2021 데이터 혁신 보고서

글로벌 연구를 진행한 결과, 성숙한 데이터 프랙티스를 보유한 조직이 어떻게 기회를 포착하고 혁신적인 변화에 대응하는지 밝혀졌습니다.

splunk>

2021 데이터 혁신 보고서

여러분이 멈춰 있는 동안에도 세상은 계속 변화합니다

혁신은 회사의 성공에 가장 중요한 요소입니다.

그 이유는 조직을 둘러싼 세상이 지속적으로 변화하고 있으며, 이러한 변화가 반드시 조직에 유리한 방향으로 이루어지지 않을 수도 있기 때문입니다. 세상은 기술 발전으로 인해 하루가 다르게 변화하면서 새로운 경쟁업체와 제품 및 서비스의 탄생을 촉진하고 있으며, 더 나아가 기존 산업의 근간 전체를 파괴하기도 합니다. 이로 인해 고객 경험의 기준이 더욱 높아지고, 직원의 업무 방식도 코로나 19 이전의 BYOD(Bring Your Own Device, 개인 소유의 기기 사용)에서 코로나19 이후 새로운 BYOD(Bring Your Own Domicile, 개인의 거주지에서 근무)로 바뀌고 있습니다.

02 여러분이 멈춰 있는 동안에도 세상은 계속 변화합니다
요약 정보(스포일러)
데이터의 혁신을 이룬 리더 따라잡기
데이터를 활용하여 혁신 이루기

09 더 효과적이고, 더 스마트하고, 더 빠른 성과를 이끌어내는 데이터 혁신
혁신의 영향 측정
데이터를 수익으로 전환하기
혁신 전략: 데이터를 활용하여 적절한 조치 취하기

19 주요 권장사항
행운은 우연히 찾아오지 않는다

22 부록
업종별 주요 특징
지역별 주요 특징
방법 및 인구통계

더불어 기술 외에도 팬데믹, 기록적인 폭염, 유례 없는 겨울 폭풍, 사상 최악의 허리케인 시즌, 사회 및 정치적 혼란과 랜섬웨어 등 지역 시설, 공급망 또는 경제 전체를 마비시킬 수 있는 요소도 존재합니다.

요약하자면, 혁신은 기회를 포착할 수 있도록 변화하는 것과 혁신적인 변화에 대응하는 것 모두를 의미합니다. 팬데믹이 전 세계를 휩쓴 최근 1년 반 동안의 디지털 변화는 혁신의 가치를 지난 25년보다도 더 극명하게 보여주었습니다.

Splunk의 제품 및 기술 부문 사장 Shawn Bice는 "지금처럼 급속도로 디지털 혁신이 일어나는 시대에는 단순히 데이터를 저장하고 관리할 뿐만 아니라 조직과 고객 경험의 혁신에 적극적으로 활용해야 합니다." 라며, "이제 디지털 혁신 여정에서 가장 중요한 것은 '데이터에서 유의미한 조치를 도출해 내는 방법'입니다." 라고 말했습니다.

> "데이터를 통해 알아보고자 하는 사항, 데이터 품질, 데이터가 사용자에게 제시되는 방식 등을 구체화하여 데이터 전략을 지속적으로 세분화해야 합니다. 당사는 당사 모델과 인프라에 거의 DevOps 접근법을 적용하고 있는데, 이를 위해서는 수동 단계를 배제하고 고도로 관리된 프로세스를 지향해야 합니다."
>
> — 미국 통신 및 미디어 회사의 기술 부문 이사

Splunk 고객 경험에 따르면 성숙한 데이터 프랙티스를 보유한 조직은 더욱 혁신적이며, 획기적인 아이디어를 도출하고 단기간에 실현할 수 있는 것으로 나타났습니다. Splunk는 지난 1년간 많은 비즈니스가 급속도로 새로운 디지털 제품과 서비스를 만들어 내고, 단 며칠 만에 원격 근무로 전환하고 근본적인 프로세스를 재설계하는 모습을 지켜보았습니다. 그리고 데이터가 혁신을 촉진한다는 발상을 정량화하고자 했습니다.

Splunk는 Enterprise Strategy Group의 연구원들과 함께 전 세계 다양한 업계의 대규모 조직에서 근무하는 1,250명의 고위 IT 및 비즈니스 의사결정자를 대상으로 설문조사를 실시하여 해당 조직의 데이터 프랙티스, 혁신 인프라와 그 성과를 알아보았습니다.

이 조사는 **데이터 혁신이란 새로운 유형의 데이터 분석이나 새로운 데이터 소스의 분석을 통해 비즈니스 프로세스를 새롭게 개발하거나 근본적으로 변화시키는 것**이라는 정의를 전제로 시작되었습니다. Splunk의 논지는 데이터 역량이 가장 뛰어난 조직이 이러한 데이터를 활용하여 더 많은 혁신을 실현하고 비즈니스에 더욱 의미 있는 변화를 가져온다는 것이었습니다.

결과적으로, 이 설문조사는 이러한 논지를 정확히 뒷받침했습니다.

요약 정보(스포일러)

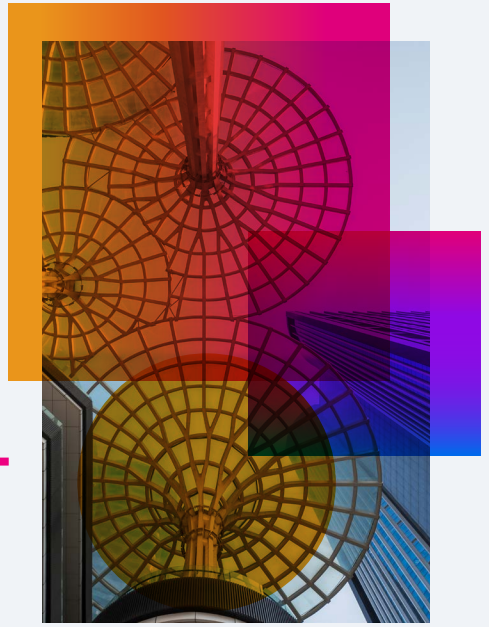
미리 말씀 드리자면, Splunk의 조사 결과 성숙한 데이터 프랙티스와 혁신 지향적인 전략을 보유한 조직은 데이터 혁신에서 입문 수준인 조직에 비해 훨씬 더 좋은 성과를 창출했습니다. 평균적으로 선도적인 조직은 다음과 같은 특성을 나타냅니다.

- 지난해 데이터 혁신을 통해 8가지의 제품이나 서비스를 개발했습니다. 이는 입문 수준 조직의 **혁신에 비해 2배 더 높은** 수치입니다.
- 데이터를 활용한 제품 혁신으로 **신규 시장에 진출하고 고객의 지갑 점유율을 높일 수 있다**고 답변할 가능성이 2배 가량 더 높습니다.
- 지난해 **직원 생산성이 16% 증가**했습니다. 이는 입문 수준의 혁신 조직(9%)에 비해 거의 2배 높은 수치입니다.
- **데이터에서 직접 수익을 창출**할 가능성이 거의 2배 더 높습니다(66% vs. 36%).

이러한 결과는 상당한 수준의 내부 혁신을 통해 도출된 것입니다. 데이터의 혁신을 이룬 리더는 입문 조직에 비해 다음 항목을 근본적으로 바꾸었다고 응답할 가능성이 2~3배 더 높습니다.

- 영업 및 마케팅(리더 47% vs. 입문 조직 23%)
- 고객 서비스(50% vs. 19%)
- 공급망/유통(38% vs. 17%)
- 제조/운영(38% vs. 14%)
- 재무(44% vs. 14%)
- 소프트웨어 엔지니어링(45% vs. 20%)

Splunk의 연구 결과는 선도적인 데이터 혁신 조직이 얻은 성과를 정량화했으며, 더 나아가 이러한 성과를 얻은 **방법**과 **이유**를 자세히 탐구하고 선도적 조직의 **전략**과 **주요 권장사항** 목록도 제공합니다. 하지만 Splunk는 답변을 얻기 전에 먼저 이러한 의문을 가졌습니다. 어떤 기술을 통해 데이터를 혁신 프로세스에 활용할 수 있을까요? 어떤 장애물을 극복해야 할까요? 어떤 전략으로 데이터를 투입하여 성공적인 혁신을 이룰 수 있으며, 리더들은 이러한 성과를 어떻게 정량화할까요?



데이터 혁신 정의하기

전통적으로 비즈니스 혁신에는 다음 3가지 유형이 있습니다.

- 제품(예: Fitbit, 스마트폰 등)
- 프로세스(조립 라인, 린(Lean) 제조)
- 비즈니스 모델(엔터테인먼트 스트리밍 서비스)

하지만 '혁신'이란 무엇일까요? 모든 혁신은 특정 현상에 대한 반응으로, 새로운 현상(코로나19가 유행하는 동안 음식점이 모두 테이크아웃 체제로 전환)과 장기적인 현상(복잡한 제조 프로세스에 대한 Henry Ford의 대응)을 모두 포함합니다. 혁신은 본질적으로 새로움을 향한 변화이자 실험입니다.

- 반응을 이끌어내는 현상/과제/기회를 정의하는 것은 무엇일까요? 데이터입니다.
- 혁신적인 대응이 성공적이거나 개선이 필요하다는 사실을 판단할 수 있는 지표는 무엇일까요? 데이터입니다.

