

사례 발표

ASP 산업 현황과 데이콤의 ASP 사업전략

이창우* 임채연**

목 차

1. ASP의 정의
2. IT아웃소싱과 ASP
3. ASP 산업 현황
4. 데이콤의 ASP 사업 전략
5. ASP 발전방향

1. ASP의 정의

1990년대 말에 등장한 ASP(Application Service Provider)는 자체구축이 아니라는 점에서 아웃소싱과 비슷한 개념을 갖고 있다. 미국의 ASP산업컨소시엄(ASPIC : Application Service Provider Industry Consortium)에서는 ASP를 임대계약에 의해서 IDC(Internet Data Center)에서 관리되는 서버를 통해서 각종 소프트웨어 어플리케이션을 설치, 관리하고 호스팅하는 서비스라고 정의하고 있다(www.aspindustry.org).

한편, IDC(International Data Cooperation)에 의하면 ASP란 증양에서 관리하는 기관으로부터 어플리케이션의 설치, 관리, 임대, 접속 등의 서비스를 고객에게 제공하는 사업자로 정의하고 있다. 이는 ASP가 서비스업체라는 관점에서 접근한 것으로 ASP는 어플리케이션 사용에 관한 모든 서비스에 대해 고객에게 계약 상의 모든 책임을 지는 업체로 정의하고 있다. 또한 ASP는 어플리케이션 중심이고, 어플리케이션에 대한 접속을 판매하며, 증양에서 관리하고, 일대다 서비스며, 계약을 기반으

로 이행되는 것이라고 정의했다[1]. 이밖에 기존의 패키지화된 소프트웨어 어플리케이션을 중앙의 서버를 통해 임대형식으로 제공하고 원격호스팅하는 사업자[2], 다수의 개체에게 IDC로부터 광역네트워크를 통해 어플리케이션을 제공해주고 관리해주는 조직으로 정의하기도 한다[3].

이와 같은 정의로 보았을 때 ASP사업을 하기 위해서는 어플리케이션, IDC, 네트워크가 기본적인 요소임을 알 수 있다. 하지만 이러한 정의로는 ASP가 서비스하는 주체를 말하는지, 아니면 솔루션과 같은 서비스 객체를 말하는지 다소 모호한 점이 있다. 특히 어떤 어플리케이션을 서비스할 것인가 또는 구축은 어떻게 하느냐에 대한 접근이 없어서 ASP산업을 이해하기는 다소 부족할 수 있다.

2. IT아웃소싱과 ASP

ASP산업을 이해하기 위해서는 IT(Information Technology)아웃소싱과 ASP를 구분할 수 있어야 한다. 아웃소싱은 기업의 내부에서 생산되는 재화와 용역에 비교하여 법적인 독립체로부터 재화와

* (주)데이콤 e-Biz 사업부장

** (주)데이콤 e-Biz 사업부 어플리케이션사업팀 과장

용역을 구입하는 것으로 사전적으로 정의될 수 있다. IT측면에서 바라보면, IT아웃소싱은 발주자가 외부조직과의 계약을 통해 기업의 IT기능이나 IT에 기반한 프로세스를 조달받는 것으로 이해된다. 이러한 측면에서는 ASP 역시 외부에서 조달되는 것이므로 아웃소싱이라고 할 수 있다.

그러나, IT아웃소싱은 외부조직으로부터 조달하지만 조달받는 객체를 소유하거나, 제작 또는 구축하는데 깊이 관여하고 있는 것이 통상적이다. 반면에 ASP는 외부조직이라는 측면에서는 동일하지만 조달받는 객체를 발주자와 상관없이 제작, 구축한다는 점에서 상이하다. 즉, IT아웃소싱은 설계, 시공 등에 발주자가 관여하는 건설과 더욱 비슷하고, ASP는 완제품인 자동차를 빌려쓰는 것과 유사하다.

기술적으로도 ASP는 네트워크를 통한 원격서비스인데 반해 IT아웃소싱은 반드시원격일 필요는 없다. IT아웃소싱은 시스템자원을 독점할 수 있으나 ASP는 하나의 고객이 시스템자원을 독점할 수 없다. IT아웃소싱은 시스템자원의 일부만을 외부조직으로부터 조달할 수 있으나 ASP는 어플리케이션, IDC, 네트워크 등 모든 자원을 외부조직으로부터 조달하는 것이 통상적이다. 또한 ASP는 사업자와 고객과의 관계가 사용을 해지할 수 있는 독립적이고 일시적인 반면에 IT아웃소싱은 ASP에 보다 장기적이고 종속적인 경우가 많다.

