

미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책에 관한 비교 연구 - 비정형 전자무역 분야의 사례분석을 중심으로 - A Comparative Study on the Promotion Policy of Electronic Trade in the U.S.A. and Singapore

이성봉(Lee Seong-Bong)* · 심상렬(Shim Sang-Ryul)**

요 약 (ABSTRACT)

미국과 싱가포르는 모두 세계에서 가장 우수한 기업 경영환경을 제공하는 국가이다. 그러나 미국이 자유방임형이라고 한다면 싱가포르는 철저하게 계획형이라는 점에서 다르다. 따라서 본 연구에서는 미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책의 사례를 분석하고, 상호비교를 통해 우리 나라 전자무역 지원정책에 대한 시사점을 파악하였다.

본 연구의 가장 큰 시사점은 전자무역의 활성화가 기본적으로 민간의 적극적인 참여로 이루어져야 한다는 것이다. 정부의 역할은 주도적인 입장이 아닌 철저한 지원자의 입장에서 수행되어야 한다. 정부가 거래알선 및 e-마켓플레이스 등 전자무역의 핵심적인 활동에 직접적으로 관여하기보다는 관련된 민간기업을 육성하고, 기업들의 전자무역 수행능력을 제고시키며, 기업의 전자무역 활동이 원활하게 이루어질 수 있도록 전자무역 인프라의 확충에 정책의 초점을 맞추어야 한다는 점이다.

향후 전자무역 촉진을 위한 주요 정책의 방향으로 전자무역에 대한 기본적인 인식을 제고할 수 있는 홍보활동 강화, 전자상거래 지원기관과 전통적인 무역지원기관의 연계 및 산학연계 활동의 촉진을 통해서 중소기업에 대한 실질적인 전자무역의 지원, 전자무역 관련 전문인력의 체계적인 양성, 무역 관련 공공정보시스템의 개선 등이 제시될 수 있다.

Key Word : 전자무역, Electronic Trade(e-Trade), 무역정보, 무역거래알선, 미국, 싱가포르, 통합검색, 실크로드21

목 차

<p>I. 서론</p> <p>II. 미국의 전자무역 지원 사례</p> <p>III. 싱가포르의 전자무역 지원 사례</p>	<p>IV. 미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책의 비교와 시사점</p> <p style="text-align: center;"><참고문헌></p>
---------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------

I. 서론

1. 연구의 필요성

* 대외경제정책연구원 연구위원

** 광운대학교 국제통상학과 전임강사

컴퓨터 및 각종 통신기기의 발전과 함께 인터넷이 급속한 속도로 확산되면서 국제교역, 즉 무역의 방식에도 많은 변화가 나타나고 있다. 일반적으로 전통적인 무역방식에서는 수출업자와 바이어와의 직접적인 대면접촉(face-to-face)과 신용장을 매개로 거래가 형성되고, 거래의 이행을 위해서 은행, 세관, 선사, 보험사 등 무역유관기관에서 많은 서류가 작성되고 전달되어야 한다. 그러나 인터넷 확산 및 관련 정보통신기술의 발달과 함께 사이버공간에서 컴퓨터를 통해 무역거래가 형성되고, 관련된 무역업무도 전자적으로 이루어지는 새로운 방식의 무역, 즉 전자무역(Electronic Trade ; e-Trade)이 급속하게 확대되고 있다.

이처럼 전자무역을 21세기 국제무역을 주도할 것으로 전망되면서 한국을 비롯한 세계 각국 정부와 기업들은 막대한 자금을 투입하여 전자상거래를 통한 국제무역 증진사업을 활발히 추진하고 있다. 다른 주요 선진국에 비해서 매우 높은 무역의존형 경제체제를 가지고 있는 한국은 새로운 무역 방식에 신속하게 적응하고, 신규 부가가치를 창출하는 노력이 필요하다. 즉 글로벌경쟁의 격화와 함께 전자무역을 통한 무역경쟁력 제고는 우리 기업과 나아가 국가의 생존과 발전에 직접적으로 관련된다.

이러한 차원에서 우리 나라 정부는 전자무역을 확산을 위한 각종 지원정책을 추진해오고 있다. 우리 정부가 현재 시행하고 있거나 향후 시행할 각종 지원정책이 과연 효율성이 있는지에 대한 사전 검토 및 올바른 방향인지 여부를 평가하는 것이 필요하다. 그 이유는 제한된 정부예산을 최대한 효율적으로 사용해야 하는 소극적인 측면뿐만 아니라, 향후 국가경쟁력을 결정지을 수도 있는 새로운 전자무역 체계가 제대로 정립되어야 한다는 적극적인 측면에서도 찾을 수 있다.

이 과정에서 주요 무역 강국의 사례를 검토하는 것은 중요한 의미를 지닌다. 왜냐하면 전자무역의 촉진을 위한 정부의 역할에 대한 외국과의 상호비교를 통해서 우리 나라의 전자무역 지원정책에 대한 새로운 시각과 시사점을 도출할 수 있기 때문이다.

본 연구에서는 미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책의 사례를 분석하고, 상호비교를 통해 우리나라 전자무역 지원정책에 대한 시사점을 파악한다. 본 연구에서 미국과 싱가포르를 연구 대상국가로 선택한 것은 두 나라가 전자무역 지원정책의 수립과 실행에 있어 매우 상이한 접근을 하고 있기 때문이다.

미국의 경우 기업활동과 관련한 정부의 기능이 기본적으로 규범설정(rule making)에 한정되고 구체적인 활동은 기업에 맡기고 있다. 반면 싱가포르의 경우 도시국가라는 특수성에 기인한 것이겠지만 기업활동과 관련된 정부의 기능이 상당히 포괄적인 분야에 미치고 있다. 싱가포르도 기업의 자유로운 활동을 최대한 보장하고 있지만, 국가적 차원에서 기업의 활동을 일정한 방향으로 유도하는데 세계에서 가장 발달된 체계를 갖추고 있다고 할 수 있다.

미국과 싱가포르는 모두 세계에서 가장 우수한 기업 경영환경을 제공하는 국가이다. 그러나 그 접근방식은 미국의 경우 자유방임형이며, 싱가포르의 경우 철저하게 계획형이라는 점에서 다르다. 따라서 이 두 나라의 전자무역 지원정책을 비교하는 것은 많은 시사점을 제시해 줄 수 있을 것이다.

