

# e-비즈니스의 주요 성공요인과 성과와의 관련성에 관한 실증연구

## An Empirical Study on the Relationship Between the Success Factor and Performance of e-Business

김 창 수 (Chang-Su Kim)	영남대학교 경영학부 교수, 교신저자
조 은 석 (Eun-Seok Cho)	영남대학교 대학원 박사과정
성 기 옥 (Gi-Wook Sung)	영남대학교 경영학부 강사

### 요 약

날로 심화되고 있는 글로벌 경쟁시대에 기업 경쟁력의 핵심으로 e-비즈니스가 확산되고 있다. e-비즈니스는 경쟁시장에서 새로운 기회창출, 산업의 구조변화, 생산성 향상을 주도하고 있으며, 기업들도 이와 관련된 투자를 증대시키고 있다. 그러나 투자에 대한 성과의 효율성 증진을 위해 중점적으로 관리해야 할 대상과 요인들에 대한 e-비즈니스 성공요인에 관한 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구에서는 문헌연구, 사례연구 및 전문가들과의 인터뷰를 통하여 주요한 e-비즈니스 성공요인을 도출하여 경영적 요인과 기술적 요인으로 구분하였으며, 도입 시기에 따라 준비기, 구현기, 운영기로 분류하였다. 이를 바탕으로 e-비즈니스 적용 기업을 대상으로 주요 성공요인과 성과와의 연관성에 대한 실증연구를 수행하였다. 연구결과를 종합해 보면, 기업의 e-비즈니스에 대한 전략적 방향으로, 최고 경영자의 관심과 지원을 토대로 경영적 측면에서 차별화된 콘텐츠를 꾸준히 개발하고, 기술적 측면에서는 지속적인 e-비즈니스시스템 관리가 필요함을 알 수 있었다. 본 연구의 의의로는 e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성과를 새롭게 그룹화 하여 제시하였고, 이들 간의 관련성을 파악함으로써 향후 연구를 위한 e-비즈니스 연구의 체계화에 기여하였다. 그리고 추진 단계별로 성공요인을 정리함으로써 향후 지속적이고 세부적인 연구에 대한 단초를 제시하였다는데 있다.

**키워드 :** e-비즈니스, 성공요인, 추진성과, 단계별 요인

## I. 서 론

21세기 디지털 시대에 e-비즈니스는 기업 경영방식 혁신의 새로운 수단이다. 기업은 내외부 환경에 e-비즈니스를 전략적으로 활용함으로써 생산성과 효율성 향상을 꾀하고 새로운 사업기회 창출, 기업 간 협력 네트워크 형성 등을 통해

산업구조 자체를 바꾸고 있다. 우리나라 기업의 경쟁력을 강화시키기 위해서는 e-비즈니스화, 디지털화를 통해 우리 경제의 효율성을 한 단계 높여야 한다. 날로 심화되고 있는 글로벌 무한 경쟁에서 우리 기업들이 살아남기 위해서는 e-비즈니스가 확실한 대안이기 때문이다.

1990년대 후반부터 시작된 우리나라의 e-비즈

니스는 정착과 성장의 단계를 넘어 이제는 각 산업에 접목되어 기업경쟁력 향상에 기여하고 있다. 기업들은 전자적자원관리(ERP), 공급사슬관리(SCM), 고객관계관리(CRM) 등 e-비즈니스 시스템 도입이 기업경쟁력 제고의 필수전략임을 인식하고 투자를 늘리고 있다. 그 결과 이미 몇몇 분야는 세계 최고 수준의 경쟁력을 자랑하고 있다. 이러한 경영환경 속에서 우리나라 기업들이 지속적으로 성장해 나가기 위해서는 혁신주도형 경영구조로 전환해야 할 것이다. 다양한 성장동력 창출과 함께 e-비즈니스를 기반으로 연구개발, 조달, 생산, 판매 등 기업 활동 전 과정의 혁신을 추진, 경영의 투명성과 생산성을 높이는 방식으로 산업구조를 재편해야 한다. 국내 e-비즈니스가 중단없이 성장을 계속하고 도약을 도모하기 위해서는 업계 전반의 e-비즈니스 성공요인에 대한 포괄적이고 신뢰할 수 있는 연구가 필요하다. 더욱이 대내외 기업 경영환경이 불안한 현 실정에서 그 필요성은 예전 그 어느 때 보다 중요한 시점이라고 할 수 있다. 그러나 e-비즈니스를 추진할 기업의 입장에서 초기에 계획했던 성과를 거두기 위하여 중점적으로 관리해야 할 주요 성공요인은 무엇인지, e-비즈니스의 추진성과는 주로 어떠한 차원에서 평가할 수 있는지, 그리고 어떠한 기업들이 e-비즈니스에 있어서 성공할 수 있는지 등에 대하여 참조할 만한 연구는 부족한 실정이다. 이는 e-비즈니스의 정의와 범위가 광범위하고, 추진하는 기업의 성격과 환경도 다양하여 일관된 성공 요인을 추출하기가 어렵기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 e-비즈니스에 관련된 문헌 연구 및 사례연구, 그리고 전문가들과의 인터뷰를 통하여 주요한 e-비즈니스 성공요인을 도출하여 e-비즈니스 적용 기업을 대상으로 성과와의 연관성에 대하여 실증연구를 수행하였다. 본 연구를 통하여 e-비즈니스 발전을 촉진하기 위한 주요 성공요인과 e-비즈니스의 전략적 비전을 제시하여 국내 e-비즈니스 연구의 이론적 기반 강화와 실무적 이해를 배양하는데 일조하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 e-비즈니스의 개념

e-비즈니스는 “인터넷과 같은 정보통신기술에 기반하여 조직 내·외부의 비즈니스 프로세스(process)와 행위(activities)를 혁신하는 경영활동”(김창수 등, 2004)이라고 정의할 수 있다. e-비즈니스는 정보인프라 부문과 사회, 제도적 부문, 진행절차 및 응용기술 부문으로 구분할 수 있으며, 유형은 분류 기준에 따라 거래주체에 따른 유형(B2C, B2B, B2G, P2P)과 거래방식에 의한 유형(On-line, Off-line, On-Off line), 거래 속성에 의한 유형(제품형태, 제품속성, 시장형태, 유통 방법 등)으로 나눌 수 있다(Arthur Anderson, 2000).

이러한 e-비즈니스는 사회전반에 여러 가지 효과와 영향을 미치고 있다. 예를 들면 새로운 사업기회를 제공하고 유통경로의 단축, 거래비용의 절감, 기업 활동의 통합, 새로운 직업과 고용 창출, 산업 구조를 재편하는 등의 영향과 기업의 내부 업무절차와 조직의 문화 변화, 국가적 차원에서의 정보인프라 보급 가속화, 시장의 개념 및 성격을 변화시키는 사회 문화적인 영향도 있다. 특히 기업에 있어 물리적인 비용을 절감시키고, 시간과 장소의 한계 극복, 고객과의 의사소통 강화, 유통비용의 절감, 새로운 시장 접근 용이성, 결제의 정확성 및 신속성, 새로운 사업 기회 창출의 긍정적인 영향이 있는 반면, 경쟁이 심화되고 유통구조의 질서 혼란 등 부정적인 영향도 크다. 기업뿐만 아니라 소비자에게 미치는 영향을 살펴보면, 먼저 긍정적 영향으로는 쇼핑의 편리성, 저렴한 제품, 구매자의 교섭력 강화, 고객 불만의 신속한 해결, 제품선택의 다양성, 풍부한 제품 정보 획득을 들 수 있다. 부정적 영향으로는 구매 불만, 프라이버시 등 e-비즈니스가 기업 경영 전반적으로 미치는 효과 및 영향은 여러 방면에서 입증되고 있다(권영철, 2003).

## 2.2 e-비즈니스의 주요 성공요인에 관련된 기존연구

새로운 비즈니스의 매체로서 인터넷은 다양한 특성을 갖고 있으며 이러한 특성은 e-비즈니스의 성공에 중요한 영향을 미친다. 한두흠, 한재민(1999)은 높은 가치의 제공, 개인화된 형태의 정보 제공 및 거래 지원, 시장의 확대, 저렴한 제공, 고객 속성 파악, 다양한 상호 작용의 가능성 등은 e-비즈니스 성공을 위해 활용할 수 있는 기회적인 요인으로 파악하였다. 반면에 경쟁의 확대, 사업 모방의 용이, 고객의 전환 비용 감소, 거래의 불완전성, 그리고 고객 확보의 어려움 등은 위협적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한국전산원(1998)의 조사에 따르면, e-비즈니스 성공의 가장 중요한 관건은 고정고객의 확보이며, 일반 이용자들을 실질 구매 고객으로 확보하는 것이 인터넷 업체의 최대 과제이다. 이는 곧 '고정고객의 확보'가 e-비즈니스의 가장 중요한 성공요인으로 손꼽히는 이유이기도 하다. 그 외에도 고객 데이터베이스 구축, 자신만의 e-비즈니스 형태 구축이 중요하다. 하지만 이러한 요소들은 e-비즈니스를 지금까지 성공적으로 전개해온 기업들의 사례를 통해서 파악된 것인 만큼, 자신의 e-비즈니스에서 핵심 성공요인으로 정의할 때는 한번쯤은 재고해 보아야 한다. 또한 e-비즈니스는 회원의 양적 규모도 중요하지만, 인터넷 시대의 변화와 흐름에 맞는 혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 모델을 구축할 때 이윤을 창출하고 경쟁력을 유지하며 커뮤니티를 형성할 수 있을 것이다.

e-비즈니스에 주로 활용되는 ERP 시스템은 기능 중심의 조직에서 프로세스 중심의 조직으로 이행하는 프로세스 혁신을 보조하는 유용한 도구로 사용되며, 최신 정보기술을 지속적이고 정기적으로 갱신함으로써 기업이 필요로 하는 선진 업무프로세스와 정보기술 인프라에 대한 관리를 동시에 해결해주는 도구이다.

이길형, 한상철(2003)은 ERP 프로젝트의 주요

성공요인은 프로젝트 준비단계에 있어, 그 동안 안정화된 ERP 패키지 선정 과정보다는 정보화 수준, 사용자 역량, 변화수용도 등 ERP 도입을 위한 기업의 내부역량의 분석과 그에 따른 시스템 구축방법론과 변화관리 방법론의 커스터마이징이 중요하다고 하였다. 또한 시스템 구축 단계에서는 준비단계에서 도출된 사용자 그룹별 변화 수용도에 따라 지속적인 변화관리를 수행하여야 하며, 커스터마이징된 방법론에 따라 소스 변경이 아닌 추가 기능개발의 범위를 관리하여야 한다. 그리고 시스템 종료 단계에서 조사한 사용자 그룹별 변화 수용도는 구축된 시스템 만족도 및 프로젝트 성공요인, 성과요인에 대한 인식의 차이와 밀접한 관계가 있다고 하였다.

Holland and Gibson(1999)에 의하면 ERP의 성공요인을 전략적 요인과 기술적 요인으로 구분하였다. 전략적 요인에는 Legacy 시스템의 평가, 기업비전 수립, ERP 전략, 최고경영자 지원, 프로젝트 계획을 들 수 있다. 기술적 요인으로는 사용자 교육, 프로젝트 인적자원, 비즈니스 프로세스의 변화와 소프트웨어 구성, 사용자 수용, 모니터링 및 피드백, 의사소통, 문제해결 등으로 나눌 수 있으며 기타 컨설턴트의 역할, 사용자의 이해, 변화관리와 조직문화 등을 들 수 있다.

장경서 등(2000)은 업무의 표준화를 ERP 프로젝트의 중요 성과물로 생각하고 능력있는 컨설턴트를 적정의 소수 인원만 투입하고 적절한 관리방법을 가질 것과 최고경영층의 관심과 지원의 중요성을 이해하며 ERP 도입 목표를 정확히 세울 것, 정보시스템 전반의 계획에도 시간을 투입할 것, ERP 구축 방법론을 프로젝트 전반에 적극 활용할 것 등 국내기업을 위한 ERP 구현 핵심 성공요인 10가지를 제시하였다.

또한 e-비즈니스 기회창출에 가장 중요한 부분이 e-비즈니스의 흐름을 파악하는 것과 효과적인 대처방안이라고 할 수 있다. 인터넷을 이용한 비즈니스가 다양하게 발전하고 향후 예측할 수 없을 정도로 성장하는 환경에서 e-비즈니스

로 성공하기 위해서는 매일 매일 새로운 정보를 접하는 것은 물론 경쟁 관계에 있는 회사에서 무엇을 어떻게 하고 있는지에 대해서도 늘 관심을 갖고 있어야 한다.

이러한 배경하에 고창배, 조재완(2002)은 e-비

즈니스 기회창출에 가장 중요한 부분이 e-비즈니스의 흐름을 파악하는 것과 대처방안으로 보고 e-운영(operation)측면, e-마케팅(marketing)측면, e-서비스(service)측면에 대해서도 여러 가지 사항들을 심각히 고려해 보아야 한다고 주장하였다.

