

패키지형 해외진출을 통한 정보통신분야 글로벌 경쟁력 강화 방안에 대한 고찰

김 선 배*

A Study on strengthening the global competitiveness of Korea's IT industry through exporting the IT package-type service

Sun-Bae Kim*

요 약

우리 IT산업은 2007년 현재 GDP에서 차지하는 비중이 약 17%에 이를 정도로 국가 경제에 중추적 역할을 하고 있다. 그러나 최근 미국발 글로벌 경기침체가 지속되면서, 이에 따른 소비위축으로 IT수요가 부진을 보이고 있다. IT수요의 부진은 IT공급과잉으로 이어져, 결국 IT가격의 경쟁심화로까지 나타나면서, IT산업 전체의 위기감이 고조되고 있다. 따라서 기존 수출품목 및 대상국가의 다변화와 그에 따른 차별화된 수출전략에 대한 요구가 높아지고 있기에 차별화된 수출전략을 위하여 전략품목 및 국가에 대하여 대기업과 중소기업간, 산업간, 연계사업간 등의 다양한 IT분야 패키지형 해외진출 방안을 제시해 보고자 한다. IT산업은 앞으로도 우리 경제의 큰 버팀목으로 자리 잡고 발전해 나아갈 것이며, IT분야의 패키지형 해외진출 방안이 일조를 해 나아갈 것이다.

Abstract

The IT industry plays the engine role in Korean economy which reaches up to 17% of Korean GDP. However the current global economic depression which stems mainly from the US has caused insufficient demand in IT industry. The decreased demand leads to a drug in the market, to fierce price competitions and increasing fear on the world IT market depression. Considering the facts, there are strong demands for the diversification of the products of exports and the countries Korea exports to. These need differentiated strategies which can be summarized in various IT package-type overseas expansion model including the consideration in strategic items, countries, connecting large and small-medium size companies or businesses and related industries. The importance of IT industry in Korean economy will grow constantly and the IT package-type overseas expansion models will preside the movements.

▶ Keyword : products of export, countries, large and small-medium size companies, IT package-type service

• 제1저자 : 김선배
• 접수일 : 2008. 8. 30, 심사일 : 2008. 9. 25, 심사완료일 : 2008. 11. 26.
* 정보통신국제협력진흥원 원장

I. 서론

국내 IT산업은 2007년 현재 GDP에서 차지하는 비중이 약 17%에 이르고, 우리나라 전체 수출액 대비 IT수출의 비중이 약 35%에 달할 정도로 국내경제에서 큰 비중을 차지하고 있다. 하지만 그 면면을 들여다보면 많은 문제점을 내포하고 있다. 첫째가 수출국가의 편중문제이다. 2007년 기준으로 우리나라의 IT 수출국가 비중은 중국(홍콩포함), 미국, 일본, 대만, 싱가포르 등 상위 5대국가에 대한 수출액이 전체의 64%에 달하고 있다. 둘째는 수출 품목의 편중 현상이다. 2007년 기준으로 휴대폰(부분품 포함), 반도체, 패널 등 상위 3대 수출 품목의 비중이 72%에 달한다. 셋째가 대기업 중심의 수출 구도를 들 수 있다. 중소기업과 대기업의 수출비중은 87:13 정도로 대기업 수출비중은 증가하고 있으나, 중소기업의 IT 수출비중은 점차적으로 하락 추세이다[1,2,3].

한편 그동안 우리나라의 IT 관련 정책연구나 사업들은 단일 품목 및 국가에 대한 지원 정책과 개별적인 마케팅 컨설팅이 주를 이루고 있었다. 그러다 보니 관련 부처별로 개별적으로 수출지원 요구조사 및 정보 수집에 나섬으로써 동일 시장에 대한 분석 및 전략 마련에 부처 간의 노력이 중복되고 있다. 이는 예산 집행 측면이나 과제 이행에서도 비효율성을 나타낼 수 있다. 따라서 해외진출을 지원하는 통합정보의 제공과 통합 컨설팅 기능이 요구되며, 수출(제품 및 서비스), 금융 지원, 외교활동 등을 광범위하게 포괄하는 패키지형 수출 지원제도가 필요하다고 판단된다. 본 고에서는 앞서 언급한 IT 수출의 3대 문제점과 위와 같은 문제점을 해결하기 위한 방안으로 'IT 분야 패키지형 해외진출 방안'을 소개하고자 한다.

