

국내 수출기업 해외시장 진출을 위한 공공서비스 수출플랫폼 활성화 방안에 관한 연구

배 홍 균*
최 영 준**
강 신 원***

-
- I. 서 론
 - II. 국내외 공공서비스 진출지원과 분석
 - III. 국내 수출기업 해외시장 진출을 위한 공공서비스
수출플랫폼 활성화 방안
 - IV. 결 론

주제어 : 수출플랫폼, 국내공공서비스, 지원프로그램

-
- * 상지대학교 경상대학 무역학과 부교수(주저자)
** 경희대학교 정경대학 무역학과 부교수(교신저자)
*** 순천대학교 사회과학대학 교수(교신저자)

I. 서 론

해외 공공서비스 시장이 급속히 성장하고 한국의 국제적 위상이 제고되면서 국내 기업이 해외 공공서비스 시장에 진출하여 시장을 확보하려는 노력이 일어나고 있다. 공공서비스(Public Service)는 정부가 책임을 지고 공급하는 서비스이며, 공공이 재화와 용역으로 이용할 수 있게 제공되는 서비스로 정의된다.¹⁾ 공공서비스는 국민에 대한 복지 수준의 향상과 더불어 국가 경쟁력을 강화시킬 수 있는 인프라로 설명될 수 있으며, 교통, 교육, 안전, 국방, 의료 등 필수 영역에서 정보통신기술의 발전과 더불어 서비스의 다양성과 품질이 향상되고 있다.

해외 공공서비스 시장은 공급유형이나 사업부문에 따라 구분된다. 먼저 서비스의 공급주체에 의해 결정되는 공급유형은 관(public)이 주도하는 사업과 또는 민(private)이 주도하거나 관민 공동으로 추진하는 PPP(Public-Private Partnership)등이 있다. 다음으로 사업부문에 따라 크게 12개 부문 즉 도·소매업, 교육서비스업, 보건업 및 사회복지서비스업 등으로 구분된다.

하지만, 국내 공공서비스 기업의 해외진출을 확대하기 위해서는 관련 영역의 기술개발이나 전문인력 양성, 법제도개선, 기본조성 등의 산업 육성뿐만 아니라 국제 장애를 넘어야 한다. 국제 공공서비스 시장은 미국, 영국, 일본 등 선진국이 선점하고 있어 레퍼런스 확보가 용이하지 않다. 특히 공공서비스의 경우 시스템의 안전성이나 국가별 수준에 대한 사전 진단과 분석이 요구되나 발주정보와 국가별 현황에 대한 상세정보를 접하기 어려워 현재까지 수출이 활성화되지 못하고 있다. 한국과 같이 아직 해외 레퍼런스를 확보하지 않은 경우 해외진출 시, 무상 또는 유상협력 상태에 따라 진행되는 원조자금 사업을 우선적으로 추진하는 것이 필요하다. 그러므로 공공서비스 수출의 경우 지식경제부, 외교통상부, 기획재정부, 행정안전부 등의 정부부처와 KOTRA, 한국수출입은행, KOICA, NIPA 등 유관기관, 그리고 수출을 기대하는 서비스기업을 중심으로 여러 이해관계자의 사전 협조가 요구된다.

이에 따라, 해외 공공서비스 시장을 진입하는 수출기업을 지원하기 위해 공

1) 이재필·이시경, “공공서비스 품질평가 모형 개발”, 한국공공관리학보 23(1), 2009, pp. 1~32.

공서비스 수출플랫폼의 필요성이 제기되고 있다. 수출플랫폼은 여러 참여자가 공통된 사양이나 규칙에 따라 경제적 가치를 창출하는 토대를 말한다. 공공서비스 수출플랫폼이 활성화될수록 사업기회 창출 및 비용절감을 할 수 있으며, 참여자의 수가 늘어날수록 개별 참여자의 사업기회가 체증하는 선순환 효과가 발생한다.

따라서 본 연구는 국내 공공서비스 수출기업의 해외시장 진출을 지원하기 위한 수출플랫폼의 활성화 방안을 연구하려고 한다. 이를 위해 국내외 공공서비스 사이트들을 중심으로 해외 국가정보 및 시장 정보를 제공하는 사이트들의 현황을 분석하고, 국내 공공서비스 기업의 해외진출에 대한 장애와 수출플랫폼에 대한 수요를 조사하였다. 마지막으로 공공서비스 수출플랫폼의 활성화 방안에 대해서 제안하려고 한다.

Ⅱ. 국내외 공공서비스 진출지원과 분석

수출플랫폼은 수출기업이 목표시장 선정을 도울 수 있도록 정보제공과 의사결정지원 서비스를 제공할 수 있어야 하며, 이를 위해서는 국가의 일반적 정보뿐만 아니라 거시경제 변수 및 법과 제도와 관련된 정보를 제공한다.

이에 비해 “전자무역플랫폼”은 최신의 정보기술을 활용하여 무역업체가 시장조사에서 계약, 상역, 외환, 통관, 물류, 결제까지 모든 무역업무 프로세스를 단절 없이 처리할 수 있는 단일창구를 제공한다. 즉, 무역업체의 정보화 수준에 따라 다양한 서비스 및 인프라에 대한 연계방식을 제공함으로써 대기업뿐만 아니라 중소기업도 무역관련 유관기관 및 정부, 나아가서는 글로벌 연계까지 가능케 하는 전자무역서비스와 이를 연계하여 통합된 환경을 제공하는 전자무역인프라를 총칭한다.²⁾ 이를 토대로 국내외 공공서비스 지원과 관련한 수출지원 플랫폼을 살펴보면 아래와 같다.

2) 백서경, “21세기 무역부국 전자무역 실현을 위한 효과적인 전자무역 플랫폼 설계에 관한 연구”, 한국전자거래학회 학술대회, 2004. pp. 4~10.

1. 국내 공공서비스 지원

국내 기업들이 해외 진출을 하기 위해서는 다양한 정보와 지원서비스가 요구된다. 해외 시장에 효율적으로 진출하기 위해서는 해외의 국가정보뿐만 아니라 시장환경에 관한 정보가 매우 중요하기 때문이다. 또한 해외 진출의 절차는 다양한 정보를 처리하여 의사결정을 해야 할뿐만 아니라 다양한 관계자들과 협업을 해야 할 필요가 있기에 다양한 지원서비스가 요구된다. 따라서 해외 시장에 대한 정보제공과 다양한 비즈니스 시스템을 제공하는 것은 중요한 무역지원이다.

이러한 기능을 수행하기 위해 정부 및 공공기관들은 다양한 형태의 온라인 플랫폼을 개발하여 기업들을 지원하고 있다. 이러한 사이트들은 해외에 대한 정보와 서비스를 제공하고 있다. 사이트들의 특성은 운영기관의 특성에 따라 결정되는데 무역전문기관은 다양한 정보를 종합적으로 제공하고 있으며, 특정 협회는 관련 산업에 특화하여 해외진출정보를 제공하고 있다. 이러한 국내에서 제공하고 있는 수출정보 제공사이트는 아래 <표 1>과 같다.

