



전자상거래 – 비즈니스의 지평을 넓히기

이 문서는 E-비즈니스와 인터넷의 다양한 측면을 소개하지만 상품과 서비스의 구매와 판매(‘전자상거래’)를 집중적으로 다룹니다.

서론

몇 년 전만 해도 인터넷은 새로운 것이었고 인터넷이 무엇인지 아는 사람이 많지 않았습니다. 하지만 인터넷은 우리의 의사소통과 비즈니스 양상을 바꿔놓고 있습니다. 인터넷은 사용자들이 시간에 구애받지 않고 정보를 찾고, 이메일 및 다른 전자 형태로 즉시 의사소통할 수 있게 해줍니다. 그리고 이제 온라인 쇼핑까지 가능하게 되어, 인터넷의 영향은 끊임없이 모든 기대를 넘어서고 있습니다.

기존의 판매업체들은 전자상거래로 고객층을 한층 넓힐 수 있게 되었습니다. 이는 또한 상품과 서비스를 마케팅하고 제품 재고를 디스플레이할 수 있는 비용효율적인 방법입니다. 전에는 제품을 선보이기 위해 쇼룸 등을 따로 마련하거나 값비싼 카탈로그를 만들어야 했습니다. 지금은 인터넷이 이런 마케팅 전략을 강화하는 전자 매체 역할을 하고 있습니다.

인터넷 쇼핑몰을 오프라인 매장 대신에 운영하든, 기존의 소매 매장 강화를 위해 운영하든, 온라인쇼핑몰을 열려면 탄탄한 계획과 준비, 투자와 수익에 대한 현실적인 기대가 기초가 되어야 합니다. 오프라인 비즈니스를 계획하듯이 온라인 사업도 마찬가지로 철저히 계획해야 합니다.

웹사이트란 무엇인가?

웹사이트는 대개 ‘홈페이지’라 불리는 시작 파일을 포함하는 웹페이지나 파일의 총체입니다. 각 웹사이트는 저마다 고유한 URL을 가지고 있는데, URL이란 인터넷에서 찾아갈 수 있는 홈페이지의 주소입니다. 예를 들어, 웹사이트를 운영하는 대부분의 기업, 기관, 또는 개인은 대개 홈페이지를 가지고 있습니다. 이 홈페이지에서 웹사이트의 다른 페이지로 갈 수 있습니다. 웹 브라우저(예: 넷스케이프나 인터넷 익스플로러)로 보면 웹 페이지들은 텍스트와 그래픽을 보여주며, 다른 응용프로그램들을 사용하여 소리를 재생하고 동영상을 보여주며, 정보 검색 옵션을 제공합니다.

정보가 풍부하고 재미있는 웹사이트도 있지만 정적인 웹사이트도 있습니다. 정적인 웹사이트는 한 방향으로만 의사소통이 되어 진정한 ‘인터랙션’, 즉 상호작용(양방향성)이 없습니다. 효과적인 비즈니스 웹사이트는 사이트 안에서 고객이 피드백을 제공하고 질문을 하며 관련 정보를 검색할 수 있게 합니다.

양방향 웹사이트의 구성요소에는 다음과 같은 것들이 있습니다.

이메일 링크

고객들이 의견을 보낼 수 있는 온라인 양식

검색 기능

고객이 사용할 수 있는 정보 데이터베이스



전자상거래란 무엇인가?

전자상거래는 인터넷을 통해 제품을 마케팅하고 판매할 수 있는 방법입니다. 인터넷은 귀사와 고객, 그리고 기업 간에 거래가 이루어지게 해줍니다. B2C(business-to-consumer)는 상품을 구매하는 기업과 소비자간 전자상거래를 말합니다. B2B(Business-to-business)는 기업이 온라인으로 공급업체와 거래하는 기업간 전자상거래를 말합니다. 공급업체는 온라인으로 주문을 받고, 대금청구와 지급도 온라인에서 이루어집니다. B2B 전자상거래는 B2C보다 더 빨리 성장할 것으로 보입니다.

우리 회사도 E-비즈니스를 해야 할까요?

E-비즈니스 시작을 가볍게 결정해서는 안 됩니다. 다음과 같이 고려해야 할 점들이 많이 있습니다.

