

# 전자무역 플랫폼의 이용현황 분석과 서비스 고도화 방안\*

A Study on the Service Improvement through the Analysis of Current Status of e-Trade  
Platform Usage

이상진(Sang-Jin Lee)

건국대학교 사회과학대학 국제통상전공 교수

## 목 차

- |                           |          |
|---------------------------|----------|
| I. 서 론                    | V. 결 론   |
| II. 선행연구의 분석              | 참고문헌     |
| III. 전자무역플랫폼의 구축 및 이용현황분석 | Abstract |
| IV. 전자무역플랫폼 서비스 고도화 방안    |          |

## Abstract

In order to implement e-trade infrastructure through the radical innovation of trade process, e-trade platform which is called 'uTradehub' has been developed for three years. After pilot operation of this platform in 2007, the formal service of e-trade such as logistics, customs and foreign exchanges had been provided in 2008. However, the usage of e-Trade platform is not the level of users' satisfaction because trade-related communities have not actively participated into e-trade platform and several functions with users requirements are necessary to develop additionally. In this regard, there are strong demands to suggest some strategies for application and usage proliferation of e-trade platform.

Therefore, this paper would like to evaluate the current status of e-trade platform service and usage by the theoretical consideration of preceding researches and practical analysis of statistical data. Then, it will explore several service improvement ideas in terms of system supplementation and integration, electronic documents standardization, radical change of using fee, global connection, user oriented education and advertisement.

Key Words : e-Trade, uTradeHub, e-Trade Platform, Service Improvement

\* 이 논문은 2009학년도 건국대학교의 지원에 의하여 연구되었음.

## I. 서 론

국제무역환경은 최근 급격한 정보통신기술의 발달로 인하여 인터넷을 이용한 해외마케팅, 거래선 발굴, 계약, 대금결제, 통관 등 무역과 관련된 제반 업무를 처리하는 등 커다란 변화가 일어나고 있다. 이에 따라 우리나라 정부도 1991년 무역자동화촉진에 관한 법률 제정 이래 외환, 통관, 물류 등 수출입 업무프로세스의 부문별 자동화 사업을 추진하여 통관업무의 경우 전자무역시스템을 통한 사용률이 100%에 이르는 등 업무 자동화 및 서류 간소화, 비용의 절감 등 그 성과가 세계적인 수준에 이르고 있다.

그러나 우리나라는 세계 12위의 무역국이라는 양적인 성장에도 불구하고 고비용 구조에 따른 부가가치 저하라는 문제에 직면하였고, 그간의 노력이 무역전반에 걸친 혁신과 무역업체 이용확산에는 한계에 이르렀으며 인터넷의 보급 확산 등 최근 정보환경의 급속한 변화는 새로운 전자무역체제의 도입과 프로세스의 획기적인 개선을 요구하고 있다. 이에 따라 산업자원부는 2000년초 한국무역협회 전자무역추진위원회와 협력하여 전자무역에 대한 마스터플랜을 마련하였고, 이러한 종합적인 계획 하에 인터넷 기반의 전자무역플랫폼을 2004년부터 3년에 걸쳐 구축하였다. 이렇게 구축된 전자무역플랫폼은 2007년 한국무역정보통신(KTNET)을 전담기관으로 지정하여 운영하게 되었다. 이 플랫폼의 명칭은 사용자를 대상으로 공모하여 u트레이드허브(uTradehub)로 명명하였고, 2007년 5월 시범운영을 시작으로 2008년 7월부터 정식으로 물류, 금융, 통관 등 무역관련 서비스를 제공하고 있다.

이러한 전자무역서비스는 국가경쟁력 강화와 무역업체의 경쟁력 향상을 위하여 선택이 아니라 필수가 되었다. 하지만 아직도 전자무역플랫폼의 활용수준은 만족할 만한 수준에 이르지 못하고 있는 실정이다. 이에 무역업체들은 전자무역플랫폼의 이용을 활성화 시킬 수 있는 방안을 도출하고, 이미 구축되어 있는 전자무역플랫폼의 서비스 고도화를 통한 이용확산 및 활용전략에 대한 제시를 요구되고 있다.

그간 기존의 연구들은 우리나라 무역의 전자화를 위한 연구에 초점을 맞추어 전자무역 시스템 개발과 기존의 전자무역 관련 법·제도를 개선하고, 국제표준 마련을 서둘러 글로벌 전자무역의 주도권을 확보하자는 주장과 통합전자무역시스템의 발전방안 및 이에 대한 활성화 방안에 대한 연구는 많이 있었다. 그러나 근본적으로 무역업체가 전자무역플랫폼의 필요성을 느낄 수 있도록 서비스 고도화 방안을 제시하는 연구와 무역업체가 원하는 실질적인 시스템 발전방향에 대한 연구는 다소 부족하여 실무적인 접근의 차이가 존재하였다.

따라서 본 연구는 전자무역플랫폼의 정식운영이 개시된 후 1년이 지난 시점에서 동 시스

템의 이용현황의 분석을 통한 개선사항을 도출하는데 그 목적이 있다. 이를 위해 전자무역에 관한 선행연구의 이론적 고찰을 통하여 전자무역의 필요성을 고취시킬 수 있는 요소를 분석하고, 전자무역플랫폼 및 관련 EDI 시스템의 이용현황을 분석함으로써 사용자에게 실질적인 서비스 고도화 방안을 제시하고자 한다. 아울러 체계적인 고객관리방안과 미사용자들에게 홍보할 수 있는 수단을 강구하고, 전자무역플랫폼을 이용하여 전자무역 유관기관 및 전담 사업자가 상호 협력하여 추진해야 할 서비스 방안도 함께 제시하고자 한다.

## II. 선행연구의 분석

90년대 중반 이후 인터넷이 급속히 확산되면서 무역은 정보의 다원화와 정보의 무료 공개를 통하여 대기업이나 전문 업체들이 독점하고 있던 시장에서 중소기업의 정보능력이 한층 강화되기 시작하였고, 시간과 공간의 한계를 제거함으로써 전 세계를 대상으로 하는 글로벌 비즈니스가 가능하게 되었다. 이로 인해 인터넷을 이용한 비즈니스가 발달되어 새로운 시장으로 자리 잡기 시작했으며, 이를 통해 중소기업 및 개인이 직접 세계로 진출할 수 있는 기회가 마련되고 그 시장이 점차 확대되고 있다. 우리나라의 전자무역 규모 또한 급속히 성장하고 있으며 현재 정부 주도하에 인터넷을 기반으로 통합 전자무역플랫폼을 구축하였고, 이러한 전자무역플랫폼을 구축하기까지 많은 연구가 이루어졌다. 이에 전자무역의 발전과 활성화를 위한 선행연구를 주제별로 분석하고자 한다.

### 1. 전자무역 확산을 위한 실증연구

이한주, 박기남(2003)<sup>1)</sup>은 기업의 전자무역 활용 측면에 초점을 맞추어 동기요인들이 미칠 수 있는 영향을 분석하였다. 연구결과 비용절감 요인, 교육 및 홍보 요인, 시장개척 및 업무개선 요인은 전자무역 활용의 중요한 동기요인으로 나타났다. 또한 기업규모, 기업경력 변수가 전자무역의 활용에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 전자무역의 활용수준이 기업성과에 미치는 영향에 관한 분석에서는 전반적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분

1) 이한주·박기남, “한국 수출기업의 전자무역 활성화 방안에 관한 실증적 연구”, 『한국전산회계학회 추계학술발표논문집』, 한국전산회계학회 2003, pp.350-368

석되었으나, 그 효과가 비용절감, 해외시장개척, 업무처리개선 부문에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

박기남(2005)<sup>2)</sup>은 정보기술 투자여력이 적은 지방 중소기업의 전자무역 도입을 위한 자극요인은 비용절감, 시장업무 프로세스 혁신, 교육과 홍보이며, 이러한 요인이 전자무역 활용 수준을 높인다고 하였다. 따라서 전자무역은 시장의 경쟁 환경에서 비교우위를 지원하는 정보기술이며 업무 프로세스를 효율화를 통해 비용절감을 유도하는 도구라는 점을 집중적으로 홍보하여 기업들의 동기를 자극하는 것이 전자무역의 확산에 크게 기여할 것이다.

안승범(2002)<sup>3)</sup>은 통관 및 물류정보서비스 이용자의 서비스 만족도를 살펴보고 공공부문 중 종합물류정보망을 위주로 개선방안을 도출하였다. 연구결과 관세사의 경우 서비스 이용료 부담이 큰 것으로 나타났고, 인건비 절감효과에 대해 업종별로는 복합운송주선업체와 관세사 등의 만족도가 높은 반면, 보세운송업체나 무역업체들은 비교적 만족도가 높지 않은 것으로 조사되었다. 한편 관세청의 위탁에 따른 KNET 통관 EDI 서비스의 이용료에 대해 업체들이 부담을 느껴 독점서비스와 이용료에 대해 업체의견을 반영하여 조정하는 것이 절실하다고 주장하였고, 정부의 주도하에 체계적인 서비스를 제공할 수 있는 기반조성 및 물류정보체계의 표준화, 물류정보인프라 확충, 물류신기술 개발과 정부의 다양한 지원이 필요하다고 주장하였다.

