

우리나라 B2B 전자상거래 효율화를 위한 시스템 구축 방안

A Study on the effective system construction of our B2B Electronic Commerce

조석홍(Jo Seok-Hong)* · 이희석(Lee Hee-Suk)**

요 약 (ABSTRACT)

B2B 전자상거래는 그 성장 잠재성이나 일국의 산업구조 전환에도 많은 영향을 미친다는 점에서 국가적 차원에서 효율적이며 지속적인 전략수립이 필요하다는 인식이 대두되었다. 현재 미국을 비롯하여 EC, 일본, 싱가포르, 중국등 주요국들의 정책동향을 살펴보았다. 전자상거래 정책의 범위 및 특징이 국가별로 상이하기도 하지만 논의동향이나 정책 등에서 주요국들이 범세계적으로 비슷한 정책형성을 나가고 있는 단계라고 할 수 있다. 다만 정책의 강조점이 선진국의 경우 전자상거래를 산업 민간부문의 우위를 바탕으로 전 세계적 수준에서의 표준화를 주도하려는 의지와 B2B 전자상거래 환경의 구축을 자국의 경쟁력 확보와 연결지어 중장기적 발전 비전을 제시하고 있다는 점에서 우리나라는 정부와 기업 등 여러 분야에서 대책이 필요하다.

Key Word : B2B 전자상거래, 정책, 기술, 법제도, 산업

목 차

I. 서론	V. 우리나라 B2B 전자상거래 정책방향
II. B2B전자상거래형성과 파급효과	VI. 결론
III. 주요국들의 B2B 전자상거래 정책동향	참고문헌
IV. 주요선진국들의 정책분석	

I. 서론

오늘날의 B2B 전자상거래는 그 성장잠재성이나 일국의 산업구조 전환에도 많은 영향을 미친다는 점에서 국가적 차원에서 효율적이며 지속적인 전략수립이 필요하다는 인식이 대두되었다. 1999년부터 폭발적인 관심을 불러일으킨 B2B 전자상거래 시장의 형성은 2001년 현재 약간의 침체상태를 보이고 있는데 이는 그 원인으로서는 세계적인 경제침체에 따른 인터넷 기업들의 경기침체와 더불어 미국과 여타 선진 국가들과의 시장구조의 차이와 산업별 시장성숙도의 차이를 지적할 수 있다.

즉, 미국의 시장구조와 달리 아시아 국가 및 유럽국가들은 상이한 조세체계 및 시장의 성숙도, 각

* 한국정보통신대학원대학교 경영학부 교수

** 성심외국어대학 강사, 경제학박사

중 제도규범 및 관행의 토착화 등이 여러가지 측면에서 B2B시장의 활성화에 많은 제약들로 나타난다. 또한 산업별로도 거래활성화를 위한 표준화 및 거래 관행상에 많은 격차가 존재하며 이 또한 B2B전자상거래 시장이 전산업분야로의 확산에 걸림돌로 작용하고 있다. 이와 같이 B2B전자상거래 성장은 B2B전자상거래 활성을 위한 인프라로서의 기술적, 산업적, 그리고 상거래를 둘러싼 각종 제도 및 법률 등에서 정비가 필요하다.

결국, B2B 전자상거래의 활성화에 따른 얻어질 수 있는 경제적 이익에는 구매처리기간의 단축, 원재료 및 서비스 구매비용의 감소, 거래비용의 절감, 물류비용 절감 등 비용절감 측면과 더불어 사용자 기업 만족도 증대, 신시장의 창출, 제품 혁신 능력 증대 등의 효과도 기대할 수 있을 만큼 B2B 전자상거래 활성의 그 중요성은 크다고 할 수 있다.

B2B 전자상거래의 활성화를 위한 전자상거래 환경의 정착을 위해서는 우선 기술적, 법·제도적, 그리고 산업적 기반의 세 가지 요소가 필요하다. 기술적 기반은 전자상거래 시스템을 구축하고 지원하며 거래가 보다 안정적으로 이루어 질 수 있도록 하는 모든 기술 분야를 포괄하며 법·제도적 기반은 전자상거래가 사회경제 체제내로 확산되는 데에 필요한 사회적 관행과 인식, 법률과 제도의 틀을 정비하는 것을 의미한다. 마지막으로 산업적 기반은 전자상거래 관련 산업의 성장을 위한 핵심 기업군 육성지원 등이다. 본 논문에서는 B2B 전자상거래 형성과 파급효과와 미국을 위시한 선진주요국들의 정책동향을 위 3가지 관점에서 살펴보고 우리나라 B2B 전자상거래 효율화를 위한 정책방향을 논하여 보고자 한다.

II. B2B 전자상거래 형성과 파급효과

1. B2B 전자상거래 시장형성

전자상거래의 시장규모와 성장가능성에 대하여서는 시장조사기관마다 다양한 통계를 발표하고 있다. 그러나 정의, 조사방법등 서로 상이한 통계에도 불구하고 전자상거래는 그 규모가 아직은 작으나 예상을 훨씬 초월하는 성장을 지속하고 있다는 동일한 전망을 하고 있다.

최근 자료에 의하면 전세계 B2B 시장규모는 2000년에 226.2십억달러이고 2004년에는 2,774 십억달러로 예측하였다. 한편 같은 자료에 의한 전세계 B2C 전자상거래의 매출규모 예측치는 2000년에 59.7십억달러 2004년에는 428.1십억달러로 예측을 하여 B2B 전자상거래가 B2C 전자상거래보다 차지하는 비중이 월등함을 나타내었다.¹⁾

또 미국이 전세계에서 차지하는 전자상거래 규모대비를 2000년 59.5%에서 2003년에는 69%를 차지할 것으로 전망하여 미국이 시간이 흐름에 따라 전세계 전자상거래를 주도하여 나갈 것으로 보여진다.

1) 2001. 6. eMarketer

<표 1> 전세계 B2B 시장규모

(단위 : 십억달러, %)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004년 백분율
북미	159.2	316.8	563.9	964.3	1,600.8	57.7
아시아태평양	36.2	68.6	121.2	199.3	300.6	10.8
유럽	26.2	52.4	132.7	334.1	797.3	28.7
남미	2.9	7.9	17.4	33.6	58.4	2.1
아프리카/중동	1.7	3.2	5.9	10.6	17.7	0.6
합계	226.2	448.9	841.1	541.9	2774.8	100.0

자료 : eMarketer 2001.6

<표 2> 전세계 B2C 매출규모

년 도	매 출 규 모 (십억달러)
2000	59.7
2001	101.1
2002	167.2
2003	250
2004	428.1

자료 : eMarketer, 2001.6. 전자상거래진흥원, 인용재작성

<표 3> 전세계 대비 미국의 전자상거래 규모

(단위 : 십억달러)

년 도	미국	미국제외전세계	합계	미국점유율(%)
2000	161	109.5	270.5	59.5
2001	203.6	110.1	313.7	64.9
2002	522.6	282.5	805.1	68.4
2003	851.4	591.4	1442.8	69

자료 : eMarketer 2000, 전자상거래진흥원, 인용재작성

한편 OECD에서는 전체 전자상거래에서 B2B 전자상거래가 차지하는 비중 예측치를 78%로(1999년) 전망하였으며 아울러 B2B 전자상거래시장은 향후에도 B2C 전자상거래 시장보다 빠른 성장을 지속할 것으로 보여진다.

