

트렌드 인사이트

# 코로나19와 한국 비즈니스의 미래

팬데믹 이후의 기회

IBM 기업가치  
연구소



# 코로나19와 한국 비즈니스의 미래

코로나19와 한국 비즈니스의 미래

모든 것을 최우선으로 삼는다면 아무런 우선순위가 없는 것입니다. 경영진은 코로나 이후의 비즈니스 환경을 이해하기 위해 고군분투하지만 많은 사람들은 결정이 어려운 불투명한 환경이 계속되는 것을 발견합니다.

2년 전에는 위기 관리, 엔터프라이즈 민첩성, 비용 관리, 인력 탄력성, 혁신 또는 현금 흐름 관리와 관련된 역량이 비즈니스에 매우 중요하다고 생각하는 경영진이 비교적 적었습니다. 그러나 최고 경영진은 위기가 사고방식에 큰 변화를 불러왔고 현재 이러한 역량들이 매우 우선되어야 하며 미래에는 더욱 중요할 것이라고 말합니다.

## 변화가 가장 중요하게 되었습니다

리더들은 혁신 이니셔티브에 더 많은 투자를 합니다. 지속적인 디지털 혁신으로부터 얻는 가장 중요한 혜택을 경쟁력과 인력 탄력성이라고 생각합니다. 또한 대부분의 조직에서 혁신이 가속화되고 있습니다. 그러나 놀랍게도 혁신에 더 집중할수록 고객 관계와 파트너 체결 기회를 희생시킬 가능성이 높아집니다.

IBM 기업가치 연구소(IBM)가 발행한 이번 트렌드 인사이트 특별 보고서는 소비자와 경영진을 대상으로 실시한 여러 개의 특별 설문조사 결과를 통합하고 있습니다. 주로 1천만원 이상의 매출을 총괄하는 한국 경영진의 반응에 초점을 맞추고 있습니다(연구 방법론 세부 정보 참조). 압도적인 결론: 코로나19 발병 이후 기업 현실이 급격히 바뀌었습니다.

현재 상황을 반영하든 미래 계획을 고려하든 속도와 유연성에 대한 비즈니스 리더의 요구가 극적으로 확대되었습니다. 끊임없는 분열, 빠르게 진화하는 고객 기대, 전례없는 변화의 압력으로 오랜 장벽이 무너지고 있습니다. 경영진의 관점에서 새로운 명확성을 발견할 수 있습니다. 동기 부여는 열망적이 아니라 실존적입니다.

## 주요 경영진의 5가지

### 깨달음

이번 연구는 팬데믹 이후 비즈니스 환경에 대한 5가지 주요 발견을 시사하며 디지털 혁신, 직업의 미래, 투명성, 지속 가능성에 대한 새로운 관점을 제공합니다. 또한 오래된 작업 방식은 사라지고 있음을 이해하고 있는 적극적인 리더를 위한 플레이북을 제공합니다.

### 깨달음 1: 디지털 혁신은 기술에 관한 것이 아닙니다

작업자들을 원격 플랫폼으로 옮기고, 공급망을 재검토 및 재구성하며, 수요가 많은 개인 보호 장비를 생산하기 위해 제조를 전환하는 “게임 타임” 피벗에 대한 일화는 단기적인 비즈니스 일탈이 아닙니다. 이제 적응력은 필수 비즈니스 역량이며 가속화된 변화 속도는 정상 속도가 되었습니다.

코로나19 팬데믹으로 인해 조사 대상 조직의 59%는 디지털 혁신을 가속화했으며 66%는 이전에 저항에 직면했던 이니셔티브를 완료할 수 있었다고 말했습니다. 이러한 데이터는 미국 경영진들로부터 최근 수집되었지만, 한국 기업에도 영향을 미치는 세계적인 현상이라는 증거가 있습니다.<sup>1</sup> 이러한 문화의 변화는 부분적으로 방어적이며 비용 절감은 혁신 이니셔티브로 얻을 수 있는 가장 큰 이점입니다.

그러나 위기 관리보다 더 크고 오래 지속되는 현상이 있습니다. 팬데믹 사태가 발생하기 전에 많은 조직은 자신의 기술 역량을 불신하고 자체 인력의 기술을 의심했습니다. 그러나 올해의 팬데믹이 야기한 대처 방법의 모호함으로 인해 그러한 불안은 거의 근거가 없는 것으로 판명되었습니다.

