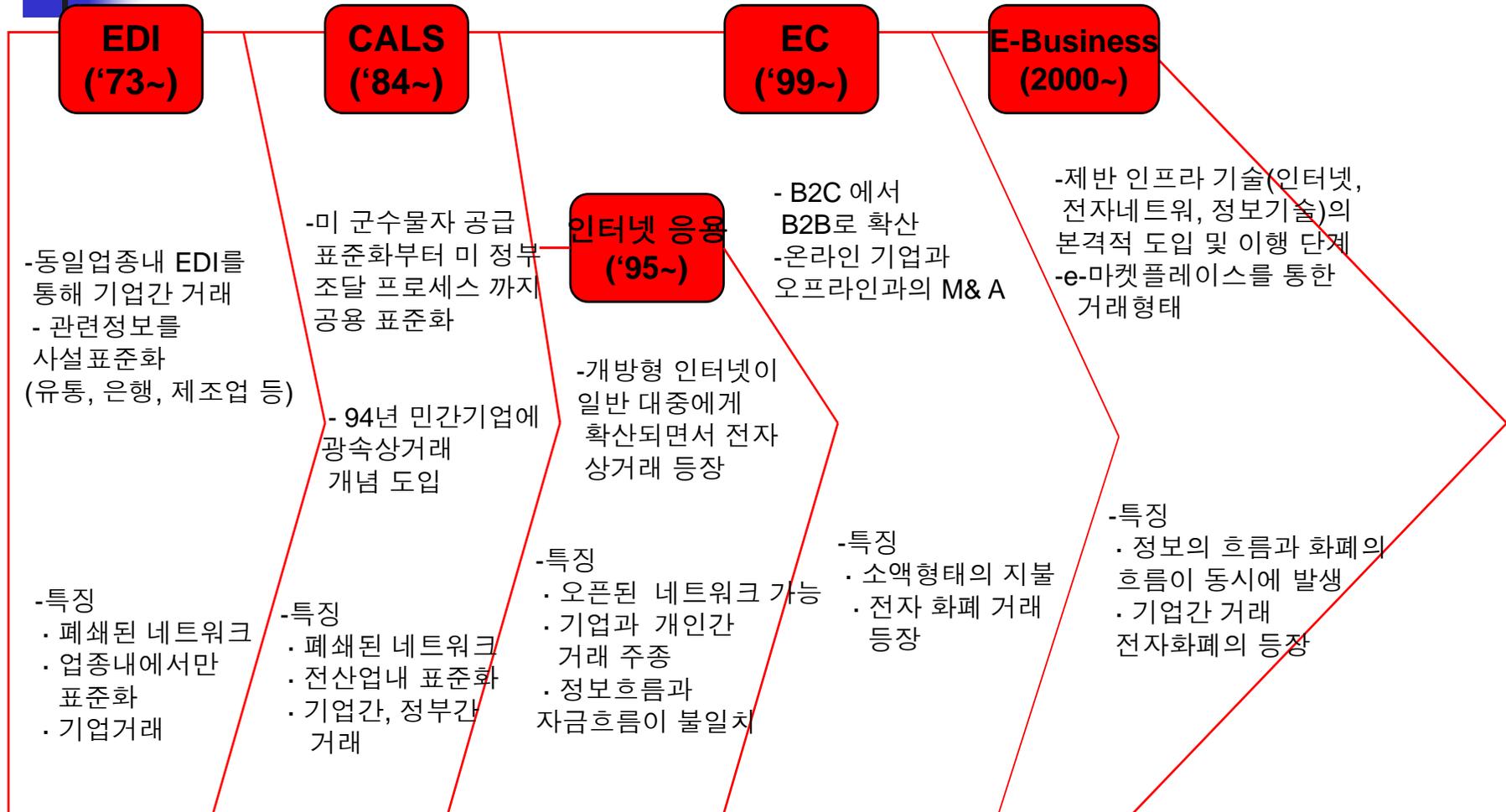


Part I. 디지털경제와 e-비즈니스

제 3장 e-비즈니스 정의 및 모델

3.1 e-비즈니스의 발전단계



e-비즈니스 구분과 정의

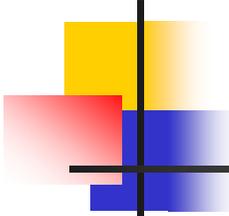
- “인터넷 혹은 인터넷 기술을 비즈니스에 직접 적용”하는 것을 인터넷 비즈니스 또는 웹 비즈니스, e-business 라고함, **전자상거래는 그 중 하나임**
- 비즈니스의 모든 구성요소(고객, 직원, 공급자, 협력사, 프로세스)들이 인터넷 기반기술을 통해 전자적으로 긴밀하게 연결되는 새로운 비즈니스 모델을 의미함
- 유인성, 보다 빠르게, 고객 중심의 비즈니스

