

# 국내 사이버 증권사의 경쟁우위 전략요인 및 문제점 분석에 관한 연구

양경훈<sup>1)</sup>, 김도일<sup>2)</sup>, 이태호<sup>3)</sup>, 송병희<sup>4)</sup>

## A Study on Analysis of Cyber Security Companies Superiority-securing strategy in Competition and Problem-solving Strategy

Kyung-Hoon Yang, Tae-Ho Yi, Byoung-hee Song

### Abstract

The utilization of Internet, which started only at the level of advertisement, has been gradually expanding its application areas as the trial commercial transaction becomes successful, the password-coding technology which removes the risks on the cyber transaction develops, the electronic money appears and other various related technologies progress. Following this trend the securities industry has been experiencing changes along with efforts to use it commercially. This study is to analyze the work of cyber securities companies on the basis of the theoretical background through preceding studies and literature and also analyze the common and different reasons for superiority-securing strategy in competition along with problems and their reasons. And also the objective of this study is to offer new superiority-securing strategy in competition and problem-solving strategy.

- 
- 1) 중앙대학교 정보시스템학과 교수
  - 2) 중앙대 사회과학대학 교수
  - 3) 중앙대 국제경영대학원 석사
  - 4) 중앙대 정보시스템학과 석사과정

## I. 서론

초기에 단순한 홍보 차원에서 시도되던 인터넷의 활용은 점차 상품 거래에 있어서 시험적 상거래의 성공, 사이버 거래에서의 위험성을 제거 시켜주는 암호화기술의 발달, 전자화폐 등의 등장, 각종 기술상의 진화에 따라 그 활용분야가 다양한 분야로 확산되고 있다. 그에 따라 이를 상업적으로 이용하려는 노력과 함께 증권 산업에도 많은 변화가 일어나고 있다. 컴퓨터 보급의 확산과 성능의 향상, 멀티미디어의 발달, 통신매체의 발달 및 경제적 능력의 확대는 새로운 생활 패턴을 만들어 내고 있으며 그에 따라 증권거래에서도 시간과 장소에 구애받지 않는 증권거래를 위한 필요성은 제기 되었다고 할 수 있다. 이러한 변화는 증권산업에도 적응과 변신을 요구하게 되었고 컴퓨터 기능의 향상, 통신서비스 환경의 발달, 정보처리 기술의 발달은 증권 산업의 적응과 변신을 해결해 줄 수 있는 전략적 역량을 제공하였다.

본 논문에서는 선행연구와 문헌연구를 통한 이론적 배경을 중심으로 증권회사들의 업무 사례를 분석하여 사이버 증권거래에서의 경쟁우위 전략에 있어서의 공통요인 및 차별요인들을 분석하며 문제점 요인들도 분석한다. 또한 이러한 분석을 바탕으로 새로운 경쟁우위 전략 및 문제점 보완 전략 등을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 전자 상거래의 개념

전자 상거래란 웹상의 상점을 통해 실시간으로 상품을 거래하는 것을 의미한다. 거래되는 상품에는 전자 부품과 같은 실물뿐 아니라 원거리 교육이나 의학적 진단과 같은 서비스도 포함된다. 또한 뉴스, 오디오, S/W 같은 디지털 상품도 포함되며 이들의 비중이 점차 높아지고 있다.

### 2. 전자 상거래의 특징

전자상거래는 전통적인 상거래와 비교하면 유통채널, 마케팅활동, 고객대응 등 여러 가

지 면에서 차이가 나는데 전자상거래의 특징을 전통적인 상거래 방식과 비교하면 < 표1 >과 같다.

