



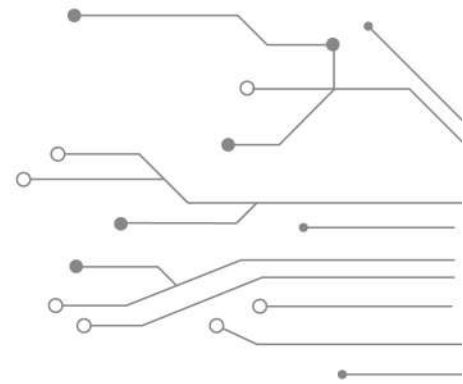
2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



Contents



2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



I

연구조사 개요

• 1 •

II

연구조사 방법

• 6 •

III

2023 디지털
비즈니스 트렌드
Top 10

• 14 •

VI

결 언

• 49 •

V

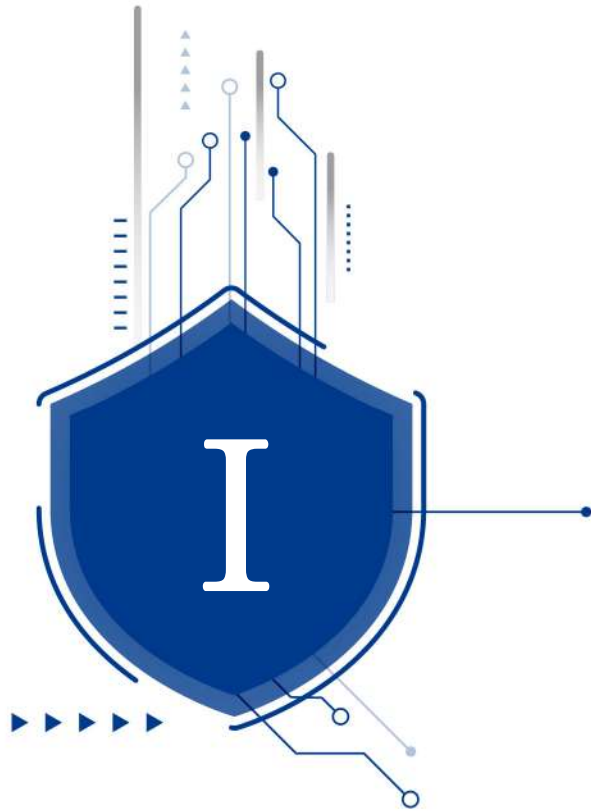
Local vs. Global
CIO 인식 차이
분석 결과

• 43 •

IV

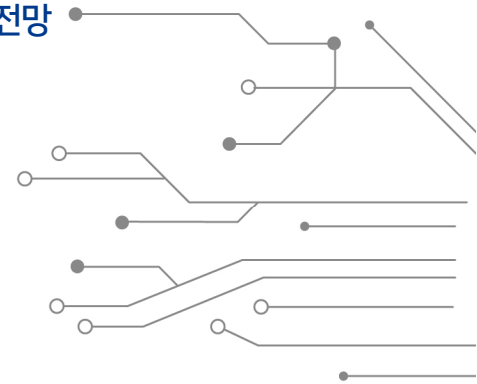
소속기관 유형별
인식 차이 분석
결과

• 36 •



연구조사 개요

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



연구조사 개요

❖ 추진 배경

■ 다양한 국내·외 기관들에서 매년 새해 IT 비즈니스 전망에 대한 보고서 발표

- Gartner: *Top Strategic Technology Trends*
- IDC: *FutureScape Worldwide CIO Agenda*
- SPRi(소프트웨어정책연구소): *SW산업 10대 이슈 전망*
- IITP(정보통신기술평가원): *ICT 10대 이슈 등*

■ 기존 전망 보고서들의 한계

- 해외 기관 전망의 경우, 국내 현실을 충분히 반영하지 못함
- 국내 기관 전망의 경우, 비즈니스 보다는 기술에 주로 집중

■ 이에 ‘국내’에 특화된 ‘디지털 비즈니스’ 트렌드를 전망하는 공동 연구를 진행하기 위해 정보산업연합회와 한국경영정보학회가 MOU 체결 (22. 4. 29.)



연구조사 개요

❖ 목적

국내 CIO들의 집단지성을 활용하여, **국내 여건을 충실하게 반영한** 트렌드 연구조사

기술 보다는 **디지털 비즈니스에 초점**을 맞춘 트렌드 연구조사

기관유형별, Global vs. Local CIO 비교 분석 등을 통해 **보다 깊이 있는 인사이트** 도출

❖ 수행 일정

- 2022년 4월 부터 양 기관 간 교류를 통해 사전 기획 및 준비
- 2022년 9월 부터 본격적인 연구 착수 및 진행
- 2022년 12월 연구 종료

연구조사 개요

❖ 주관수행기관 소개



- 40년 역사를 가진 국내 ICT/SW산업을 대표하는 민간단체
- 한국 ICT/SW산업의 발전을 촉진하고 전 산업계 디지털 트랜스포메이션을 주도
- 한국 ICT/SW산업을 대표하여 아시아대양주정보산업기구 (ASOCIO)와 세계혁신기술서비스연맹(WITSA)에서 활동
- 산업계, 공공기관, 학계 등의 주요 CIO 650여명이 참여하는 국내 최대의 CIO 전문 단체인 CIO포럼 운영



- 30년 넘는 역사를 가진 국내 경영정보학(MIS) 학자들의 대표 학술단체로서, 약 5,000명의 회원을 보유
- 경영정보학의 연구 및 교류를 촉진하고 학문의 발전과 응용에 공헌함을 목적으로 설립
- 경영학, 경영과학, 행동과학, 인지심리학, 전산학, 정보공학, 통신공학, 산업공학과 같은 다양한 분야의 전문가가 참여

연구조사 개요

❖ 연구진 소개



안현철 교수 (연구책임자)

- 現 국민대학교 경영대학 교수 / 비즈니스IT전문대학원 원장
- 現 한국경영정보학회 연구부회장
- KAIST 경영공학 박사



양희동 교수 (연구원)

- 現 이화여대 경영대학 교수
- 現 한국경영정보학회 회장
- Case Western Reserve University 박사



강현정 교수 (연구원)

- 現 홍익대학교 경영대학 교수
- 現 한국경영정보학회 ISR 편집위원장
- 뉴욕주립대(SUNY Buffalo) 경영학 박사

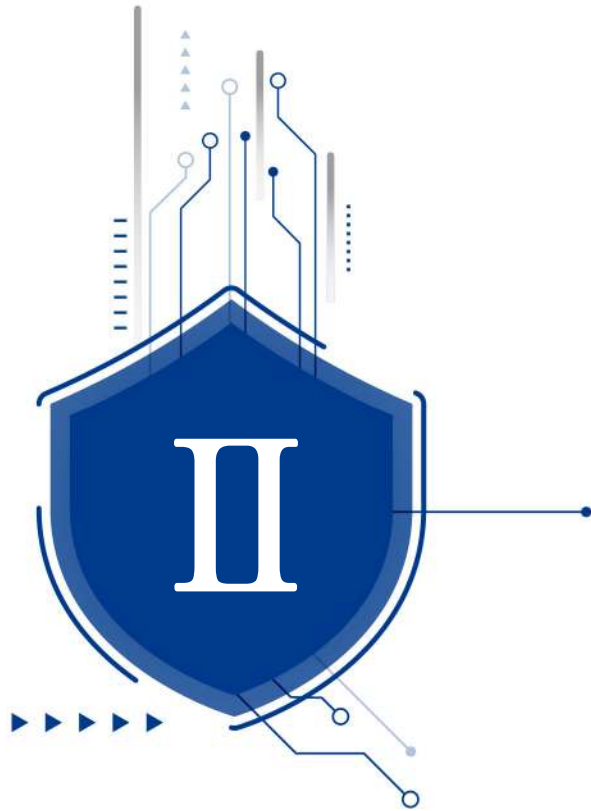


이정 교수 (연구원)

- 現 한국외대 GBT학부 교수
- 現 한국경영정보학회 이사
- 고려대학교 경영학 박사

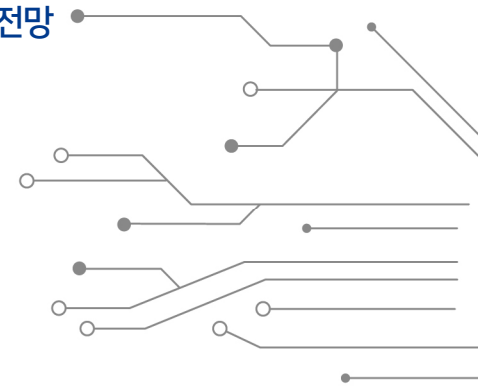
신하진 석사과정 (연구보조원)

안승규 석사과정 (연구보조원)



