

# 중소기업간 금융결제를 지원하는 e-MP 서비스 활성화 방안

유순덕\*, 남기정\*\*  
한세대학교 e-비즈니스학과\*, 신용보증기금\*\*

## e-MP service activation research to support SME financial settlement

Soonduck Yoo\*, Gijung Nam\*\*

Dept. of e business Hansei University\*, Korea Credit Grantee Fund\*\*

**요약** B2C의 “신용카드”를 대체할 만한 “결제수단”으로 2001년 신용보증기금과 은행, (물류업체), e-MP(Market Place)가 참여하여, 기업간 e-MP(기업간 전자결제 결제 시스템)를 통한 전자상거래에 의한 구매를 신용보증기금이 보증해 주는 B2B 전자상거래보증제도를 도입하였다. 기업간 전자상거래를 지원하는 전자결제시스템인 e-MP 서비스는 지난 10년 동안 운영되어 중소기업의 성장에 많은 기여를 하였다. 기업 간 전자상거래보증은 구매기업에게 거래한도 확장으로 안정적인 구매처를 확보하고 업무 프로세스 개선을 통한 기업 경쟁력 강화에 기여하였다. 그러나, 신용보증기관의 보증지원을 기반으로 한 사업으로서 규모의 한계를 극복하기 위해서는 정부의 중소기업에 대한 직접 또는 간접지원의 강화 운영을 e-MP 사업기반으로 해야 한다. 또한 e-MP서비스를 통한 새로운 모델 개척이 필요하다. 기업간 전자상거래 활성화 측면 뿐만 아니라 e-MP의 새로운 수익모델을 위해 신용보증기관이 직접 개입하여 운영하는 기업간 통합온라인장터 구축과 이를 활용하는 기업에게 구매자금을 동시에 제공하는 모델에 대한 검토가 필요하다.

**주제어** : B2B전자상거래보증, e-MP 서비스, 중소기업,

**Abstract** The B2B e-commerce assurance system supports e-commerce purchases by Credit Guarantee Fund. This process seeks to replace a variety of current systems, including B2C, the credit card payment method on B2B, 2001 Credit Guarantee Fund and the Bank, logistics, e-MP (Market Place), and Business-to-business e-MP (business-to-business electronic payment settlement system). Over the past 10 years of its operation, the e-MP service (B2B e-commerce electronic payment systems) has contributed much to the growth of SMEs. The development of business-to-business e-commerce transactions systems and limits have provided a stable purchasing platform, improving corporate competitiveness. However, the project-based scale of credit guarantee institutions has limitations. To overcome these limitations, we propose a new model of direct or indirect government support for small business e-MP projects. This new model will support the B2B electronic commerce by allowing it to directly involve guarantee institutions directly in B2B online transactions. Therefore, this study urges government backing of the SME based B2B online business model with e-MP service.

**Key Words** : B2B e-commerce assurance, e-MP service, Small and medium enterprise

Received 14 October 2013, Revised 27 November 2013  
Accepted 20 December 2013  
Corresponding Author: Soonduck Yoo(Hansei University)  
Email: harry-66@hanmail.net

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

## 1. 서론

### 1.1 기업 간 전자상거래 시장

2012년 통계청 자료에 따르면, 기업 간 전자상거래(B2B)가 총 전자상거래 거래액의 91.8%인 1,050조 9,850 억원으로 대부분을 차지하고 있으며, 기업·정부간 전자상거래(B2G)가 5.4%, 기업·소비자간 전자상거래(B2C)가 1.7%, 그리고 소비자간 전자상거래(C2C)는 1.0%로 나타났다. 전년대비 증감률을 보면 기업간 전자상거래(B2B)가 15.1%, 소비자간 전자상거래(C2C)가 20.6%, 기업·정부간 전자상거래(B2G) 6.6%, 기업·소비자간 전자상거래(B2C) 6.0% 증가했다.