< 표1 > 전자상거래의 특징

구 분	전자상거래	전통적인 상거래
1.유통 채널	기업 ↔ 소비자	기업→도매상→소매상→소비자
2.거래 대상 지역	전세계 Global 마케팅	일부지역
3.거래 시간	24시간	제한된 영업시간
4.고객 수용 파악	온라인으로 수시 획득 재 입력이 필요 없는 디지털 데이터	영업사원의 획득 정보 재 입력 필요
5.마케팅 활동	쌍방향 통신을 통한 원-투-원 마케팅 Interactive 마케팅	구매자의 의사와 상관없는 일방적 마케팅
6.고객 대응	요구사항 신속히 파악하여 즉시대응	요구사항 파악이 어렵고 대응 지연
7.판매 거점	사이버 공간	판매 공간 필요

### 3. 경쟁우위 이론

어느 기업이 다른 경쟁기업에 비해서 높은 수익률을 얻는 데에는 크게 두 가지 방법이 있다. 첫째 방법은 동일한 제품을 훨씬 낮은 비용에 만들어 싸게 파는 비용우위 전략이고 둘째는 다른 경쟁 기업과는 다른 차별화된 제품을 제공 함으로써 소비자로 하여금 차별화 하는데 소요된 비용 이상의 가격 프리미엄을 받는 차별화 전략이다. 다음 표는 두 가지 경쟁우위의 특성을 보여준다.

< 표2 > 이용우위와 차별화우위의 특성

본원적 전략	주요 전략 요소	경영자원과 조직적 특성
비용우위	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 효율적인 규모의 설비투자</li> <li>- 제작이 용이한 제품 디자인</li> <li>- 간접비와 연구개발비용의 통제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자본력</li> <li>- 공정엔지니어링 기술</li> <li>- 잦은 보고와 통제</li> <li>- 엄격한 비용통제</li> <li>- 구조화된 조직과 권한위양</li> <li>- 양적인 관리시스템</li> </ul>
차별화 우위	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드, 디자인, 광고, 서비스의 강조</li> <li>- 품질의 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 마케팅 능력</li> <li>- 제품엔지니어링 기술</li> <li>- 창조성</li> <li>- 기초연구 능력</li> <li>- 질적인 관리시스템</li> <li>- 강한내부조정 기능</li> </ul>

4. 증권거래에서의 인터넷의 전략적 활용 접근

본 논문의 앞에서 인터넷을 활용한 비즈니스에 대한 이론적 고찰을 통해 인터넷 비즈니스가 갖는 장·단점, 전략적 우위요소 및 경쟁에서 우위를 차지하기 위해 필요한 점을 살펴 보았다. 이러한 경쟁우위를 위한 전략적 요인은 마이클 포터의 이론에서 언급되었듯이 비용우위요소, 차별화우위요소, 집중화요소가 있다고 하겠다. 한국은 이미 세계 최대의 사이버 주식거래 국가로 부상하여 사이버 주식거래가 전체 주식거래에서 차지하는

비중이 평균 30%에 육박하고 증권사에 따라서 80%에 근접하는 증권사도 등장하고 있다.

전체주식 거래대금 1백 95조 1천2백 98억원 중 56조 6천1백 99억원을 차지하는 상태에서 사이버 증권거래에서의 경쟁우위 요인을 고찰해 보는 것이 본 논문의 주요 연구대상이며 실증연구에 앞서 이를 위한 활용접근에서의 전략 요인들을 고찰해 본다면 다음과 같은 것이 있을 수 있다.

(1) 비용우위 전략요인

사이버 거래에서의 비용우위 전략요인으로 다음과 요인들을 생각해 볼 수 있다.

1) 주식거래에 있어서 거래 비용의 절감

사이버 거래 시 증권사 영업점 거래 시보다 주식거래 비용이 저렴함

2) 코스닥 거래에 있어서 거래 비용의 절감

사이버 거래 시 증권사 영업점 거래 시보다 코스닥 거래 비용이 저렴함

3) 선물거래에 있어서 거래 비용의 절감

사이버 거래 시 증권사 영업점 거래 시보다 선물거래 비용이 저렴함

4) 옵션거래에 있어서 거래 비용의 절감

사이버 거래 시 증권사 영업점 거래 시보다 옵션거래 비용이 저렴함

5) 사이버 영업점 거래 비용의 절감

사이버 영업점 거래 시 기존의 영업점 거래 시보다 고정비, 인건비 비용 등이 저렴하다.

(2) 차별화 우위 전략요인

사이버 거래에서의 차별화 우위 전략요인으로 다음과 요인들을 생각해 볼 수 있다.

1) 대체 및 이체 서비스 제공

계좌 내 투자자금을 다른 계좌로 대체하거나 투자자가 투자자금을 입·출금 시 영업점을 방문하지 않고도 입·출금을 가능하게 해주는 이체 서비스를 제공 할 수 있다.

