

>> 워밍업

❶ 이 책을 읽기 전에

누구를 위한 책인가

이 책은 2년제~4년제 대학 전자상거래 및 IT 관련학과와 IT 관련 전문학원에서 전자상거래와 e-비즈니스를 처음 배우려는 학생을 대상으로 한다. 인터넷이 보편화된 요즘 전자상거래와 e-비즈니스는 경영학, 경영 정보 시스템, 전자상거래 및 e-비즈니스를 전공하는 학생의 필수 전공이자 모든 계열의 교양서가 될 만큼 일반적인 과목이 되었다. 따라서 e-비즈니스의 전체적인 그림을 그려 보고자 하는 학생이나 일반인에게 매우 유용하다.

선수 연계 과목

이 책은 전자상거래와 e-비즈니스의 개론서이기 때문에 사전 지식이 필요하지 않다. 하지만, e-비즈니스의 기술을 설명하는 부분에서는 인터넷과 HTML에 대한 기본 지식이 있으면 공부하는 데 많은 도움이 될 것이다.

❷ 이 책의 구성 요소

② 존 네이스비트의 정보화 사회의 특성

존 네이스비트(John Naisbitt)는 오늘날의 인류사회를 탐공업사회로 구시방단에 보다 가치를 갖게 될 것이라고 예견했다. 그는 기존 산업사회, 긴자, 자본주의 등의 역사상에 대한 반성으로 개인 유타구가 중심되고 생수 있는 멀진 방향을 추구하게 될 것이라 하였으며, 이러한 변화를 대변 정의하였다. 존 네이스비트는 현재의 변화를 다음의 10가지 특성으로 정의하였다.

▣ 특성 ① 네이스비트는 자신의 저작으로 1980년 미국에서 출판되었는데에는 서론과 첫장, 이 두 장에서는 과거Feeling Power, Future를 중요한 요소로 보았다.

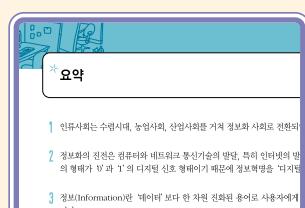
① 산업사회에서 정보화 사회로

우리는 현재 정보의 생산과 분배에 기초를 둔 정보화 사회에 살고

② 인위적 기술사회에서 고도기술사회로

팁

본문에서 설명하는 내용 중에서 중요한 내용이나 관련 용어, 부연 설명을 수록했다.



요약

해당 장이 끝날 때마다 핵심적인 내용을 요약해서 정리한다.
본문에서 익힌 세분된 지식을 여기서 전체적으로 조립하여 완성된 모습을 볼 수 있다.

❶ 이 책의 뼈대만 빨리 보기

이 책은 우리나라 e-비즈니스 분야의 직무능력표준(2004년)에 의거 e-비즈니스의 개념 및 기획·운영 및 e-비즈니스 시스템을 전체적으로 이해할 수 있도록 12개의 장을 3부로 구성하였다.

❶ 1부. 전자상거래와 e-비즈니스(1장 ~4장)

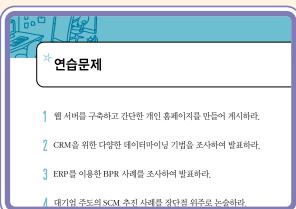
전자상거래와 e-비즈니스의 이론적인 체계를 습득하기 위해 정보화 사회의 개념, 인터넷과 관련된 정보기술 및 최신 이슈를 소개하고 e-비즈니스의 발달 과정을 알아본다. 또한 전자상거래와 e-비즈니스에 관련된 법률 지식을 익힌다.

❷ 2부. e-비즈니스 기획 및 운영 관리(5장 ~7장)

인터넷에서 사업을 기획할 수 있고 운영할 수 있는 이론을 습득하기 위해 e-비즈니스 전략, e-비즈니스 사업 기획 및 e-비즈니스 마케팅 관련 지식을 익힌다.

❸ 3부. e-비즈니스 시스템(8장 ~12장)

e-비즈니스 시스템의 구성 요소를 알아보고, 웹 서버의 구축으로부터 웹 콘텐츠 제작에 이르기까지의 정보기술을 익히며, 네트워크 및 정보통신기술과 함께 정보보호기술을 익힌다. 또한 웹 2.0과 전자정부의 개념도 익힌다.



연습문제

1 웹 서버를 구축하고 간단한 개인 홈페이지를 만들어 캐시하라.
2 CRM을 위한 다양한 데이터마이닝 기법을 조사하여 발표하라.
3 ERP를 이용한 BPR 사례를 조사하여 발표하라.
4 대기업 주도의 SCM 추진 사례를 찾다실 위주로 논술하라.

연습문제

본문에서 익힌 핵심적인 내용을 확인할 수 있는 문제다.

이 문제를 풀면 본문에서 배운 내용을 반복해서 확인할 수 있고, 이를 정리할 수 있다.



토론 및 과제

다음 기사를 보면 인터넷 신문의 유통화 및 오프라인(off-line) 신문의 차는 찾을 수 있다.

최고 기자
일본, 인터넷 광고가 신문광고 추월...[자막으로] 2010-03-01

인터넷 광고와 관련된 기사를 검색하고, 검색된 기사를 참조하여 다음을

해당 장이 끝난 후 관련 기사(인터넷, 신문 등)를 활용하여 토론 및 과제를 할 수 있도록 준비했다. 이를 통해 이론에서 배운 내용이 현실에서는 어떻게 적용되고 있는지를 간접적으로 체험할 수 있을 것이다.

>> 숲과 나무 이야기

● e-비즈니스 학습 전략 맵



전자상거래와 e-비즈니스는 정확히 어떤 차이가 있나요?



신문기사나 일상 대화 속에서 전자상거래와 e-비즈니스를 특별히 구분하여 사용하지 않는 것이 현실이다. 그 이유는 인터넷의 확산과 함께 전자상거래란 용어가 유행되다가, 최근 e-비즈니스란 용어가 등장했기 때문이고, 학자 간에는 전자상거래가 진화하여 e-비즈니스가 되었다고 하는 학자도 있다. 하지만, 엄밀히 구분하면 전자상거래는 e-비즈니스의 여러 비즈니스 모델 중 e-shop과 e-mall과 같이 인터넷을 통해 상거래를 하는 것을 의미하며, 인터넷에서 수행되는 모든 유형의 사업을 통틀어 e-비즈니스라고 한다.



전자상거래를 학습한 후 어떤 일을 할 수 있나요?



인터넷과 정보화 사회에서 전자상거래란 곧 우리의 생활이다. 전자상거래를 학습한 후에는 인터넷 환경에서 경영기술의 습득과 함께, e-비즈니스 시스템을 이해하였으므로 경쟁력 있는 생활인으로 직장생활을 영위할 수 있다. 또한 e-비즈니스를 전공한다면 e-비즈니스 엔지니어, e-비즈니스 기획 및 구축 컨설턴트, 기업의 CIO/CTO가 될 수 있으며, 인터넷에서 사업성 있는 비즈니스 모델을 구현하여 성공한 기업인도 될 수 있다.

이 책은 여기까지

1단계 : 기초 체력 다지기



정보화 사회의 생활인으로서 꼭 알아야 할 e-비즈니스 시스템을 이해하고, e-비즈니스와 관련된 경영기술, 정보기술 및 법률 지식을 습득한다.

- e-비즈니스 시스템
- e-비즈니스 경영기술
- e-비즈니스 정보기술
- e-비즈니스 관련 법률

목표 : 정보화 사회와 인터넷 환경을 이해한다.

