

인터넷전자상거래확산을 위한

# Cyber Shopping Expo'98

최근 국제무역기구 등을 통해 인터넷 전자상거래 방식의 교역에 대해 무관세화가 적극 추진되고 있고, 미국, 캐나다, 일본 등 선진국을 중심으로 인터넷 전자상거래에 대해서 소비세나 부가세 등 내국세도 부과하지 말자는 움직임이 강력하게 일어나고 있어 전자상거래는 21세기에 가장 중요한 유통 혁신 수단으로 부각될 것으로 전망되고 있다.

유재우 / 한국정보통신진흥협회 전자상거래팀장

최근 인터넷 전자상거래는 WTO체제와 함께 개방적인 전자경제(Electronic Economy)체제의 기반을 형성, 미래 국가산업 경쟁력 향상의 핵심수단으로 부각되면서 세계적인 관심이 되고 있다. 빠르고, 안전하며, 편리한 쇼핑을 모토로 하는 인터넷 전자상거래는 세계를 연결하는 개방형 통신망인 인터넷을 통해 재화나 용역을 거래함으로써 세계시장을 무대로 손쉽게 마케팅을 전개해 나갈 수 있다는 점에서 세계의 주목을 받고 있는 것이다.

특히 최근 국제무역기구 등을 통해 인터넷 전자상거래 방식의 교역에 대해 무관세화가 적극 추진되고 있고, 미국, 캐나다, 일본 등 선진국을 중심으로 인터넷 전자상거래에 대해서 소비세나 부가세 등 내국세도 부과하지 말자는 움직임이 강력하게 일어나고 있어 전자상거래는 21세기에 가장 중요한 유통 혁신 수단으로 부각될 것으로 전망되고 있다.

세계적으로 인터넷 이용인구는 '97년말 기준으로 1억명 정도로 추산되고 있으며, 2005년에는 10억명으로 증가할 것으로 예측되고 있다. 이처럼 폭발적인 인터넷 이용인구의 증가 추세에 따라 세계 전자상거래 시장규모도 94년 8백만달러 정도였던 시장규모가 '97년에는 2백40억달러(3,000배 성장) 정도의 시장을 형성한 것으로 추정되고 있으며 2002년에는 그 규모가 약 8천억달러(33배 성장)로 대폭 늘어날 것으로 예측되고 있다.

실제로 세계적인 전자상거래 사업의 대표적 성공 사례로 거론되고 있는 아마존의 경우 인터넷 가상서점을 개설하여 '96년 매출이 1천6백만불이었던 것이 '97년에는 1억4천8백만불로 무려 825%나 증가하였다.

또한 인터넷을 이용해서 주문형 컴퓨터 판매를 개시한 Dell Computer의 경우에는 '97년 1월 월간 매출이 1백만불에서 '97년 12월의 월 매출액은 6백만불

로 성장하였고 인터넷으로 자동차를 중개하는 오토바이-텔은 '96년 18억불의 매출에서 인터넷 전자상거래를 이용함으로써 '97에는 60억불로 매출 증가세를 기록하고 있다.

국내의 경우에는 아직은 전자상거래 시장규모가 미미하다. 국내에서는 '96년 하반기 경부터 본격적으로 인터넷 전자상거래가 시작되어 역사가 짧은 상태이고, 국내 전자상거래 시장규모 또한 '97년 기준 약 70억원 정도로 아직 미미한 상태에 있다. 그러나 국내 전자상거래 시장도 2000년에는 450억원 규모, 2002년에는 2,100억원 규모로 고속 성장할 것으로 전망되고 있다.

국내 인터넷 이용인구는 '97년에 2백5십만명을 기록하고 있으며, 2002년에는 1천9백만명으로 매년 50% 이상의 증가세를 보일 것으로 전망되고 있다.

