

차세대 지식 노동자(Next-Generation Knowledge Workers)

비즈니스 모빌리티의 혼란 가속화

William Gerhardt
Neeraj Kumar
Alex Lombardo



또한 비즈니스 모빌리티는 서비스 공급업체에게 새로운 수익을 창출하고 기업 고객과의 관계를 강화할 수 있는 기회를 제시합니다.

개요 요약

모빌리티 혁신으로 인해 우리의 일상, 교육, 여가 및 업무 방식이 크게 변화하고 있습니다. 실제로 업무를 함께 진행하는 사람들, 업무의 시간, 장소, 방식 및 목표를 비롯한 업무의 모든 측면이 달라질 것입니다.

혁신과 함께, 세대 변화, 도시화, 다중적인 생산성, 개발 도상국의 중산층 증가와 같은 세계적인 주요 추세가 이러한 획기적인 기술 변화의 원동력입니다. 또한 이러한 기술은 계속해서 급속하게 발전하고 있습니다. 즉, 모바일 혁신은 지금도 가속화되고 있으며 머지않아 가치 사슬 전반에서 새로운 비즈니스 모델을 창출할 커다란 혁신을 가져올 것입니다.

비즈니스 모빌리티의 궁극적인 목표는 생산성을 향상시키고 고객 경험을 개선하며 직장 생활과 개인 생활의 균형을 이루는 것입니다. 비즈니스 모빌리티는 점점 높아지는 시간 및 업무 능력에 대한 요구로 인해 어려움을 겪고 있는 지식 노동자에게 사생활을 보호하면서 업무 성과를 관리할 수 있는 자유를 제공합니다. 실제로 근로자들은 적극적으로 비즈니스 모빌리티를 도입해 왔습니다. 이제는 기업이 이러한 핵심 기술을 지원하고 차후 도입을 준비함으로써 이러한 기술의 이점을 극대화할 시점입니다. 또한 비즈니스 모빌리티는 SP(Service Providers: 서비스 공급업체)에게 새로운 수익을 창출하고 기업 고객과의 관계를 강화할 수 있는 기회를 제시합니다.

CCS(Cisco® Consulting Services)는 비즈니스 모빌리티의 새로운 경향을 보다 효과적으로 파악하기 위해 2013년 3월 광범위한 설문 조사를 실시했습니다. 8개 국가에서 4,800명의 응답자를 대상으로 실시된 이번 조사는 비즈니스 모빌리티의 최종 사용자의 요구, 관심사 및 행동 방식에 대한 가장 광범위하고 포괄적인 설문 조사 중 하나입니다.

본 문서에서는 이번 조사에서 드러난 여러 핵심 주제에 대해 자세하게 다룹니다. 모바일 근로자에 대한 심도 있는 정보는 기업과 서비스 공급업체에게 상당한 의미를 갖습니다.

생산성은 여러 측면에서 모바일 업무 혁신의 큰 비중을 차지합니다.

1. 비즈니스 모빌리티의 혁신은 활발하게 이루어지고 있습니다. 모바일 근로자는 물론, 이들이 사용하는 장치, 네트워크, 애플리케이션의 "DNA"가 빠르게 진화를 거듭함에 따라 이러한 혁신은 더욱 가속화될 것입니다. 비즈니스 모빌리티의 도입이 점차 확산됨에 따라 엔터프라이즈 IT는 이런 식의 이점을 극대화할 수 있는 새로운 서비스를 제공해야 합니다.
2. 비즈니스 모빌리티는 크게 확산될 전망입니다. 아직 비즈니스 모빌리티를 이용하고 있지 않은 근로자도 상당수 있지만 대부분 비즈니스 모빌리티의 분명한 이점은 인식하고 있습니다. 예를 들어 현재 비즈니스 모빌리티를 이용하지 않는 근로자 중 30%가 모바일 업무 장치를 사용하면 상사 및 동료들과의 커뮤니케이션이 개선될 것이라고 응답했습니다. 20%가 넘는 근로자들이 모바일 업무 장치를 통해 최신 정보와 전문 지식에 더욱 효과적으로 액세스할 수 있을 것이라고 응답했습니다. 엔터프라이즈 IT가 해결해야 하는 과제는 아직 모바일을 활용하고 있지 않은 근로자를 교육하여 근로자와 고용인 모두 비즈니스 모빌리티의 이점을 지속적으로 누릴 수 있도록 하는 것입니다.
3. 차세대 비즈니스 모빌리티 관련 제품에 대한 급격한 수요를 충족해야 합니다. 비즈니스 사용자들의 43%가 "클라우드 내 데스크톱" 서비스에 관심을 가지고 있다고 응답했습니다. Wi-Fi 음성, 생체 인식 및 듀얼 페르소나(Dual-Persona) 솔루션도 관심 분야로 떠오르고 있습니다. 하지만 이러한 서비스는 아직 충분히 상용화되지 않았으므로, 엔터프라이즈 IT는 향후 이러한 서비스를 구축하는 방법을 적극적으로 모색해야 합니다.
4. 기술 도입의 핵심 요인은 생산성입니다. 생산성은 여러 측면에서 모바일 비즈니스 혁신의 큰 비중을 차지합니다. 생산성은 가치를 창출할 뿐만 아니라 CIO가 투자를 결정하는 주요 요인입니다. 근로자들이 장치 및 애플리케이션을 적극적으로 구입하는 것도 생산성을 향상시키기 위해서입니다. 시간 단축으로 정의되는 생산성은 이번 조사의 응답자들이 직장에서 모바일 장치를 사용하는 주된 이유인 것으로 나타났습니다. 생산성 향상의 이점을 실현하려면 엔터프라이즈 IT는 비즈니스 모빌리티를 도입하고 지원하는 데 주도적인 역할을 해야 합니다.
5. 보안 및 개인 정보 관련 우려는 쉽게 해결되지 않는 주요 문제입니다. 60%가 넘는 비즈니스 사용자는 IT 조직에서 개인 소유 장치에 보안 소프트웨어를 설치하는 것에 대해 곤란하다고 여기거나 이에 대한 결정을 내리지 못하고 있습니다. 따라서 엔터프라이즈 IT는 근로자들을 대상으로 기업 자산 보호의 중요성에 대해 교육하는 동시에 개인 정보 보호를 보장해야 합니다.
6. 여러 부문으로 나뉘어 있는 비즈니스 모빌리티 시장에는 커다란 통합 기회가 있습니다. 오늘날 근로자들은 다양한 경로를 통해 장치 및 애플리케이션을 구입하며 광범위한 판매 후 지원을 이용합니다. 비즈니스 모빌리티 시장도 이와 유사하게 여러 부문으로 나뉘어 있습니다. 이에 따라 엔터프라이즈 IT는 BYOD(Bring Your Own Device) 및 BYOA(Bring Your Own Application)의 증가 추세에 맞추어 보다 적극적으로 대응하고 조정 역할을 수행해야 합니다.

