

# 지역 ECRC의 효과적인 운영방안

이상수(광주전남 ECRC)

공희경(광주전남 ECRC)

## I. 서론

인터넷을 이용한 전자상거래는 지구촌 단일 경제권의 개막을 의미하며 '인터넷 라운드'로 불리는 새로운 통상 의제가 되었다. 최근 자료에 의하면 1998년 한해동안 인터넷을 통해 이루어진 전세계 전자상거래 규모가 약 770억 달러였고, 오는 2002년에는 그 규모가 7,800억 달러로 대폭 늘어날 것으로 전망되면서 인터넷 접속 인구 또한 폭발적인 증가에 의해 방대한 사이버 시장이 형성될 것으로 예측되고 있다. 이러한 전자상거래 시장규모의 확산과 전자거래법 제정 등 자국 이익보호를 위한 움직임 등을 보면 이제 전자상거래는 도입의 단계가 아닌 구체적인 방법론과 효율적인 수행 절차가 나와야 한다.

이런 전자상거래의 실행단계에서 실천 방안으로 1997년 등장한 것이 전자상거래지원센터(ECRC : Electronic Commerce Resource Center)이다. ECRC는 1997년 9월부터 정부의 산업기술기반조성사업의 일환으로 자금과 기술력이 열악한 환경에 있는 중소기업들을 대상으로 CALS/EC 구현에 필요한 이론 및 실무교육, 각종 기술적인 지원과 기술인력 양성 등을 통해 산업 경쟁력과 생산성의 향상을 지원코자 설립된 기관이다. 현재 미국에 17개 기관, 일본에 6개 기관, 우리나라에 10개 기관이 설립되어 사업을 수행하고 있다.

ECRC의 사업은 지난 1차년도에 비해 사업 내용면에서 많은 변화와 놀랄만한 성과를 가져왔다. 교육사업은 총 3,814시간 13,741명의 교육생을 배출하고 442명의 CALS/EC 전문가를 양성 또는 확보하였다. 그외 가상 교육의 시작과 교육요람, 다양한 교재 개발 등의 사업을 수행하였다. 컨설팅사업은 434개업체에 대한 컨설팅과 1,018여건의 기술 상담을 하였으며, 134명의 컨설턴트를 배출하였다. 기술정보 확산과 거래알선사업은 DB구축과 기술정보조사사업이 주를 이루었으며, 1,634건의 기술조사와 4건의 DB구축을 하였다. 홍보사업은 언론매체나 소식지/간행물 등을 통한 홍보가 활발하게 이루어졌다. 국제 협력사업의 경우 Atlanta ECRC를 방문하여 미국의 성공한 ECRC모델을 학습하고 선진 기술의 도입과 해외 전문가 기술지도, CALS/EC 관련 국제회의와 전시회에 참가하는 등 원활한 활동을 하고 수행하였다. 더 나아가 일본과의 교류와 동남아시아에 ECRC를 보급하기 위한 출구로서의 역할도 추진 중에 있다.

ECRC의 2차년도 사업은 1차년도와 비교하여 많은 성과를 내었지만 지나치게 교육에 치우친 편협한 사업이었다는 점과 지역 ECRC의 특성화사업이 그리 활발하게 진행되지 못하고 중소기업을 대상으로 한 CALS/EC 컨설팅과 기술알선 사업이 상대적으로 빈약했다는 점이 지적되고 있다.

본 연구에서는 지난 2차년도 ECRC 사업 실적을 바탕으로 하여 사업수행 과정에서 발생된 문제점이나 한계점을 짚어보고 각 지역 ECRC들이 3차년도에 나아갈 방향과 사업을 보다 효과적으로 운영하기 위한 방안의 제시, 향후 추진해야할 계획들을 정리함으로써 성공적인 ECRC 사업으로 이끄는 데 기여코자 한다.

