

경쟁 세력 모형을 활용한 「포스트 월드컵」 국내 IT 산업 활성화 방안에 대한 연구

- SI산업 분석 중심 -

류경석(Ryu, KyungSeok)*, 박주석(Park, JooSeok)**

*경희대학교 일반대학원 경영학과

**경희대학교 경영학부

E-mail ; ryu-ks@hanmail.net, jspark@khu.ac.kr

Abstract

2002년 한·일 월드컵의 성공적 개최는 우리나라가 세계의 주목을 받는데 개국 이래 최고의 계기의 되었다. 그러나 당초 예상과는 다르게 실제로 월드컵 이후 경제적으로 크나큰 변화는 없었다. 현재 국가 차원이나, 기업 차원에서 월드컵 이후 효과를 극대화하기 위한 노력들을 하고 있으나 실질적이고 현실적인 전략적 대안을 도출하는데 다소 미흡한 점들이 있다고 하겠다. 따라서 본 연구에서는 포스트 월드컵 경제적 효과(IT 산업 중심)를 누리기 위한 문제점 분석 및 전략도출을 가장 큰 목적으로 삼고 이를 현실적으로 실천하기 위한 행동 지표를 도출하려 하였다.

이를 위해 문헌 조사를 기반으로 마이클 포터의 경쟁 세력 모형을 활용하여 전략을 도출하였으며, 도출된 전략에 대한 실질적 검증에 대해 주요 기업들의 실무자들로부터 설문과 인터뷰를 실시하였으며, 최종적으로 크게 다섯 가지 측면에서의 활성화 방안을 도출하였다.

제 1장 서 론

2002년 한·일 월드컵은 세계 문명의 중심에 아시아 국가인 대한민국이 우뚝 설 수 있는 좋은 기회를 마련했다. 월드컵은 이제 단순히 세계적인 스포츠 축제로써가 아닌 한 국가의 경제적인 부를 상징하는 시대적 추세로 볼 때 금번 월드컵은 대한민국이 세계 시장에 한 발 다가설 수 있는 기회라 할 수 있다. 특히 이번 월드컵이 IT월드컵인 만큼 IT산업에서의 월드컵을 통한 파급효과를 극대화 할 수 있는 좋은 기회라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 이러한 월드컵 이후의 경제적 효과를 극대화할 수 있는 방안을 모색하기 위해 경쟁세력 모형을 통해 전략을 도출해 보고 이에 대한 검증을 위해 SI업체 실무자들을 대상으로 하는 설문 및 인터뷰를 실시하였으며, 최종적으로 활성화 방안을 도출하였다.

제 2장 포스트 월드컵 추진 현황

제 1절 국가 브랜드 이미지 제고 측면

국가 이미지는 특정국가에 대하여 갖는 인식의 총체로 상품구매, 수출, 관광 등과 직결되는 국가 경쟁력의 한 요소이다. 특히 월드컵 대회의 성과를 토대로 본격적인 한국 알리기를 전개하여 국가 이미지를 더욱 격상(upgrade)시켜 나갈 필요가 있다. 월드컵大會 以前の 경우, 한국에 대한 긍정, 부정적 이미지가 혼재하였고¹⁾ 국가 정체성(National Identity)이 취약하고 한국을 아시아의 변방국가로 인식하는 경향이 있었다.²⁾

1) 응답자 63%가 한국에 대해 보통이상으로 알고 있으나 잘 모르고 있는 사람도 37%임. 긍정적 이미지를 갖고 있는 비율이 51%, 보통이하 비율은 49%로 긍정과 부정 이미지의 혼재 양상(KOTRA 조사결과(72개국 소비자 12,793명 대상, '02.5월))

2) · 경제구조, 지리적 위치, 문화적 측면에서 한국을 일본과 닮은 국가로 응답한 비율이 49%, 중국을 닮았다는 비율은 18%로 나타남(KOTRA 조사결과(72개국 소비자 12,793명 대

반면 월드컵大會 以後에는 한국에 대한 해외인지도가 높아지고 긍정적 국가 이미지가 많이 창출되었다.