데이터는 혁신을 이루고 측정하는 데 필수적입니다. 오늘날의 디지털 시대에는 그 어느 때보다도 많은 데이터와 혁신 기회가 존재합니다.

데이터의 혁신을 이룬 리더 따라잡기

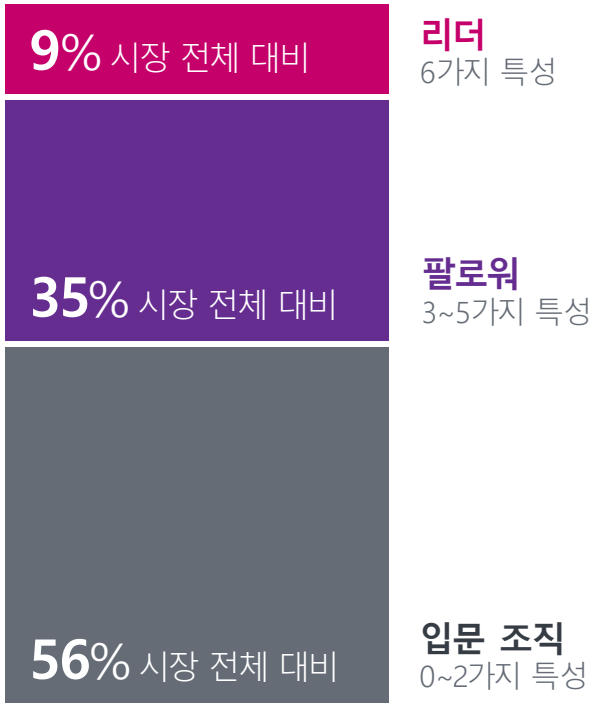
데이터 중심 혁신의 성공을 정의하기 위해서는 먼저 성공적인 조직이 데이터를 어떻게 관리하고 활용하는지 파악해야 합니다. Splunk는 다음의 6가지 요소 측정에 따라 각 조직에 점수를 부여했습니다.

- **데이터 정의:** 액세스와 사용을 지원하는 메타데이터로 데이터 분류 및 태그
- **데이터 집계:** 엔터프라이즈의 데이터 전체를 여러 비즈니스 사일로에서 서로의 데이터에 액세스할 수 있는 형태로 통합
- **데이터 품질:** 데이터의 정확성, 온전성, 일관성과 중복 제거 수준 측정
- **데이터 조사 기술:** 직원이 조직의 데이터를 쿼리하여 비즈니스 질문에 대한 해답을 찾을 수 있는 적절한 기술을 보유하게 하기
- **데이터 조사 도구:** 직원이 조직의 데이터를 쿼리하여 비즈니스 질문에 대한 해답을 찾을 수 있는 적절한 도구를 보유하게 하기
- **데이터 모니터링:** 중요한 비즈니스 질문에 대한 해답을 지속적 및 실시간으로 포착할 수 있도록 쿼리 자동화

리더는 6가지 요소 모두에서 탁월한 수준에 도달한 조직으로 정의했으며, 전체 응답자의 9%에 해당했습니다. 리더의 바로 뒤에 해당하는 **팔로워**(35%)는 6가지 요소 중 3~5가지에 해당했습니다. 나머지 56%는 2가지 이하의 요소가 탁월했으며, **입문 조직**으로 정의되었습니다.

참고로 옵저버빌리티와 데이터 보안에 관한 Splunk의 이전 조사에서 조직이 자사 데이터에서 창출한 가치를 정량화한 결과, 리더십 그룹은 항상 연구 표본의 9~11%를 차지했으며, 50~60%는 항상 입문 그룹에 해당했습니다. 이를 통해 대규모 조직의 1/10 가량은 전반적으로 디지털 혁신을 선도하는 반면, 절반 가량은 이 여정을 겨우 시작했다는 사실을 알 수 있습니다.

데이터 성숙도 수준



데이터 성숙도를 저해하는 요인

조사 대상 조직에서 가장 미비하거나 가장 어려운 요인은 무엇일까요?

- 조직의 29%만이 대다수의/모든 데이터를 정의하는 분류 시스템을 보유합니다.
- 40%만이 종합적으로 데이터를 집계하며, 29%는 일부 또는 모든 비즈니스 라인이 자체 데이터를 별도로 유지하거나 숨겨둔다고 응답했습니다.
- 39%만이 자사 데이터 품질이 알려져 있으며 종합적으로 측정된다고 응답했습니다. 또한 데이터 품질에 대한 인사이트가 아예 없거나 부분적으로만 있는 조직도 있었습니다.
- 조직 5개 중 1개만이 자사 직원 중 모두 또는 대부분이 업무 수행을 위해 데이터에 적절하게 액세스하는 데 필요한 기술과 도구를 보유하고 있다고 응답했습니다.
- 단 29%만이 데이터 모니터링 자동화가 '매우 잘 진행되고 있다'고 응답했습니다. 반면 48%가 데이터 모니터링 자동화 진행 상황이 '양호하다'고 응답한 것은 고무적이었습니다.

Splunk의 제품 및 기술 부문 사장 Shawn Bice는 데이터를 활용하여 혁신을 촉진하는 것은 쉽지 않으며, 연구를 통해 정의한 리더 조직이 비교적 적은 데는 이유가 있다고 말합니다.

Amazon Web Services에서 5년간 근무한 후 Splunk로 이직한 Shawn은 "커리어의 대부분이 데이터에 관련된 1인으로서, 저는 조직 100개 중 99개는 데이터를 어떻게 활용해야 할지 잘 모른다고 말씀 드릴 수 있습니다." 라면서도 "하지만 모든 조직이 데이터를 활용하여 혁신과 성공의 기반을 충분히 마련할 수 있다고 생각합니다." 라고 덧붙였습니다.

데이터를 활용하여 혁신 이루기

Splunk는 데이터 숙련도에 따라 조직의 순위를 매긴 다음, 해당 조직들이 데이터를 활용하여 혁신을 달성한 방법과 혁신적인 사고 및 행동을 조직 문화의 일부로 수용(예: 탐구 중시, 협업 지원, 성과 정량화)한 정도를 측정했습니다.

그 결과, 당연하지만 데이터만이 혁신을 촉진하는 것은 아니었습니다. 데이터를 통해 새로운 혁신을 일으키는 것은 의식적인 노력의 결과입니다.

더 효과적이고, 더 스마트하고, 더 빠른 성과를 이끌어내는 데이터 혁신

첫 번째 섹션에서는 일부 결과를 간략하게 알아보았습니다. 이제 더 자세한 내용을 살펴보겠습니다. 연구 결과, 더욱 성숙한 데이터 혁신 프랙티스를 보유한 조직이 더 나은 결과를 얻는다는 사실을 알 수 있었습니다.

데이터의 혁신을 이룬 리더들은 다른 조직보다 훨씬 더 긍정적인 비즈니스 변화를 실현했습니다.

- **제품 혁신:** 데이터의 혁신을 이룬 리더들은 입문 수준의 조직에 비해 2배 더 많은 서비스의 혁신을 발표 하였습니다. 리더들은 데이터 중심의 제품 혁신으로 신규 시장에 진출하고, 고객 전환을 개선하고, 고객당 지출을 늘릴 가능성이 훨씬 더 높습니다. 혁신적인 제품은 리더 조직의 수익 믹스 중 69% 이상을 차지합니다.
- **데이터 수익화:** 리더는 입문 조직에 비해 데이터 혁신으로 데이터에서 수익을 창출할 가능성이 훨씬 더 높습니다(66% vs. 36%). 리더는 데이터 수익화를 통해 입문 조직보다 31% 더 많은 수익을 창출하고 75% 더 빠르게 성장합니다.
- **직원 생산성:** 리더는 더 많은 데이터 소스를 사용하여 직원 생산성과 효율성을 최적화하며, 생산성을 16% 증대했습니다. 이는 입문 조직(9%)에 비해 78% 더 높은 수준입니다.
- **앱 개발 지원:** 리더는 지난 12개월 동안 애플리케이션 개발자들에게 데이터를 전달하는 속도를 대폭 가속화했을 가능성이 4배 더 높습니다. 리더의 96%는 개발자에게 데이터를 전달하는 속도를 높인 덕분에 애플리케이션 개발도 가속화되었다고 응답했으며, 95%는 이를 통해 애플리케이션 기능도 개선되었다고 말합니다.

특정한 프로세스의 변화나 혁신이 프론트엔드와 백엔드 중 어느 쪽에 가장 직접적인 영향을 미치든, 궁극적으로는 조직 전체가 서비스를 제공하는 사람들에게 중점을 두어야 합니다. Splunk의 최고 고객 책임자 John Sabino는 린(Lean) 제조 공정에서 영감을 받았다며 "고객을 위한 가치 창출을 무엇보다도 중요시하는 조직 문화를 확립해야 하며, 고객의 의견을 수렴하고 업무에 반영해야 합니다. 최소 기능 제품을 고객에게 내놓고 성공적인 부분과 그렇지 못한 부분에 관한 데이터를 수집한 다음 이를 반영하여 개선해야 합니다. 이것이 바로 혁신을 가능하게 하는 핵심이죠." 라고 강조했습니다.

