

# 기존 해운 전자상거래 사이트의 분석을 통한 해운 포탈 사이트의 발전방향

김가성\*, 하말근\*, 이승호\*, 이경근\*, 손정우\*, 김봉주\*  
지도교수 : 김길수\*\*

요약	목 차
Abstract	본 론
서 론	결 론

## 요 약

전세계적으로 개인용컴퓨터의 보급, 통신망의 발달, 인터넷 관련기술의 발전등으로 인터넷을 통한 상거래 활동이 활발히 전개되고 있다. 인터넷을 통한 전자상거래를 해운에 접목시켜 기업의 경쟁력 향상과, 소비자의 서비스만족도를 높이기 위한 상거래기술의 구체적인 항목과 실제로 제공되는 서비스를 통해 사이버 해운 거래소에도 해운의 모든 서비스를 제공하는 포탈사이트가 중요하다는 것을 인식한다. 또한 포탈 사이버해운 거래소가 갖추어야 할 콘텐츠와 기술적인 측면에서 기존의 해운포탈사이트를 비교 & 분석하였고 앞으로 지향되어야 할 포탈사이트의 기준을 제시한다.

## Abstract

As Internet has been spreading and popularizing, lots of industries of the society are changing their industries to be compatible to the internet. in other words many companies are investing for Electronic Commerce to change their industries.... so there are lots of company to introduce electronic commerce in his industrial fields and this kind of tendency is increasing now, because electronic commerce has a lot of advantages this kind of tendency has been trying in the shipping industrial fields... so we can find lots of marine electronic commerce sites in the internet by a searching engine. these sites insist their site is real portal in the shipping field.. But actually their sites just e-commercialize a field or some fields of shipping, So they can't insist their site is a real portal site But in this kind of tendency, real shipping portal site will be made someday but not so long.. so we want to show contents and strategy

\* 학생회원, 한국해양대학교 해사수송과학부

\*\* 정회원, 한국해양대학교 교수

real shipping portal site should possess by comparison and generalization with existing shipping portal sites.

## 서 론

해운업계에 인터넷 포털 사이트 개설이 줄을 잇고 있다. 용선에서 화물매칭까지 인터넷으로 서비스가 가능하다.

이들은 전 부문을 총괄한다는 포털에서부터 니치마켓(niche market)을 겨냥한 사업을 벌이는 곳까지 그 형태도 다양하다. 특히 국내 업체들이 외국 사이트를 이용하거나 혹은 국내 포털들이 외국 업체를 대상으로 사이트를 운영하는 등 해운업의 특징으로 인해 국경을 넘나드는 사업을 할 수 있다는 점이 인터넷 사이트 개설 붐을 부추기고 있다는 분석이다.

그렇다면 왜 해운업계에 이런 인터넷 사이트 개설 붐이 일어나고 있는 것일까?

그것은 인터넷의 특성과 해운이 갖는 특성이 서로 접목됨으로써 최대의 이익을 창출할 수 있다는 생각에서이다.

### 1. 해운의 특성

#### 1] 대량운송

모든 운송기관 중 선박만큼 운송력이 큰 것은 없다. 물론 해운의 경우 1 ton 혹은 0.5 ton의 화물도 대상이 되고 철도운송 또한 열차의 수를 늘려 계속 발차시킴으로써 단위 운송량을 증가시킬 수 있다. 그러나 대체로 선박의 운송량은 대량이라고 말할 수 있다. 항공기의 운송은 속도는 빠르지만 양은 문제가 되지 않는다. 또 철도운송에서는 20 ton의 화차를 70량 연결해도 1400 ton 밖에 되지 않는다. 자동차의 경우는 더욱 적다.

이에 비하면 선박은 가장 많은 량의 화물을 한 척의 선박으로 운송할 수 있다...

#### 2] 해운은 국제성을 가진다.

해운은 반드시 국제해운만이 아니라 국내의 연안 해운도 있다. 그러나 역시 대부분은 국제간의

운행이다. 그리고 이런 국제 해운은 대개가 원거리이고 대형선의 운항비중이 높다.

따라서 해운의 특색으로서 국제성을 그 하나로 들지 않을 수 없다. 해운의 국제성의 하나는 출입항의 국적이 다르다는 것이다. 즉 외국의 항만에 선박이 출입한다는 점에서 국제성을 찾을 수 있다. 또 다른 하나는 각국 상선이 국제해운시장에서 경쟁하는 점이다. 공해라는 자유로운 시장을 무대로 세계 해운시장은 한 개의 공통 시장이 되고 각국 상선대가 경쟁하게 된다. 이점은 철도나 자동차 교통이 국내 교통을 원칙으로 하고 있는 것에 대해 대단히 상이한 점이다.

이러한 해운의 특성에 의해 전세계 화물 운송량의 95%이상이 해운을 통해 운송되고 있다. 여기서 우리가 주목해보아야 할 부분이 바로 해운의 국제성이다.

해운은 그 구성 특성상 국내에 국한되기에 그 크기와 기능이 너무 크다. 이러한 해운의 특성이 인터넷이라는 새로운 변수를 만난 후부터는 해운은 그야말로 전세계를 상대로 한 무한 경쟁의 시대로 접어들게 되었다.

특히 전자상거래라는 새로운 사업형태가 나타나면서 그 경쟁은 더욱 가속화되었다

왜냐하면 그것은 전자상거래가 갖는 특성 때문이다. 전자 상거래란 넓은 의미의 기업이나 소비자가 컴퓨터 통신망상에서 행하는 광고, 발주, 상품과 서비스의 구매등 모든 경제 활동의 뜻한다. 그러나 흔히 말하는 전자상거래란 인터넷을 통해 소비자와 기업이 상품과 서비스를 사고 파는 협의의 개념을 의미한다. 전자상거래에 대한 정의는 오스틴 대학의 윈스톤 교수에 따르면 네트워크를 통한 상품의 구매와 판매로 정의될 수 있다.

### 2. 전자상거래의 도입의 효과

#### ●소비자에게 주는 효과

현대의 소비자들은 조금이라도 더 편한 것을 선

호하는 경향이 있다. 오늘날 전자상거래 시장이 급속도로 확대되고 있는 가장 근본적인 이유는 바로 인터넷 쇼핑이 소비자들을 편하게 해주는 새로운 쇼핑방식이기 때문이다. 소비자 입장에서 인터넷쇼핑이 제공하는 효과는 크게 다음과 같이 4가지가 있다.

(1) 시간이 절약된다.

굳이 판매장까지 나가지 않고도, 또 여러 판매장을 돌아다니지 않고도, 자신의 사무실이나 집에 있는 컴퓨터 앞에 앉아서 자신이 원하는 상품을 쉽게 찾을 수 있다.

(2) 멀리 갈 필요가 없다.

자신이 원하는 상품을 판매하는 곳이 멀리 떨어져 있더라도 심지어 다른 지역, 또는 다른 지역, 또는 다른 나라에 있다 하더라도 상품을 곧바로 주문할 수 있다.

(3) 시간이 자유롭다.

기장 시간이 정해져 있어 주로 낮 시간밖에 이용할 수 없는 판매장과 달리 방이든 낮이든 자신이 편리한 시간에 언제든지 상품을 주문할 수 있다.

(4) 저렴한 가격에 구입할 수 있다.

인터넷 쇼핑 물들은 일반적으로 할인가격을 제공해주고 있기에 저렴한 가격에 상품을 구입할 수 있다. 그러면 이러한 전자상거래가 판매자의 입장에서선 어떠한 효과를 발휘할 것인가? 실제로 전자상거래는 소비자에게 제공되는 장점보다는 판매자에게 제공되는 장점이 더 많은 거래 방식이 바로 전자상거래이다.

● 판매자들에게 주어지는 효과

(1) 큰 시장을 확보할 수 있다.

매장이나 사무실을 내면 사업 대상지역이 주변 지역으로 국한되기 마련이다. 판매지역을 확대하려면 다른 지역에 대리점이나 지사를 추가로 개설하여야만 한다. 그러나 인터넷 쇼핑 물을 하나 개설하는 순간 인터넷에 접속할 수 있는 모든 사람을 소비자로 만들 수 있다. 국내 전역, 더 나가서는 해외에서까지 사업을 확대할 수 있다.

(2) 24시간 내내 판매할 수 있다.

주로 낮 시간 동안에만 상품을 판매할 수 있는 일반 매장들과 달리, 인터넷 쇼핑 물은 24시간 365

일 한시도 쉬지 않고 상품을 판매할 수 있다.

(3) 비용이 적게 든다.

앞에서와 같이 공간적, 시간적 제약 없이 큰 사업을 전개할 수 있는데 반해, 투자 비용은 매우 적게 든다. 임대료나 관리비가 요구되는 것도 아니고, 다수의 판매사원이 요구되는 것도 아니기 때문이다. 단지 컴퓨터와 전화회선만 있으면 된다.

전자상거래는 이러한 의미에서 가장 완벽한 무점포 소사업이라고 말할 수 있다.

● 현재 인터넷 이용자 현황

전자상거래 시장의 소비자 집단은 다름 아닌 인터넷 이용자이기 때문에 전자상거래 시장이 성장하려면 먼저 충분한 숫자의 인터넷 이용자가 있어야 한다.

1) 인터넷 이용자 증가 현황 (단위 : 천명)

구분	한 국	전 세 계
94년	145	22,170
95년	386	45,820
96년	700	94,720
97년	1,250	128,810
2000년	4,200	200,000

2) 인터넷 전자상거래 시장 규모

구 분	전세계 (단위:백만달러)	한 국 (단위:백만원)
96년	518	1,400
97년	1,188	6,285
98년	2,371	15,004
99년	3,990	34,484
2000년	※6,570	※61,396

※ 최대 6000억달러까지 예상

세계의 해운과 한국의 해운은 계속해서 성장하고 있는 추세이다. 현재 세계 교역량도 꾸준히 증가하고 있는 추세이며 선박 건조량도 증가하고 있다. 게다가 선박량도 한국과 세계 둘 다 계속해서 증가세에 있다.

