



우리나라 B2B추진현황 및 정책방향

Policy of B2B

박태성 / 산업자원부 전자상거래지원과 사무관

1. 선진국의 전자상거래 동향

1-1. 선진국 기업

선진국의 초일류기업들은 적극적인 e-비즈니스 전략을 통해 “e-비즈니스가 곧 비즈니스”인 시대를 선도하고 있다. ERP 도입 등 기업 내부 정보화를 완료한데 이어, 전자 조달·판매 등을 통해 기업간 업무 프로세스의 효율화를 도모하고 있다. GE는 전자조달·판매 등 e-GE전략을 추진하여 인건비의 30%, 원자재비의 20%를 절감하고 있으며, Dell 컴퓨터사는 Direct Model을 통해 주문에서 선적까지 처리시간을 경쟁사의 1/2수준으로, 재고비용을 경쟁사의 1/8수준으로 절감하고 있다.

한편, 기업내부의 전자 조달·판매 시스템을 도입하기 어려운 중소기업들을 지원해 주는 B2B e-마켓플레이스 모델도 급속히 성장하고 있다. e-마켓플레이스는 기업간 거래를 위한 가상공간으로서 다수의 구매자와 판매자가 제품과 서비스를 거래하고 기업활동 관련정보를 획득하

며 인증·금융·물류 등의 부가서비스 등을 제공받는 가상 장터를 말한다. 작년말 현재 미국에는 1,000개 이상의 e-마켓플레이스가 있는 것으로 추정되고 있다. 그리고 e-마켓플레이스의 운영주체도 종래 닷컴기업 위주에서 최근에는 산업컨소시엄에 의해 설립되는 e-마켓플레이스가 현저하게 증가하고 있다.

1-2. 산업 컨소시엄 e-마켓플레이스의 예

1-2-1. 자동차 : Covisint.com

- '00. 2월 미국 자동차 Big 3(GM, 포드, 다임러크라이슬러)가 공동출자한 자동차 부품거래 전문 인터넷 합작회사로써 Big 3외에 르노(佛), 닛산(日) 등의 완성차 업체와 델파이 등 전세계 40개 부품업체가 참여 (연간 2,400억달러 이상의 시장규모: 전체 시장의 56%)

- 기대효과

· 자동차 1대당 1천달러이상의 비용절감(완성차업체 368달러, 부품업체 695달러)

· order-to-delivery 기간 단축(현행 60~65일)

· 거래비용 단축, 과잉재고 해소 및 업무 프로세스 개선 등

1-2-2. 전자 : Converge.com

- '00. 5월 삼성, 컴팩, 캐논, HP 등 15개 컴퓨터·반도체 글로벌 기업들이 합작 설립(자본금 1억달러, 15개사의 연간 총구매액 3,000억 달러로 추정)

또한, 현재의 e-마켓플레이스는 온라인 물품 거래에 치중하고 있으나, 향후에는 협력기업과의 실시간 정보공유 및 협업을 중시하는 협업적 전자상거래(C-Commerce)가 활성화될 것으로 된다.

1-3. 선진국 정부

한편, 미국, 일본 등 선진국 정부는 전자상거래 발전전략 수립 및 법·제도 정비 등에 범국가적 역량을 결집하고 있다. 미국은 '97년 Bill Clinton 前대통령은 [글로벌 전자상거래 기본계획]을 발표하면서 전세계 e-비즈니스 흐름을 선도하고 있다. 그리고 작년 6월 [글로벌 전자서명법] 제정으로 연방정부 차원의 e-비즈니스 법적 토대를 마련한바 있다.

일본은 경제산업성(舊 통산성)을 중심으로

'90년대 중반부터 CALS 실증 프로젝트 등 e-비즈니스분야의 투자를 확대('95~'99년 1.7조 엔)해 왔으나, 높은 통신비용 및 수직계열화 등의 거래관행으로 인터넷 및 e-비즈니스의 발전이 상대적으로 부진하였다. 그러나, 작년 5월 전자서명법을 제정한 이후 범국가적인 IT 발전전략을 추진중이며, 작년 11월 [e-Japan 구상]을 발표하고 [IT 전략본부(본부장: 총리)] 및 [일본 IT전략회의(의장: 이데이 노부유키 소니회장)]를 구성하여 향후 5년내로 세계 초일류의 IT 국가로 발전하기 위해 초고속통신망, 전자상거래, 전자정부, 인재육성 등 4개분야에 집중투자를 하고 있다.

