

오픈소스 소프트웨어 기반 비즈니스 모델

송실대학교 SW특성화대학원(교수)

김종배(Ph.D.)

kjb123@ssu.ac.kr

010-9027-3148

Professor



Name: Kim Jong Bae

Department: Graduate School of Software,
Soongsil University

Contact: 010-9027-3148

E-mail: kjb123@ssu.ac.kr

<주요 저서>

- 오픈 소스 2.0(2010)
- 10,000 피트에서 바라본 오픈 소스 소프트웨어(2013)
- 오픈소스 ANTLR4 입문(2014)
- 오픈 소스 소프트웨어 개발에서의 애자일 기법(2015)
- 오픈 소스 소프트웨어 개발 기법(2016)
- 오픈 소스 소프트웨어 R을 활용한 공간 분석과 매핑(2016)
- 오픈 소스 소프트웨어 비즈니스 모델(2017)

오픈소스 소프트웨어 비즈니스의 전략적 이점

사용자 기반과 커뮤니티	시장 위상과 경쟁	수익 모델 및 재정
<ul style="list-style-type: none"> - 사용자 기반 개발 - 시장에 대한 정보 - 혁신의 전파 - 생산성 증가 - 고객 요구사항 만족 - 외부 개발자 활용 - 새로운 스킬 및 프랙티스 습득 	<ul style="list-style-type: none"> - 제한된 시장으로의 접근 - 명성 - 경쟁자 공격 - 비공개 표준에 대한 개발선점 - 약자포용정신 - 벤더-종속 탈피 	<ul style="list-style-type: none"> - 새로운 서비스 창출 - 보완 서비스 요구 증가 - 개발 비용 절감 - 낮아진 손익 분기점 - 새로운 수익모델 도입

옵타로스(Optaros, <https://www.optaros.com>)의 분류

구분	설명
<ul style="list-style-type: none"> 전통적인 소프트웨어 모델과 유사한 모델 	<ul style="list-style-type: none"> 초기에는 오픈소스 소프트웨어로 개발하다가, 나중에 상용으로 판매하는 모델
<ul style="list-style-type: none"> 이중 라이선스 모델 	<ul style="list-style-type: none"> 상용 소프트웨어로 판매되면서도 오픈소스 소프트웨어 라이선스를 유지하는, 즉 이중 라이선스를 갖는 비즈니스 모델
<ul style="list-style-type: none"> 오픈소스 소프트웨어에 대한 서비스 가입 모델 	<ul style="list-style-type: none"> 오픈소스 소프트웨어의 획득은 무료로 누구나 이용이 가능하지만, 이에 대한 지원 및 서비스를 포함하였을 때에는 일정 계약 기간을 두어서 이에 대한 비용을 지불하도록 하여 비즈니스를 수행하는 모델
<ul style="list-style-type: none"> 오픈소스 소프트웨어 프로젝트에 서비스를 제공하는 모델 	<ul style="list-style-type: none"> 오픈소스 소프트웨어 프로젝트 자체에 대한 서비스를 제공하는 모델

