

사례연구를 통한 사이버쇼핑몰의 성공요인 분석

김종기

부산대학교 경영학과 조교수

정용우, 박선영

부산대학교 일반대학원 경영학과

초 록

현재 전자상거래는 하루가 다르게 발전하여 무한한 발전의 기회를 제공하고 있다. 그리하여 본 연구에서는 인터넷 비즈니스를 수행하여 성공한 해외 인터넷 비즈니스 사이트들을 쇼핑몰, 포탈, 커뮤니티/채팅, 경매, 게임, 자동차, 음악, 금융, 서적, 여행/티켓, 의류, 음식료, 잡화, 택배로 분류하여 32개 해외성공사이트의 분석을 통하여 주요성공요인을 도출하여 이를 국내 우수한 사이버 쇼핑몰로 선정된 삼성물, 인터파크, 한솔CS, 롯데인터넷에 적용하여 10개의 주요성공요인을 제품, 고객, 서비스, 콘텐츠, 프로세스, 커뮤니티, 정보, 마케팅, 사이버물, 가격의 대분류를 기반으로 하여 35개의 소분류로 다시 분석해 내었다. 그리하여 이를 기반으로 이론적 연구모형과 가설을 제시하고 추후 실증분석을 위한 토대를 마련하고자 한다.

I. 서론

국내 사이버 쇼핑몰의 주요성공요인 분석을 위해 본 연구에서는 사이버 쇼핑몰에 대한 정의를 내리고 전자상거래 성공요인의 문헌적 고찰과 아울러 13가지의 분류에 의한 다양한 32가지의 해외 성공사례에 대한 분석을 수행해 나갈 것이다. 그리하여 이 사례분석에서 나온 주요성공요인들을 국내 4개의 우수 사이버 쇼핑몰에 적용시켜 봄으로써 우리기업 환경에 적합한 주요성공요인을 도출해 내어 이 주요요인들 중 사이버 쇼핑몰을 운영하는데 있어 어떤 요인들이 실제적인 성과 즉 매출액이나 판매건수의 증대에 영향을 미치는지에 대한 정확한 분석과 모형의 수립을 통하여 추후 실증연구를 위한 제 가설을 제시하는데 목적이 있다.

II. 연구의 이론적 배경

II.1 사이버 쇼핑몰에 대한 정의

인터넷이 상업적 이용가능성이 풍부하다는 이점을 갖게 됨에 따라 인터넷에 상점을 등장시켜 거래가 이루어지도록 한 것이 사이버 쇼핑몰이다. 사이버 쇼핑몰은 소비재를 생산하는 메이커 및 유통업자의 상품정보를 토대로 소비자들의 접속과 주문을 기다리는 인터넷상의 가상쇼핑몰이다. 즉 인터넷으로 접속한 소비자에게 문자, 화상, 음성 등으로 상품을 소개하고 마음에 드는 물건이 있을 때 즉시 주문할 수 있도록 한 것이다. 이러한 쇼핑몰이 등장하게 된 배경은 인터넷 이용의 보편성과 많은 사람들의 이용률 그리고 사용비용의 저렴성이다. 또한 사이버쇼핑몰은 토지를 확보할 필요가 없으며, 건설자재도 필요없다. 단지 데이터베이스를 만들고 컴퓨터 네트워크에 접속하는 정보기기 및 소프트웨어만 확보하면 되므로 적은 자본으로도 가상물 비즈니스를 할 수 있다.

II.2 전자상거래 성공요인의 이론적 고찰

전자상거래를 연구하는 학자들과 관련분야 종사자들이 제시한 주요성공요인들을 정리하면, 이재규(1996)는 네트워크의 접속, 빠른 전송속도, 멀티미디어정보, 전자지불시스템, 지능형에이전트(Agent), 인터넷 보안등을 EC활성화를 위한 해결과제로 제시했고, 서의호(1997)는 네트워크하부구조, 보안, 전자결제시스템, 낮은 비용과 빠른 속도의 대역폭문제, 인터넷의 확산, 법·제도의 문제 등을 지적하였다. 한편, 김은(1997)은 관세와 세금 등 재정적인 문제, 일관된 상거래 규약, 지적재산권의 보호 등이 포함되는 법적현안, 그리고 통신기반과 정보기술·콘텐츠 등의 요소를 가지고 있는

시장접근관련 이슈라는 세가지의 큰 특성으로 분류하기도 하였다.