2. B2B 전자상거래 파급효과

가. 경제적 효과

먼저 거래비용의 절감을 들 수 있다. 전통적인 기업의 거래활동은 매우 복잡한 다단계 과정을 필요로 하고 이 과정에서 많은 거래비용이 발생한다. 기업들은 이러한 거래활동의 복잡성을 줄이기 위해 통합구매를 하거나 공급업체와 돈독한 관계를 유지함으로써 구매비용의 절감을 꾀하고 있으며 최근 대기업의 경우에는 EDI를 활용함으로써 구매과정에서 인건비, 인쇄비, 문서발송비 등을 절감해 왔다. 인터넷 기반의 B2B 전자상거래는 구매비용의 획기적 절감을 가능하게 한다.

다음은 시장의 효율성 및 투명성 제고 측면을 들 수 있다. 특히 가격결정의 측면에서 기존의 경제체제하에서는 대부분의 경우 가격결정권은 판매자에게 있다. 인터넷 기반의 전자상거래 체제하에서는 경쟁적인 입찰과 경매 시스템 등을 통한 동적 가격결정이 가능하고 이것이 B2B 익스체인지(Exchange)²⁾의 가장 큰 특징 중의 하나이다. 또 B2B 전자상거래는 ①가격 투명성(Price Transparency), ② 가용 투명성(Availability Transparency), ③ 공급 투명성(Supplier Transparency), ④ 제품 투명성(Product Transparency)을 가져온다.

또 시장의 효율성 증대라는 측면에서는 사이버 공간의 활용을 통해 시장의 지리적 한계 및 시간적 한계를 초월할 수 있어 이에 따라 시장에서의 접근성이 확대되고 새로운 시장을 창출할 수 있다는 것이다.

나. 기업활동의 파급효과

인터넷을 기반으로 한 전자상거래 체제의 도입이 기업의 생산 및 서비스 활동에 미치는 영향은 새로운 마케팅 활동과 공급관리를 포함한 여러 가지 기업 활동에 변화를 가져오지만 제품개발상의 사이클 타임의 단축과 서비스 활동의 질적 개선이라는 두가지 측면으로 요약할 수 있다. 생산 및 서비스활동의 변화를 보면,

첫 번째는 제품개발상의 사이클 타임 단축이다. 제품을 생산하는데 드는 사이클 타임을 단축하면 그만큼 제품단위당 고정비용인 설비의 감가상각, 공공요금이나 건물임대료, 관리감독 시간 등이 줄어들게 된다.

두 번째는 서비스 활동의 질적 개선이다. 인터넷의 사용은 고객지원 서비스에서의 질적인 개선을 가능하게 한다. 인터넷이 가지고 있는 양방향성과 대고객 접근성으로 인해 기존의 콜 센터 중심의 고객 지원방식에 변화가 일어나고 있다. 인터넷을 이용한 서비스 활동은 이메일 마케팅과 같은 단순한 차원으로부터 인터넷 콜백 서비스, 웹 모니터 서비스 등 다양한 형태로 진화하고 있다. 또한 사용자기업은 구매 물품의 배송 여부에 대해 웹상에서 확인할 수 있으며 이러한 주문처리 상황외에도 소프트웨어나 기술적인 문제해결 정보를 온라인 상에서 해결할 수 있게 됨으로써 비용절감의 효과도 거두고 있다.

또 인터넷에 기반한 기업간 전자상거래 도입은 기업의 제품개발 활동 뿐 아니라 연구개발 활동의 변화 또한 초래하고 있다. 특히 온라인을 기반으로 한 연구개발 활동은 기존의 혁신 패턴을 변화시킬 수 있는 완전히 새로운 현상으로 이해할 수 있다.

²⁾ B2B Exchange는 기업들이 상품과 서비스를 서로 매매할 수 있는 집중된 사이버 상의 공간이라고 할 수 있다. B2B Exchange의 가장 큰 특징은 복수의 구매자와 판매자를 하나의 집중된 사이버상의 시장에 집결시키고 익스체인지의 규칙에 따라 결정되는 동적인 가격으로 서로 매매할 수 있도록 지원한다는 데에 있다(아서 스킨리, 윌리엄 우즈, 2000).

III. 주요국들의 B2B 전자상거래 정책 동향

1. 미국 동향

미국에서는 1993년부터 NII(National Information Infrastructure) 구상과 더불어 국가 보유 정보의 통합 관리, 운영, 공유환경 등에 관한 정책이 시작되었고, 현재 미전역을 커버하는 초고속망이 깔려 있어서 이를 이용한 인터넷 접속이 널리 확산되어 있다. 최근에는 초고속망을 가진 인터넷을 활용한 정부정보 공유망의 개발이 많이 이루어지고 있다.

2000년 6월 미국 상무부에서 발표한 'Digital Economy 2000'에서는 IT산업이 경제성과 및 성장, 인플레이션, 그리고 전자상거래에 미치는 파급효과를 분석한 자료에서, IT부문의 성장, e-business와 전자상거래 등이 지속적인 경제 유형의 핵심 부분임을 나타내었는데, 이들 산업이 급속한 성장을 거듭하여 생산, 소비, 통신, 오락 등 모든 방식을 근본적으로 변화시키고 있다고 분석하고 있다. 또 이 자료에서는 90년대 하반기는 인터넷이 경제무대에 등장하여 기업전략과 투자에 변화를 미치는 것으로 분석하였다. 조세 및 관세에 있어 미국은 1997년 세계전자상거래골격은 전자상거래에 완전한 무관세를 구현하여 모든 국가가 이익을 얻을 수 있으며, 전자상거래에 세금을 부과하여서는 안 된다고 규정하였다. 더구나 관세 분야에 있어 미국은 1998년 2월 6일 전자상거래의 무관세화를 인정하는 규범이 필요함을 WTO 일반이사회 (General Council)에 공식적으로 제안하고, WTO 내에서 전자상거래 관련 논의를 통해 전자상거래에 대한 무관세를 일관되게 주장하고 있다.

전자서명 및 인증에서 2000년 6월에 '세계 및 국내상거래에서의 전자서명법'이라는 법안을 통과시켰다.³⁾

소비자 보호 및 개인정보 보호분야에 있어서 미국의 소비자 보호 및 개인정보 보호 정책의 기본은 민간의 '자율규제'와 '정부의 최소한의 간섭'이라는 두 가지 면에서 2000년 4월에 '어린이 온라인 프라이버시 보호에 관한 법률'이 발효되었고, 2000년 7월에는 수신인이 요청하지 않는 상업적 목적의 전자메일, 소위 스팸메일(spam mail)의 발송을 규제하는 전자메일법이 하원을 통과하였다.