제 2절 경제 전반 활성화 측면

이러한 국가와 기업 브랜드의 이미지 제고를 통해 얻을 수 있는 직·간접적인 경제적 효과는 지대하다.

산자부에서는 세계 일류 상품을 발굴, 확대하여 하반기 중 80개 품목을 추가 선정하고, 2005년까지 500개의 세계일류상품을 발굴한다는 계획이다.³⁾ 또한 월드컵의 국민적 에너지를 소산업에 확산하여 新디자인, 高科技 및 고가브랜드 상품 개발하기 위해 디자인 및 기술혁신 운동을 전개하고 있다.

제 3절 IT산업 활성화 측면

사실상 이번 월드컵은 우리나라가 세계적 IT 강국이라는 것을 세상에 널리 알리는 계기가 되었다. IT 월드컵의 성공적 개최에 따른 「IT Korea」 브랜드 이미지 제고를 통해 글로벌 비즈니스 기반을 마련할 수 있게 되었다고 볼 수 있다.

정통부에서는 SI·초고속인터넷 등 IT 수출 유망 10대 품목을 선정하여 국가별·상품별로 차별화된 수출 확대 전략을 추진하고 있다. 즉, 초고속인터넷, 인터넷 PC방 등 다른 나라보다 앞서서 내수시장이 활성화되어 있는 분야는 일류 수출 상품화하여 해외진출을 확대하고, SI·온라인 게임 S/W 등 다른 나라와 경합하고 있는 분야는 월드컵을 통해 확보한 국가이미지 개선효과를 활용하여 시장을 개척함으로써 시장점유율을 제고한다는 의도이다.

제 3장 경쟁세력 모형을 활용한 SI산업 분석

제 1절 연구모형

본 연구에서는 국내 SI산업 경쟁력 활성화 방안

상, '02. 5월)

◦ 외국계 기업대상 응답자의 41%가 한국에 대한 이미지 자체가 형성되어 있지 않다고 응답(현대경제연구원 조사결과('02. 5월))

3) (* ('02.6) 220개 → ('03) 300개 → ('05) 500개)

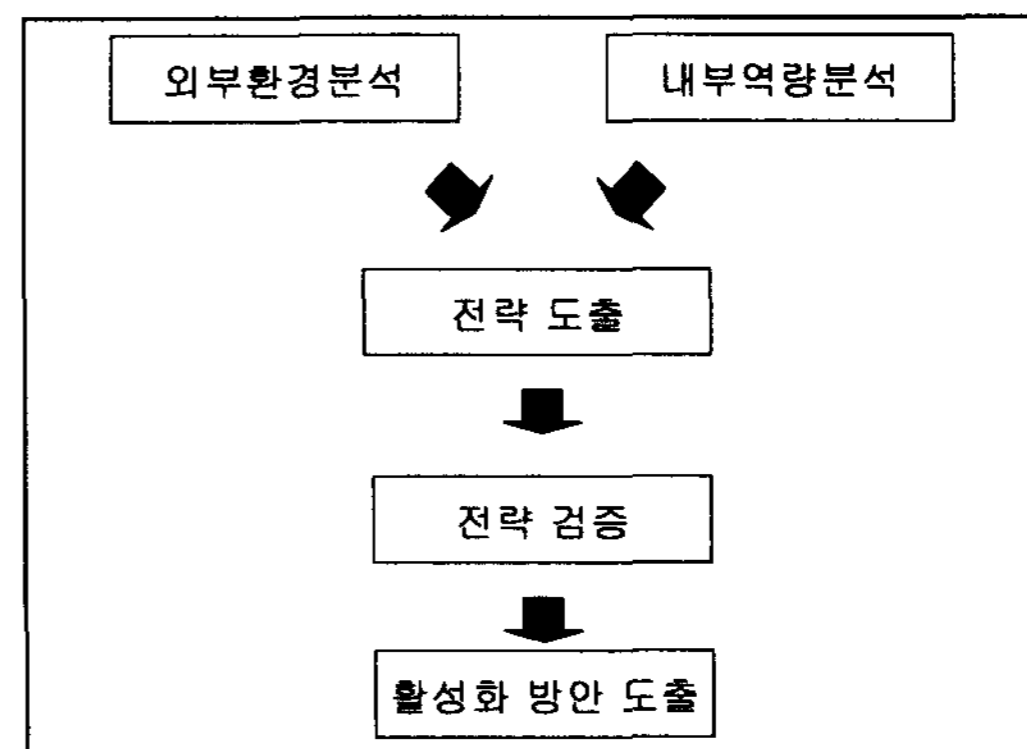
을 도출하기 위해서 [그림1] 같은 모형을 사용하였다. 첫째, 국내 SI산업의 경쟁환경분석을 제시하여 외부 환경을 분석하였고 이를 기반으로 기회와 위협을 도출하였다.

