

ASP 방식의 B2B e-마켓플레이스 솔루션
A B2B e-Marketplace Solution
with Application Service Provider Functionality

백승철¹⁾
김중인²⁾
최정상³⁾

Abstract

This paper presents the business model and system functionalities of a B2B e-marketplace solution that not only can overcome some problems of the public e-marketplace, but also can be applicable to both public and private types of e-marketplaces. This solution is different from the most of the public e-marketplace solutions that their main sources of revenue are transaction commissions or transaction fees through the third-party intermediation. Instead, this solution provides an ASP (Application Service Provider) functionality for direct, dis-intermediated purchasing and sales-related transactions between suppliers and buyers. With this functionality, suppliers and buyers electronically commerce with each other without the disclosure of their transactions as well as transaction commissions.

1. 서론

대한상공회의소에서 지난해 국내 B2B(Business-To-Business)업체 353개사를 대상으로 실태 조사한 결과, 매출을 전혀 올리지 못하고 있는 업체가 무려 36.5%에 달해 10개사 중 4개사 가량이 수익모델 부재로 어려움을 겪고 있으며, 특히 적자를 내고 있는 업체가 78.6%에 달했다고 한다. 또한 전경련과 중소기업협동조합중앙회가 지난해 제조업체 236개사를 대상으로 '기업간 전자상거래 추진현황 및 전망조사'를 공동으로 실시한 결과 B2B 전자상거래를 통한 구매 및 판매 비중은 각각 1.8%, 1.2% 밖에 안되고 있는 것으로 나타났다. 불과 1~2년 만에 B2B는 실패한 모델로 평가 받고 있는 실정이다. [3]

지난해 국내 인터넷 업계와 솔루션 시장은 한마디로 최악의 한해를 보냈다. 그

1) 코리아인더스트리21(주)
2) 홍익대학교 경영정보학과
3) 강남대학교 산업공학과

중 B2B업계는 경기침체로 인한 수요급감으로 인해 B2B e-마켓플레이스와 B2B 솔루션 제공업자들은 많은 적자를 기록하거나 레퍼런스 사이트하나 확보하지 못한 채 한 해를 넘겼다. 현재 그나마 거래가 일어나고 있는 e-마켓플레이스는 대기업 및 그룹관계사의 구매물량을 기반으로 출발한 e-마켓플레이스들이 거래가 조금씩 일어나고 있으며 2000년과 2001년에 걸쳐 오픈한 수많은 e-마켓플레이스들 대부분은 거래가 거의 전무한 실정이다. 이로 인해 그동안 선풍적인 바람을 몰고온 B2B e-마켓플레이스 업체들은 수익모델의 부재로 인해 대다수의 업체들이 사업을 포기하거나 또는 솔루션 프로바이더로의 전환을 꾀한 해였다. [3]

당초 많은 전문가들은 공개형 마켓플레이스가 B2B의 주류를 이룰 것으로 기대했다 [7][8][9]. 이는 인터넷의 속성인 공개성을 가장 효과적으로 발휘하려면 공개형 마켓플레이스가 가장 타당하기 때문이다. 그래서 2000년 이후에 등장한 많은 수의 마켓플레이스가 공개형이 대부분 이었다. 하지만 지난 몇 년간 공개형 e-마켓플레이스 시장이 붕괴되면서 점차 Private(사설) 마켓플레이스로 옮겨 가고 있으며, 사설 마켓플레이스가 향후 대두될 B2B e마켓플레이스의 미래로 예상되는 것은 공개형 마켓플레이스의 문제점들이 사설 마켓플레이스에서 해결될 수 있는 가능성이 존재하기 때문이다.

