

재래시장 유형에 따른 전자상거래 시스템 운영방안 연구

(사)중소기업혁신전략연구원
수석연구위원 최경주
계명대 겸임교수

대내외적 여건 변화

- 컴퓨터 관련기기의 발전과 인터넷의 전세계적 확산에 기반한 정보통신 혁명은 세계 경제의 중심을 디지털경제로 급격하게 변화
- 초고속 인터넷망의 확대와 인터넷이용인구의 증가 및 인터넷을 통한 상거래 규모가 큰폭으로 증가하고 있음.
- 이는 과거의 유통에 일대 변혁을 가져오는 것으로 다양한 유통채널의 등장과 배송 및 물류의 혁신등을 야기하며, 다양한 정보를 수집하는 소비자들이 늘어남에 따라 소비자 취향이 다양화되고 있다는 것을 의미함.

정보화와 재래시장

● 정보기술환경 변화

- IT기술의 급격한 발달
- 다양한 인터넷쇼핑몰의 등장
- 온라인과 오프라인의 결합

● 재래시장 사업 환경의 변화

- 유통기능의 변화
 - . 상적유통기능의 경우 전자상거래가 도소매업체 보다 장점이 많음.
 - . 반면 물적유통기능은 유통경로의 복잡성이나 표준화 등의 문제로 전통 도소매업체가 장점이 많음.

정보화와 재래시장

- 경쟁구조에 대한 영향
- 가격구조에 대한 영향
- 물류부문에 대한 영향
- 가격 및 서비스 경쟁 심화

● 소비행태 변화

- 맞벌이 부부의 증가에 따른 소비행태 변화
- 소비자 선호변화
- 소비자 욕구 다양화
- 합리적 구매행태

재래시장의 시설 노후화 및 낙후성

- 이용불편 초래
- 건물 노후화에 따른 누수, 누전 우려
- 기초적 편의시설 부족
- 상품유통환경변화에 대한 적응능력 결여
- 전근대적인 점포 운영
- 관리주체의 역량 부족

재래시장의 전자상거래 도입 저해 요인

- 전자상거래에 대한 상인들의 인식 부족
- 통신기반시설 열악함
- 시장상인들의 정보습득 및 활용기술 미흡
- 전자상거래시스템 구축시 상인들의 참여 부족
- 취급상품의 표준화 및 규격화 미흡
- 신선도 유지를 위한 추가비용이 요구되며, 일부 품목은 원거리 배송 어려움
- 전자상거래 운영 지원 기반 부족
- 고개관리 미흡
- 온라인과 오프라인과의 결합의 부족

SWOT 분석

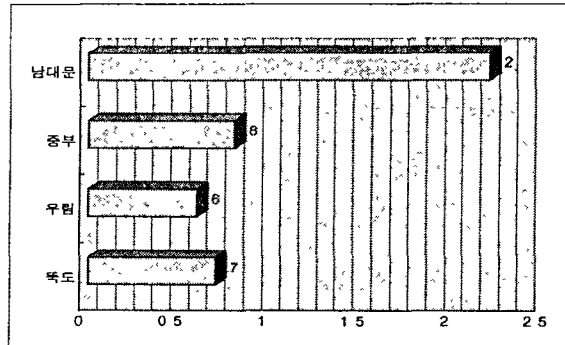
- 강점요인
 - . 재래시장의 지역친화성
 - . 취급품목의 조합을 통해 틈새시장을 공략 가능
- 약점요인
 - . 재래시장 상인들의 의식·동기·상속하자 없음.
 - . 취급품목의 제한
- 기회요인
 - . 전자상거래시장의 급속한 확장
- 위협요인
 - . 유사 전자상거래 사이트의 성장

재래시장 전자상거래 구축 핵심 요소

KEY FACTOR	목 표	전 략
COST	온라인상의 가격경쟁력을 갖추	저렴한 가격으로 판매 지역특성 반영
SAFETY	전자상거래의 안전성 확보	지불방식의 다양화 개인정보 철저 관리
CONTENTS	다양하고 충실한 콘텐츠제공	구체적 상품정보 제공 생활정보제공, 개별점포소개
LOGISTICS	효과적이고 빠른 배송	물류센터 확보, 포장의 규격화
COMMUNITY	지역의 온라인커뮤니티 중심지	POS와의 연계, 전문물류업체 제휴 지역중요시설 정보, 지역행사안내 자유게시판 활성화, 공공기관과의 연계

