

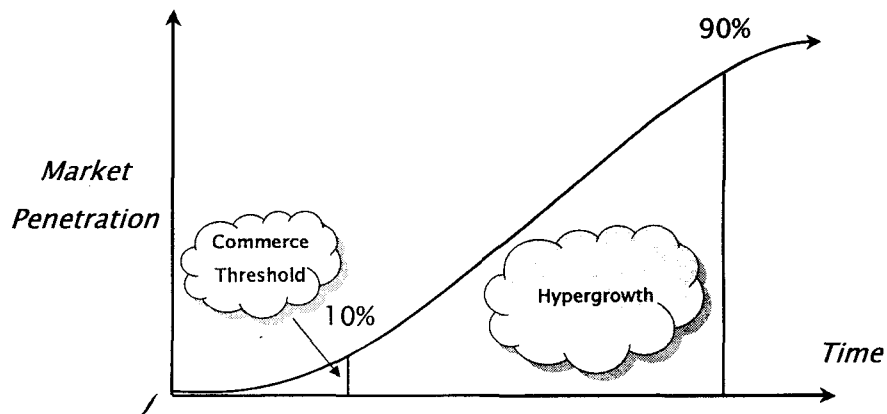
# 최근 e-Business 시장 동향과 전망

2002년 11월

일렉트로피아 ([www.e-pia.com](http://www.e-pia.com))

이충화 ([chlee@e-pia.com](mailto:chlee@e-pia.com))

## Two Stages of the Internet Economy

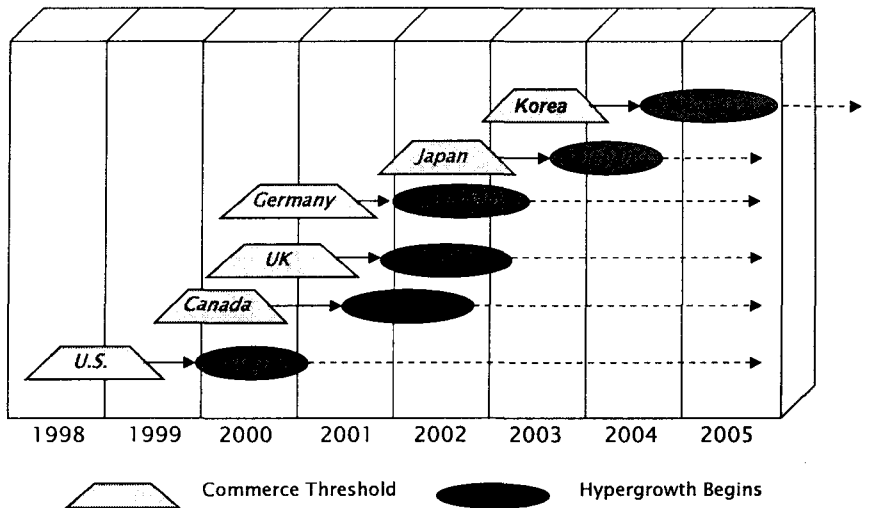


<Forrester Research Nov. 2000>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## The G7 will Emerge at Different Rates



<Forrester Research Nov. 2000>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 2001년 미국 제조업의 e-Biz 추진 실태

NAM (National Association of Manufactures) 조사보고서 (2001 Nov.6)

- 미국 제조업의 e-Biz 추진 동기

- 1) 고객 만족
- 2) 매출 향상
- 3) 생산성 향상 (internal communication, integration, SCM)
- 4) 원가절감

- The most advanced industry-user of e-Business

- 1) Aerospace & defence : 50% 기업이 제품사양 및 설계정보를 인터넷으로 교환
- 2) Technology & electronics