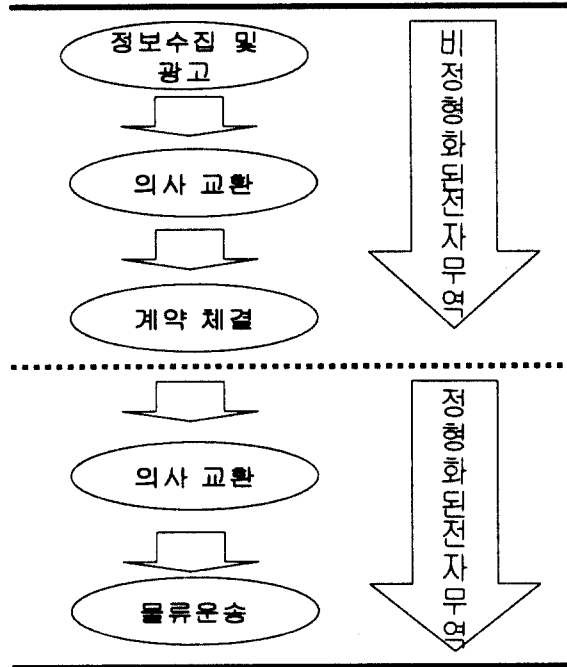
2. 연구의 범위 및 방법

(1) 연구의 범위

전자무역은 <그림 1>에서 보는 바와 같이 크게 정형화된 전자무역과 비정형화된 전자무역으로 구

분될 수 있다. 정형성은 거래 관련자들간의 관계가 일정한 표준적 양식이나 내용에 따라 이루어지는 수준을 의미한다. 거래절차상에서 전자무역의 정형성 정도를 구분하면 계약체결 이전과 이후에 따라 큰 차이가 있다. 계약체결 이전에서는 무역거래를 위한 정보수집과 의사교환 등에서 수출입업자간의 특정한 양식이나 규정에 따르지 않고 기업에 적합한 다양한 방식으로 거래가 이루어지게 되므로 특정한 거래형태가 없다. 반면에 계약체결 이후 신용장, 보험계약, 선하증권 등 물류운송 및 세관 등의 과정에서는 주로 전자문서교환(EDI) 방식을 통해 특정 표준형식의 데이터를 교환하게 되므로 국가 또는 기업별로 약속한 절차나 방식의 거래가 이루어지는 높은 수준의 정형성을 보이고 있다.

<그림 1> 전자무역의 구분



본 연구에서는 미국과 싱가포르의 비정형화된 전자무역 분야의 지원정책을 비교하는 것으로 연구 범위를 제한하며, 분석대상은 전자무역 지원을 위해서 정부가 직접 운영하거나 또는 정부의 투자기관이 운영하는 사이트들이다. 정형화된 전자무역 분야는 이미 무역 EDI를 중심으로 심도 있게 연구되었기 때문이다.¹⁾

국내 비정형화된 전자무역 분야에 대한 연구도 이미 상당 부분 이루어졌지만²⁾ 본 연구에서 다루는 미국과 싱가포르의 사례분석은 아직 국내에서 이루어지지 않았다. 미국의 경우 TradeNet.gov와 Ustrade.gov 사이트를 분석하며, 싱가포르의 경우 eBizAsiaLink.com과 EIMSingapore.com 사이트를

1) 기존의 무역EDI가 최근 인터넷을 기반으로한 EDI로 발전하고 있다. 이러한 새로운 시스템으로의 변화는 전자무역에 관한 향후 주요 연구과제로 대두될 것이다.
2) 이성봉(2000), 심상렬(2000) 등 참조.

분석한다.

(2) 연구의 방법

본 연구에서 채택하는 연구방법은 크게 두 가지이다. 첫째, 개별 사이트에 대한 내용분석이다. 이 내용분석의 틀은 심상렬(2000)이 채택한 "4C 사이트분석 방법"을 <표 1>에서 보는 바와 같이 본 연구에 맞게 약간 수정하여 사용한다. 여기서 4C란 Contents, Commerce, Community, Connection을 말한다.

둘째, 비교연구이다. 본 연구에서는 연구대상 사이트에 대한 비교분석과 여기서 유추되는 미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책을 비교 평가한다. 사이트간 비교분석은 개별 사이트에 대한 내용분석 결과를 비교함으로써 가능하며, 전자무역 지원정책의 비교는 이들 사이트의 운영 및 기타 비정형 전자무역 관련 정책들을 종합적으로 검토한 결과를 비교하는 방법을 채택한다.

<표 1> 4C's를 기준으로 한 사이트 평가기준

4C's		평가기준	주관적 평가	객관적 평가
컨텐츠	정보특성	- 유용한 정보 제공 여부		- 무역정보자료실 운영 - 업데이트 정도 - 무역뉴스 제공 - 창업정보 제공 - 전자우편 club 운영 - 국제적 신인도
	디자인특성	- 주관적 평가만 실시		
	기술특성	- 자료다운 및 전송속도 - 자료의 입력 및 다운로드의 편리성		- 파워 검색(사업, 상품, 회사, 지역별) - 홈페이지 제공 - 개인적 DB 구축 가능
커머스		- 사이트를 통한 거래의 안전성 여부		- 거래알선 유무 - offer to sell & buy(다양성 및 개수) - 상품광고 게시 가능 - 무역업무실행 가능 범위 - 중소기업 지원 - 유·무료 여부 - 링크사이트의 유형 및 수
커뮤니티		- 회원간의 접촉을 지원하는 지원도 - 구가 잘 마련되어 있는지 여부		- 동호회 및 클럽 개설 - 지역(대상범위) - 무역관련 강좌(교육) - 대상지역
커넥션		- 트래픽이 많아도 접속이 빠르고 안정적인지 여부		- 검색엔진에서의 검색 및 배너광고 연결 - 운영자와의 연결 편리성(각 화면에서의 연락가능) - 질문에 대한 응답일자

주 : 심상렬(2000, p.102)의 내용을 수정한 것임.

