

홈 네트워크 산업에서 ASP의 역할

A Role of ASP in the Home Network Industry

김신표* 박기호** 이승희*** 조재완****

목 차

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| I. 서론 | 3. IT산업에서 ASP산업의 역할 |
| II. 홈 네트워크 산업의 이론적 배경 | IV. 홈네트워크 산업과 ASP의 상호 관계 |
| 1. 홈 네트워크 산업의 정의 | 1. ASP 산업의 특성 분석 |
| 2. 홈네트워크 산업의 분류 | 2. 홈 네트워크산업의 특성 및 과제 |
| 3. 네트워크 서비스 이용실태 | 3. 홈네트워크산업과 ASP의 접목 효과 |
| III. 정보화 산업에서 ASP의 역할 | 4. 홈 네트워크 산업의 발전 방향 |
| 1. ASP 산업의 정의 | VI. 결론 |
| 2. ASP 산업 분류 | |

Key Words: Home Network, ASP

Abstract

홈 네트워크 산업에 ASP 접목시 기대 효과는 (1) 홈 네트워크 관련 장비 및 서비스를 일괄적으로 구입하는 것이 아니라 임대 내지 빌려 쓰는 방식을 접목했을 때 고객이 쉽게 서비스를 이용함으로써 시장 규모가 기하급수적으로 늘어 날 수 있는 이점을 기대할 수 있고, (2) 국내 128개 ASP 서비스 사업자와 1,959억원의 시장 규모를 보여 주고 있는 ASP 시장이건 설사, 통신사, 방송사, IT사 등 각각의 시장규모만으로도 현재 ASP 시장규모를 훨씬 넘어 설 수 있는 시장 창출 효과를 발생 시킬 수 있는 것으로 나타났다.

* 한국IT렌탈산업협회 본부장, 경제학박사

** 호서대학교 디지털비즈니스학부 교수

*** 국립금오공과대학교 산업경영학과 교수

**** 경동대학교 경영정보학과 교수

I. 서론

일반적으로 알려진 홈네트워크란 집안의 가전기 기 및 시스템을 상호 또는 외부 인터넷상의 정보기 기와 연결하여 각각의 기기 및 시스템에 대한 원격 접근과 제어가 가능하고, 음악, 비디오, 데이터 등 과 같은 콘텐츠를 사용할 수 있도록 양방향 통신 서비스 환경을 구현하는 기술로 정의하고 있다.¹⁾

홈네트워크가 구현되면 가정 내의 모든 정보가 전기기가 유·무선 네트워크로 연결되어 누구나 기기·시간·장소에 구애받지 않고 다양한 서비스 를 제공받을 수 있는 미래지향적인 가정환경을 구 성하게 된다. 가정 내에서 1대 이상의 PC를 연결,

인터넷 정보에 쉽게 접근할 수 있을 뿐만 아니라 원격접속을 통한 재택근무도 가능하다. 또한 PC뿐 만 아니라 디지털 정보가전(Digital Information Appliance)을 다양한 방법을 통해 네트워크화 함으로써 집안의 모든 기기들을 하나로 묶을 수 있게 된다.

이러한 기반 기술을 바탕으로 정부는 2003년 11 월 디지털 홈 기반 조성을 위한 1단계 사업으로<표 1-1>과 같이 KT 컨소시엄과 SKT 컨소시엄을 선 정하여, 2004년까지 수도권과 5대 광역시의 1,300가구를 대상으로 홈네트워크 인프라 구축 및 양방향 디지털 TV, 홈 오토메이션, 텔레메틱스, 원격의료, 지능형 로봇서비스 등 다양한 디지털 홈 관련 시범 서비스 사업을 추진한 바 있다.

〈표 1-1〉 홈 네트워크 시범사업의 개요

구분	KT컨소시엄		SKT컨소시엄
구성	건설	현대건설, 삼성물산, 대림산업 등	LG건설, SK건설, 대우건설 등
	통신	KT, KTF 등	SKT, 하나로통신 등
	가전	삼성전자 등	LG전자, 대우일렉트로닉스 등
	방송	KBS, EBS, 스카이라이프 등	MBC 등
	기타	우리은행(금융), KTH(콘텐츠), 광주시 청(공공), 서울대병원(의료) 등	테크노빌리지, 누리텔레콤(솔루션) 등
시범지역 및 가구수	수도권(300), 광주시(200) 대구시(200) 등 총 700가구	수도권(400), 대전시(100), 부산시 (100) 등 총 600가구	
예산	총 150억원(정부: 20억원, 민간:130억 원)	총 170억원(정부: 20억원, 민간 : 150 억원)	

자료: 정보통신부

1) 장동현, 현종용, 김태근, 홈 네트워크 국내의 동향 및 발전 전망, 정보처리학회지 2004년 5월 3-11면 참조

이와 같이 추진된 1단계 홈 네트워크 시범사업이 국내 신축 및 기축가구에 보다 용이하게 보급 및 확산되어 각종 홈 네트워크 서비스가 상용화 및 활성화를 통한 홈 네트워크 산업의 국제경쟁력 강화는 대내적인 경기침체와 대외적인 원자재 가격 폭등 및 경제적 위협 등의 차원에서 보더라도 시급히 연구되어야 할 분야라고 판단된다.

따라서 2004년까지 1단계로 추진된 홈 네트워크 시범사업이 국내 신축 및 기축 가구에 보다 용이하게 보급 및 확산되기 위한 방안을 도출하기 위해 다음과 같은 연구 목표를 설정하고자 한다.

첫째, 홈 엔터테인먼트 서비스, 홈 데이터 서비스, 홈 오토메이션 서비스 등 홈 네트워크 관련 서비스의 국내외 시장 현황을 파악하는 것이다.

둘째, 대기업보다는 중소기업, 중산층보다는 서민층이 정보화의 대열에 쉽게 합류할 수 있는 특성을 지니고 있는 ASP(Application Service Provider)산업의 정의 및 분류, 특성을 살펴보는 것이다.

셋째, 홈 네트워크 산업에서 ASP의 적용방안을 살펴봄으로서 보다 용이하게 홈 네트워크 산업이 활성화될 수 있는 역할과 그 대안을 찾아보는 것이다.

홈 네트워크 산업은 차세대 성장 동력 중의 하나인 홈네트워크는 가정을 즐겁고, 쾌적하고, 편리하고, 안전한 삶을 위한 사용자 중심의 맞춤형 홈서비스를 제공하는 정보 인프라로 유·무선 홈네트워크, 홈게이트웨이 및 홈서버, 지능형 정보가전,

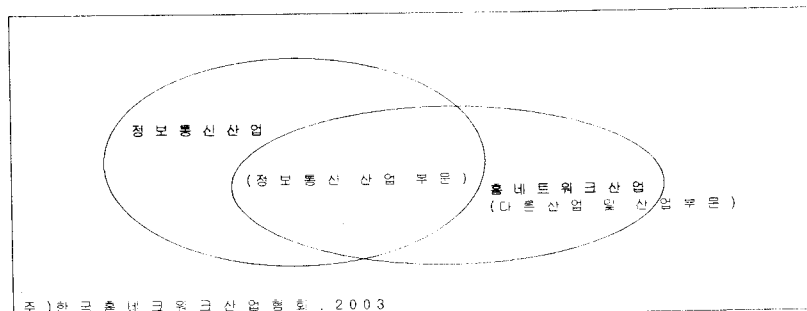
유비쿼터스 컴퓨팅 등이 핵심 기술이다. 따라서 연구의 목적인 달성된다면 디지털 TV, DVD, MP3 플레이어, PVR(Personal Video Recorder) 등과 같은 디지털 기기와 개인정보 단말기, 웹패드 등과 같은 네트워크 기기를 가정내의 정보 가전기기와 유·무선 홈네트워크로 연결하여 기기, 시간, 장소에 구애받지 않고 홈서비스를 제공하는 환경을 조성하는데 기여할 수 있다.

