

# 2000년의 전자상거래 시장전망

강세호/한국소프트창업자문 대표이사

**인**터넷 경제의 폭발적인 확산으로 세상이 바뀌고 있다. 지난해 10월말 현재 주1회 이상의 인터넷 상시이용자는 786만명으로 1998년에 비해 2배 이상이다. 인터넷 도메인 수는 17만7천여개로 1년 사이에 6.5배가 증가하였다. 특히 지난해 7월 개인 도메인과 복수 도메인이 허용된 이후 5개월여만에 14만여개가 새로 등록됐다.

인터넷 PC방 업체수는 1만2천여개로 6.7배의 폭발적인 증가세를 보였다. 이와 관련 정보통신부는 월 1회 이상 인터넷을 이용하는 인구가 지난해 말 현재 1천만명을 넘어선 것으로 추정된다고 발표했다.

이러한 인터넷 인프라 수준을 형성하는 인터넷 산업은 크게 인프라(기반시설), 응용, 콘텐츠 및 유통, 상거래 등 4개 분야로 나뉜다.

이중 국내 인터넷 산업의 성장을 이끌고 있는 것은 인프라 분야인 것으로 조사됐다. 종합정보통신망 전용회선 컴퓨터 등 인터넷 산업의 기초 인프라 분야의 지난해 3.4분기까지 매출액은 5조여원. 이는 지난해 같은 기간의 전체 인터넷 관련산업 매출액(6조5천여억원)의 76.6%를 차지하는 것이다.

매출액도 1998년 같은 기간에 비해 60.8% 늘어났다. 이는 인프라 분야의 비중이 전체 인터넷 산업의 34%에 머물고 있는 미국에 비해 크게 높은 것으로 인터넷 기반구축을 위한 인프라 수요가 크게 늘고 있는데 따른 것으로 분석됐다.

47%의 매출액 증가세를 보인 인터넷 응용 분야에서는 인터넷 비즈니스 컨설팅과 검색엔진 부문의 약진이 두드러졌다. 인터넷 비즈니스 컨설팅 부문은 벤처기업뿐만 아니라 기존 대기업 및 중견기업들 대부분이 인터넷 사업에 뛰어들면서 빠르게 성장하고 있다.

지난해 3.4분기까지 시장규모는 전년도에 비해 160% 늘어난 419억원으로 전체 정보기술 컨설팅 시장의 20%를 넘어섰다. 인터넷 콘텐츠 및 유통 부문은 다른 분야에 비해 상대적으로 낮은 44%의 성장률을 보였다. 그러나 포털서비스와 온라인광고 부문은 가파른 상승곡선을 그리고 있다. 포털서비스의 경우 인터넷 서비스시장 선점을 위해서는 경쟁이 심화되면서 지난해 526%의 성장률(시장규모 206억원)을 기록했다.

전자상거래 분야는 인터넷 산업 가운데 시장 팽창속도가 가장 빠른 것으로 나타났다. 발표기관에 따라 다르기는 하지만 한국경제신문에서 발표한 지난 1999년도 3/4분기의 국내 인터넷 전자상거래 규모는 총 2,076억원으로 인터넷 쇼핑몰 등 기업-소비자간 상거래는 1,016억원, 기업-기업간 규모는 1,060억원인 것으로 집계되었다. 이는 1998년 동기 누적매출액 1,190억원에 비해 74.5%가 증가한 금액이다.

1999년은 한국에 있어 전자상거래의 법률적 기반이 마련된 원년으로서 “전자거래법” 과 “전자서명법” 이 제정되어 시행되었다. 이러한 제도적 환경과, 가정과 직장에서의 높은 PC 보급율, 그리고 인터넷 이용자 수의 증가에 따라 기업-소비자간 (B to C)의 거래가 활발히 전개되고 있다.

우리 나라에서 기업-소비자간 전자상거래는 1996년말 데이콤 인터파크, 롯데백화점이 종합쇼핑몰 형태로 서비스를 개시한 이래 일반 소비자를 대상으로 한 전자상거래가 다양화되면서 점차 상업적인 가능성을 확인하고 있다.

B to C 시장 규모는 발표기관에 따라 다양한 편차를 보이고 있다. LG경제연구원은 1999년도 시장

*2000년도의 국내 인터넷 전자상거래 규모는 약 7,000억원대에 이를 것으로 기대하고 있으며, 무선데이터통신, IMT2000, 차세대인터넷, VoIP, 고객지향적 초고속 WEB 개발도구, 포털서비스 및 광고시장 확산, 공기업의 인터넷 상거래(B to B) 등의 급속한 발전에 힘입어, 인터넷 전자상거래 규모가 2~3배 이상 신장하여, 정보통신 산업의 주력 분야로 등장할 것이며, 국가 경제발전에 공헌하는 지식기반 산업으로서의 핵심적인 역할을 수행할 것으로 예측된다.*

규모를 980억원, 인터파크는 672억원, 한국전산원과 한국전자통신연구원은 1,016억원의 시장규모를 발표하고 있다. 이중 발표시점과 조사규모의 적정성을 고려한 B to C 시장규모는 1998년도 600억원, 1999년도 1,016억원으로 69.3%의 신장율을 보이고 있다.

이러한 높은 신장율에도 불구하고, 시장규모는 전체 소비자 시장의 1%에도 못미치는 것이며, 인터넷 거래 대상자들이 구입하는 물품도 주로 책이나 음반, 영화나 공연티켓, 가전제품, PC 등인 것으로 나타나고 있는데 이는 상품선택이 용이하다거나, 배달이 가능하다라는 이유를 들고 있다.

