



유통업계의 옴저버빌리티 현황

유통/소비재 업계의 옴저버빌리티 도입 현황과 비즈니스
가치에 대한 인사이트 분석

개요

유통업계는 에너지 비용의 증가, 높은 인플레이션, 공급망 중단 등 여러 거시 경제적 도전과제에 직면해 있습니다. 마진 압박이 지속되는 상황에서 유통기업들은 우수한 고객 경험을 유지하면서 비즈니스 가치를 창출하기 위해 비용 절감과 전략적 투자에 집중하고 있습니다.



이제 옴니채널 전략은 필수로 자리를 잡았으며, 여러 다른 데이터 소스에서 포괄적인 가시성을 확보할 수 있는 효과적인 방법이 필요해졌습니다. 여기에는 모든 접점에서 고객, 제품, 주문을 모니터링하는 기능이 포함됩니다. 많은 유통기업들이 서드파티 툴과 서비스를 사용해 POS 시스템, 키오스크, 웹 및 모바일 앱, 결제 처리, 물류 및 이행 API와 매장, 온라인 및 배송 운영을 관리하기 때문에, 이러한 시스템에 완전하게 액세스하지 못합니다. 이 때문에 사각지대가 생겨나고, 조직은 데이터 기반해 수익에 영향을 미칠 수 있는 중대한 결정을 내릴 수 없습니다.

유통기업들은 온라인 스토어를 유지하고 고객을 유치하기 위해 소프트웨어와 기술 스택에 대한 포괄적인 가시성을 제공하는 옴저버빌리티 툴에 투자하고 있습니다. 옴저버빌리티 툴은 데이터를 선제적으로 수집 및 시각화하고 인텔리전스를 적용해, 조직이 IT 생태계의 변화를 이해하고 문제가 발생할 경우 신속하게 감지해 해결할 수 있도록 지원합니다.

유통업계의 옴저버빌리티 현황 보고서는 설문조사에 참여한 148명의 응답에서 얻은 인사이트를 바탕으로 유통업계와 소비자 부문에 옴저버빌리티 도입 현황과 옴저버빌리티가 비즈니스에 미치는 영향을 알아봅니다.

조사 결과에 따르면 이커머스 업계는 다른 부문에 비해 높은 성과를 거두었습니다. 다운타임은 감소하고 평균감지시간(MTTD)과 평균해결시간(MTTR) 지표는 향상되었습니다. 툴 통합과 텔레메트리 데이터 통합에 중점을 둔 유통 및 소비자 기업들은 사용하는 옴저버빌리티 툴의 수를 줄여가고 있습니다. 이러한 추세는 유통 부문에서 옴저버빌리티가 비즈니스 가치를 제공한다는 사실을 강조해줍니다. 조직들이 앞으로 몇 년 동안 더 많은 기능을 배포할 계획이기 때문에 포인트 솔루션에서 완전한 가시성을 제공하는 포괄적인 플랫폼으로의 전환은 가속화될 것으로 보입니다.

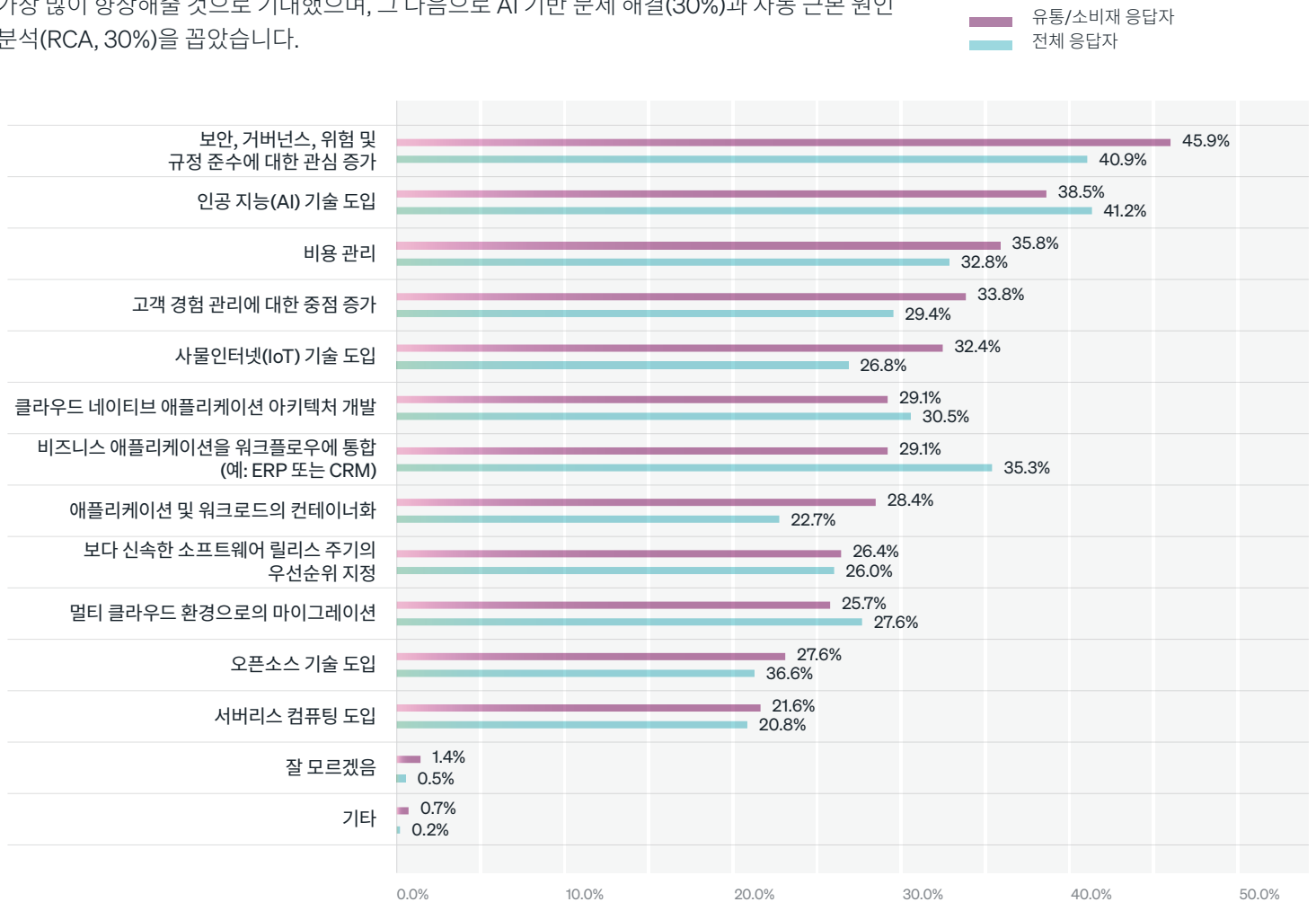
유통업계의 최우선 과제는 보안과 AI 도입입니다.

