

2.0 시대의 기업적 화두: RTE 2.0

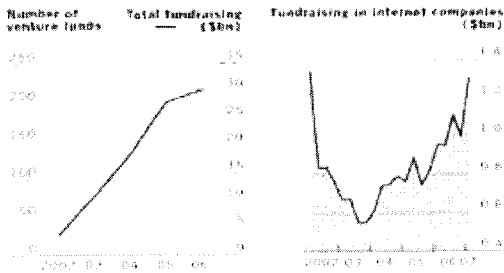
박문태* 이영진* 장양자*

◆ 목 차 ◆

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1. 서론: Web의 부활과 2.0의 시대 | 4. RTE 2.0: 기업영역의 2.0 |
| 2. Web 2.0: 다양한 논의와 특징 | 5. 결론: RTE 2.0을 통한 비즈니스 변환 |
| 3. Enterprise 2.0: Web 2.0의 기업 침투 | |

1. 서론: Web의 부활과 2.0의 시대

90년대 중반 이후 Web은 거의 모든 분야에서 초절정의 인기를 누리는 명품 화두인 듯 했다. 아테네 정치의 오랜 숙원인 민주주의가 인터넷 참여 정치로, 채고 없는 생산과 지체 없는 고객접근 및 판매라는 경영 이상이 Web경제학으로, 농경과 산업사회를 뛰어넘는 새로운 생산 패러다임으로서 거대 지식사회가 들뜬 흥분으로 Web 상에서 실험되었다. 허나 Web은 2000년 3월 바람 빠진 풍선처럼 맥없이 무너졌다. Web의 환전가치의 대명사인 '닷컴' 버블이 붕괴된 것이다. 더불어 버블에 대한 주의와 경계로 신기술의 '수호천사'(Angel Capital)도 Web을 떠나버린 듯 했다.



(그림 1) 미국 벤처 캐피탈 및 인터넷 기업 투자 추이

하지만 최근에 Web이 다시 활황의 징후를 보이고 있다. 징후는 단연 그림 1에서 확인되는 Angel의 귀환이다. 미국의 Financial Times에 따르면 미국의 벤처 기업에 대한 투자가 2002년 약 40억 달러에서 지난해 300억 달러 수준으로 회복세를 보이고 있다. 이는 90년대 말 한해 약 1,000억 달러 투자규모에는 미치지 못하지만 상당한 규모이다. 인터넷 기업에 대한 투자 규모는 2005년에 약 500개 기업에 32억 달러, 2006년에 약 700개 기업에 40억 달러, 2007년 1사분기에 2006년 마지막 3개월 기간의 3배 규모이다(Wat07).

이러한 Web에 대한 재조명은 기존 Web의 한층 업그레이드된 버전을 의미하는 Web 2.0이라는 폭발적 경향을 양산하고 있다. 90년대 중반의 Web을 대표하는 키워드가 '닷컴(.com)'이었다면, 부활하고 있는 Web을 대표하는 키워드로 닷제로(x.0)가 자리잡은 것이다. 닷제로(기술 패러다임이 완전히 변하지 않는 한 3.0 이상의 논의가 지속될 듯 하다)는 자리정보의 이용과 관련된 Where 2.0, 시간관리와 연계된 When 2.0, 새로운 미디어를 지향하는 Media 2.0, 동영상 및 이미지의 제작과 유통과 관련된 Video 2.0 및 Photo 2.0, 사용자 ID 이용의 변화를 의미하는 Identity 2.0 등 Web 세계에서의 세분화된 2.0의 움직임을 낳고 있다.

또한 2.0은 영향력과 확산력이 매우 강해 Web의 세계에 한정되지 않고 이전과 다른 지향성을 가지는 사회의 전 영역에 2.0이라는 용어를 붙이는 경향도 함께 가져왔다. 정부영역에서는 대국민 서비스와 행정 효율성의 향상을 위해 기존 전자정부와 차별화되는

* LG CNS 정보기술연구소 기술전략그룹

정보화를 추구하는 움직임이 있고, 이를 Government 2.0으로 명명하는 경향이 생겨나고 있다. 기업 영역에서는 Web 2.0의 접목을 통한 새로운 경영을 시도하는 여러 현상을 Enterprise 2.0으로 통칭하고 있다. 다음에서는 이러한 경향 중에서 기업영역에 집중하여 2.0 트렌드와 전망을 제시하고자 한다. 강조점은 소비자 영역의 트렌드인 Web 2.0의 단순한 접목이 기업의 2.0으로서는 미흡하다는 것과 최근까지 기업의 정보화가 추구하던 RTE(Real Time Enterprise) 비전의 연장선 상에서 기업 2.0을 제안하는 것이다. 이에 다음에서는 2.0 시대의 유발자라고 할 수 있는 Web 2.0 논의와 핵심적 특징을 먼저 정리하고, Web 2.0과 기업의 만남인 Enterprise 2.0 동향을 소개하며, 기업의 2.0으로서의 RTE 2.0의 개념과 내용을 제시하고자 한다.

2. Web 2.0: 다양한 논의와 특징

앞서 언급했듯이 인터넷 기업(닷컴)의 부활로 대변되는 최근 Web에 대한 재조명은 ‘Web 2.0’(닷컴제) 논의로 수렴되고 있다. Web 2.0 논의는 ‘05년을 전후해 1년 반 동안 Google에서 9,500만 건의 인용이 검색될 정도로 광범위하다[OR05]. Web 2.0은 컴퓨터 책, 컨퍼런스, 온라인 출판으로 유명한 O’Reilly사와 MediaLive International의 컨퍼런스 브레인스토밍 세션에서 Dale Dougherty에 의해 명명되었다. 이후 대표적인 논의들의 유형을 정리해 보면 다음과 같다.

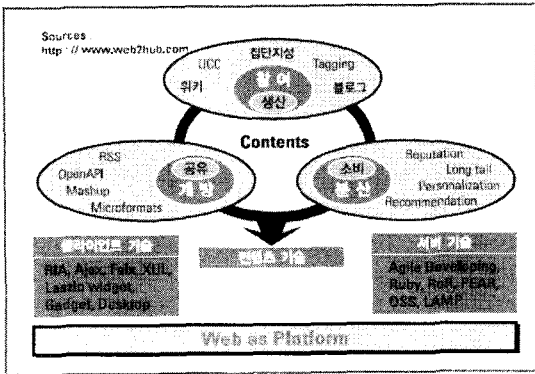
(표 1) Web 2.0에 관한 다양한 논의의 유형(LG07)

<p>선구적 논의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O’Reilly: 플랫폼 전략 구사, 사용자에게 의한 데이터 관리, 소프트웨어가 아닌 서비스 제공, 사용자 참여 아키텍처 구축, 비용효과적인 확장성 보유, 데이터의 재조합을 통한 새로운 가치 창조, 다양한 디바이스에서 운영, 집단지성 활용의 특성을 보유한 Web (닷컴 붐과 후 생존한 기업들의 공통점 분석)[OR05]
<p>비즈니스적 논의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gartner: 닷컴 붐과의 물결 속에 생존하였거나 지속성장하고 있는 기업들의 공통점을 분석함으로써 도출되는 Web상의 새로운 트렌드[KIPA06]

<p>사상적 논의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 우메다 모치오: 인터넷 상의 불특정 다수(의 사람들 및 기업)를 수동적인 서비스 사용자가 아닌 능동적인 표현자로 인정하고 적극적으로 관계를 맺게 하는 기술과 서비스의 자세 모두가 자유롭게, 그 누구의 허가도 필요 없이 특정 서비스의 발전이나 Web 전체의 발전에 참여할 수 있는 구조 [우메다06]
<p>기술적 논의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일반적 논의: Web 2.0의 비즈니스 및 사회적 지향을 뒷받침하는 다양하고 새로운 기술 요소
<p>포괄적 논의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • KIPA: 특정 기술이나 플랫폼을 일컫기 보다는 현재 Web을 통해 진행되고 있는 비즈니스 모델과 서비스의 특징들, 다시 말해 ‘Web’ 상에서 인기 있는 모든 것을 한마디로 종합하여 부르는 논의의 개념[KIPA06]
<p>비판적 논의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Economist: 새로운 비즈니스 모델 없이 다수의 인터넷 기업들이 동일한 상품을 판매하는 버블 현상[Wiki]

