

인터넷 電子商去來의 進展과 國際通商戰略*

具滋潤**

I. 序 論

II 電子商去來의 定義, 範圍 및 特徵

1. 電子商去來의 定義
2. 電子商去來의 範圍
3. 인터넷 電子商去來의 特徵

III. 國際商去來에 있어서의 인터넷의 役割과 影響

1. 國際貿易 概念의 變化
2. 國際商去來 節次 및 慣習의 革新
3. 인터넷을 基盤으로 하는 EDI의 擴大
4. 電子商去來의 自由貿易地帶化 推進 및 國際基準 制定

IV. 主要 國際機構 및 先進國의 인터넷 電子商去來에 대한 政策 및 戰略 推移

1. 主要 國際機構의 電子商去來에 對한 立場과 政策
2. 主要 先進國의 電子商去來 推進現況

V. 向後의 展望과 戰略的 對應方案

1. 인터넷 電子商去來의 向後 展望
2. 우리나라의 通商政策의 方向 및 對應戰略

* 本 論文은 1997年度 崇實大學校 校內 研究費의 支援에 의하여 研究되었음

** 崇實大學校 經濟·國際通商學部 教授.

I. 序 論

電子商去來(Electronic Commerce)는 일반적으로 電子文書交換(EDI), 인터넷, PC통신, 電子郵便(E-mail), 電子資金移替(Electronic Fund Transfer), 通信網을 이용한 假想企業(Virtual Corporation) 등을 통하여 이루어지는 去來活動을 의미한다.

國際商去來에서의 電子商去來는 그동안 상대적으로 높은 費用과 接續이 제한된 附加價值網(VAN)을 利用하여 EDI를 중심으로 극히 限定的으로 이루어져 왔는데, 최근에는 인터넷 서비스의 확대와 특히 World Wide Web(WWW)과 같은 인터넷 檢索道具의 등장으로 인터넷을 이용한 電子商去來가 國際商去來의 새로운 成長分野로 脚光을 받고 있다.

美國의 한 情報技術 專門企業의 報告書에 의하면 1996年度末 현재 전세계 인터넷 電子商去來의 규모는 260억 달러에 불과하였지만 2001년에는 2,200億 달러를 突破하게 될 것이며 전세계 인터넷 사용자의 수도 1996년의 28백만명에서 2001년에는 175백만 명에 이를 것으로 豫測하고 있다.¹⁾ 또한 인터넷이 앞으로 기업의 順位와 국가간의 경제력 順位에도 큰 변화를 가져오게 할 것이라고 지적하고 특히 아시아·태평양 지역이 앞으로 인터넷 電子商去來에서 중요한 機會의 市場으로 浮上할 것이라고 展望하고 있다.²⁾

인터넷을 통해 이루어지는 電子商去來를 自由貿易地帶化하기 위한 국제적 움직임이 美國과 유럽 聯合國(EU) 회원국을 중심으로 具體化되고 있어 인터넷 電子商去來는 이미 또 하나의 새로운 貿易라운드로 浮上하고 있다.³⁾

1) International Data Corporation(IDC), Internet Commerce Market Model Dynamic Growth of Web Commerce, <http://www.idc.com/f/HNR/ic2001f.htm>

2) International Data Corporation(IDC), Internet Leapfrog: The Impact of the Internet on global Economic Competition, 1997, <http://www.idc.com/f/E1/gens15.htm>

3) 빌 클린턴 美國 大統領은 1997년 7월 1일자로 「汎世界的 電子商去來 基本計劃」을 발표한 데 이어, 同月 7,8日 이틀간 獨逸에서는 유럽聯合國(EU) 會員國들을 비롯한 美國, 캐나다, 日本, 러시아 등 40여개국 代表들이 참석한 가운데 電子商去來의 自由貿易地帶 推進을 協議하였다. 인터넷 웹사이트의 80% 이상을 장악하고 있는 美國은 오는 2000년까지 인터넷상에서 去來되는 商品이나 서비스에 대해 關稅를 賦課하지 않는 無關稅 協定과 內國稅賦課 禁止協定을 체결하는 것을 목표로 電子商去來의 自由貿易化를 정부적 차원에서 적극 추진중에 있다. 또한 미국을 비롯한

현재 추진중인 인터넷 貿易라운드도 汎世界 通信市場 完全開放, 電子商去來의 標準化, 21世紀 世界 情報社會 構築 등 貿易秩序 전체를 再編할 수 있는 내용을 포함하고 있어, 先進 各國들은 汎政府的 차원에서 對應策을 摸索하고 있다.

우리나라의 경우에도 電子商去來의 自由貿易化에 對應할 수 있는 基本體制를 정부차원에서 講究하고 있다.⁴⁾

그러나 우리나라는 인터넷 關聯技術과 인프라 면에서 선진국들에 비해 훨씬 落後되어 있는 것이 현실이다.⁵⁾

따라서 본 연구에서는 인터넷을 이용한 電子商去來의 國際商去來 活動에서의 活用實態, 影響 및 향후의 展開方向을 分析함과 동시에, 通商關聯 國際機構 및 主要 先進國들의 電子商去來에 관한 政策推移 및 戰略을 살펴봄으로써 새로운 貿易라운드로 등장한 인터넷 貿易라운드에 效果的으로 對應하기 위한 우리나라의 通商政策 및 戰略的 對應方案을 제시하고자 하였다.

본 논문의 제2장에서는 電子商去來의 意義, 範圍 및 特徵을 概觀하고 있으며, 제3장에서는 國際商去來에 있어서 인터넷의 役割과 影響을 傳統的 電子商去來 手段으로 사용되고 있는 EDI와 비교하여 패러다임의 變化라는 側面에서 분석하고 있다. 제4장에서는 國際通商關聯 國際機構 및 주요 선진국들의 인터넷 電子商去來에 대한 政策 및 戰略 推移를 살펴 보았으며, 결론 부분인 제5장에서는 國

선진국들은 금년 12월 개최 예정인 世界貿易機構(WTO) 閣僚會議에서 인터넷 自由貿易地帶 宣言을 위한 國際協定을 공식 제의하고 이를 토대로 내년에 協정체결을 추진하기로 합의하였다.
<http://www.sunjoo.co.kr/ck/news/july/0721ec.html>

- 4) 通商産業部는 금년 7월 14일 자로 인터넷을 통한 電子商去來의 활성화를 위해 1998년 중 「電子商去來 및 電子資金 移替에 關한 法律」을 제정하고 著作權, 特許權, DB保護 및 商標權 保護를 위한 法的 裝置를 개발하는 것 등을 골자로 하는 「인터넷 電子商去來 綜合對方案」을 발표하였다. 이와 함께 通産部는 關係部處 및 각계 전문가가 참여하는 「電子商去來 推進委員會」를 구성, 電子商去來의 주요 문제에 대한 國際的 協議에 신속하게 대응하는 한편 中小企業의 인터넷 輸出을 촉진하기 위한 인터넷 홈페이지도 구축하기로 하였다. 한편, 情報通信部도 7월 18일자로 「國家競爭力 強化를 위한 電子商去來 促進方案」을 마련하고 관련부처 관계자 및 민간 전문가로 電子商去來 政策調停委員會를 구성, 관련부처간 役割分擔과 기능조정 역할을 담당케 하는 한편 經濟協力開發機構(OECD) 및 亞太經濟協議體(APEC) 등 國際機構의 추진동향에 적극 대응하겠다는 방침을 수립하여 발표한 바 있다. Ibid
- 5) 우리나라의 情報化 水準을 外國과 比較해 보면 '88년의 경우 美國은 韓國의 約 9.8배, 유럽 平均이 9배, 日本이 4.7배, 싱가포르가 8배, 臺灣이 2배의 水準이었다. 最近 國家의 次元에서의 情報化 政策에 힘입어 情報化水準 增加率이 年 平均 40%를 보이면서 外國과의 隔差를 많이 좁혀 왔다. 1995년의 情報化水準 例를 들면 美國이 韓國의 7.2배, 유럽 平均이 4.9배, 日本이 2.6배, 싱가포르가 3.2배, 臺灣이 0.7배의 水準을 나타내고 있다. 韓國電算院, 「國家情報化白書(1997)」, <http://forum.nca.co.kr/info/wp/wp97/Wth97.htm>.

際通商活動에 있어서 인터넷 電子商去來가 미치게 될 影響과 向後 展開推移를 豫測하고 그에 따른 政府와 企業의 通商政策 및 戰略的 對應方案을

II. 電子商去來의 定義, 範圍 및 特徵

1. 電子商去來의 定義

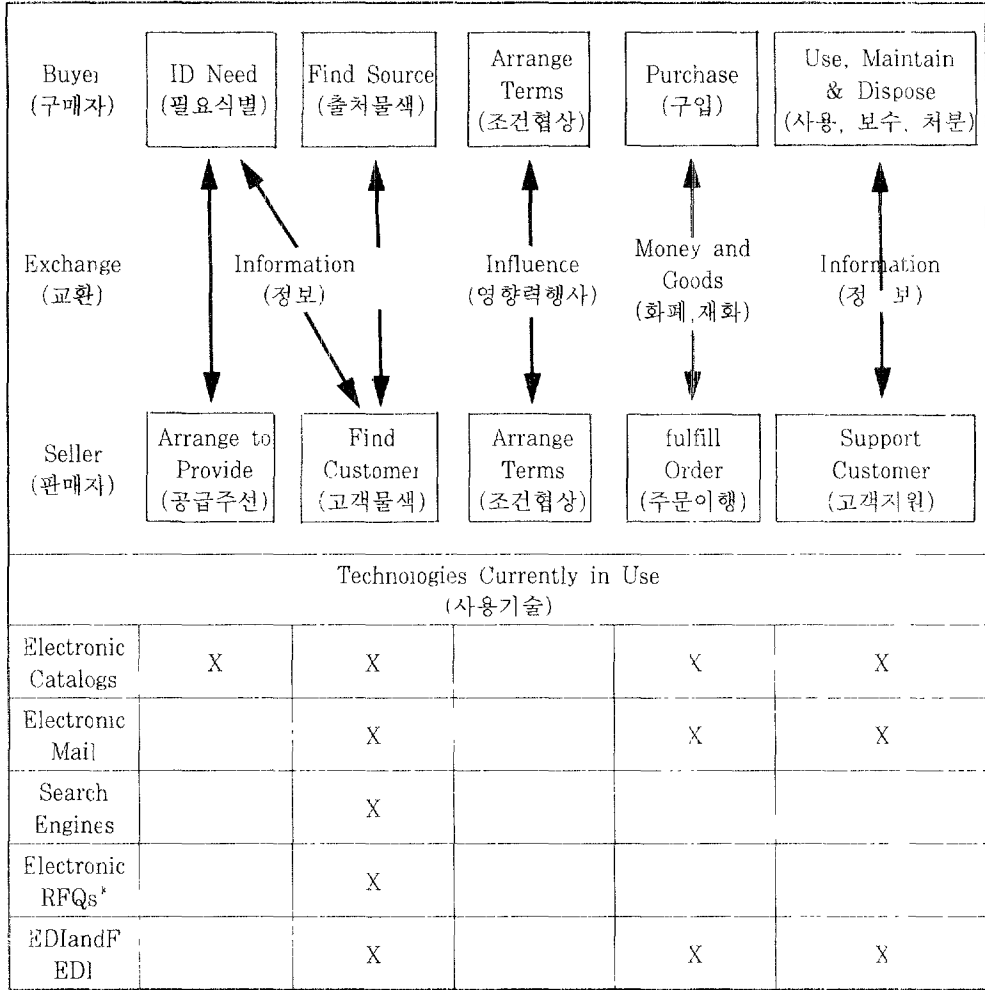
電子商去來(Electronic Commerce: E-Commerce)란 앞에서 말한 대로 일반적으로 電子文書交換(EDI), 인터넷, PC通信, 電子郵便(E-mail), 電子資金移替(Electronic Fund Transfer), 通信網을 이용한 假想企業(Virtual Corporation) 등을 통하여 이루어지는 去來活動을 의미하는 데, 이는 電子商去來에 利用되는 道具⁶⁾의 側面에서 把握한 좁은 의미에서의 定義라고 할 수 있다. 좀더 넓은 의미에 있어서의 電子商去來는 “相互間 去來에 참여하는 組織間的 廣範圍하고 相異한 電子技術을 사용하여 情報를 共有하는 것이다. …… 여기에는 이러한 電子메시지의 企業環境에의 統合을 支援하는 節次, 政策 및 戰略을 포함한다”⁷⁾고 定義하고 있다.