유통/소비재 기업들 사이에서 읍저버빌리티에 대한 필요성이 높아진 이유는 보안, 거버넌스, 위험 및 규정 준수에 대한 중점이 커졌기 때문(46%)으로, 전체 응답보다 12%가 높았습니다. 인공 지능(AI) 기술의 도입(39%), 비용 관리(36%), 고객 경험 관리에 대한 중점 강화(34%)가 유통/소비재 부문에서 읍저버빌리티의 필요성을 높인 또 다른 이유였습니다.

유통기업들은 재고 추적, 매장의 영업 직원 모니터링 등 다양한 용도로 사물인터넷(IoT)을 사용하고 있습니다. 유통/소비재 기업에게 IoT 도입(32%)은 중요한 동인으로, 미디어/엔터테인먼트 업계를 제외한 다른 어떤 부문보다 많은 선택을 받았으며, 전체 응답보다 21% 높았습니다. 유통/소비재 부문의 응답자들은 또한 애플리케이션과 워크로드의 컨테이너화(전체 23% 대비 28%)와 오픈소스 기술(전체 21% 대비 23%)이 읍저버빌리티의 필요성을 높이고 있다고 답했습니다.

유통 및 소비재 부문 응답자의 3분의 1 이상(36%)은 예측 분석이 조직의 읍저버빌리티 관행을 가장 많이 향상해줄 것으로 기대했으며, 그 다음으로 AI 기반 문제 해결(30%)과 자동 근본 원인 분석(RCA, 30%)을 꼽았습니다.

읍저버빌리티의 필요성을 추진하는 기술 전략 및 추세(모든 업계 vs. 유통/소비재)



디지털 경험 모니터링은 성장을 위한 우선순위입니다.

소비자들이 수십억 달러를 온라인에서 지출하기 때문에, 유통기업들은 원활한 옴니채널 여정을 지원하기 위해 업타임, 안정성 및 디지털 고객 경험(DCX) 전략을 개선해야 할 필요성을 인식하고 있습니다. **디지털 경험 모니터링(DEM)**은 이러한 노력의 초석이 되어, 브랜드들이 성능과 안정성을 모니터링하고 최적화하여 원활하고 중단 없는 온라인 경험을 제공할 수 있도록 지원하고 있습니다. 디지털 경험 모니터링은 브라우저와 모바일 모니터링을 아우르는 실제 사용자 모니터링(RUM)과 선제적 테스트와 개선을 위한 신세틱 모니터링으로 구성됩니다.

“특히 배포 마커는 인시던트를 릴리스 및 구성과 연관시켜 고객 여정을 파악하는 데 도움을 주었습니다. 덕분에, 문제를 식별하고 해결하는 동시에 평균 복구 시간을 70-80% 단축할 수 있었습니다.”

샌딕 그란디(Sandeep Grandhi), 엔지니어링 부디렉터, BigBasket

유통 및 소비자재 부문의 응답자들은 브라우저 모니터링(전체 44% 대비 35%), 모바일 모니터링(전체 35% 대비 32%), 신세틱 모니터링(전체 26% 대비 24%)의 배포 수준이 다른 부문보다 다소 낮은 편입니다.

하지만 앞으로 디지털 경험 모니터링에 많은 투자가 예상됩니다. 응답자의 절반 이상(52%)이 향후 1-3년 내에 신세틱 모니터링을 배포할 계획이고, 49%는 모바일 모니터링을, 42%는 브라우저 모니터링을 배포할 계획인 것으로 나타났습니다. 2027년 중반까지 응답자의 76%가 브라우저 모니터링을, 81%는 모바일 모니터링을 배포하고, 76%는 신세틱 모니터링을 사용할 것이라고 대답해 상당한 증가세가 예상됩니다. 디지털 경험 모니터링이 유통업계에서 성공을 위한 원동력이 될 것임을 시사합니다.



배포된 주요 기능 및 향후 계획

알림은 유통업계에서 가장 널리 배포된 옴저버빌리티 기능으로, 유통 및 소비재 기업의 62%가 알림을 활용하고 있습니다. 그 다음은 네트워크 모니터링 59%, 보안 모니터링 55%, 대시보드 53% 순이었습니다. 유통 및 소비재 부문은 다른 업계보다 알림 및 네트워크 모니터링의 도입 비율이 높아, 빠르게 변화하는 유통 환경에서 신속하고 실행 가능한 인사이트에 대한 수요가 많다는 사실을 알 수 있었습니다.

2027년 중반까지 대부분의 유통기업은 보안 모니터링(97%), 네트워크 모니터링(95%), 알림(93%), 데이터베이스 모니터링(93%), 인프라 모니터링(90%) 및 AI 모니터링(90%)을 도입할 계획입니다. 이러한 투자 계획은 업계 전반에서 운영에 대한 가시성과 복원력을 향상하고자 하는 강력한 의지를 반영합니다.

