



COVID-19 이후 '넥스트 노멀'을 대비하기 위한 데이터 중심 비즈니스 전략

데이터 중심 조직으로 변화하라

채수완 이사 | 딜로이트 안진회계법인

햇반 vs. 밥술 그리고 변화하는 세상

세상의 트렌드를 읽는 눈을 기르지 않으면 도태
되기 쉽다.

한동안 햇반의 광고 카피가 눈길을 사로잡았다. 햇반은 '밥하지 않는 집, 밥보다 더 맛있는 밥'이라는 광고 문구로 대중에게 어필하는 마케팅 전략을 구사했다. 광고는 젊은층, 특히 맞벌이하는 가정에 제대로 들어 맞았다. 2019년 햇반은 무려 4억 5,500만개가 팔렸고, 전년 대비 15% 매출 신장을 기록했다.¹ 비상식량이라는 인식에서 안전하고 편안한 일상식량으로 이미지를 개선한 덕분이었다. 과거에는 밥을 하지 않는다는 것은 상상하기 힘든 일이었다. 점심은 그렇다 쳐도 아침이나 저녁도 저녁은 집에서 밥술에 밥을 지어야만 했다. 집마다 저녁이면 밥술에서 모락모락 뜨거운 김이 피어올랐다. 그러나 이제는 밥을 하지 말라고 한다. 더 맛있는 밥을 쉽게 먹을 수 있게 됐다고 주장한다. 햇반은 이제 밥술 제조 업체의 매출을 위협하는 존재가 됐다. 쿠키의 경쟁사는 쿠키가 아니라 햇반이라 해도 과언이 아니다. 그만큼 세상은 변하고 있고, 시시각각 변하는 세상의 트

렌드를 읽는 눈을 기르지 않으면 도태되기 쉽다.

밥을 먹는다는 것 자체에 대한 트렌드를 읽으려면 어떻게 해야 할까? 단순히 제품 매출 추이만 분석한다고 해결될까? 외부의 다른 변수도 함께 읽어야 한다. 외식 트렌드도 읽어야 하고 COVID-19로 인한 식소비 변화 트렌드도 읽어야 한다. 간편식 매출과 함께 도정된 쌀의 판매량도 분석해야 한다. CJ제일제당의 '코로나19 이슈에 따른 식소비 변화에 대한 조사'에 따르면 COVID-19를 겪으면서 내식(內食) 비중이 전년 대비 23.5%p 증가한 83%를 기록할 정도로 식생활 문화가 바뀌고 있다.² 그러다 보니 간편하게 조리할 수 있는 제품의 선호도가 높아질 수밖에 없을 것이다. 이렇듯 지속적인 조사와 데이터 분석을 통해 영업전략, 생산계획, 투자전략 등을 합리적으로 세울 수 있다. 변화하는 세상을 읽기 위한 눈을 갖기 위해 데이터 분석이 중요하고, 그러한 노력을 통해 밥을 먹는다는 의미가 어떻게 변하는지 통찰력을 얻을 수 있기 때문이다.

밥을 만들어 팔기 위해서는 단순히 단가만 고려해서는 안된다. 수요와 공급을 분석하는 것도 필요하지만, 날씨나 물류와 같은 외부 변수도 밥을 판매하

1 뉴스1, 국민 즉석밥 '햇반' 누적 매출 3조 달성...쌀 400만 가마 팔렸다, 2020.01.27

2 CJ제일제당 홈페이지, CJ제일제당 "올해 가정간편식 키워드는 가시비·4th Meal·BFY", 2020.04.02

는데 중요한 변수로 작용하게 마련이다. 특히나 최근 COVID-19로 인해 외식이 줄어들고 집에서 생활하는 것이 일상화된 상황에서는 다양한 관점에서 전략을 수립하는 지혜가 필요하다. 집에 있는 시간이 늘어나면서 간편식뿐만 아니라 인테리어 업체들의 매출이 급상승하는 것도 변화하는 세상의 특징을 잘 나타낸다. 이처럼 생산과 마케팅을 뛰어넘는 종합적인 사고 없이는 제대로 된 전략이 나올 수 없는 이유이기도 하다.

