

Jeonbuk Institute

정책연구

2023-17

# 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 연구

A Study on Vitalization Plans for Jeollabuk-do's Overseas Trade Centers

나정호 정호중



## 설립목적

전라북도 및 전북지역 시군의 지역발전과 여성정책 등에 관련된 정책과제에 대하여 체계적인 조사·연구 활동을 통하여 지역단위의 정책개발 기능을 수행함으로써 지역발전에 기여

## 주요기능

- 도정에 관한 중장기 개발계획 및 주요현안에 대한 조사연구
- 지역경제, 지역발전, 지역여성에 관한 연구 및 정책 대안의 모색
- 정부, 전라북도 및 국내외의 연구기관과 민간단체의 각종 용역 수탁
- 연구 관련도서 및 간행물 출간
- 국내외 연구기관 간 공동연구 및 정보 교류·협력

## 연구진 소개

### 나정호

중앙대학교 경영학박사  
전북연구원 연구위원

### 정호중

부산대학교 식품자원경제학 석사  
전북연구원 전문연구원

Jeonbuk Institute

정책연구

2023-17

# 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 연구

A Study on Vitalization Plans for Jeollabuk-do's Overseas Trade Centers

나정호 정호중



## 연구진 및 연구 세부 분담

---

연구책임 나정호 | 연구위원 | 연구총괄  
공동연구 정호중 | 전문연구원 | 제2장 1절, 2절 일부, 3장 1절, 2절 일부

---

자문위원 김하영 | KOTRA 전북지원단 부단장  
노진호 | 순천향대학교 국제통상학과 교수  
문명자 | 한국무역보험공사 전북지사 부지사장  
손용운 | 한국무역협회 전북지역본부 팀장  
임현미 | 전라북도경제통상진흥원 통상전략팀장  
장은희 | 우석대학교 경영학부 교수

---

연구관리 코드 : 23JU03

이 보고서의 내용은 연구자의 의견으로서  
전북연구원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.



## 1. 연구목적 및 방법

- 이 연구는 현재 전라북도 해외통상거점센터 조직과 예산 규모로 최적의 성과를 도출하고, 통상이슈 대응력을 높이기 위하여 기획됨
- 전라북도 해외통상거점센터의 현지 정보 습득과 대응력을 강화하여 전략적 중요시장의 단계적 확장 여부에 대한 검토가 필요
- 현재 운영 중인 해외통상거점센터의 내실 있는 운영방안을 모색하고, 향후 지역 수출거점 확산에 대응하여 장기적 관점의 전라북도 수출생태계 조성에 이바지함
- 연구 방법은 통계분석, 문헌조사, 사례조사, 표적 집단면접 조사, 전문가그룹 자문 등을 수행하였음

## 2. 결론 및 정책제언

- 전라북도 해외통상거점센터 운영 활성화를 위하여 핵심사업을 중심으로 업무를 재편하여 소규모 인력과 예산의 한계를 극복하고, 사업 성과를 고도화하고, 명칭 변경, 공공성·신뢰성 보완 등 운영방식 개선이 필요함
- 첫째, 핵심사업 중심으로 현지 수출지원사업(기업역량 맞춤형 파트너 사업, 수출 상담센터 운영, 전문 통역 서비스)과 전라북도 수출업무지원 사업(열린 수출 상담회, 수출 전략상품 사전 조사, 전북제품 체험단, 전라북도 베트남·인도 수출지원협의회)을 추진할 것을 제안함
- 둘째, 전라북도 해외통상거점센터장에 전라북도경제통상진흥원 관계자를 임명하여 공

공공성과 신뢰성을 보완하고, 지원사업의 일부 유료화를 도입하여 서비스 품질 개선, 지원사업 실효성 강화를 도모함

- 셋째, 해외통상거점센터 성과평가를 현재의 결과평가 중심에서 과정평가, 사후관리·연속성평가, 만족도 평가 등 장기적 수출 지향성을 갖추게 하고, 전문가평가집단 운영으로 선순환 성장 체계를 확립함
- 이 연구 결과가 전라북도 해외통상거점센터 활성화 정책에 반영되면 해외센터 수출지원 업무 성과의 실질적 개선 효과, 전라북도 수출생태계 조성을 위한 방향성 확립 등 효과가 기대됨
- 연구 결과를 바탕으로 전라북도 해외통상거점센터 운영 활성화와 효율적인 정책사업 추진을 위한 제언은 다음과 같음
- 첫째, 전라북도 해외통상거점센터는 공공성과 신뢰성을 보완하여 장기적 수출지원 방향성을 확립, 지속 운영, 전략적 요충지 확대 등을 추진하고, “전라북도 해외수출지원센터”로 이름을 바꾸어 업무 범위를 명확히 해야 함
- 둘째, 다각적 성과평가 방식을 도입하여 실질적인 사업성과를 높이고, 지속 성장의 기회를 창출하는 “전북형 수출기업 성장학교”, “멘토링 프로그램” 등 전라북도 수출생태계를 고도화하는 지원정책을 구상·추진해야 함
- 셋째, 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터 간 네트워크 역량 강화를 통해서 “전라북도-베트남·인도 수출 코디네이터”로서 역량을 강화하고, 현지 수출 전문기관과 전라북도 수출지원 협의체를 운영해야 함
- 넷째, 해외통상거점센터는 “전라북도 베트남·인도 수출 종합 플랫폼” 지향성을 가지고 베트남, 인도 수출과 관련된 다양한 이용자가 모여 현안에 대응하고, 효율적인 신규 시장개척전략을 구상·추진하는 구심점이 되어야 함





---

# 차 례

## CONTENTS

---

요 약 ..... i

---

### 제1장 서론

1. 연구 배경과 목적 ..... 3  
가. 연구 배경 ..... 3  
나. 연구목적 ..... 5  
2. 선행연구 ..... 6  
가. 수출 활성화 연구 동향 ..... 6  
나. 전라북도 수출 활성화 관련 선행연구 ..... 11  
다. 해외통상거점센터 선행연구 시사점과 연구의 차별성 ..... 15

---

### 제2장 전라북도 해외통상거점센터 운영현황과 과제

1. 전라북도 수출현황 ..... 21  
가. 전라북도 수출지원정책 동향 ..... 21  
나. 전라북도 수출현황 ..... 27  
다. 전라북도 수출지원 정책 동향 시사점 ..... 31  
2. 전라북도 해외통상거점센터 운영현황 ..... 34  
가. 전라북도 해외통상거점센터 운영현황 ..... 34  
나. 전라북도 중국사무소 운영현황 ..... 42  
다. 전라북도 해외통상거점센터 인식조사 ..... 44  
3. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 과제 ..... 51  
가. 전라북도 해외통상거점센터 운영 효과 ..... 51  
나. 전라북도 해외통상거점센터 운영 개선 방향 검토 ..... 52

### 제3장 해외통상거점센터 사례조사

1. 해외통상거점센터 운영사례 .....	57
가. 지자체 해외통상거점센터 운영현황 .....	57
나. 지자체 해외통상거점센터 운영사례 시사점 .....	61
2. 해외통상거점센터 벤치마킹 사례 .....	64
가. 대한무역투자진흥공사(KOTRA) .....	64
나. 한국무역보험공사 .....	69
다. 한국무역협회 .....	73
라. 벤치마킹 사례 자문 조사 .....	78
3. 해외통상거점센터 운영사례 시사점 .....	86
가. 전라북도 해외통상거점센터 운영 필요성 .....	86
나. 전라북도 해외통상거점센터 운영방식 .....	87
다. 전라북도 해외통상거점센터 차별화 전략 .....	88

### 제4장 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안

1. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토 .....	93
가. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토 과정 .....	93
나. 전라북도 해외통상거점센터 운영 효과 .....	94
다. 전라북도 해외통상거점센터 지속·확대 요청 .....	95
2. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 .....	97
가. 전라북도 해외통상거점센터 업무분석 .....	97
나. 전라북도 해외통상거점센터 정책사업 제안 .....	100

---

## 차 례

### CONTENTS

---

3. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 운영체계 제안 .....	113
가. 전라북도 해외통상거점센터 명칭 변경 제안 .....	113
나. 전라북도 해외통상거점센터 운영방식 .....	114
다. 전라북도 해외통상거점센터 성과평가 .....	118

---

## 제5장 결론

1. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 기대효과 .....	127
가. 연구요약 .....	127
나. 기대효과 .....	131
2. 정책제언 .....	137
가. 전라북도 해외통상거점센터 지속 운영 .....	137
나. 장기적 관점의 수출지원 정책 구상과 추진 .....	137
다. 전라북도-해외 현지 네트워크 역량 강화 .....	138
라. 전라북도 수출 종합 플랫폼 지향성 .....	139

참 고 문 헌 .....	140
---------------	-----

영문요약 (Summary) .....	142
----------------------	-----

---

## 표 차례

### LIST OF TABLES

[표 1-1] 지자체 해외통상거점센터 관련 연구 검토 .....	7
[표 1-2] 수출 활성화 관련 연구 검토 .....	9
[표 1-3] 전라북도 수출 활성화 연구 검토 .....	13
[표 2-1] 전라북도 수출지원사업 .....	26
[표 2-2] 전라북도 수출입실적 .....	27
[표 2-3] 2022년 전라북도 10대 수출입품목 .....	27
[표 2-4] 2022년 전라북도 10대 수출입 국가 .....	28
[표 2-5] 2022년 전라북도 시군별 수출현황 .....	29
[표 2-6] 2022년 전라북도 중소기업 상세 품목별 수출현황 .....	30
[표 2-7] 2022년 전라북도 중소기업 국가별 수출현황 .....	30
[표 2-8] 전라북도 수출현황 .....	37
[표 2-9] 전라북도 해외통상거점센터 운영성과 .....	37
[표 2-10] 우리나라 지자체 중국사무소 운영현황 .....	43
[표 3-1] 전라북도 해외통상거점센터 추진사업 업무분석 결과 .....	81
[표 4-1] 전라북도 해외통상거점센터 추진사업 업무분석 결과 .....	99
[표 4-2] 전라북도 해외통상거점센터 주요 정책사업 제안 .....	111
[표 5-1] 전라북도 해외통상거점센터 이용기업의 신규업무 평가 결과 .....	132

---

## 그림 차례

### LIST OF FIGURES

---

[그림 1-1] 연구 차별성 .....	17
[그림 2-1] 정부의 수출지원 정책 동향 .....	24
[그림 2-2] 전라북도 수출정책 동향 시사점 .....	33
[그림 2-3] 전라북도 해외통상거점센터 운영상 고려사항 .....	41
[그림 2-4] 전라북도 기업의 해외시장개척단계 지원 희망 서비스 .....	47
[그림 2-5] 전라북도 기업의 해외통상거점센터 활성화 방향 제안 종합 .....	50
[그림 2-6] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 과제 .....	53
[그림 3-1] 지자체 해외통상거점센터 운영사례 시사점 .....	63
[그림 3-2] 대한무역투자진흥공사 경영전략 .....	64
[그림 3-3] 대한무역투자진흥공사 해외무역관 운영현황 .....	66
[그림 3-4] 한국무역보험공사 비전과 경영전략 .....	70
[그림 3-5] 한국무역보험공사 해외 지사 운영현황 .....	71
[그림 3-6] 한국무역협회 목표와 전략 .....	74
[그림 3-7] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 전문가그룹 제안 종합 .....	85
[그림 3-8] 해외통상거점센터 운영사례 시사점 .....	90
[그림 4-1] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토 과정 .....	93
[그림 4-2] 전라북도 해외통상거점센터 운영방식 제안 .....	117
[그림 4-3] 전라북도 해외통상거점센터 성과평가 방식 제안 .....	123
[그림 5-1] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 정책제언 .....	139



# 제 1 장

## 서론

1. 연구 배경과 목적
2. 선행연구







---

# 제 1 장 서론

## 1. 연구 배경과 목적

### 가. 연구 배경

- 전라북도는 지역 기업 수출 활성화를 지원하기 위하여 2019년부터 전라북도 해외통상거점센터를 운영하고 있음
  - 베트남 하노이(2019), 인도 뉴델리(2020)에 해외통상거점센터를 운영하고 있으며 현지 시장 기회 발굴과 마케팅 지원을 수행하고 있음
  - 전라북도 경제통상진흥원에서 위탁운영하고 있으며 시장조사, 수입업자 발굴, 상설전시관 운영, 수출 상담 지원, 우수상품 설명회 등 업무를 이행하고 있음
  - 2022년 기준 베트남, 인도 등 현지 시장진출을 희망하는 약 180개 도내기업의 업무를 지원하였으며, 소규모 우수상품 설명회 4회, 전라북도 수출 상담회 추진 시 수입업자 발굴 및 행사지원 6회, 코로나 19 대응 긴급 해외업무 대행 60건 등을 수행함
- 해외통상거점센터는 ‘현지’에서 마케팅 활동을 지원하며, 시간과 공간의 격차를 줄이는데 효과가 있음
  - 코로나19 확산 예방을 위한 글로벌 거리두기 극복에 효과적이었다는 평가가 있으며, 현지 상관습과 법·제도 등 정보역량이 상대적으로 낮은 중소·영세기업을 지원하였음
  - 베트남과 인도에서 운영 중인 해외통상거점센터는 전라북도에 중요한 해외 시장을 개척하고, 현장에서 발생하는 다양한 문제에 대한 대응력을 높이는 데 이바지하였음
- (해외통상거점센터 한계극복과 운영 활성화) 해외통상거점센터 업무 영역을 고려할 때 현재 조직규모와 예산 투입으로 최적의 성과를 도출하는 방안 모색이 필요함
  - 현지 시장의 법·제도, 문화와 관습, 언어, 시차 등 다양한 차이에서 기회를 발굴하기 위한 강점과 소규모 인력의 위탁운영에 따른 지속성, 실효성 한계 등 운영 특성 고려 필요

- 
- 해외통상거점센터 업무와 운영목적을 고려할 때 현재 조직규모와 예산으로 최적의 성과를 도출하는 방안 모색이 필요함
  - **(환경변화 대응과 전라북도 수출 활성화 차별화 전략)** 해외통상거점센터의 현재 역할과 코로나19 이후 급변하는 세계 통상이슈를 고려할 때, 지역 수출 활성화와 기업 대응력 제고 전략에 대한 검토 필요
    - 코로나19로 비대면 원격회의, 온라인 수출 상담회 등을 경험하면서, 시간과 공간의 격차에 대응하는 긍정적 평가가 있음
    - 전라북도는 전국 최초로 지역 수출 활성화를 직간접으로 지원하는 15개 기관 약 300개의 정책사업을 통합 관리하는 전라북도 수출통합지원센터를 운영하고 있으며, 이에 따라 각 기관에서 운영 중인 해외 정보 취득과 대응 역량 강화 목적 사업과 연계협력 가능성이 있음
    - 따라서 비대면 영상회의, 해외정보취득과 대응 지원을 목적으로 하는 다양한 정책사업의 연계협력 가능성을 높이면서 전라북도 해외통상거점센터 운영 활성화를 도모하는 기회를 활용할 수 있음
  - **(전라북도 수출 활성화 전략적 요충지 확장전략)** 해외통상거점센터의 현지 정보 습득과 대응력 강화 효과를 바탕으로 전략적 중요시장을 확장하는 전략에 대한 면밀한 검토가 필요
    - 코로나19 여파로 2021년 이후 신규 개설이 이루어지지 않았지만, 현지 방문에 어려움이 있는 기업의 정보수집과 마케팅 활동을 지원하는 성과를 달성하였음
    - 확장전략은 해외통상거점센터 운영에 따른 투입 예산과 정책적 성과를 다각적으로 검토해야 하므로 현재 두 지역의 센터 운영현황을 분석하고, 확장전략 구상과 추진 여부를 결정해야 함

---

## 나. 연구목적

- 이 연구의 목적은 현재 운영되는 베트남, 인도 해외통상거점센터의 한계극복과 활성화 방안을 모색하고, 향후 지역 수출거점 확산 대응체계를 마련하여, 전라북도 수출산업 생태계 조성에 이바지하는 데 있음
  - 전라북도 지역 수출 활성화에 이바지하는 기존 성과를 바탕으로 실질적인 수출 활성화 연계 전략과 성과 개선방안을 모색함
  - 전라북도 수출 활성화 전략의 해외기지 역할을 충실히 이행하고, 소규모 인력과 예산 한계를 극복하여 지원사업의 실효성을 높이도록 신규업무와 운영체계를 제안함
  - 장기적 관점의 전라북도 수출생태계 조성을 위하여 다각적 성과평가 방식을 제안하여, 해당연도 수출 지원사업 성과가 미래에 달성되는 중장기 사업도 안정적으로 추진할 수 있도록 함
  
- 이 연구 결과를 바탕으로 전라북도 해외통상거점센터 운영 활성화를 추진하면 지원사업의 실질적 효과 개선에 이바지할 수 있을 것으로 기대함
  - 인력과 예산 한계가 있다는 현재의 운영 상황을 고려하여, 해외, 중소기업 지원 등 필수 불가피한 업무와 수요자 만족도가 높은 지원사업을 중심으로 재편하여 적절한 업무량으로 실효성을 높일 수 있음
  - 해당연도의 지원사업 성과가 미래에 달성되는 중장기 기반 조성 사업과 단기 목적 사업을 균형 있게 추진하여 이상적인 전라북도 수출생태계를 만들어 갈 수 있으며, 내수기업의 수출기업 성장을 지원하고, 육성된 기업이 초보 기업을 지원하는 전복형 선순환 수출 지원 프로그램 운영이 가능함
  - 해외통상거점센터가 현지 전라북도 수출지원 플랫폼 역할을 담당하여 수출지원 정책의 지속성을 높이고, 현안 대응과 창의적 신규사업 발굴을 지원하여, 전복형 차별화 수출지원 프로그램 운영이 가능함

---

## 2. 선행연구

### 가. 수출 활성화 연구 동향

- 지역 수출 활성화 정책은 지자체별 차이는 있지만 대부분 300여 개의 정책사업 범위에서 추진되고 있으며, 이 연구는 해외통상거점센터의 운영 활성화에 초점을 맞추어 관련 문헌을 조사하였음
  - 해외통상거점센터에 대한 정책연구가 충청남도, 부산광역시, 경기도 등 일부 지자체에서 유사한 이름으로 검토한 바 있으며, '소규모 조직'이 '현지'에서 대응한다는 특성을 반영한 연구 동향을 검토하였음
  - 코로나19, 4차 산업혁명 시대 디지털 기술 접목 등 비대면 온라인 상담회, 디지털 플랫폼 활용 등으로 시간과 공간의 격차를 줄일 수 있는 기술적 진보가 이루어졌지만, 중소기업 역량 한계로 수출계약 체결 이전 실질적 업무협의 지원 필요성 존재
- 충청남도 국외비즈니스 지원거점 구축 연구에서 지역 전략과 시의성을 검토하여 베트남, 인도, 중국 등 시장을 발굴하고 명확한 운영 목표, 인력·조직 운영 체계화, 성과평가 체계 구축 등 전략을 제시함(송영현 외, 2019)
  - 지자체의 해외시장 전략기지로 활용하기 위해서 공공예산이 투입되므로 명확한 운영 목표를 설정하고, 목표 대비 성과평가를 철저히 해야 함
  - 이 연구는 충청남도의 경제사회 특성에 따라 베트남, 인도, 중국 등 맞춤형 전략을 수립하였으며, 전라북도 여건에 맞는 해외통상센터 운영 목표, 업무 정의, 성과지표, 활용 전략 등을 연구할 필요가 있음
- 경기도 중소기업의 중국 내륙시장 진출을 위한 경기비즈니스센터(GBC, gyeonggi business center) 입지로 충청을 선정하고 주요 업무를 검토하였음(이수형 외, 2016)
  - 이 연구에서 GBC의 주요 업무로 해외 마케팅 지원, 전시회 공동관 운영, 해외 G-Fair 개최, 통상촉진단 운영, 수출상담회 바이어 지원, 경기도 연락사무소 역할 등 수행을 제시하였음
  - 중국은 우리나라 최대의 교역 국가로 지자체별 중국 시장 발굴과 확장을 위한 노력이 이루어지고 있으므로, 전라북도 여건에 맞는 중국 시장 개척 전략 검토가 필요

- 지자체 해외 무역사무소 필요성을 인식하지만, 투입 예산 대비 성과 만족도가 높지 않은 문제를 해결해야 함(장정재 & 서옥순, 2014)
  - 부산 해외 무역사무소의 효율적 운영방안 연구에서 민간 네트워크 활용, 민간 전문가 영입, 해외사무소 투자유치 기지화 등 조직규모와 운영방식의 유연성을 높이는 방안을 제시함
  - 이 연구에서는 해외 무역사무소의 전문성 제고, 민간 네트워크 활용, 인원 충원과 예산 증액, 운영 독립성, 성과관리제도 도입 등 해외 무역사무소 운영 활성화 방안을 제시하였음

[표 1-1] 지자체 해외통상거점센터 관련 연구 검토

구분	세부 내용		
	연구개요	연구 방법	주요 연구내용
1	<p>과제명: 충남 국외비즈니스 지원 거점 구축 연구</p> <p>연구자: 송영현, 홍원표, 전춘복. (2019)</p> <p>연구목적: 충청남도 국외비즈니스 지원 거점 구축 방향과 운영방안 제시</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>전문가자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전략성과 시의성을 검토하여, 충청남도의 전략 시장으로 베트남, 인도, 중국 등을 선정</li> <li>• 효율적인 운영체계 제안: 명확한 운영 목표, 인력·조직 운영 체계화, 성과평가체계 구축 등</li> <li>• 시장별 맞춤형 특화전략: 베트남, 인도, 중국 등 경제사회 특성에 따른 차별화 특화전략</li> <li>• 충청남도 국외 비즈니스 지원거점 중장기 로드맵과 이행 방향 제시</li> </ul> <p>⇒ 전라북도 여건과 해외 수출입 시장 특성에 적합한 해외통상센터 운영 목표, 주요 업무, 성과지표, 활용 전략 등 검토 필요</p>
2	<p>과제명: 중국 충칭 GBC 구축 방안</p> <p>연구자: 이수행, 김군수, 김인수. (2016)</p> <p>연구목적: 경기도 중소기업의 중국 시장진출을 위한 GBC(Gyeonggi Business Center) 설립 필요성과 활용 전략을 제시</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>설문조사</p> <p>전문가자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 내륙지역 바이어 DB구축, 정보수집, 수요자 맞춤 마케팅 활동 지원 등 GBC 필요</li> <li>• 중국 내륙지역 시장개척의 거점 역할을 담당하는 GBC 입지로 충칭이 적정</li> <li>• GBC 주요 업무 제시: 해외 마케팅 지원, 전시회 공동관 운영, 해외 G-Fair 개최, 통상촉진단 운영, 수출상담회 구매자 지원, 경기도 연락사무소 역할 등 수행</li> </ul> <p>⇒ 중국 시장 중요성과 개척 지원을 위한 전라북도 상황에 적합한 해외통상센터 운영 전략 검토</p>
3	<p>과제명: 부산 해외무역사무소의 효율적 운영방안 연구</p> <p>연구자: 장정재, 서옥순. (2014)</p> <p>연구목적: 지자체 해외무역사무소 필요성은 인식되지만, 투입예산 대비 성과 만족도가 높지 않은 문제해결, 효율적 운영방안 제시</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>설문조사</p> <p>전문가자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 여건과 해외 수출입 시장 특성에 적합한 시장, 해외무역사무소 운영 효율화 방안 제시</li> <li>• 민간네트워크 활용, 민간 전문가 영입, 해외사무소 투자유치 전초기지화 등 조직규모와 운영방식의 유연성을 높임</li> <li>• 해외무역사무소 운영 활성화 방안 제시: 전문성 제고, 민간네트워크 활용, 인원 충원과 예산 증액, 운영 독립성, 성과관리제도 도입 등 필요</li> </ul> <p>⇒ 전라북도 상황에 적합한 해외통상센터 운영 전략 벤치마킹 활용</p>

자료: 연구자 작성

- 수출 유망산업과 품목을 늘리기 위해서는 적절한 시장 선점, 품질 경쟁력 제고, 해외 마케팅 역량 강화 등이 필요함(한정민 외, 2022)
  - 코로나19 발생으로 수출 유망산업(ICT 산업, 신산업, 신재생에너지산업 등) 내 수출 호조 품목의 변화 양상에 대응하고, 코로나 일상 시대의 수출 증대를 위해서 유명전시회, 무역상담회, 현지 박람회, 시장 개척단 파견 등 적극적인 개설 관계 개설 노력이 필요함
- 디지털 기술이 거래에 접목되면서 시간과 공간 격차를 줄일 수 있지만, 수출계약의 완성도를 높이기 위해서는 현지 지원 체계 구축이 필요함(엄부영 & 김하은, 2020)
  - 포스트 코로나19 시대에 중소벤처기업은 디지털 플랫폼을 활용할 수 있으므로, 이에 수반되는 근본적인 기업역량 강화가 필요함
  - 중소·영세기업의 역량 강화를 위하여 비대면 수출 전문 지원기업 육성, 수출기업과 지원기관의 디지털 역량 강화 등 수출 프로세스의 완성을 위한 후속 연계 시스템을 구축해야 함
- 해외 통상피해조사와 대응 지원을 위한 정부와 다양한 기관의 역할을 검토하고, 통상 피해 발생 시 현장 대응 역량을 높이는 방안을 제시함(대외경제정책연구원, 2022)
  - 우크라이나-러시아 전쟁을 비롯한 해외 통상피해를 지원하기 위한 무역조정지원제도 운영방안을 연구한 결과 통상애로 해소를 위한 지원정책사업이 산발적으로 진행되어 원활한 연계 필요성을 인식함
  - 해외 통상이슈에 대응하기 위해 새로운 판로개척, 원자재 수급 변경 등 범부처 차원의 협력과 연계가 필요하며, 무역조정지원제도를 비롯한 현장 대응 역량 중요성 인식
- 중소 수출기업은 디지털 기반 무역 활동을 통해 성장할 수 있으므로 이를 구체화하기 위한 역량 강화, 현지화 지원 등 중소기업에 맞춤형 정책지원이 필요함(주)민트기술, 2021)
  - 4차산업혁명 시대, 코로나19 등 글로벌 교역 환경변화에 따른 지속 가능한 성장을 위한 신무역전략으로 무역의 지속 성장 기여 강화, 데이터 기반 무역 서비스 지원 환경 구축, 혁신 및 디지털 전환 가속화 등 2030 무역정책 의제를 제안함
  - 포스트 코로나 시대, 글로벌 통상환경의 변화 추세에 맞추어 중소 수출기업과 신생기업 맞춤형 디지털 전환과 현지화 지원이 필요함

- 전라북도 수출입 1위, 2위 국가 간 갈등은 지자체 차원에서 대응하기 어려운 거시 정치·경제 이슈이지만 국가와 지역의 실익을 높이는 전략 모색이 필요함
  - 전라북도 수출입 1위 국가인 중국은 수출 중심에서 내수 중심으로 전환하고 있으므로 현지 소비시장 공략을 위한 정보수집과 민첩한 대응 전략이 필요함(대외경제정책연구원, 2020a)
  - 전라북도 수출에 중요한 미국과 중국 갈등에 대하여 복합적 문제 대응력을 높이기 위하여 정부의 외교 전략에 맞추어 전라북도 현지 시장개척 대안 마련 필요(대외경제정책연구원, 2020b)

[표 1-2] 수출 활성화 관련 연구 검토

구분	연구개요	세부 내용	
		연구 방법	주요 연구내용
1	<p>과제명: 위드 코로나 시대의 수출 유망품목과 수출 확대 방안 연구</p> <p>연구자: 한정민, 홍성욱, 김바우.(2022)</p> <p>연구목적: 위드코로나 시대 변화를 반영한 수출 유망산업에 대한 정보 제공과 수출 확대 방안, 선제적 수출 지원정책 구상에 기여</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>매트릭스분석</p> <p>전문기자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19 발생으로 수출 유망산업(ICT 산업, 신산업, 신재생에너지산업 등) 내 수출 호조 품목의 변화 양상이 다른 것으로 나타남</li> <li>• ICT 산업, 바이오헬스산업, 신재생에너지 산업 등 산업별 향후 수출 대응 전략 제시</li> <li>• 수출 유망산업과 품목을 늘리기 위해서 시장 선점, 품질경쟁력 제고, 해외 마케팅 지원 필요</li> <li>⇒ 적극적 시장개척을 위한 유명전시회, 무역상담회, 현지 박람회, 시장개척단 파견 등 필요</li> </ul>
2	<p>과제명: 포스트 코로나19 시대의 중소벤처기업 수출지원 대책 연구</p> <p>연구자: 임부영, 김하은.(2020)</p> <p>연구목적: 포스트 코로나19 대응을 위한 중소벤처기업의 수출대책을 제시하여, 수출 증대에 이바지함</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>면접조사</p> <p>설문조사</p> <p>전문기자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털 플랫폼을 활용하여 중소 수출기업을 지원할 방안 마련, 업종별·지역별 고도의 전문성 요구</li> <li>• 비대면 수출 전문 지원기업 육성: 자사 빅데이터, 수출 플랫폼 활용, 기존 수출대행사 차별화</li> <li>• 수출기업과 지원기관의 디지털 역량 강화, 글로벌공급망 전략적 다변화 대응, 중소기업 ODA 사업 전략·수행체계 구축과 지원</li> <li>⇒ 디지털 기술을 도입하여 시간·공간 격차를 줄일 수 있으므로 완성도를 높이는 기업 지원 시스템 구축 필요</li> </ul>
3	<p>과제명: 미중 전략경쟁 관련 우리의 대응 의존도 분석(경제통상 분야)</p> <p>연구자: 대외경제정책연구원.(2020a)</p> <p>연구목적: 미·중 갈등 장기화에 따른 우리나라 경제·통상 분야의 대응 전략 모색</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>GVC분석</p> <p>전문기자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국의 자본집약도, 노동생산성 변화 등 근본적 변화 동기를 파악하여 맞춤형 대응 필요</li> <li>• 경제·통상협력 관점에서 한·중 경제협력 패러다임 전환 노력 필요</li> <li>• 서비스, 첨단 기술 등 분야별 한중간 경제협력 전략과 미래 한중 경제협력 방향 제시</li> <li>⇒ 수출 중심에서 내수 중심으로 전환한 중국 소비 시장 공략을 위한 현지 정보수집과 민첩한 대응 전략 필요(전라북도 수출입 1위 국가, 중국)</li> </ul>

구분	연구개요	세부 내용	
		연구 방법	주요 연구내용
4	<p>과제명: 통상피해 지원을 위한 무역조정지원제도 원제도 세부 운영방안</p> <p>연구자: 대외경제정책연구원.(2022)</p> <p>연구목적: 우크라이나-러시아 전쟁 등 통상 피해 지원을 위한 무역조정지원제도 운영방안 제시</p>	<p>문헌조사</p> <p>법률분석</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>전문기자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 기업 통상애로에 대한 다양한 지원사업이 산발적으로 진행되고 있음</li> <li>• 무역조정지원제도를 통하여 통상이슈에 대한 판로개척, 원자재 수급 등 범부처 차원의 협력·연계 필요</li> </ul> <p>⇒ 통상피해조사와 대응을 지원하기 위한 다양한 기관의 역할과 통상피해 발생 시 “현장” 대응 역량이 중요함</p>
5	<p>과제명: 포스트 코로나 시대의 신무역 비전 및 전략 마련</p> <p>연구자: 주식회사 민트기술.(2021)</p> <p>연구목적: 4차산업혁명 시대, 코로나19 등 글로벌 교역 환경변화에 따른 지속 가능한 성장을 위한 신무역전략 수립</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>전문기자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2030 무역정책 의제 제안: 무역의 지속 성장 기여 강화, 데이터 기반 무역 서비스 지원 환경 구축, 혁신 및 디지털 전환 가속화 등</li> <li>• 글로벌 통상환경의 변화 추세에 맞추어 중소기업과 스타트업 맞춤형 디지털 전환과 현지화 지원이 필요</li> </ul> <p>⇒ 중소기업과 스타트업이 디지털 기반 무역 활동을 통해 성장할 수 있도록 역량 강화 지원, 현지화 지원 등 맞춤형 정책 필요</p>
6	<p>과제명: 미중 통상분쟁에 따른 한중 통상구조 변화</p> <p>연구자: 대외경제정책연구원.(2020b)</p> <p>연구목적: 미·중 갈등의 쟁점과 이에 대한 중국 입장과 대응 전략, 미·중 갈등 속에서 우리나라의 기본 대응 방향 모색</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>사례조사</p> <p>전문기자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미·중 갈등에 원칙적으로 국익 우선 및 피해 최소화 원칙, 시장원칙, 보편적 가치 존중, 다자주의 원칙으로 대응</li> <li>• 한국경제의 중국 영향력, 중국 시장의 잠재성, 협력 가능성 등 판단하여 중국 전략 재정립 필요</li> </ul> <p>⇒ 전라북도 수출에 중요한 미국과 중국 갈등에 대하여 복합적 문제 대응력을 높이기 위한 대안 마련 필요</p>
7	<p>연구명: 글로벌 디지털 B2B 플랫폼 활용이 수출기업 성과에 미치는 영향</p> <p>연구자: 이동열, 전동석.(2023)</p> <p>연구목적: 국내 중소기업의 내부 역량, 글로벌 지향성과 디지털 B2B 플랫폼 활용과 성과에 미치는 영향 분석</p>	<p>문헌조사</p> <p>설문조사</p> <p>가설검증</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중소기업의 수출마케팅 역량, 네트워크 지향성, 해외 지향성이 디지털 B2B 플랫폼 활용에 영향을 미침</li> <li>• 중소기업의 디지털 B2B 플랫폼 활용은 재무적·비재무적 성과 개선에 긍정적 효과 있음</li> </ul> <p>⇒ 중소기업의 수출 증대에 디지털 B2B 플랫폼이 활용될 수 있음</p>

자료: 연구자 작성



## 나. 전라북도 수출 활성화 관련 선행연구

- 전라북도 수출 활성화 관련 연구는 지자체의 수출 활성화 정책을 뒷받침하는 정책연구와 지역 대학의 학술연구가 다수 수행됨
- 전라북도 중소기업 수출벤처 생태계 구축을 통한 전라북도 지속 가능 경제 달성을 비전으로 선포하고 무역 통상환경 대응, 중소기업 수출경쟁력 강화, 수출지원사업 전문화·체계화를 추진전략으로 설정함(전북대학교 산학협력단, 2022)
  - 이 연구에서 중장기 로드맵으로 '단기' 기존 기업 수출 확대 → '중기' 신규기업 수출 촉진 → '(중장기) 신산업 수출 부가가치 창출을 제시함
  - 전라북도 수출 다변화를 위하여 기존 중국, 미국 중심의 교역 규모를 유지하되, 단기적으로 중남미, 아시아 시장, 중기적으로 일본 시장 등 다변화 전략 구상이 필요하다고 제안함
- 전라북도 수출 활성화 지원을 위하여 '기존 지원사업 효과성 제고', '외부효과 대응체계 구축', '전북형 수출 지원정책 추진' 등 3개 전략과 12개 정책사업을 제시함(나정호 외, 2020)
  - 이 연구에서 전라북도 수출 지원사업 효과성 제고를 위한 수출통합지원센터 필요성 제시하였고, 실제로 2020년 전라북도 수출통합지원센터가 출범·운영되고 있음
  - 중국, 동남아 중심의 표적 시장을 강화하는 전략으로 "전라북도 무역포럼", "전북-산동성 무역박람회", "전자상거래 물류 기반 조성", "콜드체인 거점 구축·운영" 등 '전북형 수출 지원사업'을 제안함
- 새만금 신항 활성화를 위한 전라북도 수출구조 분석에서 수출입 기종점 분석 결과 전북지역 취급 물동량과 대상 국가가 안정적 유지 추세에 있음(송민주, 2022)
  - 이 연구에서 전라북도 산업집중도, 특화도 등 수출국가 분석(HHI, LQ)결과 브라질, 벨기에, 폴란드, 홍콩, 스페인 순으로 나타나 신규 시장 개척 필요성을 검토할 필요가 있음
  - 기존 전라북도의 수출입 물동량 분석을 토대로 전라북도 기존 수출전략을 유지·강화하고, 중장기적으로 국가, 품목 등을 다각화하여 지속 가능한 발전과 글로벌 지역 이슈 발생에 대응 필요

