

언제 어디서나, 그리고 단절없이(Seamless) 처리할 수 있는 새로운 신무역 패러다임의 주역인 전자무역의 현재와 미래를 조명한다.

(편집자 주)

## I. 21세기 글로벌 무역프로세스 혁신의 기관차



한학희  
(주)매트릭스 2B 사장

### 1. 전자무역의 정의

전자무역은 재화 또는 서비스의 국가간 거래인 무역행위의 본질적 업무를 인터넷을 포함한 IT수단을 활용하여 전자적·정보집약적 방법으로 수행하는 무역활동으로 정의된다.

전자무역은 제품과 서비스의 수출입에 관련된 전통적 무역프로세스에서 발생하는 방대한 정보를 전자적 방식(주로 전자문서)으로 교환함으로써 무역프로세스를 획기적으로 전환함과 동시에 마케팅 활동과 무역업무 대행역할을 수행한다.

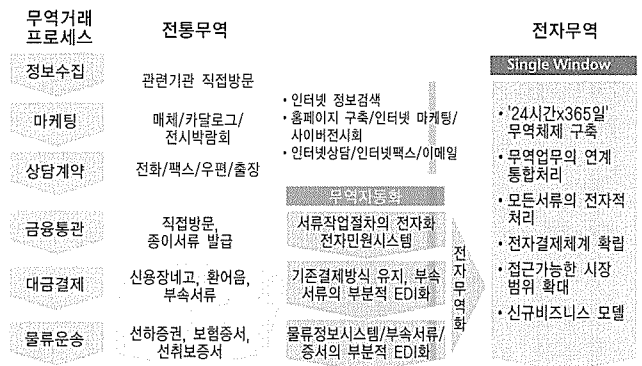
전자무역인프라의 보편화로 발생하는 새로운 무역환경에서 창출 가능한 다양하고 새로운 방식의 사업모델의 개발과 수행활동을 포함한다.

전자무역은 궁극적으로 다수의 관련 기업 및 공공기관의 개별프로세스가 전자무역 프로세스라는 일관된 프로세스로 융합되는 과정으로서 e-비즈니스화 (e-Transformation)의 핵심부분을 구성한다.

따라서, 전자무역은 정보기술인프라, 전자무역의 관련산업, 그리고 전자무역을 뒷받침할 수 있는 법·제도 등 기반적 요소들과 이를 토대로 하는 기업, 그리고 무역관계기관간의 프로세스로 파악이 가능하다.

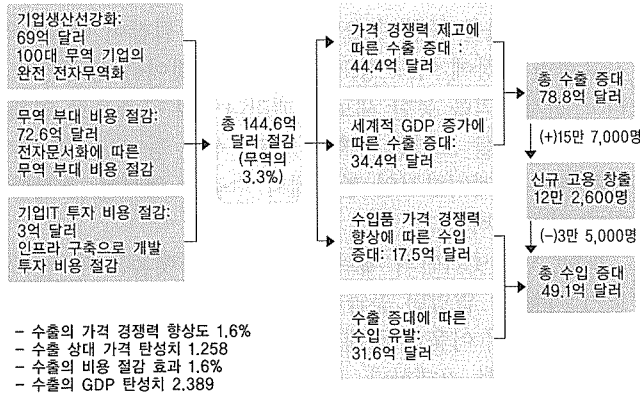
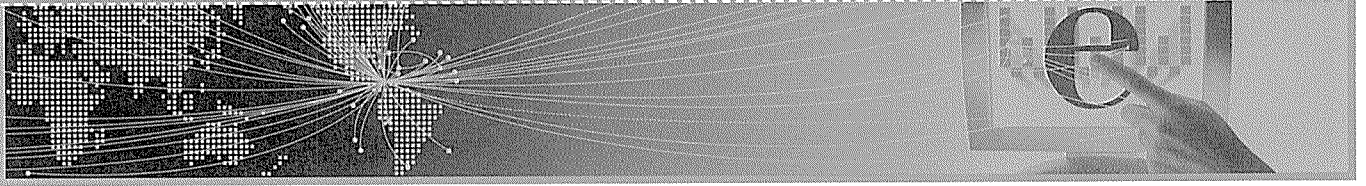
전자무역 프로세스는 기업이 수출 또는 수입과정에서 수

행하는 일련의 활동 (통관/물류, 결제 등)과 수출입 관련 기업들(예컨대 선사, 외국환은행, 포워드 등)과 주고받는 정보(문서)의 흐름으로 정의되며 '전자무역인프라'는 이러한 정보(문서)의 교환행위를 전자적 방식으로 처리하는 기능을 제공한다. 전자무역의 관련산업은 전자무역인프라와 연계되는 무역프로세스상의 다양한 기업들, 즉 금융·물류·보험·e-MP등을 모두 포함한다.



