

제 1 절 e-Learning

배 수 진

정보통신산업연구실 연구원
(570-4342, bsj8@kisdi.re.kr)

• 목 차 •

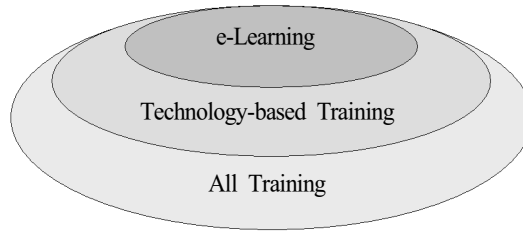
1. e-Learning의 개관	167
1.1 개 념	167
1.2 e-Learning 서비스 유형	169
2. 세계시장	170
2.1 시장규모	170
2.2 미국의 주요사업자 동향	171
2.3 전 망	173
3. 국내시장	174
3.1 시장규모	174
3.2 국내 주요사업자동향	176
3.3 전 망	178
참고문헌	179

1. e-Learning의 개관

1.1 개 념

e-learning은 인터넷을 이용한 학습(internet enabled learning)을 가능하게 하거나 지원하는 교육적 콘텐츠(educational content), 학습서비스(learning services) 그리고 제공 솔루션(delivery solutions) 전체를 의미한다. e-learning은 교수자에 의한 “live”학습 또는 개별학습자들에 의한 “self-paced” 자기주도학습이 특징이다.

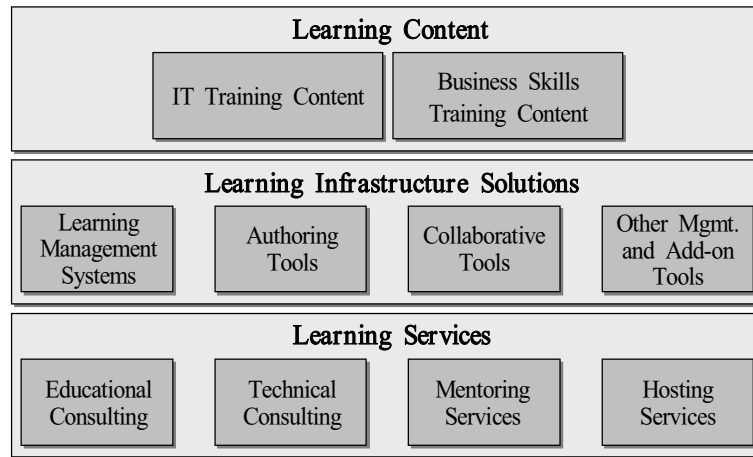
e-learning은 기술기반교육(Technology-based training), CD-ROM과 다른 기술전달훈련에 부분으로 포함된다. 기술기반교육(TBT)은 강사주도식교육(Instructor-led training)과 교과서 기반교육(Text-based training)을 포함하는 전체교육(All Training)의 부분집합형태이다. 국내에서도 e-learning용어를 2001년 한국교육공학회의 춘계학술대회에서 공식적으로 사용하였고, e-learning에 대한 정의들이 다양하였다. “디지털화된 멀티미디어 정보와 그



자료: IDC(2000)

[그림 4-1] The Relationship of e-Learning to All Training

정보들간의 네트워크로 형성된 학습환경에서 이루어지는 교수-학습의 목적을 위해 공학을 수단으로 제공되는 모든 학습경험, 활동들⁴¹⁾”로 보는 견해와 “디지털화된 정보를 매개로 학습주체의 적극적인 정보수집, 취사 선택, 편집 가공 및 평가 판단의 과정을 통해서 자신에게 필요한 지식으로 전환하고, 이를 다른 학습자와 함께 공유하는 학습활동,⁴²⁾” “웹을 통해 제공되는 학습⁴³⁾”등으로 다양하게 정의되었다. e-learning에 대한 정의가 학자들마다 조금씩 차이가 있지만, e-learning에서 ‘e’가 인터넷 기반 기술을 의미한다는 점, ‘Learning’은 교수자 중심에서 학습자 중심으로의 패러다임 변환을 의미한다는 것에 대체적으로 합의를 보고 있는 듯하다.