햇반이 밥술 제조회사와 경쟁하듯이 점차 산업의 경계가 모호해지는데, 그 중심에는 디지털 기술이 자리잡고 있다. 다시 말하면, 디지털 기술은 비즈니스의 변화를 꾀할 수 있게 하는 도구가 될 수도 있고, 가치를 불어넣어 활력을 줄 수도 있다. 미래 시대 경쟁력의 원천은 변화에 적응하고 디지털 원료를 가공하고 활용해서 비즈니스를 풍부하게 만드는 데서 나올 수 있다.

COVID-19 이후를 대비하라

합리적인 의사결정은 조직의 운명을 가를 수 있는 리더의 중요한 덕목이다.

1970년 4월 11일 미국은 세번째로 달에 착륙할 계획으로 플로리다 케네디 우주센터에서 아폴로 13호를 발사했다. 그러나 발사 이틀 후인 4월 13일 지구로부터 321,860km 떨어진 지점에서 우주선의 산소 탱크 중 하나가 폭발했고 이 때부터 미항공우주국(NASA)은 승무원들을 지구로 귀환시키기 위한 위기 대응에 돌입했다. 승무원들의 무사귀환을 위해서는 무엇을 중지하고 무엇을 다시 작동시켜야 우주선 전원을 다시 켤 수 있을지, 부족한 산소 공급은 어떻게 할지와 같은 수백 가지 의사결정이 필요했다. 이러한 위기 상황에서 어떤 결정을 내려야 하는지는 조직을 이끌어 가는 리더에게는 숙명과도 같다. 명확한 문제의 진단과 각종 정보를 면밀히 분석한 결과에 기반한 합리적인 의사결정은 조직의 운명을 가를 수 있는 리더의 중요한 덕목이다. COVID-19를 겪으면서 앞으로 닥쳐 올 수 많은 위기 상황을 대비하고 시의 적절한 대응을 위해 '리스크 관

리' 역량을 강화하는 것이 상당히 중요해졌다.

COVID-19라는 미증유의 글로벌 위기 상황을 겪으면서 더 이상 과거로의 회귀가 불가능한 상황에 직면하고 있다. 이제는 새롭게 맞이하는 세상에 적응해야 하는 상황이다. 위기는 조직의 규모와, 기술 수준, 재무적 상황과 상관없이 예측할 수 없을 정도로 휘몰아치고 있으며, 글로벌 불확실성은 나날이 증대되고 있는 것이 현실이다.

COVID-19로 인해 전 세계적으로 수요가 급감하면서 국가·지역·산업에 상관없이 생산이 감소하고 성장이 둔화하고 있다. 이제는 성장을 위한 경쟁보다 생존을 위한 혁신이 더욱 중요해진 것이다. 이러한 상황에서는 더욱더 리스크 관리를 강화하고 혁신을 이루어야만 한다. 최근 COVID-19가 디지털 전환(Digital Transformation)의 촉매제 역할을 하고 있다. COVID-19로 인한 언택트(Un-tact)가 소비와 생산, 업무방식, 협업 등 많은 부분에 영향을 미치면서 디지털 전환은 더 이상 선택의 문제가 아닌 생존을 위한 필수 전략으로 자리잡았다. 이러한 이유로 많은 기업들이 COVID-19 이후 상황을 대비하기 위한 투자이자 생존 전략으로 기업 전반에 걸쳐 디지털 혁신을 꾀하고 있다.

COVID-19에서 회복하기까지는 꽤 오랜 시간이 걸릴지 모른다. 어쩌면 이렇게 변화된 환경이 고착화될지도 모르며, 이대로라면 경제는 동력을 잃고 추락하는 비행기와 같은 처지로 전락할 수도 있다. 그러나 이러한 상황을 냅을 놓고 만 볼 일이 아니다. 적극적으로 혁신한다면 COVID-19를 극복한 이후에 더 큰 성장을 기대할 수 있을 것이다.