전자결제 분야에 대한 논의는 1997년 재무부를 중심으로 국제적인 차원에서 새로운 전자지불시스템의 세계적인 관계를 연구하기 위하여 다른 정부들과 협력하고 있다. 특히 주 정부간 금융거래와 경제에서 이러한 전자지불시스템을 보다 촉진시키기 위하여 재무부는 전자연방세 지불시스템(Electronic Federal Tax Payment System)과 전자자금이체프로그램(Electronic Fund Transfer Program)을 발전시켰고, 많은 기관들이 이미 전자은행 및 지불의 중요한 측면에 관하여 연구를 하고 있다.

보안 및 암호분야는 첫째 안정적인 신뢰할 수 있는 통신망과, 둘째 이러한 통신망에 첨부된 정보를 보호하기 위한 효과적인 방법, 셋째 권한없는 사용으로부터 데이터를 보호하기 위하여 전자정보의 신뢰성을 보장하고 인증할 효과적인 방법, 넷째 시스템과 데이터를 보호하기 위한 방법을 이해하는 잘 훈련된 사용자 등을 필요로 하고 이는 이미 암호에서의 신뢰를 가능하게 하고, 사용자나 사회가 필요로 하는 보호장치를 제공하는 방법을 연구하며, 지적재산권은 1997년 온라인 무단 복제

³⁾ 박노형, 전자상거래 관련 국제규범의 동향과 내용분석, 2000. 12.

자에 대해 처벌할 수 있는 ‘전자절도금지법’을 제정하여 시행하고 있으며 세계지적재산권기구 주관하에 개최된 외교회의에서 디지털 환경에서의 저작물과 음반녹음 및 공연 등의 국제적 보호를 위하여 채택된 저작권과 저작인접권에 관한 두 가지 조약에 서명하였으며, 이후 ‘디지털멀레니엄저작권법’을 시행하고 있다.

2. EU 동향

EU는 통신시장이 90년대 중반까지 국가독점으로 운영됨에 따라 시내통화료수준이 매우 높았으며, 언어와 정치적인 이질적인 환경으로 인해 인터넷 상의 기업 활동에서 충분한 규모의 경제가 실현되기 어려웠다. 또 변화를 거부하는 사회적 분위기와 보수적인 경제, 사회정책이 정보분야의 새로운 산업 형성을 저해하는 요인으로 작용하였으나, 최근에 들어와 경제통합정책과 함께 정보통신 산업 발전을 제약했던 요인들이 해소되는 추세가 뚜렷이 나타나고 있어 향후 유럽의 정보화에 가속도가 붙을 것으로 예상된다.

한편 EU는 개방을 통하여 정보통신 시장의 효율화를 추구하는 것이 국가 경제 발전에 필수적이라는 판단 하에 통신시장의 자유화를 광범위하고 체계적으로 추진하여 왔다. EU는 통신개방 자유화 지침을 마련함으로써 EU 가맹국내 기존 국영통신사업자들의 독점은 허물어지고, 미국의 통신회사를 포함한 신규사업자와의 본격적인 경쟁이 전개되게 되었다.

유럽집행위원회는 '99년 12월 전유럽을 하나로 연결하는 인터넷망 구축을 통해 정보사회 진입을 획기적으로 앞당기는 내용의 e-Europe 계획을 발표하였다. 이 계획은 향후 유럽의 정보사회 구축을 위한 포괄적이면서도 구체적인 목표와 계획을 제시하고 있으며, 이는 단일시장 형성과 유료화 출범 등 경제통합의 효율적 운영을 위해 역내 정보사회 구축이 필수적이라는 회원국의 의지를 반영하고 있다. 또한 정보기술을 역내 경제성장의 원동력으로 삼고 모든 유럽인들이 정보화의 혜택을 누릴 수 있어야 한다는 의도를 가지고 있다.

EU에서의 전자상거래법 규범의 형성은 97년 유럽위원회가 전자상거래에 관한 유럽이니셔티브로 본격화 되었다.

유럽이니셔티브의 제안은 EU 단일시장과 전자상거래는 상호보완적인 관계에서 발전 할 수 있으므로 유럽에서의 전자상거래 확산은 유럽기업의 경쟁력 강화에 도움을 줄 것으로 전망하며, 전자상거래 혁명은 EU 단일시장 내에서 경쟁을 자극하고 저비용 무역을 실현 할 것으로 예측하며, 전자서명의 인정과 전자상거래 분야의 서비스 교역에 관한 원칙 적용을 골자로 하는 전자서명지침을 확정('99.11)하였고, 전자상거래 관련 법규 통일을 위해 2000년 전자상거래 지침을 마련하였다. .

EU에서의 전자상거래 관련 법규범은 제한적인 부분에서 유럽위원회의 직접적인 규제를 마련하도록 규정하여 미국과 비교하여 다소 제한적인 자유화의 입장이라고 할수 있다. 부가세에 관해서 유럽은 부가세 과세원칙을 지키려고 하고 있다.

EU는 조세 및 관세 분야에 있어 주문은 전자적으로 이루어지지만, 배달은 물리적으로 이루어지기 때문에 기존의 관세의 규정을 준수할 것을 요구하고 있다. 또 주문, 배달, 결제등 모든 부문이 전자적으로 이루어지는 경우에는 국제 사회가 온라인 거래에 대해 관세를 부과하지 않은 관행을 인정하고 있다. 그러나 이러한 전자적 전송의 경우에도 이를 상품의 전송으로 볼지, 서비스의 전송으로 볼지에 대한 논의가 진행 중이다.

조세와 관세에 관한 논의는 현재도 진행중이며, EU역내와 역외로 구분되는 체제에 대해서도 계속해서 논의가 진행되고 있다. 2000년 12월 유럽의회는 역외 교역국은 유럽에서 전자상거래 등록을 하고, 역내 국가에는 보조금을 주는 방법을 제안하기도 하였다.

전자 서명 및 인증에서 유럽위원회는 '99년 "전자 서명공동체 골격 지침"을 제안 하였다. 여기에서 전자서명이란 첨부되어 있거나 논리적으로 다른 전자적인 데이터와 연관되어 인증의 방법으로 제공되는 전자적인 형태의 데이터를 의미하며 전자서명은 정당한 법적 과정을 거쳐 증거로서 인정받으며, 각 회원국은 단지 전자적인 형태로 이루어졌다고 해서 증거능력을 부정할 수 없다고 규정하고 있으며, 전자서명은 소송에 있어서도 증거로서 사용할 수 있도록 규정하였다.

소비자 보호 및 개인정보 보호는 개인정보 처리에 관하여 프라이버시에 대한 권리와 자유를 EU 회원국 내에서 균등하게 보장하고, 이러한 정보가 통신수단에서 자유롭게 이동되는 것을 보장하기 위하여 '97년 12월 통신부문의 개인정보처리에 관한 지침을 채택하였다.

