

## 4차 산업혁명과 새로운 직업의 출현을 알리는 법령

-E-Commerce 판매원 직업훈련에 관한 법령 (Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce)-

정미경

단국대학교 초빙교수, 독일정치경제연구소 소장

### I. 들어가는 글

4차 산업의 핵심은 디지털과 피지컬의 융합이다(Rigby, 2014). 이에 4차 산업혁명을 실현하는 그 길목에 먼저 추진해야할 과제가 있다. 생산, 소비, 경제, 사회의 디지털화이다. 피지컬이 디지털과 결합하기 위해 사회 전반의 디지털화가 확대되어야 한다. 디지털화는 4차 산업혁명의 폭과 깊이를 결정하게 될 것이다.

현재 이러한 디지털-피지컬 융합 현상이 가장 두드러지게 나타나고 있는 부분이 '쇼핑' 분야이다. 이를 디지털 쇼핑혁명이라고도 일컫는다(이정연, 2017). 지난 20년간 디지털 쇼핑분야는 E-Commerce(전자상거래)를 통해 온라인 미디어를 통한 제품의 시각화를 전면화 하였다. 또 고객리뷰와 소비자 평가가 디지털화 되었다. 또 개인별로 맞춤형 상품 및 장바구니 추천 서비스의 도입으로 개인 맞춤형 서비스의 비율도 90% 이상 99%에 달하고 있다. 대체결제수단 Paypal이 처음 도입될 때 전자상거래 사이트의 22%만 Paypal 서비스가 제공되었으나 현재 100대 온라인 쇼핑업체 중 83%가 Paypal 결제서비스를 제공하고 있다. 실시간 재고파악 영역에서 소매업체의 95%가 여러 쇼핑채널과 연결하여 즉시 구매가능한 상품의 재고를 파악한다. 또 상품을 구매한 후 구매와 관련한 상품을 추천하는 기능과 같은 구매 후 서비스 기능도 전자 상거래로 일상화되고 있다(디지털리테일 트렌드, 2017). 이렇게 기업들은 IT 기술을 활용하여 치열한 고객 유치 경쟁을 벌이고 있다. 기존의 아날로그 광고판을 상호 소통형 더 나아가 상황 인식형 디지털 광고판으로 바꿔 고객에 어필한다. 증강현실을 활용하여 구입하고자하는 가구가 자신의 거실이나 방에 잘 어울리는지 미리 사이버 세계에서 체험을 한 다음 구매 할 수 있도록 한다. 또 옷이 내

체형에 잘 어울리는지 상점에 가서 직접 입어 보지 않고 사이버 세계에서 옷매무시를 체험한 후 구입할 수 있도록 한다.

반면 구매를 위해 상점을 방문하는 전통적인 거래행위는 그 성장을 멈추었다. 2016년 미국 추수감사절 주말에 쇼핑을 한 소비자는 전체 1억5400만 명. 전년에 비해 300만 명이나 늘었다. 그러나 이중 실제 매장을 방문한 고객은 44%에 그쳤다. 오프라인 매장이 이렇게 침체를 보이는 동안 온라인 솜은 성황을 이루었다(Samsung Newsroom, 2017). 온라인에서 구매한 상품으로 오프라인으로 반품하는 것은 일상생활이 되어 온라인과 오프라인의 경계가 무너졌다. 영리한 소비자는 오프라인에서 맘에 드는 상품을 봐두고 온라인을 통해 저렴한 가격으로 구매를 한다. 4차 산업혁명의 선도국, 독일의 전자상거래 및 우편판매업협회(Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland, bevh)는 인터넷을 통한 상품 판매가 두 자리 수 성장률을 이어갈 것이라고 한다(Ausbildung.de, 2018).

이러한 추세를 반영하여 독일 전자상거래 및 우편판매업협회는 2012년부터 'E-Commerce 판매원'이라는 새로운 직업을 도입하기 위해 꾸준히 준비하여 왔다. 그리고 2017년 12월 13일 독일연방 관보에 "E-Commerce 판매원 직업훈련에 대한 법령(Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce)"이 공포되었다.