또한 인터넷상거래의 활성화를 저해하고 있는 요인 중의 하나는 분쟁이나 사기행위인데, 한국소비자보호원의 조사에 따르면, 인터넷 쇼핑몰에서 상품을 구입한 소비자의 15.4%가 피해를 경험한 것으로 나타나었는데, 중복 응답한 피해자중 46.9%가 쇼핑몰상에 게시된 상품과 다른 상품을 받은 것으로 조사되었다. 1999년 10월 현재 국내 인터넷 쇼핑몰 업체는 약 2,000여개로 집계되고 있으며, 실질적으로 매출이 일어나고 있는 업체는 800여개이다. 800여개의 쇼핑몰 중 흑자를 내고있는 업체는 6.4% 정도로 분석되고 있다.

2000년도의 B to C 시장규모는 2,160억원~4,154억으로 예측 폭이 넓지만 인터넷 세상에 가장 가시적으로 나타날 수 있는 부분이므로 향후 폭발적인 증가가 예상된다. 한국전산원에서 발표한 2000년 인터넷 백서에 의하면, 2000년도는 인터넷 전자상거래 도약의 단계로서 기업-소비자간 거래는 4,154억원으로 급성장, 약 300% 이상으로 급성장 할 것으로 예측하고 있어 시장확대에 대한 기대감이 커지고 있다. 하지만 이러한 시장규모는 전체 소매시장 규모의 1%에도 못미치는 규모이며, 본격적으로 전자상거래 시장이 형성되었다고 분석하기는 어렵고, 시장형성을 위한 가능성의 확인과 본격적인 성장을 위한 커뮤니티가 조성되는 단계라고 분석할 수 있다.

기업-기업간 전자상거래 (B to B)의 거래는 B to C 거래의 3배를 능가하고 있는 선진국과는 달리 우리나라의 시장은 미미한 편이며 주로 EDI 시장에 의존하고 있다. 한국기업에 있어 B to B 거래는 아직

인식개발 단계에 머물러 있다고 볼 수 있다. 지금까지의 거래 관행상 유지되어온 협력사나 거래사와의 구매계약 과정을 타 기업에도 공정하게 개방하는데 거부감이 있기 때문이다. 아직 우리 나라의 B to B 시장은 그 규모를 정확하게 파악하기 어려운 실정이다.

반면에 1998년에 미국은 전체기업간 상거래의 2.5%가 전자상거래를 이용해 이루어지고 있고, 일본도 1.5%에 달하는 등 오히려 각각의 B to C 시장 규모에 비해 약 9배에서 133배나 큰 시장을 형성하고 있다. B to B 전자상거래 수준이 바로 기업의 생산성과 직결되는 점에서 아직은 한국기업이 선진국 기업에 비해 경영혁신 면에서 크게 뒤지고 있음을 알 수 있다.

국내 시장의 규모는 정확하게 산출되기는 어렵지만 기존 EDI 시장에 공공기관의 조달 EDI, CALS, ERP 시장이 가세하여 1998년 590억원에서 1999년 1,060억원의 시장이 형성되어 79.7%의 놀라운 증가율을 보이고 있다고 분석된다.

한편, 우리 나라의 기업-기업간 거래는 아직 EDI 활용수준의 인식개발단계에 머물러 있어, 기업간 전자상거래를 정확히 파악하기 어려운 상황이다. 미국이나 일본은 기업-소비자간 거래시장에 비해 수십 배나 큰 기업-기업간 상거래 시장을 형성하고 있는 것에 비하면 대조적이다. 1999년 12월 전자상거래 연구조합의 발표에 의하면, 2000년도의 기업-기업간 전자상거래 규모를 2,900억원으로 144% 신장할 것으로 예측하고 있다.

이를 토대로 볼 때 2000년도의 국내 인터넷 전자상거래 규모는 약 7,000억원대에 이를 것으로 기대하고 있으며, 무선데이터통신, IMT2000, 차세대인터넷, VoIP, 고객지향적 초고속 WEB 개발도구, 포털서비스 및 광고시장 확산, 공기업의 인터넷 상거래(B to B) 등의 급속한 발전에 힘입어, 인터넷 전자상거래 규모가 2~3배 이상 신장하여, 정보통신 산업의 주력 분야로 등장할 것이며, 국가 경제발전에 공헌하는 지식기반 산업으로서의 핵심적인 역할을 수행할 것으로 예측된다.

## 2000년도 정보통신중소기업체 해외전시회 참가 지원 사업안내

한국정보통신진흥협회는 국내 정보통신중소기업의 해외진출을 돕기 위해 국내 정보통신중소기업체의 해외전시회 참가 지원사업을 추진 중이다.

정보통신부 주관 하에 추진되는 이번 사업은 대기업과 달리 국제적인 기술을 보유하고도 경험, 자금 및 정보 부족 등으로 인하여 해외시장 진출에 어려움을 겪는 정보통신중소기업체들에 세계 유수의 정보통신 전시회 참가 기회를 제공함으로써 국제시장으로의 성공적 진출을 돕기 위해 마련되었다.

본 사업을 통해 업체들은 세계적인 정보통신기술 및 제품 현황 파악과 바이어와의 상담을 통한 소비자의 다양한 요구에 대응할 수 있는 경험 축적, 그리고 해외시장 개척 및 진출에 대한 자신감 확보와 함께 많은 수출계약을 체결할 수 있는 기회를 얻게 될 것으로 기대된다.

〈문의처〉 정보통신부 국제협력관실 (Tel: 02-750-1424, 1412, Fax: 02-750-1439)

한국통신산업협회 (Tel: 02-589-1180/1, Fax: 02-589-1182/0987)

한국정보통신진흥협회 (Tel: 02-580-0572, Fax: 580-0599)