

거래알선 사이트의 현황과 발전방안에 관한 연구

홍선의*

요 약

본 논문은 무역거래에서 가장 기초라 할 수 있는 거래선을 발굴하는 각종 방법들 중에서 인터넷을 이용하여 발굴하는 방법에 대하여 살펴보고 그 중에서 가장 활용도가 높은 거래 알선 사이트의 현황과 문제점을 논의한 후에 거래알선 사이트의 발전방안에 대하여 제시하고자 하였다.

1. 서론

20세기 말 세계는 커다란 변혁을 맞이했다. 정보기술(IT : Information Technology)의 급격한 발달로 인하여 각국의 기업들은 세계화 개방화에 한층 박차를 가하게 되었다.

정보기술은 일부 권력을 가진 사람들의 전유물로 인식되어온 정보를 많은 사람들이 공유할 수 있도록 만들어 주었으며 정보의 공유는 새로운 문화를 창조해 내었다. 새로운 문화는 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 분야에서 새로운 방식으로 창조되기 시작하였다. 그 중에서 가장 놀라운 변혁을 가져온 것은 바로 상거래 분야였다.

전통적인 방식의 상거래에서는 판매자와 구매자의 관계가 일정한 시간과 일정한 공간의 틀 안에서 물리적인 방법에 의하여 이루어질 수밖에 없었다. 그러나 정보기술의 획기적인 발전과 통합은 이러한 전통적인 방식의 상거래를 매우 빠른 속도로 붕괴시키고 기업의 경쟁방식과 경영전략의 패러다임을 변화하게 만들었으며 국제거래에 있어서도 기존의 관행을 무너뜨리고 새

로운 방식을 정착시켜 나가고 있다. 이제 기업들은 컴퓨터 통신망이 만들어준 가상공간(Cyber Space)에서 시간과 공간의 제약 없이 전 세계를 대상으로 글로벌 비즈니스 즉, 인터넷을 통한 전자상거래(EC : Electronic Commerce)라고 불리는 새로운 거래방식에 적응하지 않으면 안 되게 되었다. 전자상거래는 이미 통신, 금융 소매거래에 있어 광범위하게 사용되고 있으며 향후 교육, 건강 및 정부서비스 부문에 있어서도 미치는 영향이 더욱 커질 것으로 전망되고 있다.

최근 인터넷을 이용한 전자상거래는 자유무역 원칙을 내건 WTO 체제하에서 국가경쟁력 제고라는 명제와 결부되어 더욱 중요하게 부각되고 있다.

특히 2000년부터 정부는 인터넷 무역을 중점 사업으로 지정하고 인터넷 무역을 활성화시키기 위하여 각종 지원과 정책을 수립하고 있다. 실제로 인터넷 무역에 필요한 인력의 수급을 원활히 하기 위하여 수요 조사를 실시하였으며¹⁾ 이에 따르면 5년 후에는 무역인력의 54.6%가 사이버무역에 익숙해질 것으로 예상됐다. 따라서 인터넷 무역에 필요한 인력 또한 급증할 것으로

* 가천길대학 강사

1) 한국무역협회, 사이버무역인력 수요 조사 결과, 1999. 9.

예상하고 있다. 그러나 이러한 인력의 수요는 무역량이 증가하였을 때를 전제로 한 것이므로 무역량을 가시적으로 증가시키기 위해서는 인터넷 무역의 효과에 대한 검증이 필요하며 이를 토대로 하여 각 무역업체가 인터넷을 무역에 활용하는 계기를 만들어 주어야 할 것이다.

따라서 본 논문은 무역거래에서 가장 기초라 할 수 있는 거래선을 발굴하는 각종 방법들중에서 인터넷을 이용하여 발굴하는 방법에 대하여 살펴보고 그 중에서 가장 활용도가 높은 거래알선 사이트의 현황과 문제점을 논의한 후에 거래알선 사이트의 발전방안에 대하여 제시하고자 하였다.

II. 인터넷 수출마케팅과 거래선 발굴방법

2.1 인터넷 수출마케팅의 의의

최근 컴퓨터의 하드웨어·소프트웨어, 멀티미디어 관련기술, 데이터베이스 시스템, 초고속통신망, 부가가치 통신망(VAN), EDI, 인공지능(AI) 등의 기술이 급격히 발달함에 따라, 기업활동의 영역에 많은 변화가 초래되고 있다.²⁾ 기업활동 중에서도 외부환경과 끊임없이 상호작용하는 마케팅영역은 그 어떤 분야에서보다도 많은 변화를 겪고 있다. 이러한 변화에 따라 기업은 앞다투어 사이버 마케팅활동을 펼치게 되었다. 흔히 PC통신을 통해 주로 이루어져왔던 사이버 마케팅은 인터넷의 상업화가 허용되고 월드 와

이드 웹(WWW)이 등장하면서 주로 학술적인 자료검색 등의 아카데믹한 인터넷 환경이 문자뿐만 아니라 음성, 화면, 동영상에 이르기까지 다양한 멀티미디어 정보를 교환할 수 있는 거대한 커뮤니케이션 미디어로서의 인터넷으로 발전하게 되고, 그 시장의 잠재적 발전 가능성으로 말미암아 인터넷이 마케팅의 대상으로까지 발전하게 되었다.³⁾ 따라서 인터넷을 이용하여 마케팅 활동을 펼치고자 하는 욕구가 각 기업들 사이에서 급증하게 되었다. 인터넷을 이용한 마케팅은 전통적인 마케팅의 사고, 틀, 양식, 거래관행 등을 완전히 전환시키고 있는데, 그 핵심은 바로 고객과의 상호작용 마케팅에 있다고 하겠다.⁴⁾

인터넷 마케팅이란 일반적 개념의 마케팅이 인터넷이라는 공간에서 이루어지는 것을 의미한다. 즉 인터넷을 통한 의사전달로 상품과 서비스를 판매하는 일련의 행위를 말한다. 기업들은 웹사이트를 구축하고 이를 통해 기업 홍보 및 제품광고를 할 수도 있고, 인터넷이라는 가상공간에 가상쇼핑몰을 개설하여 직접 제품이나 서비스를 판매할 수도 있다. 인터넷상에서의 기업활동이 마케팅 바로 그 자체가 될 수도 있다. 특히 인터넷은 전세계를 향하여 누구에게나 열려 있는 공간이기 때문에 아주 유용한 마케팅 도구가 될 수가 있다.