자료: IDC(2001)

[그림 4-2] IDC's Corporate Learning Taxonomy, 2001

41) 강이철 · 박기용, 한국교육공학회, 춘계 학술대회(2001)

42) 유명만, 한국교육공학회, 춘계 학술대회(2001)

43) 박인우, 한국교육공학회, 춘계 학술대회(2001)

Learning Content는 코스의 구조, 멀티미디어, 시뮬레이션, 테스트 그리고 평가를 포함한다. Learning Infrastructure Solutions는 e-learning에 관련한 분배 기술로서 교육 관리시스템(LMS), 학습저작도구, 협력학습도구, 가상교실 등을 포함한다. Learning Services는 교육 컨설팅, 기술적 컨설팅, 학습요구평가, 학습전략 개발, 콘텐츠 설계 및 개발, 시스템 통합, 사이트관리 및 호스팅, 유지보수를 포함한다.

1.2 e-Learning 서비스 유형

e-learning은 ‘언제든지(anytime)’, ‘어디에서든지(anywhere)’, ‘누구나(anyone)’ 사용할 수 있는 교육형태이지만, 현재 다양한 e-learning 서비스 유형에서 학습자들은 서비스 기술의 특성과 인터넷 응용수준을 고려하여 자신에게 맞는 적절한 유형을 선택해야 할 것이다.

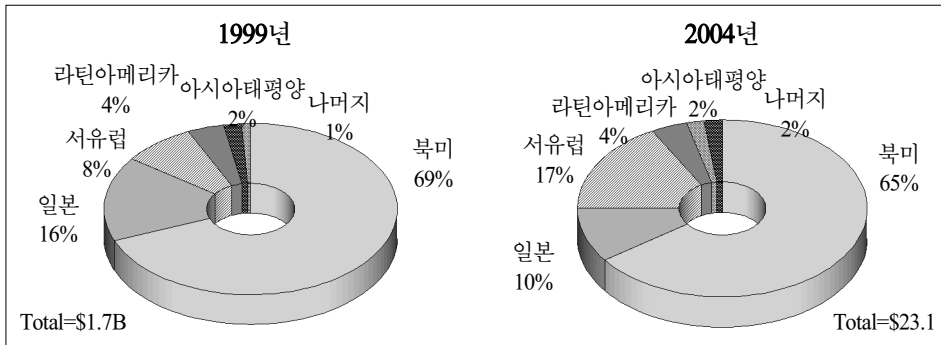
〈표 4-1〉 e-Learning 서비스 유형

서비스 유형	내 용
사이버 강의 /VOD형	VOD는 프로그램을 선택 호출하면 데이터베이스 센터에서 단말기로 전송하는 시스템. 사이버 강의는 이 방식을 통해 교육용 비디오 혹은 강의를 시청할 수 있도록 제작, 그러나 VOD는 강의내용을 일방적으로 전달할 수 밖에 없는 단점이 있다.
WBI/HTML형	WBI/HTML형은 컴퓨터 네트워크가 면 대 면 교육이나 원격교육 등에서 하나의 보조적 매체로 이용되는 방식과 컴퓨터 네트워크가전체 강좌나 강좌의 일부를 가르치는 주된 매체로 활용되는 기법이 채택됨. 컴퓨터 네트워크를 토론의 참여 수단, 온라인 데이터베이스 활용의 수단 또는 세계에 흩어진 전문가들과 정보교환 수단 등으로 이용하는 형태도 있음.
학습지/시험형	학습지형은 학습 자료를 e메일 학습지 형태로 전송해주거나 개별 지도해주는 서비스를 제공함. 모의고사 형식과 같은 시험문제들을 학생들이 직접 인터넷상에서 풀고 답을 입력한 뒤 이를 채점해주는 서비스를 제공하는 사이트가 주류.
Q&A/자료실형	인터넷을 통해 학습자들의 질문에 대한 답변을 제공, 교수 내용과 관련한 자료들을 자료실 형태로 나열한 사이트들로 게시판의 형태로 운영되는 경우가 많음.
사이버 스쿨형	사이버스쿨은 학사과정으로 인터넷상의 가상학교 시스템 컴퓨터와 인터넷을 통해 강의하는 서비스를 제공함. 주로 대학을 중심으로 활성화해 왔으나 최근 들어 고교생을 포함한 더 넓은 범위의 대상층으로 서비스가 확대되고 있음.
포털형	교육에 관련된다양한 종류의 콘텐츠들을 디렉토리 검색 서비스의 형식이나 링크 형식을 기반으로 제공함. 직접 교수 콘텐츠를 보유하기보다는 교육 콘텐츠의 소재(정보 위치)를 제시해 줌으로써 학습자들이 보다 쉽게 교육 콘텐츠를 찾아볼 수 있도록 함.

자료: 한국닷컴(2001. 6. 27) 재구성

2. 세계시장

전세계 기업 e-learning 시장은 향후 5년간 68.8%의 놀라운 연평균 성장률을 보이며 급속도로 성장할 것으로 예상되며, 시장규모는 1999년 \$17억 달러에서 2004년에는 \$231억 달러까지 증가할 것으로 보인다.