둘째, 국내 SI산업의 가치사슬 분석을 통한 내부역량분석을 실시하였으며 이를 기반으로 강점과 약점을 도출하였다.

셋째, 외부환경분석과 내부역량분석을 통해 도출된 기회와 위협, 강점과 약점을 통해 SWOT분석을 하여 전략을 도출하였다.

넷째, 인터뷰 및 설문지를 통해 전략 검증을 하였다.

다섯째, 결과 분석단계에서는 데이터 분석을 기반으로 세미나와 패널토의를 통해 경쟁력 활성화 방안을 도출하였다.



[그림 1] 연구 모형

제 2절 환경 분석

1. 외부환경분석을 통한 기회 및 위협

국내 SI사업자의 외부환경분석을 7가지 경쟁 세력 모형을 통해 환경 분석, 정부정책 분석, SI사업자 분석, 잠재 경쟁업체 분석, 협력업체 분석, 고객 분석, 대체서비스 분석으로 각각 나누어 설명할 수 있다.

또한 경쟁 세력 모형을 통해 외부환경분석을 한 후 각각의 부분들의 SI업체와의 경쟁강도를 분석하여 총 6개 분야에 걸친 기회 및 위협 요인을 도출할 수 있다.[표1 참조]

[표 1] 기회·위협의 재정리

기 회
-해외 SI시장의 성장 -고 수익화를 위한 컨설팅 분야 진출 -국내 SI업체들간의 협력관계 결성 노력 월드컵을 통한 국가이미지 제고를 통한 부가적인 경제적 효과 -정부차원의 SI산업 지원정책 (10대 IT 수출 육성 산업으로 선정) -해외 진출에 있어서 금융 및 보험제도 확대를 통한 정부의 지원 -정부차원의 SI업체 해외진출 지원 아시안 등 해외시장의 확대로 공공 SI 프로젝트 분야에 우리 기업의 진출기회의 확대 -새로운 해외시장 형성에 의한 수요증가 -해외 SI업체와의 협력관계를 통한 기술 개발기반 조성 노력 -중소형 SI업체간의 컨소시엄 등의 연계를 통한 산업 전체적인 발전
위 협
-국내 내수 SI 시장의 포화 상태 -포스트 월드컵의 구체적인 가시적 효과 불명확 -해외시장 개척 시 정보의 부족 -정부의 개입으로 인한 시장 왜곡 가능 -SI 서비스의 차별화가 이루어지지 않아 기술력보다는 가격에 좌우되어 SI사업자를 선정 또는 교체 -SI기업들의 과당경쟁과 저가입찰 전략으로 SI기업의 수익성을 감소 및 기술력 개발의 부진 및 SI서비스 향상의 어려움 -SI사업에서 사용되는 많은 기술의 정보 기술 제품이 외국 공급업자에 의존

