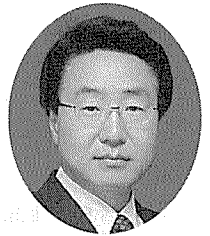


전자상거래의 세계적인 흐름



김성희 교수 (한국과학기술원 테크노경영대학원)

몇주 전까지만 해도 전자상거래의 제일의 주식자산가치를 갖고 있던 Amazon.com이 Ebay.com에 의해 추월을 당하는 등 많은 변화가 일어나고 있으며, 더욱이 인터넷상의 전자상거래에 출현에 있어 기존 상거래 판로가 바뀌고 있는 것은 극적이 사실이다.

Amazon 마케팅 책임자에 의하면 미국내 도서 판매 매출액이 인터넷전자상거래 출현에는 연1% 증가 추세였으나 요즈음 연4%증가 추세를 보이고 있으며, 더욱이 기존 도서매출회사에서 운영하는 Barnes&Nobles on-line은 고객 재 구매율이 40%인데 반하여 Amazon은 65%이므로 그 격차는 날이 갈수록 벌어지고 있으며 한마디로 기존 도서매장에서는 고객이 현금을 남기고 가지만 Amazon에는 현금과 정보를 남기고 간다고 이야기 하고 있음을 볼 때 전자상거래도입의 시기와 추진방향의 차이에 의해 앞으로의 회사의 운명이 좌우된다고도 보여진다.

따라서 본고에서는 이러한 전자상거래의 추세에 대해 피력코자 한다.

최근에 European Commission의 전자상거래 정의(그림1)에 의하면, “전자상거래란 기업의 업무를 전자적으로 수행하는 방식이다.

이는 텍스트, 음성, 화상을 포함한 데이터의 전자적인 처리와 전송을 기반으로 한다. 이는 즉 제품과 서비스의 전자적인 거래, 디지털화된 내용물

의 온라인 배달, 전자 자금이체, 전자적인 주식거래, 전자적인 선하증권, 상업적인 경매, 설계/개발의 공조, 온라인 구매, 정부조달, 소비자 대상의 직접 마케팅, 판매 후 서비스 등의 다양한 활동을 포함한다.

전자상거래에는 제품(예를 들면, 소비자 대상의 상품, 특수 의료 기기), 서비스(예를 들면, 정보 서비스, 금융 및 법률 서비스), 전통적인 활동(예를 들면, 의료, 교육)뿐만 아니라 새로운 활동(가상백화점) 등이 모두 포함된다.”로 광범위하게 정의하기에 이르렀으며, 일본의 전자상거래 실증추진위원회격인 전자상거래진흥협회에서는 “전자상거래란 무엇인가? 전자상거래는 여러 종류의 컴퓨터 네트워크를 활용하여-제품 설계, 제조, 광고, 상업적인 거래, 회계 정산 등이 포함한 다양한 활동들을 지원한다.”도 보다 함축적의미로 정의하고 있으며, 일본의 경우 이상적인 전자상거래의 추진이 아니라 현실을 증시하고 현실을 어떻게 수정하여 개념적 전자상거래가 아닌 현실적 전자상거래를 실증시킬 것인가에 초점을 맞추고 있다.

미국의 경우 Executive office of the US president이 표현을 빌리면 “인터넷은 소매 및 직접 마케팅의 방식을 대폭적으로 개혁할 것이다. 소비자들은 가정에서 전세계의 제조업체와 소매업체로부터 다양한 제품을 구매할 수 있게 된다.

소비자들은 안방에 앉아서 이러한 상품을 그들의 컴퓨터나 TV로 보고, 상품에 대한 정보를 얻고, (예를 들면, 스크린을 통해서 방에 여러 가지 기구를 배열하는 방식을 통해) 제품이 얼마나 서로 잘 어울리는 지를 보고 선택한 제품을 주문하고 대금을 지불할 수 있게 된다.” 고 보다 수요자적 측면에서 전자상거래를 표현하고 있다.

