

디지털 정보환경하 기업정보센터의 효율적인 운영방안

Management of Corporate Library in the Digital Information Environment

민윤경, 포스코경영연구소

Yoon-Kyung Min, POSCO Research Institute

인터넷과 정보기술의 발전, 그리고 기업의 글로벌화 및 세계적인 경쟁심화는 기업환경뿐만 아니라 정보센터의 업무환경에 많은 변화를 요구하고 있다. 이러한 환경변화로 인하여 기업정보센터는 그 어느때 보다도 조직내에서 존재가치를 입증해야하는 어려움에 직면하게 되었다. 이에 따라 본고에서는 기업정보센터를 둘러싸고 있는 기업 및 정보환경의 변화를 살펴보고, 이러한 변화에 대처할 수 있는 기업정보센터의 역할을 사례분석과 함께 살펴보았다.

1. 서론

인터넷과 정보기술의 발전, 그리고 기업의 글로벌화 및 세계적인 경쟁심화는 기업환경뿐만 아니라 정보센터의 업무환경에 많은 변화를 요구하고 있다.

인터넷의 급속한 성장으로 이용자들은 직접 자신의 PC에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있게 되었으며, 상업 온라인 DB회사들은 보다 end-user지향적인 상품들을 내놓고 있다. 이러한 변화들은 정보의 탐색과 조사를 정보센터에 의뢰하던 기존의 이용자 정보행태를 변화시켰으며 기존의 정보센터에 새로운 도전으로 받아들여지고 있다.

기업들은 1997년 외환위기 이후 핵심역량 위주의 구조조정을 단행하였다. 또한 기업의 국제화와 세계적인 경쟁심화로 인하여 생산성 향상이라는 성과중심의 기능을 중요시하게 되었다. 이에 따라 기업내 정보센터도 기업의 생산

성 향상에 기여할 수 있도록 요구받고 있는 현실이다.

이러한 환경변화로 인하여 기업정보센터는 그 어느때 보다도 조직내에서 존재가치를 입증해야하는 어려움에 직면하게 되었다. 우리나라의 도서관환경상 협소한 물리적인 공간에 최소의 인원으로 운영되는 많은 기업정보센터들은 특히나 그 생존에 어려움을 겪고 있는 실정이다.

이에 따라 본고에서는 기업정보센터를 둘러싸고 있는 기업 및 정보환경의 변화가 어떤 것인지를 알아보고, 이러한 변화에 대처할 수 있는 기업정보센터의 역할을 살펴보았다. 또한 국내외의 기업정보센터 중 기업내에서 그 가시성을 인정받고 활발한 정보활동을 수행하고 있는 정보센터의 사례분석을 실시하였다.

2. 정보 및 기업환경의 변화

정보기술의 발전과 기업의 글로벌화 및 경쟁 심화로 인하여 최근 2-3년동안 정보환경과 기업의 경영환경이 급격히 변화하고 있다. 또한 정보브로커, 아웃소싱회사, 상업 온라인 DB, 인터넷의 등장은 오늘날 정보센터에게 경쟁자로 부상되고 있다. 이러한 정보 및 기업환경에 있어서의 변화를 정리해 보면 다음과 같다.

1) 정보기술의 변화

정보기술의 발전은 정보센터의 업무에도 많은 영향을 미쳐 정보자료의 수집, 목록, 서비스 업무가 전자화되고 있다. 특히 인터넷의 대중화로 인하여 정보센터는 물리적 공간을 포함하여 가상공간으로까지 확대되어 이해되고 있다. 이용자에게 제공되는 서비스도 웹베이스형식으로 개발되어 언제, 어디서든지 원하는 정보를 찾을 수 있게 되었으며, 이용자의 정보요구별로 맞춤 서비스를 제공하는 등 정보서비스도 다양하게 개발되고 있다. 또한 인터넷을 통한 용이한 정보접근으로 정보센터간의 네트워킹 개념이 강조되고 있다.

2) 기업환경의 변화

1997년 IMF 외환위기 이후 기업들은 핵심역량 위주의 구조조정을 단행하였다. 그 결과 기업의 주요기능 이외의 것은 아웃소싱하고, 고부가가치의 지식중심적인 경영을 통해 핵심역량을 강화하고 있다. 또한 기업의 국제화와 세계적인 경쟁심화로 인하여 생산성 향상이라는 성과중심의 기능을 중요시하게 되었다. 이에 따라 기업내 정보센터도 기업의 생산성 향상에 기여할 수 있도록 요구받고 있으며, 정보센터의 위상도 기업내에서의 가시성과 생산성, 기업 경영자의 정보마인드 등에 따라 정해지고 있는 현실이다.