B2B 거래는 가격적 요소 및 장기적 공급관계 등에 의해 결정되는 특성을 보유하고 있다. B2C에서는 가격이 구매결정의 결정적인 요소이며 소액, 비 반복적 구매가 행해지고 있다. 그러나 B2B 거래는 대량, 지속적 거래, 품질 및 사후관리의 중요성 때문에 온라인상에서의 기업간 거래에 제약이 따르게 되며, 거래비용이 온라인 대비 상대적으로 많이 소요됨에도 불구하고 아직 많은 기업간 거래를 오프라인 상에서 이루어지는 요인으로 등장하고 있다.

e-MP 서비스는 온라인에서 기업간 거래에 따른 대금결제시 전자결제시스템(e-MP: e-Market Place System) 제공할 뿐만 아니라 신용보증기관을 통해 우수한 중소기업에게 금융지원(구매자금)을 통해 기업간 온라인 거래 활성화에 기여하고 있다. 즉 구매기업은 거래대금을 확보하는 방안으로 e-MP를 통해 거래하는 경우 신용보증기관의 B2B 전자상거래보증 상품을 통해 금융기관이 구매기업에게 거래대금을 지원하고 있다.

기업간 온라인 거래가 증가함에도 불구하고 중소기업간 금융결제시스템을 지원하는 e-MP서비스의 규모는 2011년 5.9조원 거래 이후 활성화가 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구는 e-MP 서비스의 현황 및 문제점을 살펴보고 이를 개선할 수 있는 방안에 대해 연구하고자 한다.

## 2. 선행연구 및 연구방법

유순덕 외 2인(2011)은 전자상거래보증을 효율적으로

운영방안 연구로서 전자상거래보증의 문제점과 개선 방안에 대해 제시하였다. 금융상품에 대한 체계적인 홍보와 중소기업을 지원하기 위한 법인세 감면은 지속적 운영이 필요하다고 주장하였다[3].

한창희 외 2인(2011) B2B 전자상거래보증서비스의 성과관리 평가모형을 설정하고 핵심성과요인을 도출하였다[4]. B2B 전자상거래보증의 성공요인은 거래규모의 증가, 사용자의 효율성, 안정적인 시스템 운영이 주요원인으로 제시하였다. 연구방법으로 10 명의 참여자를 통한 FGI(Focus Group Interview Model)을 활용한 연구로 진행하였다.

변재익(2009)은 B2B전자상거래보증을 건설업에서 하도급기업에게 지급하는데 활용할 수 있는 방안과 이에 따른 기대효과를 제시하였다[5]. 건설생산체계의 형성과정에서 e-MP는 하수급인과 자재장비업체간의 계약관리를, 결제프로세스를 제공하는 금융기관은 하수급인에 산업을 공급함으로써 하수급인이 자재장비업체에 구매대금을 현금으로 지급하도록 하는 역할을, 보증기관은 금융기관에 신용공여에 필요한 담보를 제공하는 역할을 수행함으로써 운영될 수 있다고 주장했다. 현재 건설업체에 B2B전자상거래보증이 제공되어 운영되고 있다.

서영란(2012)은 “한국과 중국 중소기업의 e-마켓플레이스 활용결정요인에 관한 비교연구 : EC21과 알리바바를 중심으로”에서 국내의 마켓플레이스를 운영하여 전자무역을 지원하는 EC21과 중국의 알리바바를 비교하여 문화적 차이뿐만 아니라 사업형태를 비교하였다[1].

강진영(2011)은 “ 한국 중소기업의 전자무역 활성화 방안에 관한 연구 : A사의 사례를 중심으로”의 연구에서 전자무역지원을 위한 정부의 정책적 노력과 제도개선을 통해 전자무역을 적극적으로 장려하는 방안이 필요하다고 주장 하였다[2].

앞에서 살펴 본바와 같이 선행연구는 기업간 거래를 B2B 전자상거래보증 측면 및 전자상거래 시장에 대해 연구하였다. 본 연구는 B2B거래를 전자상거래보증측면보다는 기업간 거래시 전자결제시스템을 제공하는 e-마켓플레이스의 역할측면에서 살펴보고자 한다.

본 연구의 목적은 e-MP 서비스의 현황 및 지난 10년간 중소기업 지원형태로서 제공효과를 살펴보고자 한다. 또한 e-MP서비스의 한계점을 파악하여 이를 개선할 수 있는 방안을 제시하여 e-MP 서비스(들) 활성화를 유도

하고자 한다.