II. 미국의 전자무역 지원 사례

1. TradeNet.gov

TradeNet은 미국 중소기업청(Small Business Administration: SBA), 정부기관혁신위원회(National partnership for Reinventing Government: NPR)의 주도하에 TradeNet 개발 테스크포스팀에 의해 만들어진 사이트이다. 이 사이트에서는 다양한 미국 행정부 기관들이 제공하는 무역 관련 정보들을 통합적으로 제공하고 있다.

이 사이트에 정보를 제공하는 기관들로는 미 상무성(US Department of Commerce) 산하의 통상 서비스팀(Commercial Service Team)과 무역정보센터, 미 수출입은행, 미 해외개발기구(U.S Agency for International Development)의 기술네트워크(Global Technology Network), 미 농무부의 해외농업 정보서비스, 중소기업개발센터네트워크, IESC(International Executive Service Corps : IESC)사 및 해외 무역자료네트워크 등이다.

이 사이트는 기본적으로 미국 수출업자가 수출할 때 여러 정부기관에 제출해야만 하는 서류들이나 복잡한 행정절차들을 상세히 설명하고 있으며, 관련 정부기관과의 인터넷 접속 및 문의를 원활히 하기 위한 목적으로 만들어졌다. 구체적으로 수출시 요구되는 행정절차에 대한 안내, 무역금융에 관한 정보, 각종 무역 관련 사이트에 대한 안내 등의 서비스를 제공하고 있다. 미국 수출업자들이 원하는 바른 정보를 제공한다는 목표로 이 사이트는 수출 관련 정보와 해당 수출국에 대한 정보가 부족한 중소기업들이 주로 이용하고 있다.

TradeNet 회원등록은 무료이며, 회원들에게는 일종의 개인페이지(My Trade Net)가 제공된다. 이를 통해 회원들은 사이트가 제공하는 서비스 중에서 자신이 선택한 일정 분야에 대해 새로운 내용들이 입수되는 경우 이를 개별 회원의 전자메일을 통해 확인해 주거나 TradeNet 사이트 안에 마련된 자신의 페이지에서 확인할 수 있다. 회원 등록시 사이트에서 요구하는 내용은 본인의 이름과 회사의 이름 정도뿐이어서 미국 회사와의 수출입업에 관심을 가진 전세계 무역업자들이 부담 없이 이용할 수 있게 되어 있다. 따라서 TradeNet은 미국 기업에만 제한되지 않는다는 점에서 매우 개방적인 성격을 갖고 있다.

컨텐츠 측면에서 보면 수출관련 자료실 운영과 뉴스제공 측면에서 고급 서비스를 제공하고 있다. 특히 제공되는 정보측면에서 평가해 볼 때 처음 수출입에 임하는 중소기업들이 쉽게 무역거래를 할 수 있도록 매우 쉽게 구성되어 있다. 즉 수출입 적합성 여부를 평가할 수 있는 항목들을 열거하고 있어 무역거래를 원하는 기업이 대상 제품을 스스로 평가할 수 있도록 하였다. 또한 시장조사, 시장 개척, 그리고 가격협상에 이르기까지 수출에 필요한 일련의 업무들에 대한 유용한 지침도 제공하고 있으며, 무역과 관련된 각종 지원제도의 내용도 상세하게 제공하고 있다. 대표적으로 무역금융과 관련한 정부 및 개별은행 차원의 각종 대출프로그램들이 상세히 소개되고 있으며, 관련 사이트로의 링크서비스도 제공하고 있다.

무역 관련 정보검색은 상품과 지역별로 모두 가능하도록 되어 있다. 이때 상품별 혹은 지역별 검

색은 TradeNet 사이트 내에서의 검색뿐만 아니라 수출 관련 사이트 전체에서의 검색도 가능하다. 또한 앞서 언급한 바와 같이 개인 데이터베이스의 구축 서비스도 제공되고 있기 때문에 개인이 원하는 정보를 자신의 데이터베이스에 입력하여 들 수 있고, 사이트에서 제공되는 서비스의 내용이 자동적으로 갱신되어 개인 데이터베이스에 저장되도록 하였다.

커머스 측면에서 볼 때 TradeNet의 거래알선 서비스는 극히 제한적이다. 즉 직접적으로 거래알선을 하기보다는 Global Trade Network와 International Trade Data Network의 데이터베이스를 이용하여 타국의 무역거래알선업체들이나 수입업자들이 상품구매를 위해 각종 무역 관련 사이트에 올려 놓은 글을 찾을 수 있게 되어 있다. 이를 통해 미국 수출업자와 타국의 수입업자들을 연결시키는 기능만 수행한다.

다시 말하면 TradeNet이 자체적으로 미국 수출업체의 제품과 자료를 소개하는 것이 아니라 각국 정부나 UNTPDC(United Nations Trade Point Development Centre)가 운영하는 무역업체 알선 사이트들을 링크로 연결시켜 적합한 수입업체를 검색할 수 있도록 하고 있다. 따라서 구매제안(offer to buy)이나 판매제안(offer to sell)의 경우 TradeNet에서 직접 이루어지지 않고 관련 링크를 이용하여 전세계에 흩어져 있는 적합한 구매자와 구입자가 서로를 찾을 수 있도록 해주고 있다.

컴퓨터 기능에서 보면 온라인 교육서비스가 제공되고 있으나, 이 온라인 교육서비스도 TradeNet이 자체적으로 제작하여 제공하는 서비스가 아니라 대학이나 국제무역 관련 기관이 개발하여 제공하는 서비스를 쉽게 이용할 수 있도록 링크해 두고 있다.

커넥션 측면의 서비스 제공 측면에서 볼 때 TradeNet 사이트는 질의응답(Q&A)란을 두어 사용자의 질문이나 제안을 받고는 있으나, 이를 주요메뉴로 두어 운영하고 있지는 않다. TradeNet은 FAQ란을 운영하는데 있어서도 단순한 중간 알선자의 역할을 강조하고 있다. 즉 무역정보센터(Trade Information Center)나 수출국(Bureau of Export Administration) 등의 사이트에 자주 들어오는 질문들을 찾을 수 있게 링크되어 있다. 질의에 대한 응답은 매우 적절히 이루어지고 있어 질문을 올린 뒤 이를 뒤 정도에는 받아들일 수 있도록 질문자 개인 전자메일로 답변해 주고 있다.