〈표 1〉 기존 연구의 e-비즈니스 주요 성공요인

저자	연구주제	e-비즈니스 주요 성공요인
한국전산원 (1998)	전자상거래 주요 현안 및 대응방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>고정고객의 확보</li> <li>혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 모델 구축</li> <li>고객 데이터베이스 구축</li> </ul>
한두흠, 한재민 (1999)	매체 특성을 활용한 인터넷 비즈니스의 성공전략 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>높은 가치의 제공</li> <li>저렴한 제공</li> <li>다양한 상호 작용의 가능성</li> <li>개인화된 형태로의 정보 제공 및 거래 지원</li> <li>시장의 확대</li> <li>고객 속성 파악</li> </ul>
Holland and Gibson (1999)	ERP의 전략적 성공요인과 기술적 성공요인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전략적 요인                             <ul style="list-style-type: none"> <li>기업비전 수립</li> <li>최고경영자 지원</li> </ul> </li> <li>- 기술적 요인                             <ul style="list-style-type: none"> <li>사용자 교육</li> <li>비즈니스 프로세스의 변화</li> <li>사용자 수용</li> <li>의사소통</li> </ul> </li> <li>- 기타                             <ul style="list-style-type: none"> <li>컨설턴트의 역할</li> </ul> </li> <li>Legacy시스템의 평가</li> <li>ERP 전략</li> <li>프로젝트 계획</li> <li>프로젝트 인적지원</li> <li>소프트웨어 구성</li> <li>모니터링 및 피드백</li> <li>문제해결</li> <li>변화관리와 조직문화</li> <li>사용자의 이해</li> </ul>
장경서, 서길수, 이문봉 (2000)	국내기업을 위한 ERP구현 핵심성공요인 제시	<ul style="list-style-type: none"> <li>업무의 표준화</li> <li>추가 개발시 표준가이드 적용</li> <li>소수의 능력있는 컨설턴트 투입</li> <li>최고경영층의 관심과 지원</li> <li>ERP 범위와 대상 선정 신중</li> <li>프로젝트 추진팀의 사기</li> <li>적절한 관리방법</li> <li>정확한 ERP 도입 목표</li> <li>정보시스템 계획</li> <li>ERP 구축 방법론 활용</li> <li>사용자 참여와 교육 훈련</li> </ul>
고창배, 조재완 (2002)	성공적 e-비즈니스 기회창출 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>e-비즈니스 흐름 파악</li> <li>e-운영 측면, e-마케팅 측면, e-서비스 측면 고려</li> </ul>
오해진 (2002)	e-비즈니스 경쟁력 확보방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>명확한 e-비즈니스 프로세스 정의</li> <li>최적의 IT 인프라 확보 및 정보 시스템(IS) 구축</li> </ul>
이길형, 한상철 (2003)	ERP 프로젝트의 주요 성공요인에 대한 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ERP 프로젝트 준비 단계                             <ul style="list-style-type: none"> <li>안정화된 ERP 선정과정</li> <li>사용자 역량</li> </ul> </li> <li>- 시스템 구축 단계                             <ul style="list-style-type: none"> <li>지속적인 변화관리</li> <li>커스터마이징에 따른 추가 기능 개발의 범위 관리</li> <li>시스템 종료 단계                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>구축된 시스템의 만족도</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>프로젝트 성공요인, 성과요인에 대한 인식의 차이</li> <li>정보화 수준</li> <li>변화수용도</li> </ul>
포브스 (2004)	e-비즈니스 성공 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>기술력</li> <li>기술독점 포기</li> <li>업계공통을 두려워 말 것</li> <li>관료주의에 물들지 말 것</li> <li>기업 간 대화 채널을 늘일 것</li> <li>공동체 의식 형성</li> <li>기술보다 전략에 치중</li> <li>PR을 중시</li> <li>A/S에 신경 쓸 것</li> <li>기존 방식을 뒤엎을 것</li> </ul>

그리고 온라인 기업(닷컴) 중심으로 주목받던 e-비즈니스는 점차 비용절감 및 기업 효율성을 극대화하기 위해 정보기술을 도입하는 기존 기업(Click & Mortar)을 중심으로 재편되고 있으며, 향후 'e-비즈니스=비즈니스'라는 기업의 전략으로 자리잡고 있다. 또한 e-비즈니스는 다양한 이해관계를 갖고 있는 비즈니스 파트너와의 관계를 지원하고, 기업간 시너지를 발휘하여 환경 변화에 대응할 수 있는 협업상거래(C-Commerce)로 발전하고 있다.

오해진(2002)에 의하면 IT 투자 및 e-비즈니스 구현에 앞서 기업의 가치를 극대화하기 위한 비즈니스 프로세스를 명확히 정의하고 이 프로세스에 기여할 최적의 IT 인프라 확보 및 정보시스템(IS) 구축이 기업 경쟁력 확보의 관건이 되고 있다고 주장하였다.

미 포브스지(2004)는 e-비즈니스에 성공하려면 툭툭 튀는 기술도 중요하지만 구체적인 전략이 없으면 실패하기 쉬운 e-비즈니스의 특성을 감안해 구체적인 비즈니스 성공조건으로 공동체 의식 형성, 기술독점 포기, 우선적인 상장, 공짜 제공의 수익성, 기술보다 전략에 치중할 것, PR을 중시, 업계공룡을 두려워 말 것, 관료주의에 물들지 말 것, 규제보다는 기술력으로 승부할 것, 기존 방식을 뒤엎을 것, A/S에 신경 쓸 것, 기업간 대화 채널을 늘일 것을 제시하였다.

위의 <표 1>에서 정리한 기존 연구의 e-비즈니스 주요 성공요인을 보다 심층적으로 이해하기 위하여 경영적 요인과 기술적 요인으로 구분한 다음, 이를 e-비즈니스 추진단계 - 준비기, 구현기, 운영기 - 로 구분하여 정리하면 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 경영과 기술적 측면에서 e-비즈니스 성공요인

단계	경영적 요인		기술적 요인
준비기	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업비전 수립</li> <li>컨설턴트의 역할</li> <li>프로젝트 인적지원</li> <li>정보품질 향상</li> <li>정확한 ERP 도입 목표</li> <li>ERP 범위와 대상 선정에 신중을 기할 것</li> <li>향상된 의사결정과 계획</li> <li>비용 리더쉽 구축</li> <li>권한 이양</li> <li>비전을 지닌 조직문화 변화</li> <li>관료주의에 물들지 말 것</li> <li>ERP추진팀의 분위기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>최고경영자의 관심과 지원</li> <li>변화관리와 조직문화 파악</li> <li>e-비즈니스의 흐름</li> <li>혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 모델 구축</li> <li>고객 속성 파악</li> <li>경영동맹 지원</li> <li>경영성장 지원</li> <li>경영혁신 구축</li> <li>고정고객의 확보</li> <li>기술보다 전략에 치중</li> <li>기존 방식을 뒤엎을 것</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>안정화된 ERP시스템</li> <li>비즈니스 프로세스의 변화</li> <li>소프트웨어 구성</li> <li>업무학습 용이</li> <li>최적의 IT 인프라 확보 및 정보 시스템(IS) 구축</li> <li>정보기술 구조능력 증가</li> <li>기술력</li> </ul>
구현기	<ul style="list-style-type: none"> <li>PR을 중시</li> <li>제품차별화 실현</li> <li>시장의 확대</li> <li>업계공룡을 두려워 말 것</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>저렴한 제공</li> <li>생산성 향상</li> <li>향상된 자원관리</li> <li>우선적인 상장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>업무의 표준화</li> <li>외부고객 및 공급자와의 연계 구축</li> <li>ERP 구축 방법론 프로젝트 전반에 활용</li> </ul>
운영기	<ul style="list-style-type: none"> <li>높은 가치의 제공</li> <li>사용자 참여와 교육 혼련</li> <li>공동체 의식 형성</li> <li>기업간 대화 채널을 증대</li> <li>A/S에 신경 쓸 것</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>종업원들의 만족</li> <li>계획성 있는 추가개발</li> <li>종업원들의 행동변화</li> <li>고객서비스 향상</li> <li>공짜 제공의 수익성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 상호 작용의 가능성</li> <li>기술독점 포기</li> <li>모니터링 및 피드백</li> <li>의사소통</li> <li>고객 데이터베이스 구축</li> <li>관리 성능 향상</li> <li>추가 개발에는 표준가이드 적용</li> <li>구축된 시스템의 만족도</li> <li>주기시간 절감</li> </ul>

기존 연구에서 도출된 e-비즈니스의 성공요인의 특성들은 <표 2>를 통해 알 수 있듯이 e-비즈니스의 추진단계 중 준비기에 기업비전 수립, 프로젝트 인적 지원, 경영성장지원 등 경영적 요인이 크게 작용하며 최적의 IT 인프라 확보 및 정보시스템(IS) 구축 등의 기술적 요인이 e-비즈니스 성공요인에 큰 비중을 차지한다는 것을 알 수 있다. 구현기는 준비기에 잘 갖춰진 경영적, 기술적 요인들을 고객에게 효과적으로 전달하기 위한 중요한 단계로서 시장의 확대, 제품차별화, PR 등의 경영적 요인과 업무의 표준화, 외부고객 및 공급자와의 연계 구축의 기술적 요인이 필요하다. 준비기와 구현기를 거친 e-비즈니스를 성공적으로 운영하기 위한 운영기에서는 종업원들의 만족, 고객서비스 향상, 계획성 있는 추가개발, 사용자 참여와 행사 등의 경영적 요인과 다양한 상호작용의 가능성, 모니터링 및 피드백, 고객 데이터베이스 구축 등의 기술적 요인을 잘 갖추는 것이 e-비즈니스의 주요 성공요인이라 정리할 수 있다.

### 2.3 e-비즈니스 추진성과에 관련된 기존연구

급변하는 경영환경 속에서 명확한 비전을 갖고 일관성을 유지하며 e-비즈니스를 추진하는 것은 지극히 어려운 일이다. 그러므로 e-비즈니스 추진 성과에 대해서 많은 연구자들이 관심을 기울이고 있다. 이에 따라 1990년대에 들어와서, Sarrinen(1996)은 개발 프로세스, 사용 프로세스, 정보시스템의 품질, 정보시스템이 조직에 미치는 영향 등의 4가지 범주로 구분하여 성과를 평가하는 모형을 제시하였다.

또한 Kaplan and Norton(1996)은 새로운 성과 측정모형인 균형성과표(balanced scorecard: BSC)를 제시하였다. 균형성과표에서 균형(balance)의 의미는 단기와 장기 목표의 균형, 재무적 측정치와 비재무적 측정치의 균형, 지행지표(lagging indicator)와 선행지표(leading indicator) 간의 균형,

외부와 내부 성과 관점의 균형 등 네 가지로 해석된다. 균형성과표는 성과측정에 다양한 비재무적 지표를 활용하여 과거, 현재, 미래의 성과 및 가치를 평가한다. 또한 BSC는 무형자산의 가치를 성과측정에 반영하기 위하여 다양하고 복합적인 비재무적 지표를 활용한다. BSC에서는 기업성과와 기업가치를 평가함에 있어서, 기업의 비전 달성과 전략 수행에 중요하다고 판단되는 목표들을 외부적(고객), 내부적, 그리고 혁신과 재무의 4가지 관점에 따라 측정하고 있다.

그리고 Mayers et al.(1997)은 서비스 품질, 시스템 품질(신뢰성, 응답시간, 사용 편의성 등), 정보의 품질(내용, 가용성, 정확성, 적시성, 간결성, 적절성 등), 시스템 사용도(하위시스템 사용도, 사용빈도 등), 사용자 만족도(사용자 인터페이스, 각종 만족도 등), 개인적 영향(의사결정 시간 단축 등), 작업그룹 영향(커뮤니케이션 향상 등), 조직적 영향(생산성 향상 등) 등으로 조직의 구성이 성과에 미치는 영향을 측정하였다.

최병구와 이희석(2001)은 기업의 지식관리 유형이 기업의 성과에 미치는 영향을 시스템 중심(system-oriented) 정도 및 사람 중심(human-oriented) 정도에 따라 소극적 유형, 사람중심 유형, 시스템 중심 유형, 역동적 유형의 4유형으로 구분하여 평가하였다. 김문식(1999)은 역사적인 발전과정의 결과를 정보기술구조 유형으로 파악하여 컴퓨터처리가 분산되어서 이루어지고 커뮤니케이션 능력과 자료 및 응용프로그램 공유 능력이 낮은 기업들로서 분권형, 컴퓨터가 네트워크로 연결되어 배치되고, 컴퓨터 처리가 각 컴퓨터에서 이루어지는 분산적 협력형, 집중적 처리가 이루어지고 커뮤니케이션, 자료 및 응용프로그램 공유의 수준이 낮은 집권형과 집중적 협력형으로 구분하여 그 성과를 측정하였다.

김남희 등(2002)은 네트워크와 데이터베이스를 기반으로 한 인터넷관련 기술을 기업 내부적 관점에서 활용하기 위한 활동이 업무성과에 미치는 영향과 이러한 내부성과가 조직 전체의 경

영성과에 미치는 영향을 최고경영진의 지원과 전자적 고객관리활동으로 측정하였다. Leek *et al.*(2002)은 인터넷, 이메일 등 최근의 IT 적용이 공급자 정보에 대한 접근성을 높이며, 커뮤니케이션의 신속성, 정확성, 효과성을 증진시켜 기업의 성과를 높인다는 결과를 보여주었다. 김정옥, 박정수(2002)는 성공요인을 창업자 특성, 산업환경, 기업전략, 조직역량 및 자원조달능력의 5개 요인들로 도출하여 조직성과에 미치는 영향에 관해 연구하였다. 손명호 등(2003)은 기업 전략인 방어적 전략, 공격적 전략, 분석적 전략, 피동적 전략 등에 따라 성과측정 지표의 가중치가 달라지고, 이에 근거하여 가중치 결정의 기준을 수립하는 것이 필요하다고 하였다.