2단계 : 초보자 탈피하기



e-비즈니스 시스템의 구성 요소와 e-비즈니스 사업 모델을 익혀 e-비즈니스 시스템을 운용할 수 있는 지식을 익힌다.

- e-비즈니스 구성 요소
- e-비즈니스 사업 모델
- e-비즈니스 시스템

목표 : 기초 경영기술과 e-비즈니스 관련 정보 기술을 이해한다.

4단계 : 전문가로 거듭나기



e-비즈니스 컨설팅로서 기업을 상대로 e-비즈니스 관련 컨설팅을 수행할 수 있는 능력을 갖춘다.

- 특화분야 전공 심화 학습
- 프로젝트 관리 기술
- 컨설팅 실무

목표 : e-비즈니스 관련 컨설팅을 수행할 수 있다.

3단계 : 중급자로 거듭나기



e-비즈니스 모델을 분석하고 기획하여, e-비즈니스 시스템을 구축한다.

- e-비즈니스 모델 분석
- e-비즈니스 기획
- e-비즈니스 시스템 구축

목표 : e-비즈니스 전문가가 되기 위한 기본 기술을 습득한다.

>> 학습 로드맵

● e-비즈니스 관련 학습 로드맵



• e-비즈니스 컨설턴트

e-비즈니스에 대한 경영, 업무 및 기술에 대한 컨설팅과 전문지식을 서비스한다.

• e-비즈니스 경영자

e-비즈니스 관점에서 기업의 전략을 분석하고 기획 및 주요 사안에 대한 의사결정을 담당한다.

• e-비즈니스 엔지니어

e-비즈니스의 기초 기술 및 응용 시스템을 개발하고 관리와 유지·보수 또는 거래 대상이 되는 무형의 재화를 개발한다.

e-비즈니스와 전자상거래의 개요

* 학습목표

- e-비즈니스 및 전자상거래의 개념을 정확히 이해한다.
- e-비즈니스의 특징을 알아본다.
- 거래 주체에 따른 전자상거래를 분류해 본다.
- e-비즈니스 산업에 대해 알아본다.
- e-비즈니스를 가능하게 하는 기술의 발달 방향을 살펴본다.
- 국가직무능력표준에 의한 e-비즈니스 직무 능력을 살펴본다.

01. e-비즈니스의 정의

02. e-비즈니스학

03. e-비즈니스의 특징

04. 전자상거래의 분류

05. e-비즈니스 산업

06. e-비즈니스의 기술 발달 방향

07. e-비즈니스 직무

요약

연습문제

1 e-비즈니스의 정의

e-비즈니스는 단순한 전자상거래가 아니라 인터넷을 매개 수단으로 하여 재화 및 서비스를 사고, 팔 때 상거래를 쉽게 해주는 거래 행위이다. e-비즈니스의 ‘e’의 의미는 어원적으로 볼 때에는 ‘electronic’ 이지만, e-비즈니스의 개념을 생각해 본다면 오히려 ‘강화된’의 의미가 있는 ‘enhanced’ 가 적합하다. 『e-비즈니스 바이블』(세종서적, 2002)의 공저자인 모한 비르소니와 제프자빈의 정의에 의하면 e-비즈니스란 ‘기존의 고객 또는 잠재 고객을 위해 보다 뛰어난 가치를 창출할 수 있는 업무처리 방식이거나, 향상시키거나, 개선시키거나, 변화 시키거나, 또는 아예 새롭게 창조해 낼 수 있는 전자 네트워크 및 관련 기술’로 정의하고 있다. 이는 e-비즈니스 산업의 분야를 확장할 수 있는 정의인데, 기존의 모든 기업이 인터넷과 관련된 정보기술을 이용하여 업무혁신을 할 수 있다면 이를 전문용어로 e-Transformation이라고 하며 이러한 기업의 행위를 e-비즈니스의 영역으로 본다는 것을 의미한다.

e-비즈니스라는 용어는 1997년 IBM에서 전자상거래보다 확장된 개념으로 사용하기 시작했으며, 일반 대중들은 전자상거래와 함께 같은 의미로 e-비즈니스를 이해하고 있다. 인터넷의 급속한 확산에 따라 수많은 기업이 인터넷을 새로운 시장으로 파악하고 있다. 인터넷 상거래 활동을 시작한 이후, 현재 기업의 홈페이지는 은행의 온라인 시스템과 같은 필수적인 생존의 요소가 되었다. 전자상거래는 인터넷의 발달에 따라 생겨난 새로운 개념이기 때문에 그 개념적 의미도 점차 확대되고 있다. 인터넷을 통해 상품을 판매하는 전자상거래의 의미로부터 상품 판매를 포함한 인터넷에서의 모든 비즈니스 형태를 포괄하는 e-비즈니스라는 개념으로 확장되고 있다.

1. e-비즈니스의 개념 및 정의

언론 및 수많은 출판물에서도 전자상거래라고 하는 용어가 e-비즈니스를 의미하는 경우가 많은데, 이는 전자상거래의 개념이 인터넷과 함께 급속히 그 내용을 확장시키고 있기 때문이다. 그러나 용어의 정의를 염밀히 따져보면 e-비즈니스가 전자상거래를 포함하는 개념이라는 것이 정설이다. 최근 논의되는 e-비즈니스에 대한 정의는 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] e-비즈니스의 정의

연구	정의
Bound & King (1999)	전자적 비즈니스란 기술, 프로세스, 그리고 경영 관행들을 포함하는 것으로 전자적 정보의 전략적 사용을 통해 조직의 경쟁력을 향상시키고자 하는 것
Gartner Group (2000)	가치를 창조하고 네트워크 경제의 새로운 규칙에 따라 발생하는 새로운 시장 기회를 활용하기 위해 기업 내적, 외적 관계들을 변형시키는 네트워크에 의한 기업 활동
IBM (2000)	인터넷 기술을 기반으로 핵심적인 경영업무 수행과 시스템을 결합함으로써 다양한 비즈니스 가치를 광범위하고 편리하게 추구할 수 있는 안전하고 유연하며 통합된 비즈니스 방식
PWC (2000)	성과의 개선, 가치 창조, 그리고 비즈니스 파트너와 고객과의 새로운 관계를 형성하기 위하여 정보기술을 사용하는 것
임춘성 (2000)	정보통신기술을 이용하여 표준화된 데이터와 거래방식으로 기업의 업무효율과 재화 및 서비스의 품질을 높임으로써, 소비자에 대한 보다 나은 서비스를 제공하는 접근 방식
Lientz & Rea (2001)	고객과 공급자와의 전자적 상거래 행위뿐만 아니라, 기업 내부의 업무를 지원하는 모든 것을 포함하는 경영활동
Schubert & Hausler (2001)	전자매체를 이용하여 업무 프로세스와 비즈니스 파트너, 종업원, 고객과의 관계 강화를 지원하는 비즈니스

