

국내 사이버 증권사의 경쟁우위 전략요인 및 문제점 분석에 관한 연구

양경훈*, 김도일**, 이태호***, 송병희****

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.

* 중앙대학교 정보시스템학과 교수

** 중앙대 사회과학대학 교수

*** 중앙대 국제경영대학원 석사

**** 중앙대 정보시스템학과 석사과정

1. 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 적용과 변신을 요구하게 되었고 컴퓨터 기능의 향상, 통신서비스 환경의 발달, 정보처리 기술의 발달은 증권 산업의 적용과

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.

2. 이론적 배경

2.1 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 서비스

<표 1> 전자상거래의 특징

구 분	전자상거래	전통적인 상거래
1.유통채널	기업 ↔ 소비자	기업→도매상→소매상→소비자
2.거래대상 지역	전세계 Global 마케팅	일부지역
3.거래시간	24시간	제한된 영업시간
4.고객수용 파악	온라인으로 수시 획득 재입력이 필요 없는 디지털 데이터	영업사원의 획득 정보 재입력 필요
5.마케팅 활동	쌍방향 통신을 통한 원-투-원 마케팅 Interactive 마케팅	구매자의 의사와 상관 없는 일방적 마케팅
6.고객대응	요구사항 신속히 파악하여 즉시대응	요구사항 파악이 어렵고 대응 지연
7.판매거점	사이버 공간	판매 공간 필요

도 포함된다. 또한 뉴스, 오디오, S/W 같은 디지털 상품도 포함되며 이들의 비중이 점차 높아지고 있다.

2.2 전자 상거래의 특징

2.2.1 전자상거래의 특징

전자상거래는 전통적인 상거래와 비교하면 유통채널, 마케팅활동, 고객대응 등 여러 가지 면에서 차이가 나는데 전자상거래의 특징을 전통적인 상거래 방식과 비교하면 <표 1>과 같다.

2.3 전자상거래의 장점

전자상거래의 장점은 그 활용분야나 아이디어에 따라 다양한 장점을 제공할 수 있다 하겠다. 구매자 입장에서는 컴퓨터 상에서 필요한 상품에 관한 다양한 상품정보와 가격, 배달, 결제, 구입방법 등을 짧은 시간 안에 할 수 있으며 공급자 입장에서는 특별한 매장 없이도 다양하게 시간과 공간의 제약을 넘어서 저렴하게 상품을 소개 할 수 있으며 경쟁업체에서는 상대 경쟁업체 현황 파악은 물론 경쟁우위를 위한 요소로 활용 할 수 있다. 또한 열세의 경쟁업체에서는 인터넷 기술상의 우위요소를 강화 할 수도 있다.

2.4 전자상거래의 단점

전자상거래가 아무리 좋은 장점들을 많이 갖고 있다고 하더라도 그 거래 내역이나 계좌정보 거래 통장번호 및 비밀번호 등의 비밀성, 안전성이 보장되지 않는다면 고객 입장

에서는 거래를 할 수 없는 보안상의 문제가 있다. 또한 인터넷 자료가 전세계적으로 너무나 방대하여 자료의 홍수 속에서도 정보가 어디에 있는지를 실질적으로 정보가 필요한 정보사용자에게 검색되어지지 않게 되는 문제점이 있다. 또한 인터넷 사이트가 자유방임형으로 운영되기 때문에 일관된 서비스 체계가 없어 검색이 어려운 단점이 있다.

마지막으로 많은 인터넷 사이트가 아직까지는 판매자와 구매자 미달로 인한 채산성 약화와 이로 인한 판매자와 구입자의 무관심이라는 악순환이 계속되고 있다. 또한 타 유통채널에 비해 서비스 경쟁력이 열세하다.

2.5 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 차별화 된 제품을 제공함으로써 소비자로부터 하위급 차별화 하는데 소요된 비용 이상의 가격 프리미엄을 받는 차별화 전략이다. 다음 표는 두 가지 경쟁우위의 특성을 보여준다.

포터는 위의 두 가지 경쟁우위 전략에 그 기업의 제품의 폭이 얼마나 넓은가에 따라 비용우위, 차별화우위, 집중화우위 세 가지로 나누었다. 집중화란 아주 작은 세분 시장에 집중하는 전략이다. 집중화는 비용우위에 기반한 저가 시장에서도 가능하고 차별화 우위에 기반한 고가 특수시제품 시장에서도 가능하다. 기업은 이중 하나만을 선택해야지 양쪽을 다 취함으로써 중간에 걸치는 것은 비용우위와

<표 2> 이용우위와 차별화우위의 특성

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

차별화우위 둘 다 얻지 못하는 전략이라고 보았다. 하지만 최근에는 정보통신 기술과 컴퓨터를 사용한 디자인과 생산 기술이 발전함에

따라 차별화와 비용우위를 동시에 추구하는 것이 가능해졌다. 일본의 한 자전거 업체는 소위 대량주문생산 이라는 기술을 응용하여 차별화 된 제품에서 비용우위를 유지하였다. 포터의 본원적 전략 유형을 나타내보면 <그림 1>과 같다.

논문에서는 이와 같은 경쟁관계와 산업에 있어서의 잠재적 경쟁자를 정의하고 이들 간의 경쟁우위를 분석하기 위한 Framework으로 포터의 본원적 전략 유형을 활용한다.

2.6 증권거래에서의 인터넷의 전략적 활용접근

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

경쟁우위의 유형

산업전반 경쟁범위	비용 우위	차별화
	특정 시장의 비용 우위	특정시장의 차별화
	저비용	차별화

<그림 1> 포터의 본원적 전략 유형

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 98억 원 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 시 보다 고정비, 인건비 비용 등이 저렴하

다.

(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 있다.

3) 선물, 옵션 투자정보 제공

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

4) 시황 및 공시정보 제공

긴급한 시장변화에 따른 투자손실을 방지할 수 있는 시황 및 공시정보 제공

5) 회원사 및 외국인 투자정보 제공

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

(3) 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, 옵션이나 유무상증자 참여자들을 위

한 선물, 옵션 및 유무상증자 및 공모주 예약 서비스의 제공 서비스의 제공

3) 투자기업 재무정보 제공 서비스의 제공

보다 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.