전자 지불 및 결제에 있어 유럽위원회의 제안은 전자화폐의 발행과 관련하여 법제도적 허점이 있음을 인식하고 그 대책마련을 목적으로 하고 있다. 또한 최소한의 조화된 규칙을 도입하여, 특히 전자화폐기관을 위하여 단일 여권 개념을 도입함으로써 금융서비스에 있어서의 단일 시장 달성을 목표로 하고 있다.

지적 재산권 분야는 저작권과 관련하여 '99년 5월 "정보사회저작권지침"제안을 하였다. 이 지침 제안은 컴퓨터 프로그램의 법적보호, 대역권 등 지적 재산권 분야로서의 저작권접권, 위성 및 케이블 전송에 의한 프로그램의 방송에 적용되는 저작권 및 저작권접권, 저작권 및 저작권접권의 기간 및 데이터베이스의 법적보호 등에 적용된다. 동 지침은 실연자, 음반제작자, 영화의 최초 제작자 및 방송기관에게 감독 및 직간접적으로 일시적이거나 영구적인 복제를 금지시킬 배타적 권리를 부여하는 것으로 제안하였다.

3. 일본 동향

일본의 전자 상거래 관련 산업의 성장추이를 보면 가장 많은 성장 폭을 보이는 것은 전자, 전기 산업이며, 다음으로는 자동차, 건설사업, 화학산업 등이 그 뒤를 잇고 있다. 이는 미국과 일본의 B2B 전자상거래와는 다른 형상이다.

일본 내에서 기업간 전자상거래를 선도하고 있는 것은 부품, 재료의 외부 조달 비중이 높은 전자 전기, 정보통신, 자동차 산업등이며, 전자전기의 경우 히다치 외에도 도시바, NEC 등 거의 모든 기업 들이 EDI시스템 및 인터넷을 이용한 부품, 자재조달 비중을 확대하고 있다.

일본의 전자 상거래 발전에 대한 형상은 민간 주도의 미국과는 달리, 일본은 '95년부터 통신성, 우정성 등 정부가 중심이 되어 본격적으로 전자상거래를 추진하여 표준화나 기초기술 개발에 주도적인 역할을 수행하고 있다.

그러나 일본은 '97년까지 전자상거래와 관련하여 확실한 정책을 수립하지 못하였고, 이로 인해 민간분야에서의 전자상거래 추진속도도 발달된 정보통신기반구조와는 대조적으로 상당히 느렸다. 이러한 문제에 대응하여 일본 정부는 '98년 9월에 전자상거래 작업반을 구성하여 일본의 전자상거래 정책 수립과 전자상거래 활성화를 지원하고 있으며⁴⁾ '99년 4월에는 '전자상거래의 본격화'를 하나의 당면 목표로 삼고 있는 '고도 정보통신사회 행동계획'을 발표하였다.

일본은 '90년대 구조적인 장기 불황을 겪은 일본 경제가 최근 다시 엔화가 급락하고 주가가 하락하는 등의 불안 조짐을 보이고 있는데 이러한 장기 불황을 90년대 발생한 버블 붕괴에 따른 자산 디플레이션 발생이 결정적인 계기가 되었다.⁵⁾

그러나, IT 분야를 중심으로 한 산업은 그 회복세가 뚜렷해지고 있어, IT 분야를 중심으로 한 설비 투자의 확대 기조는 유지될 수 있을 것으로 생각된다. 따라서 일본 경제는 구조조정이 계속되면서 고전하는 분야와 상대적으로 호조를 보이는 분야 사이의 양극화 현상이 지속되고, 성장세가 완만할 것으로 보인다.⁶⁾

미국, EU에 뒤처지지 않으려는 일본은 세계 전자상거래시장의 주도권을 잡기 위한 하나의 방편으로 아시아 지역의 공동화를 추진하였다. 실제로 일본의 히다치 제작소와 도요타자동차 일본기업 200개사가 통산성과 제휴, 인터넷을 활용한 전자정부와 기업이 부품을 조달하기 위한 전자상거래 시장을 아시아에서 적극 보급할 계획이다.

관세 및 조세 분야에서 일본은 정보통신 설비 및 관련산업이 발달되어 있고, 컴퓨터 소프트웨어, 게임, 애니메이션 등에 대한 경쟁적 우위에 있다고 생각하고 소프트웨어 등의 인터넷 콘텐츠 산업의 관세가 거의 제로에 가깝기 때문에 미국과 마찬가지로 무관세의 입장을 취하고 있다.

소비자 보호에서 일본의 전자상거래 소비자정책은 법령의 정비와 민간 자율규제에 대한 지원, 전자상거래 사업자의 부당 거래행위에 대한 감시, 소비자 정보제공, 전자상거래 관련 소비자 피해를 효과적으로 구제하기 위한 노력을 들 수 있다.

개인정보보호에서 1997년 12월에 인터넷을 중심으로 하는 정보유통의 원칙을 제시하였고 또한 1997년도 통상산업성의 '민간부문의 전자계산 처리 된 개인정보보호에 관한 지침' 이 제정되었다. 이에 따른 개인정보의 보호 유도를 하기 위해서 인증마크의 도입 필요성을 논의되었고 '98년 4월부터 '프라이버시 마크 제도' 가 도입되었다.

전자서명 및 인증 분야에서 가장 핵심적인 규범은 우정성, 통산성, 법무성이 전자서명 및 인증 업무에 관한 법률 2000년 5월 통과되었다. 또한 일본의 IT업계를 대표하는 민간기업인 NTT Communications, Toshiba, 일본IBM 등 IT 벤처 및 인증서비스기업 15개 사는 2000년 4월 '기업간 전자상거래 시스템에 있어서 전자인증 시스템 사양에 관한 지침' 을 발표하였다. 한편 통산성은 '99년 8월 전자상거래의 환경 정비 관련 법적과제의 검토에 대한 보고서' 에서 전자서명 인증은 거래 상대에 대한 신뢰성이 반드시 전제되어야 한다는 점을 고려할 때, 관련 법, 제도의 정비가 시급함을 강조하고 있다.

4. 중국 동향

1998년부터는 인터넷 붐이 일기 시작되었고 전자상거래(E-Commerce) 발전 규모가 급성장하고 있다.

중국의 B2C 및 B2B전자상거래 시장은 98년 중국에서 일어났던 인터넷 붐과 더불어 '99년을 거쳐 2000년도에는 그 시장규모가 이미 9,600만 달러에 달하여 광범위한 관심사가 되었다. 이 모든 것

4) 호주 외교통상부, 1999

5) LG 경제연구원, 2001. 1

6) LG 경제 연구원, 2000. 12

은 정보화 인프라 및 기술 등 이 아직 초보적인 단계에 머물러 있고 기업들의 실질적인 수익을 보려면 아직도 일정한 시간이 필요하다. 중국의 경제발전의 동서양극화가 형성되면서 경제가 발전한 동부연해지역은 정보통신 인프라 건설이 잘 되어있어 잠재적인 발전 가능성을 갖고 있다.

