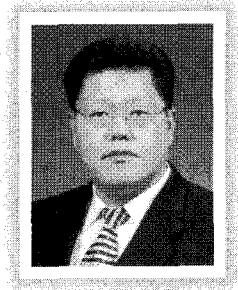
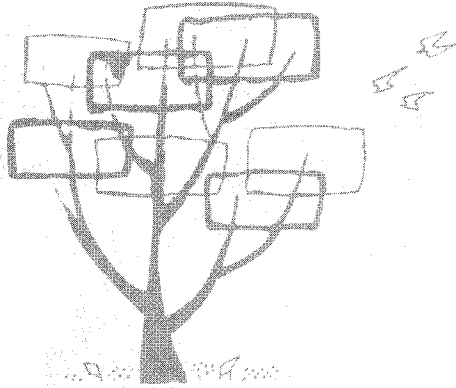


에너지 전자상거래의 동향 및 활성화 방안



임재규 박사
에너지경제연구원 책임연구원



I. 서론

1990년대를 시작으로 세계경제는 인터넷이라는 강력한 중간매체를 통한 탈중개화(disintermediation) 현상이 나타나기 시작했다.

이로 인해 공급자와 소비자가 직접 접촉하게 됨에 따라 상품의 거래가 매우 용이하게 되었고, 전통적인 중간 유통단계가 대폭 축소되고 있다.

경제의 디지털화 및 전자상거래의 활성화로 인해 소비자의 제품 및 서비스에 대한 정보수집 능력이 증대됨에 따라 제품의 공급자는 다양해진 고객의 필요를 충족시키기 위해 제품의 생산방식을 대량생산에서 맞춤방식으로 전환하고 있고, 소비자는 거래의 주도권을 잡고 자신에게 유리한 방향으로 거래를 진행하고 있다.

따라서 향후 기업의 생존여부는 자사의 상품과 서비스를 지속적으로 구매할 수 있도록

고객과의 관계를 강화하는데 달려 있다고 할 수 있다.

기존 기업들은 제조업, 서비스업, 정보기술산업 등 성격이 다른 산업들과의 수직적/수평적 결합을 통해 핵심사업 영역에 자원을 집중하고, 기타 주변사업 영역에 대해서는 outsourcing 등을 활용하고 있다.

정보기술의 발전과 이용으로 국가 또는 지역적 경계가 해체되어 전세계 모든 기업과 소비자들이 컴퓨터를 통하여 실시간 연결하는 국제화가 이루어지고 있다.

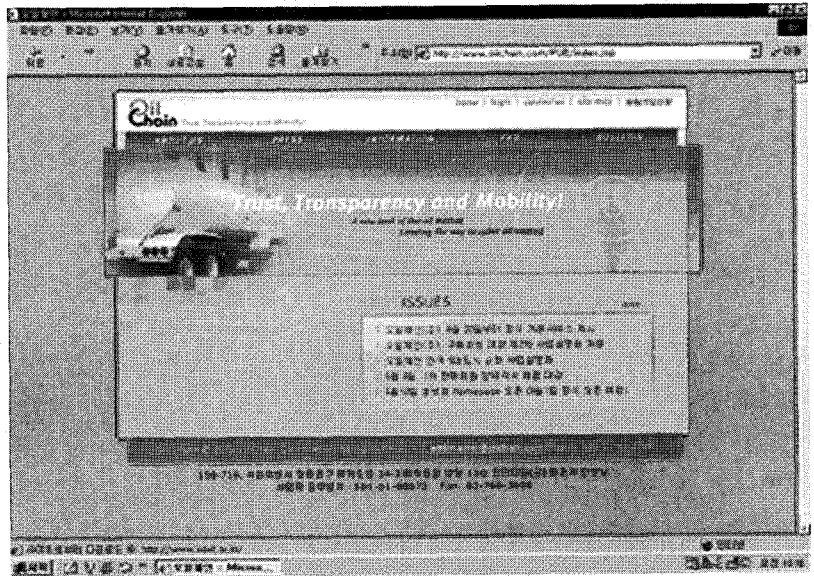
현재 높은 성장세를 보이고 있는 전체 전자상거래 시장에 비하여, 에너지 전자상거래의 성장세는 상대적으로 미진한 상태이다.