사용측면에서 볼 때 IT아웃소싱은 일부 조달이라는 구조를 통해 모든 정보를 발주자의 통제하에 둘 수 있다. 반면에 ASP는 전부 조달이며, 독점할 수 없기 때문에 정보를 사업자의 통제하에 두어야 한다. 이른바 정보보안이 매우 중요할 경우 ASP를 채택하기 어려울 수 있다. IT아웃소싱은 외부조직과의 계약에 따라 신규 요구사항을 반영하거나 변경할 수 있다. 반면에 ASP는 완제품 구입성격이기 때문에 신규 요구사항 반영 또는 변경이 쉽지 않다. 특히 중요한 것은 ASP사업자가 서비스를 중단하

면 고객은 시스템 사용을 중지해야 한다. IT아웃소싱은 계약사항에 서비스 중지에 대한 조건을 두는 등 리스크를 다소 회피할 수 있다.

IT아웃소싱은 고객이 선정되면 고객이 제작과 구축비용을 조달하는 선투자가 있어야 한다. 결국 IT아웃소싱의 외부조직은 투자측면에서 리스크가 많지 않다. 그러나 ASP는 사업자가 미리 완제품을 만들어야 하므로 사업자측면에서 리스크가 매우 큰 사업이다. 물론 ASP는 이러한 장점 때문에 고객유치가 IT아웃소싱보다 유리할 수 있다. ASP는 고객이 없는 상태에서 완제품을 만들어야 하므로 사업자 측면에서 초기투자여력과 사업지속성이 매우 중요하다. 고객에 대해서도 정보보안에 대한 대책, 요구사항 반영정책, 서비스 중단 시 대책을 충분히 세워서 고객이 IT아웃소싱보다 이득을 가질 수 있게 해야 한다.

3. ASP 산업 현황

앞절에서 언급한 것처럼 IT아웃소싱과 ASP는 사업성격이 매우 다르다. 특히 IT아웃소싱은 매출액 등 일정규모에 이른 기업이 내부조직과 자원을 쓰지 않고 외부조직과 자원을 활용한다는 측면으로 접근하는 반면, ASP는 내부조직과 자원이 없는 기업이 완제품을 빌려 쓰는 구조로 접근하는 것이 현실이다. 한편, 세계 ASP산업시장은 1998년부터 1999년 도입기를 거쳐 2000년에 많은 사업자가 ASP사업에 뛰어들었으나 실제로는 시장이 활성화 되지 않은 것으로 나타났다. 이에 따라 2002년까지는 시장구조가 개편되는 조정기였다고 판단된다. 2003년은 많은 웹중심의 소프트웨어가 개발되는 새로운 시장진입자가 진입하고 있어서 완만한 확산기에 있는 것으로 여겨진다[5].

우리나라 ASP산업은 중견이상 기업보다는 중견미만의 중소기업이 정보화를 적극적으로 추진하는 데에 활성화 여부가 달려있다고 하겠다. 그러나 우

리나라 기업의 전반적인 정보화, e-비즈니스화 등 질적인 발전의 수준은 아직까지 선진국에 비해 부족한 것이 사실이다. 지난 2002년 7월 Economist紙의 EIU는 한국의 e-비즈니스 준비도(e-Readiness)가 세계 60여개 주요국가 중 21위라고 발표한 바 있다. 이는 회계 및 거래관행의 불투명성과 같은 경제의 구조적인 문제점을 여전히 극복하지 못하고 있으며, 정보화가 대기업과 금융업 등 특정 업종을 중심으로 추진한 것에 기인된다. 지난 2002년 기업정보화 지원센터의 기업정보화 수준진단 결과는 우리나라의 기업정보화 수준이 기업 내 정보화 단계에 머무르고 있으며, 특히 국내 기업의 99%를 차지하는 중소기업의 정보화 수준이 기업 내 정보화 수준에도 이르지 못하고 있다고 밝힌바 있다. 중소기업의 경우 정보화에 대한 인식과 활용능력이 부족한 경우가 많고, 정보화를 추진하고자 하여도 그들의 눈높이 수준에 맞는 적절한 정보화 추진 방법론, 정보솔루션 등 공급기반도 열악한 실정이다. 이처럼 중소기업의 정보화는 빈약한 정보화 수요와 이에 따른 취약한 정보화 공급이라는 악순환의 고리가 존재하고 있으며, 이러한 현실은 <표 1>의 설문조사 결과로도 확인해 볼 수 있다.

