

## 엔터프라이즈 웹 2.0 기술 동향

김미혜 (대구가톨릭대학교)

### 차 례

1. 서론
2. 엔터프라이즈 웹 2.0 구성 요소
3. 엔터프라이즈 웹 2.0 기술 동향
4. 결론

### 1. 서론

웹 2.0 트렌드의 핵심인 참여, 공유, 개방이라는 키워드가 단지 일반 사용자들뿐만 아니라 기업에도 영향을 미치며 웹의 새로운 패러다임을 만들어가고 있다. 이제 사용자들은 단지 정보의 소비 주체에 머물지 않고 블로그(Blog)나 위키(Wiki)를 통해 자신이 직접 생산한 콘텐츠를 게시하며 정보 생성자로 자리매김하고 있다. 이러한 웹 2.0의 개념이 기업의 업무 환경에도 그대로 영향을 미치며 기업 구성원 개개인의 집단 지성(Collective Intelligence)은 폐쇄적 기업 조직을 개방적, 창의적인 유연한 조직으로 변화하도록 요구하고 있다. 이러한 변화와 함께 대두된 것이 바로 엔터프라이즈 웹 2.0(Enterprise Web 2.0)이다.

엔터프라이즈 웹 2.0 또는 단순히 엔터프라이즈 2.0으로 사용되는 이 개념은 2006년 Andrew P. McAfee 교수가 처음으로 소개하였다. 맥아피 교수는 "엔터프라이즈 2.0은 기업 내, 또는 기업과 제휴사 간, 혹은 기업과 고객들 사이에 새로운 사회적 소프트웨어 플랫폼의 사용이다 (Enterprise 2.0 is the use of emergent social software platform within companies, or between companies and their partners or customers)"[1] 라고 정의하였다. 그리고 M. R. Rangaswami는 "엔터프라이즈 2.0은 비즈니스 소프트웨어를 개발하고 비즈니스 소프트웨어를 사용자들에게 전달하기 위해 사용되는 개발 모델과 전달 방법 및 기술들의 새로운 집합에 대한 시너지이다 (Enterprise 2.0 is the synergy of a new set of technologies, development models and delivery methods that are used to develop business software and deliver it to users)"[2] 라고 정의하였다. 맥아피 교수는 초기의 개념을 좀 더 발

전시켜 엔터프라이즈 2.0에 대해 "참여와 공유를 지향하는 웹 2.0의 기본 패러다임과 이와 관련된 기술들을 기업에 적용하여 지식을 창조하고 공유하며 이를 통한 협업으로 기업의 수익을 창출해 내는 것"이라고 정의하였다[3, 4]. 따라서 엔터프라이즈 웹 2.0은 기업의 새로운 가치 창출을 위해 웹 2.0의 도구들을 기업 경영에 적용하여 기업의 새로운 경영혁신을 도모하는 것이라고 말할 수 있겠다. 다시 말해, 웹 2.0과의 가장 큰 차이점은 엔터프라이즈 2.0은 기업의 수입 창출이 동반되어야 한다는 점이다.

따라서 이제 기업은 IT가 지원하지 못했던 경영, 마케팅, 연구개발(R&D), 협업 등의 주요 기업 활동에 웹 2.0을 적용함으로써 비즈니스 혁신, 내부 역량 강화, 업무의 생산성 향상 및 경쟁력 강화를 기대하며 사업영역의 차별화 및 다각화를 모색하고 있다. 기업 경영 활동은 인터넷 기반 오픈 네트워크를 기반으로 Social Network, Wiki, Mashup 등을 활용한 오픈 비즈니스 모델로 진화하고 있으며 기업 마케팅은 Social Networking 을 중심으로 한 웹 2.0 마케팅 솔루션이 등장하고 있다. 이와 함께 전통적인 방법의 분석, 예측을 넘어 방문자 중심의 비즈니스 성과 측정 도구들이 등장하고 있다. 또한 RSS/Podcast, Blog/Wiki 등의 웹 2.0 기술을 활용하여 다른 내부·외부 구성원과 보다 쉽게 정보교환을 통해 협업할 수 있는 환경으로 변환되어 가고 있다. 기업 활동에 웹 2.0이 적용되는 분야로는 활용 영역에 따라 선호되는 기술이 다르지만 크게 고객과의 인터페이스(기업 마케팅, 고객서비스, 오픈 비즈니스 모델), 파트너와의 인터페이스(커뮤니케이션, 구매) 그리고 내부 협업(지식 관리, 제품 개발) 분야로 나누어 볼 수 있다[5].

