

중·소 수출기업의 전자무역 활성화를 위한 영향요인 분석에 관한 연구

An Empirical Study on the Utilization and Activation of Electronic Trade by Korean Middle and Small Firms

박기남(Park Ki-Nam)*

초 록

인터넷의 급속한 보급 및 확산은 국제무역에 있어 일대 혁신을 초래하고 있으며, 특히 해외시장조사, 해외홍보 및 마케팅, 거래선 발굴, 신용조사, 거래협상 등 계약체결까지 거래경로를 시간적 제약 및 공간적 제약 없이 신속하고, 정확하며, 적은 비용으로 글로벌 비즈니스를 수행할 수 있는 토대가 되고 있다. 본 연구는 비용절감, 시장업무 프로세스 혁신, 업무처리개선, 외부요구, 내부요청 등과 같은 주요 전자무역의 동기요인이 e-mail, 웹 서비스, EDI, Internet-EDI와 같은 전자무역을 위한 정보기술의 활용수준에 영향을 미치고 궁극적으로 국내 수출기업들의 기업성과 향상에 영향을 미친다는 것을 실증적으로 분석하였다. 또 본 연구는 동기요인이외에 기업이 인터넷을 통한 전자무역의 활용에 영향을 미칠 수 있는 환경요인, 기업 특성 요인 및 산업특성 요인들을 함께 분석하였다. 실증분석 결과, 본 연구에서 제시한 요인들이 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

ABSTRACT

Electronic Trade is dramatically changing classical international trade paradigms. In particular, under the new economic environment, the ability to utilize and Information Technologies such as Electronic Data Interchange, Web-based EDI, ebXML, web service, Internet are emerging as an important factor in deciding the competitiveness of export business. The primary purpose of this study is (1) to investigate motivation factors and performance factors of electronic trade, (2) to show the relationship between motivation factors and the level of the utilization of e-trade, (3) to reveal the relationship between the level of the utilization and performance factors of e-trade. Analysis of survey questionnaire of Korean middle and small companies indicates the following : (1) motivation factors such as cost factor, education and promotion and the search of new market, have positive effect on the level of utilization of e-trade. (2) the level of utilization of e-trade has positive effect on the performance factors such as cost factor, the search of new market, the improvement of task process.

키워드 : 전자무역, 동기요인, 환경요인, 기업특성, 산업특성

Electronic Trade, EDI, Motivation Factors, Utilization, Performance of e-Trade companies.

* 동위대학교 e비즈니스학과

1. 서 론

국제무역환경은 21세기로 전환하면서 전혀 새로운 과정을 경험하고 있는데 이른바 제 2의 산업혁명이라고 불리는 디지털혁명이 그것이다. 정보기술의 획기적 발전과 보급은 '디지털경제'로 표현되는 정보혁명을 초래하면서 국제무역을 전자거래의 형태로 급속히 변모시키고 있다. 특히 정보통신기술에 의한 가상시장에서 기업 간 제휴와 경쟁방식은 국가 간 거래관행에까지 큰 변화를 가져왔다. 범위를 무역업무로 제한하더라도 정보기술은 해외마케팅, 무역상담, 신용조사, 거래선 발굴, 원자재 조달, 생산, 판매, 운송, 대금결제, 통관, 클레임처리 등 제반 무역거래업무의 패턴을 큰 폭으로 변화시키고 있으며 국제무역의 핵심 분야로 자리를 잡아가고 있다.

이러한 증거는 도처에서 살펴볼 수 있다. OECD에 따르면 인터넷, EDI, XML-EDI가 국제무역 분야에 등장한 이후 전 세계 기업 간 전자상거래 규모는 1998년 260억 달러에서 2003-2005년 사이에는 1조 달러에 이를 것으로 전망하고 있으며 골드만삭스는 2005년까지 기업 간 전자상거래 시장의 규모를 전 세계적으로 4조5천억 달러에 이를 것이라고 예측하고 있다. 아시아·태평양 지역의 경우, 1998년 27억 달러에서 2003년에는 720억 달러로 연평균 90%씩 성장할 것으로 예측하였고 우리나라의 경우 전자상거래 규모가 57조 5584억원에 이르고 있다.

이에 따라 전자무역에 대해서 학계와 실무의 모든 분야에서 새로운 무역업무 처리방법으로 잠재력을 인정하고 있으며 많은 관심을

불러일으켰다. 그러나 이러한 잠재력과 관심에도 불구하고 아직까지 지역의 중·소 무역업체들의 정보기술 활용은 저조한 것으로 나타나고 있어서 중·소 무역업체들의 전자무역 활성화를 위한 각종지원과 기반연구의 필요성이 지속적으로 제기되어 왔다. 이에 따라 정부와 해외무역 관련 기관들은 새로운 국제무역환경에 적극적으로 대처하기 위하여 무역거래 알선 사이트 운영, 무료 홈페이지 및 전자 카탈로그 제작 등 국내 중·소 수출기업의 전자무역 활성화와 국제경쟁력 제고를 위해 많은 노력과 지원을 지속해왔다. 그러나 지금까지 많은 연구들이 VAN-EDI, 인터넷-EDI, XML-EDI 등과 같은 정보인프라가 잘 갖춰진 대기업들을 대상으로 정보기술의 활용도나 기업성장에 초점을 맞추어 연구해왔으며 국내 수출의 중요한 축인 지역 중·소 수출기업의 전자무역 활성화 연구가 미흡했다. 따라서 국가 간 새로운 전자무역거래의 출현에 따르는 지역 중·소 수출기업들의 정보기술 동기요인과 정보기술의 도입 후 활용 수준과 성과간의 인과관계 연구가 일천하여 정부나 무역관련 기관의 각종 정책이나 지원 활동이 제대로 효과를 발휘하지 못하였고 자금도 중·소 수출기업의 전자무역 활용에 따른 문제점을 보완하지 못하는 악순환이 계속되고 있다. 이러한 상황을 해결하기 위하여 본 연구는 기업의 전자무역 활용에 초점을 맞추어 첫째, 기업의 전자무역 활용 동기, 환경, 기업특성, 산업특성 요인이 전자무역의 활용 수준에 미치는 영향을 분석한다. 둘째, 전자무역의 활용수준인 활용빈도와 사용범위에 따르는 기업성과의 크기에 관하여 분석한다.

2. 문헌 연구

중소기업진흥공단의 2001년 인터넷 운영실태 조사결과에 의하면 인터넷을 통한 해외문의가 내도한 기업은 응답기업의 57.3%이고 월 평균 문의의 내도건수는 약 3.1건으로 낮은 편이다. 이것을 통해 해외로 거래가 성사된 기업은 문의내도 기업의 21.2%로 실제 해외수출이 성공되는 비율은 낮은 것으로 나타났다. 이강빈(2001)의 연구에서도 인터넷을 이용한 오피 등록 및 조회·문의는 월 평균 1~10회인 기업이 대부분이고, 전혀 오피나 등록 및 조회가 없는 경우도 14%나 되었다. 국내 인터넷 무역사이트는 인터넷 무역전문 업체, 무역 유관기관, 종합무역상사, 지방자치단체 등에서 운영되고 있으며, 이들 중에서 수출기업들이 가장 선호하는 인터넷 무역사이트는 무역 유관기관이 운영하는 사이트이며, 이들 기관이 제공하는 서비스에 대한 만족은 높지 않은 것으로 나타났다.