2. 내부역량분석을 통한 강점 및 약점

국내 SI 사업자의 내부역량분석을 통해 기업 지원 활동과 본원적 활동으로 크게 나누어 볼 수 있다. 또한 각각의 활동들로부터 기업이 가지는 강점 및 약점을 도출할 수 있다.[표2 참조]

[표 2] 강점·약점의 재정리

강 점
-여러 프로젝트 수주를 통해 축적된 IT 프로젝트 수행 능력 -안정된 정보 인프라 구축 -젊고 역동적인 기업문화 -노사간의 단합과 일치 -컨소시엄 구성시 저가/양질의 자원보유 -역동적이고 진취적인 조직 문화 -정보 시스템 응용력 및 기술력 급상승 -조직원에 대한 양질의 훈련과 교육 -국내 공급업체와의 협상력의 우위 확보
약 점
-안정적인 수익 능력 부진 -독자적인 고부가가치 사업 영역 미비 -고급 숙련 IT 인력 부족 -해외 사업 능력 부족 -실제 실행인력 부족 -출혈 경쟁 으로 인한 수익성 저하 -선도 업체 대비 낮은 인지도 -해외 판매 거점 확보 및 IT전문 담당자 부족 -해외 진출 시 정보 부족

제 3절 전략 도출

기업의 외부환경 분석을 통한 기회와 위협, 내부역량 분석을 통한 강점과 약점을 토대로 SWOT분석을 이용하여 전략을 도출할 수 있다. 또한 도출된 전략은 아래와 같이 정부 관점과 기업 관점으로 재정리 될 수 있다.[표3 참조]

[표 3] 도출된 전략의 관점별 재정리

정	1.기업의 해외 연구소 운영의 정부적 차원의 지원 : 선진기술 업체와의 전략적 기술 제휴를 위한 노력
부	2.기업 간 전략적 제휴 가능성이 높은 분야에 대한 해외 시장 진출의 기회 부여
	3.정보화 개도국 진출을 통한 해외 시장 인지도의 확보를 위한 추진안 마련

관 점	4.정부적 차원의 해외 시장 진출 기업들에 대한 지원을 강화. 5.중소형 기업들을 위한 자금 대출의 기회의 폭을 확충 6.정부 주도의 신기술 개발을 위한 인프라 및 제도적 정립의 노력 7.축적된 SI/SM능력을 바탕으로 적극적인 해외 시장 공략 및 해외 합작법인 설립
	1.중소 SI업체간의 제휴를 통한 기술 개발의 공동 추진 2.고가가치 SI수행 방법론 개발을 위한 경쟁우위 확보 3.체계적인 IT 아웃소싱 능력 확보 4.사업영역 다변화 전략 추진을 통한 Total 솔루션 서비스 제공 5.수익원의 다각화 추진으로 고정적 수익원을 확보해야 함. 6.고급 전문 인력 확충 및 유지 프로그램 운영 7.선진 기업 및 현지 업체와의 전략적 유대 관계의 강화 8.핵심 IT 프로젝트 기술 및 솔루션 개발의 중점 투자

제 4장 전략 검증

제 1절 설문 및 인터뷰 실시

본 연구의 전략 검증과 현실적이고 실효성 있는 국내 SI산업 육성 방안을 도출하기 위하여 한국시스템통합연구조합에 등록되어 있는 SI사업자를 대상으로 설문조사 및 인터뷰를 실시하였다. 조사 기간은 2002년 9월 5일부터 9월 27일까지의 약 3주 동안 시행되었다.

설문조사는 총 3회에 걸쳐 답변을 재 요청하는 방식으로 진행되었으며 설문지는 총 11개 업체(삼성SDS, 포스 데이터, 효성 데이터시스템, 코오롱 정보통신, 고려 정보테크, 대림 정보통신, 동부정보 기술, 쌍용정보통신, 대림 정보통신, 벽산정보통신)의 설문지가 회수되었으며, 인터뷰는 총 5개 업체(삼성 SDS, 포스테이터, 현대정보기술, 효성데이터 시스템, LG CNS)의 실무자를 대상으로 하였다.