이상의 전자상거래의 정의로 비추어 볼 때 최근의 전자상거래 개념을 전보다 보다 더 다양성에 기초를 둔 광범위화, 이상적 개념이 아닌 실증주의의 실제화, 철저한 수요자위주의 개념화가 이루어지고 있다고 보여진다.

또한, 각국의 전자상거래 관련 입장 및 프로젝트를 살펴보면 우선 유럽연합의 경우 EU는 민간주도의 시장 원리를 존중한다는 기본적인 원칙에는 미국 등에 동의하는 입장이나 세부적인 현안에는 이해를 달리하고 있다고 볼 수 있다. 대부분의 유럽국가와 민간 기업들도 전자상거래 관련 기술개발과 정보통합 및 공유에 중점을 두고 다각적인 접근을 하고 있다.

즉 광대역 통신망인 범 유럽정보망(Trans-European Network)구축과 '94년 EU는 "Electronic Commerce Initiative"를 공식 출범시킨 이후에 소프트웨어, Networking 등을 추진 중에 있다.

또한, '97년 4월 "A European Initiative on Electronic Commerce"를 채택하여 미국이 주도하고 있는 국제 전자상거래 흐름에 공동 대응전략을 수립하고 2000년까지 추진해야 할 네가지 핵심분야를 선정하여 전자상거래 인프라와 제품 및 서비스 이용체계 구축, 연내에 일관된 제도적 틀 마련, 기술개발 촉진 및 인식제고를 통한 기업에 유리한 기업환경 조성, 국제기준의 제도적 장치를 마련코자 노력하고 있다.

더욱이 '97년 7월 본(Bonn)에서 유럽위원회가 "세계정보네트워크"에 대한 EU 각료회의를 개최하고, 각 부문이 선언(Bonn Declaration) 채택한 바 있으며 '97년 10월 벨기에 브뤼셀에서 "21세

기를 대비한 세계 정보회사회 건설"에 대한 국제 심포니움을 개최하여 전자상거래 관련 동향, 국제 규범 및 국내법제정, 업계동향 등을 논의하였다.

'97년 12월 EU-미국의 정상회담에서 전자상거래에 관한 공동성명을 채택하였던바, 그 주요 내용은 세계적 기준에 합치는 자율적 행위규범 및 기술의 발전 지원, 효율적인 조세행정확보, 인터넷상의 불법 행위 방지, 국제 무역촉진에 전자상거래의 중요성 인식, 연구개발 및 시범사업 계획 시 상호 협조, 실무차원이 지속적인 양자협의 진행, 전자상거래 관련 통계자료 교류의 증대에 대한 내용을 다루고 있는 것이다.

또한 인증체계 구축을 위한 ICE-TEL (Interworking Public ke Certification infrastructure for Europe)프로젝트 진행 중에 있으며 전자 지불 시스템 관련 IC 카드를 이용한 전자상거래 시범 서비스를 실시하고 있는 E-Cash, electronic wallets를 이용한 전자결제시스템을 개발하는 CAFE(Conditional Access For Europe)등의 프로젝트를 들 수 있다.

일본의 경우, 민간주도의 미국과는 달리 일본의 전자상거래 도입 및 추진은 통산성, 우정성, 대장성 및 법무성 등 정부가 표준화나 기초기술 개발에 주도적인 역할을 수행하고 있다.