즉 이 말은 현재 해운이 계속적인 성장세에 있다는 말과도 일맥상통한다고 할 수 있다. 그리고 현재는 인터넷의 발달로 모든 업무가 빠르게 인터넷으로 대체되는 현상을 보이고 있다. 위에 표에서 보는 것처럼 인터넷 사용인구가 계속해서 증가세에 있고 이와 더불어 전자상거래의 추세도 계속해서 증가하고 는 추세이다.

그러므로 이러한 해운분야를 전자상거래화하여 시장을 선점한다는 것은 엄청난 부와 발전을 예약하는 일이 될 것이다.

그래서 여기서는 이러한 해운분야의 전자상거래가 어떤 모습이 되어 하는지에 대해 현재 서비스를 하고 있는 기존 업체들을 분석해 봄으로써 알아보겠다.

## 본 론

이러한 세계 해운의 경향에 따라 우리나라에서도 해운분야의 전자상거래를 선점하기 위해서 여러 해운 전자상거래 사이트들이 생겨났다. 이러한 전자상거래 사이트들은 모두 해운포털을 내세우지만 주로 선·하주를 연결하는 화물매칭사이트와 온라인 견적 사이트, 해운업체를 겨냥해 보험이나 선박용품 등을 판매하는 사이트, 정보제공에 치중하는 사이트 등으로 구분할 수 있다. 이처럼 사이트가 많아지면서 어느 사이트가 어떤 서비스를 제공하는지 몰라서, 혹은 모두 비슷비슷해서 선택에 어려움을 겪는 소비자들도 늘고 있는 실정이다. 현재의 이런 사이트들 중에 대표적인 사이트를 벤치마킹하는 방식으로 알아봄으로써 그 구성 요소를 살펴보겠다. 그렇게 함으로써 해운의 포털을 지향하는 사이트가 갖추어야 할 구성요소를 알아보도록 하겠다. 먼저 우리가 접할 수 있는 사이트는 화물거래 사이트이다.

### ● 화물거래 사이트

주로 선사와 화주, 즉 화물을 가진 쪽과 화물을 싣는 쪽을 인터넷상에서 만나게 해주는 사이트들이 여기에 속한다. 지금까지의 화물거래는 짐을 가진 사람이 전화나 방문을 통해 여러 군데의 운임을 알아낸 후 적당한 업체를 선정해 화물을 맡기는 형식이 대부분이었다. 그러나 경매사이트를 이용할 경우 목적지와 물량 등을 인터넷에 게시해 두기만 하면 수송사들이 적절한 운임을 제시, 다양한 선택이 가능해진다. 이 부분에 있어서는 역경매 형식도 서비스되고 있다. 경매형식이 아니더라도 화주

가 여러 업체로부터 온라인 견적서를 받아 그중 선택하는 방식으로 서비스하고 있는 곳도 있다. 인터넷이 1: 다수의 의사소통을 가능하게 하면서 기존의 1:1의 커뮤니케이션을 대체하고 있는 것. 수익은 주로 수송사들로부터 회비를 받거나 계약 성사시 수수료를 받아 올리고 있다. 현재 국내 시장에는 순수 국내 기술로 시스템을 개발한 업체와 대리점 형태로 진출한 외국 기업들이 공존하고 있다. 앞으로 미국이나 유럽 등지에서 활약하고 있는 외국업체들도 국내 시장 공략에 나설 것으로 전망되고 있다.

· 이포컴([www.e4cargo.com](http://www.e4cargo.com))

전 지역과 모든 화물에 대한 경매가 이뤄지는 대형 화물 경매사이트이다. 이 곳에서는 해운컨테이너, 벌크, 항공, Sea & Air 화물, 국내 육상운송화물을 가진 화주들을 일반경매, 그룹경매, 역경매 등의 방식으로 운송사와 연결하는 서비스를 제공하고 있다.

e4cargo.com의 특징은 현재 지역적, 화물종류별로 실시되고 있는 운임경매를 총망라했다는 점. 가입비는 무료이며 계약이 이뤄지면 운임의 1.125%에서 2%정도를 수수료로 지불해야 한다. 수수료는 거래건수가 늘어날 수록 낮출 방침이며 회원사들이 이 사이트를 통해 삼국간 화물을 유치할 수 있도록 노력할 계획이다.

현재 영어, 한국어, 스페인어, 중국어 등 4개국어로 서비스되고 있으며 이후 일본어와 독일, 불어 서비스가 추가될 예정이다.

사이트주소 <http://www.e4cargo.com>

e4Cargo.com이 제공하는 online 운임시장에서 경매신청과 입찰참여로 고객은 다음과 같은 이점이 있다.

· 화주

단 한 번의 일반경매 신청에 의해 매우 쉽고 빠르게 국내외 여러 운송회사로부터 저렴한 운임과 안정적인 서비스를 제공받을 수 있다. 화주의 소량 화물이 모이는 그룹경매에 참여하여 volume incentive에 대한 즐거운 경험을 가지며, 운송회사가 신청하는 역경매 Open slot나 Open space, 국

내트릭 공차에 대해 실제 시장운임보다 훨씬 저렴한 운임을 찾아 운송예약을 할 수 있다.

· 운송회사

위치하고 있는 지역에 구애받지 아니하고 국내 외 화주의 일반경매 신청내역을 조회하고 입찰에 참여하여 간단히 보다 많은 운송예약을 받을 수 있으며, 고비용의 offline 운영에서 online 운영으로 전환하여 영업비용이 많이 절감된다.

화주의 경우

1. 사용자

국내외 수출입 무역회사, Charterer, Cargo's broker, 화주협의회와 화주 역할을 하는 복합운송주선회사 등 화물 운송을 의뢰하고자 하는 모든 관련회사가 사용할 수 있다.

2. 회원가입

회원 가입비는 무료

3. 사용 경비

낙찰에 성공한 운송회사에게 일정 수수료를 청구. 화주는 모든 서비스를 무료.

4. 적용화물

거의 대부분의 국제, 국내 운송화물에 적용. 이는 국제운송 해운 컨테이너 FCL, LCL, S/C, 국제운송 해운 벌크 Partial, Full과 국제운송 항공, Sea & Air, 국내운송 트럭에 의한 화물운송.

6. 일반경매 절차

회원등록 후 일반경매를 click하고, 해당 화물운송에 맞는 8개의 운송형태 중 하나를 선택하여 화물내역을 입력하면 경매등록.

화주가 경매 진행현황을 알고 싶을 때 My Desk를 click하면 화주가 등록한 경매 건들의 진행 중 현황이 화면에 표시되며, 이 중에서 한 개의 경매번호를 click하면 이 건에 대해 입찰에 참여한 운송인명, 입찰운임, 운송소요일수, 운송방법 등이 실시간으로 화면에 표시되므로 적절한 운송회사를 선택하시면 된다.

7. 입찰운임 유효기간

경매마감일 후 30일간 유효

8. 운송회사를 최종 선택한 후 진행방법

e4Cargo.com은 낙찰에 성공한 운송회사에게 화

주의 연락처 및 담당자명 등을 통지하고, 이에 따라 해당 운송회사가 off-line으로 직접 화주에게 접촉하여 e4Cargo.com의 영향이나 개입 없이 당사자 간에 운송업무가 이루어짐.

9. 그룹경매

동일한 조건에 있는 여러 개의 화물을 모아서 단일 화물화 하여 운송회사가 보다 적극적으로 저렴한 운임을 제공하도록 유도하는 경매방법으로, 특히 화물량이 적은 화주가 저렴한 운임을 제공받을 수 있는 경매.

10. 그룹경매 절차

회원등록 후 그룹경매를 Click하고 해당화물에 맞는 5개의 운송형태 (컨테이너 FCL, S/C, 항공, Sea&Air, 벌크 Part)중 하나를 선택하면 모든 그룹경매 건들의 진행 중 내역이 화면에 보여진다. 화주는 이 중에서 화물의 운송조건(출발지, 도착지, 출발예정일, 경매마감일)과 일치하는 경매번호를 Click 하여 이미 등록된 그룹경매 기준화물의 상세내역을 살펴본 후 화주의 화물정보를 입력하면 간단히 그룹경매에 참가하게 된다.

화주의 운송조건에 맞는 화물을 찾지 못한 경우, 일반경매에서 화물내역을 입력하고 그룹경매 신청을 결정하면 그룹경매의 최초 기준화물로 자동 등록된다.

11. 그룹경매 대상화물

일반 드라이(Dry) 화물이다. 품목별로 운임이 달리 적용되는 미국 지역 수출입 화물과 위험품이나 냉동, 냉장화물 등 특별화물은 그룹경매 대상이 되지 않는다.

운송업자의 경우

1. 사용자

국내외 선박회사와 대리점, 항공사와 대리점, Ship's owner, Ship's broker, 운송인 역할을 하는 복합운송주선회사, 트럭운영자 등 운송 서비스를 제공할 수 있는 모든 관련회사가 사용할 수 있다.

3. 사용 경비

등록비는 무료. e4Cargo.com은 운송회사가 낙찰에 성공하였을 때 아래와 같이 발생 총운임액에 대해 일정 비율의 수수료를 받는다.

국제운송 해운 컨테이너 S/C : 1%, FCL : 2%, LCL : 3%, 국제운송 해운 벌크 Partial : 1.250%, Full : 0.625%, 국제운송 항공과 Sea & Air : 2%, 국내운송 트럭 : 5% 운임총액이 외국 화폐단위로 있다면, 이는 수수료 정산을 위해 청구서 발행일 기준 교환율에 의해 원화로 계산된다.

#### 4. 경매 화물

회원등록 당시 운송회사가 정보를 제공받기 위한 항로 입력 내용에 따라서 e4Cargo.com은 운송회사가 희망하는 항로별 경매화물 정보를 화주가 경매 신청하는 즉시 e-mail로 통지한다.

또한 일반경매 또는 그룹경매를 click하여, 운송회사가 criteria를 선택하여 주어진 조건에 따른 경매 내역을 조회하여 입찰에 참여할 수 있습니다.

#### 5. 한 auction에 두 번 이상 참여

입찰에 참여하고 낙찰을 희망하는 운송회사는 입찰 가격을 조작하려 하지 않는 한, 화면에 표시된 다른 운송회사의 입찰 조건을 수시로 조회하고 계속하여 낮은 운임을 제시하면서 경쟁입찰에 참여할 수 있다.