2. 우리나라의 B2B 전자상거래 동향

2-1. 추진여건

우리나라의 e-비즈니스 환경을 살펴보면, 나름대로 강점과 약점을 갖고 있다. 우리의 강점은 통신 인프라, 사회적 관심, 법적 토대 및 정부의 지원의지 등에 있어서 선진국과 경쟁할 수 여건을 마련해 놓았다는 점이다.

그럼에도 불구하고 우리나라가 e-비즈니스를 수행하기에 좋은 비즈니스 환경을 지니고 있다

[표 1] 우리나라의 e-비즈니스 강점

세계적 수준의 통신인프라	- 전국 144개 지역거점에 광케이블망 완료
높은 사회적 인식	- 초고속인터넷가입자 402만 가구('00. 12 총가구수의 28%)
법적 기반	- 인터넷 사용자가 1,900만명 돌파('00. 12)
조기 구축	- 인터넷 주식거래 비중은 세계 1위 수준(66%)
정부의 강력한 지원시책	- '99. 2월 전자거래기본법, 전자서명법 제정(미국, 일본은 각각 '00. 6월 및 5월에 제정), 전자거래 분쟁조정위, 소비자보호지침 등 마련('00)
	- '00. 2 「전자상거래 활성화 종합대책」 수립·추진
	- '01. 4 「e-비즈니스 확산 국가전략」 수립·추진



〔표 2〕 우리나라의 e-비즈니스 약점

전자상거래 표준화 미비	- 산업전반에 전자카탈로그, 전자문서 등의 전자상거래 관련 표준화 체계 미비
기업간 협업 부족	- 대기업은 주로 계열사 위주 또는 MRO에 한정된 협업을 추진하고 진정한 산업내 협업은 미약
거래관행의 불투명	- 무자료 거래 및 불투명한 거래관행 등으로 기업들이 e-비즈니스 활용에 소극적
중소기업의 정보화 미약	- 홈페이지 구축 등은 양호하나, 경쟁력과 직결되는 ERP 보급(5%) 및 e-비즈니스 활용(34%)은 매우 저조
물류·결제 등 인프라의 취약성	- 물류산업의 낙후로 e-비즈니스의 효율성 반감
공공부문의 e-비즈니스 저조	- 어음결제위주의 결제관행이 온존 - 전자조달 등 정부 및 공공부문의 e-비즈니스 활용이 저조하여 선도적 역할 부재

〔표 3〕 국내 전자상거래 시장규모

(단위 : 억원)

예측기관	조사시기	1999	2000	2001	2002	2003
전자거래진흥원	2001.2	91,949	174,167	293,414	485,602	787,306

〔표 4〕 포레스터 리서치의 주요국 전자상거래 시장전망

(단위 : 십억불)

년도	미국	캐나다	멕시코	일본	호주	한국	대만	독일	영국	프랑스	이탈리아	네덜란드
'00	488.7	17.4	3.4	31.9	5.6	5.6	4.1	20.6	17.2	9.9	7.2	6.5
'04	3,189	160.3	107.0	880.3	207.6	205.7	175.8	385.5	288.8	206.4	142.4	98.3
순위	1→1	4→9	12→11	2→2	9→5	9→7	11→8	3→3	5→4	6→6	7→10	8→12

고는 할 수 없다. 왜냐하면, 전자상거래의 핵심인 표준화가 크게 미비하고, 기업간 협업 문화도 일천할 뿐만 아니라, 기업의 거래관행도 불투명하기 때문이다. 또한 어음 위주의 결제관행, 낮은 물류 정보화 수준 및 중소기업의 정보화 취약 등이 e-비즈니스 발전의 걸림돌이 되고 있다. 따라서 정부의 정책은 이러한 장애물(e-Barrier)들을 제거하는데 역량을 집중하는 것이 중요하다.