본 기고에서는 엔터프라이즈 웹 2.0의 구성 요소와 주요 기술의 동향에 대해서 살펴본다. 주요 기술 동향에서

는 먼저 엔터프라이즈 2.0의 기술 구성과 동향에 대해 살펴본 다음, 엔터프라이즈 웹 2.0의 핵심 기술들 중 Gartner사[6], 7] 및 Forester사[8]이 향후 5년간 급속히 성장할 것으로 예상한 Social Software(Social Networking)의 기술동향과 2년 이내로 가시화될 것으로 예상한 Mashup의 기술동향에 대해서 살펴본다.

## 2. 엔터프라이즈 웹 2.0 구성 요소

엔터프라이즈 웹 2.0의 구성요소에 대해서는 Andrew P. McAfee 교수가 제안한 'SLATES'을 중심으로 하여 살펴보도록 하겠다[3]. 'SLATES'는 Search(검색), Links(연결), Authoring(제작), Tags(분류), Extensions(확장성), Signals(신호)의 여섯 가지 구성요소의 머리글자이다. 기업 내 엔터프라이즈 2.0의 실현을 위해서는 최소한 이 여섯 가지의 구성요소를 갖추어야 한다.

- 검색(Search): 어떤 정보 플랫폼이든지 가치를 가지기 위해서는 사용자가 찾고자 하는 정보를 반드시 찾을 수 있도록 해야 한다. 인트라넷(Intranet)은 페이지 레이아웃과 내비게이션을 통해 이러한 검색 기능을 지원하지만 사용자들은 일반적인 키워드 검색을 더 선호하고 있으며[9] 인트라넷 보다는 인터넷 검색 엔진을 통한 검색에서 훨씬 높은 검색 성공률을 경험하고 있다. 이제 기업도 기업 내부의 통합 지식 검색 기능을 통해 인터넷 검색 만족도 이상의 정확한 정보와 효과적인 기업 정보 시스템을 제공해야 한다.
- 연결(Links): 링크는 온라인 콘텐츠에서 중요한 정보가 무엇인지와 콘텐츠의 구조를 제공하는 탁월한 안내 역할을 한다. Google은 많은 사람들의 의견을 반영한 웹 페이지 간에 링크로 연결된 정보를 통해서 인터넷 검색의 성능을 아주 크게 향상시켰다. 기업도 이제 내부 웹 개발 그룹의 의견에만 국한하지 않고 사용자의 의견을 반영하고 사용자들이 링크를 형성할 수 있도록 하는, 대규모 그룹에 의한 지식체계 구축이 가능해야 한다. 또한 지식체계 구조는 사용자의 의견을 반영하며 지속적으로 변화하여야 한다.
- 제작(Authoring): 인터넷의 블로그나 위키는 많은

사람들이 광범위한 대중을 대상으로 글을 쓰는 저자가 되고자 함을 보여주었다. 위키의 개발자 Cunningham은 발굴되지 않는 많은 섹스피어가 있을 뿐만 아니라, 많은 사람들이 지식이나 통찰력, 경험, 코멘트, 사실과 의견, 링크 등 기여할 수 있는 무엇인가를 가지고 있음을 지적하였다. 바로 블로그와 위키가 이러한 기능을 수행한다. 블로그에 있는 콘텐츠는 시간이 지남에 따라 계속 누적되어 가는 반면, 위키에 있는 콘텐츠는 취소와 복구 과정을 통해 반복되어 가는 특성을 지닌다. 기업도 블로그나 위키의 특성을 활용해 사용자들이 자유롭게 참여하여 공헌할 수 있는 환경을 만들고, 사용자들이 지식을 제작하고 축적해나갈 수 있는 제작 도구를 제공해야 한다.

