

지식 경제 현안

■ 미국의 디지털 경제 현황(1)

- (정보기술과 미국 경제) 최근 미국 경제의 건실한 성장은 정보기술(IT)의 발달을 기반으로 하고 있음
 - 정보기술의 발달, 인터넷의 확산 등에 힘입어 미국 경제는 생산성 증가에 기반한 건실한 경제 성장을 지속하고 있음
 - 특히 인터넷의 확산은 다양한 비즈니스 기회와 새로운 가치 창출, 효율성 제고 등이 가능한 혁신 환경을 조성함으로써 경제의 역동성을 뒷받침하고 있음
- (소비 환경 변화) 인터넷 기반의 확충과 함께 B2C 전자상거래도 확대되고 있음
 - 전세계 인터넷 접속 인구는 약 1억 7,100만 명(1999년 3월)에서 3억 400만 명(2000년 3월)으로 급증하였고, 이에 기반한 B2C 온라인 소매도 크게 늘어나고 있음
 - 한편 온라인에서는 개별 소비자별 정보 취득과 이에 기반한 맞춤 서비스 및 가격 적용이 용이해 가격 구조도 다양해지고 있음
 - 온라인 소매의 성장 전망은 배달 비용 및 절차, 과세, 소비자 보호, 사생활 보호, 지적재산권 보호, 네트워크 신뢰성 등의 문제가 어떻게 해결되느냐에 달려 있음
- (기업 환경 변화) 인터넷 기반 Marketplace는 B2B 전자상거래의 효율적 플랫폼으로 주목받음
 - 미국 기업들 중 인터넷 기반 B2B 전자상거래를 활용하고 있는 기업 비중은 약 1/3로 조사됨
 - 최근에는 인터넷 기반 Marketplace가 디지털 비즈니스의 효율적 플랫폼으로 주목받으면서 전세계적으로 750개 이상 구성된 것으로 추정됨
 - 디지털 비즈니스의 장기적 성장은 네트워크를 통한 산업 효율성 제고, 기반 플랫폼의 신뢰성 제고 여부 등에 근본적으로 좌우될 것임

미국의 디지털 경제 현황(I)

이 글은 미국 상무성의 디지털 경제와 전자상거래에 관한 보고서, *The Emerging Digital Economy*(1998년 4월)의 제2 증보판인 *Digital Economy 2000*(2000년 6월)의 1, 2장을 번역 정리한 것임. 여기에서는 전자상거래와 IT산업이 최근 안정적인 미국 경제 성장을 이끄는 원동력이며, 최근 주목받고 있는 인터넷 기반 Marketplace는 B2B 전자상거래의 핵심적 토대로 기능할 것으로 전망하고 있음. 동 보고서의 내용은 앞으로 2~3회에 나누어 정리·게재할 계획임(다음 내용은 정보 기술(IT)이 미국의 경제와 생산성에 미친 영향에 관한 분석임)

