

사이버디스티(주)

- 반도체전문 e-Marketplace -

윤 동 진 *

사이버디스티(주)는 1999년 7월 홍미희 사장이 반도체 영업관리 경험과 지식을 바탕으로 창업한 여성IT벤처기업으로서 반도체의 유통에 특화된 전자장터업체이다. 전자장터를 개설하고 수요업체와 공급업체를 연결하여 반도체의 유통비용과 시간을 절약함으로써 수익을 창출하고 있다. 이를 바탕으로 홍사장은 반도체 중소유통업체들을 대상으로 전사적 자원관리 시스템 구축사업과 웹진사업 등으로 사업을 다각화하는 한편 해외 유명업체와의 제휴 및 해외진출을 도모하고 있다.

본 사례에서는 IT분야에서 여성이 벤처기업을 창업할 때 겪는 어려움을 어떻게 극복하면서 성장기반을 구축하였는지를 살펴보고자 한다. 즉, 1) 어떻게 창업에 필요한 자본과 경영자원을 확보하였는가? 2) 어떻게 기업을 알리고 고객을 확보할 수 있었는가? 3) 어떻게 새로운 사업분야를 선택하고 경쟁우위를 제고시켜 나가고 있는가? 등을 살펴보고자 한다.

▶주제어 : 여성창업, 여성IT벤처기업, 반도체유통, 전자장터사업, 경영지원, 경쟁우위

I. 회사소개

사이버디스티(주)는 홍미희 사장이 15년 동안 반도체 업계에서 근무한 경험과 지식을 활용하여 1999년 7월 자본금 5천만 원으로 창업한 반도체 전문 전자장터(e-Marketplace)업체이다(www.cyberdisty.com). 사이버디스티(주)는 온라인을 기반으로 반도체 거래를 중개하는 전자장터업체로 출발하여 현재는 반도체 중소유통업체에 특화된 전사적 자원관리 시스템 구축사업과 웹진사업 등으로 다각화하면서 성장을 도모하고 있다.

2002년 6월 현재 사이버디스티(주)의 자본금은 3억 원으로 늘어났고, 매출액도 매년 큰 폭으로 늘어나고 있다. 매출액은 2000년도 16억 원에서 2001년도 38억 원으로 급증하였고, 2002년도에는 60억 원으로 크게 늘어날 전망이다. 이익도 이에 따라 안정적으로 늘어나고 있다. 임직원은 이사 3명, 영업 9명, 경리인사 1명 등 총 13명으로 영업에 중점을 두고 있으며, 나머지 업무는 아웃소싱으로 보완하고 있다. 회계, 세무, 법률 등의 업무는 외부용역을 통해 처리하고 있으며, 일반적인 전산개발 업무는 외부 전문업체와의 공동개발을 통해 해결하고 있다. 또한 임직원 13명 중에서

* 우석대 경영학부 부교수(제1저자)

남자직원은 3명인데 비해 여직원은 사장을 포함하여 10명으로서 여성들이 사이버디스티(주)를 이끌어가고 있다. 이처럼 여성의 비율이 압도적으로 많은 것에 대해 홍사장은 다음과 같이 말하고 있다.

“사이버거래는 이메일, 전화, 팩스 등을 통해 영업을 하는 것이 대부분이어서 접대가 별로 필요없고, 상냥하고 부드럽게 대하는 여성이 유리하기 때문입니다. 특히 여성은 하루 종일 컴퓨터 앞에 앉아서 업무를 볼 수 있지만 남성은 그렇지 못한 경우가 많기 때문입니다. 또한 여성은 꼼꼼함과 세밀함으로 인해 인터넷 비즈니스에서 가장 중요한 콘텐츠제작과 DB구축에서 남성보다 유리하다고 판단하고 있습니다. 그래서 저는 인터넷 비즈니스가 여성에게 적합한 분야라고 생각하고 가능하다면 여성들과 함께 사이버디스티의 성장을 도모하고자 합니다.”

창업 초기에는 반도체 수요업체가 온라인을 통해 사이버디스티(주)의 홈페이지에 구축된 반도체 유통업체의 재고DB(Data Base)를 검색하여 필요로 하는 반도체를 주문 의뢰하면 이를 대행하는 서비스를 제공하면서 수익을 확보하였다. 사이버디스티(주)는 2002년 6월 현재 재고조회 가능한 반도체 제품 50만개, 12군 1,000여 반도체 제품 카탈로그, 1만 1000개의 반도체 관련업체 등에 대한 DB를 구축해 놓았으며, 사이트 회원수는 개인 1만 2,281명, 기업 8,910개 사에 이르고 있다. 이들 DB를 바탕으로 반도체 전문의 B2B e-Marketplace(전자장터)를 지향하고 있다.

<도표 1> 사이버디스티(주)의 성장연혁

일 시	내 용
1999. 7	사이버디스티(주) 법인 설립(자본금 5천만 원)
1999. 9	반도체전문 검색엔진개발, 포털서비스, B2B 개시
1999. 11	정보통신진흥원 DB 기술개발업체 선정
2000. 3	사이버디스티 상표등록 및 비즈니스 모델 특허출원
2000. 4	자본금 3억 원 증자
2000. 9	모바일 인터넷 서비스 개시(SK텔레콤과 제휴)
2000. 9	e-CRM과 SCM 개발완료, 웹기반의 구매자와 판매자 관리서비스 개시
2000. 10	주간 e-mail 잡지 발행
2001. 1	정보통신진흥원 웹기반 ERP개발사업 선정 및 개발완료
2001. 2	DHL과 물류프로세스 부문 전략적 제휴
2001. 2	사이버디스티 홍콩 합작법인 및 미국 합작법인 설립
2001. 7	전자부품연구원 반도체 공동구매 및 판매 솔루션 개발사업자 선정
2001. 7	세계 1위의 반도체 e-Marketplace 업체인 브로커포럼의 한국지사 확정
2001. 7	중기청 유망중소기업 및 유망 선도기술개발업체 선정
2001. 8	대덕밸리 중소벤처기업 대상으로 부품공동구매 진행(대덕넷 제휴)
2001. 12	정통부 유망정보통신기업 선정
2001. 12	반도체 중소유통업체 전문 웹기반 ERP 판매 개시
2002. 5	중기청 자체기술개발 벤처기업 인정

<자료> 사이버디스티(주)

기존 유통업체들의 온라인 사업 강화, 경쟁업체들의 외부자금 유치와 막강한 인맥구축을 통한 경쟁력 강화 등으로 전자장터 부문에서의 경쟁이 치열해지기 시작하자 사이버디스티(주)는 해외

유통 재고DB 구축역량, 반도체 수배 및 조달(소싱)역량, 홍사장의 전문지식과 경험이 체화된 전자거래 시스템 구축역량 등을 바탕으로 경쟁우위를 확보하면서 2002년부터 사업을 다각화하기 시작하였다. 외부전문업체와 제휴하여 반도체 중소유통업체 전문의 웹기반 전사적 자원관리 시스템 '세미콘 ERP'를 개발 및 시험판매하고 있다. 이 제품은 세계 최초로 웹상에 구축되어 외부에서도 관리할 수 있는 특징을 가진 시스템으로 평가받고 있다. 또한 핸드폰을 통해 사이버디스티(주) 홈페이지에 접속하여 거래할 수 있는 시스템을 개발하여 운영하고 있으며, 월간 웹진 'All4Chip'을 발행하여 약 13,000명에게 이메일로 무료발송하고 있다.