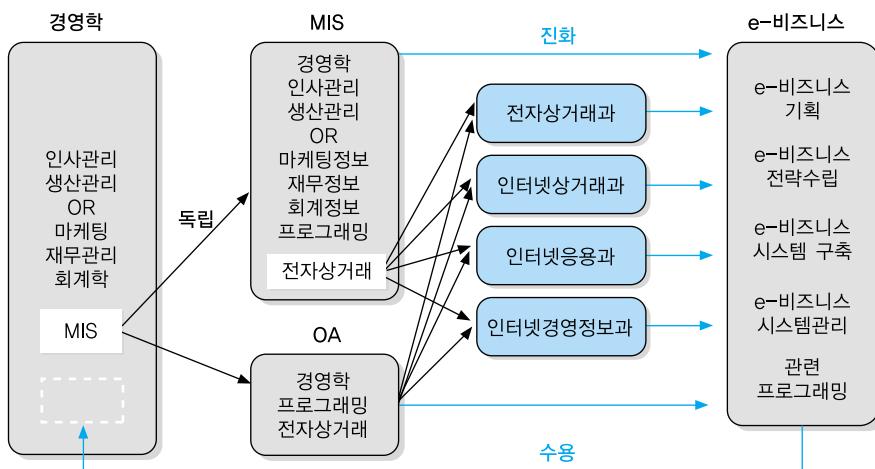
- 위와 같은 여러 정의를 종합하여 볼 때, e-비즈니스는 기업의 업무 프로세스에 정보기술과 인터넷 기술을 사용하는 것이라고 할 수 있다.
- 기업은 e-비즈니스 환경에서 정보의 교환과 활용, 업무 프로세스의 개선 등을 통해 기업의 내적 효율성을 달성하고, 기업 외적으로는 고객과의 관계를 강화함으로써 궁극적으로 경쟁우위를 확보하고자 한다.

e-비즈니스에 대한 정의를 바탕으로 e-비즈니스의 개념을 설명하면 다음과 같이 3가지 측면으로 정리할 수 있다.

- 전통적 비즈니스 방식을 향상, 발전시키고 또는 대체하기 위해서 인터넷 또는 정보통신기술을 적용하는 것
- 정보기술, 업무 프로세스, 경영 관행들을 포괄하는 것으로 정보의 전략적 사용을 통해 조직의 경쟁력을 향상시키고자 하는 것
- 기업 활동 자체에도 영향을 미쳐 기업 간, 기업과 소비자 간, 기업 내부의 모든 활동이 컴퓨터를 활용한 네트워크에서 실행되는 것

2 e-비즈니스학

e-비즈니스학은 경영학으로부터 학문의 분화와 통합을 통해 분과되었다. 경영학의 MIS (Management Information System, 경영정보시스템)란 과목이 기업에서의 컴퓨터 비중이 높아짐에 따라 기업의 수요에 의해 새로운 학과로 독립되어 탄생했다. 4년제 위주로 MIS과로 독립되었으며 2년제 위주로는 OA(사무자동화)과로 독립되어 오랫동안 운영되었다. 인터넷과 전자상거래의 기하급수적인 발달 때문에 과의 이름이 전자상거래과, 인터넷상거래과, 인터넷응용과 등 사회의 요구에 부응하는 수요지향적인 이름으로 새롭게 단장하였다. 이후 관련 학문의 완성도가 높아짐에 따라 e-비즈니스과로 통합되는 실정이다.



[그림 2-1] e-비즈니스 학과의 진화과정

e-비즈니스의 특징

인터넷 전자상거래가 인터넷 사용인구의 급속한 증가와 함께 새로운 시장으로 주목받음에 따라 기업이나 소비자에게 적지 않은 영향을 미치고 있다. 인터넷 전자상거래는 기존의 전통적인 상거래 방식과는 다른 다음과 같은 특징이 있다.

① 유통 채널이 단순함

기존의 상거래는 도매상과 소매상을 거쳐 소비자에게 제품이 전달되지만, 인터넷 전자상거래는 인터넷을 통해 직접 소비자에게 전달되기 때문에 유통 채널이 단순하다. 이러한 이유로 소비자는 저렴한 가격으로 제품을 살 수 있다는 장점이 있다.

② 시간과 공간제한이 없음

인터넷은 24시간 접속할 수 있으며 전 세계와 연결되어 있다. 제한된 영업시간 내에서만 거래하는 기존 상거래와는 달리 언제 어느 때라도 인터넷을 통하여 제품의 정보를 수집하고 전 세계의 제품을 거래할 수 있는 특징을 가진다.

③ 고객이 수요에 대한 정보 획득이 편리함

기존에는 시장조사 방식이나 영업사원이 수요를 파악하여 획득한 정보를 다시 입력하는 방식으로 운영하였으나 인터넷 전자상거래는 인터넷을 통하여 수시로 정보를 획득 할 수 있다.

④ 쌍방향 통신에 의한 원투원 마케팅 활동이 가능함

기존의 상거래 방식은 소비자의 의사에 상관없이 기업이 일방적으로 진행하는 마케팅 활동이라 할 수 있다. 그러나 인터넷 전자상거래는 인터넷을 통해 소비자와 원투원 통신을 할 수 있기 때문에 소비자와의 상호 작용적인 마케팅 활동을 하게 된다.

⑤ 판매 거점이 필요 없음

기존의 상거래는 시장이나 상점 등 물리적인 공간에서 전시에 의해 판매하거나 고객을 직접 방문하여 판매하는 방식을 취하지만 인터넷 전자상거래는 네트워크를 통해 많은 정보를 제공하고 이러한 정보를 이용하여 판매한다.

⑥ 고객 수요에 대한 즉각적인 대응이 가능함

기존의 상거래는 여러 단계의 유통 채널을 통해 판매하고 일방적인 마케팅 활동을 전개하는 데 반해 인터넷 전자상거래는 쌍방향 네트워크를 통하여 고객에게 직접 판매함으로써 고객의 수요에 대하여 신속하게 대처할 수 있다.

⑦ 투자 자본이 적게 소요됨

기존의 상거래 방식은 영업점 운영을 위한 토지, 건물 등의 구매나 임대에 많은 자본이 필요하나 인터넷 전자상거래는 인터넷 서버의 구매 또는 임대, 홈페이지 구축 등의 비용만 소요되기 때문에 경제적으로 매우 효율적이다.

이상과 같이 인터넷 전자상거래와 전통적인 상거래를 비교하여 정리하면 다음과 같다.

[표 2-2] 인터넷 전자상거래와 전통적인 상거래 비교

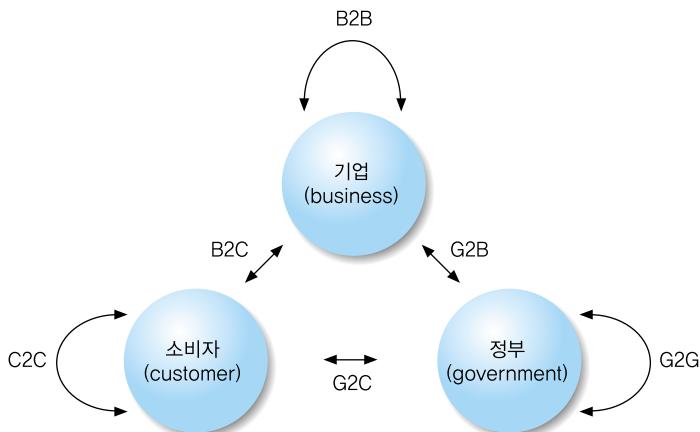
구 분	전자상거래	전통적인 상거래
유통 채널	기업 ↔ 소비자	기업 ↔ 도매상 ↔ 소매상 ↔ 소비자
거래 지역	전 세계(글로벌 마케팅)	일부 지역(Closed clubs)
거래 시간	24시간	제한된 영업시간
수요 파악	온라인으로 수시 획득 재입력이 필요 없는 Digital data	영업사원이 획득 정보 재입력 필요
마케팅 활동	쌍방향 통신의 원투원 마케팅 Interactive marketing	구매자 의사에 상관없는 일방적인 마케팅
고객 대응	고객 수요를 신속히 포착하고, 즉시 대응	고객 수요 포착이 어렵고, 지연 대응
판매 거점	사이버 공간	판매 공간 필요
소요 자본	웹 서버 이용, 홈페이지 구축 비용	도소매 영업점 운영에 많은 자금 필요



전자상거래의 분류

1. 경제 주체별 분류

경제 주체라 하면 일반적으로 기업(Business), 소비자(Customer), 정부(Government)를 의미한다. 인터넷 비즈니스를 유형별로 분류하면 거래되는 재화나 용역과 관계없이 거래 경제 주체에 따라 크게 기업과 기업 간의 전자상거래인 B2B(Business to Business)와 기업과 소비자 간 전자상거래인 B2C(Business to Customer)로 나눌 수 있다. 기업과 정부 간의 전자상거래인 B2G(Business to Government), 정부와 소비자 간의 전자상거래인 G2C(Government to Customer)와 함께 소비자 간 전자상거래를 의미하는 C2C(Customer to Customer)의 형태도 눈에 띠게 늘고 있다.



