

■ 제언

전통기업과 e-비즈니스 - 해운업의 e-business 를 중심으로

최기득 / 진솔인터넷 이사

해운업의 산업 특성

대량수송의 이점과 저렴한 운임을 기반으로 국가간 화물수송에 있어 육상 및 항공수송에 비해 절대적인 우위를 차지하고 있는 해운업은 해상교역량과 더불어 선박수급량에 따라 운임이 결정되고 있다. 또한 선박확보에 대규모 자금이 투하되는 자본집약적 산업으로 타인자본의 비중이 높은 수준이어서 유리한 선박금융수단의 확보가 주요한 경쟁우위 요인이 되고 있다.

해상교역량의 경우 세계 경기동향, 기후, 곡물작황, 유가 등에 따라 수시로 등락이 반복되나, 선박건조에는 1-2년이 소요되고 경제적내용연수 또한 20년 내외의 장기간에 달해 선박 불균형에 따른 운임이 급등락하는 양상을 보이고 있다. 1995년 이후 해운전반의 선박공급 과잉으로 인하여 해운경기의 침체가 장기화 되는 가운데 대형컨테이너선사의 경우 선대대화 및 전략적 공동운항제휴를 통한 운항효율성 제고를 기반으로 시장과점 체제를 강화하고 있다.

부정기선사 또한 만성적인 선박공급 과잉에도 불구하고 선종별 및 계절별로 시황이 차별적으로 변동되고 있어 선종별로 신조선 발주물량을 조정하는 한편 장기원가 보상방식으로 운항되는 전용선 및 특수선 비중을 확대해 나가고 있는 실정이다. 이러한 상황은 해운사의 자본확충에 의한 대형화 및 전략적 제휴의 필요성을 가중시키며, 나아가 바다의 수송경쟁에서 살아남기 위해서는 해운업체 자체의 사업전환까지도 요구한다.

해운업체의 e-business 진출현황

위에서 개략적으로 살펴본 바와 같이 오프라인상의 해운업체들의 수송 경쟁은 갈수록 치열해져 가고 있다. 대형 해운업체들의 제휴나 자본의 힘에 중소기업체들은 생존을 위한 대안을 찾아야만 하는 상황이다. 이러한 현실 상황에 대한 최적의 해결책으로 제시되는 것이 e-business이다.

< 총 항만물동량 전망 >

구분	1999 실적	2006	2011	2020	연평균증가율(%)				
					전년 대비	'99~2006	1999~2011	1999~2020	
수출 수입	수출	38,488	52,925	64,040	86,578	15.4	4.7	4.3	3.9
	수입	14,730	19,219	25,190	39,312	4.2	3.9	4.6	4.8
	소계	53,218	72,144	89,230	125,890	12.1	4.4	4.4	4.2
연안	24,285	40,978	53,956	73,073	7.3	7.7	6.9	5.4	
합계	77,503	113,122	143,186	198,963	10.6	5.6	5.2	4.6	

※자료 : 해양수산부, 총항만물동량에는 여객선에 의한 물동량(2,269,414톤) 제외

결국 해운업체의 수공경쟁이 바다에서 가상공간으로 옮겨지고 있는 것이다. 현재 수송운임의 전자상거래(B2B)는 대세로 자리잡아 가고 있다. 최근 들어 아시아지역의 해운, 항해, 물류산업 인터넷 사이트 역시 이러한 추세를 반영하고 있다. 더욱이 선사를 비롯하여 중개업체, 대형화주, 금융기관 등 관련업체가 인터넷 비즈니스를 유망한 신종 수익사업으로 인식하면서 투자를 확대하고 있는 점도 큰 변화다.

국내 해운업의 e-business 동향

국내에서는 현대상선이 e-business 도입을 추진하면서 다양한 투자방안을 검토하고 있는 것으로 알려지고 있다. 대한해운은 올 하반기 본격적인 전자상거래 사업을 추진한다는 계획 아래 개발작업이 한창이다.