II. 반도체 유통산업 특성

한국 반도체산업은 메모리 위주로 성장하여 왔기 때문에 생산의 대부분을 수출하고 내수의 대부분을 수입하는 특징을 지니고 있다. 2001년 기준 반도체 총 생산액 150억 달러의 약 95%인 143억 달러를 수출하였고, 총 내수액 163억 달러의 약 96%인 156억 달러를 수입하였다. 이러한 수급구조상의 특징으로 인해 DRAM과 SRAM 등과 같은 일부 메모리 제품은 국내에서 그리고 거의 대부분의 비메모리 제품은 해외에서 수입 및 조달되어 유통되고 있다. 이들 국산 또는 외산 반도체는 일반적으로 다음과 같이 크게 3가지 경로를 통해 실수요자에게 유통되고 있다.

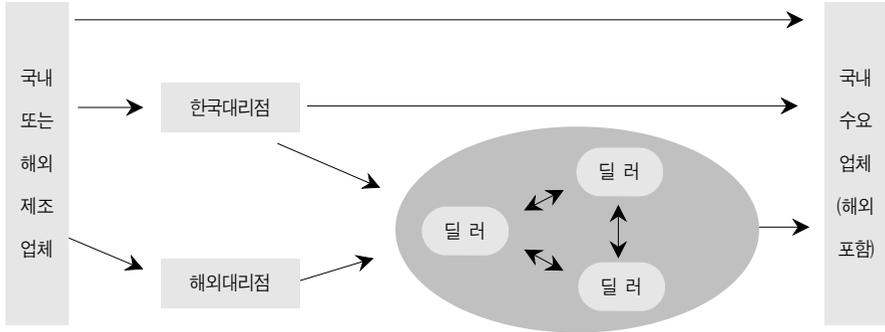
첫 번째 유통경로는 국내 또는 해외 반도체 제조업체(한국 현지법인 또는 지사 포함)에서 유통업체를 거치지 않고 곧바로 반도체 실수요업체에게 전달되는 형태로서 전체 유통시장의 약 50%를 차지하고 있다.

두 번째 유통경로는 국내 또는 해외 반도체 제조업체에서 직접 반도체를 공급받아 반도체 실수요업체에게 전달하는 공식 대리점들로서 영업능력, 기술지원능력, 재고보유 능력 및 자금능력 등이 막강한 대규모 유통업체들이다. 이들 대리점들이 유통시키는 물량은 전체 유통시장의 약 30%를 차지하고 있다.

세 번째 유통경로는 대리점 또는 국내외 딜러(일종의 브로커)들과 거래하면서 필요한 반도체를 구입하여 실수요업체들에게 파는 소규모 유통업체(딜러)들이다. 반도체는 종류만 수십만 가지이기 때문에 특정 반도체를 전문으로 취급하는 중소규모의 유통업체가 많고, 제품 조달능력과 구매력 등에 따라 틈새시장이 많이 존재하고 있다. 이들 딜러들이 유통시키는 물량은 전체 유통시장의 약 20%를 차지하고 있다.

현재 한국 반도체 유통시장에는 대규모 유통업체들을 포함하여 약 5,000개 이상의 딜러들이 경쟁하고 있는 것으로 추정되고 있다. 내자거래(국산 또는 국내 수입된 제품을 판매하는 형태)는 주로 청계천, 용산, 구로 등지에서 이루어지고 있으며, 외자거래(외국제품을 수입하는 형태)는 주로 오피상을 통해 서초동과 양재동에서 이루어지고 있다. 용산지역을 제외하고 나머지 지역은 거의 대부분 비메모리 제품위주로 영업하고 있다.

<도표 2 >반도체 유통경로 구조



이와 같이 반도체는 전체 유통물량의 약 80%가 직접거래 방식을 통해 실수요업체에게 전달되고 있으며, 나머지 약 20%가 간접거래 방식을 통해 실수요업체에게 전달되고 있다. 직접거래 방식은 실수요업체가 국내 또는 해외 반도체 제조업체 또는 이들의 대리점을 통해 반도체를 직접 구매하는 방식이며, 간접거래 방식은 실수요업체가 시중에 유통되고 있는 반도체를 제조업체 유통 경로가 아닌 달러를 통해 구매하는 방식이다.

한국의 반도체 유통산업은 중소유통업체에 의한 간접거래 비중이 낮았으나 1997년 말 발생한 외환위기를 계기로 중소벤처기업들이 대거 등장하면서 또한 인터넷이 확산되면서 2000년을 전후하여 커다란 변화를 보이고 있다. 즉, 간접거래 비중이 높아지고 또한 온라인을 통한 반도체 거래가 활성화되고 있다. 주로 비메모리 반도체를 이용하여 제품을 개발하는 중소벤처기업들이 IMF의 환 위기 이후 대거 등장하면서 반도체 수요가 다품종 소량소비로 바뀌고 있기 때문이다. 또한 반도체는 물코드명 분류가 잘 돼있고 규격화되어 있어서 재고DB를 구축하고 관리하기가 용이하여 어느 제품보다 온라인 거래와 유통에 적합하고 IMF외환위기 이후 인터넷의 보급이 확산되었기 때문이다.

대기업처럼 반도체 제조업체나 대리점과의 직접 거래가 쉽지 않았던 중소 벤처기업들이 비메모리 제품을 주로 판매하는 소규모 유통업체인 달러들과 거래하면서 간접거래 비중이 높아지고 있다. 어느 업계 전문가는 45년 이내에 간접거래 방식의 비중이 약 20%에서 약 30%로 높아질 것으로 추산하고 있다.

한편 중소벤처기업들이 필요한 반도체를 구하기 위해 청계천, 용산 및 구로 지역에 있는 수많은 대리점이나 판매점을 직접 찾아다니면서 겪는 어려움을 옆에서 지켜보던 유통업체 또는 일부 유통전문가들이 이들 중소벤처기업들 또는 지방업체들을 대상으로 인터넷 전자상거래업체를 만들기 시작하였다. 이들 업체들은 기존 유통업체들의 재고DB를 구축하여 웹에서 검색할 수 있도록 하면 거래비용을 줄일 수 있다는 판단 하에 경쟁적으로 유통 재고DB를 구축하고 전자장터를 개설하면서 반도체의 사이버거래를 활성화시키고 있다. 실수요업체의 입장에서 보면 다리 품을 팔지 않고 사무실에 앉아서 웹사이트를 통해 제품정보를 얻고 견적을 의뢰하면 필요한 반도체를 저렴

하게 그리고 빠르게 구매할 수 있는 장점이 있다. 한두 번에 그치는 소량으로 구매하면 가격도 비싸고 어디서 구입할지 잘 모르는 등 애로사항을 해결해 줄 수 있기 때문에 중소벤처기업들을 포함한 실수요업체들은 반도체 상거래 웹사이트가 등장하자 이를 적극 활용하기 시작하였다.

