솔루션 SW산업 동향 및 전망

KRG ▌김 창 훈

1. 서 론

2010년 국내 솔루션 산업은 전반적인 불경기 속에서도 클라우드 컴퓨팅(Cloud Computing), SaaS(Software as a Service; 이하 SaaS라 약칭함) 등 신규 비즈니스 모델 등장에 따른 시장 생태계의 변화 등의 요인으로 인해 하드웨어와 IT서비스 시장 등의 침체에서 벗어나지 못한 것과 달리 의미있는 성장을 이루었다.

이 같은 솔루션 산업의 성장 배경에는 그린 IT 구축, 공개 소프트웨어 확대, IT융합 산업의 태동, 모바일 오피스 등의 신규 이슈가 새로운 수요를 창출한데다, 기업들이 신규 투자를 자제하는 대신 업그레이드 및 재구축 수요는 꾸준히 증가했기 때문이다. 여기에다 수출 중심의 기업들이 실적 호조를 보이면서 글로벌 통합 ERP 구축 사업 등이 꾸준히 발생했고, 전략적 의사결정을 지원하는 BI(Business Intelligence ; 이하 BI라 약칭함) 솔루션 및 프로세스 혁신에 초점을 맞춘 BPM(Business Process Management ; 이하 BPM이라 약칭함) 솔루션에 대한 고객 니즈도 꾸준히 증가했기 때문으로 풀이된다[12].

하지만 수요가 늘어난 만큼 모든 업체들에게 그 과실이 돌아가지 않았다. 국내 솔루션 산업의 특성상 대부분의 수요는 글로벌 기업들이 독차지하고 있으며, 대기업이나 공공기관의 수요 역시 대기업 계열의 IT서비스기업들이 독차지 하면서 자금력과 인력 측면에서 영세한 국내 중소 소프트웨어 기업들은 고전을 면치 못했다.

2011년 국내 솔루션 산업은 여전히 ERP(Enterprise Resource Planning ; 이하 ERP라 약칭함)가 전체 솔루션 시장을 주도하는 가운데, SCM(Supply Chain Management ; 이하 SCM이라 약칭함)과 CRM(Customer Relationship Management ; 이하 CRM이라 약칭함)시장의 성장세가 6~10%로 높아질 전망이다[12]. 특히 CRM 솔루션 시장이 주목받고 있는데, 경기가 회복 기미를 보이면서 기업들마다 공격적인 마케팅을 전개하기 위한 CRM 솔루션 구축에 나설 것으로 예상되고 있기 때문이다. 이와 함께, BI 솔루션 시장도 전체 솔루션 시장을 주도하는 블루칩이 될 것으로 전망되고 있다. 이밖에 최근들어 소셜네트워크 서비스(SNS; Socual Network Service) 열풍, 통합커뮤니케이션(Unified Communication ; 이하 UC라 약칭함)수요와 모바일 오피스 도입 확대 등으로 기업지식포털(Enterprise Knowledge Portal ; 이하 EKP라 약칭함) 시장도 주목된다[12].

국내 솔루션 시장은 여전히 글로벌 기업들이 시장 주도권을 장악하는 가운데, 로컬 프로세스에 최적화된 제품임을 앞세운 국내 전문업체들이 틈새 시장 공략에 나설 것으로 예상된다. 한국적 기업 문화를 반영한 현지화 전략과 최적화된 프레임워크를 기반으로 한 국내 솔루션 제품은 가격 경쟁력을 앞세워, 중소기업을 중심으로 적극적인 수요 창출에 나설 것이다.

본고에서는 ERP, SCM, CRM, BI, EKP 등 기업의 근간이 되는 기본 솔루션에 대해 비즈니스 프로세스별로 그 역할을 구분하고, 각 솔루션별 시장 상황 및 기술 및 시장관련 향후 전망 등을 중심으로 서술했음을 밝혀둔다. 또한 각 솔루션들을 아우르는 기술 트렌드 및 주요 수요 변화 동인 등에 대해 기술한 후 시장 참여자들에게 도움이 될 수 있는 제언을 담고 있다.

2. 주요 솔루션 개요

본고에서 다룰 ERP, CRM, SCM, EKP, BI 등 기업의 기간이 되는 주요 솔루션의 역할은 기본적인 비즈니스 프로세스에 따라 구분된다. 기업의 기본적인 비즈니스 프로세스는 기본적인 비즈니스 프로세스는 크게 Buying Side Process, Operation Process, Selling Side Process 그리고 이들 프로세스를 지원하는 Supportive Process로 나눌 수 있다[3]. 이는 모든 기업 활동의 밸류체인(Value Chain)을 포괄하며 또한 대부분의 선진 ERP, SCM, CRM 소프트웨어의 기반이 되고 있는 구조이다.

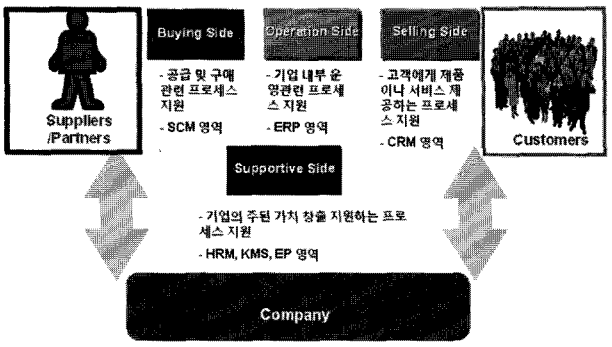

그림 1 주요 솔루션 역할 <자료: KRG>

그림 1에서 보는 바와 같이 Buying Side Process는 제품/서비스를 생산하거나 판매하기 위해서 원자재/부자재/완성품/소모품을 구매하고 공급 받는 일련의 과정으로 모든 업종에 공통적으로 적용될 수 있는데, 여기에 핵심이 되는 솔루션이 SCM이라고 할 수 있다. Operation Process는 고객에서 판매할 제품/서비스를 개발하거나 준비하는 일련의 과정을 의미하는 프로세스로서 ERP 솔루션이 이 같은 프로세스를 지원하는 역할을 담당한다. Selling Side Process 는 고객에서 제품이나 서비스를 판매하고 After Service를 하는 일련의 과정을 지원하는 프로세스로서 대표적인 솔루션은 CRM, DB마케팅 등의 솔루션을 의미한다. Supportive Process는 기업의 주된 가치 창출 활동을 지원하는 부가적인 활동과 관련된 프로세스로서 대표적으로는 EKP, BI, 인적자원관리(HRM: Human Resource Management ; 이하 HRM이라 약칭함) 솔루션 등이 Supportive Process를 지원하는 솔루션이라고 할 수 있다.