#### 6. 다른 운송회사의 입찰운임확인가능

운송회사가 참여한 경매에서 다른 운송회사의 입찰운임을 살펴 볼 수 있다. 그러나, 운송회사의 신분은 알 수 없다.

#### 7. 낙찰 여부확인방법

e4Cargo.com은 낙찰 정보를 e-mail로 운송회사에게 통지하며, 동시에 화주의 신분 통지 또한 My Desk의 낙찰 화면에서 자신이 낙찰에 성공한 경매화물의 내역을 볼 수 있다. 자신의 낙찰이 확인되면 화주와 접촉하여 거래를 하면 된다.

#### 8. 낙찰되었으나, 운송이 안될 경우

운송되지 않은 것이 확인되면 운송회사가 지불한 수수료는 운송회사의 e-money 계좌에 다시 남겨지게 된다.

#### 9. 낙찰 후 수수료 지불

e4Cargo.com은 운송회사에게 낙찰 정보를 알려주는 시점을 거래완료 시점으로 한다. 이 때 수수료를 청구함.

10. 그룹경매에서 낙찰 받았으나 전체 화물량이 줄었을 경우  
화물량의 감소에 대하여 화주나 e4cargo.com은 어떠한 책임도 없다.

### 이용안내

#### 화주

##### ◎ 일반경매

화주가 [일반경매] 화면에서 해당 화물에 대한 운송 형태를 선택하여 경매를 신청하면 운임 입찰이 시작된다. 그리고, 여러 유명 운송회사가 참여한 입찰 내역을 [My Desk 진행] 화면에서 실시간에 수시로 조회할 수 있으며, 경매마감일 이후 [My Desk 종료] 화면에서 이 들 중 한 운송회사를 지정하여 낙찰을 승인하면 된다.

##### ◎ 그룹경매

화물량이 작을 경우, 보다 저렴한 운임을 원한다면 그룹경매를 신청, 또는 참여할 수 있다. 그룹경매는 일정한 조건에 있는 여러 화주의 화물을 함께 모아서 단일 화물로 취급하여 경매가 진행되므로 운송회사로부터 보다 저렴한 운임의 제공을 받을 수 있으며, 그룹경매의 조건은 다음과 같다.

##### 1. 가능한 화물 운송형태:

FCL, S/C, Air, Sea & Air, Partcargo

##### 2. 기본 조건 :

FCL,S/C : 미주 수출입화물 제외  
특수 컨테이너 제외

##### 3. Air, Sea & Air, Partcargo :

일반 건화물 (General Dry Cargo)

##### 4. 추가 조건:

출발지, 도착지, 출발일자, 경매기일 동일.

FCL 화물의 경우를 예를 들면 화물별, 출발지별, 경매기간별로 검색하여 그룹경매에 참여 할 수 있다.

##### ◎ Open Vessel

운송회사로부터 이에 대한 정보가 공급됩니다. 화주는 많은 수의 Vessel Open Position 현황을 조회하여 운송하고자 하는 화물에 맞는 선박을 찾아 Owner와 직접 업무 협의를 하게 된다.

## 운송업자

### ◎ 일반경매

운송회사는 [경매진행 중 모든 화물] 화면에서 관심 있는 경매화물 내역을 조회하여 입찰에 참여하면 된다. 낙찰되기를 희망하는 운송회사는 [My Bid 진행] 화면에 표시된 다른 운송회사의 입찰운임을 수시로 조회하고 계속하여 경쟁력 있는 운임을 제시하면서 경쟁입찰에 참여한다. 그리고, 경매 마감일이 지난 후 [My Bid 낙찰] 화면에서 낙찰승인 여부를 확인하고 낙찰이 되었을 경우 화주정보를 얻어 offline에서 화물운송을 마치게 된다.

### ◎ 그룹경매

동일한 조건에 있는 화물들을 모아 하나의 경매 화물로 취급하여 운송회사가 보다 경쟁력있는 운임을 제시할 수 있도록 volume incentive 제도를 도입한 것이다.

여러 화주들이 관여되어 있으므로 실제운송 화물량은 다소 차이가 있을 수 있다.

### ◎ Open Vessel

운송회사가 Open Vessel 내역을 등록하면, 흥미 있는 화주로부터 직접 업무협의를 받게 된다.

### Open cargo

역경매를 위해서 화물등록을 하는 곳이다. 아래의 빈칸에 화물에 대한 내용을 기입하면 되는 것이다.

### Open New Cargo

이 외에도 스웨덴 업체로 올초 한국복합운송협회와 파트너십을 맺고, 국내 시장에 진출한 CargoNow (www.CargoNow.com), 인터넷을 통해 수출입 화물운임 입찰을 주선하는 서비스를 제공하는 · 더써드게이트닷컴(www.the3rdgate.com), 항공화물정보업체인 Traxon-Korea가 지난 5월 설립한 해운, 항공화물 소핑몰. 하주가 제시한 물량에 대해 복합운송업체들이 견적서를 제출하면 적절한 업체를 화주가 선택하는 형식으로 운영되는 · CargoMall(www.CargoMall.com) 기본적으로 LCL, FCL, 벌크 등의 화물에 대한 해상운임경매서비스를 제공하고 있으며 제일화재, 대문관세사법인, 삼익물류 등과의 제휴를 통해 관세사, 보험, 내륙운송 등을 한꺼번에 해결할 수 있는 원스톱 서비스를 제

공하는 · 마린아이닷컴(www.Marine-i.com) 복합운송업체간에 인터넷을 이용해 코로드(Co-load)작업을 할 수 있는 소핑몰.복합운송업체들은 대부분 컨테이너 하나가 안되는 분량의 화물을 컨테이너화하기 위해 전화를 이용, LCL화물을 주고받는 작업하고 있는데 바로 이 점에 착안해 만든 코로드닷컴(www.co-load.com) 협운해운과 대리점 계약을 맺고 국내에 진출한 인터넷 화물 견적사이트 · Freight-on-line(www.Freight-on-line.com) 이 있고 이밖에 국내 업체인 골든사이트(Ratequery.com) 등이 있으며 외국업체로는 Ocean Container Shipping Auction을 표방하는 Gocargo.com, 독일업체인 Glomap.com 과 E-transport.com, Freight wise.com Easyship.com, Loghub.com, shippingauction.com Cargoexchange.net 등의 사이트가 있다.

## ● 벌크 및 용선 사이트

선사나 해운업체를 주고객으로 하는 사이트들로 세계적인 업체들이 다수 참여하고 있는 것이 특징이다.

벌크화물의 거래는 물론 선박용 부품과 연료유를 공동 구매하는 서비스를 제공하고 있으며 선박의 매매와 용선을 주선하는 곳도 있다. 주로 노르웨이나 그리스 등의 전통적인 해운업체를 중심으로 운영중이며 선박관리 및 컨설팅 주선도 활발하게 이루어지고 있다.

· 쉬핑넷(www.shippingnet.net)

최근 현대중합상사와의 제휴로 한층 탄력을 얻은 해운·조선 사이트. 선박과 구매자를 연결하는 중개 외에 용선, 중고선 매매 등의 서비스를 실시하고 있다. 연말까지는 수리선과 신조선 관련 서비스도 제공할 계획이며 이밖에 다양한 화물 및 해운 관련 정보를 제공하고 있다. 한국을 대표하는 해운·조선 전문 포털사이트로 발전시킨다는 구상. 이 사이트는 2000.3월에 처음 선을 보였음에도 불구하고, 여러 가지 편리한 도구로써 사용자들에게 편의를 제공함으로써 그 인지도가 폭발하고 있다. 이에 이 사이트에 대한 분석을 실시한다.

Shippingnet.net에 관하여...

Shippingnet.net는 2000년 3월에 서비스를 시작하였다.

해운 관련 업계에서 실무적인 사업간에 온라인 서비스를 제공한다.

Shippingnet.net는 모든 선박의 용선에 대한 분야, 선박의 판매와 구매, 요율에 대한 사항, 그리고 그 밖의 해운 분야의 시장을 체계화하기 위해 운영하고 있고, 최고의 중계서비스를 위해 최적의 데이터 베이스를 구축해 놓고 있다.

모든 콘텐츠는 다양한 검색 도구들을 통해 최선의 정보를 얻게 고안되었다. 또한 선박과 운임에 대한 정보를 검색하고 관리 할 수 있다. 이를 통해, 여러분은 선대 리스트관리나 화물 리스트 정보관리로서 사용할 수 있다. Shippingnet.net는 해운 업계의 최고의 포털 사이트이며, 이것은 전자 상거래, 시장 정보, 그리고 IMT 2000 프로젝트와 그 밖의 정보를 제공한다. 앞으로도 해운업계의 사람들을 위한 최고의 사이트가 되기 위해 최선을 다할 것이다.

Shippingnet.net의 구성...

Shippingnet.net는 다음과 같은 구성으로 되어 있다.

- Sale and Purchase,
- Company Activity,
- Job Opportunity,
- Ship Agency,
- Bulletin,
- Shipping Brokers,
- Partial Cargo,
- Liner Vessels,
- Market Database,
- Freight Bidding

이제부터 자세히 세부적인 내용을 살펴 보기로 하자.

1) Sale and Purchase

매도 선박 및 매수 선박 조건 등을 등록하고 검색할 수 있는 창이다.

2) Company Activity

각 국의 해운 관련 회사의 주 Service 종류, 지역 등의 정보를 등록하실 수 있고 조회할 수 있다.

이 콘텐츠는 서비스 준비중이다.

3) Job Opportunity

해운 관련 구인, 구직에 관한 정보를 얻을 수 있다.

4) Ship Agency

각 국의 해운 관련 회사의 주 Service 종류, 지역 등의 정보를 등록하실 수 있고 조회하실 수 있습니다.

서비스 준비중인데, 항비 조회, PORT 정보 조회, PORT 정보 입력을 할 수 있게 꾸며 놓고 있다.

5) Bulletin

해운 관련 뉴스, 해외 방문, 세미나 / 리셉션, 국내 해운 뉴스, 국내 세미나/리셉션을 살펴보고 싶다면 이 콘텐츠를 이용하면 된다.

6) Shipping Brokers

보유 선박 및 화물 정보 등을 등록 할 수 있고, 각종 선박 및 화물을 검색한 후 등록 회원과 교신 할 수 있다.