따라서 電子商去來는 텍스트(text), 音聲(sound), 影像(visual image)을 포함하는 電子 프로세싱(electronic processing)과 데이터의 電送(transmission of data)에 근거한 모든 종류의 商業的 去來뿐만 아니라, 企業間 또는 企業內的 營業에

6) 電子商去來를 돕는 道具들은 電子文書交換(EDI), 金融電子文書交換(FEDI), 附加價值通信網(VANs), 直通專用回線(direct -and leased- data lines), 모뎀과 通信소프트웨어(modem and communication software), 電子바코드(electronically scanned bar codes), 電子郵便(electronic mail), 電子캐탈로그(electronic catalogs), 探索器(search engines), 인터넷(the Internet), and World Wide Web graphical browsers 등이다

7) "Electronic Commerce is the sharing of information using a wide variety of different electronic technologies, between organizations doing business with one another .(it includes) also procedures, policies, and strategies to support incorporation of these electronic messages into the business environment" Sokol, P. EDI: The Competitive Edge, Intertext Publications, McGraw-Hill Book Company, New York, NY, 1989 (quoted from Carrie Beam and Arie Segev, The Rise of Electronic Commerce Contributions From Three Factors, CITM 96-WP-1015, Fisher Center for Information Technology & Management, Walter Haas School of Business, University of California, Berkeley, p. 2).

Figure 1 商去來 모델과 技術(The Commerce Model and Its Technology)



* Request For Quotation 의 略字로 정부와의 계약시에 사용된다.

그림1은 商去來 모델과 技術과의 相應關係를 설명하고 있다 그림의 上段 부분은 統合 商去來 모델로 購買者와 販賣者 間의 交換關係를 技術的인 側面에서 파악하고 있으며, 下段 부분은 上段에 표시된 商去來 各 段階를 支援하기 위하여 현재 사용되고 있는 電子商去來 技術을 나타내고 있다. 그림에서 보는 바와 같이 電子商去來는 協商過程만을 제외하고 顧客의 必要識別에서부터 對顧客 지원까지의 商去來 전과정을 포함하는 去來活動이라고 할 수 있다.

附隨하는 相互接觸, 去來 그리고 마케팅, 廣告, 販賣, 支援, 採用, 研究開發, 管理 및 企業意思疏通 등의 제반 기능을 포함하는 概念이다.⁵⁾

2. 電子商去來의 範圍

전통적인 電子商去來는 상대적으로 높은 費用과 接續이 제한된 附加價值通信網(VAN)을 利用하여 EDI, EOS(Electronic Ordering System), POS(Point-Of-Sale) 등을 중심으로 이루어져 왔다. 그러나 최근에 와서는 Internet과 World Wide Web(WWW)의 등장으로, 電子商去來의 利用範圍가 企業間 情報交換을 위한 標準화된 電子文書 去來方式인 EDI 중심으로부터 인터넷을 基盤으로 하는 電子商去來의 형태로 급속도로 擴大, 轉換되어가고 있다.

따라서 EDI는 점차 EC(Electronic Commerce·E-Commerce)라는 용어로 대체되어 가는 경향을 보이고 있다. 한편 書類 없는 環境을 구축하자는 취지에서 출발한 武器體系 중심의 CALS(Computer-Aided Acquisition and Logistics Support)概念이 최근에는 光速 商去來(Commerce At Light Speed)의 개념으로 발전되면서, 防衛産業體뿐만 아니라 모든 民間企業 제품의 壽命週期 전과정에 대한 정보를 標準化하고 이를 情報網을 통해 共有함으로써 서류의 重複生産과 이에 따른 시간과 비용을 最小化하고 業務效率性을 極大化하는 것을 목표로 企業物流活動에 관한 全社的인 統合物流情報시스템의 구축을 도모하는 새로운 經營戰略으로 그 의미가 중요해지고 있다. 그러나 EC와 CALS는 극히 일부분을 제외하고는 거의 같은 개념으로 파악할 수 있는데, 보는 角度에 따라 EC는 經營的인 側面을 더 강조하고 있고, CALS는 技術的인 側面을 더 강조하고 있다고 할 수 있을 것이다.⁹⁾

8) "Electronic commerce refers to the buying and selling of products and services, and the transfer of funds, through public or private digital networks. It includes all types of inter-company and intra-company business interactions, transactions and functions such as marketing, advertising, sales, support, recruiting, research & development, administration, and corporate communication." Carrie Beam, Arie Segev, and J. George Shanthikumar, Electronic Negotiation through Internet-Based Auctions, CITM Working Paper 96-WP-1019 Fisher Center for Information Technology & Management, Walter A. Haas School of Business, University of California, Berkeley, p. 1.

9) EDI가 국제간 또는 국내 기업간의 컴퓨터 通信을 標準화된 거래문서를 電子的으로 상호 교환하는 방식이라면, EC는 기업과 기업간 또는 정부와 기업간에 統合的인 自動化된 情報體系 환경 아래서 生産, 購買, 財務, 物流, 管理, 서비스 등 商去來를 실시하는 행위로서 EDI는 물론 電子郵便, 바코드, 데이터베이스, 이미지시스템, 하이퍼미디어, 電子送金(EFT) 등의 諸般技術을 포함하는 개념이다. 즉, EC는 EDI의 上位概念으로 해석할 수 있으며, EDI는 바로 EC의 核心的인

3. 인터넷 電子商去來의 特徵

인터넷 電子商去來는 企業經營에 있어서 적용되어온 從來의 經營理念과는 전혀 다른 새로운 패러다임으로 받아들여지고 있다. 그러나 인터넷 電子商去來는 과거 50여 년 동안에 걸쳐 進展된 企業環境의 세 가지 주요 변화요인과 그 특징을 배경으로 하여 이해하지 않으면 안되는데, 그 變化의 要因과 特徵은 다음과 같다.¹⁰⁾

첫째, 情報技術(information technology) 環境의 변화이다. 1950년대와 1960년대초까지의 기간 동안에는 企業經營을 지원할 수 있는 情報技術의 존재는 매우 未盡(very little information technology)한 환경이었으나, 1960년대 후반과 1970년대에 걸쳐 電子文書交換, 팩스, 附加價值通信網, 大型 및 마이크로 컴퓨터와 초보적 네트워크시스템 도입 등 事務自動化를 통하여 初期 네트워크 情報技術(beginnings of Networked information technology)의 環境으로 전환되었다. 1980년대와 1990년대를 거치면서 情報技術 環境은 데이터 通信 및 마이크로 컴퓨터의 사용과 인터넷 接續이 어디에서나 가능한 環境으로 전환되었다.

둘째, 價値사슬(value chain)의 변화이다. 情報技術의 變化와 함께 企業의 附加價值 創出方法에 있어서도 변화가 있었다. 즉 經濟構造는 物理的 商品(physical goods)에 價値를 두는 경제로부터 서비스에 價値를 두는 경제를 거쳐, 소프트웨어 프로그램, 마케팅 데이터와 같은 知識과 情報(knowledge and information)에 價値를 두는 경제로 전환됨에 따라 電子商去來에 대한 수요가 자연스럽게 증대하게 되었다.

셋째, 組織構造(organizational structure)의 변화이다. 情報技術의 변화는 電子商去來의 出發을 現을 가능하게 하였고, 價値사슬 변화는 知識·情報關聯 製

要素이다. 한편 CALS는 정부와 기업의 활동업무에서 요구되는 주요장비와 다양한 支援體系를 조달하기 위한 設計, 製作, 運用에 이르기까지의 전 범위를 企業業務革新(BPR, Business Process Reengineering)을 통해서 조정하고 同時工學(CE, Concurrent Engineering)적인 과정으로 상호 연계하며, 각종 情報를 디지털화를 통한 데이터베이스에 貯藏 管理함으로써, 정보의 共有와 流通으로, 개발기간의 단축과 비용절감 효과를 추구하는 정부와 기업의 공동전략이라고 정의되고 있다. 한국EDIFACT표준원, EDI포스트, 봄호, 1996. 3(교통개발연구원, 종합물류정보망 구축방안, 1996. 4. pp. 19-20에서 재인용)

10) Carrie Beam and Arie Segev, The Rise of Electronic Commerce Contributions From Three Factors, CITM 96-WP-1C15, Fisher Center for Information Technology & Management, Walter Haas School of Business, University of California, Berkeley, pp 1-24

品에 대한 需要를 創出하게 되었으며, 이러한 변화에 대한 적응으로서의 企業組織의 변화를 초래하게 되었다. 즉 企業의 組織構造는 機能指向的(function-oriented)의 大規模, 階層的 組織構造(large, hierarchically-structured organizations)에서 過程指向的(process-oriented) 조직구조를 거쳐, 規模, 課業 指向的(smaller, task-oriented) 假想企業(virtual enterprises)으로 전환되었다. 이 假想企業形態의 企業組織은 종전의 企業組織形態에 비하여 情報技術 依存도가 높으며, 따라서 課業遂行에 있어서 電子미디어(electronic media)의 지원을 필요로 하게 된다.