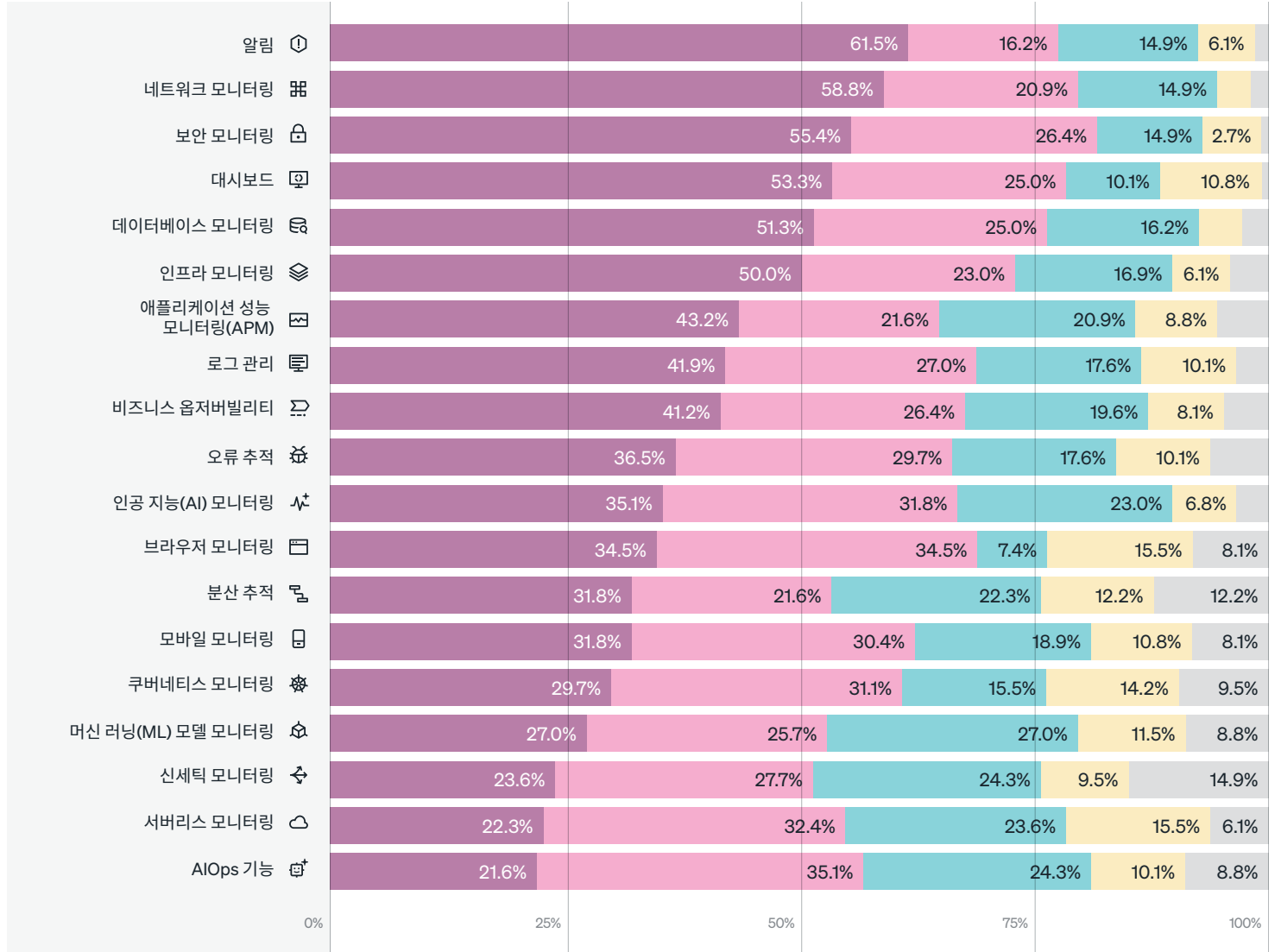


“인시던트 알림, 모바일 및 고객 이벤트 통합을 활용함으로써, 고객의 우려 사항에 대한 가시성을 높이고 고객의 요구 사항에 신속하게 대응할 수 있습니다. 이제 문제를 훨씬 더 빠르게 찾아내고 문제가 확대되기 전에 해결하여 더 나은 고객 경험을 제공할 수 있게 되었습니다.”

샌딕 그란디(Sandeep Grandhi),
엔지니어링 부디렉터, BigBasket



2024년부터 2027년까지 유통 및 소비자 업계의 읍저버빌리티 기능 배포 현황 요약



- 현재 배포함
- 현재 배포하지는 않았지만 내년에 추가할 계획임
- 현재 배포하지는 않았지만 향후 2-3년 내에 추가할 계획임
- 현재 배포하지 않았으며 추가할 계획도 없음
- 잘 모르겠음

