

새롭게 부각되는 Enterprise 2.0

2007.7. 09

Web 2.0은 IT업계는 물론 산업계 전반에 걸쳐 Web의 새로운 패러다임을 만들어가고 있다. 정보의 소비 주체에 머물던 개인들이 정보 생성자로 자리매김하면서 다양한 서비스와 신규 비즈니스 모델의 출현으로 이어지고 있다. 또한 최근 들어 개인 사용자를 중심으로 Web의 혁신을 주도해 오던 Web 2.0은 이제 개인에서 벗어나 기업으로 영역을 넓혀가고 있다.

각종 기업용 SW가 블로그, Wiki, RSS, 태그 등 Web 2.0 기술과 결합되어 기업내부 개인의 창의력과 집단 지성(Collective Intelligence)을 지원하는 협업 툴로 변모하고 있다. 이에 따라 기업의 비즈니스 목표 달성을 위해 탑다운(Top-Down) 방식의 시스템 구현과 의무적인 참여가 강요되던 기업용 SW환경도 개개인의 자발적인 참여와 공유를 통해 새로운 가치를 창출하는 환경의 변화를 예고 하고 있다.

기업용 SW로 확산되고 있는 Web 2.0은 아직까지 일부 기술적인 장애물이 존재하고 있지만, 기업용 SW 사용 환경과 패러다임을 크게 바꿔 놓을 수 있는 사안으로 전 세계의 이목을 집중시키고 있다.

Enterprise 2.0 대두

‘협업’과 ‘소통’의 확대를 통해 새로운 비즈니스 가치를 창출해야 한다는 엔터프라이즈 2.0에 대한 관심이 높아지고 있다. 엔터프라이즈 2.0은 그동안 개인 차원에서 널리 활용되던 Web 2.0의 개념과 기술을 비즈니스 및 기업 레벨로 확장시킨 개념으로, Social Software · Social Networking 등을 활용해 기업 내부 직원 · 외부 파트너 · 고객들이 정보를 공유하고 협업함으로써 업무 생산성의 향상과 새로운 가치 창출이 가능하다는 비전을 제시하고 있다.

지난해 앤드류 맥아피 하버드 경영대학원 교수가 개념을 처음 소개한 이후 Web 2.0 열풍과 맞물려 전 세계로 빠르게 확산되고 있으며, 주요 SW기업들은 자사 기존 제품에 Web 2.0 기술을 접목한 신제품을 연이어 발표해 시장 선점에 나서고 있다.

국내에서도 올 상반기부터 관련 컨퍼런스 등을 통해 Web 2.0 기술의 기업 도입에 대한 논의가 활발하게 진행되고 있으며, IDC·Gartner 등은 엔터프라이즈 2.0을 향후 시장을 주도할 새로운 이슈로 평가하고 있다.

하지만 이러한 빠른 확산에도 불구하고 아직까지 엔터프라이즈 2.0에 대한 명확한 개념 설정 및 합의는 이뤄지지 않은 상태다. Web 2.0과 엔터프라이즈 2.0이 거의 유사한 개념으로 통용되기도 하며, 이를 명확하게 구분하기 위해서 엔터프라이즈 웹 2.0(Enterprise Web 2.0)이란 새로운 용어도 사용되고 있다.¹⁾

엔터프라이즈 2.0 개념을 처음으로 제시한 맥아피 교수는 엔터프라이즈 2.0에 대해 “참여와 공유를 지향하는 Web2.0의 기본 패러다임과 RSS²⁾, Wiki³⁾, Folksonomy⁴⁾ 등의 참여 및 공유 기술을 기업에 적용해 지식을 창조·공유하며 이를 통한 협업으로 기업의 수익을 창출해 내는 것”이라고 정의하고 있다. 즉 엔터프라이즈 2.0은 Web 2.0 도구들을 기업의 수익 창출 목적으로 기업 경영에 활용하는 것이라고 할 수 있다.