[그림 2-2] 경제 주체별 전자상거래 분류

B2C

인터넷을 통해 공급자인 기업(Business)과 고객인 소비자(Customer) 간의 전자상거래로서 인터넷 쇼핑몰이 가장 대표적인 유형이다. 인터넷 쇼핑몰은 창업자본이 적게 들고 비즈니스

모델이 단순하여 많은 사람이 창업을 시도하였으나, 경쟁이 치열하고 수익성이 취약하여 일부 업체를 제외하고는 대부분의 기업이 영세 수준을 면치 못하고 있다. 그 밖의 B2C의 유형으로는 인터넷 뱅킹, 증권거래 등 금융 부분이 있고, 인터넷 게임사이트이다.

B2B

기업(Business)과 기업(Business) 간의 상거래를 의미한다. 기업 간에 이루어지는 상거래에 따른 각종 전자문서를 처리하고, 원자재의 판매, 공동구매, 공동판매, 협업에 의한 공동기술개발 등을 수행한다. B2B 관련 상거래 사이트 구축은 여러 기업이 표준을 두고 각축전을 벌이는 상태로써, 표준개발을 위한 국가적 지원이 이루어지고 있다. B2B를 위한 솔루션은 고부가가치 산업으로 다국적 기업과 국내 SI 기업이 시스템 구축 시장을 놓고 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

B2G

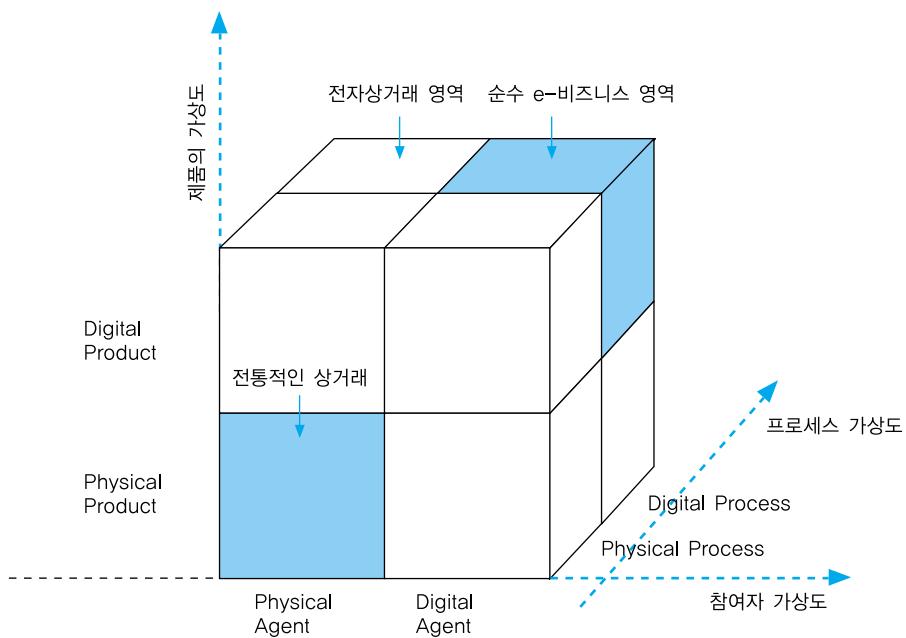
기업(Business)과 정부(Government)의 전자상거래 형태다. 일반적으로 B2C가 먼저 탄생하고 B2G가 훨씬 진화된 형태의 전자상거래 모델로 알고 있으나, 사실 B2G는 1982년 미국 국방성이 전자입찰시스템인 CALS(Commerce At Light Speed)로부터 시작된 것이다. CALS는 미국 국방성이 민간으로부터 필요한 군수 물자를 조달받기 위해 만든 전자입찰시스템이다. 입찰 규모가 매우 커서 전 세계의 기업이 미국 국방성에 물자를 조달하기 위해 전자입찰시스템을 사용함에 따라, 다양한 기능이 부가되고 지금까지도 계속 발전하고 있다.

G2C

국민으로서는 전자정부(e-Government)라고 인식되는 형태의 e-비즈니스 유형이다. 전자정부를 통하여 국민은 주민생활 관련 서류의 발급, 연말정산, 세금의 부과, 민원서비스 등의 서비스를 받을 수 있다. 전자정부와 관련된 내용은 제12장에서 자세히 다룬다.

2. 거래 형태별 분류

[그림 2-3]과 같이 전자상거래를 제품의 종류, 온·오프라인 및 프로세스의 현실성 등 세 축으로 구분할 수 있다. 그림에서 보는 바와 같이 전통적인 상거래(Traditional Commerce)는 실물 제품을 만질 수 있고 볼 수 있는 현실 기반으로 사람에 의해 프로세스(Physical Process)가 이루어져 거래가 성립되는 형태다. 완전한 전자상거래의 형태는 디지털 제품(Digital Product)이 통신망을 통하여(Digital Agent) 거래가 이루어지고 프로그램에 의해 처리되는(Digital Process) 형태를 취하고 있다.



[그림 2-3] 거래 형태별 전자상거래 분류



e-비즈니스 산업

e-비즈니스 산업은 크게 인터넷을 활용하는 사업과 정보통신 서비스 제공업체로 구분할 수 있다.

① 인터넷을 활용하는 사업

사업의 핵심 활동으로 인터넷을 광범위하게 이용하는 기업은 전자상거래(e-Commerce) 기업, 콘텐츠 종합 업체(Content Aggregators), 중간상의 활동을 하거나 또는 중개업자, 전자 시장을 운영하는 시장 조성 업체(Marketmakers) 및 인터넷 기반 서비스를 제공하는 서비스 제공업체(Service Providers)로 구분하여 설명할 수 있다.

전자상거래 기업

전자상거래 기업은 ‘온라인 유통 경로를 통해 실제 제품과 실제 화폐를 교환하는 기업’이라고 할 수 있다. 전자상거래 기업에는 자신이 직접 제품을 생산하거나 조립하는 기업이 있는가 하면 다른 기업이 생산한 제품을 재판매하는 기업도 있다. 이 분야에 속하는 대규모 기업은 자신들이 생산한 제품을 인터넷을 통해 판매한다. Cisco는 정보통신 장비(주로 라우터)를 직접 제조하여 인터넷을 통해 인터넷 접속 서비스 제공업체(ISP, Internet Service Providers)에 직접 판매한다. 어떤 전자상거래 기업은 인터넷을 통해서만 제품을 판매하고, 어떤 기업은 인터넷과 일반 굴뚝(Bricks-and-Mortar) 기업의 유통 채널을 동시에 이용하여 판매한다. Intel은 가장 큰 하드웨어 부품 제조업체 가운데 하나이면서 수십억 달러 상당의 부품을 온라인을 통해 판매한다. America Online(AOL)은 가장 큰 온라인 서비스 제공업체(OSP, Online Service Provider)이며 모든 수입을 온라인을 통해 얻는다.