3. 주요 솔루션 시장 동향

3.1 개요

최근 들어 SaaS 확산으로 국내 솔루션 시장은 기존의 라이선스 방식에서 렌탈방식(Rental Business)의 유통 모델로 빠르게 전환되고 있다. 서비스로서의 IT화가 급진전되면서 솔루션 시장에서도 기존 시장구도에 점진적인 변화의 바람이 불고 있다. 이와 함께, 글로벌 솔루션 기업들의 잇따른 M&A와 신규 시장 진출을 위한 SW 제품간 통합화 추세의 여파로 솔루션 시장에는 새로운 통합 제품들이 등장할 것으로 예상된다[8].

CRM, ERP, SCM 등 국내 주요 솔루션 시장은 2011년에도 6~10%대의 꾸준한 성장세를 이어갈 것으로 전망된다[12]. 불황기일수록 불요불급한 영역은 축소하는 반면 핵심 프로세스를 지원하는 애플리케이션 수요는 늘어날 것으로 예측되기 때문이다. 특히 한계에 직면한 대기업 수요를 대체하기 위해 중소기업 시장의 수요 확대를 위한 다양한 프로모션 프로그램들이 선보일 것으로 전망된다. 이는 대기업들의 솔루션 수요는 일정부문 한계에 직면해 있는데다, 뚜렷한 수요가 없어 과거와 같은 대규모 형태의 프로젝트 추진은 한계가 있을 것으로 분석되기 때문이다.

또한 신규수요보다 기존 솔루션 유지보수에 IT투자가 상대적으로 늘어남에 따라 애플리케이션 벤더, 가상화 전문업체, 시스템 관리 업체 등간의 전략적 제휴가 활발하게 나타날 것으로 예측된다.

주요 솔루션 가운데 ERP 시장은 현재 제조업체 도입률이 90%에 달하는 등 시장 포화상태에 다다랐지만, 대기업의 통합 수요 및 중견기업들의 재구축 수요가 꾸준하게 나타나고 있어 4%대 성장은 무난할 전망이다[12]. SCM 시장은 지난 금융위기 이후 미뤄왔던 프로젝트들이 재개됨에 따라 9% 대의 비교적 성장세를 보일 것으로 전망된다[12]. CRM 시장은 모바일 및 소셜네트워크 서비스의 마케팅 연계 등의 이슈로 7%대의 안정적 성장률을 기록할 것으로 전망된다[12].

3.2 ERP(Enterprise Resource Planning)

3.2.1 현황

전체 솔루션 시장규모의 약 50%에 해당하는 가장 큰 시장규모를 형성하는 ERP시장은 전년의 침체국면에서 벗어나 다소 회복되는 기미를 보였다. 2008년부터 이어진 금융위기와 시장 포화로 인해 신규 시장 개척에 어려움이 있었으나 2010년 하반기부터는 기업의 IT투자의지가 개선되고, 새로운 트렌드의 부상과 함께 기대되는 제품들이 대거 출시되면서, ERP시장도 그 동안의 저 성장시대를 벗어나 재도약을 노리고 있다[12].

하지만 이미 90% 이상의 제조업종이 ERP 도입을 완료한데다, 새로운 수요를 주도할만한 이슈가 없다는 점, 신규 라이선스보다 유지보수 비중이 높아진다는 점 등의 요인은 ERP 시장이 꼭지점에 다다랐음을 보여준다.

ERP 시장은 전반적인 기업 수요 둔화로 어려움을 겪었으나 GSI(Global Single Instance) ERP 확대, IFRS(International Financial Reporting Standards ; 이하 IFRS라 약칭) 대응, 효율적 자원관리를 통한 비용절감 이슈 등으로 인해 시장은 성장세를 유지하고 있다. 특히, 국내 대기업들의 GSI ERP 수요가 확대되면서 주춤하던 대기업 시장이 다소 살아나고 있다[7]. GSI ERP 사업을 진행하고 있는 기업은 삼성전자, LG전자, 현대기아차, 두산인프라코어, LS전선, 범한판토스 등이 대표적이다.

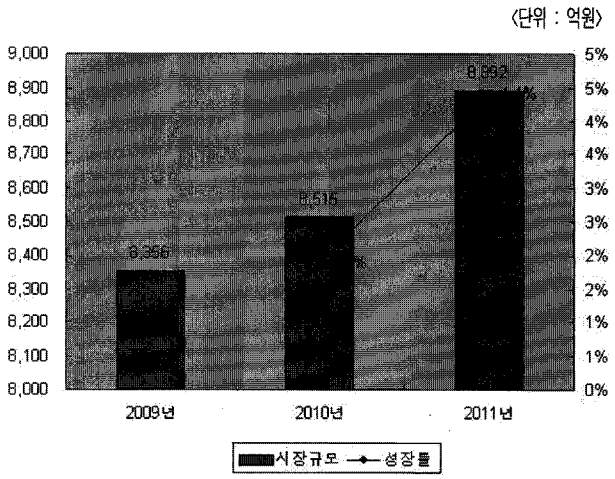

그림 2 국내 ERP 시장 전망

* ERP 구축관련, 하드웨어 및 SW라이선스, 유지보수 비용까지 포함 〈자료: KRG〉

3.2.2 향후 전망

그림 2에서 보는 바와 같이 2010년 국내 ERP 시장은 전년대비 1.9% 성장에 그친 8,515억원으로 나타났으며, 2011년에는 4.4% 성장한 8,900억원 규모를 형성할 것으로 전망된다[12]. 2011년 ERP 시장의 가장 큰 특징은 글로벌 ERP 통합 프로젝트가 두산, 롯데 등의 중견 그룹으로 확산되는 한편, 기 도입한 기업들의 업그레이드 수요가 버팀목 역할을 할 것이란 점이다.

