

인터넷 쇼핑몰 활성화를 위한 정책방향

정부에서는 인터넷 쇼핑몰을 포함한 전자상거래를 활성화하기 위해 전자거래기본법과 전자서명법을 제정하고, 이를 바탕으로 종합적인 대책을 마련하여 추진하고 있다. 인터넷 전자상거래는 통신망과 다양한 정보통신기술을 상거래에 응용하는 분야로서 산자부, 재경부, 외교부, 공정거래위원회, 문화부, 중기청 등 다수 부처가 관련된 사항이므로, 정보통신부에서는 관계부처와 협의하여 개별 과제별로 구체적 실천계획을 수립, 추진함으로써 우리 사회 전반의 경쟁력과 투명성을 제고해 나갈 계획이다.

이승원 / 정보통신부 정보화지원과사무관

최근 정보통신기술의 발달과 인터넷의 폭발적인 확산에 따라 전자상거래가 시간적, 공간적 제약을 극복한 새로운 경제활동 양식으로 부각되고 있다. 이에 따라 세계 각국은 국가경쟁력 강화를 위한 핵심수단으로 전자상거래의 활성화를 추진하고 있어, 인터넷은 이제 '정보의 바다'라는 개념에서 벗어나 국경 없는 '비즈니스의 격전장'이 되고 있다.

이는 전자상거래가 유통단계를 축소시켜 거래비용을 대폭 절감시키고, 모든 거래내역을 컴퓨터로 기록·관리하기 때문에 경제 전반의 효율성과 투명성을 획기적으로 제고하는 핵심수단이기 때문이다.

개념 및 유형

전자상거래는 기업, 개인, 정부 등 경제주체들이

정보통신기술을 활용하여 상품 및 서비스를 교환하는 거래방식이라고 정의할 수 있으며, 좁은 의미로는 인터넷의 확산에 따라 거래활동에 인터넷을 이용하는 방식이라고 볼 수도 있다.

전자상거래의 유형은 경제주체간의 관계에 따라 기업간(Business to Business), 기업과 소비자(Business to Consumer), 기업과 정부(Business to Administration) 등으로 분류할 수 있다.

인터넷 쇼핑몰은 실질적으로 거래가 이루어지는 사이버 공간상의 상점으로서, 일반국민들이 직접 접하게 되는 전자상거래의 꽃이라 할 수 있다.

현황 및 시장전망

국내·외 전자상거래 시장규모와 향후 전망에 대

해서는 조사기관과 측정방법에 따라 상당한 차이를 보이고 있지만, 연평균 100% 정도 급속하게 성장할 것으로 예상하고 있다.

〈국내·외 전자상거래 시장 추이〉

구분	조사기관	1997	1998	1999	2000	2001	2003	비고
세계 전자상거래 (단위: 억불)	OECD	260	-	-	-	3,300	10,000	B to C, B to B 포함
	Forrester Research	91	200	450	1,710	-	-	
국내 전자상거래 (단위: 억불)	테이콤인터파크	63	150	672	1,486	-	-	B to C
	정보통신진흥협회	216	590	9,450	16,060	-	-	B to B
	국내 합계	279	740	10,122	17,546	-	-	B to C, B to B 포함

※ 한국전산원에서는 2002년 국내 전자상거래 시장규모를 3조 8천억원으로 전망

전자상거래가 가장 활성화된 미국의 경우, '98년 말 현재 인터넷 쇼핑몰이 45만여개, 시장규모가 1천 억불에 이르는 등 전자상거래가 전통적인 상거래를 급속히 대체하고 있다. 예로써, 인터넷 자동차 중개 업체인 오토바이텔(Autobytel)의 매출액이 매년 3배 씩 늘어가고 있으며, 이러한 추세가 확산되어 2000년에는 전체 자동차시장 거래의 20% 이상이 인터넷을 통해 이루어질 전망이다.

이에 비해, 우리나라의 전자상거래는 '98년 말 현재 인터넷 쇼핑몰이 400여개, 시장규모가 740억원에 불과하는 등 시장형성 초기 단계에 있으나, 앞으로 성장 가능성은 무한하다고 볼 수 있다.

우리나라의 전자상거래(특히, 기업과 소비자간)가 미국, 일본 등 선진국에 비해 활성화되지 못하고 있는 것은, 기존 통신판매업의 발전된 형태로 볼 수 있는 전자상거래의 기반이 취약하기 때문이다. 즉, 국내 소비자는 전자상거래의 경제성, 편리성 등 이 점에도 불구하고 비대면 거래에 따른 불안감과 온라인

인 쇼핑몰에 대한 신뢰 부족으로 인터넷을 통한 상품 구매를 기피하는 경향을 보이고 있다.