- 대기업들이 e-Business를 주도하고 있음

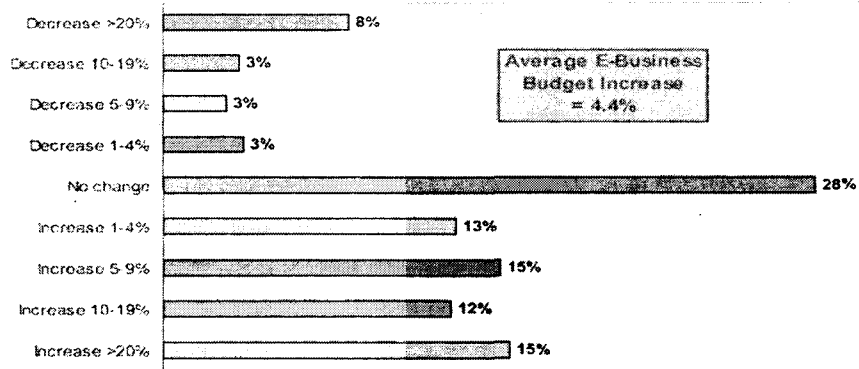
- 1) 대기업의 65%가 e-Biz 투자를 증가시킬 것으로 전망  
(in connecting with customers, suppliers, partners and employees)
- 2) 중소기업들은 보다 더 구체적인 효과를 보아가며 투자하는 분위기



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## Overall Movements in e-Business Budgets

How will the size of your company's e-business budget change in 2003 compared to what was actually spent in 2002?



55% of companies plan to increase e-business budgets in 2003, while only 17% plan to decrease budgets. On average, e-business budgets will increase 4.4% from 2002 to 2003, down from 10.6 percent last year.

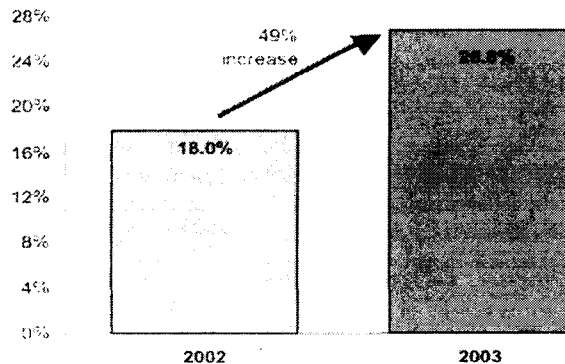
<Source: "e-Biz Outlook 2003" Line56, A.T.Kearney Joint Research, August 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## e-Business as a Percentage of IT Spending

What percentage of your IT budget will be spent on e-business initiatives?



While e-business and IT budgets may be relatively flat, e-business as a percentage of IT Budgets is increasing to 26.8 percent of IT budgets, a 49 percent increase over last year.

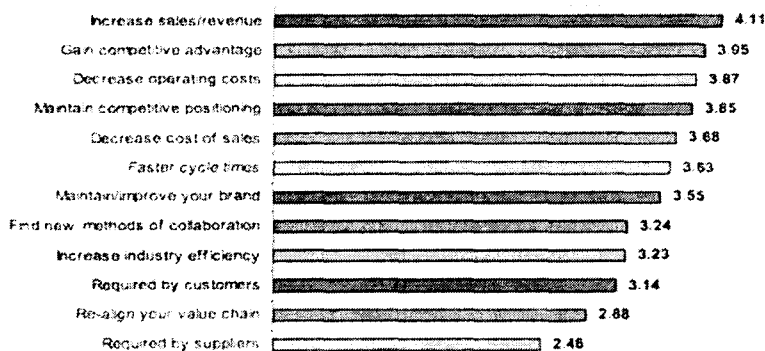
<Source: "e-Biz Outlook 2003" Line56, A.T.Kearney Joint Research, August 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## Major Drivers of e-Business Strategy

On a scale of 1 (least important) to 5 (most important), rate the importance of the following factors in developing your company's e-business strategy:



Respondents cite the need to **increase sales/revenue** as the major driver of e-business, consistent with CRM/sell-side e-business' continual high ranking in priorities. This is just ahead of **gaining competitive advantage** and **decreasing operating cost**. Keeping with the customer-facing theme, customer demand for e-business (3.14) outweighs supplier demand (2.46) as a factor when developing strategy.