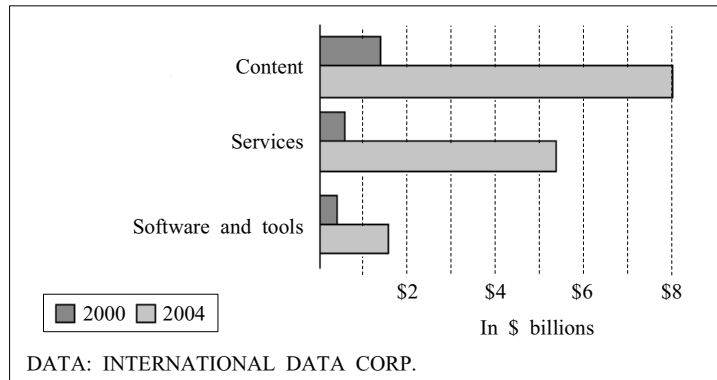


자료: IDC(2001)

[그림 4-3] 전세계 e-Learning 시장규모(1999년, 2004년)

2.1 시장규모

미국에서의 e-learning은 지난 3년 동안 미국 기업들에 의해 매우 성공적으로 사용되어왔다. 그리고 미국 대규모 회사의 92%가 2000년까지 e-learning 프로젝트를 이미 실용화해 왔으며, 현재는 미국 교육예산의 60%를 차지하는 수준까지 이르렀다. IDC 자료에 따르면, 미국은 2004년까지 e-learning에 \$148억 달러를 지출할 것으로 기대되고 있다.



자료: IDC

[그림 4-4] 미국의 e-Learning 전망(2000년, 2004년)

콘텐츠가 앞으로도 미국 e-learning 시장에서 중요한 부분을 차지할 것이지만, 교육서비스 또한 빠른 성장세를 보일 것이다. 한편 솔루션(software and tool)의 중요성은 점차 감소될 것이다. Delivery tool은 관리, 인증 시스템과 동기식교육솔루션 관련 업계가 통합되어가면서 점차 필수 사양으로 전환, 점차 end-to-end e-learning 솔루션에서 임베디드 형태가 될 것이다.

2.2 미국의 주요사업자 동향

Meta Group은 2002년 3월 말 보고서를 통해 향후 2년 내에 모든 조직의 60%가 e-learning을 채택하게 될 것이라고 발표하였다. 미국의 다국적 기업들은 기업의 생산성 향상을 위해 도입한 전자적 자원관리(ERP), 고객관계관리(CRM)를 제대로 수행하기 위해 e-learning의 필요성에 주목하고 있다. 유명 기업들의 이러한 움직임에 대해 리서치 기업 Meta Group의 선임연구원인 Mike Gotta는, 급변하는 디지털환경에서 기업이 투자대비수익(ROI-Return On Investment)을 수시로 확인할 수밖에 없으므로 직원들의 교육훈련에 있어서도 성과측정을 점차 요구하게 될 것이고, 따라서 e-learning 도입이 점차 늘어나고 있는 추세라고 설명하였다. 기업이 외부의 변화에 발 빠르게 대응하기 위해 직무환경도 탄력적으로 변해야 할 것이다. 따라서 ERP나 CRM의 효율성을 높이기 위해 새롭게 직원들을 교육훈련 시키는데 있어 e-learning이 가장 적합한 교육으로 향후 급속히 확산될 것으로 예상된다.

〈표 4-2〉 e-Learning 회사들의 주식시장 상장(floatation)

e-러닝 업체	상장일(Flotation date)	자본금 조달 (단위: 백만달러)
Centra Software, Inc.	2000년 2월 2일	70.0
Skillsoft Corporation	2000년 2월 2일	43.4
Lightspan Partnership	2000년 2월 9일	90.0
VarsityBooks.com	2000년 2월 14일	40.8
Digital Think, Inc	2000년 2월 24일	61.6
Riverdeep Group	2000년 3월 8일	121.7
Saba Software	2000년 4월 6일	60.0
Docent	2000년 9월 28일	88.0

자료: IDATE, NASDAQ 자료 기반

e-learning은 교육시장의 세계화를 촉진하고 있다. 성공적인 다국적기업들은 지역 시장을 효율적으로 공략하기 위해 그 지역의 로컬파트너를 찾는다. 지금까지 대부분의 e-learning 다국적 기업은 미국에 기반을 두고 있으며, 북미, 유럽과 아시아 태평양 지역

