



# B2C전자상거래 (인터넷 쇼핑몰) 업체 58%가 수익 못 낸다.

대한상의 / 숙명여대 '전자상거래(쇼핑몰) 업체 실태 및 인력 수요조사' 결과

대한상공회의소(회장 박용성)와 숙명여자대학교(총장 이경숙) 정보통신대학원은 공동으로 6월1일부터 7월 10일까지 전자상거래 활성화와 인력 수요 분석을 위한 "전자상거래(인터넷 쇼핑몰) 업체 실태 및 인력 수요 조사" 결과 B2C전자상거래업체의 58%가 수익을 거의 내지 못하는 것으로 나타났으며 쇼핑몰 구축 방식은 패키지 사용은 보다 자체 개발이 많은 것으로 조사되었다.

또한 전자상거래 전문인력이 갖춰야 할 가장 중요한 조건은 마케팅 기획력이며 정부의 적극적인 전자 상거래 활성화 방안이 마련되어야 한다는 답이 주류를 이룬 것으로 분석되고 있다. 이번 조사는 국내에 전자상거래가 활발해진 이후 처음으로 쇼핑몰 업계의 실태를 깊이 있게 전문적으로 조사해서 발표했다는 데 그 의의가 있다.<편집자>

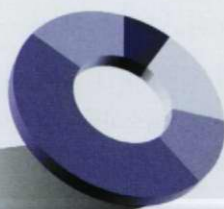
대한상공회의소에 따르면 전자상거래관리사 국가자격시험 시행기관으로서 국내 전자상거래업계의 실태와 인력 수요에 대한 전자상거래 업체의 요구 사항을 정확히 파악하여 전자상거래관리사시험 출제 방향에 반영하여 전자상거래산업 발전에 기여하고자 이번 조사를 기획했다고 한다. 특히 오는 9월 17일에 실시

되는 제1회 전자상거래관리사 자격시험에는 9만여명이 지원했다고 한다.

이번 조사를 주관한 숙명여대 정보통신대학원(주임교수 문형남) 전자상거래연구실은 지난 4월에 국내최초로 인터넷 쇼핑몰들에 대해 순위와 등급을 평가해 발표한 바 있으며, 6월에는 은행의 인터넷뱅킹 서비스에 대해 종합 평가를 해서 발표했다.

이번 조사는 숙대 전자상거래 연구실이 선정한 국내 100대 쇼핑몰과 일부 중소 쇼핑몰을 대상으로 했다. 설문에 응답한 업체 수는 모두 24개사로 많지는 않지만 쇼핑몰 업체의 실태

에 대해 종합 평가를 해서 발표했다. 이번 조사는 숙대 전자상거래 연구실이 선정한 국내 100대 쇼핑몰과 일부 중소 쇼핑몰을 대상으로 했다. 설문에 응답한 업체 수는 모두 24개사로 많지는 않지만 쇼핑몰 업체의 실태



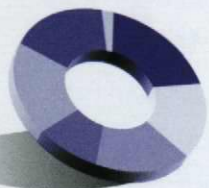
96년	8%
97년	17%
98년	13%
99년	46%
2000년	17%

쇼핑몰 업무개시 시기



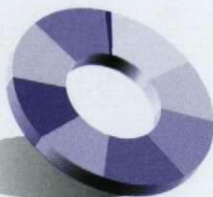
50명 이상	16%
21~49명	21%
5~20명	30%
5명 미만	33%

종업원수



- 서버구축: 19%
- 보안,네트워크관리: 16%
- 프로그래밍: 17%
- DB Tool: 10%
- DB구축: 18%
- DB활용: 18%
- 기타: 2%

시스템 관리 및 운영



- 사이트설계 14%
- 사이트분석 11%
- 사이트관리 13%
- 쇼핑몰관리 14%
- 물류 11%
- 배송 11%
- 업체관리 12%
- 웹디자인 13%
- I 13%

사이트 기획및 운영

에 대한 최신 자료이며 그동안 조사되지 않았던 내용을 많이 담고 있어 그 의미가 크다고 여겨진다.

