



많은 양의 중요한 데이터를 저장, 구성, 액세스 및 처리하는 프로세스는 매우 복잡할 수 있지만 비즈니스를 성장시키는 결정을 이끄는 데 중요합니다.

# 예측할 수 없는 시대의 핵심인 데이터 전략



2020년 코로나바이러스 팬데믹이 발생한 지 18개월 이상이 지난 현재, 비즈니스 성공을 위해선 반드시 고품질 데이터를 기반으로 신속한 결정을 내려야 한다는 사실이 분명해졌습니다. 점점 더 경쟁은 치열해지고 끊임없이 변화하는 환경에서 기업은 비용 절감 및 공급망 문제부터 제품 개발 및 시장 변화에 이르는 모든 문제를 지속적으로 해결할 수 있도록 민첩해야 합니다. 기술 리더와 전문가는 팬데믹 이후 사업 성공을 위해 중요한 것은 장기적인 데이터 전략을 개발하는 것이라고 말합니다. 이렇게 하면 전략적 비즈니스 결정을 안내하기 위해 규모에 따라 데이터를 관리, 액세스, 분석 및 관련 작업을 수행하는 조직의 능력을 지원하는 강력한 기반과 명확한 비전이 제공됩니다.

“이는 신뢰할 수 있는 데이터를 적절한 사람들에게 마찰이 적은 방식으로 제공하는 지속적인 여정입니다.”라고 뉴욕 사모펀드 회사인 Aquiline Capital Partners의 기술 이사인 Jonathan Lutz는 말했습니다. 그는 특히 적절한 데이터 전략은 조직이 이러한 노력의 규모를 확장하기 시작할 때 반드시 필요하다고 말합니다. “수동 프로세스가 더 이상 유지 또는 지속 가능하지 않은 변곡점이 있습니다.”라고 그는 말합니다.

### 이 보고서 소개

설문 조사와 경영진 심층 인터뷰를 결합해서 작성된 이 보고서는 오늘날 조직이 데이터를 사용하여 비즈니스 가치를 창출하는 방법을 탐구합니다. Amazon Web Services의 후원을 받고 있으며, 보고서 내부에서 표현된 견해는 편집상 독립적인 MIT Technology Review Insights의 견해입니다.

- 2021년 6월과 7월에 MIT Technology Review Insights는 357명의 경영진과 학계 종사자를 대상으로 설문 조사를 실시했으며 그 중 54%가 최고경영진(C-Level)의 임원 또는 이사였습니다.
- 이 설문 조사에 응답한 경영진은 아시아 태평양(29%), 유럽(30%) 및 북미(36%) 출신입니다.
- 응답자의 업종은 대략 12개 이상으로, IT 및 통신 부문이 23%로 가장 많은 응답 그룹을 차지했고, 금융 서비스가 10%, 의약품/의료 서비스 및 교육이 각각 약 9%, 그리고 전문 서비스가 8%로 그 뒤를 이었습니다.
- 응답자들은 회사의 데이터 전략의 성숙도, 우선 순위, 데이터로부터 기대하는 비즈니스 가치에 대한 질문을 받았습니다.

### 핵심 사항

- 1 새로운 비즈니스 리더 설문 조사에 따르면 모든 규모와 산업 전반의 조직이 2020년 코로나바이러스 팬데믹 속에서 부상하고 있는 경쟁적인 디지털 경제에서 성공하기 위해서는 데이터 중심 조직이 되어야 한다는 사실을 잘 알고 있습니다.
- 2 스마트한 의사 결정으로 최상의 기대 이익을 창출하기 위해 클라우드 컴퓨팅, 분석, 인공지능과 같은 기술을 활용하여 데이터로부터 더 많은 가치를 얻으려고 노력하고 있습니다.
- 3 대부분의 조직은 비즈니스를 변화시키는 데이터의 위력은 잘 알고 있지만 데이터 전략, 즉 데이터를 관리, 액세스, 분석 및 활용을 위한 포괄적인 계획을 수립하는 데는 뒤처지고 있습니다.

MIT Technology Review Insights 및 Amazon Web Services에서 357명의 비즈니스 임원을 대상으로 실시한 한 글로벌 설문 조사에 따르면 모든 규모와 전 산업 분야의 조직이 데이터 중심 조직이 되는 것의 중요성을 잘 알고 있습니다. 가장 중요한 것은, 이들이 도움을 주는 성공적인 데이터 전략은 운에 맡길 수 없다는 점을 배웠다는 점입니다.

### 가장 우선적이고 중요한 데이터의 가치

지난 1년 반은 팬데믹으로 인해 산업 전반에 걸쳐 비즈니스에 큰 혼란을 야기했습니다. 2020년 3월 초기 봉쇄로 인해 많은 기업이 급변한 소비자 행동과 시장 수요에 적절하게 대응하는 동시에 전 직원 재택 근무 시스템으로 신속하게 전환해야 했습니다.

좋은 소식은 이러한 전례 없는 위기 속에서도 많은 조직이 계속해서 성장했다는 사실입니다. 실제로 설문 응답자의 거의 절반(45%)이 지난 18개월 동안 비즈니스가 크게 성장했고 자신의 기업을 ‘성공 기업’이라고 말했습니다(그림 1 참조).