<표 1> 수출정보 제공 국내 사이트 현황

분 류	주요내용	정보제공 사이트
국가 및 지역 정보 제공	지역별 국가별 경제 및 시장(무역)동향	KOTRA www.globalwindow.org 무역협회 www.kita.net
경쟁환경 정보제공 (buyer정보 및 가격 정보)	buyer와 seller 연결, 가격정보 제공	무역포탈 ec21(www.ec21.com)
해외입찰정보	조달관련 입찰정보 제공	해외건설협회 www.icak.or.kr

1) KOTRA 사이트의 특성

KOTRA 사이트는 국내 기업이 해외진출하는 데 필요한 정보를 세분화하여 종합적으로 지원하는 것이 특징이다. 무역정보포털과 e-마켓플레이스를 통한 정보와 거래지원서비스를 제공하고 있는 것뿐만 아니라 해외투자진출과 인재

정보 등의 자료를 제공하고 있다.³⁾ 해외투자진출 정보포털에서는 해외직접투자를 원하는 기업을 지원하기 위한 사이트이다. 해외직접투자를 실행하기 위해 준비해야 할 일들을 가이드해 줄 뿐만 아니라 관련된 정보 동향을 제공해 주고 있다. 그리고 그 외에 KOTRA는 국내기업들의 해외전시 참여를 위한 전시 정보 및 인력확보를 위한 인재정보를 제공해 주고 있다. 하지만 본 사이트는 주로 관련 기관의 발간자료인 2차자료를 중심으로 정보를 제공해 주고 있다.⁴⁾

2) KITA 사이트의 특성

KITA 사이트는 KOTRA와 같이 종합적인 무역관련 정보와 서비스를 제공해 주고 있다. 하지만 KOTRA와는 달리 전체 기업들을 대상으로 하는 것보다는 협회의 특성에 따라 협회원사에게 서비스를 제공하는 것에 초점을 맞추고 있다. KITA 사이트가 제공하는 서비스를 정보와 지원서비스로 구분하여 보면 다음과 같다. 먼저 제공되는 정보의 종류를 보면 다른 무역관련 사이트가 제공하는 것과 같이 국가정보, 해외시장동향 및 정보, 오피정보 그리고 인재 및 전시정보를 제공하고 있다. 그리고 무역관련 기관의 보고서와 무역협회의 보고서 등 지식자료를 제공하고 있다. 현재 무역협회는 해외 조달시장에 대한 정보는 제공하지 않고 있다.

3) 중소기업수출지원 사이트 특성

중소기업수출지원 사이트는 중소기업의 해외진출을 지원하기 위한 종합적인 정보와 서비스를 제공하고 있다. 따라서 정보제공 사이트로서는 KOTRA와 KITA와 같이 종합적인 정보를 제공하는 것에 있으나 중소기업에 초점에 맞춰 있음을 알 수 있다.

중소기업수출지원 사이트가 제공하는 정보는 다른 사이트와 같이 국가 및 해외시장 정보를 제공할 뿐만 아니라 국제입찰 및 낙찰 정보와 업체에 대한 정보를 제공하는 것이 특징이다. 또한 현지업체와 협업을 지원하고 있다. 특히

3) 문희철 외, “무역포털사이트 서비스품질이 중소기업 수출성가에 미치는 영향에 관한 연구”, 무역상무연구, 한국무역상무학회, 제34권, 2007. 5. p. 138.

4) KOTRA, "ADB(아시아개발은행) 프로젝트 수주가이드", 2009, p. 1~15.

중소기업수출지원 사이트는 다른 사이트와 달리 조달시장에 대한 정보를 분류하여 제공하고 이를 지원하고 있다.

4) 해외건설종합정보서비스 특성

해외건설종합정보서비스는 회원사에게만 서비스를 제공하는 것으로 비회원의 경우 정보활용이 어렵다. 회원사에게 제공되는 서비스는 건설업에 특화된 서비스가 국가별로 분류되어 시장환경과 동향 정보를 제공하고 있다. 또한 정보 제공 방식도 프로젝트와 플랜트로 분류하여서 정보를 제공하고 있다. 프로젝트는 국가별, 공사종류별, 계약방식, 금융방식, 그리고 발주형태별로 정보를 제공하고 있다. 그리고 ODA와 MDB 발주정보를 분류하여 제공하고 있다. 또한 플랜트는 종류에 따라 정유/석유화학, 발전, 산업 등으로 분류하여 제공하고 있다.

건설업의 해외진출을 지원하는 서비스도 제공하고 있으며 사업성평가와 보증발급 서비스를 지원하고 있으며, 국가별 상담도 지원하고 있다. 또한 해외진출 실무에 대한 정보도 지원하고 있다.⁵⁾

5) 조달시장 수출정보 사이트 특성

조달청 B2G 해외조달시장 정보시스템(www.b2g.go.kr)은 중기청에 해외입찰정보를 제공하고 있으며 북미, 국제기구, EU 조달시장정보와 아시아 및 기타 시장정보를 제공하고 있다. 특히, 미연방 발굴 시스템은 미 중소기업 조달 우대프로그램(Small Business Program) 라이선스를 보유한 현지 유망조달업체를 온라인상에서 발굴 및 협력지원 서비스를 제공함으로써, 우리 중소기업들의 우회 납품기회를 확대 제공하고 있다.

한편, 조달청 B2G 해외조달시장 정보시스템⁶⁾에서는 해외조달 온라인설명회, 해외조달진출 자가진단서비스를 두고 있다. 해외조달진출 자가진단 서비스는 해외조달시장에 진출하려는 업체별 자체진단을 통하여 적합한 진출방법 및

5) 이의섭, “중소건설업체 해외진출활성화를위한 금융지원제도 개선방안”, 한국건설산업연구원, 2009, pp. 80~95.

6) 이상진외, “B2B 전자조달시스템의 핵심성공요인(CSF) 도출을 위한 실증분석”, 무역상무연구, 제47권, 한국무역상무학회, 2010.8. pp. 242~243.

서비스에 대하여 기초적인 조인을 자동으로 제공해 주는 서비스이다. 또한, 해외조달정보센터(www.pps.go.kr)가 운영되고 있는데, 조달청에서 운영하는 사이트로 미국, 유럽, 아시아, 국제기구 등 전 세계의 정부 및 공공기관의 조달 제도와 절차 그리고 해외조달정보를 제공하고 있다.⁷⁾

2. 국외 공공서비스 지원

미국정부는 미국 무역개발청, 무역지원사이트나 공공 e-마켓플레이스의 구축지원에 있어 직접적인 관여보다는 지원에 초점을 맞추고 있다. 한국은 2000년초 산자부하에 무역중개기관을 통해 무역중개사이트의 활성화를 기했지만, 경쟁적 사이트 구축에 따른 정보일원화의 부족과 관련기관의 전문마인드 부족 등으로 신뢰성있는 무역지원사이트에 한계를 드러내었다. 이에 유관기관들이 공동으로 참여하는 동시 통합토탈서비스 제공의 필요성이 요구된다.