이번 조사를 주관한 문형남 교수는 "이번 조사에는 여러 차례의 협조 요청에도 불구하고 상당수의 업체들이 설문에 응답하지 않았으며, 그것은 회사의 영업실적이 부진하거나 투명한 경영을 하지 않기 때문인 것으로 추정된다"고 말했다. 또한 "최근 한 대형 쇼핑몰이 갑자기 영업을 중단한 것과 이번 조사가 쇼핑몰 업체의 상당수가 고전을 면치 못하고 있으며, 올 하반기를 지나면서 많이 정리가 될 것이라는 전문가들의 의견을 입증하는 것으로 보인다"고 덧붙였다.

조사 결과 분석된 주요 사항은 다음과 같다.

**I. B2C(인터넷 쇼핑몰) 업체 58%가 수익 못 낸다.**

쇼핑몰 업무개시 시기 별로 살펴보면 '96년 8%, '97년 17%, '98년 13%, '99년: 46%, 2000년 17%등이며 대체적으로 쇼핑 물 업체의 역사가 짧음을 알 수 있다. 1999년도에 개설한 업체가 46%로 가장 많았으며, 2000년에 신설된 업체는 17%로 나타났다.

즉, 99년 1월 이후에 쇼핑 물을 설치한 업체가 모두 63%에 달했으며, 사업 개시 시기가 빠를수록 월평균 매출액이 많았다.

종업원 수는 평균 29명이고 50명 이상이 16%, 21-49명이 21%, 5-20명이 30%, 5명 미만이 33%로 쇼핑몰 업체 대부분(63%)의 종업원 수는 20명 이하인 것으로 나타났다.

금년들어 1월부터 5월까지 조사 대상 쇼핑몰 업체의 월 평균 매출액은 10억 8천만원이며, 연말까지 연간 예상 매출액(평균)은 129억 4천만원인 것으로 드러났다.

현재 이익을 내는가에 대한 응답 결과로는 그렇다 42%, 아

니다 58%로서 설문에 응답한 업체들이 상대적으로 영업 실적이 좋은 쇼핑몰임에도 불구하고, 현재 이익을 내는 업체는 42%에 불과하고 58%의 업체가 적자를 기록하고 있다고 밝혔다.

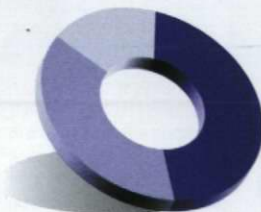
전자상거래 관련 직원의 업무 영역을 살펴보면 시스템 관리 및 운영 부분에서는 서버구축 19%, 보안, 네트워크관리: 16%, 프로그래밍 17%, DB Tool 10%, DB 구축 18%, DB 활용 18%, 기타 2%등으로 나타났다. 사이트 기획 및 운영 부분에서는 사이트설계 14%, 사이트분석 11%, 사이트관리 13%, 쇼핑몰관리 14%, 물류 11%, 배송 11%, 업체관리 12%, 웹 디자인 13%, 기타 1%로 나타났으며 마케팅부분이 80%로 높은 비중을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

**II. 쇼핑몰 구축방식은 패키지 사용은 적고 자체 개발이 많다.**

전체적으로 쇼핑몰 구축은 자체 개발로 직접 구축하는 경우가 59%로 가장 많았고, SI업체를 통한 아웃소싱(19%)이나 패키지사용(15%)은 그다지 많지 않았다.

쇼핑몰 구축방식을 자세히 살펴보면 자체개발 59%, SI업체 19%, 패키지사용 15%, 기타 7%가 차지하고 있다.

그러나 적은 부분이지만 패키지를 사용하는 업체의 사용중인 패키지에 대한 만족도는 만족한다가 77%로 압도적으로 많았으며, 만족하는 이유로는 Mall관리용이 38%, 제품특성 반영23%, Admin관리 15%, 패치 용이 15%, 가격 8% 등으로 패키지를 통한 쇼핑몰 관리의 편리성이 중요함을 알 수 있



- SI업체 19%
- 패키지사용 15%
- 기타 7%

쇼핑몰 구축 방침





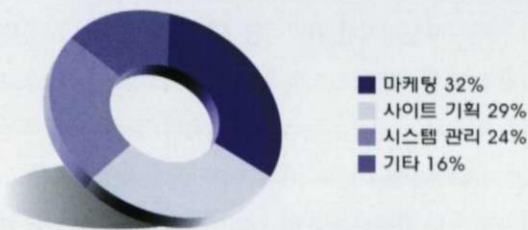
쇼핑몰 자체 구축시 강화할 점

있고, 반면에 불만족한 이유로는 제품특성반영 43%, 가격 29%, Mall관리 14%, 패치 용이 14%등이며, 패키지를 다른 업체의 패키지로 변경하거나 자체 제작할 의사가 높은 업체가 70%를 차지하고 있으며, 쇼핑몰의 특성에 맞는 적당한 가격의 맞춤형 패키지의 개발이 필요함을 알 수 있었다.