원래 패키지란 내용물을 보호하기 위한 차원에서 고안된 개념으로 서로 강점을 가진 제품 및 서비스를 결합하여 일괄적으로 제공하는 개념으로 확대되고 있다. 같은 맥락에서 'IT 분야 패키지형 해외진출 방안'도 국내 IT제품의 해외진출을 지원하는 해외 로드쇼 개최 및 교육 지원, 경제 원조, IT 컨설팅과 같은 정부 차원의 수출지원 활동과 동종 간 또는 이종 간 동반진출, 그리고 대기업과 중소기업의 동반진출 방안 등이 패키지 범주에 포함될 수 있으며, 수출시장 다변화를 위해 거점국가를 중심으로 주변 국가로 시장을 확대하는 이른바 '도미노 진출 전략'도 여기에 포함될 수 있을 것이다. 다음에서는 패키지 진출 전략의 다양한 유형을 살펴보고자 한다.

II. 대기업-중소기업의 패키지 진출

전자정부는 '선단형 SW 수출'의 대표적 모델로 부상하고 있는데, '선단형 SW 수출'이란 IT서비스와 패키지 SW를 별도로 분리하지 않고 하나의 결합된 서비스 모델로 수출하는 것을 의미한다. 베트남과 파키스탄, 방글라데시 등 3개국의 중앙은행 금융전산화 사업을 모두 유치한 H정보기술의 경우 이시스 프로그램(Initiative for Global IT Solution Leadership, IGIS)을 통해 국내 우수 솔루션이 해외로 동반 진출할 수 있는 기반을 마련하고 있다. 이시스 프로그램은 IT서비스 대기업과 전문 솔루션업체와의 협력을 통해 해외로 동반 진출하는 프로그램으로 종합 IT서비스업체 주도로 시장 개척과 마케팅을 수행하고 관련 중소 SW업체가 함께 프로젝트를 수행하는 이른바 '선단식 수출'형 해외진출 모델의 하나이다. 지금까지 해외로 수출되는 전자정부에 국산 SW가 포함되지 않아 '무늬만 선단형 수출'이라는 지적이 없지 않았으나 이 같은 해외 동반진출 전략을 통해 국내의 우수한 기술력을 지닌 중소기업이 해외에 진출하는 교두보를 확보할 수 있을 것으로 기대한다[4,5].

III. IT기업 해외수출 지원 패키지 서비스

2007년 IT해외진출 전담기관으로 설립된 정보통신국제협력진흥원(KIICA)은 중소 IT업체들의 해외진출을 지원하는 다양한 사업들을 추진해왔다. KIICA에서는 개별 수출지원사업의 연계 및 패키지화를 위해 수출지원 패키지화 프로그램을 개발하였다. 즉 수출 지원대상 기업의 해외 진출을 포괄적으로 지원하기 위해 KIICA의 모든 사업과 역량을 결집하여 One-Stop으로 제공하는 것을 의미한다. KIICA에서는 그동안 시장조사, 전시회, 로드쇼, 바이어초청상담회, 투자유치 등의 수출지원사업이 개별적으로 진행되어서, 수출지원대상기업에 대한 지원 실효성이 낮았었다. 그러나 이러한 수출지원 패키지화 사업을 통해, 수출 지원대상기업은 종합적으로 다양한 수출지원을 받을 수 있게 되었다. 수출지원 패키지화 워크플로우는 그림 1과 같다.

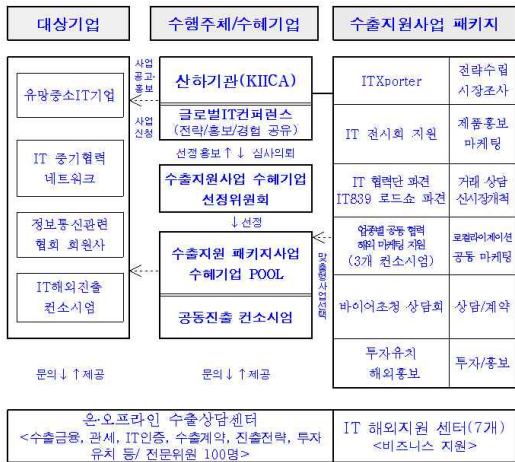


그림 1. KIICA 수출지원패키지화 워크플로우
 Fig. 1 Workflow of KIICA's export supporting IT package service

또한 KIICA에서는 한걸음 더 나아가 기존 수출지원사업을 사업별 지원이 아닌, 기업성장 단계별로 통합하는 것을 계획하였다. 수출 역량에 따른 패키지화 가능 지원사업의 예시는 표 1과 같다[6,7].