한편, 현재 국제 선진공여국들은 자국 기업들이 국제조달시장에 진출할 수 있도록 다양한 정보를 제공하고 실무를 지원하고 있다. 선진공여국들은 각국의 조달시장의 정보를 수출업자에게 제공하고 있다. 자국의 경쟁우위가 있는 산업에 특화하여 지원체제를 갖추고 있다. 미국은 국제 방위와 안보관련 산업에 특화하고 있으며 USTDA는 해외프로젝트 책임자에게 직접 자금을 지원해주는 데, 단 해당 프로젝트 추진자는 사업수행자로서 미국기업을 선정하는 것을 전제로 함으로써, 자금지원단계부터 미국 기업들의 진출 및 수출가능성, 고용확대 여부를 가장 우선적으로 고려한다<표 2 참조>. 또한, 미국무역개발청(USTDA)은 개도국의 개발수요를 활용한 자국내 기업의 수출과 고용을 창출하는 데 목적을 두고 있다.⁸⁾ 중소기업이 자체적인 정보망 또는 정보통신 설비 등으로는 무역정보의 획득 및 무역상대방의 파악 등에 한계가 있는 분야에 대해서 정부가 USTDA를 통해서 지원하고 있다.⁹⁾ 영국은 신재생에너지 에너지 자원 분야에 특화를 하고 있다. 캐나다는 방산시장과 신항개발도상국 시장에

7) 조달청, 공공조달을 활용한 조달기업의 해외 조달시장 진출 지원 계획, 2013, pp. 1~50.

8) 산업연구원, “2010년 플랜트수주 300억불 달성을 위한 플랜트 수출산업 중장기 발전방안 연구”, KIET, 2004, p. 176.

9) USTDA, “U.S. Business Guide to USTDA”, USTDA, 2013, pp. 1~10.

수출지원으로 집중화하고 있다. 단순한 정보제공뿐만 아니라 자금을 지원을 포함한 정보, 계약체결, 이행의 과정에서도 지원을 하고 있다. 호주는 다자기구와의 협력을 통해서 자국기업의 해외진출을 돕고 있으며 주로 국제개발 컨설팅사업에 보다 많은 지원정책을 내놓고 있다.

<표 2> USTDA와 UKTI 주요 프로그램과 기준

	USTDA	UKTI	CCC
주요 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> - 국제사업파트너십 프로그램 (역무역사절단, 컨퍼런스, 워크숍, 교육훈련, 소미국기업 지원) - 프로젝트개발프로그램 <ul style="list-style-type: none"> · 타당성조사(F/S)와 파일럿 프로젝트(기술지원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 파트너십프로그램 <ul style="list-style-type: none"> · R&D 파트너십 - 글로벌사업가 프로그램 - 영국자문네트워크 - 수출업자 멘토링 - 소셜네트워킹 	<ul style="list-style-type: none"> - 국제방산시장 수출지원/ 신흥개발시장 수출지원 - 수출업자 정보제공
주요 기준	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 제조 제품과 서비스에 대한 중요한 수출기회인지 · 현지국 국가의 개발우선순위 · 고정투자 자금의 성공가능성 	<ul style="list-style-type: none"> · 국제수주실적과 성장 기여도 · 경영능력 · 경쟁력 · 마케팅기술 · 양호한 재정상태, 최소 3년 감사 회계 정산서 	<ul style="list-style-type: none"> - 최소 2년 비즈니스 경험 - 최소 캐나다에 2년 판매 경험 - 관련된 분야에 실적증명 - 재무 안정성, 기술능력 및 경영자금증명 - 대상국가에서 계약경험

3. 국내기업의 국제공공서비스 진출 분석

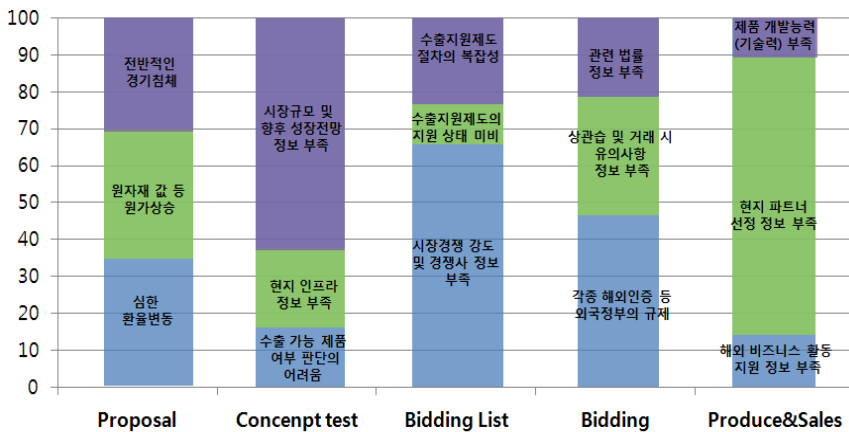
공공서비스 수출플랫폼 개발을 위해 최근 공공서비스 부문의 국제시장 진출에 대한 분석이 이루어졌다.¹⁰⁾ 수출시 기업이 겪는 애로사항을 Proposal, Concept test, bidding list, bidding, produce and sales 5개 부문으로 나누어 질문하였다. 답변 결과 Proposal 부문에서는 환율변동과 원자재 가격상승 그리고 경기침체가 비슷한 비

10) 본 내용에서 사용된 설문조사 결과는 공공서비스 수출플랫폼 개발을 하고 있는 한국IT서비스협회 자료를 활용하였음.

울로 답변되어 기업들이 미래에 대한 가격과 생산원가 변동으로 인한 위험 노출에 대해 불안감을 가지고 있는 것으로 나타났다.