사설 마켓플레이스는 매출과 수익면에서 공개형 마켓플레이스를 훨씬 뛰어넘고 있으며, 그 수도 크게 증가하는 추세다. 이처럼 사설 마켓플레이스가 활성화되는 것은 확실한 구매력을 가진 주도 기업이 SCM(Supply-Chain Management) 시스템과 연동해 구입에서 배송, 결제, 재고 파악에 이르기까지 전 과정을 온라인으로 처리, 상당한 비용절감 효과를 거둘 수 있기 때문으로 분석되고 있다. [2][5][10]

그러나 사설 마켓플레이스가 공개형 마켓플레이스의 많은 문제점을 해결해 줄 수 있는 대안이라고 하더라도 모든 산업이나 기업에서 사설 마켓플레이스를 적용할 수는 없을 것이라고 본다. 사설 마켓플레이스의 등장배경이 공개형 마켓플레이스의 문제점을 극복하기 위한 대안의 모색과정에서 탄생하였다고 보는 것이 현실적인 바, 언급한 바와 같이 공개형 마켓플레이스의 문제점을 극복한 차세대 모델이라고 단정할 수는 없다. 오히려 사설 마켓플레이스는 공개형 마켓플레이스로 진화하기 전 기존 고객을 만족시키기 위한 과도기적 형태라고 보는 것이 맞을 것이다. [2][5]

그렇다면 B2B가 왜 활성화 되지 못하는 것일까? 이런 물음에 아직 정확한 답을 못내리고 있다. 많은 업계 관계자들이나 전문가들도 정확한 이유를 설명하지 못하고 있고 다만 추측만 무성할 뿐이다. 그 중 신빙성있는 이유는 우선 기업체들이 전자상거래를 도입할 경우 모든 거래내역이 투명하게 드러나고 기업과 개인의 정보를 내보여야 하기 때문이라는 투명성 회피 문제와, 중개수수료의 부담, 그리고 대부분의 기업들이 행하고 있는 원자재 및 소모성 자재의 구매가 이미 개별기업의 노하우로 자리잡혀 있으며, 특히 경쟁관계의 기업들과 공유되기 어려운 관행을 갖고 있다. 즉 기업들이 e-마켓플레이스를 이용한다는 것은 단순히 가격인하 효과를 보기 위함이나 업무절차를 온라인으로 옮기는 차원의 문제가 아니라는 것이다. 또한 우리나라 기업간의 오랜 관

행의 하나인 어음이나 당좌거래가 안된다는 것이다.

물론 위에서 제기한 것 이외에 많은 문제가 있을 수 있지만 다음 소개할 코리아 인더스트리21의 솔루션은 이러한 문제점을 극복할수 있는 솔루션이라 생각되며 공개형 e-마켓플레이스뿐만 아니라 요즘 한창 구축 붐이 일고 있는 사설 e-마켓플레이스에도 매우 적합한 솔루션으로 평가 받고 있다.

2. B2B와 e-마켓플레이스

흔히들 B2B와 e-마켓플레이스를 동일한 개념으로 사용하고 있는 경우가 많은데 e-마켓플레이스는 “다수의 구매자와 판매자가 재화와 용역을 팔고 사는 가상의 장터”로서 수많은 B2B 비즈니스 모델 중의 하나에 불과하다. B2B란 인터넷상에서 이루어지는 기업간 상거래를 의미한다. 그러나 거래 대상에 따라 B2C는 기업과 개인, B2B는 기업과 기업간의 전자상거래라고 단순하게 정의할 수는 없다. B2B란 전자적으로 이루어지는 모든 비즈니스라 정의할 수 있으며 물리적인 재화나 정보처럼 보이지 않는 서비스를 전자적으로 거래하는 것을 포함한다. 따라서 온라인 마케팅, 주문, 결제 및 배달지원에 이르는 거래에 관계된 모든 단계는 물론 온라인으로 제공되는 법률서비스, 사이버 공간을 이용한 공동연구, 공동설계 등과 같은 영역도 포함된다.

B2B는 크게 백엔드(Back End)시스템인 인터넷 인프라와 프론트엔드인 e마켓플레이스로 구성돼 있다. 인터넷 인프라는 B2B를 서비스하기 위한툴과 콘텐츠 관리 프로그램, 솔루션 등이 해당한다. 즉, ERP(전사적 자원관리), CRM(고객관리), SCM(공급망관리), EDI/XML, 지불 시스템 등 기업간 거래가 가능하도록 지원하는 시스템 모두를 지칭하는 토털 솔루션 개념이다. 그리고 e-마켓플레이스는 기업들이 서로 만나 입찰, 응찰, 구매활동 등을 하거나 정보서비스 인사교류 등 다양한 전자상거래를 하는 인터넷 시장을 말한다. 주로 종합상가 주도하에 구축되고 있는 e-마켓플레이스는 B2B의 일부분인 프론트에 해당한다. [1][4]

