|  |
| --- |
| **[다시 주목받는 MDM①]글로벌 경영 기준정보에서 시작한다** |
| 글로벌 ERP, SCM 고도화, 기업인수합병으로 새 기준정보체계 필요성 대두 |
|  |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_top.gif | 2010년 07월 18일 (일) 21:45:40  [http://www.ciobiz.co.kr/box/box_news/ico_pdf02.gif](http://www.ciobiz.co.kr/pdf/check.php?fd=68&dnfile=01.pdf) | 박현선기자 [[http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/btn_sendmail.gif](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr)hspark@etnews.co.kr](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr) | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_dn.gif | |
|  |
| |  |  | | --- | --- | |  |  |   한동안 조용했던 기준정보관리(MDM)업계가 들썩거리고 있다. 삼성전자가 움직이고 있기 때문이다. 삼성전자뿐이 아니다. LG이노텍, 삼성SDI 등도 MDM 체계 수립 계획을 잡고 있다. 기업 전사 프로세스에서 “같은 용어를 같은 의미로 사용해야 한다”는 요구가 높아지고 있다.  최근 MDM에 대한 관심은 글로벌싱글인스턴스(GSI) 전사적자원관리(ERP) 시스템을 구축했거나 구축한 기업들 사이에서 빠르게 확산되고 있다. 핵심 업무 정보시스템을 새로 구축한 만큼 기존 기준정보들의 유효성이 떨어지기 때문이다. 또 최근 규모의 경제를 위해 인수합병을 반복해온 기업들은 흡수한 회사들마다 제각각인 기준정보를 통합 회사의 관점에서 재수립해야 하는 과제에 직면해 있다.  LG전자와 LG디스플레이, 현대자동차 등 비교적 일찍 MDM을 구축한 기업도 GSI ERP 구축의 전제 작업으로서 MDM 프로젝트를 진행했으며, MDM 선행 작업이 없었더라면 GSI ERP 구현이 더욱 오래 걸렸을 것이라고 전하고 있다.  업계 전문가들은 “1, 2년 전 큰 관심을 끌었던 MDM 프로젝트 중 전사 MDM은 보기 어렵거나 전사 MDM 프로젝트로서 성공한 사례는 보기 어렵다”며 “시행착오를 되풀이하지 않기 위해서는 철저하게 비즈니스 프로젝트 관점에서 접근해야 한다”고 조언한다. 무엇보다도 데이터 거버넌스 체계가 수립되어야 하며 기업에 어떤 가치가 있는지 데이터의 내용과 가치를 이해하는 사람이 데이터 오너십을 가져야 한다는 지적이다.  “MDM은 기업이 수익과 매출 상승, 인수합병 시너지, 비용 절감, 운용 효율성, 리스크관리 증진, 법 규제 수용 등 비즈니스 목표를 달성하는 데 반드시 필요한 요소다.”-존 래드클리프 가트너 분석가  “단일한 기준정보는 글로벌 비즈니스 트랜스포메이션을 위한 핵심 요소다. 기준정보에 대한 실시간 접근은 사업부 조직과 지역, 시스템의 경계를 넘어 기업 데이터를 보다 넓은 시각에서 볼 수 있게 해주고 ERP 시스템 구축 효과를 높이며, 새로운 시스템의 가치를 더욱 빠르게 구현할 수 있도록 해준다.”-마크 존슨 크래프트푸드 수석 디렉터  “폭증하는 데이터 볼륨, 데이터 보호 이슈, 복잡한 데이터 마이그레이션, 실시간 정보, 정형 데이터와 비정형 데이터의 통합, 기존 데이터 통합 기술의 한계 등 오늘날 기업들의 데이터 통합 고민은 증가하고 있다. 이러한 고민을 해결하는 데이터 품질 서비스와 엔터프라이즈서비스버스(ESB), 그리고 MDM은 여전히 폭넓게 적용되고 있으며 성숙하고 있다.”