Web 2.0은 위와 같이 기존의 Web과 차별되는 새로운 트렌드로 각광 받기도 하고, 상품을 판매하기 위한 인터넷 기업들의 마케팅 용어로까지 폄하되기도 한다. 하지만 인터넷 기업들에 대한 새로운 대규모 투자와 달라진 Web(굳이 2.0이라 부르지 않아도 좋다)에 대해 지겹도록 무성한 논의와 재발견의 노력 자체는 너무나 선명한 ‘트렌드’이다. Web의 창시자인 Tim Berners-Lee는 Web을 모든 사람과 컴퓨터가 참여하고 정보를 공유하는 글로벌 네트워크의 우주가 될 것이라 예견하였다[Tim96] (위의 표에서 우메다 모치오의 사상적 논의는 이와 유사하다). 상업적 용도이든, 공익적 용도이든 결국 Tim Berners-Lee가 제시한 Web의 이상을 더 잘 실현하는 기업들이 살아 남았고, Web2.0의 맹주(eBay, Yahoo, Google, Amazon의 시장가치는 원화로 약 250조 원이고, 이 중 Google 약 40%인 100조 원을 차지[KIPA06])로 자리잡았다. 종합해보면, Web 2.0은 참여, 협력, 공유, 개방의 이상을 실현하는 발전적 노력을 시대 트렌드로 포착한 용어이고, 그보다 잘 실현한 기업들의 특징을 집약한 것이다. 따라서 Web의 이상과 그를 실현하는 2.0 기술을 종합하여 표현한 그림 2의 ‘플랫폼으로서의 Web’이 현재 변화 방향(Web 2.0)을 가장 잘 표현한 것으로 판단된다. 그

러나 현재 2.0도 Web의 이상을 실현하기 위한 하나의 단계일 수 있다. Web은 그 본질을 실현하기 위해 지속적으로 버전(x.0, 닷제로)이 올라가는 영원한 베타(Perpetual Beta)라고 봐야 하는 이유가 여기에 있다.



(그림 2) 플랫폼으로서의 Web(Web2hub)

‘플랫폼으로서의 Web(Web as a platform)’을 이해하기 위해서는 모호하기로 악명 높은 플랫폼이라는 개념적 역사적 장벽을 넘을 필요가 있다. 컴퓨팅과 관련된 플랫폼의 사전적 의미는 ‘소프트웨어의 구동을 가능하게 하는 하드웨어 혹은 소프트웨어 형태의 프레임워크’이다[Wiki]. 보다 실용적인 관점에서는 ‘솔루션이나 콘텐츠가 개발될 수 있도록 제공되는 인터페이스의 집합’[Smi0611]으로 이해된다. 칩(Chip), 운영시스템(OS), 어플리케이션 서버(App Server), 브라우저(Browser), 어플리케이션(Application)의 수직적인 기술 계층을 머리 속에 그려보자. 이들 정의에 의하면 칩은 OS의, OS는 어플리케이션 서버의, 어플리케이션 서버는 브라우저의, 브라우저는 Web 어플리케이션의 플랫폼으로 작용하는 것이다.

이러한 기술적이고 미시적인 관점에 따르면 세상의 모든 하드웨어와 소프트웨어가 다른 하드웨어와 소프트웨어의 플랫폼이 된다. Web이 플랫폼으로서 특별하다는 것은 단순히 HTML 문서만이 아니라 실생활과 비즈니스에 관련된 풍부한 데이터(각종 정보 및 지식), 콘텐츠(뉴스, 날씨, 음악, 동영상 등), 서비스(온라인쇼핑, 은행업무 등)를 전달할 수 있는 인터페이스를 제공하기 때문이다. 또한 최근의 Web은 운영체제(OS)

플랫폼의 전유물인 줄 알았던 각종 소프트웨어(문서 작성기, 스프레드시트 등)와 비즈니스 어플리케이션(CRM 등)의 플랫폼으로도 작용한다. 이점이 바로 떠들썩한 Web 2.0 논의의 출발점이자 핵심사항이며 차세대 소프트웨어의 전달(Delivery) 방식인 SaaS(Software as a Service)¹⁾가 가능한 이유이다.

IT 역사 측면에서 플랫폼을 추적해 보면 플랫폼으로서의 Web의 중요성이 보다 선명하게 부각된다. 일단 IT의 시대를 60년대, 70/80년대, 90년대, 그리고 현재로 구분해 보자. 60년대는 기업용 업무처리에 컴퓨팅이 도입되었고 IBM의 메인프레임인 System/360이 IT업계의 최초의 지배적 플랫폼이었다[백07]. 70/80년대에는 기업을 벗어난 PC 형태의 컴퓨팅이 자리잡기 시작했고, Apple과 Microsoft의 OS가 PC의 지배적인 플랫폼으로 자리를 잡아나갔다. 90년대는 PC가 기업 및 소비자 컴퓨팅의 중심이 되었고, MS의 윈도우X가 플랫폼의 최고 위치를 차지했다. 현재는 컴퓨팅의 중심이 소비자 중심의 인터넷으로 넘어가고 있고, 여기에 Web이 IT를 대표하는 플랫폼의 위치로 오르는 중이다. 즉 Web은 시대를 대표하는 컴퓨팅 패러다임이 되고 있고, 기업/소비자/하드웨어/소프트웨어를 포괄하는 생태계(Ecosystem)에 지배적인 영향력을 행사하는 ‘큰 플랫폼’이 되고 있는 것이다.

사실 플랫폼으로서의 Web은 Netscape가 Web 브라우저 세상을 선보일 때 내세운 오래된 슬로건이다. 하지만 Web 브라우저는 OS 위에서 구동되는 어플리케이션의 하나에 지나지 않았고, 새로운 플랫폼으로서의 가치를 가지지 못했다. 그렇다면 Web은 어떤 점에서 운영체제(OS)와 같은 이전 플랫폼과 어떻게 다른가? 표 2의 Web 플랫폼과 이전 플랫폼의 유사성과 차이성에서 그 답을 찾을 수 있다. 이러한 Web 플랫폼은 다양한 유형으로 전개되고 있다[권07]. Google은 정보-지식형 플랫폼의 대표적인 예로 거론되고, MySpace는 커뮤니티형 플랫폼의 예이며, YouTube는

1) 서비스로서의 소프트웨어로 해석되며, 소프트웨어가 패키지 형태의 제품 구매가 아니라 주로 Web을 통해 바로 사용할 수 있는 서비스 형태로 이용하는 방식이다. 제공자는 원격지에서 사용량 베이스로 가격을 책정하고 자신의 Web 플랫폼에 소프트웨어를 올려 놓고 여러 사용자 혹은 기업에 소프트웨어를 서비스 함

동영상 공유 기반의 오락형 플랫폼에 해당한다. 상거래 형태의 유형으로는 eBay가 대표적이다.