3. ASP의 정의 및 장점

ASP란 Application Service Provider의 약자로서, 개인 혹은 기업에게 필요한 Application Software를 Install, Host, Manage해 주고 이에 대한 사용료를 지급 받는 형태의 비즈니스 모델을 말하며, 다음과 같은 일반적인 장점들이 있다:

- 1) 신속한 솔루션 구축이 가능하다. 다양한 Implementation경험을 토대로 산업별로 표준화된 솔루션 템플릿을 개발/활용함으로써, 솔루션 Implementation에 소요되는 기간을 일반적인 어플리케이션 패키지 도입 시에 비해 단축시킬 수 있다.
- 2) 도입된 어플리케이션을 관리하기 위한 IT인력을 스스로 확보해야 하는 부담이 없어지고 새롭게 도입되는 시스템을 관리하기 위한 IT 인력을 채용하고, 교육하

기 위한 비용 부담이 없어진다. 시스템 이용에 대한 월 이용료 지불만으로 해당 어플리케이션에 대한 지식과 경험이 풍부한 Maintenance인력의 서비스를 받을 수 있다.

- 3) 초기에 큰 투자금액이 소용되는 일반적인 시스템 도입과는 달리, 월정요금으로 비용이 지출되므로 시스템 도입에 따른 비용을 분산시킬 수 있다.
- 4) 어플리케이션을 직접 소유하게 되었을 때 발생하는 비용, 즉 인건비, 네트워크관리비, 서버관리비, 교육비 등에 대한 부담이 사라지고 어플리케이션에 대한 월 사용료만 지불하게 되므로 전체적인 비용절감의 효과를 얻을 수 있다.
- 5) 시스템 유지에 소요되는 비용이 예측 가능하고 그 구조가 단순하고 시스템 구축 후 월정액을 지불하는 것만으로 유지 및 업그레이드, 네트워크 인프라 관리가 모두 해결되므로, 향후 소요될 시스템 관리비용을 예측할 수 있다.[1][4]

4. 코리아인더스트리21의 B2B e-마켓플레이스 솔루션

코리아인더스트리21의 ASP 전자상거래 솔루션제품군은 다음과 같이 5개의 독립된 솔루션으로 구성되어 있으며, 이 솔루션들은 별개의 독립된 시스템으로 구축할 수 있다, 또한 모든 솔루션을 하나의 통합된 시스템으로 구축할 수 있다.

- 1) B2B 마켓플레이스 ASP 솔루션:
다수의 판매자와 다수의 구매자간 B2B 솔루션(제 3자 중립형 공개형 마켓플레이스)
- 2) B2B Procurement ASP 솔루션:
단일 구매자와 다수의 판매자간 B2B 솔루션(구매자 주도형 비공개 마켓플레이스)
- 3) B2B Sales ASP 솔루션:
단일 판매자와 다수의 구매자간 B2B 솔루션(판매자 주도형 비공개 마켓플레이스)
- 4) 무역 마켓플레이스 ASP 솔루션:
다수의 수출자와 다수의 수입자간 B2B 솔루션(제 3자 중립형 공개형 마켓플레이스)
- 5) B2C 쇼핑몰 ASP 솔루션:
다수의 판매자와 다수의 소비자간 B2C 솔루션

각각의 솔루션들은 전자상거래 기능(판매, 구매, 경매, 역경매, 입찰, 공동구매 및 거래정보/전자문서 교환기능)뿐만아니라 전자상거래 업무처리 기능들(Transaction Management) 기능들(즉, 판매관리, 구매관리, 수출관리, 수입관리, 경매관리, 역경매관리, 전자입찰관리, 공동구매관리, 쇼핑몰관리 기능들)을 포함하고 있다.

여기서는 상기 5개의 솔루션중에서 첫 번째인 'B2B 마켓플레이스 ASP 솔루션', 즉 다수의 판매자와 다수의 구매자간 B2B 솔루션으로서 제 3자 중립형 공개형 마켓플레이스 구축을 위한 솔루션에 관해서만 살펴보기로 한다.

