

한국유통정보(주)

## 비디오정보, PC로 간편하게 알아보고 거래처리도 직접 한다.

— 비디오 유통DB 구축 및 거래처리서비스 시작 —

취재/이석기

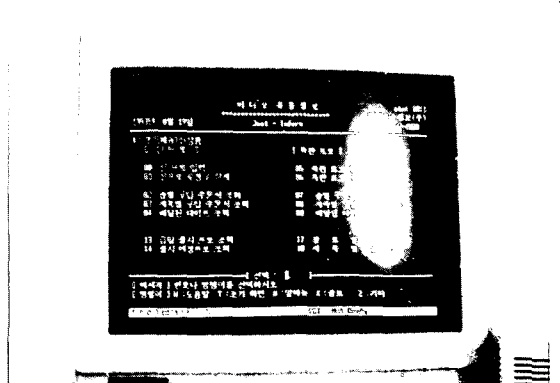
“**국**내에서도 이미 급속하게 활성화되고 있는 PC통신을 통해 비디오정보 검색과 거래처리를 동시에 할 수 있는 「비디오전용 유통망」을 구축해 국내시장의 유통구조를 조금이나마 건전하게 바꾸어 보고 싶습니다.”

국내에서는 드물게 자사의 호스트컴퓨터와 도매점, 비디오숍의 PC를 공중데이터통신망으로 연결, DB검색과 거래처리를 위한 유통망 사업을 시작한 한국유통정보(주) 차인근 사장의 —瞥이다.

비디오는 이제 우리 생활속에서 하나의 ‘문화’라고 이야기할 만큼 깊숙이 자리잡고 있다. 10년전만 해도 전체가구의 10%도 되지 않았던 VCR보급률이 이미 6년전에 4백만대를 넘어 현재는 46%로 늘어나 있다. 그리고 연간 1백편정도 출시되던 소프트웨어수는 20배를 넘어 2천여편을 상회하고 있다. 1925년 조지 베어드에 의해 TV가 첫 전파를 댔던 것에 비하면 훨씬 빠른 성장이라 할 수 있다. 이제 우리나라 비디오 시장은 연간 8천억원의 규모를 가진 거대산업으로 변모했다.

그럼에도 불구하고 비디오 애호가들은 비디오숍에 들어설 때마다 난감해 진다고 하소연한다. 한마디로 ‘볼만한 프로가 없다’는 것이다. 전국 4만여개에 이르는 비디오숍에서 한달이면 2백여편 가량 쏟아지는 신프로를 구입해 놓고 고객을 기다리고 있는데 어째서 이런 불평이 새어나오는 것일까. 그 원인의 일단은 비디오 유통구조가 아직 합리화되어 있지 못하기 때문에 생긴 현상이라는 지적이 많다.

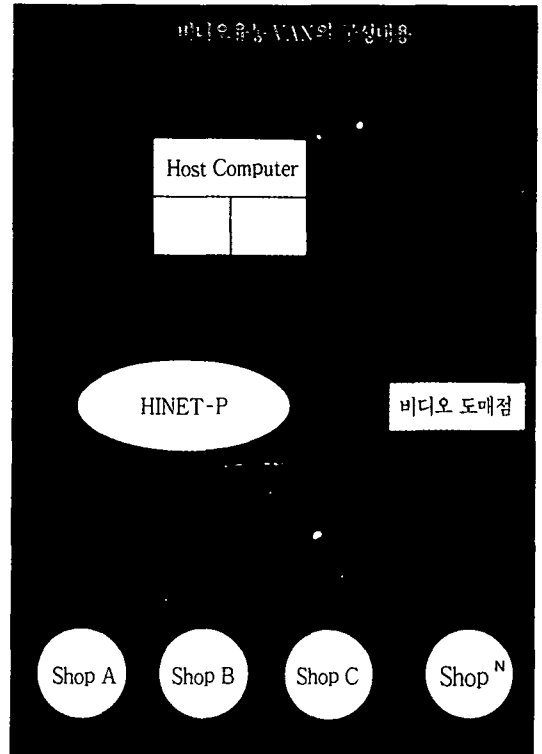
문제는 거기서 그치지 않는다. 출시되는 비디오 작품들을 객관적이고 체계적으로 설명하는 정보량도 부족하다. 제작사에서



내놓는 홍보용 팜플릿이나 영화관련 잡지들에 실린 비디오 소개가 전부이다. 사정이 이렇게 된 데는 외국영화의 수입이 자유화되면서 시장은 엄청나게 빠른 속도로 팽창한 반면 그에 따른 문화의 수용능력은 걸음마 단계를 벗어나지 못하기 때문이다.

