

## 중소기업 판로확대를 위한 해외 직접판매 활성화 방향 : 독립형 해외 직접판매를 중심으로

정상희 부연구위원

중소기업 활성화를 위해서는 내수경기 회복을 위한 정책과 함께 최근 중소기업 수출의 블루오션으로 부각받고 있는 온라인 해외 직접판매가 활성화 될 수 있도록 정책지원이 이루어져야 함

온라인 해외 직접판매는 대행형 해외 직접판매(역직접구매), 입점형 해외 직접판매, 독립형 해외 직접판매로 구분되며 정부 정책은 역직접구매와 입점형 해외 직접판매 중심으로 이루어지고 있음.

역직접구매는 해외 소비자가 국내 온라인 쇼핑몰에서 제품을 구입하는 방식이며, 입점형 해외 직접판매는 해외 유명 온라인 쇼핑몰에 입점하여 제품을 판매하는 방식으로 정부 정책은 이들 두가지 방식에 초점을 맞추고 있음

독립형 해외 직접판매는 진출하고자 하는 국가에 독립적인 온라인 쇼핑몰을 개설하여 해당 국가의 기업과 동일한 서비스를 제공하는 형태임. 따라서 해당 국가의 소비자만을 대상으로 마케팅 및 기업 홍보 등이 가능하기 때문에 기업 인지도 제고를 통한 경쟁력 강화에 이점으로 작용함. 해당 방식은 정부지원이 없는 상황으로 정부의 정책적 지원이 이루어 질 경우 성공확률을 크게 제고할 수 있을 것임

독립형 해외 직접판매 활성화를 위해서는 쇼핑몰 구축·판매·사후관리 단계로 단계별 지원이 필요함. 구축단계에서는 해당 국가에 대한 정보 및 시장 동향 등을 분석한 마케팅리서치 제공과 함께 쇼핑몰 구축에 대한 컨설팅 및 비용지원이 필요하며, 판매단계에서는 기업의 인지도 제고를 위한 마케팅 관련 컨설팅 및 비용지원이 필요함. 마지막으로 사후관리 단계에서는 제품판매 과정에서 발생하는 분쟁해결, A/S 지원 등이 필요함

### I. 논의의 배경

- 지속적인 경기침체 및 내수경제 악화는 내수시장 중심으로 성장해온 중소기업에게 큰 부담이 되고 있어 수출을 통한 새로운 판로 개척 및 확대할 수 있는 지원정책이 필요함
- 중소기업은 우리 경제의 중추적인 역할을 수행하고 있지만 최근 경기침체 및 내수경제 악화 등으로 어려움에 직면해 있음에 따라 중소기업 활성화는 최근 이슈가 되고 있는 실업문제 해결에도 큰 역할을 할 수 있을 것임
  - 내수시장 위주로 성장해온 중소기업의 경우 내수경기 악화는 제품판매 악화와 직결되

며 이는 자금운영 및 조달 애로와 연결되는 악순환으로 이어질 가능성이 크게 존재함<sup>1)</sup>

- 국내 대다수 사업체가 중소기업이며, 대다수의 종사자 또한 중소기업에 근무한다는 점을 감안하면 정부의 경제활성화 정책은 중소기업 중심으로 이루어져야 함
- 중소기업 활성화는 내수경제 회복과 함께 최근 이슈가 되고 있는 청년실업을 포함한 심각한 실업문제 해결에 큰 역할을 할 수 있기 때문임

○ 따라서 최근 내수경제 활성화를 위한 정부정책은 중소기업 활성화에 중요한 역할을 할 것으로 기대되지만 추가적으로 수출을 통해서 판로를 확대할 수 있도록 지원방안이 병행되어야 더 큰 시너지 효과를 기대할 수 있을 것임

□ 본 고에서는 중소기업 판로확대의 새로운 블루오션으로 부각되고 있는 온라인 해외 직접판매에 대해서 간단히 살펴보고 해외직판 가운데 독립형 해외 직접판매 활성화를 위한 정책대안을 모색하고자 함

