

창업열풍 부추기는 SOHO 인터넷 비즈니스

IMF 이후 기업구조조정과 함께 창업 열풍 또한 만만치 않다. 단지 아이디어와 실력만 있다면 도전해 볼수 있고 또한 거대 시장을 대상으로 성공할 수 있다는 가능성 때문에 인터넷 창업에 대한 관심이 점차 고조되고 있다. 인터넷 비즈니스의 꽃이라 불리는 SOHO 인터넷 비즈니스의 성공 노하우를 알아본다.

주정환 / 삼성SDS 유니텔 사업부 책임

연재 순서

1. 지금이 바로 적기 골드러시 인터넷비즈니스
2. 인터넷에서 알 수 있는 비즈니스 종류 총정리
3. 소호 인터넷비즈니스 노하우(이번호)
4. 인터넷 비즈니스를 돕는 50개 사이트
5. 벤치마킹으로 배우는 인터넷 비즈니스(섹스사이트 등)
6. 작은 개인을 글로벌 기업으로 만드는 웹사이트 홍보 & 이벤트 전략
7. 인터넷 비즈니스 성공사례 & 실패사례(국내외)
8. 성공 인터넷 비즈니스 50문 50답

모든 직장인의 꿈인 창업. 최근들어 부도, 퇴출, 명퇴, 자진퇴직 등등 실직자들이 급증함에 따라 소자본으로 창업할 수 있는 아이템을 찾는 사람들이 늘고 있다.

인터넷 비즈니스의 꽃 '소호'

이들 뿐만이 아니라 대학 졸업을 앞둔 학생들은 물론 탄탄한 정보통신 관련 업체에 종사하는 실력 있는 사람들 마저도 잘다니든 회사를 미련없이 툭툭 털고 나와 창업 전선에 뛰어들고 있다. 바로 이들이 뛰어드는 창업전선은 인터넷비즈니스의 꽃이라 불리는 SOHO(Small Office Home Office). 소호란 작은 사무실을 중심으로 혼자서 아니면

소규모로 기업 활동을 하는 소기업 형태 또는 프리랜서를 말한다. 최근 IMF 체제 이후 급부상하게 된 소호비즈니스는 각 분야로 확대되고 있으며 특히 정보통신업을 중심으로 유망 비즈니스 분야로 떠오르고 있다.

소호와 함께 뜨는 창업 열풍

인터넷을 이용한 정보검색서비스, 온라인광고 및 마케팅 대행, 각종 사이버쇼핑몰 운영 등 전문직 프리랜서들이 사이버 오피스를 운영하면서 등장한 소호 사업. 이러한 인터넷 소호 시대 개막과 함께 그와 연계된 신전문직종 또한 우후죽순처럼 생겨나고 있다.

기업의 의뢰를 받아 홈페이지를 제작해 주는 홈페이지 빌더, 기업의 웹사이트 구축과 인터넷 활용법 등 제반 컨설팅을 해주는 인터넷 컨설턴트, 홈페이지 제작을 비롯해 기업홍보와 소프트웨어 및 하드웨어 구매 등 모든 것을 관장하는 웹마스터, 광고 기획부터 디자인까지 인터넷 광고집행 전과정을 담당하는 인터넷AE, 기존 광고맨과는 다른 광고를 실을 홈페이지 선택부터 카피, 광고아이콘 제작, 광고효과 측정 등 인터넷 광고집행 전 과정을 지원하

는 웹카피라이터가 있다.

또한 해커 등의 침입으로부터 전상망을 보호하는 정보보안관 인터넷보안전문가, 네트워크 관리와 운영을 책임지는 텔레매니저, 인터넷 웹 사이트를 디자인하는 웹 디자이너, 고객에게 관심있는 분야의 인터넷 뉴스를 모아 제공하는 인터넷 리포터, 인터넷 공간에서 화랑이나 전시장의 전시기획 및 섭외를 담당하는 사이버 큐레이터, 교육방송을 통해 인터넷 웹사이트를 시청자에게 소개해 주는 인터넷 차키 등등 관련분야는 물론 내용 또한 점차 확대되고 있다.

