

EDI와 輸出企業의 推進戰略에 관한 研究

이 근 영*

A Study on EDI & It's Promotion Strategy by the Exporting Firm

Keun Young Lee*

요 약

EDI의 발달은 국가간 교역량 규모확대 및 무역절차 간소화 문제의 해결·원활하고도 신속한 무역업무의 처리 및 비용·시간의 절감 효과 외에도 기업의 대외경쟁력 강화 등에 매우 큰 역할을 담당하고 있다. 우리나라는 IMF위기로 기업의 신용과 국가 이미지가 크게 하락한 시점에서 수출증대를 통한 국가신인도의 회복에 주력하고 있으며 이러한 일환으로 무역EDI를 통한 수출증대에 중점을 두고 있다.

따라서 본고는 EDI의 확대에 따른 수출기업의 추진 전략을 모색하는 데에 목적을 두고 연구한 결과, ① 즉각적 선택안을 제공해 줄 EDI시스템의 개발 ② 전사원적 차원에서의 정보마인드화 ③ 마케팅 전략 도구로서의 웹사이트 개발 ④ Cyber Shopping Mall의 구축 등이 매우 시급한 것으로 나타났다.

Abstract

The development of EDI is playing a very great role in strengthening corporate competitiveness in the foreign market in addition to the expansion of the size of trade volumes between nations and the solution of the problem of streamlining procedures for trade as well as the smooth processing of trade business and cost and time savings effects. At point in time that corporate credibility and national image in Korea have greatly fallen in the IMF-supported regime, Korea is making every effort to restore its national credibility through the expansion of exports and focusing on the increase of exports through EDI for trade as part of this. Therefore, this study was intended to probe the EDI promotion strategy of the exporting firm with the development of EDI. As a result, the following conclusion was drawn :

- (1) Development of the EDI system to provide immediate options.
- (2) Making the staff information - minded at a company-wide level.
- (3) Development of the website as the tool of the marketing strategy.
- (4) Construction of the Cyber Shopping Mall.

* 경원전문대학 비서과 조교수
논문접수: 99. 2. 24. 심사완료: 99. 3. 22.

I. 서론

최근 정보통신의 발달과 인터넷이용의 대중화로 인터넷 전자상거래(Internet Electronic Commerce)가 새로운 경제활동으로 등장하여 폭발적인 확장세를 지속하고 있다.

미국 등 세계 주요국은 전자상거래에 적절하게 대응하기 위한 정부보고서로 "지구촌 전자상거래 기본계획" 및 "경제구조의 변화와 창조를 위한 행동계획" 등을 잇달아 발표하고 있으며, EU도 독일 본(Bonn)에서 "범세계 정보망"에 관한 각료회의를 개최하여 본선언을 채택하였다.

OECD도 핀란드 트루크에서 "지구촌 전자상거래 구현을 위한 장애극복(Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce)" 회의를 개최하였으며, 향후 인터넷전자상거래 논의가 신무역라운드(소위 인터넷라운드)로 부상하고 있는 중이다.

또한 물리적 공간의 시장없이 국제적인 컴퓨터통신 네트워크인 인터넷에 의해 이루어지는 광속의 전자상거래는 정보통신기술의 발달과 컴퓨터의 이용이 확대되면서 급속하게 증가하여, 기존의 상거래가 갖는 시간적·공간적 제약으로부터 벗어나 앞으로 새로운 국제교역시장(Cyber Market)으로 등장하였으며, 미국을 비롯한 세계각국은 이러한 인터넷 전자상거래의 무한한 성장잠재력과 발전가능성을 인식하고 시장의 주도권 장악을 위하여 많은 노력을 기울이고 있다.

특히, "서류없는 전자상거래"를 구현하기 위한 EC(Electronic Commerce) 및 CALS (Commerce At Light Speed)에 대한 세계적인 관심이 고조되고 있는데, 이러한 EC와 CALS의 중심부분에서 근간을 이루는 핵심정보기술이 바로 전자문서교환(EDI: Electro-nic Data Interchange)이다. EDI는 국제간 또는 국내기업간에 상거래와 관련된 각종 문서 및 데이터를 표준화된 형태로 컴퓨터로 주고받는 정보기

술로서, EDI가 발달함에 따라 국가간 교역량 규모확대 및 치열한 경쟁력으로 인한 무역절차 간소화 문제의 해결·원활하고도 신속한 무역업무 처리 및 이에 따른 비용·시간의 절감과 기업의 대외경쟁력 강화 등에 매우 큰 역할을 담당하고 있다.

