

기업이 묻고 KOTRA가 답하는

ICT 해외 진출 가이드북

IT수출상담지원센터





발간사

그간 한국 경제 및 수출을 이끌어온 ICT 산업은 대내외의 파괴적 혁신(Disruptive Innovation) 및 이중산업과의 융합 등으로 크나큰 환경적인 변화에 직면해 있습니다. 특히, 사물인터넷(IoT), 핀테크(FinTech), O2O(Online to Offline), 클라우드(Cloud), 빅데이터(Big Data), AI(Artificial Intelligence) 등 ICT 융합을 기반으로 하는 제4차 산업혁명은 알파고와 자율주행자동차 등의 등장으로 그 중요성이 재인식되었고, 그 근간인 정보통신기술 및 기업 혁신성은 향후 국가 산업 경쟁력의 핵심이 되고 있습니다.

이러한 상황에서 KOTRA는 지난 2013년 6월부터 국내 ICT 기업들이 해외 진출 과정에서 겪게 되는 애로사항을 해소할 수 있도록 해외 목표시장 선정, 전략 수립 및 수출 실무 등 해외 진출 단계별 전문 상담 서비스를 제공하는 IT수출상담지원센터를 운영해 오고 있습니다.

본 가이드북은 IT수출상담지원센터가 기업 상담 및 컨설팅을 제공하면서 국내 ICT 기업이 미리 참고하시면 좋은 상담사례를 중심으로 해외 진출에 작은 길잡이가 되고자 발간되었습니다. 아무쪼록 본 가이드북이 우리 ICT 기업의 해외 진출에 작은 디딤돌이 되었으면 하는 바람입니다. ICT기업들이 올 한 해도 잘 마무리하시고 2017년 정유년에도 KOTRA와 함께 더욱 발전하시기를 기원합니다.

2016년 12월
KOTRA 전략마케팅 본부장 김두영





CONTENTS

ICT 기업 해외 진출 가이드 · 6

1 해외 진출 계획 수립 · 14

2 제품 및 기술의 완성 · 28

3 타깃 고객 선정 · 40

4 마케팅 활동 · 50

5 영업 및 제안 · 62

6 계약 및 수출 · 76

수출성공사례 · 96

KOTRA IT사업단 · 106

IT수출상담지원센터 · 108

해외IT지원센터 · 110

ICT 해외 진출 지원사업 · 112

ICT 주요 용어 · 114



ICT 기업 해외 진출 가이드

해외 진출 계획 수립 1

- 해외 진출의 필요성과 목적의 명확화
- 국내 사업 안정화 및 투자 여력 확보
- 경영진의 의지와 적극적 지원
- 해외 사업 전략 및 추진 목표 설정

제품 및 기술의 완성 2

- 제품 및 기술 안정화
- 맞춤형(Customization)의 용이성 확보
- 지적재산권 확보, 국제표준 및 인증 취득

타깃 고객 선정 3

- 타깃 국가 선정
- 시장 현황 파악
- 산업/기술 타기팅 및 초기 고객 확보



해외 진출!
우리 회사는 지금 어디에?



6 계약 및 수출

- 각종 표준 문서 준비
- 협상 내용의 계약서 반영
- 리스크 헤지(Risk Hedge) 및 예비비 반영
- 사업 종료, 유지보수 및 후속사업 개발

5 영업 및 제안

- 영업 방식 결정
- Agent(영업 대리인) 및 파트너 활용
- 국제 입찰 및 경쟁에 대한 준비
- 신용조사, 사업조건, 조세/관세, 수출입 제한 등 파악

4 마케팅 활동

- 충실한 홍보/마케팅 준비
- 전시회/상담회 등 적극 활용
- 현지 파트너 활용



01 해외 진출 계획 수립

1 해외 진출의 필요성과 목적의 명확화

대수 기업의 해외 진출은 단순한 고객 확대를 넘어 글로벌 경쟁 시장으로 진입한다는 큰 의미를 갖고 있습니다. '국내 시장이 한계에 다다랐다' 또는 '남들이 나가니 나도 간다'는 식의 사고로는 글로벌 경쟁의 장에서 이길 수 없습니다. 해외 진출이 우리 회사와 현지 고객에게 어떠한 부가 가치를 제공할 것인지, 중장기적으로 어떠한 발전 방향으로 나아가는 것이 바람직한지 등을 명확히 설계하고 첫 단추를 잘 끼워야 합니다.



2 국내 사업 안정화 및 투자 여력의 확보

대부분의 해외 고객은 사업자의 기존 레퍼런스를 확인함으로써 제품과 회사의 신뢰도를 점검합니다. 따라서 국내 사업에서 충분한 경험과 안정화를 다지고 이를 바탕으로 해외 진출을 시도할 것을 권유합니다.

또한 해외 사업을 통해 수익을 확보하기까지는 상당한 시간적, 경제적 투자가 수반되므로 회사가 이러한 투자 여력을 확보할 때까지는 국내 사업을 통해 체력을 충분히 다지는 것이 좋습니다.

3 경영진의 의지와 적극적 지원

해외 진출을 추진할 때에는 경영진의 역량과 의지가 더욱 중요합니다. 기존에 경험해 보지 않았던 다양한 이슈가 발생할 가능성이 높고, 그때마다 즉각적인 검토와 대응이 필요한데 이를 실무자에게만 맡겨 두고 경영진은 최종 결론만 내리려고 한다면 올바른 의사결정이 이뤄지기 어렵고 결국 제대로 된 해외 진출도 기대하기 어렵습니다.

4 해외사업 전략 및 추진목표 설정

해외 진출 준비도 점검 항목을 도출하고 큰 방향의 전략과 목표를 설정해야 합니다.

검토항목	세부 내용	
진출국가 선정	국가의 매력도	국가 환경 / 시장규모 / 시장 성숙도 및 성장성
	경쟁 유효성	법적 규제 / 유통 장벽 / 문화적 특성
산업영역 선정	강점 영역 분석	국내 산업에서의 위상 / 성장률 및 이익률
	국가별 산업 매력도	산업별 규모 및 구조 / 성장률 / 경쟁구도 / 규제 등
제품/서비스 선정	진입 가능성	현지화(Localization) / 맞춤형(Customization)
	차별화 요소 분석	가치 제안(Value Proposition) / 고객의 사업전략 및 경쟁전략 지원
시장진입 방법	마케팅 전략 수립	고객의 요구/수요에 맞춘 타겟 마케팅
파트너십 방안	협력 시너지 분석	상호 성장전략(Give & Take)/ 해당 시장에서의 포지셔닝

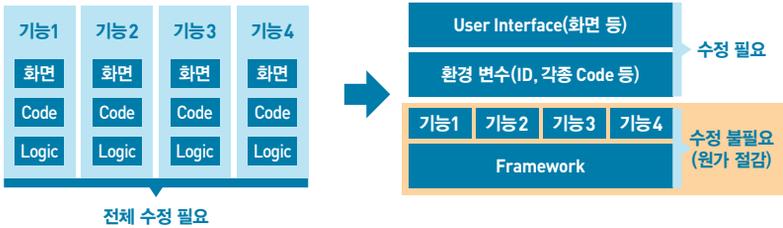
02 제품 및 기술의 완성

1 제품 및 기술 안정화

IT 기업의 해외 진출에 있어 품질에 대한 완벽성은 그 무엇보다도 중요합니다. 특히 국가별로 다양한 환경 차이에 따른 현지화에 대해서는 충분한 수정과 보완, 테스트 등을 거쳐 완벽 이상의 제품을 공급한다는 각오로 임해야 합니다. 국내에서는 문제 발생 이후 보완을 거쳐 재납품하는 관행이 통해서 해외에서 품질 문제는 클레임과 거래 종료라는 큰 난관에 부딪히게 되는 경우가 많으니 더욱 세심하게 주의해야 합니다.

2 맞춤형(Customization)의 용이성 확보

소프트웨어, 하드웨어(내부 임베디드 소프트웨어 포함)의 현지화를 위해서는 기능과 인터페이스 부분을 명확히 분리해 개발에 소요되는 시간과 원가를 절감함으로써 수익성을 증가시키는 노력을 해야 합니다.



3 지적재산권 확보, 국제표준 및 인증 취득

해외 진출 시 반드시 염두에 두어야 할 것은 상호 지적재산권의 보호입니다. 자사의 기술을 보호하기 위한 특허 출원/등록은 물론 우리 기술이 상대방 국가의 특허를 침해하지 않았는지 확인하기 위한 선행기술 조사 등도 반드시 필요한 과정입니다.

소프트웨어의 소스코드를 요청하는 고객의 경우는 지적재산권 보호를 위해 소프트웨어 임치(Software Escrow)를 활용하는 방안을 검토하는 것도 바람직합니다. 글로벌 시장 진입을 위한 국제표준 및 강제/임의 인증에 대해서도 충분한 준비가 필요합니다.

해외 인증의 종류	국가	ICT관련 주요 인증
법정인증 해당 국가의 법적 근거에 따른 인증	미국	UL(안전규격), FCC(전자통신), MET(전기)
민간인증 1 강제인증 현지 진출 위해 필히 취득해야 하는 인증	EU	CE(유럽통합인증)
2 임의인증 필수는 아니나 현지 바이어/유통상이 요구하거나 취득 시 신뢰도 제고 효과	일본	PSE(전기전자기계), JIS(공업표준)
	중국	CCC(중국강제인증), ISCCC(정보기술보안 강제인증)
	사우디	SASO(표준), CITC(유무선통신)
	브라질	ANATEL(유무선통신)
	이란	ISIRI(국가표준)

03

타깃 고객 선정

1 타깃 국가 선정

해의 사업 초기부터 여러 나라에 동시에 진출하는 것은 바람직하지 않습니다. 우선 가장 타당성이 높은 국가를 선정해 시장조사(수요, 경쟁 등)를 한 이후 첫 번째 레퍼런스를 확보하고 시행착오를 거쳐 기술적·사업적 완성도를 높인 다음 주변 국가로 확장하는 것이 안전합니다. 단, 기능이 단순하고 단기간 내 수출이 가능한 IT 기기 등 특허 침해의 우려가 있는 하드웨어는 특정 지역의 다수 국가에 동시에 진출하는 것도 검토할 수 있습니다. 타깃 국가 선정 시에는 정치, 경제, 사회, 문화, 비즈니스 환경 및 관행은 물론 국가별 부패지수도 확인해 거래의 투명성, 원가예측 가능성 등도 고려해야 합니다.

2 시장 현황 파악

타깃 국가를 선정할 후에는 본격적으로 자사 제품의 진출 가능성을 검토하기 위한 시장조사가 반드시 필요합니다. 시장조사는 현지 수요, 가격, 유통구조, 인증, 경쟁 동향 등에 대한 다각적인 내용을 포함해야 합니다. 일반적인 시장조사 이후에는 자사 제품과 서비스의 진입 가능성에 대한 검토가 이뤄져야 하며, 이때는 '판매자' 중심의 사고가 아닌 '고객' 지향적 사고로 접근해야 합니다.



3 산업/기술 타깃팅 및 초기 고객 확보

타깃 국가가 선정되면 다시 해당 국가 내에서도 Vertical(산업)/Horizontal(기술) 솔루션 및 제품의 적용 대상을 선정해 실적을 확보한 후, 타 산업/기술 분야로 확대하는 것이 좋습니다.

Vertical Solution(산업)

Horizontal Solution(기술)



- 초기 집중 공략 대상 산업 및 기술 선정
- 레퍼런스 확보 후 타 산업/기술로 확산

04 마케팅 활동

1 철저한 홍보/마케팅 준비

영문 홈페이지는 타깃 국가의 고객 성향과 수출 제품의 특성을 최대한 고려해 국문 홈페이지와 구조는 물론 콘텐츠의 양과 내용을 차별화해서 구축해야 합니다. 또한 원어민 등을 통해 어색한 부분이 없는지 검토하고 수정·보완해야 합니다. 표현은 가급적 직관적이고 단순해야 하며 자세한 사항은 PDF 등을 다운로드받을 수 있도록 하는 것이 좋습니다. 리플릿, 브로슈어, 동영상 등의 소개 자료 내용은 회사 대 제품을 2 대 8 정도로 구성해 가능한 사업적 접근성을 높이는 것이 좋고 동영상의 경우는 현지어 자막을 삽입해 독자의 입장에서 쉽게 이해할 수 있도록 배려할 필요가 있습니다.

홈페이지

- 회사 개요, 사업 영역, 실적 사례
- 이미지+텍스트(검색 노출 고려)의 적절한 배합

리플릿, 브로슈어, 동영상, 데모

- 전체 목록 및 제품별 별도 자료
- 3-5분 동영상, 회사:제품 = 2:8

회사소개서

- 마케팅용, 투자유치용 별도

명함

- 영문 닉네임, 사설 이메일(X)

언어

- 영문은 기본
- 타깃 국가 명확화, 현지어 버전

표현 및 문화

- 직관적이고 단순한 구성 (자세한 사항은 브로슈어 등 활용)
- 1:1 단순 번역 지양
- 현지 문화 및 정서에 맞는 표현
- 동영상은 현지어 자막 삽입

Soft Copy Media

- 표준 포맷 (PDF, AVI or MP4)

전시회/상담회

- 회사 소개 자료는 사전 공유하고 구체적 비즈니스 상담 시간 확보
- TV/모니터 통해 동영상 Run
- 장비 반출 시 ATA 카르네 활용

전달 방법

- 자료 USB 저장 → 기념품 제공
- 명함 전달 시 기본 예의 숙지
- 자랑보다는 청취에 집중

2 전시회/상담회 등 적극 활용

비교적 저렴한 비용으로 다수의 잠재고객과 네트워킹할 수 있는 전시회 및 상담회를 통해 자사의 홍보와 브랜딩을 하는 것이 좋습니다. 초기에는 국내에서 다수의 국가로부터 방한하는 바이어와 파트너를 접촉하고, 이후 진출 국가가 압축되는 시점에는 해외 현지에서 개최되는 행사에 참가해 타깃 마케팅을 하는 것이 효율적인 접근 방법입니다.

한편 이러한 행사를 통해 네트워킹한 해외 바이어, 에이전트 등에게는 반드시 일주일 내에 감사의 인사를 이메일로 전하고 필요한 내용을 소프트카피 또는 홈페이지 링크 등으로 제공하며 지속적인 커뮤니케이션을 유지하는 것이 사업기회 발굴에 유익합니다.

3 현지 파트너의 활용

현지에 대한 이해도가 낮고 브랜드 파워가 약한 국내 기업이 해외의 최종 고객에게 마케팅, 영업을 통해 사업을 수주하는 것은 현실적으로 매우 어렵습니다. 또한 다수의 국가에서 마케팅을 해야 하는 경우, 사내에 지역별 전문 마케팅 인력을 두는 것도 비효율적입니다. 따라서 현지 시장과 고객을 잘 알고 있는 파트너를 통해 진출을 검토하는 것이 바람직합니다.

05 영업 및 제안

1 영업 방식 결정

품목의 특성, 타깃 국가 및 자사의 보유 역량 등에 따라 가장 적합한 영업 방식을 결정해야 합니다.

	자사 직접 영업	Agent(영업대리인) 활용	리셀러/파트너 활용
개요	<ul style="list-style-type: none"> • 현지를 잘 아는 전문가 필요(문화, 언어, 실무 경험) 	<ul style="list-style-type: none"> • 주로 현지 장기체재 한국인(기업) • 수수료는 성공보수로 지급 • 기본 영업비용은 제공 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 정확한 R&R(역할 및 책임) 중요 • R&R에 따른 라이선스 정책 및 수수료 등 책정
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 신속한 소통 및 의사결정 • 단위 사업 수행 시, 수익성 ▲ • 회사의 기밀 유지 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 Key-Man 네트워킹 통한 고급 정보 입수 	<ul style="list-style-type: none"> • 파트너의 기존 고객 일시 확보 • 현지 문화/관행에 대한 이해 有
단점	<ul style="list-style-type: none"> • 고객접근성▼, 영업비용 ▲ • 현지 정보 입수 부족(초기) • 시행착오 가능성 高 	<ul style="list-style-type: none"> • 검증되지 않은 Agent의 경우 사기 가능성 高 • 개도국의 경우 UTM 부담 고려 	<ul style="list-style-type: none"> • 일정 궤도 진입 전 수익성▼ • 관계 악화 시 회복/대체 어려움
주의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 법인과 본·지사 간 거래 시 이전가격*이슈발생에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> • 네트워킹 강조하는 Agent 주의 • 필요 시 KOTRA 무역관에 Agent 블랙리스트 확인 요청 	<ul style="list-style-type: none"> • 파트너십 체결 이전, 충분한 회사 정보확인 필요(신용도, 대금지급관행 등)

•이전가격(TP: Transfer Price): 법인세 부담을 최소화하기 위해 본·지사 간 비정상적인 수준으로 거래하는 가격

2 Agent(영업대리인) 및 파트너 활용

Agent는 주로 현지 장기체류를 통해 얻은 인적 네트워크를 바탕으로 사업기회를 발굴, 소개하는 한국인이 많습니다. 현지 상황을 모르는 한국 기업 입장에서는 사업기회를 발굴해 주므로 잘만 연결되면 좋은 결실을 얻을 수도 있습니다. 그러나 사업·기술에 대한 전문성 없이 인맥만을 강조하며 사전에 고객의 보수를 요구하는 경우도 있으므로 이들에 대한 검증 및 주의가 필요하며 사업 수주 후 성공보수 형태로 지급하는 것이 안전합니다.

현지 파트너는 역할과 책임에 따라 단순 마케팅/홍보, 적극적 영업/수주 활동, 사업 공동 참여 및 유지보수 등 다양한 형태로 업무 협력을 하기 때문에 각각의 경우에 대한 제공 마진율이 다를 수 있으므로 사업별로 개별 검토 및 의사결정이 필요합니다.

3 국제 입찰 및 경쟁에 대한 준비

국제 입찰 절차는 일반적으로 유사하나 국가별 특징 및 관행 등이 있으므로 현지 지사 또는 파트너 등을 통한 사전 확인 및 발주처에 대한 질의 등을 통해 철저한 사업참여를 준비해야 합니다.

사업정보 입수 및 발굴 → 사전자격심사(PQ) → 입찰 초청(ITB) → 입찰요청서(RFP) 교부 → 입찰(제안)서 제출 → 개찰/평가(기술·가격) → 낙찰 → 계약 체결 → 사업수행·종료

4 신용조사, 사업조건, 조세/관세, 수출입 제한 등 파악

거래 상대방(수입자)에 대한 신용조사를 통해 재무현황, 대금지불 관행 등을 파악하고 장기 프로젝트의 경우 고객사의 개발환경 제공 여부, 출장·파견비 및 보험료뿐만 아니라 사업 기간에 따른 고정사업장 설치 및 파견자 개인소득세 부과 여부, 각종 조세 항목 등을 바탕으로 원가 및 손익에 대한 철저한 분석 및 예측을 해야 합니다.

한편 해당 사업 품목에 따른 국가별 수출(수입) 제한 여부, 법규 및 필요 인증, 전략물자 해당 여부 등도 확인해 장애요인을 사전에 제거하여야 합니다.

06

계약 및 수출

1 각종 표준 문서 준비

거래 상대방과의 모든 협의는 단계별로 각종 문서에 기록함으로써 향후 발생할 수 있는 법적 문제에 대비해야 합니다. 따라서 해외사업 추진을 위해 다음과 같은 표준 문서를 준비해 둘 것을 권유합니다.

회의록(MoM:Minutes of Meeting), 비밀유지계약서(NDA:Non-Disclosure Agreement), 양해각서(MOU:Memorandum of Understanding), 의향서(LOI:Letter of Intend), 위임장(POA:Power of Attorney), 계약서(Agreement, Contract)

2 협상 내용의 계약서 반영

협상을 통해 모든 거래 조건이 결정되면 계약서는 가능하면 우리 기업에서 먼저 유리한 조건으로 제안해 협상의 주도권을 쥐는 것이 중요합니다. 만일 거래 상대방이 기존에 다른 기업과 체결한 계약 내용이나 거래 관행을 파악할 수 있다면 협상 전략 수립에 도움이 될 수 있습니다.

기존 고객 시스템과의 연동이 필요한 IT 서비스 프로젝트의 경우 계약서에 기존 시스템(Legacy System)과의 연계를 허용할 것을 고객 지원사항에 포함시킴으로써 고객의 귀책사유에 의한 지연 등의 위험요소를 사전에 해소하는 것도 필요합니다.

3 리스크 헤지 및 위험비용 반영

거래 상대방의 파산, 지급불능 또는 해당 국가의 전쟁, 내란, 환거래 제한 등에 따라 수출 대금 회수 불가 등의 위험에 대비하기 위해 수출보험 가입을 권유합니다. 또한 사업이 장기간 진행되는 프로젝트의 경우 환차손 위험에 대비해 선물환계약을 체결해 두는 것이 좋습니다. 고객으로부터 본 계약 체결 이전에 인력 선투입 요구가 있을 경우 가능한 한 정식계약 체결 이후 투입하는 것으로 협상하되, 불가피한 경우에는 선투입 계약을 별도 체결해 사업 추진 중단에 따른 위험을 최소화하는 것이 좋습니다.

제반 위험요소를 반영해 원가를 산정한 후에도 해외사업 추진의 다양한 불확실성에 따른 잠재적 위험(Hidden Risk)을 감안해 위험비용을 추가로 원가에 반영해 두는 것이 안전합니다.

4 사업 종료, 유지보수 및 후속사업 개발

각 단계별 제품공급, 용역수행 등이 완료되는 시점에 검수확인서, 언론홍보 등을 통해 명확한 종료를 선언하는 것이 중요합니다.

소프트웨어의 경우 추후 권리 보호를 위해 소프트웨어 저작권 등록 등을 해 두는 것이 좋으며, 전자적 무체물에 대한 수출실적 등록도 각종 수출기업에 대한 혜택을 받는 데 도움이 됩니다. 공급 제품과 시스템에 대한 유지보수는 사업자의 책임감 표명뿐 아니라 향후 후속 사업의 발굴 및 수주에도 큰 영향을 미칩니다. 현지에 일부 인력의 잔류 또는 신뢰할 수 있는 파트너의 배치를 통해 유지보수 체계를 명확히 해 둬으로써 기업의 신뢰도를 제고할 수 있습니다.

01 해외 진출 계획 수립





처음으로 해외 진출을 하려는 ICT 기업입니다. 사전에 무엇을 준비해야 할까요?

한국 기업이 해외에 진출하기 위해서는 사전에 다양한 관점에서 검토하고 준비해야 할 사항이 많습니다.

1 해외 진출의 필요성과 목적에 대한 신중한 검토

우선 해외로 진출하려는 목적이 무엇인지 생각해 보아야 합니다. 궁극적인 목적이 명확하지 않은 상황에서 주변 분위기에 휩쓸려 쫓기듯이 움직이는 것은 바람직하지 않습니다. 만일 국내에서 안정적으로 사업을 전개하고 있고 적정한 수준의 수익을 올리는 상황이라면 해외 진출을 위한 충분한 여력이 생길 때까지 국내 사업에 더욱 집중하는 것이 바람직합니다. 만일 국내 시장이 포화 상태에 진입하고 자사 제품이 해외에서도 충분히 경쟁력이 있다고 판단되면, 그때가 비로소 해외 진출의 시점이라고 할 수 있습니다. 이때 고려해야 할 사항은 단순히 제품을 팔겠다는 생각보다 자사의 제품과 서비스가 고객의 니즈와 환경에 맞는지, 고객의 가치와 수익성 제고에 기여할 수 있는지 등을 비롯해 고객의 입장에서 면밀하게 검토해야 합니다.

2 향후 해외 사업 전개를 위한 사전 준비

미래의 해외 고객은 우리 회사에 대해 다음과 같은 사항을 궁금해할 것입니다. 따라서 국내 사업을 전개하면서도 향후 해외 고객의 요청에 대응할 수 있도록 미리 준비해 두는 것이 좋습니다.

해외 바이어/발주처의 관심사항

- 공급 기업의 안정성 (업력, 대표자, 재무, 인력 등)
- 제품/솔루션/서비스의 내용 및 자사(고객사) Needs 와의 부합 여부
- 기존 공급/구축 사례 및 도입 고객의 효과/반응 등

기존 공급/구축 실적에 대한 증빙 사전 준비

- 각종 완료 확인서 (물품 공급, 프로젝트 완료, 검수 등 영문 자료)
- 고객의 효과/만족도 등에 대한 각종 자료 사전 확보 (감사의 글, 기사, 동영상 등)

3 해외 진출을 위한 투자 여력

해외 진출을 위해서는 상당한 투자가 수반되어야 하며 한번 시작하게 되면 쉽게 중단하기 어려운 상황이 됩니다. 단순하게 비용적인 측면에서도 국내에서 동일한 사업을 전개할 때보다 수십 배가 소요됩니다. 그 밖에 경영진의 전략적 집중도 분산, 시간적 투자, 해외 영업 인력 채용 등 고려할 부분이 기하급수적으로 늘어나기 때문입니다.

따라서 해외 진출을 고민할 때에는 자사의 전략적, 시간적, 경제적 투자 여력이 충분한지를 경영진과 실무자들이 허심탄회한 검토를 거쳐 결정하고 추진할 것을 권유합니다.

기업들은 수출 전 과정에서 많은 도움이 필요합니다. 기업 입장에서 지원을 요청할 수 있는 공공기관 및 사업은 어떤 것들이 있을까요?

중소기업의 수출을 지원하는 다양한 기관 및 사업들이 운영되고 있습니다. 각 기관별로 특성에 맞게 기업을 지원하며 개별 사업을 전개하고 있으니 이들 홈페이지를 수시로 방문하면 많은 도움을 받을 수 있습니다.

KOTRA 해외 현지 무역관은 기업이 해외법인 등을 설립할 때 현지 투자 정보, 방법 등을 제공합니다. KOTRA가 사업부별로 전개하는 전시회, 무역사절단, 바이어 초빙 상담회(국내) 등을 이용하면 해외 진출을 좀 더 용이하게 추진할 수 있습니다.

아래에 소개된 기관들은 연구개발 및 상품화 단계에서부터 수출 단계별로 해외 진출 기업의 컨설팅 사업, 제품 개발비 및 현지화 비용, 영문사이트 제작, 인증, 수출보험 가입 지원 등 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 이들 기관은 사업공고를 통해 사업 참여기업을 모집하고 있으니 수시로 홈페이지를 참고하시기 바랍니다. 전년도 사업이 다음해에도 지속되는 경우가 많으므로 전년 사업을 참고해 사이트에 기재된 담당자에게 전화하면 해당 사업 여부를 미리 확인할 수 있습니다.

수출 지원 유관기관

기관	단계	회사설립	연구개발	상품화	영업/마케팅	공급/납품	홈페이지
대한무역투자진흥공사(KOTRA)		●			●	●	www.kotra.or.kr
중소기업청(SBA)		●	●	●	●		www.smba.go.kr
중소기업진흥공단(SBC)				●	●		hp.sbc.or.kr
정보통신산업진흥원(NIPA)			●	●	●		www.nipa.or.kr
정보통신기술진흥센터(IITP)			●				www.iitp.kr
한국콘텐츠진흥원(KOCCA)				●	●		www.kocca.kr
한국정보통신기술협회(TTA)			●	●			www.tta.or.kr
한국정보화진흥원(NIA)			●	●			www.nia.or.kr
한국인터넷진흥원(KISA)			●	●	●		www.kisa.or.kr
한국지식재산센터(KIPA)			●	●			www.kipa.org
한국산업기술시험원(KTL)			●	●			www.ktl.re.kr
한국무역보험공사(KSURE)						●	www.ksure.or.kr
K-ICT본투글로벌센터				●	●		www.born2global.com

해외 기업과 거래 시 현지 주소가 필요합니다. KOTRA 무역관을 주소지로 활용해도 될까요?

일반적으로 한국 기업은 현지에서 영업할 때 KOTRA 무역관을 자사의 주소지로 사용할 수 없습니다. 다만 지사화사업의 부가서비스인 'My Office 서비스'를 통해 이러한 주소 문제를 해결할 수 있습니다.

지사화사업 부가서비스는 다양한 고객수요를 반영하기 위해 개발되었습니다. 일반 지사화 사업이 국내 수출 기업의 해외 판로 개척활동을 일대일로 지원하는 반면 부가서비스는 수출업체의 개별 세일즈랩 고용이나 사무실 임대, 수출촉진/투자유치와 관련된 업체 요청 사항 등을 선별해 지원합니다.

TIP

지사화부가서비스

Sales Rep 서비스

- 희망 업체가 자비 부담으로 시장개척을 담당할 현지 직원을 고용해 자사의 수출 마케팅에 독립적으로 활용
- 업체는 직원 채용 경비 및 제반 운영비를 참가비 형태로 부담
- 무역관은 세일즈의 전문경력이 있는 직원을 채용하고 관리하며 업체의 현지 마케팅 업무를 지원
- 단, 직원 채용 시 현지 노동법에 따라 채용

My Office 서비스

- 업체가 자사 직원을 무역관에 상주시켜 업무를 수행케 하는 등 무역관을 자사의 사무실로 사용
- 업체는 사무실 임대료 등 제반 운영비를 참가비로 부담
- 무역관은 업체 직원의 현지 활동을 지원하되 지원 범위는 무역관 자체적으로 결정

거래선 관리 지원 서비스

- KOTRA의 의존도가 높은 졸업 예정 지사화 업체를 대상으로 제한적 서비스 제공
- 지사화 지원 사업 졸업 이후 독자적으로 해외 사업 수행이 어려운 업체 지원

해외 진출을 위해 현지 법인을 설립하고 싶습니다. 어떻게 해야 할까요?

우선 용어 정의부터 명확히 하는 것이 좋겠습니다.

해외 지사는 크게 지점(Branch)과 사무소(Office)로 구분됩니다. 가장 큰 차이점은 지점은 적극적인 영업활동과 계약 행위 등이 가능한 반면 사무소는 단순 업무연락, 시장조사, 연구개발 등과 같은 비영업 활동만 수행할 수 있습니다.

한편 지점 중에서 현지법에 따라 법인격을 갖춘 경우 해외투자 허가를 받아 설립하는 것이 해외 법인입니다. IT 기업과 수출 상담을 하다 보면 초기 해외 진출 검토 단계부터 해외 지사 설립을 희망하는 기업이 많습니다. 물론 제품과 서비스 자체가 개발 단계부터 해외 시장을 지향(Born to Global)할 경우 해외 진출 초기에 해외 지사를 설립할 수 있지만 국내 시장에서도 제품과 서비스가 안착되지 않은 단계에서 해외 지사를 설립하는 것은 바람직하지 않습니다.

국내 시장에서 충분한 검증을 거친 제품과 서비스라면 완벽한 현지화 및 테스트를 거쳐 해외로 진출하는 것이 현지에서의 시행착오와 실패를 최소화할 수 있는 방법입니다. 만일 현지에서 마케팅, 영업, 유통, 서비스, 유지보수 등 다양한 비즈니스 활동을 하려 한다면 각 단계별로 비용 절감 방안을 병행 검토해야 할 것입니다.

다만, 미국에서는 고객에 따라 거래 초기부터 어떤 형태로든 현지 거점의 설립을 요구하는 경우도 있으므로 지속적인 사업 운영 및 확대 가능성을 감안한 별도의 검토가 필요합니다.

국가에 따라 다르겠지만 일반적으로 해외 지점 또는 사무소를 운영하기 위해서는 사무실 임차료 및 운영비, 현지 직원과 파견 인력 인건비, 회계감사 비용 등으로 인해 연간 최소 10만~30만 달러의 운영자금이 소요됩니다. 따라서 자금 여유가 없는 중소기업은 해외 진출 초기 단계부터 섬볼리 현지 지사 설립을 검토하는 것은 바람직하지 않다고 판단됩니다.

한편 마케팅 단계에서 현지 시장조사, 마케팅 활동 등을 계획하는 경우 KOTRA의 지사화 사업을 통해 초기 활동을 충분히 수행할 수 있습니다. 또한, 미국, 중국, 일본에서 좀 더 구체적인 현지화 및 진출 준비가 필요한 경우 KOTRA IT지원센터에 입주하면 비용과 시행착오를 최소화할 수 있으며, 중소기업진흥공단에서 12개국 20개 도시(2016년 현재)에 설치, 운영하는 수출인큐베이터를 활용하는 것도 좋은 대안이 될 것입니다.

최종적으로 현지 지사 설립이 필요한 단계가 되면 KOTRA 현지 무역관을 통해 신뢰할 수 있는 법무법인, 회계법인 등을 소개받아 지사 설립을 추진하는 것이 좋습니다.