그러나 전통적 자본집약산업이며 보수적인 에너지산업도 현재 빠른 속도로 전개되고 있는 전자상거래로의 시장구조 및 사업여건 변화에 맞추어 변화해 가고 있다.

우리나라의 경우, 최근 석유시장을 중심으

로 B2B 전자상거래 시장이 본격적으로 형성되기 시작하였으며, 이미 석유제품을 온라인 상에서 거래하는 업체들이 10여개 이상으로 늘어난 상태이다.

한편, 최근 SK(주), LG정유 그리고 현대정유 등 국내 정유 3사에 의해 oilchain.com이 설립됨으로써(8월 1일 사이트 오픈), oilpex.com을 중심으로 한 기존의 석유 전자상거래 기업들과의 치열한 경쟁이 불가피할 것으로 예상된다.



전자상거래는 기업간 혹은 기업과 소비자간의 상거래 활동이 인터넷, 전용선, PC통신망, CATV 등의 통신 네트워크를 통해 수행되는 것을 의미한다.

최근 일어나고 있는 전자상거래 시장의 큰 흐름으로는 (1) B2C 전자상거래 시장의 본격적인 성장, (2) B2B 전자상거래 시장의 활성화 움직임, (3) 인터넷 이용 기반의 급속 확충과 무선 인터넷 기반의 도입, (4) M&As, 지분투자, 전략적 제휴를 통한 인터넷 기업들의 대형화, 다각화 및 해외진출, (5) 온라인 기업과 오프라인 기업간의 전략적 제휴를 들 수 있다.

B2C 전자상거래 특히 온라인 쇼핑을 중심으로 하여 전자상거래의 폭발적 성장세가 이어지고 있지만, 안전성(security)문제가 아직 완전히 해결되지 않은 상태이다.

또한 B2C 전자상거래의 열풍이 B2B로 옮겨가고 있으며, 미국을 비롯한 선진국의 초대형 기업들을 중심으로 B2B 전자상거래의 기반이 튼튼하게 조성되고 있는 실정이다.

통신회사의 ADSL과 케이블회사의 케이블



II. 전자상거래의 동향 및 전망

전자상거래란 일반적으로 인터넷이 보급되기 이전부터 추진되어 온 EDI(Electronic Data Interchange), 제품의 설계/개발, 생산에서 물류, 폐기에 이르기까지 전반에 관련된 데이터를 복수기업이 공유/교환함으로써 원가절감 및 제품개발 Lead Time 단축을 꾀하는 CALS (Commerce At Light Speed), 인터넷을 기반으로 일반소비자를 대상으로 마케팅과 판매활동을 수행하는 소위 사이버 비즈니스(Cyber Business)라는 3가지 개념을 모두 사용하고 있다.

사이버 비즈니스를 협의의 전자상거래라고 하는데, 이는 전통적 상거래와는 달리 컴퓨터와 네트워크라는 전자적인 매체를 통해 상품을 사고파는 행위를 의미한다.

위의 세 가지 개념을 모두 포함하는 광의의

모형을 이용한 초고속 가입자 망이 급속히 확충되고, 고객기반 확충을 위한 무료인터넷 서비스가 증가함에 따라, 인터넷 이용자기반이 급속도로 커지고 있으며, 인터넷 이용자의 급속한 증가에 맞추어 인터넷 광고시장 또한 급속한 성장세를 보이고 있다.

따라서 온라인 기업은 사업영역의 다각화, 사업능력의 강화 그리고 해외진출을 위한 교두보 확보를 위해, 오프라인 기업은 인터넷 사업기반 강화라는 목적으로 이들 간의 전략적 제휴의 움직임이 일어나고 있다.

이러한 전략적 제휴, 인수합병 및 지분 참여 등을 통해 온라인 기업의 대형화, 사업의 다각화 그리고 해외진출이 이루어지고 있다.

현재 급속히 확산되고 있는 B2C 전자상거래로 지속적인 성장이 예상된다.

B2C 전자상거래의 성장과 더불어 인터넷 이용기반의 확대와 가입자 회선의 초고속화 추세가 지속될 전망이며, 무선 인터넷의 이용이 확대될 전망이다.

B2C와 더불어, B2B 전자상거래 시장규모 역시 지속적인 성장이 예상된다.

