

企業間 電子商去來에서 葛藤에 관한 實證的 研究*

An Empirical Study on the Conflict in Business-to-Business Electronic Commerce

宋善玉(Song, Sun-Yok)**

요 약 (ABSTRACT)

본 논문은 최근 우리 나라에서 그 이용이 확산되고 있는 기업간 전자상거래(Business-to-Business Electronic Commerce)에서 수입과 관련한 갈등을 파악하고자 하였다.

구체적으로는 첫째, 전자상거래 환경하에서 갈등의 원인은 무엇이며, 그 성격은 어떠한지를 검토하고 갈등이 겹으로 드러나지 않은 상태에서 어떠한 형태의 갈등원인이 기업(수입당사자)으로 하여금 해외공급선에 대한 불만을 갖도록 하는가를 밝힌다. 둘째, 전자상거래 환경하에서 기업(수입당사자)과 해외공급선간의 무역갈등에 대한 인식과 행동에 있어서 갈등의 위치는 어떠한지를 알아본다. 셋째, 이러한 무역갈등의 결과 내지 여파는 어떻게 나타나는지를 밝혀 전자상거래 환경하에서 무역갈등 모형을 수립하고, 이러한 갈등을 효율적으로 관리하여 기업간 전자상거래의 활성화를 도모하고자 한다.

Key Word : 전자상거래, 기업간 전자상거래, B2B, 갈등, 무역갈등

< 목 차 >

<p>I. 序論</p> <p>II. 電子商去來에서 葛藤에 관한 理論的 考察</p> <p>III. 研究模型의 選定과 假說의 設定</p>	<p>IV. 企業間 電子商去來에서 葛藤에 관한 實證分析</p> <p>V. 結論</p> <p>※ 參考文獻</p>
--	---

I. 序論

정보기술을 활용하여 새로운 기업모델의 창출 및 경영 패러다임의 변화를 수행하고 있는 오늘날 기업들은 새로운 정보기술을 이용하여 조직내, 조직간의 서로 다른 영역뿐만 아니라 소비자 및 공급업자들을 직접 연결하여, 제품의 생산·마케팅·선적·판매·사후관리 등의 기업 활동 전반에 걸쳐 보다 많은 부가가치를 제공하는 방식으로 변화하고

* 본 논문은 1999년도 해전대학 교비지원에 의해 수행됨.

** 해전대학 무역전산실무과 전임강사

있다. 더불어 컴퓨터, PC통신 및 인터넷 등의 정보기술이 성장 및 발전해 감에 따라 가상 공간(cyberspace)에서의 기업간(Business-to-Business) 또는 기업과 소비자간(Business-to-Customer)의 상거래 활동도 급격히 증가하고 있다.

미국을 비롯한 국제기구에서는 전자상거래를 전세계적으로 확산시키려는 목적으로 현재의 거래상에 부과되는 각종 세금을 전자상거래에서는 면제시키고자 하는 움직임이 일어나고 있으며, 이러한 움직임은 WTO의 세계시장 개방과 통합추세에 발맞추어 지구촌의 무한 경쟁시대를 가속화시키고 있다.

이러한 세계경쟁화는 정보기술의 빠른 발전과 함께 그 속도가 가일층 빨라지고 있으며 빠른 속도로 확산되고 있는 전자상거래는 기존의 상거래 방식에서와는 다른 양상의 갈등이 잠재 내지 표출됨으로써 국내산업에 지대한 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다. 따라서 빠른 시기에 이와 같은 현상을 미리 예측하고 대비하는 것이 필요하다 하겠다.

이에 본 연구에서는 최근 우리 나라에서 그 이용이 확산되고 있는 기업간 전자상거래(Business-to-Business EC)에서 수입과 관련한 갈등을 파악하고자 한다.

구체적으로 (1) 전자상거래에서 갈등의 원인은 무엇이며, 그 성격은 어떠한지를 검토하고 갈등이 겉으로 드러나지 않은 상태에서 어떠한 형태의 갈등원인이 기업(수입당사자)으로 하여금 해외공급선에게 불만을 갖도록 하는가를 밝히며, (2) 전자상거래 환경하에서 기업(수입당사자)과 해외공급선간의 무역갈등에 대한 인식과 행동에 있어서 갈등의 위치는 어떠한지를 설명하고, (3) 이러한 무역갈등의 결과 내지 여파는 어떻게 나타나는지를 밝혀 전자상거래 환경하에서 무역갈등 모형을 수립하고, 이러한 갈등을 효율적으로 관리하여 기업간 전자상거래의 활성화를 도모하고자 한다.

본 연구목적을 달성하기 위하여, 전자상거래에서 발생하는 여러 가지 갈등 중 한국의 수입관련 기업과 해외공급선간에 일어나는 미시적 갈등에 연구의 범위를 한정하였으며, 국가간의 무역마찰과 같은 거시적 갈등은 제외하였다. 그러나 거시적 무역갈등 요소라도 기업간 전자상거래 관련자에게 외부환경적 제약요인으로 작용하여 미시적 무역갈등을 유발할 수도 있는 요소들은 갈등원인 분석에 포함시켰다.

Ⅱ. 電子商去來 環境下에서 葛藤에 관한 理論的 考察

제1절 전통적 상거래에서의 갈등에 관한 이론적 배경

1. 갈등의 개념

갈등(Conflict)이라는 용어는 이익, 가치, 행동 또는 방향의 충돌이 존재할 때 사용할 수 있다고 한다. 갈등은 사람에 따라 서로 다른 의미를 지니며, 개인의 사소한 의견차이에서부터 국가간의 전쟁에 이르기까지 그 정도도 다양하다. Raven과 Kruglanski는 갈등을 가

리켜 실제적 혹은 바람직한 반응들의 다양립성으로 발생하는 둘 혹은 그 이상의 사회적 실체인 개인, 집단 또는 대규모조직 사이의 긴장이라고 하였다.

인간은 자신의 행동에 대한 선택권이 있고 갈등은 선택권의 상호작용에서 비롯된다. 즉, 하나의 선택이 아닌 공동의 의사결정(joint decision)의 필요성에서 갈등이 발생한다.⁵⁾

Steers는 갈등을 두 집단이 어떤 사안(matter or issue)에 대하여 의견의 일치를 보지 못할 경우에 생길 수 있는 것으로 보았다.⁶⁾

K. Thomas는 사회단위를 개인들, 그룹들, 또는 조직들로 보고, 두 사회단위들 사이에서 발생하는 갈등(dyadic conflicts)을 두 당사자간의 지각(perceptions), 감정(emotions), 행동(behaviors), 그리고 결과(outcomes)를 포괄하는 과정으로 설명하였다. 특히 여타의 갈등과정과 구별하기 위하여 갈등이란 상대방이 자기의 관심사를 좌절시켰거나 좌절시키려 하고 있음을 지각할 때 시작되는 과정이라고 정의하였다.⁷⁾

L. R. Pondy는 갈등이 나타나는 일련의 과정(episode)인 선행조건(antecedent conditions), 감정적 상태(affective states), 인지적 상태(cognitive states), 갈등행위(conflict behavior)중 어느 한가지를 갈등이라고 하기보다는 이러한 현상을 모두 포괄하는 개념을 갈등이라고 하였다.⁸⁾

M. Micholson은 두 집단이 상호일치하지 않는 행위를 실행하려고 할 때 갈등이 생기고, 똑같은 욕구를 동시에 두 집단이 충족시키고자 할 때 뿐만 아니라 기본적인 욕구나 목표는 같으나 수단이 다를 때에도 갈등은 생겨나며, 갈등은 반드시 감정에서 비롯되는 것은 아니지만 감정을 가진 실체의 욕구로 표현되며 그 욕구를 지각함으로써 발생된다고 하였다.⁹⁾

유통경로갈등은 전통적으로 한 경로구성원이 다른 경로구성원의 행동이 자기의 목표달성이나 행동패턴의 원격한 수행에 방해가 되는 것으로 인식하게 될 때 유통경로에 존재하는 것으로 정의되어 왔다.

