

IBM 기업가치연구소(IBV) | 연구 브리프

2026년 5대 트렌드

자신감 있게
찰나의 기회 포착



IBM의 지원

IBM은 한 세기가 넘는 동안 조직이 마켓플레이스에서 성공하는 데 필요한 전문성을 제공해 왔습니다. 고객은 산업, 기능 및 기술에 관한 IBM의 깊은 전문 지식, 엔터프라이즈급 기술 솔루션, 과학 기반 연구 혁신을 통해 AI의 잠재력을 실현하고 변화하는 세상을 더 잘 헤쳐나갈 수 있습니다.

또한 IBM은 양자 컴퓨팅 분야의 글로벌 리더로서 고객이 양자 여정을 시작할 수 있도록 지원할 준비가 되어 있습니다.

IBM Consulting의 AI 서비스에 대한 자세한 정보는 ibm.com/kr-ko/services/artificial-intelligence를 참조하세요.

IBM Software의 AI 솔루션에 대한 자세한 정보는 ibm.com/kr-ko/watson을 참조하세요.

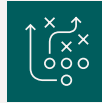
IBM Research의 AI 혁신에 대한 자세한 정보는 ibm.com/kr-ko/artificial-intelligence를 참조하세요.

IBM의 양자 컴퓨팅에 대한 자세한 정보는 ibm.com/kr-ko/quantum을 참조하세요.

목차

들어가며	4
트렌드 1: 불확실성을 수용하는 것이 가장 큰 자산이 됩니다.	8
트렌드 2: 직원이 더 많은 AI 기능을 원합니다.	11
트렌드 3: 고객이 AI에 대한 책임을 묻습니다.	14
트렌드 4: 글로벌 AI 복원력을 위해서는 지역 안전망이 필요합니다.	17
트렌드 5: 양자 이점을 누리기 위해서는 다수의 힘이 필요합니다.	20

주요 이점



불확실성을 수용하는 것이 가장 큰 자산이 됩니다.

경영진의 74%는 2026년 경제 및 지정학적 변동성이 조직에 새로운 비즈니스 기회를 창출할 것이라고 답했습니다.



직원이 더 많은 AI 기능을 원합니다.

모든 연령대에서 두 배 더 많은 근로자가 2026년에는 고용주의 AI 사용 확대에 저항하지 않고 수용하겠다고 답했습니다.



고객이 AI에 대한 책임을 묻습니다.

AI가 사용자 데이터를 사용하는 방법에 대한 알기 쉬운 설명은 소비자가 AI를 가장 편안하게 사용하게 만드는 요인입니다.



글로벌 AI 복원력을 위해서는 지역 안전망이 필요합니다.

경영진의 93%는 2026년 비즈니스 전략에 AI 주권을 반영해야 한다고 답했습니다.



양자 이점을 누리기 위해서는 다수의 힘이 필요합니다.

양자 기술을 활용할 준비가 된 조직은 그렇지 않은 조직보다 여러 에코시스템에 속할 가능성이 3배 더 높습니다.

들어가며

모호함을 기꺼이 수용하려는 자세

발전은 양날의 검입니다. 어제의 문제를 해결하지만, 조직이 아직 이해하지 못한 새로운 문제를 만들어내기도 합니다.

모든 혁신에는 알 수 없는 영향이 뒤따릅니다. 혁신이 더 빠르게 진행될수록 알 수 없는 영향은 더 증폭됩니다. 조직이 AI 속도로, 그리고 머지않아 양자 속도로 움직이게 됨에 따라 안정적인 기반을 찾는 일은 부질없는 노력이 되고 있습니다.

반면, 미래를 내다보는 리더는 틈새를 찾고 있습니다. 기존 시장의 틈새는 새로운 기회가 생겨나는 지점입니다. 이러한 기회를 포착하는 비법은 완벽한 계획이 아니라 모호함을 기꺼이 수용하려는 자세입니다.

지도가 계속 그려지는 동안 앞으로 나아갈 길을 개척해야 합니다.

변화하는 비즈니스 환경 속에서 리더는 어떻게 꺾이지 않는 유연한 전략을 구축할 수 있을까요? 어떻게 하면 발전과 수익성 유지, 성장을 지속할 수 있을까요?



이에 대해 알아보기 위해 IBM 기업가치연구소(IBV)는 Phronesis와 협력하여 1,000명 이상의 최고 경영진에게 2026년 경제 및 지정학적 요인이 의사 결정에 어떤 영향을 미칠지, AI를 어떻게 활용할 계획인지, 그리고 어떤 전략이 성공을 이끌 것으로 예상하는지에 대해 물었습니다. 또한 Suzy와의 파트너십을 통해 8,500명의 글로벌 소비자 및 직원을 대상으로 경제 전망, 개인 및 업무 환경에서 AI와의 상호작용 방식, 그리고 AI가 불러올 변화에 대해 어떻게 생각하는지에 대해 질문했습니다(23페이지의 '연구 방법론' 참조).

조직이 AI 속도로, 그리고 머지않아 양자 속도로 움직이게 됨에 따라 안정적인 기반을 찾는 일은 부질없는 노력이 되고 있습니다.

이 두 설문조사의 관점이 항상 일치하지는 않습니다. 두 설문조사가 공유하는 것은 AI 모먼트에 대한 열정입니다. 두 그룹 모두 불확실성 속에서 기회를 봅니다.

경영진은 복원력을 기대합니다. 경영진의 3분의 1만이 글로벌 경제에 대해 낙관적인 반면, 84%는 조직의 향후 성과에 대해 긍정적으로 전망했습니다(그림 1 참조). 경영진의 95%는 혼란에 직면하여 의사 결정을 점점 더 빠르게 내려야 한다고 말했습니다. 하지만 96%는 2025년에 내린 가장 중대한 결정이 결과적으로 옳았다고 답했습니다.

경영진의 96%는 2025년에 내린 가장 중대한 결정이 결과적으로 옳았다고 답했습니다.

그림 1

불확실성에도 불구하고 경영진은 2026년에 대해 낙관적으로 전망합니다.

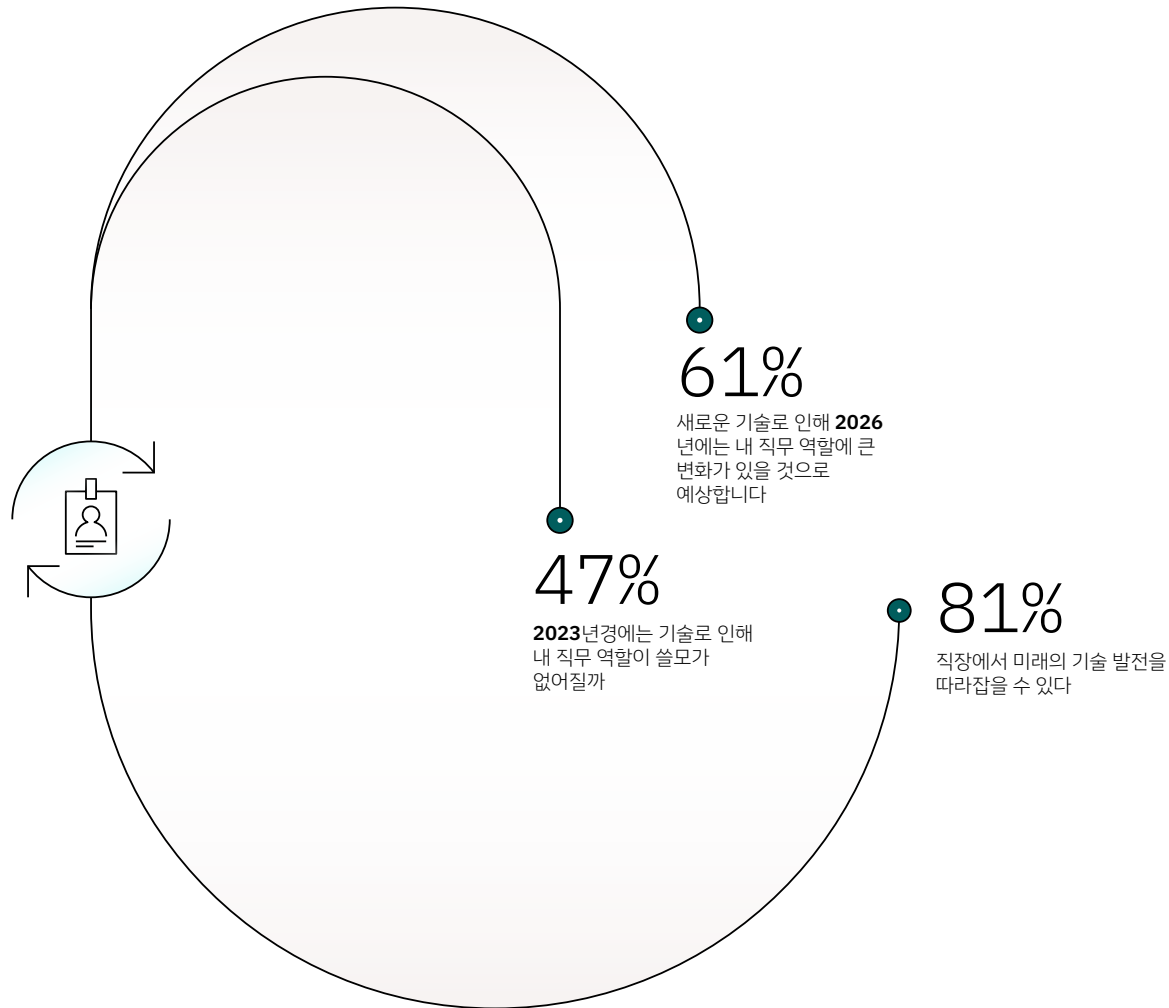
표시된 백분율은 경영진이 2026년에 대해 낙관적, 중립적, 비관적으로 전망하는 비율을 나타냅니다.