귀사의 고객들이 전자상거래를 하고 있거나 할 예정인가요?

웹에 미개척 시장이 있나요?

경쟁사의 전략은 무엇인가요?

신규 비즈니스 또는 수익의 기회가 있나요?

비즈니스의 트렌드는 어떤가요?

귀사의 비즈니스 전략은 무엇인가요?

귀사가 활용할 수 있는 자원은 무엇인가요?

경쟁사가 웹에서 비즈니스를 하나요?

귀사의 현재 영업시간은 고객에게 적절한가요?

고객들에게 웹사이트 방문을 권함으로써 인쇄 자료를 제작하는 비용을 어느 정도 상쇄할 수 있나요?

인터넷은 귀사의 시장 기반을 크게 확대할 수 있지만 이는 귀사의 마케팅이 지리적으로 여러 곳에 산재한 지역의 고객들을 만족시킬 수 있어야 한다는 뜻입니다. 수요의 급증에도 대처할 수 있어야 하며 귀사의 제품 라인이 경제적이고 편리하게 제공될 수 있는지도 고려해야 합니다. 임대료, 노동력, 재고, 인쇄 비용 절감 등 웹 진출은 상당한 경제적 이득을 줄 수 있습니다. 그러나 비즈니스를 웹으로 확장한다고 해서 기존의 문제가 해결되는 것은 아니라는 점을 기억하세요. 기존의 비즈니스가 원활하지 않았다면 웹 진출은 문제를 더욱 악화시킬 수 있습니다.

그러면 전형적인 E-비즈니스 거래는 어떤지 차근차근 살펴볼까요?

1. 먼저 잠재 고객들이 귀사의 제품이나 서비스를 찾을 수 있게 하는 웹사이트를 개발해야 합니다. 고객은 귀사의 전자 카탈로그를 살펴보고 아이템을 선택하여 장바구니에 담습니다.
2. 아이템 선택을 하고 나면 고객은 주문서를 작성합니다. 여기에는 고객의 성명, 주소 등의 입력이 포함됩니다.



3. 그러면 주문 처리 소프트웨어가 총액, 세금을 계산하고 신용카드 번호, 카드 유효기간 및 배송지 주소 등 대개 배송지 주소에 따른 배송 정보를 확인합니다. 이 양식은 물론 안전해야 합니다.

4. 결제 처리 소프트웨어가 주문 총액과 결제 정보를 암호화하고 신용카드 회사에 연락하여 카드 번호가 유효하며 금액이 카드 한도를 넘지 않는지 확인합니다.

5. 승인되면 대개 고객에게 이메일이 발송되어 주문을 확인하고 주문이 처리됩니다.

온라인쇼핑몰이 얼마나 첨단인지, 그리고 몰과 통합된 다른 백엔드 시스템과 판매자의 재고 여부에 따라 고객들은 배송 과정을 통해 주문을 추적할 수도 있습니다.

다음은 귀사에 알맞는 옵션이 무엇인지 더 잘 이해하실 수 있도록, 또는 적어도 귀사를 지원할 인터넷 전문가에게 어떤 질문을 해야 할지 아실 수 있도록 돕기 위해 마련한 내용입니다.

고려해야 할 질문들

귀사의 온라인 매장을 위해 어떤 솔루션을 선택할지는 주로 다음과 같은 질문들을 기초로 하므로, 다음은 매우 중요한 질문들입니다. 이 질문들을 하나씩 살펴보면 그 중요성을 더 잘 이해하실 수 있을 것입니다.

a) 귀사의 현실적인 예산은 얼마인가요?

흔히 “싼 게 비지떡”이라고 말합니다. 물론 언제나 그런 것은 아닙니다. 아주 많은 돈을 주고도 귀사의 이해를 최우선으로 생각하지 않는 사람을 고용해서 효과적이지 않고 설계가 형편없는 웹사이트를 구축하게 될 수도 있으니까요. 반면에, 거금을 들이지 않고도 제품 판매에 도움이 되는 솔루션도 있습니다. 하지만 전자상거래 웹사이트를 개설할 때 가장 중요한 점은 관련 비용을 모두 고려해야 한다는 점입니다. 여기에는 디자인 대금, 웹호스팅 수수료, 거래 비용 등이 포함됩니다.

b) 귀하는 컴퓨터와 인터넷을 능숙하게 다루시나요?