[표 4] 설문항목 구성

	설문조사 분야	설문항목
1	기업개요	1
2	문제점 분석 측면	1
3	포스트 월드컵 효과 측면	2
4	기업간 관계 측면	1
5	전략적 제휴 측면	3
6	해외진출 측면	4
7	정부지원 측면	3
	총 문항	15

제 2절 설문조사 및 인터뷰 결과 분석

1. 문제점 분석

문제점 측면을 보면 SI업체들은 매출신장을 위한 가장 중요한 개선사항으로 '기술개발을 통한 기술 경쟁력 확보와 전문인력의 확충'을 선호하고 있는 것으로 조사되었다. 국내 SI산업의 육성을 위해 시스템통합 업체들에게 무엇보다 가장 시급한 문제는 기술 개발을 통한 기술 경쟁력의 확보임을 모두 인식하고 공감하고 있었다.

2. 포스트월드컵 효과 측면

시스템 통합 업체의 포스트 월드컵 효과 유무에 대한 조사 결과는 조사대상이 된 11개 장비업체 중 5개 업체가 효과가 있다고 응답하였다.

SI산업분야에 포스트월드컵 효과가 있다면 구체적으로 어떤 효과가 있는가 하는 질문에 SI기업 입장에서는 월드컵 이후 이미지 상승효과로 신홍(해외)시장에서 경쟁력을 확보하는데 유리해졌다는 측면과 수출증대 측면, 그리고 정부의 SI업체 지원 측면 등이 비슷한 응답을 얻었다.

3. 기업 간 관계 측면

특정 산업이 발전하기 위해서는 주변 연관 산업이 발전되어야 하고, 그와 함께 산업 내부적으로 정보의 공유 및 교환이 원활하게 이루어 져야 한다.

SI사업자들 간에 경쟁사의 기술력을 파악하고 있으나 정보교환 및 인력 교류가 낮다는 것은 보유하고 있는 기술이 크게 차별화 되지 않았다는 것을 의미한다. 즉, SI사업자들간에 있어서 기술 교류가 효과적이지 못 함을 보여주었다.

4. 전략적 제휴

시스템 통합 업체의 전략적 제휴 체결 여부에 대한 조사 결과는 조사대상이 된 11개 장비업체 중 7개 업체가 전략적 제휴를 맺고 있는 것으로 조사되었다.

국내 초고속정보통신 장비업체들의 전략적 제휴 관련 분석을 통한 시사점은 다음의 사항들로 정리될 수 있다.

첫째, 전략적 제휴는 필연적이지만 현실적으로 많은 어려움이 산재해 있는 것으로 조사되었다.

둘째, 전략적 제휴 합의 도출을 위해 조정 능력을 가진 제3자의 관여가 필요하다.

5. 해외 진출

SI업체들의 해외 진출시 애로사항 및 필요점과 관련한 질문을 통해서 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있었다.

첫째, 현재 국내 SI 시장은 성숙단계에 접어들어 포화상태에 있다. 때문에 국내 SI업체들은 해외시장 진출의 필요성을 절감하고 있다.

둘째, 현실적으로는 사업자 중심의 컨소시엄 구성이 바람직하다. 정부는 측면 지원을 통한 조율의 입장을 취하는 것이 적합하다고 생각된다.

6. 정부 지원

정부의 역할에 관한 질문은 그동안 정부의 역할에 관하여 사업자들이 느끼는 점에 관하여 3가지 항목으로 질문을 하고, 그리고 SI사업자들과 관련 업계에서 그동안 정책적으로 뒷받침이 되어야 한다고 논의된 항목들에 관하여 각 사업자들이 "SI산업의 전반적인 경쟁력 향상차원"에서 얼마나 필요성을 느끼는지 분석하였다.

