

e비즈니스 기말대비

1. 전자화폐의 유형별 대표적인 사례(24-2)

전자화폐는 선불형, 계좌연계형, 암호화폐형 등으로 구분된다. 선불형 전자화폐에는 교통카드(T-money)와 기프트카드가 있으며, 계좌연계형 전자화폐에는 카카오페이와 네이버페이가 대표적이다. 또한 비트코인과 이더리움과 같은 암호화폐는 블록체인 기반 전자화폐의 대표적 사례이다. 이러한 전자화폐는 결제의 편의성과 거래 속도를 크게 향상시켰다.

2. 전자서명 및 정보보안 기술의 e-비즈니스 활용(24-2)

전자서명 기술은 전자계약, 온라인 금융거래, 전자정부 서비스에서 본인 인증과 법적 효력을 보장하는 수단으로 활용된다. 정보보안 기술은 암호화, 방화벽, 침입탐지시스템(IDS) 등을 통해 고객정보와 결제 데이터를 보호한다. 이를 통해 e-비즈니스는 거래의 신뢰성과 안전성을 동시에 확보할 수 있다.

3. u-시티와 스마트시티 구축에 활용되는 핵심 기술에는 무엇이 있으며, 이러한 기술들이 국내외 사례에서 교통, 환경, 안전 등 도시 서비스에 어떻게 적용되고 있는지 설명(24-2&25-1)

u-시티와 스마트시티 구축에는 IoT, RFID, 빅데이터, 통합관제시스템이 핵심 기술로 활용되며, 이를 통해 교통·환경·안전·에너지 등 도시 인프라 데이터를 실시간으로 수집·분석하고 통합 관리한다. 국내에서는 송도 u-시티와 세종 스마트시티, 해외에서는 싱가포르 스마트 네이션이 대표적 사례로, 데이터 기반 정책 수립과 도시 운영 효율성 제고를 목표로 한다. 이러한 기술과 서비스의 결합은 도시 문제를 예방·관리하는 지능형 도시 운영 체계를 가능하게 한다.

4. AICBM의 개념과 구성 요소를 설명하고, AICBM 활용 성공 사례를 바탕으로 비즈니스 모델과 기업의 수익 구조에 어떤 변화가 나타났는지 서술(24-2)

AICBM은 AI·IoT·클라우드·빅데이터·모바일의 융합 기술로, 아마존·넷플릭스의 추천 시스템과 스마트 공장 자동화 등에서 생산성과 고객 맞춤 서비스를 동시에 향상시켰다. 이러한 기술 확산은 플랫폼 중심·데이터 기반·맞춤형 서비스 중심의 비즈니스 모델을 확산시켰으며, 구독형·온디맨드 서비스와 플랫폼 경제를 성장시켰다. 그 결과 기업의 수익 구조는 전통적인 제품 판매 중심에서 서비스 중심으로 전환되었다.

5. 인공지능과 자동화 기술의 e-비즈니스 영향(24-2)

인공지능과 자동화 기술은 고객 상담, 물류 관리, 결제 처리 등 반복적인 업무를 자동화하여 운영 효율성을 크게 높였다. 챗봇을 통한 24시간 고객 응대와 무인 물류 시스템이 대표적인 사례이다. 이를 통해 인건비 절감과 서비스 속도 향상이 동시에 이루어지고 있다.

6. 인공지능과 머신러닝을 통한 e-비즈니스 혁신(24-2)

인공지능과 머신러닝은 고객 행동 데이터를 분석하여 개인 맞춤형 추천 서비스를 가능하게 했다. 또한 수요 예측, 가격 최적화, 사기 거래 탐지 등 고도화된 의사결정이 가능해졌다. 그 결과 e-비즈니스는 데이터 기반의 지능형 서비스로 빠르게 전환되고 있다.