- 수요자 특성과 수출실적 관계 분석을 통해 전라북도 중소기업 수출 지원 제도 개선, 지역 기업 수출 확대 방안을 제시함(공상기, 2022)
  - 식품산업, 자동차 산업 등 전라북도 특성화 가능 산업군을 중심으로 군집화하고 전략적 시장진출 모델을 수립할 수 있음
  - 경쟁력 있는 수출상품 개발, 지역 연고 식품산업, 농업 관련 중소기업 전략산업군 집중 육성, 영세한 중소기업 수출 기반 구축 지원 확대, 전자상거래 수출지원 강화, 전라북도 수출 전문 무역상사 육성 등 전라북도 중소기업 수출 지원 전략을 제안함
- 전라북도 중소기업 수출지원제도의 문제점과 해결방안 연구에서 현재 주력 국가와 교역 구조를 유지하면서 장기적으로 다각화 필요성을 제안함(임현미, 2022)
  - 정책사업 복잡성·유사성, 지원기관 편의 추구, 전문성 부족, 성과평가·사후관리 부족 등은 전라북도뿐 아니라 지역 수출지원정책의 전반적 문제점으로 인식됨
  - 수출지원사업 통합관리·공고, 수출기업 성장 사다리 지원 체계 구축, 미·중 교역 구조를 유지하면서 장기적으로 다변화 추진, FTA 활용 수출시장 개척 등 전라북도 수출지원정책 활성화 방안을 제시함
- 전라북도와 베트남 무역 활성화 방안 연구에서 베트남 해외통상거점센터 인력 부족, 예산 부족, 전문역량 보완 등 개선방안을 제시함(박도윤, 2022)
  - 이 연구는 무역특화지수, 현시비교우위지수 분석을 통하여 베트남 진출·투자 활성화, 베트남 내수시장 진출, 현지 베트남지사 활용 확대, 베트남 지원사업 활용, 전북 거주 베트남인과 베트남 기관 활용, 온오프라인 유통연계망, FTA 활용 등 전라북도-베트남 수출 활성화 방안을 제안함
  - 특히, 베트남 해외통상거점센터 사례를 연구하여 인력 확대, 예산증대, 전문역량 보완(컨설턴트, DB 구축 등) 등 전라북도 해외통상거점센터 운영 활성화 방향을 제시함
- 전라북도 식품기업의 국제화 전략 연구에서 본-글로벌 기업(born-global firms)의 국제화 전략 요인분석, 해외 시장 네트워크 확장전략을 검토함(김명호, 2020)
  - 기업가 역량과 자질, 기업의 역량과 틈새시장 공략, 기업의 해외네트워크 구축, 정부의 수출지원 정책사업 등은 본-글로벌 기업의 국제화에 영향을 미치는 것으로 분석됨
  - 해외네트워크 구축을 위해서 기업 자체 역량, 전략시장 발굴과 공략, 해외 시장 현지 홍보활동 등을 효과적으로 추진해야 함

- 한중 FTA 체결 이후 산업별 중국 수출전략 연구에서 전라북도 5대 전략산업별 무역 특화지수와 무역 연관지수를 분석함(김규정 & 김민호, 2016)
  - “그린에너지”, “자동차 기계”, “창조 ICT”, “탄소 융복합”, “농생명 산업” 등 전라북도 5대 전략산업별 중국 수출전략을 구상하고, 수평적·수직적 분업, 상호연관성을 나타내는 GL 지수분석 결과로 전략산업 별 연관 산업을 제시함
  - 지리적 특성과 정치·경제 환경을 고려할 때, 중국 수출전략의 고도화, 전라북도 전략산업 생태계를 구성하는 중소기업 수출지원을 위한 현지 대응 전략 수립 필요

[표 1-3] 전라북도 수출 활성화 연구 검토

구분	세부 내용		
	연구개요	연구 방법	주요 연구내용
1	<p>과제명: 전라북도 중소기업 수출 중장기 종합계획 수립 연구용역</p> <p>연구자: 전북대학교 산학협력단.(2022)</p> <p>연구목적: 전라북도 중소기업 수출진흥을 위한 5개년 계획 수립(2023~2027)</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>실증분석(비교 우위지수)</p> <p>사례조사</p> <p>설문조사</p> <p>전문가자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비전: 중소기업 수출벤처 생태계 구축을 통한 전라북도 지속 가능 경제 달성</li> <li>• 추진전략: 무역 통상환경 대응, 중소기업 수출 경쟁력 강화, 수출지원사업 전문화·체계화</li> <li>• (단기) 기존 기업 수출 확대→ (중기) 신규기업 수출 촉진→ (중장기) 신산업 수출 부가치 창출</li> </ul> <p>⇒ 전라북도 수출 다변화를 위하여 전략시장을 중남미, 아시아(단기), 미국, 일본(중기) 등 제시</p>
2	<p>과제명: 전라북도 수출 활성화 지원방안 연구</p> <p>연구자: 나정호, 이병훈, 정호중.(2020)</p> <p>연구목적: 전라북도 수출 활성화와 지속 가능한 수출 경쟁력 확보할 수 있도록 전라북도 차원의 지원방안을 제시</p>	<p>문헌조사</p> <p>통계분석</p> <p>기종점분석</p> <p>사례조사</p> <p>현장조사</p> <p>전문가자문조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전라북도 수출 활성화 지원을 위하여 '기존 지원사업 효과성 제고', '외부효과 대응체계 구축', '전북형 수출 지원정책 추진' 등 3개 전략, 12개 정책사업을 제시</li> <li>• 전라북도 수출 지원사업 효과성 제고를 위한 수출통합지원센터 필요성 제시</li> <li>• 전라북도 무역포럼, 전북-산동성 무역박람회, 전자상거래 물류 인프라, 콜드체인 거점 구축·운영 등 전라북도 특성과 수출 활성화 전략 제시</li> </ul> <p>⇒ 중국, 동남아 중심의 표적 시장을 강화하는 전략으로 전북형 수출 지원사업을 제시함</p>
3	<p>연구명: 새만금신항 활성화를 위한 전라북도 수출구조 분석에 관한 연구</p> <p>연구자: 송민주.(2022)</p> <p>연구목적: 전라북도 수출입 물동량을 분석하여 새만금신항 활성화 전략 제시</p>	<p>문헌조사</p> <p>사례조사</p> <p>통계조사</p> <p>기종점분석</p> <p>HHI, LQ분석</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기종점 분석 결과 전통적으로 전북지역 취급 물동량과 대상 국가의 안정적 유지 추세</li> <li>• 전라북도 산업집중도, 특화도 등 수출국가 분석(HHI, LQ) 결과 브라질, 벨기에, 폴란드, 홍콩, 스페인 순으로 나타나, 신규 시장개척 검토</li> </ul> <p>⇒ 기존 수출 중심의 전략을 보완하면서, 장기적 관점의 국가, 품목 확대 전략 검토</p>

4	<p>연구명: 전라북도의 중소기업 수출지원 제도 개선방안에 관한 연구  연구자: 공상기.(2022)  연구목적: 수요자 특성과 수출실적 관계 분석을 통해 전라북도 중소기업 수출 지원 제도 개선방안을 제시, 지역 기업 수출 확대에 이바지함</p>	<p>문헌조사  통계조사  면접조사  사례조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전라북도 중소기업 수출 지원 전략 제시: 경쟁력 있는 수출상품 개발, 지역 연고 식품산업, 농업 관련 중소기업 전략산업군 집중 육성, 영세한 중소기업 수출 기반 구축 지원 확대, 전자상거래 수출지원 강화, 전라북도 수출 전문 무역상사 육성 등</li> <li>⇒ 지역 특성화 가능 산업군을 중심으로 군집화, 전략적 시장진출 모델화 가능성 검토</li> </ul>
5	<p>연구명: 수출지원정책과 활성화에 관한 연구: 전북중소기업 성공사례 및 전북지역 지원정책을 중심으로  연구자: 임현미.(2022)  연구목적: 전라북도 중소기업 수출지원제도 현황, 성공사례를 고찰하여 문제점과 해결방안을 제시함</p>	<p>문헌조사  통계조사  사례조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전라북도 수출지원정책의 문제점 분석: 정책사업 복잡성·유사성, 지원기관 편의 추구, 전문성 부족, 성과평가·사후관리 부족 등</li> <li>• 수출지원사업 통합관리·공고(수출통합지원센터), 수출기업 성장 사다리 지원 체계 구축, 마·중유지 &amp; 다변화, FTA 활용 수출시장 개척 등 전라북도 수출지원정책 활성화 방안 제시</li> <li>⇒ 전략적 중요시장, 수요자 맞춤형, 중장기 발전 전략에 기반한 수출지원 추진 필요</li> </ul>
6	<p>연구명: 베트남 수출입 현황 분석을 통한 수출활성화 연구: 전북지역을 중심으로  연구자: 박도윤.(2022)  연구목적: 무역특화지수, 현시비교우위지수 분석을 통하여 전라북도와 베트남 무역 활성화 방안을 제시</p>	<p>문헌조사  통계조사  실증분석(무역특화지수, 현시비교우위지수 분석)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전라북도-베트남 수출 활성화 방안 제안: 베트남 진출·투자 활성화, 베트남 내수시장 진출, 현지 베트남지사 활용 확대, 베트남 지원사업 활용, 전북 거주 베트남인과 베트남 기관 활용, 온오프라인 유통연계망, FTA 활용</li> <li>• 베트남, 인도 등 전라북도 해외통상거점센터 운영 활성화 방향 제시: 인력 확대, 예산증대, 전문역량 보완(컨설턴트, DB 구축 등) 등</li> <li>⇒ 베트남 해외통상거점센터 인력 부족, 예산 부족, 전문역량 보완 등 개선방안 제시</li> </ul>
7	<p>연구명: 전라북도 식품기업의 국제화 전략에 관한 사례연구  연구자: 김명호.(2020)  연구목적: 본-글로벌 기업(born-global firms)의 국제화 전략 요인분석, 해외시장 진출을 추진하는 네트워크 확장전략 제시</p>	<p>문헌조사  통계조사  사례조사</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업이 역량과 자질, 기업의 역량과 틈새시장 공략, 기업의 해외네트워크 구축, 정부의 수출 지원 정책사업 등은 본-글로벌 기업의 국제화에 영향을 미치는 것으로 판단</li> <li>• 기업의 해외네트워크 구축은 해외 시장 제품홍보 등 현지 역량이 중요</li> <li>⇒ 해외네트워크 구축을 위해서 기업 자체 역량, 전략시장 발굴과 공략, 해외 시장 홍보활동 등을 효과적으로 추진해야 함</li> </ul>
8	<p>연구명: 한중 FTA 체결이후 한국의 산업별 대중 수출전략: 전라북도를 중심으로  연구자: 김규정, 김민호.(2016)  연구목적: 전라북도 5대 전략산업별 중국 수출전략을 수립하기 위하여 무역특화지수와 무역 연관지수 분석</p>	<p>문헌조사  통계조사  실증분석(무역특화지수, 무역연관지수)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 그린에너지, 자동차 기계, 창조 ICT, 탄소 융복합, 농생명 산업 등 전라북도 5대 전략산업별 중국 수출전략 제시</li> <li>• 수평적·수직적 분업, 상호연관성을 나타내는 GL 지수를 통해 전략산업별 연관 산업을 제시</li> <li>⇒ 지리적 특성과 정치·경제 환경을 고려할 때, 중국 수출전략의 고도화, 전라북도 전략산업 생태계를 구성하는 중소기업 수출지원을 위한 현지 대응 전략 수립 필요</li> </ul>

자료: 연구자 작성

## 다. 해외통상거점센터 선행연구 시사점과 연구의 차별성

### 1) 해외통상거점센터 관련 선행연구 시사점

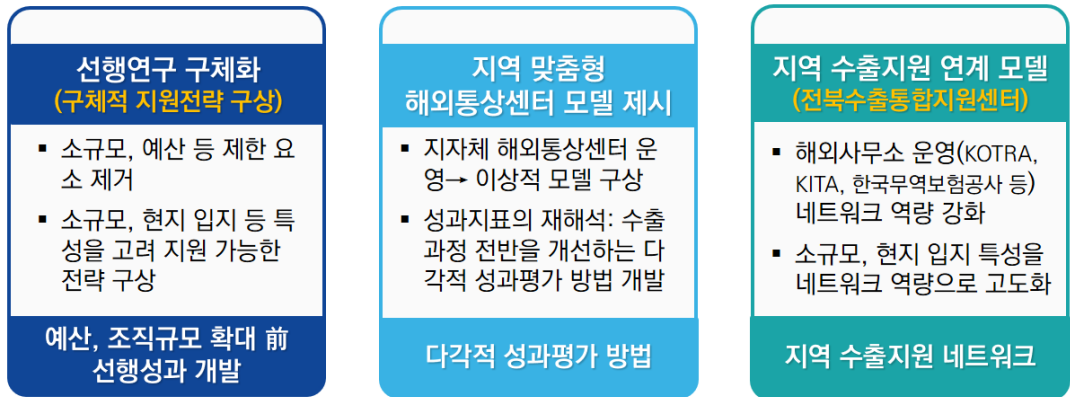
- **(디지털 트렌드 변화와 해외통상거점센터 존재 의미)** 코로나19, 디지털 기술이 도입된 환경에서 비대면·온라인 거래로 시간과 공간의 제약이 일부 해소되었지만, 여전히 현지 정보수집과 대응 역량 제고를 위한 거점 네트워크 필요성이 있음
  - 코로나19와 디지털 트렌드에 접목하여 비대면 플랫폼 기반의 온라인 상담회 방식이 익숙해지고 있지만, 궁극적인 수출계약 체결을 위해서는 수입업자 협상 과정과 계약체결의 종결이 중요함
  - 수출계약 체결과 이행을 위해서 수출업자는 수입업자의 판단에 의한 시장성과 별개로 현지 시장조사를 이행할 필요가 있으며, 이를 위한 현지 정보수집, 전문역이 중요함
- **(해외시장진출의 교두보)** 지자체가 해외통상거점센터를 운영하는 이유는 지역 수출기업의 해당 지역과 인접 지역 시장진출을 지원하기 위한 목적이 강함
  - 경기도의 경기비즈니스센터 설립, 부산광역시의 해외 무역사무소, 충청남도의 국외비즈니스센터 등 대부분 지역 수출기업의 현지화 대응력을 높이기 위한 목적으로 운영됨
  - 전략적 중요시장에 대한 정보수집과 대응, 현지 수출계약 체결 지원뿐 아니라, 인접 지역 확장을 위한 사전 조사, 대응을 위한 가치가 있음
- **(중소·영세기업의 현지화 역량 강화 지원)** 해외통상거점센터는 중소·영세기업이 상대적 열위에 있는 해외 현지화 역량을 보완해주는 역할을 담당할 수 있음
  - 중소·영세기업은 1인 기업, 또는 5인 미만의 소규모 형태로 현지 시장 조사를 위한 사전 준비, 시장조사 지역선정, 현지 교통편, 통역 등 해외 현지화 역량 한계를 경험하고 있음
  - 수출계약 체결을 위해서 수입업자를 소개받고, 수입업자의 의견을 전적으로 믿고 계약에 참여할 수밖에 없는 중소·영세기업의 부족한 정보력, 현지 시장 분석 능력 등을 보완해주는 역할이 중요함
  - 수출계약은 반복·지속적으로 유지되어야 효과가 크므로, 계약체결 이전 현지 시장 수요 분석과 확장 가능성 등을 타진할 필요가 있음

- **(중국시장 대응형 해외통상거점센터)** 미·중 갈등에 따른 정치 외교, 거시경제의 복잡한 현실에 처해있지만, 중국은 우리나라에 인접한 최대의 수출입 교역 국가이므로, 국익과 지역 경제 활성화를 뒷받침하는 수출기업지원이 필요함
  - 문재인정부와 윤석열정부의 미·중 갈등에 대한 정치 외교 전략의 차이가 있지만, 중국은 지리적, 경제적으로 우리나라 경제발전에 밀접한 영향이 있으므로, 적절한 대응 방안 모색이 필요함
  - 정치 외교적 문제와 경제적 문제는 복잡다기한 현상을 포함하므로 일반적인 해외통상거점센터 모델이 아닌 중국 수출 관련 지역 기업의 의사결정을 지원할 수 있는 형태를 검토할 필요가 있음
  
- **(주력산업 생태계 매칭과 확장)** 농생명 산업, 탄소 산업 등 전통적인 전라북도 주력산업 생태계의 공급망에 따른 전략시장 선정과 관련 기업의 수출 품목 거래 지원을 고도화하고, 지속·안정성을 높이기 위해 다변화 확장전략을 준비할 필요가 있음
  - 농생명 산업, 탄소 산업 등 전라북도의 주축산업과 미래 신산업 생태계 공급망(supply chain)에 따른 최적의 전략적 수출 네트워크를 중심으로 관련 생태계 참여기업의 수출지원을 고도화하는 정책은 유지할 필요가 있음
  - 글로벌 외생변수에 따른 불가항력적 요소가 전라북도 수출환경에 영향을 줄 수 있으므로, 장기적 안정성을 높이기 위해 다변화 확장전략도 준비할 필요가 있음

## 2) 연구 차별성

- **(선행연구 구체화)** 지자체 해외통상거점센터는 소규모 조직 형태로 운영되므로 다수 연구에서 운영 활성화 방향이 제시되었는데 이 연구에서는 구체적인 운영목적, 업무 범위, 협력 방법 등을 제시하고자 함
  - 해외통상거점센터는 소규모 조직, 제한적 예산으로 운영되므로, 다수 연구에서 제안한 조직규모 확대, 예산 지원 확대 등은 장기적 방향성은 있지만, 투입예산 대비 정책성가를 평가하는 공공예산 시스템을 고려할 때, 현 상황에서 방향성을 구체화하는 단계가 보완될 필요가 있음
  - 이 연구는 현재 전라북도의 예산 규모, 베트남, 인도 등 해외통상거점센터 인력구조에서 할 수 있는 역할, 운영목적, 업무 범위, 협력 방법 등을 구체적으로 제시할 계획임

- **(전북형 해외통상거점센터 모델 구상)** 해외통상거점센터는 명확한 모델이 존재하지 않으므로, 전라북도 정책 목적에 맞추어 설계할 필요가 있음
  - 이 연구에서는 전북형 해외통상거점센터 모델을 구상하여 베트남과 인도에서 운영 중인 거점센터가 전라북도 기업 수출 증대를 지원하고, 전라북도 통상정책 의사결정의 중요한 역할을 부여함
  - 전라북도 해외통상거점센터 운영목적에 적합한 다각적 성과평가 방법을 개발·제시하여 전라북도 통상정책 목적에 부합하도록 지원함
- **(전라북도 수출통합지원센터 연계 모델)** 전라북도 수출통합지원센터를 구성하는 15개 기관의 협력을 유도하여 소규모 조직, 한정된 예산·역량 한계극복 방안을 제시함
  - 전국 최초로 2020년에 출범·운영 중인 전라북도 수출통합지원센터의 직간접 수출지원 기관과 연계협력을 통하여 현재 조직의 소규모 인력, 한정된 예산·역량 한계극복 전략을 구체화함
  - KOTRA, 한국무역협회, 한국무역보험공사 등 세계적인 네트워크를 보유한 기관과 협력하여, 이들이 지원하는 업무의 중복성을 배제하고, 한정된 인력의 효율을 높이는 방안을 중심으로 운영 활성화 방안을 제시할 계획임



[그림 1-1] 연구 차별성



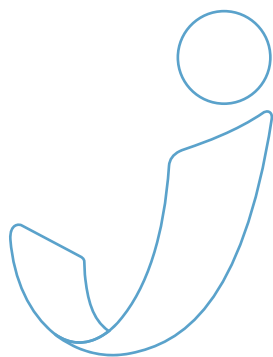




## 제 2 장

# 전라북도 해외통상거점센터 운영현황과 과제

1. 전라북도 수출현황
2. 전라북도 해외통상거점센터 운영현황
3. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 과제





## 제 2 장 전라북도 해외통상거점센터 운영현황과 과제

### 1. 전라북도 수출현황

#### 가. 전라북도 수출지원정책 동향

##### 1) 정부의 수출지원정책 동향

- 정부의 수출지원 정책은 윤석열정부 110대 국정과제에서 부처별 업무에 따라 구체화하는 형태를 보임
  - 정부 부처별 수출지원 정책 동향은 윤석열정부 110대 국정과제 중 국정 목표 2 “민간이 끌고 정부가 미치는 역동적 경제”에 포함된 수출지원 정책과 부처별 2023년 주요 업무계획으로 확인하였음
  - 수출 활성화와 관련된 국정과제는 “거시경제 안정과 대내외 리스크관리 강화”, “산업경쟁력과 공급망을 강화하는 신산업통상전략” 등이 밀접한 관련성이 있음(제20대 대통령직인수위원회, 2022)

##### 가) 산업통상자원부

- 산업통상자원부는 “튼튼한 실물경제, 꺾이지 않는 수출 강국”을 선포하여 2026년 “수출 5위, 제조 3위, 경제영토 1위 달성” 비전과 2023년 수출 활성화 목표로 수출 플러스 달성, 글로벌 통상 중추 국가 실현 등을 설정함(산업통상자원부, 2022)
  - (자원 부국·신흥시장 확장) 세계경기 둔화, 반도체 가격 하락 등으로 수출 역성장 전망에 따라 자원 부국과 신흥시장 수출드라이브로 수출 플러스 달성을 목표로 수립함
- (통합인증·중소기업 편익 제고) “해외인증 지원단” 신설로 정보 제공, 컨설팅, 시험, 평가 등 전주기 인증 지원 체계를 확충하여 위조 상품 방지를 통한 K-브랜드 보호, 소비재 수출을 지원함
  - 대통령 주재 “수출전략 회의”에서 범부처 수출지원협의회 운영을 결정함: 신선식품(농림부·국토부·해수부), 의류기기(복지부·산업부·중기부), 한류 콘텐츠(문체부·산업부·중기부·농림부·해수부), 무통관 수출(산업부·기재부·문체부·과기부)

- **(해외판로개척 지원 지속)** 전시회, 수출 바우처, 전문 무역상사 확대 등 맞춤형 지원으로 해외 판로개척과 중소기업 밀착지원 체계를 구축함
  - 전략·신흥시장의 해외공간 역할 강화, KOTRA 무역관 확대 등 우리나라 경제영토 확장, 수출시장 개척을 위한 현지 대응력 강화 추진
- **(디지털 무역 지원 체계 구축)** 디지털 무역에 필요한 콘텐츠 제작, 입점, 매칭, 마케팅 등 전주기 지원을 위한 디지털 무역 인프라 구축·확장
- **(주력 시장 확장전략: GVC·소비 트렌드 변화 대응)** 기존 수출 주력 시장인 미국, 중국, 아세안 국가는 신규 수출 아이템 발굴로 지속적인 수출 증대를 추진함
  - 미국(유망 프로젝트 수주, 소부장 수출), 중국(실버·엔젤·싱글용 프리미엄 소비재), 아세안(중간재, 한류·할랄 소비재) 등 주력 시장의 GVC(global value chain), 소비 트렌드 변화에 대응하여 신규 수출 아이템 발굴로 시장을 확대함
- **(잠재시장 개척전략: ODA 고도화, 공급망 협력 대응)** 아프리카, 대양주, 인도 등 잠재 시장 경제발전과 인구 증가에 대응하여 시장개척을 추진함
  - 아프리카(의료, 스마트팜, ICT 등), 대양주(에너지사업, 광물 등), 인도(온라인 소비재, 스타트업 진출 등) 등 잠재시장은 경제발전과 인구 증가에 따라 ODA 고도화, 공급망 협력으로 시장개척 성과를 높임

#### 나) 중소벤처기업부

- 중소벤처기업부의 수출 관련 정책목표는 “내수기업의 수출 기업화와 신시장 개척”으로 ‘수출·일자리 성장 버팀목’ 역할을 강화함(중소벤처기업부, 2022)
  - 수출 우수기업 지정으로 글로벌 강소기업을 육성하고, 바우처, R&D, 금융 등 다각적 지원을 추진하며, 내수기업이 직접 수출하는 단계로 성장하도록 지원함
  - 중동, 남미 등 신한류 신흥국가의 소비재 시장을 공략하여 수출국 다변화를 지원하고, 무역환경 디지털화에 대응하여 플랫폼 기반 수출지원 정책 등 중소기업을 위한 다양한 사업을 추진함

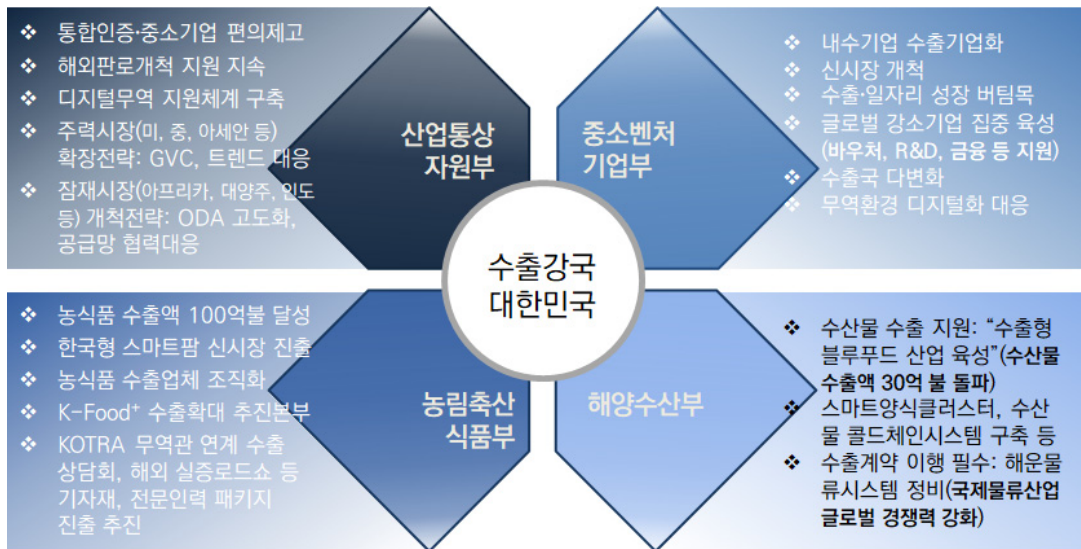
#### 다) 농림축산식품부

- 농림축산식품부의 수출 관련 정책목표는 “농식품 수출액 100억 불 달성과 한국형 스마트팜 신시장 진출”에 맞추어 세부 추진과제를 설정하였음(농림축산식품부, 2023)
  - 수출업체의 조직화로 물류, 마케팅 효율성을 높이고 기술 경쟁력을 확보하며, ODA 국제 기여로 국제사회 발전에 이바지하고 수출 저변을 확대하고자 함
- 농림축산식품부는 농식품 수출 확대를 위하여 K-Food+ 수출 확대 추진본부를 운영하고 수출시장 다변화, K-Food 수출 등을 지원함
  - 농식품, 스마트팜, 농기계 수출 확대를 위하여 “K-Food+ 수출 확대 추진본부”를 운영, 현장 애로사항 해결, 민관 협력사업 발굴 등을 추진함
  - 수출통합조직을 통해 생산부터 시장개척까지 단계별 맞춤 시스템을 구축하고 농산물 특화 물류체계를 구축하여 효율적인 수출 절차를 지원함
  - 한류 콘텐츠, 한류 행사 홍보 전략과 연계하여 해외 우수 한식당 지정제, 수출전략 품목별 한식 메뉴-인기 요리사 매칭 등 한식이 주도하는 K-Food 수출 확대를 추진함
- 스마트팜과 농기자재 수출을 확대하고, K-농업 해외전파를 통한 국격 제고와 기업 진출 기반을 조성함
  - 스마트팜 수출지원단을 통해 현지 KOTRA 무역관 연계 수출상담회, 해외 실증 로드쇼 등 국가별 기후·환경에 적합한 스마트팜 구축, 기자재·전문인력 패키지 진출을 추진함
  - 식량·농업기술의 인도적 지원, ODA, 국제협력 확대로 지역별 맞춤형 선진 농업기술을 전수하고, 해당 지역을 수출거점으로 활용함

#### 라) 해양수산부

- 해양수산부의 수출 관련 정책은 수출 계약이행에 필수적으로 요구되는 해운물류 시스템 정비와 수산물 수출지원이 있음(해양수산부, 2023)
  - “국제물류산업 경쟁력 강화”는 해운물류 산업 자체의 경쟁력 강화를 표방하지만, 궁극적으로 수출 주도 경제구조를 뒷받침하기 위한 파생적 물류산업의 연계성을 높이고자 함

- 수산물 수출 활성화를 위한 정책은 “수출형 블루푸드 산업 육성”으로 정리되며, 수산물 수출액 30억 불 돌파를 목표로 주력 품목별 단계 지표를 설정하였음
- 수출형 블루푸드 산업 육성을 위하여 스마트 양식 클러스터 조성, 수산물 콜드체인 시스템 구축, 소비자 동향 맞춤형 가공식품 개발, 수산 식품 수출기업 육성 등 세부 사업을 추진함
  - 수산물 특성상 생산과 유통·물류 전 과정의 생산성과 소비자 안심을 높이기 위하여 스마트 양식 클러스터를 구축하고 유통·물류 단계의 콜드체인 시스템을 완비할 계획임
  - 가치소비 확산 추세에 맞춘 미래식품 개발을 지원하고, 공동물류센터, 무역 지원센터 등 현지 애로를 해소하기 위한 수산식품수출원팀(해수부, 수협, aT, 수산무역협회, 한국수산물, KMI 등)을 운영함
  - 블루푸드 수출 확대를 위한 집중·연계형 마케팅과 국가별 맞춤형 스마트·친환경 양식 기술 ODA를 통한 국제 협력과 현지 시장개척을 지원함



[그림 2-1] 정부의 수출지원 정책 동향

## 2) 전라북도 수출지원 정책

- **(지역산업 마케팅 지원)** 급변하는 수출환경에 능동적으로 대응하여 도내 중소기업의 수출역량 및 경쟁력 제고로 수출 활성화를 지원함
  - 전라북도경제통상진흥원, KOTRA, 한국무역협회, 한국무역보험공사, 우정청 등 5개 주관기관이 맞춤형 기업 수출지원사업을 추진함
  - 수출기업 활성화 지원, FTA활용지원센터 운영, 해외 온라인 종합마케팅 지원, KOTRA 글로벌 네트워크 활용사업, 전시회 단체참가 지원, 다문화가족 활용 마케팅 지원, 온라인 기반 산업재 해외 마케팅 지원, 수출 및 투자 유공인의 날 행사, 수출보험 가입 지원, 국제특송 물류비 지원 등이 있음
- **(전라북도 해외통상거점센터 운영)** 수출 유망 지역에 중소기업 마케팅 지원을 위한 해외통상거점센터를 운영하여 우수상품 판로 확대, 수출 활성화를 지원함
  - 현재 베트남 하노이, 인도 뉴델리 등 2개소를 운영하고 있으며 시장조사, 수입업자 발굴, 수출 상담 지원, 우수상품 전시관 운영 등 현지 마케팅 업무를 지원하고 있음
- **(수출 새싹 기업육성)** OKTA, 전문 무역상사 등 민간 수출 전문 네트워크를 활용하여 전라북도 수출 초보 기업의 수출업무를 지원함
  - 수출 새싹 기업은 전년도 수출실적이 적은 중소기업으로 기업역량에 맞춘 시장조사, 수출마케팅 등 육성 프로그램을 지원하고 있음
- **(지역특화 청년 무역전문가 양성)** 전라북도 대학생을 대상으로 내수기업·수출 초보 기업의 현장 중심 마케팅과 실무경험 기회를 제공하여 무역전문가로 양성함
  - 산업통상자원부 공모사업에 선정된 “전북대학교 지역특화청년무역전문가양성사업단(2021~2023)”은 동남아시아 지역에 적합한 무역실무와 현장학습을 지원함
- **(전라북도 수출통합지원센터 운영)** 전라북도 수출지원사업의 수요자 맞춤형 통합 안내, 전문가 컨설팅 등을 체계적으로 관리하기 위한 수출통합관리시스템을 운영함
  - 전국 최초로 전라북도에서 출범·운영 중인 “전라북도 수출통합지원센터”는 수요자 편의를 높이고, 유사 정책사업의 연계·협력을 통해 실효성 제고를 목적으로 함

- 수출지원사업 통합 안내(1644-7155), 통상전문가 컨설팅, 수출통합지원시스템 유지관리, 수출 전담 지원 서비스 등 업무를 추진하며 수출기업 유형, 단계별, 지원기관 간 맞춤형 연계·협력을 지원함
- 2020년 11월 13개 기관의 참여로 시작된 “전라북도 수출통합지원센터”는 2022년 전북창조경제혁신센터, 2023년 한국산업단지공단 전북지역본부 등 참여 범위가 확대되고 있으며, 2023년 6월 기준 15개 기관이 전라북도 수출지원 업무를 긴밀히 연계·협력하고 있음

[표 2-1] 전라북도 수출지원사업

사업명	주요내용
지역산업마케팅 지원 (10개 세부 사업)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경제통상진흥원, KOTRA, 한국무역협회, 한국무역보험공사, 우정청 등 5개 주관기관</li> <li>• 수출 상담회(152개 기업), 전시회 참가(61개 기업), 무역사절단(53개 기업)</li> <li>• 온라인 종합마케팅(15개 기업), 코트라 네트워크 활용사업(65개 기업)</li> <li>• 마이오피스(40개 기업), 수출보험(1,218개 기업) 및 국제물류비(145개 기업) 등</li> </ul> ⇒ 해외 시장개척, 수출 기반 조성 등 해외 마케팅 지원
해외통상거점센터 운영 (베트남, 인도)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 신흥지역(베트남 하노이, 인도 뉴델리) 수출지원센터 운영</li> <li>• 글로벌 파트너 사업(현지 지사화), 현지 수입업체 견본제품 발송, 상설전시관 운영, 온·오프라인 수출상담회 운영 등 추진</li> </ul> ⇒ 시장조사, 수입업자 발굴, 수출 상담, 우수상품 전시관 운영 등 현지 마케팅 지원
수출새싹기업육성 (11개 기업)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전년도 수출실적 기준 수출 초보 기업 발굴 및 맞춤형 해외 마케팅 지원</li> </ul> ⇒ 전라북도 수출 새싹 기업 선정, 현지 수입업자 간 교류, 수출상담회 추진 지원
지역특화청년무역전문기양성 (30명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전북대학교 지역특화청년무역전문기양성사업단(2021~2023)을 지원하여 무역실무, 현장학습을 통해 동남아 시장진출을 희망하는 중소기업과 참여 학생 매칭 등 추진</li> </ul> ⇒ 전라북도 특화지역, 기업 맞춤형 전문인력 양성과 산학관 상생 협력 모델 고도화
전라북도 수출통합지원센터 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업 통합 안내(1644-7155), 통상전문가 컨설팅, 수출통합지원시스템 유지관리, 수출 전담 지원 서비스 등</li> <li>• 2020년 11월 13개 기관으로 시작, 2022년 전북창조경제혁신센터 참여, 2023년 한국산업단지공단 전북지역본부 참여, 2023년 현재 총 15개 기관이 연계·협력 유도</li> </ul> ⇒ 수출기업 수요에 맞춤형 지원이 가능하며, 유사·연계사업의 효율적 수행을 통한 정책 성과 개선 유도

자료: 전라북도 기업애로해소지원단 내부 자료. 연구자 재작성



## 나. 전라북도 수출현황

- 전라북도의 2022년 수출은 82억 2,200만 달러이며, 수입은 64억 9,800만 달러이며, 동제품, 정밀화학원료, 합성수지, 농기계 순으로 수출이 많으며, 식물성 물질, 농약 및 의약품 정밀화학원료, 목재류 순으로 수입이 많음
- 2020년 코로나19 영향으로 전라북도 수출실적은 58억 달러였으나, 2021년 78억 달러(33.8% 증가), 2022년 82억 달러(5.2% 증가)를 기록함

[표 2-2] 전라북도 수출입실적

(단위: 백만\$, %)

구분	2021		2022		
	누계	증가율	누계	증가율	
전라북도	수출	7,819	33.8	8,222	5.2
	수입	6,102	27.9	6,498	6.5
	수지	1,717	-	1,724	-
전국	수출	644,439	25.7	683,750	6.1
	수입	615,037	31.5	731,217	18.9
	수지	29,402	-	-47,467	-

주: 증가율은 전년 대비, 누계는 1-12월 기준, 자료: 한국무역협회 홈페이지. (stat.kita.net). 재구성.

[표 2-3] 2022년 전라북도 10대 수출입품목

(단위: 천달러, %)

수출			수입		
품목	금액	증가율	품목	금액	증가율
동제품	724,479	7.5	식물성물질	1,002,393	38.1
정밀화학원료	646,074	11.0	농약 및 의약품	590,815	-17.3
합성수지	602,630	-9.0	정밀화학원료	388,034	40.9
농기계	581,140	30.1	목재류	417,972	3.4
건설광산기계	572,959	19.9	알루미늄	184,148	-9.3
자동차	530,021	6.2	동제품	268,990	4.4
농약 및 의약품	516,254	-3.5	농기계	280,926	1.1
선재봉강 및 철근	331,111	-1.3	철강판	169,412	42.2
종이제품	312,912	7.0	자동차부품	296,183	51.6
자동차부품	277,007	0.9	제지원료	175,592	6.2

주: MTI 3단위 기준, 증가율은 전년 대비, 자료: 한국무역협회 홈페이지. (stat.kita.net). 재구성.

- 주요 수출입 국가는 미국, 중국, 일본, 베트남 순이며, 2021년 최대 수출국은 중국이었으나 2022년은 미국이 수출 최대국가로 집계됨
  - 수출입 교역량 전체는 중국이 1위이지만, 미국이 수출 1위로 올라선 이유는 전라북도 주력 수출 품목인 농기계, 동제품 등에서 미국 수출이 증가, 중국 수출은 감소한 영향으로 판단됨

[표 2-4] 2022년 전라북도 10대 수출입 국가

(단위: 천달러, %)

수출			수입		
국가	금액	증가율	국가	금액	증가율
미국	1,703,103	26.4	중국	1,389,924	-5.8
중국	1,422,158	-14.1	일본	848,605	-5.8
베트남	488,822	8.9	미국	603,659	-3.9
일본	480,163	-1.3	베트남	430,334	44.1
폴란드	307,635	11.6	아르헨티나	361,510	68.8
인도네시아	196,452	11.3	브라질	321,029	29.0
브라질	187,061	-15.3	독일	283,969	-6.2
멕시코	186,946	25.9	인도	249,946	-13.1
태국	184,453	-15.6	인도네시아	194,244	12.0
인도	177,096	-16.0	말레이시아	157,187	26.8

주: MTI 3단위 기준, 증가율은 전년 대비, 자료: 한국무역협회 홈페이지. (stat.kita.net). 재구성.