표 1 수출역량단계별 패키지화 가능 지원사업
 Table 1 Possible package service by exporting capabilities

수출역량 단계	패키지화 가능 지원사업
초보기업	<ul style="list-style-type: none"> 정보제공 및 애로해소 지원 사업 (전문협의회 + 시장정보 제공 + 세미나 + 수출상담 등)
유망기업	<ul style="list-style-type: none"> 해외마케팅 기회 제공 (전시회 + 협력단 + 로드쇼 등) 수출 성과 관리 지원 (시장진출 프로젝트 컨설팅 + 계약 등 수출상담 등)
중견기업	<ul style="list-style-type: none"> 기업 IPR 및 대규모 시장 진출 기회 제공 (글로벌 IPO + 대규모 IT프로젝트 수주지원단 참여 등)

IV. 거점국가를 통한 수출 확대

최근 국내 IT 해외수출 유망 시장으로 떠오르는 지역으로 CIS와 남미지역을 꼽을 수 있는데, CIS(Commonwealth of Independent States, 독립국가연합)의 경우 대부분의 소비

재 등을 전적으로 수입에 의존하고 있고, IT에 대한 투자 비중을 늘리고 있으며, 풍부한 천연자원을 확보하고 있어 매우 매력적인 시장으로 대두되고 있다. 특히 러시아와 카자흐스탄, 우크라이나는 경제 성장률과 소비재의 수입 의존도가 높고, 막대한 자원으로 소비 수준이 크게 올라가고 있는 반면, 통신 서비스 품질이 매우 열악하여 국내 IT기업의 수출 전략 국가로 급부상하고 있다[8,9,10].

이중 카자흐스탄은 러시아 및 우크라이나 다음으로 IT 수출에 있어 가장 유망하다는 평가를 받고 있다. 최근 몇 년 동안 카자흐스탄의 IT 시장 성장률이 연평균 20%에 달하고 있고, 중앙아시아 5개국 중 카자흐스탄 시장이 전체의 73.9%의 비중을 차지하고 있으며, 앞으로 더욱 빠른 속도로 성장해 나갈 가능성이 높은 것으로 분석되고 있기 때문이다. 카자흐스탄의 IT 시장이 성장함에 따라 외국기업 진출도 확대되고 있는데, IBM이 지사를 개설한 데 이어 후지쯔 지멘스 컴퓨터도 알마티에 정식으로 지사를 개설한 바 있다. 국내 K사의 경우 러시아 연해주에서 NTC라는 현지 업체를 인수해 1위 업체로 성장시켰다. NTC는 연해주 이동통신 1위 업체로 올해 매출 1억달러 돌파가 예상되고 최소한 기업가치가 5억달러를 넘는 것으로 평가받고 있다. 또한 WiBro의 3세대 이동통신 국제표준으로 채택된 것과 맞물려 우즈베키스탄에 진출했으며, 현재 카자흐스탄에도 진출을 타진하고 있다. 이처럼 CIS의 3대 시장인 러시아, 카자흐스탄, 우크라이나에 성공적으로 진출한 후 주변 국가로 연쇄적인 시장 진출을 꾀함으로써 해외시장 개척에 있어 상승 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대한다[11].

V. 해외 자원개발을 위한 산업간 패키지 진출

민간 건설 및 플랜트 기업을 중심으로 활발하게 이뤄지고 있는 패키지형 해외진출은 '패키지딜' 형태와 '유관 분야의 패키지형 진출'로 크게 나누어진다. 먼저 '패키지딜' 전략은 개발업체가 진출 국가에 철도, 도로, 항만, 공장 등 산업인프라를 건설해 제공하고 상대 정부가 현금 대신 자국이 보유한 천연자원을 제공·교환하는 방식으로 개발 자금이 부족한 후진국은 비용부담 없이 인프라 건설이 가능하고, 건설 과정에서 자국 내 고용창출 및 기술이전 등 부수적인 경제효과를 확보할 수 있는 장점이 있다.

