

(사) 한국 커머스넷

전자상거래의 특징과 전망

한국CALS/EC학회

1999.11.19



(사)한국커머스넷 이현국 국장
henry@commercenet.or.kr

목 차

1. 전자상거래의 개념과 메카니즘
2. 디지털 경제로의 변화
3. 한국 전자상거래 현황과 전망
4. 한국 전자상거래 현황 - B to C
5. 한국 전자상거래 현황 - B to B
6. 성공적인 전자상거래

전자상거래의 개념과 메카니즘

● 전자상거래의 정의

- 협의 : 인터넷 등 공중 네트워크상에서 이루어지는 물품판매/구매활동
- 광의 : 생산된 제품 및 서비스를 고객에 전달하기 까지의 전 과정을
정보통신기술을 기초로 통합한 새로운 형태의 상거래 시스템

□ 전자상거래와 전통적 상거래의 비교

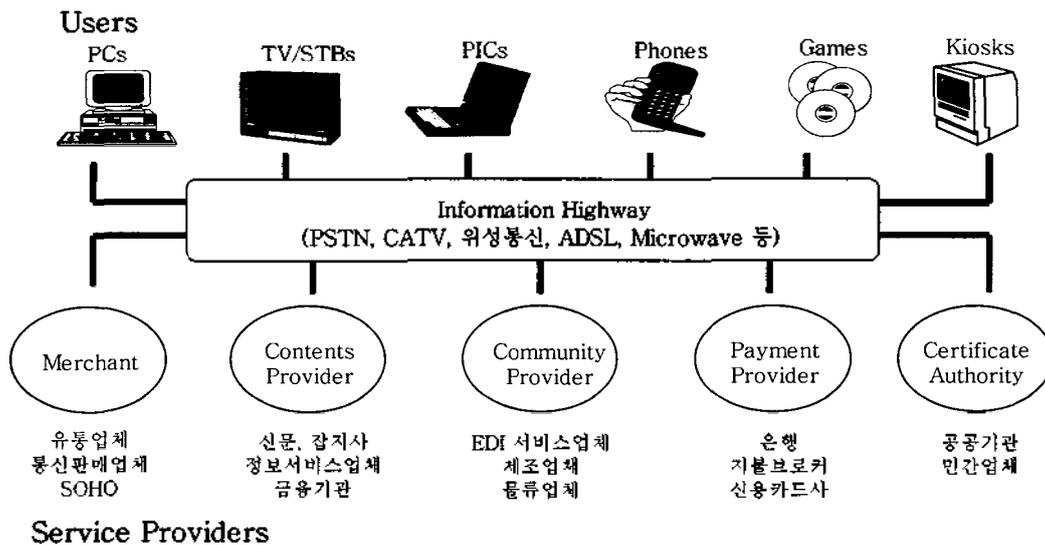
구분	전자상거래	전통적 상거래
유통채널	기업 ↔ 소비자	기업 ↔ 도매상 ↔ 소매상 ↔ 소비자
거래 대상 지역	전세계(Global Market)	일부지역(Closed Clubs)
거래 시간	24 시간	제한된 영업시간
고객 수요 파악	온라인으로 수시 획득 재입력이 필요없는 Digital Data	영업사원이 획득 재입력 필요
마케팅 활동	쌍방향 통신을 통한 1대1 Interactive 마케팅	구매자의 의사와 상관없는 일방적 마케팅
고객 대응	고객의 수요를 신속히 포착 즉시 대응	고객 수요의 신속한 포착이 어렵고 대응 지연
판매 거점	NetWork 상의 가상공간(Cyber space)	판매공간(점포) 필요