특히 서비스 공급업체에게는 위험과 함께 커다란 보상을 얻을 수 있는 기회가 주어집니다.

서비스 공급업체는 CIO에게 새로운 비즈니스 모빌리티 솔루션을 제공함으로써 관리 제품을 통해 출시를 앞당기도록 지원할 수 있습니다.

1. 장치 및 OTT(Over-The-Top) 업체와의 경쟁에서 뒤처지지 않으려면 서비스 공급업체는 비즈니스 모빌리티를 지원해야 합니다. 예를 들어 Apple의 경우 엔터프라이즈 기술 부문에 진출하기 위해 고객과의 긍정적인 관계를 활용하고 있습니다. 실제로 이러한 BYOD(Bring Your Own Device) 사용 추세는 고위 경영진이 개인 소유 iPhone 및 iPad를 회사에서 사용하면서부터 시작되었습니다. 이에 따라 IT 조직은 이러한 장치를 공식적으로 지원하고 일반 근로자들도 이러한 장치를 도입하도록 권장할 수 밖에 없었습니다. 서비스 공급업체는 이러한 새로운 과제에 대응해야 합니다.
2. 서비스 공급업체는 비즈니스 모빌리티에서 IT의 소비자화를 주도해야 합니다. 소비자들은 다양한 장치에서 사용할 수 있는 클라우드 기반 모빌리티 애플리케이션을 사용하기 시작했습니다. 예를 들어 Dropbox, Carbonite, Evernote 및 Box와 같은 온라인 서비스는 소비자 제품을 비즈니스 부문으로 이전하고 있습니다. 차세대 클라우드 서비스와 비즈니스 모빌리티의 융합에 따른 커다란 혁신을 통해 서비스 공급업체는 클라우드를 통한 모빌리티 서비스를 저렴한 비용으로 제공하고 서비스 제공을 재혁신하며 엔터프라이즈, SMB(소규모 및 중간 규모 기업) 및 SME(소규모 및 중간 규모 엔터프라이즈)의 IT 요구 사항을 전례 없는 방식으로 충족할 수 있는 독특한 기회를 갖게 될 것입니다.
3. 수익성 있는 새로운 비즈니스 모델의 등장. 이번 조사에서 근로자들은 언제 어디서나 가능한 협업 기능을 제공하는 가상 데스크톱 서비스(Virtual Desktop-as-a-Service)와 같은 독특한 제품에 관심을 가지고 있는 것으로 나타났습니다. 이는 독특하고 분명한 가치를 제공하는 모빌리티 서비스에 대한 수요를 반영합니다. 듀얼 페르소나(Dual-Persona)와 같은 아직 널리 상용화되지 않은 서비스에 대해서도 31%의 사용자가 관심을 가지고 있는 것으로 나타났습니다. 한 마디로 서비스 공급업체는 이미 고객의 관심을 끌고 있는 수많은 고급, 관리 모빌리티 제품을 모색해 볼 수 있습니다. 소비자 부문에서 음성 및 데이터 이용 가격이 하락하고 있는 상황에서 이러한 비즈니스 모델은 서비스 공급업체에 새로운 성장 기회를 제시합니다.
4. 비즈니스 모빌리티의 가치 사슬 통합. 서비스 공급업체에게는 비즈니스 모빌리티 시장을 통합하여 더욱 통합된 폭넓은 가치를 제공할 수 있는 커다란 기회가 있습니다. 이를 통해 엔터프라이즈 비즈니스 모빌리티 고객당 평균 수익을 증대할 수 있습니다. 또한 고객 이탈을 최소화하고 고객 만족도를 높일 수 있습니다. 서비스 공급업체는 현재 장치와 일부 판매 후 서비스 지원을 제공하고 있지만 SaaS(Software as a Service) 애플리케이션 부문에서는 제한된 역할만 수행하고 있습니다. 서비스 공급업체가 장치, 애플리케이션 및 관리 서비스를 통합할 수 있다면 경쟁업체와 강력한 차별화 요소를 갖게 될 것입니다.