두 번째로 Concept test부문에서는 시장규모 및 향후 시장전망 부족이 약 65%정도로 나타났으며, 다음으로 현지 인프라 정보와 수출가능 제품 판단 여부 순으로 나타났다. 이는 수출기업들이 현지 시장에 대한 정보의 부족으로 인해 시장에 대한 예측에 있어 어려움을 겪고 있는 것으로 분석된다. 세 번째로, Bidding List부문에서는 시장경쟁 강도 및 경쟁사 정보 부족이 거의 70%에 근접하게 나타났으며, 다음으로 수출지원제도의 미비와 관련되어 장애를 겪고 있는 것으로 나타났다. 네 번째로, Bidding 부문에서는 각종 해외인증 등 외국정부의 규제가 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 상관습 및 거래시 정보 부족이 나타났다. 이는 국내 수출기업이 해외 시장에 참여하는데 있어 해외 인증에 대한 정보가 부족함에 따라 인증과 같은 행정절차와 같은 비관세장벽에 대해 효율적으로 대처하지 못하고 있음을 보여주고 있다. 또한 공공서비스 부문에서 해외 입찰에 참여할 경우 국제개발은행 또는 수원국 정부들이 요구사항에 대한 정보가 부족함에 따라 기업의 대응이 효과적으로 이루어지지 않고 있음을 보여준다. 다섯 번째로, Produce & Sales 부문에서는 절대적으로 현지 파트너에 대한 정보가 부족한 것으로 나타났다. 이는 현지 파트너에 대한 정보 부족뿐만 아니라 파트너 정보의 낮은 신뢰성으로 인해 발생할 수도 있는 것으로 분석된다(그림 1 참조).

〈그림 1〉 프로세스별 수출기업 애로사항 분석표



위의 분석을 통해 국내 공공서비스 기업들이 해외진출 시에 직면하는 가장 큰 어려움은 다음과 같이 요약된다.

첫째로, 국내 기업들은 신뢰할 만한 정보가 부족한 것으로 분석된다. 국내 기업들은 다양한 정보원을 통해서 정보를 획득하고 있지만 정보의 신뢰성에 대한 불확실성을 가지고 있는 것으로 분석된다.

둘째로, 국내 기업들은 특화된 정보가 부족한 것으로 분석된다. 무역지원 사이트들은 국가와 시장에 대한 개괄적인 정보를 공급하고 있다. 하지만 산업에 특화된 정보의 공급은 부족한 것으로 분석된다. 예를 들어, 해외 공공서비스 조달시장에 참여하기 위해서는 다양한 자격조건과 인증이 요구된다. 하지만, 이러한 정보는 기업들에게 효과적으로 공급되지 않는 것으로 나타났다.

셋째로, 국내 기업들은 많은 정보를 처리하고 활용하는데 어려움이 있다. 정보가 필요한 것은 궁극적으로 효율적 의사결정을 하기 위한 것이다. 그러나 정보가 충분하다고 해도 그 처리과정이 효율적으로 이루어지지 않을 경우 효율적 의사결정에 도달하지 못하게 된다. 국내 기업의 해외 진출을 확대하기 위해서는 목표시장의 선정, 현지 파트너의 선정, 진입전략의 결정 등 다양한 의사결정이 필요하다. 그러기에 수출지원플랫폼은 기업의 의사결정을 지원할 수 있는 시스템이 요구된다.¹¹⁾

다른 한편으로 수출 기업들이 직면하고 있는 어려움을 해외 조달시장에 참여하는 단계로 살펴보면 사업발굴과 사업성 평가 부문에 있는 것으로 분석된다. 해외 공공서비스 시장에 진출하기 위해서는 수출 이전의 사업기획에서 시작되어야 할 필요가 있다. 그러나 수출 기업들은 국가정보, 해외 시장환경, bidding list와 같은 정보를 획득하는 것도 쉽지 않을 뿐만 아니라 가지고 있다고 해도 이를 활용하여 사업을 발굴하는 데 어려움을 겪고 있다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼이 기업에 공급해야 할 서비스는 개도국에 관한 정보를 분석하여 유망한 사업을 발굴하는데 도움을 줄 수 있어야 한다.

11) ITSA, 공공서비스 수출플랫폼개발, 한국IT서비스산업협회, 2013, pp. 1~30.

Ⅲ. 국내 수출기업 해외시장 진출을 위한 공공서비스 수출플랫폼 활성화 방안

공공서비스 수출플랫폼은 공공서비스 수출을 위한 플랫폼으로서 기업이 전자무역기반에서 활용하는 것이라 할 수 있다. 플랫폼은 서비스 수출확대를 위해 다양한 정보와 관련 당사자들이 서로 연계되어 활용하는 것으로 <표 3>에서 공공서비스 플랫폼과 전자무역플랫폼과의 목표/특징, 구성요소, 효과역할등과 관련해 차이를 분석하였다. 이를 통해 본 장에서 국내 수출기업 해외시장 진출을 위한 공공서비스 수출플랫폼 활성화를 위한 방안을 정리하고자 한다.

<표 3> 공공서비스 수출플랫폼과 전자무역 플랫폼의 차이점

	공공서비스 플랫폼	전자무역 플랫폼
목표/ 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출플랫폼 개발은 국제경쟁력을 가진 공공서비스의 해외진출을 확대하기 위한 것에 목적을 두고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 이를 위해 공공서비스 유형별로 한국형 공공서비스 수출모형을 개발하여 공공서비스의 수출사업화를 할 수 있도록 하는데 구체적 목표를 두고 진행되고 있음 - 이에 수출플랫폼의 구성은 6단계를 통해 이루짐. 즉 사업기회의 정의, 사업현황분석, 시장기회 분석, 사업타당성분석, 수출전략수립, 플랫폼 적용/사업화의 단계를 통해서 서비스가 제공되는 것으로 기획됨 ○ 수출플랫폼은 다음과 같은 특성을 가지고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 정보를 필요한 수요자들에게 적절하게 배분할 수 있도록 SNS 형태로 구축할 예정 - 실시간 bidding list를 제공(World Bank, ADB, IDB 등 다자개발은행의 발주정보를 제공하는 사이트와 연계하여 다양한 발주정보를 실시간으로 제공) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전자무역플랫폼에서 단일창구를 제공하기 위한 가장 핵심적인 요소는 전자무역 포털만을 제공하는 것이 아니며, 서로 다른 주체 간에 전자무역문서의 원본과 유통성을 보장하는 전자무역문서 유통관리시스템을 기반으로 전자무역서비스와 인프라에 대한 다양하고 표준화된 인터페이스를 제공함으로써 궁극적으로 무역업체는 단일창구를 통하여 무역 업무를 처리하는 것처럼 느낄 수 있도록 하는 것이 전자무역플랫폼 단일창구의 주요 목표임(산업자원부, 2006) <ul style="list-style-type: none"> - 전자무역 플랫폼을 통해 One-Stop처리 - N:N기반 연계네트워킹으로 단절 없는 무역업무 처리

