

# 인터넷 뱅킹의 현황과 발전전략에 관한 연구

김 홍 식

동국대학교 상경대학 경영학과 교수

(kimhs@dongguk.ac.kr)

## I. 서 론

1980년대 이후 은행산업에 불어닥친 규제완화의 물결과 함께 1990년대 정보통신기술의 발달은 은행산업의 패러다임을 바꾸고 있다. 1980년대는 이전의 물리적 지점중심의 영업에서 ATM과 폰뱅킹으로 그 중심 접점이 이동한 시기이다. 1990년대 후반 이후는 인터넷의 등장으로 인터넷뱅킹<sup>1)</sup>이 시도되기 시작한다. 2000년대는 인터넷이 일상생활에 이용되기 시작하면서 은행과 고객의 주요 접점이 인터넷으로 이전하고 더 나아가 전자화폐와 TV를 통한 뱅킹이 전망되고 있다.

인터넷뱅킹은 고객에게는 지점이나 전화 등을 이용한 거래보다는 편리성을 제고시켜줄 뿐만 아니라 은행에게는 지점운영에 따른 비용을 절감시켜 준다. 인터넷뱅킹은 아직 초기 단계에 불과하지만 다른 매체와 비교하여 그 성장가능성은 다음과 같은 이유로 매우 크다.

첫째, PC의 보급이 매우 빠른 속도로 이루어지고 있어 PC를 통한 금융거래의 잠재적 수요는 충분히 조성되고 있다. PC를 이용한 금융거래의 거래 단위당 비용은 다른 매체에 비해 월등히 낮다<sup>2)</sup>. 인터넷뱅킹은 전통적인 뱅킹에 비해 효율성을 제고할 가능성이 매우 높다. 은행산업은 노동집약적인 산업에 속한다. 이자비용을 제외한 비용 항목 중 가장 비중이 높은 항목이 인건비이기 때문이다. 인터넷 뱅킹을 통해 비용을 효율적으로 통제할 수 있다면 인터넷뱅킹에 대한 은행의 투자는 크게 늘어날 것이다.

둘째, 은행서비스에 대한 경쟁이 비은행 금융기관뿐만 아니라 통신회사 등으로부터도 커지고 있다. 이들 경쟁자들은 컴퓨터, 통신기술의 발전을 앞세우고 온라인으로 은행서비스를 제공할 수 있기 때문이다. 이러한 경쟁을 고려할 때, 은행산업은 기존 거래의 강점을 이용하여 인터넷을 이용한 뱅킹으로 고객을 유지하기 위해 노력할 것이다.

실제로 인터넷뱅킹등 전자금융이 활성화되면서 주요 시중은행의 창구거래 비중이 갈수록 줄어들어 2001년 9월말 현재 고객 10명중 2~3명만 창구를 이용하고 있는 것으로 나타났다. 반면 시중은행의 거래 자동화 비율은 70%내외로 크게 상승했다. 이는 시중은행들이 비용 절감을 위해 창구수수료는 인상하고 자동화기기 및 인터넷뱅킹 이용자에 대해서는 혜택을 주면서 전자금융을 이용하는 고객들이 늘어나고 있기 때문이다<sup>3)</sup>.

이와 같이 급성장하고 있는 인터넷뱅킹의 현실을 고려하여 본 논문에서는 현재 우리나라 인

1) K. Furst, W. Lang and D. Noelle(2000)에 따르면 인터넷뱅킹이란 은행서비스를 제공하는 원격 채널로서 인터넷을 이용하는 것을 말한다. 이러한 은행서비스로는 예금구좌개설, 계좌간 자금이체등의 전통적인 서비스뿐만 아니라 전자수표제시 및 지불서비스도 포함한다.

2) 고객접점에 따른 거래비용은 창구이용 \$1.07, 폰뱅킹 \$0.54, ATM \$0.27, PC뱅킹 \$0.015, 인터넷뱅킹 \$0.01인 것으로 조사되었다.

3) Moneytoday, "은행고객 10명 중 2-3명만 창구거래", 2001. 10. 11

터넷뱅킹의 현황과 외국의 추세 등을 고려하여 인터넷뱅킹의 추진 전략을 알아보려고 한다. II장에서는 우리나라 은행의 인터넷뱅킹의 현황에 대해 공급자인 은행과 수요자인 고객의 측면에서 알아본다. 그리고 우리나라에서 인터넷뱅킹이 성장할 수 있는 근거를 살펴본다. III장에서는 미국을 중심으로 외국의 인터넷뱅킹 예를 살펴보고 IV장에서는 이를 기초로 우리나라 은행들이 추진해야 할 인터넷뱅킹 전략에 대해 알아본다.

## II. 우리나라 은행의 인터넷뱅킹 현황

### 1. 인터넷뱅킹 서비스 제공의 현황

현재 국내에서 영업하는 은행 중 제주은행, 수협 및 씨티은행을 제외한 모든 은행이 인터넷을 통한 서비스를 실시하고 있다. 한국은행의 자료에 따르면 <표 1>에서와 같이 인터넷뱅킹 관련으로 제공하고 있는 서비스로는 금융정보제공이나 계좌조회와 같은 기본적인 서비스이외에도 계좌통합조회, 기업구매자금대출, 전자의상매출채권담보대출, B2B전자결제서비스, EBPP(electronic bill presentment and payment), 메일뱅킹, e-CRM서비스 등이 있다. 그 중에서도 전자의상매출채권담보대출과 EBPP 및 기업구매자금대출서비스는 조사대상 은행 중 14개와 12개 은행이 제공하고 있는 것으로 나타났다.