-노엘 유하나 포레스터리서치 분석가  MDM의 중요성은 두말할 필요도 없다. 그러나 최근 들어 세계적인 시장조사 및 분석기관과 유수의 컨설팅업체들이 MDM의 중요성을 새삼 강조하고 있다는 사실에 주목해야 한다.  국내 상황도 마찬가지다. 2007~2008년 IT업계를 뜨겁게 달궜던 MDM 이슈는 2009년 들어서면서 그 흔적도 찾아보기 어렵다. 그러나 현재 삼성전자가 전사 MDM 구축 프로젝트를 추진 중이라는 소식이 알려지면서 업계는 파급효과에 주목하고 있다.  현재 MDM 프로젝트를 전사적으로 추진하거나 고도화 작업을 검토하고 있는 기업들은 세 부류로 나눌 수 있다. △GSI ERP를 구축했거나 검토 중인 기업 △SCM 고도화 등에 따라 연관 업무 시스템과의 정보 연동을 고민하는 기업 △인수합병에 따라 서로 다른 회사들의 다중 기준정보를 갖고 있는 기업이 그것이다.  **◇GSI ERP 이후 기준정보 체계 재수립 필요=**현재 전사 MDM 수요는 GSI ERP를 구축하고 있는 기업에게서 두드러진다. 전 세계 법인들의 경영 현황을 단일한 정보시스템에 보여주면서 해외 생산 및 판매 거점들이 제각각 사용하고 있던 정보 체계를 통일화할 필요가 함께 생겨난 것이다.  물론 ERP 내에 MDM 모듈이 들어 있기 때문에 ERP를 도입한 기업들은 MDM을 어느 정도 구현하고 있다고 봐도 무방하다. 하지만 GSI ERP를 구현한 이후 전 세계 법인들이 공통의 기준에 의한 정보 입력의 필요성이 높아졌다.  삼성전자의 경우 올해 초 GSI ERP를 구축했으며 현재 전사 MDM을 검토하고 있는 것으로 알려졌다. 기존에는 자체 개발 MDM 시스템을 사용하고 있었지만 올 연말까지 컨설팅을 받아 이르면 내년 초 MDM 패키지를 선정하고 프로젝트를 시작할 것으로 회자되고 있다. 반면에 현대자동차, LG이노텍은 GSI ERP의 선행 작업으로서 MDM 프로젝트를 추진하고 있다.  LG이노텍 관계자는 “ERP 시스템에서 시작되는 데이터가 많긴 하지만 기업 전체 데이터 관점에서 보면 50% 내외”라며 “기준정보 체계를 고도화하지 않고 GSI ERP를 수행하면 GSI ERP 이후 MDM을 반드시 수정하게 된다”고 설명했다. LG이노텍은 6월부터 MDM 구축 프로젝트를 위한 태스크포스팀을 PI그룹 내에 꾸리고 기준정보 선정 등 사전작업을 실시하고 있다. 5개월~6개월 간 기준정보 선정 및 데이터 품질 유효성 등 데이터 전수검사 작업을 추진할 계획이다.  현대자동차 역시 GSI ERP 구축 프로젝트의 한 부분으로 MDM을 추진하고 있다. 현대자동차는 올 8월을 목표로 지난해 8월 울산공장부터 GSI ERP 시스템 구축을 시작했으며 전 세계 11개 법인에 GSI ERP를 적용한다는 목표다.  현대자동차는 GSI ERP 프로젝트와 함께 MDM 프로젝트를 추진해 글로벌 공통기준 코드를 정했다. GSI ERP가 오픈되면 국내외 현대차 법인들은 정해진 글로벌 기준 코드에 의해서만 ERP의 자재명세서(BOM) 데이터를 입력하게 된다.  또 레거시 시스템에 대해서도 글로벌 공통기준 코드를 동일하게 적용시켰다. GSI ERP 프로젝트는 아직 진행 중이고 이후 새로 입력되는 데이터를 새로운 기준정보에 의해 입력하면 되지만 레거시 시스템과 데이터를 새 기준정보에 의해 관리하는 것은 상상을 초월한다. 2001년부터 누적된 현대차의 BOM 데이터는 3000만건이 훌쩍 넘는다. 어마어마한 분량의 BOM 데이터는 그동안 법인마다 다른 기준으로 입력, 관리돼 왔다. 이러한 레거시 애플리케이션의 데이터들도 새로운 기준정보에 따라 입력되어야 한다.  더 나아가 공장 등 생산법인뿐 아니라 판매법인에 대해서도 엄격히 요구될 것으로 보인다. 차량 딜러나 구매처에서도 국내외 차량 정보 기준인 글로벌 차량 마스터에 의해 데이터를 입력해야 하는 것이다. 