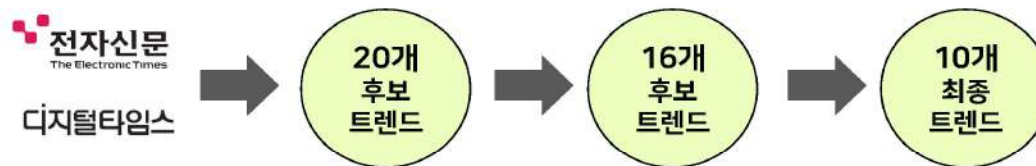
연구조사 방법

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



연구조사 프로세스

❖ 전체 연구조사 프로세스



주요 IT 비즈니스 매체 텍스트마이닝 분석

❖ 텍스트마이닝 분석 개요

- 한국언론진흥재단의 뉴스 빅데이터 분석 시스템 '빅카인즈' 활용
- 최근 1년간(2021.09.01~2022.08.31)의 전자신문 / 디지털타임즈 기사 제목 및 본문 대상



[빈도분석 상위 50개 키워드 대상 워드 클라우드]

[토픽 모델링 결과 추출된 3가지 토픽]

No	토픽 그룹의 레이블
1	클라우드 활성화를 통한 기업 경쟁력 강화
2	스타트업(+네이버)에 의해 주도되는 사용자 중심의 X(application) + AI
3	소비자(고객) 중심 디지털 서비스 혁신(스마트폰, 전기차, 블록체인)

연구팀 내부 브레인스토밍

❖ 연구팀 내부 브레인스토밍 결과 도출된 20개 예비 후보 트렌드

No	예비 후보 트렌드	No	예비 후보 트렌드
1	Cloud MSP(Managed Service Provider)의 약진	11	금융과 ICT 융합 가속화
2	Cloud Native의 확산	12	환경 친화적 IT 인프라 구축 확산
3	노코드/로우코드 기반 디지털 솔루션 시장 확대	13	총체적 경험(Total Experience, TX) 구현의 본격화
4	AI Platform 경쟁 가열	14	생활 밀착형 마이크로 비즈니스 활성화
5	사용자 중심의 X(application) + AI 추세 확대	15	구독형 비즈니스 모델의 확산
6	AI-to-Robot 비즈니스 전환의 시작	16	MZ세대의 SNS를 통한 소비 양극화 현상 강화
7	인간 같은 AI, AI 같은 인간을 지향하는 기술 및 서비스 확산	17	시니어 디지털 비즈니스 시장 확대
8	IT 최적화를 통한 비용절감 노력 강화	18	전문가용 기기의 일반화 경향 확대
9	Metaverse와 NFT 융합 가속화	19	자율주행 기술 성숙에 따른 산업 전반의 변화 시작
10	Customer Data Platform(CDP) 도입 확대	20	가상현실/증강현실 서비스의 대중화 강화

전문가 심층 인터뷰

❖ 심층 인터뷰 개요

일 정	2022년 10월 20일 ~ 11월 10일 (3주)
대 상	경희대 이경전 교수 등 학계, 산업계 인사 13인 (학계 2인, 산업계 11인)
내 용	<ul style="list-style-type: none">• 20개 예비 후보 트렌드에 대한 사전 설문지 발송 (양적 평가)• 20개 예비 후보 트렌드에 대한 인식 조사 (질적 평가)• 예비 후보 트렌드에 포함되지 않은 새로운 트렌드 후보 추천
방 식	비대면 화상 인터뷰

전문가 심층 인터뷰

❖ 앞서 도출된 20개 후보 트렌드에 대한 평가 진행 및 추가 트렌드 제언 취합

No	추가로 제언된 예비 후보 트렌드	No	추가로 제언된 예비 후보 트렌드
1	E-Commerce 분야의 경쟁과 혁신 심화	11	기존 서비스 및 솔루션의 클라우드화
2	반도체 시장의 부활	12	로봇
3	디지털 플랫폼 정부	13	초거대 언어모델의 활용 확대
4	디지털 트윈	14	Generative AI의 활용 확대
5	하이퍼스케일 데이터센터	15	Federated Learning에 의한 새로운 AI 학습
6	에듀테크 서비스 진화	16	전자정부 서비스의 민간화 강화
7	디지털 헬스케어 서비스 확대	17	비대면 플랫폼의 확장
8	K-우주사업	18	공급망 보안
9	ESG	19	Wireless Value Realization
10	AI 반도체	20	Automation

전문가 심층 인터뷰

❖ 전문가 심층 인터뷰 결과에 대한 정리 → 최종적으로 16개 후보 트렌드 선정

- 연구진 브레인스토밍으로 도출된 20개 예비 후보 트렌드 중 전문가들로부터 **가장 높은 평가를 받은 상위 10개 트렌드를 선택**

번호	기존안에서 선택된 최종 후보 트렌드
1	사용자 중심의 X(application) + AI 추세 확대
2	구독형 비즈니스 모델의 확산
3	Cloud Native의 확산
4	금융과 IT 융합의 가속화
5	총체적 경험(Total Experience, TX) 구현의 본격화

번호	기존안에서 선택된 최종 후보 트렌드
6	Cloud MSP(Managed Service Provider)의 약진
7	AI Platform 경쟁 가열
8	가상현실/증강현실 서비스의 대중화 강화
9	Customer Data Platform(CDP) 도입 확대
10	자율주행 기술 성숙에 따른 산업 전반의 변화 시작

- 심층 인터뷰 내용을 종합하여, **총 6개의 신규 후보 트렌드를 추가 개발**

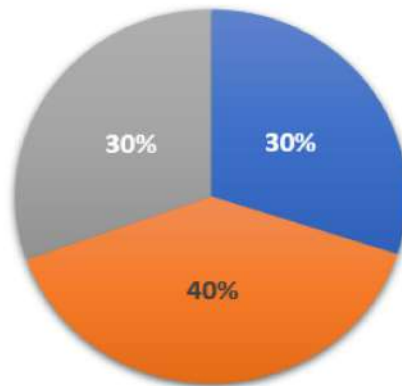
번호	새롭게 추가된 최종 후보 트렌드
11	디지털 플랫폼 정부를 기치로 하는 공공IT의 플랫폼 혁신
12	하이퍼스케일 데이터센터의 확대
13	디지털 헬스케어 시장의 확대

번호	새롭게 추가된 최종 후보 트렌드
14	보안/재해복구 등 ICT 기본(Basics)에 대한 관심과 투자 확대
15	디지털 트윈 관점에서 접근하는 메타버스 활용 강화
16	산업용 로봇을 중심으로 한 하이퍼오토메이션 강화

학계/산업계 전문가 대상 설문조사

❖ 집단지성을 통한 최종 트렌드 도출을 위해 대규모 온·오프라인 설문조사 시행

- 디지털 비즈니스 분야를 연구·교육하는 대학 혹은 연구기관 종사자(Academics)
: 총 63명(30%)
- 디지털 비즈니스 솔루션을 제공하는 공급기업 종사자(Vendors): 총 83명(40%)
- 디지털 비즈니스 솔루션을 활용하는 소비기업 종사자(Consumers): 총 64명(30%)



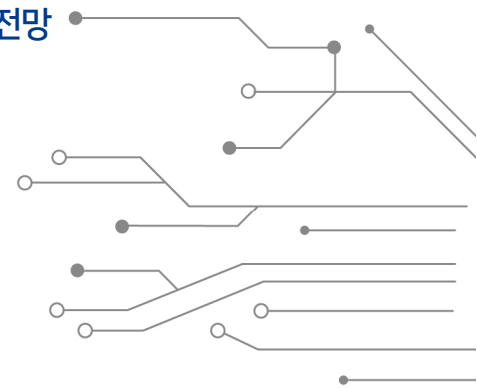
총 210명의 전문가로부터 수합된
설문 분석을 통해 상위 10개의
최종 트렌드 도출

- 디지털 비즈니스 분야를 연구하고 교육하는 대학 및 연구기관 학자(Academics)
- 디지털 비즈니스 솔루션을 제공하는 공급기업(Vendors)
- 디지털 비즈니스 솔루션을 활용하는 소비기업(Consumers)



2023 디지털 비즈니스 트렌드 Top 10

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



[01] AI Platform 경쟁 가열

❖ AI Platform 개요

- 기업들이 자연어 처리, 이미지 인식 등 AI 기반의 서비스를 용이하게 자사의 제품이나 서비스에 적용할 수 있도록 돕는 End-to-End 지원 도구

- 지난 한 해 국내 IT 비즈니스 매체에서 가장 자주 언급된 기술 용어가 인공지능(AI) → AI에 대한 높은 수요는 당분간 지속될 것으로 전망되며, 이 시장을 차지하기 위한 국내외 테크 기업들간의 경쟁이 격화될 것으로 예상

- AI의 원천기술(기계학습, 딥러닝 등) 구현을 클라우드 플랫폼과 같이 제공하는 AI PaaS(Platform-as-a-Service)와 즉시 적용가능(ready-to-go)한 AI 제품이나 서비스를 제공하는 AlaaS(AI-as-a-Service)로 구분 가능