가치체인의 역 흐름



e-비즈니스의 정의

Bound & King(1999)	전자적 비즈니스란 기술, 프로세스 그리고 경영 관행들을 포괄하는 것으로 전자적 정보의 전략적 사용을 통해 조직의 경쟁력을 향상시키고자 하는 것
가트너 그룹(2000)	전자상거래가 기존 산업 및 일반기업의 활동 자체에도 영향을 미침으로써, B2B, B2C, B2E 등을 포함한 핵심 기업 활동이 인터넷 비즈니스화 되는 것
IBM(2000)	인터넷 기술의 사용을 통한 주요 비즈니스 프로세스의 변형, 즉 비즈니스 파트너와 통신하고, 후방 DB시스템과 연결하며, 상거래를 수행하기 위해 웹을 사용하는 것
PWC(2000)	전통적 비즈니스 방식을 향상, 발전시키고 때로는 대체하기 위해서 웹, 인터넷, 새로운 컴퓨팅, 통신기술을 적용하는 것



e-비즈니스 의미

좁은 의미
인터넷을 활용한 전자상거래 비즈니스

넓은 의미
디지털적으로 네트워크가 갖춰진 기업에서의 모든 경제 활동 (제품생산, 서비스, 화폐, 지식, 광고, 기술개발 등)

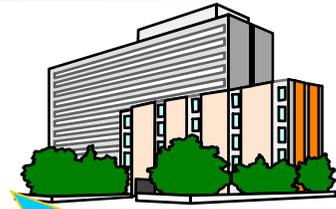
유형	구조화된 전자상거래(VAN, EDI, CALS 등)
	인터넷상의 전자상거래(B2B, B2G, B2C, C2C)

자료: Hackbarth and Kettinger, Building an e-business strategy, information systems management, 2000,6