컴퓨터와 인터넷을 능숙하게 다루시고 기본적인 스킬과 도구를 갖추셨다면 웹사이트, 또는 그 일부를 직접 개발하실 수도 있습니다. 브라우저 기반 솔루션 중에는 클릭만으로 여러 옵션을 선택해서 온라인 상점을 개설할 수 있는 툴도 있습니다. 스스로 해야 할 일은 이미지를 찾아보고, 적절한 파일 형식(.gif나 .jpg)으로 변환하며, 제품 및 가격에 대한 상세정보를 입력하고 이를 웹 서버에 업로드하는 것입니다.

c) 지금, 그리고 앞으로 얼마나 많은 제품을 판매할 계획입니까?

전자상거래 솔루션의 가격은 대체로 귀사의 카탈로그에 들어가는 아이템이나 제품의 숫자를 기준으로 책정됩니다. 월 사용료는 이 숫자를 기준으로 하며 카탈로그가 커지면 액수가 크게 될 수 있습니다.



많은 아이템을 판매할 계획이라면 사업이 성장하면서 전자상거래 사이트 운영이 너무 부담되지 않도록 유연한 솔루션 유형을 찾아보시는 게 좋습니다.

d) 온라인 매장을 기존 웹사이트에 통합하실 계획인가요, 아니면 처음부터 웹사이트를 다시 구축하실 계획인가요?

이미 웹사이트가 있어 기존 사이트에 온라인쇼핑몰만 추가할 수도 있습니다. 그렇다면 현재 이용하고 계신 웹호스트 측에 전자상거래 솔루션을 제공하는지 문의해 보세요. 현재의 웹사이트에도 온라인쇼핑몰 옵션을 선택할 때 고려해볼 수 있는 기존 데이터베이스 통합 옵션이나 기술이 있을 수 있습니다.

이런 문제들을 생각해봤다면 이제 웹사이트 구축에 착수할 수 있습니다. 어떤 옵션들이 있으며, 비용은 얼마나 들까요? 종합적인 개관을 위해 전자상거래 사이트의 구성요소들과 사용 가능한 옵션들을 살펴봅시다.

전자상거래 사이트 이해하기

웹디자인/카탈로그 개발

훌륭한 웹디자인이라면 탐색이 쉽고 사업의 성격을 분명히 표현하는 사이트로 프로다운 이미지를 선사할 것입니다. 앞으로 논의할 몇 가지 온라인매장 솔루션을 이용하면 기술적인 지식이 별로 없이도 사이트를 구축할 수 있을 것입니다. 하지만 온라인쇼핑몰을 직접 구축하는 것은 적절하지 않은 경우가 많습니다. 이런 경우, 사주는 사업에만 집중하고 기술 및 디자인 문제는 다른 사람에게 맡겨둘 수도 있습니다.

전자상거래 사이트를 개발할 디자이너를 선택할 때는 반드시 상당한 지식과 경험을 갖춘 사람인지 확인하세요. 대부분의 경우, 디자이너는 사이트를 개발할 뿐만 아니라 귀사에 무엇이 필요한지 평가하고 이에 걸맞는 기술 및 솔루션을 권해주기도 하기 때문입니다.

오프라인 매장과 마찬가지로, 온라인 매장에도 상품, 쇼핑 카트(장바구니), 그리고 계산대가 필요합니다. 프로그래머를 고용하여 이런 요소들을 처음부터 새로 구축할 수도 있지만 이런 구성요소들을 미리 개발해 놓은 소프트웨어 솔루션이 많이 출시되어 있습니다. 이런 솔루션들은 귀사의 온라인매장을 호스팅하면서 어느 정도 개인화할 수 있는 각종 양식과 기능을 전자 형태로 제공하는 '템플릿' 서비스나 귀사의 로컬 컴퓨터에 설치하여 전자상거래 웹사이트 구축에 사용할 수 있는 소프트웨어 패키지인 '가상 상점' 서비스로 나뉩니다.