## 2. 전자무역 관련 국제적 인증기반 구축

이봉수(2005)<sup>4)</sup>는 전자결제시스템의 원활한 구현을 위해서는 글로벌 전자인증서비스 제공이 전제되어야 하고, 인증체계가 통일되는 시점에야 법적, 제도적 및 기술적으로 기반이 구축될 수 있다고 주장하였다. 이에 대한 해결방안으로 첫째, 국제적 통일규범의 정비에 의한 법적 기반이 마련되고, 국가간 상호연동을 통하여 국제 공인인증 시스템이 제도적으로 구축되어야 한다. 둘째, 전자인증제도의 운영주체인 인증기관의 설립에 대해서는 시장원리에 입각하여 민간기관이 주도하도록 하되 정부가 필요한 범위 내에서 그 규제를 해나가는 것이 바람직하다. 셋째, 글로벌 인증체계를 통한 전자무역 네트워크 구축은 막대한 비용이 소요되

2) 박기남, “중소 수출기업의 전자무역 활성화를 위한 영향요인 분석에 관한 연구”, 『한국전자거래학회지』, 제10권, 제2호, 한국전자거래학회, 2005, pp.133-147

3) 안승범, “전자무역과 전자상거래에 따른 수출입 물류서비스 발전방안 연구”, 『한국항만경제학회지』, 제18집, 1호, 한국항만경제학회, 2002, pp.107-133

4) 이봉수, “전자무역 결제시스템의 글로벌 인증에 관한 소고”, 『무역학회지』, 제30권, 제5호, 한국무역학회, 2005, pp.183-196

어 범국가적 차원의 지원이 요구된다고 주장하였다.

정재환(2005)<sup>5)</sup>은 무역서류 전자화의 전제조건으로 표준화와 상호운용성의 확보, 암호시스템, 전자서명, 전자인증 및 법제도의 정비를 들었으며, 전자문서의 법적문제로 전자무역계약 시 전자문서의 진위여부 판정의 어려움과 정확하게 송수신되었는지의 사실유무 등의 문제점들도 함께 지적하였다. 이러한 문제점의 해결방안으로 서류의 진위여부와 관련된 인증제도에 대한 시스템 개발 및 국제적인 표준을 지정하여 이를 도입하는 것이 시급하다고 주장하였으며, 무역거래당사자, 은행, 운송회사, 보험회사 등이 가입한 시스템에서 거래를 진행할 수 있는 국제적인 제도를 마련할 필요가 있다고 주장하였다.

### 3. 전자무역의 활용도 제고

공정열(2006)<sup>6)</sup>은 전자무역의 활용도가 낮은 이유를 중소기업의 시스템 인프라, 전문 인력, 운영자금 등 세 가지로 보고 이에 따른 대안을 제시하였다. 첫째, 시스템 인프라 측면에서 중소기업이 실제 필요로 하는 서비스를 제공을 위해 무역정보 통합 검색시스템 및 검색대행 서비스를 구축하는 한편, 무역정보 제공사업자 육성 프로그램을 개발해야 하고 둘째, 중소기업 전문 인력의 체계적 육성과 마인드 제고를 위한 프로그램을 개발하고, 인력을 절감할 수 있는 시스템 및 서비스로 전자무역 인프라들을 전환해야 하며 셋째, 전자무역 육성기금을 마련하여 관련업체를 집적화하는 한편, 전자 자유무역지대 설치를 통해 인센티브를 제공해야 한다고 주장하였다.

최혁준, 지승룡(2004)<sup>7)</sup>은 중소기업의 전자무역 활용도를 제고하기 위해서는 전문 인력 확충, 전자무역의 보안인프라 구축과 관련한 정부의 적극적 지원, 무역거래알선사이트 운영주체 및 정부차원의 적극적 홍보가 필요하며, 중소기업 경영자의 전자무역 활용에 대한 인식의 전환이 절대적으로 필요하다고 주장하였다. 이와 더불어 전자무역을 신속하고 효과적으로 추진키 위해 민관이 함께 효율적인 추진체계를 마련해야 한다고 주장하였다.

최경주(2005)<sup>8)</sup>는 전자무역의 활성화를 위한 네 가지 방안으로 첫째, 개방형 EDI에 의한 실

5) 정재환, “전자무역계약의 전제조건과 문제점에 관한 연구”, 『해양비즈니스』, 제6호, 한국해양비즈니스학회, 2005, pp. 103-11

6) 공정열, “한국 중소기업의 전자무역 확대 방안에 관한 연구”, 『전자상거래학회지』, 제7권, 제4호, 한국전자상거래학회, 2006, pp.109-128

7) 최혁준, 지승룡, “중소기업 국제화의 문제점과 전자무역 활성화 방안”, 『창업정보학회지』, 제7권, 제4호, 한국창업정보학회, 2004, pp.1-21

8) 최경주, “전자무역 활성화를 위한 발전과제에 관한 연구”, 『전자상거래학회지』, 제6권, 4호, 한국전자상거래학회, 2005, pp.23-45

질적인 네트워크의 구축이 선행되어야 하고 둘째, 전자무역과 관련된 법규의 제정과 개정을 서둘러야 하며, 또한 권리증권인 전자식 선하증권의 유통가능성에 대한 부여문제와 관련한 법 정비의 과제를 거론하였다. 셋째, 전자선하증권에 관한 CMI규칙의 개정 넷째, 거래실무상의 개선을 통한 전자무역의 조기구축을 도모해야 한다는 점을 제시하였다. 결론적으로 전자무역의 활성화를 위해서는 시스템구축 비용 및 거래비용절감이 전제되는 가운데 기존시스템과의 호환성 또는 전자무역시스템간의 호환성을 지원하는 국제적인 표준이 제정되어야 하고, 종합적인 인프라구축을 토대로 한 시도와 접근이 필요하다고 주장하였다.

#### 4. 전자무역 관련 법제도의 개선

김용재(2004)<sup>9)</sup>는 전자무역을 활성화하기 위해서 우선적으로 민법, 상법 등 관련법 규정개정이나 신설 및 제도개선이 필요하고, 정책 당국의 종합적인 지원이 이루어져야 한다고 주장하면서 첫째, 전자무역관련 법과 제도를 개선하여 전자무역 프로세스가 중단 없이 이루어지도록 하여야 한다. 둘째, 전자무역 절차 중에서 Web EDI 사용을 촉진을 위하여 수출입관련 고시를 VAN EDI에서 Web EDI 방식으로 업무를 처리하도록 관련 규정을 개정을 하여야 한다. 셋째, VAN 방식보다 Web방식 이용료가 더 저렴하므로 중소기업에 이를 장려하여야 한다고 피력하였다.

김철호(2007)<sup>10)</sup>는 전자무역촉진법의 규정을 살펴 본 후 우선, 전자무역의 정의규정에 대해 전자무역의 범위를 확대할 필요성이 있으며, 둘째, 전자무역기반시설의 운영에 따른 공공성 및 공정성이 확보되어야 한다. 셋째, 전자무역기반사업에 대한 구체적인 기준을 마련하고, 전자무역 전문서비스 업자들에 대한 부당한 차별에 대한 판단기준을 명확하게 설정하여야 한다. 넷째, 전자무역 전문서비스 업자들의 업무영역을 기존의 전자무역 e-마켓플레이스와 차별하여 상호 불필요한 경쟁을 지양하고 전자무역활성화에 기여할 수 있도록 명확한 업무영역의 설정이 요구된다. 아울러 전자무역 이용확산 및 촉진을 위해서는 전자무역촉진법 시행령 및 시행규칙에 보다 세부적인 규정을 도입하여 이러한 문제들을 해결할 수 있는 구체적인 근거를 마련하여야 할 것이라고 주장하였다.

9) 김용재, “전자무역 활성화를 위한 법과 제도 개선방안”, 「전자상거래학회지」, 제5권, 1호, 한국전자상거래학회, 2004, pp.31-51

10) 김철호, “전자무역촉진법의 주요쟁점과 개선방안”, 「국제상학」, 제22권, 제1호, 한국국제상학회, 2007, pp.282-298

## 5. 고객관계관리 전략에 관한 연구

송승훈(2005)<sup>11)</sup>은 산업전반에 걸쳐 고객관계관리(CRM) 시스템도입이 확산되는 추세에 따라 CRM에 대한 이론적 고찰과 선행연구 분석을 통해 기업들에게 성공적인 도입 및 구축방법을 제시하였다. CRM구축의 성공요인으로 첫째, 통합적인 계획을 수립해야 하고 둘째, CRM 시스템과 업무 프로세스의 적절한 조화가 필요하며 셋째, CRM 솔루션의 면밀한 분석과 넷째, 기업 내 고객데이터의 통합이 요구되며 다섯째, 교육과 자료의 정리가 필요하고 끝으로 지속적이고 객관적인 평가가 이루어져야 한다고 제시하였다.