### 2. 전자무역 도입 효과

전자무역은 e비즈니스의 한 영역으로 전자무역의 도입 효과는 기업의 B2B 도입 효과와 동일하다고 볼 수 있다. 하지만 전자무역이 국내 기업간 거래나 개별 기업간 거래가 아닌 국제 거래를 다루고, 국가 차원에서의 지원을 기반으로 한다는 면에서는 국가 차원에서의 수출 지원 관련 비용 절감이나 국가 경쟁력 제고와 같은 효과를 기대할 수 있다.



자료원: 산업자원부

### 3. 전자무역 비전 및 기대

휴대폰 및 이동전화의 급격한 보급 그리고 인터넷을 통한 네트워크 확대와 이에 따른 사회의 역동적인 변화로 인해 우리나라가 전세계의 관심을 받은 지 오래다. 10년 전 무료전화와 e메일을 주고받는 도구로 우리에게 다가왔던 인터넷은 이제 한국경제에 새로운 활력을 불어넣어 주면서 나아가 지금까지의 양의 경계를 극복하고 한 차원 높은 질의 산업으로 승부를 걸 수 있는 동인이 되고 있다.

IT산업은 궁극적으로 기업의 구매·생산·판매에서의 변화를 가져온다. 대기업뿐만 아니라 많은 중견기업들도 전사적 자원관리(ERP)·공급망관리(SCM)·전자구매(e-Procurement) 및 실시간기업경영(RTE) 등을 이미 도입하였거나 도입을 서두르고 있다.

이 모두 인터넷을 기반으로 한 업무의 정형화 및 정보의 원활한 흐름 그리고 이에 따른 효율적인 경영전략 수립에 필수적인 도구들이다. 기업들은 구매·생산·판매에 이르는 모든 정보가 네트워크 되기를 희망한다.

만일 기업과 금융기관이 네트워킹으로 연계되어 있다면 중소수출업체는 물건을 기획하고 잘 만들어서 파는 문제만 신경 쓰면 될 것이다. 금융기관이 구매·제조 등의 단계마다 필요한 자금을 지원하고 나아가 판매대금으로 들어온 외화를 가장 비싼 가격으로 매각해서 또 그 자금을 가장 효율적으로 운용해줄 수 있기 때문이다. 이것이 네트워크의 힘이다. 가장 잘할 수 있는 분야에서 최고의 능력을 발휘하는 하는 것이 네트워크 사회가 가져올 수 있는 또 다른 장점이다.

물론 이 네트워크 사회는 어느 한 개인의 힘으로 구현될 수 있는 것은 아니다. 이러한 점에서 정부의 31개 전자정부과제를 높이 평가하고 그중에서 특히 전자무역프로젝트를 의미 있게 지켜보고 싶다. 인터넷이 보편화하기 전부터 무역자동화프로젝트를 통해 지난 15년 동안 B2B 및 B2G를 추진해왔던 필자로는 이번의 전자무역추진 과제가 기존의 무역자동화와 전혀 새로운 패러다임으로 접근되기를 희망한다.

지금까지의 EDI(폐쇄네트워크를 통한 전자문서교환방식)를 축으로 한 무역자동화가 1대1의 개념이라면 인터넷이라는 오픈네트워킹에서는 다자간에 자유롭게 무역 업무를 처리할 수 있도록 각종 법·제도를 개선하고 e트레이드 플랫폼의 구축을 통해 싱글윈도의 인프라를 확충하며, 나아가 글로벌네트워킹으로 확장시킴으로써 해서 명실공히 전자선하증권(e-BL) 및 서류 없는 결제가 이루어질 수 있을 것이다.