OSS 비즈니스 모델의 분류

프랭크 헤커(Frank Hecker)의 분류

모델	수익의 원천	라이선스 유형	차별화의 기회	원가 대비 지각된 가치에 기반을 둔 가격 설정 기회	사례
지원서비스 판매자	<ul style="list-style-type: none"> 관련 서비스의 판매(맞춤 개발에서 훈련, 컨설팅 등 모든 유형의 서비스를 포괄) 	<ul style="list-style-type: none"> GPL 	<ul style="list-style-type: none"> 품질, 가격, 그리고 사용자 경험의 단순화 및 개선 	<ul style="list-style-type: none"> 제한적임(만일 기업이 양호한 평판을 가지고 있을 때는 가능) 	<ul style="list-style-type: none"> 시그너스 솔루션, 레드 햇, 칼데라
손실 선도자	<ul style="list-style-type: none"> 기타 독점적인 제품의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> BSD 또는 모질라 	<ul style="list-style-type: none"> 제품에 기반을 둠 	<ul style="list-style-type: none"> 가능함 	<ul style="list-style-type: none"> 샌드메일, 넷스케이프
위젯 프로스팅	<ul style="list-style-type: none"> 하드웨어의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 하드웨어에 기반을 둠(기능성, 성능, 융통성, 신뢰성, 원가 등) 	<ul style="list-style-type: none"> 제한적임(하드웨어의 가격 설정은 일반적으로 원가에 기반함) 	<ul style="list-style-type: none"> 코렐, VA 리눅스
액세서리 제공	<ul style="list-style-type: none"> 물리적인 제품의 판매(예: 서적 등). 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 제품 품질과 전문가로부터 자유로운 소프트웨어 사용자의 충성도 	<ul style="list-style-type: none"> 제한적임(브랜드 평판으로 약간의 가격 인상이 허용될 수 있음) 	<ul style="list-style-type: none"> 오라일리
서비스 실현자	<ul style="list-style-type: none"> 프로그램에 의해 제공되는 온라인 서비스의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> GPL 또는 모질라 	<ul style="list-style-type: none"> 백엔드 속성(고유하고 유용한 서비스의 창출) 	<ul style="list-style-type: none"> 만일 고유하고 모방 불가능한 서비스가 창출될 경우에는 가능함 	<ul style="list-style-type: none"> 넷스케이프
판매 후 무료화	<ul style="list-style-type: none"> 주기적인 손실 선도자 	<ul style="list-style-type: none"> BSD 또는 모질라 	<ul style="list-style-type: none"> 소프트웨어의 기능성(폐쇄 상태가 유지되는 동안) 	<ul style="list-style-type: none"> 제품이 호환 가능한 자산이 될 때까지는 가능함(그 후에는 해제됨) 	<ul style="list-style-type: none"> 가설적임
브랜드 라이선스 부여	<ul style="list-style-type: none"> 명칭에 대한 권리의 판매(버전이 일반적인 브랜드 버전과 공존함) 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 부가가치(예를 들어, 브랜드가 없는 제품에 대한 추가적인 검증 및 시험) 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 가설적임
소프트웨어 프랜차이징	<ul style="list-style-type: none"> 프랜차이즈의 판매와 프랜차이즈의 백분율 수익 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 지원 판매자와 브랜드 라이선스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 만일 그것의 양호한 평판을 지니고 있을 때 가능함 	<ul style="list-style-type: none"> 가설적임
하이브리드(라이선스가 무료도 아니며 순수한 독점적 재산도 아님)	<ul style="list-style-type: none"> 코드의 가용성을 제한함(특정한 조건 하에서의 라이선스 판매) 상업적 사용자에게 판매할 시 사용자 기반의 처리 상업적인 용도를 위한 판매 또는 특정 플랫폼 상의 사용을 위한 판매 시 사용자 기반의 처리 				<ul style="list-style-type: none"> 트롤텍, Qt 오픈 그룹 Qt

에릭 R. 레이몬드의 분류

구분	세부 모델
• 사용 가치에 기반한 모델	• 원가 공유(예: 아파치 그룹에 참여)
	• 위험 공유(예: 시스코)
• 간접적인 판매 가치에 기반한 모델	• 손실선도자/시장 포지셔너
	• 위젯 프로스팅
	• 레시피 무료 제공, 레스토랑 개설
	• 액세서리 제공
	• 미래는 무료로, 현재를 판매
	• 소프트웨어 무료 제공, 브랜드 판매
• 소프트웨어 무료 제공, 콘텐츠 판매	

OSS 비즈니스 모델의 분류

유럽 워킹그룹의 분류

모델	차별화	수익	라이선스	사례
<ul style="list-style-type: none"> • 보다 나은 지식 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품에 대한 더 나은 이해 (반드시 제품 개발자 또는 협업자여야 함) 	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 서비스(맞춤 개발, 수정, 설치, 통합) 	<ul style="list-style-type: none"> • 오픈소스 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 리눅스케어(LinuxCare, 초기 버전) • 알코브(Alcove)
<ul style="list-style-type: none"> • 제한된 보다 나은 지식 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품에 대한 더 나은 이해 (반드시 제품의 개발자여야 함), 일부는 독점적 상태 유지 	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 서비스 및 독점적 라이선스를 가진 모듈의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 오픈소스 및 독점적 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 칼데라(Caldera) • 지미안(Ximian)
<ul style="list-style-type: none"> • 필요한 모든 소스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 거의 완전한 무료 제품(개발자여야 함) 	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 서비스(맞춤 개발, 수정, 설치, 통합) 	<ul style="list-style-type: none"> • 오픈소스 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 지미안(Ximian) • 조프(Zope)
<ul style="list-style-type: none"> • 제한된 소스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 원칙적으로 독점적 제품(채택을 확대하기 위한 전략으로서의 소스 제공) 	<ul style="list-style-type: none"> • 상업적 버전의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 오픈소스 및 독점적 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 아토프코드(Artofcode) LLC • 에이다 코어 테크놀로지스(Ada Core Technologies)
<ul style="list-style-type: none"> • 특별 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 최고의 지식(GPL을 원하지 않는 고객에 대한 독점적 버전의 제공) 	<ul style="list-style-type: none"> • 상업적인 버전 및 관련 서비스의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • GPL 및 독점적 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 슬리피캣(Sleepycat)
<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 이미지와 브랜드에 기초 	<ul style="list-style-type: none"> • 배포판과 관련 서비스(인증 및 훈련 포함)의 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 오픈소스 라이선스 	<ul style="list-style-type: none"> • 레드 햇(Red Hat)

