

IDC의 e-러닝 시장 조명

세계 e-러닝 시장 현황과 전망



IDC는 e-러닝을 인터넷을 이용한 학습을 가능하게 하거나 지원하는 콘텐츠(educational content), 학습서비스(learning services) 그리고 제공 솔루션(Delivery solutions)으로 정의한다. e-러닝 시장의 세계적인 현황과 전망을 소개한다.

박성래 부사장 / 한국IDC

코텐츠는 코스 구조, 멀티미디어, 시뮬레이션, 테스트 그리고 평가를 포함하는 것이고, 학습 서비스는 학습 요구의 평가, 학습전략 개발, 콘텐츠 설계 및 개발, 시스템 통합, 사이트 관리 및 호스팅, 유지보수 그리고 온라인 교육을 포함한다. 제공 솔루션이란 e-러닝에 관련한 분배기술로서 트레이닝 저작도구, 코스관리시스템, 협업소프트웨어 가상 교실 등을 말하며, 하드웨어나 네트워크 장비 등은 포함하지 않는다.

세계 e-러닝 시장규모 및 향후 전망

전세계적으로 기업 e-러닝 시장은 향후 5년간 68.8%의 놀라운 연평균 성장률을 보이며 급속도로 성장할 것으로 예상된다. 총수익은 1999년 1.7십억 달러에서 2004년에는 23.1십억 달러규모로 증가할 것으로 보인다. 북미 지역이 매출액 면에서 앞으로도 가장 큰 시장을 유지할 것으로 보이며, 이중 미국이 90%를 차지하고 있다. 서유럽은 96.5%의 괄목할만한 성장률을 보이며 2004년까지 북미 다음으로 큰 규모의 시장으로 발돋움 할 것이다.

세계 주요지역 e-러닝 시장 트렌드

세계 주요 국가 또는 지역에서 e-러닝

도입의 촉진과 저해 요소를 분석하고, 콘텐츠, 서비스, 딜리버리 툴이라는 e-러닝의 구성요소에 따라 지역별 e-러닝 market mix에 대한 개요를 제공한다.

United States

Y2K가 미국에서의 e-러닝 성장에 커다란 영향을 미쳤다. 이 시기에 인지도가 낮거나 절실하게 필요한 애플리케이션이 아니고서는 신기술의 도입이 연기되었다. 업체들의 기대는 높은 반면, 엔드유저 리서치는 기대 이하의 저조한 도입률을 보여줬고, 많은 기관들이 테스트 상태에서 오래 머물렀다. 초기 리서치도 미국 기관들이 집중된 교육 솔루션의 필요성에 대해서는 인지하고 있으면서도, 전사적인 차원에서의 진지한 접근이 이루어지지 않았다는 것을 보여주고 있다.

공통적으로 거론되는 저해 요소로는 양질의 콘텐츠 부족과 수요자의 매개체에 대한 불편함을 들 수 있다. 따라서 대부분의 회사들이 e-러닝의 콘텐츠를 구축한 시기는 지난 1,2년 정도에 지나지 않는다. 또 다른 요소로는 인터넷 기반의 양질의 솔루션 사용을 저해하는 불충분한 기술 인프라를 들 수 있으며, 이는 관리 툴과 함께 콘텐츠 개발과 관리 애플리