2. 갈등의 원인

갈등의 주요 원인에 대하여는 사회과학자들이 많은 연구를 하고 있다. 조직들에서는 많은 갈등의 원인이 존재한다. Szilagyi와 Wallace는 가장 보편적인 갈등의 원인으로 다음의 세가지를 들고 있다.

- 5) B. J. Hill, "An Analysis of Conflict Resolution Techiques," *Journal of Conflict Resolution*, March 1982, p.113.
- 6) R. M. Steers, *Introduction to Organizational Behavior*, Glenview, IL : Scott, Foresman, 1981, p. 219.
- 7) Kenneth Thomas, "Conflict and Conflict Management," *Handbook of Industrial and Organizational PSYCHOLOGY*, ed, Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1976, pp. 890-891.
- 8) L. R. Pondy, "Organizational Conflict : Concepts and Models," *Administrative Science Quarterly*, September 1967. pp.298-312.
- 9) M. Nicholson, *Conflic Management*, New York: Barns & Nobles, 1970, p.2.

즉, 첫째로 조직활동의 방향 및 업무성취의 평가수준에 대한 합의의 결여로 정의되는 목표의 차이(goal incompatibility)이다. 이 목표의 차이는 갈등의 원인으로 가장 흔히 발견된다. 둘째로 의사결정상 필요한 요소에 대한 추구(decision-making requirements), 그리고 셋째로는 상호의존관계에 있는 구성원간에 상대방에 대하여 수행해 주길 바라는 기대(performance expectation)가 있다.¹⁰⁾

Walton과 Dutton은 상호의존적으로 일하거나 회소재를 위해 경쟁하는 집단 또는 개인은 결국 갈등을 일으키게 되고 반대로 서로 의존적이 아니거나 회소재를 위해 경쟁하지 않는 집단은 일반적으로 집단간 갈등을 일으키지 않을 것이라고 하였다.¹¹⁾

M. Dalton은 목표·가치·지각의 조건에 동조하는 사람은 근본적으로 다른 견해를 가진 사람에 비해 불만을 나타내는 경향이 적다고 하였고, J. G. Seiler는 기업의 관점이 갈등상태인 목표·가치·지각의 차이에 있거나 부문의 권한과 권력이 불일치될 때 집단간에 갈등이 발생한다고 하였다.¹²⁾

경쟁갈등에 관한 문헌을 살펴보면, 많은 종류의 갈등원인들이 열거되고 있고, 그 표현 내용들이 조금씩 다르다. 유통경로를 하나의 사회제도로 볼 때, 그 경로의 구성원들은 상호의존관계를 갖게 된다. 어느 한 구성원의 행동은 다른 구성원들이 달성하고자 하는 목표에 영향을 미치게 된다. 이러한 의존관계는 유통경로에서 갈등의 원인이 되고 있다.

Bowersox 등은 갈등의 원인으로 목표의 다양립성, 활동영역-지위-역할의 불일치, 의사소통의 부적절, 현실에 대한 인식의 차이, 그리고 이론적 차이를 들고 있다.¹³⁾ 한편 Rosenberg는 회소자원에 대한 경쟁, 목표의 차이, 그리고 경로의무에 대한 경쟁을 원인으로 구분하였다.¹⁴⁾ Stern과 Gorman은 갈등의 원인으로 목표의 불일치, 회소자원에 대한 경쟁, 역할불일치, 의사결정영역의 불일치, 지각의 차이, 기대의 차이, 그리고 의사소통의 장애를 열거하고 있다.

3. 갈등의 유형

Grabner와 Rosenberg에 의하면 갈등은 조직의 구조로부터 파생될 수도 있고, 개인적·개인간·부문간 또는 조직상호간의 문제로 인하여 발생할 수 있다고 하였다.¹⁵⁾

10) Andrew D. Szilagyi, Jr. and Marc J. Wallace, Jr., "Organizational Behavior and Performance," 3rd ed., Glenview, Illinois : Scott, Foresman and Company, 1983, pp. 247-249.

11) Richard E. Walton and John H. Dutton, "The Management of Interdepartmental Conflict : A Model and Review," *Administrative Science Quarterly*, vol. 14, No. 1, March 1969, pp.73-84.

12) John A. Seiler, "Diagnosing Interdepartmental Conflict," *Harvard Business Review* September-October 1963, pp.121-132.

13) 김진병, "유통경로내 수직적 갈등의 특성에 관한 실증적 연구," 박사학위논문, 한양대학교 대학원, 1986, p.11.

14) Larry J. Rosenberg, "A New Approach to Distribution Conflict Management," *Business Horizons*, vol. 17, October 1974, p.69.

15) John R. Grabner, Jr. and L. J. rosenberg, *Communication in Distribution Channel Systems*, Boston:

개인적 갈등은 개인내부의 갈등(ex 역할갈등(intrarole conflict))으로, 이는 개인이 상충되는 명령에 직면할 때 발생한다. 개인간 갈등은 두 개인들이 어떤 사안(matter or issue)에 대하여 합의에 이르지 못할 때 일어나는 갈등을 말한다. 조직내 갈등은 개인들 사이에 일어나며 개인과 집단간에도 일어난다. 마지막으로 조직간 갈등은 예컨대 라인과 스텝간의 갈등, 생산부문과 판매부문간의 갈등을 말한다.

Palamountain은 유통경로에서 생성되는 갈등을 수평적 갈등, 형태간의 갈등, 수직적 갈등으로 구분하여 설명하였다.¹⁶⁾

수평적 갈등(horizontal channel conflict)는 유통경로에서 동일한 단계에 있는 동일한 형태의 중간상인간에 발생하는 갈등이다. 이 수평적 갈등은 전통적 경제분석에서 경쟁이라고 부르고 있는 것으로 경쟁적 요인(ex 순수경쟁, 독점적 경쟁, 과점, 독점 등)과 비경쟁적 요인(ex 목표, 정책, 규제, 이익의 분배, 인적관리 등)에 근거를 두고 설명할 수 있다. 형태간 갈등(intertype conflict)는 유통경로에서 동일한 단계에 있는 상이한 형태의 중간상인간에 존재하는 갈등을 의미한다. 변화하는 시장환경에 반응하고 효율적으로 존속하는 방법을 나타낼 뿐만 아니라 수직적 갈등의 잠재적인 원인으로 작용하기 때문에 갈등의 중요한 요소라고 할 수 있다. 한편, 수직적 갈등(vertical channel conflict)은 유통경로에서 상이한 단계에 있는 경로구성원들간의 경쟁으로 제조업자와 도매업자간의 갈등, 또는 도매업자와 소매업자간의 갈등이 그 예라 할 수 있다.