> "보다 우수한 고객 데이터를 더 많이 수집한 덕분에 새로운 개인 맞춤 제품으로 특정한 고객을 타게팅하여 상당한 수익을 올렸습니다."
>
> — 프랑스 소매업체의 영업 부문 부사장

다양한 성숙도를 지닌 조직의 대다수는 데이터 혁신이 직원 생산성 향상과 제품/서비스 발전에 도움이 된다고 응답했습니다. 개선된 부분을 구체적으로 질문하자, 높은 비율로 다음과 같은 답변이 돌아왔습니다.

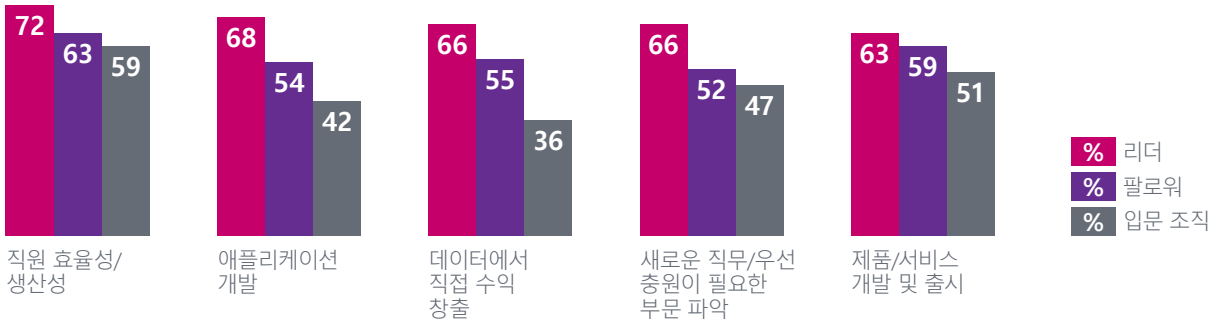
- 직원 효율성/생산성(응답자의 62%)
- 제품/서비스 개발 및 출시(55%)
- 새로운 역할/우선 충원이 필요한 부문 파악(50%)
- 애플리케이션 개발(49%)
- 데이터에서 직접 수익 창출(46%)

연구 데이터를 혁신 성숙도 수준으로 파싱한 결과, 리더 조직은 성숙도가 낮은 조직에 비해 모든 영역에서 성과가 더 좋았습니다. 또한 입문 조직과 리더 조직의 성과 격차가 가장 큰 부분은 애플리케이션 개발과 데이터를 통한 직접 수익 창출로 나타났습니다.

> "새로운 성과 관리 및 옵저버빌리티 기술을 구현하여 실질적인 성과를 창출하고 고객 애플리케이션의 가시성을 확장한 덕분에 혁신의 효과를 극대화할 수 있었습니다."
>
> — 뉴질랜드 글로벌 은행의 IT 관리자

광범위한 혁신을 추구하는 데이터 리더

리더는 모든 사용 사례에 데이터 혁신을 적용할 가능성이 높습니다.



혁신의 영향 측정

모든 응답자가 데이터 향상을 통한 혁신의 주된 이점은 더 나은 디지털 경험 제공, 새로운 채널을 통한 소통 및 고객의 요구사항에 더 적합한 신제품 제공 등을 통해 고객에게 더 가까이 다가가는 것이라고 답변했습니다. 응답자들은 전반적으로 데이터 혁신을 통해 다음 항목을 달성할 수 있었다고 응답했습니다.

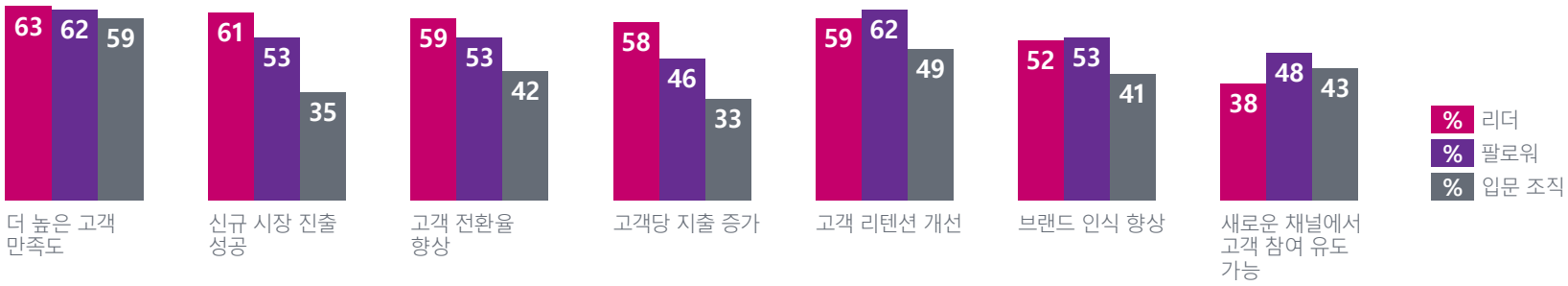
- 고객 만족도 향상(응답자의 60%)
- 고객 리텐션 개선(54%)
- 고객 전환율 향상(48%)
- 브랜드 인식 향상(47%)
- 신규 시장 진출 성공(45%)
- 새로운 채널에서 고객 참여 유도 가능(44%)
- 고객당 지출 증가(40%)

데이터 혁신 프랙티스가 가장 발전된 조직이 이러한 이점을 더 많이 인식했습니다. 데이터의 혁신을 이룬 리더는 자사의 데이터 혁신 역량에 힘입어 지난 1년간 평균적으로 8가지의 제품/서비스를 개발했으며, 이는 입문 조직의 2배에 해당하는 수준입니다. 리더는 자사 데이터를 활용한 제품 혁신이 신규 시장 진출과 고객 지갑 점유율 증대에 도움이 되었다고 응답할 가능성이 입문 조직에 비해 2배 이상 높습니다. 이와 같은 결과(아래 차트 참조)에 따르면, 혁신을 중시하는 문화에서 데이터를 활용하면 불안정한 시기에도 새로운 기회를 창출할 수 있다는 사실을 알 수 있습니다.

가장 주목할 만한 결과는 리더가 제품 혁신 중 대다수가 완전한 성공이었다고 응답할 가능성이 2배 가량 더 높았다는 것입니다. 리더의 60%가 이렇게 응답한 반면, 팔로워와 입문 조직은 각각 48%, 32%만이 동일하게 응답했습니다. 이는 강력한 장점이라고 볼 수 있는데, 차라리 빠르게 실패하는 것이 낫다는 스타트업 정신이 지배적인 오늘날에도 실패의 확률을 줄이는 것이 훨씬 좋기 때문입니다.

고객에게 더 가까이 다가가는 리더

데이터를 활용하여 고객에게 도달하고 동기를 부여하는 입문 조직의 비율은 리더와 팔로워보다 낮습니다.



데이터를 수익으로 전환하기

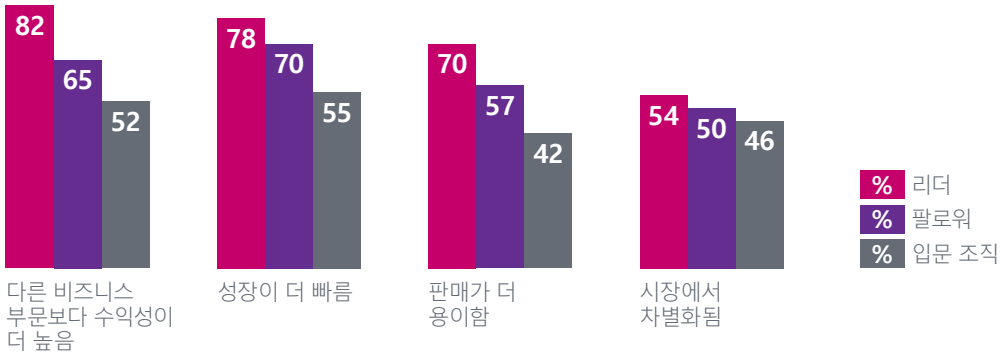
많은 조직에게 있어, 데이터를 활용하여 다른 비즈니스 라인을 보완하거나 그와 분리된 구독 또는 서비스를 제공하거나 데이터를 재판매하는 데이터 수익화야말로 디지털 혁신의 증표라고 할 수 있습니다. 특히 이번 조사의 데이터의 혁신을 이룬 리더들이 이러한 특성을 나타냅니다.

전체 응답자의 46%가 데이터 수익화 방법을 적극적으로 혁신한다고 응답했습니다. 리더 그룹의 1/3 이상(37%)이 수익화가 비즈니스의 핵심이라고 응답했으며, 핵심 비즈니스를 보완하는 데이터 제품 또는 핵심 비즈니스와 분리된 데이터 제품을 보유하고 있다고 응답한 비율도 각각 49%, 14%에 달했습니다.

데이터의 혁신을 이룬 리더는 수익화 기회를 통한 이익 중 알짜배기를 취하는 것으로 나타났습니다. 리더의 무려 66%가 데이터에서 직접 수익을 창출하는 반면, 입문 조직은 그 비율이 36%에 그쳤습니다. 리더 그룹은 수익 중 약 34%를 데이터 제품/서비스에서 얻는 반면, 입문 조직은 데이터 제품/서비스에서 얻는 수익의 비율이 26%에 불과했습니다. 또한 리더 조직이 데이터를 통해 얻는 수익은 입문 조직에 비해 75% 더 빠르게 증가합니다(리더의 연간 수익 증가율 35% vs. 입문 조직의 연간 수익 증가율 20%).