이러한 열기를 반영하듯 최근에는 KOEX에서 소호 박람회 개최됐고 모 신문사는 소호 인터넷 창업강좌를 개설 하는 등 인터넷 관련 업체 및 기관 그리고 전문 강사들 또한 움직임이 빨라졌다. 또 요즘 서점에 가면 소호관련 책 출간이 봇물을 이루고 있다.

그중에서 인터넷 비즈니스 전문가 김도석씨가 퍼

낸 소호로 성공하는 인터넷 비즈니스, 국내 소호 1호 광동수씨가 출간한 연봉 1억, 지금은 소호시대를 비롯해 인터넷으로 돈버는 101가지 방법, 홈비즈니스로 돈을 벌시다, 컴퓨터 한대로 돈을 벌자, 나도 인터넷으로 돈을 벌 수 있다, 한국의 소호 아이템 201가

지, 소호로 오너가 되는 55가지 아이템 등은 저마다 소호비즈니스의 노하우를 꼼꼼히 다루고 있어 주목을 끌고 있다.

소호 창업과정과 절차, 아이템 선정, 환경 갖추기, 주의해야 할 사항, 관련업체 안내, 마음가짐, 복병 등등 인터넷 비즈니스의 세세한 내용들을 총 망라

하고 있으므로 창업하기 전 꼭 점검할 필요가 있다.

틈새시장 겨냥한 전문 상점 등장

하루가 다르게 변화하고 있는 인터넷 비즈니스 환경은 그 적용범위 또한 점차 확대되고 있다. 일례로 지난 몇년간 인터넷 소호 업종은 주로 특정기술을 중심으로 아이디어를 구체화시킨 1차원적 서비스 즉 창업, 의학, 법률, 출판, 오락, 연예, 기존업을 활용한 단순 구매 등등이 주류를 이루었다.

하지만 최근에는 인터넷 이용자의 급증 추세에 따라 가공하지 않은 아이디어를 그대로 판매하는 경우도 있고 인터넷의 연관성을 활용해 이 업종 분야간의 상호 보완관계를 활용한 인터넷 마케팅 제휴도 다각적으로 일어나고 있다.

또한 인터넷 쇼핑몰의 경우 과거에는 기존 대형 유통업체들의 통신판매가 주류를 이루었으나 최근에는 틈새시장을 겨냥한 전문상점이 새로운 흐름으로 등장하고 있다.

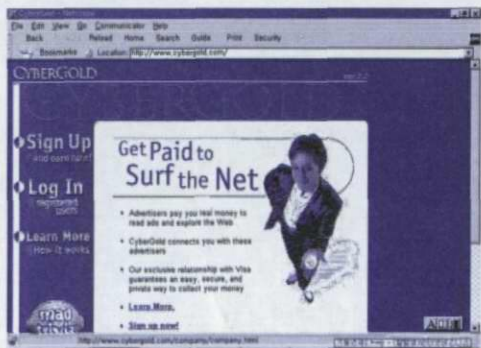
인터넷에 성공 입점한 국내 소호 비즈니스

그럼 과연 국내에서의 소호 인터넷 비즈니스 활동상황은 어떨까?

불과 1~2년 사이에 국내에 생겨난 인터넷 창업 사이트는 이루 헤아릴 수 없을 정도. 최근 주식시장으로 일약 스타덤에 오른 골드뱅크를 비롯 선진국에서 성공했던 아이템을 근간으로 새로운 비즈니스가 속속 탄생하고 있다.