새로운 질서, 환경에 적응하기 위한 노력

불확실한 미래를 예측하기 위한 노력이 끊임없이 전개될 것이다.

COVID-19로 인해 글로벌 실물 경기는 위축되고, 경제·사회·문화 구조가 일시에 대격변을 겪게 되면서 기존의 질서는 무너지고 새로운 질서로 재편되고 있다.



COVID-19가 장기화하면서 우리의 일상을 무너뜨리는 것을 넘어서 비즈니스 환경까지 위축시키고 있다. 우리나라와 같이 수출 중심의 경제에는 큰 타격이 아닐 수 없다. 이러한 급격한 변화에는 새로운 질서에 빠르게 적응하는 것이 매우 중요하다. 국내외를 막론하고 경영환경의 악화로 인해 많은 기업들이 위기를 겪고 있다. 이러한 위기 국면에서는 민첩하고 기민하게 상황에 대응하는 지혜가 필요하다.

최근 글로벌 기업들은 COVID-19 위기를 겪으면서 데이터를 비즈니스 무기로 삼고자 노력하고 있다. 데이터를 원재료 삼아 비즈니스를 하는 에어비앤비, 우버, 구글과 같은 기업도 있지만 디지털 네이티브를 강화하여 원가를 혁신하고 경쟁력을 강화하는 월마트와 같은 기업도 있다. 클라우드 환경으로 전환하면서 IT 비용을 절감하는 기업도 있는 반면, 데이터 분석 역량을 키우기 위해 투자를 확대하는 기업들도 늘고 있다. 어느 것이 옳은 선택이냐가 중요한 것이 아니라, 기업 경쟁력의 원천이 데이터가 되고 있음을 주지해야 할 필요가 있다.

COVID-19로 인해 앞으로 기업들이 관리해야 할 중

요한 부분 중 하나가 유동성 리스크다. 자금경색, 자금 조달 실패와 같은 유동성 위기에 대비하기 위해 안정적인 자금운용과 더불어, 면밀한 자금조달 계획을 통한 유동성 관리가 매우 중요하다. 또한, 유동성 위기에 대비하는 방법 중 하나가 고비용 구조 혁신이다. 고정비용을 줄이고 변동비용에 유연하게 대응하려면 관련된 데이터를 수집하고 분석하는 역량이 필요하다. 비용 구조 분석을 통해 불필요한 지출을 최소화하고 예산을 효율적으로 관리할 수 있기 때문이다. 그리고 분석을 통해 어느 부분에서 긴축 경영을 해야 하는지 알 수 있다. 그러나 만일 경쟁사들이 수시로 매출현황이나 비용지출 현황을 들여다 보고 대응책을 모색하는 데에 비해, 데이터도 확보가 안되어 있거나 데이터가 있어도 분석 역량이 없다면 비효율적인 의사결정으로 인해 경쟁에서 뒤쳐질 수 밖에 없을 것이다.

위기 상황에서는 자금 유동성을 비롯해 각종 경영상 리스크를 철저히 모니터링하는 것이 필요한데 이를 위해서는 기업 운영 현황을 매일 확인해 볼 수 있는 시스템이 갖춰져야 한다. 더불어 시시각각 변화하는 비즈니스 상황을 상시모니터링 할 수 있는 역량이 필요하

다. 리스크는 대비하는 것도 중요하지만 적시에 인지해서 대응하는 것도 매우 중요하기 때문이다. 최근 많은 기업들이 리스크 관리를 위해 데이터 애널리틱스를 활용한 '상시 모니터링 시스템'을 적극 도입하려고 하는 이유도 여기에 있다. 따라서 불확실성이 높은 상황에서는 가시성이 높은 경영 전략이 필요하다. 기업에 산재된 빅데이터를 관리하기 위해 인프라를 개선하는 것을 넘어 분석 역량을 키우고 마치 원유처럼 활용하며 통찰력을 얻고자 하는 노력이 필요한 시점이다.