4. 갈등의 관리

현실적으로 갈등은 이것이 추진되어 분명해진 뒤에야 흔히 발견되는데, 이러한 사후적(after the fact) 접근방법은 잠재적으로 갈등의 부정적 영향을 받기 때문에 바람직하지 못하다.

따라서 무역갈등관리를 유효적절하게 하기 위해서는 거래당사자들의 느낌을 조사해서 잠재적 갈등을 발견할 필요가 있다. 무역거래에서 중요한 분야들을 정기적이고 규칙적으로 평가하는 것도 잠재적 갈등을 발견하는 유용한 방법일 수 있다. 무역업자들이 무역갈등에 대한 정기적 토론모임을 갖는다면 여러 공공기관들의 분쟁사례발표 및 예방대책강연회에 적극적으로 참여하는 것도 유용하다. 즉, 무역갈등이 진전되어 더욱 악화되기 전에 이를 해소시키려면 갈등이나 그 잠재력을 탐색하려는 의식적인 노력이 무엇보다 선행되어야 한다는 것이다.

그러나 갈등이 이미 나타난 경우 무역업자는 갈등을 해소하기 위한 가장 실용적인 방법을 고려하게 되는데, 신속하고 비용이 적게 들며, 절차가 편리하고 기밀이 보장되면서도 공평하고 합리적인 분쟁해결방법으로 調停과 仲裁가 갈등해소의 방법으로 많이 이용되고

Houghton Mifflin Co., 1969, pp.227-252.

16) Joseph C. Palamountain, *The Politics of Distribution*, Cambridge, Mass. : Harvard University Press, 1955, p.24.

있다. 일반적으로 중재는 재판보다 낮고, 조정은 중재보다 나으며, 분쟁의 예방은 조정보다 낫다고는 하나 갈등의 종류와 상황에 따라 그 유용성이 다양할 것이므로 그 특성을 고려하여 적절하게 선택하여 활용하는 것이 좋다고 할 수 있다.

제2절 기업간 전자상거래에서의 갈등에 관한 고찰

1. 전자상거래로 인한 시장환경의 변화

1990년대는 상거래유형의 극단적인 변화를 발생시켰다. 특히 '90년대 들어 급속히 발전한 정보기술로 인해 전통적 방식인 생산자, 중간유통업자, 최종 소비자의 단계가 축소가 되며 생산자의 입장에서는 판매중심에서 고객중심으로 기업 이익 창출을 위한 목표가 바뀐 것이다.¹⁷⁾

전자상거래의 발전은 기업내부의 활동에 영향을 미치며, 기업을 둘러싸고 있는 환경도 변화하게 만든다. 첫째는 상거래활동이 직접적으로 변하게 되는 것이다. 전자상거래를 통해서 거래시점에 정보의 교환이 가능하다. 또한 방대한 고객의 자료의 축적 및 필요에 따른 입출력이 가능하여 고객별 개인관리를 통해 보다 정확하고 신속한 고객과의 일대일 거래활동이 가능하다. 정보기술의 발전으로 새로운 기업경영 활동의 수행이 가능해지는 것도 전자상거래 활동의 직접적인 변화라고 할 수 있다.

두 번째는 상거래와 관련된 여러 환경의 변화가 발생하며 이러한 변화된 환경은 상거래 당사자들의 행위변화를 유발하는 것이다. 구매자들의 구매행동이 전자상거래로 인하여 정보탐색행동이 바뀐다던가 또는 기업의 의사결정단계, 기업내부구조, 생산자들간의 제휴형태, 시장에서 중개상들의 역할 등이 정보기술의 발전으로 변할 수 있다. 정보기술을 통해 발생가능한 여러 환경의 변화는 크게 소비자, 시장, 기업내부로 나누어 볼 수 있다. 소비자는 기업경영에 있어서 가장 중요한 환경요소이며, 전자상거래로 인한 행동의 변화가 기업에 있어 지대한 영향력을 끼치게 된다. 기업내부의 구조 및 의사결정단계 등도 기업내의 역할과 활동에 큰 영향을 미치는 요소이며, 현재 많은 기업들이 전자상거래를 통한 새로운 수익발생 노력을 꾀하고 있다. 또한 전자상거래는 하나의 기업만을 변화시키는 것이 아니라, 시장자체의 경쟁양상과 산업구조의 변화를 일으키고 있다.

2. 기업간 전자상거래의 개념

아직까지 기업간 전자상거래 내지 인터넷 가상무역에 대한 명확하고 통일된 정의를 찾아보기는 어렵다. 다만 실무적 차원에서 "인터넷을 이용한 국제시장에 있어서의 상품과

17) Sarkar, M.B., Butler, B. & Steinfield, C. 'Intermediaries and cybermediaries: A continuing role for mediating players in the electronic marketplace', *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1995.

서비스의 거래"라고 규정하고 있는 정도이다.

이러한 정의는 거래의 지역적, 공간적 차이에 입각한 기존의 전통적인 국제무역의 개념에 입각하여 상품과 서비스의 국제간 거래를 강조하고 있다는 점에서 큰 무리는 없는 것처럼 보인다. 그러나 소프트웨어, 게임, 컨설팅, 교육서비스 등과 같은 소프트제품(soft goods)의 경우 국경의 개념이 없이 인터넷상에서 주문, 배달, 고객지원, 대금결제 등이 온라인 처리되고, 그에 따라 통관, 관세납부 등 기존의 무역절차가 적용되지 않는다.

이러한 경우 한 나라의 생산자 또는 판매자가 무역업체 등을 통하지 않고 직접 다른 나라의 소비자와 거래를 한다는 점에서 전통적인 국제무역의 개념이나 무역절차의 적용에 있어 탄력적인 해석이 필요하다. 따라서 기업간 전자상거래를 논의함에 있어서는 기존의 국제무역의 개념에 입각하여 용어의 엄격한 정의에 집착하기보다는 인터넷을 통한 국제간 거래가 기존과는 어떻게 달라지는가에 대한 이해가 중요하다.

제3절 전자상거래 환경하에서의 무역경로

1. 전자상거래에 의한 무역매매계약의 체결

(1) 거래처 선정

거래처 선정을 위해서는 기초적인 것부터 시장상황까지 아주 상세한 해외시장 조사가 행해져야 한다. 인터넷을 이용하여 해외시장조사를 하는 경우, 수출하고자 하는 지역에 관한 모든 자료와 정보, 예를 들어 수출입의 통제, 무역거래 관습 및 수출능력 등을 각국의 정부기관 사이트나 기업의 웹사이트 또는 개인 사이트를 통해 비교적 쉽게 얻을 수 있다.