3. 활용사례 분석

3.1 국내 사이버 증권거래 현황

국내 사이버 증권거래는 1997년 4월 제12차 증권거래법 개정에 의해서 기존 문서와 전화로만 매매주문을 낼 수 있었던 것을 컴퓨터를 이용한 전자주문을 낼 수 있도록 개정하여 인터넷 증권거래의 근거를 마련하였다. 따라서 1997년 4월부터 대우, LG, 동서, 대신, 쌍용, 동양, 서울, 삼성증권의 7개 증권사가 홈트레이딩 서비스를 시작하였다. 이후 국내 사이버 주식거래의 비중은 폭발적으로 증가하기 시작하였는데 1998년 8월 새증증권이 위탁매매 수수료를 이반 0.5%에서 50% 할인한 사이버 수수료를 계기로 이후 대우증권이 0.1%로 수수료를 인하하여 현재는 대부분의 사이버 수수료가 0.1%대에 수렴하고 있다.<표 3>은 국내 온라인주식거래(인터넷과 PC 통신을 합한 수치)의 약정금액 증가 추세를 정리한 것이다.

증권업협회에 따르면, 1999년 9월중 사이버 주식 약정금액은 모두 51조 190억원으로 8월에 비해 금액 기준으로 9.9% 줄어들었으나 전체 거래에서 차지하는 비중은 8월의 29%에서

<표 3> 국내 온라인 주식거래 규모

(단위:억원)

구 분	약정액(A)	증가율 (%)	시장전체(B)	증가율(%)	비율(%) (A/B)
98.1/4 분기	16,288	-	1,102,052	-	1.50
98.2/4 분기	12,138	-25	516,680	-99.3	2.35
98.3/4 분기	17,323	42.7	611,522	18.4	2.83
98.4/4 분기	48,759	181.5	1,626,638	166.0	3.00
99.1/4 분기	114,64	135.2	2,047,965	25.9	5.60
99.2/4 분기	455,169	297.0	4,171,342	103.7	10.9

32.2%로 늘어났다. 그러나 선물, 옵션을 포함한 9월 중 전체 사이버 증권거래 약정금액은 71조 7천 302억원으로 8월에 비해 8%감소를 나타냈다. 사이버 증권거래 계좌 수는 1999년 9월말 현재 131만 265계좌로 8월말에 비해 10.3 증가 최근 5개월 동안 매월20% 이상 늘어 나던 것에 비하면 증가세가 둔화됐다.

3.2 사이버 증권업무의 분류

증권사의 사이버 증권 업무는 크게 투자정보, 계좌정보, 매매주문, 계좌대체 타 금융 이체, 공모주 청약, 수익증권 및 거래, 투자정보, 투자기업 재무정보, 회원사, 외국인거래 정보, 공시, 뉴스정보 및 이용자, 도움말 정보 등으로 분류 할 수 있는데 증권사의 사이버 증권 업무를 보다 자세히 분류하면 <표 4>와 같다.

<표 4> 증권사의 사이버 증권업무

업무구분	서비스의 종류	내 용
계좌정보	- 잔고 조회 - 거래내역 조회 - 수익률 평가	- 보유자산, 잔고현황 - 입출금, 입출고내역 - 전체 거래내역 - 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

3.3 분석 기준

우선 분석대상 증권사를 위의 8개 증권사로 분류한 뒤 이를 다시 내부적으로는 사이버 거래상의 제공 정보를 투자정보, 인터넷 환경 정보 및 기타 경쟁우위 요소 등으로 세 분류하여 분석을 하였다. 본 논문의 증권사 실질 사례 분석에서는 증권사의 사이버 거래시스템의 화면, 안내자료, 도움말, 타 증권사 분석 사이트 및 실질거래 경험, 사이버 증권회사 운영 담당 전문가와의 인터뷰 및 증권회사 영업점 창구직원과의 인터뷰 등을 참조하여 최대한 객관적인 분석이 되도록 노력하였다. 이를 다

시 공통 요소로 분류하여 나누어 보면 기능구분, 경쟁우위요소, 분류사유 및 관련 주요기능 등으로 다시 분류하여 살펴 볼 수 있는데 먼저 투자정보의 주요 내용을 살펴보면 <표 5>과 같다.

투자정보에서는 투자자들이 투자자금을 투자하는데 있어 보다 올바른 판단을 할 수 있는 정보를 제공하고 이러한 판단에 근거하여 보다 신속하고 편리하게 매매거래를 하고 시장 또는 투자기업에 긴급한 재무위험 정보가 발생시 이에 긴급히 대처할 수 있는 기능과 관련하여 제공되어지는 정보 등을 취급한다.

<표 5> 투자 정보

기능구분 (대)	분석구분		분류 사유	관련 주요 기능
	기능구분(중)	경쟁우위요소		
1.계좌정보	계좌별 잔고현황	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소 파악을 위해	- 투자자 계좌별 잔고조회
	거래내역	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소 파악을 위해	- 투자자의 거래내역 조회
	체결내역	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소파악을 위해	- 투자자의 매매체결내역 조회
	수익률 평가	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소 파악을 위해	- 주식/채권/선물/옵션/수익증권 등에 투자한 관련 계좌의 수익률평가
	공모주, 유/무상 청약 전 권리정보제공	집중화	공모자나 유/무상 증자 참여투자자들에게 유용	- 공모주 청약 권리 정보 - 청약 일정 - 모주 청약 예약 입력 등 - 유/무상 증자 권리 정보
	계좌 대체 기능	차별화	동일 증권사내 상이 계좌간 인터넷계좌대체 기능 제공	- 계좌 대체 입출금
	타 금융 이체 출금	차별화	출금시 은행계좌 등으로 자동이체 출금기능제공	- 타 금융 이체 출금