이 연구의 방법은 문헌조사에 의지하기로 하며, 연구의 범위는 (1) 홈 네트워크 시범사업, (2) ASP의 특성, (3) 홈 네트워크 산업과 ASP의 연계라는 3가지 분야에서 공통분모를 찾고자 한다.

II. 홈 네트워크 산업의 이론적 배경

1. 홈 네트워크 산업의 정의

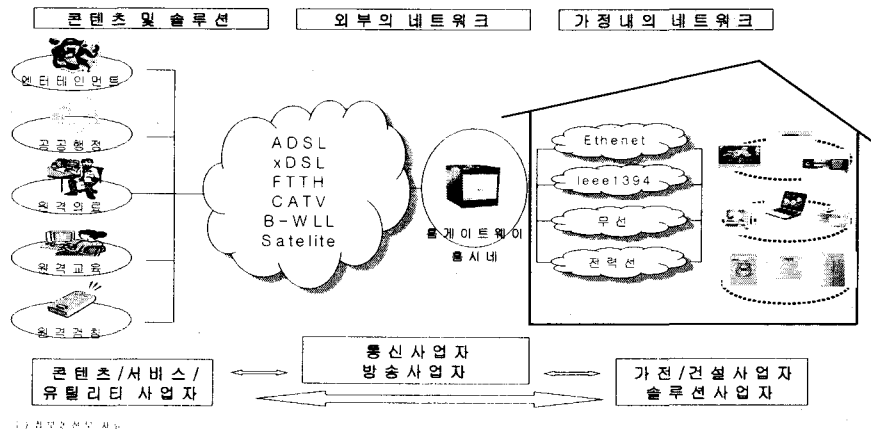
홈네트워크 산업은 [그림 2-1]과 같이 정보통신 산업 이외에 다양한 산업의 포괄적 참여가 반드시 요구되는 종합적인 산업형태를 띠고 있다. 기존의 산업 형태와는 달리 공통분모를 찾을 수 없는 별개의 산업들이 융합된 모델이라는 측면에서 재정의 되어야 할 필요성이 있다.



〈그림 2-1〉 홈네트워크산업의 기본 정의

홈네트워크 산업은 “가정 내 두 개 이상의 기기 간에 유무선 네트워크로 연결되어 상호통신이 가능하고, 가정의 안팎에서 언제 어디서나 정보통신 단말로 태내의 원하는 정보를 주고받을 수 있는 가정환경을 홈네트워크라 하고, 이와 관련하여 인프

라 구축, 기기 제작, 솔루션 개발, 서비스 제공 등을 통해 부가가치를 생산하는 산업을 홈네트워크 산업이라 한다”로 정의하였다. 다음 [그림 2-2]를 통하여 그 정의를 이해할 수 있다.



〈그림 2-2〉 홈네트워크의 구성

홈네트워크 산업은 다양한 형태의 기존 산업들이 융·복합화되어 종합적인 옥내 멀티미디어 네트워크 서비스를 제공하는 신산업이라고 할 수 있다. 홈네트워크 산업을 구성하고 있는 산업으로 건설산업, 통신서비스산업, 정보가전산업, 방송산업, 콘텐츠산업, 통신기술산업, 기타 응용 및 부가서비스 산업으로 구성된다.

2. 홈네트워크 산업의 분류

홈네트워크 서비스는 현재 제공되고 있거나 제공 예정인 서비스 등 다양하지만 크게 홈 엔터테인먼트 서비스, 홈데이터 서비스, 홈오토메이션 서비스 등이 있다.

홈 엔터테인먼트 서비스는 영화, MP3, HDTV 등 외부에서 전송된 고품질 멀티미디어 데이터를 가정 내 유무선 홈네트워크에 연결되어 있는 오디오·비디오 기기로 활용할 수 있게 하거나 가정 내 콘텐츠를 외부에서 이용할 수 있게 해주는 서비스로 HDTV급 방송 유무선 스트리밍, VoD, 게임 등이 이에 속한다.

홈데이터 서비스는 정보가전 기기간의 연동, 컴퓨터간의 연동, 컴퓨터와 주변기기를 연결하여 데이터 교환·공유 및 인터넷을 통한 원격교육, 전자정부 등의 부가 서비스로 전자메일, 인터넷 검색, 홈쇼핑, 전자정부, 인터넷 앨범, 파일 공유 등의 서비스가 있다.

홈오토메이션 서비스는 가정 내 가전기기, 센서, 조명 등을 PDA, 휴대폰으로 집안이나 집밖에서 기기와 집안의 상태를 감시하고 제어할 수 있는 서비스로 원격제어, 홈시큐리티, 방법방재, 에너지 관리 등의 서비스 유형이 있다.

홈오토메이션 서비스는 가정 내 가전기기, 센서, 조명 등을 PDA, 휴대폰으로 집안이나 집밖에서 기기와 집안의 상태를 감시하고 제어할 수 있는 서비스로 원격제어, 홈시큐리티, 방법방재, 에너지 관리 등의 서비스 유형이 있다.

〈표 2-4〉는 전문가 포럼 등을 통하여 도출된 홈네트워크산업의 분류체계를 도출한 것이다.

〈표 2-4〉 홈네트워크산업 분류체계

대분류	중분류	소분류
1.인프라	1.1 가입자망 접속	- xDSL망 사업자 - 케이블(HFC)망 사업자 - FTTH 사업자 - PSTN망 사업자 - CDMA망 사업자 - 위성망 사업자 - WiBro 사업자
	1.2 덕내 인프라	- 덕내 인프라 설계 및 기획사업자 - 유·무선 홈네트워크 배관·배선 구축 - 유무선 홈네트워크 시스템 구축
2.기기	2.1 홈게이트웨이/홈서버	- 홈게이트웨이 - 홈서버 - 디지털 케이블 STB - 디지털 위성 STB - 디지털 지상파 STB - 디지털 IP STB
	2.2 홈네트워크 UI기기	- 휴대폰 - PDA - PC - 홈패드/월패드/비디오폰 - 화상전화기 - 양방향 DTV
	2.3 인터넷 정보가전 기기	- 인터넷 냉장고 - 인터넷 에어컨 - 인터넷 전자렌지 - 인터넷 보일러 - 인터넷 난방조절기 - 인터넷 가스오븐렌지 - 인터넷 세탁기 - 인터넷 런닝머신 - 원격 의료 장비
	2.4 홈오토메이션 기기	- 인터넷 조명 - 도어폰 - 지능형 센서 - 단순 센서 - 단순 제어기
3.솔루션	3.1 홈네트워크 시스템 개발	- 홈네트워크 서버 시스템 개발 - 홈네트워크 덕내 시스템 개발 - 홈네트워크 보안/인증 시스템 개발
	3.2 홈네트워크 소프트웨어 개발	- 홈네트워크 기기 OS 개발 - 홈네트워크 기기 미들웨어 개발 - 홈네트워크 서버 소프트웨어 개발

4.서비스	4.1 홈 엔터테인먼트 서비스	- 양방향 디지털 방송 서비스 - 고품질 VOD 서비스 - 네트워크 게임 서비스
	4.2 홈 정보 서비스	- 화상전화 서비스 - 홈뷰어 서비스 - 인터넷 앨범 서비스 - 전자행정/지역사회 서비스 - 대화형 원격교육 서비스
	4.3 홈 오토메이션 서비스	- 정보가전 제어 서비스 - 단순 기기 제어 서비스 - 센서 기반 제어 서비스
	4.4 홈 시큐리티 서비스	- 방문자 확인 서비스 - 원격감시 서비스 - 방범방재 서비스
	4.5 홈 헬스케어 서비스	- 홈 헬스케어 서비스
	4.6 기타 응용 서비스	

3. 네트워크 서비스 이용실태

1) 홈 엔터테인먼트

홈 엔터테인먼트 서비스는 영화, MP3, HDTV 등 외부에서 전송된 고품질 멀티미디어 데이터를 가정 내 유무선 홈네트워크에 연결되어 있는 오디오/비디오 기기로 활용할 수 있게 하거나 가정 내 콘텐츠를 외부에서 이용할 수 있게 해주는 서비스로 HDTV급 방송 유무선 스트리밍, VoD, 게임 등이 이에 속한다.