	<ul style="list-style-type: none"> - 과거의 발주와 수주정보를 분석하여 공공서비스 수요를 예측하는 기능 포함 (ODA와 EDCF 등 원조자금을 제공하는 기관에 따라 최근 2년간 집중되고 있는 사업의 현황과 경향을 보여줌으로써 기업들이 공공서비스 시장에서 수요를 예측지원 지원) 	
<p>구성 요소</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인프라 영역 <ul style="list-style-type: none"> - 웹기반의 수출정보지원 서비스 · 국가정보 및 시장정보 ○ 서비스 영역 <ul style="list-style-type: none"> - 의사결정지원 서비스 · 자가진단 서비스 및 목표시장 설정 서비스 - 협업지원서비스 · SNS서비스 및 지식거래 서비스 - 맞춤형 컨설팅 서비스 · 사업타당성 분석, 이해관계자 분석, 사업화 추진전략 분석 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인프라 영역 <ul style="list-style-type: none"> - 전자무역문서 유통을 위한 핵심 인프라인 ‘무역문서유통관리시스템’, 유관기관·사용자 연계를 위한 ‘인터페이스’, 그리고, 서비스 기반구조인 ‘서비스프레임워크’로 구성 ○ 서비스 영역 <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅지원, 상역, 물류, 통관, 결제서비스 등 무역절차별 다양한 연계·부가서비스를 단일창구 통해 제공
<p>효과/역할</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기존 서비스의 질적 향상은 물론 비용절감, 그리고 민간기업의 신규 비즈니스 기획 등을 통해 신시장과 고용시장 창출이 기대됨(강문수, 2011) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 마케팅에서 결제까지 전체 무역절차를 각 기업의 규모에 맞는 단일 시스템 환경에서 저렴한 비용으로 처리 가능 ○ e-Trade플랫폼을 기반으로 생성된 전자무역문서의 유통성을 보장함으로써, 반복제출업무의 생략 또는 제3자 제출시 신뢰성 확보로 무역 프로세스 간소화 및 단절 개선
<p>지원 기관</p>	<p>산업통상자원부, 외교부, 기획재정부, 안전행정부 등의 정부부처와 KOTRA, 한국수출입은행, KOICA, NIPA 등 유관기관, 그리고 수출을 기대하는 기업을 중심으로 여러 이해관계자의 공동협력</p>	<p>한국무역협회(www.kita.net), 한국무역통신(www.ktnet.co.kr), 한국글로벌커머스협회(www.gcakorea.org), 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), 한국전자거래협회(www.kcals.or.kr)</p>

1. 수출플랫폼 서비스 수요 및 공급 분석

공공서비스 수출플랫폼은 기업들의 해외시장 진출을 활성화하기 위해 요구되는 서비스를 제공하는 것에 목적을 두고 있다. 따라서 수출플랫폼은 해외시장 진출 절차와 연계하여 기업이 필요로 하는 서비스를 제공할 필요가 있다. 먼저 해외진출 과정에서 기업이 필요한 정보와 서비스를 분석하여 이를 공급할 수 있는 공공서비스 수출플랫폼을 개발하는 것이 바람직할 것이다.

1) 해외 진출전략 수립

공공서비스 수출플랫폼이 효과적으로 활용되어 수출기업들에게 도움이 되기 위해서는 해외 시장 진출전략 수립을 지원하는 서비스를 제공해 줄 필요가 있다. 진출전략을 수립하는 과정은 수출기업 특성에 따라 다양한 전략과 방안이 나올 수 있어 표준화된 서비스를 제공하는 것은 쉽지가 않지만 진출전략 수립에 있어 중요한 의사결정을 지원하는 서비스를 제공할 필요가 있다. 이 과정에서 기업은 두 가지 문제에 직면하게 된다. 즉 정보의 신뢰성과 다양한 서비스의 통합의 문제이다. 정보의 신뢰성과 관련되어서는 정보 제공자의 신뢰성과 협업을 위한 신뢰성의 문제이다. 특히 현지 에이전트의 신뢰도는 사업의 성공 여부에 있어 매우 중요하다. 그러므로 에이전트의 과거 이력과 정보의 처리를 통해 신뢰할 수 있는 정보를 제공하는 것은 매우 중요하다.¹²⁾

다음으로 다양한 서비스 통합의 문제이다. 입찰에 지원하기 위해서는 수행해야 할 업무가 다양하며 여러 기관과의 협력이 필요하다. 즉 현지 에이전트와의 협력뿐만 아니라 금융기관, 무역관련 기관, 국내 협력업체 등과의 협력이 요구된다. 다양한 기능을 수행하는 기관들과 협력하는 것은 때로는 복잡하여 비용이 발생하는 문제이다. 따라서 효율적 협업의 지원은 수출기업의 경쟁력을 결정하는데 매우 중요하다. 이에 공공서비스 수출플랫폼은 해외진출 전략을 수립하는 과정을 지원하는 서비스를 확충할 필요가 있다. 현재 에이전트의 신뢰성을 평가하는 서비스는 제공하고 있으나 협업과 관련된 정보는 제공되고 있지 않다. 또한 다양한 관계 기관들과의 협업과 서비스의 통합에 대한 지원 서

12) NIPA, "SW 해외진출을 위한 중장기 전략로드맵 수립연구", NIPA, 2011, pp. 60~70.

비스를 포함하고 있지는 않고 있다. 따라서 이러한 서비스가 확충되어야 할 것이다.

2) 사업 수행 및 관리

해외 진출은 해외 발주 프로젝트를 수주하는 것으로 종료되는 것이 아니라 사업을 성공적으로 수행함으로 종료된다. 이 과정에서 기업은 다양한 위험에 직면하게 된다. 기업이 직면하는 위험은 크게 국가위험, 가격 관련 위험, 기술적 위험, 그리고 환경변화로 발생하는 위험으로 분류할 수 있다. 이를 위해, 공공서비스 수출플랫폼은 특정 지역에 진출하는 기업이 직면할 수 있는 위험 요인을 분석할 필요가 있다. 과거에 동일 지역 또는 유사 사업에 진출했던 기업이 경험한 위험에 관한 정보를 수집 축적하여 해외진출 기업에게 과거 위험 정보를 제공할 필요가 있다. 또한 국가적 위험과 가격적 요인에 의해서 발생하는 위험을 모니터링하여 사전에 예측하여 사전 경고 서비스를 제공하는 것은 해외진출 기업의 성공적 사업 수행에 기여할 것이다.¹³⁾ 또한 현지의 노동 시장과 국제 금융시장 동향에 대한 정보를 제공하는 것은 진출기업에게 도움을 줄 것이다. 또한 사업 수행의 관리를 지원하는 서비스가 요구된다. 사업의 진행과정에서 컨소시엄 사업자들뿐만 아니라 금융기관과 행정기관과의 의사소통을 지원하는 서비스가 요구된다. 또한 무역/통관을 비롯하여 현지 정부에 대한 다양한 행정적 처리를 관리하는 시스템을 제공하는 것도 필요할 것이다. 하지만, 현재의 수출플랫폼은 사업의 수행과 관련된 위험 및 관리를 지원하지 않고 있다. 따라서 이러한 부문에 대한 서비스를 확대할 필요가 있다.

3) 수출플랫폼 서비스 수요 및 공급 분석

이와 같은 과정을 따라 기업은 해외진출을 추진하게 된다. 기업은 의사결정을 위해 다양한 정보와 지원서비스가 요구된다. 수출플랫폼은 수출기업들에게 정보와 지원서비스를 제공함으로써 해외시장을 진출을 지원하게 된다<표 4 참조>.