이러한 변화로 인해 온라인 거래가 활성화되기 시작하였고 기업간 반도체 거래증개를 전문으로 하는 사이버 유통업체들이 1998년 이후 속속 등장하게 되었다. 이들 사이버 유통업체들의 사업 형태는 크게 3가지 방식으로 구분할 수 있다. 오프라인을 배경으로 출발한 업체, 순수 온라인 방식으로 출발한 업체, 지역유통업체들을 묶어서 출발한 업체 등이 있다.

첫 번째는 기존 오프라인의 튼튼한 영업망을 등에 업고 출발한 형태이다. 오프라인에서 반도체의 무역과 유통사업을 영위하였던 유통업체들이 온라인 영업을 시작하면서 기존의 오프라인 영업망을 활용하거나 이를 보완하는 방식이다(예: www.icplaza.com)

두 번째는 순수하게 온라인을 기반으로 출발한 형태이다. 처음에는 오프라인 기반이 없어 어려움을 겪었던 이들 사이버 유통업체들은 특정 반도체에 대한 강력한 조달(sourcing)능력과 신속한 전적, 가격경쟁력 등 온라인 기업이 갖는 장점을 최대한 살려서 꾸준히 성장하고 있다(예: www.cyberdisty.com).

세 번째는 구로 중앙유통상가, 용산 전자랜드, 청계천의 아세아상가와 세운상가 등 종합상가의 전자부품 채고 DB를 한데 묶어 무료로 제공하는 형태이다. 당장의 수익성 확보보다는 콘텐츠와 커뮤니티 강화를 통해 장기고객을 확보한다는 전략을 갖고 웹사이트를 무료로 운영하는 방식이다. 최근에는 수익확보를 위해 유료로 전환하기 시작하였다(예 www.compomall.com).

이들 온라인 유통업체들이 대거 등장하고 중소벤처업체들뿐만 아니라 딜러와 대기업들도 구하기 어려운 제품들을 전자장터를 통해 구입하기 시작하면서 온라인 유통시장 규모도 2001년 약 240억 원에서 2002년 약 480억 원으로 배증할 것으로 어느 업계 전문가는 추산하고 있다. 특히 특수제품, 단종제품, 신제품뿐만 아니라 긴급제품이나 불용제품 등은 오프라인보다 온라인을 통해 저렴한 비용으로 빠른 시일 내에 구입할 수 있기 때문에 이들 제품의 온라인 거래비중이 점증하고 있다. 또한 온라인을 통해 공동구매하는 경우도 점증할 것으로 보인다.

한편, 선진국에서도 이러한 전자장터업체들이 등장하여 급성장하고 있다. 대표적인 업체로서는 www.brokerforum.com, www.netcomponent.com, www.icsource.com, www.usbid.com, www.partminer.com 등이 있으며, 이들은 대표적인 오프라인 업체인 애브넷(Avnet), 애로우(Arrow) 등과 보완관계를 유지하며 시장을 확대해 나가고 있다.

III. 창업과정

1. 창업자 경력

홍미희 사장은 지금의 대학로라고 불리는 서울 혜화동에서 여섯 자매 중의 넷째로 태어나 자란 서울 토박이다. 별다른 어려움이 없이 중학교를 졸업하고 고등학교를 다니던 시절 아버지의 사업실패로 가정형편이 어려워지자 여자전문대학을 선택하고 아르바이트를 통해 등록금, 책값, 용돈 등을 벌면서 스스로의 힘으로 대학생활을 마쳤다. 비누와 책을 외판하거나 양복과 와이셔츠를 주문받는 등의 아르바이트를 할 때 대형고객이나 단골고객에게는 사은품을 선물하거나 이익의 일부를 되돌려주는 한편, 이들을 철저하게 사후관리하는 영업전략을 통해 좋은 성과를 올리기도 하였다. 힘겹게 아르바이트를 하는 중에서도 열심히 공부하여 학교에서는 장학금을 받았고, 전공인 영어회화에 매진한 결과 전문대학 출신임에도 불구하고 외국인 회사에 취직할 수 있었다.

이러한 역척스러움을 바탕으로 1983년 한양여대 영문과를 졸업한 홍사장은 전공도 살릴 겸 남녀차별이 없고 복리후생시설이 뛰어나다는 점을 고려하여 외자계 기업인 텍사스인스트루먼트 코리아에서 첫 직장생활을 시작하였다. 당시 텍사스인스트루먼트 코리아는 미국본사에서 반도체를 수입하여 한국 수요업체들에게 판매하는 현지법인으로서 영업 및 관리능력이 뛰어난 회사였다. 홍사장은 영업관리 분야에서 일하면서 반도체 유통업무를 하나둘씩 익혀 나갔다. 반도체 영업관리 분야에서 나름대로 실무경험과 전문지식을 인정받고 있던 상태에서 1987년 중반 내셔널세미콘덕터 코리아로부터 스카웃 제의를 받고 한 단계 높은 직위와 이에 상응하는 보수를 받고 자리를 옮기게 되었다. 당시 내셔널세미콘덕터 코리아는 새로 한국에 현지법인을 만들면서 영업관리 업무의 조기 정착을 위해 유능한 인재가 필요했기 때문이었다. 내셔널세미콘덕터 코리아의 영업관리업무가 정착되고 원활하게 돌아가자 홍사장은 보다 많은 것을 배우고 도전하기 위해 1990년 초 규모가 큰 모토로라 코리아로 이직하였다. 모토로라 코리아에서도 반도체 관련 영업관리 업무를 담당하면서 경력을 쌓아가던 홍사장은 1991년 말 새로운 업무도전의 기회를 찾아 내자계 기업인 석영전자로 자리를 옮기게 되었다.

석영전자는 당시 한국 최대의 반도체 유통업체로서 연간 매출액이 약 200억 원에 이르고 있었으나 영업관리 시스템이 외자계 기업에 비해 낙후된 상태였다. 홍사장은 석영전자 최초의 영업관리자로서 입사한지 1년 내에 석영전자의 영업관리 시스템을 외자계 기업 수준으로 업그레이드 하는데 많은 공헌을 하였다. 또한 공급업체와의 거래내역을 분석하고 이익이 제대로 정산되지 못한 사실을 파악하고, 공급업체로부터 상당액의 이익 누락분을 확인하여 받아내었다. 이렇게 역척스럽게 일한 결과 홍사장은 입사한지 1년 만에 대리에서 과장으로 승진하였으며, 승진한지 6개월 만에 다시 차장으로 승진하였다.