장형유(2007)<sup>12)</sup>는 CRM의 성공적인 실행을 위한 이슈들을 통합적인 관점에서 질적으로 분석하고 어떤 업태에 CRM 원리가 잘 적용되는가와 서비스분야를 대상으로 발전해 온 CRM이 제조분야에서도 통할 것인가 하는 문제를 제시하였고, 무엇보다 ‘고객을 어떻게 인식할 것인지, 고객 데이터를 어떻게 획득할 것인지’와 관련한 근본적인 문제로서 CRM 도입 및 구축하는 의의를 발견해 나갈 수 있을 것이라고 주장하였다.

## 6. 선행연구의 시사점

선행연구의 분석결과, 전자무역의 확산을 위해서는 비용절감, 교육 및 홍보, 전자무역의 활용수준 개선이 중요한 동기요인으로 작용되어 이를 고려한 개선방안이 마련되어야 한다. 또한 보세운송업체나 무역업체들의 만족도 개선을 위한 노력과 서비스 이용료의 개선에 대한 자구책 마련이 필요하다. 한편 전자무역플랫폼의 구축을 위한 기술적 기반을 위하여 글로벌 전자인증서비스 제공과 표준화가 요구되며, 전자무역의 활용도를 제고시키기 위하여 무역정보 통합검색시스템의 구축과 전문인력 육성을 위한 프로그램 개발이 시급하다.

그리고 전자무역 관련 법제도의 개선과제로 국내법상 전자무역의 정의규정에 대한 범위를 확대해야 할 필요성과 전자무역기반사업자에 대한 공정성과 공공성을 위해 전자무역촉진법상 시행령 및 시행규칙에 보다 세부적인 규정을 도입하는 등의 구체적 근거를 마련하여야 한다. 아울러 고객관계관리의 전략으로 체계적인 CRM 시스템을 도입하여 통합적인 계획 수립과 업무프로세스와 CRM시스템간의 적절한 조화를 기반으로 고객을 어떻게 인식할 것인지와 어떠한 경로로 고객을 확보할 것인지에 대한 연구가 필요하다.

11) 송승훈, “CRM의 구축사례와 성공요인분석”, 경희대 테크노경영대학원 석사논문, 2005, pp.65-95

12) 장형유, “성공적 CRM 구축 및 운영을 위한 선행요인에 관한 학제적 연구”, 『경영관련학회 2007하계통합학술대회』, 경영관련학회, 2007, pp.1-13

이외에 다수의 논문이 글로벌 전자무역의 주도권 확보 및 전자무역의 활성화 등에 대하여 연구되었으나, 대부분 정부차원의 지원 및 대응책 마련과 법·제도의 개선을 주장하는 등 이론적인 고찰에 그쳤으며, 보다 전자무역플랫폼의 활성화를 실현할 수 있는 실무적이고 구체화된 관리 및 개선 방안에 대해서는 연구가 다양하게 다루어지지 못하였다. 우리나라가 글로벌 전자무역의 주도권을 확보하기 위해서는 국내 전자무역이 현재 직면해있는 전자무역플랫폼의 정착 및 활성화라는 내실이 다져져야만 글로벌 환경에서도 주도적 역할을 수행할 수 있을 것이라고 판단한다. 이에 따라 본 연구는 선행연구의 분석을 통하여 우선 무역업체의 전자무역 인식 확대 및 이를 통한 전자무역 프로세스를 수립하도록 현재 정부주도하에 구축된 전자무역플랫폼의 이용현황을 분석한 후, 고객관리시스템의 도입을 통한 기초적인 서비스 제고방안을 제시하고, 현재 전자무역플랫폼이 직면해있는 서비스 문제 등 전자무역플랫폼이 중소기업의 눈높이에 맞추어 갖추어야 할 서비스적인 요소와 전자무역플랫폼을 이용하는 이용자와 운영주체 모두에게 긍정적인 활용전략에 대하여 제시하고자 한다.

### III. 전자무역플랫폼의 구축 및 이용현황분석

#### 1. 전자무역플랫폼의 구축현황

##### 1) 국내 전자무역 추진현황

국제무역에서 인터넷의 활용은 90년대 중반 이후 급속히 확산되면서 무역업계에서는 ‘인터넷 무역’이라는 개념이 태동되었고, 그 후 가상공간을 활용한다는 점에서 ‘사이버 무역’으로 불리다가 2001년 4월 대외무역법이 전면 개정되면서 ‘전자무역’이라는 용어로 통일되었다.<sup>13)</sup> 이러한 전자무역의 전신인 우리나라의 무역자동화사업은 1989년 통상산업부의 종합무역자동화 기본계획에 의거하여 1990년 한국무역협회 내에 ‘종합무역자동화사업추진단’이 발족되어 1992년 한국무역협회의 출자로 별도의 민간전담기업인 (주)한국무역정보통신을 출범하여 체계적으로 추진하여 왔다.

그 후 산업자원부는 무역자동화 전담회사로 KNET과 (주)데이콤을 지정함으로써 H/W, S/W, 네트워크 등 제반 기술적 환경이 급속히 진전되어 마침내 무역자동화시스템을 구축하

13) 한국무역협회, 「2002 무역연감」, 2002, pp.490-495

였고, 1994년 KTNET이 무역부문 자동화 서비스를 개시하였다. 한편 (주)한국물류정보통신이 1994년 해양수산부와 개별기업이 연합하여 설립되어 1995년 물류부문 자동화 서비스를 개시하였으며, KTNET에 의하여 1997년 종합무역자동화 시스템을 완성하여 본격적인 무역자동화 서비스가 제공되기 시작하였다.<sup>14)</sup> 이러한 서비스의 법적기반으로 1991년에는 특별법으로 ‘무역업무자동화촉진에 관한 법률’을 제정하게 되었으며 1999년 전자상거래의 활성화와 촉진을 뒷받침하는 ‘전자거래기본법’을 제정하였다.<sup>15)</sup>

1992년부터 추진된 무역자동화사업으로 외환, 상역, 물류, 통관 등 수출입이행 단계별로 VAN/EDI 중심의 부분별 자동화네트워크를 구축하여 통관분야의 경우 100% 자동화를 실시하였다.<sup>16)</sup> 이를 바탕으로 무역자동화가 탄력을 받아 각종 무역절차 및 제도의 개선과 표준화 사업을 담당할 무역업무자동화 심의위원회와 한국전자문서교환위원회가 구성되었고, UN의 표준 전자문서 지침에 따라 2003년 국가표준전자문서 약 400종을 제정·고시하였다. 또한 중소기업의 무역자동화를 지원하기 위해 중소기업의 제조설비에 집중 지원되어온 중소기업육성자금을 무역자동화 관련 투자지원 자금으로 확대하였으며 무역관련 서류 제출방법에 관한 특례고시 등을 제정·고시함으로써 불필요한 서류의 제출을 과감히 생략하거나 보다 간단한 방법으로 개선하였다.

2000년 7월에는 한국, 일본, 중국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아 7개국이 연합하여 ebXML기반으로 전자문서교환을 할 수 있는 솔루션 개발과 업무프로세스의 표준화를 확립하기 위해 범아시아 전자상거래 연맹(Pan Asian e-commerce Alliance : PAA)을 설립하여 동아시아 지역의 기업들이 필요한 정보를 교환할 수 있도록 전자무역 네트워크 서비스와 포털서비스 및 e-마켓플레이스 기능을 통합하는 ‘팬아시아 메가포털(Pan Asia Mega Potal)’의 구축을 추진하였다.<sup>17)</sup> 이러한 과정의 일환으로 2001년에는 ‘제2차 한일 전자상거래정책협의회’를 개최하여 세계 최초로 EDI방식에 의한 무역업무처리를 합의하였고, 양국간 e-마켓플레이스를 상호연결하기 위해서 우선 기계 및 전자업종에 대해 표준화, 데이터베이스 구축 등 상호운용 구현을 위한 작업도 병행하여 추진하였다.<sup>18)</sup>

그러나 그간의 노력이 무역자동화에 집중되어 기관간 협조가 미흡하여 무역전반에 걸친 혁신을 이루기에는 한계에 도달하게 되었으며, 정보환경의 급속한 변화는 기 구축된 무역유