전자상거래의 장애요인

먼저, 제도적·기술적 측면의 장애요인을 살펴보면, 전자상거래는 물건을 직접 보고 사는 것이 아니기 때문에 소비자가 주문상품을 받아보고 마음에 들지 않으면 반환할 수 있어야 하는데, 이러한 주문 철회 등 소비자보호제도가 미흡한 실정이다.

또한 비대면 거래에 따른 불안감을 해소하고 전자상거래의 신뢰성을 제고시켜 줄 수 있는 제도적·기술적 여건이 조성되어 있지 않다. 예로써, 대부분의 소비자는 인터넷 쇼핑몰에 접속했다가도, 거래직전 단계인 개인정보 입력(특히, 신용카드 번호 입력) 단계에서 빠져나가고 있다.

따라서 개인정보보호를 위한 암호화, 공급자와 소비자가 상호 신뢰할 수 있는 전자서명, 소액거래를 편리하게 할 수 있는 전자지불 등의 기술이 개발되고, 이용이 제도화되어야 한다.

이용자 측면의 장애요인으로는, 대부분의 컴퓨터 사용자가 20~30대의 남자 회사원이고, 주 소비주체인 주부 등의 컴퓨터 이용률이 낮아, 전자상거래 소비자계층이 빈약하고 구매력이 약한 실정이다.

또한, 근본적인 문제점으로 현재 가정에 접속되는 Data통신망의 속도가 느려(평균 33.6Kbps), 소비자가 신뢰할 수 있는 충분한 상품정보를 제공하지 못하고 있어 전자상거래 확산에 걸림돌이 되고 있다.

공급자 측면의 문제점으로, 인터넷 쇼핑몰이 거래비용 절감요인에도 불구하고 높은 물류비용(제품가격의 10% 내외), 마케팅 전략의 미흡 등으로 상품가격을 일반상점과 충분히 차별화하지 못하고 있다.

특히, 전자상거래에서도 궁극적으로 상품이 소비자에게 배달되어야 하므로 안정적이고 저렴한 배달체계가 필요하나, 국내의 민간택배서비스 요금이 비싸 쇼핑물 업체에 큰 부담이 되고 있다.

또한 대부분의 쇼핑물이 500~3,000종의 한정된 상품을 취급하고 있어 다양한 소비자의 기호를 충족시키지 못하고 있으며, 상품의 특성화도 부족한 실정이다.

활성화 대책

정부에서는 인터넷 쇼핑물을 포함한 전자상거래를 활성화하기 위해 전자거래기본법과 전자서명법을 제정하고, 이를 바탕으로 종합적인 대책을 마련하여 추진하고 있다. 인터넷 전자상거래는 통신망과 다양한 정보통신기술을 상거래에 응용하는 분야로서 산자부, 재경부, 외교부, 공정거래위원회, 문화부, 중기청 등 다수 부처가 관련된 사항이므로, 정보통신부에서는 관계부처와 협의하여 개별 과제별로 구체적인 실행계획을 수립, 추진함으로써 우리 사회 전반의 경쟁력과 투명성을 제고해 나갈 계획이다.

제도적·기술적 측면

우선 소비자보호를 위해 산업자원부, 공정거래위원회와 협조하여 소비자의 무조건적 철회권을 도입하고, 전자상거래 표준약관의 개발·보급을 추진할 계획이다. 또한, 재정경제부와 협조하여 전자적으로 대금을 지불할 때 발생할 수 있는 사고에 대비할 수 있도록 소비자, 생산자, 은행, 통신사업자 등 관련 당사자간의 권리·의무관계를 규정하는 '전자자금이체법'의 제정을 추진하고 있다.

전자상거래에 대한 신뢰성과 안전성을 높이기 위

해 금년내에 전자서명법에 따라 국내 인증체계(Public Key Infrastructure)를 구축할 계획인데, 현재 금융결제원 등이 공인인증기관 설립을 준비하고 있다.

또한 공신력 있는 기관(한국정보통신진흥협회, 커머스넷코리아)이 인터넷 쇼핑물을 객관적으로 평가하여 모범적인 쇼핑물을 소비자에게 추천하는「인터넷 모범상점 인증제도」를 올 6월부터 실시한다.