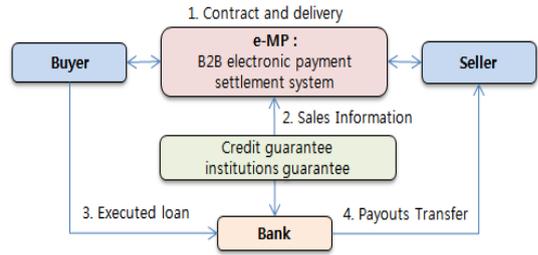
연구방법으로는 FGI(Expert Group Interview)인 전문가 인터뷰를 통해 진행하였다. 총 12인의 e-MP사업 실무담당자 및 신용보증기금 전문가와 인터뷰를 통해 이루어졌다. 본 연구방법을 선택한 이유는 e-MP 서비스 업무에 대한 충분한 이해가 있어야 문제를 해결할 수 있는 방안을 제시할 수 있기 때문이다. 신용보증기금의 대회의실에서 총 4회, 각 회당 약 2시간 동안 회의를 진행하였다. 회의 내용으로 e-MP 서비스의 문제점과 이를 해결할 수 있는 방안에 대하여 논의하였다.

FGI(Focus Group Interview) 전문가 인터뷰 참여기업은 (주)이상네트웍스, (주)처음앤씨, (주)이크레디블네트웍스, (주)KG이니스, (주)메탈씨닷컴, 엠투엠네트웍스(주), 상상이비즈(주), 월캠프(주), (주)비투비모아, (주)비즈크레스트, (주)티시아이티, 신용보증기금 이다. 연구절차는 첫 번째 회의에서는 e-MP 서비스의 탄생 배경과 의도 및 탄생목적에 대한 논의를 진행하였다. 또한 10년 동안 진행하면서 초기의 의도와는 변화된 내용을 대해 살펴보았다. 둘째 모임에서는 e-MP 서비스의 장점 및 중소기업지원 및 육성에 대한 사회 공헌도에 대해 살펴보았다. 셋째 모임에는 e-MP 서비스의 한계점에 대한 발생배경 및 이를 해결할 수 있는 대안에 대하여 논의를 했다. 마지막 모임에서는 e-MP 서비스를 활성화할 수 있는 방안에 대해 토의를 했다. 다음은 회의를 통한 협의내용을 근거로 분석하여 정리하였다.

### 3. e-MP 서비스

#### 3.1 B2B 전자상거래보증

B2B 전자상거래에서 B2C의 “신용카드”를 대체할 만한 “결제수단”의 필요성과 온라인의 비대면 거래를 위한 전자결제시스템의 요구로 e-MP시스템이 탄생하였다. B2C의 “신용카드”를 대체할 만한 “결제수단”으로는 2001년 신용보증기금과 은행, 물류업체, e-MP가 참여하여, 기업간 e-MP를 통한 전자상거래에 의한 구매를 신용보증기금이 보증해주는 B2B 전자상거래보증제도를 도입하였다.



[Fig. 1] e-MP Service Process

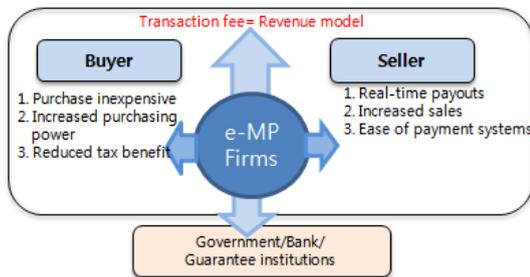
B2B 전자상거래보증이란 신용보증기금이 인터넷을 통한 기업 간(B2B) 물품 구매에 따른 구매자금 대출에 대해서 사이버 공간을 활용해 전자보증서를 발급해 주는 제도이다. 신용보증기금은 구매기업으로부터 전자상거래 신용보증에 따른 보증수수료를 수령하고 계약대로 대금결제가 이루어지면 판매 기업에 대금을 지급한다. 이는 기존의 기업 간 거래에서 많이 사용되어온 어음의 장점과 신용카드의 장점을 취합한 전자결제시스템인 e-MP시스템을 탄생시켰다.