그림 2

직원은 AI를 활용하여 앞서 나갈 준비가 되어 있습니다.

표시된 백분율은 직원이 직장 내 기술에 대한 진술에 대해 동의하는 비율을 나타냅니다.



직원도 역시 희망적입니다. 개인의 기술과 역량을 고려할 때 직원의 81%는 직장에서 미래의 기술 발전을 따라잡을 수 있다고 확신합니다. 반면에 직원의 60%는 2026년에 기술로 인해 자신의 직무 역할이 크게 변할 것으로 예상하며, 거의 절반의 직원은 2030년경에는 기술로 인해 자신의 직무 역할이 쓸모가 없어질까 봐 염려합니다.

경영진과 직원 모두 AI 모먼트에 대한 열정을 공유하고 있습니다.

들어가며

트렌드 1

트렌드 2

트렌드 3

트렌드 4

트렌드 5

이러한 가능성의 순간에 어떤 기회가 기다리고 있을까요? 연구를 바탕으로 2026년에 모든 비즈니스 리더가 주목해야 할 5대 트렌드를 선정했습니다.

추세

1

불확실성을 수용하는 것이
가장 큰 자산이 됩니다.

추세

2

직원들이 더 많은 AI 기능을
원합니다.

추세

3

고객들이 AI에 대한
책임을 묻습니다.

추세

4

글로벌 AI 복원력을
위해서는 지역 안전망이
필요합니다.

추세

5

양자 이점을 누리기
위해서는 다수의 힘이
필요합니다.

트렌드 1

불확실성을 수용하는 것이 가장 큰 자산이 됩니다.

변동성이 큰 환경에서 신속한 대응은 필수적입니다.
실제로 경영진의 90%는 조직이 실시간으로 운영되지
않으면 경쟁력을 잃을 것이라고 답했습니다.



이제는 변화에 대응하는 것만으로는 충분하지 않습니다. 조직은 경쟁 우위를 점하기 위해 변화를 예측하고 그로부터 이익을 창출해야 합니다. 그렇지 않으면 방향을 잃을 위험에 처할 수 있습니다. 그리고 이러한 위험은 실재합니다. 경영진의 81%는 2025년 기술 투자를 위협한 요인으로 지정학 및 경제적 문제를 꼽았습니다. 거의 절반의 응답자는 2026년에 이 문제가 더 악화될 것으로 전망했습니다.

긍정적인 측면은 경영진의 74%가 2026년에 경제 및 지정학적 변동성이 조직에 새로운 비즈니스 기회를 창출할 것이라고 답했습니다(그림 3 참조). 핵심은 이러한 시장 기회가 나타나는 순간을 포착하고, 사라지기 전에 그러한 기회를 활용하는 데 있습니다.

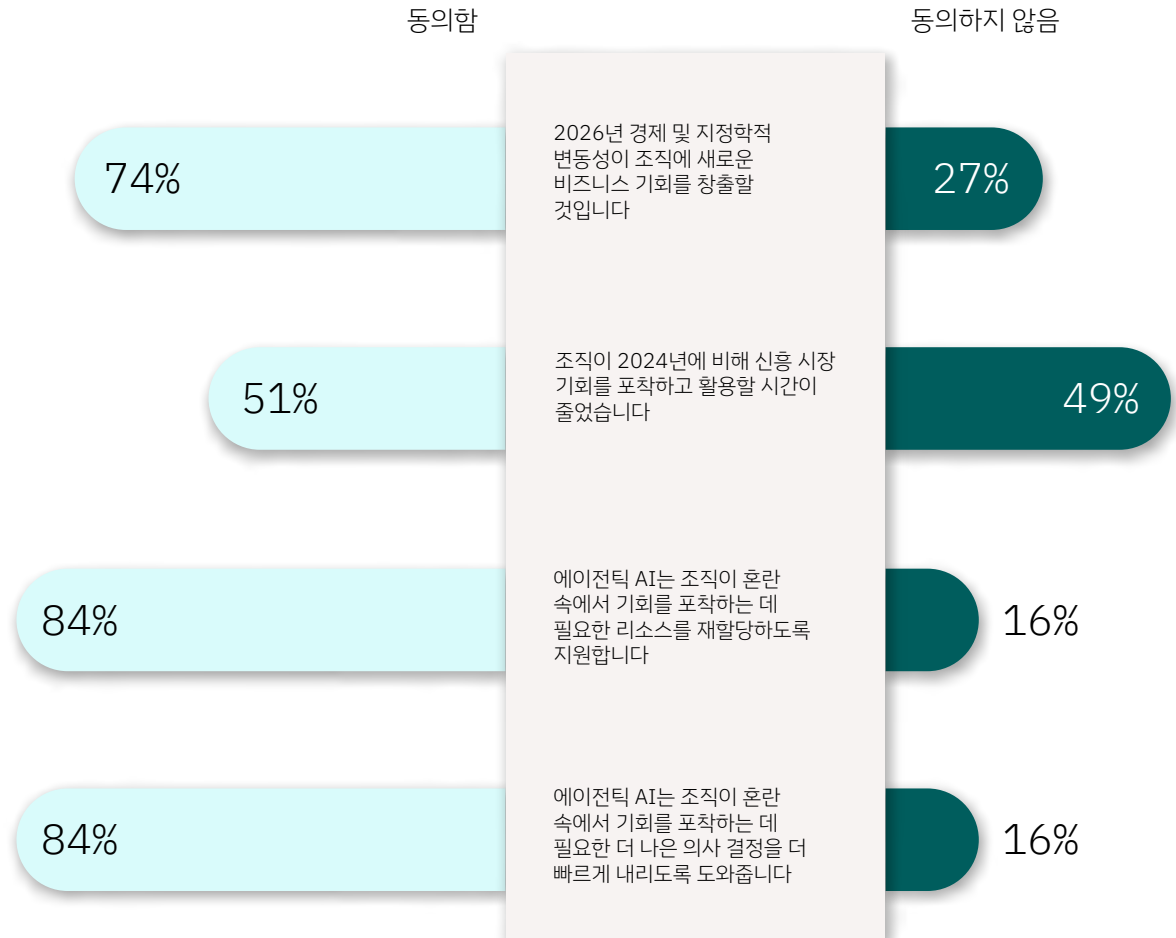
하지만 시장 속도로 움직이는 것은 대기업에 결코 쉬운 일이 아닙니다. 새로운 위험과 기회에 대응하려면 적시에 적절한 사람과 적절한 AI 에이전트에 정보가 전달될 수 있는 유연한 IT 인프라와 데이터 아키텍처가 필요합니다.

이미 경영진 5명 중 4명 이상은 에이전틱 AI가 조직이 더 나은 의사 결정을 더 빠르게 내리고, 혼란 속에서 기회를 포착하는 데 필요한 리소스를 재할당하는 데 도움이 된다고 답했습니다. 그리고 경영진의 69%는 글로벌 경제 불확실성으로 인해 에이전틱 AI 시뮬레이션 및 모델링 기능을 개발해야 한다고 답했습니다.¹

그림 3

에이전틱 AI는 조직이 혼란 속에서 기회를 포착하도록 도와줍니다.