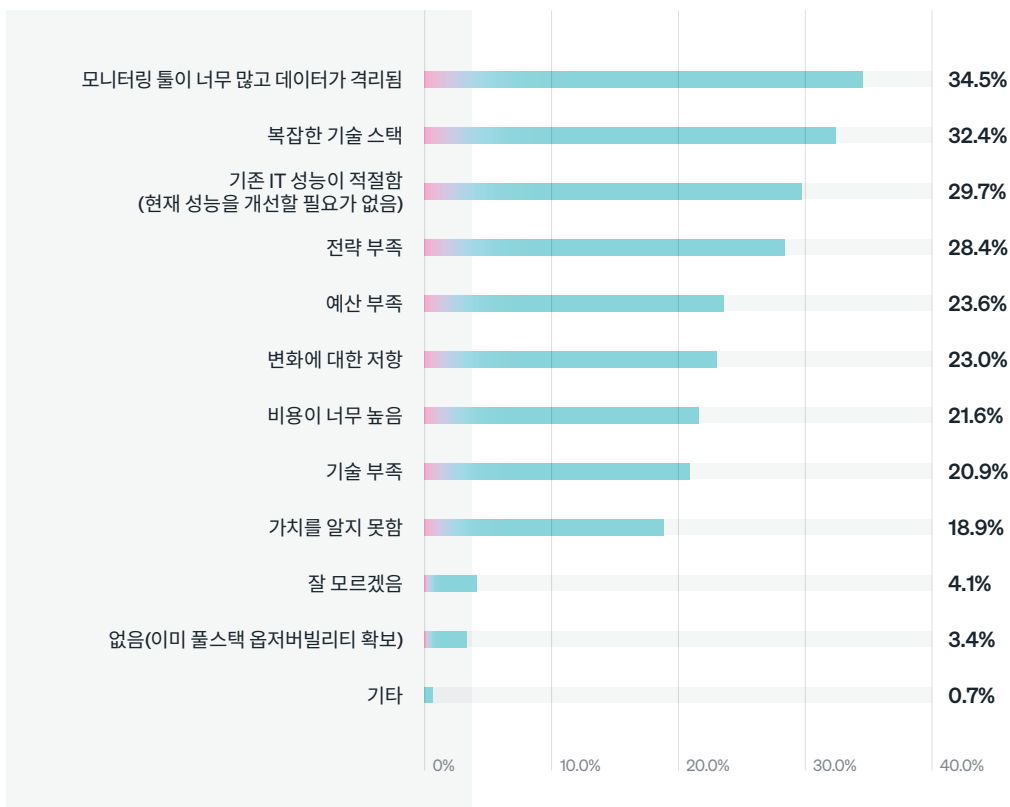
풀스택 옴저버빌리티의 주요 장애물

풀스택 옴저버빌리티를 확보한 유통 및 소비재 기업은 18% 미만으로, 전체 업계 평균인 25%보다 낮았습니다. 응답자의 35%가 가장 큰 장애물로 지나치게 많은 수의 모니터링 툴과 격리된 데이터를 꼽았습니다. 기술 스택의 복잡성(32%) 역시 포괄적이고 통합된 옴저버빌리티를 확보하는 데 주된 장애물인 것으로 나타났습니다.

18%

풀스택 옴저버빌리티를 확보했다고 답한 유통 및 소비재 기업의 비율

유통/소비재 기업의 풀스택 옴저버빌리티 달성을 방해하는 주요 도전과제



툴 통합은 효율성과 가치를 높이는 길입니다.

다양한 서드파티 툴에 의존하는 유통기업들은 통합을 향해 한 걸음씩 나아가고 있습니다. 유통 및 소비재 기업들은 설문조사에 포함된 19가지 옴저버빌리티 기능 중 5개 이상(전체 45% 대비 40%)을 사용하는 경우가 적었습니다. 이러한 추세는 전년 대비 개선된 것으로, 현재 유통기업에서 사용하는 툴은 평균 4.4개로 2023년 5.4개, 2022년 5.9개보다는 줄어든 수치지만, 업계 평균 4.5개보다는 높은 수치입니다.

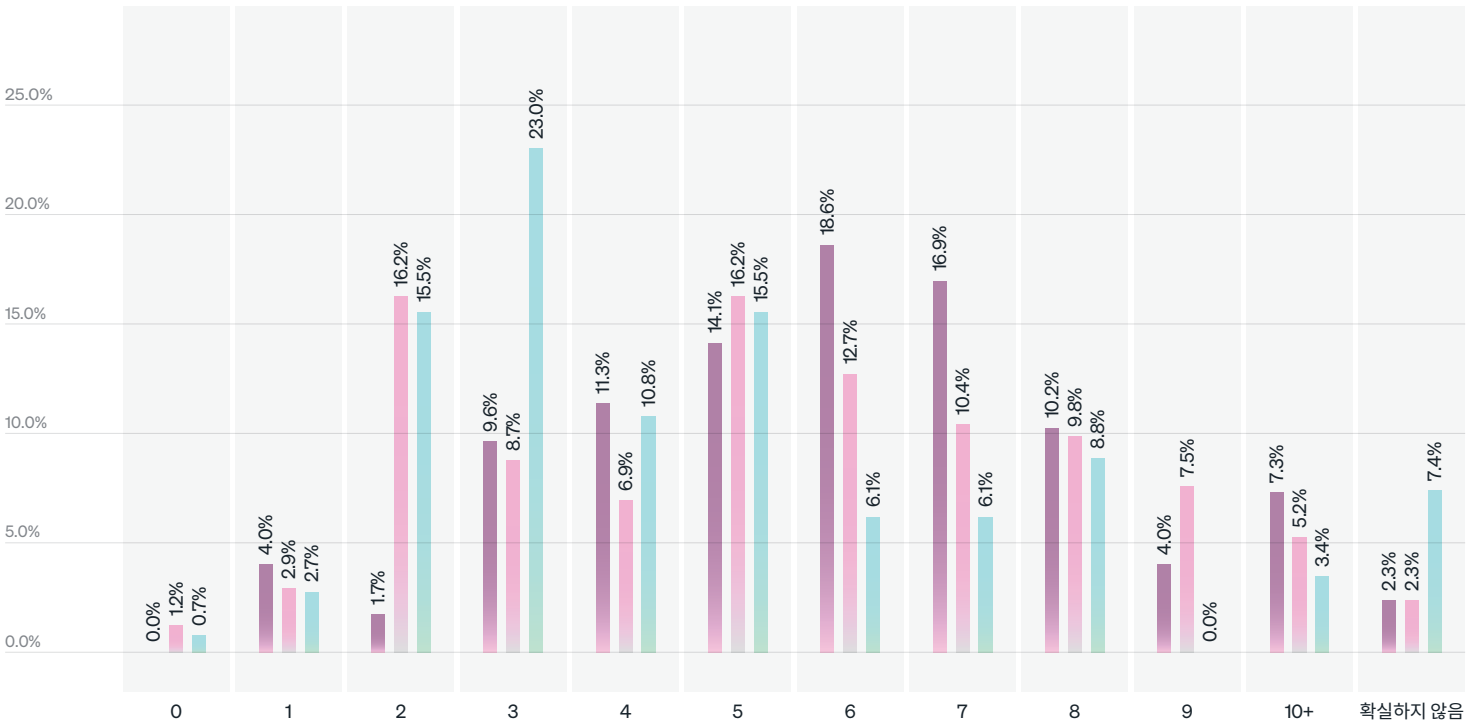
이 데이터는 유통기업이 운영 효율성과 투자 수익률(ROI)을 모두 극대화하면서 옴저버빌리티를 간소화하려는 목표를 세우고 있다는 사실을 보여줍니다. 단일 툴을 사용하는 유통업계 응답자의 비율은 전년과 동일한 3%를 유지했지만, 거의 절반(43%)의 응답자가 내년에 옴저버빌리티가 비즈니스에 미치는 영향을 개선하기 위해 추가적인 기능을 통합할 수도 있다고 답했습니다.

