

AI 가치 창출 단계에 대해 살펴보기 소매유통업



요약 보고서

1956년 John McCarthy가 Dartmouth College에서 주최한 컨퍼런스에서 이 용어를 처음 사용한 이래로 AI는 많은 발전을 거듭해 왔습니다.¹ 전례 없는 혁신의 속도와 ChatGPT 및 기타 생성형 AI 도구의 접근성은 거의 모든 조직에 활력을 불어넣고 있습니다.

AI 기술의 수와 활용 가능성, 기회의 범위를 고려할 때 어디서부터 시작해야 할지 알기 어려울 수 있습니다.

AI 준비성의 주요 동인과 AI 준비성에 미치는 영향을 더 잘 이해하기 위해 Microsoft는 전문가들의 정성적 데이터와 다양한 산업과 지역의 정보 기술 및 비즈니스 리더 1,300명 이상의 정량적 데이터를 사용하여 IPSOS에 연구 조사를 의뢰했습니다.²

그런 다음 IPSOS는 설문조사 데이터를 사용하여 탐색에서 실현에 이르는 AI 준비 단계를 파악하는 데 도움이 되는 예측 모델을 구축했습니다.

이 책은 업계 리더가 AI의 가치를 실현할 수 있는 방법에 초점을 맞춰 소매유통업을 위한 연구 결과를 제공합니다.

산업 요약

소매유통업

소매유통업계에서는 이미 AI의 힘을 실감하고 있습니다. 소매유통업의 21%는 최고 AI 책임자를 두고 있으며, 4분의 1은 클라우드를 우선적으로 도입하여 고객 대면 경험을 위한 솔루션 개발에서 선도적인 입지를 보여주고 있습니다.

소매유통업에 특화된 인사이트와 사용 사례를 활용하여 AI로 가치를 창출하세요. 이 가이드는 Microsoft가 의뢰하고 IPSOS가 수행한 연구를 바탕으로 AI 준비의 주요 단계와 AI의 동인을 파악하고, 소매유통업 분야에서 AI로 가치를 실현하기 위한 모범 사례와 다음 단계를 제시합니다.

89

이 연구에 참여한
소매유통업 분야의
의사 결정권자들

연구, 방법론, 모델링

시장	합계	IT 의사 결정권자	비즈니스 의사 결정권자
미국	n=500	251	249
인도	n=200	100	100
영국	n=200	100	100
독일	n=207	103	104
일본	n=206	105	101

이 eBook을 뒷받침하는 연구 결과에는 Microsoft를 대신하여 IPSOS에서 수행한 여러 단계가 포함되었습니다. 2023년 8월, IPSOS는 비즈니스 및 학계 대표들과 함께 전문가 워크숍을 진행했습니다. 그런 다음 2023년 9월부터 10월까지 엔터프라이즈급 비즈니스 및 IT 의사 결정권자(BDM 및 ITDM)를 대상으로 AI 준비 및 성공을 주제로 정량적 설문 조사를 실시했습니다.

이러한 의사 결정권자는 예산 책임이 있고, 다양한 비즈니스 요소와 부서를 담당하며, 엔터프라이즈급 이상의 미드마켓 조직(미국 조직의 경우 직원 500명 이상, 글로벌 시장의 경우 직원 300명 이상)을 대표합니다. 또한 금융 서비스(212명), 의료(153명), 제조(171명), 유통(89명)의 4개 핵심 산업을 다루었습니다. 미국, 인도, 영국, 독일,

일본을 포함한 여러 시장에서 1,300명 이상의 의사 결정권자로부터 의견을 수렴했습니다.

설문조사에는 AI 성공의 5가지 동인 각각에 관련된 40개 이상의 질문이 포함되었습니다. 비즈니스 전략, 기술 및 데이터 전략, AI 전략 및 경험, 조직 및 문화, AI 거버넌스 등입니다. 이 백서에 설명된 분석과 모델은 다항 로지트 분석을 사용하여 각 동인에 대한 설문조사 항목을 사용하여 각 동인의 AI 준비 수준을 파악한 다음 5가지 동인에 대한 예측 평가에서 전체 AI 준비 수준을 파악하기 위해 작성되었습니다.

이 연구 결과에서는 AI 준비의 각 단계에 대해 단계의 특성과 기회를 나타내는 일반적인 값을 식별했습니다. 예를 들어, 초기 '탐색' 단계에서는

모든 척도 질문에 대한 응답이 1로 설정되었습니다. 마찬가지로 '계획' 단계에서는 질문이 2로 설정되었습니다. 이 값은 각 단계의 표준 예시로 사용됩니다. 그러나 산업별 구체적인 권장 사항은 조직의 고유한 상황과 기회에 따라 달라질 수 있습니다.