인터넷을 이용한 기초 해외시장조사를 통하여 자신의 상품을 수출하기에 가장 적합한 국가와 수요지를 모색하고 적당한 거래처를 선정하는 작업을 해야 한다. 거래처를 선정하는 방법은 거래알선 사이트에 자사의 제품이나 자사를 홍보하는 것과 관련 유즈넷에 제품을 선전하는 방법 등과 같은 소극적 방법과, 자사의 제품을 원하는 사람들을 사이트 검색을 통하여 찾아보는 방법, 유명 사이트에 배너광고를 통해서 선전하는 방법, 그리고 웹사이트상의 박람회 등에 스폰서로 적극 참여하는 적극적인 방법 등이 있다.

(2) 구매권유를 위한 권유장(Circular Letter)

거래처를 선정된 후 기업은 선정된 거래처에 구매권유를 위한 권유장을 발송하게 된다. 기업간 전자상거래의 경우 권유장 발송은 전자메일이나 인터넷 팩스 등을 이용하여 발송하게 된다. 전자메일을 발송할 경우 고려해야 할 사항은 인터넷상에서 자사의 홈페이지를 가지고 있는 것이 상대방에게 더 신뢰감을 갖게 한다는 것이다.

(3) Inquiry

Inquiry를 받을 경우에 대비하여 권유장을 보낼 때 자사의 웹 주소와 전자메일 주소를

기재하는 것이 필수적이다. Inquiry가 도착하게 되면 매매계약을 하기에 앞서 인터넷을 이용하여 해당 기업의 웹사이트가 있는 경우 웹사이트를 방문하여 보아야 하며, 또한 당수입업체의 신용조사를 실시하여 거래관계를 행하는 데 있어서 문제점이 없는지를 확인해야 한다.

(4) 청약(Offer) 및 승낙(Acceptance)

인터넷을 통한 신용조회를 마친 경우 Inquiry에 대한 Offer를 전자메일로 하게 되는데, Offer에 대하여 상대방에서 전자메일로 Acceptance가 이루어지면 매매계약이 성립하게 된다. 이 과정에서 전자메일에 의한 거래청약과 승낙의 법적 효력이 문제의 소지가 될 수 있는데, 상호 신뢰성에 바탕을 두고 전자상거래가 성립된다고는 하나 이를 악용하려는 사람에 대한 신중한 판단이 있어야 한다.

(5) 사후관리 과정

전자상거래를 통한 무역매매계약은 아주 신속하게 발생하고 행해진다는 특징을 지닌다. 사후관리 또한 자사 웹사이트의 지속적인 자료수정 및 변경사항에 대한 통보 등으로 상호간 신뢰성을 구축해 나가야 할 것이다.

<그림 3-1> 전통적 무역방식과 전자상거래 방식에 의한 무역거래의 비교

2. 전자상거래에 의한 무역거래의 단계

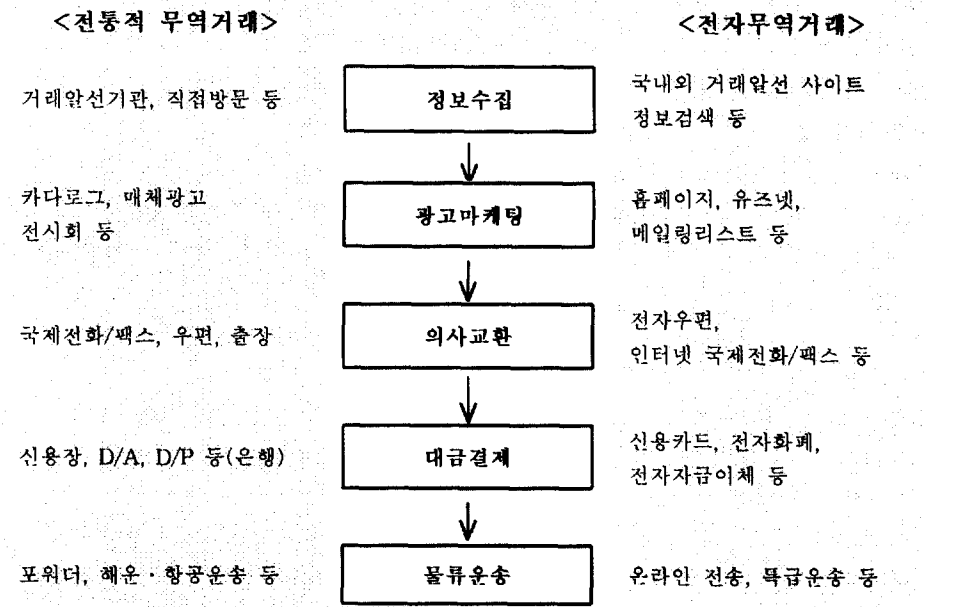
국제무역이 이루어지는 일반적인 과정은 기능별로 크게 다섯 가지로 분류할 수 있다.

먼저 시장이나 제품, 그리고 바이어에 대한 「정보수집활동」과 기업과 제품을 알리려는 「광고마케팅 활동」이 있다. 다음에는 발굴된 바이어와의 거래조건 협의와 각종 절차를 밟기 위한 「의사교환활동」이 있게 된다. 그리고 격지간에 있어서 상품공급에 대한 대가를 교환하는 「대금결제과정」과 상품을 수입업자에게 보내는 「물류운송과정」이 있다.

기업간 전자상거래를 기존의 국제무역 구조와 비교해 볼 때 진행순서에는 별다른 차이가 없다고 할지라도 방법이나 수단에는 큰 차이가 있게 된다. 먼저 거래처를 발굴하거나 광고 마케팅하는 방법이 크게 달라지게 되며, 상담 및 계약체결을 위한 의사교환 방식도 기존과는 전혀 다르게 된다. 또한 대금결제도 전자화폐 등 전혀 다른 수단이 이용되며, 상품의 운송이나 물류도 항공운송이나 국제특송 등이 활발하게 이용된다.

예를 들어 수출업자의 경우 인터넷상의 자사 홈페이지나 거래알선 사이트, 유즈넷, 메일링 리스트 등을 통해 자사제품과 서비스에 대한 홍보를 할 수 있을 뿐만 아니라 국내 및 해외의 신제품이나 거래선에 대한 정보를 신속하게 입수할 수 있다. 또한 전자우편, 인터넷팩스 및 인터넷폰 등을 이용하여 훨씬 저렴하고 효율적으로 거래상담과 계약체결을 할 수 있다. 아울러 상품의 주문이나 대금결제 등도 인터넷으로 할 수 있음은 물론 화물의 흐름도 인터넷을 통해 즉시 파악할 수 있다.

<그림 3-2> 전통적 거래방식과 전자상거래방식의 무역거래 단계별 비교



출처 : 이승영·문희철·심상렬, "인터넷 무역창업에 관한 연구," 1999 참고로 재작성함.