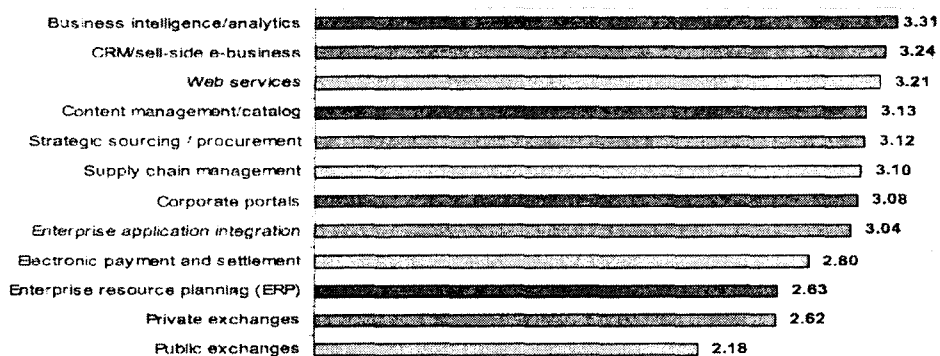
<Source: "e-Biz Outlook 2003" Line56, A.T.Kearney Joint Research, August 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce I

## Ranking the Importance of e-Business Projects

On a scale of 1 (least important) to 5 (most important), rate the importance of the following e-business projects in your 2003 plans:



**Business intelligence and analytics** projects look set to take priority within the e-business portfolio for the coming year. After topping last year's list, **CRM/sell-side e-business** remains at number two. Public exchanges, private exchanges, ERP and electronic payment and settlement languish at the bottom of the priority list.

<Source: "e-Biz Outlook 2003" Line56, A.T.Kearney Joint Research, August 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce I

## 우리 나라의 e-Business 국가전략 (2001년 4월 27일 청와대 회의)

목 표 : 기존 산업의 e-Business를 향후 3년 내에 선진국 수준으로 발전시켜  
아시아의 e-Hub로 도약

### 전략 1: 전 산업의 e-Business 네트워크 구축

- 6대 핵심산업(전자, 자동차, 조선, 철강, 기계, 섬유) 전자상거래율을 2003년  
까지 15% 이상으로 제고
- B2B e-marketplace 구축 사업을 2003년까지 50개로 확대
- 1만 개 중소기업 IT화를 2003년까지 3만 개로 확대

### 전략 2: 공공부문의 선도적 역할 강화

조달청 전자거래율: ('01) 80% → ('02) 90% → ('03) 95% 이상

### 전략 3: e-Business Enabler의 확충

- 표준화/기술개발/인력양성/전자결제/세제지원

### 전략 4: e-Business의 글로벌화

- 글로벌 사이버 무역기반 조성 (동아시아 Paperless e-Trade System)

### 전략 5: 범국가적 추진체계 구축

- e-Business Roundtable 설립

 ELECTROPIA

ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 정부의 B2B 대응 방향

정부에서는

- ▶ 30개 산업별 전자상거래 시범사업을 추진
  - 자동차, 전자, 철강, 조선, 중공업, 에너지, 생물, 섬유, 유통  
물류, 건설, 공구, 금형, 시계, 골판지, 파스너, 농축산물, 정밀화학  
목재가구 등
- ▶ 산업별 공동화 노력 지원
  - 부품 표준화, 공동 DB구축, 공동 물류 등
- ▶ 전자상거래 활성화 정책 추진
  - 전자상거래 구매에 대한 법인세 감면(구매액의 0.5%)
  - G2B (정부의 인터넷 조달 시스템) 가동 : 2002년 9월 예정
  - 워크 아웃 기업에 대한 B2B 도입 의무화 추진

산업자원부 자료

 ELECTROPIA

ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

# 산업자원부

2021-723 / 경기도 수원시 동양동 1번지 / 전화 21-51518 / 팩스 504-606

2021-723 / 경기도 수원시 동양동 1번지 / 전화 21-51518 / 팩스 504-606

문서번호 전자00000-46

시행일자 2022.05.14 (1년)

공제여부 (공제)

