[프로젝트 배경 및 문제 해결 과정]

제가 수강한 국제무역현장실무 강의는 학생 6 명이 구성된 한 팀과 중소기업을 매칭하여 한 학기동안 중소기업의 수출 진흥을 돕는 프로젝트를 진행했습니다. 저는 라면조리기 판매 기업인 주식회사 캔과 매칭되어 진행했습니다. 해당 프로젝트는 중소 기업이라는 한계로 인해 활발한 수출을 진행하지 못하고 있던 기업들에게 무역부서처럼 활동하는 학생들이 도움을 주는 프로젝트로 중소 기업의 해외 시장으로 나아갈 발판을 마련 및 학생들의 실제 실무 경험을 통한 수출주도형 무역인 양성을 목적으로 시작되었습니다.

프로젝트 진행과정으로는 우선 학기가 시작되기 전 기업에 방문하여 한학기동안 어떠한 방향으로 수출 진흥을 도울 것인지에 대한 프레젠테이션을 진행했으며 이후 기업과 수출 아이템 선정 및 아이템 분석을 진행했습니다. 아이템에 대한 분석을 정리한 후 e-카탈로그를 제작하였으며 동시에 바이어들을 발굴 한 뒤 전송할 거래제안서도 '국제무역실무'라는 이론 강의에서 학습한 내용을 토대로 작성했습니다. 거래제안서와 카탈로그 준비를 마친 뒤엔 잠재 바이어 탐색에 나섰습니다. 바이어 발굴을 위해 구글링, 코트라 트라이빅, 링크드인, 인스타그램, 왓츠앱, 아폴로, 루샤 등 다양한 플랫폼을 활용하였으며, 특히 최근 sns 영향력을 고려해 인스타그램, 유튜브, 틱톡에 수출 아이템에 대한 숏폼, 게시물을 만들어 홍보활동도 진행했습니다. 또한, 코트라, 대한무역협회 등 다양한 기관에서 운영하는 박람회 정보를 기업에게 공유해 해당 박람회에 참여하였으며 박람회에서도 바이어 발굴 및 상담을 진행했습니다.

탐색한 바이어를 대상으로 거래제안서 및 카탈로그를 전송하여 거래선 발굴을 위해 노력하였고 바이어의 회신에 대해서 회사측과 협의해 답변을 보내는 등 한학기 동안 정말 주식회사 캔의 무역부서가 된 것처럼 활동했습니다.

[성과 및 배움]

프로젝트 성과로는 12 월 3 일 몽골 바이어로부터 샘플 구매에 대한 문의 메일을 받았습니다. 아직 프로젝트가 끝나지 않은 상황이기 때문에 본 수출에 대해서는 추후 진행될 것으로 기대 중입니다. 몽골의 cu 바이어로부터 문의를 받은 것이며 해당 바이어는 크기가 큰 기업으로 계약이 성사된다면 대량 주문일 가능성이 높아 기업체에서도 기대가 큰 상황입니다. 이러한 직접적인 바이어 발굴 성공 뿐만 아니라 기업 측에 학교에서 진행한 라면조리기 시연회를 통해 수집한 자료들을 분석하여 기업측에 실제 고객들이 어떤 평가를 하는지에 대한 자료 전달, 제품 신규 카탈로그, 경쟁사 비교 표 등 앞으로도 수출 과정에서 유용하게 쓰일 수 있는 자료들을 제작해 전달했습니다. 또한 기업측에서 원했던 SNS 홍보 또한 계정 팔로우 1,500 명 이상, 조회수 1 만회 이상 등으로 성공적인 성과를 낼 수 있었습니다.