- 2022년 전라북도 시군별 수출현황을 살펴보면 군산시, 익산시, 완주군, 정읍시, 전주시 순으로 나타났으며, 전년 대비 5.2%가량 증가함

[표 2-5] 2022년 전라북도 시군별 수출현황

(단위: 천달러, %)

시군	금액	전년 대비 증감률
고창군	3,792	-17.2
군산시	2,685,073	9.4
김제시	327,100	32.2
남원시	42,072	-2.7
무주군	8,073	25.4
부안군	30,963	-25.3
순창군	3,270	13.8
완주군	1,573,041	4.5
익산시	1,802,229	-0.3
임실군	146,288	48.6
장수군	6,945	-1.9
전주시	788,457	-15.8
정읍시	801,360	21.8
진안군	3,425	-54.9
전라북도 전체	8,222,087	5.2

주: 시군 가나다순, 자료: 전라북도 수출통합지원센터. 재구성.

- 전라북도 중소기업 수출 합계는 2022년 17억 378만 달러이며, 전년 대비 16.4% 상승한 것으로 나타났으며, 전라북도 전체 기업 수출(82억 2,200만)이 전년 대비 5.2% 성장한 것보다 성장률이 높음
- 전라북도 중소기업 수출은 사료, 기타 화학품, 열교환기 등 기계, 플라스틱 관과 파이프 등이 증가하였고, 반도체 장치와 플라스틱 시트와 필름은 전년 대비 감소한 것으로 나타남
- 중소기업의 주요 국가별 수출현황을 살펴보면 중국, 미국, 일본, 베트남 순이며, 은 수출의 급증에 따라 스위스가 5위를 기록했으며, 아랍에미리트의 무기류 부분품 수출 증가가 두드러졌음

[표 2-6] 2022년 전라북도 중소기업 상세 품목별 수출현황

(단위: 천달러, %)

품목	금액	전년 대비 증감률
사료	120,112	63.4
기타 화학품	107,426	1,214.4
열교환기 등 기계	66,795	66.1
플라스틱 관, 파이프	66,556	125.3
귀금속 보석	61,657	0.7
반도체 장치	59,733	-45.4
무기류 부분품	59,364	5.9
은	57,699	172.5
자동차 부분품	50,987	-8.9
플라스틱 시트, 필름	44,558	-14.7
전라북도 중소기업 전체	1,703,778	16.4

자료: 전라북도 수출통합지원센터. 재구성.

[표 2-7] 2022년 전라북도 중소기업 국가별 수출현황

(단위: 천달러, %)

품목	금액	전년 대비 증감률
중국	300,316	-9.2
미국	277,716	24.9
일본	171,208	-6.1
베트남	93,120	-2.1
스위스	92,780	193.6
태국	65,328	-0.9
멕시코	56,997	21.3
말레이시아	54,180	26.5
러시아	44,067	16.9
아랍에미리트	43,352	115.1
전라북도 중소기업 전체	1,703,778	16.4

자료: 전라북도 수출통합지원센터. 재구성.

## 다. 전라북도 수출지원 정책 동향 시사점

- (전라북도 수출 활성화 조정역할과 차별화 전략) 전라북도는 정부와 수출기업 중간에서 정책 완성도(Top-down)를 높이고, 수출기업이 희망하는 정책사업(Bottom-up)을 지원하는 역할을 담당해야 함
  - 전라북도 수출통합지원센터 운영사례처럼 지자체가 원스톱 통합지원 체계를 주도하여 정부 정책 방향성에 부합하고, 지역 여건에 맞는 특성화 추진 동력으로 활용할 수 있음
  - 전라북도의 수출 활성화 지원사업은 정부의 정책 방향에 부합하도록 일관성을 높이면서, 지리적, 경제적 강점과 지역 기업의 수요를 반영한 차별화 전략을 수립해야 함
- (수출시장 다변화·다각화 대응) 자원 부국·신흥시장 수출드라이브 정책목표는 수출시장 다변화·다각화를 통해 안정적, 지속적 성장 기반을 조성하고자 함
  - 전라북도는 “지역산업 마케팅 지원”사업을 통해 정부 정책에 부합하는 방향으로 5개 전문기관과 함께 수출 활성화 지원, 해외 수출시장 다변화 정책을 지속하고 있음
  - 베트남과 인도에 운영 중인 전라북도 해외통상거점센터는 현지 정보수집과 대응을 지원하고 있으며, 지속적·안정적 수출거래를 위한 현지 시장조사, 수입업자 발굴 등 중소기업 수출에 이바지함
  - 중국, 미국, 일본, 베트남 등은 전라북도 중소기업 수출의 중요한 전략시장이므로, 이들 시장에 대한 경쟁력을 유지할 필요가 있으며, 중소기업 수출이 증가한 스위스, 아랍에미리트 등 새로운 시장 확장 기회를 잘 활용해야 함
- (수요자 편의 제고, 전주기 통합지원 추세) K-브랜드 인증 관련 12개 기관 MOU로 출범한 “해외인증 지원단”, 영역별 부처 간 “수출지원협의회” 등 전주기 통합지원 추세가 강화되고 있음
  - 전주기 통합지원 흐름은 첫째, 원스톱 지원, 둘째, 단계별 맞춤 지원 등 두 가지 관점에서 수요자 편의성을 높일 수 있음
  - 수요자 편의를 높이고, 유사·연계사업의 성과를 개선하기 위한 정책 목적성이 있으며, 전라북도 수출통합지원센터는 이러한 동향에 선제적으로 대응한 대표적 형태로 판단됨

- **(중소기업 해외판로개척 정책 부합)** 전시회, 박람회 등 중소기업의 해외시장과 판로개척은 중소기업의 해외지사화를 지원하는 유효한 정책으로 인식되고 있음
  - 해양수산부의 수산식품수출원팀 운영과 해외홍보관, K-씨푸드 글로벌위크 등 한류마케팅 지원은 현지 시장 소비자 경향 분석과 수입업자 거래관계 개설에 초점을 맞춘 활동으로 지속 지원이 예상됨
  - 전라북도 해외통상거점센터를 운영하는 정책 목적과 맞으며, 해외 시장개척 효과를 높이고, 지속·안정적 수출거래 관계를 형성하도록 고도화 전략 검토 필요
  - 디지털 무역 흐름은 불가역적 현상이며, 수출계약의 완성은 현지 시장조사와 수입업자 협의를 통한 계약체결과 이행이므로 해외통상거점센터를 전라북도 중소·영세기업의 해외 판로개척의 수단으로 활용함
  
- **(아세안 한류·할랄 소비재 중심 확장)** 할랄 소비가 많은 인도네시아, 말레이시아 등 동남아시아 할랄 시장에 대한 대응력 강화 필요
  - 할랄 수출지원기관 협의체(2023년 상반기)가 구축되면 할랄 시장정보 제공, 컨설팅, 인증 지원 등을 추진하여 할랄 소비재 시장개척, 현지 대응 지원 수요가 증가할 것으로 전망됨
  - 베트남은 한류 소비재 확대에 유망한 시장이지만 할랄 문화권은 아니므로 인도네시아, 말레이시아 등 동남아시아 지역 할랄 문화권 확장을 검토할 필요가 있음
  
- **(인도 온라인 소비재, 스타트업 진출 지원)** 경제발전과 인구 증가 추세가 지속될 것으로 예상되는 인도 시장은 정부가 소비재, 신생기업 지원을 통한 ODA 고도화, 공급망 협력 정책을 추진하고 있음
  - 인도 뉴델리에 개설된 전라북도 해외통상거점센터의 현지 시장조사와 수입업자 매칭, 우수상품 전시 등 홍보활동을 통하여 소비재 판로 확장 효과를 높일 수 있음



[그림 2-2] 전라북도 수출정책 동향 시사점

---

## 2. 전라북도 해외통상거점센터 운영현황

### 가. 전라북도 해외통상거점센터 운영현황

#### 1) 전라북도 해외통상거점센터 주요 업무

- 전라북도 해외통상거점센터는 「전라북도 행정기구 설치 및 정원 운영에 관한 조례 시행규칙」 제4조 제5항 제48호에 의거 기업애로해소지원단에서 운영하고 있음
- 베트남 하노이에 있는 전라북도 해외통상거점센터는 센터장 1명, 직원 3명(한국인 2명, 현지인 2명)으로 구성되어 있으며, 2019년 11월 개소함
  - 전라북도 하노이 해외통상거점센터 면적은 132㎡(약 40평)이며, 사무공간 33㎡, 상담실 17㎡, 샘플전시관 17㎡, 기타 33㎡ 등으로 구성됨
  - 위탁사업자(에스엠비엘)는 베트남 하노이 한인회, 하노이 코참(KOCHAM, 베트남 한인 상인연합회) 자문위원 활동을 담당한 경험이 있어 베트남 현지 정보와 상관습에 익숙함
  - 전라북도가 매년 예산을 지원하여 현지 임차비, 인건비, 수출기업지원, 국내외 여비 등으로 활용되며, 관리기관은 전라북도경제통상진흥원임
- 인도 뉴델리에 있는 전라북도 해외통상거점센터는 2020년 11월 개소하였고 센터장 1명, 직원 3명(한국인 2명, 현지인 2명)으로 구성되어 있음
  - 전라북도 뉴델리 해외통상거점센터 면적은 307㎡(약 90평)이며, 사무공간 30㎡, 화상 회의실 38㎡, 샘플전시관 35㎡, 회의실 26㎡ 등으로 구성됨
  - 위탁사업자(코인도 트레이딩)는 인도 KOTRA 지역 전문가, 중소벤처기업부 해외 민간네트워크 활동을 담당한 경험이 있어 인도 현지 정보와 상관습에 익숙함
- 전라북도 해외통상거점센터는 시장조사, 수입업자 발굴, 상설전시관 운영, 수출 상담 지원, 우수상품 설명회 등 해외 현지 마케팅 지원 업무를 담당함
  - 전라북도경제통상진흥원 해외통상본부(통상전략팀)가 관리 주체로 베트남, 인도 해외통상거점센터와 위탁계약을 체결, 운영하고 있음



- 현지 시장 정보수집과 마케팅 지원사업 특성에 맞추어 전라북도 기업 모집과 의견 전달은 전라북도경제통상진흥원이 담당하고, 현지 정보수집과 마케팅 업무를 해외통상거점센터가 수행하는 업무체계임
- 시간과 공간 격차에 따른 업무 조정을 위하여 매주 영상회의 방식으로 주요 업무추진과 주간 이슈, 대응 전략 등을 협의하고 있으며, 월 1회 전체 회의를 통해 전라북도경제통상진흥원, 베트남, 인도 해외통상거점센터 월간 주요 업무, 운영 활성화 방안 등을 논의함
- **(글로벌 파트너 사업)** 전라북도 중소기업의 베트남, 인도 등 해외 지사 역할을 대행하여 해외시장 개척을 지원하는 사업으로 센터별 25개 기업(총 50개 기업)의 업무 대행을 목표로 함
- **(견본제품배송지원)** 베트남과 인도 등 현지 수출 상담 이후 연결된 수입업자를 대상으로 견본제품 배송비 지원, 센터별 20개 기업(총 40개) 지원을 목표로 함
- **(상설전시관 운영)** 해외통상거점센터에 방문한 수입업자를 대상으로 전라북도 우수상품을 설명하고 수출 상담을 지원하는 사업으로 지역별 50개 품목(총 100개 품목)을 목표로 함
- **(소규모 우수상품설명회 개최)** 코스메틱쇼, 우수제품시연회 등 현지에서 인기 있는 소규모 우수상품 설명회를 개최하는 사업으로 지역별 2회 개최(총 4회)가 목표임
- **(전라북도 수출업무 지원)** 수출 상담회 추진 시 수입업자 발굴, 상담회 등 행사를 지원하는 사업으로 지역별 3회 이상(총 6회 이상) 목표로 함
- **(코로나19 대응 긴급 해외업무 대행)** 베트남, 인도 등 입국 제한에 따른 중소기업의 수출 애로 해결을 위한 긴급업무를 지원하는 사업으로 센터 운영에 지장이 없는 범위에서 센터별 30건 이상(총 60건 이상)을 목표로 함

## 2) 전라북도 해외통상거점센터 운영성과

- 베트남, 인도 등 2개소의 전라북도 해외통상거점센터 활용기업의 수출 금액은 2026년 까지 690억 원(5,300만 달러) 달성을 목표로 설정함
  - 베트남, 인도의 전라북도 해외통상거점센터의 목표 수출액은 전라북도에 있는 중소기업의 5년간 연평균 성장률(약 6%)을 고려하여 설정되었음
  - 세부적으로 현지 시장의 유망한 수입업체 발굴, 수출 과정의 애로 해소지원, 수출 상담 이행을 기준으로 정량 목표를 설정하였음
- 전라북도는 전국 최초로 수출을 지원하는 기관을 통합 관리하는 수출통합지원센터를 출범(2020년)하고 2023년 현재 15개 기관이 수출지원 업무를 수행하고 있음
  - 전라북도 수출통합지원센터 운영 비결을 활용하여 베트남, 인도 등 해외통상거점센터 운영지역에 있는 한국무역협회, KOTRA, 한국무역보험공사 등 현지 사무소와 원스톱 협력 창구 기능을 담당할 수 있음
  - 전라북도 수출통합지원센터 15개 협약 기관 중 베트남, 인도 등 현지 사무소를 운영하지 않는 기관의 수출업무를 지원하여 본연의 목적 이상의 공익적 성과를 도출할 수 있음
- 2022년 기준 베트남과 인도는 전라북도 수출 대상국 각각 3위, 10위 국가로 6.5억 달러를 수출하여 수출 비중 8%를 차지하고 있음
  - 베트남은 자동차, 농약, 종이 제품, 식품류 등을 수출하고 있으며, 인도는 농약약품, 화학 원료, 기계류, 자동차부품 등의 수출이 많음
  - 전라북도 중소기업은 베트남에 식품과 화장품 등 소비재를 수출하고 있으며, 인도는 특장차, 기계 부품 등을 수출하고 있음

[표 2-8] 전라북도 수출현황

(단위 : 억 달러)

구분		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	평균 성장률
전체	총수출액 (증감율)	78	65 (△16%)	58 (△11%)	78 (34%)	82 (5%)	1.2%
	베트남·인도 (증감율)	7.3	6.2 (△15%)	5.2 (△16%)	6.6 (27%)	6.7 (1%)	△2.3%
중소기업	수출액 (증감율)	13	15 (12%)	12 (△22%)	15 (24%)	17 (16%)	6.0%
	베트남·인도 (증감율)	1	1.1 (13%)	1 (-13%)	1.2 (21%)	1.3 (8%)	6.6%

자료: 전라북도 기업애로해소지원단 내부 자료

- 2019년 베트남 해외통상거점센터 설립 이후 베트남과 인도 해외통상거점센터 지원사업에 참여한 업체는 891개 기업으로 집계됨
  - 유력수입업체 6,617개 기업, 수출 상담 1,511건, 수출 이행 애로 해소지원 4,481건을 지원하였고, 수출 상담액 74.9만 달러, 실제 1천 2백만 달러를 수출하였음

[표 2-9] 전라북도 해외통상거점센터 운영성과

(단 위 : 개사, 건, 백만원)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	합계
지원기업	166	285	258	182	891
유력 수입업체 발굴	386	2,824	1,818	1,589	6,617
수출 이행 애로 해소지원	201	1,513	1,462	1,305	4,481
수출 상담 건수	38	825	338	310	1,511
수출 상담액	8.9	26.2	23.4	16.4	74.9

주: 베트남 해외통상거점센터(2019년 11월), 인도 해외통상거점센터(2020년 4월) 개소 후 결과 합산  
 자료: 전라북도 기업애로해소지원단 내부 자료

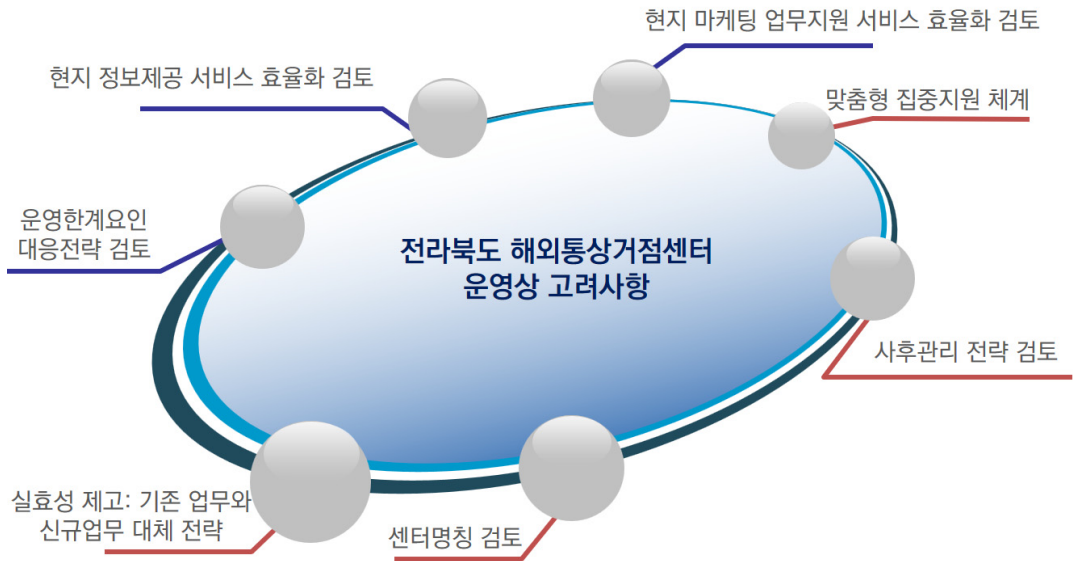
### 3) 전라북도 해외통상거점센터 운영상 고려사항

- 전라북도 기업애로해소지원단, 위탁관리기관(전라북도경제통상진흥원), 베트남, 인도 해외통상거점센터 운영기관과 워크숍을 통하여 전라북도 해외통상거점센터 운영 특성과 고려사항을 도출함<sup>1)</sup>
  
- **(운영상 한계요인 대응 전략 검토)** 전라북도 해외통상거점센터 운영상 인력 부족과 언어 문제가 공통적인 한계점으로 인식되고 있으며, 이에 대한 대응 전략 모색이 필요함
  - 현재 해외통상거점센터는 4명 인력(2명의 현지인)으로 운영되며, 해외정보 수집과 마케팅 업무를 수행하는 과정에서 핵심 업무로 분류되는 글로벌 파트너 사업 현지 인력이 절대적으로 부족함
  - 글로벌 파트너 사업은 연간 25개 기업(센터별)을 지원하며, 기업별 최소 월 2건의 미팅을 이행해야 하는데, 연간 50회의 미팅을 주선하려면 최소 500개 이상 수입업자 발굴과 협조를 요청해야 하므로 업무량이 많음
  - 베트남 해외통상거점센터는 베트남어 활용에 어려움이 있는 전라북도 수출기업지원과 센터 운영, 방문자 상담 등 다양한 업무 수요가 많아 통역 전담 직원이 있지만, 센터 업무수행(베트남어)과 활동 결과 보고서(한글) 작성 등 업무량이 많음
  - 이와 관련하여 전라북도 베트남 수출기업 수요조사 결과, 제품별 전문 통역 서비스 희망이 높은 것으로 나타나 센터 운영 이외에 해외 정보수집, 현지 마케팅 활동에 투입되는 전문 통역 서비스 확대 방안을 마련해야 함
  
- **(맞춤형 집중 지원 서비스 체계 검토)** 글로벌 파트너 사업에 선정된 기업의 수출역량에 맞춘 맞춤형 집중 서비스 제공이 가능하도록 지원방식을 개선할 필요가 있음
  - 현재 전라북도 해외통상거점센터의 글로벌 파트너 사업은 현지시장조사, 수입업자 발굴, 온라인 상담 주선, SNS 홍보, 월간보고서, 사후관리 등 6개 항목에 맞추어 정해진 기간의 기업 지원을 담당하고 있음
  - 선정기업의 특성에 따라 수출 초보 기업과 성장기업, 성숙 기업별 요구수준이 다르므로, 이에 따른 맞춤형 지원이 가능하도록 업무추진 방식을 개선할 필요가 있음

1) 전라북도 기업애로해소지원단(마케팅통상지원팀), 전라북도경제통상진흥원(해외통상본부)의 해외통상거점센터 관계자가 이 연구 수행을 위한 다수의 전문가그룹 자문회의, 실무전문가 워크숍, 수요자집단 면접 조사, 해외통상거점센터 운영기관 워크숍(영상회의) 등에 참여하여 해외통상거점센터 운영상 한계점과 개선 방향 도출, 활성화 전략 구상 등에 참여하였음

- **(현지 정보 제공 서비스 효율화 검토)** 현지 정보 제공 업무의 효율성을 높이기 위해서 사전에 합의된 문서양식에 따라 정보를 입력하는 방식으로 전환 검토
  - 해외통상거점센터의 중요한 업무는 현지에서 취득할 수 있는 정보를 전라북도 수출기업에 제공하는 것인데, 현지 시장, 수입업자 성향 등에 따라 정보 범위가 달라질 수 있음
  - 전라북도(기업애로해소지원단), 전라북도경제통상진흥원, 베트남·인도 해외통상거점센터, 수출기업 등 관계자가 '취득할 수 있는', '유용한' 정보 범위를 협의하여 효율적인 정보수집과 제공을 할 수 있도록 함
  - 예컨대 HS코드, 현지 유통채널, 해당 품목의 수입품과 국산 비율(수입 물품 취급 선도기업) 등 시장조사 보고서 양식을 간소하게 하되, 실제 필요하고, 취득할 수 있는 정보로 구성할 수 있음
  - 국가별 법·제도, 상관습에 차이가 있어서 현지 해결 방법이 다를 수 있으므로, 관계 기관 협력이 필요함(베트남, 인도 시장 여건 조사 결과 두 지역의 상관습 차이가 있음)
- **(현지 마케팅 업무지원 서비스 효율화 검토)** 해외 마케팅 업무지원을 위해서 센터별 2명의 현지 직원이 다수 기업의 수요에 대응해야 하므로 업무량을 늘리지 않으면서, 실효성을 높이는 방안 모색이 필요
  - 글로벌 파트너 사업에 참여하는 기업이 선정되면 전라북도경제통상진흥원(해외통상본부), 베트남·인도 해외통상거점센터 관계자와 선정기업 간 수요조사를 통해서 실효성이 높은 마케팅 업무지원이 필요함
  - 코로나19로 물리적 이동 제한의 어려움을 영상회의 방식으로 대체한 경험을 살려 비대면 상담을 통해 선정된 기업의 요구수준에 맞는 지원 서비스를 구상할 필요가 있음
- **(실효성 제고: 기존 업무와 신규업무 대체 전략)** 현지에서 '만' 가능한 업무 중심으로 해외통상거점센터 업무를 재설계하는 방향성을 검토할 필요가 있음
  - 해외통상거점센터 업무 범위와 추진방식, 사후관리 체계 등을 종합적으로 검토할 필요가 있으며, 현지에서 '만' 가능한 업무에 집중하도록 방향성을 확보함
  - 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터는 매주 1회 이상 주간 현안과 주요 업무성과, 향후 계획 등을 협의하므로 이 시간을 활용하여 기업 요구사항을 수렴하고, 비대면 영상 컨설팅 지원 등 신규사업과 기존 사업의 성과를 높이는 방법을 접목할 수 있음
  - 견본발송지원 업무는 견본발송 후 현지 소비자 체험단 운영을 통해 실효성을 높이는 방식을 검토할 수 있으며, 현지 소비자 체험단 모집 및 관리를 현지 마케팅 신규업무로 배정할 수 있음

- 상설전시관 운영업무는 전라북도 수출 상담센터 운영으로 비대면 영상회의, 현지 방문 수입업자 상담(전라북도 수출기업 상담 대행) 등을 이행하여 현지 수입기업에 적극적으로 대응하고, 전문가 그룹 운영 역량을 키워 실질적인 현지 시장개척 성과를 창출할 수 있음
- **(사후 관리전략 검토)** 해외통상거점센터의 주선으로 연결된 전라북도 수출기업과 현지 수입기업의 수출계약 협상은 당사자 간 추진되므로 이에 대한 사후관리가 필요함
  - 전라북도 수출기업과 현지 수입기업이 수출계약을 체결하도록 주선하는 것이 해외통상거점센터의 역할이지만 결국 공적 예산이 투입되는 정책사업이므로 수출 규모가 성과지표로 활용됨
  - 수출기업 면접 조사 결과 이 사업에 대한 만족도가 높고, 지속·확대 제안에 대응하기 위해서는 해외통상거점센터 본연의 업무(수출계약 주선)에 따른 사후관리, 추적관리 체계를 구축할 필요가 있음
  - 현지 인력, 업무량 등을 고려할 때 해외통상거점센터 관계자가 취합하는 것보다는 전라북도 수출기업이 전라북도경제통상진흥원에 해당연도 성과(결과)를 보고하는 방식이 적절하다고 판단됨
- **(해외통상거점센터 명칭 변경 검토)** 해외통상거점센터는 그 이름에서 수출과 관련된 모든 업무를 처리할 수 있는 전문기관의 이미지가 연상되므로, 실제 이행하는 업무 중심으로 현실적인 명칭 변경을 검토할 필요가 있음
  - 해외통상거점센터라는 이름으로 수출기업은 정보수집, 현지 마케팅 관련 모든 업무를 총괄하고, 이행과정에서 발생하는 모든 문제를 원스톱 해결할 수 있다고 기대하는 경우가 있음
  - 통상은 실제 수출과 수입, 정치·외교적 의미가 포함되며, 이는 해외센터의 업무 영역이 아니므로 실제 이행하는 업무 중심으로 명칭과 업무 범위를 명확히 할 필요가 있음



[그림 2-3] 전라북도 해외통상거점센터 운영상 고려사항

---

## 나. 전라북도 중국사무소 운영현황

- 이 연구에서 전라북도 중국사무소 운영현황을 살펴보는 이유는 미·중 갈등이 지속되는 상황에서 정치·외교, 경제적 정보를 수집·분석하고, 도내기업의 중국 시장개척을 지원하도록 기존 사무소 활용 전략을 검토하기 위함
- 전라북도 중국사무소(상하이 소재)는 2003년 4월 개설되었으며 현재 5명(공무원 2명, 현지인 3명)의 인력으로 국제교류 협력, 통상, 문화관광 및 도정 홍보, 유학생 유치 지원 등 업무를 수행하고 있음
  - 지방자치법 제195조와 전라북도 국제교류 협력 증진에 관한 조례에 근거하여 설치되었으며, 전라북도경제통상진흥원이 위탁 운영하고 있음
  - 통상업무에 집중하는 전라북도 해외통상거점센터(기업애로해소지원단)와 달리 국제교류 종합 업무를 담당하는 특성상 전라북도 대외협력과 소관 업무로 분류됨
- 전북 도내기업 통상 지원 기능도 일부 담당하지만, 국제교류 협력, 관광 홍보, 관광객 유치, 유학생 유치, 중국지역 전북도민회 활성화 등 다양한 영역의 업무를 소규모 조직에서 수행하고 있음
- 중국사무소 파견인력 2명은 모두 공무원(5급 1명, 6급 1명)이며, 현지인 3명을 고용하여 관련 업무를 처리하고 있음
  - 전라북도 기업 통상업무 지원을 일부 담당하지만, 지역 수출 1위 국가인 중국 시장개척과 확대를 위한 수출지원업무의 전문성은 상대적으로 약함
  - 실제로 중국 시장개척을 위한 전라북도 수출기업의 정보 요구와 현지 마케팅 지원 요청이 있으며, 적절한 대응 전략을 위한 고민이 필요함
- 중국은 우리나라 전체 수출입 1위를 차지하는 중요한 지역으로 각 지자체에서 중국 현지 사무소를 운영하고 있음
  - 지역별 특성에 따라 공무원, 민간인력 파견 방식과 현지인 고용 등 구성에 차이가 있지만 대부분 지역 기업의 중국 시장진출을 지원할 수 있도록 정보를 수집하고 있음



- 지역사무소 설치 지역은 대부분 상하이와 산둥성 지역으로, 중국 시장진출을 위한 중요한 관문으로 인식되고 있음

[표 2-10] 우리나라 지자체 중국사무소 운영현황

구분	소재지	명칭	주요 업무	인원[공무원, 민간(현지인)]
부산	상하이	부산광역시 상하이사무소	통상, 교류 등	4명[1, 3(0)]
	칭다오	부산광역시 산둥대표처	통상, 교류 등	4명[0, 4(3)]
인천	웨이하이	주중인천경제무역대표처	통상, 교류 등	4명[2, 2(0)]
대구	상하이	대구광역시 상하이사무소	통상, 교류 등	3명[1, 2(0)]
광주	상하이	광주광역시 상하이사무소	통상, 교류 등	3명[1, 2(0)]
대전	난징	대전광역시 난징 통상사무소	통상, 교류 등	2명[0, 2(1)]
	선양	대전광역시 선양 통상사무소	통상, 교류 등	2명[0, 2(1)]
경기	상하이	경기비즈니스센터 상하이사무소	통상	5명[0, 5(4)]
	선양	경기비즈니스센터 선양사무소	통상	4명[0, 4(3)]
	광저우	경기비즈니스센터 광저우사무소	통상	4명[0, 4(3)]
	충칭	경기비즈니스센터 충칭사무소	통상	4명[0, 4(3)]
강원	베이징	강원도 중국본부	통상, 교류 등	4명[2, 2(0)]
	창춘	강원도 창춘지사	통상, 교류 등	1명[0, 1(0)]
	훈춘	속초시 훈춘사무소	통상, 교류 등	2명[1, 1(0)]
충북	상하이	충청북도 상하이대표처	통상, 교류 등	3명[1, 2(0)]
	우한	청주시 우한통상사무소	통상, 교류 등	3명[1, 2(0)]
전북	상하이	전라북도 중국사무소	통상, 교류 등	5명[2, 3(0)]
	옌타이	군산시 중국사무소	통상, 교류 등	2명[1, 1(0)]
전남	상하이	전라북도 상하이사무소	통상, 교류 등	5명[1, 4(0)]
경북	상하이	경상북도 상하이사무소	통상, 교류 등	4명[1, 3(0)]
	창사	구미시 중국통상협력사무소	통상, 교류 등	2명[1, 1(0)]
경남	칭다오	경상남도 산둥사무소	통상, 교류 등	3명[1, 2(0)]
	상하이	경상남도 상하이사무소	통상, 교류 등	5명[1, 4(0)]
제주	상하이	제주도 상하이사무소	통상, 교류 등	4명[0, 4(4)]
합동	칭다오	한국영호남정부 중국사무소(하동·남해·구례)		2명[0, 2(0)]

주: 2022.12. 기준, 자료: 전라북도 기업애로해소지원단. 재구성.

---

## 다. 전라북도 해외통상거점센터 인식조사

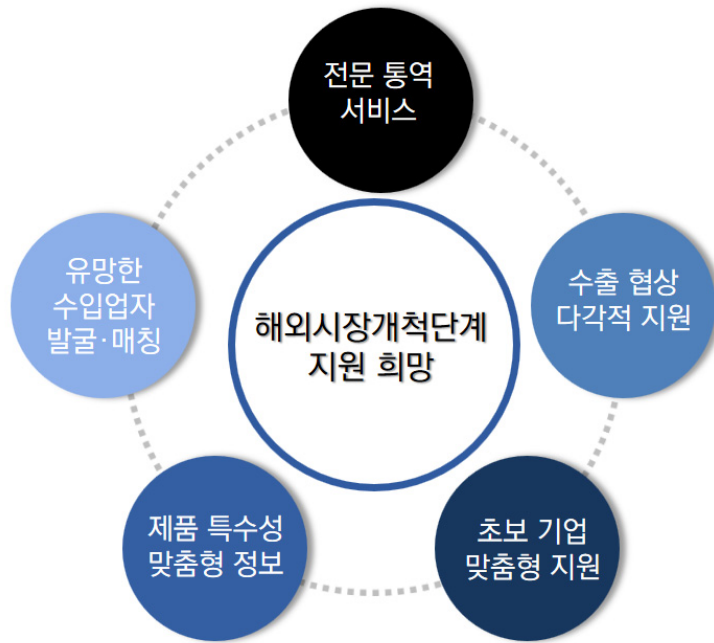
### 1) 인식조사 개요

- 전라북도 해외통상거점센터 이용 경험이 있는 기업의 수출업무 담당자를 대상으로 인식조사를 추진함
- 해외통상거점센터 관리기관인 전라북도경제통상진흥원 통상전략팀 담당자를 통하여 사전 조사한 결과, 이용기업 요구사항, 향후 개선 방향 등을 모색하려는 방법으로 표적 집단 면접 조사(FGI, focus group interview)를 채택함
  - 이용기업을 대상으로 해외통상거점센터 지원 서비스에 대해 사전 질문한 결과 대부분 수출기업이 모든 서비스 항목에 대하여 높은 만족도를 보여, 구체적인 문제점 발굴과 지원 서비스 이용 과정에 대한 공유, 이용자 그룹 간 상호토론을 통한 방향성 수립이 필요하다고 판단함
  - 공공영역의 수출지원 정책사업은 수혜기업의 역량과 준비 상황에 따라 성과에 차이가 있을 수 있으므로, 취급 품목, 대상 시장, 기업역량 등이 다른 수요자 그룹 간 상호 토론을 유도하여 다양한 영역의 수출기업에 혜택이 있는 방향을 설계함
  - 해외통상거점센터 운영상 한계점 극복, 신규사업 발굴, 지속적인 성과 개선, 활성화 방안을 모색하기 위해서는 조사 과정에서 신규 질문과 새로운 아이디어에 관한 토론이 필요하며, 가장 적합한 방식으로 표적 집단 면접 조사를 선택함
- 이 연구 수행을 위한 표적 집단 면접 조사는 수출 초보, 성장, 성숙 기업별로 각 2개사를 선정하였고, 취급 품목은 기계 장비, 화장품, 식품 등 다양한 기업에서 선발함

## 2) 해외시장 개척단계의 지원 필요성

- **(현지 수입업자 소통을 위한 전문 통역 서비스)** 수출 주력 품목에 대한 전문적 지식을 갖춘 통역사와 현지 수입업자 간 소통을 위한 지원이 필요함
  - 해외통상거점센터 지원 서비스를 이용하는 대부분 수출업체에서 전문 통역 서비스의 지속·확대 필요성을 요구함
  - 오랜 기간 제품 개발과 마케팅 전략을 고민해 온 수출업체 담당자에게 충분한 전문성이 있지만, 수출계약 체결을 위해서 이 내용을 수입업체에 정확히 전달되는 것이 중요하며, 수입업자가 요구하는 정보 제공 과정에서 언어 소통이 필수적임
  - 현지 수출 상담회 참석 시 통역사와 준비할 수 있는 시간적 여유가 부족, 대개 행사 시작 30분 전에 통역사와 미팅이 이루어져서, 제품에 대한 충분한 설명이 이루어졌는지, 수출업자가 꼼꼼히 설명했는데, 통역내용은 간소하게 진행되는 이용자가 느끼는 한계점이 있음
  - 수출기업의 주력 경쟁력이 바이오 원료 등 전문성이 높은 제품에 있는데 통역사는 충분히 전달했다고 하지만, 같은 질문이 반복되는 경험이 있어 장기적 관점에서 개선이 필요함
- **(현지 수입업자 발굴·중개 서비스)** 수출계약 체결은 상대 수입업자가 선정되어야 추진할 수 있으므로, 유망한 수입업자 발굴과 추천, 중개 서비스가 중요함
  - 전라북도 해외통상거점센터 담당자가 선정기업 요구사항에 맞추어 적절한 수입업자를 발굴하여 추천해 주고 있으며, 전북도에서 운영하는 센터 관계자가 추천하므로 공신력이 향상된다는 견해가 있음
  - 현지 수입업자 발굴과 중개 이후 계약 협상과 사후관리는 대개 수출업체가 담당해야 하지만, 시간과 공간의 격차의 한계로 수입업자와 원활한 연락을 위한 지속 지원을 요청하는 의견이 있음
  - 일부 현지 수입업체가 전자우편, 국제전화 등 연락이 원활하지 않았던 사례가 있는데, 중장기적으로 해외통상거점센터 인력이 충원될 수 있다면 전담 담당관 제도를 도입하여 실제 수출계약 체결과 사후관리 영역 지원도 고려해주었으면 좋겠음
- **(수출 협상의 다각적 지원 검토)** 정보 제공, 유망 수입업자 추천과 중개 이후의 본격적인 협상은 수출업체의 몫이지만 영세한 여건을 지원하는 방안 모색이 필요함
  - 수출 협상의 쟁점은 단가 협상으로 가격을 낮추려는 수입업자의 요구에 맞추어 수출업자의 대응 역량이 수출계약체결과 이행을 결정함