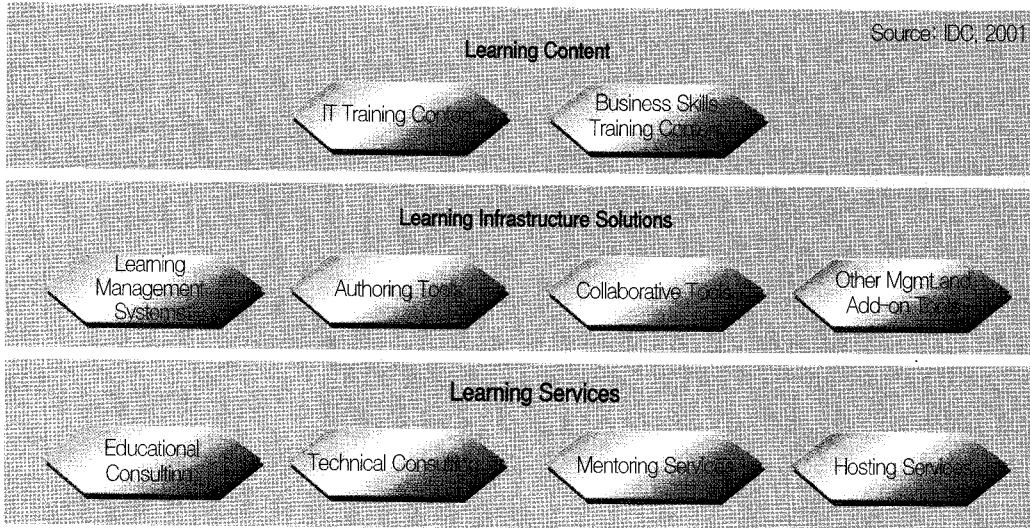
박성래 부사장
한국IDC

케이션을 포함한다.

콘텐츠가 앞으로도 미국 e-러닝 시장에서 중요한 포션을 차지할 것으로 보임에도 불구하고 러닝 서비스는(예를 들어, needs assessment, custom course development, administration, maintenance) 빠른 성장세를 보일 것이다. 한편 딜리버리 솔루션의 중요성을 점차 감소될 것이다. 딜리버리 툴은 관리, 인증 시스템과 synchronous 러닝 솔루션 관련 업계가 통합되어가면서 점차 필수 사양으로 전환되면서, 점차 엔드투엔드 e-러닝 솔루션에서 임베디드 형태가 될 것이다.

Japan

일본의 IT 인력 시장은 그 중에서도 IT 관련 시장은 더욱 더 전문가 채용이



(그림 1) IDC's Corporate Learning Taxonomy, 2001

어려워지고 있다. IT 전문 인력 부족은 1999년 16.3%로 이는 각 회사 당 54개의 공석이 있다는 것을 의미한다. IT와 관련 없는 회사들은 12.9%로 보통 각 회사 당 13개의 공석이 있다고 할 수 있다.

이러한 인력 부족 현상으로 인한 수요와 공급간의 갭을 줄이기 위해 회사들은 트레이닝을 이용하도록 유도 받고 있다. 그러나 일본 시장은 여전히 딜리버리로 instructor-led training (ILT)에 깊게 의존하고 있다. ILT의 고비용이 교육 시장의 성장을 저해하는 요소로 작용하는 가운데, 한편으로는 e-러닝의 효율성을 강조하여 회사를 끌어들이는 측면도 있다.

교육 혹은 사회적 이유에서, 일본 회사들은 복합적인 교육 방법을 선호한다. 그 결과 주요 IT 트레이닝 업체들은 기존의 ILT 서비스에 e-러닝을 추가하기 시작했다. 맞춤형 e-러닝 시스템에 초점을 맞추면서, 현재 이용자는 대기업에 한정되어 있다. IDC는 일본 시장이 반복적이고 산업 중심적인 e-러닝

솔루션을 채택하기까지 일정 시간이 걸릴 것으로 예상하고 있다.

Western Europe

서유럽 국가에서의 e-러닝은 빠르게 지지를 얻고 있다. 스웨덴, 노르웨이, 네덜란드나 영국과 같이 전통적으로 신기술 도입에 발 빠른 국가들은 e-러닝에 관심을 나타내고 있다. 또한 스페인이



라틴 아메리카 시장의 교두보 역할을 하기 때문에 업체들은 스페인을 가장 최우선 순위에 두고 있다. 그러나 프랑스나 독일과 같은 유럽 국가들은 e-러닝 도입에 주저하고 있다. 현지화 조항이 매우 강화되고 있는 가운데, 커다란 부가가치로 대변되고 있다.

