

전자산업 e-Marketplace (Electropia)

2002. 1
[주]일렉트로피아

ELECTROPIA ELECTROPIA Leads B2B Electronic Commerce!

e-Marketplace 국제 환경

- B2B e마켓플레이스:
 - ✓ 기존의 전자 시장 체계의 해체와 차등화된 요소로 구성될 수 있는 새로운 거래 수단
 - ✓ 경제 전반에 미치는 영향에 기대를 갖고 지원할 지원.
- e마켓플레이스는 2000년경 미국의 기업 매출의 1~2% 미만의 시장 규모를 기록 => 2010년경에는 매출의 50%에 이를 것으로 예상
- e마켓플레이스는 기업간 거래 비용을 획기적으로 감소시키고 기존 체계와는 비교도 안될 만큼 기업간 거래 프로세스를 단순화 할 것임.
- 거래 비용은 모든 제품 및 서비스에 대한, 생산주기(Life Cycle Times), 생산비용을 감소시키고 재판매율을 증가 시킴.

(기업간 B2B 전자상거래 시장규모 : 모스몬리언십, 2001.03)

ELECTROPIA ELECTROPIA Leads B2B Electronic Commerce!

e-Marketplace 국내 환경

- 전자상거래 : 21세기 한국의 10대 주력 사업으로 선풍 (삼성경제연구소, 중앙일보 : 2001.05.15)

- e-Biz 핵심 국가 전략 : 21세기 국가 경쟁력 확보의 열쇠
 - 기존산업의 e-Business화 필수 3차 산업의 주도력으로 발전시켜 아시아의 e-Hub 도시
 - 전자, 자동차, 조선, 관광, 기계, 섬유 등 6대 핵심산업의 전자거래를 실현
 - 현재 4차 => 2000년 15% 이상 (전자산업은 30% 이상)
 - (대통령 주재 정부회의회의 : 2001.01.27)

ELECTROPIA ELECTROPIA Leads B2B Electronic Commerce!

e-Marketplace 국내 환경

국가 B2B 원천의 추진 체계

ELECTROPIA ELECTROPIA Leads B2B Electronic Commerce!

일렉트로피아의 목표 Target Market (전자업종)

- **핵심적 경쟁력을 갖춘 기업**
 - 세계 5위의 생산국 11개 전자 부문의 70%의 기업(한국/중국/대만/일본)
 - 국민 경제의 비중 1위 산업
- **전자상거래의 적용에 가장 적합한 기업**
 - 산업 업무 동향 정보화율 57.1명(다양성의 무 배 이상)
 - 중소기업의 거래 비율이 30% 이상
 - 전자상거래 관련 정보 인력 보유
- **전자 업종의 공인된 B2B e-Marketplace 대표 기업**
 - 비 제조기업으로 유일한 전자산업계와 해외사 (역사 사)
 - 전자 업종 B2B 전자상거래 표준 제정/유지 기업
 - 전자 업종 대표사 : 11개 기업(전자산업진흥회 및 전자 시)에 조직된 기업
 - 전자 업종 전자상거래 시스템 공인된 전자 업종 대표 기업 (현재 업종 B2B 전자상거래 구조의 민간 기업 대표)
 - 한/미 전자상거래 관련 지원의 민간 대표 기업 (전자 업종 전자상거래 표준 한/미 공동 공인)

ELECTROPIA ELECTROPIA Leads B2B Electronic Commerce!

Mission

21세기 정보화 시대에 우리 전통 기업들이 가장 효과적, 효율적인 정보화 환경을 갖춘 수 있도록 지원하는 B2B e-Marketplace 사업을 중심으로 한 종합적인 e-Business 사업을 영위한다.

인 시점	발전 방향
B2B e-Marketplace 사업 => E-Business 관련 종합 서비스	전자 산업 => 수출업
국내	해외

**Electronic Commerce + Utopia
Electropia**

개발기업 정보화 대기업 중심 → 산업 정보화 대기업 + 중소기업

ELECTROPIA ELECTROPIA Leads B2B Electronic Commerce!

현재의 위치

전자산업 분야에서 한국 1위의 e-Marketplace.