<표 1> 인터넷을 통한 첨단 금융서비스 현황

은행명	계좌 통합조회	기업구매 자금대출*	전자의상매출 채권담보대출	B2B전자 결제서비스	EBPP	메일뱅킹	e-CRM 서비스
조흥		○	○	○	○		○
한빛	○	○	○	○	○		
계일	○	○	○		○		
서울					○		
국민			○		○		○
주택	○	○	○			○	○
외환		○	○	○	○		
신한	○	○	○	○	○	○	
한미	○	○	○	○		○	
하나		○	○				○
평화	○	○			○		
대구	○	○	○				
부산	○		○				
경남		○	○				
광주	○				○		
전북	○				○		
제주							
농협	○		○		○		○
수협							
기업	○	○	○		○		
씨티							
합계	12	12	14	5	12	3	5

\* 환어음추심방식은 전 은행이 취급

\* 자료원 : 한국은행(2001.10.23.)

이와 같은 다양한 서비스를 제공하는 현재의 상황은 인터넷을 단순히 정보제공의 수단으로만 이용하던 상황과는 크게 대비된다. 불과 2년 전인 1999년에는 거의 모든 은행들이 웹을 통하여 금융정보나 자행의 홍보를 하고 있었을 뿐이다. 따라서 당시 국내은행의 인터넷뱅킹 수준은 Diniz(1999)의 발전단계에 따르면 초보적인 수준에 머물러 있었다. 이기승(1999)은 당시 인터넷을 이용한 은행의 전략을 다음과 같이 기술하고 있다.

외환은행, 조흥은행, 신한은행 등 시중은행들은 은행 소개, 영업망·신상품 안내, 영업점 현황과 함께 환율조회, 영어광장, 새소식 코너, 금융정보, 리쿠르트 정보 등을 마련해 놓고 있다. 광주은행은 은행 소개, 은행장 인사, 재무현황, 업무 안내, 영업점 현황과 관련정보를 제공하고 있다. 대구은행도 자행 및 은행상품 소개, 은행업무 및 영업점 안내, 금융경제뉴스 등을 소개하고 있다. 부산은행도 은행장 메시지, 이사·감사, 자행의 상품 안내, 국내외 점포, 재무현황, 자회사 현황과 함께 경매(유입)물건, 기업매매(M&A) 정보안내 등을 싣고 있다. 국민은행과 한빛은행 등 일부 합병은행들은 합병전의 단순한 정보 전달에서 벗어나 새로운 은행으로서의 이미지를 부각시키기 위해 내용의 다양화·세분화에 힘쓰고 있다. 국민은행은 합병 이후 은행 및 상품안내, 국내외 점포망 및 그룹사 소개, 고객의 소리와 함께 환율 정보, 아파트시세 정보, 양도소득세/취득세 정보 등 정보조회 기능을 강화하는 한편 신세대를 지향한 채팅상담실 운영, 2000년 문제 해결방안 등을 게재하고 있다. 한빛 은행은 은행 소개, 점포망 안내, 고객 안내(개인 및 기업고객)와 함께 고객의 소리, 재테크 상담, 투자자 코너 등을 마련하여 관심있는 고객들의 참여를 유도하고 있다<sup>4)</sup>.

결과적으로 우리나라 은행들은 불과 2년 만에 인터넷을 이용해 제공하는 서비스의 수준을 비약적으로 발전시켰다. 이는 그만큼 은행들이 변화하는 환경에 적응하기 위해 전략적으로 인터넷을 이용하고 있다는 것을 반영한다.

## 2. 인터넷뱅킹서비스 이용의 현황

한국은행의 조사에 따르면 2001년 3분기 들어 국내 인터넷뱅킹을 이용하는 고객의 증가속도는 직전분기보다 낮았지만 2001년 9월말 현재 국내 인터넷뱅킹을 이용하는 고객수는 약 900만명으로 우리나라 전체 인구 5명당 1명 꼴인 것으로 집계됐다.

<표 2>는 2001년 9월중 인터넷뱅킹을 통한 대출서비스, 조회 및 자금이체 등의 어용건수는 8,719만건으로 3개월전보다 이용실적이 16.4% 증가했음을 보여준다. 조회서비스의 경우 7,281만건으로 3개월전보다 17.3%, 자금이체서비스는 월간 1408만건으로 12.1%증가하였고 액수로는 105조 9045억원에 달했다. 인터넷 대출의 경우 신청 건수는 33만 7000건으로 이 가운데 실제 대출이 이뤄진 것은 23.1%(건수기준)에 불과했다.