이러한 마케팅 도구로서의 인터넷은 국내 마케팅뿐만 아니라 수출마케팅의 도구로서도 활용 가치가 충분하다. 특히 원격지간의 거래인 국제무역에서 전세계에 개방되어 있는 인터넷을 활용한다면 시간과 비용의 절감 등 많은 효과를 거둘 수가 있다.

인터넷 수출 마케팅은 몇 가지의 특징을 갖고

2) Blattberg, Robert C., Rashi Glazer, and D.C. Little, *The Marketing Information Revolution*, 1994 : 주우진 외2인 역, 21세기 마케팅 정보혁명, 김영사, 1996.

3) 이두희·한영주, *인터넷 마케팅*, 영진출판사, 1997.

4) 박철, *인터넷과 PC통신을 이용한 사이버 쇼핑실태에 관한 연구*, 대한경영학회지, 제21호, 대한경영학회, 1997, pp.81-107.

있는데 첫째, 시간적·공간적 제약이 없다는 점이다. 인터넷은 개방형 네트워크이기 때문에 인터넷을 할 수 있는 환경만 갖추어져 있다면 세계 어디에서나 24시간 언제든지 접속이 가능해지므로 인터넷을 통한 수출 마케팅은 전세계를 대상으로 24시간 내내 수행할 수 있게 되는 것이다. 둘째, 표적집단에 대한 접근이 용이하며, 매우 좁은 시장을 표적으로 할 수 있어 각개인 차원의 시장세분화가 가능함으로써⁵⁾ 고객관리를 하는데 편리하다. 인터넷의 기능 중에서 UseNet이나 거래알선 사이트 또는 Mailing list를 이용하면 수출입에 관심을 갖고 있는 해외 Buyer 혹은 Seller와의 접근이 매우 용이하다. 따라서 기존 매체들을 이용하여 불특정 다수에게 마케팅 활동을 수행할 때에 비하여 매우 효과적으로 목표시장에 접근을 할 수가 있다. 또한 고객의 기본정보와 관심사항에 대해 구축한 데이터 베이스를 통하여 거래선의 관리를 효과적으로 할 수 있다. 셋째, 비용이 절약된다. 전통적인 수출 마케팅을 하기 위해서는 해외시장에 대한 조사와 거래기업의 신용조사 등에 들어가는 비용과 바이어와의 접촉을 위해 사용된 커뮤니케이션 비용의 비중이 컸다. 그러나 인터넷을 이용하면 양질의 해외시장정보와 기업의 신용정보를 저렴하게 획득할 수 있으며 E-mail을 이용하여 거래선과의 커뮤니케이션 비용을 획기적으로 줄일 수가 있다. 다섯째, 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하다는 것이다. 온라인 채팅이나, 토론그룹, 게시판 등을 통해 바이어의 욕구가 무엇인지 자사의 신뢰도나 시장의 동향에 대해서 거래 당사자들끼리의 대화가 가능해지며 제품에 대한 불만 기업에 대한 불만 등에 대한 견해도 쉽게 수집할

수가 있다. 여섯 번째, 광고비가 저렴하다. 인터넷의 웹사이트는 회선사용료만 부담하면 되므로 자사의 상품에 대한 광고를 매우 저렴한 비용으로 무제한으로 할 수가 있다. 또한 유명 무역관련 사이트에 대한 배너 광고 또는 자사 사이트 링크도 4대 매체인 신문, TV, 라디오, 잡지에 비하여 저렴한 비용으로 사용할 수 있다.

이상과 같은 몇 가지의 이점들로 인하여 인터넷을 이용한 수출 마케팅은 매우 유용한 수출 마케팅의 수단으로 인식되어지고 있다.

2.2 인터넷을 이용한 거래선 발굴 방법

2.2.1 거래알선 사이트

거래알선 사이트는 인터넷 상에 가상 공간의 거래 공간을 만들어 놓고 그곳을 이용하여 구매자 혹은 판매자가 자신이 판매하고자 하는 상품의 오퍼 또는 구매자가 자신이 구매하고자 하는 상품의 오퍼를 등록하고 그 오퍼에 관심이 있는 거래 대상을 직접적으로 연결시켜주는 곳이라 할 수 있다.

인터넷 거래알선은 경제적이면서도 효율적이라는 점에서 현재 활발히 이용되고 있다. 거래알선 사이트는 인터넷상에서 무역거래의 활성화를 위해서 바이어와 셀러를 연결시켜주어 국제간의 상품거래를 증진시켜주는 역할을 수행하고 있다. 이러한 거래알선 사이트는 다음과 같은 효과를 얻을 수 있다.

첫째, 비용절감이다. 인터넷 거래 알선사이트를 이용할 경우 가장 큰 혜택은 비용 절감 효과이다. 인터넷 거래 알선 사이트를 이용하여 무역 계약을 체결할 경우 기존의 무역방식을 이용한 방법과 비교하여 상당한 비용 절감 효과를 거둘 수 있다. 비용절감 항목은 기존의 무역방

5) Schultz, Don E., Tannenbaum, Stanley I., and Lauterborn, Robert F., The new Marketing paradigm Integrated Marketing Communication, Lincolnwoods, IL I: NTC Business Books, 1994.

식을 통하여 거래 상대방을 찾기 위해 직접 권유장을 작성하여 다수의 미지 고객들에게 우편이나 팩스를 통한 서류 송부비용, 그러한 작업에 소요되는 인건비, 그리고 거래 성사 가능성이 저조한 다수의 잠재 거래처로부터의 샘플 송부 요청시 송부 비용 및 샘플 자체 비용등이 있다. 이러한 비용들은 인터넷을 통한 거래 알선을 이용할 경우 상당히 줄일 수 있는 비용이다. 또한 전화나 우편 대신 인터넷 폰이나 인터넷 팩스를 이용할 경우 국제 통신 비용을 획기적으로 줄일 수 있다.