따라서 본 연구는 중·소 수출기업들의 정보기술 활용도를 높이기 위한 주요 동기요인들을 기존 문헌들을 바탕으로 분석하고 제시된 동기요인과 활용수준의 향상과의 관계를 살펴보고 활용수준과 기업성과간의 관계를 조사한다.

21 무역분야 정보기술 도입의 동기요인

2.1.1 프로세스의 효율화를 통한 비용절감

선행연구들은 정보기술 도입의 동기요인으로 재입력 및 데이터 처리상의 오류방지를 통

한 인건비 감소, 우편과 종이문서 발송비용 감소, 주문처리시간과 청구지불주기 단축 등의 업무 처리시간 단축 등을 통한 비용절감을 제시하고 있다(Dearing, 1990; Hwang, 1991). 또 재고량의 감소, 보관면적감소, 대기시간의 경감, 인원감축, 관리비용의 감소, 경영업무의 효율성 증가로 인한 제조원가 절감 및 간접적인 매출증가와 신뢰성 향상을 제시하고 있다(Sokol1989; Dearing, 1990; Kym, 1991).

2.1.2 교육 및 홍보

정보기술에 의한 전자무역 분야의 e-Catalog, 홈페이지, 무역사이트, E-mail, 뉴스그룹, Mailing List 활용 등과 같은 인터넷 정보기술의 교육과 효율적인 홍보활용은 수출기업의 경쟁력우위를 제고시킬 수 있다. 이는 정보통신 기술을 활용하고 있지 않은 기업에 비하여 전 세계를 대상으로 하는 개방형 네트워크인 인터넷의 특성상 수출기업 이미지 홍보, 상품안내, 마케팅뿐 아니라 효율적인 대고객 커뮤니케이션 채널확보와 함께 내부직원의 교육과 학습을 통하여 정보기술을 이용하지 않는 기업에 대하여 차별적 경쟁기반 확보가 가능하다(Kalakota and Whinston, 1996; Reilly, 1996).

2.1.3 시장업무 프로세스의 혁신

Wood(1995)와 이승영 외(1997) 등 기존연구들은 인터넷을 통한 개방형 XML/EDI로의 전환이 수출기업으로 하여금 해외시장 정보의 수집, 해외홍보 및 광고, 거래처의 발굴, 거래문의에 대한 응답, 거래협상 및 계약체결 직전까지의 프로세스에서 일대 혁신을 초래

할 것으로 전망하였다.

2.1.4 외부요구

Keen(1993)은 전자거래를 위한 EDI 및 정보기술을 채택한 기업들은 공급업체의 물류, 경영 프로세스 재설계를 포함하는 물류, 경영 프로세스 및 기술들을 통합할 필요가 있다고 주장하였다. 이것은 물류흐름을 중심으로 기업 간 제휴를 통한 업무통합을 의미하며 이를 위하여 EDI를 통한 정보교환이 요구될 수 있다. 이때 EDI 활용에 대한 외부강요가 발생하게 된다. 이러한 외부요구는 기업의 수직 통합이나 유사 통합 시 경쟁력을 유지하기 위해서도 중요하며 시장이나 산업전체를 통해서 발생한다.

2.1.5 내부요청

기업 내부의 정보기술 활용정도는 정보시스템 구축 시 직원들의 자발적 참여와 요구에 크게 영향을 받는다. 정보기술에 대한 직원들의 자발적 참여도와 요구사항은 정보기술의 도입과 활용에 중요한 요소이며 수많은 연구들에 의해 증명되어 왔다(Hwang, 1991; Pamamur and Ramamurthy, 1995, Hwang, 1991; 손완수, 1995; 문희철 외 2인, 1996; 이현식, 1997; 정인영, 1998).

22 무역분야 정보기술 도입의 환경요인

개별 기업은 여러 외부환경에 영향을 받는다. 따라서 중·소 무역업체의 정보기술 도입의 동기요인을 정확하게 규명하기 위해서 개별 기업의 정보기술 도입에 영향을 미칠 수

있는 외부환경 요인에 관한 정확한 이해가 필요하다.

2.2.1 기술적 요인

Galbraith(1973)는 기업의 정보처리능력을 조직적 요인과 환경적 요인에 의해 결정된 사용자의 정보처리 요구사항을 만족시킬 수 있는 정도로 정의하면서 과업특성과 기술특성 간 접점이 정보처리능력의 위치라고 주장하였다. 또 인터넷을 통한 전자무역의 구현에는 무역이라는 과업특성과 Kalakota & Whinston(1996) 그리고 Reilly(1996)의 지적처럼 네트워크 서비스, 전자상거래 서비스, 정보아키텍처, 애플리케이션, 사용자 인터페이스, 비즈니스 절차 등의 정보기술이 요구되지만 정보처리능력은 기업에 따라서 상이하다.

2.2.2 제도적 요인

Eitlie(1983)는 정보기술 정책을 기술적으로 다른 기업을 선도하는 조치로 정의하면서 최고경영자의 시간, 노력, 정보기술 투자비, 정보기술혁신의 채택 등을 중요한 조치의 예로 열거하였다. 또 Grover(1990)는 기업내부 조직간 정보시스템을 구축하여 정보기술의 활용이 제도화된 기업의 상품이 그렇지 않은 기업의 상품보다 정보밀도가 높다고 주장하였다. 통상기업 정보화 수준이 높을수록 신 정보기술에 대한 인식과 기업내부에 수용하기 위한 준비는 그렇지 않은 기업에 비하여 높다고 할 수 있는데 기업마다 이러한 수준에는 차이가 있다.

23 무역분야 정보기술 도입의 기업요인

2.3.1 기업규모

선행 실증연구에서 기업규모와 정보기술의 구현 간에는 유의적인 관계가 있다(Kym, 1991 ; 엄근, 1995). 즉 전자상거래 시스템을 구축하기 위해서는 초기 투자비용이 높아 대기업과는 달리 기업의 규모가 영세한 경우에는 정보시스템 구축에 많은 어려움이 있다.