이윤석 등(2004)은 공급자와 구매자로 나누어,

구매자와 공급자 관계에서 IT 활용을 통해 성과를 개선할 수 있으며, 공급자 성과 개선을 통해 구매자 성과를 증진시킬 수 있으므로 제조업체는 IT를 활용하여 협력업체와 정보를 공유하고, 전략적 관점에서 협력업체를 자사의 일부로 인식하여 적극적으로 지원함으로써 자사의 성과를 증대시킬 수 있음을 지적하였다. 성태경(2004)은 정보기술은 효율성, 위험, 가능성, 공격 그리고 통합 차원의 경쟁적 우위를 기업에 제공하여 e-비즈니스의 성과에 기여하고 있음을 측정하였다. 앞서보듯 e-비즈니스의 성과에 관한 연구는 실로 다양한 관점에서 측정되고 평가 될 수 있음을 알 수 있다. 이와 같이 다양한 연구자들에게 의해 제시된 e-비즈니스 추진 성과를 정리하면 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 기존 연구의 e-비즈니스 추진 성과

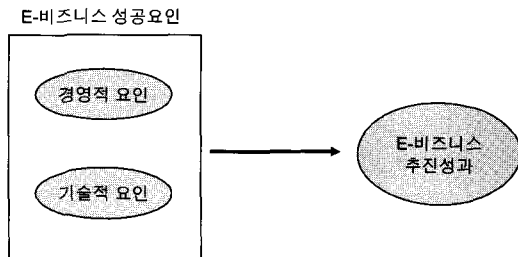
저 자	연구주제	e-비즈니스 추진 성과 측정 변수
Sarrinen (1996)	조직의 프로세스의 품질이 조직에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 개발 프로세스</li> <li>◦ 정보시스템이 조직에 미치는 영향</li> <li>◦ 사용 프로세스</li> <li>◦ 정보시스템의 품질</li> </ul>
Kaplan and Norton(1996)	Balanced Score 모형	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 외부적 관점</li> <li>◦ 혁신과 학습 관점</li> <li>◦ 내부적 관점</li> <li>◦ 재무적 관점</li> </ul>
Mayers <i>et al.</i> (1997)	서비스와 정보, 시스템 등 조직의 구성이 성과에 미치는 영향 측정	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 서비스 품질</li> <li>◦ 정보의 품질</li> <li>◦ 사용자 만족도</li> <li>◦ 작업그룹 영향</li> <li>◦ 시스템 품질</li> <li>◦ 시스템 사용도</li> <li>◦ 개인적 영향</li> <li>◦ 조직적 영향</li> </ul>
최병구, 이희석 (1998)	기업의 지식관리 유형이 기업의 성과에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 소극적 유형</li> <li>◦ 시스템 중심 유형</li> <li>◦ 사람중심 유형</li> <li>◦ 역동적 유형</li> </ul>
김문식 (1999)	역사적인 발전과정의 결과를 정보기술구조 유형으로 파악하여 측정	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 분권형</li> <li>◦ 집권형</li> <li>◦ 분산적 협력형</li> <li>◦ 집중적 협력형</li> </ul>
김남희 등 (2002)	인터넷관련 기술을 기업 내부적 관점에서 활용하기 위한 활동이 성과에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 최고 경영진의 지원</li> <li>◦ 전자적 고객관리활동</li> </ul>
Leek <i>et al.</i> (2002)	IT의 발전과 그에 따른 커뮤니케이션이 기업의 성과에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 인터넷, 이메일 등 IT 적용</li> <li>◦ 커뮤니케이션의 신속성, 정확성, 효과성</li> </ul>
김정옥, 박정수 (2002)	인터넷 벤처기업을 대상으로 각 환경이 조직성과에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 창업자 특성</li> <li>◦ 기업전략</li> <li>◦ 자원조달능력</li> <li>◦ 산업환경</li> <li>◦ 조직역량</li> </ul>
손명호 등 (2003)	기업전략의 가중치에 따른 성과 평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 방어적 전략</li> <li>◦ 분석적 전략</li> <li>◦ 공격적 전략</li> <li>◦ 피동적 전략</li> </ul>
이윤석 등 (2004)	우리나라 전자산업의 대기업과 공급업체를 대상으로 한 성과 측정	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 공급자와 공급자의 관계</li> </ul>

본 연구는 웹을 이용한 전자상거래 기업을 대상으로 한 바, 가장 명료하게 기업의 성과를 측정할 수 있는 척도인 매출과 고객과의 관계와 e-비즈니스를 통한 거래환경의 변화를 추진성파에 대한 측정요소로 설정하였다.

### Ⅲ. 연구모형 및 연구설계

#### 3.1 연구모형의 제시

본 연구에서는 국내 기업의 e-비즈니스의 주요 성공요인과 e-비즈니스 추진성파간의 상호관련성을 파악하고자 하였다. 이에 기존 연구를 바탕으로 e-비즈니스를 준비기, 구현기, 운영기로 도입 시기를 구분하고, 이를 다시 경영적 요인과 기술적 요인으로 구분하여, 주요 성공요인에 대한 단계별 중요성 정도를 분석하고자 한다. 그러나 각 단계별로 e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성파와의 관련성 분석은 각 단계에 대한 보다 체계적인 이론적 기반과 보다 정교한 연구모형에 심도있는 추가적인 후속연구의 필요성으로 남겨두고자 한다. 따라서 본 연구에서는 e-비즈니스의 성공요인을 경영적 요인과 기술적 요인으로 구분하여, 이들 요인이 e-비즈니스 추진성과와 어떠한 관련성이 있는지에 대하여 집중하여 본 연구를 진행하고자 한다. 이를 위한 연구모형을 제시하면 <그림 1>과 같다. e-비즈니스의 주요 성공요인을 독립변수, e-비즈니스 추진성파를 종속변수로 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

#### 3.2 가설의 설정

e-비즈니스의 경영적 요인은 기업이 e-비즈니스의 필요성, 적용대상, 적용과정, 지원 및 평가를 수행함으로써 자원의 낭비를 줄이고 목표를 분명히 하며, 정해진 목표에 대한 효율성과 효과성을 높이기 위해 필요한 부분이다(Evans, 2001; 권태호, 2002). 일단 경영적 요인들에 의해 계획이 이루어졌다면 이를 지원하는 것은 기술적 요소이다. 기술적 요소는 최적의 IT 및 e-비즈니스 구축을 위한 하드웨어적인 부분이며, 기업의 성공적인 e-비즈니스 확립을 위해 이들 두 요소 사이의 상호작용과 모니터링, 그리고 피드백 등이 필수적으로 요구된다(박기병, 2001; Evans, 2001; Dubelaar et al., 2005). 또한 이들 두 요소를 수행하는 인력이나 파트는 단기적인 목표나 사후 관리의 초점이 다를 수 있기 때문에 직관적이고 심층적인 목표설정 및 관리를 위해 경영적 요소와 기술적 요소의 분리가 필요하다(박기병, 2001; 오상영, 김영렬, 2001; Evans, 2001; Dubelaar et al., 2005). 따라서 e-비즈니스 기업의 주요 성공요인에 관련된 선행연구들을 종합적으로 검토한 후 이를 경영적 요인과 기술적 요인으로 구분하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1: e-비즈니스의 경영적측면의 성공요인은 e-비즈니스 추진성파에 정(+)의 영향을 미친다.

가설 2: e-비즈니스의 기술적측면의 성공요인은 e-비즈니스 추진성파에 정(+)의 영향을 미친다.

#### 3.3 연구변수의 정의

##### 3.3.1 e-비즈니스 주요 성공요인

e-비즈니스를 추진한 기업들을 대상으로 중요하게 관리했던 e-비즈니스의 주요 성공요인을 파악하기 위하여, 본 연구에서는 기존에 여러 학



〈표 4〉 주요 성공요인 측정항목

단계	e-비즈니스 주요 성공요인	
	경영적 측면	기술적 측면
준비기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• e-비즈니스에 대한 기업비전 수립</li> <li>• 철저한 e-비즈니스 시장 분석</li> <li>• 신중한 e-비즈니스 범위와 대상 선정</li> <li>• 혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 사업모델 구축</li> <li>• e-비즈니스에 대한 경영혁신 구현</li> <li>• e-비즈니스 전략수립에 집중 투자</li> <li>• e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원</li> <li>• e-비즈니스에 도입에 따른 조직문화 변화관리</li> <li>• e-비즈니스 외부 경영환경 변화관리</li> <li>• e-비즈니스 관련 기업과 협력</li> <li>• 양질의 e-비즈니스 전문인력 확보</li> <li>• e-비즈니스에 따른 조직구조 변화</li> <li>• 현장경험을 가진 e-비즈니스 컨설턴트 지원</li> <li>• e-비즈니스에 대한 계획과 의사결정</li> <li>• e-비즈니스를 위한 기업 프로세스 재정립</li> <li>• 단계별 e-비즈니스 마스터플랜 수립</li> <li>• e-비즈니스에 따른 기업내부 역량변화</li> <li>• e-비즈니스 추진팀의 분위기 고취</li> <li>• e-비즈니스 정보 품질 향상</li> <li>• e-비즈니스 고객 속성/특성 파악</li> <li>• e-비즈니스 고정고객 증대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오프라인 노하우에 기반한 e-비즈니스 인프라 구축</li> <li>• 안정된 정보시스템 운영</li> <li>• e-비즈니스 전자적자원관리 시스템 구축</li> <li>• e-비즈니스 지식관리시스템 구축</li> <li>• 최적의 e-비즈니스 네트워크 구축</li> <li>• e-비즈니스 정보기술 학습</li> <li>• 금융기관 연계 시스템 구축</li> <li>• 안전한 전자 지불 서비스</li> <li>• 다양한 유무선 결제수단 제공</li> <li>• e-비즈니스 시스템과 조직내의 여타 시스템과의 연동</li> <li>• 최적화된 기업 인터페이스 모듈 제공</li> <li>• 세분화된 고객지향 e-비즈니스 시스템 구축</li> <li>• e-비즈니스관련 기술력 배양</li> <li>• 고객관리 데이터베이스 구축</li> </ul>
구현기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차별화된 독특한 e-비즈니스 콘텐츠 개발/제공</li> <li>• e-비즈니스 국내외시장의 개척 및 확장</li> <li>• e-비즈니스 홍보 중시</li> <li>• 효율적인 공급사슬 체계 구축</li> <li>• 다양한 분야의 e-비즈니스 노하우 확보(서비스 포함)</li> <li>• e-비즈니스 관련 특정 고객 전용서비스 제공</li> <li>• e-비즈니스 원스톱(거래와 결제) 서비스 제공</li> <li>• 신규 회원사를 위한 차별서비스 제공</li> <li>• 금융기관 연동 관리서비스 제공</li> <li>• 전자결제 서비스의 활용범위 확대</li> <li>• 실시간 e-비즈니스 정보 공유</li> <li>• 구매관리의 지속적인 효율성 추구</li> <li>• e-비즈니스 생산성 향상</li> <li>• 효율적인 e-비즈니스 자원관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로세스 혁신에 기반한 e-비즈니스 개발, 구축</li> <li>• e-비즈니스 구축 방법론을 프로젝트 전반에 활용</li> <li>• e-비즈니스 업무의 표준화</li> <li>• 외부고객 및 공급자와의 e-비즈니스 시스템 연계</li> <li>• e-비즈니스시스템의 강력한 보안성</li> <li>• e-비즈니스시스템의 높은 호환성</li> <li>• 신용카드를 비롯한 모바일 결제</li> <li>• e-비즈니스 통합 데이터베이스 구축</li> <li>• e-비즈니스 사용자 측면의 포털화면 제공</li> <li>• 가상체험과 같은 최신 정보기술 활용</li> <li>• 다양한 검색기능 지원</li> <li>• 모바일 컴퓨팅 기반환경 조성</li> <li>• 유비쿼터스 컴퓨팅 기반환경 조성</li> </ul>
운영기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• e-비즈니스 사업 다각화를 통한 수익증대</li> <li>• 끊임없이 새로운 e-비즈니스 사업모델 개발</li> <li>• 지속적인 다양한 e-비즈니스 프로젝트 추진</li> <li>• e-비즈니스 제품 혁신을 위한 지속적인 투자</li> <li>• e-비즈니스 기업 간 대화 채널 증대</li> <li>• 자금흐름 공개를 통한 투명한 경영</li> <li>• 전사적 자원 관리 체계 구축</li> <li>• e-비즈니스 정보공유와 경영참여를 통한 열린 경영</li> <li>• 물류, 회계 연동으로 결산기간 단축</li> <li>• e-비즈니스화에 따른 비용절감</li> <li>• 지식공유 체계/문화 확립</li> <li>• 폭넓은 지역에 분산된 다양한 고객 확보</li> <li>• 다양한 e-비즈니스 판촉활동 전개</li> <li>• 조직원 참여와 교육 훈련</li> <li>• 고객과 공동체 의식 형성</li> <li>• 전사적 고객만족(CS) 경영지원 체계 구축</li> <li>• 지속적인 e-비즈니스 학습</li> <li>• e-비즈니스의 주시시장 상황 (미상장인 경우)</li> <li>• e-비즈니스화에 따른 평가 보상체계 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• e-비즈니스 공급사슬관리시스템 구축</li> <li>• 타 e-비즈니스 솔루션과 쉽게 연동</li> <li>• 사용자 정보에 따른 유연한 e-비즈니스 시스템 구현</li> <li>• 체계적인 코드 관리와 최적 구현으로 시스템 오류 가능성 배제</li> <li>• e-비즈니스 시스템 관리능력 배양</li> <li>• 실시간 재고현황 파악 시스템</li> <li>• 타사의 e-비즈니스 성공 사례를 참조한 e-비즈니스 시스템 개발</li> <li>• 구축된 e-비즈니스 시스템의 만족도 평가</li> <li>• 시스템개발 수명주기(SDLC)에 기반한 e-비즈니스 시스템 개발</li> <li>• e-비즈니스 시스템의 다양한 상호작용 지원</li> <li>• e-비즈니스 시스템에 대한 지속적인 모니터링 및 피드백</li> <li>• SI 전문업체로부터의 컨설팅</li> <li>• e-비즈니스 시스템 관리 전담 인력 배치</li> </ul>

자들이 제시하였던 다양한 주요 성공요인들을 종합적으로 검토하였다. 문헌연구와 사례연구, 그리고 전문가들과의 인터뷰를 병행하여 <표 4>에서 보는 바와 같은 e-비즈니스 추진단계별-준비기, 구현기, 운영기-로 구분하여 총 94개의 주요 성공요인 측정항목을 경영적인 측면과 기술적 측면으로 구분하여 정리하였다.