13) 이태경, “해외프로젝트 리스크 관리방안 연구”, 지식경제부, 2012. p. 1~5.

〈표 4〉 공공서비스 수출플랫폼의 공급 서비스 분석

진출단계		정보제공		지원 서비스		대안
일반 수출	조달 시장	수요	공급	수요	공급	기존 사이트와 협력/신규서비스 개발
목표 시장 선정	사업 발굴	<ul style="list-style-type: none"> - 국가별 정보 - bidding 정보 - 과거 주주정보 	<ul style="list-style-type: none"> - 국가별 정보 - bidding 정보 - 과거 주주정보 	<ul style="list-style-type: none"> - 목표시장(국가) 매칭 서비스 - 내부역량 평가 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> - 목표 시장 (국가)매칭 서비스 - 내부역량 평가서비스 	<ul style="list-style-type: none"> - KOTRA, KITA, EXIM과 협력하여 자료 공유
진출 전략 수립	사업 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 현지 에이전트 정보 - 시장 경쟁구조 정보 - 현지 법/제도 정보 - 자금지원 정보 - 협업가능 국내 외 업체 정보 	<ul style="list-style-type: none"> - 현지 에이전트 - 현지 법/제도 - 국내 관련 서비스 공급기업 정보 	<ul style="list-style-type: none"> - 에이전트 신뢰도 - 사업타당성 (컨설팅) - 협업 연결 프로세스 	<ul style="list-style-type: none"> - 에이전트 신뢰도 	<ul style="list-style-type: none"> - KOTRA, EXIM, KOICA 등 유관기관과 협력
사업 수행	사업 수행	<ul style="list-style-type: none"> - 과거 프로젝트 수행/관리 정보 - 사업 수행과정 위험요소 	-	<ul style="list-style-type: none"> - 마케팅서비스 - 리스크관리 서비스 - 전자무역서비스 - 금융관리서비스 - 관계자 의사소통 서비스 	-	<ul style="list-style-type: none"> - e-마켓플레이스 (KOTRA, KITA와 협력) - 사업 수행위험 신규서비스 개발

2. 공공서비스 수출플랫폼 활성화 방안

공공서비스 수출플랫폼은 정보와 사업서비스를 지원하는 사이트이다. 그러므로 공공서비스 수출플랫폼 활성화를 위해서는 다른 서비스와 마찬가지로 서비스 비용, 서비스의 질, 서비스의 홍보 및 유통에 따라 영향을 받을 것이다.

그런데 수출플랫폼의 서비스 비용(가격)과 서비스 홍보 및 유통은 수출플랫폼

품 거버넌스 체계와 관계가 있으며, 서비스의 질은 수출플랫폼의 제공정보와 지원 서비스와 관련이 있다. 따라서 본 연구는 공공서비스 수출플랫폼의 활성화를 위해 두 가지 측면 즉 거버넌스 체계와 정보 및 지원서비스로 구분하여 살펴보고 있다.

1) 공공서비스 수출플랫폼 거버넌스 체계 수립

공공서비스 수출플랫폼의 활성화를 위해서 수출플랫폼의 서비스가 다양화되어야 하지만 그전에 선결 되어야 할 조건은 안정적인 공급을 지속할 수 있는 거버넌스의 확립이다. 안정적인 거버넌스가 확립되지 않은 상황에서 정보 제공 뿐만 아니라 서비스를 제공할 수 있는 협력체제로 이루어질 수 없다. 하지만 아직 공공서비스 수출플랫폼의 거버넌스에 대해 구체적인 계획이 수립되지 않고 있는 상황이어서 이에 대한 추진계획 및 의사결정이 선행되어야 한다.

공공서비스 수출플랫폼의 거버넌스를 결정하는 데 있어서 다음과 같은 요소를 고려할 필요가 있다.

첫째로, 공공서비스 수출플랫폼을 공공재로서의 활용여부를 결정해야 한다. 수출플랫폼은 다양한 정보와 서비스를 지원해 준다. 이러한 정보와 서비스는 기업들에게는 중요한 기업경영의 자원이 될 수 있으며 기업의 경쟁력과 수익성에도 영향을 미칠 수 있다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼을 공공재로서 활용할 것인가 아니면 사적서비스로 수익을 위해 활용할 것인가를 결정할 필요가 있다. 둘째로, 공공서비스 수출플랫폼의 비즈니스 모델을 고려해야 한다. 공공서비스 수출플랫폼을 운영하는 데 있어서는 비용이 소요되는 것이 당연하다. 그러므로 이러한 비용을 충당할 수 있는 자원을 충당할 수 있는 방안이 마련되어 있지 않으면 지속적인 서비스가 불가능하다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼이 지속적인 서비스를 제공할 수 있는 지속가능한 비즈니스 모델을 고려해야 한다. 셋째로, 기존 수출정보 사이트와의 관계성을 고려해야 한다. 수출기업을 지원하는 정보사이트는 현재 다양한 기관들을 통해서 운영되고 있다. 기존의 사이트와 새로운 공공서비스 수출플랫폼의 관계를 설정할 필요가 있다. KOTRA와 KITA 그리고 수출입은행 등이 해외 시장에 대한 정보를 수집하고 보급하고 있어 이러한 정보의 공유와 서비스의 연계를 통한 협력 방안을 마련해야 한다. 넷째로, 수출지원 서비스사업자들과의 관계성을 고려해야 한다. 수

출기업의 해외진출을 지원하는 서비스는 다양한 민간부문의 기업들에 의해서 공급이 이루어지고 있다. 컨설팅과 금융 등의 서비스 부문의 민간기업들이 생태계를 이루며 수출기업을 지원하고 있다. 공공서비스 수출플랫폼이 새롭게 이러한 생태계로의 진입은 기존의 지원서비스 기업에 영향을 미치게 된다. 따라서 이러한 영향을 고려하여 거버넌스를 결정해야 한다.

공공서비스 수출플랫폼의 거버넌스는 서비스의 안정적 공급과 함께 기업들에게 신뢰에 대한 신호를 주는 매우 중요한 요소이다. 따라서 실질적이고 효율적인 거버넌스를 확립하는 것은 매우 중요하다. 수출기업들을 지원하는 수출플랫폼의 활성화는 사이트의 개발에만 있는 것이 아니라 지속적인 콘텐츠의 관리가 이루어져야 한다. 이를 위해서는 공공서비스 수출플랫폼을 운영할 수 있는 기반 및 비즈니스모델 그리고 협력할 수 있는 체제가 확립되어야 한다.