3) 정보매체의 변화

정보기술의 발달로 인하여 정보의 생산과 소비가 다양한 형태로 이루어지고 있다. 따라서 정보센터의 소장매체가 전자화되고 있으며, 디지털 정보원이 급증하고 있다. 또한 동영상 자료 등 멀티미디어 자료에 대한 요구도 늘어나고 있다. 이에 따라 정보센터에서는 다양한 매체간의 이용효율성, 경제성, 제공내용의 질 등을 비교검토하여 가장 적합한 형태의 정보자원을 수집, 관리하게 되었다. 정보매체가 디지털화된다고 하여 기존의 모든 인쇄매체가 전자매체로 대체되는 것은 아니다. 기존의 인쇄매체 중심의 정보자원관리에 새로운 정보매체가 보완되어 상호보완적인 장서구성을 이루는 것이 중요하다.

4) 이용자 정보행태의 변화

인터넷으로 인하여 이용자가 정보에 접근할 수 있는 기회와 가능성이 늘어나게 되었다. 이에 따라 이용자 요구가 고도화, 다양화, 전문화되어가고 있으며, 기존에 중개자인 사서에게 정보를 의뢰하던 방식에서 자신이 직접 검색을 수행하는 방식으로 변화되어 가고 있다. 또한 know-how보다 know-where, know-when을 중시하게 되었다. 따라서 정보전문가는 이용자에게 정보이용기법에 대한 교육을 제공하며, 정보컨텐츠를 개발하고, 필터링하여 보다 분석적인 정보를 제공하여야 할 것이다. 또한 정보전문가는 수많은 정보를 조직하고, 가공하고, 이용할 있도록 체계화하는데 있어서의 우위를 강화해나가야 할 것이다.

5) 정보서비스환경의 변화

위에서 언급한 여러분야에서의 변화로 인하여 정보서비스환경도 많은 변화가 요구되고 있다. 기존의 정보센터중심의 업무에서 이용자중심의 업무로 변화되고 있으며, 정보의 소장중심에서 접근중심으로, 면대면(face to face) 서

비스에서 정보기술을 활용한 원격서비스로, 시간과 공간의 한계에서 웹기반의 다양한 정보서비스 제공으로, 외부정보 중심의 정보관리에서 조직 내부정보 중심의 정보관리로 변화하고 있다.

3. 기업정보센터의 역할

정보환경과 기업의 경영환경 변화로 인하여 기업내 정보센터는 조직내에서 그 존재가치를 입증하도록 요구받고 있다. 조직내에서 그 중요성을 인정받고, 정보센터가 단순히 자료를 수집하고 대출하는 기관이 아니라는 인식을 경영진에게 인식시켜야 하는 것이 그 어느때 보다도 중요한 이슈가 되고 있다.

물리적/인쇄매체 중심의 모델에서 가상적/디지털 중심 모델로의 변화는 기업정보센터의 이용자에게 정보를 제공하는데 있어서 새로운 기회와 도전을 만들고 있다.

기업내에서 기업정보센터가 그 존재가치를 인정받기 위해서는 이러한 환경변화에 적합한 아래와 같은 역할을 강화해야 할 것이다.

1) 이용자중심의 정보서비스 개발

고도화, 다양화, 전문화된 이용자의 정보요구에 부합할 수 있도록 개인별 또는 기업의 업무 부문별/기능별로 맞춤형정보서비스를 제공하여야 할 것이다. 도서관에 있어서 모든 이용자는 평등하나 이윤을 추구하는 기업환경하에서는 경영자에게 초점이 맞추어진 정보서비스를 제공하는 것이 보다 효율적이라고 할 수 있다.

또한 출판된 정보나 공식적인 정보중심의 제공방식에서 경쟁정보와 분석정보중심의 정보제공으로 발전해 나아가야 한다. 이를 위해서는 기업의 주요 관심사와 핵심역량에 대하여 정보전문가가 항상 숙지하고 있어야 하며, 기업의 환경변화에도 관심을 기울여야 할 것이다.

2) 부가가치 지식컨텐츠 개발

정보요구조사를 통하여 직원들의 업무생산성을 향상시키는데 필요한 정보를 파악하여 기업의 핵심역량을 강화하는데 필요한 정보를 개발해야 한다. 이를 위해서는 조직의 지식지도를 작성하여 유지관리하는 것이 도움이 된다.