지난 3월 8일 한국 고용노동부는 4차 산업혁명위원회에서 '2016~2030 제4차 산업혁명에 따른 인력수요 전망'을 발표한 바 있다. 보고서는 정보·통신 전문가, 공학 전문가, 과학기술 전문가, 보건·사회복지 서비스직과 의료보조직, 교육전문가, 문화·예술·스포츠 등에서 2030년까지 92만 개의 일자리가 늘어날 것으로 보고했다. 반면 매장 판매직, 운전·운송관련직, 청소경비직등 고용감소직군에서 80만 개의 일자리가 감소할 것으로 예상했다. 그중 매장판매직은 운전·운송관련직 다음으로 많은 일자리 감소가 예상되는 직종으로 꼽혔다. 약 10만8천개의 일자리가 매장판매직에서 사라질 것이라고 한다.

이 글은 4차 산업혁명을 선도하고 있는 독일에서 판매직 분야에 새롭게 출현한 E-Commerce 판매직 직업훈련에 대한 독일의 법령을 소개하여 4차 산업혁명으로 인하여 초래되는 판매직 분야의 직무변화를 소개하고 매장판매업 일자리 축소를 E-Commerce 판매직 신설로 대처하는 독일의 혁신적인 일자리 정책을 살펴본다.

## II. 독일 직업훈련관련 법제 - 직업훈련법과 직업훈련에 관한 법령

독일의 통계청은 독일 전체 중학교 졸업생의 약 50%가 실업계 고등학교 교육에 해당하는 이원화 직업훈련을 받고 국가공인 직업자격증을 취득한 후 기술인력으로 노동시장에 진입한다고 한다. 이원화 직업훈련제도이란 직업훈련의 프로그램이 학교와 기업으로 이원화 되어 진행되는 제도를 말한다. 이 제도 하에서 훈련생은 직업학교(Berufsschule)에서 직업과 관련한 이론적인 교육을 받고 기업에서 실질적인 기술을 습득한다. 일반적으로 이론 교육은 1주일에 하루 또는 이틀 동안 학교에서 실시된다. 또 실질적인 기술훈련은 1주일에 3일 또는 4일 동안기업에서 진행된다. 이러한 이원화 직업교육훈련을 규정하고 있는 법이 직업훈련법(Berufsbildungsgesetz, BBiG)이다. 이런 이원화 직업훈련을 통해 인력을 배출하는 직업은 독일 전체 약 330개에 달한다. 이 숫자는 새로운 직업이 출현하면 늘고 기존의 직업이 사라지면 줄어든다. 이 330개의 국가공인직업은 다시 각 직업마다 직업훈련법령(Ausbildungsverordnung)을 두고 법으로 구체적인 인력양성의 방식을 명시하고 있다. 직업훈련법령은 공인된 직업의 명칭에서 부터 훈련기업 및 직업훈련생의 의무와 권리, 그리고 직업훈련의 내용, 자격시험의 내용과 방법까지 명시하고 있다. 직업훈련법 제 1조는 이 글이 다루는 이원화 직업능력 양성훈련에 대해 정의하고 있다. 또 제 4조는 각각의 공인 직업은 그 인력훈련의 방식이 직업훈련법령에 따라 제공됨을 명시하고 있다. 직업훈련법 제 1조 제 1항에서는 다음과 같이 직업훈련의 범위를 규정한다.

“(1) Berufsbildung im Sinne dieses Gesetzes sind die Berufsausbildungsvorbereitung, die Berufsausbildung, die berufliche Fortbildung und die berufliche Umschulung.”

“(1) 이 법에 따른 직업훈련은 직업훈련의 준비, (직업능력)양성훈련, (직업능력)향상훈련, (직업)재훈련을 의미한다.”