- 분류(Tags): 사진 사이트 Flickr[10], 블로그 전문 사이트 Technorati[11]과 웹 사이트 북마크를 위한 del.icio.us[12] 등은 웹에 있는 거대한 양의 콘텐츠를 모아 놓고 사용자들에게 단순히 태그를 달도록 함으로써 사용자들을 활용하여 콘텐츠의 분류 작업을 수행하는 사례들이다. 다시 말해 미리 생성한 분류 체계, 즉 taxonomy를 제시하지 않고 사용자들의 행동의 의한 결과로서 시간이 지나면서 분류체계가 형성되어 갈 수 있도록 한다. 이렇게 대중에 의해 시간이 흐름에 따라 생성된 분류 시스템을 folksonomy라고 한다. Folksonomy는 taxonomy에 비해 분류체계가 중복될 수 있고 보통 단일 레벨만으로 구성될 수 있는 단점도 있지만 사람들이 실제로 사용하는 정보 구조와 관계를 반영할 수 있다는 장점을 지닌다. 기업도 이제 기존의 정적 분류체계 시스템에서 탈피해 사용자가 스스로 참여하여 지식 맵을 형성해갈 수 있도록 해야 한다.
- 확장성(Extension): 분류체계와 사용자의 의견을 매칭하여 사용자에게 자동으로 추출된 의견을 제시하고 이에 대해 사용자가 한 단계 더 태그를 하게 한다. 이러한 확장성을 도입한 예로는 Amazon.com의 추천시스템과 stumbleupon.com의 돌바가 있다. 이와 같이 기업은 사용자가 스스로 지식을 평가하고 지식을 공유하도록 함으로써 새로운 지식을 창조하여 확장해 가야 한다.
- 신호(Signals): 마지막으로 신호는 사용자에게 관심 콘텐츠의 변경 여부를 신호로 알려 주는 것을 의미

한다. 사용자에게 새로 생성되거나 변경된 정보를 RSS(Really Simple Syndication) 기술을 통해 자동으로 알려 준다. 변경을 알리는 짧은 신호를 사용자에게 보냄으로써 사용자는 수시로 사이트를 탐색할 필요가 없게 된다.

그림 1[출처:13]은 위의 여섯 가지 구성요소 'SLATES'를 도표로 표현한 것이다. 이 구성요소들은 엔터프라이즈 2.0 실현을 위해 상호 연결고리를 이루고 있다. 이 외에도 맥아피 교수는 엔터프라이즈 웹 2.0의 기본 원칙으로 용이성, 개방성, 호환성, 잠재성, 참여성 등을 제시하였다[3].



▶▶ 그림 1. Enterprise Web 2.0 구성 요소

### 3. 엔터프라이즈 웹 2.0의 기술 동향

이 장에서는 먼저 엔터프라이즈 웹 2.0의 기술 구성 및 주요 기술에 대해서 살펴본다. 그리고 엔터프라이즈 웹 2.0의 주요 기술들 중 Gartner 사가 "The Top 10 Strategic Technologies for 2008"[6]에서 향후 5년간 급속히 성장할 것으로 예상한 Social Software의 기술동향과 2년 이내로 가치화될 것으로 예상한 Mashup의 기술동향에 대해서 살펴본다. Forrester 연구소 또한 향후 5년간 Social Software (Social Networking) 영역이 급속히 성장할 것으로 예상하였으며 현재 기업 보급이 급속히 진행되고 있다. 또한 향후 SOA(Service Oriented Architecture) 및 WOA(Web Oriented Architecture)를 기반으로 한 사용자 중심의 자료, 처리, 응용의 Mashup 시장이 크게 부상할 것으로 예상하고 있다.