B2B 전자상거래보증제도는 온라인상에서 이루어지는 비대면 거래의 대금 회수 불확실성을 제거하여 전자상거래를 활성화하고 기업 금융거래의 투명성을 높이고 중소기업에 ‘B2B 전자결제방식’을 통한 원활한 자금운동을 지원을 위해 만들어진 제도이다. 세금계산서 사용 의무화정책 시행 전에 제공된 방식으로 기업의 자금사용의 투명성을 통한 세금관리의 명확성 확보 방안으로 적용되었다. 또한 B2B 전자상거래보증은 상거래 신용질서회복과 신용 및 거래정보의 과학적 관리로 전자상거래의 양적, 질적 성장을 유도했다. 그리고 기업정보와 거래정보의 공유로 정보의 비대칭성 문제 해소하여 의사결정의 합리화 도모로 신뢰성 있는 거래환경을 조성하였다. 전자상거래보증으로 5천억원 공급시 연간 23조원의 기업간 어음거래 감축으로 연쇄도산 방지, 대금지급 관행의 개선효과를 제공한 것으로 평가되었다. B2B 전자결제방식 도입을 위해 e-마켓플레이스 형태로 전자결제시스템을 운영하는 기업은 신용보증기금이 등록 관리를 하고 있다. 다음은 e-MP서비스에 대하여 살펴보려고 한다.

#### 3.2 e-MP 서비스

B2B 전자상거래보증 상품을 구매기업과 판매기업이 활용할 수 있도록 지원해 주는 전자결제시스템을 운영하

는 기업을 e-Market Place 라고 명칭하며 약어로 e-MP 서비스 기업으로 부른다. e-MP 서비스는 허가 형태로 신용보증기금의 승인을 통해 등록된 기업이 기업 간 전자결제를 지원하는 전산시스템을 구축하여 운영하고 있다. e-MP 서비스는 구매기업과 판매기업이 거래시 전자 거래를 할 수 있도록 시스템을 지원하고 신용이 우수한 기업은 B2C에서 신용카드처럼 신용보증기관으로부터 B2B 전자상거래보증을 통하여 구매자금을 지원받을 수 있도록 하고 있다.



[Fig. 2] e-MP Profit Model

e-MP 전자결제시스템은 구매기업과 판매기업이 접속하여 거래정보를 등록하고 거래내역을 신용보증기관의 게이트웨이 시스템에 전달해 주는 역할을 수행한다. 그리고 B2B 전자상거래보증 지원 자금을 사용시 e-MP 시스템인 마켓플레이스사가 운영하는 전자결제시스템과 은행과의 정보를 교환하는 신용보증기관이 운영하는 게이트웨이 시스템이 있다.

e-MP 전자결제 시스템의 역할을 살펴보면, 구매기업과 판매기업의 회원가입과 거래정보에 대해 관리를 통해 대출한도 등 각종 내역에 대해 전자적으로 처리 할 수 있도록 지원한다. 또한 거래내역에 대해 세금계산서를 처리 할 수 있도록 지원할 뿐만 아니라 구매기업과 판매기업에게 전자상거래보증 서비스를 홍보하고 활용할 수 있도록 영업활동 수행한다.

e-MP서비스의 수익모델은 기업간 전자결제 시스템을 운영함에 따라 발생 하는 유지관리비를 위해 기업 간 거래금액 기준으로 일정금액을 수수료로 수령하고 있다. 기업간 거래금액 규모 등에 따라 e-MP서비스 기업이 수수료를 결정한다.

B2B 전자상거래보증을 기반으로 한 e-MP서비스는

2001년 19억 원에서 2012년에는 5.8조원에 도달했다. 이는 e-MP서비스의 효율성이 시장에서 입증된 결과라고 할 수 있다.

국내 e-MP 서비스 등록 현황을 보면, 총 18 개 중계형 e-MP가 신용보증기관에 등록되어 활동을 진행하고 있다. e-MP사업자는 일정 수준의 시스템 안정성과 고객지원 서비스가 이루어지기 위해서 거래규모를 유지하여 수익을 창출해야 한다. 또한 중소 e-MP기업의 경우 거래 규모가 작아 수익실현이 어렵고, 이에 따라 시스템과 고객지원 서비스에 투자가 어려워 점유율 상위의 e-MP에 비해 상대적으로 경쟁력을 잃을 수밖에 없는 시장 구조를 가지고 있다. 현재 시장을 선점한 상위 4개 업체들이 주도권을 보유하고 있다.

