

# 디지털경제시대의 전자상거래의 의미

-전자상거래 확산으로 전통부문의 디지털화 촉진-

박기흥 부원장 / 산업연구원(KIET)

**새** 천년의 출발을 화려하게 장식했던 정보기술(IT)혁명과 신경제로의 전환이 주춤하고 있다. 얼마 전까지 황금알을 낳는 거위로 생각되었던 IT 및 인터넷 관련 기업들의 주가가 지난해 하반기 이후 급락하였고, 이들의 미래에 대한 회의적인 시각도 확산되고 있다.

최근 들어 분위기가 다소 반전되고 있기는 하지만, 이미 신경제 또는 디지털경제로의 전환이 그리 쉽게 이루어지지 못하리라는 주장이 그리 낮설지 않게 되었다.

그러나 장기적인 관점에서 볼 때 디지털경제로의 전환은 돌이킬 수 없는 대세라고 할 수 있다. 정보기술과 인터넷을 비롯한 정보통신망은 이미 경제활동뿐만 아니라 일상생활에까지 깊이 침투해 있기 때문이다. 다만 변화의 속도는 지금까지의 기대보다 다소 늦어지리라는 것이 일반적인 전망이다.

변화의 방향 역시 정보기술이나 인터넷사업에서의 직접적인 기술혁신이나 신산업 개발보다는 이들을 전통부문에 접목시키는 것이 더욱 중요해질 것으로 예상된다. 디지털경제로의 전환이 제대로 진행되기 위해서는 정보기술과 인터넷을 전통부문에 효율적으로 활용하는 것이 반드시 필요한 것이다.

디지털경제는 단순히 디지털기술을 활용한 컴퓨터나 이동전화, 디지털가전제품 등 개별 제품에서의 혁신을 훨씬 뛰어 넘는 개념으로서, 경제활동의 모든 부문에서 정보통신망이 효율적으로 활용되어 생산성 향상이 이루어질 때 완성될 수 있는 것이다.



## 전통부문을 디지털경제로 편입시키는 출발점

디지털경제시대에 전자상거래가 중요한 첫 번째 이유는 바로 전통부문과의 관련성에서 찾을 수 있다.

전자상거래는 인간의 생활에 필요한 모든 재화와 서비스에 활용될 수 있는 만큼 전통부문을 디지털경제로 편입시키는 가장 효율적인 방법이 될 수 있기 때문이다.

정보기술 및 인터넷 관련 사업이 갑자기 어려움을 겪게 된 직접적인 이유로는 지나친 기대감을 들 수 있다. 디지털경제가 새 천년의 주된 패러다임으로 인식되면서 적정 수준 이상의 많은 자본과 인력이 단기간에 이 부문으로 이동하였다. 게다가 투자만 하면 금방 돈을 벌 수 있다는 집단 최면과 같은 환상도 만들어졌다. 하지만 현실은 그렇지 못하였다. 수익을 창출할 수 있는 비즈니스모델을 찾는 것이 힘들어지자 기대가 컸던 만큼 실망도 커지게 되었고, 그 결과 급속한 조정이 불가피하게 된 것이다.

그러나 보다 근본적인 원인은 전통부문과의 접목이 기대만큼 빠른 속도로 이루어지지 못한 것에서 찾을 수 있다.

디지털경제의 핵심은 언제, 어디서나, 누구와도 정보를 교환할 수 있는 정보통신망이며, 이를 세계적인 범위에서 실현시킨 것이 인터넷이다. 그런데 정보통신망이나 인터넷 자체만을 활용한 새로운 사업형태나 종류는 극히 제한적일 수밖에 없다. 오히려 이들을 활용할 수 있는 분야, 다시 말하면 거래나 경제활동의 대상이 충분히 확보되어야 한다. 고속도로가 만들어져도 이 도로를 이용하는 자동차에 실을 물건이 없으면 고속도로를 이용한 사업이 성공하기 어려운 것과 같은 이치이다.

