

■ <요약> 국내 전자상거래 활동 아직 미흡하다

- 전자상거래 기반인 인터넷 침투도 뿐만 아니라 전자상거래 확산도도 매우 낮음
 - 인터넷 침투도: 1천명 당 인터넷 호스트 수를 보면 우리 나라가 3.74개로 싱가포르(18.54개)와 대만(4.76개)에 비해 낮고, 인구대비 인터넷 사용자 비율도 6.7%로 싱가포르(14.7%)와 대만(12.9%)에 비해 낮음
 - 전자상거래 확산도: 국내총생산 대비 전자상거래 시장 규모는 0.06%로 싱가포르(0.25%), 대만(0.10%)은 물론이고 말레이시아(0.15%)에 비해서도 낮음
 - 특히 인터넷을 전자상거래 목적으로 사용하는 데 과다 요금과 같은 제약 요인으로 인해 인터넷 침투도보다 전자상거래 확산도가 더욱 낮음

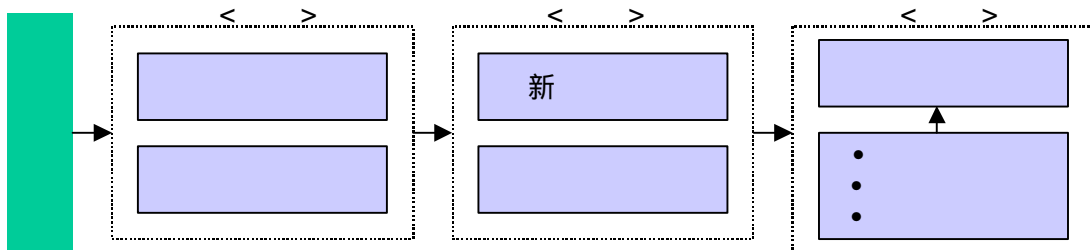
- 인터넷 비용 인하와 전자상거래 신뢰 구축이 우선 해결되어야 할 과제임
 - 통신서비스 시장의 완전한 경쟁체제 도입을 통한 인터넷 서비스 요금 인하 유도
 - 정보 조달업무를 전자상거래로 전환하는 시범사업 등을 통해 非對面 거래에 대한 우려를 불식시키는 것이 시급함

□ 전자상거래의 의의

- 전자상거래¹⁾는 기업과 소비자간 거래비용 절감과 서비스의 고도화뿐만 아니라, 개별 기업, 산업, 국가 차원에서 경쟁력 기반을 再구축할 수 있는 토대라는 점에서 매우 중요함

- 기업은 소비자와의 전자상거래(B to C business)를 통해 거래비용을 절감하고, 풍부한 제품 정보 제공, 고객 관리 강화, 일대일 마케팅 등을 통해 고객에게 질 높은 서비스를 제공할 수 있음
- 기업과 기업간 전자상거래(B to B business)를 통해서는 부품업체, 협력업체, 거래업체 등과 설계, 구매, 생산, 물류 등에 대한 제반 정보를 공유하고 신속한 거래를 일상화함으로써 기업 경쟁력을 제고할 수 있음
- 또한 전자상거래는 신규 산업과 신규 고용 창출, 新시장 형성, 경쟁력 제고 등을 통해 침체된 경제의 탈출구가 될 수 있음

<전자상거래의 파급 효과>



□ 국내의 전자상거래 현황

- (현황) 인터넷 침투도와 전자상거래 확산도 측면에서 우리 나라는 미국, 독일,

1) 전자상거래(Electronic Commerce)와 광속거래(Commerce At Light Speed)를 엄밀하게 구분하 경우도 있으나, 기본적으로 전자적 네트워크를 이용하는 상거래 혹은 경제활동을 수행한다는 점에서 모두 광의의 '전자상거래'로 묶을 수 있음. 또한 케이블TV망이나 PC통신망을 활용하는 전자상거래도 있을 수 있으나, 여기에는 최근 현안이 되고 있는 인터넷 상거래에 한정함

일본 등 주요 선진국은 물론이고 싱가포르나 대만에 비해서도 뒤쳐져 있음

- 전자상거래의 잠재적 기반이라 할 수 있는 ‘인터넷 침투도’와 실제 이의 상용화(商用化) 정도를 나타내는 ‘전자상거래 확산도’로 전자상거래 현황을 파악함
- 인터넷 침투도: 1천명당 인터넷 호스트 수를 보면 우리 나라가 3.74개로 미국(86.67개)의 4.32% 수준이고, 싱가포르(18.54개)와 대만(4.76개)에 비해서도 낮은 수준임. 또한 인구대비 인터넷 사용자 비율을 보면 6.7%로서 미국(26.7%)은 물론이고, 싱가포르(14.7%)와 대만(12.9%)에 비해 낮음
- 전자상거래 확산도: 국내총생산 대비 전자상거래 시장 규모를 보면 우리 나라는 0.06%에 불과해 싱가포르(0.25%), 대만(0.10%)은 물론이고 후발 개도국인 말레이시아(0.15%)에 비해서도 낮음