#### 무역 부대 비용 절감

우리나라의 무역 부대비용은 총수출입 금액의 평균 12%에 이르는 것으로 알려져 있다. 이와 같이 높은 무역 부대 비용은 수출 제품의 가격 경쟁력 약화, 수입 원자재의 원가 상승 등을 초래해 결과적으로 국제적인 무역 경쟁력을 약화시키는 원인이 되고 있다. 전자무역을 도입하면 무역 프로세스 혁신을 통해 무역 부대 비용을 획기적으로 절감하고 우리나라 무역의 고비용 구조를 개선할 수 있을 것이다.

#### 수출 확대 기반

전자무역은 새로운 수출 상품 발굴과 시장 창출을 통해 수출 기반을 확대할 수 있을 것으로 기대되고 있다. 전통적인 무역이 유형의 재화 중심이었던 반면 전자무역은 무형의 디지털 재화의 수출입에까지 확대될 수 있기 때문이다. 이는 단순한 수출 기반 확대 이외에도 해당 산업의 성장 촉진을 가능하게 할 수 있을 것이다.

#### 국가 경쟁력 제고

수출 중심형 경제 구조를 갖는 우리나라의 특성상 전자무역 프로세스의 개선과 관계 비용의 절감, 수출입 기반 확대는 국가 경쟁력 향상으로 이어질 수 있다. 산업자원부의 2002년 9월 발표한 전자무역 비전에 따르면 전자무역 도입 효과로 2005년 기준 연간 145억달러 이상의 비용 절감과 79억달러의 수출 증가, 12만명 이상의 신규 고용 창출이 가능할 것이라고 한다.

사실 이 전자무역 부문은 앞서 언급한 IT 산업의 발전과 더불어 우리나라가 자랑할 만한 네트워크 인프라다. 네트워크 뿐만 아니라 물리적인 네트워크와 소프트웨어, 보안, 기업의 프로세스 혁명(PI) 그리고 거래 관행의 획기적인 변화에 이르기까지 모두 B2B 및 B2G의 결합체이다.

일본·미국·영국·독일·프랑스·중국·싱가포르·태국 등 전세계 많은 나라가 이 인프라를 구축하기 위해 국가적 차원에서 심혈을 기울이고 있을 뿐만 아니라 APEC 통상장관 회의에서도 최우선적으로 처리해야 할 협력과제로 서류 없는 무역(Paperless Trading)을 꼽은 바 있다. 비록 증가세가 어느 정도 둔화 되었다고 하나 상반기 수출입 실적은 각각 1,370억달러 및 1,240억달러로 작년 대비 11% 14.7%의 신장세를 보여주고 있다. 환율 1,000원대에서 달성한 의미 있는

실적이다.

무역자동화를 통한 수출입 부대비용의 절감이 한국무역의 지속적인 성장에 어느 정도 기여하였을 것이라 생각한다. 그리고 전자무역을 통한 새로운 패러다임의 구축으로 인해 국내 무역업계를 포함한 은행·보험·선사 등 모든 주체가 더 자유롭고 미래지향적인 환경에서 수출입 업무를 추진할 수 있게 되기를 바란다.

또한, 인터넷기반의 새로운 전자무역플랫폼은 무역자동화 초기 어쩔 수 없었던 공급자위주의 환경에서 벗어나 사용자 친화적이면서 아울러 국내 소프트웨어 산업의 발전과 그 궤를 같이하기를 기대한다. 그리하여 사회 구석구석에 희망의 노래가 펼쳐나가기를 염원한다.

