

# 企業에 있어서의 情報管理

金 斗 弘

(韓國科學技術情報센터所長)



## 1. 情報의 重要性에 대한 認識

企業經營이란 企業의 諸活動에 대하여 영향을 미치는 內的·外的 環境要因을 포착하여 이에 대처하여 가는 過程이라고 할 수가 있다. 그런데, 이 環境要因은 時間의 經過에 따라 變化를 거듭하고 있으며, 이같은 變化는 企業에 대하여 크고 작은 挑戰을 하여온다. 이 挑戰을 극복하느냐 하지 못하느냐에 따라서 企業의 成敗가 決定되는 것이다. 그러므로, 企業은 企業内外의 環境要因의 變化를 持續적으로 追跡하는 일이 그 存立上 必要不可缺하다는 것을 알 수가 있다.

企業에 있어서 情報라 함은 이 環境要因의 變化의 內容을 말한다. 그리고 이 같은 情報를 持續적으로 追跡하기 위하여서는 企業内に 그 일을 수행하는 組織(시스템)이 形成되어 있어야 한다.

우리 企業인들이 근자에 情報의 重要性을 認識하기 시작한 것은 事實이지만 그것을 入手하고 活用하는 일이 企業經營上 또는 企業組織上의 한 必須要素가 된다는 데까지는 認識이 미치지 못하고 있는 듯하다.

그렇다면, 情報는 오늘날 社會적으로 어떻게 認識되고 있으며, 그것이 企業經營의

諸部面에서 어떠한 구실을 하고 있는지 살펴보기로 한다.

### A. 社會를 움직이는 驅動力으로서의 情報

素材의 價値와 그것을 加工하는 데 消費되는 勞動의 價値가 물건의 價値를 決定하고, 이 물건의 價値가 經濟를 律하고 社會를 움직이는 原動力이 되어 있는 現社會를 工業社會 혹은 産業社會(industrial society)라고 한다.

그런데, 通信技術(communication), 制御技術(control) 및 電算技術(computation)의 革命的 發達 즉 “3C 革命”은 現在의 工業社會를 構造的으로 變化시켜서 未久에 物財보다 情報가 優先하는 다시 말하여 情報가 社會의 主된 原動力이 되는 이른바 情報社會를 出現시킬 것이라고 한다. 이러한 社會는 脫工業社會(postindustrial society) 또는 技術·電子時代(technotronic era) 등으로 表現되기도 한다.

### B. 企業競爭과 情報

企業體 특히 生産業體의 성쇠는 市場의 확보 여부에 달려 있으며, 市場의 확보 또

는 확장 정도는 그 製品의 性能과 形態의 매력 여하에 달려 있다. 그러므로 企業체는 항상 새로운 아이디어를 求하게 되고 이 아이디어는 情報의 形態로서 入手된다. 이 같은 명백한 論理로 미루어볼 때 企業의 成長·發展과 技術革新은 새로운 情報의 入手와 그 消化(研究開發活動)에 의하여 달성된다는 것을 알 수 있으며, 따라서 情報의 入手, 蓄積, 檢索 및 配布는 企業活動의 한 重要部門을 이룬다고 하겠다.

### C. 國際競爭과 情報

#### (1) 商品輸出의 경우

我國의 商品이 外國에 進出할 수 있는 條件에는 크게 두 가지가 있다. 그 하나는 價格面에서 他國商品과 경쟁할 수 있어야 한다는 것이며, 다른 하나는 品質面에서 경쟁할 수 있어야 한다는 것이다.

우리 業界는 지금까지 低賃金을 바탕으로 하는 勞動集約的 生産品을 가지고 주로 開途國의 메이커들과 國際市場에서 경쟁을 벌여 큰 成功을 거두어 왔다. 그러나, 해마다 勞賃이 급격한 상승 추세를 보이고 있어서 불원간 後發開途國과의 價格競爭이 곤란하게 될 것으로 예상된다.

