

공공서비스 수출 사업화 지원을 위한 신서비스 개발 전략

Development Strategy of New Services for Supporting the Commercialization of Export Public Services

권혁인*, 이진화**, 강지현***

중앙대학교 경영학부*, 중앙대학교 일반대학원 문화예술경영학과**, 중앙대학교 일반대학원 경영학과***

Hyeog-In Kwon(hikwon@cau.ac.kr)*, Jin-Hwa Lee(ljinhwa@hanmail.net)**,
Ji-Hyun Kang(violet_gusi@naver.com)***

요약

최근 전자정부의 국제적 위상 강화 및 수출 강세를 바탕으로 다양한 공공서비스에 대한 수출 요구가 증가하고 있다. 본 연구는 현재 분산된 정보와 행정체계 속에 공공서비스 수출을 활성화하기 위하여 수출 사업화 지원을 위한 신서비스 개발을 목적으로 한다. 이에 문헌연구 및 개방형 설문조사, FGI를 통하여 현재 공공서비스 수출의 주요 문제점과 요구사항을 도출하고, 공공서비스 수출 프로세스별 신서비스를 도출하였다. 신서비스는 크게 6가지(해외수출 역량진단, 공공서비스 해외수출 정보마당, 수출기업 네트워크, 해외수출 지식거래소, 소통의 장, 수출정보 안내지도)로 도출되었으며, 공공서비스 수출에 대한 컨설팅 및 정보제공, 이해관계자들 간의 네트워크 기능을 포함하고 있다. 이 후 6가지 신서비스를 구성하고 있는 14 가지 세부 서비스의 중요도와 실행용이성에 대한 점수평가를 실시하고, 평가된 점수를 바탕으로 Portfolio Evaluation Quadrant 분석을 한 결과, 가장 우선적으로 고려해야 할 서비스는 수출 프로세스 5단계에서 필요한 '수출정보 안내지도 서비스(발주정보 통합제공 서비스)'로 나타났다.

■ 중심어 : | 공공서비스 | 신서비스 개발 | 수출 사업화 | 요구분석 | 수출 프로세스 |

Abstract

The export demand for various public services of e-government is growing. This study defines the new services that are required in each step of export processes for public services in order to develop the new services for supporting the commercialization of the export public services. And the study arrives at a conclusion of the main problems and requirements of the current export processes for the public services through the previous literature, the open-ended questions and the focus group interview. The new services are divided into six steps including the general information and consultation of the export public services; specifically, 'evaluation of the export capabilities', 'information of export public services', 'network of export companies', 'knowledge exchange of export', 'guide map of export information' and 'place for communication'. Furthermore, the score test about importance of 14 detailed services and the ease of implement is conducted. Based on the results of the test, Portfolio Evaluation Quadrant analysis derives a conclusion that 'the guide map service of export information' in the step 5 is preferentially considered to be in need of implementation.

■ keyword : | Public Service | New Service Development | Export Commercialization | Requirements Analysis | Export Process |

* 본 연구는 「공공서비스 수출 사업화 플랫폼 개발(산업자원부, 2012.6~2015.5)」 과제의 연구로 수행된 결과임.

접수일자 : 2014년 10월 31일

심사완료일 : 2014년 11월 27일

수정일자 : 2014년 11월 26일

교신저자 : 이진화, e-mail : ljinhwa@hanmail.net

I. 서론

현재 우리나라에서 수출하고 있는 공공서비스는 종류나 구분에 있어 범위가 한정되어 있지 않아 광범위한 가운데, 지금까지 우리나라의 대표적인 공공서비스 수출 분야 중 한 예로 IT 기술을 기반으로 한 공공서비스인 전자정부가 있다. 전자정부는 다양한 행정서비스를 온라인화하여 언제 어디서나 고객인 국민의 접근과 이용이 가능한 서비스형 정부로 2002년부터 수출이 시작되어 최근 수출이 급격하게 늘어나고 있는 추세이다. 특히, UN 전자정부 평가 2회 연속 1위에 따라 대한민국 전자정부의 국제적 위상이 강화되었고, IT기업들의 적극적인 해외시장 공략과 정부의 수출지원 노력 등으로 지난 2002년 10만불에 불과하던 전자정부의 수출은 2010년도에 1억5천만불, 2011년도에 2억4천만불에 이어 2012년도에 3억4천만불을 넘어 매년 급격하게 늘어나고 있다. 최근 2012년 주요 수출내용을 보면 ICT 교육훈련센터, 지능형교통정보시스템, 공항시스템사업, 전자통관 시스템 등 전통적인 수출 효과 종목 이외에도 정부행정망, 전자주민증, 교통, 재난관리 등으로 수출 품목이 다양화되고 있음을 알 수 있다[15].

현재까지 공공서비스에 대한 연구는 대부분 행정관련 연구에만 한정되어 있으며, 공공서비스에 대한 정의 및 구분 또한 명확하지 않은 상황에서 공공서비스 수출에 대한 연구 또한 미비한 현실이다. 또한 전자정부를 비롯한 공공서비스의 수출이 다양화되고 증가되고 있는 상황에서, 기존의 전자정부 수출만을 담당하고 있는 한국정보화진흥원 이외에 공공서비스 수출과 관련된 사항을 전반적이고 효과적으로 지휘할 수 있는 통제기관이 부재하다. 즉, 신규 공공서비스 수출 기회를 마련하고 지속적인 공공서비스 수출 활성화를 위해서는 분산되어 있는 공공기관의 통합적 관리가 필요하다. 또한, 공공서비스 수출은 정부가 사용하는 시스템을 ‘외국 정부’를 상대로 수출한다는 특성상 정부의 운영경험과 기업의 노하우 전수 등 기업과 정부의 포괄적인 협력과 정부차원의 지원이 필요하다.

따라서 본 논문에서는 문헌연구를 바탕으로 공공서비스의 개념과 수출 프로세스를 제시하고, 공공서비스

수출 기업 및 이해관계자들의 애로사항을 중심으로 공공서비스 수출 사업의 요구사항을 도출하여 신 서비스를 개발하고자 한다.

II. 공공서비스 수출시장

1. 공공서비스 정의와 유형

공공서비스(public service)란 정부가 제화와 용역으로 이용할 수 있게 책임을 지고 공급하는 서비스로 정의하고 있으며, 사무의 범위 역시 지방자치법에 의거하여 설명되고 있다[4][12][13]. 구체적으로 지방자치법 제9조의 내용을 통해 공공서비스의 의미를 유추하여 보면 공공서비스는 지방자치단체의 사무의 범위이다. 지방자치법 제9조에서는 구체적으로 첫째, 지방자치단체의 구역, 조직, 행정관리에 관한 사무, 둘째, 주민의 복지증진에 관한 사무, 셋째, 농림, 상공업 등 산업진흥에 관한 사무, 넷째, 지역 개발과 주민의 생활환경 시설의 설치, 관리에 관한 사무, 다섯째, 교육, 체육, 문화, 예술의 진흥에 관한 사무, 여섯째, 지역 민방위 및 소방에 관한 사무를 명시하고 있다.

일본의 경우, 2009년 5월 20일에 법률 제40호로 공공서비스 기본법(公共サービス基本法)을 제정하였다. 일본의 공공서비스법의 정의에 따르면 공공서비스란 국민이 일상생활 및 사회생활을 원활하게 영위하기 위해 필요한 기본적 수요를 만족시키는 것을 의미한다. 구체적으로 국가 또는 지방공공단체의 사무 또는 사업, 국가 또는 지방공공단체가 행하는 규제, 감독, 조성, 홍보, 공공시설 설비 그 외 공공 이익 증진에 투자하는 행위를 포함하고 있다[27].