스테파노스(Stephanos Androutsellis-Theotokis)의 분류

OSS 생태계 참여자들

		OSS 개발자, 프로젝트	SW 생산자/벤더	SW 유통자	HW 생산자/벤더	서드 파티 서비스 공급자	소비자	기타
비즈니스 모델	부가 가치 패키징	■	■	■		■	■	
	서비스 및 지원	■	■	■		■	■	
	특매품(Loss-leader) 모델	■		■			■	
	위젯 프로스팅(Widgetfrosting)	■			■		■	
	액서서리	■				■	■	■
	이중 라이선싱	■	■	■			■	
	브랜드 라이선싱	■	■	■		■	■	
	SW 프랜차이징	■	■	■			■	
	재정 지원	■		■	■	■	■	■

OSS 비즈니스 모델의 분류

스테파노스(Stephanos Androutsellis-Theotokis)의 분류

모델	세부 유형들과 사례	
부가가치 패키징	<ul style="list-style-type: none"> • 부가가치 제품들(상용 유틸리티, 응용 프로그램 등)과 서비스(시스템 설치 및 통합, 기술 지원, 커스터마이징, 업그레이드 등)들을 핵심 오픈소스 소프트웨어 제품과 함께 번들로 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 기술 지원, 커스터마이징 및 업그레이드 서비스 - 주로 기업 고객들을 대상으로 장기 계약 • 소프트웨어 버전 지원 서비스 - 가장 최근의, 안정적이고 안전한 버전을 식별하고 제공, 구독(Subscription) 메커니즘을 통해 특별한 고급 버전 또는 향상된 버전을 제공(예: 레드햇) • 패키징 - CD-ROM과 인쇄된 문서 등의 물리적 배포와 배송
서비스 및 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 부가가치 패키징과 유사한 비즈니스 모델을 형성하지만, 더 독립적인 서비스들과 지원기반 솔루션들을 대상으로 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 구독기반 모델 - 매뉴얼하게 소프트웨어 업데이트 버전과 새 버전을 체크할 수 있는 자격과 기술 지원을 위한 토론 포럼에 대한 접근할 수 있는 자격을 제공(특정 작업에 도움이 필요할 시 고용된 컨설턴트 및 계약업체를 이용할 수도 있음), 사후 교육 및 지원도 추가적인 도큐먼트, 매뉴얼과 함께 제공될 수 있음(예: 수세 리눅스, 레드햇의 제이보스 등) • 컨설팅 서비스 - 오픈소스 소프트웨어와 관련된 의사 결정과 투자 전략 제공(때때로 소프트웨어 공급자들이 컨설턴트 역할을 하기도 함)
로스-리더 모델	<ul style="list-style-type: none"> • 연결된 다른 독점적 소프트웨어에 대한 수요를 유치하고 관심을 유발하기 위해 오픈소스로 배포 	<ul style="list-style-type: none"> • 독점적 소프트웨어는 오픈소스 제품의 향상된 버전일 수도 있고(예: 오픈소스 샌드메일과 상용 샌드메일 프로), 기능이 추가된 제품들일 수도 있음(예: 'IBM Rationale사'의 'Rose'나 'SA' 등).
이중 라이선스	<ul style="list-style-type: none"> • 고객들이 어떤 라이선스 방식의 소프트웨어를 사용할지 선택하도록 허용 	<ul style="list-style-type: none"> • 비 상용 응용프로그램 버전에는 GPL과 같은 무료 라이선스를 적용하고, 상용 응용프로그램 버전 또는 확장된 버전에는 독점적 라이선스를 적용(예: 큐트, 마이에스큐엘)
위젯 프로스팅	<ul style="list-style-type: none"> • 하드웨어 제품들에 커널, 프린터 드라이버, 컴파일러, 운영체제 또는 응용프로그램과 같은 오픈소스 소프트웨어를 내장 	<ul style="list-style-type: none"> • 예: 리눅스 커널을 탑재한 티보 셋탑박스, 페도라 GNU/리눅스 배포판을 기반으로 한 제3세계 어린이 노트북 보급 재단의 XO 노트북 등
브랜드 라이선싱	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 브랜드 네임과 트레이드마크에 대한 사용권을 다른 회사에게 부여하고, 이에 대한 대가를 청구(예: 썬의 자바) 	
액세서리	<ul style="list-style-type: none"> • 책, 매뉴얼 및 도큐먼트와 같은 다양한 물리적 액세서리와 티셔츠, 머그컵, 그리고 스티커와 같은 부속 아이템들의 판매하거나 컨퍼런스 주최(예: 오라일리) 	