2011년부터 국내 상장기업을 대상으로 IFRS가 의무 적용됨에 따라 국내 상장기업들은 관련 솔루션을 도입하고 있다. 특히, 계열사를 보유한 대기업들은 기존 ERP를 고도화하거나 재구축하여 IFRS에 적극 대응하고 있는 것으로 보인다. 마지막으로 기업들의 지속적인 비용절감 노력, 효율적 자원 관리, 경영/운영 효율화를 위해 ERP 도입을 추진하고 있다. 공공기관의 통폐합 및 민영화를 통한 선진화 추진, 의료 및 대학 등 서비스 산업의 선진화 추진 등 경영효율화를 위한 노력들이 다양한 분야에서 일어나고 있다.

국내 ERP 벤더들은 국내 ERP 시장의 低 성장세, GSI ERP 수요 확대, IFRS 등 컴플라이언스 이슈 등에 적극 대응하기 위해 다양한 방안을 마련하고 있다. 대표적인 외산 ERP벤더인 SAP코리아의 경우, 다양한 솔루션의 매출 증대를 통해 ERP에 편중된 매출구조에서 벗어나려고 노력하고 있다. 특히, 기존 SAP ERP 고객들에게 BI, PLM(Product Lifecycle Management; 이하 PLM이라 약칭함), CRM, SCM 등 다양한 솔루션을 제안하며 ERP와의 효과적인 연계/통합을 강조하여 사업을 강화하고 있다. 한국오라클은 국내 ERP 시장의 低 성장세에 적극 대응하기 위해 자사 매출구조를 다원화할 계획이다. 전체 매출의 70% 정도를 차지하는 ERP 매출을 향후에는 50% 정도로 낮출 계획이다.

국산 ERP 대표 벤더인 더존다스는 최근 그룹 개편을 통해 더존비즈온으로 통합됐다. 통합 이전에는 더존비즈온, 더존디지털웨어, 더존다스로 각각 사업을 영위해왔으나, 사업중복과 비효율적인 운영의 문제로 2009년 11월에 더존비즈온으로 통합됐다. 영림원소프트랩의 경우 SMB 시장을 적극 공략하고 있다. 특히, 업계 최초로 자사 솔루션 사용 후 불편을 느낄 경우 반품을 해주는 프로모션을 진행하면서 자사 솔루션의 안정성과 품질을 강조하고 있다. 또한 솔루션 역량 이외에 컨설팅 부문의 경쟁력 확보를 위해 삼정KPMG그룹과의 제휴를 하는 등 시장 경쟁력 확보를 노력하고 있다.

3.3 SCM(Supply Chain Management)

3.3.1 현황

비용절감, 글로벌 아웃소싱 확대 등과 같은 이슈가 시장을 지배하면서, 글로벌 기업들의 SCM 관심이 크게 높아졌다. 또한 그린물류, 타임투마켓(Time To Market), 물류 가시성 확보 및 최적화가 주요 이슈로 대두되면서 SCM 혁신에 대한 열기도 살아나고 있다. 그린물류의 경우, 최근 코펜하겐 기후협약처럼 환경 및 에너지와 관련하여 RoHS(Restriction of Hazardous Substances), 교토의정서 등 국제적인 환경 컴플라이언스 이슈와 직접 관련이 있다[2]. 이에 따라 일부 글로벌 기업들은 SCM 혁신을 통해 그린물류를 구현하여 에너지 및 온실가스 감축 등 적극적으로 대응하고 있다. 또한 글로벌 기업들은 타임투마켓, 물류 가시성 확보 및 최적화를 위해 판매운영계획(S&OP), SRM 강화 등 SCM 고도화 및 글로벌 SCM 사업을 확대하고 있는 추세이다[2].

국내 SCM 시장은 글로벌 금융위기가 확산되기 이전인 2008년 3분기까지는 호조를 이뤘으나, 금융위기가 확산되면서 SCM사업을 계획한 많은 기업들의 투자 중단/연기로 인해 악화되기 시작했다. 하지만, 2009년 하반기에 들어서면서부터 글로벌 금융위기가 진정되고, 국내 경기 및 세계 경기가 차츰 회복세를 보이기 시작했다. 이에 따라 국내 제조/유통물류 기업들의 실적 개선과 신규 투자가 증가하였다. 또한 그린물류 확대, 물류 효율화 및 최적화를 통한 경쟁력 강화 등 글로벌 기업들의 SCM 투자가 확대되고 그간 연기된 SCM 프로젝트가 일부 재개되면서 국내 SCM 시장은 10%가 넘는 높은 성장세를 기록했다[11].

최근 SCM 구축 사업은 글로벌 기업 중심으로 SCM 고도화/재구축, 글로벌 SCM 도입 확대 등의 사업 비중이 높게 나타난다.

3.3.2 향후 전망

그림 3에서 보는 바와 같이 2010년 국내 SCM 시장은 전년대비 12.1% 성장한 1,064억원(HW, SW, IT 서비스 포함)으로 나타났으며, 2011년에도 7.5% 성장한 1,144억원 규모를 형성할 것으로 전망된다[12]. SCM 시장은 대기업 중심의 수요가 늘어나는 한편 대기업과의 협업을 위한 SCM 프로젝트가 협력사 등으로 확대되면서 수요를 주도할 것으로 예측된다.

국내 SCM 시장은 대부분 대기업 시장이 차지하고 중견/중소기업의 비중은 작은 실정이다. 주요 SCM솔루션이 고가의 외산 벤더가 대부분이 기 때문에 중견/중소기업에서는 쉽게 도입할 수 없다. 이에 따라 중견/중소기업들의 물류경쟁력은 대기업에 비해 크게 떨어진다. 최근 이와 같은 문제를 해결하기 위해 정부차원에서 물류산업 경쟁력 지원방안이 수립되었다. 2009년 11월 지식경제부에서는 '무역거래기반(무역인프라) 조성 5개년 계획'을 수립하여 국내 기업들의 물류 효율화 사업 지원 방안을 마련하였다. 수출 중소기업 대상으로 지능형 물류시스템 개발/보급 사업 강화, 중소기업의 물류관리 효율화를 위해 범용성있는 중소기업 전용 물류 SCM 시스템 구축 사업을 지원할 계획이다. 또한 산업단지 내 공동물류센터를 기업수요에 따라 순차적으로 확대하고 참여기업에 대해 비용 및 컨설팅 등을 지원할 계획이다. 현재 2개 지역(창원/시화)에 공동물류센터가 있으나 향후에는 남동/광주/구미 지역 등 3개 지역에 추가적으로 공동물류센터를 조성할 계획을 가지고 있다.