장기간에 걸쳐 습득한 전용선 및 부정기선 영업의 노하우를 바탕으로 사이버상에서 선주와 하주를 연결하는 용선거래, 선박 매도인과 매수인을 연결시키는 선박매매 및 연료유, 선용품, 기부속 등의 공급업자와 구매자를 연결시키는 중개 업무를 인터넷상에서 제공할 예정이다. 또한 한진해운은 싸이버로지텍(www.CyberLogitec.com)이라는 정보통신 자회사를 설립, 2001년까지 e-business 허브 센터, 사이버 브랜치, 사이버 쉬핑, 사이버 로지스틱 사업 등을 추진해나갈 방침이다.

최근에는 한국오라클, 한국HP, 싸이버텍홀딩스, 이퀼트, Bolero.net 등 6개사와 제휴, 국내 최초의 기업간 물류 마켓플레이스인 Logistics-Exch.net(가칭)에 공동참여할 것을 천명하기도 했다.

해운업체의 e-business 진출사례

1. 현대상선

현대상선의 e-business 추진은 업종 특성상 사업분야와 영업패턴이 워낙 광범위하고 다양하기 때문에 B2B와 B2C가 혼재된 형태로 추진되고 있다.

그 핵심은 전세계 하주의 수송의뢰를 받아 언제 어디서든 모든 수송수단을 활용하여 가장 빠르고, 안전하게 수송하는데 있다. 이를 위해서는 물류의 중심 축으로써 종합물류기업으로의 변신을 우선과제로 삼고, e-business를 업무에 잘 적용하여 한 차원 높은 부가가치 물류를 제공하겠다는 것이다. 뿐만 아니라, 최근 활성화되는 전자상거래를 통해 늘어나는 물류 수요의 직접적인 수혜자로서도 앞으로 본격적인 물류기업으로서 고부가가치를 창출해 나가는 것이다.

이를 위해 현대는 e-business 사업방향을 다음의 3가지 형태로 추진하고 있다.

1. 영업 전분야와 관련 운영지원분야를 망라하는 e-Shipping,
2. 금강산 관광사업을 포함하여 크루즈사업 전분야를 통제하는 e-Cruise,
3. 업무 프로세스 개선, 재무회계 등과 관련된 e-Administration

이러한 현대상선의 e-business진출은 빠른 기술의 변화, 업무환경의 변화, 전 세계적인 사업형태의 변화 등 많은 외부 요인에 의한 것이라고 볼 수 있다. 결국 현대의 이러한 움직임은 해운분야 e-business에서 선도자가 되려는 의지의 반영이라 할 수 있다.

2. 한진해운

한진해운은 정보통신업 분야에 업계 최초로 진출하는 등 e-business화를 위한 구체적이고 적극적인 실천의지를 보이고 있다. 이미 운송의 물류서비스 혁신을 통해 세계적인 경쟁력을 확보한 한진해운의 서비스망이 인터넷으로 보완될 경우 국제 경쟁력은 최상으로 평가된다.

한진해운이 지난 1일 출범시킨 정보통신 자회사 '사이버로지텍'은 ◆ 물류산업의 e-business화 ◆ 수익성 있는 사업분야의 진출을 위한 환경 조성 ◆ 중장기 회사발전을 위한 경영다각화 추진 ◆ 고객의 변화 요구 반영을 위해 설립된 것으로 중장기 회사발전을 위한 경영다각화 추진의 일환이기도 하다.