이러한 조사결과는 고객들은 적극적으로 인터넷뱅킹을 수용할 의사가 있는 것으로 나타나고 있지만 이용하고 있는 서비스는 단순한 계좌조회나 계좌이체서비스에 머물고 있다는 것을 의미한다. 인터넷대출의 경우 신청건수에 비해 실제대출이 실행된 경우는 23.1%로 창구를 통한 대출에 비해 실효성이 낮다고 할 수 있다.

---

4)이 기승, “국내외 은행의 인터넷뱅킹 추진현황과 전망”, 금융 543호, 1999.6

<표 2> 인터넷뱅킹 이용 실적

	2000. 12월중		2001. 6월중		2001. 9월중	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액
조회서비스	31,861	—	62,074	—	72,812	—
자금이체	4,731	835,105	12,560	1,009,091	14,082	1,059,045
대출신청	103	9,295	274	19,785	337	24,121
(대출실행)	(21)	(1,806)	(49)	(6,031)	(78)	(7,832)
합 계 (증감률)	36,695	—	74,908	—	87,191 (16.4)	—

\* 자료원: 한국은행(2001.10.23)

### 3. 인터넷뱅킹 성장의 이유

인터넷뱅킹이 크게 성장하고 있는 이유는 다음과 같다. 첫째, 인터넷을 이용할 수 있는 기반여건이 조성되어 있다. 전화선을 이용한 인터넷이용에서 초고속통신망을 이용한 인터넷 접속이 보편화되고 있다. 정보통신부의 정보화통계에 따르면 2000년 8월 인터넷 이용자수는 1,640만명에 이른다. 2001년 8월ADSL, CATV, 아파트 LAN, 위성인터넷 등 초고속 정보통신망가입자는 676만가구로 전년 동기대비 200%이상의 신장율을 보이고 있다.

OECD가 최근 발표한 보고서<sup>5)</sup>에 따르면 OECD DSL(Digital Subscriber Line)과 케이블모뎀(Cable Modem)에 가입되어 있는 가입자 수는 2001년 6월말 기준으로 인구 100명당 한국이 13.91%로 1위이며, 이어서 캐나다가 6.22%로 2위, 3위인 스웨덴이 4.52%, 미국이 3.24%로 4위, 네덜란드 2.74% (5위)를 기록하고 있다.

둘째, 은행들의 인터넷뱅킹에 대한 적극적 투자를 들 수 있다. 인터넷뱅킹시스템은뱅크타운에서 구축한 시스템을 이용하거나 독자개발 할 수도 있다. 대부분의 은행이 뱅크타운의 시스템을 이용하지만 독자적인 인터넷뱅킹시스템을 구축해 나가고 있는 추세이다. 또, 인터넷뱅킹시스템을 위한 조직도 정비하고 있다. 인터넷뱅킹시스템을 구축하기 위해 은행권에서 사용하는 예산규모는 1999년 308억원, 2000년 1,164억, 2001년 2,025억원으로 3년간 합계 3,500억원을 상회할 것으로 예상되고 있다. 인터넷뱅킹시스템의 구축은 <표 3>에서 볼 수 있는 바와 같이 대부분 외부구축업체에 위탁하고 있고 2001년 안에 구축을 완료할 계획으로 있다.

셋째, 인터넷뱅킹 이용시 대부분의 은행에서 수수료를 우대해 주고 있고 예금 및 대출시에도 금리를 우대해 주고 있다. 대부분의 은행이 자행간 거래일 경우 수수료를 면제해주고 있고 타행간 거래에서도 지점거래의 경우보다 월등히 싼 수수료를 부과하고 있다. 신용대출의 경우 금리우대를 해주고 있는 은행의 경우 대부분 0.5%, 예금의 경우는 0.2-1.5% 금리우대를 적용하고 있다.

5) OECD, "The Development of Broadband Access In OECD Countries", 2001.10.29.

<표 3> 국내 은행 인터넷뱅킹시스템 구축현황(2001.10)

은행명	구축내용	구축업체	진행상황
조흥	e-FMS(Financial Management System), 기업인터넷뱅킹시스템(1단계), 금융결제원 BtoB결제플랫폼연계(2단계), e마켓플레이스 연동 BtoB결제시스템 및 국제 결제시스템(3단계), 중소기업 고객용 라이트(Light) ERP(4단계)	체크프리	2001.8~2002.2 (개발중)
한빛	기업인터넷뱅킹시스템	소프트그램	2001.5~2001.11
제일	기업인터넷뱅킹시스템과 BtoB연계시스템	웹캐시/ 이네트	2001.9~2002.1
외환	BtoB전자결제시스템	신원 정보기술	2001.9~2002.1
신한	기존 중소기업용 인터넷뱅킹시스템인 CMS2000 개편	코마스/ 이네트	2001.2~2001.10
한미	기업전용인터넷뱅킹시스템	-	이달 업체 선정
하나	웹 뽀뱅킹, 기업인터넷뱅킹시스템, BtoB전자결제시스템	웹캐시	2001.3~2001.11
기업	e-CBS, 기업전용통합뱅킹완성 모형 추진, 기업인터넷뱅킹부문(기업 뽀뱅킹, 자금관리, 계좌통합, 웹뽀뱅킹, 급여이체, 스쿨뱅킹, 가상 계좌 등), BtoB전자결제시스템, 부가지원시스템(ERP, ASP 연계 등)	웹캐시/ 이네트	2001.9~2002.1 (개발중)
산업	e뽀뱅킹시스템을 동일 플랫폼으로 통합 구축, 인터넷뱅킹시스템, 워크 페이스(Workspace)시스템 개발, 통합콜센터 구축	웹캐시	2001.9~2001.12 (개발중)
국민	BIC(Bank in Corporation), 기업인터넷뱅킹시스템, 전자외상매출채 권, 기업자금관리부문 강화,	신원 정보기술	2000.12~2001.5 2001.8~2001.11
주택	BtoB전자결제시스템 및 eMP연계시스템, 기업인터넷뱅킹시스템	한국HP/ 이네트	2001.9~2001.1 (개발중)
대구	플러스 뽀뱅킹(Plus-FirmBanking), 기업인터넷뱅킹시스템	웹캐시	2001.4~2001.8
서울	BtoB전자결제시스템	한국IBM	개발중
농협	기업금융시스템, 결제원 BtoB전자상거래 결제시스템 연동	코마스	개발중