재래시장의 정보화 수준

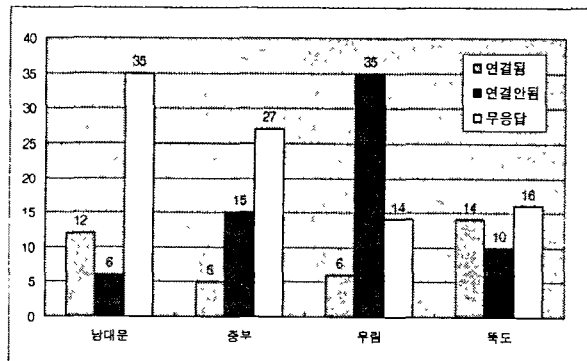
1일 평균 인터넷 사용시간



*출처 : 재래시장 전자상거래 구축전략 수립연구, 서울특별시 2004.02

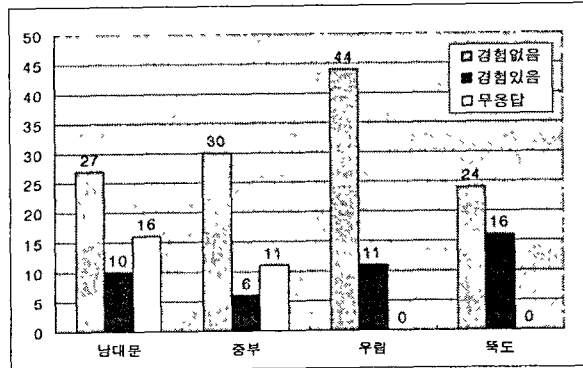
재래시장의 정보화 수준

네트워크 연결 현황



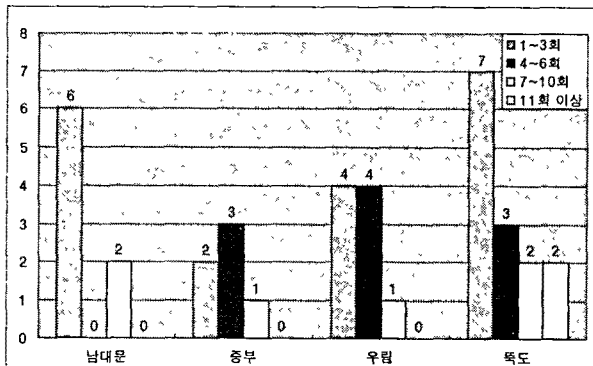
재래시장의 정보화 수준

전자상거래 이용경험 유무



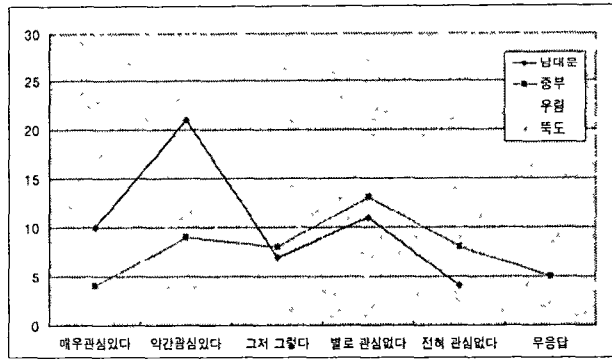
재래시장의 정보화 수준

전자상거래 이용회수



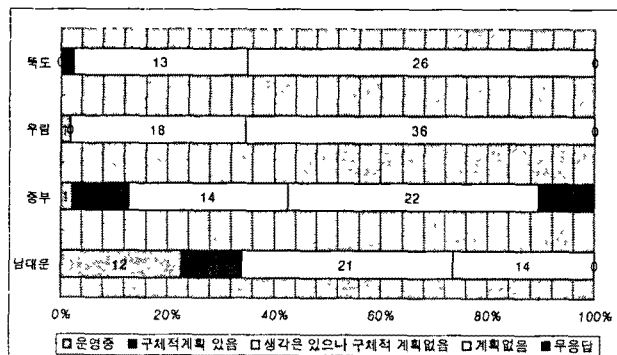
재래시장의 정보화 수준

전자상거래 관심도



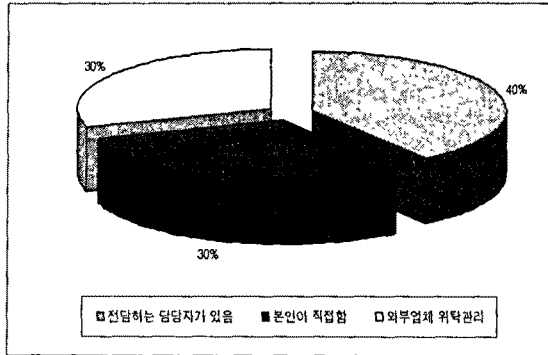
재래시장의 정보화 수준

전자상거래 도입의사



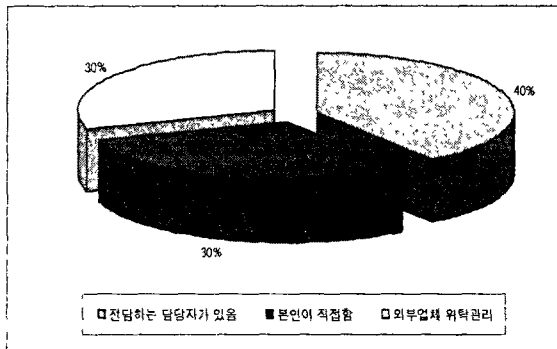