2. Usatrade.gov

Usatrade.gov 사이트는 상무성(US Department of Commerce)이 제공하는 미국 통상서비스(US Commercial Service) 사이트로 전세계를 무대로 활동하는 미국 수출업체들의 무역을 장려하기 위해 구축되었다. 또한 전세계 100여개 해외 현지 미국 통상서비스 사무소들과 네트워크 연결이 가능하여 이들 나라의 무역 관련 뉴스들을 쉽게 접할 수 있도록 설계되어 있다.

Usatrade.gov에서 제공하는 서비스들은 무역컨설팅, 수출시장정보, 무역금융지원 관련 정보, 무역 관련 뉴스 등이다. 특이한 사항으로 여성무역인을 위한 전용서비스가 제공된다는 점이다. 또한 해외 수입업자들에게 미국 제품을 홍보하기 위한 서비스 제공창구도 개설해 운영하고 있다.

이 사이트에 등록하여 보다 자세한 정보를 제공받기 위해서는 해당기업이 미국내에서 상품을 생산하거나 서비스를 제공해야 한다. 그리고 미국 이외의 지역에서 제조될 경우에는 상품이 미국 회사의 이름으로 판매되는 경우나 최종 제품의 51% 이상을 미국부품으로 하는 경우에만 이 사이트의 서비스를 받을 수 있다.

이 사이트에서는 미 상무성이 제공하는 모든 종류의 통상서비스를 소개하고 있다. 예를 들면 전세

계의 미국 수출업체들에게 무역 상담 서비스를 제공하기 위해 전세계 미 상무성 통상서비스 사무소 사이트를 링크시켜 놓고 있으며, 상품 홍보를 위해 미 상무성이 마련하는 각종 박람회와 전시회에 대한 일정 및 참가 방법에 대한 정보를 제공하고 있다.

사이트의 콘텐츠의 측면에서 볼 때 Usatrade.gov는 수출에 필요한 자료들을 제공하고 있으며, 수출규제 품목 및 관세에 관한 정보도 제공하고 있다. 또한 정보 및 뉴스 제공면에서는 인터넷 비디오 플레이어를 통해 아시아나 유럽 지역에 거주하는 유력한 미국 (무역)관련 인사들이 그 지역의 비즈니스 기회에 대해 강연한 자료들이 업데이트되고 있으며, 미 상무성 통상서비스팀에서 제공하는 최신 정보도 소개되고 있다. 하지만 회원별 전자우편 및 개인적 데이터베이스 구축 서비스 등은 제공하지 않고 있다. 검색의 경우에도 Usatrade.gov 사이트 내에 구비된 문서 중에서 해당되는 단어가 검색되도록 하고 있다.

커머스 측면의 경우 직접적인 거래알선은 전혀 제공되지 않는다. 상품 광고 역시 사이트에 직접 하도록 되어 있는 것이 아니라 상품 광고가 가능한 미 상무성 주최의 대규모 박람회나 전시회를 소개하고 링크시켜 놓고 있다. 비록 직접적인 거래알선은 제공하고 있지 않지만 해외현지 미 상무성 통상서비스 사무소 직원이 미국 기업이 알고자 원하는 나라나 지역의 시장성을 조사해 주는 프로그램 등을 개발하여 이용하도록 하고 있다.

커뮤니티나 커넥션의 측면에서는 서비스가 거의 제공되지 않고, 회원들의 개별적인 질의에 대한 전자메일 회신을 2~3일 시차를 두고 제공하고 있다.

3. TradeNet.gov와 Usatrade.gov의 비교

Usatrade.gov 사이트와 TradeNet.gov 사이트는 모두 미국 정부기관이 구축하고 운영하고 있다. 이 두 사이트는 전자무역 지원에 대한 기본적인 접근방식에서 차이가 있다.

Tradenet.gov가 수출 관련 질문들에 대해 답을 찾을 수 있는 수많은 링크들을 연결시켜 놓아 수출업자들에게 도움을 주게 하는 반면, Usatrade.gov는 풍부한 수출 촉진 프로그램에 대한 정보를 제공하고 전세계에 각 국가에 소재하는 미 통상서비스 사무소들의 사이트들과의 연계로 전세계 무역 관련 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 콘텐츠를 짜놓았다. 그리고 TradeNet.gov가 수출입에 관련된 사이트를 링크로 묶어놓아 간접적인 거래알선을 도모하는 반면, Usatrade.gov는 미 상무성 통상서비스팀에서 제공하는 거래알선 서비스에 대한 정보를 제공함으로써 간접적인 거래알선을 제공하고 있다. TradeNet.gov와 비교해서 Usatrade.gov의 가장 두드러진 특징은 시장조사 서비스를 제공하고 있다는 점이다. 모두 4가지의 시장조사 서비스를 제공하고 있는데, 이 중 2개는 등록회원에게만 독점적으로 제공되며, 한 가지는 일정한 금액을 받아 원하는 국가에 대해 필요로 하는 정보를 제공하는 서비스의 형태이다. 또한 제공하는 서비스의 하나로 전세계 바이어들과의 만남을 쉽게 하기 위해서 일정한 금액을 지출하면 원하는 지역에서 적절한 사업 파트너 혹은 바이어와 접촉 가능하도록 파트너 검색에서부터 약속일정 확인까지 담당하는 서비스가 있다는 점도 특이할 만한 점이다.