## II. ECRC의 사업내용

### 1. ECRC의 정의와 추진기관

전자상거래지원센터(ECRC:Electronic Commerce Resource Center)는 정부의 산업기술기반조성사업의 일환으로 자금과 기술력이 열악한 환경에 있는 중소기업들을 대상으로 CALS/EC 구현에 필요한 이론 및 실무교육, 각종 기술적인 지원과 기술인력 양성 등을 통해 산업 경쟁력과 생산성의 향상을 지원하기 위해 설립된 기관이다. ECRC의 주요 수행하는 사업으로는 크게 전자상거래 교육사업, 컨설팅사업, 기술정보 확산 및 거래알선사업, 홍보사업, 국제협력사업, ECRC 총괄운영사업 등을 들 수 있다.

ECRC는 현재 미국에 17개 기관, 일본에 6개 기관, 우리나라에 10개소가 있으며, 우리나라의 경우 1998년 이후 CALS/EC 협회를 주축으로 수도권에 3개기관(한국생산성본부와 한국 무역정보통신, 중소기업진흥공단)과 지방 4개 기관(광주광역시정보센터, 대전상공회의소, 부산상공회의소, 대구상공회의소), 특성화 3개 기관(한국건설기술연구원, 서울대학교 교육연구재단, 정보통신교육원)등 전국에 총 10여기관이 설립·운영되고 있다.

[표 1] 각 국의 ECRC 추진기관

분류	기 관 명		
미국 (17개 기관)	Atlanta, GA Bremerton, WA Cleveland, OH Dallas, TX Dayton, OH	Fairfax, VA Johnstown, PA Largo, FL National ECRC Laurinburg, NC New Orleans, LA	Oakland, CA Orange, TX Palestine, TX San Antonio, TX Scranton, PA West Chester, PA
일본 (6개 기관)	CIF(CALS Industry Forum) JEDIC(Japan Electronic Development Information Council) ECOM(Electronic Commerce Promotion Council of Japan) JIPDEC(Japan Information Processing Development Center) JECALS(Japan EC/CALS Organization) JEIDA(Japan Electronic Industry Development Association)		
한국 (10개 기관)	한국생산성본부 ECRC 한국 무역정보통신 ECRC 중소기업진흥공단 ECRC 한국건설기술연구원 서울대학교 교육연구재단 ECRC	정보통신교육원 ECRC 광주/전남 ECRC 대전/충청 ECRC 부산/경남 ECRC 대구/경북 ECRC	

### 2. ECRC의 사업 목적 및 필요성

ECRC가 대두된 이유로는 첫째, 전문기관의 부재를 들 수 있다. 한국 CALS/EC협회나 학회, 기술협회 등이 설립되어 CALS/EC를 보급시키기 위한 기반이 마련되었으나 국내 기업

들을 대상으로 이들 지식과 기술의 확산을 실질적으로 담당할 수 있는 기관이 없다는 점이다.

둘째, 전문인력의 분산이다. 한국 CALS/EC협회 및 학회 등 CALS/EC 관련 분야에 전문가 그룹이 분산되어 있어 각 그룹별로 활동을 계획 또는 추진하고 있어 자원이 분산되고 있다는 점이다.

셋째, 급변하는 정보기술의 제공이다. CALS/EC 보급을 위해서는 이용자인 정부기관, 대기업, 협력업체인 중소기업, 일반인들에 대한 CALS/EC 인식이 무엇보다도 중요하고 정보기술이 급변하는 환경 하에서 이들에게 교육, 컨설팅, 기술지원을 통해 체계적이고 지속적으로 재충전시켜주어야 한다는 점이다.

넷째, 교육훈련 및 컨설팅, 기술 및 정보 제공의 필요성이다. 전자상거래에 대한 인식제고 및 중소기업이 CALS/EC 관련 기술을 도입 활용할 수 있도록 지원하기 위하여 교육훈련, 컨설팅, 기술 및 정보를 제공하는 ECRC의 역할이 요구된다는 점이다.

다섯째, 조달EDI이다. ECRC는 정부 조달물품에 대한 전자거래의 실시는 물론 중소기업이 CALS/EC구현에 참여할 수 있도록 정보기술 인프라 기반을 조성해야 한다.