경영진은 기술이 할 수 있는 역량을 더욱 신뢰하게 되었으며 디지털 혁신을 추진하고 있습니다. 이는 코로나19 복구를 계획하는 것은 AI, IoT, 블록 체인, 클라우드와 같은 기술에 대한 투자가 포함됨을 시사합니다. 기술 애호가들이 오랫동안 극찬해온 혜택이 조직 리더십 전반에 걸쳐 더욱 광범위하게 수용되었습니다. 성공을 위한 탐을 쌓으려면 조직은 기술과 더불어 직원들이 장기적으로 유능하고 탄력적이며 적응할 수 있는지 확인해야 합니다.

### 깨달음 2: 인간적 요소가 성공의 핵심입니다

경영진은 미래의 디지털 전환 과정에서 거의 모든 기술 역량을 확장할 계획이지만 성공의 비결은 인적 자원에 있습니다. 하나의 IBV 데이터 세트를 분석한 결과, 조직이 예상하는 성장에서 가장 큰 부분을 차지하는 비즈니스 역량은 인력 교육과 고객 경험 관리와 같은 직원 및 고객 중심의 운영 방식임이 입증되었습니다.

그러나 놀랍게도 경영진은 이러한 요인을 간과했던 것으로 보입니다. 한국 경영진의 3/4 이상이 코로나19 이후에도 변화된 고객 행동이 계속 될 것으로 예상하고 있으며, 더 많은 쇼핑 및 고객 서비스 상호 작용이 대면 접촉에서 온라인으로 바뀐다고 생각합니다. 이를 위해 한국 경영진의 76%가 고객 경험 관리가 향후 2년 동안 최우선 순위가 될 것이라고 답했으며, 이는 불과 2년 전 36%에 불과했던 것입니다. 그러나 “개선된 고객 서비스”는 경영진이 디지털 혁신에서 추구하는 혜택 중 하위 절반에 속합니다.

경영진이 고객과 연결되는 방식에서 갈등이 생기면 직원과의 관계는 더욱 악화됩니다. 직원의 안전, 기술 및 유연성이 더 중요해졌지만 직원 만족도는 우선순위가 낮아졌습니다. 경영진은 직원들이 극심한 압력을 받고 있음을 인식하고 있으며 직원 복지가 최우선 과제 중 하나라고 주장합니다.

그러나 연구에 따르면 경영진이 직원에게 제공한다고 생각하는 것과 직원이 느끼는 감정 사이에는 괴리가 있습니다. 고용주는 지원과 교육 제공의 효과를 과대 평가합니다. 직원의 절반 정도만이 고용주가 자신의 복지에 대해 진정으로 관심을 갖는다고 생각합니다. 분명히, 대부분이 고군분투하는 것처럼 보이는 이때 이 문제를 개선할 수 있는 리더는 엄청난 기회를 잡을 수 있습니다.

## 깨달음 3: 외상성 스트레스가 기업 전략을 장악합니다

경영진은 조직의 비전을 정의해야 합니다. 그러나 계속해서 닦친 일을 처리하기에 급급하면 집중이 어려울 수 있습니다. 인력 안전 및 회복탄력성, 비용 관리, 조직 민첩성이 단기 및 장기적으로 최우선 순위로 등장하는 동안 팬데믹 상황은 기존의 비즈니스 공포를 증폭시키고 새로운 공포를 도입했습니다. 그 결과? 경영진은 최신 우선순위에 **매혹됩니다**.

2020년 초부터 경영진의 우선순위는 약간 유동적이었고 지난 몇 달 동안 다시 재편성되었습니다. 이제 내부 운영 능력에 초점을 맞추고 있는 것으로 보입니다. 이는 중요한 시기에 고객 서비스 경험에서 관심을 멀어지게 할 수 있습니다. 기업의 우선순위는 2년 전보다 위기 관리, 작업장 안전 및 보안에 훨씬 더 중점을 둡니다. 그러나 한국 경영진의 77%는 앞으로 현금 흐름과 유동성 관리가 우선순위가 될 것으로 예상합니다. 2년 전보다 거의 두 배나 많은 응답률입니다.