데이터를 수익화하는 리더

리더의 데이터 중심 제품은 조직의 성과를 증대할 가능성이 훨씬 더 높습니다.



데이터를 통해 생산성 증대하기

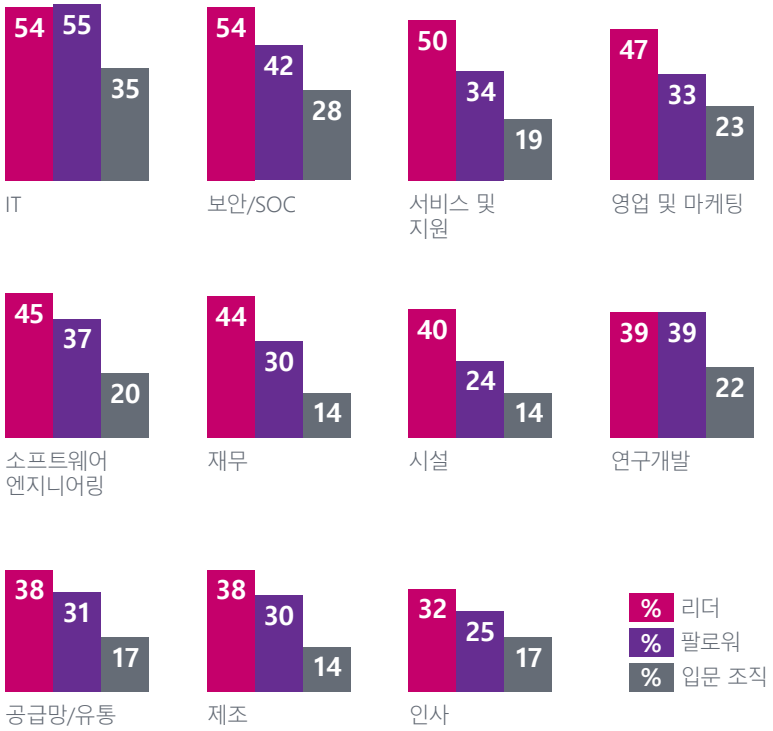
조직은 새로운 데이터 제품을 고객에게 제공할 뿐만 아니라, 비즈니스의 모든 측면에서 데이터를 활용하여 매일 의사결정과 조치를 개선합니다. 데이터를 활용한 직원 생산성 증진은 디지털 시대의 주된 이점이라고 할 수 있습니다. 성숙도 수준과 관계없이 응답자의 상당수가 다음을 비롯한 폭넓은 데이터 소스를 사용하여 직원이 더욱 스마트하게 일할 수 있도록 지원하고 있었습니다.

- 애플리케이션 활용(59%)
- 지식 공유(59%)
- 장치 성능/원격 측정(55%)
- 협업 패턴(52%)
- 직원 모니터링(48%)
- 직원 설문조사(39%)

데이터 혁신이 직원 생산성을 얼마나 증대했느냐는 질문에 리더의 38%는 '20% 이상'이라고 답변했습니다. 반면 팔로워와 입문 조직의 경우, 각각 29%와 11%만이 동일하게 응답했습니다. 평균적으로 입문 조직은 데이터 혁신을 통해 생산성이 9% 증대되었다고 응답한 반면, 리더는 생산성이 16% 증대되었다고 답변했습니다(78% 차이). 더 자세히 살펴본 결과, 리더는 입문 조직에 비해 주요 직무를 '근본적으로' 혁신했다고 응답한 비율이 2배 가량 더 높았습니다(보안의 경우 54% vs. 28%, 소프트웨어 엔지니어링은 45% vs. 20%, 영업 및 마케팅은 47% vs. 23%).

주요 직무를 혁신하는 데이터 리더

운영을 '근본적으로 혁신'했다고 응답한 리더의 비율이 입문 조직보다 훨씬 더 높았습니다.



혁신 전략: 데이터를 활용하여 적절한 조치 취하기

앞서 언급했듯이, 최첨단 데이터 관리 프랙티스는 시작일 뿐입니다. 데이터의 중요한 가치는 데이터를 어떻게 **활용**하느냐입니다. 데이터를 통해 혁신을 가속화하고 개선하려면 데이터를 수집하고 적극적으로 활용할 준비가 되어 있어야 합니다. Splunk는 데이터의 혁신을 이룬 리더가 데이터를 통해 측정 가능한 긍정적인 결과를 도출하는 데 도움이 된 몇 가지 전략을 알아보았습니다.

1. **데이터를 신속하게 개발자에게 전달합니다.** 가장 간단하면서도 중요한 단계는 데이터를 사용할 수 있는 사람에게 전달하는 것입니다. 리더는 내부 혁신자들에게 데이터를 더 효과적으로 전달합니다. 전체 응답자 중 29%는 지난해 개발팀에게 데이터를 전달하는 속도를 '상당히 가속화'했다고 응답했으며, 51%는 '어느 정도 가속화'했다고 답변했습니다. 리더는 입문 조직에 비해 데이터 전달을 가속화했을 가능성이 4배 더 높으며(64% vs. 16%), 팔로워는 리더와 입문 조직의 중간 수준을 기록했습니다(42%).

   대다수의 응답자는 데이터 전달 가속화 덕분에 실질적인 개선이 이루어졌다고 답변했습니다. 85%는 애플리케이션 기능과 개발자 효율성이 개선되었다고 했으며, 83%는 애플리케이션 개발 속도가 빨라졌다고 응답했습니다.

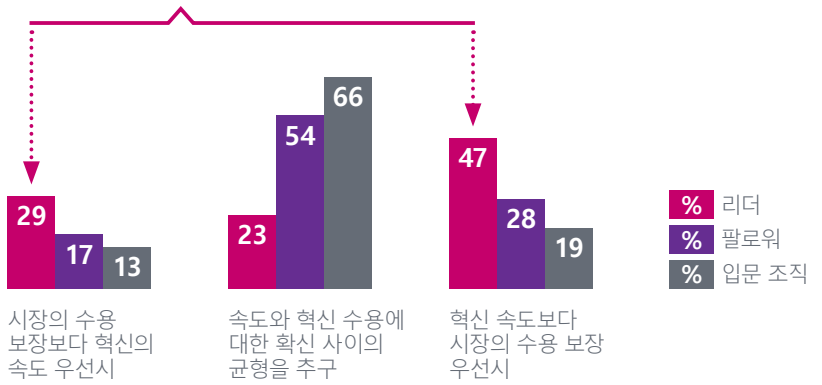
2. **상충하는 혁신 목표의 우선 순위를 지정합니다.** 개발자에게 데이터를 전달하는 것을 우선 순위로 지정하면 개발자가 업무 속도를 높일 수 있으며, 조직이 혁신 전략을 더 중요하게 고려하게 됩니다. 그러나 속도와 신중함은 상호 충돌할 수 있습니다. Splunk는 혁신 속도를 높이는 것과 혁신이 잘 수용될지 확신하는 것 중 무엇이 조직에 가장 중요한지 질문한 결과, 흥미로운 결과를 얻었습니다.

   입문 조직은 두 가지 모두 중요하다고 응답할 가능성이 훨씬 높았으며(66%), '속도와 수용에 대한 확신 사이의 균형'을 추구했습니다. 반면 혁신적인 조직은 둘 중 하나를 선택하며, 시장에 혁신이 잘 수용되는 것을 더 우선시하는 경향을 보였습니다. Splunk의 연구자들에 따르면 입문 조직은 우선 순위를 정하기에 확신이 부족한 반면, 리더는 현재 시장 위치에 가장 적절한 사항에 집중하는 것으로 해석됩니다. 금융 서비스처럼 규제가 엄격한 산업에 속하는 리더는 '올바른 혁신'을 중시하는 반면, 기술 및 통신/미디어 조직은 '빠른 혁신'을 중시하는 경향을 나타냈습니다. 어느 쪽이든 특정한 전략에 집중하는 자신감과 데이터는 선도적인 조직의 특성으로 보입니다.

> "더 많은 데이터를 더 빨리 개발자에게 전달할 수 있게 되어서 이제 애플리케이션 개발 프로세스 중에 데이터를 사용하여 더욱 다양한 옵션을 모델링하고 테스트합니다. 덕분에 실제 제품 빌드에 포함할 최적의 기능을 선택할 수 있죠."
>
> — 미국의 생명과학기업 IT 부문 부사장

혁신에 대한 결단력을 지닌 리더

리더는 (특히) 인사이트와 속도 중 한 가지를 선택하여 집중할 가능성이 더 높은 반면, 입문 조직과 팔로워는 두 가지의 균형을 추구하려고 합니다.



3. **클라우드 분석을 기본으로 사용하며, 옵저버빌리티는 최신 도구로 활용합니다.** 조직의 혁신에 도움이 되는 도구가 무엇이냐는 질문에 응답자들은 전반적으로 클라우드 분석(78%)을 가장 많이 꼽았으며, AI/머신 러닝(66%), 에지 컴퓨팅(55%)과 옵저버빌리티(45%)가 그 뒤를 이었습니다. 이 순위는 이러한 기술이 시장에서 얼마나 잘 자리잡았는지를 나타냅니다. 즉, 순위가 낮은 기술일수록 얼리어답터만 이용하는 기술일 가능성이 높습니다.