2-2. 추진현황

지난 2월 전자거래진흥원이 발표한 금년도 전자상거래 규모는 29조원으로 전망하였으며, 이는 전년 대비 68% 증가한 것이다. 포레스터 리서치의 조사결과(2001. 2월)도 우리나라의 전자상거래 시장을 긍정적으로 전망하고 있다. 작년

에 한국은 12개 조사대상국에서 9위(56억달러) 이를 차지하였으나, 2004년에는 7위(2,057억 달러)로 성장할 것으로 전망하고 있다.

B2B 시장규모는 작년에 8조 1,782억원이었으나, 2003년에는 37조원에 달할 것으로 전망하고 있다 (자료: 전자거래진흥원). 현재 국내에서 진행되고 있는 B2B 유형으로는 in-house e-procurement 또는 e-sale 시스템, e-마켓플레이스 및 협력업체와의 협업 시스템 구축으로 대별할 수 있다.

기업내에 전자조달 또는 판매시스템의 구축은 대부분 삼성전기, 포스코 등 대기업 위주로 진행되고 있다.

e-마켓플레이스는 2000년 2월 현재 220여개가 있는 것으로 추정되고 있다. 업종별로는 섬유, IT 및 전자, 의료, MRO(Maintenance,

(표 5) 대기업 주도 e-마켓플레이스

전자	converge.com(삼성전자), e2open.com(LG전자), electropia.com(현대·대우전자)
화학	chemicross.com(삼성물산)
MRO	다켓코리아(삼성), En2b(한통, 포철 등), GTW코리아(LG상사 등)
철강	GSX(삼성물산), tradesteel(현대종합상사)

Repair, Operation), 화학 등이 많은 것으로 파악되고 있으며, 대형 e-마켓플레이스는 종합무역상사를 포함한 대기업이 주도하고 있다. 온라인 기업은 주로 소규모 e-마켓플레이스를 운영 중이며, 외국 e-마켓플레이스의 국내 법인도 크게 증가하고 있다.

e-마켓플레이스는 양적인 급성장과 달리 그 실적은 아직 전통기업들이 신뢰할 만한 수준에 올라 있지 못하다. 그 이유는 e-마켓플레이스 사업자의 준비부족, 비즈니스 모델의 구체성 부족 및 전통기업의 B2B 여건 미약 등을 들 수 있다. 그리고, 업종내 기업간의 협업을 통한 네트워크 효과를 극대화하기 보다는 기존의 업체간 경쟁과 수직계열화 체제를 새로운 환경하에서도 답습하는 경향이 강하다.

작년 하반기부터는 모기업과 협력업체간의 협업 시스템 구축과 고객관리에 관심이 증대되고 있다. 이는 국내 B2B가 보다 성숙한 방향으로 발전하고 있음을 말해 준다. SCM과 같은 협업 시스템 구축에서 유의할 것은 기존의 EDI와 같이 모기업 종속적인 형태로 운영되어서는 중소기업의 경쟁력 강화에도 도움이 되지 못하고 장기적으로 그 기업의 value chain의 혁신에도 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 유의할 필요가 있다.

그리고 바람직한 산업의 e-비즈니스 네트워크 구축되기 위해서는 e-마켓플레이스가 물품 구매·판매의 중개자에 그치지 않고, 중소기업의

ERP·e-카탈로그·고객관리·홈페이지 관리의 서비스 제공자가 되어야 하며, 대기업은 e-마켓플레이스에 자사 시스템을 연계시키는 모습으로 나아가야 할 것이다.

3. 우리나라 B2B 정책 추진현황

3-1. 정책 개관

B2B 정책은 작년 2월 및 금년 4월에 수립된 “전자상거래 활성화 종합대책”과 “e-비즈니스 확산 국가전략”의 틀 속에서 운영되고 있다. 이들 시책들은 기술개발, 인력양성, 표준화 등 e-비즈니스 인프라 조성에서부터 공공부문 전자조달에 까지 종합대책을 제시하고 있으며, 그 중의 중요한 정책이 B2B 활성화 정책이다.