둘째, 시간단축이다. 거래알선 사이트를 이용하여 무역매매 계약의 성립에 소요되는 시간을 단축시킬 수 있다. 이는 소비자들과 즉각적인 상호작용과 주문이 가능할 수 있기 때문에 기존의 무역 매매 방식에 비하여 시간을 월등히 절약할 수 있다. 즉, 기존 방식을 통하여 거래처를 선정할 경우 직접 무역관련 기관에 찾아가 관련 기업의 목록을 찾아서 그 기업들에게 우편이나 팩스를 통해 권유장과 오퍼를 발송하여 조회(Inquiry)가 도착할 때까지 기다려야 한다. 이때 거래처 조사와 우편 및 팩스 송부시간 등에 있어서 인터넷을 이용할 경우 훨씬 빠르고 효과적으로 거래처와 접촉하여 계약을 성사시킬 수 있다.

셋째, 잠재고객의 창출이다. 거래알선 사이트는 중소기업이 전 세계를 대상으로 글로벌 마케팅을 할 수 있게 만들어 준다. 기존의 무역매매 방식은 거래 상대방이 국한되었었다. 왜냐하면 거래 상대방에게 송부되는 권유장의 송부비용으로 인하여 어느 정도 송부할 상대방을 국한시킬 수밖에 없었지만, 거래 알선 사이트에 한번 등록을 해두면 언제든지 다시 볼 수 있고 세계 어느 곳에서도 인터넷을 통해 접속하여 열람해 볼 수 있기 때문에 잠재적 고객수가 증

가되고 지속적인 광고 효과를 거둘 수가 있다.

넷째, 중소기업의 국제화가 보다 쉽게 이루어질 수 있다는 점이다. 거래알선 사이트를 이용한 거래는 기업의 크기나 유명도보다 어떤 기업이 소비자의 욕구를 얼마나 충실히 반영해주는가가 중요한 요소이므로 양질의 상품과 서비스 능력만 갖추고 있다면 어느 기업이라도 국제적인 수준의 기업이 될 수 있다.

2.2.2 UseNet

유즈넷은 인터넷의 거대한 전자게시판으로서 뉴스를 서비스하기 위하여 서로 개별적인 뉴스서버들 간에 이루어진 가상네트워크로 정의할 수 있다.⁶⁾ 이는 특정 분야의 관심 있는 내용들을 논의하거나 정보를 공유하기 위해 만들어진 뉴스그룹들의 집합체이다. 인터넷 접속서비스 업체의 컴퓨터 네트워크 안에는 유즈넷 뉴스의 게시판들을 관리하는 뉴스서버가 존재한다. 이 뉴스서버 안에는 사회, 문화, 예술, 과학, 취미 등으로 분류된 디렉토리가 있고, 이 디렉토리 안에는 구체적인 내용을 다루는 뉴스그룹들이 있다. 사용자는 인터넷 접속서비스 업체의 뉴스서버에 접속해 그 안에 들어 있는 다양한 뉴스그룹에 올라와 있는 글을 읽거나, 자신의 글을 올릴 수 있다. 이러한 뉴스서버들은 인터넷에 연결된 컴퓨터 네트워크마다 존재한다. 서로 연결된 인터넷을 통하여 전세계 곳곳의 뉴스서버에 있는 뉴스 그룹의 내용을 확인하고 그곳에 글을 올릴 수 있다.

1998년 10월 현재 전세계에 만들어진 그룹명은 3만여개에 이르는 것으로 파악되고 있다.⁷⁾ 이러한 뉴스그룹에서 자신이 원하는 뉴스를 찾

6) 김성희·김재경·장기진, 인터넷과 전자상거래, 무역경영사, 2000. p.217.

7) 인터넷 사이버 무역, 한국무역협회, 2000.

는 방법은 outlook express를 이용하는 방법과 DejaNews, AltaVista Usenet Search, HotBot Usenet Search 등 서치 엔진을 통하여 찾는 방법이 있다. 특히 deja.com은 1998년 9월 현재 7천만개에 가까운 유즈넷 기사를 보유하고 있어 뉴스를 검색하는데 독보적인 위치를 점하고 있다.⁸⁾

2.2.3 Mailing list

메일링 리스트는 어떤 면에서는 유즈넷과 비슷한 특성을 가지고 있지만 틀린점은 한번 가입하면 좋은 싫든 계속적으로 메일이 들어온다는 점이다. 메일링 리스트에 가입을 하고 그곳 가입자의 수가 10만명이라면 한번의 메일 또는 포스팅을 통하여 10만명에게 메일을 보낼 수 있게

〈표 1〉 국내에 공개된 뉴스그룹 서버

서버명	주소	서버명	주소
코넷	usenet.kornet21.net	유니텔	88.3.4.80
나우누리	news.nownuri.net	하이텔	news.hitel.net
천리안	news.chollian.net	아이네트	news.nuri.net

수출 마케팅의 도구로서 유즈넷의 가능성은 단 한번의 포스팅으로 평균 30만 명이 열람하는데 있다. 유즈넷에 올려지는 글은 해당 서버에만 놓여지는 것이 아니라 유즈넷 서버간에 상호 메일 교환을 실시간으로 수행한다. 따라서 포스팅 시킨 글은 미국, 일본, 유럽 등으로 재전송하게 된다. 즉, 세계 각국의 사람들은 유즈넷의 그 어느 서버에나 올린 글을 읽을 수 있으며 의외로 많은 답장을 받을 수가 있다. 따라서 비즈니스와 수출입에 관련된 뉴스그룹에 무역업체는 자신의 오피를 포스팅 시킬 수 있고 포스팅된 오피를 열람해본 바이어들이 E-mail을 통해서 인콰이어리 또는 카운터 오피를 보내 올 수 있게 된다.

수출입과 연관이 있는 뉴스는 alt.business.import-export⁹⁾ 관련 뉴스그룹에 많이 올라와 있다.