4.1 솔루션의 비즈니스 모델 (제3자 중립형 공개 마켓플레이스)

다수의 판매자와 다수의 구매자는 기업간 일반판매, 일반구매, 경매, 역경매, 전자입찰, 공동구매 기능을 이용하여 자사 전용의 ASP 시스템을 운영하고 관리할 수 있으며, EDI(전자문서교환) 기능을 이용하여 거래문서 데이터를 직접 교환할 수 있다. 이 솔루션에서는 판매자가 동시에 구매자가 될 수 있으며 따라서 판매관리 시스템과 구매관리 시스템을 모두 사용할 수 있다.

아래 그림1과 같이 모든 회원업체 공용의 B2B 마켓플레이스와 각 회원사 전용의 ASP 관리 시스템으로 분리되어 있으며, B2B 초기 단계인 단순 카탈로그 검색기능, 거래알선이나 중개기능 등 뿐만이 아니라, 기업간 상거래에서 발생하는 판매와 구매 업무처리 (Transaction Management) 전과정을 지원하는 시스템이다.

이와 같은 마켓플레이스는 ASP 서비스 제공자가 판매자와 구매자 사이의 제3자에 해당하는 중립적 마켓플레이스(3rd Party Marketplace)이며, ASP 서비스 제공자의 선택에 따라 특정 업종만을 위한 수직적 마켓플레이스(Vertical Marketplace)와 모든 업종을 대상으로 하는 수평적 마켓플레이스(Horizontal Marketplace)를 모두 구현할 수 있다.

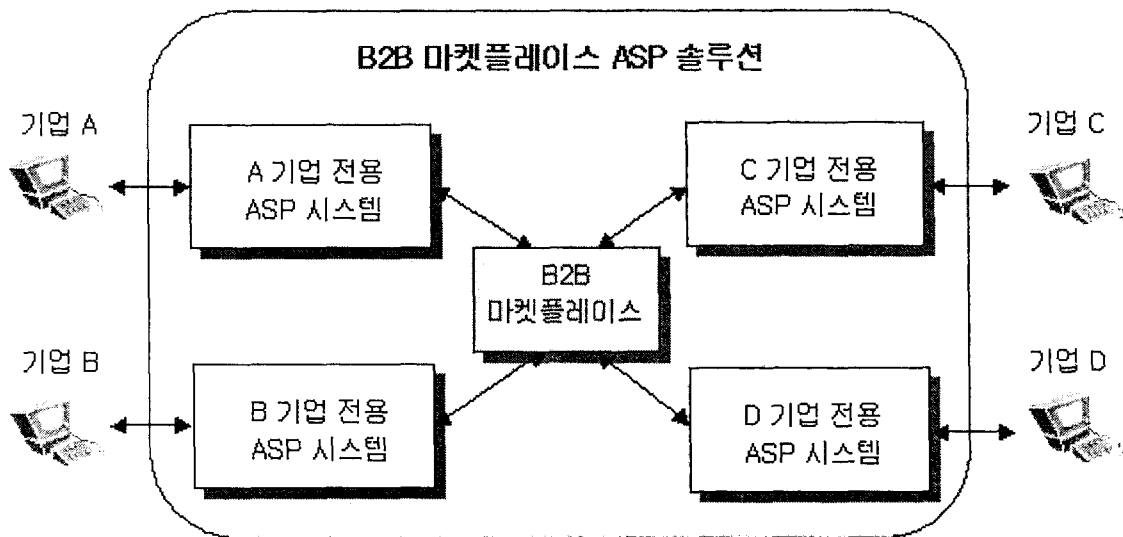


그림 1. 제3자 중립형 공개 마켓플레이스

4.2 사용자 시스템 기능(Module) 구성

각 회원사별 사용자 시스템은 다음과 같이 8 개의 하위 시스템(Subsystem) 들로 구성되어 있다.