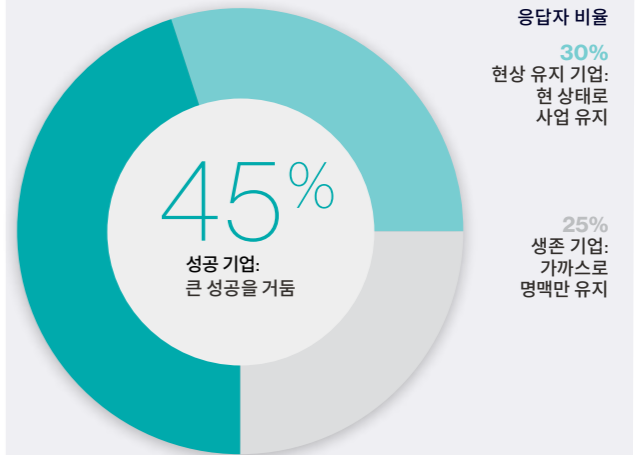
그러나 이렇게 힘든 기간이 지난 후 많은 다른 조직이 현상 유지나 겨우 살아남는 것 외에는 아무 것도 할 수 없었다는 사실은 놀라운 일이 아닙니다. 설문에 응한 나머지 55%는 가까스로 노력을 계속해 나갈 수 있었거나, 현상 유지에 머물거나, 겨우 명맥만 유지하고 있었습니다.

그러나 조직이 성공하든, 현 상태를 유지하든, 아니면 겨우 생존하든 상관없이 데이터의 파워는 성공을 원하는 모든 비즈니스에서 가장 중요하게 생각하는 것입니다. 오늘날의 디지털 세계에서 기업은 방대한 양의 데이터를 수집하거나 액세스합니다. 또한 기업은 클라우드 컴퓨팅, 분석 및 인공지능(AI)과 같은 기술 덕분에 비즈니스 성과를 높일 수 있는 이 소중하고 방대한 데이터를 의미 있는 방식으로 저장, 처리, 분석 및 사용할 수 있습니다.

2020년 코로나바이러스 팬데믹으로 인한 초기 봉쇄로 인해 많은 기업이 전 직원 재택 근무 시스템으로 신속하게 전환해야 했습니다.

그림 1 성공과 생존

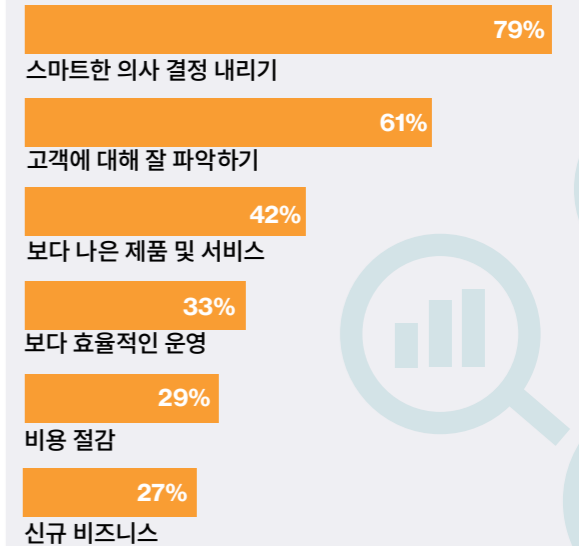
조직의 거의 절반이 지난 격동의 18개월 동안 큰 성공을 거두었지만 나머지 55%는 그냥 현상 유지만 하고 있거나 명맥만 유지하고 있습니다.



출처: 357명의 비즈니스 리더와 의사 결정권자를 대상으로 한 MIT Technology Review Insights 설문 조사, 2021년 7월

그림 2 데이터로부터 기대되는 가치

대부분의 응답자는 데이터를 사용하여 더 나은 결정을 내리기를 원합니다. 또한 고객에 대해 잘 파악하고 개선된 제품을 제공하기를 원합니다.



출처: 357명의 비즈니스 리더와 의사 결정권자를 대상으로 한 MIT Technology Review Insights 설문 조사, 2021년 7월