까지 사업을 확대하고 있는 Smartforce를 그 예로 들 수 있다. 그 외에도 Click2learn, Digital Think, Global Knowledge Network, NETg, Saba가 있다. e-learning은 미국시장에 근거한 새로운 사업 부문이다. e-learning 산업은 규모가 작은 기업들로 구성되어 있다. 이 많은 신생 기업들은 대부분 벤처 캐피탈 자금을 지원 받고 있다. 전문 Website Eduventure.com에 따르면 미국 주식 거래소에 e-learning관련 기업들은 '97년에 5개에서 1999년에 8개로, 2000년에는 33개 업체로 그 수가 증가하고 있다.

e-learning성장이 독점적인 신생기업들에 의해 이루어졌지만, technology 산업에서 발생한 많은 대기업들(IBM, Sun, Microsoft, Cisco와 Oracle)과 콘텐츠 제작 업체(Harcourt, Pearson, 그리고 Vivendi Universal)들은 지금 그들이 e-learning 산업을 주도할 수 있는 주요한 장점을 가지고 있다. 이 장점에는 강력한 브랜드 파워, 충분한재정, 높은 서비스의 품질과 이미 존재하는 고객 기반이 포함되어 있다.

시장 점유를 위해 경쟁하는 업체들은 그들의 핵심 기술에 따라, 기술제공이나 혹은 콘텐츠와 서비스제공 등 셋 중 하나에 초점을 맞추어, value chain 내에서 다르게 자리를 잡고 있다.

다음의 e-learning platform 제공 업체는 특히 교육 콘텐츠와 서비스 시장에서 중요한 역할을 한다. 콘텐츠 제작업체에 대해서는, 비록 대부분의 교육콘텐츠 업체들이 이미 콘텐츠 제공을 향상시키기 위해 부가적으로 서비스를 제공하기 시작했지만, 본연의 핵심 사업분야는 변함없이 진행되고 있다.

그러나, <표 4-3>의 e-learning 업체들은 미국의 거대 규모의 포털(portals)을 가진 콘텐츠 통합자(content aggregator)들인 Yahoo!, AOL, MSN 같은 잘 정착된 인터넷기반의 브랜드 네임을 가진 회사들과 경쟁해야만 한다. 이 대규모 기업은 e-learning 시장으로 진입하기 위해 준비하고 있다. 일반 대중들에게 잘 알려진 브랜드파워와 웹 사이트를 통한 마케팅과 판매 조직을 이미 확보하고 있지만, 이 포털업체들은 교육 콘텐츠 통합자(aggregators)이길 더 선호한다. 이 산업에서의 전략은 대학과 그들의 코스를 온라인으로 제공하도록 격려하는, 동반자 관계를 형성하는 것일 것이다. 이런 관계는 대중적인 무료 e-learning을 만들 수 있고, 후에 유료 온라인 교육 모듈을 소개하는 창구가 될 수도 있다. 하지만 아직까지 e-learning 산업에서의 신생기업들은 뚜렷한 수입모델을 아직 찾지 못하고 있는 실정이다. 출판, 정보기술, 전자, 그리고 미디어 산업에서의 몇몇 주요한 업체들은, e-learning전망에 대해 매우 긍정적으로 보고 있어, e-learning에 현재 투자하고 있거나 투자할 계획을 갖고 있다. IBM, Oracle, Microsoft, SAP, Sun Microsystems, Siemens, Cisco와 Vivendi Universal은 모두 다음 몇 년에 걸쳐 자신들이 마켓 리더로서 확고한 위치에 오르기 위한 전략들을 추구하고 있다. 유럽에서는, 몇몇 주요업체들 Pearson과 Vivendi Universal 등이 또한 e-learning산업으로 진입하고 있다. 미국 사이버 대학에서 이들 기업은 technology solution에 대한 연구로 교육 솔루션과 디지털 콘텐츠 전달에 많은 기여를 하고 있다. e-learning 주요 업체들은 처음 이 시장 성장의 원인이었지만 현재 대부분이 재정적인 어려움을 겪고 있다. 따라서 자신들만의 특화된 사업부문을

더욱 전문화하여, 규모가 큰 재정적으로도 튼튼한 다각화된 그룹으로 나아가기 위한 진화가 필요하며, 앞으로 몇 년에 걸쳐 e-learning 분야는 인수합병(M&A)를 겪어야만 할 것이다. 해외, 특히 미국의 e-learning 업체들이 계속해서 변화하고 있다. 유명업체들이 대규모 공공기관의 계약을 따내거나 서로 제휴를 맺는가 하면, 대규모 업체들이 합병되어 보다 더 거대한 기업으로 성장하기도 한다. 2002년 6월에 SmartForce사가 경쟁관계에 있던 SkillSoft사를 합병하였다. 유명 e-learning 업체였던 두 회사는 좀더 강력한 e-learning 상품을 제작하기 위해 SmartForce가 Skill Soft를 자회사로 흡수 합병하였다.