한편, 공공서비스의 유형으로는 손희준 외(2008)[6]가 행정의 관점에서 공공과 민간의 병존·협력·위탁 형태에 따라 크게 5가지 유형(공공 공급형, 공공·민간 병행 공급형, 공공·민간 협력형, 민간 위탁형, 민간 공급형)으로 구분한 바 있다. 현재 공공정보 민간개방 분류체계(NIA, 2011), 서비스업 해외진출 전략지도 구축사업(KOTRA, 2011), 양자간 원조 분야(DAC 분류)가 있으나 공공서비스에 특화된 통합분류체계는 개발된

바 없다.

2. 공공서비스 수출 프로세스

해외 수출을 추진하는 프로세스는 자금출처에 따라 해외에 기업이 직접 투자하는 방식의 ‘해외직접투자 수출 절차’와 지원자금을 이용하는 수출 방식의 ‘공적개발 원조(ODA: Official Development Aid) 사업 수출 절차’로 나눌 수 있다.

먼저, 해외직접투자 수출 절차는 1)중장기 사업전략 수립, 2)해외투자계획 확정, 3)해외직접투자 신고, 4)투자자금 송금, 5)주재원 파견으로 이루어진다. 해외직접 투자 수출 절차는 기업의 입장에서 해외에 직접 투자할 때 진행되는 절차라는 특징이 있다. 이 때, 단계 명시는 편의상 구분한 것이며 여러 단계가 동시에 검토되고 준비되는 것이 일반적이다[19]. 다음으로, ODA사업을 이용한 수출 절차는 1)사업의 발굴·선정(Identification), 2)사업준비(Preparation), 3)사업심사(Appraisal), 4)차주와의 협의(Negotiations), 5)사업실시 및 감리(Implementation and Supervision), 6)사후평가(Evaluation)로 이루어진다. 자세한 내용은 [표 1]과 같다.

앞서 살펴보았듯이, 공공서비스는 공익의 목적을 달성하기 위한 수단으로 국가 간의 원조나 수출을 위한 효과적인 상품으로 적절하다. 이 때, 아직 해외 레퍼런스를 확보하지 않은 우리나라의 경우 해외진출 시 원조 자금 사업을 우선적으로 추진하는 것이 권장되며, 수출 초기에는 발주사업에 대한 경쟁체계가 주도하는 원조 자금 유형 중 ODA사업을 기반으로 경쟁력을 갖추는 것이 장려된다[18].

이에 본 연구에서는 ODA사업을 이용한 수출 절차를 중심으로 공공서비스 수출 프로세스를 정의 하였다. 다수의 공공서비스 수출 기업은 대상국가 선정 후 대상국가 방문을 통해 현지사정 파악을 하면서 구체적인 사업 준비를 하므로 프로세스 상 중요한 역할을 하는 ‘대상국가 방문’을 ‘2단계 사업 준비 단계’에 추가하였다. 또한 ‘5단계 사업실시 및 감리단계’에서 감시하고 관리하는 의미의 ‘감리’라는 단어는 실시 주체인 기업입장에서의 공공서비스 수출 프로세스에서는 불필요한 것으로

나타나 삭제하였다. 즉, 본 연구에서는 ODA사업을 이용한 수출 절차를 기반으로 1)사업발굴 및 대상국가 선정 2)대상국가 방문 및 사업 준비 3)사업심사 4)차주와의 협의 및 계약 5)사업발주 및 실시 6)사후평가로 공공서비스 수출 프로세스를 보고자 한다.

표 1. 공공서비스 수출 프로세스

| 구분 | 해외직접투자 (KOTRA, 2013)[19] | ODA사업 (EXIM, 2012) | 내용 |
|------|---------------------------|--------------------|---|
| 1 단계 | 해외사업의 구상 및 관련정보 | 사업의 발굴·선정 | -개발도상국의 개발우선 순위가 높고 기금의 지원대상 사업으로 적절한 사업을 발굴 |
| 2 단계 | 사업계획서 및 관련 계약서의 입안 (사전협의) | 사업준비 | -개발도상국은 사업의 타당성을 조사(F/S: Feasibility Study)를 하며, 여러 대체 안들을 비교 및 검토하고 최적 투자를 위한 사업의 범위, 규모, 시기 등을 결정 |
| 3 단계 | 투자의향서 합의 및 관련기관에 지원 요청 | 사업심사 | -사업계획내용이 경제, 재무, 기술, 제도, 경영 측면에서 타당성 및 달성 전망 여부를 검토 |
| 4 단계 | 본계약 체결 및 각종 인허가 취득 | 차주와의 협의 | -정부 및 수출입은행과 차주(債主)가 사업의 성공적 수행을 위해 필요한 조치에 합의 |
| 5 단계 | 현지법인 설립 및 사업개시 | 사업실시 및 감리 | -차관(借款)계약의 발효, 구매입찰, 계약, 이행, 자금지출, 사업수행 및 완공까지를 포함 -필요 시 기술, 실시체제, 경영, 재무 등의 측면에 관하여 조언, 권고 |
| 6 단계 | 사업운영 및 투자과실 회수 (현지법인 청산) | 사후평가 | -사업의 완공 및 자금인출완료 후 사업이 당초 계획대로 진행되었는지 평가 |

3. 신서비스 개발

서비스의 가시화 및 정량화를 통해 생산성과 품질 향상을 도모하고 고객에 유익한 가치를 창출하는 이노베이션을 실현하기 위한 융합 학문으로 서비스 사이언스(Services Sciences)가 있다[25]. 서비스 사이언스에서 강조하는 서비스 혁신은 서비스 개발, 운영, 개선으로 진행된다[10]. 이 때, 서비스 개발은 신서비스 개발(NSD: New Service Development)이라고도 하는데, 이 때까지 소비자가 누릴 수 없었던 새로운 서비스를 제공하는 것을 의미한다[5].

기업들은 시장 경쟁력 강화를 위해 고객 니즈가 정확히 반영된 신 서비스를 개발해야 하고, 이를 위해 제품 및 서비스 개발 과정에 사용자를 참여시키는 것이 기업

내·외부 전문가 활용의 효과적인 대안으로 각광받고 있다[8]. 즉, 신서비스 개발은 고객의 요구에 기반 해야 하며, 고객의 문제 해결을 통한 가치의 제공을 지향해야 한다[2].

현재까지 신서비스 개발 과정에서 노력 중복과 실수 예방 등을 위해서 필요한 기존의 노하우를 재사용 가능하도록 하는 방법으로 신서비스 개발 프로세스가 연구 되어 왔다. [표 2]의 신서비스 개발 프로세스에 관한 연구들의 공통된 단계적 특징은 신 서비스 개념화 시 고객에 대한 이해와 고객의 요구사항에 대해 중요시하고 있다는 점으로, 공공서비스 수출 사업의 애로사항을 해결하기 위한 신서비스 개발에 있어서도 추후 서비스를 이용할 당사자인 고객에 대한 요구사항 분석이 이루어져야 한다.

고객의 이해를 기반으로 한 신서비스 개발 지원 방법론으로는 일반적으로 포커스 그룹 인터뷰(FGI: Focus Group Interview), 콘조인트 분석, AHP, QFD방법론이 있다[2]. 이 중 FGI는 양적조사를 실시하기 전에 행하는 조사로서 양적 조사 시행 시 목표와 초점이 맞지 않는 것을 조사하게 되는 위험을 감소시켜 줄 수 있는 방법으로, 본 연구에서는 공공서비스 수출 전문가들에게 FGI를 실시하여 신서비스를 정의하고 도출하였다.

4. 선행연구

공공서비스 수출에 대한 산업적 정의 및 분류도 명확하지 않은 가운데, 공공서비스 수출과 관련된 문제점에 대한 연구 또한 거의 진행되지 않은 상황이다. 따라서

본 연구에서는 ODA 사업 및 해외직접투자 사업에 관한 선행연구를 토대로 수출 시 애로사항을 앞서 언급한 수출 프로세스에 적용하여 [표 3]과 같이 정리하였다.