아울러 암호화, 전자서명, 전자지불 기술 등 전자상거래에 핵심적인 요소기술 개발을 확대하고 표준화를 추진하여 '99년에 전자지불처리시스템 등 10여개, 2001년까지 40여개 기술을 개발하여 민간에 이전할 계획이다.

이용자 측면

인터넷 서비스 품질을 개선하기 위해 인터넷 기간 전송망을 '99년에 155Mbps, 2000년에 2.5Gbps로 지속적으로 고도화하고, 가입자망은 광케이블, CATV망, xDSL, 무선·위성망 등 국가자원을 총체적으로 활용하여 다양한 방식으로 구축할 계획이다. 이에 따라 2002년에는 동영상 정보 등 충분한 상품 정보 제공이 가능한 1.5~2Mbps급 고속 인터넷 서비스를 저렴한 요금으로 이용할 수 있게 된다. 또한, 이용자의 특성과 필요에 부합하는 정액제, 선택요금제, 종량제 등 다양한 통신요금제도를 도입할 계획이다. 아울러, 전자상거래 확산을 위해 주부 등 전국민에 대한 정보화교육을 확대하고, 2001년까지 인터넷 이용자가 천만명 이상이 되도록 다각적인 노력을 기울여 나갈 것이다.

공급자 측면

차체 배송망 미비, 마케팅전략 부족 등 인터넷 쇼핑물의 공동문제를 해결하기 위한 '온라인 쇼핑물

협의체'를 구성·운영하여 사업자간 전략적 제휴를 유도할 계획이다. 특히, 높은 물류비용 해결을 위해 인터넷 쇼핑몰의 공동 물류체계 구축을 지원하는 한편, 방문접수에 의한 우편택배서비스를 도입하고 배송품질을 향상시켜 현행 소포우편제도를 전자상거래의 저렴한 배송수단으로 제공할 것이다.

또한 관계부처와 협의하여, 전통적인 상거래와 차별되는 새로운 세금의 신설을 금지하고 전자상거래 도입 기업에 대한 세제상의 지원방안을 추진할 것이다.

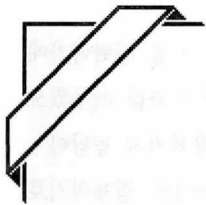
아울러 서적, 컴퓨터 등 전자상거래 유망 업종을 대상으로 외국과의 상호인증 등 기술적 검증과 전자경매 등 다양한 응용서비스의 실험을 위한 선도적인 시범사업을 추진할 계획이다. 또한 전세계 인터넷 고객을 대상으로 영문 종합쇼핑몰을 구축하여 중소기업의 우수상품, 지역특산품 등의 세계 진출을 지

원할 것이다.

향후 과제

전자상거래의 활성화를 위해서는 이러한 정부의 정책만으로는 많은 한계가 있다. 시장경쟁원리에 의한 민간주도의 전자상거래 확산이라는 세계적인 추세에서도 보듯이, 민간기업이 21세기 지식정보사회를 대비하기 위한 핵심전략으로서 전자상거래의 중요성을 인식하고 전자상거래 확산을 위해 노력하는 것이 무엇보다 중요하다.

따라서 인터넷이라는 사이버 공간상에 '제2의 국토'를 개척하여 신산업을 육성하고 새로운 일자리를 창출할 수 있도록, 정부와 민간부문이 초기단계의 전자상거래를 활성화하기 위한 공동 노력을 더욱 강화해야 할 것이다. ◆



「Y2K 인증실무 세미나」 개최

한국정보통신진흥협회는 전자신문사, 한국경제신문사와 공동으로 지난 '99. 5. 3일 한국과학기술회관에서 「Y2K 인증실무 세미나」를 개최했다.

이 세미나는 기업의 Y2K 문제 해결 촉진 및 국가신인도 제고를 위한 것이며, 기업, 정부·공공기관 등 관련 임직원들과 업계 1000여명이 참석한 가운데 진행됐다.

이날 행사프로그램 주요내용은 ▶ Y2K 인증제도 소개 ▶ IT주요 심사내용 ▶ Non-IT 주요 심사내용 ▶ Non-IT Y2K문제 부당행위 유형 및 실무대응 ▶ 인증신청 절차 방법 ▶ 인증 획득 사례 등이며, 그리고 Y2K에 대한 인증 상담도 함께 진행됐다.