2) 주식매매에 유용한 투자 정보의 제공

인터넷의 장점으로 인해 기관투자가 수준의 증권투자 정보를 실시간에 접할 수 있

다.

3) 선물, 옵션 투자정보 제공

시장 변화에 민감한 선물 및 옵션 투자 정보 제공 등을 생각해 볼 수 있다.

4) 시황 및 공시정보 제공

긴급한 시장변화에 따른 투자손실을 방지 할 수 있는 시황 및 공시정보 제공

5) 회원사 및 외국인 투자정보 제공

매매거래의 주요 당사자 라고 할 수 있는 기관투자가 및 외국인들의 투자 거래 내역 정보제공 등을 생각해 볼 수 있다.

(2) 집중화 전략요인

사이버 거래에서의 집중화 우위 전략요인으로 다음과 요인들을 생각해 볼 수 있다.

1) 채권 및 수익증권 매매기능 서비스의 제공. 채권이나 수익증권 매매자들을 위한 채권 및 수익증권 매매기능 및 서비스의 제공

2) 선물, 옵션 및 유무상증자 및 공모주 예약 서비스의 제공. 선물, 옵션 이나 유무상증자 참여자들을 위한 선물, 옵션 및 유무상증자 및 공모주 예약서비스의 제공 서비스의 제공.

3) 투자기업 재무정보 제공 서비스의 제공보다 심도 있는 투자기업 분석을 통한 투자자들을 위한 투자기업 재무정보 제공 서비스의 제공

4) 일정금액 이상 투자자에게 언제 어디서나 투자를 가능하게 해주는 데이터 통신 기능을 활용한 휴대폰 거래 및 증권정보 단말기 등의 기능 제공 등에 의한 인터넷의 전략적 활용을 위한 접근을 생각해 볼 수 있다.

III. 활용사례 분석

1. 사이버 증권업무의 분류

증권사의 사이버 증권 업무는 크게 투자정보, 계좌정보, 매매주문, 계좌대체 타 금융이체, 공모주 청약, 수익증권 및 거래, 투자정보, 투자기업 재무정보, 회원사, 외국인 거래정보, 공시, 뉴스정보 및 이용자, 도움말 정보 등으로 분류 할 수 있는데 증권사의 사이버 증권 업무를 보다 자세히 분류하면 <

표3 >와 같다.

IV. 사례분석 결과

3장의 활용사례 분석에서 나타난 분석 기준을 8개 사이버 증권사에 적용하여 경쟁우위 요인을 중심으로 분석한 결과는 다음과 같다. 증권사별 기능분석에서 점수를 산출하는 기준은 아래의 평가에서 모든 부분에 적용되며 전문가의 의견을 고려한 항목별 가중치 값에 서비스 기능유무의 값을 곱하여 산출되었다.

1.비용우위 전략요인 분석

경쟁우위 요소 중 비용우위 전략요인은 총 11개의 요소로 분석 되었는데 이들의 통합 분석에서는 대부분의 증권사가 경쟁우위를 나타내는 것으로 나타났다. 다만 선물, 옵션 거래기능이 부재한 C증권사에서는 선물, 옵션기능에서 비용우위 경쟁력이 없는 것으로 나타났으며 사이버 증권사 설립에 있어서 인력대비 업무 효율화로 인한 비용우위의 강점을 활용하는 A, F 증권사 이외에는 비용우위에 있어 차이가 있는 것으로 나타났다.

2. 차별화우위 전략요인 분석

경쟁우위 요소 중 차별화우위 전략요인은 총 23개의 요소로 분석 되었는데 이들의 통합 분석에서는 9개 요소에서는 공통으로 경쟁우위를 나타내는 것으로 나타났다. 다만 계좌 대체기능, 타 금융 이체기능, 복수주문, 채권 예약거래, 투자기업 일반 재무정보 제공기능, 회원사 및 투자주체별 거래내역, 외국인 거래동향, 특정 종목 검색기능, 공시정보 중 시황 검색기능, 뉴스정보 제공기능 및 해외 증시정보 제공 기능에서 증권사별로 차별화 우위 전략에 있어 차이가 있는 것으로 나타났다.