표시된 백분율은 경영진이 지정학 및 거시경제적 트렌드에 대한 진술에 대해 동의하는 비율을 나타냅니다.



하지만 이러한 변화를 선택 사항이 아닌 반드시 활용해야 할 기회로 여기는 리더는 다른 동료보다 한발 앞서 나갈 수 있습니다. 에이전틱 AI가 더 나은 의사 결정을 더 빠르게 내리는 데 도움이 된다고 답한 경영진은 변동성 속에서 기회를 포착할 가능성이 두 배 이상 높습니다.

실제로는 어떤 모습일까요? 공급망 중단에 직면한 제조업체의 경우 다른 조직이 긴급회의 일정을 잡는 동안 AI 에이전트를 활용하여 대체 자재 공급원을 파악하고 물류 경로를 변경하며 가격 모델을 조정할 수 있습니다. 소매업체의 경우에는 AI 에이전트가 소셜 미디어에서 특정 브랜드와 관련된 소비자 감정의 변화를 감지하여 마케팅 조정 및 제품 피벗을 트리거할 수 있습니다.

이러한 미래는 이미 우리 앞에 와 있습니다. 경영진 4명 중 1명은 2025년에 독립적인 조치를 취하는 AI 에이전트를 조직에 도입했다고 답했습니다. 경영진 10명 중 7명은 2026년 말까지 이러한 기능을 갖출 것으로 예상합니다.² 그리고 최고 데이터 책임자(CDO)는 AI 에이전트가 수행할 수 있는 일에 대해 확신을 가지고 있습니다. CDO의 83%는 AI를 통해 성과를 창출해야 하는 책임이 있는 경우가 많은데, 이들은 조직 내 AI 에이전트 도입의 잠재적 이점이 위험보다 크다고 답했으며, 77%는 조직이 AI가 생성하는 결과물에 의존하는 것에 대해 편안함을 느낀다고 답했습니다.³

물론 AI 에이전트의 도입이 성공을 보장하는 것은 아닙니다. 실제로 경영진은 객관적인 지표를 기준으로 2025년에 에이전틱 AI 이니셔티브 중 약 40%만이 성공했다고 답했습니다.⁴ 하지만 조직이 변화하는 환경 속에서 올바른 조치를 취하기 위해서는 엔터프라이즈 AI 기능을 강화해야 합니다. AI 에이전트가 여러 시장 신호를 동시에 모니터링하고 복잡한 상호 의존성을 분석하며 시나리오를 실시간으로 모델링할 수 있을 때 불확실성은 부채에서 자산으로 전환됩니다.

필요한 작업

신속한 대응이 가능하도록 조직을 재편하세요.

팀 구성, 데이터 아키텍처, 제품 포트폴리오를 포함한 조직 구조를 개편하세요. 조직 구조를 재설계하여 민첩성을 높이고, AI 에이전트를 위한 데이터 제품을 통합하여 모든 수준에서 의사 결정을 개선하고 최적화해야 합니다. AI 에이전트의 성능에 대해 확신이 서면 특정 기회 임계값이 충족될 때 가격을 조정하고, 메시지를 피벗하고, 다양한 제품을 출시할 수 있는 권한을 AI 에이전트에 부여하세요.



트렌드 2

직원들이 더 많은 AI 기능을 원합니다.

AI 혁신의 핵심에는 인식의 간극이 존재합니다.



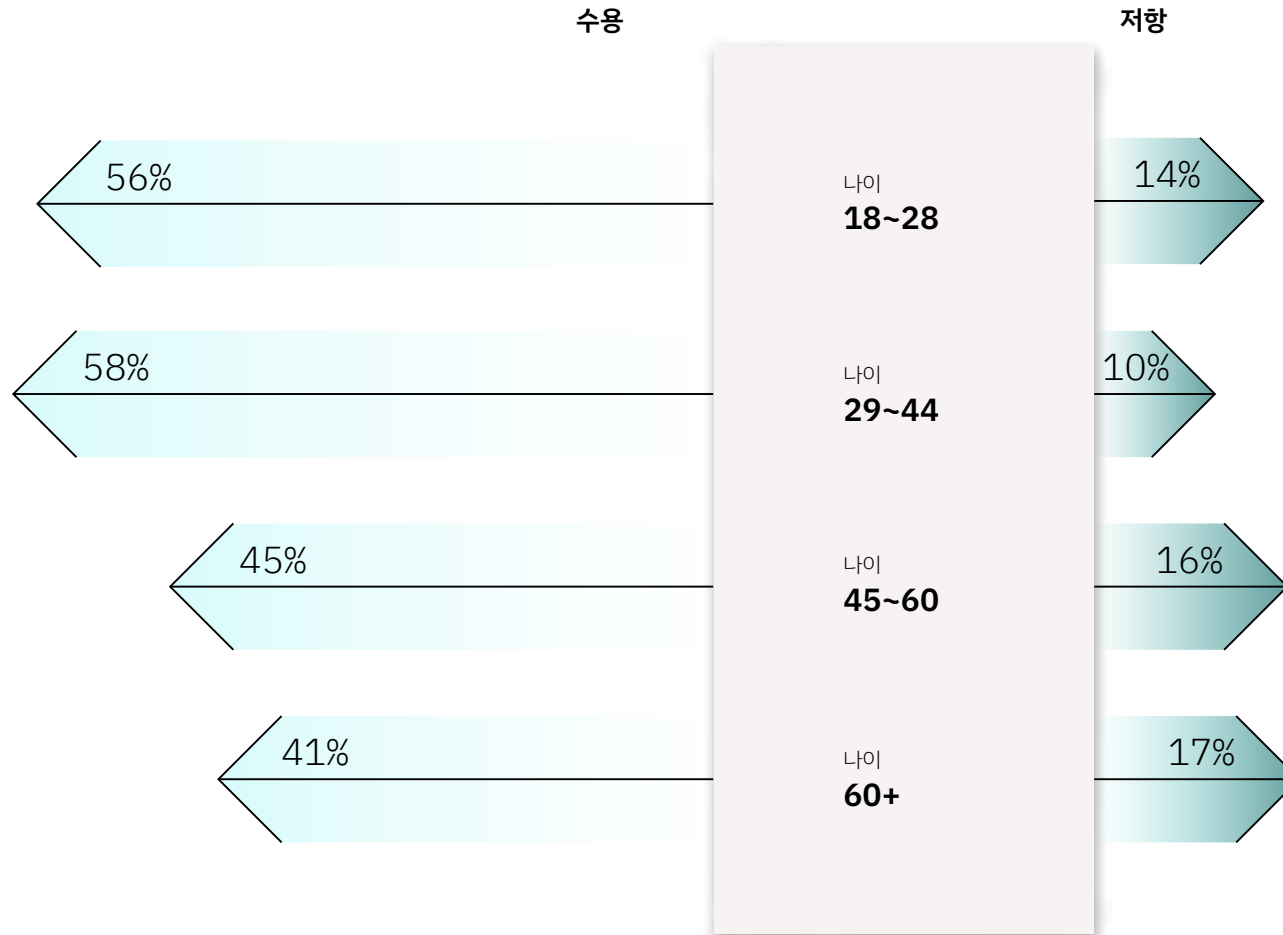
경영진은 혁신 피로에 대해 걱정합니다. 실제로 경영진의 56%는 직원이 지속적으로 변화하는 프로세스와 책임으로 인해 지쳐가고 있다고 말합니다. 하지만 직원은 변화의 속도에 대해서는 덜 우려하고 있습니다. 직원의 77%는 기술이 일상 업무를 변화시키는 속도가 지속 가능한 수준이라고 답했습니다.

AI에 대한 직원의 감정은 부정적이기보다는 긍정적인 편입니다. 2026년에는 AI 초보부터 능숙한 숙련자에 이르기까지 모든 세대에 걸쳐 최소 두 배 이상의 직원이 고용주의 AI 사용 확대에 저항하지 않고 수용할 것으로 예상됩니다. 이는 단순한 용인이 아니라 열정을 의미합니다(그림 4 참조).

그림 4

모든 연령대의 직원이 AI에 열광적입니다.

표시된 백분율은 2026년 고용주의 AI 사용 확대에 대해 다양한 연령대의 직원이 어떻게 반응하는지를 나타냅니다.



참고: 연령대별 비율의 합이 100%가 아닌 이유는 '저항하지도 수용하지도 않음'도 선택되었기 때문입니다.