이에 따라 국내와 해외의 구별이 없어지고 정보의 흐름과 물류의 분리로 신속한 무역업무 처리가 가능해지면서 점차 소프트웨어에서 하드웨어로 거래범위가 확산되고 있다. 또한 유통망 등의 판매능력과 자금력을 갖춘 기존의 무역중개상과는 달리 전문적으로 무역정보를 수집, 분석, 가공처리하여 판매자와 구매자를 연결시켜 주는 새로운 에이전트(Intelligent Agent)가 이러한 거래알선을 보다 효과적으로 처리하게 된다.

따라서 인터넷에 의해 형성된 새로운 단일세계시장인 사이버마켓에서는 중소기업은 변화하는 국제무역환경에 기동성 있게 대처할 수 있으며, 인터넷에서 새로운 사업기회를 발견할 수도 있다.

그러므로 향후에는 상품이나 서비스의 개발단계에서부터 인터넷을 활용한 전세계를 대상으로 한 광고 및 마케팅을 염두에 두어야 한다. 이와 함께 인터넷 전자상거래에 적합한 신제품의 개발과 함께 효과적인 주문처리, 고객관리 및 대금결제 등을 위한 내부체제를 갖추는 것이 필요하다.

제4절 전자상거래 환경하에서의 갈등

궁극적으로는 전통적 무역거래 방식에서 전자상거래 방식으로 패러다임이 전환됨에 따라 전자상거래의 시스템적으로, 혹은 무역매매계약의 체결과정에서, 또는 무역거래의 과정에서 수많은 갈등의 형태가 드러나게 된다.

전자상거래 환경하에서 무역에 참여하는 국내 기업들이 해외의 물품공급업체(해외공급선)와 무역경로에서 겪게 되는 갈등은 동일한 경로내에서 상이한 단계에 있는 구성원간의 갈등인 수직적 갈등에 속한다.

수직적 갈등의 문제는 유통경로의 갈등연구에서 전통적으로 다루어져 왔다. 전자상거래 환경하의 무역경로에서 갈등문제와 유통경로에서의 갈등문제의 관련성을 파악하기 위하여 다음과 같은 가정을 세운다. 즉, 한 분야에서 갈등의 특성을 나타내는 형태와 과정(pattem and processes)은 다른 분야의 갈등에도 적용이 가능하다는 가정이다. 이러한 가정은 "Journal of Conflict Resolution"의 논설에서 뿐만 아니라 James T. Duke도 사회학에서의 갈등이론이 생활의 많은 측면에서 일반적으로 적용될 수 있다고 하였다.

따라서 기존의 갈등이론을 배경으로 본 연구에서 다루는 전자상거래에서의 수입과 관련한 갈등을 정의하자면, 갈등이란 수입기업이 전자상거래 대상기업(해외공급선)과 무역거래에 있어서 직접 또는 간접으로 관련됨으로 인하여, 해외공급선으로부터 이익, 가치, 행동 또는 방향에서의 충돌을 인지적 또는 감정적으로 인식하거나 더 나아가 표출시키는 과정을 의미하는 개념으로 파악하고, 이를 전자상거래 환경하에서의 갈등이라는 포괄적인 용어로 표현한다.

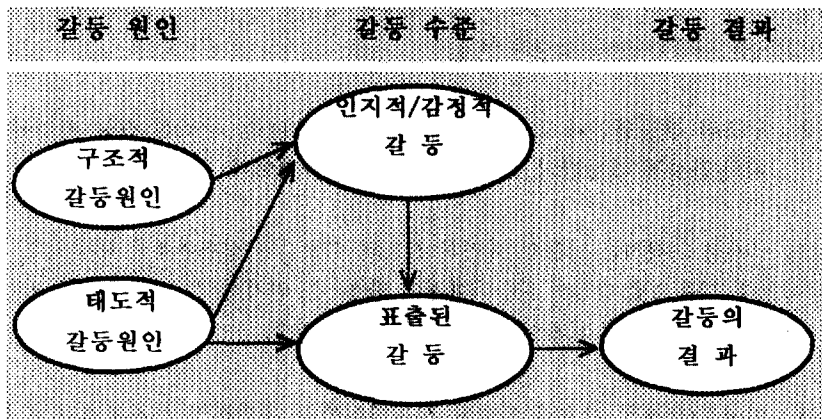
III. 研究模型의 選定과 假說의 設定

제1절 실증모형과 연구가설의 선정

1. 실증모형의 선정

전자상거래 환경하에서 무역갈등모형에 대한 선행적 연구가 없어, 기존의 사회과학분야에서의 갈등과정모형과 마케팅 유통경로간 갈등의 여러 가지 연구모형을 기초로 다음과 같은 전자상거래 환경하에서의 무역갈등에 적합한 모형을 도출하였다.

<그림 4-1> 실증연구 모형



제시된 모형이 의미하는 바는, 갈등의 원인이 갈등화(conflict)되는 과정에서 인지적/감정적 갈등 및 표출된 갈등에 미치는 영향을 나타내고 있다. 갈등의 구조적 원인은 인지적/감정적 갈등과는 밀접한 관련이 있음을 나타내고 있는 반면, 표출된 갈등과는 별로 관련이 없다는 것을 뜻한다. 갈등의 태도적 원인은 인지적/감정적 갈등과 밀접한 관계가 있을 뿐만 아니라 표출된 갈등과도 상당한 관계가 있음을 나타낸다.

갈등의 수준에서 인지적/감정적 갈등의 생성·소멸과정상 표출된 갈등과의 관련성을 화살표로 보여주고 있으며, 표출된 갈등은 갈등에피소드에서 갈등의 결과로 나타나게 됨을 과정모형에서 표시해 주고 있다. 갈등의 원인, 수준 및 결과에서 무역갈등의 특성에 관하여는 변수설정에서 상세히 설명하고 있다.

2. 연구가설의 설정

기존의 갈등모형을 바탕으로 전자상거래 환경하에서 무역갈등의 원인과 갈등의 수준간

의 관계를 파악하고, 유의적인 관계가 형성되어 있음이 확인되면, 갈등을 인지적/감정적으로 인식하는 단계에서 구조적 갈등원인과 태도적 갈등원인 중 어느 것이 더 중요한지를 파악하고 나아가 갈등이 표출된 단계에서는 구조적 갈등원인과 태도적 갈등원인 중 어느 것이 더 크게 작용하고 있는지를 확인하고자 한다. 이를 위하여 「가설 1」을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1 : 인지적/감정적 갈등 및 표출된 갈등은 주로 태도적 갈등원인에 의해 발생할 것이다.

「가설 1」이 갈등의 수준에서 접근한 분석방법이라면, 「가설 2」는 갈등원인의 위치에서 접근을 시도하였다. 구조적 갈등원인이 인지적/감정적 갈등과 맺고있는 관계의 정도와, 구조적 갈등원인이 표출된 갈등과 맺고 있는 관계의 정도를 비교할 수 있는지를 파악하기 위해 「가설 2」를 다음과 같이 설정하였다.