수신 금융감독위원회

발신 시장조사기관

비밀 유출시 처벌 대상 업무회차 당안 검토 요청

신청 일자	2022. 5. 15	접수 일자	
신청 시간	13:15 (37)	접수 시간	
신청 부서		접수 부서	
신청 자		접수 자	

금융감독원

문서번호 신용기 6121-00712

발신일자 2022. 5. 10

수신 수신처 참조

주소 기업어스산업당부서

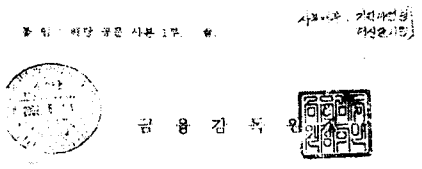
사본수신처

제목 웨어아웃 등 부실정리기업의 e-비즈니스 도입에 따른 필요 요청

귀하들은 디지털경제시대의 산업경쟁력 강화를 위한 e-비즈니스의 확산을 적극 추진하고 있습니다. 따라서 웨어아웃기업에 대한 e-비즈니스 도입 의무화도 통해 기업 경쟁력 제고와 함께 중소기업의 경쟁력 강화에 기여할 수 있다는 e-비즈니스 도입의 이점을 주력, 검토하여 별첨 파일에 첨부하오니 당청안에 대해 긍정적으로 검토하여 주시기 바랍니다.

신부 e-비즈니스를 통한 웨어아웃 기업의 경쟁력 강화 촉진 방안

1. 권 등의 무공한 발신을 기신합니다.
2. 금융감독위원회(시정 41264-34, 102537)의 산업당부서(신기 00000-46, 102511)에서 웨어아웃 등 부실정리기업의 e-비즈니스 도입 의무화도 추진함으로써 경영력 투명성 및 당리성을 기할 수 있도록 하는 방안을 상부하여 있습니다.
3. 이에 따라 관련 업무를 도입의 필요하오니 관련서류를 부실정리기업의 경영정상화 약정 체결 후에 금융감독원(주소: 37041)에



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce I

## I. B2B 도입의 의무화

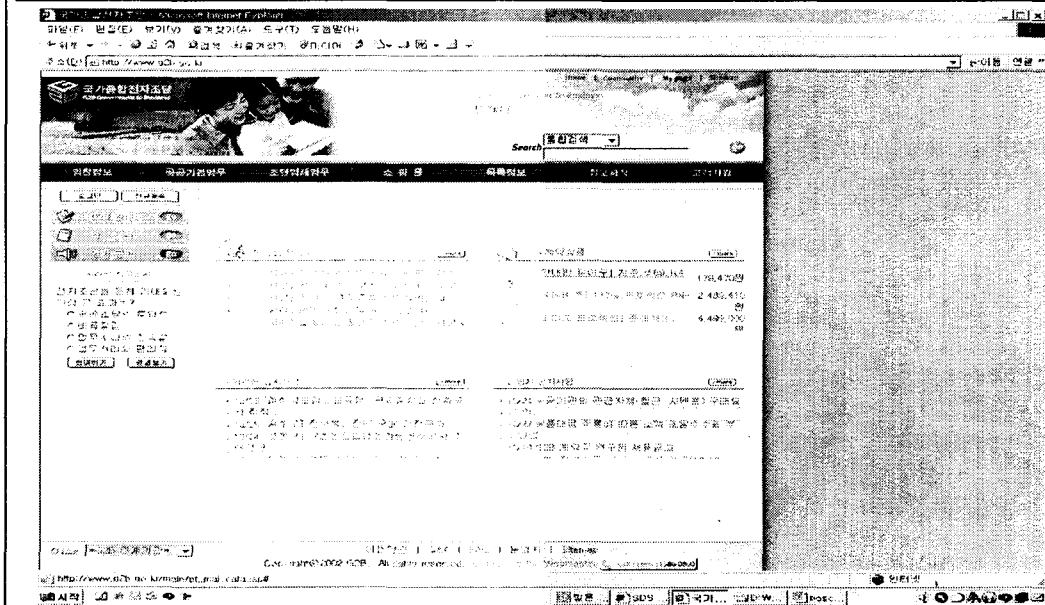
- 추진배경
  - 기업자(B2B) 전자상거래는 디지털 경제시대에서 기업과 산업의 경쟁력 제고를 위한 핵심수단으로 부상
    - 기업의 내부 프로세스 및 공급망(Supply chain)의 확산을 통해 거래비용절감·판로확대·생산성향상에 기여
  - 이러한 전자상거래 기업은 경쟁력 강화를 위한 B2B 전자상거래 전략을 강화
    - 물류의 온라인화 뿐만 아니라 설계·구매·생산·판매 등 e-비즈니스 과정의 e-Transformation을 가속화하고
    - 경쟁기업과의 공동 e-Marketplace(e-Mp) 운영, 온·오프라인 기업이 제품·경매 등 새로운 e-비즈니스 모델로 발전
  - 최근 정부의 정부도 기업 스스로의 진일보 전략에 따라 B2B 전자상거래 규모가 급속한 속도로 확대됨
    - '21년 전자상거래 규모는 전년 대비 9% 성장한 312조 원으로 GDP의 5.6%를 차지
  - 일부 대기업은 기업의 경우 스스로 B2B 마켓플레이스를 통해 다중소금을 수집(생략), 운영(생략)하고 있으나, 전파적인 도입 상황은 미흡
    - 제조업, 거래관행, 리베이트 등 불건전한 거래관행, 운영 실적 등이 파생 문제(내부)의 제정 등을 B2B 도입에 한하여 해결함으로써 각종