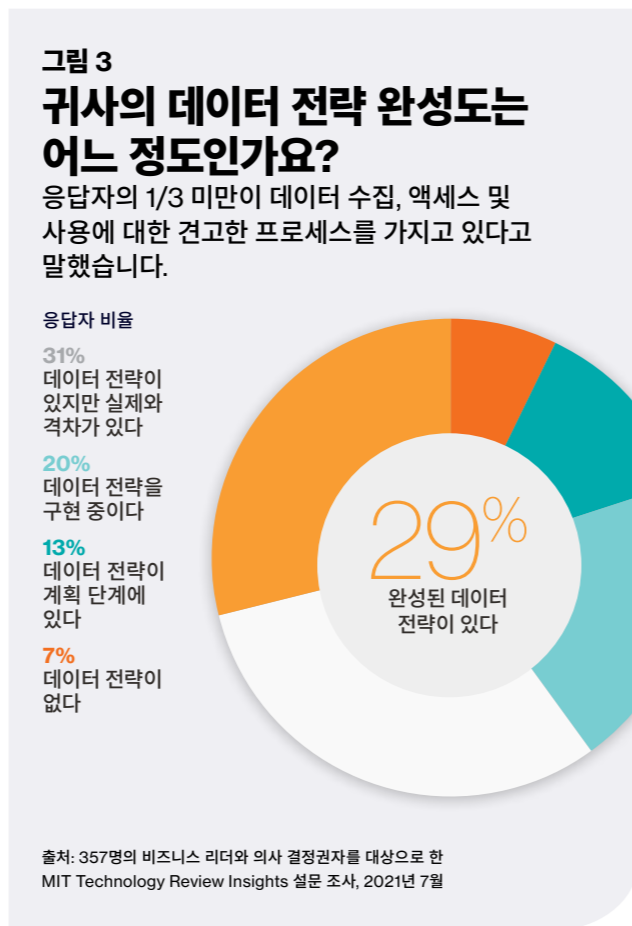
결과적으로 대규모 데이터 세트로부터 비즈니스 가치를 얻을 수 있는 가능성이 매우 많습니다. 설문 조사에 따르면 기업이 활용하기를 원하는 가장 일반적인 가치는 보다 스마트한 의사 결정(79%)입니다(그림 2 참조). 그 다음으로 고객과 업계 동향(61%)을 더 깊이 파악하고, 더 나은 서비스와 제품을 제공하고(42%), 보다 효율적인 내부 운영을 구현(33%)하기를 원합니다.

또한 기업은 팬데믹 기간 동안 경쟁력을 유지하기 위해 고군분투하면서 데이터의 중요성에 대한 귀중한 교훈을 얻었습니다. 예를 들어, 설문 응답자 10명 중 약 4명은 인구 통계, 지역 및 경쟁자 정보를 포함하여 더 많은 데이터 원본을 살펴볼 필요가 있다고 보고했습니다. 1/3 이상(37%)은 데이터에서 중요한 인사이트를 추출하는 데 필수적인 기술인 기계 학습 및 분석을 평가하고 있습니다. 그리고 34%는 수집하고 처리하는 방대한 양의 데이터 관련 작업을 수행하는 데 도움이 필요합니다.

50개국에 80,000명 이상의 직원을 두고 있는 미국 생명공학 회사인 Thermo Fisher Scientific에 오늘날의 경쟁이 치열한 생명과학 환경에서 성공하기 위해서는 고객이 연구를 가속화하고 복잡한 분석 과제를 해결하며 환자 진단을 개선하고 실험실 생산성을 높일 수 있도록 지원해야 합니다. 연구원과 과학자가 협력하고 연구를 수행하며 의학적 치료를 개선할 수 있는 확장 가능하고 안전한 플랫폼을 통해 “우리는 고객이 세상을 더 건강하고 깨끗하며 더 안전하게 만들 수 있도록 돕습니다.”라고 Thermo Fisher의 상업 분석 및 인사이트 수석 관리자인 Mikael Graindorge는 말합니다. 회사는

**“성공적인 데이터 전략을 향한 여정에서 민첩하게 움직이고 변화를 주도하는 기업과 뒤처지는 기업 간 격차를 확인할 수 있습니다.”**

Ishit Vachhrajani, Amazon Web Services의 기업 전략가



고객이 과학적 연구를 효율적으로 완료할 수 있는 최선의 방법은 물론 최고의 서비스와 제품을 제공하기를 원한다고 그는 말합니다. “하지만 그렇게 하려면 점점 더 많은 데이터가 필요하고, 이는 더 복잡해짐을 의미하므로 고객을 위해 지속적으로 혁신하려면 데이터 과학 투자를 확대해야 합니다.”

#### 기본이 되는 데이터 전략

클라우드 제공업체인 Amazon Web Services의 기업 전략가인 Ishit Vachhrajani는 오늘날 거의 대부분의 조직이 데이터 중심 조직이 되고자 한다고 말합니다. 그러나 이는 하루아침에 이루어지지 않습니다. 더 나은 의사 결정을 지원하고 성장을 주도하기 위해서는 훌륭한 데이터 전략이 필수적이라고 그는 말합니다.

“데이터 전략은 오늘날의 세계에서 가장 큰 도전 과제입니다.”라고 Vachhrajani는 말합니다. “성공적인 데이터 전략을 향한 여정에서 민첩하게 움직이고 변화를 주도하는 기업과 뒤처지는 기업 간 격차를 확인할 수 있습니다.”



그렇긴 하지만 Vachhrajani는 기업이 데이터 전략이 필요하다는 것을 깨닫고 적절한 데이터 중심 조직의 기반을 구축하기 위한 지속적인 노력을 했지만 대부분은 아직 자랑할 만한 완성된 데이터 전략을 내놓지 못했다는 점을 인정합니다. 기업은 몇 가지 비즈니스 및 제품 라인에 대해 데이터의 파워를 발휘하는 데에는 성공할 수 있을 지 모릅니다. 하지만 보다 큰 규모의 몇 가지 변화, 특히 경영진의 동의를 이끌어 내고 기술 인프라 현대화에 투자하는 것과 같은 문화적 노력은 실천하기 쉽지 않습니다. “이러한 변화를 주도하려면 리더십의 상당한 노력이 필요합니다.”라고 Vachhrajani는 말합니다.

