

We can give you a headstart & connecting power of e-Business.

## 진화적인 ASP모듈에 기초한 CRS 유통시스템 구축

2003. 8. 20  
김종인

www.crs.com  
www.crs.com

우선 고객만 서비스  
경제 모델 : doobdoob@spinearth.com  
핸드폰 : 017-210-8243

Spring Share of e-Business

## 목 차

### I. 서론

1. 업계의 배경
2. 사업구조적 배경
3. 시장규모
4. 경쟁력 거래현황

### II. 본론

1. 개요
2. 사업모델 도해도
3. 서비스 내용과 방향
4. 서비스 종류도
5. 사업단위 체계도
6. 사업모델 유통체계
7. 시스템 구축도
8. 입수 운영 구성도

### III. 결론

1. CRM 추진전략
2. 산업에 미치는 효과 및 영향

Spring Share of e-Business

We can give you a headstart & connecting power of e-Business.

# I. 서론

Spring Share of e-Business

## 업계의 배경

- 주 5일제 근무를 맞이한 소비자 여흥산업의 시장규모 증가
- 2002년 이후 항공권, 호텔 등 관광 여행상품이 전자상거래 분야에서 가장 높은 매출액을 올릴 것이라고 전망했다. (eMarketer 2002/03)
- B2C 여행 예약도 6개월 동안 2배규모로 성장 (Greenfield Online (2000/5/28))
- 1999년 현재 온라인 여행시장에서 항공 여행의 비중은 80% → 2003년에는 60% (레타카, 호텔 예약의 비중이 높아짐) (Appler Communication (1999/5/17))
- 3/4의 인터넷 사용자가 시판표, 비할런, 가격, special deal을 탐색하기 위해 방문, 70%의 응답자가 톱 사이트에서 유입해진다며, 온라인 구매 의도 있다고 응답 (가능한 여행권, 좌석 신청 가능, 비행사의 특식 등의 요구) (Garther Group (2000/1/7))
- 75%의 응답자가 오프라인보다 온라인에서의 여행 브랜드가 중요하다고 응답함. Travel Industry Association of America (98, 99년 자료)
- 개별여행자 (F.I.T)의 급증과 모라인을 통한 예약이 증가 (관광정보 연구원, 2002)

Spring Share of e-Business

## 신입 구조적 배경

- 30000 개의 일체가, 자본금 3억 원 이하, 10인 이하, 3년 미만 기업의 영세성
- 시장규모 증가에 따른 관련 상품의 원활한 공급 판매 관리 시스템 필요
- 기존 ASP 사업모델이 기업고객의 Contents Publishing에 제한적
- 포괄적인 어형성용 유통관리 플랫폼과 시민오류 필요
- 복합 어형성용의 특성을 반영한 B2B 유통관리 시스템 필요
- 상용 판매용 소대에 따르는 실시간 업무저장의 요구 사항
- 유용미간의 다양성에 근거한 비즈니스 투명성과 효율성 확보가 필요

| 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 |
| 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 |
| 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 | 신입 ASP+9 |

(단위: 2000 Global IT Study, North America)



## 시장규모

| 구분      | 연도   | 시장규모 (백만 달러) |       |       |       |       |
|---------|------|--------------|-------|-------|-------|-------|
|         |      | 2003         | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  |
| 총 시장규모  | 2003 | 159.9        | 175.9 | 186.2 | 197.6 | 205.6 |
|         | 2007 | 180.3        | 186.3 | 212.2 | 222.8 | 231.8 |
| 신입 시장규모 | 2003 | 340.2        | 374.2 | 400.4 | 420.4 | 437.3 |
|         | 2007 | 340.2        | 374.2 | 400.4 | 420.4 | 437.3 |

2005년 이후의 시장규모는 국내 시장규모와 비교하여 2005년 기준의 시장규모를 기준으로 하여 5년간 평균 증가율이 4.9%에서 25.6%로 증가

| 구분      | 연도   | 시장규모 (백만 달러) |       |       |       |       |
|---------|------|--------------|-------|-------|-------|-------|
|         |      | 2003         | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  |
| 총 시장규모  | 2003 | 159.9        | 175.9 | 186.2 | 197.6 | 205.6 |
|         | 2007 | 180.3        | 186.3 | 212.2 | 222.8 | 231.8 |
| 신입 시장규모 | 2003 | 340.2        | 374.2 | 400.4 | 420.4 | 437.3 |
|         | 2007 | 340.2        | 374.2 | 400.4 | 420.4 | 437.3 |