7) Partial Cargo

PARTIAL CARGO를 찾으려하거나 혼적 가능한 PARTIAL CARGO를 보유하고 있을 경우 적당한 선박 및 화물정보 등을 등록, 검색할 수 있다.

8) Liner Vessels

특정 포트나 국가간의 정기선 스케줄 등록 및 조회 서비스를 제공한다.

9) Market Database

시장 데이터베이스에서는 시장 보고서, 건화물 시장, 습화물 시장, 컨테이너선박 시장, 운임, 선박 규모, 중계인 리포트, 벙커유 리포트, 각 항구의 상황, 날씨, 국내해운뉴스, 해운 동향을 살펴볼 수 있다.

10) Freight Bidding

>> Terms of Use

Freight Bidding 에서는 화주가 선적 화물을 "Register Cargo" 에 등록하고, 운송인은 "Tender a Freight Bid" 에서 운임 입찰 할 수 있다. 운송인은 운임 입찰 완료 후 진행중인 건에 대해서는 "Result of Bidding" 에서 입찰 현황을 확인 할 수 있고, 입찰 마감 완료 건에 대해서는 게시된 최저



운임 입찰자 3분을 확인할 수 있다.

화주는 운송 계약 우선권을 취득한 최저 운임 입찰자와 Charter Party 또는 운송 계약 사항을 협의, 계약하실 수 있습니다. 본 사이트의 입찰 결과가 상호 화주와 운송인에게 해당 화물의 운송 책임과 의무를 갖도록 법적인 구속을 하지는 않지만, 상호 신의를 바탕으로 운송계약을 할 수 있도록 최저 운임 입찰자에게 운송 계약의 우선권이 주어지게 됩니다.

대부분의 해운 관련 사이트가 그렇듯이 아직은 미숙하다는 생각이 많이 든다. 예를 들어 언어를 표기하는데 있어서 어느 곳에서는 번역이 되어있고, 다른 곳에서는 번역이 안되어 있는 사소한 미숙함이 많이 발견된다. 하지만 깔끔한 사이트 디자인과 알기 쉬운 사용법은 이 사이트의 강점이라고 할 수 있겠다.

그리고 그 사이트의 기획자이자 운영자가 현대라는 거대한 재벌 그룹이라는 점을 다른 강점으로 꼽을 수 있다. 재무분야에서도 탄탄하고 그 내용도 정말로 다양하며 계속해서 사이트가 업데이트된다는 것을 보증받을 수 있다는 것이다. 이렇게 분석한 SHIPPINGNET.NET의 서비스의 구성요소를 표현하면 다음과 같이 표현될 수 있다.

이외에도 트램퍼(tramper), 드라이벌크(dry bulk) 전문 인터넷 사이트. 국내뿐 아니라 아시아 최초의 부정기전문 사이트로 회원제로 운영되며 무료 회원은 ▲선박 정보 입력 및 검색 ▲Open Cargo 입력 및 검색 ▲Open Tonnage 입력 및 검색 ▲선박 S&P 관련 입력 및 검색이 가능하며 유료회원(6개월 180달러, 1년 300달러)은 여기에 덧붙여 ▲모든 정보 입력 및 검색 ▲검색후 회원과 직접 교신 가능 ▲무료 홈페이지 등 제공 ▲무료 웹 호스팅 ▲실비용의 홈페이지 제작 등의 혜택도 받을 수 있는.

· 씨브로커넷(www.seabroker.net) BP Amoco, Cargill, Shell, Clarksons 등 세계적인 해운업체들이 설립한 벌크 온라인 거래소. 건·습성 벌크의 운송에 관한 모든 것이 취급될 예정으로 선물거래를 포함한 시장정보, 온라인 용선계약, 청약 전/후업무, 리스크 관리도구 등 포괄적인 화물 운송관리 서비스를 제공하는 · LevelSeas.com(www.LevelSeas.com)

온라인을 통한 선박용선과 매매, 부품의 일괄구입, 선박정보제공 등의 서비스를 제공하며. 현재까지 노르웨이에 있는 Leif Hoegh & Co., Bergesen 등을 포함한 선박관리업체들이 다수 참여하고 있는 · OneSea.com(www.1Sea.com) 일본 Itochu상사, 해사프레스, MOL, K-Line, Hitachi, Fujitsu 등 6개사가 공동출자해 설립한 해운, 조선 포털 사이트이며 특히 선박매매와 용선중개를 주로 하고 있는 · Marine-Net(www.marine-net.com) eFueloil.com은 인터넷에서 선박 연료인 벙커유를 구매할 수 있도록 해주는 서비스를 제공하고 있는 · eFueloil.com(www.eFueloil.com)이 있으며 이밖에도 선박 연료를 거래할 수 있도록 Bunkerworld.com이 준비중이고 노르웨이의 스톨트 닐센이 추진중인 Optimum Logistics를 비롯, 인말셋에서 계획중인 해운업체와 관련 물품업자간을 연결하는 사이트 등도 곧 개설될 예정. 이들 사이트는 벌크화물 거래 시스템과 웹사이트를 통해 선사와 선박관리회사들의 시스템을 맺어주는 것은 물론 식량이나 연료, 선박부품 공급자와 수요자가 사이버상에서 거래할 수 있는 시스템을 개발중이며 현재 Charteringsolutions.com, Oceanconnect.com, Marineprovider.com 등은 선박관련 용품의 거래를 실시하고 있다. 또한 Interbox.com, Tradexonline.com, Synchronetmarine.com 등의 업체들은 선사간에 공컨테이너를 교환할 수 있는 서비스를 제공중이기도 하다.

### ● 해운 선사들의 인터넷 사업

이밖에 국내 각 선사들이 준비중인 인터넷 사업도 상당수 출격대기 상태이다. 대한해운은 올 하반기 본격적인 전자상거래 사업을 추진한다는 계획 아래 개발작업이 한창. 장기간에 걸쳐 습득한 전용선 및 부정기선 영업의 노하우를 바탕으로 사이버상에서 선주와 화주를 연결하는 용선거래, 선박 매도인과 매수인을 연결시키는 선박매매 및 연료유, 선용품, 기부속 등의 공급업자와 구매자를 연결시키는 중개 업무를 인터넷상에서 제공할 예정이라고 한다.

우리나라의 대표적인 선사 중에 한 곳인 한진해

운을 중심으로 선사들의 인터넷 사업을 설명하고자 한다.

한진해운은 1977년 한진 컨테이너 라인(hjcl)이라는 이름의 한진그룹의 계열사로 시작하여 korea shipping cooperations(ksc)를 1988년에 합병하여 국내 제일의 컨테이너 선사로 자리를 굳혔다. 한진해운은 세계각지에 컨테이너 터미널과 대리점을 가지고 월드 와이드 서비스를 펼치고 있으며 대한항공과 한진택배와 연계하여 국제 복합운송사업에도 참여하고 있습니다.

### 1. 경영진/조직

한진해운은 국내 굴지의 해운회사로서 컨테이너 부분에서는 다양한 경영 노하우를 가지고 있다. 그리고 세계의 여러 컨테이너 회사와 동맹을 맺어 global scale의 경영을 하고 있으며 지금은 벌크선 영업부분도 주력업종이다. 그리고 한진해운은 전문인은 통한 경영으로 업무수행의 효율화를 촉진하고 있다.

### 2. 제품/서비스

#### 2.1 시장

-새로운 시장인가?

해운업계의 전자상거래의 역사는 얼마 되지 않지만 전자상거래의 특성상 해운업계의 전자상거래에 대한 투자는 계속 늘어가고 있는 추세이다. 한진해운의 경우도 대대적인 그룹의 지원으로 사이트를 운영중이며 한진해운이라는 거대선사의 이름아래 많은 고객을 보유하고 운영되고 있다.

-시장성장 가능성은 어느 정도인가?

전자상거래의 특성과 해운의 특성이 맞물려 해운 전자상거래의 앞날은 밝다고 말할 수 있다. 그리고 한진해운의 경우 전세계의 화주를 상대로 영어가 중심이 된 사이트를 운영하고 있다. 국내 화주의 경우는 각지의 대리점을 이용하고 있다. 사이트의 경우는 대개 외국의 화주를 대상으로 만든 것 같다.

-제공 서비스

크게 online support 와 service information으로 되어있으며 online support는 인터넷을 통해 선적업무를 처리하는 사이버 오피스로 인터넷에 접속되어 있으면 시공간의 제약없이 언제 어디서나

자유롭게 선적정보를 확인할 수 있으며 한진해운의 전산망인 "신정보 시스템"(nis)과 실시간으로 연결되어 최신의 정보를 제공받을 수 있다.

sailing schedules에서는 기항지를 선택후 선적기간을 입력하면 기항지별 선박 스케줄을(c.c.t:cargo closing time 포함) 검색할 수 있다.

booking status(예약확인)은 등록되어 있는 사용자의 아이디를 입력한 후 자신이 입력한 booking을 확인할 수 있다.

B/L Draft은 선하증권을 확인하는 서비스

Cargo tracking은 화물추적 서비스로 화주가 자신의 화물의 위치를 확인할 수 있는 서비스로 B/L의 넘버를 입력 후 화물의 위치에 대한 서비스를 받을 수 있다.

Arrival notices는 화물의 도착 통지서를 확인하는 서비스이다.

Service infomation은 화물운송에 관한 각종 정보를 받을 수 있으며 컨테이너에 대한 정보나 냉동 서비스 서비스 루트, 벌크서비스 .운임에 대한 각종 정보를 받을 수 있다. 그리고 보다 나은 서비스를 위해 설문조사를 하고 있는데 이를 통해 사이드미비점을 보완하는 피드백 역할을 한다. 한진해운의 사이트의 경우 다른 해운 포털사이트와는 달리 영어로만 되어있다. 물론 국제 공용어가 영어라는 측면도 있지만 다양한 언어로 지원된다면 더 좋지 않을까. 그리고 한진해운의 경우 컨테이너 선단 뿐 아니라 벌크선단도 가지고 있는데 벌크선의 영업부분이 현대상선에 비할 때 미진하다. 그리고 대부분의 서비스가 회원 중심으로 이루어져 있다. 각 서비스를 받기 위해 아이디와 암호를 입력해야 한다.