카를로 데파라(Carlo Daffara)의 분류

비즈니스 모델	설명
• 듀얼 라이선싱	● 무료 제품에 기반한 폐쇄형 소스 코드를 개발하기를 원하는 고객들에게 판매하기 위하여 GPL과 독점적 라이선스를 이용하는 이중 모델('Twin Licensing' 또는 'Dual Licensing')
• 오픈소스 소프트웨어와 상업적 제품의 분리	● 오픈소스 소프트웨어에 기반한 상업적 제품을 판매하는 모델
• बै지웨어(Badgeware)	● 브랜드 보호(배포된 제품은 반드시 원래의 로고/소유권을 보이도록 유지하여야 함)
• 제품 전문가	● 오픈소스 소프트웨어를 개발하고, 그것과 관련된 서비스를 판매하는 모델
• 플랫폼 공급자	● 확실히 믿을 수 있는 플랫폼을 공급하면서 선정, 통합 및 지원 서비스를 제공하는 모델
• 선정/컨설팅	● 분석 및 컨설팅 서비스 모델(일반적으로 그 결과는 사적으로 보호되어야 하기 때문에 공동체에 환원하지 않음)
• 기타 보조 시장	● 소스포지와 같은 모델(이 모델들은 다양한 만큼, 그 수의 제한으로 일반화가 어렵지만 이것 또한 중요한 수익 모델이기 때문에 과소평가해서는 안됨)

OSS 비즈니스 모델의 분류

카를로 데파라(Carlo Daffara)의 분류

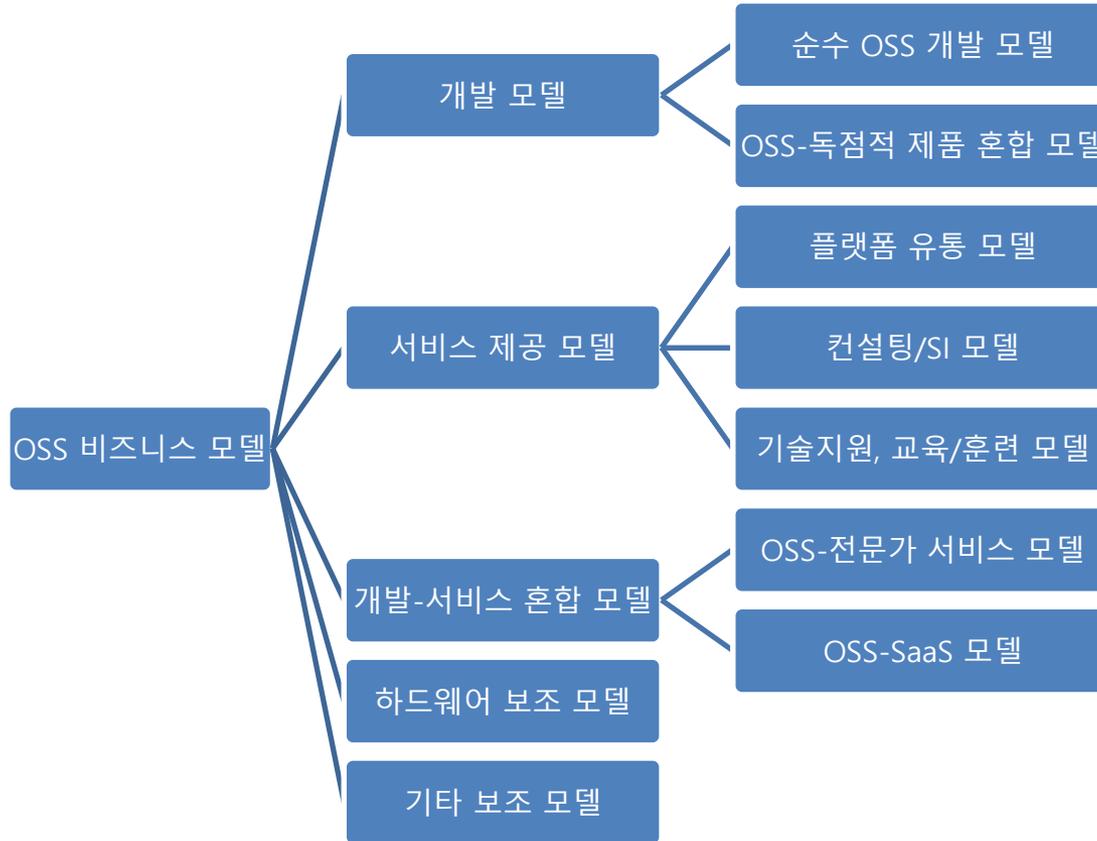
	Company	Main Licensing model				multiple packages covered	Main revenue generation			
		twin licensing	OSS and commercial versions	Badgeware	Pure OSS		selection	ITSC	Subscription	licensing
twin lic.	Funambol	•					•		•	
	Lustre	•					•			
	MuleSource	•						•	•	
	Mysql	•						•	•	
	OpenClovis	•						•		
	Pentaho	•					•		•	
	sleepycatdb	•							•	
⋮										
Platf. Prov.	Jboss s				•	•		•	•	
	RedHat Linux				•	•			•	
	Sourcelabs				•	•	•		•	
	SpikeSource				•	•	•		•	
	SUS Linux				•	•			•	
	WSO2				•	•		•		
selection/consu- ling	ayamon					•	•	•		
	Enomaly					•	•			
	navica					•	•			
	openlogic					•	•			
	Optaros				•	•	•			
	x-tend					•	•	•		
Other	CiviCRM				•					
	Eclipse				•					
	Mozilla				•					
	OSAF Chandler				•					
	Sourceforge									

개방형 협력을 통해 품질향상, 비용절감, 고객참여 등과 같은 많은 이점들을 얻을 수 있음에도 불구하고, 경쟁자들이 우리의 투자로 인해 일부 혜택을 보는 것은 불가피함

오픈소스 소프트웨어 비즈니스 모델의 성공 사례들을 통해, 이와 같은 우려를 사업상의 장점으로 승화시키기 위한 방법을 찾는 것이 필요

그러나, 명심해야 할 것은 ...