◎ 리베이트형

'광고를 보면 돈을 줍니다'는 기발한 발상으로 광고를 모아 광고를 프로모션하는 리베이트형 비즈니스. 미국의 사이버골드(http://www.cybergold.com/)사가 처음 시도한 것으로 광고를 보면 1달러씩을 지불했다. 돈은 광고주로부터 나오며 소비자는 의식적으로 상품의 정보를 구체적으로 얻게 돼 광고주도 이용자도 모두 만족을 주는 일거양득



(그림 1) 미국의 사이버골드사 비즈니스 사이트 (http://www.cybergold.com/). '광고를 보면 돈을 줍니다'는 기발한 발상으로 광고를 모아 광고를 프로모션하는 리베이트형 비즈니스.

형 비즈니스.

(예, <http://www.goldbank.co.kr/>)

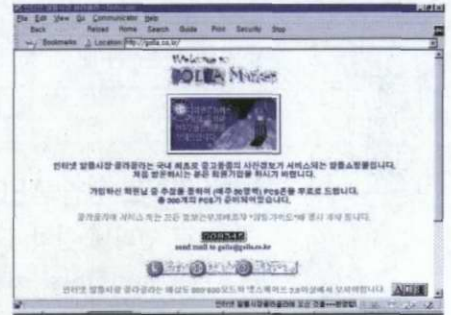
◎ 소프트웨어 판매

인터넷과 컴퓨터의 델레야 델 수 없는 특수관계성을 활용한 소프트웨어 판매 비즈니스.

컴퓨터 사용자는 자신이 필요로 하는 소프트웨어에 늘 목말라 하고 있다. 인터넷 상의 소프트웨어 유통이 가진 매력은 최신 버전을 소비자에게 즉시 전달 할 수 있으며 단일 사이트에서 다운로드와 지원을 처리할 수 있어 고객지원은 물론 소비자에게 값싸게 제공할 수 있다는 것이 큰 장점.(예, <http://www.clicksw.com/>)



〈그림 2〉 인터넷과 컴퓨터의 델레야 델 수 없는 특수관계성을 활용한 소프트웨어 판매 비즈니스. (<http://www.clicksw.com/>)



〈그림 3〉 생활정보인 골라골라 사이트. 인터넷 알뜰시장 골라골라는 중고용품의 사진정보가 서비스 되는 쇼핑몰. (<http://golla.co.kr/>)

스를 제공받는다. 가격할인, 디스카운트, 무료증정, 무료주차, 특별우대, 물품교환, 세이브 등 그 종류와 내용도 다양하다.(예, <http://www.coupon.co.kr/>)

◎ 음식전문 비즈니스

음식점 안내, 음식정보, 음식탐험, 국내 맛있는 집 소개 등 음식과 관련한 다양한 정보를 제공하는 비즈니스. 인터넷 사용자의 대부분이 20~30대의 젊은층임을 감안할 때 외식 및 그들 기호에 맞는 음식정보 시장은 꽤 다양하다.(예, <http://www.ok.co.kr/>)

◎ 짜장면 시키신분

인터넷 전문업체 인터리버가 짜장면을 포함한 중국요리, 피자, 치킨 등의 음식점을 지역별로 모집해 체인형태로 운영하고 있어 주목을 끌고 있다. 할인율도 적용하고 있으며 항공권, 호텔, 콘도, 극장 등을 예약하는 시스템도 운영하고 있다.(예, <http://www.interiver.net/>)

◎ 할인쿠폰 서비스

IMF이후 20대 여성을 중심으로 인기를 끌고 있는 할인쿠폰 비즈니스.

인터넷쿠폰을 프린팅해 절취선에 따라 가위로 오려 해당업체 또는 점포에 가면 쿠폰에 명시된 서비

성공 비즈니스 창업 아이템

그외에도 이미 개설된 성공 비즈니스 사이트는 많다.

자동차용품 전문매장(예, <http://www.cardeco.com/>), 인터넷을 통해 경매하는 사이버 경매(예, <http://www.kyungmae.com/>), 재래시장 정보(예, <http://www.namdaemun.co.kr/>), 인터넷 팩스서비스(예, <http://www.faxwide.com/>), 인터넷 쇼핑몰라자(예, <http://www.uni plaza.co.kr/>), 인터넷 장터(예, <http://www.4989.co.kr/>), 부동산 임대정보, 경품정보, 중고차 정보 등 수없이 많다.