2.3.2 수출비중

McGee(1991)와 Williams(1992)는 정보기술의 확산은 특정부문의 중요도에 따라 정보기술의 도입 및 구현의 우선순위가 달라진다고 주장하였다. 이러한 무역업에서 우선순위는 정보기술을 활용할 수출비중이다. 즉 기업 전체의 매출액에서 수출의 비중이 높으면 수출분야의 정보기술 도입과 구현에 적극적이라는 것이다. 박철(1999)은 국내 수출기업을 대상으로 한 연구에서 수출비중이 크면 클수록 기업 내에서 수출업무의 효율화를 위한 노력이 커진다고 주장하고 있다.

2.3.3 수출대상지역

Hwang(1991)과 Fahoomand(1992)가 지적한 바와 같이 정보화가 상당히 진전된 기업은 거래처에 대해 자신들과 같은 정보기술의 활용을 적극 권장하거나 강제하는 경향이 있다. 그리고 Wood(1995)의 연구에서 보듯 미국, 일본, 유럽 등 선진국의 기업들이 상대적으로 정보화가 앞서 있다. 따라서 정보기술의 활용도가 높은 수출대상국을 주로 상대하는 기업의 경우와 그렇지 않은 경우 각 기업의 정보

기술 활용수준에는 차이가 있다.

2.3.4 기업경력과 산업특성

기업설립이 최근이라는 것은 수출경력이 적다는 것을 의미하며 이는 현대의 발달된 정보통신 기술을 이용한 기업설립이 용이하게 한다. 또 조직은 기존의 업무관행을 유지하려는 구조적 관성이 존재하기 때문에 새로운 기업일수록 신규 정보기술의 도입에 유연한 것으로 알려져 있다. 한편 기존연구들에 의하면 산업 내 시장구조 및 경쟁강도가 기업의 전반적인 활동에 큰 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 산업 내의 시장구조가 집중되어 경쟁이 심할수록 그 산업 내의 기업들은 신기술 도입에 적극적인 것으로 조사되었다(Kym, 1991 ; Hwang, 1991 ; 이현식, 1997).

24 무역분야 정보기술 도입의 성과

정보기술의 도입으로 인한 기업성장에 관한 기존연구들은 매우 방대하며 다양한 성과들을 제시하고 있다. 그러나 공통적으로 대부분의 연구들이 제시하는 기업성과들을 고찰한다.

2.4.1 비용 절감

Dearing(1990)은 비용절감 성과를 정보기술의 직접적인 성과로 분류하고 효율성 제고를 간접적인 성과로 제시하였다. 기업의 정보기술 동기요인에서 이미 언급했듯이 기업성과 중 비용절감 성과는 재입력 및 데이터 처리상의 오류방지에 따른 인건비 감소, 우편 등 문서 발송과 관련한 제반 비용의 감소, 우

편과 종이문서 발송비용 감소, 업무처리비용과 시간의 단축, 효율성 증가에 따른 제조원가 절감, 대금결제기간의 단축, 재고량의 감소, 보관 장소면적 감소, 창고관리직원의 인원 감축, 관리비용의 감소 등 업무상 비용절감이 다(Dearing, 1990; Hwang, 1991; Dearing, 1990; Kym, 1991).

2.4.2 해외 시장개척

이미 동기요인에서 언급했듯이 Wood(1995)에 따르면 인터넷-EDI, XML-EDI는 통해 멀티미디어 정보를 활용한 세계적 광고 및 홍보채널의 구축, 해외시장 정보수집, 신규 거래처 발굴, 거래문의 응답, 거래협상 및 계약체결까지 전체 프로세스가 일대 혁신을 초래할 것이다.

2.4.3 업무처리 개선

Sokol(1989) 및 Hwang(1991) 등의 연구에 의하면 재입력 및 데이터 처리상의 오류방지, 물류 프로세스 단축, 대금결제 프로세스의 단축, 청구지불주기의 단축 등으로 기존 업무처리의 시간과 속도가 크게 개선되는 것으로 분석되었다.

2.4.4 이미지 제고

전자무역에서 기업이미지 제고는 그래픽, 동화상, 음향 등 멀티미디어를 활용한 CI(corporate identity)를 잠재고객에게 지속적으로 반복적으로 제공함으로써 효과적으로 이루어진다(박기남, 2000). 또 유용한 정보나 서비스를 제공함으로써 기업 이미지를 향상시킬 수 있다(박기남, 2001). 이러한 CI를 통

해 구매자들로 하여금 기업의 이미지를 효과적으로 인식시킬 수 있으며, 직접 매입해야 할 상황이 되었을 때 실제로 구매가 이루어진다.

2.4.5 수익성 증대

기존의 실증연구는 정보통신 기술의 활용 수준에 따라 성과에 차이가 나타나고 있음을 보여주고 있다(Hwang, 1991; Kym, 1992; 정인영, 1998). Emmelhainz(1986)가 주장한 장기적 성과의 구성항목을 살펴보면 내부운영의 향상, 고객 서비스 향상, 거래관계 향상으로 사실상 고객관계 관리를 통한 장기적 수익성의 최대화를 주장하고 있다. Hinge의 경우도 간접효과는 결국 제조공정 및 업무절차의 개선과 거래관계 개선을 통한 장기적 수익성 증대를 말하고 있다.

2.4.6 커뮤니케이션

Barnes와 Hunt(2001)의 연구에 의하면 커뮤니티 네트워크란 소속된 커뮤니티 구성원들을 서로 연결시키고 그들 간의 의사소통과 정보, 오락 등 회원들의 특별한 욕구를 충족시키는 동시에 경제적인 부가가치를 창출해내는 사회를 의미한다. 전 세계를 대상으로 하는 개방형 네트워크인 인터넷을 조직 내·외부 커뮤니케이션 수단으로 활용하는 기업은 새로운 정보통신 기술을 활용하고 있지 않은 기업에 대하여 차별화가 가능하다.

