

III. 인터넷 비즈니스의 障碍 克服 方案

1. 논의 배경

- 인터넷의 규모가 커지고 사용자들이 급증하면서 인터넷 비즈니스에 대한 관심도 고조되고 있음
- 그러나, 인터넷 비즈니스는 그 장미빛 전망에도 불구하고 아직까지 실질적인 성과는 저조한 수준임
- 인터넷 비즈니스를 성공적으로 이끌기 위해서는 인터넷이라는 특수한 환경에 부합하는 접근 전략이 요구됨

2. 인터넷 비즈니스의 장애 요인

- 인터넷 비즈니스의 특성에서 오는 장애 요인
 - 인터넷이라는 새로운 환경에 부합하는 명확한 사업 프로세스를 정립하지 못하고 있음
- 인터넷 구성 요소의 특성에 따른 장애 요인
 - 인터넷 사용자들의 익명성으로 고객의 특성이나 취향, 관심 분야 등을 정확히 파악하기 어려움
 - 인터넷 사업 주체의 잦은 변동으로 고객이 이들과 거래 관계를 맺는데 불안감을 느낌
 - 제품과 정보가 분리되어 있기 때문에 고객이 원하는 제품이 실제와 차이가 나는 정보의 비대칭 현상이 발생할 수 있음
- 국내 인터넷 환경상의 장애 요인
 - 주변에 중소 유통 업체가 많고 아직 우리 국민들이 직접 거래를 선호하기 때문에 인터넷 거래가 아직까지 크게 확산되지 못하고 있음
 - 인터넷 사용자의 대다수가 구매력이 낮은 20~30대 남성임
 - 사용 시간에 비례해서 요금을 지급하는 현재의 인터넷 서비스 체제는 사용자들의 요금 부담을 가중시켜 인터넷 비즈니스의 활성화를 저해하고 있음

3. 장애 극복 방안

- 사업 전략적 관점에서 접근
 - 사업의 명확한 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 어떤 전략을 수립할 것인지 결정하고 접근해야 함
 - 사업 주체간 전략적 제휴를 맺어 상호 시너지 효과를 높이도록 해야 함

- 인터넷 환경에서 생존하기 위해서는 동종 사업자와의 경쟁에서 1, 2등을 목표로 사업 전략을 수립해야 함
 - 체계화된 고객 관리
 - 웹사이트를 알려 고객을 유인하기 위한 다양한 촉진 전략을 수립해야 함
 - 인터넷 사용자들을 자사의 잠재적인 고객으로 만들기 위하여 커뮤니티(특정 웹사이트를 중심으로 한 인터넷 사용자들의 공동체)를 형성하도록 해야 함
 - 자사의 사업에 도움이 될 만한 고객들을 선별하여 이를 데이터베이스화함
 - 국내 인터넷 환경을 직시
 - 사용자들이 신속하고 편리하게 자신이 원하는 정보를 얻을 수 있도록 간결하고 체계적으로 웹사이트를 구축해야 함
 - 국내 인터넷 사용자들의 구매력 수준에 적합한 사업 아이템을 선정함
 - 적극적인 홍보 활동이나 전략적 제휴를 통해 사업 주체의 신뢰도를 높임
4. 향후 사업 추진 방향
- 첫째, 인터넷이 비즈니스 기반으로 확고히 자리잡을 때까지 중·장기적 관점에서 준비함
 - 둘째, 인터넷 환경은 유동적이므로 향후 변화 추이를 주시하면서 새로운 환경에 적합하도록 지속적으로 사업 전략과 프로세스를 수정해 나감
 - 셋째, 외국 기업들의 진출에 대비하고 해외로 사업 영역을 확장할 수 있도록 글로벌 시각에서 추진함