여섯째, IMF체제의 극복이다. 산업정보화의 핵심이 될 CALS/EC의 교육과 홍보를 통해 국경이 없는 WTO체제하의 전자상거래 환경에 대비하는 지역거점 기지로서의 역할을 담당하여야 한다.

마지막으로, 국가 경쟁력의 확보이다. 산업자원부의 지원으로 추진되는 분야별 CALS/EC 시범사업 등의 결과로 CALS/EC 보급이 확산되고 있으므로 중소기업이 이러한 정보기술을 활용하지 않으면 경쟁력 상실은 물론 비즈니스 기회 자체를 상실하게 되므로 ECRC가 국가 경쟁력 확보 차원에서 이를 지원할 필요가 있다는 것이다.

이러한 관점에서 보았을 때 ECRC의 최종 목표는 2002년(5차년도)까지 전자상거래 기술이 부족한 중소기업을 주 대상으로 교육 및 훈련, 전문인력양성, 보급 및 확산, 기술지원 및 정보제공, CALS/EC 기술에 관한 자문 및 컨설팅 등을 통해 국내 기업의 국제 경쟁력을 향상시키고 한국산업 기반의 정보 인프라 구축과 전자상거래 활성화를 조기에 이룩하는데 있다. 미국, 유럽 등 서양 선진국의 전자상거래 선점을 위한 활동에 적극적으로 대응하기 위해 ECRC는 전자상거래에 대한 마인드를 확산시키고 관련 기술기반을 조기에 조성함으로써 전자상거래의 활성화를 통한 국가 경쟁력 확보를 그 목표로 한다.

### 3. ECRC의 사업내용

ECRC가 수행하는 있는 사업은 크게 교육 및 인력양성사업과 컨설팅사업, 기술정보 확산 및 거래알선사업, 홍보사업, 국제협력사업, ECRC 총괄운영사업으로 나눌 수 있다.

교육 및 인력양성 사업의 주 내용은 전자상거래 교육훈련 (CALS, EC, EDI, 인터넷 등)과 전자상거래 교육교재 개발 및 출판 (공통, 실습, 특화 등), 전자상거래 전문강사 양성을 통한 수준 높은 교육의 실시, WEB을 통한 가상교육을 실시하여 소외지역의 전자상거래 교육 지원하는데 중점을 두고 있다.

컨설팅 사업은 중소기업의 CALS/EC 도입 및 구축에 대한 지도 및 컨설팅과 중소기업과 관련한 기술지도 및 자문 컨설턴트 양성, 업종별·분야별 정보화 사항 및 문제점에 대한 상담 및 자문을 해주는 데 중점을 두고 있다.

기술정보 확산 및 기술알선 사업은 CALS/EC 관련 요소기술이나 구현기술, 표준 등 전문 기술을 중소기업에 제공하고 전자상거래시스템을 이용하여 국내기업의 필요한 수출입 정보

및 관련 기술정보를 제공하며, 각종 DB 서비스를 통한 기술정보 제공 사업을 추진하고 있다.

홍보사업은 각 기관별 또는 CALS/EC협회가 총괄적인 입장에서 다양한 매체를 통해 전자상거래 대민/기업 홍보 사업을 수행하고 있으며, 각종 CALS/EC관련 전시회 및 세미나 개최 및 참관을 통해 ECRC를 홍보하고 홍보위원회를 구성하여 수준 높은 홍보사업을 수행하고 있다.

마지막으로 국제 협력사업은 각 ECRC의 해외창구를 ECC로 단일화하여 효과적인 국제협력을 추진하고자 노력하고 있다.

