

백엔드 없는 전자상거래 시스템은 없다

소프트웨어 하드웨어를 총망라하는 전자상거래 시스템을 보유하고 있는 업체는 현재 IBM이 유일한 상태다. 그만큼 전자상거래 시스템이 광범위한 시스템이고 아직 선례가 그다지 많지 않기 때문이다. 전자상거래 시장에 뛰어들기 위해 베리폰사를 인수한 HP도 조만간 전자상거래에 관한 총체적인 전략을 발표할 여정에 있고, 금융권에 강세를 보이고 있는 탠덤, 유니시스 등이 이 시장에 뛰어들 전망이다. IBM과 HP의 전자상거래 솔루션을 소개한다.



조광현 / 객원 기자

만은 정보통신관련업체들이 세계적으로 전자상거래 관련 프로젝트를 수행하고 있고, 앞으로 도 그 사례는 계속해서 늘어날 것이다. 하지만 국내의 경우 구축사례가 지극히 미미하고, 수적으로도 매우 빈약한 실정이다. 국내 주요 시스템 업체의 관계자들은 한결같이 '국내 기반환경의 미비'라는 문제를 지적하고 나선다.

전자상거래 시스템이라는 것이 본질적으로 기업 내부의 정보화와 연계되지 않는다면 단순한 쇼핑물의 구축과 다를바 없다는 것이다. 전자상거래 시스템을 통한 이윤추구를 목적으로 한다면 기존의 거래 방식에서 얻을 수 없었던 효율성을 이 시스템을 통해 얻어내어야 한다는 것이다.

그러기 위해서는 무엇보다도 1차적으로 기업내부의 기반 환경 구축이 선행되어야 한다는 것이다. 주요 시스템 업체들도 전자상거래 솔루션에 가장 중점을 두고 있는 것이 전자상거래 시스템자체라기 보다는 백엔드를 이루는 기반환경 조성이다.

국내에서 한국통신이나 데이콤같은 회선사업자들이 전자상거래 시스템 구축의 최일선에 나서 있는

것도 바로 기반환경이라는 면에서 가장 안정적인 위치를 점하고 있는 사실과 무관하지 않은 것이다.

IBM

"전자상거래 선두에 서겠다"

IBM은 전자상거래 분야에 가장 발빠른 대응을 해왔던 것이 사실이다. 그만큼 이 분야에 관한 관심을 가장 먼저 가져 왔고, 필요한 많은 요소기술의 개발에 적극적이었던 것이 주효했다. IBM이 자사의 모토로 '네트워크 컴퓨팅'을 내건 것도 바로 인터넷을 통한 네트워크 사회로의 변화에 본격적으로 대응하겠다는 의지의 표현이다.

IBM은 이미 세계적으로 많은 구축사례를 갖고 있다. 우선 작년의 애틀란타 올림픽의 티켓팅을 IBM의 전자상거래 솔루션인 커머스포인트를 이용해 구축했다. 또 최근 홍콩에 구축한 사이버 몰인 이온월드를 통해 아태지역 최초의 SET 적용 사이버 몰 서비스를 개시했고, 국내에서도 데이콤, 비자카드사 등이 참여하는 전자상거래 시스템 구축에 참여

하고 있기도 하다.

한국IBM의 김진웅 담당 과장은 "전자상거래를 프론트엔드인 전자판매 시스템으로만 보는 경향이 있는데 여기에는 기간시스템과의 연동이 선행되어야 한다"고 지적한다. 기본적으로 사내 기본 환경을 인트라네트화 하는 작업이후에 전자상거래 시스템 도입을 준비해야 한다는 설명이다. 그래야만 본질적으로 인터넷을 통해 생산력을 제공한다는 전자상거래의 의미를 구현할 수 있다는 주장이다.