또한 2000년 7월 개막된 “2000년 전자상거래 및 인터넷 박람회”에서 통정런자오 전자상거래 하드웨어개발유한공사는 앞으로 소매, 제작, 전자, 정보통신, 금융, 여행 업계의 기업고객에게 완전히 새로운 개념의 전자상거래 솔루션을 제공할 것이라고 발표했다.

중국은 개혁개방을 거쳐 경제적으로 거대한 성장을 거두었으며 이러한 쾌속 성장은 IT산업에서도 괄목할만한 영향을 미쳐 전자상거래의 발전을 대대적으로 촉진하였다. 일부 IT상품은 세계 최대 생산기지국으로 부상하였으며 이와 관련된 과학연구와 교육, 생산과 응용이 결합되어 완제품과 부품 생산이 서로 융합함으로써 상대적으로 비교적 완벽한 공업생산체계를 이루는 데까지 이르렀다.

현재 IT산업의 응용은 아직 공업, 농업, 서비스업 등 각 분야에 확산되지 않았다. 이는 IT산업의 기업규모가 비교적 작고 효율이 낮으며, 중복투자와 분산으로 경쟁력이 약하고 불합리한 구조, 관리체제와 정책법규가 IT산업의 고속발전에 적용하지 못하고 있는 상황이다. 이런 문제가 해결되면 중국 IT시장은 급속히 확대될 것이며, IT기술응용도 크게 향상될 것이다.

중국 정부는 전자상거래 발전을 독려하는 동시에 끊임없이 이를 규범화하고 있다. 최근 발표된 정책과 동향에서 중국 정보산업부(MII: Ministry of Information Industry)는 정부가 제정한 인터넷 발전과 전자상거래 관련 법규가 아직 완벽하게 체계가 잡히지는 않았으나, 기존의 법률, 법규를 수정하여 계약법, 형법, 지적재산법 등과 같은 인터넷 범죄, 지적재산권보호, 전자상거래 신분확인에 관련된 법률과 규범을 더욱 강화하고 있다고 밝혔다.

중국 세무총국은 앞으로 인터넷 상거래에 대해 세금을 징수할 방침이며, 아울러 전자상거래라는 신종 무역형식이 급속히 발전하면서, 전자상거래와 관련된 과세정책의 제정, 연구는 긴급한 당면 과제로 떠올랐다. 이를 위해 국가 세무국은 이미 전문연구조직을 구성했고, 2000년에는 전자상거래 과세정책의 틀이 잡힐 것으로 예상된다.

한편 고속 경제성장을 계속 하기 위하여 중국은 105 계획기간(2001~2005년)에도 연간 7.8%로 성장하려는 야심에 찬 계획을 내세우고 있다. 또한 최근의 변화에는 성장률 등 양적인 성장을 넘어서 질적인 변화를 보여 경제산업구조의 거대한 변화를 가져오고 있다. 이는 세계의 생산기지로서의 위상 강화와 새로운 분야(특히 침탄산업)로의 변화추구 및 발전지역들의 급부상으로 연결되고 또 2001년 11월 중국의 WTO의 가입은 중국 산업구조 재편이란 과제와 더불어 그 경쟁력을 강화하게 될 결과를 낳게 될 것이고 글로벌 표준의 적용으로 말미암아 세계적인 경쟁이 격화될 것으로 전망된다.

5. 싱가포르 동향

싱가포르는 자국의 열악한 조건을 극복하기 위해 일찍부터 정보화에 관심을 두고 정부와 민간이 공동으로 추진해 왔으며 현재에는 세계적 수준의 정보화를 달성하였다. 그리고 경제대국으로의 발돋움을 위하여 IT의 적극적 활용과 정보화를 진전시키기 위한 노력을 계속해서 진행하고 있다. 현재 싱가포르의 정부의 강력한 정보화 추진계획과 지원아래 민간부문과 함께 IT기술을 통한 경제성장과 국민복지 향상을 위해 노력하고 있으며 싱가포르 전국의 가정에 인터넷을 보급하기 위한 프로

그램을 수립 시행하고 있으며 향후에 모든 국민에게 오락, 뉴스, 원격교육, 온라인 쇼핑, 전자상거래, 정부서비스 등을 이용할 수 있도록 할 계획이다.

싱가포르의 전자상거래 규모는 '99년 8,400만 달러였다. 전자상거래는 도입단계에 있다 할 수 있어 그 성장가능성은 풍부하나 시장의 규모가 작아 그 규모는 크지 않은 실정이다. 현재 인터넷 비즈니스의 형태는 인터넷 B2B전자상거래가 중심이며 B2C전자상거래는 시장규모가 작아 100~200여 개의 소규모 쇼핑몰만이 있다. 또한, off-line 업체의 전자상거래 진출은 활발하지 않은 편인데 이는 동남아 지역의 특성상 다국적기업의 활동이 강하고 off-line 업체의 규모가 작기 때문인 것으로 보인다.

한편 정부차원의 전자상거래 상징이라 할 수 있는 '전자정부' 구현을 위해 싱가포르 정부는 정부의 생산성과 효율성을 제고하여 대국민 서비스를 향상시키기 위해 공공부문의 정보화에도 주력하고 있다.

1998년에는 전자거래법(The Electronic Transaction Act)으로 계약과 전자서명, 전자기록에 관련한 법적 기반을 마련하였다. 향후 전자상거래법을 국제적 수준에 적합하도록 개정하고 콘텐츠에 대한 책임을 콘텐츠 호스트(host)가 아닌 콘텐츠 제공자에게 부여함으로써 싱가포르 기반의 콘텐츠 거점센터 구축을 위한 법규 마련을 추진 중에 있다.

현금카드, 신용카드를 통한 결제 시스템이 운용되고, 스마트카드와 디지털 인증을 위한 인증기관이 설립되었다. 이중 스마트카드는 이미 일부 은행에서 받아들여지고 있다. 또한, 국제적으로 연결된 전자상거래 인프라 구축, 보다 많은 전자상거래 벤처 유치, 기업의 전자상거래 도입 촉진, 전자상거래에 익숙한 사회분위기 조성, 다른 나라와의 전자상거래에 대한 법과 정책 마련 등을 골자로 하는 전자상거래 활성화 계획을 통해 2003년까지 50%의 기업이 전자상거래를 사용하도록 관계 정부기관과 협조하여 세금감면 등의 유인을 통해 참여를 독려하고 있다.

관세 및 세금 분야에서 싱가포르는 자동차, 주류, 유류, 담배 4개 품목군에 대해서만 관세를 부과하고 이를 제외한 모든 품목의 관세가 무세이다. 외국인 투자가 총 국내투자의 70% 이상을 차지하고 있으며 자본, 기술, 고급인력의 유입과 세계적인 판매망의 확보를 위해 지속적인 투자환경 개선 및 인센티브 제공 등 적극적인 외국인 투자유치를 유도하고 있다.