템플릿 서비스



템플릿 서비스는 흔히 '온라인' 서비스라 불리는 브라우저 기반 서비스로, 효과적인 인터넷 쇼핑몰을 원하지만 사이트의 상거래와 기술력의 면면을 전면 통제할 필요는 없는 소기업들에게 비교적 저렴한 가격에 솔루션을 제공합니다. 판매 아이템이 너무 많지 않은 소형 상점에 알맞는 서비스입니다.

쇼핑몰 운영자들은 옵션을 선택하고 제품 설명, 회사 정보 등 각 아이템을 입력하는 것으로 간단한 상점을 구축할 수 있습니다. 물론 전자 매장에 표시할 그래픽 파일과 로고도 업로드해야 합니다.

템플릿의 장점

사용이 간편함.

모든 기능이 웹브라우저(넷스케이프나 인터넷 익스플로러 등) 안에서 이루어짐.

상대적으로 구축이 간편함.

대개 로컬 컴퓨터에 소프트웨어를 설치할 필요가 없음.

기술적인 지식이 별로 필요하지 않음.

매장이 템플릿 서비스 제공업체의 사이트에서 호스팅되므로 별도로 웹호스팅 업체나 ISP를 찾을 필요가 없음.

템플릿의 단점

매장 설계와 배치에 유연성이 적음.

같은 템플릿 서비스로 개발된 매장들은 외관상 모두 흡사함.

카탈로그에 아이템이 추가되면서 비용이 증대됨.

템플릿 서비스 이용료

이용료는 월 기본 요금과 부가 요금으로 구성됩니다. 부가 요금은 귀사의 온라인 매장에 필요한 거래 횟수나 매장이 구비한 아이템 수에 따라 달라집니다.

제공 서비스를 반영하여 가격이 책정되는 복잡한 패키지도 있으므로 템플릿 서비스 이용료는 매우 폭이 넓습니다. 템플릿 솔루션에 관심이 있으시면 솔루션 판매자의 웹사이트를 둘러보시면 좋습니다. 데모 버전을 테스트해보는 옵션이나 솔루션 구매 결정을 내리기 전에 시험해볼 수 있는 '테스트 스토어' 옵션도 있습니다.

가상 상점 서비스



가상 상점 소프트웨어(storefront software)는 귀사, 또는 개발자가 온라인쇼핑몰 구축에 사용할 수 있는 도구입니다. 이런 서비스에는 간단하고 저렴한 패키지부터 복잡하고 확장가능하며 가격이 훨씬 비싼 패키지까지 여러 가지가 있습니다. 이 경우에도, 귀사에 맞는 패키지는 귀사에 필요한 옵션에 따라 달라집니다.

‘오프라인 소프트웨어’라고도 불리는 가상 매장 소프트웨어는 그 기능과 정교함에 따라 매우 다양합니다. 일부 소프트웨어는 매우 간단하고 사용이 쉬운 한편, 어떤 소프트웨어는 제품 옵션, 재고 통합 및 행정관리 옵션 등 복잡한 기능과 옵션을 갖추고 있습니다.

가상 상점 소프트웨어의 장점

- 대개 템플릿 서비스보다 훨씬 강력하고 유연함.
- 상점의 배치와 구성이 좀 더 자유로움.
- 다양한 웹호스트에서 사용할 수 있음. (귀사의 인터넷 서비스 제공업체에 확인하세요.)
- 상점의 개선이나 변경에 상대적으로 제한이 적음.

가상 상점 소프트웨어의 단점

- 템플릿보다 사용이 훨씬 더 복잡할 수 있음.
- 로컬 컴퓨터에 설치해야 함.
- 소프트웨어를 가지고 오프라인으로 작업한 후 서버에 업로드해야 함.
- 사용자에게 기술 및 프로그래밍 지식이 있다고 가정하거나 이런 지식이 필요할 수 있음.

가상 상점 이용료

제공 서비스를 반영하여 가격이 책정되는 복잡한 패키지도 있으므로 가상 상점 소프트웨어의 가격은 매우 폭이 넓습니다. 웹사이트 개발자는 이 소프트웨어를 자신의 컴퓨터에 탑재해야 하며 완료된 파일을 호환되는 서버에 업로드해야 합니다. 업로드 된 파일을 보려고만 해도 서버를 사용해야 하므로 대개 기술적인 지식이 있는 사람들만이 이 소프트웨어를 사용할 수 있습니다.