콘텐츠 종합 업체

미디어 기업(Media Companies)과 콘텐츠 제공 기업(Content Providers)은 사용자 겸 공급업자다. 그 이유는 대부분이 다른 사용자에게 정보를 제공하기도 하고 인터넷의 대규모 이용자이기 때문이다. AOL, Netscape(1999년에 AOL에 흡수됨), Yahoo, Excite와 같은 기업은 콘텐츠 제공업자 겸 정보 종합 업체이면서 포털 기업이다.

시장 조성 업체

인터넷 사업에서 가장 큰 명성을 가진 많은 기업이 중간상(Intermediaries)의 성격을 갖고 있다. 인터넷은 중간상을 실제로 증가시킨다. 인터넷은 구매자와 판매자를 모아 그 중 한쪽 또는 다른 쪽에 소액의 거래 수수료를 부과하는 새로운 형태의 중간상을 계속 창출하고 있다. 인터넷을 이용하는 많은 중개업자(증권 구매자와 판매자), 은행(차용자와 대출자), 여행사(여행 서비스의 구매자와 판매자) 등이 이에 속한다고 볼 수 있다. 특히 Charles Swap 같은 회사는 고객이 회사 지점 사무실을 방문하거나 전화로 주문하는 굴뚝(Bricks-and-Mortar) 기업 방식의 주식 중개업에서 인터넷을 통한 주문으로 바꾼 가장 규모가 큰 인터넷 시장 조성 기업으로 변신하여 성장하였다. 이베이(eBay)와 같은 전자경매업체도 이러한 분류에 포함된다.

서비스 제공업체

인터넷 서비스 제공업체는 컨설팅, 아웃소싱, 웹 사이트 설계, 방화벽, 데이터의 저장 및 백업과 같은 서비스를 제공한다. 통신 서비스를 제외한 모든 서비스는 이 범주에 속할 수 있다. 이들 기업은 제공 서비스를 기준으로 요금을 부과하여 자신들의 서비스나 전문적 기술을 판매해 수입을 얻고 있다. 예를 들어 Electronic Data System(EDS)의 경우 정보기술 서비스의 아웃소싱에서 명성을 얻은 기업이다. 아웃소싱(Outsourcing)이란 발주 기업이 다른 기업을 고용하여 자사의 데이터 처리를 완전히 맡기고 경영층은 본래의 사업에 전념하는 것이라고 할 수 있다.

② 정보통신 서비스 제공업체

정보통신 서비스 제공업체는 기간망 서비스 제공업체, 인터넷 접속 서비스 제공업체/온라인 서비스 제공업체, Last Mile 제공업체 등으로 세분화할 수 있다. 기간망 서비스 제공업체

(Backbone Service Providers)는 기간망 선로를 가진 기업을 말한다. 인터넷 접속 서비스 제공업체(ISP, Internet Service Provider)는 소비자와 중소규모의 조직에 인터넷에 대한 접속 권한을 제공하는 업체다. 온라인 서비스 제공업체(OSP, Online Service Providers)는 접속 권한을 제공하면서 동시에 회원에게 콘텐츠도 제공하는 업체를 말한다. Last Mile 제공업체(Last Mile Providers)는 소비자와 중소규모의 조직에 물리적인 통신설비 서비스(■ 전화, 케이블, 무선연결)를 제공하는 업체를 말한다.

기간망 서비스 제공업체

인터넷 하부 구조를 형성하는 첫 번째 세분 시장은 기간망을 운영하는 기업이다. 이들 기업은 넓은 대역폭을 통제하고 많은 양의 디지털 트래픽을 처리한다. MCI Worldcom은 시장의 1/3을 지배하고 있으며 Sprint는 거의 10% 정도의 시장점유율을 차지하고 있다. 이들 기업이 제공하는 서비스는 가입 기반으로 인터넷 접속 서비스 제공업체와 대기업에 인터넷 연결회선을 판매하여 이익을 얻고 있다.

인터넷 접속 서비스 제공업체/온라인 서비스 제공업체

LAN이 없는 개인 또는 소규모 조직에는 인터넷 접속 서비스 제공업체가 웹에 접속할 수 있는 하드웨어와 소프트웨어를 제공한다. 인터넷 접속 서비스 제공업체는 각 개인이 인터넷에 접속할 수 있도록 자체의 서버, 스위치 및 소프트웨어를 갖고 있다. 이 분야의 대표적인 업체로는 AT&T, MCI Worldcom, Sprint, UUNet, Online, PSI 등이 있다.

Last Mile 제공업체(Last Mile Providers)

Last Mile 업체란 두루넷, 매가패스, 신비로 샤크처럼 골목길에서 흔히 볼 수 있는 사업으로 소비자에게 통신을 직접 연결해 주는 마지막 단계를 수행하는 업체를 말한다. Last Mile의 연결 방법으로는 일반 전화선, 광섬유, 케이블 및 무선 등 여러 가지 형태가 있다. Last Mile 범주에 속한 기업의 규모는 상당히 큰 편이며 다른 세분 시장의 기업보다 평균 규모가 크다. 이들 대부분의 기업은 지역 전화 회사로서 독점적 지위를 통해 거대한 규모로 성장하였다. 지난 10년 동안 신제품으로 ISDN(Integrated Services Digital Network)과 DSL(Digital Subscriber Lines)을 개발하였다. 두 기술은 일반 전화선을 이용해 높은 대역폭의 전송이 가능하며, 사용자가 전화하면서 일반 모뎀보다 빠르게 디지털 데이터를 보내고 받을 수 있다.

콘텐츠 제작업체

콘텐츠 제작업체는 음악, 게임, 그래픽, 비디오/동영상 및 텍스트(기사, 뉴스 및 기타 종류의 정보)와 같은 작품을 제작하는 업체를 말한다. 이 분야에서 가장 규모가 큰 기업인 Disney와 Time Warner는 콘텐츠 사업으로 완전히 통합되었으며, 각각의 사업 단위에서 위에서 열거한 모든 종류의 콘텐츠 즉, 동영상, 비디오, 음악, 게임, 뉴스 등을 생산하고 있다.

이들 분야의 문제는 디지털 미디어를 재생산하는 데 비용이 거의 들지 않기 때문에 미디어 콘텐츠의 지적 재산권을 보호하기 어렵다는 점이다. 현재 대부분의 콘텐츠 제작업체는 무료로 콘텐츠를 제공하여 ‘시청자의 수(eyeballs)’를 늘려 광고 모형을 통해 수익을 얻는 데 만족하고 있다. 어떤 기업은 콘텐츠보다 보완 상품을 판매하여 수익을 얻는 일도 있다. Sony는 인터넷 이용자와 게임을 할 수 있는 인터넷용 게임 하드웨어를 판매하고 있는데 하드웨어 자체의 모방이 어려우므로 게임 소프트웨어의 복제를 방지하고 있지 않다.

소프트웨어 공급업체

소프트웨어 공급업체는 MS-Word, HWP 등 워드프로세서 및 MS-Excel과 같은 스프레드 시트, 운영 시스템, 프린터 드라이버, 데이터베이스, 전자상거래 소프트웨어와 같은 소프트웨어 제품을 제공한다. 이들 기업은 최종 사용자 또는 인터넷에 참여를 시작하거나 유지하는 데 관심이 있는 기업에 소프트웨어 제품의 판매를 원칙으로 사업한다. 이들은 이익을 얻기 위해 소프트웨어를 개발, 제품의 마케팅 및 판매에 투자하는 생산업자와 비슷하다. 마이크로 소프트(MS, Microsoft)사는 소프트웨어 산업에서 규모가 가장 큰 기업으로 데스크톱 PC와 몇몇 서버를 위해 선택할 수 있는 소프트웨어를 제공한다. 데이터베이스 기업에서 인터넷 데이터베이스 기업으로 전환한 오라클(Oracle)사는 규모가 두 번째로 큰 소프트웨어 기업이다.