2

CommerceNet Korea

전자상거래의 개념과 메카니즘

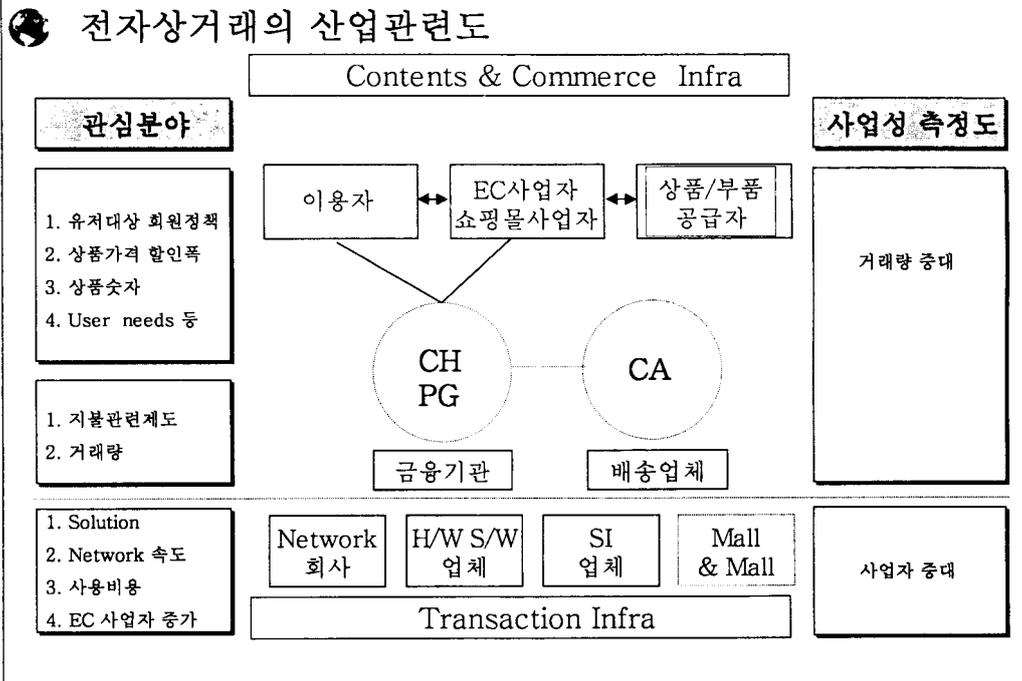
● 전자상거래의 구성요소



3

CommerceNet Korea

전자상거래의 개념과 메카니즘



4

Commercenet Korea

디지털 경제로의 변화

새로운 경제의 흐름

- * 하이테크 중심의 산업체제로의 전환
 - IT (Information Technology)
 - C & C (Computer and Communication)
- * 하이테크 산업의 새로운 경향
 - Lower unemployment with faster growth and less inflation [Traditional industry]
 growth up - cost up - inflation - productivity down
 - demand up - cost down - price down - demand up [High tech industry]
- * 수확체증의 법칙
 - 많은 사람이 쓰면 쓸수록 사용자 이익 증대
 (ex) win98: 표준설정, open 화, 관련 솔루션 개발 증대
 생산단가 하락

5

Commercenet Korea

디지털 경제로의 변화

● 정보화 사회로의 이전

□ 5,000만명 이용자 확보 시간

라디오	PC	TV	인터넷
38년	16년	13년	4년

□ 인터넷 사용자 수

	1998	1999	2002
국내	310만	525만	1,000만
세계	1-1.25억	2억	3.2-3.4억

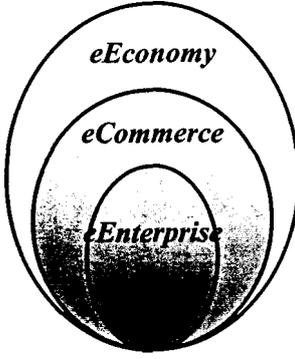
(출처: 현대경제연구원, LG경제연구원, 삼성경제연구소, 산자부, 정통부 자료종합)

6

디지털 경제로의 변화

● 사이버 기업, 전자상거래, 디지털 경제

사이버 기업(eEnterprise)들은 디지털 경제(eEconomy)라는 넓은 의미 내에서 전자상거래(eCommerce)를 추진하여야 함



디지털 경제(eEconomy) 정보통신 기술 및 서비스 활용에 의한 경영환경의 광범위한 변화
- 디지털 경제로의 전환에 따른 경쟁전략의 변화 필요 (농업경제, 산업경제, 디지털 경제)