이상에서 언급한 企業環境의 變化에 따른 電子商去來의 進展은 다음에서 列舉하는 세 가지 측면에서 企業들로 하여금 그들의 傳統的 市場行爲를 修正(modification of traditional market behavior)하도록 요구하고 있고 企業經營 規制基盤(regulatory framework)의 有效性(effectiveness)에 영향을 미치게 될 것이다.¹¹⁾

첫째, 電子商去來는 기업으로 하여금 遠距離 市場(distant markets)과 직접적으로 接近할 수 있도록 하며, 規模의 經濟의 달성을 통한 새로운 機會의 創出, 生産과 유통의 國際的 合理化를 촉진함으로써 通商行爲의 글로벌화를 도모할 수 있다

둘째, 電子商去來는 無形商品(intangible products) 引渡의 새로운 媒體가 될 것이다. 따라서 기존의 國內企業과 外國企業의 기준이 模糊해짐으로써 去來의 實際 履行與否와 去來管轄에 관한 區分이 대단히 어렵게 될 것이다.

셋째, 電子商去來의 成長은 중국에 가서는 모든 商去來 活動이 電子的으로 수행 가능하도록 하는 基盤을 제공하고 있는 인터넷에 의하여 지원되고 있다.

III. 國際商去來에 있어서의 인터넷의 役割과 影響

1. 國際貿易 概念의 變化

電子商去來는 종전까지 VAN을 통하여 標準化된 電子文書交換(EDI) 方法을

11) Georges Ferné Electronic Commerce: A New Economic and Policy Area, Journal of Internet Banking and Commerce wysiwyg://31http://www.arraydev.com/commerce/jibc/9704-08.htm

사용하여 종이 없는 文書 傳達를 遂行함으로써 電子的으로 商去來를 지원하여 왔는데, VAN의 이용은 相對的으로 높은 비용과 시스템의 閉鎖性으로 인하여 그 使用範圍는 극히 일쿠에 국한되어 왔다

그러나 최근 수년간 急速하게 進展되어 온 情報技術의 발달과 通信네트워크의 擴散은 商去來에 있어서 필요한 情報의 檢索과 交換을 용이하게 하고, 物品生産과 流通過程의 效率化를 가능케 하여 電子商去來가 점차 閉鎖된 형태의 VAN 중심에서 商去來의 참여가 關係當事者 모두에게 開放된 인터넷을 이용한 電子市場 형태로 전환되고 있다.

인터넷은 그 특성상 時間과 空間의 制約이 없이 全 世界를 대상으로 하고 있으므로 國境이 존재하지 않으며 따라서 종래의 國境을 중심으로 하는 國家間的 商去來行爲인 國際貿易은 그 概念的 측면에서 근본적인 변화를 가져오고 있다.

國際貿易 측면에서의 인터넷 電子商去來의 가장 두드러진 특징은 지금까지 國家別로 獨立的으로 運營되어 오던 個別市場 중심의 貿易이 인터넷이라는 거대한 인프라에 의해 統合되면서 새로운 單一 世界市場을 대상으로 하는 貿易으로 轉換되고 있다는 점이다.

인터넷에 의해 형성된 새로운 單一 世界市場인 사이버 마켓(cyber market)에서는 多國籍企業, 大企業, 中小企業을 불문하고 創意力과 進就性이 競爭의 主要手段이 될 것이며, 이는 다시말해 中小企業도 世界的인 企業으로 발돋움할 수 있으며, 가장 競爭力 있는 製品이나 서비스만이 살아 남을 수 있게 됨을 의미한다. 또한 인터넷 電子商去來는 全 世界를 對象으로 한 廣告 및 마케팅을 遂行함으로써 진정한 의미의 글로벌 마케팅(global marketing) 活動을 可能케 할 것이다.

2. 國際商去來 節次 및 慣習의 革新

인터넷 電子商去來에서는 컴퓨터 通信網인 인터넷이 구성하는 假想空間 自體가 市場이고 인터넷 利用者가 곧 顧客이며, 空間的, 時間的 制限이 없을 뿐만 아니라 目標集團(target group)에의 接近이 容易하고 雙方向 커뮤니케이션이 가능하다. 또한 文字, 그림, 音聲, 動畫像 등 멀티미디어 情報를 低廉한 費用으로 주고 받을 수 있으며, 效果測定이나 피드백도 容易하다. 따라서 인터넷을 통하여 貿易을 수행 할 경우, 既存의 貿易 節次 및 慣行上의 革新的인 變化를 期待할

수 있을 것이다. 즉, 信用狀 發行, 輸出入承認이나 推薦, 保險證券 發行, 輸出入 申告 등 복잡한 貿易節次가 대폭 축소되거나 사라짐은 물론, 貿易節次 이행을 위하여 銀行이나 稅關 등의 貿易有關機關을 직접 방문할 필요 없이 事務室에서 電話線이나 專用線 등을 통해 인터넷에 接續하여 商去來를 할 수 있게 될 것이다.

인터넷을 이용하면 종전보다 훨씬 더 低廉하고 效率的으로 去來處를 發掘할 수 있다.¹²⁾ 종전에는 去來處 發掘을 위하여 去來 斡旋機關에 찾아 가서 情報를 얻거나 各國에서 發行하는 貿易業體 總覽, 製造業體 總覽, 企業年鑑 등의 디렉토리 등을 참고하지 않으면 아니 되었다. 또한 海外로 配布되는 印刷媒體나 現地の 廣告媒體를 이용하여 弘報하거나 協會 등에서 主管하는 海外市場 開拓團 또는 國際博覽會나 展示會 등에 참가하여 去來處를 발굴해 왔다. 그러나 인터넷에서는 各國의 政府와 貿易有關機關, 그리고 個別企業들이 올려 놓은 貿易關聯 수많은 정보들을 情報檢索엔진을 이용하여 손쉽게 찾아 볼 수가 있다.

輸出業者의 경우 인터넷을 통해 自社 製品과 서비스에 대한 弘報를 할 수 있을 뿐만 아니라, 國內 및 海外의 新製品이나 거래처에 대한 情報를 迅速하게 입수할 수 있다. 또한 電子郵便, 인터넷 팩스 및 인터넷 폰 등을 이용하여 훨씬 低廉하고 效率的으로 거래상당과 契約締結을 할 수 있으며, 商品의 注文이나 代金 決濟 등도 인터넷으로 할 수 있음은 물론 貨物의 흐름도 인터넷을 통해 즉시 把握할 수 있게 된다.

販賣者와 購買者 간의 商談이나 商品에 대한 情報의 取得, 去來成事를 위한 各種 書類의 交換形態도 지금까지의 電機信號를 이용한 通信手段에서 電子信號에 의한 컴퓨터통신, 특히 인터넷으로 統合되어 가고 있다. 形態가 일정하지 않은 非定型화된 情報 내지 意思表示는 電子郵便(E-mail)에 의해, 포맷화된 定型化 情報 내지 書類는 電子文書交換(EDI)에 의해 인터넷과 같은 컴퓨터 通信網으로 統合, 流通되어 가고 있다. 또한 電話와 같은 音聲情報은 인터넷폰에 의해, 팩스와 같은 이미지 情報은 인터넷 팩스에 의해, 그리고 畫像會議와 같은 映像情報도 인터넷 畫像會議 시스템에 의해 디지털화되어 인터넷으로 흡수되어 가고 있다.

12) 예를 들면, 去來斡旋 情報의 경우에는 韓國貿易情報通信(<http://www.commerce.ktnet.co>), 韓國貿易協會 (<http://www.kita.or.kr>), 大韓貿易投資振興公社(<http://www.kotra.or.kr>), 中小企業振興公團(<http://www.smipc.or.kr/UPD/home/homepage.htm>) 등과 같은 貿易有關機關의 홈페이지에서 찾아 볼 수 있다

3. 인터넷을 基盤으로 하는 EDI의 擴大

아주 최근까지만 하더라도 EDI는 주로 VAN을 使用하는 EDI에 局限되어 왔다. 그러나 인터넷 使用의 爆發的 增加와 電子商去來에 관한 關心의 增大는 EDI自體를 回生시켰을 뿐만 아니라 EDI와 인터넷을 통합시키는 結果를 가져 오게 되었으며, 따라서 EDI를 利用한 國際商去來가 앞으로 크게 擴大될 것으로 展望되고 있다.¹³⁾ EDI의 使用가 최근에 증대하고 있는 추세를 보이고 있는 데에는 다음과 같은 몇 가지 이유가 있다.

첫째는 費用과 時間의 節約(Cost and time savings)이 가능하기 때문이다. 컴퓨터와 컴퓨터간의 情報傳達이 電子的으로 이루어지므로 情報를 再入力할 필요가 없기 때문에 資料入力에 따르는 費用과 誤謬를 대폭 줄일 수가 있다.

둘째는 對顧客 서비스의 向上(Improved Customer Service)이 가능하기 때문이다. 去來關聯 書類의 신속한 전달과 書類 記載 誤謬의 현저한 감소는 顧客으로부터의 注文을 보다 빨리 이행할 수 있어 서비스의 向上이 가능하다.

셋째는 顧客基盤의 擴充(Expanded Customer Base)이 가능하기 때문이다. 새로운 商品이나 供給者의 選定에 있어서 대부분의 大規模 製造業體들은 EDI능력을 選定基準으로 삼고 있다.

EDI는 이상에서 지적한 바와 같은 이용상의 利點들을 가지고 있기 때문에, 企業들은 인터넷의 商用化 趨勢에 부응하여 EDI와 인터넷을 統合한 인터넷 EDI를 國際商去來의 道具로 이용하는 比率이 점차 증대되고 있다.

VAN을 基盤으로 하는 傳統的 EDI에 비해서 인터넷을 基盤으로 하는 EDI는 다음과 같은 長短點들을 가지고 있다.

(1) 費用의 低廉(Low Costs)

인터넷을 基盤으로 하는 EDI가 VAN을 基盤으로 하는 전통적 EDI에 비해서

13) Arie Segev, Dadong Wan, Carrie Beam, Burt Toma and David Weinrot, Internet-Based Financial EDI A Case Study, Working Paper CITM-95-WP-1006, The Fisher Center for Information Technology and Management, Institute of Management, Innovation and Organization, UC Berkeley, August 1995

價格이 훨씬 低廉하게 되는 이유는 두 가지가 있다. 첫째, 적어도 現在로서는 인터넷은 非營利的 存在이며 VAN 事業者와 같은 中間媒體를 필요로 하지 않는다; 둘째, 인터넷 使用料는 定額制이기 때문에 使用者의 電子文書 送受信量을 기준하여 부과되는 비용이 없다.¹⁴⁾

(2) 可用性(Accessibility)

인터넷은 사용자가 현재 2~4천만 명으로 추정되는 세계에서 가장 큰 네트워크이다. 인터넷은 언제나 接續할 수 있기 때문에 大企業이나 中小企業들로 하여금 세계 어느 지역이든 네트워크에 의한 接近을 가능하게 한다. 또한 인터넷에 接續되는 모든 컴퓨터의 이름과 住所를 中央에서 登錄하고 管理하는 Domain Name Service(DNS)를 사용하기 때문에 인터넷 EDI는 아주 간단하다. 반면 VAN 환경에서는 各各의VAN이 자신의 住所錄을 가지고 있기 때문에 去來 파트너가 追加 또는 削除될 때마다 住所錄을 바꿔야 하는 불편이 따른다.