인터넷 사이트의 급증으로 조직의 업무와 관련된 웹사이트와 참고정보원을 제공하는 사이트의 디렉토리를 작성하여 직원들이 쉽게 이용할 수 있도록 웹베이스로 제공하는 것도 효과적이다.

경쟁기업에 대한 정보를 수집, 분석하여 제공하는 경쟁정보 DB를 구축하고, 기업내 직원들의 인적 프로파일을 기반으로 전문가 DB를 구축하여 사내의 전문가를 파악할 수 있도록 하는 것도 검토해 보아야 할 사안이다.

3) 기업 내부지식관리 강화

조직내에 산재해 있는 내부정보원(예: 직원프로파일, 조직내 발표자료, 보고서, 거래업체리스트, 고객정보, 경쟁사정보, 전문가DB 등)에 대하여 온라인으로 접근이 가능하도록 DB를 구축한다. 무엇보다도 조직원들이 개인적으로 가지고 있는 개인지식이 조직지식화되어 공유될 수 있도록 하기 위하여는 조직내부정보의 관리가 필수적이다.

4) 기업내 마케팅활동 수행

조직내에 정보센터의 존재를 알리고 위상을 확고히 하기 위하여는 정보센터가 제공하는 중요한 서비스에 대하여 경영자가 인식하도록 하는 것이 중요하다. 기업이 번영하기 위해서 마케팅활동을 하듯이 정보센터도 조직내에서 생존하기 위해서는 마케팅활동을 하여야 한다.

그러므로 조직내에서 정적인 이미지를 갖는 부서에서 벗어나 활발한 활동을 하는 부서임을 강조하기 위해서는 정보센터에서 수행하는 활동들을 주기적으로 조직내에 알리는 활동이 필

요하다. 예를들어 DB 이용방법 안내, 정기적인 이용자 교육, 뉴스클리핑 서비스, 이용만족도 조사, 도서전시회 등의 활동을 수행할 수 있다. 그룹내 인트라넷에 정기적으로 정보와 관련된 게시물을 공지하는 것도 효과적인 방법이라 할 것이다.

5) 학습 및 커뮤니케이션센터로서의 물리적인 정보센터 운영

디지털정보가 급증함에 따라 조직내에서는 정보센터라는 물리적인 공간의 필요성에 대한 의문이 제기되기도 한다. 이는 정보센터가 정보를 소장하는 공간이라는 의식이 강한데에서 기인한 것이라고 볼 수 있다.

정보센터라는 공간은 지식을 창출하고 습득할 수 있는 학습공간으로 인식되고 운영되어야 하며, 이용자와 정보전문가간의 커뮤니케이션을 통한 상호작용이 이루어지는 공간으로 인식되어야 한다.

즉, 기업정보센터는 직원들이 축적한 지식을 공유하여 업무생산성을 향상시키고, 새로운 부가 가치를 창출하여 기업의 경쟁력을 강화하는 것을 목표로 하여, 기업의 생산성 향상에 핵심적인 역할을 수행하여야 할 것이다.

4. 운영사례

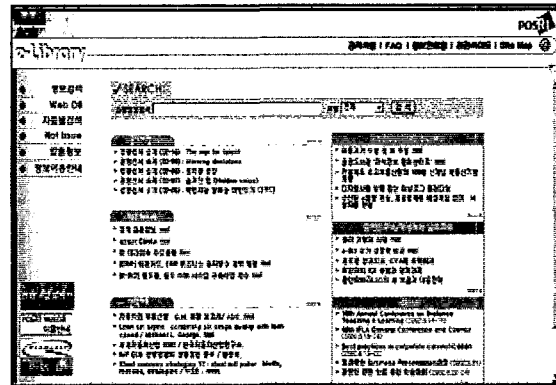
1) 포스코경영연구소

포스코경영연구소는 전체직원이 110명이며, 정보관리는 지식자산실에서 담당하고 있다. 지식자산실은 크게 정보부문과 전산부문으로 나누어지며 총 8명의 직원으로 구성되어있다.

지식자산실에서는 조직 내부정보의 수집 및 공유에 초점을 맞추어 Knowledge Pot이라는 지식관리시스템을 운영하고 있다. 이 시스템에는 연구보고서, 보고/발표자료, 간행물, 해외출장보고서, 조사연구자료 등 소내에서 발생되는

정보의 원문이 등록되어 공유, 활용되고 있다.