14) 김용재, 전계논문, pp.41-42

15) 지상훈, “한·중·일 전자무역시스템의 연계방안에 관한 연구”, 경기대학원 박사학위논문, 2004, p.22

16) 산업자원부, 「전자무역 추진현황과 향후계획」, 2006, p.1

17) 이용근, 정재우, “전자무역 네트워크 구축 현황과 활성화 방안”, 「국제상학」, 제19권, 제4호, 한국국제상학회, 2004, p.248

18) 산업자원부, 「세계 최초로 국가간 무역EDI 구현 추진」, 공보관실 보도자료, 2004. p.1

관망간 유기적인 연계를 통한 새로운 전자무역체제의 도입과 프로세스의 획기적인 개선을 요구하였다. 이에 따라 기존에 VAN/EDI 기반의 무역자동화망을 인터넷 기반의 전자무역플랫폼 체제로 고도화할 필요성이 대두되어 2003년 국가전자무역의 효율적 추진을 위한 범국가적 협의체로서 국무총리를 위원장으로 하는 민·관 합동 국가전자무역위원회를 구성하였으며, 국가 전자무역 추진을 위한 종합계획으로서 ‘전자무역추진 3개년 계획’을 수립하고 핵심전략을 확정하였다. ‘전자무역 혁신계획’의 주요 내용으로 프로세스혁신과 비용절감, 국가경쟁력 극대화를 위해 전자무역 플랫폼의 구축과 단절 없는 무역서비스 실현을 위해 마케팅에서 결제에 이르는 무역절차를 전반적으로 재설계하여 업무의 간소화를 실현하는 것과 국가 간 서류 없는 무역실현을 위해 글로벌 협력을 확대하여 글로벌 협력을 강화하고, 무역업계의 활용 확산을 가속화하기 위해 ‘전자무역추진에 관한 법률’을 제정하기로 하였다.<sup>19)</sup>

2004년부터는 대중적으로 확산된 인터넷 환경변화에 발 빠르게 대응해 기존의 VAN/EDI 방식 외에 ebXML 방식을 연중무휴로 병행 서비스할 수 있는 체제를 구축하였다. 또한 우리나라는 2005년 세계최초의 전자신용장 서비스를 개통하여 실시하였으며, 여기에 2007년 5월에 개통되어 2008년 정식으로 운영 중인 전자무역시스템인 전자무역플랫폼에서 웹 기반의 한 단계 업그레이드된 서비스가 구현되었다. 이에 대한 기대효과로서 우리나라 기업이 전자무역을 활용함으로써 인한 기업생산성 강화효과 69억 달러, 무역부대비용 절감효과 73억 달러, 기업 IT 투자비용 절감효과 3억 달러 등 연간 총 145억 달러의 국가적인 비용 절감 효과가 예상되고 있다.<sup>20)</sup>

## 2) 전자무역 플랫폼의 이용현황

전자무역플랫폼은 2007년 5월 베타테스트를 거쳐 2008년 7월 정식오픈 이후 1년이 지난 2009년 7월 1일 기준으로 가입자 수가 12,381명(물류테스트 가입자 100명 포함)으로 2005년 국내 전자무역서비스 이용자수 기준으로 전체의 3분의 1에 달하고 있으며, 서비스 이용자가 증가함에 따라 이용 빈도도 함께 증가하고 있다. 2009년 1월의 문서 송수신 건수가 24,045건이었던 것이 동년 6월에는 88,198을 기록하는 등 2009년 상반기 6개월 동안에만 이용건수가 약 월평균 50% 가까이 증가하는 등 지속적인 성장을 하고 있으며, 그 폭은 사용량이 증가함에 따라 점차 확대되고 있다.

19) 산업자원부·한국전자거래진흥원, 「e-비즈니스 백서」, 2005, pp.209-210

20) www.utradehub.or.kr

〈표-1〉 2009 상반기 월별 이용실적

	송신	수신	합
2009.01	5,352	18,693	24,045
2009.02	7,892	28,705	36,597
2009.03	10,593	42,697	53,290
2009.04	19,447	69,393	88,840
2009.05	17,453	59,284	76,737
2009.06	17,799	70,399	88,198
합	78,536	289,171	367,707

자료 : KTNET 2009년 상반기 전자무역플랫폼 내부통계

주로 이용되고 있는 항목은 전반적으로 70가지 항목이 사용이 되고 있으며, 항목별 특성에 따라 [표-2]와 [표-3]에서와 같이 유사한 항목이 이용 상위 10가지 항목에 해당하며, 활용도가 떨어지는 항목과는 그 사용량에 있어서 월등히 큰 차이를 보이고 있다. 이들 중 세금계산서만이 그 문서의 특성상 상호간에 발행을 해야 하므로 송수신이 거의 동일한 비율로 이용이 되고 있고, 기타 항목들은 쌍방향 통신이 거의 이루어 지지 않고 있다. 이용항목을 살펴보면 송수신의 항목의 순위가 차이가 있긴 하나 국내 산업특성상 외화획득용 원료구매 관련 문서가 송수신 모두 가장 많은 사용을 기록하고 있고, 신용장관련 문서이용이 그 뒤를 따르고 있으며, 데이터의 양적으로는 항공화물이 기존의 해상화물을 앞서고 있음을 알 수 있다.

〈표-2〉 데이터 송신실적

문서명	1월	2월	3월	4월	5월	6월
외화획득용원료(물품등) 구매(공급)확인신청서	1,730	1,748	2,677	8,612	6,700	5,122
일반응답서	1,405	1,684	1,355	1,828	1,753	503
지급지시서	693	1,258	1,801	2,418	2,241	2,911
신용장개설 신청서	609	1,235	1,821	2,330	2,469	3,233
내국신용장 개설신청서	344	624	1,076	1,376	1,494	1,821
신용장 조건변경 신청서	180	370	490	710	721	1,025
수입화물선취보증(인도승락) 신청서(항공화물:결제전)	111	278	504	639	558	679
원산지증명 신청서	77	178	313	430	427	671
세금계산서	76	169	266	408	500	638

자료 : KTNET 2009년 상반기 전자무역플랫폼 내부통계

〈표-3〉 데이터 수신실적

문서명	1월	2월	3월	4월	5월	6월
계산서	7,797	11,840	17,138	23,362	23,314	31,105
외화획득용원료(물품등) 구매(공급)확인서	3,213	3,940	7,527	12,685	7,664	6,627
입금통지서	1,795	2,804	4,006	5,421	5,895	8,184
선적서류도착통지서 (신용장방식)	995	1561	2,550	3,477	3,577	4,897
수수료납부내역	958	1,258	1,082	1,543	1,422	215
출금통지서	680	1,235	1,819	2,401	2,424	3,248
신용장개설 응답서	520	1,102	1,515	2,020	2,188	2,814
수입어음할인내역통지서	373	630	821	1,251	1,120	1,900
내국신용장어음 도착통보서	315	559	914	1,167	1,397	1,568
내국신용장 통지서	312	624	983	1,283	1,371	1,703
세금계산서	84	182	274	430	553	755

자료 : KTNET 2009년 상반기 전자무역플랫폼 내부통계

## 2. 우리나라의 EDI 활용현황

### 1) 사용자별 활용현황

우리나라 전자무역 사업추진을 통한 경제적 효과는 2004년을 기준으로 인건비 절감, 부대비용 절감, IT투자비용 절감 등 약 2조 5천억원으로 분석되고 있으며, 무역업체, 수출입유관기관, 관세사, 선사, 항공사, 포워드, 은행 등 약 42,000여 가기업체가 무역자동화를 활용하여 업무를 처리하고 있다. 또한 연간 1억 9천만건의 수출입 무역처리 서류건수 중 82%인 약 1억6천만건을 무역자동화를 통해 업무를 처리하고 있으며 10만불 이상 무역 업무를 수행하는 무역업체는 약 18,500여 개에 이르고 있다.<sup>21)</sup>

21) 산업자원부, 「전자무역 명품화 사업계획」, 2006.8. pp.1-2

〈표-4〉 무역자동화서비스 이용기업 현황

(기준: 서비스ID)

무역업체	관세사	선사	항공사	포워더	은행	보세창고 등	합계
25,178	2,476	745	351	5,076	127	7,851	41,804

자료 : 산업자원부, 전자무역 명품화 사업계획, 2006, p.5

## 2) 무역단계별 활용현황

업무별 무역자동화 처리현황은 2005년 기준으로 무역업무 중 통관·물류의 경우는 100%가 무역자동화로 업무가 처리되고 있으나, 외환, 상역의 경우 약 20% 정도 무역 자동화로 업무를 처리하고 있다. 외환, 상역의 이용률이 저조한 것은 법적인 강제성이 없고, 업무특성상 전자문서로 처리될 수 있는 대상 업무의 수가 적기 때문이다.