#### 3.1 엔터프라이즈 웹 2.0 기술 구성 및 동향

웹 2.0 기술은 통합된 기술보다는 계층별로 산발적 기

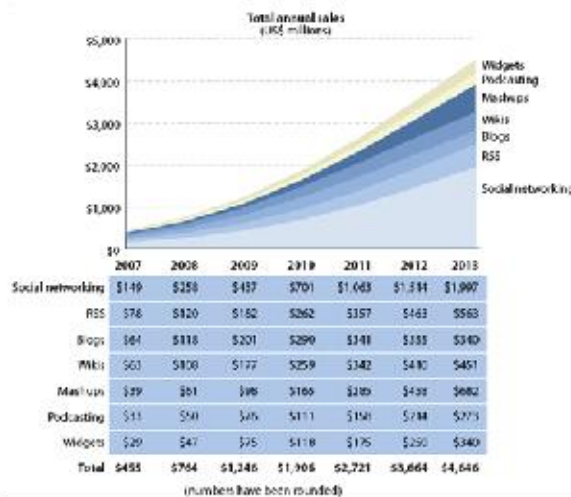
술 발전이 예상되고 있다[7]. 그림 2는 엔터프라이즈 웹 2.0 기술 구성을 표현한 것이다. 그림 2에 나타나 있듯이 웹 2.0의 기술들이 엔터프라이즈 웹 2.0의 핵심 기술을 이룬다. 웹 플랫폼(Web Platform)은 기업 내부 혹은 내부 시스템 기반 플랫폼으로 발전할 전망이다. 즉, 기업의 웹 플랫폼은 WOA, OpenAPI, Mashup을 기반으로 한 내부 플랫폼과 SaaS, Infra 등의 다양한 외부 플랫폼의 형태로 발전할 전망이다. 또한 SNS(Social Network Software)를 통해 생성된 다양한 데이터는 기업의 새로운 데이터 유형으로 등장할 것으로 본다. 기업의 내부 또는 외부 고객과의 협업 도구로 도입이 시작된 Social Software는 다양한 SNS의 통합 플랫폼 형태로 진화하고 있다. UC(Unified Communication)도 협업 관점에서 엔터프라이즈 2.0에 포함되는 추세이다. 엔터프라이즈 2.0 도입의 가치적 체험은 포털에서 발생하였고 RIA(Rich Internet Application)를 바탕으로 업무수행 과정에서 필요한 정보와 응용시스템을 직접 Mashup하는 셀프 서비스 포털로 변화하고 이를 자유롭게 수행하는 포털 구조로 진화할 전망이다. 생산성 도구인 웹 오피스와의 연계도 모색되고 있다. Mashup은 기업의 정보 서비스의 융합 및 새로운 서비스 창출을 위해 사용되며 UCC(User Created Contents)는 동영상에 활용한 정보나 지식 생성을 위하여 주로 사용된다. 태깅에 의한 folksonomy는 앞서 언급하였듯이 사용자에게 의해 자유롭게 선택된 키워드를 이용하여 구성하는 사용자에게 의한 분류 방법으로 사용된다. 위키는 콘텐츠의 공동 저작을 위해, KM(Knowledge Management)는 기업 내 지식의 축적, 관리 및 지식의 활용을 통한 이윤 창출을 위해, RSS는 정보, 지식의 교환 및 유통을 위해, 그리고 Ajax(Asynchronous JavaScript And Xml)는 수신 데이터양의 감소를 위하여 사용된다.



▶▶ 그림 2. Enterprise Web 2.0 기술 구성



다음은 기업 내 엔터프라이즈 2.0의 사용을 촉진하는 중요한 역할을 수행하게 될 Social Software (또는 Social Networking)와 Mashup의 기업 내 활용 분야 및 기술 동향에 대해서 살펴보고자 한다. 그림 3[출처: Forrester Research Inc., 14]에서 보이듯이 Forrester는 향후 5년간 Social Networking이 가장 많이 기업 내에서 사용될 것으로 예상하고 있으며 그 뒤를 Mashup이 따르고 있다. 시장 규모는 Social Networking은 2008년 2,580억 원에서 2013년 19,970억 원으로 급상승할 것으로 예상하고 있으며 Mashup의 2008년 610억 원에서 2013년 6,820억 원으로 상승할 것으로 예상하고 있다.



▶▶ 그림 3. Enterprise Web 2.0 기술들의 연도별 시장규모 예측

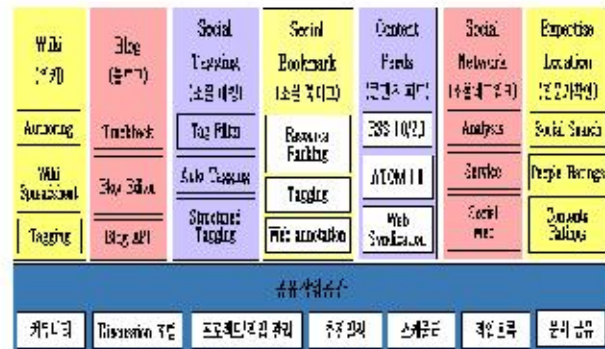
### 3.3 Social Software

Social Software는 공동저작 플랫폼과 네트워크 커뮤니티 내에서 거대한 성장과 확장으로 인터넷을 장악했다 [15]. Social Software가 기업 시장을 형성한 배경은 기업 환경의 변화와 기업 내 협업이 요구되고 있고, 참여·개방·공유에 익숙한 기업구성원의 등장으로 유연하고 자발적인 참여가 가능한 작업 환경이 요구되고 있기 때문이다. 웹 2.0의 기업 활동 영역 중에서 고객과의 커뮤니케이션이 기업 내부·외부 협업이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이를 지원하는 도구가 바로 Social Software 이다.