2005년 이후의 시장규모는 국내 시장규모와 비교하여 2005년 기준의 시장규모를 기준으로 하여 5년간 평균 증가율이 4.9%에서 25.6%로 증가



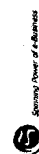
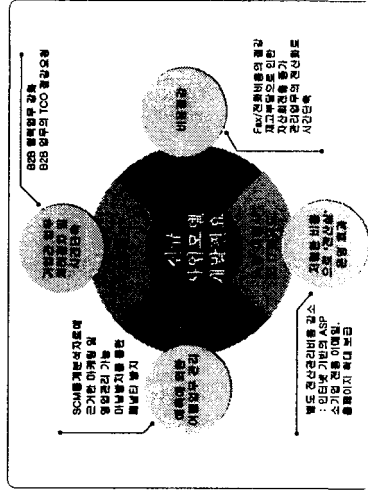
## 통계적 거래현황

| 구분     | 연도   | 통계적 거래현황     |              |               |
|--------|------|--------------|--------------|---------------|
|        |      | 2003년 (5.9%) | 2004년 (6.0%) | 2005년 (14.7%) |
| 총 거래액  | 2003 | 639          | 958          | 1,597         |
|        | 2007 | 250          | 376          | 626           |
| 신입 거래액 | 2003 | 413          | 610          | 1,032         |
|        | 2007 | 336          | 504          | 840           |
| 신입 비중  | 2003 | 138          | 207          | 345           |
|        | 2007 | 6            | 9            | 15            |
| 신입 비중  | 2003 | 21.6         | 32.7         | 54.5          |
|        | 2007 | 2.4          | 2.4          | 2.4           |

- 총액 거래액에 보강되는 재외
- 일부적인 어형성용 소비 기업도 거래액에 포함
- 판매성 국내 공급업체와 국내 거래업체만 고려



## 업계의 배경 +신입 구조적 배경 + 통계적 거래현황 → 새 BM 개발 필요

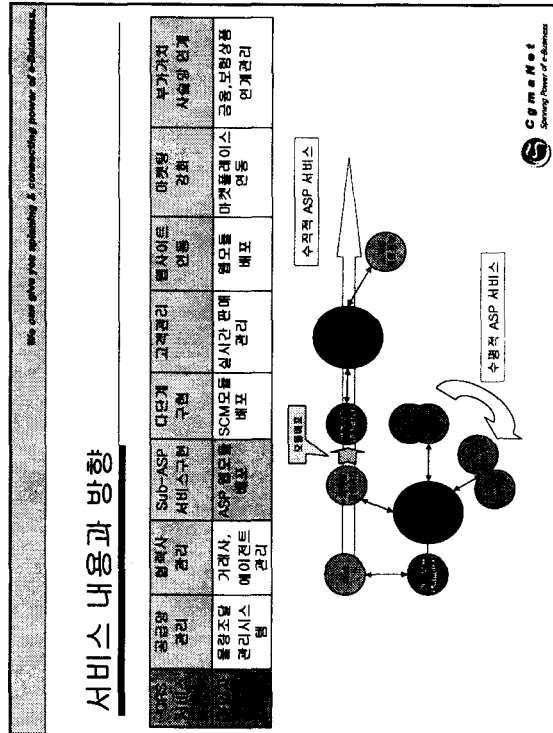
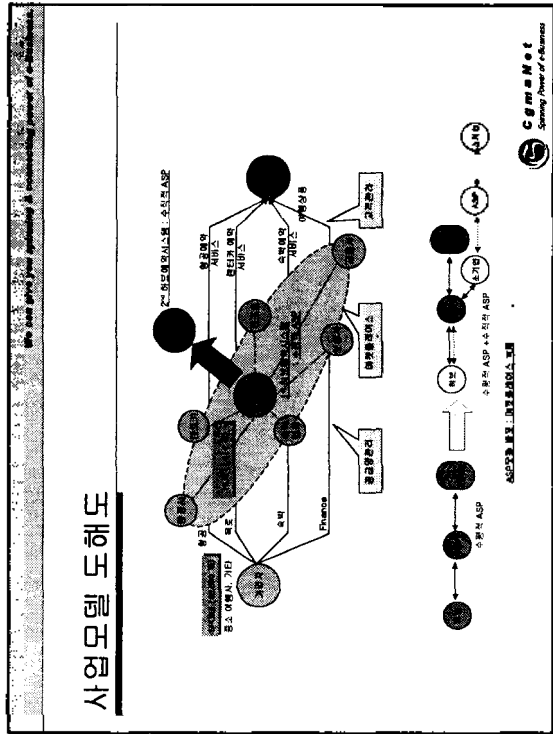