향후 5년간 e-러닝 콘텐츠는 교육시장에서 현재와 같이 독보적인 위치를 유지할 것으로 보인다. 시장이 e-러닝 인프라 소프트웨어로 포화 상태에 이른 후에도

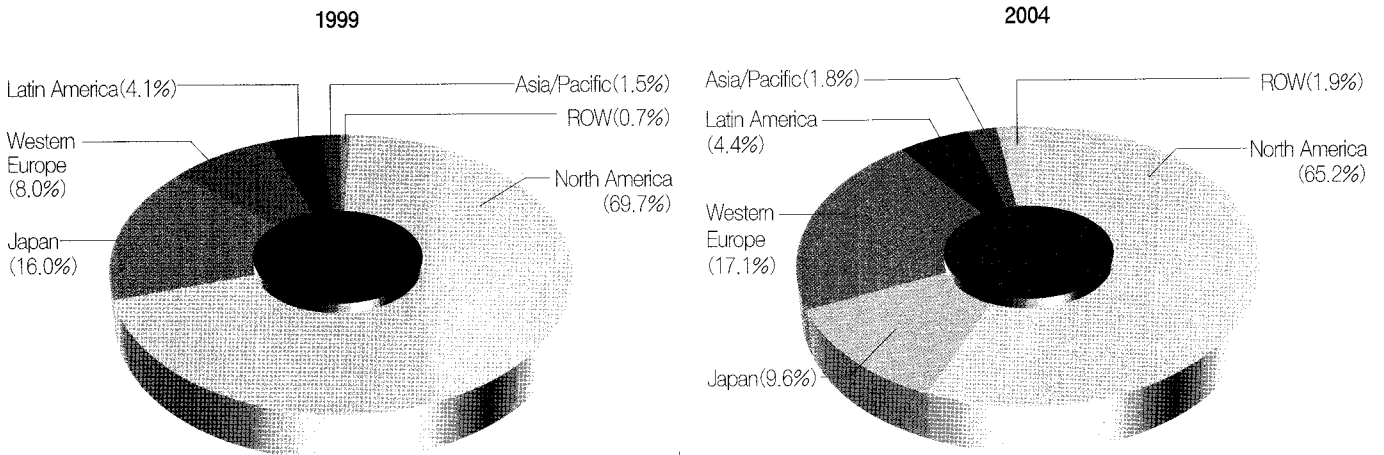
업데이트나 새로운 콘텐츠에 대한 수요는 계속될 것이다. e-러닝 서비스는 앞으로 가장 빠른 성장을 이끌며 2위 자리를 지킬 것이다. 수요가 많은 부가서비스는 온라인 상담과 서포트 뿐만 아니라 custom curriculum design과 development를 포함한다.

Asia/Pacific

극히 제한적이기는 하지만 아시아 태평양 지역에서도 e-러닝에 대한 수요가 일고 있으며, 앞으로는 2004년에 이 지역 IT e-러닝 시장의 절반을 차지할 것으로 예측되는 호주의 주도로 시장이 발전할 것으로 보인다. 하지만 콘텐츠의 로컬화 -다시 말해, 언어의 다양화- 가 큰 장애요소로 작용할 것으로 예상된다.

전세계 교육관련 공급사들의 e-러닝 시장 전략

종래의 ILT은 대부분이 로컬 업체에 의해 이뤄진 반면, e-러닝은 교육 시장의 세계화를 촉진하고 있다. e-러닝은 지역에 도입할 수 있는 융통성 있는 교육 솔루션을 보유한 업체로 하여금 세계 시장으로 뻗어나갈 수 있는 기회를 제공한다. 성공적인 다국적 기업들은 지역 시장을 효율적으로 공략하기 위해 그 지역의 로컬 파트너를 모색한다. 지금까지 대부분의 e-러닝 다국적 기업은 미국에 기반을



(그림 2) 전세계 지역별 e-러닝 매출 비교 (1999/2004)

Source: IDC, 2001

두고 있으며, 북미, 유럽과 아시아 태평양 지역을 커버하는 SmartForce를 그 예로 들 수 있다. 그 외에도 Click2 Learn, DigitalThink, Global Knowledge Network, NETg, Saba가 있다. 미국에 기반을 둔 다국적 기업의 성장이 각 지역의 로컬 업체를 몰락시켜서는 안 될 것이다.