'사이버로지텍'은 한진해운이 지분 93%를 보유한 자회사로 자본금 15억원에 200여 명의 창설인원으로 구성돼 있다. 이 회사는 초기에는 이미 개발 완료된 소프트웨어(S/W)판매에 주력하되 지속적인 영역 확대 및 고도화를 추진하여 2001년에는 매출 600억원을 목표로 e-business 허브 센터, 사이버 브랜치, 사이버 쉬핑, 사이버 로지스틱 사업을 추진하는 종합정보통신업체로의 성장을 목표로 하고 있다

< 전세계 전문사이트 현황 >

Cargo Exchange	싱가포르의 기업간 해상화물 중개사이트로 선박 스케줄은 물론 회사 개요도 제공
Asiaship	당초 아시아지역의 항만과 터미널 서비스에 초점을 둔 사이트였지만 유럽과 미국등의 항만으로 영역을 확대.
Cargonow.com	지난 3월에 탄생, 싱가포르 중심 사이트
loghub.com	소형 회주와 선사간의 중개역할, 선박스케줄 제공, 화물추적, 해운정보 제공 등이 가능하도록 준비.
Marine-net.com	일본 MOL,K-Line등 선사가 직접 참여하여 설립을 준비. 시황 등 해운 정보를 비롯하여 선박매매, 연료유 중개 뿐만 아니라 항만, 조선 및 기상, 환율정보까지 다양한 메뉴를 올릴 예정
Shippingnet.net	지난해 8월 설립되어 최근 공개적인 주식공모에 나서는 등 토털 해운 서비스를 모토로 사업확장을 시도

Onsea.com	온라인을 통해 부품구매, 선박용선과 매매, 선박정보를 제공하는 마켓 플레이스로 노르웨이 등 전통적인 해운기업들이 참여
Seabroker.net	지난 4월에 선보인 벌크선 선박매매, 정보제공 등을 메뉴로 하는 전문 사이트.
Levelsea.com	오는 9월 개설을 목표로 추진중. 세계적인 석유메이저 BP를 비롯 곡물 메이저인 Cargill, 선박 중개업체인 Clackson 등 쟁쟁한 멤버참여로 선박 용선 중개를 비롯 석약 및 위험관리등 화물을 통합관리.
Oceanconnect.com	오는 5월말 서비스 개시예정 서비스 개시 예정. BP, 쉘브론 등 석유메이저들이 투자하고 있는데, 최근 Clackson과도 제휴
eFueloil.com	지난해 11월 시작. 벅커유를 인터넷상에서 경매를 통해 구입할 수 있는 사이트.

이러한 움직임은 한진해운이 경영환경의 변화를 간파하고 고객의 서비스 욕구에 먼저 다가섰다는 의미 외에도 향후 해운산업을 포함한 물류 산업의 질적 고도화 및 인터넷화를 촉진시키는 바람직한 모토가 될 것으로 전망하고 있다.

특히, 한진해운은 서비스 경쟁력 강화를 위해 지난 86년 이후부터 미국의 시애틀, 롱비치 등 국내 3개, 해외 6개의 컨테이너 전용터미널과 중국의 대련, 상하이 등 7개의 물류법인 및 6개의 판매법인에 하드웨어적인 투자를 주력해오면서 소프트웨어 기업을 위한 사전 기반을 갖췄다.

이번 소프트 웨어 기업으로의 변신은 디지털 경제, 인터넷 경제의 새로운 경영환경변화에 적극 대응하여 운송물류서비스 혁신을 꾀하려는 한진해운의 변신으로 보인다. 한진해운은 자회사 출범을 통해 앞으로 정보통신업에 대한 과감한 투자로 급격한 환경변화에 신속히 대응하는 계기를 마련한다.

경영환경의 변화에 적절히 대응하고 조직 Slim화로 신속한 의사결정과 효율적인 조직구축, 비용절감과 자회사의 우수한 기술력 현업 적용, 자회사 효율적인 관리와 향후 자회사 코스닥/나스닥 상장 지원으로 투자이익 극대화(수익 증대)를 겨냥한 것이다.