각종 방송, 게임, 디지털콘텐츠 등이 포함되며 시장이 매우 광범위한 특징을 갖고 있으며 홈네트워크 시장의 본격적인 성장, 확대 이후에 시장 전체를 주도할 서비스 영역으로 전망되고 있다. 각종 방송제작 및 송출사, 게임제작회사, 애니메이션 회사 등이 포함된다.

2003년 정보통신정책연구원에서 실시한 홈네트워크 서비스에 대한 활용여부 및 관심여부를 살펴본 결과에 의하면 홈오토메이션(56.5%), 엔터테인먼트(54.9%), 데이터 네트워크(44.9%)의 순으로 관심이 있는 반면, 실제 활용 여부는 엔터테인먼트

(20.8%), 홈오토메이션(3.3%), 데이터 네트워크(3.0%)의 순으로 나타났다.

홈엔터테인먼트 서비스의 활용도가 20.8%로 가장 높게 나타났는데, 세부 서비스별 활용도를 살펴보면 음악이 11.5%, 영화, 비디오가 10.0%, 디지털 사진이 12.5%로 나타났다.

2) 홈 시큐어리티

다양한 방법으로 가정의 안전을 지켜주는 서비스가 제공된다. 원격으로 대내상황을 파악할 수 있고 방문자를 확인하고 침입자 발생시 보안업체로 연결하는 서비스 등이 포함된다. 각 유무선 통신망 사업자, 보안회사 등에 의하여 서비스가 제공된다.

에스원, 캡스, KT텔레캅, KT, SKT 등에서 홈시큐어리티 서비스영역에 참여하고 있다.

가정 내 조명기구나 가스 등의 전원 및 작동을 PC나 휴대폰 등으로 원격제어하는 서비스나 핸드폰이나 컴퓨터로 타인의 침입 등을 탐지하는 서비스의 경우 소득 수준에 관계없이 서비스에 대한 이용도가 낮은 것으로 나타나고 있다.

미취학 자녀와 초중고 자녀를 둔 부부의 관심이

가장 높은 반면, 실질적인 사용은 1인 가구에서 가장 높게 나타났고, 아파트와 빌라/연립주택 거주자의 경우 단독주택이나 주상복합건물 거주자에 비해서 서비스에 대한 관심도와 이용도가 높은 것으로 나타났다.

3) 홈 네트워크

고수입 및 고지출 가정일수록 홈네트워킹 서비스에 대한 이용도와 관심도가 높은 것으로 나타나고 있다. 데이터네트워크, 엔터테인먼트, 홈오트메이션형 서비스에 대한 이용도 및 관심도와 월평균 가구소득, 월평균 문화·교양·오락비 지출간의 관계가 모두 유의한 것으로 나타났다.

또한 PC의 보유 대수가 많을수록, 그리고 노트북을 보유한 경우일수록 홈네트워킹 서비스의 활용률이 높게 나타나고 있다. 전반적으로 개인이 집에서 인터넷을 이용하는 시간이 많을수록 홈네트워킹 서비스 이용률이 높게 나타나고 있으며, 집에서 보내는 시간이 많은 학생이나 집에서 자주 직장 업무를 하는 경우 데이터 네트워크 또는 엔터테인먼트형 홈네트워킹 서비스를 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타났다.

현재 홈네트워킹 서비스를 사용하고 있는 사람들은 집에서 업무나 가사 등의 활동을 하고, 정보 검색을 수시로 할 수 있으며, 회사에서의 작업을 그대로 할 수 있다는 편리성 때문에 서비스를 사용하고 있는 것으로 보여진다.

4) 기타 홈 네트워크

홈오트메이션 서비스는 가정 내 가전기기, 센서, 조명 등을 PDA, 휴대폰으로 집안이나 집밖에서 기기와 집안의 상태를 감시하고 제어할 수 있는 서비스로 원격제어, 홈시큐리티, 방법방재, 에너지 관리 등의 서비스 유형이 있다.

홈데이터 서비스는 정보가전 기기간의 연동, 컴

퓨터간의 연동, 컴퓨터와 주변기기를 연결하여 데이터 교환?공유 및 인터넷을 통한 원격교육, 전자정부 등의 부가 서비스로 전자메일, 인터넷 검색, 홈쇼핑, 전자정부, 인터넷 앨범, 파일 공유 등의 서비스가 있다.

홈정보서비스는 국가 정부기관, 공공기관의 대민 서비스를 중심으로 각 은행, 증권회사들의 참여가 기대된다. 맥내에서 편리한 공공업무 등을 수행할 수 있는 편리한 서비스이다. 현재 정통부 주관 시범사업에는 광주시청, 부산시청, 우리은행 등이 참여하고 있다.

Ⅲ. 정보화 산업에서 ASP의 역할

1. ASP 산업의 정의

ASP는 1990년대 후반부터 미국을 필두로 퍼진 개념이며, 우리나라도 2001년 정보통신부에서 추진한 소기업 네트워크화 사업을 시작으로 ASP 시장이 활성화되어 가고 있는 실정이다. ASP는 Application Service Provider의 약자로서 주로 "업무기능을 제공하는 어플리케이션을 온라인 서비스한다"라는 개념으로 통용되어 왔다. 즉, 기업이나 개인이 직접 소프트웨어를 회사나 가정에 설치하지 않고도 일정한 사용요금을 지불하고 사용할 수 있도록, 사용자의 요구에 따라 접속되는 중앙의 데이터 센터에서 인터넷을 통해 해당 어플리케이션을 호스팅하는 서비스를 말한다. 이러한 서비스출현의 이면에는 기업의 정보화수단으로서 어플리케이션 혹은 소프트웨어를 구매?설치하여 정보화설비를 소유하여 운용해야 한다는 인식에서

소프트웨어를 하나의 서비스로 인식하고 서비스를 빌려쓰고 그 사용대가를 지불하는 개념으로 전향되고 있다는 것을 말하고 있는 것이다. 인터넷의 발전으로 IT가 수도, 가스, 전화, 전기에 이어 제5의 네트워크를 통하여 제공되는 필수 공공재로서 유틸리티(Utility)로 진화중에 있으며 기업의 어플리케이션 이용 패러다임이 자체제작, 패키지구매, 아웃소싱이라는 3단계를 거쳐 4번째인 접속(Access) 혹은 가입(Subscription)기반 서비스로 진화되면서 종래의 ASP라는 용어로는 의미의 한계로 소프트웨어뿐만 아니라 하드웨어 등 그 부수 서비스를 포함한 용어인 "IT렌탈"이라는 개념도 출현되고 있는 실정이다.