옴저버빌리티 솔루션을 선택할 때 유통업계 응답자들은 다양한 기능(34%), 경제성(31%), 비즈니스 결과를 실시간 텔레메트리 데이터와 연결해주는 비즈니스 옴저버빌리티(30%)에 우선순위를 두었습니다. 상당 수의 응답자(41%)들은 최대의 가치를 창출하는 단일 통합 옴저버빌리티 플랫폼을 선호하는 것으로 나타났습니다. 이는 업계 전반에서 간소화되고 강력한 솔루션으로의 전환이 이뤄지고 있음을 시사합니다.



유통/소비재 기업이 옴저버빌리티 기능을 확보하기 위해 사용하는 툴 수(2022년, 2023년, 2024년 비교)

- 2022년 응답자
- 2023년 응답자
- 2024년 응답자



통합 데이터를 통한 복원력 및 ROI 향상

텔레메트리 데이터(메트릭, 이벤트, 로그, 트레이스)의 통합 여부에 대한 질문에, 응답자의 52%는 데이터가 보다 통합된 편이라고 답했으며 23%는 데이터가 격리되어 있다고 답했습니다. 24%는 두 가지가 혼합되어 있다고 말했습니다. **유통기업들은 비교적 데이터가 통합된 편으로, 모든 업계를 통틀어 데이터 격리 비율이 가장 낮았습니다.**

유통업계는 판매 데이터(전체 37% 대비 40%)와 재고 데이터(전체 36% 대비 39%)가 텔레메트리 데이터와 통합된 경우가 모든 업계 평균보다 높았습니다. 그러나 고객 데이터(전체 41% 대비 37%), 운영 데이터(전체 43% 대비 33%) 같은 다른 중요 데이터 유형의 통합 비율은 전체 평균보다 낮았습니다. 인적 자원(22%)과 제품 연구 데이터(31%)가 가장 덜 통합된 데이터 유형으로, 추가적인 정렬을 통해 가치를 창출할 수 있을 것임을 알 수 있습니다. 또한 유통기업의 30%만이 5개 이상의 비즈니스 관련 데이터 유형을 텔레메트리 데이터와 통합했습니다. 모든 업계 평균은 35%였습니다.

데이터 통합은 설문조사에 참여한 모든 조직들이 다운타임, 비용 및 엔지니어링 시간을 줄이는데 상당한 도움을 주었습니다. 전체 응답자들 중에서 보다 통합된 텔레메트리 데이터를 보유한 응답자들은 다음과 같은 성과를 얻은 것으로 나타났습니다.

- **연간 다운타임 78% 감소:** 연간 107시간 vs. 488시간
- **운영 중단에 할애되는 엔지니어링 시간 11% 단축:** 28% vs. 32%
- **ROI 4% 향상:** 302% vs. 290%