싱가포르 정부는 B2C전자상거래 시장의 활성화를 위해 소비자와 기업간 신용의 중요성을 인식하고 인증마크, 인증라벨, 제3자 인증과정을 통해 B2C전자상거래 사업자를 선정하고 있다. 또한, e-marketplace 소비자의 신용 강화를 위한 각종 교육 및 의식개혁, Singapore Tourism Board(STB), 상거래에 대한 도덕교육을 실시하고 프라이버시 및 보안에 대한 정책들을 재정비하고 있다.

개인정보 보호를 위해서는 전자상거래에 대한 소비자 정보코드를 이미 구축하였으며, 이에 대한 후속조치로 개인정보보호에 관한 선진사례를 검토하고 통합된 제도적 장치를 마련중에 있으며 또한, 기구축된 지적재산권을 국제적 환경에 맞게 지속적으로 정비 중에 있다.

싱가포르 정부는 자국의 e-business 기업들의 해외 진출과 사업확장을 지원하고 싱가포르의 전자상거래 인프라와 애플리케이션 서비스 구축을 위해 해외기업 및 싱가포르 거점기업 등과의 전략적 제휴를 추진중에 있다. 또한, 벤처 기업의 해외진출과 외국기업의 유치를 지원하는 역할을 수행할 센터를 해외에 설립할 예정이며, 이러한 기업(닷컴 등)들이 산학협력을 통해 경험, 지식, 기술이나 아이디어를 교류하고 공유할 수 있도록 업계간 네트워크를 구성하고 이를 지원할 수 있는 전자상거래 연구센터를 설립하여 운영할 계획이다.

IV. 주요 선진국들의 정책 분석

1. 미국과 EU

대표적인 전자상거래 선도국 미국은 특히 B2B간 전자상거래에서의 우위를 중심으로 자국의 관행 및 표준을 세계 표준화하려는 의지를 가지고 있으며 B2B 전자상거래 정책 및 제도, 규범의 측면에서는 민간의 자율규제에 많은 비중을 두고 있는 경향을 보인다. 전자상거래 정보보호, 소비자 보호에서도 별도의 포괄적인 법적 규제 없이 개별법에 의한 대중적인 접근방식을 취하고 민간 중심의 시장규칙을 존중하는 경향이 있다. 이러한 최소한의 규제와 민간중심의 자율규제에의 의존은 미국 정부가 전자상거래 시장의 활성화를 통한 기업의 효율성 증대효과를 충분히 살리고자 하는 의도로 파악할 수 있다.

미국은 자국내 기업의 자율성 보장을 통한 기업간 전자상거래 시장의 촉진과 더불어 대외적으로는 국제기구에 영향력을 행사할 수 있는 정책을 개발하는 등 세계 전자상거래 패권장악을 위해 노력하고 있다. 최근 미 의회에서 WTO 회원국의 전자무역자유화 및 시장개방 촉진을 위한 정책이 건의되는 등의 일련의 움직임이 그것이다.

이와 같이 미국정부가 민간의 자율규제에 많은 비중을 두는 것과는 달리 특히 국가간 거래에 있어 관세 분야에서는 미국과 의견을 달리하고 있다. EU에서는 포괄적인 법률 및 제도적 장치에 의해 규제하고자 하는 의지를 보이고 있다. 우선 정보보호에 있어서도 EU차원의 규제 가이드라인에 의거하고 있으며 전자서명에 있어서도 디지털 서명법의 신설을 통해 총괄적인 규제활동을 벌이고 있다. 미국과 마찬가지로 전자상거래를 유럽연합 회원국의 국가경쟁력 확보를 위한 전략적 기반산업으로 인식하고 있으며 전자상거래의 유럽연합으로의 확대를 위한 각국별 문화적, 경제, 사회적 차이의 극복에 많은 노력을 경주하고 있다.

2. 일본과 싱가포르

일본, 싱가포르 국가들의 특징은 e-비즈니스의 최첨단에 서있지는 않지만 전자상거래 환경의 확산을 국가경쟁력 확대의 기반으로 인식하고 기존 시스템을 지속적으로 정비해 나가고 있는 국가들이다.

이들 국가의 특징은 국가적 수준에서 전자상거래 발전전략을 수립, 시행하고 있다는 것이다.

일본은 초고속 네트워크 인프라의 구축과 경쟁정책, 전자상거래 환경의 구축, 인력양성 등의 총체적인 계획을 추진하고 있으며 이를 통해 일본의 장기불황을 딛고 IT입국을 달성하기 위해 자원을 총동원하고 있다.

한편 싱가포르는 이미 발표하여 시행하고 있는 정보화 기반 구축 프로그램인 싱가포르원(Singapore-One)프로젝트와 2000년에 들어와 정보화시대에 대한 능동적인 대응책으로서 정보통신산업의 발전을 통해 향후 5년내에 세계경제대국으로 도약한다는 비전을 담고 있는 "Infocomm21"마스터플랜을 수립·추진하면서 최상의 정보통신 인프라를 구축하여 세계 전자상거래 거점지로서 도약한다는 비전을 제시하고 있다.

3. 중국

중국은 급속한 경제확대와 더불어 전자상거래 환경의 준비를 경제도약의 계기로 삼고자 노력하고 있다. 중국의 경우 현재 정보기반 구축과 정보 네트워크화를 추진하는 정보산업 지원정책, 시장 메카니즘에 입각한 기업구조 형성을 목적으로 하는 기업경영 및 개혁정책, 중국의 전통적인 현금기반 상거래 관행의 개선을 목표로 하는 지불, 인증 시스템 구축, 정보 고속도로 건설을 위한 기술개발 지원 등의 정책을 펼쳐나가고 있으며, 이를 위하여 중국 정부는 경제, 사회적 측면과 정보 인프라의 측면에서 기반을 구축하는 작업을 우선적으로 진행시켜 나가고 있다.

V. 우리나라 B2B 전자상거래 정책 방향

1. 기업 및 정부 정책 방향

B2B전자상거래에서 생존해 나가기 위해서는 우선 인터넷이라는 환경이 기업기능에 어떤 영향을 미치고 있는가에 대한 명확한 인식이 필요하다. B2B 전자상거래 시장의 도입과 함께, ERP 등 관련 인프라들도 기업 단위의 서버 기반에서 인터넷 기반으로 옮겨가고 있다. 현재의 기업 내, 기업간의 시스템과 프로세스가 인터넷상에서 급격히 통합되고 있다는 사실을 기업의 구성원 전체가 조속히 인식하고 B2B 시장에서의 생존 전략을 모색해야 한다.