이러한 ASP에 대한 정의는 여러 기관에서 내리고 있으며 그 기본적인 내용은 큰 차이가 없기 때문에 여기서 한국IT렌탈산업협회 ASP인증위원회의 ASP정의를 소개하면 ASP란 네트워크를 경유해서 소프트웨어 어플리케이션을 서비스하는 비즈니스 모델로서, 사업자는 인터넷망을 통하여 다수의 고객에게 전자결재, 자산관리, 고객관리 등 데이터 센터에 집적된 각종 소프트웨어 어플리케이션(그룹웨어, ERP, CRM, SCM 등)을 임대하고 이를 유지·관리하는 서비스를 제공하고 사용자는 사용료를 지불하는 서비스이라고 할 수 있다.²⁾

〈ASP의 다양한 정의〉

연구기관명	정의
Gartner Group	An ASP delivers application functionality and associated service across a network to multiple customers using a "pay as you go" payment model. (특정 계약에 따라 어플리케이션의 기능 및 기타 서비스를 네트워크를 이용하여 다수의 고객에게 제공하는 비즈니스 모델)
Ovum	An ASP manages and delivers application capabilities to multiple entities from a data center across a wide area network. (특정 서비스 계약에 따라 소프트웨어 어플리케이션의 다양한 기능 및 서비스를 일대다 관계로 네트워크를 이용하여 제공하는 정보솔루션 아웃소싱 개념)
IDC	ASPs are service firms that provide a contractual service offering to deploy, host, manage, and rent across an application from a centrally managed facility. (고객의 외부로부터 어플리케이션 관련 서비스를 계약에 따라 제공하는 서비스 제공자)
IRG (Internet Research Group)	An ASP contracts with its customer to implement, host, and manage one or more of the customer's business application(s) from a centrally managed facility, delivered to the customer's users over the Internet. (계약에 따라 중앙집중적으로 관리하는 센터에서 인터넷을 통하여 비즈니스 애플리케이션을 고객들에게 제공하는 서비스이며, 이를 위한 구현, 호스트 및 관리를 포함함)
한국ASP산업 컨소시엄	ASP사업자는 네트워크를 통해 기업, 소호, 개인 등을 대상으로 고품질, 저비용의 하드웨어, 소프트웨어 및 어플리케이션을 제공하고, 사용자는 일정한 사용료를 지불하는 서비스
정보통신정책 연구원	기업이나 개인이 직접 어플리케이션을 회사나 가정에 설치하지 않고도 일정한 사용요금을 지불하고, 사용자의 요구에 따라 접속되는 중앙의 데이터센터에서, 네트워크를 통해 해당 어플리케이션을 임대하는 서비스

2) 한국IT렌탈산업협회, 2004년도 ASP 인증제도 사업결과 보고서, 2005.1.25-27면 참조.

ASP산업의 실질적인 경제적 의미는 다음과 같이 부여할 수 있다.³⁾

첫째, IT솔루션을 직접 개발해서 사용한다면 많은 기회비용을 부담해야 되지만 이미 구축된 IT솔루션을 임대하여 사용한다면 임대료만으로 IT솔루션을 이용할 수 있기 때문에 업체들의 정보기술 활용에 대한 시간과 비용을 절감하는 효과를 누릴 수 있게 된다는 점이다.

둘째, 최신 IT솔루션의 관리에 필요한 전문적인 운영기술을 위탁함으로써 IT솔루션을 활용한 업종별 고급기술의 획득과 운영이 가능하게 된다는 점이다.

셋째, 최신 IT솔루션을 활용한 기업의 효율적인 운영을 통하여 국내외 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있게 된다는 점이다.

2. ASP 산업 분류

ASP 산업 분류를 위한 전체적인 프레임워크는 ASP 서비스의 정의로부터 ASP 산업을 구성하는 구성요소들의 추출을 통하여 (1) 기업이나 개인사업자와 같은 서비스 이용업체, (2) 서비스를 제공하는 서비스 사업자, (3) 네트워크, 데이터센터와 같은 유형의 장비 및 시설물, (4) 애플리케이션과 같은 서비스 등 4가지로 구성하고자 한다.

1) ASP서비스 이용업체 분류

ASP 서비스 이용 대상자는 개인 및 자영업자를 포함하여 영리를 목적으로 하는 사업자등록을 발급받은 모든 형태의 기업으로 한정하고자 한다. 이들 사업자들의 분류 기준은 산업, 종업원 수, 매출액 등을 채택할 수 있는데 여기서는 산업과 종업원이라는 2가지 변수만을 다루고자 한다.

먼저, 산업분류에 따른 ASP 서비스이용자 분류는 <표 2-1>과 같이 통계청의 통계연감에서 발표되는 산업 분류 대분류 기준을 적용하고자 한다.

3) 김신표, "렌탈IT산업에서 인증제도," 정보처리학회지(2003. 11), 27-34면 참조.

〈표 2-1〉 통계청의 산업분류 기준

연번	산업구분	표준산업분류부호
1	농업 및 임업	A
2	어업	B
3	광업	C
4	제조업	D
5	전기가스 및 수도사업	E
6	건설업	F
7	도매 및 소매업	G
8	숙박 및 음식점업	H
9	운수업	I
10	통신업	J
11	금융 및 보험업	K
12	부동산 및 임대업	L
13	사업서비스업	M
14	공공 행정, 국방 및 사회보장 행정	N
15	교육서비스업	O
16	보건 및 사회복지사업	P
17	오락, 문화 및 운동관련 서비스업	Q
18	기타 공공 수리 및 개인서비스업	R

다음 종업원 수 규모에 따른 ASP 서비스 이용업체의 분류 범위는 2002년부터 2004년까지 이루어진 소기업네트워크사업 수혜기업 기준인 49인 이하로 하되, 50인 이상 업체는 중견 및 대기업인

하나의 범주로 묶어서 분류하고자 한다. 그리고 49인 이하 서비스 이용 업체는 〈표 2-2〉와 같이 통계청의 종사자 수 분류 기준에 의거 1-4명, 5-9명, 10-19명, 20-49명 범주로 구분하고자 한다.

〈표 2-2〉 통계청의 종사자 수 분류 기준

종업원 수 규모	사용자 구분
1-4명	A
5-9명	B
10-19명	C
20-49명	D
50명 이상	E

2) ASP 서비스 제공업체 분류

ASP 서비스 제공업체의 분류는 ASP 서비스가 새로운 비즈니스 모델로서 다양한 종류의 서비스 사업자들이 나타나고 있기 때문에 분류기준이 다양하겠지만 여기서는 ASP 서비스 사업자들의 핵심 경쟁력인 주력 사업 분야와 제공하는 서비스의 애플리케이션 2가지 변수를 기준으로 구분하고자 한다.

먼저 ASP 서비스 사업자들의 핵심경쟁력은 일반적으로 이들 사업자의 주력 사업 분야에 의하여 결정되며, 사업자들의 주력 사업 분야는 ASP 산업의 구성요소로부터 〈표 2-3〉과 같이 (1)플랫폼 사

〈표 2-4〉 정보화 단계에 따른 ASP 서비스 분류

정보화 단계	애플리케이션	예시
단순 기능 정보화	사무자동화 및 자료관리 솔루션 (단순 OA기능)	-OA -그룹웨어 -자료관리 등
업무 정보화	단일 업무 솔루션 (기업 단일 기능)	-회계패키지 -고객관리 프로그램
기업 정보화	통합 업무 기능 (기업 내부 통합)	-ERP 등
기업간 정보화	기업간 협업 솔루션 (기업간 통합)	-SCM -자동/주문/납품 등

그리고 최근에는 업종별 특화 솔루션들이 늘어나는 추세에 있기 때문에 해당 애플리케이션이 업종별로 특화된 솔루션인지 또는 범용 솔루션인지를 구분해 볼 필요성까지도 추가할 수 있다.