국내 문헌을 통하여 제시된 전자상거래의 주요성공요인을 정리하면 [표1]과 같다. 이러한 성공요소들 중 이승창과 권태일(1998)은 성공요인을 기술적, 사회문화적, 비즈니스적 측면으로 나누어 분류하였다. 여기에서 기업전략차원에서 주목해야할 것은 기업입장에서는 전자상거래 도입기업이 주요성공요소중에서 현재 통제가능한 요소(Controlable Factor)와 통제불가능한 요소(Uncontrolable Factor)들을 분리하여 통제가능한 요소 위주의 차별화에 기초한 시장진입 전략을 구현하여야 한다는 것이다. 이러한 관점에서 살펴볼 때 기술적 측면과 사회·문화적 측면의 주요 성공요소는 대부분 인터넷 쇼핑몰을 운영하는

기업측면에서 통제 불가능한 요소들이다. 이에 비해 비즈니스 측면의 주요성공요소들은 통제가 가능한 요소들이다. 그러므로 이승창, 권태일의 주요성공요소에 몇 가지 요소를 덧붙인다면 포털(Portal) 사이트의 중요성에 기인하여 사회·문화적 측면에서의 공동체 형성과 비즈니스 측면에서의 사이버 마케팅 믹스(Mix) 전략수립이 바로 주요한 성공요소가 된다는 것이다. 그리하여 본 연구에서는 이승창, 권태일의 비즈니스적 측면에 초점을 맞추어 사이버 쇼핑몰의 성공요인을 분석하고자 한다.

Ⅲ. 국/내외 성공사례 분석

Ⅲ.1 해외 성공사례 분석

여기에서는 해외 인터넷 비즈니스 성공사례

표 25 전자상거래의 주요성공요인

연구자	전자상거래의 주요성공요인	
이재규 (1996)	네트워크접속, 빠른 전송속도, 멀티미디어 정보, 전자지불시스템, 법률적 제약, 인터넷 보안, 효과적인 배달체계, 지능형 Agent	
김상배 (1996)	법·제도의 개선, 효과적인 물류체계, 전자상거래에 대한 인식제고, 인터넷의 대중적 보급, 풍부한 상품정보, 품질인증기관의 설립	
이운용 (1997)	법·제도의 개선, 소비자 보호의 절차, 초고속 인터넷의 보급, 안전한 보안체계, 효과적인 물류체계, 풍성한 상품정보의 제공, 전자문서 인정여부, 객관적인 품질인증, 공신력 있는 상품평가 정보	
박석규 (1997)	암호 및 보안기술, 결제수단의 확보, 수·배송 물류체계 구축, 다양한 상품의 확보, 인증제도의 시행	
서의호 (1997)	네트워크 하부구조, 전자결제시스템, 네트워크 보안, 인터넷 사용자 확산, 법·제도의 문제, 네트워크의 대역폭	
김은 (1997)	관세와 세금등 재정적인 문제, 일관된 상거래 규약, 지적재산권의 보호, 통신기반, 정보기술, 콘텐츠	
이두희 (1997)	정보화 마인드, 부가서비스의 제공, 쉽고 독특한 웹사이트, 기술과 디자인의 조화, 인터넷 사용의 활성화	
손완수 (1998)	표준화, 핵심요소 기술개발, 낙후된 정보화 시스템 향상, 법·제도적 장치	
주재훈 (1998)	기술요인	보안기술, 전자지불, 전송용량, 사용용이화
	시장요인	요금체계의 정비, 콘텐츠, 편리한 지불수단
	법·제도적 요인	전자문서의 효력문제, 상표권, 저작권의 문제, 전자서명의 제정 및 적용
최동수 (1998)	기술적 과제	전자지불시스템의 개발, 저비용·초고속의 통신 인프라 장비, 보안유지 및 관리. 기업정보 시스템과 결합
	사회적 과제	소비자 보호, 지적 재산권보호, 상관습 및 관련 법·제도 정비, 인터넷 사용자 확산
이승창/권태일 (1998)	기술적 특성	보안, 빠르고 저렴한 통신망, 전자지불시스템
	사회·문화적 특성	법·제도의 문제, 물류체계, 인터넷 확산의 미비
	비즈니스적 특성	콘텐츠, 쉬운 사용자 인터페이스, 다양한 상품의 확보, 효과적인 품질인증제도