한국 전자산업 부문, 제조, 판매 정보의 세계 최대 database 보유

구분	보유 규모
제조 정보	650,000 건
판매 정보	1,015 개사
e-Catalog DB	5,000 건

한국전자산업진흥회와 공동 연구
 부품 표준 정보 체계는 일본전자산업진흥회(OEITA)와 공동 개발

일렉트로니아의 수익 모델

Business 모델	서비스 내용	수익 형태
전자 e-MP 운영	업체 부동 정보, e-Procurement 등 B2B 거래를 위한 시스템 지원 서비스 제공	Infra 시장료
	Auction, 입찰자선 매각 등 on-line 거래 서비스 제공	거래 수수료
	구매 판매 등 전문 기능 대행 서비스	대행 수수료
컨설팅 & 솔루션	전자 영종 전자상거래 기반 구축 사업	일회 매출
	기업 차의 지원 및 증권 기업 B2B 구축 사업	일회 매출
	일본/중국 등 아시아권 국가 B2B e-Marketplace Server 및 B2B integration 사업	선금 판매
	공공 기관 전자조달 시스템 구축 컨설팅 및 솔루션 제공 사업	일회 매출
연구개발	조형 e-Marketplace 운영 서비스	Infra 시장료
	중소회 e-Marketplace를 위한 시스템 제공 사업	Infra 시장료
	홍/내용 e-Marketplace의 사업 컨설팅 및 솔루션 판매, 시스템 구축 사업	일회 매출

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

전자 e-Marketplace 운영 사업

1. e-Catalog 서비스

○ 제품 서비스 내용

- 1. 업체 정보 - 동화 자료의 신뢰할 및 가:인용인까지 제공
 현재 1,500개 기업 정보 확보
- 1. 부품 정보 - 현재 부품 정보의 제공
 현재 65만 부품 정보 확보 및 e-catalog과 연계 중
- 1. 기술 정보 - 기술/시장 동향, 대처방법 정보 제공

○ Global화 전략 : 해외 e-Marketplace의 data 교환

- 1. 일본과의 data 교환 추진 중임
- 1. 아시아, 유럽 국가들과의 e-Marketplace 연결 임상 중

○ Infra 사용료

- 1. 서비스 이용 업체 및 부가

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

전자 e-Marketplace 운영 사업

2. e-Procurement 서비스

○ 제품 서비스 내용

- 1. 국내/외 조달 업무 지원
 - Approval process, Order management, Payment Gateway, Logistics Gateway
- 1. 기업 ERP 시스템과의 real-time integration

○ Global화 전략

- 1. global 기업 및 e-Marketplace와의 전자거래 지원 기능 제공
 - 국제적으로 검증된 B2B integration Server 연동 (webMethods) 도입
 - 전자 업체 전자 거래 표준인 Rosettanet 표준 수용

○ Infra 사용료

- 1. Net Market / 1. 부품 Market

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

전자 e-Marketplace 운영 사업

3. On-line 거래 서비스

○ 제품 서비스 내용

- 1. RFQ(Quotation, Auction/Reverse Auction, 입찰자선 매각, 공동 구매 등

○ Global화 전략 :

- 1. global e-Marketplace와의 거래 정보 교환 임상 임상 중

○ 수익과 방안 :

- 1. RFQ 등 시스템 사용료는 무료 제공
- 1. 매각 거래 규모에 따른 수수료 부과
- 1. Auction/Reverse Auction
- 1. 입찰자선 매각(유료와 예정)
- 1. 공동 구매(유료와 예정)

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

전자 e-Marketplace 운영 사업

4. 입찰/매각 서비스

○ 제품 서비스 내용

- 1. 구매 대행, 판매 대행, 입찰자선 매각 대행, 공동 구매/판매 대행

○ 수익과 방안

- 1. 초기 구매 자금 지원 제공
- 1. 제품 기술력 있는 경쟁 업체 기업부터 사업 전개
- 1. 구매 대행 (수수료율 1.5%)
- 1. 입찰자선 매각 대행 (수수료율 5%)
- 1. 공동 구매 대행 (수수료율 1%)
- 1. 구매 위탁 (수익율 2%)
- 1. 제품 판매 (수익율 2%)

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

건설형 & 솔루션 사업

1. B2B total solution 業容

- B2B 거래에 적합한 ERP 개발 사업
- environment 및 SCM(Supply Chain Management) 구축
- customer의 경쟁력을 위한 전략적 수단에서 사업 추진

2. 솔루션형 IT의 사업

- 기업 IT에 대한 지원 사업에 의해 사업 추진
- B2B integrated ERP 보급 추진
- ERP 업체와 협력하여 일체의 ERP 도입 total 비용 최소화를 위한 방안 모색 (ERP 보급 기업의 이해, HW의 공동 구매 등)
- 주요 기업의 SCM 전체 거래회계를 지원되는 방향으로 추진
- 주요 기업의 업무 프로세스에 적합하도록 ERP 시스템을 customizing하여 관련 산업업체에 보급