기존 시스템과의 연관성

현재 엔터프라이즈 2.0 구현을 위해서는 <표 1>과 같이 6가지 구성요소(SLATES)가 존재해야 하며, Social Software Platform을 기반으로 시스템이 구성되어야 하는 것으로 인식되고 있다. 엔터프라이즈 2.0의 핵심요소인 Social Software Platform은 사람들을 연결시키고 정보 공유를 통해 수익을 창출할 수 있는 기업용 커뮤니티 플랫폼이나 네트워크 플랫폼을 의미한다. 이를 광의로 해석하면 Web Office나 Google Apps처럼 실제 업무를 시간과 장소에 구애받지 않고 좀 더 편리하게 처리할 수 있도록 하는 도구까지 포함하는 개념으로 받아들여지고 있다.⁵⁾

엔터프라이즈 2.0은 기업 내부 직원을 비롯한 협력사·고객들과의 커뮤니케이션 통로를 제공하고 있어 기존 기업용 SW 가운데 Groupware와 같은 협업 툴이나 지식 관리(KMS, Knowledge Management)와 밀접한 연관성을 갖고 있다. 현재 엔터프

- 1) Gartner는 두 용어를 구분해서 사용하고 있음. 엔터프라이즈 웹 2.0은 기업에 적용되는 모든 Web 2.0 기술을 포괄하는 개념이지만, 엔터프라이즈 2.0은 기업 내부 직원들의 협업을 위한 Social SW 기술로 국한되는 개념으로 구분하고 있음
- 2) RSS(Really Simple Syndication) : 뉴스나 블로그 등에서 콘텐츠가 새로 갱신되었음을 알려주는 기능으로, 대표적인 서비스로 BlogLines, FeedBurner, Newsgator 등이 있음. 국내에는 HanRSS, FeedWave 등의 서비스가 제공됨
- 3) 콘텐츠를 공동으로 편집하고 업무상 협업을 할 수 있는 기능을 제공하는 서비스로, 최근 Google이 인수한 JotSpot, Basecamp, Socialtext 등이 대표적인 서비스 임
- 4) Folksonomy : 전통적인 분류 기준인 '디렉토리' 대신 "태그(Tag)"에 따라 나누는 새로운 분류 체계로서 '사람들에 의한 분류법'(Folk+order+nomos)이란 의미임. 온라인 백과사전 Wikipedia는 "자유롭게 선택된 키워드를 사용해 구성원이 함께 정보를 체계화하는 방식을 의미하는 신조어"라 정의하고 있음
- 5) 출처 : ittoday '기업속의 개인이 만드는 새로운 세상 엔터프라이즈 2.0' 인용

라이즈 2.0 제품을 출시하고 있는 IBM, MS, Oracle 등은 각각 Lotus, SharePoint, Oracle Collaboration Suite라는 협업 제품을 보유하고 있으며, 이들 제품과 Web 2.0 기술을 접목해 엔터프라이즈 2.0 신제품을 출시하고 있다.

표 1 Enterprise 2.0의 6대 구성요소	
구성요소	내용
Search	강력한 기업 내부의 통합 지식 검색 기능
Links	사용자의 평가 등을 통해 유용한 정보 등을 쉽게 연결하여 다양한 지식 체계를 구성
Authoring	블로그나 위키 등을 통해 개인이 스스로 지식을 제작, 축적할 수 있는 제작 도구 제공
Tags	기존의 정적인 카테고리에서 탈피하여 사용자가 스스로 태그를 통해 분류할 수 있게 해줌(Folksonomy)
Extension	사용자가 스스로 지식을 평가하고 공유하도록 함으로써 새로운 지식을 창조하여 확장함
Signals	새로 생성되거나 변경된 정보를 자동으로 RSS 등을 통해 자동으로 알려줌

출처 : IT Analysis

협업 제품군과 함께 엔터프라이즈 2.0의 확산이 나타나고 있는 영역은 Google을 위시한 Web Office 분야로, Web 2.0 개념이 기업에 적용된 새로운 비즈니스 모델로 향후 성장 가능성이 매우 큰 것으로 평가되고 있다.⁶⁾

기존 개념과의 차이점

Web2.0과 엔터프라이즈 2.0은 참여와 공유를 기반으로 한다는 공통점이 있는 반면, Web 2.0의 경우 불특정 다수의 개인을 대상으로 하지만 엔터프라이즈 2.0은 기업이나 조직에 속한 특정 개인을 대상으로 한다는 차이점이 있다. 또한 엔터프라이즈 2.0은 기업의 수익 창출에 기여해야 한다는 궁극적인 목표에서도 Web 2.0과 크게 구별된다.