해외 지사의 개념 및 차이점

구분	해외 지점(Branch)	해외 사무소(Office)
의의	<ul style="list-style-type: none"> • 독립채산제를 원칙으로 하여 외국에서 영업활동을 영위하는 해외 지사(일정 한도의 영업기금 보유) • 현지법인 : 현지 주재국의 법률에 따라 법인격을 갖춘 경우로, 해외투자 허가를 받아 설립 	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 L/C 개설 등 외국에서 영업활동은 영위하지 못하고 업무연락, 시장조사, 연구개발 활동 등 비영업적 기능만 수행 • 비영리단체가 국외에서 단체의 설립 목적에 합하는 활동을 위해 설치하는 해외지사
활동범위	<ul style="list-style-type: none"> • 주재국의 법률에 따라 본·지사 간의 독립채산제에 의거해 해외 영업기금을 바탕으로 자유롭게 영업활동 가능 • 본국으로부터 대리점 수수료, 대행 지급금, 기타 중개수수료 등을 지급받을 수 있음 • 본국의 외국환은행 및 본사의 지급보증에 의거해 현지에서 금융지원(현지금융)을 받을 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 직접적인 영업활동을 제외한 단순 마케팅, 시장조사, 본·지사 간 업무 연락 등 • 운영자금은 본사에서 전도금 등의 방식으로 송금
신고대상 (OR 조건)	<ul style="list-style-type: none"> • 과거 1년간 외화 획득 실적이 100만 달러 이상인 자 • 한국무역협회장 또는 주무부 장관이 외화획득 전망을 고려하여 해외 지점의 설치가 필요하다고 인정되는 자 	<ul style="list-style-type: none"> • 과거 1년간 외화 획득 실적이 30만 달러 이상인 자 • 외화 획득 실적이 30만 달러 미만이나 2인 이상이 공동으로 하나의 해외사무소를 설치하고자 하는 자 • 대외무역법에 의하여 무역업을 영위하는 법인으로 설립 후 1년이 경과한 자 • 한국무역협회장 또는 주무부 장관이 해외 사무소의 설치가 필요하다고 인정하는 자

TIP

KOTRA 해외IT지원센터

설치지역 미국 실리콘밸리, 중국 베이징, 일본 도쿄

대상기업 진출 희망 지역에 ICT 분야 수출역량을 보유한 중소·중견·벤처기업

선정절차 서류심사 요건을 통과한 기업에 한해 현지 전문가의 심사 거쳐 선정

지원내용 현지 사무공간 제공 및 정착 지원

현지 ICT 바이어 발굴/소개 및 상담 기회 제공

국내외 ICT 인적 네트워크 구축 및 현지 정보 제공 등

진행절차 KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr) → '해외IT지원센터사업' 신청

미국 시장에 진출하려는 스타트업입니다. 어떻게 접근해야 할까요?

미국은 한국 소프트웨어 기업이 진출하기에 가장 많이 시간과 비용이 소요되는 시장입니다. 최근 여러 스타트업이 다양한 서비스를 가지고 미국 진출을 타진하고 있습니다. 현재 국내 다수의 기관이 스타트업만을 대상으로 지원하는 다양한 사업을 운영하고 있습니다.

여러 지원사업 중에서 뉴욕, 실리콘밸리 등의 유명 액셀러레이터 및 인큐베이팅 기관이 개최하는 스타트업 경진 대회에서 선정된 이후 현지 액셀러레이팅 프로그램에 참여해 여러 멘토의 도움을 받는 것이 가장 좋습니다.

KOTRA와 여타 IT 유관기관들이 스타트업의 해외 진출 사업을 지원하고 있습니다. 이러한 프로그램은 한국 기업에 현지 문화의 특성 교육, 벤처 캐피털과의 만남 주선, 다양한 피칭 기회를 제공합니다. 이러한 과정을 통해 현실적으로 해당 스타트업이 미국 시장에 진출할 수 있는지를 가늠해 볼 수 있습니다. 한국 스타트업은 해외 벤처 캐피털 투자를 목표로 하는 경우가 많습니다. 따라서 스타트업은 자사의 서비스 모델과 제품을 설명하는 피칭 스킬, 유능한 팀 멤버와 현지 커뮤니케이션 능력 등을 갖추고 있어야 합니다. 또한 팀 구성에는 반드시 개발 인력이 포함되어 있어야 합니다. 특히 실리콘밸리에는 자사의 제품과 서비스를 발표할 수 있는 Meet up 등이 있으므로 현지 멘토 및 투자자 등과의 원활한 논의를 위한 커뮤니케이션 능력이 중요하며 이에 대한 대비를 한국에서부터 갖추고 가야 합니다.

미국은 스타트업이 여러 Meet up 및 커뮤니티에서 자사의 제품과 서비스를 발표하고 많은 피드백을 받을 수 있는 곳입니다. 그러한 과정에서 어찌 보면 한국적인 관점으로 제작된 사용자 인터페이스(UI)와 기능을 현지에 맞게 완전하게 보완하거나 변경하는 경우가 많습니다. 하지만 이러한 피칭 등을 통해 추후 투자가 논의되어도 벤처 캐피털들이 현지 거점(Presence)을 요구하는 경우가 많아서 추후에 법인 설립 등을 고려하게 됩니다. 그러므로 미국은 긴 호흡으로 생각해야 하는 시장이지 투자만을 목표로 하거나 단기간에 성과를 낼 수 있는 곳은 더욱 아닙니다. 또한, 팀원 중 일부는 반드시 현지에서 지속적으로 제품과 서비스를 마케팅하고 투자를 유치하기 위한 노력을 해야 합니다.

상당 기업 중 지난 1년간 이러한 과정을 거친 기업에 따르면, 한국에서 만든 솔루션의 이가 현지 미국 인큐베이팅센터 멘토링에 의해 완전히 변경된 이후 공식적으로 미국에서 서비스를 론칭할 수 있었다고 합니다.

미국은 단기간에 성과를 창출하고 투자를 받아 돌아오는 곳이 아님을 명심하고 진출을 고려해야 합니다.

실리콘밸리 진출을 꿈꾸는 한국 스타트업에게 주는 조언

첫 번째로 한국에서 가능한 한 많은 준비를 하고 오는 것이 좋다.

스타트업을 꿈꾸는 학생이나 청년들 및 관계자들이 실리콘밸리로 오고 있다. 하지만 이들 대부분은 사전 준비 없이 일단 가보자는 자세로 오기 때문에 프로그램을 소화하느라 바빠 정작 스타트업은 준비도 못해 보고 한국으로 돌아가서 처음부터 다시 시작하는 경우가 많다. 언어와 현지 시장에 대한 분석, 법률적·문화적 요소, 네트워크 구축에 도움을 주는 지인, 제품 테스트와 같은 것은 온라인으로 사용할 수 있는 다양한 톨들이 마련되어 있으니 반드시 기본적인 것들은 한국에서 모두 준비하고 난 뒤 미국으로 와야 한다.

두 번째로 제품이나 서비스 현지화에 앞서 사람부터 현지화를 해야 한다.

모두들 현지화를 외치지만 정작 사람들은 현지화되어 있지 않다는 느낌을 많이 받는다. 준비를 위해 실리콘밸리로 온 친구들 대부분은 Google이나 Facebook 등을 방문하여 free lunch도 즐기고 캠퍼스 곳곳을 촬영하여 SNS에 올리고 한다. 정작 중요하게 창업자가 관심을 가져야 하는 곳은 단지 1-2명이 자신들의 방이나 차고에서 같이 숙식하며 밤낮으로 일하는 현지 초기 스타트업이다. 무엇이 그들을 이토록 열정적으로 일하게 하는지, 서로 파트너가 될 수 있는 방법이 있는지를 살펴보는 것이 큰 도움이 된다. 이를 통해서 내가 가진 언어 장벽, 문화 차이, 현지 네트워크 부족, 현지 진출의 필요성, 그리고 실현 가능성에 대한 냉철한 분석과 성찰을 한 후에 실리콘밸리 진출을 결정하기를 바란다.

VC 앞에서 피칭은 보통 5~15분 정도인데 피칭의 핵심은 유창한 영어가 아니라 단순하고 명쾌한 팀과 제품에 대한 소개, 그리고 CEO의 열정과 의지를 담아낼 수 있는 스토리텔링이어야 하며 이는 상대방이 내게 원하는 정보를 철저하게 분석한 후 피나게 노력해야 한다. 보통 한국에서 온 CEO들은 한국에서 팀을 데려오거나 아예 혼자 해보려고 하는 경향이 있는데 이는 실리콘밸리의 네트워킹 문화를 이해하지 못하기 때문이다. 실리콘밸리에서는 여러 네트워킹 이벤트에서 만난 사람들이 공동 창업자가 되기도 하므로 현지의 문화를 잘 이해하고 경험 많고 검증된 현지인 파트너와 함께 하는 것이 실리콘밸리의 기업 문화를 좀 더 빠르게 이해하고 갈등을 최소화할 수 있는 방법이 될 것이다.

세 번째로 제품이나 서비스의 제대로 된 현지화가 필요하다.

마케팅에서 가장 중요한 것은 그 회사의 웹사이트이다. 영문 홈페이지 콘텐츠는 일반 native보다는 writing이나 editing 역력이 있는 전문가의 검수를 거치거나 전문가가 직접 콘텐츠를 제작하는 것을 추천한다.

또한 중요한 것이 제품과 서비스의 현지화이다. 가장 좋은 방법은 제품이나 서비스 개발부터 글로벌 시장을 고려하고 개발 후에 수정을 최소화하는 것이다. 조금 더 시간이 들더라도 처음부터 전문가의 도움을 받아 현지화 프로세스를 거치는 것이 현명한 방법이다.

출처: SILICON Valley Startup Guide(Kotra 실리콘밸리 무역관)

TIP

실리콘밸리지원센터

www.KOTRAsv.org/Center

실리콘밸리에서 동업자 찾기 사이트

www.cofounderslab.com

founderdating.com

techcofounder.com(엔지니어)

fairsoftware.net

사업기획서 참고사이트

SCORE: www.score.org

Bplans.com: www.bplans.com

U.S. Small Business Administration: www.sba.gov

Entrepreneur.com: www.entrepreneur.com

IPTV용 셋톱박스 제작 업체입니다. 해외 진출을 고려하고 있는데 해외 시장 정보를 어떻게 구할 수 있나요?

우선 기본적으로 개별 국가의 방송통신 환경 및 수준, 현지 업계 현황, 경쟁사 제품 동향 등의 자료를 입수해 자사 제품의 진출 가능성을 타진해야 합니다.

각국 정보통신방송현황 자료는 정보통신산업진흥원(NIPA)에서 해마다 업데이트해 발간하고 있으니 이를 참고하면 각국 정보통신, 방송을 비롯한 인프라 현황 등을 파악할 수 있습니다.

또한 KOTRA도 각국의 시장 및 제품 정보를 수시로 KOTRA 해외시장뉴스 사이트에 업로드하고 있으니 참고하시기 바랍니다.

이러한 기본적인 정보 이외에 현지 업계 및 경쟁사 동향 등을 더 자세하게 파악하기 원하면 필요한 정보를 구체적으로 정리한 후 KOTRA 해외시장조사(유료)를 이용할 수 있습니다. 해외시장조사는 기업 신청 시 배정된 전문위원이 각국에서 개별 조사를 진행한 후 요청 기업에 조사 결과를 보고서로 제공합니다.

TIP

정보통신방송 현황 www.conex.or.kr

KOTRA 해외시장뉴스 news.kotra.or.kr

KOTRA 해외시장조사 서비스 KOTRA홈페이지(www.kotra.or.kr)

지원사업안내 → 해외시장개척지원 → 해외시장조사 → 맞춤형 시장 조사

해외 수출 지원 사이트

단계	사이트명	내용	URL
제품 및 기술의 완성	IP-Desk	KOTRA 해외지식재산센터로 상표, 디자인 출원 신청 지원 서비스	www.ip-desk.or.kr
	해외인증정보시스템	한국산업기술시험원(KTL)의 국가별 인증정보 안내 및 컨설팅 지원 서비스	cic.ktl.re.kr
	해외규격인증획득 지원	중소기업청 해외규격인증 획득 지원사업	www.smba.go.kr
	정보통신 시험인증	한국정보통신기술협회(TTA)의 통신 분야 표준화/ 시험인증 지원	test.tta.or.kr
	중국 ICP 허가증 발급	중국 온라인 서비스 시행을 위한 전산업무 경영허가증(ICP)신청	www.miibeian.go.cn
	소프트웨어 입지	소프트웨어의 설계서, 소스코드, 매뉴얼 등 등록 및 필요 시 제공	www.swes.or.kr
타깃 고객 선정	국제투명성기구	국가별 부패지수(Corruption Index) 조사 결과	www.transparency.org
	KOTRA 해외시장뉴스	KOTRA 전 세계 무역관에서 조사하는 현지 산업별 시장 현황 등	news.kotra.or.kr
	CONEX	정보통신산업진흥원(NIPA)의 정보통신분야 해외시장 동향 등	www.conex.or.kr
	해외국가정보	전 세계 국가정보 (정치, 경제, 문화, 투자 등) 및 해외출장 참고자료 등	news.kotra.or.kr
	ICT통계 정보	정보통신정책연구원(KISDI)의 ICT분야 각종 통계 정보	www.itstat.go.kr
마케팅 활동	해외투자진출 정보포털	해외진출 및 투자 관련 각종 정보 및 가이드, 해외진출 한국 기업 정보	www.ois.go.kr
	글로벌전시포탈	해외진출을 위한 국내외 각종 전시회 정보 및 참가신청 안내	www.gep.or.kr
	해외전문인력 유치센터	KOTRA의 해외 인력 발굴 및 채용 지원	contactkorea.go.kr
	통번역 지원 서비스	한국무역협회 제공 수출 초보기업 통번역 지원 사업	tradesos.kita.net
영업 및 제안	관세율 조회	관세청 제공 세계 HS 정보시스템, KOTRA 관세율 팩스 서비스(상기 HS 정보시스템 미등록 국가)	www.customs.go.kr openknowledge.kotra.or.kr
	전략물자관리 시스템	전략물자 해당 여부 자가 진단 및 전문가 판정 지원	www.yestrade.go.kr
계약 및 수출	수출보험/ 해외신용조사	무역보험공사 외국업체 신용조사, 수출보험 및 각종 수출금융 지원 사업	www.ksure.or.kr
	수출입 실적증명	한국무역협회의 수출입 실적증명 (용역 및 무채물-SW 수출 실적 등)	www.kita.net
기타	트레이드 닥터	KOTRA의 산업·지역 전문가를 통한 온라인 수출 상담	tradedoctor.kotra.or.kr

해외 공공조달 시장에 진입하려면 어떻게 해야 하나요?

해외 조달시장이란 외국의 연방정부, 주정부, 지방정부 등 정부기관 및 UN, 국제개발은행 등의 국제기구에서 필요한 물품이나 서비스 등을 민간업자를 통해 구입하는 시장을 말합니다. 해외 조달시장 규모는 미국이 29조 원 규모에 이르며, EU는 2014년 기준, 약 1조 9,315억 유로를 기록하며 EU 전체 GDP의 약 13.67%를 점유하고 있습니다.

정부조달시장의 폐쇄적인 특성상 신규 진입이 수월하지 않지만, 일단 미국 조달시장에 진입하게 되면 안정적인 사업이 가능하며 네트워킹 구축 및 레퍼런스를 통한 시장 확대가 용이하다는 장점이 있습니다.

외국기업의 입장에서 미국 현지의 정부 구매 담당자를 상대로 영업을 하여 납품 기회를 얻기 위해서는 미국 현지 법인 설립, 물류 및 A/S망 구축, 미국의 법과 조달제도 및 절차 등에 대한 지식을 갖춘 영업인력의 채용 등 많은 시간과 비용이 듭니다.

정부 입찰 참여 시 의무할당제를 비롯한 각종 특혜를 받게 되는 미국 현지의 중소기업, 여성소유기업, 상이용사 소유기업 등 조달우대기업들과 경쟁하기 불리한 입장인 외국 기업의 경우 시간과 비용 절감을 위해서 현지의 정부조달업체를 통해 제품을 공급하는 우회진출을 고려해 볼 수 있습니다.

한국 기업 중에서 미국 조달시장에 진입하고자 하는 기업들은 KOTRA, 중소기업청, 조달청 등 공공기관에서 지원하는 다양한 프로그램을 통해서 비용과 위험을 최소화하면서 미국 시장 진입을 추진할 수 있습니다.

특히, 이들 공공기관은 미국 조달시장 진출을 확대하기 위한 미국 현지의 전시회 참여 지원 및 미국의 정부조달 벤더를 한국으로 초대하여 세미나 및 1:1 미팅 등의 기회를 제공함으로써 국내 기업들이 보다 쉽게 미국 조달시장에 진출할 수 있도록 기회를 열어주고 있습니다. 또한, KOTRA, 중소기업진흥공단, 한국무역보험공사, 한국수출입은행 등이 함께 우리 기업들의 글로벌 공공조달 시장 진출을 지원하기 위해 '글로벌조달전문기업 육성사업'을 수행하고 있습니다.

무엇보다도 미국 정부조달 사업에 참여하기 위해서는 경쟁력 있는 제품과 서비스를 가지고 끈질긴 시장 개척 노력 및 인내가 필요합니다. 또한 빠르고 정확한 정보력과 긴밀한 네트워킹 구축을 통해 정확하게 시장을 파악하고 전략적으로 접근한다면, 미국 정부조달시장에서 한국 중소기업들이 보다 많은 계약을 성사시킬 수 있습니다.

글로벌 조달전문기업 육성사업

KOTRA 해외조달시장진출 마케팅활동 지원

중소기업진흥공단 정책자금지원한도 우대(최대 30억 원이내)

한국무역보험공사 수출보증보험 한도 확대(최대 2배)

한국수출입은행 금융지원우대 최대 0.4% 이내

• 금융 및 자금지원은 별도 심사 결과에 따르며, 자동 부여 혜택이 아님

해외법인 또는 국내에 해외 인력을 채용하고 싶는데 어떻게 찾으면 좋을까요?

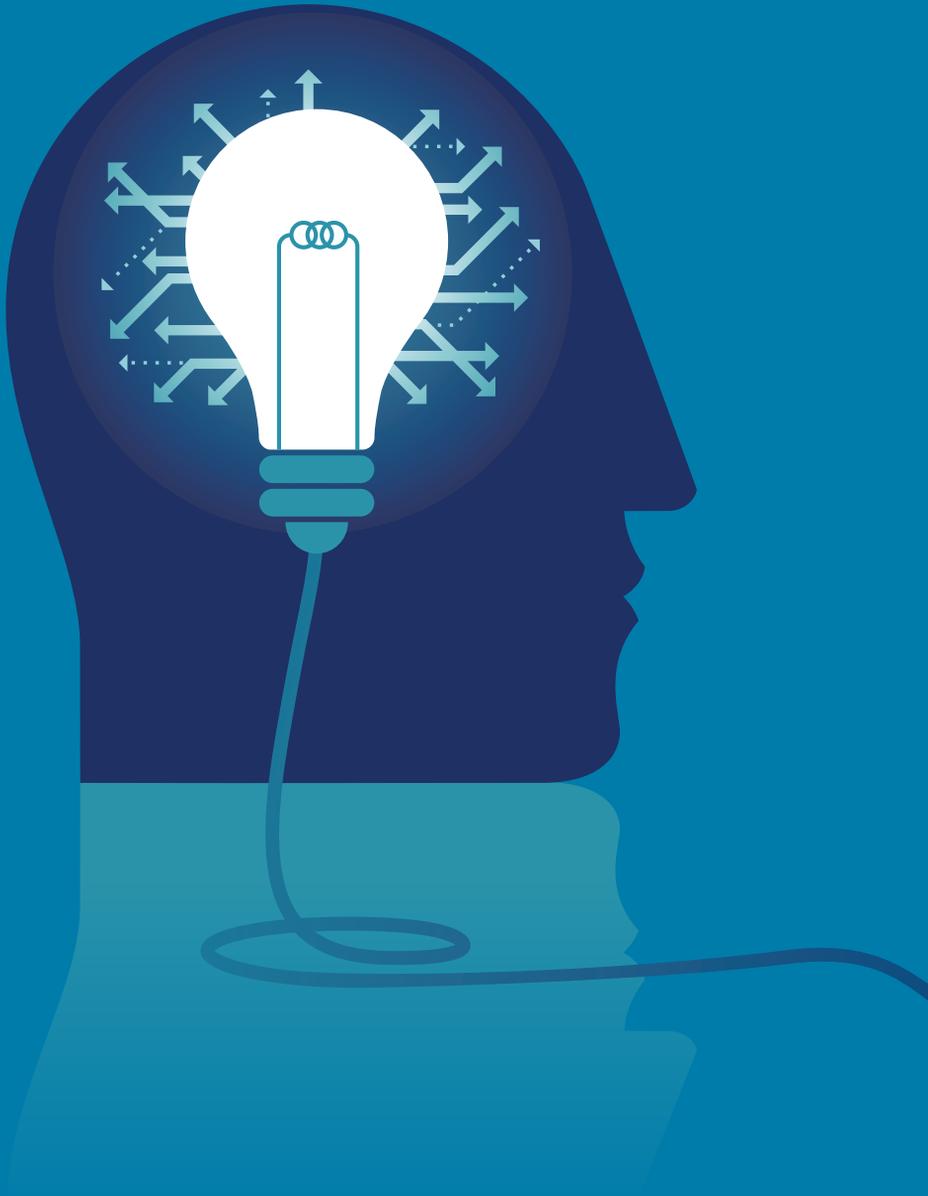
해외 인력 채용을 위해서는 다양한 방법이 있지만 주로 활용하는 것은 글로벌 리크루트 회사를 통해 인력을 소개받고 채용하는 것입니다. 그러나 중소기업의 경우 헤드헌터에게 지불해야 하는 수수료도 적지 않은 부담이 될 수 있습니다.

이에 KOTRA에서는 2016년 12월 현재 전 세계 86개국 126개 현지 무역관을 통해 기업들이 원하는 우수한 인력을 발굴, 채용할 수 있도록 글로벌 인재발굴 서비스를 제공하고 있습니다. 중소기업들이 경영, 기술, 지식서비스 등의 분야에서 특별한 지식이나 경험을 갖춘 글로벌 인재를 국내 또는 해외법인에 채용할 수 있도록 지원해 주는 서비스이며, 중소기업에는 무료로, 대기업에는 유료로 지원합니다.

또한 한국 기업이 해외 현지에서 다수의 인재를 채용하기 위한 설명회 등을 개최하고자 할 때에도 현지 무역관을 통해 맞춤형 인재정보 조사 및 채용 박람회/설명회 등의 개최를 지원해 주는 맞춤형 서비스도 제공합니다.(유료 서비스)

TIP

KOTRA 해외전문인력유치 지원센터 contactkorea.kotra.or.kr(02-3460-7393~4)



02 제품 및 기술의 완성





국내용으로 개발된 소프트웨어를 해외에 수출하기 위해서는 현지화를 어떻게 해야 할까요?

하드웨어도 해외에서는 전력, 주파수 등 다양한 현지 환경과 규제 등에 맞추어 사용할 수 있도록 하는 현지화가 필요하듯이 소프트웨어도 사용자 접근성(UI) 측면의 현지화 이외에 일반 사용자의 눈에 보이지 않는 소스코드상의 구조 및 각종 변수의 명칭 등에도 추후 현지에서의 유지보수를 위한 현지화가 반드시 필요합니다.

물론 소스코드를 공개하지 않고 코어모듈을 블랙박스 형태로 제공하는 경우는 무관할 수 있으나 일정 부분 소스코드를 공개해야 하는 경우는 명확한 설계 사양과 함께 고객에게 제공해야 합니다.

이러한 소스코드의 현지화를 위해서는 해당 분야 전문가의 지원이 필요합니다.

한국정보통신기술협회(TTA: Telecommunications Technology Association)에서는 지속적으로 수출용 소프트웨어 국제화 및 현지화 가이드를 발간하고 미국, 중국, 일본, 베트남 등 주요 국가에 대한 소프트웨어 수출을 지원하고 있으며 점차 지원 대상 국가를 확대해 나가고 있습니다.

TTA에서는 현지의 제반 운영 환경을 갖추고 매년 희망 기업을 모집해 무료로 소프트웨어의 분석, 현지화 및 각종 테스트 등을 지원하고 있습니다.

또한, TTA는 미·중·일 '수출용SW현지화 개발 가이드'를 발행, 국내 수출 기업의 소프트웨어 현지화에 기술적 가이드를 제공하고 있습니다.

TIP

한국정보통신기술협회(TTA) www.tta.or.kr

한국정보통신기술협회(TTA) 소프트웨어시험인증연구소: sw.tta.or.kr

소프트웨어 국제화 및 현지화 담당자 이채학 책임연구원 (031-724-4870)

해외에 소프트웨어를 공급하려고 합니다. 인증이 필요한가요?

소프트웨어 수출의 경우 모든 국가와 분야에서 인증을 필요로 하지 않지만 수출 대상 국가나 분야에 따라 인증이 필요한 경우가 있습니다. 특히 제품 안전성이 중요한 항공·의료·자동차 분야와 산업제어시스템 등은 소프트웨어를 포함해 표준화에 따른 인증을 요구하고 있습니다. (예: 자동차 분야 ISO 26262, 제어 시스템 분야 IEC/ISA 62443 등)

소프트웨어 인증은 개발 능력과 프로세스를 전사적으로 인정받기 위한 CMMI, ISO 등 글로벌 표준 인증과 분야별 소프트웨어의 품질 및 안전성에 대한 인증 등이 있습니다. 소프트웨어에 대한 국제적인 품질 인증은 존재하지 않지만 세계인정기구(ILAC)에 소속되어 있는 한국인정기구(KOLAS)의 성적서는 전 세계적으로 통용될 수 있습니다. 따라서 품질 요구수준이 까다로운 나라나 특정 국가(예: 사우디아라비아 조달청 등)에 진출하거나 입찰에 참가할 경우 KOLAS 인정 시험성적서를 제출하는 것도 하나의 방안입니다. 소프트웨어의 경우 TTA에서 수행하는 GS시험인증(단, ILAC 교차인증 KOLAS 시험성적서에 한함)을 활용할 수 있습니다.

보안 소프트웨어

보안 소프트웨어는 공통평가기준(CC: Common Criteria) 인증을 취득해야 합니다. 보안 소프트웨어는 국내의 경우도 CC 인증이 필요한데 수출 시에는 해외 CC 인증이 별도로 필요합니다. 이때 해외 CC는 국내에서 받을 수도 있고 해당국에서 받을 수도 있으나 국내에서 모든 보안 소프트웨어에 대한 국제 CC 인증 문제를 해결할 수 있는 것은 아닙니다. 제품에 따라서는 수출하려는 국가의 CC 인증을 받는 것이 더 나을 수도 있으니 이점을 감안해야 합니다.

회계 소프트웨어

선진국 시장일수록 소프트웨어 필수(Mandatory) 인증은 많지 않습니다. 하지만 ERP 회계 시스템의 경우 현지 세금 체계와 리포팅 보고서 문제로 인해 현지 인증이 필요한 경우가 있으니 사전에 확인해야 합니다. 중국 역시 ERP는 별도 인증이 있습니다.

항공 및 의료 소프트웨어

일본에서는 2013년 4월부터 우리나라의 GS 인증을 벤치마크한 패키지 소프트웨어 품질 인증제도(PSQ: Packaged Software Quality Certification)를 시행 중이며, 항공 분야(감항증명: 墾航證明) 및 의료 분야(후생노동성)에서도 소프트웨어를 포함하고 있는 제품에 대해 인증제도를 운영하고 있습니다.

TIP

한국산업기술시험원 www.ktl.re.kr

한국정보통신기술협회(TTA) 소프트웨어시험인증연구소: sw.tta.or.kr

IT보안인증센터(ITSCC, IT Security Certification Center) www.itsc.ccr

하드웨어를 해외에 수출하고 싶은데 어떤 인증이 있고 인증 취득을 지원해 주는 곳이 있는지요?

지역별, 국가별로 현지 수출을 위한 인증이 다양하게 존재합니다. 이를 확인하기 위해서는 먼저 한국산업기술시험원(KTL: Korea Test Laboratory)의 해외인증정보시스템에서 국가별로 필요한 인증을 확인하고 자세한 사항은 직접 문의해 준비하는 것이 좋습니다.

대다수의 정보통신 및 IT 하드웨어 제품은 해외 수출 시 안전성 및 전파 인증 등을 취득해야 합니다. 이러한 인증은 국가별로 인증 품목이 다르며 수입업자가 아닌 수출업자가 진행해야 하는 경우도 있습니다. 하지만 국가에 따라 국내보다 현지에서 인증받는 것이 유리할 때도 있습니다. 예를 들면 사우디아라비아 CITC(Communications and Information Technology Commission) 인증의 경우 현지 서비스업체를 통해 절차를 밟는 것이 국내에서 진행하는 것보다 빠릅니다. 또한 통상적으로 인증 취득에는 많은 시간이 걸리므로 수출 협상 전에 정보를 파악하고 대응해야 합니다. 또한 IT와 융합제품인 의료 IT 시스템 등은 의료적 안전성 인증을 받아야 하는 경우도 있습니다.

이러한 인증정보는 중소기업수출지원센터, 한국산업기술시험원의 해외인증정보시스템 등에서 제공하고 있으며 지원사업도 확인할 수 있습니다.

중소기업 수출지원센터

해외 규격인증정보센터를 통해 해외규격 검색, 해외 인증기관 소개 및 인증절차 등 인증 관련 최신 정보를 온라인으로 제공

한국산업기술시험원(KTL)

기업의 국내외 인증 취득을 지원하는 기관으로 실질적으로 인증비 지원 등의 업무를 수행

한국산업기술시험원(KTL) 해외인증정보시스템

해외 각국의 인증 정보를 온라인으로 제공하고 있으며 인증 상담도 실시

그외, KOTRA 해외시장뉴스 내 국가정보에서 주요 인증제도에 대해 알 수 있습니다.

TIP

중소기업 수출지원센터 www.exportcenter.go.kr

해외인증정보시스템 www.certinfo.or.kr

한국산업기술시험원 www.ktl.re.kr

해외인증센터 02-860-1312-3

인증표준 콜센터 1381

KOTRA 해외시장뉴스 news.kotra.or.kr

중국에 소프트웨어 제품을 공급하려고 합니다. 저작권 보호 및 인증 등이 필요한가요?

소프트웨어 저작권 등록 제도

중국은 소프트웨어 제품의 개발자 또는 소유자의 소유권을 보호하기 위하여 소프트웨어저작권 제도를 실시하고 있습니다. 소프트웨어 제품의 소유자는 소프트웨어 저작권 등록 시 제품에 대한 발표권, 사용권, 사용허락권, 보수취득권 등의 권한을 행사할 수 있습니다.

소프트웨어저작권 등록은 중국판권보호중심(中國版權保護中心)에서 하고, 소프트웨어 제품을 판매하려면 각 성이나 시의 중국소프트웨어업협회(中國軟件行業協會)에 소프트웨어를 등록해야 하며 최종 승인은 공업신식화부에서 합니다.

소프트웨어 품질 인증

전사적 자원관리(ERP) 제품은 신식산업부의 품질 인증이 필요합니다. 중국의 각 지방 정부와 업종별로 상이한 세무 및 업무관리에 충실하게 적용되었는지 확인하는 과정입니다.

기업들은 세무 당국에 보고하기 위해 반드시 인증받은 제품만을 사용하게 되어 있습니다.

ERP의 경우 IFRS Conversion, US GAAP를 비롯해 중국 이외의 회계 시스템 등은 현지화가 필요한 경우가 있습니다. 그 외 동남아 국가에도 세금 관련 소프트웨어의 경우 현지화해야 하는 부분이 존재합니다. 그러나 독일, 프랑스 등 유럽 국가들의 경우 IFRS 등의 규정을 적용하고 있어 개별 국가 표준 여부는 별도로 확인할 필요가 있습니다.

중국은 정보보호 제품에 대해 정보기술보안강제인증제(ISCCC)를 운영 중이며, 항공(壘航認證)과 의료 분야(국가식품약품감독관리총국)에 대해서도 다른 국가들처럼 인증 절차를 거쳐야 합니다.