(표 2) Web과 이전 플랫폼의 유사성, 차이성(LG07)

<p>유사성 [Smi06 10]</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 솔루션 생성을 위한 일련의 인터페이스 및 인프라 제공 • 관련 파트너(독립 소프트웨어 벤더, 어플리케이션 서비스 제공자) 및 개발자를 포괄하는 플랫폼 생태계(Ecosystem)가 성공요소로 작용 • 하위 레벨의 다양한 플랫폼 생성이 가능
<p>차이성</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 폴더구조, 시스템 관리, GUI 등 시스템 서비스를 넘어선 사용자 참여에 의해 생성된 데이터 및 생활/비즈니스와 연결된 다양한 서비스 제공 (사용자는 실생활과 관련된 서비스만 이용하고 그것을 가능하게 하는 시스템 관련 기능은 굳이 알 필요가 없음)[OR05] • 제품 형태의 라이선스 구매 및 정기적 패치가 아닌 Web 상에서 바로 이용 가능한 서비스 형태의 구매 및 상시적 개선[OR05] • 클라이언트나 서버에 고립되지 않고 네트워크에 분산 연결되어 글로벌 수준의 접근 및 이용이 가능[Smi0610] • 롱테일 경제의 실현: 1년에 단 몇 권밖에 팔리지 않는 '홍행성 없는 책(책의 약 80%)의 판매량을 모두 합하면 놀랍게도 '잘 팔리는 책'(전체 책의 약 20%)의 매출을 추월한다는 온라인 판매의 특성을 이르는 개념. 20%의 핵심 고객으로부터 80%의 매출이 나온다는 유명한 경제학의 파레토 법칙과 반대되는 개념으로 '역(逆) 파레토 법칙'이라고도 함[저자 추가]

IT 산업에서는 최근 기업분포에서 롱테일에 해당하는 중소기업 시장 발굴을 위한 논의가 뜨겁다. 대기업 시장이 어느 정도 포화상태에 달했고, 그간 공급자 및 구매자 양 측면의 높은 IT 판매 및 구매 비용이 걸림돌로 작용한 중소기업 시장에 Web을 플랫폼으로 하는 SaaS가 해결책으로 떠 오르고 있기 때문이다. IDC에 따르면 미국에서 중소기업이 전체 고용의 70%, 전체 IT 투자의 약 50%를 차지한다[Gens07]고 하니 분명 가치 있는 롱테일 시장이다.

3. Enterprise 2.0: Web 2.0의 기업 침투

Web의 플랫폼화를 포함하는 변화(Web 2.0)는 유무선 모두 주로 인터넷 기업, 파트너, 개발자, 광고주, 소비자 등이 상호작용하는 B2C 영역에서의 확연한 트렌드이다. Web이 불러일으킨 변화는 소비자 영역의 경계를 넘어 기업으로 확산되고 있다. 초기의 인터넷이 홈페이지 등의 Web 형태로 일반인에 의해 사용되다가 인트라넷의 이름으로 기업에 적용되어 Web 비즈니스 어플리케이션이 된 것과 유사한 양상이다. 국내의 경우 KRG의 2007년 IT 시장 조사에 따르면 조사 대상 204개의 기업 중 약 18%가 Web 2.0 추진을 검토 중이라고 한다[KRG07]. 세계적으로는 2007년 말까지 대형기업의 약 30%가 어떤 형태로든 Web 2.0을 가능케 하는 비즈니스 이니셔티브를 진행할 것이라고 한다[Smi07].

이러한 Enterprise(기업)와 Web2.0의 만남은 Enterprise 2.0으로 개념화 되고 있고 주로 지식노동자의 생산성과 협업에 초점이 맞춰져 있다. 하버드 비즈니스 스쿨의 McAfee 교수는 'Blog, Wiki, Goup-Messaging Software와 같은 Web 2.0 기술요소를 기업(조직)에서 사용하여 지식근로자들의 지식활동을 지원하는 것'을 Enterprise 2.0으로 본다[김07]. 그에 따르면 Enterprise 2.0은 S.L.A.T.E.S.의 6가지 구성요소로 이루어진 기업의 '플랫폼'이다. 여기에 IP기반의 전화통신, 인스턴트 메시지(메신저), Web 컨퍼런싱, UMS(음성메일, 팩스, 이메일) 등을 묶은 '통합 커뮤니케이션(Unified Communication, 이하 UC로 표현)'이 주요한 협업도구로 등장하고 있다.

관련 벤더들도 시장 창출에 적극적이다. Wiki 전문 업체인 Socialtext, Blog 업체 WordPress, RSS 업체 NewsGator 등 신생 업체들과Microsoft, Google, IBM 등 대형 벤더들이 시장을 선점하기 위한 각축전을 벌이고 있다. Microsoft는 UC 솔루션인 Office

2) S: Search로 지식노동자들은 맵이나 네비게이션보다 검색을 더 선호. L:Links로 많은 사람들의 Link 패턴으로 유용한 지식이 자연스럽게 표출. A: Author로 Blog를 통한 개인저작, Wiki를 통한 공동저작을 통해 다수 대중의 저작욕망을 해소. T: Tags로 다양한 콘텐츠를 창의적이고 자발적으로 분류. E: Extensions으로 아마존에서 사용자들의 책 추천 및 리뷰와 같이 의견을 확대. S: Signals로 RSS(Really Simple Syndication)과 같이 관심 지식의 등재, 변경을 자동으로 알림

Communicator와 SharePoint를 마케팅하고 있으며 Exchange와 Office, SQL 서버 등 다른 Microsoft 어플리케이션과의 연동을 장점으로 부각시키고 있다[검07]. IBM은 UC 제품인 Lotus Notes 8과 Sametime 8, Social Networking을 위한 Connections 등을 선보이고 있다. Google 역시 주목할만한 업체로, 기업용 툴을 조만간 선보일 예정이다[검07]. 오픈 소스 역시 중요한 역할을 하고 있다. 2006년 4월에 Forrester가 IT 및 기업 전문가들을 대상으로 실시한 설문 조사에 따르면 응답자 34%가 차세대 콘텐츠 및 협업, 포탈, 오피스 툴에서 오픈 소스가 중요한 옵션이 될 것이라고 한다[검07]. Oracle, SAP, Cisco 역시 시장 진입을 서두르고 있다. Oracle은 협업 제품군(Collaboration Suite)과 WebCenter Web 인터페이스를 선보였으며 SAP는 Wiki와 Widget 등 협업 기능을 포함하고 있는 Web 2.0 계획을 발표했다. Cisco는 통합 커뮤니케이션 플랫폼을 통해 고객 확보에 나서고 있다[검07].

위와 같은 Enterprise 2.0 추세를 지켜보노라면 언뜻 초기 Web이 지식공유 용도로 기업에 들어와 KMS가 되었고, Web 2.0에 힘입어 고도로 진화한 KMS로 변모하여Enterprise 2.0이 되는 것처럼 보인다. 이는 Enterprise 2.0이 주로 ‘사람들’ 간의 참여, 공유, 협력을 지원하는 Web 2.0 기술과 서비스에 집중하고 있기 때문이다. 하지만 기업은 사람 외에 일하는 방법과 규칙 및 절차를 담은 프로세스와 정보화를 거치면서 구축한 업무지원 시스템(Legacy)의 세가지 주요 축을 기반으로 운영된다. 그렇기 때문에 기존 정보화 단계를 확연히 넘어서는 기업영역에서의 2.0 업그레이드는 위에서 논의되고 있는 Enterprise 2.0이 포괄하는 영역보다 넓고 기술적으로 복잡할 것으로 예상된다. 그러나 분명한 것은 Web 2.0의 가장 큰 특징이라고 할 수 있는 플랫폼화된 Web이 기업영역에서의 2.0 시대에 기반으로 작용할 것이라는 것이다. 플랫폼화한 Web은 이미 신규 정보시스템 혹은 서비스 구현을 위한 사실상의(de facto) 표준이 되어가고 있기 때문이다.

4. RTE 2.0: 기업 영역의 2.0

4.1 RTE (Real Time Enterprise)

Web 2.0 경향과 결합된 Enterprise 2.0이 미흡하다면 어떠한 개념과 기술적 구조가 기업영역에서의 2.0으로의 변환을 담아내기에 적당한가? 이 물음과 관련해서는 현재의 Web을 왜 다른 이름으로 부르지 않고 업그레이드 된 형태의 Web 2.0이라 명명하는지 점검해 볼 필요가 있다. 그것은 Web의 비전인 ‘참여’, ‘공유’, ‘개방’, ‘협력’의 이용자적 가치는 변하지 않았고, Web 2.0이라 불리는 기술과 이용자에 대한 배려가 이전 Web보다 비전을 보다 잘 실천하고 있기 때문이다.