그리고 이 글에서 소개하고 있는 이원화 직업능력 양성훈련에 대해서는 제 3항에 다음과 같이 그 목적을 정의하고 있다.

“(3) Die Berufsausbildung hat die für die Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit in einer sich wandelnden Arbeitswelt notwendigen beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (berufliche Handlungsfähigkeit) in einem geordneten Ausbildungsgang zu vermitteln. Sie hat ferner den Erwerb der erforderlichen Berufserfahrungen zu ermöglichen.”

“(3) 직업양성훈련은 변화하는 직업세계에서 자격을 갖춘 직무의 수행을 위해 필요한 직업 능력, 지식, 숙련 (직업수행능력)을 규정된 양성훈련과정 속에서 전달하는 것이다. 이것은 더 나아가 필요한 직업경험을 취득하는 것을 가능하도록 한다.”

또 직업훈련법 제 4조 훈련직업의 공인에서는 (제 1항에) 다음과 같이 직업훈련법령에 따라 직업훈련이 국가적으로 공인됨을 밝힌다.

“(1) Als Grundlage für eine geordnete und einheitliche Berufsausbildung kann das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie oder das sonst zuständige Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung durch Rechtsverordnung, die nicht der Zustimmung des Bundesrates bedarf, Ausbildungsberufe staatlich anerkennen und hierfür Ausbildungsordnungen nach § 5 erlassen.”

“(1) 질서가 잡히고 통일된 양성훈련의 기초로서 연방경제에너지부와 그 외 관할 내각의 부처는 연방교육연구부와 합의 하에 연방참의원의 동의를 필요로 하지 않는 법령을 통해 양성훈련직업을 국가적으로 공인하며 이를 위해 제 5조에 따라 양성훈련법령을 공포한다.”

즉 훈련직업으로 채택된 직업은 독일 연방경제에너지부가 연방교육연구부의 합의 하에 직업훈련법령을 통해 국가적으로 공인한다는 것이다. 그리고 이러한 법령은 연방참의원의 동의를 필요로 하지 않는다. 또 직업훈련법 제 5조에 따르면 직업훈련법령은 양성훈련의 공인된 직업명, 훈련의 기간, 양성훈련의 대상이 되는 직업적 숙련, 지식, 능력을 전달하는 내용적 시간적 배열에 대한 지침, 시험규정을 명시하고 있다.

2017년 12월 공포된 ‘E-Commerce 판매원 양성훈련에 대한 법령’은 직업훈련법 제 5

조가 정한 바에 따라 E-Commerce 판매원 훈련을 규정하고 있다(Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017).

### III. E-Commerce 판매원 양성훈련에 대한 법령 제정의 경과

2012년 독일연방 전자상거래 및 우편판매협회는 상거래분야에 새롭게 요구되는 직무를 수행할 새로운 기술 인력의 필요성을 제기하였다. 그리고 'E-Commerce 판매원' 직업훈련이 제안되었다. 2014년 전자상거래 및 우편판매협회는 자체적으로 워킹그룹을 구성하여 E-Commerce 판매직에 대한 개념을 규정하는 작업을 시작하였다(Groß-Albenhausen, 2015). 그리고 E-Commerce는 소매업의 일반적인 판매를 보조하거나 특별한 방식으로 여행을 예약하거나 국내외에 물건을 사고파는 거래의 보조축이 아님을 확인하였다. 또 인터넷을 통한 고객소통시스템이나 거래시스템은 기존의 상업분야에 완전 다른 비즈니스모델이며 완전히 다른 직업능력이 요구됨을 명확히 하였다. E-Commerce 판매직은 기존의 판매직 업무에 IT 전문성과 물류전문성을 결합한 새로운 직업이라고 규정되었다. 그리고 2015년 E-Commerce 판매직을 훈련직업으로 선정하기 위해 계획안이 연방정부에 제출되었다. 그 후 연방정부는 기업의 전문가 그룹과 함께 양성훈련의 내용을 만드는 작업을 진행하였다. 2016년 8월 연방경제부는 E-Commerce 판매직을 훈련직업으로 공식적으로 채택하기 위해 사용자 및 노동조합과 함께 회의를 개최하였다. 회의를 통해 E-Commerce 판매직의 법령제정의 과정과 법령의 완성까지 업무계획을 수립하였다. 이 작업에는 소매업, 우편판매업, 온라인판매업, 도매업, 대외무역, 관광업 협회 등 다수의 관련 협회가 참석하였다. 그리고 1년 간 사용자측 전문가와 노동조합, 연방직업훈련협회가 'E-Commerce 판매직 직업훈련법령'을 작성하였다. 2017년 12월 연방법률관보에 E-Commerce판매원 직업훈련에 대한 법령이 공포되었고 2018년 8월부터 법령이 시행된다. 그리고 현재 법률의 시행 전까지 훈련교재와 훈련지침을 작성하고 있다(Handelsverband Deutschland, 2016). 2018년 8월 1일부터 판매업체들은 E-Commerce 판매직에 훈련생을 양성할 수 있다. 이제 E-Commerce 판매업체들은 그들의 기술인력난을 해소할 수 있을 것으로 보인다(Handelsverband Deutschland, 2016).