현대차 측은 “MDM이 GSI ERP보다 선행 작업돼 GSI ERP 프로젝트를 지원했다고 봐야 한다”며 “MDM 프로젝트가 없었더라면 GSI ERP 구현 작업에 더 오랜 시간이 걸렸을 것”이라고 전했다.     |  |  |  | | --- | --- | --- | |  | http://www.ciobiz.co.kr/news/photo/201007/3017_4434_4253.jpg |  | | 2010년 MDM 프로젝트 추진하는 기업 유형과 배경   <자료 : CIO BIZ+> | | |   **◇SCM 고도화 이후 ERP 연동 고민**=GSI ERP를 포함해 전사 업무시스템들과의 연동을 고민하는 기업들 역시 MDM을 고민하고 있다. 첫 번째의 기업들이 GSI ERP 내에서 전 세계 공통기준을 마련하는 것이다. 이 경우에는 SCM 고도화 등의 프로젝트를 추진하면서 SCM과 가장 밀접한 관련이 있는 ERP와의 연동을 위해 MDM 체계를 재수립하는 것이다.  주문-구매-공급-협력사 관리-지급 등 일련의 업무 프로세스 상에서 SCM 고도화는 ERP 혹은 GSI ERP와 정보 연동이 필수다. 이때 연동의 기준이 되는 정보 선정과 정보관리 체계의 재수립이 요구된다. 삼성SDI가 이에 해당된다. 삼성SDI는 글로벌 SCM 프로젝트와 GSI ERP 프로젝트를 추진하면서 5대 비전 중 하나로 ‘표준화된 관리를 위한 기준정보 정립’을 포함시켰다.  삼성SDI는 2009년 3월 글로벌 SCM 프로젝트를 시작했다. 글로벌 경영 목표와 함께 △하나의 계획을 계획부터 생산까지 움직이는 ‘싱글 플랜’ △일정 구간의 생산은 변경하지 않는 ‘3일 확정 생산’ △적시 생산과 적시 출하를 위한 ‘타임 투 마켓’ △표준화된 관리를 위한 ‘기준정보’ 정립 △시스템 경영을 위한 ‘실물정보 일치’의 5대 비전을 수립했다. 글로벌 SCM 프로젝트가 마무리된 현재 GSI ERP 구축을 추진하고 있다. 삼성SDI는 해외 8개 법인과 7개 사무소를 대상으로 하는 GSI ERP 구축을 올 상반기에 시작했으며 내년에 완료한다는 계획이다. GSI ERP 내에서는 물론이고 ERP와 SCM의 업무 프로세스가 연계되기 위해서는 기준정보 체계가 필수다.  **◇인수합병 후 각사 기준정보 체계 재구축=**MDM이 요구되는 세 번째 부류의 기업은 최근 몇 년 사이에 인수합병과 분사 등을 거치면서 기업 규모와 사업 부문이 재편된 경우다. 활발한 기업 인수합병으로 서로 다른 기준정보들을 갖고 있지만 이를 통합하고 새로운 단일 기준정보 체계의 필요성이 높아지고 있다. LG이노텍은 GSI ERP 구현과 함께 마이크론 인수에 따른 두 회사의 기준정보 통합 필요성을 느끼고 MDM 프로젝트를 검토 중이다.  인수합병을 통해 서로 상이한 기준정보를 가진 두 회사가 통일된 새 기준정보 체계를 구축하는 것은 앞으로 더욱 확산될 것으로 보인다. 밥캣을 인수한 두산인프라코어, KTF를 인수하고 현재 ERP 구축을 위한 PI사업 중인 KT, LG데이콤과 LG파워콤을 인수하고 LG유플러스로 거듭난 LG텔레콤 등 대규모 인수합병 이후 통합(PMI) 작업을 수행하는 과정에서 새로운 기준정보의 필요성이 대두되기 때문이다.  이 외에도 데이터 통합을 고민하고 있는 기업들, 데이터 통합을 위해서는 데이터 품질관리와 MDM이 선행되어야 한다고 전문가들은 지적한다. 유효하지 않는 데이터, 명확하지 않는 기준정보를 토대로 데이터 통합 프로젝트를 추진하기 위해서는 성과가 불투명하기 때문이다.  최근 MDM 프로젝트에서 한 가지 공통된 특징은 기준정보의 중요성을 비즈니스 임원들이 중요한 것으로 인식하기 시작했다는 것이다. 이는 기존 MDM 프로젝트와의 차별점이기도 하다. 우리 부서에서 발생한 업무상 과실이 실상은 다른 부서의 정보 오류에서 비롯될 수 있고 우리 부서의 데이터 오류가 전사 업무에 도미노 효과를 일으킬 수도 있다는 사실을 인식하고 있는 것이다.  