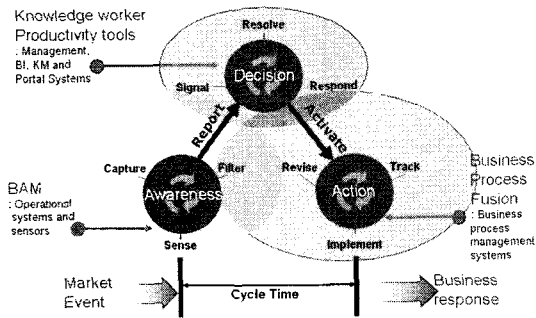
Web의 비전이 위와 같았다면, IT업계에서 회자되던 기업의 정보화 비전은 ‘기업 환경변화의 민첩한 감지(Awareness)’, ‘신속한 의사결정(Decision)’, ‘효과적인 대응(Action)’을 비즈니스 목표로 추구하는 RTE(Real Time Enterprise)였다. RTE는 표 3에서 확인할 수 있듯이 주요 IT 리서치 기관뿐만 아니라 기업 정보화에 중요한 영향력을 행사하는 Major 벤더들에 의해 폭넓게 공감을 받은 패러다임이다.

(표 3) RTE 개념(LG07)

Gartner	<ul style="list-style-type: none"> 최신의 정보를 이용하여 기업의 핵심 프로세스의 관리 및 실행에 발생하는 지연을 점진적으로 제거해 나감으로써 시장의 경쟁력을 확보하는 기업
IDC	<ul style="list-style-type: none"> 복잡한 환경에 대응할 수 있는 다양한 기술 운영능력과 정확한 이해를 통해 끝없이 변화하는 기업환경에 효과적이고 효율적인 비즈니스 운영을 할 수 있는 기업
IBM	<ul style="list-style-type: none"> 주요 파트너, 공급업체 및 고객과의 end-to-end 통합을 통해 모든 고객의 요구, 시장기회 또는 외부 공격에 유연하고 신속하게 대응할 수 있는 전사적인 비즈니스 프로세스를 가진 기업
Oracle	<ul style="list-style-type: none"> 실시간 기업을 위한 여러 요소 중 최신 정보의 중요성을 인식하고, 정보의 품질과 전사 공유환경을 제공하는 아키텍처를 지향하고 실현하는 기업
HP	<ul style="list-style-type: none"> 비즈니스와 IT가 조화를 이루어 다양한 변화에도 지속적으로 수익을 창출할 수 있는 기업의 가장 궁극적인 적응(fitness) 상태

RTE는 또한 기업 내부의 사람, 프로세스, 정보시스

템(Legacy) 간 상호작용을 포괄하는 비전으로 그림 3과 같은 구성 요소와 관련 기술을 포괄하고 있다. 따라서 기업 IT 관점에서 본다면, RTE 2.0은 경영환경을 둘러싼 환경에 대해 실시간으로 ‘인지(Awareness)’, ‘의사결정(Decision)’, ‘실행(Action)’하는 기술과 방법의 진화가 될 것이다. 인지는 환경변화의 감지(Sense), 포착(Capture), 여과(Filter) 행위로 구성되고, 의사결정은 신호(Signal), 해결(Resolve), 대응(Respond)으로 이뤄지며, 실행(Action)은 구현(Implement), 관측(Track), 교정(Revision)의 활동을 포괄한다.



(그림 3) RTE의 구성요소 및 관련 기술(Kv04)

4.2 RTE 2.0

2000년대 초반부터 추구되던 기업의 RTE 비전 실현은 현재 진행형이다. 다만 Web 2.0과 마찬가지로 그를 실현하는 기술과 방안들이 다음과 같이 이전 RTE 구성요소와 차별화하여 진화되고 있어 RTE 2.0의 징후를 보이고 있다.

(표 4) RTE 1.0과 RTE 2.0의 비교(LG07)

RTE	RTE 1.0	RTE 2.0
비전 및 목표 (Awareness, Decision, Action)	RTE Vision 공유 지연(Delay)를 최소화한 프로세스 경쟁력 확보	RTE Vision 공유 프로세스 재조합에 기반한 비즈니스 변환 (Biz. Transformation)
인지 (Awareness)	내부 Transaction Data 기반 Sensing 및 Capturing 위주	내·외부 Transaction, Ubiquitous, 기업 외부 Web 2.0 Data + Event의 Sensing, Capturing 확대

	Day 혹은 그 이상의 Filtering 주기	Intra-day 혹은 그보다 짧은 주기의 Filtering 주기
의사결정 (Decision)	Strategy와 Operation의 Alignment가 부족한 Signal 분석 e-Mail 및 Portal 기반의 분산적, 정적 협업	Strategy와 Operation이 Alignment된 Signal 분석 Web 2.0 및 UC 기반의 통합적, 동적 협업
실행(Action)	프로세스(Process) 자동화에 기반한 Action	프로세스(Process)+서비스(Service)+이벤트(Event)+통찰력(Insight) 유연한 Mash-up(재조합)에 기반한 Action
	Pilot 수준의 SOA Implementation & Revision	현실적용 수준으로서의 SOA Implementation & Revision 이벤트처리 + 서비스 가시화(RIA 적용) SOA 2.0 진화
	Process 및 Application과 긴밀히(Tightly) 연결되어 이들에 대한 Data 공급을 위주한 Data와 Contents의 분산적 통합	Process, Application 및 Service와 느슨하게 연결(Decoupling)되어 이들에 대한 Information (Data + Contents) 서비스를 지향하는 Data와 Contents의 통합관리
	패키지 혹은 내부 개발 기술 Delivery 방식	SaaS식 SW Delivery 옵션의 추가

다음에서는 위의 RTE 2.0 논의 중 기업에 미치는 파장이 크다고 판단되는 의사결정 영역에서 Web 2.0과 결합된 Decision 및 Collaboration 2.0, 감지/의사결정/실행의 전 영역과 관련된SOA 2.0 및 정보통합 2.0 (위의 표 4에서는 RTE 1.0과 2.0의 구분을 단순화 하기 위해 특히 실행영역에만 표기), 그리고 실행 영역의 SW Delivery 2.0에 대해 집중적으로 논의하려고 한다.

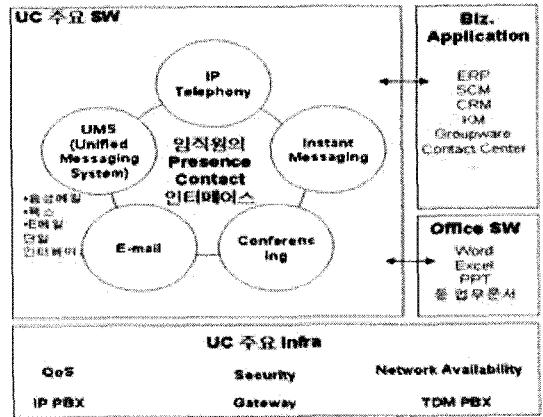
4.2.1 Decision 및 Collaboration 2.0

‘신속하고 효율적인 의사결정(Decision)’의 영역에서는 앞서 설명한 각종 Web 2.0 Application과기업의 접목 현상이 발생하고 있다. Forrester에 따르면, Blog,

Wikis, Podcast, RSS, Social Networking, Tagging이 최근에 기업과 접목되고 있는 대표적인 6가지 Web 2.0 기술이다[Young07]. 이들 기술은 경영 및 일상업무와 관련된 의사결정에 있어 ‘참여’, ‘공유’, ‘개방’ 추구 경향을 강화시킬 것으로 예상된다. 도입의 양상은 개별 Web 2.0 기술의 무질서한 도입이 아니라 어떠한 형태로든 기존에 유사한 역할을 수행하던 KMS 및 Portal과의 연계 혹은 통합의 모습이 될 가능성이 클 것으로 전망된다. 또한 Web 2.0의 주요 특징 중 하나인 ‘사용자 중심성(User-centric)’은 기업 User들이 여러 시스템에 산재된 자신에게 필요한 서비스를 찾아가던 방식에서 User들과 관계된 프로세스와 서비스를 Mash-up(여러 서비스의 조합을 통해 새로운 서비스를 창조하는 Web 2.0 기술 경향)하여 전달해 주는 방식으로의 전환을 가져오고 있다. 각종 시스템에서 특정 기업 사용자의 업무처리 프로세스와 관련된 항목을 일목요연하게 제시해 주는 Process Portal이 대표적인 예이다. 이러한 경향은 ‘Process of Me’ 혹은 ‘Process of Us’라고도 불리며, WEBA(Workplace Enhancement Business Application)라는 새로운 혼합 기술의 일종으로도 명명된다[Bell07].

