 있으며, 98년 1월초에 티오라는 제품에 대해서만 7천만원 상당의 주문을 접수하고 있는 상태이다. 또한 97년말 현재 코보에 대해서는 판매실적이 전무한 상태이나, 여러 식품업체들로부터 코보에 대한 문의가 쇄도하고 있으며 (주)씨.티.에프는 98년부터 코보를 제조, 판매할 계획을 수립해 놓고 있다.

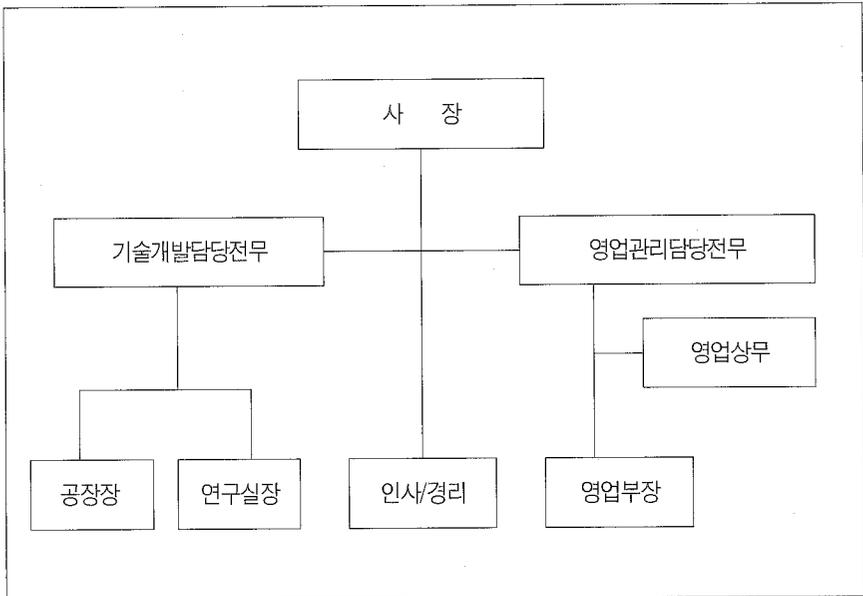
직원은 서 사장을 포함하여 모두 9명이며, 생산 및 연구개발 담당자가 4명, 영업담당자가 3명, 사무직원 1명, 배송담당자가 1명으로 연구개발에 큰 비중을 두고 있는 상태이다.

현재 (주)씨.티.에프에서 생산한 제품의 납품처는 서울에 있는 대형유통업체와 24시간 편의점을 주대상으로 하고 있으며, 97년에 들어서는 영남지역에 지역총판을 개발하였다. 또한 농협에 납품하는 문제도 검토하고 있다. 서 사장은 97년부터 수출에 역점을 두기 위해서 중남미와 미국, 호주 등의 시장을 조사하고 있으며, 동남아시아 지역으로의 진출도 계획하고 있다.

서 사장은 기업내에서 연구개발을 담당하고 있으며, 호서대학교 식품영양학과 교수 및 대학원생들과 공동으로 연구를 진행하고

여기서 도출된 연구결과를 상품화하고 있다. 호서대학교에서는 산학협동의 일환으로 호서신기술창업보육센터에 입주하는 업체들을 돕는 보육닥터라는 제도를 운영하고 있으며, 서 사장은 이러한 제도를 통해 많은 도움을 받고 있다고 한다.

또한 96년 입주 당시의 계약에 따라 (주)씨.티.에프는 98년에 호서신기술창업보육센터를 졸업하게 된다. 창업보육센터에 입주하고 있는 경우 공장임차료 등이 매우 저렴하며, 호서대학교로부터 많은 도움을 받을 수 있었으나, 외부공장으로 이전할 경우 자금보다는 상황이 약간 어려워질 것으로 예상된다. 서 사장은 98년에는 우선 아파트형 공장으로 이전하여 기업을 경영한 후 안정이 된 후 공장부지를 선정하여 이주할 계획을 가지고 있다.



[그림 1] (주)씨.티.에프의 조직도

<표 1> 회사의 연혁

- 1995년 12월 (주)씨.티.에프 설립
- 1996년 1월 호서신기술창업보육센터 입주
- 1996년 1월 호서대학교와 산학콘소시엄 연구사업 1차년도 시작
- 1996년 5월 공장등록
- 1996년 8월 오보크린 출시
- 1996년 11월 식품제조허가취득
- 1997년 1월 호서대학교와 산학콘소시엄 연구사업 2차년도 시작
- 1997년 4월 티오 원두 커피 출시