가설 2 : 구조적 갈등원인과 표출된 갈등간의 관계보다는, 구조적 갈등 원인과 인지적/감정적 갈등간의 관계가 좀더 밀접할 것이다.

「가설 1」~「가설 2」까지는 갈등의 원인과 갈등의 수준간의 상관관계를 대상으로 설정된 연구가설이었다. 다음으로 갈등의 수준태에서의 특성, 즉 인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등간의 상관관계를 분석하기 위하여 「가설 3」를 설정하였다.

가설 3 : 인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등사이에는 유의적인 상관관계가 존재할 것이다.

갈등의 과정모형상 마지막 단계인 갈등의 결과가 전단계인 표출된 갈등과 어떠한 상관관계를 가지는지를 분석하기 위하여 「가설 4」를 설정하였다. 즉, 갈등이 일단 걸으로 드러날 정도가 되면, 그때는 그 결과가 바람직한 방향보다는 부정적인 방향으로 기운다는 가설이다.

가설 4 : 표출된 갈등은 부정적인 갈등결과와 밀접한 상관관계를 가지고 있을 것이다.

제2절 변수의 설정

전자상거래 환경하에서 수입경로를 수직적 유통경로로 보고, 전자상거래 환경하에서의 수출업체(해외공급선)과 수입업체를 유통경로에서의 경로구성원에 상응하는 존재로 간주하

여, 기업간 전자상거래에서 갈등문제를 수직적 유통경로에서의 갈등이론으로 다루고자 함이 본 연구에서 취하는 접근방법이다.

이에 본 연구에서는 전자상거래 환경하에서의 기업간 갈등의 원인변수와 수준변수, 결과변수로 변수를 설정하였고, 그 구체적인 변수내용은 <표 4-1>과 같다.

<표 3-1> 전자상거래 환경하에서 갈등의 변수 목록

구조적 갈등(원인 변수)		태도적 갈등(원인 변수)	
- 목표불일치	<ul style="list-style-type: none"> 전자무역거래의 확대요구 주문량 확대 요구 시장점유율 제고 치중 	- 해외공급선 역할·의식	<ul style="list-style-type: none"> 포장불량 제품 인도 지연 제품성파에 대한 기대 가치·문화·민족적 이질감
- 안정성 추구	<ul style="list-style-type: none"> 다른 품목의 취급 희망 단기적 이익의 희생 감수 국내 단독 물품공급 받음 	- 의견협상의 장애	<ul style="list-style-type: none"> 언어상의 오해나 실수 불인정 가격할인요청 불응 Nego 연기요청 불응 반품처리의 불합리 시장정보의 품질개선 반영 부족 국제시장 변화 비탄력적
- 회소자원 에 대한 경쟁	<ul style="list-style-type: none"> 소량주문의 불접수 인기제품의 재공부족 인기제품 적시공급 불응 		
인지적/감정적 갈등(수준 변수)			
	<ul style="list-style-type: none"> 신용조사에 대한 불만 해외공급선 평판의 변화에 대한 불만 클레임 수용자세에 대한 불만 		
표출된 갈등(수준 변수)		갈등의 결과(결과 변수)	
- 문제의 표출정도	<ul style="list-style-type: none"> 불만의 표시 클레임의 제기 		<ul style="list-style-type: none"> 감시적 태도
- 문제의 표출방향	<ul style="list-style-type: none"> 당사자간 협의해결 중재·소송으로 해결 제3자에 책임전가 		<ul style="list-style-type: none"> 법이나 원리원칙의 강조
- 문제의 발생빈도	<ul style="list-style-type: none"> 전통적 거래방식 대비 갈등의 발생빈도 거래건당 갈등의 발생 빈도 		<ul style="list-style-type: none"> 의사소통 및 거래관례의 변화 협동심의 변화

IV. 企業間 電子商去來에서 葛藤에 관한 實證分析

제1절 조작적 정의와 측정방법

본 연구에서 설정한 갈등의 원인, 갈등의 수준, 갈등의 결과 사이의 상관관계를 파악하고 나아가 앞서 설정한 가설을 검증하기 위한 조사대상으로 전자상거래를 실시하고 있는 158개 무역업체를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

설문의 문항은 5점척도(5 point scale)를 원칙으로 작성하였고, 응답자가 설문지에 응답하는 도중 매너리즘에 젖어드는 것을 방지하기 위하여 일부러 몇 개의 문항은 고정총합적 도법(constant sum method)과 check list법을 이용하였다.

설문조사는 1999년 7월 11일부터 10월 20일까지 우편 및 방문조사를 실시하였고, 1999년 10월 25일부터 11월 28일까지 Internet Research를 통한 조사를 병행하여 실시하였다.

회수된 총응답 설문은 179부(우편 및 방문조사: 76부, Internet research: 103부) 중, 실제 분석에 이용된 유효설문수는 총158부(우편 및 방문조사 : 64부, Internet research : 94부)개였다.

조사·수집한 설문자료는 SPSS 8.0을 이용하여 요인분석(Factor Analysis)과 위계적 다중회귀분석(hierarchical regression)을 실시하였다. 위계적 회귀분석은 독립변수를 연구모델에서의 인과적 순서에 따라서 순차적으로 회귀식에 포함하여 회귀계수와 결정계수의 변화를 분석하는 방법이다.

위계적 다중회귀분석은 갈등의 구조적 원인변수, 태도적 원인변수, 인지적/감정적 갈등변수, 표출된 갈등변수, 그리고 갈등의 결과변수를 대상으로 하였다. 가설검증을 위한 통계적인 유의수준은 $p=.05$ 로 설정하였다.

제2절 가설의 검증결과

1. 가설 1의 검증결과

인지적/감정적 갈등과 태도적 갈등에 대한 원인 변수를 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저 인지적/감정적 갈등에 영향을 미치는 갈등원인(구조적 갈등, 태도적 갈등)에 대한 분석결과를 보면 분석에 사용한 모든 변수들에 대한 상관분석을 실시하여 다중공선성이 있는 일부 변수를 제거한 후 분석하였다.

<표 4-1>에서 보는 바와 같이, 전체 모형의 설명력은 31.9%로 통계적으로 유의한 결과를 보였다.

회귀분석 결과를 보면, 제 독립변수들의 종속변수에 대한 설명력을 파악하기 위해 2단계 계를 거쳐 변수를 첨가시켰다. 첨가된 변수로 인한 결정계수의 증가분과 회귀계수의 변화를 보면, 먼저 제1단계에서는 구조적 갈등만을 투입하였다. 3개의 구조변수(목표불일치, 안정성 추구, 회소자원에 대한 경쟁) 모두 회귀식에 포함되었으며, 인지적/감정적 갈등을 약 7% 설명하였다. 이중 회소자원에 대한 갈등이 클수록 인지적/감정적 갈등이 높은 것으로 나타났다. 1단계, 2단계 회귀모형은 모두 통계학적으로 유의한 결과를 보였다.