에 대한 분석을 통하여 주요성공요인을 도출해 내고 이를 국내 사이버 쇼핑몰에 적용시켜 보는 연구를 수행하고자 한다. 해외 성공사례는

표2와 같이 13가지 업종으로 분류하여 이에 해외에서 성공한 것으로 인정되는 32개 사이트를 집중적으로 분석하여 주요성공요인을 도출해 냈다. 사이버 쇼핑몰의 성공요인을 분석하면서 쇼핑몰과 관련이 없어 보이는 많은 업종의 성공사례를 분석한 이유는 최근의 국내 사이버 쇼핑몰이 몰앤 몰의 개념을 도입하여 다양한 업종의 많은 점포를 쇼핑몰 내에 입점 시킴으로서 고객들에게 좀 더 다양한 정보와 상품을 제공하고 있기 때문이다. 그리하여 여기에서 13개업종으로 분류한 것은 국내 사이

버 쇼핑몰에 입점을 하고 있는 업종과 입점이 가능한 업종을 선별하여 선택한 것이다. 이상과 같은 성공요인 분석을 토대로 이를 국내 사이버 쇼핑몰에 적용시키기 위해 표-3과 같이 다양한 성공요인들을 제품, 고객, 서비스, 콘텐츠, 프로세스, 커뮤니티, 정보, 마케팅, 사이버몰, 가격의 10가지 주요요인으로 대분류하고, 각각 이에 해당하는 소분류를 37개 항목으로 나누어 이를 국내 우수 사이버몰 업체로 선정된 삼성몰, 인파크, 한솔CS, 롯데인터넷에 적용시켜 보았다.

III.2 국내 사이버쇼핑몰의 주요성공요인

정보통신부에서 주관하는 우수사이버 쇼핑

표 26 해외성공사례 <출처 : http://www.i_biznet.co.kr>

분류	해외성공사례	주요성공 요인
쇼핑몰	-Accompany Inc. -CompareNet -iMall	충분할 정도의 상품구색, 편리한 검색과 비교쇼핑, 통합된 구매프로세스, 차별화된 전략, 고객으로부터의 신뢰
포털	-Msn -Yahoo	회원의 로열티 확보, 회원수의 확대(Critical Mass), 철저한 고객 중심의 다양한 서비스 제공, 서비스 기능과 전자상거래를 통합, 지역화 전략(Localization)
커뮤니티/채팅	-ActiveWorlds.com -Yahoo! GeoCities	완전한 자율성 부여, 우수한 공헌자(Contributor)를 확보, 편리한 서비스와 빠른 속도유지, 관심영역에 따른 체계적인 분류, 서비스의 차별화
경매	-eBay -Onsale	경매품목의 다양화, 신뢰할 만한 안전장치의 보유, 경매를 통한 커뮤니티 구축, 우수하게 설계된 경매프로세스, 철저한 회원관리, 고객중심적 광고전략, 공격적인 M&A
게임	-Games Domain -Mpath Interactive	게임 커뮤니티의 구축, 게이머를 위한 풍부한 콘텐츠, 적절한 다운로드 속도, 게임에 맞는 광고기법의 도입
자동차	-Autobytel.com -AutoWeb.com -Edmund's	객관적이고 풍부한 정보의 구축, 개인별 특화, 편리한 쇼핑절차, 효과적인 협력업체 관리
음악	-CDnow -EMusic(Goodnoise) -Sony Music	개인화된 서비스, 체계적인 검색기능의 제공, 음악에 대한 가이드 정보제공, 특정분야의 음악커뮤니티 구성 및 운영,
금융	-Charles Schwab -InsWeb -Wells Fargo	신뢰성/안정성/장확성/보안이 중요, 고객별 단일서비스 체계, 고객별 이재관리
서적	-Amazon.com -Big Worlds	풍부한 정보의 제공, 편리한 구매프로세스의 정립, 차별화된 전략, 고객의 로얄티 확보
여행/티켓	-Priceline.com -Ticketmaster Online -Travelocity.com	풍부한 정보, 폭넓은 선택권, 고객에 대한 이해,
의류	-Eddie Bauer -Lands'End -Levi Strauss(Levi's)	낮은 가격의 의류품목 중심, 브랜드 네임을 가진 제품의 판매, 개인화된 서비스와 가상체험 기능을 제공, 다양한 패션정보의 제공
음식료/잡화	-NetGrocer.com -Omaha Steaks	좋은 품질이라는 이미지 확보, 신뢰감 있는 브랜드의 확보, 선택의 폭이 큰 상품들, 포장기술과 배송체계의 확보
택배	-FedEx -UPS(United Parcel Service)	편리한 화물추적 정보의 제공, 운영비용 절감을 위한 웹 사이트구축