<도표 3> 홍미희 사장의 경력

기간	근무처	담당업무
1983-1987	TI코리아	영업관리
1987-1989	NS코리아	영업관리
1990-1991	모토로라 코리아	영업관리
1991-1999	석영전자	구매, 마케팅
1999-현재	사이버디스티	기획총괄

<자료> 사이버디스티(주)

항상 일을 찾아서 하고 깔끔하게 마무리하는 홍사장의 능력을 인정한 최고경영자는 그녀에게 새로운 부서를 맡겼고 홍사장은 언제나 이들 업무를 잘 처리하였다. 영업관리 부서에서 일한 후에 새로 신설된 구매 및 마케팅 부서를 담당하였고, 이어서 인사홍보 부서와 전산관리 부서 등을 담당하면서 거의 모든 회사업무를 익히게 되었다.

2. 창업계기

석영전자에 근무하던 홍사장은 인사와 홍보부문을 담당하면서 효율적인 업무처리를 위해 전 산업무도 담당하게 되었다. 전산업무를 하면서 당시 새롭게 뜨는 직종으로 각광을 받고 있었던 정보검색사에 관심을 갖고 인터넷 강좌를 신청하여 이를 배우게 되었다. 근무 후나 출근 전 한두 시간을 할애해야 하는 만만치 않은 공부였지만 호기심과 배우는 재미, 그리고 도전할 것이 있다는 사실에 보람을 갖고 열심히 배웠다. 인터넷 강좌를 들으면서 인터넷이 별 것 아니고 활용하기 나름이라는 자신감을 갖게 되었다. 새로운 분야에 도전하기를 좋아했던 홍사장은 전산시스템 관리능력을 바탕으로 회사 홈페이지를 만드는 기획을 담당하면서 인터넷 비즈니스에 대한 경험을 축적하고 있었다. 이러한 경험을 바탕으로 인터넷을 여러 영역으로 확장하여 응용하면 좋은 사업을 할 수 있다는 자신이 생겼다. 발로 뛰어야만 하는 대인 관계, 유통업계의 거래관행 등 모든 것을 극복할 수 있는 최적의 서비스라는 결론에 도달하였다.

텍사스인스트루먼트 코리아에 입사한 이후 언제부터인가 나이 40대에 자그마한 오퍼상이라도 차리자는 꿈을 간직하고 있었던 홍사장이었다. 1997년 말부터 시작된 외환위기를 극복하는 과정에서 인터넷을 이용한 벤처창업이 붐을 이루자 홍사장은 여성과 기혼녀로서 직장 내에서 겪는 성장의 한계를 극복하기 위해 석영전자의 차장을 그만두고 창업을 하기로 결심하였다. 당시 홍사장은 둘째 아이의 출산으로 많이 힘든 상태였다.

“직장일과 집안일, 아이 돌보기, 새로운 업무분야에 대한 자료수집 등 예전과 별반 달라진 것이 없었지요. 하지만 이제는 두 아이의 엄마라는 부담이 크게 작용하면서 출산전 계획했던 일들이 자꾸 차질을 빚게 되었고, 정신적인 스트레스와 체력의 한계 때문에 무력감에 빠지는 적이 많아졌습니다. 과연 얼마나 버틸 수 있을까? 내가 해낼 수 있을까? 하는 의구심이 자꾸 들었습니다.”

이처럼 주부요, 아내요, 여성이라는 다중역할에 지쳐서 몇 개월 동안 고민한 끝에 홍사장은 마음을 비우기로 하였다. 무리하게 욕심내지 말고 몸이 편해지는 쪽으로 해결가닥을 잡아가면서 위기를 벗어나게 되었다. 그 결과 창업하겠다는 과감한 결단을 내릴 수 있었다. 하지만 모험이었다. 넉넉치 않은 살림에 불안정한 수입의 길, 전문연극인의 길을 걷고 있는 남편, 그리고 두 아이의 양육 등을 해결하면서 창업을 해야 하는 모험이었다. 의욕을 앞세워 막상 창업의 길로 들어섰지만 자본이 넉넉한 것도 아니고 같이 일을 추진할 동료 한사람 구하지 못한 실정이었다.

1997년 12월 약 7년 동안 일했던 석영전자를 퇴사한 다음 회사 최고경영자의 배려로 이전에 담당했던 업무를 프리랜서의 자격으로 일하게 되었다. 다행히도 홍사장은 고정적인 수입을 갖고 회사사무실 한 칸에서 회사업무를 보면서 창업을 준비할 수 있었다. 처음에는 반도체산업에서의 전자상거래 비즈니스 사업모델을 찾기 위해 하루 5시간 이상씩 인터넷을 살살이 뒤지고 다녔다. 또한 인터넷 관련서적을 수도 없이 읽고 사업분야와 모델을 구상하였다. 결론은 15년 동안 해왔던 반도체부품 거래였다. 자신이 가장 잘 알고 있는 분야였기 때문이고 그동안 각종 경험과 지식뿐만 아니라 인맥을 구축하였기 때문이었다. 하지만 이들 경험지식과 인맥을 활용하여 구체적으로 어떠한 사업을 어떻게 뛰어 나갈지에 대해서는 명확한 방향이 잡히지 않은 상태였다.

프리랜서로서 석영전자의 웹마스터와 광고기획 등의 업무를 수행하면서 ‘인터넷을 통한 반도체의 유통’이라는 사업구상을 구체화시켜 나갔다. 프리랜서와 창업준비라는 2개 업무를 동시에 보면서 1998년 11월 창업자금 100만 원으로 개인회사 형태의 사이버디스티를 설립하고 홈페이지를 구축 및 운용하기 시작하였다. 사이버디스티의 디스티는 업계에서 디스트리뷰터의 별칭으로 사용되는 용어로서 한글로 표현하면 가상대리점을 의미한다. 인터넷을 통해 반도체 유통과 관련된 각종 정보를 제공하여 사이버디스티를 알리는 한편 반도체 구매대행사업, 반도체 인력의 구직 및 구인 중개, 반도체관련업체 홈페이지 제작 및 홍보대행, 소호창업상담 등의 수익사업을 전개하였다. 원래 계획했던 틈새시장을 겨냥한 반도체 유통사업은 성과가 기대에 미치지 못하였지만 인터넷 홈페이지 제작사업으로 수지를 어느 정도 맞추면서 개인회사를 꾸려나갔다.

3. 자원확보

홍사장이 프리랜서로 일하면서 사이버디스티의 수익모델을 구체화시켜 나가고 있을 때 정통부에서 5개 여대에 창업지원센터를 설립하여 예비창업자들을 지원한다는 정책을 발표하였다. 이에 홍사장은 자신의 모교인 한양여대의 창업지원센터에 입주신청을 하였고, 1999년 4월 10개 입주업체의 하나로 선정되어 별도의 사무실을 갖게 되었다. 그동안 독자적인 사무실도 없이 석영전자의 강남사무실 한 칸에서 회사를 운영하던 홍사장은 월 임대료 10만 원을 내면 컴퓨터를 비롯하여 각종 시설과 전화 등을 사용할 수 있었기 때문에 창업에 박차를 가할 수 있었다. 즉, 자신의 사업 기획을 보다 구체화시키고 이에 적합한 전산시스템을 개발하는 한편 관련된 정보와 자료를 축적하는 업무를 본격적으로 추진하게 되었다.