소매유통업 AI 준비 상태 요약

소매유통업의 AI는 이제 그 어느 때보다 강력하고 접근하기 쉬워졌습니다. 생성형 AI의 발전으로 AI는 과거에는 불가능했던 복잡한 문제를 해결할 수 있게 되었습니다. 오늘날 소매유통업은 AI를 활용하여 맞춤형 서비스를 제공하고 끊임없이 변화하는 시장에서 회복탄력성을 높일 수 있습니다.

소매유통업 기업:

10%

AI 구현을 통한 일관되게 높은 투자 수익률 보고

산업 간 평균: 7%

39%

AI 투자를 통해 고객과의 수익 유지 또는 증대 모색 비율

산업 간 평균: 30%

60%

현재 마케팅 부서에서 AI를 사용하고 있는 비율

산업 간 평균: 42%

28%

조언과 상담을 위해 AI 분야의 SME에 접근하는 기업의 비율

산업 간 평균: 38%

54%

AI 도구 및 솔루션 선택 시 보안 및 규정 준수 우선 순위 지정

산업 간 평균: 53%

40%

AI 전용 교육으로 기존 직원의 역량 강화

산업 간 평균: 48%

51%

외부 AI 서비스 제공업체 또는 컨설턴트와의 협업

산업 간 평균: 44%

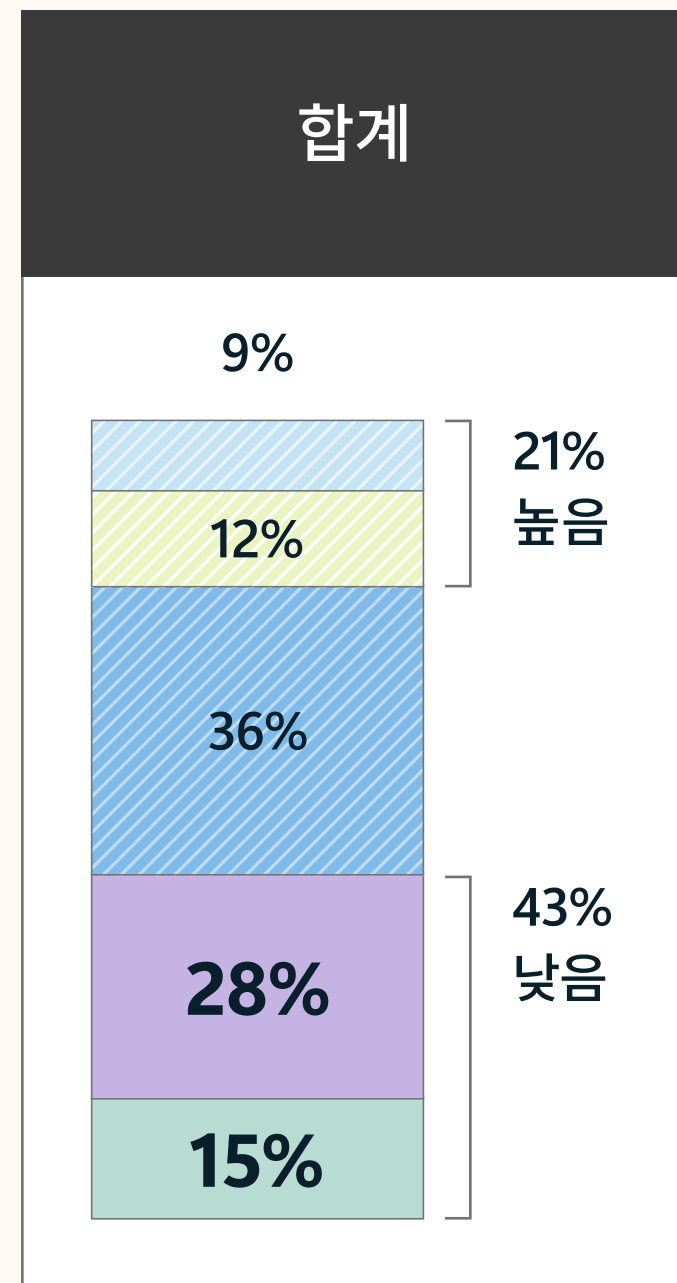
32%

AI 애플리케이션 또는 AI 지원 솔루션을 시범 운영한 경험

산업 간 평균: 22%

소매유통업 AI 준비 상태 인사이트

소매유통업 AI 준비 단계



소매유통업의 전반적인 AI 준비 상태

소매유통업에는 다양한 AI 준비 상태가 존재합니다. 일부 소매유통업에서는 운영 전반에 걸쳐 지속적으로 AI를 활용하여 고객 관계를 개선하고 수익을 창출하는 데 앞장서고 있습니다. 하지만 소매유통업의 43%가 '탐색 중' 및 '계획 중' 단계에 있는 등 아직 시작 단계에 있는 업체들이 많습니다. 