e-비즈니스 거래유형 분류



정부



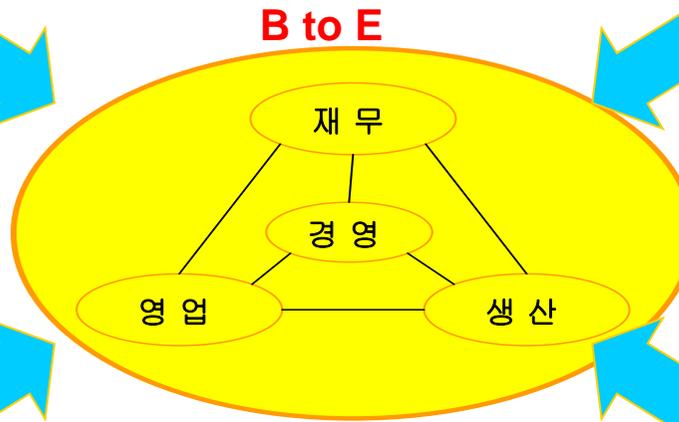
기업 B

B to G

B to B

B to C

B to C

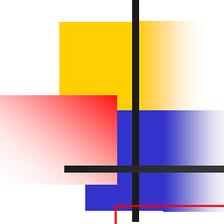


개인 A



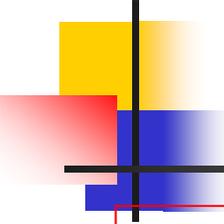
개인 B

C to C



3.3 e-비즈니스 모델과 분석의 틀

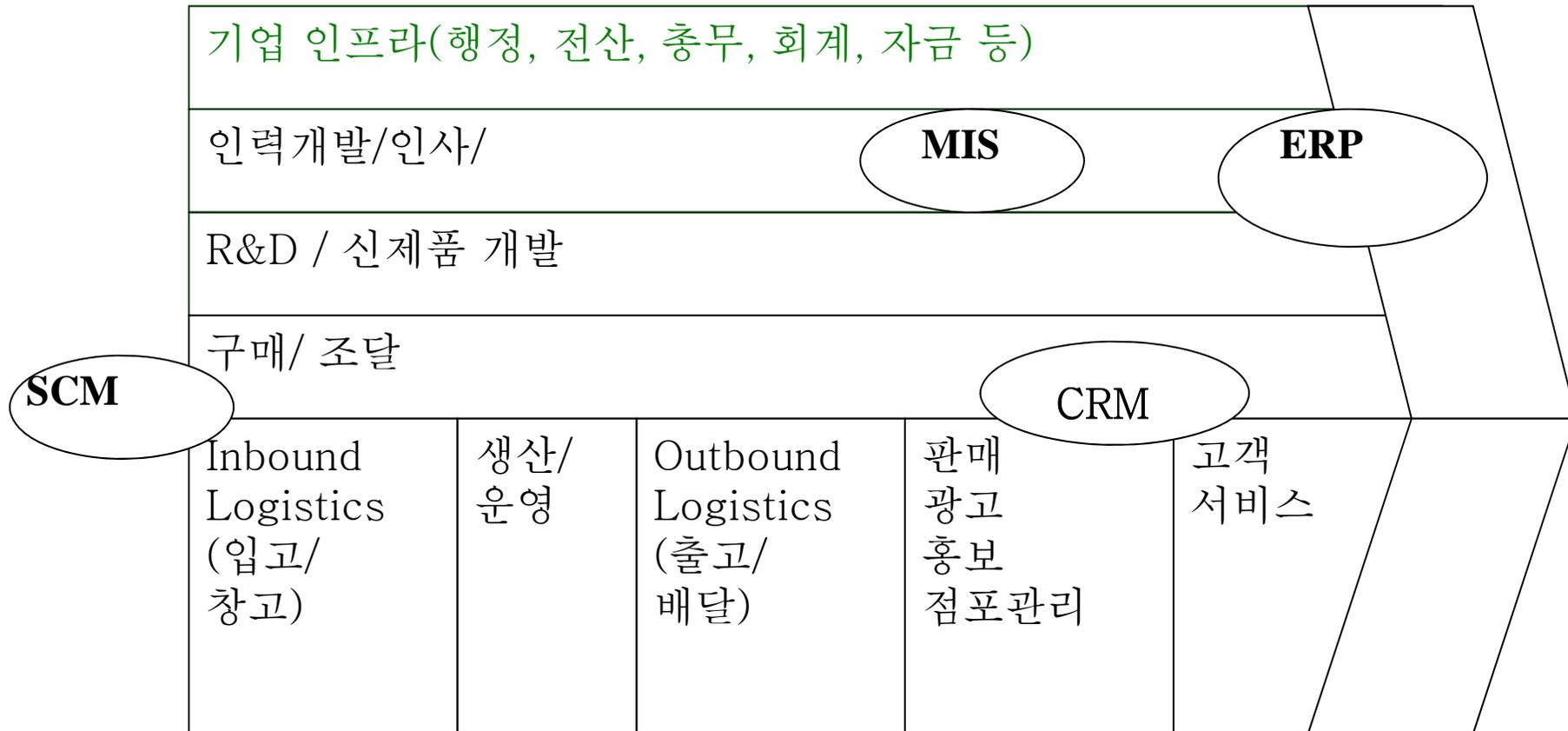
- 비즈니스 모델의 특징
 - 거래에 참여한 당사자들과 각각의 역할을 포함해 상품, 서비스와 정보의 흐름을 나타내는 아키텍처
 - 거래에 참가하는 당사자들에게 주어지는 이익
 - 수익원에 대한 정확한 묘사



3.3 e-비즈니스 모델과 분석의 틀

- 비즈니스 모델의 구분
 - 비즈니스 참여자 구분: B2C, B2B, C2C
 - 사업모델의 주수입원: 광고형, 수수료형, 회비형
 - 거래에 참여하는 당사자들의 상호작용: 1대 1, 1대 다수(1:N), 다수대 다수(N:N)
 - 비즈니스 방식: 소매형, 경매형, 역경매형, 포털형, 카탈로그 판매형, 주문판매형
 - 순수 인터넷의 모델과 기존의 모델이 인터넷에 의해 변형된 모델