엔터프라이즈 2.0은 유사한 목적을 가진 그룹웨어 시스템과도 근본적인 차이점을 갖고 있다. 기존 그룹웨어 시스템은 탑다운 방식으로 구현돼 기업 내 사용자들이 의무적 혹은 반강제적으로 참여하고 정보의 공유를 강요하는 방식이었다면 엔터프라이즈 2.0은 기업 내 사용자들의 자발적인 참여와 다양성을 복돋을 수 있는 공개된 커뮤니케이션과 관계 활성화를 지원한다는 차이를 갖고 있다.

6) Web Office는 여기에 Web 2.0 주요 기술이 전적으로 반영된 것은 아니지만 오피스 작업 결과물의 웹 저장, 실시간 수정 및 업데이트, 그룹 편집, 용이한 웹 출판 등을 통해 개인간·그룹간 협업을 지원한다는 점에서 엔터프라이즈 2.0 모델로 분류되고 있음

표 2 Enterprise 1.0과 Enterprise 2.0의 차이	
Enterprise 1.0	Enterprise 2.0
Hierarchy	Flat Organization
Friction	Ease of Organization Flow
Bureaucracy	Agility
Inflexibility	Flexibility
IT-driven technology/ Lack of user control	User-driven technology
Top down	Bottom up
Centralized	Distributed
Teams are in one building/ one time zone	Teams are global
Silos and boundaries	Fuzzy boundaries, open borders
Need to know	Transparency
Information systems are structured/dictated	Information systems are emergent
Taxonomies	Folksonomies
Overly complex	Simple
Closed/ proprietary standards	Open
Scheduled	On Demand
Long time-to-market cycles	Short time-to-market cycles

출처 : 엔터프라이즈 2.0 컨퍼런스(<http://www.enterprise2conf.com>)

Enterprise 2.0 시장 경쟁 구도

현 Enterprise 2.0 시장에서 경쟁을 벌이고 있는 기업들은 매우 다양하게 구성되어 있다. IBM·Microsoft·Oracle·SAP 등 대형 SW기업들은 작년 하반기부터 웹 2.0 기술을 수용한 기업용 SW를 발표해 신규 시장에서의 선점을 노리고 있다. 웹 애플리케이션 서버(WAS) 시장에서 강점을 가지고 있는 미들웨어 업체 BEA시스템즈 역시 지난달 3종의 엔터프라이즈 2.0 제품군을 출시해 시장에 뛰어 들었다.⁷⁾

여기에 Google이 Google Apps와 Google Gears 등을 통해 기업용 SW시장 공략에 나서고 있어 엔터프라이즈 2.0 시장의 새로운 강자로 부각되고 있다. Oracle은 지난 3월 협업 제품군(Collaboration Suite)과 웹 센터(WebCenter) 웹 인터페이스를 선보였으며, SAP는 위키와 위젯 등 협업 기능을 포함하고 있는 웹 2.0 계획을 발표해 시장 추이를 주시하고 있다.

SW기업뿐만 아니라 Cisco와 Intel 등 하드웨어 기업들의 시장 참여도 나타나고 있다. Cisco는 Five Across라는 Social Networking 기업을 인수했으며, 네트워크 장비에서의 강점을 살린 통합 커뮤니케이션 플랫폼을 통해 고객 확보에 나서고 있다. Intel 역시 매우 적극적인 투자를 진행해, 지난해 연말 Web 2.0 기업용 애플리케이션

7) IBM·BEA시스템즈 등은 'Enterprise 2.0 제품군'이라 명명한 제품을 발표해 엔터프라이즈 2.0 기업으로의 포지셔닝에 나서고 있으며, Google, Microsoft 등은 아직까지 Enterprise 2.0 제품이란 명칭을 사용하지는 않지만 기업용 SW시장을 겨냥한 Web 2.0 제품을 출시하고 있음

션 패키지 'SuiteTwo'를 출시해 시장에 진입했다.