전자상거래 소프트웨어 기업은 전자상거래를 가능하게 하는 소프트웨어를 생산하며 각자 다른 형태의 소프트웨어를 생산한다. 웹 사이트에서 제품을 판매하는 것과 관계된 여러 가지 전자상거래 응용 소프트웨어가 있다. 예를 들어 장바구니(Shopping Cart) 기술, 주문/지불 처리 및 소액지불(Micro-Payments) 등이 있다. 1999년에는 새로운 형태의 소프트웨어 사업인 응용 소프트웨어 서비스 제공업체(ASP, Application Service Providers)가 출현하였다. ASP 서비스는 소프트웨어 응용 프로그램을 중앙 집중적으로 저장해 놓고, 개인 또는 기업 사용자에게 소프트웨어를 임대하는 사업을 수행한다. 이러한 최종 사용자 시스템을 씬 클라이언트(Thin Client)라고 부르는데, 그 이유는 응용 프로그램이 최종 사용자 시스템에 들

어 있지 않기 때문이다.

▣ ASP를 웹 서버의 스크립트 언어인 Active Server Page로 잘못 생각할 수 있으니 유의하여야 한다.

응용 프로그램은 인터넷을 통한 주문에 의해 씬 클라이언트에 제공된다. 이러한 서비스 형태로 설계된 응용 프로그램은 데이터베이스 소프트웨어 패키지에서 워드프로세서 응용 프로그램 및 기업의 사업 프로세스 분석 프로그램까지 그 범위가 매우 넓다.

하드웨어 공급업체

하드웨어 범주에 속하는 기업은 통신장비 생산업체, 컴퓨터 장비 생산업체, 하드웨어 부품 생산업체 등 세 분야로 나눌 수 있으며, 서로 관련되어 있다. 통신장비 생산업체는 다양한 종류의 라우터 및 기타 디지털 스위치를 생산한다. Lucent Technologies는 3Com, Cisco와 함께 통신 장비 산업을 선도하고 있다. 규모가 큰 Motorola는 셀룰러 전화와 반도체로부터 대부분 수익을 얻고 있다.

컴퓨터 하드웨어는 클라이언트와 서버 하드웨어를 포함한다. 즉, 최종 사용자 컴퓨터(PC 및 워크스테이션) 및 서버 디바이스(웹 서버, 파일 서버, 이메일 서버, LAN 서버) 등이다. 컴퓨터 하드웨어 기업 중 가장 큰 기업은 IBM이며 1999년에 870억 달러의 수익을 얻었다. 그 중 대부분은 하드웨어를 판매하여 얻은 것이다. Hewlett-Packard와 Compaq도 컴퓨터 하드웨어 생산에 빼놓을 수 없는 기업이다. 가장 규모가 큰 서버 생산업체는 Sun Microsystems이다. 또한 이들 기업은 컴퓨터 하드웨어 기업과 통신 장비 기업에 컴퓨터 칩 및 디스크 드라이버와 같은 주변 장치를 판매하는 하드웨어 부품업체의 주요 고객이다. 하드웨어 부품의 세분 시장에는 Motorola, Intel(프로세서), 삼성(메모리) 및 Seagate(디스크 드라이브) 등의 기업이 있다.



e-비즈니스의 기술 발달 방향

정보기술(IT, Information Technology)은 ‘언제(Anytime), 어디서(Anywhere), 어느 기기로(Any Device), 미디어에 구애받지 않고(Any Media), 경제적이며 편리한 커뮤니케이션’을 수행하는 것으로 발전한다는 대전제 아래 3단계의 발달 단계를 제시하고 있다.

삼성경제연구소에서 발표한 기술 발달 단계는 다음과 같다.

1- e-비즈니스 기반 기술의 발달

1단계 : Communication의 전자화 단계(1980~1990년대)

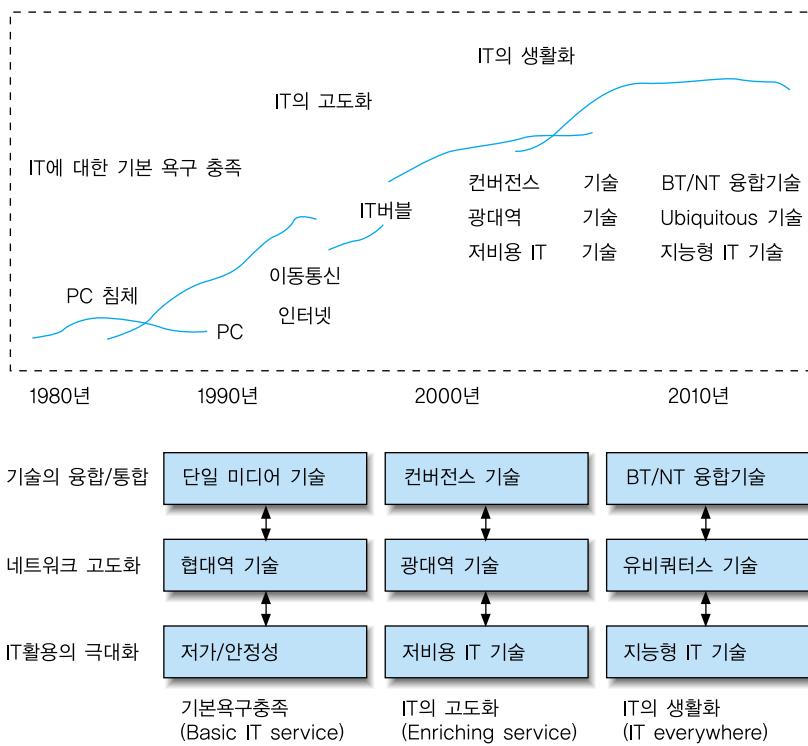
커뮤니케이션 도구인 전화, 휴대폰, PC, 인터넷 등의 보급을 확산하고, 고객에게 값싸게 ‘정보통신 사용경험’을 제공하는 것이 관건이다. 기기 간 연계성이 낮고, 네트워크나 서비스의 통합도가 낮지만, 정보를 전자적으로 처리하고 유통한다는 점에서 혁명적이다.

2단계 : Communication의 질적 향상 단계(Enriching Service, 2005년 전후)

소비자는 단순히 ‘커뮤니케이션을 한다’는 것에 만족하지 않고 빠르고, 신뢰성이 높으며, 다양한 기능이 통합된 IT 서비스를 요구한다. 기업 간에 다양한 제휴가 일어나고, 새로운 아이디어의 유입도 활발해진다.

3단계 : IT 생활화 단계(IT everywhere, IT inside, 2010년경)

IT 기술이 전자 영역 이외의 기술과 접목되면서 사람과 유사한 사고 능력을 갖추게 된다. IT 기기나 기술이 사물에 내재되어 사용자가 IT의 존재를 의식하지 않는 상태에서의 IT를 사용하는 것이 실현될 것이다.