〈표-5〉 무역단계별 활용현황

(기준 : '05, 천건)

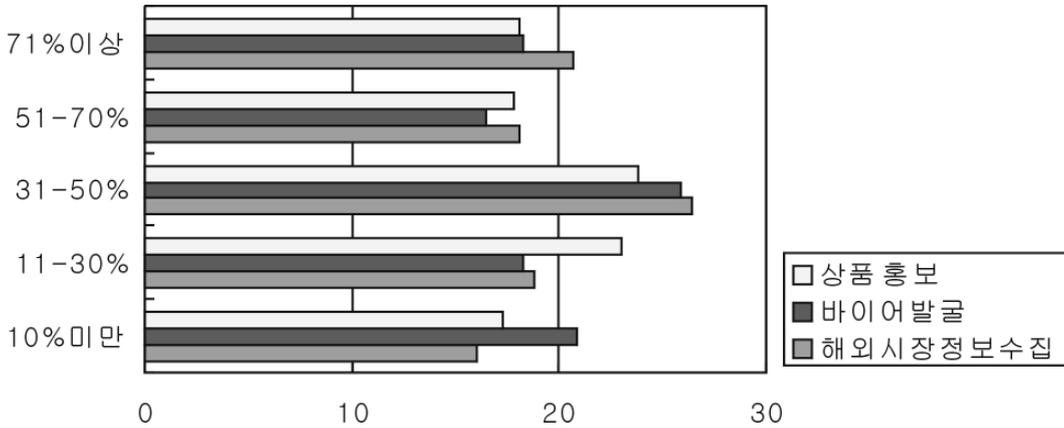
구분	외환·상역	통관	물류	합계
전체건수	43,905	69,548	79,513	192,966
처리건수	8,781	69,548	79,513	157,841
처리율(%)	20	100	100	81.8

자료 : 산업자원부, 전자무역 명품화 사업계획, 2006, p.6

## 3) 수출마케팅에서 전자적 수단의 이용비중

<표-6>과 같이 해외 시장조사, 바이어 발굴, 상품 홍보와 같은 수출마케팅 활동에서 전자적 수단의 이용 비중이 50%를 넘는 업체는 이미 전체 업체의 1/3에 도달하였고, 이중 전자무역의 활용 비중이 30% 미만인 업체의 비중은 30~40%로 상당부분 전자무역을 이용한 무역업무의 마케팅 프로세스의 활성화가 진행되었으며, 마케팅 활동에서 해외시장 정보수집을 위해 가장 많이 활용하고 있음을 알 수 있다.

〈표-6〉 수출마케팅 활동시 전자무역 활용비중



자료 : 한국무역협회, '우리기업의 전자무역 현황 실태조사', 2007

#### 4) 전자무역의 활용단계

2007년 한국무역협회에서 무역협회 회원 500개사를 대상으로 조사한 우리나라 무역업체의 전자무역현황에 따르면 우리나라 무역업체의 전자무역플랫폼 활용단계는 도입단계에서 소극적 활용단계 사이에서 이행 중인 것으로 분석되었으며, 우리나라 무역업체의 전자무역플랫폼의 활용수준이 점차적으로 소극적 활용단계로 이전하고 있음을 알 수 있다. 그러나 전자무역플랫폼을 이용하여 해외마케팅 이외의 업무를 이용해 본 경험은 52.1%로 아직 전반적인 전자무역의 활성화는 미흡한 수준이라고 할 수 있겠다.<sup>22)</sup>

〈표-7〉 단계별 전자무역 활용현황

	업체 수(사)	비율(%)
도입단계	153	40.4
소극적 활용단계	155	40.9
적극적 활용단계	58	15.3
성숙단계	13	3.4
계	379	100.0

자료 : 한국무역협회, '우리기업의 전자무역 현황 실태조사', 2007

22) 한국무역협회, 「우리기업의 전자무역 현황 실태조사」, 2007, p.5

### 5) 전자무역으로 인한 경비절감 비중

우리나라 무역업계는 아직까지 전자무역을 이용한 업무 프로세스의 전환으로 인한 경비절감 효과를 크게 보지 못하고 있는 실정이다. 아래 <표-8>은 전자무역으로 인한 전체 무역에서의 경비절감 비중을 나타낸 표로써 내용을 살펴보면 전자무역으로 인해 절감된 경비는 전체 무역액 중 ‘1% 미만’이라고 답한 업체는 30.8%로서 가장 많았고, 이어 ‘1-5%’에 해당한다고 응답한 업체는 전체의 25.0%, 이며 ‘전혀 없음’이라고 응답한 업체도 21.6%에 달하는 것을 알 수 있다.

<표-8> 전자무역을 활용한 업체의 경비절감 비중

	업체 수(사)	비율(%)
전혀 없음	82	21.6
1% 미만	117	30.8
1~5%	95	25.0
6~10%	58	15.3
11% 이상	28	7.4
계	380	100.0

자료 : 한국무역협회, ‘우리기업의 전자무역 현황 실태조사’, 2007

### 3. 전자무역 서비스의 현황분석

2008년 7월 정식오픈 후 서비스 시행 1년이 지난 전자무역플랫폼의 서비스는 다양한 분야에서 문제점이 나타나고 있다. 우선 전자무역의 최종단계라 할 수 있는 결제(네고)서류의 한정적인 적용과 사용자 중심의 기능설계가 아직까지 현저히 부족하여 물류업체, 금융기관 및 인허기관 등 무역유관기관의 참여가 매우 저조한 실정이다. 무역유관기관으로 선사, 항공사, 포워더, 보세창고, 관세사 등 다양한 유관기관이 있으나, 정작 무역업체의 전자무역플랫폼의 사용이 미비하여 관련된 유관기관의 활용률이 매우 낮은 형편이며, 금융관련기관은 e-Nego 시스템과 연계된 은행이 미비하고, 보험사는 보험개발원을 통해 전자무역플랫폼에 자료를 전송하며, 보험개발원은 이를 단순히 중계하는 역할만을 수행하고 있다. 또한 각종 무역업무의 통합을 목표로 하는 전자무역플랫폼의 시스템 내에 보험청약 신청과 보험료 결제를 동시에

할 수 있는 기능이 없어 보험청약 신청과 보험료 납부가 단일 사이트에서 이루어 지지 않는다는 불편이 존재한다.

그리고 시스템적인 측면에서 전자무역플랫폼의 사용자 인터페이스가 다소 어려워서 무역업체가 이를 사용하는데 어려움이 있으며, 운영적 측면에서 시스템 내의 전자문서 보관소에 재해가 발생되었을 경우, 이의 복구를 위해 전자무역시스템의 원격지 분리를 검토하여야 하며, 보안적인 측면에서 전자무역플랫폼의 지속적인 보안상의 안전을 위하여 웹 취약점 진단 및 개선을 위한 진단 도구의 도입이 검토되어야 한다. 또한 전자문서의 개발 측면에서 전기, 전자제품 등 정밀기기의 수출의 지속적인 증가로 인하여 전체적인 화물의 중량은 해상화물이 압도적이거나, B/L발급 건수 측면에서는 항공화물이 약 360만건으로 해상화물을 앞서고 있어 항공화물운송장의 전자화가 요구됨과 동시에 포워더의 항공화물 업무지원기반이 필요하다. 아울러 이미 서비스되고 있는 구매확인서의 발급과 전달체계가 매우 복잡하고, 수출실적 발급 및 수출이행 관리도 불편한 실정이다.

한편 사용자 연계시스템과 관련하여 무역업체가 보유하고 있는 사용자 솔루션 및 기업의 Legacy 시스템을 통하여 전자적 매입기능을 이용할 수 없고, 사용자 솔루션에 전자무역플랫폼의 핵심기능인 전자선하증권 및 전자네고의 기능이 존재하지 않는다. 또한 사용자 확산을 위한 전자무역플랫폼의 적극적인 홍보 전략이 없고, 이론 및 서식입력 위주의 전자무역 교육의 시행에 그치고 있다. 나아가 국제적인 시스템 연계를 위한 전자적 무역서류의 해외연계가 단절되어 있어 국가차원의 정책적 기반을 토대로 한 국가간 연계전략이 미흡하고, 기존 해외 전자무역 솔루션의 활용전략도 미미한 실정이다.

