

歐美의 直接應答情報서비스와 情報仲介서비스

—情報서비스活動의 業態變化—

戶 川 晃 著
李 昶 教 訳
(KORSTIC 技術情報 1 部長)

[抄録]

歐洲와는 달라서, 圖書館의 司書나 企業의 情報擔當者가 離職, 變身, 業態變容하여, 群生亂立, 많은 問題點을 안고 있으면서도, 急成長하여 서비스의 構造革新을 증하고 있는 美國의 情報仲介業의 現狀, 앞으로의 動向, 波及效果를 明確히 하였다.

美國의 情報仲介業

1. 序論

報酬를 前提로 하는 情報서비스 중에서는 情報仲介業이 알려져 있으며, 年率150%의 成長率로 伸張하여, 1980年에는 300個社가 存在하고 있다. 1960年代 後半에 發生하여, 1970年初期에 發展하기 시작한 비교적 새로운 事業이다. 情報仲介業者(Freelancer의 圖書, 情報Specialist 등)가 눈에 띄게 參與하게 되므로 Directory를 時代에 뒤지지 않도록 만들어 내야 하는 것이 難題이다. 情報仲介業者의 私的 企業部門의 去來總額은 500~1,000만달러의 産業으로 推測되고, 10年 이내에는 10倍로 成長할 것으로 豫測되고 있다. 뉴욕州와 캘리포니아州에 거의가 集中하여 每年 새로운 仲介業이 出現하고 있다고 한다.

- (1) 情報産業은 主要成長産業의 하나이다. 産業에서나, 社會에서의 情報意識이 높아지

고 있음을 如實히 말해 주고 있다.

- (2) 上級經營管理者가 情報의 選擇에 抵抗을 느끼지 않고, 獨立컨설턴트를 必要로 하고 있다. 美國의 Reserch, Consultant市場은, 年率 15-20%의 伸張을 보이며, 2億달러市場이 되어, 大型컨설턴트企業이나, 小型專門컨설턴트 등이 온라인, 라이브러리의 情報서비스市場에 集中하고 있다.
- (3) 情報産業中에서 제일 急速히 發展하고 있는 部門이 情報仲介이다.

2. 背景

情報仲介業은 顧客과 情報源의 中間에서 活躍하여, 그 서비스에 대한 報酬를 請求하게 된다. 當事者들은 仲介業이라고 하는 명칭을 屈辱적으로 생각하고 있으며 從事者들은, 情報스페셜리스트, 情報科學者, 無所屬스페셜리스트, 無所屬司書, 圖書컨설턴트, 情報프로페셔널, 情報販賣業者라고 하는 타이틀을 바라고 있다(그림 1 參照).

명칭이 簡單한 用語이어야 한다는 것에 關心을 나타내고, 一般的으로 同意를 얻고 있는 것으로는 「報酬를 前提로 하는 情報서비스」라는 말인데, 다음의 用語와는 意味를 달리 한다.

情報整理會社, 要請이 있을 때 提供하는 情報, 情報의 수퍼마켓, 企業情報서비스, 유럽에서는

株式仲介의 경우만 仲介業이라는 말을 쓰고 있으며, 情報關係로 쓰고 있는用語는 「情報컨설팅턴트」, 「要請에 따라 提供되는 情報서비스」이다.

3. 美国의 情報仲介業者

産業의 中心地周邊에 集中하는 傾向이 있는가 하면, 農村地域의 自宅에서 營業하고 있는 業者의 數도 적지 않다. 서비스의 多樣性을 가지고 있는데다 市場이 未開發 때문에 繁昌하고 있는 것 같다. 많은 사람이 圖書館의 司書出身으로 司書職과 다른 職業으로 생각하고 있다. 물론 司書로부터 出發하고 있지 않는 會社도 있고, 共