전체 순위	학계	공급자	수요처
1	1	1	2
	-	-	▼1



[01] AI Platform 경쟁 가열

❖ 한국의 치열한 AI Platform 경쟁 현황

- 지금까지 민간 부문은 아마존과 MS 등 글로벌 기업 위주로 운영되고, 네이버 등 국내기업은 공공부문 위주로 서비스
- 내년 클라우드 보안인증제(CSAP) 개편이 예상되는 가운데, AWS 등 글로벌 클라우드 서비스 제공사(CSP)도 국내 공공시장 진입 준비에 본격적으로 착수
- 가격 경쟁력을 앞세운 글로벌 대기업에 맞서 국내 기업 역시 네이버 클라우드, KT 등이 반격에 나서는 중으로, 특히 KT는 클라우드 외 IDC와 5G망을 보유하고 있어 시너지를 기대
- 네이버 역시 조직개편 등을 통해 경쟁력 확보 노력 중 (예: AI 분야인 클로바나 번역 서비스 파파고, 웹 브라우저인 웨일, 메신저인 네이버웍스 등을 네이버 클라우드로 통합)
- 2022년 겨울 한국 진출 10주년 맞은 AWS는 국내 1위 통신사 SKT와 전략적 제휴 체결

2023년 AI Platform 간의 경쟁이 가열되면서, 이 시장이 보다 크게 성장할 것으로 기대

[02] 사용자 중심의 X(application) + AI 추세 확대

❖ X(application) + AI

- AI 기술이 점차 고도화 되어 감에 따라, 이러한 AI 기술을 기반으로 다양한 실제 응용 서비스들이 국내 빅테크 기업들과 스타트업들을 중심으로 활발하게 개발되는 중

전체 순위	학계	공급자	수요처
2	2	3	4
	-	▼1	▼2

- 특히 최근의 Hyperscale AI/Foundation Model(초대규모 AI) API는 다양한 어플리케이션 개발을 가능케 하고 있음 → 정답을 반드시 맞추지 않아도 되는 분야(예. 교육)가 적합

HyperCLOVA 주요 상용화 활용 사례

업체명	서비스명	활용 내용
임플로이랩스	잡브레인	AI 자소서 생성 기능에 적용, 완성도 높은 자소서 작성 환경 구축
애플랫폼	라이팅젤	대입, 취업 자소서 자동완성 기능에 적용
아스타컴퍼니	모카	상품언어, 광고 헤드라인, 세일즈 카피 생성 기능에 활용
뤼튼테크놀로지스	뤼튼	광고카피, 제품 소개 문구 등 AI 카피라이팅 서비스에 활용
유니드컴즈	킵그로우	고객 인스타그램에 게시물을 주기적으로 포스팅하는 기능에 적용

[02] 사용자 중심의 X(application) + AI 추세 확대

❖ ‘사용자 중심’의 함의

- 기술적인 관점에서는 ‘사용자의 데이터를 최대한 덜 쓰는 서비스’가 사용자 중심 서비스
 - 마이데이터 등 데이터를 공유하는 방식의 AI 서비스 역시 지능을 공유하는 방향으로 진화 필요
- 공급자가 아닌 사용자 중심으로 설계되어야 사용자 니즈의 안정적인 충족 가능
 - 사용자 경험(나아가 총체적 경험) 관리의 중요성 대두

“사용자 데이터를 최대한 덜 쓰는 것이 사용자 중심 AI라고 볼 수 있다. 누군가의 연애를 컨설팅을 하기 위해 그 사람의 일기를 모두 다 봐야 한다면 그것은 사용자 중심적이지도 않고 전문적이지도 않다. 살짝 얘기만 해도 컨설팅 해줄 수 있다면 그게 지능적인 것이다. 그동안 국내외 빅테크가 주도하는 AI 시장은 사용자 데이터를 많이 가져다 쓰는 공급자 중심이었다. 앞으로는 데이터가 아니라 AI를 공유하는 방식으로 정책이 나아가야 한다.”

“카카오택시 알고리즘은 대표적인 공급자 중심 AI로 볼 수 있다. 택시가 내 옆에 있어도 안 잡히다가 더 높은 가격을 제시하면 잡을 수 있다고 안내한다. 예전에 택시가 차고 넘칠 때는 이게 나쁜지 몰랐다. 어떻게 해서든 잡히니까. 이런 AI는 카카오와 기사님을 위한 AI다. 그러나 우버는 사용자 중심 AI다. 우버 기사는 손님 행선지를 가려 받을 수 있는 카카오택시 기사와 달리 손님이 타기 전까지 행선지를 알 수 없다.”

경희대학교 이경전 교수, InsightKorea (2022. 9. 14.)

[03] 구독형 비즈니스 모델의 확산

❖ 구독형 비즈니스 모델

- 제품이나 서비스를 사용하기 위해 고객에게 반복적인 요금(매월 혹은 매년)을 청구하는 비즈니스 모델

전체 순위	학계	공급자	수요처
3	4	2	3
	▼1	▲1	-

- 고객과의 장기적인 관계 구축 및 안정적인 수익 창출이 핵심 (불황기에 특히 빛나는 전략)
- B2C, B2B 가릴 것 없이, 국내는 물론 세계적으로도 '구독경제' 시장이 급성장 중

<OTT>



<E-Commerce>



<SaaS, PaaS, IaaS>



<Automobile>



[03] 구독형 비즈니스 모델의 확산

❖ ‘구독형 비즈니스 모델 확산’이 새로운 트렌드가 아니면서도 동시에 새로운 트렌드로 주목받는 이유

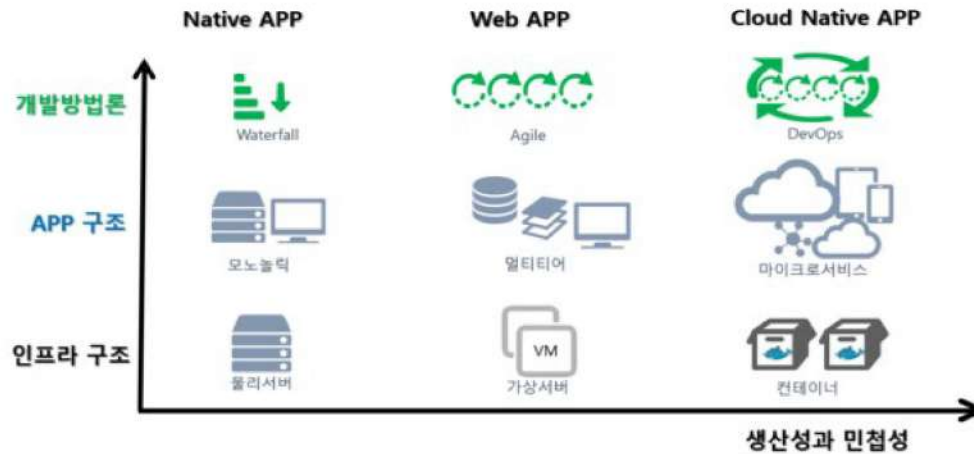
- 2020~2021년 사이에 COVID-19을 겪으면서 전세계적으로 경기불확실성이 커지고 비대면 경제가 활성화되어 감에 따라 구독형 비즈니스 모델 도입이 빠르게 확산
- 내년도 경기 침체가 예상되면서 초기 투자 비용이 적고 언제든지 구독 중지가 가능한 구독형 비즈니스 모델의 장점이 다시 각광받을 것으로 예상
- 구독형 비즈니스에서는 크로스셀링과 업셀링 등 번들링 전략 활용의 극대화가 가능하며, 지속적인 고객과의 관계형성으로 인해 최근 그 중요성이 높아지고 있는 ‘고객 데이터’ 확보에도 유리
- 디지털 서비스의 경우, 모든 서비스들이 클라우드 중심으로 재편되면서 구독 방식의 과금 모델을 적용하기에 보다 적합한 환경이 마련되고 있음
 - 클라우드 기반의 SaaS가 고도화되면서, 구독형 비즈니스 모델은 B2B, B2C 모두에서 2023년 크게 확대될 것으로 전망됨

[04] Cloud Native의 확산

❖ Cloud Native의 의미

- 클라우드 컴퓨팅 모델의 장점을 최대한 활용할 수 있는 애플리케이션을 개발하고, 구축하며 실행하는 방법론
- 설계할 때부터 클라우드 환경에 맞게 애플리케이션의 아키텍처를 설계해 클라우드 환경에 대한 종속을 없애는 것

