**온라인유통 구조변화 실태조사 비대면 FGI**

FGI 응답자 : 임효묵

1. 코로나 19 이후 온라인 쇼핑업계에 온 변화와 도전과제는 무엇을 들 수 있습니까?

○ 대형 온라인 쇼핑몰의 서비스 차별 및 가격 경쟁력 약화

→ 쇼핑몰 다수 출현, 형태 다양화

(C2C, 비대면 강의, 개인방송)

→ 쇼핑몰 기본 마진 확보 불가로 적자 심화.

→ 신규 배송업체 진출 어려움으로 배송 단가 상승 – 수요측면

→ 포털과 소셜 그리고 간편 결제 업체 진출 가속

○ 배송 단가에서 시작된 택배 기사 사회적 이슈

→ 휴무일에 따른 매출 변동(영업일 축소)

→ 현 정부의 친 노조 성향으로 급여 상승

→ 편의점 배송, 픽업 주문, Thru Pickup(Car)등 비대면

직배 배송 발전

→ 쿠팡 스타일 유형 직영 배송 경쟁 심화

→ 거점 기준 2륜(오토바이, 자전거) 운송 활용

○ 전통시장의 규모 축소 가속(상품 규제 가능)

→ 서민(영세) 자영업 대폭 감소

→ 인스턴트 식품 시장 온라인 카테고리로 흡수

또는 배송 전문점 증가

○ 전통 온라인 쇼핑과 SNS or 포탈 사이트

→ 네이버와 카카오 온라인 상권 잠재기에서 본격 성장기

→ 자체 금융 결재, 이벤트, 프로모션 전개

○ 카테고리 킬러 사이트 등장(Off Line 동일 현상)

→ 종합몰에서 전문 매장 또는 특화 매장으로 이동

→ 오프라인 고집 하던 명품 중 Mass존 온라인화

○ 외국 온라인 쇼핑 진출 & 직구 매출 상승

→ 온라인몰의 글로벌화(지점, 물류기지 직접 운영)

→ 국내 카테고리 생성보다 강력한 직구 시장 급상승

○ Mart 3사 온라인 급속으로 가격소구 심각.

1. 이러한 변화와 도전과제에 대한 업계의 대응으로는 어떠한 것을 들 수 있습니까?

○ 시스템 고도화 – 인력효율 증가

→ 상품 선별, 전시, 정산의 완전 자동화

→ 고객 컴플레인 로봇 및 단순화(콜센타 축소)

○ 배송비 증가 대응

→ 직배, 거점 배달, 외국인 배송등

→ 묶음배송, 직매입, 물류 위탁 검토

○ 전문 카테고리 사이트 개발

→ 기존 카테고리 관리에서 전문 상품을 취급하는 사업부제

운영 및 분사

→ 해외 전문 사이트와 제휴 또는 상호 제휴(한류 상품)

○ 자사 브랜드 상품 개발(공동), 직매입 강화

→ 상품운영에서 상품개발 조직으로 중심 Shift

1. 온라인 쇼핑업계에 대한 정부가 지원할 필요가 있는 부분은 어떠한 것들이 있겠습니까?

○ 온라인 쇼핑에 대한 전문 교육과정 지원

→ Off Line 실업자를 교육을 통한 취업

→ 법률, 프로그램, 고객관리, 채권, 채무등

○ 1인 또는 소규모 인큐베이팅 자금지원

→ 온라인 쇼핑 창업 지원

→ 표준 플랫폼 및 사이트 운영

○ 배송에 관한 법률 및 공공시설 활용 검토

→ 드론, 자율 주행 배송 법률, 연구 제약 사항

→ 주요 랜드마크 배송 기지화(역, 정류장, 관공서,공원등)