- 적절한 수준에서 협상이 가능한 경우 수출계약과 이행으로 연계되지만, 원가 이하의 낮은 가격대를 요구하는 현지 수입업자와 협상은 불필요할 수 있음
  - 협상력 자체를 높이는 것은 수출기업 역량이지만, 불필요한 시간과 노력 투입을 줄이기 위하여 제품 특성에 따른 구매력을 갖춘 수입업자와 맞춤형 협상을 지원하는 방안을 검토할 수 있음
  - 많은 수출기업 관계자는 현지 프리미엄 소비자에게 판매할 수 있는 수입업체를 선별하여 발굴하면 도움이 될 것이라 기대하고 있으며, 관련 정보 획득의 어려움이 있음을 인식하고 있음
  - 기업 주력제품의 현지 시장의 평균 가격대, 소비자 특성 등을 사전에 파악할 수 있도록 시장정보 리포트의 맞춤형 조사를 반영할 수 있으면 좋겠음
- **(제품 특수성에 따른 맞춤형 정보 제공)** 제품별 견본발송, 물류 이행, 통관, 현지 유통망, 시장 특성 등 여건에 따른 대응 전략이 달라지므로 맞춤형 정보 제공이 필요함
    - 현재 견본발송 지원사업, 상설전시관 운영 지원사업 등을 통해서 수출기업의 주력제품을 현지 시장에 홍보할 수 있어서 유용함
    - 업종, 제품 특성상 특별 취급이 필요한 제품의 견본발송, 물류 이행, 통관, 현지 유통망, 시장 특성 등에 대한 맞춤형 정보를 취득할 수 있다면 유익할 것이라 기대함
  - **(수출 초보 기업 맞춤형 지원 서비스)** 수출 경험이 없는 초보 기업은 수출 절차에 대한 이해가 낮으므로 업체 맞춤형 지원 서비스가 중요함
    - 해외통상거점센터 지원사업에 선정되면 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터 관계자 상담을 통한 수요조사가 이루어지고, 그에 따라 수출 이행 경험을 축적할 수 있어 유익함
    - 대부분 상담 절차에 따라 수출 이행의 성과를 달성할 수 있지만, 모르는 것은 언제든지 물어보라고 해도 초보 기업으로서는 무엇을 모르는지조차 잘 모르는 경우가 많음
    - 해외통상거점센터의 업무량과 인력이 적정하게 조율되고, 장기적으로 지속한다는 전제로 수출 초보 기업은 현행 수준보다 깊은 수준의 맞춤형 자문 절차를 추가해 주었으면 좋겠음



[그림 2-4] 전라북도 기업의 해외시장개척단계 지원 희망 서비스

### 3) 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 의견

- (해외통상거점센터 지속 운영·단계적 확장) 전라북도 수출기업의 해외시장 개척을 지원하는 해외통상거점센터는 지속해 확장해야 할 필요가 있음
  - 전라북도 중소 수출기업의 해외시장 개척을 위한 맞춤형 정보수집과 적절한 수입업체 발굴과 중개 등 수출계약체결 및 이행 전반을 지원하는 해외통상거점센터는 지속 운영되어야 함
  - 현재 베트남, 인도 등 2개국에 해외통상거점센터가 운영되고 있지만, 베트남과 인도가 넓으므로 국가 내 2개소 이상으로 확장하는 방안과 제3, 제4의 해외통상거점센터를 개설하여 지역 수출기업의 경쟁력 제고에 이바지할 수 있음

- 확장 희망 지역에 대하여 동남아시아의 할랄 시장이 형성된 국가, 북미, 중남미 시장 진출을 위한 미국, 멕시코, 농기계 수출을 위한 중앙아시아 지역 등이 제시됨
  - 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르 등 전라북도 지리적 접근성이 좋은 매력적인 시장이므로 동남아시아 시장에 집중하는 전략이 합리적이며, 기존 베트남에서 개척하기 힘든 할랄 시장에 대한 접근이 필요함
  - 현지 베트남, 인도 시장개척에 만족하지만, 하노이, 뉴델리 외에 호찌민, 뭌바이 등 국가 규모에 따라 2개소 이상 운영하는 전략을 검토할 필요가 있음
  - 북미, 중남미 시장 진출을 위해 미국, 멕시코 등에 신규 통상거점센터를 개설할 필요성이 있으며, 농기계 산업은 중앙아시아 지역이 매력적인 시장으로 판단하고 있음
- (해외통상거점센터 탄력적 지원 서비스와 전담 담당관 제도 건의) 현재 해외통상거점센터 담당자와 수출기업 간 상담을 통해 연간 계획을 수립하여 지원하는데, 수출기업 여건에 맞는 맞춤형 지원 서비스가 가능하도록 방법 전환 검토
  - 현재 해외통상거점센터 인력에 한계가 있으므로 기존 지원사업을 모두 이행하면서 맞춤형 서비스를 제공할 수는 없을 것이므로 합리적 수준의 업무 재설계가 선행되어야 함
  - 현재 업무량을 중요도, 불가피성 등 합리적인 기준에 따라 핵심 업무, 중요업무, 일반업무 등으로 구분하여 핵심 업무 중심으로 해외통상거점센터 업무를 설계할 필요가 있음
  - 해외통상거점센터 글로벌파트너사업에 선정된 기업에 보편적인 서비스를 제공하기보다는 맞춤형 성과지표를 발굴하는 방향으로 추진되면 좋겠음
  - 예를 들어 해외 시장정보 수집을 원하는 초보 단계의 기업과 실제 마케팅 고도화를 추진해야 하는 중급 단계의 기업이 같은 서비스를 지원받으면 기대성도가 높지 않다고 생각함
  - 앞서 제안한 업무량, 성과지표 재설계가 이루어진 후에 1 기업 1 전담 담당관 체계로 수요자 맞춤형 지원사업이 이루어지도록 할 필요가 있음
- 해외통상거점센터의 업무 구분에 대해서는 국내에서 할 수 있는 업무를 최소화하고, 소수 인력으로 추진할 수 있는 긴급한 현장 업무를 조건으로 제안함
  - 해외통상거점센터에서 추진되는 업무를 현장 업무(해외 추진 불가피성), 중소·영세기업 지원, 현재의 소규모 인력 규모로 이행할 수 있는지를 검토할 수 있음

- **(전라북도경제통상진흥원 지원 기능 강화)** 해외통상거점센터의 원활한 사업 추진을 위하여 국내 준비과정을 지원하는 전라북도경제통상진흥원 역할이 중요함
  - 해외통상거점센터 지원 업무가 현지 시장에 집중되다 보니 사전에 충분한 준비를 지원하는 기능이 상대적으로 약하다고 생각됨
  - 해외통상거점센터 지원사업에 선정된 기업이 국내에서 충분히 준비하고, 현지 시장과 소비자에 대한 대응 역량을 높이도록 상담회, 맞춤형 정보 제공이 이루어지면 좋겠음
  - 이를 위해서 베트남, 인도 해외통상거점센터과 비슷한 맥락으로 전라북도경제통상진흥원의 예산, 인력 확대를 검토할 필요가 있음
  
- **(성장지원과 사후관리 체계 구축)** 공공예산이 투입되는 사업 특성상 1년 단위로 기업을 선정하고 성과를 달성해야 하는 상황에 공감하지만, 실질적 효과를 위해서는 기업의 성장을 지원하고 사후관리까지 검토할 필요가 있음
  - 해외통상거점센터 지원사업은 대개 매년 3월~4월경 대상기업을 선정하고, 사업 기간(약 6개월) 동안 정보수집과 제공, 수입업체 발굴 등 상담을 주선하여 해당연도에 성과를 달성하는 데 어려움이 있음
  - 선정기업과 해외통상거점센터의 노력의 결과로 수출계약체결과 이행을 완료하더라도 수출 초보 기업에서 성장기업, 스타 기업으로 도약하기 위해서는 지속적인 관리체계를 구축해야 함
  - 공공예산 투입사업의 안정성, 성과지표의 정형화 등의 여건을 고려하면서 실제로 전라북도 수출기업이 성장하여 궁극적으로 수출산업 생태계가 형성되도록 다양한 방안 검토가 필요함
  - 해외통상거점센터 지원사업 특성에 따라 참여기업의 자부담 요소를 삽입하여 사업 성과를 높이고, 성장지원과 사후관리 체계를 구축하는 방법도 검토
  
- **(수출성과 특이성 고려)** 수출 활성화 지원사업의 성과는 수출 금액으로 평가하지만, 실제 거시경제, 정치·외교적 변수에 따라 수출 이행 시점이 달라질 수 있음
  - 해외통상거점센터 지원사업에 참여하는 기업은 대부분 중소·영세기업으로 기업 노력과 무관하게 거시경제, 정치·외교적 변수에 의해 성과 도출이 어려울 수 있음
  - 해외 시장의 유망한 수입업체를 발굴하고, 수출계약을 이행하기 위한 상담, 협상 등 과정을 체계화하여 이 사업의 성과를 단순히 수출 규모로만 평가하지 않았으면 좋겠음
  - 전담 담당관 배정, 수시로 소통, 영상회의 방식으로 해외 시장정보 증대 등 수요기업의 만족도를 높여

---

실제 수출성과를 달성하게 할 필요가 있으며, 업무량을 재설정, 과정지표 성과에 따른 인력, 예산의 점진적 증대가 필요함



[그림 2-5] 전라북도 기업의 해외통상거점센터 활성화 방향 제안 종합



### 3. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 과제

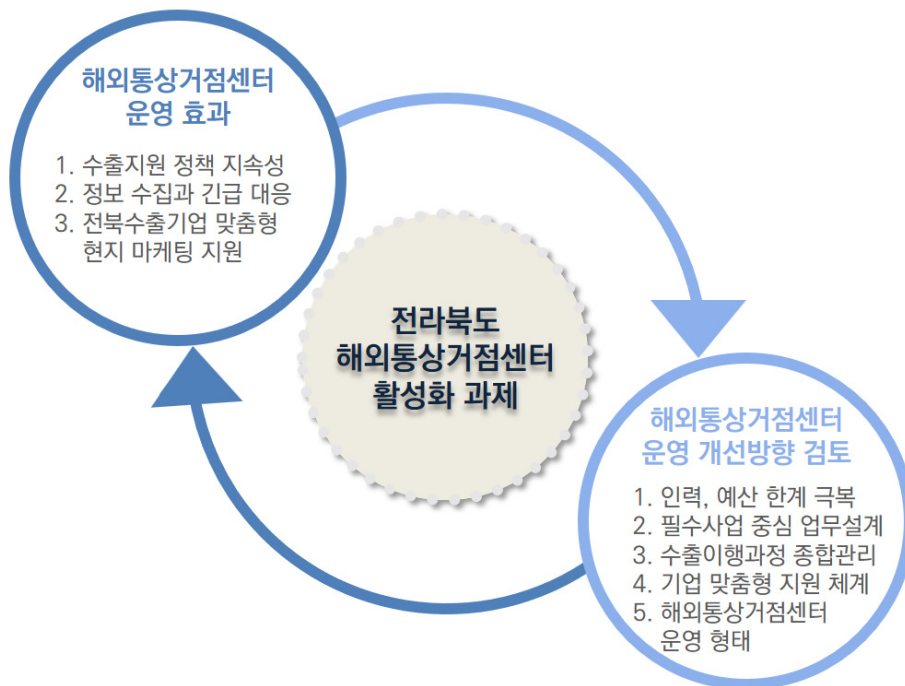
#### 가. 전라북도 해외통상거점센터 운영 효과

- **(수출지원 정책의 지속성)** 정부의 수출 활성화 지원정책 방향에 부합하도록 전라북도 중소·영세기업의 현지 시장개척에 이바지함
  - 수출시장 다변화, 다각화에 대응하고, 수요자 편익에 맞추어 고도화하는 등 정부의 수출 활성화 지원은 지속될 것으로 예상됨
  - 중소기업의 해외 판로개척을 통한 점진적 성장을 지원하고, 기존 시장의 지속·확대, 신규 시장개척을 위한 맞춤형 정책 사업(예: 한류, 할랄 소비재 중심의 아세안 시장개척, 온라인 소비자 중심의 인도 시장개척 등)을 추진함
  - 실제 이용기업 면접 조사 결과 해외통상거점센터의 지원사업을 통해 거래관계를 개설하여 수출 금액을 늘리며 성장한 기업 사례가 다수 조사됨
  
- **(현지 정보수집과 긴급 대응 업무)** 전라북도 해외통상거점센터에서 담당하는 현지 정보수집과 긴급 대응 업무는 다음의 인과관계를 따름
  - 첫째, '현지에서 수출 관련 문제가 발생하면 해결한다.', 둘째, '해외 통상환경, 법·제도, 상관습, 문화 등 모르는 것이 있으면 (조사해서) 알려준다.', 셋째, '수출 이후 현지화 역량 강화(종합 컨설팅 및 사후 관리)를 지원한다.'
  - 현지화(multinational mentality)는 국제화 진화모델에서 현지 대응 역량(regional responsiveness)을 강화하는 것이며, 중장기적으로 국제 표준(global standard) 부합하도록 함(bartlett et al., 2004)
  
- **(전라북도 수출기업 맞춤형 현지 마케팅 지원)** 전라북도 수출기업은 해외통상거점센터를 통하여 현지 소비시장 동향 파악, 유망한 수입업체 발굴 등 실질적인 효과가 있다고 응답함
  - 중소 수출기업 특성상 현지 소비시장의 정보, 제품 특성에 따른 유망한 수입업체를 발굴하는데 해외통상거점센터의 지원 효과가 크다고 판단함
  - 현지 수입업체와 수출 상담, 협상 등을 이행할 때 해외통상거점센터에서 제공하는 전문 통역 서비스에 만족하며, 분야별, 인력 증대 등 요청이 많음

## 나. 전라북도 해외통상거점센터 운영 개선 방향 검토

- **(해외통상거점센터 전담 인력과 예산 한계)** 현재 해외통상거점센터 실무자와 수요기업 조사 결과 전담 인력과 운영예산에 한계가 있는 것으로 인식됨
  - 공공예산이 투입되는 정책사업 특성상 목표 달성을 위하여 성과지표를 설정하고, 해당 지표에 따라 업무성과를 판단하는 것이 일반적임
  - 현재 해외통상거점센터의 업무 중 해외 시장개척에 불필요한 사업은 없다고 판단되지만, 센터별 4~5명의 인력으로 모든 업무를 충실히 수행하는 데 한계가 있으므로, 이에 대응하는 방안 모색이 필요
  - 현지 마케팅은 '전라북도의 중요한 시장을 개척'하려는 목적으로, '현장에서 발생하는 다양한 문제에 대응'하여, '궁극적으로 수출 증대'에 이바지하는 방향성을 설정할 수 있음
- **(해외통상거점센터 필수 업무 검토)** 전라북도 해외통상거점센터 운영 인력과 예산 한계를 고려할 때 꼭 필요한 업무 중심의 우선순위를 검토할 필요가 있음
  - 국내에서 이행할 수 있는 업무보다 현지에서만 가능한 조사업무, 마케팅 업무 등으로 한정하여 전담 인력과 예산 한계에 대응함
  - 현재 6가지 해외통상거점센터 지원사업을 목적, 방법 등에 따라 유형화하여 실효성을 높이는 방향으로 재조정하고, 필수 업무만 이행하도록 함
- **(해외 수출지원에 적합한 과정지표 개발 필요)** 수출계약은 청약과 반대청약, 시장조사 등 시간이 오래 걸리고, 거시경제, 정치·외교 이슈에 따라 예측 불가능한 변수가 많음
  - 수출은 계약체결과 이행으로 이루어지며, 계약체결 과정은 수출업자와 수입업자의 다양성이 반영되므로 매뉴얼화가 어렵지만, 계약이행은 대금결제, 운송·보험 등 절차에 따르므로 매뉴얼화할 수 있음
  - 수출계약 체결을 위한 사전 이행단계의 범위와 횟수가 얼마나 될지 제각기 다르므로 수출실적(금액)만으로 성과를 평가하는 것은, 글로벌 외생변수에 결정되는 정책 사업 특성상 수출성과를 개선하려는 적절한 노력이 왜곡될 우려가 있음

- **(수요기업 맞춤형 지원 서비스 체계 구축)** 전라북도 수출기업의 취급 품목, 수출 경험 등 다양성이 존재하므로 수요기업 맞춤형 지원 서비스가 가능해지도록 해야 함
  - 해외통상거점센터 지원사업의 실효성 제고를 위하여 수요기업의 취급 품목, 수출 경험, 기업역량 등을 종합적으로 고려하여 맞춤형 지원 서비스 설계가 가능해지도록 해야 함
- **(해외통상거점센터 운영형태)** 전라북도 해외통상거점센터는 위탁계약에 따라 운영되고 있으며, 향후 수준 높은 고객서비스를 위한 적정 운영형태를 검토할 필요가 있음
  - 직영사무소 운영, 민간 위탁계약 방식 등 수출지원사무소 운영사례를 분석하여 전라북도 해외통상거점센터에 적합한 운영형태를 검토할 필요가 있음
  - 타 지자체 사례와 유사 기관의 수출지원 업무의 종류, 추진방식, 형태, 장단점을 종합적으로 검토하여 실효성을 높이면서 예산과 인력 한계에 대응할 방안을 모색함



[그림 2-6] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 과제





## 제 3장

### 해외통상거점센터 사례조사

1. 해외통상거점센터 운영사례
2. 해외통상거점센터 벤치마킹 사례
3. 해외통상거점센터 운영사례 시사점





## 제 3 장 해외통상거점센터 사례조사

### 1. 해외통상거점센터 운영사례

#### 가. 지자체 해외통상거점센터 운영현황

- 지자체에서 해외사무소 또는 해외통상거점센터와 유사한 수출지원 사무소를 운영하는 사례는 2022년 말 기준 12개국 60개로 조사됨
  - 서울특별시, 울산광역시, 세종특별자치시를 제외한 14개 광역지자체는 각기 목적에 따라 해외사무소를 운영하고 있음
- 경기도는 미국(LA), 중국(상하이, 선양, 광저우, 충칭, 옌벤), 베트남(호찌민, 하노이), 인도(뭄바이), 말레이시아(쿠알라룸푸르), 태국(방콕), 러시아(모스크바), 이란(테헤란), 케냐(나이로비) 등 9개국, 14개 지역에 사무소를 운영함
  - 경기도 공무원을 파견하지 않고 경기도경제과학진흥원(경기비즈니스센터)과 경기도주식회사를 통하여 현지 전문인력을 적정하게 채용함
  - 케냐(나이로비) 사무소를 제외한 지역은 기업 수요에 대응하여 4명에서 6명의 현지 전문인력을 고용하여 정보수집과 현지 업무추진을 지원함
  - 특히, 코로나19 세계적 유행 시기에도 베트남(하노이), 태국(방콕), 중국(옌벤) 등 3개 사무소를 개설하여 해외사무소를 통한 현지 정보수집과 마케팅 역량을 강화하고 있음
- 경상북도는 미국(LA), 중국(상하이), 일본(도쿄), 베트남(호찌민), 인도네시아(자카르타), 러시아(연해주) 등 6개국, 6개 지역에 사무소를 운영함
  - 경상북도경제진흥원, 경북통상, KOTRA 해외무역관 등을 활용하여 해외사무소를 운영하고 있으며, 대부분 경상북도 공무원을 파견하고, 현지 인력을 채용하는 방식을 채택함
  - 러시아 연해주 사무소는 경상북도경제진흥원에서 인력을 채용하여 정보수집과 현지 업무를 지원하고 있으며, 미국(LA) 사무소와 일본(도쿄) 사무소는 KOTRA와 협력하여 경상북도 공무원 1명을 파견함

- 경상남도는 미국(LA), 중국(상하이, 산둥), 일본(도쿄), 베트남(호찌민), 인도네시아(자카르타) 등 5개국, 6개 지역에 사무소를 운영함
  - 대부분 경남무역에서 운영(자체 운영 또는 위탁운영)하고 있으며, 미국(LA) 사무소, 인도네시아(자카르타) 사무소, 베트남(호찌민) 사무소는 KOTRA와 협력하여 경상남도 공무원 1명을 파견함
  - 6개 사무소 모두 경상남도 공무원 1명과 현지 전문인력 2명을 채용하여 총 3명의 인력으로 운영되며 정보수집과 현지 마케팅 업무를 지원함
- 강원도는 러시아(블라디보스토크), 중국(베이징, 지린), 일본(도쿄), 베트남(호찌민) 등 4개국, 5개 지역에 사무소를 운영함
  - 대부분 강원도경제진흥원이 위탁운영하고 있으며, 강원도 공무원을 파견하고, 현지 전문인력을 채용하여 3명 내외의 규모로 사무소를 운영하고 있음
  - 러시아 블라디보스토크는 KOTRA 해외무역관을 활용하여 강원도의 수출전략 지역으로 현지 정보수집과 마케팅 업무를 지원하고 있음
- 부산광역시는 미국(LA), 중국(칭다오, 상하이), 일본(오사카), 베트남(호찌민) 등 4개국, 5개 지역에 사무소를 운영함
  - 미국(LA), 일본(오사카), 중국(상하이), 베트남(호찌민) 사무소에는 부산광역시 공무원을 파견하고, 현지 전문인력을 고용하여 4명 내외의 인력으로 사무소를 운영함
  - 부산광역시 출연기관(부산경제진흥원)을 위탁관리 기관으로 지정하여 운영하거나, 부산상공회의소가 자체 운영하는 방식을 병행하고 있음
- 대전광역시는 중국(선양, 난징), 베트남(호찌민, 빈중), 일본(도쿄) 등 3개국, 5개 지역에 사무소를 운영함
  - 모든 해외사무소는 대전일자리경제진흥원이 위탁운영하고 있으며, 현지 전문인력 1명을 고용하여 정보수집과 현지 업무 대응을 지원함



- 전라남도는 미국(LA), 중국(상하이), 일본(오사카), 베트남(호찌민), 독일(프랑크푸르트) 등 5개국, 5개 지역에 사무소를 운영함
  - 모든 해외사무소에 전라남도 공무원 1명을 파견하고 현지 여건에 따라 2명, 4명의 인력을 채용하여 3명, 5명 인력으로 사무소를 운영함
  - 전남중소기업일자리경제진흥원(중국, 베트남), 전라남도 일본사무소, 유럽사무소 등 형태로 운영되고 있으며, 미국(LA) 사무소는 KOTRA 해외무역관을 활용함
- 광주광역시는 미국(실리콘밸리), 중국(상하이), 일본(도쿄) 등 3개국, 3개 지역에 사무소를 운영함
  - 미국(실리콘밸리)과 일본(도쿄) 사무소는 광주광역시 공무원 1명을 KOTRA 해외무역관에 파견하는 방식으로 운영하고 있으며, 중국(상하이) 사무소는 공무원 1명과 현지 전문인력 2명 등 3명으로 운영함
- 대구광역시는 중국(상하이), 베트남(호찌민), 인도네시아(자카르타) 등 3개국, 3개 지역에 사무소를 운영함
  - 모든 해외사무소는 대구컨벤션뷰로가 위탁운영을 담당하고 대구광역시 공무원 1명과 현지 전문인력 2명 등 총 3명의 인력으로 사무소를 운영하고 있음
- 충청남도는 베트남(하노이), 인도(뉴델리), 인도네시아(자카르타) 등 3개국, 3개 지역에 사무소를 운영함
  - 베트남, 인도, 인도네시아 등 모든 해외사무소가 코로나19 팬데믹 시기에 개설되었으며 충청남도경제진흥원이 위탁 운영함
  - 충청남도 공무원 파견 없이 현지 전문인력 3명으로 운영되며, 정보수집과 충청남도 수출기업의 현지 마케팅 업무를 지원함
- 제주특별자치도는 중국(상하이), 일본(도쿄) 등 2개국, 2개 지역에 사무소를 운영하고 있으며 제주특별자치도 경제통상진흥원이 위탁 운영(현지 인력 3~4명 채용)함

- 
- 인천광역시는 중국(웨이하이) 사무소를 운영하고 있으며 인천광역시 공무원 2명과 현지 전문인력 2명 등 총 4명의 인력으로 사무소를 운영함
  - 충청북도는 충북기업진흥원이 중국(상하이) 사무소를 위탁운영하고 있으며 충청북도 공무원 1명과 현지 전문인력 3명 등 총 4명의 인력으로 운영함
  - 전라북도는 중국(상하이), 베트남(하노이), 인도(뉴델리) 등 3개국, 3개 지역에 해외사무소를 운영하고 있음
    - 중국(상하이) 사무소는 공무원 2명, 현지 인력 포함 5명의 인력으로 운영되고 있으며, 베트남(하노이), 인도(뉴델리) 사무소는 현지 인력 4~5명을 채용함(전라북도경제통상진흥원에서 위탁운영)

## 나. 지자체 해외통상거점센터 운영사례 시사점

### 1) 수출전략 지역설정과 운영 지속성

- (수출전략 지역설정) 지자체별 해외사무소 개설 현황을 살펴보면 전략적 중요성과 수출입 규모가 큰 지역에 개소하였음을 알 수 있음
  - 미국, 중국, 일본, 베트남 등 우리나라 수출입 상위 4개국 지역에 대부분 지자체에서 해외사무소를 운영하고 있으며, 2개 이상의 사무소를 운영하는 사례도 있음
  - 강원도, 경상북도 등 동해안 권역 지자체는 러시아, 중국 동북 지역 등 신북방정책에 특별한 관심을 가지고 해외사무소를 개소함
  - 베트남(호찌민, 하노이), 인도네시아(자카르타), 말레이시아(쿠알라룸푸르), 태국(방콕), 인도(뉴델리, 뭄바이) 등 동남아시아, 남아시아 등 신남방정책에 부합하는 적극적인 시장개척의 추세를 살펴볼 수 있음
- (해외사무소 운영 지속성) 코로나19 팬데믹에 따라 국경 이동이 제한된 시기에 지역 수출기업의 판로 개척에 도움이 되었다는 평가가 있으며, 2020년 이후에도 지속하여 개설되는 추세에 있음
  - 중국 옌벤(경기도), 베트남 하노이(경기도, 충청남도), 태국 방콕(경기도), 인도네시아 자카르타(충청남도), 인도 뉴델리(충청남도) 등 2020년 이후에 개설된 해외사무소는 아시아 지역에 집중되고 있음
  - 해외사무소 운영에 필요한 지자체 예산이 매년 적정 수준 확보되고 있으며, 이를 활용하여 지역 기업 맞춤형 서비스를 제공하고 있음

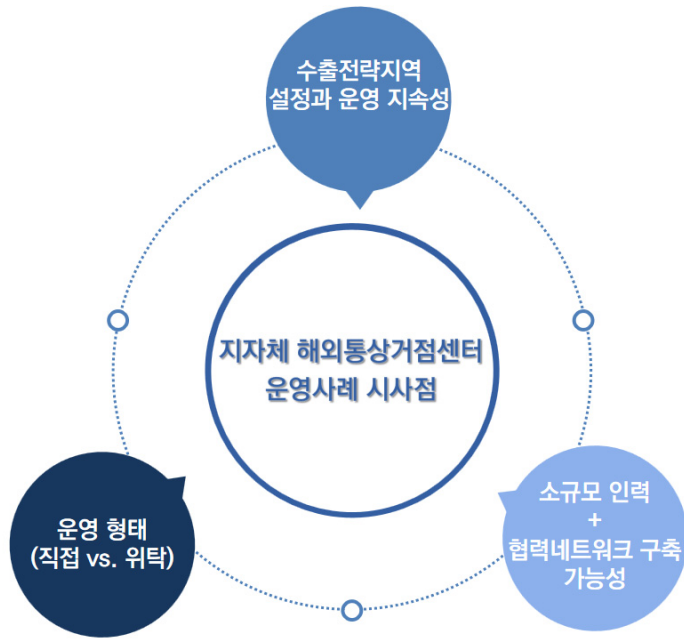
### 2) 해외사무소 운영형태

- (직접 운영 vs. 위탁운영) 해외사무소의 운영형태는 지자체 예산을 직접 집행하는 직영방식과 위탁운영 방식이 있음
  - 총 60개의 해외사무소의 운영형태를 살펴보면 직접 운영 8개소, 위탁운영 43개소, KOTRA 해외무역관 활용 9개소 등으로 구분됨
  - 해외업무의 전문성, 사무소 업무의 효율성 제고를 위하여 위탁운영 방식을 도입한 지자체가 많으며, 직접 운영하는 것으로 조사된 8개소도 지역 출연기관, 상공회의소 등과 협업하고 있음

- (공무원 파견 여부) 해외사무소의 인력 구성은 지자체 공무원 파견과 현지 인력 채용이 결합한 형태가 많음
  - 지자체 공무원 파견은 운영의 공공성, 신뢰성 제고 효과가 있으며, 상대적으로 부족한 전문성은 민간인력 채용을 통해서 보완하고 있음
  - 60개 해외사무소 중 33개 사무소에 지자체 공무원이 1명 이상 파견한 것으로 조사되었으며, 현지 채용 인력은 지역 특성과 기업 수요에 따라 1명에서 6명 등 차이가 있음

### 3) 소규모 특성과 협력네트워크 활용

- (해외사무소 평균 인력 3명) 해외사무소는 지역별 목적에 따라 채용 인력이 1명에서 6명까지 분포되며, 60개 해외사무소 인력은 평균 3명으로 조사됨
  - 소규모 인력으로 운영되는 특성상 독립적으로 많은 업무를 하는 데 어려움이 있으며, 국내 지원조직과 협업, 수출입 무역 전문기관 네트워크 구축과 활용이 필수적임
  - 직접 운영과 위탁운영 모두 지자체 출연기관이 국내 지원조직으로 국내와 해외를 연계하는 데 중요한 역할을 하고 있음
  - 많은 지역에서 외교통상부, KOTRA 해외무역관, 한국무역협회 해외지부, 한국무역보험공사 해외 지사 등과 협력하여 업무를 추진하고 있음
- (수출입 협력네트워크) 대부분 해외사무소가 개설된 지역은 우리나라 외교통상부를 중심으로 수출입 관계 기관 사무소가 밀집되어 수출입 협력네트워크 구축에 유리함
  - KOTRA, 한국무역협회, 한국무역보험공사 등 수출입 무역을 지원하는 관계 기관의 국내 지역본부(사무소)와 지자체 간 수출지원정책 사업 공동 추진, 협업 등이 이행되어 해외에서도 협력네트워크 구축과 활용이 이루어진 것으로 판단됨
  - 해외정보 수집과 현지 마케팅 업무지원에 초점을 맞춘 지자체의 현지 수출 지원사무소는 KOTRA, 한국무역협회, 한국무역보험공사 등 관계 기관과 협력하여 인력, 예산 한계를 극복할 수 있음



[그림 3-1] 지자체 해외통상거점센터 운영사례 시사점

## 2. 해외통상거점센터 벤치마킹 사례

### 가. 대한무역투자진흥공사(KOTRA)

#### 1) 운영개요

- 대한무역투자진흥공사(KOTRA)는 수출지원, 해외 진출, 경제협력 및 일자리, 외국인 투자유치 등 업무를 담당하고 있음
  - 디지털 전환, 글로벌공급망 재편, 탄소중립, 보호무역주의 등 대외 경제변수에 대응하여 우리나라 중소·중견기업의 글로벌 비즈니스 활성화를 지원하기 위한 다양한 정책사업을 추진하고 있음
  - KOTRA는 “글로벌 비즈니스 지원으로 국민경제 발전에 이바지”한다는 기관 미션에 따라 “세계와 미래를 연결하는 대한민국 글로벌 비즈니스 플랫폼”을 비전으로 설정함

미션	글로벌 비즈니스 지원으로 국민경제 발전에 이바지			
비전	세계와 미래를 연결하는 대한민국 글로벌 비즈니스 플랫폼			
핵심가치	글로벌	혁신	공헌	공공청렴

고객을 향한 KOTRA의 다짐	
 <b>글로벌</b>	<b>글로벌을 지향</b> · 우리는 중소중견기업, 산업, 국민의 글로벌화를 지원한다. · 우리는 세계 최고의 전주기 무역·투자 플랫폼을 지향한다.
 <b>혁신</b>	<b>변화를 선도</b> · 우리는 국가와 고객의 혁신성장에 기여한다. · 우리는 디지털 전환을 선도하고 혁신서비스를 제공한다.
 <b>공헌</b>	<b>공동체에 헌신</b> · 우리는 국가 인프라로서 국민경제와 공익에 기여한다. · 우리는 글로벌 선도국가 도약과 지속가능성장을 지원한다.
 <b>공공청렴</b>	<b>바르게 실천</b> · 우리는 공공기관 최고 수준의 청렴한 윤리경영을 실천한다. · 우리는 투명하고 공정한 기관 운영으로 국민 신뢰를 제고한다.

자료: 대한무역투자진흥공사 홈페이지. kotra.or.kr. 접속일: 2023. 5. 18.

[그림 3-2] 대한무역투자진흥공사 경영전략

- KOTRA의 수출지원업무는 수출입 상담 및 포럼, 무역사절단, 전시회 참여, 수출 바우처, 디지털 해외 마케팅, 글로벌 역량 강화, 해외시장정보조사, 공급망 안정 지원, 교포 무역인 협업 사업 등으로 구성됨

- 수출입 상담은 국내 수출상담회, 해외출장수출상담지원(ICT 글로벌 멘토링 센터) 등 개별기업 수요에 맞추어 진행하고 있으며 국내외 비즈니스포럼은 수출상담회와 설명회를 병합하여 운영<sup>2)</sup>
- 무역사절단은 국내 중소기업의 해외시장 진출을 지원하기 위하여 지자체, 관계 기관 등이 참여하는 무역사절단을 구성하고 해외 파견, 화상상담을 통해 현지 수입업자와 수출 상담과 마케팅 활동을 지원함
- 전시회는 KOTRA가 주최하거나 해외 유망 전시회에 참여하도록 지원하는 사업으로 KOTRA 해외무역관을 통해 유망한 수입업체를 유치하여 수출기업과 상담할 수 있도록 기회를 마련함
- ‘산업별 선도기업 바우처’, ‘중견기업 글로벌화 바우처’, ‘물류 전용 수출 바우처’ 등 다양한 수출 바우처 사업을 이행하여 기업역량, 시장 특성 등 다양한 여건에 맞추어 중소·중견기업을 지원함
- 중소·중견기업 여건에 맞추어 ‘바이코리아 플랫폼’, ‘트라이빅(빅데이터)’, ‘온라인 수출 상담(화상상담)’, ‘해외 온라인 플랫폼 입점 및 판촉’, ‘디지털 현장실사’, ‘디지털무역종합지원센터’ 등 디지털 해외 마케팅 지원사업을 추진하고 있음
- 우리나라 기업의 글로벌 역량 강화를 위해 ‘글로벌 역량 진단’, ‘내수기업 수출 기업화’, ‘스타트업 해외 진출 지원’, ‘세계 일류상품 육성’, ‘글로벌 역량 강화 교육연수’ 등을 지원하고 있음
- 수출기업 애로 해소를 위하여 KOTRA 전담컨설턴트(수출전문위원)가 수출기업을 방문하여 수출 컨설팅 상담, 해외지식 재산권 보호 등을 지원하고 있음
- 자체적으로 글로벌 공급망 위기 대응에 어려움을 경험하는 우리나라 소부장 중견·중소기업의 공급망 안정화 역량 강화를 위하여 수입처 다변화와 공급망 컨설팅 지원사업을 추진하고 있음

- 우리나라 중소·중견 수출기업에 맞춤형 정보 제공과 지원을 위하여 해외무역관 네트워크를 활용하고 있음

- KOTRA는 83개국 128개의 해외무역관을 운영하여 해당 지역, 국가의 정보조사, 현지 유망한 수입업체 발굴, 시장개척 등에 전문성을 활용하고 있음
- 우리나라 중소 수출기업의 지사화 사업, 해외 공동물류, 산업별 맞춤형 지원과 해외 시장정보조사, 제공

2) 현재 KOTRA에서 운영하는 국내외 포럼은 ‘대한민국 소비재 수출 대전’, ‘글로벌 모바일 비전’, ‘서비스 수출 대전’, ‘글로벌 의료기기 수출상담회’, ‘글로벌 파트너링 사업’, ‘K-Global@’, ‘바이오·의료 해외 진출 지원사업’ 등이 있음

에 해외무역관 네트워크를 활용함

## 2) KOTRA 해외무역관 현황

- KOTRA는 현재 128개의 무역관(10개 지역본부, 83개국)을 운영하고 있으며, 주된 기능은 정보조사와 해외 마케팅 지원 기능
  - 우리나라 수출 규모가 크고, 기업 수요가 많은 국가를 중심으로 해외무역관을 개설하여 현지 정보조사, 마케팅 활동 등을 지원함
  - 해외무역관의 효율적인 관리와 네트워크 역량 강화를 위하여 중국, 일본, 동남아시아, 서남아시아, 중동, 중앙아시아, 유럽, 북미, 중남미, 아프리카 등 10개 지역본부를 운영하고 있음
  - KOTRA 해외무역관에서 축적한 해외시장, 통상정책 정보와 유망한 수입업자 목록은 국내외 전시회, 맞춤형 수출상담회 등에 활용됨



자료: 대한무역투자진흥공사 홈페이지. kotra.or.kr. 접속일: 2023. 5. 18.