전자상거래(eCommerce) 전자상거래 중심적인 전략의 강구 및 인적자원, 프로세스 및 정보기술의 조율을 통해 거래 당사자들 간에 이루어지는 비즈니스

사이버 기업(eEnterprise) 기업의 가치 능력(자금, 제품, 서비스 및 정보기술 등)을 극대화하기 위해 정보통신기술과 업무 프로세스 혁신

출처: Andersen Consulting

7

디지털 경제로의 변화

통합과 네트워크의 확산

정보통신 기술의 강화로 물리적으로 떨어져 있는 기업간 전략적 협력이 강

산업경제

디지털 경제

- 한 조직내에 필요한 기능 확보
- 기능간 조화/조정을 위한 본부조직 필요
- 조직자체의 관성 형성 가능

- 필요한 역량을 갖춘 기업간에 유기적 결합
- 경쟁력 있는 기능의 상호보완적 결합에 따른 "Dream Team" 구성 가능
- Dynamic and Flexible

8
출처 : Andersen Consulting
CommerceNet Korea

디지털 경제로의 변화

전자상거래 성과와 기회 창출

전자상거래를 통하여 매출증대, 비용절감 및 자산의 효율적 이용 등 여러 측면에서 상당한 경제적 가치를 창출할 수 있음

Value Improvement

가치 창출 기회	가치 내역	일반적 범위	예
<p>매출증대</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 고객 중심화 된 제품 - 가상채널의 극대화 - 신제품 개발 - Bundling을 통한 고객의 인지도 및 retention 증대 	} 10-20%	Dell Hanes/L'eggs On Sale Barnes & Noble
<p>비용절감</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 업체를 연계한 네트워크 - 업무 프로세스 전산화/자동화 - 고객과의 네트워크 - 사이클 time의 감소 	} 10-20%	Cisco Bay Networks Boeing Dell
<p>효율적인 자산활용</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 운전자본의 감축 - 물류 등 고정자산의 감축 	} 30-60%	Amazon.Com Dell Barnes & Noble

9
출처 : Andersen Consulting
CommerceNet Korea

디지털 경제로의 변화

● 인터넷 벤처기업과 기존 기업의 전자상거래 도입 시 비교

특징	인터넷 벤처기업의 전자상거래	기존 기업의 전자상거래
시장진입	전자상거래 시장 진입 용이 사업 체계 전환이 필요없음	새로운 형태의 물류 및 서비스 체계로의 전환 혹은 부가에서 오는 비용 부담
고객확보	브랜드 인지도 및 신뢰도 확보의 어려움이 비용 부담으로 작용	이미 확보된 고객 충성도를 활용하기 좋음
사업기회	신개념의 상품 및 서비스를 제공하여 니치마켓(niche MKT)의 리더가 될 수 있음	기존 비즈니스 모델을 발전시켜 부가서비스 및 선상품과의 접목가능
전환과제	단시간 내에 급성장을 수용하기 위해서는 기간 백오피스 시스템의 도입, 확장이 필요하므로 심각한 사업 상의 도전이 될 수 있음	기존 비즈니스 체계와 충돌될 수 있는 요소와 시너지를 일으킬 수 있는 요소를 파악하여 원만한 전환이 필요함 (예: 대리점 체인의 대체/전환)
전자상거래의 주목적	신규사업을 통한 매출 확대와 새로운 고객/커뮤니티 확보	운영 상의 비용 절감과 영업 채널의 전환/다양한 고객 및 파트너와의 관계 강화
사례	Amazon 온라인 서점 eToys.com 장난감 사이버몰 Yahoo: My Yahoo Headlines	Barns & Noble 도서체인점 Toy's R' US 장난감 체인점 CNN: CNN Custom News