모빌리티의 비즈니스 가치를 극대화하려면 CIO와 서비스 공급업체 모두가 아직 해결되지 않은 문제를 파악하고 해결해야 합니다. CIO는 향후의 추세를 충분히 파악하지 못하고 있으며 많은 조직의 경우 비즈니스 모빌리티 솔루션이 변화에 효과적으로 대응하지 못하고 있습니다. 서비스 공급업체는 CIO에게 새로운 비즈니스 모빌리티 솔루션을 제공함으로써 관리 제품을 통해 출시를 앞당기도록 지원할 수 있습니다. 하지만 먼저 이러한 솔루션을 제공하는 작업부터 수행해야 합니다.

이번 설문 조사 응답자들은
일과 개인 생활의 균형을
이루는 데 있어 모바일
기술의 중요성이 점점 커질
것으로 예상했습니다.

비즈니스 모빌리티 — 지속적인 혁신

비즈니스 모빌리티의 혁신은 지속적으로 이루어지고 있으며 “시작(Forming)”, “전개(Storming)”, “확산(Norming)”, “수행(Performing)”의 4단계 프로세스로 진행되고 있습니다. “DNA”의 변화가 각 단계의 동력으로 작용하며 그러한 변화가 모여 다음 단계로의 전환하게 하는 추진력이 됩니다.

현재의 “전개(Storming)” 단계에서 비즈니스 모빌리티의 중요성은 이번 조사의 응답자의 40%가 모바일 장치를 사용하지 않는 경우 1시간 이상도 업무를 제대로 수행할 수 없다고 밝힌 것에서도 잘 알 수 있습니다. 또한 모바일 이용 근로자의 약 50%가 지난 2년간 생산성이 향상되었다고 밝혔습니다.

업무에 대한 책임이 점점 과중해지고 이로 인해 더욱 많은 시간이 소모되면서 많은 사람들이 개인 생활과 여가 시간이 줄어들 것으로 우려하고 있습니다. 이번 설문 조사 응답자들은 일과 개인 생활의 균형을 이루는 데 있어 모바일 기술의 중요성이 점점 커질 것으로 예상했습니다. 50%가 넘는 응답자들이 모바일 장치를 일과 개인 생활의 균형을 이루기 위한 수단으로 인식하고 있는 것으로 나타났습니다.

시간과 장소의 제약이 감소함에 따라 30%가 넘는 응답자들이 정기적으로 재택 근무를 하는 것으로 나타났습니다. 다른 응답자들 30%는 향후 재택 근무를 할 것으로 예상하고 있는 것으로 나타났습니다.

일과 개인 생활의 균형을 이루기 위한 핵심 요소는 시간입니다. 30%가 넘는 응답자들이 업무 시간이 증가했다고 생각하는 반면 40%가 넘는 응답자들이 업무의 방식, 시간 및 장소를 더욱 효과적으로 관리하게 되었다고 응답했습니다.

그림 1. 비즈니스 모빌리티 혁신의 세 번째 단계를 가속화하는 “DNA” 및 업무 장소의 변화

	1단계 시작	2단계 전개	3단계 확산	4단계 수행
장치	노트북	스마트폰	태블릿	교환형 장치
네트워크	2G	3G	Wi-Fi	스몰 셀
애플리케이션	이메일	기업/IT	BYOA	듀얼 페르소나
업무 방식	생산성	글로벌화	협업	유연성

현재 단계

출처: Cisco Consulting Services, 2013년

한편 대다수 고용주들은 업무용 애플리케이션에 투자함으로써 생산성을 향상시킬 수 있다는 사실을 인식하지 못하고 있는 것으로 나타났습니다.

그러나 DNA의 혁신은 업무 장소마다 다르게 나타납니다. 응답자의 약 40%가 더 많은 장치를 사용할 계획인 것으로 나타났습니다. 이는 인식의 지연을 반영하는 결과로, 과거의 추세와는 달리 미래 혁신의 목표는 더 적은 장치를 사용하는 것입니다. 또한 응답자의 약 30%가 애플리케이션 비용을 직접 부담하고 있는 것으로 나타났습니다. 한편 대다수 고용주들은 업무용 애플리케이션에 투자함으로써 생산성을 향상시킬 수 있다는 사실을 인식하지 못하고 있는 것으로 나타났습니다.

이러한 모바일 업무 애플리케이션에서 가장 큰 비중을 차지할 장치는 무엇일까요? 일과 개인 생활의 균형을 이루기 위한 장치로서 태블릿(66%)이 스마트폰(57%)보다 더 많은 호응을 얻고 있는 것으로 나타났습니다. 고용주들도 스마트폰보다 태블릿에 투자할 가능성이 높습니다. 이 경우 업무용 태블릿을 개인 생활에 사용하고자 하면 문제가 발생할 수 있습니다.