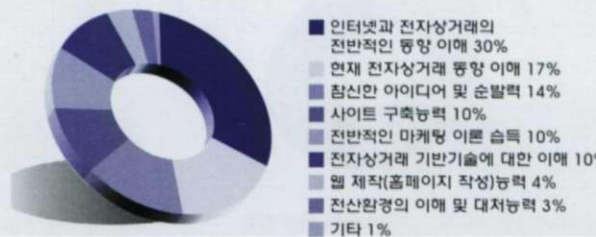
또한 자체 제작으로 바꾼다면 강화할 부분은 자사특성 반영 53%, Mall 관리27%, Admin 관리13%, Update 용이7%등으로 자사 제품의 특징을 반영하여 쉽게 관리 및 수정 할 수 있는 쇼핑몰 구축 방식을 필요로 한다는 것이 조사결과 나타났다.

### III. B to C업체 절반정도가 B to B추진 계획

현재 쇼핑몰 (B to C)을 운영중인 업체들의 절반 정도가 현



B2B 전환시 추가 필요인력



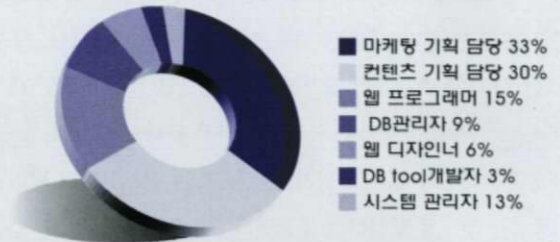
EC관리자 채용시 우선 능력 사항

재 B to B(기업간 전자상거래)를 추진하고 있거나 검토중인 것으로 나타났으며, 그렇지 않은 업체 중에서도 앞으로 B to B를 시도하겠다는 업체가 64%에 달하는 것으로 나타났다.

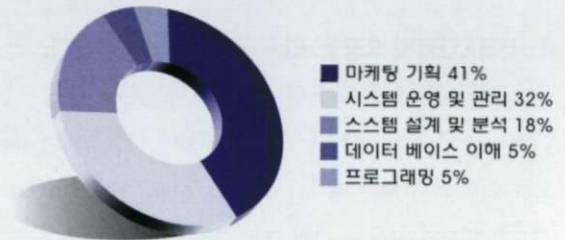
B2B를 시작할 때에 추가 인력 보강이 필요하다는 업체가 95%를 차지하고있고, 추가로 인력이 필요할 경우 필요 인력은 마케팅 32%,사이트 기획 29%,시스템 관리 24%, 기타 16% 등으로 조사되었다.

### IV. 전자상거래 전문인력이 갖춰야 할 가장 중요한 것은 마케팅 기획력이다.

전자상거래관리자가 갖추어야 할 선행 조건은 마케팅 기획



가장 인력이 부족한 업무 영역



입사 후 재교육 분야

력 36%, 사이트 운영, 관리능력 36%,사이트 설계, 분석능력 18% 그리고 기타 10%로 마케팅 기획력과 사이트운영관리 능력이 중요한 것으로 조사되었다.

쇼핑몰 업체에서 전자상거래관리자 채용 시 우선시 하는 능력은 인터넷과 전자상거래의 전반인 동향 이해 30%, 현재 전자상거래 동향 이해 17%,참신한 아이디어 및 순발력 14%, 사이트 구축능력 10%, 전반적인 마케팅 이론 습득 10%, 전자상거래 기반기술에 대한 이해 10%, 웹 제작(홈페이지 작성) 능력 4%, 전산환경의 이해 및 대처능력 3%,그리고 기타

1%등으로 인터넷과 전자상거래의 전반적인 동향 및 흐름의 이해능력 또한 중요한 것으로 나타났다.