2.매매, 체결, 정정 취소	주식(장내/장외)	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소 파악을 위해	- 장내/장외 현금 주식 매매/체결/정정/취소
	채권	집중화	특히 채권거래 고객에게 필요한 기능제공	- 채권 매매/체결/정정/취소
	KOSDAQ	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소 파악을 위해	- KOSDAQ 주식의 매매/체결/정정/취소
	선물/옵션	없음	경쟁우위요소는 없으나 기능요소 파악을 위해	- 선물/옵션의 매매/체결/정정/취소
	수익증권	집중화	특히 수익증권거래 고객에게 필요한 기능제공	- 신탁 수익증권 매매
	신용거래	차별화	신용거래 고객에게 필요한 기능제공	- 신용거래 주식의 매매/체결/정정/취소
	복수주문	차별화	복수종목 동시 주문기능 제공	- 주식 복수주문의 매매/체결/정정/취소
3.예약/시간 외 거래	주식	차별화	현금/신용 주식 예약거래	- 현금/신용주식예약거래
	선물/옵션	집중화	예약 거래를 통한 선물/옵션 예약거래고객 대상	- 선물/옵션 예약거래
	공모주, 유/무상	집중화	예약 거래를 통한 공모주, 유/무상 청약 고객에게 예약입력 기능제공	- 공모주, 유/무상 청약 예약 입력
4.시세분석 정보	주식/KOSDAQ	없음	경쟁우위 요소는 다소 있으나 대부분의 증권사가 기능을 제공	- 현재가/호가잔량/거래량/매수, 매도 가격 - 장내, 장외 주식 등락 현황 - 등락순위(거래량/상승률/하락율/거래대금) - 주가지수(1분/10분/6주간) - 복수종목 현재가 - 업종지부 - GROUP 별 현재가 - 상, 하한가 - 감리/관리종목 등
	채권	집중화	특히 채권 투자자들에게 투자 전 대상채권, 시세 등 정보제공	- 매매대상 채권 - 채권 금리 지표 - 전환사채 현재가 - 전환사채 일별시세 - 전환사채 일별 매매현황
	선물/옵션	차별화	선물/옵션 투자자들에게 투자 전 정보 제공	- 선물/옵션현재가, 거래량 - 선물/옵션 이론가 조회 - 선물/옵션 위탁, 예비, 유지증거금 조회

	수익증권	집중화	특히 수익증권 투자자들에게 투자 전 대상 상품, 기준가 등 정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 매매 가능 종목 - 일별 기준가 - RP/CD/공사채 수익증권 정보
	단기매매 정보	차별화	특히 단기매매 투자자들에게 필요한 급등내역정보제공	<ul style="list-style-type: none"> - 거래량 급등 종목 - 연속 순 매수(매도)종목 - 급등 종목
5.그래프 분석정보	주식/KOSDAQ 기본 CHART	차별화	대부분의 증권사가 기능을 제공하나 차별화 요소가 있음	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 2주 추세 CHART - 지수, 거래량, 거래대금 CHART - 일간 증가 CHART - 주간 증가 CHART - 월간 증가 CHART
	선물/옵션 기본 CHART	차별화	대부분의 증권사가 기능을 제공하나 차별화 요소가 있음	<ul style="list-style-type: none"> - 선물/옵션 현재가 및 거래량 그래프 - 이격도 그래프 - 심리지표 그래프
	주식 분석 CHART	차별화	주식 투자고객을 위한 보다 차별화된 투자정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 심리선과 이격을 CHART - OBV, VR CHART - 삼선 전환도 CHART - 역시 개폭선 - 회전율 CHART - 주가 BOX CHART - 에너지 CHART - 매물 부담 CHART 등 - 주가 분석용 그래프
	선물/옵션 분석 CHART	집중화	선물, 옵션 전문 투자자를 위한 보다 차별화된 투자정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 선물/옵션 OBVCHART - 선물/옵션 VRCHART - SONA CHART - DMI CHART - RSI CHART - 삼선 전환도 CHART 등 - 선물/옵션 분석용 그래프
6.투자기업 재무정보	기업 일반 정보	차별화	투자기업의 일반 정보를 차별화 하여 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 기업 개요 - 회사 연혁 - 자본금 변동/자산재평가 - 배당 사항 - CPA 감사 의견
	기업재무 분석정보	집중화	분석에 의한 전문 투자자들을 위한 기업 재무분석정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 대차대조표 - 손익계산서 - 이익 잉여금 처분명세서
	기업재무분석 순위 정보	집중화	분석에 의한 전문 투자자들을 위한 기업 재무분석 순위 정보를 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 성장성 - 수익성 - 재무안정성

	기업재무 실적정보	집중화	분석에 의한 전문 투 자자들을 위한 투자기 업의 실적 정보제공	- 기업별 반기 실적 순위별 기업 실적
7.회원사/투 자주체별 정보		차별화	증권사별로 회원사, 투자주체별 거래정보 를 차별적으로 제공	- 회원사별 종목 거래동향 - 회원사별 업종 거래대금 - 회원사별 거래 대금 상위 종목 - 투자주체별 매수/매도 동향 - 투자주체별 순 매수동향 등 증권 회사 및 투자주체별 거래 동향 파악
8.외국인 거래동향		차별화	증권사별로 외국인 거 래동향 정보를 차별적 으로 제공	- 외국인 전 종목 거래동향 - 기간별 매매집계 - 업종별 보유 비중 - 연속 순 매수/매도 - 외국계 거래 동향 등 외국인들의 투자동향 파악
9.조건검색 기능		차별화	투자 조건을 입력 후 그에 맞는 종목을 찾 는 기능 제공	- 투자 조건을 입력 후 그에 맞는 종목을 찾는 기능
10.공시정보	종합 사항	차별화	종합 사항 정보제공	- 종합사항 - 사항 헤드라인
	공시정보/특기 사항	집중화	투자손실 등에 막대한 영향을 끼치는 긴급, 특기사항 정보 제공	- 공시 종합 - 직/간접 공시 - 상장 안내 - 시장 조치 - 관리 종목 지정 예정 - 상장폐지 유예 예정 - 장외 공시 사항 - 유무상 증자 일정
	사항 검색	차별화	사항 관련 자료에 대 해 검색 기능 제공	- 사항 관련 자료를 검색 기능에 의해 검색
11.뉴스정보	신문사 정보 제공	차별화	신문사 정보 제공	- 헤드라인 뉴스 - 경제 신문사 톱 뉴스 - 경제 신문사 속보
12.해외증시 정보		차별화	외국 증시 현황 파악 을 위한 해외 증시 정 보	- 일별 해외 지수 - 국가별 지수 - 시간대별 지수 - 아시아 현재 증시 - 해외 사항 등 해외 증시 동향 정 보 제공
13.환율정보		집중화	주식 전문 투자고객을 위한 보다 차별화 된 환율 정보를 제공	- 일별 기준환율 - 시간대별 환율 - 국가별 환율 - 국가간 통화별 환율 등 국가별 환율 정보제공

<표 6> 인터넷 환경정보

기능구분	분석구분	경쟁우위 요소	분류 사유	관련 주요기능
1. 환경 설정		없음	경쟁우위 요소는 없으나 기능 요소 파악을 위해	- 시스템 환경 설정 - 사용자 정의 화면설정
2. 사용자 정보변경		없음	경쟁우위 요소는 없으나 기능 요소 파악을 위해	- 업무 키 변경 - HTS 신청 - HTS 가입예약 - HTS 가입 신청/정정/해지
3. 증권사 계사판/프로그램 변경		차별화	인터넷 투자환경 변경사항 공지 및 프로그램 변경시 편의성 제공	- 특별 공지사항 안내 - 전산 DOWN 시 장애조치 - 기타 인터넷 환경 변화공시
4. 장애조치/상품거래/영업점 관련 도움말 정보		차별화	사용에 필요한 도움말, 장애조치방법 및 영업점 안내	- 사이버 주식거래 안내 - 편리한 기능 안내 - 장애 시 조치 요령 안내 - 종합거래 계좌 안내 - 주식/채권/선물/옵션/기타 금융 상품거래 안내 - 영업점 안내 - 문의 전화 안내
5. 설치디스켓 배부 및 영업점 안내		없음	경쟁우위 요소는 없으나 기능 요소 파악을 위해	- 사이버거래 인스틀 CD유무 - 사용자 안내서 유무 - 배포 시 충분한 안내여부

다음으로 인터넷 환경정보의 주요 기능을 살펴보면 <표 6>과 같다.