<표 1> 소기업 정보화 추진시의 장애요인

구분	효과 불확실	비용 과다	추진 인력부족	도입해도 사용않함	활용 능력부족	SW 구입곤란	인프라 낙후	기타
비율 (%)	35.9	24.6	14.2	11.1	10.0	8.0	3.8	1.6

(중소기업정보화경영원, 2002. 5)

결국, ASP고객인 중소기업은 아직 IT솔루션의 구매력이 미미하다는 것으로 ASP산업이 성장하는데 약점으로 작용한다. 한편, 2000년대 초기에 일어난 인터넷 붐을 타고 창업한 벤처기업이 2장에 언급한 것과 같이 막대한 초기투자자와 사업의 지속성을 충분히 담보하지 않은 채 ASP사업에 진입하여 ASP산업이 제 궤도에 오르지 못하는 결과가 되었다.

2장에서 언급한 사항과 중소기업의 정보화현황은 ASP산업의 약점과 위협으로 작용하지만 ASP는 다음과 같은 노력을 통해 상당부분 문제를 해결할 수 있으며, 강점과 기회로 활용될 수 있을 것으로 보인다. 예를 들어, ASP 보험을 통해 지속적인 서비스 제공 가능성, 자료유출 등의 문제를 완화할 수 있을 것이다. 각각의 ASP 업체가 보험에 가입하는 것은 부담이 크므로 공동 보험과 같은 방법이 논의될 수 있다. SLA(Service Level Agreement)의 이용활성화도 필수적이다. 시장정보가 취약한 중소기업에게는 명확한 서비스 수준과 가격 등을 제공하는 SLA가 중요한 의미를 갖는다. 중소기업들은 그들이 확신하지 못하는 정보서비스를 이용하고 싶어하지 않으며, 잦은 업그레이드도 필요로 하지 않기 때문이다[4]. 또한 ASP서비스의 솔루션 개발은 다수의 벤처기업이 한다면 마케팅 능력과 소비자의 신뢰를 제고할 수 있도록 데이콤, KT와 같은 통신업체와 컨소시엄을 구성하여 서비스하는 것이 효과적이다. 통신업체 역시 설비를 먼저 투자하고 고객은 통신업체의 설비를 빌려쓰는 구조이므로 ASP와 동일하다. 통신업체가 하드웨어를 빌려주는 구조라면 ASP사업자는 소프트웨어를 빌려주는 구조이기 때문이다. 더욱이 통신업체는 IDC와 네트워크를 보유하고 있기 때문에 공급 가격을 낮추어 경쟁력을 높일 수 있으며, 정보보안, 사업의 지속성 측면에서도 고객에게 신뢰를 줄 수 있다.

4. 데이콤의 ASP 사업 전략

데이콤은 ASP시장에 있어서 현시점이 매우 중요한 시기라고 보고 있다. ASP시장의 성장가능성에 대해서 긍정적, 부정적 시각이 첨예하게 대립하였으나, 이제는 성장 가능성이 더욱 높은 것으로 판단하고 있다. ASP시장을 선도적으로 이끌어온 미국의 경우에도 최근 시장이 점차 성숙단계에 들

어서면서 성공하는 기업이 점차 증가하고 있는 추세가 뚜렷해지고 있다. 국내에서도 내년쯤부터는 이러한 현상이 나타나게 될 것으로 보인다.

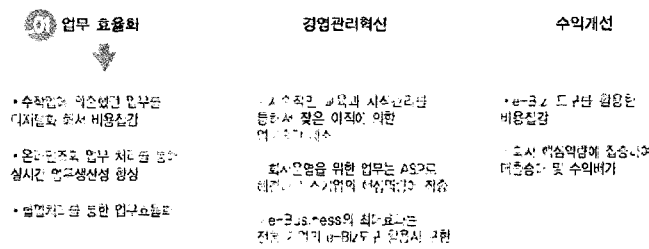
데이콤은 1999년에 국내에서 최초로 중소기업을 대상으로 한 ASP서비스를 시작했고, 2003년에는 중소기업 및 자영업자를 대상으로 기업경영에 필요한 각종 WEB솔루션, 업무용 프로그램 등 비즈니스솔루션, 컨설팅, 교육서비스를 통합하여 제공하는 서비스를 eBiz마트(www.ebizmart.co.kr)라는 브랜드로 묶어서 출시했다. 특히, eBiz마트는 정보통신부에서 주관하는 *소기업네트워크화사업을 위한 교육사업을 함께 추진하여 시너지를 높이고 있다.