일본은 첫 단계는 정부주도 하에 일정수준의 전자상거래 활성화를 꾀할 필요가 있다고 생각하는 듯하다. 우정성에서는 '95년 10월 설립된 사이버 비즈니스협의회와 전자우편협의회가 공동으로 EC 공통 플랫폼 개발 프로젝트인 INGECEP (Integrated Next Generation Electronic Commerce Environment Project)를 추진하였으며 또한 통산성에서는 '96년 2월 설립된 "전자상거래진흥협회(ECOM ; Electronic Commerce Promotion Council of Japan)"를 통해 전자상거래 추진 기반을 마련하여 '96년 4월부터 '기업, 소비자간의 EC 실증프로젝트'로 19개 사업을 추진 중이며 '기업간 고도 전자상거래 추진 사업'으로 217.5억엔 규모의 사업규모를 통해 20개 사업에

지원하고 있으며 '97년 5월 통산성에서 발표한 "디지털 경제시대를 향하여"라는 EC 정책 방향 정책으로는 첫째, 변화를 위한 건설적인 노력과 신속한 대응 둘째, 기술과 시장을 통한 문제 해결 셋째, 보편적인 접속의 확대 넷째, 가이드라인에 대한 국제적인 조화를 표명하고 있다.

또한 정부 범 부처적 공조체제가 필요하다고 느껴 '97년 5월 각료회의에서 경제구조의 변혁과 창조를 위한 행동계획을 발표하고 고도 정보통신 추진본부를 중심으로 관련 부처가 참여하는 전자상거래 검토반을 구성하며 공조 체계를 갖추었으며, 미국과 '98년 5월 선진 8개국(G8)정상회담이 열리는 버밍엄에서 개별회담을 갖고 인터넷 전자상거래에 대한 민간주도 원칙과 비과세를 주요내용으로 하는 공동성명을 발표한 바 있다.

일본 민간부분의 경우 기업을 중심으로 컨소시엄을 구성해 전자상거래를 추진하고 있으며, 특히 일찍이 95년부터 Cyber Publishing Japan 컨소시엄을 구성하여 운영하며 대부분의 큰 도서상점이 전자상점 등을 운영하고 있으며, Electronic Commerce Network, Cyber Business Park, Smart Collar Club 등의 컨소시엄이 운영되고 있고 특히 '95년 11월에 설립된 CommerceNet Japan은 미국과 공동 프로젝트를 통해 전자상거래의 일반적인 플랫폼을 개발함으로써 국제적인 상호 운용성을 확보하기 위해 노력하고 있다.

미국의 경우를 살펴보면, 전자상거래의 중추국 역할을 하고 있다고 생각되는 인터넷에서의 기술 우위를 바탕으로 전자상거래 관련 기술개발 및 이용 확대와 국제적 논의를 주도 하고 있음은 주지의 사실이다.

미국의 전자상거래의 대원칙으로는 민간부문 주도로 추진되고 있고 정부에서도 전자상거래를 국가정보기반(NII)의 주요 응용분야로 선정하여 주요 창출 및 기반환경 조성에 주력하며 국제적으로는 무관세화 주장 및 통신시장 개방을 통하여 전자상거래를 범 세계적으로 확산시키려는 노력을 부단히 하고 있다.

전자상거래의 다양한 분야에서 미국의 이익을 관철하기 위하여 개별국가와 양자간 협상을 시도하는 한편 각종 국제회의에서 영향력을 확대하고 있음도 주지하여야 한다.

요소 기술적인 면에서도 지적재산권 및 특허에 관해서는 WIPO, 기본통신 및 콘텐츠의 무역과 관세에 관해서는 WTO, 보안에 대해서는 OECD, 기술표준에 대해서는 G7, OECD, ISO, ITU 등 국제조직과 기구들에 참여하여 미국의 엄청난 영향력을 가하고 있다고 보아진다.