재래시장의 정보화 수준

물품 배송방법 (홈페이지 도입업체)



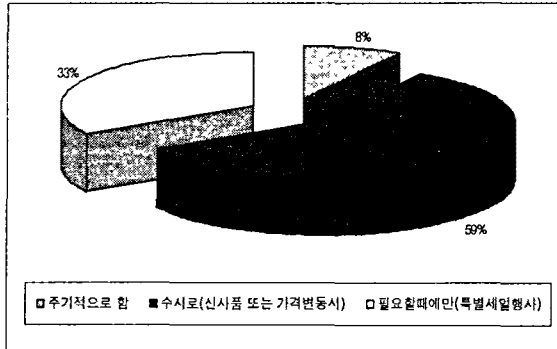
재래시장의 정보화 수준

홈페이지 운영·관리 방법



재래시장의 정보화 수준

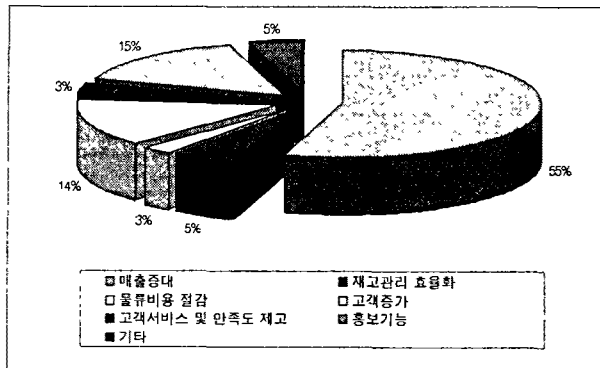
홈페이지 업데이트 주기



□ 주기적으로 함 ■ 수시로(신상품 또는 가격변동시) □ 필요할때에만(특별세일행사)

재래시장의 정보화 수준

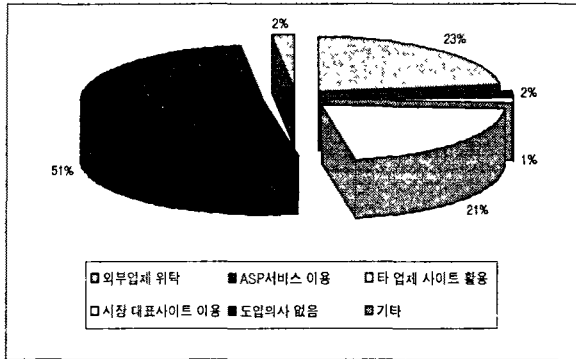
홈페이지 운영 목적



□ 매출증대 ■ 재고관리 효율화
 □ 유통비용 절감 □ 고객증가
 ■ 고객서비스 및 만족도 제고 □ 홍보기능
 ■ 기타

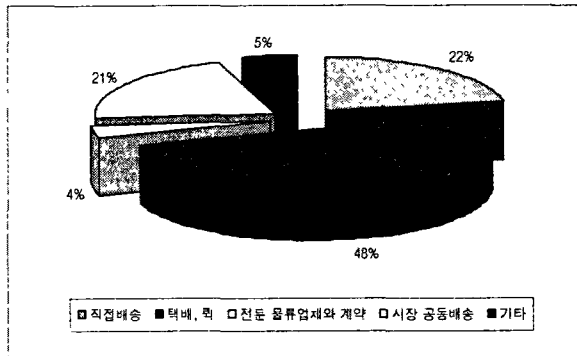
재래시장의 정보화 수준

도입 방법



재래시장의 정보화 수준

물품 배송방법 (홈페이지 미도입업체)



