



골판지포장 B2B 전자상거래 추진전략

[주]아이비젠 e-Portal팀

오 정 란 책 임

지난 6월말 통계청 발표에 따르면, 2001년 국내 기업간 전자상거래 규모총액은 109조원으로, 전체 거래액의 75%에 이르는 총 83조원이 구매자가 운영하는 폐쇄형 거래 사이트에서 발생한 것으로 나타났다. 경기침체와 B2B 거품붕괴와 같은 비관론에도 불구하고, 지난 1년간 국내 기업간 전자상거래는 규모면에서 50%이상 증가했으며, 이와 같은 증가 추세는 꾸준히 계속될 것으로 전망되고 있다.

그러나, 이러한 B2B 시장의 성장추세에도 불구하고, 국내 B2B 전자상거래 시장이 제조업과 같은 특정 산업에 편중되어 있다는 우려가 높다. 전기.전자.자동차.선박 분야와 도소매 업종을 제외하고는 전자상거래 규모가 아직은 상대적으로 미미한 수준이며, 이는 장기적인 시각에서 볼 때 산업불균형을 초래할 수도 있기 때문이다. 또한 약 35%에 이르는 업체가 아직까지 전자상거래를 도입하지 않은 것으로 조사되었는데 시스템 구축 비용 부담과 전문 인력 부족 그리고 B2B 전자상거래를 위한 표준화 미비가 이와 같은 전자상거래 도입의 주요 장애물로 지적되었다

궁극적으로 모든 기업이 지향하는 e-Business의 형태로 Collaboration을 통한 기업프로세스의 통합을 얘기하고 있으나, 국내 실정을 고려할 때 직접적인 거래 비용절감 효과를 제공하는 단순 거래중심의 B2B 전자상거래가 향후 몇 년간 B2B 전자상거래의 중심이 될 것으로 전망된다.

최근에는 의료, 섬유, 골판지포장 등 디지털화가 상대적으로 더딘 전통산업의 e-Business화가 활발히 진행되고 있는데, 이중 관련산업으로의 파급효과 측면에 볼 때 골판지 업종의 B2B 사업추진은 가장 주목할만하다.

한국골판지포장공업협동조합은 오는 10월 골판지 포장관련 70여개의 업체들이 참여한 e-Marketplace 서비스를 Open할 예정이다. 골판지 산업전반의 표준화를 제시하고, 이를 기반으로 온라인을 통한 정보의 공유 및 거래 투명성 제고를 통해 비용절감 효과를 기대할 수 있으며, 이는 궁극적으로 골판지 산업의 전체적인 경쟁력 향상을 가져올 것으로 기대한다.

B2B 시범사업의 일환으로 진행하고 있는 이번 프로젝트는 골판지 포장산업 정보포털 서비스와 이를 기반으로 한 e-Marketplace 구축을 주 내용으로 하고 있으며, 서비스 특징은 다음의 2가지 측면에서 요약할 수 있다.



먼저, 정보포털 서비스에서는 골판지관련 기업정보, 기술정보, 표준화 정보 등 골판지산업에 특화된 전문 정보를 발굴하여, 온라인을 통해 제공하는 콘텐츠 강화 측면을 중점적으로 고려하였으며, 그밖에 업종 종사자간의 상호교류지원을 목적으로 한 커뮤니티, 일반인 대상의 B2C 쇼핑몰 제공 및 Push Mail 서비스를 통한 타겟 마케팅이 특징이다.

또한 생산직 근로자, 중간관리자, CEO 등 골판지 업종 종사자들의 특성을 고려한 교육서비스를 개발하여, 이를 온라인을 통해 제공할 예정이며, 골판지 생산실무, 채권관리, 영업방법, 정보화 교육 등의 동영상 서비스를 계획하고 있다.

이밖에 고객별 관심분야 및 회원특성을 고려한 맞춤형서비스, 효율적인 관리시스템 구축, 유료회원을 대상으로 한 Premium 서비스 개발을 추진하고 있으며, Marketplace 서비스 활성화를 목적으로 다양한 거래지원 서비스를 제공할 예정이다.

e-Marketplace에서는 원지, 골판지상자, 기타 부자재를 대상으로 한 온라인 입찰, 공동구매, 구매대행 서비스 제공을 내용으로 하고 있으며, 제품 표준화(분류체계, 용어, 속성체계 등) 및 상자자동설계 프로그램(SCP) 개발을 통해 참여사들의 서비스 이용을 돕고있다.

또한 Marketplace의 초기활성화를 위한 다양한 전략을 추진하고 있는데, 먼저, 농협과의 협력네트워크 구축을 통한 공동판매 서비스를 들 수 있다. 이를 위해 농협 인트라넷과 조합의 마켓플레이스 상호연동을 추진하고 있으며, 농협중앙회의 금융시스템을 이용한 신용보증 및 결제 서비스 제공을 고려하고 있다. 골판지 e마켓플레이스가 구축되면, 단위농협의 농민들은 온라인 입찰을 통해 저렴하고 편리하게 농산물용 골판지를 구입할 수 있으며, 판매업체는 온라인을 통한 신규고객 확보가 용이하고, 이를 통한 수익증대를 기대할 수 있다.

둘째, 다양한 비즈니스 모델 도입을 통한 신규시장 창출을 적극적으로 도모하고 있다. 국내 골판지 포장재는 금융 및 서비스 산업을 제외하고는 전 산업에서 활용되는 산업재로서, 연간 약 1조 500억원 이상의 시장을 형성하고 있다. 대부분의 업종이 골판지포장을 필요로 하는 점을 고려하여, 골판지 수요가 많은 업종을 중심으로 e-Marketplace를 상호 연계하는 M2M(Marketplace to Marketplace) 사업 추진을 적극 추진하고 있다.

또한 부피가 큰 골판지의 특성상 높은 물류비용에 대한 부담을 줄이고, 신속한 배송서비스를 제공하기 위한 골판지포장 운송풀(Pool) 도입을 추진하고 있다.

위와 같이 골판지포장 산업의 특성을 반영한 정보포털 및 전자상거래시스템 구축을 통해 골판지포장 e-Marketplace의 기반을 확립하며, 궁극적으로는 골판지 업종전체의 e-Business 촉진에 따른 업종 경쟁력 향상을 기대할 수 있다.