.경쟁상황

-경쟁자는 존재하는가

범양상선-www.panocean.co.kr: 주로 부정기선 영업을 하고 있으며 breakbulk liner를 주력으로 하여 4개의 루트를 가지고 서비스를 하고 있다. 곡물이나 설탕등의 벌크화물과 석탄, 시멘트 또는 다른 미네랄 화물들과 logger 화물들을 따로 나누어 서비스를 하고 있다.

현대상선-www.hmm.co.kr

현대상선의 사이트는 영어로 된 사이트로 컨테

이너부분과 카케리어 부분으로 나뉘어 영업중이고 사이트구성과 이용측면에서 보면 한진의 사이트보다 더 많은 정보를 얻을 수 있다. 현대의 경우 여러 종류의 선박을 보유하고 있어 화주는 다양한 서비스를 제공받을 수 있으며 터미널과 각종 선박 스케줄에 대한 정보를 알 수 있다. 지금까지 만들어진 선박회사 사이트 중 가장 잘 되어있다.

sk해운-www.skshipping.com

영어와 한글로 지원되는 사이트 아직은 화물 수주를 위한 사이트라 블리키엔 미흡하다. online support라는게 있지만 선박 기자재 구매 홈페이지로 이용되고 있다. 최근에는 한국오라클, 한국HP, 싸이버텍홀딩스, 이퀼트, Bolero.net 등 6개사와 제휴, 국내 최초의 기업간 물류 마켓플레이스인 LogisticsExch.net(가칭)에 공동참여할 것을 천명하기도 했다.

이처럼 한진을 필두로 많은 선사들이 자사의 사활을 걸고 인터넷 사업에 뛰어들고 있다. 왜냐하면 앞으로의 산업은 거의 모든 부분이 인터넷에 의해 처리되기에 이 시장의 선점이야 말로 그 해운회사가 일류로 남을 것인지 이류로 전락할 것인지를 말해주는 핵심 키가 될 것이기 때문이다.

이러한 한진 해운의 서비스 내용은 다음과 같다.

● 종합정보제공업체

이처럼 사이트상에서 거래가 이뤄지는 형태 외에 종합적인 정보제공을 표명하는 업체들도 많다. 이들은 주로 스케줄 검색과 해운뉴스, 시황 등의 데이터를 제공하고 있는데 쉬핑코리아(www.shippingkorea.co.kr), 쉬핑 네트웍코리아(www.maritime.co.kr), 스케줄뱅크(www.schedulebank.com) 등을 들 수 있다.

여기에서는 스케줄뱅크를 중심으로 벤치마킹 형식으로 조사해보겠다.

schedulebank analysis

인터넷 이용이 보편화되어 무역 및 물류 환경이 바뀌고, 물류정보의 형태나 전달방법 변화되고 있습니다. 즉, 인터넷 이용 증가 물류정보 전달의 속도가 요구됨. 대부분의 정보가 공개되는 추세에 있다. 무역 거래 방법의 변화 e-Market Place의 활성화

무역의 B2B 및 B2C의 구분이 모호해짐

물류 수요 및 형태의 변화 소량 다품종 거래의 증가 CNF 또는 CIF 화물 증가

이에 따라 물류 서비스 수요도 변화되고 있습니다.

물류정보의 흐름 : 수요자 중심으로 변화

물류정보 수요자의 다양화

물류정보의 내용 및 형태의 다양화

새로운 물류 서비스 수요 발생

스케줄뱅크(www.schedulebank.com)는 위와 같은 환경에서 물류 서비스 공급자 및 수요자 사이의 정보흐름을 원활하게 하고, 새로운 추세에 맞는 효율적인 물류 서비스 상품을 개발하거나 개발을 촉진시켜서 무역 및 물류산업의 발전에 일익을 담당하고 있다.

schedulebank 는 다른 사이트와는 달리 선박의 스케줄에 따라 화물의 선적요청을 하는 정기선 스케줄과 정기선의 운임 그리고 화물이 한 컨테이너에 다 적입(stuffing)되지 않을 시 다른 화물과 혼재(consolidation)하는 서비스를 하는 LCL service corner 그리고 본선에서의 noon report에 따른 화물의 현재 위치를 추적하여 화주의 편의를 도모하는 화물추적(cargo tracking) service, 항공화물 service, 통상 화물을 적재할 때 발생하는 적하보험 service, 요즘 화주들에게 많은 관심을 보이고 있는 복합운송 service 에 따른 해상운송과 육상운송의 연계를 원활히 해주는 육상운송(land transport) service, 적하의 통관에 관한 각종 정보를 제공해주고, 수출입 화물에 관한 관련 통계자료 및 연관된 해운회사 or 관련기업에 링크할 수 있는 service가 있다. 구체적으로 아래와 같이 살펴보도록 한다.

1. 정기선 스케줄

1) 수출

정기선 스케줄을 Loading port, Discharging port duration에 따른 컨테이너선의 선적가능 스케줄을 원하는 정보를 입력함으로써 표시하게 해주는 것이다. 이 form은 원하는 Loading port에서 원하는 discharging port이 사이트는 국내 사이트를 기준으로 made 되었기 때문에 Loading port가

Busan, Ulsan, Incheon 등 국내항만을 기준으로 작성되었고 다른 외국의 항만의 service가 전무한 실정이다.

다음은 Loading port를 Busan으로 하고 discharging port를 Portland로 했을 때의 화면을 capture한 것이다. 여기서 duration은 검색이 가능한 시간을 말하는 것으로 1week를 선택하면 지금부터 앞으로 최근 일주일간의 선적 가능한 선박에 대한 정보가 검색된다. 또 2week를 검색조건으로 하면 앞으로 선적 2주 동안 선적 가능한 선박에 대한 검색결과가 Load된다. 검색결과 한진 롱비치의 항차에 대한 정보가 나온다. 따라서 밑줄쳐 있는 곳은 한진해운과 Homepage로 링크되어 있으므로 링크되어 있는 곳을 click 하면 화물주선 site가 load 된다. 또한 E-mail로 보낼 것인지 fax로 보낼 것인지를 선택한다. 선택하여 각종 선적 업무에 필요한 것들을 기입하면 예를 들어 shipper, consignee, notify party, vessel name & Voyage number, port of loading, port of discharging, place of delivery, freight of term(prepaid or collect), marks & number, No. & kind of Packages, description of goods, gross weight, measure, remark를 기입한다. 이 page는 Booking(예약)과 shipping request(선박요청) 둘 중 하나가 가능하므로 먼저 이것을 선택하고 위의 기재사항들을 기입한 후 발송을 클릭한다. 그러면 booking이나 shipping request를 할 수 있다.

#### 2) 수입(Import)

수입은 수출과 비슷하다. 하지만 스케줄뱅크는 어디까지나 국내화주 국적선사를 기준으로 작성한 site 이므로 Loading Port 는 당연히 외국의 항만이 되고 discharging port는 국내의 항만이 선택된다. 나머지 duration 이나 shipping request or booking 시 기재사항은 같다.

#### 3) 정기선사별

이 코너는 화주가 특정 정기선사에 관련되어 선적요청을 할 경우 정기선사를 쉽게 찾을 수 있도록 링크시켜 놓은 곳이다. 그리하여 회사의 영문 앞자리로 검색할 수 있도록 검색도우미를 달아놓았고 바로 해당회사로 선적요청을 할 수 있고 스케줄을

검색할 수 있도록 해 놓았다.

#### 4) 포워드별

이 코너도 정기선사별로 선사를 분류해놓은 것과 같이 포워드별(화물중개인)로 분류해 놓은 것이다. 따라서 화주는 원하는 포워드를 쉽게 검색하고 찾을 수 있게 된다. 한 가지 단점은 인터넷상 즉 schedulebank에 등록되지 않은 많은 포워드를 검색할 수 없다는 단점이 있다.

### 2. 정기선 운임

#### 1) 수출 & 수입

정기선 운임을 구분 짓는 것은 수입, 수출, 부대비용이 있다. 먼저 수입을 살펴보고 수출은 수입과 비슷하니 생략한다.

운임에 대한 주의 사항이 나와 있어서 실제운임은 선사, 화물의 종류 및 물량에 따라 다르다. 통화는 US Dollar로 하고 Busan에서 L.A 까지 20feet 짜리는 1,600 US dollar, 40feet는 2,200 dollar이다.

#### 2) 부대비용

부대비용은 CTNR TAX, CFS CHARGE, WHAFAGE, DCMT FEE 등이 있다.

### 3. LCL 코너

#### 1) LCL 운임

LCL 코너도 기본적인 메인 화면은 같다. 즉 loading port를 선택하고 destination(area)를 선택하고 destination(city)를 선택하고 search(검색)를 클릭하면 된다. R.TON은 Revenue ton을 나타낸 것이고 revenue ton이 5또한ton 미만은 68 US dollar 임을 나타낸 것이다. 이 운임 자유경쟁을 통한 것이다.

#### 2) CONSOL SCHEDULE

consol이란 consolidation(혼재)의 약어로서 화주가 선적하고자 하는 화물이 한 container box에 적입(stuffing)이 안 될시 혼재 가능한 다른 cargo와 함께 적입하는 것을 지칭한다. consol schedule에서는 Loading port, destination(area), destination(city)를 지정하고 search를 click하면 consolidation을 전문으로 하는 회사를 link 할 수 있는 화면이

load된다.

화주가 선호하는 consol 업체를 선택하여 consolidation을 요청할 수 있다.

schedulebank에서는 고려해운항공(KMTC air-sea service Ltd.), 국보해운(Kukbo express Co., Ltd), 동서해운(Dongsue Shipping Co., Ltd.), 메트로물류(Metro Logistics Co., Ltd.), 티오피 해운항공(Trans Ocean-Air Pacific Forwarding Inc.)의 업체가 있다.

#### 4. 화물추적

##### 1) 화물위치 확인

수출/수입화물을 선택하고 정기선사를 선택하면 오른쪽 박스에 선박명이 나타나게 된다. 선박명을 클릭하고 출항일을 기입한 다음 검색칸을 선택하고 search를 click하면 항구와 입출항일 그리고 항차번호가 나온다.

