

Enterprise Business Software 시장의 동향 및 삼성SDS의 전략

손 우 형*

*삼성SDS

Abstract

1990년대 후반에 들어오면서 전세계 Enterprise Business Software(특히 ERP) 공급자들의 형태가 변화하고 있다. 기존에 공급자 각자가 기업에서 필요로 하는 전기능을 제공하는 Single Vendor Suite 전략에서 탈피하여, 소수(SAP, Oracle, PeopleSoft 등)의 공급자만이 Multi Vendor Component들의 조립을 통해 전체 기능을 제공하는 Portfolio Assembler가 되고 나머지 공급자는 Portfolio Assembler에게 Best of Breed를 제공하는 Component Supplier로 재편될 것으로 전망된다.

이와 같은 변화는 Proprietary형태의 Black Box로 공급되던 Software가 Model Based, Pattern Based 그리고 Component Based형태의 White Box로 공급이 가능해지고, 또한 Component기술이 발전 확산되고 있기 때문이다. 또한 고객들도 Global Competition에서 경쟁 우위를 점하기 위해 Single Vendor가 제공하는 평균화된 일괄시스템보다는 자신에게 맞는 특화된 기능들의 조합을 통해 맞춤형 태의 시스템을 원하는 추세를 보이며 이에 따라 Enterprise Solution Vendor들의 재편은 가속화 되고 있다.

이와 같은 추세는 최근의 SAP, Oracle, PeopleSoft, BAAN등의 대형 ERP업체나 QAD, Symix, SSA 등의 중견ERP업체뿐만 아니라 Microsoft 그리고 IBM, SUN, HP 등의 세계시장을 움직이고 있는 업체들의 동향을 통해서도 그 변화의 움직임을 찾아 볼 수 있다. 또한 Software업종뿐만 아니라 자동차, 통신, 금융 등 여타 산업에서도 M&A등을 통해서 기업의 집중력을 강화함으로써 Global Competition에서 살아남기 위한 노력을 기하는 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

한국의 경우 작년(1998년) IMF상황임에도 불구하고 ERP시장이 40%의 고성장을 이루었다. 올해에는 Y2K와 맞물려 성장속도는 더욱 빠르리라 예상된다. 하지만 한국시장의 경우 그 규모면에서 Economy of Scale의 효과가 크지 않으리라 예상되어 한국시장만을 보고 Enterprise Business Solution 전체를 개발, 유지하는 것은 바람직 하지 않다고 생각된다. 그러나 중국시장은 향후 미국시장규모를 능가하리라는 예측되며, 따라서 한국시장을 기반으로 중국시장을 공략하는 전략이 바람직하다고 사료된다.

삼성SDS은 UNIERP라는 Brand Name으로 국내 ERP시장에서 외국업체와 경쟁을 하고 있다. 상기와 같은 세계적인 시장 동향 및 추세, 그리고 한국 및 중국 시장의 변화추세에서 경쟁우위를 점하기 위한 전략은 다음과 같다.

첫째, 국내 ERP시장규모의 왜소 및 선진 ERP제품의 시장 침투를 감안할 때, 전 모듈을 자체 개발하는 Single Vendor Suite전략은 지양하며, 한국 기업의 특수성이 강한 회계, 인사 모듈은 자체개발하고, 여타 국제적 공용이 가능한 모듈들은 선진업체와 협력을 통해 공동 개발함으로써 전체 Portfolio Assembler로서 Market Positioning하고, 한국과 아시아, 특히 중국 시장에서의 점유율을 극대화해야 한다.

둘째, 구미시장 진출을 위해서는 Component Based로 대형 ERP제품에 특화된 Snap-On형태로 Best of Breed Component를 공급하는 Component Supplier가 주효한 전략으로 사료된다.

셋째, 이를 성취하기 위해 우선 기존 UNIERP를 Model Based로 전환하고 이를 Pattern based, Component based형태로 발전시켜, Portfolio Assembler와 component Supplier의 Dual Market Strategy를 추구하는 것이 바람직하다.