물 선정을 받은 4개의 사이버 쇼핑몰 즉, 삼성몰, 인터파크, 한솔CS, 롯데인터넷을 주요 분석 대상으로 선정하였다. 그리고 성공요인에 대한 분석

여 12가지 주요 성공요인을 표3과 같이 도출하였다. 이 결과를 분석해서 정리해 보면 전체 대부분

표 27 국내 사이버 쇼핑몰의 성공요인

대분류	소분류	삼성몰	인터파크	한솔CS	롯데인터넷	해당업체수
제품	제품의 우수성					
	제품의 다양성(다양한 상품의 확보, 폭넓은 선택권)	●	●		●	3
	차별화된 상품			●		1
	신뢰감있는 브랜드의 확보	●			●	2
고객	고객으로부터의 신뢰성(개인정보보호)		●		●	2
	고정고객확보(고객의 로열티 확보)			●		1
	고객에 대한 이해	●		●		2
서비스	A/S 사후서비스		●	●	●	3
	다양한 서비스	●	●	●		3
	개인화된 맞춤서비스(개인별특화)	●		●		2
	서비스의 차별화					
컨텐츠	주기적인 내용수정	●				1
	제공되는 컨텐츠의 질(차별화, 다양화)	●		●		2
프로세스	통합된 구매프로세스		●	●		2
	편리한 구매프로세스의 정립					
	배송체계의 확보(배송의 적시성)			●		1
	편리한 쇼핑절차	●	●			2
	효과적인 협력업체 관리	●		●		2
커뮤니티	특정분야의 커뮤니티 구성 및 운영			●		1
	커뮤니티를 통한 정보의 생성과 유통					
	우수한 공헌자를 확보					
	회원수의 확보		●	●		2
정보	개인화된 정보의 제공			●		1
	객관적이고 풍부한 정보의 구축			●		1
	관심영역에 따른 체계화된 정보분류		●			1
	풍부한 상품정보				●	1
	항상 새로운 정보의 제공					
마케팅	적절한 광고기법	●				1
	DB마케팅	●	●	●		3
	차별화된 마케팅 전략	●	●	●		3
사이버몰	쉬운 사용자 인터페이스(사용용이성, 간결한 디자인)	●		●		2
	에이전트(편리하고 체계적인 검색기능, 비교쇼핑)		●	●		2
	온라인 결제수단		●	●	●	3
	운영비용 절감을 위한 웹사이트 구성					
가격	가격차별화(저가판매)	●		●		2
해당 항목수		14	12	20	6	