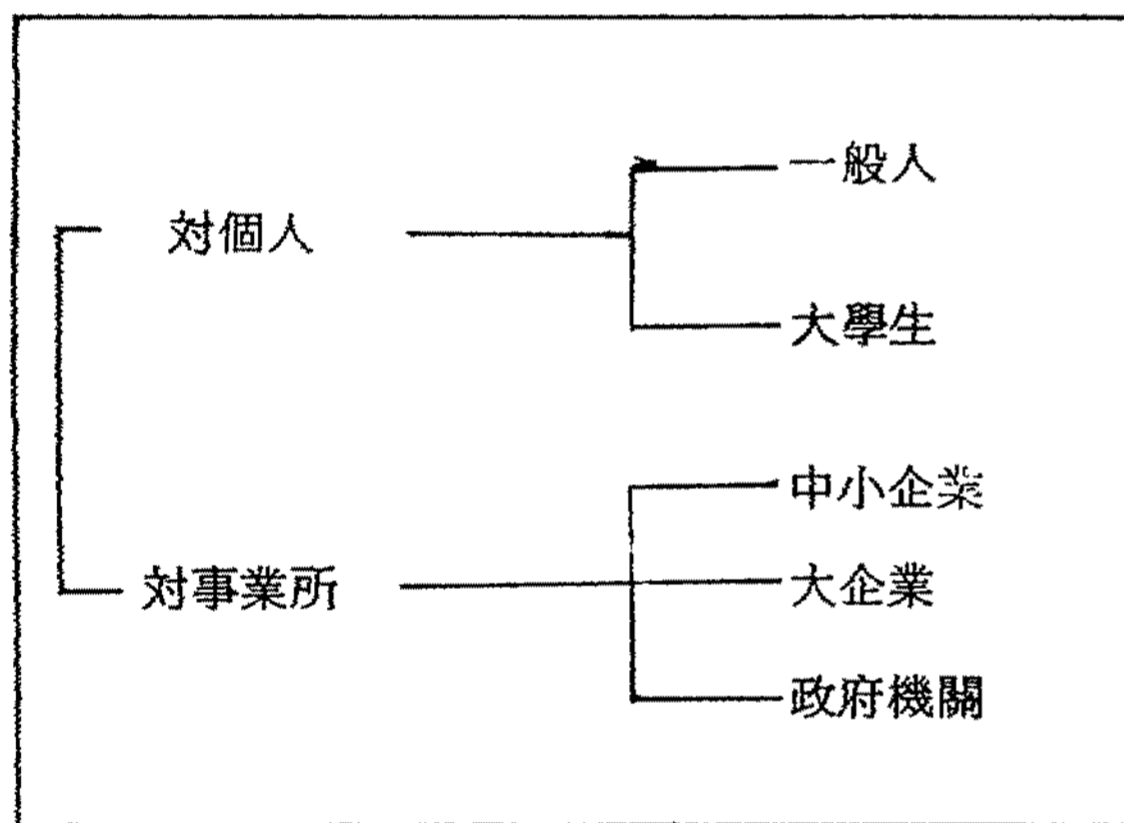


그림 1. 情報의 흐름

同經營하는 예도 있다. 情報仲介業의 類似點과 相異點은 표 1 과 같다. 어느쪽이든, 이 일에 종사하는 사람은, 비즈니스·노우하우感覺이 예민하고, 外向性이 있다.

事業開始關係의 經濟要因으로서

- (1)法案 13 으로 失業한 圖書館員
- (2)非傳統的인 事業을 받아들이는 包容力
- (3)本社가 東部에 있는 企業의 西部支店에는 圖書館이 없음
- (4)小規模事業이 創業하기 쉽도록 하려는 社會的 支援시스템의 存在
- (5)自己自身の 일을 할 수 있는 場所

등, 이 東部, 캘리포니아의 경우를 들 수 있다.

仲介業成功·缺要因으로서, 主要專門協會를 網羅한 多數의 仲介業者의 情報網形式이 있고, 情報産業協會 (IIA)라는데가 有名하다. 이 協會에는 120社 이상이 加入하고 있으며 그 속에 情報管理者를 위한 서브그룹, 또는 情報仲介業者의 少數그룹이 있다. 英國인 경우, ASLIB이 이런 組織에 相當하다고 볼 수 있겠는데 美國만큼 活動하고 있지 않는 것 같다.

4. 美国情報仲介業의 特徵

4.1 地域的 特徵

뉴욕과 캘리포니아에 集中되고 있다(표 2 參照).

표 1. 情報仲介業의 類似點과 相異點

類似點	相異點
1. 대부분의 會社가 1人 또는 그 이상의 圖書館司書 혹은 企業人이 創業하고 있다.	1. 独占地域을 맡아서 友好的 競争을 하고 있다.
2. 成長패턴이 아주 陡峭 있다.	2. 主題의 特殊性을 찾아내고 있다.
3. 情報 또는 調査를 個別的으로 받고 있다. 直接컨택트리피트 비즈니스	3. 製品을 專門化시키고 있다.
4. 調査手段으로서, 매뉴얼과 온라인을 併用하여 目的에 適合시키고 있다.	4. 情報源은 필히 自己가 保有하지 않고서도, 立場, 立地의 利를 살리고 있다.
5. 70% 이상의 일거리는 電話로 받고 있다.	