3. IT산업에서 ASP산업의 역할

디지털 경제 시대에서 국가의 경쟁력은 모든 경제주체들이 IT 기술을 적용하여 정보와 지식을 효과적으로 활용하고 업무를 혁신함으로써 비용 절감과 새로운 비즈니스를 창출할 수 있는지 여부에 달려 있다고 할 수 있다.

이에 따라 우리나라는 (1)초고속망 가입자 수가 1998년에 1만 4천 가구에서 2002년에는 1,040만 가구, (2)인터넷 이용자 수는 1995년에 37만 명에서 2002년에는 2,627만 명, (3)인터넷 이용 속도는 1995년에 54Kbps에서 2002년에는 4Mbps, (4)온라인 banking 이용자 수는 1999년에 12만 명에서 2002년에는 1,771만 명, (5)온라인 주식거래액은 1998년에 11조원에서 2002년에는 1,220조원, (6)전자상거래 금액은 2000년에 58조원에서 2002년에는 178조원 등으로 그동안 대기업, 일반가정을 포함하는 사회 전 분야에서 최근 몇 년 동안 정보화 보급률이 연간 적게는 3배에서 많게는

700배라는 속도로 급속한 정보화의 진행을 이루어 왔다.

그러나 현재 국내 정보화 수준은 포화상태에 있기 때문에 향후 5년이 지나도 연간 보급률이 적게는 0.5배에서 많게는 1.5배 이상을 초과하지 못할 것으로 전망된다.

그리고 이러한 급속한 정보화는 영세기업보다는 대기업, 농촌지역보다는 도시지역, 저학력 계층보다는 고학력 계층을 중심으로 이루어져 왔다. 그리고 아직까지도 정보화의 사각지대에 놓여 있는 중소기업 및 자영업자들은 정보기술(information technology: 이하 IT) 솔루션을 직접 구입하거나 개발하여 사용할 수 있을 만한 자금의 여력이 부족하다는 점과 사업주 스스로 IT에 대한 전문적인 개념이 없다는 문제점을 가지고 있다.

만약 대기업 포함해서 아직도 정보화의 사각지대에 놓여 있는 중소기업 및 자영업자들 모두가 여러 가지 소프트웨어를 구입하거나 개발하지 않고 이미 구축된 IT기술을 임대해서 사용할 수 있다면, IT솔루션 구축에 대한 회사의 초기 투자비용을 대폭 절감시킬 수 있게 된다. 이와 같이 IT솔루션의 임대가 가능하다면 그동안 인력 및 서비스의 부족으로 정보화에 나서지 못했던 기업들이 보다 쉽게 정보화의 대열에 합류할 수 있게 될 것이다.

특히, 렌탈IT산업이 활성화된다면 대기업과 중소기업의 정보화 격차 해소 뿐만 아니라 국내 약 300만개 사업체 전체의 균형있는 정보화의 촉진을 통하여 국가 전체의 생산, 고용 및 부가가치의 창출에 선순환 구조를 형성함으로써 최근에 사회 문제화 되고 있는 경기침체와 청년실업 등의 문제를 해결하는데 일조를 할 수 있게 될 것이다.⁶⁾

IV. 홈네트워크 산업과 ASP의 상호 관계

1. ASP 산업의 특성 분석⁷⁾

ASP는 빌려쓰는 솔루션 개념이기 때문에 ASP 산업은 트렌드이자 미래의 필연적인 산업이라고 볼 수 있다. 우리가 쉽게 이해할 수 있는 대표적인 빌려쓰는 상품은 정수기나 자동차를 들 수 있다. 나아가서 실제 우리는 빌려쓰는 임대라는 개념은 생활 속에 있으면서 느끼지 못하는 경우도 있다. 가령 우리가 버스를 타는 것도 버스를 구입하지 않고, 일정거리만큼 요금을 내고 빌려 타는 것이다.

국내 ASP산업의 태동은 2000년 3월에 80여개 ASP제공 업체가 모여서 창립된 한국ASP컨소시엄이 있고, 그 후 2002년 1월부터 1차 사업이 시작된 한국전산원의 소기업 네트워크화 사업을 들 수 있으며, 기타 독자적으로 IT렌탈 서비스 사업을 하는 업체들로 볼 수 있다.

2004년 3월에는 그 동안 분야별로 독자적으로 발전해 오던 약 200여개 ASP관련 서비스 업체들이 한 자리에 모여 ASP 서비스 업체들의 창구 일

원화와 본격적으로 빌려쓰는 IT 솔루션 운동의 기반 조성 및 지원을 전담할 수 있도록 한국IT렌탈산업협회(kitria.or.kr)를 출범하게 되었다. 현재 한국IT렌탈산업협회는 민간 자율적인 협의 및 조정 기능 수행, 사업 활성화의 방안 강구 및 대정부 정책 건의, 사업자간 공정경쟁 환경조성 및 상호협력 도모 그리고 국제협력 등을 통해 궁극적으로 IT렌탈산업의 활성화 및 대외 경쟁력 확보를 주요 목적으로 활발하게 활동하고 있다.

만약 영세 자영업자를 포함한 중소기업들이 ASP서비스를 이용했을 때 기대되는 장점은 다음과 같이 3가지로 요약할 수 있다.

첫째, 업무에 필요한 컴퓨터 프로그램을 직접 개발해서 사용한다면 많은 시간과 노력 그리고 자금을 부담해야 되지만 이미 구축된 프로그램을 인터넷으로 빌려서 사용할 수 있다면 월정액에 해당하는 임대료만으로 업무에 필요한 컴퓨터 프로그램을 편리하게 이용할 수 있기 때문에 업체들의 정보 기술 활용에 대한 시간과 비용을 절감하는 효과를 누리게 된다는 점이다.

둘째, 최신의 고급 컴퓨터 프로그램이나 장비의 관리에 필요한 전문적인 운영기술을 IT렌탈 서비스 제공업체에 위탁함으로써 IT렌탈 서비스를 활용한 업종별 고급기술의 획득과 운영이 가능하게 된다는 점이다.

셋째, 최신의 컴퓨터 장비나 프로그램을 활용한 기업의 효율적인 운영을 통하여 국내외 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있게 된다는 점이다.

실제로 IT렌탈 서비스를 이용하면 비용이 얼마나 절약되는지에 대해서는 업체의 업종과 규모에 따라 다양하기 때문에 총량적으로 어느 정도 되는지는 아직 정확하게 수량적으로 계측된 사례가 없는 상황이다. 그러나 2002년에 IT렌탈 사업자 14

6) 김신표, "렌탈IT산업에서 인증제도," 정보처리학회지(2003. 11), 27-34면 참조.

7) 김신표, "생활정보: IT빌려 쓰기," 매경 ECONOMY 1,261호(2004.6.30), 78면 참조

개 업체와 이를 이용하는 281개 이용 업체를 대상으로 IT렌탈 서비스에 대한 주요성과를 설문조사한 결과에 따르면 IT렌탈 서비스의 업무 기여도는 업무에 “도움이 된다”라고 응답한 업체가 151개사인 53.7%를 차지했고, “매우 도움이 된다”라고 응답한 업체는 110개사인 39.1%, “보통이다”가 14개사인 5.0%, “도움이 안된다”가 4개사인 1.4%, “전혀 도움이 안된다”가 2개사인 0.7%를 차지하는 것으로 나타났다. 따라서 IT렌탈 서비스의 업무 기여도는 전반적으로 높음을 알 수 있다.