### III. ECRC의 사업 현황 및 문제점

산업자원부의 5차년도 산기반 계획(1997년 9월부터 2002년 8월까지)으로 설립되어 전자상거래 사업을 수행하고 있는 ECRC는 어느새 3차년도 사업을 수행하고 있다. 초기 전자상거래에 대한 마인드 확산이라는 타이틀로 시작한 1차년도 사업이 각 ECRC 기관들의 홍보와 교육, 컨설팅 사업 등에 의해 이젠 보편화된 단계에 이르렀다. 2차년도에는 마인드 확산의 단계를 넘어서 실질적인 전자상거래 사업을 수행하는 단계로 교육과 컨설팅, 기술제공, 홍보, 국제협력사업들이 어느 정도 자리를 잡게 되었다[표 2].

아래 표에서 보듯이 ECRC의 사업은 지난 1차년도에 비해 사업 내용면에서 많은 변화와 놀랄만한 성과를 가져왔다. 그럼에도 불구하고 사업을 수행하는 과정에서 발생된 문제점이나 한계점을 실적을 바탕으로 하여 짚어봄으로써 3차년도의 사업을 보다 효과적으로 운영하기 위한 방안을 마련코자 한다.

교육사업의 경우 총 3,814시간 13,741명의 교육생을 배출하고 교육 요람과 다양한 전자상거래 교재를 개발·제작하고 멀티캠퍼스를 통한 가상교육을 실시하는 등 많은 성과를 냈으며, 442명의 전자상거래 전문가를 배출하는 등 놀랄만한 성과를 낳았다. 하지만 지나치게 교육 사업에만 치중한 나머지 ECRC의 본래의 목적인 중소기업의 전자상거래기반 구축을 위한 활동들이 부진했다는 평이다.

컨설팅사업은 ECRC가 가장 초점을 두고 실시하는 사업으로 자금과 기술력이 열악한 중소기업을 대상으로 전자상거래 기반을 구축하도록 지원하는데 그 목적이 있다. 2차년도에 컨설팅 사업은 주로 중소기업의 CALS/EC 도입 및 구축에 대한 지도 및 컨설팅과 전문 컨설턴트의 확보 및 양성, 중소기업형 ECRC 컨설팅 방법론을 구축하는데 그 초점을 두었다. 총 434개업체에 대한 컨설팅과 1,018여건의 기술 상담을 하고 134명의 컨설턴트를 확보하는 등 1차년도에 비해 평균 3배이상의 증가세를 보였다. 하지만 이들 컨설팅이 실제 방문을 통한 자문이였기보다는 주로 전화방문이나 홈페이지를 통한 것이 대부분이어서 아직까진 중소기업 전자상거래 확산과 관련한 컨설팅이 부진한 실정이다. 이는 중소기업을 대상으로 컨설팅사업이 무료로 이루어짐에 따라 인력이나 자원이 부족하여 단계별 컨설팅 사업이 이루어지지 못했기 때문으로 보인다.

기술정보 확산 및 거래알선사업의 경우 DB구축과 기술정보 조사 및 제공, 전자상거래 시스템 개발을 통한 중소기업의 거래 알선 및 시장 확보를 목적으로 사업을 수행하였으나 1,634건의 기술조사와 4건의 DB구축에 그쳤다. 특히 거래알선의 경우 KNET ECRC에서 수행하고 있는 EDI를 통한 거래알선사업을 제외하고는 그리 적극적인 활동은 없다고 해도

과언이 아니다.

홍보사업은 신문잡지의 기사화나 신문/잡지광고, 소식지/간행물 등을 통한 홍보가 활발하게 이루어져 1차년도에 비해 그 활동이 왕성했음을 알수 있다. 하지만 이 또한 전자상거래에 대한 마인드 확산과 각 ECRC의 사업 광고에 그쳐 홍보사업의 초기 단계를 벗어나지 못한 듯 하다.

국제협력사업은 ECC를 통한 교육생 파견과 세미나 참가, 선진 기술도입 등의 사업을 수행하였다. 이를 위해 12명의 교육생을 Atlanta에 파견하였으며, 5건의 선진 기술 도입과 1건의 해외전문가 기술지도, CALS/EC관련 국제회의나 전시회에 참여하였다. 그러나 미국외에는 국제 협력사업이 이루어지지 않아 우리나라와 비슷한 환경에 있는 일본이나 동남아와의 연계가 불가피하다.