직원의 48%는 AI 에이전트의 관리에 편안함을 느낄 것이라고 답했습니다.

직원은 이미 AI가 문제 해결, 생산성, 창의성 등 업무의 여러 측면을 개선했다고 말합니다. AI가 기업 문화를 바꾸고 있다고 답한 직원 중 3분의 2(88%)는 이러한 변화가 올바른 방향으로 나아가고 있다고 답했습니다.

많은 직원에게 AI는 적이 아니라 탈출구입니다. 직원의 61%는 AI를 통해 업무가 덜 단조로워지고 더 전략적으로 변했다고 답했습니다. AI는 반복적인 업무에서 벗어나 더 가치 있는 업무에 집중할 시간을 제공합니다. 모든 직원이 동의하는 것은 아니지만, 직원의 63%는 AI 에이전트와 협업할 의사가 있으며, 거의 절반(48%)은 AI 에이전트의 관리에 편안함을 느낄 것이라고 답했습니다. 새로운 기술을 활용하는 방법을 아는 것이 매우 중요해서, 응답자의 56%는 더 나은 교육을 받기 위해 직장을 옮길 용의가 있다고 답했으며, 42%는 급여 삭감도 감수하겠다고 답했습니다.

경영진과 직원의 관점이 일치하는 지점이 바로 여기입니다. 경영진은 2026년 말까지 AI 기반 자동화로 인해 인력의 56%가 재교육이 필요할 것이라고 말합니다.⁶ 하지만 직원에게 가장 필요한 기술은 반드시 기술적인 것만은 아닙니다. 2025년 경영진은 문제 해결과 혁신이 직원이 갖춰야 할 가장 중요한 역량이라고 밝혔는데, 이는 생성형 AI로 인해 향후 3년간 더욱 중요해질 것으로 예상되는 역량과 동일합니다.⁷

AI가 직원의 업무 속도를 높이는 톨에서 혁신과 성장을 지원하는 톨로 진화함에 따라 가장 가치 있는 직원은 AI가 할 수 없는 일, 즉 판단력을 발휘하고 관계를 구축하며, 모호함을 헤쳐 나가고 혁신을 추진하는 일을 맡게 될 것입니다. 실제로 경영진의 82%는 AI를 활용하지 않는 분야에 최고의 인재를 배치하여 경쟁 우위를 확보해야 한다고 답했습니다.

필요한 작업

아직 존재하지 않는 역할에 대한 로드맵을 만드세요.

모든 직원에게 일상 업무 중 AI를 사용하여 증강하거나 자동화할 수 있는 작업과 그렇지 않은 작업을 파악하도록 요청하세요. AI가 의미 있게 개선할 수 없는 작업은 무엇인가요? 이러한 영역이 승부처가 될 것입니다. 이러한 부문에 인재를 집중적으로 배치하고, 새로 생겨나는 역할을 하되, 유연성을 유지하세요. 딱딱한 직무 설명이 아닌 역할 프레임워크를 생성하고, 이사회부터 실무진까지 조직의 AI 리더러시를 지속적으로 구축해야 합니다.



트렌드 3

고객들이 AI에 대한 책임을 묻습니다.

고객의 신뢰가 최고의 통화입니다. 경영진의 95%는 AI에 대한 소비자의 신뢰가 새로운 제품과 서비스의 성공을 좌우할 것이라고 답했습니다. 단순한 영향이 아니라 결정적 요소가 될 것입니다.



그림 5

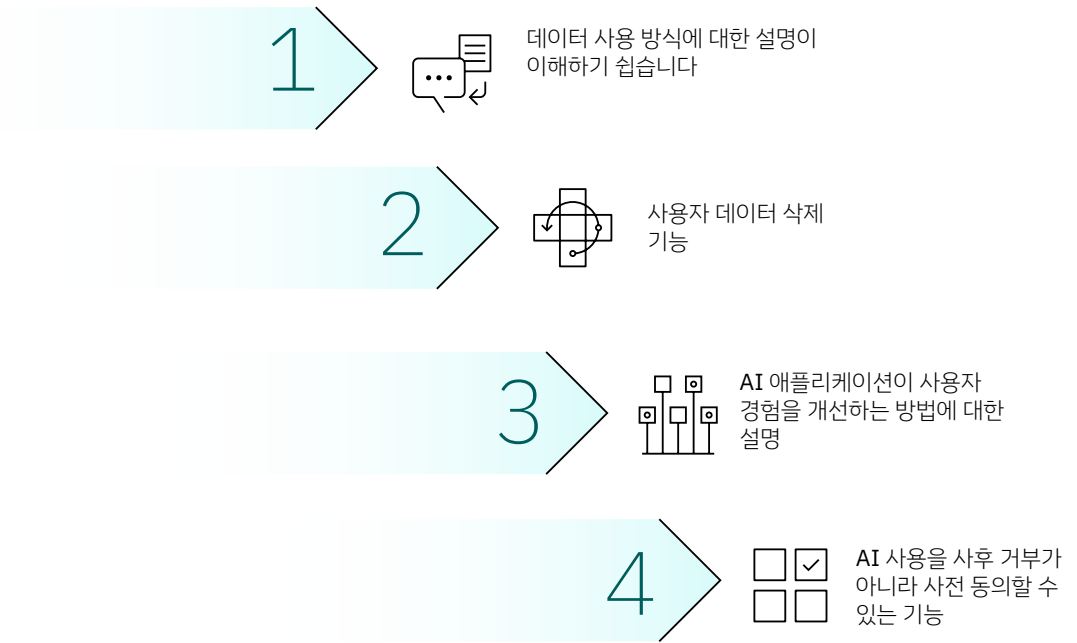
소비자가 AI에서 무엇을 원하나요?

순위는 소비자가 AI 기반 제품 및 서비스를 가장 편안하게 사용하도록 만드는 요인을 반영합니다.

소비자의 89%는 자신이 AI와 상호작용할 때 그러한 사실을 알고 싶다고 답했습니다. 미래의 AI 기반 마켓플레이스에서는 투명성이 핵심이 될 것입니다.

하지만 소비자는 완벽함을 요구하지 않습니다. 실제로 소비자는 소비자 제품 및 서비스에서 AI의 불완전성에 대해 놀라울 정도로 관대합니다. 소비자의 절반 이상(56%)은 최첨단 AI 지원 서비스에 대한 기대가 매우 커서 결함도 수용할 수 있다고 답했습니다. 소비자는 AI가 여전히 학습하고 진화한다는 것을 알고 있습니다. 챗봇이 실수를 연발한다면 고객은 떠날 것입니다. 하지만 추천이 기대에 미치지 못한다면 한 번 더 기회를 줄 것입니다.

하지만 소비자가 예상치 못한 방식으로 기업이 AI 또는 사용자 데이터를 사용하면 이러한 관대함은 사라집니다. 소비자 5명 중 4명은 브랜드가 사용자 경험에 AI가 개입하는 것을 의도적으로 숨긴다면 브랜드를 덜 신뢰할 것이라고 답했습니다. 이 시나리오에서 소비자의 3분의 2는 다른 브랜드로 이동하고, 절반은 그렇게 하기 위해 더 큰 비용을 지불할 의향이 있다고 답했습니다. 소비자는 AI가 완벽할 필요는 없지만, AI 사용에 대한 정보를 알아야 한다는 분명한 메시지를 보내고 있습니다(그림 5 참조).



소비자는 AI가 완벽할 필요는 없지만, AI 사용에 대한 정보를 알기를 원합니다.

아이러니하게도, 고객이 AI 이니셔티브의 안전과 보안에 대해 우려를 표명했다고 답한 조직이 AI를 통해 더 큰 고객 가치를 제공할 가능성이 더 높습니다. 이는 조직이 부정적인 피드백을 차단하지 않고 경청하고 있기 때문입니다. 가장 성공적인 조직의 경영진은 고객 데이터를 사용하는 방식에 대해 투명성을 확보하는 것을 우선시합니다. 또한 AI 사용에 가장 흥미를 보이는 고객을 미리 파악하여 초기 체험에 참여시킵니다.

참여는 단순히 고객 충성도만 높이는 것이 아니라 AI 혁신에 동력을 제공합니다. 가장 긴밀하게 연결된 고객은 더 많은 데이터를 공유하고 AI 기반 혁신에 대한 열렬한 지지자가 되어 경쟁업체가 모방할 수 없는 선순환을 만들어냅니다.

소비자의 3분의 2는 기업이 브랜드 경험에 AI가 참여하는 것을 의도적으로 숨긴다면 브랜드를 바꿀 의향이 있다고 답했습니다.