B2B e-MP 산업의 전방에서 보면 B2B e-MP 산업은 정부의 정책의지 및 신용보증기관의 보증확대 의지에 의해 영향을 받고 있다. 전체거래 및 보증규모에 있어 신용보증(제공)기관의 제한으로 e-MP 서비스 성장률은 이전 고 성장기에 비해 다소 감소하고 있다. 다음은 e-MP 서비스의 중소기업 기여도에 대한 공헌과 서비스의 한계에 대해 살펴보았다.

## 4. e-MP 서비스의 중소기업지원 및 개선요인

### 4.1 중소기업 지원 기여도

기업간 전자상거래를 지원하는 전자결제시스템인 e-MP 서비스는 지난 10년 동안 운영되어 중소기업의 성장에 많은 기여를 하였다.

첫째, e-MP 전자결제를 활용한 기업간 거래시 세금계산서를 통한 결제프로세스로 투명한 거래를 유도하여 중소기업 관리를 지원해 오고 있다. e-MP 전자결제를 통한 기업간 거래에 대한 자료를 수집관리 가능하며 보증서(대출)상환의 의무강화 분위기 조성했다. 또한 보증기업이 부도시 진성거래 파악 및 관리가능으로 신용보증기금의 거래기업 관리에 도움이 된다. 예를 들면, B2B 경우 거래내역 자료관리가 가능할 뿐만 아니라, 신용보증기금의 경우 이상거래모니터링시스템을 통해부실거래를 사전차단하고 있으며, 기술보증기금의 경우 거래모니터링 시스템을 도입하여 직전거래 3배 이상 결제 시 실 거

래 유무를 파악하여 기업거래내역 관리시스템을 운영하고 있다.

둘째, 구매기업에게 거래한도 확장으로 안정적인 구매처를 확보하여 업무 프로세스 개선을 통한 기업 경쟁력을 강화한다. 오프라인 보증보다 더욱 커진 보증(ㄴ)한도 가능으로 인적, 물적 담보 없이 기업신용으로 전자보증서 발행이 가능하여 구매기업의 자금 유동성 증대로 구매대금 결제의 유연성이 확보 (만기일 최장 180일 내 사용가능)된다. 기업 활동의 가장 큰 자금투여 부분인 구매자금 한도증대로 구매기업의 시장진입이 용이하다. 구매기업의 경우 B2B 전자상거래 대출보증 도입으로 구매기업 거래한도 확대하여 담보부족으로 여신거래가 어려운 경우 B2B 대출보증을 통해 구매기업의 거래한도 확대효과로 구매력이 증대될 수 있다. B2B 대출보증 활용 시 현금거래 효과(거래 즉시 실시간 판매대금 입금)를 제공하여 기업 간 거래의 안전성을 확보하고 있다. 또한 RISK 없는 유효대출증대로 안정적 이익실현이 가능하다. 즉 일반보증에 비해 보증한도를 많이 받을 수 있어 구매기업 거래한도 확대가 가능하고 안정적인 매출처 확보가 가능하고 영업력은 있으나 한도부족으로 인해 매출하지 못하는 기업에 추가 매출기회를 제공한다.

셋째, 기업의 채권관리 및 세금비용 절감을 통한 기업 경쟁력을 강화한다. 어음발행/은행업무 발생비용 및 업무처리시간 등 감축에 따른 비용절감효과가 발생한다. 담보제공 없이 기업의 신용만으로 평가하여 지원하므로 자금 확보방안인 부동산 담보설정 및 재평가비용 등 채권관리 비용을 절감하고 서울보증보험 수수료 대비 50% 이상 저렴한 수수료(서울보증보험 평균 2.5% / B2B 평균 1.2%)를 이용한다. 또한 거래금액에 대해 구매기업의 세액감면 으로는 중소기업에 결제된 분에 한해 연 거래액의 0.5%를 법인세(소득세) 10%한도로 감면한다.