- 해외 직접판매는 대행형 해외 직접판매(역직접구매), 입점형 해외 직접판매, 독립형 해외 직접판매로 구분할 수 있으며 기업의 경쟁력 강화에 있어서 독립형 해외 직접판매가 다른 두가지 유형보다 상대적으로 강점을 가짐에 따라 이를 중심으로 한 정책대안을 모색함
- 해외 직접판매에 대한 정부지원은 역직접구매와 입점형 해외 직접판매를 중심으로 진행되고 있으며 독립형 해외 직접판매에 대한 지원은 없는 상황임
- 독립형 해외 직접판매는 소비자 마케팅, 기업의 인지도 제고 등에 있어서 상대적으로 다른 해외 직접판매보다 유리하기 때문에 이에 대한 정부의 정책적 지원이 필요함

## II. 정부의 중소기업 온라인 해외 직접판매 지원정책

□ 역직접구매는 해외 소비자의 인지도 확보가 성공의 관건으로 정부는 역직접구매 활성화를 위해서 입점기업에 대한 컨설팅과 함께 해외 소비자의 불편사항 개선을 위한 정책지원을 추진

- 역직접구매는 해외 소비자가 국내 온라인 쇼핑몰에서 제품을 구입하는 방법으로 해외 소비자의 인지도 확보를 통한 이용률 제고가 성공의 관건으로 우리나라를 알고 관심을 가지고 있는 소비자가 주요 고객층이 될 수 있을 것임
- 따라서 한류열풍의 영향을 가장 크게 받고 있는 중국, 일본, 동남아 등 아시아권 국가와 함께 해외 교포 등이 주로 이용할 것으로 예상할 수 있음
- 역직접구매는 인지도 확보를 통한 이용률 제고가 성공의 관건이지만 대표적인 역직구 플랫폼인 Kmall24는 낮은 인지도로 인하여 해외 소비자의 이용률이 저조하며, 무엇보다도

1) 중소기업 실태조사에 따르면 2002~2012년 동안 중소기업의 내수비중은 81.9%에서 86%로 지속적으로 상승하고 있으며, 중소기업중앙회(2014.12, 2015.5)가 중소기업의 사업전망과 관련한 조사에서 응답기업의 상당수가 2015년 사업전망에 부정적인 것으로 나타남

이들이 느끼는 결제와 배송등 관련 불만사항에 대한 개선이 시급함

- 정부는 Kmall24를 중심으로 역직접구매가 활성화 될 수 있도록 입점기업에 대한 컨설팅 및 마케팅 지원과 함께 해외 소비자에게는 편리한 결제서비스를 제공
  - 2017년까지 중소기업 1천개사(1만개 상품)의 입점을 목표로, 입점기업에 외국어 상품페이지 제작, 해외 합배송 서비스, 해외고객 상담, 해외판매 교육 등과 함께 해외 주요 온라인 쇼핑몰 입점을 연계하여 지원함
  - 외국 소비자에게는 원클릭만으로 가능한 편리한 결제방식 제공과 함께 검색엔진 키워드 광고 및 소셜네트워크를 활용한 온라인 마케팅을 적극 추진

□ 입점형 해외 직접판매는 각종 수수료 및 분쟁문제와 함께 정형화된 플랫폼으로 인해 입점기업이 경쟁력을 확보하는 데에는 한계로 작용하고 있어, 정부는 입점기업이 주로 겪고 있는 문제점 해결에 초점을 맞춘 정책지원을 추진함

- 입점형 해외 직접판매는 기업간 가격경쟁, 쇼핑몰의 과도한 운영정책, 대금 및 결제방식 차이<sup>2)</sup> 그리고 문화적 환경 등으로 인한 어려움으로 국내 기업이 진출하는데에는 한계가 존재함
  - 해외 쇼핑몰 입점기업은 자격제한, 높은 판매수수료 그리고 쇼핑몰 운영정책 등이 부담으로 작용하고 있을 뿐만 아니라 쇼핑몰내 수많은 입점기업간에 주로 가격경쟁을 통한 치열한 내부경쟁을 해야하는 환경에 놓여 있음
  - 국내 뿐만 아니라 해외 온라인 쇼핑몰 또한 수많은 기업들이 입점하고 있지만 해당 기업을 제대로 홍보할 수단은 거의 존재하지 않고 있어 쇼핑몰 입점기업이 경쟁력을 확보하는데 있어서 한계로 작용함