또 전문 컨설턴트들은 이구동성 “기업 규모나 성격, 도입한 MDM 애플리케이션이 아니라 조직과 프로세스가 성공을 가르는 것”이며 “MDM은 데이터 거버넌스의 문제”라고 말한다. 데이터가 어떤 가치를 가지고 있는가, 이 데이터가 어떤 업무의 어떤 데이터와 연동될 때 기업의 비즈니스 효과가 극대화되는지 알고 있는 것은 IT담당자가 아니라 현업이다. 전문가들은 기준정보 관리의 주도권을 가진 현업에서 꾸준한 품질관리를 할 때 전사 MDM 프로젝트는 성공할 수 있다고 조언한다.  박현선기자 hspark@etnews.co.kr   |  | | --- | | **◇MDM 왜 필요한가**  기업 업무 프로세스에 따라 필요한 데이터는 적시에 공급되고 올바른 의사결정을 위해 기업 데이터의 상호 연관성이 제공되어야 한다는 것은 당연하다. 기업애플리케이션통합(EAI), 데이터 통합, ESB와 서비스지향아키텍처(SOA) 등 전사적 애플리케이션 연동과 그에 따른 데이터 연동을 위한 기술은 쏟아져 나오고 있지만 문제는 기업 규모가 커질수록 데이터의 양과 각 데이터를 규정하는 칼럼과 테이블이 너무 많다는 것이다.  글로벌기업의 경우 생산 부문에서 부품 코드만 해도 수 만개에 이른다. 예를 들어 완제품에서 성능이나 기능 불량으로 고객 불만이 접수됐다면 완제품이 어떤 공장에서 어떤 설비에 의해 제조되었는지 등을 조사해 불량의 원인을 찾아야 한다. 불량 부품이 원인이라면 해당 부품을 어떤 공급업체가 언제 공급했는지, 누가 구매 및 품질관리 담당자였는지 파악해야 한다. 또 부품의 불량은 원천적인 것인지, 아니면 수급 이후 적재 상태에서 관리 소홀로 인한 것일 수도 있다.  수 만개의 데이터 필드에서 연관성 있는 정보들을 파악하는 것도 쉽지 않은 일이다. 모든 데이터의 상호 연동성은 사실상 불가능에 가깝다. MDM은 이를 위해 나왔다. 기준이 되는 정보를 선정하고 이 정보를 기준으로 애플리케이션 간, 업무부서 간 연관 데이터를 찾아내는 것이다.  이진우 투이컨설팅 부사장은 “데이터 입력 표준을 정하고 지키면 되는 문제지만 표준 수립 이전의 데이터, 또 인수합병된 기업의 데이터 등 이전 데이터와 새로 추가되는 데이터가 이미 다른 표준을 갖고 있을 때 그 많은 데이터를 표준에 맞춰 수정하는 것은 십수 년이 걸릴 수 있는 장기 프로젝트”라고 지적한다. 이 때문에 기업들은 MDM이라는 현실적인 방법을 택하고 있다.  박현선기자 [hspark@etnews](mailto:hspark@etnews.co.kr) | |
| **[다시 주목받는 MDM③]MDM은 데이터 거버넌스 프로젝트** |
| 성공적인 MDM 구축 위한 전문가들의 조언 |
|  |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_top.gif | 2010년 07월 18일 (일) 21:45:27  [http://www.ciobiz.co.kr/box/box_news/ico_pdf02.gif](http://www.ciobiz.co.kr/pdf/check.php?fd=68&dnfile=04.pdf) | 박현선기자 [[http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/btn_sendmail.gif](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr)hspark@etnews.co.kr](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr) | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_dn.gif | |
|  |