[그림 3-3] 대한무역투자진흥공사 해외무역관 운영현황



- 해외무역관이 국내 중소·중견기업의 현지 지사 역할을 대행하여 수출, 해외 진출을 지원하는 지사화 사업, 글로벌 물류 역량이 열악한 국내 수출기업을 위하여 해외무역관 주도로 해외 물류 네트워크 구축 사업을 지원함
  - 수출기업의 여건에 맞추어 자유롭게 희망 서비스, 진출지역, 수행기관을 선택하여 신청할 수 있으며, 기업역량에 따라 기초 마케팅 지원(진입단계), 마케팅 및 수출지원(발전단계), 수출 및 현지화 지원(확장단계) 등 맞춤형 지원을 이행함
  - 현지 물류창고 보관, 입출고, 포장, 배송, 반품, 통관, 수입 대행 등 풀필먼트 물류 서비스를 지원하고, 거래처 발굴, 위탁판매, 온라인 판촉, 브로슈어 제작 등 수입업자 역할을 담당하는 물류사를 지원함
- IT 컨소시엄 수출, 서비스 BM 해외 진출, 서비스 해외거점 지원 등 해외무역관이 현지 전문가를 채용·활용하여 신시장 개척을 지원함
  - 해외무역관과 현지 전담 직원을 배정하여 1:1 전담 지원이 이루어지며, 상시적인 변동성을 반영한 맞춤형 정보 제공, 수출기업과 제품 특성에 적합한 유망한 수입업자 발굴, 마케팅 등을 종합적으로 지원함
  - 글로벌 시장진출을 희망하는 국내 유망 서비스 기업의 현지 거점 역할을 대행하여 수출과 해외시장 진출을 맞춤형 지원함
- KOTRA 해외무역관은 전 세계 83개국, 128개소에 위치하므로 해외시장정보조사에 강점이 있음
  - 수출기업의 역량에 따라 시장을 알아가는 초보 단계, 수출 이행을 준비하는 잠재 파트너 조사 단계, 실제로 수출이 이루어지는 마케팅 대행 단계에 따라 맞춤형 정보를 제공함
  - 초보 단계에서는 항목별 시장조사, 현지 매장 방문 조사, 소비자 추세 설문조사, 견본제품 테스트 조사 등을 대행하며, 잠재 파트너 조사 단계에서는 유망 파트너 연결 지원, 거래처 관심도 조사, 해외 출장 지원, 원부자재 공급자 조사, 수입업자 구매 성향 조사 등을 이행하고, 마케팅 대행 단계에서는 거래 교신, 견본제품 전달, 대리 면담, 수입업자 실태조사, 전시회 대리 참관 등을 지원함
  - 해외무역관에서 취합하는 거시경제, 규제, 일자리 동향 등 다양한 해외 진출, 수출 정보 등을 취합하여 해외 시장 뉴스를 제공하고 있음

### 3) KOTRA 해외무역관 운영 특성

- **(해외무역관 협업과 전담 직원 파견)** KOTRA 해외무역관은 전 세계 83개국, 128개 무역관이 운영되고 있으며, 10개 지역본부에 소속하여 효율적인 협업체계를 구축함
  - 우리나라 국제무역의 중요도를 고려하여 해외무역관을 개설하고 있으며, 동일 국가에 여러 해외무역관이 개설되기도 함
  - 중소·중견 수출기업의 해외시장 조사, 마케팅 대행 수요에 따라 적정하게 전문인력이 담당하고 있으며, 책임 인력은 KOTRA 파견, 현지 인력을 고용하여 탄력적인 업무 역량을 강화함
- **(참여기업 맞춤형 지원 고도화)** KOTRA 해외무역관은 해외 시장조사와 마케팅 대행 경험을 활용하여 참여기업 역량에 맞추어 지원 서비스 효율성을 높임
  - KOTRA가 지원하는 다양한 해외 시장조사와 현지 마케팅 대행 서비스 분야별 참여기업에 대한 사전 조사, 기업역량에 따른 맞춤형 서비스를 이용할 수 있도록 함
  - 기업이 원하는 경우 KOTRA 전문위원이 참여기업 맞춤형 지원 서비스 고도화를 위한 컨설팅을 제공하여 정책 사업의 성과를 고도화하며, 전문위원의 주요 경력, 전문 분야 등을 공개하여 수요자가 원하는 전문가 자문을 지원함
- **(수출 정보 플랫폼)** 128개 KOTRA 해외무역관에서 수집하는 현지 정보 중 국내기업, 연구자 등이 활용할 수 있는 다양한 정보를 제공하고 있음
  - 양질의 해외 국가, 지역, 시장정보 등을 축적·제공하여 정부, 지자체와 기업의 대응 전략을 모색하는 데 이바지하는 공익적 가치를 창출함
  - 개별기업이 요청하는 특정, 민감한 정보는 별도로 취급·관리하고, 해외 정부 정책, 산업 동향 등에 적시 대응을 지원하며, 수출 정보가 있어야 하는 다양한 이해관계자가 모이는 플랫폼 기능을 수행함
- **(수혜자 부담)** KOTRA 해외무역관에서 제공하는 서비스는 적정 수준의 수혜자 부담 원칙이 적용되고 있음
  - KOTRA 해외무역관에서 해외 현지의 정보를 신속·정확하게 수집하고, 맞춤형 전문 대행 서비스를 이행할 수 있으므로 국내 수출기업의 다양한 요구가 있음
  - 정부 기관, 지자체, 연구자 등 다양한 이해관계자가 해외 시장조사 및 방문 거점으로 해외무역관의 전

문 서비스를 이용하고 있음

- 다양한 이해관계자의 요구에 대응하고, 필수적인 정보 제공, 대행 서비스에 집중하기 위한 목적으로 일부 수혜자 자부담 원칙을 적용하고 있음

## 나. 한국무역보험공사

### 1) 운영개요

- 한국무역보험공사의 기관 미션은 “무역과 해외투자 촉진을 통해 국가경쟁력을 강화하고 국민경제 발전에 이바지”하는 것이며, 이를 위한 비전으로 “국민과 고객에게 신뢰 받는 무역·투자·금융 안전망”을 설정함
  - 이를 위해 “포스트 코로나 무역·투자 선도”, “수출 중소기업 혁신성장 견인”, “지속 경영 역량 강화”, “ESG 경영체계 실현” 등 4대 전략을 수립하고 전략별 핵심 전략과제를 발굴함
  - 포스트 코로나 무역·투자 선도전략은 “한국판 뉴딜 수출생태계 구축”, “Digital K-SURE 기반 구축”, “수출 활력 제고 지원” 등의 전략과제를 이행하여 구체화하고자 함
  - 수출 중소기업 혁신성장 견인 전략을 달성하기 위하여 “혁신 중소기업 육성 프로그램 강화”, “중소기업 정책지원 강화”, “고객 중심 서비스 혁신” 등의 전략과제를 수립함
  - 지속 경영 역량 강화를 위하여 “전사 업무 기반 혁신”, “조직 관리·운영체계 효율화”, “무역보험기금 건전성 강화” 등 전략과제를 설계함
  - ESG 경영체계 실현 전략을 구체화하고자 “ESG 업무 기반 구축”, “일자리 창출 및 사회적 가치 구현”, “윤리·안전·정보보안 시스템 정착” 등을 추진함
- 한국무역보험공사는 국외기업 신용조사 서비스, 무역보험(단기성, 중·장기성 보험), 신용보증 등 지원사업을 통하여 우리나라 수출입 기업을 지원하고 있음
  - 수출기업의 대금 회수, 신용위험 등을 예방하기 위한 목적으로 운영되는 무역보험 제도에 맞추어 신용조사, 무역보험, 신용보증 등 핵심 업무를 이행하고 있음
  - 국외기업 신용조사 서비스는 한국무역보험공사의 해외 지사, 국제신용조사 전문기관이 협력하여 해외 기업의 기본정보, 재무 정보 등을 조사한 결과를 제공함

- 신용위험, 비상위험 등 수입업체 및 수입국에서 발생할 수 있는 대금 미회수 위험을 담보하기 위한 무역보험 제도를 운용하며, 2년을 기준으로 단기, 중장기 보험으로 구분함
- 우리나라 중소·중견 수출기업의 상대적으로 열악한 신용을 극복하여 수입업자와 수출계약을 체결할 수 있도록 하고, 수출 물품 준비에 필요한 자금 대출이 가능하도록 한국무역보험공사가 보증하여 원활한 수출업무를 이행할 수 있도록 지원함



자료: 한국무역보험공사 홈페이지. ksure.or.kr. 접속일: 2023.5.18.

[그림 3-4] 한국무역보험공사 비전과 경영전략

## 2) 한국무역보험공사 해외 지사 현황

- 한국무역보험공사는 현재 17개국 21개 해외 지사를 운영하고 있으며, 신용조사와 현지 정부 협력 업무를 주도적으로 추진하고 있음
  - 아시아 지역은 중국(베이징지사, 상하이지사, 청두지사), 베트남(호찌민지사, 하노이지사), 인도네시아(자카르타지사), 인도(뉴델리지사), 일본(도쿄지사), UAE(두바이지사), 싱가포르(싱가포르지사), 사우디아라비아(리야드지사) 등 8개국 11개 지사가 운영되고 있음
  - 아메리카 지역은 미국(LA지사, 뉴욕지사), 브라질(상파울루지사), 파나마(파나마지사), 멕시코(멕시코시티지사) 등 4개국 5개 지사가 운영되고 있음
  - 유럽 지역은 프랑스(파리지사), 러시아(모스크바지사), 폴란드(바르샤바지사), 스페인(마드리드지사) 등 4개국 4개 지사가 운영되고 있음
  - 아프리카 지역은 남아프리카공화국(요하네스버그지사)에 해외 지사가 운영되고 있음



자료: 한국무역보험공사 홈페이지. [ksure.or.kr](http://ksure.or.kr). 접속일: 2023.5.18.

[그림 3-5] 한국무역보험공사 해외 지사 운영현황

### 3) 한국무역보험공사 해외 지사 운영 특성

- **(공공기관 신뢰성과 현지 정부 기관 협력)** 무역보험 특성상 신용위험을 취급하는 상황에서 법·제도적 협력이 필요하므로 현지 정부 기관과 협력체계가 갖추어짐
  - 한국무역보험공사 해외 지사는 해외 기업 신용조사, 대금 회수 등 무역보험 제도를 담당하는 대표성과 신뢰성을 바탕으로 해외 정부, 전문기관과 협력네트워크를 구축함
  - 해외 기업 정보 생산은 신용평가 전문기관과 협업하며, 사고조사가 필요한 경우 해외 지사 직원이 현지 추심기관, 법률 전문가 등 협력네트워크를 활용하고 있음
- **(수혜자 부담 원칙)** 해외 기업 신용정보는 해외 유수의 신용조사기관과 협력하여 생산하고 있으며, 필요로 하는 기업에 유료로 제공함
  - 기업의 신용을 평가하는 항목은 민감한 정보가 포함될 수 있으므로, 실제 수출을 하려는 수요기업에 제한적으로 제공되고, 관리될 필요가 있음
  - 수요기업이 요구하는 해외 기업 신용정보 및 필수 서비스를 유료로 추진하면, 이용자가 충분히 준비하여 참여하므로 실제 성과가 좋음
- **(해외 지사의 현지 협력네트워크)** 한국무역보험공사 해외 지사는 같은 국가, 지역에 개설된 정부, 전문기관 등과 협력하여 효율성을 높임
  - 해외 정부, 전문기관 등 원활한 협력뿐 아니라 우리나라 외교통상부, 전문기관의 해외사무소와 협력하여 업무 효율성을 높임
  - 해외 지사 특성상 많은 인력을 파견하는 데 한계가 있으므로 무역보험 제도 운용에 관한 핵심 업무에 주력하고, 무역 이행의 다양한 절차에 관해서는 해당 전문기관의 협조를 받음
- **(한국무역보험공사 전담 인력 파견)** 한국무역보험공사 해외 지사의 담당자는 전담 직원을 파견하여 책임 운영이 이루어지도록 함
  - 한국무역보험공사의 해외 지사는 5명 내외의 인력으로 운영되며, 책임자, 관리자 임무를 수행하는 직원은 본사에서 파견하며, 현지 여건에 익숙한 직원을 채용하여 전문성과 유연성을 적절하게 관리함

## 다. 한국무역협회

### 1) 운영개요

- 한국무역협회는 정부의 수출지원 정책 동향에 맞추어 “무역 패러다임 전환을 위한 신 수출 동력 발굴”을 2023년 사업 목표로 설정함
  - 목표 달성을 위하여 “무역 현장 애로 발굴 및 중소·중견기업 맞춤형 지원”, “신통상 질서 대응 및 글로벌 네트워크 강화”, “디지털 기반 서비스 강화 및 무역 인프라 확충”, “글로벌 무역환경 변화에 따른 수출경쟁력 강화”, “신성장 수출산업 육성 및 무역의 부가가치 제고” 등 5대 전략을 수립함
  - 수출 활성화를 지원하기 위하여 현지 정부의 정책, 산업, 시장동향 등을 조사하고, 회원사의 무역 이행의 다양한 과정을 원스톱 지원하고 있음
- 한국무역협회는 13개의 국내 지부와 10개의 해외지부를 운영하고 있는데, 국내 지부에서는 정부 수출지원 정책에 맞추어 지자체에서 추진되는 각종 사업에 협력하고, 지역 소재 회원사 맞춤형 지원을 담당하고 있음
  - 전라북도는 한국무역협회 전북지역본부가 무역 이행지원(수출입 관련 상담, 무역업 고유번호 부여, 수출입실적 확인 및 증명발급, 수출입확인서 발급, 국내기업 해외 지사 설치 추천서 발급, 수출입 애로 파악 및 정책건의, 무역의 날 유공자 포상 등), 해외 마케팅 지원(해외시장개척, 무역금융 및 수출보험 지원), 무역 연구·조사(전라북도 수출입 동향 월간리포트, 전북 산업구조 및 무역 현안 조사, 무역 정보 제공·배포), 무역 연수, 전라북도 기업협의회를 운영하고 있음
- 우리나라 수출입 정책에 중요한 국가, 지역에 해외지부를 설치하여 독자적인 현지 정보조사와 해외 진출 기업의 현지 업무를 지원하고 있음
  - 해당 지역 정부, 관계 기관과 협력을 주도하고, 통상정책 동향, 산업, 시장동향 조사 자료를 생산하고 있으며, 회원사 기업의 현지 업무 이행을 지원함
  - 지자체가 지역 기업 수출 활성화를 위한 수출상담회를 개최하면 국내 지부와 해외지부가 협력하여 원활한 상담회를 기획하고 지원함

# 2023년 한국무역협회 5대 사업전략 및 15개 중점추진 과제



자료: 한국무역협회 홈페이지, kita.net. 접속일: 2023.5.18.

[그림 3-6] 한국무역협회 목표와 전략



## 2) 한국무역협회 해외지부 현황

- 한국무역협회는 현재 10개국 해외지부를 운영(2개 준비 중)하고 있으며, 아시아 지역이 7개소로 가장 많이 운영되고 있음
  - 해외지부는 아시아 7개(베이징, 상하이, 도쿄, 호찌민, 뉴델리, 자카르타, UAE) 미국 2개(뉴욕, 워싱턴) 유럽 1개(브뤼셀) 등에 운영되고 있음
  - 한국무역협회 해외지부가 담당하는 지역적 범위, 분야, 업무량 등을 고려하여 4명에서 7명의 인력으로 운영되며 10개 해외지부 평균 인력은 4.9명임(도쿄 4명, 뉴욕 6명, 워싱턴 7명, 베이징 4명, 상하이 5명, 브뤼셀 4명, 호찌민 4명, 뉴델리 5명, 자카르타 6명, UAE 4명)
- 지부가 설치된 국가, 도시, 기업 요구에 따라 차이가 있지만 대부분 회원사 지원, 현지 시장정보 조사와 무역 진흥 사업을 추진하고 있음
  - 베이징지부의 주요 업무는 우리 기업의 중국 시장개척 활동 지원, 중국 경제 통상 정보 제공, 중국 진출기업의 경영환경 개선 지원, 대중국 통상활동 강화 등으로 중국 정부, 관계 기관 교류 협력 주체 역할을 담당하고 있음
  - 상하이지부의 주요 업무는 회원사 지원, 무역 진흥 사업, 정보서비스 사업, 대외협력 사업이며, 상하이 국제무역센터(Shanghai international trade center)에 위치하여 센터 이용 및 임대 서비스를 제공
  - 도쿄지부의 주요 업무는 무역 진흥 사업, 조사업무, 국제협력 사업으로 일본 경제산업성, 일본무역진흥기구 등 정부 기관과 협력 주체로서 역할을 담당하며, 주일한국기업연합회 사무국을 운영하고 있음
  - 호찌민지부는 베트남 정부, 현지 관계 기관 등 대외협력 업무와 현지 마케팅 활동을 지원하고, 인도차이나 지역 경제·통상정보 제공 등을 이행하고 있음
  - 뉴델리지부의 주요 업무는 KOCHAM India 활성화, 현지 마케팅 지원, 국제협력 사업, 경제 통상 정보 제공 등이며, 인도 정부, 기관과 기업 유력 인사 방한 지원, 한·인도 CEPA 활용 확대 전략 등 연구조사를 담당함
  - 자카르타지부는 말레이 제도 국가들의 정보수집 및 조사, 현지 마케팅 지원사업을 추진하며, 인도네시아 정부와 현지 관계 기관 간 업무 협력을 이행하고 있음
  - 아랍에미리트 지부의 주요 업무는 현지 마케팅, 현지 진출기업 지원, 통상외교 및 경제협력, 연구 및 정보수집 등임
  - 뉴욕지부는 무역 진흥 사업, 국제협력 사업, 회원 서비스 및 시장조사 업무 등을 이행하고 있으며, 미주

한인 스타트업 공유 오피스 제공, 관계 기관 네트워킹 등 실질적 지원을 주관함

- 워싱턴지부는 미국 행정부의 통상정책, 통상현안에 대한 조사, 의견서 제출, 민간 통상협력 활동, 통상 정보 수집과 수입 규제 대응 지원, 무역업체 현지 활동 지원 등을 담당하고 있음
- 브뤼셀지부는 EU와 유럽 각국의 다자와 양자 간 무역 관계 증진을 위하여 한국기업연합회 운영, EU 및 유럽 각국 경제, 통상, 시장 정보조사, 유럽 무역유관기관 네트워크 구성 등을 수행함

### 3) 한국무역협회 해외지부 운영 특성

- **(정부·관계 기관 네트워크)** 한국무역협회는 우리나라 무역을 대표하는 기관으로 현지 정부와 관계 기관 네트워크를 구축하고 있음
  - 한국무역협회 해외지부를 운영하는 목적은 현지 통상 정보수집과 마케팅 지원이며, 다양한 분야의 무역업체가 활용할 수 있도록 현지 정부와 관계 기관 네트워크를 구축하는 데 집중함
  - 국제무역 특성상 현지 법·제도와 수입 규제, 비관세장벽 등 현안이 될 수 있는 상황에 대하여 상시 점검하고 관련 정보를 관계 기관, 우리나라 기업에 제공함
- **(1개국 2개소 운영사례)** 미국, 중국 등 우리나라 무역에 중요한 국가는 복수 지부를 운영하고 있으며, 이 경우 각 지부의 역할을 분명하게 분담함
  - 미국과 중국은 우리나라 수출입 최상위를 차지하는 중요한 국가로 해당 국가의 법·제도, 수입 규제 동향 등은 민감한 이슈로 작용할 수 있으므로 워싱턴지부와 베이징지부가 해당 업무를 담당함
  - 뉴욕지부와 상하이지부는 미국과 중국 상거래의 중심지로 권역 통상 활성화를 위한 정보 생산과 현지 업무지원 등을 수행함
- **(홈페이지 정보공유)** 한국무역협회 홈페이지에 각 해외지부에서 생산한 유용한 통상이슈, 정보, 해외지부 소식 등을 공유하고 있음
  - 한국무역협회의 해외지부에서 생산된 다양한 정보는 홈페이지를 통해 공유되며, 회원사(수출입 기업)의 요청에 따른 맞춤형 조사, 현지 지원사업 정보를 확인할 수 있음
  - 홈페이지를 통해 각 해외지부 담당자 연락처(유선전화, 전자우편)를 확인할 수 있어서 이용자에 유용하며, 단순 정보 안내를 위한 현지 인력 업무를 줄이는 효과가 있음

- 
- (한국무역협회 전담 인력 파견) 한국무역협회 해외지부는 전담 인력으로 운영되어 전문성, 공공성이 높음
    - 한국무역협회 해외지부는 5명 내외 규모로 운영되며, 현지 국가, 지역의 통상정보, 법·제도 이슈, 수입 규제 등 정보 생산과 회원사 현지 네트워크 구축에 집중함
    - 해외지부 전담 인력은 협회 직원이 파견(약 3년)되어 책임운영과 신뢰성을 높일 수 있으며, 현지 정부, 관계 기관, 기업, 회원사 등 협력 관계 유지에도 긍정적 효과가 있다고 판단됨

---

## 라. 벤치마킹 사례 자문 조사

### 1) 조사개요

- 문헌자료와 기관소개 자료, 면접 조사 등을 통하여 전라북도 해외통상거점센터의 벤치마킹 사례를 조사할 수 있지만, 실제 기관별 성과지표, 운영 비결 등은 미공개함
- 수출 전문기관의 해외사무소 운영 비결을 토대로 전라북도 해외통상거점센터 운영 한계극복, 활성화 방향을 모색하기 위해 관계 기관 전문가 자문 조사를 추진함
- KOTRA전북지원단, 한국무역보험공사 전북지사, 한국무역협회 전북지역본부 등 실무 전문가로 전문가그룹을 구성하여, 각 기관의 해외사무소 운영사례와 전라북도 해외통상거점센터 운영 특성에 따른 개선 방향을 조사함

### 2) 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 제안

#### 가) 전라북도 해외통상거점센터 운영형태와 방식

- **(전라북도 해외통상거점센터 운영 필요)** 전라북도 수출에서 중소기업 비중이 약 20%이므로 지자체 정책사업으로 적절하다고 판단되며, 지속 운영 필요성이 높음
  - 현재 전라북도 해외통상거점센터는 베트남 하노이, 인도 뉴델리에 해외사무소를 운영하고 있으며 위탁 운영방식(관리기관: 전라북도경제통상진흥원)임
  - 전라북도 수출은 중국, 미국, 일본, 베트남 순으로 해외시장 개척의 당위성과 중요성에 따른 적절한 지역선정으로 판단하며, KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 무역 전문기관의 지원사업에 참여하기 어려운 전라북도의 중소·영세기업을 위한 필요성이 있음
- **(전라북도 해외통상거점센터 위탁운영 지속 여부)** 해외통상거점센터 위탁운영으로 전라북도 수출정책에 부합하는데 어려움이 예상되므로 이에 대한 대안 모색이 필요함
  - 위탁운영 방식의 장점은 현지 전문성을 갖춘 인력을 채용하여 창의적인 지원사업 추진이 가능하지만, 정기적으로 위탁계약을 체결해야 하는 한계로 중장기 성장 전략 수립과 추진에 어려움이 있음

- 현지 법·제도, 상관습 등의 차이와 중소·영세기업의 수출역량을 지원하려는 목적으로 해외 수출지원 사무소가 운영되는데, 위탁계약 방식의 한계로 운영 비결의 축적, 지속에 한계가 있음
- **(전문성 유지와 안정성 제고)** 현재 운영방식으로 장기적 관점의 운영에 어려움이 예상되므로 현행 위탁운영의 전문성, 탄력성에 안정성을 접목할 필요가 있음
  - 전라북도 해외통상거점센터장을 관리기관(現 전라북도경제통상진흥원)의 책임자가 겸직하고, 실무자(담당관)를 지정하여 현지에서 센터 운영 관리와 업무를 지원하는 방안을 검토할 수 있음
  - 현지 상황에 적응하는 데 적절한 시간이 필요하므로 해외시장업무 숙련도를 고려하여 결정할 수 있으며, 장기적 관점에서 전담 인력을 파견하여 안정성과 전문성을 동시에 높일 수 있음
- KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 수출 관련 기관의 현지 사무소는 부장 이상의 관리자가 해외사무소 책임자로 3년간 파견됨
  - 파견 기간 3년 원칙이 수립된 배경도 전문성을 높이기 위하여 물리적 시간이 필요하며, 3년을 초과하면 공정성 훼손 우려가 있어 3년으로 확정함
  - 일부 기관에서 6개월 단기 연수 프로그램이 있었는데, 실제 6개월은 현지 업무에 대한 기여보다 적응하는 수준으로 그치는 사례가 있어, 현재 단기 연수도 기간을 연장하는 추세에 있음
- **(전라북도 해외통상거점센터 유료화 검토)** 예산과 인력의 한계를 고려할 때, 수혜기업을 무한정 늘릴 수 없으므로, 일부 유료화 전환 검토
  - 수출지원 서비스 만족도는 결국 수출기업의 이행 의지에 달려 있는데, 무료 서비스로 제공하면 실제 필요한 기업이 선정되지 않거나, 사전 준비 없이 참여하여 성과 악화가 우려됨
  - KOTRA 해외지사화 사업, 한국무역보험공사의 신용정보 제공 사업 등은 필요한 범위에서 기업 자부담이 있어서 필수적인 서비스를 요청하고, 사전 준비가 완료된 후 이행되므로 지원사업 성과가 좋음
  - 자부담 원칙을 전면 적용하는 것은 어려움이 있겠지만, 실제로 지원사업 수요가 높은 기업에 맞춤형 서비스를 제공하면, 수출 이행력을 높이고, 정책지원사업 만족도 제고에도 긍정적으로 기대됨

## 나) 전라북도 해외통상거점센터 업무분석

- **(핵심 업무 집중)** 해외사무소는 현지 정보수집과 마케팅 지원 활동으로 구성되는데 핵심 업무에 집중하는 형태로 운영 전략을 구체화할 필요가 있음
  - 소규모 인력(베트남·인도 각 4명)으로 운영되며, 예산의 85%가량이 인건비와 사무소 임차비로 지출되는 상황에서 글로벌파트너사업, 샘플발송, 상설전시관운영 등 6가지 업무를 수행하는 데 한계가 있다고 판단됨
  - 전라북도 해외통상거점센터의 주요 업무를 살펴보면 글로벌파트너사업이 있는데, 1개 센터가 연간 25개 기업의 현지 시장조사, 수입업자 발굴, 온라인 상담 주선, SNS 홍보, 월간보고서, 사후관리 등을 이행하는 데 업무 부담이 크다고 판단됨
  - KOTRA의 해외무역관에서 추진하는 지사화 사업은 1인당 7개 기업을 전담하는 형태인데, 이와 비교할 때 1인당 12.5개 기업의 글로벌파트너사업은 과도한 부담이라 생각됨
- **(적정 업무량 설계 필요)** 전라북도 해외통상거점센터 운영 인력과 예산을 고려하여 최적의 성과를 달성할 수 있는 적정 업무량 설계가 필요함
  - 글로벌파트너사업이 핵심사업이라 판단되는데 현지 인력 2명이 25건을 담당한다면, 1인당 12.5개 기업 맞춤 서비스를 제공해야 하므로 서비스 품질 악화가 우려됨
  - 현지 인력을 4명(한국인 2명, 현지인 2명)이라고 가정할 때 글로벌파트너사업은 1인당 7개 기업 정도 (14개)가 적정, 현지 마케팅 1인, 정보제공 및 현지 사무소 업무 1인 정도로 분장하는 것이 타당함
- **(업무분석 기준: 현지, 소규모, 합목적성)** 전라북도 해외통상거점센터 업무 중요성 분석의 기준은 '현지', '소규모', '합목적성' 충족 여부로 판단함
  - '현지'에서'만' 할 수 있는 업무이어야 하며, 현재 4명 인력(소규모)으로 추진할 수 있어야 하며, 전라북도 중소·영세기업의 수출을 지원한다는 목적성에 부합해야 함
  - 핵심사업은 '현지', '소규모', '중소·영세 수출기업 지원 목적' 3가지를 모두 충족하는 사업으로 해외통상거점센터 업무 중 확대, 확산, 지속해야 할 사업으로 판단함 ⇒ **글로벌파트너사업, 전라북도 수출업무 지원, 코로나19 대응 긴급 해외업무 대행**
  - 중요사업은 '현지', '소규모', '중소·영세 수출기업 지원 목적' 중 2가지를 충족하는 사업으로 현 예산과 투입 범위에서 효율성 제고 방안 모색이 필요함 ⇒ **상설전시관 운영, 소규모 우수상품 설명회 개최**

- 일반사업은 '현지', '소규모', '중소·영세 수출기업 지원 목적' 중 1가지를 충족하는 사업으로 유사한 지원사업이 있다면 단계적으로 제거하는 전략을 모색함 ⇨ **샘플배송 지원**

[표 3-1] 전라북도 해외통상거점센터 추진사업 업무분석 결과

사업명	검토내용과 업무분석 결과	
글로벌 파트너 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 도내 중소기업의 해외 지사 역할 대행, 해외시장 개척 지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 25개 기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 중소·영세기업지원, 현지, 소규모 특성 등 적합</li> <li>문제점: 현지 인력, 차량, 현지 조사·프로세스 대응력 한계</li> </ul>
	<p><b>연구진 의견·전문가그룹 의견: 핵심사업</b></p>	
샘플 배송 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 수출 상담 후 연결된 수입업자를 대상으로 견본제품 배송비 지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 20개 기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 견본제품 배송과 현지 사무소 상설 전시관 연계 운영</li> <li>문제점: 비용과 수혜기업 한정</li> </ul>
	<p><b>연구진 의견·전문가그룹 의견: 일반사업</b></p>	
상설 전시관 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 센터 내방 수입업자 대상 도내 우수상품 설명, 수출 상담 지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 50품목</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 현지, 소규모 특성 적합, 센터 정체성, 실내장식 등 효과 높음</li> <li>문제점: 품목선정기준, 업데이트, 관리, 방문자 통계 등 성과 통계 부족</li> </ul>
	<p><b>연구진 의견·전문가그룹 의견: 중요사업(글로벌파트너사업 연계)</b></p>	
소규모 우수상품 설명회 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 코스메틱소, 우수제품시연회 등 우수상품 설명회 개최</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 2회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 코로나19에 대응하여 비대면 온라인 상담회 형식으로 추진</li> <li>문제점: 소규모 인력 독자적 기획·운영</li> </ul>
	<p><b>연구진 의견: 중요 or 일반사업 · 전문가그룹 의견: 중요사업</b></p>	
전라북도 수출업무 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 수출상담회 추진 시 수입업자 발굴 및 행사지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 3회 이상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 전라북도경제통상진흥원 담당 부서의 현지 사무소 기능 담당</li> <li>문제점: 소규모 인력, 업무 범위 불분명</li> </ul>
	<p><b>연구진 의견·전문가그룹 의견: 핵심사업(업무 세분화, 구체화 필요)</b></p>	
코로나19 대응 긴급해외 업무대행	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 베트남·인도 입국 제한에 따른 중소기업의 수출 애로 해결을 위한 긴급업무 지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 30건</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 현지 불가피성, 중요성, 긴급성이 있는 대응 업무를 대행</li> <li>문제점: 소규모 인력, 업무 범위 불분명</li> </ul>
	<p><b>연구진 의견·전문가그룹 의견: 핵심사업(업무 세분화, 구체화 필요)</b></p>	

- **(일반사업 대체 신규사업 제안)** 전라북도 해외통상거점센터의 일반사업을 대체하는 신규사업을 검토하되, 핵심사업과 병행할 수 있도록 해야 함
  - **(현지 시장개척 관련 정보 생산과 공유)** e-commerce 입점 정보 등은 현지에서는 손쉽게 취득할 수 있는 정보로 국내 수출기업에 유용하게 활용될 수 있으며, 불특정 다수를 대상으로 하는 서비스로 거점센터의 공공성 제고에 이바지할 수 있음
  - **(인기 상품, 사전 적합도 조사)** 무역박람회 참여해보면 수출기업의 주력제품과 현지 소비자의 선호 제품이 불일치 하는 경우가 있는데, 홍보자료와 견본제품으로 소비자 인기 제품 적합도를 조사함
  - **(전라북도 제품 체험단 운영)** 현지 시장에 따라 차이가 있지만 현지 소비자의 평판, 입소문에 의한 확장성이 높으므로 관련 체험단을 구성·운영함
  - **(현지 수출자문단 운영)** 현지 기업, 활동가의 경험, 평판 등이 시장개척에 중요하게 작용하므로 해외통상거점센터에서 해외에 진출한 기업 활동가(전문가) 집단을 구성하여 전라북도 수출기업에 경험 전수, 강연, 상담 등을 주선할 수 있음
  
- **(현지 시장 수출지원사업 집중·세분화)** 글로벌파트너사업의 현 성과지표와 기업 수요를 고려하여 세분화하는 방향을 검토함
  - **(수출기업 역량에 따른 유형화)** 글로벌파트너사업은 ‘현지 시장 수출지원’의 대분류 아래 현지 시장개척이 필요한 초보 기업, 성장기업, 성숙 기업으로 구분하여 수요자 맞춤형 서비스 체계를 갖추도록 함
  - 유형별로 적정 기업 선정 후 해외통상거점센터 관계자와 협의하여, 해당 기업이 원하는 방향으로 지원하고, “초보 기업→ 성장기업→ 성숙 기업” 등 기업 성장 단계에 따른 지속 지원이 가능하여지도록 함
  
- **(전라북도 수출업무지원사업 유형화)** 전라북도 수출업무지원은 필요한 상황에 유연하게 대응하는 기존 방식을 최대한 유지하되, 유형화하여 예측 가능성과 실효성을 높임
  - 식품, 화장품, 기계 등 산업군이나 기업 성장 단계에 따라 초보 기업, 성장기업, 성숙 기업 등 그룹에 따라 순환하면 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터의 업무 부담을 줄이고, 장기적 관점의 지역 수출 성장 전략을 지속할 수 있음
  - 관련 예산, 인력 등이 확충된다면 전라북도 관계 기관의 일부 현지 정보수집과 생산, 마케팅 업무 일부를 지원할 수도 있을 것으로 판단됨(이 경우 기관 간 상호 협의가 이루어져야 함)



다) 전라북도 해외통상거점센터 성과지표 개선

- **(외부효과에 따른 증감 반영 검토)** 전라북도 해외통상거점센터의 성과지표는 지역 중소기업 성장에 비례하여 수출 목표를 달성하도록 설계되었고, 외부효과에 따른 증감을 반영하도록 보완할 필요가 있음
  - 수출 목표 지향을 가질 필요는 있지만 거시경제 변수와 정치·외교 이슈에 따른 수출 증감을 적절하게 반영하도록 할 필요가 있음
  - 성과지표는 전라북도 수출 목표를 반영하되 전라북도와 전라북도경제통상진흥원, 해외통상거점센터 등 관계자와 협의하여 현실적인 수치를 작성하는 것이 바람직하다고 판단됨
- **(해당연도 성과와 미래성과)** 해외통상거점센터의 핵심성과는 해당연도의 수출 금액으로 측정할 수 있지만, 미래의 수출실적을 쌓기 위한 수출 상담, 마케팅 지원 등 기회 창출 관점에서 성과 관리가 필요함
  - 해당연도의 실제 수출성과에 집중하게 되면 장기적 관점의 미래성과를 위한 기회 창출 활동의 적극성이 낮아질 수 있으므로 적절한 기준을 수립할 필요가 있음
  - 성과지표도 수출 금액(계약, 이행)과 미래의 성과를 위한 수출 상담 금액(건), 참여기업 만족도 등을 병행 관리하도록 구성할 필요가 있음
- **(대기업·중견기업 이용 기회)** 해외통상거점센터가 생산한 정보의 공유 범위에 대기업과 중견기업 등도 활용하도록 기회를 줄 필요가 있음
  - 기업 요구에 따른 맞춤형 조사, 현지 업무 대행은 중소·영세기업에 혜택을 집중하는 것이 합당하지만, 민감한 정보를 제외한 생산된 정보의 공유 대상을 중소기업으로 한정할 필요는 없다고 판단됨
  - 대기업과 중견기업에 현지 시장동향 정보를 제공하여 현지 시장개척과 확장에 활용하도록 하고, 이를 기반으로 중소·영세기업의 시장개척에 협력을 유도할 수 있음
- **(과정지표 신설 검토)** 수출계약체결과 이행은 수많은 상담과 청약·반대청약의 결과이며, 연내 수출계약 미체결, 최종 성과 미달성 등 과정에 있는 활동의 평가가 필요함
  - 과정성과지표는 생소한 개념이지만 결국 “제한된 인력과 예산을 활용”하여, “전라북도 수출을 증대”시킬 수 있는, “기존사업 효율성 제고와 신규사업 발굴”이 핵심임

- 해당연도 수출성과는 이전 연도의 성과인 경우가 있으며, 지자체 예산이 투입되는 관계로 해당연도 성과 보고가 불가피한 현실을 고려하고, 수출 과정을 반영한 적절한 방향성 확립이 필요함

#### 라) 전라북도 해외통상거점센터 명칭 검토

- **(해외통상거점센터 명칭)** 전라북도 해외통상거점센터는 ‘통상(trade)’, ‘거점(hub)’이라는 핵심 키워드로 구성되어 대규모의 수출입 통합서비스 제공이 연상됨
  - 통상은 ‘trade’로 수출과 수입을 포함하며, 정치·외교적 이슈까지 섭렵하는 분야이지만 실제 해외통상거점센터는 수출을 지원하기 위한 목적으로 현지 정보 수집과 수입업자 발굴과 중개에 특화됨
  - 거점은 ‘hub’ 즉, 중심지로 수출입과 관련된 모든 업무를 처리할 수 있다는 의미를 연상하지만, 실제 현지 수입업자와 상담할 수 있는 규모의 사무소를 운영함
  - 종합적인 수출입 원스톱 서비스가 가능하도록 중장기적 지향점을 가질 필요는 있지만, 현 상황에 적합한 명칭을 검토하여 수요기업에 명확한 서비스 범위와 역량을 공유할 필요가 있음
- **(‘전라북도’, ‘수출’, ‘지원’)** 전라북도 해외통상거점센터의 기능은 지역 기업의 수출을 지원하는 역할이므로, ‘통상’보다는 ‘수출’, 거점보다는 ‘지원’ 등 담당업무에 충실하게 명칭을 개선할 필요가 있음
  - 전라북도 해외통상거점센터의 명칭에서 수출과 수입을 총괄하고, 대규모 인프라가 조성되어 운영되는 이미지가 연상됨
  - 해외 현지 수출지원사업을 추진하는 관계 기관은 해외무역관, 해외지부, 해외 지사 등 본부(본사)-지부(지사) 형태로 조직 기능과 규모를 연상할 수 있음

#### 마) 전라북도 해외통상거점센터 사후관리와 미선정 기업 공공서비스 확대

- **(참여기업 사후관리 체계 구축)** 사업계획과 실적관리가 연 단위로 이루어지므로 추적 관리의 한계가 있지만, 후속 관리체계를 구축, 지속 관리하는 방향성 확보 필요
- **(단기 사업의 한계극복)** 수출지원사업은 해당연도 목표와 예산에 따라 추진되는 취지를 훼손하지 않는 범위에서, 기업역량과 해외시장 상황에 따라 초보, 성장, 성숙 기업을