1. 論議 背景

- 인터넷 비즈니스의 급성장
 - 인터넷의 규모가 커지고 사용자들이 급증하면서 인터넷 비즈니스에 대한 관심이 고조되고 있음
 - 인터넷은 향후 비즈니스와 상거래의 핵심적인 기반이 될 것으로 인식되고 있으며, 이미 많은 선진 기업들이 비즈니스 목적에 활용하고 있음
 - 국내에서도 인터넷 인구가 급증하고 인터넷 비즈니스에 대한 관심이 높아지고 있으며, 다수 기업들이 인터넷 비즈니스에 진출해 있음
- 인터넷 비즈니스의 실질적인 효과 저조
 - 인터넷 비즈니스는 그 장미빛 전망에도 불구하고 아직까지 실질적인 성

- 과는 저조한 수준임
- 대부분의 기업이 아직까지 기대한 만큼의 수익을 올리지 못하고 있으며, 오히려 적자에 허덕이고 있는 경우가 많음
 - 인터넷 비즈니스의 선두주자라고 할 있는 아마존(인터넷 서점)도 아직까지 적자를 보고 있으며, 인터넷 쇼핑몰을 개설한 국내 백화점들도 거의 대부분이 수익을 올리지 못하고 있는 상황임
- 인터넷의 특성에 부합하는 사업 전략 요구
- 인터넷 비즈니스를 성공적으로 이끌기 위해서는 인터넷이라는 특수한 환경에 부합하는 접근 전략이 요구됨
 - 실제 세계에서와 같은 고객 접근 전략, 사업 전략 등은 고객의 성향이 다르고 시·공간적 활동 무대가 다른 가상 세계에서는 통하지 않는 경우가 많음
 - 또한, 국내 인터넷 환경은 선진국과는 많이 다르다는 것을 인식해야 하며 인터넷 사업 전략 수립시 이를 반영해야 함

2. 인터넷 비즈니스의 障碍 要因

○ 인터넷 비즈니스의 特性에서 오는 障碍 要因

- 새로운 사업 방식에 대한 적응력 부재
 - 인터넷이라는 새로운 세계는 사업 주체들에게 지금까지 수행해 왔던 사업 방식과는 다른 프로세스를 요구하고 있음
 - 그러나, 지금까지 인터넷 비즈니스를 수행해 본 경험이 거의 없기 때문에 새로운 환경에 부합하는 적합한 사업 프로세스를 정립하지 못하는 경우가 많음
- 비즈니스 접근 마인드의 결여
 - 인터넷 비즈니스를 수행하는 사업 주체들의 대부분이 첨단 기술력과 새로운 아이디어를 기반으로 진출하였음
 - 이들 기업들은 기술적 논리로 접근하여 사업의 타당성 검토나 구체적인

- 고객 확보 전략, 촉진 전략 등을 수립하지 않고 진출한 경우가 많음
- 기술적 우위성만 믿고 체계적인 사업 전략 없이, 웹사이트만 개설하여 고객이 방문하기를 기다리고 있음

○ 인터넷 構成 要素의 特性에 따른 障碍 要因

- 사용자의 익명성
 - 인터넷 사용자는 자신의 신분을 밝히지 않으면서 수많은 웹사이트를 자유롭게 방문할 수 있는 익명성을 가짐
 - 따라서, 인터넷 사업 주체들은 자사의 웹사이트에 방문하는 사용자의 특성이나 취향, 관심 분야 등을 정확히 파악하기 어려움
- 사업 주체의 가변성, 불연속성
 - 인터넷 비즈니스는 그 특성상 진출하기가 쉬울 뿐 아니라 반대로 퇴출하기도 쉬운 특성을 가지고 있음
 - 기술이나 아이디어만 가지고 있으면 빠른 시간 내에 사업 아이템을 개발하여 진출함으로써 수익을 얻을 수 있으며, 기대 수익이 달성되었을 경우에는 신속하게 퇴출할 수 있음
 - 반면, 고객들은 이러한 미지의 가변적인 사업 주체에 대한 불신감을 가질 수 있으며, 지속적인 거래 관계를 유지하는 데 불안을 느끼고 있음
- 제품과 정보의 분리성
 - 가상 공간에서 제공하는 제품은 단지 그 제품에 관련된 정보이며 실제로 고객에게 도달하는 물리적 제품과는 분리되어 있음
 - 제품과 정보의 분리로 인하여 고객이 원하는 제품과 실제 구매 제품이 다른 정보의 비대칭 현상이 발생할 수 있음
 - 또한, 구매 시점과 장소가 제품의 도달 시점과 장소와 다르기 때문에 이러한 시간적, 물리적 격차로 인한 문제의 발생 소지도 있음

