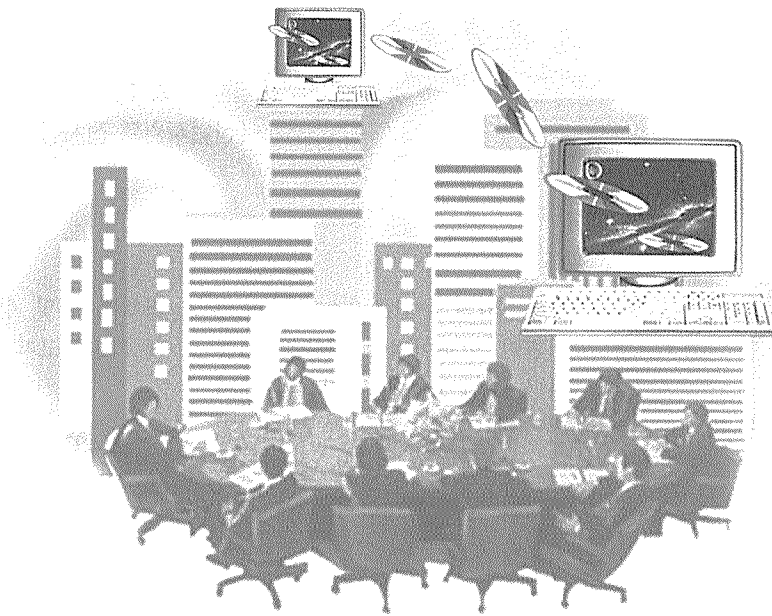


전자상거래



분회 전자상거래팀에서는 그동안 정부의 지원아래 시범적으로 구축해온 전자상거래 시범 시스템을 한국전자거래협회 및 전자신문사의 후원으로 “(전자업종)B2B 전자상거래 정책 및 시스템 운영 발표회”를 지난 4월 25일 무역센터 49층 대회의실에서 150여명이 참석한 가운데 개최하였다.

이에 본고에서는 '2001 B2B 전자상거래 추진정책과 전자업종 B2B 전자상거래 시범시스템 구축에 대하여 다루어 봄으로 정부지원으로 개발된 전자업종 B2B 전자상거래 시범 시스템을 전자업계에 공개함으로써 현실화 되고 있는 e비즈니스의 현주소를 점검하고 전자업계의 e비즈니스 환경 구축을 지원할 계획이다.(편집자)

I . 기업간(B2B) 전자상거래 추진 정책

박 태 성 사무관(산업자원부 전자상거래지원과)

II . 전자업종 B2B 전자상거래 시범시스템 구축

일렉트로피아(주) MP마케팅팀



기업간(B2B) 전자상거래 추진 정책

박 태 성 사무관
(산업자원부 전자상거래지원과)

1. 머리말

e-revolution시대의 도래

지금 우리 기업은 인터넷과 정보기술의 발달로 기업 환경과 경쟁력 요인이 급속하게 변해가고 있는 시대에 살고 있다. 이러한 변화를 지식과 정보, 그리고 네트워크에 기반을 둔 '디지털 혁명' 또는 'e-revolution' 라고 지칭하기도 한다.

특히, 'e-비즈니스' 또는 '산업의 IT화(e-Transformation)' 는 산업과 유통 및 무역 등에서 진행되고 있는 변화의 물결을 설명하는 key-word이다.

지난 4월 17~19일간 싱가포르에서 개최된 "Planet 21" 행사에서는 'e-비즈니스 네트워크의 구축'을 새로운 시대의 기업상으로 제시하기도 하였다.

디지털 경제시대로의 진입은

전통기업의 e-비즈니스 체제로의 전환이 이루어져야 비로소 가능하다. 지난 1~2년 동안 국내에서의 e-비즈니스 열기는 대단하였다. 그러나, 지금은 그 열기가 급속하게 식은 상태이다. 이는 경기 침체에도 원인이 있겠지만, e-비즈니스에 대한 인식과 추진방식 등에도 많은 문제가 있었기 때문이라고 생각한다.

그럼에도 불구하고, 작년 한 해는 e-비즈니스가 Mega Trend라는 점을 모든 경제주체가 인식하게 되었다는 점에서 'e-비즈니스의 원년'이라 보아도 좋을 것이다. 앞으로의 과제는 e-비즈니스의 성공사례를 만들어 내는 일이며, 이를 위해 대기업, 중소기업, B2B 업체와 정부 모두가 로드맵(Road Map)을 갖고서 체계적인 역할분담과 정보교환을 해 나가는 것이 중요하다.

이러한 견지에서 정부가 보는 e-비즈니스의 의미와 그에 따른

정책내용 및 향후 방향 등에 대해 기술하고자 한다.

2. e-Transformation과 산업경쟁력

지금 세계 초일류 기업들은 기업활동 전반에 정보기술 및 인터넷 기술을 접목하여 기업의 업무 프로세스와 supply chain을 새로이 변모시켜 나가는 혁신노력인 '산업의 IT화' 또는 e-Transformation'를 추진하고 있다.