또한, 데이터베이스나 Office 제품 등 문자세트(Character set)와 밀접한 관계가 있는 소프트웨어의 경우 중국어 인코딩 인증(GB 18030 인증)을 취득하는 것도 하나의 방법입니다. GB 18030 인증은 강제 인증은 아니지만 MS 등 글로벌 기업들은 중국어 대응을 증명하기 위한 방안으로 적극적으로 인증을 취득하고 있습니다. GB 18030 인증은 중국전자기술표준화 연구원(CESI) 인증센터를 통해 취득할 수 있습니다.

TIP

TTA 소프트웨어 시험인증연구소 sw.tta.or.kr

CESI(China Electronics Standardization Institution) 인증센터 www.cesi.cn

중국판권보호중심(中國版權保護中心) apply.copyright.com.cn

중국소프트웨어업협회(中國軟件行業協會) www.csia.org.cn

중국에 보안 제품을 공급하려고 합니다. 인증 및 주의 사항은 무엇인가요?

중국 보안시장에 진출하기 위해서는 품목에 따라 중국강제인증제(CCC) 혹은 정보기술보안강제인증제(ISCCC)의 인증 마크를 획득해야 합니다.

중국강제인증제도(CCC)

2003년 8월부터 시행된 품질 안전 관련 인증제도입니다. 중국에서 해당 제품을 생산하거나 중국에 수출하는 업체들은 반드시 CCC 마크를 획득해야 하기 때문에 CCC 제도는 수입제품에 대한 무역 장벽을 높여 수출입 비율을 조절하는 수단으로 활용되고 있습니다. DVR을 비롯한 주요 물리보안 제품들은 CCC 인증 대상입니다. DVR은 2012년 2월 말부터 완제품으로 수입할 경우 반드시 CCC 인증서를 세관에 제출해야 합니다.

정보기술보안강제인증제(ISCCC)

중국국가인증감독위원회(CNCA)는 2010년 5월부터 외국 기업이 납품하는 정부조달 IT제품에 대한 정보기술보안 강제인증제를 시행하고 있습니다. 소비자 제품에 실시됐던 CCC가 통신안전, 데이터 안전, 콘텐츠 안전 등 8개 분야에서 네트워크 해킹 스캐너 제품, 방화벽, 안전심사 제품 등의 정보보안 제품으로까지 확대 시행된 결과입니다.

상용암호관리 조례

중국은 암호 관리의 강화, 국가·조직·국민의 합법적 권익을 보호하기 위해 1999년 10월부터 '상용암호관리제도'를 시행하고 있습니다. 상용 암호란 상용 암호화 알고리즘의 암호화/복호화/인증 등의 기술과 암호화 알고리즘을 채용하고 있는 상용 제품을 의미합니다. 이에 따라 중국에서 암호화 기술을 사용하는 모든 제품의 생산, 판매, 수입을 위해서는 국가암호관리국에 신고하고 승인을 취득해야 합니다. 하지만 상용암호관리제도는 단체나 개인을 불문하고 수입 암호화 기술과 제품의 판매를 금지하고 있기 때문에 중국에서 해외 암호화 제품을 판매하려면 중국 제품화하는 과정이 필요합니다.

이로 인해 한국 보안 기업들은 중국 기업과 거래할 때 프로그램 소스코드를 제공하라는 요청을 받는 경우가 대부분입니다. 이러한 상황을 인지하고 중국 시장에 진출해야 합니다.

중국에 모바일 게임 론칭을 계획하고 있습니다. 중국에 게임을 론칭하려면 중국 정부의 어떤 인증과 심사를 거쳐야 하는지요?

게임은 중국 국가신문출판광전총국(國家新聞出版廣電總局)의 심사를 받아야 하며 심사에 통과되면 서비스 허가권인 판호(版號)를 받을 수 있습니다. 상세한 내용은 아래 사이트를 참고하시기 바랍니다. (준비한 자료가 심사요구에 부합되면 심사 소요기간은 5근무일입니다.)

또한 중국 정부의 앱마켓 출시 규제 강화 추세에 따라 2016년 7월 1일 중앙 정부가 모바일 게임에 대한 판호 발급을 권고 사항에서 의무 사항으로 강화하였습니다. 이로 인해 중국 정부의 콘텐츠 심사를 통과해야만 판호를 발급받을 수 있습니다.

그러나 실질적으로 내자 기업은 인앱(In-App) 결제모듈이 삽입된 게임을 업로드할 수 있지만, 외자 기업은 결제모듈이 있는 게임을 앱스토어에 등록하기 어렵습니다.

이렇듯 중국에서 한국 기업이 직접적으로 모바일 앱스토어를 통해 서비스를 제공하기 쉽지 않기 때문에 실질적으로는 현지 내자 법인을 통한 간접 진출만이 가능한 상황입니다.

TIP

국가신문출판광전총국(國家新聞出版廣電總局)

www.gapp.gov.cn/govservice/1966/271449.shtml

소프트웨어 불법 복제를 당했을 땐 어떻게 대응해야 하나요?

소프트웨어 수출 시 기업이 자사 제품에 대한 특허 및 지재권 등을 확보하는 것은 중요합니다. 해외에서 한국 업체의 권리에 대한 침해 문제가 발생했을 경우 현지에서 침해자를 상대로 침해 여부를 감정받아 소송으로 해결하는 것이 가장 이상적인 방법입니다. 하지만 외국에서의 소송은 절차상으로 매우 까다롭고 막대한 비용도 들기 때문에 접근하기 어려운 점이 있습니다.

한국지식재산보호협회에서는 국내 중소기업이 해외에서 특허권 등의 침해 문제가 발생하였을 경우 구제신청 대상으로 선정되면, 해외에서의 소송비용과 함께 관련 컨설팅을 일괄적으로 지원받을 수 있습니다.

이러한 사업의 일환으로 특허청과 KOTRA는 한국 기업의 지재권 보호를 위해 중국(베이징·상하이·칭다오·광저우·선양), 베트남(호찌민), 태국(방콕), 미국(LA·뉴욕), 독일(프랑크푸르트) 등 해외 5개국에 IP-Desk를 설치했습니다.

IP-Desk에서는 지재권 관련 상담과 상표·디자인 출원 등을 지원합니다. 그 외 IP-Desk 미설치 지역에서는 주요국에 무역관 IP 담당자를 지정해 지재권 분야에서 한국 기업을 지원하고 있습니다.

IP의 종류

산업재산권

- 특허, 실용신안(유체물), 디자인, 상표

저작권(Copyright)

- 저작인격권, 저작재산권, 저작인접권, 컴퓨터 프로그램

신지식재산권

- 영업비밀, 반도체 배치설계, 퍼블리시티권, 식물식물종보호권

자사/타사 IP 보호

해외 진출 시 반드시 지재권 고려

- 국내/국제 지재권 선행조사 및 등록
- 라이선스 거래 방법 사전 검토

현지/글로벌 기업의 지재권 침해 주의

- 지재권에 민감한 국가 진출 시 특히 주의 사례) 독일 전시회 참가 시 제품 압수

KOTRA IP-Desk 활용

- 1차 문의 : 본사 해외지재권보호사업단

TIP

국제 지재권 분쟁정보 포털 www.ip-navi.or.kr

KOTRA IP-Desk www.ip-desk.or.kr

특허청 한국발명진흥회 한국지식재산센터 www.kipa.org

한국지식재산보호협회 해외지원팀 02-2183-5891~5, kpraglobal@kipra.or.kr

거래 상대방이 소스코드 오픈을 요청하는데 수출을 위해서는 꼭 공개해야만 하나요?

일반적으로 소스코드를 요청하는 경우는 크게 두 가지 목적이 있습니다.

1 소스코드를 활용해 추가 개발 또는 별도의 제품 개발에 활용

이 경우는 회사의 정책에 따라 소스코드를 공개하고 라이선스 수수료를 받을 수 있지만 만일 그 기술이 독보적이거나, 오픈되었을 때 귀사의 지적재산권을 침해해 경제적 손실로 이어질 수 있는 경우라면 가능한 한 피하는 것이 바람직합니다. 특히, 중국의 경우 소스코드는 절대 공개하지 말 것을 권합니다. 하지만 보안 소프트웨어는 소스코드를 제공해야 하는 경우도 있고 실제 중국에 진출한 한국 기업도 소스코드 공개를 요청받은 사례가 있어서 이러한 시장 환경을 이해한 후 현지 진출을 추진해야 합니다.

2 회사의 장기적 전망 우려 및 유지보수 목적

브랜드가 약한 중소기업이 장기적으로 사업을 지속할 수 있을지에 대한 우려, 향후 유지보수 문제 발생 등에 대한 우려로 소스코드 공개를 요청하는 경우입니다. 거래처 입장에서는 브랜드가 약한 국내 중소기업의 장기적인 사업 전망에 대해 불안해하는 것은 당연합니다. 이를 해소하기 위해 소프트웨어 임치(Software Escrow)도 좋은 대안이 될 수 있습니다.

소프트웨어 임치(Escrow)란?

- 소프트웨어 거래 시 사용자(고객)를 위하여 소스코드 및 기술정보를 신뢰성 있는 제3의 기관에 임치(보관)
- 저작권자의 폐업·파산 또는 자연재해로 인한 소스코드의 멸실 등으로 유지보수를 할 수 없는 상황이 발생할 경우, 해당 소스코드 및 기술정보를 사용권자에게 교부
- 사용권자가 해당 소프트웨어를 안정적·지속적으로 사용할 수 있도록 지원

임치대상물

SW 분야

- 소스 프로그램, 오브젝트 프로그램
- 설계서·사양서, 절차도(Flow Chart)
- 매뉴얼·유지보수 자료, 개발자 정보

IT 분야

- 설계도, 회로도, 반도체칩
- 데이터베이스, 디지털 콘텐츠
- 회계 관련 문서
- 계약당사자 간 협의된 기술정보 등 핵심 기술자료를 담고 있는 소프트웨어 및 문서

계약형태

3자간 계약

- 저작권자, 한국저작권위원회, 단일 사용권자

다자간 계약

- 저작권자, 한국저작권위원회, 다수 사용권자

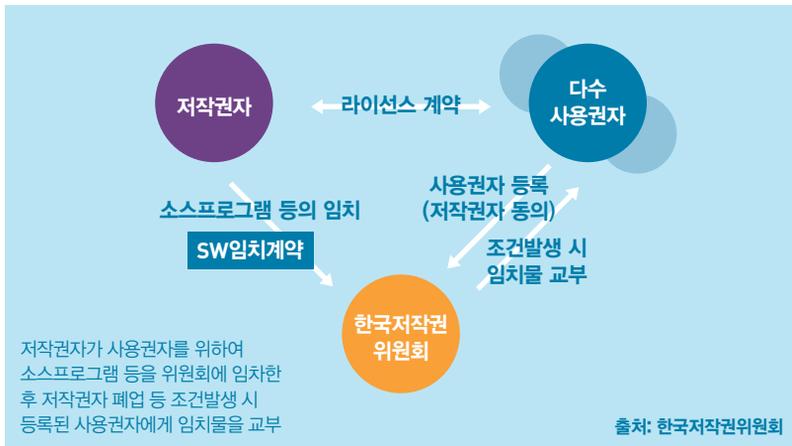
이러한 소프트웨어 임치는 단순히 지적재산권 보호뿐 아니라 소프트웨어 수출 기업의 신뢰도를 높이는 방안으로 활용될 수 있으며 적은 비용으로 큰 효과를 거둘 수 있습니다.

한국저작권위원회는 국제 거래 시 해당 기업에 편의를 제공하고 영문계약 체결에 따른 비용을 최소화할 수 있도록 표준화된 영문 임치 신청·계약서 및 약관을 제공합니다. 유럽·미국 등 선진 각국은 소프트웨어 저작권 보호 및 안전한 사용의식이 보편화되어 있어 소프트웨어 임치제도 활용이 일반화되어 있습니다.

삼자간 SW임치계약(사용권자가 단일한 경우)



다자간 SW임치계약(사용권자가 다수인 경우)



TIP

한국저작권위원회 온라인 임치시스템 www.swes.or.kr



03 타깃 고객 선정





현지 파트너를 발굴하려면 어떻게 하는 것이 좋을까요?

해외 사업을 위한 적합한 파트너를 단시간 내에 발굴하는 것은 쉽지 않으며, 수차례의 검토와 시행착오 등을 거쳐 선정할 수밖에 없습니다. 1차적으로는 현지의 인맥(Agent 등)을 활용해 발굴하거나, 현지 유관기관 및 협회 등을 통하거나 혹은 KOTRA의 사업파트너 발굴 서비스를 통해 소개받을 수도 있으나 결국은 이들과의 협력 논의 및 검증은 해당 업체가 다양한 방법을 통해 시도해야 합니다.

이때 잠재적인 파트너의 주요 사업 분야, 업력, 거래관행, 신용도는 물론이고 원격지와의 원활한 소통 및 협력을 위한 커뮤니케이션 담당자의 역량, 성실성 등도 평가 요소로 고려해야 합니다.

KOTRA의 사업파트너 발굴 서비스는 2~3개의 잠재 파트너를 발굴해 현지에서 우선적으로 바이어와 접촉 후 국내기업을 연결해 주는 지원 사업입니다. 사전에 담당자와 진출 희망 국가, 관련 분야 등에 대해 협의하면서 파트너 발굴 가능성을 검토해 보고 진행하는 것이 바람직합니다.

TIP

KOTRA 사업파트너 발굴 서비스 KOTRA홈페이지(www.kotra.or.kr)

지원사업안내 → 해외시장개척지원 → 해외시장조사 → 사업파트너 연결지원

우리 회사에 적합한 현지 파트너는 어떤 곳일까요?

해외 진출 초기 단계의 국내 중소기업은 미약한 브랜드로 인해 외국 기업 고객에게 직접 접근해 수출까지 이어지기가 매우 어렵습니다. 특히 본사에서 각 국가에 대응하는 전문인력을 별도로 채용하기 어렵고 채용한 인력이 현지 마케팅과 영업에서 실적을 거두기까지는 상당 기간이 소요되는 데다 실제 수출로 이어질 수 있을지도 장담하기 어려워 시행착오가 발생할 가능성이 높습니다.

따라서 우선 현지 시장과 고객을 잘 알고 관련 사업경험을 보유하고 있는 현지 파트너와의 협력을 고려할 필요가 있습니다.

IT 분야의 현지 파트너는 크게 영업 대리인(Agent), 재판매상(Reseller), 총판대리점(Distributor) 및 SI(System Integration) 업체 등으로 구분할 수 있습니다.

1 영업 대리인(Agent)

자신의 인적 네트워크와 업무/지역적 전문성을 활용해 현지 발주처를 소개하는 역할을 주로 하며 경우에 따라서는 공동으로 사업에 참여하기도 합니다.

2 재판매상(Reseller)과 총판대리점(Distributor)

현지 마케팅, 영업, 유통 등을 담당하며 여기에 현지화, 구축, 교육, 유지보수 등의 추가 업무를 수행하는 Value Added Reseller와 Value Added Distributor 등으로 역할을 확장해 협력방안을 정의할 수 있습니다.

3 SI 업체

국내 업체와 협력해 주로 현지 영업, 현지화, 구축, 운영, 교육 및 유지보수 등의 업무를 수행합니다. 따라서 자사 제품과 서비스의 성격을 판단해 어떤 형태의 파트너가 필요한지 파악하고 현지 네트워크 또는 KOTRA 현지 무역관 등을 통해 적합한 협력 파트너를 찾는 것이 중요합니다. 또한 이들에 대한 적정 보상 수준도 미리 검토해야 합니다.

IT 분야 파트너의 종류 및 특징

구분		재판매상(Reseller)		총판대리점(Distributor)	
		Reseller	VAR	Distributor	VAD
공급 브랜드		공급사 브랜드	VAR 브랜드	공급사 브랜드	VAD 브랜드
역할	마케팅	●	●	●	●
	영업	●	●	●	●
	현지화		▲		▲
	유통	●	●	●	●
	구축		▲		▲
	교육		▲		▲
	유지보수		▲		▲
대상고객	Reseller			●	●
	End User	●	●	●	●
재고 책임				●	●
파트너의 수익		• 유통 마진	• 사업 마진	• 유통 마진	• 사업 마진
비고		• 현지 시장에 익숙한 경우 • 국내 기업 브랜드 파워 중 이상		• 현지 시장에 익숙하지 않을 경우 • 국내 기업 브랜드 파워 底	
구분		영업 대리인(Agent)		SI 업체	
공급 브랜드		공급사 브랜드		SI 업체 브랜드	
역할	마케팅				
	영업		▲		●
	현지화				●
	유통				
	구축				●
	교육				●
	유지보수				●
대상고객	Reseller				
	End User		●		●
재고 책임					
파트너의 수익		• 일정 월보수 및 비용(실비) • 수수료(성공보수)		• 사업 마진	
비고		• 고급 네트워킹 필요 시		• Customization 필요한 PJT • 현지 주 사업자 필수 시	

현지 파트너와 에이전트의 수수료(율)는 어떻게 책정하는 것이 좋을까요?

현지 파트너와의 수익배분 구조는 파트너의 역할과 책임, 제품과 사업의 속성에 따라 다르므로 별도로 협의해야 합니다. 전 장의 Q&A 항목인 현지 파트너 역할(마케팅, 영업, 현지화 지원, 유통, 공급 및 구축, 교육, 유지보수 등)에 따라 마진/수수료는 달라집니다.

따라서, 책임과 역할이 크고 신뢰도가 높은 파트너의 경우 높은 마진을 보장해 주고 해당 지역의 사업을 전담토록 할 수도 있습니다. 일례로 일본에서는 마진의 70% 이상을 파트너에게 지급하는 사례도 있습니다.

한편, 에이전트는 선진국 또는 영어권보다는 주로 개도국이나 특수어 소통이 필요한 국가를 중심으로 활발하게 활동하고 있으며, 통계적 경험치를 바탕으로 할 때 다음과 같은 수준의 성공보수를 지급하고 있습니다.

- 동남아 지역 약 10%
- 중동·아프리카 지역 약 3~5%
- 서남아 지역 약 5~10%
- 독립국가연합(CIS)·중남미 지역 약 10~15%

그러나, 에이전트의 성공보수는 지역별, 사업체계별, 역할별로 상이하므로 사전에 양자 간의 충분한 협의를 통해 조정해야 합니다.

진출 희망 국가의 다양한 정보를 확인하고 싶은데 어떻게 하면 될까요?

해외 ICT 시장 진출을 위해서는 다양한 정보를 참고해야 합니다. 처음에는 해당 국가의 정치, 경제, 사회, 문화, 비즈니스 관행 등 기본 정보부터 확인하고 구체적으로 비즈니스를 전개하기 위해서는 좀 더 깊이 있게 조세, 관세, 국가별 특혜 등의 다양한 정보를 숙지해야 합니다.

KOTRA 해외시장뉴스에서는 전 세계 대부분 국가의 국가정보 전문을 통해 이러한 기본 정보를 제공하고 있으며, 해당 지역 무역관에서 추가로 제공하는 출장정보 등도 유용하게 활용할 수 있습니다.

한편 ICT 분야의 정보는 역시 KOTRA 해외시장뉴스에서 특정 국가, 특정 산업 키워드를 입력하면 현지의 생생한 정보를 확인할 수 있습니다. 정보통신산업진흥원(NIPA)에서 제공하는 국가별/품목별 ICT 현황 및 CONEX 시장 뉴스도 참고하면 도움이 됩니다.

TIP

KOTRA 해외시장뉴스 news.kotra.or.kr

CONEX(국가별/품목별 ICT 현황 및 해외시장뉴스) www.conex.or.kr

해외 진출을 위한 시장조사에서는 주로 어떤 내용을 확인해야 할까요?

목표 시장에 진출하기 위해 고려해야 할 사항 몇 가지를 정리해 보면 다음과 같습니다.

- **진출 지역 시장 규모 및 수요 파악** 목표 고객(기업 vs 소비자), 제품 포지셔닝(high-end vs low-end), 시장 발전단계 및 성장률 예측
- **경쟁 상황** 경쟁 업체 현황 및 장단점, 가격, 마케팅 전략, 위험요소 등
- **유통 구조** 판매 채널(직접 판매 vs 대리점 판매), 판매 방식(자체 브랜드 vs OEM)
- **기타 인증 및 관세, 현지화 전략, 판촉 전략(홍보, 광고 등)**

KOTRA에서는 2016년 12월 현재 전 세계 86개국 126개 무역관에서 맞춤형 시장조사 서비스를 통해 국내 기업의 수출희망 품목에 대해 다음의 항목을 조사/제공합니다. (유료서비스)

- 시장 수요
- 수출입 동향
- 현지 생산 동향
- 경쟁 동향
- 수입 관세율
- 소매가격 및 유통구조
- 품질인증 제도

다만, 다음의 사항은 비대면 조사의 특성상 확인이 불가능합니다.

- 대리점 등 기업현황
- 생산공정 및 설비
- 품목별 단가 조사
- 기업과의 제휴, 현지인사 방문, 협약서 체결 등의 대리업무 수행

TIP

KOTRA 맞춤형 시장조사 서비스 KOTRA홈페이지(www.kotra.or.kr)

지원사업안내 → 해외시장개척지원 → 해외시장조사 → 맞춤형 시장조사





04 마케팅 활동





해외 진출을 처음 고민 중입니다. 어떻게 마케팅 활동을 하고 바이어를 발굴해야 할까요?

국내 중소기업의 해외 진출에 따른 애로사항을 설문조사한 결과 바이어 발굴이 가장 어려운 것으로 나타났고, 그 다음으로 현지 시장정보 부족, 자금조달, 제품/서비스 현지화, 해외 마케팅 등의 어려움을 호소하고 있습니다.

해외에 진출하기 위해서는 내가 팔고 싶은 제품이 아닌 바이어가 원하는 제품을 제시한다는 생각으로 접근해야 하며, 바이어도 새로운 제품, 잘 팔릴 수 있는 제품으로 돈 벌기를 원하고 있다는 사실을 이해해야 합니다. 따라서 품질, 가격 면에서 모두 만족할 수 있는 성공적인 거래를 위해서는 사전에 많은 준비가 필요합니다.

또한 온라인 사이트를 통한 마케팅 외에도 자사 제품이 검색엔진에 적절하게 노출될 수 있도록 검색엔진 최적화를 고민하고 자사의 홈페이지를 제작해야 합니다. KOTRA에서 발간한 '중소기업을 위한 온라인수출 마케팅 가이드'를 참고하면 도움이 될 것입니다.

바이어 발굴을 위한 단계적 활동은 다음과 같습니다.

제1단계 계획수립 단계

시장조사 → 목표시장 설정 → 마케팅 목표 설정 → 상품 홍보전략 수립

제2단계 기반 구축

회사 소개서 및 제품 소개서 작성(구성, 주요 레퍼런스, 특장점)
카탈로그 작성 및 홈페이지 구축

제3단계 해외 마케팅 활동

온라인 마케팅: Buy Korea, Trade Korea, EC21, Alibaba, e-Bay, Amazon 등
오프라인 마케팅: 무역 유관기관 지원 무역사절단, 수출상담회, 해외전시회 등 참가
정부 지원사업: KOTRA, 중소기업진흥공단 등의 연간 지원사업 확인 및 신청

검색엔진 최적화(SEO: Search Engine Optimization)

기업의 홈페이지를 구글, 야후 등 유명 검색엔진에 친화적으로 제작해 방문자를 늘리고 신규 거래선(바이어)을 발굴하기 위한 방법입니다. 검색엔진의 특정 키워드를 구매해 검색자가 키워드를 검색하면 기업 홈페이지가 노출되도록 하는 키워드 검색광고(CPC)와는 다른 검색엔진 노출 확대 방법입니다. 검색엔진 최적화와 키워드 검색광고를 합해 검색엔진 마케팅(SEM)이라고 합니다.

국내 기업이 미국에서 크라우드 펀딩을 받을 수 있는지요?

크라우드 펀딩은 보통 목표액과 기간을 정해 놓고 일반 투자자에게 큰 부담이 없는 소액 자금을 모으는 것입니다.

요즘 크라우드 펀딩의 사례로 미국의 킥스타터(Kickstarter)를 들 수 있습니다. 킥스타터는 창의적인 아이디어를 실현하고 싶은 사람과 그 아이디어에 필요한 자금을 대는 사람이 모이는 공간입니다. 킥스타터에 올라오는 아이디어는 만화, 영화, 음반, 공연, 출판, 사진전, 게임 제작, 문구류, IT기기 등으로 매우 다양합니다.

킥스타터 서비스는 펀딩을 받고자 하는 프로젝트에 대한 프로토타입(동영상, 그림 등의 투자를 위한 콘텐트)과 이를 실천할 계획, 투자 규모를 서비스에 올리고 프로젝트 진행 과정에 대한 내용을 소개하면서 투자금을 모금하는 것입니다. 또 제품이 존재하지 않는 상황에서 아이디어만 가지고 펀딩 프로젝트를 시작하는 경우가 많기 때문에 직접적인 피드백은 어렵겠지만, 펀딩 달성 상황이나 고객들의 코멘트를 통해, 프로젝트의 아이디어를 시장이나 잠재고객이 얼마나 좋아하는지 알 수 있습니다.

또 다른 장점은 우리 회사의 제품이나 서비스가 만들어지기도 전에 가까이 돈을 낼 준비가 된 사람들이 잠재고객이 되어 향후 제품이나 서비스가 출시되었을 때자발적으로 마케팅을 해주는 충성고객이 될 수도 있다는 점입니다. 이러한 이유 때문에 최근에는 펀딩보다 마케팅을 목적으로 하는 경우도 종종 있습니다.

성공적인 펀딩을 위한 준비 요소

- **적절한 기간 설정** 대략 30일의 후원 모금기간이 적절
- **적정한 모금 금액의 설정** 모금액이 높으면 모금 자체가 어려울 수 있고, 금액이 적으면 후원하는 사람들이 프로젝트에 대해서 큰 기대를 갖지 않을 수 있기 때문임
- **잘 만들어진 프로모션 비디오** 아직 만들어지지 않은 제품/서비스라는 점에서 기능, 특징 및 장점을 잘 파악할 수 있도록 동영상으로 잘 제작하는 것이 중요함
- **기부자들에게는 적절한 보상 필요** 프로젝트나 제품을 만드는 데 필요한 비용 이상으로 기부자들이 비용을 지불하지 않도록 하는 것이 중요함
기부자들은 프로젝트의 가능성을 보고 후원한 만큼 그들의 기대치와 실제 프로젝트 제작 비용에 대한 나름의 기준 설정이 필요하다는 뜻임

킥스타터는 훌륭한 플랫폼이지만 한국에 기반을 둔 경우에는 다소 제약이 따릅니다. 킥스타터 계좌등록은 미국 은행 계좌 및 세금 관련 사항 때문에 해외에서 진행할 수가 없으므로 미국 내에 소재지가 있거나 은행 계좌를 가지고 있는 경우에만 참가할 수 있습니다. 그러므로 킥스타터를 위해 미국 법인을 만드는 것이 필요하게 됩니다. 인디고고(indiegogo)와 같이 법인이 필요하지 않는 경우도 있으나 지명도는 킥스타터가 더 높으므로 이점을 감안해서 어느 곳에서 펀딩을 받을지 고민해야 합니다.

한국기업 클라우드 펀딩 성공사례

성공적으로 킥스타터 펀딩을 이루어낸 한국계 기업들이 있다. 실리콘밸리의 반도체 대기업에 다니던 권기태씨는 2013년 '인피니웍'이라는 하드웨어 회사를 창업했다. 맥북 에어를 연결해 쓰는 훌륭한 도킹스테이션 제품을 만들어보고자 하는 아이디어에서였다.

그런데 소프트웨어벤처와 달리 하드웨어벤처는 VC의 투자를 받기가 무척 어려웠다. 하드웨어는 제품이 완성되기 전에는 실물을 보기 어렵고, 초기 프로토타입 제품을 만들어내는 데도 꽤 많은 돈이 필요하기 때문이다. 또 일단 제작에 들어간 뒤에도 쉽게 내용을 변경하기 어려우며, 배송비용과 AS부담까지 있다. 이 때문에 초기 투자를 끌어내는 데는 성공했지만 이후 비용 부담 때문에 그의 프로젝트는 좌초될 위기에 처했다. 그런데 킥스타터에 그의 프로젝트를 게시하면서 초기 투자비를 확보하는데 성공한 것이다.

그는 멋진 제품 사진과 효과적인 설명 동영상으로 잠재 사용자이자 투자자인 킥스타터 독자들에게 프로토타입을 소개했다. 물론 공짜로 투자를 구하는 것은 아니고 139달러 이상을 기부하면 나중에 완성된 제품을 보내주는 방식을 제안했고, 그의 이 맥북 에어 도킹스테이션 프로젝트는 불과 12일 만에 목표액 5만 달러를 달성하고 한 달 동안 500명 가까운 사람들에게 8만2천 만불을 모금하면서 그에게 새로운 가능성을 열어주었다. 직접 돈을 기부한 사람뿐만 아니라 킥스타터를 통해 그의 제품을 사겠다는 잠재 고객 수천 명과 연결이 가능해졌으며 이를 통해 글로벌 대기업 4군데에서 초도 물량을 주문받았다고 한다.

출처: SILICON VALLEY STARTUP GUIDE(www.venturesquare.net)

TIP

클라우드 펀딩 사이트

kickstarter www.kickstarter.com

indiegogo www.indiegogo.com

RocketHub www.rockethub.com

Crowdfunder www.crowdfunder.com

Fundable www.fundable.com

수출 기업은 온라인 마케팅을 어떻게 준비해야 하나요?

기업에 있어 홈페이지는 가장 기본적인 온라인 수출마케팅 수단으로써 온라인상의 해외 지사이며, 직원이며, 제품전시관의 역할을 수행하고 있습니다. 그런데 한국 기업들이 종종 범하는 실수가 이 홈페이지를 보는 대상이 현지인이라는 점을 간과하는 점입니다.

한국에서는 이미지 위주의 화려하고 다이나믹한 웹사이트가 방문자의 시선을 끌 수 있지만, 한국처럼 인터넷 속도가 높지 않은 곳에서는 해당 사이트가 너무 늦게 열리거나 지원방식이 달라 정보가 전달되지 않는 경우도 있습니다.

또한, 많은 국내 수출기업 홈페이지가 해외에서 검색했을 때 화면이 백지상태이거나 글자가 깨져 나오는 경우가 빈번한데, 이는 국내기업 홈페이지가 국내에서 주로 사용하는 인터넷익스플로러(IE)에만 맞춰서 개발되어 해외에서 널리 사용되는 파이어폭스, 사파리, 크롬 등에서 잘 나타나지 않기 때문입니다.

세계 웹브라우저 시장점유율에서 IE가 차지하는 비중은 20% 정도인데, (이마저도 계속 감소 중임) 나머지 약 80%의 해외고객이 국내 수출기업의 홈페이지를 볼 수 없다는 것은 수출기업 입장에서 상당히 치명적인 것입니다.

글로벌 진출을 염두하고 있다면 단순 영어로 되어 있는 홈페이지를 넘어서 사소한 문법적 오류에서부터 네이티브 관점에서 볼 때는 전혀 이해할 수 없는 한국어 표현을 사용한 경우도 흔하므로 영문 감수 편집 능력을 갖춘 전문가의 검수를 거치거나 전문가가 직접 콘텐츠를 작성할 수 있도록 하는 것을 추천합니다.

온라인 수출마케팅에 도움이 되는 홈페이지는?

1 글로벌 웹 표준을 준수

홈페이지 제작의 국제표준인 ISO 15445를 준수해서 홈페이지를 만들어야 합니다. 그래야만 북미, 유럽, 중남미, 아프리카, 아시아 등 다양한 지역의 해외바이어가 홈페이지 정보를 제대로 볼 수 있습니다.

2 모바일 환경을 고려

인터넷환경은 우선에서 우선으로 그 사용이 급속히 늘어나고 있습니다. 해외바이어는 아이폰, 안드로이드, 블랙베리 등 다양한 모바일 기기를 사용하고 있습니다. 기업 홈페이지는 가급적 데스크톱과 모바일 기기에서 동일하게 보일 수 있도록 개발되어야 합니다. 더불어 해외 다수의 통신환경은 국내와 달리 상당히 속도가 느리므로 많은 데이터가 요구되는 이미지보다는 텍스트 위주로 구성해야 합니다.

3 구글 검색 엔진 최적화는 선택이 아닌 필수

바이어가 검색엔진에서 국내 제품을 검색했는데 해외 경쟁제품이 우선적으로 검색된다면 국내 기업은 바이어를 접촉한 기회를 이미 잃은 것이나 다름없습니다. 검색 엔진 최적화를 통해 자사의 제품이 바이어에게 노출되도록 홈페이지 구성에 신경 써야 합니다.