경영혁신과 기업의 가치체인 (Value Chain)

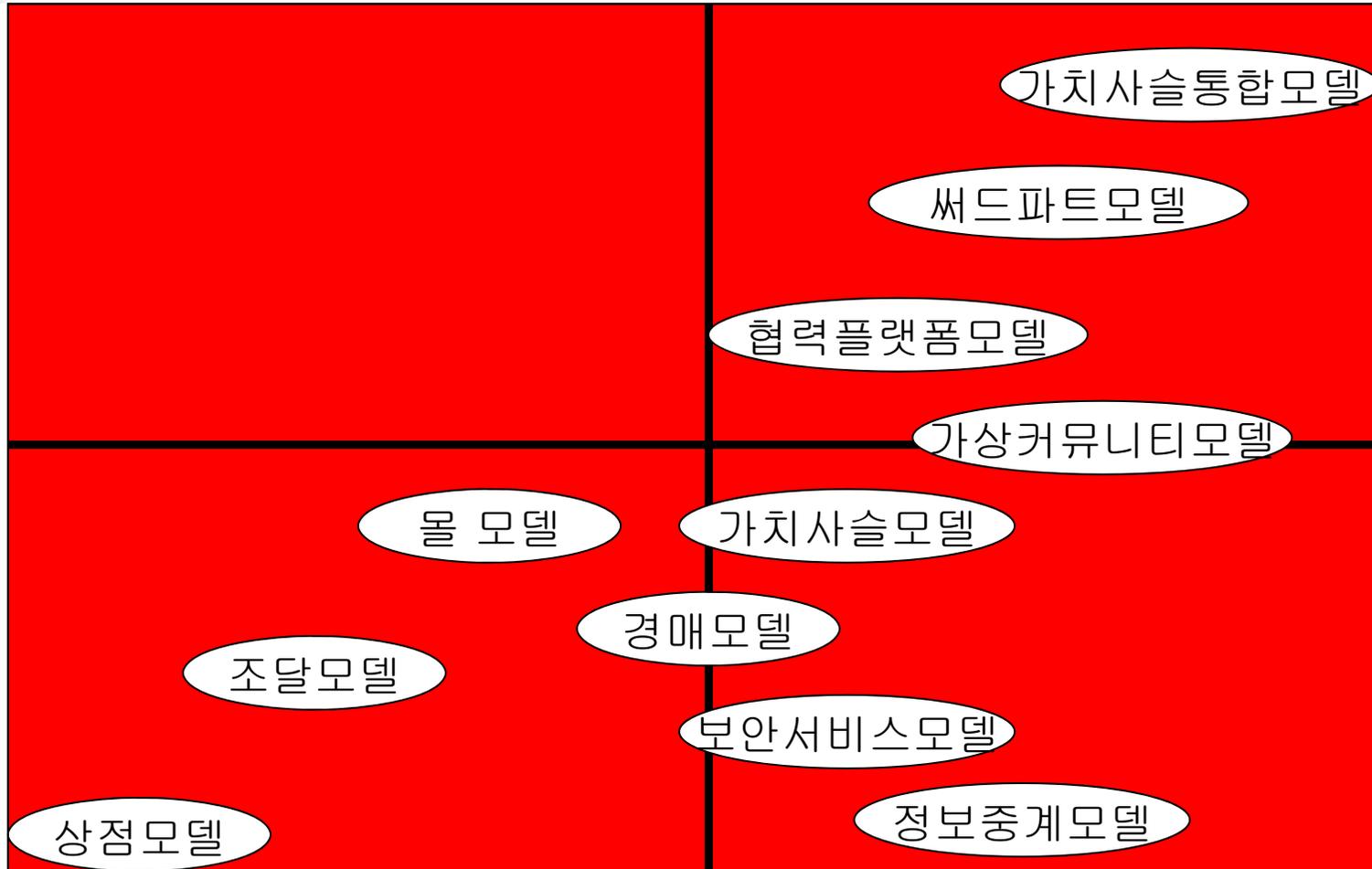


E-비즈니스 모델 유형

E-비즈니스 모델	B2C	B2B
전자상점 (e-shop)	○	
전자조달 (e-procurement)		○
전자경매 (e-auction)	○	○
전자 몰 (e-mall)	○	○
전자장터 (e-marketplace)		○
가상 커뮤니티 (virtual communities)	○	○
가치사슬 통합 (value chain integrators)		○
사치사슬 서비스 (value chain service provider)		○
공동작업 플랫폼 (collaboration platforms)		○
정보중개 (information brokers)	○	○
신용 (trust and other services)		○