<표 2> TradeNet.gov와 Usatrade.gov의 비교 분석

4Cs		항 목	TradeNet	Usatrade	
컨텐츠	정보	자료실 운영	○	○	
		뉴스제공	○	△	
		업데이트	○	○	
		전자우편 Alerts	X	X	
		창업정보	X	X	
		국제적 신인도	○	○	
	디자인	이용이 편리한 구성	○	○	
		흥미 있는 디자인	△	△	
		통일된 스타일	○	○	
	기술	검색	산업별	X	단순검색제공
			상품별	○	
			지역별	○	
			기업별	X	
홈페이지 제공		X	X		
개인적 DB구축		○	X		
자료다운 및 전송속도		○	△		
자료입력 및 다운로드		○	△		
커머스	거래알선	△	△		
	offer to sell	X	X		
	offer to buy	X	X		
	업종별 디렉토리	△	X		
	상품광고	X	X		
	중소기업 지원	X	X		
	유료/무료	무료	무료		
	Link	◎	△		
커뮤니티	동호회 및 클럽 개설	X	X		
	강좌 개설(교육)	○	◎		
	대상지역	세계	세계		
커넥션	검색엔진 검색	X	X		
	상담실 운영	X	X		
	운영자 연결 편의성	○	△		
	질의에 대한 응답	○	○		
	접속의 안정성	○	○		

주 : ◎ 아주 우수하게 제공되고 있음 ○ 우수하게 제공되고 있음
 △ 제공되고 있지만 보통임 X 제공되지 않음

Ⅲ. 싱가포르의 전자무역 지원 사례

1. eBizAsiaLink.com

이 사이트는 SIS가 아시아 지역에서 무역과 관련하여 가장 선도적인 B2B e-마켓플레이스로 발전시킨다는 목표하에 2000년 12월에 개설한 사이트이다. 15개 업종별 수직적 e-마켓플레이스를 구축한다는 장기적인 목적을 표방하고 있지만, 현재 사이트의 내용을 전반적으로 평가해 볼 때 업종별 무역정보 제공 및 무역거래알선 사이트로 볼 수 있다. 즉 eBizAsiaLink.com을 통해 싱가포르 기업이나 외국기업은 무역 관련 주요 정보를 획득할 수 있으며, 직접 산업별로 무역 상대방의 물색 등 무역기회를 보다 효율적으로 확보할 수 있게 된다.

이 사이트에 회원으로 등록하면 15개 산업별(전기, 산업용 기계, 기업 서비스, 음식 및 음료, 건설 서비스 등) 사이트를 통해 등록된 수입업체와 수출업체의 개요와 소재지 등을 파악할 수 있다. 또한 각 산업별로 구매 광고나 상대방에 대한 거래 관련 각종 요청을 할 수 있다. 즉 e-bizmatching이라는 서비스를 통해 기업들이 특정 기업에게 견적요청(request for quotation), 제안요청(request for proposal) 혹은 정보요청(request for information)을 할 수 있다.

또한 전략적 제휴(Strategic Alliance)에 대한 검색 서비스도 제공하고 있는데, 이를 통해 기업들이 전세계를 대상으로 새로운 사업 파트너를 찾을 수 있도록 해 준다. 그리고 기업의 특별 요청이 있을 때에는 기업의 최근 개발물품을 진열할 수 있도록 일종의 전자카탈로그(e-catalogue) 서비스도 제공한다. eBizAsiaLink.com 사이트에서 제공하는 기업 웹사이트를 만들 수도 있다. 또한 주문하고자 하는 제품의 분류코드(HS code)를 찾아볼 수 있는 서비스도 제공한다.

현재 제공되는 서비스의 범위를 콘텐츠 측면과 커머스 측면으로 구분하여 살펴보면 다음과 같다. 먼저 콘텐츠 측면에서 보면 무역이나 수출 관련 자료실 운영은 다소 미흡한 편이다. 그러나 처음 무역업을 시작하는 소규모 기업들을 위한 기초 정보는 부족한 반면 무역 관련 뉴스나 아시아 지역, 국제, 싱가포르 뉴스 제공 서비스는 상당히 자세하게 이루어지고 있다. 검색은 산업별 검색과 기업별 검색이 모두 가능하게 되어 있으며, 홈페이지 제작 서비스도 제공한다. 그리고 전자우편 맞춤형 정보(alert) 서비스도 제공된다.

커머스의 측면의 경우 거래알선 서비스가 상당히 강하다. 기업들이 산업별 카테고리에 맞춰 조건에 맞는 기업이나 상품을 찾을 수 있게 되어 있고 선택한 기업에게 구매요청을 할 수 있다는 점에서 그러하다. 또한 회원으로 등록한 기업들은 TradeLead라는 서비스를 통해 판매제안(offer to sell) 및 구매제안(offer to buy)을 할 수 있다. 또한 전자카탈로그(e-catalogue)를 통한 자기 회사의 제품 광고가 가능하다.

사이트 회원등록은 현재 무료이지만, 이는 2001년 6월 30일까지만 적용되고 그 이후에는 유료서비스로 운영될 예정이다. 커뮤니티의 경우 동호회나 클럽의 개설, 강좌 개설 서비스는 제공되고 있지 않다.

2. EIMSingapore.com

이 사이트도 TDB 산하 공기기업인 SIS가 2000년 12월에 만든 B2B 포털 사이트로 전자, 산업용기계 및 관련 산업에 특화하고 있다. 사이트 이름 첫 부분의 EIM은 Electronics, Industrial Machinery의 이니셜을 따온 것이다. 앞서 살펴본 eBizAsiaLink.com이 다양한 산업에 걸쳐 무역정보 및 무역거래 알선 기능을 수행하고 있는 반면 EIMSingapore.com는 전자, 산업용기계 및 관련 산업에 초점을 맞춘 수직적 포털 사이트라고 할 수 있다.

따라서 해당 산업에 종사하는 싱가포르 기업들이 회원으로 등록하면 관련 산업의 해외 사업기회에 대한 전자메일 맞춤형 정보(alert) 서비스를 받을 수 있으며, 외국기업들은 이 사이트를 통해 수입물품 검색, 전략적 제휴나 합작회사 설립에 적절한 싱가포르 기업에 대한 정보를 찾아볼 수 있다.

회원으로 등록하는 기업들에게 전자, 산업용기계, 그리고 관련 지원산업 등 3가지 산업별 카테고리를 통해 회사와 물품을 검색할 수 있는 서비스를 제공한다. 또한 앞에서 살펴본 eBizAsiaLink.com과 같이 e-bizmatching 서비스, 전략적 제휴(Strategic Alliance) 검색서비스가 제공되며, 최근 신제품을 진열할 수 있도록 전자카탈로그(e-catalogue) 서비스도 제공된다. 판매제안(offer to sell) 및 구매제안(offer to buy) 등의 거래알선 서비스는 제공되지 않고 있어 eBizAsiaLink.com에 비해서 커머스 측면은 강하지 않다고 볼 수 있다.