자료원 :IT Business(2001.11.1.)

### Ⅲ. 외국의 인터넷뱅킹

#### 1. 인터넷뱅킹의 유형

인터넷뱅킹은 순수하게 사이버 공간에서만 영업하는 경우와 기존 은행이 사이버 공간에서 영업하는 경우로 나뉘 볼 수 있다. 순수인터넷은행의 경우 기존 금융기관의 독립된 자회사형태로 운영하는 경우와 IT회사 등 금융경험이 없는 기업이 은행업으로 진출하는 경우로 나뉘 볼 수 있다. <표 4>는 순수인터넷은행의 설립추이를 보여주고 있다.

기존의 오프라인상의 금융기관에서 독립하여 인터넷을 통하여 금융서비스를 제공하는 은행의 예로는 Bank One에서 분리된 WingspanBank.com, Brookline Bancorp에서 분리된 LighthouseBank.com, Citigroup에서 분리된 citi f/i등이 있다. 이 들 은행들은 대부분 실패로 끝나고 있다. 실패의 이유는 오프라인과 온라인간의 갈등, 중복투자, 분리된 은행의 인지도 등이 다.

<표 4> 년도별 순수인터넷은행의 증가 추이

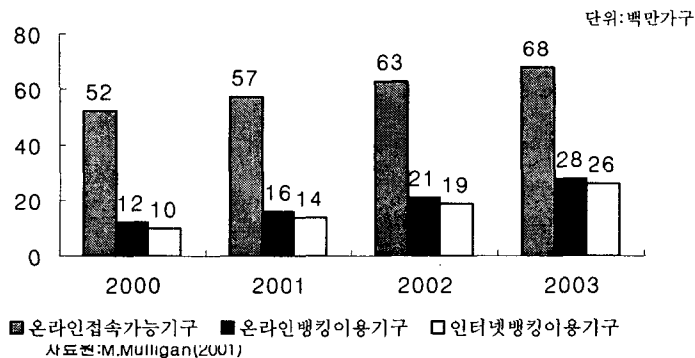
	수	누적 수
1995	1	1
1996	2	3
1997	1	4
1998	3	7
1999	17	24
2000.8	11	35
합계	35	
합병/퇴출	1(citi f/i)	
영업중	34	
준비중	14	
합계	48	

자료원 : Online Banking Report( 2000.8.)

금융업의 경험이 없는 기업이 인터넷을 이용하여 은행업을 하는 경우의 예로는 Egg, NetBank 등이 있다. 이들 은행 역시 수익을 내지 못하는 경우가 많고 최초의 인터넷은행인 SFNB처럼 다른 은행에 인수되어 순수인터넷은행전략을 포기한 경우도 많다.

기존 은행이 인터넷을 이용하여 서비스를 제공하는 은행의 경우 순수인터넷뱅크에 비해 실적에서나 고객점유율에서나 월등히 앞서고 있다. Global Finance에서 발표한 세계 최고 인터넷뱅크는 Deutsche, Bank of America, Citigroup, Standard Chartered Bank 등으로 모두 이 부류에 속하는 은행들이다.

[그림1] 미국의 인터넷뱅킹 성장전망



이는 다른 유형의 인터넷은행이 고객점유나 수익성에 있어서 위협을 가할 만한 기술적 진보 혹은 소프트웨어(killer-application)의 개발에 성공하지 못했기 때문에 기득권을 유지할 수 있었다고 평가된다. 결국 인터넷뱅킹에서의 경쟁은 새로운 시장진입자로부터의 경쟁압력이 크지 않는 상황에서 기존 대형은행간의 경쟁이 될 수밖에 없을 것으로 예상된다.

6) 권재중, “인터넷뱅킹의 영업유형과 최근동향,” 금융연구원 은행경영브리프, 제10권 33호,

## 2. 미국의 경우

미국의 인터넷뱅킹은 1995년 SFNB가 인터넷뱅킹을 시작한 이후 빠른 속도로 성장하고 있다. Jupiter Media Metrix에 따르면 미국의 인터넷뱅킹은 [그림1]에서와 같이 지속적으로 증가할 것으로 예측하고 있다.