또한 핵심 역량 강화로 생산성의 증대, 일관된 운송서비스 체제 구축도 한진해운이 갖는 1 단계 e-business사업의 추진 전략이다. 한진해운은 정보통신업에 대한 투자가 단지 수익성 증대만이 아닌 사이버 쇼핑 등 신규 비즈니스 창출을 꾀할 수 있으며 IT등 소프트웨어에 투자에서 얻어지는 노하우를 습득함으로써 스피드 경영 도입, 결과적으로 최고의 기술력을 바탕으로 한 대고객 서비스 향상 등의 다양한 효과를 기대하고 있다.

이와는 별도로 한진해운은 투자에 따른 이익과 함께 사업의 시너지 효과를 높이겠다는 계획 아래 200억원 정도의 벤처펀드를 조성하여 지분 참여 방안을 추진 중이다. 지분 출자 대상 기업은 해운을 포함한 물류 사업 e-business에 관계하고 있는 회사를 비롯하여 기술력 및

향후 성장 가능성이 있는 것으로 판단되는 벤처기업 10여 개 정도이다.

이처럼 한진해운의 e-business는 대내외적으로 차별화된 기술력과 투자를 바탕으로 이뤄지고 있다는 점에서 향후 세계 해운업계의 e-business 선진화에 주도적인 역할이 기대되고 있다.

3. Shippingnet.net

지난 4월 설립된 shippingnet.net사이트는 기존 오프라인(트랜스 월드슈핑)을 운영하며, 다년간 실무를 익히는 등 이미 오프라인과 온라인에 정통한 베테랑들이 운영하는 화물중개 사이트이다. 자본금 5억원으로 회사를 설립, 인터넷 해운실무 시스템 개발 및 서비스 운영(정보통신, 인터넷 사업)을 수행하고 있으며, 특히 shippingnet.net은 지난 5월 현대종합상사(주)의 지분(20%) 참여 및 업무 제휴 협약을 맺어 회사 신뢰도를 높이는 한편, 6월 세계 해운.조선 무역박람회 (POSEDONIA 2000-GRDECE) 참가 등 해외 홍보에도 주력하고 있다.

Shippingnet의 이러한 움직임은 지금부터 국내 해운업 종사자들이 힘을 합치지 않으면 조만간 외국사이트에 막대한 외화를 주고 해운 정보를 얻게 되는 해운 정보의 종속화가 도래한다는 사실을 인식하고 있는 것이다. 이를 방지하고 정보의 자주성을 갖기 위해서는 이 분야에 적극 대처해 나가야 한다는 것이 이 회사의 기본 전략이다.

shippingnet.net은 현재 8개 부분의 해운관련 항목을 구비하고 향후 필요한 항목을 추가해 20개 정도의 항목을 구비, 완벽한 해운관련 인터넷 사이트로 자리잡기 위해 연구개발에 박차를 가하고 있다.

shippingnet.net이 운영하고 있는 8개 서비스항목은 *Shipping Brokers(일반,특수 선박/화물 정보, 선주/화주정보) *Partial cargo(일반.소량화물 정보) *Domestic clients(정기선 스케줄, 포워딩업체정보) *S & P(선박매매정보) *Ship agency(선박대리점, 항만정보) *화물경매 *Ship crdw manning(선원수급정보) *선박보험에 관련된 정보와 최근 서비스가 개시된 OCEAN FRDIGHT BIDDING 콘텐츠를 추가했다.

추가적으로 구축될 나머지 정보(선박수리, 선박건조, 선박해체정보, 타 해운사이트와의 연계, 실무 해사사례분석, 무선인터넷서비스, 은행과의 결제제휴) 서비스 구축에는 향후 2년여 기간을 예상하고 있다.

shippingnet.net의 특징은 약 130,000 DB (일정 항구를 기점으로 항구간의 근거리 인식 DB, 선박 및 화물, 항만 정보의 기초 데이터)를 갖추고 있으며, 다양한 실무 검색 방법(선종, SIZE, 용선종류,국가, 지역, 항구, 근거리 인식 기능, 기간 등)을 갖추고 있어 타 사이트가