과제

이번 설문 조사 내용에 따르면 모바일을 활용하지 않는 근로자의 비중도 결코 적지 않습니다. 그러나 이들 중 상당수가 모바일을 더욱 유용하게 활용하기를 바라고 있습니다.

응답자 중 40%가 모바일 장치를 개인 용도로만 사용한다고 응답했습니다. 그러나 이들 중 38%가 모바일 장치를 업무에 사용하는 데 관심이 있다고 응답했습니다.

근본적인 혁신이 지속적으로 이루어짐에 따라 점점 많은 근로자들이 비즈니스 모빌리티의 이점을 명확하게 인식하면서 이러한 수치는 증가할 것으로 예상됩니다. 실제로 현재 모바일 장치를 업무에 사용하지 않는 근로자의 약 1/3이 2년 이내 이러한 장치를 이용할 것으로 생각한다고 응답했습니다.

설문 조사 참여자들이 모바일 장치를 업무에 사용하는 세 가지 주요 이유는 동료 및 상사와의 커뮤니케이션(30%), 최신 정보와 전문 지식에 대한 액세스(21%) 및 고객 경험 개선(20%)인 것으로 나타났습니다. 관련된 다른 질문에서 현재 모바일 장치를 업무에 사용하고 있지 않은 근로자 중 절반에 가까운 비율(42%)이 이러한 장치를 통해 주당 1시간 이상의 시간을 절약할 수 있을 것으로 예상한다고 응답했습니다(주요 생산성 요인). 연간 소득이 50,000달러 이상인 근로자의 경우 이를 통해 매년 1,250 달러 이상의 추가 소득을 얻을 수 있습니다.

한편, 모바일 장치를 업무에 사용하고 있지 않은 근로자들은 고용주의 장치 공급 부재(20%), 모바일 서비스 계획 부재(12%), 직장에서 모바일 장치 사용과 관련된 공식적인 정책 부재 등을 주요한 과제로 지적했습니다. 따라서 엔터프라이즈 IT는 이러한 과제를 해결해야 합니다.

근로자들은 지속적인 협업의 가치를 점점 중요하게 인식하고 있습니다. 현재 근로자의 24%가 모바일 협업을 활용하고 있으며 다른 31%는 이를 도입하는데 관심이 있는 것으로 나타났습니다.

차세대 모빌리티에 대한 수요

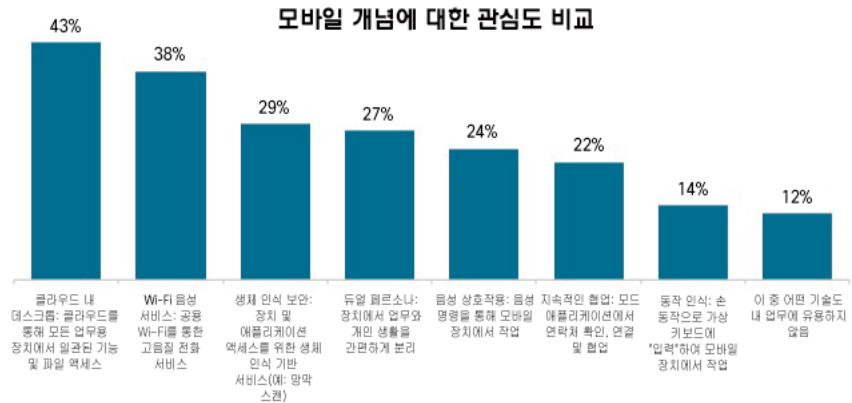
비즈니스 모빌리티의 다음 단계로 전환해 감에 따라 미래에 관심을 끌게 될 차세대 개념을 파악해야 합니다. 설문 조사 응답자의 관심을 끈 몇 가지 개념은 다음과 같습니다.