#### 4. 현황분석을 통한 시사점

우리나라 전자무역의 현황을 살펴본 결과, 전자무역플랫폼의 활성화를 위한 다음과 같은 시사점을 발견할 수 있었다. 우선 전자무역플랫폼의 고도화를 통해 미비된 시스템의 구축보완 및 전자문서의 적용범위가 확대 시행되어야 하며, 다양한 규모의 무역업체가 이용 가능한 맞춤형 연계서비스의 제공으로 최대한 사용자 중심의 시스템으로 변모하여야 한다. 둘째, 국내 무역업체들은 전자무역시스템을 활용한 경비절감 등 구체적인 경제적 효과를 피부로 느끼지 못하고 있으므로 전자무역플랫폼을 이용한 기업들이 실질적인 혜택을 입을 수 있도록 정부차원의 정책지원과 전담사업자의 서비스 추진체계의 개선이 요구된다. 셋째, 이용실적이 저조한 외환·상역 부문에 대한 이용률 상승을 위해 대금결제 등을 포함한 신규서비스의 확

충하는 등 결제서비스 고도화를 통해 편의성을 제공해야 한다. 넷째, 물류주체 및 유관기관 별로 보유중인 각종 물류정보 연계현황을 분석하여 전자무역플랫폼을 통해 통합 연계할 수 있도록 종합물류정보시스템을 구축하고, 철저한 고객관리를 위해 고객관리시스템을 별도로 구축하여 고객을 세분화한 후 고객의 특성에 맞는 서비스를 제공해야 할 필요성이 있다. 다섯째, 전 세계적으로 VAN방식에서 Web기반의 전자무역시스템으로 전환되는 추세이므로 우리나라 또한 현재 상당부분 활성화가 진행된 전자무역의 VAN방식 장점을 Web기반으로 구축된 전자무역플랫폼으로 전이하여, 기존의 사용자가 새로이 구축된 시스템으로 업무 프로세스를 전향함에 있어서 사용에 불편이 없도록 함으로써 전자무역플랫폼의 사용률을 높일 수 있다. 여섯째, 기존 VAN/EDI방식의 사용자가 아직 전자무역플랫폼으로 사용전환이 되지 않은 상황이므로 사용자의 편의에 맞게끔 시스템을 개선하여 사용자를 점차 확대할 수 있도록 전담사업자는 시스템 개선 및 서비스제고 방안을, 정부는 글로벌 연계를 위한 정책지원을 할 수 있도록 하여야 한다. 이러한 글로벌 연계를 통하여 국가간 막힘없는 전자문서를 실현하여 서류 없는 무역환경을 조성하는데 힘써야 할 것이다. 현재 우리나라는 Web을 기반으로 구축된 전자무역플랫폼으로의 전환을 통해 무역강국으로 한 단계 도약할 수 있는가 없는가에 대한 중요한 갈림길에 서있다. 이를 위하여 무역업체가 스스로 업무 프로세스를 Web기반의 전자무역플랫폼으로 이용을 전환하여 사용률을 높일 수 있는 전자무역플랫폼 활용제고 전략을 제시하고자 한다.

## IV. 전자무역플랫폼 서비스 고도화 방안

### 1. 시스템 구축보완

앞서 기술한 바와 같이 서비스 제고를 위한 전자무역플랫폼의 기능은 반드시 확충되어야 한다. 우선 전자결제서류의 단계적인 확대를 피하고 사용자 중심의 서비스 기능을 개선해야 함과 동시에 금융기관 등 무역유관기관의 참여확대를 위한 지원도 고려해야 한다. 그리고 항공화물의 증가를 고려하여 항공화물관련 서류의 표준화와 전자화를 통한 항공화물운송장 관리시스템을 구축하고, 물류주체인 포워더 지원시스템도 구축되어야 한다. 또한 구매확인서 관련 업무지원을 위한 시스템의 기능을 개선함과 동시에 전자세금계산서 시스템과 연계되어야 할 것이다. 한편 무역부대비용을 결제하는 서비스를 제공하기 위한 부대비용 결제시스템

의 구축을 고려해야 하고, 부대비용 결제시 외화결제는 물론 전자세금계산서 등 전자문서도 연계하여 시스템을 구축하여야 한다. 아울러 사용자 연계시스템을 활성화하기 위하여 연계 인터페이스를 개발하고, 전자무역플랫폼의 핵심기능이 사용자솔루션에 구현되어야 한다.

## 2. 사용자 연계 및 통합

현재 국내 전자무역시스템은 크게 관세청의 UNI-PASS와 지경부의 U트레이드허브 두 가지로 나눌 수 있다. 이렇게 독립된 전자무역시스템은 각 시스템 상호 연계를 도모해야 하고, 전자무역플랫폼으로 무역경쟁력을 강화시켜 나가고자 하는 본래의 취지에 부합해야 한다. 각 시스템이 추구하고자 하는 방향은 다소 차이가 있으나 상호간 경쟁구도를 벗어나 각각의 시스템이 보유한 핵심요소에 특화시켜 상호 연계함으로써 이용자를 확대시켜야 한다.

한편 전담사업자인 KTNET은 기존사용자의 편의성을 제공하기 위하여 과거 EDI시스템과 새롭게 구축된 전자무역플랫폼을 운영하고 있다. 이는 전자무역플랫폼으로 기존 사용자가 전이되는데 지연을 초래할 수 있다. 따라서 전자무역 플랫폼을 전담하여 운영하는 KTNET은 전자무역플랫폼으로의 조속한 시스템 통합으로 이용자를 전자무역플랫폼으로 집중시켜야 한다. 또한 과거 시스템에서 중소 무역업체를 위하여 영업, 구매, 생산, 재고, 회계, 자금, 인사, 급여, 세무 등을 관리할 수 있는 KTNET ERP라는 프로그램을 실비로 제공하고 있다. 이러한 서비스는 시스템에 대한 접근성을 제고함으로써 시스템 활성화에 상당부분 기여할 수 있다. 기업이 자체적으로 별도의 프로그램을 구입하여 사용할 수도 있으나, 사용자의 편의성과 뛰어난 인터페이스를 가진 프로그램을 저렴한 가격에 제공한다면 전자무역플랫폼 사용자의 활용이 더욱 활성화 될 것이다. 따라서 통합이전에 전자무역플랫폼에서도 이와 같은 시스템을 도입하거나 과거 시스템과 통합 이후 전자무역플랫폼의 요금정책을 변화시켜 제공한다면 전자무역플랫폼의 이용 활성화에 기여할 수 있을 것이다.

## 3. 사용자 친화적 요금정책의 개발

전자무역플랫폼의 서비스 요금은 기존시스템에 대비하여 저렴하게 제공하고 있다. 그러나 이는 기존시스템에 대비하여 할인을 제공한다는 의미 이외에는 크게 차이가 없다. 신규이용자들을 유인하기 위해서는 종전과는 다른 요금체계의 마련이 필요하다. 우선 종량제의 요금제 외에 월정액 요금제를 신설하여야 한다. 과거 VAN EDI가 도입되면서 서비스요금 체계는 종량제로 요금을 부과하였다. 현재 전자무역플랫폼 또한 이러한 종량제로 요금체제로 구성되어

각각의 포탈별, 이용주체별로 기본요금이 책정되어 있고, 이와 함께 KB당 전송료를 별도로 부담하도록 되어있다. 이는 사용자가 부담을 느끼게 되는 주요 원인이 되므로 이러한 요금체계는 월정액 요금제로 전환시킬 필요가 있다. 종량제 요금체계가 실질적으로 사용한 만큼 요금을 납부하기 때문에 형평성면에서 우수하다고 할 수 있으나, 사용자는 본인이 얼마만큼의 데이터를 이용하였는지를 알 수가 없다. 또한 대량이용자들은 사용요금에 대한 부담감을 가질 수밖에 없다. 따라서 월정액 요금체계로 전환을 유도하면서 기업규모와 특성에 맞는 다양한 요금제를 만들어 사용자가 요금제를 선택해서 사용할 수 있는 맞춤형 서비스를 제공할 필요가 있다. 동시에 월정액 요금의 사용으로 인한 소속감으로 전자무역플랫폼을 지속적으로 이용하여 사용량 증가와 함께 고객 충성도도 높일 수 있고, 전담사업자는 고정고객의 확보를 통해 다양한 프로모션을 실시하여 수익구조를 개선할 수 있게 될 것이다.

한편 기존 시스템의 거래방식에서는 서류를 자체보관을 하고 Web을 통하지 않아도 항상 확인할 수 있었던 것에 비해 전자무역문서보관소는 다음 거래시 과거서류를 이용하여 인용을 하거나 문서작성의 시간단축 등의 효과를 볼 수는 있으나, Web에 접속을 하여야만 문서를 확인해볼 수 있는 단점이 존재한다. 그리고 전자무역문서보관소는 전자무역플랫폼 사용자에게 무료로 제공하는 것이 아니라 보관비용을 별도로 받고 있으므로 오히려 사용자가 시스템 이용을 꺼려하는 요인이 될 수도 있다. 따라서 전자무역플랫폼의 활성화를 위하여서는 전자무역문서보관소의 이용비용도 월정액 등에 포함하여 운영하는 것이 바람직하다.

끝으로 사용자에게 새로운 시스템에 대한 체험기간을 제공하여야 한다. 가장 좋은 활용제고 방안은 직접 사용을 해보면서 전자무역플랫폼의 개발 취지와 같이 시스템이 사용자가 사용하기가 편리한지, 업무를 함에 있어서 비용절감 등의 효과가 있는지, 기존의 시스템에 비하여 경제성이 있는지를 체험함으로써 사용자 스스로가 시스템의 이용에 대한 업무 프로세스의 전환 등의 변화를 가져올 수 있을 것이다.