3.3.2 e-비즈니스 추진성과

e-비즈니스의 추진성과 측정에 이용되는 항목들을 기존의 연구와 인터뷰에서 제시된 성과측정 항목들을 중심으로 다양한 산업에 속한 기업들의 e-비즈니스 추진성과를 포괄하여 측정할 수 있는 항목들로 <표 5>와 같이 정리하였다.

3.4 연구방법 및 대상

본 연구에서는 e-비즈니스 주요 성공요인과 e-비즈니스 추진성과와의 연관 관계를 규명하는 것을 본 연구의 범위로 한정하였다. 이를 위해 문헌연구와 사례연구 그리고 전문가들과의 인터뷰에서 도출된 e-비즈니스 주요 성공요인에 기반하여 실증연구를 위한 설문지를 개발하였다. 설문지의 구성은 5점 척도를 사용하여 경영적 측면의

주요 성공요인 54개 항목, 기술적 측면의 주요 성공요인 40개 항목, 추진성과에 관련된 14개 항목, 그리고 일반사항에 관련된 11개 항목으로 구성하였다. 개발된 설문지를 정교화하기 위하여 e-비즈니스 분야의 전공 대학원생과 실무 전문가와의 인터뷰를 통하여 내용 전달이 불명확한 설문항목이나 혹은 단계별로 추가되어야 할 내용 등을 수정 보완하였다. 연구방법으로서는 방문 설문조사, 우편 설문조사, 이메일 설문조사 방법을 병행하였다.

연구의 대상은 국내의 e-비즈니스를 추진하고 있는 기업들을 대상으로 하여 총 1100부를 12개 방문기업, 한국인터넷기업협회(www.kinternet.org)에 가입된 104개 기업, 인터넷 검색을 통해 수집한 984개 기업에 대해 설문지를 발송하였다. 179개의 설문지가 회수되었으나 질문에 답을 하지 않았거나 모든 질문에 동일한 답을 한 설문지를 제외한 다음 최종적으로 108개의 표본을 대상으로 연구분석을 수행하였다. 본 설문은 직접적인 전문가들과의 인터뷰와 함께 이메일을 이용한 설문 회수의 방식을 사용하여 16.27%의 회수율을 나타내었기 때문에 본 연구를 진행함에 있어 적절한 수치라고 판단된다. 본 연구에서 수행한 대표적인 설문분석 방법은 다음과 같다. 첫째, 빈

<표 5> e-비즈니스 추진성과 측정항목

추진성과	참고문헌
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스를 통한 분기별 매출액 증가</li> <li>◦ e-비즈니스를 통한 수익률 향상</li> <li>◦ e-비즈니스를 통해 기업의 현금 흐름이 개선</li> <li>◦ 웹사이트를 통한 매출액 비중이 증가</li> <li>◦ 웹사이트를 통한 고객의 반복구매 증가</li> <li>◦ 웹사이트에 고객들의 회원가입이 증가</li> <li>◦ 웹사이트 단순 방문자에서 구매 고객으로의 전환율 증가</li> <li>◦ 웹사이트에 대해 전반적인 고객만족도 증가</li> <li>◦ 사업 형태의 인터넷 의존도 증가</li> <li>◦ 웹사이트를 통한 판매 제품의 종류 증가</li> <li>◦ e-비즈니스를 통한 공급 및 판매처 증가</li> <li>◦ 웹사이트를 통한 신제품 출시 주기 단축</li> <li>◦ 웹을 통해 협력업체간 원활한 정보 공유 추진</li> <li>◦ 웹사이트를 통한 제품 판매의 비중 증가</li> </ul>	<p>Sarrinen(1996) Kaplan and Norton(1996) Mayers et al.(1997) 최병구, 이희석(1998) 김문석(1999) 김남희 등(2002) Leek et al.(2002) 김정옥, 박정수(2002) 손명호 등(2003) 이윤석 등(2004) 성태경(2004)</p>

도(frequency), 평균(mean), 표준편차(standard deviation) 등의 기초통계량을 파악함으로써 표본의 기본적인 특성을 파악하였다. 둘째, 설문항목들의 신뢰도(reliability)와 타당성(validity)을 검사하여 변수들에 대한 응답자의 지각된 자료가 신뢰성 있게 수집되었는가와, 설문지의 항목들이 타당하게 구성되었는지를 파악하였다. 타당성 분석을 위해서 요인분석(factor analysis)을 수행하였으며, 이들 요인에 대한 신뢰도 분석을 위해서 크로바하 알파계수(Cronbach's- $\alpha$ )를 이용하였다. 셋째, e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성과간의 관련성을 파악하기 위하여 상관관계분석(correlation analysis)을 수행하였다.

## IV. 연구결과

### 4.1 표본의 특성

표본의 인구통계적 특성은 <표 6>에 정리되어 있다.

먼저 응답자의 특성을 살펴보면, 남자가 61%, 학력은 대졸 이상이 88%, e-비즈니스 분야에 근무한 연수는 2~4년이 46.3%, 직급은 팀장급 이상이 39.8%, 근무부서는 영업/마케팅이 31.5%로 가장 많았다. 또한 업체의 특성으로는 종업원수 10명 이하가 25%, 100명 이상 23.1%, 매출액 50억 이하가 22.2%, 100억 이상도 22.2%이었다. e-

<표 6> 표본의 인구통계적 특성

특성	구분	빈도 (N=108)	구성비율(%)	특성	구분	빈도 (N=108)	구성비율(%)
성별	남자	66	61.1	매출액	5억 이하	22	20.4
	여자	42	38.9		20억 이하	20	18.5
학력	고졸	3	2.8		50억 이하	24	22.2
	전문대졸	10	9.3		100억 이하	18	16.7
	대졸	73	67.6		그 이상	24	22.2
	대학원졸	22	20.4	종업원수	10명 이하	27	25.0
직급	사원	41	38.0		30명 이하	23	21.3
	대리	24	22.2		50명 이하	24	22.2
	팀/차/부장	21	19.4		100명 이하	9	8.3
	임원/CIO	2	1.9		100명 이상	25	23.1
	CEO	20	18.5	업종	서비스	35	32.4
동일분야 근무연수	1년 이하	24	22.2		기타	27	25.0
	2~4년	50	46.3		전자상거래	19	17.6
	5~7년	34	31.5		유통	14	13.0
근무 부서	영업/마케팅 전산/정보 기획 기타 e-biz관련	34	31.5		제조	13	12.0
		21	19.4	웹사이트 운영기간	1년 이하	16	14.8
		18	16.7		2~4년	43	39.8
		18	16.7		5~7년	30	27.8
		18	16.7		8~10년	12	11.1
17	15.7	11년 이상	7		6.5		
판매 제품	컴퓨터관련	38	36.1	판매 제품	서비스	37	35.2
	서비스	37	35.2		정보	29	27.6
	정보	29	27.6		전기제품	26	24.7
	전기제품	26	24.7		사무용품	25	23.8
	사무용품	25	23.8		기타	25	23.8

비즈니스를 위한 웹사이트 운영기간은 2~4년이 39.8%, 판매 제품은 컴퓨터 관련 SW/HW 36.1%로서, 전체적인 표본의 특징을 살펴보면 응답자는 주로 컴퓨터와 서비스, 정보를 판매하는 업체들로서 영업/마케팅에 근무하는 사원을 중심으로 대리, 팀장/차장/부장, 최고경영자를 포함하여 다양하게 분포되었다. 그리고 다수의 업체가 매출액 50억 이하의 중소기업과 100억 이상의 대기업에 속해있고, e-비즈니스를 위한 사이트 운영기간 2~4년 이상 운영해 온 업체들이 많음을 알 수 있었다.

#### 4.2 주요성공요인과 추진성과에 대한 기초통계량 분석

e-비즈니스에 참여하는 과정에서 중요하게 고려했던 성공요인들과 프로젝트 추진 이후의 실제 성과를 평균값과 표준편차를 중심으로 요약한 결과는 <표 7>, <표 8>, <표 9>와 같다. e-비즈니스의 경영적 주요 성공요인에 관한 결과를 <표 7>을 통해 살펴볼 때 준비기에서는 e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원이 4.22로 e-비즈니스 추진에 있어서 가장 중요하게 인식하였던 항목으로 나타났으며, e-비즈니스 고객 속성/특성과약, 신중한 e-비즈니스 범위와 대상 선정, 철저한 e-비즈니스 시장 분석 등의 항목들을 비교적 중요한 요인으로 인식한 반면에, e-비즈니스에 따른 조직구조 변화, e-비즈니스 외부 경영환경 변화관리 등의 항목들에 대해서는 낮은 중요성을 부여하고 프로젝트를 추진했음을 알 수 있었다. 구현기에서는 전자결제 서비스의 활용범위 확대가 4.21로 e-비즈니스 구현 단계에 있어서 가장 중요하게 인식하였던 항목으로 나타났으나, 차별화된 독특한 e-비즈니스 콘텐츠 개발/제공, e-비즈니스 홍보 중시, 효율적인 e-비즈니스 자원 관리 등의 항목들을 비교적 중요한 요인으로 인식하였음을 알 수 있었다. 반면에, 신규 회원사를 위한 차별 서비스 제공, e-비즈니스 생산성 향상 등의 항목들에 대해서는 낮은 중요성을 부여하

고 프로젝트를 추진했음을 알 수 있었다. 운영기에서는 끊임없이 새로운 e-비즈니스 사업모델 개발이 4.01로 가장 중요하게 인식하였던 항목으로 나타났으며, 물류·회계 연동으로 결산기간 단축, e-비즈니스 제품 혁신을 위한 지속적인 투자, 전사적 자원 관리 체계 구축 등의 항목들을 비교적 중요한 요인으로 인식하였음을 알 수 있었다.

반면에, 자금흐름 공개를 통한 투명한 경영, 지속적인 e-비즈니스 학습 등의 항목들에 대해서는 낮은 중요성을 부여하고 프로젝트를 추진했음을 알 수 있었다.

e-비즈니스의 기술적 주요성공요인에 관한 결과를 <표 8>을 통해 볼 때 준비기에서는 안정된 정보시스템 운영이 4.11로 e-비즈니스 추진에 있어서 가장 중요하게 인식하였던 항목으로 나타났으며, 고객관리 데이터베이스 구축, 안전한 전자지불 서비스, 다양한 유무선 결제수단 제공 등의 항목들을 비교적 중요한 요인으로 인식하였음을 알 수 있었다. 반면에, e-비즈니스시스템과 조직내의 여타 시스템과의 연동, 최적화된 기업 인터페이스 모듈 제공 등의 항목들에 대해서는 낮은 중요성을 부여하고 프로젝트를 추진했음을 알 수 있었다. 구현기에서는 e-비즈니스시스템의 강력한 보안성이 4.42로 e-비즈니스 구현 단계에 있어서 가장 중요하게 인식하였던 항목으로 나타났으며, 신용카드를 비롯한 모바일 결제, e-비즈니스시스템의 높은 호환성, 프로세스 혁신에 기반한 e-비즈니스 개발, 구축 등의 항목들을 비교적 중요한 요인으로 인식하였음을 알 수 있었다. 반면에, e-비즈니스 구축 방법론을 프로젝트 전반에 활용, 가상체험과 같은 최신 정보기술 활용 등의 항목들에 대해서는 낮은 중요성을 부여하고 프로젝트를 추진했음을 알 수 있었다. 운영기에서는 e-비즈니스시스템 관리 전담 인력 배치가 4.18로 가장 중요하게 인식하였던 항목으로 나타났으며, e-비즈니스시스템의 다양한 상호작용 지원, e-비즈니스시스템에 대한 지속적인 모니터링 및 피드백, 타 e-비즈니스 솔루션과 쉽게