- 응답자의 28%가 가상 데스크톱 또는 “클라우드 내 데스크톱”을 사용하고 있는 것으로 나타났습니다. 31%의 응답자들은 이러한 데스크톱을 사용하고 있지는 않지만 이에 관심을 갖고 있는 것으로 나타났습니다. 61%는 “모든 장치에서 파일에 액세스하는 기능”을 주요 동기로 꼽았습니다. 41%는 “클라우드에서 문서/정보를 안전하게 저장하는 기능”을 꼽았으며 40%는 “장치 및 파일 실시간 동기화”를 선호하는 것으로 나타났습니다.
- 근로자들은 지속적인 협업의 가치를 점점 중요하게 인식하고 있습니다. 현재 근로자의 24%가 모바일 협업을 활용하고 있으며 다른 31%는 이를 도입하는데 관심이 있는 것으로 나타났습니다. 앞으로 일부 모바일 개선 사항이 도입됨으로 인해 지속적인 협업에 대한 관심이 더욱 높아질 것으로 예상됩니다. 이러한 개선 사항으로는 모바일 장치를 접촉시켜 정보 공유(51%의 응답자), 관련 주제 전문가 검색 및 연결(48%의 응답자), 가상 화이트보드를 통해 프레젠테이션 무선 공유(48%의 응답자) 등이 있습니다. 또한 응답자들은 GPS 탐색 및 실내 위치 지도(53%), 장치를 통해 관련된 위치 기반 정보 제공(49%), 중요 인물이 해당 위치에 진입했을 때 사용자에게 알리는 기능(48%)과 같은 위치/인식 기반 개선 사항에 대해서도 관심을 갖고 있는 것으로 나타났습니다.
- 모바일 VoIP(Voice-over-IP) 서비스, 즉 인터넷 전화 프로토콜 기반 서비스도 또 다른 혁신 요인입니다. 이러한 서비스는 특히 모바일 음성 서비스를 이용하지 않는 태블릿 또는 스마트폰 사용자에게 적합합니다. 응답자의 27%는 Wi-Fi를 통해 이용 가능한 경우 이러한 서비스에 관심을 가질 것으로 나타났습니다. 도시 또는 지역 사회에서 언제 어디서나 이용 가능한 실내 Wi-Fi에 대한 관심은 39%에 달하는 것으로 나타났습니다.
- 사용하는 장치의 수가 계속 증가함에 따라 비즈니스 사용자가 느끼는 복잡성과 불편이 가중될 수 있습니다. 듀얼 페르소나(Dual-Persona) 개선 사항을 통해 사용자는 동일한 장치에서 업무와 개인 생활을 분리할 수 있습니다. 즉 스마트폰 또는 태블릿에 핵심적인 업무용 애플리케이션 또는 업무 데이터베이스를 개인 연락처 및 전화 번호와 함께 저장할 수 있습니다. 개인 생활과 업무 모두를 위한 공통의 장치에 많은 응답자들이 큰 관심을 보였습니다. 현재 18%만이 이러한 기능을 사용하고 있으나 이 기능을 사용하고 있지 않은 응답자의 31%가 이 기능에 “매우” 관심이 있다고 응답했습니다. 업무와 개인 비용을 분리하여 관리하는 기능에 대한 관심 또한 38%에 달하는 것으로 나타났습니다.

그림 2는 이러한 차세대 개념에 대한 전반적인 관심을 나타냅니다.

업무에 사용할 수 있는
애플리케이션 및 장치에
투자함으로써 지식
근로자들은 업무 관리
능력을 갖추게 됩니다.

그림 2. 클라우드 데스크톱 및 Wi-Fi 음성 서비스는 가장 큰 관심을 끄는 개념인 것으로 나타났습니다.



모바일 개념이 가치 없다고 보는 응답자 비율은 12%에 불과한 것으로 나타났습니다.
생체 인식 및 듀얼 페르소나는 두 번째로 관심도가 높은 그룹입니다.
동작 인터페이스에 대한 관심도가 가장 낮은 것으로 나타났습니다.

질문: 설명한 모든 기술에 대해 생각해 보십시오. 귀하의 업무에 가장 유용한 기술은 무엇입니까? 세 가지를 선택하십시오.

출처: Cisco Consulting Services, 2013년

기술 도입의 핵심 요인은 생산성입니다.

생산성은 여러 측면에서 모바일 업무 혁신의 큰 비중을 차지합니다. 생산성은 가치를 창출할 뿐만 아니라 CIO가 투자를 결정하는 주요 요인입니다. 근로자들이 장치 및 애플리케이션을 적극적으로 구입하는 것도 생산성을 향상시키기 위해서입니다. 근로자들은 CIO와 마찬가지로 생산성에 매우 큰 관심을 갖고 있습니다. 실제로 근로자들은 더 많은 여유 시간을 갖기 위해 생산성 및 효율성을 개선하는 모든 방법을 적극 활용할 것입니다. 특히 세계 경제의 불황으로 인해 많은 근로자들이 효율성을 높여 더 많은 업무를 수행해야 하는 환경에 처해 있습니다.

이 때문에 지식 근로자들이 비즈니스 모빌리티를 통해 여러 측면에서 생산성을 향상하고자 적극적인 노력을 기울이는 것입니다. 업무에 사용할 수 있는 애플리케이션 및 장치에 투자함으로써 지식 근로자들은 업무 관리 능력을 갖추게 됩니다.

시간 단축으로 정의되는 생산성은 이번 조사의 응답자들이 직장에서 모바일 장치를 사용하는 주된 이유인 것으로 나타났습니다. 생산성과 관련된 더욱 구체적인 조사 결과는 다음과 같습니다.