넷째, 판매기업의 매출증가를 유도한다. 판매기업의 경우 구매기업의 유동자금 확보에 따른 반사효과 및 안정적 채권확보로 인하여 매출이 증대된다. 즉 거래처들의 구매자금 증대는 판매처들의 매출증대로 연결된다. 또한 판매기업의 자금회수 기간이 단축된다. 즉 세금계산서 발행 후 30일 이내에 결제됨으로 자금회전이 빨라질 수 있다. 또한 영업사원의 수금활동이 줄어들어, 영업에 전력할 수 있으며 판매기업은 B2B거래를 통하여 물품대금의 안정적인 채권회수(현금화)가 가능하다.

#### 4.2 e-MP 서비스 한계

B2B 전자상거래보증을 기반으로 성장한 e-MP 사업은 중소기업의 성장에 많은 도움을 제공하고 있지만 사업구조의 한계성을 보유하고 있어 지속적인 성장을 이루지 못하고 있다. 다음은 e-MP 서비스의 한계에 대하여 살펴보고자 한다.

첫째, 신용보증기관의 보증지원을 기반으로 한 사업으로서 규모의 한계를 보유하고 있다. 신용보증기관의 종속적인 사업구조를 가지고 있으며 중소기업들을 위한 직접신용담보 제공을 신용보증기관에 의존하고 있다. 신용보증기금의 경우 연 40조 중소기업 보증을 지원하고 있고, 보증총액은 정부의 정책으로 쉽게 늘릴 수 있는 부분이 아니다. B2B보증은 이 총액한도에서 기타 시설, 운전, 무역, 어음보증 등 다양한 보증상품들과 같이 지원되므로, B2B보증 규모가 무한대로 늘어날 수 없는 구조를 가지고 있다. 즉 신용보증기관의 보증정책에 따라 e-MP 서비스 매출실적이 매우 유동적인 구조를 가지고 있다. 또한 신용보증기관의 경영평가 제도가 매출하락의 주원인이 되고 있다.

둘째, 사고율과 대위변제액 관리로 기업지원이 한계가 있다. 사고율과 대위변제액 관리는 신용창출 효과를 떨어뜨리고 중소기업이 보증 혜택을 받을 수 있는 기회박탈 효과 발생한다. 예를 들면 만약 대위변제액을 줄이기 위해 우량 중소기업 위주로 재원을 확보하는 경우 창업기업이나 기술 혁신형 기업의 경우 보증대출이 줄어들고 이는 성장가능성이 있는 중소기업의 잠재력을 저하시키는 요인이 된다.

셋째, e-MP 서비스의 자체수익 모델이 취약하다. e-MP 서비스는 기본적으로 기업 간 전자결제시스템 제공을 통한 수수료 수익으로 운영되는 형태로서 기업 거래 외에 관련 수익창출이 어려운 구조이다. B2C의 경우는 시장 확대의 제약요소가 없어 계속 성장이 가능한 시장이고 경쟁력이 있는 상위 업체가 고수익을 창출하고 있다. 그러나 B2B전자상거래보증 기반으로 한 e-MP 서비스 사업은 전자상거래보증 규모가 증가되어야 거래에 따른 수수료 수익이 발생한다.

넷째, B2B 전자상거래보증을 e-MP 서비스로 이용하기 위해 세금계산서 30일 이내 제한으로 B2B 구매자금 결제접근성의 어려움이 존재한다. 세금계산서 발행 기준 30일차가 공휴일 및 주말인 경우 직전 평일로 당겨지고

은행의 경우는 직후 날짜로 적용하고 있다. 그러나 국내 중소기업의 결제관행은 대체로 “당말 계산서 발행 후 익월말 대금지급”이 많다. 따라서 B2B로 결제하려는 기업은 전월말일에 발행된 계산서로 금월말에 지급이 불가한 상황에 도달한다. 세금계산서 30일 이내 제한은 국내 중소기업들의 상거래 관행에 맞지 않아 e-MP 전자결제시스템을 사용하는데 걸림돌이 되고 있다. 다음은 e-MP 서비스의 한계점을 극복할 수 있는 개선방안에 대해 논의 하였다.