출처: 중소기업을 위한 온라인 수출마케팅 가이드(KOTRA)

이러닝 솔루션을 가지고 있습니다. 해외 시장에 어떻게 접근해야 할까요?

가장 중요한 것은 자사 제품의 경쟁력을 바탕으로 한 진출 국가 결정입니다. 이러닝 솔루션은 교육과 IT가 결합되어 해당 국가의 통신인프라 수준 및 현지 문화에 영향을 받기 때문에 해당 국가의 교육 정책·방식 및 해당 솔루션의 현지 수용성을 살피는 것도 중요합니다.

수출 초보기업은 우선적으로 대상 국가를 선정하고 자사 제품의 진입 가능성을 타진해 보는 것이 중요합니다.

이러닝 솔루션의 경우 영국의 BETT SHOW가 가장 유명합니다. 하지만 무조건 무역사절단의 일원으로 전시회에 직접 참가하는 것보다는 우선 유명 전시회 참관을 권합니다.

유명 전시회를 참관하면서 글로벌 트렌드를 확인하고 자사 제품의 포지셔닝과 글로벌 시장에서의 수준을 파악할 수 있습니다. 또한 전시회에서 해외 참가 기업에 자사 제품을 잠시나마 소개하고 의견 등을 개별적으로 물어볼 수도 있습니다.

이런 식으로 우선은 기본적인 시장조사 및 권역별 시장조사를 통해 향후 진출할 국가 및 지역을 선정해야 합니다. 그 후에는 연간 계획을 세워 해외 전시회, KOTRA 무역사절단 및 수출상담회 등을 통해 파트너 발굴을 지속적으로 시도해야 합니다.

KOTRA 글로벌 전시포털은 해외 전시 정보를 제공하고 있으며, 전시회별로 한국관을 구성해 기업의 전시회 참여를 지원하거나, 한국관이 구성되지 않는 전시회의 경우 개별 참가 기업에 대해 연간 두 번 사전 심사를 거쳐 지원 대상을 선정하고 추후 정산방식으로 해외 전시 참여를 지원하고 있습니다.

전시회	사이트	개최지
BETT SHOW	www.bettshow.com	영국
WORLD DIDAC	www.worlddidacasia.com	태국
GULF EDUCATION AND TRAINING EXHIBITION	www.mygetex.com	두바이
북페어	www.buchmesse.de/en	독일

TIP

KOTRA 글로벌전시포털 www.gep.or.kr

중소기업 해외전시포털 www.sme-expo.go.kr

교육 솔루션 및 콘텐츠 등을 보유하고 있으며 중국 시장 진출을 희망합니다. 어떻게 접근해야 할까요?

중국 정부는 공교육 강화와 지역별 교육수준 격차 해소를 위한 '교육정보화' 로드맵을 설정하고 전폭적으로 지원하고 있습니다. 중앙 정부의 로드맵에 맞추어 각 지방 정부는 세부 정책을 마련했고, 일부 지역의 정책 모델은 운영상의 검증 과정을 거쳐 전국적으로 확산될 예정입니다. 그러나 외국 자본에 의한 교육기관 설립이나 이러닝 서비스 제공에 필수적인 ICP 라이선스 발급은 여전히 제한을 두고 있습니다.

특히 의무교육인 초등학교·중학교 교육 분야는 외자기업 제한 영역이며, '교육사이트 및 사이버학교 임시관리 방침'에 따르면 중국에 교육사이트나 사이버학교를 개설하려면 반드시 교육부서의 승인을 거쳐야 합니다.

따라서 한국 기업이 중국 이러닝 시장에 진출하기 위해서는 중국 현지기업과의 파트너십을 통해 중국 정부의 규제를 우회해야 합니다. 이러닝 서비스는 보편화되는 추세이지만 소비자 지불의사가 낮은 편이어서 수익모델에 대한 고민이 필요합니다. 이에 따라 이러닝 시장의 대표적인 수익모델인 콘텐츠 수익은 물론 솔루션, 기술, 플랫폼 사용자 등도 단기적인 수익을 기대하기는 어려워 중장기적인 접근을 요합니다.

현재로서는 기술 분야에서 강점을 가지고 있는 국내 솔루션·하드웨어 업체와 이러닝 분야에 진입을 희망하는 중국 오프라인 교육 파트너 간의 협력을 통한 진출이 필요합니다.

중국 교육 시장 진입 관련 정책 규제

유형	진입방식		정책·법률적 근거
오프라인 교육	대학기관	합자, 합작 only	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인 산업투자 가이드 목록 • 교육법 • 민영교육추진법 • 중외합작 학교경영조례 • 중외합작 직업 기능훈련 경영관리방침
	고등학교	합작 only	
	의무교육(초·중학교)	금지	
	직업기능훈련	합자, 합작	
온라인 교육	일반 온라인 교육사이트	독자 가능	<ul style="list-style-type: none"> • 교육 웹사이트 및 사이버학교 임시관리방침 • 비경영상 인터넷 정보서비스 등록관리방침
	온라인 교육기관 (학위 및 자격증 수여)	합자, 합작	

중국에서 모바일 앱 스토어에 소프트웨어를 업로드하고 서비스를 하고 싶습니다. 시장 진출을 위한 방법 및 제약 사항은 어떠한 것이 있습니까?

중국에서 웹 또는 모바일 서비스 사업을 하기 위해서는 전신업무 경영허가증(ICP증: Internet Contents Provider 증)을 취득해야 하며, 영리를 목적으로 하지 않는 개인 홈페이지의 경우도 ICP 허가증을 의무적으로 취득해야 합니다. (※ICP 허가증은 www.miibeian.gov.cn에서 발급)

일반 회사 홈페이지는 비경영성 ICP를 받아도 운영이 가능하나 홈페이지나 앱을 통한 결제가 이뤄지는 경우는 반드시 경영성 ICP를 취득하고 사업을 전개해야 합니다. 그러나 외자기업에는 경영성 ICP를 쉽게 발급하지 않는 것으로 파악되고 있습니다. 법적으로는 중외 합자법인의 중국 측 출자 지분이 51% 이상일 때 신청이 가능하지만 실질적으로 ICP 허가를 취득한 합자법인은 없습니다.

또한 중국에서는 일반적으로 사용되는 글로벌 서버(아마존 서버, KT, IBM 등)가 정상적으로 작동되지 않습니다. 중국 현지 서버를 사용해야 원활한 서비스가 가능하며, 중국 현지 서버를 이용하기 위해서는 반드시 ICP가 필요합니다.

중국 ICP 비준의 종류

종류	내용	비고
ICP 비준 (경영성 ICP 허가증)	<p>인터넷 광고, 홈페이지 제작 대행 등 인터넷을 통해 유료 정보 및 홈페이지 제작 등의 서비스를 제공하는 사이트</p> <ul style="list-style-type: none"> • 포털, 게임, 인터넷광고, 유료 정보제공, 전자상거래 기타 인터넷상의 응용서비스 제공 사이트 <p>자격 요건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 중국 전 지역 사이트: 최소 등록자본금 1,000만 위안(RMB) • 성/자치구/직할시 사이트: 최소 등록자본금 100만 위안(RMB) • 외국자본 지분 50% 미만의 합자법인 <p>등록방법</p> <ul style="list-style-type: none"> • 해당 지역 관할 통신 관리국에 신청 및 허가 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 영리 목적 사이트: 허가제 • 중국인 명의자를 대표로 등록 필요
ICP 비안 (비경영성 ICP 허가증)	<p>정부기관 사이트, 뉴스 기관의 간행물, 기업 및 교육기관의 공식성 사이트 및 본 기업의 제품 또는 업무를 홍보하는 사이트 등 무료 공개와 공유가 가능한 정보 서비스를 제공하는 사이트</p> <p>자격 요건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 법인/개인(제품 판매 없는 홍보는 비경영성 ICP 허가증만으로 가능) 	<ul style="list-style-type: none"> • 비영리 목적 사이트: 등록제 • 신청하지 않고 운영 중 적발 시 법적 처벌 및 사이트 폐쇄 조치

TIP

중국 경영허가증 신청 및 발급 www.miibeian.gov.cn

이메일 해킹으로 무역사기를 당한 것 같습니다. 어떻게 해야 하나요?

수년 전부터 기존 거래처의 이메일 주소를 탈취해 비밀번호 등을 변경한 후 마치 당사자인 것처럼 커뮤니케이션을 유지하다가 거래 대금 등을 변경된 계좌로 요청해 받아내고 잠적하는 이메일 해킹, 즉 스캠(Scam)에 따른 국제무역 사기가 많이 발생하고 있습니다.

이는 일반적으로 외국어 실력이 부족한 중소기업 영업 담당자가 주로 이메일 교신에 의존한다는 점을 악용하는 사기행위입니다. 특히, 자금 이동과 관련된 계좌번호 변경 등은 전형적인 사기행위의 징조이므로 반드시 유선통화를 거쳐 직접 확인할 필요가 있습니다.

혹시라도 대금 송금 후 의심이 갈 경우에는 상대방이 인출하기 전 거래은행에 신속히 연락해 지급 중단을 요청해야 하며 은행에서의 지급 이후에는 대부분 회수가 불가능합니다.

이러한 피해를 근본적으로 차단하기 위해 이메일 서버에 보안기능을 강화해 해킹 예방 및 상대방에 대한 진위 확인을 수시로 하는 것이 바람직합니다.

또한 최근 동남아, 아프리카, 유럽 지역을 중심으로 정부, 공공기관을 사칭한 문서 등을 통해 샘플 발송 또는 RFP 문서 대금을 요청하는 경우도 있습니다. 이 경우는 해당 국가의 조달 관련 홈페이지 또는 KOTRA 현지 무역관, 대사관 상무관 등을 통해 공문서 및 사업의 진위 여부를 확인하는 것이 반드시 필요합니다.





05 영업 및 제안





해외 전시회에 참가하기 위해 우리 회사의 제품을 갖고 입국하려는데 관세를 납부해야 하나요?

각종 해외 전시회에 참가하거나 수출 검토 초기 단계에서 전시품이나 샘플을 들고 나갈 경우가 많은데, 일부 제품에 대해서는 해당 국가에서 사용 가능 여부를 확인하는 인증이나 형식승인 등의 절차 또는 통관에 따른 관세 납부를 요구받을 수 있습니다. 그러나 초기 전시품이나 샘플에 대해 이러한 절차를 모두 거치는 것은 시간적, 비용적 측면에서 불가능한 경우가 많습니다.

이러한 경우 해당 국가 입국 시 임시 통관을 위한 'ATA 카르네'를 이용하면 간단히 문제를 해결할 수 있습니다. ATA(Admission Temporaire/Temporary Admission) 카르네는 ATA 협약 가입국 간에 일시적으로 물품을 수입/수출 또는 보세운송하기 위해 필요로 하는 복잡한 통관 서류나 담보금을 대신하는 증서로서, 통관절차를 신속하고 편리하게 하는 제도입니다. ATA 협약 가입국 간 통관 시 ATA 카르네를 이용하면 부가적인 통관서류를 작성하지 않아도 되고 관세 및 부가세, 담보금 등을 수입국 세관에 납부할 필요 없이 신속하고 원활한 통관을 할 수가 있습니다. 단, ATA 카르네는 반드시 해외로 갖고 갔다가 다시 한국으로 갖고 들어오는 제품에 한해 적용할 수 있습니다. (샘플을 현지에 주고 오는 경우는 해당되지 않습니다.)

ATA 카르네에 대한 신청 및 발급은 대한상공회의소 무역인증서비스센터를 통해 처리할 수 있으며, 구비서류가 완비된 경우 당일 처리가 가능합니다.

한편 ATA 카르네 협약이 체결되어 있지 않은 국가에 대해서는 상공회의소에 문의해야 합니다. 일례로 ATA 카르네 비협약국인 베트남은 무역법상 연구 목적으로 수입되는 기계, 설비의 경우 베트남에서 제조되지 않는 제품은 면세 대상이어서 별도의 면세양식을 제출해야 합니다.

TIP

ATA 카르네 대한상공회의소 무역인증서비스센터(cert.korcham.net, 02-6050-3303)

회원가입 → ATA 카르네 메뉴 접속

바이어와 상담, 계약 등을 위한 통역과 자료의 번역 지원 등이 가능한가요?

해외출장 시 KOTRA가 공식적으로 통역을 지원하지는 않으나 방문 국가의 KOTRA 무역관 홈페이지에서 현지 통역원 연락처, 호텔 정보 등을 제공하고 소개합니다.

한편 한국무역협회에서는 외국어 전문인력이 부족한 중소 수출 기업의 원활한 국제거래를 지원하기 위한 통번역 서비스를 제공합니다.

- **대상** 전년도 수출 실적이 100만 달러 미만인 수출업체(회비 완납한 무역협회 회원사)
- **번역** 수출 관련 무역서신, 계약서, 제품 카탈로그, 회사 소개서, 사용매뉴얼 등
- **통역** 국내 진행 바이어 상담, 전시회, 공장견학 등
- **국제전화 통역** 수출업체와 바이어 간의 전화 통화 순차 통역 지원
- **지원 언어** 총 19개(2016년 12월 현재)

미주·구주 (6개 언어)	영어, 불어, 독어, 스페인어, 이태리어, 포르투갈어
아시아 (7개 언어)	중국어, 일본어, 태국어, 몽골어, 베트남어, 말레이시아어, 인도네시아어
기타 (6개 언어)	러시아어, 우즈베크어, 헝가리어, 이란어, 아랍어, 터키어

TIP

KOTRA 호텔·통역원 정보

KOTRA 홈페이지 (www.kotra.or.kr)

해외조직망 → 해당 무역관 검색 → 호텔·통역원 정보

한국무역협회 통번역 지원 서비스

무역애로컨설팅센터(tradesos.kita.net)

통번역지원서비스 배너

공적개발원조(ODA) 사업에 참여하고 싶은데 어떻게 준비해야 할까요?

공적개발원조(ODA: Official Development Assistance) 사업은 지원자금의 상환 여부에 따라 무상원조(Grant)와 유상원조(Loan)로 구분됩니다. 우리나라가 해외의 수원국에 지원하는 자금원으로는 크게 KOICA(외교통상부)의 무상원조와 수출입은행 대외협력기금(EDCF, 기획재정부)의 유상원조로 나눌 수 있습니다.

KOICA 자금은 주로 타당성 조사(Feasibility Study) 또는 마스터플랜 수립 등의 컨설팅 지원이 주 대상이며, 시스템 구축 등의 본 사업은 주로 수출입은행의 EDCF 자금으로 지원되며 한국 기업만 경쟁 입찰에 참여할 수 있는 Tied 방식으로 발주됩니다.

한편 국제적인 지원기구인 다자개발은행(MDB : Multi-lateral Development Bank)은 다수 지원국의 출연금을 통해 조성된 자금으로, 수원국의 사업을 지원합니다.

다자개발은행으로는 세계은행(WB), 아시아개발은행(ADB), 아프리카개발은행(AfDB), 유럽부흥개발은행(EBRD), 미주개발은행(IDB), 아시아인프라투자은행(AIIB), 유엔개발계획(UNDP), 유엔무역개발협의회(UNCTAD), 유엔공업개발기구(UNIDO) 등이 있으며 모든 출연국가의 사업자가 국제경쟁 입찰에 참여할 수 있는 Un-tied 방식으로 발주됩니다.

이러한 ODA 사업은 사업 개발부터 발주 및 입찰까지 최단 3년에서 최장 7년의 기간이 소요되므로 국내 중소기업 단독으로 추진하기는 매우 어려우며 네트워킹 및 협상력을 보유한 대기업 또는 중견기업과의 협업이 필요합니다.

ODA 개요	<p>원조공여국(지원국)이 개발도상국(수원국)의 공적개발 원조를 집행</p> <p>목적 개도국의 경제발전 및 복지증진 분야(전자정부, 인프라, 교통, 교육, 의료 등)</p> <p>대상 개발원조위원회(DAC) 수원국 명단에 속해 있는 국가</p>
ODA 형태	<p>양자간 거래 지원국에서 수원국으로 원조자금 및 물자를 직접 지원 (Tied)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 무상원조(Grant, 외교통상부) 한국국제협력단(KOICA) • 유상원조(Loan, 기획재정부) 한국수출입은행 - 대외경제협력기금(EDCF) 방식 <p>다자간 거래 국제개발기구 출자 및 출연자금을 통한 간접 지원(Un-Tied)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 국제기구 차관 WB, ADB, AfDB, EBRD, IDB, AIIB 등 • 국제기구 분담 UNDP, UNCTAD, UNIDO 등
ODA 절차 (요약)	<p>사업개발 ▶ MOU 체결 ▶ F/S 수행 ▶ 수원국 심사 ▶ 차관 신청 ▶ 정부 간 협력 의제 ▶ 현지 실사 ▶ 지원방침 결정 ▶ L/A 체결 및 발주 ▶ 계약 체결 ▶ MDB 등록 ▶ 사업 수행</p>

거래 상대방을 사전에 확인하고 싶은데 어떻게 해야 할까요?

해외 거래에 있어서 상대방에 대한 확인은 가능한 한 빠른 시간에 하는 것이 좋습니다. 일정 단계 이상의 커뮤니케이션이 진행되면 상대방과의 개인적 친밀도 등으로 냉정한 판단이 흐려지기 쉽기 때문입니다.

거래 상대방에 대한 확인 사항은 설립 시기, 경영진 및 주요 인력, 사업 내용, 주요 실적, 재무현황, 거래관행 및 대금지불 이력 등인데 국내와 달리 해외 기업들은 이러한 정보를 쉽게 공개하지 않을 뿐더러 일부 국가는 그러한 정보를 요청하는 것만으로도 비즈니스 매너를 벗어나는 행위로 간주해 대화 자체가 중단되는 경우가 있습니다.

따라서 해외 기업에 대한 조사는 가능한 한 객관성을 갖고 진행해야 하는데 국내에서는 한국무역보험공사에서 국외 기업 신용조사 서비스(수수료 2만2,000원~9만9,000원)를 제공하고 있으며, 좀 더 전문적인 신용조사를 원할 경우에는 글로벌 신용조사 전문업체 등을 활용하는 것이 바람직합니다.

또한 KOTRA에서도 기존에 수출입 관련 데이터베이스에서 검출된 해외 불량 바이어의 블랙리스트를 수시로 업데이트하고 있습니다.

TIP

국외기업 신용조사 서비스 한국무역보험공사(www.ksure.or.kr)

지원사업 → 지원서비스 → 국외기업 신용조사 서비스

해외 사업 발주 현황은 어떻게 알 수 있을까요?

전 세계의 모든 공공·민간 사업의 발주 현황을 일목요연하게 확인하는 것은 불가능합니다. 다만, 일부 전자정부가 구현된 국가의 공공조달시스템 입찰 정보, 언론에 보도된 사업 정보, 민간 발주처의 홈페이지 등에서 입찰 정보를 확인할 수 있으며 선별적으로 검토해 참가할 수 있습니다.

그러나 국내 중소기업이 단독으로 이러한 사업정보 중 해외 기업의 참여가 가능한 사업을 찾아내고 현지의 입찰 관행 및 절차, 발주처와의 접촉을 통한 구체적인 정보 확인 등까지 파악해 대응한다는 것은 쉽지 않습니다.

또한 입찰 공고가 발표된 대부분의 사업은 사전에 해당 사업을 개발해 온 사업자가 있기 때문에 뒤늦게 입찰 정보를 보고 참여하는 경우 수주 가능성이 매우 낮습니다.

따라서 해외 사업을 발굴하기 위해서는 사전에 해외 발주처나 파트너 등과의 네트워킹을 통한 신속한 정보 입수 및 사업개발 등이 반드시 필요하며 이를 위해 국내외에서 개최되는 다양한 IT 관련 전시회와 상담회에 자주 참가해 마케팅 활동을 하는 것이 바람직합니다.

TIP

중소기업 수출지원센터 해외조달정보 b2g.exportcenter.go.kr

현지 Agent로부터 사업 제안이 왔는데 어떻게 검증하고 협의해야 하나요?

Agent의 경우는 사전에 신뢰도 검증을 최우선적으로 진행해야 하며 다음의 사항을 가능한 범위에서 최대한 확인하는 것이 좋습니다.

- **개인 정보** 국적, 이름(한국명, 현지명), 주민번호 또는 여권번호, 생년월일, 현지 체류기간, 주요 경력(회사명/부서/직위)
- **회사 정보 (회사 소속인 경우)** 회사명, 소재지 주소, 전화번호, 이메일, 3개월 재무현황 등
- **전문성** 현지어/영어 구사능력, IT 분야 경력, 기술 이해도, 주요 실적, 현지 네트워크 등
- **사업 연계성** 사업 동반 참여 여부, 당사 접촉 이유, 키맨(Key-man) 정보, 수수료 요구 수준 등

일부 Agent는 업무적인 전문성 없이 인적 네트워크만을 강조하며 수수료의 선지불을 요구하는 경우도 있으나, 일반적으로 업무 비용 등은 실비 지원하되 수수료는 사업 수주 시 성공보수(Success Fee)로 사후 지급하는 것이 바람직합니다.

일부 KOTRA 무역관에서는 현지 Agent의 블랙리스트를 확보하고 있는 경우도 있으니 혹시 의심이 가면 사전에 확인해 보는 것도 필요합니다.

한편 Agent가 제안하는 사업을 무조건 신뢰하기보다는 다양한 채널을 통해 확인해 보는 것이 좋습니다. 우선은 KOTRA 현지 무역관 또는 대사관에서 인지하고 있는 사업인지, Agent가 언급하는 인맥이 현재 실질적으로 활동하고 있는 인물인지 등도 각종 홈페이지, 뉴스 등을 통해 철저히 확인하고, '왜 우리 회사를 선택해 연락했는지' 등에 대해서도 의문을 가져 봐야 합니다.

해외의 대형/장기 프로젝트는 원가를 어떻게 산정해야 할까요?

단기간 내에 제품을 납품하는 하드웨어 또는 소프트웨어 공급과 달리 분석, 설계, 구축, 테스트, 운영 및 유지보수가 필요한 시스템 통합(SI) 사업의 경우 매우 복잡한 원가 항목과 위험요소에 대한 검토가 반드시 필요합니다.

동일한 업종의 고객에게 동일한 규모의 서비스를 공급하더라도 국내 프로젝트에 비해 해외 프로젝트는 다음과 같은 추가 원가 요소를 고려해야 합니다.

- 동일 서비스의 현지화를 위한 인터뷰/개발/매뉴얼 작성 단계의 통번역 비용 등
- 현지 출장/파견자의 항공료, 숙박비(또는 숙소 임차료), 출장/파견비, 현지 교통비, 관리비, 보험료 등
- 특히 현지 사업 수행 기간이 6개월이 초과하는 경우 고정사업장의 설치 및 현지 세법에 따른 세금 납부 의무 발생
- 파견자 개인이 일반적으로 183일을 초과해 현지에 체류하는 경우 개인소득세 납부 의무 발생
- 환차손 위험 헤징(Hedging)을 위한 선물환 거래 수수료, 대금회수 위험 헤징을 위한 무역보험료 등

그 밖에도 해외 프로젝트의 경우 예기치 못한 위험 요소가 있으므로 상기 원가를 고려한 후에도 추가로 위험비용(Contingency Cost)을 최소 10% 이상 원가에 반영해 두는 것이 좋습니다.

해외에서 막상 수주는 했는데 현지화 개발자금이 부족합니다. 어떻게 하면 좋을까요?

막상 해외 바이어와 계약은 체결하였으나 현지화를 위해서는 현지 환경변수를 비롯한 다양한 요인을 고려한 추가 개발 등으로 선투자가 필요한 경우가 있습니다. 고객사로부터 개발자금을 선수금으로 받을 수 있다면 가장 바람직하겠으나 현실적으로 그렇게 진행되는 경우는 흔치 않습니다.

이런 경우 중소기업청과 산업통상자원부의 중소기업 R&D 자금지원 프로그램의 활용을 검토해 보시기 바랍니다. 이 프로그램은 국내 중소·중견기업이 글로벌 수요처에서 필요로 하는 신기술·신제품이 있을 경우 한국 기업의 해당 품목 기술 개발 및 판로 개척을 위해 자금을 지원해 주는 사업입니다. (주관기관에 따라 5억원/2년~9억원/3년 한도)

이 프로그램의 지원을 받기 위해서는 글로벌 바이어와의 계약서 또는 구매의향서(LOI: Letter of Intent) 등의 증빙이 필요합니다.

TIP

중소기업 R&D 자금지원 프로그램 문의처 KOTRA 파트너링지원실(02-3460-7634)

처음 수출을 하는데 수출절차 및 준비사항에 대한 지식이 없습니다. 특히 수출신고와 세금(관세) 등에 대한 처리방법은 어떻게 되는지요?

관세는 대물세이므로 물품 자체가 수출입 되지 않는 한 관세법상 관세 또는 부가가치세 납부 등의 문제는 발생되지 않습니다. 이는 예외적인 경우를 제외하고 일반적으로 우리나라를 비롯한 타국에서도 동일하게 적용되고 있습니다.

한편, 관세는 수입 시에 해당 국가의 수입자(납세의무자)가 납부하는 것이며, 원칙적으로 수출자는 관세를 납부할 의무가 없습니다. 그러나 매매계약서에서 수출자가 수입자가 자국에서 납부한(할) 관세를 부담하는 결제조건(주로 미국 수입상에 의해 요구되는 DDP조건 및 별도 특약)으로 체결할 경우에는 별도로 수출자가 관세 또는 부가세(State Sales Tax) 등을 부담해야 합니다.

일반적인 수출절차는 수출품 반출을 위해 수출자가 먼저 해당 세관에 '수출신고(수출물품에 대한 가격, 수출입자, 운송수단 등 정보에 대한 신고)'를 하여야 합니다. 세관은 특별한 이상이 없는 한 '수출신고수리'를 하게 되고, 수출자는 '수출신고수리' 후 30일 이내에 선박 또는 항공기를 통해 선기적하여 실제 국외로 반출해야 합니다(연장 또는 취하 가능).

현재 우리는 수출 진흥을 위해 수출통관에 엄격한 제한이 없으므로 일반적인 경우 정당한 수출신고를 거쳐 세관발행 수출신고필증을 발급받은 후 해외로 수출하지만 하면 별도의 문제는 발생되지 않습니다.

일반적으로 이러한 수출신고 등은 현재 대부분의 관세사사무소를 통해 신고하고 있습니다. 다만 중량 등에서 소량인 물품이거나 고가의 제품을 항공편으로 발송할 경우 국제특급운송업체(Fedex, UPS, DHL 등) 또는 우체국운송(EMS) 등을 이용하시는 것이 좋을 수 있습니다.

무역결제상 참고사항

실제 수출을 하기 전에 반드시 수입자와 매매계약서 및 확정청약서 등을 작성해 놓아야 추후 있을 수 있는 분쟁에 대비할 수 있습니다. 매매계약서 등에 기재될 내용은 원산지, 대금결제조건, 선적조건, 보험조건 등입니다. 실제로 소프트웨어 같은 상품을 수출한 후 대금을 받지 못하는 경우가 발생되고 있으니 주의해야 합니다. 수출자의 입장에서는 대금결제조건, 비용조건, 손해배상조건에 대해서 문제가 없도록 서류(매매계약서)상으로 명문화하는 것이 필요합니다.

수출 시 관세사를 접촉해서 소정양식의 Commercial Invoice, Packing List를 작성하여 세관에 수출신고하고 관련 선박회사에 제품을 선적하고, 선박회사로부터 선하증권(Bill of Lading)을 발급받은 뒤에 선적서류인 Commercial Invoice, Packing List 및 선하증권을 매입은행에 제시해서 대금결제를 받으면 됩니다. 수출대금을 미리 받은 경우 상기 언급한 선적서류를 수입자에게 배송하면 됩니다.

수출시 세금과 관세는 면제되므로 영세율 세금계산서를 발급하여 세무보고 하면 됩니다. 다만 정상 수출시 통상 FOB Busan으로 하므로 부산항으로 화물을 운송하여 수출 통관을 해야 하는데, 내륙운송비, 화물터미널 이용료, 항만사용료 및 통관수수료가 발생되므로 견적 시 적절히 반영하시면 됩니다.



06 계약 및 수출





소프트웨어나 컨설팅, 개발 용역 등을 수출 실적으로 인정받을 수 있나요?

일반적으로 유체물(형태가 있는 제품)은 해외수출 시, 통관 및 관세 납부라는 절차를 거쳐 자동으로 관세청에 수출 실적으로 인정되며 이러한 실적을 바탕으로 수출 관련 각종 혜택을 받을 수 있습니다(수출 〇〇달러 달성, 자금지원 등). 한편 소프트웨어와 같은 무체물(형태가 없는 제품, 용역 및 서비스 등)은 통관 및 관세 납부가 필요치 않기 때문에 관세청 수출 실적으로는 인정받지 못합니다.

이러한 불합리성을 해소하기 위해 2003년 대외무역법 개정에 따라 다음의 제품 및 서비스도 수출 실적으로 인정받게 되었습니다.

- 소프트웨어(솔루션 포함), 컨설팅, 디자인, 컴퓨터 시스템 설계 및 자문 등
- 프로그램 저작권, 반도체 집적회로의 배치 설계권, 양도, 전용실시권의 설정 또는 통상실시권의 허락 등

따라서 소스코드를 비롯한 디지털 제품을 온라인 또는 외장하드, USB 등의 저장매체에 내장된 상태로 반출해 고객사에 용역을 제공하는 경우도 수출로 인정받아 각종 무역금융, 벤처기업 인증, 해외마케팅, 수출 포상 등의 혜택을 받을 수 있습니다.

전자적 무체물의 수출실적은 한국무역협회로부터 인정받을 수 있으며, 다음과 같은 절차로 신청해야 합니다.

- 1 수출 대금 입금 이후 정확한 외화금액 확인
- 2 사업자등록증, 계약서, 외환입금증빙 등 구비서류 준비
- 3 한국무역협회 용역 및 전자적 무체물 수출입 실적 확인 및 증명서 발급 사이트에서 신청
- 4 한국무역협회 담당자 확인 및 승인 후 증명서 발급

TIP

한국무역협회 용역/전자적 무체물 수출입 확인 [onlinetrade.kita.net\(1566-5114\)](http://onlinetrade.kita.net(1566-5114))

처음으로 소프트웨어를 수출하려고 합니다. 이런 경우 국가에 신고를 해야 하나요?

한국 기업이 소프트웨어를 수출할 때 정부기관 등에 신고해야 하는 의무는 없습니다. 또한 소프트웨어 수출에 따른 세금도 없습니다. 하지만 수출 시 소프트웨어 종류에 따라서는 국가기관인 전략물자관리원에 전략물자에 해당하는지 여부를 점검하고 전략물자에 해당하는 경우 수출에 따른 승인을 받아야 할 수도 있습니다.

전략물자란

대량파괴무기와 그 운반수단인 미사일 및 이들의 제조, 개발, 사용 또는 보관 등의 용도로 전용될 수 있어 국제평화 및 국가안보를 위해 수출관리가 필요한 품목을 말합니다. 법적으로는 대외무역법에 따라 산업통상자원부 장관이 지정, 고시한 '전략물자 수출입고시' 별표 2~3에 규정된 물품, 기술, 소프트웨어를 의미합니다.

그러므로 수출 전, 혹시라도 의심이 되는 품목은 전략물자관리원의 판정을 받을 필요가 있습니다. 각 기업은 전략물자관리시스템 사이트에서 온라인 자가판정 및 사전판정 신청을 할 수 있으며 사전판정은 통상적으로 15일이 소요됩니다. 전략물자 또는 기술의 사전판정이란 기업 또는 개인이 수출하고자 하는 제품 또는 기술이 전략물자에 해당되는지 여부를 알기 어려운 경우 전략물자관리원에 의뢰해 판정받는 것을 의미합니다.

사전판정을 신청하면 전략물자관리원의 분야별 전문가들로부터 '전략물자수출입고시'에 따른 전략물자 또는 기술에 해당하는지 여부를 판정받은 후 그 결과를 회신받게 됩니다. 전문가에 의한 객관적 판정이라 할 수 있습니다.

TIP

전략물자관리원 www.kosti.or.kr

전략물자관리시스템 www.yestrade.go.kr

소프트웨어 수출 시 해당국의 세관을 통과해야 하나요?

소프트웨어는 CD, USB, 외장하드 등에 저장해 출장자가 가져가거나 현지에서 소프트웨어를 온라인으로 다운로드받아 설치할 수 있습니다.