- 정부는 글로벌 온라인 쇼핑몰 입점기업 지원을 위하여 상품번역, 배송관련 문제 그리고 각종 분쟁해결을 위한 지원방안을 추진함<sup>3)</sup>
  - 글로벌 온라인 쇼핑몰 입점기업 상품에 대한 외국어 번역 지원, 배송절차 간소화를 위한 간이수출신고제도 신설 그리고 국내 수출기업의 주요 배송수단인 EMS의 요금산정 단위를 더욱 세분화 하는 등 요금산정방식 개선
  - 이와 함께 대한무역투자진흥공사(코트라)의 공동물류센터(22개국 42개)에 해외주문 상품의 보관·포장·배송·반품처리까지 가능한 토털서비스를 도입
  - 또한 해외 지적재산권 출원 지원, 분쟁해결 표준약관 개발 등을 통해 수출 기업의 지적재산권 보호 및 분쟁해결을 지원하기로 함

□ 독립형 해외직접 판매는 소비자 마케팅, 기업홍보 등 기존 해외 직접판매의 문제점을 상당부분 해결할 수 있음에 따라 상대적으로 가장 성공가능성이 높은 해외 직접판매이지

2) 해당 문제점은 국내 온라인 쇼핑몰 입점업체에게도 공통으로 적용됨

3) 해당 내용은 2014년 제6차 무역투자진흥회의와 올해 2월 제1차 전자상거래 수출협의회에서 발표됨

## 만 정부정책은 이루어지고 있지 않음

- 독립형 해외 직접판매는 해당 국가에 온라인 쇼핑몰을 독자적으로 개설<sup>4)</sup>하여 현지 소비자를 대상으로 제품을 판매하는 방식으로 해당 국가의 기업과 동일한 서비스를 제공함
  - 즉, 결제, 배송, 반송, 환불 등 모든 거래과정에서 해당 국가의 기업과 동일한 서비스를 제공함에 따라 해당 국가의 소비자는 자국의 온라인 쇼핑몰을 이용하는 것과 같기 때문에 반품, 환불 등의 우려를 안고 구매하는 역직접구매와 달리 안심하고 거래할 수 있음
- 독립형 해외 직접판매는 역직접구매와 입점형 해외 직접판매 방식이 안고 있는 소비자 마케팅 문제와 기업홍보 등의 문제점에서 상대적으로 제약을 덜 받기 때문에 기업의 경쟁력 강화에 있어서 이점으로 작용가능함
  - 독립형 해외 직접판매는 해당 국가에서 해당 국가의 기업과 동일한 서비스를 제공하기 때문에 소비자들의 주요 애로사항인 배송과 결제관련 문제점을 상당부분 해소할 수 있음
  - 또한 온라인 쇼핑몰 입점시 발생하는 각종 수수료를 포함한 쇼핑몰 정책에 자유롭고 해당 국가의 소비자만을 대상으로 하는 맞춤형 마케팅이 가능하기 때문에 상대적으로 인지도 제고를 통한 기업의 경쟁력 강화에 긍정적인 역할을 할 수 있음
  - 특히, 독립형 해외 직접판매는 정부의 정책적 지원이 이루어지고 있지 않다는 점을 감안할 때 정부지원이 뒷받침 될 경우 성공 가능성은 더욱 올라갈 것으로 기대할 수 있을 것임

## Ⅲ. 독립형 해외 직접판매 활성화를 위한 정책방안

- 독립형 해외 직접판매는 구축단계(마케팅리서치 정보 제공, 쇼핑몰 구축비용 지원), 판매 단계(홍보 및 마케팅, 쇼핑몰 컨설팅) 그리고 사후관리 단계(분쟁해결, 공동물류, A/S 지원)로 구분한 정책적 지원이 필요함
- 쇼핑몰 구축단계에서는 쇼핑몰을 구축하려는 국가에 대한 정보 및 시장동향 등을 분석한 마케팅리서치 정보제공과 함께 쇼핑몰 구축에 필요한 비용지원이 필요함
  - 중소기업의 해외직판에 대한 실패를 최소화하기 위해서는 해당 국가에 대한 정보 및 시장동향 등을 분석한 양질의 마케팅리서치 정보제공과 함께 쇼핑몰 구축에 필요한 컨설팅 및 자금지원이 필요함
  - 중소기업이 해외 직접판매 쇼핑몰 구축시 주요 애로점으로 해당 국가 언어로 된 쇼핑몰 구축(20.4%), 비용과다(16.7%) 등을 꼽고 있음<sup>5)</sup>
  - 이를 위해서 독립형 쇼핑몰 구축과 관련한 제반사항을 원스톱으로 지원할 수 있는 해외진출 플랫폼 육성과 함께 코트라(대한무역투자진흥공사)와 중진공의 수출인큐베이터<sup>6)</sup> 지원