Social Software는 분산되어 있는 웹 자원을 사람들 중심으로 연결시킬 수 있으며, 연결된 네트워크를 발전시키고 스스로 조직을 구성하고 확장할 수 있는 특성을 제공하며 기업의 내부·외부 고객과의 협업 도구로 도입이 시작되어 상호식 협업프로세스를 유도하며 다양한 통합 플

랫폼 형태로 진화하고 있다. 주요 적용 분야로는 온라인·오프라인 연계 경영활동, 기업 내부·외부 커뮤니케이션, 조직 구성원의 지식 업무 연계된 업무수행환경, 조직 구성원 중심 지식관리 등이 있다. 주요 적용 사례로는 IBM의 Workplace[16]을 들 수 있다. IBM의 Workplace는 단계적으로 오랜 기간을 걸쳐 진화해 왔고, 현재는 역할 기반(role-base) 모델을 구현하였으며, Social Network와 작업 공간을 기반으로 지식 공유와 기업내부 전체 협업의 활성화를 목적으로 하고 있다.

기업 내 구성원들이 자유롭게 참여하는 공동 저작 및 협업 활동을 활성화하고 전문 지식을 보다 쉽게 활용할 수 있도록 도와주는 협업 소프트웨어이다. 그림 4는 Social Software의 기술 구성을 표현한 것이다.



▶▶ 그림 4. Social Software 기술 구성

- 위키(Wiki): 공동으로 문서를 작성하고 지식과 정보의 구성원들에게 주어진 권한에 기반을 두어 내용을 추가, 수정하고, 버전을 관리할 수 있는, 다수에 의한 공동 저작을 가능하게 하는 집단 지성을 창출하는 협업 소프트웨어이다. 대표적인 위키로는 최초의 위키인 WikiWikiWeb[17]과 Wikipedia[18]이 있다. 위키와 블로그는 가장 안전하고 효과적으로 기업에 적용될 수 있는 기술로 보고 있다. 기업 위키의 성공 사례로는 외국의 노키아의 연구개발 핵심역량 분야 적용과 국내의 신한은행의 영업지점에서 발생하는 암묵지(tacit knowledge) 및 노하우를 빠른 시간 내에 전국의 지점으로 확산하고 공유하는 도구로 활용하고 있는 사례가 있다[19].
- 블로그(Blog): 개인의 관심사에 따른 기사, 의견이나 주장 등을 자유롭게 게시할 수 있는 개인 및 공동의 의견을 표현하는 미디어 저작 도구이며 글모음 도구

이다. 기업은 블로그나 위키의 특성을 활용해 사용자들이 지식을 제작하고 축적해나갈 수 있는 제작 도구를 제공할 수 있다.

- 콘텐츠 피드(Content Feeds): 업데이트가 자주 일어나는 뉴스나 블로그 사이트에서 주로 사용하는 XML기반의 콘텐츠 배포 구독 방식이다. 콘텐츠 피드의 구성요소인 RSS와 Podcast는 다양한 부문에서 활용하는 측면으로의 가치가 높은 것으로 본다. RSS는 기존 지식 콘텐츠의 대한 사용자 편의성 증대 측면에서 활용하면 유용할 것으로 본다.
- 소셜 북마크(Social Bookmark): 웹 브라우저의 “즐겨찾기”를 인터넷에 저장하여 오픈하고 북마킹의 태그를 바탕으로 북마크를 분류하여 서로 공유하게 해주는 서비스이다. 또한 태그 검색을 통하여 원하는 주제에 대한 북마크를 검색하여 볼 수 있도록 한다. 이러한 분류 방법으로부터 구축된 분류 체계가 folksonomy이다. 다양한 사람들이 참여하는 Social bookmarking은 북마크로부터 집단지성을 이끌어 낼 수 있다. 기업도 이제 기존의 정적인 분류체계 시스템에서 탈피해 사용자가 스스로 참여하여 사용자에 의한 분류 방법을 형성해갈 수 있도록 해야 할 것이다.
- 소셜 네트워크(Social Network): 소셜 네트워크는 가치, 비전, 아이디어, 친교나 혹은 전자상 거래 등과 같은 상호 의존적 형태로 묶어져 있는 노드로 이루어진 사회구조이다. 노드는 보통 개인이나 조직으로 이루어진다. 즉, SNS(Social Network Service)는 사람들 간의 관계형성과 관계유지를 목적으로 하는 디지털 인간관계망 서비스를 지칭한다.
- 전문가확인(Expertise Location): 특정 주제의 대해서 가장 잘 알고 조언을 해줄 수 있는 사람이나 콘텐츠를 쉽게 찾을 수 있도록 도와주는 기법들이다. 사용자 프로필, People Ratings, 콘텐츠 등급 등의 구성요소로 이루어진다. 이제 콘텐츠 등급은 지식관리자나 전문가에 의해 이루어지기 보다는 folksonomy와 같이 사람들의 의해 결정해 나가는 방식이 기업 지식경영에 도입되고 있다.
- 공유 작업 공간(Shared Workspace): 시간 및 공간적 제약이 없이 조직의 정보를 공유할 수 있는 커뮤니케이션 활성화를 지원하는 응용시스템이다. 대부분의 지식 자산은 구성원의 머릿속에 존재하며 개인