ODA 사업에 대한 기존 연구들의 경우는 ODA사업 진단 및 한국 ODA정책의 개선방향 등 우리나라 정부의 입장 또는 수원국(受援國)의 입장을 중심으로 한 ODA 정책 관련 연구를 중심으로 진행되었다[7][11][14][16][17].

해외직접투자 사업에 대한 기존 연구들의 경우는 수출 기업의 문제점 및 대비책, 특정 국가 수출시 문제점과 진출전략, 수출중소기업의 성장단계별 수출 애로요인 등에 대한 연구가 이루어지고 있다[3][9][20][21].

한편, 공공서비스 수출 사업과 관련된 연구는 미비하다는 한계점이 있으며, ODA 사업 전개 시의 문제점과 해외직접투자 사업 시의 문제점에 대한 기존연구만으로 공공서비스 수출을 진행하는 기업과 이해관계자들에게 공공서비스 수출에 대한 이해를 도모하기는 어렵다. 그러므로 공공서비스의 속성을 반영한 수출 절차를 기반으로 공공서비스 수출에 특화된 문제점 도출 및 해결을 위한 지원 서비스 구축에 대한 연구가 필요하다.

III. 연구설계

1. 연구방법 및 절차

본 연구는 고객 요구사항을 기반으로 한 신서비스 개발을 추진함에 있어 다음 [그림 1]과 같은 연구 절차 및 방법을 적용하였다[1].

표 2. 신서비스 개발 프로세스

| 구분 | 1단계 | 2단계 | 3단계 | 4단계 | 5단계 | |
|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------|--|------------------------------|
| Meiren, T. (1999)[26] | 아이디어관리 | 고객요구분석 | 서비스개념화 | 서비스개념화 | 서비스 구현 | 출시 |
| Ginn, D. et al.(2003)[24] | 프로젝트정의 (Define) | 고객요구분석 (Measure) | 컨셉트 분석 (Analyze) | 제품/프로세스 설계 (Design) | 설계 성능 검증 (Verify) | |
| Fisher, C.& Schutta, J. (2003)[23] | 고객요구사항 수집 | | 설계특성구명 | 프로세스특성구명 (프로세스설계/공급자관리) | 프로세스구축 | |
| Bullinger et al.(2003)[22] | 아이디어 일반화 (Idea generation) | 고객요구 분석 (Requirements analysis) | 서비스 개념화 (Concept development) | 서비스 구현 (Implementation) | 시장 출시 (Market launch) | 출시 후 검토 (Post-launch review) |
| 김광재[2] (2011) | 기회포착 (Opportunity Identification) | 고객 이해 (Customer Understanding) | 컨셉트 설계 (Concept Design) | 프로세스설계 (Process Design) | 보완과 출시 (Refinement and Implementation) | |

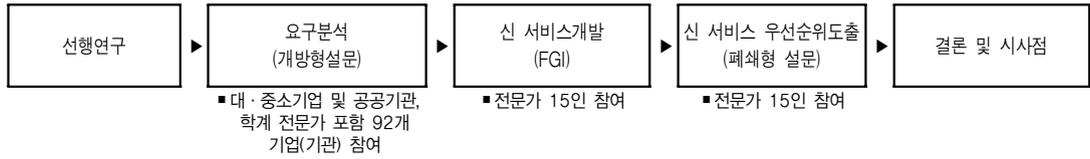


그림 1. 연구방법 및 절차

표 3. 수출사업 진행시 단계별 문제점

| 구분 | 문제점 | 연구자 |
|-----------------------|---|------------------------------------|
| [1단계] 사업 발굴 및 대상국가 선정 | -수출지원제도에 대한 인식 부족 -각 기관마다 유사한 지원제도 | [3] |
| | -체계적 수혜국 선정 기준의 부재 | [7] |
| | -중복사업의 추진 | [11] |
| | -정형화되어 있는 개별/단기사업 중심 사업 선정 | [14] |
| | -신사업 발굴 기획 능력 수준 미달 | [17] |
| | -마스터플랜 등의 기본 계획/기준의 부재 | [7] [9] [14] [20] [21] |
| | -개발도상국의 정보 공유를 통한 거버넌스적 추진체계 정립 | [16] |
| [2단계] 대상국가 방문 및 사업준비 | -정책 전반적 거버넌스 체계의 미구축 -개발도상국의 관리역량을 고려한 실질적 맞춤형 설계 부재 | [11] [14] [17] |
| | -업무 단계별로 표준화된 업무수행 지침 부재 | [3] |
| | -에이전시나 전문가 부재 -현지사정에 밝은 파트너를 찾는 문제 | [3] |
| [3단계] 사업심사 | -수원국의 사업에 대한 낮은 이해 -수원국 공무원들의 부패와 수리 | [16] |
| [4단계] 차주와의 협의 및 계약 | -상대국의 법률적 환경 등 -수입통관절차 이해의 문제 | [9] [21] |
| [5단계] 사업발주 및 실시 | -정부조달 관련 정보부족 -수출운영 자금 부족 | [11] [20] [21] |
| | -상관행의 이해 문제 -수원국의 IT수준 | [9] [16] |
| | -국내외 관련 기업/단체들과의 파트너십 결여 | [3] |
| | -우수한 기업을 발굴할 수 있는 유기적인 협조체 미구축 | [9] |
| | -바이어의 요구에 대응 가능한 전문인력 부족 | [14] |
| | -해외유동망 확보곤란 -해외마케팅 인력부족 | [16] [17] [20] |
| [6단계] 사후평가 | -시스템 구축 후 유지/발전을 위한 타 사업과의 연계 미흡 -원조국의 제도적 맥락과 사업내용 간에 불일치 -추진주체의 사업간 유기적 연계 및 일관성 부족 | [7] [11] [14] |

우선 선행연구를 통해 현재 공공서비스 수출에 관한 연구방향을 제시하고, 고객의 요구에 기반을 둔 신 서비스 개발을 위해 IT서비스 관련 산업계 및 협회(ITSA 그랜드컨소시엄, 국제산업컨설팅포럼), 컨설팅업체(삼

정KPMG, 딜로이트, 인터켄컨설팅, 용컨설팅), 수출기업(삼성SDS, 동부CNI, 환화S&C, 위니텍, 중외정보기술 등), 공공기관(KOTRA, KOICA, KOEXIM, 한국보 건복지정보개발원), 학계의 전문가를 포함한 92개 기업 및 기관을 대상으로 개방형설문을 실시하였다. 설문참여자는 기관별 해외사업팀 소속 또는 수출사업 경험이 있는 경력 5년 이상 과장급으로 제한하였다. 개방형 설문조사는 ‘현재 공공서비스 수출 사업 진행 시 직면한 문제점 및 요구사항’과 ‘현재 서비스 문제점을 개선하기 위한 서비스 제시’에 대한 항목을 바탕으로 자유롭게 기술하도록 하였다. 신 도출된 요인들은 응답횟수(중복 카운팅 허용)를 통하여 중요성을 측정하였으며, 3회 미만으로 산발적인 응답률을 보인 요인은 제외하였다.

도출된 요인은 앞서 언급한 공공서비스 수출 프로세스 1)사업발굴 및 대상국가 선정 2)대상국가 방문 및 사업 준비 3)사업심사 4)차주와의 협의 및 계약 5)사업발주 및 실시 6)사후평가를 기반으로 각 단계별로 정리하였다.