전체 순위	학계	공급자	수요처
4	10	4	1
	▼7	-	▲2



Source: <http://www.itdaily.kr/news/articleView.html?idxno=206181>

[04] Cloud Native의 확산

❖ Cloud Native의 확산 동향

- 최근 들어 멀티, 하이브리드 클라우드 환경을 도입하는 기업들이 늘어나면서, 다양한 클라우드 서비스 사업자 환경에서 애플리케이션이 운영되어야 하기 때문에 클라우드 네이티브에 대한 중요성이 확대
 - 삼성SDS는 멀티 클라우드를 사용하는 기업들의 Cloud Native 전략을 지원하는 MSP(Managed Service Provider)로의 변신을 꾀하는 중
 - Google Cloud는 멀티 클라우드를 지향하며, 고객이 절대 종속되지 않고 원하는 아키텍처를 구축할 수 있도록 지원하는 Open Ecosystem 전략을 천명(2022. 11)
- Cloud-Native Platform은 Gartner가 전망한 2022년 IT 전략 기술 트렌드 중 하나이며, IT매체 텍스트 마이닝 결과에서도 ‘클라우드’가 현재의 가장 주요한 토픽 중 하나로 선정
- BearingPoint에서도 2023년 주목해야 할 5대 기술 트렌드 중 하나로 ‘Cloud-Native Platform’을 제시

2023년에도 클라우드 전환의 유행은 지속될 것으로 예상되고 있어, 기업들은 자사의 앱을 Cloud-Native Platform으로 제공하기 위한 노력을 강화할 것

[05] 금융과 IT 융합의 가속화

❖ 금융산업의 디지털화

- 다른 산업들보다도 금융산업의 경우, IT융합을 통한 혁신성장의 기회가 상대적으로 많이 남아 있으며 이에 2023년에 핀테크 및 테크핀 분야의 다양한 사업들이 시도될 것으로 전망

전체 순위	학계	공급자	수요처
5	3	6	8
	▲2	▼1	▼3

- 국내 금융산업에 혁신성장의 기회가 상대적으로 많이 남아있는 이유? 까다로운 규제!

❖ 금융과 IT융합이 가속화될 것으로 예상되는 환경적 요인

- ① 정부의 '규제 완화' 기대: 금산분리, 은산분리 관련 규제의 완화 예상 (예. 은행의 부수 업무 확대와 비금융회사 지분 소유 제한 완화, 빅테크의 금융백화점 진출 등)
- ② 소비자 금융 니즈 변화: 세계 경제 위축 및 인플레이션으로 인한 가처분소득의 감소로 인해 소비자들이 경제적으로 '뚝뚝한' 소비를 지향
- ③ 마이데이터 확산: 하나의 앱으로 은행, 카드, 보험, 증권 등 모든 금융정보에 대한 빠르고 쉬운 접근 및 관리 가능한 마이데이터 도입이 보편화되면서, 각종 파생 서비스 출시 기대

[05] 금융과 IT 융합의 가속화

❖ 국내·외 금융과 IT 융합 동향

- 미국 시장조사 리서치 기관 CB Insight가 취합한 전세계 유니콘 리스트에 따르면, 2022년 10월 현재 전세계 유니콘 기업의 수는 1,204개로 이 중 21%인 250개가 핀테크 기업
 - 지불결제 서비스인 스트라이프(Stripe), 종합금융앱 리볼루트(Revolut), P2P금융 조파(Zopa), 법인카드 서비스인 브렉스(Brex), 급여관리 서비스 구스토(Gusto) 등
 - 국내 스타트업 중 유니콘 리스트에 이름을 올린 토스와 두나무 역시 모두 핀테크 스타트업
- 2019년 4월 도입한 샌드박스 제도(신산업·신기술 분야에서 새로운 제품과 서비스를 출시할 때 일정 기간 기존 규제를 면제 또는 유예하는 제도)의 실용화 단계
 - 그동안 이 제도를 통해 224건의 혁신금융서비스가 제시되고, 이 가운데 138건이 시장에 출시됨
- 2022년 12월 금융위원회가 핀테크 스타트업 투자유치 활성화를 위해 기존 5천억원 수준이었던 핀테크 혁신펀드를 1조원으로 확대 운영
- 그 밖에 신한은행 배달앱 ‘땡겨요’의 100만 회원 돌파, 더치페이 앱(엔팡)과 자투리 금액 투자 앱(티클)의 성공, 소액 마일리지를 활용하는 앱테크 등 확산 등 금융과 IT 융합의 성과들이 계속해서 출현하고 있는 중

[06] Cloud MSP의 약진

❖ Cloud MSP

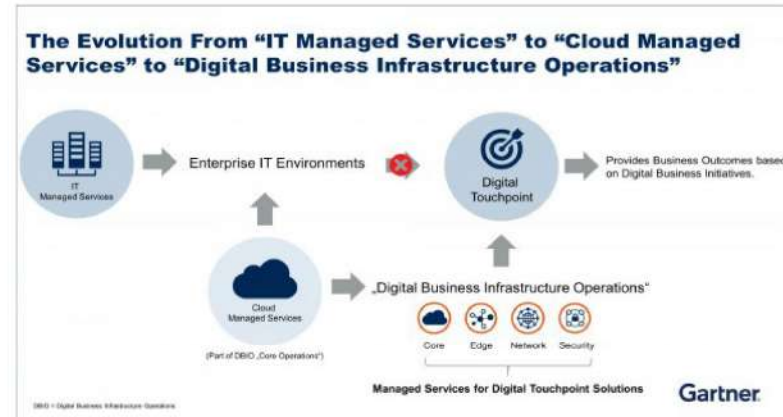
■ AWS, MS Azure 같은 CSP(Cloud Service Provider)와 달리, MSP는 CSP와 고객을 연결하여 클라우드로의 컨설팅, 전환, 운영 관리 등의 서비스를 제공하는 사업자를 의미

■ 기업들의 디지털 전환 추진에 따른 클라우드로의 이전이 확대되어 감에 따라, 이용 중인 클라우드를 관리하는 Cloud MSP(Managed Service Provider)에 대한 수요도 함께 급증

■ 전통적인 SI가 IT Service로 진화된 이후, 클라우드 시대가 도래하면서 Cloud MSP로 진화하고 있음

- Gartner는 Cloud MSP가 다시 Digital Business Infrastructure 운영 전반을 관리하는 주체로 사업범위가 보다 확장될 것으로 전망

전체 순위	학계	공급자	수요처
6	3	6	8
	▲2	▼1	▼3



Source: <https://blogs.gartner.com/rene-buest/2019/03/29/managed-services-dead-long-live-managed-services/>

[06] Cloud MSP의 약진

❖ 국내 Cloud MSP 시장 동향

- 국내 대형 SI기업들의 경우, 올해까지 주로 그룹 계열사의 클라우드 전환에 주력해 왔지만 이제 대부분의 전환이 완성된 상황에서 새로운 사업 방향으로 MSP를 추진하고 있음
 - 삼성SDS의 경우, 내년도 사업계획의 중심을 Cloud MSP에 두고 기존 IT 사업부들을 클라우드 서비스 사업부와 솔루션 사업부로 통합해 클라우드 사업에 집중
 - LG CNS 역시, '더 뉴MSP' 사업을 선포하며, MSP 사업 확대에 공을 들이고 있음
 - 그 밖에 KT, NHN, 쌍용정보통신 등의 기업은 물론 일부 중소기업들까지도 Cloud MSP 사업을 내년도 주요 新사업방향으로 추진 또는 검토하고 있음
- 국내에는 메가존클라우드(Megazone Cloud), 베스핀글로벌(Bespin Global)이 대표적인 Cloud MSP 사업자이며, 두 업체 상당히 높은 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 평가
 - 베스핀글로벌은 2022 Gartner Magic Quadrant for Public Cloud IT Transformation Services에서 Visionary로 선정되었으며, 메가존클라우드는 한국 최초의 AWS 프리미어 컨설팅 파트너로서, APAC '올해의 파트너'로 선정되는 등 실적 보유
 - 이러한 기존업체들의 경쟁력으로 인해 신규 참여자들의 시장 공략이 생각보다 쉽지 않을 것이라는 전망도 공존

[07] 보안/복구 등 ICT 기본에 대한 관심과 투자 확대

❖ 정보보안(Security), 재해복구(Disaster Recovery) 등 ICT 기본에 대한 관심을 촉발시킨 카카오 '먹통' 사태

■ 데이터센터 화재가 촉발한 '먹통' 대란

전체 순위	학계	공급자	수요처
7	16	5	6
	▼9	▲2	▲1

카카오 기반 서비스 20여종이 초래한 먹통 대란

서비스(기능) 이용자수 이번 화재 영향	
카카오의 주요 서비스	
카카오T (택시·대리·킵보드) 3000만 먹통	인증서 (본인 인증) 3300만 먹통
멜론 (음악 스트리밍) 750만 먹통	카카오페이지 (웹툰·영화) 600만 먹통
카카오맵 (지도) 730만 먹통	카카오내비 (내비게이션) 500만 먹통
카카오톡 (메신저) 5000만명 먹통	다음 (포털, 카페) 1800만 먹통
카카오페이 (간편결제·주식·송금) 3700만 먹통	카카오 선물하기 (온라인 쇼핑) 2048만 먹통
카카오뱅크 (은행) 1900만 일부 장애	