현재 전자상거래 업계에서 가장 인력이 부족한 영역으로는 마케팅 기획 담당 33%, 콘텐츠 기획 담당 30%, 웹 프로그래머 15%, DB 관리자 9%, 웹 디자이너 6%, DB Tool 개발자 3% 그리고 시스템 관리자 3%순으로 마케팅과 콘텐츠를 기획할 전문인력의 양성이 시급함을 알 수 있다.

관련 업체에서 평가하는 전자상거래관리자 입사 즉시 현업 업무수행 능력의 유무는 그렇다 14%, 아니다 86%로 입사 후 재교육이 필요함을 알 수 있으며, 입사 후 재교육 시 비중을 두는 분야는 마케팅 기획 41%, 시스템 운영 및 관리 32%, 시스템 설계 및 분석 18%, 데이터 베이스 이해 5% 그리고 프로그래밍 5%등으로 역시 마케팅 기획 및 시스템 운영 및 관리능력의 취약성을 알 수 있다.



또한 해외에서 국내로의 신용카드 결제가 가능하지 않아 외국인과의 교포의 인터넷구매 장벽이 되고 있으므로 그러한 잠재고객(시장)을 위한 결제기능이 필요하다.

▶전자상거래 최전선의 B to C 업체의 투자가 이루어져 전자상거래 기반이 확보되어 야만 B to B 시장도 성장할 수 있다. 따라서 관련 세금과 인력채용에 인센티브를 준다거나, 안전한 사이트라는 국가 공인 인증 사업이 필요하다.

정부의 적극적인 전자상거래 활성화 방안이 마련되어, 보안 및 인증, 품질보증을 강화하여 소비자가 오프라인보다 안전하고 편리하게 이용할 수 있는 환경을 조성해야 한다.

▶B to B 사업부문에서는 인터넷 기획경력자와 오프라인 관련사업의 경력자가 같이 팀을 구성해서 업무를 진행해야만 기초적인 오류를 피할 수 있다.

▶온라인 판매에 대한 오프라인업체의 불공정한 견제가 만만치 않다. 최근 한겨레신문의 기사를 통해 알 수 있는 바처럼, 사이버 쇼핑몰에 제품을 제공하는 도매업체에 압력을 행사하는 등의 물리적 방법을 통한 경쟁을 서슴치 않는다는 점이 가장 큰 걸림돌이다. 이런 점에 정책적인 배려가 필요하다.

▶저작권 보호법 확립, 판매대행업에 대한 수수료율에 대한 세칙, 전자상거래 관련 유통업에 대한 기준을 확립, 전자상거래 관련 소비자 보호법 제정 등이 필요하다.

▶다양한 상거래모델에 대한 적극적인 연구가 필요하며 외국의 B/M모델에 대응할 수 있는 모델의 개발이 필요하다. ◀

#### V. 정부의 적극적인 전자상거래 활성화 방안이 마련되어야 한다.

쇼핑몰 업체들의 의견을 몇 가지로 살펴보면 다음과 같다.

▶IT와 마케팅 능력을 겸비한 인력을 뽑겠다는 것 자체가 어불성설로서 개발자도 마케팅개념을 알아야 하고, 마케터도 IT개념을 알아야 하지만 팔방미인을 만들 순 없으므로 분야별 전문가가 필요하고 그러한 전문가의 협력이 중요하다.

▶전자상거래 관련 금융지원 및 세제혜택 정책과 전자상거래 관련 카드 수수료 인하, 부과세율 인하, 인프라 안정성을 강화하는 정책이 시급.

▶정책적으로 유망 전문업종에 대한 지원체제가 필요하며 이를 통해 해외시장의 판로를 구축할 수 있으므로 전문화된 비즈니스 쇼핑몰에 정부의 투자가 필요하다.

▶전자상거래 보안기술의 발전과, 시스템 보안체제를 갖추기 위해서는 막대한 자급력이 필요한데, 중소기업체에서는 서버구축장비, 프로그램등 비용이 너무 비싸 부담이 크고 중소기업체에서는 그러한 자급력이 없으므로 장기적인 안목의 국가적 지원이 필요하다

▶기업과 개인간의 거래에 있어서도 전송속도가 느리고 전용선 보급율이 열악하여, offline보다 이점이 적고, 아직 개선되어야 할 점이 너무도 많다