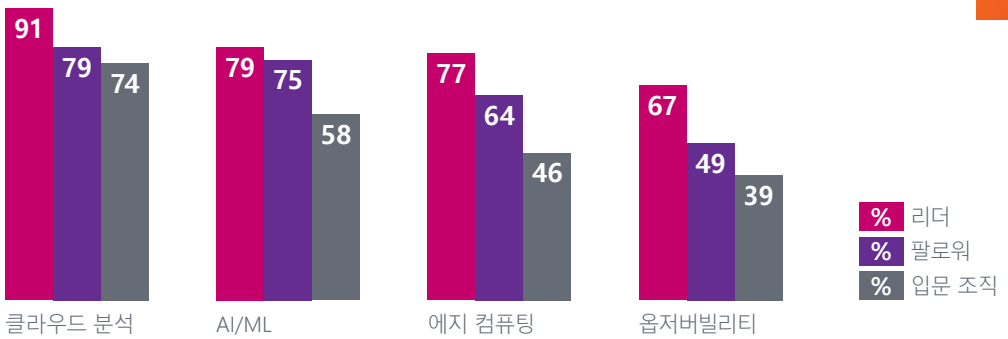
   혁신 성숙도별로 자세히 살펴보면 이러한 가정이 더 명확해집니다. 리더는 클라우드 분석을 활용하는 비율이 여타 그룹에 비해 약간 더 높은 반면, 에지 컴퓨팅과 옵저버빌리티의 경우 활용 비율이 훨씬 더 높습니다.

   결론: 조직에서 원하는 결과와 혁신에 필요한 이점을 제공하는 최신 기술을 도입하세요.

> "클라우드 플랫폼과 회사의 데이터 보관 방식에 더 투자한 결과, 데이터를 활용하여 더 효과적으로 혁신할 수 있었습니다. 더불어 클라우드 플랫폼에서 AI/ML 사용을 늘린 덕분에 자주 외면되었던 인사이트를 발굴할 수 있게 되었죠."
>
> — 캐나다의 오일 및 가스회사 IT 관리자

기술을 활용하여 성과를 창출하는 리더

리더는 에지 컴퓨팅과 옵저버빌리티와 같은 첨단 기술을 선도적으로 활용합니다.



4. **리더 조직은 데이터를 더 자세히 분석합니다.** 연구 결과, 혁신을 촉진하는 데이터 소스가 조직의 성숙도에 따라 다른 것으로 나타났습니다. 전반적으로 가장 많이 활용되는 소스는 고객 데이터(35%), 운영 기술과 시스템 데이터(32%) 그리고 서비스 거래/성과 데이터(28%)였습니다. 그러나 어느 데이터 소스가 가장 큰 혁신 성과를 제공했느냐는 질문에는 조직의 성숙도 수준에 따라 답변에 명백한 차이가 있었습니다.

   입문 조직(38%)과 팔로워(36%)는 고객 데이터를 가장 많이 꼽았으나, 리더(22%)는 동일하게 응답한 비율이 낮았습니다. 비슷하게 영업 데이터는 입문 조직의 27%와 팔로워 조직의 25%에게 중요한 것으로 드러났으나, 리더 조직의 경우 단 9%만이 영업 데이터를 꼽았습니다. 그렇다면 리더가 더 높은 혁신 성과를 거둘 수 있게 해주는 데이터는 무엇일까요?

   - 리더의 37%는 애플리케이션/거래 성과 데이터를 골랐습니다(팔로워는 28%, 입문 조직은 27%).
   - 리더의 33%는 네트워크 데이터를 골랐습니다(팔로워는 25%, 입문 조직은 22%).
   - 리더의 29%는 센서/IoT 데이터를 골랐습니다(팔로워는 28%, 입문 조직은 21%).
   - 리더의 28%는 물리적/가상 서버 데이터를 골랐습니다(팔로워와 입문 조직 모두 각각 14%).

5. **리더는 혁신에 대해 인센티브를 제공합니다.** 유능한 직원들은 종종 직무에 순수한 열정을 보이곤 합니다. 그러나 새로운 아이디어를 내놓을 때마다 거센 반발이나 철저한 무관심과 지원 결여에 부딪히면, 꼭 해야 할 기본적인 일만 처리하고 자신의 아이디어를 알아줄 다른 고용주를 찾아나서게 될 수 있습니다.

   유능한 혁신가들은 직원들이 새로운 아이디어를 마음껏 낼 수 있도록 인센티브를 부여하고, 이러한 아이디어를 평가하고 실현하는 프로세스를 마련합니다. 실제로 리더 조직은 인센티브의 모든 측면에서 다른 조직에 비해 크게 앞서 있습니다.

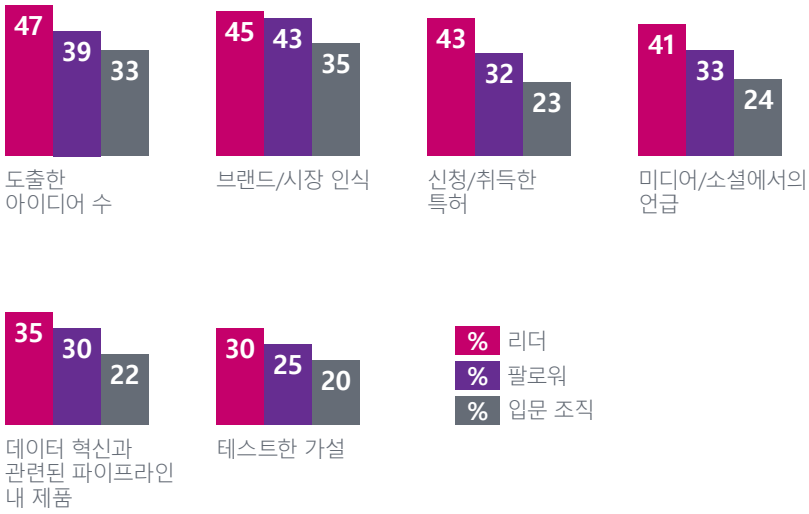
   - 리더의 66%가 직원들의 아이디어 실현을 위한 시드 펀딩이나 예산을 제공합니다 (팔로워는 51%, 입문 조직은 39%).
   - 리더의 65%가 직원들이 혁신에 할애할 시간을 따로 제공합니다(팔로워는 52%, 입문 조직은 43%).
   - 리더의 64%가 재무 외 부문의 혁신 성과에 대한 직원 보너스를 지급합니다 (팔로워는 53%, 입문 조직은 40%).
   - 리더의 45%는 새로운 제품이나 서비스에 대해 주식 또는 보너스를 지급합니다 (팔로워는 37%, 입문 조직은 21%).

6. **리더는 혁신을 측정합니다.** 개선하고 싶은 부분이 있다면 먼저 측정부터 해야 합니다. 하지만 혁신을 측정하기란 매우 어렵습니다. 예컨대 지난 X개월 동안 출시된 신제품 수와 이를 통해 발생한 수익률 등의 최종적인 결과를 추적하더라도, 이러한 결과가 도출된 **이유**까지는 알 수 없습니다.

   Splunk의 연구에 따르면, 데이터의 혁신을 이룬 리더는 비재무적 지표를 사용하여 혁신을 측정할 가능성이 더 높습니다. 리더는 도출된 아이디어 수, 특허 신청을 위한 가설 테스트 수, 시장 인식 등 비재무적 측정 기준을 사용하는 빈도가 입문 조직에 비해 약 60% 더 높습니다.

혁신을 측정하는 데이터 리더

리더는 다양한 혁신 지표를 추적할 가능성이 더 높습니다.



7. **리더는 혁신을 전담하는 인력을 활용합니다.** 데이터의 혁신을 이룬 리더는 혁신 중심적인 역할을 담당하는 임원을 채용할 가능성이 더 높습니다.
   - 94%는 최고 고객 책임자와 같이 고객 경험을 담당하는 임원을 두고 있습니다(팔로워는 79%, 입문 조직은 63%).
   - 97%는 최고 데이터 책임자와 같이 데이터 분석을 담당하는 임원을 두고 있습니다(팔로워는 85%, 입문 조직은 69%).
   - 96%는 최고 혁신 책임자와 같이 혁신을 전담하는 임원을 두고 있습니다(팔로워는 82%, 입문 조직은 59%).
   - 91%는 클라우드 설계자와 같이 혁신에 반드시 필요한 클라우드 인프라를 담당하는 임원을 두고 있습니다(팔로워는 79%, 입문 조직은 69%).
8. **리더는 소프트웨어 개발 수명 주기를 지속적으로 개선합니다.** 리더와 나머지 그룹의 가장 큰 차이점 중 하나는, 리더의 경우 DevOps와 DevSecOps 프랙티스에서 상당히 앞서 있다는 점이었습니다.
   - DevOps: 리더의 79%는 DevOps를 광범위하게 사용한다고 응답했습니다(팔로워는 28%, 입문 조직은 9%).
     - 단 2%의 리더만이 DevOps를 일부만 활용하거나 전혀 사용하지 않는다고 응답했습니다(입문 조직은 42%).
   - DevSecOps: 마찬가지로 리더의 88%는 DevOps에 보안 프로세스와 관리 기능을 광범위하게 통합했다고 응답했습니다(팔로워는 53%, 입문 조직은 18%).
     - 입문 조직의 30%는 DevSecOps를 아직 시작하지도 않은 것으로 나타났습니다.
9. **수익을 거두려면 투자가 필요합니다.** 마지막으로, 리더는 데이터에 투자하는 것이 더욱 빠르고 스마트한 혁신에 필수적이라는 사실을 알고 있습니다.