Furst, Lang, Noel(2000)은 인터넷뱅킹을 제공하는 은행의 수와 인터넷뱅킹을 제공하는 은행의 성과가 다른 은행과는 차이가 있는지를 조사하고 다음과 같은 결론을 제시하고 있다.

첫째, 1999년 3분기 인터넷뱅킹을 제공하는 국법은행은 20%에 불과하다. 그러나 국법은행전체의 자산규모로 볼 때 90%에 해당되기 때문에 규모가 큰 은행이 인터넷서비스를 보다 광범위하게 제공하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 인터넷뱅킹을 제공하는 은행의 수익성이 제공하지 않는 은행의 경우보다 높다. 그러나 신규진입은행 중 인터넷뱅킹을 제공하는 경우와 제공하지 않는 경우를 비교한 결과 인터넷뱅킹을 제공한 신규진입은행의 성과가 더 나쁘다.

셋째, 인터넷뱅킹의 성장은 대부분 소규모은행이 온라인서비스를 제공하는데 기인한다. 동시에 모든 국법은행의 50%정도가 인터넷뱅킹을 제공할 계획을 가지고 있지 않다.

넷째, 고객들의 인터넷뱅킹 이용은 소수의 대규모은행에 집중되어 있다. 온라인고객이 가장 많은 5개 은행이 인터넷뱅킹 고객의 36%를 차지하고 있다.

	수	총국법은행대비%
웹사이트있는 국법은행수	1,364	54.2
거래서비스를 제공하는 국법은행수	541	21.5

자료원: Furst, Lang, Noel(2000), p.8

<표 5> 미국의 인터넷뱅킹 현황(1999년 3분기)

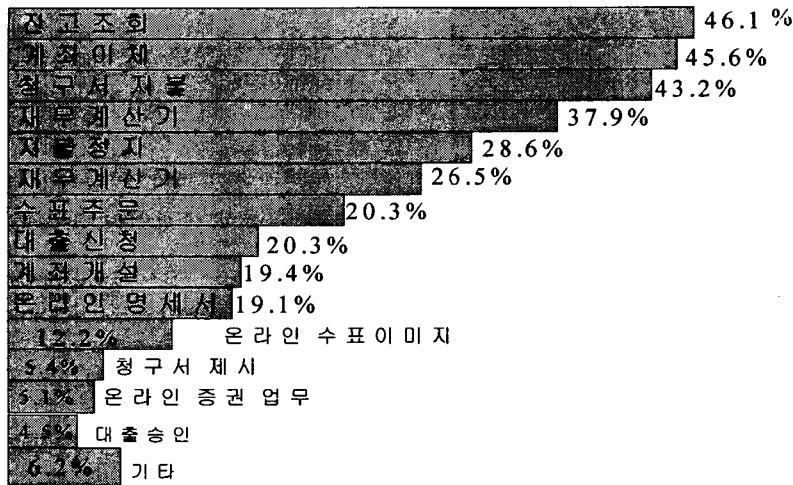
인터넷 조사기관인 IDC(International Data Corporation)의 조사와 예측에 따르면 인터넷뱅킹 이용자수는 대규모은행 중심으로 인터넷뱅킹 서비스의 범위가 확대되면서 대폭 증가되어 2003년 말에는 4천만 명에 이를 것으로 예상되고 있다<sup>7)</sup>.

인터넷뱅킹을 통해 제공하는 서비스는 잔고조회나 자금이체뿐만 아니라 전자청구서제시 및 지불서비스가 크게 증가할 것으로 예상되고 있다. S.Cocheo(2001)에 의하면 [그림2]에서 보는 바와 같이 인터넷을 통하여 제공하는 서비스는 잔고조회, 계좌이체, 청구서지불에서부터 대출신청 및 승인, 증권거래 등의 범위를 망라하고 있다.

pp.18-23.

7) N.Mols(2000)도 덴마크의 경우에도 기존의 은행업무가 인터넷뱅킹으로 대체될 것으로 보고하고 있다.

[그림 2] 인터넷을 이용한 거래서비스의 유형



\* 자료원:S.Cocheo(2001)

#### IV. 우리나라 은행의 인터넷뱅킹 전략

인터넷뱅킹은 1995년 미국에서 처음으로 시작되었지만 제공되고 있는 서비스에 있어서 우리나라의 인터넷뱅킹 발전속도는 매우 빠르다고 할 수 있다. 우리나라의 인터넷뱅킹은 기존의 은행이 인터넷을 이용해 서비스를 전달하는 방식으로 발전해오고 있다. 물론 최근 순수인터넷은행을 표방한 브이뱅크가 추진되고 있지만 아직 현실화되지는 못하고 있다.

우리나라 은행들의 인터넷뱅킹이 출발은 늦었지만 사이버증권거래의 비중이 비약적으로 발전하여 세계 최고를 기록하듯이 충분히 성장할 수 있는 가능성은 있다. 이렇게 하기 위해 우리나라 은행들이 인터넷뱅킹전략을 어떤 방향으로 수립해야 하는 가 매우 중대한 문제이다. 현재까지 이루어진 정보통신기술의 발전과 외국의 인터넷 발전 방향을 고려하여 다음과 같은 전략적 방향을 결정해야 한다.

