

AI 구성원 : 인간과 AI 간 협업을 위한 일하는 방식의 변화

글 | Ackerton Partners, AT본부 유태승 파트너



MI 리포트

01.

AI 발전과 기업 도입의 필요성

02.

인간-AI 협업 모델과 실제 사례

03.

실질적 성과를 위한 전략적 방안

04.

인간이 더 가치 있는 일을 할 수 있는 방식

05.

성공적인 AI 도입을 위해 기업이 준비해야 할 사항들

AI 발전과 기업 도입의 필요성

- **AI의 기술적 진화:** 생성형 AI의 등장으로 AI는 단순한 자동화를 넘어 창의성과 분석 능력을 요구하는 영역까지 확장되었습니다. 이는 AI가 기업 생산성과 효율성을 좌우하는 핵심 동반자로 자리매김했음을 의미합니다.
- **기업의 필수 전략:** 경기 침체와 시장 경쟁 심화 속에서 AI 도입은 효율성 증대와 비용 절감을 위한 필수적인 해결책입니다. AI 구성원과 인간의 협력은 기업의 지속 가능한 성장을 가능하게 합니다.

인간-AI 협업 모델과 사례

- **새로운 협업 모델:** AI는 인간의 업무를 보조하는 '보조형' 단계를 넘어, 상호 보완적인 '협력형', 나아가 AI가 상당 부분을 자율적으로 수행하는 '자율형' 단계로 발전하고 있습니다.
- **실질적 성과:** AI는 마케팅, 개발, 영업, 기획 등 다양한 업무 영역에서 데이터 기반의 의사결정과 반복 작업 자동화를 통해 이미 기업의 생산성 향상에 크게 기여하고 있습니다.

실질적 성과를 위한 전략적 방안

- **장기적 로드맵 수립:** AI 도입은 단기적인 프로젝트가 아닌, 명확한 ROI(투자 대비 효과) 기준을 설정한 장기적인 기업 전략으로 접근해야 합니다.
- **업무 및 조직 재설계:** AI를 기존 프로세스에 덧붙이기보다, AI를 중심으로 업무를 근본적으로 재구성하고 전사적인 교육을 통해 AI를 동료로 받아들이는 조직 문화를 구축해야 합니다.

인간이 더 가치 있는 일을 할 수 있는 방식

- **고유 역량 집중:** AI가 반복적인 작업을 대신하면서 인간은 비판적 사고, 창의성, 문제 해결 등 고부가가치 영역에 집중할 수 있게 됩니다.
- **공감 및 소통 강화:** AI가 대체할 수 없는 공감 능력과 소통을 바탕으로 고객 및 동료와의 관계를 강화하며 더 큰 시너지를 창출하는데 집중해야 합니다.

성공적인 AI 도입을 위해 기업이 준비해야 할 사항들

- **체계적인 거버넌스:** 데이터 편향성, 개인정보 보호 등 AI 윤리 문제를 해결하기 위한 가이드라인과 시스템을 구축하는 것이 필수적입니다.
- **마인드셋 전환 및 보상:** 경영진은 AI의 분석 결과를 신뢰하고, AI 활용을 통해 생산성을 높인 구성원에게 인센티브를 제공하는 등 보상 체계를 마련해야 합니다.

최근 몇 년간 AI는 단순한 기술적 도구를 넘어, 기업의 핵심적인 '구성원'으로 자리매김하고 있습니다. 특히 생성형 AI의 등장으로 인해 AI는 기존의 반복적이고 정형화된 업무를 넘어, 창의성과 분석 능력을 요구하는 다양한 영역으로 확장되었습니다. 이러한 변화는 우리가 일하는 방식의 근본적인 재정립을 요구합니다.

더 이상 인간과 AI는 경쟁 관계가 아닙니다. AI는 인간의 역량을 보완하고 증폭시키는 강력한 파트너입니다. 우리는 이러한 AI를 적극적으로 활용해 업무 효율성을 극대화하고 새로운 가치를 창출해야 합니다. 이 글은 인간과 AI가 함께 일하는 미래를 준비하기 위해 우리가 나아가야 할 방향을 제시하고자 합니다.

01 AI 발전과 기업 도입의 필요성

1.1 인공지능 기술의 진화

지난 10여 년간 인공지능은 급격한 발전을 이루어 왔습니다. 초기에는 규칙 기반 시스템과 단순 자동화가 주를 이루었지만, 현재는 **대규모 언어모델(LLM)**과 생성형 AI가 등장하여 인간의 언어와 사고 과정을 모방하는 수준에 이르렀습니다. ChatGPT, Claude, Gemini 등은 텍스트 생성, 요약, 분석 등에서 인간 수준의 결과물을 내놓으며 이미 기업의 다양한 영역에 적용되고 있습니다.