두번째로는 플랜트, 도로, 유전 등 서로 다른 분야를 패키지화하여 해외 시장에 진출하는 전략인데, 최근 아프리카 및

아시아의 개도국을 중심으로 국가 인프라를 구축하기 위해 자원개발과 플랜트 건설을 함께 추진하는 경우 관련 분야의 기업들이 공동으로 진출하는 사례가 이에 속한다. 일례로 나이저리아의 경우 유전개발과 발전소 건설, 그리고 철도 건설을 함께 추진하고 있는데, 120억 달러에 달하는 대규모의 건설 공사를 수주하고 그와 연계해서 국내 기업이 유전을 확보하는 일을 진행하고 있고, 방글라데시에서는 유연탄광개발과 발전소 건설을 함께 진행하고 있으며, 또한 마다가스카르에서는 현재 세계 4위의 암바토비 니켈 광산에 국내 기업들이 투자하고 전력을 공급하는 열병합 발전소를 수주하여 현재 건설이 진행 중에 있다.

이처럼 부가가치가 높은 패키지형 자원개발 및 해외 플랜트 개발 사업에 진출하고자 하는 기업들의 정보 공유와 정부 지원의 실효성을 높여 민간기업의 해외투자과 진출을 활성화하기 위해 정부와 광진공을 중심으로 '광물자원 투자포럼'을 출범하였다. 이를 통해 우리나라가 풍부한 경험과 기술력을 가지고 있는 발전소 등 플랜트 건설을 자원개발과 연계하는 패키지형 자원개발 진출전략이 보다 적극적으로 추진될 것으로 기대되고 있다.

VI. IT분야 패키지형 진출 전략

앞서 언급한 바와 같이 패키지형 진출전략은 IT산업 육성을 위한 정책지원과 해외수출 지원사업, IT서비스 해외진출 기업의 패키지형 진출지원(ex: 선단형 SW수출모델), 거점국가를 중심으로 주변 위성국까지 순차적으로 진출하는 지역별 패키지 진출전략, 산업 간 결합을 통한 패키지형 자원개발 진출 등으로 다양하게 구성될 수 있을 것이다.

본 연구에서는 위에서 언급한 패키지 전략을 근간으로 주요 IT 분야의 국가별(권역별) 경제규모별 특수성을 고려한 해외진출 패키지 구성 및 활용방안 등을 담은 IT분야의 패키지형 진출전략을 제시하고자 한다.

패키지형 진출 전략의 핵심은 3대 수출 품목의 편중 문제와 특정 국가에 치우친 집중화 문제를 해소하는 방안 차원에서 대기업을 중심으로 수출이 활성화 된 3대 수출품목은 기본적으로 유지하면서 전략 품목에 대해 범국가적인 차원에서 해외 시장 개척을 추진하는 것이다. 또한 현재 수출이 활성화된 품목보다는 차세대 성장 동력으로서의 미래 지향적인 품목 도출에 중점을 두었다. 국내에서 시장성과 기술력이 검증되었고, 해외에서도 기술 우위를 점할 수 있는 역량을 확보하였으며, 대기업과 중소기업이 동반 진출할 수 있는 품목을 중심으로 수출 전략 품목을 선정한 결과 WiBro, 전자정부, DMB, 홈

네트워크/u-Home, 텔레매틱스/LBS, IT서비스(SD), u-City, 디지털콘텐츠의 8대 품목이 수출 전략품목으로 도출되었다[12,13,14,15].

그 다음으로 수출 전략품목별로 해외진출을 위한 필요충분 조건을 도출하여 Conformance Architecture Index를 개발하였고, Index에 근거하여 전략국가를 도출하였다. 마지막으로 전략국가 중에 가장 우선적으로 선점해야 할 국가를 선정하여 거점국가로 명명한 후 거점 국가에 진출할 전략 품목의 동반 진출 전략을 제시하였다. 연구에서 제시한 수출 전략 품목과 거점국가는 표 2와 같다.