양적인 급속 성장보다는 보안문제의 해결, 대 고객서비스 향상, 새로운 고객군을 위한 새로운 사업 등의 질적인 성장이 전망되며, B2C 시장의 인터넷 기업의 적극적인 B2B 시장 참여가 예상되기도 한다.

또한 초대형 오프라인 기업을 중심으로 한 B2B 시장의 성장과 B2B 허브시장의 급속한 신장도 예견된다.

소기업들의 인터넷 활용이 크게 높아지고 소기업을 위한 B2B 허브의 등장으로 향후 B2B 전자상거래가 세계 대부분의 기업에 확산될 가능성이 크다.

따라서 B2B 전자상거래 시장에서의 초대형 업체들간의 구매력, 판매력, 자금력을 담보로

한 글로벌 경쟁이 일어날 것으로 예측된다.

전 세계 B2B 전자상거래 시장규모가 1999년 1,450억 달러에서 2004년에는 7조 3,000억 달러로 급성장하여(Gartner Group 전망), 기업의 생산성을 향후 5년 동안 9% 상승시킬 것으로 전망되고 있다(Boston Consulting Group 전망).



III. 에너지 전자상거래의 애의동향 및 전망

에너지 전자상거래는 이미 세계 곳곳의 모든 에너지시장에서 거래의 수단으로 떠오르고 있는데, Altra Energy Technologies, Houston Street, Swapnet, Bloomberg, RedMeteor.com, PEPEX 등의 많은 기업들이 에너지 전자상거래를 주도하고 있으며, Oracle, Microsoft 등의 경쟁사들이 새롭게 에너지 전자상거래에 참여하고 있다.

에너지 중에서 석유제품의 전자상거래가 가장 활발히 진행되고 있다. 특히, 해외의 주요 석유제품관련 B2B 및 e-Marketplace가 미국을 중심으로 설립되었는데, 주요 사이트의 특징 및 비즈니스모델은 다음과 같이 요약된다.

Houstonstreet.com : 1999년 7월 미국 BayCorp Holdings, Ltd에 의해 설립된 본 사이트는 에너지 도매 부문 최초의 포털 Site를 구축하였다.

2000년 6월 거래개시 후 4개월 여만에 10억 달러(약 1조 2천억원)의 매출을 기록하였다.

2000년 7월 EnronOnline과 MOU(양해각서)를 체결함으로써 EnronOnline의 전력, 가스를 Houstonstreet에 연결하여 2001년 상반기 중에 Houstonstreet 사이트에서도 EnronOnline 거래가 가능하도록 하고 있다.

전력, 석유제품 등 에너지 분야의 온라인 거래 중개 서비스 및 에너지 관련 정보를 제공하고 있는데, 실시간거래(호가매치) 방식의 중개 서비스를 적용하고 있으며, 거래 중개 수수료를 주요 수익원으로 하고 있다.

한편, Equiva(Shell, Texaco, Aramco의 유통 제휴사), Conoco 및 기타 에너지 업체와 관계 지속을 통해, 판매자 및 구매자 사이의 Community를 확보하고 있다.

EnronOnline.com : 1999년 10월 미국 Enron이 마케팅 강화를 위해 설립하였으며, 전력, 석유제품, 석탄, 철강, 통신(주파수) 등 다양한 품목을 취급하고 있다.

1999년 11월 거래 개시 후 6개월 여만에 일일 거래실적으로 15억 달러(1조 8천억원)를 초과하였고, 2000년 총 거래금액은 500억 달러(약 60조원)을 실현하였다.

본 사이트는 Enron 제품 판매를 위해 가격 및 기타의 관련 정보를 제공하고 있으며, 인터넷을 통해 실시간으로 가격 정보를 제공하며 거래를 체결하고 있다.

한편, 세계 각국 상품의 가격정보와 산업분석 등의 정보를 제공하고 에너지 수급분석을 위해 각국의 기상정보도 제공하고 있다.

본 사이트는 판매자 또는 구매자가 각각 Enron 과 직접 거래하는 방식으로, e-Marketplace가 아닌 e-Sales 사이트이다.

InternationalExchange.com : 2000년 3월 미국과 유럽의 금융계 및 에너지 관련 기업의 합작으로 설립되었으며, 에너지, 금속 및 기타 상품의 장외시장으로서, BP Amoco, 도이치뱅크, 골드만 삭스 등 7개 업체가 합작하여 설립하였다.