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

3. e-ASIA hub 구축의 기반 業容 솔루션 사업

- 이 지역내에서의 e-Marketplace 사업 전에 상호 정보
- partner십과 공동으로 marketing 추진
- 실 사업 e-Marketplace 오픈 및 B2B integration 솔루션 보급
- e-Marketplace 사업 consulting 진행
- 주요 산업별 업체와 정보 링크
- ecompany사의 시스템 연결을 지원으로 사업 추진
- 일본, 중국, 태완 등 전자업종 e-Marketplace 시장 개척
- e-ASIA B2B에 주도권 확보

Case별 사업내용(2001년 사업 중심)

인큐베이팅 사업

주요 e-Marketplace 운영 사업

- e-Catalog 서비스
- e-Procurement 서비스
- on-line 거래 서비스
- 위탁 대행 사업
- 시스템 ASP 서비스

e-Marketplace의 가치 창출 방법

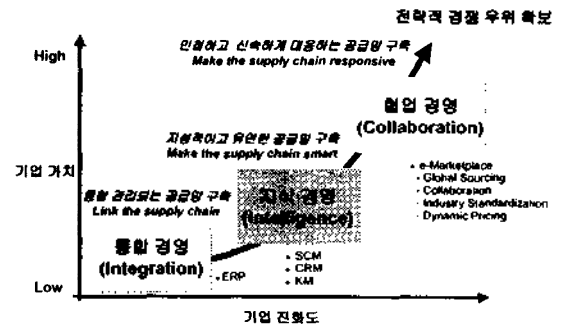
가치창조의 원천

	가치창조원	가치창출원
가치창조 원천 한 주체에서 다른 주체로의 가치 이전 활동 (가치공급, 제공)	가치공급 - 생산/제조 - 유통/판매	가치창출원 - 다양한 거래로 가치 증가 - 계약의 수행의 결과 - 공급업체의 생산/판매
가치창조 활동 가치공급/수요의 연계, 공급망의 재구성, 가치공급/수요의 변화 (가치공급, 제공)	가치창출원 - 고객/공급망 및 거래의 변화 - 수요의 변화 - 공급망의 변화 - 생산/판매, 유통/판매 프로세스의 효율화	가치창출원 - 다양한 거래로 가치 증가 - 계약의 수행의 결과 - 공급업체의 생산/판매
가치창조 결과 - 가치공급/수요의 연계, 공급망의 재구성, 가치공급/수요의 변화 (가치공급, 제공)	가치창출원 - 고객/공급망 및 거래의 변화 - 수요의 변화 - 공급망의 변화 - 생산/판매, 유통/판매 프로세스의 효율화	가치창출원 - 다양한 거래로 가치 증가 - 계약의 수행의 결과 - 공급업체의 생산/판매
가치창조 효과 - 가치공급/수요의 연계, 공급망의 재구성, 가치공급/수요의 변화 (가치공급, 제공)	가치창출원 - 고객/공급망 및 거래의 변화 - 수요의 변화 - 공급망의 변화 - 생산/판매, 유통/판매 프로세스의 효율화	가치창출원 - 다양한 거래로 가치 증가 - 계약의 수행의 결과 - 공급업체의 생산/판매

e-Marketplace 사업 활성화 전략

- 무담보 구매 혁신 자금의 효과적 활용
 - 많은 기업의 사업 계획 요구로 효과적 활용.
 - 시장의 안정성을 위한 보험 장치 지속적 보완
- Off-line으로 발굴한 기업 고객 Business에 on-line의 유도
- E-Business의 성공 모델 제시
- On-line 거래 규모의 확대
- buying power가 부족한 중소 업체 기업들을 대상으로 buying consortium 구성
- 인구/계급 단위의 합성과 추진
- A/S, 유통/유동 등의 공동 활용 추진
- 각 분야 전문 업체의 Know-how 전자 거래화
- 지속적 e-Marketplace 서비스 보급/확충

21c 기업의 생존전략



결론

- ▶ 전자상거래에 대한 우리 기업들의 향후 1년간 대응 전략 매우 중요 : 21세기 기업 생존을 결정
 - Global 경쟁 체제에 대한 준비 필요
- ▶ “기업 개별”의 대응 전략과 함께 “산업별 공동”의 대응 전략 수립 필요
 - 산업 전체의 표준화, 중소기업 정보화 등
- ▶ 주요 성공요인
 - 사용회사의 적극적인 온라인 참여유도
 - Mp to Mp 의 글로벌 network 추진