또 인터넷 비즈니스 전문가들이 공통적으로 추천하는 최근 부상하는 성공 비즈니스 창업 아이템은 다음과 같다.

소량의 특이한 상품을 구매대행해 주는 인터넷 수입대행업, 결혼상담소, 구인 구직 연결, 헤드헌터 사업은 물론 번역, 출판, 취재, 통역, 광고기획 등 프리랜서를 연결해 주는 사이버 중개, 장보기, 아이 봐주기, 민원서류, 인허가, 수금, 배달, 모금, 고객 관리 등의 대행업, 신혼여행가방, 호출기, 이동전화, 장난감, 헬스기구, 모임장소 등을 대여하는 대

여업, 속옷, 혼수가구, 보석 등을 취급하는 인터넷 전문점 등은 현재 가장 움직임이 빠르게 일어나는 분야다.

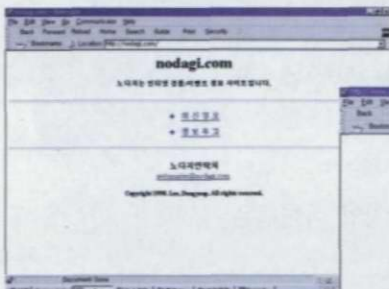
소호비즈니스 창업 ABC

이처럼 인터넷 창업에 있어서 가장 중요한 것은 돈 보다는 아이디어와 지식. 바로 이러한 손쉬운 접근이 예비 창업자들의 가슴을 설레게 한다. 아이디어 하나와 컴퓨터 네트워크를 활용해 일궈내는 인터넷 소호 비즈니스는 콘텐츠를 무기로 개인도 거대 시장을 대상으로 성공에 도전할 수 있다는 충분한 가능성을 제시하고 있는 것이다.

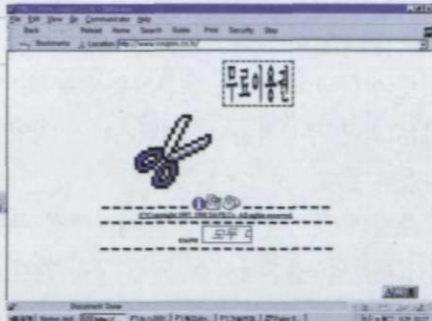
하지만 인터넷 소호 비즈니스에 도전하기 위해서는 인터넷 비즈니스가 이루어지는 인터넷이라는 공간의 생리와 상업적인 가능성 등을 제대로 이해해야 한다. 소호 소호 말들은 많지만 막상 개인이 뛰어들려고 하면 어디서부터 어떻게 시작해야 할지 막막한 경우 또한 적지 않다.

인터넷 비즈니스는 누구나 쉽게 시작할 수 있지만 그런 만큼 경쟁자도 많고 넘어야 할 난관도 의외로 많다. 인터넷도 알아야 하고 영어도 어느정도 알아야 하고 창업 아이템도 확실한 것을 잡아야 하는

등등... 소호 인터넷
비즈니스 창업 방법



〈그림 4〉 한국시장을 겨냥한 인터넷 경품/이벤트 정보 사이트 노다지.
(<http://nodagi.com/>)



〈그림 5〉 IMF이후 20대 여성을 중심으로 인기를 끌고 있는 할인쿠폰 비즈니스. 인터넷쿠폰을 프린팅해 절취선에 따라 가위로 오려 해당업체 또는 점포에 가면 쿠폰에 명시된 서비스를 제공받는다.
(<http://www.coupon.co.kr/>)

과 플로우를 간단히 소개한다.

