

# 현대의 e-Business 추진전략

2000년 4월

## ▲ 현대정보기술주식회사

### Contents

#### I. 경영환경의 변화

- 1. 인터넷과 기업경영
- 2. 인터넷에 의한 패러다임의 변화
- 3. 인터넷 이용분야의 변천

#### II. e-Business와 산업발전

- 1. e-Business 시대의 도래
- 2. Worldwide B2B 시장규모
- 3. 국내 e-Business 시장규모
- 4. 가상공간상 기업의 모습
- 5. e-Business화 성공모델
- 6. e-Business 기대효과

#### III. 현대 e-Vision

- 1. 환경변화
- 2. 현대 e-Business 현황
- 3. 추진목표

#### IV. 현대 e-Business 추진방향

- 1. 추진모델
- 2. 발전방향
- 3. B2B 사업모델

#### V. HIT의 e-Business 기업화

- 1. e-Business 기업으로의 변신
- 2. e-Business를 위한 HIT의 준비사항
- 3. 사업영역 및 사업내용

# 경영환경의 변화

## 1. 인터넷과 기업경영

인터넷의 확산은 기업에게 새로운 도전과 기회를 제공함

### 도전

- 기존 Value Chain의 취약 부분을 신규 인터넷 비즈니스 업체가 공략
- 고객의 정보 습득이 용이하여 고객의 파워 증대
- 이종 산업 업체간 신규 경쟁 발생
- Global Player와 경쟁의 격화
- "부익부 빈익빈" 현상

### 기회

- 인터넷을 통한 진입 장벽의 저하로 신규 사업으로의 진입이 용이
- 고객정보 파악 용이, 접속 인구의 증가로 신규고객 확보 용이
- 사업 다각화 가능
- 해외 시장의 개척이 용이해짐
- "부익부" 현상

# 경영환경의 변화

## 2. 인터넷에 의한 패러다임의 변화

### 산업 경제

제품 개발

- 제품 독자적 기능 증시
- 개별 기능 최적화
- 품질의 최적화

수요 창출

- Mass 커뮤니케이션
- 생산자 중심
- 일방적 홍보와 마케팅

수요 대응

- 재고 비축형 생산
- 수확 체감의 법칙
- 개별 프로세스, 개별기업 최적화

기획 및 개발 관리

- 물리공간상 기업
- 관리/통제 중심
- 동일 산업내 경쟁력 구축
- 단위당 원가 중심

### 디지털 경제

- 네트워크 전체적인 성과 제고
- 정보(Content) 및 서비스와 결합하여 신규 가치 창출
- 복합기능 제품

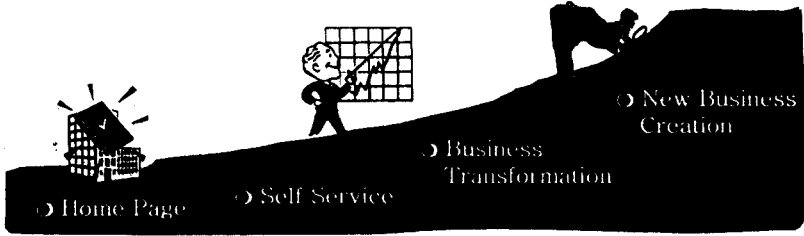
- "일대일" 관계 중심
- 고객 중심
- 역 마케팅

- 주문 대응형 생산
- 수확 체증의 법칙
- 관련 협력기업, 산업 최적화

- 가상 기업
- 제휴/협력 중심
- 산업간 통합화에 대응
- 부가가치 중심

# 경영환경의 변화

## 3. 인터넷 이용분야의 변천





목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 광고 및 지식공유</li> <li>▶ 비용절감</li> <li>▶ 경쟁력 제고</li> <li>▶ 신시장 개척</li> </ul>
효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 정보관리</li> <li>▶ 고객만족</li> <li>▶ 새로운 업무모델</li> <li>▶ 기업 이미지</li> <li>▶ 기업 이미지</li> <li>▶ 생산성 향상</li> <li>▶ 매출증대</li> <li>▶ 획기적 매출증대</li> <li>▶ 정보제공</li> <li>▶ 비용절감</li> </ul>