#### 4. 전략적 제휴를 통한 홍보 강화

전자무역플랫폼은 시스템 내에 각종 정보를 구현하고 고객서비스를 제공하고 있음에도 불구하고 우리나라의 무역업체들은 기존방식대로 무역유관기관을 이용하여 자문을 구하고 있다. 따라서 전담기관은 다양한 유관기관과 전략적 제휴를 통하여 체계적인 홍보 전략을 수립해야 한다. 무역유관기관은 전자무역플랫폼 내에 각종 무역정보제공 시스템을 이용하여 보다 다양하고 상세한 정보를 획득함과 동시에 전문적인 상담에 이용하며, 전자무역플랫폼은 유관

기관에 자문을 요청하는 무역업체들을 끌어들이어 사용자를 확보할 수 있다.

또한 이는 무역업체의 전자무역에 대한 주요관심사인 비용절감과 거래선 발굴이라는 수익 모델의 개발에 기여할 수 있다. 현재까지 우리정부 및 기관들은 기업의 수익구조 개발에 대한 실무적인 지원이 미흡하였고, 무역업무의 전자화에만 집중하였으므로 어느 정도 전자무역을 위한 기반시설이 정착된 시점에서는 무역업체가 유관기관에 자문을 구하던 것을 전자무역플랫폼에서 직접 수익모델 발굴 및 정보획득을 할 수 있도록 기업의 수익모델 개발에 대한 추가적인 지원이 필요할 것이다. 이와 함께 시스템 홍보를 위해 특정기간 무료체험 기간을 준다든지 또는 전자무역플랫폼 체험단을 모집하여 직접적인 경험을 통해 사용자들간 자연스럽게 홍보가 될 수 있는 여건을 마련하는 등의 다양한 홍보 전략이 필요하다.

기본적인 홍보 전략으로 업체특성에 따른 홍보대상 선정 및 수행을 통한 전자무역플랫폼에 대한 우호적인 인식과 참여활성화를 유도하고, 무역업체 구성원의 특성에 따른 홍보대상 선정과 수행을 통한 긍정적인 인식확보와 사용 활성화를 유도해야 한다. 그리고 효과적인 홍보메시지 전달을 통해 전자무역플랫폼에 대한 관심을 증대시키고, 시스템 접속 등 행동을 유발시켜야 한다.

## 5. 사용자중심의 교육시스템 마련

전자무역에 대한 실질적인 교육을 제공하기 위해서는 먼저 고객정보관리시스템을 통한 세분화된 교육 프로그램 제작으로 각각의 특성에 맞춘 맞춤형 교육프로그램을 개발하여야 한다. 이처럼 교육이 전문화되고 세분화되면 향후에는 각 영역별 전담교육 강사체도를 운영하여 전문교육강사들을 통한 정기적 방문교육 및 업체 요청에 따른 맞춤형 교육을 제공할 수 있다. 또한 전담사업자의 주최로 정기적인 교육을 개최하여 사용자에게 전자무역플랫폼의 우수성을 알리고 보다 쉽게 접근할 수 있는 기회를 만들어야 한다.

한편 정부가 교육기관에 대한 투자를 확대하여 대학 및 기타 교육기관에서 전자무역 전문 인력을 양성할 수 있는 교육시스템과 교수요원의 확충 등과 같은 환경을 조성하고, 무역학과가 아닌 경상계열의 유사학과 학생들에게도 전자무역과 관련된 교과목을 수강하여 전문지식을 익힘으로써 전문무역 인력으로 거듭날 수 있는 교육체계를 마련하는 등의 노력이 필요하다. 아울러 이를 위해 체계적인 전자무역에 대한 전문지식을 습득할 수 있도록 전자무역을 위한 학습자 중심의 콘텐츠 개발도 중요한 과제이다.

## 6. 고객관리시스템의 개발

시스템의 성공적인 도입 및 운영은 고객의 체계적인 관리에서부터 시작하여야 한다. 이를 위하여 전담사업자인 KNET은 전자무역플랫폼의 고객정보관리시스템(CIMS : Customer Information Management System)을 구축하여야 한다. CRM의 기본적인 원리는 고객만족도 개선을 통하여 매출을 증대시키고 비용을 절감하여 기업의 가치를 극대화하기 위한 경영전략이다. 전자무역 플랫폼은 현재까지 시스템을 운영하면서 누적된 DB를 가지고 이용현황만 파악할 것이 아니라 고객집단의 특성을 파악하여야 한다. 시대에 흐름에 따라 고객의 성향이 점점 까다로워지고 있어 모든 것을 갖춘 시스템이라고 하더라도 고객이 어떠한 서비스를 원하는가를 파악하여 맞춤형서비스를 제공하지 않으면, 고객의 만족도 상승과 지속적인 사용 및 이용확대를 유도하기가 힘들다. 따라서 무한경쟁의 시장상황에서 새로운 고객을 확보하고, 확보된 고객의 만족을 위한 다양한 서비스와 상품을 개발하며, 우량 고객을 분류하여 일대일 목표 마케팅을 위한 자사의 상황에 맞는 고객관리시스템의 확보가 필요하다.

이를 위하여 전자무역플랫폼과 고객정보관리시스템을 분리하여 연동되도록 구축할 필요성이 있다. 고객정보관리시스템은 신속한 고객응대를 통한 고객만족도 향상을 목표로 기본적으로 규모별, 업종별, 지역별 및 이용 빈도 등으로 세분화하여 분류한 후, 철저히 고객입장에서 분석하여 설계하여야 하며, 구축을 통해 모아진 양질의 고객DB를 가지고 고객센터로 인입된 고객정보를 신속하게 검색할 수 있고, 최초 서비스 이용시점부터 현재에 이르기까지의 고객 데이터를 한눈에 볼 수 있도록 시스템을 구현해야 할 것이다. 이렇게 구축된 고객정보관리시스템은 향후 프로모션 및 캠페인을 전개함으로써 사용자의 만족과 전담사업자의 수익극대화 및 수익모델 구현에 이바지 할 수 있을 것이며, 시스템의 보완 및 개발할 부분을 파악하여 지속적으로 발전시켜야 한다.

## 7. 유형별 캠페인 마케팅 전개

고객이 업무 목적으로만 시스템을 접근하는 것이 아니라, 전자무역플랫폼의 접속 자체를 즐길 수 있는 시스템으로 변모하기 위하여 유형별로 다양한 캠페인을 개발하여 시행하여야 한다. 우선 사용자들을 각 집단에 맞도록 등급을 나누어 단기 집중관리 및 중기육성과 Care 중심의 마케팅전략을 구상하여 캠페인을 전개하고, 캠페인에 대한 고객반응을 분석하여 캠페인의 효과를 분석함으로써 전자무역플랫폼을 보다 활성화 시킬 수 있을 것이다. 캠페인은 출석체크 이벤트, 사용자의 전담사업자에 대한 개선 및 보완이 필요한 부분에 대한 건의 이벤

트 등 등급에 맞는 이벤트를 개최하고, 이러한 캠페인을 수행한 사용자들에게는 무료사용기간을 주는 등의 포상을 하여 전자무역플랫폼을 단순히 업무용도로만 이용하는 것이 아니라 포털사이트로써의 전자무역플랫폼 그 자체를 즐기도록써 전자무역플랫폼 내에 마련된 다양한 서비스들을 골고루 이용하도록 유도하여 시스템의 활성화를 도모할 수 있을 것이다.

## 8. 전자무역의 글로벌 연계

현재 전자무역 서비스는 국내에 국한되어 제공하고 있어 국내 무역업체나 유관기관, 국내 은행 간에는 전자무역플랫폼을 활용한 전자무역서류가 교환되지만 국가차원의 정책적 지원 기반을 토대로 한 국가간 연계사업이 미흡하고, 기존 해외 전자무역 솔루션의 활용전략이 미흡하여 전자적 무역서류의 해외연계가 단절이 되고 있다. 따라서 정부는 해외 전자무역시스템과의 연계로 국가간 서류 없는 무역거래 체계를 구축하여 전자적 무역서류의 단절 없는 무역거래를 구현할 수 있도록 하여야 한다. 이를 위하여 전자문서의 세계적인 표준화와 전자무역플랫폼의 글로벌화를 조기에 달성할 수 있도록 하고, 사용자 중심의 개방형 통합서비스 제공과 해외 사용자의 접근이 용이하고 신뢰성 있는 전자무역솔루션의 개발이 필요하다.

## V. 결 론

우리나라는 2000년 초부터 무역 강국과 IT 강국으로서 이점을 적극 활용하여 전자무역으로의 전환을 위해 많은 노력을 경주하였다. 이러한 노력으로 정부는 2007년 KTNET을 새로이 구축된 전자무역플랫폼을 운영하는 전담사업자로 지정하고, 무역서류가 오프라인으로 오고 가던 무역프로세스를 전자화시키고 있다. 이는 고비용 구조에 따른 부가가치 저하라는 문제를 해결할 수 있는 지름길이며, 무역산업의 양적인 성장뿐만 아니라 질적인 성장을 가져올 수 있는 원동력이 될 수 있다. 따라서 이제 전자무역플랫폼은 21세기 무역 프로세스에 적합한 핵심적인 국가인프라로 자리매김하고 있다.