인터넷 환경정보는 사이버 거래가 가능하도록 지원하는 인터넷 자체의 환경기능 뿐만 아니라 사이버 거래를 가능하게 하는 설치CD 배포에서 장애조치 및 프로그램 변경시의 프로그램 다운로드 조치 등까지를 말한다.

끝으로 기타 경쟁우위 요인의 기능을 살펴보면 <표 7>과 같다.

기타 경쟁우위 요인은 위에서 살펴본 내용 이외의 살펴보아야 할 경쟁우위 요인들을 말한다.

<표 7> 기타 경쟁우위 요인

분석구분 기능구분	경쟁우 위요소	분류 사유	관련 주요 기능
1.거래비용 절감 (주식)	비용 우위	사이버 거래 비용이 직접거래 비용보다 저렴	- 사이버 거래에 의한 주식 거래
2.거래비용 절감 (KOSDAQ)	비용 우위	사이버 거래비용이 직접거래 비용보다 저렴	- 사이버 거래에 의한 KOSDAQ 주식거래
3.거래비용 절감 (선물)	비용 우위	사이버 거래 비용이 직접 거래 비용보다 저렴	- 사이버 거래에 의한 선물 거래
4.거래비용 절감 (옵션)	비용 우위	사이버 거래 비용이 직접 거래 비용보다 저렴	- 사이버 거래에 의한 옵션 거래
5.사이버 영업점 신설	비용 우위	정보기기의 도움으로 필요 최 소인원 배치로 저 비용 구조의 점포를 개설하여 고정비감소	- 정보화로 소규모 인력의 사이버 영업점 개설
6.사이버 거래로 업무분담 효과	비용 우위	정보기기의 도움으로 업무분담 효과로 비용 대비 효율성 증대	- 사이버 거래로 영업점의 업무 분담 분산효과
7.사이버거래로 신규고객유입효과	비용 우위	사이버 거래로 인한 편리성으 로 신규고객 유입효과	- 사이버 거래로 인한 편리성, 신속성 제공
8.사이버 거래로 거래회수의 증가	비용 우위	거래 회전을 증가	- 사이버 거래로 인한 거래의 편리성, 신속성, 수수료 절감기능제공
9.사이버 거래로 시간 절약효과	비용 우위	사이버 거래로 인한 처리의 신 속화로 시간 절약효과	- 사이버 거래로 인한 처리의 신속성 제공
10.예약 거래로 업 무 처리 시간 분 산효과	비용 우위	예약 거래로 업무 처리 시간 분산효과	- 예약 거래로 업무 집중 처리시간 분산 효과 제공
11.사이버 거래로 판매관련 간접비 감소	비용 우위	사이버 거래로 상품판매와 관 련된 간접비 감소 효과 발생	- 사이버 거래로 간접비 요소를 인터 넷 기능상의 장점으로 기능 대체
12.신기술의 적용 (PDA 단말기)	집중화	예약금 일정금액 이상 고객에 만 제공	- 무선단말기를 통한 주식 거래 기능 제공을 시간과 공간 모두로부터 자유로운 거래기능 제공
13.신기술의 적용 (스마트 폰)	집중화	예약금 일정금액 이상 고객에 만 제공	- 휴대폰을 통한 주식거래 기능제공으 로 시간과 공간 모두로부터 자유로 운 거래기능 제공
14.화면 구성의 편리성	차별화	차별화 된 초기화면 구성	- 초기 접속 시 초기화면 구성의 친밀 성 거래 시 화면 사용의 편리성
15. 접속속도 및 접속 후의 안전성	차별화	차별화 된 접속속도 및 접속 후의 안전성 제공	- 초기 접속 시 접속속도 - 접속 후 접속상태의 지속성 및 안정성
16.사이버 거래 기능 장애시 장애 조치 및 전화응대 태도	차별화	사이버 거래 기능 장애시 차별 화 된 장애조치 및 전화 응대 태도	- 사이버 거래 기능 장애시 장애 조치 및 전화시 연결 속도 및 전화 응대 태도

4. 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 값에서 비스 기능유무의 값을 곱하여 산출되었다.

4.1 비용우위 전략요인 분석

경쟁우위 요소 중 비용우위 전략요인은 총 11개의 요소로 분석되었는데 이들의 통합 분석에서는 대부분의 증권사가 경쟁우위를 나타내는 것으로 나타났다. 다만 선물, 옵션 거래 기능이 부재한 C증권사에서는 선물, 옵션기능에서 비용우위 경쟁력이 없는 것으로 나타났다

으며 사이버 증권사 설립에 있어서 인력대비용무 효율화로 인한 비용우위의 강점을 활용하는 A, F 증권사 이외에는 비용우위에 있어 차이가 있는 것으로 나타났다.

4.2 차별화우위 전략요인 분석

경쟁우위 요소 중 차별화우위 전략요인은 총 23개의 요소로 분석되었는데 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.