##### 2) 수입화물추적

수입화물에 대한 화물추적진행을 위한 정보를 입력하는 곳이다. Master B/L 과 House B/L의 차이점은 추적을 진행하고자 하는 화물이 국내화물 or 국외화물인지를 구분하는 것이다. 화물관리번호는 택배에서 송장번호의 개념과 유사한 것이라고 할 수 있다.

이 화물추적 서비스에 대한 분석은 실제로 화물관리번호와 B/L의 number를 입력해봐야 알 수 있는 것이다.

#### 5. 항공화물

##### 1) 항공 화물 스케줄 검색

항공화물 스케줄 검색을 할 수 있는 창이다. 출발지를 부산으로 하고 도착지를 도쿄로 하였을 경우 이용 가능한 항공기를 검색한 결과가 표형식으로 나온다.

##### 2) 항공사 안내

항공사 리스트- 많은 항공사들이 있다. 약 37개의 항공회사들이 있으므로 화주는 이 항공사중에서 항공화물을 화주가 원하는 서비스가 있는 곳에 화물운송을 요청하게 된다. 김포공항 제1청사에 있는 American Airlines/아메리칸항공, Air CANADA

/에어캐나다, Air INDIA, AIR FRANCE/에어프랑스, CATHAY PACIFIC AIRWAYS/캐세이 패시픽, AIR CHINA/중국국제항공 등이 있다. 이들의 화물 booking 가능한 장소, 영업소 등의 전화번호 등이 게재되어 있고 항공사의 homepage 에 직접 Link할 수 있도록 hyperlink 시켜 놓았다.

#### 6. 적하보험

보험료 견적을 신청할 시 기준이 되는 항목에 대한 검색을 할 수 있는 곳이다. 보험료를 산정할 시에는 보험료 산정의 기준이 되는 대상품목에 따라 보험료율이 달라지므로 제품의 종류에 따른 보험료 산정에 도움이 될 수 있도록 분류해 놓았다.

제품종류의 대분류에는 곡물류 사료 및 유채류, 금속류, 모피 및 피혁류, 생물, 섬유류 및 수모, 어획물, 유리 및 요업 제품, 이산화물, 잡화, 화공품, 광산물, 기계 및 기계류, 비료, 석탄류, 식료품 및 기호품, 유류, 유지류, 임농산물(곡물류제외), 펄프 및 지류, 화폐 귀금속 및 보석류가 있다, 특히 기계류에는 일반기계류 및 부분품 가정용 전자, 전기제품 및 그 부분품 산업용 전자, 전기제품 및 그 부분품 건반악기류, 자동차 및 동부분품, 철도용 기관차와 차량 및 이들의 부분품 항공기와 이들의 부분품 선박의 수상구조물 및 이들의 부분품 건설공사 및 항만하역용 중장비 조립식 건물 Container Plant 시설용 기자재가 있다. 이들 소분류 항목의 콤보박스를(Combo box) click하면 이제야 조건선택이 다 되어서 보험료 산출을 위한 데이터 입력창이 나온다.

기계 및 기계류라고 해서 보험료율이 같은 것이 아니므로 대분류에서 또 소분류로 항목을 세분화하였다. 위의 그림과 같이 일반기계류와 자동차 그리고 철도용, 항공기, 선박용 등 갖가지 제품을 체계적으로 분류하여 보험요율을 산정한다.

부보조건이 나오는데 부보조건은 담보되는 대상 리스크를 결정하는 것이다. 즉 보험목적물의 부보조건은 크게 all risk, F.P.A, W.A. 3%, W.A.I.O.P. 로 분류되고 목적지는 부보대상물의 최종목적지가 된다. 마지막으로 송장금액(Invoice Amount)를 입력하고 Next를 클릭하면 아래와 같은 화면이 나온

다. 아래의 화면은 all risk, 북미지역, 송장금액 100000US dollar 로 한 것이다.

여기서 부보금액이 +10%인 이유는 무역(trade)를 함으로써 화주가 얻을 수 있는 희망이익(기대이익)을 통상적으로 +10%라고 보기 때문이다.

## 2) 보험 부보/클레임

또한 보험 부보 절차와 화물에 클레임이 발생했을 시 해결절차를 도표화했다.(디스켓)

## 3) 인터넷 적하보험

웹 상으로 적하보험에 가입할 수 있는 업체들의 목록이 각각 하이퍼링크(Hyperlink)되어 있다. 삼성화재 ([www.samsungcomins/CM/cbc/insurance/insurance8.html](http://www.samsungcomins/CM/cbc/insurance/insurance8.html)), 제일화재 (203.238.126.6/jeilfire/sub\_main.html), 동양화재 ([www.insuworld.co.kr/cargo](http://www.insuworld.co.kr/cargo)), 쌍용화재 ([ssy.insurance.co.kr/cyber\\_market/ship\\_01.html](http://ssy.insurance.co.kr/cyber_market/ship_01.html))

현대해상([jukha.hdinsurance.co.kr/](http://jukha.hdinsurance.co.kr/)), 신동아화재 ([www.shindongahins.com/insu/sub\\_insu\\_sea.html](http://www.shindongahins.com/insu/sub_insu_sea.html))

LG 화재 ([/www.lgcargo.com/](http://www.lgcargo.com/))

## 7. 육상운송

육상운송시 기점과 목적지를 입력하였을 시 컨테이너의 규격에 따른 요율이 나타난다. 각 지역과 지역을 연결하는 컨테이너 규격에 따른 요율을 지역을 선택함으로써 알아볼 수 있다.

## 2) 연안해송료

육상운송과 또 대양운송과는 다른 국내연안으로 화물을 운송 시 요율을 나타낸 것이다. 부산과 인천은 매일 입,출항하고 광양과 부산도 매일 입,출항한다.

연안운송은 비교적 채산성이 맞지 않기 때문에 국내 항에서도 비교적 대규모 항인 부산, 인천, 광양항을 중심으로 컨테이너 요율을 나타낸 것이다. 물론 소규모 항에도 연안운송이 가능하지만 기업의 입장에 서볼 때 benefit보다 cost가 많으면 당연히 해당 사업에 진출하지 않는 것이 일반적인 시장 경제의 원리이기 때문으로 분석된다.

## 2) CFS 보관료

CFS 에서의 보관료를 계산하는 창이다. 첫줄에 항구명과 화물품목을 선정한다. 항구는 부산, 인천, 광양등 대표적인 항구이고 화물품목은 화물의 종류에 따라서 CFS의 보관료가 상대적으로 많이 차이가 나기 때문이다. CFS 보관료를 계산하기 위해 입출고일자, 수량, 중량, 용적, 감정가격, 관세율을 입력한 후 계산을 클릭하면 수입화물의 CFS 보관료가 나온다. 수출화물의 CFS 보관료는 관세율이 낮아지기 때문에 달라질 수 있다.

스케줄뱅크는 지극히 일반적인 요율을 따르기 때문에 실제 시장에서의 각 기업에서 제공하는 요율과는 차이가 날 수 있다. 그 이유는 기업은 경쟁에서 우위를 지키기 위해 다소 요율을 인하할 수도 있기 때문이다. 단지 스케줄뱅크에서 이런 서비스를 하는 이유는 가격이 어느 정도 인지를 나름대로 화주가 판가름할 수 있는 기준을 제시하기 위한 것으로 파악된다.

## 8. 통관 & 통계

1) 일반적이 수출입화물의 통관절차와 통계자료에 대한 자료가 있다.

## 2) Call sign

각 선박의 call sign 검색이 가능하도록 해 놓았다. 국적선사도 가능하고 외국선박의 call sign의 검색도 가능하다. 이 call sign 검색을 통해 현대 Emperor의 call sign을 검색한 결과이다. call sign 검색이 왜 필요한지 이유를 잘 모르겠음.

## 3) MRN 검색(Voyage No.검색)

MRN 검색(Voyage No.검색)은 항차 번호를 검색할 수 있는 서비스이다.

## 4) MSN & HSN

이 화면은 화물추적을 하는 곳으로 4번의 화물 추적과 동일한 내용이다.

## 9. 항구조회

### 1) 항구 조회

Port를 선택하거나 Port명을 정확히 모를 때는 입력 칸에 Port명의 일부분을 입력하면 원하는 Port를 조회할 수 있다. 위의 서비스를 이용하여

부산의 정기선 스케줄과 정기선 운임 서비스를 Port 별로 받을 수 있는 장점이 있다. 이는 세계 어느 주요 항만에 대한 서비스를 다 제공하므로 더욱 더 포탈에 가까운 서비스라 할 수 있겠다.

## 2) 항구 위치

이 항목을 클릭하면 세계지도가 나오는 데 그 세계지도에서 원하는 지역에 마우스를 가져다 놓으면 마우스 모양이 손 모양으로 변한다. 따라서 그 손 모양을 원하는 항구가 있는 지역에 클릭하면 그 지역에 관한 상세한 지도가 나타난다.

그 그림 밑에는 Port 와 국가명 그 국가가 속한 지역과 정기선 스케줄과 정기선 운임으로 바로 갈 수 있는 하이퍼링크가 설정 되어있다. 이 하이퍼링크를 클릭하면 정기선의 스케줄과 화물운임에 관한 상세한 정보를 얻을 수 있을 뿐만 아니라 직접 화물을 화주가 Booking 할 수 있고 shipping request 도 할 수 있게 된다.

## 10. 관련회사

### 1) 정기선사/대리점

이 중에서 HMM 이란 현대상선을 클릭 해보면 다음과 같이 나타난다. 먼저 Liner(정기선사)라는 명칭이 나오고 영문 이니셜 다음에 HMM에 대한 Full Name 인 Hyundai Merchant Marine Co., Ltd 라는 것이 나온다. 또 다음과 같이 본사와 지방사무소에 관한 정보 주소라든지 전화번호 혹은 팩스 번호에 대한 소개가 나오고 마지막으로 그 기업에 대한 홈페이지가 나온다. 여기서는 현대상선이라는 하나의 회사를 예를 들어 설명한 것이고 많은 국적선사 혹은 외국선사들에 대한 본사와 대리점의 연락망들에 대한 검색이 가능함.