도출된 핵심 문제 요인을 기반으로 보다 현실성 있고 체계적으로 신서비스를 정의하기 위해 FGI를 통하여 신 서비스들을 정의하였다. 그 후 FGI를 통해서 도출된 6가지 신 서비스(세부 서비스 14가지)에 대하여 중요도와 실행가능성 항목을 평가하는(7점 척도) 2차 폐쇄형 설문조사를 진행하였다. 폐쇄형 설문조사는 수출사업 전문가 15인(대기업: 동부 CNI, LG CNS; 중견/중소기업: 대영유비텍(주), 투이컨설팅, 위니텍, 중외정보기술 등; 경영학과 교수)을 대상으로 실시되었으며, 이를 바탕으로 Portfolio Evaluation Quadrant분석을 통해 공공서비스 수출 사업 시 문제점 해결을 위한 신 서비스 우선순위를 설정하였다.

IV. 신서비스 도출 및 우선순위 평가

1. 요구분석

요구분석 결과는 다음 [표 4]와 같다. 1단계(사업 발굴조사 및 대상국가 선정)에서는 수원국의 사업 추진 배경 및 인프라 등 현지 최신 정보에 대한 발 빠른 대처 능력 부족이 가장 큰 문제점으로 도출되었으며, 해외 마케팅 전문 인력 부족 및 중소기업에게 부담이 되는 컨설팅 비용 등이 문제점으로 나타났다. 이에 따라 해외 진출을 결정하기 위한 기반정보(시장규모, 성장전망, 자금공여 가능성 등)가 요구사항으로 언급되었다.

2단계(대상국가 방문 및 사업준비)에서는 실제 사업 추진을 위한 단계로서 협업을 위한 신뢰성 있는 파트너 선정이 가장 큰 이슈였는데, 이를 위하여 에이전트, 유관기관, 주무부처 사업담당자 등의 정보 공개를 요구하였다. 이밖에 현지 전문용어 사용 등 에이전트의 커뮤니케이션 역량에 대한 요구사항이 도출되었다.

3단계(사업심사)는 지원기관(수출입은행 등)과 수원국 정부 간에 사업의 타당성 및 전망에 대하여 심사하는 것이므로 수출기업 입장에서 도출된 요구사항이 없는 것으로 나타났다.

4단계(차주와의 협의 및 계약)에서는 관련 법률 및 정산관행, 계약 관련 정보(통관정보, 인허가, 상거래, 관

표 4. 공공서비스 수출시장 문제점 및 요구사항 도출

| 수출 프로세스 | 문제점 | 응답횟수 | 요구사항 | 응답횟수 |
|--------------------------|------------------------------------|------|----------------------------------|------|
| 1단계 | 수원국의 사업 추진 배경 및 인프라 정보 등(현지 사정) | 6 | 국가별 최신이슈와 자금공여가능성 | 3 |
| | | | ODA 사업 리스트 및 규모 정보 | 2 |
| | 해외 마케팅 전문 인력 부족 | 4 | 시장규모 및 향후 성장전망 정보 | 7 |
| | | | 국내외 경쟁사 정보 및 시장경쟁 강도 정보 | 3 |
| | | | 중소 IT기업 홍보 기회 마련 | 1 |
| | | | 진출업체의 성공 및 실패사례 정보 등 | 1 |
| | 수출기업 역량에 특화된 컨설팅 비용(중소기업 투자 비용 부담) | 3 | 기업 역량 별 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 기반 조성 | 3 |
| 해외진출 의사결정을 위한 기초자료 | | | 1 | |
| 국내에서 진행된 해외 컨설팅 자료 | | | 1 | |
| 접촉하고 있는 에이전트의 신뢰도 검증 | 2 | 2 | 현지 한국 기업 정보(사업 진출내용 등) | 2 |
| 대기업이 가진 인프라와 정보 공유 | 2 | 2 | 수출 프로세스 등 노하우 공유 | 1 |
| 2단계 | 수출 에이전트에 대한 정보와 신뢰도 | 13 | 컨소시엄구성 시 믿음직한 전문기업, 유관기관 정보 | 8 |
| | 수원국의 사업 관심도 파악 | 2 | 사업관련 의사결정자/조직정보 (조직구조, 주무부처 등) | 4 |
| | | | 이해관계자 초청 지원(정부관계자 등) | 1 |
| | 해외 사업이 가능한 독립 컨설턴트 선택 | 2 | 에이전트의 의사소통 역량(현지 전문용어 등) | 4 |
| | | | 에이전트와의 계약에 대한 노하우 | 1 |
| | | | 현지기업 유통망 정보 | 2 |
| | 기존 수출 정보의 일반적 정보, 제공기관별 파편화 정보 | 1 | 현지 실사 시 사업 위험요소 파악 | 1 |
| 지역민 우호도 등 현지 환경 | | | 1 | |
| 해당 국가의 실질적인 능력 파악 | | | 1 | |
| 현지 정부나 업체 커미션 등에 대한 비용 | 1 | 2 | F/S나 컨설팅을 위한 한국 정부의 지원 | 2 |
| 4단계 | 관련 법률에 대한 사전 정보 부족 | 3 | 정산관행, 계약 관련 정보 | 5 |
| | 복잡하고 오래 소요되는 자본 프로세스 | 1 | 금융기관 보증의 까다로운 조건 완화 | 1 |
| 5단계 | 발주 사업정보를 통한 제공 기관 및 사이트 부재 | 3 | 발주정보의 국가별/산업별 모음 | 4 |
| | | | 자금 조달 조건/상황 등의 사업 요구사항 | 2 |
| | | | 사업발주의 투명성 및 공정성 보장 | 2 |
| | 사례와 지식 정보 공유를 위한 산학연 협력체계 마련 | 3 | 지자체자금 활용한 국가사업 기회 확보 | 1 |
| | | | 상관습 및 거래 시 유의사항 정보 | 5 |
| | | | 사고유형에 따른 대응체계와 실행 방안 내역 | 4 |
| 각종 해외인증 등 외국정부의 규제 | 1 | 3 | 해외 비즈니스 활동 지원 정보(기업신용조사) | 3 |
| 국가 이력정보 시스템의 주기적 업데이트 미비 | 1 | 1 | 각국의 담당자 정보 | 1 |
| 대기업의 횡포 문제 계약서에 미반영 | 1 | 1 | 현지 진출 한국기업의 지원과 도움 | 1 |
| 6단계 | 공공영역 수출 기업이나 기관을 위한 종합적 지원 체계 구축 | 3 | 운영기관(미정)의 정보 관리 체계 구축 및 운영 방안 수립 | 1 |

세/면세 등) 미비로 감수해야 하는 손해에 대한 대응책이 요구사항의 주를 이루었다.

5단계(사업발주 및 실시)에서는 현재 각 기관마다 산발적으로 올라오고 있는 발주정보를 국가별/산업별로 통합 제공할 수 있는 채널에 대한 요구가 가장 컸다. 또한 사업운영 중 발생할 수 있는 여러 가지 변수들에 대응할 수 있는 케이스 별 대응전략에 대한 협업체계구축 및 지식DB 마련에 대한 요구가 이어졌다.

마지막으로 6단계(사후평가)에서는 본 플랫폼의 운영과 직결되는 문제로서 공공서비스 수출 기업이나 기관을 위한 종합적 지원체계구축이 문제점으로 지적되었고, 정보관리 체계 구축 및 운영 방안 수립이 요구사항으로 언급되었다.

본 요구분석에 따라 총 33가지의 요구사항이 도출되었으며, 3회 미만의 산발적인 응답률을 보인 22개 요인을 제거하면 11가지 요구사항이 도출되었다. 다수 응답한 내용을 바탕으로 정리하면 해외 진출을 결정하도록 컨설팅 할 수 있는 도구와 해외 진출 시 협업체계 마련, 그밖에 발주정보를 포함한 수출에 필요한 맞춤형 최신 정보(국가정보, 상관습, 법제도, 비즈니스 지원) 등이 새롭게 도출되었다.