사실, 기업들은 정보기술을 활용한 생산성 향상 노력은 지난 십 수년간 계속되어 온 사안이다. 기업 내부에서는 MIS → MRP → ERP의 구축이 진행되어 왔으며, 기업간 거래에서는 전자문서교환(EDI) 시스템의 활용이 있었다. 그럼에도 불구하고, 세계 초일류 기업들이 e-Transformation에 주목을 하는 이유는 최근의 정보

기술과 인터넷 기술이 Globalization, 핵심역량의 집중과 아웃소싱의 확대, 스피드 경영 등 여러 경영상의 화두를 back-up해 줄 수 있는 기술적 환경을 제공해 주고 있기 때문이다.

특히, e-Transformation은 기업간 정보 교환 및 공유를 통해 구매, 생산, 판매, 물류, 고객관계 모든 측면에서 효율성과 속도를 제고함으로써 기업의 수익률을 극대화시킬 수 있다.

이는 저임 노동력, 저 이자율 및 저가의 지대를 근간으로 경쟁력을 확보하려던 전통적인 방식에서 벗어나, 지식과 정보를 기업 활동에 체화시켜, 즉 조직의 자본(organizational capital)로 만들어 경쟁력을 강화해 나가는 지식정보화 시대의 새로운 기업전략이다.

예컨대, e-비즈니스는 기업간 협업 시스템을 통해 생산방식을 종래의 '선생산 후판매 방식'에서 '주문형 생산(built-to-order)방식'으로 전환시켜 주고 있다.

이는 상품 및 부품 재고의 축소와 시장 수요에 대한 신속적이고 신속한 대응이라는 강점을 갖고 있다.

Dell 컴퓨터사의 온라인 주문생산 시스템은 '주문형 생산'의 대표적인 사례이며, GM, 도요다 등 자동차 업계도 이러한 방향으로 나아가고 있다.

기업의 구매·조달 분야의 B2B는 e-Transformation의 또 다른 모습이다. 다빈도 소량구매로 인건

비 비중이 높은 MRO 자재를 e-procurement 시스템의 도입으로 비용절감이 가능할 뿐만 아니라, B2B 마켓플레이스는 사내에 전자조달 시스템의 구축없이도 전자 조달·판매를 수행할 수 있도록 서비스를 제공해 줄 뿐만 아니라 공동 구매에 따른 비용절감 효과를 더해 주고 있다.

e-비즈니스의 혜택은 비용절감 뿐만 아니라 '속도(speed)'와 '정보의 윤택성(richness in information)'도 중요하다.

ERP, KMS 등의 정보시스템을 통해 얻은 잘 분석, 가공된 지식·정보는 경영 판단의 객관성과 정확성을 한 차원 높여 주며, 정보시스템에 축적된 자료는 기업이 투명성과 신뢰성을 강화해 줄 것이다.

e-비즈니스 체제로의 전환은 개별기업 혼자 노력만으로 이루어 질 수 없고, 기업간 협업이 있어야 성공할 수 있다.

이는 개별기업 혼자 고립된 시스템을 구축할 경우 내부자원 관리의 효율성을 가져올 수는 있겠지만, Value chain의 효율성 제고에는 크게 도움이 되지 않을 수 있기 때문이다. 따라서 supply chain에 있는 기업 모두의 전반적인 정보화 수준이 높아져야 하고 협업 마인드가 조성되어야 한다.

앞으로의 기업경쟁력은 개별기업의 경쟁력이 아니라 협력업체와의 네트워크 경쟁력에 있다.

e-Transformation의 두 번째 성공요인은 산업별로 e-비즈니스

표준체계의 확립일 것이다.

미국은 이를 위해 전자분야는 로제타넷이, 자동차분야는 AIAG 등이 기업의 Fund를 모아서 산업별 표준을 잡아 나가고 있으며, 일본은 업종별 단체가 중심이 되어 e-비즈니스 표준을 확립해 나가고 있다. 우리도 대기업들이 자사 위주의 시스템 구축에만 몰두하지 말고 산업의 e-비즈니스 표준체계를 만드는 작업에 보다 많은 노력을 기울일 필요가 있다.

마지막으로, e-Transformation을 정보 시스템 또는 기업포털의 도입이라는 기술적 과업으로 이해하면 결코 성공할 수 없다. 2000년 11월에 발간된 Economist지의 e-비즈니스 특집기사에서 지적된 것과, e-비즈니스는 기술적 요소가 1이 라면, 조직관리 및 경영적 요소가 9가 필요한 분야이다.

따라서, 최고경영자가 기업경쟁력 강화의 관점에서 고객관계, 협력업체와의 관계 및 supply chain의 효율화 방향을 설정하고 조직·인력·업무 프로세스·기업간 관계 등을 재설계하도록 리더십을 발휘하는 것이 무엇보다 중요하다.