COVID-19로 인해 언택트(Un-tact)와 온택트(On-tact)라는 신조어가 생겨났다. 이웃과 더불어 사는 것을 미덕으로 삼는 우리 민족과는 어찌 보면 어울리지 않는 말이기도 하다. 그러나 어찌겠는가? COVID-19 바이러스가 일시적으로 세상을 멈추게 할 수는 있어도 영원히 집어삼키지는 못할 것이다. 인간은 이러한 위기를 극복하기 위해 끊임 없이 노력할 것이고, 그 일환으로 비대면 일상과 비즈니스가 새로운 질서가 되어가는 과정이 아닐까 생각된다.

언택트가 일상이 되는 시대가 되면서 일하는 방식도 기존과는 많은 변화가 예상된다. 비대면 업무가 가능한 영역은 가상현실(VR) 기술이나 인공지능을 활용한 방식으로 급속한 변화가 예상된다. 이는 기업의 영업활동과 운영 방식에도 매우 큰 변화의 바람이 몰아칠 것이라는 예상을 가능케 한다. 기존의 조직문화와 일하는 방식은 더 이상 유효하지 않을 수 있다. 많은 사람이 모이는 일은 특별한 경우를 제외하고는 현저히 줄어들 것이고, 온라인을 통한 회의와 협업이 많아질 것이다. 앞으로는 비대면 업무가 많아지면서 대면으로 가능했던 출력된 문서 기반 업무나 자료 전달보다 시스템을 통한 비대면 업무가 주를 이루게 될 것이다. 그렇다 보니 대부분의 업무는 데이터로 저장하고 이를 기반으로 의사결정을 하며, 정보 교환을 통해 협업이 이루어지게 될 것이다.

근무 환경의 변화도 예상된다. 생산시설도 상당 부분 '자동화'될 것이다. 또한, 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 기술을 활용해 위험한 작업환경은 로봇이 일 정부분 사람이 하던 일을 대체하게 될 것이다. 영업활

동 역시 비대면 방식의 마케팅과 협의 과정이 진행되고, 의사결정은 철저히 데이터 기반으로 이루어질 것이다. 사무 업무는 개인화되고 지역적 제한이 없는 구조로 바뀌게 될 것이다. 언제 어디서든 업무를 처리하고 공유할 수 있는 가상의 오피스 형태로 변하게 될 것이며, 누군가에 의한 관리감독이 아닌 자발적 참여가 조직의 성장 모멘텀이 될 것이다. 이로 인해 윤리적인 부분이 더욱 강조가 될 것이며, 이를 위해 운영 전반을 데이터를 중심으로 관리하게 될 것이다. 기업들은 비용과 윤리를 상계하여 윤리성이 높은 조직일 수록 비용 절감 효과가 높다는 것을 경험적으로 배우게 되며 이를 경영 철학에 반영하게 될 것이다.

누구나 이슈가 현실이 되기 전까지는 현안을 묻어 두거나 회피하려는 경향이 있다. 이를 두고 '타조 증후군'이라고 한다. 변화하는 세상을 외면하고 다가오는 위기를 회피할 것이 아니라 보다 적극적으로 리스크에 대응하기 위해 혁신을 거듭해야 한다. 이러한 변화를 촉진하기 위해서는 데이터 중심 조직으로 변화해야 한다. 혁신을 위한 모멘텀으로 디지털 역량을 강화하고 데이터 중심으로 조직이 변화하며, 이를 활용해 비즈니스 전략을 수립해야 한다. 경영 철학과 조직 문화도 디지털 전환 시대에 맞게 변화해야 한다. 불확실한 미래에 대비하기 위해 현상을 파악하고 미래를 예측하기 위한 노력이 끊임 없이 전개하는 것이 새로운 질서에 적응하고 변화를 맞이하는 현명한 자세일 것이다.

생존을 넘어 번영을 위한 데이터 중심 조직으로의 변화

변화에 적응하며 지속가능한 성장을 위해 데이터 중심 조직으로 거듭나야 한다.