이를 위해서는 우선 단기적인 수익보다는 장기적인 안목에서 투자가 계속되어야 한다는 것을 인지하고 있어야만 하는데, 이에 대한 인식이 소홀하다면 그 부담을 감당할 수 없게 되는 것이다. 둘째, 기업간 전자상거래 정책을 설계함에 있어 전자적 거래의 확산을 위한 기업간 관계와 협업 문화 확대를 위한 기업간 배려가 있어야 한다. 기업간 전자상거래가 활성화되기 위해서는 각 기능별, 기술별 전문 분야에 특화하고 있는 중소기업군의 육성과 이들 중소기업간, 중소기업과 대기업간의 협업관계를 진작시킬 수 있는 정책 프로그램을 개발하는 노력이 필요하다. 특히 우리나라의 경우 기존 대기업의 e-transformation과정의 병행적으로 진행되지 않으면 기업간 전자상거래의 확산에 많은 장애를 초래할 것이다.

셋째, 국제적 협의체에 참여와 민간자율규제와 적극적인 마련이다.

전자상거래 규범형성에서 국제적 수준에서의 민간기업의 의견은 ‘전자상거래에 관한 세계기업협의체’(Global Business Dialogue on Electronic Commerce: GBDe) 등을 통해 활발하게 제기되고 교류되고 있다. GBDe에는 IT관련 선도기업이 대거 참여하고 있으며, 전자상거래에 있어 민간자율규제의 확대 움직임과 맞물려 그 영향력이 점차 확대되고 있다.

이와 함께 전자상거래의 규율에 대한 세계적인 추세는 민간자율의 극대화이다. 기업들의 민간자율규제가 소홀하거나 문제가 야기되는 경우 필요하지 않은 정부의 개입은 불가피하게 된다. 따라서 한국기업들이 자신의 이익을 추구하는 목적으로도 보다 적극적인 자율규제의 노력이 요구된다. 이러한 민간자율규제는 1차적으로 전자상거래의 발전과 활성화에 초점을 맞추어야 할 것이다. 또한 이와 함께 전자상거래에 대한 소비자의 신뢰도를 높이기 위해서 소비자 보호 및 소비자 와 기업간

효율적인 분쟁해결에도 유의해야 한다.

다음으로 정부정책 방향은 먼저 국제기구활동에 적극 참여이다.

WTO, OECD, UMCITRAL, APEC 등 국제기구들을 뚜렷한 결론을 내지는 않았지만 전자상거래에 관한 움직임이 계속 활발하다.

그 중에서도 OECD는 1980년도부터 전자상거래에 관한 논의가 시작되었다. APEC에서는 우리나라가 선도적 역할을 해야할 위치에 있다. 우리나라는 OECD가입국 이기도 하지만 현재 전자상거래는 OECD가 주도하고 있다.

현재까지 각종 전자상거래규범이 '형성되어 가는 규범' 이고 '개방성' 과 개별국가내에서 독자적인 규범체계가 발전하기보다는 국제규범으로 발전하는 것이 바람직하기 때문에 우리나라도 국내 규범 못지않게 국제규범에도 큰 관심을 가져야 한다. 이 점에서 정부는 물론 기업도 국제기구에서 우리나라의 입장을 적극적으로 반영하려는 의지와 적극적인 참여가 중요하다.

전자상거래의 발전은 원칙적으로 민간이 주도해야 한다. 전자상거래는 자유로운 기술발전을 전제로 하고 있기 때문이다. 이 점에서 전자상거래를 포함한 정보기술 (Information Technologies: IT)의 발전에 있어서 성급한 정부개입은 경쟁과 혁신을 왜곡할 수 있으므로 정부의 개입이 필요한 영역이라고 하더라도 정부는 불필요한 규제나 제한을 해서는 안되며, 성급한 개입이 가져오게 되는 부작용을 막기 위해 정부의 개입은 명확하고 투명하며 안정성과 예측가능성이 보장되는 수준에서의 개입이 이뤄져야 한다.

또 전자상거래에서 발생하는 국제적인 분쟁해결 및 관할권의 설정에 관해서는 국가간 및 국제기구를 통한 합의가 필수적이며 국경을 초월하는 전자상거래의 특성상 국제적 협력이 중요하다.

2. 인프라 구축

가. 기술 인프라

원활한 B2B 전자상거래 활성화 정책에서 여러 가지 기술개발들이 필요하지만 무엇보다도 중요한 것은 개방성을 특징으로 하고 있는 인터넷은 그 속성상 정보보호 측면에서 취약성을 가지고 있어 거래 내용, 신용카드 정보, 계좌 번호, 혹은 관련 비밀 번호 등의 비밀 정보들이 쉽게 노출될 수 있다. 그러므로 인터넷을 이용한 전자상거래에서는 정보보호를 유지하기 위하여 여러 가지의 다양한 기술개발이 필요하다.

또 B2B 전자상거래가 활성화되면 어음이 사라지고 기업 구매전용카드나 어음의 전자적 형태인 전자외상매출 채권제도가 중요한 결제수단이 될 것으로 예상되며, 전자지불(electronic payment)은 전자상거래에서 구매한 물건의 대금을 전자화폐로 결제하는 행위를 말하고, 전자지불시스템은 거래에 참여하는 고객, 판매자 등이 서비스와 상품에 대한 대가를 안전하고 효과적으로 주고받을 수 있는 정보전달 및 대금지불 체계이다. 이러한 전자지불 시스템의 정착과 전자지불 산업의 발전을 위해서는 체계적 표준화, 인증·보안시스템의 보완과 더불어 법 및 제도적 기반의 정비도 함께 필요하다.

다른 한편 기술의 표준은 시스템의 상호운용성이라는 측면에서 중요한 의미를 가지고 있고 기술의 표준화를 위해 다양한 국제기구 및 민간주도 단체들이 활동하고 있다. 전자상거래 관련 기술의 표준에는 통신표준, 지불표준, 인증표준, 암호표준, 메시지표준, 거래표준, 등이 고려되어야 한다.

마지막으로 전자상거래 전문인력 양성으로 기업산업별 수요에 맞는 전문인력 확충을 필요하며 이는

대학 등 교육기관의 전자상거래 전문인력 공급기반을 확충하고 민간교육기관의 연계를 통해 현장감 높은 교육과 대학(원) 등에 전자상거래학과 신·중설 및 교육과정 확충과 난립해 있는 민간교육과정의 국가인증제 도입 등으로 준비를 하여야 한다.

나. 법제도 인프라

먼저 관련법제도 정비이다. 현재 정부에서 전자상거래 관련 법정비 작업을 활발히 추진하고 있다. 법제도 정비시 필수적으로 고려되어야 할 요소들은, 먼저 정보보호 및 소비자보호로서 전자상거래에서는 거래 및 결제에 필요한 의사표시나 정보가 전자화된 디지털신호로 교환되기 때문에 거래상대방 즉 소비자나 이용자에 관한 정보를 수집, 관리하기가 쉽고 일단 축적된 정보는 다른 목적으로의 전용이 용이하다.

또한, 전자문서는 종이문서 등에 비하여 복제가 용이할 뿐만 아니라, 데이터를 전송시키는 네트워크도 매우 취약하기 때문에 보관 또는 전송도중 외부인에 의한 개인정보가 탈취, 변조될 가능성이 매우 높으므로 이에 대한 대책이 필요하다.