Web 2.0이 기업으로 들어오면서 소비자 영역과 확연히 차이가 나는 부분은 ‘협력’과 관련된 기술이다. 정보화를 통해 일상적인 업무의 자동화가 진전을 보임에 따라 업무의 성격도 동료와의 활발한 상호작용을 통한 창의적인 분석이 중요해졌다. 이러한 맥락에서 기업의 지식노동자간 협업을 돕는 UC(Unified Communication 혹은 Collaboration)가 새롭게 부상하고 있다. UC란 아래 그림 4처럼 임직원의 상황정보(Presence) 및 컨택정보(Contact)를 매개로 모든 커뮤니케이션 도구(음성통화, 이동통신, 메신저, 화상회의, e-mail)들을 통합하는 것을 말한다. 즉, 특정 직원이 현재 처한 상황에서 원하는 커뮤니케이션 수단을 설정해 놓으면 그와 연락을 원하는 다른 동료가 어떠한 커뮤니케이션 수단으로 연락을 취하더라도 설정된 통신수단으로 연락이 가능한 것이다. 더 나아가서는 업무 프로세스와 결합하여 업무수행 과정에서 필요한 담당자와의 즉각적인 협업을 추구하여 커뮤니케이션의 지연으로 인한 업무차질을 최소화하고 생산성을 높이는 비전을 제시하고 있다(제품 및 벤더 동향은

3.Enterprise 2.0 참조). Microsoft는 특히 Office로 작성된 문서와 UC의 통합까지 염두에 두고 있다. 이를 두고 혹자는 단기적으로는 시장성장의한계에 직면한 그룹웨어와 메시징 솔루션의 새로운 모델팀이 될 것이고, 장기적으로는 SW와 네트워크의 결합에 따른 IT의 새로운 패러다임이 될 것이라고 전망하기도 한다[전자06].

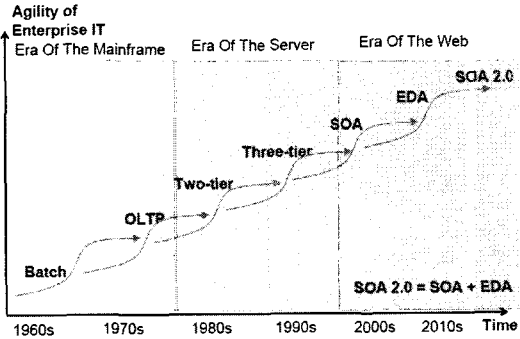


(그림 4) UC의 구조(LG07)

4.2.2 기업 시스템아키텍처의 진화: SOA 2.0

기존 RTE 영역의 세 가지 축인 외부 환경의 인지(Awareness), 효과적인 의사결정(Decision), 신속한 실행(Action)은 일련의 절차적인 순서로 진행되고 개별 단계 및 단계 간 연결 과정의 지연을 최소화 하고자 했다. 이러한 맥락에서 서비스의 재사용과 조합을 통한 민첩한 비즈니스 지원을 약속하는 SOA(Service-Oriented Architecture)가 RTE의 시스템아키텍처로 개념화 되고 적용되었다. 최근에는 SOA가 점차 시장에 적용되기 시작하면서 서비스 아키텍처에 대한 관심이 고조되고 있다. 북미지역에서는 많은 기업들이 SOA를 적용하였고 이러한 기업 중에 Verizon 등과 같은 Best Practice 사례들이 소개되기 시작했다[Ken07]. 국내시장에서도 SOA는 개념 및 구현 기술에 대한 논의 중심에서 파일럿 프로젝트 등을 통한 실제 구현에 나서는 모습을 보이고 있다. 이렇듯 SOA가 서서히 자리를 잡아가는 동안에도 그림 5에서와 같이 SOA를 기반으로 한 서비스 아키텍처의 진화는 계속되고 있다[Nat07]. SOA

와 EDA가 조합된 SOA2.0으로의 진화가 시작되고 있는 것이다.



(그림 5) SOA의 진화(Nat07)

기업의 아키텍처를 SOA2.0으로 이끄는 동인은 비즈니스 환경이 Portal, Mobile Device, RFID(Radio Frequency Identification), USN(Ubiquitous Sensor Network) 등을 활용한 다양한 비즈니스 접점과 VoIP, Instant Messaging 등 비즈니스 커뮤니케이션 및 협업이 점차 기업의 아키텍처 범위에 포함되고 있기 때문이다[Heff06]. 이러한 유비쿼터스 환경에서의 서비스는 다양한 디바이스 어플리케이션이 분산화되어 있는 컴퓨팅 환경을 기반으로 한다. SOA는 분산 컴퓨팅 환경 하에서 플랫폼 독립적인 서비스를 지원하기에 가장 적합한 구조를 가지고 있기 때문에 유비쿼터스 서비스를 지원하는 기본 아키텍처로 사용되기 시작했다.

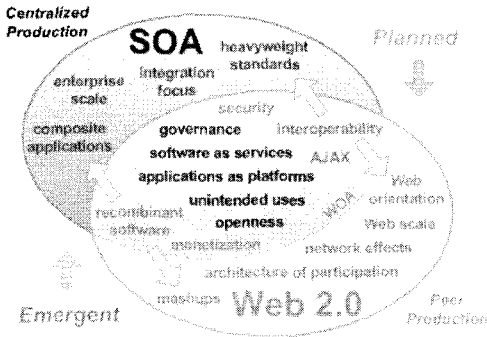
그러나 SOA 기반의 기업 IT 시스템은 프로세스가 진행되기 시작하면 서비스 요청과 응답에 의해 정형화된 프로세스로 진행되기 때문에 프로세스 진행 중 예상치 못하게 발생하는 이벤트(외부환경의 변화나 상황)를 적절히 프로세스에 반영하기 어려운 점이 있다. 유비쿼터스 환경에서 SOA가 제공하지 못하는 기업 내외의 의미적 상태 변화인 이벤트를 적절히 처리해 주기 위해 EDA(Event-Driven Architecture)가 등장하였고 SOA와 EDA의 장점을 최대한 활용하여 기업의 최적화된 아키텍처를 구현하려는 것이 SOA 2.0이다.

EDA와의 결합 외에 SOA의 진화에 특이할 만한 사항은 SOA와 Web 2.0의 만남이다. 기존의 SOA는 영향력의 범위가 기업 내부에 한정되고 Application을 통

해 최종적으로 전달되는 서비스들은 사용자에게 크게 어필할 수 없었다[AJA06]. 왜냐하면 전달된 서비스는 기업 내에서만 사용이 가능하며 최종 사용자의 PC에 나타난 화면은 기존에 사용해 왔던 Legacy System 화면과 별반 차이가 없어 보였기 때문이다. 기업의 입장에서는 SOA를 적용하여 비즈니스 서비스나 데이터 서비스를 재사용하고 비즈니스 목적에 신속하게 대응할 수 있게 되어 IT 비용절감이나 양질의 정보를 사용할 수 있는 등의 효과를 얻었지만 실제 SOA 서비스를 사용하는 사용자의 입장에서는 기존의 Application과 다를 것이 없어 보인 것이다[Cru07].

그러나 Web2.0이 등장하면서 SOA에도 영향을 미치기 시작했다. 그림 6에서 나타나듯이 Web2.0과 SOA는 개념적으로 어플리케이션의 공유, 재사용 및 조합이라는 공통적인 성격을 가지고 있으며 이를 바탕으로 서로 연계되면서 새로운 서비스 활용의 세계를 사용자들에게 소개하기 시작한 것이다. Web2.0과 SOA의 연계는 크게 두 가지 관점에서 의미를 갖는데 첫 번째는 Web2.0이 기업 내에 한정되어 있던 SOA 서비스들을 기업 테두리를 벗어난 Web의 세계로 이끌어내는 계기를 마련해 준다. 두 번째는 이렇게 Web이라는 무대에 등장한 SOA 서비스들은 기업의 비즈니스 파트너, 고객, 기타 사용자들에게까지도 손쉽게 활용된다.