4) 해당 국가의 온라인 쇼핑몰에 입점하는 것이라 아니라 직접 독립적인 온라인 쇼핑몰을 개설

5) 대한무역협회 국제무역연구원, 2014, 온라인 해외 직판 Version 2.0을 향한 과제

6) 수출인큐베이터는 중소기업의 독자적인 수출능력을 배양하기 위하여 현지 주요 교역거점에 진출을 원하는 중소기업이 조기에 정착할 수 있도록 설치하고 현지 마케팅전문가, 법률·회계고문의 자문, 사무공간 및 공동회의실 등을 제공하여 중소기업이 해외 진출 초기의 위험부담을 경감하고 조기 정착하도록 하기 위한 사업을 말함.(전은경, 2014, 중소기업 수출지원체계의 문제점과 개선방안, 국회입법조사처)

을 받을 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음

- 독립형 해외 직접판매가 본 궤도에 오르기 위해서는 판매단계에서 지속적인 홍보 및 마케팅, 쇼핑몰 운영에 대한 컨설팅 등과 비용부담 최소화를 위한 지원정책을 마련해야 함
  - 판매단계에서는 해당 기업 제품과 타사 제품과의 차별점을 지속적인 홍보 및 마케팅을 통하여 소비자에게 인식시키면서 수요층을 확보하는 전략이 중요함
  - 판매단계에서는 중소기업의 비용부담이 클 수 있기 때문에 이를 최소화 할 수 있도록 이익공유형 대출과 성장공유형 대출<sup>7)</sup>을 적절하게 활용할 수 있도록 지원하는 방안이 필요함
- 독립형 해외 직접판매의 성공여부는 소비자에 대한 신뢰 구축으로 소비자 평가를 반영한 신제품 개발 및 제품 개선, 각종 분쟁해결, 제품에 대한 사후관리 등 체계적인 사후관리가 이루어질 수 있도록 지원이 필요함
  - 구매후기를 포함한 트위터, 페이스북 등을 통해 판매제품에 대한 소비자의 평가를 반영하여 신제품 개발 및 제품 개선 등을 통한 지속적인 관리를 통한 기업의 경쟁력 강화가 이루어져야 함
  - 판매과정에서 발생 가능한 각종 분쟁을 신속하고 공정하게 처리할 수 있도록 중소기업 수출인큐베이터 등을 활용한 체계적인 분쟁해결 제도를 마련
  - 상대적으로 자금력이 취약한 중소기업의 경우 현지에 물류센터 및 A/S 센터 등을 개설하는데에는 무리가 따를 수 있기 때문에 공동 물류센터 및 A/S 센터 등을 개설하여 제품의 사후관리가 이루어질 수 있도록 지원
- 마지막으로 현재 독립형 해외 직접판매는 앞서 언급한 것처럼 정부 지원이 없는 상황에서 이를 체계적으로 지원하기 위해 발의된 “중소기업 해외 직접판매 지원을 위한 법률안”(민병두 의원 발의)의 조속한 통과가 필요
  - 법률안은 크게 지원체계 마련, 전담기구 설치 그리고 지원기금 마련항목으로 구성됨
  - 지원체계 마련 항목에서는 정부 및 지방자치단체의 책무 규정, 지원계획 수립 및 시행 그리고 관련기관과의 협업체계 구축과 관련한 내용을 담고 있음
  - 전담기구 설치 항목에서는 해외 직접판매 지원과 관련된 업무를 종합적으로 수행하기 위한 지원센터를 설치 및 운영, 컨설팅, 홍보 및 마케팅, 해외 시장조사 그리고 전문인력 양성 등의 내용으로 구성됨
  - 지원기금 마련 항목에서는 중소기업의 부담 경감을 위한 해외직접판매지원기금을 설치 및 해외직접판매에 필요한 자금을 지원할 수 있는 방안으로 구성됨

♣ 이 글의 내용은 집필자의 의견이며, 민주정책연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

7) 이익공유형 대출은 2011년에 시행된 사업으로 창업초기기업에 저금리 신용대출 후 지원업체의 영업성과에 따라 영업이익의 3%에 해당하는 금액을 이익연동이자로 수취하는 대출방식이며, 성장공유형 대출은 중소기업이 발행하는 전환사채를 인수하는 대출방식으로 2008년에 사업을 개시함