# e-Business와 산업발전


## 1. e-Business 시대의 도래

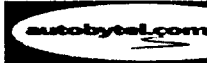
e-Business is changing the business landscape


- 


Reaching new markets
- 

Enhancing customer service
- 

Reducing transaction cost
- 

Developing a new business model
- 

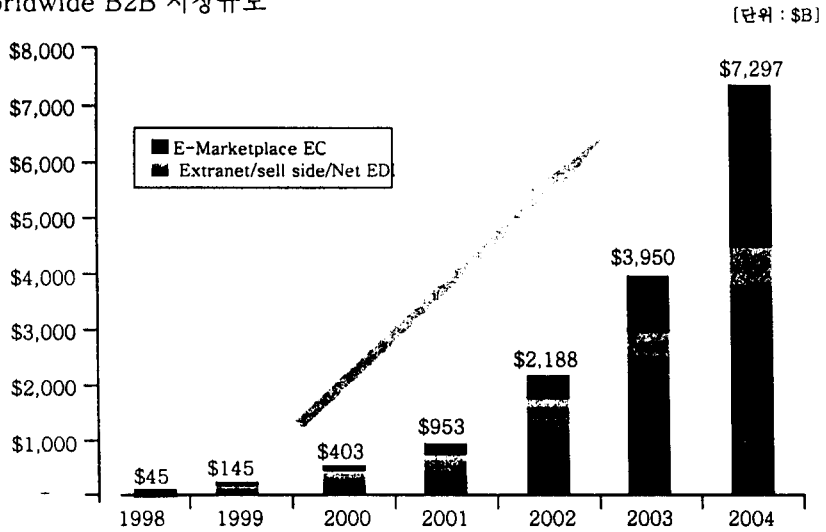
Increasing channel efficiency
- 

Tightening supply chain linkages
- 

Building global collaboration

# e-Business와 산업발전

## 2. Worldwide B2B 시장규모



\* Note : Nonfinancial goods and services worldwide

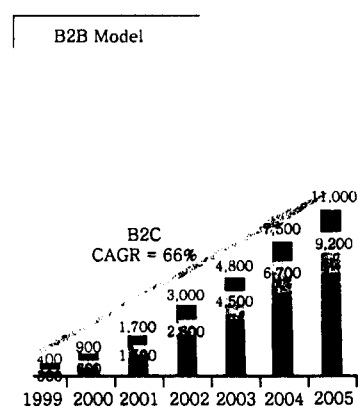
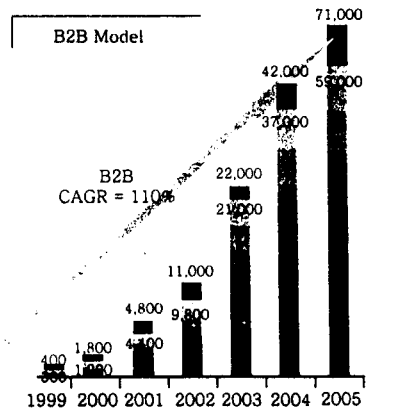
<Source> GartnerGroup

# e-Business와 산업발전

## 3. 국내 e-Business 시장규모

국내 e-Business 시장규모는 2005년 6조8천억원과 8조2천억원 범위에서 성장 예상

[단위 : 억원]