2000년 6월 America Electric Power, Duke Energy 등 북미 7개 에너지 관련회사가 추가로 사업에 참여하였다.

2000년 10월 거래개시 후 130억달러 (15조 6천억원)의 실적을 실현하였으며, 에너지, 금속 등의 장외거래 중개를 서비스하고 있으며, 실시간 거래(호가매치) 방식의 중개 서비스를 적용하고 있다.

현재, 타 상품시장과의 연계 등으로 인하여 안정적인 시장운영의 기반을 확보하고 있다.

dynegydirect.com : 2000년 10월 에너지 공급 및 통신 솔루션 업체인 Dynegy Inc가 설립한 에너지 B2B 사이트로서, 천연가스과 전력을 거래하는 B2B 포털 사이트이며, 현재 미국-캐나다간 천연가스, 미국내 액화천연가스 및 전력을 중개하는 서비스를 실시하고 있다.

2000년 11월 거래개시 후 15억 달러 (1조 8천 억원)의 실적을 올렸으며, 2001년 1/4분기 중에 석탄 및 기상파생상품, 2/4분기 중에 국가간 전력, 주파수 중개 등으로 서비스를 확대할 계획을 가지고 있다.

연중무휴 실시간 거래 방식의 중개 서비스를 적용하고 있으며, 중개 수수료가 주요 수입원이다.

현재 진행되고 있는 에너지 전자상거래의 빠른 확대는 에너지시장의 구조를 근본적으로 변화시켜 시장의 유동성을 높일 것으로 전망된다.

이러한 세계 에너지업체의 대형화 및 민영화 움직임과 에너지 거래에 있어서 발생하는 극도의 작은 마진으로 인해, 향후 에너지 거래는 거래량과 제품 공급의 속도가 중요한 요인으로 작용할 것으로 예상된다.

또한 에너지 산업계의 구조개편 및 규제완화는 경쟁시장(competitive market) 유지를 위한 새로운 정보시스템의 구축을 필요로 한다.

따라서 에너지 전자상거래는 미래의 에너지 거래의 필수요소로 더 빠르게 그리고 더 많은

양의 에너지의 거래를 가능하게 할 것으로 기대되고 있다.

한편, 현재 전 세계적으로 빠르게 진행되고 있는 석유, 가스, 전력부문의 산업구조개편은 인터넷을 통한 에너지 전자상거래와 함께 가속화될 전망이다.

그리고 향후 에너지 전자상거래의 새로운 변화는 에너지산업의 구조조정 및 규제완화로 인해 소비자의 영향력이 더욱 커짐에 따라 B2C 시장에서 나타날 것으로 예상된다.

B2B 전자상거래는 이미 에너지 거래에 있어서 중요한 한 부분을 차지하고 있으며, 그 거래규모에 있어서는 향후 4년동안 10배 정도 증가하여 2004년에는 266십억불에 이르는 빠른 성장이 예상된다 (Forrester Research 전망).

즉 에너지 전자상거래로 보다 향상된 규모의 경제를 통하여 거래비용 절감을 가져오게 됨에 따라 거래규모가 빠른 속도로 증가하게 될 것으로 예상된다.

또한 급격한 에너지 가격의 변화를 억제할 수 있으며, 거래 및 관리시스템의 통합으로 인해 각 기업의 사무실에서 실시간 거래를 할 수 있게 될 것으로 기대된다.

현재 에너지 공급자와 대금지불방식을 소비자가 선택할 수 있게 하는 것은 단지 시작단계에 불과하며, 미래에는 에너지뿐만 아니라 전화 및 수도요금의 인터넷 결제가 가능하게 될 것이다.

또한 전력공급에 있어서 전자상거래의 비즈니스 모델이 나타나고 있는데, 이 모델의 가장 중요한 핵심은 소비자화 도·소매거래를 함께 할 수 있게 된다는 것이다.

따라서 고객서비스 및 관리분야 (예: 대금지 및 제품인도 속도)가 에너지 전자상거래 확산 및 성장에 중요한 요소로 등장하게 될

것이다.

미래 에너지 전자상거래의 지속적인 확산 및 성장을 위해서는 인터넷 보안(security) 및 산업표준화(industry standards) 등의 문제가 동시에 해결되어야 한다.