## IV. E-Commerce 판매직 훈련에 대한 법

E-Commerce 판매직의 훈련에 대한 법은 기존의 판매직 훈련에 대한 법령과 큰 차이를 보인다. 먼저 양성훈련의 내용과 자격증을 취득하는 평가의 영역이 완전히 다르게 규정되고 있다. 기존의 판매직에 없는 내용이 새롭게 만들어졌다. 또 자격증 취득시험에서 평가영역들 간의 비중에도 적지 않은 변화가 있다.

E-Commerce 판매원 양성훈련에 대한 법령 제 1절의 직업양성훈련의 대상, 양성기간, 양성과정에 대한 부분과 제4조 양성훈련과 양성훈련 직업에 대한 부분은 신설된 E-Commerce 판매직 훈련의 내용에 대해 제시하고 있다. 제 2절 졸업시험의 제 8조 1차 시험의 평가영역, 제 10조 2차 시험의 평가영역, 제 11조 E-Commerce의 업무과정 평가내용, 제 12조 E-Commerce의 고객커뮤니케이션 평가내용, 제 13조 프로젝트관련 E-Commerce의 업무과정에 대한 구두시험 등은 E-Commerce 판매직 자격취득을 위한 평가 영역에 대해 상세히 규정하고 있다. 또한 제 15조에서는 졸업시험합격을 위한 평가 영역의 비중에 대해 제시하고 있다.

### 1. E-Commerce 양성훈련과 양성훈련 직업의 구조

법령의 제 4조 양성훈련과 양성훈련 직업의 구조는 E-Commerce 양성훈련의 내용에 대해 규정하고 있다. 전통적인 일반 판매업의 양성훈련과 그 직업의 구조는 판매직과 관련하여 상품과 서비스의 공급, 상품진열과 광고, 가격산출, 상품재고관리, 상품의 입고, 상품의 판매, 계산서비스, 소매거래의 과정, 고객 상담, 판촉, 상품의 조달, 판매관리, 온라인 거래, 마케팅정책, 직원의 지휘와 인력개발, 자영업의 준비 등을 양성훈련의 내용으로 한다.. 일반적으로 판매직과 연관 지어 생각할 수 있는 내용이다. 그리고 일반 판매직 양성훈련의 내용 중 온라인거래는 선택과목 중의 하나이다. 따라서 일반 판매직에서 온라인 거래를 선택한 훈련생은 전체 36개월의 훈련기간 중 3년째 주당 13시간 온라인거래 관련 훈련을 받는다.

반면 E-commerce 판매직의 경우, 훈련을 시작한 후 15개월간 다음과 같은 내용의 훈련이 진행되도록 명시되어 있다.