##### 1. 규모의 경제를 추구하는 인터넷뱅킹

미국의 경우에서 보듯이 인터넷뱅킹은 주로 대규모은행 중심으로 제공되고 이용된다. 이는 인터넷뱅킹의 도입으로 발생할 수 있는 여러 가지 위험요인과 투자비용 등을 고려할 때 대규모은행일수록 성공확률이 높다는 것을 의미한다. 또 금융시장이 세계화되면서 규모의 경제가 점점 중요한 의미를 가진다. 따라서 인터넷뱅킹 서비스의 도입에 앞서 은행간 합병을 통해 세계적인 은행과도 경쟁할 수 있는 여건을 갖추어 나가는 것이 중요하다.

##### 2. 보안의 중요성을 고려한 인터넷뱅킹

인터넷뱅킹을 서비스할 때 가장 중요한 고려사항이 보안에 대한 검토이다. 인터넷을 통한 금



용거래가 개방네트워크를 이용한다는 것은 보안문제가 인터넷뱅킹의 성장을 저해할 수 있는 가장 큰 장애요인이 될 가능성이 크다는 것을 의미한다<sup>8)</sup>. 만일 보안체계에 문제가 있어 금융거래가 제약되는 상황이 온다면 인터넷의 속성상 평판에 치명적인 손상을 입을 수 있는 가능성이 크다. 따라서 보안기술의 투자에 따른 비용과 혜택을 검토하여 인터넷뱅킹 서비스 수준과 범위를 검토하여야 한다.

인터넷뱅킹과 관련된 금융사고가 발생할 경우 은행이 부담해야 할 사고의 범위가 규정되어 있는 새로운 전자금융거래기본약관이 2001년 12월부터 시행된다. 새로운 전자금융거래 약관에 따르면 해킹, 정보전송 중단 등 은행의 책임이 아닌 경우에 대해서도 고객의 손실이 발생하면 전액 은행이 보상책임을 지도록 규정하고 있다. 즉, 거래지시의 전송과정에서 고객의 고의 또는 과실에 의하지 않은 사고가 발생한 경우 은행이 손실을 부담해야 한다(전자금융거래기본약관 제23조 2항).

### 3. 금융포탈로서의 인터넷뱅킹

인터넷뱅킹의 방향을 금융포탈개념으로 접근해야 한다. 단순히 오프라인의 업무를 온라인으로 대체한다는 개념이 아니라 고객의 금융거래를 종합적으로 수행할 수 있도록 포탈기능을 해야 한다. 포탈기능을 하기 위해 은행은 두 가지 접근을 할 수 있다. 은행 스스로 고객의 욕구를 파악하고 이에 부응할 수 있도록 독자적으로 콘텐츠를 개발하는 방안과 다양한 콘텐츠개발회사와 제휴 혹은 합병해 나가는 방안이다.

인터넷과 전자상거래환경 하에서 은행산업이 존속하고 성장하기 위해서는 기존의 사고를 바꿔야 한다. 단순히 웹사이트를 개설하여 기존의 거래서비스를 가상공간에서 가능하게 한다는 의미에서 인터넷뱅킹을 시도해서는 안 된다. 즉, 인터넷뱅킹이란 계좌개설, 계좌이체, 잔고조회 등과 같은 거래서비스를 인터넷에서 제공한다고 생각해서는 안 된다는 것이다. 철저하게 소비자의 입장에서 금융상품과 금융서비스에 대한 종합적인 정보제공의 차원에서 인터넷뱅킹을 이해해야 한다. 종합정보제공기능으로서의 인터넷뱅킹은 기존의 거래서비스에 대한 정보뿐만 아니라 제품과 서비스에 대한 소비자의 평판/평가 정보를 제공하는 컨슈머리포트와 평가서비스 등도 제공해야 한다.

### 4. pull/push 전략을 고려한 인터넷뱅킹

고객들을 인터넷뱅킹을 이용하도록 유도할 때 고객들의 필요에 의해 스스로 인터넷뱅킹을 수용(pull)하도록 하는 전략을 취할 것인지 혹은 은행이 고객을 인터넷뱅킹을 이용하도록 장려하는(push)전략을 취할 것인지를 결정해야 한다. 현재까지 우리나라의 은행들은 저렴한 수수료 등을 이용하여 고객들이 이용하도록 장려하는 전략을 주로 사용해 왔다. 경쟁이 심해질수록 고객들이 가지고 있는 필요를 잘 만족시켜주는 서비스를 개발해서 고객들이 먼저 선택하는 전략이 중요해질 것이다<sup>9)</sup>.

푸쉬전략 역시 차별화할 수 있어야 한다. 이를 위해 고객들을 세분화하여 세분화된 기준에 맞

---

8) M.Sathye(1999)의 연구에 의하면 인터넷뱅킹의 수용에 가장 큰 장애요인은 인터넷뱅킹으로 업무를 처리할 때의 안전성 즉 보안문제라고 한다.