등 성장주기에 맞추어 지역 기업의 역량 강화를 지원할 필요가 있음

- **(공익성 확대: 잠재 기업 혜택 부여)** 해당연도 지원사업에 선정되지 않는 기업이 해외 시장정보, 마케팅, 자문 등을 요청에 대응하도록 하여 공공서비스 당위성을 높임

바) 전라북도 수출통합지원협의회 벤치마킹

- **(원스톱 애로 해소 강화)** 수요자 맞춤 원스톱 지원을 추진하는 정부 정책 동향에 맞추어 전라북도 수출통합지원협의회 운영을 벤치마킹하여 베트남, 인도 현지의 전라북도 수출통합지원협의회를 운영하는 방안을 검토함
  - 수출지원과 관련하여 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 해외사무소의 전문성을 전라북도 해외통상거점센터가 연계하는 원스톱 지원 전략을 구상할 수 있음
  - 현재 베트남 하노이, 인도 뉴델리에 개설된 전라북도 해외통상거점센터가 입주한 건물 혹은 인근에 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 현지 사무소 인접하여 공간적으로 협력네트워크 구축에 어려움이 없다고 판단됨
  - 현지 영사관에서 정부, 지자체, 공공기관 등 네트워크화를 추진하고 있지만, 수출 지원기관 간 협의체는 없으며, 전라북도는 2020년부터 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 15개 기관이 참여하는 수출통합지원협의회를 운영하고 있으므로, 관련 경험을 활용하는 데 유리하다고 판단됨

<p><b>해외통상거점센터 운영 형태·방식</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외통상거점센터 운영 필요</li> <li>• 해외 센터 위탁운영 지속 여부 검토</li> <li>• 해외 센터 전문성 유지와 안정성 제고</li> <li>• 해외 센터 서비스 일부 유료화 검토</li> </ul>	<p><b>해외통상거점센터 업무 분석</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 센터 핵심 업무 집중</li> <li>• 적정 업무량 설계 필요</li> <li>• 소규모 인력 + 현지 불가피한 업무</li> <li>• 일반 사업 대체 신규사업 제안</li> <li>• 현지 시장 수출지원 집중·세분화</li> <li>• 전라북도 수출지원사업 유형화</li> </ul>	<p><b>해외통상거점센터 성과지표 개선</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외부 효과에 따른 증감 반영 검토</li> <li>• 해당연도 성과와 미래 성과</li> <li>• 대기업과 중견기업 이용 기회</li> <li>• 과정 지표 신설 검토</li> </ul>
<p><b>해외통상거점센터 명칭 검토</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외통상거점센터의 명칭</li> <li>• 전라북도 + 수출 + 지원</li> </ul>	<p><b>해외통상거점센터 사후관리 체계</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여기업 사후관리 체계 구축</li> <li>• 단기 사업 한계 극복</li> <li>• 공익성 확대: 잠재 기업 혜택 부여</li> </ul>	<p><b>전라북도 수출통합지원센터</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전라북도 수출통합지원센터 벤치마킹</li> <li>• 원스톱 애로 해소 강화</li> </ul>

[그림 3-7] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 전문가그룹 제안 종합

---

### 3. 해외통상거점센터 운영사례 시사점

#### 가. 전라북도 해외통상거점센터 운영 필요성

##### 1) 지역 수출 활성화 지원에 유효한 정책

- (수출 활성화 유효성) 각 지역 중소·영세 수출기업의 현지 정보수집, 판로개척, 마케팅 활동 등 만족도가 높으며, 실질적 수출 활성화에 도움이 되는 정책이라 판단됨
- (신규 개설 추세) 지역별 명칭에 차이는 있지만 지속 운영되고 있으며, 신규 개설되는 상황을 고려할 때 지역 수출 활성화 지원에 도움이 되는 정책사업으로 인식됨

##### 2) 지자체 해외사무소 핵심 요인

- (해외, 소규모, 기업 지원) 지자체의 해외사무소는 ‘해외’, ‘소규모(평균 3명)’, ‘중소·영세기업 지원’이라는 공통점을 도출할 수 있음
- (국내-현지 수출입 연계 업무) 60개 지역의 해외사무소는 지역 수요에 따라 차이는 있지만, 지자체(국내)와 해외 현지의 업무 연계에 초점을 맞추고 있음

##### 3) 지역 여건에 적합한 현지 시장개척 맞춤형 전략 구상과 추진

- (핵심지역과 차별화 전략 지역) 해외사무소가 개설된 지역은 미국, 중국, 일본, 베트남 등 우리나라 수출입 무역 비중이 높은 국가가 많으며, 지역별 특성에 따라 신북방정책, 신남방정책 등의 전진 기지를 확충하려는 시도가 있음
- (매력적인 아시아 시장) 코로나19 팬데믹 이후 개설된 해외사무소는 중국 옌벤(경기도), 베트남 하노이(경기도, 충청남도), 태국 방콕(경기도), 인도네시아 자카르타(충청남도), 인도 뉴델리(충청남도) 등 아시아 지역에 집중되는 추세임

## 나. 전라북도 해외통상거점센터 운영방식

### 1) 지자체 해외통상거점센터 운영방식

가) 전라북도 기업 수출지원에 최적의 운영형태 검토

- **(직접 운영 vs. 위탁운영)** 지자체 해외통상거점센터의 운영형태는 직접 운영과 위탁운영, KOTRA 해외무역관 파견 등의 형태가 있음
  - 운영 및 관리 주체는 대부분 지자체의 출자·출연기관이 담당하고 있으며, 코로나19 이후 개설된 센터는 대부분 위탁운영 방식을 도입하고 있음
  - 직접 운영하면 해외사무소의 공공성, 신뢰성 증대, 해외 통상업무 담당 직원(공무원) 역량 강화, 지자체 목적에 맞추어 해외정보 수집과 마케팅 지원, 현지 시장 상황과 이슈에 대한 상시 모니터링이 가능하다는 장점이 있음
  - 위탁 운영하면 현지 전문인력 채용으로 단기간에 높은 전문성을 활용할 수 있으며, 업무 특성에 따른 탄력적·유연한 대처, 상대적 적은 예산 소요 등의 장점이 있음
- **(공무원 파견 여부)** 지자체 공무원을 파견하는 경우 장점과 한계점을 판단하여 전라북도 해외통상거점센터 운영 전략을 모색해야 함
  - 지자체 공무원을 파견하여 민간인력과 함께 운영되는 사례(33개)와 민간인력만으로 운영되는 사례(27개)가 있음
  - 공무원을 파견하면 해당 사무소가 지자체가 직접 운영한다는 인식을 심어주어 신뢰성, 공공성을 높이는 효과가 있고 지자체 정책에 부합, 탄력적으로 대응할 수 있으며, 수출업무 특성상 요구되는 고도의 전문성을 습득할 기회를 제공하여 향후 정책 구상과 추진에 도움이 됨
  - 지자체 인사정책에 따른 공무원 파견은 변동성이 심한 수출지역 현지 긴급 대응에 한계가 있으며, 파견 후 일정 기간 무역실무와 현지 시장을 파악하는 역량 강화에 물리적 시간이 발생할 수 있음

나) 현지 소규모 운영 특성에 부합하는 성과 개선방안 모색

- (전라북도 해외통상거점센터 핵심 업무분석) 현재 인력의 단기적 증대를 도모하기 어려우므로 핵심 업무를 중심으로 업무체계를 재검토할 필요가 있음
  - 전국 지자체가 운영하는 60개의 해외통상거점센터(해외사무소)의 평균 인력은 3명(전라북도 베트남센터, 인도센터는 각 4명)으로 국내외 해외의 수출 연계 업무에 집중하고 있음
  - 현재 인력으로 최적의 성과를 달성하기 위해서는 핵심 업무분석을 시행하여 반드시 현지에서 소규모 인력으로 할 수 있는 업무에 집중하는 체계를 확립해야 함
- (해외정보 수집과 마케팅 지원 업무 차별화) 국내외 현지 연계 업무는 정보 수집과 마케팅 지원이며 소수의 인력으로 달성할 수 있는 최적의 운영 방향 설계가 필요함
  - 대부분 지자체가 운영하는 수출지원 현지 사무소의 여건과 업무가 유사하므로 전라북도 기업 수출지원에 실효성을 높이는 방향으로 가용 자원의 최적 활용과 관계 기관 협력 전략을 모색할 필요가 있음
  - 핵심 업무분석을 통하여 전라북도 해외통상거점센터의 주력 업무를 중심으로 성과지표를 설정하고, 업무 추진과정의 개선점을 지속 관리, 보완할 수 있게 해야 함

## 다. 전라북도 해외통상거점센터 차별화 전략

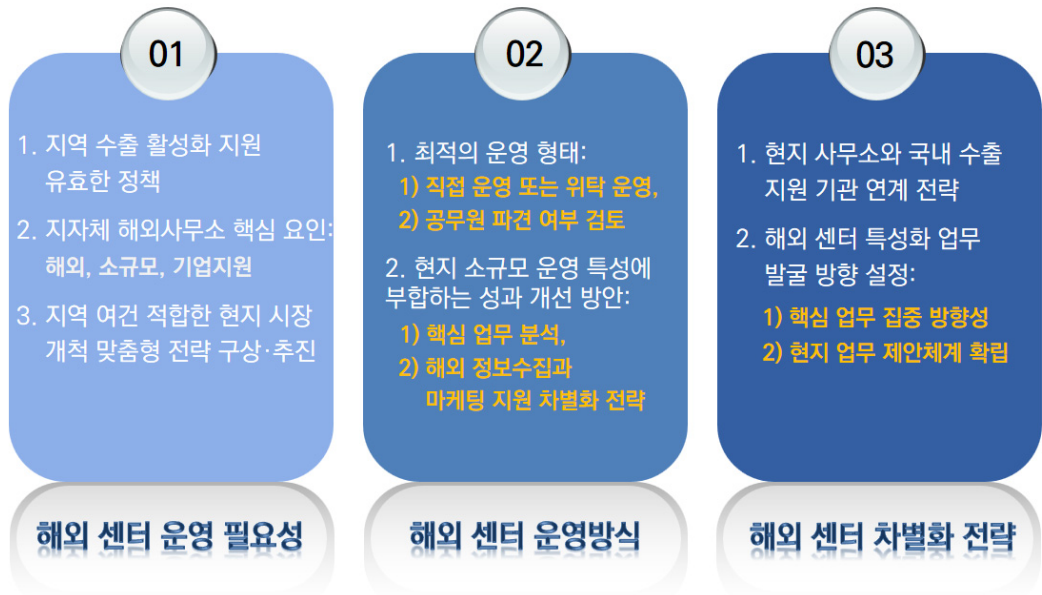
### 1) 현지 사무소와 국내 수출지원 기관 연계 전략

- (전라북도경제통상진흥원 수출업무 연계) 전라북도 해외통상거점센터 차별화 전략을 구상하기 위해서 관리기관과 국내-해외 연계 업무 고도화가 필요함
  - 해외통상거점센터 지원사업 참여기업을 대상으로 수요조사, 역량 강화, 사후관리 등을 추진하고, 지역 기업의 수출 애로 해소를 담당하는 전라북도경제통상진흥원의 역할이 중요함
  - 소규모 인력 한계는 전국 지자체 현지 수출지원 사무소의 공통된 상황이며, 현지 인력을 증가하는 것보다 관리기관의 국내 협력 역량을 강화하는 것이 효과적이라 판단됨

- (전라북도 수출통합지원센터 연계) 전라북도 수출통합지원센터 소속 기관의 현지 네트워크를 강화하여, 원스톱 지원 차별화 전략을 구상함
  - 전라북도 수출통합지원센터에는 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 현지 수출지원 업무 경험을 축적한 기관이 다수 참여하여 지자체 주도의 현지 수출 비즈니스 모델을 구상할 수 있음
  - 현지 사무소가 없는 전라북도 공공기관 중 베트남, 인도 등 수출 및 현지 비즈니스 지원을 협업하여 실질적 운영 효과와 공익적 가치를 창출하는 방향을 검토할 수 있음

## 2) 전라북도 해외통상거점센터 특성화 업무 발굴 방향

- (핵심 업무 집중 방향성 확립) 현지, 소규모 인력이 운영하는 해외통상거점센터의 핵심 업무에 집중하도록 하고, 일반업무를 단계적으로 제거하는 방향성을 확립함
  - 국내에서 처리할 수 있는 업무는 현지 센터에서 쉽게 처리할 수 있는 업무라 해도 해외통상거점센터의 주력 업무로 배정하면 안 됨
  - 적정 업무량 산정 시 추가 업무가 가능하더라도 국내 처리 가능 업무를 배정하기보다 현지 여건과 인력의 전문성을 고려하여 창의적 업무 발굴에 집중할 수 있도록 해야 함
- (현지 업무 제안체계 확립) 현지 소비시장정보 제공, 수입업자 발굴 및 매칭 등 현지 인력의 전문성을 활용할 수 있는 범위에서 특성화 업무를 발굴하고 실증 체계 구축이 필요함
  - 국가와 지역마다 다른 상관습에 대응해야 한다는 국제무역 특성을 고려할 때, 전라북도와 현지 센터가 합의한 공통의 핵심 업무 외에 유효한 시장개척 업무를 제안·반영하는 체계 확립이 필요
  - 현지 소비자 특성, 시장 관습 등을 고려하여 보편적인 시장개척 활동보다 유효한 성과를 달성할 수 있는 경우 시범사업 형태로 시도하여 성과를 분석하고, 정규 사업으로 추진하는 신규업무 제안과 이행 체계(실증, 성과분석, 보상)를 확립함



[그림 3-8] 해외통상거점센터 운영사례 시사점

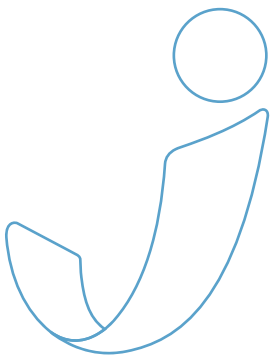




## 제4장

# 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안

1. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토
2. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안
3. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 운영체계 제안



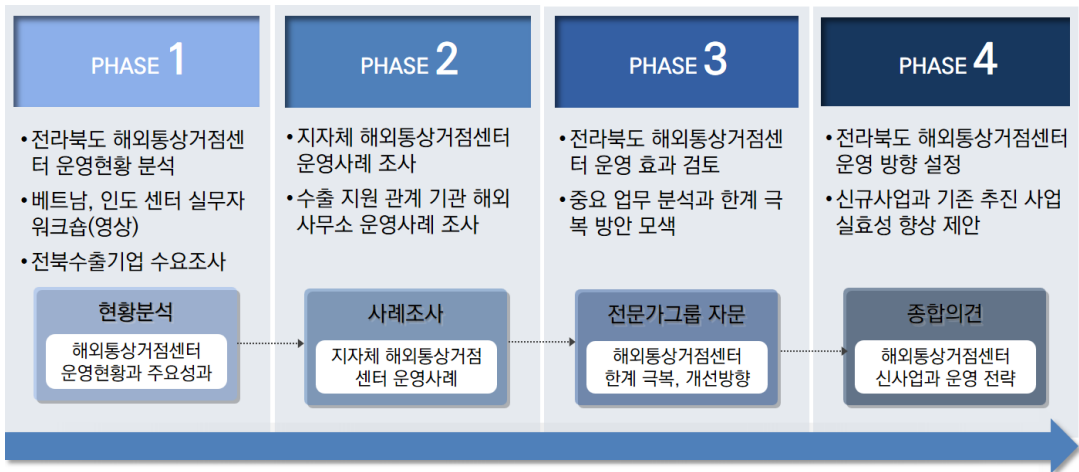


# 제 4 장 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안

## 1. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토

### 가. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토 과정

- 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향은 현황분석, 사례조사, 전문가그룹 자문, 관계자 의견 반영 등 4단계 검토 과정을 거쳐 도출하였음
- 제1단계는 현황분석단계로 전라북도 해외통상거점센터 주요 업무와 성과자료, 베트남 하노이, 인도 뉴델리 현지 센터 운영실무진 의견수렴, 지역 수출기업의 수요조사 등을 통하여 해외통상거점센터의 운영현황과 주요 성과를 분석하였음
- 제2단계는 사례조사로 전국 지자체의 해외통상거점센터와 유사한 현지 수출지원 사무소 운영사례와 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 수출지원 전문기관의 해외사무소 운영사례를 조사하였음



[그림 4-1] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방향 검토 과정

- 제3단계는 4차례의 전문가그룹 자문회의를 통하여 전라북도 해외통상거점센터 운영 효과, 주요 업무 특성을 분석하고 소규모, 예산 등 한계극복 방안을 모색하였음
- 제4단계는 전문가그룹 자문회의, 전라북도 수출기업의 표적 집단 면접조사, 베트남과 인도 현지 센터 실무자, 전라북도경제통상진흥원, 전라북도 기업애로해소지원단 등 관계자 의견을 종합하여 전라북도 해외통상거점센터 운영 방향을 설정하였음

## 나. 전라북도 해외통상거점센터 운영 효과

### 1) 지자체 해외통상거점센터 운영 추세

- 제3장 사례조사에서 조사한 결과 전국 지자체의 수출을 지원하는 현지 사무소는 2022년 말 기준 60개소(12개국)가 운영되고 있으며, 코로나19 이후에도 개설되는 추세에 있음
- 해외통상거점센터의 운영방식은 직접 운영, 위탁운영, KOTRA 해외무역관 파견 등 다 소 차이가 있지만 소규모(평균 3명), 현지 업무, 지역 기업 지원의 목표는 같음
- 코로나19 세계적 유행으로 국가 간 이동이 제한된 시기에 현지 개설된 지역 수출지원 사무소를 통하여 긴급 대응 업무와 수출 이행이 가능하였음

### 2) 전라북도 해외통상거점센터 이용기업 효과 인식

- 전라북도 수출기업 조사 결과 해외통상거점센터를 통해 해외정보 수집과 긴급 대응 업무, 마케팅 지원 등 효과가 있는 것으로 나타남
- 중소기업 특성상 해외시장 개척과정에서 독특한 상거래관습, 법·제도를 알지 못하여, 적절한 수입업자를 발굴하고, 실제 수출계약 체결하는 과정에서 많은 어려움을 경험하고 있으며, 해외통상거점센터의 도움으로 적절한 대응이 가능했다고 응답함

- 이들 기업은 전라북도 해외통상거점센터 이용기업의 맞춤형 지원과 정책사업 실효성 강화를 위한 지속 지원을 요청함
- 수출과 관련하여 모르는 것을 문의하면 답변해주지만, 영세한 수출 초보 기업은 무엇을 모르는지조차 인식하지 못하는 경우가 많으므로 전담 담당관 형태(전라북도 “1 기업-1 공무원 매칭 애로 해소 사례” 참조)의 지원을 검토할 수 있음
- 해외통상거점센터 글로벌파트너사업에 선정된 기업에 보편적인 서비스를 제공하기보다 맞춤형 성과지표를 발굴하는 방향으로 추진되면 좋겠음. 예를 들어 해외 시장정보 수집을 원하는 초보 단계의 기업과 실제 마케팅 고도화를 추진해야 하는 중급단계의 기업이 같은 서비스를 지원받으면 만족도가 높지 않으리라 생각함

## 다. 전라북도 해외통상거점센터 지속·확대 요청

### 1) 해외통상거점센터 성과평가제도에 대한 보완

- (1년 단위 사업관리 한계) 정책사업 특성상 1년 단위로 기업을 선정하고 성과를 달성해야 하지만, 실제로 해당연도 3~5월경 선정되어 6개월 동안 시장정보 획득, 수입업자 발굴, 상담, 수출계약을 체결하는 것은 현실적인 어려움이 있음
- (장기적 관점의 수출성과관리 보완) 1~2회가량 성과가 있어도 안정적인 수출시장 확대를 위해서는 지속적인 관리체계 구축이 필요하므로 해당연도 성과평가와 장기적 관점의 지속성을 높여야 함
- (수출 과정 체계적 관리) 해외시장개척을 수출 결과로만 판단하지 않고, 수출성과를 달성하기까지의 거래관계 개설과정 관리로 수출 활성화 지원 활동을 자체 분석하여 실효성을 높이도록 함
- 과정지표를 토대로 적정 업무량을 설정하고 수출성과와 과정성과를 분석하여 장기적 관점의 전라북도 수출 증대를 지원하는 실질적 지원 활동이 이루어지도록 함

---

## 2) 기존 해외통상거점센터의 유지와 신규 개설 요청

- 전라북도 해외통상거점센터 이용기업은 현지 정보 제공과 수입업자 발굴, 마케팅 활동 등 지원업무가 지속되기를 희망함
- 또한, 해외시장 판로 확대를 위하여 베트남, 인도 이외의 지역에도 해외통상거점센터를 개설할 것을 희망함
- **(동남아시아 할랄 시장)** 해외통상거점센터 확장 희망 지역에 대하여 동남아시아 지역 특히, 베트남 하노이센터에서 커버하기 힘든 할랄 시장개척을 위하여 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르 등을 희망하는 의견이 있음
- **(1국가 2센터 운영 전략)** 현재 베트남, 인도 시장은 지리적 범위가 넓으므로 하노이, 뉴델리 외에 호찌민, 뭄바이 등 1국가 2센터 형태로 권역별 특성화 전략 구체화가 필요하다는 의견도 있음
- **(북중미, 중앙아시아)** 북미·중남미 시장진출을 위한 요충지로 미국, 멕시코 등을 검토할 수 있으며, 농기계 산업의 경우 중앙아시아 지역도 매력적인 시장으로 판단됨

## 2. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안

### 가. 전라북도 해외통상거점센터 업무분석

- 전라북도 해외통상거점센터 업무분석은 ‘현지’, ‘소규모’, ‘기업 지원의 목적 달성’ 등 3가지 중요요인 달성 여부로 판단하였으며, 연구진, 전문가그룹, 해외통상거점센터 베트남·인도센터 운영기관, 전라북도 경제통상진흥원, 전라북도 기업애로해소지원단 관계자 의견 취합한 결과를 반영하였음
  - 핵심사업은 현지, 소규모, 중소·영세 수출기업 지원 목적 3가지를 모두 충족한 완전 부합 업무로 확대, 확산, 지속해야 할 사업으로 판단함
  - 중요사업은 현지, 소규모, 중소·영세 수출기업 지원 목적 중 2가지를 충족하는 업무로 현 예산과 투입 범위에서 효율성을 높이는 방안을 모색할 필요가 있음
  - 일반사업은 현지, 소규모, 중소·영세 수출기업 지원 목적 중 1가지를 충족하는 업무로 핵심사업 이행에 인력이 부족하거나 유사한 지원사업이 있다면 단계적 제거가 필요함
- **(글로벌파트너사업: 핵심사업)** 글로벌파트너사업은 도내 중소기업의 해외 지사 역할 대행, 해외시장 개척 지원 목적에 맞으며, 중소·영세기업지원, 현지, 소규모 특성 등을 모두 충족하는 것으로 ‘핵심사업’으로 판단됨
  - 글로벌 파트너 사업은 2023년 기준 베트남센터와 인도센터가 각 25개 기업, 총 50개 기업의 현지 파트너업무를 이행하도록 성과목표가 수립되었음
  - 세부적으로 현지시장조사, 수입업자 발굴, 온라인 상담, SNS 홍보, 월간보고서, 사후관리 등 6개 항목에 맞추어 추진되는데 인력, 예산 한계를 극복하는 방향으로 실효성 제고 전략 모색이 필요함
- **(샘플배송지원사업: 일반사업)** 샘플배송지원사업은 수출 상담 후 연결된 수입업자에게 보내는 견본제품 배송비를 지원하는 사업으로 중소·영세기업지원, 현지, 소규모 특성 중 중소·영세기업지원 1가지 항목을 충족, ‘일반사업’으로 분류함
  - 샘플배송지원사업은 2023년 기준 베트남센터와 인도센터가 각 20개 기업, 총 40개 기업의 견본제품을 배송하도록 성과목표가 설정되었으며 상설전시관 운영사업과 연계 추진하고 있음
  - 현지 특송화물 통관 절차에 따른 특수성이 있지만, 핵심사업 이행에 인력과 예산 한계가 있는 상황에서

건본제품 발송을 지원하는 다른 유사 사업으로 전환을 유도하고, 베트남, 인도 시장 특수성에 대해서는 해당 사업 담당 기관에 자문하는 방식이 적합하다고 판단됨

- **(상설전시관 운영: 중요사업)** 상설전시관 운영사업은 해외통상거점센터를 방문한 현지 수입업자를 대상으로 전라북도 수출기업의 우수상품을 설명하고 수출 상담을 지원하는 사업으로 중소·영세기업지원, 현지 등 2가지 항목을 충족, '중요사업'으로 구분함
  - 상설전시관 운영사업은 2023년 기준 베트남과 인도센터 각 50개 품목, 총 100개의 건본제품을 해외통상거점센터에 전시하여, 수입업자 방문을 유도하고, 현지 센터의 정체성과 실내장식 등에 효과가 있음
  - 전시 품목선정의 기준, 업데이트 및 관리 주기, 방문자 통계, 상담 성과 등이 관리될 필요가 있으며, 별도의 독립된 전시실을 운영하지 않는다면 센터 업무에 집중할 수 있도록 할 필요가 있음
  
- **(소규모 우수상품 설명회 개최: 중요사업)** 화장품, 식품 등 전라북도 수출기업의 우수상품을 현지 수입업자에 안내하는 설명회는 중소·영세기업지원, 현지 등 2가지 항목을 충족, '중요사업'으로 판단됨
  - 코로나19 세계적 유행에 대응하여 비대면 영상 상담방식으로 추진하여 관련 기업의 수출계약을 지원하였으나, 소규모 인력 한계상 독자적 기획과 추진에 한계가 있음
  - 전라북도 수출기업의 경쟁력 있는 제품을 홍보하고, 적절한 수입업자와 상담을 주선하면서, 소규모 조직 특성의 한계를 극복하기 위하여 비대면 영상 상담회의 안정적 추진전략을 모색함
  
- **(전라북도 수출업무 지원: 핵심사업)** 전라북도경제통상진흥원 담당 부서의 현지 사무소 기능을 담당하여, 현지 수출상담회 추진 시 수입업자 발굴과 행사를 지원하는 업무로 중소·영세기업지원, 현지, 소규모 특성 등 3가지 항목을 충족, '핵심사업'으로 분류함
  - 전라북도 수출업무 지원사업은 베트남과 인도센터가 각 3회 이상 해당 지역 수출상담회에 전라북도 기업 제품에 관심이 있는 수입업자를 발굴하고 행사를 지원하여 다수의 수출계약 체결을 증대함
  - 해외통상거점센터의 핵심 업무인 글로벌파트너사업과 연계하여 전문성을 높일 수 있으나 소규모 인력 한계와 불분명한 업무 범위를 조정하여 안정적 운영이 가능하게 해야 함



[표 4-1] 전라북도 해외통상거점센터 추진사업 업무분석 결과

사업명	업무분석 결과	
글로벌 파트너 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 도내 중소기업의 해외 지사 역할 대행, 해외시장 개척 지원</li> <li>사업 규모 : 베트남, 인도 각 25개 기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 중소·영세기업지원, 현지, 소규모 특성 등 적합</li> <li>문제점: 현지 인력, 차량, 현지 조사·프로세스 대응력 한계</li> </ul>
	<b>• 업무 구분: 핵심사업</b>	
샘플 배송 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 수출 상담 후 연결된 수입업자를 대상으로 견본제품 배송비 지원</li> <li>사업 규모 : 베트남, 인도 각 20개 기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 견본제품 배송과 현지 사무소 상설 전시관 연계 운영</li> <li>문제점: 비용과 수혜기업 한정</li> </ul>
	<b>• 업무 구분: 일반사업</b>	
상설 전시관 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 센터 내방 수입업자 대상 도내 우수상품 설명, 수출 상담 지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 50개 품목</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 현지, 소규모 특성 적합, 센터 정체성, 실내장식 등 효과 높음</li> <li>문제점: 품목선정기준, 업데이트, 관리, 방문자 통계 등 성과 통계 부족</li> </ul>
	<b>• 업무 구분: 중요사업</b>	
소규모 우수상품 설명회 개최	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 코스메틱소, 우수제품시연회 등 우수상품 설명회 개최</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 2회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 코로나19에 대응하여 비대면 온라인 상담회 형식으로 추진</li> <li>문제점: 소규모 인력 독자적 기획·운영</li> </ul>
	<b>• 업무 구분: 중요사업</b>	
전라북도 수출업무 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 수출상담회 추진 시 수입업자 발굴 및 행사지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 3회 이상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 전라북도경제통상진흥원 담당 부서의 현지 사무소 기능 담당</li> <li>문제점: 소규모 인력, 업무 범위 불분명</li> </ul>
	<b>• 업무 구분: 핵심사업</b>	
코로나19 대응 긴급업무	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 베트남·인도 입국 제한에 따른 중소기업의 수출 애로 해결을 위한 긴급업무 지원</li> <li>사업 규모: 베트남, 인도 각 30건</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 현지 불가피성, 중요성, 긴급성이 있는 대응 업무를 대행</li> <li>문제점: 소규모 인력, 업무 범위 불분명</li> </ul>
	<b>• 업무 구분: 핵심사업</b>	

- (코로나19 대응 긴급 해외업무: 핵심사업) 코로나19의 세계적 유행으로 베트남·인도 입국 제한에 따른 중소기업의 수출 애로 해결을 위한 긴급업무 지원으로 중소·영세기업지원, 현지, 소규모 특성 등 3가지 항목을 충족, '핵심사업'으로 구분함
  - 코로나19 대응 긴급 해외업무 대행사업은 현지 불가피성, 중요성, 긴급성이 있는 현장 업무를 대행하는 것으로 공간적 이격과 출입국 제한 등에 대응하는 것으로 센터별 각 30건 이상으로 목표를 설정함
  - 현지 공간과 시간의 격차를 줄이는 최적의 해외통상거점센터 운영 전략이지만 소규모 인력의 한계성과 긴급업무의 범위를 명확하게 할 필요가 있음

## 나. 전라북도 해외통상거점센터 정책사업 제안

### 1) 현지 수출지원

가) 현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업(정보 특화형)

#### ■ 지원사업 필요성

- 해외통상거점센터 핵심사업 중 글로벌파트너사업의 실효성을 높이고, 장기적 관점의 수출경쟁력 제고를 위하여 수출 초보 기업 맞춤형 파트너 사업을 구성함
- 수출 경험이 없는 수출 초보 기업을 대상으로 현지 시장정보제공, 상관습, 법·제도, 무역실무 컨설팅 등 기업역량 맞춤형 지원이 필요함

#### ■ 지원 대상

- 내수 판매 중심의 수출 초보 기업을 대상으로 하며, 사업 규모는 전라북도 경제통상진흥원과 해외통상거점센터 인력이 담당할 수 있는 적정 기업을 선정함
- 현지 시장정보, 특유의 상관습, 법·제도 등 정보 수집과 수출 초보 기업의 주력제품의 소비시장 맞춤형 조사 관리에 초점을 맞춤

#### ■ 추진방식

- 전라북도경제통상진흥원이 전라북도 수출기업을 대상으로 현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업(정보 특화형) 희망 기업을 선정, 사전 교육을 추진함
- 해당연도 선정기업은 베트남, 인도 등 해외통상거점센터와 상담(비대면 영상 또는 현지 방문)하여 업체가 필요로 하는 정보, 조사 방법 등에 따른 맞춤형 지원을 시작함

## ■ 특징

- 글로벌파트너사업을 기업 특성에 맞춤형 서비스로 재편하여 수출 초보 기업을 스타 기업으로 성장할 수 있도록 장기적 관점으로 지원함
- 해당연도 현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업(정보 특화형) 선정기업 중 희망 기업은 다음 해 수출기업 파트너 사업(마케팅 특화형)에 참여하도록 유도함
- 장기적 관점에서 초보 기업을 스타 기업으로 육성하고, 참여기업의 사전 준비와 해외 통상거점센터의 맞춤형 서비스 품질 제고를 유도함

나) 수출기업 파트너 사업(마케팅 특화형)

## ■ 지원사업 필요성

- 글로벌파트너사업의 실효성을 높이고, 장기적 관점의 수출경쟁력 제고를 위하여 수출 기업 파트너 사업을 구상함
- 수출 경험이 있는 성장기업이 수출 규모를 확대하도록 현지 마케팅 역량을 강화하는데 특화된 지원사업이 필요함

## ■ 지원 대상

- 수출 경험이 있는 전라북도의 성장기업 또는 전년도 현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업(정보 특화형)에 참여한 기업 중 적정 성과를 달성한 기업
- 선정기업 주력제품의 소비 시장 특성과 맞춤형 적정 수입업자 발굴, SNS 홍보, 소비자 평가단 운영 등 현지 마케팅에 특화된 지원이 필요한 기업

## ■ 추진방식

- 전라북도경제통상진흥원이 전라북도 수출기업을 대상으로 수출기업 파트너 사업(마케팅 특화형) 희망 기업을 선정, 사전 교육을 추진함
- 해당연도 선정기업은 베트남, 인도 등 해외통상거점센터와 상담(현지 방문)하여 업체가 희망하는 현지 수입업자 발굴, 상담 주선, 수출계약 체결 등을 지원함

## ■ 특징

- 글로벌파트너사업을 기업 특성에 맞춤형 서비스로 재편하여 수출기업을 스타 기업으로 성장할 수 있도록 장기적 관점으로 지원함
- 해당연도 현지 수출기업 파트너 사업(마케팅 특화형) 선정기업 중 희망 기업은 다음 해 수출파트너 사후관리(종합 컨설팅 특화형)에 참여하도록 유도함
- 장기적 관점에서 수출기업을 스타 기업으로 육성하고, 참여기업의 사전 준비와 해외통상거점센터의 맞춤형 서비스 품질 제고를 유도함

다) 수출파트너 사후관리(종합 컨설팅 특화형)

## ■ 지원사업 필요성

- 글로벌파트너사업의 실효성을 높이고, 장기적 관점의 수출경쟁력 제고를 위하여 수출파트너 사후관리 사업을 구상함
- 전라북도 수출기업이 수출 규모를 지속 확장하도록 현지 정보활동, 마케팅, 사후관리 등 종합적인 역량 강화에 특화된 지원사업이 필요함

## ■ 지원 대상

- 해외업무 경험과 수출실적이 있는 전라북도의 수출기업(성장기·성숙기) 또는 전년도 수출기업 파트너 사업(마케팅 특화형)에 참여한 기업 중 적정 성과를 달성한 기업
- 전라북도 해외통상거점센터의 현지 수출 지원사업 중 맞춤형 기업 지원의 최종 단계로 정보 관리, 현지 마케팅 등 종합적인 역량 강화를 지원함

## ■ 추진방식

- 전라북도경제통상진흥원이 전라북도 수출기업을 대상으로 수출파트너 사후관리(종합 컨설팅 특화형) 희망 기업을 선정, 사전 교육을 추진함
- 해당연도 선정기업은 베트남, 인도 등 해외통상거점센터와 상담(현지 방문)하여 업체가 희망하는 현지 수입업자 발굴, 상담 주선, 사후관리, 종합 컨설팅 등을 지원함

## ■ 특징

- 글로벌파트너사업을 기업 특성에 맞춤형 서비스로 재편한 최종 단계로 참여기업이 전라북도 수출 스타 기업으로 성장할 수 있도록 지원함
- 해당연도 수출파트너 사후관리(종합 컨설팅 특화형) 선정기업은 향후 지속적인 전라북도 수출 스타 기업으로 관리되며, 수출 초보 기업과 성장기업의 멘토가 되도록 유도함
- 전라북도 해외통상거점센터 지원사업으로 성장한 스타 기업이 주도하는 수출산업 생태계를 구축하여 장기적 수출 활성화 기반 조성에 이바지함

---

## 라) 전라북도 수출 상담센터 운영

### ■ 지원사업 필요성

- 전라북도 해외통상거점센터의 상설전시관 운영사업의 취지를 살리고, 베트남과 인도 현지 수출 전문가로 구성된 해외통상거점센터의 강점을 활용함
- 전라북도 수출 상담센터 운영은 베트남·인도 현지 센터 담당자, 현지 전문가그룹을 활용하여 상시 상담이 가능하도록 체계를 갖추

### ■ 지원 대상

- 베트남 하노이와 인도 뉴델리 등 전라북도 해외통상거점센터가 개설된 지역에 진출한 지역 수출기업과 현지 수입업자의 맞춤형 상담을 추진함
- 해외통상거점센터로 방문하는 기업을 대상으로 추진하므로 방문 빈도를 예측하기 어려우므로 업무 추진과 실적 기록을 병행할 필요가 있음

### ■ 추진방식

- 해외통상거점센터로 방문하는 기업을 대상으로 센터 전문 직원이 상담하며, 사전에 요청하면 지역, 분야 전문가를 초청하여 추진함
- 전라북도 수출 상담센터 운영이 활발하게 이루어지면 분야별, 수출 절차별 주제별 정기 상담회를 추진함

### ■ 특징

- 전라북도 해외통상거점센터 사무소를 상담 공간으로 운영하여 현지 기업의 수입문의 등 적극 대응, 전문가그룹 운영을 통해 필요한 자문을 제공할 수 있음
- 해외통상거점센터 상설전시관 운영사업(기존사업)의 효율성을 높이고, 센터 업무공간 최적 활용을 도모함

## 마) 전문 통역 서비스

### ■ 지원사업 필요성

- 전라북도 기업이 현지 계약체결에 어려움을 호소하는 영역으로 전문 통역 서비스의 안정적 제공과 서비스 품질 제고를 위한 전담 통역 서비스 지원체계 구축이 필요함
- 언어가 수출 시장개척에 장벽이 되지 않도록 기업 지원 필요가 높으며, 수준 높은 전문 통역 서비스를 제공할 수 있는 통역사 풀 관리가 필요함