필요한 작업

고객을 실험 대상이 아닌 실험 파트너로 대하세요.

고객에게 사용자 데이터의 사용뿐만 아니라 사용 방식도 함께 알려주세요. AI 기반 제품 설계 시 초기 단계부터 투명성을 내포해야 합니다. 고객이 의사 결정 방식을 이해할 수 있도록 AI 기반 권장 사항을 추적 가능하게 만드세요. 고객이 데이터 공유 대가로 얻는 가치를 이해하도록 돕고, 최소 규제 요구 사항을 넘어 사용자 친화적인 삭제 및 이동성 옵션을 통해 세분화된 제어 권한을 부여하세요. 가장 열렬한 팬을 초대하여 새로운 AI 기능을 테스트하고 대규모 출시 전에 사용자 경험을 개선할 수 있도록 지원하세요.



트렌드 4

글로벌 AI 복원력을 위해서는 지역 안전망이 필요합니다.

AI 복원력은 중단 없는 접근성에 달려 있습니다.
이는 즉, AI 주권(AI 시스템, 데이터, 인프라를
항상 제어하고 관리할 수 있는 조직의 역량)이
매우 중요한 요소가 되었다는 뜻입니다.



그림 6

위치는 AI 복원력의 핵심입니다.

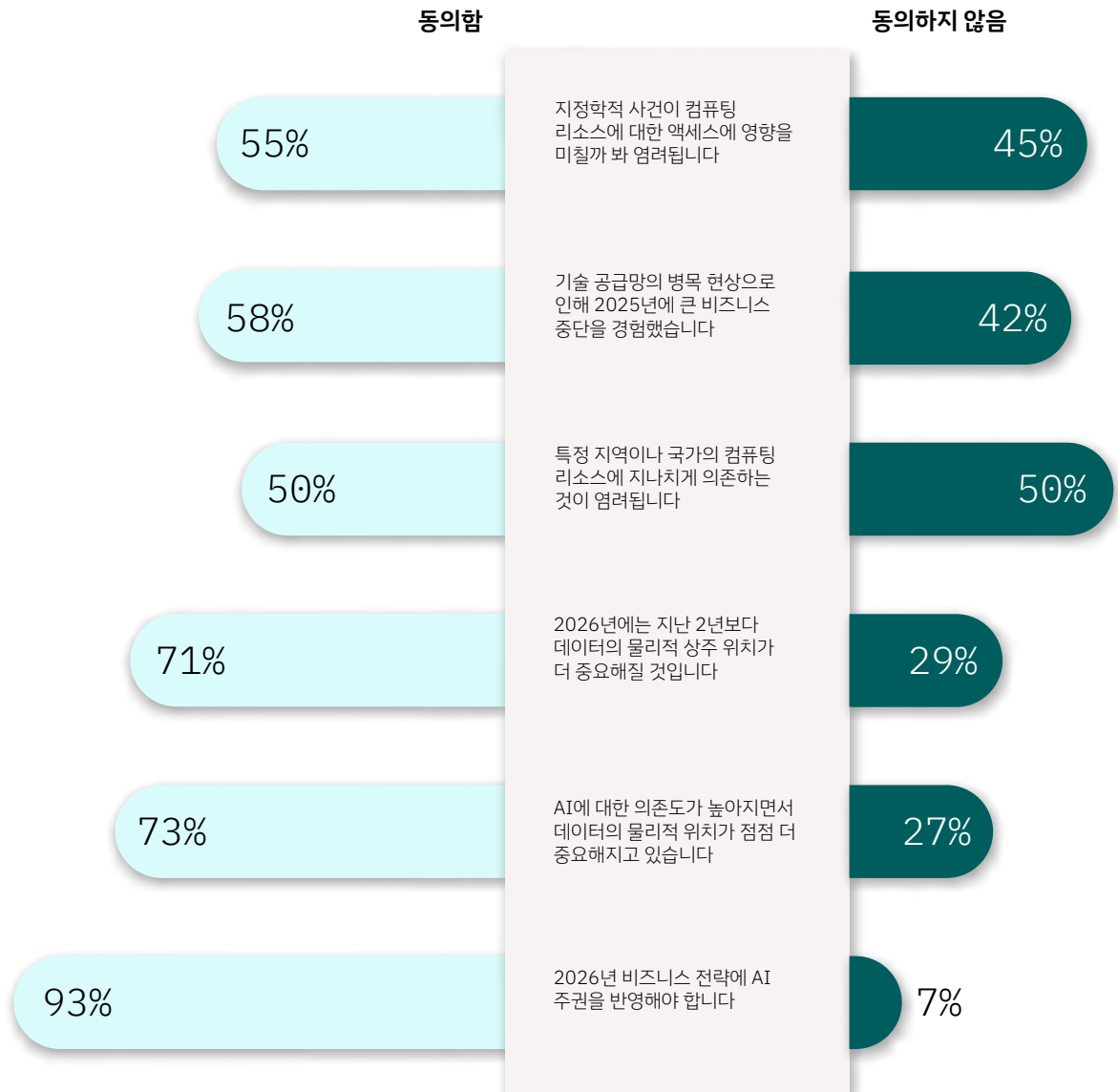
표시된 백분율은 경영진이 조직의 데이터 및 AI 복원력에 대한 진술에 대해 동의하는 비율을 나타냅니다.

비즈니스 연속성을 위해 경영진의 93%는 2026년 비즈니스 전략에 AI 주권을 반영해야 한다고 답했습니다(그림 6 참조).

이는 어떤 모습일까요? 어떤 경우에는 데이터 센터부터 클라우드 아키텍처, 그리고 현지 언어로 학습된 AI 모델에 이르기까지 처음부터 국가 내 AI 역량을 구축하는 것을 의미합니다. 다른 경우에는 AI 에코시스템의 취약점을 파악하고 위험에 처한 기능을 내부로 더 가까이 가져오는 것을 의미합니다.

AI 주권이 없는 조직은 위기가 닥쳤을 때 아주 빠르게 적응하지 못할 수 있습니다. 경영진에게 특정 지역의 컴퓨팅 리소스에 대한 과도한 의존도가 걱정되는지 물었는데, 이름을 밝히지 않은 응답자 중 50%가 동의한다고 답했습니다. 추가 분석에 따르면 이러한 우려를 공유하는 리더는 변동성을 기회로 여길 가능성이 26% 낮습니다.

AI 복원력에 대한 위험은 대다수가 생각하는 것보다 더 깊습니다. 새로운 데이터 규제로 인해 고객 데이터를 국내에 보관해야 하는데, 기업의 AI 모델이 다른 곳에 기반을 둔 인프라에서 학습되고 배포된 경우 어떤 일이 벌어질지 생각해 보세요. 로컬 데이터, AI 모델, 인재가 없으면 특정 운영이 중단될 수 있습니다. 또한 경영진은 데이터 유출, 변화하는 규정에 대한 준수 실패, 데이터 액세스 권한 상실, 지식 재산 도용에 대해 우려하고 있습니다.



AI 주권이란 조직이 AI 시스템, 데이터, 인프라를 항상 제어하고 관리할 수 있는 능력을 말합니다.

또한 AI 복원력은 최신 및 최고의 기술에 대한 지속적인 접근성에 달려 있습니다. 예를 들어 무역 제한으로 인해 최첨단 반도체의 구매 및 판매 방식이 계속 제한됨에 따라 많은 조직이 AI 기능의 확보에 어려움을 겪고 있습니다. 실제로 반도체 구매 조직에 소속된 경영진의 75%는 소수의 반도체 공급업체 풀에 대한 의존도가 주요 전략적 과제라고 답했습니다.⁵ 초기 선두 주자가 압도적인 우위를 점하는 승자 독식 시장에서 조직은 AI 공급망의 일시적인 차질조차도 감당하기가 어렵습니다.

투명성과 신뢰는 AI 복원력에 여전히 필수적입니다. 규제 기관과 소비자 모두 AI 에이전트가 특정 결정에 도달하는 과정을 설명하도록 조직에 요구하기 때문에 조직은 가장 복잡한 아웃풋도 보여줄 수 있도록 에이전트를 설계해야 합니다. 그런 다음에는 데이터 및 모델 드리프트, 즉 실제 패턴의 변화로 인해 AI 결과의 신뢰성이 떨어지는 경우를 관리해야 합니다.