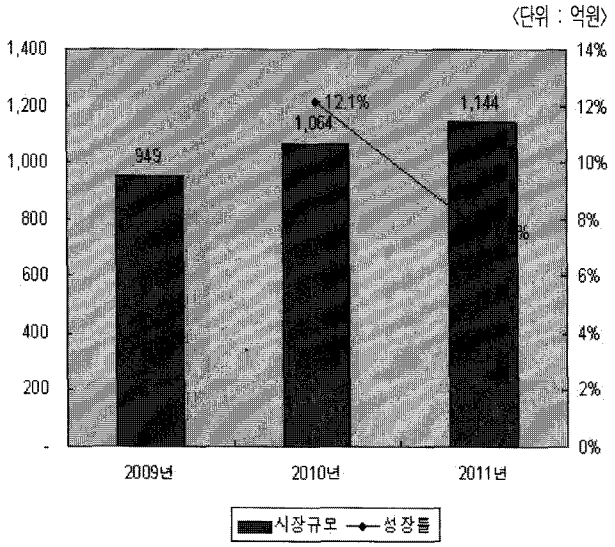

그림 3 국내 SCM 시장 전망

* ERP 구축관련, 하드웨어 및 SW라이선스, 유지보수 비용까지 포함〈자료: KRG〉

한편 벤더들 동향을 살펴보면 국내 SCM시장의 선두기업인 I2테크놀로지가 2009년에 경쟁사인 JDA소프트웨어에 인수된 사건이 가장 큰 이슈라고 할 수 있다. JDA소프트웨어는 식품, 제약, 화학, 자동차, 하이테크, 유통 등 다양한 산업을 대상으로 최종소비자로부터 물류센터, 제조공장, 원재료 공급업체에 이르기까지 전체 공급망 솔루션을 제공하는 글로벌 SCM 전문 벤더로 이번 인수로 국내 시장에서 보다 공격적인 전략을 구사할 것으로 예상된다. SAP, 오라클 등 통합솔루션 벤더들은 ERP와의 효과적인 연계를 강조하며 SCM 시장을 공략하고 있다. 한국SCM대상 컨설팅 부문을 수상한 SAP코리아는 최근 컨설팅 파트너인 메타넷 ESG와 협력해 컴포짓 애플리케이션 센터를 오픈했다. 컴포짓 애플리케이션 센터는 SAP의 새로운 애플리케이션 개발 방법론으로 자반기반의 조합형 개발툴 제품인 CE(Composite Environment)를 통해 서비스 컴포넌트를 조합하는 방식으로 기업에 맞는 애플리케이션을 개발할 수 있도록 해준다. 즉, 고객이 원하는 대로 맞춤형 SAP 솔루션을 제공하여 유연성을 강화하였다. 오라클은 ERP중심의 사업구조에서 탈피하기 위해 SCM, CRM, PLM 등 다양한 분야의 사업을 강화하고 있다. 특히, SCM 시장의 주요 이슈인 타임투마켓 가속화, 수요 중심 공급망 최적화, 생산효율의 고도화 및 차별화, 글로벌 SCM 거버넌스 확보 등에 적극 대응하여 고객에게 다양한 솔루션과 서비스를 제공한다는 계획이다. 국내 물류전문컨설팅 기업인 이엑스이씨앤티는 최근 클라이언트/서버 환경과 웹 환경 모두의 특성을 살린 엑스인터넷 기반의 솔루션 중심으로 시장을 공략할 방침이다.

3.4 CRM(Customer Relationship Management)

3.4.1 현황

자본시장통합법 시행, 보험업법 개정, 금융지주사 설립, IFRS 시행 등 금융권 환경의 변화에 따라 금융기업간 경쟁이 심화되고 있다. 이러한 금융환경의 변화에 따라 금융기업들은 고객관리 역량 강화, 신규 고객 창출을 위한 신상품 개발, 정확한 고객분석을 토대로 한 고객 서비스 고도화 등 CRM에 대한 관심이 고조되고 있다. 기존 CRM은 주로 고객 DB를 기반으로 한 마케팅 캠페인 수준으로 사용되었지만, 최근에는 CRM 활용도를 높이기 위해 전사적 데이터웨어하우스(EDW)를 도입하거나 통합CRM을 재구축하는 경향이 나타

나고 있다. 특히 모바일과 소셜네트워크 서비스가 본격화되면서 이를 마케팅에 적극 활용하려는 기업들이 CRM 구축에 나설 것으로 전망된다.

국내 CRM 시장은 주요 은행들이 통합 CRM구축을 추진하던 2007년까지는 5% 내외의 성장을 유지하였으나, 2008년 이후부터는 정체한 모습을 보였다. 그러나 최근 금융권의 CRM 도입/재구축 사업의 확대와 SaaS 방식의 CRM 수요 증가, 업종간 컨버전스 확대에 따른 데이터 통합 및 관리, 분석 수요가 늘면서 국내 CRM 시장은 8~9%대의 성장세를 이어갈 것으로 전망된다[6]. 하지만 고객의 비용절감 및 업체간 과당경쟁 등의 영향으로 수익성은 기대를 충족시키지 못할 것이다.

3.4.2 향후 전망

그림 4에서 보는 바와 같이 2010년 국내 CRM 시장은 2009년 대비 9.7% 성장한 약 1,371억 원(HW, SW, IT 서비스 포함)으로 나타났으며, 2011년 시장은 2010년 대비 8.3% 성장한 약 1,490억 원 규모를 형성할 것으로 전망된다[12].

