한국컴퓨터정보학회 동계학술대회 논문집 제20권 제1호 (2012. 1)

SNS를 이용한 지식경영 전략에 관한 연구

이준희°
°충북대학교 경영정보학과
e-mail: luxmea@lycos.co.kr

A Study of Knowledge Management Strategy using SNS

Jun-Hee Lee°
°Dept. of Management Information Systems, Chungbuk National University

● 요 약 ●

급변하는 SNS 활용 환경에 대응하기 위한 지속적인 혁신과 이를 가능케 하는 요소로서 지식의 중요성에 대한 인식이 증대하고 있다. 지금까지 기업의 효과적인 지식경영을 가능케 하는 요소에 대한 많은 연구가 진행되어 왔으나 기업의 지식경영 능력을 증대시킬 수 있는 방안을 제시할 뿐 스마트 미디어 환경으로의 변화에 따른 지식경영 전략에 대한 해답 제시는 미흡하다. 본 연구에서는 지식창출 순환과정 간의 관계를 기반으로 기업성과 극대화를 위한 SNS를 활용한 지식경영 전략 운영 방안을 제안한다.

키워드: 지식경영(Knowledge Management), 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)

I. 서론

지식경영이란 조직구성원 개개인의 지식이나 노하우를 체계적으로 발굴하여 조직내 보편적인 지식으로 공유함으로써, 조직 전체의 문제해결 능력을 비약적으로 향상시키는 경영방식이다. 즉 지식경영은 조직내 지식의 활발한 창출과 공유를 제도화시키는 것을 목표로 한다.

지식사회는 컴퓨터통신망의 정보통신 방식인 디지털(Digital)과 결합되어 디지털사회로 나타난다. 디지털사회는 가속화와 고품질화가 계속적으로 이루어지는 사회이다. 정보를 디지털화하면 즉각적인 기록과 전달, 압축과 복원, 기호화와 해독이 이루어진다. 이에 따라 무한한 정보와 지식이 실시간으로 유통되면서 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어져, 정적인 지식을 생동적인 지식으로 만든다. 디지털사회는 한마디로 지식이 살아서 움직이는 사회이며[1] 유비쿼터스 사회로 진전됨에 따라서 기존의 암묵지와 형식지에 더하여 형태지가 추가됨으로서 지식경영이 고도화되고 있으며[2] 혁신이 가속화되고 있다.

지식경영에서 지식을 창출하고 공유/활용하는 주체는 크게 개인, 조식, 사회 수준으로 구분할 수 있으며 지식경영이 성공하려면 사회의 네트워크화에 따라서 지식경영 주체의 유기적인 연결을 통한 체계적인 혁신 시스템 구축이 필요하다.

혁신의 과정을 바라보는 관점을 크게 나누어보면 대표적으로 선형모형(linear model), 연계모형(linkage model), 시스템 모형(system model)으로 구분하면[3], 선형모형은 기초연구-응용연구-개발연구-상품화연구-시장연구로 이어지는 일련의 사슬을 따라 혁신이 이루어진다는 개념의 틀이 혁신의 선형모형이다. 연계모형은 기초과학지식, 응용 및 개발지식, 시장정보 등이 상호 앞뒤로 영향을 주고받으면서 혁신이 발현되어 나간다고 주장한다. 연계모형에 의하면, 하나의 성공적 혁신이 탄생하기까지 일련의 단계를 순차적으로 밟아가는 것이 아니라 단계별 발전과 피드백이 복잡하게 얽히면서 혁신이 이루어지는 것으로 이해된다. 시스템모형은 사회적 체제 속에서 선택되고, 육성된다는 관점을 가진다.

혁신의 시스템을 '혁신의 아이디어의 개발, 확산, 활용과 관련된 모든 경제적, 사회적, 조직적 관행을 포함한 제요소의 집합'으로 정의하면[4], 복잡한 사회구조로 본 논문의 목적은 혁신을 시스템 모형의 관점에서 보고 지식의 효율적 사용과 새로운 가치창출을 위해서 지식의 공유, 확산을 촉진하는 SNS를 활용한 지식경영 전략 방안을 제시하는데 있다.

II. SECI 모델

개인이 창출한 지식이 기업 경쟁력에 긍정적인 역할을 하기 위해서는 개인의 지식이 조식 내에서 공유되어야 하고, 나아가 공유에 그치는 것이 아니라 개인이 창출한 지식을 바탕으로 조직 내에서 새로운 지식을 창출해야 한다. 조직 내에서 지식의 창출 공유는 점차 범위가 확대되어 개인과 개인, 조직 내부, 조직과 조직 간으로 확산되어야 한다. 확산 과정에 대해서 노나카는 지식의 나선형 모형(Spiral Model)인 SECI 모델을 제안하였다[5][6].