AI 복원력을 달성하려면 조직이 우위를 확보하는 방법에 대해 다르게 생각해야 합니다. 보유한 기술에 집중하는 것이 아니라 모델이 실행되는 위치, 데이터 관리 방식, 글로벌 시스템에 장애가 발생할 때 비즈니스 연속성을 제어하는 주체에 대해 독립적으로 내릴 수 있는 전략적 결정을 평가해야 합니다. 수직적 통합에서 혼돈에 대비한 오케스트레이션으로 사고를 전환하세요. 이것이 복원력을 확보하기 위한 진정한 길입니다.

필요한 작업

AI 안전장치를 강화하세요.

워크로드, 데이터, 에이전트가 신뢰할 수 있는 위치와 제공업체 간에 원활하게 이동할 수 있도록 AI 환경을 설계하세요. 핵심 규정 준수 작업을 자동화하여 신뢰와 투명성을 바탕으로 AI 혁신을 가속화해야 합니다. 모든 모델에 설명 가능성을 초기 단계부터 내재화하여 AI 에이전트가 의사 결정 경로를 문서화하도록 요구해야 합니다. 이를 통해 이해관계자는 단순히 무슨 일이 발생했는지뿐만 아니라 왜 발생했는지도 이해할 수 있습니다. 모델 드리프트가 성능을 저하시거나 편향을 유발하기 전에 이를 탐지하고 해결하는 지속적인 모니터링 시스템을 구현하세요.



트렌드 5

양자 이점을 누리기 위해서는 다수의 힘이 필요합니다.

양자 컴퓨팅은 희망 사항을 훨씬 넘어섰습니다.
최근 연구에 따르면 양자 이점은 2026년 말경에
나타날 가능성이 높습니다.



양자 이점은 컴퓨터가 정확도, 런타임 또는 비용 요구 사항 측면에서 기존 방식이나 리소스와 비교하여 입증 가능한 개선을 통해 문제에 대한 해결책을 제공할 수 있는 시점을 의미합니다. 하지만 주의할 사항이 있습니다. 즉 대규모로 운영할 경우 양자 컴퓨팅은 단일 조직이 현실적으로 유지할 수 없는 리소스를 요구합니다. 이를 위해서는 더 많은 컴퓨팅 성능, 더 풍부한 데이터 세트, 더 깊은 전문 지식이 필요합니다. 간단히 말해, 하나 또는 여러 개의 에코시스템이 필요할 수 있습니다.

증가하는 에너지 수요를 충족하기 위해 차세대 배터리 스토리지를 설계해야 하는 도전 과제를 생각해 보세요. 양자 컴퓨터는 전례 없는 규모로 분자 상호작용을 시뮬레이션할 수 있지만, 현실적인 혁신을 설계하려면 연구 기관의 방대한 화학 데이터베이스, 제조업체의 실제 성능 데이터, 자동차 또는 전자 제품 파트너의 애플리케이션 인사이트가 필요합니다. 양자 프로세서가 에너지 에코시스템 전반의 데이터베이스를 활용할 수 있게 되면 검색 속도가 빨라지는 것뿐만 아니라 완전히 새로운 종류의 자료를 발견할 수 있습니다.

또한 급변하는 금융 시장에서 앞서 나가야 하는 과제도 있습니다. 거래소의 실시간 데이터, 중앙은행의 경제 지표, 뉴스 제공업체의 감정 분석을 결합한 양자 컴퓨터는 은행이 거래 프로세스를 가속화하도록 지원할 수 있습니다. 에코시스템 데이터를 통해 숨겨진 가격 신호를 발견하고 더 나은 베팅 정보를 제공하며 마이크로초 단위까지 활동을 최적화할 수 있습니다.

양자 기술 도입에 가장 앞서 있는 조직은 이미 중요한 신호를 포착했습니다. 즉 IBM 양자 준비도 지수의 상위 10%에 해당하는 양자 준비 조직(QRO)은 하위 그룹보다 여러 에코시스템에 참여하고 있을 확률이 3배 더 높습니다.⁸

양자 이점을 향한 조직의 진척도와 상관없이 에코시스템 통합은 규모 확대 효과를 가속화합니다. 경영진의 79%는 에코시스템 파트너가 기술 도입을 촉진한다고 답했으며, 77%는 이러한 파트너로부터 얻은 데이터가 비즈니스 성과를 개선한다고 답했습니다(그림 7 참조).

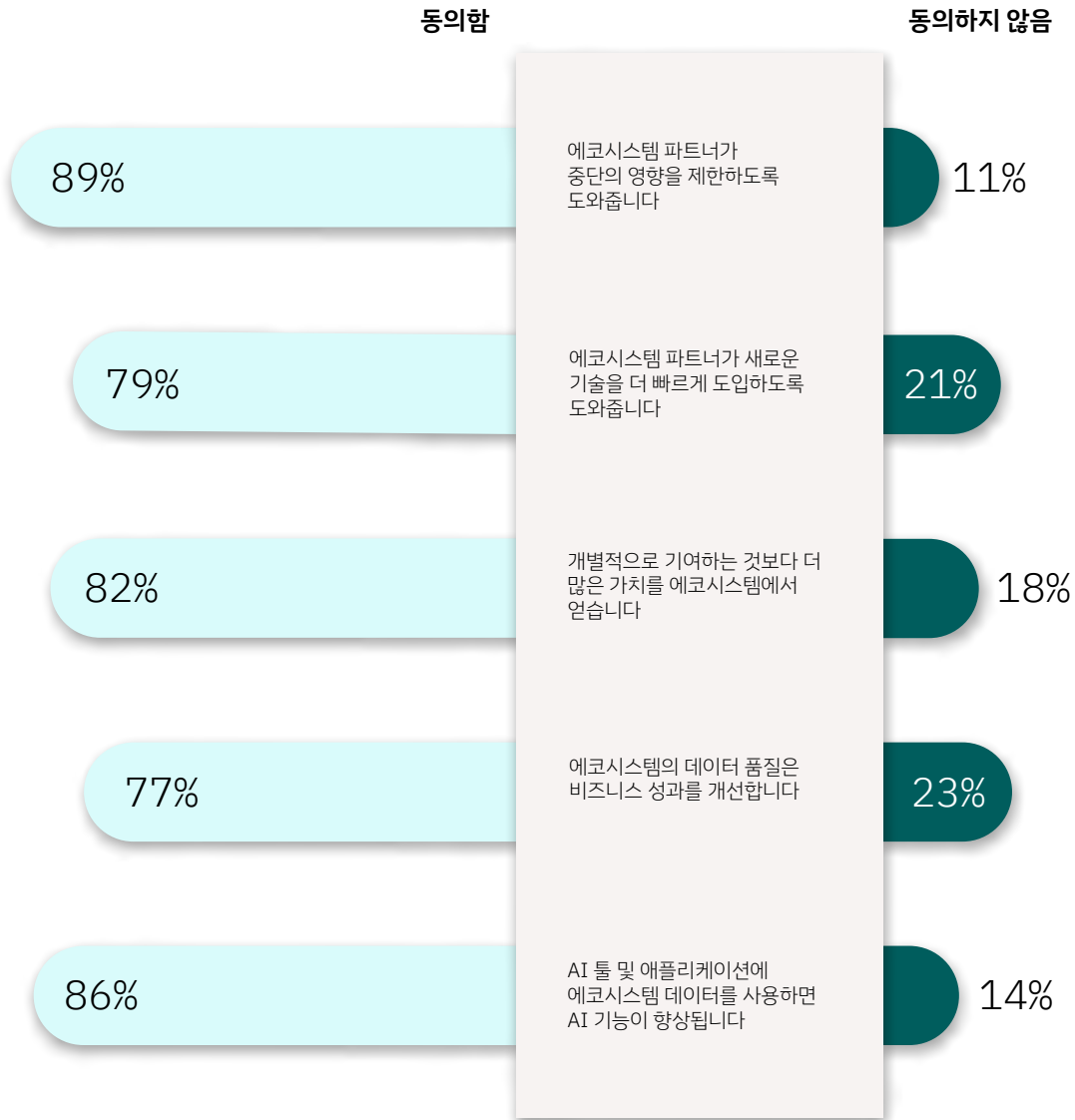
각 비즈니스 요구 사항에 맞는 적절한 데이터와 컴퓨팅 성능을 활용하는 조직은 차원이 다른 정밀도로 운영할 수 있습니다. 이는 점진적 이익과 시장을 형성하는 혁신 간의 차이를 만듭니다. 오늘날 최고의 에코시스템 연합을 구성하는 기업은 단순히 경쟁에서 승리하는 것만이 아니라 양자 시대를 선도하는 기업으로 자리매김하고 있습니다.