1. 인터넷의 특성 및 장단점을 정확히 파악하고 남들보다 자신있는 차별화된 아이템 선정
2. 창업에 들어가기 전 자신의 아이디어와 판단을 구체화 시키기 위해 전문가와 상담.
3. 자신이 가지고 있는 주변환경을 최대한 활용하고 최소한의 사업자금 확보
4. 자신의 집, 가건물 찜뚱리 공간 등 고정 비용을 최대한 줄일 수 있는 작업공간 확보
5. 보유 PC 활용 또는 웹사이트 운영과 관련해 사용빈도, 데이터량, 동시사용자 수, 서비스 정보 종류 등을 고려해 PC 구입
6. 유니텔 등 관련 비즈니스 PC통신 업체의 ID 및 계정 개설.
7. 비즈니스 웹사이트 구축
8. 관할 세무서에 사업자 등록
9. 성공적인 인터넷 비즈니스를 위해 주목률 높은 도메인네임 등록.
10. 인터넷 검색엔진에 홈페이지 등록
11. 인터넷 마케팅 강화

성공 인터넷 비즈니스 전략

이처럼 인터넷 창업을 당당히 시작했다면 실제 거래로 이어지도록 하기 위해 구체적이고 실질적인 마케팅 전략을 갖춰야 한다. 인터넷 사업의 성공 조건은 변화에의 적응과 네티즌에게 익숙한 비즈니스 사이트가 될 수 있도록 먼저 선점하는 일 그리고 특화된 콘텐츠와 적극적인 마케팅이 필수다.

인상적인 도메인명을 작명해야 하는 것은 물론이고 전용회선과 컴퓨터용량을 적절히 재조정해야 한다. 또 퀴즈 경품대회와 같은 이벤트를 수시로 열어 네티즌들의 관심을 증폭시켜야 한다.

필승! 인터넷 소호 마케팅 전략 노하우 15가지

1. COM 도메인을 확보하라

국내 사이트 중에서 사업의 성격을 말하는 COM

도메인 네임을 확보한 곳은 몇 곳 되지 않는다. 대부분 co.kr을 많이 사용하는데 실제로 외국인인 한국의 도메인 네임이 co.kr이라는 것을 모르는 경우가 많다. 가능하다면 수단과 방법을 가리지 말고 자신의 사업명과 COM 도메인 네임을 확보하도록 하라.

2. 쉽게 들어오게 만들어라

웹서핑을 하다가 잠깐 들어오는 사람은 사이트가 브라우저로 로딩되는 그 순간에 더 볼 것인지 아니면 넘어 갈 것인지를 결정한다. 따라서 이러한 이용자가 짜증나지 않을 정도로 빠른 속도로 제공하는 것은 기본 중의 기본으로 생각해야 한다.

가급적 초기화면에는 큰 이미지의 사용을 배제하는 게 좋다. 특별한 경우가 아니라면 첫 화면에 속웨이크와 같은 로딩시간이 많이 걸리는 것은 자제해야 한다. 실제 인터넷 이용자는 낮은 모뎀속도와 메모리 용량을 가지고 있음을 간과해서는 안된다.

3. 인터넷 검색엔진에 홈페이지를 등록한다

콘텐츠를 갖추고 웹페이지도 괜찮게 꾸몄다면 선점할 수 있는 경쟁력을 키워야 한다. 제일 먼저 정보검색 엔진에 자신의 홈페이지를 등록해야 한다. 네이버, 심마니, 야후, 알타비스타 등 검색엔진에 자신의 홈페이지를 등록시키면 소비자들이 쉽게 자신의 홈페이지로 찾아올 수 있다.

4. 자신의 홈페이지를 직접 만들어 보라

소호 환경을 갖춘 사람이라면 자신의 홈페이지를 직접 만들 줄 아는 것은 기본. HTML 태그만 숙지하고 있으면 누구나 쉽게 만들 수 있으므로 직접 만들어 보는 게 좋다.