은행의 경우 펀드와 보험상품 판매 등의 업무가 확대되면서 좀 더 세분화되고 고차원적인 고객 분석이 필요할 것으로 예상되며, 증권사는 자본시장통합법이 시행되면서 기존 단순 상품 판매나 위탁매매 업무에서 고객 자산관리 컨설팅으로 업무가 고도화되어 운영 CRM에 대한 수요가 증가 할 것으로 보인다. 국내 보험사들도 보험업법 개정 등이 이뤄지면서 현재보다 다양한 상품과 서비스를 취급하게 되어 CRM재구축 및 고도화 수요가 늘어날 것으로 보인다. 특히, 판매전문

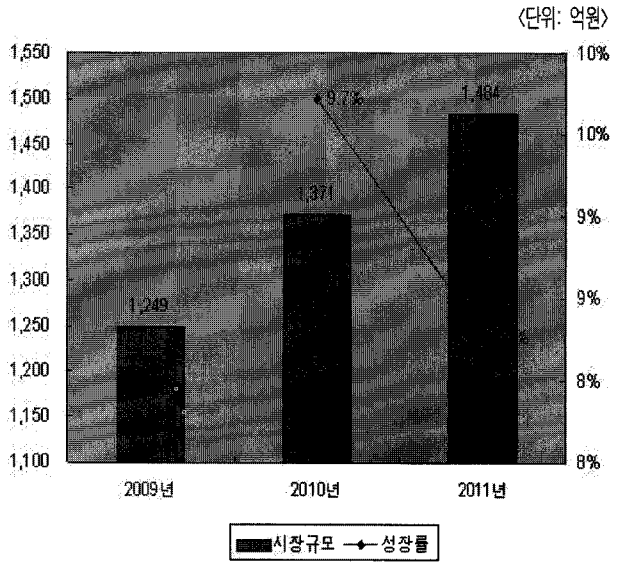

그림 4 국내 CRM 시장 전망

* CRM 구축관련, 하드웨어 및 SW라이선스, 유지보수 비용까지 포함〈자료: KRG〉

회사 활성화와 개인화된 상품 개발과 판매를 위해 현재보다 고도화된 CRM이 요구된다. 이러한 상황 때문에 삼성생명, 대한생명, 메리츠 화재 등 차세대 프로젝트를 진행하거나 계획 중인 보험사를 중심으로 CRM 재구축 및 통합CRM에 대한 도입 검토가 일어나고 있다. 또한, 금융권에서 G-CRM(Geographic CRM)에 대한 도입이 확대 될 것으로 기대된다. G-CRM은 영업점 주변의 아파트나 상가 거주 고객에 대한 각종 정보 및 거래 현황 등에 대해 세분화하여 분석해 줄 수 있어 영업점별로 차별화된 마케팅을 시행할 수 있다[9]. 현재 국민은행에서 G-CRM을 도입하였으며, 신한은행을 비롯한 기타 은행권에서도 적극 검토중인 것으로 알려지고 있다. 국민은행이 구축한 G-CRM은 기존 CRM기능에 아파트 시세정보와 학교정보를 추가해 이를 지도로 표시해 주는 기능을 갖고 있다. 이를 통해 각 영업점들의 주고객의 거주 형태 및 거주지역 분석 등 고객들의 지리적 분석을 수행할 수 있다[5]. 공공부문에서도 대민서비스 증진을 위한 CRM 도입이 점차 늘어나고 있는 상황이다. 2009년 공공기관 최대 규모의 CRM 구축사업인 국민연금공단 사업이 대표적이다. 국민연금공단 CRM 사업은 시스템별로 분산되어 있는 고객정보를 하나로 통합해 고객별 맞춤형 서비스를 제공할 수 있도록 하는 것이 주요 목표이다. 제조 및 서비스 부문에서도 일부 CRM사업을 추진하고 있다.

국내 CRM시장은 외산벤더가 대부분을 차지하고 있으며, 공영DBM, 씨씨미디어 등 일부 국산벤더의 활동이 이어지고 있다. 대표적인 외산벤더인 한국오라클은 세계 최대의 CRM 솔루션 벤더인 시벨시스템즈를 인수한 이후 HRM 분야에서 역시 세계 시장 점유율 1위 기업인 피플소프트를 인수하는 등 적극적인 M&A 전략을 통해 CRM관련 제품에서 서비스에 이르는 토털 솔루션을 제공하고 있다. 오라클은 경제위기로 인해 기업들의 저가 CRM 수요 증대를 예상하여 SaaS방식의 CRM 사업을 강화한다는 방침이다. 또한 SAP코리아는 CRM과 ERP, BI가 연계된 엔드-투-엔드 솔루션 제공을 강화하고 있으며, SAS코리아는 고객분석에 기반한 EBM(Event Based Marketing ; 이하 EBM이라 약칭함) 분야에 주력하고 있다. 다우기술을 통해 국내 시장에 진출한 SaaS기반의 CRM 전문업체인 세일즈포스닷컴은 경제 위기 이후 비용절감을 고려한 중소 및 중견기업 중심으로 고객 레퍼런스가 늘어나고 있다. 국산 벤더인 공영DBM은 데이터 품질관리 및 모바일을 이용한 CRM 서비스를 제공하고 있으며, 중

소/중견 기업 대상의 마케팅을 확대해 외산 벤더가 주류인 시장에서 국산 솔루션 벤더의 위상을 보여주고 있다.

3.5 BI(Business Intelligence)

3.5.1 현황

BI는 불확실한 경영환경에서 기업의 전략적 의사결정을 지원해주는 솔루션이다. BI는 기업 내부에서 폭발적으로 늘어나고 있는 데이터를 처리/분석하여 의미 있는 정보를 추출하고 이를 기업의 중요한 의사결정에 활용함으로써 기업의 경쟁력을 높여주는 역할을 한다. 기업에서는 의사 결정권자와 의사결정의 가치 수준에 따라 전략 BI, 전술 BI, 운영 BI로 구분하여 사용하기도 한다. 전략 BI는 의사결정권자를 위한 BI로 기업 전략을 수립하고 중대한 의사결정을 신속하게 내릴 수 있도록 지원해준다. 전술BI는 일반적으로 중간관리자가 부서 및 비즈니스 목표 달성을 위한 근거 데이터로 제공/활용된다. 마지막으로 운영BI는 전략BI나 전술BI보다 의사결정수준이 낮지만, 실제 업무 단위에서 자주 사용되는 특징이 있다.