2. 신서비스 도출

개방형 설문에서 나타난 결과를 바탕으로 보다 현실성 있고 체계적인 신서비스를 정의하기 위해 전문가 15인으로 구성된 FGI를 통하여 신 서비스들을 정의하였다. 이를 통해 다음 [표 5]와 같이 수출 단계별 지원되어야 하는 신 서비스 6가지를 도출하였으며, 세부 서비스 14가지의 내용을 정의하였다.

‘해외수출 역량진단 컨설팅 서비스’는 기존 KOTRA 및 중소기업수출지원센터의 기업역량진단과 달리 기업역량에 따라 진출 가능한 후보 국가를 도출해 주는 서비스로서, 이를 통해 다른 기업(선도기업 및 업종평균 대비)과의 비교 수준을 측정할 수 있다. ‘공공서비스 해외수출 정보마당 서비스’ 국내 공공서비스 및 주요 기술보유 기업을 홍보하기 위하여 공공서비스 분류체계를 개발하고 이에 따라 수출 가능한 서비스 패키지를 소개하는 서비스이다. ‘수출기업 네트워크 서비스’는 기존에 민간기업 특히 지사운영이 어려운 중소기업의 경우 더욱 접근이 어려웠던 현지 기업 및 에이전트와 국내 수출기업을 연결해 주는 서비스로서 각 부처별 공공정보의 개방과 연계가 필수적으로 요구된다. ‘해외 수출 지식거래소 서비스’는 법률정보 또는 상관습 정보 등을

표 5. 공공서비스 수출사업 지원을 위한 신 서비스 도출

| 수출 프로세스 | 요구사항 | 신 서비스명 | 세부 서비스 | 서비스 개발 내용 |
|----------|---------------------------------|----------------------|---|--|
| 1단계 | 국가별 최신이슈와 자금공여가능성 | 해외수출 역량진단 (컨설팅) | 1. 현지정보제공 2. 수출지원제도 정보제공 3. 사업요구사항 정보제공 4. 수출컨설팅 | -수출준비 기업이 자사의 역량을 바탕으로, 최적의 국가에 보유 서비스를 수출할 수 있도록 후보국가 도출 |
| | 시장규모 및 성장전망 정보 | | | |
| 2단계 | 기업 역량 별 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 기반 조성 | 공공서비스 해외수출 정보마당 (정보) | 5. 유관기관 정보제공 | -공공서비스 분류체계에 따라 한국형 공공서비스 소개 -관련 산업 종사자가 그들의 기술/시스템 소개 및 홍보 (ex. 위키피디아) -수입국(에이전트)이 공공서비스 목록을 바탕으로 필요한 패키지(package) 구성이 가능 |
| | 컨소시엄구성 시 믿음만한 전문기업, 유관기관 정보 | 수출기업 네트워크 (정보) | | |
| 2/5 단계 | 사업관련 의사결정자/조직정보 | 해외수출 지식거래소 (정보) | 6. 의사결정자 정보제공 7. 컨설턴트 정보제공 8. 전문인력 정보제공 | -협업을 위한 해외 네트워크 정보 (해외기업, 에이전트)를 제공 -국내 수출기업정보 Pool 제공 |
| | 정산관행, 계약 관련 정보 | | | |
| | 상관습 및 거래 시 유의사항 정보 | | | |
| 4/5/6 단계 | 에이전트의 신뢰도 측정 | 소통의장 (시스템) | 9. 법률 정보제공 10. 상관습 및 유의사항 정보제공 11. 에이전트 인증 | -에이전트와 수출기업 등이 필요 지식정보를 서로 구매/판매 -지식거래(상관습, 조직정보, 최근 이슈 등)를 활성화하고 수요자에 맞춤형 정보를 제공 |
| | 사고유형에 따른 대응체계와 실행 방안 상세 내역 | | | |
| 5단계 | 해외 비즈니스 활동 지원 정보 | 수출정보 안내지도 (정보) | 12. 커뮤니티 13. 사고대응체계 정보제공 | -관련업계 네트워크 형성(Grouping) -지식IN 가능 -지식마켓 거래에 필요한 1:1 질문 |
| | 발주정보의 국가별/산업별 모음 | | | |

보유하고 있는 개인과 기업으로부터 정보를 구매하고 평가를 통해 정보 제공자의 신뢰도를 인증하는 서비스로서 효과적인 서비스를 제공하기 위해서는 지식거래 프로세스와 평가체계에 대한 설계 및 과금 체계에 대한 연구가 진행되어야 한다. ‘소통의 장 서비스’는 기존 커뮤니티 서비스를 보다 최적화하여 참여 기업 간 실시간 피드백이 가능하도록 네트워크를 형성해 주는 서비스로서 이를 위해서 소셜 플랫폼(Social Platform) 구축이 고려될 수 있다. 마지막으로 ‘수출정보 안내지도 서비스’는 특히 중견 및 대기업에서 수요가 많이 발생한 서비스로서 각국의 발주정보를 한데 모아 필터링해주는 서비스이다. 기존 DEVEX사이트를 보완하여 접근성이 편하고 가독력이 높으며(입찰개요, 프로젝트정보, 담당자 정보, 첨부파일), 중복자료가 적은 사이트의 개발을 요구하였다.

공공서비스 수출은 정부가 사용하는 시스템을 외국 정부를 상대로 수출한다는 특성상 정부의 운영경험과 노하우 전수 등 기업과 정부의 포괄적인 협력과 정부차원의 지원이 필요하다. 도출된 서비스 역시 일반 민간 기업에서 접근하기 어려운 수출 대상국가의 조직도 및 의사결정자 정보 그리고 사업기획의도와 참여기업 정

보 등의 요구를 바탕으로 설계되었다. 따라서 서비스의 제공 및 운영주체는 광범위한 공공정보를 보유하고 있으며 대상국가의 고급정보 수집이 가능한 정부에서 담당하는 것이 타당하다. 이를 통해 우리정부의 신뢰를 기반으로 기업들의 해외사업 유치에 긍정적인 영향을 줄 수 있다.

한편, 신 서비스의 실제 도입을 위해서는 운영 및 비즈니스모델에 대한 검토가 필요할 것으로 사료되며 이를 통해 일부 서비스(‘수출 컨설팅 서비스’ 등)에 대해서는 민간 컨설팅기업의 참여를 통해 부분적 수익모델을 창출할 수 있을 것으로 기대된다.

3. 신서비스의 우선순위 도출 결과

3.1 측정항목별 점수평가

앞서 FGI를 실시하였던 동일 전문가 집단을 대상으로 6가지 신 서비스 제공에 있어 우선적으로 도입해야 할 서비스를 도출하기 위하여 14가지 세부 신 서비스에 대한 중요도와 실행용이성 항목을 축으로 점수평가(7점 척도)를 실시하였다. 점수평가 결과는 다음 [표 6]과 같다.