○ 國內 인터넷 環境上의 障碍 要因

- 구매력이 낮은 한정된 사용자 계층
 - 인터넷 사용자의 대다수가 20대에서 30대 초반의 남자로서 이들의 직업은 학생이나 기업체 관리직, 정보 통신 관련 업체 종사자가 대부분을 차지하고 있음
 - 이들 대부분은 아직 학생 또는 갓 입사한 신입사원으로 소득이 없거나 적기 때문에 구매력이 매우 낮음
 - 또한, 사용자의 대부분이 가정에서 직접적인 구매 권한이 낮은 남성인 것도 구매력을 떨어뜨리는 요인이 되고 있음

<표 1> 국내 인터넷 사용자의 특성

구분	특성
연령	18~24세 : 24.3%
	25~29세 : 40.1%
	30~34세 : 18.7%
	기타 : 16.9%
성별	남성 : 81.2%, 여성 : 18.8%
접속 방법	전화접속 : 47.6%, LAN : 47.9%, 기타 : 4.5%
학력	대졸 : 54.2%
	대학원졸 : 10.5%
	고졸 : 13.5%
	재학중 : 21.3%

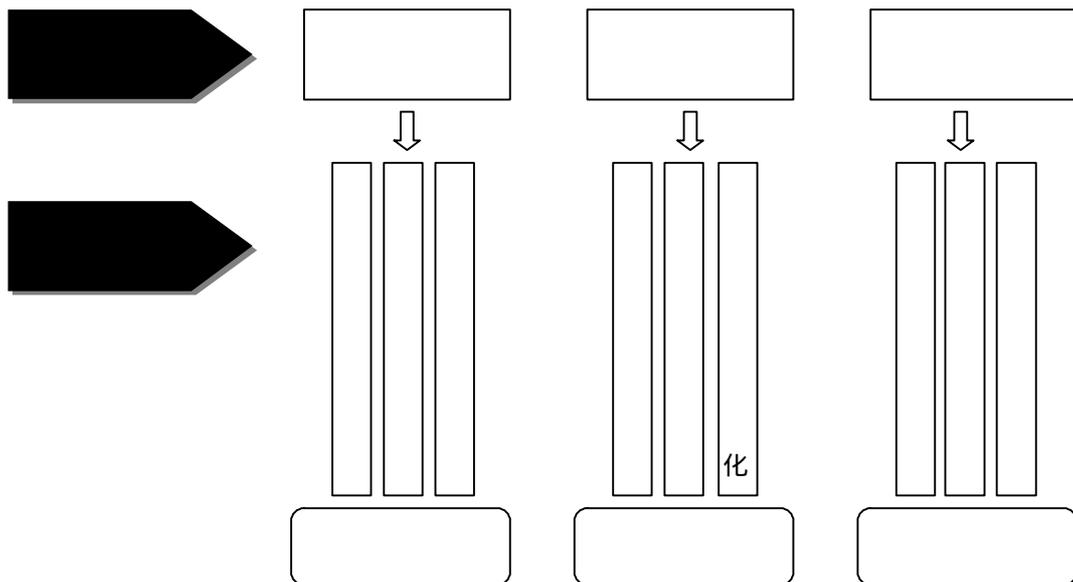
주 : '월간인터넷' 98년 12월호 설문조사 결과 인용(표본 수 : 6,555명)

- 제한된 인터넷 사용 환경
 - 1998년 말 현재, 국내 인터넷 사용자는 약 300만 명으로 추정되고 있으며 그 수가 급격히 증가하고 있는 추세임
 - 하지만, 이들 사용자의 절반 이상이 인터넷 전용선이 아닌 가정에서 전화선을 통해 인터넷을 이용하고 있는 것으로 나타남
 - 사용 시간에 비례해서 요금을 지불하는 현재의 인터넷 서비스 체제는 사용자들의 요금 부담을 가중시켜 인터넷 비즈니스 시장의 활성화를 저해하는 요인으로 작용하고 있음