<표 7> 경영적 측면의 e-비즈니스 주요성공요인 기초통계량

단계	경영적 측면의 e-비즈니스 주요 성공요인	순위	평균(표준편차)
준비기	◦ e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원	1	4.22(0.941)
	◦ e-비즈니스 고객 속성/특성 파악	2	4.19(0.855)
	◦ 신중한 e-비즈니스 범위와 대상 선정	3	4.18(1.118)
	◦ 철저한 e-비즈니스 시장 분석	4	4.14(0.891)
	◦ e-비즈니스에 대한 계획과 의사결정	5	4.06(0.818)
	◦ e-비즈니스에 대한 기업비전 수립	6	3.95(0.880)
	◦ e-비즈니스 고정고객 증대	7	3.94(0.868)
	◦ 양질의 e-비즈니스 전문인력 확보	7	3.94(0.878)
	◦ e-비즈니스 추진팀의 분위기 고취	9	3.92(0.968)
	◦ 현장경험을 가진 e-비즈니스 컨설턴트 지원	10	3.77(1.038)
	◦ e-비즈니스에 도입에 따른 조직문화 변화관리	11	3.74(0.951)
	◦ 혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 사업모델 구축	11	3.74(1.080)
	◦ e-비즈니스 정보 품질 향상	13	3.72(0.771)
	◦ 단계별 e-비즈니스 마스터플랜 수립	14	3.68(1.126)
	◦ e-비즈니스 전략수립에 집중 투자	15	3.66(1.034)
	◦ e-비즈니스 관련 기업과 협력	16	3.62(0.974)
	◦ e-비즈니스에 따른 기업내부 역량변화	17	3.59(0.928)
	◦ e-비즈니스를 위한 기업 프로세스 재정립	18	3.53(0.870)
	◦ e-비즈니스에 대한 경영혁신 구현	18	3.52(1.249)
	◦ e-비즈니스 외부 경영환경 변화관리	20	3.49(1.081)
	◦ e-비즈니스에 따른 조직구조 변화	21	3.27(1.165)
구현기	◦ 전자결제 서비스의 활용범위 확대	1	4.21(0.907)
	◦ 차별화된 독특한 e-비즈니스 콘텐츠 개발/제공	2	4.05(1.085)
	◦ e-비즈니스 홍보 증시	3	4.01(0.922)
	◦ 효율적인 e-비즈니스 자원관리	3	4.01(0.704)
	◦ 효율적인 공급사슬 체계 구축	5	3.96(0.906)
	◦ e-비즈니스 관련 특정 고객 전용서비스 제공	6	3.91(0.991)
	◦ 다양한 분야의 e-비즈니스 노하우 확보(서비스 포함)	7	3.84(0.949)
	◦ e-비즈니스 국내외시장의 개척 및 확장	8	3.84(1.015)
	◦ 실시간 e-비즈니스 정보 공유	9	3.65(0.979)
	◦ 구매관리의 지속적인 효율성 추구	10	3.60(1.076)
	◦ e-비즈니스 윈스톱(거래와 결제) 서비스 제공	11	3.57(1.217)
	◦ 금융기관 연동 관리서비스 제공	12	3.57(0.909)
	◦ e-비즈니스 생산성 향상	13	3.46(0.990)
	◦ 신규 회원사를 위한 차별서비스 제공	14	3.42(1.060)
운영기	◦ 끊임없이 새로운 e-비즈니스 사업모델 개발	1	4.01(0.962)
	◦ 물류, 회계 연동으로 결산기간 단축	2	3.99(0.981)
	◦ e-비즈니스 제품 혁신을 위한 지속적인 투자	3	3.98(0.995)
	◦ 전사적 자원 관리 체계 구축	4	3.94(0.998)
	◦ 다양한 e-비즈니스 관측활동 전개	4	3.94(1.016)
	◦ e-비즈니스화에 따른 비용절감	6	3.88(0.974)
	◦ 폭넓은 지역에 분산된 다양한 고객 확보	7	3.84(0.799)
	◦ e-비즈니스화에 따른 평가 보상체계 마련	8	3.80(0.935)
	◦ e-비즈니스 정보공유와 경영참여를 통한 열린 경영	9	3.77(0.953)
	◦ 전사적 고객만족(CS) 경영지원 체제 구축	10	3.75(1.024)
	◦ e-비즈니스의 주식시장 상장(미상장인 경우)	10	3.75(1.361)
	◦ 지식공유 체계/문화 확립	11	3.67(0.967)
	◦ e-비즈니스 사업 다각화를 통한 수익증대	11	3.67(1.176)
	◦ e-비즈니스 기업 간 대화 채널 증대	13	3.63(1.082)
	◦ 지속적인 다양한 e-비즈니스 프로젝트 추진	14	3.61(1.049)
	◦ 고객과 공동체 의식 형성	15	3.58(0.908)
	◦ 조직원 참여와 교육 훈련	16	3.46(0.980)
	◦ 지속적인 e-비즈니스 학습	17	3.34(1.276)
◦ 자금흐름 공개를 통한 투명한 경영	18	3.06(1.075)	

〈표 8〉 기술적 측면의 e-비즈니스 주요성공요인 기술통계량

단계	e-비즈니스 기술적 측면의 주요 성공요인	순위	평균(표준편차)
준비기	◦ 안정된 정보시스템 운영	1	4.11(0.921)
	◦ 고객관리 데이터베이스 구축	2	4.10(0.937)
	◦ 안전한 전자지불 서비스	3	4.09(1.019)
	◦ 다양한 유무선 결제수단 제공	4	3.99(0.981)
	◦ e-비즈니스 전사적자원관리 시스템 구축	5	3.95(1.036)
	◦ 세분화된 고객지향 e-비즈니스 시스템 구축	6	3.93(1.002)
	◦ e-비즈니스관련 기술력 배양	7	3.86(0.891)
	◦ e-비즈니스 지식관리시스템 구축	8	3.84(1.087)
	◦ 최적의 e-비즈니스 네트워크 구축	9	3.83(0.912)
	◦ 오프라인 노하우에 기반한 e-비즈니스 인프라 구축	10	3.76(1.031)
	◦ e-비즈니스 정보기술 학습	11	3.69(1.082)
	◦ 금융기관 연계 시스템 구축	12	3.65(0.879)
	◦ 최적화된 기업 인터페이스 모듈 제공	13	3.59(0.967)
	◦ e-비즈니스시스템과 조직내의 여타 시스템과의 연동	14	3.56(1.035)
구현기	◦ e-비즈니스시스템의 강력한 보안성	1	4.42(0.822)
	◦ 신용카드를 비롯한 모바일 결제	2	4.41(0.762)
	◦ e-비즈니스시스템의 높은 호환성	3	4.25(0.833)
	◦ 프로세스 혁신에 기반한 e-비즈니스 개발, 구축	4	4.10(1.004)
	◦ e-비즈니스 업무의 표준화	5	4.08(1.069)
	◦ e-비즈니스 사용자 측면의 포털화면 제공	6	4.06(0.936)
	◦ e-비즈니스 통합 데이터베이스 구축	7	4.03(0.912)
	◦ 다양한 검색기능 지원	8	4.03(1.148)
	◦ 유비쿼터스 컴퓨팅 기반환경 조성	9	3.88(1.021)
	◦ 모바일 컴퓨팅 기반환경 조성	10	3.69(0.954)
	◦ 외부고객 및 공급자와의 e-비즈니스 시스템 연계	11	3.41(0.865)
	◦ 가상체험과 같은 최신 정보기술 활용	12	3.32(1.289)
	◦ e-비즈니스 구축 방법론을 프로젝트 전반에 활용	13	3.31(0.850)
운영기	◦ e-비즈니스시스템 관리 전담 인력 배치	1	4.18(0.994)
	◦ e-비즈니스시스템의 다양한 상호작용 지원	2	4.00(1.144)
	◦ e-비즈니스시스템에 대한 지속적인 모니터링 및 피드백	3	3.94(0.863)
	◦ 타 e-비즈니스 솔루션과 쉽게 연동	4	3.81(1.027)
	◦ e-비즈니스 시스템 관리능력 배양	5	3.79(0.832)
	◦ 시스템개발 수명주기(SDLC)에 기반한 e-비즈니스시스템 개발	5	3.79(1.042)
	◦ 사용자 정보에 따른 유연한 e-비즈니스 시스템 구현	7	3.75(1.015)
	◦ e-비즈니스 공급사슬관리시스템 구축	8	3.69(0.880)
	◦ 실시간 재고현황 파악 시스템	9	3.65(0.857)
	◦ 구축된 e-비즈니스시스템의 만족도 평가	10	3.64(1.018)
	◦ 타사의 e-비즈니스 성공 사례를 참조한 e-비즈니스시스템 개발	11	3.58(0.887)
	◦ 체계적인 코드 관리와 최적 구현으로 시스템 오류 가능성 배제	12	3.47(1.271)
	◦ SI 전문업체로부터의 컨설팅	13	3.16(0.987)

연동 등의 항목들을 비교적 중요한 요인으로 인식하였음을 알 수 있었다. 반면에, SI 전문업체로부터의 컨설팅, 체계적인 코드 관리와 최적 구현

으로 시스템 오류 가능성 배제 등의 항목들에 대해서는 낮은 중요성을 부여하고 프로젝트를 추진했음을 알 수 있었다.

〈표 9〉 e-비즈니스 추진성과 기초통계량

순위	추진성과	평균(표준편차)
1	웹사이트에 고객들의 회원가입이 증가	3.94(1.049)
2	e-비즈니스를 통한 공급 및 판매처 증가	3.86(0.942)
3	e-비즈니스를 통한 분기별 매출액 증가	3.78(0.890)
4	웹사이트를 통한 매출액 비중이 증가	3.73(1.056)
5	웹사이트를 통한 고객의 반복구매 증가	3.64(1.027)
5	웹사이트를 통한 판매 제품의 종류 증가	3.63(1.047)
6	웹사이트를 통한 제품 판매의 비중 증가	3.63(1.141)
8	e-비즈니스를 통한 수익률 향상	3.62(0.758)
9	웹사이트에 대해 전반적인 고객만족도 증가	3.59(1.042)
10	웹사이트 단순 방문자에서 구매 고객으로의 전환율 증가	3.58(1.042)
11	사업 형태의 인터넷 의존도 증가	3.54(1.114)
11	웹을 통해 협력업체간 원활한 정보 공유 추진	3.54(1.063)
13	e-비즈니스를 통해 기업의 현금 흐름이 개선	3.51(1.055)
14	웹사이트를 통한 신제품 출시 주기 단축	3.17(1.140)
추진성과 전체 평균		3.63(1.026)

e-비즈니스를 추진한 결과로서 얻어지는 추진성과 항목들에 대한 개별 통계량을 파악한 결과 <표 9>에서 보는 바와 같이, 한 항목을 제외한 나머지 항목들에서 5점 척도 중 3.5점 이상의 성과를 거둔 것으로 보아 비교적 괄목할 만한 성과를 거두었음을 알 수 있었다. 개별 성과항목들을 중심으로 살펴보면, 웹사이트에 고객들의 회원가입이 증가, e-비즈니스를 통한 공급 및 판매처 증가 등의 항목에서 비교적 만족할 만한 성과를 얻었음을 알 수 있다. 이와는 반대로 웹사이트를 통한 신제품 출시 주기 단축, e-비즈니스를 통한 기업의 현금 흐름 개선 등에서는 비교적 낮은 수준의 성과향상이 있었음을 알 수 있었다. 또한, 모든 성과항목들을 종합한 추진성과의 평균은 3.63으로 파악되어 전체적으로 볼 때 국내 기업들의 e-비즈니스 추진은 비교적 만족할 만한 성과를 거두었음을 알 수 있다.

#### 4.3 타당성분석 및 신뢰도분석

##### 4.3.1 타당성 분석

본 연구에서는 e-비즈니스의 주요 성공요인과

추진성과간의 관련성을 파악하기 위하여, 기존 연구들과 사례연구, 전문가들과의 인터뷰를 토대로 각 변수의 측정항목들을 e-비즈니스의 추진단계에 맞추어 e-비즈니스의 경영적인 측면과 기술적인 측면으로 구분하여 새롭게 개발하였다. 새롭게 개발한 e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성과 변수에 대한 개념적 타당성을 분석하기 위하여 Varmax에 의한 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 본 연구의 항목수가 많아 아이겐 값(eigen value) 1.5를 기준으로 경영적 측면의 e-비즈니스의 주요 성공요인에 대한 요인분석을 실시한 결과 <표 10>과 같이 8개 요인으로 분류되었다.

아울러, 개별변수에 대한 요인의 설명력이 대체로 74%를 상회하고 있어 각 요인으로 추출된 분산의 총 설명력이 일반적인 70% 이상의 값을 가지고 있으므로 적절하게 8개 요인이 구분되었음을 알 수 있다. 이렇게 분류된 요인들의 요인적 재량이 높은 항목들을 중심으로 해석하면 다음과 같다. 요인 1은 e-비즈니스 기업 간 대화채널 증대, e-비즈니스 국내외시장의 개척 및 확장, 효율적인 공급사슬 체계 구축 등으로 이루어져 있