3. 우리나라 B2B 추진현황 및 평가

가. 추진여건

우리나라의 경우 통신 인프라, 법적 토대, 정부의 지원의지 등의



<한국의 e-비즈니스 강점>

- 세계적 수준의 통신인프라 - 전국 144개 지역거점에 광케이블망 완료
- 높은 사회적 인식 - 초고속통신망 가입자 402만 가구('00. 12. 총가구수의 28%)
- 법적 기반 - 인터넷 사용자가 2,100만명 돌파
- 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)
- '00. 2 「전자상거래 활성화 종합대책」 수립·추진
- '01. 4 「e-비즈니스 확산 국가전략」 수립·추진

<한국의 e-비즈니스 약점>

- 전자상거래 표준화 미비 - 상품분류체계, 전자카탈로그, 전자문서 등 e-비즈니스 관련 표준화 체계 미비
- 기업간 협업 부족 - 계열사 또는 협력업체에 한정된 협업 추진으로 진정한 산업 내 협업은 미약
- 거래관행의 불투명 중소기업의 정보화 미약 - 불투명한 거래관행 등으로 e-비즈니스 활용에 소극적
- 물류·결제 등 인프라의 취약성 - 홈페이지 구축 등은 양호하나, 경쟁력과 직결되는 ERP 보급 (5%) 및 e-비즈니스 활용(34%)은 매우 저조
- 물류산업의 낙후로 e-비즈니스의 효율성 반감
- 어음결제위주의 결제관행이 온존

분야는 선진국과 경쟁할 수 있는 토대가 마련된 것으로 보인다. 통신인프라 및 인터넷 사용자 수가 세계적 수준이고, 전자거래기본법 등 법적 기반도 조기에 구축한 바 있다. 그리고 금년 4월에 「e-비즈니스 확산 국가전략」을 수립하는 등 정부의 전자상거래 진흥 의지도 일관되고 있다.

그럼에도 불구하고, 기업들의 B2B 등 e-비즈니스 활용수준이 저조하다.

영국 시장조사기관인 EIU (Economist Intelligence Unit)는 우리의 e-비즈니스 수준을 홍콩, 대만 등 보다 낮은 24위로 낮게 평

가하고 있다.

이러한 이유는 e-비즈니스 활용기반(enabler)이 선진국보다 크게 취약하기 때문이다.

기업간 데이터 커뮤니케이션 및 공유를 위한 표준화와 기업간 협업이 크게 취약하다. 또한 기업들은 부품, 제품 정보를 정보시스템을 전달할 콘텐츠를 디지털화해 놓지 못하고 있다.

산업의 다수를 점하고 있는 중소기업의 정보화 수준은 여전히 열악한 상황이다. 그리고 어음 위주의 결제관행과 낮은 물류분야의 정보화 수준이 e-비즈니스의 걸림돌(e-barrier)이 되고 있다.

이러한 e-barrier는 우리의 전통적인 비즈니스 관행과 연관된 부분이 많으며, 이를 개선해 나가는 노력이 병행되어야 한다.

나. 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. 작년에 한국은 12개 조사대상국에서 9위(56억불)를 차지하였으나, 2004년에는 7위(2,057억불)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 판매 시스템의 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, Repair, Operation), 화학 등

<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

<포레스터 리서치의 주요국 전자상거래 시장전망>

(단위 : 십억불)

년도	미국	캐나다	멕시코	일본	호주	한국	대만	독일	영국	불란서	이태리	화란
'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	386.5	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

이 많은 것으로 파악되고 있으며, 대형 e-마켓플레이스는 종합무역상사를 포함한 대기업이 주도하고 있다.

온라인 기업은 주로 소규모 e-마켓플레이스를 운영중이며, 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 네트워크가 구축되기 위해서는 e-마켓플레이스가 물품 구매·판매의 중개자에 그치지 않고, 중소기업의 ERP·e-카탈로그·고객관리·홈페이지 관리의 서비스 제공자가 되어야 하며, 대

기업은 e-마켓플레이스에 자사 시스템을 연계시키는 모습으로 나아가야 할 것이다.

4. 우리나라 B2B 정책 추진 현황

가. 정책 개관

우리의 경우, e-비즈니스 네트워크 구축에 있어서 B2B 표준화, 기업간 협업, 물류, 인터넷 무역 기반, 중소기업 정보화, 어음위주의 결제 및 불투명한 거래관행 등의 취약(e-Barriers)이 문제가 되고 있으나, 산업자원부 등 관계 부처가 추진해온 정책은 e-Barrier 해소에 중점을 두고 있다. 그 주요한 정책은 산업별 B2B 네트워크 구축, 1만개 중소기업 IT화 및 B2B 전자결제 시스템 구축 지원 등을 들 수 있다.

나. 산업부문 B2B 네트워크 구축지원

B2B 네트워크 구축 지원사업은

<대기업 주도 e-마켓플레이스>

전자	converge.com(삼성전자), e2open.com(LG전자)
화학	chemcross.com(삼성물산)
MRO	I마켓코리아(삼성), n2b(한통, 포철 등), GTW코리아(LG상사 등)
철강	GSX(삼성물산)

업종별로 기업간의 데이터 교환·공유 및 협업시스템 구축을 위해 제품/부품 분류체계·전자 카탈로그·전자문서·제품기술정보 교환체계의 표준화 및 관련 DB 구축 등 B2B 인프라의 확충을 지원하는 사업이다.

그 결과물은 시범사업에 참여한 기업과 함께 공유·활용하게 되며, B2B 사업자의 운영자금이나 시스템 구축비용등에는 지원하지 않는다.

이 사업은 작년부터 우리 기간산업인 전자·자동차·철강 등 9개 업종을 대상으로 1차년도 사업을 추진해 왔다.

전자업종의 경우 삼성전자, LG 전자, 삼성전기 등 250개 업체가 전자산업진흥회가 중심이 된 B2B 표준화 작업에 참여하였고, 60만건의 전자부품 DB를 공동 구

축하였다.