된다. 그러나 10만명에게 메일을 보낼 수 있는 혜택이 주어지는 만큼 다른 사람의 메일도 그만큼 받아 보아야만 하는 의무가 생기게 된다. 현재 전세계적으로 1만여 개의 메일링 리스트가 있으며 사용인원도 100만명 이상으로 추정하고 있다.¹⁰⁾

메일링 리스트는 유즈넷 뉴스그룹과 마찬가지로 개인의 관심 분야에 따라 다양한 리스트가 영역별로 나뉘어져 있다. 따라서 메일링 리스트를 이용하려면 먼저 자신이 원하는 영역의 메일링 리스트를 선택해야 하며, 선택은 유즈넷 뉴스그룹에 글을 올려 원하는 메일링 리스트를 물어봐도 되고 전체 리스트를 확보해 자신의 관심 분야의 메일링 리스트를 확보할 수 있다.¹¹⁾

무역관련의 대표적인 mailing list로는 UNTPDC

8) 인터넷 사이버 무역, 한국무역협회, 2000. p.225.

9) alt.business.import-export, alt.business.export-computer 와 같은 형식으로 개설되어 있다.

10) 권재근·김화수, 알기쉬운 인터넷 무역, 매일경제신문사, 1999, p.98.

11) http://tile.net/listserv로 접속하면 전체 리스트 가운데 무역 관련 메일링 리스트를 확보할 수 있다. http://www.liszt.com은 야후와 같은 구조로 되어 있는 메일링 리스트 검색엔진으로 비즈니스, 컴퓨터, 교육 등의 15개 분야로 나뉘어 있으며 각 주제별로 클릭하면 해당 메일링 리스트주제와 가입 방법의 설명이 나온다.

(United Nations Trade Point Development Centre)에서 운영하는 오픈 메시지 교환 시스템이 있다.¹²⁾ 현재 이곳은 메일링 리스트와 유즈넷의 두가지 서비스를 제공하고 있다. 이 시스템을 이용하여 포스팅한 구매 오픈은 하루 평균 250-400개에 이른다.

Ⅲ. 거래알선 사이트 현황과 문제점

3.1 거래알선 사이트 현황

3.1.1 EC Korea

EC Korea는 한국무역협회가 만든 KOTIS¹³⁾와 KINET¹⁴⁾이 운영하고 있는 사이트이다. KOTIS는 Korea Trade Information Service의 약자로 한국무역협회가 무역정보서비스, 상품회사정보 및 거래알선에 특화된 정보를 제공하는 곳이다. KOTIS가 제공하는 서비스는 다양하다. 우선 수출입, 제조업체의 디렉토리는 물론 거래를 희망하는 기업체간 주문(Offer)을 직접 교환할 수 있도록 만들었으며, 이를 위해 다양한 업체의 상품을 업종별로 웹사이트에 소개하고 있다.

KOTIS를 이용하면 다양한 해외정보를 얻을 수 있으며 상대국의 관세 및 비즈니스 정보 등에 대한 궁금증을 해소할 수 있다. 또한 KOTIS에서는 해외 거래알선사업으로 사용자가 거래정보를 KOTIS상에 입력하면 이를 한국무역협회가 제휴를 맺고 있는 해외무역기관 및 업체에 자동적으로 전송하고 동시에 비즈니스 관련 인

터넷 뉴스그룹과 KOTIS 홈페이지 거래 알선에 게재해 주는 서비스도 제공하고 있다.

그리고 무역, 경제 관련 site를 소개하면서 편리한 검색과 인터넷과 KOTIS망의 연동을 통한 편리한 전자메일 서비스를 제공하고 있다. 이러한 비즈니스 전문 ISP인 KOTIS는 인터넷 웹서버의 초기 구축비용에 부담을 느끼는 기업을 위하여 시스템 자원을 활용하여 자사의 웹서버를 경제적인 가격에 운영할 수 있도록 해주는 효과적인 인터넷 서비스로 알려져 있다.

KINET(한국무역정보통신(주))이 운영하고 있는 EC Korea인 무역거래 알선 서비스(EC-Korea: Electronic Commerce in Korea)는 무역업체 등 거래 당사자가 인터넷을 이용하여 업체 및 상품정보를 전세계의 Buyer와 Seller에게 홍보 해주며 거래선 발굴 등을 할 수 있게 도와주는 종합적인 가상 무역공간이다. 주요 기능으로는 업체를 홍보하고 상품전시를 도와주며, 업체 정보 및 상품정보 획득을 안내하고 있으며, BBS를 이용한 업체간 거래선 발굴을 도와주어 업체 소개 및 방문자로부터 Offer 접수를 도와 주고 있다.

EC Market는 offer to sell, offer to buy 그리고 Biz Opportunities 등이 있어 그 가운데 각 기업이 수출입하고자 하는 품목, 가격, 수량 등의 명세와 자신의 연락처를 수록해 두면 효과적으로 수출입업자들과 연결해 주고 있으며, EC Korea에 올린 무역거래 알선 요청은 UNTPDC와 자동으로 교차, 게재되도록 되어 있어 매우 효과적이라고 할 수 있고, 이 서비스는 무료로 제공하고 있다.

ECkorea는 업체 및 제공상품 디렉토리외 상품의 카탈로그를 볼 수 있는 상품·업체정보, 판매·구매 오픈 및 구매로 1일 500건 이상이 등록되어 있고 기타 사업정보가 있는 가상시장, 전

12) 이 site의 주소는 <http://eto.untdc.org> 이다.

13) <http://www.kotis.net>

14) <http://knet.co.kr>

체 일간지와 주가/환율 등록이 있는 무역, 경제뉴스와 무역정보 교환이 되는 EC Club, 판매, 구매 오피 연계업무 서비스와 상품 정보검색이 서비스되는 검색 서비스(EC link), 오피 관련 및 정보의 팩스 전송 서비스인 인터넷 웹 팩스 서비스(MemberLinks) 등을 주요서비스로 제공하고 있다.