표 2. 情報仲介業者의 地理的 分布(1978 ~ 1979)

많은 業者가 리스트되어 있는 州	1.	New York	58	(3), (7), (8), (9),
	2.	California	47	(2), (4), (13), (14)
	3.	New Jersey	19	
	4.	Massachusetts	17	
	5.	Maryland	14	
	6.	Illinois	13	
	7.	Pennsylvania	12	
	8.	Washington	12	(6)
	9.	Colorado	12	
	10.	Virginia	10	(1)
1社 뿐인 州	1.	Alizona	1	
	2.	Connecticut	1	
	3.	Idaho	1	
	4.	Iowa	1	
	5.	Kentucky	1	
	6.	Nevada	1	
	7.	North Carolina	1	
	8.	Oregon	1	(12)
	9.	Rhode Island	1	
	10.	Vermont	1	
計		20 州	224社	14 社

↑
「美國의 情報仲介業者의 樣狀」
에서 발췌한 業者番號

参考: K. Warnken's Directory of fee-based Information Services
1978~1979
Bowker's Information Market Place 1978~1979.

① 뉴욕

特定目的의 調査와 深層調査의 結果를, 一般産業의 産業部門과 財務部門에 提供하고 있으며, 워싱턴 D. C. 近接州(델리랜드, 버지니아)나, 매사추세츠 周邊에서는, 大學圖書館을 利用하는 仲介業者가 많고, こん설턴트業務나 高度의 技術産業 指向서비스를 提供하고 있다.

② 캘리포니아

여기서는 1~2年 사이에 業者가 急増하고 있다. 샌프란시스코에는 美國의 主要한 大會社가 西海岸事務所를 두고 있는데 다음의 理由로 仲介業者가 急速히 擴大되고 있다.

1. 企業의 圖書館은, 東海岸의 本社에 만 있고
2. 減稅法案 13 에 의한 大幅減縮

• 公共圖書館藏書數의 減少

• 圖書館스텝數의 削減

3. 幻滅을 느끼는 圖書館員의 仲介業參與

4.2 規模

最大規模인 60名의 스텝을 가진 Find/SVP(N. Y.)로부터, One Man 또는 One Woman의 小規模까지 있으며 더욱이 小規模의 것이 대단히 많다. 스텝數가 10~12名의 水準에서 머물고 있으며, 뉴욕이나, 워싱턴에서조차 그 이상의 스텝數를 가진 會社가 여러개 있을 정도이다. 小規模의 것이 地域의 비지니스從事者에 대한 온라인·서비스, 文獻에 의한 調査서비스와 他仲介業者의 照會 등의 서비스를 提供하고 있다.

4.3 스태프

• 前歷

1. 前雇用主의 豫算削減이 原因이 되어 Freelancer가 된 사람들
2. 個人的 才能을 十分 發揮할 수 없다고 보아서 Free Lancer가 된 圖書館員

• 所有權의 管理

많은 仲介業者, 특히 小規模業者는 女性이 所有權을 管理하고 있다.

• 就業狀況

대개가 파트타임으로, 大學圖書館에서 때때로 文献이나 記事를 複寫하든가, 大學에서 專攻하고 있는 科目에 관한 文献調査를 하여 學生들이 收入으로 보충하고 있다.

• 파트타임시스템의 活用

時間單位의 報酬支拂로 시스템을 活用하기 때문에 코스트나, 一般管理費가 적게들어 顧客이나, 仲介業者에게는 利益이 된다.

4.4 테마分野.