### 2) 복합운송

복합운송을 제공하는 업체들의 검색을 도와주는 창이다. 아래의 복합운송 업체들을 찾아서 클릭하면 웹에 검색된 복합운송 회사의 Homepage로 접속이 된다. 화주가 특별히 선호하는 복합운송회사가 있으면 직접 찾아 들어갈 수 있고 다른 더 좋은 복합운송 업체를 비교 분석하여 가장 적합한 복합운송서비스를 제공하는 업체에게 복합운송 서비스를 요청할 것이다.

### 3) 항공화물

메인 화면은 육상운송과 동일하고 다만 서비스를 제공하는 업체의 차이가 날 뿐이다.

### 4) 내륙운송

복합운송과 내륙운송의 차이점은 복합운송은 육, 해, 공 의 운송이 적어도 2가지가 혼합되어 일어난다는 점인 반면 내륙운송은 문자 그대로 내륙 운송만을 이야기한다는 점이다. 대표적인 내륙 운송 회사들로는 아래와 같은 회사들이 있다. 이들 회사를 클릭하면 회사의 주소와 전화번호, 홈페이지, 팩스 번호가 표시되어 있다.

## 11. 기타정보

### 1) 컨테이너 규격

컨테이너를 규격에 따라 용도에 따라 분류해 놓았다. 컨테이너 규격에는 내 외장 치수와 중량이 표시되어 있고 그에 대한 높이, 길이, 폭 등 컨테이너 규격에 관한 제반사항이 입력되어 있어 수출입 화물을 처음 취급하는 화주가 컨테이너에 대해 자세히 모를 때 잘 알 수 있도록 그림과 함께 설명이 잘 되어 있다.

### 2) 해운 & 무역 약어

해운과 무역은 상당히 전문적인 지식을 요한다. 그리하여 약어가 많은 것이 사실인데 무역과 해운에 초보인 사람도 그 뜻을 알기 쉽게 하기 위해 해운과 무역에 관한 약어를 정리해 놓았다. 몇 개 예를 들자면 A.R. All Risk 전위험담보, A/N Arrival Notice 도착통지서, After Date 일부후 정기불, After Sight 일람후 정기불, AWB Air Way Bill 항공화물 상환증, B.A.F. Bunker Adjustment Factor 유류할증료, B.W.T. Bonded Warehouse Transction 보세창고도거래, B/L Bill of Lading 선하증권 등이다. 이외에도 많은 무역과 해운에 관한 약어들이 정리되어 있다.

### 3) 도량형 환산

Conversion Tools를 통해 나라마다 지역마다 다른 도량형에 관해 환산 할 수 있는 도구를 만들어 놓았다. 영문으로 되어 있어 한국인이 사용하기엔 조금 불편하지만 나름대로 의미있는 것이라 할 수 있다.

#### 4) 선박입항정보

부산지방해양수산청과 인천지방해양수산청이 현재 접안중인 선박과 접안 예정인 선박을 외항별로 검색할 수 있게 해주는 서비스로 앞으로 입항할 선박이 어느 부두에 접안할 것인지를 알 수 있게 해주는 서비스이다.

#### 5) UN 지명코드

각 지역마다 나라마다 항구마다 UN에서 지정한 Code명이 있다. 그 코드명을 검색하는 서비스이다.

#### 6) 국가별 지도

각 국가마다 항구마다 인근지역의 지도를 제공해주는 서비스이다.

예를 들어 portland의 지도를 검색해보기로 하자.

포트랜드항의 인근지역에 관한 정보들이 다수 수록되어 있다. 개요(Introduction), Geography, People, Government, Economy, Communication, Transportation, Military, Transnational Issues에 관한 정보들이 있다.

이상으로 스케줄 뱅크 site 에 대한 분석을 다 해보았다. 사이버 해운 거래소란 선박의 스케줄뿐만 아니라 해운 분야에 대한 모든 것을 다 종합한 포털 사이트를 지칭하는 것인데 단순한 스케줄 검색이나 선적요청 부킹 등 국부적인 해운 요소들을 디지털화 시켰다고 해서 완전 포털은 아닌 것이다. 앞으로 우리가 나아갈 정보사회에서의 포털사이트의 의미가 희박해지고 있다고 하지만 진정한 의미의 포털사이트란 적어도 해운만이 가지는 특유한 것들을 포함하는 것이라야 하겠다. 즉, 해운에 있어서 중요한 보험문제를 소홀히 다룬 것, 선용품에 대한 언급이 전혀 없다는 것, 용선에 관한 언급이 전혀 없는 점은 아직도 스케줄 뱅크가 단순한 선박의 스케줄 검색 수준에 머물러 있다는 것을 의미한다. 따라서 이보다 한 단계 발전된 수준의 포털 사이트를 개발하고 찾아야 할 것이다.

이처럼 해운 e비즈니스업체가 우후죽순처럼 솟아나고 있는 가운데 볼레로넷과 트레이드카드의 등장은 우리에게 큰 깨우침을 주고 있다. 아무리 온라인 사업이 폭발적인 인기를 누린다고 해도 결

국 결제가 인터넷으로 이뤄지지 않으면 의미가 없다는 교훈이다.

전자 선하증권과 전자서명, 인터넷 결제를 비롯해 신용장없이 거래할 수 있는 시스템에 이르기까지 결국 기업간 전자상거래(B2B)가 활성화될수록 종이서류가 오가지 않는 시스템을 개발하는 것이 매우 중요하다는 것이다. 선적관련 서류를 인터넷을 이용해 전송하는 것은 물론 신용장을 대체하는 전자결제시스템까지 도입될 전망이다. 현재 볼레로넷은 한빛은행과 전략적 제휴를 맺고 국내 진출을 모색하고 있다. 이처럼 사이버 물류의 중심에는 물류네트워크망이 있다고 할 수 있다. 현재 전자문서관련 사이트를 구축중인 곳은 Bolero.net, Tradecard.com 이 있다.

하지만 이러한 전자상거래 사이트는 실제로는 진정한 해운 포털이라고 하기에는 약간의 무리가 있다.

모두 한 곳에 치중하기 때문이다. 그래서 화주나 선주가 모든 것을 한 사이트에서 처리하기에는 무리가 있다.

즉 선박의 어떤 부분은 이 사이트에서 하고 다른 것은 다른 사이트에서 해결해야 하는 문제가 발생한 것이다.

그리고 서로 연결이 되지 않기에 화주나 선주는 서로 다른 사이트 여러곳을 웹서핑해야 하는 문제가 발생한다. 해운 포털이라고 함은 모든 해운의 업무가 한 곳에서 해결될 수 있어야 한다. 하지만 이러한 웹사이트의 구축은 그리 쉬운 일이 아니다. 해운분야가 갖는 특성상 많은 콘텐츠를 포함하고 있어야 함은 물론 학제간의 학문이기에 많은 전문지식이 필요하며 그 전문지식을 담당할 전문가 집단을 확보하고 있어야 한다.

그 사실은 바로 엄청난 써포트 두뇌그룹이 뒷받침되어야 함을 의미한다.

거기에다 앞에서 언급한 것처럼 해운의 국제성이란 특성상 웹 사이트는 최대한 많은 국제적인 사업체에게 알려져야 하며 그 웹 사이트의 경제성을 증명해야 하고, 그 국제적인 해운 산업체로부터의 참여를 이끌어내야 하는 것이다. 하지만 이것은 누가 보아도 쉬운 일은 아니다. 한 해에 몇 백억의



이익을 내는 국제적인 국적선사가 이러한 웹사이트의 여러 장점과 그로 인한 부가가치를 알고 있으면서도 쉽게 이러한 포털사이트를 만들지 못하는 이유가 이런 이유이다.

하지만 이러한 상황에서도 우리나라의 한국과학기술원의 주도하에 이런 포털사이트를 만들었다. 미래를 내다보는 선택이었다. 이 사이트는 진정한 해운 포털을 지향하고 있다. 현재 웹 서핑의 속도를 향상시키기 위한 작업이 한창 진행되고 있다. 현재까지 나와 있는 어떤 사이트보다 해운의 포털에 가깝게 접근해 있다.

이 사이트(마린디지털[www.marinedigital.com])의 콘텐츠를 분석함과 동시에 해운에 필요한 요소 중 이 마린디지털이 갖지 못하면서 해운의 중요한 요소를 위의 콘텐츠와 비교 종합함으로써 진정한 해운 포털사이트가 나아가야 할 방향을 생각해 볼 수 있을 것이다.

먼저 마린디지털에 대해 그 내용을 분석해 보는 것이 먼저여야 할 것이다.

기존 해양 관련 전자상거래 사이트가 종합 포털을 지향하고 있었지만 그 내용은 해운에 대한 전반적인 포털이라고 보기보단 해운 분야의 어느 한 곳을 포털화했다고 하는 것이 더 정확한 말일 것이다. 이 마린 디지털의 경우는 그 이전의 포털사이트와는 그 성격이 다르다. 왜냐면 지금까지 나온 해운 포털 서비스보다 더 포괄적이고 그 내용도 체계적이고 사용자가 편리하게 구성되어 있다. 그 내용도 다른 사이트에서 제공되지 않는 그런 내용 즉 벙커링 서비스까지도 포함하고 있다.

즉 야후나 다음과 같은 포털사이트와 같은 그런 서비스의 내용을 해운분야에서는 이 마린 디지털에서 얻을 수 있는 것이다. 그 내용은 다음과 같다.

이 사이트는 해운·조선·선박매매·수산 등 4개의 주요 마켓 플레이스와 12개의 주요 비즈니스인 ▲연료공급 ▲해상운송 ▲해상운송 ▲항만장비 ▲중고선박 매매 ▲선박용선 ▲선박수리 ▲해양장비구매 ▲재고품 매매 ▲조선기자재구매 ▲어구장비구매 ▲수산물매매 등이 결합되어 하나의 종합 마켓플레이스를 구성하고 있다.

특히 조선·해양 산업이 세계시장을 대상으로 하는 것에 초점을 맞추어 국제적 비즈니스를 주 사업영역으로 책정하고, 그에 대한 준비로 다국어 언어 서비스를 제공하고 있다. 한국어와 영어, 일본어는 물론, 잠재시장인 중국어까지 서비스함으로써 글로벌 조선·해양 마켓플레이스로 성장시킨다는 전략이다.