<표 10> 경영적 측면의 주요 성공요인에 대한 요인분석 결과

측정변수	요인							
	1	2	3	4	5	6	7	8
e-비즈니스 기업 간 대화채널 증대	.812	.013	.232	.056	.245	.041	.017	.037
e-비즈니스 국내외시장의 개척 및 확장	.783	.041	.196	.265	.227	-.036	.091	.138
효율적인 공급사슬 체계 구축	.762	.206	-.150	.018	.178	-.057	.093	.264
e-비즈니스 전략수립에 집중 투자	.761	-.061	.281	-.080	.068	.294	-.034	-.001
e-비즈니스화에 따른 비용절감	.731	-.093	.221	.255	-.004	-.070	.178	.119
e-비즈니스 정보공유와 경영참여를 통한 열린경영	.704	.258	.106	.177	.120	.160	-.011	.064
e-비즈니스에 도입에 따른 조직문화 변화관리	.649	-.075	.392	.115	.029	.431	.143	-.138
단계별 e-비즈니스 마스터플랜 수립	.619	.223	.128	.266	-.024	.063	.449	.024
e-비즈니스에 따른 조직구조 변화	.523	-.056	.510	.146	.347	.190	.258	-.247
효율적인 e-비즈니스 자원관리	.501	.027	-.109	.134	.491	.492	.106	.013
다양한 e-비즈니스 관측활동 전개	.477	-.009	.069	.108	.468	.082	.058	.165
e-비즈니스 관련기업과 협력	.426	-.053	.238	.252	.412	.344	.253	.099
구매관리의 계속적인 효율성 추구	-.137	.773	.035	-.118	.142	.024	-.397	.332
자금흐름 공개를 통한 투명한 경영	.165	.770	.173	.033	-.260	.086	.156	-.119
e-비즈니스 웹스톱(거래와 결제)서비스 제공	-.120	.761	.019	.246	-.300	-.023	.101	.125
다양한 분야의 e-비즈니스 노하우 확보	-.117	.752	-.091	-.220	.116	.254	-.353	.091
고객과 공동체 의식 형성	-.036	.744	-.009	.226	-.031	-.082	-.082	.102
e-비즈니스 생산성 향상	.242	.705	.094	-.063	-.002	.186	.151	.145
e-비즈니스 정보 품질 향상	.100	.646	.365	.277	.226	.175	.137	-.207
끊임없이 새로운 e-비즈니스 사업모델 개발	.346	.604	.092	.003	.070	.149	-.366	-.207
신규회원을 위한 차별서비스 제공	-.099	.558	.363	-.193	.356	-.032	.265	.272
e-비즈니스를 위한 기업 프로세스 재정립	.183	.545	.060	.340	.302	.301	.065	.154
e-비즈니스에 대한 경영혁신 구현	.322	.186	.758	.044	.218	.125	.147	.067
신중한 e-비즈니스 범위와 대상 선정	.397	.056	.739	.267	.060	-.045	.056	-.036
e-비즈니스 외부 경영환경 변화관리	.354	.413	.637	-.048	-.119	.321	-.104	.057
e-비즈니스 고정고객 증대	.055	.201	.624	.240	.120	.028	.281	.164
e-비즈니스화에 따른 평가 보상체계 마련	.066	.468	-.618	.186	-.075	.164	.220	-.099
차별화된 독특한 e-비즈니스 콘텐츠 개발/제공	.285	-.003	.584	.206	.129	.102	-.057	.406
혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 사업모델 구축	.279	.156	.546	-.217	-.319	.486	.099	-.198
물류, 회계 연동으로 결산기간 단축	.199	.006	-.078	.799	.099	.184	.124	.089
e-비즈니스에 대한 기업비전 수립	-.027	.302	.407	.613	.248	.035	.176	.178
전사적 고객만족(CS) 경영지원 체계 구축	.382	-.057	.119	.576	.101	.099	.547	.182
지식공유 체계/문화 확립	.260	.545	-.161	.561	.150	.104	-.021	-.236
e-비즈니스에 대한 계획과 의사결정	.387	.000	.213	.557	.176	.098	.409	.114
현장경험을 가진 e-비즈니스 컨설턴트 지원	.079	.006	.290	.530	.325	.477	.206	.290
전사적 자원 관리 체계 구축	.329	.068	.258	.510	.329	.197	-.190	.159
e-비즈니스 제품 혁신을 위한 지속적인 투자	.355	.017	.156	.416	.201	.105	.405	.129
e-비즈니스 관련 특정 고객 전용서비스 제공	.377	-.012	.218	.293	.714	-.065	.261	.074
e-비즈니스 추진팀의 분위기 고취	.493	-.051	.142	.194	.656	-.049	.107	.250
e-비즈니스에 따른 기업내부 역량변화	.290	.231	.085	.474	.609	.092	.245	.159
e-비즈니스의 주식시장 상장	.460	.016	.427	.190	.536	.035	-.166	-.034
양질의 e-비즈니스 전문인력 확보	-.045	.257	.117	.035	.187	.760	-.156	.311
지속적인 다양한 e-비즈니스 프로젝트 추진	.355	-.071	-.004	.133	.169	.717	.324	-.084
철저한 e-비즈니스 시장 분석	.026	.305	.112	.323	-.354	.591	-.006	-.006
지속적인 e-비즈니스 학습	-.127	.267	-.279	.235	-.209	.522	.019	-.139
실시간 e-비즈니스 정보 공유	.113	.252	.316	.435	.131	.481	.063	-.025
금융기관 연동 관리서비스 제공	.400	.249	.165	.431	-.089	.464	.155	.114
e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원	-.033	-.120	.004	.190	.178	.010	.787	.218
조직원 참여와 교육 훈련	.306	.410	.120	.091	.162	-.084	.680	-.234
e-비즈니스 사업 다각화를 통한 수익증대	.319	-.119	.141	-.023	.215	.396	.607	-.051
폭넓은 지역에 분산된 다양한 고객 확보	-.039	.445	-.088	.036	-.339	.129	.594	.057
e-비즈니스 홍보증서	.261	.226	-.038	.155	.086	.063	.086	.823
e-비즈니스 고객 속성/특성 파악	.249	.237	.360	.110	.101	-.078	.038	.607
전자결제 서비스의 활용범위 확대	.078	-.040	.137	.304	.432	.171	.351	.571

각 요인별 분산의 설명력

요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7	요인 8
14.882	12.537	9.507	8.957	7.874	7.608	7.452	5.218

주) 요인추출 방법: 주성분 분석. 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.



〈표 11〉 요인분석에 의한 집단화 결과(경영적 측면의 주요 성공요인)

요인명	경영적 측면의 e-비즈니스 주요 성공요인	
e-비즈니스 환경요소	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스 기업 간 대화채널 증대</li> <li>◦ 효율적인 공급사슬 체계 구축</li> <li>◦ e-비즈니스화에 따른 비용절감</li> <li>◦ e-비즈니스에 도입에 따른 조직문화 변화관리</li> <li>◦ e-비즈니스에 따른 조직구조 변화</li> <li>◦ 다양한 e-비즈니스 판촉활동 전개</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스 국내외시장의 개척 및 확장</li> <li>◦ e-비즈니스 전략수립에 집중 투자</li> <li>◦ e-비즈니스 정보공유와 경영참여를 통한 열린경영</li> <li>◦ 단계별 e-비즈니스 마스터플랜 수립</li> <li>◦ 효율적인 e-비즈니스 자원관리</li> <li>◦ e-비즈니스 관련기업과 협력</li> </ul>
e-비즈니스 기획	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 구매관리의 지속적인 효율성 추구</li> <li>◦ e-비즈니스 윈스톱(거래와 결제)서비스 제공</li> <li>◦ 고객과 공동체 의식 형성</li> <li>◦ e-비즈니스 정보품질 향상</li> <li>◦ 신규회원을 위한 차별서비스 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 자금흐름 공개를 통한 투명한 경영</li> <li>◦ 다양한 분야의 e-비즈니스 노하우 확보</li> <li>◦ e-비즈니스 생산성 향상</li> <li>◦ 끊임없이 새로운 e-비즈니스 사업모델 개발</li> <li>◦ e-비즈니스를 위한 기업 프로세스 재정립</li> </ul>
변화관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스에 대한 경영혁신 구현</li> <li>◦ e-비즈니스 외부 경영환경 변화관리</li> <li>◦ e-비즈니스화에 따른 평가 보상체계 마련</li> <li>◦ 혁신적이고 독창적인 e-비즈니스 사업모델 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 신중한 e-비즈니스 범위와 대상 선정</li> <li>◦ e-비즈니스 고정고객 증대</li> <li>◦ 차별화된 독특한 e-비즈니스 콘텐츠 개발/제공</li> </ul>
프로젝트 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 물류, 회계 연동으로 결산기간 단축</li> <li>◦ 전사적 고객만족(CS) 경영지원 체계 구축</li> <li>◦ e-비즈니스에 대한 계획과 의사결정</li> <li>◦ 전사적 자원 관리 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스에 대한 기업비전 수립</li> <li>◦ 지식공유 체계/문화 확립</li> <li>◦ 현장경험을 가진 e-비즈니스 컨설턴트 지원</li> <li>◦ e-비즈니스 제품 혁신을 위한 지속적인 투자</li> </ul>
조직내부 특성관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스 관련 특정 고객 전용서비스 제공</li> <li>◦ e-비즈니스에 따른 기업내부 역량변화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스 추진팀의 분위기 고취</li> <li>◦ e-비즈니스의 주식시장 상장</li> </ul>
프로젝트 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 양질의 e-비즈니스 전문인력 확보</li> <li>◦ 철저한 e-비즈니스 시장 분석</li> <li>◦ 실시간 e-비즈니스 정보 공유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지속적인 다양한 e-비즈니스 프로젝트 추진</li> <li>◦ 지속적인 e-비즈니스 학습</li> <li>◦ 금융기관 연동 관리서비스 제공</li> </ul>
e-비즈니스 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원</li> <li>◦ e-비즈니스 사업 다각화를 통한 수익증대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 조직원 참여와 교육 훈련</li> <li>◦ 폭넓은 지역에 분산된 다양한 고객 확보</li> </ul>
e-비즈니스 고객관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스 홍보중시</li> <li>◦ 전자결제 서비스의 활용범위 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ e-비즈니스 고객 속성/특성 파악</li> </ul>

으므로 ‘e-비즈니스 환경요소’로 해석된다. 요인 2는 구매관리의 지속적인 효율성 추구, 자금흐름 공개를 통한 투명한 경영, e-비즈니스 윈스톱 거래와 결제 서비스 제공 등으로 분류되어 ‘e-비즈니스 기획’으로 해석할 수 있다. 요인 3은 e-비즈니스에 대한 경영혁신 구현, 신중한 e-비즈니스 범위와 대상 선정, e-비즈니스 외부 경영환경 변화관리, e-비즈니스 고정고객 증대 등으로 ‘변화관리’로 해석된다. 요인 4는 물류, 회계 연동으로 결산기간 단축, e-비즈니스에 대한 기업비전 수립, 전사적 고객만족(CS) 경영지원 체계 구축 등

으로 ‘프로젝트 지원’으로 해석할 수 있다. 요인 5는 e-비즈니스 관련 특정 고객 전용서비스 제공, e-비즈니스 추진팀의 분위기 고취, e-비즈니스에 따른 기업내부 역량변화, e-비즈니스의 주식시장 상장으로 ‘조직내부 특성관리’로 해석된다. 요인 6은 양질의 e-비즈니스 전문인력 확보, 지속적인 다양한 e-비즈니스 프로젝트 추진, 철저한 e-비즈니스 시장 분석, 지속적인 e-비즈니스 학습 등으로 ‘프로젝트 관리’로 해석할 수 있다. 요인 7은 e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원, 조직원 참여와 교육 훈련, e-비즈니스 사업 다각

화를 통한 수익증대, 폭넓은 지역에 분산된 다양한 고객 확보로 'e-비즈니스 운영'으로 해석된다. 마지막 요인 8은 e-비즈니스 홍보중시, e-비즈니스 고객 속성/특성 파악, 전자결제 서비스의 활용 범위 확대로 'e-비즈니스 고객관리'로 해석할 수 있다. 분류된 8개의 요인들에 대한 해석 결과는 <표 11>과 같다.

기술적 측면의 e-비즈니스의 주요 성공요인에 대한 요인분석에서는 <표 12>에서와 같이 7개 요인으로 분류되었다. 개별변수에 대한 요인의 설명력이 대체로 73%를 상회하고 있어 적절하게 요인이 구분되었음을 알 수 있다. 이들 분류된 요인들을 요인적재량이 높은 항목들을 중심으로 해석하면 다음과 같다.

<표 12> 기술적 측면의 주요 성공요인에 대한 요인분석 결과

측 정 변 수	요 인						
	1	2	3	4	5	6	7
e-비즈니스 정보기술 학습	.745	.009	.240	.065	-.100	.027	.074
e-비즈니스 지식관리시스템 구축	.705	.253	.507	-.072	-.047	.120	.005
SDLC에 기반한 e-비즈니스 시스템 개발	.681	.304	-.057	.413	.063	-.008	.116
e-비즈니스 관련 기술력 배양	.672	.471	.181	.109	.047	-.089	.337
e-비즈니스 시스템에 대한 계속적인 모니터링 및 피드백	.632	-.023	-.040	.085	.352	.475	-.097
외부고객 및 공급자와의 e-비즈니스 시스템 연계	.617	.268	.118	.029	.453	-.006	-.040
e-비즈니스 사용자 측면의 포털화면 제공	.532	.399	.265	.156	-.072	.315	.104
e-비즈니스 구축방법론을 프로젝트 전반에 활용	.472	.444	.028	.039	.398	.135	.302
사용자 정보에 따른 유연한 e-비즈니스 시스템 구현	.027	.815	.173	.317	.191	.066	.210
가상체험과 같은 최신 정보기술 활용	.484	.730	-.033	.184	.075	.070	.240
e-비즈니스 전사적자원관리 시스템 구축	.204	.688	.365	.108	.088	.196	.108
유비쿼터스 컴퓨팅 기반환경 조성	.362	.600	.320	.094	-.013	.176	.269
오프라인 노하우에 기반한 e-비즈니스 인프라 구축	.266	.600	.353	.408	-.003	.244	-.038
타 e-비즈니스 솔루션과 쉽게 연동	.453	.486	.438	.025	-.004	.147	.202
e-비즈니스 공급사슬관리시스템 구축	.349	.437	.247	.144	.362	-.392	.211
e-비즈니스시스템의 높은 호환성	.155	-.058	.811	.058	.110	.192	.147
e-비즈니스시스템의 다양한 상호작용 지원	.055	.300	.789	.011	.153	.198	.153
안정된 정보시스템 운영	.183	.161	.750	.173	.102	-.054	.004
프로세스 혁신에 기반한 e-비즈니스 개발, 구축	.413	.188	.620	-.332	.056	.055	.252
e-비즈니스 통합 데이터베이스 구축	.139	.453	.551	.375	.055	.269	.083
e-비즈니스 업무의 표준화	.265	.386	.522	.038	-.044	.383	.129
고객관리 데이터베이스 구축	-.296	.385	.433	.348	.326	.105	-.113
안전한 전자지불 서비스	.004	.078	.053	.869	.150	.253	.027
SI 전문업체로부터의 컨설팅	.461	.124	.239	.617	.219	.025	.069
체계적인 코드 관리와 최적 구현으로 시스템 오류가능성 배제	.455	.140	.042	.588	.126	-.084	.317
e-비즈니스 시스템과 조직내의 여타 시스템과의 연동	.214	.365	-.060	.566	.171	.126	.252
신용카드를 비롯한 모바일 결제	-.089	.327	.230	.439	.341	.215	-.343
구축된 e-비즈니스 시스템의 만족도 평가	-.160	.012	.010	.206	.821	.233	.125
금융기관 연계 시스템 구축	.128	-.131	.211	.158	.690	-.016	.123
최적의 e-비즈니스 네트워크 구축	.210	.499	.084	.112	.645	-.040	-.233
실시간 재고현황 파악 시스템	.013	.105	-.075	.524	.587	.053	.160
최적화된 기업 인터페이스 모듈 제공	.080	.339	.095	-.145	.575	-.017	.461
모바일 컴퓨팅 기반환경 조성	.439	.284	.256	.181	.470	-.123	.287
e-비즈니스시스템의 강력한 보안성	-.063	.129	.132	.354	-.047	.721	.206
다양한 검색기능 지원	.064	.186	.207	.271	.098	.695	.038
e-비즈니스시스템 관리 전담 인력 배치	.536	-.003	.323	-.124	.053	.623	.111
세분화된 고객지향 e-비즈니스시스템 구축	.094	.562	.169	-.118	.207	.622	.098
타사의 e-비즈니스 성공 사례를 참조한 e-비즈니스시스템 개발	.280	.173	.101	.107	.150	.339	.726
e-비즈니스시스템 관리능력 배양	.154	.263	.299	.204	.202	.041	.670
다양한 유무선 결제수단 제공	-.079	.188	.365	.479	.123	.141	.617
각 요인별 분산의 설명력							
요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7	
14.096	13.846	11.873	9.723	9.203	7.786	6.945	