< 표3 > 증권사의 사이버 증권업무

업무구분	서비스의 종류	내 용
계좌정보	- 잔고 조회 - 거래내역 조회 - 수익률 평가	- 보유자산, 잔고현황 - 입출금, 입출고내역 - 전체거래내역 - 기간수익률 - 출금 및 주문가능 금액 등
매매주문	- 직접 - 예약	- 상장주식 - 장외등록 주식 - 주가지수 선물 - 옵션 - 전환사채, BW - 상장주식 - 장외등록주식 - 주가지수/선물
계좌대체	- 개별계좌 대체거래	- 종합계좌 내 개별계좌 간 즉시 대체거래
타 금융 이체	- 은행 이체출금	- 은행계좌로 즉시 이체 출금가능
공모주 청약	- 공모주 청약 안내 - 공모주 청약 예약안내	- 청약한도 조회 - 청약예약 가능
수익증권 및 제도소개	- 금융상품 - 서비스 - 제도 안내	- 증권 저축 등 금융 상품소개 - 종합거래 계좌제도 안내제도 소개 - 미 약정 이체 서비스 소개
투자정보	- 시세 정보 - 시세 분석 정보	- 종합, 업종, 종목별 분석 - 종합, 업종, 종목별 시세분석
투자기업 재무정보	- 기업분석 자료	- 대차대조표 - 손익계산서 - 이익잉여금 처분 계산서
회원사/ 외국인 거래정보	- 증권사별 회원사/ 외국인 거래정보	- 회원사 거래동향 정보 - 외국인 거래동향 정보
공시/ 뉴스 정보	- 종합 시황 정보제공 - 신문사 뉴스 정보제공	- 종합시황 정보제공 - 신문사 뉴스 정보제공
사용자/ 도움말 정보	- 이용자 정보변경	- 이체 비밀번호 변경 - 사용자 비밀번호 변경 - 이용자 정보 변경 - 도움말 정보

### 3. 집중화우위 전략요인 분석

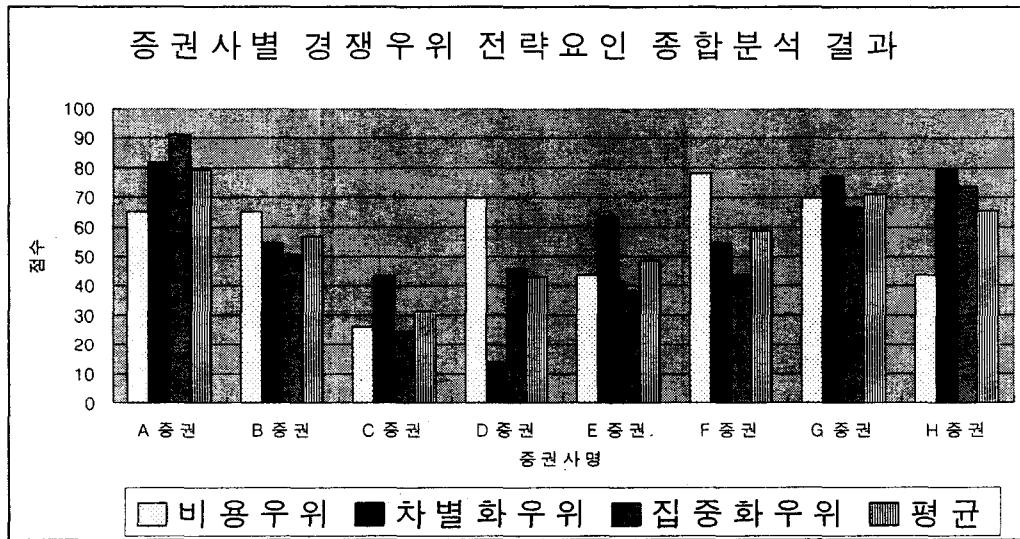
경쟁우위 요소 중 집중화우위 전략요인은 총 15개의 요소로 분석되었는데 이들의 통합 분석에서는 공시정보를 제외하고는 공통으로 경쟁우위를 나타내는 것은 없는 것으로 나타났다. 거의 모든 요소들 사이에서 사이버 증권거래상의 집중화 전략분석에 있어 증권사별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 따라서 보다 심도 있는 분석이 필요할 것으로 생각된다.