(3) 保安性(Security)

인터넷 商去來에서 가장 많이 논의되는 문제가 保安인데, 인터넷 保安은 다음의 다섯 要素로 구성되어 있다: ① 營業秘密/프라이버시 維持(Confidentiality/Privacy), ② 電子文書의 眞正成立 認定(Authentication); ③ 資料의 全體的 安定性(Integrity); ④ 電子文書 發送人의 메시지 發送事實 否認 封鎖(Nonrepudiability of origin); ⑤ 電子文書 受取人의 메시지 受取事實 否認 封鎖(Nonrepudiability of receipt). 이러한 保安 관련 문제점들을 해결하고자 하는 시도가 公開 키 暗號方法(public key cryptography)의 개발이다.¹⁵⁾

14) 低速 VAN의 年平均 使用料는 \$12,000, 高速 VAN의 年平均 使用料는 \$80,000 인데 비해 인터넷 EDI를 충분히 지원할 수 있는 SLIP(Serial Line Internet Protocol)/PPP(Point to Point Protocol) 計定の 경우에는 年平均 使用料가 \$360에 불과하다 Karen Rodriguez, Cyberspace Start-ups Offer Internet Wares, InfoWorld, 16(43):8, October 1994 (Arie Segev, Dadong Wan, Carrie Beam, Burt Toma and David Weinrot, op cit., p 14에서 재인용)

15) 현재 사용중인 대표적인 公開 키로는 1977년에 MIT의 Ronald Rivest, Adi Shamir, Len Adleman 등이 共同으로 開發한 RSA Public Key Cryptosystem이 있다 電子文書의 眞正 成立 認定(Authentication)과 送受信 事實 否認 封鎖(Nonrepudiation)를 確認하기 위하여 RAS 시스템에서는 電子署名(digital signature)을 사용하고 있다. Arie Segev, Dadong Wan, Carrie Beam,

(4) 信賴性(Reliability)

인터넷상의 商去來에는 去來의 結果에 대하여 責任을 지지 않기 때문에 信賴性의 문제가 제기된다. 인터넷 指定事業者(Internet Access Provider)가 附加價值 通信網 事業者와 同一한 역할을 하지만 인터넷상에서 일어나는 去來活動의 대부분은 인터넷 指定事業者의 統制 밖에 있기 때문에 인터넷 指定事業者는 자신의 네트워크 서비스의 이용과 그들이 提供하는 裝備의 信賴性에 대한 保證 이외에는 하지 않았다. 그러나 인터넷 이용자 수가 늘어나면서 指定事業者 간의 경쟁 또한 격화되고 있기 때문에 인터넷 指定事業者들은 점차 자신들의 서비스 未洽(gap)을 인식하고 인터넷 商去來 全過程에 대한 保證을 통한 信賴性確保에 관심을 기울이기 시작하고 있다.

4. 電子商去來의 自由貿易地帶化 推進 및 國際基準 制定

인터넷상의 假想空間에서 이루어지는 電子商去來를 自由貿易地帶化하기 위한 또 하나의 새로운 貿易라운드가 胎動되고 있다. 今年 7月 1日자로 빌 클린턴 美國 大統領이 인터넷 電子商去來의 無關稅化를 주 내용으로 하는 ‘汎世界 電子商去來 基本構想’ 발표를 始發點으로 하여 OECD會員國을 중심으로 인터넷 라운드 協商開始를 위한 시기와 절차에 관한 논의가 구체화되기 시작하였다.

한편 電子商去來에 관한 國際規範은 國際貿易·運送 등의 부문에서 현재 國際商去來 當事者間에 주로 이용되는 電子文書交換(EDI)을 뒷받침하는 電送에 의한 貿易 資料交換에 대한 統一規則(ICC, Uniform Rules of Conduct for Interchange of Trade Data by Teletransmission: UNCID, 1986), 貿易 去來條件의 解釋에 관한 國際規則(ICC, INCOTERMS, 1936, 1990), 信用狀 統一規則(UCP, 1983, 1992), 國際海法會(CMI)의 電子式 船荷證券(Electronic Bill of Lading)에 관한 統一規則(1980), 1978년 유엔 海上物品 運送條約과 1980년 유엔 國際複合運送條約, 그리고 유엔商去來法委員會(UNCITRAL)의 “電子商去來 모델法(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, 1996)” 등을 들 수 있다.

이 중에서 특히 UNCITRAL의 “電子商去來 모델法”은 모든 國家들이 書類에

基礎한 通信文 形式情報資料 保管에 대한 代替手段으로서의 電子文書의 使用을 規律하는 立法을 추진하는 데 도움을 줄 目的으로 가장 최근에 制定된 것이다. 이 모델法은 총 17개 條文으로 構成되어 그 適用範圍와 概念定義 및 解釋原則, 데이터 메시지 의 法的 地位 및 效率의 데이터 메시지 의 교환과 관련한 법률 관계의 規律, 物品 運送 分野의 特別規程 등을 상세히 規定함으로써 國際去來 특히 物品去來의 當事者가 동 모델법을 契約條項으로 편입시키는 경우 去來의 法的 安定性을 도모할 수 있게 되었다.

그러나 인터넷은 開放시스템적 特성을 갖고 있기 때문에 인터넷 商去來는 한 나라에 국한된 去來가 아니라 國境을 초월하는 汎世界的인 去來이다. 따라서 國際的으로 인정할 만한 技術과 標準, 制度가 마련되지 않으면 인터넷을 통한 國際間의 商去來는 성립될 수 없을 것이다.

IV. 主要 國際機構 및 先進國의 인터넷 電子商去來에 대한 政策 및 戰略 推移

앞에서 살펴본 대로, 國際商去來에서는 EDI 중심의 VAN을 基盤으로 하는 傳統的인 電子商去來가 오래 전부터 이루어져 왔다. 附加價值通信網은 相對的으로 높은 保安水準, 信賴性, 注文商品의 引渡가 保障되었지만 相對的으로 높은 費用과 接續의 制限으로 인하여 國際商去來에서 電子商去來가 차지하는 比重은 그리 크지 못하였다.

그러나 最近 인터넷 使用의 爆發的 增加로 인터넷을 基盤으로 한 電子商去來에 관한 관심이 高潮되고 있으며, 國際商去來에서도 기존의 전통적 VAN과 인터넷을 統合하는 형태 의 인터넷 EDI의 使用이 점차 擴大되고 있다.

특히 WWW와 같은 새로운 인터넷 서비스와 향후 이를 基盤로 한 技術의 발전은 금세기 내에 國際商去來에서의 電子商去來 비중을 급속히 확대시킬 것으로 展望됨에 따라 세계 각국은 정부와 기업 차원의 인터넷 電子商去來 基盤擴充과 主導權 確保를 위한 政策 및 戰略樹立에 박차를 가하고 있다.

본 장에서는 먼저 UN, OECD 등 國際機構들의 인터넷 電子商去來를 포함한 電子商去來에 관련한 주요 논의사항과 정책적 입장을 개관한 후, 美國을 위시한

선진국들의 電子商去來 추진정책 및 현황을 살펴보겠다. 마지막으로 우리나라의 電子商去來 추진현황을 알아 보겠다.

1. 主要 國際機構의 電子商去來에 對한 立場과 政策

(1) 經濟開發協力機構(OECD)

OECD에서 電子商去來에 관한 論議가 本格化된 것은 1994년 이후이지만 電子情報의 交換등 個別 이슈에 대한 基本的인 論議는 이미 1980년대부터 進行되어 왔다.

初期의 OECD論議는 個人情報 保護와 情報移動의 自由 등에 重點을 두었으나 최근에 와서는 電子的 環境(electronic environment)에서의 商業的 活動의 有用性 및 經濟秩序에 미치는 影響에 대한 인식과 함께 貿易, 競爭, 政府調達, 租稅 등 國際商去來活動 측면에 대한 研究分析과 論議가 증대되고 있다.¹⁶⁾

OECD는 아래의 주제를 중심으로 電子商去來에 관한 政策的 基本構想과 論議를 하기로 방침을 세웠다.¹⁷⁾

- 情報의 經濟(The Information Economy)
- 인터넷 內容物(Internet Content)
- 保安, 秘密保護, 暗號化(Security, Privacy, Cryptography)
- 情報 接近과 通信政策(Access, Telecommunication Policy)

16) 최근 OECD에서 실시하여 발표한 電子商去來에 관한 代表的 研究는 다음과 같은 것들이 있다
 Declaration on Transborder Data Flows, Electronic Commerce, Opportunities and Challenges for Government; Cryptography Policy the Guidelines and the Issues, Electronic Commerce The Challenges to Tax Authorities and Tax Payers, Gateways to the Global Market: Consumers and Electronic Commerce, Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data Guidelines for the Security of Information Systems; The Internet in Twenty Years Cyberspace, The Next Frontiers?, The OECD Observer, No. 208, Special Issue on Six Aspects of Electronic Commerce, STI Review No. 20, Special Issue on Information Infrastructures; Tax and the Information Superhighway, Towards a Global Information Infrastructure - Global Information Society(GII-GIS), http://www.oecd.org/publications/Pol_brief/9701_Pol.htm

17) http://www.oecd.org/subject/electronic_commerce/documents/

- 中小企業(Small and Medium Enterprises)
- 消費者政策(Consumer Policy)
- 租稅(Taxation)
- 觀光政策(Tourism Policy)

특히, 금년 11월 19일~21일간 핀란드 투르크에서 電子商去來 구현을 위한 障壁의 除去라는 主題로 開催된 經濟協力機構(OECD) 民官 共同會議에서 電子商去來 擴散을 위한 10대 원칙이 제정되었는데, 이는 클린턴 美國 大統領이 汎世界 電子商去來 基本計劃을 발표한 이래 國際協議를 거쳐 처음으로 제정된 國際的 基準이므로, 향후 電子商去來 關聯 國際論議도 이번 10대 원칙에 기반을 두고 進行될 것으로 豫상된다. 電子商去來 擴散을 위한 10대 원칙은 아래와 같다.¹⁵⁾

- 1) 電子商去來는 基本的으로 市場原理에 따라 民間部門에 의해 主導되어야 한다.
- 2) 정부의 개입은 公益保護와 國際的인 法環境을 促進하는 방향으로 추진되어야 한다. 그러나 이는 필요한 경우에 한해 최소한으로 이루어져야 하며 透明하고 中立的이어야 한다.
- 3) 민간부문의 政策決定過程 參與 메커니즘은 모든 나라와 國際會議에서 폭넓게 적용되어야 한다.
- 4) 정부정책은 電子商去來의 國際的 性格을 고려해 國際的인 相互協力과 調整을 거쳐야 하며 標準制定에 대한 합의라는 원칙 아래 相互連繫性을 활용해야 한다.
- 5) 電子商去來는 기존 商去來에 비해 부당한 課稅 待遇를 받지 말아야 한다. 즉 課稅는 이미 確立되고 國際的으로 容認된 慣行과 일치해야 하며 非強制的인 方法으로 집행되어야 한다.
- 6) 通信基盤施設(인프라)에 대한 規制는 競爭의 障碍要因 減少와 新規 서비스 및 事業者의 公正競爭을 위해 自由競爭 市場論理에 맡겨야 한다.