한편 소프트웨어는 형태가 없는 무체물인 관계로 통관 절차가 불필요하며 따라서 세관에 신고할 의무도 없습니다. 다만 수입자가 정부 또는 공공기관 등인 경우 절차 준수를 위해 통관을 요청하는 경우가 있습니다. 예를 들면 인도네시아의 경우 정부에서 사용하는 소프트웨어 수입 시 반드시 CD에 담아 세관을 통과시켜 달라는 요청이 있었습니다. 수입자가 특별한 요청을 하지 않는 한 세관을 거칠 필요가 없지만 정부 구매 시 이런 요청이 있을 수 있으니 참고하시기 바랍니다.

그럼에도 불구하고 대부분의 국가가 소프트웨어를 포함한 IT 제품에 대해 비관세 정책을 취하는 추세이므로 관세 부담은 없다고 보아도 무방합니다.

소프트웨어 수출계약서를 처음으로 작성합니다. 소프트웨어 계약서 작성 시 주의해야 할 사항은 무엇인가요?

중소기업이 해외 기업과의 수출 계약서를 영문으로 작성하는 것은 매우 부담스러운 일입니다. 또한 계약서상의 문구 등 구체적인 조항을 어떻게 상대방과 논의해야 할지 고민이 됩니다.

이런 경우 우선 KOTRA 또는 한국무역협회 등에서 제공하는 기본 계약서를 참고하고, 한국 기업과 해외 바이어의 R&R(Role & Responsibility)을 명확히 해 핵심 조항 및 쟁점을 담아 상대방에게 먼저 계약 내용을 제시합니다.

상대방 역시 내용 검토 후 만족스럽지 못한 조항이나 추가 또는 수정할 사항이 있을 경우 변경된 계약서를 보내게 되고 이를 통해 상호 거래 조건 및 금액 등을 논의한 후 합의 시에 계약서에 양사가 서명하게 됩니다.

가장 중요한 것은 대금 지불 방법(외상, 선금, 신용장 등) 및 시기 등을 계약서에 명확히 하는 것입니다.

계약 이행에 문제가 발생하는 경우를 대비하는 준거법(Governing Law) 및 관할권(Jurisdiction)의 경우 통상적으로 수입자는 자국 법률에 따른다는 조항을 넣는 경우가 대부분입니다. 법원 재판은 시간도 많이 걸리므로 중재 기관을 통한 해결 조항을 넣는 것이 시간과 비용을 절약하는 방법입니다.

한국 기업이 해외 기업과의 수출 계약 체결 시 계약금액은 명기하지만 이에 따른 세금납부 주체를 명확하게 기재하지 않는 경우가 많습니다. 이런 경우 추후 계약에 따라 해외 수입자가 송금 시 자국의 세금을 우선적으로 원천 공제하고 보내는 경우도 자주 발생하므로 사전에 명확히 하는 것이 필요합니다. 한편 세금은 국가별로, 단일 국가에서도 주별로 다르므로 미리 확인해 두는 것이 좋습니다.

또한 세금은 서비스·컨설팅 계약의 경우와 재화 수출의 경우 달라질 수 있으므로 계약 전에 이를 확인하고 계약 금액에 반영해야 합니다. 그렇지 않다면, 모든 세금은 바이어 부담으로 명시하는 것도 방법입니다.

이밖에 비밀보장 조항(NDA Clause)을 계약에 포함시켜 소프트웨어 기술이나 정보가 제3자에게 노출되는 것을 방지할 필요도 있습니다.

표준 문서 목록

구분	내용	주의사항
Minutes of Meeting(MOM)	<ul style="list-style-type: none"> 상대방과 회의(협)의 사항을 문서로 기록하여 추후 공식 결정 사항 등에 반영하고자 할 경우 (모든 공식 결정의 기초 근거 자료) 	<ul style="list-style-type: none"> 회의 참석자의 확인 및 서명 녹취 시 상대방 사전동의 필요
Non-Disclosure Agreement(NDA)	<ul style="list-style-type: none"> 영업 비밀 등의 정보 보호를 위한 협약 체결이 필요한 경우 	<ul style="list-style-type: none"> 손해 배상 책임 범위
Memorandum of Understanding (MOU)	<ul style="list-style-type: none"> 본 계약 합의 이전에 계약당사자 간에 잠정 합의를 할 경우(대리인 협력 포함) 실제 사업에 관한 구체적 내용(Commercial Contract)이 아닌 상호협력 방안 등에 대한 포괄적(Umbrella) 합의 	<ul style="list-style-type: none"> 법적 구속력 여부 확인
Letter of Intent (LOI)	<ul style="list-style-type: none"> 주요 거래에 관한 협상 단계에서 당사자의 의도, 목적, 합의사항 등을 확인 주로 금융 관련 계약이나 M&A에 대한 본 계약 이전 사전 양해 또는 합의 문서 	<ul style="list-style-type: none"> 구속력 여부, 비정형성 측면에서 MOU와 유사
Power of Attorney(POA)	<ul style="list-style-type: none"> 회사를 대표한 입찰 또는 법률행위의 대리권을 부여하는 수권행위가 필요한 경우에 첨부 	<ul style="list-style-type: none"> 포괄적 위임 권한 부여 여부 법무법인의 공증
Agreement	<ul style="list-style-type: none"> 양 거래당사자 간의 사업 행위의 제반 사항을 정의하기 위한 계약행위를 할 경우 세부 공급사항 등은 Appendix 또는 Schedule로 첨부 	<ul style="list-style-type: none"> 상대방 제시 전 법률 검토 필요

계약 시 주요 검토 사항

구분	검토 사항
계약서 초안 작성 주체	<ul style="list-style-type: none"> 당사에 유리한 방향으로 초안 작성하여 상대방에게 전달 → 협상의 주도권 확보 (하도급계약의 경우에도 당사가 제시하는 것이 절대적으로 유리)
상대방의 과거 계약 이력 파악	<ul style="list-style-type: none"> 상대방의 과거 계약서 입수, 분석을 통해 협상에서 유리한 방향으로 이끌 수 있는 전략 수립 가능
세금 부담 주체	<ul style="list-style-type: none"> 상대방 국가 현지의 조세 항목은 수입자가 사전 확인하여 당사에 제시할 것을 요청 (가능한 한) 사업 관련 모든 세금과 세금 관련 불이익 사항은 고객(수입자)이 부담하는 것으로 계약서 작성
중재조항(Arbitration) 명기	<ul style="list-style-type: none"> 계약 및 사업 관련 분쟁의 신속한 해결을 위해 반드시 중재조항 명기 (한국, 싱가포르, 영국, 스위스 등) 중재 조항이 계약서에 명시되어 있지 않을 경우, 수출보험 가입 제한
준거법(Governing Law) 선정	<ul style="list-style-type: none"> 최선은 대한민국 법을 준거법으로 정하는 것이 유리하나, 차선책으로 중재재판소 소재국의 법을 준거
대금 지급 및 조세 조항	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 대금 지급 조건 외에 세계 100대 은행 수준의 국제결제은행 발행의 L/C 요구 권고 거래 시 발생하는 모든 조세 항목 및 납부 주체를 계약서에 명기(기타 발생 시 수입자 부담조항 명기)
고객(수입자)의 협조 요청	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 시스템 구축 등의 경우 기존 시스템(Legacy System)과의 연계를 허용할 수 있도록 계약서에 명시

해외 기업이 우리 회사의 핵심 소프트웨어를 사용해 제품을 개발하고 개발된 제품을 판매하려고 합니다. 이런 경우에 어떻게 계약을 하면 좋을까요?

해외 기업이 한국 기업의 핵심 소프트웨어를 사용해서 제품을 개발한 경우 라이선스 사용 계약을 통해 소프트웨어 사용료를 받을 수 있습니다. 또한 계약에 따라서는 라이선스비, 개발비, 연간 매출의 일정액 등을 받는 계약을 하기도 합니다.

라이선스 비용은 처음 계약 시 한 번에 받기도 하며 몇 회에 걸쳐 나누어 받기도 합니다. 또한 해외의 특허 사용 기업이 해당 소프트웨어를 사용해 새로운 제품을 개발하는 경우 해외 기업의 요청으로 개발에 협력할 경우 이에 따른 개발비 역시 받을 수 있습니다. 개발 협력에 따른 체재비도 별도로 계산되어야 합니다.

다만, 주의해야 할 점은 새로 개발된 소프트웨어의 품질 검증 및 개발 완료 판정에 대한 합의입니다. 보통 개발이 전제된 계약서에는 개발된 소프트웨어의 기능에 대한 품질 인증과 개발 기간, 그리고 미완수 또는 지연 시의 페널티 조항이 들어가게 됩니다.

한국 기업이 제공하는 특허 및 소프트웨어에 익숙하더라도 새로운 개발에는 항상 위험과 예기치 못한 문제가 발생할 수 있습니다. 이러한 경우 지연의 원인 제공 및 해결 방법에 대해 상호 이해할 수 있는 수준의 합의가 이뤄진 상태에서 개발을 시작해야 합니다. 또한 최종 개발된 제품의 소프트웨어 시험 항목 선정, 결과 평가 방법, 최종 납품 합격 조건 등에 대해 명확한 규정을 마련해 놓아야 됩니다.

실제 사례

그래픽 엔진 소프트웨어를 보유한 한국 기업이 미국 파트너에게 라이선스비, 개발비, 판매에 따른 매출의 일정 부분을 받는 성공적인 계약 체결

하드웨어가 포함된 계약서 작성 시 주의해야 할 사항은 무엇인가요?

요즈음 대부분의 하드웨어는 소프트웨어가 수반되거나 내장된 경우가 많습니다. 소프트웨어의 경우도 현지 바이어 인수 시 시험 항목이 있지만 하드웨어의 경우 특히 이러한 인수 조항과 규격을 명확히 하는 것이 중요합니다. 규격 및 시험 항목은 계약서를 작성할 때 첨부로 명확히 정리해야 합니다.

또한 계약 사항에서 중요한 것은 하드웨어의 유지보수 체계 구축입니다. 국내 업체 입장에서는 현지에 유지보수 인력을 상시 파견할 수 없으므로 하드웨어 고장 또는 교체 수요 발생 시 처리를 누가 할지에 대해 미리 정해 놓아야 합니다. 그러므로 하드웨어 기업은 현지에 자체적으로 유지보수 인력을 유지할 수 없다면 이러한 유지보수를 감당할 수 있는 인력을 보유한 현지 기업과 파트너십을 맺고 제품 공급을 시작하는 것이 좋습니다.

또한 하드웨어는 제품 특성에 따라 교체수요가 수시로 발생하는 경우가 많습니다. 그러므로 계약분 외에 여분의 제품을 보낼 수 있다는 것을 고려해 생산 및 출고 계획에 이를 반영해야 합니다.

중국 지역으로 소프트웨어 수출 시 납부해야 하는 세금은 얼마인지요?

한국 기업의 소프트웨어 수출 형태는 소프트웨어 개발 용역(컨설팅 포함)과 제품 수출 등 두 가지로 볼 수가 있습니다. 중국에서는 두 가지 경우에 따른 세금 납부 체계가 다릅니다. 그러므로 계약서에 어떤 종류의 계약인지 명확히 해야 합니다.

용역 수출

용역 수출의 경우 중국 기업은 다음과 같이 원천징수한 이후 한국 기업에 용역비를 송금합니다.

세금 종류	금액	비고	
기업소득세	매출의 10%	한국에서 공제 가능	
증치세(부가세)	매출의 6%		
기타	0.5~1%	상세내역 <ul style="list-style-type: none"> • 도시건설세: 증치세액의 7%, 5%, 1% • 교육부가세: 증치세액의 5% 	지역 차이 존재
총계	매출의 16.5~17%		

한국 기업은 중국에서 납부한 납세증명서를 첨부해 한국 국세청에 기업소득세 10%에 한해 외국납부세액 공제신청을 할 수 있습니다. 중국 기업은 해당 지역 세무 당국에 관련 서류를 제출하고 등록한 후 등록서류를 발급받으면 은행에서 용역비를 송금할 수 있습니다.

소프트웨어 제품 수출

한국 기업은 수출에 해당하므로 부가세를 내지 않습니다. 중국의 수입업체는 현지에서 증치세 17%를 내게 됩니다. 이 경우 한국 기업(수출자)과는 아무 상관이 없으며, 중국 기업이 수입에 따른 절차에 의해 세금을 납부하게 됩니다. 또한 이 부분은 한국 업체가 관여할 필요도 없습니다. 하지만 실제 송금을 할 때 수입 당사자가 한국 기업에 세금 납부를 요청하는 경우가 있으므로 주의를 요합니다.

중국 업체가 수입할 때 납부하는 증치세는 우리나라의 부가가치세와 동일한 개념이지만 중국은 재화, 용역에 따라 세율이 다르기 때문에 계약서 또는 부속 문서에 하드웨어, 소프트웨어, 용역 구분을 명확히 하여 과도한 증치세가 부과되지 않도록 주의해야 합니다.

중국 정부는 용역의 경우 6%의 증치세를, 재화의 경우 17%의 증치세를 부과합니다. 이는 중국 내 수입업체가 납부해야 하지만 추후 중국 업체는 자국에서 세금을 환급받을 수 있습니다. 그러므로 한국 업체에 세금을 부담하도록 하고, 추후 자국에서 세금 환급을 받으면 파트너가 부당이익을 취하게 됩니다. 그러므로 세금 부담 관계를 계약서에 명확히 하는 것이 반드시 필요합니다.

세목 및 세율(2013년 3월 기준)		한국(환급)	비고
기업소득세	25%	●	법인 총수익액-법인공제 가능 비용
개인소득세	5~45%	●	개인 총수익액-법인공제가능 비용
증치세(재화)	0,13,17%	x	재화 공급 매출 x 세율
증치세(용역)	6%	x	용역 공급 매출 x 세율*
Royalty Tax	10%	●	
License Tax	10%	●	
수입 관세	0~30%	x	품목별 차등

* 단, 상기 표의 내용이 중국의 모든 세금을 포괄하는 것이 아니므로, 실제 거래구조 및 계약 내용에 대해서는 세무사, 회계법인 등 세무 전문가와 협의를 통해 조세 관련 사항을 명확히 해야 함

대만에 소프트웨어를 수출하려는데, 계약 시 어떤 점을 주의해야 하나요?

이러한 경우 국제계약은 일반적으로 두 가지 형태로 나누어집니다. 영어로 된 1개의 계약서만 작성하거나 영·중·한 3개 언어로 작성하는 경우입니다. 영어로만 작성이 되면 큰 문제가 없겠지만, 만약 3개 언어로 작성할 때에는 한국어본과 중국어본의 내용이 충돌될 경우 영문본을 근거로 한다는 문구를 반드시 삽입해야 합니다.

참고로 만약 중국어 계약서를 작성한다면 반드시 전문가를 통해 확인해야 합니다. 중국어의 경우 우리의 '침표'와 비슷한 '둔하오(頓號)'라는 중국 특유의 문장 부호가 있습니다. 문제는 우리는 이 두 부호를 비슷하게 받아들이지만 중국어에서는 그렇지 않습니다. 누가 얼마의 비용을 부담하느냐에서 두 부호를 어디에 어떻게 사용하느냐에 따라 달라질 수 있기 때문입니다.

계약서대로 진행만 되면 큰 문제가 없지만, 만약 분쟁이 발생하면 문제가 복잡해집니다. 일반적으로 대만 기업과 분쟁해결 방안으로 소송보다는 중재를 추천해 드립니다. 중소기업 입장에서 소송은 배보다 배꼽이 더 클 수 있습니다. 비용이 만만치 않고, 시간이 꽤 오래 걸린다고 생각하시면 됩니다. 중재는 단심이니 중소기업의 입장에서 훨씬 유리하면서 법적 구속력을 가지고 있기 때문입니다.

또 하나 주의할 점은 중재 장소입니다. 가능한 한 피제소국가에서 중재하는 것이 좋습니다. 예를 들어 한국 기업이 대만 기업을 제소하면 대만중재재판소에서 중재하고, 대만 기업이 한국 기업을 제소하면 한국 대한상사중재원에서 중재하는 것으로 쓰면 됩니다.

단순히 소프트웨어만 수출하는 것인지 아니면 하드웨어도 포함되어 있는지, 즉 하드웨어에 탑재되어 있는 소프트웨어인지, 아니면 소프트웨어 별도의 패키지인지에 따라서 계약서를 다르게 작성해야 합니다. 만약 하드웨어에 소프트웨어가 탑재되어 있는 경우라면 가능한 한 하드웨어와 소프트웨어를 구분해 별도의 계약서를 작성하는 것이 좋습니다.

소프트웨어 수출 계약을 판매 실적에 따른 러닝 로열티를 받는 것으로 진행할 예정입니다. 정확한 현지 판매수량을 어떻게 확인해야 할까요?

한국 기업이 해외 수입/사용 기업으로부터 소프트웨어 사용에 대해 러닝 로열티를 받을 수 있도록 자동화된 집계 시스템이 필요합니다.

해외 기업이 보고하는 판매 실적을 그대로 믿을 수 있으면 좋겠으나 현실적으로 어렵습니다. 확실하게 현지 판매 실적을 일/월/연간 등으로 파악할 수 있고 이를 기반으로 정산할 수 있는 시스템을 구축해야 합니다.

해당 파트너가 온라인 서버에 접속하는 경우 라이선스 키(key)를 발행하면 해결되나 특정 소프트웨어를 완제품의 일부로 공급하는 경우 이러한 프레임워크를 정확하게 갖추기가 쉽지 않을 수도 있습니다.

이러한 경우에도 한국 기업은 반드시 라이선스 키 발급 시스템을 구축해 해외 사용 기업이 개별 서버 또는 디바이스에 포팅될 때 라이선스 키가 포함된 상태로 현지에 공급될 수 있도록 해야 합니다. 소프트웨어 사용 대가는 이와 같이 판매실적을 송장(Invoice) 발행을 통해 입금 요청을 함으로써 완결됩니다.

실제 사례

국내의 한 미들웨어 소프트웨어 공급 기업은 맥 어드레스(MAC address)를 통해 유일한 license serial number를 생성하고 고객에게 제공하는 방식의 시스템을 구축하고 글로벌 기업과의 납품 계약을 완료

소프트웨어 수출을 진행 중입니다. 수출 대금은 어떤 방식으로 받아야 하나요?

소프트웨어 수출을 진행 중인 한국 기업은 해외 바이어와 이메일 및 통화 등을 통해 제품 가격에 대해 충분히 협상한 이후 최종 가격을 확정해야 합니다. 그리고 해당 계약금액과 거래 조건 등을 명시한 계약서를 작성합니다. 작성된 계약서에 따라 한국 기업이 해외 바이어에게 제품을 수출한 경우 송장(Invoice)을 발행하고 정해진 기일 내에 T/T로 수출 대금을 입금받는 것이 좋습니다.

수출 대금이 비교적 적은 경우 한 번에 받기도 하며, 금액이 크거나 공급이 일정 기간 이상 소요되는 영역이 포함된 프로젝트의 경우는 선수금, 중도금 및 잔금 형식으로 받기도 합니다. 정해진 명확한 원칙이 있다기보다는 첫 거래인지 또는 꾸준한 거래인지에 따라 약간의 융통성이 있을 수 있습니다.

또한 대금 지불 시점과 방식은 계약서에 명기되어야 하며 이와 더불어 현지에서 납부해야 하는 세금 역시 계약서에 납부 주체를 명확히 해야 합니다. 그렇지 않으면 현지 파트너나 바이어가 해당국에 납부해야 할 세금을 제외하고 송금하는 경우가 있습니다. 세금은 수출 기업의 이익과 직결된 만큼 반드시 신경 써야 하는 부분입니다.

실제 사례

한국 기업이 미국 대학에 소프트웨어 솔루션을 납품하고 수출 대금을 받았으나 추후 대학이 현지 세금 납부를 위해 30%를 돌려 달라고 요청하자 향후 거래 관계를 고려해 세금을 돌려주고, 이중과세 방지 협정에 의해 15%를 되돌려 받는 경우 발생

소프트웨어 수출에 따른 세계 각국의 세금은 어떠한가요?

한국 기업이 소프트웨어를 수출할 때 해당국의 수입자가 납부해야 하는 세금은 국가별로 모두 다릅니다.

일반적으로 세금은 간과하기 쉬운 부분인데, 계약서에 이를 반영하는 것이 가장 좋습니다. 계약서에 세금 포함인지, 세금 별도인지를 명확히 해야 합니다. 이 부분을 사전에 명확히 하지 않을 경우 추후 사업 수행과 대금 지불 단계에서 한국 기업과 수입 업체가 서로 상대방이 세금을 부담해야 한다고 주장할 수 있습니다. 그러므로 계약서상 계약 금액에 세금 포함/불포함 여부를 명기해야 합니다.

특히 소프트웨어는 소프트웨어 패키지 등의 완제품을 수출하는 형태와 현지 설치, 개발 및 운영을 위한 컨설팅이 포함되는 경우가 다릅니다. 현지 기업은 한국 기업의 소득세 명목으로 지불 대금의 일부에서 원천세를 제외하고 송금하는 경우가 대부분입니다. 그러므로 계약할 때 세율을 감안해 최종 납품가를 정해야 합니다.

또한 미국의 경우에는 주별로 세금이 다르기 때문에 현지 세무사나 회계사에게 확인하고 계약서를 작성하는 것이 좋습니다. 또한 컨설팅 서비스(용역)인지, 제품 수출인지를 명확히 하고 계약서를 작성해야 합니다.

TIP

필리핀 소프트웨어 용역의 경우 부가세 12%, 소득세 30% 등 원천 징수

하드웨어 제품 수출 시 관세율은 얼마나 되며 어떻게 알 수 있나요?

전 세계에서 거래되는 각종 물품은 세계관세기구(WCO)가 정한 국제통일상품분류체계에 의해 하나의 품목번호(HS 코드)로 분류됩니다.

하드웨어 수출품에 부과되는 해당국의 관세는 기본적으로 HS 코드에 따라서 부과되는데 해당 국가와 맺은 협약에 의해 국가별, 품목별로 달라집니다. 또한 이러한 관세율은 한국이 세계 각국과 맺은 FTA에 따라 달라집니다.

관련 해당 정보는 전 세계 관세 정보를 포괄하고 있는 관세법령정보포털 3.0에서 확인할 수 있습니다.

관세법령정보포털 3.0은 국내 및 해외 관세율 정보, HS 가이드 정보 등을 제공하고 있습니다. 또한 관세는 FTA와 밀접한 관련이 있는 관계로 정부는 이러한 지원을 위한 체계를 유지하고 있습니다.

IT 기술의 융합이 여러 품목에 걸쳐 일어나게 되면서 한국 내 HS 코드가 수입국에서는 한국과는 다른 HS 코드로 분류되기도 하여 수출 시 적절한 HS 코드 선정이 문제가 되는 경우도 있습니다.

기업이 관세법령정보포털 3.0에서 확인하지 못했을 경우 무역협회의 FTA종합지원센터 등을 통해 조회·문의하고 관세평가분류원을 활용하거나 관세사에게 자문할 것을 권합니다.

TIP

관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr

FTA종합지원센터 okfta.kita.net

관세평가분류원 cvnci.customs.go.kr

FTA 콜센터 1380

우리 회사가 새로 개발한 제품의 HS 코드는 어떻게 확인해야 할까요?

HS 코드는 국제적으로 거래되는 물품에 대한 상품코드로서, FTA 협정대상품목 여부 적용 가능한 협정세율 확인, 원산지 결정기준 확인, 세번변경기준 적용 등 국제무역에 있어 무척 중요한 항목입니다.

FTA는 국가 간 협상의 산물이므로 자국 이익의 극대화를 위해 보호 산업에 대해서는 높은 관세율 또는 양허 제외 품목으로 설정하고, 경쟁력 있는 제품군에 대해서는 즉시 관세를 철폐함으로써 자유로운 무역을 유도하고 있습니다. HS 코드는 이때 품목들에 따라 국가별로 상이하게 적용되는 관세율을 파악하는 데 필요합니다.

한편 기존에 일반적으로 유통되고 있는 제품에는 명확한 HS 코드가 부여되어 있지만, 새롭게 개발한 제품에 대해서는 어떤 HS 코드를 적용해야 할지 국가별로 다르기 때문에 당초 예상했던 관세율과 차이가 날 수 있으며 이는 수출에 직접적인 영향을 미칠 수도 있습니다.

따라서 수출 전 상대국에서 적용될 정확한 HS 코드와 관세율을 확인해야 하며 이에 대한 판단은 관세법령정보포털 3.0 및 무역협회의 FTA종합지원센터(콜센터 1380) 등을 통해 조회하거나 문의할 수 있습니다.

이밖에 수출입하고자 하는 물품이 관세율표의 어떤 품목에 해당되는지 불분명할 경우 사전에 알아보는 방법도 있습니다. 관세청에서 운영하는 ‘관세평가분류원 품목분류 사전심사 제도’는 관세청장에게 미리 심사해 줄 것을 신청하는 특별 민원 회신제도이니 물품의 관세율을 잘 모르실 경우 이 방법을 활용하시길 권해드립니다.

TIP

관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr

FTA 종합지원센터 okfta.kita.net

관세평가분류원 cvnci.customs.go.k

우리나라는 세계 여러 나라와 FTA를 체결하고 있는데 IT 기업에 특별히 혜택이 있나요?

최근 세계 각국은 새로운 IT의 도입 및 자국의 기술 발전을 위해 IT 분야(하드웨어, 소프트웨어)에 대해서는 일반적으로 무관세 정책을 펴고 있습니다.

따라서 관세장벽 철폐 위주의 FTA가 체결되더라도 IT 기업들에는 큰 개념의 시장 확대라는 효과는 있지만 관세 혜택에 의한 수출 경쟁력 확보라는 직접적인 효과를 기대하기는 어렵습니다.

다만 한·미 간의 수출거래에 있어서는 수입자에게 매 거래당 수출 대금의 0.3454% (최저 25달러~최대 485달러)에 해당하는 물품취급 수수료(MPF: Merchandise Processing Fee)가 부과되는데, FTA 체결국의 원산지 증명을 제출하면 이를 면제해 주도록 되어 있습니다.

따라서 대미 수출이 반복적으로 이뤄지는 기업의 경우는 이러한 물품취급 수수료를 절약함으로써 수출 경쟁력 확보에 작으나마 도움이 될 수 있으니 미국에 하드웨어 등의 유체물을 수출하는 기업은 참고하시기 바랍니다.

TIP

FTA 콜센터 1380

FTA 종합지원센터 okfta.kita.net





수출 성공사례

(주)청호컴넷
(주)SME네트웍스
에이엠텔레콤(주)
(주)지피오

(주)청호컴넷

(주)청호컴넷(대표이사 이정우)은 2013년 11월 이란 최대 금융자동화기기(ATM) 생산회사인 페브코(PEBCO)와 향후 3년간 8,000만 달러 규모의 ATM 수출 계약을 체결함으로써 이란 ATM시장 진출에 성공했다.

사업개요

국내 기업	(주)청호컴넷(Chungho ComNet)
진출국	이란
무역관	테헤란
계약 규모	8,000만 달러
해외 바이어	PEBCO(Pardakht Electronic Behestan Co)
품목	ATM(Automated Teller Machine)
계약일	2013년 11월
KOTRA 사업참가명	<ul style="list-style-type: none"> • 맞춤형 상담주선(무역관) • IT수출상담지원센터 상담 및 지원

이란 최대 बैं킹 솔루션 업체인 베헤스탄 그룹(Behestan Group)은 ATM 완제품의 관세가 30%인 반면 SKD(Semi-Knock Down: 부분 조립생산) 방식으로 수입·제조할 경우 관세가 4%인 점에 착안, 이란 ATM 시장 점유율 30% 확보를 목표로 중국 등 해외공급처를 물색 중이었다.

이란의 ATM 시장 규모는 약 6만5,000대이나 보급된 ATM은 약 3만 대에 불과했고, 지폐의 품질이 나빠 ATM 부품이 쉽게 마모되면서 교체 수요가 연 10%를 상회하고 있었다. 이러한 사실에 주목한 테헤란 무역관은 국내 ATM 기업을 소개하고 적극 홍보하기 시작하였다.

시장 가능성을 확인한 테헤란 무역관은 2013년 1월 이란 ATM 시장에 진출할 수 있는 경쟁력을 보유한 국내 기업 발굴을 IT사업단에 요청했다. 사업단 내 IT수출상담지원센터는 국내 ATM 납품 분야 1위인 청호컴넷을 무역관에 추천하고 상호 협력 아래 기업 지원 체계를 구축했다.

이어 테헤란 무역관은 베헤스탄 그룹의 자회사인 페브코에 청호컴넷의 ATM 품질과 애프터서비스 대응체제 등을 적극 홍보함으로써 한국 기업의 대이란 수주전에 힘을 보탰다.

2013년 10월 페브코는 청호컴넷의 품질을 높게 평가해 수입을 결정했고 KOTRA와 청호컴넷은 수출 계약 체결을 앞당기기 위해 페브코의 모하마드 로라스비(Mohammad Lohrasbi) 회장과 구매담당자를 한국으로 초청하는 노력 끝에 2013년 11월 페브코와 수출 계약을 체결했다.

청호컴넷의 수주는 IT수출상담지원센터의 적극적인 국내 기업 발굴과 현지 무역관의 협업으로 진입이 어려운 이란 ATM 시장에 국내 중견기업 진출을 성사시킨 성공 사례로 꼽힌다.

이란 ATM 시장은 △NCR, Wincore 등 글로벌 기업들의 선점 △대이란 무역제재 △국책사업 접근의 어려움 등으로 인해 시장 진입이 쉽지 않은 상황이라 더욱 큰 의미를 지닌 것으로 평가할 수 있다.

이란의 금융, 보안, 통신 분야 솔루션 개발 전문기업인 베헤스탄 그룹은 한국산 POS시스템과 보안솔루션의 수입에도 높은 관심을 나타내고 있어 정호컴넷의 ATM 수출 계약은 대이란 소프트웨어 수출의 물꼬를 트는 계기가 될 것으로 기대되고 있다.

참고자료



수출 계약식 체결

(주)SME네트웍스

(주)SME네트웍스(대표 김동영)는 금융정보추진협의회가 금융마이크로SD 표준화를 제정하는 데 핵심 기술을 상당 부분 제공한 R&D 강소기업으로 ID 솔루션 전문기업이다. 회사 매출 중 40%를 해외에서 벌어들일 정도로 기술력을 인정받고 있다.

사업개요

국내 기업	(주)SME네트웍스(SME Networks)
진출국	이란
무역관	테헤란
계약 규모	5,000만 달러
해외 바이어	M사
품목	전자여권 및 전자여권 솔루션
계약일	2016년 7월
KOTRA 사업참가명	<ul style="list-style-type: none"> · 맞춤형 상담주선(무역관) · IT수출상담지원센터 상담 및 지원

SME네트웍스는 KOTRA의 3년에 걸친 지원 끝에 이란 전자주민증과 전자여권 시장 진출에 성공했다.

이란 정부의 전자주민증 공급 프로젝트는 현재 진행 중인 6차 경제개발 5개년 계획(2016-2021)에 포함됐고, 5년간 전체 인구 8,000만 명 중 6,000만 명이 전자주민증 발급대상이다.

특히 이 프로젝트는 기술적인 운영시스템, 응용솔루션, 개인정보 등에 대한 보안이 중요해 한번 공급계약자로 선정되면 장기 공급하게 되는 특수한 분야로 향후 5년간 5,000만 달러의 수주를 확보하게 되었다.

SME 네트웍스는 2011년 이란 전자여권 시장에 먼저 진출했으며, 미국의 대이란 금융제재로 대부분의 기업이 사업을 철수할 때 하드웨어와 소프트웨어를 결합한 보안 솔루션을 내세워 이란시장을 계속 노크해 왔다.

이번 수주는 초기 SME네트웍스가 이란에 프로젝트가 있다는 정보를 입수했으나 발주처 발굴에 어려움을 겪고 있는 상황에서 이를 요청 받은 KOTRA IT수출상담지원센터가 무역관과 해당 수주가 성공하도록 아낌없는 지원을 수행하면서 진행되었다.

2013년 10월 프로젝트 발굴 후 KOTRA 지원으로 현지 발주처 면담이 가능했고, 연이은 발주처 방한 초청과 KOTRA 지원을 통해 우선협상대상자로 선정됐다.

SME네트웍스의 수주는 이란이 경제제재 상태였음에도 불구하고, 무역관의 현지 정보 제공과 IT수출상담지원센터의 적극적인 국내 기업 및 솔루션 발굴로 수출을 성사시킨 사례로 의미가 있다 하겠다.