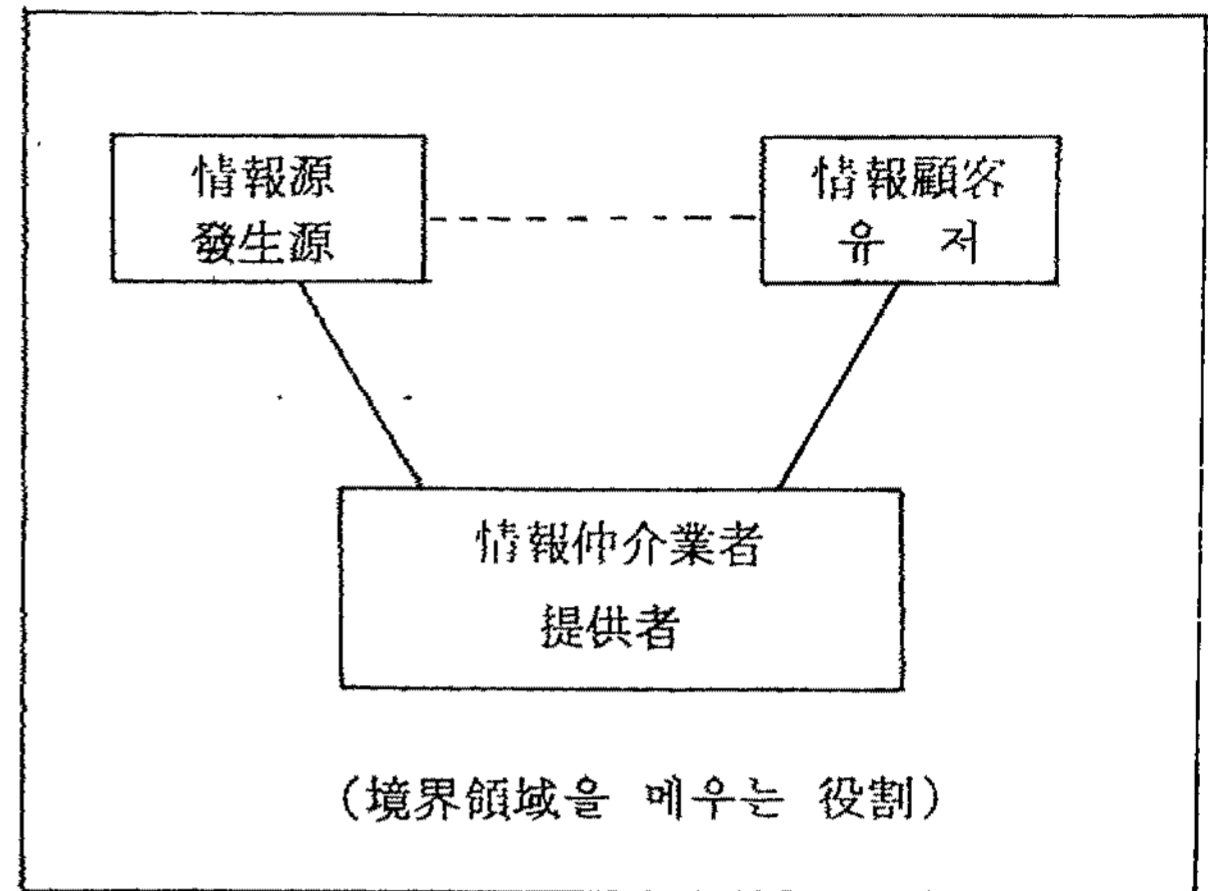
대개의 業者는 顧客이 興味를 가진 테마이면, 어떤 테마이든 關聯情報를 찾아서 구해낸다. 극히 限定된 業者만이 受託테마分野를 限定시키고 있는 것 같다. 例外로는, 한사람이 하고있는 경우로서, 音樂이나, 神學같은 高度의 特殊 專門分野인 것이다. 業者의 教育背景이나, 그 地域의 테마關聯情報 入手可能度가 反映되고 있다. 固定顧客으로부터 依頼된 通常의 專門分野 이외의 照會를 받아서 調査時는 다른 仲介業者를 쓴다.

4.5 서비스

서비스는 對個人서비스와 對事業者서비스로 나누어 진다(표 3 參照).

- 定期集中供給網이 없으므로 文献의 供給서비스가 대단히 중요하다.
- 特殊한 文献이나 報告의 確認은 往往 表題나 발췌된 部分만으로도 되지만, 온라인調査서비스에서 完全記事要求를 위해서는 특히 重要한 서비스가 된다.
- 小規模의 많은 會社는 文献의 送達에 따르는 일에 費用面에서 非效率的이라는 것을 認識하게

표 3. 情報서비스



되어 새로운 發展으로 Copyright Clearance Center를 設立하려는 움직임이 있다.

• 文献供給會社인 Information on Demand (IOD)의 文献照會件數가 300件/日로, 文献照會情報源泉으로서, 때때로 地域의 大學圖書館이 供給源의 役割을 하고 있다.

• 美國의 大學圖書館은 情報蒐集을 위해서도 市民의 出入을 許可하고 있다.

• 가까운 地域에 있는 情報源 이외의 곳에 依頼할 必要는 그렇게 絶실히 느끼고 있는 것 같지 않다. 그러기 때문에 關聯圖書館에서 일하는 學生들을 複寫일에 使用하고 있는 큰 이유이기도 하다.

• 情報仲介業을 하면서 必須의 技術은 確認을 要하는 特定文献의 所在를, 되도록 빨리 알아 낼 수 있는 여러가지 形態의 記錄시스템의 確立이다.