기업측에 대한 성과 외에도 제 스스로 많은 것을 배울 수 있었습니다. 특히 이번 프로젝트는 처음으로 실무를 경험할 수 있어 더 열정을 가지고 활동했던 것 같습니다. 기존 학교에서 국제통상 입문, 국제무역실무 강의들은 이론 위주의 강의를 들으며, 실무로 나아가기 위해 필요한 이론들이지만 실제 어딘가에 발송하거나 활용되는 것이 아닌 스스로 작성하고 발표하는 것이 끝이라는 것이 아쉬웠고 실제 배운 내용을 활용하는 기회에 대한 갈증이 남아있었습니다. 이번 국제무역현장실무 강의를 수강하며 직접 기업과 상담도 하고 바이어들과 연락하면서 그동안의 강의들에서 배웠던 내용들을 실제로 활용할 수 있었고 이런 과정에서 제가 그동안 학업에서 느꼈던 갈증들이 해소 되는 듯한 느낌이었습니다. 특히 바이어와의 소통, 해외시장조사와 관련되어 현장에서 배웠던 것이 가장 기억에 남습니다. 그동안의 이론 강의들에서는 해외시장조사를 할 때 해당 국가의 경제 지표, 무역 지표를 위주로 분석했습니다. 특히 관세나 수출 아이템의 HS CODE 와 관련된 자료들을 위주로 분석했으며 해당 내용을 토대로 거래제안서를 작성해 바이어와 소통하라고 학습했었습니다.

그러나 현장에서의 배움은 사뭇 달랐습니다. 프로젝트를 하며 기업과 함께 킨텍스에서 진행된 G-FAIR 박람회에 참여해 말레이시아 바이어와 소통할 기회가 있었습니다. 저는 개인적으로 말레시이사에서 3 개월 정도 거주한 경험이 있어 말레이시아 바이어가 부스에 방문했을 때 형식적으로 정해진 설명에 더해 말레이시아 어느 지역에서 사업을 하고 있는지부터 말레이시아의 전통 음식들을 먹어봤었는데 정말 맛있었다는 이야기로 대화를 이어나갔고 이후 마지막으로 이 라면조리기는 말레이시아의 '락사'와 같은 국물류 면요리도 충분히 조리 가능하다고 설명했습니다. 처음 라면조리기에 대한 형식적인 질문을 할 땐 큰 반응이 없던 바이어였지만 제가 말레이시아에 다녀온 경험을 언급하며 말레이시아 문화에 대해서 이야기하자 180 도 바뀐 긍정적 태도로 이야기에 참여했습니다. 대화를 마친 후 바이어측에서 먼저 사진 요청, 개인 SNS 팔로우 요청을 해주었으며, 자기는 화장품 관련 사업을 진행 중이라 지금 당장은 계약이 힘들지만 말레이시아로 돌아가 가전제품과 관련된 사업을 하는 사람들에게 홍보를 해주시겠다고 하셨습니다. 이러한 경험을 통해 내가 진정으로 어떤 국가의 바이어에게 수출하기 희망한다면 그 바이어가 있는 국가의 경제 지표만 확인 하는 것이 아닌 문화를 직접 체험해보고 어떤 부분에 내 아이템이 활용될 수 있을지를 정리해 바이어가 공감할 수 있도록 다가가는 것이 중요하다는 것을 배울 수 있었습니다. 이런 경험들을 통해 이론 강의에서는 배울 수 없던 내용을 배울 수 있어서 저 스스로도 많이 성장할 수 있었습니다.

[자아성찰]

프로젝트를 진행하며 마냥 순탄했던 것은 아니었습니다. 특히 이번 학기에는 총 4 개의 팀이 활동을 했으며 화장품, 식품과 관련된 기업들은 가전제품에 비해서는 상대적으로 바이어 발굴이 쉽고 많아 다른 팀들은 프로젝트 초반에도 여러 기업 측에서 거래제안서에 대한 회신 메일이 왔지만, 저희 팀은 회신 메일이 계속해서 오지 않아 팀 내에서도 의욕이 낮아졌던 순간이 있었습니다. 그러나 저는 항상 긍정적으로 생각하는 편이며 팀 내에서도 활발한 성격으로 분위기 메이커 역할을 해왔어서 분위기 전환 겸팀 회식을 제안했고 라면조리기가 설치되어 있는 식당에 방문해 회식을 진행하며 앞으로 어떻게 이겨낼 것인가에 대해 회의했습니다.