7. 전통기업에서 E-Transformation 전략의 필요성(24-1)

전통기업은 디지털 환경 변화에 대응하지 못할 경우 경쟁력을 상실할 위험이 크다. E-Transformation은 업무 프로세스의 디지털화, 온라인 채널 확대, 데이터 기반 의사결정을 통해 비용 절감과 생산성 향상을 가능하게 한다. 또한 고객 대응 속도와 서비스 품질을 동시에 개선할 수 있다.

8. E-비즈니스 모델의 의미와 티머스의 유형 분류(24-1)

E-비즈니스 모델이란 인터넷과 디지털 기술을 기반으로 기업이 수익을 창출하는 구조를 의미한다. 티머스(Timmers)는 이를 전자상점, 전자조달, 전자경매, 전자시장 등으로 분류하였다. 이는 거래 방식과 가치 창출 구조에 따라 유형화한 것이다.

9. E-비즈니스에서 전자지급시스템 보안과 전자서명의 필요성(24-1)

전자지급시스템은 금융정보와 개인정보를 다루므로 보안이 필수적이다. 전자서명은 거래 당사자의 신원 확인과 거래 내용의 위·변조 방지를 보장한다. 이를 통해 전자상거래의 법적 안정성과 신뢰성이 확보된다.

10. AI가 가져오는 변화(24-1)

AI는 자동화, 지능화, 예측 기반 의사결정을 가능하게 하여 산업 구조 전반에 변화를 초래하고 있다. 고객 맞춤 서비스, 무인화 시스템, 데이터 기반 경영이 대표적인 변화이다. 노동시장과 기업 경쟁 방식에도 구조적 변동을 유발하고 있다.

11. ERP, SCM, CRM의 정의와 기대효과(24-1)

ERP는 기업의 자원을 통합 관리하는 시스템이며, SCM은 공급망 전체의 흐름을 관리하는 시스템이다. CRM은 고객 정보를 기반으로 마케팅과 고객관계를 관리하는 시스템이다. 이들 시스템은 비용 절감, 업무 효율화, 고객 만족도 향상을 기대할 수 있다.

12. 유비쿼터스(U-Society, U-Service)의 정의(24-1)

유비쿼터스 사회란 언제 어디서나 네트워크와 컴퓨팅 환경이 제공되는 사회를 의미한다. U-Service는 이러한 환경을 기반으로 제공되는 지능형 서비스이다. 대표적으로 스마트 교통, 원격 의료, 지능형 방범 서비스가 있다.

13. 경제주체별 전자상거래 분류(24-1)

전자상거래는 기업(Business), 소비자(Consumer), 정부(Government)를 기준으로 분류된다. B2B, B2C, C2C, B2G, G2C 등이 대표적 유형이다. 거래 주체에 따라 거래 구조와 법적 책임이 구분된다.

14. 4차 산업혁명과 포스트코로나 시대의 E-비즈니스와 국가경쟁력(24-1 논술형)

E-비즈니스는 비대면 경제 확산과 디지털 전환을 통해 국가 산업 경쟁력을 강화하고 있다. 4차 산업혁명 기술과 결합된 온라인 산업은 생산성과 부가가치를 크게 증대시킨다. 이는 일자리 창출, 수출 확대, 산업 고도화를 통해 국가경제 성장에 실질적으로 기여한다.

15. E-비즈니스의 정의(24-2)

E-비즈니스란 Electronic Business의 약자로, 여기서 E는 'Electronic(전자적)'을 의미한다. 인터넷과 각종 디지털 기술을 활용하여 제품의 생산, 유통, 마케팅, 고객관계관리 등 기업의 모든 경영 활동을 수행하는 것을 말한다. 전자상거래를 포함하는 광의의 개념이며, 기업 경영 전반이 오프라인 중심에서 온라인·디지털 기반으로 전환되는 것이 특징이다.

16. 국가경쟁력을 위해 E-비즈니스가 해야 할 노력(24-2)

기업은 디지털 전환, 보안 강화, 플랫폼 경쟁력 확보에 지속적으로 투자해야 한다. 인공지능과 데이터 활용 역량을 강화하여 글로벌 시장에 대응해야 한다. 또한 중소기업의 E-비즈니스 진입 확대도 국가경쟁력 강화에 중요하다.