10

 CommerceNet Korea

정보화 시대의 새로운 리더상

● CEO 와 e-CEO 의 비교

Traditional CEO

e-CEO

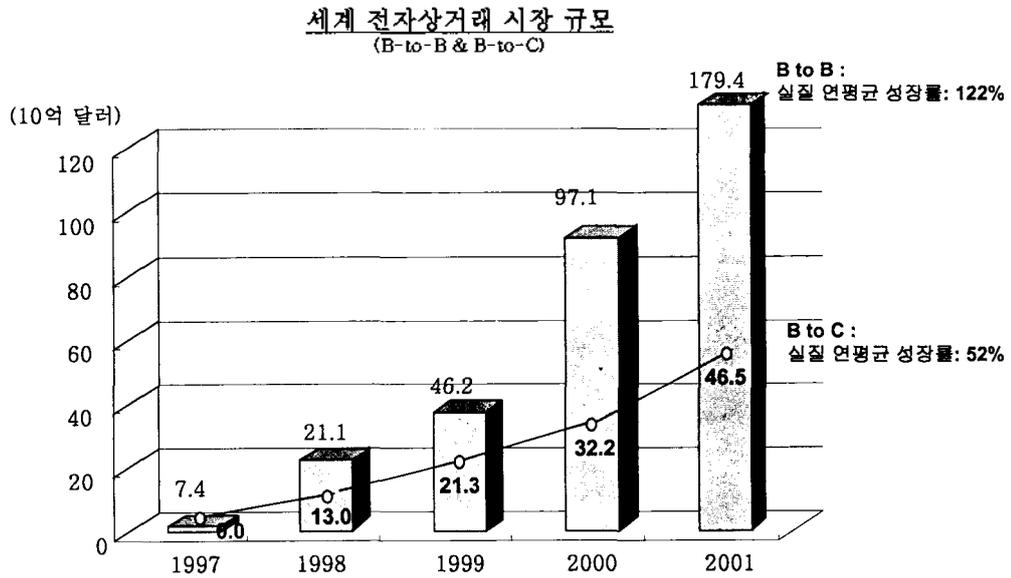
- encouraging	- evangelizing
- alert	- paranoid
- cordial	- brutally frank
- infotech semiliterate (at best)	- infotech literate (at least)
- clearly focused	- intensely focused
- fast moving	- faster moving
- hates ambiguity	- likes ambiguity
- suffers from technology confrontation anxiety	- suffers from bandwidth separation anxiety
- a paragon of good judgment	- a paragon of good judgment
- age: 57	- age: 38
- rich	- really rich

11 May 1999, FORTUNE]

 CommerceNet Korea

한국 전자상거래 현황과 전망

세계 전자상거래 시장 규모



12

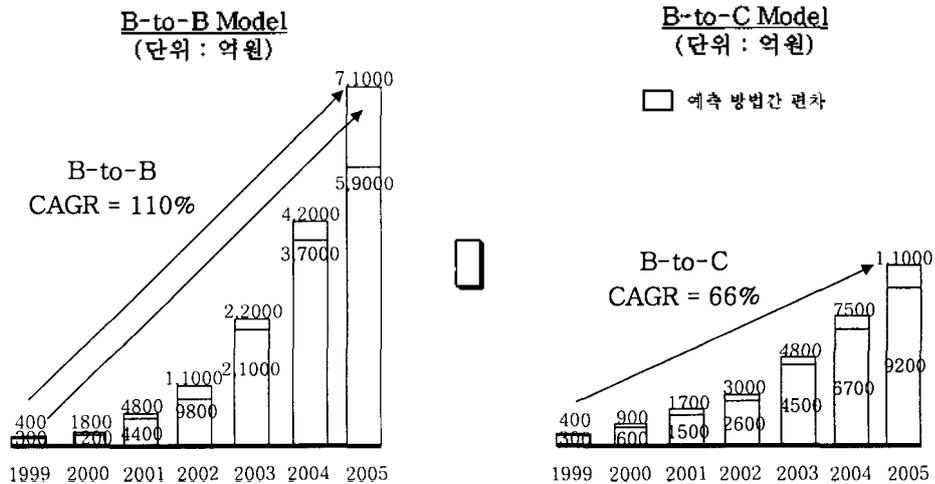
출처: 보스턴컨설팅그룹, 1999

CommerceNet Korea

한국 전자상거래 현황과 전망

한국 전자상거래 시장 규모

2005년 6조8천억원과 8조2천억원 범위에서의 성장 예상.



