

□ 특집 □

전자상거래 정책 추진 방향

이 승 원[†]

◆ 목 차 ◆

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| 1. 서론 | 5. 전자상거래 활성화를 위한 정부의 역할 |
| 2. 전자상거래의 부각 | 6. 전자상거래 기반 구축과 이용촉진환경 조성 |
| 3. 전자상거래 개념 및 유형 | 7. 결 론 |
| 4. 전자상거래의 파급효과 및 시장잠재력 | |

1. 서론

최근 인터넷의 폭발적인 확산에 따라 전자상거래가 시간적, 공간적 제약을 극복한 새로운 시장으로 부각되고 있으며, 세계 각국은 국가경쟁력 제고를 위한 핵심수단으로 전자상거래의 활성화를 추진하고 있다.

전자상거래는 기업내 또는 기업간 업무의 효율성과 투명성을 높일뿐 아니라 본격적인 사이버마켓을 형성하고 있어 전세계적으로 기업, 개인, 정부 등 모든 경제주체의 관심분야로 대두되고 있다.

2. 전자상거래의 부각

인터넷을 통한 전자상거래는 국경을 초월하여 무한경쟁이 가장 먼저 구현되는 분야로, 선진 각국은 전자상거래 세계시장을 선점하기 위한 노력을 가속화하고 있다.

미국은 세계 최고인 자국의 정보통신산업을 통해 경제패권을 공고화하기 위해 인터넷 거래 무관세, 지적재산권 보호 등 전자상거래의 주요 현

안문제에 대한 국제적인 합의를 유도하고 있다. 이러한 시도는 '97. 7월에 발표된 '범세계적 전자상거래 기본구상(The Framework for Electronic Commerce)'을 통해 구체화되기 시작하였다.

미국의 '범세계적 전자상거래 기본구상' 발표 이래 OECD, WTO, APEC 등 국제기구에서 전자상거래가 주요 논의사항으로 부각되고 있다. 세계 각국은 전자상거래의 민간주도, 기존 과세원칙의 존중 등 기본원칙에 대해서는 공감대를 형성하고 있으나, 내국세, 지적재산권 보호 등 세부사항에 대해서는 미국과 EU간, 선진국과 개도국간 입장 차이가 존재하고 있다.

한편, '98년 10월 캐나다 오타와에서 개최된 OECD 전자상거래 각료회의는 그동안의 전자상거래 논의를 종합, 소비자 및 개인정보 보호, 인증 등에 대해 정부차원의 구체적인 행동계획을 마련하고 기본적인 합의를 도출하였다.

이러한 세계적인 추세에 대응하고 정보화를 통해 국가경쟁력 제고 및 지식경영기반 구축을 위해서는 아직 초기단계에 있는 국내 전자상거래의 활성화가 시급히 요청되고 있다.

3. 전자상거래의 개념 및 유형

전자상거래는 기업, 개인, 정부 등 경제주체들

[†] 정회원 : 정보통신부 정보화지원과 사무관

4 정보처리 제6권 제1호 (1999 1)

이 정보통신기술을 활용하여 상품 및 서비스를 교환하는 거래방식이라고 정의할 수 있으며, 좁은 의미로는 인터넷의 확산에 따라 거래활동에 인터넷을 이용하는 방식이라고 볼 수도 있다.

전자상거래의 유형은 경제주체간의 관계에 따라 기업간(Business to Business), 기업과 개인(Business to Consumer), 기업과 정부(Business to Administration), 개인과 정부(Consumer to Administration) 등으로 분류할 수 있다.

기업간 또는 기업과 정부간 전자상거래는 EDI, CALS 등이 주요 수단으로 활용되고 있는데 기획, 생산, 조달, 물류 및 유통 등의 기업활동과 관련된 정보를 타 기업과 네트워크를 통해 공유·교환함으로써 업무처리 및 제품생산기간 단축, 재고비용 절감, 오류감소에 의한 품질향상, 시장이나 소비자의 성향 변화에 대한 대응력 향상 등 경영전반의 효율성과 투명성을 높이기 위한 경영혁신전략으로 활용되고 있다.

한편 기업과 개인간 전자상거래는 기존의 유형 상품뿐만 아니라 소프트웨어, 영상·음반물과 같은 디지털 상품 및 서비스의 판매와 구매, 디지털 상품의 전송, 전자지불, A/S 등의 거래절차가 인터넷상에서 시간과 공간의 제약 없이 이루어질 수 있는 새로운 시장을 창출하고 있다.