카카오 연계 서비스

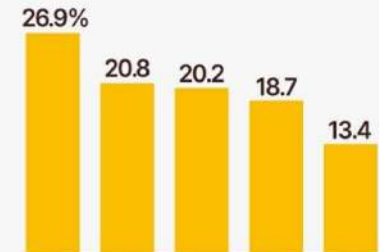
마켓컬리 (온라인 쇼핑) 650만 회원 가입, 신규 배송지 등록 불가
직방 (부동산 중개앱) 680만 부동산 지도 이용 불가
업비트 (가상화폐 거래소) 900만 로그인 불가

※다음(포털·카페앱 합산), 직방, 마켓컬리는 월 활성 기기 수 추산
자료=각 사, 모바일인덱스, 그래픽=김현국

준독점적 지위의 플랫폼 서비스가 사고로 중단될 경우, 그 피해가 막대함을 깨닫게 함

카카오 먹통 사태 피해소상공인 현황

10월 15일 카카오 서비스 장애 발생
10월 17~31일 피해 접수 진행 결과
총 2,117곳



자료: 소상공인연합회

김민지 기자. 장미선 인턴 20221109

YONHAPNEWS

출처: 연합뉴스

출처: <https://biz.chosun.com/stock/finance/2022/10/17/UKP4JFJ2WBGH7PH7KSDZGT7KIQ/>

[07] 보안/복구 등 ICT 기본에 대한 관심과 투자 확대

❖ 그 밖에 ICT 기본에 대한 관심과 투자를 확대하도록 하는 외부 환경 요인들

- 중앙집중적 인프라 의존에 따라 계속해서 발생하고 있는 각종 플랫폼 서비스 사건·사고



- 미·중 갈등, 러시아-우크라이나 전쟁에서 나타나는 사이버 보안의 중요성

- 국가 지원 해커의 등장 (미국과 유럽의 필수 인프라와 기업 공격)
- 대규모 공격의 여지를 만드는 소프트웨어 공급망 불안정성 문제 발생 → 기업들이 제로트러스트 (Zero-Trust) 방식을 도입

[07] 보안/복구 등 ICT 기본에 대한 관심과 투자 확대

❖ 그 밖에 ICT 기본에 대한 관심과 투자를 확대하도록 하는 외부 환경 요인들

■ 정보보호 및 보안 강화와 관련한 정부의 강력한 의지

- 2023년 정보보호 및 보안과 관련된 예산 264억원. 사이버 10만 인재 육성, 정보보호시스템 평가 및 인증기반 강화, 양자기술 상용화 기반 조성 등

2023년 정보보호 정책 사업 예산 단위:억원, ()안은 작년대비 증가율

구분	세부 사업	금액
사이버보안 인력양성	융합보안 핵심 인력 양성	67.6 (17.4%)
	정보보호 전문 인력 양성	162.8 (68.2%)
	지역 정보보호 교육 지원	23.8 (36.6)
	실전형 사이버훈련장 구축	20.0 (신규)
정보보호 산업육성	정보보호 산업 경쟁력 강화	74.2 (3.4%)
	정보보호시스템 평가 및 인증기반 강화	21.8 (9.9%)
사이버보안 기술 개발	전자서명인증	45.0 (116.4%)
	암호화 사이버 위협대응기술 개발	30.0 (신규)
	국방 무인이동체 사이버 보안기술 개발	17.7 (신규)
	데이터 프라이버시 글로벌 선도기술 연구개발	56.0 (30.2%)
	비대면 서비스 물리보안 통합플랫폼 운용체계 개발	40.0 (33.3%)
사이버침해사고 예방, 대응	사이버 보안챌린지 선도기술 개발	33.0 (41.9%)
	해킹바이러스 대응체계 고도화	641.4 (1.2%)



출처: 전자신문

**ICT 서비스의 경우 사고 발생 시 핵폭탄급 영향을 미치므로
정보보안/재해복구에 대한 지속적 관심과 투자 필요**

[08] 디지털 헬스케어 시장의 확대

❖ 디지털 헬스케어 시장 확대의 배경

- 2022년 대한민국 고령화 속도 세계 1위
 - 건강에 대한 사람들의 관심, 재력과 정보를 가진 실버세대의 등장 → 시장의 급속한 확대
- 2021년 글로벌 디지털 헬스케어 시장 매출은 2,680억 달러이며, 2025년까지 6,570억 달러로 성장 예상

전체 순위	학계	공급자	수요처
8	6	14	5
	▲2	▼6	▲3

❖ 정부의 마이 헬스웨이 플랫폼 구축 사업

- 건강보험, 진료기록 등 개인 헬스데이터를 한 곳에서 찾을 수 있는 플랫폼을 구축
- 4차산업혁명위원회 주도로 2021년 8월부터 한국보건 의료정보원이 발주해 아이티아이즈 컨소시엄이 수행하고 있으며 지난 8월 시범개통 이후 현재 2기 사업을 추진중



[08] 디지털 헬스케어 시장의 확대

❖ 국내 기업들의 디지털 헬스케어 사업 동향

업체명	주요 동향
네이버	200평 규모 사내 병원 오픈. AI 클라우드 클로바를 활용한 진료 서비스 개발 사내 병원에서 테스트 이후 사업화 계획
카카오	아산병원, 연세의료원 등과 협업. 디지털 헬스케어 담당CIC 설립
LG전자	가전기기 등을 통한 생활 속 헬스케어 개발. 헬스케어 플랫폼 상용화 목표
삼성전자	갤럭시워치 헬스케어 기능 강화. 갤럭시워치 활용한 원격의료 진출

업체명	서비스명	주요 서비스
레몬헬스케어	레몬케어 / 청구의 신	세계 최초 스마트 병원 서비스를 개발하여, 병원 예약부터 결제, 전자처방전, 실손보험 청구까지 하나의 플랫폼으로 제공
SG메디로보	GRAVITY&	압력센서를 기반으로 롤러를 정밀 제어해 통증 없는 마사지를 구현하는 로봇 제작
원스글로벌	CONNECT DI	국가별, 기관별로 다르게 사용하는 의약품의 코드와 성분 명 등을 매핑하여, 주사제의 재구성액 정보, 희석 농도, 상호작용 등과 관련된 정보를 CDSS(임상의사결정지원시스템)을 통해 알림
룰루랩	루미니 키오스크	피부 진단 및 분석. 화장품 큐레이션 서비스 70만개 피부 데이터 확보 및 질병 조기 예측 시스템 활용

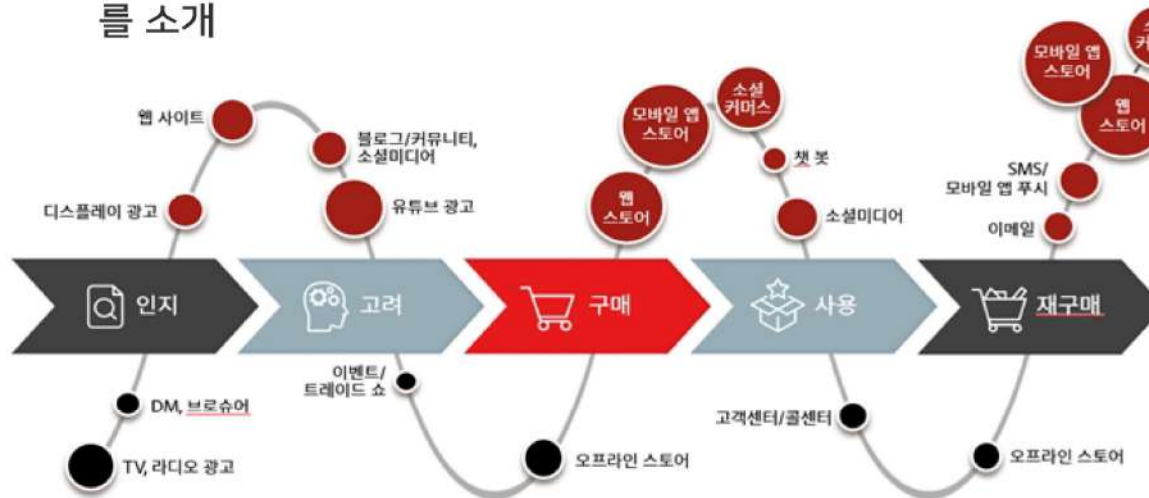
[09] 총체적 경험(TX) 구현의 본격화

❖ 총체적 경험(Total eXperience, TX)

- 사용자 경험(User eXperience, UX), 고객 경험(Customer eXperience, CX), 다중 경험(Multi-eXperience, MX), 직원 경험 (Employee eXperience, EX)을 모두 결합하는 개념