한편, 기존 BI는 ERP, CRM, SCM 등에서 추출한 다양한 데이터를 데이터웨어하우스(DW)에 저장하고 OLAP, 데이터마이닝 등 분석 Tool을 이용한 의사결정을 지원하는 분석자료로 활용되었다. 이러한 분석자료는 기업 내 소수의 의사결정권자 및 분석 전문가 중심으로만 사용되었다. 또한 기업 환경 변화에 따른 정보의 통합과 표준화 한계에 이르게 되었다. 이에 따라 기존 BI의 한계를 넘어 웹 서비스 및 SOA 환경의 접목, 실시간 데이터 분석 및 활용, 사용자 중심의 서비스 제공 등을 강조한 BI 2.0이 화두가 되고 있다. 중심으로 비즈니스 분석에 대한 관심이 커질 것으로 전망된다.

3.5.2 향후 전망

글로벌 금융위기로 인한 기업의 대외적 위험 증가, 실시간 기업 구현(RTE), 전략적 수요 계획 예측 등으로 BI의 관심이 점점 높아지고 있다. 특히, 기존 BI는 주요 경영자 층 및 특정부서에서 주로 사용되었으나, 최근에는 지식근로자가 실시간으로 BI를 이용하여 업무에 활용하는 등 전사적으로 확대되고 있는 추세이다. 기업 운영에서 발생하는 데이터를 전략적 의사 결정을 위해 즉시 활용할 수 있어야 하기 때문에 사용자 대상은 더욱 넓어질 것으로 예상된다. 차세대 전산시스템, 글로벌 ERP 시스템 등 인프라시스템 구축이 끝난 금융 및 제조 기업을 그림 5에서 보는 바와 같

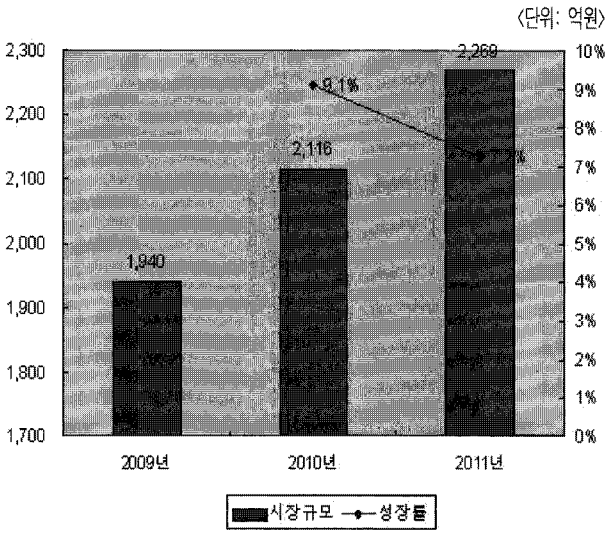

그림 5 국내 BI 시장 전망

* BI 구축관련, 하드웨어 및 SW라이선스, 유지보수 비용까지 포함〈자료: KRG〉

이 2010년 국내 BI 시장은 전년대비 9.1% 성장한 약 2,116억원(HW, SW, IT 서비스 포함)으로 나타났으며, 2011년 시장은 전년대비 7.2% 성장한 약 2,270억 원 규모를 형성할 것으로 전망된다[12].

BI 시장은 경기 불황이 높아질수록 주목받는 솔루션이란 특징을 갖고 있다. BI 솔루션의 내재된 속성인 미래 경영환경에 대한 체계적이고 합리적인 분석 솔루션이란 장점 때문이다. 금융위기 및 불확실한 비즈니스 환경에서의 리스크 관리 필요성 증가, IFRS 등 산업 전반적으로 각종 컴플라이언스 대두, 기업이 사용하는 정형적/비정형적 데이터의 다양화/증가로 인해 BI 수요는 지속적으로 증가하고 있다. BI시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 금융권은 자본시장통합법 시행, IFRS, 금융지주사 출범 등 금융환경이 크게 변화함에 따라 BI 수요가 크게 늘어날 것으로 보인다.

특히, 금융권의 차세대 시스템 구축 사업이 일단락되면서, 데이터 통합 및 데이터 품질관리 등 BI 구축 사업을 계획하는 기업이 증가하고 있다. 또한 금융 기업간 인수 합병 및 금융지주사 출범으로 각 계열사별 데이터 통합/관리의 대안으로서 BI가 각광받고 있다. 이처럼 2010년 BI시장도 금융권이 견인할 것으로 기대한다. 공공시장은 공공기관 간 통폐합 및 민영화 등 선진화 작업이 지속적으로 추진되면서 BI수요가 늘어나고 있다. 특히, 공공기관에서 성과평가 부문이 화두이기 때문에 성과관리분야를 중심으로 관련 BI 수요가 나타날 것으로 보인다.

국내 BI시장은 한국오라클, SAP코리아, 한국IBM 등

통합 솔루션 벤더들과 한국테라데이타, SAS코리아 등 BI전문 벤더가 양분하고 있다. 통합 솔루션 벤더들은 BI전문벤더를 인수한 2007년부터 본격적으로 BI 시장에 진출하였으며, DW, OLAP, 데이터마이닝과 같은 특정 솔루션에 집중하기 보다는 성과분석 솔루션을 포함한 전사적BI 사업에 주력하고 있는 모습이다. 특히, IBM은 2009년에 BI전문 벤더인 SPSS를 인수하는 등 시장에서의 입지를 강화하고 있다. 반면, BI전문 기업들은 통합 솔루션 벤더들에 대응하기 위해 자신의 전문적인 분야를 강화시킨 특화솔루션 중심으로 시장을 공략하고 있다.

