



IT서비스관리시스템(ISO 20000) 도입

우리나라도 IT서비스경영 시대 열려

최근 IT서비스의 중요성이 부각됨에 따라 IT서비스관리시스템에 관한 국제표준 ISO 20000(ITSM : Information Technology Service Management)이 국가표준(KS)으로 도입·제정되어 우리나라도 IT서비스경영 시대에 진입하게 되었다.

산업자원부 기술표준원은 우리나라 IT서비스 산업의 글로벌 경쟁력을 강화하기 위하여 다양한 비즈니스 환경에서 고객의 요구에 따라 양질의 정보를 중단 없이 제공하는 통합관리 체계인 'IT서비스관리시스템(KSX ISO/IEC 20000)'을 국가표준(KS)으로 제정했다고 밝혔다.

이 표준은 IT서비스를 수행하는 기업이나 조직이 고객의 다양한 요구에 만족할 만한 서비스 제공을 위하여 갖추어야 할 규정과 절차에 관한 기본적 체계를 규정한 것으로 이에 따라 기업의 IT서비스관리시스템이 구축되고 이에 대한 인증이 이

루어지게 된다.

IT서비스관리시스템 분야의 국제인증은 '03년부터 영국 BSI가 독자적으로 운영(BS 15000)해 오고 있었으나 최근 들어 국제표준화기구(ISO)의 IT서비스 기술위원회(JTC1/SC7/WG25)에서 국제인증기구(IAF)체제로 전환중에 있다.

기술표준원은 IT산업의 아웃소싱 및 웹서비스 확산으로 전반적인 서비스관리 기술의 중요성이 증대되고 있는 가운데 이번 표준을 제정함으로써 국내에 IT서비스관리시스템 보급이 대폭 확산되는 계기가 될 것으로 보고 8월중 업계 설명회 등을 개최할 예정이며, 이와 함께 ISO 20000의 국제적 인정·인증체계를 국내에 구축하여 우리나라 IT서비스 기업의 국제화와 세계시장 진출을 도모해 나갈 계획이다. ISO 20000 인증은 '06년까지 국제적으로 총73개 기업이 획득하였으며 우리나라는 이중 27개 기업이 인증을 획득하여 영국에 이어 2번째 인증보유국이다

IT서비스관리시스템(ISO 20000) 개요

□ ISO 20000(IT서비스관리) 개요

- IT서비스관리 활동에 대한 요구사항을 정의한 국제표준
 - 2000년도 영국표준(BS 15000) 제정, '05.12월 ISO 표준으로 채택(Fast Track)
 - JTC1/SC7(Software Engineering)/WG25(IT Service management)에서 운영
- 비즈니스 고객의 요구사항을 충족시키는 효율적 IT서비스 제공을 위해 필요한 요건과 심사체계를 규정
- IT서비스 : 비즈니스를 위하여 내·외부의 전산자원을 활용하여 소프트웨어 또는 하드웨어를 제공하는 활동

- IT서비스관리 : IT서비스를 계획·실행·유지하며 이를 개선하기 위한 종합적 체계

● ISO 20000 표준체계

- ISO 20000-1(명세서) : IT서비스 제공자가 고객이 요구하는 서비스 품질을 제공하는데 필요한 제반사항 및 관리항목을 정의
- ISO 20000-2(실행지침) : 파트1에서 정의한 10개 IT 서비스관리 프로세스를 적용하기 위한 실행지침(참조 가이드)

□ ISO 20000 인증현황



- 우리나라는 '03년부터 총 27개 기업 인증, 영국 이어 세계 2번째 인증 보유국
- 자체 IT서비스 품질향상 및 대외 신뢰도 향상을 위하여 인증획득 관심 고조
- ISO 20000 전망

- IT 비용중 고객센터서비스 비중이 80%이상 소요 전망
 - 비용절감을 위한 고객센터서비스 프로세스 개선 등 인증자체보다 서비스 내실을 다지기 위해 도입하는 기업 확산
- 가트너는 '08년까지 IT서비스 기업의 75%가 규격을 구입하고 20~30% 기업이 인증을 획득할 것으로 예측

중소기업 CEO를 위한 맞춤형 마케팅지원프로그램 개발



중소기업청은 중소기업 CEO가 자사제품으로 마케팅 실무 전문가와 함께 모의 및 실전의 현장실습을 통해 마케팅의 기획능력을 제고하고, 글로벌 기업으로 육성하기 위한 맞춤형 마케팅지원프로그램을 개발, 하반기에 시범운영을 추진한다.

이번에 개발한 프로그램의 특징은 CEO가 직접 자기회사제품을 가지고 실제로 각종 마케팅기법을 활용하여 마케팅을 기획하고, 이를 현장에서 적용, 실습하는 방식으로 운영함으로써 자사제품에 대한 마케팅전략을 스스로 구사할 수 있도록 하였으며 참여기업을 제품화단계와 시장진입정도에 따라 3단계로 구분하고 각 단계마다 특성을 감안하여 지원전략을 달리 함으로써 기업별로 차별화된 마케팅전략을 구사하도록 하고 있다.

● 단계별 지원대상, 전략 및 시기

구분	지원대상 기업	지원전략	지원시기
Level 1	<ul style="list-style-type: none"> • 시장진입 및 확보가 필요한 기업 - 제품은 완성되었으나 시장 확보, 마케팅전략이 미비한 기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장진입 및 확대 전략에 중점 	<ul style="list-style-type: none"> • '07년 시범사업
Level 2	<ul style="list-style-type: none"> • 시장은 진입했으나 제품의 개선/개량이 필요한 기업 - 디자인 등 약간의 개선으로 매출이 급격히 늘어날 가능성이 있는 기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인 등 제품의 개선/개량 전략에 중점 	<ul style="list-style-type: none"> • '08년 시행예정
Level 3	<ul style="list-style-type: none"> • 우수상품의 가능성이 있는 신기술 보유기업 - 제품개발단계에서부터 사업화 및 시장진입까지 전과정 지원 필요기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품개발, 신기술사업화 전략에 중점 	<ul style="list-style-type: none"> • '08년 시행예정