또한 국내 전자상거래 시장은 소비자들의 78%가 전자상거래를 통해 물품을 구매할 의향이 있다고 한 반면 실제로 원격쇼핑을 통해 상품을 구매한 경험이 있다고 응답한 사람은 19% 정도에 불과하여 잠재 수요가 매우 큰 것으로 분석되고 있다. 이러한 정황들을 볼 때 국내 전자상거래 시장의 고속 성장은 충분히 예측 가능한 것이며, 어쩌면 현재의 전망을 뛰어넘는 성장 가능성도 충분히 점쳐볼 수 있을 것이다.

그러나 이러한 전자상거래 시장의 고속 성장을 현실화하기 위해서는 잠재되어 있는 고객의 수요를 촉발시킬 획기적인 조치가 필요하다. 이러한 조치의 일환으로 고객에게 인터넷 전자상거래의 장점을 직접 체험할 수 있도록 하여 고객중심의 On-Line거래 모델을 확립함으로써 국내 전자상거래 시장을 확산시키기 위한 행사가 금년 9월~10월 2개월간에 걸쳐 개최된다. 『Cyber Shopping Expo '98』이라고 명명된

동 행사는 국내 인터넷 전자상거래의 이용을 촉진하여 획기적인 발전을 도모하고, 이를 통해 생산과 소비의 호순환을 유도함으로써 경제·산업 전반의 성장과 국가 경쟁력을 강화하는데 일익을 담당하기 위해 개최되며 잠재되어 있는 국내 전자상거래 시장을 촉발시키는 중요한 계기가 될 것으로 기대된다.

한국정보통신진흥협회가 동아일보사 및 전자신문사와 공동으로 주관하고 정보통신부, 산업자원부, 중소기업청 등 3개 부처가 공동으로 주최하는 이 행사는 전자상거래를 통해 기업과 소비자간 직거래를 증대함으로써 국내 전자상거래 산업의 발전은 물론, 기업에게는 판매 촉진의 기회를 제공하고, 소비자에게는 알뜰하고 건전한 구매를 지원하게 될 것이다.

동 행사에는 현재 사이버 쇼핑몰을 개설하여 운영중에 있는 주요 기업들과 전문적인 사이버 스토어들이 참여하여 인터넷을 통해 농수산물 및 지역특산물, 생활필수품, 각종 공산품은 물론 책, S/W 등 고객이 필요로하는 다양한 상품들을 할인된 가격으로 고객에게 판매하게 된다. 인터넷이라는 사이버 공간을 이용해 공급과 수요를 직접 연계하는 대대적인 사이버 바겐세일 행사를 개최하는 것이다.