표 3 Enterprise 2.0 벤더 동향	
벤더	동향
IBM	<ul style="list-style-type: none"> • 'Web 2.0 Goes to Work'란 엔터프라이즈 2.0 청사진을 제시하고 있으며, 집단 지성을 활용해 업무 생산성의 향상을 강조 • 6월 엔터프라이즈 2.0 제품군 4종을 출시
Microsoft	<ul style="list-style-type: none"> • 지난해 11월 Windows SharePoint 서비스에 SNS 기능을 추가해 엔터프라이즈 2.0 투자에 나섬 • Blog와 Wiki 기능이 강화된 Community Kit for SharePoint를 발표
BEA시스템즈	<ul style="list-style-type: none"> • 7월 엔터프라이즈 2.0 제품 3종(Aqualogic Pages, Aqualogic Pathways, Aqualogic Ensemble) 출시 예정
Oracle	<ul style="list-style-type: none"> • 3월 협업 제품군(Collaboration Suite)과 웹 센터(WebCenter) 웹 인터페이스를 선보임
SAP	<ul style="list-style-type: none"> • 위키와 위젯 등 협업 기능을 포함하고 있는 웹 2.0 계획 발표
Cisco	<ul style="list-style-type: none"> • Five Across라는 Social Networking 기업을 인수 • 통합 커뮤니케이션 플랫폼을 통해 고객 확보에 나섬
Intel	<ul style="list-style-type: none"> • Web 2.0 애플리케이션 패키지 'SuiteTwo' 발표 • SuiteTwo는 블로그와 위키(wiki), RSS 애플리케이션을 포함한 오픈 소스 툴과 소비자용 툴이 결합된 제품

출처 : 스트라베이스

기존 SW 기업들 외에 Cisco·Intel 등의 시장 진입이 나타나고 있는 것은 대형 벤더들의 엔터프라이즈 2.0 시장에 대한 높은 기대치를 보여주고 있다. 이들은 Web 2.0이 개인의 웹 사용 패턴을 크게 변화시켰던 것처럼 엔터프라이즈 2.0이 기업용 SW 시장의 패러다임을 크게 바꿔 놓을 것으로 예상하고 있으며, 새로운 시장 출현에 앞서 시장 선점을 위해 적극적인 투자에 나서고 있다.⁸⁾

IBM Vs MS, 협업 툴 놓고 전면전

복합적인 경쟁구도를 보이는 엔터프라이즈 2.0 시장에서 가장 주목받고 있는 기업은 Microsoft와 IBM이라 할 수 있다. 이들은 엔터프라이즈 2.0이 가장 먼저 도입되고 있는 기업용 협업 툴(그룹웨어) 시장에서 이미 경쟁관계를 이루고 있다. 따라서 엔터프라이즈 2.0 시장에서 IBM과 MS간 경쟁은 그룹웨어 시장의 연장선에 있다고 할 수 있다.

8) InfomationWeek Research가 250명의 기업 IT전문가들을 대상으로 실시한 설문 조사에서 Microsoft, Google, IBM은 33% 이상의 지지율을 얻으며 엔터프라이즈 2.0 기능을 제공하고 있는 '대표 기업'으로 인지되고 있는 것으로 나타남

표 4 전 세계 그룹웨어 시장의 벤더별 매출추이와 점유율 (단위: 백만 달러)

	2003	2004	2005	2005 Share (%)	2004-2005 Growth (%)
Microsoft	770.0	950.0	1,109.3	52.6	16.8
IBM	709.1	745.0	825.0	39.1	10.7
Novell	116.0	110.7	99.0	4.7	-10.6
NEC	18.6	19.5	20.1	1.0	3.1
HandySoft	14.3	15.8	17.1	0.8	8.2
Hitachi	13.5	12.7	13.2	0.6	3.7
Fujitsu	9.7	10.9	11.3	0.5	3.3
Oracle	3.0	5.0	5.0	0.2	0.0
Other	7.0	6.9	7.9	0.4	14.4
Total	1,661.3	1,876.6	2,107.9	100.0	12.3

출처 :

MS가 Exchange Server와 SharePoint Server를 앞세워 50% 이상의 시장 점유율을 기록하고 있으며, IBM은 Lotus/Notes 제품을 통해 40% 가량의 점유율을 기록하고 있다. Oracle은 Collaboration Suite라는 협업 제품군은 보유하고 있으나, 양강 체제가 이미 확립된 이후에 제품이 출시돼 극히 미미한 수준의 시장 점유율을 기록하고 있다.