지적재산권 보호에 있어서 디지털 환경 하에서 정보의 무한 복제가 가능해짐에 따라 디지털 콘텐츠에 대한 저작권 보호 문제가 발생대책이 필요하다.

조세의 문제는 거래당사자의 신원확인 및 결정이 어려운 점, 거래의 암호화, 원격조정, 변환장치 등의 사용으로 세무조사와 소득추적이 어려운 점, 금융기관 등의 중개기관의 탈매개 현상으로 원활한 과세를 위한 과세협력이 어려워지는 점, 과세피난처 및 역외금융기관에 대한 접근의 용이화로 조세회피의 가능성이 증가하는 점 등을 들 수 있다.

전자상거래가 가져오는 제도적 문제는 정보격차(Digital Divide)문제이다. 이는 개인간, 가정간, 사업간, 지리적, 계층간 불균형 의미로서 디지털기술이 보편화되면서 정보와 정보기술에 대한 접근성에 따라 이를 제대로 활용하는 계층은 지식이 늘어나고 소득도 증가하는 반면 디지털을 이용하지 못하는 사람들은 비 접근성으로 인해 격차가 커지는 문제 등도 다루어져야 한다.

다. 산업 인프라

현재 정부에서 20개 업종별(기계, 전자, 자동차, 조선, 유통, 철강, 전력, 섬유, 생물, 시계, 산업용파스너, 공구, 농축산물, 건설, 정밀화학, 금형, 석유제품, 골판지, 가구, 목재 등) B2B전자상거래에서 e-Markplace 구축 등 업종별 특성에 맞는 시범사업을 추진 시행하고 있으며 계속 업종을 늘려 나갈 계획으로 있다.

업종의 확대는 물론 업종별 B2B 전자상거래 e-Mp의 경쟁력 제고와 함께 단순한 시스템의 구축이 아니라 해당산업에도 긍정적 효과를 끼치면서 그 e-Mp 자체도 경쟁력이 있도록 해야 한다.

또 B2B 전자상거래 구축과 시범사업에 대해서는 각별한 관심을 가지고 다른 사업과의 e-Mp 연결을 통해 우리 경제 전체에 끼치는 파급효과가 클 것이므로, 업종간 e-Mp 연결로 인한 시너지 효과의 극대화를 위한 첫 번째 방법은 국내에서의 서로 다른 산업간의 e-Mp 연결이다. 그 다음 단계로 이러한 국내의 e-Mp와 해외의 e-Mp가 연결되어 글로벌한 네트워크를 구축하도록 하는 것이다. 이런 e-Mp 연결이 이루어진다면 해외시장의 개척, 새로운 바이어의 개발 등을 위한 자금을 절약할 수 있으며, 거래의 효율성의 증대를 가져올 수 있기 때문이다.

VI. 결론

전자상거래 정책의 범위 및 특징이 국가별로 상이하기도 하지만 논의동향이나 정책 등에서 주요국들이나 주요국제경제기구들에서 범세계적으로 비슷한 정책형성을 나가고 있는 단계라고 할 수 있다. 다만 정책의 강조점이 선진국의 경우 전자상거래를 산업 민간부문의 우위를 바탕으로 전 세계적 수준에서의 표준화를 주도하려는 의지와 B2B 전자상거래 환경의 구축을 자국의 경쟁력 확보와 연결지어 중장기적 발전 비전을 제시하고 있다는 점에서 우리나라는 여러 분야에서 대책이 필요하다.

현재 정부에서는 범부처적으로 “전자상거래 활성화 종합대책” 수립 추진중에 있지만 이러한 종합대책에서의 핵심은 역시 B2B 전자상거래 일것으로 확신된다.

이제 B2B 전자상거래가 국가간에서 활발한 움직임이 전개될 시기도 멀지 않을 것으로 보인다. 우리는 B2B 전자상거래를 활성화하기 위해서는 민간주도의 자율적 규제원칙이 우선으로 계속 추진되어야하고 기업간 협력정서와 기업간 관계 진작을 위한 정책수립 및 시행도 요구된다.

또 기업간 전자상거래의 효율성과 효과를 감안한 경쟁정책의 조율과 국제표준화 활동에의 적극 참여 등 정부 정책도 필수적이다. 그리고 현재 우리나라의 기업간 전자상거래 시장 확대를 위한 현황 분석은 물론 향후 정책대응 방안 마련도 되어야 한다. 그러기 위하여는 우리나라 기업간 전자상거래 시장 분석을 위한 기업거래 관행과 기업간거래 연계 방안 그리고 B2B 전자상거래 정책방향에 대한 분석이 계속 이루어져야 한다.

參考文獻

- 김기홍, 「한일간 전자상거래 활성화를 위한 정책방향연구」, 한국전자거래협회 용역보고서, 산업연구원, 2000. 10.
- 남대선, 「국내외 QR시스템 추진 현황과 전자상거래 연계전략」, 주요 산업별 B2B 추진방안 세미나, 전국경제인연합회, 2000. 7. 5.
- 이충화, 「Vertically integrated B2B eMarketplaces: Status and Strategies」, 2000 ICEC에서 발표된 presentation, 2000. 8.
- 전자상거래 연구조합, 「2000년 상반기 B2B 전자상거래 시장동향」, 2000. 5.
- 전국경제인연합회, 「주요 산업별 E-비즈니스(BtoB) 추진방안 세미나: 제1차 회의 섬유산업에의 적용 사례 중심」, 2000. 7.
- 전국경제인연합회, 「성공적인 전자상거래 사업 구축전략」, 전경련 맥킨지 공동 전자상거래 Conference, 1999. 12.
- 환경e-비즈니스본부, “e-비즈니스 어디까지 왔나”, 한국경제신문, 2000.
- 박용찬, “e-비즈니스 파워”, 시그마인사이트컴, 2000. 10.
- Office of fair trading, “Competition in e-Commerce: A Joint OFT and OFTEL study”, Crown, 2000.
- 한국전산원, e-비즈니스와 e-서비스 전망 및 국가전략세미나, 2000. 5. 3.

- 한국전자통신연구원, “정보통신산업 기술혁신체제의 발전방향에 관한 연구 : 인터넷 분야를 중심으로”, 1999. 11.
- 매일경제신문, 소프트뱅크미디어, eConversion Summit 2000, 2000. 7.
- 심종석·정경진, “전자상거래와 e-commerce @ e-business”, 청림출판사, 2000.
- Bernard Liataud, Mark Hammond, “e-Business Intelligence-Turning Information into Knowledge into Profit”, McGraw-Hill, 2000.
- 아서 스킨리, 윌리엄 우즈 지음/ 안경태 옮김, “B2B 기업간 전자상거래 혁명”, 한국 경제신문, 2000.
- 미국상무성 지음/현대경제연구원 편역, “전자상거래혁명”, 21세기북스, 2000.
- 강성진 · 박주석 · 정태명, “전문가를 위한 전자상거래”, 매일경제신문사, 2000.