17. 전자서명과 공인인증서의 차이(25-1)

전자서명은 전자문서의 본인 확인과 위·변조 방지를 위한 기술적 개념이다. 공인인증서는 전자서명을 구현하는 수단 중 하나였다. 현재는 금융인증서와 민간 인증서가 공인인증서를 대체하여 활용되고 있다.

18. 전자화폐와 법정화폐의 차이(25-1)

전자화폐는 실물 없이 디지털 형태로 저장·이용되는 지급수단이다. 법정화폐는 실물 화폐와 중앙은행 발행을 통해 법적 강제력을 가진 화폐다. 전자화폐는 편의성과 속도가 장점이며, 법적 효력은 국가 정책에 따라 다르다.

19. SaaS, IaaS, PaaS의 차이와 SaaS 사례(25-1)

IaaS는 서버와 저장소 등 인프라를 제공하는 서비스이고, PaaS는 개발 환경을 제공하는 플랫폼 서비스이다. SaaS는 완성된 소프트웨어를 구독 형태로 제공하는 서비스이다. 대표적인 SaaS 사례로는 구글 워크스페이스와 MS 오피스 365가 있다.

20. 기말과제 문제(25-2)

답변

<최근 사례> Alibaba Ele.me · Fliggy 통합

2025년 6월, Alibaba는 음식배달 서비스 Ele.me와 여행 예약 서비스 Fliggy를 자사의 코어 전자상거래 사업에 통합한다고 발표했다. 이 결정은 Alibaba가 단순 쇼핑물을 넘어 "consume-to-everything(소비부터 배달, 여행까지)"을 아우르는 올인원 플랫폼으로 진화하려는 전략의 일환이다. 이러한 통합은 "즉시 리테일(instant retail)" 추세에 부합하며, 소비자에게 원스톱(user-friendly) 경험과 편리성을 제공하려는 시도이다. 이 사례는 전통적 의미의 e-비즈니스(물건 사고파는 쇼핑물)에서 벗어나, 서비스 다양화와 플랫폼 통합을 통해 시장 경쟁력을 강화하는 전략이라는 점에서 주목할 만하다.

<문제>

2025년 Alibaba의 Ele.me와 Fliggy 통합 사례를 참고하여, 오늘날 e-비즈니스가 단순한 "온라인 쇼핑"을 넘어 "종합 플랫폼화(all-in-one platform)"로 진화하고 있는 이유와 그 함의를 설명하라.

<답변>

2025년 Alibaba의 Ele.me(배달 플랫폼)와 Fliggy(여행·항공·숙박 플랫폼) 통합 사례는 e-비즈니스가 단순한 온라인 쇼핑을 넘어 종합 플랫폼(All-in-One Platform)으로 진화하고 있음을 보여준다. 이는 소비자의 일상 소비, 이동, 여가, 결제, 금융 서비스까지 하나의 생태계로 통합하여 고객 락인(Lock-in)을 극대화하기 위한 전략이다. 플랫폼은 데이터 통합을 통해 고객 행동을 정밀 분석하고 초개인화 서비스를 제공할 수 있다. 또한 cross-selling과 서비스 간 연계를 통해 추가 수익 창출이 가능하다. 이러한 구조는 네트워크 효과를 더욱 강화하고 경쟁 플랫폼의 진입장벽을 높인다. 기업 입장에서는 단일 서비스보다 훨씬 안정적인 수익 구조를 확보할 수 있다. 이용자 측면에서는 하나의 앱으로 생활 전반을 해결할 수 있어 편의성이 크게 증대된다. 결과적으로 e-비즈니스는 거래 중심에서 생활 인프라 중심 산업으로 전환되고 있다. 이는 플랫폼 기업의 시장 지배력 강화라는 긍정·부정적 함의를 동시에 내포한다. 따라서 국가 차원의 규제, 데이터 보호, 공정 경쟁 정책도 함께 중요해지고 있다.