2단계에서는 1단계에서 투입되었던 구조적 갈등변수와 2종류의 태도적 갈등변수(해외공

급선의 역할·의식, 의견협상의 장애)를 첨가하여 회귀분석을 실시하였다. 2단계에서는 1 단계에서 유의한 변수로 추출된 회소자원에 대한 경쟁 변수가 유의하지 않는 것으로 나타났다. 대신 목표 불일치 변수가 유의하게 나타났다.

태도변수를 보면 해외공급선의 역할·의식과 의견협상의 장애 변수 모두 인지적/감정적 갈등과 유의한 관계를 보이고 있었으며, 해외공급선의 역할·의식, 의견협상의 갈등 수준이 높을수록 인지적/감정적 갈등 수준도 높아지는 것으로 나타났다.

<표 4-1> 인지적/감정적 갈등에 영향을 미치는 갈등원인에 대한 위계적 회귀분석

변수	측정항목	회귀식 1		회귀식 2	
		회귀계수 (beta)	표준오차	회귀계수 (beta)	표준오차
구조적 갈등	목표 불일치	-0.14 (-0.14)	0.36	-0.20** (-0.20)	0.07
	안정성 추구	0.04 (0.03)	0.09	0.03 (0.03)	0.09
	회소자원에 대한 경쟁	0.26*** (0.31)	0.10	0.08 (0.10)	0.06
태도적 갈등	해외공급선의 역할·의식			0.24* (0.18)	0.10
	의견협상의 장애			0.56*** (0.45)	0.09
상 수		2.72***		0.89***	
조정결정계수(Adjusted R2)		0.077		0.319	
F값		5.372**		15.699***	

* : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001

회귀모형에 태도적 갈등변수를 추가함으로써 인지적/감정적 갈등에 대한 전체 회귀모형의 설명력은 31.9%가 되었고, 이는 1단계 보다 약 30%의 설명력이 증가한 것으로 인지적/감정적 갈등의 변화에는 태도적 갈등의 영향이 구조적 갈등의 영향보다 큰 것으로 나타났다.

같은 방법으로 표출된 갈등의 원인변수를 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석을 실시하였다.<표 4-2> 참조) 의견협상의 갈등수준이 높을수록 갈등의 표출이 높아지는 것을 알 수 있었으며, 표출된 갈등의 변화에는 구조적 갈등의 영향보다 태도적 갈등의 영향을 더 받는 것을 알 수 있었다.

이와 같이 태도적 갈등원인은 인지적으로 또는 감정적으로 인식하는 단계 뿐만 아니라 갈등이 걸로 표출된 단계에서도 중요한 작용을 하고 있음을 볼 때, 갈등을 해소하고 또한 좋은 결과로 유도하려는 갈등관리의 방향은 태도적 갈등원인에 초점을 맞출 필요가 있음을 시사해 준다고 하겠다.

다음으로 위와 같은 분석결과에서 구조적 갈등원인이 갖는 의미를 파악해 보기 위하여 「가설 2」를 검증하였다.

2. 가설 2의 검증결과

<표 4-2> 표출된 갈등에 영향을 미치는 갈등원인에 대한 위계적 회귀분석

변수	측정항목	회귀식 1		회귀식 2	
		회귀계수(beta)	표준오차	회귀계수(beta)	표준오차
구조적 갈등	목표 불일치	0.00 (0.00)	0.08	-0.02 (-0.02)	0.08
	안정성 추구	0.09 (0.08)	0.09	0.08 (0.08)	0.09
	회소자원에 대한 경쟁	0.00 (0.01)	0.06	-0.06 (-0.08)	0.06
태도적 갈등	해외공급선의 역할·의식			0.04 (0.37)	0.11
	의견협상의 장애			0.282** (0.23)	0.09
상 수		3.178***		2.433***	
조정결정계수(Adjusted R2)		-0.012		0.042	
F값		0.370		2.372*	

* : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001

표출된 갈등에 대한 위계적 회귀분석 결과를 보면 구조적 갈등변수는 표출된 갈등에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 태도적 갈등변수는 유의한 회귀모형을 보여주고 있었으며, 특히 태도적 갈등이 커질수록 표출된 갈등이 커지는 결과를 보여주고 있었다.

따라서, <표 4-1>과 비교해 볼 때 “구조적 갈등원인과 표출된 갈등간의 관계보다는, 구조적 갈등원인과 인지적/감정적 갈등간의 관계가 좀더 밀접할 것이다” 라는 「가설 2」는 성립된다.

3. 가설 3의 검증결과

「가설 3」은 “인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등 사이에는 유의적인 상관관계가 존재할 것이다.”였다. 인지적/감정적 갈등과 유의한 상관관계가 있는 표출된 갈등은 전통적 무역 거래 방식 대비 문제의 발생빈도에 대한 부분으로 나타났다.

그러나 <표 4-3>에서 보는 바와 같이, 전체적으로 인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등간에는 유의한 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 이 결과는 기존의 전통적 무역거래방식에서 연구된 결과와는 상이한 결과를 보이는데, 이는 본 연구를 위해 조사된 표본의 수가 너무 적은 결과로 해석되며, 추후 연구가 더 진행되어야 할 부분으로 사료된다.

<표 4-3> 인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등과의 상관관계

	인지적/감정적 갈등	문제의 표출정도	문제의 표출방향	전통적 방식 대비 문제발생빈도	거래건당 문제발생빈도
인지적/감정적 갈등					
문제의 표출정도	-0.092				
문제의 표출방향	0.080	-0.105			
전통적 방식 대비 문제발생빈도	0.238**	0.169*	0.106		
거래건당 문제의 발생빈도	0.106	0.122	0.053	-0.076	

* : p>0.05, ** : p>0.01

4. 가설 4의 검증결과

「가설 4」는 “표출된 갈등은 부정적인 갈등결과와 밀접한 상관관계를 가지고 있을 것이다.”였다. <표 4-4>에서 보는 바와 같이 표출된 갈등은 갈등의 결과에 유의한 영향을 미치며 표출된 갈등이 커질수록 갈등의 결과가 통계학적으로 유의하게 증가하였다.

<표 4-4> 갈등의 결과에 대한 갈등수준의 회귀분석 결과

	회귀계수	표준오차
인지적/감정적 갈등	0.07 (0.085)	0.070
표출된 갈등	0.220 (0.225)	0.079**
	상수	2.093***
	조정결정계수(R2)	0.070
	F값	4.626**

* : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001

또한 표출의 방향과 갈등의 결과와의 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 갈등의 표출방향에 따른 갈등의 결과가 유의한 차이를 보이고 있었다.