컨텐츠 측면의 경우 무역이나 수출 관련 자료실을 운영하고 있지 않고, 이 사이트가 초점을 맞추고 있는 전자, 산업용기계 분야의 뉴스 제공 서비스에 초점을 맞추고 있다. 특히 반도체와 정보통신 산업에 대한 정보를 주로 제공하고 있다. 또한 부가적인 서비스를 신청하는 경우에 한하여 컴퓨터 칩과 트랜지스터 같은 제품의 3D 입체영상을 제공하고 있다.

전자우편 서비스가 제공되고 있으며, 상품별 기업별 검색이 가능하도록 되어 있다. 홈페이지 제공 서비스는 되어 있지 않으나, 개인적 데이터베이스 구축 서비스는 가능하다. 커뮤니티의 경우 동호회 및 클럽 개설, 그리고 강좌 개설 서비스는 제공되지 않고 있다.

3. eBizAsiaLink.com과 EIMSingapore.com의 비교

싱가포르 정부는 싱가포르 기업의 국제교역 활동을 지원하고 해외기업의 싱가포르 기업과의 교역 증진을 위한 무역정보 및 무역거래알선 사이트를 구축하고 운영하고 있다. eBizAsiaLink.com과 EIMSingapore.com는 모두 Singapore Information Services Pte Ltd(SIS)라는 회사에 의해서 구축·운영되고 있다. SIS는 싱가포르 무역개발청(Trade and Development Boards : TDB)이 100% 지분을 소유한 국영기업이다. 따라서 싱가포르는 정부가 전자무역을 촉진하기 위한 무역정보 및 무역거래알선 사이트를 직접 구축, 운영한다는 특징을 갖고 있다.

eBizAsiaLink.com이 다양한 산업에 걸쳐 무역정보 및 무역거래알선 기능을 수행하고 있는 반면 EIMSingapore.com는 전자, 산업용기계 및 관련 산업에 초점을 맞춘 수직적 포털 사이트라는 점에서 가장 큰 차이가 있다. 이 두 사이트를 4C's의 관점에서 비교 분석하면 <표 3>과 같다.

<표 3> 'eBizAsiaLink.com'과 'EIMSingapore.com'의 비교

4C's		구성항목		eBizAsiaLink	EIMSingapore
컨텐츠	정보	자료실 운영		△	△
		뉴스제공		◎	○
		업데이트		○	○
		전자우편 Alerts		○	○
		창업정보		X	X
		국제적 신인도		○	○
	디자인	이용이 편리한 구성		○	○
		흥미있는 디자인		○	○
		통일된 스타일		○	○
	기술	검색	산업별	X	X
			상품별	○	○
			지역별	X	X
			기업별	○	○
		홈페이지 제공		○	X
개인적 DB 구축		○	○		
자료다운 및 전송속도		○	○		
자료입력 및 다운로드		○	○		
커머스	거래알선		○	△	
	offer to sell		○	△	
	offer to buy		○	△	
	업종별 디렉토리		○	○	
	상품광고		○	○	
	중소기업 지원		X	X	
	유료/무료		무료	무료	
	Link		X	X	
커뮤니티	동호회 및 클럽 개설		X	X	
	강좌 개설(교육)		X	X	
	대상지역		세계	세계	
커넥션	검색엔진 검색		X	X	
	상담실 운영		○	○	
	운영자 연결 편의성		○	○	
	질의에 대한 응답		○	○	
	접속의 안정성		○	○	

주 : ◎ : 아주 우수하게 제공되고 있음, ○ : 우수하게 제공되고 있음,
 △ : 제공되고 있지만 보통임, X : 제공되지 않음.

IV. 미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책 비교

1. 미국의 전자무역 지원정책의 특징

미국의 대표적인 전자무역 관련 공공사이트인 TradeNet.gov와 Usatrade.gov를 분석한 결과 전자무역 지원정책의 가장 큰 특징은 정부의 역할에 대한 것이다. 전자무역의 확대를 - 미국의 경우에는 인터넷 등 정보기술을 활용한 미국기업의 해외수출 확대를 - 위해서 미국 정부는 기업의 편의를 최대한 보장하는 수준까지만 관여하고 있다는 점이다.

특히 지원 대상기업이 중소기업이어서 해당 기업의 자체적인 정보망 또는 정보통신 설비 등으로는 무역정보의 획득 및 무역상대방의 파악 등에 한계가 있는 분야에 대해서 정부가 TradeNet.gov 및 Usatrade.gov라는 사이트를 구축하여 지원하고 있다는 점이다. 직접적인 거래알선 등은 이를 전문적으로 처리하는 민간기업들에게 맡기고 정부는 무역정보 제공 및 무역거래알선 사이트에 대한 간접적인 연결 등 공공적인 성격이 강한 부분에만 집중적으로 투자하고 있다.

2. 싱가포르 전자무역 지원정책의 특징

싱가포르 정부의 전자무역 지원활동은 전자무역 활동의 여러 단계 중에서 구체적으로 공공적 성격이 강한 부분만을 직접 수행하는데 한정되고 있다. 특히 정부가 직접 수행하고 있는 부분은 정형화된 부분에서 무역정보 및 무역거래알선을 위한 사이트를 운영하는 것이다. 이 활동은 공공적 성격의 업무에 한정된 것으로 무역 관련 정보 제공 및 거래알선에 초점을 맞추고 있으며, 통합적으로 하나의 기관, 즉 TDB 산하의 공기업인 SIS가 담당함으로써 그 효율성을 극대화하고 있다.

한편, 전자무역의 실제적인 구현은 국제적 e-마켓플레이스를 전문적으로 구축하고 운영할 수 있는 다국적기업의 유치 및 싱가포르 기업의 육성을 파격적인 인센티브의 제공을 통해서 추구하고 있다. 이는 세계적인 경쟁력을 갖춘 e-마켓플레이스 업체가 싱가포르에 소재할 경우 전자무역 전반에 걸쳐 미칠 파급효과를 싱가포르 정부가 높이 평가하고 있기 때문이다.