<표 8> 증권사별 이용우위 전략요인 분석

(단위:점)

분석구분 기능구분	최대값	A증권	B 증권	C 증권	D 증권	E 증권	F 증권	G 증권	H 증권
1.거래비용 절감(주식)	25	15	15	15	20	10	20	20	20
2.거래비용 절감(KOSDAQ)	25	15	20	15	20	10	20	20	20
3.거래비용 절감(선물)	25	15	20	0	20	10	10	20	5
4.거래비용 절감(옵션)	25	15	20	0	20	20	25	20	5
5.사이버 영업점 신설	15	15	0	0	0	0	15	0	0
6.계	115	75	75	30	80	50	90	80	5
7.백분율 점수	100	65.2	65.2	26.1	69.6	43.5	78.3	69.6	43.5

<표 9> 증권사별 차별화우위 전략요인 분석

(단위: 점)

기능구분 (대)	분석구분		최대값	A 증권	B 증권	C 증권	D 증권	E 증권	F 증권	G 증권	H 증권
	기능구분 (중)										
1.재좌정보	계좌대체기능		9	9	9	0	0	0	0	0	9
	타 금융 이체 출금		9	9	9	9	9	9	9	0	9
2.매매, 체결, 정정 취소	복수주문		12	12	0	0	0	0	0	0	0
3.주식분석CHART			15	15	15	0	0	15	0	15	15
4.기업일반정보			9	9	0	9	9	9	9	9	9
5.회원사/투자주체 정보			15	15	15	15	0	15	15	15	15
6.외국인 거래동향			15	15	15	15	0	15	15	15	15
7.조건검색기능			12	0	0	0	0	0	0	12	12
8.공시정보	시황검색		12	0	0	0	0	12	0	12	12
9.뉴스정보	국내 및 해외 뉴스		9	9	9	9	0	9	9	9	9
10.해외증시정보			15	15	0	0	0	0	0	15	0
11.계	계		132	108	72	57	18	84	72	102	105
12	백분율 점수		100	81.8	54.5	43.2	13.6	63.6	54.5	77.2	79.5

4.3 집중화우위 전략요인 분석

경쟁우위 요소 중 집중화우위 전략요인은 총15개의 요소로 분석되었는데 이들의 통합 분석에서는 공시정보를 제외하고는 공통으로 경쟁우위를 나타내는 것은 없는 것으로 나타났다.

거의 모든 요소들 사이에서 사이버 증권거래상의 집중화 전략분석에 있어 증권사별로 차이를 있는 것으로 나타났다. 따라서 보다 심도 있는 분석이 필요할 것으로 생각된다.

〈표 10〉 증권사별 집중화우위 전략요인 분석

(단위:점)

기능구분 (대)	분석구분 기능구분(중)	최대값	A	B	C	D	E	F	G	H
			증권	증권	증권	증권	증권	증권	증권	증권
1. 계좌정보	유/무상증자/ 공모주 청약 관리 정보	9	9	9	0	9	9	9	9	9
2. 매매, 체결, 정정, 취소	채권	12	12	12	0	0	0	12	12	12
	수익증권	9	9	9	0	0	0	0	9	9
3. 예약/시간 외 거래	선물/옵션	12	12	0	0	0	0	0	0	12
	유/무상/증자 공모주	15	15	0	0	0	15	0	0	0
4. 시세분석정보	채권	12	12	12	0	0	12	12	12	12
	수익증권	9	9	0	0	0	0	0	9	9
5. 그래프분석 정보	선물/옵션 분 석 CHART	15	15	15	0	15	15	0	15	15
6. 투자기업 채무정보	기업 재무 분석 정보	12	12	0	12	12	0	12	12	12
	기업 재무 분석순위정보	12	12	0	0	12	0	0	12	12
	기업실적정보	12	12	0	0	0	0	0	12	12
7. 환율정보		12	12	0	0	0	0	0	12	12
8. 신기술의 적용	PDA 단말기	15	0	15	15	15	0	15	0	0
9. 신기술의 적용	스마트 폰	15	15	15	15	15	15	15	0	0
10. 계	계	171	156	87	42	78	66	75	114	126
11.	백분율점수	100	91.2	50.8	24.5	45.6	38.5	43.8	66.7	73.6

4.4 증권사별 분석

(1) A 증권사

A 증권사의 경우는 차별화우위, 집중화우위에서 경쟁우위를 나타내고 있으나 집중화우위가 보다 강하다. 이 증권사의 경우 현재로서는 전반적으로 강한 경쟁우위의 갖고 있다고 할 수 있다. 다만 차별화 요소 중에 투자종목 검색기능, 시황검색기능 보완이 필요하다. 신기술의 적용부문에 있어서도 대응이 약하기 때문에 PDA 단말기 등 새로운 기술 변화에 대해 보다 적극적이고 전략적인 대응이 필요하다. 현재 이 증권사의 경우 분석 결과에서도 나타나듯이 실제 증권시장에서 최고의 자리를 유지하고 있다고 할 수 있다.

(2) B 증권사

B 증권사의 경우는 비용우위에서 강한 경쟁우위를 나타내고 있다. 비용우위 요소 중에는 사이버 증권사와 관련되어 대응이 필요하며 차별화 요소 중에 투자종목 검색기능, 기업 재무정보, 해외증시정보 제공기능에 대한 보완이 필요하다. 또한 집중화우위 요소 중에서는 유, 무상증자, 공모주 청약권리 정보제공기능, 선물, 옵션 및 유, 무상증자 관련 예약거래기능, 수익증권 시세 분석정보 제공기능, 투자기업 재무정보 제공기능, 환율정보 제공기능에 대한 보완이 필요하다. 새로운 기술 변화에 대해 부분적 대응을 하고 있지만 좀더 다양한 대응이 필요하다. 현재 이 증권사의 경우 정보시스템의 대대적 정비로 인한 차별화 이미지의 상승 및 사이버 증권거래 부문의 적절한 대응 등으로 인해 기존의 선두 증권사가 유동성 위기로 흔들리는 틈을 타 업계2위 자리를

굳혀가고 있다.

(3) C 증권사

C 증권사의 경우는 근래에 특히 크게 주목 받는 증권사로서 본 논문의 분석에 의하면 차별화 우위를 나타내고 있으나 다른 부문은 뚜렷한 경쟁우위를 나타내고 있지 못한 형편이다. 그렇지만 최근 주식형 수익증권 판매 부문에서 크게 주목을 받을 수 있는 것은 사이버 거래상의 장점 요소와는 다른 모 기업 그룹사 이미지의 안정적 인지도나 적극적인 홍보효과 등 기타 용인의 강점으로 인해 사이버 증권거래로서의 경쟁우위와는 다른 차원의 요인으로 경쟁우위를 점하고 있는 듯 하다. 이 증권사의 경우 인터넷상의 보완사항은 꽤 많은 편이다. 비용우위 요소 중에는 거래수수료 인하와 사이버 영업점과 관련된 대응이 필요하며 차별화 요소 중에 계좌 대체, 복수주문기능, 주식분석 차트 제공, 기업재무정보, 투자종목 검색, 시화검색 및 해외 증시정보 제공 기능의 보완이 필요하다. 또한 집중화우위 요소 중에서는 채권, 수익증권 매매 기능, 선물, 옵션 및 유, 무상증자, 공모주 예약 및 시간외 거래, 채권, 수익증권 시세분석정보 제공기능, 선물, 옵션 그래프 분석정보, 투자기업 재무분석 정보 제공기능 정보, 환율 정보 제공기능에 대한 보완이 필요하다. 특히 선물 및 옵션 사이버 거래기능은 유일하게 이 증권사만 아예 없는 상태로서 신기술의 적용 부문에 있어서도 대응이 매우 미약하다. 앞으로 선도 증권사로서의 실질적인 이미지 변신을 위해서는 지속적인 정보시스템의 개선 및 확대와 더불어 신기술 변화에 대해서도 장기계획 하에 적극적이고도 전략적인 대응이 필요하다.