한편 우리나라는 IMF 경제위기로 기업의 신용과 국가 이미지가 곤두박칠 치고 있는 현 시점에서 경제 위기의 유일한 돌파구로 수출증대를 통한 국가신인도의 회복에 주력하고 있다. 이러한 수출증대의 일환으로 국내 수출기업들도 정보기술 네트워크를 적극적으로 이용하는 방안을 모색하고 있는 바, 이러한 국내 수출기업들의 전자상거래의 확산은 업무처리의 단축, 비용절감 및 품질향상 등의 생산성 향상을 실천하고 국제경제의 무대에서 생존할 수 있는 중요한 마케팅 수단으로서 등장하고 있다.

따라서 본고에서는 이러한 세계 및 국내 전자상거래의 발달에 따른 향후 나타날 인터넷 전자상거래의 확대에 따른 국내 수출기업들의 추진전략을 모색하고자 한다.

보고는 제II장에서는 EDI의 개념과 특성을 살펴볼 것이며, 제III장에서는 무역EDI의 국내외 현황 및 향후 전망을, 제IV장에서는 무역EDI의 확대에 따른 국내 수출기업의 당면과제와 이의 해결방안을 모색할 것이다. 마지막으로 제V장에서는 요약 및 결론을 제시하였다.

II EDI의 개념과 특성

1. EDI의 개념

EDI는 전자거래를 구현함에 있어 거래행위의 실천적 수행이라는 측면에서 그 중요성이 특히 강조되며 이용자와 공급자간을 직접 연결하는 수단일 뿐 아니라, 나아가 CALS와 EC라는 전자상거래가 성립되기 위한 다양한 절차상의 문제들을 해결하는 수단으로 부

각되고 있다.

IDEA(International Data Exchange Association)에 의하면, "구조화된 데이터(= 정형화된 형식에 맞추어 구성·조합한 데이터)를 합의된 문서표준(= 사용자간 문서방식의 불일치를 줄이거나 없앰으로써 정보서비스 시스템간에 이루어지는 문서교환을 용이하게 하기 위한 문서작성의 표준화된 메시지로써 문서교환을 통한 자료입력비용의 감소, 서류작성업무의 감소, 기록의 정확성을 꾀하는 데에 목적을 둠)에 의해서 작성하여 한 컴퓨터 시스템으로부터 다른 시스템으로 전자적 수단(= 인터넷, 전자결제 등)을 통하여 전달하는 것"으로 정의되고 있다.

즉, EDI란 "정보통신시스템을 이용한 서비스로 거래 당사자간의 자유의사에 의해 법적 효력을 갖춘 표준화된 문서를 교환하여 상거래나 업무를 처리하는 것"을 의미한다.

2. EDI의 특징

EDI를 이용하는 가입자들은 문서교환에 필요한 시간과 노동력을 줄임으로써 많은 이익을 얻을 수 있다. 이의 효과를 구체적으로 살펴보면 다음의 <표 1>과 같다.

표 1. EDI의 도입효과

	기 대 효 과
직접적인 효과	문서거래시간의 단축 자료의 재입력 방지 업무처리의 오류 감소 업무처리비용의 감소
간접적인 효과	제고감소 효율적인 인력활용 관리의 효율성 증대 고객서비스 향상 효율적인 자금관리
전략적인 효과	거래상대방과의 관계개선 전략적 정보시스템 구축 새로운 사업으로의 확대 경쟁혁신 및 경쟁우위 확보

그러나 EDI는 비표준화된 정보의 교환이 불가하며 문서표준화에 많은 문제점을 안고 있기도 하다.

3. EDI의 구성요소

EDI를 구성하는 중요한 요소로는 EDI서비스 관련 주체인 EDI서비스 제공업자와 EDI서비스 이용자, 그리고 EDI서비스 관련기술로는 EDI표준과 H/W, S/W를 포함한 EDI시스템 등을 들 수 있다.

3.1 EDI 사업자

EDI는 어느 한 시스템에서 다른 시스템으로 전화회선이나 기타 전송선을 통해 전자문서를 전송한다. EDI를 위한 시스템간의 접속은 거래상대방의 수가 적을 때는 효과적이나, 시스템 수가 많으면 회선유지비용이 커지며 송수신시간을 조정하거나 전자문서의 보안을 유지하기가 힘들다. 이때 EDI서비스 기본업무처리나 중계기능을 갖고 있는 부가가치 통신망(Value Added Network : VAN) 사업자들이 서비스이용자들 사이에서 그들의 업무를 대행해 줄 수 있으며 이용자는 VAN사업자들의 존재로 투자비용의 절감, 송수신시간의 조정, 보안의 강화 등의 효과를 갖는다.