   리더는 데이터 중심의 솔루션과 직원에 최대 50% 더 많은 기술 예산을 지출합니다(전체 예산의 18%. 입문 조직의 경우 12%, 팔로워의 경우 15%).

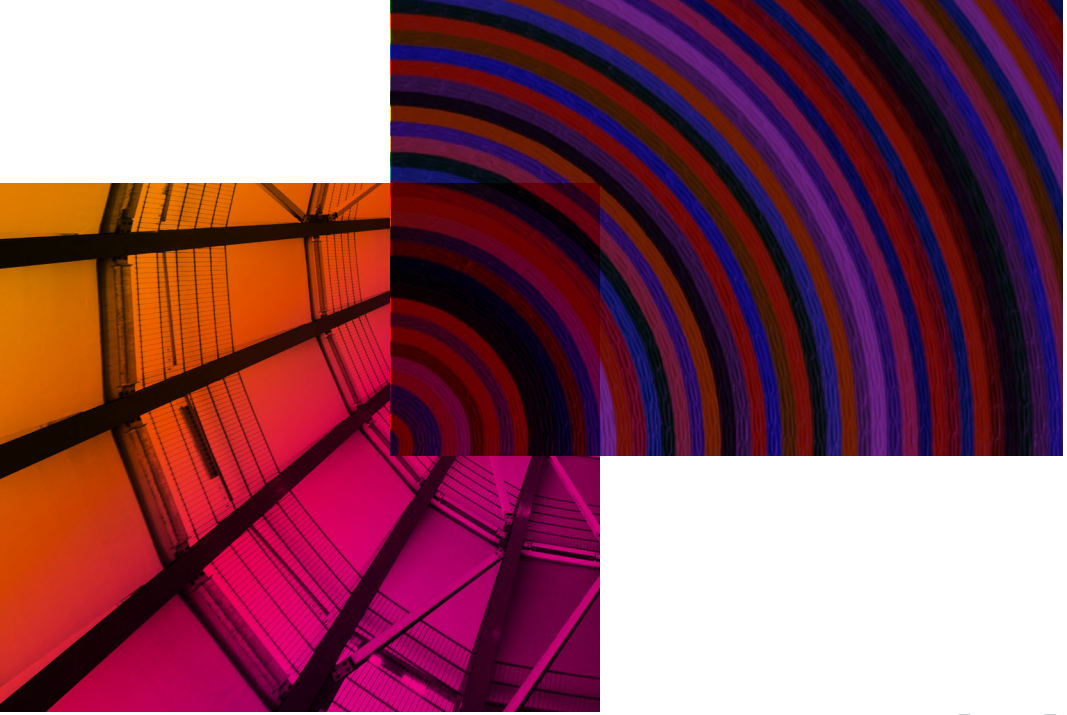
> "서로 맞지 않는 여러 가지 기술에 의존하는 대신, 전사적으로 인프라를 통합하여 부분적인 데이터에 기반한 데이터 오용과 잘못된 분석을 줄일 수 있었습니다."
>
> — 영국 기술 기업의 소프트웨어 엔지니어링 임원

리더에게서 더 배울 점

- 리더는 더 효과적인 데이터 활용을 가장 중요한 우선순위로 삼을 가능성이 입문 조직에 비해 4.8배 더 높습니다.
- 리더는 데이터 중심 기술보다 플랫폼 접근을 3배 더 선호합니다.
- 리더는 코로나19 팬데믹 이전부터 주요 데이터 혁신 프로젝트 추진을 대폭 가속화해왔을 가능성이 4.8배 더 높습니다.

연구 결과는 명확합니다. 리더는 데이터 하우스를 관리하는 동시에 프로세스를 바꾸고, 창의적인 사고에 인센티브를 부여하고, 임원들에게 책임을 부여하며 수익뿐만 아니라 다양한 지표로 성과를 측정합니다.

Splunk의 Shawn Bice는 "회사는 혁신, 차별화된 사고, 새로운 의견과 아이디어에 대한 열린 자세와 같은 가치를 확립할 수 있습니다. 이러한 가치를 말뿐만 아니라 직접 행동으로 옮기면 좋은 결과를 얻을 수 있습니다."라고 말했습니다.



주요 권장사항

혁신은 하나의 근육을 만드는 것보다는 전신 근력 강화 운동에 가깝습니다. 즉, 혁신 엔진을 가동하려는 조직은 엔진을 작동하게 하는 것이 무엇인지를 종합적으로 살펴보아야 합니다. 어떻게 직원이 창의적으로 사고하고 새로운 아이디어를 제시하도록 격려할 수 있을까요? 이러한 아이디어를 개발하는 시간을 제공하는 동시에 아이디어를 선별하고 테스트하며 실현하기 위한 여러 팀 간의 협업 지원을 보장하는 방법은 무엇일까요? 데이터를 사용하여 실험 품질을 개선하는 동시에 실행 속도를 가속화하는 방법은 무엇일까요? 실행한 혁신의 성과뿐만 아니라 앞으로의 혁신을 위한 노력의 성과를 어떻게 측정할 수 있을까요?

가장 혁신적인 조직은 최종 제품만큼이나 이러한 질문에 집중하며 지속적인 개선을 수행합니다. 주요 단계:

1. 데이터에 집중하세요.

혁신은 '이 조직이 성공하기 위한 새로운 방식 또는 더 나은 방식은 무엇인가?'라는 질문에 대한 답변입니다. 데이터 없이는 질문에 대한 해답을 찾을 수 없으며, 성과를 평가할 수도 없습니다. 디지털 시대에는 데이터 없이 할 수 있는 것이 별로 없습니다. 따라서 데이터 분류, 통합 및 정리 방법부터 적합한 팀을 교육하고 적절한 도구를 제공하여 정보에서 인사이트를 도출하게 하는 방법까지 데이터와 관련된 과정 전체를 최적화해야 합니다. 그런 다음 자동화를 구현하여 이 모든 과정의 속도와 신뢰성과 효율성을 높이세요.

2. 적합한 직원과 솔루션을 갖추세요.

교육과 도구 제공에 대해 좀 더 자세히 이야기하자면, 데이터를 얻은 후에는 적합한 사람들이 이러한 데이터를 사용할 수 있게 해야 합니다. 안전하고 적절하게 액세스 가능한 데이터는 조직의 모든 직무에 필수적이지만, 각 직무에 필요한 도구, 기술과 액세스 권한은 서로 다릅니다. 모든 직원이 데이터에 액세스하여 창의적인 사고를 하기 위한 아이디어를 얻고 이러한 사고를 검증하도록 격려하는 방법을 파악하세요. 그리고 직원들이 여러 팀과 조직 상부에 아이디어를 제출하는 과정에서 환영받는다는 느낌을 받게 하세요.

3. 혁신을 측정하여 혁신을 우선 순위로 지정하세요.

결과**뿐만** 아니라, 혁신적 프랙티스와 결과를 모두 측정하는 방법을 파악하면 '혁신을 어떻게 측정할 것인가?', '혁신적 프랙티스를 어떻게 측정할 것인가', '혁신적 프랙티스란 **무엇인가**?'와 같은 흥미로운 대화가 시작됩니다. 이러한 질문에 대한 답을 찾고, 혁신과 혁신적 프랙티스를 추적하는 방법을 모색하고, 매출이나 애플리케이션 성과 통계를 보고하는 회의에서 이러한 혁신 관련 지표를 공유하세요.

4. 혁신에 대한 인센티브를 제공하세요.

응답자들은 데이터 혁신가 중 대다수(69%)가 새로운 아이디어 도출 외에 다른 중요한 책임을 맡고 있다고 답변했습니다. 주요 혁신가들이 혁신적인 프로세스나 신규 프로세스를 주로 담당하거나 전담한다고 답변한 비율은 29%에 그쳤습니다. 즉, 혁신가들은 평상시에는 다른 업무를 담당한다는 것입니다. 이들에게 별도의 충분한 시간을 보장하고 혁신에 대한 인센티브를 제공해야 합니다.

5. 조직 내 장애물을 없애세요.

이번 연구를 통해 발견된 혁신의 가장 큰 장애물은 여러 팀 간 협업의 어려움입니다. 이 점은 장애 요인으로서 가장 많이 언급된 사항이었습니다(응답자의 36%가 언급). 영업 직원이나 지원 기술자가 제품 개선 아이디어를 내더라도, 과중한 업무에 시달리는 개발자나 곤경에 처한 IT 팀, 또는 아이디어는 최고 경영진이나 내는 것이라고 생각하는 임원의 관심을 받지 못한다면 무슨 소용이 있을까요? 혁신은 일반 프로세스, 워크플로와 마음가짐을 완전히 바꾸는 것이므로, 그룹이 새로운 가능성을 모색하며 여러 직무 간에 효과적인 협업이 이루어질 수 있도록 하고 우선순위를 적절하게 지정하세요.