전자도서관시스템으로는 e-Library를 운영하고 있으며, Knowledge Pot과 비교시 외부정보 중심으로 구성되어 있다. 즉, 소장정보의 서지 정보, 목차정보, 철강정기간행물 기사색인, Hot Issue, 이용가능 Web DB, 유관기관 발표자료, 정보관리/IT뉴스, 세미나정보 등 다양한 정보를 포탈형식으로 제공하고 있다.



<그림 1> 포스코경영연구소 e-Library 초기화면

주요 정보서비스로는 조직이 관심을 갖는 분야에 대한 정보를 심층적으로 제공하는 Hot Issue코너를 운영하고 있으며, 연구과제별로 검색서비스를 제공하고 있다. 이러한 검색결과는 웹상에 등록되어 모든 직원이 공유할 수 있다. 또한 연구부문별로 주요키워드를 설정하여 다양한 정보원에서 관련정보를 조사, 추출하여 제공하는 맞춤정보서비스를 운영하고 있다. 이 외에도 경영, 경제, 산업, 철강 등 조직의 주 관심분야에 대한 최신동향 및 분석자료를 조사하여 제공하고 있으며, 특히 시스템 활용 Tip, 서평 등 그룹웨어에 정기적으로 자료를 공지함으로써 조직내에서의 가시성을 높이는 활동을 하고 있다.

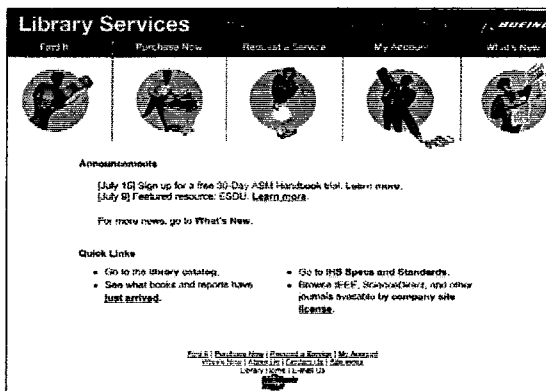
2) Boeing사

Boeing사는 전체직원이 20만명이며, 정보관

리는 Shared Services Group 산하의 Library Services에서 담당하고 있다. Library Services 부서는 Technical Library를 운영하며, Information 그룹, Cataloging 그룹, Acquisition 그룹, Emerging Technologies 그룹, Research 그룹, Document Release 그룹으로 나누어지며 총 47명의 직원으로 구성되어 있다.

Library Services 부서는 직원들이 업무관련 지식에 쉽게 접근할 수 있도록 하여 기술/경영 의사결정을 효율적으로 내릴 수 있도록 하는 것을 그 목표로 삼고 있다.

전체 직원이 20만명에 달하기 때문에 전직원의 관심분야에 따른 다양하고 방대한 정보를 제공하는 별도의 시스템을 운영하고 있지는 않다. 대신 직원들이 각자의 홈페이지를 구축하는 것을 지원하여 해외출장보고서, 기타 관심분야 연구자료 등은 직원의 홈페이지에 등록하여 전직원이 이용할 수 있도록 하고 있다. 전직원이 공유할 만한 직원 홈페이지는 인증을 해 주어서 이 인증된 사이트만이 회사 인터넷에 연결되어 직원들이 검색결과로 활용할 수 있다.



<그림 2> Boeing사 Library 초기화면

Research 그룹에서는 직원들의 정보요청에 대하여 분석적이고 심도있는 조사, 검색서비스를 제공하고 있다. 특히 “Ask a Librarian”이라는

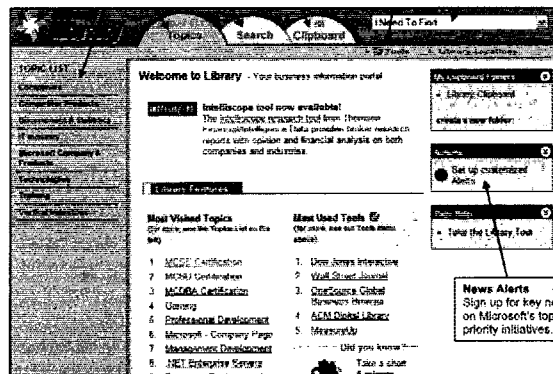
채팅룸을 운영하여 직원들의 정보요구에 실시간으로 응하고 있으며 이는 직원들로부터 큰 호응을 얻고 있다. 직원들은 회사업무중 궁금한 사항이 있으면 우선 인터넷에 연계되어 있는 “Ask a Librarian”을 이용하여 문제를 해결하고 있다.