가지고 있지 못한 차별화 아이템을 갖고 있다.

shippingnet.net은 사이트 개장 후 꾸준히 영업선을 늘리고 있으며, 현재 벌크선 화물분야에서 활발한 영업이 이뤄지고 있다. 특히 국내 대형화주의 한곳인 '현대종합상사'가 대부분의 자사 화물을 'shippingnet.net'의 운임 입찰 사이트를 통해 운송인을 선정하기로 함으로써 7월 18일부터 이 사이트에 접속한 포워더들은 '현대종합상사'의 화물 운임 입찰을 할 수 있게 돼 화주화물에 목마름 현상을 해소할 것으로 예상하고 있다.

또한 꾸준히 새로운 콘텐츠를 개발하고 차근히 기초를 다지는 등 시스템 안정화 노력에 역점을 두고 있다. 여기서 국내외 주요 해운 관련사 협력업체로 제휴를 모색하고, 해외 대리점을 지정하는 등, 사업 COMMUNITY를 확대해 국외(인도, 싱가포르, 홍콩, 일본, 대만, 중국) 지역 홍보와 유럽지역으로 마케팅을 강화할 예정이다.

특히 전략적 제휴 기업 선정, 효율적 업무 협의를 전개하는 등의 영업전략을 구상하고 있다. 쉬핑넷은 향후 국내 뿐만 아니라 해외바이어 및 선사들도 쉬핑넷을 정보의 寶庫로 인식할 수 있도록 각종 해운정보를 차근히 데이터화 할 계획이며, 외국 접속자들에게는 정보이용료를 부과할 예정이다.

해운업 e-business 핵심

지금까지 몇몇 해운업체의 e-business사업 진출을 살펴 보았다. 그 중에는 해운사업의 컨버전된 형태의 e-business도 있고 또는 해운업의 전문가 집단이 새로운 분야를 개척한 경우도 있었다. 아직까지 이들이 성공했거나 실패했다고 평가하기에는 이르지만 한가지 공통적으로 알 수 있는 것은 전 산업분야에서 인터넷과 e-business의 거센 물결이 해운업에도 예외가 아니라는 것이다.

객관적으로 이들의 사업형태를 보면 해운 기업들의 e-business 시스템은 업종의 특성상 B2B 구축에 초점이 맞춰질 것이라고 예측해 볼 수 있다. 직접적인 고객이 일반 불특정 다수가 아닌 제조업체, 수출입 관련 무역업자, 복합운송주선업체 등이며, 관련기업도 육상수송, 철도, 자재보급, 금융, 보험 등 매우 광범위하고, 전세계에 퍼져 있기 때문에 이를 세분하여 얼마만큼 효율적으로 구축하느냐가 성공의 관건이 될 것이다.

특히 해운산업은 다른 분야에 비해 인터넷을 통해 수송의뢰를 받을 수 있고, 운항 스케줄을 제공하는 등 기본적인 시스템이 잘 갖춰져 있다. 인터넷에서 화물수송 의뢰 뿐 아니라 서류 발급 및 사후 정산까지 일괄 처리할 수 있도록 해 시간과 비용을 획기적으로 줄이는데 역점을 두는 경쟁이 e-business 핵심이 될 것이다.

해운업계가 기존 업체들이 해온 이 업무에서 e-business로 경쟁력을 확보하기 위해서는 종합물류서비스를 제공할 수 있도록 완벽한 하드웨어를 구축하고, 일반인에게 접근이 가능한 Web 기반을 갖추는게 필요하다.