5. 전문성을 확보하라

이용자들의 입맛은 상당히 까다롭다. 단순히 흥미위주의 정보라던가 주위에서 손쉽게 구할 수 있는 상품을 가지고 접근해서는 성공할 수 없다. 특화된 상품과 전문적인 정보 즉, 영역은 좁더라도 깊이있는 정보로 승부하는 것이 성공 지름길이다.

6. 시장에 대한 다각적이고 심층적인 분석 및 기술력

사업성에 대한 주관적인 판단은 금물, 모든 사업

이 그렇듯 적을 알아야 이길 수 있다. 또 인터넷은 늘 변하고 있기 때문에 고객 대상층의 변화도 늘 주의 깊게 살펴봐야 한다.

인터넷의 주 사용자가 누구인지, 그들이 필요로 하고 구입하고자 하는 상품이 무엇인지 등을 파악하는 것은 인터넷 비즈니스의 기본이다. 또한 자기 나름대로의 기술에 대한 감각과 자신의 콘텐츠를 객관화시켜 분석해 볼 줄도 알아야 한다.

7. 검색엔진 등록시에는 주제어를 잘 선택한다

검색엔진은 수많은 홈페이지를 거느리고 있기 때문에 주제어 선택은 신중해야 한다. 바로 본인이 설정해 둔 주제어 서칭을 통해 네티즌들이 자신의 홈페이지로 찾아오기 때문이다.

8. 홈페이지끼리 서로 연결 시켜라

같은 업종의 상점이 모여있는 곳이 장사가 잘되듯이 홈페이지도 상호 비슷한 업종끼리 사이버 공간에서 서로 링크가되어 있어야 이용자들의 접속회수가 높아진다.

9. 자신의 홈페이지 주소를 널리 알려라

자신의 명함은 물론이거니와 스티커, 팜플렛 심지어 자신의 차량에까지도 자신 홈페이지의 URL을 노출시키도록 해라. 최근에는 인터넷 주소가 바로 브랜드 역할을 하기도 한다.

10. 홈페이지의 생명은 콘텐츠 즉 정보

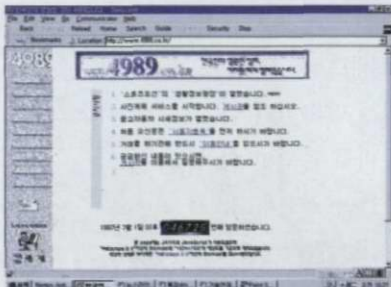
홈페이지의 생명은 디자인도 기술도 아닌 바로 정보다. 홈페이지는 어떤 목적으로 사업을 하던 네티즌의 눈을 잡아 둘 수 있도록 정보를 제공해야만 단골을 확보할 수 있다. 아이템과 관련한 정보를 중심으로 다양한 콘텐츠를 발굴하는데 많은 노력을 기울여야 한다.

11. 한번 들어온 고객은 영원한 고정회원으로 만들어라

일단 한번 들어온 고객에게는 단골이 될 수 있도록 이용자 혜택 프로그램과 함께 무료 회원제도를 만들어 지속적으로 관리하는 게 좋다. 고객의 니즈에 맞는 정보를 수시로 메일을 통해 보내 주는 등의 적극적인 운영이 필요하다.



〈그림 6〉 인터넷을 통해 경매하는 사이버 경매. (<http://www.kyungmae.com/>)



〈그림 7〉 인지도 높은 도메인 네임이 돋보이는 인터넷 장터. (<http://www.4989.co.kr/>)

12. 인맥을 만들어라

소호는 눈에 보이지 않는 조직의 힘으로 자신의 조직을 만들어 기존의 조직과 거래를 해 나가는 일이라

고들 말한다. 따라서 개인 또는 작은 조직으로 운영하는 소규모의 소호 창업자가 필수적으로 쌓아가야 하는 중요한 부분 중의 하나는 바로 '인맥'. 아이디어를 얻는 것, 일이 오는 것, 일을 도와주는 것, 함께 사업을 하는 것 등등 모두

가 인맥으로 이루어지기 때문이다.