- 오픈소스 소프트웨어 비즈니스에 있어서의 핵심 가치는 경쟁기업들과의 관계에서가 아닌, 고객(커뮤니티)들과의 관계에 있다는 점
- 즉, 오픈소스 소프트웨어 비즈니스에 접근하려는 기업들의 핵심적인 이슈는 '고객 가치와 비즈니스 가치의 일치'임



프로젝트의 기획자 또는 리더로서 오픈소스 소프트웨어를 개발하는 모델

- 이 모델에서는 해당 기업들이 오픈소스 소프트웨어에 관여하는 것이 매우 중요
- 커뮤니티 관리와 그 과정에서 혁신, 확산 및 자발적 기여라는 기회 요인을 획득하는 것이 사업전략의 핵심
- 이러한 모델들은 커뮤니티를 위한 오픈소스 제품과 상업적 제품 또는 관련 서비스를 함께 가지고 있는 경우가 많으며, 따라서 이들 둘 사이의 균형을 취하는 것이 핵심(즉, 오픈소스 라이선스와 결합된 모델을 유지하면서 어떻게 개발에 대한 최초의 투자를 회수하느냐가 중요함)
- 이러한 오픈소스 전략을 채택하는 데 따르는 장점은
 - 관련 제품의 매출을 촉진하는 것 외에도
 - 해당 기술을 사실상의 표준으로 자리잡게 하거나,
 - 제품을 보다 매력적인 것으로 만들기 위한 개선 및 보완을 달성하거나,
 - 제품의 잠재적인 고객을 포함한 청중들의 공감대를 형성하거나, 유지보수 원가를 절감하는 등

사용가치획득 모델

“소스코드를 감출 때, 정확히 무엇을 보호하게 되는 것일까? 누군가를 고용해 회계 프로그램 패키지를 만든다고 가정해보자. 소스코드를 감추려고 하는 유일한 합리적 이유는 프로그램 패키지를 다른 사람에게 팔고 싶거나, 경쟁 회사가 해당 프로그램을 사용하지 못하게 하기 위해서일 것이다.” - 에릭 레이몬드

- 만약 판매가치보다 사용가치가 소프트웨어 개발의 주된 동인이고,
- 폐쇄소스보다 오픈소스 개발 모델이 더 효율적이고 효과적인 방법이라면,
- 예상되는 사용가치만으로도 오픈소스 커뮤니티를 통한 개발이 훨씬 이득

< 사례 >

*비용 공유 모델 - 아파치
위험 분산 모델 - 시스코*

분산(소액)판매 모델

완전히 자원봉사자로 구성되는 비영리 오픈소스 소프트웨어 프로젝트일 경우에는 상대적으로 쉽게 사용자들의 공감을 불러 일으키기 때문에 오픈소스 소프트웨어를 위한 자금 조달의 자연스러운 방법으로 성공할 가능성이 높음

=> 그러나, 기업의 주된 비즈니스로 적절치는 않음

- 따라서, 만약 이 모델을 적용(특히, 프로젝트를 주도할 경우)하기를 원하는 기업은 프로젝트의 목적이 영리 추구가 전부가 아니어야 하며,
- 또 커뮤니티 구성원들과 후원자들에게 해당 프로젝트가 공통의 선에 긍정적 영향을 미칠 것이라는 것을 입증함으로써 투명성과 신뢰를 인정받기 위해 노력하지 않으면 안 될 것

듀얼 라이선싱 모델

오픈소스 버전에는 GPL과 같은 방식의 라이선스를 적용하고, 상용 버전에는 독점적 라이선스를 적용하여 판매

=> 푸남볼, 마이에스큐엘(MySQL), 슬리피캣 DB, 트롤텍/노키아 등

- 만일 이 소프트웨어가 나중에 재배포되는 어떤 애플리케이션 속에서 사용되는 경우,
- 애플리케이션의 완전한 소스코드를 다른 사람들이 사용할 수 있도록 공개해야 하며,
- 합당한 조건하에 자유롭게 다시 재배포가 허용되어야 한다는 조건하에 무료로 사용
- 만일 파생된 애플리케이션의 소스코드를 공개하기를 원하지 않을 경우, 그 사람은 슬리피캣 소프트웨어 라이선스(상용)를 구매하여야 함