3.2 EDI이용자

실제 EDI를 이용하는 소비자로서, 이들에게 EDI는 그 자체가 목적이 아니라 업무효율화의 수단이므로 사용으로 인한 만족과 비용절감의 효과를 얻으려 한다. 소비자로서 이들은 안전할 권리, 정보를 받을 권리, 선택할 권리, 그리고 의사존중의 권리를 갖고 있으며, EDI의 발전과 활성화에 견인차로서의 역할을 한다.

3.3 EDI 표준

표준이란 일반적으로 사람들간에 공정한 이익과 편리를 도모할 수 있도록 필요한 개념과 물건, 방법, 절차 등을 규정한 문서이며 표준화란 표준을 만들어 그것을 활용하도록 하는 조직행위까지 포함한다. 예로 각 기업이 자기 자신들만의 문서 포맷을 그대로 EDI를 통하여 다른 기업과의 문서교환에 이용한다면 대단한 혼란이 올 것이다. 따라서 EDI를 구현함에 있어서 표준을 개발하거나 표준을 선택하는 것은 가장 중요한 요소 중의 하나이다. EDI표준은 전자문서를 컴퓨터에서 읽고 작업하는데 필요한 구조를 제공해준다.

4. EDI의 시스템

EDI의 시스템은 크게 사용자 서류를 입력, 편집 및 출력하는 응용소프트웨어, 다양한 사용자 응용시스템에서 작성된 자료를 정해진 표준형태로 변환시켜주는 변환처리 소프트웨어(Translator), 국제표준메시지 형태의 전자번호를 전송해주는 통신 소프트웨어, EDI 메시지를 거래 상대방 사이에 중계해주는 메시지처리 시스템(Message Handling System: MHS), 그리고 사용자 단말기 등으로 구성된다.

응용소프트웨어는 사용자가 문서작성 시, 표준전자 문서의 각 항목을 만족시킬 수 있도록 하며, 거래상대방에게 송신하기 위하여 문서를 작성, 조회, 수정, 삭제하는데 활용되고 수신 전자문서를 조회, 출력하는데도 이용된다. 변환처리 소프트웨어는 EDI 표준과 연결되어있는 프로그램으로, 사용자응용 프로그램에서 작성한 데이터 파일을 EDI 표준 양식으로 변환하는 소프트웨어이다. 이 소프트웨어는 사용자의 고유양식에서 표준양식으로 변환해주는 서비스와 표준형식에서 사용자의 고유형식으로 변환해주는 서비스기능을 제공한다. 한편 EDI변환처리 시스템이 갖추어야 할 기능으로는 송수신 데이터 변환기능, 송수신 메시지의 적합조사 및 오류출력 기능, 수신시의 기능적 인지거래의 생성, 보안기능, 자동복구기능 등이 있다.

당시 TDCC는 데이터 표준, 메시지 형식, 표준코드, 통신 프로토콜 조정 및 컴퓨터에 의한 자료교환에 따른 세부사항 연구 등이 행해졌다.

EDI는 ACS(Automated Commercial System: 수출입통관 EDI)와 NATAP(North America Trade Automation Prototype: 북미3국 무역자동화 EDI) 등이 있다. 이 중에서 ACS는 미국세관이 운영하는 통합통관시스템으로 세관의 업무효율성 증대를 위하여 개발되었다. ACS는 세관, 회원에 속해 있는 수입사들, 그리고 세관과 연계되어 있는 정부협회들과 데이터 처리와 통신을 위한 목적으로 개발되었다. ACS참여는 자유의사이지만 실제로 매년 모든 신고제품의 90%이상, 그리고 80%이상의 적하목록이 EDI를 통해 이루어지고 있으며, 매일 40%이상의 관세, 소득세 및 통관비용이 전자적으로 결제되고 있다. ACS를 개발한 1993년 당시 10%의 생산성 향상 및 89년까지 약 5.8억 달러가 절감된 것으로 나타났다. 또한 그 당시 수입이 전년도 대비 100% 증가하였지만 실제 관리인원은 단지 7% 증가했으며, 수입통관을 거부당한 품목이 1983년에 1/6의 비율이었으나 1991년에는 1/100까지 그 비율이 낮아져 EDI의 도입효과가 매우 뛰어났음을 보여주고 있다.