- 1) B2B 마켓플레이스 시스템
- 2) 일반판매 관리 시스템
- 3) 일반구매 관리 시스템
- 4) 경매역경매 관리 시스템
- 5) 전자입찰 관리 시스템
- 6) 공동구매 관리 시스템
- 7) 커뮤니티 시스템
- 8) 회원정보관리 시스템

그림 3은 이중에서 위에서부터 3번째까지의 기능들의 비즈니스 프로세스와 상호작용을 보여주고 있다.

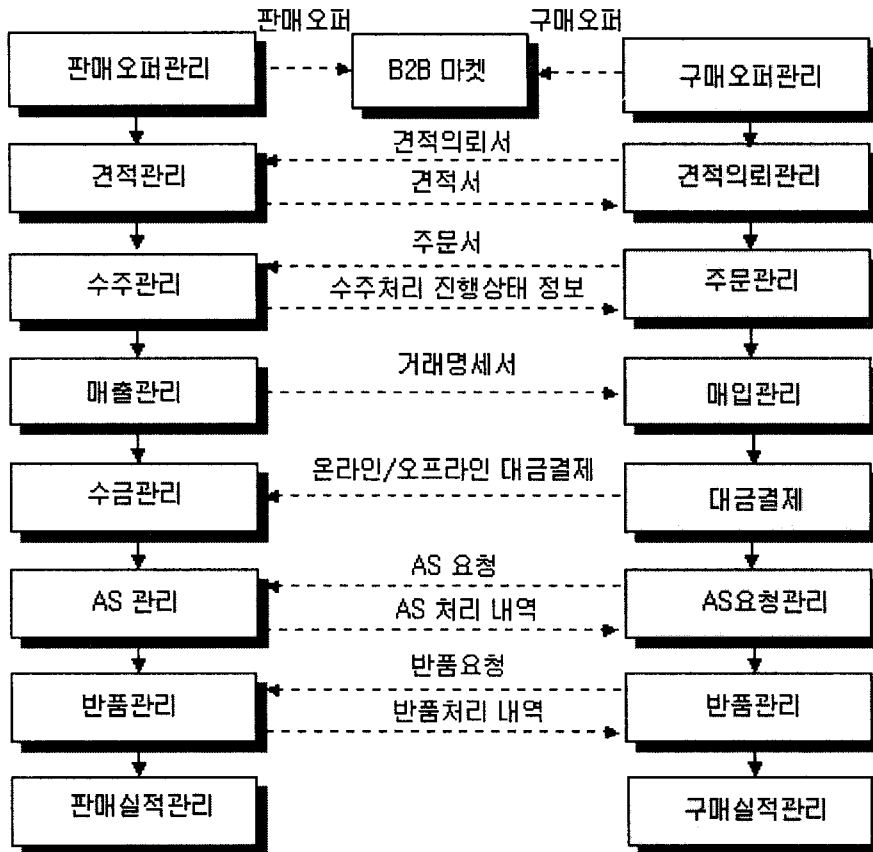


그림 3. 사용자 시스템 기능간의 상호작용

4.3 데이터 관리, 데이터 교환, 전자우편(Email) 자동통지 기능

각각의 하위 시스템들은 기업간 전자상거래 데이터를 생성, 조회, 수정, 삭제하

는 데이터 관리 기능과 함께 데이터를 송신 및 수신 할 수 있는 데이터 교환 기능을 제공한다. 또한, 거래 데이터가 수신자의 시스템으로 전송될 때마다 수신자는 전자우편을 통한 자동 통지 기능으로 거래 데이터의 도착여부를 알게 되므로, 사용자는 도착된 거래문서를 확인하기 위해 하루 종일 시스템에 접속해 있지 않아도 된다.