- 이러한 전략은 해당 오픈소스 소프트웨어를 제품에 내장하여야 하는 상업적인 목적의 사용자층(대부분 소프트웨어 개발 기업들)이라는 시장(수요)이 있을 때 가능(즉, 최종 제품 또는 보다 복잡한 제품의 일부분으로 사용할 '부품으로서의 제품'이 필요한 경우)
- 하지만, 아무런 반대급부도 받지 못하면서 기여하는 자발적 참여자들의 동기에 부정적인 영향을 미칠 수 있기 때문에, 오픈소스 소프트웨어 제품을 위하여 협업하는 사람들의 커뮤니티를 유지하기 위한 각별한 노력이 필요

듀얼 라이선싱 모델 <사례>

푸남볼(www.funambol.com) - 싱크4제이(Sync4)

- “커뮤니티 에디션(Community Edition)”에 대해서는 AGPLv3 라이선스로, “커리어 에디션(Carrier Edition)”에 대해서는 상업적인 독점적 라이선스로 코드 베이스를 판매
- 높은 수준의 다운로드 수를 확보하기 위하여 무료 버전의 사용자에게 대한 마케팅과 이를 중심으로 한 커뮤니티 형성에 많은 노력을 기울였는데 개발자 포럼, 메일링 리스트, 전문 간행물, 컨퍼런스, 오픈소스 소프트웨어 비영리 조직과의 동반자 관계 형성 등을 통해 이미 자리잡은 오픈소스 제품들과의 시너지를 확립하면서, 개발자들 사이에서 제품의 인지도를 높이는 데 집중
- 상대적으로 경험이 적은 사용자들을 위해서는 제품 설치가 쉽고 웹사이트에서 충분한 문서를 구할 수 있다는 것을 보장하는 노력

OSS-독점적 부가 제품 모델

- 하나의 프로그램이 '기본 버전'(OSS)과, 기본 버전에 기반을 두고 있으나 플러그 인 또는 액세서리의 형태로 추가적인 기능을 갖춘 독점적 '상업적 버전'이라는 두 개의 버전을 가짐
- 폐쇄형 제품을 생성하기 위해서 무료 버전은 반드시 MPL 또는 BSD 형태의 라이선스를 사용함으로써 상용 소프트웨어와의 조합을 허용할 수 있어야 함
- 공동체가 전체 소스코드에 대하여 접근 권한을 가지고 있지 못한 관계로 공동체의 공감을 잃게 될 위험이 크기 때문에, 핵심은 수익 창출용 독점적 제품의 판매 가치를 빼앗지 않으면서 무료 제품을 충분히 흥미로운 것으로 유지하는 데 있음
- 고객은 일부 추가적인 기능을 갖춘 제품에 대하여 기꺼이 지불을 할 의사가 있는 사람들과, 소기업, 초소 기업 및 개인 사용자와 같이 가격에 매우 민감한 사용자들로 구분

=> 샌드메일, 하이퍼릭(IT 운영/감시), 소스파이어(SNORT의 상업적 버전), 짐브라/야후(메시징, 그룹웨어), 젠소스/시트릭스(가상화) 등

OSS-독점적 부가 제품 모델 <사례>

샌드메일(www.sendmail.com)

- 커뮤니티는 포장되지 않은 제품으로서의 오픈소스 샌드메일
- 기업 고객들은 실용주의적이고 안정적인 포장 제품

단순히 소프트웨어가 무료라고 해서 그것이 바로 그 소프트웨어가 모든 사람들에게 (예를 들어, 기술적인 측면에서) 접근 가능하다는 것을 의미하지는 않기 때문에, 기업의 입장에서는 선정, 설치, 훈련 및 지원이라고 하는 과업이 항상 필요하기 마련

규모 및 솔루션의 세분화, 산업분야의 세분화, 특정 서비스에 대한 전문화를 통한 여러가지의 세부적인 모델이 존재

- **맞춤형 개발** - 소비 기업들은 오픈소스 소프트웨어 제품을 가지고 시작하여 내부에서 또는 맞춤형 개발 서비스 기업을 통하여 자신의 수요에 맞도록 수정, 추가 개발할 수 있는데, 커뮤니티와 협력하면서 작업하거나, 아니면 해당 커뮤니티의 프로젝트에 밀접하게 관련되어 전문화된 지식을 가지고 있는 서비스 기업들에게 이 작업을 의뢰
- **선정** - 선택가능한 다양한 오픈소스 애플리케이션이 있을 경우, 요구사항에 대한 적합성뿐만 아니라 프로젝트의 건전성, 버그 수정 및 신규 릴리즈의 속도나 빈도, 제품의 안정성 등도 평가하여야만 하는데, 이러한 평가는 단순한 작업이 아니므로 전문적 지식이 필요
- **설치 및 통합** - 설치와 통합은 일반적인 소프트웨어 환경에서도 많은 수요를 창출하는 분야이지만, 오픈소스 소프트웨어의 경우 단점으로 거론되는 것 중 하나가 패키징과 같은 "제품화(Productization)의 부족"이기 때문에 더 많은 비즈니스 기회가 존재
- **기술적인 인증, 지원, 유지보수** - 국제적인 표준의 준수에 대한 인증뿐만 아니라 특정한 기술 환경의 지속 가능성에 대한 인증까지 포함(고객 기업은 솔루션의 도입에 따른 계약을 통해 구매하는 패키지가 일련의 요건을 충족한다는 보증과 그에 대한 법률적인 책임을 요구하기 때문)
- **교육/훈련** - 대부분의 오픈소스 소프트웨어 프로젝트의 경우 공식적인 훈련 프로그램이 결여 되어 있음