제 5장 활성화 방안 제시

앞서 분석한 전략과 설문 및 인터뷰를 기반으로 활성화 방안을 도출하면 다음과 같이 크게 다섯 가지 측면에서 살펴 볼 수 있다. 즉, 포스트 월드컵 효과 활용 측면, 기업 간 관계 활성화 측면, 전략적 제휴 활성화 측면, 해외 진출 활성화 측면, 정부 차원의 활성화 측면으로 나누어 살펴 볼 수 있다.[그림 2 참조]

첫째, 포스트 월드컵 효과 활용 측면을 살펴보면

국가적 차원에서의 홍보를 지속적으로 유지하고, 또 한 개선된 국가 이미지 극대화를 통해 신흥시장에서의 경쟁력을 강화하려는 노력을 아끼지 않아야 한다는 것이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다.

둘째, 기업 간 관계 활성화 측면을 살펴보면 기업 간 기술 교류나 판매 및 마케팅 측면에서의 관계를 활성화하는 것이 무엇보다 중요하다고 할 수 있겠다. 가령, 해외 시장 진출 시 중소기업과 대기업간 컨소시엄을 구성하여 경쟁력을 극대화하는 등이 그 좋은 예라 할 수 있다.

셋째, 전략적 제휴 활성화 측면을 살펴보면 핵심 역량 중심의 현실적인 Win-Win 전략을 지속적으로 유지하는 것이 무엇보다 중요하다. 현재 많은 업체들이 전략적 제휴를 맺고 있으나 다분히 형식적인 경우가 많고, 현실적으로 많은 어려움이 산재해 있는 것이 현실이다. 보다 원활한 전략적 제휴를 위해 정부가 뛰어난 합의 도출을 위한 조정 능력을 보여줄 필요가 있다.

넷째, 해외 진출 활성화 측면을 살펴보면 정부 차원에서의 적극적 지원과 저 인력을 통한 고수익을 창출할 수 있는 분야로의 진출이 필요하다고 할 수 있다. 현재 국내 SI시장이 성숙기에 접어든 것을 감안하면 무엇보다 해외 진출이 필요한 시기라 할 수 있다.

해외 진출 또한 전자 정부 구축이나 소프트웨어 산업에 한정된 것이 현실이라 할 수 있다. 이러한 현시점의 난관을 극복하기 위해서 특히 ERP, EP, KMS등의 패키지 개발 등의 사업 다각화 전략과, 동남아시아, 중동, 남미, 중국등의 시장 영역을 확장할 필요가 있으며 또 한 핵심 역량을 기반으로 하는 고수익 사업으로의 전환이 무엇보다 필요할 것이다.

다섯째, 정부지원 측면을 살펴보면 해외 진출 활성화를 위한 제도적 장치 마련과 과다 경쟁에 대

한 규제가 필요하다고 할 수 있다. 즉, 정부가 해외마케팅 지원과 기업 간 출혈경쟁 조정을 하고, SI업체들의 해외 진출 시 진출지역에 대한 정보와 진출지역의 환경 분석 등 해외 진출 시 교두보 역할을 수행할 수 있는 정부산하 기관을 통한 지원, 정부 자금지원 확대, 편법적인 대기업 입찰참여 조



정 등의 정부 차원의 역할들이 필요하다.

그밖에 아래 표에서도 볼 수 있듯이 정부의 현실적인 지원책을 지원할 필요가 있다. [표5 참조]

[표 5] 기업이 바라는 정부 지원 정책의 예

-국제 수준의 S/W품질 향상을 위한 제도적 장치 마련
-S/W개발 대가 현실화
-저가 덤핑 수주 방지를 위한 제도적 장치 마련
-대기업과 중소기업의 협력 강화 방안 마련
-해외 공관의 IT전문 담당관 파견 확대

제 6장 결 론

제 1절 연구의 시사점

본 연구는 크게 세 가지 측면에서 그 시사점이 있다고 할 수 있다.