25 무역분야 정보기술 도입의 활용수준

2.5.1 활용범위

McGowan(1994)은 기업의 정보기술 사용 수준을 분석할 때 넓이, 깊이, 정교성으로 세

〈표 1〉 실증 분석을 위한 주요변수

구성개념	측정항목	관련연구	
동기요인	비용절감	인력 절감, 시간과 노력의 단축, 관리비용절감, 운송비용절감, 통신비용절감, 수출관련물류비용절감	Dearing(1990), 문희철 외 (1996), Rogers (1995), Kwon & Zmud(1982), McGowan (1996), 이현석(1997), Hwang (1991), 정인영(1998), 손완수(1995), 경국용(1995)
	교육 및 홍보	전자상거래 세미나/워크샵, 전자상거래 관련 교육, 유관기관의 EC 관련 홍보	Kym(1991), Premkumar et al.(1994), McGowan (1996), 정인영 (1998), 문희철 외2인(1996), Grover (1990)
	시장업무 프로세스	거래처의 발굴, 업무처리시간단축, 해외시장 정보의 수집, 시장개척, 신속한 수출상담	Wood(1995), Hwang(1991), 이승영 외2인(1997), 정인영(1998)
	외부요구	기업간 정보시스템	Holland et al.(1992), Johnston & Vitale (1988), Bergeron & Raymond(1992)
	내부요청	CEO의 관심과 혁신성, 전산임원의 지원	Hwang(1991), Pamamur & Ramamurthy (1995), Grover(1990), 손완수(1995)
환경요인	기술적 요인	시스템 필요성 인식, 정보콘텐츠, 네트워크 보안 및 압호	Teo(1991), Premkumar(1994), McGowan (1994), Kym(1991), Bakos(1998), Prescott & Slyke(1997), 이현식(1997)
	제도적 요인	기업의 정보기술 정책, 조직간 정보시스템 구축, 상품개발기술	Kym(1991), Hwang(1991), Rogers(1995), McGowan(1996), 손완수(1995), 이현식(1997), 정인영(1998)
산업특성	산업별 경쟁강도	산업별 가격경쟁, 품질경쟁, 새로운 경쟁자 진입강도의 차이	Kym(1991), Hwang(1991), 손완수(1995), 문희철 외(1996)
기업특성	기업규모	전 종업원수, 총매출액	Grover(1990), Kym(1991), 손완수 (1995), 문희철 외(1996)
	수출비중	전 매출액 중 수출비중	Wood(1995), 손완수(1995)
	수출대상지역	수출대상 지역	Wood(1995)
	수출경력	설립년도, 수출개시년도	Kym(1991), Wood(1995), 손완수(1995)
활용수준	활용범위	웹 정보검색, 홈페이지, 무역거래알선 사이트, 전자우편, 유즈넷, 인트라넷	Prescott and Slyke (1997), Koh and Balthazard (1997), Selz and Schubert(1998), 김진수 외 2인 (1998),
	활용정도	일 평균 전자무역 이용시간, 무역거래알선 사이트 수	Prescott and Slyke (1997), 김진수 외 2인 (1998)
활용성과	이미지 및 수익성	이미지 제고, 경쟁기업과의 차별화, 경쟁력 강화, 수출개산성, 수출확대로 기업성장	Dearing(1990), Kym(1991), Massetti(1991), Hwang (1991), McGowan(1996), 이현석(1997), 정인영 (1998),
	비용절감 및 업무개선	수출 관리비용 절감, 인력 절감, 운송비용절감, 통신비용 절감, 수출관련 물류비용 절감, 업무처리시간 단축	Dearing(1990), 문희철 외 (1996), Rogers(1995) McGowan(1996), 이현석(1997), Whang(1991), Hwang(1991), 정인영(1998), 손완수(1995)
	해외시장 개척 성과	해외시장 정보 수집, 해외 홍보 및 광고, 거래처 발굴, 신속한 수출 상담	Wood(1995), 한국무역정보통신(1998)

분화하였다. 너비(breadth)는 활용범위, 깊이(depth)는 활용정도와 관련이 있으며, 정교성(sophistication)은 기존 내부 업무시스템과의

통합정도와 관련된다. Hwang(1991)도 이와 유사하게 내부조직 업무시스템과의 통합정도, 내부 수용수준, 활용범위로 구분하고 있다.

2.5.2 활용정도

정보기술 활용성과는 기업내부의 업무담당자가 정교한 정보기술을 얼마나 업무처리에 자발적으로 활용하는가와 밀접한 관련이 있다(Hwang, 1991; 정인영, 1998). 따라서 자발적 정보기술 활용정도가 높은 기업과 그렇지 못한 기업 간에는 성과의 차이가 존재한다.

이상에서 본 연구의 실증 분석을 위한 주요 변수들을 정리하면 <표 1>과 같이 구성된다.

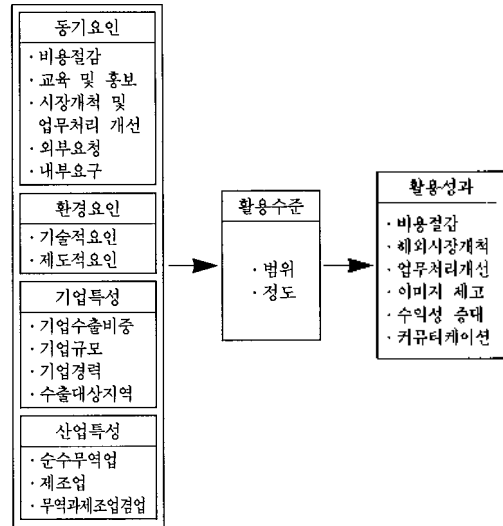
3. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

한국 수출기업 전자무역의 활용 각 요인에 대한 활용수준과 이로 인한 성과를 측정분석하기 위해 본 연구는 전자상거래와 EDI 및 인터넷 무역에 관한 선행연구자들의 연구를 근거로 전자무역의 활성화 방안에 관한 실증 분석을 위해 동기요인, 환경요인, 기업특성, 산업특성 요인으로 영향요인을 도출하였다. 그리고 이렇게 도출된 특성별 영향요인이 활용수준에 미치는 영향은 물론 활용범위와 활용정도가(특히 활용 동기요인에 의한 활용성과) 성과에 미치는 영향을 함께 측정하는 연구모형을 <그림 1>과 같이 제시하였다.

3.2 연구가설의 설정

본 연구는 제1단계로 전장에서 제시한 동기요인과 활용수준 요인들 간의 관계를 먼저 가설로 설정하고 제2단계로는 활용수준 요인



<그림 1> 연구모형

들과 기업성과 요인들 간의 관계를 가설로 설정하고 실증적으로 규명하고자 한다.

3.2.1 동기요인과 활용수준

- H1-1 : 비용절감 동기는 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H1-2 : 교육 및 홍보의 동기는 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H1-3 : 시장업무 프로세스 혁신의 동기는 활용수준 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H1-4 : 외부요청 동기는 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H1-5 : 내부요구 동기는 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.

3.2.2 환경요인과 활용수준

- H2-1 : 환경요인 중 기술적 요인은 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H2-2 : 환경요인 중 제도적 요인은 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.

3.2.3 기업특성과 활용수준

- H3-1 : 기업특성 중 기업규모 요인은 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H3-2 : 기업특성 중 수출비중 요인은 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H3-3 : 기업특성 중 수출대상지역 요인은 활용수준에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H3-4 : 기업특성 중 기업경력 요인은 활용수준의 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.

3.2.4 산업특성과 활용수준

- H4-1 : 산업특성 요인은 활용수준에 긍정적(+) 영향을 미친다.

3.2.5 활용수준과 활용성과

- H5-1 : 전자무역 활용수준은 비용절감

에 긍정적(+) 영향을 미친다.

- H5-2 : 전자무역 활용수준은 해외시장개척에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H5-4 : 전자무역의 활용수준은 이미지제고에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H5-5 : 전자무역의 활용수준은 수익성증대에 긍정적(+) 영향을 미친다.
- H5-6 : 전자무역의 활용수준은 커뮤니케이션 향상에 긍정적(+) 영향을 미친다.