B2B 활성화 정책은 기업들이 B2B를 수행하는데 장애가 되고 있는 ◇B2B 표준화, ◇기업간 협업, ◇물류, ◇인터넷 무역기반, ◇중소기업 정보화, ◇어음위주의 결제 및 ◇달려투명한 거래관행 등의 해소에 중점을 두고 있다. 그 주요한 정책은 산업별 B2B 네트워크 구축, 1만개 중소기업 IT화 및 B2B 전자결제 시스템 구축 지원 등을 들 수 있다.

3-2. 산업부문 B2B 시범사업

B2B 시범사업은 업종별로 기업간 데이터 교환·정보공유 및 협업시스템 구축을 위해 제품/



[표 6] 정부의 e-Barrier 해소정책

- 산업별 B2B시범사업 : B2B 표준화 및 기업간 혈업체제 둔 구축 지원(산자부)
- 1만개 중소기업 IT화 지원 : 중소기업의 사내정보화 지원(산자부·중기청)
- B2B 전자결제 시스템 구축 : 어음위주의 결제관행 개선(산자부·한은)
- 거래내역의 디지털화에 대한 세제지원 : 거래의 투명성 제고(재경부)

[표 7] 1차 선정 9개 업종

업종	추진현황
전자	<ul style="list-style-type: none"> • 삼성, LG 등 52개 세트업체 및 삼성전기 등 250개 부품업체 참여 • 31만건의 전자부품 및 750개 업체정보 DB 구축 • 삼성전자, 대아리드 등 13개 IT업체가 일렉트로피아에 투자; 5월현재 시범서비스 제공중
자동차	<ul style="list-style-type: none"> • KNE(Korea automotive Network exchung)구축; 현대, 대우, 기아 3개 완성차회사 및 10개 부품업체 참여중; 하반기부터 시범서비스 제공예정 • '01. 7월까지 20만건의 유주·보수유 자재 DB 구축 • 현대 자동차는 오토에버닷컴 업계 공동의 e-마켓플레이스로 전환할 계획
섬유	<ul style="list-style-type: none"> • 섬유 신속대응(QR) 시스템 구축(2002년까지) • 의류·유통업체간 QR 시범사업 추진중(유통 : 롯데, 현대, 신세계 백화점, 의류 : 제일모직, 신원, 대현, LG패션, 신영외코루)
전력	<ul style="list-style-type: none"> • 전력 CALS 시스템 구축 - 전력 EDI시스템 구축 완료·활용중('00.12) - 전기수요 DB 개발 및 전력구 공사 관리시스템 개발·활용중('01. 3)
조선	<ul style="list-style-type: none"> • '01.1~'01.7 1차년도 B2B 시범사업 착수(현대, 대우, 삼성, 한진중공업 참여) - 부품분류 표준화(공정률 40%), 3D 형상정보(43%), 2D 도면체계(30%), 전자문서(45%)
철강	<ul style="list-style-type: none"> • 포스코, 동부제강 등 10개 철강사 참여 - 10만건 철강설비 유지보수용 자재 DB 구축 및 50건 전자문서 표준화 추진 • 업계 공동의 e-마켓플레이스 설립여부는 1차년도 사업결과를 분석후 결정
유통	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 전자카탈로그 10만건 구축(롯데쇼핑, 신세계, 현대백화점 등 유통 10개사 및 오픈마켓, 한국피앤지 등 제조업체 등 21개사 참여 ※ 유통 업계공동의 마켓플레이스 구축의 타당성을 업체들이 검토중
기계	<ul style="list-style-type: none"> • 두산중공업(주)(구 한국중공업), 대우종합기계(주), (주)STX(구 쌍용중공업), HSD엔진(주), 국제종합기계(주) 등 5개사 참여 • 표준분류체계 및 DB구축, 전자문서 표준화 등
생물산업	<ul style="list-style-type: none"> • '01.4월 생물산업 B2B 타당성 검토 완료 • 생물산업 B2B 시범사업에 증권당, 대응계약 등 10여개사 참여여부 검토중

부품 분류체계·전자카탈로그·전자문서·제품 기술정보 교환체계의 표준화 및 관련 DB 등 B2B 인프라 확충을 지원하는 사업이다. 그 결과물은 시범사업에 참여한 기업과 함께 공유·활용하게 되며, B2B 사업자의 운영자금이나,

시스템 구축비용을 지원하지는 않는다.