### 5. e-MP 활성화 방안

첫째, 신용보증기관의 보증지원을 기반으로 한 사업으로서 규모의 한계를 극복하기 위해서는 정부의 중소기업에 대한 직접 또는 간접지원의 강화 운영을 e-MP 사업기반으로 해야 한다. 정부의 중소기업을 위한 신용공여 제공의지가 2012년부터 줄어들기 시작하여 e-MP 서비스 활성화가 이루어지지 못하고 있는 상황이다. 중소기업을 적극적으로 지원하고 육성하기 위해서는 근본적으로 정부책임이 필요하고 우수한 중소기업 육성을 위한 범위 안에서 정부정책의 다양성 확보를 통한 지원이 필요하다. 어느 한곳에 집중적인 투자나 지원도 필요하지만 e-MP 서비스는 장기적인 시각에서 지원이 필요한 부분으로 여겨지며 적절한 관심을 가지고 지속적인 지원분야로서 인정받을 수 있는 영역이다. 따라서 정부는 중소기업지원 사업을 진행시 e-MP서비스 사업기반으로 운영해야 한다. 거래에 대한 투명성확보 뿐만 아니라 e-MP 서비스 연동을 통한 정부정책홍보 및 기업 활성화에 기여를 할 수 있다. 또한 e-MP 서비스를 통해 신용을 공여할 수 있는 기관으로 신용보증기관 뿐만 아니라 제 3의 기관 발굴이 필요하다.

둘째, 사고율과 대위변제액 관리로 기업지원에 대한 규정 마련 시 관련 전문가의 의견수렴을 통해 이루어져야 한다. 대위 변제액관리를 위해 사고율에 대한 자료조사, 신용보증기관이 관련내용에 대한 수집 및 분석 시에 e-MP 사업자의 참여를 통한 합리적인 의견수렴이 필요하다. 또한 신용조사 강화와 보증에 대한 사후관리 강화를 진행하고 목표사고율 범위 내에서 보증제도 운영할 수 있는 방안에 대한 지속적인 개선이 중요하다.

셋째, e-MP 서비스 자체수익 모델 부재는 신규사업 창출을 통해 해결해야 한다. 기본적으로 기업간 전자결제서비스를 다른 사업진행시 결제통로로 사용할 수 있는 방안모색이 필요하다. B2B 전자상거래보증을 통해 기업의 자금지원을 제공함으로써 기업간 거래를 오프라인이 아닌 온라인 시장의 전자결제 형태로 이전하는데 성공했다. 따라서 기업간 거래를 지속적으로 전자결제를 통해 이용할 수 있는 새로운 온라인 마켓을 생성을 통해 거래기업들이 안전하게 거래를 할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 예를 들면 기업간 온라인 거래를 지원하는 통합온라인장터를 신용보증기관과 e-MP사가 협력을 통해 구축하여 운영함으로써 자연스럽게 오프라인 거래를 온라인 시장으로 이전하고 e-MP 결제서비스를 이용하도록 유도해야 한다.

넷째, B2B 전자상거래보증을 e-MP 서비스로 이용하기 위해 세금계산서 30일 이내 제한을 중소기업의 거래 관행에 맞게 수정되어야 한다. 국내기업의 경우 월말 결제 등 특정기간에 모아서 결제하는 사회적 관행에 따라 현재의 세금계산서 발행 30일 결제의 경우는 전월 말에 발행된 세금계산서에 대해 당월말 결제가 안되는 어려운 환경을 제공하고 있다. 예를 들면 중소기업의 거래 관행인 발행월 기준 익월 말 결제 형태로 바꾸는 것을 권장하고자 한다. 제도를 바꾸기 위해서는 여러 각도의 검토가 필요할 것이다..

### 6. 결론

본 연구는 B2B 전자상거래보증 기반으로 형성된 e-MP 서비스는 중소기업 지원을 하며 성장해오고 있다. e-MP 서비스는 2001년 19억에서 2009년 약 4조 8천억원 규모로 성장하여 2012년에는 5.8조를 시장을 확보했고 시장에서 기업간 거래의 효율성과 중소기업 지원에 중요한 역할을 수행하였다. 그러나 초기에 신용보증 기반사업으로 형성되어 지속적 성장에는 규모의 한계에 도달하고 있다. 따라서 e-MP서비스가 B2B 전자상거래보증 외에 다른 기업 간 결제처리의 기반으로 제공될 수 있는 환경구현이 필요하다. 중소기업지원을 위한 방안으로 기업간 거래에 e-MP 서비스를 제공할 수 있는 추가적인 사업모델 발굴이 필요하다.