原價節減을 위한 製造工程의 改良이나 값싼 原資材의 開發에 의하여 從前의 品質을 그대로 유지하면서 價格을 내릴 수 있거나, 아니면 他國의 製品보다 品質이 優秀한 것을 開發하지 않고서는 競爭이 불가능하게 될 것이다.

製造工程의 改良이나 새로운 原資材 또는 새로운 製品의 開發을 위해서는 科學技術情

報의 획득과 이용이 불가피하다. 우리가 일로 계속 輸出을 확대하여 나가기 위해서는 불가불 先進諸國과 경쟁을 벌여야 하는데 그들과의 경쟁에서 이겨내려면 무엇보다도 우월한 技術力을 배양하여야 하는 바, 이 일은 꾸준한 情報의 축적과 활용을 통해서만 가능하다.

#### (2) 플랜트 輸出의 경우

保護貿易主義 경향이 농후하여짐에 따라 一般商品輸出에 있어서 나날이 장벽이 두터워져 가고 있다.

플랜트 輸出은 원체 相對方에서 願해서 이루어지는 것이기도 하거니와, 발달된 技術 또는 노우하우가 수반하기 때문에 相對國 메이커나 政府가 다 같이 이를 환영한다.

뿐만 아니라, 國產機器類와 資材 등을 플랜트 建設에 사용할 수 있기 때문에 國內 他業界에 대한 波及效果가 크고, 中小企業의 일감 확보에도 도움을 주게 되므로, 플랜트 輸出은 단순히 貿易政策上의 手段으로서만 머물지 않고 國內産業構造政策의 중요한 手段이 될 수도 있다. 따라서, 플랜트 輸出은 장차 全体輸出에 있어서 主役으로 등장하게 될 가능성이 많다.

플랜트 輸出은 先進國 水準의 技術을 토대로 하는 것이므로 우수한 技術의 확보가 先決問題인데, 이것은 一朝一夕에 이루어지는 것이 아니기 때문에 꾸준한 研究開發을 통하여 축적해 나가야 한다. 研究開發活動은 創造力을 배양하게 되는데, 이 創造力이야말로 企業의 活力素이며 가장 든든한 資產이라고 할 수 있다.

플랜트 輸出은 他國에서 플랜트라고 하는

商品을 生産하는 것이므로 現地の 生産與件 (氣候, 風土, 習慣, 慣行, 宗教, 政治制度, 行政 等等)을 숙지하여야 하며, 他輸出國과의 경쟁이 불가피하므로 그들의 政策, 受注 活動, 實績 등을 파악하여야만 한다.

따라서, 現地調査뿐만 아니라 國內外輸出 業者의 經驗이나 他輸出國 政府의 政策動向 이 수록된 각종 文獻情報의 入手에 注力할 필요가 있다.

## 2. 企業情報의 種類와 用途

### A. 經營情報

“經營行動”의 著者 사이먼 (Hebert A. Simon)은 經營을 意思決定의 過程이라고 하였다. 그리고 “經營過程”의 著者 그렉 (Russel T. Gregg)은 意思決定이 다음과 같은 順序로 이루어진다고 하였다.

┌ 目標의 파악 → 관련된 情報의 수집 → 수집  
├ 된 情報의 分析 → 몇 가지 代案의 成案 →  
└ 各代案의 評價 → 最終案의 決定

이 兩者의 말을 한데 묶는다면, “經營이란 수집된 관련 情報를 토대로 하여 이루어지는 意思決定의 過程이다.” 라고 할 수 있다.

따라서, 企業經營이란 企業内外로부터 企業의 目的達成에 필요한 情報를 수집하고, 수집된 情報를 分析·評價하고, 分析·評價된 情報에 의하여 意思決定을 하고, 決定된 意思에 따라서 企業行動을 하고, 企業行動의 결과 발생된 企業内外의 反應이 피이드백 (feedback)되고, 피이드백 情報에 의거한 是正策 (改善策)을 강구하는 過程의 反復이

라고 할 수 있다. 말하자면 經營過程은 情報에서 시작하여 情報에서 끝난다고 할 수 있다.