□ 정보기술(IT)과 신경제

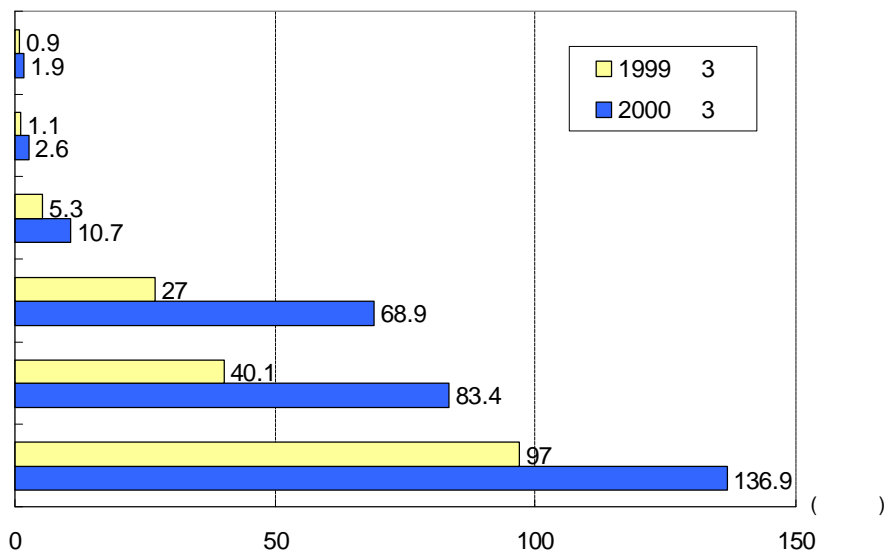
- 최근 미국 경제의 건실한 성장은 정보기술(IT)의 발달을 기반으로 하고 있음
 - 1990년대 후반기 이후 장기 호황을 구가하고 있는 미국 경제에 나타난 두 가지 특징적 현상은 인터넷 이용의 확산과 건실한 생산성 증가율임
 - 생산성 증가율은 1973~95년에는 연평균 1.4%에 머물렀으나 1995~99년에는 두 배나 증가한 2.8%에 달했음
 - 두 가지 현상은 컴퓨터·통신장비 등의 성능 향상 및 가격 하락, 인터넷 등 전자적 접속성(connectivity)의 확대, 유용한 소프트웨어의 발전과 이들의 시너지 효과 등에 근본적으로 기인하고 있음
- 또한 인터넷의 확산은 새로운 가치 창출을 통해 경제의 역동성을 제고함
 - 인터넷은 표준적 프로토콜 등으로 디지털 네트워크의 표준화를 가속시킴으로써 거래 비용이 줄어들게 되어 전자상거래는 크게 확대됨
 - 또한 인터넷의 확산은 이른바 '네트워크 효과', '네트워크 외부성'(네트워크에 접속하는 참여자 수가 많아짐에 따라 네트워크의 가치도 급증)을 낳아 경제 주체들의 전자적 접속성(connectivity)을 제고시킴
 - 이러한 인터넷의 확산은 다양한 비즈니스 기회와 새로운 가치 창출, 효율성 제고 등이 가능한 혁신 환경을 조성함으로써 경제의 지속적인 역동성을 뒷받침하고 있음

□ 디지털 경제 시대의 소비자

- 인터넷 기반의 확충과 함께 B2C 전자상거래도 확대되고 있음

- 전세계 인터넷 접속 인구는 약 1억 7,100만명(1999년 3월)에서 3억 400만명(2000년 3월)으로 급증하였음
- 최근에는 미국 이외 지역에서의 인터넷 접속 인구 증가 속도도 매우 빨라지고 있어 전세계적인 디지털화 현상이 더욱 가속화됨
- 1999년 4/4분기 미국내 온라인 소매(e-retail) 규모는 전체 소매액의 약 0.64%에 해당되는 53억 달러에 달했음¹⁾
- 온라인 판매의 성장 전망은 배달 비용 및 절차, 과세, 소비자 보호, 사생활 보호, 지적재산권 보호, 네트워크 신뢰성 등의 문제가 어떻게 해결되느냐에 달려 있음

< 세계 지역별 인터넷 접속 인구 >



자료: Nua Internet Survey.

- 온라인 판매 확산에 따라 다양한 가격 구조가 형성되고 있음

- 온라인 판매의 확산으로 소비자들의 제품 및 가격 정보 취득이 용이해짐으로써 단일 가격 체제가 형성될 것이라는 예상이 많지만 현실은 반드시 그렇지 않음
- 실제로 몇몇 실증 사례들에 따르면 온라인 판매의 가격이 오프라인과 대등한 경우도 많이 관찰되고 있음

1) U.S. Bureau of Census의 조사 결과로서 여행, 증권 등 서비스 부문은 제외된 수치임

- 이는 온라인 판매업체가 가격보다는 편의성이나 다양한 제품 정보 제공 등을 통해 오프라인 업체와 차별화를 꾀하고 있음을 시사함
- 또한 온라인 경매, 역경매, 구매 의사를 밝힌 소비자의 수에 따라 가격이 매겨지는 경매 사이트 등 다양한 가격 결정 메카니즘이 존재함
- 오프라인에서는 개별 소비자들에 대한 정보가 충분치 않은 데다 소비자별로 다른 가격을 적용하는 데 따르는 기술 및 비용 문제 등으로 '단일 가격'이 적용되는 경우가 많지만 온라인에서는 이러한 장애 극복으로 다양한 가격 구조가 가능해짐
- 즉, 온라인 판매업체는 개별 소비자들의 가격 민감도, 한계 비용 등을 고려하여 가격을 미세 조정함으로써 이윤 극대화를 꾀하게 됨