예를 들어, 마이크로소프트는 코파일럿(Copilot)을 전사 오피스 제품군에 탑재해 직원들의 보고서 작성, 데이터 분석 등 지식 노동을 보조하고 있습니다. 구글은 광고 알고리즘에 AI를 접목하여 고객 맞춤형 광고 효율을 20% 이상 개선했습니다. 이러한 변화는 AI가 더 이상 연구실의 기술이 아니라, 비즈니스 최전선에서 생산성과 효율성을 좌우하는 핵심 도구임을 보여줍니다.

1.2 기업 환경 변화와 AI 도입

기업이 AI를 도입하는 것은 더 이상 선택이 아닌 필수입니다. 전 세계적으로 경기 침체가 이어지고 시장 경쟁이 심화되면서, 기업들은 효율성 증대와 비용 절감을 통해 수익성을 확보해야 하는 과제에 직면했습니다. 이 과정에서 AI는 핵심적인 해결책으로 떠올랐습니다.

최근 주목받는 'AI 구성원'이라는 개념은 AI를 단순한 지원 수단이 아니라 조직 내에서 인간과 함께 협력하며 성과를 만들어내는 새로운 동료로 정의한다는 점에서 중요한 의미를 가집니다. AI 구성원은 데이터 분석, 반복 업무, 예측 및 의사결정 지원을 담당하고, 인간은 창의성, 전략적 판단, 관계 형성 등 고부가가치 영역에 집중하게 됩니다. 이러한 협력은 기업의 운영 효율성을 극대화하고, 매출 증대와 비용 절감을 동시에 실현하며, 더 나아가 지속 가능한 성장을 가능하게 합니다.

우리가 AI를 적극적으로 도입해야 하는 배경에는 크게 두 가지가 있습니다. 첫째, 업무 효율성을 극대화하여 불필요한 비용을 줄이고 생산성을 높여야 합니다. 둘째, AI를 통해 얻은 통찰력을 기반으로 새로운 사업 기회를 발굴하고 시장에서 경쟁 우위를 확보해야 합니다. AI는 이러한 목표를 달성하기 위한 가장 강력한 엔진이 될 것입니다.

02 인간-AI 협업 모델과 사례

2.1 인간-AI 협업 모델

AI 구성원은 단순히 업무를 자동화하는 도구를 넘어, 인간과 함께 성과를 창출하는 디지털 동료를 의미합니다. 이는 조직 내에서 인간과 AI가 서로의 강점을 결합해 시너지를 내는 새로운 협업 방식입니다. 이러한 협업 모델은 기업의 성숙도와 업무 특성에 따라 단계적으로 발전할 수 있습니다.



보조형(Assistive) 단계

AI가 데이터를 분석하고 정보를 제공하여 인간의 의사결정을 지원하는 역할을 합니다. 예를 들어, AI가 방대한 시장 데이터를 분석해 핵심 트렌드를 요약해주면, 인간은 그 정보를 바탕으로 전략적 판단을 내리는 방식입니다.



협력형(Collaborative) 단계

인간과 AI가 병렬적으로 업무를 수행하며 상호 보완적인 관계를 형성합니다. AI가 보고서 초안을 작성하면 인간이 창의적인 아이디어를 더하거나, AI가 고객 문의에 1차 응대하고 인간이 복잡한 감정적 문제를 해결하는 형태가 이에 속합니다.