참고자료

	Business Area	Application & Products
e-NID Card		<ul style="list-style-type: none"> • Chip & Cards • Chip OS(Native, java) • Applet Development • PKI Solutions
e-Passport		<ul style="list-style-type: none"> • Chip (H/W) • Chip OS(Native) • e-Cover / Inlay / Subsidiary Materials • Passport Counterfeit / Falsification Analytical System
Security ID Solution		<ul style="list-style-type: none"> • Electronic government worker system • Mobile ID system (Security Micro SD)

SME네트웍스 제품군

에이엠텔레콤(주)

에이엠텔레콤(주)(대표 여민기)은 CDMA 모듈에서 LTE 모듈에 이르기까지 다양한 범용 M2M 모듈 제품을 생산하고 있다. 에이엠텔레콤 제품은 이동통신 중계기, 보안시스템, 텔레매틱스 단말, 헬스케어, 스마트 그리드 등 다양한 시스템에 적용되고 있다.

사업개요

국내 기업	에이엠텔레콤(주)(AM Telecom)
진출국	일본
무역관	도쿄 IT지원센터
계약 규모	비공개
해외 바이어	Softbank, NTT Docomo, Elecom
품목	LTE/3G 통신모듈, IoT GPS 단말, IoT USB 동글(네트워크 카메라용)
계약일	2014년 11월
KOTRA 사업참가명	<ul style="list-style-type: none"> • Smart Korea Forum in Japan 2012, 2013, 2014 • Global Mobile Vision 2013 • Korea-Japan ICT Partnering NTT Docomo(2013년 9월) • 도쿄 IT지원센터 입주(2013년 6월) • IT수출상담지원센터 상담 및 지원

2001년 설립 이후 기술 개발과 국내 시장에 매진하던 에이엠텔레콤은 2012년부터 꾸준히 KOTRA의 다양한 IT 분야 지원사업에 참가하며 해외시장 진출을 추진해 왔다.

특히 일본시장 진출을 위해 KOTRA 도쿄 IT지원센터에서 매년 일본지역 특화사업으로 개최하는 Smart Korea Forum in Japan에 2012년부터 3년간 지속적으로 참가하고, 2013년에는 KOTRA 도쿄 IT지원센터 입주 방식으로 현지에 진출함으로써 대형 통신 분야의 바이어들에게 신뢰감을 주었다. 국내 최대 모바일 분야 전시상담회인 Global Mobile Vision에 이어 일본 NTT Docomo 방한 핀포인트 상담회인 Korea-Japan ICT Partnering 사업 등에 참가해 구체적인 수출 가능성을 논의한 결과 Softbank, NTT Docomo 등 대형 이동통신 사업자 및 컴퓨터 주변기기 업체인 Elecom과 통신모듈 및 IoT 관련 제품의 수출 계약을 체결하는 성과를 거두게 되었다.

에이엠텔레콤은 일본 기업과의 거래에 있어 필수 조건인 품질, 일본 현지 지사의 존재 여부, 글로벌 및 일본 현지 실적 등의 조건에 부합하기 위해 오래전부터 노력해 왔다. 해외시장 진입 이전 품질에 만전을 기하는 한편 일본 현지에 AM Japan을 설립하고 국내 KT를 비롯해 미국, 멕시코, 인도의 이동통신사 등 글로벌 우수 기업에 납품한 실적 등을 바탕으로 일본 시장 진출을 위한 준비를 착실히 다져온 결과이다.

이번 수출 계약은 시장 진출 초기부터 KOTRA의 다양한 지원사업을 효과적으로 활용하고 꾸준한 정보 공유 및 상담 등을 통해 일본 시장에 대한 이해를 높인 것이 밑거름이 되었다. KOTRA의 지원과 함께 품질·기술력을 강화하는 끈기 있는 준비과정을 거쳐 현지 바이어 발굴 및 수출로 결실을 맺은 우수한 사례라고 평가할 수 있다.

참고자료

IoT 전문업체 에이엠텔레콤, 소프트뱅크 단독으로 뚫었다

[AD] 2016 다국적 스타벤처 데모데이



국내 중소기업이 일본 통신사 소프트뱅크에 LTE 시론인타넷(IoT) 모듈을 단독으로 공급한다. 올해 일본시장에서 150억원 매출이 가능할 전망이다.

IoT 전문업체 에이엠텔레콤은 일본 소프트뱅크에 LTE-TDD/FDD 듀얼 IoT 모듈을 제공한다고 15일 밝혔다.

소프트뱅크 LTE IoT 통신 모듈 공급사는 에이엠텔레콤이 유일하다.

에이엠텔레콤 시장은 "소프트뱅크에 LTE IoT 모듈을 단독으로 공급하게 됐다"며 "LTE 듀얼(TDD/FDD) IoT 모듈을 통신사에 공급하는 건 세계 최초 사례"라고 설명했다.

에이엠텔레콤이 소프트뱅크에 공급하는 LTE-TDD/FDD 듀얼 IoT 모듈은 물류 등 이동형 IoT 서비스에 폭넓게 적용 가능하다.

운행도 체크가 필요한 차량, 컨테이너 박스 등에 모듈을 적용하면 LTE-FDD 망이 구축된 지역을 지나 LTE-TDD 망이 깔린 곳으로 넘어갈 때도 간단한 로밍을 통해 IoT 출구선을 연속 운영하는 것이 가능하다.

에이엠텔레콤은 소프트뱅크 등 일본 통신사 IoT 모듈 공급으로 일본에서만 2014년 150억원, 2015년 300억원 매출이 가능할 것으로 내다봤다.

소프트뱅크 앞서 NTT도코모에는 3G LTE-FDD IoT 모듈을 공급했다.

에이엠텔레콤은 시론형(TDD)/주파수분할(FDD) 방식이 모두 가능한 듀얼모드 롱텀에볼루션(LTE) IoT 모듈을 주력 제품으로 글로벌 진출에 시동을 걸 계획이다.

이 시장은 "소프트뱅크 LTE IoT 모듈 공급사로 선정되며 글로벌 업체와 비교평가에서 높은 기술 품질 경쟁력을 인정받았다"며 "IoT 시장에 철저히 대비해 온 만큼 코너를 넘어 일본 그리고 세계 시장에서 선두기업이 될 것"이라고 강조했다.

AT&T 등 북미 지역 통신사와 추가로 LTE-IoT 모듈 승인 절차를 밟고 있다.

한편, 소프트뱅크는 15일 일본 현지에서 파트너사를 대상으로 LTE IoT 사업설명회를 개최했다. 소프트뱅크는 기존 2G 3G 망을 이용한 IoT 사업을 확대, 8월부터 풀루-에너지 등 다각도로 LTE IoT 비즈니스를 펼칠 계획인 것으로 알려졌다.

출처: 전자신문(2014년 7월 15일)

(주)지피오

(주)지피오(대표 박재석)는 산업·광고용 LCD 모니터를 제공·공급하는 회사이다. 지피오는 다양한 콘텐츠 및 광고사업자에게 고품질의 영상표출을 위한 소프트웨어 및 산업용 LCD 완제품, 솔루션 개발 서비스를 제공한다. 지피오는 현재 내수는 물론 중동 및 아시아 시장 개척에 힘을 쏟고 있다.

사업개요

국내 기업	(주)지피오(GPO)
진출국	UAE
무역관	두바이
계약 규모	12만 달러
해외 바이어	알라이유비
품목	공항 출입국사무소 광고 및 업무홍보용 디지털 사이니지 구축
계약일	2014년 9월
KOTRA 사업참가명	<ul style="list-style-type: none"> • K-Tech Middle East 2013 • IT컨소시엄 사업 2014 • IT수출상담지원센터 상담 및 지원

수출초보기업인 (주)지피오(GPO)는 2013년 10월 처음으로 IT수출상담지원센터를 방문하고 KOTRA의 수출 플랫폼과 지원 방법을 알게 되어 이를 통해 해외 수출에 나서게 되었다. IT수출상담지원센터는 상담을 통해 중동시장에 관심이 있는 지피오에 IT사업단 주관 K-Tech Middle East 2013 사업에 참가를 권유하였고 지피오가 이를 좋은 기회로 받아들여 중동 시장 개척단에 참여하게 되었다.

지피오는 Middle East 2013에서 두바이 공항 프로젝트를 추진하는 현지 에이전트와 상담하면서 현지 디지털 사이니지 프로젝트에 대한 정보를 입수하게 되었다.

한국에 돌아온 후에도 지속적으로 바이어와 관계를 유지하여 사업수주에 노력한 지피오는 2014년 5월, 해당 프로젝트로 IT사업단 및 두바이 무역관 주관 'IT컨소시엄'사업에 선정되어 무역관을 통해 본격적으로 마케팅 활동을 전개했다.

같은 해 6월, 발주처와 데모 테스트 및 시험 운영을 성공적으로 완료했다.

그 결과, 9월에는 현지 발주처 알라이유비로부터 프로젝트를 수주, 계약 체결했다.

이번 사례는 IT수출상담지원센터를 통한 수출 컨설팅, IT사업단 상담회 참여로 발굴된 프로젝트를 무역관 협력으로 결실을 맺은 사례라 할 수 있겠다.

또한, KOTRA와 디지털 사이니지 전문 국내 중소기업들이 컨소시엄을 구성하고 상호 협업을 통해 두바이 발주처의 니즈에 신속하게 대응함으로써 이룬 성과라 더욱 의미 있는 지원 사례라 할 수 있다.



KOTRA IT사업단

우리 ICT 기업의 해외 진출 지원을 위한 다양한 사업을 전개합니다.

해외 전략 시장에 IT사절단 파견, 해외 전문전시회 연계 수출상담회 개최, 유망 ICT 기업 로드쇼 등 우리 기업들이 보다 적극적으로 해외 진출을 시도하고 실질적인 성과를 이루어 낼 수 있도록 지원합니다. 또한, 해외 바이어 유치를 통한 국내 수출상담회, 핀포인트 상담회, 국제 컨퍼런스 등 산업정보 수집, 네트워킹, 바이어와의 수출상담 기회를 제공합니다.

국내 ICT 유관기관과의 협업으로 융합의 시대를 선도합니다.

KOTRA IT사업단은 국내외 IT사업을 관장하는 다양한 유관기관 및 단체와 협력하여 ICT 융합시대에 기업의 해외 진출을 지원합니다. IT사업단 - IT유관기관 - 해외무역관이 함께하는 협업체계는 날로 확대되는 ICT산업에서 보다 다양하고 많은 예비 수출기업을 지원함으로써 성과 창출이 가능하도록 시너지를 발휘합니다. 또한, 스타트업, 중소기업 등 기업의 성장단계 및 특성에 맞는 해외진출 지원사업을 개발하고 지원합니다.

IT수출 전문가로 구성된 상시 IT수출상담데스크를 운영합니다.

IT사업단에서는 SW솔루션, IT서비스, HW 분야별 전문위원이 우리 중소 IT기업의 수출 상담과 애로 해소를 지원합니다. 아울러, 해외 주요 IT 분야 거점국가에 해외IT지원센터를 운영하며 현지에 진출하는 중소 IT기업에게 입주공간 등 사무 인프라 제공, 현지화 마케팅 등을 지원합니다.



IT수출상담지원센터

KOTRA 홈페이지

www.KOTRA.or.kr

홈 → 지원사업안내 → 해외시장개척지원 → IT수출상담지원센터

KOTRA IT사업단

02-3460-7475

상담분야

김명찬 전문위원 하드웨어, 전자부품/소재

전화 02-3460-7752

이메일 mckim@kotra.or.kr

김명희 전문위원 소프트웨어, 모바일앱

전화 02-3460-7753

이메일 mhkim@kotra.or.kr

공정훈 전문위원 IT서비스, 프로젝트, 대중소 동반진출

전화 02-3460-7754

이메일 danikong@kotra.or.kr

해외IT지원센터

사업개요

국내 ICT 기업의 원활한 해외 진출을 지원하기 위해 해외 주요 ICT 거점지역에 센터를 설립하고 지역 특성에 맞는 입주 기업별 서비스 제공

대상기업 진출희망지역 ICT 분야 수출 역량 보유 중소·중견·벤처기업

해당지역 미국(실리콘밸리), 중국(베이징), 일본(도쿄)

입주기간 기본 1년, 심사를 통해 연장 가능

선정기준 (아래 해당 기업에 한해 현지전문가 심사 실시 후 선정)

1차 심사: 대기업 집단을 제외한 IT분야 중소·중견·벤처기업

2차 심사: 기술력, 제품성, 시장성 등을 기준으로 한 현지 전문가 심사

지원내용

저렴한 입주비용으로 사무 공간 제공 및 현지 정착 지원

- 해외IT지원센터 내 독립형 사무실 제공
- 대중소 회의실 등 공용공간 및 인터넷 전용선, 사무기기 등 지원

현지 마케팅 활동, 네트워크 구축 및 정보공유 지원

- 현지 시장진출 기회상담 및 진출전략 컨설팅 제공
- 경영, 법률, 회계 등 현지 정착에 필요한 네트워크 연계 및 정보 제공
- 현지 ICT 바이어 발굴 및 소개, 전문 세미나, 상담회 참가 기회 제공
- 국내외 ICT 인적 네트워크 구축 및 현지 정보 제공 등

신청방법

신청기간 상시

신청방법 • KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr)에서 입주희망 IT지원센터 제출서류 다운로드

• 신청서류 소프트카피는 본사 담당자에 이메일 접수

• 신청서류 하드카피는 KOTRA 본사로 우편 송부

신청서류 신청서, 기업소개서, 해외진출 사업계획서, 재무제표



입주선정 절차

서류심사 요건을 통과한 기업에 한해 현지 전문가 심사 실시 후 선정

서류접수	1차 서류심사	2차 현지전문가 심사
<ul style="list-style-type: none">신청서기업소개서해외진출사업 소개서재무제표	<ul style="list-style-type: none">ICT 분야중소기업·중견기업 또는 벤처기업 대상	<ul style="list-style-type: none">기술력제품성시장성

문의처(www.kotra.or.kr)

구분	기관	부서	전화
계획수립 및 사업시행	KOTRA	IT사업단	02) 3460-7463
계획수립	미래창조과학부	국제협력 총괄담당관	02) 2110-1712

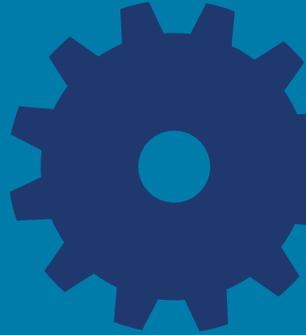


ICT 해외진출 지원사업

구분	사업명	시기	장소	주요내용
국내	Global Mobile Vision	9월	KINTEX	ICT 종합 특화 사업 (콘퍼런스, 전시/상담, 스타트업IR)
	LED수출상담회	6월	KINTEX	LED EXPO 연계 수출상담회
	Global ICT Business Forum	2분기	경기창조경제 혁신센터	IT 해외진출전략세미나, 수출상담회
해외	K-Global (ICT종합대전)	2분기	매년 지역 선정	무역(전시상담) + 투자(투자유치IR) + 창업(스타트업IR) + 정보(포럼) + 기술(로드쇼)의 옴니버스형 사업 추진
		3분기	실리콘밸리	
		4분기	중국	
	로봇 수출로드쇼	2, 3분기	매년 지역 선정	로봇기업 수출마케팅 ('16년 중국 4개 지역)
	한일 Smart Korea Forum	10월	도쿄	전시, 포럼, 1:1 수출상담
	IT Inside China	1, 3분기	매년 지역 선정	대만 및 중국 내륙지역 IT 수출상담회
	Mobile World Congress	2월	바르셀로나	세계 최대 모바일 전시회 참가지원 ('16년 한국관 23개사)
	Mobile World Congress 상하이	6월	상하이	아시아 최대 무선통신 전시회
	미국 RSA 보안전시회	2월	샌프란시스코	보안 분야 전시회 ('16년 한국관 12개사)
유관기관 협업사업	ITS 로드쇼	2분	매년 지역 선정	국토부/ITS협회 협업 (포럼, 1:1상담, 정부/발주처 면담)
	핀테크 로드쇼	상반기	매년 지역 선정	금융위/핀테크지원센터 협업 (포럼, 1:1상담, 정부 면담)
프로젝트 발굴/지원	IT 프로젝트 발굴 및 수주지원	연중	-	KOTRA 무역관 통한 현지 프로젝트 발굴 및 국내기업 매칭
	IT 컨소시엄 마케팅 지원	연중	-	IT 분야별 컨소시엄 구성, 현지 전문가 채용 및 밀착 지원
수출지원 인프라	해외 IT지원센터 운영	연중	미국, 중국, 일본	3개 지역 IT지원센터 운영 (실리콘밸리, 베이징, 도쿄)
	IT수출상담지원센터 운영	연중	KOTRA 본사	IT전문위원 수출애로 상담 및 컨설팅 (H/W, S/W, IT서비스)



ICT 주요 용어



4D 프린팅

영문 Fourth Dimension Printing **약어** 4D Printing

미리 설계된 시간이나 임의 환경 조건이 충족되면 스스로 모양을 변경 또는 제조하여 새로운 형태로 바뀌는 제품을 3D 프린팅하는 기술. 4D 프린팅을 위해서 온도, 습도, 진동 등 에너지에서 자극을 받으면 모양이 변하는 스마트 소재가 사용된다. 예를 들면, 물을 만나면 팽창되는 나무를 소재로 하는 입체 프린터(3D Printer)로 코끼리 모양의 평면 설계를 출력한다. 그리고 출력된 설계를 물에 넣으면 저질로 입체 코끼리 모양으로 바뀐다. 4D 프린팅 기술은 2013년 테드(TED: Technology, Entertainment, Design) 강연에서 미국 MIT 자가조립연구소 스카일러 티비츠(Skylar Tibbits) 교수에 의해 소개되었다. 4D 프린팅은 의료, 의류 등 다양한 분야에 활용될 수 있다. ※ 여기서, 4D(4th Dimension)는 수학·물리의 4차원(4D: Four-dimensional Space)과 다르다.

출처 TTA 정보통신용어사전

5세대 이동통신기술

영문 5th Generation Mobile Telecommunication **약어** 5G

4G LTE 대비 데이터 용량은 약 1,000배 많고 속도는 200배 빠른 차세대 이동통신이다. IMT2020(International Mobile Telecommunication 2020)은 국제전기통신연합(International Telecommunication Union, ITU)에서 2020년 상용화를 목표로 표준화 계획에 들어간 5세대(5G) 이동통신의 정식 명칭이다. 5G에 대한 관심과 국가 간, 기업 간 개발경쟁이 치열해지고 있다. 특히 2018년 평창 동계올림픽에서 5G 시범서비스를 선보이려는 한국과 2020년 도쿄 올림픽을 계기로 5G상용화를 실현하겠다는 일본의 5G 주도권 선점경쟁은 더욱 본격화되어 가고 있다.

출처 지형공간정보체계용어사전

CPNT

영문 Contents-Platform-Network-Terminal **약어** CPNT

콘텐츠(C), 플랫폼(P), 네트워크(N), 터미널(T)의 줄임말로 전통적으로 통신사업은 네트워크 사업이었으나 디지털 컨버전스 시대를 맞아 영역은 확장되고 있다. 네트워크 영역을 기반으로 하여 좌로는 플랫폼, 콘텐츠 영역으로 확산을 꾀하고 있는 반면 우로는 멀티터미널 인터페이스(Multi-Terminal Interface) 환경을 구축하기 위해 단말기 영역으로 확산되고 있다.

출처 한경 경제용어 사전

N스크린

영문 N Screen

N스크린은 TV나 PC, 태블릿PC, 스마트폰 등 다양한 기기에서 하나의 콘텐츠를 끊김없이 이용할 수 있게 해주는 서비스를 말한다. 사용자가 구입한 콘텐츠가 단말기가 아니라 서버에 저장되어 있기 때문에 언제 어디서나 다양한 단말기로 불러와 이용할 수 있다는 장점이 있다. 국내외 이동통신사들은 N스크린을 통해 사용자들이 자사 서비스를 이용하는 시간이 늘어날수록 영화, 드라마 등 콘텐츠를 구입할 가능성이 높아져 궁극적으로 콘텐츠 매출을 늘릴 수 있기 때문에 미래 핵심 서비스로 인지해 시장 선점을 위해 경쟁하고 있다.

출처 매일경제, 매경닷컴

O2O

영문 Online to Offline **약어** O2O

O2O란 온라인(Online)과 오프라인(Offline)이 결합하는 현상을 의미하는 말이며, 최근에는 주로 전자상거래

혹은 마케팅 분야에서 온라인과 오프라인이 연결되는 현상을 말하는 데 사용된다.

일례로 1990년대에 가정에 개인용 PC가 보급되고 온라인 쇼핑이 보급되면서 나타나기 시작한 현상이 하나 있다. 바로 쇼루밍(Showrooming) 현상이 그것이다. 쇼루밍은 백화점이나 쇼핑몰에서 상품을 구경한 후, 똑같은 제품을 온라인에서 더 저렴하게 사는 현상을 말한다.

비싼 돈을 들여 매장을 꾸며놓은 백화점이나 쇼핑몰 입장에서는 이런 손님들이 달갑지 않은 것이 사실이다. 그러던 차에 나온 개념이 역쇼루밍(Reverse-Showrooming)이다. 즉, 온라인이나 모바일에서 먼저 결제를 한 후, 오프라인 매장에서 실제 물건이나 서비스를 받도록 한 것이다.

물론, 역쇼루밍의 경우도 온라인에서 결제하다 보니 오프라인에서 판매하는 것보다 저렴하게 팔 수밖에 없기는 하지만, 적어도 고객들을 다른 온라인 판매자에게 빼앗기지 않는 게 된 것이다. 또한, 물건이나 서비스를 받기 위해서는 직접 매장을 방문해야 하는데, 그 과정에서 추가적인 구매 행위를 일으킬 수도 있기 때문이다.

출처 스마트과학관

OTT

영문 Over the Top 약어 OTT

인터넷을 통해 방송 프로그램·영화·교육 등 각종 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스를 말한다. ‘Top’은 셋톱박스를 의미한다. 초기에는 셋톱박스 기반 인터넷 동영상 서비스를 의미했지만 최근엔 PC 스마트폰을 통한 동영상 서비스를 아우르는 의미로 사용되고 있다.

출처 한경 경제용어 사전

UN 전자정부평가

영문 UN e-Government Survey

UN(국제연합)이 회원국을 대상으로 2년마다 전자정부의 수준을 비교 평가하여 발표하는 지수.

UN 회원국 간의 전자정부를 비교 평가하고, 국가 간 경험과 노하우를 공유하기 위하여 2002년부터 실시하였다. 이후 2005년까지는 매년, 2008년부터는 격년제로 실시하여 ‘공공행정의 날’인 6월 23일을 기하여 개최되는 UN 공공행정포럼 기간에 UN 공공행정상과 함께 시상한다.

UN 경제사회부(Department of Economic and Social Affairs: DESA)에서 조사관들이 각국의 웹사이트를 직접 방문하여 제공되는 서비스를 점검하고 종합적으로 분석 평가하여 지수화한다. 평가 분야는 크게 전자정부 발전지수와 온라인 참여지수로 구분한다. 전자정부 발전지수는 다시 온라인 서비스 수준, 정보통신 인프라 수준, 인적자본 수준으로 세분하여 종합적으로 평가한다. 온라인 참여지수는 온라인 정보제공, 온라인 정책참여, 온라인 정책결정, 환경지수로 세분하여 지수화한다. 한국은 2010년, 2012년, 2014년에 연속하여 1위에 올랐으나 2016년은 3위로 2단계 하락하였다.

출처 두산백과

가상현실

영문 Virtual Reality 약어 VR

어떤 특정한 환경이나 상황을 컴퓨터로 만들어서, 그것을 사용하는 사람이 마치 실제 주변 상황·환경과 상호작용을 하고 있는 것처럼 만들어 주는 인간-컴퓨터 사이의 인터페이스를 말한다.

인공현실(Artificial Reality), 사이버 공간(Cyberspace), 가상세계(Virtual Worlds), 가상환경(Virtual Environment), 합성환경(Synthetic Environment), 인공환경(Artificial Environment) 등이라고도 한다. 사용 목적은 사람들이 일상적으로 경험하기 어려운 환경을 직접 체험하지 않고서도 그 환경에 들어와 있는 것처럼 보여주고 조작할 수 있게 해주는 것이다. 응용분야는 교육, 고급 프로그래밍, 원격조작, 원격위성 표면탐사, 탐사자료 분석, 과학적 시각화(Scientific Visualization) 등이다.

구체적인 예로, 탱크·항공기의 조종법 훈련, 가구의 배치 설계, 수술 실습, 게임 등 다양하다. 가상현실 시스템에서는 인간 참여자와 실제·가상 작업공간이 하드웨어로 상호 연결된다. 또 가상적인 환경에서

일어나는 일을 참여자가 주로 시각으로 느끼도록 하며, 보조적으로 청각·촉각 등을 사용한다.

출처 두산백과

개념증명

영문 Proof of Concept **약어** POC

제품, 기술, 정보 시스템 등이 조직의 특수 문제 해결을 실현할 수 있다는 증명 과정. 아직 시장에 나오지 않은 신제품에 대한 사전 검증을 위해 사용된다. IT 서비스나 제품의 경우도 구매기업이 실질적인 계약체결 전에 이러한 POC를 요구하는 경우가 있으며 일주일에서 몇 달까지 시간이 소요되기도 한다.

출처 TTA 정보통신용어사전

공개 소스 소프트웨어

영문 Open Source Software **약어** OSS

소스 코드가 공개된 소프트웨어로 개작이나 재배포 등이 자유롭게 허용되면서 저작권자의 권익을 보호할 수 있도록 제도화된 소프트웨어. 비영리 단체인 오픈 소스 이니셔티브(OSI: Open Source Initiative)의 에릭 레이몬드(Eric Raymond)가 상업적 활용을 증대시키려는 목적으로 소스 코드의 공개를 강조하여 자유 이용 소프트웨어(free software) 대신에 사용한 용어다. 일반적으로 소프트웨어는 실행 파일만 제공되므로 타인에 의한 소프트웨어의 개선이나 개작이 불가능하여 소프트웨어 개선에 한계가 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

공개 소스 하드웨어

영문 Open-Source Hardware **약어** OSHW

하드웨어 설계 내용과 관련 정보가 공개되어, 누구나 동일하게 만들고, 수정, 배포, 제조하여 팔 수 있는 하드웨어. OSHW는 자유·공개 소스 소프트웨어(FOSS: Free and Open-Source Software)와 같이 소스 공개를 통해 기술과 제품을 더욱 발전시키는 데 목적이 있다. 따라서 하드웨어 제작에 필요한 회로도, 인쇄 회로 기판(PCB) 설계도면, 제작 과정 등 필요한 모든 정보의 공개를 원칙으로 한다. OSHW는 누구나 쉽게 구할 수 있는 부품, 재료, 표준 가공 방법, 개방 시설, 공개 콘텐츠, 공개 소스 소프트웨어(OSS) 등을 사용하는 것이 이상적이다. OSHW를 배포하기 위해서는 하드웨어를 설계한 문서 공개, 공개 범위 명시, 제작에 필요한 소프트웨어 공개, 저작권 표시 여부, 특정 개인이나 단체 차별 금지, 활용 분야 차별 금지 등을 준수하여야 한다. ※ 참고: 오픈 소스 하드웨어 협회(OSHWA: Open Source Hardware Association)의 오픈 소스 하드웨어 정의

출처 TTA 정보통신용어사전

국제전기통신연합

영문 International Telecommunication Union **약어** ITU

국제전기통신연합(ITU)은 국제연합 14개 전문기구 중의 하나로 전기통신 관련 세계 최고 국제기구이며, 국제전기통신 및 국가별 통신정책의 조화와 관련하여 회원국 상호간 국제 협력·규제 및 표준화와 개발도상국에 대한 지원업무를 수행하고 있다. ITU는 주파수 스펙트럼 배분 및 주파수 할당 등록, 회원국 간 협력을 통한 적정요금의 통신서비스 제공 촉진, 개발도상국에 대한 기술 협력, 전기통신에 관한 연구, 제반 규칙 제정, 관련 정보의 수집 및 발표 등 역할을 담당한다.

2015년 말 현재 ITU에는 193개 회원국과 800여 개의 부문회원(민간회원)이 가입되어 있다. ITU 운영에 필요한 제반 경비는 회원국과 부문회원이 자발적으로 납부하는 분담금으로 충당된다.

우리나라는 1952년 1월 31일자로 ITU에 가입하여 1989년 니스 전권위원회에서 처음으로 이사국에 선출된 후, 1998년 미니애폴리스 전권위원회에서 123개국의 지지를 얻어 이사국에 재선되어 지속적으로 ITU의

주요 정책 결정에 참여하고 있다.

출처 국제전기통신연합

다중 채널 네트워크 서비스

영문 Multi-Channel Network **약어** MCN

1인 콘텐츠 창작자들을 발굴·지원하고 이들을 종합적으로 관리하는 인터넷 방송 서비스. 다중 채널 네트워크 서비스(MCN) 사업자는 재능 있는 1인 창작자들이 콘텐츠를 인터넷에 게재할 수 있도록 플랫폼 역할을 할 뿐만 아니라 방송 장비와 스튜디오, 콘텐츠 유통, 광고 유치, 저작권 관리, 외부 협업 등 다양한 혜택을 지원한다. 그리고 광고에서 얻어지는 수익을 MCN 사업자와 창작자가 일정 비율로 분배한다. 대표적인 MCN 사업자로 유튜브(YouTube)가 있으며 우리나라의 경우 씨제이이엔엠(CJ E&M), 아프리카TV 등이 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

대화형 사용자 인터페이스

영문 Conversational User Interface **약어** CUI

모바일 단말이나 개인용 컴퓨터(PC)가 사용자의 생체, 언어, 몸짓을 이해하여 사용자의 언어로 대화를 하면서 동작하는 지능형 사용자 인터페이스(UI). 사용자 인터페이스는 사용자와 기기 사이에 서로 작용하는 인터페이스로 초기에는 키보드로 명령을 입력하는 문자 방식 사용자 인터페이스(CUI: character-based UI), 그 뒤 화면에 그래픽스를 사용한 그래픽 사용자 인터페이스(GUI: Graphical UI)를 거쳐 사용자 동작을 인식하는 엔유아이(NUI: Natural UI)로 진화하였다. 대화형 UI는 인공 지능, 음성 인식, 자연어 처리, 생체 인식 등 기술을 기반으로 하며 PC, 스마트폰, 자동차, 스마트 가전 기기 등에서 사용될 수 있다. 예로, 사용자 음성 명령에 따라 작업을 수행하는 지능형 가상 비서(IPA: Intelligent Personal Assistant) 애플리케이션은 특히 스마트폰에서 중국 문자 사용자들의 한자 입력 불편함을 해소하기 위해 많이 사용된다. 대화형 UI는 매사추세츠 공과대학(MIT)의 과학 기술 잡지인 MIT 테크놀로지 리뷰(MIT Technology Review)에서 2016년 미래 사물 인터넷(IoT) 시대를 대표하는 기술로 선정되었다.

출처 TTA 정보통신용어사전

디지털 노마드

영문 Digital Nomad

'유목민, 정착하지 않고 떠돌아다니는 사람'을 뜻하는 노마드(Nomad)에서 유래한 신조어로 최근 자동차와 최첨단 정보통신기기를 가지고 시공간을 넘나드는 21세기형 신인류를 '디지털 노마드(Digital Nomad)'라고 한다.

프랑스의 사회학자 자크 아탈리는 그의 저서 <21세기 사전>에서 21세기형 신인류의 모습으로 '디지털 노마드'를 소개했는데, 정보기술의 발달을 통해서 이제 인류는 한 곳에 정착할 필요가 없어졌다는 것. 즉 시간적·공간적 제약으로부터 자유로울 수 있는 인터넷, 모바일 컴퓨터, 휴대용 통신기기 등 디지털 시스템 하에서의 인간의 삶은 '정착'을 거부하고 '유목'으로 변모해 간다는 것이다.

예전의 유목민은 먹고살기 위해 떠돌아다니는 생활을 했지만 21세기의 유목민은 자신의 삶의 질을 극대화하기 위해 떠돌이 생활을 한다.