미 정부측면에서 살펴보면 '93년 10월 "전자상거래를 활용한 조달업무의 효율화(Streamlining Procurement through Electronic Commerce)"를 발표하여 '97년 1월부터 연방조달업무에 전자상거래 도입을 의무화하였으며 중소기업의 EC 보급을 지원하기 위해 '94년부터 16개 지역에 "전자상거래 지원센터(ECRC : Electronic Commerce Resource Center)"를 설립 및 운영하고 있으며 특히 국방에서 출발한 ECRC가 현재는 상업위주 ECRC로 변모하고 있다. 현재 상무성 주관으로 인증 등 정보보호서비스 구현을 위한 연방 KMI(Key Management Infrastructure), 연방 PKI(Public Key Infrastructure), 프로젝트를 수행 중에 있고, '96년 12월 범 부처적으로 전담반을 구성하여 '97년 7월 1일 "범 세계적 전자상거래 기본계획(A Framework for Global Electronic Commerce)"을 공식적으로 발표하여 전자상거래 5가지 기본원칙과 9개 주요 정책권고 사안에 대한 미국의 입장을 제시하고 이에 대해 한국을 포함하여 영국, 독일, 프랑스, 일본에 백악관특사를 파견한 바 있다.

'94년 4월 200여개사의 기업과 조직으로 구성된 비영리 컨소시엄인 CommerceNet에 출자금의 반인 4백만 달러를 정부가 출자하여 인터넷을 통한 전자상거래 실험사업이 활발히 진행되고 있으며 세계 표준을 주도하고 있다.

우리가 잘 알고 있다시피 미국 기업들은 오래전부터 전자상거래를 활발히 추진해 왔으며, 최근

인터넷을 이용한 전자상거래가 실리콘밸리 등을 축으로 하여 급속히 증가하고 있다.

통계자료에 의해 260억불에 달하는 시장 규모 중 80%를 기업간 전자상거래 부문이 차지하고 있다고 하며 2002년에는 미국내 인터넷 기업간 상거래가 3,000억 달러 이상이 될 것으로 예상하고 있다.

한 마디로 이를 종합하여 보면 전자상거래 관련 제품 및 서비스를 가장 많이 판매하고 있는 미국은 자국의 이익을 최대한 반영하기 위하여 대통령 명의로 “A Framework for Global Electronic Commerce”을 발표하고 개별국가와 양자간 협상을 시도하는 한편 국제회의에서도 영향력을 확대하고 있으며 유럽의 국가들은 개별 국가 단위가 아니라 EU를 중심으로 국제적인 차원에서 대응하고 있으며 일본은 최근 국제기구의 활동에 적극적으로 참여하고 있다.

캐나다, 호주 등은 전면에 나서지 않고 있으나 APEC 등의 국제회의에서 미국, 일본과 공조하고 있는 것이다.

전자상거래의 이러한 국제적 추세에 부응하기 위한 우리의 입장을 정리하여 보면 첫째, 민간 부문이 주도해야 함을 원칙으로 하되, 일본과 같이 초기단계에는 정부의 집중적 지원지도가 필요하며, 정부관련 도달에서부터 전자상거래 도입이 실질적으로 활성화 되어야 한다.

다시 말하면 전자상거래가 활성화되기 위해서는 민간 부문이 지속적인 주도가 필요함을 다시 말할 필요가 없으나 정부는 산업계의 적극적 지원은 물론 적절하고 자발적인 규제를 장려하여야 하며 민간 부문이 조직들이 인터넷의 성공적 운영을 강화할 수 있는 메커니즘을 발전시킬 수 있도록 지원해야 한다.

또한 정부는 전자상거래에 대한 부적절한 제한은 하지 않아야 한다.

정부는 불필요한 새로운 규제나 관료적 절차, 인터넷을 통한 상업적 활동에 대한 세금이나 관세의 부과 등을 자제해야 한다.

정부의 개입이 필요한 경우 개입은 예측 가능하며 일관성 있는 최소한의 단순한 상거래의 법적 환경을 구축하는 데에 초점을 두는 것이어야 한다.

전자상거래의 활성화를 위하여 정부의 개입이 필요한 경우 정보 개입은 경쟁을 보장하고, 지적 재산을 보호하며, 프라이버시 보호, 사기 판매로부터의 소비자보호, 투명성 보장, 상업적 거래 지원, 분쟁의 해결에 그 목적을 두어야 한다.