전산시스템을 개발할 인력과 자금이 없었지만 주변의 도움과 외부자원을 저렴하게 활용하여

해결하였다. 우선 보안이 필요한 부분은 내부개발하기로 결정하고 믿을만한 전산개발 전문가를 찾았다. 이러한 과정에서 대기업 전산부서에서 10년 이상 근무하고 잠시 쉬고 있던 가까운 친척을 알게 되어 창업멤버로 영입하였다. 개발책임자를 구하자 홍사장은 전자상거래용 전산시스템을 본격 개발하는 한편 그동안의 친분관계를 바탕으로 관련기술을 필요할 때마다 저렴하게 아웃소싱하였다. 예를 들면 전자상거래 관련기술은 석영전자의 홈페이지를 기획할 때 알게 된 웨이전시 업체의 도움을 받아 실비 기준으로 확보하였다. 시스템 개발업무와 더불어 반도체 유통업체의 재고 DB를 서둘러 구축하기 시작하였다. 담당직원을 아르바이트 형태로 고용하고 약 1년만에 걸쳐 DB를 입력하였다. 이와 같이 홍사장은 주변의 도움과 아웃소싱을 바탕으로 별다른 현금투자 없이 전자상거래 시스템을 개발하고 유통업체의 재고DB를 구축할 수 있었다.

시스템 개발과 재고DB 구축이 어느 정도 마무리되자 홍사장은 사이버디스티를 반도체 분야에 대한 정보제공 사이트에서 반도체 전문 포털사이트로 전면 개편하였다. 반도체와 관련된 정보를 종합적으로 제공하기 위하여 15만 가지 반도체의 가격 및 재고정보 DB를 구축하여 운용하였으며, 1000여 제품에 대해서는 카탈로그도 제공하였다. 이와 함께 2,300여 개의 반도체관련 기업정보와 전자용어, 관련 연구기관과 대학에 대한 정보도 DB형태로 제공하였다.

이러한 전면 개편을 뒷받침하기 위해 홍사장은 1999년 7월 사이버디스티를 개인회사 형태에서 자본금 5천만 원의 주식회사 형태로 체제를 바꾸고 부족한 자금은 정책자금으로 보완하였다. 당시 정부에서는 벤처창업을 촉진하기 위해 시중금리보다 훨씬 저렴하면서 담보없이 신용만으로 대출해주는 창업관련 정책자금을 대대적으로 운용하고 있었다. 우선 퇴직금을 바탕으로 5천만 원의 자본금을 마련하는 한편 서울시 창업자금과 정통부 정보화 촉진기금을 신청하여 필요한 자금을 확보하였다. 서울시 창업자금은 연리 8.5% 1년 만기의 단기자금으로서 신용보증기금의 실사과정을 거쳐 1999년 8월 5천만 원을 대출받았다. 정책자금 신청에 필요한 서류작성 업무는 관리업무에 익숙한 홍사장에게는 어려운 과제가 아니었지만 신용보증기금으로부터 신용보증을 받을 때 여성으로서 어려움을 겪게 되었다.

“신용보증기금은 여성신청자에 한해 남편과 가족의 보증을 요구하였습니다. 남성신청자에게는 해당되지 않는 요구로서 여성을 차별하는 조치였습니다. 이에 저는 차별적인 조치의 부당함을 호소하고 신용보증의 정책적인 취지를 설명하면서 담당자를 여러 번 찾아가서 설득한 끝에 신용보증서를 받게 되었습니다. 이러한 어려움을 겪으면서 여성전용 펀드 또는 정책자금이 있었으면 여성창업이 한결 촉진될 것이라는 생각을 갖게 되었습니다.”

정보화촉진기금은 연리 6.5% 2년 거치 5년 상환의 조건이 좋은 자금으로서 기술신용보증기금의 실사과정을 거쳐 대출이 결정되는 정책자금이었다. 다행히도 기술신용보증기금으로부터 전자상거래 분야에서 기술력의 우수성을 인정받아 1999년 12월 7천만 원, 2000년 5월 1억 3천만 원을 대출받았다.

주식회사를 설립하고 이어서 1999년 9월 구로 중앙유통단지에서 사무실을 마련하고 영업직원 3

명을 채용하여 본격적으로 영업활동을 전개하였으며, 창업지원센터의 사무실은 개발실로 활용하였다. 또한 사업에 전념하기 위해 석영전자의 프리랜서를 그만두었다.

이와 같이 주변의 도움, 아웃소싱 및 정책지원 등을 통해 외부자원을 적극 활용함으로써 홍 사장은 부족한 경영자원과 자금문제를 단계적으로 해결하면서 석영전자를 퇴사하고 프리랜서로 일한지 1년 7개월 만에 사이버디스티(주)를 창업하는데 성공하였다.

IV. 기업역량 구축과 고객확보

경영자원과 자금부족의 어려움을 극복하고 창업에 성공한 홍미희 사장은 사이버디스티(주)의 핵심역량을 어떻게 구축하고 빠른 기간 내에 회사를 널리 알려 고객을 확보할 수 있을 것인가를 궁리하였다. 우선 전자장터의 경쟁력은 우수한 유통채널 DB를 얼마만큼 빨리 구축하느냐에 달려 있다고 보고 우수한 딜러들을 대상으로 유통채널 DB 확보에 적극 나섰다. 또한 반도체관련 언론사의 기자들에게 사이버디스티(주)에 대한 원고를 송부하여 기사화되도록 노력하는 한편 중소유통업체들에게 팩스와 이메일을 보내 사이버디스티(주)와의 거래를 권유하였다.

1. 유통채널DB 구축

양질의 유통채널 DB를 구축하는 것이 전자장터 사업 성공의 관건이라는 판단 아래 1999년 4월부터 채널DB를 구축하기 위해 청계천, 용산, 구로 등의 유통업체를 찾아다니면서 채널자료 확보에 심혈을 쏟았다. 전자장터사업에서의 경쟁은 채널DB의 경쟁으로서 누가 먼저 시작하여 양질의 DB를 많이 구축하느냐의 문제였기 때문이었다. 처음에는 양질의 코드제품과 우수한 업체를 대상으로 좋은 DB를 구축하려고 생각하고 나섰으나 채널자료 확보의 어려움으로 1-2년 이상이 소요될 것으로 판단되었다. 유통업체들에게 채널을 온라인 DB로 구축하면 매출을 증대시킬 수 있다고 설득하였으나 업체간의 가격경쟁을 우려하는 유통업체들이 채널자료의 공유를 꺼려하는 바람에 많은 어려움을 겪었다. 또한 아직도 여성을 기업가나 경영인으로 대우하지 않으려는 사회적인 인식으로 인해 이들 유통업체들로부터 많은 냉대를 받았다.