방법은 세미나 자료, 각 업체의 홍보자료, 그리고

고 인터넷 사이트에 대한 면밀한 분석을 통하

류에서 주요한 성공요인으로 판별된 것은 제품, 고객, 서비스, 프로세스, 마케팅, 사이버몰, 가격이 주요한 성공요인으로 확인되었으며 좀 더 구체적인 소분류를 보게 되면 제품군에서

는 제품의 다양성과 신뢰감있는 브랜드의 확보가 주요

한 성공요인이었으며, 고객군에서는 고객으로

부터의 신뢰성(개인정보보호)확보와 고객에 대한 이해, 서비스군에서는 A/S(사후서비스), 다양한 서비스 그리고 개인화된 맞춤서비스(개인별 특화)가 주요한 성공요인이었다. 프로세스군에서는 편리한 쇼핑절차와 효과적인 협력업체관리가 마케팅군에서는 DB마케팅(1:1마케팅)과 차별화된 마케팅 전략이 주요하게 선정되었다. 그리고 사이버몰군에서는 쉬운 사용자 인터페이스와 에이전트, 그리고 온라인 결제수단이 주요요인이었다. 마지막으로 가격군에서는 가격차별화 즉 저가의 판매가 주요한 성공요인인 것으로 확인되었다. 위와 같은 결과를 검토해 볼 때 국내 사이버 쇼핑몰에서는 특정분야의 커뮤니티 구성 및 운영을 통한 우수한 공헌자의 확보가 잘 이루어지고 있지 않고 단지 많은 회원수의 확보에만 주안점을 두고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