플랫폼 유통 기업들은 애플리케이션 개발 및 서비스 제공 업체와 유사한 모델을 사용하지만, 차이점은 이러한 기업들의 경우 개발보다는 폭넓은 제품 기반의 선정 및 통합이 업무의 핵심을 차지하고 있다는 것

핵심 제품은 주로 기업들을 위한 통합된 소프트웨어 패키지(주로 플랫폼)

- 플랫폼들이 오픈소스 소프트웨어인 관계로 누구나 자유롭게 접근이 가능하기 때문에 제품으로서의 패키지에 대한 차별화가 매우 어렵기 때문에, 이들은 패키지화된 CD의 판매와 같은 전통적인 모델 하에서 소프트웨어를 유통시키는 것 이외에도, 가입 제도(Subscription 방식)를 통해 설치 및 지원과 같은 서비스를 통해 차별화를 꾀함
- 이 모델은 그 기업을 대표하는 브랜드의 신뢰성에 기반하는데 즉, "오픈소스 소프트웨어 제품의 특징이나 일부 성능을 희생하고서라도 보다 적절하고 전문적인 지원, 안정적이며 신뢰성 있는 솔루션 등을 추구하는 고객 기업"들을 주 대상으로 부가가치를 창출

=> 소스랩스, 와일드 오픈소스, 스파이크소스, 레드햇 등

<사례>

소스랩스(SourceLabs)

- 리눅스, 아파치, 마이에스큐엘(MySQL), PHP 등과 같이 통상적으로 함께 사용되는 소프트웨어의 인증된 조합(흔히, 첫 글자를 따서 '램프, LAMP'라 칭함)을 제공
- 즉, 다양한 컴포넌트들을 인증되고 미리 테스트된 스택 형태로 조립하는 역할

와일드 오픈소스(WildOpenSource)

- 성능에 특화된 또는 임베디드(내장형) 시스템에 특화된 패키지를 유통
- 즉, 안정성과 성능이 인증된 플랫폼 패키지의 유통과 함께 유지보수 및 지원 서비스를 제공

<사례>

스파이크소스(www.spikesource.com)

- 패키지화된 오픈소스 컴포넌트에 대한 유지·지원 서비스
- 즉, 리눅스, 아파치, 마이에스큐엘(MySQL), 제이보스(JBoss) 등으로 구성된 패키지를 조합하여 유통하고, 이후 가입 기반 지원, 유지보수 서비스를 수행
- PHP, 펄(Perl), 파이썬(Python)로 개발된 소프트웨어 컴포넌트를 조합한 형태도 제공
- MS 윈도우, 썬 마이크로시스템즈의 솔라리스, 오라클의 데이터베이스 애플리케이션과 같은 상용 제품이 포함된 스택도 지원
- 오픈소스 스택에 대한 일련의 업데이트와 원격관리 제공하며, 개발자들이 스스로 애플리케이션을 테스트 및 통합할 수 있도록 한뒤 스파이크소스 인증을 받게 함으로써 보다 좋은 소프트웨어 제품화를 달성할 수 있도록 하는 플랫폼과 서비스를 제공(<http://developerspikesource.com>)

시스템 통합(SI) 사업자 모델 - 당면한 문제 또는 필요에 대한 완전한 해결책(Solution)을 제공

기존 SI 사업자 모델의 문제점

- ⇒ 이들 기업의 관건은 원가의 절감과 충분한 수의 고객기반을 통한 수익의 창출
- ⇒ 따라서, 이들 비즈니스 기업의 입장에서는 잠재적인 고객의 수를 늘리기 위하여 서비스 가격을 대폭 낮출 수 밖에 없는 경쟁 상황에 직면
- ⇒ 원가의 절감을 달성하기 위해서는 결국 납품받는 소프트웨어 및 하드웨어의 가격을 최대한 낮추어야 하며, 하청 등을 통해 투입되는 인력의 인건비를 줄일 수 밖에 없음
- ⇒ 이는 또다시 서비스 품질의 저하에 따른 고객 불만족을 유발

오픈소스기반의 SI 사업자 모델

- 오픈소스 소프트웨어는 이들 SI 비즈니스 기업들에게 품질의 손실 없는 원가 절감을 통한 고객기반의 확대와 함께 절감된 원가를 서비스에 투자할 수 있는 여력을 제공
- 즉, 오픈소스 소프트웨어 기반의 SI 비즈니스 기업은 전통적인 소프트웨어 산업내의 다른 경쟁자들보다 더 뛰어난 가격과 품질을 보장함으로써 진입 장벽을 확보할 수 있게 됨
- 사례 - IBM 등