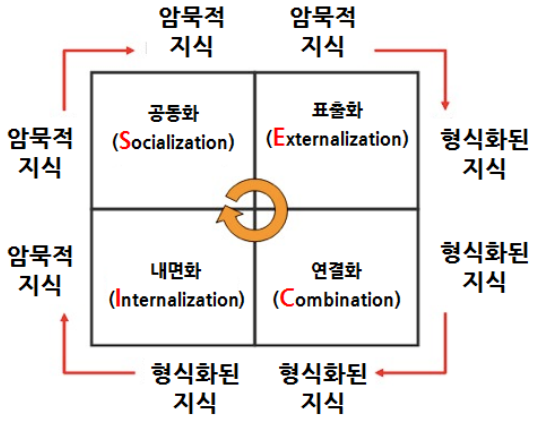

그림 1. SECI 모델
Fig. 1. SECI Model

첫째, 공동화(Socialization)로 부모로부터 자식에게, 선배로부터 후배로, 친구에서 친구와 같이 서로가 같이 공유하는 지식이 있다. 이러한 지식은 “암묵적 지식(tacit knowledge)”이 된다.

둘째, 표출화(Externalization)로 특정한 형태로 되어 있지 않던 지식이, 예를 들어 매뉴얼로 작성되어 누구나 보면 알 수 있는 형태로 만들어진 지식으로 “형식적인 지식(explicit knowledge)”이 된다.

셋째, 연결화(Combination)로 조직내에서 공유된 형식화된 지식은 다른 곳에서 만들어진 형식화된 지식과 서로 합쳐지는 경우가 있다.

넷째, 내면(내재)화(Internalization)로 이렇게 체계화된 지식을 기반으로 하여 개개의 인간들은 학습이라는 것을 통하여 본인의 행동을 변화시킨다. 이런 새로운 행동의 의하여 또다시 새로운 경험이 만들어지고, 새로운 노하우들이 생산되어 개개인의 암묵적인 지식으로서 쌓이게 된다. 새롭게 창조된 이러한 암묵적 지식들은 다시 공동화되어 가면서 지식창조 나선을 따라 점점 계승되어 가게 된다.

III. 본론

SNS의 등장과 함께 소비자들은 기업이 제한적으로 제공하는 정보에서 벗어나 더 많은 정보를 가지고 있고, 제품 사용에 관한 모든 불만과 만족함을 거의 실시간으로 인터넷의 바다에 쏟아 내기 시작했다. 기업에서는 수직적인 구조에서 수평적인 구조로 조직을 재편하고 지식(Knowledge)과 지혜(Wisdom)를 모으기 위한 SNS을 활용한 스피드 경영의 필요성이 증가되었다.

지식경영이 개인의 지식과 조직의 핵심 역량과 관계가 깊다는 전제하에 기업내에서 이를 공유, 활용함으로써 효율성을 증대시키기 위해 수행하기 위해서 SNS의 활용한 기업 경영 활동은 더욱 중요해지고 있으며 지식경영에서 SNS의 전략적 활용의 필요성은 ‘상품’에서 ‘관계’로 가치가 이동하고 있기 때문이다.

본 논문에서 제안하는 SNS를 활용한 지식경영 전략은 그림 2와 같이 SNS을 활용한 개별학습, 팀 학습, 조직 학습의 결과가 공유되어 지식경영을 위한 효과적인 학습 인프라를 제공하고 그림 3과 SNS 전담조직 구성과 SNS 서비스 협력사를 활용하여 유저/고객과 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어진다.

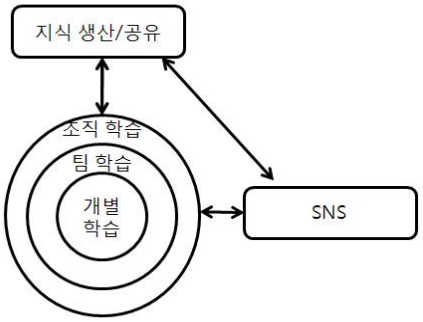

그림 2. SNS을 활용한 학습
Fig. 2. Learning through SNS

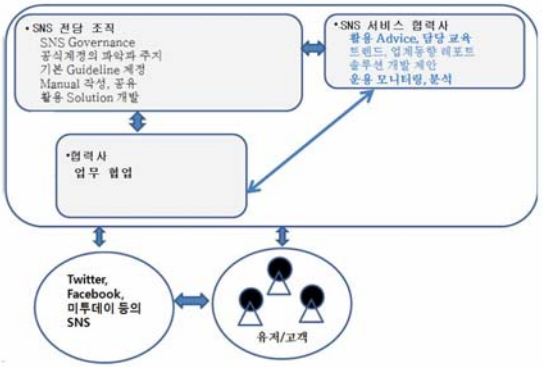

그림 3. SNS 거버넌스
Fig. 3. SNS Governance

그림 4는 SNS와 지식경영 프로세스의 연계를 보여준다.