2) 서비스 확충 방안

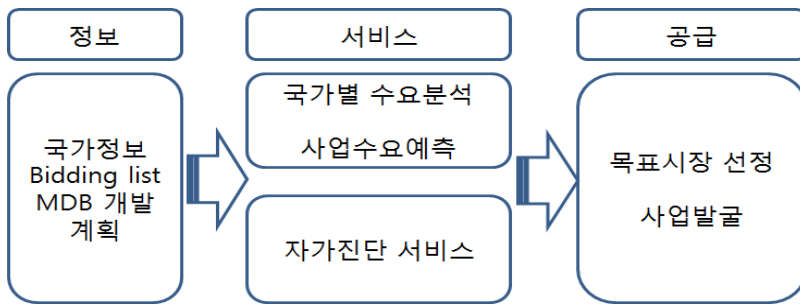
(1) 사업발굴 지원 서비스 개발

공공서비스는 기존의 상품과는 다른 특성을 가지고 있다. 기존의 상품이 표준화되어 대량생산체제에서 생산되고 공급되어지는 것과는 달리 공공서비스는 개별화되는 프로젝트의 특성을 가지고 있다. 그러므로 공공서비스부문의 해외시장에 진입하기 위해서는 해외시장의 특성에 부합하여 개발된 서비스를 개발하는 것이 매우 중요하다. 따라서 해외 공공서비스 진출을 하기 위해서는 시장에 진입하기 전 사업 발굴의 과정이 매우 중요하다. 효율적으로 사업을 발굴하기 위해서는 현지 시장에 대한 정보가 수집되어 효율적으로 처리되어 수출기업에 합당한 사업으로 개발되어야 한다. 이를 위해서는 정보와 정보처리 서비스가 요구된다.

사업발굴을 위해 요구되는 정보는 우선 국가에 대한 일반적인 정보뿐만 아니라 국가의 개발계획 및 전략에 대한 정보가 요구된다. 해외 공공서비스 시장은 개발도상국의 경제개발과 연계되어 형성되는 경우가 많다. 이러한 경우에 개도국의 경제개발계획 및 전략에 대한 정보가 기업에게 제공되어야 한다. 특히 World Bank와 ADB와 같은 다자개발은행의 경우에 개도국의 개발계획과 전략을 가지고 실행하고 있기에 그와 연계된 사업을 발굴하는 것은 매우 중요하다. 따라서 국가정보와 MDB의 개발프로그램에 관한 정보 그리고 과거의

Bidding list를 통해 향후 발생할 수 있는 개발 수요를 예측하는 것은 매우 중요하다. 공공서비스 수출플랫폼이 이와 같은 정보를 수집하고 처리하여 사업개발을 지원할 필요가 있다. 또한 효율적으로 사업개발을 위해서는 자사의 역량을 파악하고 진행하는 것이 중요하다. 자사가 공급할 수 있는 공공서비스가 무엇인지 역량을 분석하여 파악하는 것은 중요하다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼은 국가정보, MDB 개발프로그램, 과거 Bidding list를 활용하여 지역별/국가별 수요를 예측하여 기업에게 제공하며 또 다른 한편으로 기업의 역량을 진단함으로써 국내 수출기업에 합당한 사업을 개발하는 것을 지원할 필요가 있다<그림 2 참조>.

<그림 2> 수출플랫폼 정보의 사업발굴 서비스 활용



(2) 사업분석 서비스 개발

공공서비스 수출플랫폼은 사업분석을 지원하여 수출기업들의 해외 시장진입 전략을 수립을 지원해야 한다. 공공서비스 수출플랫폼은 사업발굴과정과 마찬가지로 정보를 활용하여 수출기업이 해외 공공서비스시장에 진입하는 전략을 수립하는 활동을 지원할 필요가 있다. 먼저 기존의 사업발굴 리스트들과 과거의 사업수행 자료를 활용하여 사업의 위험을 분석하는 것이다. 둘째로, 성공한 컨소시엄 자료와 국내외 서비스기업들의 자료를 활용하여 수출기업들이 협업을 매칭할 수 있도록 지원할 수 있다. 셋째로, 과거 사업 수행 자료를 활용하여 지역별/사업별 위험을 분석하는 서비스를 제공할 수 있다<그림 3 참조>.

〈그림 3〉 수출플랫폼 정보의 사업분석 활용



(3) 사업수행 위험 정보 제공

수출기업들은 사업수행의 과정에서 다양한 위험을 경험하게 된다. 현지의 상황의 독특성으로 인해 기업에 예측하지 못했던 위험이 발생하게 된다. 즉 노사관계에서 발생하는 문제, 현지에서의 자원조달에서 발생하는 위험, 그리고 현지 파트너와의 문제 등이 존재한다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼은 수출기업들이 경험한 사업수행 과정의 위험과 관련된 정보를 축적하여 공유하는 것이 필요하다. 이러한 정보는 수출기업들이 사업의 발굴과 사업의 수행계획을 수립하는 데 있어서 매우 유용한 정보가 될 것이다.

(4) 무역실무 협업플랫폼 제공

수출은 다양한 기관들과의 연계가 요구된다. 해외 프로젝트를 진행하여 사람과 물품 그리고 자본이 이동할 때 기본적으로 다양한 기관이 관계하게 된다. 즉 투자기관, 은행, 관세업무 기관과 물류기관 등 다양한 기관들간의 협업을 통해서 이루어진다. 따라서 이러한 실무들을 처리할 수 있는 플랫폼을 제공하는 것은 수출기업에게 매우 유용한 서비스가 될 것이다.

(5) 마케팅지원 서비스

마케팅 지원은 수출기업들에게 매우 중요한 서비스이다. 그래서 다른 수출정보제공 사이트들은 마케팅지원 서비스를 제공하고 있다. 또한 수출기업의 지원제도에 있어서 많은 비중을 차지하고 있는 것이 바로 마케팅지원과 관련된 것이다. 온라인마케팅 지원, 번역서비스 지원, 온라인 수출관 지원, 해외 바이어의 초청, 화상상담 지원 등 다양한 지원서비스가 이루어지고 있다. 이러한

마케팅지원서비스는 수출기업들에게 필수적인 지원서비스로서 공공서비스 수출플랫폼의 활성화에 도움을 줄 것이다.

(6) 수출지원제도와와의 연계

수출플랫폼 서비스를 수요하는 수출기업들은 해외진출에 대한 경험이나 노하우를 갖고 있지 않는 경우가 많다. 그러므로 정부의 해외진출 지원에 대한 관심이 매우 크며 기업의 해외 경쟁력에도 영향을 미칠 수 있다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼은 정부의 수출기업 지원제도에 대한 정보를 제공해 줄뿐만 아니라 다양한 지원서비스와 연계된 서비스를 제공할 필요가 있다. 그러므로 수출플랫폼은 정부의 지원제도와 연계하여 지원프로그램을 개발하여 실제적인 도움이 될 수 있도록 지원할 필요가 있다.