9) J.Bughin, "E-Push or e-Pull? Laggards and First-Movers in European On-Line Banking" , JCMC 7(1), Oct.2001

퇴출 되거나 합병되고, 비효율적인 자산이 매각되고 인력의 구조조정이 이루어져 왔다. 미래의 은행산업의 경영환경은 금융의 전자화, 세계화, 자율화, 겸업화, 증권화로 요약할 수 있다. 이 중에서도 컴퓨터와 정보통신기술의 발전은 기존의 은행산업 경쟁력 기반을 훼손할 가능성이 높다. 세계금융시장이 통합되는 현상이 가속화되고 정보기술을 가진 비금융기업이 금융업으로 진출할 것이기 때문에 세계의 대형 금융기관과 인터넷을 기반으로 한 대형 포탈들이 경쟁상대가 될 것이다.

우리나라의 경우 인터넷뱅킹이 거의 모든 기존 은행에서 제공되고 있고 고객의 이용도도 매우 높은 것으로 나타나고 있지만, 순수 인터넷은행은 아직 없다. 우리나라의 인터넷뱅킹이 크게 성장하고 있는 이유는 첫째, 인터넷을 이용할 수 있는 초고속 통신망 등이 OECD 국가 중 가장 많이 보급되어 있고 둘째, 독자적으로 인터넷뱅킹시스템을 구축하고 조직을 정비하는 등 은행들의 인터넷뱅킹에 대한 적극적 투자가 활발히 이루어지고 있고 셋째, 인터넷뱅킹 이용시 대부분의 은행에서 수수료를 우대해 주고 있고 예금 및 대출 시에도 금리를 우대해 주는 등 적극적 푸쉬 전략을 구사하고 있기 때문이다.

우리나라의 은행들은 변화하는 경쟁환경에 적용할 수 있는 인터넷뱅킹전략을 구사하여야 한다. 인터넷뱅킹시스템의 구축에 대규모 투자를 하기 전에 시너지효과를 살릴 수 있는 다른 은행과 합병하여 규모의 경제성을 추구하는 전략적 고려가 선행되어야 한다. 그밖에도 보안의 중요성, 금융포탈지향, pull/push전략, 커뮤니티의 중요성, 멀티미디어서비스, 기업간 거래 지원 등을 고려한 전략을 수립해야 한다.

## 참고문헌

- 권재중, “인터넷뱅킹의 영업유형과 최근동향,” 금융연구원 은행경영브리프, 제10권 33호, pp.18-23.
- 김병연, “인터넷뱅킹을 통한 서비스체계의 개선(II),” 주간금융동향, 2000.9.16.
- 박선, “국내은행의 전자 금융의 현황 및 발전방향,” 1999, www.zoi.co.kr/newsletter/제2호/.
- 유용주, “국내 전자금융의 현황과 금융업 변화 전망,” 삼성경제연구소, 1999, pp.1-47, 1999.
- 이 기승, “국내의 은행의 인터넷뱅킹 추진현황과 전망”, 금융 543호, 1999.6.
- 이동걸·김대식, “은행산업의 과거·현재·미래,” 한국금융연구원, pp.1-57, 2001.
- 최범수·이형주, 국제화시대의 금융제도:선진국 제도개혁의 이론과 사례, 1995.
- 최희갑, “각국 은행업의 디지털화 현황과 과제,” 삼성경제연구소, pp.1-61, 2001.5.
- 한국은행 및 금융감독원, 은행경영통계 각호.
- 한국은행 은행국 은행연구팀, “우리나라 은행의 인터넷뱅킹 도입현황과 대응방안,” pp.1-33, 2000.
- 한국은행, 2001.9월말 현재 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황, 2001.10.23.
- IT Business, “사이버 금융시대 은행권 e비즈니스 총점검,” 2001.11.1.
- Moneytoday, “은행고객 10명 중 2-3명만 창구거래“, 2001. 10. 11.
- Jacques Bughin, “E-Push or e-Pull? Laggards and First Movers in European On-Line Banking.” Digital Economy Lab, Mckinsey & Company, Brussels, pp.1-17, Oct 2001.
- Jackie Cuevas, “The Internet Banking Horizon: Bleak or Bright for Community Banks?”, Journal of Internet Banking and Commerce, 1998, Vol.3
- Elizabeth Daniel, “Provision of Electronic banking in the UK and the Republic of Ireland,”

는 맞춤형서비스를 제공하는 것도 그 중 한 방법이 될 수 있다.

예를 들면 가장 많은 고객의 호응을 얻을 수 있는 것은 개인의 재무관리에 도움을 줄 수 있는 서비스라고 할 수 있다. 예를 들면 주식투자를 많이 하고 있는 고객의 경우 은행의 홈페이지를 열었을 때 자기가 투자하고 있는 주식의 가격을 열어볼 수 있는 난을 마련하고 과거의 추가추이 분석 및 전망도 할 수 있게 하는 것이다<sup>10)</sup>.