이러한 유통구조상의 문제와 정보량의 빈곤이라는 두가지 과제를 푸는 방법으로 한국유통정보(주)는 자사의 호스트컴퓨터, 전국의 도매점과 비디오숍의 3자를 전국 어디서나 시내전화요금으로 접속이 가능한 한국통신의 공중데이터전용망인 'HiNET-P'로 연결, 비디오관련 DB뿐만 아니라 도매점과 비디오숍의 거래처리(Transaction)를 온라인으로 처리하는 유통망을 구성, 9월부터 개통·실시하게 되었다. 또한 일반 PC이용자도 'HiNET-P'(157번)에 접속하여 유통정보의 호스트로 들어오면 비디오 정보를 조회할 수 있다. 이달안에 유통망이 개통되면 전국에 20여개의 도매점을 확보하고 그 도매점이 속한 지역의 비디오숍을 회원으로 가입시켜 새로운 프로소개 및 거래, 재고처리, 계서관을 통한 정보교환 등이 가능하게 할 계획이다.

“한마디로 말해서 컴퓨터통신을 통한 일종의 베틀시장이라고 생각합니다. 도매상에서 신상품 소개서를 작성해 가맹 비디오숍에게 화면을 통해 보여주면 숲에서는 그 화면을 읽어보고 마음에 드는 상품을 통신을 통해 주문하면 되는 겁니다. 뿐만 아니라 비디오숍간의 거래도 가능합니다. 지금 현재 각 숲마다 쌓여있는 재고가 엄청나다고 생각합니다. 그 재고를 팔고 싶을 때는 화면을 통해 각 숲에게 알리고 어느 숲에 선가 그 프로를 사고 싶을때 통신을 통해



알리면 도매상 영업직원이 배달을 해 주게 됩니다.” 이러한 컴퓨터유통망을 통해 그동안 미국 헐리우드 메이저들의 직판체제로 그 존립기반이 크게 흔들리고 있는 도매점과 과당경쟁, 재고부담등으로 몸살을 앓고 있는 영세 비디오숍들에게 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 차인근 사장은 내다보고 있다.

이러한 비디오 유통정보시스템을 이용할 경우, 도매점이나 숲들이 얻게되는 이점은 여러가지가 있다. 도매점의 경우,

- 1) 재고상품 주문 및 배달관련 기본적인 수입발생
- 2) 재고상품 배달과정에서 그룹내 숲시장을 독점할 수 있음
- 3) 기존의 방문판매방식에서 탈피할 수 있



으므로 관련 인건비 및 제반경비 절감  
4) 많은 재고가 필요치 않으므로 창고관련 비용을 줄일 수 있음

5) 출시상품의 가격경쟁으로 사전 주문이 가능  
6) 사전에 주문받은 상품은 낮은 가격에 구입가능 등이 그것이다.

그리고 일반 비디오숍의 경우,

- 1) 현재의 재고상품을 적절하게 판매할 수 있음
- 2) 필요한 상품은 즉시 구입가능
- 3) 재고상품의 지속적인 교체로 고객에게 만족을 줄 수 있음
- 4) 재고상품 판매와 구입을 간편하게 할 수 있음
- 5) 숲간의 정보교환이 용이하고 업계의 정보를 신속히 할 수 있다는 잇점이 있다.

전화선을 이용한 비디오 유통정보는 이러한 거래처리가 중심이지만, 각종 정보 DB와 알림판, 우체통등의 가입자나 이용자 간의 통신기능도 있어 정보검색 및 의견교환도 할 수 있다. 비디오유통 데이터베이스는 크게 「테이프매장」, 「테이프정보」,

「비디오숍 정보」, 「개인정보관리」의 4가지 메뉴로 구성되어 있다. 「테이프매장」에는 도매점이 보유하고 있는 신상품이나 기일이 지난 Repeat제품 등이 소개되어 있고, 「테이프 정보」에는 인기 비디오나 출시에 정프로가 국가별, 20여 장르별, 출연배우별로 상세하게 소개되어 있다. 「비디오숍 정보」에는 게시판과 함께 숲들의 주소록이 있어 사업자료로 활용할 수 있도록 해 놓았다.

앞으로 모집하게될 도매점이나 비디오숍 회원은 PC, 모뎀, 프린터등만 갖추면 되고 PC가 없는 경우 통신단말기를 무료로 제공한다고 한다. (월 사용료 ₩10,000, 문의 : (02)565-4950/1)

한국유통정보는 이밖에도 작년에 중소기업진흥공단으로부터 3억6천만을 지원받아 전국에 유희차량과 관련된 정보를 DB화하는 「공차유통정보」를 개발중에 있고, 아울러 전국의 농어민 후계자 680여명이 각 지역의 농수산물의 관련정보를 Load하여 사용자들이 검색하고 거래처리를 할 수 있게 하는 「농수산물유통정보」를 전자통신연구소로부터 받은 2억1천만원을 들여 만들고 있다.

사회 각 부문의 개방화의 물결속에서 우수한 소프트웨어의 수입은 그렇다 치더라도 비뚤어진 유통구조를 통해 최종소비자인 비디오이용자들이 올바른 비디오문화를 누릴 수 없게되는 것은 막아야 한다는 인식이 높아지고 있다. 차체에 점차 확대보급되고 있는 PC를 통한 비디오정보의 이용과 거래가 활발해져서 우리사회에 올바른 비디오문화가 정착될 것을 기대해 본다. [B]