표 2 IT 수출 전략품목과 전략국가(거점국가)
Table 2 Strategic Items and Countries for IT export

지역	전략 국가	거점 국가	거점국가의 수출 전략품목	
			1차	2차
아시아	말레이시아 인도 인도네시아 싱가폴	말레이시아	WiBro 홈네트워크	텔레매틱스 전자정부
서유럽	이탈리아 영국 프랑스	이탈리아	DMB	텔레매틱스 디지털 콘텐츠
동유럽	러시아 카자흐스탄 우즈베키스 탄	러시아	WiBro 홈네트워크 전자정부	u-City
중남미	브라질 칠레 아르헨티나	브라질	WiBro 텔레매틱스	전자정부
아프리카	알제리	알제리	u-City 홈네트워크	
중동	UAE 터키 사우디 이라비아	UAE	u-City 홈네트워크 텔레매틱스	

패키지형 진출전략은 수출 전략품목과 전략국가를 매칭하고, 수출전략 품목이 전략국가에서 빠른 시간 내 시장 침투가 가능하도록 정부 차원의 지원책을 총 집결하고, 동일 국가 내에 진출할 다양한 제품 및 서비스의 컨버전스 전략을 통해 해외시장 진출의 효과성과 효율성을 높이기 위한 전략을 포함하고 있다.

IT분야의 패키지형 진출전략 모델은 그림2와 같다.

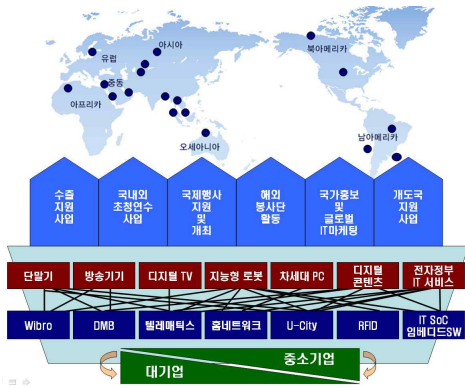
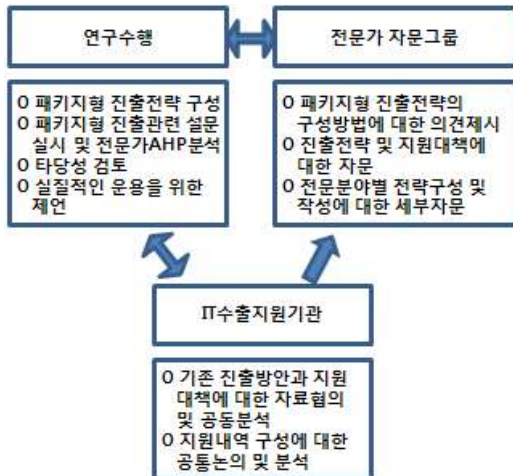


그림 2. 해외IT진출을 위한 패키지전략 도식
Fig. 2 Map of Strategic package for IT export

VII. 연구방법론

본 연구를 위해 그림 3과 같이 전문가 자문그룹의 도움을 받아 전략마련 및 검증 단계까지 추진하였다.



Step	Analysis	Design	Development
What	· 현존자료 분석	· 패키지 구성 전략마련 · Item 도출 · 전략국가	· 거점국가별 패키지전략 · 패키지진출 사례연구

How	· 필요자료 인덱스 · 관련자료 수집	· 도출 · FGI · 설문조사 및 AHP분석 · 전문가그룹 W/S	· 설문조사 · 전문가를 통한 검증 및 보완
with Whom	· 정부관계자 · 전문가그룹	· 전문가그룹	· ITXporter
Output	· 1차 초안	· 설문결과 · 전략 Item, 국가	· 거점국가별 패키지전략 · 패키지 진출 사례

그림 3. 전략마련 도식
Fig. 3 Map for preparing strategies

그리고 본 연구에서 다루는 패키지의 범위를 수출 품목과 국가, 정부 지원정책, 기업 유형으로 규정하고, 이를 위한 조사 및 분석을 실시하였다.

