

제3회 「정보통신포럼」 개최

한국기업의 e-Business 전략



지난달 25일 힐튼호텔에서 개최된 제3회 정보통신포럼의 주제는 '한국기업의 e-Business 전략'

인터넷 이용자수의 급격한 증가와 이를 수익창출 수단으로 활용하려는 기업들이 늘면서 새로운 비즈니스 방법으로 떠오르고 있는 것이다.

현재 IBM, GE 등 세계적인 기업들이 인터넷을 통해 엄청난 이익을 창출하고 있으며, 국내 기업들도 경쟁적으로 인터

넷 활용 방안을 추진하고 있다. 이제 인터넷은 기업의 새로운 비즈니스 영역으로 자리잡기 시작했으며, 따라서 이를 외면하고 기존의 방식만을 고집하는 기업은 살아남을 수 없을 것이란 것이 전문가들의 공통된 전망이다.

이날 행사에 특별강사로 초빙된 배순훈 전 정보통신부 장관이 강연을 통해 강조한 것도 바로 달라지고 있는 비즈니스 환경에 국내 기업들이 적절히 대응하여 경쟁력 있는 기업으로 탈바꿈해야 한다는 것. 그러기 위해서는 바뀐 환경에 맞는 전략 수립이 관건이라는 지적이다.

배 장관은 모든 기업운영이 e-Business화하는 것은 대세이며, 이렇게 하지 않는 기업은 생존할 수 없는 시대가 되었다고 말문을 열었다.

그렇다면 무엇이 기업환경을 달라지게 만들었을까. 배 장관은 그것이 인터넷으로 대표되는 컴퓨터망이라고 말하고 우리 기업이 이를 효과적으로 활용할 때 경쟁력을 확보할 수 있다고 강조했다.

배 장관은 기업환경의 변화요소로 다음의 두 가지 요소를 꼽았다.

그 첫 번째로 기업의 세계화. 자금의 유통이 컴퓨터 네트워크를 통해서 움직이고 동시에 기업정보가 신속히 전달됨에 따라 기업운영의 투명성이 문제가 되기 시작했고, 이것은 결국 기업의 변신을 요구하는 요소로 작용하기 시작했다.

두 번째 요소는 정보통신기술의 발전. 현재 인터넷망과 디지털통신 속도가 전문가들도 예측할 수 없을 정

도로 빠르게 발전하고 있으며 이것이 기업의 경쟁력에 예측하기 어려운 영향을 주고 있다. 그러나 이런 상황에서 비전을 만들고 전략을 수립하는 것이 e-Business의 특징이다.

전략목표

기업의 경쟁력은 관리질차는 효율적으로 처리하고 R&D를 통하여 시장에서 독점적 지위를 차지하는 것이다. 시장에서 독점적 지위는 기업이 동원할 수 있는 제한적인 자원을 시간적, 공간적, 정보적 제약 안에서 최대한 활용하여 획득할 수 있다. 투자재원으로는 직접금융과 간접금융이 있는데, 직접금융의 경우 기업의 투명성이 특히 중요하다. 기업의 투명성은 막대한 정보량이 처리되고 유통되어야 목적을 달성할 수 있다. 또한 지속적인 혁신을 위하여 전종업원이 참여하는 지식경영이 필요하다. 이렇게 하기 위해서는 종업원 모두가 지식을 쉽게 획득할 수 있는 정보시스템을 운영되어야 한다. 기업은 운영의 효율성과 독점적 시장위치를 달성하기 위하여 e-Business도구를 충분히 활용하여야 한다.

e-Business 전략방향

기업은 우선 컴퓨터 환경을 조성해야 한다. ERP를 통하여 내부 네트워크를 구성해야 하고 EC를 통하여 외부 네트워크를 구성해야 한다. ERP와 EC운영에는 전사원이 참여해야 한다.

전사원 ERP의 참여를 위하여 조직형태가 변경되어야 하고 지속적인 혁신을 위하여 배움조직이 구성되어야 한다. 배움조직을 통하여 기업의 핵심역량을 집중하여 강화하고 시장경쟁력을 갖추는 노력이 자연발생적으로 계속되도록 하여야 한다.

ERP를 통하여 자연 투명성도 제고되어야 한다. 구매, 판매, 고객서비스, 회계 관리 등의 생산성과 정확성이 시장에서 쉽게 인정받을 수 있는 체제로 ERP를 구축하는데 필요한 솔루션은 시장에 나와 있으므로 기업 단독 시스템을 개발하거나 몇몇기업이 제휴하여 공동시스템을 개발하면 된다. ERP를 이용하여 기업의 전종업원이 참여하고 결정하고 보고하는 사이버경영공간을 만들고 핵심역량을 키워나가는 내부경영관리를 투명하게 추진해 나가는 혁신시스템의 구축이 경영수단을 바꿈으로써 가능해진다.

외부와의 네트워크를 구성하기 위하여 B to B EC의 경우 SCM(공급자 체인 관리)에서부터 단순거래까지 연결업체가 결정된 계열기업간의 폐쇄망과 연결대상업체가 거래가 있을 경우에만 결정되는 개방망으로 구분하여 구성할 수 있다.

계열화는 경영목표가 서로 부합하여야 하므로 정보교환이 훨씬 심도있게 이루어져 전략적 협력이 가능해야 하고 개방망에 가입하는 기업간에는 상거래가 효율적으로 이루어질 수 있도록 해야 한다. 개방망을 통하여 동종업계의 정보를 수집하는 것도 중요한 목적 중 하나이다. B to C 전자상거래는 인터넷이 쌍방향 통신이라는 사실 때문에 창의적인 거래 방식이 많이 생겨나고 있다. 소비자 정보를 취득하기 용이한데서 오는 고객 만족도 제고에 새로운 방법이 채택되고 있다.

인터넷 가입자수가 확대됨에 따라 시장 확산율도 급속히 증가되고 소비자의 충성도를 획득하기 위하여 기업은 혁신적인 방법을 총동원하기 때문에 거래 양상이 근본적으로 달라지고 있음을 주목하여야 한다.