e-Business 모델

복합성
기기의 통합
단일기능

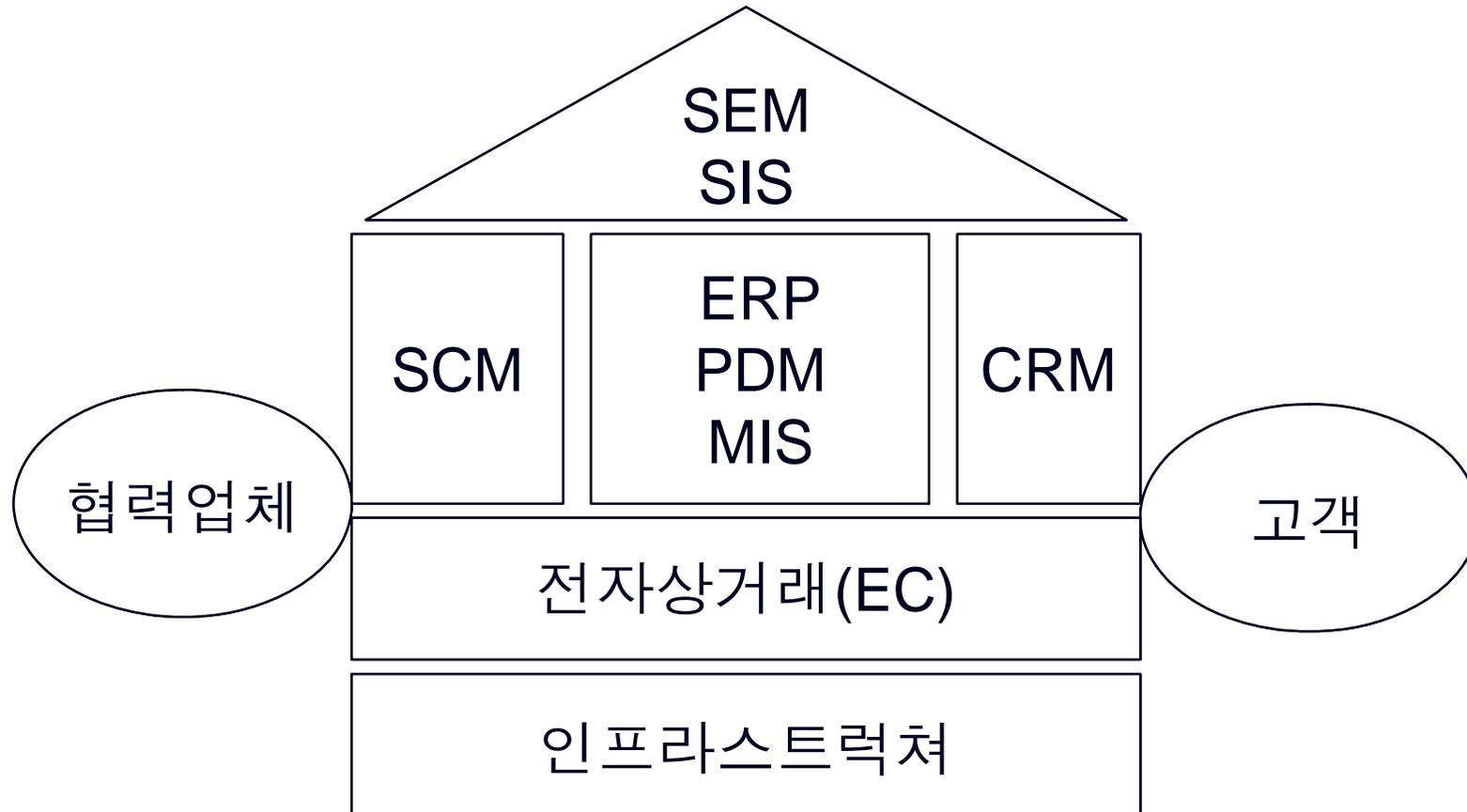


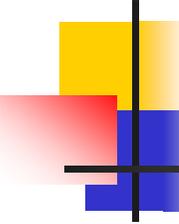
낮음

변화의 정도

높음

3.4 기업환경과 e-비즈니스의 확대





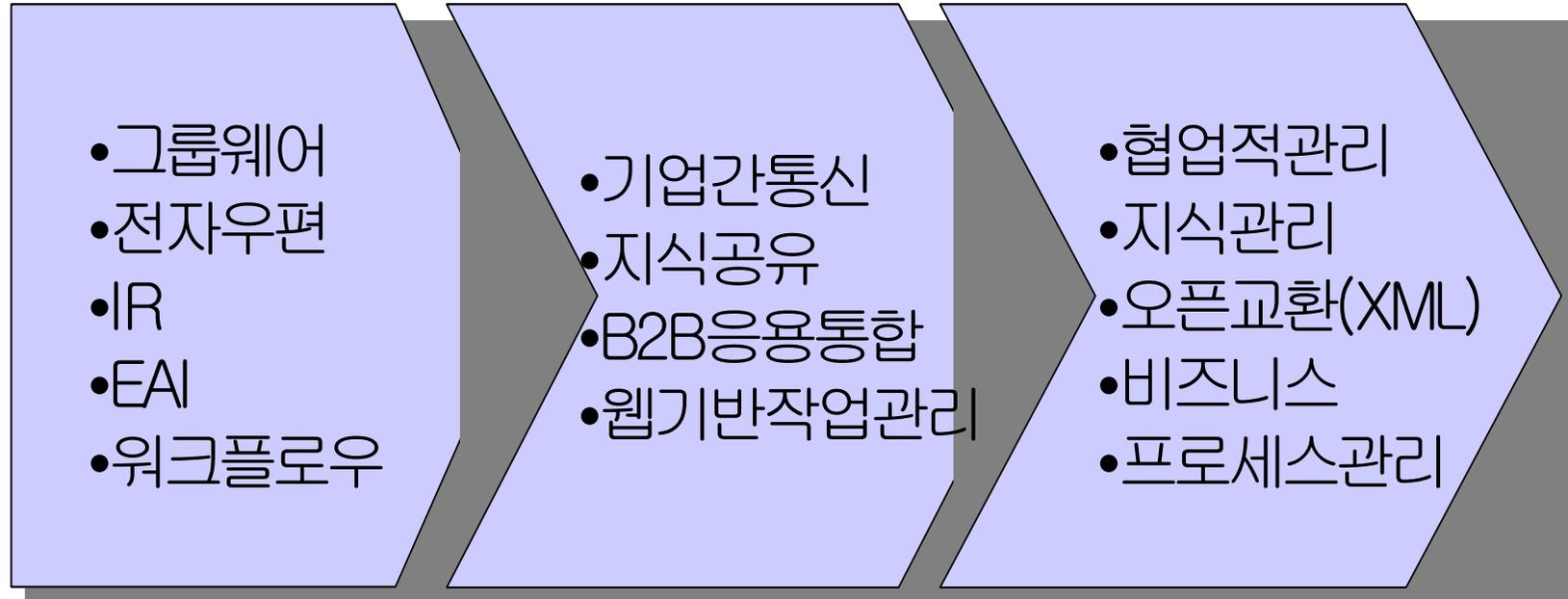
3.5 협업적 상거래의 발달배경

- 1단계: 배치식 EDI
- 2단계 : 기초적 e-Commerce
- 3단계:Third-party의 등장
 - Third-party는 복잡하고 다양한 정보의 취사/선택을 도와줌으로써 기업들로 하여금 보다 효율적으로 의사결정을 할 수 있도록 하는 가교 역할을 수행한다
- 제4단계: c-commerce

e-commerce와 c-commerce의 비교

	e-Commerce	c-commerce
Content	제품 카탈로그 (Product Catalog)	풍부한 정보 자산 (Rich Information Assets)
Community	사전에 규정된 거래 파트너 (Pre-Defined Trading Partners)	사이마켓(Cyber Market)
Commerce	구매, 판매, 경매 (Buy, Sell, Auction)	협력적인 비즈니스 프로세스 (Collaborative Business Process)
Collaboration	메시지 교환 (Exchange Message)	지적 자본 교환 (Exchange Intellectual Capital)