### ■ 지원 대상

- 전라북도 수출기업 중 베트남, 인도 등 해외통상거점센터가 개설된 지역의 수입업자와 수출 상담, 박람회 참여 등에 통역 서비스가 필요한 기업을 대상으로 함

### ■ 추진방식

- 제품 특성, 재료 등 전문 통역이 가능한 통역사 풀을 마련하고 전라북도 수출기업이 요청하면, 해외통상거점센터에서 전담 통역사 중개를 추진함
- 수출상담회, 박람회 등 참여 시 제품 특성과 재료 등 전문적 지식의 통역사와 교류를 위하여 사전 비대면 영상회의를 지원함

### ■ 특징

- 언어장벽이 수출 애로가 되지 않도록 전담 통역원을 배정하고, 통역수요가 집중되는 시기에 맞추어 탄력적 인력 충원(전담 통역사 계약)이 가능하도록 운영방식을 마련함
- 전라북도 수출 상담센터 운영에 필요한 통역사를 배정하여 통역 서비스 품질 관리를 병행할 수 있음

---

## 2) 전라북도 수출업무지원

### 가) 열린 수출상담회

#### ■ 지원사업 필요성

- 전라북도 해외통상거점센터 인력의 업무 부담을 줄이면서 지역 수출기업 지원 효과를 높이기 위한 사업 구상이 필요함
- 열린 수출상담회는 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터 실무자 간 현안 공유, 업무 실적 보고 등 매주 영상회의 방식으로 추진되는 정기 회의를 활용하여 수출기업 맞춤형 상담 서비스를 이행하고자 기획함

#### ■ 지원 대상

- 원칙적으로 전라북도 기업 모두를 대상으로 하며, 전라북도 수출지원 사업에 참여하는 기업의 조사요청, 상거래관습 자문 등을 이행함
- 사업 추진 초기에는 해외통상거점센터 지원사업 참여기업 중심으로 열린 상담회를 운영하고, 점차 전라북도 수출통합지원센터 지원사업 참여기업, 전라북도 수출기업 순으로 범위를 넓힘

#### ■ 추진방식

- 비대면 영상회의 방식으로 추진하며, 지역 기업, 전라북도 기업애로해소지원단, 전라북도경제통상진흥원, 베트남·인도 해외통상거점센터, 전문가 등이 참여함
- 정기 개최(월 1회)를 목표로 하며, 전라북도경제통상진흥원에서 참여기업의 수요조사를 사전 이행하고, 베트남·인도 해외통상거점센터와 협의 후 현지 조사, 전문가 섭외 후 열린 수출상담회를 진행함



## ■ 특징

- 열린 수출상담회는 신규사업이지만, 기존에 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터 간 이행 중인 영상회의를 활용하여 실효성을 높이는 방식으로, 인력, 예산 한계를 극복하고, 실효성을 높일 것으로 기대함
- 기존 매주 개최하는 전라북도경제통상진흥원과 해외통상거점센터 간 업무 회의는 지속하며, 다만, 이 회의에서 지역 기업의 조사 및 자문 요청사항 공유와 협의가 포함됨
- 장기적 관점에서 전라북도 수출생태계를 조성하려는 노력으로 전라북도 해외통상거점센터 업무 홍보와 안내, 지역 기업의 지속 참여 유도에 이바지할 것으로 기대함
- 전라북도경제통상진흥원의 참여기업 모집과 수요조사, 해외통상거점센터의 현지 시장 조사, 전문가 자문 등이 결합하여 수요자 중심의 실효성 높은 지원이 가능함

### 나) 수출전략상품 사전 조사

## ■ 지원사업 필요성

- 해외 박람회, 수출상담회 참여기업의 주력제품이 현지 소비자 기호에 적합한지 사전에 알 수 있으면 박람회 준비에 도움이 될 것이라는 지역 기업의 요구가 있음
- 해외 박람회에 참가한 기업의 주력제품보다 시장 반응을 살피기 위한 실험 제품의 호응이 높아 견본제품 부족으로 수입업자 상담에 대응하지 못한 사례가 있음
- 전라북도 기업의 주력제품과 실험적 제품의 현지 소비자 호응도를 사전에 조사하는 업무를 해외통상거점센터에서 담당할 수 있음

---

## ■ 지원 대상

- 전라북도 기업 중 해당연도 해외통상거점센터 지원사업 또는 전라북도 수출통합지원센터의 해외 박람회 참가가 확정된 기업을 대상으로 함
- 베트남·인도 해외통상거점센터 담당업무와 인력을 고려하여 최소 규모로 시작하고 만족도가 높으면 점진적으로 범위를 넓힘

## ■ 추진방식

- 전라북도 해외통상거점센터 지원사업 참여기업 또는 전라북도 수출통합지원센터의 해외 박람회 참여에 선정된 기업을 대상으로 베트남 하노이, 인도 뉴델리 현지 소비자 조사 희망 기업을 전라북도경제통상진흥원에서 접수 후 현지센터와 협의·이행함
- 해외통상거점센터 지원사업으로 추진하지만, 현지 소비자조사에 필요한 견본제품 제공과 조사비용은 희망 기업 부담을 원칙으로 함
- 베트남·인도의 적정한 수입업자가 해외통상거점센터에 방문하여 견본제품을 확인하고 소비시장 적합성을 판단하는 방식으로 추진함

## ■ 특징

- 전라북도 수출기업의 주력 제품군에 대한 현지 소비자 반응, 시장성 등을 사전에 조사하여 수출 지원정책의 실효성을 높일 수 있음
- 해외통상거점센터의 기존 샘플 발송 지원사업, 상설전시관 운영사업을 보완하여 추진할 수 있으며, “전라북도 수출 상담센터”의 실질적 운영 효과를 높일 것으로 기대함

## 다) 전북제품 체험단 운영

### ■ 지원사업 필요성

- 제품과 소비 시장 특성에 따라 생활소비재는 현지인의 사용 후기, 입소문 등이 유효한 홍보 전략이 될 수 있음
- 식품, 화장품, 생활소비재 등을 대상으로 현지인 체험단을 모집하여 전라북도 수출기업의 주력제품에 대한 사용 후기 피드백, SNS 홍보 등을 추진함

### ■ 지원 대상

- 전라북도 해외통상거점센터 지원사업에 선정된 기업 중 식품, 화장품, 생활소비재 등이 주력제품인 기업을 최우선 대상으로 함

### ■ 추진방식

- 전라북도 해외통상거점센터 전북제품 체험단 운영사업에 참여를 희망하는 기업을 대상으로 전라북도경제통상진흥원에서 접수 후 현지 센터와 협의·이행함
- 베트남 하노이, 인도 뉴델리 해외통상거점센터는 현지인 중 제품 체험 경험을 공유하고, 확산효과가 있는 체험단을 모집·관리하는 업무를 담당함
- 해외통상거점센터 지원사업으로 추진하지만, 전북제품 체험단 배포에 필요한 견본제품과 체험단 운영경비는 희망 기업 부담을 원칙으로 함

### ■ 특징

- 식품, 화장품, 생활소비재는 현지인의 사용 후기 조사에 따라 적절한 시장개척전략의 수립을 지원할 수 있음
- 전북제품체험단 운영으로 모집한 분야별 현지 체험단은 “열린 수출상담회”의 현지 시장수요조사 등에 참여할 수 있는 소비자 패널이 될 수 있음

---

라) 전라북도 베트남·인도 수출지원협의회 운영

■ 지원사업 필요성

- 전라북도 수출통합지원센터는 수출 지원사업을 담당하는 15개 기관이 참여하고 있으며, 정기·수시 회의를 개최하여 원스톱 수출지원을 도모하고 있음
- 현재 베트남 하노이, 인도 뉴델리 등 해외통상거점센터가 개설된 지역은 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 수출 전문기관의 해외사무소가 개설되어 있음
- 전라북도 해외통상거점센터의 소규모 운영 특성으로 수출 계약체결과 이행 절차 전반의 통합지원에 한계를 극복하는 방안 모색이 필요함

■ 추진방식

- 전라북도 해외통상거점센터가 개설된 지역에 있는 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 수출 전문기관의 해외사무소와 현지 수출지원협의회를 운영함
- 전라북도 수출통합지원센터 정기·수시 회의처럼 기관 현안, 이슈, 지역 수출기업 지원을 위한 다양한 정책, 협력사업 발굴 등 정기교류, 업무협의를 추진함

■ 특징

- 수출 전문기관의 고유 업무 비결과 경험을 공유하고, 현지 인력 간 원활한 협력체계 구축, 협력 거버넌스 구성·운영으로 원스톱 수출 지원체계를 구축함
- “전문 통역 서비스”, “열린 수출상담회”, “수출전략상품 사전 조사”, “전북제품 체험단 운영” 등 해외통상거점센터의 다양한 업무에 대한 협력이 가능할 것으로 기대함
- 해외통상거점센터의 소규모 운영 특성으로 많은 업무보다 분야별 전문가, 현지 소비자, 전문 통역사 등 전라북도 수출을 지원하는 전문인력집단을 관리하여 실질적 효과를 높일 수 있음

[표 4-2] 전라북도 해외통상거점센터 주요 정책사업 제안

사업명		세부 내용	
현 지 수출 지원	현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업 (정보)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 내용: 현지 수출 경험이 없는 수출 초보 기업 대상으로 정보 제공, 상 관습 컨설팅 등 맞춤형 지원</li> <li>• 대상: 내수 중심 수출 초보 기업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 규모: 센터별 적정량(전체 한도 내)</li> <li>• 방식: 경진원 기업선정→ 해외센터 업무 협의(수요조사)→ 맞춤형 지원</li> </ul>
	수출기업 파트너 사업 (마케팅)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 내용: 실제 수출을 시작한 기업이 수출 규모를 확대하도록 현지 마케팅 집중 지원</li> <li>• 대상: 수출기업(성장기)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 규모: 센터별 적정량(전체 한도 내)</li> <li>• 방식: 경진원 기업선정→ 해외센터 업무 협의(수요조사)→ 맞춤형 지원</li> </ul>
	수출파트너 사후관리 (컨설팅)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 내용: 현지 수출 경험이 있는 기업을 대상으로 수출 규모를 지속 확장 하도록 지속 관리</li> <li>• 대상: 수출기업(성장기·성숙기)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 규모: 센터별 적정량(전체 한도 내)</li> <li>• 방식: 경진원 기업선정→ 해외센터 업무 협의(수요조사)→ 맞춤형 지원</li> </ul>
	전라북도 수출 상담센터 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 내용: 베트남·인도 현지 센터 담당자, 현지 전문가그룹을 활용하여 상 시 상담센터 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 규모: 1식(빈도 축적, 단, 규모화 가능 시 정기 상담회 방식 전환)</li> <li>• 방식: 현지 전북 수출기업, 수입 희망 기업 대상 상시 상담센터 운영</li> </ul>
전문 통역 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 내용: 현지 언어에 어려움이 있는 현지 시장진출(희망)기업을 대상으로 전문 통역 서비스 제공(주선)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 규모: 1식(탄력적 인력 관리 필요, 빈도 축적)</li> <li>• 방식: 현지 센터에서 분야별 전문 통역사를 관리, 기업과 통역사 매칭 추진</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 글로벌파트너사업을 기업 특성에 맞춤형 서비스로 재편하여 실제 수출 기업으로 성장 지원(1차 연도 선정기업은 2차 연도 수출기업 파트너 사업 대상)</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 글로벌파트너사업을 기업 특성에 맞춤형 서비스로 재편하여 수출 중급 기업으로 성장 지원(1차 연도 선정기업은 2차 연도 수출파트너 사후관리 대상)</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 글로벌파트너사업을 기업 특성에 맞춤형 서비스로 재편, 실제 수출 규모에 따른 성과 도출을 해내는 스타 기업의 지속적 컨설팅, 사후관리</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 해외통상거점센터 사무소를 상담 공간으로 운영하여 현지 기업의 수입 문의 적극 대응, 전문가그룹 운영을 통해 필요한 자문 적기 대응 가능</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 언어장벽이 수출 애로가 되지 않도록 전담 통역원을 배정하고, 통역수요가 집중되는 시기에 맞추어 탄력적 인력 총원(통역 계약)이 가능하도록 운영방식 확보</li> </ul>	

사업명		세부 내용	
전라북도 수출업무지원	열린 수출상담회	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 지역 기업, 전북도, 경진원, 현지 센터, 전문가 등이 참여하는 정기 상담회(영상회의 방식)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 규모: 월 1회, 연 8회</li> <li>방식: 경진원 참가기업 수요조사(1주, 2주)→ 해외센터 준비(3주)→ 열린 수출 상담회 개최(4주)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 전라북도경제통상진흥원의 참여기업 모집과 수요조사, 해외센터의 현지 시장 여건 조사 등이 결합하여 수요자 중심의 실효성 높은 수출업무 지원 가능</li> </ul>	
	수출전략상품 사전 조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 수출 희망 기업의 주력 제품군에 대한 현지 시장 적합도 조사를 이행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 규모: 1식(빈도 축적, 적정량)</li> <li>방식: 전북기업이 경진원에 요청→ 해외 센터 대응</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 수출 희망 기업의 주력 제품군에 대한 현지 소비자 반응, 시장성 등을 사전에 조사하여 수출 지원정책의 실효성을 높일 수 있음</li> </ul>	
	전북제품 체험단 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 생활소비재 수출을 희망하는 기업의 제품에 대한 체험단 그룹을 모집·관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 규모: 1식(빈도 축적, 적정량)</li> <li>방식: 전북기업이 경진원에 요청→ 해외 센터 대응</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 생활소비재는 현지인의 사용 후기 조사에 따라 적절한 시장개척전략을 수립할 수 있음</li> </ul>	
전라북도 베트남·인도 수출지원 협의회 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 내용: 베트남·인도에 있는 전라북도 수출지원기관 정기교류, 업무협약의 추진(예: 전라북도 수출통합지원협의회)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 규모: 격월 1회, 연 6회</li> <li>방식: 베트남(하노이), 인도(뉴델리)에 있는 KOTRA, 한국무역보험공사, 무역협회 등 관계 기관 정기 간담회, 협업 유도</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>특징: 수출지원기관의 고유 업무 경험을 공유하고, 현지 인력 간 원활한 협력체계 구축을 위한 협력 거버넌스 구성과 운영</li> </ul>		

### 3. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 운영체계 제안

#### 가. 전라북도 해외통상거점센터 명칭 변경 제안

##### 1) 전라북도 해외통상거점센터 명칭 검토 배경

- 지자체 해외통상거점센터, 관계 기관 해외사무소 운영사례 조사와 전문가그룹, 이용기업, 실무전문가 워크숍 결과 ‘통상’, ‘거점’의 용어가 명칭에 반영되어 대규모 수출입 통합서비스를 제공하는 주체로 인식되고 있음
  - 통상(trade)은 수출, 수입을 포함, 정치·외교 등 방대한 영역을 포괄하며, 거점(hub)은 대형 공간 인프라를 연상하는 용어로 수출입통합 원스톱 서비스 제공이 연상됨
  - 실제로 전라북도 해외통상거점센터는 수출지원에 한정되며, 현지 정보수집, 수입업자 발굴과 중개, 수입업자 상담이 가능한 규모의 사무소를 운영하고 있음
  - 종합적인 수출입 원스톱 서비스가 가능하도록 중장기적 지향점을 가질 필요는 있지만, 현 상황에 적합한 명칭을 검토하여 수요기업에 명확한 서비스 범위와 역량을 공유할 필요가 있음
- 앞서 전라북도 해외통상거점센터의 추진사업을 재정의하여 제안한 목적과 부합하고, 수입 대행, 물류창고 등 거점 인프라 운영 등 미제공 서비스를 분명히 할 필요가 있음
  - 소규모 인력으로 운영되는 해외통상거점센터가 그 이름으로 인해 미제공 업무 영역에 대한 문의, 불만 등이 축적되는 것을 예방하고, 본연의 업무에 집중할 수 있는 계기를 마련함
  - 지자체 예산이 투입되는 정책사업의 성과평가에서 명칭에 따른 업무 영역, 역량에 대한 오해를 예방하는 효과도 기대할 수 있음

##### 2) 제안: 전라북도 베트남·인도 해외수출지원센터

- (핵심 키워드: ‘수출’과 ‘지원’) 전라북도 해외통상거점센터는 지역 기업의 수출을 지원하므로, ‘통상’보다 ‘수출’, ‘거점’보다 ‘지원’ 등 담당업무에 충실하게 명칭을 개선함
- 해외 현지 수출지원사업을 추진하는 관계 기관은 해외무역관(KOTRA), 해외지부(한국

---

무역협회), 해외 지사(한국무역보험공사) 등 본부(본사)-지부(지사) 형태로 업무 일관성을 높임

- (전라북도 베트남·인도 해외수출지원센터) 이 연구에서는 기존 해외통상거점센터를 “전라북도 베트남·인도 해외수출지원센터”로 변경 제안함
- 베트남 하노이는 “전라북도 베트남 해외수출지원센터”, 인도 뉴델리는 “전라북도 인도 해외수출지원센터”로 향후 제3의 해외수출지원센터가 개설되면 해당 국가 또는 지역 명을 삽입하는 형태로 명칭을 결정할 수 있음

## 나. 전라북도 해외통상거점센터 운영방식

### 1) 전라북도경제통상진흥원 해외통상본부장의 해외통상거점센터장 겸직

- 지자체와 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 전문기관 해외사무소 운영사례를 종합한 결과 직접 운영과 위탁운영의 장단점이 있음
  - 직접 운영은 해외사무소의 공공성·신뢰성을 바탕으로 현지 지역 업체 플랫폼 역할 담당이 가능하며, 해외 통상업무 역량 강화 지속(경험 축적), 지자체 목적에 맞추어 해외 정보 수집과 마케팅 지원 가능, 현지 시장 상황과 이슈에 대한 상시 모니터링이 가능함
  - 위탁운영은 단기간에 해외사무소의 역량 강화, 현지 정보 습득 등 전문성이 확보될 수 있으며, 운영의 탄력성·유연성이 높다는 강점이 있음
- 전라북도 해외통상거점센터와 유사한 지자체의 수출지원사무소 중 직접 운영과 위탁운영 비율이 유사하며, 최근 개설된 사무소는 위탁운영을 선호하는 것으로 나타남
  - 지자체의 수출지원사무소는 직접 운영과 위탁운영 모두 지자체의 출자·출연기관을 통하여 관리하고, 일부 지자체 공무원을 파견하기도 함
  - 전라북도 해외통상거점센터 최적의 운영방식은 내외부 여건, 상황 등 변동성이 있으므로, 수출지원사무소 직접 운영과 위탁운영의 장단점을 보완하는 방안을 검토함



- 이 연구에서는 전라북도 해외통상거점센터장을 관리기관인 전라북도경제통상진흥원 해외통상본부장이 겸직하는 것을 제안함
  - 이를 통해 대외적으로 공공성과 신뢰성을 높이고, 현지 진출한 전라북도 기업 지원 플랫폼 역할을 강화하고, 전라북도 공식기관으로서 현지 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 전문기관과 네트워크를 형성하여 원스톱 수출지원 체계를 갖출 수 있음
  - 전라북도경제통상진흥원 담당관이 현지에 단기 체류하여 해외통상거점센터의 운영 효율성을 높이는 국내 지원체계를 모색하고, 현안에 함께 대응하도록 할 수 있으며, 현지 센터 직원이 국내에 방문하여 협업체계를 공고히 하고, 수출기업 방문을 통한 요구사항 수렴 등을 이행하여 실효성을 높일 수 있음

## 2) 전라북도 해외통상거점센터 지원사업의 유료화 검토

- 현재 예산과 운영방식을 기반으로 지속적인 수출지원사업 추진을 위해서는 참여기업의 일부 자부담을 검토함
  - KOTRA, 한국무역보험공사 등 전문기관 사례에서 살펴보면 무료 기반 서비스는 해당연도에 실제 이용하지 않더라도 일단 신청하는 기업 수요에 대응하여 업무량이 증가함
  - 수출지원을 위한 다양한 정보, 지원사업 혜택을 무료로 지원하면 참여기업이 준비되지 않는 상태에서 참여하는 상황이 발생할 수 있음
- 이 연구에서 제안한 새로운 해외통상거점센터 업무 중 전문 통역 서비스, 전북제품 체험단 운영, 사전 적합도 조사 등은 이용기업의 비용 부담이 필요함
  - 전라북도 해외통상거점센터 예산의 약 85%가 임차료와 인건비에 투입되므로, 참여기업 요청과 준비에 따라 성과가 결정되는 사업을 중심으로 단계적 일부 유료화 운영이 필요하다고 판단됨
  - 일부 사업의 단계적 유료화는 지원사업이 꼭 필요한 기업의 참여와 사전에 자체 준비를 철저히 하도록 유도하는 효과가 있으며, 실효성이 높은 사업 추진의 지속성·연속성을 담보할 수 있음
- 지원사업 특성에 맞추어 유료화가 도입되면, 해외통상거점센터의 예산과 인력의 한계를 극복하며, 장기적 관점의 신규 지원사업 발굴과 실효성 평가 등을 지속할 수 있을 것으로 기대함

### 3) 전라북도 해외통상거점센터 전문가평가집단 운영 검토

- 수출실적은 정치·외교, 거시경제 등 다양한 외부요인과 수출입 기업 각자의 준비, 현지 여건 등이 결합하여 달성되는 복합성과지표임
  - 수출은 국가 및 지역경제에 매우 중요한 요소이므로 국가와 지역단위의 월, 분기, 반기, 연간 수출실적을 관리하고 있음
  - 해당 수출실적에 따라 수출지원사업의 실효성에 대한 논의가 있으며, 경험적으로 수출이 증가한 시점보다 감소한 시점에 민감도가 높아짐
- 장기적 관점에서 수출 기반을 조성하기 위해서는 사업평가를 해당연도 실적에 국한하지 않고, 종합적 관점에서 과정과 수출 지향성을 균형적으로 모색할 필요가 있음
  - 전라북도 해외통상거점센터는 지역 중소기업의 베트남, 인도 수출지원에 중요한 역할을 담당하고 있으며, 전라북도 예산이 투입되므로 사업성과 평가가 다음 해 예산에 영향을 미침
  - 이 연구 수행과정에서 다양한 전문가, 기업 등의 의견을 종합하면 수출산업 환경의 불확실성에 대응하고, 기업역량 강화 관점에서 장기적 정책지원 필요성을 인식하고 있음
- 전라북도 해외통상거점센터 전문가평가집단을 구성하여 해외통상거점센터의 지원사업 성과, 추진과정, 사후관리·연속성, 만족도 등을 종합적으로 평가함
  - 해외통상거점센터 전문가평가집단은 전라북도 수출통합지원센터 참여 기관, 수출 전문가, 기업 등 다양한 현장 전문가로 구성하고 정기·수시 회의 방식으로 운영함
  - 수출실적, 과정(가능성 적정성 검토), 사후관리·연속성 평가지표, 만족도 평가 등 세부 항목에 대하여 해외통상거점센터 사업성과를 평가하고 이를 근거로 다음 해 사업계획 및 추진 전략을 자문함



[그림 4-2] 전라북도 해외통상거점센터 운영방식 제안

## 다. 전라북도 해외통상거점센터 성과평가

- 전라북도 해외통상거점센터 운영성과는 장기적 관점의 전라북도 수출생태계 조성을 위하여 기존의 결과평가에 과정평가, 사후관리 및 연속성 평가를 보완할 필요가 있음
  - 결과평가는 수출 금액, 수출계약 건, 전라북도 수출과 적합한 수입업자 발굴, 베트남·인도 수출 애로 해소지원, 수출 상담 건, 상담금액 등 정량 지표로 관리하며, 해당연도 말 기준으로 집계함
  - 과정평가는 장기적 관점에서 전라북도 수출생태계 조성을 목적으로 해당연도에 결과를 달성하지는 못하더라도 미래 수출성과 달성이 가능한 활동들을 관리함
  - 사후관리 및 연속성 평가는 해당연도 지원사업에 선정된 기업에 대한 지속적인 관리와 기업역량에 따른 초보 기업, 성장기업, 스타 기업 등 맞춤형 성장을 추진하여 수출 산업기반을 조성함

### 1) 결과평가

- 결과평가는 해외통상거점센터 운영예산을 편성할 때 수립하는 수출 금액, 수출계약 건수 등 기존의 평가 방식을 준용하는 것이 적절하다고 판단됨
- 2023년 전라북도 해외통상거점센터의 중장기 목표는 2026년까지 베트남과 인도 해외통상거점센터 활용기업의 수출 금액 5.3천만 달러를 목표로 하며, 이는 2022년 기준 수출실적에 전라북도 중소기업 연평균 성장률을 반영한 수치임
- 수출 목표 달성을 위하여 지원기업, 수입업체 발굴, 수출 애로 해소지원, 수출 상담 건수, 상담금액 등 정량 지표를 관리하고 있음
- 전라북도 해외통상거점센터 운영이 시작된 시점부터 다양한 의견을 반영하여 지표 관리를 해왔으므로, 센터의 효율적 운영과 투입 대비 실효성을 높이는 데 이바지하는 지표로 구성되었다고 판단됨
- 기존 결과평가에 과정평가 일부를 반영하여 지원사업 성과가 해당연도 수출실적으로 달성되지 않더라도 다음 해 성과 달성이 유력한 과정지표를 일부 반영할 필요가 있음

## 2) 과정평가

- 과정지표의 ‘과정’은 사전 준비, 수출계약체결, 수출 이행(운송·보험, 결제 등), 사후관리(클레임 처리, 고객 관리 등) 순으로 이루어지는 절차를 의미하며, 특히, 수출계약 직전의 사전 준비과정을 중요하게 인식함
  - 장기적 관점에서 전라북도의 수출 지향성을 확립하고자, 지원사업 성과가 해당연도의 수출실적으로 달성되지 않더라도, 미래 전라북도 수출 산업기반을 만드는 데 이바지할 사업을 발굴함
  - 과정지표는 결국 제한된 인력과 예산을 활용하여, 전라북도 수출을 증대시키고, 기존사업 효율성 제고와 신규사업을 발굴하려는 목적이 있음
- 수출실적은 계약금액과 건수, 이행실적으로 집계하지만, 수출계약을 체결하기 위해서는 청약과 반대청약, 수출입업체의 경영 여건, 수출입 국가와 지역 등 거시경제, 정치·외교 변수 등이 복합적으로 작용하므로 장기적 관점의 사업 발굴과 추진이 중요함
  - 수출계약 체결 이전의 과정을 중요하게 인식하고, 해당 활동 평가를 하지 않는다면 해당연도 실적 달성이 가능한 수출 경험을 확보한 기업에만 혜택을 집중할 우려가 있음
  - 수출 초보 기업이 경험을 축적하며 수출기업으로 성장하는 과정을 체계적으로 지원·관리하여 전라북도 기업의 수출역량 강화에 이바지하는 브랜드 정책사업으로 진화할 필요가 있음
- 이 연구에서 제안하는 대표적인 과정지표는 소비 시장정보 제공, 수출입업체 간 MOU 체결, 관계 기관 협력·지원 서비스, 수입업자 정보 제공, 비대면·대면 상담 등 사전단계 진전에 따른 계약체결 가능성을 설정하고, 해당 과정별 활동을 관리함
  - 정확한 수출계약 체결 기대율은 전문가 평가집단을 구성하고, 해당연도의 다양한 상황을 종합적으로 고려하여 결정해야 하며, 이 연구에서는 예시 활동의 수출계약 체결 기대율을 전문가그룹 자문 결과를 바탕으로 산정하였음
  - 예컨대, 소비 시장정보 제공 활동은 수출계약체결 가능성 10% 수준으로 수출 초보 기업의 역량 강화에 초점을 맞추어야 하는 단계로 인식, 초보 기업 맞춤형 관리에 필요함
  - 수출입업체 간 MOU 체결과 관계 기관 협력·지원 서비스 활동(예: 수입업자 정보 제공 후 구체적인 신용조사는 한국무역보험공사에 의뢰<sup>3)</sup>)은 수출계약체결 가능성 30% 수준이며, 수입업자 정보 제공은

3) KOTRA, 한국무역보험공사, 한국무역협회 등 무역 전문기관이 제공하는 수출지원 서비스는 해당 기관 서비

- 
- 40% 수준의 기대율로 수출 초보 기업 또는 해당 소비 시장 미개척 수출기업 맞춤형 관리에 필요함
  - 수출업자와 수입업자 간 비대면·대면 상담부터는 실제 계약에 대한 구체적인 협의가 이루어지므로 수출 계약체결 가능성 70% 이상으로 이 단계부터는 수출계약체결 지원 수준의 관리가 필요함
  - 수출업자와 수입업자 간 상담을 주선하여 수출계약체결이 가시화되는 적정 단계에 도달하면 계약체결에 준하여 지원할 필요가 있음
    - 현재 수출상담회, 박람회 등 수출업자와 수입업자가 대면 상담하여 구체적인 협의를 시작하는 단계에 기업 간 MOU에 대하여 금액, 건수 등을 관리하고 있음
    - 전라북도 해외통상거점센터장과 수출업자, 수입업자 등 3개 주체가 MOU를 체결하고, 실제 수출계약체결, 이행으로 연결되도록 후속 관리체계를 갖출 필요가 있음
  - MOU 체결에 전라북도 해외통상거점센터가 참여하여 수출계약체결과 이행과정에 다양한 지원을 연계하고, 다수의 지역 기업에 새로운 기회를 창출할 수 있음
    - MOU 체결 이후 수출업자와 수입업자가 직접 연락하여 계약체결, 이행하는 경우가 많지만, 전라북도 수출통합지원센터에서 지원하는 약 300개 이상의 수출지원사업 혜택을 활용하도록 유도하여 계약체결과 이행 시점을 앞당길 수 있음
    - 또한, 해당 MOU의 거래관계를 토대로 유사한 품목, 산업군의 수출입 계약 매칭을 주선하여 양 당사자의 매출 증대에 이바지하고, 전라북도 기업의 수출 판로 확대에 도움을 줄 수 있음
  - 체계적인 과정평가 관리를 위하여 전문가평가집단을 구성하여 수출계약체결 가능성 수준의 설정과 적절한 질적·양적 관리체계를 확립할 필요가 있음
    - 전문가평가집단은 전라북도, 전라북도경제통상진흥원, 전문기관과 연구 분야 전문가 등으로 구성하고, 수출계약체결 가능성의 적정성 검토, 실효성 제고 방안에 대한 자문 등을 담당함
    - 과정평가 중 수출계약체결 가능성이 50% 미만으로 인식되는 활동에 대한 질적 관리와 양적 관리를 통하여 효율성을 높일 필요가 있음

---

스를 이용하는 것을 원칙으로 하고, 지역 기업과 전문기관의 연계 업무를 해외통상거점센터가 담당함

### 3) 사후관리·연속성 평가

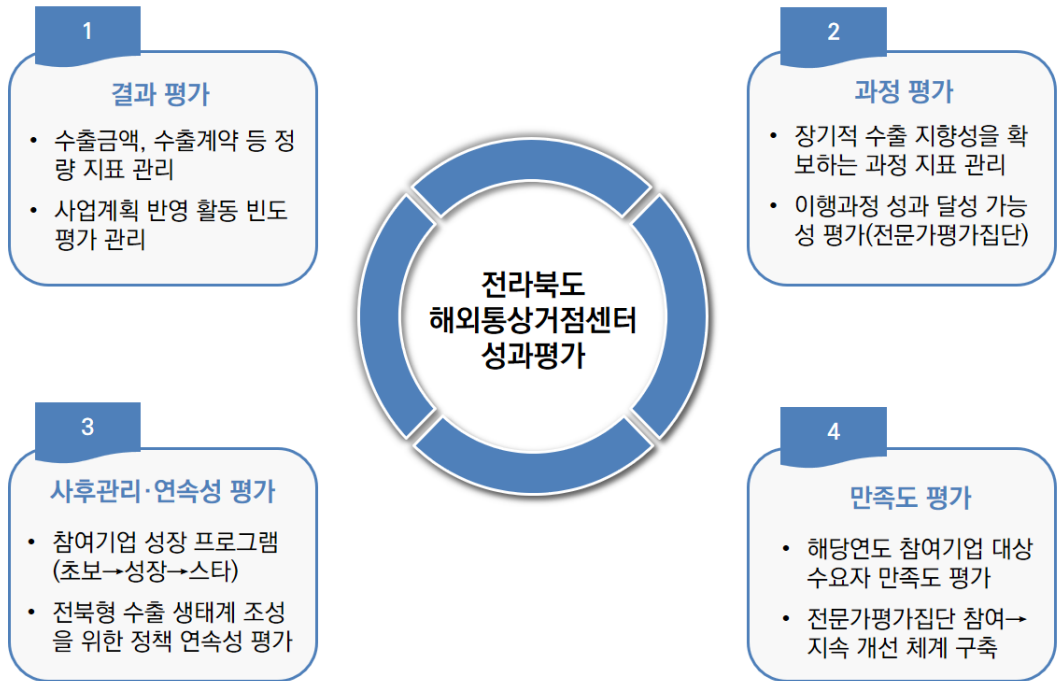
- 전라북도 해외통상거점센터 지원사업 이용자 조사 결과, 1년 단위의 지원사업은 실제 수출 준비, 이행 기간을 고려할 때 지원 기간 확대 필요성이 제기됨
  - 1년 단위의 단기적 지원은 해당연도 지원사업 추진으로 수출실적 달성에 유리한 성장기업, 스타 기업에 혜택이 집중될 우려가 있음
  - 시장조사, 수입업자 조사, 법·제도, 상거래관습 조사 등은 베트남, 인도 시장진출을 준비하는 초보 기업 맞춤형 정보사업이지만 해당연도 실적 달성이 어렵고, 올해 선정되어 지원한 기업이 실제 수출 이행하는 과정에서 지원사업에 미선정되면 연속성 관점에서 비효율이 발생할 수 있음
- 전복형 수출기업 육성 브랜드 정책사업으로 내수기업을 수출기업으로 역량 강화, 성장시키고, 이 정책사업의 성과 배출된 스타 기업에 의한 전라북도 수출생태계 조성은 장기적 관점의 수출 지향성과 육성정책의 선순환 효과를 기대할 수 있음
  - 초보 기업의 성장 기업화, 성장기업의 스타 기업화, 스타 기업에 의한 전라북도 수출생태계 조성 등 연속성을 갖춘 장기적 관점의 사업 추진이 필요함
- 연속성 평가는 수요자와 공급자 관점에서 혜택이 있으며, 장기적 관점에서 전복형 수출생태계 조성과 기업육성 선순환 체계 구축에 이바지할 수 있음
  - 수요자 관점에서는 수출 초보 기업으로 선정되면 최소 3년까지 기업역량에 따라 맞춤형 성장 지원을 통하여 성장기업, 스타 기업으로 도약할 기회를 얻을 수 있다는 비전을 줄 수 있어서 해당연도 지원사업에 성실히 참여하는 동기부여 효과가 있음
  - 공급자 관점에서는 다양한 분야의 초보 기업역량에 맞추어 수출기업으로 성장시키는 과정에서 해외통상거점센터의 전문성이 향상되고, 정보 특화형 사업에 선정된 초보 기업이 다음 연도의 마케팅 특화형 사업에 신청하도록 관리하여, 지원사업 서비스 품질을 높이고 이용기업 만족도 향상 효과가 있음
  - 참여기업과 해외통상거점센터의 수출실적 평가분 아니라 지원사업 참여 협조, 과정지표 달성 여부 등을 종합적으로 검토하여 다음 연도 후속 사업 신청에 반영하면 협력적 사업 추진 가능성을 높일 수 있음
  - 전라북도는 정책사업의 만족도를 높이고, 지역 기업의 수출 기업화, 해외통상거점센터의 수출 플랫폼화·전문화를 통하여 전복형 수출생태계를 조성하고, 기업육성 선순환 체계를 구축할 수 있음

- 
- 졸업기업 사후관리 체계를 구축하여 전라북도 해외통상거점센터 지원사업에 참여한 기업, 혹은 미래에 참여할 기업을 지원하여 공익적 정책사업 가치를 높일 수 있음
    - 졸업기업은 전라북도 해외통상거점센터 해당연도 지원과정을 종결한 기업을 의미하며, 기업역량에 따라 상위 과정으로 진입하도록 유도하므로 궁극적으로, 최종 역량 강화가 이루어진 스타 기업을 의미함
    - 해외통상거점센터 지원과정으로 육성된 스타 기업을 지속 관리하여 전라북도 수출 활성화를 도모하고, 스타 기업이 멘토로 초보 기업, 성장기업 맞춤형 지원을 통해 선순환 육성정책을 완성할 수 있음
    - 또한, 해외통상거점센터 지원과정에 참여한 경험이 없는 전라북도 기업도 베트남, 인도 수출과 관련한 다양한 상담, 문의, 정보공유 등을 서비스하여 공익적 가치를 높이는 데 이바지할 수 있음

#### 4) 만족도 평가

- 해당연도 해외통상거점센터 지원사업에 참여한 기업을 대상으로 수요자 평가, 만족도 평가를 반영하여 수요자 맞춤형 실효성 개선에 지속할 수 있게 함
- 만족도 평가는 설문조사, 면접 조사(표적 집단 면접 조사) 등 다양한 방법을 활용할 수 있으며, 앞서 제안한 전문가평가집단이 참여하여 수요자와 공급자 의견, 수출 동향 등을 종합적으로 판단하여 실질적 효과 달성에 이바지하도록 운영함
- 만족도 평가의 궁극적인 목적은 해당연도 지원 서비스의 개선 방향을 찾고, 수요자가 원하는 방향으로 서비스를 맞추어 나가려는 데 있음