4. 실증 분석

4.1 표본특성과 자료수집 방법

본 연구에 이용된 주여 자료수집 방법은 직접방문조사이며 일부는 인터넷 설문조사를 활용하였다. 본 연구는 부산상공회의소의 무역사이트에 등록되어있는 부산·경남지역 수출업체들을 대상으로 설문조사 안내문을 발송하고 직접 개별 기업을 방문하여 설문조사를 수행하였다. 설문지 수거결과 총150개의 설문지를 회수하고 필수기재 항목을 누락했거나 기재내용이 부실한 22개사를 분석대상에서 제외하여 128개 표본이 통계분석에 활용되었다.

대상기업들은 순수무역업이 52.76%, 제조업체 17.92%, 무역과 제조업을 겸업이 29.92%로 나타났다. 이와 같이 조사대상 기업이 특정업종에 치중된 것은 본 연구의 신뢰도를 높

이기 위하여 전자무역의 업무처리가 많은 무역업체를 주로 선정하였기 때문이다. 응답기업의 설립년도 별로는 1985년 이전의 설립기업이 32.52%이고, 1986년~1995년 25.20%이다. 그리고 1996년 이후가 42.28%로 가장 많이 차지하였다. 총 수출액의 규모는 10만 달러를 기준으로 하여 집계하였는데 10만 달러 이하의 기업이 38.28%, 10만 달러~50만 달러는 24.22%, 50만 달러~100만 달러는 17.97%, 100만 달러~500만 달러는 10.16%이며 500만 달러 이상 기업은 9.38%로 나타났다. 수출품목은 한국표준산업분류 기준으로 금속 및 철강류, 음·식료품류 업종이 각각 4개 기업이고 일반기계 및 장비류 업체가 7개 기업이며 석유·화학제품류 업체가 10개 기업이다. 그리고 농·수산물 업체가 88개 기업으로 응답기업의 69.84%의 높은 비중을 차지하였다. 수출대상국 수는 67.97% 이상이 5개국 이하의 국가들과 수출하고 10.16% 정도의 기업이 6개국~10개국에 수출하고 있으며 11개국 이상 기업체는 3.90%로 조사되었다. 응답기업의 기업규모는 5명 이하의 종업원으로 구성된 소규모 기업이 48.03%를 차지하고 11명~50명의 종업원 기업은 27.56%이고 100명 이상인 기업은 13.39%로 조사되었다. 마지막으로 전자무역 전문인력은 대부분 1명~2명으로 업무처리를 하고 있었으며 전문인력이 전혀 없는 기업도 29.60%를 차지하였다. 본 연구는 전장에서 제시된 연구모형을 기반으로 각 변수 개념의 측정을 위한 개별 측정항목들을 리커트 7점 척도로 개발하였다. 설문지 구성에 사용된 측정항목들은 모두 기존 문헌연구들로부터 추출하였으며 조작적 내용은 다

음 <표 2>, <표 3>에 제시되어 있다.

4.2 신뢰성과 타당성 분석

가설검증에 앞서 전자무역의 동기요인들을 구성하는 총 22개의 측정항목들에 대하여 요인분석을 수행하여 측정된 변수들을 재구성하고 요인별 내적 신뢰도를 검토하였다. 각 요인별로 조작적 정의에 가장 가까운 비용절감, 교육 및 홍보, 시장업무 프로세스 혁신, 외부요구 그리고 내부요청의 5개 요인을 도출하였다. 요인추출은 일반적으로 사용되는 주

<표 2> 동기요인의 요인분석 결과

요 인	항 목	적재치	고유치	누적 분산
비용 절감	인력절감	0.883	4.42	23.27
	업무처리비용 절감	0.857		
	업무처리시간 절감	0.832		
	통류비용 절감	0.786		
	업무생산성 향상	0.761		
교육 및 홍보	세미나 및 워크	0.879	3.26	40.46
	전시회 및 박람회	0.783		
	전자상거래 교육	0.730		
	인터넷 수출관련 홍보	0.714		
시장업무 프로세스 혁신	해외거래처 발굴	0.862	2.73	54.81
	해외시장정보 수집	0.775		
	수출확대	0.552		
	신속한 의사결정	0.548		
외부 요구	신속한 사후지원	0.507	1.91	64.88
	해외의 인터넷 사용요구	0.850		
	수출경쟁업체의 사용	0.639		
내부 요청	동종업체의 사용요구	0.512	1.76	74.15
	CFO의 관심과 지원	0.849		
	수출/전산 임원의 지원	0.742		

성분분석(principle component analysis)을 이용하였고 회전방식은 Varimax법을 이용하였다. 요인분석에서는 고유값(Eigenvalue)과 요인 적재량을 기준으로 타당성을 분석하였다. 이때 고유값은 1이상이고 요인 적재량은 0.5 이상인 항목만을 선출하였고 이 기준을 만족하지 못하는 항목들은 분석에서 제외하였다.

〈표 2〉에 제시된 것과 같이 동기요인의 요인분석 결과 9개 요인이 총 분산의 74.15%를 설명하였다. 한편 내적 일관성을 측정하는 Cronbachs' α 계수의 분석결과 비용절감 0.923, 교육 및 홍보 0.851, 시장업무 프로세스 개선 0.828, 외부요구 0.718, 내부요구 0.681로 모두 일반적 수용기준 0.6보다 높게 나타났다. 또 전자무역의 기업성과 요인을 구성하는 32개의 측정항목들에 대하여 요인분석을 수행하고 비용절감, 해외시장개척, 업무처리 개선, 이미지 제고, 수익성 증대, 사내 커뮤니케이션 활성화의 6개 요인을 도출하였다. 도출된 6개 기업성과 요인들의 추후분석을 위하여 타당성 분석을 함께 실시한 결과 〈표 3〉과 같이 6개 요인이 총 분산의 74.48%를 설명하였다. 한편 Cronbachs' α 계수는 비용절감 0.9572, 해외시장개척 0.8672, 업무 프로세스 개선 0.8837, 이미지 제고 0.8828, 수익성 증대 0.7996, 커뮤니케이션 증대 0.9233로 모두 일반적 수용기준 0.6보다 높게 나타났다.