IBM은 시장 점유율 2위를 기록하고 있으나 MS와의 격차는 점차 커지고 있다. 이런 상황에서 IBM은 전통적인 그룹웨어에 Web 2.0을 접목한 엔터프라이즈 2.0 협업 제품으로 새로운 전기를 모색하고 있다. IBM은 'Web 2.0 Goes to Work'란 청사진을 제시하고 있으며, 집단 지성(Collective Intelligence)을 활용해 업무 생산성을 크게 향상시킬 수 있다는 점을 집중 부각시키고 있다.

지난해 연말 엔터프라이즈 2.0 제품을 선보였으며, 지난 6월 19일 보스턴에서 열린 'Enterprise2.0 Conference'에서는 엔터프라이즈 2.0 신제품 4종을 출시했다. IBM은 이번에 Lotus Connections, Lotus Quickr, Info 2.0, WebSphere Commerce 4종의 제품을 발표했으며, 각기 Web 2.0 기술이 반영되어 있다.

표 5 IBM의 엔터프라이즈 2.0 제품군과 Web 2.0 포털

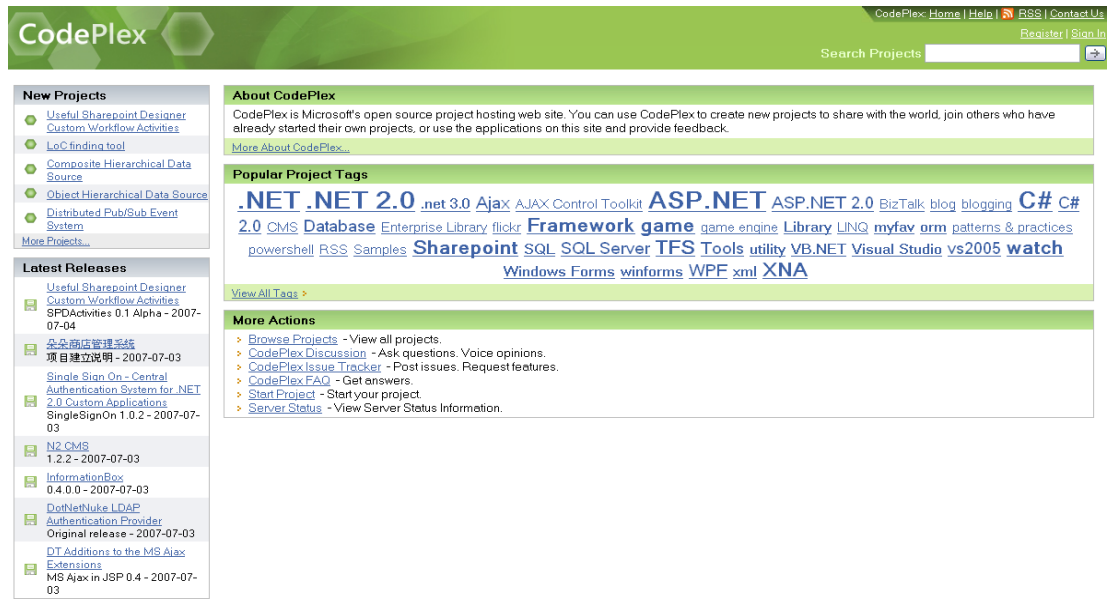
제품명	주요 기능
Lotus Connections	특정 주제에 대한 외부 전문가 찾는 기능들로 구성됐으며, 소셜 네트워크 북마크 제작, 태깅, 웹 대시보드를 제공
Lotus Quickr	오픈 표준 기반의 협업 툴로 운영체계, 공간적인 제약을 극복
Info 2.0	기업 사용자의 mashup 생성을 지원하는 툴로 rich interface의 사용을 지원
WebSphere Commerce	사용자의 구매 패턴을 반영이 가능한 인터넷 판매 솔루션



출처 : IBM / 스트라베이스 재구성

협업 툴 시장 수성 입장에 놓인 Microsoft는 지난해 11월 Windows SharePoint 서비스에 SNS 기능을 추가하는 등 엔터프라이즈 2.0 시장에 대한 투자를 일찍부터 진행하고 있다. 또한 MS는 Blog와 Wiki 기능이 강화된 Community Kit for SharePoint를 발표하고 확산에 적극 나서고 있다.