## II. e-Trade 플랫폼 - 국가전자무역의 미래모형

### 가. e-Trade 플랫폼의 개념

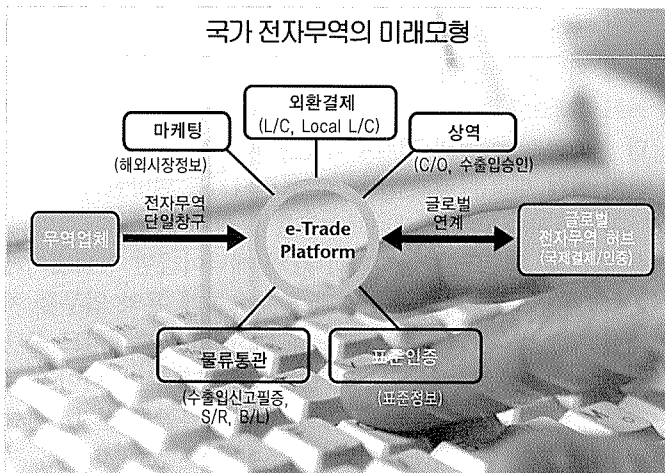
e-Trade 플랫폼이란, 인터넷 등 최신 정보기술을 활용하여 마케팅부터 결제에 이르는 무역업무 전반을 단절없이 (Seamless) 처리할 수 있도록 기존 무역절차별 유관망을 효과적으로 연계한 새로운 개념의 국가 전자무역 허브로 정의할 수 있으며, 이를 토대로 다양한 서비스를 제공하게 된다.

산업자원부를 비롯한 주요 무역유관부처와 유관기관들은 국가차원의 인프라로서 이에 대한 필요성에 공감, 향후 적극 연계할 것에 합의하였으며, 03.12월부터 총 6개월에 걸쳐 전자정부과제의 일환으로 무역업무프로세스혁신(BPR/ISP) 용

역사업을 수행하여, 프로세스별 현황과 문제점을 구체적으로 분석하고 수요자인 무역업계 입장을 반영한 미래모형을 도출하였다.

### 나. 국가 전자무역의 미래모형

미래모형의 중심에는 e-Trade 플랫폼이 자리잡게 되며, 플랫폼을 중심으로 마케팅, 외환/결제, 상역, 물류/통관, 표준/인증 등 모든 무역유관기관을 연계함으로써, 기존의 무역자동화망의 중계 서비스 개념을 넘어 제3자 유통서비스를 보장하게 되어 무역서류의 전자화 촉진과 함께 단절된 무역프로세스를 개선하고, 불필요한 업무의 단축을 가능케 할 것이다. 또한, 향후 글로벌 연계를 위한 국가 전자무역허브로서 중요한 역할을 하게 될 것이다.



### 전자무역 혁신계획 [e-Trade Korea 2007]

국가 전자무역의 미래모형을 체계적으로 실현해 나가기 위한 혁신과제는 총 33개로서, 기본적으로 2003년 수립한 전자무역추진3개년계획의 4대 핵심 전략을 토대로 하고 있다.

33대 혁신과제는 2007년까지 총 300여억원의 예산을 투입하여 민·관 상호 협력하에 단계적으로 이행해 나갈 방침이며, 주요 내용은 다음과 같다.

**(1) 인터넷기반 범국가적 인프라 조성 → e-Trade플랫폼의 구축 (4개)**

전자무역문서의 유통성을 확보하기 위해 전자무역문서보관소를 구축하고, 주요 유관기관과 해외 Global Network 연계를 추진하는 한편, 플랫폼을 중심으로 신규서비스가 활발히 일어날 수 있도록 무역업체 여건에 맞는 다양한 접근창구 마련 등 서비스 환경을 고도화하는 것과, 유통 전자문서의 법적 효력 및 전자무역 활성화를 위해 e-Trade플랫폼에 대한 법적 기반을 마련할 계획이다.

**(2) 단절없는 전자무역 서비스 실현 → 무역절차 재설계 (19개)**

마케팅 부문에서는 무역업체가 원하는 해외마케팅 정보를 효과적으로 제공하기 위하여, 해외마케팅 관련정보를 체계적으로 수집하고, 정보에 대한 가치를 객관적으로 평가하여 신뢰성을 확보할 수 있는 방안을 마련할 계획이며, 다양한 온-오프라인 마케팅 지원사업을 효율적으로 추진토록 하고, Buykorea.org 등 효과적인 수출입마케팅 온라인 창구를 마련하는 것이 주요 과제이다.

상역 부문에서는 오프라인 위주의 요건확인 업무를 효과적으로 처리할 수 있는 표준화된 서비스의 구현과 업무상 불필요한 프로세스를 단축·개선하기 위해서, 각종 요건확인처리 가 수요자 중심으로 One-Stop 온라인으로 처리될 수 있는

시스템을 구축할 계획이다.