이를 가능하게 한 것이 RIA(Rich Internet Application)인데 Web2.0의 조류에 속하는 RIA는 SOA의 Application Layer에서 Mash-up, Widget 등을 활용하여 UX(User eXperience)를 통해 서비스들을 더욱 세련되고 편리하게 사용자들에게 전달할 수 있게 만들고 있다[Gar07]. 이러한 Web2.0과 SOA의 연계 결과로 Long Tail 같은 새로운 비즈니스 모델과 Mash-up을 통한 정보의 재생산과 유통이 더욱 활기차게 전개되었다. Google Map이나 Amazon의 OpenAPI를 활용한 Mash-up 사례에서 알 수 있듯이 기업들은 이익을 위해 자신이 가지고 있는 중요 정보를 공개하고 공유하는 일이 무한 경쟁 시대에 살아남기 위한 피할 수 없는 선택이 되어가고 있기 때문에[박07] 앞으로 RIA를 통해 활용할 수 있는 서비스들은 더욱 증가할 것으로 보여진다.



(그림 6) SOA와 Web 2.0 연계(Zdnet)

RIA의 시장 성장세도 가파르다. 전세계 RIA 시장은 2011년까지 5억 달러에 이를 것으로 전망된다 [Sch06]. 국내 시장은 세계 시장에는 못 미치지만 빠른 상승세를 보여주고 있다. 국내 RIA 시장은 2004년부터 현재까지 매년 두 배 정도의 성장률을 나타내고 있고, 2008년에 약 1200억 원의 규모가 될 것으로 예상된다[김06]. Gartner의 포괄적 전망에 의하면 2010년까지 적어도 60%의 Application에 RIA 기술이 사용될 것이고, 이 가운데 25%의 Application은 RIA로만 구현될 것이라고 한다[Dri05].

이에 SOA 도입을 추진하는 기업들은 이벤트 처리와 서비스를 결합시키는 장기적 발전 구상을 마련하고, RIA라는 사용자에게 어필하는 감성적인 의상을 추가로 준비할 것을 권고하는 바이다.

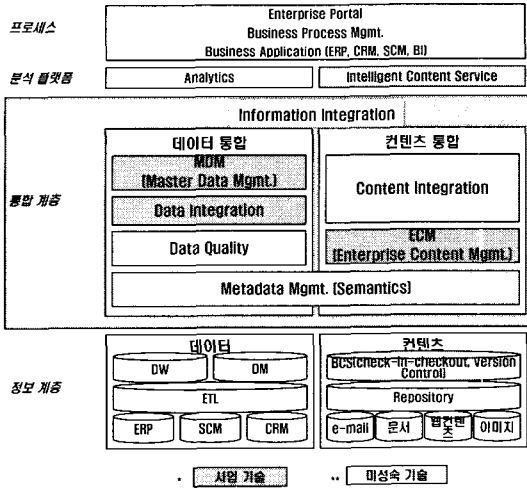
4.2.3 데이터 통합 2.0: 정보통합서비스

기업 내 정보시스템의 난립, 각종 컴플라이언스(Compliance)와 리스크에 대한 대응, 기업 환경에 대응한 통찰력 있는 정보의 활용, 대규모 인수합병의 과정에서 겪는 조직간 시스템 통합 등의 굵직굵직한 문제에 따른 데이터 통합의 이슈는 기업에 상존해 왔다. 여기에 RTE의 근간이 되는 SOA의 확산과 Web 2.0으로 대표되는 Web의 활황은 데이터의 통합관리 필요성을 가중시키고 있다. SOA의 서비스들이 일관된 정보를 사용하기 위해서 기업의 정보 자원들 중 데이터와 콘텐츠의 무결성과 일관성이 중요한 전제가 되기 때문이다. 또한 Web을 통해 대량으로 유입되는 기업 내외의 정형 및 비정형 데이터는 그들 간의 의미적 연

관성으로 묶여질 때 활용가치가 높아지기 때문이다. 이러한 이슈 속에서 Data와 Contents를 통합하여 관리하고 SOA에 정보를 서비스하는 정보통합서비스(Information Integration as a Service)가 부상하고 있다.

정보 서비스(Information Service)란 고객, 제품과 같은 특정 비즈니스 엔터티에 관해서 실시간으로 고품질의 정보통합 뷰를 제공하는 것으로 정의된다[Gil07]. 이러한 관점에서 정보 서비스도 SOA 서비스의 일종이다. 일반적으로 SOA 기반 개발에서 주로 언급되고 있는 서비스는 비즈니스 사용자에게 의미가 있는 비즈니스 역량을 제공한다. 예를 들어 `Submit_Order`, `Check_Credit`, `Fulfill_Order` 등이 그것이다. 이에 대하여 정보 서비스는 `Customer_Information`, `Order_Status`와 같은 정보를 SOA 인프라를 통해서 또는 HTTP 상에서 SOAP(Simple Object Access Protocol)을 통해서도 전달한다. 궁극적으로 정보 서비스는 하단의 정보 모델과 정보 관리를 분리하겠다는 전략이며 이렇게 되면 특정 비즈니스 서비스의 룰과 관련된 정보도 독립적으로 관리하게 된다. 인터넷에서 제공되는 웹 기반 정보 서비스도 있다. 인터넷의 정보 서비스는 소스부터의 통합이나 변환이 기업 정보에 비해 더 적다. 웹 정보 서비스는 SOAP, REST(Representational State Transfer), RSS(RDF Site Summary 또는 Rich Site Summary) 등을 이용해서 제공되거나 단일 정보 소스를 래핑(wrapping)해서 만들어지기도 한다.

정보통합서비스는 통합된 정보를 서비스로 제공(Information Service)하기 위해 필요한 정보 전략이면서 기술 세트도 정의할 수 있다. 전달되는 정보는 래저서 어플리케이션이나 데이터 소스 모델을 반영한다 기보다 현재의 정보 요구를 반영하는 정보 모델로 제공된다. 예를 들어 정부로부터 특정 사안에 대한 기업 정보를 제공하라는 명령을 받았을 때 사용하는 e-discovery 소프트웨어는 기업의 정형, 비정형 데이터를 모두 검색해서 정부가 원하는 포맷으로 일목요연하게 출력할 수 있어야 한다. 이것이 가능하기 위해서는 전사에 분산되어 있는 데이터 소스로부터 정보를 통합해서 전달하는 전략이 필요하다. 그림 7은 이러한 정보 통합 서비스를 제공하기 위해 필요한 다양한 컴포넌트들을 열거하고 있다.



(그림 7) 정보통합서비스 기술 구성(LG07)

프로세스 계층과 분석 플랫폼 계층은 정보 서비스의 소비자로서 하단의 정보 모델에 대한 지식 없이도 정보 통합서비스를 통해 필요한 정보를 받을 수 있게 될 것이다. 정보 계층에는 다양한 어플리케이션 사일로(Silo)에 정보들이 흩어져 있고 이것들을 모으고 분석하기 위한 DW(Data Warehouse), DM(Data Mart)이 있다. 기업내 컨텐츠는 어떤가 보자. e-mail, 문서, 웹 컨텐츠, 이미지, 동영상 등의 컨텐츠 리파지토리가 산재해 있다(16개 이상의 리파지토리를 갖고 있다는 기업도 있다).