이러한 다양성은 대형 할인점부터 부티크 상점까지 소매유통업의 광범위한 범주를 반영하며, 클라우드 기술을 조기에 도입한 기업과 그렇지 않은 기업 간의 명확한 격차를 강조합니다. 소매유통업 기업의 약 25%가 클라우드 기술을 조기에 도입하여 AI를 선도적으로 활용하고 있습니다. 그러나 소매유통업의 8%는 아직 클라우드 서비스를 사용하지 않고 있으며, 이는 전체 산업 평균인 6%보다 약간 높은 수치입니다.

소매유통업 AI 준비의 동인

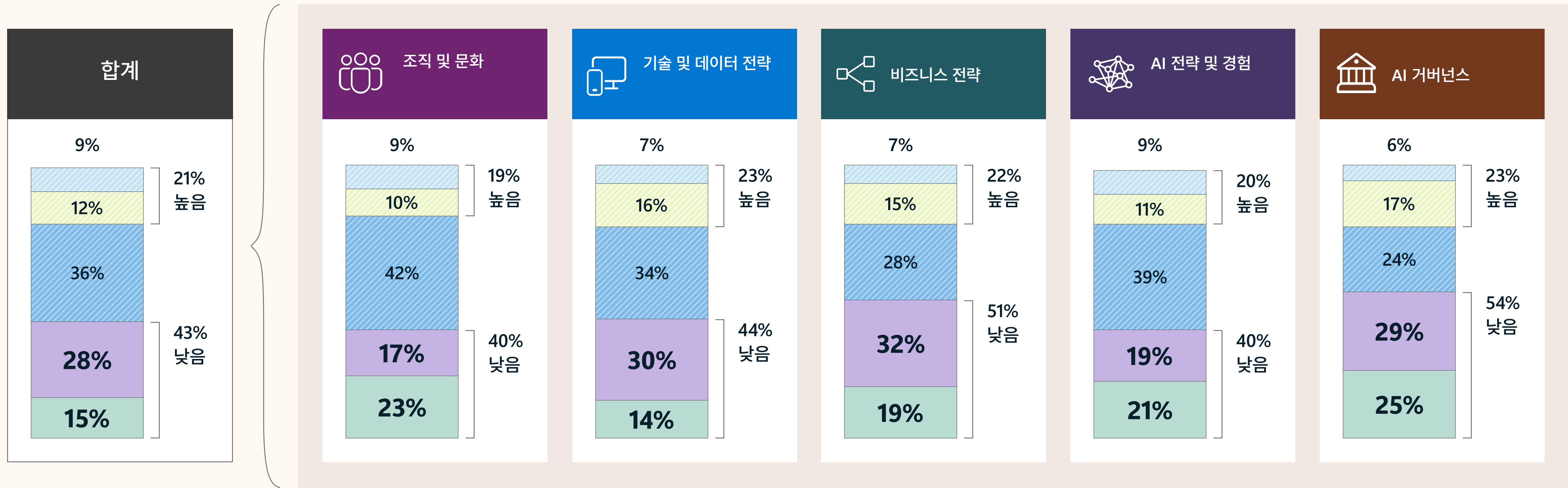
전 세계적으로 실시한 조사에 따르면 소매유통업은 **조직과 문화**에 대한 확장 및 실현에서 다른 산업에 비해 뒤처져 있으며, **AI 전략과 경험**에서는 평균보다 약간 낮은 것으로 나타났습니다. **AI 거버넌스**의 경우, '탐색 중'과 '계획 중' 단계에 있는 소매유통업 조직의 비율이 합쳐서 54%로 평균 49%에 비해 더 많은 비율을 차지했습니다. 이 차이는 측정된 AI 준비도 동인 중 소매유통업에서 가장 큰 격차를 나타냅니다.

소매유통업의 전문가로서 비즈니스 목표와 연계된 견고한 AI 비즈니스 전략을 개발하는 데 우선 순위를 두어 **'계획' 단계부터 발전하는 데 집중하세요.** 이러한 기반을 통해 개념 증명에서 구현까지 성공적으로 진행할 수 있습니다.



소매유통업 AI 준비 동인

소매유통업의 동인과 AI 준비 단계




모색
 계획 중
 구현
 확장
 실현

소매유통업의 AI 준비 단계: 탐색 및 계획

대부분의 소매유통업 기업은 **비즈니스 전략**을 통해 AI 가치 실현을 향해 나아갈 수 있는 기회를 **탐색하고 계획**하는 단계에 있습니다.