4.4 관리자 시스템 기능(Module) 구성

ASP 서비스 관리자 기능은 다음과 같은 모듈로 이루어져 있다:

- 1) 회원사 관리모듈
- 2) 품목분류 관리모듈 - 품목분류 및 관리
- 3) Hot-Product 관리모듈 - 추천상품(Hot-Product) 게시와 조회수를 모니터링
- 4) 일반판매/일반구매 관리모듈 - 일반판매, 일반구매의 거래 현황을 파악
- 5) 경매/역경매 관리모듈 - 경매, 역경매의 거래 현황을 파악
- 6) 전자입찰 관리모듈 - 전자입찰의 거래 현황을 파악
- 7) 공동구매 관리모듈 - 공동구매의 거래 현황을 파악
- 8) 배너광고 관리모듈 - 배너 게시와 조회수를 모니터링
- 9) 접속로그 관리모듈 - 방문자 접속기록을 모니터링

4.5 품목분류 체계 및 관리

판매오퍼 및 구매오퍼의 등록 및 검색을 위한 품목분류 체계(Product Category)는 가장 일반적인 3단계(대분류, 중분류, 소분류)와 2단계(대분류, 소분류) 분류 체계를 모두 지원한다. 특히 품목분류 데이터의 저장 및 관리는 HTML이 아닌 데이터베이스와 관리자 인터페이스를 통하여 이루어지기 때문에 품목분류를 손쉽게 생성, 수정, 삭제 할 수 있다. 따라서 별도의 품목분류 및 카달로그 관리 시스템이나 콘텐츠 관리 시스템(CMS: Contents Management System)을 사용할 필요가 없다.

4.6 시스템 구조 및 플랫폼

일반적인 웹 기반의 클라이언트-서버 구조로서 운영체제는 Windows NT/2000 과 Linux에서 실행되며, 데이터베이스는 MS SQL Server (Windows NT/2000), Oracle (Windows NT/2000과 Linux)을 기반으로 한다. 사용자 웹 브라우저는 Internet Explorer와 Netscape를 모두 지원하며, 기타 다른 UNIX 플랫폼 및 DBMS와 JSP(Java Server Pages), PHP등에 대한 솔루션은 현재 계속 개발 중에 있다.

4.7 대용량 데이터와 트랜잭션 처리를 위한 시스템 확장성 및 신뢰성

1) 데이터베이스 확장성(Scalability) 및 신뢰성(Reliability)

현재의 DBMS들이 성능(확장성, 신뢰성 등)이 매우 좋고 계속 업그레이드 되고 있지만, 예상 사용자가 많거나 사용자수가 계속 증가하여서 대용량의 거래정보관리와 거래처리 트랜잭션 지원이 필요한 경우에는 한대의 데이터베이스 서버만으로 시스템을 운용하는데 무리가 올 수 있다. 이 경우에 대비하여 당사의 솔루션은 데이터베이스를 필요한 수만큼 확장(추가)하거나, 하나의 데이터베이스를 분리하여 여러 대의 서버에서 데이터베이스가 분산되어 처리되는 분산 데이터베이스 (Distributed Database) 구조에서도 운영할 수 있다. 즉, 시스템 운영 초기부터 분산 데이터베이스로 운영할 수도 있으며, 처음에는 한대의 데이터베이스 서버로 운영하다가 기존 데이터의 손실이 전혀 없이 점차적으로 필요한 수만큼 데이터베이스 서버를 추가하실 수 있도록 설계되어 있다.

2) 웹 서버 확장성

대용량 거래처리 트랜잭션을 지원하기 위해 가장 일반적으로 사용되는 방법은 웹 서버를 여러 대 사용하여 솔루션이 필요한 때에 필요한 만큼 웹 서버를 자유롭게 추가할 수 있도록 되어 있다.

4.8 실시간 데이터 백업 기능

개인 PC의 사용자들도 마찬가지로 문제가 존재하겠지만, 특히 서비스 제공자의 경우에는 서버가 갑자기 고장 나거나 문제가 발생할 경우 사용자들의 데이터 백업 여부가 매우 중요한 문제가 된다. 현재 일반적으로 사용되는 데이터베이스 백업 방법은