정부지원 사업 기반인 B2B전자상거래보증은 사고율과 대위변제액 관리가 필요하다. 중소기업지원과 사고율 관리는 양날의 칼의 역할을 수행하므로 효율적인 방안을 세워 관리되어야 한다. 거래업체관리를 위해 적용한 e-MP서비스를 통해 진정한 거래 확인 및 거래업체 관리를 지원하고 있다. 따라서 대위변제에 대한 적용 기준을 수립하기 위해서는 전문가집단의 협의를 통해서 이루어져야 한다.

본 연구는 e-MP 서비스의 한계점으로 새로운 수익 모델 부재 및 세금계산서 결제 일을 30일 이내로 제한한 제도를 한계점으로 지적하였다. 해결방안으로는 e-MP 기반의 기업간 온라인 거래를 지원하는 통합온라인장터를 신용보증기관과 e-MP사가 협력을 통해 구축·운영하여 온라인 시장을 활성화해야 한다. 또한 중소기업의 결제관행에 따라 발행될 기준 익월 말 결제라는 형태로 제도가 개선되어야 한다. 또한, e-MP 기반의 기업 간 전자결제서비스를 기업 간 다른 사업의 결제통로로 사용할 수 있는 방안에 대한 모색이 필요하다.

본 연구는 지속적인 정부지원 사업 검토 시 참고 자료로 활용뿐만 아니라 중소기업 지원에 연구에 도움이 될 것이다.

## Reference

- [1] Seoyoung, "A Comparative Study on the Determinants of utilization on Korea and China e-marketplace for SMEs : Centered on Alibaba and EC21", Chungnam National University, Master's and doctoral dissertation, 2012.
- [2] Gangjinyoung, "A study on Revitalization of E-trade for small and Medium Enterprises in Korea", University of Incheon, Master's and doctoral dissertation, 2012.
- [3] Yoo Soonduck, Kwang-Don Choi, Seung-Jung Shin, "A study for efficient operation of the e-commerce guarantee financing system in domestic industries", The journal of digital policy & management. Vol 9, No3, pp.31-46, 2011.
- [4] Chang Hee Han, Chang Kyu Lim, Min Kwan, Kim,

"A study on Design of KPI weighing for measuring Performance of B2B e-Commerce Guarantee Intermediary Service", Korean management science review. Vol28 No1, pp.75-90, 2011.

- [5] Byeonjaeik, "Reasonable measures through the introduction of e-commerce assurance the price paid subcontractors Review", Korea Institute of Construction Industry, 2009.

### 유 순 덕(Yoo, Soon Duck)



- 1991년 2월 : 국민대학교 수학과 졸업
- 1994년 8월 : 연세대학원 수학(이학 석사)
- 1995년 12월 : 영국뉴카슬 대학 응용수학(석사)
- 1996년 6월 ~ 1997년 12월 : 삼성, LG 영국 법인 근무
- 1999년 1월 ~ 2007년 12월 : 통인물류정보통신, 오토웍스 외 근무
- 2008년 1월 ~ 2012년 7월 : KG 모빌리언스 근무
- 2010년 3월 ~ 2013년 2월 : 한세대학교 IT융합박사
- 2013년 9월 ~ 현재 : 한세대학교 겸임 교수
- 관심분야 : 전자결제, PG(Payment Gateway), 기업 지원 정책, 부정책, 보안, 인증
- E-Mail : harry-66@hanmail.net

### 남 기 정(Nam, Gi Jung)



- 1995년 2월 : 고려대학교 정책대학원 통계조사(경제학 석사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 대학원 벤처경영공학 박사과정
- 1991년 7월 ~ 현재 : 신용보증기금 근무
- 관심분야 : 신용보증제도, 중소기업 금융, B2B전자 상거래제도
- E-Mail : gjnam@shinbo.co.kr