IV. 에너지 전자상거래의 국내동향 및 전망

국내 에너지 전자상거래는 해외와 비교하여 상당히 미진한 상태이다. 전력 및 가스산업의 독점적 시장구조는 그동안 전자상거래의 활성화를 저해하여 왔다.

그러나, 올해 초에 실시된 전력산업의 구조조정 및 민영화로 인하여, 전력산업의 경쟁체제가 도입됨으로서, 전력시장에도 전자상거래의 싹이 틀 전망이다.

한편, 국내 석유시장의 경우 전자상거래 시장이 2000년에 본격적으로 형성되기 시작하였다. 현재 석유제품을 온라인 상에서 거래하는 업체가 10여개에 달하고 있으며, 석유제품의 전자상거래를 실시하거나 실시할 예정인 주요 국내 사이트는 다음과 같은 특징을 지니고 있다.

net-oil.com : 2000년 4월에 전직 정유사 출신 직원들을 중심으로 설립·운영되고 있으며, 입찰형태의 다자간 쌍방 최적거래 시스템으로 석유제품을 중개하는 서비스를 실시하고 있으며, 석유업계 동향, 가격동향 정보제공 및 석유관련 중고물품 매매 등의 중개 서비스도 실시하고 있다.

체결 건에 대해 판매자로부터 리터 당 2.5원의 수수료를 받고 있다.

정유사, 수입사, 대리점, 부판점 등의 다양한 판매자집단과 대리점, 주유소, 산업체, 부판

점 등의 다양한 구매자집단이 거래에 참여할 수 있도록 문호가 개방되어 있다.

yesoil.com : (주)동특에 의해 2000년 9월 석유제품 인터넷거래 사이트로 출발하였으며, 입찰/가상 흥정 방식의 거래를 중개 서비스하고, 석유관련정보 및 거래정보를 제공하고 있다. 현재 중개수수료는 미정이나 판매자에게만 부과할 예정이다.

npetro.com : 2000년 4월 설립되었으며, 석유제품 전문 B2B와 B2C 전자상거래 사이트이다. 유류판매기업간 거래(B2B) 중개 시스템인 epetro.co.kr과 유류판매기업-소비자간 판매(B2C) 중개 시스템인 oil79.co.kr을 동시에 운영하고 있다.

석유판매 기업간 도매거래를 중개하는 epetro.co.kr은 가격이외의 운송, 결제시기, 결제방법, 지역 등에 따라 거래를 체결하는 최적 거래 방식을 도입하고 있으며 지역별 공동구매도 실시하고 있다.

oilbid.co.kr : 2000년 중 더비즈파일닷컴(주)에 의해 설립되었다. 주유소, 부관점, 제조업체 등의 석유주문을 단위지역(전국을 20개 지역으로 구분)별로 묶어 매일 경매(입찰)을 실시하는 공동구매 방식을 채택하고 있으며, 거래체결 현황 이외에 특별한 Contents가 존재하지 않는 사이트이다.

거래 당사자 쌍방으로부터 거래금액의 0.1%를 수수료로 받고 있으며, 주로 부산지역을 중심으로 거래가 이루어지고 있다.

cyberpetro.co.kr : 경매/역경매 방식(입찰, Spot 거래, 공동구매)을 채택하고 실시간 입찰정보를 서비스하며, 회비는 10~25만원, 수수료는 0.1~0.3%로 판매자에게만 징수하고 있다.

가격, 업계동향, 법규, 경영정보, 구인/구직, 맞춤 정보를 제공하고 있다.

oilpex.com : 삼일회계법인, 한국생산성본

부 그리고 KCC정보통신 등 3개사가 자본금 42억원을 출자해 설립·운영하고 있는 석유 B2B e-Marketplace 이다.

다수의 판매자와 구매자가 실시간으로 가격을 제시하면서 거래가 이루어지는 동시호가시스템, 경매/역경매, 그리고 공공부문과 대형 직매처를 대상으로 하는 전통적인 입찰 방식 등을 통해 거래가 이루어지고 있으며, 리터당 2원(판매자/구매자 각 1원)의 수수료를 부과하고 있다.

현재 월 30억원의 거래실적을 올리고 있다.

oilchain.com : 2001년 8월 1일 정식으로 사이트를 오픈하며, SK(주), LG정유 그리고 현대정유가 공동출자(자본금 52.5억원)하여 특정 정유사에 소속돼 있지 않은 Non-Brand 시장을 겨냥한 석유 B2B e-Marketplace 이다.