'99년말부터 시작된 이 사업은 작년 전자·자동차·철강 등 9개 업종을 대상으로 1차년도 사업을 추진해 왔다. 전자업종의 경우 삼성전자, LG전자, 삼성전기 등 250개 업체가 표준화 작

업에 참여하고 30만건의 전자부품 DB를 공동 구축하였다. 그리고 중견 전자업체들이 시스템 공급자 역할을 수행해 온 Electropia에 출자하여 전자업계의 e-마켓플레이스 서비스 Provider로 발전시키고 있다. 자동차 업종은 현대·기아·대우 자동차 및 부품업체들이 참여하여 KNX(Korea automotive Network eXchange) 구축작업과 함께 약 20만건의 자동차 유지·보수용 자재의 정보화 작업을 추진하고 있다. 철강 산업은 포스코, 동부제강 등 10개 철강사가 참여하여 10만건의 철강설비 유지보수용 자재의 DB 구축이 진행중이다.

금년 4월에는 시계, 공구, 산업용 파스너, 금

형, 정밀화학 등 11개 업종을 추가하여 20개 업종으로 확대하였다. 업종 선정과정에 60개 업종의 107개 컨소시엄이 신청(약 1,150개 기업참여)하여 10:1의 경쟁을 뚫고 선정된 업종은 다음과 같다.

이번에 선정된 업종에는 전통기업 269개, B2B 업체 52개, 업종별 단체 13개 등 총 334개 기관이 참여함으로써 기업간 협업문화 조성 및 산업 컨소시엄형 B2B 체제 구축에 많은 도움을 줄 것으로 보인다. 그리고 대기업과 제조업 위주로 진행되던 B2B를 중소기업과 비제조업 분야로 확산되고 B2B 전자상거래의 핵심 인프라인 물류산업이 포함되어 국내물류에서 수출입 물류

[표 8] 2차 선정 11개 업종

순위	업종명	컨소시엄명	참여기업 및 기관
1	시계	시계산업 B2B 컨소시엄	로만손시계, SWC(구: 삼성시계), 오리엔트 등 매출액 기준 상위 65% 업체, 시계조합 및 EC 글로벌 등 시계B2B 등 45개 기업
2	산업용 파스너	한국파스너산업 전자상거래 컨소시엄	영산금속 등 파스너 부문별 1~3위 업체, 금속조합, 볼트조합 및 한맥인포텍 등 28개 기업
3	공구	공구산업 B2B 컨소시엄	신생공업 등 생산규모 기준 상위 53.1% 업체, 공구조합 및 액세스 정보통신 등 34개 기업
4	농축산물	코리아 농축산 B2B 컨소시엄	장흥물산 등 곡물, 과채, 축산 분야 53개 업체, 곡물협회, 제과협회, 경기도전업농연합회, 이비즈라인 등 53개 업체
5	건설	건설 e-biz 그랜드 컨소시엄	현대·대우·대아건설, 쌍용양회, 아주산업, 아주파이프, 한일시멘트, 비투비콘스 등 95개 기업
6	정밀화학	정밀화학 B2B 컨소시엄	삼화·조광페인트, 삼양화학, 송원산업, 페인트·계면활성제·염료 안료조합, 정밀화학진흥회 및 케미즌닷컴, 인터켈코리아 등 32개 기업
7	금형	금형조합 컨소시엄	재영솔루텍, 성오, 선한테크, 기신정기, 옹화정밀, 금형조합, 허브엠닷컴 등
8	석유화학	석유제품 전자거래	코러스닷컴, 엔페트로, 석유 유통·물류업체 및 수출입업체
9	골판지	골판지포장기업 컨소시엄	한국수출포장, 태립포장공업, 삼보판지, 대영포장 등 시장점유율 70% 이상 업체, 골판지포장조합, 지엔넷 등 27개 기업
10	가구·목재	목재가구산업 B2B 컨소시엄	퍼시스, 장인가구, 파로마, 동화기업 만수목재, 썬크조합 및 한맥인포텍 등 28개 기업
11	물류	한국 통합물류 컨소시엄	(주)한진, 현대택배, 대한통운, KNet, 아비젠, 이알하우스 등 28개 기업