우선 국내 IT기업의 해외진출을 지원하는 정부의 직, 간접적인 지원사업들을 망라하여 유형별로 담당 기관과 사업을 파악함으로써 정부지원사업의 실효성을 증진하기 위한 지원사업간 패키지 전략을 도출하고자 하였다. 그리고, 수출전략품목 및 전략국가 선정을 위하여 여러 단계에 걸쳐 분석작업을 진행하였다. 1단계로 선행연구들에 대한 분석을 통해 수출 전략 품목과 국가 대상군을 도출하였다. 2단계로 1단계에서 도출한 수출전략품목 대상군을 기준으로 전문가 설문조사 및 AHP(Analytic Hierarchy Process) 분석[16]을 통해 수출전략품목을 도출하였다.

8개 품목에 대해 분석을 실시하였으며 DMB에 대한 분석에는 그림 4, 표3과 같다.

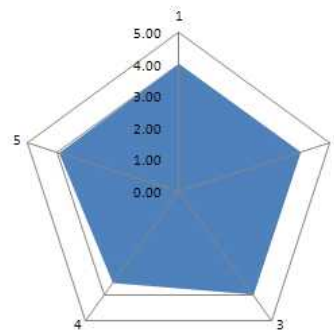


그림 4. 품목별 평가결과(DMB)
Fig. 4 Evaluation outcome by Items(DMB)

표 3 품목별 평가결과(DMB)
Table 3 Evaluation outcome by Items(DMB)

	1	2	3	4	5
평균	4.02	4.02	3.98	3.53	3.96
표준편차	0.87	0.97	0.79	0.83	0.86

- 평가문항 - 1. 국내 시장형성 및 기술 상용화 여부
 2. 해외에서 기술 우위를 점했거나 기술 표준이 될 가능성
 3. 신흥시장(BRICS 등)에서의 수요 증가 예상
 4. 국내 중소기업의 해외 진출 가능성
 5. 타 제품 및 서비스와의 동반 진출 가능성

3단계로 IT전략품목으로 선정된 제품이 해외시장에서 원활하게 판매되기 위한 필요충분조건을 도출한 후 그 조건과의 국가일치도(Conformance) 내지 Readiness를 파악하는 Conformance Architecture Index를 개발하였다. 이 Index의 Framework은 그림5와 같다.



그림 5. Conformance Architecture Index의 Framework
Fig. 5 Framework of Conformance Architecture Index

이 Framework에 근거하여 8대 품목에 대해 표4의 카테고리에 의한 Index 분석을 각각 하였다.

표 4 Conformance Architecture Index
Table 4 Conformance Architecture Index

카테고리	내용	인덱스
Policy / Money	IT산업 관련 진출/ 규제 정책 IT관련 재원투자능력	1) 국가 주요 산업

카테고리	내용	인덱스
Policy / Money	IT산업 관련 진출/ 규제 정책 IT관련 재원투자능력	2) e-정부전략의 마련 여부
		3) IT산업 발전을 위한 정부의 의지
		4) IT산업 관련 정부 규제의 강도
		5) IT산업 관련 관세장벽 및 세금제도
		6) 경제블록 및 커뮤니티 가입 여부
		7) 정부간 협정(MOU)의 실효성
		8) 투자재원 보유 여부
		9) 자원 및 에너지 확보 가능성
		10) EDCF 차관 신청 및 준비 여부
		Business / Industry
2) 자국 기업에 대한 보호제도		
3) IT산업의 독과점 구도		
4) 통신 및 방송에 대한 규제 강도		
5) 경쟁 기술의 채택 및 존재 여부		
6) 외국기업의 진출 용이성		
7) 외국기술 라이선싱 보급률		
8) 유통구조 및 사업추진의 투명성		
9) 공식 채널을 통한 시장정보 접근성		
10) 규격관련 승인 제도		
Product / Market	시장의 특성 서비스 수요 및 수익 창출 가능성	1) 국가 경제성장률
		2) 1인당 GDP
		3) 1인당 통신비 지출비용
		4) 국민의 정보이용 능력(디지털 리터러시)
		5) 혁신에 대한 수용력
		6) 라이프 스타일과 소비 행태
		7) NO. 1 기업의 시장 지배력
		8) 해당 서비스 및 제품의 보편성 여부
		9) 자국 제품에 대한 충성도
		10) 제품 및 서비스 가격 형성
Infrastructure / Technology	ICT 이용 환경 기반 기술 및 인프라의 확보 여부	* 품목 별로 인덱스 상이

4단계로는 Conformance Architecture Index에 따른 품목별 전략국가 선정 및 전문가 설문조사를 통해 전략국가를

도출하였다. 도출과정은 그림 6과 같다.