싱가포르 정부는 전자무역의 활성화를 위해서 전자상거래의 활성화, 공공의 무역정보 및 무역거래알선 사이트의 구축에만 머무르지 않고 있다. 실제로 전자상거래를 통한 국제무역거래라는 사업모델을 갖고 활동하는 기업을 싱가포르에 유치하는 것이 무엇보다 필요하다고 인식하고, 전자무역을 사업모델로 하는 다국적기업의 싱가포르 투자를 유치하기 위한 Approved Cyber Trader(ACT)라는 인센티브 제도를 1999년에 새롭게 마련하였다.³⁾

3) ACT 수혜와 관련한 구체적인 기준은 공개되고 있지 않지만, 아시아 시장을 목표로 싱가포르에 거점을 두고 국제적 전자상거래를 수행할 기업으로 싱가포르의 전자무역의 활성화 및 이를 통해서 싱가포르 경제에 크게 기여할 것으로 예상되는 투자에 대해서 부여된다. 단순히 웹사이트를 개설하고 주문을 받는 정도의 수준이 아니라 이러한 주문의 이행, 제품의 판매, 온라인 사후서비스 등 확실한 거래를 제공하는 경우에 인센티브를 받을 수 있다. 이 ACT 지위를 받을 수 있는 대상은 외국기업에만 해당하는 것이 아니며, 싱가포르 국내기업에게도 동일하게 적용된다. 따라서 지위를 부여받는 싱가포르 기업들은 싱가포르 이외의 지역으로 전자무역을 통한 사업확장의 기회를 제공받는 셈이 되며, 외국기업들은 싱가포르를 아시아·태평양 지역에서의 인터넷 무역 활동에 돌입할 수 있는 기반으로 활용하게 된

3. 미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책 비교

본 연구에서 분석한 미국과 싱가포르의 비정형 무역분야 공공사이트들을 비교해 보면 차이점과 유사점을 모두 발견할 수 있다.

우선 차이점으로는 미국의 무역 분야 공공사이트들은 주로 무역정보 및 관련 사이트의 연결 등 무역 관련 총체적 정보 제공에 초점이 맞추어져 있다. 반면 싱가포르의 경우 정보 제공 뿐만 아니라 직접적인 거래알선을 위한 산업별 포털사이트 성격을 갖추고 있다. 이러한 차이점은 싱가포르의 특수한 상황에 기인한다고 볼 수 있다.

싱가포르는 자국의 경쟁력 유지와 고부가가치 창출을 위해서 정부가 치밀한 산업정책을 수립하고 이를 적극 추진하고 있다.⁴⁾ 무역 분야에서도 새로운 추세인 전자무역을 최대한 신속하게 추진하는 것이 필요하였기 때문에 정부 주도의 산업별 포털사이트의 구축이 추진되었던 것이다.

그러나 정부부처가 직접 산업별 포털사이트를 구축한 것이 아니며, SIS라는 공기업이 주도하고 있다. 싱가포르에서 공기업은 민간에 의해서 신속하게 추진될 수 없는 분야에 종사하지만, 운영효율성 측면에서 민간기업과 큰 차이가 없다는 점에서 다른 나라의 공기업과 차이가 있다.

한편 미국과 싱가포르 전자무역 지원정책은 기본적인 차이점에도 불구하고 다음과 같은 세 가지 유사점이 있다.

첫째, 정부의 역할이 제한적이라는 점이다. 미국의 두 공공기관 사이트에서 보듯이 정부의 역할은 정확하고 풍부한 정보원천을 제공하는 공공적 성격의 서비스 활동에 제한되어 있다. 싱가포르의 경우도 정부 주도하에 거래알선 활동이 이루어지기는 하지만 기본적으로 전자무역의 정착과 확대를 위한 기술적, 사회적 인프라의 개선에 정책의 초점이 맞추어져 있다.

둘째, 정부의 전자무역 지원정책 추진에 있어서 효율성을 극대화하고 있다는 점이다. 미국의 TradeNet.gov와 Usatrade.gov는 모두 무역유관기관의 기존 시스템을 최대한 활용하면서 관련 기관 간 협력을 효율적으로 유도하고 있다는 점이다. TradeNet.gov는 관련기관들이 협력하여 구성된 태스크포스팀이 구축한 사이트이며, Usatrade.gov는 기존의 수출지원기관의 서비스를 웹상에서 최대한 효율적으로 활용할 수 있도록 설계되었다. 싱가포르의 경우도 eBizAsiaLink.com과 EIMSingapore.com를 모두 무역개발청(TDB) 산하 전자상거래 전문 공기업인 SIS가 담당하게 함으로써 중복적인 정책수립 및 투자를 배제함으로써 효율성을 극대화하고 있다.

셋째, 전자무역의 핵심적인 발전은 기업이 주도하도록 정책이 계획되고 실행되고 있다. 미국의 경우 무역거래알선 및 e-마켓플레이스의 구축 등 비정형 전자무역의 핵심적인 분야에 대해서는 철저하게 민간 주도의 원칙을 고수하고 있다. 싱가포르의 경우도 정부는 인프라 성격의 투자에 집중하고, 고부가가치의 전자무역 구현은 관련 분야의 초우량 다국적기업의 유치 및 싱가포르 기업의 전자

다. 1999년에 제도가 도입된 이후 2000년 한 해 동안 3개 기업이 ACT 지위를 부여받았다. 이들 3개 기업중 기업명이 공개된 경우는 NECX Asia(www.necxasia.com.sg)로 이 기업은 전자업종의 전세계 e-마켓플레이스를 구축하고 있는 미국의 NECX사와 일본의 Smimoto사가 50대 50으로 투자하여 설립한 아시아지역 전자업종 e-마켓플레이스이다.

Budget Statement of Singapore(www.gov.sg/mof/bud98_txt4.html) 참조.

- 4) 싱가포르 정부는 다른 나라의 정부와 그 성격이 크게 다르다. 싱가포르의 모든 정부기관들은 마치 한 기업내 여러 부서들처럼 움직이도록 설계되고 동기부여된다. 한 기업내 모든 부서들은 각기 맡고 있는 기능은 다르지만, 기업의 최대 목표인 고부가가치의 창출을 위해서 상호 유기적으로 협력한다.

무역 전문기업의 육성을 통해서 추진하고 있다.