HS Code에 대하여 자동매칭엔진을 통한 한국 수출업체로 inquiry자동 발송 서비스를 제공하며 6-digit HS code를 선택하여 한국기업들에게 직접적으로 inquiry를 보낼 수 있다. 세번째 Electronic Marketplace는 해외 바이어가 인터넷을 접속하여 관심있는 품목, 업체 및 상품 카달

〈표 2〉 ECKOREA의 무역알선 정보서비스

주요서비스	서비스 내용
거래선 검색 서비스	무역업무 및 무역정보와 관련된 오랜 경험으로 다양한 DB와 인터넷을 활용하여 무역업체가 요청하는 가장 적합한 거래선을 검색/제공하는 서비스
국내외 무역사이트 오피 등록	EC Market처럼 오피를 등록할 수 있는 여러 국내외 무역사이트 등록. 업체 오피를 유명 무역사이트에 대신 등록함
무역뉴스 그룹	인터넷을 통해서 전 세계의 컴퓨터 사용자들간에 전문적인 지식이나 새로운 정보들을 주고받을 수 있는 인터넷 전자 게시판인 UseNet 뉴스의 여러 그룹 중 무역관련 그룹에 업체를 홍보함
검색엔진 등록요청	EC Krea에서 제작한 회원 홈페이지를 국내외 인터넷 검색 엔진에 등록할 수 있도록 검색엔진에 등록 요청하는 서비스로 회원의 홈페이지를 전세계에 홍보함
한국 홈페이지	EC Korea의 영문 홈페이지를 번역하여 같은 내용의 한글 홈페이지 작성
독립URL	EC Korea가 기본으로 제공하는 URL 대신 "http://www.업체명.co.kr" 형태의 독립 URL을 제공함

출처: 이재홍, 인터넷 전자상거래(EC)의 국제무역정보 효과분석, 한국통상정보학회 제1권 제2호, 1999, p.77.

3.1.2 KOBO

대한무역투자진흥공사(KOTRA)가 1997년 6월 초부터 가동중인 시스템 KOBO¹⁵⁾는 바이어가 KOBO를 통해 구매 희망서를 보내면 구매 희망서가 자동적으로 관련업체에 전달되며 중소기업은 KOBO를 통해 수출상당부터 계약까지 체결할 수 있는 무역거래 알선 방식이다. KOBO의 주요기능으로는 첫째 Search Korean Products(바이어용)로 한국 수출업체 및 수출상품 검색을 통한 선택적 inquiry 발송 서비스를 제공하여 한국 기업들과 그 기업의 상품들을 찾을 수 있으며, 원하는 곳에 Inquiry를 보낼 수 있다. 둘째는 Send Inquiry(바이어용)로 Buyer가 선택한

로그를 검색 해당 기업에 offer요청, 가격협상, 계약까지의 일관된 작업이 이루어질 수 있게 하는 기능을 제공하고 있다. 또한 날마다 접수되는 해외 Buyer의 inquiry 정보검색 기능, 국내업체의 수출 오피 정보 등록 기능(Offer 정보 게재시 e-mail을 통해 해당 바이어에게 정보를 자동으로 제공)을 통해 한국 기업들에게 제안된 offer들을 찾아볼 수 있고, inquiry를 보낼 수 있다. 네번째, New Product Announcements는 전자 카달로그 등 멀티미디어 상품정보 등록 기능을 제공 즉, 바이어가 원할 경우 신상품 게재시 e-mail을 통한 정보를 자동으로 제공하며 한국 기업들의 새로운 상표의 상품들을 찾아 볼 수 있고, 제출된 inquiry를 한국 기업들에게 보낼 수 있다. 다섯째, Bulletin Board는 바이어와 우

15) <http://www.kotra.or.kr/KOBO>

리나라의 수출업체들의 공개 정보교류를 위한 Bulletin Board를 제공하며, KOTRA에서 게시된 뉴스를 읽어 볼 수 있다. 또한 이 밖에 For Korean Users Only에서 제공되는 4분야 즉, 수출절차도 및 관련 서식, 수출입 관련 중소기업 금융지원안내, 국내외 물류 유통업체 소개, 무역 영어 해설의 자료 정보가 유용하게 되어 있다.

3.2 거래알선 사이트의 문제점

현재 거래 알선 사이트는 무역업체들이 가장 많이 이용하는 무역관련 인터넷 정보기술이라고 할 수 있다. 거래알선 사이트는 인터넷이 상거래에 활용되기 시작하면서부터 시작된 정보기술이다. 따라서 현재 거래알선 사이트는 초기에

〈표 3〉 KOB0 무역알선 정보 서비스

서비스 내용	인터넷 이용업체	인터넷 미 이용업체	이용료
바이어의 구매 Inquiry	인터넷 메일로 수신	FAX로 수신	무료
오퍼정보게재	KOB0 접속 직접게재	이용불가	무료
수출신상품 카탈로그 게재	KOB0 접속 직접게재	이용불가	무료
취급상품 전자카탈로그 게재	직접 게재 불가	직접게재 불가	무료
KOTRA Direct Channel 이용	KOB0 접속 직접게재	이용불가	무료

출처: 이제홍, 인터넷 전자상거래(EC)의 국제무역정보 효과분석, 한국통상정보학회 제1권 제2호, 1999. p.78.