그 결과를 그래프로 나타내 보면 < 그림2 > 과 같다.

모든 경쟁우위전략 요인을 통합 분석한 결과에서는 A, G, H, F, B, E, D, C 증권사 순으로 경쟁우위를 갖는 것으로 나타났다.

지금까지의 분석 결과를 종합하여 도표로 나타내 보면 < 그림1 > 과 같다.

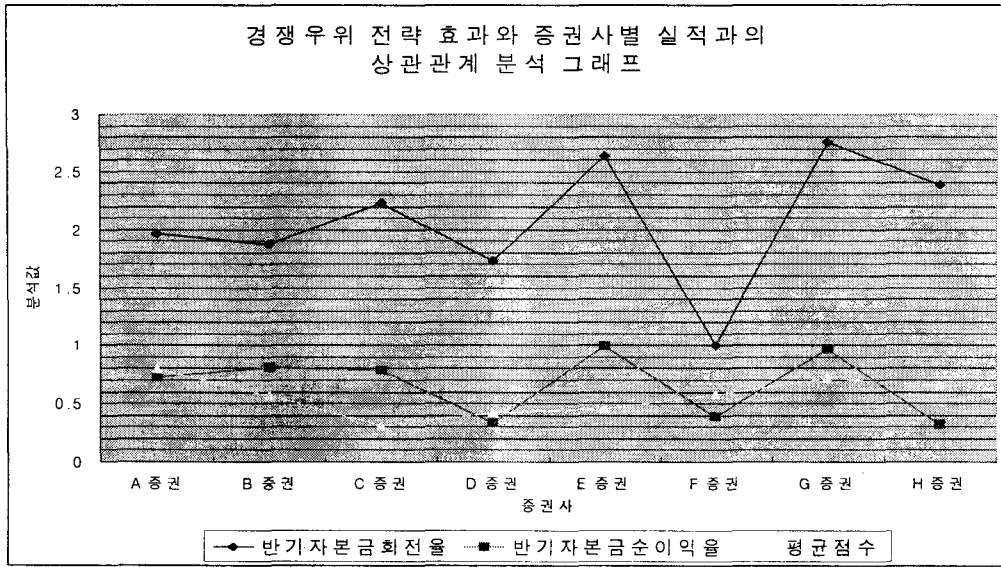
< 그림1 > 증권사별 경쟁우위 전략요인 종합분석 결과 그래프



### 5. 경쟁우위 전략 효과와 증권사별 실적과의 상관관계 분석

경쟁우위 전략 효과와 증권사별 실적과의 상관관계 분석을 위해 분석대상 증권사의 자본금과 최근의 반기 매출액 및 순이익간의 관계 비교를 하였다. 이러한 관계 분석은 단편적이거나 본 연구 결과가 증권사별로 영업 실적등에 어떻게 영향을 주었는지 분석 한다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다.

<그림3> 상관관계 분석 그래프



V. 결론

1. 연구결과의 요약

사이버 증권거래에서의 증권사들의 경쟁우위 전략요인을 파악하기 위한 본 논문의 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫 번째로 우선 경쟁 우위를 위한 분석에서는 다음과 같은 결과를 얻었다.

(1) 비용우위 전략요인에서는 정보기술을 활용한 사이버 거래 시스템 구축 시 거래 비용 절감 및 인력의 효율적 활용 업무 생산성의 향상, 예약거래에 의한 고객의 분산, 업무 처리 시간의 향상 등이 비용우위 효과를 나타내는 것으로 나타났다.

(2) 차별화우위 전략요인에서는 복수종목 거래에서의 복수주문에 의한 거래의 신속성 제공, 채권투자를 위한 시스템의 적용, 고객이 투자에 필요로 하는 종목을 찾아주는 종목 조건검색 기능, 실시간 시장 전체의 상황을 나타내주는 공시정보기능, 세계증시의 미국증시 동조화에 따른 해외증시 정보의 제공 등이 차별화우위 효과를 나타내는 것으로 나타났다.