소 결

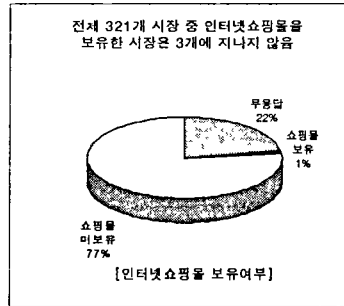
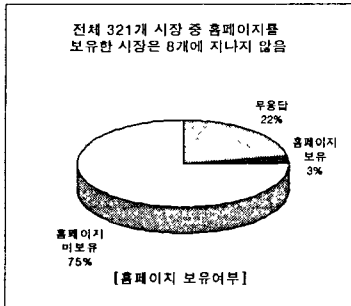
- H/W 및 네트워크 현황
 - 컴퓨터의 보유율은 50% 정도이나 기타 하드웨어의 경우 거의 없음
 - 남대문시장과 똑도시장은 네트워크 연결정도가 높은 편임
- 전자상거래에 대한 관심 및 경험
 - 남대문시장의 경우 관심도가 높으나, 타 시장의 경우 낮은 편임
 - 도입의사 역시 현재 계획이 없는 응답이 매우 높게 나옴
 - 평균 지출가능액은 똑도를 제외하고는 10만원/월 이상을 응답함

소 결

- 전자상거래 수행상의 어려움
 - 현재 전자상거래를 수행중인 업체는 정부지원부족을, 그렇지 않은 점포들은 전자상거래에 대한 정보 및 이해부족을 가장 높게 제시
→ 상인대상 교육의 필요성이 높음
- 운영목적 및 방법
 - 대부분의 업체들이 전자상거래 운영목적으로 매출증대를 꼽음
 - 운영방법으로는 외부업체 위탁관리가 가장 높았음

재래시장의 사례분석

홈페이지 및 인터넷쇼핑몰 보유 시장



재래시장의 사례분석

전자상거래 사례를 유형별 분석

구분	오프라인 기반형 인터넷 쇼핑몰		오프라인의 단순 정보제공	온라인 기반형 인터넷 쇼핑몰	
	종합적몰품취급	특화몰품취급		종합쇼핑몰	특화쇼핑몰
전국 상권	남대문시장	경동시장	가락시장 평화시장	Samsungmall Cjmall Interpark Lgshop Auction	Chanchan.com Kmeat.com Yeoln.com Yes24.com Aladdin.com
지역형 상권	우림시장	중부시장	노랑진수산시장		
근린형 상권	세이브마트		사려가시장		

전자상거래 시스템 유형

(1) 정보제공 기능형

- 홈페이지를 통하여 재래시장의 여러 관련 정보를 체계적으로 제공
- 재래시장 상인들의 정보화에 대한 인식 제고
- 소비자들에게 재래시장 전자상거래 홍보
- 장기적으로 전자상거래가 활성화 될 때 판매기능이 부과된 개별 온라인 쇼핑몰형 전자상거래가 가능

전자상거래 시스템 유형

(2) 온라인 쇼핑몰형

- 홈페이지를 통하여 재래시장의 여러물품을 판매하는 것
 - 재래시장의 매출 증대와 홍보효과를 거둘 수 있음.
 - 장기적으로 전자상거래가 활성화 될때 연계 및
 - 장기적으로 전자상거래가 활성화 될 때 판매기능이 부과된 개별 온라인쇼핑몰형 전자상거래가 가능
- 예) 우림시장, 중부시장

전자상거래 시스템 유형

[3] 포털사이트 형

- 홈페이지를 통하여 재래시장의 여러물품을 판매하는 것과 더불어 다양한 부가기능 이용
- 전자상거래를 통한 재래시장의 매출증대와 홍보효과 경영합리화