4. 전자상거래의 파급효과 및 시장잠재력

상거래에 새로운 정보기술이 지속적으로 활용되면서 전자상거래는 거래비용(Transaction Cost)을 절감시키고, 시간적·공간적 제약을 극복한 새로운 시장과 사업기회를 창출하여 기업의 경쟁력과 산업 및 시장구조에도 지대한 영향을 미치고 있다.

시장에서 유통되는 정보 및 거래방식의 전자화는 시장의 전자화를 의미한다. 시장의 전자화는 상품의 구매 및 판매에 소요되는 정보수집 및 배포 비용, 계약이행에 수반되는 업무처리 및 물류

비용 등의 거래비용을 감소시킬 뿐만 아니라 시장에서 유통되는 정보의 투명성을 증대시킨다.

이에 따라 경쟁력이 높은 선진 기업은 고부가가치를 창출하는 핵심능력만을 자체에서 보유하고, 기타 업무는 외부업체에 이양(Outsourcing)하는 형태의 가상기업을 구현하는 사례가 늘어나고 있다. 가상기업의 구현은 환경변화에 대처할 수 있는 기업의 유연성을 증진시키고, 장기적으로는 '계열'로 대표되는 수직적 통합형태의 산업구조를 변화시킬 것이다. 또한 시장의 투명성 확대는 기업간 경쟁을 촉진시켜 수요자 위주의 완전경쟁 시장을 형성하게 할 것이다.

한편 전자상거래는 상품과 서비스 교역 시장을 확대시킬 것으로 예상되는데, OECD는 IDC, INPUT, E-LAND 등 12개 기관 전망치의 평균값을 기준으로 '95~'97년간 세계 전자상거래 시장 규모는 연간 7.3억불이며, 2000~2002년에는 연간 1,545억불로 200배 이상 증가할 것으로 전망하고 있다. 더욱이 일부 시장조사기관에서는 2000년의 시장규모를 약 7,800억불로 예측하고 있는데, 이는 전체 도·소매시장규모의 약 10%에 달한다. 또한 이와 같은 거래형태의 전자화는 전자상거래 시장의 양적인 확대뿐만 아니라 거래대상의 질적 변화를 야기시켜 무형의 상품과 서비스에 대한 수요를 크게 증가시킬 것이므로 새로운 시장과 고용기회를 제공하게 될 것이다.

5. 전자상거래 활성화를 위한 정부의 역할

전자상거래 활성화를 위해 정부는 신규 수요를 창출하는 이용자, 기술개발지원 및 기반조성 등의 역할을 담당하는 공급자, 안전하고 공정한 환경조성의 역할을 담당하는 정책수립자의 3차원적 역할을 수행해야 할 것이다.

이용자로서의 정부는 전자상거래의 도입이 사회전반의 효율성을 높혀 국가경쟁력 강화에 도움

이 된다면, 정부는 다수가 참여할 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다. 국내에서 추진되고 있는 조달 EDI, 통관/무역 EDI 등은 민간에서 도입을 유도하고 있는 상황에서 정부가 선도적으로 도입을 추진하여 신규 수요를 창출하는 경우에 해당한다.

공급자로서의 정부는 수요가 큰 요소기술 중에서 위험부담이 높고, 개발에 성공할 경우 국가 전체적으로 부가가치 창출의 효과가 지대하다면 신기술의 개발을 지원하는 것이 바람직하다. 따라서 전자상거래와 관련된 기술개발이 수입대체 효과를 유발하거나 국가의 기반조성 역할을 담당할 경우 정부가 지원할 당위성을 갖는 것이다.

정책수립자로서 정부의 역할은 전자거래의 법적 효력, 소비자보호, 지적재산권 보호 등 안전하고 신뢰성 있는 전자상거래 실현을 위해 필요한 법과 제도를 국제적인 논의 동향을 고려하여 정비해야 하는 것이다.

전자상거래 활성화를 위한 정부의 기본적인 입장은 기본적으로 정부규제를 최소화하고 시장기능에 따라 민간자율적으로 추진되어야 한다는 것이며, 정부는 안전하고 신뢰성 있는 전자상거래 구현을 위한 기반 구축과 이용촉진환경 조성에 주력하는 것이다.

6. 전자상거래 기반 구축과 이용촉진환경 조성

이를 구체적으로 실현하기 위한 정부의 정책 방향을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 이용자로서의 정부는 조달 EDI, 국방 CALS, 건설 CALS와 같이 파급효과가 큰 공공부문에 전자상거래 적용을 통해 유용성을 검증하고 초기수요를 창출하여 민간부문으로의 전자상거래 확산기반을 마련하고 있다.