COVID-19 이후 '넥스트 노멀' 시대에는 조직의 성과관리와 리스크관리가 마치 비행기의 양 날개와 같이 균형 있게 운영되어야 한다. 앞으로는 모든 기업의 경영 핵심 아젠다가 리스크 관리가 될 것으로 예상된다. 급변하는 경영 환경에서 위기에 대비하고 적절히 대응하

는 것이야 말로 리더십의 핵심이라 여겨지기 때문이다.

위기를 극복하지 못하면 생존할 수 없고 번영할 수 없다. 위기 극복을 위해서는 리더의 의사결정이 매우 합리적이어야 한다. 리더는 정교하게 설계된 논리적 기반 하에 의사결정을 내려야 리스크를 대비하거나 그로 인한 피해를 최소화할 수 있다. 합리적인 의사결정을 위해 데이터 기반 의사결정 구조가 채택되고 일상화되어야 한다. 데이터 기반 의사결정 구조는 중요한 정보는 실시간에 가깝게 보고 판단하며 객관적인 사실과 증거 기반으로 이루어져야 한다. 그리고 리스크에 적시에 대응하기 위해 현상을 직관적으로 판단하도록 도움을 줄 수 있어야 한다. 한 단계 더 나아가 미래를 예측하거나 수 많은 데이터에 숨겨진 함의를 직관적으로 이해할 수 있게 도움을 주어야 한다.

신속하고 합리적인 의사결정을 위해 경영진은 성과와 리스크, 공급망, 재무 현황을 훤히 들여다 볼 수 있어야 한다. 이를 위해서는 데이터 중심 조직으로 거듭나야 한다. 데이터 중심 조직이란, 업무 과정에서 생산되는 데이터가 체계적으로 저장되고 필요한 경우 적재적소에 활용할 수 있는 조직을 의미한다. 또한, 유용한 데이터가 모아질 수 있도록 인프라가 갖춰져야 하며 데이터가 모일수록 가치가 더해지는 구조로 인프라가 끊임 없이 개선되어야 한다. 여기서 그치지 않고 데이터를 자유롭게 분석하여 업무에 활용하고 내부에서 만들어진 양질의 정보가 손쉽게 유통될 수 있도록 해야 한다. 물론 보안이 필요한 정보는 제한적으로 활용되어야 하지만, 기본적으로 데이터와 정보가 유통되지 않는 '데이터 동맥경화'가 발생하지 않도록 조직 문화를 바꾸는 것도 필요하다.

위기 상황일수록 공급망 관리는 필수다. 공급망이 무너지면 생산이 중단되고 사업기회를 잃을 수 있다. 이에 대비하기 위해 앞으로 일어날지도 모르는 비즈니스 중단 사태나 공급망 붕괴, 각종 위기 상황에 대비하는 사업연속성의 관점에서 리스크를 관리하고 철저한 대비를 해야 한다. COVID-19 위기는 단순히 전염병으로 인한 인류의 건강 문제에 그치지 않게 될 가능성이 크다. 수요와 공급이 동시에 위축되고 국가간 교역이

일시적으로 중단되며, 국가간 왕래가 끊기면서 관광산업과 물류가 동시에 충격을 받는 상황이 지속될 수 있다. 전염병 대유행이 소강기에 접어들었다고 해도 언제 다시 대유행이 재개될지 모를 일이고, 그렇게 되면 다시 한번 실물경기가 위축되면서 동시에 금융위기가 찾아올 수 있다. 다시 말하자면 동시다발적이고 복합적 위기가 도래할 수 있다.

요즘과 같은 시기에는 보다 합리적이고 빠른 의사결정이 필요하다. 진화된 관점에서 보면 변화하는 환경에 적응하지 못하는 종(種)은 생존과 번영을 누릴 수 없다. 기업도 마찬가지다. 급변하는 글로벌 환경에서 적응해야 살아남을 수 있다. 이번 기회에 위기극복을 위한 'DNA'를 심고, 생존력을 강화하는 계기로 삼아야 한다. 더불어 '양적 성장'과 더불어 '질적 성장'을 함께 도모할 수 있는 계기로 삼아야 한다. 기업들은 변화에 적응하여 생존하며, 지속가능한 성장을 이루기 위해 데이터 중심 조직으로 거듭나는 노력이 계속되어야 한다. 혁신과 변화는 땀해야 땀 수 없는 한 몸과도 같기 때문이다.