• 모든 會社가 온라인調査에 솔리고 있으며, 照會調査結果를 提供하고 있는 것도 事實이며, 어떤 會社든지 大部分의 提供서비스는 專門主題의 範圍로, 情報科學이나 圖書의 深層研究調査에 의해 커버하고 있다.

• 그외의 主題로서는, 現時點의 調査프로젝트, 비즈니스, 經濟, 經營管理의 多元訓練을 듣고 있다.

• 서비스의 實態를 典型的 業者比較의 形態로 表示한 것이 표 4이다.

4.5.1 索引附与서비스

組織의 오너의 대부분 사람들은, 圖書館員으로

표 4. 美 國 의 典 型 的 인 情 報 仲 介 業 者 의 業 態

社 名	(1)	(2)	(3)	4)	(5)
<p>概 要</p>	<p>BEA Bogart-Brociner Associates (Virginia, Washington)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 圖書館司書出身의 1人의 女性이 經營 • 1979年設立 • 메릴랜드, 버지니아, 워싱턴地域에 서비스提供. 	<p>DA Documentation Associates (Los, Calif.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2人의 圖書館員이 로스앤젤스에서 創業. • 1971年設立 • 스탠포드 20名 以上. • 大學生의 온라인調查를 비롯하여 政府機關의 온라인訓練 코스를 提供. 	<p>SVP Find SVP (N. Y.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • SVP (Sil vous plait)社의 世界네트워크의 部分인 子会社 • 最大規模의 情報会社이며 美國情報仲介業의 最大 業体 • 1969年設立 • 專門司書 50名 以上의 最大스텝을 거느리고 廣汎한 서비스를 提供. • 顧客으로서는 포오논誌 랭크에 실려있는 500社가 들어 있으며 月平均 5~6,000件의 照會가 있다. • 情報에 대해서는 一段階로서 接近하는 方法을 提供한다. • 情報의 슈퍼마켓이 될 目的으로서 設立된 點이 他 情報会社와 다른 유니크한 點이다. • 投資分析家를 위한 Findex Directory • 社内に 圖書館이라든가 綜合카아드인덱스를 保有. • 論文이라든가 報告 카피의 大規模의 인 供給業者. 	<p>IOO Information on Demand (Calif. Berkeley)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Information Unlimited가 解散된 後, Information Store와 더불어 設立되었다. • 1979년에 設立 • 스탠포드 15名 以上 • 文獻送達서비스로서 有名. 廣汎한 서비스를 提供하지만 文獻送達서비스에 專門化가 되고 있다. 繼譯案內서비스, 온라인 調査서비스도 한다. • 켈리포니아大學의 버어클레이, 켈퍼스周辺에 事務所가 있으므로 内部文獻保有量은 적다. 	<p>WEA Wamer-Eddison Associates (Mass.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2人의 圖書館司書가 經營. • 1973년에 創立. • 20名 以上의 스탠포드가 풀서비스를 한다. • 매사추세츠州 캠프리지에 位置. • 中規模. 基本테마는 情報管理이며 情報의 效果的인 處理를 위하여 顧客協力을 希望하고 있다. • 카아드인덱스라든가 檢索possible한 컴퓨터·파일의 準備協력을 위하여 IMM-AGIS (데이터管理시스템)를 開發. • 1979年의 주된 顧客은 사우디아라비아의 政府省

社名	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
<p>概要</p>	<p>WR Washington Researchers (Washington D. C.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 워싱턴의 情報源에서 告 어내는 것을 専門으로 하 고 있다. • 1974年設立. • 스텝으로서 圖書資格을 가지고 있는 人들을 使用 하는 唯一의 会社. ◎ ◎聯邦 및 州政府의 各部 門内部에서 얻을 수 있는 情報을 確認 利用하는 것 과 会社關係情報을 供給하 는 것을 専門으로 하고 있 다. ◎ 많은 情報源을 詳細케 한 一聯의 디렉토리라든가 h- andbook을 發行하고 있 다. ◎ 세미나를 經營하고 있는 少数會社中の 하나이다. ◎新聞이라든가 雜誌의 論 說報道, 情報仲介는 특히 成功을 하고 있다. ◎ 뉴욕이라든가 他州에 事 務所를 가지고 있는 唯一 의 仲介業者이다. 	<p>IFB Information for Business (N. Y.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1973年設立. • Christopher Samuel氏 에 의하여 市場深層調査에 業務를 集中하고, 3,000 시트를 넘는 레포트를 내 고 있다. • Find SVP처럼 廣泛한 디렉토리 등의 社内諸情報 源을 가지고 있다. 	<p>PF Packaged Facts (N. Y.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1962年設立 • 映画会社라든가 廣告代 理店에 歷史上의 事實이 라든가 逸話를 供給하는 것을 専門으로 하고 있다. • 市場調 査라든가 深層調査外에 주 로 消費材 一聯의 마케트 cts를 發行. 	<p>WTIC World Trade Information Center (N. Y.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 通常範圍의 온라인調査 와 会社의 情報서비스를 提供. • World Trade Center 가 提供하는 서비스로써 컴퓨터서비스를 만들고 있 다. World Trade Cent- er의 하나의 托비에 많은 政府라든가 民間機關의 代表가 모여 있는 Infor- mation floor가 있다. 	<p>ADL Arthur D. Little Inc. (Boston)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 傳統的인 콘설턴트 事務 에 附屬한 文書調査部門 이 設置되어 私企業이라 든가 많은 政府機關을 위 하여 既發行文獻의 調査를 하고 있다. ◎他 情報仲介業者와는 전 연 달라 ADL의 巨大한 社内圖書館과 온라인서비 스로서 接近할 수 있다.