(4) D 증권사

D 증권사의 경우는 비용우위에서 경쟁우위를 나타내고 있다. 비용우위 요소 중에는 사이버 증권사와 관련되어 대응이 필요하며 차별화 요소 중에 복수 주문기능, 주식분석 차트 제공, 회원사, 투자주체별 거래정보, 외국인 거래 동향 정보, 투자종목 검색기능, 시황 검색기능, 뉴스 정보, 해외증시 정보 제공기능의 보완이 필요하다. 또한 집중화 우위 요소 중에서는 채권, 수익증권 매매 기능, 선물, 옵션 및 유, 무상증자, 공모주 청약권리 정보제공기능, 채권, 수익증권 시세 분석정보, 투자기업 재무정보 제공기능, 환율정보 제공기능에 대한 보완이 필요하다. 새로운 기술 변화에 대해 대응을 잘 하고 있다. 얼마 전 까지만 해도 선두 증권사였지만 해당 그룹사의 유동성 위기로 현재는 선두의 자리를 잃었다고 할 수 있다. 본 논문의 분석에서 이 증권사의 경우 과거의 명성에 걸맞지 않게 뚜렷한 경쟁우위 전략요소를 발견할 수 없었다. 하지만 최고의 증권사로서의 기존의 이미지가 있기 때문에 유동성 문제의 해결, 정보시스템의 혁신적 개선 및 새로운 업무 파트너와의 전략적 제휴 등으로 빨리 현재의 이 어려움을 슬기롭게 극복한다면 과거의 선두 증권사로서의 명성은 빠른 시간 내에 회복할 수 있으리라 생각된다.

(5) E 증권사

E 증권사의 경우는 차별화 우위를 나타내고 있다. 그 이외의 경쟁요소는 경쟁우위 효과가 상대적으로 약하다. 이 증권사는 그 만큼 약점 요인이 많은데 비용우위 요소 중에서는 거래수수료 비용도 상대적으로 비싼 편이며 사이버 영업점과 관련된 대응이 필요하며 차

별화 요소 중에 계좌대체, 복수 주문기능, 투자종목 검색기능, 해외증시 정보 제공기능의 보완이 필요하다. 또한 집중화 우위 요소 중에서는 채권, 수익증권 매매기능, 선물, 옵션 계약거래 기능, 수익증권 시세 분석 정보, 투자기업 재무정보 제공기능, 환율 정보 제공 기능에 대한 보완이 필요하다. 새로운 기술 변화에 대해 부분적으로 대응을 하고 있지만 좀더 다양한 대응이 필요하다. 본 논문의 분석에 의하면 대기업 그룹서 계열 증권사로서 그룹 내 타 금융부문의 강력한 영향력 때문인지 증권 부문 만큼은 뚜렷한 경쟁우위 요소를 발견할 수 없다. 하지만 나름대로 명성을 유지하고 있는 것은 아마도 정보시스템 부문의 지속적인 개선 노력, 적극적 홍보 및 사이버 거래에 대한 적극적 대응의 결과라고 생각한다.

(6) F 증권사

F 증권사의 경우는 얼마 전 까지만 해도 크게 주목받지 못하고 있던 증권사로서 본 논문의 분석에 의하면 비용우위에서 뚜렷한 경쟁우위를 나타내고 있다고 할 수 있다. 최근 신문 지상에 보도되는 자료에 의하면 신기술의 적용부문의 강점으로 인해 사이버 증권거래로서 경쟁우위를 점하고 있는데 이는 본 논문의 분석틀에서 생각해 보면 비용우위 외에 신기술의 적용부문의 집중화 전략에서 경쟁우위 전략의 실현에서 그 성공 요인을 찾을 수 있겠다. 이는 신기술의 적용이 사이버 증권거래에서 대형사에 대한 기존의 관념, 절대 우위란 정보기술의 발전 및 전략적 대응에는 존재할 수가 없다는 점을 시사한다는 점에서 의미하는 바가 크다고 할 수 있겠다. 또한 비용우위 요소 중에서 이러한 신기술의 장점을 잘 활용

하여 사이버 영업점을 신설하여 적은 수의 인원으로 일반 증권사 영업점의 역할을 수행할 수 있는 생산성 향상을 이룰 수 있게 된 것은 정보기술의 발전 및 그 기술의 응용이 증권산업 전반에 걸쳐 새로운 도전을 유발할 수도 있다는 가능성을 반증해 준다는 점에서 또한 의미하는 바가 크다고 할 수 있겠다. 그렇지만 차별화 요소 중에 금융이체, 계좌 대체기능, 복수주문기능, 투자종목 검색기능, 시황 검색기능 및 해외 증시정보 제공기능의 보완이 필요하다. 또한 집중화 우위 요소 중에서는 수익증권 매매기능, 선물, 옵션 그래프 분석기능, 투자기업 재무정보 제공기능, 환율 정보 제공기능에 대한 보완이 필요하다. 또한 집중화우위 요소 중에서는 수익증권 매매기능, 선물, 옵션 및 유, 무상증자, 공모주 예약 거래기능, 수익증권 시세 분석기능, 주식, 선물, 옵션 그래프 분석기능, 투자기업 재무정보 제공기능, 환율정보 제공기능에 대한 보완이 필요하다. 새로운 기술 변화에 대해 적극적으로 잘 대응을 하고 있지만 정보기술의 발전에 있어 지속적 노력 없이 영원한 강자란 있을 수 없기 때문에 장기적 안목에서 지속적인 전략적 대응이 필요 하리라 본다.