아울러, 중견 전자업체들은 그동안 시스템 공급자의 역할을 수행해 온 (주)Electropia에 출자하여 전자업계의 e-마켓플레이스 업체로 발전시키고 있다.

이 같이 9개 업종은 각 업종별 단체가 사업주관기관이 되고 해당업종의 대표적 기업들이 참여한 가운데 B2B 표준화 작업을 진행하고 있다. 이러한 노력은 해당업종의 e-비즈니스 표준체계의 확립과 기업간 협업 문화조성에 많은 기여를 하고 있다.

이를 토대로 한 B2B 사업의 전개방식과 모델은 해당업체가 결정하게 될 것이다. 일부는 동 결과물을 기업내부의 e-procurement system 구축에 활용하거나, 개별 기업이 spin-off 시킨 e-마켓플레이스에 접목시킬 것이며, 가장 이

상적인 형태는 업계 공동의 e-마켓플레이스를 설립해 나가는 것이다.

다. 1만개 중소기업 IT화 지원

1만개 중소기업 IT화 지원사업은 2002년까지 1만개 이상 중소기업에 대하여 사내정보화, 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 대한상외와 지방 중기청을 통해 무료로 보급한다. 보급과정에서 단순히 S/W 설치에 그치지 않고, 교육훈련 및 일정기간의 유지보수까지 함께 지원된다.

그리고, 사내정보화 경험이 있

- 테크노파크 등 유관기관과의 네트워크

⇒ 혁신기술의 유입촉진

- 회원사 홈페이지 구축·운영
- e-mail서비스
- 산업단지내 업종별 직능별 커뮤니티 활성화

- 정보·산업정보 지원
 - 경제/산업/금융 동향
 - 마케팅/세무/회계/법률
 - 산업기술/창업지원 등
- 사이버 경영컨설팅 서비스
- 사이버 기술컨설팅 서비스
- 구인/구직 서비스

- 유휴설비, 공동구매를 통한 초보단계 B2B 실현
- 전자카탈로그 구축을 통해 업종별 B2B 활성화
- 해외 수출지원을 통한 판로확대



- 지방자치단체 및 산단공 온라인 민원처리
 - 행정안내
 - 문서서식 자료실
 - 온라인 행정서비스/상담실
 - 현황조사 및 통계
- 사이버 복덕방/부동산 정보교류

는 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 현재 5,700여 중소기업이 신청하여 금년도 목표인 4,000개 기업에 대한 지원은 무난할 것으로 보인다.

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

산업자원부는 중소기업의 e-비즈니스 열기를 감안하여 금년 하반기에 210억원을 추가 투입하여 4천여개 기업의 사내정보화를 더 지원해 나갈 계획이다.

아울러 지원대상도 ERP에만 그치지 않고 공급망관리(SCM), 고객관계관리(CRM) 및 B2B와의 연계 등에도 지원을 확대해 나갈 계획이다.

라. 디지털 산업단지의 구축지원

중소기업의 전자상거래 지원을

위해서는 산업단지 입주기업에 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.

이 사업을 위해 정부는 소요비용의 60~70%를 지원하고, 민간 추진주체가 30~40%를 분담하여 IT업체를 통해 구축하며, 입주기업들은 인터넷을 통해 동 Portal site로부터 별도의 비용부담 없이 각종 정보화서비스를 지원받을 수 있게 된다.

이 사업은 작년 4월부터 안산 지역(반월·시화 국가산업단지)을 대상으로 350 여개 입주기업이 참여한 가운데 1차년도 시스템 구축작업을 수행하여 5월 30일에 개통식을 가졌다. 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 구축하여 우리 산업단지를 e-Industrial Park으로 변모시켜 나갈 예정이다.

5. 기업간 전자상거래 활성화를 위한 과제

지난 2월에 방한한 보스턴 컨설팅 그룹의 칼스턴 회장은 한국의 e-비즈니스 수준을 미국보다 약 3년 정도 뒤쳐져 있는 것으로 평가하면서, 이를 따라잡기 위해서는 기업간 협업체계(B2B Collaboration) 구축이 시급히 해결해야 할 과제라고 지적한 바 있다. 아울러, B2B 관련사업을 인터넷 벤처방식이 아닌 산업 컨소시엄이나 파트너십 형태로 진행하면서 e-Transformation을 준비해 나갈 것을 조언한 바 있다.

외국 전문가의 지적이 아니더라도 e-비즈니스 추진역량의 결집은 매우 중요하다. 특히, 업종내에서 산업의 value chain을 한 단계 높은 수준으로 끌어올리기 위해서는 업종단위로 대기업, 중소기업, B2B 업체와 업종별 단체가 하나의 협업체계를 구축하는 것이 중요하다고 본다. 그리하여 업종별로 3년간에 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.

이를 위해서 각 업종의 대기업들은 독자적인 플레이만을 추구하지 않고 산업내 협업을 위한 community를 형성하는 리더쉽을

<연도별 추진대상 목표>

	2000	2001	2002	2003	합계
단지수	1개	5개	10개	5개	21개

발휘했으면 쉽다.

두 번째 과제는 B2B 전자결제 시스템의 구축이다. 현재 기업간 결제는 외상결제 위주이며, 이를 전자적으로 대체해 줄 수 있는 시스템의 구축이 중요하다.