출처 시사상식사전

디지털 메시

영문 Digital Mesh

차량, 카메라, 가전제품, 스마트폰, 착용 컴퓨터(웨어러블 기기) 등 많은 다양한 기기들이 상호 연결되어 촘촘한

그물망 같은 형태를 가리키는 것. 디지털 메시에는 컴퓨터, 스마트폰뿐만 아니라 웨어러블 기기, 가상현실 기기, 사물 인터넷(IoT) 센서 등 여러 스마트 기기들이 포함되며, 정보 수집, 사람들과의 소통, 비즈니스 등에 활용된다. '디지털 메시'는 가트너(Gartner)가 선정한 2016년 핵심 전략 기술 중 하나이다.

출처 TTA 정보통신용어사전

디지털 발자국

영문 Digital Footprint

사람들이 여러 웹페이지에 로그인 하거나 결제 정보를 입력하는 등 온라인 활동을 하면서 남긴 기록, 구매 패턴, 속성, 결제 방법, 구매 이력 내용, 소셜 네트워크 서비스, 전자 우편, 홈페이지 방문 기록, 검색어 기록 등이 해당된다. 디지털 발자국을 토대로 기업은 고객 맞춤형 디지털 광고나 판촉을 할 수 있다. 개인 정보 유출에 대한 피해 사례가 많아지면서 디지털 발자국을 지워 주는 전문업체도 있으며, 개인 정보 보호를 위한 제도적, 사회적, 기술적 장치가 요구된다. ※ 유사어: 디지털 흔적

출처 TTA 정보통신용어사전

디지털 유산

영문 Digital Heritage

죽은 사람이 남긴 디지털 콘텐츠, 미니홈피·블로그 등의 게시물·사진·동영상뿐만 아니라 온라인 게임에서 획득한 게임 아이템이나 사이버머니도 포함된다. 죽은 사람의 홈페이지나 전자 우편 계정 등을 직계 가족이 상속할 권리가 있는지 법률적 판단 근거를 마련하는 일도 해결해야 할 문제다. 미국에선 아버지가 소송을 통해 죽은 아들의 전자 우편을 열어 볼 수 있게 된 사례가 있다. 죽은 사람이 게임용 아이템처럼 경제적 가치가 있는 데이터를 남겼을 경우에는 일반 자산처럼 상속인을 두고 법률에 따른 권리 여부를 가려야 하기 때문이다.

출처 시사상식사전

디지털 트윈

영문 Digital Twin

미국의 제너럴 일렉트릭(GE: General Electric)에서 만든 개념으로 물리적인 사물과 컴퓨터에 동일하게 표현되는 가상 모델을 의미한다.

실제 물리적인 자산 대신 소프트웨어로 가상화한 자산의 디지털 트윈을 만들어 모의실험(시뮬레이션)함으로써 실제 자산의 특성(현재 상태, 생산성, 동작 시나리오, 등)에 대한 정확한 정보를 얻을 수 있다.

에너지, 항공, 헬스케어, 자동차, 국방 등 여러 산업 분야에서 디지털 트윈을 이용하여 자산 최적화, 돌발 사고 최소화, 생산성 증가 등 설계부터 제조, 서비스에 이르는 모든 과정의 효율성을 향상시킬 수 있다.

출처 Siemens

디지털 포렌식

영문 Digital Forensic

PC나 노트북, 휴대폰 등 각종 저장매체 또는 인터넷상에 남아 있는 각종 디지털 정보를 분석해 범죄 단서를 찾는 수사기법. 범죄수사에서 적용되고 있는 과학적 증거 수집 및 분석기법의 일종으로, 각종 디지털 데이터 및 통화기록, 이메일 접속기록 등의 정보를 수집·분석하여 DNA·지문·핏자국 등 범행과 관련된 증거를 확보하는 수사기법을 말한다. 현대인들의 생활 속에는 자신도 모르게 디지털 기기와 항상 접해 있어 상당 부분 개인에 대한 기록이 디지털 정보로 남아 있는 경우가 많고, 디지털 기술의 발달로 범행을 숨기기 위해 삭제한 자료 등도 복원이 가능한 경우가 많아 범죄수사에 널리 활용되고 있다.

출처 시사상식사전

딥 러닝

영문 Deep Learning

컴퓨터가 여러 데이터를 이용하여 마치 사람처럼 스스로 학습할 수 있게 하기 위해 인간의 두뇌를 모델로 하는 신경망(ANN: Artificial Neural Network)을 기반으로 하는 기계 학습 기술. 따라서 컴퓨터가 특정 업무를 수행할 때 정형화된 데이터를 입력받지 않고 스스로 필요한 데이터를 수집·분석하게 하여 고속으로 처리할 수 있도록 한다.

출처 TTA 정보통신용어사전

랜섬웨어

영문 Ransomware

인터넷 사용자의 컴퓨터 또는 스마트폰 등의 단말기에 잠입해 내부 문서나 스프레드시트, 그림파일 등을 암호화해 열지 못하도록 만든 후 돈을 보내주면 해독용 열쇠 프로그램을 전송해 준다며 금품을 요구하는 악성 프로그램. Ransom(몸값)과 Ware(제품)의 합성어로 컴퓨터 사용자의 문서를 '인질'로 잡고 돈을 요구한다고 해서 붙여진 명칭이다.

랜섬웨어에 감염될 경우 파일이 복잡한 알고리즘으로 암호화돼 파일을 열어도 내용을 알아볼 수 없다. 주로 이메일, 소셜네트워크서비스(SNS), 메신저 등을 통해 전송된 첨부파일을 실행하면 감염되며, 웹사이트 방문을 통해 감염되기도 한다. 백신 프로그램으로 악성코드를 없애도 암호화된 파일은 복구되지 않아 '사상 최악의 악성코드'라고 불린다. 해커들은 파일을 열 수 있게 해준다는 조건으로 돈을 요구하는데, 기한이 지나면 액수가 더 올라가고 파일을 복구할 수 없게 할 수 있다고 협박하기도 한다.

출처 시사상식사전

로보어드바이저

영문 Robo-Advisor

로봇을 의미하는 '로보(Robo)'와 자문 전문가를 의미하는 '어드바이저(Advisor)'의 합성어로 투자자가 입력한 투자 성향 정보를 토대로 알고리즘을 활용해 개인의 자산 운용에 대해 조언하고 관리해주는 자동화된 서비스로 수백 조 개의 데이터를 분석할 수 있는 빅데이터 기술에 기반을 두고 있다.

로보어드바이저는 컴퓨터 공학에 기반을 둔 퀀트와 구분된다. 퀀트 공학이 과거 데이터를 추종해 미래를 예측하는 반면 로보어드바이저는 스스로 데이터 조합을 익히고 학습하는 '머신러닝' 기술이 적용됐다. 다양한 미래 변수를 고려해 미래를 예측할 수 있다는 것이 특징이다. 최근엔 인공지능의 오류를 잡아내기 위해 빅데이터 분석 전문가들의 손길이 더해져 '휴먼 로보어드바이저'라는 새로운 영역이 탄생했다.

출처 한경 경제용어 사전

머리 착용 디스플레이

영문 Head Mounted Display 약어 HMD

머리에 착용하는 형태의 디스플레이. HMD 장치를 머리에 쓰면 양쪽 눈에 근접한 위치에 소형 디스플레이가 있어 시차를 이용한 삼차원(3D) 영상이 투영된다. 그리고 사용자의 움직임을 트래킹하는 자이로 센서, 움직임에 따라 영상을 만드는 렌더링 기능 등으로 3D 공간에 있는 것 같은 가상 현실(VR) 또는 증강 현실(AR)을 실감할 수 있다.

최초의 HMD는 1968년 컴퓨터 그래픽스 창시자인 이반 서덜랜드(Ivan Sutherland) 교수가 만든 것으로 알려져 있다. HMD는 게임뿐만 아니라 산업, 우주 개발, 원자로, 군사 기관 및 의료 기관 등 다양한 분야에 활용된다.

출처 TTA 정보통신용어사전

머신러닝

영문 Machine Learning

데이터의 생성 양 · 주기 · 형식 등이 방대한 빅데이터들을 분석해 미래를 예측하는 기술을 일컫는다. 데이터를 수집, 분석해 미래를 예측한다는 점에서 빅데이터 분석과 유사하지만 컴퓨터 스스로가 방대한 데이터를 수집, 학습할 수 있다는 점에서 차이가 있다. 이는 인공지능(Artificial Intelligence)의 한 분야로, 빅데이터 핵심 기술로 각광받고 있다.

포털사이트에서 제공하는 검색어 자동 완성 기능, 엘리베이터에 센서를 달아 속도 · 출입문 오작동 등의 정보를 분석해 사고 발생 가능성을 예측하는 것, 범죄자와 잠재적 범죄자의 심리나 행동을 분석해 범행이 어떤 시점 또는 어떤 장소에서 발생할 가능성이 높은지 예측하는 디지털 포렌식 등이 머신러닝의 예이다.

출처 시사상식사전

모바일 클라우드 컴퓨팅

영문 Mobile Cloud Computing 약어 MCC

클라우드 서비스 소비자 및 파트너의 모바일 기기에 클라우드 서비스를 제공하고, 모바일 기기들로 클라우드 컴퓨팅 인프라를 구성하여 기기 간 정보와 자원을 공유하는 클라우드 컴퓨팅.

모바일 기기의 기종이나 운영 체제(OS)에 상관없이 기기 간 정보를 공유하고, 모바일 앱, 스토리지 등의 클라우드 ICT 자원을 제약 없이 이용할 수 있다. 클라우드 컴퓨팅의 경제성과 모바일의 이동성이 결합되어 비즈니스 시너지를 높일 수 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

방화벽

영문 Firewall

방화벽의 원래 의미는 건물에서 발생한 화재가 더 이상 번지지 못하도록 막는 것이다. 이러한 의미를 인터넷에서는 네트워크의 보안 사고나 문제가 더 이상 확대되는 것을 막고 격리하려는 것으로 이해할 수 있다. 특히 어떤 기관 내부의 네트워크를 보호하기 위해 외부에서의 불법적인 트래픽 유입을 막고, 허가되고 인증된 트래픽만을 허용하려는 적극적인 방어 대책의 일종, 즉 인터넷상의 하나의 컴퓨터 시스템과 전체 인터넷을 구분시켜 주는 프로그램으로 시스템 사용자의 외부 접속을 제한하거나 보안상의 문제로 인하여 외부인의 사용을 제한하는 데 사용된다. 방화벽 시스템의 기본 목표는 네트워크 사용자에게 투명성을 보장하지 않아 약간의 제약을 주더라도 위험 지대를 줄이려는 적극적인 보안 대책을 제공하려는 것이다.

출처 컴퓨터인터넷IT용어대사전

분산 서비스 거부, 디도스

영문 Distribute Denial of Service 약어 DDoS

특정 웹사이트를 무력화하기 위해 악성코드에 감염된 PC를 이용해 한꺼번에 대량의 접속 신호를 보내는 사이버 테러 기법이다. 접속신호가 공격당한 웹사이트가 처리할 수 있는 용량을 넘어서면 접속이 느려지고 결국엔 사이트가 다운된다. 매우 잘 알려진 사이버 테러방법으로 대응책 역시 많이 알려져 있다.

출처 지형공간정보체계용어사전

블록체인

영문 Block Chain

온라인 금융 거래 정보를 블록으로 연결하여 P2P 네트워크 분산 환경에서 중앙 관리 서버가 아닌 참여자(피어,

peer)들의 개인 디지털 장비에 분산 · 저장시켜 공동으로 관리하는 방식. 블록체인의 기본 구조는 블록(block)을 잇따라 연결한(chain) 모음의 형태이며 피투피(P2P) 방식을 기반으로 한다. 일정 시간 동안 반수 이상의 사용자가 거래 내역을 서로 교환해 확인하고 승인하는 과정을 거쳐, 디지털 서명으로 동의한 금융 거래 내역만 하나의 블록으로 만든다. 그리고 새로 만들어진 블록을 이전 블록체인에 연결하고, 그 사본을 만들어 각 사용자 컴퓨터에 분산시켜 저장한다. 따라서 기존 은행처럼 거래 장부용 데이터베이스로 관리할 필요가 없어 관리 비용이 절감되며, 분산 처리로 해킹이 어려워 금융 거래의 안전성도 향상된다. 블록체인 방식은 주식, 부동산 등의 거래에도 적용 가능하며, 토지 권리 양도나 가정 현관 키 등 보안에 관련된 다양한 분야에 활용될 수 있다. 블록체인을 사용한 대표적인 예가 가상 화폐인 비트코인(Bitcoin)이다.

출처 TTA 정보통신용어사전

비대면 본인 인증

영문 Non-Face-to-Face Identification

고객이 금융 계좌 개설 또는 모바일 지급결제 시, 금융회사가 고객과 계좌의 명의인이 일치하는지 대면으로 확인하지 않고 본인임을 확인하는 방법. 비대면 인증 방법은 크게 4가지로 분류할 수 있다. 비밀번호 · 서명 이미지 등 지식 기반 인증 방법, SMS · 이메일 등 소지 기반 인증 방법, 지문 · 얼굴 · 홍채 · 정맥 등 바이오인식 기반 인증 방법, 위치 · 접근 기록 등 질의 응답 방식의 특징 기반 인증 방법 등이 비대면 인증 방법으로 사용될 수 있다. 미국과 영국, 일본, 호주 등은 계좌 개설 시 금융회사가 고객을 확인할 수 있도록 '자금세탁 · 테러 방지 관련 법령'에서 규정한다. 그렇기 때문에 계좌를 개설할 때 꼭 대면으로 고객을 확인하지 않고도 비대면으로 계좌를 개설할 수 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

비콘

영문 Beacon

①지리적인 정위치를 표시하기 위해 사용되는 등화 표지. ②무선 항행을 돕기 위해 사용되는 무선 표지 ③전파를 이용하는 무선 통신 기술에서 주기적으로 프레임 신호 동기기를 맞추고, 송수신 관련 시스템 정보를 전송하며, 수신 데이터 정보(수신 슬롯)를 전달하는 신호 기술. ④주변의 일정 반경 범위(수십 m) 내에서 블루투스 4.0을 기반으로 사물의 정보(ID)를 주기적으로 전송하는 근거리 무선 통신 기술. 블루투스 저전력 기술(BLE: Bluetooth Low Energy)을 활용하여 단말의 위치를 파악하고 정보를 주고받는다. 이용자가 별도의 행동을 취하지 않더라도 자동으로 이용자의 위치를 파악해 관련 서비스를 제공하는 것이 특징이다. 예를 들어, 오프라인 매장 내 특정 장소에 비콘을 설치하여 모바일 단말을 소지한 고객이 비콘 영역 내에 들어올 경우 해당 단말을 감지하여 정보를 제공한다. 애플은 아이비콘(iBeacon)이라는 이름으로 2013년 근접 감지기를 개발했다.

출처 TTA 정보통신용어사전

비트코인

영문 Bitcoin

비트코인은 지폐나 동전과 달리 물리적인 형태가 없는 온라인 가상화폐(디지털 통화)다. 미국발(發) 금융위기가 한창이던 2008년 나카모토 사토시라는 이름으로 위장한 정체불명의 컴퓨터 프로그래머가 창안했다. 특히 2009년은 미국연방준비제도(Fed)가 막대한 양의 달러를 찍어내 시장에 공급하는 양적완화가 시작된 해로, 달러화 가치 하락 우려가 겹치면서 비트코인이 대안 화폐로 주목받기 시작했는데, 비트코인은 은행을 거치지 않고 개인과 개인이 직접 돈을 주고받을 수 있도록 '분산화된 거래장부' 방식을 도입했다. 비트코인은 완전한 익명으로 거래되며 컴퓨터와 인터넷만 되면 누구나 비트코인 계좌를 개설할 수 있다. 이 때문에 비트코인이 돈세탁이나 마약거래에 사용되는 문제점도 드러나고 있다. 또 다른 특징은 통화 공급량이 엄격히 제한된다는 점이다. 현재 10분마다 25개의 새 비트코인이 시스템에 추가되지만 21만 개가 발행될

때마다 반감돼 앞으로 10분당 추가되는 비트코인은 12,5개, 6.25개로 줄다가 0으로 수렴한다. 비트코인의 총 발행량은 2,100만 개로 정해져 있다. 이는 중앙은행이 재량적으로 통화공급량을 조절하면 안 된다는 미국의 경제학자 밀턴 프리드먼 주장과 연결돼 있다. 다만 비트코인은 소수점 8자리까지 분할할 수 있어 필요에 따라 통화량을 늘릴 수 있는 여지를 남겨뒀다.

출처 한경 경제용어 사전

빅데이터

영문 Big Data

빅데이터란 디지털 환경에서 생성되는 데이터로 그 규모가 방대하고, 생성 주기도 짧고, 형태도 정형적이고 직관적인 수치 데이터뿐 아니라 문자, 이미지와 영상 등을 포함하는 대규모의 비정형 데이터도 포함한다. 빅데이터 환경은 과거에 비해 데이터의 양이 폭증했다는 점과 함께 데이터의 종류도 다양해져 사람들의 행동은 물론 위치정보와 SNS를 통해 생각과 의견까지 분석하고 예측할 수 있으며, 향후 각종 질병에 대한 정보와 치료방법 등을 빅데이터화 해 컴퓨터가 질병을 진단하고 처방할 수 있는 Digital Doctor의 생성도 가능하게 하는 근간이 된다.

출처 빅데이터-커뮤니케이션박스

사물 인터넷

영문 Internet of Things **약어** IoT

정보 통신 기술을 기반으로 실세계와 가상 세계의 다양한 사물들을 연결하여 진보된 서비스를 제공하기 위한 서비스 기반 시설(※ 관련: ITU-T Y.2060). 유비쿼터스 공간을 구현하기 위한 인프라 컴퓨팅 기기들이 환경과 사물에 심겨 환경이나 사물 그 자체가 지능화되는 것부터 사람과 사물, 사물과 사물 간에 지능 통신을 할 수 있는 엠투엠(M2M: Machine to Machine)의 개념을 인터넷으로 확장하여 사물은 물론, 현실과 가상 세계의 모든 정보와 상호 작용하는 개념으로 진화했다. 사물 인터넷(IoT)의 주요 기술로는 센싱 기술, 유무선 통신 및 네트워크 인프라 기술, 사물 인터넷 인터페이스 기술, 사물 인터넷을 통한 서비스 기술 등이 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

사물 통신

영문 Machine to Machine **약어** M2M

기계와 기계 사이의 통신. 사물 통신(M2M)은 기계, 센서, 컴퓨터 등 다양한 장치들이 유무선 통신 기술을 이용해 서로 정보를 교환하게 함으로써 개별 장치들의 기능이나 성능을 개선시켜 주고 개별 장치들이 제공하지 못했던 새로운 지능형 서비스를 제공한다. 사물 통신의 활용 분야는 매우 넓으나, 전기, 가스 등 원격 검침, 신용카드 조회, 위치 추적, 시설물 관리 등의 분야에 주로 사용된다. 사물 통신의 개념을 일반 사물이나 사람은 물론 공간, 프로세스 등 세상에 존재하는 유무형의 객체로 확장한 것이 사물 인터넷(IoT: Internet of Things)이다.

출처 TTA 정보통신용어사전

상용 소프트웨어

영문 Commercial Software

판매를 목적으로 만들어진 소프트웨어 제품. 상용 소프트웨어는 대부분 유료이며 실행 코드만 제공하고 소스 코드는 배포하지 않는다. 사용자는 소스 코드를 받지 못하기 때문에 개작이 불가능하며 가격을 지불하지 않고서는 복제와 재배포도 허용되지 않는다. 그러나 상용 소프트웨어라고 모두 유료는 아니고 애드웨어(Adware), 셰어웨어(Shareware), 프리웨어(Freeware)와 같이 무료로 배포되는 제품도 있다.

오픈 소스 소프트웨어(OSS: Open-Source Software)와는 달리 제작사는 판매가의 요율에 결정된 가격으로 유지보수 및 기술 지원 서비스를 제공하며 보증(Warranty) 활동을 수행한다.

출처 TTA 정보통신용어사전

생체인식

영문 Biometrics

지문, 손 모양, 얼굴, 홍채, 망막, 정맥 등의 신체적인 특성과 글씨체, 음성, 걸음걸이 등의 행동학적 특성 등 개별적인 생체 특성을 이용해 보안시스템에 활용하는 기술을 말한다. 모바일 생태계가 확장되면서 생체인식 기술은 디바이스 자체의 보안 솔루션뿐만 아니라 컨트롤러로서 본격적으로 적용될 것으로 전망된다.

출처 한경 경제용어 사전

서비스로서의 소프트웨어

영문 Software as a Service **약어** SaaS

소프트웨어의 기능 중 사용자가 필요로 하는 것만을 서비스로 배포해 이용이 가능하도록 한 소프트웨어의 배포형태이다. 서비스형 소프트웨어로도 불린다. 유저는 필요한 기능만을 필요할 때에 이용할 수 있으며, 이용하는 기능만큼 요금을 지불한다. 필요한 기능을 유저가 다운로드하여 자신의 단말기에 인스톨하는 형태와 서버상에서 작동하는 소프트웨어의 기능을 네트워크를 통해 온라인으로 이용하는 형태가 있다. 최근에는 후자의 형태가 주류가 되고 있다. 일반 소프트웨어는 유저에게 필요한 기능을 묶어 모든 유저에게 같은 기능을 제공하고 있다. 하지만 이러한 소프트웨어는 어떤 한 사람의 유저에게는 그다지 필요가 없는 기능이 상당수 탑재되어 있어, 필요 없는 기능에 대해서도 요금을 지불해야만 한다. 따라서 각각의 개인이 정말로 필요로 하는 기능만을 이용할 수 있으며, 그 기능에 대해서만 요금을 지불하는 SaaS라는 발상이 등장하게 된 것이다. SaaS는 네트워크를 통해 소프트웨어를 온라인으로 이용한다는 점에서 ASP(Application Service Provider)서비스와 비슷하며, 일반적인 ASP서비스를 지칭하는 경우도 있다.

출처 매일경제, 매경닷컴

서비스로서의 인프라

영문 Infrastructure as a Service **약어** IaaS

클라우드로 IT 인프라 자원을 제공하는 서비스이다. 기업 업무 처리에 필요한 서버, 데스크톱 컴퓨터, 스토리지 같은 IT 하드웨어 자원을 클라우드 서비스로 빌려 쓰는 형태를 말한다. 물리적인 서버의 세팅 SW 설치 과정보다 훨씬 빠르고 효율적이며 관리비용이 절감되고 사고처리에 유연하여 여러 측면에서 클라우드 컴퓨팅의 경제적 효과가 가장 크게 드러나는 분야이다. SaaS와 PaaS가 다소 소프트웨어 측면이 강하다면 IaaS는 하드웨어적인 성향이 강한 서비스라 할 수 있다.

출처 지형공간정보체계용어사전

서비스로서의 플랫폼

영문 Platform as a Service **약어** PaaS

서비스로서의 플랫폼이라는 뜻으로, 표준화된 플랫폼을 제공하는 서비스다. 이는 가상화된 하드웨어와 소프트웨어 등을 필요에 따라 제공하며, 모든 개발과 관련된 환경 및 프로세스를 제공한다. IT 분야에서 플랫폼이란 어떤 소프트웨어나 시스템이 가동될 수 있는 하부 기반이라고 할 수 있는데, 필요한 소프트웨어를 용도에 맞게 골라쓰는 SaaS가 제대로 운영되기 위해서는 이에 맞는 플랫폼이 제공되어야 하며 이를 PaaS라고 할 수 있다.

출처 매일경제, 매경닷컴

소프트웨어 사용권

영문 Software Licnese

소프트웨어 사용에 대한 권리. 소프트웨어의 저작권자가 사용을 허가하는 조건이다. 그리고 이때 저작권자는 계약의 형태로 그 사용을 허락하면서 사용의 범위와 방법을 지정하여 주게 되고, 사용자가 이 범위를 넘어서 사용하면 저작권 침해가 된다. 소프트웨어 사용권(라이선스)은 사용 기간, 사용 기준, 제공 형태, 공개 여부 등에 따라 여러 라이선스가 있다. 사용 기간에 따라 영구 · 기간 · 임시 라이선스가 있으며, 사용 기준에 따른 라이선스로는 사용자 단위 라이선스, 사이트 라이선스, CPU 라이선스 등이 있다. 그리고 패키지, 번들, 볼륨 등 제공 형태에 따른 라이선스와 소스코드의 배포 유무에 따라 오픈소스 소프트웨어, 사유(독점) 소프트웨어 등이 있다. (※ 출처: 한국소프트웨어저작권협회)

출처 TTA 정보통신용어사전

소프트웨어 임치(에스크로)

영문 Software Escrow

소프트웨어 개발자의 지식재산권을 보호하고 사용자에게는 저렴한 비용으로 소프트웨어를 안정적으로 사용하고 유지 보수를 받을 수 있도록 하기 위해서 소스 프로그램과 기술 정보 등을 제3의 기관에 보관하는 것. 소프트웨어 에스크로의 목적은 소프트웨어 저작권자의 지식재산권을 보호하며, 저작권자의 폐업, 파산, 소프트웨어 개발 관련 정보 멸실 등의 사건이 발생할 경우 소프트웨어 사용 권한이 있는 사용자에게 보관된 자료를 제공하는 등 정당한 사용자의 권리를 보장하는 데 있다. 법적 근거로는 저작권법(법률 제11903호) 제101조의7항(프로그램의 임치)이 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

소프트웨어 정의 데이터 센터

영문 Software-Defined Data Center 약어 SDDC

데이터 센터의 모든 자원이 가상화되어 서비스되고, 사람의 개입 없이 소프트웨어 조작만으로 자동 제어 관리되는 데이터 센터. SDDC는 데이터 센터를 효율적으로 운영하고 편리하게 관리하기 위해 대두되었다. 따라서 특정 하드웨어와 상관없이 독립적이고, 실제 물리적 환경과 동일하게 구성된다. 컴퓨팅, 네트워킹, 스토리지, 관리 등을 모두 소프트웨어로 정의하여 데이터 센터를 구성·관리한다. 즉, 소프트웨어 정의 컴퓨팅(SDC: Software-Defined Computing), 소프트웨어 정의 네트워킹(SDN: Software-Defined Networking), 소프트웨어 정의 스토리지(SDS: Software-Defined Storage), 소프트웨어 정의 시설 관리(SDF: Software Defined Facilities) 기술이 활용된다.

출처 TTA 정보통신용어사전

스마트 그리드

영문 Smart Grid

기존의 전력망에 정보통신기술(IT)을 접목해 에너지 네트워크와 통신 네트워크가 합쳐진 지능형 전력망으로 전력공급자와 소비자가 실시간으로 전기사용 관련 정보를 주고받음으로써 에너지 사용을 최적화할 수 있는 차세대 전력망 사업이다. 전력망을 디지털화함으로써 소비자는 스마트미터라는 개별 전력관리장치를 통해 전력의 수요공급 상황에 따라 변동하는 가격 등의 관련 정보를 확인하고 실시간으로 에너지원을 선택할 수 있게 된다.

출처 시사상식사전

스마트 머신

영문 Smart Machine

스스로 주어진 환경을 분석해 자율적으로 움직이는 기계들로 자율 운행 차량, 최신 로봇, 가상 개인 비서 등이 이에 속한다. 스마트 머신에 관련된 상황파악 기술은 급속히 발달하여 머신 헬퍼(Machine Helper)의 새 시대를 앞당길 것으로 예상된다. 2014년 10월 세계적인 컨설팅 기관인 가트너는 스마트 머신 시대는 IT의 역사에 있어 가장 파괴적인 시대가 될 것이라고 예측하기도 했다.

출처 환경 경제용어 사전

스마트 시티

영문 Smart City

첨단 정보통신기술(ICT)을 이용해 주요 도시의 공공기능을 네트워크화한 이른바 똑똑한 도시로, 언제 어디서나 인터넷 접속이 가능하고 영상회의 등 첨단 IT 기술을 자유롭게 사용할 수 있는 미래형 첨단도시를 일컫는다. 실시간으로 교통정보를 얻을 수 있어 이동거리가 줄고, 원격근무가 가능해지는 등 거주자들의 생활이 편리해질 뿐만 아니라 이산화탄소 배출량도 줄일 수 있다. 스마트시티는 도시 인프라, 건축 및 정보시스템의 결합을 통해 거주자의 스마트한 삶을 지향한다.

출처 시사상식사전

스마트 카

영문 Smart Car

자동차 산업은 현재 정보통신기술과 융합해 빠르게 스마트화가 진행되고 있는 분야 중 하나이며 스마트폰, 스마트 TV, 태블릿PC 등의 뒤를 이을 새로운 커넥티드 단말로 부상하고 있다.

스마트 카에 관해선 아직 통일된 용어가 없다. 커넥티드 카(Connected Car)라고도 불린다. 커넥티드 카라는 개념은 네트워크 접속이 가능하고 무선통신을 통해 차량 내부와 외부 네트워크가 상호 연결되는 물리적 시스템을 갖춘 자동차를 말한다.

하지만 자동차가 스마트화된다는 것은 단순한 물리적 접속의 의미를 넘어 스마트폰 같은 혁신적인 서비스와 사용자경험(UX : User Experience)을 제공해야 한다는 것을 의미한다. 따라서 커넥티드카가 주로 접속과 연결성에 초점을 둔 개념이라면, 스마트 카는 좀 더 "향상된 고객 경험과 가치를 제공할 수 있는 자동차" 개념으로 이해하는 게 좋을 듯하다. 그런 의미에서 스마트 카는 전기·전자, 반도체, 지능 제어 기술 및 네트워크의 결합을 통해 안전, 편의성, 정보 및 멀티미디어 활용이 크게 확대된 정보통신기술의 결정체라고 할 수 있다.

출처 스마트 생태계

스마트 팜

영문 Smart Farm

농업 분야에 정보통신기술(ICT)을 접목하여 만들어진 지능화된 농장. 스마트 팜은 사물 인터넷(IoT) 기술을 이용하여 농작물 재배 시설의 온도·습도·햇볕양·이산화탄소·토양 등을 측정 분석하고, 분석 결과에 따라서 제어 장치를 구동하여 적절한 상태로 변화시킨다. 그리고 스마트폰과 같은 모바일 기기를 통해 원격 관리도 가능하다. 스마트 팜으로 농업의 생산·유통·소비 과정에 걸쳐 생산성과 효율성 및 품질 향상 등과 같은 고부가가치를 창출할 수 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

스마트 팩토리

영문 Smart Factory

제조 전 과정을 정보통신기술(ICT)로 통합해 생산성 및 에너지효율 강화, 제품 불량률 감소 등 생산시스템을 최적화하는 맞춤형 공장을 말한다. 제품 기획과 설계부터 유통·판매에 이르는 전 과정에 정보통신기술(ICT)을 접목해 제조 단가를 낮추고 소비시장에 유연하게 대처하겠다는 것이다. 궁극적으로는 제조업 경쟁력 강화가 목적이다. 특히, IoT 기술을 활용한 실시간 부품 재고 관리 및 자동주문, 생산 라인 투입 등 신기술을 지속적으로 접목시켜 생산량 증가, 불량률 감소 및 안전사고 예방 등 다양한 분야로 확산되고 있다. 스마트팩토리는 기존의 생산관리시스템(MES:Manufacturing Execution System), 제품수명관리시스템(PLM:Product Lifecycle Management), 전사적자원관리 ERP(Enterprise Resource Planning), 공급망관리(SCM:Supply Chain Management) 등과 유기적으로 연동되어야 한다.

출처 한경 경제용어사전

스마트 플러그

영문 Smart Plug

와이파이(Wi-Fi)나 스마트폰 등의 스마트 기능을 추가한 플러그. 기존의 전기 플러그에 와이파이(Wi-Fi)나 스마트폰 등의 기능을 추가하여 원격에서 전기를 켜거나 끄는 것은 물론 전기 사용량을 감시할 수 있다. 따라서 스마트 플러그가 설치된 가정이나 사무실의 전기 과열이나 불필요한 전기의 사용을 억제할 수 있다. 전기 사용량 계측과 통신 등이 가능한 외장형 플러그와 에어컨, 냉장고, 텔레비전 등 가전제품에 내장하는 내장형 플러그가 있다. 정부는 2014년부터 스마트 플러그 기능을 내장한 에어컨, 냉장고, 텔레비전 등의 전자 제품에 대하여 에너지 소비 효율 1등급 인증을 받을 수 있도록 하였다.