〈표 4〉 거래알선 사이트 현황 표

운영주체	이름	주소	특징
한국무역협회	EC21	www.ec21.net	· 자동홈페이지 제작 기능 · 영상오퍼제공(Visual Offer) · 맞춤형 정보 Email 자동수신(Offer on Demand) · 회사/상품카탈로그 D/B 제공 · 한국의 무역/투자환경정보 제공 · UNTPDC GTPNet와 정보 교환
대한무역투자진흥공사	KOB0	www.kotra.or.kr/KOB0	· 한국상품 카탈로그 D/B(HS Code별 검색) · 국산신제품 소개 · 상품그룹별 Buyer/Sellerr 간 대화채널(전자 게시판) · 수출절차 및 관련서식정보(수출의 NOTE)
중소기업진흥공단		www.smipc.or.kr	· 상품카탈로그제작(중소제조업체 대상, 독립도메인 제공) · Email Account 제공
삼성물산	Korea Best Products	www.findkorea.com	· 중소기업을 유료회원으로 가입시킨후 홈페이지 제작 홍보 및 무역절차 대행 · AOL, I-mall, Yahoo 등 해외 인터넷 사이트에 배너광고 · 무역절차 대행시 수수료 부과
현대종합상사	인터넷 무역 시스템	www.hyundaicorp.com	· 계열사들의 제품과 국내 중소·벤처기업제품 홍보 · 사이버 컨설팅 데스크를 통해 중소기업의 무역절차 상담 및 대행 · Global Mart사와 전략적 제휴(수출대행 공식협력 업체 지정)
LG상사		www.lgcorp.com	· 세계무역센타협회(WTCA)와의 협력을 통한 Trade Card 시스템 도입으로 선적관련서류의 전자전송 및 인터넷 대금결제 시범적으로 실시
쌍용		www.ssy.co.kr	· 중소기업제품을 세계 주요 거래알선사이트에 등록 대행 · 중소기업 무역절차 대행시 보험, 운송료 등 대기업 수준으로 지원
한국무역정보통신	EC KOREA	www.ecplaza	· 홈페이지 제작 · 맞춤형 E-mail Push서비스 · 한국어, 일본어 및 중국어판 운영
바이어스 가이드		www.buyersguide.com	· Local 거래알선을 위한 한국어판 운영

출처: 이상진, 국내 무역거래 알선 사이트 현황과 전망, 한국통상정보학회 세미나 자료집, 1999.을 정리하여 작성.

비하여 기술적으로 많은 발전을 했으며 새로이 만들어지는 사이트와 그 사이트에 포스팅하는 오피의 숫자도 기하급수적으로 늘어나고 있는 실정이다.

그러나 거래알선 사이트가 국제간의 무역거래를 증진시키기 위해서는 아직도 부족한 점이 많다. 이러한 문제는 아직도 인터넷의 기술적인 문제들에 기인하는 점도 많지만 천편일률적인 비즈니스 모델들로 인한 부분도 적지 않다. 즉 거래알선 사이트에서 제공하는 서비스들이 소극적인 형태의 서비스에 그치고 있다는 점이다. 사이버 무역의 활성화와 거래알선 사이트의 이용률 등을 감안하여 본다면 지금까지는 단순히 오피의 검색과 무역관련 상품의 디렉토리 제공 등 소극적인 서비스에서 적극적인 서비스로의 전환이 필요한 때라고 사료된다.

따라서 현재 운영되고 있는 거래알선 사이트의 문제점들은 크게 세 가지로 생각하여 볼 수 있다.

첫째, 상품의 수출 및 수입에 있어 꼭 필요한 무역 관련 금융 서비스의 부재이다. 국제간의 무역은 상품의 이동과 함께 금융거래가 동반하게 된다. 수출업자는 수출 물품에 대한 반대급부로서 대금을 결제하게 되며 수입업자는 대금 결제의 반대급부로서 물품을 제공받게 된다. 또한 샘플에 대해서도 그 대금을 결제하고 있는 추세에 비추어 보아 샘플거래를 하게 될 때 발생하는 소액금융거래를 지원해 주는 시스템의 필요성은 증대하고 있다고 할 수 있다.

둘째, 무역상품의 운송 중에 발생할지도 모를 만일의 사태에 대비한 해상보험 및 각종 무역관련 보험 정보 서비스의 부재이다. 국제무역거래는 원격지 거래이다. 그로인해 무역상품은 이동하는 동안에 각종 위험에 노출되는 시간이 그만큼 길어지게 된다. 그로 인해 거의 모든 무역상

품들은 적하보험 또는 각종 해상보험에 가입하고 있다. 따라서 거래알선 사이트에서의 보험 서비스는 꼭 필요한 서비스라고 할 수 있다.

셋째, 무역상품을 신속하고 안전하게 이동시켜주는 국제운송 정보 서비스의 부재이다. 상품을 수출국에서 수입국으로 물리적인 이동을 가능하게 해주는 것은 국제운송이다. 따라서 국제운송은 무역에 있어서 가장 직접적인 활동 중의 하나이며 꼭 필요한 서비스이다.

IV. 거래알선 사이트의 발전방안

4.1 거래알선 사이트에 필요한 콘텐츠

현재 서비스되고 있는 거래 알선 사이트의 서비스 중에서 아직 제공되지 않는 서비스는 앞에서 언급하였듯이 무역관련 금융서비스, 무역관련 보험 서비스 그리고 마지막으로 국제운송 서비스이다.

4.1.1 무역 관련 금융 서비스

무역 관련 금융이란 무역거래에서 발생하는 모든 금융을 말하지만 일반적으로 무역금융은 정부가 정책적으로 무역거래에 필요한 각종 자금을 지원해 주는 것을 의미한다. 이러한 무역금융은 수출증대에 기여함을 목적으로 수출물품의 제조나 조달과 관련된 금융지원을 위해 취급되는 선적전 금융으로, 지원대상에 따라 일반수출입금융, 건설·용역수출금융, 농수산물수출준비자금대출이 있다.¹⁶⁾ 따라서 무역금융은 수출경쟁력을 향상시키기 위해 무역거래나 이와 관

16) 남동우, 무역상무론, 두남, 1999, p.109.

련된 국내거래 및 해외 현지거래의 각종 단계에 필요한 자금을 일반금융에 비해 유리한 조건으로 지원하는 제도로서 수출기업의 입장에서 수출에 필요한 자금을 융통하는데 매우 효과적으로 사용할 수 있는 제도이다.

현재 거래알선 사이트에서는 이러한 무역금융에 대한 상세 정보가 제공하는 사이트가 없는 실정이다. 따라서 수출기업들이 무역금융의 혜택을 받기 위해 필요한 상세 정보를 제공해주는 서비스가 필요하며 구체적으로 무역금융의 혜택을 받을 수 있게 하기 위하여 관련 서비스를 수출입 은행을 비롯한 외국환은행들과 연계한 콘텐츠 개발이 시급한 상황이라 하겠다. 이러한 서비스에는 직접 은행에 가지 않고서도 각종 신청서류의 작성과 전송을 할 수 있게 하는 서비스와 용자금의 계좌이체 서비스 등도 함께 고려해야 할 것이다.