1) 백업용 데이터베이스를 별도의 서버에 두고서 일정한 간격을 두고 정기적/비정기적으로 백업을 하는 방법

2) 별도의 서버없이 데이터베이스 파일만을 일정 시점에서 다른 컴퓨터의 하드디스크에 백업하는 방법

3) 백업용 데이터베이스에 실시간(Real-Time)으로 백업하는 방법

의 세 가지가 있다. 이 중에서 첫번째와 두번째 방법은 MS SQL Server나 Oracle등의 DBMS 자체에서 지원되는 기능이지만, 데이터 단위가 아닌 데이터베이스 전체를 백업하는 것만이 가능하므로 백업에 소요되는 시간이 매우 오래 걸리고, 네트워크 트래픽에 과부하가 걸리면서, 한번 백업한 이후에 새로 갱신되는 데이터는 다음 백업 때까지 기다려야만 하므로 그 사이에 문제가 발생하면 데이터 손실이 발생한다. 그러나, 실시간 백업은 사용자가 데이터를 입력, 수정, 삭제 할 때마다 즉시 백업용 데이터베이스에도 동기화(Synchronization) 되어 똑 같은 데이터를 유지할 수 있으므로 데이터 백업에서는 가장 이상적인 방법이지만, DBMS 에는 그 기능이 포함되어 있지 않다. 반면에, 코리아인더스트리21의 솔루션에는 이러한 실시간 백업 기능이 가능하도록

설계되어 있다.

4.9 보안 기능

이 솔루션은 다음과 같이 필수적인 보안 기능들을 포함하고 있다.

1) 암호화된 사용자 인증 (User Authentication)

사용자가 다른 경우 동일한 사용자 ID로 동시에 회원전용 시스템에 로그인할 수 없도록 되어 있다. 또한, 사용자 ID와 비밀번호를 암호화하지 않은 상태로 전송하는 대부분의 상거래 사이트와는 달리 사용자 ID와 비밀번호를 현재의 기술 중 가장 강력한 128 비트 SSL(Secure Socket Layer) 또는 64비트 SSL로 암호화하여 처리한다.

2) 접근 제어 (Access Control)

쿠키(Cookie) 기술을 사용하여 사용자는 자신만의 시스템과 데이터에만 접근할 수 있으며, 사용자 인증(즉, 로그인) 과정 없이 접근할 수도 없다. 쿠키 정보는 서비스 연결이 종결되거나 회원전용 시스템에서 로그아웃 되면 사용자 PC의 하드 디스크에서 자동으로 삭제된다.

3) 암호화 (Encryption) 및 데이터 무결성 (Data Integrity)

사용자 인증 뿐만이 아니라 회원전용 시스템내의 모든 데이터는 128 비트 SSL 이나 64 비트 SSL방식으로 암호화되어 전송된다. 또한, 데이터 암호화는 데이터를 악의적으로 변경하지 못하게 하여 데이터 무결성을 제공한다.

4) 거래부인 방지 (Non-repudiation)

솔루션의 EDI 기능을 통해 송수신되는 거래 데이터의 송신자 및 수신자는 본인이 송수신했다는 사실에 동의 하여야만 송수신이 가능하도록 되어있고, 시스템의 데이터베이스에 송수신 정보가 기록되어 저장되기 때문에 거래부인 자체가 불가능 하다.

5) 감사 (Audit)

로그파일과 데이터베이스를 사용하여 사용자나 방문자의 접속 정보 및 거래 문서 교환 정보를 기록하고 저장한다.

6) 서비스 거부 (DoS: Denial of Service) 방지

해커의 서비스 거부 공격에 대한 패치 프로그램은 계속해서 서버 공급업체에 업데이트 될 때마다 갱신하고 있다.

4.10 사용자 라이선스 (회원사별 사용자수)

솔루션을 사용하는 ASP 서비스 제공자는 회원사별로 사용자 라이선스와 사용료에 대한 정책을 유연하게 결정할 수 있다. 앞의 보안 기능에서 언급한 바와 같이 사용자가 다를 경우 동일한 사용자 ID로 동시에 회원전용 시스템에 로그인할 수 없으므로, 허가 받은 사용자수에 대한 사용료가 확실히 보장된다.

4.11 온라인 및 오프라인 거래대금 결제방식 지원

사용자는 거래대금 결제를 위해 전통적인 오프라인(어음, 현금, 수표 등) 방식과 온라인(계좌이체, 신용카드, 구매카드 등) 방식으로 대금을 결제할 수 있다. 국내 대부분의 기업들이 어음결제와 당좌거래를 사용하고 온라인 결제를 회피하는 상황으로 볼 때, 온라인과 오프라인 결제방식의 혼합 지원은 필수 불가결한 요소라고 볼 수 있다.