- 상품 및 서비스 공급품의 디자인과 온라인 경영/관리(주당 16시간),
- 온라인 판매계약을 준비하고 구상하는 방법(주당 17시간),
- 온라인 판매계약을 처리하는 방법(주당 4시간),
- 온라인 및 오프라인 고객커뮤니케이션과 협력(주당 4시간)
- 온라인 거래의 주요형태인 프로젝트 지향적 업무(주당 14시간)

그리고 16개월에서 36개월까지 직업훈련에서는 다음과 같은 내용의 훈련이 진행되도록 규정하고 있다.

- 온라인 판매채널의 선택과 사용(주당 16시간)
- 상품 및 서비스 공급품의 디자인과 온라인 관리/경영(주당 8시간)
- 온라인 판매계약의 처리(주당 8시간)
- 고객커뮤니케이션을 지향하는 온라인 스톱의 디자인(주당 13시간)
- 온라인 마케팅의 개발과 실행(주당 18시간)
- 온라인 판매의 관리와 감독(주당 16시간)
- E-Commerce의 의미와 구조(주당 4시간)
- 커뮤니케이션과 협력(8시간)

위와 같이 법이 규정하는 E-Commerce 판매직 양성훈련의 프로그램은 전통적인 판매직의 양성훈련의 프로그램과 질적으로 상이하다. 디지털 스톱을 찾는 고객을 위해 고객 소통형, 더 나아가 상황 인식형 광고 업무를 할 수 있는 광고능력, 온라인 판매 및 결제, 온라인과 오프라인을 넘나드는 고객서비스업무, 온라인 판매를 위한 조달업무의 실행, 재고의 관리 및 통제와 같은 피지컬 영역의 소비를 디지털 판매로 연관할 수 있는 업무능력을 양성한다.

## 2. E-Commerce의 판매직 자격증 취득을 위한 국가자격시험의 평가영역

국가공인직업 판매직종 근로자들은 3 년간 양성훈련을 받고 두 차례에 걸쳐 시행되는 국가자격시험에 합격해야만 판매원 자격을 가질 수 있다. 시험은 훈련 2년차에 시행되는

1차 시험과 훈련종료와 함께 시행되는 2차 시험으로 나뉘어져 있다.

전통적인 일반 판매직의 경우 1차 시험에서 판매와 광고방침, 상품경영/관리과 산출, 경제와 사회영역에서 시험이 출제된다. 또한 2차 시험에서는 전문가와의 대담형식을 통해 업무의 과정, 그리고 선택과목에 대한 평가를 한다.

반면 E-Commerce 판매원 양성훈련에 대한 시험은 법령 제 8조와 제 10조에 명시되어 있다. 법령 제 8조는 E-Commerce 판매직 1차 시험의 평가영역을 “상품의 경영/관리와 계약의 준비”로 정하고 있으며, 그 시험의 내용은 다음과 같다.

- 온라인으로 판매하는 상품과 서비스를 고객 및 서비스 지향적 디자인과 경영/관리
- 온라인 상품과 서비스의 조달지원
- 온라인 판매에서 계약의 준비과정을 기획하고 계약을 체결
- 상품의 경영/관리와 계약의 준비에 관한 법적 규제

법령 제 10조는 2차 시험의 평가영역을 다음과 같이 규정하고 있다.

- E-Commerce 업무과정
- E-Commerce에서의 고객커뮤니케이션
- 프로젝트와 연관된 E-Commerce에 대한 전문가의 대화(구두시험)
- 경제와 사회

제 11조에 따르면 E-Commerce 업무과정에 대한 평가에서 수험생은 온라인 판매채널을 사용할 수 있으며 최적화할 수 있음을 입증해야한다. 이를 위해 관련된 법적 규제를 알고 있어야 하며 판매의 목표가 되는 고객층의 소비성향을 파악하고 온라인 마케팅을 할 수 있다는 것을 입증해야한다. 더 나아가, 수험생들은 E-Commerce 공정관리 능력이 있어야 한다. 이를 위해 일반적인 업무처리에 필요한 능력뿐만이 아니라 전자 상거래의 관점에서 경제 상황 및 개발되는 기술을 평가할 수 있어야 한다.