□ 디지털 비즈니스의 성장

- 미국 기업들은 B2B 전자상거래의 초기 단계에 들어서고 있음
 - 미국내 B2B 전자상거래 규모는 추정 방법론과 정의(definition)에 따라 큰 편차를 보이고 있는데, 2003년 B2B 전자상거래 규모는 적게는 6,340억 달러에서 많게는 2조 8천억 달러에 이를 것으로 전망되고 있음²⁾
 - B2B 전자상거래의 낙관적 발전 전망에도 불구하고, 미국 기업들은 아직 B2B 전자상거래의 초기 단계에 머물고 있는 것으로 평가되고 있음
 - 전미제조업협회(National Association of Manufacturers)의 조사에 따르면 미국 기업의 68%가 아직 전자상거래를 활용하고 있지 않은 것으로 나타남

< 인터넷 기반 B2B 전자상거래 활용 현황 및 계획 >

인터넷 기반 B2B 전자상거래 활용 현황	비 중	계 획
활용하고 있음	38%	-
활용하고 있지 않음	62%	· 향후 1년 내 활용 : 35% · 향후 3년 내 활용 : 54% · 활용 계획 없음 : 11%

자료 : Mark A. Brunelli, "What Buyers Want From Web Sites," *Purchasing Magazine*, Dec. 16, 1999.

2) Stacy Lawrence, "Behind the Numbers : The Mystery of B2B Forecasts Revealed", *Industry Standard*, Feb. 21, 2000.

- 그러나, 향후에는 기업들이 비즈니스 프로세스에서 인터넷을 적극 활용할 계획인 것으로 나타나 B2B 전자상거래의 전망을 밝게 하고 있음
 - Purchasing Magazine의 최근 조사에 따르면, 현재 인터넷을 통한 B2B 전자상거래를 활용하지 않고 있는 업체들 중 약 89%가 향후 이를 도입할 계획임을 밝히고 있음
- 인터넷 기반 Marketplace는 B2B 전자상거래의 효율적 플랫폼으로 주목받음
- Economist에 따르면, 현재 인터넷 기반 Marketplace는 전세계적으로 750개 이상 구성된 것으로 추정됨
 - 최근 GM, 포드, 님러크라이슬러가 설립하기로 한 자동차산업 Marketplace의 향후 거래 규모는 약 2,500억 달러, 비용 절감액은 구매 비용의 10% 이상에 달할 것으로 전망됨
 - 이외에도 인터넷 기반 Marketplace는 보잉과 록히드마틴 등 항공업계, 시어즈로백과 카르푸 등 소매업계 등, 전산업으로 광범위하게 확산되고 있음
 - 이처럼 인터넷 기반 Marketplace는 표준적 프로토콜, 비전속적인 투자, 글로벌 확장 용이성 등으로 B2B 전자상거래의 효율적 플랫폼으로 주목받고 있음

□ 디지털 비즈니스 성장의 관건

- 디지털 비즈니스의 장기적 성장은 네트워크를 통한 산업 효율성 제고, 기반 플랫폼의 신뢰성 제고 여부 등에 근본적으로 좌우될 것임
- 인터넷 기반 Marketplace의 향후 성장은 조달 가격 인하라는 단기적 관점보다는, 산업내 경쟁 촉진, 공급자와 수요자간 정보 교류 원활화 등에 따른 전반적인 효율성 제고라는 장기적 관점에서 접근할 때 확보될 수 있을 것으로 평가됨
- 인터넷 접속 및 전송 속도의 개선 지체, 표준화 미비, 인터넷이라는 기반 플랫폼의 예측가능성 및 신뢰성 문제 등은 디지털 비즈니스의 본격적 확대에 걸림돌로 작용하고 있음
- 이밖에도 디지털 비즈니스에 관련된 지적재산권 문제, 프라이버시 보호, 아동 보호, 소비자 보호, 정보 보안, 인증, 세금, 관세 등의 문제도 디지털 비즈니스의 발전을 위해 시급히 해결되어야 할 문제임

■ 정진우 연구위원 jwjeong@hri.co.kr ☎3669-4033