〈표 4-3〉 20개의 주요 e-Learning업체들의 핵심분야

Company	Technology platform			Contents			Services													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Auralog						☞														
Blackboard		☞																		
Click2learn		☞																		
DigitalThink		☞																		
Docent		☞																		
Editions ENI																				
GlobalKnowledge																				
Harcourt General																				
IBM		☞																		
KnowledgePool																				
Learn2.com																				
M2S																				
Mcgraw Hill																				
Mentergy																				
Pearson Education																				
Saba		☞																		
SkillsSoft																				
Smartforce																				
Thomson Learning																				
Vivendi Universal Publishing																				

자료: IDATE

2.3 전 망

최근의 시장 평가는 e-learning산업에 대한 매우 긍정적인 전망을 보여준다. 몇몇 보고 서들이 2004년까지 전세계 온라인 교육시장의 연간 50%의 성장률을 예상하고 있다. 전 세계적으로 e-learning 비즈니스 산업은 가장 전망 있는 부문으로서 2004년까지 230억 달러의 가치에 달할 것이다. 미국은 이 성장의 2/3를 차지할 것이고, 그 뒤를 이어 유

럽, 일본, 남아메리카, 그리고 태평양 지역까지 괄목한 만한 성장이 예상된다. e-learning에 의해 발생된 지속적 수입(revenue)들은 미국에서 매년 2배씩 성장하여 2003년에 114억 달러 정도에 이를 것이다. 유럽의 e-learning산업에 관련해서는, 2000년에 3억5천만 유로였고, 2004년에는 40억 유로 이상의 성장을 전망하고 있다. 미국을 비롯한 각국의 e-learning 시장전망을 보면 초기에는 서비스시장이 성장하나 갈수록 콘텐츠 시장의 성장세가 두드러져 부가가치가 높은 콘텐츠 산업이 솔루션과 함께 e-learning 시장 확대를 주도해 나갈 것으로 전망하고 있다.

3. 국내시장

3.1 시장규모

한국소프트웨어진흥원의 2001년 연구 보고서⁴⁴⁾에 따르면 교육 콘텐츠 시장규모가 연평균(CAGR) 39%성장한데 비해 온라인교육매출 규모가 2001년에는 연평균 49%의 더 높은 성장률을 나타냈다. 이는 교육콘텐츠 분야 중 온라인교육콘텐츠가 급격히 성장하고 있음을 나타낸다.

〈표 4-4〉 디지털교육콘텐츠제작의 총 매출액 및 온라인교육매출액 규모

(단위: 천만원)

교육	2000년 총매출액	2000년 평균매출액	2001년 총매출액	2001년 평균매출액
전체*	16,519.6	133.2	24,540.8	197.9
온라인**	6,822.3	55.0	10,135.3	81.7

주: 1. n=124

2 * 전체 디지털 콘텐츠 관련 매출총액은 순수콘텐츠 매출액에다가 오프라인을 통한 콘텐츠판매나 관련 전자상거래 매출액, 솔루션 판매액 등을 합한 것임

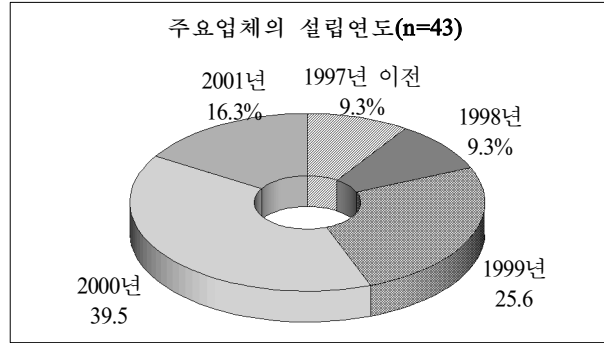
** 온라인매출액은 디지털콘텐츠 관련 매출액 중에 광고료, 회원비, 콘텐츠당 사용료, 라이선스 수익 등을 합한 것