- 인터넷 비즈니스의 활성화를 저해하는 사회 문화적 특성
 - 지리적으로 인구가 밀집해 있고 주변에 중소 유통 업체가 많은 국내 현실은 소비자들에게 인터넷 거래에 대한 절실한 필요성을 별로 느끼지 못하게 하고 있음
 - 직접 물건을 보고 거래하는 것에 익숙해져 있는 우리 국민들은 아직까지 온라인 거래에 대한 거부감이 상대적으로 높은 상황임
 - 인터넷이라는 가상 공간에서 사업을 영위하는 미지의 사업 주체에 대한 불확실성에 대해서도 높은 불안감을 가지고 있음

3. 障碍 克服 方案

<그림 1> 인터넷 비즈니스의 장애 극복 방안



○ 事業 戰略的 觀點에서 接近

- 명확한 사업 프로세스의 설정
 - 인터넷 비즈니스를 성공적으로 이끌기 위해서는 기술적 우위성이나 사업 아이템의 독창성만 믿고 고객이 오기만을 기다리면 결코 성공할 수

없음

- 사업의 명확한 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 어떤 촉진 전략을 수립할 것인지 결정하고, 발생 가능한 다양한 문제들에 대한 대안을 준비해야 함
 - 또한, 주요 수입원은 무엇이고 고객은 어떤 경로를 통해 확보할 것이며, 목표 시장은 무엇인지 등도 명확히 해야 함
- 생존을 위한 경쟁 전략의 수립
- 진입과 퇴출, 모방이 용이한 인터넷 비즈니스의 특성상 수많은 경쟁자가 존재함
 - 치열한 경쟁에서 생존하기 위해서는 동종 사업자와의 경쟁에서 1,2등을 목표로 사업 전략을 수립해야 함
 - 물리적인 時空을 초월하는 인터넷의 특성상 사용자들은 많은 정보를 탐색하여 최고만을 추구하는 경향이 있음을 주지해야 함
- 전략적 제휴의 활용
- 사업 주체간 전략적 제휴 관계를 맺는 것은 인터넷 비즈니스를 성공적으로 이끌기 위한 쉬우면서 효과적인 방안임
 - 전략적 제휴는 고객 공유 및 고객 정보 상호 교환, 공동 광고 및 공동 물류 등을 가능하게 하여 제휴 기업간의 시너지 효과를 높일 수 있음
 - 또한, 다수 기업간의 전략적 제휴는 자사의 웹사이트의 규모를 키우고 서비스 질을 높일 수 있게 함으로써 더 많은 고객을 유치하여 사업 규모를 확대시킬 수 있음

○ 體系化된 顧客 管理

- 다양한 촉진 전략 수립
- 인터넷이라는 가상 공간에 비즈니스를 위해 웹사이트를 개설하는 것은 모래사장에 있는 한 알의 모래와 같다는 것을 알아야 함
 - 자사의 웹사이트를 알려 고객을 유인할 수 있는 다양한 촉진 전략을 수

립해야 함

- 웹사이트를 검색 사이트에 등록하고 무료 경품 제공, 다양한 이벤트 개최와 같은 촉진 활동을 벌여 고객의 관심을 유도해야 함
- 커뮤니티 구축 환경의 제공
 - 인터넷 사용자들을 자사의 잠재적인 고객으로 만들기 위하여 커뮤니티 (특정 웹사이트를 중심으로 한 인터넷 사용자들의 공동체)를 형성하도록 해야 함
 - 커뮤니티에 가입한 사용자들은 자사의 웹사이트를 중심으로 인터넷을 이용하기 때문에 항상 기업의 관리 영역 안에 존재하게 됨
 - 커뮤니티를 형성하기 위해서는 다양한 정보 제공, 무료 E-메일 서비스 및 홈페이지 영역 할당 등과 같은 사용자 유지를 위한 추가적인 서비스를 제공해야 함
- 우량 고객의 데이터베이스화
 - 인터넷의 시·공간적 초월성과 익명성으로 인해 한번 왔다가는 ‘떠돌이’ 사용자들이 많음
 - 수많은 사용자들 중에 자사의 사업에 도움이 될 수 있는 고객들을 선별하여 이를 데이터베이스화하는 것은 필수적임
 - 자사와 거래 관계를 맺었거나 거래할 가능성이 높은 고객들을 분류하여 회원으로 등록하고 ‘1대1 마케팅’ 등을 활용하여 집중 관리해야 함