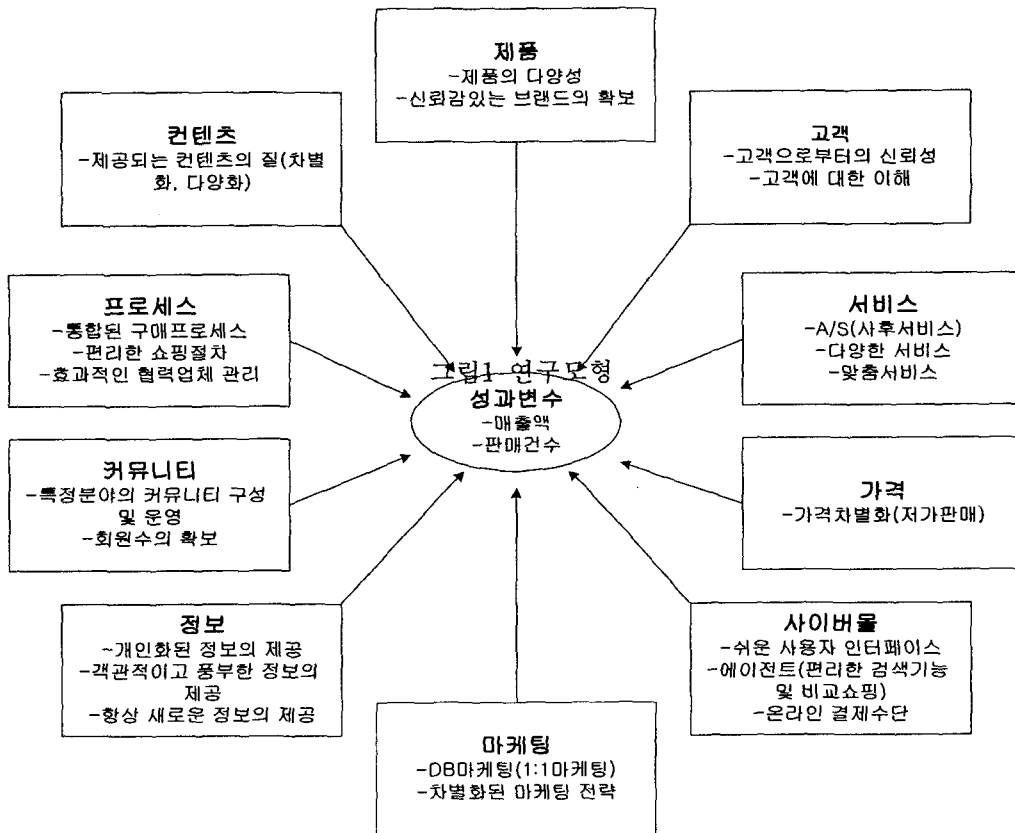
IV. 연구모형과 가설

IV.1 연구모형

국내 사이버쇼핑몰의 성공요인 분석에 의해 도출된 10개의 주요 요인변수 즉 제품, 고객, 서비스, 가격, 콘텐츠, 프로세스, 커뮤니티, 정보, 마케팅, 사이버몰을 독립변수로 설정하고 실제적으로 확인 가능한 매출액과 판매건수를 성과변수로 설정하여 10개의 요인변수가 성과변수에 실제적으로 어떠한 영향을 미치는지를 추후 실증분석을 통하여 확인하기 위해 이론적 연구모형을 그림 1과 같이 제시하고자 한다.

IV.2 가설설정

국내사이버 쇼핑몰의 10가지 성공요인들이 성과변수의 증대에 영향을 미치는지를 확인하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.



그리고 개인화된 정보의 제공이나 객관적이고 다양한 정보의 구축에 의한 새로운 정보의 제공이 잘 이루어지지 않고 있어 고정고객 즉 고객의 로열티 확보와 같은 주요성공요인들이 무시되고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

1) 제품과 성과변수와의 관계

- 제품의 다양성과 신뢰감있는 브랜드의 확보는 매출액이나 판매건수의 증대에 영향을 미칠 것이다.

<가설 1-1> 제품의 다양성은 매출액이나 판매건수 증대에 영향을 미칠 것이다.

<가설 1-2> 신뢰감있는 브랜드의 확보는 매출액이나 판매건수 증대에 영향을 미칠 것이다.

2) 고객과 성과변수와의 관계

- 고객으로부터의 신뢰성 확보와 고객에 대한 충분한 이해는 매출액이나 판매건수의 증대에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2-1> 고객으로부터의 신뢰성 확보는 매출액이나 판매건수에 영향을 미칠 것이다.

<가설 2-2> 고객에 대한 충분한 이해는 매출액이나 판매건수에 영향을 미칠 것이다.

3) 서비스와 성과변수와의 관계

- A/S(사후서비스), 다양한 서비스, 맞춤서비스의 제공은 매출액이나 판매건수의 증대에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3-1> A/S(사후서비스)는 매출액이나 판매건수 증대에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3-2> 다양한 서비스의 제공은 매출액이나 판매건수에 영향을 미칠 것이다.

<가설 3-3> 고객에 대한 맞춤서비스 제공은 매출액이나 판매건수에 영향을 미칠 것이다.

위와 같은 방법에 의해 나머지 주요 성공요인들(컨텐츠, 프로세스, 커뮤니티, 정보, 가격, 사이버몰, 마케팅)과 성과변수와의 관계에 대한 가설들도 또한 수립할 수 있다

V. 결론과 한계점

전자상거래의 주요 성공요인 분석이 기술적, 사회·문화적, 비즈니스 측면을 기반으로 하여 많이 이루어지고 있으나, 기업의 비즈니스 측면에 대한 성공요인 분석에 대해서는 실제적으로 많은 연구가 이루어지고 있지 않은 것 같아 본 연구에서는 사이버 쇼핑몰의 성공요인을 비즈니스적 측면에 중점을 두어 국/내외 성공사례의 분석을 통하여 국내 환경에 적합한 10가지 주요성공요인을 도출해 내고 이에 대한 연구모형과 가설을 설정해 봄으로서 추후 실증분석을 위한 기반을 수립하였다는데 본 연구의 의의를 찾고자 한다.