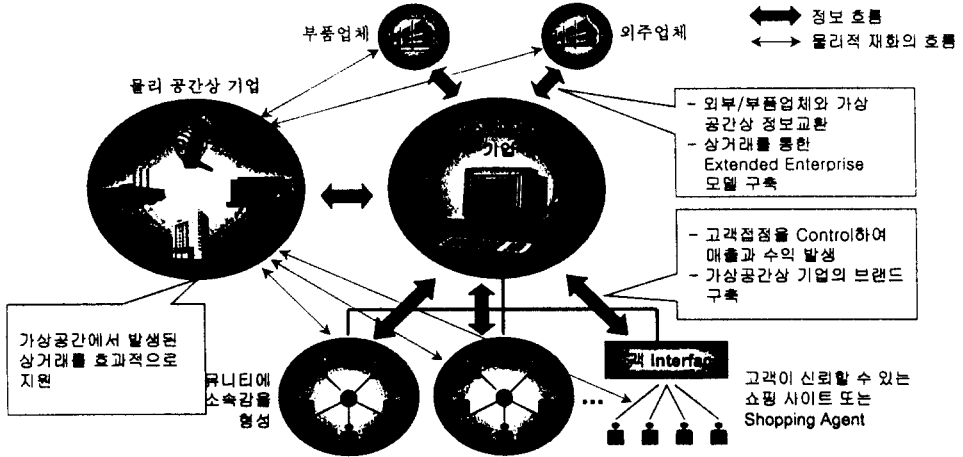
\* Note : ■ 차이는 예측 방법간 편차를 나타냄

<Source> Andersen Consulting

# e-Business와 산업발전

## 4. 가상공간상 기업의 모습

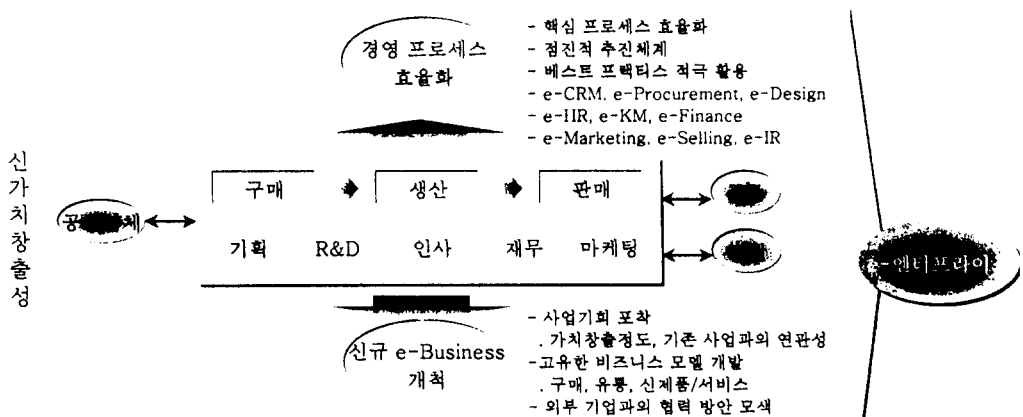
인터넷 환경에서 기업의 이상적인 모습은 가상공간에서 매출과 수익을 효과적으로 발생시키기 위한 고객 접점 및 가상 커뮤니티를 관리하는 모습이 될 것임



# e-Business와 산업발전

## 5. e-Business화 성공모델

추진 프로세스



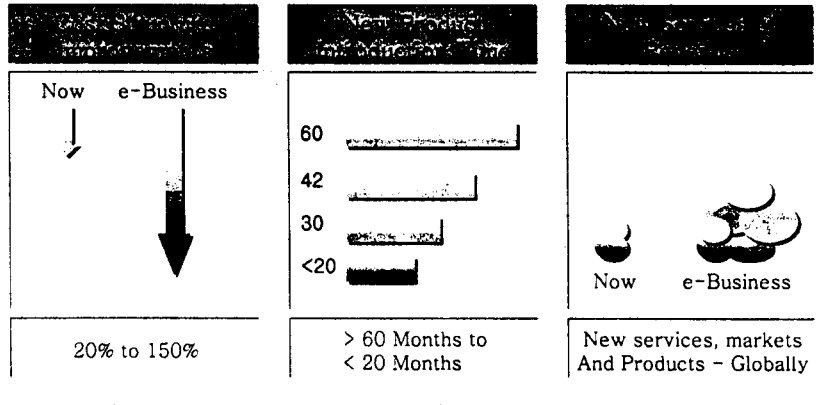
E-Business형 인프라 구축 : 조직 구조, 기업 문화, 정보시스템 등