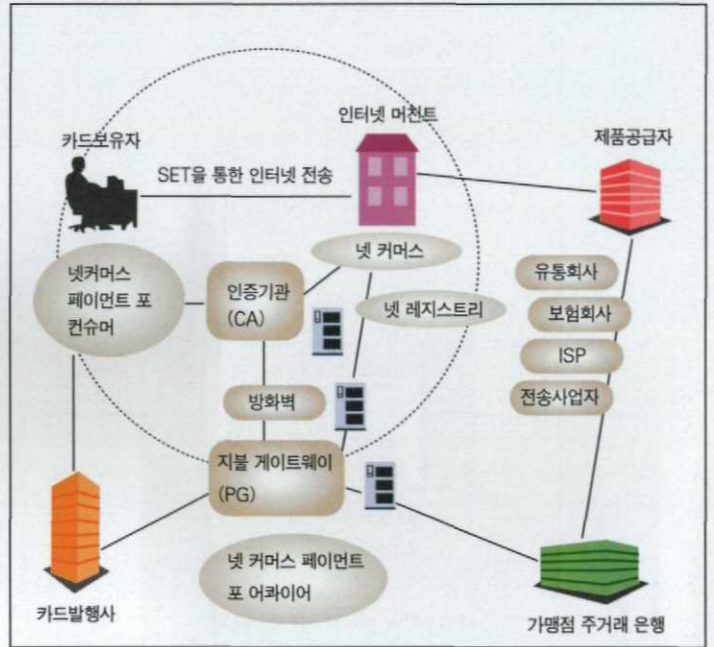
IBM의 전자상거래 솔루션은 커머스포인트라고 명명돼 있다. <그림 1>

커머스포인트에는 인증기관(CA) 구축 솔루션인 넷 레지스트리(Net. Resistry)와 넷커머스 페이먼트 포 어콰이어(Net.Commerce Payment for Acquire)라는 지불 게이트웨이(PG) 구축 솔루션을 통해 웹 상에서 제시된 신용카드 및 은행 카드 정보를 은행의 네트워크에 전달하도록 한다.

이 제품은 신용카드 처리자를 위한 거래내역이송과 프로토콜 전환을 가능케 해주는 SET을 이용한 솔루션이다. 이 결제 게이트웨이는 SET 거래 내역이 라우터로부터 접수되면 프로세서별 하위프로그램이나 핵심 관리기반 서비스, 그리고 암호화 기반 서비스가 호출되어 그 내역을 처리하게 된다. 프로세서별 거래내역은 거래기반서비스를 사용해 정형화된다. 그리고 나서 거래 내역은 카드 시스템으로 보내진다.

또한 넷 커머스 페이먼트 포 컨슈머(Net.Commerce Payment for Consumer)는 SET을 이용하여 카드 소지자가 안전하게 인터넷 상에서 거래할 수 있도록 전자지갑 기능을 제공하고, 사용자의 구매기록을 카드의 종류, 제품 공급자, 금액 등을 지불상태에 따라 각각 제공한다.

이 제품에는 웹 검색기에 플러그인 소프트웨어로 브라우저 지갑 애플리케이션을 제공하는데 소비자가 쇼핑하는 동안 신용카드와 인증내역을 저장하고 관리할 수 있게 해준다. 이것은 다시 판매자의 요청을 받아 카드소유자가 결제 은행을 선택하도록 해주는 것이다.



<그림 1> IBM의 전자상거래 솔루션 커머스포인트

전자상거래 시스템을 통한 이윤추구를 목적으로 한다면 기존의 거래 방식에서 얻을 수 없었던 효율성을 이 시스템을 통해 얻어내기 위해서는 무엇보다도 1차적으로 기업내부의 기반 환경 구축이 선행되어야 한다.

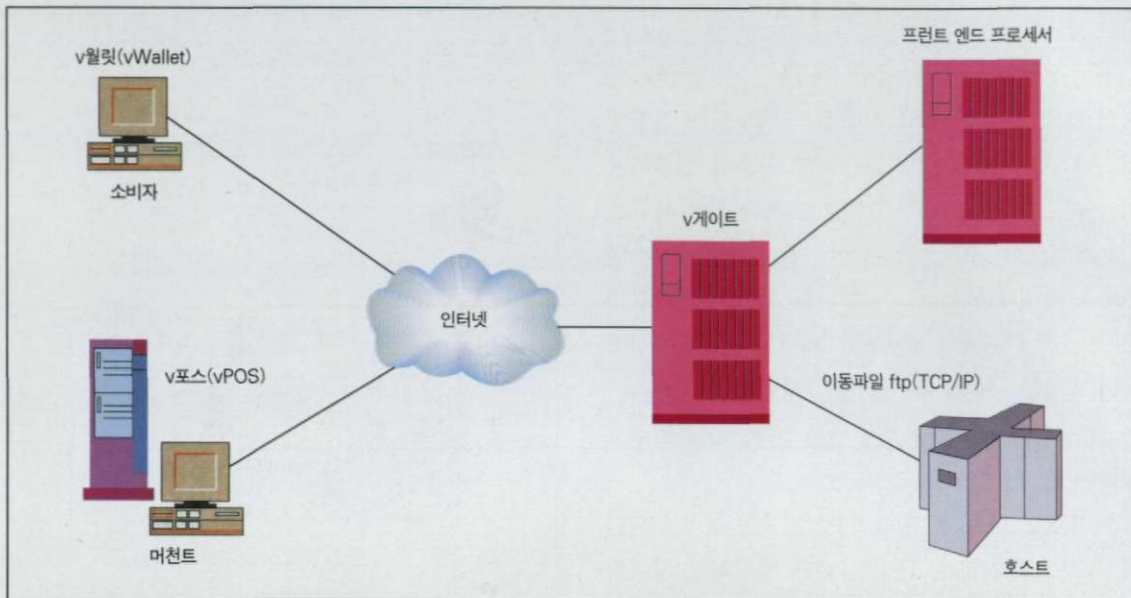
IBM은 머천트 시스템으로는 현재 MS와 넷스케이프가 개발중에 있는 SET 기반의 머천트 시스템을 자사의 솔루션과 연동한다는 방침이다.