[표 2] ECRC 2차년도 사업실적

사업내용	목표	실적	비고 (1차년도 대비)
교육사업	전자상거래 교육	3,814시간 13,741명 교육	3.41배 ↑
	전자상거래 교재개발	277종류의 교재개발	3.3배 ↑
	전문강사 확보 및 양성	총 442명 확보	3배 ↑
	가상교육 콘텐츠개발과 교육실시	4과목개발, 108명 교육실시	
	실습 기자재 및 교육전용공간확보	392EA/SET, 1,020평	약 4배 ↑
	교육 표준 지침서/참고자료 제공	교육요람,교육콘텐츠 편찬	
컨설팅 사업	중소기업 CALS/EC도입 및 구축에 대한 지도 및 컨설팅 실시	434개업체 컨설팅 1,018건의 기술상담	컨설팅-1.8배 ↑ 기술상담-3.9배 ↑
	전문 컨설턴트 확보 및 양성	134명의 컨설턴트확보	1.8배 ↑
	중소기업형 ECRC 컨설팅 방법론	ECRC컨설팅 요람 개발	
기술정보 확산 및 거래알선 사업	DB구축과 기술정보 조사 및 제공	기술조사(1,634건) DB구축(4건) 기술정보제공(2,384,448건)	DB구축-2배 ↑ 기술정보-2.8배 ↑
	전자상거래시스템 개발과 이를 통한 중소기업의 거래 알선 및 시장확보	전자상거래시스템 개발(9종) 81,503건의 거래알선	1.5배 ↑ 2.2배 ↑
홍보사업	언론매체,팜플렛 제작 및 소식지 제작	신문잡지기사화(152건) 신문/잡지광고(75건) 소식지/간행물(152건)	5.2배 ↑ 17배 ↑ 410배 ↑
	공개 강좌 및 세미나 주최	52건, 10,055명	1.8배 ↑
	전시회 참가를 통한 ECRC 홍보	22건	
국제협력 사업	ECC를 통한 교육생파견과 세미나 참가, 기술 도입 등의 사업을 통한 선진 전자상거래 기술 보급	교육생파견(12명) 선진기술도입(5건) 해외전문가기술지도(1건) 국제회의/전시회참가(11건)	500% ↑ 50% ↑ 275% ↑
ECRC 총괄사업	ECRC관리 및 지원 통제를 통한 업무의 중복 방지와 각 ECRC의 역량 증대	ECRC규정집,자체평가서평가 ECRC 실무/운영위원회개최	

앞에서 언급한 것처럼 2차년도 ECRC 사업은 빠른 시일내에 많은 성과를 나타냈으며, 그

파급 효과 또한 매우 크다. 하지만 아직까진 지나치게 교육에 치우친 편협한 사업이었다는 점과 각 지역의 특성에 맞는 특성화 사업을 발굴하지 못했다는 아쉬움이 남는다. 특히 지역 ECRC의 경우 사업을 시작한지 1년여밖에 안되었지만 나름대로 활발한 사업을 수행하였음에도 불구하고 지역 특성화 사업이 활발하게 이루어지지 못했는데 이는 경험의 부족과 컨설팅 전문요원의 발굴 양성의 미비, 자원의 부족으로 이제 걸음마 단계를 준비하고 있다. 향후 3차년도부터는 2차년도의 경험과 지식을 바탕으로 보다 실질적인 컨설팅과 기술알선 사업이 체계적으로 이루어질 것으로 보인다.

#### IV. ECRC의 활성화 방안과 향후 계획

ECRC의 최종 목적은 각 ECRC 기관이 5차년도(1997년 9월 - 2002년 8월) 이후 자립기반을 마련하는 것이다. 그러기 위해서는 무엇보다 ECRC사업의 수익화와 체계적인 사업수행이 불가피하며, 이를 통해 각 ECRC가 하나의 독립된 기관으로서 자리잡아야 한다.