주) 요인추출 방법: 주성분 분석. 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

요인 1은 e-비즈니스 정보기술 학습, e-비즈니스 지식관리시스템 구축, SDLC에 기반한 e-비즈니스시스템 개발 등으로 이루어져 있으므로 'e-비즈니스시스템 기반 조성'으로 해석된다. 요인 2는 사용자 정보에 따른 유연한 e-비즈니스시스템 구현, 가상체험과 같은 최신 정보기술 활용, e-비즈니스 전자적자원관리 시스템 구축 등으로 분류되어 '유연한 e-비즈니스시스템 구축'으로 해석할 수 있다. 요인 3은 e-비즈니스시스템의 높은 호환성, e-비즈니스시스템의 다양한 상호작용 지원, 안정된 정보시스템 운영 등으로 'e-비즈니스 업무 프로세스 표준화'로 해석된다. 요인 4는 안전한 전자지불 서비스, SI 전문업체로부터의 컨설팅, 체계적인 코드관리와 최적 구현으로 시스템 오류가능성 배제 등으로 '다른 시스템과 연동'으로 해석할 수 있다. 요인 5는 구축된 e-비즈니스시스템의 만족도 평가, 금융기관 연계 시스템 구축, 최적의 e-비즈니스 네트워크 구축, 실시간 재고현황 파악 시스템 등으로 'e-비즈니스시스템 확장'으로 해석된다. 요인 6은 e-비즈니스시스템의 강력한 보안성, 다양한 검색기능 지원, e-비즈니스시스템 관리 전담 인력 배치, 세분화된 고객지향 e-비즈니스시스템 구축으로 '지속적인 e-비즈니스시스템 관리'로 해석할 수 있다. 요인 7은 타사의 e-비즈니스 성공 사례를 참조한 e-비즈니스시스템 개발, e-비즈니스시스템 관리능력 배양, 다양한 유무선 결제수단 제공으로 '효과적인 e-비즈니스시스템 개발'로 해석할 수 있다. 분류된 7개의 요인들에 대한 해석 결과는 <표 13>과 같다.

e-비즈니스 추진성과변수에 대한 요인분석 결과를 정리한 <표 14>에서는 크게 2개의 성과요인으로 분류되었으며, 이러한 요인들은 개별 변수들에 대한 설명력이 60% 이상을 넘으므로 적당하게 요인이 분류되었음을 알 수 있다.

2개의 분류된 요인 중에서 요인 1은 웹사이트에 고객들의 회원가입 증가, e-비즈니스 통한 수익률이 향상, e-비즈니스를 통한 기업의 현금 호

<표 13> 요인분석에 의한 집단화 결과(기술적 측면의 주요 성공요인)

요 인 명	기술적 측면의 e-비즈니스 주요성공요인
e-비즈니스 시스템 기반조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>o e-비즈니스 정보기술 학습</li> <li>o e-비즈니스 지식관리시스템 구축</li> <li>o SDLC에 기반한 e-비즈니스 시스템 개발</li> <li>o e-비즈니스 관련 기술력 배양</li> <li>o e-비즈니스시스템에 대한 계속적인 모니터링 및 피드백</li> <li>o 외부고객 및 공급자와의 e-비즈니스시스템 연계</li> <li>o e-비즈니스 사용자 측면의 포털화면 제공</li> <li>o e-비즈니스 구축방법론을 프로젝트 전반에 활용</li> </ul>
유연한 e-비즈니스 시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 사용자 정보에 따른 유연한 e-비즈니스시스템 구현</li> <li>o 가상체험과 같은 최신 정보기술 활용</li> <li>o e-비즈니스 전자적자원관리 시스템 구축</li> <li>o 유비쿼터스 컴퓨팅 기반환경 조성</li> <li>o 오프라인 노하우에 기반한 e-비즈니스 인프라 구축</li> <li>o 타 e-비즈니스 솔루션과 쉽게 연동</li> <li>o e-비즈니스 공급사관리시스템 구축</li> </ul>
e-비즈니스 업무 프로세스 표준화	<ul style="list-style-type: none"> <li>o e-비즈니스시스템의 높은 호환성</li> <li>o e-비즈니스시스템의 다양한 상호작용 지원</li> <li>o 안정된 정보시스템 운영</li> <li>o 프로세스 혁신에 기반한 e-비즈니스 개발, 구축</li> <li>o e-비즈니스 통합 데이터베이스 구축</li> <li>o e-비즈니스 업무의 표준화</li> <li>o 고객관리 데이터베이스 구축</li> </ul>
다른 시스템과 연동	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 안전한 전자지불 서비스</li> <li>o SI 전문업체로부터의 컨설팅</li> <li>o 체계적인 코드 관리와 최적 구현으로 시스템 오류가능성 배제</li> <li>o e-비즈니스 시스템과 조직내의 여타 시스템과의 연동</li> <li>o 신용카드를 비롯한 모바일 결제</li> </ul>
e-비즈니스 시스템 확장	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 구축된 e-비즈니스시스템의 만족도 평가</li> <li>o 금융기관 연계 시스템 구축</li> <li>o 최적의 e-비즈니스 네트워크 구축</li> <li>o 실시간 재고현황 파악 시스템</li> <li>o 최적화된 기업 인터페이스 모듈 제공</li> <li>o 모바일 컴퓨팅 기반환경 조성</li> </ul>
e-비즈니스 시스템 질적 고도화	<ul style="list-style-type: none"> <li>o e-비즈니스시스템의 강력한 보안성</li> <li>o 다양한 검색기능 지원</li> <li>o e-비즈니스시스템 관리 전담 인력 배치</li> <li>o 세분화된 고객지향 e-비즈니스시스템 구축</li> </ul>
효과적인 e-비즈니스 시스템 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 타사의 e-비즈니스 성공 사례를 참조한 e-비즈니스시스템 개발</li> <li>o e-비즈니스시스템 관리능력 배양</li> <li>o 다양한 유무선 결제수단 제공</li> </ul>

름이 개선, e-비즈니스를 통한 분기별 매출액이 증가 등으로 이루어져 있어 ‘매출 및 고객관계 향상’으로 해석할 수 있으며 요인 2는 웹사이트를 통한 신제품 출시주기가 단축, 웹을 통해 협력업체간에 원활한 정보공유 촉진, 웹사이트를 통한 판매 제품의 종류 증가 등으로 이루어져 ‘e-비즈니스 환경 개선’으로 해석된다.

〈표 14〉 요인분석에 의한 집단화 결과(추진성과)

요인명	e-비즈니스 추진성과
매출 및 고객관계 향상	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 웹사이트에 고객들의 회원가입이 증가</li> <li>· e-비즈니스를 통한 수익률이 향상</li> <li>· e-비즈니스를 통한 기업의 현금 흐름이 개선</li> <li>· e-비즈니스를 통한 분기별 매출액이 증가</li> <li>· 웹사이트를 통한 제품 판매의 비중이 증가</li> <li>· 웹사이트를 통한 매출액 비중이 증가</li> <li>· 웹사이트 단순 방문자에서 구매 고객으로의 전환율이 증가</li> <li>· 웹사이트에 대해 전반적인 고객만족도가 증가</li> <li>· e-비즈니스를 통한 공급 및 판매처가 증가</li> <li>· 웹사이트를 통한 고객들의 반복 구매가 증가</li> </ul>
e-비즈니스 환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 웹사이트를 통한 신제품 출시주기가 단축</li> <li>· 웹을 통해 협력업체간에 원활한 정보 공유가 촉진</li> <li>· 웹사이트를 통한 판매 제품의 종류가 증가</li> <li>· 사업 형태가 인터넷에 대한 의존도 증가</li> </ul>

### 4.3.2 신뢰도 분석

본 연구에서는 설문에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 크론바하 알파계수(Cronbach- $\alpha$ )를 이용하였으며, 분석대상은 경영적 측면의 e-비즈니스 주요 성공요인의 8개 요인, 기술적 측면의 e-비즈니스 주요 성공요인 7개 요인, e-비즈니스 추진성과의 2개 요인이 포함된다. 각각의 구성요소에 대한 신뢰도분석 결과를 요약하면 <표 15>와 같다. 주요 구성요소에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 대부분의 요인들에 대한 신뢰도 계수가 대부분의 요인에서 0.8을 넘고 있어 신뢰도가 높으며, 평균적으로도 0.84를 넘고 있어 본 연구에서의 주요 구성요소를 측정하는 도구로서 충분히 받

아들일 수 있다.

〈표 15〉 신뢰도 분석결과

구성요소	세부요인	신뢰도 계수	
e-비즈니스 주요 성공요인	경영적 측면	e-비즈니스 환경요소	0.932
		e-비즈니스 기획	0.897
		변화관리	0.779
		프로젝트 지원	0.886
		조직내부 특성관리	0.887
	기술적 측면	프로젝트 관리	0.799
		e-비즈니스 운영	0.732
		e-비즈니스 고객관리	0.774
		e-비즈니스시스템 기반조성	0.887
		유연한 e-비즈니스시스템 구축	0.914
e-비즈니스 추진성과	매출 및 고객관계 향상	e-비즈니스 업무 프로세스 표준화	0.876
		다른 시스템과 연동	0.801
		e-비즈니스시스템 확장	0.778
		지속적인 e-비즈니스시스템 관리	0.827
		효과적인 e-비즈니스시스템 개발	0.840

### 4.4 e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성과간의 관련성 분석

본 연구에서는 e-비즈니스를 추진하는 국내 기업들이 프로젝트를 추진할 당시 가장 중요한 이슈로 생각하는 주요 성공요인과 이에 따른 추진성과간의 관련성을 파악하기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 응답대상기업 전체를 대상으로 행한 상관관계분석 결과는 <표 16>과 같다. 매출 및 고객관계 향상과 경영적인 측면의 주요 성공요인인 프로젝트 지원, 조직내부 특성관리와 기술적인 측면의 e-비즈니스 업무 프로세스 표준화, 지속적인 e-비즈니스시스템 관리 간의 상호 관련성은 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타났다. 그리고 유연한 e-비즈니스시스템 구축은 유의수준 0.01에서 유의한 것으로 파악되었다. 또한 e-비즈니스 환경 개선과는 경영적 측면의 e-비즈니스 기획, 프로젝트 관리와 기술적 측면의 e-

비즈니스시스템 확장과는 유의수준 0.05에서 관련성이 존재하는 것으로 파악되었다.

여기에서 매출 및 고객관계 향상과 e-비즈니스 기획이 음의 상관관계를 보이는 것은 일반적으로 우수한 기획이 e-비즈니스 성과에 영향을 미친다고 생각할 수 있으나 능력과 실천이 밀바탕되지 않는 기획보다는 지속적인 e-비즈니스 관리가 e-비즈니스의 성과에 더욱 큰 영향을 미친다는 본 연구의 결과를 지지해주는 것으로 판단된다. 또한 e-비즈니스 운영, 다른 시스템과 연동요인이 e-비즈니스 환경 개선과는 음의 상관관계로 나타났다.

따라서, e-비즈니스를 추진하는 기업이 초기에 기대했던 e-비즈니스의 추진성과를 거두기 위해서는 경영적 측면에서는 프로젝트 지원, 조직내부 특성관리, 프로젝트 관리, e-비즈니스 운영과 기술적 측면의 유연한 e-비즈니스시스템 구축, e-비즈니스 업무 프로세스 표준화, 다른 시스템과 연동, e-비즈니스시스템 확장, 지속적인 e-비즈니

스시스템 관리에 더욱 주력해야 할 것으로 나타났다. 특히 운영단계에서의 지속적인 e-비즈니스 시스템 관리는 e-비즈니스의 성과를 좌우하는 중요한 요인이라고 할 수 있을 것이다.

요약해 보면 경영적 성공요인 중 프로젝트 지원과 조직내부 특성관리가 매출 및 고객관계 향상에, e-비즈니스 기획과 프로젝트 관리가 e-비즈니스 환경개선에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 주는 것으로 나타나, 본 연구에서 가설 1로 정의 하였던 경영적 측면의 성공요인은 e-비즈니스 추진성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미친다는 가설을 지지하였다. 또한 기술적 성공요인 중 유연한 e-비즈니스 시스템구축과 e-비즈니스 업무프로세스 표준화, 지속적인 e-비즈니스 시스템관리가 매출및 고객관계 향상에, e-비즈니스 시스템 확장과 지속적인 e-비즈니스 시스템관리가 e-비즈니스 환경개선에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 주는 것으로 나타나 e-비즈니스의 기술적측면의 성공 요인은 e-비즈니스 추진성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미친다는 가설 2 또한 채택되었다.