의 암묵적 지식(tacit knowledge)을 명시적 지식(explicit knowledge)으로 활용할 수 있는 지식 경영이 요구되고 있다.

### 3.4 Mashup

웹 2.0의 목적중의 하나는 웹 자원의 생성, 사용, 표현, 공유, 재사용 등이다. 그러한 목적을 달성하기 위하여 블로그, 위키, 소셜 네트워크 등과 같은 개념들과 함께 많은 기술들이 생겨나게 되었다. 그 결과 빠른 개발을 위해 Google Map[20]이나 Amazon.com과 같은 수많은 서비스 제공업자들이 오픈 웹 API를 통해 응용시스템의 기능들을 드러내기 시작하였다. 이와 함께 웹은 새로운 응용시스템을 생성하기 위해 사용할 수 있는 다양한 웹 자원들을 제공하고 있다. Mashup은 각각의 서비스들이 각자의 서비스의 목적을 수행하면서 또 다른 새로운 목적의 서비스 창출을 위해 모든 서비스를 통합할 수 있는 새로운 응용시스템 개발 방법을 가능하게 한다. 바로 Mashup은 이러한 내부·외부에 존재하는 웹 서비스와 자원을 조합함으로써 새로운 서비스를 손쉽게 개발할 수 있는 새로운 응용시스템 개발 모델이다. 즉 IT 사용자나 비즈니스 사용자가 내부·외부에서 제공되는 웹 서비스와 콘텐츠를 조합함으로써 새로운 서비스를 손쉽게 개발할 수 있는 경량 프로그래밍 모델인 것이다. 따라서 일반 응용시스템과는 달리 Mashup 응용시스템은 기존 서비스들을 종합하고 재사용하여 만들어진 애플리케이션을 지칭하기 위해 사용된다.

Mashup은 사용자 중심의 응용시스템 개발 환경을 제공함으로써 기업이 응용시스템을 신속하게 개발할 수 있도록 하며, 개인 생산성 도구들이 공유될 수 있도록 하여 기업의 생산성 향상과 기업문화의 변화를 꾀할 수 있게 한다. Gartner는 기업 내 Mashup의 수익을 ‘속도(Speed)’, ‘규모(Scale)’, ‘범위(Scope)’으로 축약하였다[21]. 즉, Mashup은 다른 어떤 정보 관리 기술보다 빠른 응답을 줄 수 있으며 향상된 자원의 이용과 새로운 기회 부여를 통해 수익을 창출할 수 있다는 것이다.

Mashup의 응용 사례로는 Google Map[20], Yahoo Map[22], Amazon.com 이나 Yahoo Shopping[23] 등이 있다. 또 하나의 사례로는 미국방성(DIA)의OverWatch[24] 프로젝트가 있다. 주요 적용 분야로는 CRM(고객관리, 콜센터), 경쟁사 분석, 금융 상품/리스크 관리, 문서관리 등



이 있다. 그림 5는 Mashup 플랫폼의 기술 구성을 표현한 것이다.