그림 1 MS의 개발 커뮤니티



출처 : www.codeplex.com

Community Kit for SharePoint는 MS의 개발 커뮤니티 'CodePlex'에서 사용이 가능해, SharePoint 제품과 관련 Social Platform에서 커뮤니티가 개발한 다양한 제품들을 이용할 수 있다는 것을 강점으로 내세우고 있다. MS는 내년 6월까지 SharePoint 플랫폼위에서 작동되는 100개의 신규 애플리케이션 개발을 목표로 하

고 있다.

한편 WAS 및 SOA 시장에서 강점을 가지고 있는 BEA Systems는 Web 2.0 기술을 접목한 기업 검색 및 협업 제품 3종을 7월에 출시할 방침에 있다. 출시를 앞둔 BEA의 제품은 Aqualogic Pages, Aqualogic Pathways, Aqualogic Ensemble 등으로 각각 기업용 Wiki 애플리케이션, 태그와 북마크를 활용하는 기업용 검색제품, 개발자용 mashup 플랫폼으로 이뤄져 있다.

Intel, SW 강화에 박차

칩 제조업체로서 엔터프라이즈 2.0 시장 경쟁에 나서고 있는 Intel이 발표한 Web 2.0 애플리케이션 패키지 ‘SuiteTwo’는 블로그와 위키(wiki)를 비롯해 NewsGator, SimpleFeed, Six Apart, Socialtext 등의 RSS 애플리케이션을 포함한 오픈 소스 툴과 소비자용 툴이 결합된 제품이다.

Intel은 이를 통해 SW 시장 진출과 함께 기존 칩 제조 경제업체들과 차별화 전략을 전개하고 있다. SuiteTwo는 오픈소스 SW기업인 SpikeSource가 제품 통합과 지원 서비스를 담당하고 있다. SuiteTwo는 Dell, Ingram Micro, NEC 등을 포함한 협력사와 리셀러들에게 인텔 채널 마켓플레이스를 통해 제공된다.⁹⁾ 가격은 사용자 1인당 연간 175~200달러로 책정됐으며, 영어와 일본어 두 버전으로 출시됐다.

Intel은 그동안 SW를 제공해왔지만 컴파일러나 성능 분석기와 같은 개발자용 툴이나 서버 클러스터 최적화 툴, LANDesk 네트워크 관리 소프트웨어 등의 애플리케이션 등이 대부분이었다. 하지만 최근 들어 SuiteTwo 출시 외에 디지털 홈 제품을 위한 소비자용 소프트웨어도 개발하고 있어 SW에 대한 Intel의 투자가 매우 적극적으로 이뤄지고 있다.

표 6 Intel의 SuiteTwo 제품 구성	
제품	내용
Socialtext	위키로 알려진 그룹 블로깅 소프트웨어 업체로 협업이 가능하도록 웹 페이지를 편집할 수 있게 해준다.
NewsGator	뉴스와 비디오 및 기타 콘텐츠에 대한 액세스를 제공하는 RSS 어그리게이터
SimpleFeed	고객과 파트너간 커뮤니케이션을 제공하는 RSS
Movable Type	Six Apart의 엔터프라이즈 블로깅 툴
SpikeSource	서비스 지원, 업데이트, 유지 보수를 위한 통합 플랫폼과 가입 서비스 제공

출처 : 스트라베이스

9) SuiteTwo는 Intel 채널 마켓플레이스에서 번들 애플리케이션 형태로 제공됨

Enterprise 2.0의 향후 전망

현재 미국 기업은 엔터프라이즈 2.0 도입에 매우 적극적인 반응을 보이고 있다. 미국 InformationWeek가 250명의 기업 기술 전문가들을 대상으로 실시한 설문 조사에서 응답자의 32%가 엔터프라이즈 2.0 전략을 수립했다고 답변하고 있다. 작년에 개념이 제시된 것을 고려할 때 매우 빠른 도입 속도를 보이고 있다. 이는 도입하려는 기업 입장에서 그만큼 매력적이기 때문이다.