III EDI의 최근동향

1. EDI의 해외동향

1.1 미국의 최근동향

미국의 경우 EDI는 1960년대 중반부터 여러 가지의 형태로 개발되기 시작하였다. 그중 대표적인 사례가 바로 기업간에 송수자료를 교환하는 것에 대하여 관심을 가지고 있던 몇몇 철도기업에 의하여 1968년에 결성된 TDCC(Transportation Data Coordination Committee : 운송자료 조정위원회)이다. 그

1.2 유럽의 최근동향

유럽의 EDI보급은 미국보다 다소 늦게 시작되었는데, 미국과 마찬가지로 운송업체를 중심으로 확산되었다. 이는 운송업에서 EDI가 기업간의 물류유통과정을 자동화함으로써 단기간에 획기적이고 거시적인 효과를 내기 때문일 것이다. 유럽EDI는 1980년대 초반에 서 유럽을 중심으로 시작된 전자우편시스템이 오늘날의 EDI로 발전하였다. EC의 '92년 시장통합을 목표로 한 액션 프로그램인 무역 EDI로 TEDIS(Trade EDI System)을 추진하고 있다. 1987년 처음 실행된 TEDIS 프로그램은 시장통합을 위하여 구성원 각국에서 추진하고 있는 EDI 관련 프로젝트를 조정하고 사용자에게 관련정보를 제공하는 것을 목표로 하고 있다. 따라서 통신 표준화정책에 관련한 국내 또는 구성원국간의 무역 전자문서교환에 관한 문제점의 검토, H/W, S/W의 적합시험 센터의 설립지원 등 폭넓은 활동을 전개하였다. 또한 표준으로는 EDIFACT를 사

용하고 있으며, 특히 무역EDI를 개발함에 있어서 저
 해요인이 되는 각국 국내법과의 관계문제 해결, 구성
 원 국별로 아직 많은 제약이 남아 있는 통신관련 규제
 문제 해결촉진과 검사 등도 TEDIS의 주요기능이다.

1.3 일본의 최근동향

아시아지역에서 가장 먼저 EDI를 도입한 일본은, '78~'83년간 수출입 항공화물 관리시스템(NACCS)을 구축한 이래, 현재 약 5만여 업체의 EDI가입자들이 있으며 이들 대부분이 유통산업에 속해 있으나 실제로는 제조업 및 선박회사들이 EDI를 주도하고 있다. 최근 EDI연계망 구축 등 전산업계로 EDI를 활성화시키기 위하여 관련 법·제도 개선에 역점을 두고 있으며, 각 부문별 EDI활동을 강화하고 있다. 이를 위하여 자국산업의 EDI활성화를 모색하고 자동화물신고시스템 및 자동특허등록 시스템을 EDI로 구현하기 위하여 필요한 통관관련법을 개정하였으며, 무역절차의 간소화를 위한 연구도 추진 중에 있다. 일본의 무역EDI는 통합된 형태는 없으나, 1985년부터 수출입 통합시스템을 위하여 가동되고 있는 NACCS를 통하여 수출입 항공화물의 처리, 화물의 관세납부, 반출입 제출, 보세운송 신고 등의 세관수속 대부분을 이용자에게 제공하고 있다. 또한 해상통관화물 및 선박화물 EDI로 NACCS와 유사한 SHIPNETS, S.C.NET 및 S.F.NET 등을 개시하였다.

1.4 NIC's 최근동향

또한 싱가포르의 사회적 환경에서 인구 230만명의 좁고 작은 나라이기 때문에 균일한 품질의 기간 통신시설이 잘 구비되어 있음은 물론 사회적 규율과 통제가 강한 나라라는 점에서 관주도에 의한 획일적 시행이 가능한 국가이기에 EDI를 도입하기에 매우 좋은 요소를 갖추고 있다. 싱가포르정부가 EDI를 추진하게 된 배경은 하루에 10,000여건이 넘는 무역건수, 무역신고를 위한 4~20여가지의 서류제출, 높은 물류비용 등에 기인하였다. 특히 무역EDI인 TRADENET는 싱가포르 전산망의 가장 근간이 되는 네트워크로 수출입승인 신청, 통관승인 신청, B/L, Airway Bill사항 변경신청, 시험분석 신청, 그밖에 방사선 물질검사 면허신청, 원산지 증명서 등을 EDI로 처리하고 있다. 싱가폴은

EDI구축으로 60%이상의 세관 검사시간을 단축한 것으로 나타나고 있다.