[그림 2-4] IT 산업의 발전 방향

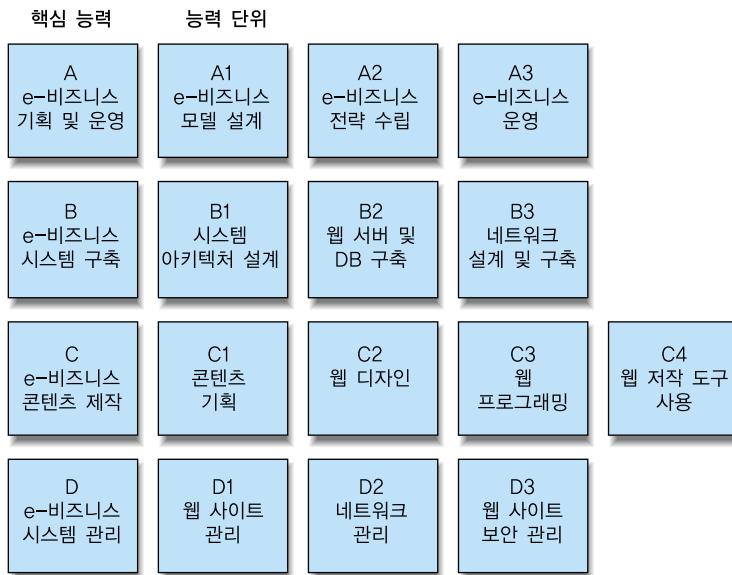


e-비즈니스 직무

지식기반 사회의 돌입 및 정보화 사회의 성숙기로 진전되면서 산업 현장에서는 높은 수준의 직무 수행 능력이 요구되고 있다. 이에 부응하기 위해 대부분의 나라에서는 국가적 차원에서 국가직무능력표준을 개발·관리하고 있다. 우리나라에서는 한국직업능력개발원을 중심으로 국가직무능력표준을 개발·관리하고 있다. 2004년 한국 전자거래협회(현 한국 IT비즈니스진흥협회)와 한국직업능력개발원이 개발한 e-비즈니스 직무 능력 모형 개발 내용에 따르면 ‘e-비즈니스는 사업 모델의 기획 능력, 전략 수립 및 개발된 e-비즈니스 시스템을 운용·관리하는 경영 기술과 함께 웹 서버 및 데이터베이스의 설계 구축, 웹 디자인, 웹 프로그래밍, 네트워크 구축 및 인터넷 보안 등 웹 사이트를 설계 구축하는 정보기술 능력을 활용하여 인터넷 웹 사이트 기반 사업을 수행하는 직무’라고 정의하고 있다.

1 직무 능력 모형

직무능력표준이란 한 직업에서 요구하는 직무를 성공적으로 수행하는 데 필요한 직무수행 능력의 목표와 기준을 말한다. 직무능력표준은 직무 능력 모형의 형태로 표시되는데 2004년 개발된 e-비즈니스 분야의 직무 능력 모형은 [그림 2-5]와 같다.



[그림 2-5] e-비즈니스 분야 직무 능력 모형

A1. e-비즈니스 모델 설계

e-비즈니스 모델이란 기업이 인터넷을 이용하여 지속적으로 이윤을 창출할 수 있는 사업 방식을 의미한다. 이러한 사업 방식은 사업 성과를 결정짓는 사업 환경, 인터넷 환경 및 변화 요인 등이 다각적으로 고려되어야 한다. 비즈니스 모델은 차별화(Differentiation), 가격(Cost Leadership) 및 사업의 범위(Focusing)를 정하고 수익의 원천을 다각적으로 검토해야 한다. 또 사업과 연계된 활동을 정의하고 적절한 조직을 구성하며, 사업 수행 능력, 사업의 지속 가능성 등을 자세히 검토하여 비즈니스 모델을 설계하는 일이다.

A2. e-비즈니스 전략 수립

e-비즈니스 전략 수립은 설계된 e-비즈니스 모델을 실행하기 위해 e-비즈니스 전략을 개발하고 실행 계획을 수립하며, 계획을 실행하는 일이다.

A3. e-비즈니스 운영

e-비즈니스 운영은 e-비즈니스 모델 개발 및 전략 수립에 의해 설계되어 구축된 웹 사이트를 운영하는 능력으로, 실제 e-비즈니스를 운영하는 능력을 말한다. e-비즈니스를 운영하-

기 위해서는 제품 및 서비스의 구매 조달, 외주, 인터넷 마케팅 능력이 필요하다. 또한 e-비즈니스 운영자는 고객의 사생활을 보호하는 윤리적인 태도를 보이고 있어야 하며 예외적인 경영 문제를 해결할 수 있는 능력을 보유해야 한다.

B1. 시스템 아키텍처 설계

웹 서비스는 분산 컴퓨팅 환경에서 이질적인 플랫폼과 언어로 작성된 애플리케이션을 서비스하는 형태로 통합하기 위한 종합적인 인프라다. 시스템 아키텍처 설계의 주요 내용은 첫째, 서비스 기반 아키텍처를 위한 웹 서비스의 구성 요소를 설계하는 것이다. 둘째, 웹 서비스 개발을 위한 개발 플랫폼의 정의 및 환경 구축에 대한 설계를 포함한다. 셋째, 웹 사이트의 구조를 설계하는 것이다.

B2. 웹 서버 및 DB 구축

웹 서비스를 하기 위한 웹 서버를 구축하고 데이터베이스를 구축한다. 웹 서버를 구축하기 위해서는 상용 웹 서버 소프트웨어를 검토하여 웹 서비스를 안정적으로 수행할 수 있는 웹 서버 및 운영체제를 결정한다. 회사의 데이터 구조에 적합한 데이터베이스를 선택해 구축하며, 보안 시스템, 사용자 인증 시스템, 지불 게이트웨이 등을 물리적으로 설치하여야 한다.

B3. 네트워크 설계 및 구축

웹 서비스를 하기에 적합한 조직 내의 네트워크를 설계하고 구축한다. 네트워크를 실행하는데 필요한 보조 장비를 구매, 설치할 수 있다. TCP/IP, UDP, SOCKET의 개념 및 간단한 네트워크 프로그래밍을 작성할 수 있다.

C1. 콘텐츠 기획

콘텐츠 기획이란 웹 사이트의 내용물 구성에 대한 계획 수립을 의미한다. 각각의 콘텐츠는 웹 페이지에서 보이는 내용물로써 텍스트를 포함한 2D/3D 그래픽과 애니메이션, 링크로 구성된다. 기능별로 게임 콘텐츠, 학습 콘텐츠, 블로그 등의 다양한 형태로 구분할 수 있다. 특히, 웹 페이지가 링크로 연결되어 있어 홈페이지, 웹 페이지 간의 사이트 맵에 대한 기획과 더불어 콘텐츠의 템플릿 표준을 정하는 것과 디자인의 표준을 정하는 것이 필요하다.

C2. 웹 디자인

웹 디자인이라는 홈페이지를 포함한 웹 사이트를 구성하고 있는 웹 페이지의 디자인을, 웹 디자인 소프트웨어 및 멀티미디어 콘텐츠 개발 도구를 이용하여 적용하고 개발하는 것을 말한다.

C3. 웹 프로그래밍

웹 프로그래밍에는 웹 사이트의 콘텐츠가 단순한 텍스트와 링크, 그래픽이 나열된 정적인 콘텐츠의 구성을 위한 마크업 언어, 콘텐츠가 살아 움직이는 생동감 있는 동적인 콘텐츠로 제작되기 위해 필수적으로 필요한 프로그래밍 언어 등이 있다.