(3) 집중화우위 전략요인에서는 유, 무상증자, 공모주 청약 전 권리정보 제공, 채권 및 수익증권 투자를 위한 정보의 제공, 선물, 옵션 및 공모주, 유, 무상증자 예약거래 기능, 주식 및 선물, 옵션 그래프 분석정보, 투자대상 기업의 재무상태 정보를 제공하는 투자기업 재무분석 정보, 파생상품 거래시 환위험 헤지를 위한 환율정보 제공기능 등에서 집중화우위 효과를 나타내는 것으로 나타났다. 여기에서 PDA 단말기나 Smart Phone 등을 활용한 무선 증권거래 시스템의 도입 부문은 현재 대부분의 사이버 거래에서 유선라인의 있어야 한다는 제약을 무선통신으로 해결해준다는 점에서 인터넷 상거래의 비약적 발전을 가능하게 해 줄 중요한 차세대 신기술로 부상할 가능성이 크므로 장기적 관점에서의 전략적 대응이 요구된다.

둘째로 문제점 보완 전략에서는 각 증권사별로 경쟁우위를 위한 세 가지 전략요소 중에서 특히 앞 부분의 처리 기능상의 문제점에서 나타난 취약 부분은 빠른 시간 내 문제점을 보완 하는 것은 당연한 것이며 기타 문제점으로 나타난 접속 속도 및 접속후의 안전성, 처리 기능의 확장, 사이버 증권사의 도전에 대한 대응 전략 및 보안기능 강화, 타 금융회사와의 업무 제휴 등에 대해서는 적극적인 대응이 필요하다.

셋째로 새로운 대응 전략으로

(1) 비용우위 전략에서는 거래 수수료율이 점점 더 낮아지는 상황에서 정보기기 활용에

의한 고객 확보 및 정보기기 사용료등에 의한 기본적 수입원의 확대 전략이 필요하다. 또한 투자정보 기능을 보다 고급화하여 유료화 하는 방법, 사이버 영업점 설립, 무선 데이터 통신기술, 가상화면기술, 암호화기술 및 전자화폐 등의 혁신적 정보기술을 활용한 비용우위 전략이 필요하다.

(2) 차별화우위 전략에서는 투자자의 거래편이성 증대, 투자자의 올바른 투자 판단을 도와주는 투자정보의 제공, 시시각각 변화하면서 증시에 영향을 주는 국내, 외 뉴스정보의 신속, 정확한 제공 전략이 필요하다. 또한 안정적 접속 상태에서 투자자에게 최소의 비용으로 최소의 위험 환경에서 최대의 이익을 줄 수 있는 전문화되고 신뢰성 있으며 차별화 된 투자분석 기능을 제공해 주는 전략이 필요하다.

(3) 집중화 전략으로는 저렴한 거래비용 제공에 의한 집중화나 PDA 나 휴대폰 등 신기술이나 정보시스템 서비스기능 차별의 집중화 또는 채권, 수익증권, 유, 무상증자 및 공모주 등 투자상품의 특화에 의한 집중화 및 분석기능 차별 집중화에 의한 집중화 전략 등이 필요하다.

#### 참 고 문 헌

1. 유극렬,  
<http://www.dongduk.ac.kr/ecommm/010bas.html>, 199.3
2. 통상산업부, “전자상거래 추진전략”, 1997.7
3.  
<http://www.kyungwon.ac.kr/~profsjh/lecture/ed-intro.htm>
4. <http://www.ymart.com>, 전자신문, 1998.6.2
5. <http://www.ymart.com>, Electronic Commerce Homepage, 1998.5.7
6. GVU Center, op.cit
7. 한국전자상거래협의회,  
<http://www.kcals.or.kr/subpage.asp>

8. 방혜경, “인터넷 월드와이드 웹을 이용한 기업의 사이버 마케팅에 관한 연구”, 서강대학교 경영대학원 석사학위논문, 1996.7
9. 윤준수, “인터넷 상거래 길라잡이”, 정보문화사, 1998.10
10. 전자신문, 1999.9.28
- 11.C, Wiseman, Strategy and Computer, New York; Dow Jones Irwin, 1995
12. 윤은기, “경쟁전략과 SIS ”, 1991
13. 김용기, “정보기술기업의 인터넷 은행서비스 제공 능력에 관한 연구”, 한국과학기술원 석사학위 논문, 1997.127