eBiz마트는 중소기업에 초점을 맞추어 아래 (그림 1)과 같이 업무효율화, 경영관리 혁신을 도모하

고 궁극적으로는 중소기업의 수익개선을 기대하고 있다. 이로서 미흡한 중소기업 정보화를 실질적으로 이끌어 내는 역할을 하고자 한다.

eBiz마트는 중소기업의 디지털화를 통해서 업무 효율성을 향상시키고, 저렴한 가격으로 중소기업이 디지털경쟁력을 확보하게 하여 중소기업의 디지털 비즈니스를 제공하는 서비스다. 이를 통해, 네트워크방식에 의한 전통산업의 IT화를 지원하고, 중소기업이 저렴하고 편리하게 인터넷솔루션을 활용할 수 있는 ASP모델을 제공하는 것이 eBiz마트의 비전이라고 할 수 있다.

특히, eBiz마트는 아래 <표 2>와 같이 엔터프라이즈 포털, 컨설팅, 교육, 콜센터를 모두 갖추어 중소벤처가 eBiz마트<표 3>에서 컨소시엄을 이루어 서비스할 수 있는 구조를 지원한다.



(그림 1) eBiz마트 서비스 활용 효과

중소기업 디지털화 → 업무효율성 향상	저렴한 가격구조 → 디지털 경쟁력 확보	중소기업 디지털비즈니스모델 제공
<ul style="list-style-type: none"> • e-Biz로 각종 기업용 (기업용) 업무용 생산성 향상 지원 • 전자·정보·컨설팅(협업)이 필요한 중소기업에 교육 제공하는 교육비용 절감의 경우 e-Biz로 운영이 가능할 수 있도록 교육지원 • 컨설팅 교육(협업)에 대한 교육 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업에 대한 지원 없이 e-Biz로 운영이 불가능 • 중소기업에 대한 협업인 서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업의 생산(협업)이 되고, e-Biz로 비용절감 가능 • 중소기업 디지털화 성공기업 지원 • 협업 (협업)과 교육의 중요성을 지원한다

• 네트워크 방식에 의한 전통산업의 IT화 지원
 • 중소기업이 저렴하고 편리하게 인터넷 솔루션을 활용할 수 있는 ASP모델 제공

(그림 2) eBiz마트의 비전

* 소기업네트워크화사업 : 정보통신부와 한국전산원이 50인 미만의 소기업과 자영업자의 IT화를 지원하기 위해서 소기업과 자영업자가 eBiz 상품을 가입할 경우 상품활용을 위한 교육을 지원하는 사업

<표 2> eBiz마트 구조

추진 항목	구 축 내 용	비 고
Enterprise Portal	<ul style="list-style-type: none"> ·복수의 다양한 서비스 사용 ·사용자의 관점에서 편리성 제공 ·통합 사용자인터페이스 제공 ·사용자 인증(SSO) 통합 ·각 서비스 별 인증체계 표준화 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객이 eBiz 마트에서 One Stop 서비스가 가능하도록 포탈 구축 (IDC, 네트워크 포함)
컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> ·소기업 대상 정보화 사전 컨설팅 - e-Business화를 위한 최적의 Roadmap 제시 ·태이콤의 e-Biz 컨설팅 조직 및 특정 분야의 컨소시엄사 협업 	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업 eBiz 화를 위한 효과적이고 효율적인 대안 제시
교육	<ul style="list-style-type: none"> ·On/Off Line 교육 체계 구축 ·기초 소양교육 및 서비스 이용 교육으로 구분 ·태이콤의 전국 교육장 활용한 집합교육 또는 방문교육 	<ul style="list-style-type: none"> - 정부가 추진하는 "소기업 네트워크화사업"과 병행
콜센터	<ul style="list-style-type: none"> ·IT 분야에 전문성을 가진 CICK를 통해 업무 수행 ·본 사업을 위한 전문 요원 확보 ·주요 장애접수 및 1차 고객지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 최적의 서비스품질을 유지 하기 위한 콜센터 체계