데이터에 투자하라

데이터는 이제 비즈니스의 본질을 바꾸는 형태로 진화하고 있다.

인간계 현존하는 최고의 축구선수로 크리스티아누 호날두와 리오넬 메시가 꼽힌다. 호날두는 강한 피지컬로 돌파력이 뛰어나고 슈팅력 역시 뛰어나다. 메시는 체구는 작지만 뛰어난 위치선정과 공간 침투 능력, 그리고 발재간으로 정확한 슈팅이 장점이다. 이 둘의 능력을 합친 선수는 아마도 당분간 나오지 않을 듯 하다. 미국 메이저리그 LA 에인절스의 오타니 쇼헤이는 투타 모두 가능한 것으로 유명하다. 그는 '이도류'로 불리며 231만 5,000달러라는 거액을 받고 메이저리그로 합류했다. 그러나 최근 투수보다 타자로 전향하려는 움직임이 있다. 투수가 쓰는 근육과 타자가 쓰는 근육이 다르기에 이 둘 모두를 잘한다는 것은 거의 불가능에 가

값기 때문이다. 오타니의 사례는 결국 잘하는 한가지에 집중할 것인가 아니면, 여러 가치를 고루 적절히 해낼 것인가의 문제다.

호날두와 메시가 한 사람일 수 없고, 오타니가 투타 모두 성공하기 어렵듯이, IT 역시 인프라 운영과 데이터 활용을 동일한 관점에서 생각해 볼 필요가 있다. 이 둘을 하나로 묶기 보다 분리해서 거버넌스 체계를 수립하고 조직의 전략에 맞게 적합한 투자계획을 수립해야 한다. 그러나 많은 기업들이 인프라 위주로 초점을 맞추다 보니 데이터를 비즈니스에 어떻게 적극적으로 활용할지, 지속 성장 가능한 모델로 만들지에 대해 상대적으로 관심이 적은 것도 사실이다. 이 둘에 대한 균형 잡힌 시각으로 투자와 혁신이 이루어져야 보다 높은 투자효과를 기대할 수 있을 것이다.

최근, 글로벌 기업들은 예전과는 다른 방식의 IT 투자 계획을 수립하고 있다. 디지털 전환(Digital Transformation)이 가속화되면서 데이터 기반 비즈니스가 중요하게 부각됨에 따라 데이터와 관련된 인프라는 클라우드 환경으로 전환하는 추세다. 업무 프로세스를 시스템화 하는 것을 넘어 IT를 통해 비즈니스에 직접적인 도움을 얻을 수 있도록 하는 방안을 고려하는 기업들이 늘어나고 있다. IT 인프라 투자도 물론 중요하지만 이를 운영하는 과정에서 생산되는 데이터에 주목하는 기업들이 늘어나고 있다. 즉, 콘텐츠를 만들어 내기 위한 시스템과 그로부터 생산되는 데이터라는 콘텐츠를 비즈니스에 활용하고자 하는 것이다. 이를 반영하듯 데이터를 저장하고 관리하며, 활용하기 위해 데이터 거버넌스, 데이터 아키텍처, 데이터 애널리틱스, 데이터 컬처가 디지털 혁신을 추진하는 기업들을 중심으로 중요한 화두로 떠오르고 있다.

최근, IT 운영 전반을 책임지는 최고 IT 책임자인 CIO의 역할을 분리해야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있다. 인프라 도입과 운영을 책임지는 CIO(Chief Infra Officer)와 CAO(Chief Analytics Officer)로 분리해야 한다는 의견이 제기되고 있다. 아무리 훌륭하게 갖춰진 IT 시스템이라 할지라도 그로부터 생산되는 데이터를 활용하지 못하면 그 가치가 반감될 수 밖

에 없기 때문이다.