네트워크 통합성

# e-Business와 산업발전

## 6. e-Business 기대효과

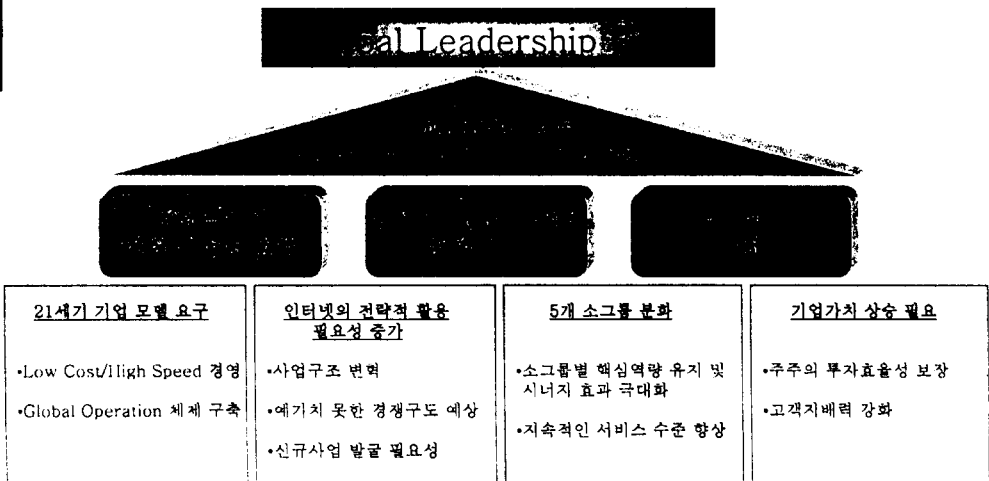
e-Business is enabling significant business improvements and redefining competitive dynamics - globally



# 현대 e-Vision

## 1. 환경 변화

21세기 비즈니스 패러다임 변화에의 대응을 통한 글로벌 리더십 확보는 선택의 문제가 아니고 생존의 문제임



# 현대 e-Vision

## 2. 현대 e-Business 현황

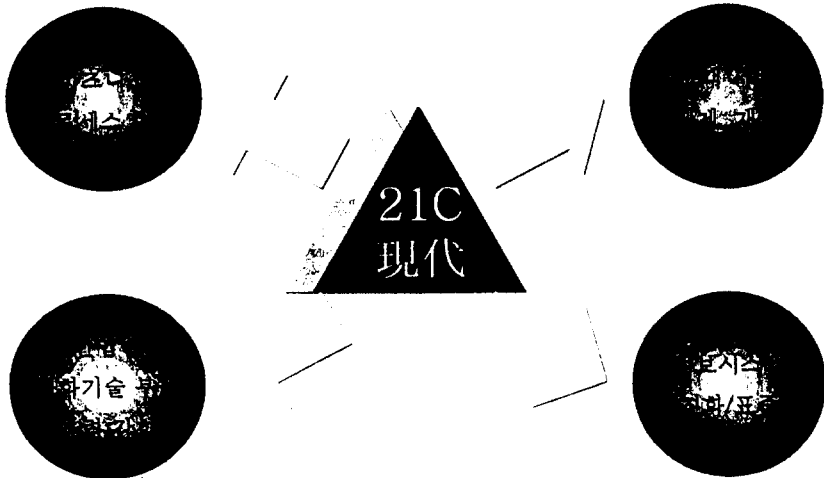
건설	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ e-Biz 기반 구축을 위한 내부 정보시스템 구축 중(ERP)</li> <li>○ 인터넷 이용 신규사업 기회 발굴(벤처사업 등)</li> </ul>
자동차	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터넷 기반의 마케팅/영업력 강화</li> <li>○ 글로벌 통합 공급망관리시스템 구축 및 모듈화 부품 개발 생산체제 구축</li> </ul>
금융	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터넷 기반의 마케팅/거래시스템 구축 및 제휴 마케팅 전개</li> <li>○ 금융 포털사이트 지향</li> </ul>
유통 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터넷 이용 판매채널 및 마케팅 기회 확대</li> <li>○ 대고객 시스템 및 물류 포털 사업 수행</li> </ul>
전자	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터넷 이용 생산연계 고객 서비스 체제 강화(ERP, SCM)</li> <li>○ 공통 프로세스의 인터넷 환경 조성</li> </ul>
중공업	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터넷 이용 생산/판매 체계의 효율성 지향</li> <li>○ 조선 CALS/CIM/PDM 구축중</li> </ul>