대만은 무역규모의 급속한 확대로 세관직원의 업무 부담이 가중되자 무역절차를 EDI방식으로 간소화하기 위해 '90년 11월 정부(재무부) 주도로 Trade VAN를 설립하였다. 이러한 무역 EDI를 통하여 대만은 통관 자동화망을 구축토록 하여 '92년 11월에는 항공화물통관 시스템을 구축하였고, '94년 11월에는 해상화물통관 시스템을 구축하여 수입신고 57%, 수출신고 53%를 전자적으로 처리하고 있다.

표 2. 국가별 EDI주체와 시스템의 특징

	주도주체	무역자동화시스템
미국	민간주도	통관, 화물
EC	민간주도	무역, 항공
일본	민간주도	항공, 선적
NIC's	정부주도	무역전반

2 무역EDI의 국내동향

우리나라는 1980년대 후반들어서 EDI가 본격적으로 사용되기 시작하였지만 아직은 선진국 및 선발 신흥공업국들에 비해서 그 역사가 짧은 편이다. 이후 우리나라는 1991년 "무역업무자동화 촉진에 관한 법률"을 제정함으로써 무역업무 EDI의 법적 근거를 확립한 것을 계기로 하여, 1994년 1월에 외환 및 상역부문 무역 EDI서비스(무역자동화망)를 개시하였다. 또한 1995년에는 무역 EDI서비스의 상용화 및 1995년 "화물유통촉진법"의 제정으로 물류 및 유통분야의 EDI의 법적 근거를 마련하였다.

2.1 무역EDI의 추진배경

무역자동화란 수출입에 관련된 각종 행정 및 상거래 서식을 컴퓨터가 읽을 수 있는 표준화된 전자문서의 형태로 바꾸어 컴퓨터로 주고받음으로써 궁극적으로 종이없는 무역을 실현하는 것을 의미한다.

이러한 무역자동화는 무역절차의 간소화와 무역정보의 신속하고 정확한 유통을 실현함으로써 무역업무의 처리시간과 비용을 절감시켜 산업의 국제경쟁력을 높

이는 효과를 가져다준다.

무역EDI서비스는 크게 3부분으로 구분이 가능한 바, 이에 대한 것은 아래의 표에 기술하였다.

표 3. 무역EDI의 구분

부분	업무	지정사업자
무역부문	무역업체와 은행간의 수출입 승인업무, L/C 관련업무 및 외환업무 등을 EDI로 처리	KTNET, 데이콤
	무역업체와 추천기관간의 수출입추천승인 및 VISA 발급 등을 EDI로 처리	
	무역업체와 적하보험사간의 적하보험청약업무, 보험증권발급 통지업무 등을 EDI로 처리	
통관부문	무역업체와 세관간의 수출입신고/명허업무, 수출입면허정보 제공업무, 보세·수출화물관리업무 등을 EDI로 처리	KTNET, 관세청
물류부문	무역업체와 선사간의 선복요청업무 선하증권발급 통지업무 등을 EDI로 처리	KTNET, 한국물류정보통신

이러한 무역EDI의 추진배경은 우선 대내적 요인으로는 기존의 수작업에 의한 무역업무처리의 한계가 가장 큰요인으로 작용하였다. 실제로 무역규모 및 무역거래 건수는 연평균 13% 이상 증가를 하며 무역거래 한건당 적게는 50개 많게는 150여개의 서류를 통용하는 실정이어서 복잡한 무역절차로 4주일 정도의 기간이 소요되어, 수출기업은 비용상승의 압박에 시달릴 수 밖에 없다. 또한 무역업무의 대도시 편중 및 중소기업, 지방무역업체의 해소하고자 EDI를 개시하였다.

대외적인 배경으로는 무역자동화의 국제적인 추세가 미국, EC, 일본 등은 물론 싱가포르, 대만, 홍콩과 같은 경쟁국뿐만 아니라 말레이시아, 중국 등도 추진하고 있으며, UN, 관세협력이사회 등 국제기구들도 적극 지원하고 있는 실정이다. 아울러 현재 우리나라의 수출교역국 중 80% 이상이 무역EDI 추진국들로 구성되어 있다. 이와 같은 급변하는 국제무역환경외에 무역제도 신진화와 행정규제 완화, 신속한 거래처리 및 소량다품종 수출요구의 증대에 대응하기 위해서는 EDI를 무역부문에 적극 도입하게 하였다.