(7) G 증권사

G 증권사의 경우 차별화 우위를 나타내고 있다. 비용우위 요소 중에는 사이버 영업점과 관련된 대응이 필요하며 차별화 요소 중에 타 금융이체, 계좌 대체기능, 복수주문기능 기능의 보완이 필요하다. 특히 종목 조건 검색기능은 G, H 증권사만 있는 기능으로서 타 증권사와 특히 차별화 되고 있다. 또한 집중화 우위 요소 중에서는 유, 무상증자, 공모주 청약권리

정보제공 기능, 선물, 옵션 관련 예약거래 기능에 대한 보완이 필요하다. 특히 신기술의 적용부문에 있어 대응이 없기 때문에 새로운 기술 변화에 대해 보다 적극적이고 전략적인 대응이 필요하다. 현재 이 증권사의 경우 앞의 본 논문분석에서도 나타났지만 차별화우위는 있지만 사이버 거래부문에서 약점요인이 많은 것으로 나타났으며 실제로도 요즘에 와서 성장 증권사로서의 이미지가 약간은 퇴색해 가는 느낌이다. 사이버 거래는 이제 기회 요인이면서도 위협요인이 될 수 있다고 생각되기 때문에 앞으로 사이버 증권사로서의 적극적인 대응이 요구된다.

(8) H 증권사

H 증권사의 경우는 현재로서는 차별화, 집중화우위에서 강한 경쟁우위의 갖고 있지만 차별화 우위에서 보다 강한 경쟁우위를 갖고 있다. 특히 증권시장에서의 인지도와는 다르게 사이버 거래부문의 종합분석 결과가 양호하게 나타났다는 점에서 앞으로의 성장이 기대되는 증권사라 하겠다. 비용우위 요소 중에는 특히 선물, 옵션 거래부문의 거래수수료 인하가 필요하다. 차별화 요소 중에 복수주문 기능, 해외증시정보 제공 기능의 보완이 필요하다. 또한 집중화우위 요소 중에서는 유, 무상증자, 공모주 예약 및 시간외 거래 기능에 대한 보완이 필요하며 신기술의 적용 분야 특히 약점요인으로 나타났기 때문에 새로운 기술 변화에 대해 보다 적극적이고 전략적인 보완이 필요하다. 경쟁우위 요소를 많이 갖고 있음에도 불구하고 영업력에 있어서 조복을 못 받고 있는 것은 아마도 성장 증권사로서의 강력한 이미지가 부각되지 않아서 인 듯하다. 인터넷

증권사로서의 대응보다도 먼저 현재로서는 지속적이고 적극적인 기업홍보 및 마케팅 전략이 우선 되어 한다고 생각한다. 지금까지의 분석 결과를 종합하여 도표로 나타내 보면 <표 11>과 같다.

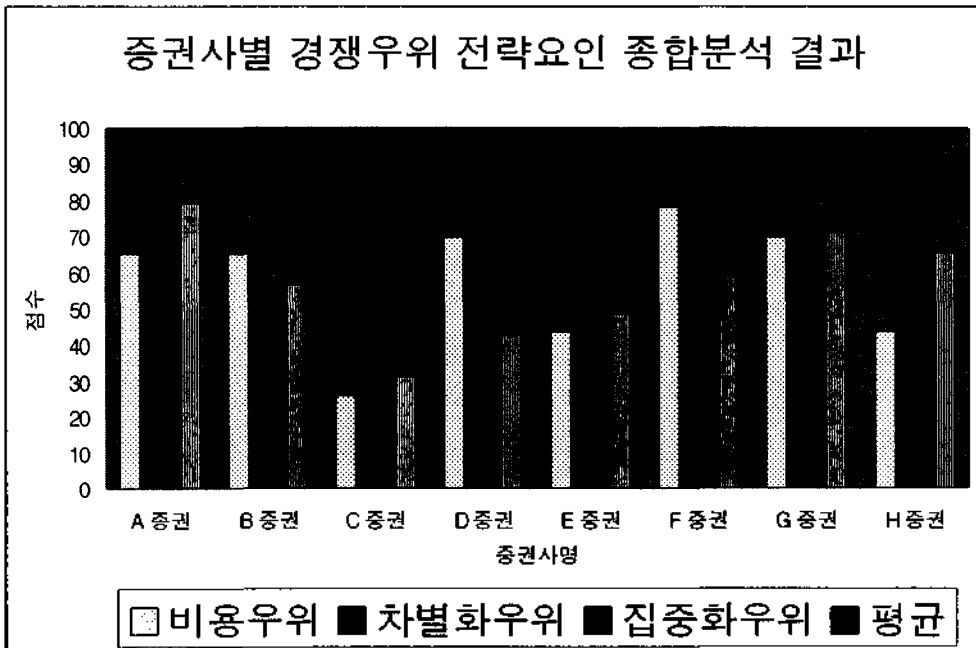
위 <표 11>의 분석결과를 다시 그래프로 나타내 보면 <그림 2>와 같다.

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

<표 11> 증권사별 경쟁우위 전략요인 종합분석 결과

(단위:점)

증권사 경쟁요인	A 증권	B 증권	C 증권	D 증권	E 증권	F 증권	G 증권	H 증권
비용우위	65.2	65.2	26.1	69.6	43.5	78.3	69.6	43.5
차별화 우위	81.8	54.5	43.2	13.6	63.6	54.5	77.2	79.5
집중화 우위	91.2	50.8	24.5	45.6	38.5	43.8	66.7	73.6
평균	79.4	56.8	31.2	42.9	48.5	58.9	71.2	65.5



<그림 2> 증권사별 경쟁우위 전략요인 종합분석 결과그래프

4.5 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.

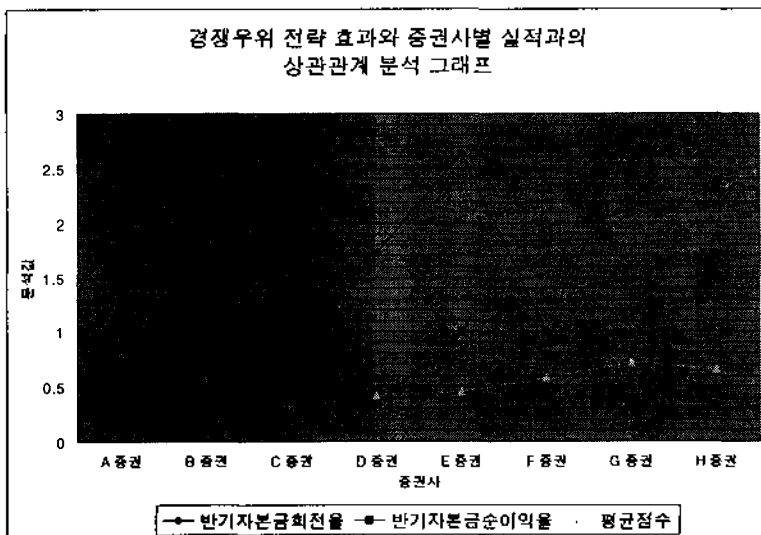
이러한 관계 분석은 단편적이거나 본 연구 결과가 증권사별로 영업실적 등에 어떻게 영향을 주었는지 분석한다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 그 결과를 도표로 나타내 보면 < 표12 >과 같다.