<표 3> eBiz마트 주요 서비스

구 분	서 비 스
웹솔루션	웹하드, 호스팅 (웹/서버/메일)
업무용 서비스	그룹웨어, 전자지불결제, SMS, 전자세금계산서
업종별 서비스	운송업 예약/배차 종합 서비스 등 12개 BM (Business Model) 서비스
ERP	제조/패션/건설/섬유 ERP
보안 서비스	보안관제, VPN, 통합보안 서비스
유통/무역 서비스	유통 수/발주 서비스, 전자무역 서비스

5. ASP 발전방향

ASP는 앞으로 고객에 제공하는 서비스가 어플리케이션에서 나아가 비즈니스라는 측면에서 BSP (Business Service Provider), 협업을 지원한다는 측면에서 VSP (Vertical Service Provider) 등 다양한 서비스로 발전할 수 있다. 그러나 가장 기초가 되는 어플리케이션 서비스가 제대로 되어야 한다. 즉, 고객이 믿고 쓰게 해야 한다. 이를 위해서 ASP

에 대한 전문적이고 지속적인 감리와 인증을 통해 고객사 업무 정보의 보안성, 무결성, 사용성, 그리고 ASP의 하드웨어, 소프트웨어, 컨설팅, 유지보수에 대한 신뢰성을 제고해야 한다. 기술적으로는 다양한 ISV (Independent Software Vender)가 제공하는 서비스를 통합하는 IDC, 네트워크, 플랫폼을 갖춘 중심사업자가 있어야 하겠다. 사업적으로도 특정제품을 단독으로 제공하는 것이 아닌 다양한 제품을 제공하는 포탈화된 ASP가 되어야 한다. 특히 ISV가 영세하므로 중심사업자와 협조하여 ISV가 수익을 낼 수 있도록 하여 지속적인 서비스가 담보되어야 한다.

ASP는 중소기업이 정보화를 추진하기 위한 재원과 전문인력이 부족한 중소기업 정보화의 유력한 대안이다. 정부차원에서 개별기업에 대한 지원인 IT아웃소싱보다는 중소기업의 정보화를 구조적으로 지원하는 ASP방식이 가장 현실적이다. 정보통신부, 산업자원부, 중소기업청 등에서 중소기업 정보화를 위한 지원이 이루어지고 있는데, 중소기업 정보화를 실질적으로 지원하기 위해서는 ASP모델이 IT아웃소싱보다 우월한 바, ASP산업이 활성화될 수 있도록 해야 한다. 예를 들어 산업자원부의 중소기업 3만개 정보화 지원정책과 정보통신부의 소기업 네트워크화 사업이 연관성을 가져야 하며, 지원대상도 50인 미만 등으로 엄격하게 제한하지 말고 중소기업의 정보화 효과여부에 근거하여 지원해야 할 것이다.

결론적으로 ASP산업이 발전하려면 고객이 찾는 서비스가 먼저 되어야 하며, 정부의 중소기업정보화 지원정책으로 활용되어야 한다. 이를 통해 IT아웃소싱과 구분되어 "빌려쓰는 IT도구"인 ASP가 활성화되고 나아가 비즈니스, 협업지원 등을 서비스하는 xSP로 발전할 수 있을 것이다.

참고문헌

- [1] IDC 1999년 자료
- [2] Henderson, A, "Application Service Providers," Cherry Tree Spotlight Report, Oct, 1999
- [3] Mcnealy, S, "Application Service Providers," Harvard Business Review, Jan, 2001
- [4] 정보통신부 2002년 자료
- [5] 가트너 2003년 자료
www.ebizmart.co.kr
www.aspindustry.org

저자약력

이 창우

한양대학교 기계공학과 (학사)
 LG전자
 LG구조조정본부 부장
 데이콤 멀티미디어인터넷 상무
 (주)데이콤 e-Biz 사업부장
 이 메 일 : changw@dacom.net

임 채 연

성균관대학교 경영학과 (학사)
 포항공과대학교 정보통신학과 (공학석사)
 (주)데이콤 e-Biz사업부 어플리케이션사업팀 과장
 주요관심분야 : 중소기업 ERP, 협업솔루션,
 소기업정보화지원정책 등
 이 메 일 : cylim@dacom.net