# II. 본 론

## 개 요

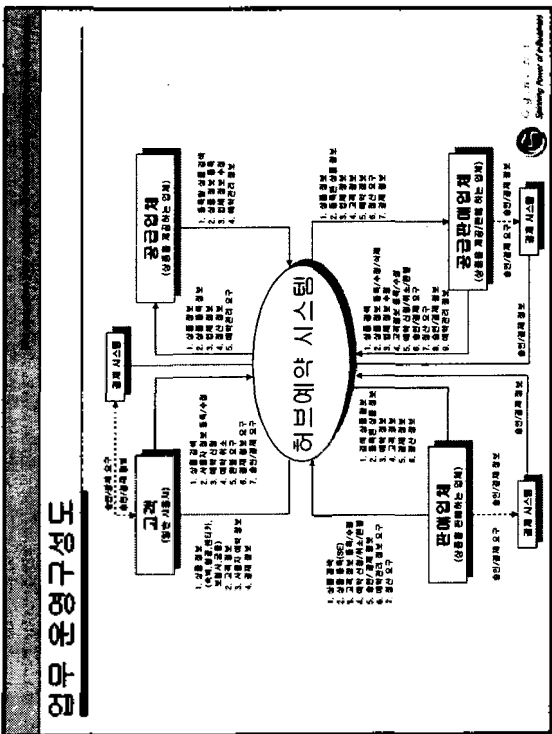
실시간 CRS 플랫폼 개발과 진화적인 CRS 서비스 사업모델 이식을 목적

- ASP 도입정책의 Contents Publishing의 권한을 확대화
- ASP 도입정책의 마켓플레이스 구현
- SCM 구현부는 티에스의 전자구매 모델 핵심
- Market Place 구현부는 라파의 디스트리뷰티 모델 핵심
- ASP 서비스 모듈과 모듈이 계 생산할 수 있을
- 영월적인 Vertical ASP를 통한 비선형의 확산모델 계획
- 기존 ASP 사업의 수익성을 극대화
- 가치사슬 통합부는 마켓플레이스에 내재
- SCM 구현부는 조합 네트워크와 인덕션에서 Cross-Talk 가능
- 수평적인 여드림 BM에서 수직적인 BM으로 성장 (내재적인 상대 성장모델을 소유)
- 다각이 마켓플레이스 전개가 용이

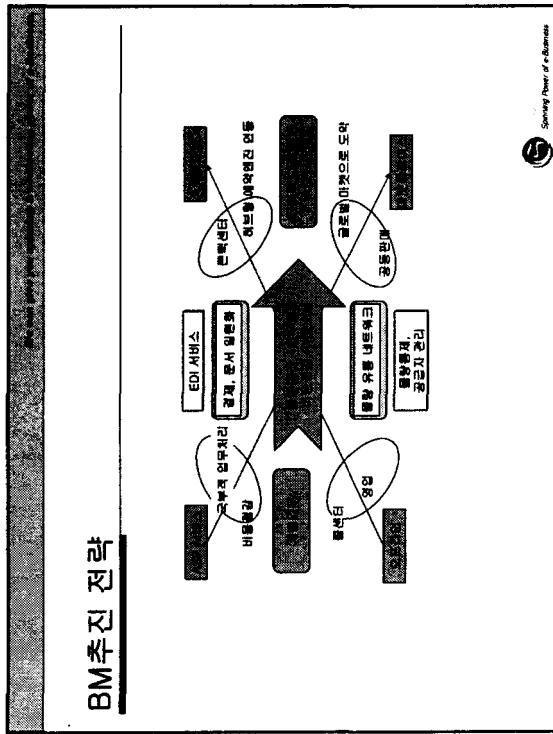








# III. 결론



### 시장에 미치는 효과 및 영향

- 공공입찰 (항공사, 숙박업체)들과 도소매업체 (여행사, 에이전트)간 글로벌 네트워크 구축
- 다국어 SCM구현으로 기업자들에게 글로벌 경쟁력 제공
- 마켓플레이스 구현으로 관련 소기업들의 마케팅 한계 극복 (마켓플레이스와 ASP의 통합구축)
- 수소로 근간의 수익모델 개선책을 제시
- 수령-하브 양에서 수직-하브 양으로 진화되는 생태적 BM 제시
- 소기업에 이용 촉진을 통한 각 세부표적 시장의 활성화 유도
- IT Korea 위상확립과 글로벌리더의 역할수행