신서비스 6가지의 평균값을 살펴본 결과, 최소값은

표 6. 폐쇄형 설문 문항별 측정 결과(7점 척도)

| 서비스명 | 세부 서비스 항목 | 중요도 점수 | 실행용이성 점수 | 합계 | 우선순위 (1-14위) | 우선순위 (1-6위) |
|---------------------|----------------------|--------|----------|------|--------------|-------------|
| 해외수출역량진단 (컨설팅) | 1. 현지 정보제공 | 5.33 | 5.33 | 5.33 | 3 | 4 |
| | 2. 수출지원제도 정보제공 | 4.8 | 5.64 | 5.22 | 5 | |
| | 3. 사업요구사항 정보제공 | 5.4 | 4.13 | 4.77 | 11 | |
| | 4. 수출컨설팅 | 4.4 | 5.07 | 4.74 | 12 | |
| | 계 | 4.98 | 5.04 | 5.01 | - | |
| 공공서비스 해외수출정보마당 (정보) | 5. 유관기관(전문기업 등) 정보제공 | 5.13 | 5.47 | 5.30 | 4 | 2 |
| | 계 | 5.13 | 5.47 | 5.30 | - | |
| 수출기업네트워크 (정보) | 6. 의사결정자 정보제공 | 6.53 | 4.2 | 5.37 | 2 | 3 |
| | 7. 컨설턴트 정보제공 | 5.4 | 4.8 | 5.10 | 6 | |
| | 8. 전문인력 정보제공 | 5.6 | 4.13 | 4.87 | 10 | |
| | 계 | 5.84 | 4.38 | 5.11 | - | |
| 해외수출 지식거래소 (정보) | 9. 법률 정보제공 | 5.33 | 4.8 | 5.07 | 7 | 5 |
| | 10. 상관습 및 유의사항 정보제공 | 5.13 | 4.8 | 4.97 | 8 | |
| | 11. 에이전트 인증 | 5.2 | 3.87 | 4.54 | 13 | |
| | 계 | 5.05 | 4.35 | 4.86 | - | |
| 소통의 장 (시스템) | 12. 커뮤니티 | 4.87 | 4.93 | 4.9 | 9 | 6 |
| | 13. 사고대응체계 정보제공 | 4.53 | 3.93 | 4.23 | 14 | |
| | 계 | 4.7 | 4.43 | 4.57 | - | |
| 수출정보안내지도 (정보) | 14. 발주정보 통합제공 | 5.87 | 5.33 | 5.6 | 1 | 1 |
| | 계 | 5.87 | 5.33 | 5.6 | - | |

중요도 4.7, 실행용이성 4.35로 나타났으며, 최대값은 중요도 5.87, 실행용이성 5.47로 나타났다. 중요도와 실행용이성 모두 최소값을 기준으로 보면 높은 점수를 얻었다.

상위 랭크된 서비스들을 살펴보면 5단계 사업발주 및 실시에 필요한 서비스로서 ‘수출정보 안내지도 서비스’가 1위를 차지하였다. 구체적인 서비스로 ‘발주정보 통합제공 서비스’를 포함하는데, 이는 기존의 발주정보들이 기관마다 편제되어 있어 효율적으로 활용하기 어려웠던 발주정보를 나라별/산업별, 현지 사정, 사업추진 배경, 각국별 ODA 규모 정보 등으로 찾아보고 관리하기 쉽게 통합적으로 제공해주는 서비스이다. 현재 공공 서비스 수출을 희망하고 정부의 지원책이 절실한 기업은 중소기업들로 중소기업들은 수출에 관련 있는 전반적인 서비스를 제공받고자하는 경향이 있는 것으로 판단된다.

2위는 1단계 사업발굴 및 대상국가 선정에 필요한 서비스로서 ‘공공서비스 해외수출 정보마당 서비스’가 차지하였다. 구체적인 서비스로 ‘유관기관(전문기업 등) 정보제공 서비스’를 포함하는데, 이는 공공 서비스 수출의 기회 발굴을 위해 필요한 유관기관 및 전문기업들의 정보를 제공해주는 서비스이다.

3위는 2단계 대상국가 방문 및 사업 준비에 필요한 ‘수출기업 네트워크 서비스’가 차지하였다. 구체적인 서비스로 ‘의사결정자 정보제공 서비스’, ‘전문인력 정보제공 서비스’, ‘컨설턴트 정보제공 서비스’를 포함하는데, 공공서비스 수출은 대상국가에서 이루어지는 만큼 현지 국가의 사업 의사결정자가 사업 진행에 있어 중요하며, 반드시 현지 전문가가 필요함을 시사한다.

이밖에 4위는 ‘해외수출 역량진단 서비스’, 5위는 ‘해외수출 지식거래소 서비스’, 6위는 ‘소통의 장 서비스’, 7위는 ‘법률 정보제공 서비스’, 8위는 ‘상관습 및 유의사항 정보제공 서비스’가 차지하였다. 이를 통하여 공공서비스 수출 사업화를 위해 필요한 신서비스 중 수출 시 필요한 전반적인 정보 제공 서비스가 핵심이 되어야 한다는 것을 알 수 있다.

3.2 신서비스 우선순위 도출

전문가 FGI를 통해 도출된 상세 신 서비스 14가지

대상으로 서비스 제공에 있어 우선적으로 도입해야 할 서비스를 도출하기 위하여 중요도와 실행용이성 항목에 대한 점수평가(7점 척도)를 실시한 결과를 토대로 Portfolio Evaluation Quadrant 분석 한 결과는 다음 [그림 2]와 같다.

6가지 신서비스의 상세 서비스인 14가지의 각 신서비스의 중요도와 실행용이성 점수를 살펴본 결과 점수의 폭은 중요도 4.40~6.53, 실행용이성 3.87~5.64로 중요도의 차이가 소폭 넓은 것을 알 수 있다. 전체 신서비스 중 가장 중요하고 실행이 용이한 서비스로는 (I사분면) 1단계 사업발굴 조사 및 대상국가 선정단계에서의 ‘발주정보 통합제공 서비스’로 나타났다. ‘발주정보 통합제공 서비스’는 나라별/산업별, 현지 사정, 각국 ODA 규모 정보 등을 제공해주는 서비스로 현재 여러 부처에서 제각기 다른 양식으로 제공되고 있는 발주정보를 공통된 양식으로 통합적으로 열람하길 희망하는 요구가 높기 때문에 나타난 것으로 예상된다.

다음으로 중요성은 높으나 실행용이성이 상대적으로 낮은 서비스는(IV사분면) 2단계 대상국가 방문 및 사업 준비 단계에서의 전문인력 정보제공 서비스와 ‘의사결정자 정보제공 서비스’로 나타났다. ‘전문인력 정보제공 서비스’는 마케팅 또는 현지 언어가 능통한 해외 전문인력 및 수출에이전트 정보를 제공해주는 서비스로 아직까지 공공서비스 수출을 위한 전문 인력 확보가 되고 있지 않은 상황으로 신 서비스를 통해 더 많은 전문 인력 Pool제공이 과제로 남아있다. ‘의사결정자 정보제공 서비스’는 수원국의 사업과 관련이 있는 의사결정자 및 조직에 대한 정보를 제공해주는 서비스로 대상 국가의 조직 상황에 영향을 많이 받는 것에 대한 한계점에 기인한 것으로 추정된다.

반대로 실행용이성은 높으나 중요성이 상대적으로 낮은 서비스는(II사분면) ‘유관기관(전문기업 등)정보제공 서비스’, ‘수출지원제도 정보 서비스’, ‘현지 정보제공 서비스’, ‘수출컨설팅 서비스’, ‘컨설턴트 정보제공 서비스’, ‘법률 정보제공 서비스’, ‘상관습 및 유의사항정보 제공 서비스’, ‘커뮤니티 서비스’로 나타났다. 이와 같은 서비스는 이미 KOTRA 및 중소기업진흥공단 등의 기관에서 일부 제공하고 있기 때문에 업데이트 주기의 개