각 사업별로 ECRC가 활성화되도록 하기 위한 방안과 향후 계획은 제시하면 다음과 같다.

첫째, 교육 사업이다. ECRC 본연의 목적인 전자상거래 인프라 구축을 위해서는 교육사업이 그 기반이 되어야 한다. 전자상거래관리사 자격증 신설로 인한 유료 교육의 확대와 각 ECRC교육 인프라(강사, 교육내용, 시설 등)를 재정비하고 ECRC기관별 교재와 콘텐츠, 컨설턴트 및 요람을 공유함으로써 이중삼중의 부담을 최소화하여야 한다. 또한 각 ECRC 교육 후 평가를 통한 피드백과 성공사례 발굴과 전문가 DB의 공유, 워킹그룹을 양성하기 위한 교육도 향후 ECRC 사업의 활성화를 위한 버팀목이 될 것이다. 더불어 가상교육을 확대하여 ECRC 소외지역의 교육생들에게도 폭넓은 교육의 기회를 부여하는 것도 매우 중요하다. 대상에 따른 다양한 과정을 신설하고 전자상거래 창업자들을 위한 인큐베이션 역할 수행하기 위한 교육 또한 등한시 할 수 없다.

둘째, 컨설팅사업이다. 우선 컨설팅 사업을 활성화하기 위해서는 각 지역별 특성화 사업조사를 통한 중소기업의 현황파악이 무엇보다 선행되어야 하며 이를 통해 단계별 컨설팅이 이루어져야 한다. 컨설팅 성공업체의 발굴과 지역 특성에 맞는 사업을 특화하여 지속적인 컨설팅을 지원하는 것도 매우 중요하다. 또한 각 ECRC에서 보유하고 있는 컨설턴트 전문인력의 질적 향상 방안과 pool제 운영을 통해 기존의 컨설팅 사업을 보다 확대하여 전자상거래 모든 관련 분야에 체계적이고 실질적인 컨설팅을 실시한다면 한 차원 높은 컨설팅 사업이 이루어질 것이다.

셋째, 기술정보 제공 및 기술 알선사업이다. 정보기술 및 거래알선사업을 활성화하기 위해 거래알선사업의 공유를 통한 기술거래 확산과 전자상거래 백서의 제작, 미국과의 연계를 통한 ISP(Information Strategy Plan)사업이 추진될 계획으로 있거나 이미 추진 중에 있다. ISP사업의 내용은 각 산업 분야의 정보화 현황 파악과 외국의 유사사례에 대한 비교연구, CALS 사업추진을 위한 추진 계획 및 일정 수립 등 향후 본격적인 기업간 전자거래 추진을 위한 사전 준비작업을 목표로 한다. ISP 작성 사업을 통하여 기업간 전자거래 시범 사업 전체에 대한 업종간 협력 방안이 도출되고 민간 기업의 기업간 전자거래 시스템 도입을 위한 기반 및 환경조성에 중요한 지침을 제시하게 될 것이다.

넷째, 홍보사업이다. 기존의 홍보사업은 단순한 사업 광고의 형식을 취했으나 향후에는 하나의 기사화된 이벤트화되어야 한다. 각 기관에서 별도의 사업 광고를 하기보다는 10개 ECRC를 통합한 사업성 있는 홍보와 중소기업의 EC도입에 따른 성공사례 발굴을 통한 홍

보가 이루어져야 한다. 또한 각종 전자상거래 관련 세미나 및 전시회 참가를 통하여 ECRC 사업을 지속적으로 알리고 이 분야에 관련된 논문과 보고서들도 많이 나와야 한다.