까지 통합 제공할 기반조성 작업에 나선다는 점 등이 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다.

3-3. 1만개 중소기업 IT화 지원

1만개 중소기업 IT화 지원사업은 2002년까지 1만개 이상 중소기업에 대하여 사내정보화 및 전자상거래 실시 및 통신망, 인력 등 인프라 확충을 지원하는 사업이다.

사내정보화를 위해서는 우선 사내정보화 경험이 없는 8천개 중소기업을 대상으로 급여·회계·재고관리 등 기초정보 S/W를 대한상의와 지방 중기청을 통해 무료로 보급한다. 보급과정에서 단순히 S/W 설치에 그치지 않고, 교육훈련 및 일정기간의 유지보수까지 함께 지원된다. 그리고, 사내정보화 경험이 있는 2천개 중소기업에게는 ERP(ASP 포함) 보급·활용을 지원한다. 2천만원의 한도내에서 소요비용의 50%를 보조한다. 또한 ERP 컨설팅 및 커스터마이징 비용절감을 위해 업종별로 표준화된 ERP template의 개발에도 나선다.

중소기업의 사내정보화와 관련하여 5,700여 중소기업이 신청하여 3,700여개의 중소기업이 신청되어 조만간 금년도 목표인 4,000개 기업이 달성할 것으로 보인다. 업계의 관심과 호응을 뒷받침하기 위해 정부는 2003년까지 3만개 중소기업의 IT화를 지원하는 방향으로 사업을 확대할 계획이다.

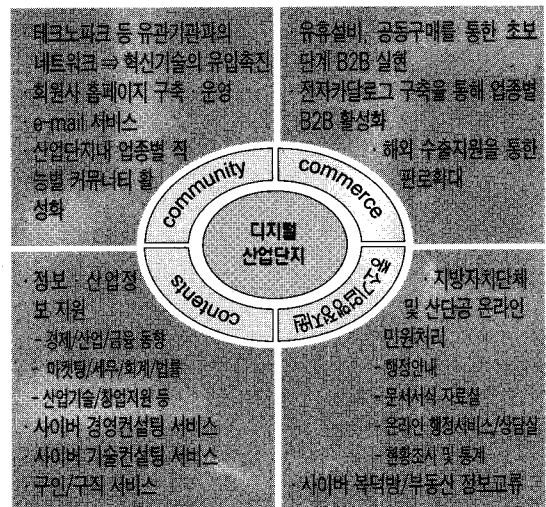
중소기업의 정보화 인프라 확충을 위해서는 전자상거래지원센터(ECRC)를 통해 3만명의 e-비즈니스 인력양성에 나선다. 중소기업 밀집 지역에 초고속정보통신망 구축 및 정보화설비 구입을 위해 850억원의 자금이 투입된다.

4. 디지털 산업단지의 구축지원

중소기업의 전자상거래 지원을 위해서는 산업단지 입주기업을 대상으로 “디지털 산업단지” 구축사업을 진행하고 있다. 이 사업은 산업단지별로 입주기업에 경영·생산정보, 전자상거래, 온라인 행정서비스 등을 제공하는 Portal site를 구축하는 것으로서 입주기업들은 Portal site로부터 각종 기업활동 관련 서비스를 지원 받게 된다.