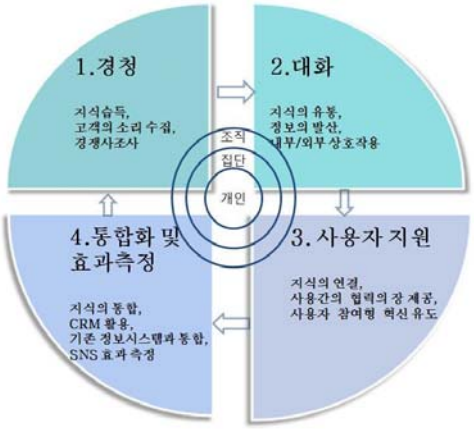

그림 4. SNS을 활용한 지식경영 프로세스
Fig. 4. Knowledge Management Process using SNS

지식경영 프로세스와 업무 프로세스의 결합은 효율성과 함께 업무와 연계된 지식을 창출, 공유할 수 있기 때문에 기업의 성과와 직접 연결된다. 지식경영 프로세스를 표준화함으로써 지식의 축적과 창출뿐 아니라 사용자가 쉽게 활용할 수 있게 구축해야 한다.

SNS는 PC 환경 기반 및 모바일 환경 모두에 기반을 두고 있다. 모바일 환경의 특징인 언제 어디서나 사용자간의 네트워크 형성 및 커뮤니케이션 즉, 상호작용하는 것이 가능해진다. 이렇듯 언제 어디서나 SNS 사용자들 간의 상호작용이 가능해진 역동적인 환경에서는 사용자의 행동이나 생각에 따라 상호작용이 이뤄질 수 있다.

SNS에 있어서 개인 간 상호작용은 사용자들의 지속적인 이용을 이끌어 내는 핵심내용이다. SNS 이용자들은 다양한 상호작용을 통해 인맥구축, 인맥유지 등 사회적 욕구를 만족시켜 왔다. 따라서 SNS는 사용자간의 활발한 커뮤니케이션을 높이고 적극적인 참여를 촉진하기 위해 그들 간의 상호작용 도구와 공간이 마련되면 지식경영에서도 시너지 효과를 발휘할 수 있다.

Ⅳ. 결론

최근 기업들의 SNS(Social Networking Service)를 활용한 기업의 전략과 활용이 증가하고 있다. SNS는 인터넷을 기반으로 사람과 사람을 연결하는 정보공유, 인맥관리, 자기표현 등을 통해 타인과의 관계를 관리할 수 있는 서비스로서, 개인간 커뮤니케이션을 촉진하고 사회적 네트워크 형성을 가능하게 하는 여러 장점을 극대화하고 부정확한 정보의 확산 등 부작용을 최소화한다면 혁신의 도구가 될 많은 잠재력을 가지고 있다.

지식기반 경제에서는 차별적인 지식을 창출해내는 혁신 능력과 이를 가능하게 하는 학습 지향적 조직 문화와 경영 시스템의 창출이 기업의 핵심 역량으로서 지속가능한 경쟁우위 창출의 원천이 되고 있다.

디지털 경제 시대에는 정보통신 네트워크의 급속한 발전과 확산으로 인해서 거리와 시간, 위치의 소멸이 일어나고, 이로 인해 '규모의 경제'보다는 시장과 고객에 대한 대응 속도와 전략적 유연성에 기반을 둔 '속도의 경제'가 더욱 중요해지고 있다. 속도의 경제 시대에 접어들면서 신속한 전략적 의사결정은 기회 선점의 측면에서 매우 중요시되고 있으며 SNS을 활용한 지식경영을 통하여 전략적 의사결정 및 실행 측면의 스피드 창출 역량 역시 더욱 강화할 필요가 있다.

지식경영을 잘하기 위해서는 '개방형 혁신(Open Innovation)' 시스템의 도입도 적극 고려해야 한다. 개방형 혁신이란 창조적 혁신에 필요한 지식을 조직 외부로부터 광범위하게 구하는 방식을 말한다. SNS을 활용하여 고객을 혁신 과정에 동참시켜서 이른바 '프로슈머(Prosumer)' 성격의 고객들로부터 광범위한 신제품과 신기술의 아이디어를 구한다면 고객 니즈에 대한 통찰력을 높힐 수 있다.

참고문헌

[1] krkim., "Knowledge Worker," Paeksansedang, 2006.

[2] bclee., "Ubiquitous Management," Buyonsa, 2007.

[3] jdlee., "Engineering Technology and Policy," Jiho, 2011.

[4] Edquist, C., "Systems of Innovation: Perspectives and Challenges", J. Fagerberg , D. Mowery and R.R. Nelson ,eds, The Oxford Handbook of Innovation. Oxford: Oxford University Press, 2004.

[5] Nonaka, I. and Takeuchi, H., "The knowledge-creating company," New York, Oxford: Oxford University Press, 1995.

[6] Yogesh Malhotra·shkim·LG EDS, "e-Business & Knowledge Management," mulpure, 2001.