# 현대 e-Vision

## 3. 추진 목표

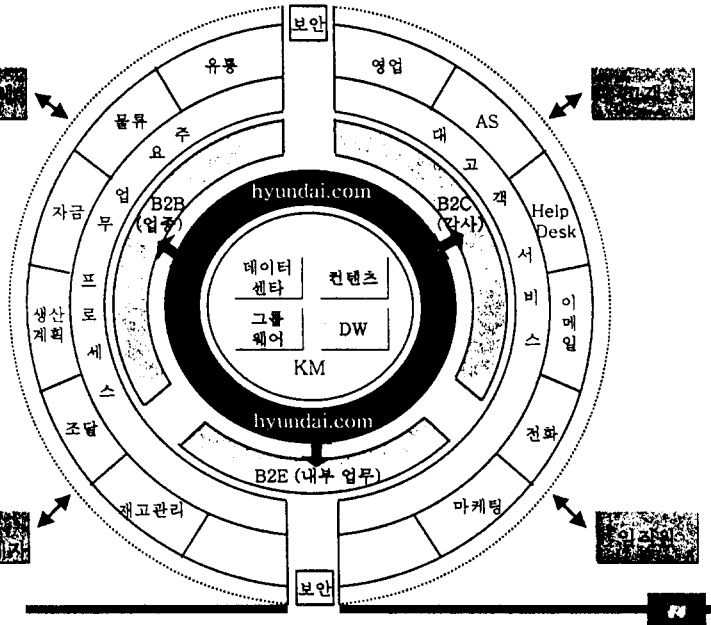
Global Leadership 확보를 위해 다음의 4가지 영역에 대해 인터넷을 근간으로 변혁 추진



# 현대 e-Business 추진방향

## 1. 추진 모델

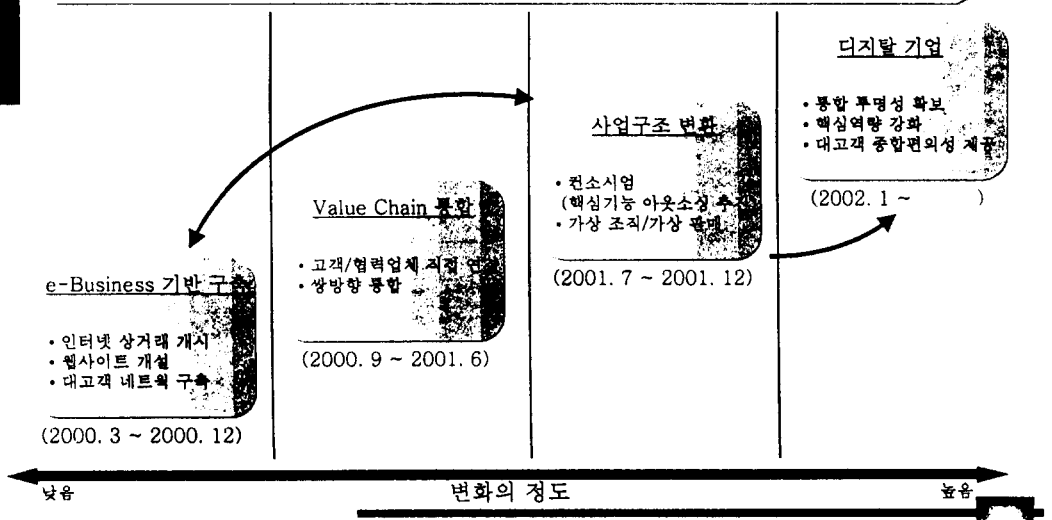
현대 e-Business는  
hyundai.com을  
중심으로 고객,  
비즈니스 파트너,  
내부직원의 세영역에서  
추진되며  
그 기반 인프라는  
통합, 활용도통합