선정 및 컨설팅 사업자 모델 - 다양한 오픈소스 프로젝트에 관여하면서, 특히 고객 기업들이 관심을 가질만한 분야에서 "통합"이라든가 서로 다른 애플리케이션 사이의 "호환성" 보장 등을 고려한 제품의 선정과 컨설팅에 집중

*자신들이 주로 다루는 솔루션의 판촉과 채택의 과정에서 수익을 창출
⇒ 아야몬, 에노말리, 나비카, 오픈로직, 오픈타로스, 익스텐드 등*

오픈소스 소프트웨어는 벤더들의 지원이 소프트웨어와 패키지로 묶여 있지 않을 수 있는데, 이러한 특성은 오히려 필요한 수준의 지원을 적당한 가격에 받아볼 수 있게 해주기도 함

오픈소스 소프트웨어의 공개성 때문에 누구나 해당 소프트웨어에 대해 전문가가 되어 그와 관련한 서비스를 제공할 가능성이 있음

- 기술지원 서비스 비즈니스를 기반으로 하는 기업은 앞의 시스템 통합(SI) 서비스 기업과 달리 소규모의 기술 지원 인력만으로도 비즈니스를 영위할 수 있으며, 실제로도 소규모 기업인 경우가 많음
- 따라서, 이들 소규모 비즈니스 기업들의 경우, 사업을 유지할 수 있을 만큼의 소수의 고객만 확보할 수 있으면 특정한 틈새시장에 기반을 둔 사업의 영위가 가능

⇒ *이스터에그(www.easter-eggs.com) 등*

⇒ *기타 교육/훈련 비즈니스 업체들*

개발한 제품은 오픈소스 소프트웨어로 공개하고 수익은 서비스를 통해 창출(데파라의 제품 전문가, 뱃지웨어)

"최상의 코드와 최고의 지식"을 기반으로 하는 대표적인 수직적 전문화 모델

=> 알프레스코(CMS 솔루션), 콩피에르(ERP, CRM 솔루션), V타이거, 오픈브라보 등

<사례>

오피브라보(www.openbravo.com)

- SME(중소기업)용 오픈소스 애플리케이션인 오피브라보ERP와 오피브라보POS 개발
- 현재 소스포지에서 가장 활발한 프로젝트 가운데 하나(소스포지 내에서 1백만회가 넘는 누적 다운로드 수를 기록)
- 전 세계의 IT 서비스 기업들이 오피브라보 ERP와 오피브라보 POS에 대한 서비스 제공을 통해 새로운 수익을 창출할 수 있도록 해주는 좋은 제품을 개발, 최종 사용자가 아닌 IT 서비스 기업들에 대한 전문가 서비스를 제공
- 협력기업들은 오피브라보 ERP와 오피브라보 POS의 현장 적용(커스터마이징)을 수행하는 하나의 거대한 파트너 네트워크를 구성(컨설팅의 피라미드와 유사한 체계)

설치 및 지원 서비스를 제공하는 대신 인터넷을 통해 사용자 기능(소프트웨어 및 하드웨어 인프라까지 포함)을 제공하면서 서비스 가입비의 형태로 수익을 창출

=> 콜라브넷(Collabnet), 슈거CRM(SugarCRM), 소셜텍스트(SocialText) 및 재스퍼소프트(JasperSoft) 등

하드웨어 공급업체가 원가를 절감하는 하나의 방법으로서는 오픈소스를 개발 또는 채택("위젯 프로스팅")

하드웨어 제조업체들에게 있어서, 소프트웨어의 개발은 하드웨어 제품을 판매하기 위해 필요한 것이며, 따라서 오픈소스 소프트웨어는 관련 원가를 낮출 수 있는 효과적인 전략임

=> IBM, 디지움(Digium), 아반자다 7(Avanzada 7, 첨비 등, 기타 임베디드 업체 들

- 커뮤니티 호스팅
소스포지(SourceForge), 콜라브넷(CollabNet), 프레시미트(Freshmeat)와 같은 오픈소스 소프트웨어 개발용 호스팅 서비스 및 협업 도구를 제공하는 기업들과 구글코드(Google Code), 코더스(Coders), 크루글(Krugle) 및 코다스(Codase)와 같은 코드 검색 엔진
- 법률적 인증
블랙덕(BlackDuck)과 팔라미다(Palamida)와 같이 전적으로 법률적인 이슈(라이선스 문제)에 집중하는 기업들
- 서적 판매
오라일리
- 상품 판매
소스포지의 자회사로서 괴짜(Geek)들을 대상으로 하는 티셔츠에서 머그컵 그리고 액세서리 디바이스들에 이르기까지 다양한 유형의 제품을 인터넷으로 판매하는 씹크긱(ThinkGeek)
- 광고
모질라, 아스테리스크(Asterisk)를 운영하는 디지움(Digium)