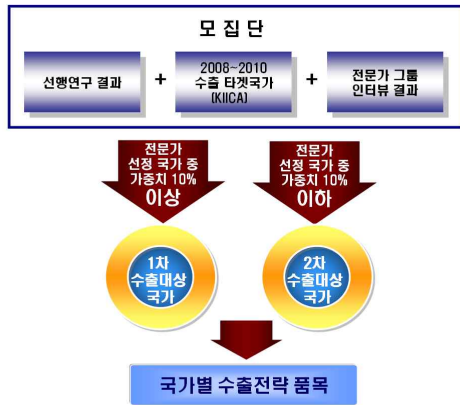


그림 6. 품목별 전략국가 선정 프레임워크
Fig. 6 Framework of selecting strategic countries by Items

5단계로 위와 같은 과정을 통해 도출한 전략국가 중 그림 7과 같은 단계를 걸쳐 우선순위 별로 거점국가를 도출하였다.

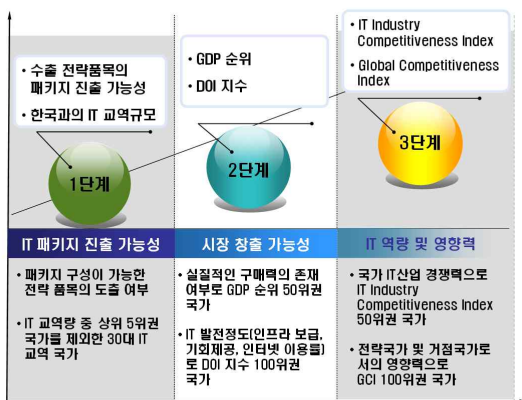


그림 7. 지역별 전략국가 및 거점국가 선정 근거
Fig. 7 Basis of selecting strategic and Activity-base Countries

VIII. 결론

기존의 IT 분야의 해외진출 전략에 관한 연구들이 대부분 특정 국가나 특정 품목에 대한 수출 전략 및 정책을 다루었던 반면 본 연구에서는 국가별, 권역별, 경제규모별 특수성을 고려하여 해외진출을 추진하기 위한 패키지 형식의 진출 방안을 제시했다는 데에 연구의 의의를 둘 수 있을 것이다.

특히 수출 유망품목의 동반진출을 위한 해외 로드쇼 공동 개최나 거점국가 선점을 통한 저변확대 전략은 패키지 전략의 핵심이다. 일례로 중앙아시아의 여러 국가 같은 경우는 정치적 상황, 경제적 여건, 지역특징 등이 유사한데, 이와 같은 지역의 수출전략 수립 시에는 특정 공통분보를 기준으로 패키지화하여 국가별 특성에 맞게 접근하는 전략이 유효할 것이다. 이를테면 우즈베키스탄에 '전자정부 + 통신'을 패키지화하여 전략을 수립했다면, 우즈베키스탄과 상황은 비슷하나 도로교통 사정이 나쁜 키르기스스탄에는 '전자정부 + 통신 + 도로 건설'의 방법으로 건설관련 사업을 옵션으로 추가하는 구성으로 패키지 지원정책 수립이 가능할 것이다. 이처럼 수출 유망 품목 및 정부의 수출지원 서비스 및 제도를 현지의 사정에 맞는 패키지 형식으로 구성하여 제시했다는 데에 차별성을 갖는다고 본다. 실로 AHP 분석기법을 통한 전략 품목들을 도출해내고, Conformance Architecture Index 분석에 따른 국가별 현지 사정을 감안하여 품목별로 최적의 전략국가를 도출해 내었다는 점에서 다른 연구분석 자료와 크게 차별화 된다고 본다. 또한 본 연구에서 다룬 패키지형 진출 전략은 IT 수출 시장 및 수출 품목의 편중 문제를 개선하고 IT 신규 상품을 수출할 수 있는 해외진출 정책수립의 기초 자료로 사용되길 기대하며, 패키지형 진출전략 수립 과정과 방법, 그리고 결과물 등 일련의 활동이 수출 관련 유사한 연구를 수행하는 데에 참고자료로 활용되길 기대한다. 한편 본 연구에서 예로 들었던 대기업-중소기업 패키지 진출의 사례는 본 연구결과와 부분적인 실행사례에 불과하다. 본 연구결과에서 제시하는 방법론에 입각하여 대기업-중소기업 패키지 진출이 이루어질 수 있도록 향후 정부의 정책지원이나 업계의 상생적인 파트너십 구축 등 상호 보완적 노력이 절실히 필요하다고 할 수 있다.