IT/Non-IT e-러닝 Split

IT 트레이닝 코스는 2000년 전세계 기업 e-러닝 시장의 71.7%를 차지하고 있으나, IDC는 향후 5년간 이러한 편도가 변화할 것으로 예상하고 있다. 2003년까지, 세계 시장은 IT와 비IT 트레이닝 콘텐츠로 양분화될 것이며, 비IT e-러닝이 2003년 말에는 IT e-러닝을 추월할 것으로 보고 있다.

취합된 데이터를 보면 북미 지역은 2003년에, 라틴 아메리카는 2004년에 비IT 트레이닝이 수익면에서 IT 트레이닝을 뛰어넘을 것으로 보이며, 이 외 지역에서는 적어도 2004년 말까지는 IT 트레이닝이 시장을 지배할 것으로 보인다. 그러나 서유럽, 일본, 아시아 태평양 지역과 같은 IT 트레이닝이 절대적인 시장은 2004년부터 그 비중이 빠르게 감소할 것으로 보인다.

IT 트레이닝 업체들은 대부분의 국가에서 e-러닝 시장을 발전시키는 중심 축

역할을 해왔기 때문에 지금의 시점에서 IT 트레이닝 콘텐츠가 전체 e-러닝 시장의 많은 부분을 차지하고 있다. 그러나 비IT 콘텐츠로의 전환은 다음과 같은 현상에 힘입어 가속화 될 것으로 보인다.

* 기존의 비IT 코스웨어는 웹에서의 교육을 위해 재포맷된다.

* 비IT 업체들은 'web first' 트레이닝 delivery 전략을 도입한다.

* IT 트레이닝 벤더들은 비IT 시장에 진입하고 있다.

e-러닝 솔루션의 도입은 북미와 서유럽과 같은 지역에서 기업 트레이닝의 조직과 관리 방법을 변화시키고 있다. 과거 IT 트레이닝이 비즈니스 스킬 트레이닝과 개별화되었음에도 불구하고, 이들의 통합 형태를 모든 기업에서 찾아 볼 수 있다. 기업들 사이에서 IT 콘텐츠뿐만 아니라 파이낸스, 매니지먼트, 신입사원 오리엔테이션, 제품 설명 등과 같은 비IT 주제에 대해서도 동일한 e-러닝 시스템을 이용하는 경우가 늘고 있다. 또한 IT 솔루션의 경우에는 전략 시스템으로써 인지되고 있으며, 트레이닝 매니저나 IT 매니저보다는 HR 디렉터나 CEO에게 판매되는 경향이 있다.


결론

전세계 e-러닝 시장은 앞으로 4년간 높

은 성장을 기록할 것으로 보인다. 물론 신기술 도입에 우호적인 북미, 일본, 서유럽과 그렇지 않은 지역간의 편차는 존재한다. e-러닝을 막 소개되기 시작한 지역은 낮은 인터넷 보급률과 다른 인프라 개발을 우선시하고 있기 때문이다.

양질의 콘텐츠 부족이 초기 도입자에게 저해요인이 되고 있으며, 한 개 이상의 언어를 사용하는 국가에서는 콘텐츠의 로컬화가, 개발도상국가에서는 관련 인프라의 부재가 문제가 되고 있다.

보통 IT 트레이닝 업체들은 e-러닝의 도입에 가장 호응이 빨랐으며, 주요 업체로는 IBM, 오라클, HP와 같은 다국적 기업과 로컬 업체가 있다. 다음으로 e-러닝 전문가들이 시장에 진입하고 있다. 이들은 파트너와 함께 혹은 직접적으로 지역 시장을 공략하고 있는 로컬 혹은 다국적 기업이다.

현재 IT e-러닝 콘텐츠는 전세계적으로 가장 큰 시장 점유율을 보이고 있다. 하지만 비IT 콘텐츠가 2003년 초 북미와 같은 일부 지역에서 IT 콘텐츠의 양을 능가하기 시작할 것이며, 2004년 말에는 전체 시장의 반을 차지하게 될 것으로 예상된다. 

문의) spark@idcap.co.kr (02)551-4380