같은 맥락에서 응답자의 84%는 비용 관리가 중요하다고 답했습니다. 사이버 보안에 대한 우려가 급증했습니다. 한국 경영진의 71%는 향후 2년 동안 사이버 보안에 전념할 것이라고 했으며, 37%는 같은 기간 동안 AI를 사용하여 사이버 보안을 강화할 계획이라고 답했습니다. 이는 오늘날 배포하는 기술의 거의 3 배에 해당합니다.

비즈니스 민첩성, AI, 데이터 및 분석, 기타 신흥 기술과 관련하여 코로나19 이전과 비교하여 업무 관심도가 증가했습니다. 위기로 인한 위험에 대한 새로운 인식으로 경쟁 우위가 현재 더 중요해짐에 따라 한국 경영진의 80%는 향후 2년 동안 엔터프라이즈 민첩성을 우선시할 계획이며 무려 91%는 플랫폼 기반 비즈니스 모델에 참여할 계획이라고 말했습니다.

결론적으로 모든 것이 중요합니다. 불확실성 속의 경쟁에서 생존하기 위해 노력할 때 때 성과와 성장을 촉진하는 데 도움이 되는 한 가지인 고객 경험 개선은 항상 예외적입니다.

### 그림 1

경영진은 코로나19의 여파로 인해 내부를 성찰하게 되었습니다.

한국 지도자들은 향후 2년 동안 외부 성장이 아닌 운영 역량을 우선시할 계획입니다.



## 깨달음 4: 어떤 사람은 승리하고 어떤 사람은 실패합니다. 그러나 혼자서 이를 수 있는 사람은 거의 없습니다.

코로나19 팬데믹은 모든 조직과 산업에 똑같이 영향을 미치지 않았습니다. 연구 결과에 따르면 경영진은 건강 관련 부문이 위기 이후의 승자가 될 가능성이 가장 높을 것으로 예상했습니다. 통신, 미디어 및 엔터테인먼트도 재택 근무 주문과 습관에 힘입어 긍정적인 영향을 받을 것으로 예상되었습니다. 패자 목록 1위: 여행과 운송, 자동차를 포함한 제조 집약적 산업.

부문 내에서 펼치는 더 넓은 사업 범위가 승자를 정의하는 데 도움이 될 것이라는 기대가 커지고 있습니다. 또한 데이터에 따르면 플랫폼 비즈니스 모델과 파트너 네트워크에 대한 의존도가 높아지고 있습니다. 한국 경영진의 66%는 업계 내에서 중요한 파트너 활동을 계획하고 있으며 59%는 업계 외부로 뻗습니다. 어느 쪽이든, 그러한 참여는 2년 전과 비교하여 향후 2년 동안 200% 이상 증가할 것으로 예상합니다.

여기서 중요한 차이점은 규모만으로는 업계 이상의 역량을 예측할 수 없다는 것입니다. 민첩하게 운영할 수 있는 대기업은 (문제가 있는 부문에서) 안정적으로 유지하거나 성과를 증가하는 기업이었습니다. 규모 및 유연성의 융합은 성공할 준비가 된 플레이어들의 특징입니다.