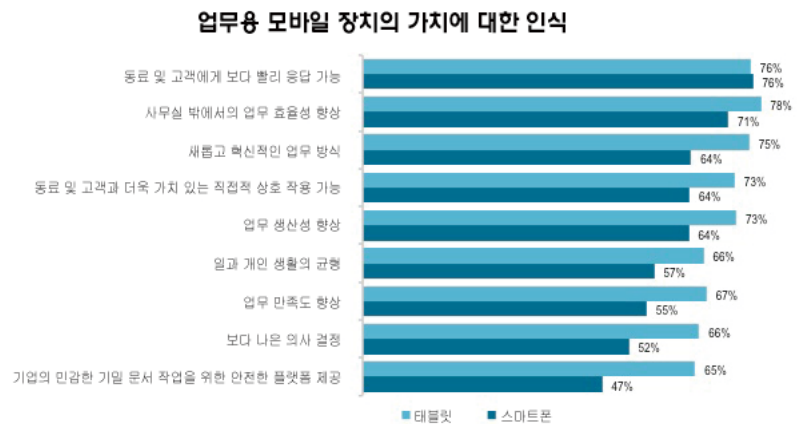
- 모바일 장치를 업무에 사용하는 가장 큰 동기는 동료와의 커뮤니케이션입니다.
- Wi-Fi 사용 시 발생하는 가장 큰 불편은 연결 속도 저하로 인한 생산성 감소입니다.
- 또한 모바일 이용 근로자의 약 50%가 지난 2년간 생산성이 향상되었다고 밝혔습니다.
- 모바일 근로자들의 40%는 1시간이 넘게 장치를 사용할 수 없게 되면 업무를 제대로 수행할 수 없다고 밝혔습니다.

모바일 혁신은 가속화되고 있지만 보안이 여전히 가장 큰 걸림돌로 작용하고 있습니다.

- 음성, 동작 및 생체 인식 등 시간 단축에 유용한 인터페이스에 대한 관심도 나타나고 있습니다.

여러 범주에서 태블릿에 대한 선호도가 스마트폰보다 높은 것으로 나타났습니다. 모바일 장치를 통한 효율성과 업무 효과 개선에 대한 관련 조사에서 태블릿이 스마트폰보다 높은 점수를 받았습니다(그림3 참조).

그림 3. 모바일 장치로 인한 효율성 향상, 스마트폰보다 높은 태블릿 선호도



응답성을 제외한 모든 범주에서 태블릿이 스마트폰보다 높은 가치를 제공하는 것으로 인식되고 있습니다. 특히 혁신, 업무 만족도, 의사 결정 및 보안 범주에서 높은 평가를 받았습니다.

질문: 업무에 스마트폰을 사용하고 있다고 답하셨습니다. 다음의 각 설명에 어느 정도 동의하는지 표시하십시오. 업무에 스마트폰을 사용함으로써 다음이 가능해질지

출처: Cisco Consulting Services, 2013년

보안 및 개인 정보 관련 우려

모바일 혁신은 가속화되고 있지만 보안이 여전히 가장 큰 걸림돌로 작용하고 있습니다. 실제로 모바일 행동 방식의 변화로 인해 해결해야 하는 보안 과제가 발생하게 되었습니다. 응답자의 31%가 사무실 밖에서 더욱 많은 시간을 보내고 60%에 가까운 응답자가 오프라인보다 온라인 커뮤니케이션을 선호하는 것으로 나타났습니다. 상거래 측면에서는 약 30%의 응답자가 업무 용도로 디지털 트랜잭션을 이용하고 있으며 다른 30%는 모바일 장치에서 온라인으로 구매 활동을 하는 것으로 나타났습니다.

이러한 모든 행동 방식으로 인해 핵심적인 기업 데이터에 문제가 발생할 수 있습니다. 따라서 응답자의 35%가 보안 우려로 인해 클라우드 데스크톱 애플리케이션을 사용하지 않을 것이라고 응답했습니다. 14%는 업무 시 Wi-Fi 보안에 대해 우려한다고 응답했습니다.

그러나 현재의 기업 보안 솔루션에 대한 근로자들의 의견은 서로 엇갈립니다. 30% 응답자가 개인 장치에 IT 보안 소프트웨어를 설치하기는 곤란하다고 밝혔으며 이에 대한 결정을 내리지 못하고 있는 응답자의 비율도 비슷하게 나타났습니다.

그러나 37%의 응답자는 효율적인 보안 강화책으로서 생체 인식 소프트웨어 도입에 찬성한다고 응답했습니다. 응답자의 11%는 주로 보안 목적으로 여전히 특수한 장치를 사용하는 것으로 나타났습니다.

애플리케이션 및 장치의 조달과 관리 방식을 보다 표준화하면 근로자와 고용주 모두에게 도움이 될 것입니다.

이 설문 조사에서는 보안 문제와 관련해서도 태블릿에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났습니다. “민감한 기밀 기업 문서 관련 작업을 위해 안전한 플랫폼을 제공하는” 장치가 무엇이냐는 질문에 65%의 응답자가 태블릿이라고 선택했으며 47%는 스마트폰을 선택했습니다.

전반적으로 이러한 수치를 통해 모바일 업무 기술이 보안 관련 걸림돌을 극복할 수 있도록 돕는 더욱 효과적인 모바일 보안 솔루션에 대한 수요가 증가하고 있음을 알 수 있습니다. IT 부서는 BYOD 및 BYOA와 특히 기업 방화벽의 범위가 미치지 않는 외부 솔루션이 확산되면서 증가하고 있는 보안 위협을 적극적으로 관리해야 합니다. 하지만 고용주는 근로자의 개인 정보 우려를 완화하기 위해 개인 장치에 IT 부서의 보안 소프트웨어를 설치해야 하는 중요성을 알리는 교육을 제공해야 합니다.