물류 및 통관부문에서는 무역업체에 대한 수출입물류/통관 정보서비스를 확대하기 위해, 수입화물선취보증서(L/G), 화물인도지시서(D/O) 및 선적의뢰서(S/R), 선하증권(B/L) 등 물류관련 주요 문서의 전자화가 매우 중요하며, 현재 전자정부과제로 구축예정인 수출입물류단일창구를 비롯한 다양한 물류/통관정보의 e-Trade플랫폼과의 연계가 요구된다.

외환/결제부문에서는 국내 결제프로세스를 전자화하고, 향후 국제적인 대금결제 즉, e-네고가 가능하도록 추진체계 및 법적 기반을 마련할 계획이다.

**(3) 국가간 서류없는무역 협력 강화 → Global 협력 (6개)**

무역프로세스가 국경을 넘어서므로 국가간 서류없는 무역 실현을 위한 노력이 매우 중요하다. 따라서 전자무역문서에 대한 국제적 유통성 확보를 위해 국가간 전자무역협력사업 확대, 전자인증에 대한 상호인정 추진 및 APEC 등 국제기구의 주도 등을 중점 과제로 추진해 나갈 계획이다.

**(4) 對업계 활용확산 가속화 → 법·제도 일반 (4개)**

끝으로, 법제도 개선 과제로는 전자무역미래모형에 맞도록 현행 무역자동화법을 전자무역촉진법으로 전면개정하고, 전자무역 활성화를 위한 제도를 실효성 있게 마련할 예정이다.

**III. 글로벌 협력 - 21C 실크로드를 지향**

국가간 서류없는 무역실현을 위해 전자무역은 국제적 유통성 확보를 위한 노력이 필수적이다. 동북아 무역의 허브로 자리매김 위한 국가적 과제는 e-Trade 분야에서 글로벌 리더쉽 확보 여하에 달려있다고 볼 수 있다.

**PAA 전자무역 네트워크 구축사업**

**■ 개요**

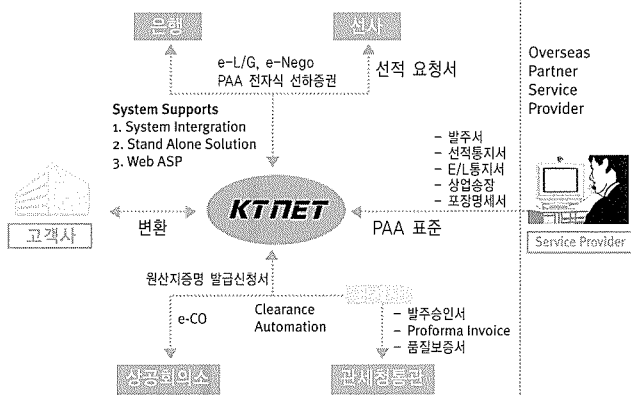
- PAA는 한국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 중국, 일본, 마카오, 태국 등 동아시아 9개국의 전자무역 사업자들로 구성된 글로벌 전자무역 협의체임.
  - 서류 없는 무역을 제공하기 위하여 구성한 아시아 전자

무역 협의체로, 대상 전자문서로서 발주서(Purchase Order), 상업송장(Commercial Invoice), 포장명세서(Packing List), 사전선적통지서(Advance Shipping Notice) 등 상호 교환 가능 문서 개발 및 지원

- 통관정보교환서비스 제공
  - 각 국 세관에 신고된 수출신고정보를 교환하여 수입신고시 수입통관이나 예정정보로 정보 활용
- PAA 포털 사이트를 통한 무역업체 정보 교환과 글로벌 무역자동화 솔루션 제공
  - PAA 포털 사이트를 통해 동아시아 국가의 기업체 정보 조회 및 교환 서비스를 제공하여 마케팅 기능을 지원하고, 글로벌 무역자동화 솔루션 연동으로 웹 접속으로 무역관련 문서를 상호 교환할 수 있는 기능 제공