실제로 지난 수년간 이루어진 디지털경제로의 전환 모습은 이러한 불균형 하에 있었다고 할 수 있다. 전자상거래를 비롯해 인터넷을 이용한 새로운 사업형태는 매우 빠른 속도로 개발되었지만 거래할 물건이나 서비스를 생산하는 전통부문에 이를 접목시키는 것은 예상 만큼 빠르게 진행되지 못하였다. 즉, 시장이 충분히 성숙되지 않은 상태에서 이루어진 인터넷 관련 사업에의 과잉투자과 지나친 경쟁은 수익 악화로 연결될 수밖에 없었던 것이다.

이렇게 본다면 전자상거래는 신경제와 구경제를 접목시킴으로써 디지털경제가 정착되는 데에 가장 핵심적인 역할을 하게 될 것이다. 전자상거래의 경우 그것이 소비자를 대상으로 하든(B2C), 기업간의 거래이든(B2B), 혹은 정부와의 거래이든(B2G) 우리가 일상적으로 사용하는 물건들이 주된 대상이 되기 때문이다. 다시 말하면, 전자상거래의 대상은 음악이나 게임과 같은 디지털재화 뿐만 아니라 거래가 이루어지는 거의 모든 재화 및 서비스인 만큼 전자상거래의 확산은 곧바로 디지털경제라는 새로운 패러다임이 자리를 잡아가는 출발점이 될 수 있는 것이다.

## 생산성 향상과 경제의 개방화 촉진

다음으로 전통산업부문에서 전자상거래가 확산되면 경제의 모든 부문에서 생산성 향상을 기대할 수 있다. 전자상거래는 물류 및 유통부문의 혁신을 통해 원재료 및 부품 조달, 그리고 마케팅에 필요한 비용을 획기적으로 절감시킬 수 있다. 또한 지리적인 입지 상의 제약요인이 크게 줄어들고 인력 활용의 효율성도 높임으로써 전반적인 생산성 향상을 가져올 수 있다.

시장에서의 경쟁양태가 바뀌는 것도 생산성 향상에 기여하게 될 것이다. 전자상거래의 도입은 기업의 비즈니스모델 자체에 변화를 가져올 뿐만 아니라 전통적인 중간 매개기능의 변화, 신제품 개발 및 기술혁신의 유도, 기업과 기업간 또는 기업과 소비자간의 관계 변화 등을 통해 시장과 사회의 변혁을 촉진시키게 된다. 이와 함께 기업간의 경쟁도 더욱 치열해짐으로써 경제의 생산성을 높일 수 있는 것이다.

또한 인터넷을 이용한 전자상거래는 인터넷에 접근할 수 있는 최소한의 하드웨어만 갖추면 누구나 참여할 수 있다. 그리고 디지털기기의 가격은 계속 하락하고 있기 때문에 전자상거래를 이용할 수 있는 물리적, 또는 지리적 장벽은 점차 낮아지고 있다. 따라서 전자상거래시장에 진출하는 것은 곧바로 세계적인 경쟁에 직면하는 것을 의미하게 되고, 전통산업에 전자상거래가 확산될수록 경제 전체의 개방이 촉진되는 효과를 갖게 된다.

이러한 환경에서는 시장메커니즘과 기업간 공정경쟁이 특히 강조되고, 경제활동에서 국가의 역할이 줄어들며, 한 국가가 갖고 있는 비교우위에 의한 전통적인 국제분업관계의 의미도 줄어들게 된다. 또한 각 제품별로 소수의 글로벌기업이 세계시장을 주도하거나, 국가를 초월하여 기업간의 전략적 제휴가 더욱 활발히 이루어지게 된다. 따라서 국가가 경쟁력을 갖추기 위해서는 자신만의 확고한 경쟁우위요소를 축적하는 것이 더욱 중요해지게 될 것이다.

## 경제시스템의 투명성과 공정성 강화

전자상거래를 통해 이루어지는 거래는 모든 기록이 남게 된다. 따라서 거래의 투명성과 공정성을 확보하는 데에 크게 기여할 수 있다.