3.6 EKP(Enterprise Knowledge Portal)

3.6.1 현황

직원간 협업 강화, 기업 내 원활한 커뮤니케이션 확보, 직원 간 정보 공유 등을 통해 국내 기업들은 EKP (Enterprise Knowledge Portal)를 도입한다. EKP(Enterprise Knowledge Portal)는 기업의 내·외부에 산재하는 경영정보와 지식자원을 효율적으로 통합관리하고, 그룹웨어, ERP, CRM 등과 같은 다양한 업무용 시스템들을 웹 기반의 단일화된 표준 인터페이스로 통합하여 활용하기 위해 개발된 시스템이다. 최근 추세는 과거의 단순한 데이터 공유에서 정보공유, 지식공유를 통한 지식경영을 실현, 더 나아가, 기업내부뿐 아니라 협력사/고객사와도 정보를 공유하여 실시간으로 업무를 수행하고자 하는 단계로 변모하고 있다.

EKP는 지식근로자들에게 실시간 업무환경을 제공함으로써 업무생산성을 높이고, 기업의 경쟁력 제고를 달성하는데 있다. 최근 기업들은 전형적인 틀에서 벗어나 표준 프로세스의 수립과 기존 시스템과의 연계와 협업기능 강화에 중점을 두고 EKP 구축에 나서고 있다. EKP는 단독 솔루션의 형태가 아니라, BPM, e-러닝, 메신저, 전자문서시스템, ERP, 성과관리, 업무관리, 통합검색 등 기업 내에서 사용하는 다양한 기간 시스템을 통합적으로 아우르는 통합 기업정보 포털시스템으로 이미 자리매김되어 있고, 이 같은 추세는 향후에도 지속될 것으로 보인다. 또한 최근에는 UC와 모바일 오피스, 소셜네트워크 서비스, 무선인터넷 및 스마트폰 시장 활성화 등 컨버전스가 이슈로 자리잡으면서 관련 솔루션/서비스가 개발되고 있다. 한 예로, 삼성SDS가 개발한 모바일데스크는 스마트 폰에 탑재돼 이메일, 일정관리, 임직원 조회, 보고서 결재 등 기업의 주요 업무를 이동 중에 처리할 수 있게 되었다. 이처럼 국내 EKP시장은 향후 컨버전스 사업이 더욱 확대 될 것으로 예상된다.

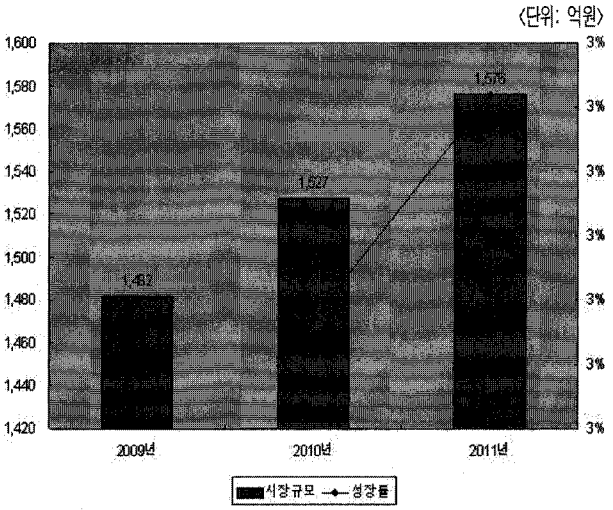

그림 6 국내 EKP 시장 전망

* EKP 구축관련, 하드웨어 및 SW라이선스, 유지보수 비용까지 포함〈자료: KRG〉

3.6.2 향후 전망

그림 6에서 보는 바와 같이 2010년 국내 EKP 시장은 전년대비 3.0% 성장한 1,527억원으로 나타났으며, 2011년 시장은 3.2% 성장한 1,576억원으로 전망된다. EKP시장을 다시 그룹웨어/Portal과 KMS 시장으로 구분하여 살펴보면, 2011년에는 전체 EKP 시장 가운데 그룹웨어/Portal시장이 차지하는 비중은 66%인 1,035억원으로 전망된다. KMS시장은 전년대비 2.3% 성장에 그친 540억원 시장에 그칠 것으로 전망된다[12].

EKP 시장은 그룹웨어와 UC, 위치기반 서비스와 푸시 이메일 등의 컨버전스 수요, 금융권 EDM(Enterprise Document Management)/ ECM(Enterprise Content Management) 재구축 수요, BPM 프로젝트 확대 등의 시장에 긍정적인 영향을 끼칠 것으로 전망된다. 또한, 최근에는 그룹웨어/Portal을 UC와 모바일오피스, 트위터, 페이스북 등 소셜네트워크 서비스 등과 유기적으로 연동하려는 수요가 일부 나타나기 시작하였다. 특히, 모바일오피스 시장은 삼성SDS, 삼성전자, SKT 등 대기업이 참여하고 있어, 대기업의 계열사를 중심으로 시장이 1차적으로 형성될 것으로 보인다.

하지만 국내 EKP시장은 성숙기에 도달한 시장으로 신규 도입보다는 재구축 및 업그레이드 수요가 대부분을 해 성장률은 그다지 높지는 않을 것이다. 국내 EKP벤더들 역시 신규 고객 확보보다는 기존 고객 충성도를 높이거나 경쟁사 고객 Win-Back에 대한 움직임이 많을 것으로 예상된다. 벤더들의 고객관리 강화 방안으로, 한국IBM은 맞춤형 고객 서비스 제공, 날리지큐브는 매년 User 컨퍼런스 시행, 사이버다임은 기술지원 이외에 해피콜 서비스 제공 등 다양한 서비

스를 계획하면서 기존 고객의 로열티 제고에 나서고 있다.

4. 주요 솔루션 향후 전망

국내 솔루션 산업은 최근 들어 외부의 급격한 변화에 의해 새로운 전환기를 맞고 있다. 여기에는 최근의 모바일 열풍과 클라우드 컴퓨팅을 통한 새로운 서비스의 등장, 소셜네트워크서비스와의 연계, IT컨버전스 등이 촉매제 역할을 하고 있다.