출처: Andersen Consulting (1998) CAGR(Cumulative Average Growth Rate:누적평균성장률)

13

CommerceNet Korea

한국 전자상거래 현황과 전망

● 한국 전자상거래 시장 현황 (~1998년)

B to C
기업과 소비자간의
EC 시장 활성화
인터넷쇼핑몰 증가

B to B
기업과 기업간의
EC 시장 움직임 가시화
기업간 인터넷거래

EC 인프라
서비스 확산
Hosting, 서버, 시스템, 네트워크

법, 제도 정비
전자상거래법, 전자서명법, 전자금융거래법

IMF 와 아시아 경제 침체 여파로 인한
국내 산업계의 전반적인 구조조정, IT 시장 침체, 투자비용 급증

14

한국 전자상거래 현황과 전망

● 한국 전자상거래 시장 전망 (1999년)

기업과 소비자간
전자상거래 생활화
(여성 사용자 증대)

해외업체의
국내진입

HTS 와 인터넷뱅킹
활성화

XML 기반 솔루션
Linux 솔루션
대거 등장

기본 인프라 정착
정보화 마인드 확산

업체의 전자상거래
시장 본격 진출, 제휴

SCM
솔루션 등장

암호, 인증서비스
확대

전자서명법
전자거래기본법
시행

15

한국 전자상거래 현황 - B to C

EC 시장의 성장 및 비즈니스 형태

전통적 비즈니스 모델

EC Solution Biz.
EC 접속 비즈니스
 - 인터넷 접속 서비스
 - 호스팅 서비스
인터넷 기반 S/W 비즈니스
 - Web Browser
 - 정보검색 S/W
 - Intranet 관련 S/W
 - Multimedia 관련 S/W
 - Security 관련 S/W

인터넷 콘텐츠 비즈니스
 - 인터넷 광고
 - 전자상점
 - 쇼핑몰
 - 오락
 - 출판
 - 금융
 - 경매
 - Cyber Community
 외국기업의 국내 진출 및 업무협력

16 Commercenet Korea

한국 전자상거래 현황 - B to C

쇼핑몰 현황

* 독립 쇼핑몰 수

구분	1998	1999	2003
쇼핑몰수	250	2,000	16,000

(자료: 정보산업연합회, 1999)

* 자본금 규모

구분	5천만원 미만	5천 ~ 1억	1억 ~ 3억	3억 ~ 5억	5억 ~ 50억	50억 ~ 100억	100억 이상	계
응답수	13	7	10	2	-	3	3	38 개사
비중	34.2	18.4	26.3	5.3	-	7.9	7.9	100

(자료: 정보통신진흥협회, 1998)

17 Commercenet Korea

한국 전자상거래 현황 - B to C

쇼핑몰 현황

* 취급 상품 현황

구분	10종 미만	10 ~ 100종	100 ~ 500종	500~ 3000종	3000~ 만종	만종~ 5만종	5만종 이상	계
응답수	7	6	8	18	2	2	1	44 개사
비중	15.9	13.6	18.2	40.9	4.5	4.5	2.3	100

* 지불 결제수단 현황

구분	무통장 방식 전용	무통장 & 신용카드 겸용	무통장, 신용카드 전자지갑 겸용	무통장, 전자지갑 겸용	계
응답수	19	23	3	1	46개사
비중	41.3	50	6.5	2.2	100

(자료: 정보통신진흥협회, 1998)