프로그래밍을 하는 가장 큰 이유는 첫째, 데이터베이스를 이용하여 웹 사이트의 정보를 효율적으로 관리하기 위해서다. 둘째, 품에서의 사용자 요구를 받아 컴퓨터가 사용자가 원하는 일을 처리하기 위해서다. 웹 프로그래밍은 스크립트(SCRIPT) 언어와 Java를 주로 사용한다. 스크립트 언어는 클라이언트용(VB Script, Java Script)과 웹 서버의 도움을 받는 서버용 언어(ASP, PHP)를 많이 사용한다. 이들의 주된 활용 범위는 데이터베이스의 연결이라고 할 수 있다.

C4. 웹 저작 도구 사용

웹 사이트는 웹 페이지를 일일이 디자인하여 각각 프로그래밍할 수 있지만, 사이트 저작 도구를 이용하여 자동으로 생성할 수 있다. 빨리 사이트를 제작할 수 있고 안정성 있는 사이트를 구축할 수 있는 것이 장점이다. 단점은 상용 소프트웨어이므로 도구의 가격이 비싸고 템플릿의 제한으로 다른 사이트와 차별되는 사이트 구축이 어렵다. 그렇지만 먼저 웹 구축 저작 도구를 이용하여 기본적인 사이트를 제작한 후 개별적인 웹 페이지의 손질을 통하여 사용자의 요구에 맞는 사이트를 구축할 수 있다.

D1. 웹 사이트 관리

웹 사이트 관리는 e-비즈니스 수행을 위한 웹 사이트가 개발 완료된 후 이를 원활히 운영, 관리하는 능력을 지칭한다. 이 능력은 웹 사이트를 구성하는 콘텐츠를 관리하는 정보 관리, 사이트의 트래픽 등 전반적인 모니터링, 시스템의 상태를 평가하는 웹 사이트 상태 평가로 구성된다.

D2. 네트워크 관리

웹 사이트를 안정적으로 운영하기 위해서는 이를 구성하고 있는 네트워크의 관리가 필수적이다. 네트워크 사용자 인증 등의 보안 관리, 네트워크 주변 장치 관리가 수행되어야 한다.

D3. 웹 사이트 보안 관리

e-비즈니스를 수행하기 위한 웹 사이트는 사용자가 안심하고 사용할 수 있도록 신뢰성을 확보해야 한다. 웹 사이트에서 문서를 교환할 때 내용의 변질 및 노출 등으로부터 보호해야 한다. 거래의 안전성을 확보하기 위해서는 기밀성, 인증, 부인봉쇄 등의 웹 사이트 보안이 시행되어야 한다. 또한 개인의 사생활 보장 및 불법적 개인 정보 유출 등을 차단할 수 있어야 한다.

2. 능력 요소

직무 능력 모형에서는 핵심 능력, 능력 단위와 함께 능력 요소를 제시하는데, e-비즈니스 분야의 능력 요소는 [표 2-3]과 같다. 또한 직무 능력 모형에서는 각각의 능력 요소별로 성취 기준을 지식과 기술로 표시하고 필요한 도구와 수준을 제시한다.

[표 2-3] e-비즈니스 분야의 능력 요소

핵심 능력	능력 단위	능력 요소
A. e-비즈니스 기획 및 운영	A1. e-비즈니스 모델 설계	A11. e-비즈니스 환경 분석 A12. e-비즈니스 사업 모델 설계
	A2. e-비즈니스 전략 수립	A21. e-비즈니스 전략 개발 A22. e-비즈니스 실행 계획 수립 A23. e-비즈니스 전략의 실행
	A3. e-비즈니스 운영	A31. 구매 조달 A32. 외주 관리 A33. 인터넷 마케팅 A34. 위험 관리
B. e-비즈니스 시스템 구축	B1. 시스템 아키텍처 설계	B11. 웹 사이트 아키텍처 개발 B12. 웹 사이트 설계
	B2. 웹 서버 및 DB 구축	B21. 서버 설계 및 구축 B22. 웹 사이트 DB 구축 B23. 보안 인증, 지불 시스템 구성
	B3. 네트워크 설계 및 구축	B31. 네트워크 설계 B32. 네트워크 구축

C. e-비즈니스 콘텐츠 제작	C1. 콘텐츠 기획	C11. 고객의 요구사항 수집 C12. 표준 개발 C13. 개발 전략 수립
	C2. 웹 디자인	C21. 인터페이스 개발 C22. 멀티미디어 콘텐츠 개발 표준 적용 C23. 웹 디자인 S/W 조작
	C3. 웹 프로그래밍	C31. 마크업 언어의 조작 C32. 동적 웹 페이지 프로그래밍 언어 조작 C33. 웹 사이트 연동 DB 프로그래밍 C34. TEST
	C4. 웹 저작 도구 사용	C41. 사이트 서버 S/W의 선택 C42. 웹 저작 S/W를 이용한 웹 사이트 구축
D. e-비즈니스 시스템 관리	D1. 웹 사이트 관리	D11. 웹 사이트 정보 관리 D12. 시스템 모니터링 D13. 웹 사이트 상태 평가
	D2. 네트워크 관리	D21. 네트워크 사용자 인증 관리 D22. 네트워크 보안 관리 D23. 네트워크 주변장치 관리
	D3. 웹 사이트 보안 관리	D31. 웹 사이트 보안 설계 D32. 웹 사이트 보안 D33. 웹 사이트 보안 위협 관리 D34. 재해 복구/부수 사태 준비 D35. 웹 사이트 보안 평가



요약

Chapter 02

- 1 e-비즈니스는 전자상거래의 확장된 개념으로 사용되고 있다. e-비즈니스란 일반적으로 ‘인터넷을 통한 상거래’라고 인식되고 있는데, 최근에는 ‘기존의 고객 또는 잠재 고객을 위해 보다 뛰어난 가치를 창출할 수 있는 업무 처리 방식, 또는 향상, 개선, 변화시키거나 아예 새롭게 창조해 낼 수 있는 전자 네트워크 및 관련 기술’로 정의된다.
- 2 e-비즈니스학의 기원은 경영학의 분과인 MIS(경영정보시스템)다.
- 3 전자상거래를 거래 주체별로 분류하면 크게 기업과 기업 간의 전자상거래인 B2B(Business to Business)와 기업과 소비자 간 전자상거래인 B2C(Business to Customer)로 나눌 수 있다. 이 외에도 기업과 정부 간의 전자상거래인 B2G(Business to Government), 정부와 소비자 간의 전자상거래인 G2C(Government to Customer)와 함께 소비자 간 전자상거래를 의미하는 C2C(Customer to Customer)로 분류할 수 있다.
- 4 e-비즈니스의 시장 규모는 국내뿐만 아니라 전 세계에서 지속적으로 성장하고 있다.
- 5 e-비즈니스 산업은 크게 인터넷을 활용하는 사업과 정보통신 서비스 제공업자로 구분할 수 있다.
- 6 e-비즈니스의 기반 기술은 Communication의 전자화 단계, 질적 향상 단계를 거쳐 IT 생활화 단계로 발달하고 있다.
- 7 국가 표준에 의한 e-비즈니스 직무는 크게 e-비즈니스 기획 및 운영, e-비즈니스 시스템 구축, e-비즈니스 콘텐츠 제작, e-비즈니스 시스템 관리의 4가지로 분류하고 있다.

- 1 e-비즈니스를 하나의 산업으로 볼 수 있는지 A4지 5장 이내로 작성하라.
(서론, 본론, 결론의 형태로 하고, 논리적으로 서술하라. 인터넷 사이트에서 생각 없이 ‘펌’ 한 리포트는 무조건 “F”다.)
- 2 대한민국 전자정부 사이트(www.korea.go.kr)에 접속하여 어떠한 서비스가 제공되고 있는지 알아보자.



[그림 2-6] 대한민국 전자정부 사이트(www.korea.go.kr)