공동출자한 정유사들 이외에 S-Oil과 판매회원서 약정을 체결함으로써 안정적인 공급선을 확보한 상태이며, 무폴주유소와 일반판매소가 구매회원이며 정유사 및 대리점이 판매회원으로 구성된 예정이다.

“마이카달로그”란 카달로그 시스템의 도입으로 공급자가 결정한 고정가격 하에 수요자는 주어진 가격에 발주하는 형식의 거래를 실시할 예정이다.

한편, 2003년 이전까지는 국내 공급과잉 상태에 있는 등유와 경유를 거래대상으로 제한하며, 2003년이후에 휘발유를 거래대상에 포함시킬 계획이다.

수수료는 리터당 3원(판매자 2원, 구매자 1원)을 부과할 예정이다.

국내 정유 3사가 합작하여 설립한 oilchain.com이 정식으로 출범함에 따라, 석유시장의 완전 자유화, 개방화 추세에다 2001년 9월부터 도입될 예정인 복수 폴사인제, 수입 유류제

품 증가 등을 고려할 때, 국내 석유제품 B2B 전자상거래 시장은 기존 한국전자석유거래소(oilpex.com), 예스오일(yesoil.com) 등의 군소 사이트들과 oilchain.com과의 치열한 생존경쟁이 불가피하게 일어날 전망이다.

기존의 군소 사이트들은 yesoil(자본금 35억원)과 oilpex(자본금 42억원) 이외에 자본금 규모가 10억원 미만으로 시스템운동을 위한 투자 여력이 부족한 상태이기 때문에 시장 유인력이 취약한 실정이며, 전국 규모의 공급자를 확보하지 못한 상태에서 대형 정유사의 견제를 계속 받고 있다.

또한, 현재 운영중인 대부분의 B2B 업체는 B2B를 표방하고 있으나, 실질적으로는 B2C 수준으로 운영되고 있으며, Contents, Community, Commerce 등에 있어서 석유부문의 Vertical Portal 사이트로 발전해 나가는 데 한계를 드러내고 있는 실정이다.

비록, 기존의 군소 사이트들이 국내 대형 정유사의 석유거래 행태에 대한 비판적 사회여론을 발판으로, 석유시장 안정화와 소비자 중심의 시장구현을 기치로 국내 석유 B2B 전자상거래 시장을 형성하였으나, 대형 정유사가 직접 참여하는 oilchain.com과의 향후 경쟁에서 많은 어려움을 겪을 것으로 예측된다.

한편, 국내 4대 정유사가 판매회원으로 등록된 oilchain.com의 경우, 제품의 가격이 공급자의 일방적인 결정에 의해 결정되어 거래되는 카달로그 거래방식을 취하고, 거래대상 제품을 공급과잉 상태인 등유와 경유로 제한함으로써, 잉여물량을 처리하기 위한 공급자 중심의 시장을 구축할 가능성이 농후하다.

이러한 시장구조가 online상의 시장에서도 재현될 경우, 현재 실질적인 과점체제인 국내 offline 석유시장처럼, 소비자는 공급자가 일방적으로 가격을 결정하여 제공하는 제품을 그대

로 소비해야 하는 악순환이 online상에서도 발생하게 될 것이다.

한편, 단일상표 표시제를 기반으로 offline의 정유사와 주유소들과의 공급관계는 그대로 유지한 채, 거래대상자를 부판점 및 무폴주유소로 제한함으로써, 정유사들이 주도하는 oilchain.com의 비즈니스모델은 오히려 국내 석유시장의 불완전 경쟁체제를 더욱 심화시키는 역할을 할 가능성이 큰 것으로 판단된다.



V. 에너지 산업의 대응방향

세계 곳곳의 에너지시장에서는 에너지기업 간에 규모의 경제(economy of scale)를 선점하기 위한 경쟁과 범위의 경제(economy of scope)를 이루어 경쟁력을 강화하고자 하는 노력으로 에너지 전자상거래 시장이 빠르게 성장하고 있다.

또한 에너지 전자상거래가 확대됨에 따라 파생되는 문제점들이 명확해지기 시작해 이에 대응하는 기술적 대안사업의 중요성과 에너지 전자상거래를 뒷받침할 물류망, 통신망과 같은 물리적, 기술적 인프라의 중요성이 더욱 커지고 있는 실정이다.