그러한 복잡한 상황은 이 설문 조사 결과에 잘 반영되어 있습니다. 응답자의 29%만이 완성된 데이터 전략, 즉 데이터를 수집 및 액세스하고 데이터, 분석 및 기계 학습을 활용하여 보다 스마트한 결정을 내리고 내부 프로세스를 개선하기 위한 강력한 프로세스를 운영 중이라고 말합니다(그림 3 참조). 응답자의 거의 1/3(31%)이 데이터 전략이 있지만 실제로 이러한 전략을 실행할 때 발생하는 격차로 인해 데이터에서 최대한의 가치를 얻을 수 없다고 말합니다.

#### 규모에 따른 데이터 전략의 과제

데이터 중심 조직이 되기 위한 여정은 때때로 길고 험난합니다. 대부분의 설문 응답자는 규모에 따라 성공적인 데이터 전략을 구현하는 데 있어 지난 1년 반 동안 다양한 장애물이 있었다고 말합니다. 물론 데이터를 최대한 활용하는 데 필요한 사항에 대해 몇 가지 교훈도 얻었습니다.

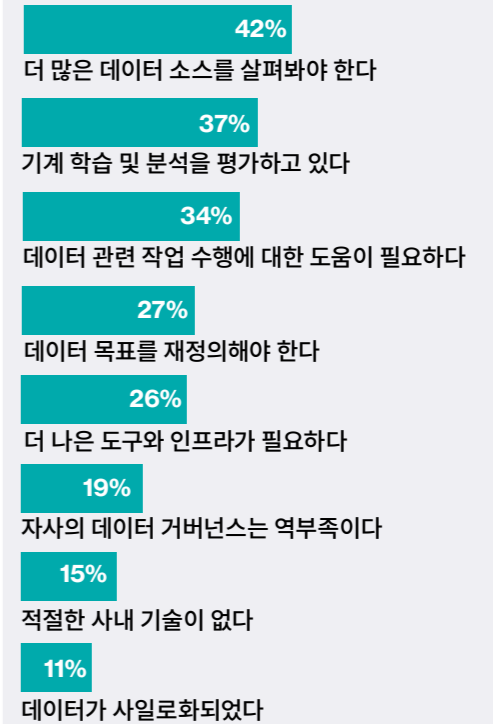
43%

‘성공 기업’ 조직에서 데이터 관리, 액세스, 분석 및 관련 작업 수행을 위한 프로세스인 완전한 데이터 전략을 이미 가지고 있다고 말했습니다.

그림 4

#### 데이터의 교훈

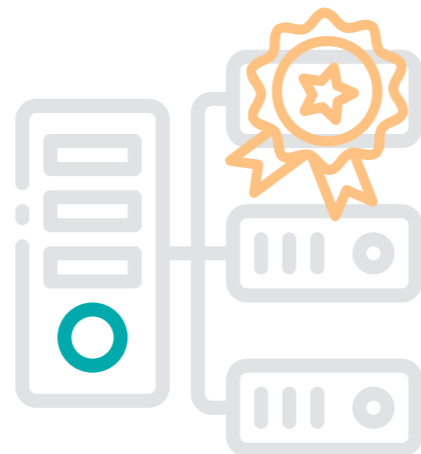
지난 1년 반 동안 조직은 데이터에 대해 많은 것을 배웠습니다. 다수의 응답자는 더 다양한 데이터 소스가 필요하다고 말합니다.



출처: 357명의 비즈니스 리더와 의사 결정권자를 대상으로 한 MIT Technology Review Insights 설문 조사, 2021년 7월

# “우리는 지난 18개월 동안 레거시 시스템을 해체 및 교체하거나 시스템을 이전에 배치된 적이 없는 위치에 배치하는 데 많은 시간을 보냈습니다.”

Jonathan Lutz, Aquiline Capital Partners의 기술 이사



가장 공통된 과제는 해당 비즈니스를 보다 종합적으로 파악하는 방법을 찾는 것입니다. 응답자의 42%는 조직의 모든 측면을 보다 자세하고 광범위하게 파악하기 위해서는 인구 통계, 경쟁업체 및 지역 정보를 포함한 더 많은 데이터 원본이 필요하다고 말했습니다(그림 4 참조).

방대한 데이터 세트를 다루는 일도 점점 더 어려워지고 있습니다. 응답자의 1/3 이상(34%)은 이미 많은 데이터를 수집 및 처리하고 있지만 유용한 인사이트를 얻을 수 있도록 해당 데이터를 다루려면 도움이 필요하다고 말합니다. 그리고 응답자의 1/4 이상이 데이터 스토리지 및 분석을 위한 더 나은 도구와 인프라가 필요하다고 말했습니다.

Vachhrajani에 따르면 이러한 문제의 대부분은 조직 내의 문화적 장애물에서 비롯됩니다. “우리는 기술에 대해 많은 이야기를 하지만 리더로부터 듣는 한 가지 문제는 과도하게 중앙 집중화된 HIPPO 기반 의사 결정 시스템 때문에 난관에 봉착하는 경우가 많다는 것입니다.” 여기서 그는 ‘Highest Paid Person’s Opinion(가장 월급을 많이 받는 사람의 의견)’의 약어인 HIPPO를 사용하여 말합니다. 그는 조직의 사일로는 데이터를 더 많이 액세스할 수 있도록 만들기도한 데이터를 보호하도록 설계된 경우가 많다고 말합니다. 그리고 기존 거버넌스 구조로 인해 데이터를 파악하고 처리하는 팀과 일상적인 결정을 내리고 고객과 상호 작용하는 최일선 작업자 간의 거리가 멀어질 수 있습니다.