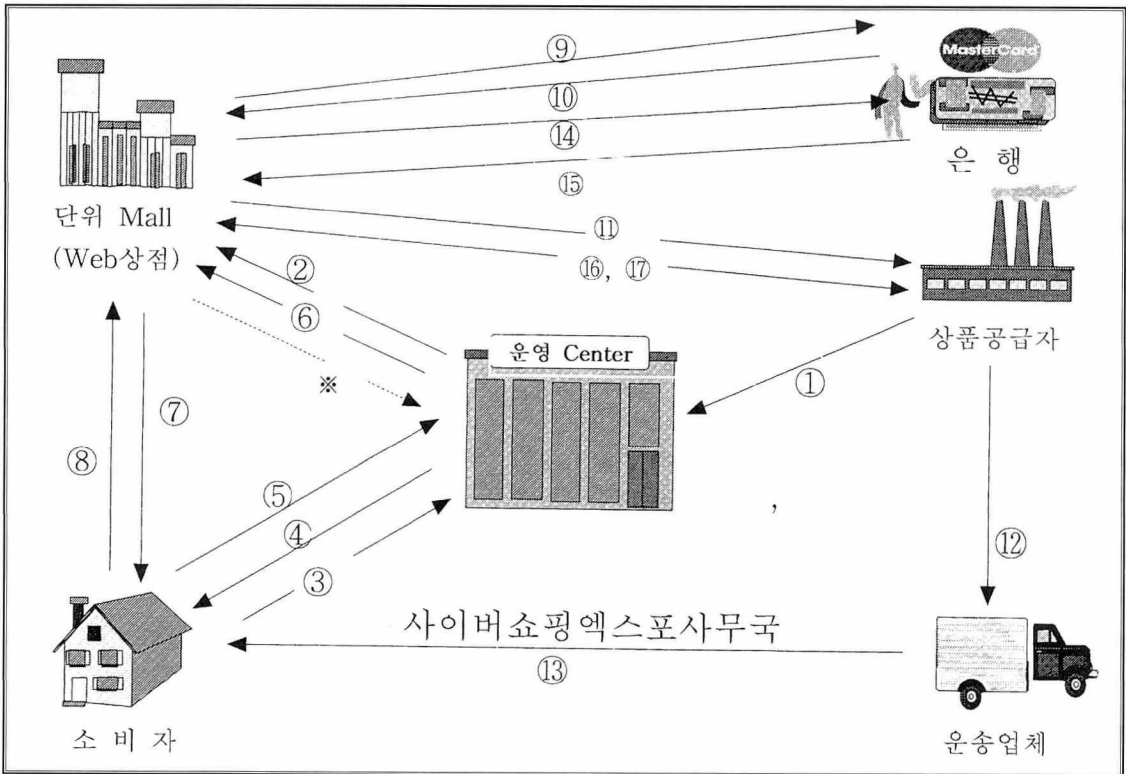
동 행사의 성공은 그 만큼 일반인들에게 전자상거래에 대한 인식을 확산시키는 결과가 되므로 행사의 성공을 위해서 공동주관기관인 동아일보사와 전자신문사를 중심으로한 언론과 TV, 라디오, 거리홍보, 옥외광고, 각종인쇄물 및 ISP/PC통신업계의 지원을 통한 온라인상에서의 홍보 등 다각적인 홍보전략과 방안을 수립하여 추진하고 있다.

또한 행사를 통해 소비자는 우수한 상품을 값싸고 편리하게 구입할 수 있게 되고, 생산자는 자신의 상품을 직접 고객에게 판매할 수 있게 됨으로써 유통경비를 최소화하여 부가가치를 높일 수 있을 것으

로 기대된다. 아울러 이 행사를 통해 전자상거래 관련 고객확보 및 매출증가 효과와 각 쇼핑몰 사이트에 대한 홍보효과 등의 직접적인 효과이외에 쇼핑몰의 집중화로 Network효과 추구가 가능하고 고객중심의 마케팅과 전자상거래 모델을 정비할 수 있으며, 중소기업체 상품에 대한 판로확보와 중소기업 전문 사이버 스토어를 육성할 수 있는 등의 전자상거래 산업육성측면에서 여러 각도의 효과

를 얻을 수 있을 것으로 보여진다. 그리고 이 행사를 통해 인터넷 전자상거래의 특징점을 경험한 고객들이 증가하여 전자상거래에 대한 인지도 및 친숙도가 확산되어 국내 전자상거래 시장을 확대함으로써 현재 세계적인 이슈가 되고 있는 전자상거래 분야에서 국가 경쟁력을 강화할 수 있는 기반을 마련할 수 있을 것으로 기대된다. ❖

### 〈 Cyber Shopping Expo' 98 흐름도 〉



- ① 상품등록 신청 ② 등록상품 배정 ③ 쇼핑정보 검색 ④ 해당상품 List제공 ⑤ 관심상품 선택 ⑥ 관심상품 상세정보 조회 및 상품보유 Mail Link ⑦ 상품상세정보 및 주문 ⑧ 구매신청 ⑨ 인증요청 ⑩ 인증회답 ⑪ 주문내역통보 및 배송요청 ⑫ 배송요청 ⑬ 배송 ⑭ 지불요청 ⑮ 지불 ⑯ 판매대금요청 ⑰ 판매대금지불 (On-Line/Off-Line방식)