자료: 한국소프트웨어진흥원(2002. 2), 재구성

대부분의 디지털 콘텐츠사업체(게임, 영상, 경제 등)설립은 '97년 이전부터 어느 정도 설립되어 있었지만, 교육업체의 경우 '97년과 '98년까지는 교육업체의 수가 그리 많지 않았다. '99년부터 교육업체들이 시장진입이 가속화되어 2000년에 가장 많은 업체들이 설립되었음을 알 수 있다. 2001년에도 교육업체들의 시장진입이 계속 있는 것으로 보아 앞으로 국내 교육시장의 전망이 긍정적인 것을 알 수 있다. 국내 디지털교육업체의

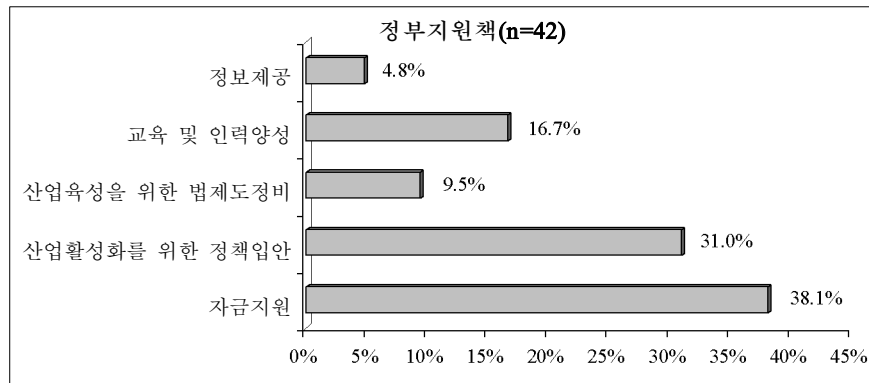
44) 2001 국내 디지털콘텐츠 산업시장조사보고서(2001. 2), 한국소프트웨어진흥원.

사업전망에 대해서는 69.8%가 긍정적인 것으로 평가하였다.



자료: 한국소프트웨어진흥원(2002. 2), 재구성

[그림 4-5] 디지털교육 주요 업체의 설립연도

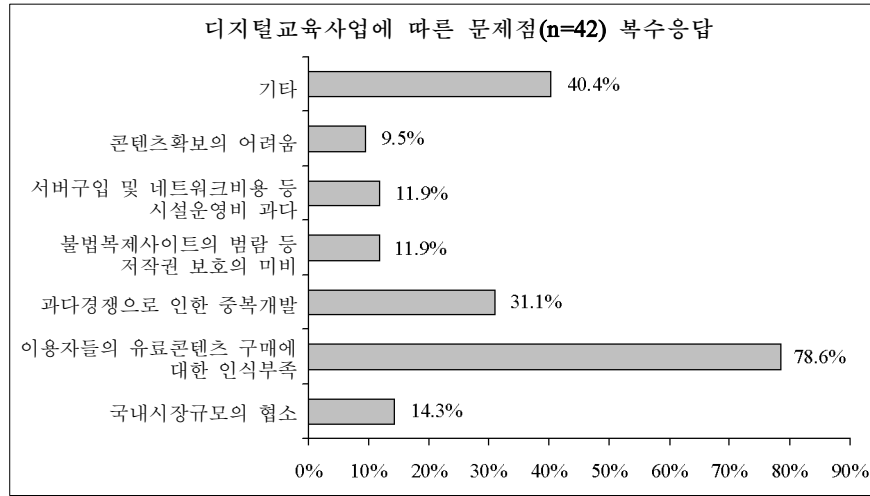


자료: 한국소프트웨어진흥원(2002. 2), 재구성

[그림 4-6] 디지털교육업체들이 바라는 정부지원책

디지털교육업체들이 사업하면서 가장 시급한 정부지원책은 자금지원책(38.1%), 그 다음으로는 산업활성화를 위한 정책입안(31%), 교육 및 인력양성(16.7%), 산업육성을 위한 법제도정비(9.5%), 정보제공(4.8%) 등의 순으로 정부의 적극적인 지원을 기대하는 것으로 나타났다.

디지털교육 사업에 따른 문제점으로는 이용자들의 유료콘텐츠구매에 대한 인식부족이 78.6%로 가장 많았고, 과다경쟁으로 인한 중복개발(31.0%), 국내 시장규모의 협소(14.3%) 등이 나타났다.



자료: 한국소프트웨어진흥원(2002. 2), 재구성

[그림 4-7] 디지털교육사업에 따른 문제점

3.2 국내 주요사업자동향

한국능률협회에서 발간한 Web Power의 “2002 K-WP·K-WPC”의 교육부분 조사결과에 따르면 이미 많은 고객을 확보하고 있는 온라인교육은 환경이 급속히 개선됨에 따라 2005년에는 15조원 규모에 이르러 오프라인 교육을 위협하는 수준이 될 것으로 예상하고 있다.