4.3 연구가설의 검증

본 연구는 〈그림 1〉의 연구모형에서 제시한 바와 같이 두 단계로 구성되어 있다. 첫 번째 단계는 동기요인, 수출대상지역, 기업특성,

〈표 3〉 성과요인의 요인분석 결과

요 인	항목명	적재치	고유치	누적 분산
비용 절감	운송시간 단축	0.870	8.644	27.014
	JIT 생산체제 구축	0.855		
	인건비 절감	0.850		
	물류비용 절감	0.831		
	수출비용 절감	0.822		
	수출품 인도능력 개선	0.770		
	무역서류비용 절감	0.764		
	수출 생산비 절감	0.759		
	신속한 주문처리	0.646		
	수출관련 물류 정보시스템 구축	0.640		
	수출절차 업무개선	0.617		
사무공간의 축소	0.586	4.017	39.567	
해외 시장 개척	해외거래처 발굴			0.839
	회사 및 제품광고			0.827
	해외 시장개척			0.755
	해외시장정보수집			0.726
	해외시장 광고비 감소			0.712
	해외시장동향 파악	0.593		
업무 처리 개선	신속한 거래채의	0.860	3.721	51.196
	offer 발생과 수락의 신속한 처리	0.762		
	신속한 클레임 처리	0.740		
	무역업무 및 작업처리 시간단축	0.598		
	업자 요구에 대한 유연성, 신속성	0.533		
	계약체결비용 절감	0.479		
이미지 제고	국제적 이미지제고	0.796	2.978	60.501
	수출경쟁기업과 차별화	0.778		
	경쟁우위확보	0.748		
수익성 증대	수출채산성 개선	0.737	2.486	68.260
	경쟁업체의 시장선점에 대처	0.671		
	회사성장	0.614		
커뮤니케이션 개선	효과적인 커뮤니케이션	0.812	1.989	74.484
	효과적인 업무교육	0.805		

산업특성, 그리고 환경특성 요인들이 전자무역 활용수준에 미치는 영향을 <표 4>와 같이 분석하고, 그리고 두 번째 단계는 전자무역의 활용수준이 기업성공에 미치는 영향은 <표 5>와 같이 분석하였다. 각 단계를 통하여 앞서 제시한 18개의 가설을 검증한다.

<표 4> 전자무역의 동기요인이 활용수준에 미치는 영향분석

독립변수	종속변수	활용범위	활용정도	
절편 (괄호안은 T값)		16.756*(1.935)	8.632**(4.669)	
동기 요인	비용절감	3.889**(2.355)	0.703**(2.019)	
	교육 및 홍보	3.492**(2.151)	0.536(1.606)	
	시장업무 프로세스 혁신	3.063**(3.991)	0.826*(1.942)	
	외부요청	1.917(1.152)	0.953**(2.711)	
환경적 요인	내부요구	6.932**(4.505)	0.452(1.401)	
	정보기술 수준	2.355(1.189)	0.218(0.525)	
기업 특성	CEO의 정보마인드	3.194(1.294)	1.247**(2.419)	
	수출비중	수출비중	0.803(0.884)	0.005(0.172)
		기업규모	1.125(1.379)	0.235*(1.757)
		기업경력	-1.321*(-1.838)	-0.248(-1.636)
	수출 지역	미주	2.107(0.588)	1.063(1.357)
동북아		-2.581(-0.810)	-0.231(-0.342)	
산업 특성	동남아	-2.088(-0.631)	0.686(1.0009)	
	제조·무역 겸업	-2.832(-1.096)	0.562(1.0592)	
	제조업	-5.435(-1.615)	-1.179*(-1.672)	
R2 (Adjusted R2)		0.638(0.407)	0.556(0.3085)	
F값 (P값)		5.125**(0.000)	3.362**(0.0001)	

*p < 0.05, **p < 0.1

4.3.1 전자무역의 동기요인 검증

비용절감 요인이 활용수준의 세부항목인 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 3.889로 통계적 유의성을 보였으며,

활용범위를 종속변수로 한 회귀분석에서도 계수 값이 0.703로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 조사되었다. 교육 및 홍보요인이 활용수준의 세부항목인 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 3.492로 통계적 유의성을 보였으며, 활용범위를 종속변수로 한 회귀분석에서도 계수 값이 0.536로 나타나 유의한 것으로 조사되었다. 시장업무 프로세스 혁신 요인이 활용수준의 세부항목인 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 3.063로 통계적 유의성을 보였으며, 활용범위를 종속변수로 한 회귀분석에서도 계수 값이 0.826으로 나타나 유의하였다. 따라서 가설1-1, 1-2, 1-3은 모두 지지되었다.

외부요청 요인이 활용수준의 세부항목인 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 1.917로 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다. 그러나 활용범위를 종속변수로 한 회귀분석에서는 계수 값이 0.953으로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 조사되었다. 내부요구 요인이 활용수준의 세부항목인 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 6.932로 통계적 유의성을 보였으나 활용범위를 종속변수로 한 회귀분석에서는 계수 값이 0.452로 나타나 통계적 유의성이 없는 것으로 조사되었다. 이를 통하여 가설1-4와 1-5는 부분적으로만 지지되었다.

4.4.2 전자무역의 환경요인 검증

기술적 요인이 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 2.355로 통계적 유의성이 없었다. 또 활용범위의 경우에도 계수 값이

0.218로 나타나 유의성이 없는 것으로 조사되었다. 제도적 요인과 활용정도와의 분석에서는 계수 값이 3.194로 유의성이 없었으나 활용범위에서는 계수 값이 1.247로 유의성이 높은 것으로 조사되었다. 이를 통하여 가설2-1은 기각되었고 가설2-2는 부분적으로만 채택되었다.

4.4.3 전자무역의 기업특성 검증

수출비중 요인은 활용정도와 활용범위를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 0.803, 0.035로 유의하지 않게 나타났다. 기업규모 요인이 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값은 1.125로 유의성이 없었으나 활용범위의 경우 계수 값이 0.235로 나타나 유의성이 있는 것으로 조사되었다. 기업경력 요인의 경우 활용정도를 종속변수로 한 분석에서 계수 값이 -1.321로 90%의 신뢰구간에서 유의하였으나 활용범위의 경우 계수 값이 -0.248로 나타나 유의성이 없는 것으로 조사되었다. 수출대상 지역 요인과 활용정도의 분석에서 기타지역을 기준으로 미주지역의 계수 값이 2.107, 동북아시아 -2.581, 동남아시아 -2.088로 유의하지 않게 나타났으며 활용범위를 종속변수로 한 회귀분석에서도 미주지역 1.063, 동북아시아 -0.231, 동남아시아 0.686으로 나타나 모두 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이를 통하여 가설 3-1은 기각되었고 가설3-2와 3-3은 부분적으로만 채택되었으며 가설3-4는 기각되었다.

4.4.4 전자무역의 산업특성 검증

산업특성 요인이 활용수준의 세부항목인

활용정도를 종속변수로 한 분석에서 순수 무역업을 기준으로 제조·무역겸업의 계수 값이 -2.832, 순수 제조업의 계수 값도 -5.435로 나타나 통계적으로 유의하지 못한 것으로 조사되었다. 또 활용범위를 종속변수로 한 회귀 분석에서도 순수 무역업을 기준으로 제조·무역겸업의 계수 값이 0.562로 순수 무역업과 차이가 없는 것으로 조사되었으나 순수 제조업의 계수 값은 -1.179로 유의하게 나타났다. 이를 통하여 산업특성 요인이 전자무역의 활용수준에 영향을 미친다는 가설4는 부분적으로만 채택되었다.