社名	(11) RICE Regional Information & Communication Exchange (Houston, Texas)	(12) IE Information Enterprises (Oregon)	(13) I/S Info./Search (San Francisco, Calif.)	(14) IS Information Store (San Francisco, Calif.)
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 휴스턴의 RICE 大學의 FONDEN 圖書館의 補助金으로서 휴스턴 및 그 附近의 會社에 有料情報서비스를 提供하기 위하여 經營되고 있다. • 온라인 調査 서비스 • 文獻送達서비스 ◎特許調査서비스. (他와의 相異點) 現時點의 意識 調査서비스. 	<ul style="list-style-type: none"> • 事業設立까지 10年間 포틀랜드地方의 圖書館의 司書로서 從事하고 있던 婦人에 의한 經營. ◎美國의 最多數의 情報仲介者의 典型 • 地域內의 會社를 위한 情報管理서비스의 提供 • 온라인 調査 • 索引 • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 한사람의 人間의 經營 ◎비즈니스의 知惠를 위한 專門化 • 오키는 過去 美國의 大型會社의 社員이었는데 他社에 買収된 후에도 이 會社의 콘설턴트로서 機能을 繼續한다. 會社는 이 形態를 취하면 一般經費를 支拂하는 일이 없이 專門家를 留保할 수가 있는데 이것은 드문일은 아니다. 	<ul style="list-style-type: none"> • Information Unlimited의 解散에 의하여 Information on demand와 더불어 11개 會社이다. • 샌프란시스코의 商業地 域의 中心에 位置하고 있으므로, 많은 大會社를 顧客으로 모시고 있다. • 文獻送達서비스. • 온라인 調査서비스 • 補充하는 形의 會社 調査 地方圖書館 施設 利用의 傳統的 文獻 調査.

표 4 의 계속

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
BBA	D A	SVP	IOD	WEA	W R	IFB	P F.	WTIC	ADL	RICE	I E	I/S	I S
[1] 서비스(Regular & Rush)													
1. 분석보고서	○	○	○	○	○	◎ 시장조사 深層調査				◎ 特別調査 意圖調査			
2. 書類送達	○	○	○		○					○			○
3. 索引附録	○		○	○							○		
4. 抜 粹											◎		
5. 調査(매뉴얼)	○	○	○	○	○			○ 資料情報 ○ 서서비스	○ 既發行				○
6. 調査(온라인)	○	○	○	○	○			○	○ 文書調査	○			○
7. SDI	○	○	○	○									
8. 電話인터뷰		○			○								
9. 翻 譯	○		○										
10. 情報管理事務				◎							◎	◎	
[2] 特殊서비스													
11. 세미나講演會, 社内研修	○				◎								
12. 市場調査		○		○	○								
13. 카탈로그 카드서비스				○									
14. 附屬物, 製品													
News Letter	○	○			○								
Directories					○								
Source Guide		○			○								
market study Reports		○			○		○ Packaged Facts						
Handbook					○								
料金基礎	일당 料 金 年間 100\$ 의 價 格 是 음 은	費用 金 5.8	保留 權 附 料 金 是 保 約 金	費用 金 最少 4.25		3,000\$ 를 넘는 리포트							
附屬條件	Regular	最多 5.5+	最少 4.25										
料金(5페이지 以上)	Rush	10.0+	8.75 經濟的										
社內情報源의 保有		多	少	컴퓨터 시스템 IN MA- GIS 를 開發		多		컴퓨터 데이 터 베이스 를 作成	多 1:1 大				