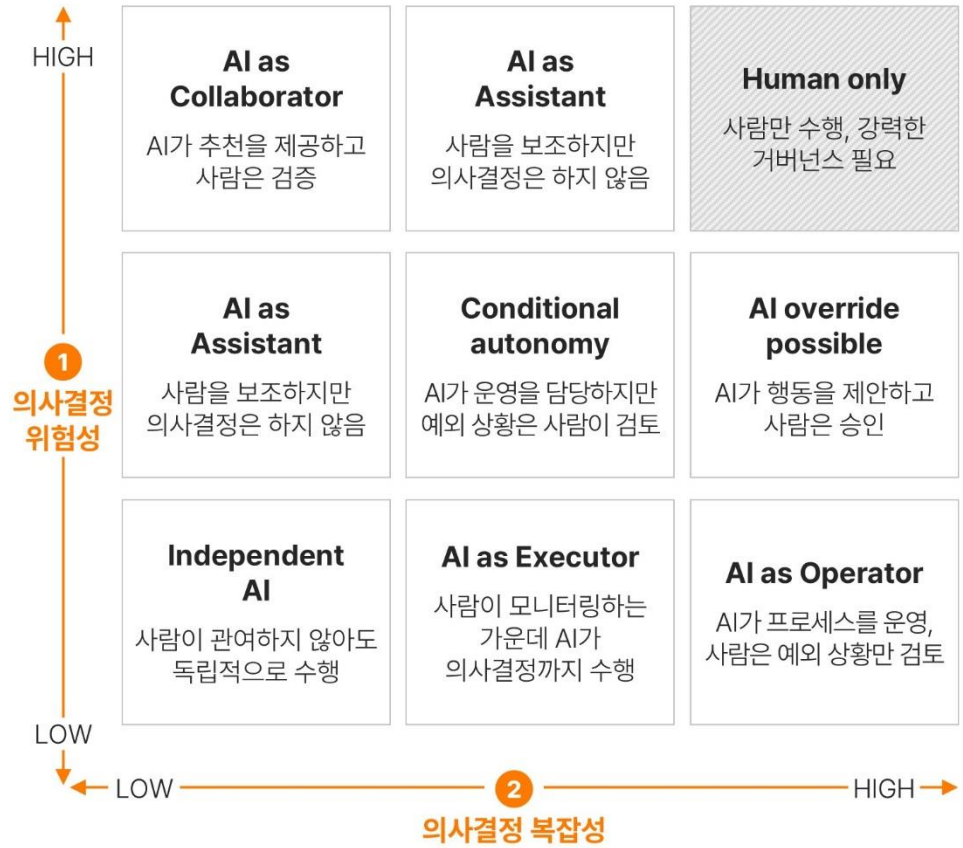
자율형(Autonomous) 단계

AI가 독립적으로 업무의 상당 부분을 수행하고, 인간은 AI의 작업을 감독하거나 거시적인 전략적 판단에 집중합니다. 물류 최적화나 실시간 재고 관리와 같이 복잡하면서도 정형화된 업무에서 AI의 역할이 극대화될 수 있습니다.

맥킨지는 이러한 인간과 AI의 협업 구조를 의사결정의 복잡성과 위험성이라는 두 축으로 분류해 8가지 유형으로 제시했습니다. 이를 통해 기업은 어떤 업무 영역에 어떤 방식으로 AI를 적용할지 구체적인 기준을 마련할 수 있습니다.

[그림 1] Agentic AI decision-making Framework

AI 구성원과 협업구조 재설계 시 적용 가능한 기준 제시



출처: 'When can AI make good decisions? The rise of AI corporate citizens', McKinsey, 2025.06

2.2 인간-AI 협업 사례

기업의 다양한 업무 영역에서 AI와의 협업은 이미 시작되었거나 곧 현실이 될 것입니다.

- 마케팅**

AI는 고객 데이터를 분석해 개인화된 마케팅 메시지를 생성하고, 최적의 광고 채널을 추천합니다. 마케팅팀은 AI가 제공한 데이터를 바탕으로 고객과의 관계를 강화하고, 브랜드 가치를 높이는 창의적인 캠페인을 기획할 수 있습니다.
- 개발/IT**

AI는 코드 자동 생성, 버그 예측, 테스트 자동화 등을 지원합니다. 개발팀은 단순 코딩 작업에서 벗어나 시스템 아키텍처 설계, 보안 강화 등 복잡하고 전략적인 업무에 집중할 수 있습니다.
- 영업**

AI는 잠재 고객을 식별하고, 최적의 영업 시점을 예측하며, 고객과의 대화 기록을 분석하여 맞춤형 제안을 돕습니다. 영업팀은 AI가 제공하는 통찰력을 활용해 고객과의 신뢰를 쌓고, 계약 성사율을 높일 수 있습니다.
- 기획/재무**

AI는 시장 조사, 경쟁사 분석, 재무 데이터 예측 등 방대한 양의 정보를 빠르게 처리하고 요약합니다. 기획팀은 AI의 분석 결과를 바탕으로 신규 사업 전략을 수립하거나, 리스크를 예측하며 재무 계획을 세울 수 있습니다.

더 많은 내용을 보시려면

파일 다운받기

버튼을 눌러주세요