비즈니스를 지원하는 수준에서 머물던 데이터가 이제는 비즈니스의 본질을 바꾸는 형태로 진화하고 있다. 이제 데이터에 대한 투자는 기업에게 있어 신규 사업 투자나 자산 투자에 못지 않게 중요해졌다. COVID-19 이후의 세상에서는 비대면, 온라인 중심으로 변화가 가속화될 것으로 예상되기 때문에 데이터 인프라와 분석 역량 강화에 투자하는 것이 더욱 중요해질 수밖에 없다.

데이터 중심경영

데이터 속의 숨겨진 의미를 찾고 통찰력(Insight)를 얻는 안광지배 경영이 필요하다.

기업들은 COVID-19를 겪으면서 기존의 질서에 익숙해져 있던 틀을 깨야 하는 상황에 놓이게 되었다. 사회구조와 비즈니스 환경이 급격히 변화함에 따라 과거의 업무 처리 방식이나 영업활동, 인적자원관리, 공급망 관리를 근본적으로 바꾸기 위해 노력해야 한다. 이를 위해 디지털 혁신을 추진해야 하며, 데이터 중심 경영, 데이터 중심 조직으로 변화해야 한다.

데이터 중심 경영은 말로만 외치는 구호로 가능하지 않다. 조직의 인프라를 대규모로 전환해야 하고, 업무 방식을 바꾸어야 하며, 데이터에 친숙한 문화로 변화해야 한다. 단순히 경영진의 의지로만 되는 것도 아니고 임직원 전체가 마인드를 바꾸어야 가능한 일이다.

세상이 점점 언택트가 일상화되고 비대면 상거래와 모바일 중심 소비가 급증하면서, 기업들은 소비자의 디지털 라이프(Digital Life)에 맞게 비즈니스에 대한 패러다임을 바꿔야 하는 어려움에 직면해 있다. 그러나 세상은 이미 변화하고 있고 디지털 혁신은 거스를 수 없는 대세가 되었다. 20년 전만 해도 엑셀을 능숙하게 다루는 사람은 많지 않았다. 그러나 지금은 어떠한가? 많은 사람들이 엑셀을 업무에 보편적으로 활용하고 있다. 최근에는 대용량의 데이터를 빠른 시간 내에 직관적으로 이해하기 쉽게 도와주는 다양한 데이터 분석 도



구가 많이 개발되어 있다. 이제는 이러한 도구를 활용해서 업무를 효율적으로 수행하고 동료들과 협업하며, 의사결정을 효과적으로 지원하는 방향으로 마인드를 전환해야 한다.

변화하는 세상을 읽는 눈은 저절로 생기지 않는다. 데이터를 귀중하게 여기고 데이터 중심 경영에 맞춰 기업의 인프라와 더불어 데이터를 활용하는 역량을 키워야 한다. 데이터를 관리하는 수준을 넘어 적극적으로 활용하고 비즈니스에 접목시키는 노력이 지속될 때 비로소 데이터를 통해 세상의 변화를 읽을 수 있을 것이다.

안광지배(眼光紙背)라는 고사성어가 있다. '눈빛이 종이의 뒤를 꿰뚫어 본다'는 의미로 독서의 이해력이 깊고 날카로움을 이르는 말이다. 안광지배는 요즘 시대에도 적용 가능한 말이다. 무수히 많은 데이터 속에서 숨겨진 의미를 찾고 통찰력(Insight)을 얻기란 결코 쉽지 않다. 그러나 데이터 중심 경영을 통해 조직의

체질을 바꾸고 모든 업무를 데이터 기반에서 움직일 수 있도록 혁신한다면 불가능한 일도 아니다. 마치 눈빛이 종이의 뒤를 꿰뚫어 보듯이 데이터라는 구슬을 꿰어서 보석으로 만든다면 그 자체로 안광지배라 할 수 있을 것이다. 앞으로 우리나라 많은 기업들이 데이터 중심 경영을 통해 경쟁력을 높이고 조직의 체질을 개선하여 그 어떤 변화의 파도가 밀려와도 극복하고 글로벌 시장에서 우뚝 서기를 희망해 본다.



Contact

채수완 이사
 델로이트안진회계법인
 리스크자문본부
 Operational
 sochae@deloitte.com