서의 職業意識을 背景으로 가지고 있으므로 當然히 保有技術을 利用하고 있다고 생각된다. Warner Edison Associates는, 標準樣式入力에 의한 索引이나, 索引카드 등의 印刷物의 準備, 거기에다, 標準樣式入力에 의한 온라인調查 가능한 파일作成에 利用되는 소프트웨어IN-MAGIC의 開發을 進行시키고 있다. 또 個人的인 파일링시스템設計의 助言서부터 새로운 特殊圖書館의 完全한 分類體系나 顧客의 特定情報管理體系의 案作成에 이르기까지 協力하고 있다.

4.5.2 文獻調查

既刊文獻의 系統的 遡及調查를 위주로 하는 모든 組織에 共通의 標準서비스인 것이다. 可能하면, 먼저 온라인화된 데이터를 使用하는데, 구해낸 情報의 大部分이 最新의 商業性을 띤 情報로서, 地域에서 發行하고 있는 新聞이나 全國紙(映畫나, 地域産業의) 多様な 專門紙나 刊行物을 遡及調查하는 것도 때때로는 必要로 할 것이다.

4.5.3 온라인調查

利用이 可能한 온라인서비스가 存在하고 있기 때문에 地方學生들도 누구나 간단한 터미널에 의해서 調查할 수 있으므로 수 많은 情報仲介業者가 現在하고 있음은 두말할 나위가 없는 일이다.

(1) <온라인유저가 直面하고 있는 큰 問題들>

- 1) 서비스에 대한 料金請求의 方法
- 2) 複寫提供의 方法.
- 3) 費用의 變動이 커서 仲介業者間의 競争으로 서비스가 提供되고 있는 實態
- ① 仲介業者가 保有하고 있는 特定데이터베이스의 利用技術
- ② 地域圖書館의 서비스程度
- ③ 프린트의 要求形態(온라인인가 또는 오프라인인가)

이러한 問題들은 관련되는 데이터베이스 여하에 따라서 정하여질 問題들이라고도 할 수 있다.

(2) <顧客誘致의 이런 方法 저런 方法>

仲介業者의 서비스를 利用하는 데에 조심성

깊은 태도를 보이는 顧客誘致手段으로 온라인서비스가 곧잘 使用되고 있다.

패스코드의 減額使用이라던지, 데이터베이스·트라이얼이라던지, 새로운 데이터베이스의 市場反應側定이라던지 등등의 예를 볼 수 있다.

4.5.4 마켓·리포트

市場·技術·企業의 主要項目의 分析이 포함되어 어느 仲介業者라도 할 수 있겠으나 특정한 會社가 特定分野의 綜合調查를 專門적으로 行하고 있다. Informations for Business, FIND/SVP, Washington Reasurch 등이 이러한 것들이다.

이들 리포트는 1.5만달러 이상의 비용이 들기 때문에 顧客會社 自身으로는 蒐集할 수 없는 情報를 提供한다는 데에 價値가 있다. 또한 當然한 일로서 어느 特定會社가 競争相對가 될 可能性이 있는 會社의 情報를 얻고자 할 경우에 電話를 걸더라도 獨立仲介者인 편이 접근하기 쉽고 目的을 達成하기 쉽다는 것은 너무도 확실하다.

4.5.5 電話인터뷰

많은 情報仲介業者는 市場리포트와 관련하여 積極적으로 電話인터뷰를 行한다.

美國의 비즈니스나 商業界의 專門家は 有能한 인터뷰에 대해서 반갑게 積極적으로 新市場이나 製品에 관한 意見을 진술하며 때로는 그 이름까지 引用하게 된다.

4.5.6 세미나와 研究集會

現時點에서는 겨우 3社가 利益水準을 달성할 수 있다고 보아 特定分野의 專門세미나나 研究集會를 行하고 있는 데에 불과하다. 스태프가 필요하며 다일렉트메일質問이나 勸誘에 응해 오는 메일리스트가 필요하게 되기 때문이다.

4.5.7 其他의 提供

- 1) 翻譯서비스의 提供
- 2) 특정한 新聞이나 刊行物의 모니터(뉴스特定項目에 대해서,
- 3) 情報의 自由法에 바탕을 둔 調查

5. 顧客層

大會社—포오튼(fortune)誌의 大型會社 500社로 선정되어 있는 會社가 最大部分을 차지하고 있다.

그 理由로 들 수 있는 것은

1) 大會社는 情報의 價値를 알고 있고 利用이 可能한 最良의 情報를 利用하지 못했을 경우의 코스트를 알고 있기 때문이다.