제 12조 E-Commerce에서의 고객커뮤니케이션 평가영역은 수험생에게 다음과 같은 것을 요구한다. 고객 친화적 솔루션 제공능력, 계약이행 중 발생한 온라인 장애를 처리 할



수 있는 능력, 반환업무과정의 수행력, 온라인 판매채널의 선택 및 관리능력, 온라인 판매 채널의 연결 장치에 대한 이해, 목표그룹 지향적인 고객 의사소통 능력, 상황에 적합한 맞춤형 상품 및 서비스의 평가 및 최적화 능력, 온라인 상거래에서 고객보호에 대한 법적 규제를 준수할 수 있는 능력이 요구된다.

온라인 상거래는 전통적인 상거래보다 즉흥성이 낮고 프로젝트를 수립하고 그에 근거한 구매행위가 많다. 제 13조 프로젝트와 연관된 E-Commerce와 관련된 구두시험에서 수험생은 프로젝트에 근거한 온라인 거래 수행 능력을 증명해야한다. 과제를 파악하고, 고객에게 문제와 절차를 설명하는 능력, 솔루션 개발 능력, 경제적, 환경적, 법적인 측면을 고려하고 과제를 계획, 수행 및 평가하는 능력 등을 증명해야한다.

### 3. E-Commerce 판매직 국가자격시험의 영역별 평가비중

[표 1] 일반판매직과 E-Commerce 판매직의 국가자격시험 평가영역의 비중

일반 판매직	평가비중	E-Commerce 판매직	평가비중
판매와 광고방침	15%	E-Commerce에서의 고객커뮤니케이션	15%
상품의 경영/관리과 산출	10%	공급 상품의 경영/관리와 계약의 준비	25%
업무의 과정	25%	E-Commerce 업무과정	30%
선택과목 구두시험	40%	프로젝트와 연관된 E-Commerce 프로세스 구두시험	20%
경제와 사회	10%	경제 및 사회	10%

자료 출처: Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (2017)

표 작성: 저자

법령 제 15조 E-Commerce 판매직의 평가영역 별 비중을 고찰하여 보면, 훈련생이 E-Commerce 판매직 직업자격을 취득하기 위해서는 E-Commerce 업무과정에 대한 직업능력(30%)이 가장 중요하게 평가되고, 그 다음으로 상품의 관리와 계약의 준비(25%), 프로젝트 유관 E-Commerce 수행력(20%), 고객커뮤니케이션(15%), 그리고 일반 경제와 사회(10%)에 대한 이해 순으로 평가된다. 이를 전통적인 일반 판매직과 비교하면

E-Commerce 판매직은 일반 판매직에서 가장 큰 비중을 차지하던 선택과목이 없어졌고 그 자리에 프로젝트와 연관된 E-Commerce 프로세스에 대한 이해도와 숙련을 평가한다. 또 판매와 광고방침은 고객 커뮤니케이션으로 대체되었다. 또 E-commerce 판매직의 경우 일반 판매직과 비교하여 상품의 관리와 그 유관 업무의 비중이 배 이상 증가했다. E-Commerce에서 온라인 고객소통이 중요하게 여겨지고 즉흥적인 구매에 대한 대응능력보다 프로젝트에 의거한 거래업무의 수행능력이 중요해졌다. 또 E-Commerce 업무의 과정이 일반판매보다 복잡성을 띠고 있어 이에 대한 평가의 비중이 높아졌음을 알 수 있다(위의 표 참조).