- 적용범위 및 유도방안
  - 우선 웨어아웃 기업을 대상으로 실시, 향후 운영기업이 수혜될 운영기업이 전자상거래 기업, 외국기업, 법인관리기업으로 확대
  - 전국금융기관이 '경영정상화 계획의 이행'을 위한 '약정 체결 및 이행진척시 웨어아웃 기업의 B2B 도입을 유도
  - 자율적인 B2B 도입 실적이 미미한 경우, 대부형으로 B2B 도입 의무화(기업규모별 적용 15조 또는 운영기업별 18조)
- B2B 전자상거래 인정범위
  - 객관성이 입증되는 e-마켓플레이스를 이용한 판매 및 구매
    - 객관성이 입증되는 e-마켓플레이스는 운영기업이 경쟁하지 못 할 수 있는 e-마켓플레이스를 지정 또는 운영기업의 총수익의 일 정수준(예: 30%)을 달성한 e-마켓플레이스를 스스로 인정
  - 목표 수준은 해당금융기관이 기업의 실적 또는 전자상거래 여건 등을 감안하여 당해 기업과 협의하여 합리적으로 설정
  - 단, 약정기업의 위치에 따라, 특사 적용이 가능한 전자상거래 목표(최소 20%이상)는 반드시 경하도록 함
- 고려사항
  - 현재 260여개의 e-마켓플레이스가 운영중이며, 인터넷 접속이 가능한 기업이면 누구나 이용가능
    - e-Mp의 구매기업의 기존 시스템과의 연동이 필요한 경우, 대부분 e-Mp가 구매기업의 요구에 맞게 연계함으로써 구매기업의 추가비용부담은 없음
  - 일부 대기업, 전자상거래 및 운영기업은 e-비즈니스 도입 지원과도 운영, 전국금융기관이 부실기업 지도에 따른 운영



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce I

## 우리 정부의 국가종합전자조달 사이트 (www.g2b.go.kr)



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 국내 전자상거래 실태 조사 자료

(단위: 10억원)

	2001년 1분기	2001년4분기	2002년 1분기	전분기 대비 증감율
<b>EC 총규모</b>	24,263	36,206	39,198(100%)	8.3%
<b>B2B</b>	22,735	32,311	35,212(89.8%)	9.0%
<b>B2G</b>	900	2,995	2,776(7.1%)	-7.0%
<b>B2C</b>	525	811	1,104(2.8%)	36.1%
기타	103	99	106(0.3%)	7.1%

- 2002년 1/4분기의 B2B 총 거래 중...
- 구매자 중심 (26조 640억원, 전분기 대비 8.5% 성장)
  - 판매자 중심 (7조 8,780억원, 전분기 대비 10.8% 성장)
  - e-Market 중심 (1조 1,410억원, 전분기 대비 3.0% 성장)

<통계청 자료 2002년 9월>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 국내 Cyber Shopping Mall 실태 조사 자료

(단위: 억원)