2.2 무역EDI의 현황

1997년 10월 현재까지 수출 48개 업무와 수입 26개 업무중 각각 31개와 20개의 업무에 대한 EDI화함으로써 수출부문에서는 약 71%, 수입부문에서는 약 83%의 EDI화가 달성되었다.

표 4. 무역EDI 전자문서 완성도

구분	94년이전	94년	95년	96년	97년
연간 완성율	33%	15%	12%	15%	20%
연도별 누계	33%	48%	60%	75%	95%

표 5. 무역EDI서비스 가입자 현황 (1996년 12월 현재까지)

구분	무역업체	은행	추천기관	관세사	장차장	운송사	계
가입자수	2,308	45	10	481	1,032	424	4,300

우리나라의 무역EDI 전자문서 완성도는 94년 1월 외환, 상역부문 무역EDI서비스가 개시되면서 매우 급속한 발전을 거듭하고 있음을 보여주고 있다.

표 6. 무역EDI 연도별 가입자 현황

구분	94년초	94년말	95년말	96년말	97년
연간 가입자수(A)	12	640	882	681	93
연간 가입자수 누계	12	652	1,534	2,215	2,308
전체 무역업체수(B)	40,032	53,301	65,743	58,041	58,041
전체 가입율(A/B)	-	1.2%	2.3%	3.8%	4.0%
실제 무역업체수(C)	26,076	31,161	41,102	41,102	41,102
실제 가입율(A/C)	-	2.1%	3.7%	5.4%	5.6%
유효 무역업체수(D)	5,012	5,989	7,901	7,901	7,901
유효가입율(A/D)	-	10.9%	19.4%	28.0%	29.2%

주) 유효무역업체 : 연간 100건이상 수출입을 하는 업체
 실제무역업체 : 95년 12건이상 수출입을 한 업체
 전체무역업체 : 97년까지 무역업등록이 된 업체

2.3 무역EDI 도입효과

우리나라의 무역자동화 사업으로 인한 효과를 살펴 보면 현재 수출입 건당 평균 4주 걸리던 것을 1주로 수출입처리시간을 단축하였다. 무역자동화사업이 95% 정도 완성되는 98년말부터는 무역업무 자동처리 비용의 약 20% 이상이 절감될 것으로 보이며, 2000년까지 약 2조 3천 억원의 절감효과가 있을 것으로 보인다. '96년을 기준으로 개별무역업체의 수출입 1건당 비용절감효과를 보면 다음과 같다.

표 7. 무역업체의 수출입 1건당 비용절감효과

구분	무역 EDI 도입이전	무역 EDI 도입이후
수출업무처리비용	133,426원	25,321원
절감액(비율)		108,105원(83%)
수입업무처리비용	98,826원	20,955원
절감액(비율)		77,871원(79%)

실제로 무역업무를 전담하는 종합상사가 아닌 단일 제조업체로서 1백억 달러 이상의 수출을 기록했던 S 전자의 경우, 무역자동화를 수출업무에 도입한 후 53 단계의 수출업무처리절차를 25일에 걸쳐 처리하던 것을 17단계에 5일로 대폭 줄였고 6백 박스에 달하는 양식서류를 30박스로 줄이므로서 기회비용을 합해 모두 75억 원의 비용을 절감한 것으로 분석되고 있다.

IV. EDI의 확대에 따른 수출기업의 추진전략

우리나라 정부는 1998년도 산업기반자금 120억원과 정보화촉진자금450억원을 CALS/ EC 도입기업에 대한 시설자금으로 지원할 계획이어서 앞으로도 무역 EDI를 포함한 국내EDI의 확충이 확대될 전망이다. 앞으로도 지속적으로 시범사업을 통한 성과도출·홍보 및 실증사업 추진으로 자발적 확대를 유도할 계획이

며, 통상산업부는 전자업계 실증모델사업, 섬유산업 신속대응시스템 구축, 산업부문별 CALS/EC 시범사업 등을 통해 EDI를 도입할 계획이다. 반면 중소기업청은 중소기업의 정보화 마인드 확산 및 종합정보네트워크 구축, 중소기업 정보화 관련 자금지원 확충 및 정보화 서비스를 강화하기 위하여 연간 5,000명에게 정보화 인력양성을 위한 교육을 실시하고 정보화 자금 지원업체에 대한 자문 및 기술지도를 1988년중 150여개 업체에 실시할 예정인 데, 이러한 정부의 노력에 부응하여 우리나라 기업이 EDI구축을 통하여 기업의 생산성 제고 및 수출을 촉진하기 위하여는 다음과 같은 대응책이 요구된다.