행운은 우연히 찾아오지 않는다

McKinsey는 2019년에 발간한 혁신 관련 보고서[1]에서 '혁신은 본질적으로 창의성과 아이디어 도출의 문제가 아닌 자원 분배의 문제'라고 밝혔습니다. 혁신은 상당한 이익을 가져오지만, 이러한 이익은 기술, 직원 및 교육, 여러 직무의 팀, 사람들이 새로운 아이디어를 개발하고 제출하며 측정하기 위한 시간 보장 등에 충분한 투자를 하는 경우에만 얻을 수 있습니다. 데이터의 혁신 또한 매일 노력과 투자를 필요로 합니다.

Splunk의 최고 고객 책임자 John Sabino는 "임원의 책임은 담당 조직의 데이터가 모든 직원이 접근 가능하고, 모든 의사결정에서 활용되며, 모든 행동의 근거가 되도록 하는 것입니다. 또한 매일 데이터에 대한 이해도를 높여야 합니다."라고 강조했습니다.

많은 사람들이 혁신을 갑작스러운 변화나 벼락과도 같은 영감으로 생각하지만, 사실 혁신은 의도, 프로세스와 투자의 결정체입니다. 물론 이러한 정의는 갑자기 천재적인 아이디어가 떠올랐다는 것보다 재미없게 들릴 수 있지만, 한편으로는 시장의 혁신이라는 뮤즈가 찾아올 때까지 기다릴 필요가 없다는 장점이 있습니다. 우리가 직접 소매를 걷어붙이고 혁신을 시작하면 되니까요.

> "데이터에 집중하면 '느낌'이나 감정에 의존한 의사결정을 배제할 수 있습니다. 덕분에 제조 성과를 향상하는 동시에 고객 만족도도 제고할 수 있었습니다."
>
> — 영국 공정 제조사 운영 부문 부사장

1 'The Innovation Commitment', McKinsey Quarterly, 2019년 10월 24일

업종별 주요 특징

통신 및 미디어

통신 및 미디어 기업은 데이터 혁신의 리더일 가능성이 높습니다. 이들 기업의 20%가 리더에 해당하며, 이는 다른 업종에 비해 훨씬 더 높은 수치입니다. 다른 업종의 경우, 평균 7%만이 리더에 해당했습니다.

통신 및 미디어 기업은 IT 예산의 16%를 데이터를 조사하고 모니터링하고 분석하며 활용할 수 있는 솔루션과 직원에 지출합니다. 이는 금융 서비스 기업(14%), 제조기업(12%), 공공기관(12%), 소매업체(12%), 의료 및 생명과학 기업(13%)보다 높은 수치입니다.

통신 및 미디어 기업의 47%가 향후 24개월 동안 데이터 활용 개선이 비즈니스 및 IT의 최우선 순위라고 응답했습니다. 이는 설문조사의 다른 모든 업종에 비해 훨씬 높은 수치였습니다(전체 평균 20%).

통신 및 미디어 기업은 옵저버빌리티(59%)와 에지 컴퓨팅(70%)을 활용하여 데이터 혁신을 개선하는 비율이 가장 높았습니다. 이는 설문조사에 참여한 기타 모든 업종에 비해 훨씬 높은 수치로, 다른 업종은 옵저버빌리티와 에지 컴퓨팅을 데이터 혁신 개선에 활용하는 비율이 각각 43%와 53%에 그쳤습니다.

금융 서비스

금융 서비스 기업은 재무 데이터가 혁신을 실현하는 데 가장 도움이 되는 데이터 소스라고 답하는 비율이 40%로 가장 높았습니다. 이는 통신 및 미디어 기업(15%), 기술 기업(20%), 제조기업(26%), 공공기관(18%), 소매업체(26%)와 의료 및 생명과학 기업(24%)보다도 높은 수치입니다.

설문조사에 참여한 금융 서비스 기업의 61%는 데이터 혁신을 통해 제품/서비스 개발을 개선합니다. 이는 설문조사에 참여한 모든 업종 가운데 가장 높은 수치에 해당합니다.

의료 및 생명과학

의료 및 생명과학 조직은 데이터를 통한 혁신에 적합한 기술을 보유하지 못한 문제가 있다고 답한 비율이 가장 높았습니다(32%). 의료 및 생명과학 조직은 이러한 문제를 토로한 비율이 금융 서비스 기업(22%), 통신 및 미디어 기업(15%), 기술 기업(19%), 제조기업(20%)과 소매업체(16%)보다도 높았습니다.

의료 및 생명과학 기업의 60%가 데이터 혁신이 새로운 채널에서 고객과 소통하는 데 도움이 된다고 응답했습니다. 이는 통신 및 미디어 기업(42%), 기술 기업(42%), 제조기업(42%)과 소매업체(38%)에 비해 훨씬 더 높은 비율에 해당합니다.

센서와 장치의 의료 데이터를 기반으로 혁신을 도모하는 의료 및 생명과학 조직의 52%는 상당한 변화 또는 판도를 뒤바꾸는 변화가 있었다고 보고했습니다.

의료 및 생명과학 기업의 75%는 포인트 도구가 아닌 데이터 혁신 플랫폼에 대한 투자를 우선시하는 경향을 보였습니다. 이는 통신 및 미디어 기업(60%), 공공기관(58%)이나 소매업체(63%)에 비해 훨씬 더 높은 비율입니다. 기타 업종에서는 64%의 응답자가 데이터 혁신 플랫폼을 선호한다고 응답했습니다.

제조기업

제조기업의 63%는 데이터 혁신 입문 조직에 해당합니다. 이는 금융 서비스 기업(52%)과 통신 및 미디어 기업(47%)을 포함한 대다수의 다른 업종에 비해 높은 비율입니다. 입문 수준에 해당하는 비율이 제조기업보다 더 높은 업종은 공공기관(67%)뿐입니다.

재료 수율을 개선하기 위해 데이터 혁신을 활용하는 제조기업의 50%는 상당한 변화 또는 판도를 뒤바꾸는 변화가 있었다고 응답했으며, 제품 품질 개선을 위해 데이터 혁신을 활용하는 제조기업의 54%가 상당한 변화 또는 판도를 뒤바꾸는 변화가 있었다고 응답했습니다.

공공 부문

공공기관의 67%는 데이터 혁신 입문 조직입니다. 이는 모든 업종 중 가장 높은 비율에 해당하며, 금융 서비스 기업(52%)과 통신 및 미디어 기업(47%)에 비해 상당히 높은 수준입니다.

공공기관의 33%는 코로나19 유행 이후 데이터 혁신 프로젝트 추진을 가속화하지 않았다고 응답했습니다. 이는 금융 서비스 기업(21%), 통신 및 미디어 기업(14%), 기술 기업(14%), 제조기업(19%), 소매업체(18%)와 의료 및 생명과학 기업(17%)에 비해 상당히 높은 비율에 해당합니다.

공공기관의 43%는 퍼블릭 클라우드 서비스의 데이터 혁신 기능이 가장 뛰어나다고 응답했습니다. 이는 조사 대상 업종 중 가장 높은 비율이었습니다.

공공기관의 52%는 자사의 온프레미스 환경이 이를 대체할 수 있는 퍼블릭 클라우드 환경보다 안전하다고 응답했습니다. 이는 금융 서비스 기업(38%), 통신 및 미디어 기업(36%), 소매업체(35%)에 비해 상당히 높은 비율입니다.

소매업

소매업체는 여러 비즈니스 직무 간 데이터를 통합하는 역량이 상대적으로 우수합니다. 45%는 적절한 선에서 가능한 경우 모든 비즈니스 라인에서 모든 회사 데이터를 사용할 수 있다고 응답했습니다. 이는 제조기업(34%)이나 공공기관(25%)보다 훨씬 높은 비율에 해당합니다. 다른 업종의 기업 중 평균 39%가 종합적인 데이터 집계 역량을 보유했다고 응답했습니다.

소매업체는 영업 데이터가 혁신을 실현하는 데 가장 도움이 되는 데이터 소스라고 답하는 비율이 40%로 가장 높았습니다. 이는 금융 서비스 기업(26%), 통신 및 미디어 기업(21%), 기술 기업(19%), 제조기업(26%), 공공기관(22%)과 의료 및 생명과학 기업(19%)보다 높은 수치입니다.

데이터 혁신을 통해 제품/서비스, 제품 추천이나 고객 서비스를 맞춤화하는 소매업체의 52%가 상당한 변화나 판도를 뒤바꾸는 변화가 있었다고 응답했으며, 데이터 혁신을 통해 인벤토리를 최적화하는 소매업체의 54%가 상당한 변화나 판도를 뒤바꾸는 변화가 있었다고 답변했습니다.

기술

기술 기업은 IT 예산의 15%를 데이터를 조사하고 모니터링하고 분석하며 활용할 수 있는 솔루션과 직원에 지출합니다. 이는 제조기업(12%), 공공기관(12%), 소매업체(12%), 의료 및 생명과학 기업(13%)보다 훨씬 높은 수준입니다.

기술 기업의 31%는 향후 24개월 동안 데이터 활용 개선이 비즈니스 및 IT의 최우선 순위라고 응답했습니다. 이는 제조기업(16%), 공공기관(12%), 소매업체(19%), 의료 및 생명과학 기업(13%)보다 훨씬 높은 비율에 해당합니다.