15) 29개 OECD會員國의 民官代表 400여명이 참석한 이번 회의는 電子商去來의 障碍要因 解決方案 摸索, 國際協議의 一貫性 與否 點檢, 企業과 政府間 合意의 進展 등을 목적으로 개최됐다. 이번 회의에서는 10대 原則을 제정한 것 이외에 電子商去來 擴散의 障碍要因에 대한 解決方案도 제시됐다. 참가자들은 情報通信 基盤을 고도화하기 위해 경쟁을 촉진하고 規制를 완화해야 하며 이용자가 신뢰할 수 있도록 電子署名, 暗號技術 등 技術的인 대책이 마련되어야 한다고 지적했다. 매일경제신문, 1997년 11월 27일자

- 7) 電子商去來에 대한 참여는 自由競爭市場을 통해 이루어져야 한다.
- 8) 프라이버시 機密性·匿名性·內容規制와 관련해서는 消費者의 選擇과 權限強化가 電子商去來의 기본 추진력으로 작용해야 한다.
- 9) 企業은 프라이버시 機密性·匿名性·內容規制와 關聯해서 消費者에게 選擇의 手段을 제공해야 한다.
- 10) 汎世界情報基盤(GII), 汎世界情報社會(GIS)에 대한 고도의 信賴를 쌓기 위해 민간부문의 自律規制, 相互 同意, 教育, 保安과 信賴性을 향상시키기 위한 技術革新, 적절한 紛爭 解決裝置 마련 등이 추진되어야 한다.

(2) UN의 電子商去來에 관한 立場과 政策

電子文書 방식에 의한 國際商去來가 점차 普遍化됨에 따라 유엔 商去來法委員會(United Nations Commission on International Trade Law: UNCITRAL) 事務局이 1984년 자동문서處理의 法的 問題(Legal Aspects of Automatic Data Processing)라는 報告書를 작성하여 이를 1985년에 개최된 제18차 유엔 商去來法委員會에 제출하였고, 여기서 컴퓨터 기록의 법적 가치에 대한 檢討 勸告案이 채택되었다. 이 勸告案의 채택을 시작으로 하여 유엔 商去來法委員會 내에 EDI 및 관련 通信 手段의 법적 측면에 관한 모델法 草案(Draft Model Law on Legal Aspects of Electronic Data Interchange(EDI) and Related Means of Communications)의 작성을 위한 作業班(Working Group)이 구성되어 여러 차례 회의를 거쳐 1995년 제 28차 유엔 商去來法委員會 作業班會議에서 모델법 草案이 마련되었다. 이 草案을 가지고 1996년 5월 28일부터 6월 14일까지 美國 뉴욕에서 유엔 商去來法委員會 제 29차 委員會가 개최되어 EDI 모델법 草案을 審議한 끝에 電子商去來에 관한 UNCITRAL 모델법(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)이 최종 채택되었다. 이 모델법은 모든 國家들이 書類에 基礎한 通信文 形式 情報資料 保管에 대한 代替手段으로서의 電子文書의 사용을 規律하는 立法을 추진하는 데 매우 중요한 도움을 줄 목적으로 제정되었다.¹⁹⁾

電子商去來 모델법은 1부와 2부로 구분되어 총17개 조문으로 되어 있다. 이 모델법은 電子메시지의 效力 및 法的 拘束力, 電子署名의 認定 및 法的 效力, 電

19) 정완용, 電子商去來 관련 法制의 檢討, 통신시장, 97.5, 42 쪽

子署名 認證機關 및 賠償責任, 海上運送書類의 법적 문제 등을 규정하고 있다.

한편, 유엔 亞·太 經濟社會委員會(ESCAP)는 UNCTAD와 共同으로 亞·太 情報技術 및 電子商去來에 관한 회의를 1997년 5월에 개최하여 電子商去來에 관한 정책적 입장 및 방향을 제시한 바 있다.

(3) APEC의 電子商去來에 대한 立場과 政策

亞細亞太平洋經濟協議會(APEC)에서는 民間部門의 인프라 投資促進을 위한 基本 틀을 채택하여 2000년까지 亞·太 情報社會 달성을 목표로 電子商去來 촉진을 위한 暗號와, 安全裝置 開發 및 人的 資源開發을 추진 중에 있다.²⁰⁾

2. 主要 先進國의 電子商去來 推進現況

(1) 美國의 電子商去來 推進現況

美國은 자국내 産業·社會基盤 整備 및 競爭力을 유지 및 강화하기 위한 중요한 方策의 하나로서 情報化의 추진에 의한 미국 産業의 效率化, 競爭力強化 및 情報關聯産業의 振興을 도모하기 위해 情報高速道路(Information Super Highway) 구상을 제창하고, 1993년 10월에 이를 보다 具體的인 형태로서 國家情報通信基盤(NII National Information Infrastructure) 構築 구상을 발표하였다.

세계 각국의 超高速情報通信網 구축을 先導하고 있는 미국의 NII 계획은 國家競爭力의 強化와 21세기 超強大國으로서의 지위를 지속함은 물론, 通信의 병목현상을 없애고 멀티미디어 서비스에 대한 수요를 충족하기 위해서 제시되었다.

NII 추진을 위해 美國은 公共과 民間의 역할을 분담하고 있으며, 정부는 電子商去來를 NI의 주요 應用分野로 선정하여 需要創出 및 環境造成을 위한 측면에서의 支援, 各種 規制의 整備, 技術의 標準化, 國際調整 및 協調 등을 政策課題로 추진 중이다.

20) 이동근, "전자상거래 국제동향과 정책방향," 1997년 무역학과 정기세미나 자료, 숭실대학교 무역학과 1997 11 28.

클린턴 大統領은 電子商去來에 관한 行政府間 實務作業班을 설치하고 고어 副統領의 주도하에 '汎世界的 電子商去來 基本計劃(A Framework for Global Electronic Commerce)'을 작성케하여, 1997년 7월 공식 발표함으로써 美國主導의 汎世界的 電子商去來 推進戰略을 제시하였다. 同 基本計劃은 5개의 기본 원칙과 9개 분야로 구분하여 電子商去來와 關聯된 주요 이슈들에 관한 政策開發을 誘導하고 이에 대한 行政府의 입장을 수립하기 위한 一聯의 原則을 제시하고 있으며, 필요한 경우에는 國際協商을 위한 기준을 제공하고 있다.

美國에서의 電子商去來는 3段階를 거쳐 발전하였다. 즉 1994년 이전에는 특정기업간의 私設 네트워크 또는 VAN을 이용하여 電子商去來가 추진되었으며, 1994~1995년간의 인터넷상에서의 廣告와 情報를 제공하는 段階를 거쳐 1995년 이후 保安성과 決濟 등의 문제를 해결하고 電子商去來를 실현하는 段階로 진입하였다.

대표적인 電子商去來 프로젝트로는 1994년 4월에 美國政府和 民間의 共同 出資에 의하여 설립된 CommerceNet이 있다. CommerceNet은 실리콘밸리를 중심으로 마스터 카드, IBM, 씨티은행, 후지쓰 등 세계 140여 개 企業 및 研究機關들의 聯合컨소시엄으로 21세기 美國의 競爭力向上을 위해 社會間接資本 성격의 情報通信서비스를 제공하기 위해 설립되었다. CommerceNet의 시스템이 장래 사실상의 國際標準으로 채택될 가능성이 높기 때문에 共通과 互換을 촉진하기 위해 美國內 關係機關과 國際機關들이 적극적으로 참여하고 있다. CommerceNet은 1997년부터 商用化 段階에 들어 갔으며 1999년에는 약 3,000여 개의 組織이 일상적인 去來에 CommerceNet을 사용하는 것을 목표로 하고 있다.

CommerceNet 이외에도 電子商去來 代金支拂, 詐欺防止 및 統制, 金融서비스의 安全한 統制, 金融서비스에의 安全한 接續 등을 실현하기 위하여 金融機關, 信用卡會社, 情報通信會社, 聯邦政府 등의 회원으로 구성된 FSTC(Financial Services Technology Consortium: 金融서비스技術協議體)와 電子貨幣의 流通過程 및 變造可能性에 대한 시험을 거쳐 인터넷상의 安全한 支拂方法을 제공하고 있는 1994년 8월에 설립된 CyberCash사가 있다.

(2) 유럽 연합(EU)의 電子商去來 推進現況

EU는 1997년 4월 電子商去來에 관한 유럽의 先導(A European Initiative on

Electronic Commerce)를 채택하여 2000년까지 추진하여야 할 4가지 核心分野를 選定하였다. 이 4가지 核心分野는 ① 電子商去來 인프라와 製品 및 서비스 利用 體制 構築; ② 域內에 一貫된 制度的 틀 마련; ③ 技術開發 促進 및 認識提高를 통한 域內企業에 有利한 環境造成; ④ 國際基準의 制度的 裝置 마련이다.

또한 1997년 7월 6~8일간 獨逸의 본(Bonn)에서 獨逸政府와 共同으로 汎世界 情報網(Global Information Network)에 관한 閣僚會議를 개최하고, 閣僚宣言(Bonn Declaration)을 채택하였다.

(3) 日本의 電子商去來 推進現況

日本에서는 1993년 인터넷 商用서비스가 도입된 이래 인터넷을 비즈니스 차원에서 이용하려는 노력이 점차 증가하고 있다. 電子商去來의 활성화를 民間主 導로 추진하고 있는 美國과는 달리 日本의 電子商去來 도입 및 추진은 通産省, 郵政省, 大藏省 및 法務省 등 政府가 중심이 되어 추진하고 있다.

通産省은 電子商去來 지원을 위해 1996년 2월 설립된 "電子商去來 振興協會 (ECOM. Electronic Commerce Promotion Council of Japan)"를 통하여 電子商去來 推進基盤을 마련 중에 있다.

郵政省은 1995년 10월 사이버비즈니스協議會(Cyber Business Association of Japan)를 설립하여 電子商去來의 實用化를 위한 연구를 수행하고 있다.

大藏省은 1997년 말까지 電子貨幣 關聯 法制度를 정비할 계획이며, 電子決 濟研究會를 構成하여 電子貨幣 導入을 적극 추진하고 있다.

한편, 民間部門에서는 企業 스스로 컨소시엄을 구성하여 電子商去來를 활발히 추진하고 있다

(4) 우리나라의 電子商去來 推進現況

세계 각국이 電子商去來 關聯技術 開發 및 擴散에 주력하고 있는 가운데 우리나라에 서도 인터넷을 利用하여 電子商去來를 導入·擴散시키고자 하는 노력이 시도되고 있다.

研究團體와 業體들이 共同 出資하여 非營利法人으로 1996년 11월에 設立한 國際電子商去來研究센터(ICEC: International Center for Electronic Commerce)

는 電子商去來 運營技術 및 經營技法 開發을 目標로 電子商去來 具現을 위한 基盤技術 研究開發사업을 추진하고 있으며, 電子商去來 環境造成을 위한 메타랜드(Metaland)를 設立²¹⁾하여 운영하고 있다.