전체 순위	학계	공급자	수요처
9	7	9	9
	▲2	-	-

- Gartner는 2021/2022년 시장전망에서 주목해야 할 최고 전략 기술 트렌드 중 하나로 TX를 소개



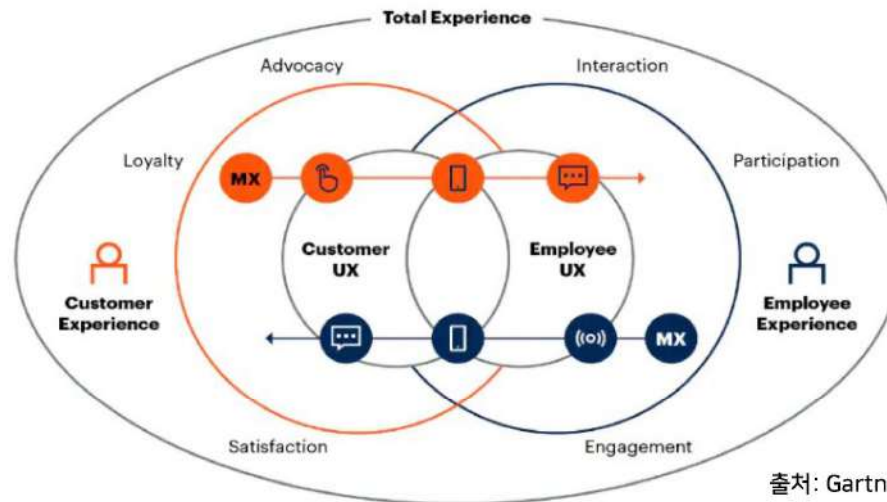
고객 여정 상에 존재하는 모든 종류의 경험은 서로 상호작용

관여되는 모든 주체들이 만족스러운 경험을 얻을 수 있도록 총체적으로 관리

[09] 총체적 경험(TX) 구현의 본격화

❖ 총체적 경험(TX)에 주목해야 하는 이유

- 국내 가전산업을 주도하는 대기업들(삼성, LG) 모두 최근 수년간 '경험' 키워드를 강조
- 코로나 시대에 온라인 경험의 폭발적 성장은 오프라인에서 이어지는 고객경험의 End-to-End 연결 니즈를 극대화하여 2023년 총체적 경험(TX) 시장 견인을 전망
- TX는 디지털 전환(DX), 고객데이터플랫폼(CDP), 앰비언트 인텔리전스(AMI, '나'만을 위해 민감하게 작동하는 전자 환경) 등 다른 디지털 비즈니스 혁신들과 밀접하게 연관

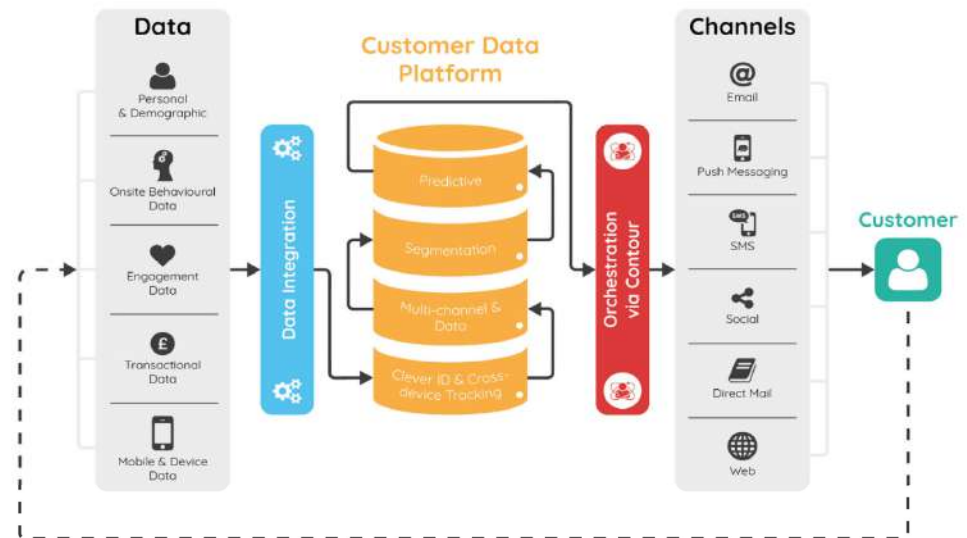


[10] Customer Data Platform 도입 확대

❖ Customer Data Platform(CDP)

- 다양한 채널을 통해 수집된 고객 데이터를 하나로 통합하여, 360도의 고객 프로필을 생성
→ 단일 고객 뷰(single customer view) 제공
- 고객자산(고객 데이터)를 가진 기업이라면, 그 자산의 가치와 활용을 극대화하기 위해 반드시 갖추어야 하는 디지털 트랜스포메이션(DX)의 필수 과제
- 비슷한 맥락에서 EDP (Employee Data Platform)의 개념도 등장
→ HR & Compliance에 활용

전체 순위	학계	공급자	수요처
10	9	8	12
	▲1	▲2	▼2



Source: <https://www.element61.be/en/competence/customer-data-platform-cdp>

[10] Customer Data Platform 도입 확대

❖ 왜 현 시점에서 CDP에 주목해야 하는가?

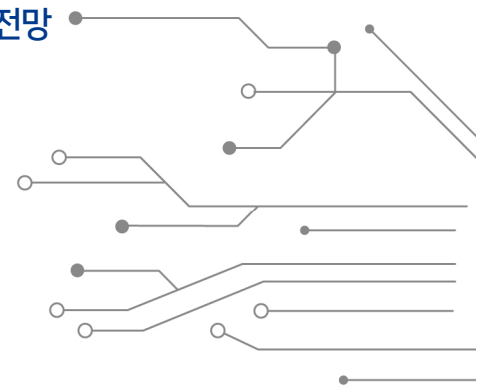
- 단일 고객 뷰 생성은 CRM이 도입되던 2000년대 초반에도 주목받던 이슈였으나, 지금은 그 때보다 채널이 훨씬 더 다각화 됨에 따라 대상이 되는 고객 정보의 범위가 크게 확대됨
- DW-CRM-DM 시스템 등의 이름으로 고객 데이터가 Silo화 된 문제를 해결할 필요가 생김
- AI/빅데이터 기술의 발전으로 인해 확대된 고객 데이터로 부터 추출할 수 있는 가치 있는 통찰이 더 크게 확대됨 → 2023년에 재유행할 것으로 예상되는 이유
 - AI/빅데이터의 분석·활용 역량이 우수한 기업일수록, CDP 구축에 대한 필요성을 상대적으로 높게 인식하고 이를 적극적으로 추진하는 것으로 파악됨
- 아울러, 개인정보 보호 측면에서 GDPR(유럽연합 개인정보보호규정) 같은 법률로 인해서 고객 데이터를 수집/저장하는 것이 기존보다 엄격해 지면서, 이를 효율적으로 수행할 수 있는 플랫폼이 요구됨