13. 고객의 입이 사활을 좌우, 고객지원에 총력을 기울여라

고객지원은 일반 상거래에서도 중요하지만 인터넷 비즈니스에서는 더욱 민감하다. 인터넷 상에서는 호평과 악평에 대한 파급 효과가 매우 크다. 일례로 인터넷 상에서 특정 사이트를 방문해 좋은 인상을 받은 고객은 대개 각종 게시판에 있는 추천사이에 대신 홍보를 해주게 된다. 또한 고객은 그들의 요구에 빠르게 답할 것을 요구하기 때문에 신속한 대답은 고객을 다른 회사로 가는 것을 막는다.

14. 세대의 흐름을 읽을 줄 알아야 한다

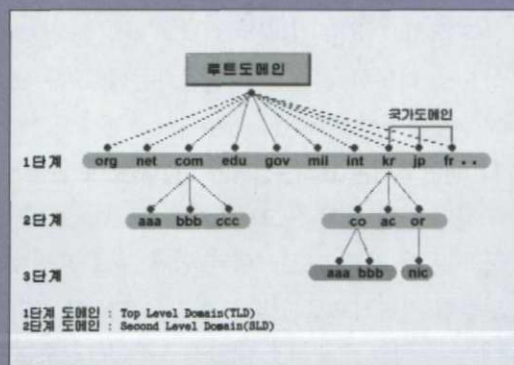
잡지창간이나 신간을 주시하거나 백화점이 마련한 특별코너, 기획코너를 눈여겨본다거나 거리의 패션변화 등등 나름대로의 잣대로 세대흐름을 읽도록 노력해야 한다. 자신의 홈페이지 내에서도 이용

인터넷 상사

인터넷 도메인 이름 체계

인터넷상에서 사용되는 도메인은 전세계적으로 고유하게 존재해야 하므로 공통적으로 정해진 체계가 있으며, 임의로 변경하거나 생성할 수 없다. 인터넷의 모든 도메인은 루트(root)라 불리는 도메인 이하에 아래의 그림과 같이 나무를 거꾸로 위치시킨 역트리(inverted tree) 구조로 계층적으로 구성되어 있다.

루트도메인 아래의 단계를 1단계 도메인 또는 최상위 도메인(TLD, Top-Level Domain)라고 부르며, 차상위 단계를 2단계 도메인(SLD, Second-Level Domain)이라 부른다.



〈그림〉 도메인 구조도

최상위 도메인으로는 com, net, org, edu, gov, mil, int 등 인터넷 초창기부터 사용되던 7개의 일반도메인(generic top level domain)과 인터넷이 국제화되면서 ISO 3166에 의거하여 세계의 각 국가들을 두자리 영문 약자로 표현한 약 190여개의 국가도메인(national top level domain)을 포함하여 전세계적으로 약 200여개의 최상위 도메인이 있다.

국가도메인 kr은 한국을 대표하는 최상위 도메인이며, jp는 일본, fr은 프랑스를 의미한다. 각 국가들은 서로 다른 최상위 도메인을 사용하며, 최상위 도메인별로 도메인 이름 체계 및 등록원칙이 다를수 있다.

최상위 도메인이 com인 경우, 위의 그림에서와 같이 aaa, bbb, ccc 등 2단계에서 도메인 신청자가 원하는 이름을 사용하실 수 있으며, 최상위 도메인이 kr(한국) 또는 jp(일본)인 경우, 2단계 도메인은 기관을 분류(co, or, ac 등)하기 위해서 미리 정의된 이름을 사용하며, 3단계에서 aaa, bbb, nic 등 도메인 신청자가 원하는 이름을 사용할 수 있다.

도메인 이름 읽는 방법

역트리 구조로된 도메인 체계에서 도메인 이름을 읽는

자와의 호흡을 늦추지 않도록 부단히 변신하고 노력해야 한다.