HP

“올 하반기 본격 대시할 터”

HP는 이 분야에 있어 후발주자이다. 전자상거래에 대한 추이를 지켜보던 관망세에서 이 시장에 본격적인 대응을 시작한 것은 최근 베리폰사의 인수를 발표하면서 부터이다.

현재로서는 베리폰사의 솔루션이 HP가 가지고 있는 전자상거래 솔루션이라는 등식이 성립된다. 하지만 HP로서는 베리폰인수 이후에 베리폰 솔루션<



〈그림 2〉 베리폰사의 전자상거래 아키텍처

그림 2)을 과연 어떻게 HP의 솔루션으로 부각시킬 것인가에 대한 입장정리가 끝나지 않은 상태라고 관계자는 전한다.

한국HP의 정상민 과장은 “HP가 전자상거래분야에 관심을 갖고 베리폰을 인수한 것은 사실이지만 이미 HP는 엑스트라네트 솔루션을 통해 기업간의 거래를 원활하게 하는 솔루션을 갖고 있었다. 기존의 이 솔루션과 베리폰의 솔루션을 결합한 형태의 새로운 전략적 솔루션에 대한 발표가 곧 나올 예정에 있다”고 밝힌다.

HP는 기본적인 전자상거래 솔루션에 보안시스템, 메시징 시스템을 포함시키고 있다. 물론 꼭 인트라네트, 엑스트라네트가 아니라도 상황에 맞는 디자인을 통해 기반환경을 조성하고 거기에 메시징 기반과 보안 기반을 갖추어야 한다는 것. 이러한 토대없는 전자상거래는 곧 전략없는 전자상거래의 도입과 다름 없다고 설명한다.

본래 HP가 갖고 있던 엑스트라네트 솔루션은 전자적인 비즈니스의 기본 골격을 이루는 것으로 기업이 협력사들은 포용하도록 확장해 공유비즈니스 프로세스의 효율을 높이기 위한 솔루션이었다.

이 솔루션과 함께 일렉트로닉 마켓플레이스라는

기업대 고객 애플리케이션을 갖고 있다. 베리폰의 솔루션과 엑스트라네트 솔루션 그리고 일렉트로닉 마켓플레이스가 결합된 형태의 전략적 전자상거래 솔루션이 HP의 솔루션이 될 듯하다.

일렉트로닉 마켓플레이스는 보안, 이미지 처리 및 인쇄, 고객서비스, 관리 등에 관련된 솔루션이다. 특히 이 솔루션에는 오라클, HP, 베리폰 등이 전자상거래 솔루션을 개발, 판매하기로한 합의에 따라 오라클의 웹서버와 HP 보안 솔루션인 버추얼 볼트를 통합할 계획이다.

오라클은 HP플랫폼에 플러그 앤 플레이 기술을 제공하는 개방형 전자상거래 솔루션을 제공함으로써 소비자부터 상인, 기업에게까지 포괄적이고 안전한 전자상거래 구성 소프트웨어를 구성할 수 있다는 것이다. 여기에 베리폰의 지불 게이트웨이인 v게이트와 연동할 경우 전자 트랜잭션의 각 단계에서 보안문제가 해결되는 것이다.

HP도 넷스케이프와 마이크로소프트의 머천트 시스템을 지원함으로써 양사 시스템의 장점을 최대한 활용한다는 방침이며 이들 시스템을 HP의 서버 플랫폼에서 지원하도록 한다는 계획이다. **ITC**