그러나 일반적으로 팬데믹 이전에 민첩하고 이미 기술 스택을 현대화한 기업은 조직이 신속하게 전환해야 하는 시대에 예상치 못한 상황에 대처할 수 있는 훨씬 더 유리한 위치에 있습니다.

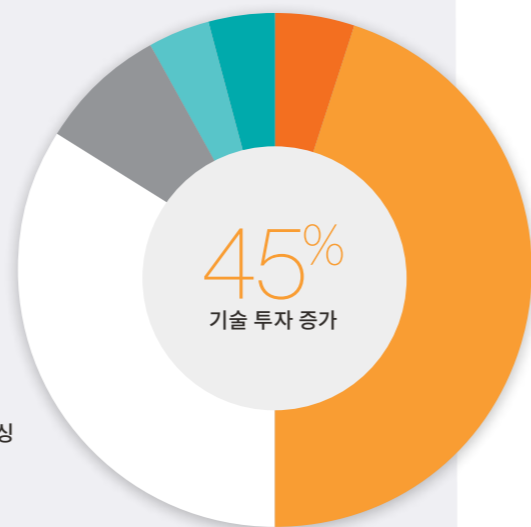
예를 들어, ‘성공 기업’이라고 말한 설문 응답자는 현대화 과정을 더 많이 진행했을 가능성이 더 높습니다. 43%는 이미 현대 데이터 전략을 가지고 있다고 말합니다.

Thermo Fisher는 기계 학습과 AI를 잘 활용하고 데이터를 신속하게 해석하여 고객 요구 사항을 예측하는 데 도움을 주고 있습니다. “지난 5년 동안 기존 분석 방법을 업그레이드한 이후로 우리는 500% 성장했으며 데이터 과학 기능에 대한 엄청난 성장세를 확인할 수 있었습니다.”라고 Thermo Fisher의 Graindorge는 말합니다. “우리는 비즈니스와 고객의 과학적 요구 사항에 대해 더 나은 예측을 제공하는 확장 가능하고 유연한 인프라를 제공함으로써 이를 실현할 수 있었습니다.”

## 그림 5 데이터 할 일 목록

응답자의 거의 절반이 기술 투자 증가를 최우선 목표로 삼고 있습니다.

- 응답자 비율
- 34% 필요한 기술을 갖춘 직원 고용 또는 해당 기술 교육
- 8% 어디서부터 시작해야 하는지 파악
- 4% 데이터 전략을 주도할 공급 업체 고용
- 4% 데이터 관리 및 분석 아웃소싱
- 5% 계획이 없음



출처: 357명의 비즈니스 리더와 의사 결정권자를 대상으로 한 MIT Technology Review Insights 설문 조사, 2021년 7월

반면에 본 설문 조사에 따르면 대부분의 ‘유지 기업’ 및 ‘생존 기업’ 조직은 데이터 전략 목표와 관련하여 훨씬 뒤쳐져 있습니다. 전략을 실행할 때의 격차로 인해 데이터로부터 최대한의 가치를 얻을 수 없는 데이터 전략을 보유하고 있거나, 데이터 전략 구현의 초기 단계에 머물러 있거나, 아직 데이터 전략이 전혀 없을 가능성이 더 큼니다.

팬데믹이 이러한 격차를 보다 두드러지게 하고 데이터 중심의 문제를 전면에 내세운 계기가 되었다고 Vachhrajani는 말합니다. “많은 기업이 현대화에 실패한 오래된 데이터베이스와 기술을 버리지 못해 여전히 많은 기술적 문제에 직면해 있습니다.”라고 그는 설명합니다.

## 데이터 전략 우선 순위

조직은 내년 계획을 세울 때 적절한 클라우드, 분석 및 AI 기반 기술이 지원하는 강력한 데이터 전략을 구현하는 것이 핵심이라는 사실을 대부분 인식하고 있습니다. 지금까지 설문 응답자의 가장 큰 우선 순위는 기계 학습 및 AI를 포함한 기술 투자를 늘리는 것입니다. 실제로 모든 응답자의 45%가 기술 투자가 최우선 과제라고 말했습니다(그림 5 참조).

‘성공 기업’ 그룹 응답자의 경우 그 수치는 훨씬 더 높습니다. 절반 이상(57%)이 데이터 전략을 계속 발전시켜 나갈 때 기술 투자가 최우선 과제라고 말했습니다.

이는 기술 투자와 구현을 핵심 과제로 삼고 있는 Aquiline도 마찬가지입니다. “우리는 지난 18개월 동안 레거시 시스템을 해체 및 교체하거나 시스템을 이전에 배치된 적이 없는 위치에 배치하는 데 많은 시간을 보냈습니다.”라고 Lutz는 말합니다. “그런 다음 해당 시스템의 데이터가 고품질이고 입증되었는지

확인하기 위해 노력했습니다.” 회사는 데이터로부터 “필요한 사람들이 쉽게 활용할 수 있는 신뢰할 수 있는 진정한 데이터 원본”을 출력할 수 있도록 최선을 다했다고 그는 말합니다.