[그림 4-3] 전라북도 해외통상거점센터 성과평가 방식 제안

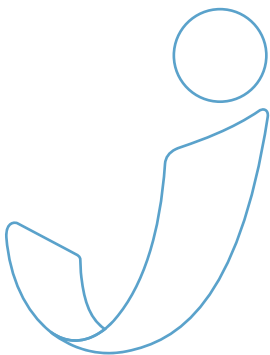




# 제 5 장

## 결론

1. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 기대효과
2. 정책제언





## 제 5 장 결 론

### 1. 전라북도 해외통상거점센터 활성화 기대효과

#### 가. 연구요약

##### 1) 연구 배경과 목적

- (운영성과 제고·환경변화 대응) 이 연구는 현재 전라북도 해외통상거점센터 조직과 예산 규모로 최적의 성과 도출과 통상이슈 대응력 제고 전략 모색을 위하여 기획됨
- (해외센터 확장전략 검토) 해외통상거점센터의 현지 정보 습득과 대응력 강화 효과를 강화하여 전략적 중요시장 순으로 단계적 확장 여부에 대한 검토가 필요함
- (연구목적) 해외통상거점센터의 한계극복과 활성화 방안을 모색하고, 향후 지역 수출거점 확산 대응체계를 마련하여, 전라북도 수출산업 생태계 조성에 이바지하는 데 있음

##### 2) 선행연구 시사점

- (디지털 트렌드 변화와 해외통상거점센터 존재 의미) 비대면·온라인 거래에도 불구하고, 여전히 현지 정보수집과 대응 역량 제고를 위한 거점 네트워크가 필요함
- (해외시장진출의 교두보) 지자체가 해외통상거점센터를 운영하는 이유는 지역 수출기업의 해당 지역과 인접 지역 시장진출을 지원하기 위한 목적이 강함
- (중소·영세기업의 현지화 역량 강화 지원) 해외통상거점센터는 중소·영세기업이 상대적 열위에 있는 해외 현지화 역량을 보완해주는 역할을 담당할 수 있음
- (중국 시장 대응형 해외통상거점센터) 중국은 우리나라 최대의 수출입 교역 국가이므로, 지역 수출기업을 지원할 필요가 있음

- (주력산업 생태계 매칭과 확장) 전라북도 주력산업 공급망 전략시장 선정과 관련 기업의 수출지원을 고도화하고, 지속·안정성을 높이기 위한 확장전략 검토가 필요함
- (전북형 해외통상거점센터 모델 구상) 해외통상거점센터는 명확한 모델이 존재하지 않으므로, 전라북도 정책 목적에 맞추어 구상할 필요가 있음
- (전라북도 수출통합지원센터 연계 모델) 전라북도 수출통합지원센터를 구성하는 15개 기관의 협력을 유도하여 소규모 조직, 한정된 예산·역량 한계를 극복할 수 있음

### 3) 전라북도 해외통상거점센터 활성화 과제

- (전라북도 해외통상거점센터 긍정 효과) 수출지원 정책의 지속성, 현지 정보 수집과 긴급 대응 효과, 전라북도 수출기업 맞춤형 현지 마케팅 지원에 실질적 효과가 있음
- (전라북도 해외통상거점센터 운영 개선 방향 검토) 해외통상거점센터 전담 인력과 예산 한계, 필수 업무 검토, 수출지원에 적합한 과정지표 개발, 수요기업 맞춤형 지원 서비스 체계, 운영형태 등을 종합적으로 검토해야 함

### 4) 해외통상거점센터 운영사례 시사점

#### ■ 전라북도 해외통상거점센터 운영 필요성

- (지역 수출 활성화 지원에 유효한 정책) 수출 활성화에 실질적 효과가 있다고 인식하며, 최근에도 계속 개설되는 추세에 있음
- (지자체 해외사무소 핵심 요인) 해외, 소규모, 기업 지원이라는 공통 특성이 있으며, 국내-현지 수출입 연계 업무에 초점을 맞추고 있음
- (지역 여건에 적합한 현지 시장개척 맞춤형 전략) 개설지역은 우리나라 수출입 규모가 크다는 공통점이 있으며, 지역별 차별화 전략 거점을 선점하기 위한 시도와 최근 중국, 베트남, 태국, 인도네시아, 인도 등 아시아 시장 개설 추세가 있음

## ■ 전라북도 해외통상거점센터 운영방식

- (최적의 운영형태 검토) 지자체 해외통상거점센터는 직접 운영과 위탁운영 방식이 있으며, 지자체 공무원 파견의 장단점을 분석하여 최적의 운영 전략을 모색해야 함
- (현지 소규모 운영에 부합하는 성과 개선방안) 전라북도 해외통상거점센터 핵심 업무 분석을 통하여 해외정보 수집과 마케팅 지원업무에 집중하는 방향성을 확보해야 함

## ■ 전라북도 해외통상거점센터 차별화 전략

- (현지 사무소와 전라북도 연계 전략) 국내와 현지 연계는 전라북도경제통상진흥원 수출업무와 전라북도 수출통합지원센터 기관 간 협력 전략을 모색할 수 있음
- (전라북도 해외통상거점센터 특성화 업무 발굴 방향) 전라북도 해외통상거점센터의 핵심 업무 집중 방향성을 확립하고 현지 전문가에 의한 업무 제안체계를 구축함

## 5) 전라북도 해외통상거점센터 업무분석 결과와 신규 제안

### 가) 전라북도 해외통상거점센터 업무분석 결과

- ‘현지’, ‘소규모’, ‘기업 지원의 목적 달성’ 등 3가지 요인으로 기존 전라북도 해외통상거점센터 업무를 핵심사업, 중요사업, 일반사업 등으로 구분하였음
- 핵심사업은 글로벌파트너사업, 전라북도 수출업무 지원, 코로나19 대응 긴급 해외업무 등으로 분류되었고, 중요사업은 상설전시관 운영, 소규모 우수상품 설명회 개최 등이며, 일반사업은 샘플배송지원사업으로 구분되었음

### 나) 전라북도 해외통상거점센터 신규업무 제안

- 신규업무는 현지 수출지원사업과 전라북도 수출업무지원 사업으로 구분하여 총 9가지로 제안하였음

- (현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업-정보 특화형) 수출 초보 기업을 대상으로 현지 시장정보제공, 상관습, 법·제도, 무역실무 컨설팅 등 기업역량 맞춤형 지원을 이행함
- (수출기업 파트너 사업-마케팅 특화형) 수출 경험이 있는 성장기업이 수출 규모를 확대 하도록 현지 마케팅 역량을 강화하는 데 특화된 지원사업임
- (수출파트너 사후관리-종합 컨설팅 특화형) 현지 수출 지원사업 중 맞춤형 기업 지원의 최종 단계로 정보 관리, 현지 마케팅 등 종합적인 역량 강화를 지원함
- (전라북도 수출 상담센터 운영) 해외통상거점센터로 방문하는 기업을 대상으로 센터 전문 직원이 상담하며, 사전에 요청하면 지역, 분야 전문가를 초청하여 추진함
- (전문 통역 서비스) 현지 계약체결에 어려움이 없도록 전문 통역 서비스의 안정적 제공과 서비스 품질 제고를 위한 전담 통역 주선 서비스 지원체계를 구축함
- (열린 수출상담회) 지역 기업, 전라북도, 전라북도경제통상진흥원, 해외통상거점센터, 전문가 등이 영상회의 방식으로 조사 요구와 자문 등을 정기적으로 추진함
- (수출전략상품 사전 조사) 베트남·인도의 적정한 수입업자가 해외통상거점센터에 방문 하여 견본제품을 확인하고 소비 시장 적합성을 판단하는 방식으로 추진함
- (전북제품 체험단 운영) 식품, 화장품, 생활소비재 등을 대상으로 현지인 체험단을 모집, 전라북도 기업의 주력제품 사용 후기 피드백, SNS 홍보 등을 추진함
- (전라북도 베트남·인도 수출지원협의회 운영) 전라북도 해외통상거점센터가 개설된 지역에 있는 수출 전문기관의 해외사무소 협력을 위해 현지 수출지원협의회를 운영함

## 6) 전라북도 해외통상거점센터 활성화 운영체계 제안

- (전라북도 베트남·인도 해외수출지원센터) 기존 해외통상거점센터를 “전라북도 해외수출지원센터”로 변경하여 업무 범위와 특성을 명확히 함
- (전라북도 해외수출지원센터 운영방식 보완) 전라북도경제통상진흥원 해외통상본부장



을 센터장으로 임명하여 위탁운영의 한계점 보완, 지원사업의 일부 유료화 도입을 검토하고, 전문가평가집단을 운영하여 지속적 성장 기반을 조성함

- (성과평가 방식의 전환) 결과평가 중심의 현행 성과평가 방식에서 과정평가, 사후관리·연속성 평가, 만족도 평가 등 장기적 관점의 방향성을 평가하도록 하고, 전문가평가집단을 운영하여 선순환 성장 체계를 확립함

## 나. 기대효과

### 1) 전라북도 해외통상거점센터 신규업무 제안 기대효과

가) 전라북도 해외통상거점센터 실질적 운영 효과 개선

- (해외통상거점센터 지원사업의 방향성) 해외통상거점센터는 해외(현지), 중소기업 지원, 소규모 특성이 있으므로 현지의 불가피한 업무와 실질적 도움을 주면서, 업무 부담을 절감하는 명확한 방향성이 필요함
- 이 연구에서 제안한 해외통상거점센터의 신규업무는 현지 수출지원업무와 전라북도 수출업무지원 등으로 대분류하고, 현지 수출지원은 초보 기업, 성장기업, 스타 기업 등 기업역량 맞춤형 지원 프로그램 이행으로 장기적으로 수출기업 성장을 지원하고, 전라북도와 현지를 연계하는 수출지원 협업체계 구축을 목적으로 함
- (불가피한 업무에 집중하는 소규모 인력) 소규모의 인력으로 현지 불가피한 지원업무를 집중적으로 지원하여 해외통상거점센터의 전문성을 높이고, 참여기업을 수출기업으로 성장시켜 장기적으로 수출 활성화 정책성과에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대함
- (수요기업의 공감) 전라북도 해외통상거점센터 수요기업 조사에 참여한 기업 관계자를 대상으로 동의와 중요도를 조사한 결과 대부분 방향성에 공감하는 것으로 판단됨
- (직접 지원사업 선호도 높음) 현지 수출지원사업[동의(3.7, 93.3점), 중요도(3.7, 92.5점)]과 전라북도 수출업무지원사업[동의(3.4, 84.4점), 중요도(3.2, 79.2점)]의 방향성에 공감하며, 직접적인 수출지원을 선호하는 것으로 판단됨

[표 5-1] 전라북도 해외통상거점센터 이용기업의 신규업무 평가 결과

구분		동의		중요도	
		4점 척도	환산	4점 척도	환산
현지 수출지원 (3.7/3.7)	현지 시장개척 초보 기업 파트너 사업(정보 특화형)	3.7	91.7	3.7	91.7
	수출기업 파트너 사업(마케팅 특화형)	3.8	95.8	3.8	95.8
	수출파트너 사후관리(종합 컨설팅 특화형)	3.5	87.5	3.5	87.5
	전라북도 수출 상담센터 운영	4.0	100.0	3.8	95.8
	전문 통역 서비스	3.7	91.7	3.7	91.7
전라북도 수출업무 지원 (3.4/3.2)	열린 수출상담회	3.5	87.5	3.5	87.5
	수출전략상품 사전 조사	3.7	91.7	3.5	87.5
	전북제품 체험단 운영	3.0	75.0	2.7	66.7
	전라북도 베트남·인도 수출지원 협의회 운영	3.3	83.3	3.0	75.0

주: 전라북도 해외통상거점센터 신규업무 동의와 중요도는 중간값이 없는 4점 척도로 측정, 100점으로 환산하였음

#### 나) 전라북도 수출생태계 조성을 위한 장기 로드맵

- **(현재와 미래가 연결되는 수출지원사업)** 기업역량 맞춤형 지원 프로그램 차별화로 해당연도 맞춤형 해외 시장개척 지원사업을 추진하고, 장기적 관점에서 기업 성장주기에 맞추어 수출 기업화를 지원함
- **(기업 성장지원형 수출지원사업)** 1년 단위 성과평가 후 예산이 수립되는 해외통상거점센터 운영에 맞추어 해당연도의 지원사업 효과 증대를 위한 맞춤형 지원에 집중하고, 성과가 좋은 기업이 다음 단계의 파트너 사업에 참여하도록 유도하여 연속성을 높임
- **(기업 성장 선순환 효과)** 정보 특화형 초보 기업 파트너 사업에서 성과를 달성한 기업이 현지 마케팅 특화형 수출기업 파트너 사업으로 수출역량을 높이고, 종합 컨설팅 특화형 사업으로 종합 경쟁력을 갖춘 수출기업으로 성장하여 추후 지역 기업의 멘토 역할을 담당할 수 있음
- **(전라북도 수출생태계 조성)** 장기적 관점에서 전라북도 수출생태계를 조성할 수 있으며, 해외통상거점센터 지원사업으로 성장한 기업이 멘토로 지역 기업에 조언하고, 중심 역할을 담당하여 수출 활성화 정책에 따라 선순환 구조를 만들어 갈 수 있음

#### 다) 전라북도 수출 활성화 정책 추진과 창의적 신규사업 발굴

- (전라북도 수출지원 플랫폼) 기업 수요가 높은 현지의 불가피한 업무 중심으로 설계한 방향성으로 해외통상거점센터가 다양한 변수 대응, 현안 해결형 수출지원 플랫폼이 되어 관계자들의 지혜를 모으는 구심점이 될 수 있음
- (수출지원 정책의 지속성) 베트남, 인도 등 전라북도 수출 상담센터 운영으로 현지 여건과 전라북도 기업 요구사항에 맞추어 수출을 지속하는 다양한 정책사업을 발굴하는 중심지가 될 수 있음
- (전북형 수출지원모델 차별화) 열린 수출상담회를 통해 수요자, 공급자, 전문가 등 다양한 관계자의 의견을 종합하여 현안 이슈의 합리적 해결과 전라북도 수출지원사업의 차별화 모델을 구체화할 수 있음
- 대부분 지자체의 수출지원사업은 수입시장 개척을 위한 정보 제공과 마케팅 지원의 공통점이 있지만, 전라북도 주축산업, 미래산업 등 주력산업에 적합한 최적 수출지원 절차를 발굴·실증해볼 수 있음

## 2) 전라북도 해외통상거점센터 운영방식 전환 기대효과

### 가) 전라북도 해외통상거점센터 명칭 변경

- (해외통상거점센터의 명확한 업무 설정) 전라북도 해외통상거점센터의 명칭을 이 연구에서 제안한 대로 전라북도 베트남·인도 해외수출지원센터로 변경하면 '수출', '지원' 등 명확한 업무 설정이 가능함
- (예산과 인력 규모에 적절한 업무 추진 가능) 명확한 업무 범위 설정으로 소규모 인력과 예산 규모에 적합한 사업을 적절하게 추진할 수 있으며, 센터 이름으로 야기되는 오해를 최소화할 수 있음

#### 나) 전라북도 해외통상거점센터장 임명

- **(해외통상거점센터 운영 경험 축적과 진보)** 현재 위탁 운영되는 베트남과 인도 해외통상거점센터의 센터장을 전라북도경제통상진흥원 관계자로 임명하게 되면 현지 지원센터 운영 비결을 축적하고, 점진적 진보가 가능함
- 위탁기관의 역량에 따라 전라북도 수출정책 추진의 일관성이 떨어질 수 있으며, 위탁기관이 변경되면 현지에서 축적한 소중한 업무 비결이 사장될 우려가 있음
- **(공공성과 신뢰성 강화)** 전라북도 해외통상거점센터장을 이 연구에서 제안하는 바와 같이 전라북도경제통상진흥원 관계자로 임명하면 공공성과 신뢰성이 높아져 향후 현지 수출 네트워크 구축과 협력사업 추진에 유리함
- 수출계약체결과 이행과정의 다양한 변수에 대응하기 위해 해외통상거점센터가 모든 현안에 직접 대응하기보다 전문 지원기관 간 협력으로 해결하는 것이 이상적임

#### 다) 전라북도 해외통상거점센터 일부 유료화 전환

- **(서비스품질·운영 효율성 제고 효과)** 전문 통역 서비스, 제품 현지 적합도 조사, 체험단 운영 등 해외통상거점센터의 일부 사업에 대해 이용기업이 비용 부담하는 체계를 도입하면 전문적인 서비스 품질과 운영 효율성이 높아질 것으로 기대함
- **(서비스 제공자의 경쟁력 제고 노력)** 제품 특성에 따른 전문 통역 서비스는 해당 분야에 전문 지식을 갖춘 통역사 집단을 관리하고, 기업이 선호하는 통역사와 연결하여 통역사에 의한 서비스 품질 제고와 기업 요구사항에 대한 사전 협의, 철저한 준비로 실질적 수출성과를 높일 수 있음
- **(소규모 인력과 예산 한계극복)** 현지 소비자 집단, 조사기관 등 전라북도 기업의 주력 제품에 대한 적합도 조사, 체험단 운영을 희망하는 기업이 견본제품을 제공하고, 조사비 일부를 부담하는 방식으로 하여 소규모 인력과 예산 한계를 극복할 수 있음
- **(지원기업의 철저한 준비 유도)** 수출지원 서비스가 일부 유료화되면 꼭 필요한 기업

---

지원에 집중하여 현지 센터의 업무 부담을 줄일 수 있으며, 기업 부담이 수반되므로 사전 준비를 철저히 하여 실질적 수출성과를 높이는 데 긍정적 효과가 있음

라) 전라북도 해외통상거점센터 전문가평가그룹 운영

- (급변하는 수출환경변화 대응력 제고) 전문가평가그룹 구성과 운영으로 거시경제, 정치·외교, 기업역량 등 다양한 변수로 급변하는 수출환경변화에 적절한 대응 전략을 모색할 수 있음
- (해외통상거점센터 다각적 성과평가와 외부 변수 대응) 전문가평가그룹의 주된 임무는 해외통상거점센터 운영성과 평가에 있지만, 다양한 외부 변수가 전라북도 수출에 미치는 영향, 적절한 대응을 지원할 수 있음
- (장기적 수출 지향성 확보) 해외통상거점센터의 해당연도 사업 추진 실적이 뛰어남에도 불구하고 그에 상응하는 수출실적이 도출되지 않는 경우, 일관된 방향성과 보완 대책 마련 등을 장기적 관점으로 수출 지원정책을 추진할 수 있음

### 3) 전라북도 해외통상거점센터 성과평가 방식 전환

가) 장기적 수출 지향성 추구

- (장기적 수출 지향성 추구) 공공예산이 투입되는 정책사업일수록 단기 성과 창출 사업에 집중하는 특성이 있으나, 장기적 수출 성장을 위해서 성과 도출에 시간이 소요되더라도 유효한 정책사업을 추진할 수 있음
- 수출지원정책은 해당연도 활동의 성과 도출되는 시기를 알 수 없고, 외부 변수에 의해 과거 경험에 의한 실적조차 나오지 않는 경우가 있음
- 지원사업의 성과가 빠르게 도출되는 단기 사업과 시간은 오래 걸리지만 수출 규모와 기반 조성에 유리한 사업도 함께 추진해야 전라북도 수출이 지속 성장하는 데 이바지할 수 있음

- (전라북도 수출지원 네트워크 확산) 전라북도 수출 기반을 조성하고 현지 네트워크 구축은 장기적 관점에서 수출 증대와 현지 네트워크 협력 고도화에 효과적임

#### 나) 전라북도 해외통상거점센터 실질적 성과측정

- (과정지표 도입: 장기적 수출 기반 조성) 수출성과는 확실한 성과지표이지만, 수출성과를 달성하는 데 이르는 과정을 함께 관리하여 해당연도에 수출실적이 발생하지 않더라도 미래를 위한 준비를 착실히 해나갈 수 있음
- (수출지원사업의 연속성 강화) 해당연도의 수출지원사업이 실제 기업 수출 확대에 도움이 되어, 다음 연도 수출지원사업에 참여하도록 유도하는 것은, 해당연도 성과 개선 효과와 해외통상거점센터의 서비스 품질, 전문성 강화에 이바지함
- 전라북도 해외통상거점센터 지원사업의 다각적 성과평가는 실제 수출이 증가하도록 유도하며, 지원기관 자체의 역량 강화를 유도하여 역동적인 기관 운영과 성과 달성이 가능하게 함

#### 다) 창의적 신규사업 발굴과 실증

- (중요한 수출과정지표 발굴과 실증) 적정 수입업자 발굴과 수출계약 체결과 이행 등 일련의 수출 과정에서 중요한 단계별 과정지표를 발굴, 실증하여 장기적 관점의 기업 성장 로드맵을 구체화할 수 있음
- (전북형 수출지원사업 발굴) 해외통상거점센터가 핵심 과정지표를 발굴하고 효과를 검증하는 절차에 참여하여 창의적인 신규사업 발굴을 통해 전북형 수출지원 프로그램 차별화에 이바지함
- (전문성과 서비스 품질 향상) 사후관리와 연속성 개선 평가는 다양한 변수에 적절한 해결 방법을 모색하여 참여기업의 만족도를 높이고, 해외통상거점센터 전문성, 서비스 품질 개선에 이바지함

## 2. 정책제언

### 가. 전라북도 해외통상거점센터 지속 운영

- (해외통상거점센터 지속 운영) 이 연구에서 전라북도 해외통상거점센터의 이용자, 관계자, 전문가그룹 자문, 지자체 운영사례 등을 종합적으로 분석한 결과 해외통상거점센터의 독자적인 가치와 현지 지원 불가피성을 고려, 지속해 운영할 필요가 있음
- (해외수출지원센터 명칭 변경) 해외통상거점센터의 명칭을 해외수출지원센터로 변경하여 명확한 업무 범위를 설정하고, 해당연도 수출실적이 저조하더라도 장기적 방향성을 가지고 현장 중심의 지원사업을 지속해 나갈 필요가 있음
- (공공성·신뢰성 보완) 베트남, 인도 등 국가와 지역 특성에 따른 독특한 상거래 관습과 법·제도 차이, 소비시장 특성을 조사한 해외통상거점센터의 업무 비결이 축적, 진화할 수 있도록 공공성과 신뢰성을 높이는 방안을 적극 검토할 필요가 있음
- (신규 해외센터 개설·확산) 전라북도 수출의 중요한 전략적 거점을 점진적으로 확산하여 수요자가 희망하는 아시아, 미주 등 해외시장개척 전략적 요충지를 선점해 나갈 필요가 있음

### 나. 장기적 관점의 수출지원 정책 구상과 추진

- (다각적 성과평가 도입) 수출지원 방향성을 확립하기 위한 다각적 수출지원사업 평가 제도를 도입하여 다양한 외부 변수에 의하여 지원사업의 성과표출이 지연되는 상황에 대응하고, 가능한 범위의 포상 제도도 함께 검토할 수 있음
- (전북형 수출생태계 고도화) 장기적 관점의 다각적인 수출지원사업 평가와 이 연구에서 제안한 핵심사업 중심의 신규업무를 기반으로 전라북도 수출지원사업에 참여하는 기업역량에 맞추어 성장지원모델을 구성하여 전북형 수출생태계를 고도화할 수 있음
- (전라북도 수출기업 성장학교) 해당연도 성과에 매몰되지 않고 장기적 수출 지향성을

실현할 수 있는 전라북도 수출생태계를 조성하고, 이 지원사업으로 성장한 수출기업이 멘토 역할을 담당하여 “전북형 수출기업 성장학교”, “멘토링 프로그램 운영” 차별성을 갖출 수 있음

- (전문성·협력·창의성 개선) 신규사업으로 제안한 “열린 수출상담회”는 전라북도, 전라북도경제통상진흥원, 해외통상거점센터, 기업, 전문가 등 다양한 관계자가 정기적으로 조사요청, 상담, 자문 등에 참여하고, 창의적인 신규사업 발굴과 다양한 변수, 현안에 능동적으로 대응하는 시스템으로 작동할 수 있음

## 다. 전라북도-해외 현지 네트워크 역량 강화

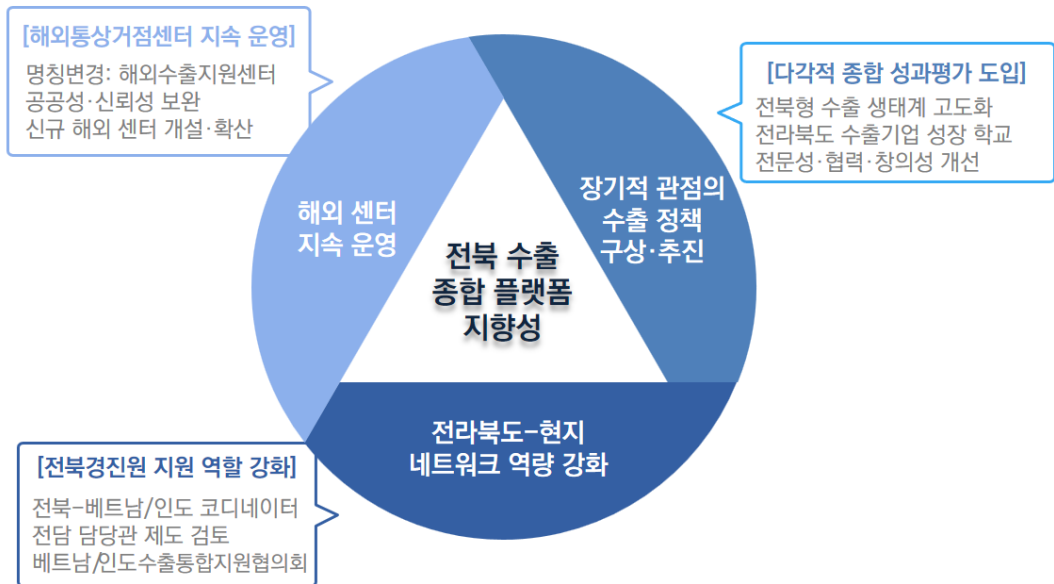
- (전라북도경제통상진흥원의 지원역할) 이 연구에서는 현지에 개설된 해외통상거점센터의 운영 효율에 초점을 맞추었으나, 연구 이행과정에서 전라북도에서 기업 모집, 교육·훈련, 맞춤형 지원을 담당하는 전라북도경제통상진흥원 역할의 중요성을 인식함
- (전라북도-베트남·인도 수출 코디네이터) 단순히 참여기업을 선정하여 해외통상거점센터와 연계하는 형식적 업무 협력보다 열린 수출상담회, 역량별 파트너 사업 참여기업 맞춤형 지원을 담당하는 조정자(coordinator) 역할을 담당할 필요가 있음
- (전담 담당관 제도 검토) 기업 하기 좋은 전라북도를 만들기 위하여 2022년 12월부터 추진하고 있는 “1 기업-1 공무원 전담 기업애로해소” 사례까지는 아니더라도 교육, 훈련, 정보 제공, 맞춤형 지원이 가능한 전담 담당관 제도 도입을 검토할 수 있음
- (국내-해외센터 실질적 협력 지원) 해외센터 실무자가 전라북도에 일정 기간 체류하며 전라북도 수출기업 여건과 수요를 파악하거나, 또는 전라북도경제통상진흥원 전담 담당관이 일정 기간 해외센터에 체류하여 실질적 협업 방안을 모색하도록 지원이 필요
- (베트남·인도 전라북도 수출통합지원협의회) 전라북도 수출통합지원센터처럼 베트남과 인도 현지에서 전라북도 수출지원 협력네트워크를 운영할 수 있음
- 전라북도 수출통합지원센터 15개 협약 기관 중 베트남, 인도 사무소를 운영하지 않는



기관의 수출업무를 지원하여 본연의 목적 이상의 공익적 성과를 도출할 수 있음

## 라. 전라북도 수출 종합 플랫폼 지향성

- (전라북도 베트남·인도 수출 종합 플랫폼 지향성) 전라북도 해외통상거점센터는 베트남·인도 수출과 관련된 다양한 이용자가 모이는 수출 종합 플랫폼을 지향해야 함
- 소수의 인력으로 수출계약체결과 이행, 사후관리 등 모든 절차를 대행하지는 못하더라도 베트남, 인도 등 해외통상거점센터가 개설될 지역의 수출 이행과정과 사후관리에 필요한 관계자, 전문기관 등을 모으는 공간으로 정체성을 확립할 필요가 있음
- 전라북도 베트남·인도 수출 종합 플랫폼으로서 정체성을 갖춘다면 향후 다양한 협력 사업 발굴, 추진사업 성과분석, 관련 정보와 경험 축적이 가능하며, 소규모 인력 한계를 극복하여 원스톱 애로 해소를 지원하는 데 도움이 될 것으로 판단함



[그림 5-1] 전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 정책제언

## 참 고 문 헌

### REFERENCE

---

- 공상기. (2022). 전라북도의 중소기업 수출지원 제도 개선방안에 관한 연구. 우석대학교 박사학위논문.
- 김규정 & 김민호. (2016). 한중 FTA 체결이후 한국의 산업별 대중 수출전략. 아태경상저널, 8(1), 35-64.
- 김명호. (2020). 전라북도 식품기업의 국제화 전략에 관한 사례연구. 전북대학교 석사학위논문.
- 나정호, 이병훈 & 정호중. (2020). 전라북도 수출 활성화 지원방안 연구. 전북연구원.  
<http://repository.jthink.kr/handle/2016.oak/588>
- 농림축산식품부. (2023). 2023년 주요업무 추진계획.
- 대외경제정책연구원. (2020a). 미중 전략경쟁 관련 우리의 대중 의존도 분석(경제통상 분야). 외교부.
- 대외경제정책연구원. (2020b). 미중 통상분쟁에 따른 한중 통상구조 변화. 산업통상자원부.
- 대외경제정책연구원. (2022). 통상피해 지원을 위한 무역조정지원제도 세부 운영방안. 산업통상자원부.
- 박도윤. (2022). 베트남 수출입 현황 분석을 통한 수출활성화 연구: 전북지역을 중심으로. 전북대학교 석사학위논문.
- 산업통상자원부. (2022). 2023년 주요업무 추진계획.
- 송민주. (2022). 새만금신항 활성화를 위한 전라북도 수출구조 분석에 관한 연구. 무역학회지, 47(4), 293-309.
- 송영현, 홍원표 & 전춘복. (2019). 충남 국외비즈니스 지원 거점 구축 연구. 충남연구원.
- 엄부영 & 김하은. (2020). 포스트 코로나19 시대의 중소벤처기업 수출지원 대책 연구. 중소기업연구원.
- 이동열 & 전동석. (2023). 글로벌 디지털 B2B 플랫폼 활용이 수출기업 성과에 미치는 영향. 무역상무연구, 97(0), 91-112.
- 이수행, 김근수 & 김인수. (2016). 중국 충칭 GBC 구축방안. 경기연구원.

- 임현미. (2022). 수출지원정책과 활성화에 관한 연구. 전북대학교 석사학위논문.
- 장정재 & 서옥순. (2014). 부산 해외무역사무소의 효율적 운영방안 연구. 부산연구원.
- 제20대 대통령직인수위원회. (2022). 윤석열정부 110대 국정과제.
- 전북대학교 산학협력단. (2022). 전라북도 중소기업 수출 증장기 종합계획 수립 연구용역.  
전라북도경제통상진흥원.
- 주식회사 민트기술. (2021). 포스트 코로나시대의 신무역 비전 및 전략 마련. 산업통상자원부.
- 중소벤처기업부. (2022). 2023년 주요업무 추진계획.
- 한정민, 홍성욱 & 김바우. (2022). 위드 코로나 시대의 수출 유망품목과 수출 확대 방안 연구.  
산업연구원.
- 해양수산부. (2023). 2023년 주요업무 추진계획.
- Bartlett, C. A., Ghoshal, S., & Birkinshaw, J. (2004). Transnational management: Text, cases, and readings in cross-border management. McGraw-Hill Education.

### A Study on Vitalization Plans for Jeollabuk-do's Overseas Trade Centers

Jungho Na · Hojung Jeong

#### 1. Study Objectives and Method

- This study aimed to assist Jeollabuk-do in leveraging the current organizational structure and budget of its overseas trade centers (hereinafter referred to as “the centers”) to maximize their business performance while improving their coping skills to navigate trade issues more effectively.
- Additionally, this study focused on cultivating the centers' capabilities for streamlining the process of collecting local information, responding to market changes, and exploring the possibility of expanding their presence in sectors of strategic importance.
- Moreover, this study sought ways to make the centers' operations more sound and efficient, which would enable Jeollabuk-do to expand its overseas export bases, whenever the need arises, thus fostering its export ecosystems from a long-term perspective.
- The research methods adopted include statistical analyses, a literature review, case studies, focus group interview surveys, and expert advisory sessions.

## 2. Conclusion and Policy Suggestion

- To revitalize the centers' operations, Jeollabuk-do is advised to pursue reorganization that would enable the prioritization of key businesses to overcome the challenges of small workforces and limited budgets and maximize business outcomes based on operational improvements (e.g., changing the centers' names and improving their reliability as public entities).
- First, it is recommended that the following key businesses be pursued: local export support businesses (business partnerships tailored to core corporate competencies, export support centers, and professional interpretation services) and export support businesses for Jeollabuk-do (open export consultations, preliminary market analysis of strategic export items, Jeonbuk product experience groups, and councils created to facilitate Jeollabuk-do's exports to Vietnam and India).
- Second, it is advisable to appoint an official from Jeollabuk-do Business Agency as the center head to improve the center's reliability as a public entity and introduce a fee-based system for some support projects to improve service quality and enhance project effectiveness.
- Third, the current outcome-based evaluation of the centers must give way to continuous process-based customer satisfaction evaluations, with follow-ups, which would help the centers develop long-term exported-oriented strategies while achieving a virtuous growth system by operating expert evaluation groups.
- Incorporating this study's research findings into Jeollabuk-do's vitalization plans for the centers is expected to substantially improve their performance in export support businesses and pave the way for Jeollabuk-do to foster its export ecosystems.
- Based on its research results, this study presents the following recommendations for the centers to revitalize their operations and successfully implement their business strategies.

- First, it is imperative that the centers improve their reliability as public entities to create robust long-term export support roadmaps, ensure sustainable operations, and expand their strategic business sectors. To clearly define the centers' business scope, their names must be branched under one umbrella name "Jeollabuk-do Export Support Center."
- Second, it is advisable to introduce multi-dimensional performance evaluation methods to significantly improve business performance. Additionally, Jeollabuk-do must formulate and pursue support policies to foster its export ecosystems, including "region-specific schools for the growth of export companies" and "mentoring programs" that can generate opportunities for sustainable growth.
- Third, by taking advantage of its close collaborations with Jeollabuk-do Business Agency, the centers need to cultivate their capabilities as coordinators between Jeollabuk-do and Vietnam and India and operate a council involving local export institutions to support and facilitate Jeollabuk-do's export businesses.
- Fourth, targeting "an integrated export platform for Jeollabuk-do's exports to Vietnam and India," the centers are required to serve as a focal point through which players who engage in exports to Vietnam and India work together to address current issues and subsequently devise and implement efficient and effective strategies to tap into new markets.

**Keyword**

Jeollabuk-do export support policies, overseas trade centers, local export support

정책연구 2023-17

전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 연구

---

발행인 | 이남호

발행일 | 2023년 6월 30일

발행처 | 전북연구원

55068 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

---

ISBN 978-89-6612-485-5 95320 (PDF)

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.





## 2023년도 주요 연구과제

### 기본연구

전라북도 선행경기종합지수 작성 연구  
전라북도 경제와 거시경제의 동적 관계 분석 연구  
전라북도 일자리 종합지수 구축 및 활용방안 연구  
전북 농촌노인의 사회안전망 강화를 위한 기초연구  
인구감소 대비 농촌마을 기본공간정보구축 기초연구  
기초지자체 온실가스 배출특성 분석 및 탄소중립 전략 설정  
지역문화인력의 근로실태조사와 근로환경 개선방안  
전북 해양 역사문화자원 기초자료 집성 및 활성화 방안연구  
성인지적 관점에서의 전북 청년정책진단 및 개선방안 연구  
전라북도 재정운용 효율성 분석 연구

### 기획연구

전북형 물류서비스 산업화 방안 연구  
국제정세 변화와 새만금 중장기 글로벌 전략에 관한 연구  
만경강·동진강 생태·환경자산 목록화 및 가치창출 연구  
전주 남부시장 구슬사를 통해 본 전라북도 여성들

### 정책연구

전북연구개발특구 공간 확대방안 연구  
전라북도 녹색복원 후보지 선정 및 사업화 방안 연구  
전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 연구  
지방시대에 대응한 전북형 기회발전특구 지정 방안 연구  
전라북도 소상공인 경영실태 및 지원사업 개선방안  
2차 공공기관 이전에 따른 전라북도 대응 방안 연구  
글로벌 스마트 재난대응 연구개발 실증단지 추진 방안  
전북 대표관광지 육성사업 성과 및 발전방안 연구  
전라북도 문화재활용 문화융합상품 개발방안 연구  
전라북도 고령친화도시 조성 및 지원방안 연구  
전라북도 탄소중립을 위한 식생활 개선방안 연구  
전라북도 해양바이오산업 육성 방안  
소득보전 지원체계 지원방안 마련  
「전북형 쌀 생산안정 기금」 조성·운용 방안 수립  
전북 청소년복합문화센터 건립 방향 연구  
전북형 온라인 평생교육 운영체계 연구  
현업축사매입부지 활용 주민소득창출 방안 연구

 **전북연구원**

55068 전라북도 전주시 완산구 공취말쭈로 1696

Tel 063. 280. 7100

Fax 063. 286. 9206

[www.jthink.kr](http://www.jthink.kr)