첫째, 대화형 전자상거래를 위하여는 새로운 정보기술 구조와 하부조직이 필요하다. 새로운 고객과 개방된 새로운 시장에 접근하기 위하여 전자상거래시장에 참여하는 것은 새로운 상점을 열고 더 많은 판매인력을 고용하는 것보다 훨씬 비용면에서 효과적이다. 향후 수년동안 전자상거래를 통해 판매되는 상품과 서비스가 늘어남에 따라 고객은 제품가격, 구매가능 여부, 인도 기일 등과 관련된 질문에 대해 즉각적으로 대답을 얻을 수 있을 것이다. 현재의 대화형 전자상거래 시스템중 이 같은 즉각적 선택안을 제공하는 EDI시스템은 없다.

둘째, 회사내의 최고경영자로부터 말단사원에 이르기 까지 전사원적인 차원에서의 정보화마인드가 선행되어야 할 것이다. 경영자들과 몇몇 전산관리자들만이 EDI의 중요성을 인식하고 전폭적인 지지를 한다 하더라도 경영자와 조직내에서의 이해부족으로 처음 의도와는 다른 방향으로 가는 경우 효율적인 EDI의 구축 및 사용이 이루어질 수 없을 것이다. 따라서 전사원적인 정보화마인드의 선행은 필수적 요소라 할 것이다.

셋째, 웹사이트 구축을 통하여 전세계의 고객확보를 위하여는 세계적인 마케팅전략과 정보기술이 효율적으로 조화를 이룰 수 있도록 하여야 한다. 이를 위하여는 ① 웹사이트는 기업의 사무실이나 방문객을 위한 응접실이 아니라 광고를 만드는 개념으로 소비자 취향에 맞게 디자인해야 하며, ② 수많은 웹사이트 중에서 이용자의 방문을 유도하기 위하여는 내용이 특이하거나 전문적이어야 하며, ③ 방문자가 의견을 언제든지 표시할 수 있도록 전자우편주소의 개설 등 이용자와

상호작용이 가능하도록 해야 하는 등의 사항을 고려하여야 할 것이다.

마지막으로 Cyber Shopping Mail구축으로 정보통신제품, 전자·전기제품, 가정용품 등 업종별 조합 또는 협회 주도로 Shopping Mail 구축 및 Shopping Mail내에 개별기업 Site를 개설하여 소비자의 요구, 편의성, 취향에 맞는 상품검색(agent기술), 고객지원기술, 품질보증 및 배달체계의 운영이 요구된다.

V. 요약 및 결론

최근 정보통신의 발달과 인터넷이용의 대중화로 인터넷 전자상거래(Internet Electronic Commerce)가 새로운 경제활동으로 등장하여 폭발적인 확장세를 지속하고 있다.

특히, "서류없는 전자상거래"를 구현하기 위한 EC(Electronic Commerce) 및 CALS (Commerce At Light Speed)에 대한 세계적인 관심이 고조되고 있는데, 이러한 EC와 CALS의 중심부분에서 근간을 이루는 핵심정보기술이 바로 전자문서교환(EDI: Electro nic Data Interchange)이다. EDI는 국제간 또는 국내기업간에 상거래와 관련된 각종 문서 및 데이터를 표준화된 형태로 컴퓨터로 주고받는 정보기술로서, ED가 발달함에 따라 국가간 교역량 규모확대 및 치열한 경쟁력으로 인한 무역절차 간소화 문제의 해결·원활하고도 신속한 무역업무 처리 및 이에 따른 비용·시간의 절감과 기업의 대외경쟁력 강화 등에 매우 큰 역할을 담당하고 있다.