이들을 통합해서 고품질의 일관된 정보로 만들어 주는 계층이 통합계층이다. 가장 기본이 되는 기술은 메타데이터 관리 기술로서 어플리케이션 개발 및 통합 과정에서 생성되어 분산된 채로 저장되어 있는 메타데이터를 조직적으로 관리하고 메타데이터간 의미를 일치시킨다. 의미 일치는 여기서 123이라고 되어 있는 것과 저기서 ABC라고 되어 있는 것이 일치한다는 정도의 ID 동일성을 해석하는 단순한 수준에서부터 RDF(Resource Description Framework)와 같은 메타데이터 형식과 OWL(Web Ontology Language) 시맨틱 표현간의 관계를 추론하는 복잡한 것까지를 포함한다. 또한 메타데이터 관리 기술은 데이터의 위치, 상황, 사용법 등에 대한 정보를 제공하고 관련 소스 데이터들의 매핑 서비스를 제공한다. 데이터 품질 기술은 통합

의 핵심이다. 통합하면서 발생하는 데이터 중복, 불일치 등을 표준화, 클렌징, 추론 등을 통해 치료하는 역할을 수행한다. 또한 데이터 품질에 대한 상시적인 모니터링 기능도 제공한다. 데이터 통합은 데이터 소스에 대한 접근, 변환, 이동, 통합 등의 서비스를 제공한다. MDM은 기업 정보의 가장 근간이 되는 마스터 데이터를 여타 데이터 소스로부터 분리하여 저장하면서 전자 레퍼런스로 활용하여 마스터 데이터의 품질을 제고하기 위한 방법이다.

기업에 상존하는 데이터 통합의 문제와 최근의 SOA 및 Web 2.0의 진전은 정보통합서비스 시장을 꾸준히 성장시킬 것으로 보인다. 먼저 데이터 관리 영역의 주요 벤더들이 정보통합서비스 제품을 개발하고 있다. 정보 서비스를 제공하는 제품 개발은 주로 SOA 미들웨어 플랫폼 벤더들에 의해서 주도되고 있다. BEA Systems, Informatica, Oracle, Sybase, Tibco Software, webMethods와 같은 벤더들이 이종의 정보에 대한 통합된 방법론을 제공하고 있다. 특히 BEA는 SOA를 시작할 때 가장 먼저 서비스로 전환해야 할 것으로 데이터를 꼽고 있다. IT 복잡성의 70%가 데이터 관리 때문이고, 일반적으로 하나의 기업용 어플리케이션이 평균 14개의 데이터 소스에 접근하고 기업은 대략 1000개 정도의 데이터 소스가 있기 때문이다 [BEA].

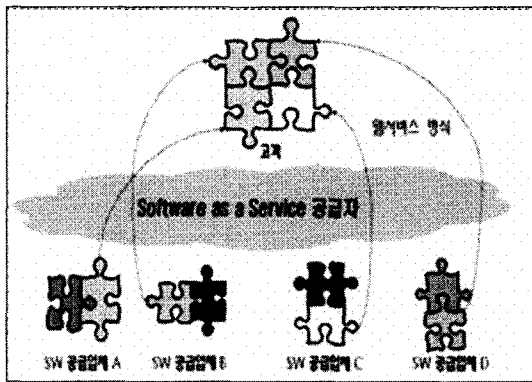
정보통합서비스 전체 시장의 규모를 예측하기는 쉽지 않다. 데이터 통합 시장은 IDC가 2003년에 예측한 전세계 시장 사이즈가 유일하게 알려져 있다[Mc03]. 이에 따르면 세계시장은 라이선스 기준 연평균 약 10%의 성장을 하고 2010년 약 2,573M\$ 규모가 될 것이다. 국내 시장은 국내 업계의 예상으로 데이터 통합 소프트웨어 라이선스 수익 기준으로 2006년 약 150억 원의 매출이 있었으며 서비스까지 포함하면 약 1000억 원대의 시장이 된다고 보고 있다[이06].

이에 기업들은 RTE의 중요한 2.0 변화 현상의 하나인 정보통합서비스에 새롭게 주목하고, 1)Web 2.0과 같은 소비자 기술의 유입과 소비자들의 혁신적인 아이디어를 프로세스와제품의 혁신에 이용하기 위한 정보통로로서 (예. 소비자들의 아이디어를Product Lifecycle Management에 전달) 2)시장, 추가, 원자재 등의 환경에 민첩하게 대응하고 지속적 성장을 추구하

기 위해 적합한 사람에게 적시에 알맞은 정보(right information for right people in right time)를 제공하는 서비스로서)기업 Application의 SOA 전환의 전제조건으로서 활용할 필요가 있다.

4.2.4 기업 SW 2.0: SaaS

앞서 플랫폼화한 Web의 영향 중 하나로 SaaS를 거론하였다. SaaS의 큰 장점 중의 하나는 SW 혹은 Application을 기업의 상황변화에 따라 민첩하게 배치시킬 수 있다는 것이다. 즉, 특정 기업의 프로세스와 업무 특성에 최적화 되어 있지는 않지만 그런대로 ‘충분히 좋은 (good enough)’ SW를 그림 8처럼 원격으로 접속하여 바로 사용하면 되는 것이다. 환경변화에 민첩한 대응을 목표로 하는 RTE에 있어 SaaS는 수개월이 소요되는 소프트웨어 개발과정을 단축시키고 초기 투자비용과 업그레이드 비용을 감소시켜 SW 도입의 대안적 옵션으로 작용할 가능성이 높아지고 있다.



(그림 8) SaaS 이용 개념도(LG07)

주로 Web을 기반 플랫폼으로 하는 SaaS식 SW Delivery의 시장 성장세도 주목할 만하다. 웹 플랫폼 기반 CRM 업체인 Salesforce.com은 미국의 웹 기반 CRM 시장의 절반을 확보하고, 연평균 67%의 매출 성장세와 76%에 달하는 고객 증가세를 보이고 있다 [조07]. 더 나아가 다양한 개발자와 중소기업들이 개발한 소프트웨어를 교환하는 온라인 시장인 ‘AppExchange’와 이를 기업의 소비자와 연계하여 소

프트웨어를 유통시키는 ‘AppStore’를 마련하고 있다. 기업용 SW를 웹 플랫폼 생태계에 편입시켜 개발, 유통, 과금하는 전략인 것이다. 기존의 기업용 OS 플랫폼의 생태계에서 활동하던 IBM이나 Oracle 등 소위 Big Vendor들도 이에 대처하고 있다. Oracle은 이미 e 비즈니스 스위트를 웹 플랫폼 위에서 서비스 형태로 제공하는 SaaS 솔루션을 잇따라 출시했고, DB나 미들웨어, 기업 메시징 솔루션 등 협업시스템과 JD Edwards 어플리케이션을 같은 방식으로 선보이고 있다[조07]. IBM 역시 소프트웨어업체들과 협력하여 공동의 Web 플랫폼 형태의 SaaS 기반 서비스를 내놓고 있다. IDC는 2008년 모든 라이센스 수익의 34%가 가입자 기반에서 나오고2010년에는 73%의 SW벤더와 70% 고객이 웹 플랫폼 기반의 SW를 사용할 것으로 예측했다[조07]. 이러한 추세가 지속된다면 SaaS는 RTE를 추구하는 기업들을 지원하는 서비스로 자리잡을 것이고, RTE는 기존의 자체 개발 혹은 패키지 SW 외에 SaaS를 Legacy System에 추가하게 될 것이다.

5. 결론: RTE 2.0을 통한 비즈니스 변환

위에서 특정한 가치의 실현을 위해 기존의 접근법과 구별되는 새롭고 발전적인 시도 혹은 경향을 닷제로(x.0)라는 소프트웨어 버전 향상을 의미하는 용어에 비유하였고, 현재를 2.0의 시대로 규정하였다. 그리하여 2.0 시대의 파장을 불러온 진원지가 Web이기 때문에 Web 2.0에 관한 다양한 논의와 특징을 살펴보았다. 그 과정에서 Web 2.0의 핵심적 특징으로서 서비스와 데이터, 콘텐츠의 새로운 플랫폼으로서의Web (Web as a Platform)을 지적하였다. 또한 플랫폼화한 Web이 지식노동자의 협업과 생산성 향상 관점에서 기업과 만나고 있는 Enterprise 2.0 경향(Trend)를 소개하였다. 그러나 기업영역의 2.0 논의는 Web 2.0 조류의 유입뿐만 아니라 기업들이 추구해온 이전 정보화 방향성을 동시에 고려해야 하기 때문에, Enterprise 2.0 경향이 기업의 2.0 논의로서는 미흡함을 주장하였다. 그래서 기업들의 최근 정보화 비전인 RTE 맥락에서 기업영역의 2.0을 파악할 것을 제안하였고, RTE 2.0으로서 기업구성원들의 의사결정 및 협업과 Web 2.0 기술의

결합, 이벤트 처리와 접목하고 RIA와 결합한 SOA 2.0, 데이터와 콘텐츠를 통합관리 하는 정보통합서비스의 경향, 기업용 SW의 대안적 옵션인 SaaS를 분석하였다.