| |  |  | | --- | --- | |  |  |   기준정보관리(MDM) 프로젝트에 대해 일각에서는 회의적인 시선도 보내고 있다. 기존에 전사 MDM이라는 것이 실제 전사 업무 데이터에 대한 기준정보였던 적은 없다며, 전사 MDM이라는 것 자체가 환상이라는 지적도 있다. 부문별, 기능별 기준정보를 선정하고 관리할 수는 있지만 전사 프로세스로의 연동은 불가능하다는 현실적인 어려움을 내포한다.  하지만 전문가들은 구현 작업의 어려움보다 기준정보관리체계를 ‘관리’하지 않았던 것이 MDM 프로젝트 중 성공 사례를 찾아보기 어려운 이유라고 지적하고 있다. 끊임없이 발생하는 새로운 공급사, 새로운 부품 코드 등 기준정보는 계속 변화되는데 이러한 변화를 기준정보에 반영하지 않았다는 것이다. 한번 구축한 이후 손을 놓아버렸기 때문에 결국 기준정보로서의 의미와 가치가 퇴색됐다는 설명이다.  기존에 IT 관점에서 추진되었던 MDM 프로젝트의 문제점은 데이터 유효성을 상대적으로 간과했다는 것이다. 기준정보도 계속 변화된다는 사실을 간과했고, 변경이 일어나는 과정에서 기준정보의 정확성을 지속적으로 담보하기 위한 조직적, 기술적 뒷받침이 없었던 것이 패인으로 지적되고 있다.  하지만 야심차게 추진한 MDM 프로젝트 중 성공적으로 운영되고 있다고 평가받는 곳은 몇 군데 불과하다. 컨설팅 업계 전문가들은 동부하이텍, 코리아크레딧뷰로(KCB), 교보생명 등을 성공사례로 꼽는다. MDM 프로젝트의 성공 비결은 기준정보의 지속적인 관리에 있다. 그리고 지속적인 관리를 위한 전담 조직 혹은 책임자가 있다.  이용우 오픈타이드 상무는 “실시간 의사결정을 위한 인프라를 제 아무리 잘 갖춰놨다고 해도 데이터가 정확하지 않으면 의미가 없다”고 지적하며 “MDM을 하면서 데이터 품질관리의 중요성이 함께 커지고 있다”고 설명했다.  **◇MDM은 철저한 비즈니스 프로젝트=**데이터 거버넌스가 확립되지 않은 상태에서 오픈된 MDM 오픈된 시점부터 퇴락의 길을 걷는다. 이진우 투이컨설팅 부사장은 “기존 MDM 프로젝트가 전반적으로 성공을 못 거둔 것은 툴 관점에서 접근했기 때문”이라고 하며 심지어 이용우 오픈타이드 상무는 “MDM 프로젝트에서 애플리케이션은 중요하지 않다”고까지 단언한다.  새로운 생산 공장, 새로운 부품과 공급업체, 새롭게 개발된 신제품 등 새로운 기준 정보들은 늘어나는데, MDM의 기준정보는 아무 변화가 없다면 기준정보로서의 가치를 희석시키게 된다. MDM의 성공을 위해서는 데이터에 총체적으로 접근하는 권한을 가진 사람(조직)과 기업의 마인드가 필요하다.  이진우 투이컨설팅 부사장은 “DB관리자, 데이터 아키텍처가 아닌 데이터 오너가 필요하다는 것”이라고 설명한다. 부서별 데이터 책임자와 이를 보고받는 기업 차원의 데이터 책임자가 필요하며, 이 데이터 책임자는 데이터의 내용과 가치를 파악하고 있는 사람이어야 한다.  MDM 프로젝트가 IT 아닌 현업 주도여야 하는 것은 이 때문이다. 데이터 총괄 책임자는 최고정보책임자(CIO)일 수도 있지만 데이터의 내용과 연동 업무에 대해 현업만큼 잘 파악하고 있어야 한다.  이용우 오픈타이드 부사장 역시 ‘데이터에 잠재된 가치를 이끌어낼 수 있는 사람’이 데이터 거버넌스의 최고 책임자라고 동의한다. 데이터의 내용을 알고 활용을 결정할 권한이 있는 사람이 MDM 프로젝트의 책임자이자 이러한 책임자와 조직을 두는 기업만이 MDM 구축 효과를 누릴 수 있다.  “조직이 따라오지 않는 IT 프로젝트는 무의미하다”는 이용우 부사장은 “모든 프로세스 혁신, 경영혁신 프로젝트에는 변화 관리가 중요한데 상시적인 모니터링, 변경되는 사항을 수정 반영하는 업무를 위한 전담 조직이 필수라는 설명이다. 기존 업무 담당자에게 추가 업무로 담당케 할 경우 사실상 기준정보 관리는 기존 업무보다 후순위로 밀려나기 때문이다.  데이터 거버넌스가 우선 확립되어야 하기 때문에 MDM 프로젝트는 전 현업이 참여하는 전사적 프로젝트다. 기준이 되는 정보를 추려내고 어떤 식으로 부서 간, 업무 간 데이터를 매칭시킬 것인지 합의를 도출하는 것이 먼저다. MDM 애플리케이션을 도입하고 구현하는 작업은 사전 작업과 사후의 상시 작업에 비하면 단순하다. 삼성전자의 MDM 프로젝트에 관심을 갖고 있는 애플리케이션 업체들이 “논의된 지는 오래됐지만 패키지 도입은 빨라도 내년 초가 될 것”으로 짐작하고 있는 것도 이와 무관하지 않다.  업계 전문가들은 “기준정보의 필요성을 경영진이 얼마나 잘 이해하고 행동에 옮기려고 하느냐로 기업의 성숙도를 판가름할 수 있다”고 지적한다. |