데이터 전략 여정의 모든 단계에서 기업의 또 다른 최우선 과제는 필요한 데이터 중심 기술을 보유한 직원을 고용하고 관련 기술을 교육하는 것입니다. 성공 기업 응답자의 1/3은 적절한 인재를 찾고 유지하는 것을 최우선 순위라고 생각합니다.

일부 회사는 적절한 소프트 기술 역량을 보유한 직원을 교육할 준비가 되어 있습니다. “우리는 문제를 해결하고 비즈니스 요구 사항을 깊이 이해하기 위해 독립적으로 학습할 수 있는 호기심 많은 인재를 찾고 있습니다.”라고 Graindorge는 말합니다. “하지만 교육도 중요합니다. 환경에 적응하고, 적절한 도구를 교육 및 제공하고 해당 도구를 연습하고 시행착오를 경험할 공간을 제공할 수 있는 사람이 필요합니다.”

전반적으로 지난 1년 동안 성공한 기업을 보면 성공적인 데이터 전략을 구축하기 위해 경영진이 인력과 기술에 상당한 투자를 지원했다고 Vachhrajani는 말합니다. “그들은 단지 기술 또는 데이터 기능만이 아닌 전사적으로 기술을 구축하는 데 투자하며 규모에 따라 클라우드와 같은 기술을 회사 전체에 도입하는 데에도 투자합니다.”

성공적인 기술 선도 조직은 모든 제품과 애플리케이션이 기계 학습을 기반으로 할 날이 얼마 남지 않았다는 사실을 깨닫고 기계 학습과 AI에 투자할 뿐만 아니라 규모에 맞게 기술을 배포하는 데 도움을 줄 수 있는 직원을 재교육 및 고용하고 있다고 Vachhrajani는 말합니다. “기계 학습이 비즈니스의 모든 영역에서 문제를 더 잘 해결하는 데 어떻게 도움이 될 수 있는지 파악하는 것이 중요합니다.”라고 그는 말합니다.