이 사이트의 주요특징을 살펴보면 아래와 같다.

- 조선산업 마켓플레이스-세계 조선기자재 공급 3,500 업체를 통한 선박기자재 구매, 조선소 잉여자재 매매 및 조선소 설비자재를 구매할 수 있다.
- 해운 마켓플레이스-전세계의 7,900여 항구에서 선박 연료공급을 실시간으로 체결할 수 있는 벙커링 서비스를 비롯해서 선박이 항구에서 받게 되는 모든 서비스를 사전에 계획적으로 결정하여 보다 효율적인 서비스를 구현하고, 해상물류의 사전예약, 판매서비스와 항만장비 매매도 가능케 한다.
- 선박매매 마켓플레이스-전세계 53,000여척의 선박에 대한 데이터베이스를 보유하고 있어 매매 및 용선하고자 하는 선박의 사양을 제공하고, 세계 선박검사업체들과 연계하여 선박검사 대행도 함께 제공하는 전자상거래가 이루어짐으로써 선박매매 및 용선에 장애요인을 최소화되도록 한다.
- 수산물 마켓플레이스-해양수산부 2000년 개발 과제로 채택되어 부경대학교 수산경영학과 및 수산기업들과 연계하여 산업분석 및 웹사이트 기획을 준비한다.

향후 조선산업이 설계기술혁신(Engineering Innovation)과 지식경영(Knowledge Management)을 통해 발전할 것으로 예측되는 가운데 선박 건조 기술자료 콘텐츠의 제공은 시대적 필연으로 받아들여지고 있다. 따라서 이번 마린디지털의 조선·해양 마켓플레이스의 개발은 그 기대효과 또한 크다고 볼 수 있다. 조선산업의 경우 거래비용의 감소효과는 약 15%로 예상되고 있다. 특히 원가절감의 효과이외에 선박 건조 기간 중 공급업체 선정에 소요되던 2~3개월 정도의 기간을 조선·해양 마

켓플레이스를 통해 크게 단축하는 것이 가능할 것으로 기대된다. 산업내의 모든 거래가 투명성을 확보하게 됨으로써 시장경제 논리에 따른 균형적 발전 또한 기대되고 있다.

아직은 마린디지털은 모든 서비스가 완료되지 않았기에 그 사이트에 대해 성급하게 판단할 수 없다.

하지만 이 마린 디지털을 만드는데 동참한 KIST의 테크노 대학원의 한상철씨가 벤치마킹한 내용을 보면 이 마린 디지털을 이해하는데 더 도움이 될 것이다. 다음은 한상철씨가 벤치마킹한 내용이다.

대상기업: 마린디지털

## 1. Community Criteria

### 1.1 Community 구성방안

- 현재 Community Site는 미구축된 상태이다.
- 향후 구축시 B2B사이트의 특성상 일반 Community사이트와는 다른 전략이 요구된다. (Ex. 산업별/업종별/직무별 전문가 Community 지원을 통한 지식 공유 Community. 기업 담당자와의 연계를 위한 Offline 세미나 개최, 지원)

### 1.2 신규고객 유인방안

- 신규고객을 위한 해상화물 Forwarding S/W 제공 중이니 제한된 수량(10Copies)으로 인해 Promotion결과는 미약할 것으로 사료됨.(Point제 도입 등 광범위한 초기 Promotion 전략 필요)

### 1.3 기존 고객의 Lock in방안

- 현재 Site내용으로는 Lock-in방안이 미비한 것으로 파악됨.
- B2B Site의 특성상 Lock-in전략은 Site에서 제공하는 업무Process의 특화전략으로 나타나야함.(Ex.기업 내부시스템과의 연계를 통해 향후 고객의 Channel변경시 Switching Cost 증가)

### 1.4 Chasm 극복방안

- 현재 Critical Mass극복방안 미비한 것으로 파악됨.
- Critical Mass를 측정하기 위해 운영비용을

우선 산출하여야 하며 Transaction당 수수료를 결정하여 최소한의 Transaction수 및 Customer수를 산출하여 Promotion방안과 연계가 필요함.

## 1.5 eLoyalty방안

- 현재 eLoyalty극복방안은 미비한 것으로 파악됨
- eLoyalty를 부여하기 위해 업무Process의 특화전략과 Cost/Benefit분석을 통해 고객에게 줄 수 있는 기대이익을 제시하여야 함. 또한 전문정보 제공 및 거래누적에 따른 Mileage 제도 도입 등과 같은 eLoyalty방안 필요.

## 2. Revenue Criteria

### 2.1 수익모델 포함방안

- Ship Bunkering의 경우 500t이하는 \$100, 500t초과시 1t당 \$0.15 등 거래수수료 비율 제시

### 2.2 Offline 연계방안

- 현재 Offline연계방안은 미비한 것으로 파악됨.
- 기존 조선/해양업계의 정보화는 타산업에 비해 낙후되어 있으므로 Offline업체의 적극적인 참여를 통해 공동 Business 개발이 필요. 특히 조선산업의 경우 우리나라는 세계적인 경쟁력이 있으므로 Internet에서 Offline기업의 해외 공동 Marketing전략 등 필요

## 3. Trading Criteria

### 3.1 Pricing 결정방안

- 현재 입찰기능만 제공하고 있음.
- 향후 경매, 역경매, 공동구매, 협상가격 등 다양한 가격전략을 통한 거래다양화 유도전략이 필요.

### 3.2 Transaction fee부담 주체선정방안

- 현재 입찰자에게 부담하는 전략
  - 거래유형을 고려한 다양한 부담 주체 선정 전략이 필요.
- (경매의 경우, 경매 요청자에게 부담할 수도 있지만 경매 요청자가 거절할 경우 응찰자가 부담할 수도 있음. 따라서 다양한 부담주체 선정 전략이 필요)

3.3. 지불수단 결정방안

- 현재 은행을 통한 결제방안만 제공됨.
- 국내의 경우 구매전용신용카드 도입과 해외의 경우 해외 카드사와 제휴 신용카드 결제와 은행을 통한 결제를 모두 허용하여야 하며 향후 인터넷 금융의 발전에 따라 Payment Gateway도입을 통한 전자결제 방안을 모색하여야 함.

4. Moral Hazard Criteria

4.1 불량정보 제공자 조치방안

- 기업회원 신청시 직접 전화를 통한 실명 확인 후 등록함으로써 회원등록에 대한 신뢰성 부여.

4.2 개인정보 보호방안

- 개인정보보호정책 수립으로 신뢰성 부여

4.3 거래위약 방안

- 3회의 불량거래시 제재조치를 취할 수 있다고 되어 있으나 구체적인 언급이 미비.

4.4 Security 방안

- 시스템에서 지원하는 Security방안은 미비한 것으로 파악됨.
- 거래정보의 보호를 위한 전자서명 서비스 등의 도입을 고려하여야 함.
- 자체 시스템의 보안을 위해 방화벽 등의 설치를 고려하여야 함.

4.5 Contents 보호방안

- 별도의 Contents보호방안은 없는 것으로 파악됨.
- Business Model의 보호를 위해 필요시 특허 출원이 필요할 것임.

4.5 Feedback Mechanism 방안

- 클레임, 의견제안, 기타의견 등 Mail을 통한 Feedback 도입.
- 향후 Feedback의 Database화를 통한 CRM 도입 필요.

5. Environment Criteria

5.1 유관업체간 Copetition

- Join us Menu에 해외 B2B Marketplace에 대한 전략적 제휴 제시

- 적극적인 전략적 제휴가 필요할 것임.(유관 업체간 Vertical 제휴 필요)

5.2 산업 및 산업기술동향, 시장 지배력 평가

- 세계 최초의 조선. 해양 B2B e-Marketplace 로 First Mover임.
- 자본력 등의 취약점 내포.

5.3 동종산업 핵심경쟁력 평가

- First Mover로 현재 경쟁 Site가 없음.

5.4 관련기술 동향

- Site Open초기 단계이나 ASP(Active Server Page)위주의 구축으로 향후 XML(extended Markup Language)의 추가를 통한 데이터공유 대비 및 신기술의 지속적 습득 필요

\*\* Site 평가의 경우 별도의 기준으로 평가를 해야 함. 현재 초기단계이므로 User Interface부분 등이 취약함.

이상이 이 마린디지털에 대해 벤치마킹한 내용이다.

앞에서 조사한 내용과 벤치마킹한 내용을 종합하여 보면 마린 디지털의 서비스의 구성요소는 다음과 같다.

하지만 마린 디지털에서 모두 서비스하고 있지는 않다. 실제로 이 중에서 많은 부분이 계속 구축되고 있다.

하지만 그런 이 마린디지털에 우리가 주목해야 할 점은 바로 이 마린디지털이 추구하고 있는 바로 해운의 포털사이트를 구축하는 것이다. 실제로 처음 시도되는 포털 사이트이지만 우리가 생각하고 있는 해운 포털의 모습을 가장 근접하게 갖추고 있다고 할 수 있다.

결 론

위에서 보듯이 현재 해운분야도 많은 부분에서 전자상거래가 이루어지고 있다. 하지만 해운의 모든 부분을 포함하지는 못하고 있다. 모두 해운의 어느 한 부분을 특성화하여 그것에 관련된 주변 서

비스만을 제공해주고 있다. 하지만 현재 해운의 전 분야를 포함하는 서비스를 제공하려는 노력이 시도되고 있다. 이것이 우리가 얘기하고 하는 바로 진정한 해운 포탈 사이트이다.

그 첫 번째 주자인 마린디지털은 해운의 거의 모든 요소를 완벽하게 갖춤으로써 해운 포탈사이트에 가장 가깝게 접근하였다 하지만 위의 분야별 사이트와 비교해보면 아직은 완전한 해운 포탈이라고 하기엔 아직은 부족하다.

그렇다면 어떤 모습이 해운 포탈의 모습이겠는가? 그것은 해운포탈 사이트인 마린디지털의 구성 요소에 위의 분야별 구성요소의 장점을 합침으로써 얻을 수 있다. 그렇게 함으로써 해운의 모든 업무를 한 사이트에서 처리할 수 있는 진정한 해운 포탈의 모습을 얻을 수 있다. 다음이 그 결과이다.