또한 샘플거래 또는 소액거래에 수반되는 대금결제일 경우에는 직접 은행에 가지 않고서도 신용카드만으로 결제가 가능하게 해주는 결제기능의 추가도 매우 원활한 국제무역거래를 위해서 효율적인 이용되어 질 것이다.

4.1.2 무역관련 보험 서비스

무역관련 보험은 보험자가 피보험자에 대해 그 계약에 의해 합의된 방법과 범위 내에서 각종 손해를 보상할 것을 약속하는 것이다. 무역과 관련된 보험은 무역상품의 대다수가 해상을 통해 운송된다는 점에서 대부분이 해상보험이며 무역거래 당사자들이 위험으로부터 회피하기 위해 거의 모든 무역거래에서 해상보험에 부보하고 있다.

따라서 무역거래 알선 사이트는 단순히 무역거래만을 알선해주는 소극적인 서비스에서 벗어나서 알선을 통해 당사자간의 거래가 이루어졌

을 경우 이용할 수 있는 각종 보험관련 서비스를 제공하는 적극적인 서비스로의 전환이 필요하다. 이러한 보험 서비스는 해상보험업무를 제공하는 보험회사와의 제휴를 통해 인터넷상에서 보험의 정보를 제공함과 동시에 보험계약이 가능하도록 해야 할 것이다.

4.1.3 무역관련 운송 서비스

국제무역에 있어서 운송의 역할은 재화의 국간 위치변화를 통하여 형태 효용에 장소 효용과 시간효용을 더함으로써 재화의 부가가치를 창출시키는 용역으로 이해할 수 있다.¹⁷⁾ 무역에 있어서 운송의 역할은 가장 기본적인 요소라 할 수 있다.

이러한 기본적인 무역거래 요소인 국제운송에 대한 서비스를 거래알선 사이트에서의 제공은 국제무역을 촉진시키는 기능으로 작용할 수 있다. 특히 샘플거래와 소액거래의 경우 국제택배를 이용하면 즉각적으로 활용할 수 있을 것으로 사료된다. 국제운송 서비스의 제공은 웹상에서 화주들이 운송예약과 운송계약이 가능하게 해주므로 무역거래의 편리성을 한층 증대시킬 수 있으며 시간과 비용의 측면에서 매우 큰 효과를 얻을 수 있다. 또한 화주가 운송 스케줄을 언제든지 살펴 볼 수 있으며 운송중인 화물의 상태를 체크해 볼 수 있다는 점도 무역관련 운송 서비스를 제공 하였을때 얻게 되는 효과이다.

4.2 효과적인 거래알선 사이트 구축을 위한 제언

거래알선 사이트에 필요한 콘텐츠들은 각각이 매우 전문적이며 독립적인 영역의 분야이다. 따

17) 김영락·김대중, 인터넷 무역실무, 21세기북스, 2000, p.207.

라서 하나의 사이트에 위의 모든 콘텐츠를 수용해서 하나의 기관이 독자적으로 운영하고 관리한다는 것은 매우 어려운 일이다. 그러므로 보탈 사이트나 허브 사이트의 개념에서 거래 알선 사이트를 구축하는 것이 효과적이라 생각된다.

먼저 보탈 사이트(Votal site)란 보탈이란 수직적인 포탈(Vertical Portal)을 의미하는 것으로 어느 한 분야에 전문화된 포탈을 말한다. 즉 서로 연관성이 없는 다양한 콘텐츠들로 이루어진 사이트가 포탈 사이트라고 한다면 보탈 사이트는 하나의 분야에 관련성이 매우 높은 콘텐츠들로 이루어진 사이트로서 한분야에 특화된 포탈 사이트라고 할 수 있다. 거래알선 사이트의 경우 무역이라는 전문 분야에 오픈의 등록뿐만 아니라 현재 제공하고 있는 콘텐츠와 금융, 보험, 운송 관련 콘텐츠까지 추가하여 무역 거래 당사자들에게 필요한 다양한 서비스를 제공해 주는 보탈 사이트가 적합할 것이다. 그러나 이 사이트는 무역 관련 정보 및 서비스 이용에 편리성을 제공해 주기는 하지만 운영 및 관리하는 기관이 하나라는 점에서 그 모든 전문 서비스의 제공은 그리 쉽지가 않을 것이다.

둘째, 허브 사이트(Hub site)를 생각해 볼 수 있다. 허브 사이트는 개별적으로 독자적인 서비스를 하고 있는 여러 전문 인터넷 사이트들을 하나의 사이트에 집합시켜, 체계적이고 전문적인 유료정보를 제공하거나 전자상거래서비스를 제공하는 것을 말한다. 즉 허브사이트란 중앙의 운영사이트를 중심으로 여러개의 전자상거래 사이트나 콘텐츠 제공 사이트들이 원을 이루며 연합하고 있는 사이트 연합체를 말한다. 허브의 원래 뜻은 바퀴살들이 모여 있는 수레바퀴의 중심이라는 뜻으로 네티즌들은 허브 사이트에서 자기가 원하는 콘텐츠를 담고 있는 사이트로 이동해 정보를 얻은 후에 되돌아 와서 또 다른 사

이트를 찾아갈 수 있는 사이트들이 허브 사이트이다.

이러한 허브 사이트를 거래알선 사이트에 응용해 보면 기존의 거래알선 사이트의 홈 페이지를 거래알선 허브 사이트의 브릿지(Bridge)¹⁸⁾로 하여 금융 사이트, 보험 사이트, 운송 사이트들을 연결시켜 줄 수 있을 것이다. 이러한 방식의 장점은 각 사이트들을 새로이 구축할 필요 없이 기존에 이미 구축되어 있는 사이트들을 수정하여 이용할 수 있다는 점이다. 따라서 각 사이트의 운영과 관리 주체는 그 분야의 전문 기업 또는 전문가들이 되므로 하나의 기업이 모든 서비스를 관리하는 것에 비하여 훨씬 전문적이고 다양한 서비스를 제공해 줄 수 있게 된다.