# “사람들은 데이터 입력이 때때로 번거롭고 정리와 유지 관리하는 데 시간이 필요하다는 사실을 잊습니다.”

Mikael Graindorge, Thermo Fisher의 상업 분석 및 인사이트 수석 관리자

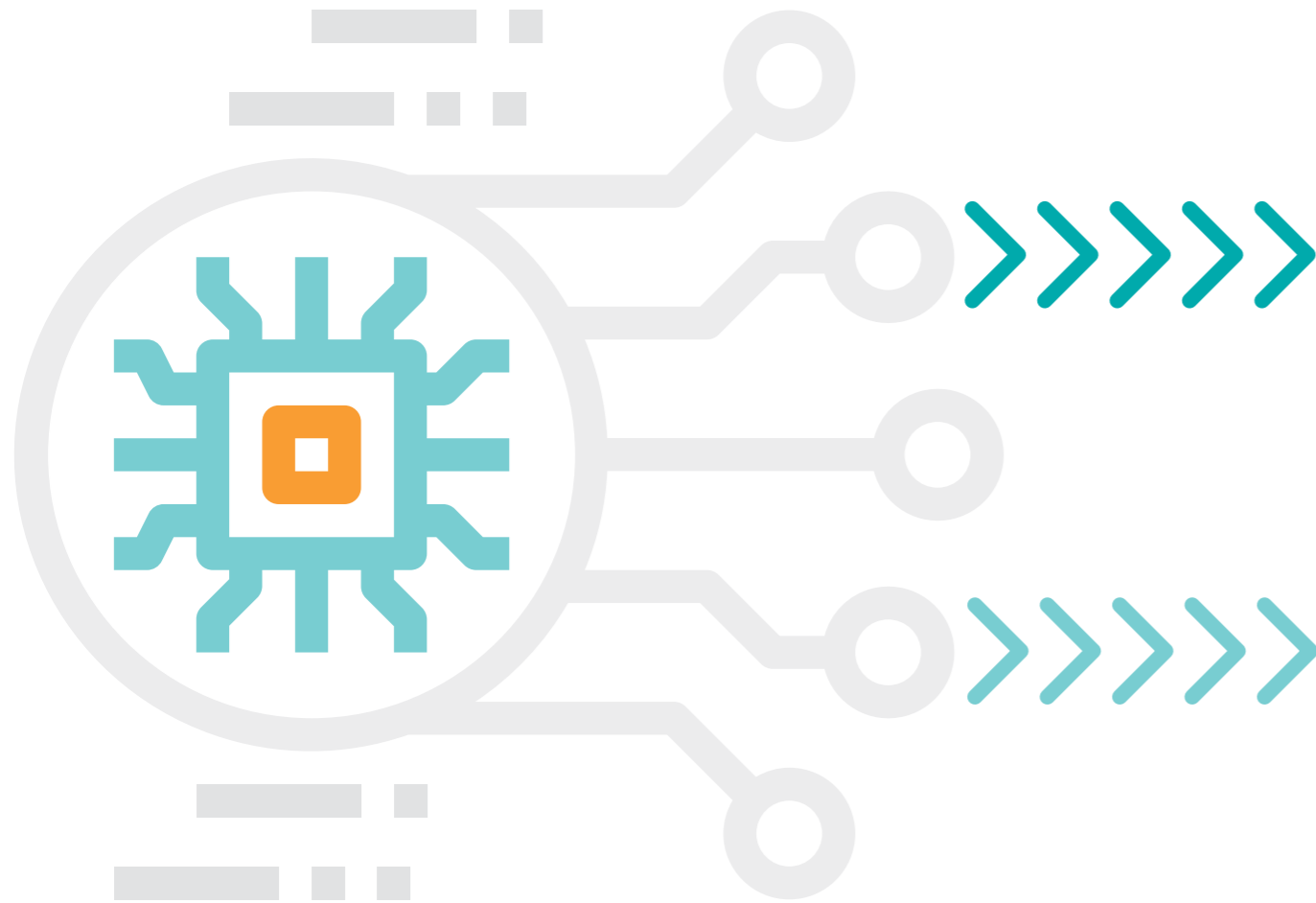
## 데이터 전략 성공을 위한 단계

결국 성공적인 데이터 전략을 구현하는 것은 총체적인 노력의 결실이라고 Lutz는 말합니다. 그는 경영진의 전폭적인 후원과 조직 전체의 동의가 매우 중요하다고 덧붙입니다. 그리고 데이터 세트를 정의하고 데이터 프로세스를 구축 및 유지 관리하는 것과 같은 기본적인 과제가 진행 중입니다.

Graindorge는 데이터 수집을 지원하는 공급 업체를 선택하는 것이 해당 데이터에서 인사이트를 수집하고 분석하는 방법을 파악하는 것보다 쉽다고 말합니다. “사람들은 데이터 입력이 때때로 번거롭고 정리와 유지 관리하는 데 시간이 필요하다는 사실을 잊습니다.”라고 그는 말합니다. “이로 인해 결국은 격차가 드러나기 때문에 조직은 시간을 투자해서 자신의 결정에 따른 결과를 잘 파악해야 합니다.”

전반적으로 더 나은 결정을 내리고 데이터로부터 더 많은 가치를 얻기 위한 전략을 수립하는 것이 첫 발걸음을 떼는 것입니다. “좋은 일은 여러분이 말 그대로 미래의 변화를 위해 첫 걸음을 내딛는다는 것입니다.”라고 Vachhrajani는 말합니다. “배를 올바른 방향으로 돌리고, 기초를 만들고, 실제로 변화를 주도하기 시작하기에 너무 늦은 때란 없습니다.”

시작조차 하지 않았을 때의 결과는 참담합니다. 강력한 데이터 전략이 없는 조직은 민첩성이 부족해 이러한 펜데믹과 같은 예상하지 못한 상황에 적절하게 대응할 수 없습니다. “알 수 없는 것이 너무 많아 수많은 기회를 놓칠 수 있습니다.”라고 Vachhrajani는 말합니다. “훌륭한 데이터 전략이 있으면 회사의 모든 사람이 중대한 큰 결정뿐만 아니라 최전선에서 일상적인 결정을 내릴 때 데이터를 효율적인 방식으로 활용할 수 있습니다.”



“예측할 수 없는 시대의 핵심인 데이터 전략”은 MIT Technology Review Insights의 한 경영진 브리핑 보고서입니다. 모든 참가자와 후원사 Amazon Web Services에 감사드립니다. MIT Technology Review Insights는 참여 또는 후원에 관계없이 이 보고서에 포함된 모든 조사 결과를 독립적으로 수집하고 보고했습니다. 이 보고서의 편집자는 Jason Sparapani, Sonia Rubeck 및 Laurel Ruma이고 발행자는 Nicola Crepaldi입니다.

## MIT Technology Review Insights 소개

MIT Technology Review Insights는 세계 최고의 기술 기관이 후원하는 세계에서 가장 역사가 오래된 기술 잡지인 MIT Technology Review의 맞춤 출판 부서로, 당대의 주요 기술 및 비즈니스 과제에 대한 라이브 이벤트 및 연구를 진행합니다. Insights는 미국 및 해외에서 정성적, 정량적 연구 및 분석을 수행하고 기사, 보고서, 인포그래픽, 동영상, 팟캐스트 등 다양한 콘텐츠를 게시합니다. 또한 Insights가 성장하는 MIT Technology Review Global Insights Panel을 통해 설문 조사 및 심층 인터뷰를 위해 만난 전 세계 고위 경영진, 혁신가 및 기업가의 규모는 타의 추종을 불허합니다.

## 후원사의 메시지

클라우드 도입으로 혁신의 시대가 도래했으며 이제 새로운 물결은 데이터가 이끌어 갑니다. 리더는 데이터를 이용하여 정보에 입각한 의사 결정을 내리고 모든 사항을 살펴보고 의미 있는 조치를 취할 수 있어야 합니다. 따라서 데이터 전략 구축은 현재와 미래의 발전 속도를 따라잡으려는 조직에게 반드시 필요합니다.