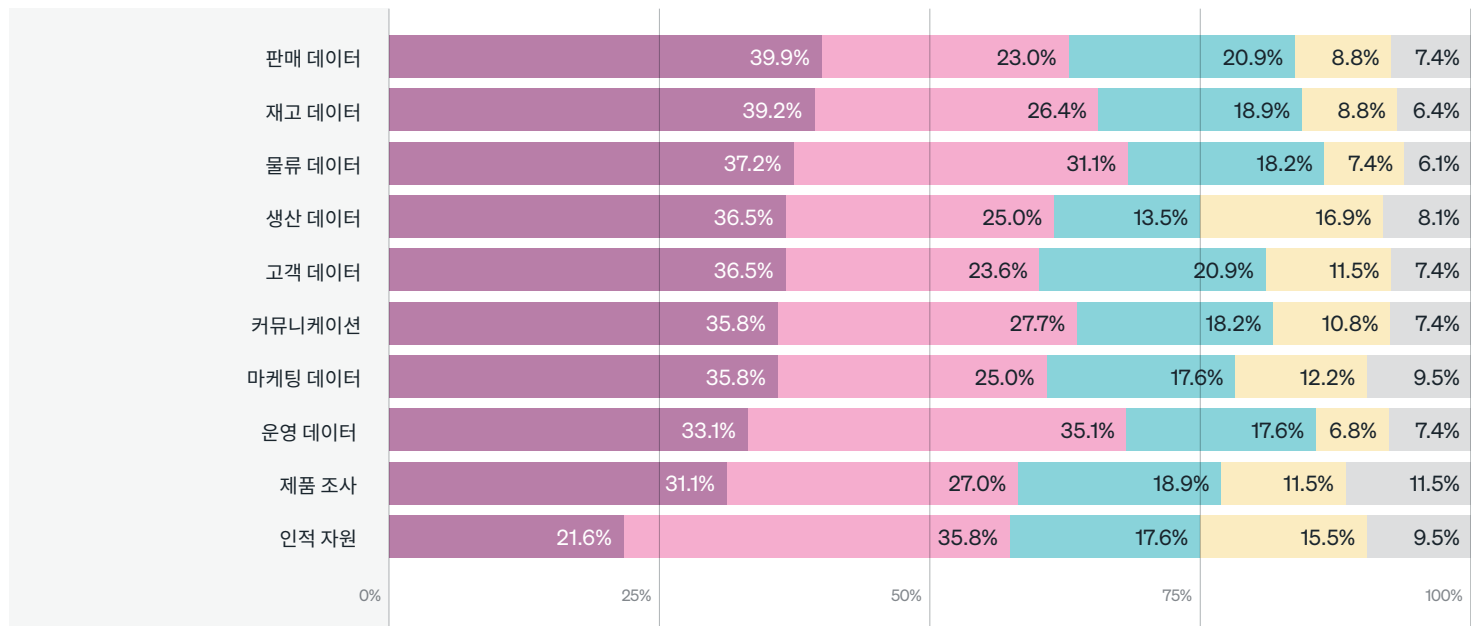


5가지 이상의 비즈니스 데이터 유형을 텔레메트리 데이터와 통합한 기업은 훨씬 더 인상적인 결과를 얻었습니다.

- **연간 다운타임 63% 감소:** 139시간 vs. 370시간
- 운영 중단에 할애되는 **엔지니어링 시간 27% 감소:** 주당 11시간 vs 15시간 (주당 40시간 근무 기준)

이러한 연구 결과는 유통 및 소비자 기업이 통합 텔레메트리 데이터를 통해 이점을 얻고 있지만, 추가적인 비즈니스 데이터 유형을 통합하면 복원력, 비용 절감 및 ROI를 더욱 향상할 수 있음을 보여줍니다. 비즈니스 관련 데이터를 더 많이 통합하면 디지털 투자의 잠재력을 최대한 활용할 수 있는 강력한 기회를 얻을 수 있습니다.

유통/소비재 기업이 텔레메트리 데이터와 통합한 비즈니스 관련 데이터 유형



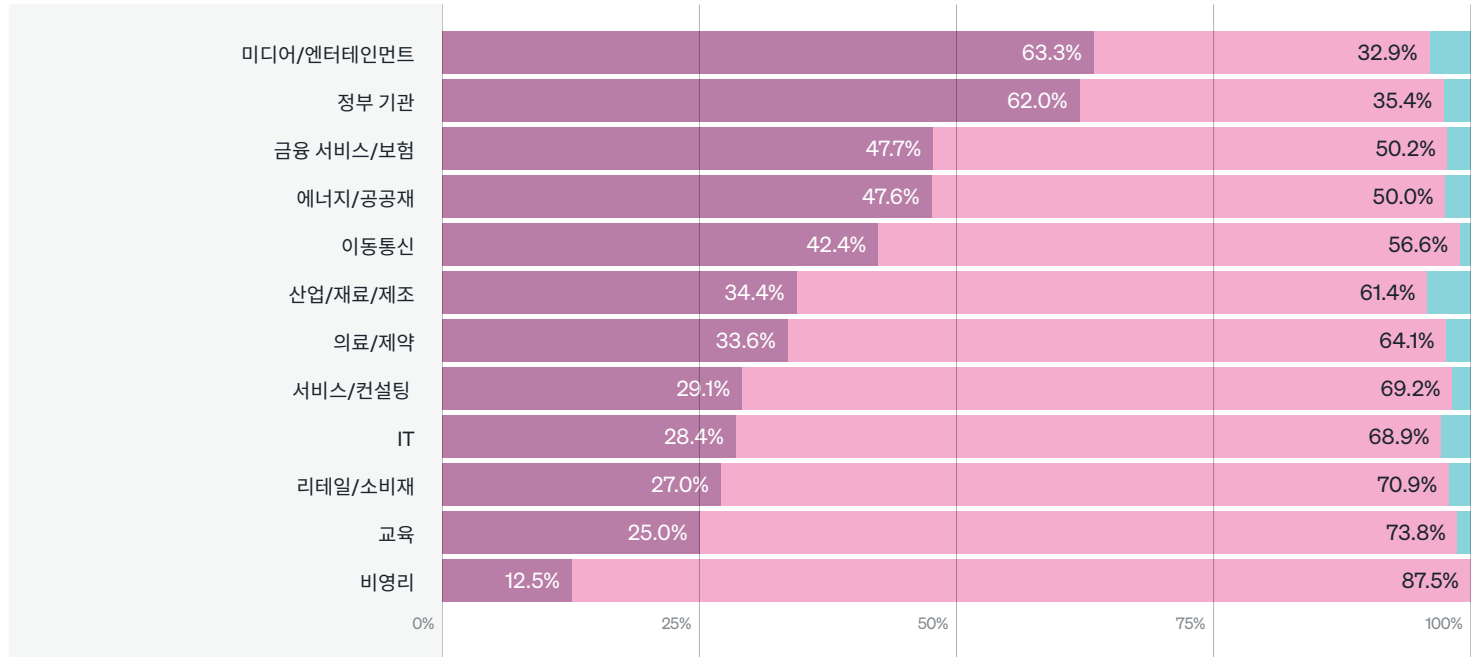
- 현재 텔레메트리 데이터를 통합함
- 현재 텔레메트리 데이터를 통합하지는 않았지만 내년엔 통합할 계획이 있음
- 현재 텔레메트리 데이터를 통합하지는 않았지만 향후 2-3년 내에 통합할 계획이 있음.
- 현재 텔레메트리 데이터를 통합하지 않았으며 통합할 계획도 없음
- 확실하지 않음

“목수가 작업에 필요한 모든 도구를 보유하고 있어야 하는 것처럼, 효과적인 이커머스 사이트를 운영하려면 올바른 도구를 사용해야 합니다. 그래야 팀 전체의 생산성이 훨씬 더 높아집니다.”