<표 16> e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성과간의 상관관계분석

주요성공요인		추진 성과	매출 및 고객관계 향상	e-비즈니스 환경 개선	가설
경영적 성공요인	e-비즈니스 환경요소		0.022	0.073	가설 1 채택
	e-비즈니스 기획		-0.248*	0.473**	
	변화관리		0.136	-0.152	
	프로젝트 지원		0.504**	-0.102	
	조직내부 특성관리		0.424**	0.044	
	프로젝트 관리		-0.016	0.320**	
	e-비즈니스 운영		-0.033	-0.484**	
e-비즈니스 고객관리		0.067	0.075	가설 2 채택	
기술적 성공요인	e-비즈니스시스템 기반조성		0.053		-0.021
	유연한 e-비즈니스시스템 구축		0.234*		-0.120
	e-비즈니스 업무 프로세스 표준화		0.287**		0.007
	다른 시스템과 연동		0.164		-0.601**
	e-비즈니스시스템 확장		-0.079		0.497**
	지속적인 e-비즈니스시스템 관리		0.278**	0.213*	
효과적인 e-비즈니스시스템 개발		0.088	-0.099		

주) \* P < 0.05, \*\* P < 0.01

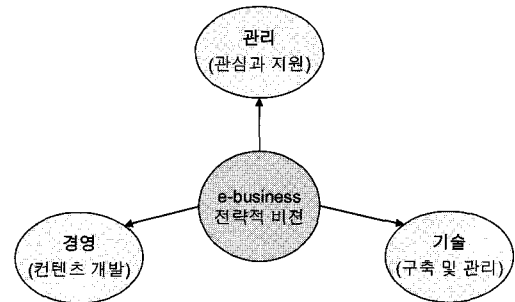
## V. 결론

본 연구는 기업들이 e-비즈니스를 추진함에 있어서 중요하게 관리해야 할 e-비즈니스 주요 성공요인을 경영적 측면과 기술적 측면으로 그룹화하고, e-비즈니스 추진 성과를 측정할 수 있는 구체적인 항목들을 제시하고자 하였다. 또한 e-비즈니스 주요 성공요인과 e-비즈니스 추진성과 간의 상관관계를 파악하여 관련된 연구의 이론적인 토대를 제공해 주며, 조직 내 관리자들에게는 e-비즈니스를 추진함에 있어서 실질적인 관리 지침을 제공하는 것이 본 연구의 목적중의 하나이다. 위와 같은 연구목적을 달성하기 위하여 e-비즈니스 주요 성공요인과 e-비즈니스 추진성과를 연구의 범위로 설정하여 기존에 발표된 국내외의 관련문헌을 검토하고 사례연구와 전문가들과의 인터뷰를 병행하여, 경영적 측면과 기술적 측면의 e-비즈니스 주요 성공요인들을 도출한 다음, 이를 설문항목으로 개발하고 설문에 의한 데이터를 수집하여 실증 분석을 수행하였다.

본 연구의 주요한 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, e-비즈니스를 추진 중인 기업의 근무자들을 대상으로 설문을 의뢰한 결과 국내 기업들이 e-비즈니스를 추진할 당시에 중점적으로 관리했던 경영적 측면의 주요 성공요인은 준비기에는 e-비즈니스에 대한 최고경영자의 관심과 지원, 구현기에는 전자결제 서비스의 활용범위 확대, 차별화된 독특한 e-비즈니스 콘텐츠 개발/제공, 운영기에는 끊임없이 새로운 e-비즈니스 사업모델 개발, 물류, 회계 연동으로 결산기간 단축의 요인들을 중요하게 인식하는 것으로 파악되었다. 그리고 기술적 측면으로는 준비기의 안정된 정보시스템 운영, 고객관리 데이터베이스 구축, 구현기에는 e-비즈니스시스템의 강력한 보안성, 신용카드를 비롯한 모바일 결제, 운영기에는 e-비즈니스시스템 관리 전담 인력 배치, e-비즈니스시스템의 다양한 상호작용 지원을 주요 성공요인으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 둘째,

e-비즈니스를 추진하는 기업이 초기에 기대했던 e-비즈니스의 추진성과를 거두기 위해서는 경영적 측면에서는 프로젝트 지원, 조직내부 특성관리, 프로젝트 관리, e-비즈니스 운영과 기술적 측면의 유연한 e-비즈니스시스템 구축 등에 더욱 주력해야 할 것으로 나타났다. 특히 운영단계에서의 지속적인 e-비즈니스시스템 관리는 e-비즈니스의 성과를 좌우하는 중요한 요인이라고 할 수 있다.

따라서, e-비즈니스에 대한 최고 경영자의 관심과 지원을 토대로 경영적 측면에서 차별화된 콘텐츠를 꾸준히 개발하고, 기술적 측면에서 지속적인 e-비즈니스시스템 관리가 e-비즈니스의 성공적인 전략적 비전이라 할 수 있다. 이를 정리하여 나타낸 것이 <그림 2>이다.



<그림 2> e-비즈니스 전략적 비전

이러한 실증결과에 따른 본 연구의 의의는 e-비즈니스 주요 성공요인과 추진성과를 새롭게 그룹화 하여 제시하였고, 이들 간의 관련성을 파악함으로써 향후 연구를 위한 e-비즈니스 연구의 체계화에 기여하였다는데 본 연구의 의의가 있다. 그러나 e-비즈니스 추진 단계 구분에 대한 공통적이고 명확한 기준이 마련되어 있지 않아 설문기업들에 따라 각 단계에 대한 인식에 차이가 있을 수 있어 이 부분에 대한 구체적인 연구는 제외되었으며, 차후 명확한 기준이 마련된 후 추가 연구가 필요한 부분이다. 또한, 본 연구에서 파악된 주요 성공요인과 추진성과간의 관련성은

e-비즈니스 프로젝트의 추진범위에 따라 달리 나타날 수도 있으므로, 향후 연구에서는 보다 다양하고 많은 샘플을 확보하여 다각적인 분석이 이루어져야 할 것으로 판단된다. 또한 e-비즈니스에 대한 명확한 개념 정의와 분류, 도입의 시기에 따른 분류등에 관한 연구가 체계적으로 이루어져 향후 기업의 특성과 환경에 맞는 세부적인 성공요인의 도출이 필요할 것으로 사료된다.

## 참 고 문 헌

- 권영철, 국제비즈니스의 내부화와 협력: 거래 대 관계, 한국학술정보, 2003.
- 권태길, “지식경영성과와 e-비즈니스 성과”, *경제경영연구*, 제21권, 2002, pp. 1-30.
- 오창배, 조제완, “e-비즈니스의 기회창출 방안에 대한 연구”, *Information Systems Review*, 제4권, 제2호, 2002, pp. 191-208.
- 김남희, 이상철, 강현석, 서영호, “비즈니스 환경하에 전자적 고객관계관리(eCRM)가 경영성과에 미치는 영향 분석”, *대한산업공학회/한국경영과학회 춘계공동학술대회집*, 2002, pp. 657-664.
- 김문식, “정보기술구조유형이 경영성과에 미치는 영향: 조직구조와 통제시스템의 조절효과를 중심으로”, *경영정보학연구*, 제9권, 제1호, 1999, pp. 17-38.
- 김정욱, 박정수, “한국 인터넷 벤처기업의 주요 성공요인이 조직성과에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, *한국경영과학회지*, 제27권, 제2호, 2002, pp. 123-152.
- 김창수, 윤한성, 정기호, 김승욱, 문태수, 김민철, 윤종수, 박준철, e-비즈니스 원론, 법문사, 2004.
- 박기병, “기업간 전자상거래 아키텍처에 관한 사례연구”, 서강대학교 석사논문, 2001.
- 성태경, “기업 전략과 정보기술의 활용을 통한 경쟁적 우위와의 조화가 기업 성과에 미치는 영향: 1997년과 2004년 비교연구”, *경영정보학연구*, 제14권, 제4호, 2004, pp. 123-145.
- 손명호, 이희석, 임호순, “기업 전략에 따른 균형성과표 성과지표 비교분석”, *경영정보학연구*, 제13권, 제1호, 2003, pp. 1-22.
- 오상영, 김영렬, “전자상거래 주요성공요인 경영기술분류 프레임워크 개발”, *한국콘텐츠학회지*, 제1권, 2001, pp. 32-40.
- 오해진, 기업의 e비즈니스 대응전략, LG CNS, 2002.
- 이길형, 한상철, “ERP 프로젝트 주요 성공요인의 상대적 중요도에 대한 탐색적 연구”, *한국경영정보학회 2003 추계학술대회 논문집*, 2003, pp. 464-471.
- 이윤석, 김성홍, 김진한, “구매자-공급자 연계 IT 성과와 IT 인프라가 기업 성과에 미치는 영향에 대한 연구”, *경영과학*, 제21권, 제1호, 2004, pp. 167-189.
- 장경서, 서길수, 이문봉, “ERP 시스템 구현 핵심 성공요인에 관한 탐색적 연구”, *Information Systems Review*, 제2권, 제2호, 2000, pp. 255-281.
- 최병구, 이희석, “지식관리 유형에 따른 기업성과 분석”, *경영정보학연구*, 제11권, 제1호, 2001, pp. 139-154.
- 한국전산원, 전자상거래의 주요 현안 및 대응방안, CALS/EC팀, 1998.
- 한두흠, 한재민, “매체 특성을 이용한 인터넷 비즈니스 성공전략”, *Information Systems Review*, 제1권, 제2호, 1999, pp. 137-152.
- Arthur Andersen Corp., *eBusiness: Way to improve all business practices Through Network-enabled Technology*, Toyokeizai. Tokyo. 2000.
- Dubellar, C., A. Sohal, and V. Savic, “Benefits, Impediments and Critical Success Factor in B2C”, *Technovation*, Vol.25, 2005, pp. 1251-1262.
- Evans, C., “An e-Strategy for Online e-Business”, *Information Systems Management*, Vol.18, Issue

- 4, Fall, 2001, pp. 8-22.
- Holland, C. P. and N. Gibson, "A Critical Success Factors Model for ERP Implementation", *Proceedings of the 7<sup>th</sup> European Information System*, 1999, pp. 273-297.
- Kaplan, R. S. and D. P. Norton, *The Balanced Scorecard*, HBS Press, 1996.
- Leek, S., P. W. Turnbull, and P. Naude, "How is Informations Technology Affecting Business Relationships? Results from a UK Survey", *Industrial Marketing Management*, Vol.31, No. 1, 2002, pp. 1-8.
- Myers, B. L., L. A. Kappelman, and V. R. Prybutok, "A Comprehensive Model for Assessing the Quality and Productivity of the Information Systems Function: Toward a Theory for Information Systems Assessment", *Information Resources Management Journal*, Vol.10, No.1, 1997, pp. 6-25.
- Sarrinen, T., "An Expanded Instrument for Evaluating Information System Success", *Information & Management*, Vol.31, No.2, 1996, pp. 103-118.
- [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (U.S. Forbes 2004).



Information Systems Review

Volume 8 Number 3

December 2006

## An Empirical Study on the Relationship Between the Success Factor and Performance of e-Business

Chang-Su Kim\* · Eun-Seok Cho\*\* · Gi-Wook Sung\*

### Abstract

In the global economy, e-business has increasingly become a strong catalyst for company growth and an essential activity of business innovation. It would be meaningful to provide comprehensive research about the success factor of e-business to facilitate its continuous growth and set up its future strategic direction in global e-business circumstances. There is limited research focusing on what are the major success factors of e-business. In this paper, we first attempt to identify the major e-business success factors in terms of management and technical aspects, according to the literature review, case study, and interview. Secondly, this research carries out an empirical investigation of the success factors closely associated to the e-business. Thirdly, this study examines the relationship between the success factor and performance of e-business. Finally, on the basis of the research results, this paper highlights e-business strategic vision which should be critically considered as an organization adopts and implements e-business.

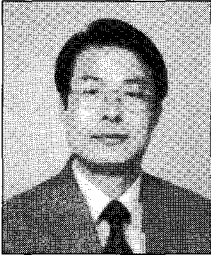
*Keywords: e-Business, Success Factor, Performance, e-Business Strategic Vision*

---

\* School of Management, Yeungnam University

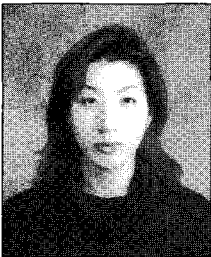
\*\* School of International Economics & Business, Yeungnam University

## ◎ 저자 소개 ◎



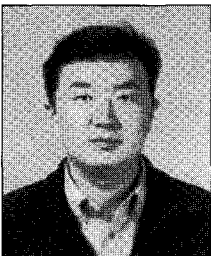
**김창수 (c.kim@yumail.ac.kr)**

영국 London School of Economics (LSE)의 정보시스템학과(Information Systems Department)에서 전자상거래 박사학위를 취득하였다. 미국 University of Texas at Austin의 McCombs Business School에서 객원교수를 역임하였으며, 영남대학교 경영학부 교수로 재직하고 있다. 현재 영국 런던대학교 (University of London)의 School of Computer Science & Information Systems에서 객원교수로서 유비쿼터스 컴퓨팅에 관련된 연구를 수행하고 있다. 주요 연구분야는 유비쿼터스 컴퓨팅, 전자상거래 그리고 정보시스템 분석 및 설계이다.



**조은석 (nasilin76@hanmail.net)**

영남대학교에서 경영학 학사, 석사 학위를 취득하고 현재 박사과정에 재학중이다. 서울 기독교방송국(CBS) 기획실에서 웹마스터로 재직 중이며, 주요 연구분야는 e-비즈니스와 방송정보화이다.



**성기욱 (woodenbench@poongsan.co.kr)**

동국대학교에서 전자계산학 학사, 영남대학교에서 경제학 석사와 경영학 박사 학위를 취득하였다. 현재 (주)풍산에서 마케팅관련 업무를 맡고 있으며, 영남대학교에 출강 중이다. 주요 관심분야는 기업의 성과측정과 전자상거래 전략이다.

논문접수일 : 2005년 11월 24일

1차 수정일 : 2006년 03월 22일

3차 수정일 : 2006년 09월 10일

게재확정일 : 2006년 11월 08일

2차 수정일 : 2006년 08월 03일