

III. 기획 연재

1. 수출 인프라 시리즈(4)-무역 정보화 및 정보수집 체계

□ 전자문서교환(EDI) 방식을 통한 무역정보화

무역업무 처리기간 단축과 처리비용 절감 등이 가능한 무역 EDI의 활용도를 높이고 관련 비용의 인하를 통해 국내 수출업체의 경쟁력을 제고해야 함

- (현황) 무역 관련 업무를 전자적인 방식으로 처리하는 무역 EDI는 국내 차원의 시스템이 구축되어 있어 현재 무역, 통관, 은행, 물류 관련 업무를 중심으로 활용되고 있음

- 무역 EDI를 통해서도 무역업무 처리시간 단축, 무역업무 처리비용 절감, 서류의 오류 발생 극소화, 경영의 효율성 증대, 무역업체의 경쟁력 증가 등의 효과를 얻을 수 있음
- 1991년 (주)한국무역정보통신의 설립을 계기로 무역자동화 사업이 추진되었고, 수출입 신용장 개설 및 통지, 수출입 승인, 적하보험 청약 및 보험증권 발급, 수출입 신고, 통관, 관세 환급 등의 업무를 EDI 방식으로 처리할 수 있게 되었음
- 현재 수출입 신고, 통관, 관세 환급 등의 관세청 관련 업무는 EDI만을 사용하도록 제도화되었기 때문에 “종이서류 없는(paperless)” 통관 절차가 실현되고 있으나, 나머지 수출입 신용장, 보험, 물류 등의 업무는 업체에 따라 EDI를 선택적으로 이용할 수 있음¹⁾

- (문제점) 대기업의 경우 무역 EDI의 이점을 적절히 활용하고 있으나, 다수 중소기업의 무역 EDI 활용도는 상대적으로 낮음

- 사내 전산 시스템 구축되었고 수출입 거래 건수와 규모가 큰 대기업의 경우 무역 EDI의 이점이 확연히 드러나기 때문에 활용도가 높지만, 중소기업의 경우 경영자의 인식 부족과 비용 부담 때문에 아직 활용을 주저하고 있는 경우가 많음

1) 현재 무역업체의 약 15~16%가 한국무역정보통신의 부가가치망(VAN)에 가입하여 무역EDI를 이용하고 있으나, 실제 7대 종합상사를 비롯한 대기업이 국내 수출입의 대부분을 차지하고 있는 사정을 고려한다면, 수출입 건수별 무역 EDI 활용도는 매우 높다고 할 수 있음

- 그리고 무역 EDI를 활용하는 업체의 경우에도, 통관이나 신용장 업무 등 부분적인 기능에 머물러 EDI의 잠재력을 최대한 활용하지 못하는 경우가 많음

- (개선 과제) 기업의 무역 EDI의 활용능력 제고와 이용요금 인하가 핵심 과제

- 첫째, 무역 EDI를 단순히 통관 절차나 신용장 내도 통지 등 초보적 업무에 한정시키지 말고, 보험, 수출입 승인, 계좌이체, 물류 등 활용 가능한 모든 서비스에 까지 활용 폭을 넓혀야 할 것임
- 둘째, 무역 EDI 활용과 관련된 비용을 점진적으로 줄여나감으로써, 수출업체에게 부담으로 작용하지 않도록 해야 함. 이를 위해서는 직접적인 자금 지원도 고려할 수 있으나, 근본적으로는 부가가치통신망(VAN) 기반 EDI를 사용료가 저렴한 인터넷 기반 EDI로 전환시키기 위한 기술 개발을 적극 지원하는 것이 시급함

□ 인터넷을 이용한 수출시장 개척

거래알선을 중심으로 초보단계에 있는 인터넷 수출이 활성화되기 위해서는 수출전문 사이트의 체계적 구축, 인터넷 활용도 제고, 관련 인프라의 구축 등이 요구됨

- (현황) 인터넷이 해외 수출의 주요 창구로서 부각되고 있으며, 주요 공공기관, 종합상사가 거래알선 전문 사이트를 개설하고 있고, 개별 기업도 인터넷을 통한 제품 소개와 기업 홍보를 강화하고 있음

- 공공기관에서 운영하는 수출 지원 전용 인터넷 사이트로는 대한무역투자진흥공사의 KOBO(www.kotra.or.kr/KOBO), 한국무역협회의 EC21(www.ec21.net), 한국무역정보통신의 EC-KOREA(www.ekorea.net), 중소기업협동조합중앙회의 TradeArea(www.tradearea.com) 등이 대표적임
- 민간부문에서는 종합상사들이 자체 인터넷 사이트를 통해 거래를 알선하고 있으며, 최근에는 무역전문 가상기업, 즉 사이버 종합상사도 등장하고 있음²⁾
- 개별 기업들은 자사 홈페이지를 통해 제품을 소개하거나 기업을 홍보하고 있음

- (문제점) 수출 관련 인터넷 사이트의 분산, 수출 마케팅 기업의 낙후, 제도적

2) 사이버 종합상사라 할 수 있는 제일제당의 드림마트(www.dreammart.com)는 작년 9월 설립 이후 5개월만에 약 450만 달러의 거래를 성사시킨 것으로 보도됨