세계화되고 개방화된 국가가 세계시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 글로벌 스탠다드에 맞는 경제시스템과 함께 거래의 투명성과 공정성이 반드시 필요하다.

경제의 모든 부문에서 전자상거래가 일반화되면 이러한 측면은 자연스럽게 달성될 수 있다.

특히 우리나라와 같이 기업간 거래의 폐쇄성, 무자료거래 등 비정상적인 거래 관행, 어음제도의 보편화 등으로 인해 거래의 투명성이 미흡한 국가에서는 그 효과가 더욱 크다고 할 수 있다. 전자상거래를 통해 경쟁을 통한 개방적인 거래가 이루어지고, 기업의 매출과 세원이 투명하게 드러남과 동시에, 어음보다는 온라인을 통한 카드나 현금결제 등이 이루어진다면 경제시스템의 선진화는 물론 오랜 과제인 중소기업 육성도 쉽게 이룰 수 있게 될 것이다.

## 전자상거래 육성으로 디지털경제의 기반 구축

이상에서 살펴본 바와 같이 전자상거래의 확산, 특히 전통부문에서의 활용은 경제 전반의 생산성 향상 뿐만 아니라 경제시스템의 선진화에도 크게 기여할 수 있다.

다행히 우리나라는 전자상거래의 발전에 필요한 IT 산업의 기반을 어느 정도 갖추고 있다. 가장 중요한 핵심기술의 경우, 아직까지 선진국에는 미치지 못하지만 여타 산업에 비해서는 선진국에 상당히 근접한 수준이며 연구개발도 지속적으로 이루어지고 있다.

또한 지난 몇 년간의 정보통신망에 대한 투자와 인터넷 관련 벤처붐에 힘입어 정보인프라와 국내시장기반도 확고히 다지고 있다.

인구의 절반을 상회하는 이동전화가입자 및 인터넷사용인구와 초고속망에 연결된 400만 이상의 가구는 유선망을 이용한 전자상거래 뿐만 아니라 무선망을 이용한 전자상거래(m-commerce)의 성장에 기초를 제공할 수 있다.

문제는 이러한 강점을 최대한 활용하면서 우리가 부족한 부분들을 보완하는 노력이다.

최근 통계청이 조사한 자료에 의하면 지난해 우리나라의 전자상거래 규모는 57조원을 넘어섰고, 이중 90.9%가 기업간 전자상거래(B2B)인 것으로 나타났다. 또한 다수의 기업들이 참여하여 장터의 구실을 하는 e-marketplace도 191개에 달하였다. 그러나 전자상거래가 총 거래액에서 차지하는 비중은 아직까지 4.5%에 불과하여 그동안의 노력에 비해 전자상거래의 확산은 아직 미흡하다는 느낌이다.

여기에는 대기업 위주의 독과점적인 산업구조, 폐쇄적인 거래관행, 계열사 위주의 협력관계, 개방적인 중개형 비즈니스의 미발달, 무자료거래 등 비정상적인 거래관행 등 구조적인 문제들이 작용하였을 것으로 추정된다. 이와 함께 기존 유통채널과의 갈등(channel conflict)이나 표준화 및 부품공용화의 미흡, 그리고 정보보안·인증·전자결재문제 등 세계적으로 보편적인 요인들도 지적할 수 있다.

따라서 전자상거래의 확산을 통해 전통산업의 경쟁력을 제고하고 디지털경제를 우리 경제의 성장동인으로 활용하기 위해서는 기술 및 인력개발, 인프라 구축 등에 대한 종합적인 국가계획이 수립되고, 거래관행 등 구조적인 문제를 해결할 수 있는 투명하고 공정한 경제시스템이 갖추어져야 할 뿐만 아니라, 정부부처간에 주도권을 둘러싼 경쟁을 하기보다는 서로간의 협력이 이루어짐으로써 유기적인 정책들이 효율적으로 집행되어야 할 것이다.