현재 시범운영중인 정부조달 EDI 사업은 2001년까지 정부조달업무의 전자화를 전면적으로 시

행하고, 공공부문 전체의 조달업무 전자화를 위해 국방조달, 공기업 조달 전자화와 연계하여 추진할 계획이다. 2001년까지 조달문서 EDI처리비율을 80% 이상으로 높이고, 참여기관은 모든 수요기관(26,000개)과 연 10건 이상을 거래하는 조달업체(약6,300개)로 확대할 것이다.

또한, 서적, 음반, 컴퓨터, 여행 등 전자상거래 도입이 용이한 업종을 대상으로 다양한 시범사업을 추진하여, 새로운 거래방식의 도입에 따른 사회·문화적, 법·제도적 문제점 파악 및 해결방안을 제시함으로써 안전하고 신뢰성 있는 전자상거래 기반환경을 조성할 계획이다.

아울러 농가와 농협물류센터 등에 웹사이트를 구축하여 농민과 소비자간의 농산물 직거래를 위한 전자상거래와 금융망, 정보망, 물류망을 보유하고 있는 우체국을 활용하여 우선 우편주문판매를 대상으로 한 전자상거래를 추진할 것이다.

둘째, 공급자로서의 정부는 전자상거래 관련 기술개발 및 기반조성을 담당하여 전자상거래의 활성화를 추진하고 있다.

상대적으로 선진국에 비해 뒤 떨어져 있는 기술수준을 제고시키기 위해 암호화, 전자서명, 전자지불 등 관련 기술개발 및 표준화를 산·학·연 공동으로 추진하도록 지원하고 있다. 앞으로 기술개발과제 수행기관 공모시 특화기술 보유집단을 선정하여 기술개발 능력을 육성하고, 개발된 기술은 공공부문의 시범사업 추진시 우선 적용하는 한편 민간기업으로의 신속한 기술이전을 통해 사업화를 유도할 계획이다.

아울러 전자상거래 유망업종인 출판, 음반, 영상, 게임 등 우수한 디지털 상품을 확보하고 수출 상품으로 육성하기 위해 유망 중소기업 지원, 전문인력 양성, 기술개발 지원 등을 통해 고부가가치 지식집약 산업인 멀티미디어 콘텐츠 산업발전을 위한 시책을 추진할 계획이다. 또한 전자상거래의 기반이 되는 초고속정보통신망의 고도화를

위해 2002년까지 전국 144개 시내통화권역을 연결하는 초고속광전송망과 전국 ATM교환망 구축 등 초고속기간전송망을 확충하고, 값싸고 편리한 Intelligent TV, UADSL 모뎀칩, Web-TV용 STB 등 새로운 정보단말기를 개발·보급할 것이다.

셋째, 정책수립자로서의 정부는 관계부처간 역할분담을 통해 투명하고 일관성 있는 전자상거래 환경조성을 위한 법·제도 정비 등 전자상거래 관련 정책을 추진하고 국제 논의 동향에 공동으로 대응하고 있다.

관계부처와 협의하여 소비자보호, 개인정보보호, 지적재산권 보호, 조세제도 등 관련 법과 제도를 정비하고 있으며, 특히 전자서명 및 전자문서의 법적 효력을 규정하는 전자서명법을 제정('98년 12월)하여 '99년 7월부터 시행할 계획이다.

또한 OECD, APEC, WTO 등 국제기구의 전자상거래 관련 논의과정에 적극적으로 참여하여 국제적인 합의 도출과정에서 우리나라의 입장을 반영하고, 부문별 민간전문가로 자문단을 구성·운영할 계획이다.

7. 결 론

전자상거래는 기존의 상거래 방식을 단순히 전

자적 수단으로 보조·대체한다는 의미를 넘어 시장구조, 생활양식, 근로행태, 생산방식, 조직양태 등 사회경제체제 전반에 대하여 근본적인 변화를 가져올 것으로 전망된다.

다가오는 21세기 정보화사회에서의 국가경쟁력의 성패는 정부의 환경조성 노력과 더불어 민간부문이 얼마나 이러한 큰 변화에 잘 적응하여 시장경제기능 속에서 경영효율을 높이기 위한 구조조정을 가속화하고 경쟁력을 키워나가는가에 달려 있다고 볼 수 있다. 따라서 21세기 디지털경제 시대에 국가경쟁력을 확보하고 국민들의 삶의 질을 향상시키기 위해서는, 정부와 민간부문이 초기단계의 전자상거래를 활성화시키기 위한 공동노력을 더욱 강화하여, 경제전반의 효율성과 투명성을 제고하고 지식경쟁기반을 구축해 나가야 할 것이다.



이 승 원

1994년 서울대학교 사회과학대학
사회학과 졸업
1994년-현재 정보통신부 정보화
지원과 사무관