뿐만 아니라 IT렌탈 서비스에 대한 만족도는 203개 업체인 72.2%가 “만족한다”고 응답했으며, “매우 만족한다”고 응답한 업체는 45개사인 16.0%로 나타났으며, “보통이다”라고 응답한 업체는 32개사인 11.4%, “만족하지 않는다”는 1개 업체인 0.4%로 나타났으며, “전혀 만족하지 않는다”라고 응답한 업체는 없는 것으로 나타났다. 따라서 실제로 빌려쓰고 있는 IT렌탈 서비스 이용업체에 대한 만족도는 매우 높음을 보여주고 있다.

2. 홈 네트워크산업의 특성 및 과제⁸⁾

1) 국내 홈 네트워크 산업의 특성

홈 네트워크 산업의 특성은 정부의 홈 네트워크 정책 동향, KT와 SKT의 홈 네트워크 정책 및 전략을 살펴봄으로써 대신 가늠하고자 한다.

(1) 정부의 홈네트워크 정책

정부는 국민소득 2만불 달성을 위해 산업자원부는 스마트 홈, 건설교통부는 지능형 아파트, 정보통신부는 디지털 홈을 추구하고 있다.

정보통신부는 국내 홈 네트워크 산업 경쟁력이

기술 선도적인 수요자, 정부의 지원, 산업체의 뛰어난 제조능력을 바탕으로 홈게이트 웨이 등 핵심 장비등에서 세계적 경쟁력 보유하고 있기 때문에 유비쿼터스 시대를 선도하는 세계 최고의 홈네트워크 국가 건설을 비전으로 통신, 방송, 게임 융합형 홈네트워크 서비스 보편화 및 무선 홈네트워크 핵심기술 개발을 통한 선 없는 가정 실현을 추진 목표로 설정하고 있다. 이를 위한 추진전략은 시장 기반 조성, 기술개발 촉진, 체계적인 표준화 활동 강화, 산업체의 체질 강화 등으로 설정하고 홈네트워크 중점 추진 과제를 다음과 같이 설정하고 있다.

첫째, 시범 사업, 건물인증제도 도입, 홈기기 인증센터 구축 및 시험 인증, 법제도 개선, 대국민 홍보 강화 등 시장 기반 조성이다.

둘째, 국내 업체 경쟁력 재고 및 시장 공급 기반 확보를 위한 핵심, 원천기술 개발, 그리고 통신/방송/게임 등 서비스의 개방화 및 융합화에 따른 사용자의 질적 욕구 충족을 위해 기술 및 서비스의 고품질화 및 지능화 추진 등 기술 개발 촉진이다.

셋째 중장기 표준화 로드맵 수립을 통해 정부주도의 원천기술 개발과 민간기업 주도의 상용화 기술개발 및 서비스를 표준화하여 긴밀히 연계 추진, 기술 서비스 표준개발 및 국내 표준 제정을 통해 홈네트워크 시장 활성화, 국제 표준화 선도 및 IPR[지적 재산권] 확보, 북미 및 유럽 지역 주도의 국제 표준화 동향에 전략적으로 대응할 수 있도록 한중일 3국간 표준화 협력체제 구축 등 체계적인 표준화 활동 강화이다.

(2) KT 홈네트워크 비즈니스 전략⁹⁾

KT는 홈네트워크 시장 확대 전략을 차세대 매체를 부각시키는데 주안점을 두고 있다

8) 이현규, 박종국, 홈 네트워크 구축현황 및 전망-정보통신부 홈 네트워크 시범사업을 중심으로-, 정보처리학회지 2004년 5월 95-106면 참조

9) 우인식, KT 홈 네트워크 비즈니스 전략, 2005 홈 네트워크 킬러비즈니스 및 해외진출 전략 세미나, 51-66면 참조

KT는 국내 홈네트워크 사업 환경이 통신환경은 유비쿼터스 컨버전스화되고 있으며, 가정환경은 홈네트워크 가정 생활화로 변모하고 있다고 보고 통신환경, 가정생활 패러다임 변화에 따라 홈 네트워크 서비스는 생활의 필수 서비스로 자리 잡고 있으며, 또한 산업의 시장 규모는 급성장 할 것으로 전망하고 있다..

KT 홈네트워크 사업 경과를 살펴 보면 다음과 같다.

1단계(2003-2004)사업은 멀티미디어를 중심으로 하는 홈네트워크 사업 기반 조성을 목적으로 2003년부터 500억원 수준의 비용을 투자하여 홈 미디어 사업을 추진하였고, 홈네트워크 정부시범 사업을 통해 진정한 홈네트워크 사업을 준비하였다.

2단계(2005-2006)사업은 토털 서비스 제공을 중심으로 하는 홈네트워크 TSP 사업 기반 조성을 목적으로 미디어 중심에서 TSP 사업으로 사업방향을 전환, 국내 최고HA업체와 컨소시엄을 구성, 고객이 정말 원하는 홈 네트워크 토털 서비스를 제공함으로써 산업 활성화에 기여할 계획이다.

3단계(2007-2008)사업은 그랜드 컨소시엄으로 발전을 목적으로 현재 컨소시엄을 점진적으로 발전 및 확대를 통하여 그랜드 컨소시엄으로 발전하고, 향후 공공/공용 서비스까지 접목하여 U-City 시장으로 시장을 확대할 계획이다.

KT는 홈네트워크 시장 활성화를 위한 차별화 방안을 다음과 같이 설정하고 있다.

첫째, “계획-구축-운영” 원스톱 서비스 제공이다. 즉, 홈네트워크 토털 서비스 제공을 위해 “계획-구축-운영”까지의 모든 업무를 계획적이고 체계적인 프로세스에 의해 원스톱으로 서비스를 제공할 계획이다.

둘째, 유지보수까지 KT가 책임지고 수행하는 것이다. 즉, 국내 최고 초고속인터넷 사업자이니 KT의 온,오프라인 조직과 시스템을 활용하여, 끝까지 책임지고 유지보수 업무를 수행함으로써 고객에게 최고의 만족을 줄 예정이다.

셋째, 통합망(초고속+홈네트워크) 제공이다. 즉, 통합망(초고속+홈네트워크)구축을 위한 100% 시설투자, 전 세대에 HN서비스를 제공함으로써, 건설사는 HA망 구축비용 절감, 고객에게 안정적인 서비스를 제공할 계획이다.

넷째, TV를 통해 모든 서비스를 제공(TV포털)이다. 즉, TV화면을 통하여 홈네트워크 제어 및 다양한 포털 서비스를 제공함으로써 편리하고 즐거운 생활을 할 수 있는 “유비쿼터스”를 제공할 계획이다.

다섯째, 유비쿼터스 네트워크 실현이다. 즉, 국내 최대 통신사업자인 KT의 유무선 통합 인프라에 의해 언제, 어디서나, 모든 단말기로 맥내의 네트워크와 연결하여 통신할 수 있는 유비쿼터스 네트워크를 실현할 계획이다.

(3) SKT 홈네트워크 비즈니스 전략¹⁰⁾

SKT 홈네트워크 시장 확대 전략은 차세대 모바일 부각에 주안점을 두고 있다.

SKT의 홈네트워크 시장 이용자 특성을 다음과 같이 정리하고 있다.