그림 7

에코시스템은 더 큰 민첩성과 혁신을 지원합니다.

표시된 백분율은 경영진이 에코시스템 파트너십에 대한 진술에 대해 동의하는 비율을 나타냅니다.



필요한 작업

다음에 찾아올 큰 혁신에 대비하세요.

양자를 포함한 새로운 기술을 통해 성과를 거둘 큰 기회를 파악하고, 혁신을 위한 파트너십을 통해 비용을 공유하고 위험을 줄이며 학습 속도를 높이세요. 개방적이고 신뢰도가 높으며 협력적인 혁신가이자 상호 보완적인 데이터와 기능을 갖춘 파트너를 우선으로 고려하세요. 에코시스템 데이터로 AI 에이전트를 학습시켜 보다 비용 효율적이고 필요에 따라 쉽게 업데이트할 수 있어야 합니다.

연구 방법론

IBM 기업가치연구소(IBV)는 2026년 비즈니스 환경을 형성할 주요 트렌드를 조사하기 위해 두 가지 관점의 접근 방식을 기반으로 연구를 진행했습니다. 이 연구는 고위 경영진과 전 세계 소비자 및 직원을 대상으로 두 차례의 대규모 설문조사를 실시하여 정량적 데이터를 수집했습니다.

경영진 설문조사 및 표본 구성

Phronesis와의 협력을 통해 20개 주요 산업 분야의 대기업 규모 조직에서 근무하는 최고 경영진 1,028명을 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 표본 프레임은 포괄적인 산업 간 관점을 보장하기 위해 설계되었으며, 은행(11%), 정부(11%), 그리고 통합 소비자 부문(소매업 6%, 소비재 5%)이 상당한 비중을 차지합니다. 기타 주요 부문으로는 보험(6%), 통신(6%), 에너지 및 유틸리티(6%), 자동차(7%), 석유(5%) 등이 포함되었습니다.

응답자 풀은 전략적, 조직적 차원의 관점을 제공하기 위해 고위 경영진으로 구성되었습니다. 표본에는 주요 역할의 균형 잡힌 분포를 위해 최고 경영자(12%), 최고 재무 책임자(13%), 최고 정보 책임자(12%), 최고 인사 책임자(12%), 최고 공급망 책임자(11%), 그리고 최고 기술 책임자(10%), 최고 마케팅 책임자(10%), 최고 운영 책임자(10%), 최고 데이터 책임자(10%)를 포함한 기타 최고 경영진이 포함되었습니다. 설문조사에 참여한 조직은 상당한 규모를 자랑했으며, 연간 매출 중간값이 약 92억 달러에 달해 해당 연구 결과가 대기업의 우선순위와 과제를 반영하고 있음을 보여줍니다.

소비자 설문조사 및 표본 인구통계

경영진의 관점을 보완하기 위해 Suzy와 협력하여 8,500명의 소비자도 조사했습니다. 이 표본은 전일제 근로자만으로 구성되어, 포착된 관점이 현재 및 미래 인력에 직접적으로 관련되도록 보장하였습니다. 이 코호트는 다양한 연령대의 개인으로 구성되었으며, 18~28세, 29~44세, 45~60세, 60세 이상 그룹으로 균등하게 분포되었습니다. 특히, 조사 대상자는 인공 지능에 대해 매우 높은 수준의 지식을 보유하고 있었습니다. 응답자의 71%가 AI의 작동 방식에 대해 기본적인 내용부터 깊이 있는 부문까지 높은 이해도를 갖추었다고 답했으며, 9%는 자신을 AI 전문가로 지칭했습니다. 이는 소비자 데이터가 비즈니스와 사회에서 AI의 역할에 대한 정보에 기반한 의견을 반영함을 나타냅니다.

분석 접근 방식

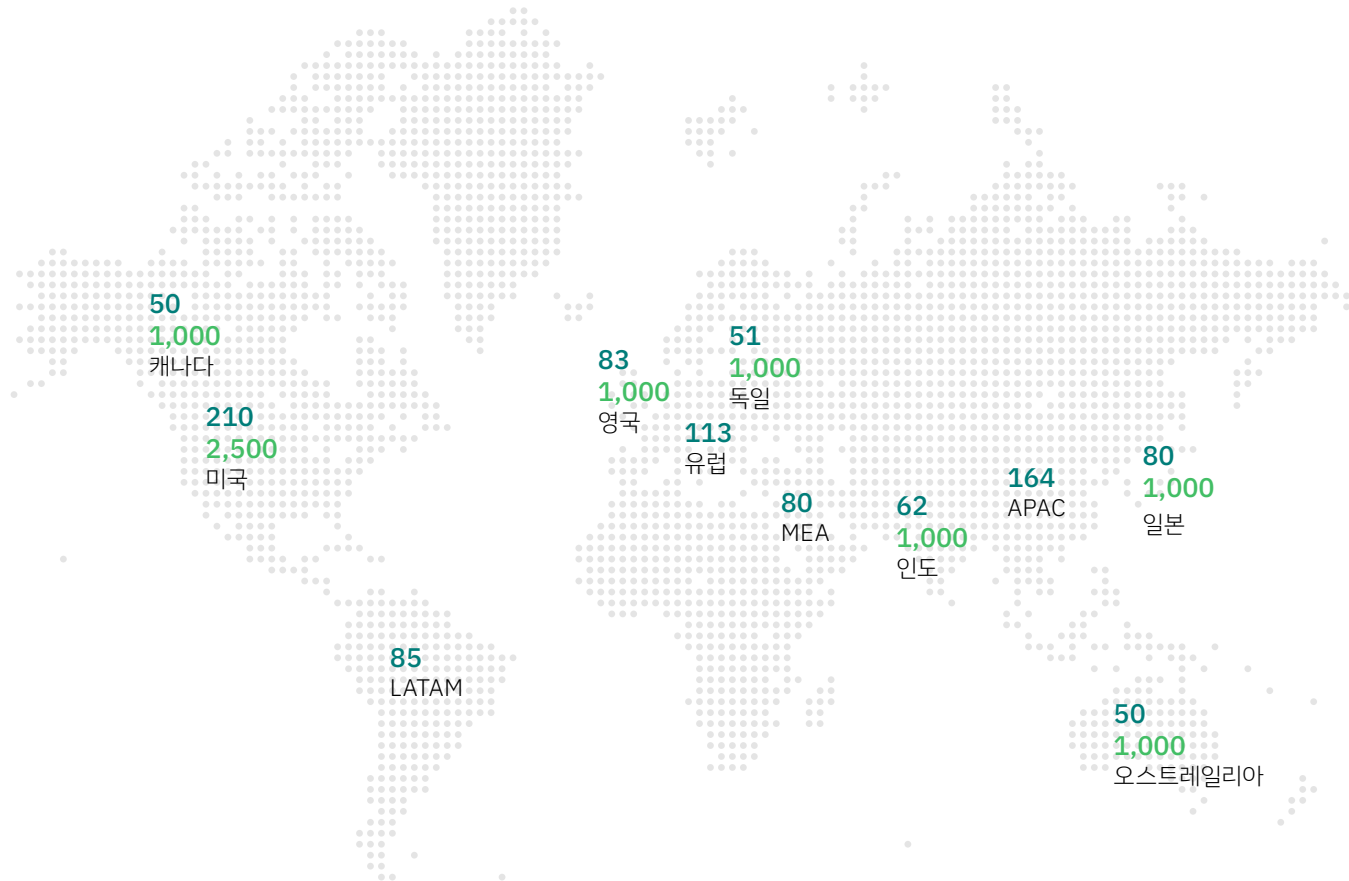
분석은 두 가지 주요 단계로 진행되었습니다. 첫 번째 단계에서는 빈도 분석과 인구통계학적 세분화를 포함한 기술 통계(descriptive statistics)를 활용하여 주요 트렌드를 파악하고, 두 집단의 데이터에 대한 기초적인 이해를 확립했습니다.

두 번째 단계에서는 경영진 데이터를 대상으로 일련의 회귀 분석을 수행하여 다양한 전략적 전망에 영향을 미치는 요인을 규명했습니다. 특히 주목할 만한 점은 2026년에 경제 및 지정학적 변동성이 새로운 비즈니스 기회를 창출할 것이라는 믿음에 대한 주요 예측 요인을 파악하기 위해 고안된 모델입니다.⁹ 이 분석은 기회주의적 입장의 가장 중요한 요인을 분리함으로써 단순한 상관관계를 넘어 경영진의 관점에 미치는 영향을 정량화했습니다.