협업적 상거래의 핵심정보기술



- 사이버마켓
- 도메인
- 부서생산성

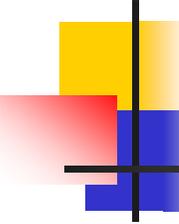
- 거래기업간
- 전자상거래
- 기업간거래최적화

- 기업내
- 협업적상거래
- 상호협력적프로세스

자료:Gartner Group, 2000.

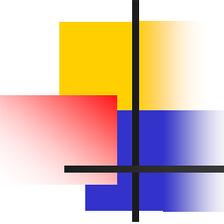
협업적 상거래가 제공하는 가치창출 기회: 제조업 사례

업계 이슈/환경	전략적 목표 및 도전적 이슈	가치및전략적 이익의 창출기회
<ul style="list-style-type: none"> •고객들의 로열티 감소, 가격인하요구 •아웃소싱의 증가로 인한 가상공급체인의 형성 •맞춤화 경향의 확대 및 제품라이프사이클의 단축 •기술 및 관련 어프로치의 급격한 확산 •혁신적 비즈니스 모델의 등장으로 인한 경쟁 판도의 변화 	<ul style="list-style-type: none"> •제품 개발 시간 단축 및 비용의 감소 •고객로열티 최대화 •가격인하 및 고객 만족증대 •자산 의존비중 축소 •가상공급체인 관리 •파트너사의 네트워크를 통한 선진사례습득 •신모델 및 신기술의 신속한 도입 및 습득 •파트너사의 고유네트워크 활용 	<ul style="list-style-type: none"> •수요공급의 전체적인 가시성 확보를 통한 네트워크의 동기화 •파트너사와의 협업을 통한 네트워크 자원 및 요구사항 관리 •협업적 상거래의 활용을 통한 향상된 제품의 신속한 개발 •역량의 평가 및 단계별로의 점차적인통합 •파트너사의 효율적인 관계관리



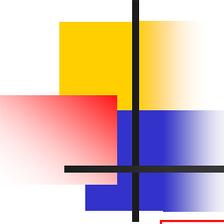
협업적 상거래의 효과

- 첫째, 기업 운영의 효율성 증대이다.
- 둘째, 스피드의 향상이다
- 셋째, 시장 불확실성의 감소이다.