또한 가상 상점 패키지는 말 그대로 상점일 뿐입니다. 인터넷 쇼핑몰 운영자들은 웹호스팅 업체에 서버 사용료를 내야 하고, 인터넷 쇼핑몰 운영자 계정과 결제 처리 서비스를 개설해야 하며, 대부분의 경우, 소프트웨어를 이용하여 실제로 상점을 구축할 개발자도 선정해야 합니다.

많은 가상 상점 솔루션들은 시범 기간 동안 소프트웨어를 다운로드 및 사용해보고 소프트웨어를 구매하기 전에 제품 기능을 평가할 수 있게 합니다.

인터넷 서비스 제공업체(ISP)/웹호스팅 업체



ISP는 인터넷에 연결할 수 있게 해주며, 웹호스팅 업체는 귀사의 웹사이트나 전자상거래 사이트를 자사의 서버공간에서 호스트합니다. 한 회사에서 이런 서비스를 둘 다 제공하는 경우도 많습니다. 고객들은 대개 사이트 저장 공간, 대역폭, 기술 지원, 이메일 계정 수, 그리고 (신용카드나 비밀 정보 수집을 위한) 보안 서버 등의 요소를 기준으로 월 이용료를 냅니다.

요즘에는 웹호스팅 업체들이 월 저장 요금과 함께 전자상거래 솔루션을 번들로 제공하고 있습니다. 이 번들에 가상 상점 개발 패키지와 웹 개발이 포함될 수도 있습니다. 이 경우에도 역시 인터넷쇼핑몰 운영자의 계정이나 결제 처리 수수료는 대개 포함되지 않습니다.

도메인 이름 도메인 이름은 귀사의 인터넷 주소로, URL이라고 부르기도 합니다. 사람들이 웹에서 귀사를 찾을 때 사용하는 것이 바로 이 주소입니다. 예를 들어, 귀사의 상호가 'abc'이고, 다른 기업에서 선점하지 않았다면 귀사의 도메인 이름은 www.abc.com, 또는 www.abc.ca가 될 수 있습니다.

도메인 이름은 '등록기관'에서 받습니다. 도메인 이름 등록 수수료는 도메인 유형(예: ".com", ".ca")에 따라 달라집니다. 도메인은 웹에서 계속 유효하려면 정기적으로, 즉 2~3년마다 갱신해야 합니다. 귀사의 도메인을 인터넷에 등록하는 것은 회사와 그 상호를 등록하는 것과 같습니다. 사이트를 언제나 최신 정보로 업데이트하고 원활히 운영되게 하려면 유지보수 비용도 고려해야 합니다. 이런 비용은 사이트의 규모와 범위에 따라 달라집니다.

더 상세한 정보를 원하시면

다음 웹사이트를 방문하세요.

InterNIC

[InterNIC](#) 웹사이트는 인터넷 도메인 등록 서비스에 관한 현행 공개 정보를 제공하기 위해 만들어졌습니다.

국제도메인관리기구(ICANN)

[ICANN](#)는 DNS(도메인 네임 서버)를 조율하여 모든 인터넷 도메인 네임과 번호가 고유하도록 하고 인터넷 사용자들이 유효한 주소를 찾을 수 있게 합니다.

캐나다인터넷주소등록기구(CIRA)

[CIRA](#)는 ".ca"가 들어가는 캐나다 기관 모두의 도메인 주소, 그리고 캐나다 내의 도메인 이름이나 번호에 관한 기타 정보를 모두 관리하는 비영리 법인입니다.