작년 4월부터 안산지역(반월·시화 국가산업단지)을 대상으로 시범사업을 진행하여 현재 350개 입주기업이 참여한 가운데 1차년도 시스템 구축작업이 완료된 상태이다. 그리고 금년에는 광주시(첨단과학산업단지, 평동외국인전용공단, 소규모 지방산단), 부산시(녹산국가산단, 사상공단), 서울 구로산업단지, 인천 남동단지, 구미 및 창원단지에도 디지털 산업단지 구축사업이 추진되며, 2003년까지 총 21개 디지털 산업단지를 구축할 계획이다.

(그림 1) 디지털 산업단지 구축계획



5. 기업간 전자상거래 활성화를 위한 과제

5-1. 기업간 협업체계의 구축과 e-Transformation

지난 2월에 보스턴 컨설팅 그룹의 칼스틴 회장이 방한하여 한국의 e-비즈니스는 미국보다 약 3년 정도의 격차가 있으며, 이를 따라잡기 위해서는 기업간 협업체계(B2B Collaboration) 구축이 무엇보다 시급히 해결해야 할 과제라고 지적한 바 있다.

아울러, B2B 관련사업을 인터넷 벤처방식으로 진행하기보다는 산업 컨소시엄이나 파트너십 형태로 e-Transformation을 준비해 나갈 것을 조언한 바 있다.

해당업종의 바람직한 e-비즈니스 시스템의 구축을 위해 업계가 IT업체와 함께 머리를 맞대고 지혜를 모으는 노력이 필요한 시점이다.

5-2. e-비즈니스 추진역량의 결집

업계의 의견을 들어보면 B2B와 e-비즈니스의 중요성에 대하여 모두가 공감하는 것을 느낄 수 있다. 그런데 각각의 추진역량이 지나치게 분산되어 있음을 느낀다.

e-비즈니스 추진역량의 결집을 위해서는 우선 업종단위로 대기업, 중소기업, B2B 업체와 업종별 단체가 하나의 협업체계를 구축하는 것이 중요하다고 본다. 그리하여 업종별로 3년에 걸친 e-비즈니스 로드맵을 설계하고, 개별기업의 과제, 기업간 협업 과제, 정부 지원과제 등에 관한 역할 분담을 하고 이를 추진해 나간다면 단기간에 산업의 e-Transformation을 성공적으로 이루어 낼 수 있을 것이다.

5-3. B2B 전자결제 시스템의 구축

기업간 결제에 있어서는 외상결제를 전자적으로 대체할 시스템의 구축이 중요하다. 현재 한국은행이 10여개 시중은행과 함께 전자외상매출채권의 결제시스템을 구축 중에 있다. 향후에는 전자외상매출채권의 양수도가 이루어지도록 법제도의 보완이 필요하다. 우선 금융기관이 보증한 전자외상매출채권의 양수도가 허용되게 되면, 다양한 형태의 초단기 신용상품과 기업신용평가기법이 나타날 것이며, 중소기업의 혜택도 크게 늘어나게 될 것이다.

5-4. e-Trading Hub의 구축

업종별로 구축된 e-비즈니스 네트워크와 함께 수출입절차, 무역결제 및 물류 정보서비스를 일괄 제공해 주는 e-Trading Hub의 구축도 중요하다. 현재 우리나라는 매우 표준화된 수출입 EDI 시스템을 갖고 있다. 이를 더욱 발전시켜 e-Trading Hub를 구축함으로써 '서류없는 전자무역'을 구현해야 할 것이다. 산업자원부는 현재 일본 경제산업성과 공동으로 '한·일 e-Trading Hub 구축사업'을 진행하고 있으며, 싱가포르, 홍콩 등 여타 아시아 국가로 확대해 나갈 예정이다.

끝으로, 장기적인 비전을 갖고서 e-innovation을 추진하는 노력이 필요하다. 저임과 저리 정책 자금에 의존한 종래의 고성장 전략은 글로벌 경쟁시대에서는 더 이상 유효하지 않다. 우리 산업의 경쟁력 확보 방안은 효율성 제고에 의한 수익률 극대화 전략 외에는 대안이 없다. 현재 비록 경제가 어렵지만, 21세기 산업 재도약을 위해 e-Transformation을 통한 경쟁력 강화에 기업과 정부가 함께 노력해 나가야 할 것이다. [K]