이상에서 살펴본 바와 같이 거래 알선 사이트의 모습은 보탈 사이트와 허브 사이트의 형태로 고려되어질 수 있다 하겠다.

V. 결론

21세기 세계무역의 주류를 이루게 될 인터넷 무역에 뒤처지지 않기 위해서 국내 각 통신사업자들을 축으로 하여, 삼성, 현대, LG, 한솔 등 주요 그룹계열사들이 인터넷 관련 사업에 적극적으로 참여하고 있다. 삼성물산은 인터넷 무역 거래를 위한 전자 카달로그시스템인 '머챗트 시스템(merchant.samsungcorp.com)'을 통해 인터넷 무역 거래의 비중을 2000년엔 전체 수출입 물량의 20% 수준까지 높일 계획을 세우고 있으며 '트레이드 카드 시스템'의 시범기업으로 선정된 LG 상사(www.lgikorea.com)는 '서류없는 무역체계'를 강화하고 있으며 무역절차 기간을 최

18) 허브에 있어 중심축에 위치한 사이트를 브릿지라고 한다.

고 80%까지 단축하고 기업의 현금 유동성과 생산성을 높인다는 전략을 세우고 있다. 또한 현대종합상사(www.hyundaicorp.com)도 최근 인터넷 무역에 초점을 맞춘 새천년 경영계획을 수립했다. 오프라인을 통해 진행되던 기존 수출대행 업무를 급속히 성장하는 인터넷 환경에 맞추기 위해 사업구도를 전면 검토하고 있는 것이다.¹⁹⁾ 그러나 아직까지도 여전히 많은 사람들이 인터넷 무역의 역할이 국내 기업의 국제적 홍보활동의 하나 정도로 과소 평가하고 있으나 세계적으로 인터넷무역이 점차 정착 단계에 접어들고 있는 실정에서 본다면 앞으로 기업이 무역 업무에 인터넷의 도입여부가 기업의 사활을 결정할 수 있는 중요한 관건이 될 것이다.

실제로 미국의 Purchasing지에 따르면 2000년 2월 현재 바이어의 25%가 인터넷을 통해 거래를 하고 있으며, 이 수치가 연말쯤에는 50%, 2002년에는 90%로 늘어날 것으로 예상하고 있다.²⁰⁾ 또한 딜로이트컨설팅이 200개 주요 다국적 기업의 구매 담당자들을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 볼펜 등 필기구에서부터 제품 생산에 필요한 부품 및 재료를 인터넷을 통해 구입하고 있다고 대답한 사람만도 60명으로 30%를 차지하고 했다.²¹⁾

또한 인터넷 무역 규모도 1999년 와튼계량경제연구소(WEFA)에 의하면 340억 달러였고 2003년이 되면 1조 달러를 능가할 것으로 추산하고 있다. 이 중에서 국내 인터넷 무역 규모는 98년 3억 5000만 달러에서 2003년 약 100억 달러로 급성장할 것으로 예상했다.²²⁾

따라서 인터넷 무역을 활성화시키기 위해서, 특히 해외거래선을 발굴하는데 상대적으로 열악

한 위치에 있는 중소기업회사들을 지원하기 위해서는 거래알선 사이트와 같은 거래선을 연결해 주는 사이트의 역할이 더욱 중요해지고 있다. 또한 거래알선 사이트의 기능이 단순하게 거래선을 알선해 주는 차원에서 벗어나 보다 직접적이고 편리한 무역기능들을 추가하여 서비스 해주어야 할 것이다.

참고문헌

- 한국무역협회, 사이버무역인력 수요 조사 결과, 1999.
- 이두희·한영주, 인터넷 마케팅, 영진출판사, 1997.
- 박철, 인터넷과 PC통신을 이용한 사이버 쇼핑실태에 관한 연구, 대한경영학회지, 제21호, 대한경영학회, 1997.
- 이제홍, 인터넷 전자상거래(EC)의 국제무역정보 효과분석, 한국통상정보학회 제1권 제2호, 1999.
- 김성희·김재경·장기진, 인터넷과 전자상거래, 무역경영사, 2000.
- 인터넷 사이버 무역, 한국무역협회, 2000.
- 권재근·김화수, 알기쉬운 인터넷 무역, 매일경제신문사, 1999.
- 남풍우, 무역상무론, 두남, 1999.
- 김영락·김대중, 인터넷 무역실무, 21세기북스, 2000.
- 매일경제신문, 1999.
- 인터넷 무역, HOWPC, 2000, 3월호.
- 전자신문, 1999. 12. 23.
- 사이버무역현황, 매일경제신문, 1999. 12. 1.
- Blattberg, Robert C., Rashi Glazer, and D.C.

19) 매일경제신문, 1999.12.1.

20) 인터넷 무역, HOWPC, 2000. 3월호.

21) 전자신문, 1999. 12. 23.

22) 사이버무역현황, 매일경제신문, 1999.12.1.

Little, The Marketing Information Revolution, 1994 ; 주우진 외2인 역, 21세기 마케팅 정보혁명, 김영사, 1996.

Schultz, Don E., Tannenbaum, Stanley I, and Lauterborn, Robert F., The new Marketing paradigm Itergrated Marketing Communication, Lincohwoods, IL I; NTC Business Books, 1994.

<http://eto.untdc.org>

<http://www.kotis.net>

<http://ktnet.co.kr>

<http://ww.kotra.or.kr/KOBO>

www.ec21.net

www.smipc.or.kr

www.findkorea.com

www.hyundaicorp.com

www.lgcorp.com

www.ssy.co.kr

www.buyersguide.com

A Study on the Present Conditions of Scheme of Trade-finding Site and Development Plan

Seon-Eui, Hong*

Abstract

This paper suggests the developing scheme of trade-finding site after observing the customer-finding methods, which is the most basic in trade, among all kinds of customer-finding methods by using the internet and discussing the present condition and problems of trade-finding site which is used most frequently.

* Dept. Internet trade in Gacheon Gil College