Boeing 역시 내부정보에 대해서는 원문을 Library 웹사이트에 연계하여 제공하고 있으며, 정기적인 직원교육, 부서별 정보컨설팅, 뉴스필터링 등의 서비스를 제공하고 있다.

3) Microsoft사

MS사는 전체직원이 5만명이며, 정보관리는 Knowledge Network Group(KNG)에서 담당하고 있다. KNG는 총 50명의 직원으로 구성되어 있으며, 기업의 경쟁우위 확보를 위해 직원-정보-지식을 연결하는 것을 그 목표로 삼고 있다. 특히 산하 Information Services 부서에서 도서관을 운영하고 있으며 25명의 직원으로 구성되어 있다.

Library 웹사이트에서는 Topics란 코너를 마련하여 직원들의 관심 주제분야에 대한 심층정보를 상세하게 제공하고 있다. 또한 조직내에서 작성된 시장보고서, 보고자료 등 내부정보에 대한 DB도 구축하여 제공하고 있다.



<그림 3> MS사 Library 초기화면

2003년도까지의 추진사업으로는 기업내 지식 공유를 위하여 커뮤니티활동을 활성화시키고, Information & Knowledge Exchange란 initiative를 추진할 계획이다. 또한 직원 프로 파일을 DB화하여 인적자원정보DB를 구축할 계획이다.

마케팅활동이라고 할 수 있는 것으로는 신입 사원을 도서관에서 주최하는 점심식사에 초대 하여 요구사항을 파악하고 도서관 이용방법을 알려주고 있으며, 정기적으로 정보서비스에 대한 만족도를 조사하여 도서관 경영에 주요자료로 활용하고 있다.

또한 도서관이란 물리적인 공간은 자료를 읽고, 정보를 교류하고, 최신 정보기기를 이용할 수 있는 열린 공간으로 운영하고 있다.

5. 결론

정보기술의 발전과 기업의 글로벌화 및 경쟁 심화는 기업의 경영환경뿐만 아니라 정보센터의 업무환경과 기업내 위상에 있어 많은 변화를 요구하고 있다. 이러한 환경변화로 기업정보센터는 그 어느때보다도 조직내에서 존재가치를 입증해야하는 어려움에 직면하게 되었다.

기업내에서 기업정보센터가 그 존재가치를 인정받기 위해서 이용자중심의 정보서비스를 개발하고, 부가가치 지식컨텐츠를 개발하며, 기업내에서 정보센터의 존재를 알리고 고객을 확보하기 위한 마케팅활동을 수행하여야 한다. 또한 디지털시대에는 모든 인쇄매체가 사라진다는 환상으로 인하여 위협받는 정보센터의 물리적인 공간을 학습과 커뮤니케이션센터로 운영하는 방안을 모색하여야 한다.

즉, 기업정보센터는 직원들이 축적한 지식을 공유하여 업무생산성을 향상시키고, 새로운 부가가치를 창출하여 기업의 경쟁력을 강화하는 것을 목표로 하여 기업의 생산성 향상에 있어 핵심적인 역할을 수행해야 할 것이다.

참고문헌

- 김휘출. 지식의 저장과 공유의 주체로서 도서관의 활용. http://user.chollian.net/~acq/lib_kms.htm
- Brown, Suzan A. 1997. "Marketing the Corporate Information Center for Success," *Online*, Jul/Aug., pp.74-79.
- Crandall, Mike. 1998. The Role of the Technical Libraries in Boeing's Intranet, KAIST/STIMA 공동주최 연례 세미나 및 학술강좌.
- Gustafson, Sonja. 1997. "Introduction to User-Centered Information Services at the Microsoft Library," *Change as Challenging Opportunity*. KIST/KAIST 공동주최 국제세미나 및 1997년도 과학기술정보관리협의회 연례학술강좌, pp.110-116.
- Hall, Hazel and Alyn M. Jones. 2000. "Show Off the Corporate Library," *International Journal of Information Management*, vol.20, no.2, pp.121-130.
- Marcum, James W. 2001. "From Information Center to Discovery System : Next Step for Libraries?" *The Journal of Academic Librarianship*, vol.27, no.2, pp.97-106.
- Schulman, Sandy. 1996. "Corporate Librarians on the Leading Edge," *Information Today*, vol.13, no.11, p.36.
- Stratigos, Anthea and Roger Strouse. 2001. "Going Virtual with the Corporate Library," *Online*, pp.66-68.
- Strouse, Roger. 2001. "Corporate Information Centers in the Year of Accountability," *Online*, Jul/Aug., pp.86-88.