| **[다시 주목받는 MDM④]데이터 품질 유지가 성패 좌우** |
| 기업 전사적인 문화 토대로 데이터 품질관리 중요성 인식해야 |
|  |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_top.gif | 2010년 07월 18일 (일) 21:45:18  [http://www.ciobiz.co.kr/box/box_news/ico_pdf02.gif](http://www.ciobiz.co.kr/pdf/check.php?fd=68&dnfile=04.pdf) | 박현선기자 [[http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/btn_sendmail.gif](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr)hspark@etnews.co.kr](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr) | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_dn.gif | |
|  |
| |  |  | | --- | --- | |  |  |   업계 전문가들은 기준정보관리(MDM) 프로젝트의 성공을 좌우하는 것은 바로 데이터 품질이라고 입을 모은다. 이 데이터의 품질이 신뢰할 수 있는 수준인가 하는 것은 현업 사용자가 판단하게 된다. 이 때문에 현재 MDM 프로젝트를 검토하고 있는 기업에서는 다수의 현업 인력으로 구성된 태스크포스팀 구성을 계획하고 있다. MDM 프로젝트 초기의 데이터 분석 및 기준정보 선정 단계에서 현업이 해야 할 업무가 지대하기 때문이다. MDM 프로젝트가 완료된 이후에도 현업의 업무는 계속된다. 바로 데이터의 품질 관리다.  데이터 품질관리는 MDM에서만 중요한 게 아니다. 비즈니스인텔리전스(BI), 컴플라이언스 이슈 등 거의 모든 정보 전략에서 중요한 이슈가 되고 있다. 신뢰할 수 있는 데이터 품질을 전제하지 않고서는 이들 프로젝트의 성공은 담보할 수 없다. 아무리 뛰어난 실시간의 분석 기능을 제공하는 BI나 DW 솔루션이 있다고 하더라도 근간이 되는 데이터에 오류가 있다면 무용지물이다. 데이터 품질 관리는 기업의 정보/데이터 거버넌스 이니셔티브의 하나로 다뤄지고 있다.  가트너는 “데이터 품질은 기업의 의사결정에 큰 영향을 미치기 때문에 기업들은 제한된 IT 자원으로 데이터 품질을 유지할 수 있는 방법을 고민하고 있다”고 전제한 뒤 “하지만 궁극적으로 데이터 품질은 IT가 아닌 현업 사업부서에 의해 관리되어야 하기 때문에 IT 자원은 데이터 품질에 있어 아무런 문제가 되지 않는다”고 지적했다.  하지만 문제는 많은 아시아 기업들, 특히 종업원 수 100~999명에 해당되는 중소기업들이 데이터 품질 문제를 비즈니스 이슈로 간주하지 않고 있다고 덧붙였다. 데이터 품질 유지의 책임은 IT의 몫으로 간주하고 있는데 이로 인해 엄청난 수준의 IT 노력이 지속적으로 소모되고 있다는 것이다.  가트너는 중견 및 중소기업들이 데이터 품질 개선을 위해 모든 데이터의 품질을 관리, 보장하기보다는 단일 프로젝트, 프로세스 혹은 특정 분야를 지정해 구현하는 것이 현실적으로 최선의 방법이라고 조언하고 있다.  