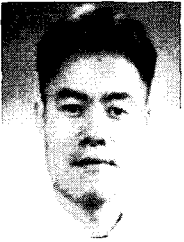
Web 2.0의 열풍 속에서도 Web 세계를 관통하는 변하지 않는 가치가 ‘참여’, ‘공유’, ‘개방’, ‘협력’이라면, RTE 2.0 시대에도 살아남을 기업의 가치는 환경변화에 대한 민감한 감지(Awareness), 분석과 협업에 입각한 신속한 의사결정(Decision), 의사결정을 지원하는 효과적 실행(Action)을 통한 경쟁력 확보일 것이다. 다만 RTE 1.0의 초점이 환경감지, 의사결정 및 대응 과정의 지체를 최소화한 프로세스의 경쟁력이었다면, RTE 2.0은 Web 2.0으로 대표되는 소비자 기술(Consumer Technology)과 재사용 및 재조합에 강한 서비스 지향 기술(Service-Oriented Technology)을 효과적으로 Mash-up하여 비즈니스 변환(Business Transformation)을 추구하는 것으로 판단된다. 따라서 정보화의 진전으로 인해 프로세스 경쟁력의 차별화가 어렵고 저성장의 시대를 맞아 혁신과 지속적 성장이 아쉬운 때에 RTE 2.0의 조류를 확인하고 도입방안을 검토해 보는 일은 현재를 경영해 가는 기업들에게 가치 있는 일이 될 것이다.

참고 문헌

- [1] [AJA06] AJAXWorld News Desk, "Technology Viewpoint: Is Web2.0 the Global SOA?", SOA World Magazine, 2006.02.
- [2] [BEA] BEA, "Ride the Data Services Wave BEA AquaLogic Data Services Platform", <http://bea.webinar.co.kr/>.
- [3] [Bell07] Toby Bell, "Orchestrating Revenue Growth With Workplace-Empowerment Business Application (CEVAs and WEBAs)", Gartner Symposium ITxpo 2007 Spring.
- [4] [Cru07] John Crupi, "AJAX + SOA: The Next Killer App", SOA World Magazine, 2007.01.
- [5] [Dri05] M.Driver, R.Valdes, G.Phifer, "Rich Internet Applications are the next evolution of the web", Gartner, 2005.05.04.
- [6] [FT07] Richard Waters, "Bubble 2.0?", Financial Times (FT.COM), 2007.04.30
- [7] [Gar07] Dana Gardner, "SOA Past and SOA Future", Redmond Developer News, 2007.01.
- [8] [Gens07] Frank Gens, "IT Directions 2007: Hyperdisruption and the Redefinition of the Enterprise IT Marketplace"IDC, 2007.05.22.
- [9] [Gil07] Mike Gilpin, Noel Yuhanna, "Information-As-A-Service: What's Behind This Hot New Trend?", Forrester, 2007.03.22.
- [10] [Hef06] Randy Heffner, "EDA, SOA2.0, and Digital Business Architecture", Forrester, 2006.09.01.
- [11] [Ken07] Frank Kenny, "SOA Down to Earth: What you should and shouldn't do to make it happen", Gartner Symposium, 2007.04.
- [12] [KRG07] KRG (Knowledge Research Group), "2007 IT Market Perspective", 2007.03.20.
- [13] [KIPA06] KIPA, "포털 사이트를 중심으로 한 국내 Web2.0 서비스 현황과 전망", 소프트웨어전략 정보팀, 2006.07.11.
- [14] [Ky04] Andy Kyte, "How IT Will Serve The Business" Gartner, 2004. http://www.cioday.nl/presentaties/cioday_kyte.ppt 열람 가능.
- [15] [LG07] LG CNS, 정보기술연구소, 2007.
- [16] [Mc03] Steve McClure, "Worldwide Data Integration Software Forecast and analysis, 2002-2007", IDC, 2003.10.
- [17] [Nat07] Yefim V. Natis, "Applied SOA: Transforming Fundamental Principles Into Best Practices", Gartner, 2007.04.04.
- [18] [OR05] Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0?", O'Reilly, 2005.09.30.
- [19] [Sch06] Ronald Schmelzer, "Rich Internet Applications - Market Trends and Approaches", Zapthink, 2006.07.
- [20] [Smi0610] David Mitchell Smith, "Web Platforms Are Coming to an Enterprise Near You", Gartner, 2006.10.30.

- [21] [Smi0611] David Mitchell Smith, "Platforms Can Be Used to Navigate the IT Maze", Gartner, 2006.11.07.
- [22] [Smi07] David Mitchell Smith et al, "2007년도 예측 보고서: 기업으로 파고드는 Web 2.0 및 소비자화", Gartner, 2007.03.20.
- [23] [Tim96] Tim Berners-Lee, "The World Wide Web: Past, Present and Future", 1996.08.
- [24] [Wiki] Wikipedia, www.wikipedia.com
- [25] [Young07] Oliver Young et al, "Efficiency Gains And Competitive Pressure Drive Enterprise Web 2.0 Adoption", Forrester, 2007.03.20.
- [26] [Zdnet] <http://blogs.zdnet.com/Hinchcliffe/?p=107>
- [27] [김06] 김익종, "X인터넷, 국산 간판 소프트웨어(SW)를 노린다", 전자신문, 2006.06.08
- [28] [김07] 김효근, "Enterprise 2.0의 본질과 창조적 지식 혁신", 엔터프라이즈 2.0 컨퍼런스, 2007.04.27.
- [29] [권07], 권기덕 et al, "웹 2.0이 주도하는 사회와 기업의 변화", SERI, 2007.01.24.
- [30] [박07] 박지강, '웹2.0 기술의 주역- OpenAPI의 무한한 가능성', 마이크로 소프트웨어, 2007.04.
- [31] [백07] 백영란, "소프트웨어 Insight 정책리포트: 웹2.0의 유행을 넘어, 소프트웨어산업의 키워드 찾아", KIPA, 2007.05.
- [32] [우메다06] 우메다 모치오, "웹 진화론"재인, 2006.
- [33] [이06] 이병희, "[데이터를 통합하라](상)떠오르는 DI 시장", 전자신문, 2006.10.30.
- [34] [전자06] 김익종, "UC SW업계 블루오션 뜬다", 전자신문, 2006.12.06.
- [35] [조07] 조성훈, "[해외성공사례] 대기업도 놀란 웹 기반 소프트웨어기업의 성장", 디지털타임스, 2007.03.07.
- [36] [컴07] 컴퓨터월드, "엔터프라이즈 2.0의 진정한 구현 방안은?", 2007.05.03.

◎ 저자 소개 ◎



박 문 태

1998년 서울대학교 사회학과 학사
2003년 Syracuse 대학교 School of Information 대학원 Information Management 석사
2004~현재 LG CNS 정보기술연구소 기술전략그룹



이 영 진

1996년 홍익대학교 금속재료공학과 학사
1995~현재 LG CNS 정보기술연구소 기술전략그룹



장 양 자

1993년 서울대학교 지구과학교육학과 학사
1996년 서울산업대학교 정보산업공학과 석사
2002년 서울대학교 정보산업공학과 박사
2002~2005 ETRI 우정기술연구센터
2006~현재 LG CNS 정보기술연구소 기술전략그룹