民間團體 및 組織들의 電子商去來 導入과 擴散에 따라 政府次元에서도 電子商去來 擴散을 위한 多様な 事業을 추진하고 있다. 情報通信部에서는 1997年度 政府出捐事業의 일환 으로 시스템工學研究所에 電子商去來 關聯 技術開發을 의뢰하였고, CALS/EC 基盤構築을 위하여 CALS/EC 基本計劃을 수립하고 있다. 通商産業部에서는 각종 法令에 分散되어 있는 電子商去來 關聯 事項을 統合하고 電子商去來를 통해 발생할 수 있는 商法上의 補償問題 등을 體系的으로 정리하여 “電子商去來 基本法(假稱)”을 제정하기 위한 準備作業을 완료하고 1998년초 立法을 추진 중이다. 또한 中小企業의 電子商去來 도입을 촉진하기 위해 1997년 1월 개정되어 公布된 “工業 및 에너지 技術基盤 造成에 관한 法律”에 의거 中小企業의 電子商去來를 지원하기 위해 美國의 ECRC(Electronic Commerce Resource Center)와 유사한 기능을 가진 “電子商去來 支援센터”의 指定 및 取消基準 등을 規定한 施行令 改正案을 1997년 3월 5일 立法豫告했으며, 電子商去來 支援센터 指定을 위한 작업을 추진하고 있다.

V. 向後的 展望과 戰略的 對應方案

1. 인터넷 電子商去來의 向後展望

(1) 인터넷 電子商去來의 當面課題

제3장에서 지적한 대로 인터넷을 基盤으로 하는 電子商去來는 既存의 VAN을 基盤으로 하는 電子商去來에 비하여 상당한 利點을 가지고 있다. 그러나 인터넷

21) 인터넷 電子商去來의 새로운 모델과 技術的 標準을 지향하여 국내 유수의 情報通信會社(현대 정보기술, 기아정보, 두루넷, 삼보컴퓨터, 나래이동통신), 銀行(신한은행, 한일은행), 카드사(비씨카드), 廣告代行業(나라기획), 百貨店(현대백화점) 등 17 개사가콘소시움을 구성하여, 1996년 12월말에 설립된 주식회사이다. 1997년 7월 1차 增資로 8개사가 추가됨으로써 메타랜드의 出資社는 25개사로 증가되었다. <http://www.metaland.com/>

넷 電子商去來가 國內 및 國際비즈니스의 주된 道具가 되기 위하여는 技術, 標準, 制度面에서의 補完과 國際的 協力體制의 構築이 先行되지 않으면 안 된다. 따라서 본질에서는 인터넷 電子商去來가 당면하고 있는 문제들을 살펴보기로 한다

1) 技術的인 課題

인터넷 利用者의 飛躍的인 增加에 따라 인터넷을 활용한 電子商去來 市場도 한층 매력적으로 되어가고 있으나, 현재의 인터넷을 활용한 EC는 ① 接續하기 어렵고, ② 使用하기 어려우며, ③ 保安이 確保되어 있지 않고, ④ 決濟方式이 確立되어 있지 않은 4가지 技術的인 문제점이 있다.

그러나 이러한 問題點은 조만간 해결될 것으로 보고 있는데, 이러한 問題解決을 위한 현재의 노력으로 다음의 것들이 있다. ① 接續의 어려움을 해결하기 위해서 ISDN接續을 촉진하는 한편, 온라인 스타터킷(Starter Kit)을 이용하여 接續을 용이하게 한다. ② 사용상 어려움을 해결하기 위해서는 WWW Browser(Netscape Navigator나 MS사의 Explorer 등)를 이용해 손쉽게 接續하고 이용할 수 있도록 하며, 동시에 디렉토리(Directory)를 제공하여 필요한 情報를 용이하게 찾아볼 수 있도록 함. 또한 假想空間을 그리는 VRML(Virtual Reality Markup Language)이나 네트워크 애플리케이션 技術言語인 JAVA의 이용으로 현실에 가까운 매력적인 3차원 공간을 느끼게 한다. ③ 保安性 確保를 위해서 특수한 公開키 暗號시스템(RSA 등)을 開發함으로써 問題解決을 하고 있다. ④ 代金決濟시스템으로 信用(Credit), 直拂(Debit), 先拂(Prepaid)카드 등의 기능을 附加한 電子貨幣(IC Card)를 개발하여 해결하려 하고 있다.

2) 利用者 意識의 改善

이러한 技術的인 問題뿐만 아니라, 顧客이 인터넷을 활용한 電子商去來에 대한 거부감 또한 중요한 問題點이다. 기본적으로 현재까지의 인터넷 電子商去來 도입에 있어서의 최대 지연要素는 사람들이 변화를 좋아하지 않는다는 점에 있다 즉, 인터넷 電子商去來의 확대를 위하여는 사람들이 인터넷을 이용하는 商去來에 대한 不確實性和 疑心을 극복하고 변화를 受容할 수 있도록 利用者 意識의 改善이 先行되지 않으면 안 된다.²²⁾

22) 온라인 쇼핑의 예를 들어 보면, 1994년 美國 全體 小賣業의 總賣出額 15兆 달러 중, 카탈로그 쇼핑은 530億 달러(3.53%), TV쇼핑은 25億 달러(0.17%)인 데 비해, 亞美利칸온라인(AOL) 컴퓨서브 등의 온라인서비스 專門會社를 이용한 온라인 쇼핑은 2億 달러(0.01%)에 불과하였다 중

3) 商慣習 및 法律上的 問題

기존의 商慣習 중 네트워크 이용과 비교적 친숙한 것이라면 문제는 적으나, 그렇지 않으면 간단히 電子化, 네트워크화 할 수는 없을 것이다. 온라인 쇼핑의 대상에 따라 주문시점과 결제시점의 차이로 인해 여러 가지 問題點이 발생할 수 있으며, 이에 대한 개선 노력이 뒤따라야 한다.

예를 들어 디지털 콘텐츠(digital contents)로서 소프트웨어, 音樂, 文書 등 네트워크를 통해서 직접 送受信이 가능한 것은 注文時點과 支拂時點의 차이가 비교적 적으므로 문제의 소지가 적다. 꽃이나 책과 같이 物理的인 형태를 지니고 있는 상품을 네트워크상으로 전송할 수는 없고, 宅配 등 運送手段이 필요한 것은 지불의 시점을 주문시로 할 것인지, 상품 수령시로 할 것인지의 문제가 발생한다. 이는 販賣者와 購買者의 信用과도 관계되며, 國境을 超越한 去來에서는 많은 문제점을 야기할 수 있다. 또한 호텔 宿泊, 비행기나 船舶 搭乘券 등의 서비스로서 物理的인 형태를 취하지도 않고 配達도 불가능한 것은 過多豫約 接續, 豫約者의 不履行, 取消 등의 문제가 발생할 가능성이 있다.

결국, 기존의 商慣習을 개선하기 위해서는 지속적인 去來形態의 標準化나 電子公證人 등 認證制度가 필요하다.

4) 기타 現實的인 問題點

첫째, EC 支拂手段에 대한 手數料 문제를 들 수 있다. 電子商去來의 支拂手段으로 현재 많이 쓰이고 있는 信用卡의 信用情報 確認 및 承認에 대한 手數料이 3~5%로 비교적 높다. 따라서, 電子商去來의 활성화를 위해서는 수수료를 내리거나 電子貨幣로 대체되어야 할 것이다.

둘째, 配送料 부담을 들 수 있다. 현재 宅配서비스業者들은 건당으로 전국 어디나 4천~5천원 정도의 配送料를 매기고 있으므로, 사이버쇼핑몰에서는 최소한 5만원 이상의 물건을 사이버쇼핑몰에서 판매할 수밖에 없다. 이는 少額去來 위주라는 電子商去來 원래 의미와 상반되게 된다. 이에 따라 아주 작은 물건은

양일보의 國內 流通業體 利用實態調査에 따르면 利用率 기준으로 郵便通信(2.7%) 電話通信(2.3%), PC通信(1.0%), 케이블TV通信(0.6%)의 利用率을 보이고 있어, 아직도 PC통신 등 각종 無人販賣方式을 選好하지 않는다는 것을 알 수 있다. 이러한 점을 綜合해 볼 때, 현재 顧客이 온라인 쇼핑 그 자체보다 새로운 커뮤니케이션의 장이라는 점에서 電子商去來에 매력 을 느끼고 있으며, 일반 消費者가 電子商去來라는 效率의이고 合理的인 시스템에 얼마나 價値를 부여하는가 가 멀티미디어 社會 具現의 根幹이 된다고 볼 수 있다. 이재규, 조영희, "인터넷의 상업적 활용방 안," 정보화 저널, 한국전산원 1997. 3. 19

등기우편을 이용하는 등 다양한 配送網을 고려하여야 할 것이며, 大都市 物流 센터를 운영해 多量으로 商品을 確保하고 配送距離를 최소화하는 방안도 강구되어야 할 것이다 이와 더불어 宅配이 부부 등 낮 동안 집을 비우는 경우를 대비해서, 고객 인근 소매점을 流通經路(distribution channel)로 이용하는 방법도 강구되어야 할 것이다. 즉, 宅配業體는 사전에 계약된 인근 소매점까지 配送하고, 인근 소매점은 저녁시간 등 집에 사람이 있는 時間帶에 주문자에게 配送하는 방안 등이다

셋째, EC의 決濟手段으로 信用卡을 이용하는 경우, 中小企業體로서는 信用卡 加盟店 契約 등에 있어서 어려움이 있다. 즉 전자매출표 발생으로 인해 노사인(No-sign) 매출표 特約 등을 맺어야 하나 中小企業體의 경우 大型百貨店과 같이 자체의 信用度가 있는 것이 아니라서 新信用卡 加盟店 契約에 어려움이 있을 것이다. 따라서 物品提供業體는 信用度가 있는 기업위주로 편성될 가능성이 크다.

(2) 인터넷 電子商去來의 發展展望

1) 인터넷과EDI의 統合 進展

지난 30년간 EDI는 기업간 온라인 商去來의 基本手段으로 사용되어 왔다. EDI는 각 企業의 컴퓨터들이 사람의 干與 없이 購買 注文 등 電子去來를 처리할 수 있게 해 주는 標準과 서비스들로 구성되어 있어, 종이文書를 受發하고 誤謬를 시정하는 등 작업에 소용되는 비용을 절감시켜 주기 때문에 특히 大企業 사이에서 인기가 높다.

그러나 EDI 技術은 메인 프레임에서 시작된 것이기 때문에, 設置費도 많이 들고 高度의 設置技術이 필요하면서도 즉각적인 去來處理 能力은 없으며, 特定顧客과의 連結能力의 부족 등 그 능력에 한계가 있다.

그러나 인터넷을 통한 電子商去來에 있어서는 供給業體와 販賣者는 단지 인터넷 連結線과 웹 브라우저만 준비하면 되기 때문에 기업간 電子商去來에 새로운 地平을 열고 있다. 인터넷을 이용해 기업은 購買 注文 등 低水準의 거래를 수행할 뿐만 아니라 製品情報에서 顧客支援까지 모든 購買過程을 調律할 수 있다.