고란 스테프코프스키(Goran Stefkovski), 최고 기술 책임자(CTO), Kogan

유통업계에서 다운타임의 위험성

유통업계는 다른 업계에 비해 영향력이 큰 운영 중단이 적게 발생했습니다. 모든 업계 평균인 38%에 비해 매주 이러한 중단이 발생하는 비율은 27%에 불과했습니다. 모든 업계 중 운영 중단 빈도가 세 번째로 낮았습니다. 네트워크 장애가 운영 중단의 가장 큰 원인(32%)이었으며 소프트웨어 배포 문제(34%)와 환경 변화(31%)가 그 뒤를 이었습니다.



유통기업들의 장애 감지 시간은 다른 부문보다 빨랐습니다. 30분 이내에 영향력이 큰 운영 중단을 감지한 비율은 절반 미만(49%)이었습니다. 모든 업계 평균은 54%입니다. 하지만 평균감지시간(MTTD)은 32분으로 전체 평균인 37분보다 14% 빨랐고, 평균해결시간(MTTR)은 평균 46분으로 모든 업계 중 두 번째로 낮았습니다. 전체 평균인 51분보다 10% 빠른 수치입니다.

업계별 비즈니스에 큰 영향을 미치는 운영 중단 빈도

- 일주일에 한 번 이상
- 한 달에 2-3회 이하
- 잘 모르겠음

이러한 효율적인 감지와 해결 덕분에 다운타임은 평균 164시간으로 다른 업계에 비해 41% 낮았습니다. 또한 MTTD 및 MTTR의 개선은 읍저버빌리티 솔루션과 관련이 있습니다. 응답자의 60%는 읍저버빌리티 솔루션이 근본 원인 분석(41%)과 레이턴시, 활용도, 오류 및 포화도 모니터링(37%)에 가장 효과적이라고 답했습니다.

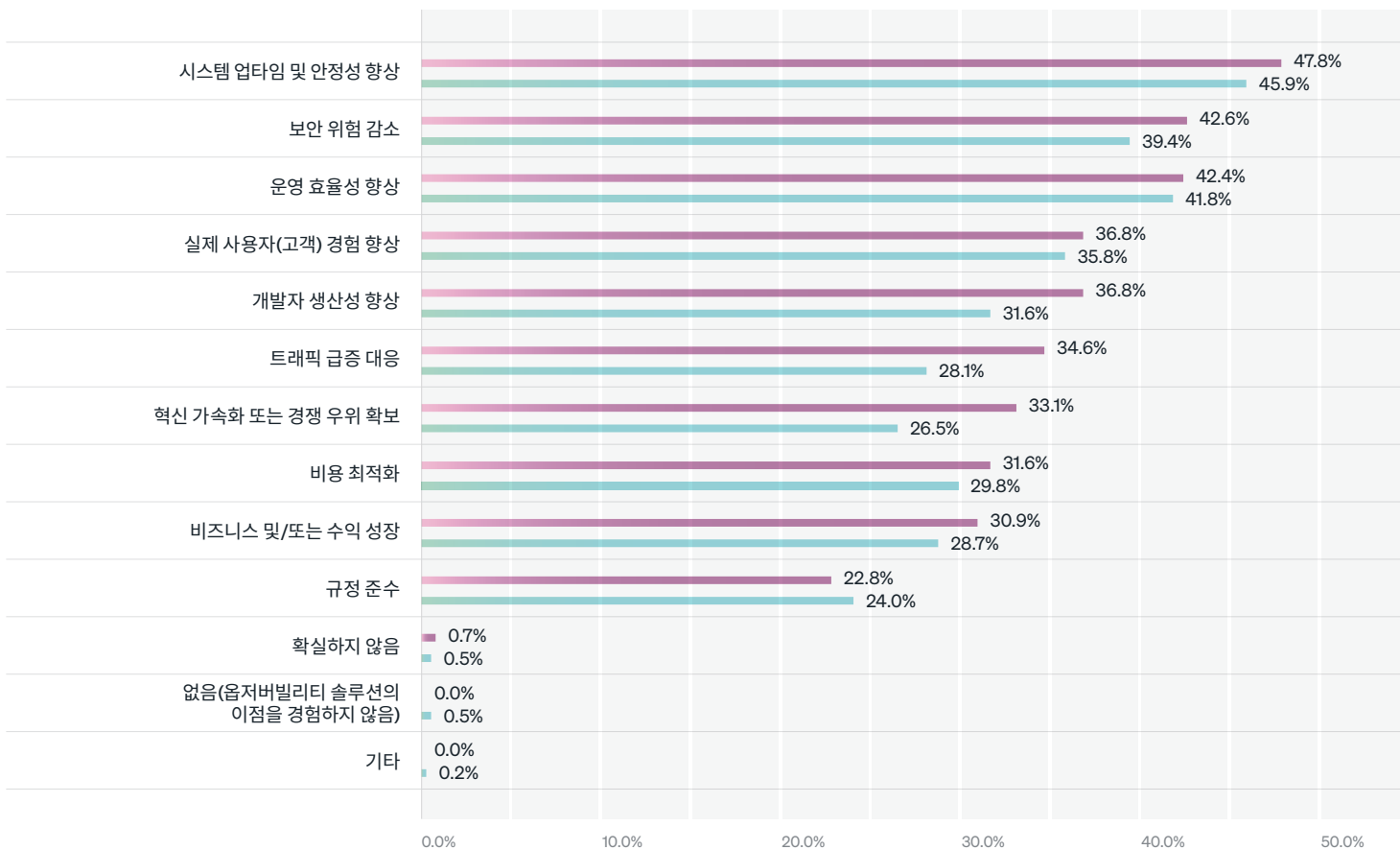
풀스택 읍저버빌리티 역량은 또한 더 빠른 응답 시간과 상관 관계가 있었습니다. MTTD가 30분 미만인 기업의 경우 거의 절반(48%)이 완전한 읍저버빌리티를 갖추고 있었습니다. 그렇지 않은 기업의 경우는 32%였습니다. MTTR이 30분 미만인 기업의 경우 26%가 풀스택 읍저버빌리티 역량을 보유하고 있었지만, 그렇지 않은 기업의 경우는 23%였습니다.