첫째, 소비자들은 편리성 및 안정성에 대한 기대 수준이 높으며, 최첨단의 이상적이고, 미래지향적인 서비스로 홈네트워크를 인식하는 수준으로 도달한 것으로 보고 있다.

둘째, 홈네트워크 주력 수요 계층은 고소득의 기술수용도가 빠른 아파트 중심의 공동주택 거주자가 될 것으로 전망하고 있다.

셋째, 홈 네트워크 서비스 고객 유형은 기술 수

10) 이기주, SKT 홈 네트워크 비즈니스 전략, 2005 홈 네트워크 킬러비즈니스 및 해외진출 전략 세미나, 69-79면 참조

용력과 경제적 능력이 뒷받침되는 30대를 중심으로 서비스 확대가 예상하고 있다.

SKT의 디지털 홈 서비스는 광대역을 근간으로 기존의 홈네트워크 서비스에 유무선 멀티미디어, 방송, 통신의 convergence한 서비스 제공에 주안점을 두고자 한다.

SKT의 향후 계획은 서비스 제공에 필요한 핵심 기술 개발 및 시장조사 결과를 바탕으로 2005년 10월경 상용화 런칭을 예정하고 있다.

2) 홈네트워크 산업의 과제

국내 홈 네트워크 시장의 가장 어려운 문제는 모든 산업의 성장 초기단계에 공통적으로 안고 가는 문제점으로서 서비스 및 제품의 표준화 및 인증문제도 있겠지만 시장이 어느 정도 클 때까지 규모의 경제가 달성되지 않는다는 점이다. 이와 같이 규모의 경제가 달성되지 않을 때 신축시장인 경우는 높은 분양가 문제에 봉착하게 되며, 기축시장인 경우에는 홈 네트워크 관련 서비스 고객들에게 쉽게 접근하기 어려운 문제에 부딪치게 된다.

따라서 홈 네트워크 활성화를 위해서는 홈 네트워크 서비스 사용자들이 적은 비용으로 보다 많은 효과를 보기를 기대하기 때문에 홈 네트워크 서비스를 저렴하게 구축할 수 있다면 홈 네트워크 서비스가 이용자들의 생활 속으로 쉽게 스며들 수 있다. 이와 같이 저렴한 서비스가 소비자들에게 제공될 수 있다면 소비자들은 더욱 많은 홈 네트워크 관련 서비스의 수요로 이어져서 수익성을 가진 새로운 부가가치 서비스들이 등장하여 홈 네트워크 관련 서비스 시장이 성장하게 될 것이다. 따라서 보다 저렴한 홈 네트워크 관련 서비스의 제공 여부는 당연히 홈 네트워크 산업의 성공 여부에 최대 변수 중의 하나가 될 것이다.

3. 홈네트워크산업과 ASP의 접목 효과

1) 홈네트워크 시장 창출효과

홈 네트워크 기기의 세계 시장 규모는 2005년 현재 약 488억 달러에에서 2010년에는 978억 달러로 연평균 16%로 성장할 것으로 전망하고 있다. 국내 홈 네트워크 기기의 시장 규모는 2005년 현재 62억 달러에서 2010년 168억 달러로 연 평균 23%로 성장이 예상된다. 국내 홈 네트워크 서비스 시장 규모는 2005년 현재 3,616억원에서 2010년에는 77,197억원으로 연 평균 84%로 고성장을 예상하고 있다.¹¹⁾

국내 홈 네트워크 서비스 보급 가구 수는 2005년 6월 현재 115만 가구로 추정되며, 보급 서비스는 VOD, 홈뷰어, 단순 기기 제어 등 상용기술에 한정하여 단순한 서비스 위주로 제공되고 있다.

만약에 홈 네트워크 산업 초기 단계에 홈 네트워크 산업에 ASP의 적극적인 적용으로 각종 홈 네트워크 장비 및 서비스를 월 일정액으로 빌려 쓸 수 있을 때 소비자들에 부담되는 건설사의 분양가 부담 절감 및 기축시장의 고객들의 부담 해소에 기여할 수 있을 것이다.

특히 홈 네트워크 서비스를 사용하기 전에는 고객들이 그 편리성과 유용성을 실감하기 어렵지만 한번 서비스를 이용함으로써 편리성과 유용성을 실감하고 나면 지속적인 서비스의 이용과 관심 및 요구가 증대될 수밖에 없을 것이다.

따라서 홈 네트워크 산업 초기 시장 형성단계에 홈 네트워크 관련 장비 및 서비스를 일괄적으로 구입하는 것이 아니라 임대 내지 빌려 쓰는 방식을 접목했을 때 고객이 쉽게 서비스를 이용함으로써 시장 규모가 기하급수적으로 창출될 것으로 기대할 수 있다.

11) 신상렬, 홈 네트워크 활성화와 정부정책 방향, 2005 홈 네트워크 킬러비즈니스 및 해외진출 전략 세미나, 35-46면 참조

2005년 6월 현재 홈 네트워크 서비스 보급 수가 115만 가구를 넘어 서고 있다. 이는 아직도 국내 전체 가구를 1,300만 가구로 본다면 시장 확대의 여지는 남아 있는 것으로 파악할 수 있다.

2) ASP 시장 창출 효과

통계청 자료에 의하면 국내 사업체 수는 3,131,963개 업체이며, 이 중에서 종업원 수가 4인 이하는 2,635,372개 업체로 대부분을 차지하며, 5인-9인은 281,309개 업체, 10인-19인은 119,272개 업체, 20인-49인은 65,799개 업체, 50인-99인은 18,929개 업체, 100인-299인은 8,811개 업체, 300인 이상은 2,474개 업체이다.¹²⁾ 정부는 정보화의 확산 및 보급이 상대적으로 어려운 50인 미만에 소기업 3,101,752개 업체 중에서 2008년까지 100만개 업체를 정보화하는 목표를 설정하고 있다.¹³⁾

국내 ASP 서비스 사업자는 128개 업체로 파악되고 있으며, 국내 ASP 사업자의 연간 매출액은 총 1,959억원 규모를 보여 주고 있다. 2005년 8월 31일 현재 한국전산원 발표에 따르면 ASP 서비스 이용 업체 수는 456,638개 업체이다.¹⁴⁾

현재 ASP 서비스를 이용하는 업체가 약 50만개 정도이면서도 시장 규모가 2,000억원 미만의 규모 밖에 되지 않는 것은 ASP 이용업체가 월 평균 약 3만원 내외로 지불하는 영세업자 및 소기업으로 구성되어 있기 때문이다.

따라서 만약 홈 네트워크 산업에 ASP가 접목될 수 있다면 건설사, 통신사, 방송사, IT사 등 한 산업 그룹에서의 시장규모가 2,000억원을 넘어 설 수 있는 효과가 발생할 수 있게 된다.

3) 상호 시너지 효과 발생

홈 네트워크 산업에 ASP 접목시 시너지 효과는 2가지로 요약할 수 있다.

첫째, 홈 네트워크 산업에서 ASP 접목시 홈 네트워크 관련 장비 및 서비스의 공급시 빌려쓰는 방식의 서비스 이용방식을 통하여 장비 및 서비스 이용의 비용단가를 낮춤으로서 쉽게 고객을 확보함으로써 규모의 경제성을 달성하여 신축시장의 아파트 분양단가 부담을 주지 않을 뿐만 아니라 기축시장의 소비자들에게 월정액만으로도 서비스 이용을 가능하게 하여 손 쉽게 시장창출을 가능하게 한다는 점이다.