여러 부문으로 나뉘어 있는 시장

업무용 애플리케이션 비용은 누가 부담할까요? 어디에서 장치를 구입해야 할까요? 문제가 발생했을 때는 누가 해결할까요? 보안 우려 이외에도 애플리케이션 및 장치의 조달 및 관리가 여러 부문으로 나뉘어 있다는 점이 주요 걸림돌로 작용하고 있습니다.

많은 비즈니스 사용자들이 업무용 모바일 애플리케이션 구입 비용을 직접 부담하고 있으며 이러한 애플리케이션을 사용하고 있지 않은 근로자들은 향후에 이를 도입할 의향이 높지 않습니다. 먼저 모바일 활용률이 낮은 근로자들에게 관련 애플리케이션을 사용하도록 권장하여 이러한 애플리케이션의 가치와 이의 명백한 이점을 인식할 수 있도록 해야 합니다. 이번 설문 조사 응답자의 36%가 기업으로부터 업무용 애플리케이션 비용을 지원받는 반면 30%가 넘는 응답자는 이러한 비용을 직접 부담하며 10%는 이러한 비용을 기업과 공동으로 부담하는 것으로 나타났습니다. 업무용 애플리케이션을 사용하지 않는 응답자의 57%가 향후 이러한 애플리케이션 사용하는 데 그다지 관심이 없다고 밝혔습니다. 30%는 어느 정도 관심이 있다고 응답했습니다.

일반적으로 근로자들은 애플리케이션을 어디서 구입할지 확실히 알지 못하며 이들의 업무용 애플리케이션 구입 경로는 기업 기술 지원(약 35%), 모바일 앱 스토어(34%), 장치 제조업체(20%) 및 일반적인 인터넷 검색(32%) 등으로 분산되어 있습니다.

기술 지원도 이와 비슷하게 나뉘어 있습니다. 응답자의 약 55%가 기업의 기술 지원을 이용하지만 장치 제조업체, 일반적인 인터넷 검색, 동료의 도움에도 많이 의존하는 것으로 나타났습니다.

장치 구입 시에는 많은 사용자들이 실제 소매 판매점(소비자 가전제품 매장 이용이 30%, 그 외에 모바일 서비스 공급업체의 매장, 장치 제조업체의 매장 및 대형 할인점 이용) 이용을 선호하는 것으로 나타났습니다. 온라인 매장 이용률은 상대적으로 낮은 것으로 나타났습니다.

애플리케이션 및 장치의 조달과 관리 방식을 보다 표준화하면 근로자와 고용주 모두에게 도움이 될 것입니다. 기업이 모바일 업무 기술을 통한 생산성 및 효율성 향상을 지원하려면 몇몇 기업 정책을 재고해야 합니다.

CIO는 비즈니스 솔루션을 제공하고 보안 우려를 완화하며 모바일 활용률이 낮은 근로자가 모바일 기술을 도입하도록 지원함으로써 이러한 혁신에 핵심적인 역할을 해야 합니다.

기업 CIO: 비즈니스 모빌리티 투자 사례

앞서 밝힌 바와 같이 기업은 부서 및 비즈니스 유닛 전체에서 일관되고 표준화된 모바일 업무 전략을 마련해야 합니다. 모바일 장치는 근로자들이 이동 시에 유용하게 사용하는 장치가 되었습니다. 그러나 점점 많은 근로자들이 사무실에 있을 때에도 태블릿과 같은 모바일 장치의 사용을 선호하고 있습니다. 이러한 추세에 따라 CIO는 보다 폭넓은 역할을 담당해야 합니다.

진취적인 사고방식을 가진 CIO라면 BYOD 도입을 지원하는 한편 최신 보안 솔루션을 마련할 것입니다. 전반적인 전략이 변화하면서 CIO는 IT 지출의 중점을 장치에서 애플리케이션과 데이터 연결 부문으로 바꾸어갈 것입니다. 이들은 미래를 위해 투자하고 새로운 차원의 생산성 혁신을 주도할 것입니다. 이러한 과정에서 혁신, 효율성, 업무와 개인 생활의 균형을 추구하는 차세대 지식 중심 인력을 지원할 것입니다.

여기서 중요한 사실은 많은 모바일 근로자들이 주로 업무와 개인 생활의 균형을 위해 이러한 혁신에 적극적으로 나선 결과 모든 이들이 혜택을 받게 된다는 점입니다. 모든 CIO의 궁극적인 목표는 생산성과 효율성 그리고 근로자들의 전반적인 만족도를 개선하는 것입니다.

다시 말해 비즈니스 모빌리티는 근로자의 역량을 향상시킵니다. 그러나 근로자들 스스로가 이러한 혁신을 보조하는 동안 CIO는 비즈니스 솔루션을 제공하고 보안 우려를 완화하며 모바일 활용률이 낮은 근로자에게 모바일 기술을 도입하도록 지원함으로써 이러한 변화에서 핵심적인 역할을 해야 합니다. 결국 모바일 장치 또는 업무용 애플리케이션 관련 문제가 발생하는 경우 대부분의 근로자는 회사 IT 부서에 가장 먼저 지원을 요청하게 됩니다. 하지만 CIO는 올바른 솔루션이 제공되도록 해야 합니다.

