

## □ 특집 □

# 전자 상거래의 새로운 패러다임

정 승 용<sup>1</sup>

### ◆ 목 차 ◆

- |                   |                 |
|-------------------|-----------------|
| 1. 일반 상거래와 전자 상거래 | 3. 꿈의 상거래로 가는 길 |
| 2. 전자 상거래의 현재 모습  | 4. 새로운 패러다임     |

## 1. 일반 상거래와 전자 상거래

우리는 거의 매일 상거래를 하면서 살고 있다. 시장에 나가서 필요한 물건을 고르고 상인과 흥정을 하고 가격을 지불하며 물건을 가지고 온다. 좀 더 싼 가격에 물건을 사기 위해서 이 시장, 저 시장을 놓고 고민도 하며, 시장에 기껏 나가서는 마음 속에 정해 놓았던 것과 다른 것을 사기도 하고 상인과 흥정을 하다가 더욱 저렴한 가격에 물건을 사게 되는 수도 있으며 직접 가져오기 어려운 물건은 배달시키기도 한다. 또한 가져온 물건을 쓰다 보면 참 좋은 물건을 샀구나 기뻐하며 오랫동안 잘 쓰기도 하지만 구매한 그 날 반품을 하러 귀찮은 걸음을 해서 더러는 조그만 소동을 겪으며 다른 물건을 사 오거나 흔쾌히 환불을 받는 행운을 누리기도 한다. 대개는 이러한 일들이 상거래에서 겪는 일들이다.

전자 상거래라고 해서 다를 리 없다. 비슷한 절차와 과정이 있고 일어나는 일들도 비슷하다. 그런데 지난 20세기 마지막 성탄절에 전자 상거래 시장에서는 적지않은 소동이 있었다. 여러 가지 이유로 해서 전자 상거래 시장에 주문이 폭주한 것이다. 그래서 그만 상인들이 소비자에게 제때에 물건을 배달하는 임무를 다 하지 못하고 말

았다. 그것도 상당 부분의 물건들이 성탄절이라고 하는 이벤트를 위하여 소비자들이 구매한 것이어서 성탄절이 지나가면 그 의미가 없어지는 것들이었다. 그러하다 보니 다시 소동이 일었다. 구매 취소, 반품과 환불 요구가 밀려오기 시작했던 것이다. 그런데 이 세가지가 다 쉽지 않았다. 전국 각지에서 구매 행위가 일어난 데다가 지불 방법도 신용카드 결제와 온 라인 이체 같은 것들이어서 이 또한 취소가 어려웠던 것이다. 아마도 이 사건이 우리나라에서 처음으로 대중들에게 전자 상거래의 문제점을 알린 사건일 것 같다.

전자 상거래하면 그 이름이 빠지지않는 기업이 아마존이다. 아직 이익을 내지 못해서 올해에는 조직 축소가 불가피 할 것이라는 예측도 나오고 있고 동시에 유사한 상거래 업체들도 추운 한 해를 보내야 할 지 모른다고 한다. 그 이유는 간단하다. 기대했던 만큼의 이익을 제때에 내지 못하고 있기 때문이다. 왜 그렇게 되었을까? 이 숙제를 풀지 못하면 인터넷이라고 하는 이 전대 미문의 인프라를 이용한 거대한 서점의 문을 닫아야 할 지도 모른다. 수개월 전에 텔레비전에서 이상한 장면을 목격하였다. 거대한 물류 창고를 건설하는 장면이었는데 제목이 아마존의 물류 창고가 아닌가? 아니 사이버 시장에서 거래를 한다는 아마존이 사이버가 아닌 현실 세계에 창고를 어떻게 크게 지어야 한단 말인가? 얼마 지나지 않아

\* 정회원 : 인성정보 사장

서 그 의문은 반스앤드노블 이라고 하는 대형 서적 유통 회사의 행동으로 인해 풀렸다. 이 회사는 이미 자체 물류 망을 구축해서 사업을 해오고 있었던 것인데 기존 망에 더하여 아마존과 같은 인터넷 상거래 망을 추가하여 성공적인 전자 상거래 회사로 데뷔한 것이다. 어떤 관측에 의하면 아마존이 유통망을 빠른 시일 안에 제대로 갖추지 못하면 이 거대한 실 상거래와 전자 상거래의 연합에 무릎을 꿇게 되리라는 것이었다. 그렇다면 전자 상거래는 물류 유통망만 해결하면 꿈의 상거래가 될 것인가?