4.4.5 전자무역의 활용수준 검증

제 2단계는 <표 5>와 같이 활용수준의 독립 변수들이 6개의 개별 기업성과 요인 각각에 미치는 영향을 실증적으로 분석한다.

<표 5> 전자무역의 활용정도 및 범위가 기업성과에 미치는 영향분석

종속	독립	절편	활용 정도	활용 범위	R2	F값
	비용절감	3560** (26.389)	0.387** (4.526)	0.187** (3.462)	0.386 (0.149)	10.968 (0.000)
	해외시장개척	2963** (26.297)	0.285** (3.962)	0.142** (3.115)	0.3411 (0.116)	8.230** (0.000)
	업무처리개선	3.207** (23.307)	0.088 (1.009)	0.072 (1.303)	0.1192 (0.014)	0.902 (0.409)
	기업이미지 제고	3.207** (22.414)	0.170 (1.877)	0.084 (1.468)	0.170 (0.029)	1.853 (0.161)
	수익성 증대	3.149** (26.436)	0.049 (0.661)	0.060 (1.058)	0.1083 (0.012)	0.743 (0.478)
	커뮤니케이션 증대	3.362** (23.241)	0.089 (0.974)	0.101* (1.738)	0.187 (0.035)	2.272 (0.107)

*p < 0.05, **p < 0.1

전자무역의 활용수준 중 활용빈도가 비용절감 요인에 미치는 영향을 나타내는 계수 값은 0.387로 통계적으로 유의한 것으로 나타났고 활용범위의 계수 값도 0.187로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 활용정도가 해외시장개척 요인에 미치는 영향을 나타내는 계수 값은 0.285, 활용범위의 계수 값도 0.142로 통계적으로 유의하게 나타났다. 전자무역의 활용정도가 업무처리개선 요인에 미치는 영향의 계수 값은 0.277, 활용범위의 계수 값은 0.141로 모두 유의하게 나타났다. 전자무역의 활용정도가 기업 이미지제고 요인에 미치는 영향계수 값은 0.170로 유의하지만 활용범위의 계수 값은 0.084로 유의하지 않게 나타났다. 또 전자무역의 활용정도가 수익성 증대 요인에 미치는 영향을 나타내는 계수 값은 0.049, 활용범위의 계수 값도 0.05로 유의성이 없는 것으로 나타났다. 한편 전자무역의 활용정도가 커뮤니케이션 증대 요인에 미치는 영향의 계수 값은 0.089로 유의하지 않게 나타났으나 활용범위의 계수 값은 0.101로 유의하게 나타났다. 이를 통하여 가설5-1과 가설5-2, 가설5-3은 완전히 지지되었고 가설5-4와 가설5-6은 부분적으로만 채택되었으며 가설5-5는 기각되었다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 전자무역의 동기요인들과 성과요인들을 규명하고 이들 요인들과 전자무역의 활용수준 간의 관계를 분석하는 것을 주요 목적으로 하며, 구체적으로는 동기요인들이

활용수준에 미치는 영향을 분석하고 전자무역의 활용수준이 높은 기업들이 실제로 더 많은 성과를 거두고 있는지를 고찰하고자 하였다. 이러한 분석은 향후 전자무역의 도입과 전자무역의 활성화에 중요한 지침을 제공할 수 있을 것이다.

본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 전반적으로 전자무역의 동기요인들은 전자무역의 활용수준에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 구체적으로 비용절감, 시장업무 프로세스 혁신, 교육 및 홍보 요인 등은 전자무역 활용의 주요 동기요인으로 나타났으나 외부요구 요인, 내부요청 요인은 부분적으로만 영향을 미치는 요인으로 분석되었다.

또 전자무역의 환경요인 중에는 제도적 요인만이 부분적으로 전자무역의 활용에 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 기술적 요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 기업특성 변수로는 기업규모, 기업경력 변수가 전자무역의 활용에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 새롭게 설립되는 기업일수록 무역 분야에 대한 정보기술의 적용에 적극적인 관심을 보이지만 오래된 기업일수록 전통적인 방식에 크게 의존한다는 것을 의미하며 기업경력이 많을수록 기술적 변화를 기피하는 조직의 구조적 관성이 더 큰 것에 기인하는 것이라고 생각된다.

그러나 수출비중 및 수출대상지역 변수는 전자무역의 활용에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 이것은 수출대상지역에 따라 전자무역의 활용수준에 차이가 있다는 Hwang(1993)과 Farchoomand (1992)의 주장과 상반되는 실증결과이다. 이렇게 상반

된 연구결과가 도출된 것은 1990년대의 경우 수출대상지역이 선진국인 경우에만 전자무역이 가능했지만 2000년대에는 대부분의 수출대상지역에 인터넷 등 전자무역 기술들이 보급되어 그 격차가 현저하게 줄어들었기 때문으로 보인다.

산업특성 요인은 전자무역의 활용수준에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 한편, 전자무역의 활용수준이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 분석에서는 전반적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었으나 그 효과가 비용절감, 해외시장개척, 업무처리 개선 부문에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 기업이미지 제고, 수익성 증대, 그리고 커뮤니케이션 증대의 효과는 유의하지 않은 것으로 분석되었다. 이것은 본 연구의 조사대상 기업이 지방의 중소기업에 국한되어 수익성에 영향을 미치는 요인들이 너무 많고 점차 초기선점을 통한 이미지 제고 기회가 사라지고 있기 때문으로 생각된다.

결론적으로 대체로 정보기술 투자여력이 적은 지방 중·소 수출기업의 전자무역 도입의 자극요인으로 내·외부의 직접적인 자극보다는 비용절감, 시장업무 프로세스 혁신, 교육/홍보이며 이러한 요인이 전자무역 활용수준을 높이고 있음을 알 수 있다. 따라서 전자무역은 시장의 경쟁 환경에서 비교우위를 지원하는 정보기술이며 업무 프로세스를 효율화를 통해 비용절감을 유도하는 도구라는 점을 집중적으로 홍보하고 교육하여 기업들의 동기를 자극하는 것이 전자무역의 확산에 큰 도움을 줄 수 있을 것이다. 또한 전자무역의

활용수준이 높은 기업일수록 비용절감, 해외 시장개척 및 업무처리 개선에 큰 성과를 거두었다는 것도 강조할 필요가 있다.