V. 결론

미국과 싱가포르의 비정형 전자무역 분야에 대한 지원정책 사례의 비교분석은 우리 나라의 전자무역 육성정책에 많은 시사점을 제공하고 있다. 가장 큰 시사점은 전자무역 촉진과 관련된 정부의 올바른 역할 정립에 대한 것이다.

미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책은 그 성격에서는 상당한 차이를 보였지만 정부의 기본적인 역할에 대한 인식은 상당히 유사하였다. 특히 전자무역을 활성화하기 위한 정부의 역할에서 관련 여건 조성에 가장 큰 비중이 놓여 있었다는 점과 중복투자 등을 배제한 효율성의 추구는 그 동안 우리 정부의 전자무역 추진정책의 내용을 되돌아보게 하는 중요한 시사점이라고 할 수 있다.

전자상거래의 확산과 함께 우리 정부의 전자무역 촉진정책이 강력하게 추진되었으나, 정작 전자무역의 활성화를 위한 여건 조성에는 미흡한 부분이 많았다. 특히 중소기업의 전자무역 활성화를 위해서는 기본적인 통신인프라가 정비되어야 하는데, ADSL과 같은 초고속통신망의 보급이 아직도 지방 공단에 입주 또는 지방에 소재한 중소기업들에게는 미흡한 편이다. 정부가 아무리 우수한 전자무역 지원 사이트를 구축한다고 하더라도 저렴하고 신속하게 인터넷 접속을 할 수 없다면 그 유용성은 극히 제한적일 수밖에 없다.

한편, 그 동안 우리 나라에서 구축된 공공 무역거래알선 사이트들의 중복투자 부분도 되돌아 볼 필요가 있다. 산업자원부, 한국무역협회, KOTRA, 중소기업진흥공단, 지방자치단체 등의 전자무역 관련 사이트들이 제공하는 무역정보 및 거래알선 기능이 상당 부분 중복되는 부분이 많았고, 이에 대해서는 많은 비판이 제기되기도 하였다.

다만, 최근에 이러한 중복투자를 최소화하고 효율성을 극대화하기 위한 관련 기관간 협력노력이 결실을 맺어 각 무역거래알선 사이트의 오픈 및 기업정보를 통합검색하고 관련 사이트로 바로 연결되는 실크로드21(www.silkroad21.com) 프로젝트가 제 기능을 발휘하면서 향후 긍정적인 효과가 기대된다.

본 연구의 가장 큰 시사점은 무엇보다도 전자무역의 활성화가 기본적으로 민간의 적극적인 참여로 이루어져야 한다는 점을 보여준다는 점이라고 하겠다. 정부의 역할은 주도적인 입장이 아닌 철저한 지원자의 입장에서 수행되어야 한다. 정부가 거래알선 및 e-마켓플레이스 등 전자무역의 핵심적인 활동에 직접적으로 관여하기보다는 관련된 민간기업을 육성하고, 기업들의 전자무역 수행능력을 제고시키며, 기업의 전자무역 활동이 원활하게 이루어질 수 있도록 전자무역 인프라의 확충에 정책의 초점을 맞추어야 한다는 점이다.

향후 전자무역 촉진을 위한 주요 정책의 방향으로 전자무역에 대한 기본적인 인식을 제고할 수 있는 홍보활동 강화, 전자상거래 지원기관과 전통적인 무역지원기관들의 연계 및 산학연계 활동의 촉진을 통해서 중소기업에 대한 실질적인 전자무역의 지원, 전자무역 관련 전문인력의 체계적인 양성, 무역관련 공공정보시스템의 개선 등이 제시될 수 있을 것이다.

한편 본 연구는 미국과 싱가포르의 전자무역 촉진을 위한 정부의 지원정책과 관련하여 해당 사

이트에 대한 사례분석을 통해 우리 나라에 적용할 수 있는 시사점을 도출하였다는 점에서 학문적, 실무적 의의를 찾아볼 수 있을 것이다.

그러나 전자무역 촉진을 위한 미국과 싱가포르 정부의 내부적인 정책자료에 대한 만족할만한 수집과 분석이 미흡하고 해당 사이트의 실제 이용자인 각국의 수출업자를 대상으로 한 실증분석 및 성과에 대한 평가가 이루어지지 못했다는 점에서 연구의 한계점을 갖고 있다.

참고문헌

1. 국내문헌

문희철, “사이버무역 시대 국제물류의 동향과 전망”, 『사이버무역 국제동향과 성공전략』, 굿인포메이션, 2001.1.

산업자원부, 「전자무역(e-Trade) 종합육성시책」, 2001.5.25.

심상렬, “인터넷 무역의 성공전략”, 한국무역정보통신, 1999.

———, “실크로드21의 평가와 발전방향”, 대한무역투자진흥공사, 2000.

———, “전자무역 국제동향”, 『전자무역 촉진 종합대책 워크샵』, 산업자원부, 2001.3.10-11.

이성봉, “전자상거래와 국제교역의 활성화”, 『전자상거래 국가전략 수립을 위한 분야별 정책연구』, 강홍렬 외 10인 공저, 정보통신정책연구원, 2000.

이호진, “사이버무역의 현주소와 전망”, 『사이버무역 국제동향과 성공전략』, 굿인포메이션, 2001.1.

장명진·윤광운, “우리 나라 무역업체의 인터넷 무역거래알선 사이트의 활성화 방안”, 『통상정보연구』, 한국통상정보학회, 제2권 제2호, 2000.11.

한국무역협회, 『사이버무역인력 수요조사 결과』, 1999.

———, 『전자무역증개기관 설립에 관한 설문조사 결과』, 2000.11.

한국전산원, 『전자상거래 국제협력 및 국가전략』, 1999.

2. 국외문헌

Budget Statement of Singapore(http://www.gov.sg/mof/bud98_txt4.html).

Singapore Launches Electronic Commerce Masterplan

(http://www.s-one.gov.sg/media_rm/press/1998/p_rtcl36.html).

TDB, Singapore Trade Development Board: Annual Report 1998/1999.

<http://www.ebizasialink.com>

<http://www.ecommerce.go.kr>

<http://www.weimsingapore.com>

<http://www.necxasia.com.sg>

<http://www.silkroad21.com>

<http://www.tradenet.gov>

<http://www.usatrade.gov>