온라인 결제

일반적으로, 인터넷쇼핑몰 운영자가 각 신용카드(비자, 마스터카드 등) 업체와 수립하는 인터넷쇼핑몰 운영자 계정이나 인터넷 결제 서비스를 통해 고객의 온라인 결제를 처리할 수 있습니다. 거래 수수료 및 기타 인터넷쇼핑몰 운영자 계정 수수료, 그리고 인터넷 결제 서비스의 수수료는 다양합니다. 온라인 상점



구매 취소 요청인 '제품 대금 지불 거절(charge back)'이 발생할 수도 있으므로 보증금이 필요한 경우도 있습니다. 귀사에서 고려하고 있는 서비스의 상세 내역과 발생 가능한 수수료를 모두 서비스 업체와 논의하셔야 합니다.**보안**

평범한 웹사이트는 보안 수준이 높을 필요가 없습니다. 하지만 전자상거래 사이트는 다릅니다. 대체로, 고객이 귀사의 사이트에서 쇼핑을 하면 '결제하기'를 누르기 전까지는 '보안' 상태가 아닙니다. 대개 '결제' 단추를 누르는 시점부터 고객들은 필요한 보안 기능을 모두 갖춘 '보안' 서버로 이동합니다. 사용자들은 결제 과정을 시작하면서 성명, 주소 및 신용카드 정보 등 개인 정보를 입력합니다. 바로 이 지점에 암호화 및 기타 보안 기능이 개입하는 것이지요.

SSL (Secure Socket Layer), 또는 SET (Secure Electronic Transaction) 기술과 디지털 인증서의 사용으로 고객의 신용카드 번호와 개인 정보가 암호화되어 확인을 위해 결제 프로세서로 전송됩니다.

보안 문제와 암호화 기술에 관한 정보는 ISP나 웹호스팅 업체에서 얻을 수 있는 경우가 많습니다.

결론

온라인 매장은 인터넷쇼핑몰 운영자들이 제품을 노출시키고 전 세계 고객을 상대로 상품을 팔 수 있는 엄청난 기회를 부여합니다. 하지만 온라인 매장을 오픈할 때도 오프라인 매장을 열 때와 동일한 점을 고려해야 합니다.

귀사의 제품/서비스는 온라인 판매 가능성이 있습니까? 귀사의 경쟁 우위는 무엇인가요? (예: 가격, 사용의 용이성, 배송, 접근성 등) 웹사이트에 자신감을 불어넣으셨나요? 사이트는 안전한가요? 개인정보 보호정책이 있나요? 환불 정책이 있나요? 배송 정보가 있나요?

그리고 역시 핵심 요소 중 하나로, 구매자들이 귀사를 찾을 수 있나요? 온라인 매장의 마케팅 전략을 수립, 실행하고 계신가요? 이는 검색 엔진과 디렉토리에 등록하고 인쇄물에 도메인 네임을 인쇄하며, 다른 웹사이트들과 상호 판촉 제휴를 맺는 것을 포함합니다.

또한 가상 환경에서 판매를 한다고 해서 주 법률에서 정하고 있는 상법을 우회할 수 있는 건 아니라는 점을 기억하셔야 합니다. 오프라인 비즈니스에 대한 법규와 세무 규정이 온라인 상점에도 동일하게 적용됩니다. 신기술에 대해 아직 불분명한 부분들이 있지만 '현실' 세계와 동일하게 사업을 운영하는 것이 좋습니다.

다음과 같이 사업의 관점에서 내려야 할 결정이 많이 있습니다.

제품을 누구에게 팔 것인가?



- 온라인 비즈니스의 범위를 캐나다 국내의 고객으로 제한할 것인가?
- 미국 고객에게 다가가려면 어떤 규정을 따라야 하는가?
- 귀사의 상품이나 서비스를 판매하고자 하는 국가의 국제 교역 규정을 준수하여 거래할 준비가 되었는가?
- 이런 국가로 상품을 반출하기 위해서는 어떤 추가 조치가 필요한가?

전자상거래는 활발히 발달 중인 새로운 비즈니스 분야이므로 각 국가, 주(또는 준주)마다 따라야 할 각기 다른 규정이 있을 것입니다. 거래는 컴퓨터로 이루어지지만 언젠가는 결국 실제로 상품을 보내야 하므로, 수출입국의 규정과 규제를 받게 됩니다.

그러므로, 계획을 하실 때는 업계 전문가들의 조언을 구하고 웹서핑을 하시는 것이 좋습니다. 다른 성공적인 가상 상점의 경험에서 배우는 것도 성공적인 전자상거래에 도움이 될 것입니다.