AWS는 데이터, 분석 및 기계 학습을 위한 가장 포괄적이고 가장 비용 효율적인 서비스를 제공합니다. AWS를 사용하여 조직은 가장 확장 가능하고 신뢰할 수 있으며 안전한 클라우드 제공업체를 통해 데이터 인프라를 현대화하고, 데이터 레이크 및 목적별 데이터 스토어 전반에 걸쳐 데이터에 대한 안전하고 잘 통제된 액세스를 통해 데이터 사일로를 통합하고, AI 및 기계 학습을 통해 새로운 경험을 구축하고 오래된 프로세스를 재구성할 수 있습니다. AWS는 수만 개의 AWS 기반 데이터 레이크, 온프레미스에서 AWS로 마이그레이션한 45만개 이상의 데이터베이스, AI 및 기계 학습을 위해 AWS를 사용하는 10만 명 이상의 고객이 데이터 전략을 현대화하는 것을 지원했습니다.

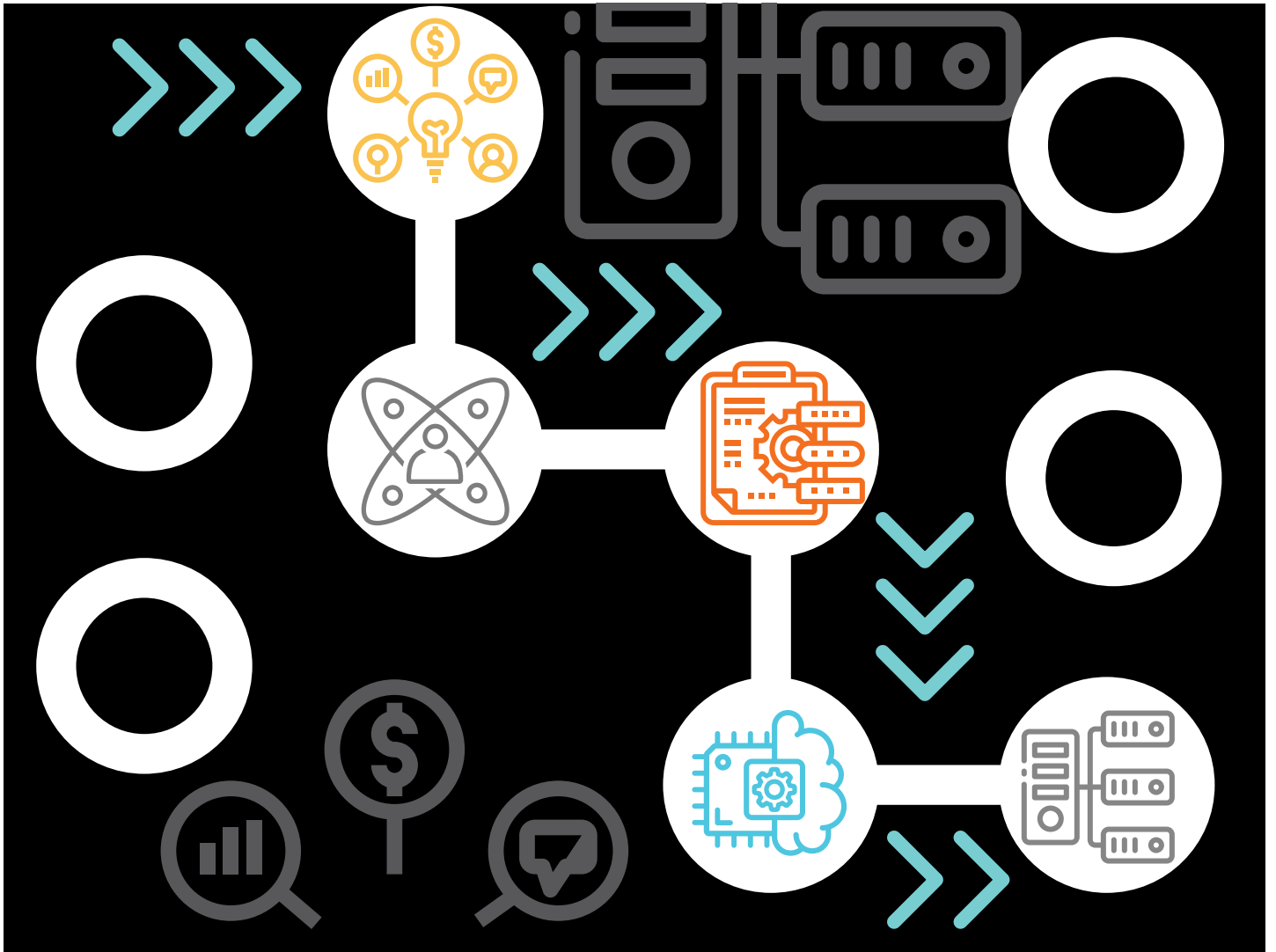


### 일러스트레이션

The Noun Project의 표지, The Noun Project의 스팟 일러스트레이션.

이 정보의 정확성을 확인하기 위해 모든 노력을 기울였다는 사실과는 별개로, MIT Technology Review Insights는 이 보고서에 포함된 사람 또는 이 보고서에 명시된 정보, 의견 또는 결론에 대한 신뢰에 대해 어떠한 책임도 지지 않습니다.


© Copyright MIT Technology Review Insights, 2021. All rights reserved.



**MIT Technology Review Insights**

 [www.technologyreview.com](http://www.technologyreview.com)

 @techreview @mit\_insights

 [insights@technologyreview.com](mailto:insights@technologyreview.com)