스마트 폰과 태블릿 PC로 대표되는 모바일 기기 수요가 크게 늘어나면서 모바일 오피스 시장도 확대될 전망이다. 스마트 폰은 올해 500만대를 넘어서면서 PC를 대체하고 있다. 올 하반기에 연이어 출시되고 있는 태블릿 PC는 고성장이 기대되고 있다. 가트너는 태블릿 PC 성장률을 140%로 전망하고 있다[1]. 또다른 조사기관인 아이서플라이는 2011년도 시장규모가 전년보다 183% 성장할 것으로 내다보고 있다[4]. 이처럼 모바일 기기 보급이 빠르게 확산되면서 기업 시장에서도 모바일 플랫폼 기반의 솔루션 수요가 늘고 있다. 주요 대기업들마다 기업내 업무 시스템을 모바일 기반으로 전환하는 작업을 진행중에 있으며, 이에 따른 솔루션 벤더들의 모바일 솔루션 시장 진출도 활발하게 나타나고 있다.

웹을 이용해 가상화된 IT기술을 제공하는 컴퓨팅 방식으로 관심을 끌고 있는 클라우드 컴퓨팅 환경에서도 플랫폼 클라우드(Platform as a Service)와 인프라스트럭처 서비스 (Infra- structure as a Service), 애플리케이션 소프트웨어 서비스(Application as a Service) 등의 서비스 모델별로 주요 사업자들이 초기 시장 선점에 주력하고 있다. 이와 함께, 주요 솔루션 공급업체들도 클라우드 기반의 서비스 개발에 적극 나설 것으로 전망된다.

한편 기존 IT산업과 비 IT산업간의 융복합 기술 개발이 활발해지면서 융합시장이 새로운 부가가치를 구현하는 시장으로 주목받고 있다. 여기에는 유헬쓰케어(u-Healtcare) 시장을 비롯해, 항공, 조선, 자동차, 의류, 패션 등의 분야가 주목받고 있다.

또한 트위터와 페이스 북 등의 소셜 네트워크 서비스가 각광받으면서 기업 마케팅에 접목하려는 시도가 늘어나면서 CRM 및 EKP분야의 성장을 촉진시킬 것으로 예측된다. 현재 우리 국민의 66%가 SNS서비스를 이용하고 있는데, 2010년에만 SNS 사이트 방문자수가 2천500만명에 달해 전년보다 방문자수가 57% 증가한 것으로 조사되는 등 SNS 시장의 저변이 확대되고 있다[10].

이처럼 솔루션 시장을 둘러싼 여러 요인들이 복합적으로 작용하면서 향후 1~2년간의 시장 변화는 과거와 비교할 수 없을 정도로 많은 변화를 겪을 것으로 전망된다. 이에 따라 전통적인 솔루션 시장의 점진적인 회복과 함께 앞서 언급한 모바일, 컨버전스, SNS, 클라우드 등의 새로운 이슈가 결합된 솔루션이 새로운 수요를 창출할 것으로 예측된다.

5. 결 론

국내 솔루션 산업은 2011년에는 완연한 회복세를 보일 것이다. 그간 미뤄왔던 투자가 재개되고 대기업 수요 뿐 아니라 중소기업 수요도 확대될 전망이다. 특히 솔루션 산업이 라이선스 기반에서 서비스로 전환되기 시작하면서, 솔루션 간 융합 움직임도 나타날 것이다. 이미 글로벌 솔루션 기업들은 적극적인 인수합병 전략을 통해 이를 구체화하고 있다. 이런 측면에서 솔루션 산업이 본격 회복되면서 국내 중소 전문업체들도 나름대로의 대책이 필요한 시점이다. 고객 기업군을 좀더 세분화하고 이에 따른 맞춤형 전략을 추진할 필요가 있다. 또한 품질 제고와 함께, 유지보수 부문에 대한 체계적인 대책이 필요하다. 필요하다면 국내 중소 전문업체간 전략적 제휴는 물론 더 나아가 인수 합병에 대해서도 적극적으로 검토할 필요가 있다. 특히 글로벌 벤더들의 잇따른 전문기업 M&A 추세를 새로운 시장 기회로 만들 필요가 있다. 갑작스럽게 벤더간 인수합병 소식이 들리면 고객사들은 불안감이 커질 수 있다. 게다가 특정 벤더에 지나치게 종속될 수 있다는 우려도 제기될 수 있다. 따라서 이같은 틈새를 잘 공략할 필요가 있다.

금융위기 이후 기업들의 전산 투자는 한층 보수화되고 엄격해지고 있다. 이에 따라 투자성과 관리에 대한 기업 요구가 늘어나고 있다. 단순히 경쟁사가 도입했다는 이유만으로 시스템을 새롭게 도입하는 사례는 없다. 솔루션 벤더들은 시스템 도입 이후 기대효과가 어느 정도 실현될 수 있느냐에 대한 분명한 ROI(Return of Investment)를 제시할 수 있어야 한다.

참고문헌

[1] 가트너, 태블릿 PC 시장전망, 2010.10

[2] 디지털타임즈, 컨설팅업계, SCM 시장 공략 강화, 2010. 4

[3] 산자부, e비즈니스인덱스 연구보고서, pp.101-115, 2002.

[4] 아이서플라이, 2011년 태블릿PC 시장전망 보고서, 2010.11
[5] 전자신문, 은행권 G-CRM 구축경쟁 뜨겁다, 2010. 8
[6] 전자신문, 실시간데이터분석 'SaaS CRM' 부상, 2010. 5
[7] 전자신문, 왜 GSI ERP를 구축하는가-글로버 통합기업과 글로벌 ERP, 2010. 10
[8] 정보통신산업진흥원, 2009 소프트웨어산업백서, pp. 278~294, 2010.
[9] 정보통신산업진흥원, g-CRM 시장동향과 전망, 2008.
[10] Comscore, 전 세계 SNS 이용자 현황조사, 2010.
[11] EBN 산업뉴스, SCM의 미래, 2010.
[12] KRG, 2010 IT시장백서, pp.38-51, 2010.

약 력

김 창 훈

1993 인하대학교 졸업
1993~2000 월간<경영과컴퓨터> 취재기자 및 편집장
2000~2002 엠에이컴 리서치센터 소장
2002~현재 IT시장조사 기관 KRG 프로젝트 총괄본부장/부사장
E-mail : chkim@krgweb.com