< 국가별 전자상거래 현황 비교(1998년 기준) >

	인터넷 침투도		전자상거래 확산도
	인구 1천명당 인터넷 호스트 수	총인구 대비 인터넷 사용자수	국내총생산(GDP) 대비 전자상거래 규모
미 국	86.67개 (100.00)	27.8% (100.00)	0.69% (100.00)
일 본	10.70개 (12.35)	11.1% (39.93)	0.13% (18.84)
독 일	14.06개 (16.22)	8.7% (31.29)	0.13% (18.84)
한 국	3.74개 (4.32)	6.7% (24.10)	0.06% (8.70)
대 만	4.76개 (5.49)	12.9% (46.40)	0.10% (14.49)
싱가포르	18.54개 (21.39)	14.7% (52.88)	0.25% (36.23)
말레이시아	1.84개 (2.12)	3.0% (10.79)	0.15% (21.74)

주 1) ()의 수치는 미국을 100으로 했을 때 각국의 상대적 수치임

2) 인터넷 호스트 수는 <http://www.nw.com/zone/WWW/dist-by-num.html>, 인터넷 사용자 수는 http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/world.html, 전자상거래 시장규모는 WEFA 자료(1999.2.23 발표), GDP(명목)와 인구는 WEFA(1999), *World Economic Outlook* 참조

- (평가) 인터넷 침투도가 낮은 것도 문제지만 이에 비해 전자상거래 확산도가 더욱 낮은데, 이는 인터넷을 전자상거래 목적으로 활용하는 데 아직 상당한 제약 요인이 존재한다는 것을 시사함

- 인터넷의 중요성이 인식되고 전자상거래 활성화를 위한 다양한 정책들이 제시되고는 있지만, 아직도 전자상거래가 광범위하게 확산되어 있지 않음
- 항목별로 보면 인터넷 사용자 수 비중은 상대적으로 높지만 전자상거래 비중은

낮은 것으로 나타나는데, 이는 인터넷에 대한 일반적인 관심과 사용도는 다소 높지만 이를 상거래 목적으로 활용하는 데는 아직 주저하고 있음을 보여 줌

- 따라서 단순한 정보 수집 목적을 넘어 상거래의 기반으로 인터넷이 활용될 수 있기 위해서는 이를 가로막고 있는 장애 요인들을 점검하고 제거하는 것이 무엇보다 중요함

□ 전자상거래 활성화를 위한 과제

- (개요) 전자상거래가 본궤도에 오르기 위해서는 수많은 과제를 해결해야 하지만, 현재 가장 시급한 과제는 인터넷 비용의 인하와 전자상거래의 신뢰 구축임
 - 전자상거래에는 전자서명·인증, 전자지불, 조세, 지적재산권, 소비자 보호, 개인 정보 보호, 전문인력 육성, 정보인프라 고도화 등 수많은 과제가 산재해 있기 때문에 어디부터 손대야 할지 우선 순위를 정하기도 상당히 어려움
- (인터넷 비용 인하) 전자상거래의 잠재적 기반인 인터넷이 대중화되고 상거래를 위해 손쉽게 활용되기 위해서는 비용 인하가 시급한 과제
 - 높은 통신요금²⁾은 인터넷에 대한 일반적인 접근을 가로막는 가장 큰 장벽이기 때문에 이 요금 인하를 유도하는 것이 우선적으로 해결해야 할 과제임
 - 인터넷 이용 요금의 인하는 강제적으로 추진하기보다는 통신서비스 산업의 완전한 경쟁체제 도입을 통해 자연스럽게 이루어져야 함
- (전자상거래 신뢰 구축) 非對面 거래에 대한 우려를 불식시키기 위해서는 정부가 수요자가 되는 전자상거래 시범 사업을 조속히 실시하여 모범 사례를 제시해야 함
 - 가장 현실성 높은 방안은 정부 조달업무를 전자상거래로 전환하는 것임. 이를 통해 전자상거래 수요를 창출하고 전자상거래에 관련된 여러 문제점을 검토할 수 있으며, 전자상거래에 대한 일반의 인식을 바꿀 수 있을 것임

■ 강용중 연구위원 klucas@hri.co.kr ☎724-4046

2) 인터넷 전용회선 서비스 요금은 선진국의 150~289% 수준에 달함. 산업자원부, 「'99년도 전자상거래 정책 추진 방향」