다섯째, 국제 협력사업이다. 이를 활성화하기 위해서는 전자상거래를 추진하고 있는 미국, 일본 등의 전자상거래 유관기관과의 지속적인 해외 협력관계 유지 및 강화가 이루어져야 한다. 현재는 미국ECRC의 모델을 따르고 있지만 향후에는 우리와 비슷한 환경에 있는 일본과의 공동사업이 적극 추진되어야 하며 현재 진행 중에 있다. 더 나아가 아직 전자상거래사업을 추진하는 ECRC와 같은 기관이 없는 동남아권에 전자상거래의 출구로서의 역할 또한 방관할 수 없는 향후 계획으로 추진 중에 있다.

마지막으로 ECRC 공동사업의 적극적 추진을 통하여 불필요한 비용과 인력, 자원들의 손실을 막고 각 기관들간의 경쟁과 협력에 의해 보다 큰 시너지 효과를 창출하는 것도 매우 효과적인 방안이라 할 수 있다.

무엇보다 ECRC를 효율적으로 운영하기 위해서는 우선, 각 기관마다 지역특성화 조사사업을 통해 특성있는 사업을 추진하고 이를 통해 발생되었던 문제점이나 극복 과정에서 얻은 노하우를 타 ECRC와 공유함으로써 각 기관의 중점 사업추진 방향과 장단점을 파악할 수 있는 시간을 갖고 다른 기관에서 똑같이 발생할 수 있는 문제점에 대한 해결방안을 얻는데 도움이 되도록 하여야한다. 뿐만 아니라 중복투자의 방지와 수요자 요구조사를 통해 Customized Service를 제공하고 이는 ECRC라는 기관을 통해 가시화되도록 가치 창출에 노력을 기울여야 한다.

## V. 결론

전자상거래는 정부, 기업, 개인 등의 경제 주체들이 정보통신 기술을 활용하여 상품 및 서비스를 교환하는 거래 활동이라고 할 수 있다. 전자상거래는 거래 비용을 절감시키고 시간적·공간적 제약을 극복한 새로운 시장과 사업 기회를 창출하여 경제 전반의 효율성과 투명성을 제고하게 한다. 이런 전자상거래의 시장 규모가 커지고 잠재력이 무한함에 따라 정부 차원에서 시작한 사업이 ECRC(Electronic Commerce Resource Center)이다.

본 연구에서는 5차년도 산기반 계획으로 중소기업의 CALS/EC 인프라를 구축하기 위한 목적으로 설립된 ECRC의 2년여간의 사업 수행기간동안 도출된 몇 가지 문제점과 한계점을 제시하고 이에 따른 해결방안과 향후 방향을 제시하였다. 이들 문제점들은 대부분의 ECRC들이 가지고 있는 공통된 문제들로 함께 해결해 나가야 할 문제들이다.

무엇보다 ECRC들은 각 지역의 특성화 조사사업을 통해 특성화된 사업을 육성하여 차별화된 사업을 추진함으로써 5차년도 이후 자립할 수 있는 기반을 조성하여야 한다. 이를 위해서는 사업의 유료화가 불가피하며 질 높은 전문 교육과 컨설팅, CALS/EC 변화에 적합한 기술제공과 기술알선 사업에 주력하여야 한다. 이중삼중의 비용 부담을 격감하기 위해 ECRC 공동 사업의 추진도 매우 중요하다. 공동 홍보나 공통 교재제작, 전문가 DB의 공유 및 각 ECRC의 정보와 지식의 공유가 바로 그것이다. 사업을 수행하기 위한 바탕에는 모든 사업이 공급자가 아닌 수요자인 중소기업의 요구에 맞는 사업이어야 한다는 것과 이보다 앞서 중소기업의 실질적인 참여가 활발히 이루어지야 전자상거래가 우리나라에 정착할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

1. 김동훈, 「전자상거래 확산을 위한 전자상거래지원센터의 역할과 방향」,  
1999.6
2. 산업자원부, 「전자상거래지원센터 기술기반조성에 관한 보고서」,  
1999.7
3. 한국CALS/EC협회, 「3차년도 전국 ECRC 워크샵」, 1999.9
4. 한국전자거래(CALS/EC)협회, 「월간 EC·CALS저널 10월호」, 1999.10