또 성공적으로 데이터 품질 관리를 하고 있는 일부 중소기업들의 사례를 살펴보면 데이터 품질의 중요성을 비즈니스 자체에 깊숙이 투영시키고 있다. 이와 함께 데이터 품질관리의 중요성에 대한 인식이 기업 전사적인 문화의 토대로 형성돼 있다고 전했다.  에릭 뚜 가트너 수석분석가에 따르면 데이터 품질은 데이터 거버넌스 및 관리의 출발점이며, 각각의 데이터 품질 개선 프로세스는 기업 경영진에 의해 후원되어야 한다. 이와 함께 프로세스 오너십을 가진 사람은 데이터 품질에 관한 원칙을 개발하고 도입을 책임질 정보 관리자를 임명해야 한다. 이 기업정보 관리자는 데이터 품질 원칙과 지표를 인증, 승인하는 역할도 수행하게 된다.  또 데이터 품질관리를 위한 기업의 노력이 최대의 성과를 발휘하기 위해서는 영업, 마케팅, 서비스, 생산, 재무, 인사, IT 등 모든 주요 사업 분야의 인원을 아우르는 기업 구조에 의해 품질관리 노력이 뒷받침되어야 한다. 가트너는 “데이터 관리는 통제나 소유가 아니라 책임과 위임, 협업에 초점을 맞추고 있으며 정보자산 관리를 통한 기업 가치 향상이 목표”라고 설명하고 있다. |
| **[다시 주목받는 MDM②]금융, 유통, 서비스업계도 준비해야** |
| 주민번호 등 강력한 기준정보 쓸 수 없어 마케팅 분석 차질 |
|  |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_top.gif | 2010년 07월 18일 (일) 21:45:33  [http://www.ciobiz.co.kr/box/box_news/ico_pdf02.gif](http://www.ciobiz.co.kr/pdf/check.php?fd=68&dnfile=01.pdf) | 박현선기자 [[http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/btn_sendmail.gif](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr)hspark@etnews.co.kr](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=hspark@etnews.co.kr) | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_dn.gif | |
|  |
| |  |  | | --- | --- | |  |  |   기준정보관리(MDM)는 지금까지 제조업체들 중심의 관심사였다. 공급망에서 구매, 수급해야 하는 부품과 이 부품을 이용해 제품을 생산해야 하는 공장 등 주문부터 대금지불까지 ‘코드’를 통해 뜻이 전달되기 때문이다. 하지만 지금까지 MDM의 논외 지역이었던 금융권, 인터넷 서비스, 유통 업체들도 MDM의 새로운 시장이 될 것으로 기대를 모으고 있다.  금융권과 인터넷 서비스 등은 그동안 사용해 왔던 가장 강력한 기준정보를 사용할 수 없게 되면서 MDM을 검토할 것으로 보인다. 가장 강력한 기준정보란 바로 주민등록번호다.  지난 3월 28일부터 인터넷 포털과 쇼핑몰 등 1039개 주요 웹사이트는 주민등록번호를 이용하지 않고도 이용자들이 회원으로 가입할 수 있는 방법을 제공해야 했다. 이 때문에 아이핀이 본인 인증을 위한 대체 수단으로서 등장했다. 하지만 2015년에는 인터넷에서 주민등록번호 사용이 전면 금지된다.  주민등록번호를 인터넷에서 사용할 수 없을 경우 사용자는 아이핀을 사용해 본인 인증을 하고 서비스를 사용하면 되지만, 서비스 업체들 혹은 유통업체들의 인터넷 사이트에서는 데이터 분석에 의거한 마케팅 분석, 프로모션 개발 등에서 유효성을 담보할 수 없게 된다. 현재 분석되고 있는 회원 데이터가 동일인에 대한 것인지 확신할 수 없기 때문이다.  예를 들어 일주일 전 면세점에서 명품 가방을 구매한 고객이 오늘 백화점에서 유관 제품을 구매했다면 이 두 종류의 구매자가 동일인이라는 것을 증명할, 즉 두 구매 행위가 연관성이 있음을 판단할 근거가 무엇이냐는 것이다. 이 때문에 금융권은 물론 유통과 인터넷 서비스 업계에도 기준정보의 중요성이 곧 파급될 것으로 기대되고 있다. |