위 < 표 12 >의 분석결과를 다시 그래프로 나타내 보면 < 그림 3 >과 같다.

< 표 12 > 경쟁우위 전략 효과와 증권사별 실적과의 상관관계 분석

(단위: 억원)

증권사 항목구분	A 증권	B 증권	C 증권	D 증권	E 증권	F 증권	G 증권	H 증권
매출액	5,660	8,497	11,145	8,721	7,377	1,618	4,956	4,773
반기자본금 회전율(회)	1.96	1.88	2.23	1.73	2.64	1.00	2.76	2.39
순이익	2,086	3,649	3,936	1,721	2,766	624	1,750	634
반기자본금 순이익율	0.73	0.81	0.79	0.34	0.99	0.39	0.97	0.32
자본금	2,876	4,493	4,999	5,032	2,792	1,614	1,795	1,995
평균점수	79.5	56.8	31.0	42.4	45.8	58.3	71.5	65.8



< 그림 3 > 상관관계 분석 그래프

5. 결론

5.1 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, 시시각각 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, 무상 증자 예약거래 기능, 주식 및 선물, 옵션 그래프 분석정보, 투자대상 기업의 재무상태 정보를 제공하는 투자 기업 재무분석 정보, 파생상품 거래시 환 위험 헤지를 위

한 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 계약을 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 앞부분의 처리 기능상의 문제점에서 나타난 취약 부분은 빠른 시간 내 문제점을 보완하는 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 거래 편의성 증대, 투자자의 올바른 투자 판단을 도와주는 투자정보의 제공, 시시각각 변화하면서 증시에 영향을 주는 국내, 외 뉴스정보의 신속, 정확한 제공 전략이 필요하다. 또한 안정적인 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.

5.2 연구의 한계

본 논문에서 사이버 증권거래에서의 경쟁우위 요소 및 그 요인을 분석 하는데 있어 모든 사이버 증권사의 업무를 대상으로 분석한 것이 아니기 때문에 객관성 입증에 문제가 있을 수 있다. 또한 사이버 증권사의 업무 및 기능 분석에 있어 실질적이고 구체적으로 분석되었다고 할 수 없으며, 분석상에 연구자의 주관적 판단이 개입 될 있을 수 있다. 경쟁우위의 각 항목별 기능분류에 있어 업무 특성상 기술적 구현의 난이도, 다양성 분석, 유사 기능들의 통합적 분류 등에 있어 객관성을 입증하기에 한계가 있었다. 또한 사이버 증권사의 경쟁우위 요소를 파악하는데 있어 사이버 상

의 기능중심으로 분석이 이루어 졌고 실제 거래 주체인 증권사 고객을 대상으로 또한 설문조사 및 분석이 이루어지지 못한 점은 아쉬운 점이다. 논문작성 중에도 변화되는 거래 수수료율이나 처리 기능의 향상을 반영하는 것 또한 어려운 점 중에 하나였는데 이러한 변화는 앞으로도 계속 될 것이다.

5.3 향후과제

경쟁우위 파악에 있어 사이버 거래기능상의 요소를 제외한 요소를 포함하고 실 거래고객에 대한 설문조사를 포함한 국내 증권사 사례뿐만 아니라 해외 사례를 포함한 비교 분석이 필요하다고 생각한다. 또한 증권사뿐만 아니라 은행, 투자신탁, 보험, 증권, 카드사 등 여러 금융사의 사례를 포함한 종합 분석도 필요하다고 생각한다. 추후 연구에서는 사이버 기능상의 연구뿐만 아니라 제공 기능의 가치평가, 비용효과의 실질분석, 접속 속도의 실거래 테스트, 투자자 입장에서 편의성 테스트 등이 실질 투자자에 대한 설문조사나 시스템 담당자와의 면접 등을 통해 실질적이고 심도 있게 시도되고 분석되어야 한다고 생각한다.

참고 문헌

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, 1997.12
14. 이진주와 공저, “사용자 중심의 경영정보시스템”, 다산출판사, 1995
15. 장세진, “글로벌 경쟁시대의 경영전략”, 박영사, 1999.1
16. 한국경제신문, “올 계좌 118만개 500% 증가”, 1999.9.21
17. 이재균 외 편저 “전자상거래 원론”, 법영사, 1999.9
18. 한국증권업협회, <http://www.ksda.or.kr> “9월 온라인 증권거래 현황 분석” 자료 참조
19. 한국증권업협회, en@ble, 1999.7 월호
20. 대신증권, “대신 홈트레이딩 서비스” 자료참조
21. 한국경제신문, “3월 결산법인 반기실적”, 1999.11.18
22. 대한투자신탁, 투자분석부 “Daily Investment Research” 자료 참조, 1999.10
23. 스타포아, <http://stockpoia.co.kr>, 3/4 분기 평가자료
24. 유극렬 <http://www.dongduk.ac.kr/ecommm/>, “인터넷 전문 증권사 E*TRADE 에 관한 연구”
25. 전자신문, “종합기술금융, 인터넷 관련 기업에 투자 확대” 1998.2
26. 매일경제신문, “미국 주가와 국내 주가 왜 같이 움직이나”, 1999.10.23

저자소개

양경훈

Univ. of Georgia 경영학 석사

Purdue Univ. 경영정보학 박사

Univ. of Detroit 조교수

현재 중앙대학교 정보시스템학과 교수

관심분야: 가상조직, Intelligent Agent 이론, E-Business에서의 인공지능 이론 활용

김도일

Penn. State Univ. 산업공학 석사

Texas A&M Univ. 산업공학 박사

교통문제연구소 연구원

현재 중앙대학교 경영학과 교수, 해태그룹 고문

관심분야: 생산관리, 시뮬레이션, 생산정보시스템, 전자상거래

이태호

중앙대학교 국제경영대학원 석사

현재 대한투자신탁증권 근무

관심분야: 사이버 증권의 모델과 전략

송병희

중앙대학교 정보시스템학과 석사 재학 중

관심분야: 인공지능 기법을 이용한 전자상거래 모델