인터넷의 등장으로 기존의 EDI식 電子商去來가 존립에 위협을 받을 것이라는 견해도 있지만, 대규모로 EDI를 構築한 大企業들이 기존 EDI 인터페이스

스를 완전히 廢棄하고 인터넷에 基盤한 새로운 購買手段과 데이터 電送方式을 도입하기엔 財政的 負擔이 너무 크며 따라서 企業들은 최소한 향후 수년간은 電子商去來 手段으로 EDI와 인터넷을 여러 방법으로 組合해 사용하는 방식을 취할 것으로 전망된다. 즉 기업은 기존 EDI 連結을 유지하고 EDI 메시지를 傳達하는 더 低價의 手段을 찾는 한편, 새로운 거래 파트너를 찾기 위해 인터넷을 이용하는 戰略을 사용하게 될 것이다.

인터넷 서비스 提供業體들이 기존의 EDI 소프트웨어와 웹 및 附加價値網을 統合해 제공할 경우, 다양한 形態의 서비스가 개발될 수 있어 현재 중요한 電子商去來 道具인 EDI는 새로운 生命을 얻게 될 것이다.

2) 인트라넷(Intranet)의 使用 進展

인터넷과 EDI의 結合은 현재의 중요한 電子商去來 道具인 EDI의 사용을 당분간 지속시켜 주겠지만, 새로운 電子商去來 시스템하에서는 기존 EDI가 할 수 있는 역할에 한계가 있다는 것이 專門家들의 共通된 判斷이다

따라서 企業들은 EDI를 통해 顧客에 연결하는 대신 放火壁(Fire Wall) 技術을 이용해 保安을 유지하면서 일부 顧客과 去來 파트너들을 選擇적으로 自社의 情報네트워크에 接近할 수 있게 해 주는 인트라넷을 새로운 企業의 情報基盤으로 채택하기 시작하였다

인트라넷은 企業體, 研究所 등의 組織 內部的 모든 업무를 인터넷의 WWW環境에서 처리할 수 있는 새로운 네트워크 環境을 일컫는다. 인트라넷은 異機種間 接續 標準프로토콜인 TCP/IP를 지원할 수 있는 近距離通信網(LAN)環境에서 구축되며, 인터넷과 동일한 브라우저상에서 그룹웨어들을 사용할 수 있게 해 주기 때문에 그 동안 企業들이 각각의 별도 시스템으로 주고 받던 電子郵便, 電子決裁시스템 등 다양한 형태의 情報를 인트라넷의 도입을 통해 인터넷 環境에서 統合 運營할 수 있게 되었다.

인트라넷은 클라이언트/서버 環境을 基盤으로 하고 있지만 기존의 일반 클라이언트/서버시스템에 비해 低廉한 費用으로 組織內 그룹웨어를 구축할 수 있으며, 하드웨어나 運用體系(OS)에 관계 없이 標準화된 소프트웨어 開發環境을 제공해 주는 長點을 가지고 있다.

인트라넷은 글로벌한 企業의 社內 文書交換 시스템을 구축해 주는 것을 비롯해 기업내 揭示板, 메시지 交換시스템, 웹에서 蒐集된 情報의 데이터베이스(DB), MIS시스템과 連繫한 電子情報시스템(EIS), 共同作業 및 共同 意思決定 시스템,

웹에 基盤한 EDI 시스템 등을 구축해 주며, 受發注와 顧客支援이 가능한 마케팅 시스템 등 統合설루션(Integrated Solution)을 제공한다.

그러나 인트라넷은 TCP/IP 프로토콜이 필연적으로 안고 있는 保安上の 脆弱點 때문에 電子商去來를 위한 별도의 保安시스템 構築을 필요로 한다.

인트라넷의 保安시스템 構築은 防火壁과 保安코드 등 크게 두 부분으로 볼 수 있는데, 防火壁은 物理的으로 인터넷과 인트라넷을 구분하는 요소이며, 保安코드는 商去來와 文書交換 등의 安全性을 높여 주는 것이다. 현재 保安시스템은 이미 專門的인 製品들이 開發 上市되고 있으며, 保安코드는 開發이 현재 활발히 진행 중이다.

保安코드의 開發競爭은 業界의 標準을 결정하는 것이기 때문에 인트라넷의 核心要素라고 할 수 있는바, 保安코드의 개발이 완료되고 業界標準이 정해지면 인트라넷을 통한 電子商去來가 향후 급속히 확대될 것으로 전망된다.²³⁾

2. 우리나라의 通商政策의 方向 및 對應戰略

(1) 인터넷 電子商去來 關聯 通商政策의 方向

금년 중에 발표된 클린턴 美國大統領의 汎世界的 電子商去來 基本構想, EU 會員國 閣僚會議에서 채택한 電子商去來에 관한 본(Bonn) 宣言, OECD에서 制定한 電子商去來 10大 基本原則 등은 必야흐로 인터넷 貿易라운드의 開始가 迫頭하였음을 알리는 徵表라고 할 수 있을 것이다.

세계 10대 貿易大國의 하나인 우리나라로서는 이러한 인터넷 電子商去來를 둘러싼 國際的 動向에 積極的인 對處와 參與가 무엇보다 필요하다 하겠다.

정부차원에서 이미 인터넷 電子商去來 關聯 政策을 部處別로 수립하여 對應戰略의 마련에 힘쓰고 있지만 국가 전체 차원에서의 體系的이며 綜合的인 對應策이 미흡한 實情이다.

따라서 본절에서는 인터넷 電子商去來의 進展에 따른 우리 政府의 對應戰略과 바람직한 通商政策의 方向을 제시하고자 한다

23) <http://cnlab.chungbuk.ac.kr/wwwboard/messages/34.html>

1) 通商政策의 基調

政府의 인터넷 電子商去來 관련 通商政策은 다음과 같은 基調下에서 樹立, 實行되어야 할 것이다.

첫째, 電子商去來의 도입은 市場機能에 따라 民間主導로 이루어져야 한다. 즉, 政府의 干與를 최소화하고 民間自律의 市場指向의 접근방법을 채택하여 하여야 한다 따라서 政府는 產業社會의 產業主導者의 역할에서 과감히 탈피하여 民間自律의 발전을 도모할 수 있는 環境造成에 주력하고, 民間業界는 先進企業과의 戰略的 연계와 政府와의 협력을 통하여 자율적인 추진방안을 수립하여야 할 것이다.

둘째, 生産, 流通分野에서의 電子商去來 확산을 정부차원에서 유도하여야 한다. 政府는 國家經濟的 입장에서 自然發生的으로 활성화가 가능한 消費部門의 電子商去來보다는 生産 流通部門의 활성화에 역점을 두고 政策 優先順位를 初步段階에 있는 生産, 流通分野 電子商去來에 필요한 政府支援을 확대하여야 한다.

셋째, 인터넷 電子商去來는 國際的 基盤위에서 추진되어야 한다. 인터넷은 그 속성상 國境을 超越하는 無國境의 특성을 가지고 있으므로 인터넷을 통한 商去來는 진정한 의미의 글로벌 마케팅의 실현을 가능케 한다. 이런 의미에서 인터넷 商去來는 國際的인 技術基準 및 規範에 바탕을 두지 않으면 안 된다 따라서 政府는 國際的 論議에 적극적으로 참여함은 물론 關聯國家들과의 共助體制를 구축하는 데 정책의 중점을 두어야 할 것이다.

넷째, 인터넷 電子商去來의 國內基盤 擴充 및 汎政府의 對應이 필요하다. 현재 國際機構와 先進國을 중심으로 급진적으로 전개되고 있는 인터넷 貿易라운드 에 대비하여 주무부서인 通商産業部를 중심으로 財經院, 外務部, 情報通信部 등 關聯部處間 協力體制를 형성하여 情報通信 인프라 구축 및 體系的, 綜合的인 對應策을 수립하여야 할 것이다.

2) 分野別 細部對策

인터넷 電子商去來는 국제적 관심의 대상이고 이미 말한 대로 주요 國際機構와 先進國을 중심으로 國際的 基準 및 規範의 制定을 위한 논의가 활발히 진행되고 있는 점을 감안할 때, 政府의 인터넷 電子商去來 관련 세부대책도 對外協力分野, 電子商去來 國內基盤 構築 分野 그리고 關聯産業 活性化分野로 細分하여 對策 및 戰略의 樹立이 강구되어야 할 것이다.

첫째, 對外協力分野의 細部對策으로는 關稅 및, 內國稅, 知的財産權 保護,

保安, 인터넷 內容物 등 대외적으로 통상 현안이 될 수 있는 분야는 WTO, OECD 등 관련 國際機構에서의 논의에 적극 참여하여 우리와 이해를 같이 하는 국가들과 연대하여 대응하고, 關聯會議 및 專門委員會에 적극 참여하여 國際動向과 우리 立場을 把握하여야 한다.

둘째, 電子商去來 國內基盤 構築을 위해서는 다음과 같은 細部對策이 추진되어야 할 것이다. 우선 電子商去來의 活性化를 위한 法的 기반구축을 위하여 이미 立法豫告된 「電子商去來基本法」과 「電子資金移替法」 등을 빠른 시일 내에 立法化하여 電子商去來를 뒷받침할 수 있는 法制度의 整備을 하여야 한다. 또한 國內企業의 電子商去來 촉진을 위한 專門人力 養成, 技術指導, 技術情報 提供 및 컨설팅을 수행하는 電子商去來支援센터의 運營을 全國적으로 확대하여야 한다. 한편 國內需要 擴充의 일환으로 電子商去來의 波及效果가 큰 公共部門의 示範事業을 통한 초기 수요제공으로 公公부문의 技術력을 축적하고 검증하여 電子商去來의 民間확산을 도모하여야 할 것이다. 마지막으로 電子商去來의 核心技術이 保安, 認證, 暗號化, 電子署名 등의 국내개발과 더 나아가서는 國際的 標準化를 先導할 수 있는 技術력 제고를 위한 과감한 要素開發 技術投資가 뒤따라야 할 것이다.

셋째, 인터넷 電子商去來 관련 產業의 活性化 細部對策의 수립이다. 즉, 멀티미디어 콘텐츠 產業育成을 위하여 尖端 映像, 애니메이션, 게임, 出版, 音盤 및 비디오 등 멀티미디어 콘텐츠(contents) 產業育成을 위한 범국가적인 노력의 結集이 필요하다. 이를 위하여는 專門人力 양성을 위한 教育機關의 설립은 물론 技術開發, 創業支援 및 環境造成이 이루어져야 한다. 또한 CALS/EC의 도입확대를 통한 企業의 情報化 水準 提高, 情報運用시스템 構築을 통하여 國內產業의 國際競爭力 強化에 힘써야 하겠다.