마지막으로 IT와의 패키지 진출에 대한 타 부처의 관심과 공감대를 형성하여 IT 패키지 진출 전략이 범 부처의 참여로 활성화되길 기대하며 특히 u-City와 같이 범 부처의 참여가 필수적인 분야의 성공적인 해외 진출이 하루 빨리 결실을 맺게 되길 바란다.

참고문헌

- [1] 정보통신부, 2007 IT수출입 통계현황 보도자료, 2007
- [2] 한국은행, "주력성장산업으로서 IT산업에 대한 평가와 시사점", 2007, www.bok.or.kr
- [3] 정보통신연구진흥원, 한국관세무역개발원, "IT 수출동향", 2007, www.iita.re.kr
- [4] 정보통신부, "차세대 전자정부 비전 및 로드맵", 2006

- [5] 한국IT서비스산업협회, "IT서비스 해외진출을 위한 대·중소 SW기업 상생협력 발대식", 2007
- [6] 정보통신국제협력진흥원, "2012년 IT국제협력 로드맵 수립 - 수출지원", 2007, www.kiica.or.kr
- [7] 정보통신국제협력진흥원, "KIICA 2007 사업계획", 2007
- [8] 정보통신부, "2007년도 IT국제협력 전략국가 선정 안", 2007
- [9] 정보통신국제협력진흥원, "해외 유망 IT시장 진출 가이드", 2007
- [10] 김득갑, "BRICs 시장 진출전략", 삼성경제연구소, 2005
- [11] 대한무역투자진흥공사, "'2007년 지역별 진출확대 전략", 2007, www.kotra.or.kr
- [12] 정보통신연구진흥원, "IT패키지 수출 전략 : 유망품목 보고서", 2005
- [13] 정보통신연구진흥원, "IT839 전략의 차세대 수출 주력 품목 해외진출전략 개발 과제", 2005
- [14] 정보통신연구진흥원, "미래 IT 유망전략품목 발굴 보고서", 2006
- [15] 조병완, "u-City의 기술 및 u-IT839의 적용과 u-City를 위한 USP 전략". 한양대학교, 2007
- [16] 조근태, 조용곤, 강현수, "앞서가는 리더들의 계층 분석적 의사결정", 서울: 동현출판사, 2003

저 자 소개



김선배
 1973년 연세대학교 경영학과 졸업
 1991년 美國 뉴욕대 경영대학원 졸업 (MBA)
 2006년 건국대 컴퓨터정보통신공학 박사 학위 취득
 1996년 포항공대 기술혁신최고경영자 과정 수료(PAMITP)
 1999년 KAIST 최고정보경영자과정 수료 (AIM)
 2001년 서울공대 최고산업전략과정 수료 (AIP)
 2002년 서울상대 최고경영자과정 수료 (AMP)
 2002년 KAIST 최고텔레콤경영자과정 수료 (ATM)
 2004년 고려대 최고위인론과정 수료
 1975년 ~ 1977년 한국외환은행 외
 1978년 ~ 1986년 현대건설 기획관리실, 바레인지점/알코바지점 등 국제금융경리, 현지법인 관리 차장
 1986년 ~ 1993년 현대증권 국제부장 뉴욕사무소장
 1993년 ~ 2004년 현대그룹 현대정보기술 대표이사 사장, 대표이사 전무, 경영지원본부장, 기획실장, 관리부장
 2005년 ~ 2007년 한국정보통신수출진흥센터 원장
 2007년 ~ 현재 정보통신국제협력진흥원 원장
 관심분야 : 디지털콘텐츠, MIS, 지식 관리, 정보통신정책, 방송통신융합, IT, Telecommunications