결론-성공적인 e-business 진출기업 코스코를 통한 시사점

상하이 북부 우송코(오송구)항. 대형 컨테이너선박들이 수평선 안쪽을 빼곡하게 수놓고 있다. 거센 파도를 가르며 여객선, 컨테이너선박 등이 어우러진 이곳은 바다가 아니다. 서부 쿤룬(곤륜)산맥에서 동쪽으로 5천여 Km를 굽이쳐 달려온 양쯔(양자)강의 끝자락이다. 중국 최대 해운업체인 중위엔(중원)컨테이너운송공사(코스코.COSCO)는 이 곳 양쯔강과 태평양이 만나는 접점에 있었다.

상하이(상해) 푸둥(포둥)에서 황푸(황포)강을 따라 우송코로 향하는 뱃길에서 "COSCO"라고 쓰인 컨테이너선을 쉽게 발견할 수 있다. 양쯔강 끝 도시 상하이는 언제나 중국내륙이 바다로 나가는 창구였으며, 코스코는 지난 10여 년동안 양쯔강주변의 산업단지를 태평양과 대서양으로 연결시키는 역할을 해온 업체이다. 내륙운수와 해양운수를 완벽하게 접합할 수 있는 회사인 것이다.

상하이 중심부 창양(장양)로에 자리잡은 코스코 본사는 활기로 가득 찼다. 대부분의 직원들이 컴퓨터를 앞에 놓고 분주하게 움직였다. 중앙전산관리실에 걸린 세계해양지도에는 선박을 뜻하는 불빛이 수놓아져 있다. 현재 바다에 떠있는 컨테이너선이 약 1백10척. 15만TEU 용량의 컨테이너들이 움직이고 있다. 이 회사는 태평양에 4개 대서양 7개 등 세계 주요 바다에 28개 항로를 갖고 있으며 한국과는 상하이-부산간 1개 항로를 운영하고 있다. 중국에서 미국, 미국에서 유럽, 유럽에서 다시 중국으로 돌아오는 "세계 일주"항로를 갖추고 있는 것이다.

코스코의 또 다른 매력은 양쯔강 항선을 따라 충칭(중경)우한(무한)청두(성도)등 내륙도시로 파고든다는 데 있다. 이 회사는 양쯔강에 16개 항선을 갖고 있다. 또 양쯔강주변 도시별로 17개 철도노선을 운용한다. 양쯔강주변에 포진한 제조단지를 태평양과 연결시켜 주는 것이다. 해외에서 양쯔강을 거슬러 올라가는 컨테이너 및 일반화물 대부분은 코스코선박이 처리하고 있다고 해도 과언이 아니다. 코스코의 화물운송 시스템은 서방국가의 어느 선박회사에도 뒤지지 않는다. 화물의 수탁 및 선적,운송,하역 등이 모두 컴퓨터망을 통해 전산 처리된다.

또 화주(화주)는 인터넷을 통해 화물이 어디까지 갔는지를 실시간으로 알 수 있다. 코스코는 지난해 로이드보험사가 발표한 국제해운사 평가에서 대서양 및 동남아 해양부문에서 1위를 차지했다. 이것은 코스코의 앞선 e-business 마인드와 정보기술이 뒷받침됐기에 가능

했던 일이다. 코스코의 사례에서 보듯이 e-business에서 성공하는 기업은 대세를 읽고 빠르게 적응하는 능력을 갖추고 있다. 바야흐로 모든 산업에 e-business가 필요한 환경이 다가왔다.

코스코는 전통적인 산업에 최신 정보기술을 접목시켜 지식기반 미래산업으로의 전환과 고부가가치화를 통해 수익력을 높이고, 국제적인 환경변화에 능동적으로 대처할 수 있는 기반을 갖추는데 성공한 것이다. 이같은 기반 구축이 바로 e-business 탄생의 당위성이다.

최근에 상하이의 해운수요는 매년 30%안팎으로 늘고 있다. 이런 속도라면 상하이는 5년 안으로 아시아 최대 항구가 될 것으로 예상된다. 상하이가 아시아를 대표하는 항구라면, 코스코는 상하이 해운물류의 대표주자로서 오늘도 태평양을 향해 물살을 가르고 있다.