첫째, 성공적인 2002 한·일 월드컵의 효과를 경제적인 측면 특히, IT산업 활성화를 위한 계기로

삼기 위해 현 시점에서 필요한 사안들이 무엇인지 구체적으로 살펴볼 수 있다는 것이다.

둘째, 주요 기업들의 현업 실무자를 대상으로 하는 설문과 인터뷰를 통해 실제 필요한 전략과 제도들을 고찰해 봄으로써 연구의 현실적 방향성을 보여 준다고 할 수 있다.

셋째, 추진 전략을 정부 차원과 기업 차원, 대내적 전략과 대외적 전략 등의 다각적 분석을 기반으로 하였기 때문에 전략의 실천을 위한 대상의 구체성을 가진다고 볼 수 있다.

제 2절 연구의 한계점 및 향후 연구 과제

본 연구의 한계점은 크게 세 가지 측면에서 볼 수 있다.

첫째, 본 연구의 목적 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 전략의 현실성이라 할 수 있다. 그러나 본 연구의 전략 검증 단계에서 진행한 설문과 인터뷰 대상 기업이 실제로 부족하였고, 실제로 도출한 활성화 방안 또한 현실성이 부족하다는 것이 본 연구의 가장 큰 한계점이라 할 수 있다.

둘째, 설문 및 인터뷰 대상 기업에 대한 정확한 분류가 이루어지지 못했다는 것도 간과 할 수 없

는 하나의 한계점이라 할 수 있다.

셋째, 경쟁 세력 모형을 이용하여 전략을 도출하는 단계에서 진행한 환경 분석이 사업 분야에 따라 각각 다르게 분석해야 함에도 불구하고 전사적 차원에 통합된 분석을 함으로써 전략의 구체성이 부족하였다고 할 수 있다.

향후 본 연구를 기반으로 하는 추후 연구에서는 보다 현실적인 전략적 접근을 위해 우선적으로 설문 및 인터뷰 대상 기업을 증가하여야 하며, 대상 기업을 대기업, 중소기업으로 분류하여 진행함으로써 전략의 구체성을 부가하여야 할 것이며, SI 산업 사업 분야를 다각도로 분류하여 전략을 도출함으로써 전략의 구체성과 현실성을 극대화할 필요가 있을 것이다.

또 한 전문가 집단과 정부 기관 관계자를 대상으로 하는 의견 수렴 과정을 통해 연구의 객관성을 부가할 필요가 있을 것이다.

이러한 일련의 과정들을 나머지 IT 산업뿐만 아니라, 다른 경제 분야 및 전 국가적 차원에서 분석해 봄으로써 성공적인 월드컵의 효과 활용방안을 고찰해 볼 필요가 있을 것이다.

참고문헌

- [1]“포스트월드컵 대책”, 재정경제부 외, 2002. 6. 26
- [2]“포스트월드컵 종합대책”, 관계기관 합동, 2002. 7. 16
- [3]“Global IT Korea 건설을 위한 IT 산업 해외진출 종합대책”,정보통신부,2002. 9.
- [4]배광선, “한·일 월드컵의 종합평가 및 향후 기대효과”, 산업연구원, 2002. 7
- [5]무역 진흥팀, “한국의 월드컵 善戰에 대한 해외 반응 조사”, 2002. 6
- [6]“SI산업 현황”, 한국소프트웨어진흥원, 2002. 1. 4
- [7]김동익 외, “시스템통합산업 경쟁력 강화를 위한 연구”, 시스템 통합 연구 협력반, 2000. 10
- [8]매일 경제 산업부, 「21세기 승자의 길」, 매일 경제신문사, 1999
- [9]매일경제신문, 「지식혁명보고서」, 매일경제신문사, 1998

[10]“2002년도 SI산업 시장·기술 전망 보고서”, 한국SI연구조합, 2002.1

[11]최계영 외, “정보통신산업 중장기 시장전망 (2002~6)”, 2002. 2