유통기업들의 경우, 사이버 먼데이에 30분 동안 웹사이트가 중단되면 수백만 달러의 매출 손실이 발생하고 고객 충성도에 악영향을 미칠 수 있습니다. 그러나 읍저버빌리티 툴을 사용하면 이러한 위험을 완화하여 트래픽 급증에 대비하고 온라인 상태를 유지할 수 있습니다.

높은 ROI 및 전략적 가치를 제공하는 옹저버빌리티 역량

유통 및 소비재 기업들은 옹저버빌리티에 많은 투자를 했습니다. 74%는 한 해 동안 1백만 달러 이상을 지출했으며 2%는 10만 달러 미만을 할당했습니다. 이러한 투자는 주목할 만한 성과를 제공해, 유통기업들은 평균 302%, 즉 지출의 4배에 해당하는 가치를 얻었습니다. 유통 및 소비재 부문에서 옹저버빌리티가 얼마나 큰 전략적 가치를 제공하는지 알 수 있는 부분입니다.

옹저버빌리티의 이점에 대해서는 절반(48%) 가량의 응답자가 시스템의 업타임과 안정성이 향상되었다고 답했으며 43%는 보안 위험이 감소했다고 답했습니다. 운영 효율성(38%), 개발자 생산성(37%), 고객 경험 향상(37%)도 주요 이점으로 꼽았습니다.



측정 가능한 가치의 관점에서 보면, 유통/소비재 기업의 79%는 옹저버빌리티로부터 연간 50만 달러 이상의 가치를 얻는 것으로 추정했으며, 78%는 100만 달러가 넘는다고 말했습니다. 연간 지출과 연간 추정 가치를 기준으로 할 때, 유통/소비재 기업의 연간 투자 수익률(ROI)은 302%로, 모든 업계 평균 수치의 4배에 달합니다.

옹저버빌리티의 주요 이점

- 유통/소비재 응답자
- 전체 응답자

보고서 소개

이 보고서의 모든 데이터는 **2024 옴저버빌리티 전망** 보고서 출간을 위한 작업의 일환으로 2024년 4월부터 5월까지 현장에 실시된 설문 조사에서 도출한 것입니다.

2024년 옴저버빌리티 전망 보고서를 위한 설문조사에서 유통/소비재 응답자는 148명(9%)이었습니다.

ETR은 관련 전문 지식을 바탕으로 설문조사 참여자들을 검증했습니다. ETR은 거주국과 조직에서의 역할 유형(실무자 및 IT 의사결정권자)을 기준으로 응답자의 샘플 사이즈를 계산하기 위해 할당량 샘플링이라는 비확률 샘플링을 수행했습니다. 지리적 대표성 할당은 주요 16개국을 대상으로 했습니다.

이 보고서의 모든 달러 금액은 미화(USD) 기준입니다.

이 보고서에 사용된 용어의 [정의](#)를 확인해보십시오.



ETR 소개

ETR은 IT 시장 조사 기관으로 타깃화된 IT 의사 결정권자(ITDM) 커뮤니티에서 확보한 독점 데이터를 활용하여 예산 지출 의도와 업계 동향에 대한 실행 가능한 인사이트를 제공합니다. 2010년부터 ETR은 기업 연구에서 불완전하거나 편향적이며 통계적으로 유의하지 않은 데이터로 형성되는 의견의 필요성을 제거한다는 목표를 달성하기 위해 매진해 왔습니다.

ETR의 ITDM 커뮤니티 업계 최고의 고객/평가자의 관점을 제공할 수 있는 독보적인 입지에 있습니다. 이 커뮤니티가 제공하는 독점 데이터와 인사이트를 통해 기관 투자자, 기술 기업 및 ITDM들은 확장되고 있는 시장에서 복잡한 엔터프라이즈 기술 환경을 헤쳐나갈 수 있습니다.



뉴렐릭 소개

뉴렐릭의 지능형 읍저버빌리티 플랫폼은 기업이 중단 없는 디지털 경험을 제공하는 데 도움을 줍니다. 뉴렐릭은 텔레메트리 데이터를 통합하고 상호 연관시켜 전체 디지털 자산에 대한 명확한 가시성을 제공하는 유일한 플랫폼입니다. 뉴렐릭은 적시에 올바른 데이터를 처리함으로써 기업이 문제 사후 대응을 예측과 선제적 대응으로 전환하여 가치를 극대화하고 비용을 절감할 수 있도록 지원합니다. Adidas Runtastic, American Red Cross, Domino's, GoTo Group, Ryanair, Topgolf, Relic Hill 등 세계 유수의 기업들이 뉴렐릭을 사용해 혁신을 추진하고 안정성을 높이며 탁월한 고객 경험을 제공하여 성장을 가속화하고 있습니다. 더 자세한 내용은 www.newrelic.com을 방문하시기 바랍니다.



[뉴렐릭 리테일 솔루션에 대해 알아보기](#)