15. 정보와 상품의 차별화 시도


동종업종과의 경쟁에서 이길 수 있는 차별화를 위해서는 내용 뿐 아니라 다양하고 세련된 운영의 묘가 필요하다. 정보내용과 연계한 다양한 이벤트 실시로 네티즌을 끌어들이는 적극적인 전략이 필요하다.

아웃소싱에 더욱 빛나는 소호

한편, 인터넷 사업은 성장 잠재력은 크지만 당장에 수익성을 보장할만큼 안정적이지 못하다는 전문가들의 지적도 있다. 소호를 시작한 사람과 시작하려고 하는 사람은 많지만 실제로 크게 성공한 사람은 그렇게 많지 않다는 것. 하지만 이러한 부정적인

시각에도 최근의 비즈니스 환경은 소호가 더욱 확산될 수밖에 없는 구도로 전환되고 있다.

최근들어 각 기업들이 기업의 체질개선을 위해 한계사업을 정리하는 등 다이어트를 강화하고 있고 정규직원은 기획 및 영업, 관리를 담당하고 나머지 실무 작업은 외부 업체를 통한 아웃소싱으로 해결하는 등의 움직임이 강하게 일어나고 있다. 이같은 기업의 아웃소싱 수요는 바로 소호의 수요와 직결된다.

이러한 움직임과 함께 아직 초기단계이긴 하나 고용 불안과 교통 체증, 고비용 저효율 구조, 경기 침체가 가중되고 있는 현재 시점이야말로 소호 인터넷 비즈니스가 뿌리를 내리는 계기가 될 것임이 틀림없다. 

방법은 최하위 단계에서 상위단계 순으로 한단계씩 위로 읽으면 된다. 예를 들어, 한국인터넷정보센터(KRNIC)의 도메인이름은 3단계 nic, 2단계 or, 1단계 kr로서 nic.or.kr로 표현되며, 웹서버, ftp 서버 등을 나타내는 호스티이름은 도메인이름 바로 앞부분에 www.nic.or.kr과 같이 표현된다.

도메인이름의 등록 및 관리

일반적으로 도메인이름의 등록 및 관리는 NIC(Network Information Center)이라 불리는 곳에서 수행한다. 한국은 KRNIC(Korea Network Information Center)에서 kr 도메인을 관리하며, jp 도메인은 일본의 JPNIC에서, com, org, net, edu, gov 등은 미국 InterNIC에서 관리한다.

그러나, 국가도메인중에서 국가 NIC이 있는 경우 국가 NIC에서 도메인을 관리하지만, 국가 NIC이 없는 경우에는 미국 InterNIC 에서 도메인을 대신 관리해 준다. 국가 코드별 도메인 등록처는 <http://www.alldomains.com> 을 참조하실 수 있습니다.

(표) 일반 최상위 도메인 (Generic Top Level Domain)

최상위도메인	기관분류	등록처
COM	영리를 목적으로 하는 기업/기관	InterNIC(미국)
NET	네트워크를 관리하는 기관	InterNIC(미국)
ORG	일반적으로 비영리(non-profit) 또는 다른 4개(.COM, .NET, .EDU, .NET)의 영역에 포함되지 않는 기관	InterNIC(미국)
EDU	4년제 단과대학/종합대학(colleges universities)	InterNIC(미국)
GOV	미국 연방정부기관 (US federal government agencies)	CEMT(미국)
MIL	미국 연방군사기관 (US federal government military entities)	DoD NIC(미국)
INT	국제적인 특성을 가진 기관(유엔 등)	ISI(미국)

최상위 도메인의 종류 및 분류

다음은 최상위 도메인의 종류와 최상위 도메인이 나타내는 기관분류 또는 국가, 그리고 등록처를 보여준다. kr, com, org, net 등의 도메인이름을 등록하기 위해서는 해당 등록처를 이용하면 된다.