<표 4-5> 네티즌 평가 상위 5개 웹사이트 평가 지표별 점수

(단위: 100점만점)

업 체	4차 K-WPI평가 지표별점수					4차K-WPI
	인지율	인지도지수	이용도	이용도지수	요소만족도	
교육포털						
에듀넷 edunet.net	10.8	21.6	15.6	31.2	68.6	48.1
e-캠퍼스 e-campus.co.kr	2.8	5.6	16.8	33.5	68.1	45.2
배움닷컴 baeoom.com	7.0	14.0	13.8	27.6	68.1	45.1
에듀피아 edupia.com	5.0	10.0	4.8	9.7	68.7	39.2
에드피아닷컴 edpia.com	3.5	7.0	3.6	7.3	67.3	37.2

업 체	4차 K-WPI평가 지표별점수					4차K-WPI
	인지율	인지도지수	이용도	이용도지수	요소만족도	
외국어영역						
YBM 시사 ybmsisa.com	23.1	46.2	60.2	100.0	68.9	73.7
윙글리쉬닷컴 winglish.com	9.4	18.8	14.3	28.6	67.1	45.9
다락원 ddnet.co.kr	2.2	4.4	8.2	16.3	66.1	38.8
펀글리쉬 funglish.co.kr	3.1	6.2	4.4	8.8	68.1	37.9
파고다 pagoda21.com	2.8	5.6	3.8	7.5	66.9	36.8

주: 1. K-WPI는 인지도에 20%, 이용도에 30%, 웹사이트 평가에 50%의 가중치를 주어 100점 만점으로 산출함.

$$2. \text{웹사이트평가지수(K-WPI)} = 0.2\chi + 0.3\kappa + 0.5\lambda$$

χ (인지도 지수) = 웹사이트에 대한 비보조 인지율을 고려하여 산출

κ (이용도 지수) = 웹사이트의 특정시점에서의 이용율, 실구매자 비율 등을 고려하여 산출

λ (요소만족도) = 웹사이트에 대한 평가를 고려하여 산출

자료: 한국능률협회(2002. 6.)

사이버교육 전문업체들의 매출실적이 지난해에 비해 급상승했다. 국내 e-learning 전문사이트 콘텐츠 미디어에서 21개 주요 사이버교육 기업들을 대상으로 올해 매출실적을 조사한 결과, 전반적인 경기불황에도 불구하고 평균 매출액에서 전년도에 비해 무려 180% 이상 성장한 것으로 나타났다. 주요 기업들의 매출현황을 보면 메디오피아와 이루넷이 각각 330억원과 310억원을 기록한 것을 비롯해 지난해에 비해 300억원 이상 매출을 기록한 기업이 두 곳이나 나왔으며 100억원대 이상 기업도 3곳에서 6곳으로 증가했다. 신장률 면에서는 교육포털 배움닷컴이 600%가 신장된 30억원, 기업 위탁교육에 주력했던 크레듀가 260%가 신장된 83억원을 각각 기록한 것으로 조사됐다. 국내 e-learning의 가장 큰 성장을 보이는 분야는 기업 e-learning 교육이다. 국내의 주요 대기업들이 전체 교육예산 가운데 온라인 교육 투자비중을 급속히 늘리고 있고, 또한 교육성적을 인사 고과에 반영함으로써 임직원들의 교육 열기를 북돋우고 있다. 국내 교육업체들이 해외로 콘텐츠시장을 확대하려는 움직임이 보이는 가운데 인터넷교육서비스를 제공하는 크레듀(www.credu.com)는 일본에 자사의 콘텐츠를 독점적으로 공급키로 계약을 맺었다. 2002년에 수출되는 콘텐츠는 직장인 대상 온라인 경영교육 콘텐츠와 사이버교육운영시스템으로 올해 별도 온라인 교육사이트를 구축하고 여기에서 얻어지는 유료수익의 40%가 크레듀에게 주어진다. 온라인 외국어교육시장은 포화상태에 가까울 정도로 많은 업체들이 있다. 이들 중 인지도가 가장 높은 YBM시사닷컴(www.ybmsisa.com)