5. 타사 솔루션과의 비교

표 1. 국내 B2B e-Marketplace 솔루션 비교

회사명	비교대상			비교대상
비교대상	B2B Marketplace (제3자 중개형)	Commerce21 eMarketplace™	Pionic Marketplace	th marketplace
	B2B Procurement	Commerce 21 Procurement™	Pionic Procurement	th procure
	B2B Sales ASP	Commerce21 eMarketplace™	Pionic Marketplace	th marketplace
	무역마켓플레이스ASP 솔루션	Commerce21 eMarketplace™	Pionic Dynamic Trade	th marketplace
	B2C 쇼핑몰 ASP 솔루션	Commerce21 Mall&Mall™	Pionic Merchant Suite	th storefront
	P2P Commerce 솔루션	-	-	PeerPlat
Catalogue	Catalog Mgmt System	Commerce21 eCatalog™	Pionic Catalog Management System	th Catalog
CRM	-	Commerce21 eCRM Suite™	Pionic CRM Suite	-

표1에 나열된 회사는 국내의 대표적인 전자상거래 솔루션 업체들로서, 기본적인 마켓플레이스 구성을 위한 제품군은 명칭과 분류만 상이할 뿐 동일한 구성 및 기능

으로 보유되어 있다. 표1의 ⑥,⑦,⑧ 에서와 같이 각 업체 솔루션들의 차이는 P2P(Peer-To-peer) 방식, 카다로그 솔루션, CRM(Customer Relationship Management) 솔루션 등 부가 솔루션에서 차이를 보인다.

6. 결론

당초 예상과는 달리 국내에서 공개형 마켓플레이스가 실패한 원인중에서 가장 큰 문제점으로 거래노출과 중개수수료 부담 등이 있다. 따라서, 이러한 문제점들을 일부 극복함으로써 마켓플레이스의 활성화를 유도할 수 있는 솔루션의 개발 및 도입의 필요성이 시급한 실정이다. 본 논문에서는 국내 공개형 마켓플레이스가 부진한 원인 중의 일부 문제점들을 극복할 수 있는 공개형 마켓플레이스 솔루션이면서 사실 마켓플레이스에도 적용가능한 솔루션에 관하여 소개하였다. 즉, 현재 가장 일반적인 B2B e-Marketplace 모델로서, 사용기업들로부터의 거래수수료를 주수입원으로 하면서 거래가 노출되는 중개형 Marketplace가 아니라, 사용기업들에게 B2B 전용 판매관리 및 구매관리 시스템을 ASP(Application Service Provider)형태로 제공함으로써, 거래노출 및 중개수수료 없이 기업간에 수평개방형 직거래(Direct Transaction)가 가능한 솔루션의 비즈니스 모델과 기능 구성에 관하여 살펴보았으며, 향후 솔루션에 대한 실증적인 검증이 필요할 것이다.

참고문헌

1. 김민식, 최연철, "국내외 ASP 시장의 발전방향", 정보통신산업연구실, 2001. 7월호
2. 디지털타임즈, "대기업들 e-마켓플레이스 비공개로 제도수정", 2001. 6. 21.
3. 아이뉴스24, "2001년 B2B 마켓플레이스 트렌드 분석", <http://inews24.com>.
4. 이회철, 기업간 전자상거래를 위한 전자입찰 시스템 구현에 관한 연구, 홍익대학교 석사논문, 2001. 12.
5. 전자신문, "위기의 e-마켓플레이스", 2001. 5. 23.
6. 조주익, "B2B 마켓플레이스 성과와 전망", 이비즈그룹 Working Paper, 2001. 8. 27.
7. Forreest Research, "Net Marketplaces Grow Up", Forreest Research, Inc., 2000.
8. Kaplan, S. and Sawhney, M., "E-Hubs: The New B2B Marketplaces", Harvard Business Review, May-June, pp. 97 - 102, 2000.
9. Sawhney, M. "The New Market Makers in Business-to-Business E-Commerce", <http://www.business20.com>, 2000.
10. SKYVA International, Inc, "Exploring B2B Options", White Paper, 2001.