또한, 이러한 목적을 달성하기 위하여 정부는 상의하달(top-down) 방식보다는 분권화와 계약 모델에 입각한 예상 가능하며 단순한 법적 환경을 조성해야 하도록 노력하여야 할 것이다.

둘째로는, 인터넷의 독특한 특성을 이해해야 한다. 작년말 전자거래기본법과 전자서명법이 국회를 통과하여 금년 7월부터 시행될 예정이다.

이전까지의 전자상거래관련 규정이 통신판매도 아닌 방문판매관련 법에 준용하여 처리되었던 점을 디지털시대에 살고 있는 우리에게 아이러니컬 한 일이었다고 볼 수 있다.

분명히 디지털시대의 모든 상업적 행위는 기존 상거래행위와 다르다.

디지털 소비자 형태, 디지털 1:1 마케팅, 디지털 시장형태, 특히 디지털시대의 가상조직(Virtual Community) 등은 지금까지의 우리의 개념을 달리한다.

한 예로 preiceline.com을 생각하면 왜 그동안 공급자가 소비자는 왕이라고 말로만 하면서 공급자가 자기나름대로 가격을 매겨 왔는가에 대한 도전에서 시작한 사업이라고 볼 수 있다.

고객이 나름대로 정해진 가격에 부응하는 항공티켓을 구해주는 개념의 실현은 아마도 인터넷의 힘이 없었다면 불가능한 것이다.

셋째로는, 인터넷을 통한 전자상거래는 분명 전 세계를 기반으로 하는 글로벌관점에서 추진되어야 한다고 본다.

이제 우리나라만을 대상으로하는 전자상거래는 무의미할 것이다.

전자상거래

2002년도의 월드컵 축구대회 등을 계기로 한 글로벌관점에서의 인터넷 전자상거래가 하루 빨리 모든 분야에서 이뤄져야 할 것이다.

앞으로 인터넷상의 상거래를 지원하는 규제나 법의 틀들은 판매자나 구매자가 소속된 국가, 국가간 경제와 관계없이 일관된 원칙을 유지하게 됨을 주지하고 폐쇄적 전자상거래가 아닌 개방적 전자상거래원칙을 단계별로 어떻게 다가갈 것인가에 대한 소위 전이계획(Migration plan)이 필요한 것이다.

넷째로는, 기존상거래에서의 불투명한 거래관행

및 인식부족에서 하루빨리 탈피하여야 한다.

시장의 전자화에 거래의 투명성을 수반하는 전자상거래 및 CALS는 세금포탈, 무자료거래, 정보의 공개 및 공유 회피 등 비합리적인 경영형태로 인한 저항을 야기하고 있음은 주지의 사실이다.