전자상거래 체크리스트

- 전자상거래 사업계획을 세운다.
- 웹디자이너/전자상거래 개발자에 대한 필요를 평가한다.
- 템플릿 또는 가상 상점 소프트웨어 등 웹사이트 구축을 위한 솔루션을 선택한다.
- 인터넷 결제 처리 방법을 선택하고 준비한다.
- 온라인 매장을 호스팅할 ISP를 선정한다.
- 도메인 네임을 받는다.
- 디지털 인증을 받는다.

핵심 개념과 그 정의

E-마케팅E-마케팅은 배너, 로고, 그림, 그래픽, 웹사이트, 웹페이지, 팝업 윈도우, 직간접 이메일 배포, 뉴스레터 등 인터넷에서 사용되는 모든 형태의 광고를 가리킵니다.

ISP (인터넷 서비스 제공업체) 인터넷에 연결할 수 있게 해주는 것이 바로 ISP입니다. ISP 중에 웹호스팅 서비스를 제공하는 곳도 많습니다.

SET 및 디지털 인증서

SET(Secure Electronic Transaction)는 신용카드 정보 암호화뿐 아니라 신원을 확인합니다. 외부 독립 기관의 '디지털 인증'을 도입하여 고객이나 회사가 다른 이의 신원을 사용할 수 없도록 합니다.

신용카드가 있는 고객들은 브라우저에 접속하면 하드 디스크에 있는 '전자 지갑'을 사용하게 됩니다. 인터넷쇼핑몰 운영자 역시 합법적인 사업체인지를 확인하는 암호화된 인증서를 은행에서 받습니다.



인증서는 암호화된 신용카드 번호를 해독하고 매 거래마다 변경되는 공개키-개인키 쌍(public-private key pair)을 생성합니다.

SSL (Secure Sockets Layer) 대부분의 웹사이트들은 넷스케이프 사에서 개발한 SSL 브라우저 레벨 표준을 사용합니다. 최신 넷스케이프 및 인터넷 익스플로러 버전에는 SSL이 내장되어 있습니다. SSL은 서버에 드나드는 모든 메시지를 암호화하고 복호화(해독)합니다. 하지만 인터넷쇼핑몰 운영자는 신용카드가 도난된 것인지 여부는 확실히 알 수 없습니다. 더 확실하게 알려면 SET 표준을 사용해야 합니다.

웹 브라우저 월드와이드웹에서의 이동을 돕기 위한 클라이언트 소프트웨어. 웹브라우저들은 대개 사용이 쉬운 그래픽 유저 인터페이스를 사용합니다. 브라우저들은 복잡한 태그로 된 HTML 문서를 읽어 이를 간단하고 보기 좋은 형태로 바꾸어 보여줄 수 있습니다.

웹호스트 호스팅 서비스는 자사의 서버에 귀사의 서버를 위한 저장 용량을 할당해 줍니다. 호스트 서버는 얼마나 많은 사람들이 귀사의 사이트를 방문하며 어떻게 알고 찾아왔는지(추천 사이트)도 추적할 수 있습니다. 웹호스팅 업체들은 대개 설치 수수료와 저장 공간에 대한 월 이용료를 받습니다.

웹서버 웹페이지의 서버가 되는 컴퓨터. 웹서버는 모두 IP 주소를 가지고 있으며, 도메인 네임이 있는 경우도 있습니다. 예를 들어, <http://www.cbcs.org/ontario/>이라는 URL을 브라우저에 입력하면 도메인 네임이 cbcs.org인 서버로 이 요청이 전송됩니다. 그러면 서버가 index.html이라는 이름으로 된 페이지를 가져와 브라우저에 보냅니다.

캐나다-온타리오 비즈니스 서비스 센터(COBSC/CSECO)는 캐나다의 공식언어인 영어 및 불어로 비즈니스 관련 정보를 제공합니다. 본 센터에서 제공하는 가장 유용한 문서들 중 일부는 이용자의 편의를 위해서 다른 언어들로 번역되고 있습니다. 추가적 비즈니스 관련 정보를 원하시는 경우, 1-888-576-4444 로 전화하셔서 COBSC/CSECO 정보담당관과 상담하십시오.