장벽의 존재 등이 주요 문제점임

- 첫째, 수출 관련 사이트가 공공기관은 물론이고 개별 기업별로 운영되기 때문에 해외 구매자의 입장에서 관련 인터넷 사이트를 찾아다녀야 하고, 여러 사이트를 번갈아 가며 검색해야 하는 번거로움이 있음
- 둘째, 아직 인터넷은 제품의 소개와 기업 홍보를 통한 거래 알선에 초점이 맞추어져 있고, 해외 고객의 관리와 일대일 마케팅 등 고도의 마케팅 수단으로서 활용되지 못하고 있음
- 셋째, 기반 인프라의 미비로 인해 거래 알선과 계약까지는 인터넷으로 할 수 있으나, 실제 제품의 선적과 수송 등 제반 수출관련 업무는 처음부터 시작해야 함

- (개선 과제) 한국을 대표할 수 있는 수출전문 인터넷 사이트 구축, 거래 알선 위주에서 수출 마케팅과 고객 관리 등으로 활용 분야 확대, 인터넷 거래를 위한 기반 인프라의 조기 구축 등이 주요 과제임

- 첫째, 해외 인지도가 낮은 국내기업을 위해서는 한국을 대표하는 수출전문 사이트의 구축이 필요함³⁾. 특히 해외 고객이 국내의 인터넷 사이트를 손쉽게 접근하고 이용하도록 하기 위해서는 편리한 검색 시스템과 데이터베이스 구축이 핵심적 과제임
- 둘째, 수출 전문 사이트가 거래 알선에 머물지 말고 해외고객에 대한 일대일 마케팅, 고객 관리, 신용평가기관과 연계한 수출업체에 대한 신용 부여, 관련 정보와 문서 교환, 부분적 결제 업무까지 지원할 수 있도록 인터넷 활용 기법과 기술 개발을 적극 추진해야 할 것임
- 셋째, 중장기적으로 수출과 관련된 모든 업무가 인터넷을 통해 손쉽게 이루어질 수 있도록 무역 EDI, 금융결제시스템, 물류시스템 등이 인터넷 기반으로 재구축되어야 할 것임

□ 수출정보 수집 체계

공적인 정보수집 기관간의 역할 분담을 명확히 하고, 단순 공개 정보의 수집과 전달 기능에서 탈피하여 정보의 심층 분석과 가공 쪽에 무게 중심을 두어야 함

3) 산업자원부에서 추진하고 있는 KoreaExpert 사업은 이러한 점에서 매우 바람직함

- (현황) 수출정보 및 해외시장 정보 수집을 위한 공적인 체계는 대한무역투자진흥공사, 외교통상부, 국가정보원, 무역협회, 업종별 협회 등으로 구성되어 있음
 - 국가 차원에서 체계적인 정보수집은 지금까지 대한무역투자진흥공사의 해외 네트워크와 재외 공관을 중심으로 이루어져 왔으나, 최근에는 국가정보원도 해외 통상정보 수집 기능을 강화하겠다고 밝히고 있음
- (문제점) 정보의 양보다는 질, 정보의 전달보다는 가공과 분석이 중요해지고 있으나, 이에 대한 대응은 미흡함
 - 첫째, 인터넷의 등장으로 정보 전달의 신속성에 대한 가치는 떨어지고 정보의 심층성에 대한 중요성이 증가하고 있으나, 여전히 단순 공개정보의 수집과 전파가 중요한 업무 영역으로 자리잡고 있음
 - 둘째, 공적기관간 역할분담이 미흡함. 이에 따라 수집 정보의 내용이 중복되거나 기관간 정보 입수 경쟁이 벌어지는 경우도 있음
- (개선과제) 정보수집 기관의 역할 분담을 새롭게 하고, 정보의 심층 채집, 가공 및 분석 기능을 강화해야 할 것임
 - 첫째, 단순정보의 수집/통상이슈의 심층 추적, 시장 정보 수집/기술 정보 수집, 경제정보 수집/경제외적 정보수집 등 분야에 따라 적절한 역할 분담을 통해 기관간 업무중복을 피해야 할 것임. 일본의 '日本貿易振興會'(JETRO)와 '아시아경제연구소' 간의 역할 분담이 모범사례라 할 수 있음. JETRO가 해외 수출 및 투자 정보의 수집 전파에 초점을 맞춘다면, 아시아경제연구소는 세계 각국의 경제, 정치, 사회, 문화를 심층 분석하여 일본의 통상정책과 기업의 해외 진출에 실질적인 도움이 되는 정보를 제공하고 있음
 - 둘째, 정보 수집에서 정보 가공과 분석으로 업무의 무게 중심이 옮겨가야 함. 인터넷으로 세계 각국의 정보를 손쉽게 입수할 수 있게 된 이상, 단순 공개정보의 수집보다 인적 네트워크 구축을 통해 심층적이고 한발 앞선 정보의 수집과 분석의 필요성이 더욱 증가하고 있음

(강 용 중 klucas@hri.co.kr ☎724-4046)