현재 한국은행이 10여개 시중은행과 함께 전자외상매출채권의 결제시스템을 구축 중에 있으나, 향후에는 전자외상매출채권의 양수도가 이루어지도록 보완·발전되어야 할 것이다.

이를 위한 법제도의 보완도 필요하다. 또한, 중견 중소기업들도 금융기관을 통해 전자외상매출채권을 발행할 수 있도록 초단기 결제상품과 기업신용 평가기법이 개발되어야 할 것이다.

세 번째 과제는 B2B 업체와 통기업의 전자무역을 지원해 줄 수 있는 기반 인프라의 조성이 중요하다.

업종별로 구축된 B2B 사이트가 수출입통관, 무역결제 및 물류 정보서비스를 일괄 제공해 주는 것은 현실적으로 쉬운 일이 아니다. 현재 우리나라는 매우 표준화된 수출입 EDI 시스템을 갖고 있다. 이를 더욱 발전시켜 전자무역체제(e-Trading Hub)를 구축하여 '서류없는 전자무역'을 구현해야 할 것이다.

산업자원부는 현재 일본 경제산업성과 공동으로 '한·일 e-Trading Hub 구축'을 시범사업으로 진행하고 있으며, 일본과 함께

싱가폴, 홍콩 등 여타 아시아 국가로 확대해 나갈 예정이다.

저임과 저리의 정책자금에 의존한 종래의 고성장 전략은 글로벌 경쟁시대에서는 더 이상 유효하지 않다. 이제 우리 산업의 경쟁력 확보는 효율성 제고에 의한 수익률 극대화 전략 외에는 대안이 없다.

이를 위해서는 사내 정보화 시스템의 구축과 전자상거래 등을 통한 e-Transformation으로 새로운 경쟁력을 확보하는 것이 중요하다.

e-비즈니스는 이제 선택의 문제가 아니라, 반드시 해야 하는 단계로 발전해 가고 있는 것이다.



전자업종 B2B 전자상거래 시범시스템 구축

일렉트로피아(주)
MP마케팅팀

국내 산업의 e-Business를 선도하고 전자 상거래 촉진을 통한 업무 고효율화를 위해 99년부터 정부와 민간에서 공동으로 추진하고 있는 9개 시범과제 중 전자업종이 최초로 e-Marketplace 개발을 완료하고 지난 4월 25일 산자부 및 한국전자산업진흥회 주관으로 전자업계 임직원들이 참여한 가운데 본격적인 서비스 개시 선포식을 하고 본격적인 서비스 시작하였다.

전자 업종 e-Marketplace인 이피아닷컴(www.e-Pia.net)은 전자상거래 촉진을 위해 민관이 공동협력하여 추진한 결과라는 점에서 산업계 전반에 큰 의미를 주고 있으며, 이를 바탕으로 전자업계 관련 기업의 e-Business체계 구축은 물론 전자산업계가 Marketplace를 통해 본격적으로 기업간 전자상거래가 활성화되는 출발점이 될 것이다

1. e-Business 더 이상 선택이 아닌 필수

1) e-Business가 21C 기업 경영의 핵심 기반

작년 초부터 국내외 각종 경제 및 IT 관련 언론 매체에 B2B e-Business와 e-Marketplace란 단어가 하루도 거르지 않을 정도로 관심의 대상이 되어 왔다.

e-Business는 발아기를 거쳐 현재 성장기에 있으며, 2003년에는 기업간 전체 거래량의 40% 이상인 1.1조 달러 이상이 e-Business를 통하여 거래가 될 것으로 관련 조사 기관들이 예측하고 있다.

기업은 지속적으로 단가 인하

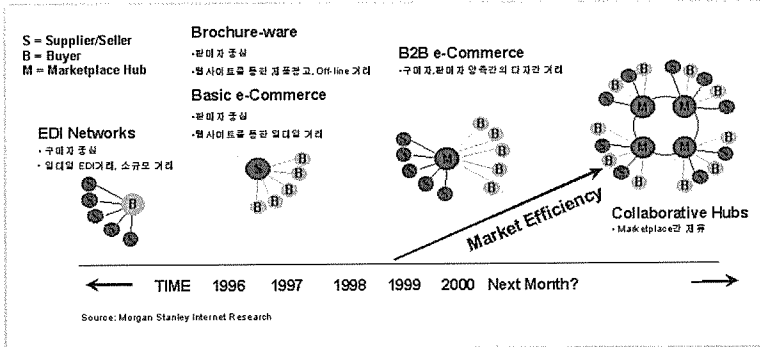
및 개발 납기 단축 등의 압박을 받고 있다. 또한, 이러한 경영활동의 압박 요인의 대응한 핵심 경쟁력을 확보하기 위한 노력은 80년대 공장효율화를 위한 MRP의 도입으로 부터 90년대 중반 전사적 자원관리 시스템인 ERP의 도입 과정을 거쳐 2000년에 이르러 e-Business 도입으로 점철되고 있다.

e-Business 적용은 이제 거역할 수 없는 산업의 대세이며, 21C 기업 경영활동의 핵심 기반으로 자리 잡아 가고 있다.