# 현대 e-Business 추진방향

## 2. 발전 방향

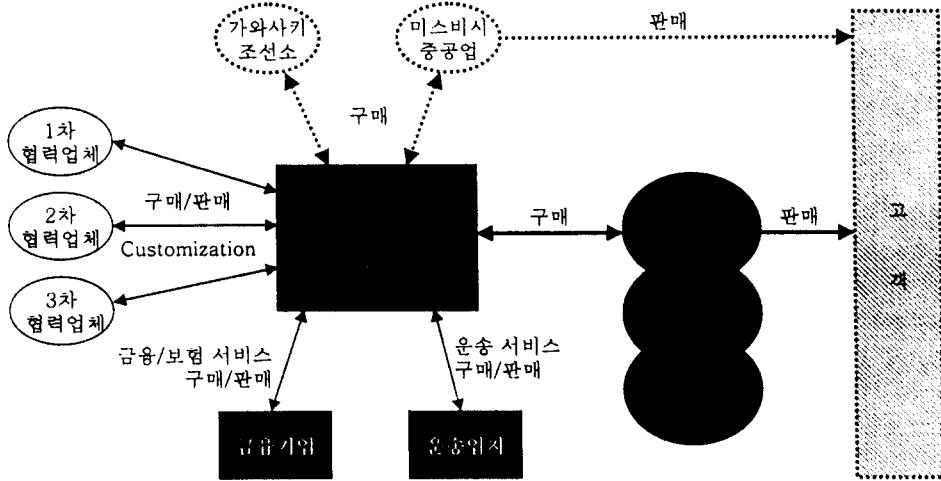
그룹차원 및 각 사의 동시 추진





# 현대 e-Business 추진방향

## 3. B2B 사업모델 - 중공업 Marketplace를 중심으로

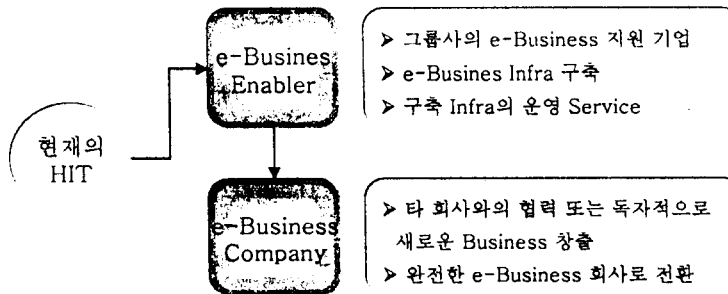


• eMarketplace의 Value는 거래금액의 일정액을 commission화 하여 창출

# HIT의 e-Business 기업화

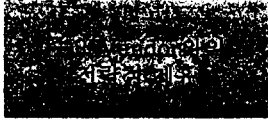
## 1. e-Business 기업으로의 변신

- 기업의 존재가치는 이익의 창출
- 현재의 Business 개념을 독자적인 방법론과 기술 지원 체계를 구축하여 e-Business Infra를 구축/운영하는 e-Business Enabler 업체로 전환
- 구축된 e-Business 환경에서 새로운 가치를 창출하는 업체로 전환



# HIT의 e-Business 기업화

## 2. e-Business를 위한 HIT의 준비사항



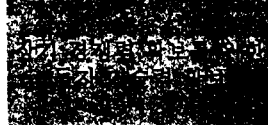
- ▶ 현재 각 Vendor 역시 당사와의 전략적 제휴를 통한 그룹 시장 선점에 사활을 걸고 있음
- ▶ 향후 전략적 발전방향을 공유할 수 있는 Vendor 선정 중요



- ▶ 가장 빠른 시간내에 e-Business Strategy 제시 필요
- ▶ 각 그룹사 e-Business Item 선정 및 이에 따른 컨설팅 수행
- ▶ 각 그룹사 Business Transformation 지원



- ▶ 각 그룹사의 실제 e-Business Project 발생시 주도적 참여
- ▶ Business Model 설계에서 실제 구축까지 Total Service
- ▶ 전략적 제휴 업체와 공동 작업 추진



- ▶ 장기적으로 기업가치 향상을 위한 내부 경쟁력 육성
- ▶ 인터넷 기반 기술 중 당사 핵심역량으로 육성 가능 부분 선정 : 인증/보안, 검색엔진, Portal Solution 등
- ▶ 확보 방법은 내부개발 또는 관련 기업 M&A 등

# HIT의 e-Business 기업화

## 3. HIT 사업영역 및 사업내용