	2001년 1분기	2002년 4분기	2002년 1분기	전분기대비 증가율	전년비
<b>Mall 개수</b>	<b>1,882</b>	<b>2,135</b>	<b>2,274</b>	<b>6.5% 증가</b>	<b>20.8% 증가</b>
종합 물	281	315	338	7.3% 증가	20.3% 증가
전문 물	1,601	1,820	1,936	6.4% 증가	20.9% 증가

■ 2002년 1/4분기 사이버몰 운영 사업자: **On-line** 사업체 **752개 (33.1%)**  
**On/Off-line** 병행 사업체 **1,522개 (66.9%)**

■ 주거래 품목

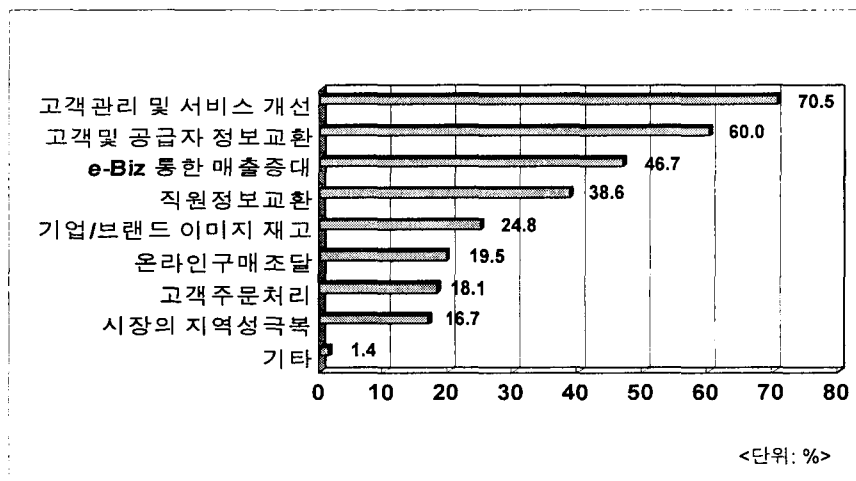
- 가전/전자/통신기 (17.9%), 컴퓨터/주변기기 (16.9%)  
 생활용품/자동차용품 (10.6%), 의류/패션/잡화 (8.2%), 여행/예약서비스 (5.6%)

<통계청 자료 2002년 9월>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 우리 기업의 e-Business 전략 목표



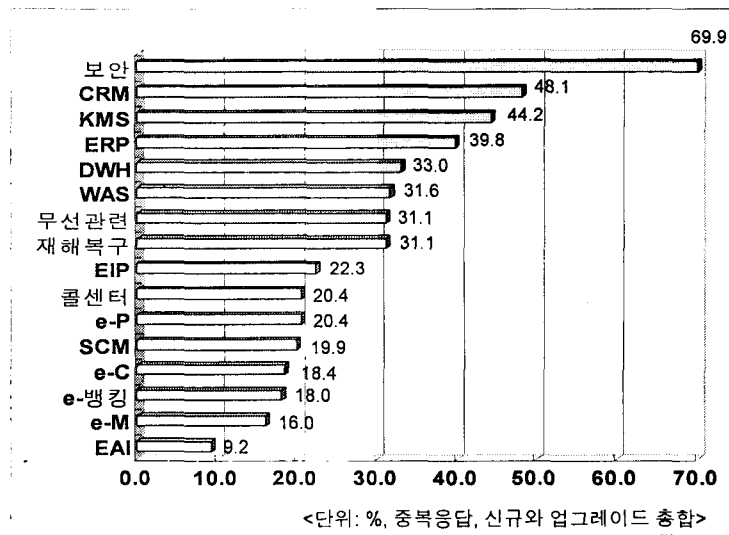
<Source: 2002 Korea e-Business Trends, KRG Report Jan. 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !



## 우리 기업의 e-Business 프로젝트 우선순위

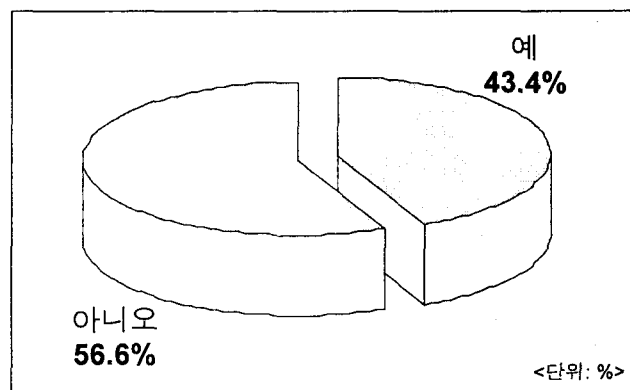


<Source: 2002 Korea e-Business Trends, KRG Report Jan. 2002>

ELECTROPIA

ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 2001년 전자상거래 기반의 매출현황

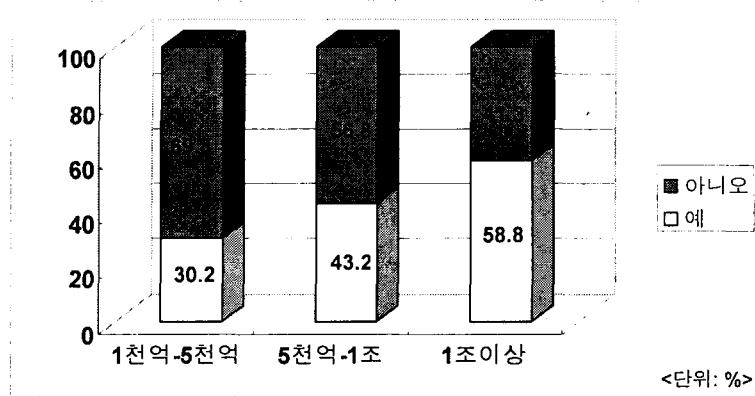


<Source: 2002 Korea e-Business Trends, KRG Report Jan. 2002>

ELECTROPIA

ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 2001년 매출규모별 전자상거래매출 현황

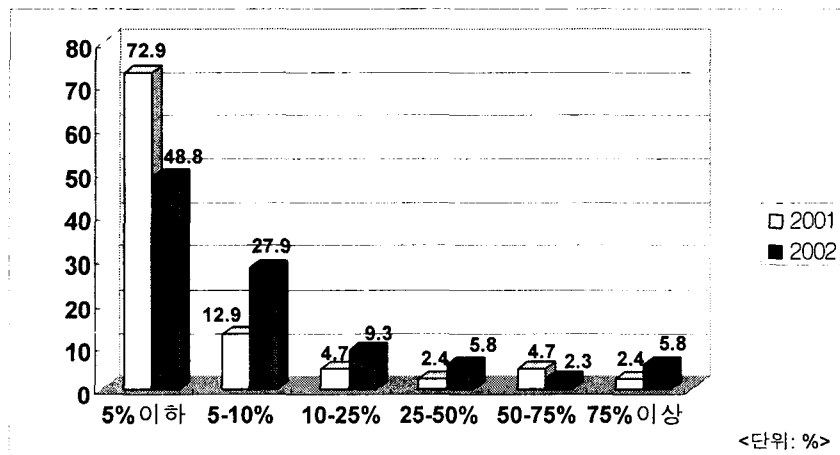


<Source: 2002 Korea e-Business Trends, KRG Report Jan. 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 2001 및 2002년 전자상거래매출 비중



- 참고: 2000년의 전자상거래 매출비중, 5% 이하 (93%) 11%이상 (2.7%)

<Source: 2002 Korea e-Business Trends, KRG Report Jan. 2002>



ELECTROPIA Leads B2B e-Commerce !

## 결 론

2002년은 e-Business 가 본격적으로 활성화 되는 첫 해

- B2C 분야: 고객의 신뢰 축적 및 on/off-line 결합으로  
매출 급신장 및 수익 개선
- B2B 분야: 대기업 중심으로 개별기업의 B2B 활성화 추세.  
Public e-Market의 역할에 대한 인식제고 및  
수익 개선 전망
- G2B 분야: 정부의 인터넷 조달 시스템 본격 가동으로  
정부 각 부처, 지자체, 공기업의 e-Biz 확산 예상