2) Marketplace가 B2B 거래 방식의 핵심으로 등장

B2B e-Marketplace는 구매자와

	80년대	90년대	00년대
경쟁력 확보	공장효율화(MRP)	효율적자원관리(ERP)	e-Business(Marketplace)
관리체계	집중형	분산형	Network형
IT	Main Frame	Client-server	Web based



판매자가 다자간에 시간과 공간 제약 없이 실시간으로 정보를 공유하고 거래할 수 있는 오픈형 가상 시장으로 기업간 e-Business의 핵심 수단이 되고 있다.

기업간 B2B e-Business는 초기에 Infra를 보유한 특정 기업간에 전용선을 활용한 EDI 형태의 One to One 거래방식에서 Internet등의 기반 Infra 보급에 따라 Web Site를 이용한 특정 판매기업 혹은 구매기업 중심의 One-to-Many 방식을 발전하였다.

이러한 기업간 e-Business는 2000년에 이르러 자동차, 전자, 철강업종에서 농산물에 이르기까지 모든 업종에 e-Marketplace을 중심으로 한 Many to Many의 다자간 거래 방식으로 발전되어 현재 전 세계적으로 수백개의 Marketplace가 설립 및 운영되고 있으며, 2003년에는 만개 이상에 이를 것으로 전망되고 있다.

3) e-Marketplace가 기업의 B2B e-Business화를 조기에 구현

e-Marketplace의 서비스는 Vertical Industry(수직적 Market)과 Horizontal Industry(수평적 Marketplace)로 구별된다.

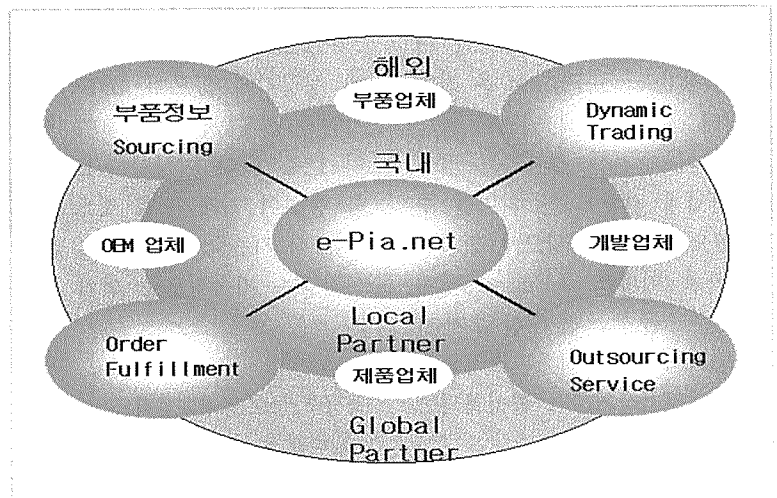
초기에 서비스는 Horizontal Market인 사무용품(MRO)의 조달 서비스로 한정되었으나, Vertical e-Marketplace가 도입되면서 각 업종별 상품 판매와 원자재 구매 영역으로 확대되고, 서비스 분야도 현물을 사고 파는 단순 거래 기능에서, 기업간의 협업(Collaboration) 체계 구축과 고효율화를 통한 기업의 경쟁력 확보에 주력하여 구매/조달시스템,

SCM(Supply Chain Management), 물류지원시스템, 수출입행정 및 e-PDM(Product Data Management) 등의 서비스 영역으로 발전하고 있다.

국내 최초의 토탈 서비스를 제공하는 이피아닷컴을 통해 기업 경영 활동의 e-Business화를 앞당길 뿐만 아니라 Supply Chain의 협업을 통한 기업간 경영 활동의 고효율화를 도모할 수 있어 국내 전자산업계 전반의 경쟁력을 제고하게 될 것이다.

2. 이피아닷컴은 전자업계 B2B e-Business 구축 및 촉진 기반을 제공

국내 전자 업계 전자상거래 기반 구축과 활성화를 목표로 설립된 이피아닷컴의 특징은 첫째, 국내 전자사업계의 현실에 가장 적합하게 현지화 된 시스템으로 업계의 필요를 우선 반영하여 중소



기업에 가장 적합한 서비스 기능을 제공하고 영문 Site도 동시에 제공하여 해외 커뮤니티 확대를 통한 국내 전자업계의 글로벌 리치 기반을 제공한다.

둘째, 부품 및 업체에 대한 국내 최대의 전자부품 DB를 보유하고 강력한 검색엔진을 제공하며, 기업활동에 필요한 업무 프로세스를 강화하여 Dynamic Trading 및 내·외자 구매/조달 프로세스 지원 등 국내 최초의 기업간 전자상거래를 위한 토탈 솔루션을 제공한다.

셋째, XML을 기반으로 개방형 시스템 아키텍처의 채택으로 시스템간 연계기능을 강화하여 기업 ERP 및 타 Marketplace와 연결 용이하다.

넷째, 고부가가치 지향의 산업 Trend에 발 맞추어 On-line과 연계한 강력한 Off-line 아웃 소싱 서비스를 동시에 제공하여 참여 기업에 대한 One-Stop Service를 제공한다.