IV. 결 론

국내 기업들이 해외 진출을 하기 위해서는 다양한 정보와 지원서비스가 요구된다. 해외 시장에 효율적으로 진출하기 위해서는 해외의 국가정보뿐만 아니라 시장환경에 관한 정보가 매우 중요하기 때문이다. 또한 해외 진출의 절차는 다양한 정보를 처리하여 의사결정을 해야 할뿐만 아니라 다양한 관계자들과 협업을 해야 할 필요가 있기에 다양한 지원서비스가 요구된다. 따라서 해외 시장에 대한 정보제공과 다양한 비즈니스 시스템을 제공하는 것은 중요한 무역지원이다. 이러한 기능을 수행하기 위해 정부 및 공공기관들은 다양한 형태의 온라인 플랫폼을 개발하여 기업들을 지원하고 있다. 이러한 사이트들은 운영기관의 특성에 따라 결정되는데 무역전문기관은 다양한 정보를 종합적으로 제공하고 있으며, 특정 협회는 관련 산업에 특화하여 해외진출정보를 제공하고 있다. KOTRA와 KITA를 비롯한 수출지원 사이트들은 정보제공과 함께 서비스를 지원하고 있다. 하지만 수출기업들은 해외 파트너와 인증과 같은 신뢰할 만한 정보에 대한 부족을 경험하고 있다. 또한 수출기업을 지원하는 서비스는 주로 정부의 정책지원을 수행하거나 또는 오프라인을 통해서 이루어지고 있어 다양한 수출지원이 요구되고 있는 상황이다. 국제 선진공여국들은 자

국 기업들이 국제조달시장에 진출할 수 있도록 다양한 정보를 제공하고 실무를 지원하고 있다. 선진공여국들은 각국의 조달시장의 정보를 수출업자에게 제공하고 있다. 자국의 경쟁우위가 있는 산업에 특화하여 지원체제를 갖추고 있다. 이에 따라 해외 공공서비스 시장에 진출하려고 하는 국내 기업을 지원할 수 있는 공공서비스 수출플랫폼이 개발되고 있다. 따라서 공공서비스 수출플랫폼이 기업이 수요하는 정보와 서비스를 효율적으로 제공할 뿐만 아니라 지속 가능한 서비스를 공급할 수 있는 방안이 요구된다. 이를 위해서는 다음과 같은 두 가지 측면에서 대안을 모색할 필요가 있다. 먼저 수출플랫폼의 거버넌스에 대한 방안이 수립되어야 한다. 현재 개발중인 수출플랫폼의 운영주체가 아직 정립되지 않은 상황이다. 이러한 상황에서 수출플랫폼이 개발이 되어도 효율적 운영에 어려움을 겪게 될 것이다. 그러므로 수출플랫폼의 운영주체와 적합한 비즈니스 모델 등의 방안이 결정되어야 한다. 둘째로 현재 수출플랫폼은 사업개발 단계에 초점을 맞추고 있어 수출 프로세스의 전 과정을 지원할 필요가 있다. 특히 사업전략 수립과 사업수행의 단계의 업무를 지원할 수 있는 서비스가 요구된다. 또한 수출플랫폼을 활성화하기 위해서는 정부의 지원사업과 연계되어 운영될 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 강문수, “민관협력(PPP Public Private Partnership) 활성화를 위한 법제개선연구”, 연구보고서, 2011.
- 문희철 외, “무역포탈사이트 서비스품질이 중소기업 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 무역상무연구, 한국무역상무학회, 제34권, 2007.
- 백서경, 21세기 무역부국 전자무역 실현을 위한 효과적인 전자무역 플랫폼 설계에 관한 연구, 한국전자거래학회 학술대회, 2004.
- 산업연구원, “2010년 플랜트수주 300억불 달성을 위한 플랜트 수출산업 증장기 발전방안 연구”, KIET, 2004.
- 산업자원부, 전자무역 추진현황과 향후계획, 2006.10.
- 손태규외, “전자무역의 활용수준과 성과 분석을 위한 통합 모형에 관한 실증연구”, 무역상무연구, 한국무역상무학회, 제53권, 2012.
- 송건섭, “지방정부의 공공서비스 평가시스템 구축”, 한국 사회와 행정연구, 서울 행정학회, 제13권 제4호, 2003.
- 이상진 외, “B2B 전자조달시스템의 핵심성공요인(CSF) 도출을 위한 실증분석”, 무역상무연구, 한국무역상무학회, 제47권, 2010.
- 이의섭, “중소건설업체 해외진출활성화를위한 금융지원제도 개선방안”, 한국건설산업연구원, 2009.
- 이재필 · 이시경, 공공서비스 품질평가 모형 개발, 한국공공관리학보 23(1), 2009.
- 이태경, “해외프로젝트 리스크 관리방안 연구”, 지식경제부, 2012.
- 조달청, 공공조달을 활용한 조달기업의 해외 조달시장 진출 지원 계획, 2013.6.
- ITSA, 공공서비스 수출플랫폼개발, 한국IT서비스산업협회, 2013.
- KOTRA, “ADB(아시아개발은행) 프로젝트 수주가이드”, 2009.
- NIPA, “SW 해외진출을 위한 중장기 전략로드맵 수립연구”, NIPA, 2011.
- OECD, Evaluation in Development Agencies, Better Aid, OECD Publishing. OECD, 2010.
- OECD DAC, DAC Network on Development Evaluation, Summary Record of the Thirteenth Meeting of the DAC Evaluation

Network, 2012.

USTDA, “U.S. Business Guide to USTDA”, USTDA, 2013.

<국내사이트>

대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

한국무역협회(www.kita.net)

중기청 중소기업수출지원센터 www.exportcenter.go.kr

조달청 B2G 해외조달시장 정보시스템 www.b2g.go.kr

해외건설협회 해외건설종합서비스 www.icak.or.kr

<국외사이트>

미국 미국무역개발청(USTDA) www.ustda.gov

캐나다 상업공사(CCC) www.ccc.ca

영국 무역투자청(UKTI) www.ukti.gov.uk

호주국제개발청(AUSAID) www.ausaid.gov.au

호주무역위원회(Austrade) www.austrade.gov.au

ABSTRACT

A Study of Export Platform's Activation Plan on Public Services

Bae, Hong Kyun
Choi, Young Jun
Kang, Shin Won

The purpose of this study is to seek the revitalization plans of export platform for supporting export enterprise of the domestic public services. To activate the export platform, alternatives to two aspects are required as follows.

First of all, a governance plan of export platform should be established.

At present, an operation entity of export platform, which is still developing stage, is not yet established. In this situation, even though export platform developed, it will faced with inefficient operation.

Therefore, an operation entity and appropriate business model are important to the platform activation. second, to activate platform, it is necessary to support export process of life cycle.

In particular, the service, which can support the business strategies setting and project implementation stage, is required. In addition, in order to activate the export platform is need to operate with he government's support program

Key Word : Export Platform, Domestic Public Service, Support
Program