18 Commercenet Korea

한국 전자상거래 현황 - B to B

CALS / EC 현황

정보통신부의 'CALS/EC 기술 및 모델 개발사업' 추진 방안

국가전략수립

- 동향분석
- CALS/EC
- 기술개발전략
- 정책연구

국제협력대응

- * 전자상거래 국제협력 대응방안 전자상거래
- * OECD, APEC 등 국제협력지원

표준화

- * CALS 관련 표준연구
- * EC관련 표준연구

기술 개발

- * CITIS/IDB 기술개발
- * 공개키기반 인증 기술개발

환경조성 (교육, 홍보, 법, 제도 정비)

- * CALS/EC 홍보 DB 구축
- * CALS/EC 세미나 지원
- * CALS/EC 관련 법, 제도 연구

시범사업

- * 중소기업형 CALS 시범사업

한국 전자상거래 현황 - B to B

국내 EDI 매출 추이

국내 기업 간 전자상거래 시장규모를 EDI 서비스 매출액으로 추정할 경우 '97년의 규모는 약 220억원으로 세계시장 규모 (약2조원) 의 1%에 해당.

[국내 EDI 서비스 매출액 추이]

(단위: 억원, 개)

연도	1996	1997	1998	1999	2000
EDI서비스 매출액	140	216	590	9,450	16,060
EDI 이용업체 수	11,564	13,592	19,000	26,000	35,500

(자료 : 한국정보통신진흥협회, 1999)

20

Commercenet Korea

한국 전자상거래 현황 - B to B

EDI 현황

80년대 후반 당시 상공자원부 중심의 무역부문 EDI 도입 시작

무역 EDI	<ul style="list-style-type: none"> - 종합무역자동화 기본계획 수립 이후 KT-Net 97.12 개발 - 97.8월 5,686 개의 기관 가입 -- 98.2 현재 매일 10만건 이상 EDI 문서 교환
물류 EDI	<ul style="list-style-type: none"> - 종합물류정보망: 98.3 부터 사용 서비스 - 기타 해운부문, 철도부문 서비스 제공
의료 EDI	<ul style="list-style-type: none"> - 의료보험 EDI 시범사업으로 의료부문 EDI 시스템 구축 - 97.11 부터 서울,경기 지역 서비스 제공 - 98.2 현재 2,428 개의 의료기관 이용 중
유통 EDI	<ul style="list-style-type: none"> - 거래업체 간의 수발주 중심의 업무처리 - 유통 및 제조업체: 3,400 여사 중 표준 EDI 문서 사용 업체 25% 수준
조달 EDI	<ul style="list-style-type: none"> - 96년 정보부의 정보화 지원사업으로 시작 - 현재 수요기관, 조달업체, 조달청 간의 활용 - 조달부문 EDI 이용은 연차별 대상업무의 확대와 조달업체 및 수요기관 등 관련조직의 확산을 통해 2001년 부터 전면 시행 예정

21

(자료: 한국전산원, 1998)

Commercenet Korea

성공적인 전자상거래

● 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to C]

■ 인터넷 가상상점 운영 측면

- 높은 물류비용, 마케팅 전략 부족 등으로 일반 유통업체와 가격면에서 차별화 되고 있지 못함
 - ▶ 제조업체, 물류업체, 쇼핑몰 운영업체 간에 효율적인 재고관리와 배송을 위한 정보시스템 구축도 미흡
- 대부분 500 ~ 3,000종의 한정된 상품을 취급하고 있어 다양한 소비자의 기호를 충족시키지 못하며, 상품의 특성화도 부족
- 쇼핑몰의 웹사이트가 단순히 상품 전시 기능 위주로 구성되어 있어, 일반 유통업체와 차별화하여 소비자를 유인할 수 있는 내용 부족
- 신용카드회사와 '수기전표 매출특약' 체결시 매출 수수료가 일반 매출에 비해 3% 이상 높음

22

 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

● 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to C]