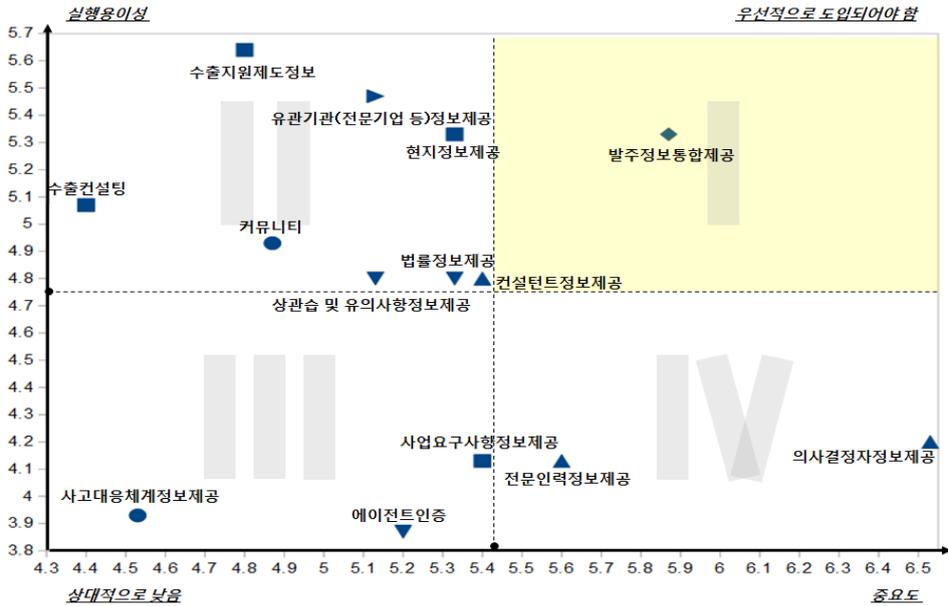


그림 2. 공공서비스 수출 사업화 지원을 위한 신 서비스 우선순위(중요도, 시급성 기준)

- ◆수출정보 안내지도 서비스, ■해외수출 역량진단 서비스, ▶공공서비스 해외수출 정보마당 서비스,
- ▲수출기업 네트워크 서비스, ▼해외수출 지식거래소 서비스, ●소통의 장 서비스

선 및 통합된 정보를 제공으로 향상된 서비스 제공이 가능하므로 실행용이성이 높게 나타난 것으로 예상된다.

한편, 중요성과 실행용이성이 모두 낮아 다른 서비스들에 비해 상대적으로 늦게 도입해도 되는 서비스는(Ⅲ사분면) ‘사고대응체계 정보제공 서비스’, ‘에이전트 인증 서비스’, ‘사업요구사항 정보제공 서비스’로 나타났다. 이는 ‘사고대응체계정보제공 서비스’는 사업진행 시 사고유형에 따른 대응체계와 실행방안 정보를 제공하는 서비스로 현재 한정된 공공서비스 수출에 대한 비공식적인 정보를 공식화 시키는 것에 대한 현실적 실행가능성을 고려한 것으로 추정된다. ‘에이전트 인증 서비스’와 ‘사업요구사항 정보제공 서비스’ 또한 비공식적으로 활동하는 수출에이전트에 대한 신뢰도 인증의 어려움과 대상국가 방문 시 사전 작업을 위한 인맥 등의 정보 수집에 대한 한계점에 기인한 것으로 추정된다.

중요도 및 실행용이성의 2가지 평가항목을 축으로 구성해본 4분위 포트폴리오를 통하여 6가지 신서비스의 세부적인 14가지 서비스 우선순위를 비교해 본 결과,

‘수출정보안내지도 서비스’ 중 ‘발주정보 통합제공 서비스’가 가장 우선적으로 도입되어야 할 서비스로 평가되었다. ‘수출기업 네트워크 서비스’ 중 ‘의사결정자 정보 제공 서비스’, ‘전문 인력 정보제공 서비스’의 중요도가 높게 나타나 우선적으로 도입되어야 하는 서비스로 평가되었다.

V. 결론 및 시사점

최근 전자정부의 국제적 위상 강화 및 수출 강세를 바탕으로 다양한 공공서비스에 대한 수출 요구가 증가하고 있다. 본 연구는 현재 분산된 정보와 행정체계 속에 공공서비스 수출을 활성화하기 위하여 수출 사업화 지원을 위한 신서비스 개발을 목적으로 한다.

이에 문헌연구 및 개방형 설문조사를 통해 수출 프레스 별 공공서비스 수출 시장의 문제점 및 요구사항을 도출 하였다. 또한, 공공서비스 수출 사업 전문가 및 이해관계자들을 대상으로 신서비스를 도출하고 중요도와

실행용이성 항목을 측정하여 신서비스 도입의 우선순위를 평가하였다.

개방형 설문을 통해 공공서비스 수출 사업의 문제점을 도출한 결과, 수출 2단계(대상국가 방문 및 사업준비)에서 실제 사업추진을 위한 협업 대상으로서 신뢰성 있는 파트너 선정이 가장 큰 이슈였으며, 이와 더불어 사업관련 의사결정자 및 조직정보 등이 요구사항으로 도출되었다. 그밖에 관련 법률 및 정산관행, 계약 관련 정보(통관정보, 인허가, 상거래, 관세/면세 등) 미비로 감수해야 하는 손해에 대한 대응책 및 발주 사업 정보, 그리고 공공영역 수출 기업이나 기관을 통합적으로 관리하기 위한 종합적 지원체계에 대한 요구사항이 도출되었다.

개방형 설문 결과에서 빈도수가 높게 측정된 요인들을 대상으로 FGI를 통하여 도출된 신 서비스는 '해외수출 역량진단 컨설팅 서비스', '공공서비스 해외수출 정보마당 서비스', '수출기업 네트워크 서비스', '해외 수출 지식거래소 서비스', '소통의 장 서비스', 그리고 '수출정보 안내지도 서비스'로 총 6가지(14가지 세부서비스)였다.

다음으로 신서비스의 우선순위 평가를 위해 공공서비스 수출 사업 전문가 및 이해관계자 15인을 대상으로 7점 척도를 활용하여 중요도와 실행용이성을 평가하였다. 그 결과, '수출정보 안내지도 서비스'가 1위를 차지하였는데, 특히 중견 및 대기업에서 수요가 많이 발생한 서비스로서 각국의 발주정보를 한데 모아 필터링해주는 서비스이다. 기존 DEVEX사이트를 보완하여 접근성이 편하고 가독력이 높으며(입찰개요, 프로젝트정보, 담당자 정보, 첨부파일), 중복자료가 적은 사이트의 개발을 요구하였다. 다음으로 2위는 '공공서비스 해외수출 정보마당 서비스'가 차지하였으며, 3위는 '수출기업 네트워크 서비스'가 차지하였다. 이는 공공서비스 수출은 대상국가에서 이루어지는 만큼 현지 국가와 사업에 대한 전반적인 이해가 상당히 중요하며, 반드시 현지 전문가와의 협력이 필요함을 시사한다. 이밖에 4위는 '해외수출 역량진단 서비스'로 공공서비스의 수출을 희망하는 중소기업이 자사의 현재 위치를 외부 컨설팅업체에 많은 비용을 사용하여 위탁하는 것은 자금조달 측면에서 어려운 경우가 많으므로 역량진단 서비스를

희망하고 있음을 알 수 있다. 5위는 '해외수출 지식거래소 서비스', 6위는 '소통의 장 서비스'가 차지하였다. 이는 공공서비스는 여러 종류의 서비스별 패키지로 수출되는 경우가 다수라는 점을 중요시 여겨 서비스 관련 이해관계자들이 한 곳에 모여 정보를 공유하고 활용하는 것이 필요함을 시사한다.

분석 결과를 활용한 포트폴리오 구성을 통하여, 중요성과 실행용이성을 각 축으로 살펴본 결과, 상대적으로 중요성이 실행용이성 보다 높게 나타난 서비스는 '의사결정자 정보제공 서비스'와 '전문인력 정보제공 서비스'로 나타났다. 특히 '의사결정자 정보제공 서비스'는 가장 중요한 서비스로 도출되었는데, 이는 대상국가를 방문하여 사전 작업 시 필요한 인맥정보, 조직정보 등 현지 전문가에 대한 필요성에서 기인한 것으로 추정된다. 이와 같은 정보는 민간기업에서 접근하는데 한계가 있기 때문에 정부의 적극적 개입이 요구된다.