보유 중인 데이터를 효과적으로 활용하고 체계적으로 관리하기 위해
관련 데이터를 전사적으로 통합하려는 기업들의 수요는 꾸준히 있을 것으로 전망



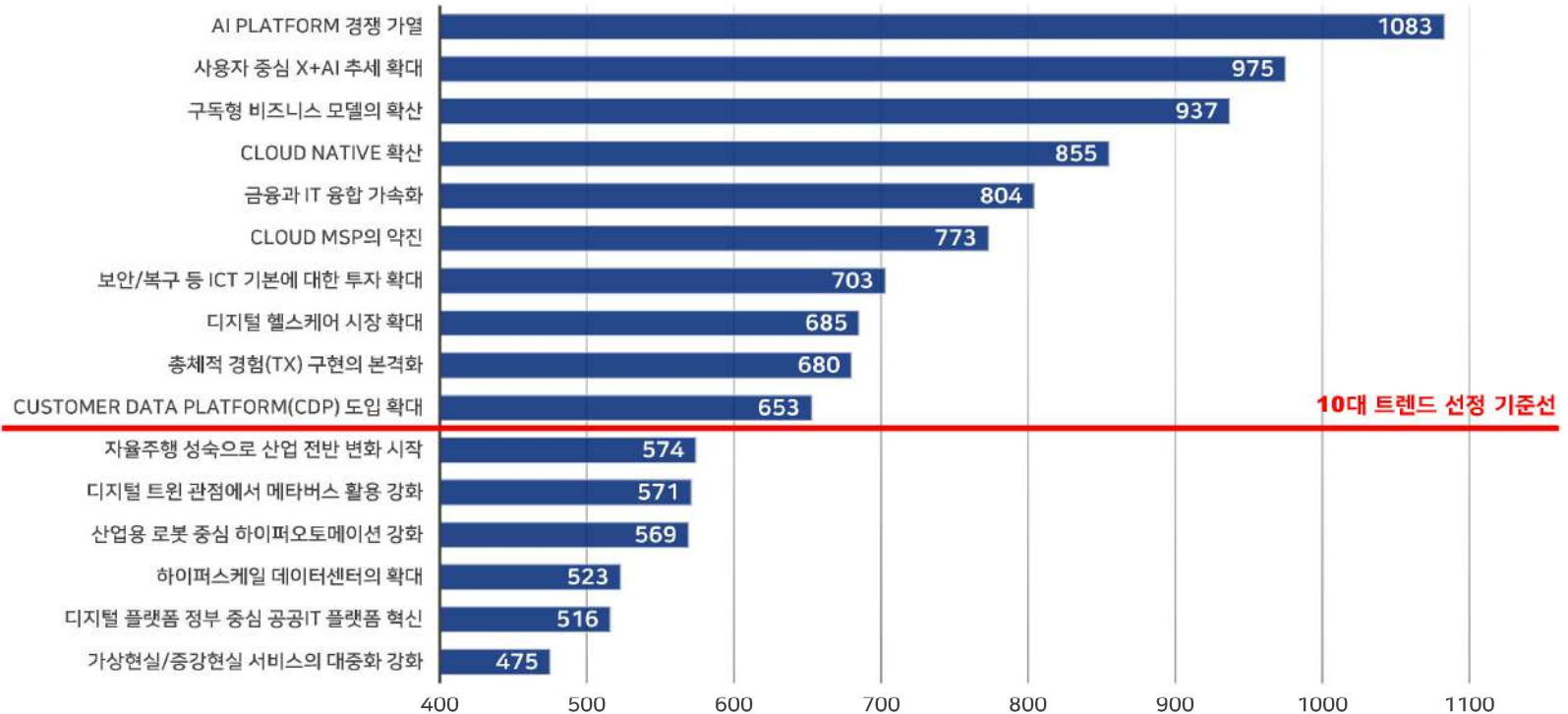
소속기관 유형별 인식 차이 분석 결과

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



16개 후보 트렌드에 대한 종합 순위

❖ 전체 획득점수 현황



※ 트렌드 i의 획득점수 산식 = $\sum_j (11 - Rank_{ij})$
 where $Rank_{ij}$ = 응답자 j가 트렌드 i에 대해 부여한 등수(10위 이내로 부여한 경우) / $Rank_{ij} = 11$ (10위권 밖으로 부여한 경우)

16개 후보 트렌드에 대한 소속기관 유형별 순위

❖ 소속기관 유형별 후보 트렌드 순위 현황

트렌드 후보	Total Rank	Academics	Vendors	Consumers
AI Platform 경쟁 가열	1	1	1	2
사용자 중심의 X(application) + AI 추세 확대	2	2	3	4
구독형 비즈니스 모델의 확산	3	4	2	3
Cloud Native의 확산	4	10	4	1
금융과 IT 융합의 가속화	5	3	6	8
Cloud MSP(Managed Service Provider)의 약진	6	5	7	7
보안/재해복구 등 ICT 기본(Basics)에 대한 관심과 투자 확대	7	16	5	6
디지털 헬스케어 시장의 확대	8	6	14	5
총체적 경험(Total Experience, TX) 구현의 본격화	9	7	9	9
Customer Data Platform(CDP) 도입 확대	10	9	8	12
자율주행 기술 성숙에 따른 산업 전반의 변화 시작	11	12	11	11
디지털 트윈 관점에서 접근하는 메타버스 활용 강화	12	8	12	13
산업용 로봇을 중심으로 한 하이퍼오토메이션 강화	13	11	15	10
하이퍼스케일 데이터센터의 확대	14	14	9	16
디지털 플랫폼 정부를 기치로 하는 공공IT의 플랫폼 혁신	15	13	13	15
가상현실/증강현실 서비스의 대중화 강화	16	15	16	14

소속기관 유형별 인식차이 분석 결과

❖ 유형1. 학계에서 낮게 평가하였으나, 산업계에서 높게 평가한 주요 트렌드

■ Cloud Native의 확산 (학계 10위 vs. 공급자 4위, 수요처 1위)

- 클라우드 컴퓨팅에 대한 중요성 인식이 학계에 아직 충분히 자리잡지 못하고 있음을 시사
- 실제로 클라우드 컴퓨팅에 대한 대학의 교육 프로그램은 전반적으로 부실한 상황
→ 클라우드 분야에서의 학계와 산업계간 교육 협력 활성화 필요

전체 순위	학계	공급자	수요처
4	10	4	1
	▼7	-	▲2

■ 보안/재해복구 등 ICT 기본(Basics)에 대한 관심과 투자 확대 (학계 16위 vs. 공급자 5위, 수요처 6위)

- 학계의 응답 대상인 교수들은 실제 IT운영 및 관리 경험이 부족하여 발생한 현상인 것으로 추정

전체 순위	학계	공급자	수요처
7	16	5	6
	▼9	▲2	▲1

소속기관 유형별 인식차이 분석 결과

❖ 유형2. 공급자는 낮게 평가하였으나, 수요처에서 높게 평가한 주요 트렌드

■ Cloud Native의 확산 (공급자 4위 vs. 수요처 1위)

- 공급업체에서는 클라우드 보다 인공지능의 중요성을 더 높이 평가했으나, 수요처에서는 인공지능 보다 클라우드를 더 중요하게 평가
- 이는 실제 현업 적용에 있어 인공지능보다 클라우드의 가능성을 수요기업들이 상대적으로 더 높게 평가하고 있음을 시사

전체 순위	학계	공급자	수요처
4	10	4	1
	▼7	-	▲2

■ 디지털 헬스케어 시장의 확대 (공급자 14위 vs. 수요처 5위)

- 디지털 헬스케어는 크게 성장할 시장으로 누구나 예상하고 있으나 기술 공급업체에서는 규제 등으로 인한 사업화 어려움으로 인해 아직 시기상 이르다고 판단
- 하지만 수요기업들은 이미 이 시장을 높게 평가하고 있다는 점에서 주목할 필요가 있음

전체 순위	학계	공급자	수요처
8	6	14	5
	▲2	▼6	▲3

소속기관 유형별 인식차이 분석 결과

❖ 유형3. 공급자는 높게 평가하였으나, 수요처에서 낮게 평가한 주요 트렌드

■ Customer Data Platform(CDP) 도입 확대 (공급자 8위 vs. 수요처 12위)

- 공급업체에서는 고객 데이터 플랫폼의 중요성을 상대적으로 높게 인식한 반면, 수요처에서는 덜 중요하게 인식
- 이에 관련 기업들은 수요기업의 인식을 제고하기 위한 노력을 보다 강화할 필요 있음

전체 순위	학계	공급자	수요처
10	9	8	12
	▲1	▲2	▼2

❖ 유형4. 소속기관 유형별 인식 차이로 인해 Top 10에 선정되지 못한 트렌드

- 디지털 트윈으로 접근하는 메타버스 활용 강화 (학계 8위 vs. 공급자 12위, 수요처 13위)
- 산업용 로봇 중심 하이퍼오토메이션 강화 (수요처 10위 vs. 학계 11위, 공급자 15위)
- 하이퍼스케일 데이터센터의 확대 (공급자 9위 vs. 학계 14위, 수요처 16위)

소속기관 유형별 인식차이 분석 결과

❖ 유형5. 모든 유형에서 중요하지 않게 인식한 후보 트렌드

■ 디지털 플랫폼 정부를 기치로 하는 공공IT의 플랫폼 혁신

- '디지털 플랫폼 정부' 전략에 대한 인식 확산 필요
- 시장 참여자들의 정부 정책에 대한 신뢰를 강화시킬 정책 대안 필요

전체 순위	학계	공급자	수요처
15	13	13	15
	▲2	▲2	-

■ 가상현실/증강현실 서비스의 대중화 강화

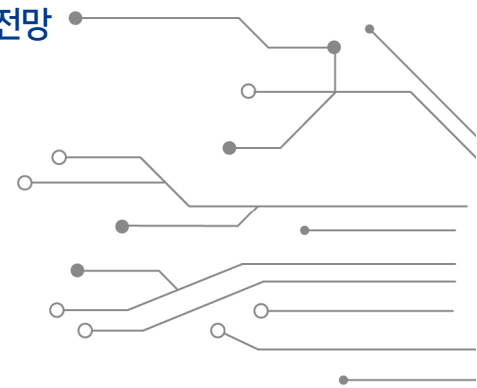
- 모든 참여자들이 아직 시기상조라고 인식
- 최근 이 분야의 리더인 Meta의 부진과 Apple의 관련 제품 출시 연기 소식도 영향을 미쳤을 것으로 예상