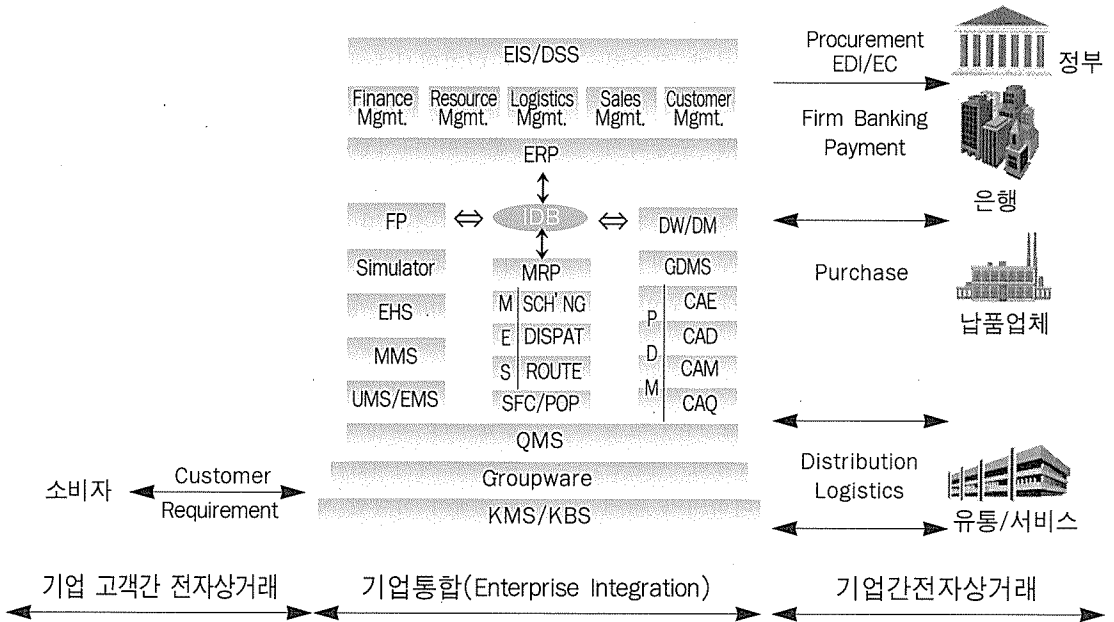
거래비용 절감, 새로운 기회 창출, 기업의 구조조정, 산업의 구조변화 등 전자상거래에 내포된 효과 및 전략적 경영수단으로써의 인식이 재삼 재고 되어야 한다.

이를 위하여 전자적 매체를 활용하는 새로운 상

(그림 1)

전자상거래의 정의

전자상거래는 Global한 미래 패러다임의 변화 방향을 제시하는 Concept으로 기업 통합(EI)과 전자상거래(EC) 등 Global한 통합에 의한 미래를 제시하는 개념으로 정의할 수 있다.



- ☞ EIS : Executive Information System
- ☞ DSS : Decision Support System
- ☞ ERP : Enterprise Resource Planning
- ☞ IDB : Integrated Data Base
- ☞ FP : Factory Planning
- ☞ QMS : Quality Management System
- ☞ EHS : Environment Health & Safety
- ☞ MMS : Maintenance Management System
- ☞ UMS : Utility Management System
- ☞ EMS : Electricity Management System
- ☞ MRP : Material Requirement Planning
- ☞ KMS : Knowledge Management System
- ☞ MES : Manufacturing Execution System
- ☞ SFC : Shop Flow Control
- ☞ GDMS : Global Data Management System
- ☞ PDM : Product Data Management
- ☞ DW/DM : Data Warehouse/Data Marketing
- ☞ KBS : Knowledge Base System

거래 행위 및 거래 양식 도입에 따른 기존의 법제와의 혼란과 불확실성에 대비한 투명하고 일관성 있는 제도의 정립이 필요하며 나아가 전자상거래 및 CALS에 대한 저항감을 해소하고 기업의 도입을 촉진하기 위한 세제 혜택, 과세 제도 정비 등 제도적 유인체계에 대한 노력이 필요한 것이다. (그림 2)

마지막으로는, 하루빨리 전자상거래 관련 기술기반을 구축해야 한다.

전자상거래는 인터넷과 정보산업의 경쟁력을 배경으로 성장하지만 우리 정보산업의 경쟁력은 취약한 상태이며 가상기업 구현을 위한 기업의 정

보시스템 통합과 연계를 위한 표준이 미비되어 있으며 전자상거래 및 CALS에 특화된 기술력이 부재하고, 더욱이 전자상거래의 주요 거래 대상인 디지털 상품 등 지식기반의 고부가치 상품과 서비스를 부단한 노력으로 만들어야 한다.

결론적으로 우리가 처한 전자상거래 추진 대 전략은, 기존 상거래관행의 철저한 이해를 바탕으로 한 현실에서 이상적 전자상거래를 무리하게 달성하지 않고, 현실에 기초를 두고 이상을 향해 한 발자국 나아가는 전자 상거래가 되어야 함을 알아야 한다.

(그림 2)

Total Process 변화로의 전자상거래