기술 기업의 45%는 데이터 모니터링 프로세스 자동화 부문에서 두각을 나타냈습니다. 이는 금융 서비스 기업(29%), 제조기업(21%), 공공기관(12%), 소매업체(29%)와 의료 및 생명과학 기업(25%)보다 높은 비율입니다.

기술 기업의 36%는 데이터가 감당하기 어려울 정도로 빠르게 증가한다는 데 매우 동의한다고 응답했습니다. 이는 금융 서비스 기업(26%), 제조기업(20%), 공공기관(22%), 소매업체(22%)와 의료 및 생명과학 기업(19%)보다 높은 비율입니다.

기술 기업은 혁신적인 아이디어를 마케팅하는 데 어려움이 있다고 응답한 비율이 가장 높았습니다(34%). 기술 기업은 이러한 문제를 토로한 비율이 통신 및 미디어 기업(21%), 제조기업(20%), 공공기관(17%)과 소매업체(21%)보다 높았습니다.

지역별 주요 특징

아시아태평양(APAC)

APAC 조직의 33%는 향후 24개월 동안 데이터 활용 개선이 비즈니스 및 IT의 최우선 순위라고 응답했습니다. 이는 북미(21%)와 유럽(17%)보다 훨씬 높은 비율에 해당합니다.

APAC 조직은 재무 데이터가 혁신의 주요 소스라고 응답한 비율이 18%로 가장 낮았습니다(북미 조직은 31%, 유럽 조직은 25%).

APAC 조직의 54%는 옵저버빌리티를 활용하여 데이터 혁신 방식을 개선합니다. 이는 북미와 유럽의 42%보다 높은 수치입니다.

APAC 조직의 30%는 퍼블릭 클라우드 서비스의 데이터 혁신 기능이 가장 좋다고 응답하여 북미(40%)나 유럽(38%)에 비해 낮은 신뢰도를 나타냈습니다.

북미

북미 조직의 51%는 데이터 혁신 입문 조직으로 평가되었습니다. 이는 유럽(58%)이나 APAC(59%)에 비해 낮은 비율입니다.

북미 조직은 직원 데이터가 혁신의 주요 소스라고 응답한 비율이 23%로 가장 높았습니다(유럽 조직은 14%, APAC 조직은 16%).

북미 조직의 69%는 포인트 도구가 아닌 데이터 혁신 플랫폼에 대한 투자를 우선시하는 경향을 보입니다. 이는 유럽(67%)에 비해서는 조금 더 높은 비율이며, APAC(58%)에 비해서는 상당히 더 높은 비율입니다.

북미 조직은 데이터를 통한 혁신에 필요한 기술을 보유하지 못한 문제가 있다고 응답한 비율이 21%로 가장 낮았습니다(유럽 27%, APAC 30%).

유럽

유럽 조직은 평균적으로 IT 예산의 12%를 데이터를 조사하고 모니터링하고 분석하며 활용할 수 있는 솔루션과 직원에 지출합니다. 이는 북미와 APAC의 14%에 비해 낮은 수준입니다.

유럽 조직은 이니셔티브를 담당하는 최고 혁신 책임자를 채용했다고 응답한 비율이 64%로 가장 낮았습니다(북미 72%, APAC 75%).

유럽 조직은 직원 생산성과 효율성을 개선하기 위해 데이터를 분석할 때 협업 패턴을 조사하는 비율이 44%로 가장 낮았습니다(북미 57%, APAC 54%).

데이터 수익화 프랙티스를 혁신하는 유럽 조직은 데이터 수익화를 비즈니스의 핵심 기능이나 별도의 제품으로 제공하기보다는 보완 제품으로 제공하는 비율이 55%로 가장 높았습니다(북미 50%, APAC 39%).

방법 및 인구통계

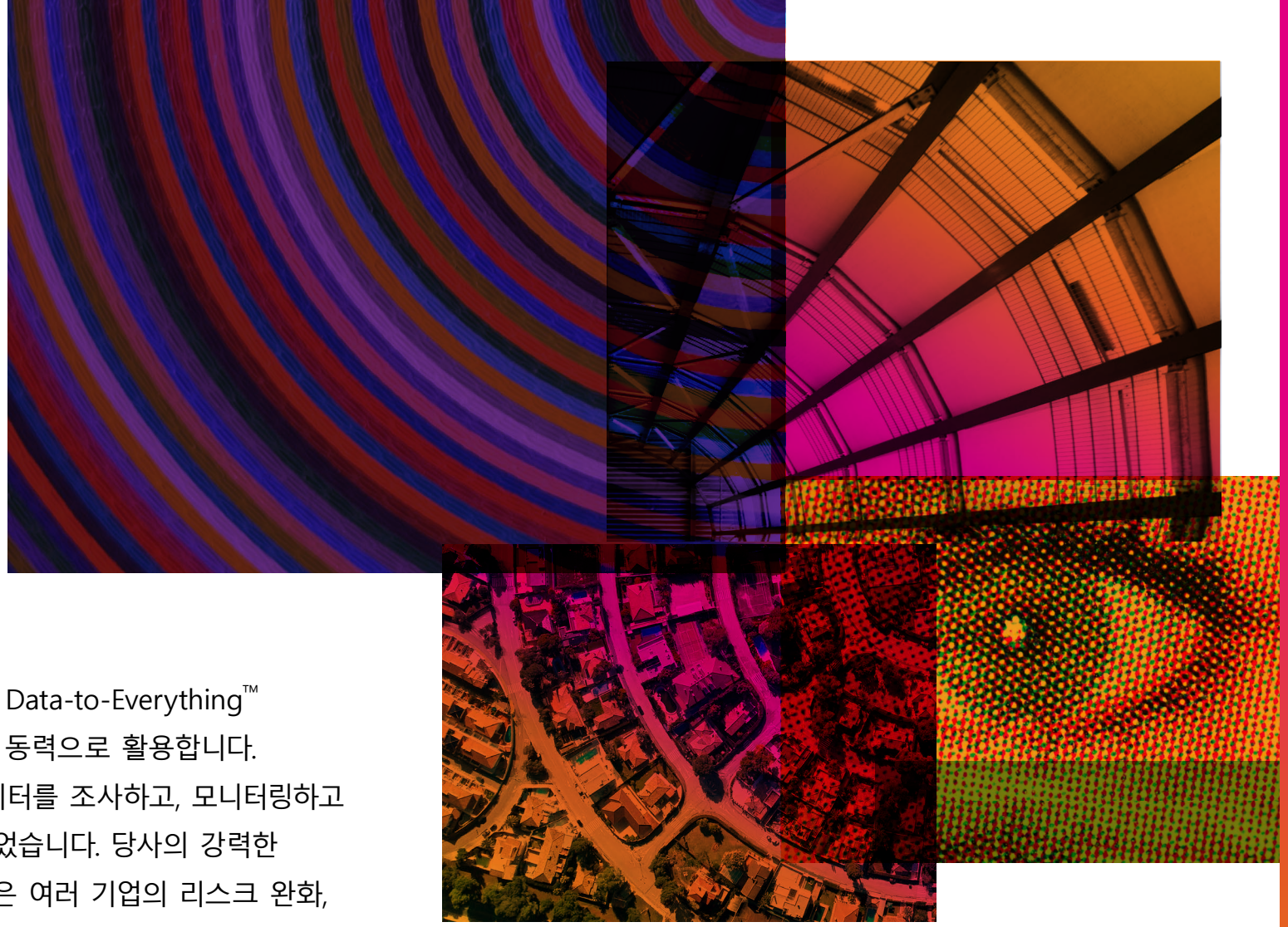
본 설문조사는 2021년 6월에 Enterprise Strategy Group에서 실시했습니다. 응답자 1,250명은 10개 국가에서 선별되었습니다. 설문조사 대상 조직의 84% 가량이 엔터프라이즈급(임직원 1,000명 이상)이었으며, 16%는 중견기업(임직원 500~999명)이었습니다.

응답자의 구성은 다음과 같습니다.

- 소속 조직의 데이터 이니셔티브에 영향을 미치는 고위 IT(83%) 및 비즈니스 의사결정자(17%).

지역 인구통계

- 북미(미국, 캐나다): 40%
- 서유럽(프랑스, 독일, 네덜란드, 영국): 34%
- 아시아태평양(호주, 중국, 일본, 뉴질랜드): 26%



Splunk Inc. (NASDAQ: SPLK)는 Data-to-Everything™ 플랫폼을 통해 데이터를 성장의 동력으로 활용합니다. Splunk 기술은 모든 규모의 데이터를 조사하고, 모니터링하고 분석하며 활용하기 위해 고안되었습니다. 당사의 강력한 플랫폼과 고유한 데이터 접근법은 여러 기업의 리스크 완화, 서비스 수준 향상, 운영 비용 절감, DevOps 협업 개선 및 새로운 제품과 서비스 개발에 기여했습니다.

자세히 알아보기

Splunk, Splunk>, Data-to-Everything, D2E 및 Turn Data Into Doing은 미국을 비롯한 기타 국가에서 Splunk Inc.의 상표 및 등록 상표입니다.
기타 모든 브랜드 이름, 제품 이름 및 상표는 각 업체의 소유입니다. ©2021 Splunk Inc. All rights reserved.

21-19471-Splunk-State of Data Innovation 2021-108

splunk>