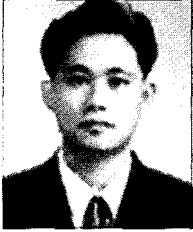
참 고 문 헌

- [1] 김진수, 김진수, 권혁인, 현병언, 최종섭, 오철목, "중소기업 전자상거래 활성화 방안"에 관한 연구, 한국경영정보학회 춘계학술대회 발표논문집, 1998.
- [2] 문희철·심상렬·정인영, "한국 수출기업의 국제경쟁력 강화를 위한 EDI의 전략적 실행방안", 한국무역학회 학술발표대회 논문집, 한국무역학회, pp. 74-78(1996).
- [3] 박기남·김기운, "지각된 웹 서비스품질이 기업 이미지 구축 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, 소비자학연구", 제12권, 제3호, 2001년, pp.1-27.
- [4] 박 철, "부산지역 수출업체의 인터넷 활용 현황과 활성화 방안", 한국전자거래학회지, 한국전자거래학회, 제4권 제1호, (1999.5).
- [5] 손완수, "한국 무역업체의 EDI 도입 및 구현에 관한 연구", 동국대학교 대학원 박사학위논문, pp. 47-48(1995).
- [6] 엄 근, "한국 무역업체의 전자문서교환(EDI) 방식의 도입동기와 성과에 관한 연구", 국민대학교 대학원 박사학위논문, (1995).
- [7] 이강빈, "인터넷무역을 이용한 지역상품

- 수출 활성화 방안 연구”, 무역학회지, 제 26권 2호, pp. 86-125(2001).
- [8] 이승영, 문희철, 심상렬, “인터넷 전자무역 구현에 관한 연구: 창업을 중심으로”, 무역학회지, 제24권, 제1호, 한국무역학회, 1999.
- [9] 이현식, “우리나라 EDI 도입 기업의 국제전략 경영성과에 관한 연구”, 한국외국어대학교 대학원 박사학위논문, pp. 71-74(1997).
- [10] 정인영, “우리나라 무역업체의 전자문서교환(EDI) 실행 및 성과에 관한 연구”, 충남대학교 대학원 박사학위 논문, pp. 59-62(1997).
- [11] 한국무역정보통신, “글로벌 e-trade 구현”, (2001.7).
- [12] Bakos, J.Y., “A Strategic Analysis of Electronic Marketplaces”, MIS Quarterly, September 1991.
- [13] Barness, S., and Hunt, B., “e-Commerce Business: Business Models for Global Success”, Hutterworth Heinemann, (2001).
- [14] Bergeron, F. and Raymond, L., “The Advantage of Electronic Data Interchange”, Data Base, Vol. 23. No. 4, pp.19-31(fall 1992).
- [15] Dearing, B., “The Strategic Benefits of EDI”, The Journal of Business Strategy, Vol.11, No.1, (1990).
- [16] Emmelhainz, M. A., “The Impact of EDI on the Purchasing Process”, Unpublished Ph. D. Dissertation, Ohio State University, (1986).
- [17] Ettlie, F. E., “Organizational Policy and Innovation among Suppliers to the Food Processing Sector”, Academy of Management Journal, Vol.26, No.1, pp. 27-44(1983).
- [18] Farhoomand, A. F., “A Dynamic Hierarchical Structural Model of Information System Success: The Case of Electronic Data Interchange”, Ph.D. Dissertation, McGill University(Canada), (1993).
- [19] Galbraith, J.R., Designing Complex Organizations, Reading, MA: Addison-Wesley, 1973.
- [20] Grover, V., “Factors Influencing Adoption and Implementation of Customer Based Interorganizational Systems”, Ph. D. Dissertation, University of Pittsburgh, (1990).
- [21] Holland, C., Lockett, G. and Blackman, I., “Planning for EDI”, Strategic Management Journal, Vol. 13, pp. 540-549(1992).
- [22] Hwang, K. T., “Evaluating the Adoption, Implementation and Impact of Electronic Data Interchange System”, Unpublished Ph. D. Dissertation, State University of New York at Buffalo, (1991).
- [23] Johnston, H. R. and Vitale, M. R., “Creating Competitive Advantage with Interorganizational Information Systems”, MIS Quarterly, June, 1988.
- [24] Kalakota, R. and Whinston, A., “Frontiers

- of Electronic Commerce”, Addison-Wesley Publishing Company(New York), (1996).
- [25] Keen, P., “Information Technology and the Management Difference: A Fusion Map”, IBM Systems Journal, 32, 1993, pp.17-39.
- [26] Koh, C. E. and Balthazard, P. A., “Electronic Commerce and the World Wide Web : A Framework of Business Web Use and a Study of business Web Practices”, DSI Annual Meeting, pp. 77-80(1997).
- [27] Kym, H., “An Evaluation of Adoption and Implementation Strategies for Customer-Oriented Electronic Data Interchange”, University of Pittsburgh, Ph. D. Dissertation, (1991).
- [28] Massetti, B.L., “The Effects of Electronic Data Interchange on Corporate Organizations”, Unpublished Ph.D. Dissertation, Florida State University, 1991.
- [29] McGee, F. V., “Implementing Systems Across Boundaries: Dynamics of Information Technology and Integration”, Unpublished Ph. D. Dissertation, Kent State University, (1994).
- [30] McGowan, M. K., “The Extent of Electronic Data Interchange Implementation, An Innovation Diffusion Theory Perspective”, Unpublished Ph. D. Dissertation Kent State University, (1994)
- [31] Premkumar, G., “Implementation of Electronic Data Interchange: An Innovation Diffusion Perspective”, Journal of Management Systems, Fall, 1994, Vol. 11, No. 2, pp.157-186.
- [32] Premkumar, G. and Ramamurthy, K., “The Role of Interorganizational and Organizational Factors on the Division Mode for Adoption of Interorganizational Systems”, Decision Science, Vol.26, No. 3, 1995.
- [33] Prescott, M. B. and Slyke, C. V., “The Internet as an Innovation”, (1997).
- [34] Reilly, B., “EC Infrastructure: Key Issues”, Gartner Group, February (1996).
- [35] Rogers, E. M., “Diffusion of Innovation”, The Free Press 4th ed. (1995).
- [36] Sokol, P. K., “EDI: The Competitive Edge”, McGraw Book Company, New York, (1989).
- [37] Teo, H.H., Tan, B.C. Y., Wei, K. K. and Woo, L. Y., “Reaping EDI Benefits through A Pro-Active Approach”, Information & Management, 28, 1995, pp. 185-195.
- [38] Williams, L. R., “A Study of Interorganizational EDI Adoption”, Unpublished Ph. D. Dissertation, The Ohio State University, (1992).
- [39] Wood, D. F., “International Logistics”, Chapman and Hall (New York), (1995).

저 자 소 개



박기남

(E-mail : knpark@deu.ac.kr)

1994.

한국외국어대학교 문학사

1997.

한국외국어대학교 경영학석사

1999.

한국정보과학연구원 선임연구원

2000.

경희대학교 경영학박사

2000.

경인여자대학 전임강사

2001. ~ 현재

동의대학교 상경대학 e비즈니스학과 조교수

관심 분야

인터넷마케팅, 마케팅정보시스템, 회계정보시스템, e-CRM,
기술가치/정보시스템평가