둘째, 홈 네트워크 산업에 ASP접목시 고객이 소기업들로만 구성된 열악한 ASP시장 규모를 확대 및 확산시킬 수 있다는 점이다.

4. 홈 네트워크 산업의 발전 방향

홈 네트워크 산업의 발전 단계에 따라 시장 태동기, 시장 형성기, 시장 성숙기의 3단계로 나누어 볼 수 있다.¹⁵⁾

제1단계인 시장 태동기는 가구 내의 방법, 방재, 방문자 확인, 가스 안전 서비스 등 대체로 간단한 홈 네트워크 서비스가 보급되는 단계이다.

제2단계인 시장 형성기는 시장 태동기의 간단한 홈 네트워크 서비스 기능과 연계하여 헬스케어, 엔터테인먼트를 포함하여 홈 게이트웨이를 통해 집 밖에서도 휴대폰이나 PDA, PC 등을 이용하여 집안을 제어할 수 있으며, 집안의 상태를 모니터링 할 수도 있다. 이 단계는 홈 네트워크 시스템의 연계가 본격적으로 이루어지는 단계라도 볼 수 있다.

12) 통계청, 통계연감, 2003

13) 정보통신부, IT렌탈방식을 통한 중소기업 정보화 중장기 계획(2004-2007), 2004년 4월 참조.

14) 한국전산원, 중소기업정보화지원사업 추진현황, e-비즈니스팀, 2005.8.31

15) 이현규, 박종국, 홈 네트워크 구축현황 및 전망-정보통신부 홈 네트워크 시범사업을 중심으로-, 정보처리학회지 2004년 5월 95-106면 참조

제3단계인 시장 성숙기에서는 부가가치 서비스가 활성화되어 고객의 요구사항이 증대하고, 이에 따른 새로운 개념의 Killer Application이 등장하는 단계이다. 이 때는 수익성이 전제가 된 교육, 의료, 오락 등 서비스가 활성화되고, 사용자는 이를 적극적으로 활용하는 단계이다.

이와 같이 홈 네트워크 산업의 발전 단계에 따라 주요 홈 네트워크 핵심 사업자들도 달라지게 된다.

먼저 시장 태동기에는 주로 신축시장을 중심으로 하는 건설 업체가 시장 창출을 주도할 것이며, 홈 네트워크 시스템 설치가 주요 사업 모델이 된다.

시장 형성기에는 홈 오토메이션과 홈시큐리티와 같은 기간 서비스를 중심으로 사업이 이루어지며, 통신사를 중심으로 서비스간 연계를 통한 고급형 서비스 제공이 단계적으로 이루어질 것이다.

시장 성숙기에는 응용 서비스업체를 중심으로 수익성을 지닌 부가가치 서비스를 통신사 등 기간 서비스업체와 연계하여 시너지 효과를 위해 복합적인 형태의 서비스가 주류를 이룰 것이다.

결국 홈 네트워크 산업의 성공적인 활성화를 위해서는 시간 초기 단계에는 건설사가 중심이 되었다가 점점 통신사가 중심이 되는 부가가치 서비스를 사용하는 과정을 거쳐 마지막으로 다양한 소비자의 요구에 부응하는 응용 서비스 사를 중심으로 시장이 창출되는 과정을 거치게 될 것이다. 따라서 부가가치 서비스를 주도할 응용 서비스사와 통신사를 주도하는 건설사 간의 긴밀한 협력 체계가 요구된다.

VI. 결론

이 글은 2004년까지 1단계로 추진된 홈 네트워크 시범사업이 국내 신축 및 기축 가구에 보다 용

이하게 보급 및 확산되기 위한 방안을 도출하기 위해 홈 네트워크 산업에서 ASP의 적용방안을 살펴봄으로서 보다 용이하게 홈 네트워크 산업이 활성화될 수 있는 역할과 그 대안을 찾아보는 것을 연구의 목표로 설정하였다.

이 연구의 방법은 문헌조사에 의지하기로 하며, 연구의 범위는 (1) 홈 네트워크 시범사업, (2) ASP의 특성, (3) 홈 네트워크 산업과 ASP의 연계라는 3가지 분야에서 공통분모를 찾고자 하였다.

이 연구의 결과 홈 네트워크 산업에 ASP 접목시 기대할 수 있는 효과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 홈 네트워크 관련 장비 및 서비스를 일괄적으로 구입하는 것이 아니라 임대 내지 빌려 쓰는 방식을 접목했을 때 고객이 쉽게 서비스를 이용함으로써 시장 규모가 기하급수적으로 늘어날 수 있는 이점을 기대할 수 있다. 즉, 2005년 6월 현재 홈 네트워크 서비스 보급 수가 115만 가구인 반면에 국내 전체 가구는 약 1,300만 가구이기 때문에 아직도 시장 확대의 여지는 충분히 남아 있는 것으로 파악할 수 있다.

둘째, 국내 ASP 서비스 사업자는 128개 업체로 파악되고 있으며, 국내 ASP 사업자의 연간 매출액은 총 1,959억원 규모를 보여 주고 있다. ASP 서비스 이용 업체 수는 456,638개 업체이다. 만약 홈 네트워크 산업에 ASP가 접목될 수 있다면 건설사, 통신사, 방송사, IT사 등 한 산업 그룹에서의 시장 규모가 현재 ASP 시장규모를 훨씬 넘어 설 수 있는 시장창출 효과를 발생 시킬 수 있다는 점이다.

향후 홈 네트워크 산업의 방향은 홈 네트워크 산업을 성공적으로 활성화 시키기 위해 홈 네트워크 산업의 초기 성장 단계에는 건설사가 중심이 되었다가 점점 통신사가 중심이 되는 부가가치 서비스를 사용하는 과정을 거쳐 마지막 단계에는 다양한 소비자의 요구에 부응하는 응용 서비스 사를 중심으로 시장이 창출되는 과정을 거치게 될 것이다.

참 고 문 헌

1. 김신표, “렌탈IT산업에서 인증제도,” 정보처리학회지(2003. 11), 27-34면
2. 김신표, “생활정보: IT빌려 쓰기,” 매경 ECONOMY 1,261호(2004.6.30), 78면
3. 신상렬, 홈 네트워크 활성화와 정부정책 방향, 2005 홈 네트워크 킬러비즈니스 및 해외 진출 전략 세미나
4. 우인식, KT 홈 네트워크 비즈니스 전략, 2005 홈 네트워크 킬러비즈니스 및 해외진출 전략 세미나
5. 이기주, SKT 홈 네트워크 비즈니스 전략, 2005 홈 네트워크 킬러비즈니스 및 해외진출 전략 세미나
6. 이종대, 중소기업 정보화 현황 및 정부지원, CA@focus, 2004 winter
7. 이현규, 박종국, 홈 네트워크 구축현황 및 전망-정보통신부 홈 네트워크 시범사업을 중심으로-, 정보처리학회지(2004.5), 96-106면
8. 장동현, 현종용, 김태근, 홈 네트워크 국내외 동향 및 발전 전망, 정보처리학회지(2004.5), 3-11면
9. 기업정보화지원센터, 기업 정보화 성숙단계, <http://www.itr.re.kr>
10. 정보통신부, IT렌탈방식을 통한 중소기업 정보화 중장기 계획(2004-2007), 2004년 4월
11. 통계청, 통계연감, 2003
12. 한국전산원, 중소기업정보화지원사업 추진현황, e-비즈니스팀, 2005.8.31
13. 한국IT렌탈산업협회, 2004년도 ASP 인증제도 사업결과 보고서, 2005.1