CIO가 적극적인 역할을 하지 않으면 전반적인 경쟁력이 저하될 수 있습니다.

서비스 공급업체: 비즈니스 모빌리티 정책 가속화 사례

서비스 공급업체도 CIO와 같은 과제를 해결해야 합니다. 서비스 공급업체는 지식 근로자를 위한 솔루션 및 액세스에 주력하는 한편 이러한 서비스를 확보 및 이용하고 이에 대한 비용을 지불하는 보다 간편한 방식을 제공해야 합니다. 비즈니스 모빌리티의 다음 단계에서 성공한 서비스 공급업체는 품질, 신뢰성 및 원활한 고객 경험이 조합된 제품을 제공할 수 있습니다. 다음은 서비스 공급업체가 고려할 수 있는 몇몇 초기 단계입니다.

서비스 공급업체에게는 세 가지 DNA 관점 모두에서 새로운 비즈니스 서비스를 제공하고 기업 지출 점유율을 포착하여 수익을 창출할 수 있는 기회가 있습니다.

1. 서비스 공급업체는 CIO에게 유용한 번들형 장치 관리 제품을 제공하여 여러 부문으로 나뉘어 있는 현재의 배포 채널을 통합하는 한편 경제적인 비용으로 근로자의 비즈니스 모빌리티 경험을 개선하도록 지원할 수 있습니다. 모바일 솔루션으로 인해 가중될 수 있는 복잡성을 고려하여 서비스 공급업체는 관리 서비스 및 호스팅 옵션을 통해 사용자 환경을 간소화해야 합니다. 실제로 서비스 공급업체는 모바일 서비스 공급업체와 별도로 장치 관리 서비스를 제공할 수 있습니다. 이러한 서비스는 여러 모바일 서비스 공급업체를 이용하는 기업에게 큰 도움이 될 수 있습니다.
2. 또한 서비스 공급업체에게는 세 가지 근본적인 차원 모두에서 새로운 비즈니스 서비스를 제공하고 기업 지출 점유율을 포착하여 수익을 창출할 수 있는 기회가 있습니다.

장치

- 40%에 가까운 근로자들이 향후에 더 많은 장치를 사용할 것으로 예상되고 있으므로 서비스 공급업체는 장치 관리 제품을 제공하는 방법을 적극적으로 모색해야 합니다.
- 모바일 서비스 공급업체는 장치 및 애플리케이션 판매를 위해 소매 및 온라인 경로를 모두 강화하고 일반 지원을 개선해야 합니다.

네트워크

- 근로자들이 개인 용도와 업무 용도를 분리할 수 있는 솔루션을 개발하십시오.
- 모빌리티와 관련된 CIO와 근로자의 우려를 완화할 수 있는 추가적인 보안 옵션을 제공하십시오. (앞서 살펴본 바와 같이 많은 응답자들은 많은 범주에서 보안을 주요 걸림돌로 지적했습니다.)

애플리케이션

- PBX(Private Branch Exchange) 및 Wi-Fi를 통한 VoIP(Voice-over-IP) 서비스를 포함한 기본적인 모바일 경험을 개선하는 애플리케이션을 제공하십시오. VoIP 제품과 기존의 기업 전화 시스템을 통합하면 더욱 많은 관심을 얻을 수 있습니다.
- 클라우드 내 데스크톱 및 향상된 협업 툴을 비롯해 근로자 생산성을 향상시키는 애플리케이션을 제공하십시오. 비즈니스 사용자가 복잡성을 관리하는 데 유용한 앱 스토어 개발을 고려하십시오.

결론 및 행동 방안

기업 CIO 및 서비스 공급업체 모두 비즈니스 모빌리티의 다음 단계를 지원해야 합니다. 협업 및 모빌리티의 이점을 강화하면 커다란 혜택을 얻을 수 있습니다. 이를 위해 이 두 가지의 시너지 효과를 활용해야 합니다. 적극적인 전략을 통해 이러한 기술 부문을 서로 연결하면 커다란 비즈니스 가치를 실현할 수 있지만 그렇지 못하면 중요한 비즈니스 기회를 놓치게 될 것입니다. 한동안 개별 근로자의 노력을 통해 중요한 방식으로 이러한 혁신을 주도할 수는 있지만 이러한 전환을 가속화하려면 진취적인 사고방식을 갖춘 지식 근로자들을 지원 및 격려해야 합니다.



Americas Headquarters
Cisco Systems, Inc.
San Jose, CA

Asia Pacific Headquarters
Cisco Systems (USA) Pte. Ltd.
Singapore

Europe Headquarters
Cisco Systems International BV Amsterdam,
The Netherlands

Cisco has more than 200 offices worldwide. Addresses, phone numbers, and fax numbers are listed on the Cisco Website at www.cisco.com/go/offices.

Cisco and the Cisco logo are trademarks or registered trademarks of Cisco and/or its affiliates in the U.S. and other countries. To view a list of Cisco trademarks, go to this URL: www.cisco.com/go/trademarks. Third party trademarks mentioned are the property of their respective owners. The use of the word partner does not imply a partnership relationship between Cisco and any other company. (1110R)