글로벌 대표성

표시된 숫자는 각 지역에서 설문조사에 참여한 경영진 및 직원/소비자의 수를 나타냅니다.

경영진
직원/소비자



IBM 기업가치연구소(IBV)

IBM 기업가치연구소(IBV)는 20년 동안 IBM의 사고 리더십을 이끄는 싱크탱크 역할을 해왔습니다. 연구를 기반으로 하고 기술에 정통한 전략적 인사이트를 제공하여 리더가 더욱 현명한 비즈니스 결정을 내릴 수 있도록 돕는데 열정을 쏟고 있습니다. 비즈니스, 기술, 사회의 독특한 교차점에서 매년 수천 명의 경영진, 소비자, 전문가를 대상으로 설문조사, 인터뷰, 소통을 진행해 이들의 관점을 종합하여 신뢰할 수 있고 영감을 주며 실행 가능한 인사이트를 제공합니다. 최신 소식을 받아보려면 ibm.com/kr-ko/ibv에서 IBV 이메일 뉴스레터를 신청하세요. LinkedIn([ibm.co/ibv-linked-in](https://www.linkedin.com/company/ibm-co/ibv-linked-in))에서도 최신 소식을 확인할 수 있습니다.

변화하는 세상에 적합한 파트너

IBM은 고객과 협력하여 비즈니스 인사이트, 첨단 연구, 기술을 결합하고, 이를 바탕으로 오늘날의 급변하는 환경에서 고객에게 탁월한 경쟁력을 제공합니다.

Research Insights 소개

Research Insights는 중요한 공공 및 민간 부문 이슈에 대해 사실에 기반한 전략적 인사이트를 비즈니스 경영진에게 제공합니다. 해당 인사이트는 자체 주요 연구 조사 분석 결과를 기반으로 합니다. 자세한 내용은 IBM 기업가치연구소(IBM)(ibv@us.ibm.com)로 문의하시기 바랍니다.

관련 보고서

2025년 CEO 연구: 비즈니스 성장을
촉진하기 위한 다섯 가지 사고 전환.
IBM 기업가치연구소(IBM). 2025년 5월.
<https://ibm.co/ceo-2025>

AI ROI 문제 해결하기: 최고 AI 책임자가 복잡성을
해소하여 새로운 가치 창출 경로를 만드는 방법.
IBM 기업가치연구소(IBM). 2025년 7월.
<https://ibm.biz/chief-ai-officer>

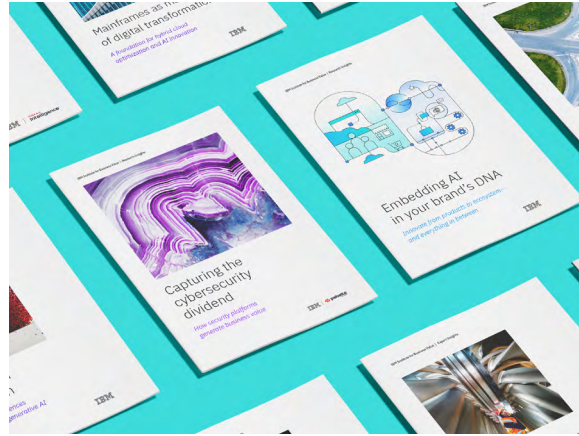
2025년 최고 데이터 책임자 연구. AI 승수 효과:
의사 결정에 필요한 데이터를 활용한 성장 가속화.
IBM 기업가치연구소(IBM), 2025년 11월.
<https://ibm.biz/2025-cdo>

기고자

Francesco Brenna, Neil Dhar, Joe Dittmar, Keita Fujimori, Heather Higgins, Salima Lin, Jamie Mackenzie, Oscar Gonzalez Nogueira, Nick Otto, Krishna Ramos Souza de Queiroz, Jennifer Quinlan, Caroline Roche, David Trager, Helle Valentin, Kush Varshney, Sebastian Weir

IBM IBV

Sara Aboulhosn, Tessa D'Agosta, Angela Finley, Tegan Jones, Heba Nashaat, Christopher Nowak, Veena Pureswaran, Andrew Womack



IdeaWatch 뉴스레터 구독하기

매달 최고의 인사이트를 간편하게 받아보세요.

Source Global Research에서 2년 연속 사고 리더십 우수성 1위로 선정된 IBM 기업가치연구소(IBV)에서 제공합니다.

연구에 기반한 사고 리더십 인사이트, 데이터, 분석을 통해 보다 현명한 비즈니스 의사 결정을 내리고 정보에 입각한 기술 투자를 진행할 수 있습니다.

지금 구독하기: ibm.co/ideawatch



참고 문헌 및 출처

- 1 Goyal, Manish, Federico Torreti, Francesco Brenna, Shobhit Varshney, Anant Patel, Karen Butner. 에이전틱 AI의 전략적 상승: 점진적 이익에서 완전히 새로운 영향력 발휘로의 운영 전환. IBM 기업가치연구소(IBV), 2025년 10월 10일. <https://ibm.biz/agent-ai-ops>
- 2 Ibid.
- 3 2025년 최고 데이터 책임자 연구. AI 승수 효과: 의사 결정에 필요한 데이터를 활용한 성장 가속화. IBM 기업가치연구소(IBV), 2025년 11월 12일. <https://ibm.biz/2025-cdo>
- 4 Goyal, Manish, Federico Torreti, Francesco Brenna, Shobhit Varshney, Anant Patel, Karen Butner. 에이전틱 AI의 전략적 상승: 점진적 이익에서 완전히 새로운 영향력 발휘로의 운영 전환. 미공개 데이터. IBM 기업가치연구소(IBV), 2025년 10월 10일. <https://ibm.biz/agent-ai-ops>
- 5 Ahola, Rami, Pushkar Apte, Stephen Pierce, Noriko Suzuki. 실리콘 경쟁에서 승리하기: AI 우위를 점하기 위한 세 가지 전략. IBM 기업가치연구소(IBV)와 SEMI. 2025년 10월 7일. <https://ibm.biz/semiconductors-ai-race>
- 6 Goyal, Manish, Federico Torreti, Francesco Brenna, Shobhit Varshney, Anant Patel, Karen Butner. 에이전틱 AI의 전략적 상승: 점진적 이익에서 완전히 새로운 영향력 발휘로의 운영 전환. IBM 기업가치연구소(IBV), 2025년 10월 10일. <https://ibm.biz/agent-ai-ops>
- 7 경영진 2,690명이 제공한 미공개 데이터. IBM 기업가치연구소(IBV). 2025년.
- 8 Higgins, Heather, Petra Floorizone, Veena Pureswaran. 2025년 양자 준비도 지수. 양자 시대 도래: 우위를 점하기 위한 경쟁을 구성하는 5가지 현실. 2025년 12월 게시 예정.
- 9 다항 로지스틱 회귀 모델은 통계적으로 유의미하며(확률비 카이제곱 = 87.9), $df=3$, $p < .001$), 예측 변수가 없는 모델보다 더 나은 적합도를 제공합니다. 이 모델은 7.4~12%의 전망 분산(유사 R-제곱)을 설명합니다.



© Copyright IBM Corporation 2025

IBM Corporation
New Orchard Road
Armonk, NY 10504

미국에서 제작 | 2025년 12월

IBM, IBM 로고, ibm.com 및 Watson은 전 세계 여러 관할 구역에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 다른 회사의 상표일 수 있습니다. 최신 IBM 상표 목록은 [ibm.com/kr-ko/legal/copytrade.shtml](https://www.ibm.com/kr-ko/legal/copytrade.shtml)의 '저작권 및 상표 정보'에서 확인하세요.

이 문서는 최초 발행일을 기준으로 최신 상태로 업데이트된 문서로, 내용은 언제든지 IBM에 의해 변경될 수 있습니다. IBM이 현재 영업 중인 모든 국가에서 모든 제품이 제공되는 것은 아닙니다.

본 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성, 비침해성 보증 또는 조건을 포함하여 명시적 또는 묵시적 보증 없이 '있는 그대로' 제공됩니다. 제품 제공 시의 계약 조건에 따라 해당 IBM 제품을 보증합니다.

본 보고서는 일반적인 지침 제공용으로 자세한 연구나 전문적인 판단을 대신할 수 없습니다. IBM은 본 출판물에 의존해 조직이나 개인이 입은 어떠한 손실에 대해서도 책임지지 않습니다.