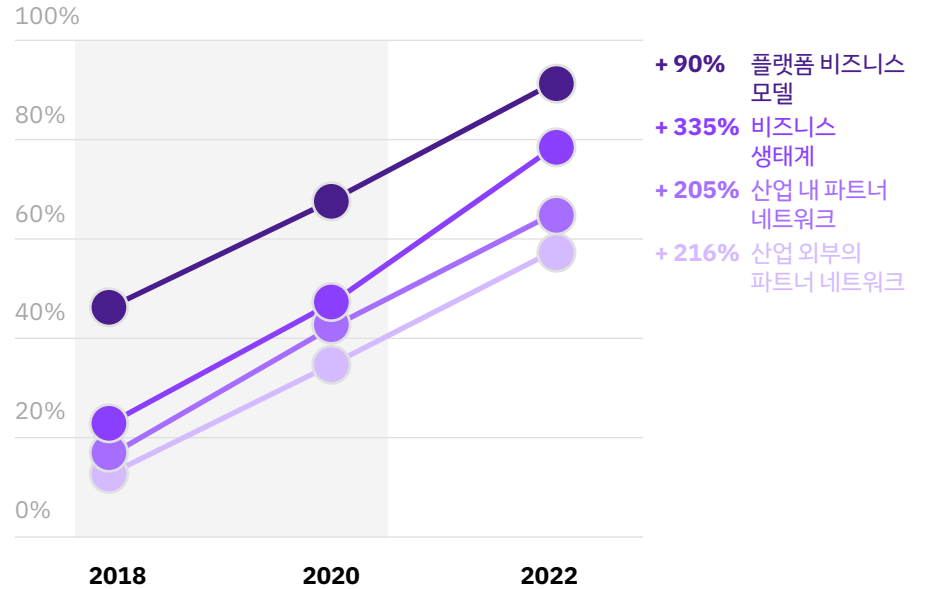
또 다른 요점도 있습니다. 팬데믹 봉쇄 조치가 내려졌을 때 필수 서비스로 간주되는 서비스에 대한 예외가 시행되었으며 “필수 근로자”가 사회에서 가장 높이 평가되고 응원받는 공헌자가 되었습니다. 다른 사람들이 살고, 일하고, 즐기도록 돕는 사람들에 대한 인식이 높아지면서 모든 조직과 모든 예산은 “필수 항목”에 다시 초점을 맞추고 있습니다.

혼란의 시대와 본질에 초점을 맞추고 있는 지금, 대부분의 조직이 핵심 기능을 두 배로 늘린 것은 놀라운 일이 아닙니다. 이는 위기가 재발할 때 가장 잘 해결할 수 있는 운영 개선과 인력 향상입니다. 그러나 경영진이 경쟁력을 진정으로 높이고자 한다면 달성하기 어려운 목표를 설정해야 합니다. 이러한 노력은 내일의 혁신과 성장이 시작되는 곳입니다. 그러나 이를 위한 리소스 승인과 할당은 그 어느 때보다 면밀히 조사되어야 합니다.

### 그림 2

## 기업체들이 파트너십을 체결하고 있습니다

한국 경영진은 점점 더 플랫폼, 생태계, 파트너 네트워크를 핵심 성공 요인으로 보고 있습니다.



## 깨달음 5: 건강은 지속 가능성의 핵심입니다

코로나 바이러스 이전에 지속 가능성 전략은 주로 환경 문제, 즉 오염, 기후 변화 등으로 인한 지구의 건강 위험에 중점을 두었습니다. 소비자들은 이러한 분야에서 진정성을 입증하는 제품과 브랜드를 선택하여 열정과 충성을 다했습니다. 규제 당국도 이러한 우려와 우선순위를 반영했습니다.

그러나 인간의 건강 위기에 직면하여 환경적 지속 가능성은 개인의 안전 문제와 결합되었습니다. 소비자들은 일회용 마스크와 장갑을 착용하고 있으며 그 어느 때보다 개별 포장을 선택했습니다. 본인과 사랑하는 사람들을 바이러스로부터 보호하기 위해 대중에 노출되지 않도록 배달 물품을 받고 있습니다. 이러한 행동은 인간의 건강 보호로 인해 만들어지는 지구 보호의 장애물로 보입니다.

그러나 연구에 따르면 환경 문제에 대한 소비자의 열정은 여전히 남아 있습니다. 실제로 건강과 안전은 지속 가능성에 대한 새로우며 확장된 복잡한 정의와 결합되었습니다. 탄소 발자국 감소, 보다 효율적인 폐기물 관리 등 기존의 지속 가능성 목표를 달성하는 동시에 새로운 건강 및 안전 요구 사항을 충족해야 하기 때문에 기업에게는 이미 새로운 부담이 되고 있습니다.

이것은 코로나19 이후 비즈니스와 관련된 어렵고 중요한 영향 중 하나일 수 있습니다. 이 기준을 충족하려면 새로운 관행과 새로운 자료뿐만 아니라 새로운 종류의 데이터와 효율성이 필요합니다. 예를 들어, 고기를 더 안전하게 만들기 위해 더 많은 플라스틱을 사용하는 것과 비교하여 고기를 상하게 하거나 버릴 때의 환경적 비용은 얼마나 들까요? 불필요하게 낭비하지 않고 기업과 소비자가 필요로 하는 것을 얻기 위해 공급망과 최종 배송을 어떻게 활성화해야 할까요? 더 복잡한 질문이 대두되고 있으며 리더는 더 미묘하고 통찰력 있는 답변을 제공해야 합니다.