전체 순위	학계	공급자	수요처
16	15	16	14
	▲1	-	▲2



Local vs. Global CIO 인식 차이 분석 결과

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



MISQ SIM 트렌드 연구 소개

❖ 미국 정보화 협회(Society for Information Management, SIM)가 실시하는 ICT 기업인 대상 설문조사

- 1980년 이래 매년 실시 → 2021년에 41번째 설문 진행
- 개인 및 조직에 가장 우려되는 IT issue는 무엇인지 조사
- 매년 동일한 설문항목에 대해 조사함으로써 전년 대비 추세를 분석하고 시간 경과에 따른 경영진 인식 변화 추적
- 매년 1월 전년도 조사된 분석결과를 MIS Quarterly Executive에 발표



The 2021 SIM IT Issues and Trends Study

[Leon Kappelman](#)
[Russell Torres](#)
[Ephraim R. McLean](#)
[Chris Maurer](#)
[Vess L. Johnson](#)
[Mark Snyder](#)
[Katia Guerra](#)

Recommended Citation

Kappelman, Leon; Torres, Russell; McLean, Ephraim R.; Maurer, Chris; Johnson, Vess L.; Snyder, Mark; and Guerra, Katia (2022) "The 2021 SIM IT Issues and Trends Study," *MIS Quarterly Executive*: Vol. 21: Iss. 1, Article 8.
Available at: <https://aiselaisnet.org/misqe/vol21/iss1/8>

❖ 참고: 미국 정보화 협회(SIM)

- 1968년 설립된 비영리 전문단체
- 미국 CIO, 고위 IT 임원, 저명인사, 교육 전문가, 연구자 등 IT 리더가 회원인 국가 조직이며 지부 네트워크로 구성

SIM IT Issue 조사 결과: 조직 관점

❖ 글로벌 기업들이 중요하게 인식하는 IT 이슈의 최근 3년간 순위 변화 추이

Concerns / Issues	2019년 순위	2020년 순위	2021년 순위
Security/ Cybersecurity/ Privacy	1	1	1
Alignment of IT with the Business	2	2	2
Data Analytics/Data Management	3	3	3
Digital Transformation	4	4	4
Compliance and Regulations	5	4	5
Cloud/Cloud Computing	6	9	6
Business Continuity	16	7	7
Agility/Flexibility (IT)	11	12	8
Agility/Flexibility (Business)	7	10	9
Cost Reduction/ Controls (IT)	8	6	10
Innovation	9	11	10

- 1위~4위까지 매년 동일한 순위 유지: 정보보호/보안/프라이버시를 가장 중시
- COVID-19으로 인한 급격한 시장환경 변화가 주요 이슈의 순위에 영향을 미침
 - 비즈니스 연속성이 16위에서 7위로 상승
 - 민첩성(agility)와 유연성(flexibility)이 11위에서 8위로 상승

SIM IT Issue 조사 결과: 개인 관점

❖ 글로벌 기업 IT리더들이 신경쓰는 IT 이슈의 최근 3년간 순위 변화 추이

IT Leaders' Most Important/ Worrisome Concerns	2019년 순위	2020년 순위	2021년 순위
Security/Cybersecurity/Privacy	1	1	1
Alignment of IT and/with the Business	2	2	2
IT Talent/Skill Shortage/Retention	3	5	3
Credibility of IT/Perception of IT Leadership	4	4	4
Business Continuity	8	3	5
Compliance and Regulations	5	7	6
Agility/Flexibility - IT	12	8	7
Digital Transformation	11	6	7
Data Analytics/Data Management	7	12	9
CIO Leadership Role	9	10	10

- 1위~2위까지는 매년 동일한 순위 유지: 정보보호/보안/프라이버시를 가장 중시
- 데이터 애널리틱스와 관리에 대한 인식이 조직(3위)은 높는데, 개인(9위)은 낮음
- 역시 COVID-19으로 인한 급격한 시장환경 변화가 주요 이슈의 순위에 영향을 미침
 - 비즈니스 연속성이 12위에서 7위로 상승
 - 민첩성(agility)와 유연성(flexibility)이 11위에서 7위로 상승

국내 IT리더 대상 조사 결과: 조직 관점

조직에서 우려하는 IT Management Issue	종합순위	학계	공급자	수요처	글로벌(SIM)
Digital Transformation	1	2	1	1	4
Data Analytics/Data Management	2	1	3	2	3
Security / Cybersecurity / Privacy	3	3	4	3	1
Cloud/Cloud Computing	4	5	2	4	6
Alignment of IT with the Business	5	4	6	6	2
Innovation	6	6	5	8	10
Cost Reduction/Controls (IT)	7	7	9	4	10
Business Continuity	8	8	8	7	7
Agility/Flexibility(Business)	9	9	7	9	9
Compliance and Regulations	10	10	10	9	5
Agility/Flexibility(IT)	11	11	11	11	8

- 순위에 차이가 있으나, 정보보호/보안, 데이터 분석/관리, DX는 공통적으로 중요하게 인식
- 글로벌 기업들은 정보보호/보안, 비즈니스와 IT의 정렬, 준법감시 및 규제를 국내 기업들보다 더 중요하게 인식
- 반면 국내 기업들은 DX, 클라우드, 혁신, IT 비용절감/통제를 글로벌 기업들보다 더 중요하게 인식

국내 IT리더 대상 조사 결과: 개인 관점

개인적으로 우려하는 IT Management Issue	종합순위	학계	공급자	수요처	글로벌(SIM)
Digital Transformation	1	2	1	2	7
Security / Cybersecurity / Privacy	2	3	2	1	1
Data Analytics / Data Management	3	1	4	3	9
Alignment of IT and/with the Business	4	4	5	4	2
IT Talent / Skill Shortage / Retention	5	7	3	7	3
Business Continuity (Disasters Recovery 포함)	6	6	6	5	5
Compliance and Regulations	7	5	8	8	6
CIO Leadership Role	8	7	10	5	10
Credibility of IT / Perception of IT Leadership	9	9	7	9	4
Agility / Flexibility - IT	10	9	8	10	7

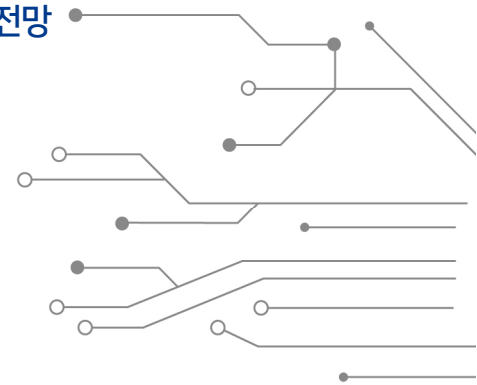
- 정보보호/보안은 공통적으로 중요하게 인식
- 국내 IT리더들은 DX, 데이터 분석/관리를 글로벌 IT리더들보다 훨씬 더 중요하게 인식
- 반면 글로벌 IT리더들은 조직 내 IT에 대한 신뢰/IT 리더십에 대한 인식, 비즈니스와 IT의 정렬, IT 인재 확보, IT의 민첩성/유연성에 대해 국내 IT리더보다 더 중요하게 인식

글로벌 IT기업/리더들과 국내 IT기업/리더들 사이에 상당한 인식의 차이가 있음을 확인



결언

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망



본 연구조사의 의의

❖ 본 연구조사의 의의 및 시사점은 다음과 같음

국내 디지털 비즈니스 리더들의 집단지성을 모아,
국내 비즈니스 환경을 고려한 디지털 비즈니스 트렌드 전망 도출

소속기관 유형(학계, 공급자, 수요처)에 따른 인식 비교를 통해
타 연구에서 확인하지 못한 차별화된 통찰 도출

또한 글로벌 기업의 IT 리더들과 국내 디지털 비즈니스 리더들 간의 인식 비교를 통해
글로벌과 국내 비즈니스 환경에 상당한 차이가 있음을 확인

텍스트 마이닝 분석 및 설문 기반 계량분석을 통해
최대한 과학적인 방법을 적용하고자 노력

본 연구조사의 한계 및 향후 연구방향

❖ 본 연구조사의 한계 및 향후 연구방향은 다음과 같음

연구팀이 학계 교수진으로만 구성

이번 연구조사에서는 트렌드 평가 시, '중요도'의 단일차원으로만 평가



시장조사업체 등 폭넓은 시각을 갖고 있는 산업계 연구진과 공동 연구팀 구성 필요

향후 연구조사에서는 트렌드 평가 시,
'실현가능성', '시장파급력', '예상 Time-to-Market' 등 다차원 평가 적용 검토

감사합니다

2023 디지털 비즈니스 트렌드 전망

발행	2023년 1월
발행처	한국정보산업연합회, 한국경영정보학회
주소	[한국정보산업연합회] 서울시 강남구 테헤란로222(역삼동, 도원빌딩), 3층, 4층 TEL. 02-2046-1423 [한국경영정보학회] 서울시 용산구 한강대로 115, 7층 (한강로2가, 대우디오빌오피스텔702호)
인쇄처	경성문화사

본 내용의 무단 복제를 금함.



유교 365 기초회계

2023