

3 민·관협업으로 중소기업의 글로벌 경쟁력 강화

□ 중소기업이 활약할 수 있는 해외무대 확장

- **(민관협업 플랫폼 구축)** 재외공관, 공공기관·대기업, 경제단체 등으로 중소기업 지원 협의체*를 구축하고, 수출·현지진출·정착 지원

* 참여(안) : 대사 또는 총영사(주재), 중진공, KOTRA 등 현지파견 공공기관, 삼성현대 등 대기업 지사, 중기중앙회 등 경제단체, 현지 대학교수, 변호사·회계사 등 전문가, 현지진출 중소기업

- 중소벤처 분야 주재관 파견 지역부터 시범운영 ('24.상)하여 타지역으로 확산

* 미국(샌프란시스코), 중국(베이징), 베트남(호치민), 사우디(리야드)

- **(신시장 개척)** 중소기업의 해외진출을 뒷받침하는 '수출 바우처'를 확대 ('23, 1,017 → '24, 1,119억원)하고, 신흥시장 진출을 적극 장려

- 해외 바이어 매칭 및 판로 확대를 위해 유럽, 중동, 아세안 등의 해외 유명 전시회·박람회* 참가 지원 확대 ('23. 72 → '24. 약 80회 예정)

* (독일) 베를린 가전박람회(IFA), (네덜란드) 암스테르담 프라이빗 라벨 전시회(PLMA) (중동) 두바이 아랍헬스 의료기기전(Arab Health) 등

- 수출 지원사업의 바이어 풀 관리채널을 고비즈코리아로 일원화하고 등록 정보의 주기적 업데이트 및 기업에게 정보 제공 ('24.상)

* 전체 수출지원사업 (GBC, 전시회, 동반진출 등)의 바이어 풀 관리채널을 고비즈코리아로 일원화 → 등록 바이어 정보의 주기적 관리 및 기업에게 제공

- 신흥시장 유력 온라인 플랫폼* 신규 발굴, 해외물류거점 확충 ('23, 11개국 89개 → '24, 15개국, 100개) 등 온라인 수출 활성화

* (현행) 14개 → ('24) 18개 (UAE : Noon, 인도 : 플립카트, 독일 : 아마존 DE 등 추가

- **(현지정착 지원)** 해외거점을 확충하고, 현지진출 대기업, 해외정부와의 협력을 통해 중소기업이 빠르게 정착할 수 있도록 지원

- 글로벌 비즈니스센터 (GBC) 신규개소·전환배치 등을 통해, 중소기업에게 입주공간 제공, 법인설립, 컨설팅 등 현지정착 지원 ('24.하)

* ('23) 13개국 21개소 → ('24) 인니 GBC 신규개소, 기존 GBC(광저우 등) 전환배치 검토

- 대기업과 협력하여 'K-POP 공연'과 '수출박람회'를 융합한 "K-CON with K-BRAND*(CJENM)" 및 "한류타운(MBC)" 개최 ('24, 6회)