회의를 진행하며 글로벌 도전과 자세 특강에서 이메일로 주고 받는 경우 공식적인거래제안서를 발송하는 것이 옳지만 링크드인, 왓츠앱 등의 플랫폼을 이용하는 경우 콜드메일 같은 짧은 메시지를 전송한 뒤 답변이 오면 거래제안서를 전송하는 것이 좋다는 것을 배웠지만 저희 팀은 콜드메세지 같은 것을 정하지 않은 상황이라 그런 것 같다는 결론을 내렸습니다. 이후 거래제안서 발굴 전 전송할 콜드메일 작성에 힘썼으며 해당 내용들에 대해 피드백 받기 위해 특강에 오신 강사님들, 킨텍스, 경기도 경제과학진흥원 대면 상담, 코트라 전화 상담 등 다양한 기관들의 도움을 받았습니다.

특강 강사님들, 방문 기관들에서 리마인드 메일 보내는 법, 콜드메세지 작성에 대한 피드백을 받아볼 수 있었고 가전제품 바이어를 발굴할 수 있는 기관 내 프로그램을 소개해주신 덕분에 좀 더 많은 바이어를 발굴 할 수 있었습니다. 이후 발굴한 바이어를 대상으로 수정된 메일을 보낸 결과 회신을 받을 수 있었습니다. 바이어 회신이 왔을 때도 경기도경제과학진흥원 상담을 진행 중이었는데 회신 메일을 받고 팀원들끼리 뭉클해서 서로 포옹했던 것이 정말 기억에 남습니다. 이러한 경험을 통해 저는 긍정적인 제 성격이 팀 활동을 할 때 어떻게 좋은 방식으로 활용될 수 있는지 알았으며 프로젝트 수행 중 어려움이 있을 때 어떻게 기관, 전문가로부터 도움을 받을 수 있는지 배울 수 있었습니다.

[미래 적용 및 계획]

제목을 통해서도 알 수 있듯이 저는 이번 학기 국제무역현장실무를 하며 제가 진정으로 하고 싶은 일이 무엇인지 알 수 있었습니다. 강의를 듣기 전에는 딱히 제 흥미를 찾지 못해 국제통상학과 학생들이 많이 선호하는 해외영업직을 가거나 공무원이 되려고 했었습니다. 그러나 프로젝트 진행

과정에서 식품 업체의 경우 풀무원 CJ 와 같은 대기업 OEM 을 통해서만 수출 중이라 자사의 이름으로 수출하고 싶어 하는 것, 라면조리기 수출 시 바이어 발굴이 어려운 것 등 각 중소기업들이 어떤 고충이 있는지 알 수 있었습니다. 이러한 이야기를 들으며 저는 미래 한국 중소기업들이 수출과정에서 겪는 어려움을 해결하는 것을 돕고 싶다는 다짐을 했습니다. 또한 경기도 경제과학진흥원, 코트라 등의 기관에서 어떤 일을 하는지에 대한 이야기를 들으며 더 확실해졌고 저는 내년부터 경기도 경제과학진흥원을 목표로 취업 준비를 진행할 예정입니다.

또한 저는 이번 프로젝트를 진행하며 국내 자료들로만 해외시장조사를 진행하고 현지 바이어를 찾지 못했다는 점에 아쉬움이 남아 이번 겨울방학 국제학부에서 진행하는 AUT 국제 겨울학교에 참여해 우즈베키스탄 시장 분석을 진행할 예정이며 국제협력처의 글로벌 챌린저 프로그램에 신청해 선정된다면 유럽의 K-FOOD 시장 분석 및 현지 유통망 바이어 발굴을 진행할 예정입니다. 이러한 현장 방문을 통해 수집한 자료들을 토대로 25 년도 1 학기 국제무역현장실무와 비슷한 커리큘럼으로 파란학기제를 진행할 예정입니다. 사전에 교수님께 한국 식품 기업 매칭을 문의드린 상황이며 내년 파란학기제에서는 이번 학기 진행한 내용들을 바탕으로 좀 더 전문적이고 효율적이게 진행할 예정입니다. 또한 가장 마지막으로는 제가 했던 모든 프로그램들의 내용을 정리해 한국 중소기업 협회에 보고서를 제출해 해외시장 진출을 준비 중인 중소기업들에게 실용적인 가이드라인을 제공할 것입니다.