한편 우리나라는 IMF 경제위기로 기업의 신용과 국가 이미지가 곤두박칠 치고 있는 현 시점에서 경제위기의 유일한 돌파구로 수출증대를 통한 국가신인도의 회복에 주력하고 있다. 이러한 수출증대의 일환으로 국내 수출기업들도 정보기술 네트워크를 적극적으로 이용하는 방안을 모색하고 있는 바, 이러한 국내

수출기업들의 전자상거래의 확산은 업무처리의 단축, 비용절감 및 품질향상 등의 생산성 향상을 실천하고 국제경제의 무대에서 생존할 수 있는 중요한 마케팅 수단으로서 등장하고 있다.

우리나라는 1980년대 후반들어서 EDI가 본격적으로 사용되기 시작하였지만 아직은 선진국 및 선발 신흥공업국들에 비해서 그 역사가 짧은 편이다. 이후 우리나라는 1991년 "무역업무자동화 촉진에 관한 법률"을 제정함으로써 무역업무 EDI의 법적 근거를 확립한 것을 계기로 하여, 1994년 1월에 외환 및 상역부 무역 EDI서비스(무역자동화망)를 개시하였다. 또한 1995년에는 무역 EDI서비스의 상용화 및 1995년 "화물유통촉진법"의 제정으로 물류 및 유통분야의 EDI의 법적 근거를 마련하였다.

이러한 법적 근거와 정부의 노력에 부응하듯이 우리나라의 무역자동화 사업으로 인한 효과는 현재 수출입 건당 평균 4주 걸리던 것을 1주로 수출입처리시간을 단축되었으며, 무역자동화사업이 95% 정도 완성되는 98년말부터는 무역업무 자동처리 비용의 약 20% 이상이 절감될 것으로 보이며, 2000년까지 약 2조 3천억원의 절감효과가 있을 것으로 추정되고 있다.

이러한 EDI의 확대에 따른 새로운 개념의 무역EDI 방식으로 수출입의 모든 업무가 변화하는 현 상황에 적응하기 위해서, 또한 이에 따른 국가경쟁력의 제고를 높이기 위해서는 ① 대화형 전자상거래를 위하여는 새로운 정보기술 구조와 하부조직이 필요하며, ② 회사내의 최고경영자로부터 말단사원에 이르기까지 전사원적인 차원에서의 정보화마인드가 선행되어야 할 것이며, ③ 셋째, 웹사이트 구축을 통하여 전세계의 고객확보를 위하여는 세계적인 마케팅전략과 정보기술이 효율적으로 조화를 이룰 수 있도록 하여야 함은 물론 ④ 마지막으로 Cyber Shopping Mail구축으로 정보통신제품, 전자·전기제품, 가정용품 등 업종별 조합 또는 협회 주도로 Shopping Mail 구축 및 Shopping Mail내에 개별기업 Site를 개설하여 소비자의 요구, 편의성, 취향에 맞는 상품검색기술, 고객지원기술, 품질보증 및 배달체계의 운영을 통하여 지속적인 대응을 강구하여야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] 문희철·심상렬, 『무역자동화와 EDI』, 무역경영사, 1998.
- [2] 심상렬, 『Internet 환경하에서 EDI향후 전망』, 한국무역상무학회, 1998.
- [3] 안경림, “전자상거래와 EDI”, 『프로그램 세계』, 1997.12.
- [4] 이두희·한영주, 『인터넷마케팅』, 영진출판사, 1997.6.
- [5] 중앙일보, 1997. 12. 5 참조.
- [6] 통상산업부, 『인터넷전자상거래 종합대책』, <http://www.ecrc.or.kr/ecjaro/ec0214.htm> 1998.2.
- [7] 통신개발연구원, “전자상거래란?, 통신정책방향 (96-3-16)”, 1996. 3.
- [8] 한국전산원, 『CALS/EC 도입·확산을 위한 정부의 역할』, 1996.과 Ellen Brenziak, “Internet Commerce:”Who For Art Thou?”, EC World, April 1997.
- [9] 윤준수·최선희, “인터넷기반의 인트라넷 및 엑스트라넷의 발전전망”, 『정보통신정책』, 제9권 20호, 1997.11.
- [10] 한국전산원, 『개방형 EDI의 표준화에 관한 연구』, 1992. 12.
- [11] <http://dragon.yonsei.ac.kr/~business/Util-Menu/Business/Study/Ec.html>
- [12] William J. Cliton, “Framework For Electronic Commerce”, <http://www.white-house.gov/WH/New/Commerce/read.html> (1997. 7. 1)
- [13] <http://his.etri.re.kr/share/pc7031.html>

저자 소개

이근영

한국 OA학회 논문 제2권 제1호
(통권 제2호) 참조