“담당자를 직접 만나면 우선 저의 프로필이나 능력보다는 ‘여자가 할 수 있겠어요’라는 반응을 보이는 경우가 많아 DB구축에 어려움이 컸습니다. 어떻게 하면 이러한 인식을 바꿀 수 있을까 고민도 하고 나름대로 노력도 많이 했습니다. 하지만 단기간에 될 일이 아니었지요. 그래서 ‘시간을 두고 이들 유통업체들을 설득하여 채널자료를 단계적으로 확보하자’는 방향으로 생각을 바꾸고 해외DB구축에 힘을 쏟게 되었습니다.”

국내DB뿐만 아니라 국내에서 구하지 못하는 반도체를 해외에서도 구할 수 있도록 해외DB를 구축하기 시작하였다. 일일이 해외유통업체 사이트를 찾아다니면서 관련자료를 구해 DB를 구축하

였다. 해외 유통업체들은 많은 경우 자신의 웹사이트에 재고DB를 올려놓고 공유하기 때문에 DB 구축이 보다 용이하였으며, 그렇지 못한 경우(웹사이트에 올려놓지만 공유하지 않는 경우)에는 사이버디스티(주)와 홍사장의 프로파일을 보내 설득하면 대개 인정을 하고 자료공유를 허락하였다. 예를 들면 세계 10대 유통업체에 속하는 해외업체 중에서 자료 공유를 거절한 경우가 있었는데 이때는 주문을 동 업체에게 집중하여 사이버디스티(주)의 구매력(buying power)을 보여주었고 그 결과 해당 DB를 공유할 수 있었다. 이러한 방식으로 국내의 반도체 유통업체 재고DB를 구축한 결과 DB규모에서 국내 경쟁업체를 앞서게 되었다.

2002년 6월 현재 사이버디스티(주)는 50만 가지의 반도체 재고DB와 2,000여개 제품에 대한 카탈로그를 제공할 수 있게 되었다. 한국 유통업체 재고물량의 약 10%를 DB로 구축하였으며, 해외DB를 가장 많이 구축할 수 있었다. 특히 이들 중에는 비공개 DB로서 독점공급받는 것도 다수 있다. 유통재고 DB는 1일 기준(전체 물량의 약 50%), 1주일 기준(약 40%), 1달 기준(약 10%)으로 갱신되고 있다.

다량의 유통재고 DB를 구축하는 한편 반도체산업 관련 각종 DB를 구축하였다. 사이버디스티(주)에 접속하면 반도체 관련된 정보들을 거의 모두 찾아볼 수 있도록 2,300여개 반도체 관련업체에 대한 정보, 2만개의 전자용어, 반도체 관련 연구기관과 대학에 대한 정보 등을 DB형태로 구축하였다. 이들 정보와 자료는 전담직원 또는 검색로봇이 각종 웹사이트를 서핑하여 찾아내거나 우수한 전자산업 전문 월간지 발행업체와의 제휴를 통하여 확보하였다. 이에 따라 사이버디스티(주)는 반도체 전문 e-Marketplace에 맞는 각종 정보와 자료를 DB 형태로 확보할 수 있었고, 고유의 핵심역량을 구축할 수 있었다.

2. 홍보와 고객확보

사이버디스티(주)를 알리기 위해 여러 가지 홍보를 하였다. 우선 회사차원에서는 회사소개서를 작성하여 딜러들과 실수요업체들에게 팩스를 보내 사이버디스티(주)를 알리고 호의적인 반응을 유도하는 한편, 이메일 마케팅을 전개하였다. 사이버디스티(주)에 대한 소개 및 관련 신문기사 등을 이메일 발송함으로써 사이버디스티(주)를 널리 알리는 효과와 잠재고객의 저변을 넓혀 나가는 효과를 기대하고 있다. 또한 이메일 마케팅을 보완하기 위해 2002년 6월부터 웹진 'All4Chip-Semiconductor WebZine'을 월간으로 발행하여 13,000명에게 무료 이메일 발송하고 있다. 주요 내용은 반도체 산업에 대한 주요 보고서, 최신 뉴스와 시장동향, 반도체가격동향 등을 싣고 있으며, 사이버디스티(주)와 브로커포럼, '세미콘ERP' 등에 대한 광고를 싣고 있어서 커다란 광고 효과를 기대하고 있다.

이와 함께 반도체 관련 언론기자들에 대한 DB를 구축하고 이들에게 1달에 한번 이상 사이버디스티(주)에 관한 내용을 정리하여 이메일 또는 팩스로 송부하여 신문이나 잡지에 실릴 수 있도록 노력하고 있다.

“IMF 외환위기 속에서 여성이 반도체 사이버유통업체를 창업하여 성장하고 있다는 점이 기자들의 관심을 끈 것 같아요. 남성들이 운영하는 경쟁업체보다 신문이나 잡지에 우리 회사와 저에 대한 소개가 자주 실리게 되어 홍보효과를 많이 보게 되었습니다. 여성 창업자로서의 이점이라고 할까요.”

그 결과 사이버디스티(주)에 관한 기사가 2002년 6월 기준 30번 이상 전자신문, 매일경제신문, 한국경제신문, 디지털타임즈, 여성동아, 여성신문 등의 각종 전문지나 일간지에 실리게 되었고, 별다른 비용없이 사이버디스티(주)를 널리 알리게 되었다.

개인적으로는 각종 협회와 커뮤니티 등에 참석하여 강연함으로써 사이버디스티(주)를 알리는 한편, 정부가 지정하는 유망중소기업, 유망선도기술업체, 유망정보통신기업 등에 선정되고 벤처기업 인증을 획득하여 사이버디스티(주)의 공신력을 제고하면서 널리 알리는 효과를 거두게 되었다.

이러한 노력을 바탕으로 사이버디스티(주)는 약 1,000여개 업체와 거래하는 성과를 거뒀다. 주요 고객은 중소제조업체와 딜러들이며, 벤처기업, 대기업, 대학과 연구소 등도 포함되어 있다. 이들은 거의 대부분 구매력이 낮고 조달(sourcing)능력이 부족하였기 때문에 또한 긴급하게 제품을 구매할 경우가 많았기 때문에 사이버디스티(주)와의 거래를 통해 단기간 내에 저렴한 가격으로 원하는 반도체를 구입할 수 있었다. 주요 거래제품은 온라인 거래가 효과적인 소량 다품종 제품으로서 단종제품, 품귀제품, 신제품 등이며, 이들의 비중이 약 70%에 이르고 있다.