## 앞으로의 전망은?

팬데믹은 예상치 못하고 발생 가능성이 없는 일이 이전에 예상했던 그 무엇보다 더 명백하고 현실적이라는 경종이었습니다. 경영진은 팬데믹으로 인한 전략, 관리, 운영 및 예산 우선순위의 변화가 남아 있음을 인정해야 합니다. 디지털 기술, 혁신 및 클라우드 채택에 대한 투자가 가속화되고 있습니다.

우리는 자기 강화 프로세스에 직면하고 있으며 앞으로 더 큰 가속화가 발생할 것입니다. 이러한 트렌드는 디지털 혁신을 비즈니스 우선순위에 묶어 복잡성을 관리하고 경쟁력을 높일 수 있는 경영진에게 매력적인 기회를 제공하는 반면 다른 경영진은 여전히 “정상 상태로 돌아가기”를 기다릴 것입니다.

## 지금 행동하십시오

경쟁 우위를 차지하기 위한 게임에 노출된 조직은 새로운 환경을 탐색하기 위해 실시간으로 즉, 지금 대응해야 합니다. 기업은 생존하고 번영하기 위해 세 가지 중요한 영역에서 조치를 취해야 합니다.

- 새로운 방식으로 인력을 이끌고 참여시키고 활성화합니다. 즉, 영감을 주는 리더십, 신뢰 촉진, 보다 유연한 작업 옵션 지원(예: 원격 및 사무실 내 작업의 하이브리드 모델)을 제공하고 직원의 정신 건강과 웰빙, 기술 개발에 중점을 둡니다.
- AI, 자동화, 기타 기하급수적 기술을 적용하여 워크 플로우를 보다 지능적으로 만듭니다. 공급망 탄력성, 사이버 보안, 자동화 및 AI 채택에 중점을 둡니다.
- 하이브리드 클라우드를 우선적으로 사용하고 더 많은 비즈니스 기능을 클라우드로 이동하는 등 운영 확장성과 유연성을 개선합니다.

이 새로운 세상에서는 안주하거나 향수를 그리워할 시간이 없습니다. 평소처럼 제자리로 돌아갈 수 없습니다. 위험과 기회가 너무 크고 투자 비용이 너무 높습니다. 경영진은 지속적인 불확실성, 불가피한 혼란, 끝없는 변화에 대비해야 합니다.

## 연구 방법

이 보고서에 언급된 데이터는 다음과 같은 다양한 설문 조사에서 수집되었습니다.

- IBM 기업가치 연구소(IBM)는 Oxford Economics와 협력하여 2020년 4월부터 6월까지 한국에 있는 172명의 비즈니스 리더를 포함하여 20개 산업군, 22개국에서 3,450명의 경영진을 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 코로나19 팬데믹이 투자, 기술, 업무 방식을 포함하여 조직의 역량과 우선순위에 어떤 영향을 미쳤는지 이해하기 위해 최고 경영진을 포함시켰습니다.
- IBM는 Oxford Economics와 다시 협력하여 2020년 7월과 8월에 20개 산업군에 걸쳐 미국에 있는 400명의 CEO, CIO/CTO, COO 및 최고 혁신 책임자를 대상으로 Executive Pulse 설문조사를 실시했습니다. 이 설문조사는 속도, 예산, 이점, 장벽을 포함하여 팬데믹이 디지털 전환에 어떤 영향을 미쳤는지에 초점을 맞추었습니다.
- IBM는 2020년 4월부터 Survey Monkey와 함께 미국, 독일, 중국을 포함한 8개 국가에서 50,000명 이상의 성인 응답자를 대상으로 하는 설문조사 도구를 준비했습니다. 현재 코로나19 위기로 인해 개인의 관점과 인식이 다양한 분야에서 어떻게 변했거나 영향을 받았는지에 대한 통찰력을 수집하고 있습니다.

## 관련 연구보기

### “코로나19 시대의 비용 및 가치 혁신”

IBM 기업가치 연구소. 2020년 9월.