3.6 실시간 기업 및 e비즈니스

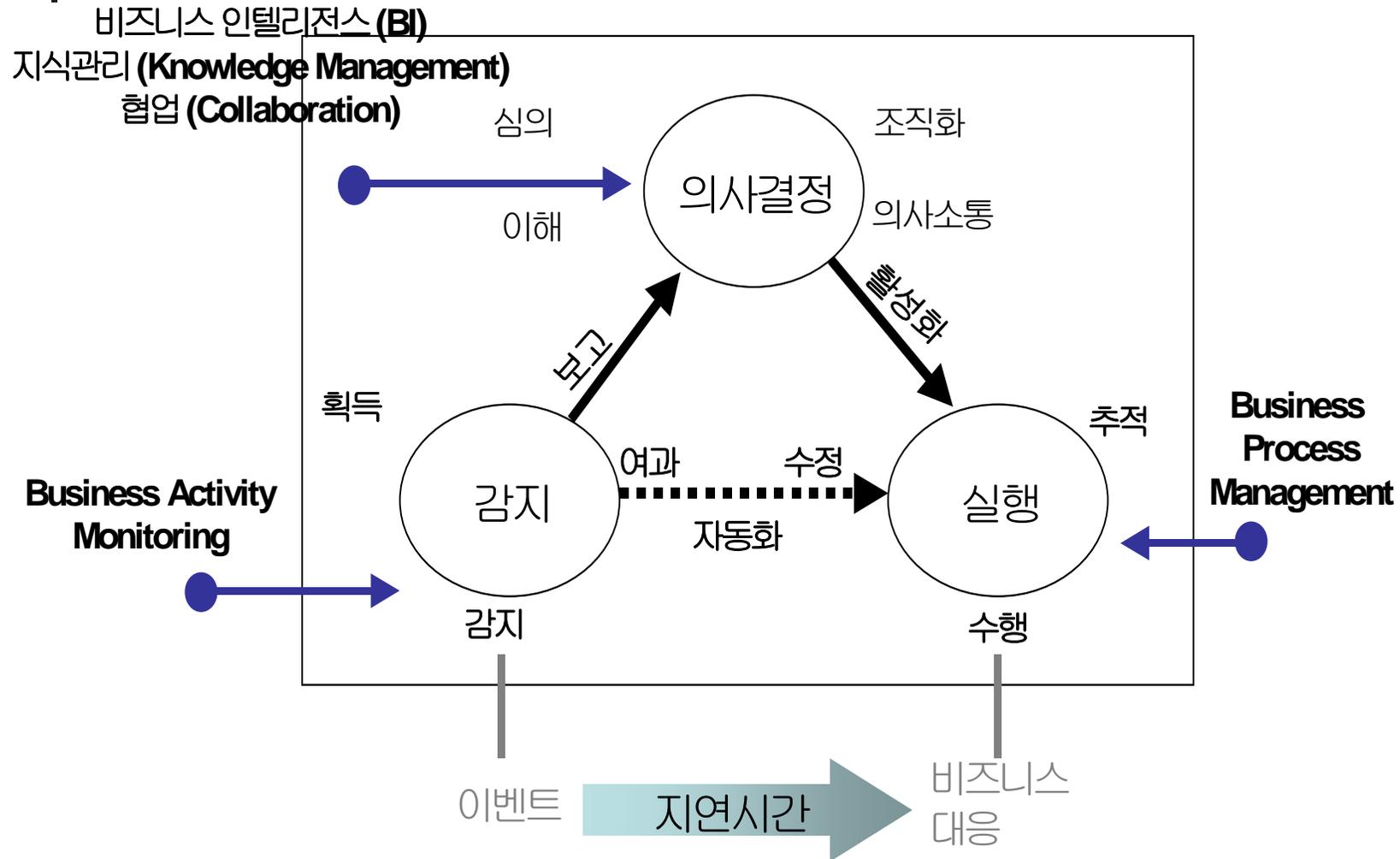
- 정의: “비즈니스 환경에 영향을 주는 근본적인 문제나 잠재적인 기회를 제때에 모니터링하여 발견하고, 그 원인과 결과를 분석한 최신의 정보를 이용하여, 경영층에게 까지 지연시간을 진보적으로 줄여, 중대한 프로세스를 실행하며 경쟁하는 기업”
- 또 다른 기술을 의미하는 것이 아니라 6시그마품질·JIT 제조기법·ERPⅡ·BPM 등 다양한 기법과 기술이 제공하는 통찰력과 방법론·원칙을 결합하는 것



RTE의 기본원칙

- 가치창출 영역을 향상
- 경과시간위주 관리
- 검증되고 성숙된 IT기술 활용
- 사람, 프로세스, 조직, 시스템의 관점에서 시간관리
- 서비스향상과 가격절감
- 측정도구 이용
- 수평, 수직, 교차적으로 관점을 넓힘
- 경영활동의 신속한 보고

RTE의 아키텍처



자료: Gassman (2004)

전통적 모델과 리얼타임모델

전통적 모델	리얼타임 모델
과거의 성과에 대한 보고	실시간으로 문제 및 원인 발견
보고서를 읽고 이슈를 발견하기까지 조치를 취할 수 없음	관련되어 있는 사람에게 즉각적으로 공지 사항
조치가 시스템 외부 예컨대 전화나 메모 등을 통해 수행됨	온라인에 의한 문제 전달 및 즉각적인 조치 강구
예외사항·근본원인 및 솔루션에 대한 누적 데이터 부재	모든 예외사항·근본원인 및 솔루션에 대한 데이터베이스 보유
예외사항을 추적할 수 있는 공식적인 시스템이 없어 조직학습을 촉발하지 못함	이해관계자에 대한 교정조치의 자동 전달로 조직학습을 촉발함