■ 소비자 이용 측면

- 인터넷 이용자가 대부분 20~30대의 남자 회사원으로써 구매력이 낮고 직접적인 전자상거래 소비자가 되지 않고 있음
 - ▶ 가정에 고속 인터넷을 보급하여 실질적인 소비 주체인 여성을 수용하기 위한 대책 필요
- 전자상거래가 이용의 편리성, 제품 비교·분석의 용이성 등 이점이 많음에도 불구하고, 아직 신뢰감 부족으로 이용 기피
 - ※ 한국전산원의 조사결과('98. 10) '상품/서비스 정보에 대한 신뢰성 부족'과 '주문취소, 교환, 환불 및 AS문제'를 전자상거래의 불편사항으로 지적

23

 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

🌐 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to C]

■ 기반환경 측면

- 일반 가정에 제공되는 통신망의 속도가 33.6~56Kbps에 불과하여, 동영상 정보 등 충분한 상품 정보 제공이 곤란함
- 국내의 PC통신 및 인터넷 이용요금이 소득 수준에 비해 상대적으로 높아, 이용자에게 부담이 되고 있음

※ '97년도 사회통계조사에서 52.9%가 "통신요금 등 비용부담이 커서 PC통신 및 인터넷을 사용하지 않는다"고 응답

24

 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

🌐 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to B]

■ 업무처리의 비효율성 및 인식 부족

- 비효율적인 업무처리 절차와 관행의 개선 없이, 정보기술을 도입함으로써, 정보화에 의한 효율성 향상 효과가 미흡

▶ 이에 따라 최고경영층이 정보시스템의 도입과 개발을 투자가 아닌 비용으로 인식하게 되어 정보화 투자 부족

※ 사회전반의 정보화 수준이 낮은 상태에서 EDI를 도입함으로써 전자문서와 일반문서를 이중으로 교환

25

 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

④ 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to B]

- 기업간 경쟁의식으로 인하여 동종업체간에도 전자상거래를 위한 개방적인 공동 노력 부족
 - ▶ 대기업을 중심으로 기업내부의 통합정보시스템 도입은 활발하나, 정보의 유출 우려 등으로 기업간 정보 교환 및 공유는 미흡
 - ▶ 동일업종의 경우도 정보시스템을 표준화 하지 못하고, 개별 대기업들이 비표준사설시스템을 하청업체에게 요구

26

 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

④ 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to B]

■ 투명하지 못한 거래 관행

- 중소기업의 경우 그 동안의 무자료거래 관행 등으로 인하여, 시장의 투명성을 높이는 전자상거래 도입에 소극적
 - ▶ 판매업체의 POS시스템이 제조 및 물류업체와 연계되지 않아 정보화 효과가 미흡
- 전자적인 처리가 가능한 업무의 경우도 그 동안의 부적절한 거래 관행으로 인해 대면거래 방식을 선호

27

 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

🌐 전자상거래의 장애요인으로 대두되는 문제점의 해결 [B to B]

■ 법·제도적 문제점

- EDI 등을 이용한 정보서비스가 개발된 이후에도 법·제도적인 문제 때문에 보급·확산이 지연되는 경우 발생

※ 부가가치세법 시행령 제53조 제4항에서 업체간 EDI 형식의 세금계산서를 이용할 수 있도록 했으나, 은행 등에서 특정서식 요구

- 초기에 EDI 활성화를 위해 도입된 무역 및 통관망(KTNET), 물류망(KL-Net) 등 EDI 전담사업자제도가 독점구조로 인해 EDI 확산에 장애요인으로 작용