위기 상황에서 살아남고 번영하려면 기업은 비용을 절감할 방법을 찾고 성장을 위한 투자를 해야 합니다.

<http://ibm.co/cost-value-transformation-covid-19>

### “코로나19 소비자 설문조사.”

IBM 기업가치 연구소. 2020년 9월.

코로나 바이러스 팬데믹은 사람들이 일하고, 배우고, 쇼핑하고, 상호 작용하는 방식을 바꾸고 있습니다. 빠르게 변화하는 선호도, 요구 사항 및 우려 사항을 더 잘 이해하기 위해 전 세계 수천 명의 소비자를 대상으로 설문조사를 진행하고 있습니다.

<https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/covid-19-consumer-survey>

### “코로나19 회복을 촉진하기 위한 현시대의 투자법: 기업 혁신을 위한 리소스 전용”

IBM 기업가치 연구소. 2020년 7월.

디지털 혁신은 조직이 팬데믹의 여파에 적응하는 데 도움이 될 수 있습니다.

<http://ibm.co/covid-19-recovery>

### “하이브리드 플랫폼의 이점 - 한국 관점”

IBM 기업가치 연구소. 2021년 1월.

5단계 프로세스를 통해 조직은 민첩성을 높이고 비즈니스 모델을 혁신할 수 있습니다.

<https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/hybrid-cloud-platform-south-korea#>

## 변화하는 세상에서 함께할 최고의 파트너

IBM은 고객과 긴밀하게 협업하면서 비즈니스 인사이트, 전문 연구와 기술을 접목시켜 시시각각 변화하는 오늘날의 환경에서 고객이 차별화된 이점을 확보할 수 있도록 지원합니다.

## IBM 기업가치 연구소

IBM 기업가치 연구소(IBM)는 업계 석학, 최고의 학자, 주제 전문가의 전문 지식을 글로벌 연구 및 성과 데이터와 결합하여 신뢰할 수 있는 기술 기반 비즈니스 통찰력을 제공합니다. IBM 사고 리더십 포트폴리오에는 연구 심층 분석, 벤치마킹 및 역량 비교, 지역, 산업, 기술 전반에 걸친 비즈니스 의사 결정을 지원하는 데이터 시각화가 포함됩니다.

## 추가 정보

Twitter에서 @IBMIBV를 팔로우하고 이메일로 최신 정보를 받으려면 다음 사이트를 방문하십시오. [ibm.com/ibv](https://ibm.com/ibv)

## 참고 및 출처

- 1 “한국의 국가 정책 K-뉴딜에 따른 디지털 혁신 및 대응에 관한 현황 보고서” (디지털뉴딜추진을위한민간기업의준비현황조사). IBM Korea. 2020년 11월 19일. <https://kr.newsroom.ibm.com/announcements?item=122649> (한국)

© Copyright IBM Corporation 2021

(07326) 서울시 영등포구 국제금융로10  
서울국제금융센터(3IFC)  
IBM Corporation  
미국에서 발행  
2021년 1월

IBM, IBM 로고 및 [ibm.com](https://ibm.com)은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 “저작권 및 상표 정보”(ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

이 문서는 최초 출판일 현재 유효한 것으로서, 언제든지 IBM이 변경할 수 있습니다. IBM이 영업하는 모든 국가에서 모든 오퍼링이 제공되는 것은 아닙니다.

이 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성에 대한 보증 및 타인의 권리 침해에 대한 보증이나 조건을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 “현상태대로” 제공됩니다. IBM 제품은 제품이 제공되는 계약의 조건에 따라 보증됩니다.

이 보고서는 일반 지침으로만 제공됩니다. 세부적인 연구나 전문가 의견의 예제를 대체할 수 없습니다. IBM은 본 문서에 의존한 개인 또는 조직에 발생한 어떠한 손해에 대하여도 책임을 지지 않습니다.

이 보고서의 데이터는 제3자가 출처일 수 있으며, IBM은 별도로 이러한 데이터를 확인, 검증 또는 감사하지 않습니다. 이러한 데이터의 사용으로 인한 결과는 “현상태대로” 제공되며 IBM은 명시적이거나 묵시적인 일체의 진술이나 보증을 제공하지 않습니다.