• 화상회의 서비스 제공

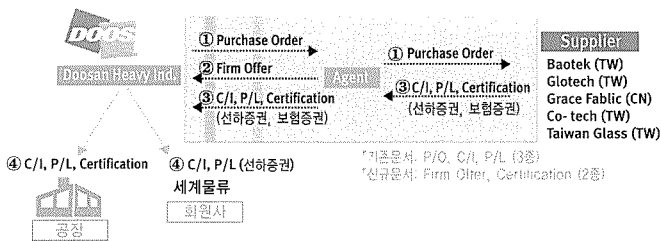
- 참여업체 대상으로 본·지사간 혹은 거래업체와의 협의를 위한 화상회의 솔루션 제공으로 보다 긴밀한 협의 채널 제공



■ 추진 현황

• PAA 활용사례

- 두산, BAOTEK, GLOTECH, Grace Fabric 사간 Purchase Order, Commercial Invoice, Packing List 실제 상용 거래 체계 구축 및 적용



• 국내외 사용자 확대

- 해외 (홍콩, 대만, 중국, 일본, 독일, 프랑스)
  - 홍콩: TAL
  - 대만: Formosa, Tai-Yuna, Baotek, Glotech
  - 일본: Mitsubishi, Sumitomo
  - 독일: Siemens, INA 베어링사
  - 프랑스: Delphi Diesel System
- 국내
  - 두산(전자BG), 부전전자부품, 현대자동차 실 업무 개통
  - 한국화장품, 한국텔레파이, 하이텍알씨디, GM대우자동차, 백금정보통신, 하나로TNS, 볼보건설기계코리아,

현대삼호중공업, 신창전기, 쌍용자동차, 엠코테크놀로지 등 다수 업체 참여 및 참여 예정

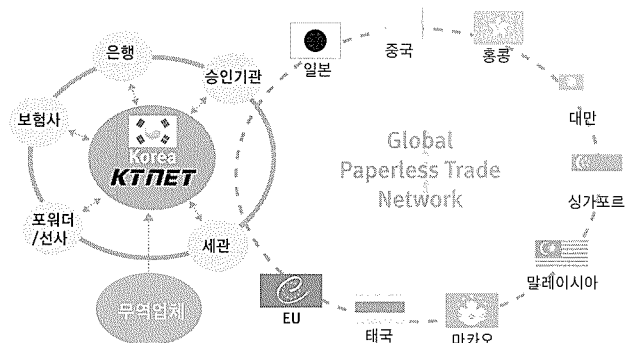
PAA, ASEM 전자무역 네트워크 구축사업

■ 개요

- ASEM 전자무역 네트워크 구축사업은 한국과 EU 국가간 무역거래의 활성화 및 기존 Offline 상의 무역/물류 업무의 Paperless화를 구현하기 위해 추진하고 있으며, 최종적으로는 Asia와 Europe을 엮는 ASEM 차원의 전자무역 네트워크 구현을 목표로 하는 사업임.

■ 사업추진 배경

- EU와의 교역량 증대에 따른 효율적 거래의 모색
  - EU는 미국과 더불어 세계 양대 경제 블록 형성
  - 세계 GDP의 25% 점유, 세계 총 교역의 35% 점유(4조 6천억 달러)
- 업무 프로세스 개선을 통한 산업 경쟁력 제고
  - 기존 오프라인 위주의 무역 업무 프로세스의 온라인화를 통한 업무 프로세스 개선에 대한 필요성 대두, 부대 비용 절감 필요성 대두
- 글로벌 전자무역 서비스의 필요성 대두
  - 인터넷을 기반으로 하는 전자 상거래 환경은 국경을 자유롭게 넘나드는 무역의 특성상 전세계를 단일 전자 상거래 권역으로 커버하는 글로벌 서비스에 대한 필요성 대두



■ 추진 현황

- 상용거래 구축
  - 현대자동차-Bosch, Siemens 사간 Invoice, Packing List 실제 상용 거래 체계 구축 및 적용



- 글로벌(현대자동차 물류 담당-MP(현대차의 독일 내 물류 담당)간 선적관련 서류(B/L Advice, Air Waybill 등) 상용거래 체계 구축 완료 및 실 거래 적용 예정
- 국내외 사용자 확대
  - 해외
    - 독일 : Siemens, INA 베어링사 / 프랑스 : Delphi Diesel System
  - 국내
    - 기존 현대자동차 1개사에서 6 개사 추가 참여 확정
    - 볼보건설기계코리아, 현대삼호중공업, (주)신창전기, 쌍용자동차, 하나로T&S(삼성전자 물류/구매 대행업체) 등