하지만 본 연구의 한계점은 다양한 쇼핑몰에 대한 실증적인 분석을 수행하지 못하고 단지 4개의 국내 성공 사이버 쇼핑몰에 대한 이론적 고찰에만 의존한 점이다. 이에 대해서는 좀 더 체계적인 쇼핑몰 분류에 의한 표본 설정과 실증적인 분석을 통하여 위의 결과에서 나타난 연구모형과 설정가설에 대한 실질적인 검증이 수행하여야 하겠다. 그리고 앞으로 수행할 연구는 사이버 쇼핑몰 관리자를 대상으로 한 온라인 설문지조사 방식을 택할 것이며

설문지의 설문문항은 복수응답이 가능하고, 설문지의 선택사항은 객관식 문항과 5점 리커트 척도를 사용할 것이다. 추후에 수집된 데이터들은 요인분석을 하여 주요성공요인을 재분류한 후, 연구모형의 path에 대해서 정준상관관계분석을 통해서 요인변수와 성과변수간의 관계를 검증할 것이다.

<참고문헌>

- 한국전산원, “소비자 대상 전자상거래의 성공요인 분석을 통한 전자상거래 시장 활성화 전략수립 -인터넷 쇼핑몰을 중심으로”, 1999.6.
- 김은희, “인터넷 전자상거래에 관한 연구 ; 국내 현황과 인식을 중심으로”, 숙명여자대학교 대학원 소비자경제학과 석사논문, 1998.2.
- 김용영, “인터넷 전자상거래 도입에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 ; 중소기업을 중심으로”, 서울대학교 대학원 경영학과 석사논문, 1999.2.
- 서영호, 이상철, “경쟁우위를 위한 기업의 인터넷 활용전략”, Information Systems Review, Vol.1, No.1, 1999.6.
- 장영, “국내외 인터넷비즈니스 선도기업의 전략 및 시사점”, 삼성경제연구소 연구보고서, 1999.12.
- 광수일, “전자상거래의 발전과 정책과제” 서울대 경영학과 교수, <http://ncadl.nca.or.kr/data/journal/1999/coll.html>, 1999.
- 이재규, 조영희, “인터넷의 상업적 활용방안”, 한국전자거래진흥원, 정보화저널 1997.4권 1호.
- 양찬일, “인터넷의 확산과정에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 - 수용자의 저항성 분석을 중심으로”, 한국전자거래진흥원, 정보화저널 1996.3권 4호.
- 주재훈, “인터넷 비즈니스 모형에 관한 연구”, 동국대학교 정보산업학과 조교수, 한국전자거래 학회/한국정보시스템 학회 종합학술대회 발표논문집, 1999.11.
- 한국전자거래진흥원, “전자상거래 활성화 방안을 위한 설문조사”, 1998.4.
- 김영문, “인터넷과 전자상거래”, 계명대학교 경영정보학과 교수.
- 정기호, 손종호, 오지환, “인터넷을 이용한 전자상거래 활용에 관한 연구”, 한국정보시스템

- 학회, 정보시스템연구 제7권 제1호, 1998.6.
- (주)옥션 이금룡, “전자상거래의 신조류와 전략적 고객관리”, 전경련 E-Business마케팅 전략 세미나, 1998.4.
 - 김철환, 김규수, “전자상거래”, 문원출판, 1999.6.5.
 - 김효석, 홍일유, “디지털 경제시대의 경영정보시스템”, 법문사, 2000.1.10.
 - 오재인, 안상형 외, “경영과 정보시스템” 전영사, 1999.9.10.
 - 임춘성, 김범조, “전자상거래”, 북플러스, 1998.3.
 - 안중호, 김용영, “전자상거래 도입요인에 관한 연구”, 한국경영정보학과 '99춘계학술대회 논문집.
 - 한경석, 노미현, “전자상거래의 역기능 개선을 위한 주요실패요인 분석”, 한국경영정보학회, 경영정보학 연구 제8권 제1호, 1998.6.
 - 조남재, 박상혁, “산업경쟁력 강화를 위한 국내조직간 전자상거래 추진방안”, Cals/Ec Korea '99 Proceedings of International Conference Vol.1
 - 김갑수, 정재한, 원종덕, 인터넷 비즈니스 전략, 영진.com

<참고사이트>

- <http://www.i-biznet.co.kr>
- <http://www.commerce.net>
- <http://www.samsungmall.co.kr>
- <http://www.interpark.com>
- <http://www.internet.shopping.co.kr>
- <http://www.csclub.com>