현재 빠르게 성장하고 있는 에너지 전자상거래 시장의 움직임이 우리나라 에너지산업에 주는 시사점은 크게 (1) 에너지 전자상거래 시장에 대한 적극적 참여 및 비즈니스 모델 개발과 (2) 국제화에 대한 적극적 대응으로 요약될 수 있다.

에너지 전자상거래의 규모가 향후 빠른 속도로 증가할 전망이지만, 우리나라 에너지 산업의 이에 대한 대응은 상대적으로 미진한 상태이다.

기존의 보수적인 경영패턴을 탈피함과 동시



에 에너지 전자상거래 참여에 대한 타당성 분석과 비즈니스 모델 개발을 통해, 전자상거래에 적극적으로 참여할 시점으로 판단된다.

또한 현재의 에너지 전자상거래 시장은 국경을 뛰어넘는 글로벌 비즈니스 모델을 기초로 하고 있기 때문에, 국내 에너지산업이 전자상거래에 참여할 경우, 처음부터 국내시장을 뛰어넘어 세계시장을 무대로 하는 비즈니스 모델의 적용이 바람직하다.

특히 B2B 전자상거래의 경우 시장의 특성상 글로벌 비즈니스 모델의 구축이 필수적 요소임을 기억해야 할 것이다.

업무제휴, 공동회사 설립 등 에너지 업체 내·외 기업과의 협력을 적극적으로 모색해야 한다.

신속한 에너지 전자상거래 시장진입 및 확장을 추진하기 위해서는 업종내, 업종간 심지어는 산업간의 협력이 필수적인 요소이다.

에너지 전자상거래 시장이 멀지 않은 장래에 퇴출/합병을 통해 대형화 및 소수화할 것으로 예상되는 바, 신속한 시장진입이 요구되는데, 정보기술/소프트웨어 기업과 기존 에너지 기업들간의 협력이 향후 에너지 전자상거래 시장진입 및 적절한 대응을 위한 중요한 선결과제이다.



VI. 에너지 전자상거래 활성화를 위한 정부정책 방향

우리나라의 미래 에너지 소비는 꾸준히 증가되어 석유 및 천연가스 등의 주요 에너지원의 수입의존도도 계속 심화되고, 공급선 또한 계속 한정될 전망이다.

따라서 향후 안전하고 안정된 공급시스템의 구축이 이루어지지 않을 경우, 2000년 후

반기의 고유가 문제처럼 한국의 경제는 에너지 공급의 혼란에 속수무책으로 당할 수밖에 없다.

이러한 문제를 해결하기 위해서는 에너지 공급 및 수요에 대한 더욱 정확한 시장정보와 안정된 공급시스템의 구축이 필요하며, 에너지 전자상거래의 활성화가 이러한 기반구축에 많은 역할을 할 것으로 예상되고, 에너지 가격 예측의 정확도 향상에도 크게 기여할 것으로 판단된다.

현재 진행중인 전력 및 가스산업의 민영화를 통한 규제완화는 이들 산업에 새로운 사업환경을 제공할 것으로 기대되는데, 에너지 전자상거래 및 디지털 경영의 활성화는 향후 이들 산업의 발전 및 유동성 제고에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

따라서 에너지 전자상거래 및 디지털 경영의 잠재력 및 효용성에 대한 연구와 관련 제도 및 법규의 정비가 필요한 실정이다.

특히, 현재 국내에서 활발히 구축되고 있는 석유 B2B 전자상거래 시장의 활성화와 경쟁체제의 도입 및 유지를 위하여, 기존의 석유 사업법과 공정거래법에 대한 검토가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

에너지 전자상거래는 규모의 경제를 통해 에너지 거래비용을 감소시키고, 에너지 가격안정화에 크게 기여할 것으로 기대되지만, 반면 기존 보수적인 에너지 산업계의 인식변화 및 시장의 근본적인 구조적 변화를 요구하고 있다.

따라서, 향후 에너지 전자상거래 시장의 확대 및 성장에 대비하여, 효율적인 시장의 운영과 에너지 시장의 확고한 경쟁체제 정착을 위한 투명한 제도적 장치와 시장 및 거래환경이 조성되어야 할 것이다. ☞