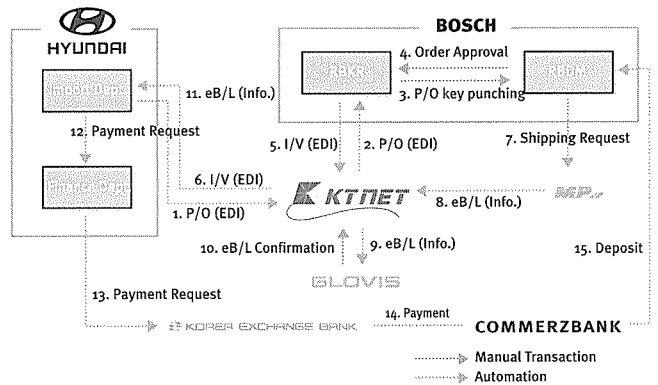
- 는 비즈니스 기회 제공
- 공유를 통한 효율성 추구
  - 소요자원, 하드웨어, 인력 등의 공유를 통해 사업의 효율적 추진 가능

■ 사업 목표

- 동북아 SCM 플랫폼은 기업-IT-공공서비스의 연계를 통해 기업 경쟁력을 지원하며 특히, 해외에 진출한 기업의 공급망 관리 역량을 획기적으로 향상시킬 수 있으며, 결국에는 참여자의 e-Transformation을 유도할 수 있음.

■ 사용자 지원 및 확대

- 사용자 지원(예)
  - 글로벌 전자무역 네트워크 사업참여를 통해 현대자동차가 해외 공급업체와 구축된 해외 EDI(글로벌 SCM) 업무 구성도는 다음과 같음.

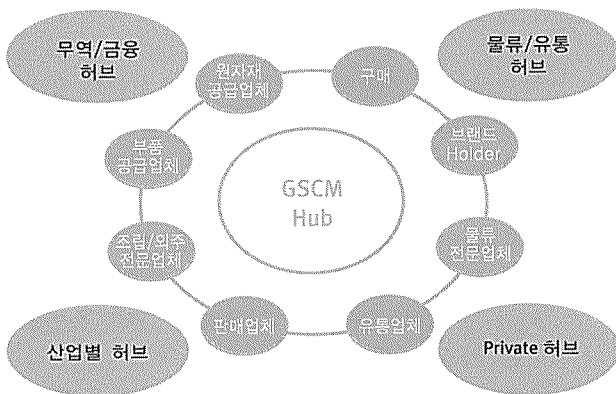


- 국내외 사용자 확대
  - 해외 (홍콩, 대만, 중국, 일본, 독일, 프랑스)
    - 홍콩의 TAL, 대만의 Formosa, Tai-Yuna, Baotek, Glotech,
    - 일본의 Mitsubishi, Sumitomo, 독일의 Siemens, INA 베어링사,
    - 프랑스의 Delphi Diesel System
  - 국내
    - 두산(전자BG), 부전전자부품, 현대자동차 실업무 개통
    - 한국화장품, 한국델파이, 하이텍알씨디, GM 대우자동차, 백금정보통신, 하나로티엔에스, 볼보건설기계코리아, 현대삼호중공업, 신창전기, 쌍용자동차, 엠코테크놀로지 등 다수 업체 참여 및 참여 예정

PAA 동북아 GSCM 플랫폼 구축사업

■ 개요

• 동북아 GSCM 플랫폼은 국가 무역, 통관, 물류 플랫폼과 연계하여 기존 Network를 최대한 활용하며, 동아시아 전자무역 네트워크를 활용, 해외 전자무역 파트너와 연계함으로써 해외 금융, 보험, 세관, 물류와 2nd Vendor 및 Customer와의 연계/통합을 지원하는 국가 SCM 핵심 인프라로서의 위상을 정립하기 위한 것임.



- 통합된 SCM 환경의 제공
  - 개별 프로세스와 참여자들이 단일화된 환경하에서 영활동을 펼칠 수 있는 하나의 場
- 다양한 협업 기회의 제공
  - 여러 참여자가 고객이면서 동시에 공급사가 될 수 있