## V. 법령의 시행과 직업전망

E-Commerce 판매원 직업훈련은 다른 직업훈련과 마찬가지로 단기실업중학교(Hauptschule)졸업 이상의 학력을 소지한 모든 학생들이 선택할 수 있다. E-Commerce 판매직은 업무의 성격상 온라인 미디어에 관심이 높은 학생들에게 추천할 만하다(BIBB, 2018). 독일상업협회(Handelsverband Deutschland, HDE)는 2018년 8월에 E-Commerce 판매직이 도입되면 2018년 최소 1,000개 이상의 양성훈련계약이 체결될 것이라고 추정한다(boersenblatt.net, 2018). 이들의 초임은 세전 1,700유로-2,400유로 한화로 약 225만 원에서 318만 원 정도가 될 것이다. 경력이 향상되면 세전 월급이 약 2,500~3,500유로(약 331만~463만 원)에 달할 것이다(Ausbildung.de, 2018). 최근 도·소매업, 관광업, 호텔업, 제조업, 신문사, 파이낸스 서비스업까지 E-Commerce 판매원을 필요로 한다. 이 직종에 대한 수요가 높아 E-Commerce 판매원의 직업 전망은 최상이라고 할 수 있다(Ausbildung.de, 2018). 2018년 8월에 시행될 E-Commerce 판매직 직업훈련에 대한 법령은 4차 산업혁명의 진행과정에 새롭게 창출되는 기술수요와 직업전망에 발맞춰 제정된 법령이다.

## 참고문헌

- Ausbildung.de (2018), Ausbildung als Kaufmann/-frau im E-Commerce, <https://www.ausbildung.de/berufe/kaufmann-im-e-commerce/karriere/> (검색일: 2018년 2월 7일)
- BIBB (2018), Neu: Kaufmann und Kauffrau im E-Commerce-Branchenübergreifender Ausbildungsberuf für boomenden Onlinehandel, Pressemitteilungen, 2018. 1. 9. [https://www.bibb.de/de/pressemitteilung\\_73772.php](https://www.bibb.de/de/pressemitteilung_73772.php) (검색일: 2018년 2월 23일).
- boersenblatt.net (2018), Ausbildung zu E-Commerce-Kaufleuten Spezialisten fürs Digitale, 2018. 1. 4. [https://www.boersenblatt.net/artikel-ausbildung\\_zu\\_e-commerce-kaufleuten.1417304.html](https://www.boersenblatt.net/artikel-ausbildung_zu_e-commerce-kaufleuten.1417304.html) (검색일: 2018년 2월 26일).
- Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (2017), Berufsbildungsgesetz (BBiG), [https://www.gesetze-im-internet.de/bbig\\_2005/BBiG.pdf](https://www.gesetze-im-internet.de/bbig_2005/BBiG.pdf) (검색일: 2018년 2월 23일).
- Groß-Albenhausen, M. (2015), E-Commerce-Kaufleute: Die bevh-Vision nimmt Gestalt an (1), Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland, <https://www.bevh.org/blog/blog-post/2015/06/23/e-commerce-kaufleute-die-bevh-vision-nimmt-gestalt-an-1/> (검색일: 2018년 2월 1일)
- Rigby, D. K. (2014), Digital-physical mashups, Harvard Business Review, September 2014 Issue, <https://hbr.org/2014/09/digital-physical-mashups,%20havard%20Business%20Review> (검색일: 2018년 3월 5일)
- Samsung Newsroom (2017), 4차 산업혁명, 한마디로 요약하면 ‘디지털-피지컬 통합’, 2017.7.5. <https://news.samsung.com/kr/344246-2> (검색일: 2018년 2월 20일).
- 디지털리테일 트렌드 (2017), 20년간 디지털쇼핑분야의 6가지 혁신, 디지털리테일 트렌드 뉴스레터, 2017.11.28. <http://digitalretail.co.kr/> (검색일: 2018년 3월 14일).
- 이정연 (2017), ‘디지털 쇼핑혁명’은 계속된다, 한겨레신문, <http://www.hani.co.kr/arti/economy/consumer/412299.html> (검색일 2018년 3월 14일).