(2) 인터넷 電子商去來의 擴大와 企業의 對應戰略

1) 인터넷 關聯技術에 관한 定期的, 正確한 評價 遂行

인터넷 電子商去來가 언제 主流 비즈니스 道具가 될지는 현재는 아무도 모른다. 따라서 企業들은 定期的으로 인터넷 關聯技術의 發展動向 및 推移에 관한 정확한 판단을 할 수 있어야 한다.²⁴⁾

技術의 評價에 있어서는 技術의 生命週期(Life Cycle)를 감안하여 미래 電子

商去來에 대한 計劃과 戰略을 수립하지 않으면 안된다.

현재 EDI는 대부분 기업 특유의 專用 供給網 支援用으로 사용되고 있으며, 반면 인터넷 電子商去來 業體는 직접 웹에서 EDI를 열려고 하고 있거나 웹 顧客을 상대하려고 하고 있다. 그러나 웹을 基盤으로 하는 電子商去來는 技術의 峽谷(chasm)을 뛰어 넘지 못한 狀態이기 때문에 틈새 시장에 만족해야만 한다.

대부분의 業體는 技術導入에 따른 生命週期的 틈새시장 개발단계를 무시하고 大量市場 段階로 直接 進入하려고 한다. 業體가 支配業體가 될 수 있는 장소는 大量市場이기 때문이다. 그러나 顧客과 消費者는 아직 이런 大量市場의 可能性이나 效用성에 대해 認識하지 못하고 있으며 市場 자체도 1개 業體가 支配하도록 내버려 두지 않을 것이다. 戰略的 核心은 長期的 生命力이 없을 것 같은 技術 下部構造는 構築하지 않는다는 데 있다.

專用 EDI는 당분간 사라지지 않을 것이다. 그 理由는 이 틈새 技術에 막대한 投資를 한 產業群이 많으며 다른 成熟한 技術을 기다릴 수 없는 顧客도 많기 때문이다. 開放型 EDI와 같은 長點은 없지만 기존 EDI시스템이 현재의 顧客에게 滿足을 주기 때문이다. 따라서 企業은 첫 段階의 유용한 웹 技術이 提供되지 않는 한 다음 段階의 EDI 노력을 통해 顧客關係를 強化하는 데 焦點을 맞추어야 한다.

한편, 開放型 EDI는 漸進的이고 段階的이기 때문에 폭발적인 성장을 기대할 수 없다. 따라서 매년 正確한 水準의 電子商去來를 導入하는 것이 중요하며, 현재의 下部構造와 業體가 지원할 수 있는 것 이상의 사항을 도입하려 해서는 안된다. 開放型 EDI는 市場對應의 柔軟性, 管理費用 低廉 등 상당한 利點이 있지만 아직까지 外部委託될 성질의 서비스는 아니다. 따라서 業界가 全般的인 安定이 될 때까지 內部開發을 통한 프로젝트 具現이 더 安全할 것이며, 이들 內部 프로젝트는 향후 미래의 標準 外部委託 EDI로 再構築되어야 할 것이다.

2) 顧客中心主義 指向

企業을 대상으로 하든 消費者를 대상으로 하든 電子商去來를 단순한 去來手段만으로 看做하는 것은 戰略的인 愚를 범하는 것이다. 즉 購買處理 등은 電子商去來의 下部概念이며, 모든 情報處理 去來分野에서 가장 下級의 사항이다. 중요한 것은 顧客과의 紐帶關係를 強化하는 것이다.²⁵⁾

24) CIO, 正確한 技術 評價 每年 遂行해야, <http://cio.seoul.kr/970220/sple.htm> CIO, 正確한 技術 評價 每年 遂行해야, <http://cio.seoul.kr/970220/sple.htm>

電子商去來 革命은 비즈니스 關係의 重要性 및 顧客中心主義가 企業의 核心 비즈니스 戰略으로 登場하는 趨勢와 동시에 발생하고 있다. 電子商去來의 진정한 強點은 顧客이나 다른 企業體의 購買需要 決定, 製品獲得, 製品使用, 製品代替 등의 작업을 돕는 과정에서 自社의 賣出을 올릴 수 있다는 데 있다. 電子商去來는 단순한 購買·販賣 이상의 것이다. 즉 기존 關係를 強化하고 長期的 觀點에서 紐帶關係를 맺는 것이다.

궁극적으로 電子商去來는 마케팅에서 製品支援까지 製品의 販賣와 관련된 모든 過程을 強化시켜 준다. 즉 電子商去來 技術 自體뿐 아니라 이 情報技術의 具現과 관련된 行動的 要素까지 고려하여야만 成功的인 電子商去來 애플리케이션과 서비스를 構築할 수 있다.

그러나 많은 企業이 너무나 성급히 電子商去來 프로젝트를 市場化시키려는 경향이 있다. 이런 태도에는 문제의 소지가 있다. 電子商去來는 顧客과 協力業體에 더 可視的이기 때문에, 즉 顧客이 企業을 直接 評價할 수 있는 領域이기 때문에, 프로젝트의 이미지와 品質에 대해 더 많은 관심을 기울이지 않으면 안 된다.

그리고 企業은 電子商去來의 보안 요구정도를 正確하게 把握하여 實行하여야 한다. 企業이 과도한 保安 要求를 도입할 경우, 온라인 활동 處理時間은 늦어지게 되며 이에 따라 불필요한 비용증가를 誘發시킬 것이다.

3) 電子商去來 導入時 慎重性 堅持

우리나라는 情報産業分野의 競爭力이 脆弱하고, 특히 인터넷 電子商去來는 國內 導入 段階이기 때문에, 國內 企業들이 先發業體로서의 主導權을 確保하기 위해 競爭的으로 外國시스템의 導入을 추진하고 있다.²⁵⁾

그러나 企業들은 電子商去來 導入시 國內狀況 및 導入에 따른 波及效果를 正確히 分析함은 물론 관련 이슈들에 대한 比較와 分析을 통하여 對應策을 마련하는 것이 先行되어야 할 것이다.

盲目的인 情報化나 開放은 오히려 脆弱한 國內 情報産業의 競爭力을 弱화시킬 憂慮가 있으며, 電子商去來 관련 소프트웨어의 競爭的인 購買나 實益 없는 過多投資를 招來할 가능성이 높다. 標準 등의 분야에서는 일부 受容할 부분도 있으나 美國이 主導하는 標準化 先導 作業 역시 自國의 情報通信 産業을 保護하기 위한 의도에서 진행하고 있으므로 이에 대한 慎重한 대응이 필요하다.

25) <http://cio.seoul.kr/970220/cioceo.htm>

26) <http://forum.nca.or.kr/info/upt/1997/4-6/focus1/fo4-6.html>

【참고 문헌】

1. 國內文獻

- 교통개발연구원, 종합물류정보망 구축 방안, 수탁연구자료, 1996.
- 신동민, "전자상거래(CALS/EC)의 추진현황 및 향후전망," 산업포커스
- 이동근, '전자상거래 국제동향과 정책 방향,' 97년도 무역학과 정기 세미나 발표자료, 숭실대학교 무역학과, 1997년 11월
- 이재규, 조영희, "인터넷의 상업적 활용방안," 정보화 저널, 한국전산원, 1997. 3. 19.
- 정완용, "전자상거래 관련 법제의 검토," 통신시장, 97. 5.
- 정진섭, "전자문서 출현과 EDI 법적 문제," 94.법조, 9
- 매일경제신문, 1997년 19월 27일자

2. 外國文獻

- Carrie Beam and Arie Segev, The Rise of Electronic Commerce: Contributions From Three Factors, CITM 96-WP-1015, Fisher Center for Information Technology & Management, Walter Haas School of Business, University of California, Berkeley
- Carrie Beam, Arie Segev, and J. George Shanthikumar, Electronic Negotiation through Internet-Based Auctions. CITM Working Paper 96-WP-1019 Fisher Center for Information Technology & Management, Walter A. Haas School of Business, University of California, Berkeley
- Carrie Beam and Arie Segev, Electronic Catalogs and Negotiations, Working Paper CITM-96-WP-1016, The Fisher Center for Information Technology and Management, Institute of Management, Innovation and Organization, University of California, Berkeley
- Carrie Beam and Arie Segev, The Rise of Electronic Commerce Contributions From Three Factors, CITM 96-WP-1015, The Fisher Center for Information Technology & Management, Walter Haas School of Business, University of California, Berkeley
- Michael Bloch, Yves Pigneur, and Arie Segev, On the Road of Electronic Commerce A Business Value Framework, Gaining Competitive Advantage and Some Research Issues, Working Paper CITM-96-WP-1013, The Fisher Center for Information Technology and Management, Institute of Management, Innovation and Organization, University of California, Berkeley
- Georges Ferné, Electronic Commerce: A New Economic and Policy Area, Journal of Internet Banking and Commerce, wysiwyg://31http://www.arraydev.com/commerce/jibc/9704-08.htm.
- International Data Corporation(IDC) Internet Commerce Market Model Dynamic

- Growth of Web Commerce, <http://www.idc.com/f/HNR/ic2001f.htm>
- International Data Corporation(IDC), Internet Leapfrog: The Impact of the Internet on global Economic Competition, 1997, <http://www.idc.com/f/Ei/gens15.htm>
- Claiborne H. Johnson, Jr., Edward M. Roche, Arie Segev, Rajan Srikanth, Dadong Wan, Business Issues of the Information Superhighway A Research Agenda, Working Paper, CITM-94-WP-1001, The Fisher Center for Information Technology and Management, Institute of Management, Innovation and Organization, University of California, Berkeley.
- Arie Segev, Dadong Wan, Carrie Beam, Burt Toma, David Weinrot, Internet-Based Financial EDI: A Case Study, Working Paper CITM-95-WP-1006, The Fisher Center for Information Technology and Management, Institute of Management, Innovation and Organization, University of California, Berkeley, August 1995
- Vladimir Zwass, Electronic Commerce: Structures and Issues, International Journal of Electronic Commerce, Vol.1.No.1, Fall 1996,[http://www.cba.bgsu.edu/ijec/v1n1/p003fOn-Line\(Internet\)文獻](http://www.cba.bgsu.edu/ijec/v1n1/p003fOn-Line(Internet)文獻)
- <http://cio.seoul.kr/970220/sple.htm>
- <http://cio.seoul.kr/970220/cioceo.htm>
- <http://forum.nca.or.kr/info/iipt/1997/4-6/focus/1/1fo4-6.html>
- <http://www.commerce.net/services/buzz/>
- <http://www.mic.go.kr/~infopro/calsmeth.htm>
- <http://www.kotel.co.kr/info/t961210t.htm>
- http://www.korealink.co.kr/cyber/cyber3_1.htm
- <http://www.keb.or.kr>
- <http://www.metaland.com/>
- http://www.oecd.org/subject/electronic_commerce/documents/
- <http://www.saerc.org/info/dodedi/>
- <http://www.sunjoo.co.kr/ok/news/july/0721ec.html>
- <http://www.sunjoo.co.kr/ok/news/july/0721ec.html>
- <http://www.un.or.at/uncitral/>
- <http://www.whitehouse.gov/WH/New/Commerce/>