○ 國內 인터넷 環境을 直視

- 간결하고 체계적인 웹사이트 구축
 - 적지 않은 인터넷 사용 요금을 지불하는 국내 인터넷 환경의 특성상 한꺼번에 많은 정보를 제공하는 웹사이트는 오히려 시스템을 과부하시키고 인터넷 사용 시간을 증가시켜 사용자가 외면할 수 있음
 - 아직까지 국내 인터넷 사용자는 웹사이트에서 얼마나 신속하고 편리하게 자신이 원하는 정보를 얻을 수 있는냐에 대해 더 많은 관심을 가지

고 있다는 것을 명심해야 함

- 사용자의 수준에 적합한 사업 대상 선정
 - 국내 인터넷 사용자의 대부분이 아직까지 학생이나 전문직 종사자와 같이 특정 계층에 집중되어 있다는 점을 인식해야 함
 - 따라서, 인터넷 사용 연령층이 확대되거나 이들이 구매력을 가진 집단으로 성장하기 전까지는 이들 사용자들의 구매력 수준에 맞는 사업 아이템을 선택해야 할 필요가 있음
- 사업 주체에 대한 신뢰도 향상 노력
 - 직접 눈으로 확인하고 거래하는 우리 국민의 성향에 대비한 전략을 수립해야 하며 사업 주체의 신뢰도를 높이기 위한 다양한 방안이 요구됨
 - 이를 위해서는 지속적인 홍보 활동 및 인지도 높은 기업과의 전략적 제휴 체결을 해야 함

4. 向後 事業 推進 方向

- 중·장기적 관점에서 준비
 - 인터넷은 본래 비즈니스용이 아니라 정보의 전송과 공유 목적으로 등장하였다는 태생적 특성을 주지해야 함
 - 인터넷 이용자들의 대부분은 아직까지 인터넷을 필요로 하는 정보와 자료를 무료로 얻고자 하는 목적으로 사용하고 있는 경우가 많음
 - 따라서, 조급한 성공을 기대하지 말고, 우선 사업 주체에 대한 신뢰감을 높이면서 인터넷이 상업용 기반으로 자리잡을 때까지 중·장기적 관점에서 준비해야 함
- 인터넷 환경의 변화 방향을 주시
 - 인터넷은 전 세계적으로 급속히 확산될 전망이며, TV나 라디오와 같이 일상적인 생활 수단으로 발전될 것임
 - 국내 인터넷 환경도 이에 맞추어 사용 계층과 연령이 확대되고 저렴한

- 가격에 인터넷을 사용하게 될 것임
- 인터넷 사업 주체들은 이러한 추세에 맞추어 인터넷 환경의 특성과 고객 성향을 지속적으로 파악하고 이에 맞는 새로운 사업 아이템을 개발하면서 변신해 나가야 함
- 글로벌 시각에서 추진
- 인터넷은 時空을 초월하여 전 세계적으로 사업 영역을 확장할 수 있는 효과적이고 편리한 수단임
 - 그러나, 이러한 특성은 곧 외국의 선진 기업들이 손쉽게 국내에 진출할 수 있다는 의미도 될 수 있음
 - 따라서, 해외 기업들의 진출 가능성에 대비하고, 더 나아가 해외 사용자들의 유인 방안을 모색해야 함

(윤성한: ysh@hri.co.kr ☎724-4077)