이와 관련하여 본 연구는 전자무역플랫폼의 이용현황을 분석하여 전자무역 서비스의 고도화를 위한 방안을 도출하고자 하였다. 이를 위한 선행연구의 분석결과, 전자무역의 확산 및 전자무역플랫폼의 구축을 위하여 사용자 교육과 홍보, 전자무역의 활용수준 개선을 지적하였고, 서비스 이용료의 개선에 대한 자구책 마련이 필요하다고 하였으며, 글로벌 전자인증서비

스와 표준화 및 법제도의 정비가 필요하다. 이러한 선행연구의 주장들은 전자무역플랫폼을 구축하는데 이론적 요건을 제시하는데 크게 이바지하였으나 실질적인 접근성이 다소 부족하여 전자무역플랫폼의 이용확산을 위한 서비스 방안으로 한계가 있었다.

그리고 전자무역플랫폼의 이용실적과 통계적인 수치를 분석해 본 결과 조속히 해결해야 할 개선과제를 도출할 수 있었다. 우선 시스템의 기능보완과 전자문서의 적용범위가 결제분야로 확대되어야 하며, 다양한 규모의 무역업체가 이용 가능한 맞춤형 연계서비스가 제공되어야 한다. 둘째, 무역업체들이 전자무역시스템을 활용한 경비절감 등 구체적인 경제적 효과를 피부로 느낄 수 있도록 서비스 추진체계를 개선하여야 하며 셋째, 이용실적이 저조한 외환상역 부문에 대한 서비스를 확충해야 하고, 물류주체 및 유관기관별로 보유중인 각종 물류정보 연계현황을 분석하여 전자무역플랫폼에 통합 연계할 수 있도록 서비스를 개발하여야 한다. 다섯째, 기존 VAN방식의 장점을 Web기반으로 구축된 전자무역플랫폼으로 전이하여, 기존의 사용자가 새로이 구축된 시스템으로 업무 프로세스를 전향함에 있어서 사용에 불편이 없도록 하여야 하며 여섯째, 정부에서는 글로벌 연계를 통하여 국가간 막힘없는 전자문서를 실현하여 전자무역플랫폼을 통한 서류 없는 무역환경을 조성하는데 힘써야 한다.

이러한 해결과제들을 위해 본 연구는 각 이슈별로 서비스 고도화 방안을 제시하였다. 첫째, 시스템의 구축보완과 관련하여 전자결제와 같은 사용자 중심의 서비스 개선과 현재 물동량을 고려한 항공화물운송장관리시스템과 포워드 지원시스템을 구축하여야 한다. 둘째, 독립된 전자무역시스템 UNI-PASS와 U트레이드허브간의 상호간 경쟁구도를 벗어나 각각의 특성을 살린 상호 연계시스템으로 통합을 하여야 한다. 셋째, 기존 종량제 요금제에 대한 사용자들의 부담을 개선하기 위해 월정액 요금제를 도입함으로써 전담사업자는 고정수익의 확보와 동시에 사용자들의 이용부담을 최소화해야 한다. 넷째, 무역 프로세스에 연관되어 있는 무역유관기관과 전략적인 제휴를 통하여 체계적인 홍보를 강화하고, 단순한 시스템의 사용법에 대한 교육이 아닌 사용자 중심으로 Needs를 충족시킬 수 있는 교육시스템의 마련하여야 한다. 다섯째, 우량고객을 선별하여 일대일 마케팅 수립을 위해 전자무역플랫폼과 연동될 수 있는 체계적인 고객관리시스템을 구축하고, 전자무역플랫폼을 고객이 단순히 업무 목적만으로 접근하는 것이 아니라 고객이 상시로 접속하여 시스템을 즐길 수 있는 기회를 제공하며, 캠페인 결과를 통한 고객반응을 분석하여 시스템에 적극 반영해야 한다. 마지막으로 전자무역플랫폼을 통한 전자무역문서는 국내만으로 한정되어 있으므로, 글로벌연계를 통한 전자무역문서 표준화 및 전자무역플랫폼의 글로벌화를 실현하여야 한다.

정부는 그 동안 전자무역의 발전을 위해서 전자무역관련 법률 제정 및 과감한 예산투자를

하여 전자무역플랫폼을 구축하였다. 그러나 현 시점에서 우리나라는 다양한 정부부처가 구심점을 찾지 못하고, 전자무역플랫폼의 운영에 대한 통일된 정책을 수립하지 못하여 싱글윈도우 구현이라는 목표와는 다소 멀어져가고 있다. 전자무역플랫폼은 국가적인 인프라로서 국가가 강력한 리더십을 가지고 정책을 추진하지 않으면 국내 시스템간의 통합은 이루어지기 힘들고 나아가 글로벌 주도권 확보도 어려워질 수밖에 없다. 향후 전자무역의 발전을 위해서는 전자무역플랫폼을 구심점으로 정부와 전담사업자 그리고 사용자가 삼위일체가 되어 균형과 조화를 이루는 것이 무엇보다 중요하다.

본 연구는 기존의 선행연구에서 도출된 해결과제와 시스템 운영현황의 분석을 통해 나타난 시사점을 바탕으로 서비스 고도화 방안을 모색하고자 하였다. 그러나 전자무역플랫폼의 사용실적이 저조하여 실질적인 사용자의 분석이 곤란하였고, 해외의 전자무역시스템과 심층적인 비교분석도 이루어지지 못하였다. 또한 전자결제시스템은 정부와 전담사업자만의 노력이 아닌 무역유관기관과 협력하여 해결할 과제로서 이에 대한 추가적인 실증연구가 요구된다.

## 참 고 문 헌

- 공정열, “한국 중소기업의 전자무역 확대 방안에 관한 연구”, 「전자상거래학회지」, 제7권, 제4호, 한국전자상거래학회, 2006
- 김용재, “전자무역 활성화를 위한 법과 제도 개선방안”, 「전자상거래학회지」, 제5권, 1호, 한국전자상거래학회, 2004
- 김철호, “전자무역촉진법의 주요쟁점과 개선방안”, 「국제상학」, 제22권, 제1호, 한국국제상학회, 2007
- 박기남, “중소수출기업의 전자무역 활성화를 위한 영향요인 분석에 관한 연구”, 「한국전자거래학회지」, 제10권, 제2호, 한국전자거래학회, 2005
- 송승훈, “CRM의 구축사례와 성공요인분석”, 경희대 테크노경영대학원 석사논문, 2005
- 이봉수, “전자무역 결제시스템의 글로벌 인증에 관한 소고”, 「무역학회지」, 제30권, 제5호, 한국무역학회, 2005
- 안승범, “전자무역과 전자상거래에 따른 수출입 물류서비스 발전방안 연구”, 「한국항만경제

- 학회지], 제18집, 1호, 한국항만경제학회, 2002
- 이용근, 정재우, “전자무역 네트워크 구축 현황과 활성화 방안”, 「국제상학」, 제19권, 제4호, 한국국제상학회, 2004
- 이한주·박기남, “한국 수출기업의 전자무역 활성화 방안에 관한 실증적 연구”, 「한국전산회계학회 추계학술발표논문집」, 한국전산회계학회 2003
- 정재환, “전자무역계약의 전제조건과 문제점에 관한 연구”, 「해양비즈니스」, 제6호, 한국해양비즈니스학회, 2005
- 장형유, “성공적 CRM 구축 및 운영을 위한 선행요인에 관한 학제적 연구”, 「경영관련학회 2007 하계통합학술대회」, 경영관련학회, 2007
- 지상훈, “한·중·일 전자무역시스템의 연계방안에 관한 연구”, 경기대학원 박사학위논문, 2004
- 최경주, “전자무역 활성화를 위한 발전과제에 관한 연구”, 「전자상거래학회지」, 제6권, 4호, 한국전자상거래학회, 2005
- 최혁준·지승룡, “중소기업 국제화의 문제점과 전자무역 활성화 방안”, 「창업정보학회지」, 제7권, 제4호, 한국창업정보학회, 2004
- 산업자원부, 「세계 최초로 국가간 무역EDI 구현 추진」, 공보관실 보도자료, 2004
- 산업자원부, 「전자무역 명품화 사업계획-무역 1조불 시대를 향한 무역규모확대 기반조성-」, 2006.8
- 산업자원부, 「전자무역 추진현황과 향후계획」, 2006.10
- 산업자원부·한국전자거래진흥원, 「e-비즈니스 백서」, 2005
- 한국무역협회, 「2002 무역연감」, 2002
- 한국무역협회, 「우리기업의 전자무역 현황 실태조사」, 2007.7