1) 주요 기능

이피아닷넷은 신속한 용이한 부품 소싱 업무 지원을 위한 e-Catalog 시스템, 시장 경쟁가격에 의한 부품 구매 및 판매업무를 지원하는 전자부품 DB를 제공하는 e-Commerce 시스템과 구매기업과 판매기업간 구매조달업무를 지원하는 e-Procurement 시스템 등 3가지 주요 구성으로 되어 있다.

● e-Catalog 시스템

국내의 표준을 수용한 표준 분류체계 및 특성표준을 기반으로 국내 전자 부품을 총망라하여 현재 300여 부품업체의 65만개 이상 부품 정보와 1600여개 업체에 대한 정보를 제공함과 동시에 기술 문서, 호환부품정보 및 최신 기술 정보 등 차별화된 부가서비스를 제공하고 있다.

또한, 사용자가 쉽게 사용할 수 있도록 강력한 검색 엔진과 관심 부품을 스스로 관리할 수 있는 기능을 제공하며, 부품업체에게는 신규부품정보와 기술정보를 직접 등록 관리하도록 하는 셀프관리 지먼트(Self-Management) 기능을 제공하여 사이버 영업활동 기회를 제공하고 최신부품의 지속적인 제공과 정보의 신뢰성을 유지한다.

본 기능을 통해서 완제품업체는 다양한 시장정보를 활용하여 최적 부품의 선정으로 재료비 절감과 개발부대업무의 감소로 개발 기간을 단축시킬 수 있으며, 부품업체는 사이버 채널을 통한

영업력 강화로 영업비용의 절감과 신규 고객 확보를 통한 매출 증대의 기회를 얻을 것이다.

● e-Commerce

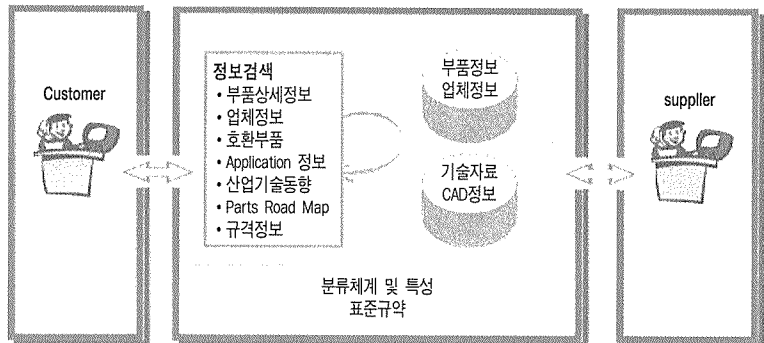
경매/역경매, 견적요청/견적, 잉여자재매각 다양한 비즈니스모델을 활용하여 글로벌 소싱과 구매자와 판매자간 시장 경쟁에 의한 실시간 거래 기능과 투명한 업무 절차를 제공한다.

또한 e-Catalog 및 e-Procurement와 연계로 수작업 프로세스를 배제하고 신속하고 간결화 된 업무 절차를 적용함으로써 한발 앞서 기업의 e-Business 체계를 구축할 수 있을 것이며 적용과 업무 고효율화를 도모할 수 있다.

주요 Business Model은 다음과 같다.

- RFQ/Quotation

견적의뢰(RFQ) 작성 및 공고, 견적서(Quotation)제출등을 지원하는 기능으로 부품 소싱 및 가격 협상등의 업무에 활용한다.



<분류체계 및 특성>

- Auction

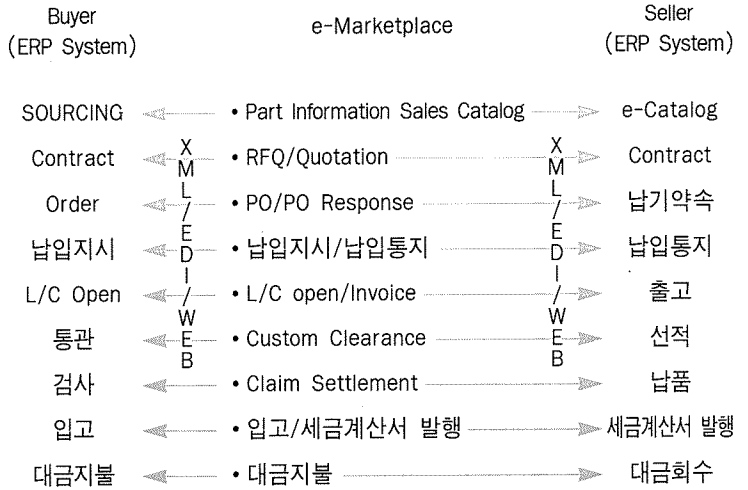
판매자가 실시간 시장 경쟁 방식에 의해 구매자를 결정하는 판매자 중심의 경매 방식으로 경매 진행 상황을 고려하여 구매조건을 제시 하고, 제시 내용을 기준으로 낙찰자를 결정하게 된다.
주로 구매인여 자산 매각 업무에 활용한다.

- R-Auction

구매자가 실시간 시장 경쟁 방식에 의해 판매자를 결정하는 구매자 중심의 경매 방식으로 Auction과 동일한 기준으로 적용하며 주로 긴급 자재 구매 혹은 시장경쟁에 의한 구매 가격을 결정하기 위한 용도로 활용한다.