은 e4u 사이버 어학원을 통해 올해 43억원 매출을 예상하고 있고, 올 상반기 매출 50억 원 중 B2C 부문에서 13억원의 매출을 올렸다. SK텔레콤과 제휴, 유·무선 포털을 통해 모바일 영어강의서비스를 제공하고 있다. 교육인적자원부 산하 기관인 한국교육학술정보원이 운영하는 에듀넷(<http://www.edunet.net>)은 1999년 포털 서비스를 실시한 이래 초등학생·중학생·고등학생·교사 등 이용 대상별로 맞춤 서비스를 실시하고 있다. 유아와 학부모, 특수교육 코너도 마련되어있고, 분야별로 다양한 학습프로그램을 제공하며 이용회원은 약 5백만명으로 무료로 학생, 교사들에게 각종 학습 자료를 제공하고 있다. 대교의 교육포털 사이트인 에듀피아닷컴(www.edupia.com)은 유료 교육 콘텐츠의 결제를 지원하기 위해 최근 빌링 솔루션을 도입했다. 대교는 오프라인 학습시스템에 온라인을 효율적으로 접목시켜 양 분야간 시너지 효과를 올리기를 기대하고 있으며, 온라인 교육 콘텐츠에도 다양한 요금제를 접목시키기 위해 빌링 솔루션을 도입하기로 했다. 현재 경기침체에도 불구하고 각급 학교와 공공기관 및 기업들의 e-learning 시스템 도입은 꾸준한 성장이 기대된다.

3.3 전 망

국내에 e-learning이 도입된 후로 e-learning은 교육의 한 분야로 자리잡고 있다. 이는 초고속인터넷통신망을 비롯한 각종 인프라와 우리 나라의 높은 교육열로 인해 앞으로 도 국내 e-learning이 계속될 것으로 예상된다. e-learning의 경우 올해 1조 7,000억원, 내년에는 2.5조원으로 추정하는 등 밝은 전망이 있지만, 아직 국내 e-learning에 대한 사용자들의 인지도가 낮고 e-learning관련 기술표준화가 갖추어져 있지 않는 한계가 있다. 이 문제를 해결하기 위해서는 정부주도로 통일적인 협의체를 마련하여 콘텐츠 제작에 대한 지원방안과 기술표준개발지원안이 가시화 되어야 할 것이다. 세계적인 성장속도를 감안할 때 e-learning 관련 콘텐츠, 솔루션, 서비스의 경쟁력을 확보할 경우 유망한 지식수출 산업이 될 수 있을 것이다. 공교육이 25조원, 사교육이 25조원 등 전체 교육 시장이 50조원 규모라고 볼 때 온라인 교육의 성장 가능성은 매우 높다. 현재 전 세계적으로 국가적 차원의 e-learning전략이 수립 진행되고 있다. 우리 정부도 차세대 고부가가치 지식산업으로 e-learning산업을 인식하고 산업활성화를 위해 정부지원창구를 단일화하고, 관련 법제도를 지속적으로 정비하고, 핵심 기술개발에 자금을 지원하는 등 종합적인 발전전략을 추진해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 배수진, 「온라인교육」, 『정보통신산업동향—콘텐츠편』, 정보통신정책연구원, 2001. 9.
- 유인출, 「국내와 e-Learning 시장 및 기술 동향」, 『B2B e-Learning의 시장동향 및 마케팅 전략』, 2001. 10. 16
- 유지연, 「지식기반사회에서의 e-Learning 현황 및 전망」, 『정보통신정책』, 정보통신정책연구원, 2001. 9. 1
- 콘텐츠 미디어, 「CEM's Weekly」, 각호
- 한국능률협회, Web Power, 「2002 KMA 전략보고서 제2호」, 2002. 6. 24
- 한국소프트웨어진흥원, 『2001 국내 디지털콘텐츠 산업시장조사 보고서』, 2002. 2.
- 한국i 닷컴, 「e교육 어떻게 이뤄지나」, 2001. 6. 27
- DigitalTimes 각호
- “e-Learning: The Definition, the Practice, and the Promise,” IDC, 2000. 10
- “e-Learning Struggles to make the grade,” Informationweek.com, 2002. 5. 9
- “e-Learning: challenges and opportunities for key players,” IDATE, Idate news, 2002. 2. 26
- “e-Learning Firms Create Alliance,” LearningCircuits, 2002. 7. 2
- “e-Learning Market Sectors: What, Who and How?,” Gartner Dataquest, 2002 1. 9
- “How Enterprise Select e-Learning Training Providers,” Gartner Dataquest, 2002 4. 10
- “Market Analysis of the 2002 U.S. e-Learning Industry,” bandon-hall.com, 2002.
- “State of the Industry 2001,” Online Learning magazine, 2001. 10.
- “2002 Workplace Training Report,” Knowledge anywhere, 2002.