재래시장 전자상거래 운영 유형

[1] 자체 제작 운영

- 재래시장에서 자체적으로 시스템을 구축하고 운영
- 예) 남대문시장

[2] 외부업체 위탁형

- 외부업체에 시스템 제작 및 운영을 위탁함.
- 예) 중부시장

재래시장 전자상거래 운영 유형

(3) ASP 서비스형

- ASP업체의 서비스를 이용
- 예) 재래시장 내 개별 점포 홈페이지

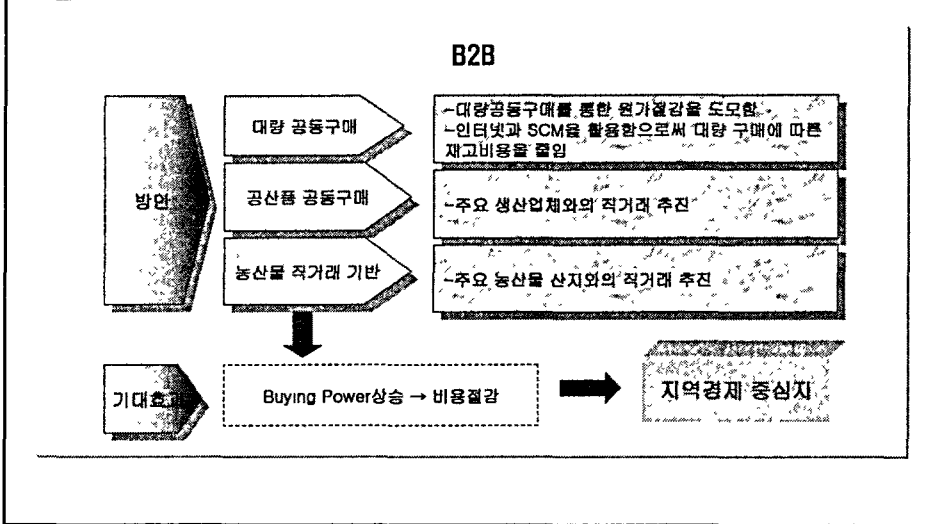
(4) 자체 관리형

- 홈페이지 제작은 외부업체가, 운영은 재래시장에서 전적으로 맡음
- 예) 우림시장

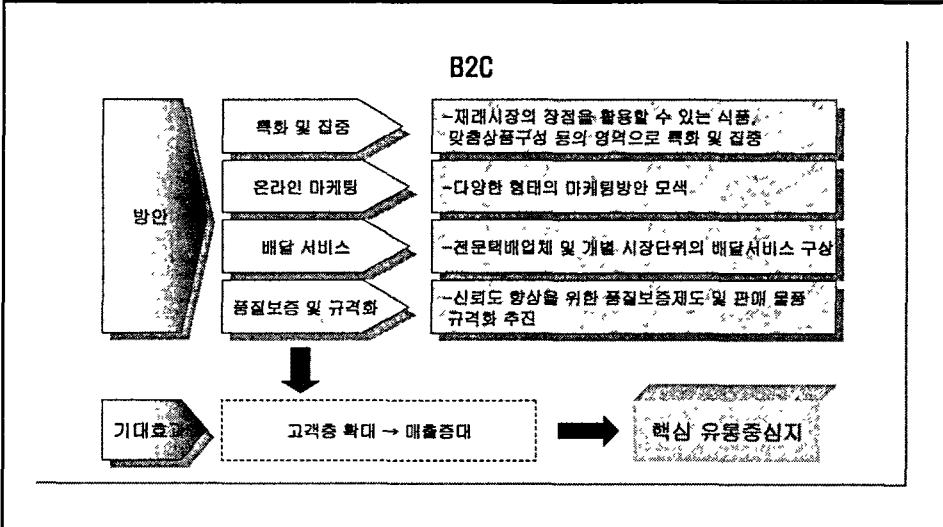
재래시장 유형에 따른 전자상거래 시스템 및 운영 방안

구분	재래시장 유형에 따른 전자상거래 시스템 및 운영방안				
	전국/지역상권			근린상권	
시장유형	광역시장	전문특화시장	중규모 근린시장	소규모 근린시장	골목형
전자상거래 시스템	포털사이트	판매기능위주	온라인쇼핑몰형	온라인쇼핑몰형	경보제공형
운영방안	자체 제작/운영 외부업체 위탁	자체 제작운영 외부업체 위탁 ASP	외부업체 위탁 ASP 자체관리형	ASP 자체관리형	ASP 자체관리형
전망	- 신뢰도를 높이 면서 매출증대를 도모함 - 다양한 인터넷 마케팅방안 도입	- 근린 및 특경 품목을 대상으로 하는 전자상거래시스템을 운영 - 온오프라인의 시너지 창출 - 지속적인 교육 및 마케팅 필요			- 상인대상 교육이 선행되어야 함 - 경보를 제공하는 홈페이지를 운영 - B2B 등 물류인프라를 구축하는 등 여건성숙에 따라 판매기능까지 확장할 수 있음