- 잉여자산 매각

기업이 보유하고 있는 잉여 자산을 이피아닷컴의 운영자에게 판매 업무를 위탁하여 On/Off



<e-procurement>

line의 네트워크를 이용하여 판매를 대행하는 서비스 이다.

● e-Procurement

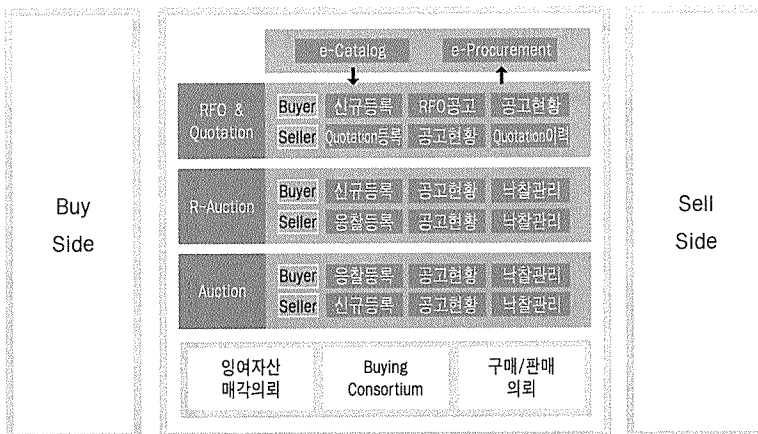
구매자와 판매자간 자재 소싱-견적-계약-주문-납품-대금지불에 이르는 전 프로세스을 Internet를 통하여 제공하고 관련 기관들과의 네트워크 구축으로 수출입 행정,

물류, 통관업무 처리를 위한 Gateway 역할을 제공하여, 기존의 FAX 및 전화등 수작업 방식에 의한 업무 처리를 On-line화로 전환하여 구매자와 판매자 모두에게 획기적인 비용절감과 생산성 향상에 기여한다

또한 기업이 보유하고 있는 ERP 및 Legacy 시스템과 Integration으로 실시간 정보를 공유하고 시스템 Infra 환경이 미흡한 중소기업을 위해 웹 환경에서 업무를 수행할 수 있는 환경을 제공한다.

2) 주요 활용 업무 및 기대효과

전자산업계는 e-Planet을 통해서 업무 효율화만이 아닌 기업간 협업을 통해 기업의 지속적인 재료비 절감과 개발납기 단축 및 재고비용 절감 등의 획기적인 개



<잉여자산 매각>

<주요활용업무 및 기대효과>

기능	주요활용업무	효과	
		Buyer	Supplier
e-Catalog	<ul style="list-style-type: none"> • 부품 Sourcing • 상품Catalog 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 최적 부품 선정 • 상품Catalog 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 사이버 영업력 강화로 신규 고객 발굴
e-Commerce	<ul style="list-style-type: none"> • 긴급자재 구매 • 잉여자산 내각 • 소 lot 구매 	<ul style="list-style-type: none"> • 납기 정확도 향상 • 재료비 절감 • 불용 및 잉여 자산 감축 	<ul style="list-style-type: none"> • 공장 가동률 최적화 • 잉여 자산 감축
e-Procurement	<ul style="list-style-type: none"> • 견적 및 단가 계약 • 주문-대금지불업무 • 수출입행정,물류,통관업무 	<ul style="list-style-type: none"> • 조달 L/T 단축 • 부대업무 비용 절감 • 직접 재료비 절감 	<ul style="list-style-type: none"> • 납기 정확도 향상 • 재고비용 절감 • 부대업무비용 절감

선 효과를 거둘 수 있게 될 것이며, 그 동안 일부 대기업에서 제한적으로 적용되던 e-Business환경을 중소기업까지 제공받게 됨으로서 개별기업은 물론 전자산업 전체의 고 효율화를 도모하게 될 것이고 21세기 기업 경영활동의 핵심 기반을 확보하게 될 것이다.

3. 이피아닷컴은 지속적으로 서비스 확대와 해외연계를 추진

금번에 서비스되는 전자 e-Marketplace의 운용은 개발을 주

도한 일렉트로피아(주)에서 맡게 되며, 민관의 지속적 협력을 바탕으로 금년 내 Supply Chain Management, Logistics Service 및 Design Collaboration 분야의 서비스로 확대할 것이며, 국내를 기반으로 해외권역별 Marketplace와의 연계를 통하여 한국 전자 산업의 글로벌화를 선도할 것이다.

또한, 국내의 우수한 IT 기술과 선진국에 능가하는 Internet 보급률을 기반으로 정부의 강력한 의지와 기업의 적극적인 참여 노력이 더해진다면 향후 2년 안에 선진국과 동등 이상의 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.

E-Business는 선택이 아닌 필수

이며, 더 이상 미루어서는 안 되는 지금 바로 시작하여야 할 비즈니스이다.

전자업종을 포함해 현재 추진되고 있는 전자 상거래 9개 시범업종과 올해 신규로 추진되는 11개 업종의 e-Marketplace가 구축되어 산업계에 적용되는 그 날이 바로 한국이 e-Business 강국으로 자리잡는 날일 것이다.

21C 기업 및 산업계 전반의 경쟁력 제고를 위해 금번에 오픈한 전자 e-Marketplace인 이피아닷컴에 국내 전자 산업계의 적극적인 참여가 요청된다.