출처 TTA 정보통신용어사전

스마트 헬스

영문 Smart Health

IoT 센서, 웨어러블 기기, 스마트폰 등 다양한 스마트 디바이스를 이용하여 이용자(환자)의 건강 상태를 모니터링하면서 환자 정보와 질병 상태 등을 분석하여 실시간으로 개인에 최적화된 맞춤형 건강관리 서비스를 제공하는 것이라고 정의할 수 있다. 유헤스(u-Health), 이헬스(e-Health), 모바일 헬스(m-Health) 등 다양한 용어로 부르기도 한다. 아직 국내는 의료관련 법규의 제약으로 원격진료/치료 등에 제한이 있으나 글로벌 시장의 추세에 따라 머지않아 재택진료 등이 가능해질 것으로 예상된다.

출처 스마트 생태계

스마트 홈

영문 Smart Home

가전제품을 비롯한 집안의 모든 장치를 연결해 제어하는 기술을 의미하며, 가전제품(TV, 에어컨, 냉장고, 조명기기 등)을 비롯해 에너지 소비장치(수도, 가스, 전기, 냉난방 등), 보안기기(도어록, 감시카메라 등) 이외의 다양한 분야에서 모든 것을 통신망으로 연결해 모니터링, 제어할 수 있는 기술을 말한다. 사용자의 특성에 따라 자동으로 작동하거나 외부에서 원격으로 조종할 수 있다.

스마트홈의 구현을 위해서는 가정 내에서 다양한 사물인터넷 장치를 사용자의 간섭없이 자연스럽게 인터넷 망에 접속시키기 위한 스마트홈 게이트웨이 또는 스마트홈 허브 장치가 필요하며, 음성인식 기능이 포함된 상용화 제품으로는 해외에서는 아마존의 에코(Echo), 지보(JIBO), 구글의 온허브(OnHub) 및 국내에는 SK텔레콤의 누구 등이 있다.

출처 시사상식사전

스캠

영문 SCAM

기업 이메일 정보를 해킹해 거래처로 둔갑시켜서 무역 거래 대금을 가로채는 범죄 수법을 말한다. 1980년대부터 나타났으며 당시에는 편지를 사용하였으나 최근에는 주로 피해 대상 기업에 악성코드를 감염시킨 뒤 업체가 지불 결제 방식을 바꾸도록 유도한 다음 이메일을 해킹해 거래 업체 간에 주고받는 내용을 지켜보다가 송금과 관련된 내용이 있을 때 끼어들어 주요 거래처가 메일을 보낸 것처럼 바뀐 계좌 정보를 보내 거래 대금을 갈취하는 방식이다. 이러한 사기 수법으로 범죄를 일으키는 사람들은 스캐머라고 한다.

출처 시사상식사전.

시스템 통합

영문 System Integration 약어 SI

기업의 업무가 복잡해지고 정보처리 기술이 고도화되면서 엄청난 기술력과 경험을 요구하는 정보 체계의 대규모화, 통합화, 경영 전략화라는 흐름이 대두되고 있다. 이에 따라 최종 사용자가 직면한 문제를 자신의 힘만으로 해결할 수 없게 되어 문제 해결을 전문 업체에 일괄 위탁하게 되는데, 이것이 시스템 통합 개념의 출발이다. 시스템 통합은 경영/시스템 컨설팅에서 시스템 개발 및 유지보수까지를 전체적으로 용역받아 다양한 하드웨어와 소프트웨어를 결합하여 사용자의 상황에 가장 적합한 시스템을 구축해 주는 활동이다. 이를 위하여 시스템 통합 사업자는 컨설팅 능력(경영, 시스템, 감사), 시스템 개발 능력(개발, 프로젝트 관리), 유지보수 능력을 보유하여야 한다.

출처 지형공간정보체계용어사전

아이씨비엠

영문 IoT, Cloud, Big Data, Mobile 약어 ICBM

사물인터넷(IoT, Internet of Things)으로 수집한 데이터를 클라우드(Cloud)에 저장하고, 빅데이터(Big Data) 기술을 이용해 이를 분석해서, 적절한 모바일 기기 서비스(Mobile) 형태로 제공함으로써 관련 사업을 활성화하겠다는 의미의 조합어이다.

출처 사물인터넷의 미래

아이티테인먼트

영문 IT-tainment

IT와 엔터테인먼트의 합성어로, IT기기로 즐기는 오락, 영화 감상, 음악 감상 등의 문화생활을 즐기는 것을 뜻한다.

출처 인터넷 오픈사전

액티브엑스

영문 Active-X

액티브X는 인터넷 익스플로러에서 사용되는 개념으로 「네트워크 OLE」라고 말할 수 있다. OLE란 「Object Linking & Embedding」의 약자로서 윈도우에서 사용된다. 객체 「object」라고 부르는 것을 하나의 문서 안에 여러 개 연결하거나 포함할 수 있어서 보다 효과적으로 문서 작성을 도와준다. 이러한 OLE를 인터넷으로 끌어올린 것이 바로 액티브 X이다. 액티브 X를 이용하면 HTML 페이지에 「워드」나 「엑셀」과 같은 프로그램에서 만든 데이터를 사용할 수 있으며, 반대로 그 데이터를 가져와서 원하는 형식으로 편집할 수

있다. 이로 인해 사용자는 인터넷 사용에 보다 높은 유연성을 가질 수 있다.

출처 컴퓨터인터넷IT용어대사전

양자암호

영문 Quantum Cryptography

양자역학의 원리를 응용한 암호방식으로 하이젠베르크의 불확정성원리를 응용한 암호화 방식이다. 인터넷을 이용한 전자상거래나 금융기관의 전자결제, 전자정부를 실현하려면 안전한 암호기술이 반드시 있어야 한다. 이 때문에 세계 각국에서 안전한 암호의 생성기술 개발에 힘을 쓰고 있다. 그러나 기존 암호기술은 슈퍼컴퓨터나 앞으로 개발될 양자컴퓨터와 같은 초고속 계산기를 쓰게 된다면 기존 암호는 모두 해독된다. 그렇지만 양자암호는 계산량 이론을 이용하지 않고 양자역학 이론을 따랐으므로 안전성에 문제가 없다.

출처 두산백과

워터링 홀

영문 Watering Hole

표적으로 삼은 특정 집단이 주로 방문하는 웹 사이트를 감염시키고 피해 대상이 그 웹사이트를 방문할 때까지 기다리는 웹 기반 공격. 공격자는 사전에 표적 집단이 자주 방문하는 웹 사이트를 조사하여, 그 웹 사이트를 감염시킨다. 감염된 웹 사이트의 방문자는 모두 악성 코드에 감염되어, 전염성이 높아지는 것이 특징이다.

출처 한국정보통신기술협회

위협(보안) 인텔리전스

영문 Threat Intelligence

하루에도 수백, 수만 가지의 고도화된 사이버 공격이 병행적으로 들어오고 있는 만큼, 한 국가, 혹은 기업이 단일한 보안 솔루션으로 이를 모두 방어한다는 것은 실로 어려운 일이다. 이에, 다양한 경로에서 수집된 최신 위협 정보를 공유하고, 장기간 축적된 정보 자산과 연계하여 복합 분석하는 다양한 형태의 위협정보 공유 플랫폼에 대한 수요가 높아질 것으로 보여진다. 이러한 외부 보안 위협에 대한 정보를 파악하고 분석하는 것을 위협 인텔리전스(Threat Intelligence)라고 하며 그 중요성은 지속적으로 강조될 전망이다.

출처 파이낸셜 뉴스

인공지능

영문 Artificial Intelligence 약어 AI

인간의 학습능력과 추론능력, 지능능력, 자연언어의 이해능력 등을 컴퓨터 프로그램으로 실현한 기술. 인간의 지능으로 할 수 있는 사고, 학습, 자기계발 등을 컴퓨터가 할 수 있도록 하는 방법을 연구하는 컴퓨터 공학 및 정보기술의 한 분야로서, 컴퓨터가 인간의 지능적인 행동을 모방할 수 있도록 하는 것을 인공지능이라고 말하고 있다.

또한 인공지능은 그 자체로 존재하는 것이 아니라, 컴퓨터 과학의 다른 분야와 직간접으로 많은 관련을 맺고 있다. 특히 현대에는 정보기술의 여러 분야에서 인공지능적 요소를 도입하여 그 분야의 문제 풀이에 활용하려는 시도가 매우 활발하게 이루어지고 있다.

최근 화두가 되는 IoT, 빅데이터, 클라우드 등과도 연계하여 생각해 볼 수 있는데 IoT를 통해 수집된 수많은 빅데이터가 클라우드 상에 저장되고 인공지능을 통해 분석 및 필요한 명령을 내릴 수 있는 것이다.

출처 두산백과

인포테인먼트

영문 Infotainment

정보의 전달에 오락을 함께 제공하는 프로그램을 지칭하는 말이며, 정보와 오락을 뜻하는 영어단어 '인포메이션(Information)'과 '엔터테인먼트(Entertainment)'의 합성어. 이는 호주에서 발달한 방송의 기능적 복합 형태에서 출발한 용어로, 게임보다는 오락적 요소를 기본으로 한 텔레비전 뉴스프로그램을 말하는데 IT분야에서는 자동차에서 정보제공과 음악, 동영상, 휴대폰 통화 등을 제공하는 서비스를 의미한다. 최근 인포테인먼트와 커넥티드카의 초기 단계 장치로는 애플 카플레이와 안드로이드 오토 등이 있으며 스마트폰과 테더링 또는 미러링 방식으로 연결 가능하다.

임베디드 소프트웨어

영문 Embedded software

일반 PC를 제외한 각종 전자제품, 정보기기 등에 설치된 마이크로 프로세서에 미리 정해진 특정기능을 수행하는 소프트웨어를 내장시킨 시스템을 임베디드 시스템이라 하고, 여기에 내장된 소프트웨어를 임베디드 소프트웨어라 부른다. 통상 임베디드 소프트웨어는 일상에서 접하는 휴대폰, TV, 세탁기 등의 제품 안에 내장된 임베디드 시스템에서 하드웨어를 제외한 나머지 부분을 일컫는다. 멀티미디어, 인공지능, 유비쿼터스 통신 등의 기능을 제공, 상당한 수준의 능력을 갖춘 '스마트 제품'을 만드는 핵심 요소이다. IT산업뿐만 아니라 자동차, 항공기, 선박 등 기존의 전통산업 경쟁력을 강화시킬 수 있는 요소로 간주되고 있다.

출처 한경 경제용어 사전

자율주행자동차 / 무인자동차

영문 Self-Driving Car / Driverless Car

운전자가 브레이크, 핸들, 가속 페달 등을 제어하지 않아도 도로의 상황을 파악해 자동으로 주행하는 자동차이다. 정확하게는 무인 자동차(Driverless Car, 운전자 없이 주행하는 차)와 다른 개념이지만 혼용돼 사용하고 있다.

스마트 카 구현을 위한 핵심 기술로, 자율주행차를 위해서는 고속도로 주행 지원 시스템(HDA, 자동차 간 거리를 자동으로 유지해 주는 기술)을 비롯해 후측방 경보 시스템(BSD, 후진 중 주변 차량을 감지, 경보를 울리는 기술), 자동 긴급 제동 시스템(AEB, 앞차를 인식하지 못할 시 제동 장치를 가동하는 기술), 차선 이탈 경보 시스템(LDWS), 차선 유지 지원 시스템(LKAS, 방향 지시등 없이 차선을 벗어나는 것을 보완하는 기술), 어드밴스드 스마트 크루즈 컨트롤(ASCC, 설정된 속도로 차 간 거리를 유지하며 정속 주행하는 기술), 혼잡 구간 주행 지원 시스템(TJA) 등과 같은 첨단 운전자 지원시스템(ADAS:Advanced Driving Assistance System)이 구현돼야 한다. 해외에서도 이미 기술적으로는 구현이 되어 시범적으로 운행이 이루어지는 곳이 있으나 사고에 대한 법적 규제 등 일부 해결해야 할 요소가 남아 있는 상황이며, 근시일 내에 우리의 일상생활에 적용될 것으로 판단된다.

출처 시사상식사전

전자정부

영문 Electronic Government 약어 e-Government

전자정부는 IT기술을 활용하여 행정의 효율성을 높이고, 대국민 서비스에 간편함과 신속함을 제고하기 위해 존재한다. 전자정부는 21세기 국가경쟁력을 높이는 핵심 수단으로 인식돼 세계 여러 나라가 경쟁적으로 추진하고 있는 대표적 프로젝트이다. 넓은 의미에서 전자정부란 정보통신기술을 활용하여 행정활동의 모든 과정을 혁신함으로써, 정부업무처리가 효율적이고 생산적으로 개선되고, 정부의 고객인 국민에 대하여 질 높은 행정서비스를 제공하는 지식정보사회형 정부를 말한다.

협의의 전자정부는 정부에 대한 모든 신청이나 신고 등의 서류업무를 완전 전자화, 모든 행정수속이나

행정처리가 인터넷 등으로 이뤄지는 것을 의미한다. 이에 대한 예로는 대국민 민원업무 관련 사업(G4C), 조달청의 G2B시스템, 국세청의 홈택스 서비스(HTS) 등이 있다.

출처 시사상식사전

증강가상

영문 Augmented Virtuality **약어** AV

가상 세계에 카메라로 포착된 물건, 사람 등과 같은 현실의 이미지를 더해 가상 환경과 실시간으로 상호 작용할 수 있는 기술. 가상 환경에 현실 정보를 부가하는 증강 가상(AV)은 혼합 현실(MR: Mixed Reality)이라고도 한다. 증강 가상(AV) 예로, 가상 공간에서 사용자가 걷고 뛰는 모습을 보여주는 러닝머신, 실제 교사 모습이 추가된 가상 교실 서비스 등이 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

증강현실

영문 Augmented Reality **약어** AR

사용자가 눈으로 보는 현실세계에 가상 물체를 겹쳐 보여주는 기술이다. 현실세계에 실시간으로 부가정보를 갖는 가상세계를 합쳐 하나의 영상으로 보여주므로 혼합현실(Mixed Reality, MR)이라고도 한다. 현실환경과 가상환경을 융합하는 복합형 가상현실 시스템(Hybrid VR System)으로 1990년대 후반부터 미국·일본을 중심으로 연구·개발이 진행되고 있다.

현실세계를 가상세계로 보완해주는 개념인 증강현실은 컴퓨터 그래픽으로 만들어진 가상환경을 사용하지만 주역은 현실환경이다. 컴퓨터 그래픽은 현실환경에 필요한 정보를 추가 제공하는 역할을 한다. 사용자가 보고 있는 실사 영상에 3차원 가상영상을 겹침으로써 현실환경과 가상화면의 구분이 모호해지도록 한다는 뜻이다. 가상현실기술은 가상환경에 사용자를 몰입하게 하여 실제 환경을 볼 수 없다. 하지만 실제환경과 가상의 객체가 혼합된 증강현실기술은 사용자가 실제 환경을 볼 수 있게 하여 보다 나은 현실감과 부가 정보를 제공한다.

원격의료진단·방송·건축설계·제조공정관리 등에 활용된다. 최근 스마트폰이 널리 보급되면서 본격적인 상업화 단계에 들어섰으며, 게임 및 모바일 솔루션 업계·교육 분야 등에서 다양한 제품을 개발하고 있다.

출처 두산백과

지능형 교통 체계

영문 Intelligent Transport Systems **약어** ITS

교통수단 및 교통 시설에 전자·제어 및 통신 등 첨단 기술을 접목하여 교통 정보 및 서비스를 제공하고 이를 활용함으로써 교통 체계의 운영 및 관리를 과학화·자동화하고, 교통의 효율성과 안전성을 향상시키는 교통 체계. 버스 정류장의 버스 도착 안내 시스템, 교차로에서 교통량에 따라 자동으로 차량 신호가 바뀌는 시스템, 내비게이션의 실시간 교통 정보, 하이패스 등이 ITS 서비스이다. ITS국가교통정보센터는 ITS 서비스 분야를 교통 관리, 대중 교통, 전자 지불, 교통 정보 유통, 여행 정보 제공, 지능형 차량·도로, 화물 운송 7개 분야로 나누어 개발한다. ITS 이용으로, 물류비, 시설 유지 관리, 에너지 등을 절감하여 경제력이 강화되고, 교통 혼잡과 사고를 예방하여 교통안전이 개선된다.

※ 출처: ITS국가교통정보센터 <http://www.its.go.kr>

출처 TTA 정보통신용어사전

지능형 지속 위협

영문 Advanced Persistent Threat **약어** APT

해커가 다양한 보안 위협을 만들어 특정 기업이나 조직의 네트워크에 지속적으로 가하는 공격을 뜻하며 지능형 지속 공격이라고도 한다. 특정 조직 내부 직원의 PC를 장악한 뒤 그 PC를 통해 내부 서버나 데이터베이스에 접근한 뒤 기밀정보 등을 빼오거나 파괴하는 것이 APT의 공격 수법으로, 볼륨은 다수보다는 특정 기업이나 조직을 대상으로 한다. APT의 특징은 지속성과 은밀함이다.

APT의 공격 기간은 평균 1년으로, 길게는 5년 가까이 공격을 하는 경우도 있어 APT의 공격을 당했는지는 확인하기 어려운 경우도 적지 않다.

출처 트렌드 지식사전

차량·보행자 통신

영문 Vehicle-to-Pedestrian Communication **약어** V2P communication

차량과 개인 즉, 보행자나 자전차 탑승자가 소지한 이동 단말 기기 사이의 무선 통신. 예를 들어, 차량이 길을 건너는 보행자의 스마트폰을 인지해 운전자에게 보행자 접근 경보를 보내 사고를 예방할 수 있다. V2P는 차량 간 통신(V2V: Vehicle to Vehicle), 차량과 인프라 간 통신(V2I: Vehicle to Infrastructure)과 함께 차량·사물 통신(V2X: Vehicle to Everything)의 주요 기술로 지능형 교통 서비스의 구현 요소이다.

출처 TTA 정보통신용어사전

착용 컴퓨터

영문 Wearable Computer

일상생활에서 사용하기 편리하고 휴대 또는 착용 가능한 형태의 컴퓨터. 착용 컴퓨터는 언제 어디서나 사용자의 요구에 응할 수 있는 유비쿼터스 컴퓨팅 환경을 제공한다. 안경, 시계, 반지 등과 같은 액세서리, 의복, 또는 신체 이식 형태가 있다. 착용 컴퓨터는 단순 착용 기기보다 좀 더 복잡한 컴퓨터 기능이 지원된다. 주요 장점으로서는 주변 환경에 대한 상세 정보나 개인의 신체 변화를 실시간으로 수집하여 제공하는 것이다. 예를 들어, 스마트안경(Smart Glasses)의 경우 주변의 정보를 실시간으로 기록하고 보여주며, 스마트 속옷은 체온, 심장박동과 같은 생체 신호를 수시로 수집하여 건강 관리에 도움을 준다.

출처 TTA 정보통신용어사전

챗봇

영문 Chatbot

챗봇이란 쉽게 말해 채팅하는 로봇이다. 정해진 응답 규칙에 따라 사용자 질문에 응답할 수 있도록 만들어진 시스템이다. 전자계시판이나 통신망에서 여러 사용자가 다양한 주제를 가지고 실시간 모니터링 화면을 통해 대화를 나누는 채팅과, 자동으로 사람이 하던 일을 수행하는 기계인 로봇에서 한 글자씩 따와 만든 용어다.

인공지능을 기반으로 사람과 자동으로 대화를 나누는 소프트웨어라고 보면 된다.

챗봇은 기본적으로 챗봇 API를 제공하는 서버와 서로 통신을 주고 받을 수 있는 '요청과 응답(Request-Response)' 구조를 따른다. 사용자가 메신저 대화창에 특정한 메시지를 입력하면, 메신저 사업자의 챗봇 API 서버는 해당 메시지에 적합한 응답을 해당 서버에 자동응답을 요청하는 식이다. 대표적인 챗봇의 예로는 소프트웨어의 페퍼가 있으며 사람의 감정을 읽을 수 있어 초보적인 대화가 가능하며 고독한 독거노인, 환자 등의 말벗이 되어줄 수 있을 것으로 기대하며, 일본어는 물론 프랑스어, 스페인어로도 가능한데 일상 대화의 70~80% 정도를 이해할 수 있는 수준이라고 한다.

첨단 운전자지원시스템

영문 Advanced Driver Assistance System **약어** ADAS

도로에서 운전 중의 수많은 상황 가운데 일부를 차량 스스로 인지하고 상황을 판단, 기계장치를 제어하는 기술이다. 복잡한 차량 제어 프로세스에서 운전자를 돕고 보완하며, 궁극으로는 자율주행 기술을 완성하기 위해 개발됐다.

ADAS의 가장 큰 장점은 객체와 차량 환경을 모두 감지할 수 있다는 것이다. 안정적으로 교통 상황을 예측할 수 있다. ADAS 기술의 핵심은 어드밴스드스마트크루즈컨트롤(ASCC)이다.

이 기술은 운전자가 설정한 속도로 자동 운행하되 차량 전방에 장착된 레이더 센서를 이용해 차간거리를 실시간으로 측정, 적정 차간거리를 유지한다.

긴급자동제동시스템(AEB)은 ASCC와 함께 ADAS를 구현하기 위한 필수 기술이다. 차량 전방 카메라 센서와 레이더 센서로 전방 차량이나 보행자를 감지, 운전자가 차량을 제어하지 않을 때 자동으로 긴급 제동해 준다.

차로유지보조장치(LKAS)는 졸음운전이나 운전 미숙을 미연에 방지해 주는 시스템이다. 운전자가 방향지시등 조작 없이 차로를 이탈하면 자동으로 핸들을 조향해 차로를 유지할 수 있도록 제어한다.

액티브BSD는 후측방 사각지대 차량을 감지해 사이드미러에 경보등을 켜 주는 것에서 더 나아가 운전자가 사각지대 차량을 보지 못하고 차로를 변경하려 하면 이를 제어, 사고를 미연에 방지한다.

출처 전자신문

초고선명 텔레비전

영문 Ultra High-Definition TeleVision **약어** UHDTV, UltraHD, UHD

기존 풀 HDTV(Full HDTV)에 비해 고화질 해상도의 비디오와 다채널 및 실감형 오디오를 제공하여 시청자에게 현장감과 사실감을 제공하는 텔레비전. 기존 풀 HDTV(1,920×1,080)보다 4배의 해상도(가로×세로 3,840×2,160)를 제공하는 4K UHDTV와, 16배의 해상도(7,680×4,320)를 제공하는 8K UHDTV가 있다. 오디오는 10.2 이상의 다채널뿐만 아니라 객체 기반 오디오, HOA(Higher Order Ambisonics, 고차원 앰비소닉) 오디오가 사용되어 수평, 수직의 서라운드 효과로 실제 현장과 같은 음향을 느낄 수 있다.

출처 TTA 정보통신용어사전

초연결 사회

영문 Hyper-Connected Society

인터넷, 통신기술 등의 발달에 따른 초연결 통신(Hyper Connectivity)을 통해 사람과 사람, 사람과 기기, 기기와 기기가 네트워크로 연결된 사회를 말한다. 사물인터넷(IoT : Internet of Things), 만물인터넷(loE : Internet of Everything) 등을 기반으로 구현되며 스마트홈, 스마트카 등이 대표적인 예이다. 또한 초연결사회는 개인, 커뮤니케이션뿐만 아니라 여론형성 과정, 정책 결정, 의사결정 등에도 영향을 미치고 있다.

출처 시사상식사전

커넥티드 카

영문 Connected Car

자동차와 IT 기술을 융합하여 인터넷 접속이 가능한 자동차. 커넥티드 카는 다른 차량이나 교통 및 통신 기반 시설과 무선으로 연결하여 위험 경고, 실시간 내비게이션, 원격 차량 제어 및 관리 서비스뿐만 아니라 전자 우편, 멀티미디어 스트리밍, 소셜 네트워크 서비스까지 제공한다. 향후에는 자율 주행이나 자동차의 자동 충전, 그리고 운전자의 건강 상태나 혈중 알코올 농도를 파악하여 운전 가능 여부를 점검하는 서비스를 추가하는 방향으로 진화될 전망이다.

출처 TTA 정보통신용어사전

코드커팅

영문 Cord-Cutting

방송 시청자가 유료 케이블 TV 방송을 해지하고 인터넷 TV, 스트리밍 서비스 등 새로운 플랫폼으로 이동하는 현상을 말한다. 넷플릭스, 구글 크롬캐스트 등 OTT(Over The Top, 인터넷을 통해 볼 수 있는 TV서비스) 사업자의 등장으로 코드 커팅이 증가하고 있다.

출처 시사상식사전

크라우드펀딩

영문 Crowd Funding

'대중으로부터 자금을 모은다.'는 뜻으로 소셜미디어나 인터넷 등의 매체를 활용해 자금을 모으는 투자 방식이며, 자금이 없는 예술가나 사회활동가 등이 자신의 창작 프로젝트나 사회공익 프로젝트를 인터넷에 공개하고 익명의 다수에게 투자를 받는 방식을 말한다. 목표액과 모금기간이 정해져 있고, 기간 내에 목표액을 달성하지 못하면 후원금이 전달되지 않기 때문에 창작자는 물론 후원자들도 적극 나서 프로젝트 홍보를 돕는다. 투자자 입장에서는 수만원 내지 수십만원 등 적은 금액으로 투자할 수 있기 때문에 부담이 없다. 트위터, 페이스북 같은 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 적극 활용하기 때문에 '소셜펀딩'이라고도 불린다. 주로 영화 · 음악 등 문화상품이나 IT 신제품 분야에서 활발히 이용되고 있으며, 아이디어 창업 등 그 응용범위는 제한이 없다. 보통 후원에 대한 보상은 현금이 아닌 CD나 공연티켓 등 프로젝트 결과물로 많이 이뤄진다. 최근에는 프로토타입(초기설계 및 시제품 개발)이 완료된 제품의 초기 제작비용 마련을 위해 소셜펀딩을 활용하고 참가자에게 저렴한 제품을 공급하는 벤처기업 등에서도 크라우드 펀딩을 활용하는 추세이다.

출처 시사상식사전

클라우드컴퓨팅

영문 Cloud Computing

인터넷상의 서버를 통하여 데이터 저장, 네트워크, 콘텐츠 사용 등 IT 관련 서비스를 한번에 사용할 수 있는 컴퓨팅 환경이다.

정보가 인터넷상의 서버에 영구적으로 저장되고, 데스크톱 · 태블릿컴퓨터 · 노트북 · 넷북 · 스마트폰 등의 IT 기기 등과 같은 클라이언트에는 일시적으로 보관되는 컴퓨터 환경을 뜻한다. 즉 이용자의 모든 정보를 인터넷 상의 서버에 저장하고, 이 정보를 각종 IT 기기를 통하여 언제 어디서든 이용할 수 있다는 개념이다. 다시 말하면 구름(Cloud)과 같이 무형의 형태로 존재하는 하드웨어 · 소프트웨어 등의 컴퓨팅 자원을 자신이 필요한 만큼 빌려 쓰고 이에 대한 사용요금을 지급하는 방식의 컴퓨팅 서비스로, 서로 다른 물리적인 위치에 존재하는 컴퓨팅 자원을 가상화 기술로 통합해 제공하는 기술을 말한다. 클라우드로 표현되는 인터넷상의 서버에서 데이터 저장, 처리, 네트워크, 콘텐츠 사용 등 IT 관련 서비스를 한번에 제공하는 혁신적인 컴퓨팅 기술인 클라우드 컴퓨팅은 '인터넷을 이용한 IT 자원의 주문형 아웃소싱 서비스'라고 정의되기도 한다.

출처 두산백과

텔레매틱스

영문 Telematics

텔레매틱스는 '통신(Telecommunication)'과 '정보학(Informatics)'의 합성어로 무선을 이용한 음성 및 데이터 통신과 인공지능을 이용한 위치정보 시스템을 기반으로 자동차 내부와 외부 또는 차량 간 통신시스템을 이용해 정보를 주고받는 등의 사용자 중심의 서비스를 제공하는 기술이다.

출처 ITS 용어사전

핀테크

영문 FinTech

핀테크(FinTech)는 Finance(금융)와 Technology(기술)의 합성어로, 금융과 IT의 융합을 통한 금융서비스 및 산업의 변화를 통칭한다.

금융서비스의 변화로는 모바일, SNS, 빅데이터 등 새로운 IT기술 등을 활용하여 기존 금융기법과 차별화된 금융서비스를 제공하는 기술 기반 금융서비스 혁신이 대표적이며 최근 사례는 모바일 결제, 모바일뱅킹, 앱카드, P2P 대출, 크라우드펀딩 등이 있다. 산업의 변화로는 혁신적 비금융기업이 보유 기술을 활용하여 지급결제와 같은 금융서비스를 이용자에게 직접 제공하는 현상이 있는데 애플페이, 알리페이 등을 예로 들 수 있다.

출처 금융용어사전

하둡

영문 High-Availability Distributed Object-Oriented Platformr 약어 Hadoop

오픈소스 기반의 분산 컴퓨팅 플랫폼으로 일반 PC 컴퓨터들로 가상화된 대형 스토리지를 형성하고 그 안에 보관된 거대한 데이터 세트를 병렬로 처리할 수 있도록 개발된 자바 소프트웨어 프레임워크이다. 구글, 페이스북, 야후 등에 적용되고 있으며, 컴퓨터 한두 대로 감당할 수 없을 만큼 폭증한 데이터를 원활하게 분산처리하는 체계를 확립할 때 쓴다. 하둡은 데이터 통계 분석 프로그램인 '아르(R)' 등과 함께 이른바 빅 데이터 시대 유망 직종인 데이터 사이언티스트의 실질적인 도구가 될 전망이다. 실제로 데이터베이스관리시스템(DBMS), 비즈니스 인텔리전스(BI) 제공 업체가 하둡을 전면에 내세우기 시작했으며, 데이터를 얼마나 잘 나누어 썰어 응용하는지에 따라 기업 경쟁력이 달라질 것으로 인식되면서 하둡에 시선이 더욱 쏠렸다.

출처 ICT사사용어 300, TTA 정보통신용어사전

해시태그

영문 Hashtag

#(샤프 기호)와 특정 단어(들)을 붙여 쓴 것으로, 해시태그는 트위터, 페이스북 등 소셜 미디어에서 특정 핵심어를 편리하게 검색할 수 있도록 하는 메타데이터의 한 형태이다. 예를 들어, '브라질 월드컵 축구'를 검색어로 하려면 '#브라질월드컵축구'로 표기하고, '월드컵'을 검색어로 하려면 '#월드컵'으로 표기한다.

출처 TTA 정보통신용어사전

호모 모빌리쿠스

영문 Homo Mobilicus

휴대폰 사용을 생활화하는 현대 사회의 새로운 인간형을 일컫는 말이다. 모바일 미디어가 인간의 생활에 미치는 변화를 문화생태학적 관점에서 조망한 <호모 모빌리쿠스>라는 책에서 비롯된 신조어로, 휴대폰이 생활의 일부가 된 현대사회의 새로운 인간형을 뜻한다. 이와 유사한 용어로는 모빌리언(Mobilian), 모빌리티언(Mobilitian)이 있다.

호모 모빌리쿠스는 즉각적 의사소통, 공적·사적 영역의 경계 붕괴, 시간과 공간의 새로운 축조 등 순기능적 편리성을 누리지만 총동적 반응, 소통의 경박화, 자기은폐 증가, 기다림의 미학의 소멸과 같은 폐단도 가지고 있다는 지적을 받고 있다.

출처 두산백과

혼합 현실

영문 Mixed Reality 약어 MR

현실 세계와 가상 세계가 혼합된 상태. 혼합 현실은 현실을 기반으로 가상 정보를 추가하는 증강현실(AR)과 가상 환경에 현실 정보를 추가하는 증강가상(AV: Augmented Virtuality)의 의미를 포함한다. 즉, 혼합 현실은 완전 가상 세계(가상현실, VR)가 아닌 현실과 가상이 자연스럽게 연결된 스마트 환경을 사용자에게 제공하여, 풍부한 체험을 제공한다. 일기 예보나 뉴스 전달을 위한 방송국 가상 스튜디오, 스마트폰이나 스마트안경(Smart Glass)에서 촬영한 영상을 바탕으로 보여주는 지도 정보, 항공기 가상 훈련, 가상으로 옷을 입어볼 수 있는 거울 등으로 다양한 분야에서 사용된다. 혼합 현실은 1994년 폴 밀그램(Paul Milgram)에 의해 구체화되었다.

출처 TTA 정보통신용어사전

ICT 해외 진출 가이드북

발행인 김재홍
편집인 김두영
발행처 KOTRA
발행일 2016년 12월

주소 서울시 서초구 현릉로 13
전화 1600-7119(대표)
홈페이지 www.kotra.or.kr

Copyright 2016 by KORTA. All Rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.