탐색 및 계획 단계의 주요 동인

 **비즈니스 전략**

1위

소매유통업은 AI를 활용하여 운영을 개선하고 탁월한 고객 경험을 제공할 수 있습니다. 소매유통업은 AI 전략을 수립할 때 고객 경험을 개인 설정 및 최적화하고, 인기 제품에 대한 수요를 예측하고, 신제품을 추천하고, 공급망 중단이나 재고 부족에 대한 복원력을 높이고, 모든 고객 참여 채널에서 조화로운 경험을 보장하는 데 중점을 둡니다.


상위 동향

- 옴니채널 운영 간소화, 공급망 통합 및 수익률 개선

최고의 기회

- AI를 우선시 및 승인하고 AI에 대해 사회화된 사용 사례
- 실시간 의사 결정을 내릴 때 AI 사용

비즈니스 애플리케이션으로 소매유통업의 미래를 만들어가는 방법을 [알아보기](#).

 **기술 및 데이터 전략**

2위(동점)

진화하는 위협으로부터 방대한 데이터를 보호하는 것은 고객뿐만 아니라 비즈니스 자체에도 매우 중요합니다. POS 시스템과 재고 로그부터 방대한 공급업체 데이터베이스 네트워크에 이르기까지 소매유통업의 데이터 자산은 그 다양성만큼이나 풍부합니다. 이러한 복잡성으로 인해 다양한 보안 문제가 발생하므로 강력한 데이터 보안이 중요한 초점이 되고 있습니다.


상위 동향

- 해커, 온라인 사기, 매장 내 고객 감소로 인한 보안 위협 증가

최고의 기회

- AI 모델링 목적으로 완전하고 관련성 높은 데이터에 액세스
- 전용 클라우드 인프라

소매유통업용 Microsoft 클라우드를 사용하여 고객, 직원, 데이터를 연결하는 방법 [알아보기](#)

 **조직 및 문화**

2위(동점)

소매유통업 인력은 대부분 이직률이 높은 젊은 일선 직원들로 구성되어 있습니다. AI를 효과적으로 활용하려면 리더는 AI가 업무 환경을 개선하는 방법을 명확하게 설명하여 일자리 대체에 대한 두려움을 해소해야 합니다. AI가 일상적이고 반복적인 업무를 제거하여 업무 효율을 높여주는 도구라고 상상해 보세요. AI가 어떻게 업무 만족도와 안전성을 향상시킬 수 있는지에 집중함으로써 팀의 역량을 높이고 일상 업무의 보람과 몰입도를 높이는 혁신의 기반을 마련할 수 있습니다.

상위 동향

- 옴니채널 운영, 공급망 간소화 및 수익률 개선

최고의 기회

- 경영진은 AI의 비전과 중요성을 명확하게 전달했습니다.
- AI 프로젝트에 기여할 수 있는 전문가

현장 직원을 위한 Microsoft 365가 직원의 역량을 강화하는 방법을 [알아보세요](#).

AI를 통한 소매유통업 혁신 가속화

소매유통업의 광범위한 AI 준비 상태는 업계의 다양한 사용 사례와 비즈니스 유형을 반영합니다. 평균적으로 소매유통업은 AI 준비의 '탐색' 및 '계획' 단계에 있습니다.

AI 준비 상태를 발전시키려면 '구현' 단계로 나아가기 위한 강력한 비즈니스 전략을 개발하는 데 집중하여 AI 통합의 이점을 극대화하세요.

조직과 문화의 강점을 활용하여 리더십이 AI의 비전과 그 중요성을 명확하게 전달할 수 있도록 지원할 수 있는 기회가 존재합니다. 기술 및 데이터 전략을 활용하여 임베디드 클라우드 인프라에서 관련성 있고 완전한 데이터에 대한 액세스를 제공하고 보안을 보장하세요.

→ [전체 eBook을 다운로드](#)하여 성공을 위한 AI 전략 로드맵을 개발하는 방법을 알아보고 더 가치 있는 업계 인사이트를 살펴보세요.

→ [Microsoft Cloud for Retail](#) 알아보기.

미주

1. Grace Solomonoff, "The Meeting of the Minds that Launched AI," 2023년 5월 6일, 2024년 2월 29일에 액세스함, [The Meeting of the Minds That Launched AI - IEEE Spectrum](#).
2. 이 연구 결과를 지원하는 연구 및 분석 접근 방식에 대한 자세한 내용은 "[연구, 방법론, 모델링](#)" 개요를 참조하세요.