| **[다시 주목받는 MDM⑤]메타데이터관리와 MDM 차이** |
| MDM을 위해 먼저 메타데이터 수집 필요 |
|  |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_top.gif | 2010년 07월 19일 (월) 11:54:40 | 에릭 뚜 가트너 수석분석가 [[http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/btn_sendmail.gif](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=eric.thoo@gartner.com)eric.thoo@gartner.com](http://www.ciobiz.co.kr/news/mailto.html?mail=eric.thoo@gartner.com) | http://www.ciobiz.co.kr/image2006/default/newsdaybox_dn.gif | |
|  |
| |  |  | | --- | --- | |  |  |   마스터데이터관리(MDM)을 우리말로 옮겨 부를 때 기준정보관리라고 한다. 이 때문에 메타데이터관리와도 종종 혼동되곤 한다. 메타데이터라는 것 역시 기준정보로 이해할 수 있기 때문이다. 그러나 MDM으로 통칭하는 마스터 데이터, 즉 기준정보는 메타데이터와 구분돼야 한다.  쉽게 말해 메타데이터 관리는 데이터를 구성하는 정보를 관리하는 것이고 MDM은 실제 데이터를 관리하는 것이다. 이 때문에 MDM을 위해서는 메타데이터를 먼저 수집해야 한다.  데이터 통합뿐만 아니라 고객, 제품, 공급업체 등 데이터의 의미를 이해하기 위해서는 경험이 집적된 메타데이터 관리가 요구된다. 가트너는 메타데이터를 ‘특정 정보자산의 여러 측면을 기술하여 정보의 수명주기 전반에 걸쳐 그 유용성을 개선하기 위한 정보’로 정의하고 있다. 즉, 정보를 자산으로 만들어 주는 것은 바로 이 메타데이터다.  일반적으로 정보 자산의 가치가 높을수록 메타데이터 관리는 더욱 중요해진다. 메타데이터의 정의를 이해함으로써 데이터의 가치가 발현되기 때문이다.  메타데이터 저장소는 메타데이터를 저장, 관리하는 데이터베이스이며, 메타데이터는 기업이 관리하고자 하는 정보 자산이 가공된 형태로 저장돼 있다. 이러한 보관소는 메타데이터에 대한 분석, 즉 영향 분석이나 계보(이력) 분석 등을 기록·관리·실행하는 데 사용된다.  여타 데이터와 마찬가지로 메타데이터 역시 그 가치를 발현하기 위해서는 적절한 관리를 요구한다. 메타데이터가 주는 가치에는 기업의 규제준수 실태 및 기업 지배구조 개선, 위험 관리 개선, 기업에 미치는 혁신 효과 평가능력 개선 등이 포함된다.  메타데이터에 대한 거버넌스(지배구조)는 데이터 혼란으로 인한 위험을 피하기 위해 필수적이다. 많은 기업들이 기업 정보와 관련해서는 사용에 관한 규제나 방침, 프로세스 등을 확립하고 있는 데 반해 메타데이터에 관해서는 그렇지 않다.  기업은 메타데이터가 누구의 소유이며, 언제 변경 가능한지 명확히 해야 한다. 일부 메터데이터의 경우 이를 저장하거나 공개할 의무를 지는 것은 기업에게 법적 위험을 초래할 수도 있다. 개인정보 등 어떤 메타 데이터를 얼마나 오래 저장할 것인가 하는 문제는 기업이 직접 감독해야 할 부분이다.  메타데이터 관리는 기업 정보 자산의 통합, 공유, 조정과 같이 기업 정보 관리 능력의 보다 넓은 영역에 영향을 미친다. 메터데이터 관리는 △정보 전달 능력 △정보 신뢰성 확립 능력 △기업 정보를 식별, 파악해내는 능력이 요구된다. |