IT 투자를 진행해온 기업들은 Web 2.0 플랫폼 도입으로 기존에 구축한 DB와 정보시스템의 활용과 효과를 극대화할 수 있으며, 기업 혁신과 경쟁력 강화를 도모할 수 있다. 특히 기업들은 외부 전문가들과의 관계 정립을 통해 외부 지식과 노하우를 확보할 수 있는 새로운 채널을 확보할 수 있다.

비단 제품 개발뿐 아니라 영업·마케팅 등에 널리 적용 가능해 유연한 비즈니스 프로세스와 비즈니스 모델을 갖출 수 있을 것으로 기대되고 있다. 또한 사용자 중심의 웹 2.0 플랫폼을 엔터프라이즈 2.0에 도입해 사용자의 사용성과 참여도를 높이고, 지식경영, 협력활동, 직원교육, 고객 커뮤니케이션과 마케팅 활동 등 전사적 차원의 경영혁신을 추진할 수 있는 점 등이 크게 부각되고 있다.

이 같은 Web 2.0 플랫폼 확산과 맞춤형 소프트웨어, mashup, SaaS(SW as a Service) 등의 부각으로 엔터프라이즈 2.0 솔루션 및 서비스 분야에서는 새로운 비즈니스 모델의 출현이 전망되고 있으며, 이를 둘러싼 각 벤더들의 경쟁이 갈수록 치열해질 것으로 전망된다.

하지만 엔터프라이즈 2.0이 모든 문제점을 해결하고 있는 것은 아니다. Web 2.0 사상을 엔터프라이즈 2.0으로 승화시키기 위해서는 좋은 SW 툴만으로는 한계가 있으며, Web 2.0이 지닌 사상과 문화를 제대로 반영하는 것이 쉽지 않기 때문이다. 그리고 기술적인 측면에서도 아직 극복해야 할 문제들이 남아 있다.

기술적인 면에서 가장 먼저 지적되고 있는 부분은 보안에 대한 우려다. 방화벽 내부에서 공유되는 정보가 외부로 유출되지 않도록 하거나 각종 정보와 데이터베이스의 액세스 권한을 일일이 지정하고 제어하는 것이 기술적으로 해결해야 할 과제다.

또한 Web 2.0 환경에서 제품간 상호 운용성도 지적된다. 신규 시장 개척에 나선 주요 SW기업들은 아직까지 상호 운용성에 그리 관심을 보이지 않고 있다. 단적으로 IBM과 Microsoft의 Instant Messaging 플랫폼은 일부 인터넷 서비스와는 연동되지만 서로 간에는 호환되지 않는다. 현재 출시되고 있는 기업용 Social Network

역시 마찬가지이다.¹⁰⁾

벤더들의 제한적인 제품군 지원도 원활한 서비스 제공 및 도입효과에 대한 확신을 주지 못하고 있다. 현재까지 e-mail, Messaging, 음성 통화 등 기본적인 커뮤니케이션 서비스를 비롯해 검색, RSS 등 애플리케이션 기능, 협업 포탈, 블로그, 위키와 같은 퍼블리싱 및 콘텐츠 틀이 포함된 ‘엔터프라이즈 2.0 스택’을 제공할 수 있는 벤더는 존재하지 않는다. 이런 이유에서 각 SW 벤더들은 엔터프라이즈 2.0 스택 전략을 완성하기 위해 활발한 M&A에 나설 것으로 보이며, 이에 따라 현 경쟁구도는 크게 바뀔 수도 있을 것으로 보인다.

결국 현 Enterprise 2.0에 대한 열기는 기업들이 경쟁력을 강화하기 위해 일정 부분의 위험 부담은 감수하겠다는 적극적인 입장을 취하고 있기 때문이며, 이러한 붐에 힘입어 수년 내에 위키와 블로그, 통합 검색, 통합 커뮤니케이션 등의 각종 기술들이 통합돼 협업을 지원하는 협업 소프트웨어 플랫폼이 일반화될 것으로 예측된다.

10) 하지만 개선을 위한 움직임도 나타나고 있음 IBM은 Quickr 협업 콘텐츠 포탈에 대해 올해 말까지 MS의 세어포인트 레포지터리와 호환시킬 예정이라고 밝혔음