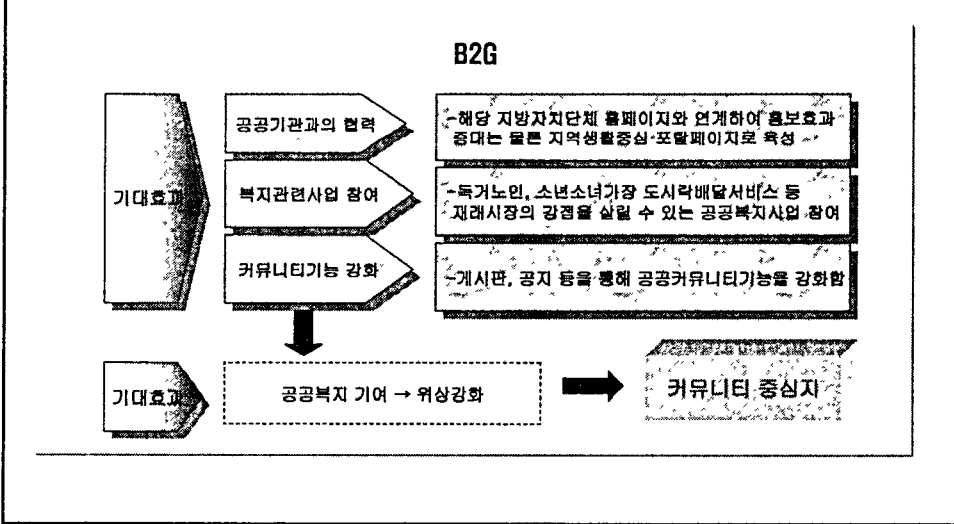
전자상거래 유형별 방안



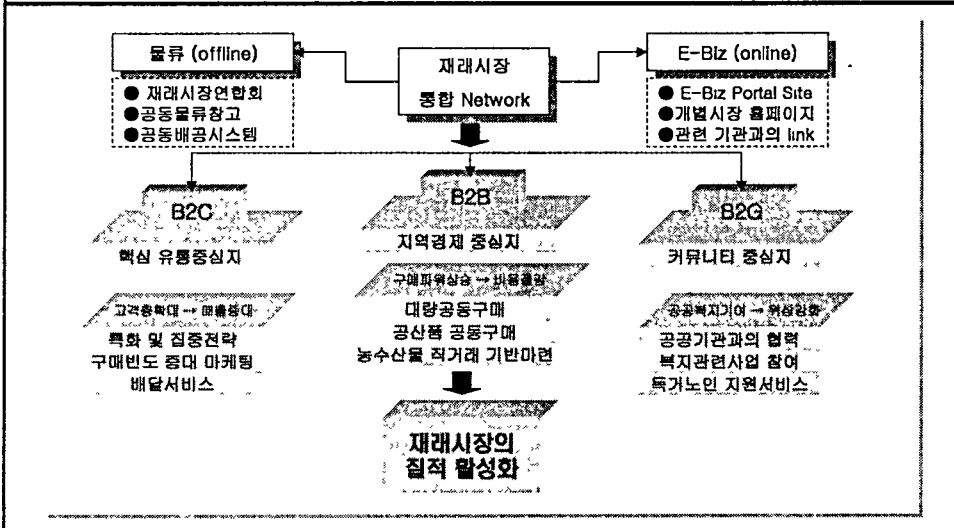
전자상거래 유형별 방안



전자상거래 유형별 방안



재래시장 전자상거래 종합 구성



재래시장 전자상거래 추진 방향

(1) 재래시장의 강점 극대화

- 지역 친화성
- 거리 접근성
- 직접 배달 가능
- 거점시장을 중심으로한 시장정보화 확산
- 지역 밀착형 속성의 적극적 활용이 중요함.

재래시장 전자상거래 추진 방향

(2) 포괄적 전자상거래 추진

- . 재래시장 관련 종합정보사이트로 육성
- . 지역생활 포털사이트로 운영
- . 생활의 장으로서의 재래시장
- . 음식, 채소, 고일 등 다양한 품목 취급 가능
- . 지불형식의 다양화

(3) 통합물류 실현

- . 거점 지역별 물류센터 마련
- . 배송기능 강화
- . 온라인과 오프라인의 효과적인 연계방안 모색
- . 장기적으로 SCM, CRM 시스템 구축