2) 小規模會社의 경우에는 出費를 억제하기 위해서 일 것이다.

3) 製造物의 責任에 관한 法律의 制定이라고 하는 인팩트가 會社의 文獻調査上 다른 意見을 求하게 한다.

4) 會社取得에 先行하여 情報를 필요로 할 경우, 外部컨설턴트를 사용하면 새로운 事業計劃의 安全性이 높다.

그밖에 小規模會社도 利用便益을 認識해가고 있으며 地方의 學校, 大學, 地方政府機關의 스태프도 利用하고 있는 形편이다.

6. 價格戰略

6.1 理想的인 戰略이라는 概念은 없다.

각각의 業者가 주어진 環境狀態에 알맞는 戰略에 도달하지 않으면 안된다.

6.2 3가지의 선택이 있다.

• 유익한 技術이나 서비스를 保有하고 있을 경우에는 상당한 價格彈力性을 갖고 마아크업 할 수가 있다.

• 文獻送達과 같은 서비스로 격심한 경쟁이 행하여지고 있을 경우에는 경쟁력이 생길 수 있도록 조정하지 않으면 안된다.

• 公共圖書館을 利用할 수 있는 온라인調査서비스와 같이 補助金이 주어질 경우에는 勸誘上 서비스코스트나 또는 그 이하의 코스트로 提供하지 않으면 안된다.

代表的인 仲介者의 모두가 最大收益을 얻기 위해서 個別原價計算에 바탕을 둔 價格이나 競爭上의 据置價格 등을 區分하여 사용하여 일련

의 서비스를 하게 된다.

6.3 仲介業者가 直面하고 있는 問題

現金流動性의 維持, 支拂時期의 現金準備 등이 포인트가 되고 있다. 2가지 處理方法이 취하여지고 있다.

① 完成時의 未拂分請求와, ② 保留權을 가진 顧客으로부터의 支拂, 預託担保金으로부터의 使用料控除 및 精算通知, 保留金의 定期再修正으로 ②는 프랑스SVP가 최초로 도입한 방법이다.

6.4 予約金/保留金/担保金에 의한 處理方法

많은 利點이 있고, 有名한 것은 FIND/SVP로 타당한 담보금만 있으면 어디에서나 플러스의 現金流動性을 保持할 수가 있다.

주의하지 않으면 안될 것은 時間과 코스트의 매우 조심스런 管理와 記錄의 徹底로 小規模仲介業者가 운영하기에는 어려우며 지금까지 仲介業者를 利用한 일이 없는 새로운 顧客에게 처음부터 担保金を 請求한다는 것은 非生産的인 일이다.

6.5 일의 推進方法

시간당 코스트를 기준으로 하여 實施하고 있으며 標準料率은 40~100 \$/hr이다.

대부분이 最底料金を 정하고 있지만 온라인調査의 경우에는 適用을 사양하고 있다.

7. 서비스의 促進

美國情報仲介業의 業務特徵은

1. 情報서비스를 販賣하는 技術
2. 새로운 顧客의 補充을 위한 獨自的인 마케팅戰略
3. 리피트·비즈니스의 促進(去來의 70~80%를 차지하고 있다.)

등이다.

7.1 直接콘택트

서비스促進의 가장 效果的인 方法의 하나로 人間關係를 基盤으로 하여 情報를 팔 수 있도록

한 것이다.

- 顧客을 訪問하여 이야기를 걸 것.
- 地域商工會議所의 定例晝食會出席.
- 地域商業協會, 비즈니스從事者의 協會, 組合과의 關係維持

리피트·비즈니스의 獲得에는 直接콘택트가 특히 有效하다.

顧客과 仲介業者와의 사이에는 즉시 關係를 맺을 수가 있으므로 특별한 채널을 最高로 活用하기 위해서 効果적인 交流를 行하여야 한다. 外向성과 能力이 구비된 話術이 좋은 사람이 적임이다.

7.2. 다일렉트·메일

- 專門協會에게 業務의 팸플레트를 發送한다.
- 定期刊行誌를 挿入

등의 方法이 취하여지고 있으나 매우 効果적인 方法은 아니며 短期의 即效는 期待할 수가 없다. 따라서 필요한 때에 간단하게 생각해 낼 수 있도록 연구하여야 한다.

問題點의 하나는 새로운 技術이나 서비스를 利用할 수 있도록 되었을 때 다일렉트·메일情報가 반듯이 最新情報가 안된다는 것을 確認하는 일이다.