## 2. 전자 상거래의 현재 모습

자 여기서 다시 전자 상거래의 오늘을 직시해보자. 오늘날의 전자 상거래는 어떤 모습인가? 상거래의 양쪽, 즉 사는 자와 파는 자를 놓고 볼 때, 지나치게 파는 자 쪽으로 치우쳐 있는 것은 아닐까? 사실 한번이라도 전자 상거래를 해본 사람들에게 물어 볼 필요가 있다. 아마도 벌써 여러 번의 설문 조사가 있었을 것이지만 내 개인적인 경험을 가지고 얘기해 보자. 첫 거래에서 나는 내 모든 신상 기록을 작성하여 얼굴도 모르는 전자 상인에게 제출하였다. 여기서 약간의 걱정, 즉 이 정보가 악용되면 어떻게 하나, 이 듣기도 했지만 호기심 충족 욕구가 더 컸기 때문에 다음 단계로 넘어 갔다. 그 다음은 전자 상인이 계약서를 보여 주며 물었다. 동의하냐고. 다시 약간의 걱정과 함께 예 라는 곳에 마우스 포인터를 누르고 다음 단계로 넘어 갔다. 첫번째 구매했던 것은 우리나라에 아직 들어오지 않은 소셜 형식의 경영 서적이었는데, 찾아보기 화면에 제목을 써 넣고 클릭, 반갑게도 원하는 서적이 가격과 함께 약간의 줄거리까지 나타났다. 쇼핑 백에 넣기를 클릭한 후 주문하기 단계로 들어갔다. 지불 방법 중에서 신용카드를 선택하여 번호를 입력한 후 배달 방법

선택 화면으로 넘어갔다. 항공 운송과 선박 운송 중에서 선박을 선택하니 약 2주에서 4주가 걸릴 것이라는 고지문과 함께 서적 가격에 배달 가격을 합친 총 비용이 나타났다. 선박을 선택했음에도 배달 비용이 거의 서적 가격과 비슷하여 중도 포기의 유혹이 있었지만 내친 김에 주문 완료 버튼에 마우스를 눌렀다. 이렇게 해서 첫 거래를 했고 별 탈 없이 그 책은 약 3주후에 택배회사를 통해서 내 앞으로 배달되었다. 이러한 일련의 과정에 대한 나의 느낌은 우선 너무 번거롭다는 것이었다. 또 시장에 가서 물건을 살 때 일일이 자신의 신분을 확인 받고 거래를 해야 한다면 그 누가 좋아 할 것인가? 하는 생각이 들었다. 또한 요즘 심심찮게 해커들의 활약상이 저녁 뉴스를 장식하고 있는 이 마당에 신용카드 번호를 화면에 입력하는 것은 결심하기가 쉽지 않았다. 상품 구입 후 배달까지의 시간 또한 일반 상거래에 비해 상당히 불편한 점이라는 생각이 들었다. 그러나 상점까지 가는 시간과 비용을 절약할 수 있다는 사실로써 약간의 화해가 가능한 불편이기도 하다. 그런데 마지막으로 만약 이 책에 하자가 있었을 경우는 어찌 할 것인가? 우체국에 직접 가서 국제 우편 요금을 물고 우송할 것인가? 그랬을 때, 우편 요금은 다시 돌려 받을 수 있을 것인가? 등과 같은 의문이 들자 갑자기 전자 상거래에 대한 두려움이 일었다.

## 3. 꿈의 상거래로 가는 길

앞에서 거론한 세가지 이야기를 통해서 나는 전자 상거래가 아직은 완벽한 상거래로서 존속하기 위한 여러 가지 조건들을 갖추지 못하고 있음을 말하고 싶다. 물론 단점만 있는 것은 아니다. 누가 뭐라고 해도 전자 상거래는 20세기가 만들어 낸 정보 혁명의 수단, 인터넷의 꽃 중의 하나라는 데 이의를 달 생각이 없다. 이 꽃을 제대로

키워서 만개한 모습을 보려면 좀 더 여러 가지 노력이 필요할 것이고, 인터넷 시대에 걸 맞는 참신한 아이디어가 더욱 많이 나와야 한다고 본다. 그러면 어디서부터 시작할 것인가?

우선 시각을 소비자의 시각으로 바꾸어서 전자 상거래의 전반을 보아야 한다. 소비자들은 상거래에서 무엇을 추구하는가에 초점을 맞추어야 하는 것이다. 일반 시장에서, 백화점에서, 대형 할인 쇼핑 몰에서 소비자들이 무엇 때문에 행복해 하는가, 그리고 무엇 때문에 거래를 포기하는가를 분석하는 데서부터 출발하여야 한다. 전자 상거래에서 그들에게 동일한 행복감을 줄 수 있는가? 없다면 그것을 상쇄할 만한 다른 어떤 것을 줄 수 있는가? 소비자들이 눈에 보이는 시장에서 무엇을 가장 부족하다고 느끼고 있는가? 그것을 인터넷을 통해서 이루어진 이 거대한 시장에서 제공할 수 있는가? 이러한 질문들로부터 진정한 전자 상거래를 구현하는 여러 가지 방법이 가능할 것이다.