<도표 4> 사이버디스티(주)에 대한 주요 기사들

계재신문(일자)	기 사 제 목
여성동아 (1999.4월)	여사장 3인 석세스 스토리
전자신문 (1999.9.6)	사이버디스티, 반도체 포털사이트로 개편
여성신문 (1999.9.10)	반도체 전문 포털사이트 '사이버디스티' 탄생
한국경제신문 (1999.9.10)	[우머노믹스] 반도체 사이버대리점..사이버디스티
신전자 (2000.2월)	파워 인터뷰: 사이버디스티 홍미희 사장
enable (2000.10월)	새로움을 추구하는 '변신'은 무죄
매일경제 (2001.5.10)	[경영포인트] 사이버디스티 홍미희 사장
전자신문 (2001.5.12)	[여성CEO] 사이버디스티 홍미희 사장
전자신문 (2001.9.25)	<여성CEO>인터넷업체(3)
전자신문 (2001.10.18)	전자부품 e마켓, 세계화 유효화 힘쓴다
inews24 (2001.10.19)	사이버디스티, 브로커포럼의 한국지사로
니케이일렉트로닉스 (2002.4월)	브로커포럼, 반도체 딜러들만의 온라인 세상
전자신문 (2002.5.3)	반도체 e마켓 투자확대

<자료> 사이버디스티(주) 홈페이지(www.cyberdisty.com)

V. 사업내용과 수익모델

1. 전자장터사업

전자장터의 사업모델은 크게 사적 방식과 공적 방식으로 나눌 수 있다.

사적 방식은 구매대행을 통해 수요업체와 공급업체를 연결해줌으로써 수익을 창출하는 방식이다. 즉, 수요업체가 인터넷으로 사이버디스티(주) 홈페이지에 접속하여 사전에 구축된 유통재고 DB를 검색하고 필요한 반도체를 찾아 견적을 의뢰하면 사이버디스티(주)가 여러 공급업체로부터 견적을 받아 수요업체에게 전달해주고 수요업체로부터 주문을 받으면 사이버디스티(주) 이름으로 공급업체로부터 구매하여 판매하는 방식이다.

공적 방식은 수요업체가 일정액의 가입비를 내고 특정 전자장터업체의 회원사로 등록한 다음 필요할 때마다 전자장터업체의 홈페이지에 접속하여 반도체 공급업체를 검색하고 필요한 반도체를 찾아서 직접 공급업체와 거래를 하는 방식이다. 즉, 수요업체와 공급업체가 온라인으로 원활하게 거래할 수 있는 시스템을 갖추고 이용자에게 가입비를 받는 수익모델이다. 이때 온라인 거래에 따르는 문제점 예를 들면 불량거래를 예방하기 위해 참여업체의 거래신용도를 나름대로 조사하여 블랙 리스트를 발표하는 등의 서비스를 제공하고 있다.

사적 방식의 전자장터사업을 전개하였던 사이버디스티(주)는 전자장터 내에서의 사업영역을 확장하기 위해 2001년 7월 세계적인 전자장터업체인 캐나다의 브로코포럼의 한국지사로 등재되어 공적 방식의 전자상거래 분야로 진출하였다. 사이버디스티(주)는 브로코포럼의 한국지사로서 브로코포럼의 영문 홈페이지를 한글화하여 한국의 딜러들이 쉽게 검색할 수 있도록 하였다. 또한 무역업무 지원, 영어 번역 및 통역지원, 물류비 절감지원 등의 부가서비스를 제공하면서 회원 수를 확대하는 한편 이들의 충성도를 높일 계획이다.

한편 전자장터를 통한 수익사업이외에도 긴급제품 수배와 불용재고 판매와 같은 틈새시장을 활용하여 수익원천을 다양화하고 있다. 예를 들면 대기업이 단말기를 10만대 생산하기로 하고 여러 제조업체들과 직거래를 통해 필요한 반도체를 구입하기로 계약하였는데 일부 공급업체의 납기 차질로 수 백 개의 반도체가 긴급히 필요할 경우 해외지사나 대형 유통업체를 통해 구하지 못하는 것을 사이버디스티(주)가 강력한 제품 수배능력을 바탕으로 빠른 시간 내에 필요한 제품을 구매해주는 사업방식이다. 또는 대기업이나 중소OEM 업체들이 시제품을 만드는데 필요한 소량의 반도체를 정해진 기일 내에 구매하는 경우도 있다. 이와 함께 대기업이 특정제품을 생산하기 위해 다양한 반도체를 10만 개 구입하였으나 완제품이 잘 팔리지 않아 1만개의 불용재고가 생기면 이를 싸게 구입하여 반도체 별로 구분한 다음 각각의 반도체를 취급하는 유통업체에게 판매하는 수익사업도 전개하고 있다.

한편 온라인을 이용하여 공동구매하는 사업을 적극 추진하고 있다. 가격변동이 심하지 않은 일반상용 반도체를 중심으로 개별업체들을 모아서 필요한 반도체를 저렴하게 공동구매하는 사업을 전개하고 있다. 예를 들면 시중가격보다 약 10-20% 저렴한 가격으로 공동구매가격을 제시하고 주문수량이 차면 신청을 마감한 다음 구매하여 배송해주는 방식이다. 또는 지방소재 중소기업들을 묶는 커뮤니티를 만들고 이들이 필요로 하는 반도체를 공동구매하여 공급하는 사업을 전개하고 있다.

2. 솔루션 사업

사이버디스티(주)는 신규진입이 늘어나고 전자장터업체간의 경쟁이 치열해지자 보다 확고한 자리매김을 위해 여러 가지 수익사업을 적극 모색하고 있다. 2000년부터 반도체 유통에서 차지하는 간접거래 비중이 높아지고 사이버거래규모가 급증하자 기존 유통업체들이 온라인 거래를 확대하는 한편, 몇몇 경쟁업체들은 외부자금을 20-30억 원을 유치하고 막강한 인맥을 활용하여 경쟁력을 키워나가기 시작하였다. 이에 따라 사적 방식의 구매대행 사업수익모델이 한계점을 보이기 시작하였다.

이러한 경쟁환경 변화 속에서 사이버디스티(주)의 주요 고객들인 딜러들을 어떻게 하면 유지할 수 있을 것인가를 고민하던 홍사장은 전사적 자원관리 시스템을 개발 공급하는 방안을 강구하게 되었다. 중소 유통업체인 딜러들은 재고관리, 품목별 이익률, 고객별 이익률 등을 제대로 관리하지 못하고 있었기 때문에 이들이 쉽게 사용할 수 있는 전사적 자원관리 시스템을 개발하여 공급하면 이들의 관리 효율성을 한층 높일 수 있고, 또한 거래관계를 계속 유지할 수 있다는 생각이 들었다.