#### 5. 커뮤니티로서의 인터넷뱅킹

인터넷뱅킹의 서비스제공 방향이 오프라인상의 커뮤니티 뿐만 아니라 웹 상에서의 커뮤니티도 지원하는 방향이어야 한다. 인터넷뱅킹을 이용하는 고객은 동질성이 높을 가능성이 크다. 소득이나 취미, 관심사항 등에서 동질성을 가진 고객이 인터넷에서 만날 수 있기 때문에 자연스럽게 커뮤니티가 형성될 수 있다. 은행으로서도 이러한 커뮤니티의 확대는 곧바로 시장확대로 연결될 수 있기 때문에 인터넷뱅킹의 구축시 웹 상에서의 커뮤니티 지원에 관심을 가져야 한다.

#### 6. 멀티미디어서비스로서의 인터넷뱅킹

멀티미디어 서비스를 강화하는 방향으로 인터넷뱅킹을 운영해야 한다. 앞으로 인터넷이 정보전달과 커뮤니케이션의 가장 중요한 수단으로 이용될 것이다. 따라서 동화상과 음성지원 등 멀티미디어 기능을 강조한 정보처리기술을 인터넷뱅킹에 도입해야 할 것이다. 미국뿐만 아니라 우리나라의 경우에도 아직 대부분의 은행이 문자와 그래픽을 이용하여 서비스하고 있지만 앞으로 동화상과 음성지원 등의 기능을 강조하는 방향으로 서비스가 진행될 것이다. 은행의 창구에 와서 직접 서비스 받는 것과 차이가 없도록 생생한 서비스가 필수적인 상황에서 이 들 정보처리기술의 이용은 필수 불가결하다.

#### 7. 기업간 금융서비스제공으로서의 인터넷뱅킹

전자상거래의 비중은 기업-소비자시장보다 기업-기업시장이 훨씬 크고, 그 차이는 앞으로도 더욱 확대될 것이다. 인터넷리서치회사인 Forrester Research의 조사에 따르면 Amazon.com, CDNow등의 소매업 기업을 다 합친 1998년 총 매출은 78억불인 반면 인터넷라우터, 네트워크 스위치등을 판매하는 Cisco Systems 한 회사의 1998년 매출액은 80억불이다. 웹거래의 75%이상이 소비자와 관련 없이 이루어지는 기업-기업거래이고, 기업간 거래가 인터넷 혁명이 이루어지고 있는 현상이라는 것이다<sup>11)</sup>. 따라서 기업-기업시장에서의 전자상거래를 지원할 수 있는 기회를 파악하고 창출해야 한다. 기업 간 거래를 지원할 수 있는 금융EDI의 구축 등 기업 간 시장의 기회를 창출하고 이용해야 한다.

## VI. 결론

우리나라의 은행산업은 1998년 아시아 금융위기 이후 커다란 변화를 겪고 있다. 많은 은행들이

10) 김병연, "인터넷뱅킹을 통한 서비스체계의 개선(II)," 주간금융동향, 2000.9.16.

11) New York Times, "Real Force in E-Commerce is Business-to Business Sales", 1999.1.5.

- International Journal of Bank Marketing, pp.73-82, 1999.
- Eduardo Diniz, "Web Banking in USA", Journal of Internet Banking and Commerce, June 1998, Vol.3, p.2,
- European Central Bank, "The Effect of Technology on The EU Banking Systems," pp.1-56, 1999.
- Chanaka Fayawardhena and Paul Foley, "Changes in the banking sector—the case of internet banking in the UK, Internet research, Electronic Networking Applications and Policy," pp.19-30, 2000.
- Karen Furst, William W. Lang, and Daniel E. Nolle, "Internet Banking : Developments and Prospects," Economics and Policy Analysis Working Paper, Sep 2000.
- Karen Furst, William W. Lang and Daniel E. Nolle, "Special Studies on Technology and Banking," Quarterly Journal, pp.29-48, 2000.
- S.Long, "The Virtual Threat," Economist, Survey of Online Finance, May20, 2000, pp5-9.
- Mark Mulligan, "Online Financial Services Forecasts," Jupiter Media Metrix, 2001.
- Milind Sathye, "Adoption of Internet Banking by Australian consumers :an empirical investigation," International Journal of Bank Marketing, 1999, pp.324-334.
- New York Times, "Real Force in E-Commerce is Business-to Business Sales", 1999.1.5.)
- Niels Peter Mols, "The Internet and the bank's strategic distribution channel decisions," International Journal of Bank Marketing, pp.295-300, 1999.
- Niels Peter Mols, "Organizing for the effective introduction of new distribution channels in retail banking," European Journal of Marketing, pp.661-686, 2001.
- OECD, "The Development of Broadband Access In OECD Countries", 2001.10.29.
- Online Banking Report, "Six New Net Only Debut This Summer," 2000.8.
- Vichuda Nul Polatoglu, Serap Ekin, "An empirical investigation of the Turkish consumers' Acceptance of Interest banking services," International Journal of Bank Marketing, pp.156-165, 2001.
- Milind Sathye, "Adoption of Internet banking by Australian consumers : an empirical investigation," International Journal of Bank Marketing, pp.324-334, 1999.
- Richard J. Sullivan, "How Has the Adoption of Internet Banking Affected Performance and Risk in Banks?," Federal Reserve Bank of Kansas City, pp.1-16, 2000.
- Jennifer Thornton, Lesley White, "Customer orientations and usage of Financial distribution channels," Journal of Services Marketing, pp.168-185, 2001.