우선적으로 떠오르는 것은 거래의 편리성의 확보이다. 컴퓨터를 켜고 부트가 다 될 때까지 기다리고 다시 웹 브라우저를 구동 시키고 거기에 상거래 업체의 주소를 입력하고 다시 화면이 다 나타날 때까지 기다리고 그 다음 과정은 앞에서 서술한 바와 같은 번거로움이라면 아마 우리나라의 아무리 부지런한 주부라고 하더라도 웬 만큼의 이익이 생기기 전에는 자주 사용하지 않게 될 것이다. 거기에다 컴퓨터에 익숙치 않은 주부라면 더 말할 나위가 없다.

그 다음은 익명성의 확보이다. 자신의 중요한 신상 정보를 제공하지 않고도 소비자들이 마음대로 시장을 들고 날 수 있는 획기적인 방안이 나와야 한다.

지불 문제 또한 중요하다. 요즘 이야기되고 있는 여러 가지 형태의 전자 화폐도 한 방법이 될 것이며 동시에 익명성 문제도 해결할 수가 있다.

다음은 배달과 반품등과 연결되는 물류 및 유통 부분이다. 이 문제는 요즘 해결 기미가 보이는 듯하다. 즉 기존의 대형 유통 업체와 전자 상거래 업체가 제휴하는 모습을 보이고 있는 것이다. 또한 전자 상거래에서 미국의 대부분의 상가에서처럼 거의 무조건적으로 반품을 받아주고 환불을 해 준다면 기존 시장을 오히려 앞 설 수도 있다. 물론 여기에도 소비자의 불편을 최소화 할 수 있는 방법이 제시되어야 할 것이다.

#### 4. 새로운 패러다임

이러한 이야기들은 사실상 새로운 이야기가 아닐 것이다. 단지 아직 아무도 적절한 방법을 찾지 못하고 있다는 사실을 재론한 것인지도 모른다. 이러한 상황임에도 불구하고 전자 상거래를 통한 매출액이 우리나라에서만 작년에는 800억원, 그리고 2000년 올해에는 2,700억원에 이르리라는 예측이 나오고 있다. 무려 3배가 넘는 성장이다. 과연 이러한 예측이 맞아 떨어질까? 아니면 흑자를 낸 전자 상거래 업체가 아직 하나도 없다는 데, 우리 경제가 IMF 사태로 하루 아침에 무너지듯 갑자기 전자 상거래 시장이 줄어들 지는 않을까? 아무도 답을 알 수 없는 이러한 질문들이 전자 상거래를 두고 끊임없이 제기되고 있다.

자 다시 돌아보자. 거대한 장터를 만들고 소비자들을 초대하는 데까지는 성공하고 있다. 이제 트럭을 모는 유통업자들도 초대되는 듯하다. 전자 상거래가 사이버가 아닌 기존 현실속의 상거래 주역들의 만남의 장으로 변하고 있는 것이다. 다음은 누가 초대될 것인가? 전자 상거래는 전통적 시장 거래의 적인가 동지인가?

그래서 나도 다시 한번 내친 김에 답을 알 수 없는 화두 하나를 던지고 이 글을 맺고자 한다.

“혹시 전자 상거래는 전혀 새로운 패러다임이 필요한 것은 아닐까?”

**정 승 용**



1980년 성균관 대학교 경영학과  
(경영학 학사)

1982년 서울 대학교 대학원 경영  
학과 (경영학 석사)

1984년-1988년 두산 컴퓨터 소프  
트웨어 엔지니어

1988년-1993년 한국 Digital Equipment Corp. 소프트웨  
어 엔지니어

1993년-1999년 휴먼웨어 인터넷 사업부 이사

2000년-현재 인성정보 솔루션 사업부 부장

관심분야 : 전자 상거래, 웹 기반 기술, ERP

**◆ SETC'2000 ◆**

**- 제3회 산·학·연 소프트웨어공학기술 학술대회 -**

- ◎ 주 관 : 한국전자통신연구원
  - ◎ 주 최 : KIPS 소프트웨어공학연구회, ICU 정보통신교육원
  - ◎ 후 원 : 한국소프트웨어산업협회
  - ◎ 일 시 : 2000년 5월 26(금)~27(토)
  - ◎ 장 소 : 광주 소프트웨어 지원센터
  - ◎ 내 용 : - 초청강연  
- 튜토리얼  
- 논문발표
  - ◎ 논문모집 : 소프트웨어공학 전분야
  - ◎ 논문마감 : 2000년 4월 29일(토) - 기일엄수 요망 -
  - ◎ 제출형식 : 정보처리학회지 2000년 1월호 참조(4~6page)
  - ◎ 제 출 처 : 한국정보처리학회 사무국(출력물 2부, 디스켓 1매)
  - ◎ 제출문의 : 소프트웨어공학연구회 이하용 선임(Tel:0361-241-0084)
- E-mail : insq@unitel.co.kr