이와 같이 본 연구에서는 기존에 연구가 미흡했던 공공서비스 분야에 전문가를 활용하여 공공서비스 수출 사업의 문제점 분석하고 요구사항 분석 및 평가를 바탕으로 신 서비스 우선순위를 도출하였다. 이는 향후 공공서비스 및 공공서비스 수출 관련 연구의 기초 자료로써 유용하게 쓰일 수 있을 것이다.

한편, 공공서비스 수출의 특성상 정부의 운영경험과 노하우 전수 등 기업과 정부의 포괄적인 협력과 정부차원의 지원이 필요하다. 따라서 신 서비스 도입에 선행하여 각 부처별 공공정보의 개방과 연계가 필수적으로 요구된다. 또한 신 서비스의 실제 도입을 위해서는 실시간 피드백이 가능한 소셜 플랫폼의 도입이 요구되며, 효율적 운영을 위한 비즈니스모델에 대한 검토가 필요할 것으로 판단된다. 이를 통해 일부 서비스('수출 컨설팅 서비스', '해외 수출 지식거래소 서비스' 등)에 대해서는 민간 컨설팅기업의 참여 및 과금체계 연구를 통해 부분적 수익모델을 창출할 수 있을 것으로 기대된다.

향후 효과적인 대비책으로 제안된 신 서비스를 순차적으로 개발하고 실행한다면 공공서비스 수출에 대한 통합적인 관리가 가능할 것이다. 이를 통해 수출 담당자들의 원활한 업무관리 뿐만 아니라 사업 후에 발생할 수 있는 리스크의 최소화에 기여할 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

- [1] 권혁인, 주희엽, 이진화, “전시서비스 혁신을 위한 ICT기반 신서비스 개발 전략”, 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제12호, p.210, 2011.
- [2] 김광재, 김용세, 김현수, 박광태, 박근완, 양인석, 이강운, 이상원, 임호순, 현소영, *서비스 사이언스*, 생능출판사, 2011.
- [3] 김은영, *중소기업 수출지원제도의 활용 및 수출 성과에 관한 연구*, 한남대학교, 박사학위논문, 2011.
- [4] 문신용, 윤기찬, *성과분석 평가의 이해-공공서비스의 통합적 분석*, 三英社, 2008.
- [5] 배준성, *공공분야 신서비스 모델 평가체계에 관한 연구*, 전남대학교, 박사학위논문, 2012.
- [6] 손희준, 강인재, 장노순, 최근열, *지방재정론*, 대영문화사, 2008.
- [7] 송효진, “국내외 IT 공적개발원조(ODA)사업의 추진 동향 분석”, 서울시립대학교 반부패시스템 연구소, 2013 Local Info. Issue Vol.5, 2013.
- [8] 양희태, 이기백, 최문기, “신 서비스 개발 시 사용자 참여 효과 및 활용 전략에 관한 연구”, 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제5호, p.494, 2013.
- [9] 엄광열, 고희렬, “강원도 의료기기산업의對外시아 수출시 문제점과 진출전략”, 관세학회지, 제13권, 제2호, pp.262-264, 2012.
- [10] 오명우, 김형준, 고준환, “서비스 사이언스에 기반을 둔 관광정보 서비스 개발에 관한 연구”, *Journal of Korea Spatial Information Society* Vol.21, No.1, pp.23-36, 2013.
- [11] 이미정, 송효진, 이선중, “한국의 전자정부 공적개발원조(ODA)사업 진단: 몽골과 베트남 사례를 중심으로”, *한국지역정보학회지*, 제16권, 제2호, pp.27-61, 2013.
- [12] 이순환, *공공부문의 서비스 품질 결정요인이 고객반응에 미치는 영향에 관한 연구*, 한국해양대학교, 박사학위논문, 2010.
- [13] 이재필, 이시경, “공공서비스 품질평가 모형 개발”, *한국공공관리학보*, 제22권, 제1호, pp.1-32, 2009.
- [14] 장경원, 이신호, 송운수, 김수웅, 조도현, 김석우, 김수현, *보건복지의료 분야 ODA(공적개발원조)사업의 효율적 추진방안 개발연구*, 한국보건산업진흥원, 2009.
- [15] 정보화국제협력팀, “올해 전자정부 수출 날개 달았다. 3억 4천만불 달성”, *행정안전부 보도자료*, 2012.
- [16] 정충식, 엄석진, “개발도상국 전자정부 지원 전략-전자정부 ODA 지원체계를 중심으로-”, *한국행정학회 동계학술대회*, Vol.2011, 2011.
- [17] 조정문, “한국형 IT ODA 수행모형 수립 방안”, *한국정보문화진흥원, KADO ISSUE REPORT* 통권 제46호, Vol.4, No.9, 2007.
- [18] 주희엽, 서해문, 박우출, 이진화, 이진규, “서비스 분야의 수출산업화 전략”, *한국정보기술학회지*, 제11권, 제1호, 2013.
- [19] 코트라(KOTRA), *2013 해외투자진출 종합가이드*, KOTRA해외투자협력센터, 2013.
- [20] 표한형, 오동운, 박태수, “수출 중소기업의 성장 단계별 수출결정요인 및 애로요인 연구”, *중소기업연구원*, 2011.
- [21] 홍창기, “국제무역거래에서의 수출업체의 문제점과 대비책에 관한 고찰”, *평택대학교 논문집*, 제18집, 2004.
- [22] H. J. Bullinger, K. P. Fahrnich, and T. Meiren, “Service engineering - methodical development of new service products,” *International Journal of production Economics*, Vol.85, 2003.
- [23] C. Fisher and J. T. Schutta, *Developing New Service Incorporating the Voice of the Customer into Strategic Service Development*. Milwaukee, WI: ASQ Quality Press, 2003.
- [24] D. Ginn and E. Varner, *design for six sigma memory jogger*, GOAL/QPC, 2003.
- [25] IBM, *Service Sciences, Management and Engineering*, IBM Research, 2004.

- [26] T. Meiren, *Service Engineering: Systematic Development of new Services, In Productivity and Quality Management Frontiers*, MCB University Press, Bradford, 1999.
- [27] <http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/idxsearch.cgi>

저 자 소 개

권혁인(Hyeog-In Kwon)

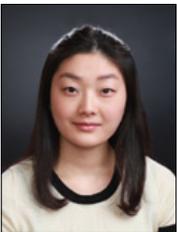
정회원



- 1983년 2월 : 중앙대학교 컴퓨터 공학(공학사)
 - 1985년 2월 : 중앙대학교 컴퓨터 공학(공학석사)
 - 1994년 2월 : 프랑스 파리 6대학 통신공학(공학박사)
 - 2007년 ~ 현재 : 중앙대학교 경영학부 교수
 - 2009년 ~ 현재 : BK21문화예술혁신연구단 단장
- <관심분야> : 비즈니스모델, 서비스사이언스, 인터넷 마케팅, 게임경영

이진화(Jin-Hwa Lee)

정회원



- 2003년 2월 : 중앙대학교 조소학과(예술학사)
 - 2006년 2월 : 중앙대학교 박물관·미술관학과(예술학석사)
 - 2010년 8월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과 박사과정
- <관심분야> : 전시비즈니스, 서비스모델, 신서비스개발, 산업혁신모델, 서비스사이언스

강지현(Ji-Hyun Kang)

정회원



- 2009년 8월 : 남서울대학교 국제 경영 유통학과(경영학사)
 - 2011년 4월 ~ 2012년 3월 : 일본 동경 法政大學 大學院 經營學研究科에서 研究生으로 재학
 - 2014년 8월 ~ 현재 : 중앙대학교 경영학과(경영학석사)
- <관심분야> : 신서비스 개발, 서비스모델, 서비스사이언스, IT전략, 농산물 유통