▶▶ 그림 5. Mashup 플랫폼의 기술 구성

- 데이터 수집(Data Aggregation): 데이터 수집은 웹 콘텐츠를 웹 피드 또는 조합 가능한 웹 콘텐츠로 변환하는 기술이나 기법이다. 형식 변환, 상호 관계, 필터링, 검색 및 자료 접근 등의 논리적인 구성 요소를 포함한다.
- 메시업 집합(Mashup Assembly): 오픈 API 또는 피드 자료 등을 조합하여 적절한 형태로 가공하는 논리적인 Mashup 기술과 Portlet 기반으로 하여 화면의 단위를 구성하는 비주얼 인터페이스 Mashup 기법 등이 포함되어 있다. 오픈 API, 비주얼 UX, Mashup의 구성 요소, 출판 등의 요소를 포함한다.
- 응용 플랫폼(Application Platform): 결과물로서의 Mashup을 적절한 방식으로 서비스하기 위한 플랫폼이며, 전개(deployment), 웹 호스팅, 서비스 API, 발행(syndication), Portlet 등의 서비스 및 이를 적절한 서비스 단위로 배치하기 위한 기능을 포함한다.
- 커뮤니티 서비스(Community Service): Mashup의 재사용 가능한 요소를 공유, 배포, 분류, 참조, 평가, 검색 및 선택하는 기능 요소 및 이러한 서비스의 플랫폼을 포함한다.
- 메시업 처리(Mashup Processing): 상황에 따른 응용시스템의 관점에서 Mashup 비즈니스 로직의 입력 자료로 활용하는 기술 및 기법이며, 규칙, 이벤트 처리, 행동 관찰, 분석 등의 구성 요소를 포함한다.
- 개발 환경(Development Environment): 사용자 관점의 Mashup 집합을 구현하고 보완하기 위한 개발자 중심의 개발 환경을 의미한다. 소스 코드의 편집, 컴파일, 테스트, 디버깅 등의 기능을 포함하며 통합개발환경(IDE: Integrated Development Environment)

을 제공한다.

- 웹서비스 준비(Provisioning): Mashup 및 제반 기능을 수행하기 위한 기반 플랫폼의 규정을 제공하며 보안, 거버넌스, 전달, 행정 등의 기능 요소를 포함한다.

#### 4. 결론

웹 2.0 트렌드의 핵심인 참여, 공유, 개방이라는 키워드가 단지 일반 사용자들뿐만 아니라 기업의 업무 환경에도 그대로 영향을 미치며 기업 구성원 창의력과 개개인의 집단 지성은 폐쇄적 기업 조직을 개방적이고 창의적인 유연한 조직으로 변화하도록 이끌며 엔터프라이즈 웹 2.0의 새로운 패러다임을 만들어가고 있다. 이러한 패러다임은 기업의 비즈니스 혁신, 내부 역량 강화, 업무의 개선 및 경쟁력 강화를 기대하며 기업의 새로운 가치 창출 및 수입 창출을 위해 기업의 새로운 경영혁신을 도모하고 있다. 즉 기업은 기업 내 지식 경영, 고객과의 커뮤니케이션, 협력업체와의 인터페이스 등 협업과 정보 교환을 중심으로 변화되고 있으며 기업 혁신을 가속화하고 있다.

엔터프라이즈 웹 2.0을 이끌어가는 웹 2.0의 기술은 Social Networking, Mashup, RSS, Wiki, Blog, Widget, PodCasting 등의 순으로 꼽고 있으며 기업 내에서 Social Networking과 Mashup의 사용은 향후 5년 이내에 급속히 성장할 것으로 예상된다. 기업 경영 활동은 인터넷 네트워크를 기반으로 Social Network, Mashup, Wiki 등을 활용하여 오픈 비즈니스 모델로 진화하고 있으며 기업 마케팅 영역은 아직은 초기 단계이지만 Social Networking으로 중심으로 한 영업 마케팅 솔루션이 등장하며 비즈니스 프로세스와 비즈니스 모델을 갖추어 나가고 있다. RSS와 Podcast, Blog와 Wiki 등은 다른 내부·외부 구성원과 보다 쉽게 정보교환을 통해 협업할 수 있는 환경으로 만들어 가고 있다. 웹 2.0이 기업에 도입되기 위해서는 보안, 데이터 품질 및 데이터 신뢰성, 제품 간 상호호환성 문제 및 기술적인 측면에서 해결해야 할 이슈들이 많이 있으나, 많은 기업들이 적극적인 입장을 취하고 있기 때문에 적용을 통해 문제를 해결할 것으로 기대하며, 기업 데이터 보호와 관련하여 기업 문화도 큰 변화가 이루어질 것으로 본다.