### B. 市場情報

商品의 需要와 選好, 自社製品에 대한 消費者의 反應은 물론 商品을 製造하는 데 소 요되는 材料, 原資材, 生産機器 등의 供給 源과 時勢를 계속 추적할 필요가 있다.

이 일을 위해서는 自社 세일즈맨의 報告, 계획적인 市場調査, 消費 패턴의 變化 등에 관한 第三者의 報告 등 각종 情報 채널을 形成, 利用해야만 한다.

### C. 技術情報

性能이 우수하고 形態의으로 매력있는 製品의 生産은 企業의 生命이거니와, 이 生命 을 유지하기 위해서는 製品開發, 技術開發을 위한 꾸준한 研究가 있어야 한다.

研究開發活動은 先行研究開發의 토대 위 에서 이루어지는 것이므로 過去에 축적된 情報의 入手없이는 그 活動에 着手할 수가 없다.

또한 商品과 技術은 變化를 거듭하고 있 기 때문에 새로운 商品과 技術을 계속 추적 할 필요가 있다.

技術을 導入할 경우에도 導入先에 관한 情報, 導入技術의 內容에 관한 情報, 그 消化改良을 위한 情報가 필요하다. 技術導入에 임하여 우리가 알아 두어야 할 기초적인 문 제 중의 하나는 技術의 存在形態이다. 技術 은 크게 “노우하우”와 “特許”의 두 가지 형태 로 존재하거니와, 이 두 가지 형태 또한

여러 樣態를 지니고 있다.

技術情報의 出處로서는 國內外 같은 業種의 메이커들이 所有하고 있는 特許(明細書), 公私立研究機關에서 펴내는 技術報告書, 學術雜誌 등에 게재된 論文, 講演會 등의 發表文, 각종 핸드북, 規格集, 데이터集, 單行本, 商品 카탈로그 등등 매우 다양하다.

그리고, 이들 情報資料는 책자 형태(book form) 이외에 각종 마이크로 형태(micro form)와 磁氣 테이프 형태(data base) 등으로 入手할 수가 있다.

以上과 같은 技術情報源 가운데서 他 메이커의 特許는 여러 모로 有用하다. 그것은 새로운 技術을 개발하는 데 아이디어를 제공하며, 他 메이커가 保有하는 技術內容을 파악하는 데 중요한 情報를 제공한다. 自社 特許의 防護와 他社特許에 대한 異議申立資料로서 이용되기도 한다. 또한 商品을 他國의 市場에 내어 놓고자 할 때 現地 메이커나 現地に 등록된 外國人 特許와의 상충 여부를 판단하는 資料로서도 사용된다.

國際特許研究所(IIB)의 한 報告에 따르면

新技術開發의 情報源으로서 特許文獻이 非特許文獻보다 압도적으로 많이 利用되고 있다고 한다. 즉, 그 比率이 前者는 91.3%나 되고, 後者는 8.7%에 불과하다는 것이다.

### 3. 結 語

企業에 있어서 情報管理는 하면 좋고 하지 않아도 무방한 그러한 存在가 아니고, 企業이 살아남기 위하여서는 반드시 實施해야만 하는 必須的 存在이다. 따라서, 모든 企業體는 그 形式組織上에 情報管理部署를 반드시 두어야 한다. 가까운 日本을 例로 들면, 資本金 數億圓의 中小企業일지라도 數十名의 研究要員과 이들을 支援하는 數名의 情報管理要員을 保有하고 있다. 아마도 이것이 우리 企業이 日本企業과 다른 點일 것이다. 우리가 그들과 같은 經濟成長을 期待한다면, 그들이 하고 우리가 하지 않는 것이 무엇인가를 알아내어서 밋든 곱든 그들을 따라야 할 것이다.

Computer 資料處理室