<표 4-5> 갈등의 표출방향과 갈등결과와의 분산분석 결과

표출방향	N(명)	평균	표준편차	F값
당사자간 협의해결	118	2.95	0.78	3.650*
중재 또는 소송으로 해결	22	3.25	0.49	
책임있는 당사자에 전가	16	3.50	0.62	
기타	2	2.50	0.00	

제3절 검증결과의 요약

지금까지 기업간 전자상거래에서 발생하는 갈등의 원인과 갈등의 인지 및 표출, 그리고 갈등을 겪은 후의 결과간의 상관관계를 규명하기 위하여 연구모형 및 가설을 세워서 검증하였는데, 그 검증결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째로, 갈등원인은 인지적/감정적 갈등 및 표출된 갈등과 밀접한 상관관계를 형성하고 있다. 갈등의 원인을 구조적 원인과 태도적 원인으로 분류하였을 때 표출된 갈등과 구조적 갈등원인의 관계보다는 표출된 갈등과 태도적 갈등원인의 관계가 좀더 밀접하다는 것이 밝혀졌다.

둘째로, 구조적 갈등원인과 표출된 갈등간의 관계보다는, 구조적 갈등원인과 인지적/감정적 갈등간의 관계가 좀더 밀접한 것으로 나타났다.

셋째로, 인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등 사이의 관계에서는 유의적인 상관관계를 발견하지 못하였다. 이는 표본의 수가 적은 결과이거나, 기업간 전자상거래 방식이 기존의 무역거래방식과는 다른데서 그 요인을 찾을 수 있겠으며, 추후 더 연구가 진행되어야 할 부분이다.

넷째로, 갈등이 일단 겉으로 드러나서 불만의 표시가 커지면 이는 갈등의 결과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 즉, 표출된 갈등의 정도가 높을수록 감시적인 태도 내지 법이나 재판에 의해 갈등을 해소하려는 경향을 띠게된다는 것이다. 그러므로 부정적인 결과를 초래하지 않는 방향으로 의사소통의 활성화를 기하는 것이 바람직 할 것이다.

V. 結論

본 연구는 기업간 전자상거래에서의 무역갈등의 특성을 실증적으로 파악하려는 목적에

따라 조사와 분석을 진행하였다. 연구의 기본목적은 기업간 전자상거래 환경하에서 발생하는 무역갈등의 내용을 밝히는 것과 동시에, 그 갈등의 원인이 되는 변수들이 갈등의 인지적/감정적 단계에서 그리고 갈등이 표출되는 단계에서 갈등과 어떠한 상관관계를 가지고 있으며, 어떤 갈등원인이 좀 더 중요한 의미를 갖고 있는지를 밝히고, 나아가 갈등의 진행과정상 인지적/감정적 갈등과 표출된 갈등간의 상관관계와 표출된 갈등이 갈등결과와 어떠한 상관관계를 맺고 있는지를 실증분석을 통하여 규명하려 한 것이다.

본 연구를 위하여 기존의 사회심리학을 비롯한 조직행동이론과 마케팅에서의 유통경로에 관한 제반 갈등이론을 고찰하여 본 연구의 목적에 부합되는 전자상거래 환경하에서의 무역갈등모형을 선정하여 실증분석을 실시하였다.

가설검증 결과, 기존의 갈등과정에 대한 연구모형이 기업간 전자상거래 환경하에서도 적용될 수 있음을 알 수 있었다. 즉, 갈등의 원인은 갈등의 수준 중, 표출된 갈등 보다는 인지적/감정적 갈등과 특히 밀접한 관계가 있고, 표출된 갈등은 갈등의 결과와 관련되어 있음을 확인하였다. 다시 말해서 갈등을 인지적으로나 감정적으로 인식하는 데에는 갈등의 원인이 어떤 유형인가에 구애받지 않지만, 갈등을 표출시키는 데에는 구조적 갈등원인 보다는 태도적 갈등원인의 영향을 많이 받는다.

결국, 전자상거래 환경하에서의 국제무역거래시 발생하는 여러 가지 갈등은 모두가 표출되어 나타나는 것이 아니라, 인지적/감정적 갈등의 수준에서 머물고 마는 경우가 발생하고 있음이 모형에 따른 가설검증에서 밝혀졌다고 할 것이다.

따라서 기존의 무역갈등의 해소에 대한 초점이 표출된 갈등의 형태인 무역클레임으로 집중되어온 관행에서, 앞으로는 표출되어 나타나지 않은 상태로 있는 거대한 인지적/감정적 갈등에 유의함으로써 기업간 전자상거래 활성화에 기여할 수 있도록 관심을 기울여야 할 것이다.

본 연구에서는 기업간 전자상거래 환경하에서 무역갈등의 분석을 위하여 갈등과정모형을 설정하였다. 그러나 갈등과정모형이 갈등의 생성, 성장, 해소과정을 동태적으로 파악하는 장점을 가지고 있는 한편, 갈등의 구조적 모형(structural model)에서 보여주고 있는 다양한 변수의 인과관계분석이 부족한 점을 지적할 수 있다. 따라서 무역갈등에 대한 추후의 연구에서는 갈등과정모형에 의한 동태적 분석 뿐만 아니라 구조적 모형에 대한 분석도 함께 이루어져야 할 것이고 또한 갈등의 각 단계에서 갈등이 어떻게 해소되는지에 대해서도 파악할 필요가 있을 것이다.

參考文獻

1. 권화섭 역, 「갈등해소의 논리와 방법」, 한국경제신문사, 1987.
2. 서울대학교 사회과학연구소 역, 「갈등과 권력」, 법문사, 1985.

3. 남경두·김대중, 「인터넷 무역 길라잡이」, 정보문화사, 1998.
4. 김진병, "유통경로내 수직적 갈등의 특성에 관한 실증적 연구," 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1986.
5. Andrew D. Szilagyi, Jr. and Marc J. Wallace, Jr., "Organizational Behavior and Performance," 3rd ed., Glenview, Illinois : Scott, Foresman and Company, 1983.
6. B. J. Hill, "An Analysis of Conflict Resolution Techniques," Journal of Conflict Resolution, March 1982.
7. John R. Grabner, Jr. and L. J. rosenberg, "Communication in Distribution Channel Systems," Boston: Houghton Mifflin Co., 1969.
8. Joseph C. Palamountain, The Politics of Distribution, Cambridge, Mass, : Harvard University Press, 1955.
9. Kenneth Thomas, "Conflict and Conflict Management," Handbook of Industrial and Organizational PSYCHOLOGY, ed., Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1976.
10. Larry J. Rosenberg, "A New Approach to Distribution Conflict Management," Business Horizons, vol. 17, October 1974.
11. L. R. Pondy, "Organizational Conflict : Concepts and Models," Administrative Science Quarterly, September 1967.
12. M. Nicholson, Conflic Management, New York: Barns Nobles, 1970.
13. Richard E. Walton and John H. Dutton, "The Management of Interdepartmental Conflict : A Model and Review," Administrative Science Quarterly, vol. 14, No. 1, March 1969.
14. John A. Seiler, "Diagnosing Interdepartmental Conflict," Harvard Business Review September-October 1963.
15. R. M. Steers, Introduction to Organizational Behavior, Glenview, IL : Scott, Foresman, 1981.
16. Sarkar, M.B., Butler, B. & Steinfield, C. 'Intermediaries and cybermediaries: A continuing role for mediating players in the electronic marketplace', Journal of Computer-Mediated Communication, 1995.