## 참고문헌

- [1] A. P. McAfee, "Enterprise 2.0, version 2.0", May 27, 2006, [http://blog.hbs.edu/faculty/amcafee/index.php/faculty\\_amcafee\\_y3/2006/05/](http://blog.hbs.edu/faculty/amcafee/index.php/faculty_amcafee_y3/2006/05/)
- [2] M. R. Rangaswami, "The Birth of Enterprise 2.0", Sand Hill Group, Sep 1, 2006, <http://www.sandhill.com/opinion/editorial.php?id=98>
- [3] A. P. McAfee, "Enterprise 2.0: The dawn of emergent collaboration", MIT Sloan Management Review, Vol. 47, No. 3, pp. 21-28, 2006.
- [4] "새롭게 부각되는 Enterprise 2.0", 한국소프트웨어진흥원 (KIPA) SW Weekly (SW 산업 동향), 2007, [http://www.software.or.kr/sw\\_info/swinsight/swl/1210579\\_1071.html](http://www.software.or.kr/sw_info/swinsight/swl/1210579_1071.html)
- [5] J. Buchin, J. Manyika, "How businesses are using Web 2.0: A McKinsey Global Survey", The McKinsey Quarterly, March 2007, [http://www.mckinseyquarterly.com/How\\_businesses\\_are\\_using\\_Web\\_2\\_0\\_A\\_McKinsey\\_Global\\_Survey\\_1913](http://www.mckinseyquarterly.com/How_businesses_are_using_Web_2_0_A_McKinsey_Global_Survey_1913)
- [6] "The Top 10 Strategic Technologies for 2008", Oct 9, 2007, Gartner, <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=530109>
- [7] <http://www.gartner.com/>
- [8] <http://www.forrester.com/>
- [9] D. O'Reilly, "Web-User Satisfaction on the Upswing", PC World, May 7, 2004, [http://www.pcworld.com/article/116060/webuser\\_satisfaction\\_on\\_the\\_upswing.html](http://www.pcworld.com/article/116060/webuser_satisfaction_on_the_upswing.html)
- [10] <http://www.flickr.com/>
- [11] <http://technorati.com/>
- [12] <http://delicious.com/>
- [13] 임태섭 "Enterprise 2.0 기반의 Workplace 솔루션 소개", Korea Solution Fair 2008, IBM, 2008, <http://www-903.ibm.com/expressadvantage/kr/solution/solutionmart/download/saerom.pdf>
- [14] S. Perez, "Enterprise 2.0 To Become a \$4.6 Billion Industry By 2013", ReadWriteWeb, April 20, 2008, [http://www.readwriteweb.com/archives/enterprise\\_2\\_0\\_to\\_become\\_a\\_46\\_billion\\_industry.php](http://www.readwriteweb.com/archives/enterprise_2_0_to_become_a_46_billion_industry.php)
- [15] N. Cook, "Enterprise 2.0: How Social Software will Change the Future of Work", Gower Publishing Limited, 2008.
- [16] <http://www-01.ibm.com/software/lotus/products/wp-collaboration-services/>
- [17] <http://en.wikipedia.org/wiki/WikiWikiWeb>
- [18] <http://www.wikipedia.org/>
- [19] [http://kslee7.tistory.com/entry/Enterprise-Wiki의\\_분야](http://kslee7.tistory.com/entry/Enterprise-Wiki의_분야)

## 별-성공사례

- [20] <http://maps.google.com/>
- [21] A. Bradley, "'Mashups' and Their Relevance to the Enterprise", September 7, 2007, Gartner, <http://www.gartner.com/DisplayDocument?id=519906>
- [22] <http://maps.yahoo.com/>
- [23] <http://shopping.yahoo.com/>
- [24] "Top secret: DIA embraces Web 2.0", Computerworld, February 23, 2007, <http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=9011671>

## 저자소개

## ● 김 미 혜 (Mi-Hye Kim)

정회원



- 1984년 : 전북대학교 전산통계학과 (이학사)
- 1999년 : New South Wales 대학교 컴퓨터공학과 (공학석사)
- 2003년 7월 : New South Wales 대학교 컴퓨터공학과 (공학박사)
- 2004년 9월 ~ 현재 : 대구가톨릭대학교 컴퓨터교육과 교수

<관심분야> : 지식관리 및 검색, 온톨로지, 컴퓨터교육, 웹서비스