딜러들이 외부에서도 인터넷으로 접속하여 필요한 업무를 신속하고 저렴하게 처리할 수 있는 웹기반의 중저가 전사적 자원관리 시스템을 개발하여 중소유통업체들에게 판매하기로 하였다. 사이버디스티(주)는 개발비용을 줄이고 개발시간을 단축하기 위해 독자개발보다는 외부 전문업체와 공동개발하기로 하고, 2001년 12월 반도체 중소유통업체에 특화된 '세미콘ERP'의 개발을 완료하였다. 동제품은 세계 최초의 웹기반 제품으로서 유망중소기업 제품으로 지정되었다. 2002년 1월부터 제품테스트에 들어갔으며, 시범업체 3개를 선정하여 영업관리와 회계모듈을 시험운용하고 있다. 9월부터는 본격적으로 영업에 나서기 시작하였다.

3. 콘텐츠사업

콘텐츠사업은 크게 무선인터넷 접속서비스 사업과 웹진 발행사업 등 2가지로 구분할 수 있다. 무선인터넷 서비스 사업은 011 또는 017를 통해 사이버디스티(주)의 홈페이지에 접속하는 서비스를 제공하는 것으로서 2000년 9월부터 서비스를 개시하였다. SK텔레콤은 통화료를 받고 이중 일 정부분을 사이버디스티(주)에 지불하는 방식의 사업모델이다.

웹진(All4Chip-Semiconductor WebZine: www.all4chip.com)은 전자장터, 세미콘ERP, 브로커포

럼의 홍보수단으로 활용하고 있다. 웹진에 사이버디스티(주), 브로커포럼, 세미콘ERP등의 광고를 싣고 좌측에는 공동구매, 이달의 핫아이템(구매수요가 가장 많았던 제품), 전시회 소식 등을 게재하고 있으며, 나머지는 반도체 관련 보고서, 뉴스, 제품소개 등을 싣고 있다. 홈페이지는 수요업체가 찾아오는 방식이지만 웹진은 이메일을 통해 고객과 관련 당사자들에게 찾아가는 방식으로서 2001년 4월부터 주간으로 시작하였고, 6월부터는 월간으로 발행하고 있다. 현재 및 잠재고객, 공급자, 기자단, 협회 등을 포함하여 13,000명에게 무료 발송하고 있다. 장기적으로는 반도체 관련업체들의 광고를 수주하여 수익을 확보할 계획이다.

VI. 향후 과제

1999년 7월 창업한 사이버디스티(주)는 차별성, 전문성, 다양성을 모토로 경쟁력을 제고하면서 성장기반을 구축하고 사업을 다각화하고 있다. 즉, 반도체 조달능력, 시스템 능력 및 DB자원에 바탕을 두고 핵심역량을 구축하여 경쟁우위를 나뉠대로 확보하고 있다. 고정비에 대한 투자를 최소화하고 아웃소싱을 적극 활용하는 한편 자신의 전문지식과 노하우가 체화된 시스템을 개발하여 적은 인원과 시간으로 업무를 소화할 수 있는 관리체제를 구축하였다. 또한 사적 방식의 전자장터를 통하여 구매대행을 함으로써 안정적인 수익을 확보하는 한편 브로커포럼과의 제휴를 바탕으로 공적 방식의 전자장터로 사업영역을 확대하였으며, 전사적 자원관리 시스템의 개발 및 판매, 월간 웹진의 발행 등을 모색하면서 성장기반을 다지고 있다.

이러한 성장기반을 바탕으로 사이버디스티(주)는 다시 한번 도약을 준비하고 있다. 경쟁기업보다 항상 한발 앞서 사업다각화를 추진하였던 홍미희 사장은 2001년 2월 설립한 미국 합작법인과 홍콩 합작법인을 기점으로 국제화를 적극 추진하고 있다. 우선 브로커포럼의 한국지사로서 세계적인 인지도 향상과 신뢰도 제고를 도모하는 한편 한국에서 성공한 사적 방식의 전자장터 모델을 홍콩으로 수출하기 위해 다각도로 노력하고 있다. 2002년 7월 홍콩 합작법인에게 사업모델을 수출하고 현지에서 운용하기 위해 필요한 영문화 작업을 마친 다음 핵심인력 1명을 주재원으로 파견하여 적극적으로 마케팅을 전개할 계획이다.

사이버디스티(주)는 국제화에 성공하여 고도성장을 안정적으로 이룩할 수 있을 것인가?

참고문헌

- 명승욱, “<여성CEO>인터넷업체(3)”, 전자신문, 2001년 9월 25일자.
- 명승욱, “반도체 e마켓 통합시스템 공급 확대”, 전자신문, 2002년 3월 27일자.
- 박영하, “업계, 사이버 부품유통시장 급부상”, 전자신문, 1999년 9월 28일자.
- 박정희경, “반도체 전문 포털사이트 ‘사이버디스티’ 탄생”, 여성신문, 1999년 9월 10일자.
- 서낙영, “반도체 인터넷 포털 서비스 해외진출 러시”, 디지털 타임스, 2002년 3월 15일자.
- 신혜선, “반도체 e마켓 개화국면 접어든다”, 전자신문, 2000년 12월 6일자.
- 이원혜, “여사장 3인 석세스 스토리”, 「여성동아」, 1999년 4월호.
- 이진호, “[여성CEO] 사이버디스티 흥미희 사장”, 전자신문, 2001년 5월 12일자.
- 정진영, “<마이크로프로세서 30년> 사이버 유통업체 전략”, 전자신문, 2001년 7월 23일자.
- 진선옥, “브로커포럼, 반도체 달려들만의 온라인 세상!”, 「니케이일렉트로닉스」, 2002년 4월호.
- 흥미희, “슈퍼 우먼의 변명”, 「또 하나의 문화 제15호 여성의 일 찾기 세상 바꾸기」, pp.203-215.
- “여성 IT 벤처기업 창업실태와 활성화 방안 Workshop 자료”, 2002년 6월 11일.

Cyberdisty Co. Ltd.
- e-Marketplace for Semiconductor Distribution -

Dong-Jin Yoon *

<Abstract>

President Cathy Hong has founded CyberDisty Co., Ltd. on July 1999 with her experiences and knowledge which she has obtained during working about 15 years in Korean semiconductor distribution industry. The initial paid capital was 50 million Won. She has built the stock DB of semiconductor distribution channel and has begun the business of e-marketplace in Korean semiconductor distribution industry.

Although those management resources and capital are in deficient very much, she has succeeded in establishing a profitable business model in a gradual manner with assistance of those supporting policy of government and active outsourcing strategy. On the base of e-marketplace business establishment, president Hong has diversified her business to ERP(Enterprise Resource Planning) and webzine(online magazine) businesses specified for small and medium semiconductor distributors. In addition to these diversification, she attempts to establish overseas office in Asia.

In this case we think and analyse those difficulties that a woman has experienced in founding a venture business, and find overcoming methods of those difficulties as follows:

- 1) How has she obtained the necessary capital and management resources?
- 2) How has she advertised the newly established company and obtained the customers?
- 3) How has she got the competitive advantages?

▶ Key words : woman venture inauguration, woman IT venture business, semiconductor distribution, e-marketplace, management resources, competitive advantage

* Woosuk University