28

Commercenet Korea

성공적인 전자상거래

🌐 주요 현안별 대응

관세와 세금 - 전자상거래 세제 자원체계 마련

 주관세 대상 품목 및 서비스에 대한 규명 명확화

 디지털 상품 및 서비스 개발 촉진

전자지불시스템 - 요소기술확보, 외국과 호환성 확보

 전자문서의 법적효력인정, 전자상거래 법적 인정

 금융정책 및 통화관리에 대한 파급효과분석 및 대응책 강구

통일상법규범 - 요소기술의 확보와 외국과의 호환성 확보

지적재산권 - 디지털 제품에 적용할 수 있는 지적재산권 정리

 공용적인 사이버스페이스의 특성 인정

프라이버시 - OECD 프라이버시 보호 지침 수용

 개인정보보호를 위한 법,제도 개선

보안 - 국내 핵심보안기술 개발지원, 기술 이전촉진 및 표준 제정

통신기반과 정보기술 - 통신 요금 인하, 전송속도 고속화, 소요기술의 선점과 인력 양성

콘텐츠 - 반사회적 유통물에 대한 규제 (등급표시제, 필터링시스템)

수요창출 - 범 정부적 시범사업 적극 추진, 전자상거래 모델 제시

 정부구매 전자상거래 연동

 국가 정보화 차원에서 정보기기 가격 인하 및 대중화

 소비자 권익보호차원의 분쟁해결 절차 마련

29

Commercenet Korea

성공적인 전자상거래

전자상거래를 위한 장애요소 해결
(CommerceNet Global Partner 조사 결과: 세계 900 사 참여)

99년 EC 걸림물 10위	99년 기업간 EC 걸림물 10위
<ol style="list-style-type: none"> 1. 시큐리티와 암호화 2. 문화 (기업) 3. 신뢰 4. Application 간 불협화음 5. 지불 및 수금 기능 6. 문화(소비자) 7. 조직 8. 지식 부족 또는 인재 부족 9. 비즈니스 모델 부족 10. 경영진 인지도 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 문화 2. Application 간 불협화음 3. 조직 4. 경영진 인지도 5. 사용자 확인 및 공개키 인프라 부족 6. 표준 부족 7. 지식 부족 또는 인재 부족 8. 상보적 기업의 EC 사이트와의 호환 9. 신뢰와 위험 10. 국제적인 액세스 및 무역 장벽
99년 중소기업 EC 걸림물 10위	99년 기업 대고객 EC 걸림물 10위
<ol style="list-style-type: none"> 1. 유능한 인재가 중소기업에는 오지 않음 2. 비즈니스 모델 부족 3. 실효성 불투명 4. 기업에 대한 고객의 인지도 부재 5. 기술: 비즈니스 모델 6. 지불 불능 7. 도입 비용 8. 법적인 문제: 계약, 법적 책임 등 9. 사기와 손실 부담 10. 고객 니즈 부재 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 시큐리티와 암호화 2. 신뢰 3. 결제 및 수금 기능 4. 문화 5. 사용자 확인과 공개키 인프라 부족 6. 비즈니스 모델 7. 지식 또는 인재 부족 8. 비용의 정당화 9. 기업에 대한 고객의 인지도 부재 10. 지식 또는 인재부족

30 CommerceNet Korea

성공적인 전자상거래

전자상거래를 위한 장애요소 해결
(CommerceNet Global Partner 조사 결과: 세계 900 사 참여)

국내 지역 10위	해외 타지역 10위
<ol style="list-style-type: none"> 1. 문화 (기업) 2. Application 간의 불협화음 3. 조직 4. 지식 또는 인재부족(대기업) 5. 지식 또는 인재부족(리테일) 6. 상보적 기업의 EC 사이트와의 호환 7. 표준 부족 8. 경영진의 인지도 9. 안재 흡수력 부족 10. 시큐리티와 암호화 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 시큐리티와 암호화 2. 신뢰 3. 문화 (기업) 4. 사용자 확인과 공개키 인프라 부족 5. 결제 및 수금 기능 6. 문화 (소비자) 7. 비즈니스 모델 부족 8. 경영진의 인지도 9. 지식 또는 인재 부족 10. 실효성 불투명

31 CommerceNet Korea

사단법인 한국 커머스넷 이현국 국장

henry@commercenet.or.kr
www.commercenet.or.kr