

# 産業經濟情報 小考

金 殷 植

(KIET技術情報1室長)

## 1. 머리말 - 産業經濟情報의 重要性

“産業經濟情報란 무엇인가?”

「“情報, 또는 도큐멘테이션(Documentation) 개념을 明確하게 定義내린다는 것은 흡사 天賦의 性別에 대한 비잔티움의 論議와도 같은 것이다.”」라고 핸드프스키는 말했다.<sup>1)</sup>

그러나 標題의 趣旨를 살리기 위해서 다음과 같이 「産業經濟情報란 企業 등의 事業主體가 事業活動上 必要로 하는 情報中에서 특히 社會, 經濟事象에 관한 情報를 말한다」라고 정의하고 있다. 따라서 産業經濟情報란 經濟學의 情報와 그 意味를 달리한다. 또 여기서 말하는 事業主體도 行政機關, 學校, 病院 등 여러가지 種類의 事業主體를 包含하며 營利企業만을 指稱하는 것은 아니다.

個體(個人, 一家, 一企業, 一國家 등)가 어떠한 事業을 運營할 때 環境에 대한 各種 情報를 必要로 하는 것은 事業活動에 있어서 意思決定의 性格이 複雜해졌기 때문이다. 한사람의 事業이 個人的인 識見을 바탕으로 하여 쉽게 決할 수 없는 경우가 많아진 것이다. 이것은 組의 發達과 必要情報의 多樣化가 가져온 필연

적인 結果이다.

예컨대 自動車産業의 경우를 보면, 搖籃期의 自動車製造業者들은 엔진 등 주로 自動車의 基本 매카니즘에 관한 知識이나 情報만으로도 滿足했으리라 짐작된다. 需要의 予測과 資金計劃 등이 不必要했다고는 볼 수 없지만 이러한 것들은 自明한 事實으로써 事業者의 마음 속에 간직되어 있었다고 보는 것이 옳을 것이다. 量産化가 始作된 포오드時代에는 工程管理을 中心으로 한 狹義의 生産管理가 問題視 되었을 것이다. 그리하여 車體의 外觀(Styling) 등에 의하여 市場을 開發하는 제너럴 모터즈(G. M.)의 經營戰略에서는 市場에 관한 各種 情報가 重視되었을 뿐만 아니라 大規模화된 事業組織을 運營하기 위한 管理情報시스템의 必要性이 顯在化되었으며 현재는 環境問題를 둘러싼 폭넓은 産業經濟情報가 自動車産業의 事業經營에 不可缺한 것으로 認識되기에 이르렀다.

1971年 頃에는 다음과 같은 項目의 環境變化가 意識되어 그 對應策을 講究함으로써 自動車産業의 “情報化”가 摸索되었다.<sup>2)</sup>

- 需要面(量的急増, 多樣化, 需要패턴變化)
- 市場條件(競爭激化, 新規參加, 多角化)
- 生産面(生産規模擴大, 코스트節減, 勞動力

1) Handovsky: Collection and utilization of economic information—some of its problems, Aslib Proc., 21 (2) p. 71. 1969

2) 日本情報處理開發센터: 産業의 情報化에 관한 調査報告書, 同센터, 1971, pp. 71~97.

不足, 新技術)

- 外部要因(安全, 公害, 規制強化, 消費者運動, 税金)

- 國際化(輸出量の增加, 輸出先の擴大, 資本自由化, 國際的競争, 國際協力)

물론 同時期에는 自動車産業 뿐만 아니라 産業界 全般의 傾向으로써 公害, 勞動力不足 등의 問題가 數年間에 걸쳐 그 重要性이 크게 增加되었을 것이다. 또, 이와 때를 같이하여 1971年 여름의 님슨新經濟政策에서 비롯한 國際經濟의 再編成은 上記項目中の 需要面이나 國際化 등에 대한 새로운 要請이 追加되었고, 1973年의 中東紛争에서 發端된 이른바 石油波動은 한편으로는 資源節約에 대한 要請, 또는 物價仰騰의 起爆劑가 되어 需要面, 生産面, 外部要因 등의 項目에 각각 크게 영향을 미치게 되었다.

이러한 趨勢의 背景에는 社會全般의 情報 및 知識水準의 向上이 크게 作用하고 있다. 예컨대 오늘날 電子機器에 대한 一般人的 理解는 실로 25年 前의 專門家의 水準에 가깝다. 外國事情에 관한 見聞 또한 100年 前의 가장 精通한 사람에게 뒤지지 않는다. 産業經濟情報가 이러한 現代의 狀況과 無緣한 位置에 있지 않음은 明白한 事實이다. 産業經濟情報의 歷史는 이처럼 人類歷史와 함께 하고 있음에도 이 領域에 대한 소위 文獻계로부터의 接近은 비교적 새로운 데가 있다. Aslib의 化學工業그룹이 1968年 11월에 開催된 바 있는 産業經濟情報(Commercial Intelligence)에 관한 協議會에 提出한 자료에서 헨도프스키는 “科學技術情報와는 달리 産業經濟情報에 대해서는 最近까지 큰 關心을 기울이지 않고 있었다. Aslib의 化學工業그룹會員의 要請에 의하여 開催하였던 會議(1968年 4月)에서 그러한 狀況이 이제야 서서히 變化하고 있음이 밝혀졌다”고 말했다. 이러한 사실로 미루어 그 때까지는 유럽에서도 科學技術情報 領域의 文獻계와 産業經濟

情報活動의 連結이 이루어지지 않았음을 알 수 있다.

## 2. 産業經濟情報의 一般的 性格

모든 圖書館, 또는 文獻계組織은 어떠한 社會나 集團에 속하는 것으로 集團과 그 構成員의 特殊한 要請에 適應함으로써 存立한다. 크루자스는 美國의 會社圖書館發達史<sup>3)</sup>에서 技術圖書館의 存立要件으로써 技術的 オペ레이션, 技術者, 技術資料 등 3者의 存在를 指摘하였는데 이것은 매우 適切한 表現으로 받아들여진다. 따라서 이러한 見地에서 産業經濟情報의 一般的 性格에 대하여 考察해 보기로 한다.

### 〈産業經濟情報를 利用하는 業務〉

前述한 바와 같이 事業活動上의 環境에 관한 外部發生情報를 産業經濟情報의 主要部分이라고 한다면 이러한 情報를 利用하는 곳은 業務의 執行段階보다는 調査, 또는 計劃의 段階라는 것을 쉽게 推察할 수 있다. 各種 事業體에 勤務하는 個人을 對象으로 調査한 報告書<sup>4)</sup>에 의하면, 研究調査段階에서 社外情報를 利用하는 사람은 41%, 企劃段階에서는 58%, 實施段階에서는 26%(모두 重複回答)로 나타났다. 또 社外情報에 대한 依存度(利用資料中에서 차지하는 比率)는 企劃段階에서는 50%인 경우가 많은데 비하여 作業實施段階에서는 50%에 미치지 않는 경우가 많았다(그림 1).

企業에 있어서 各種 計劃의 種類, 相互關係 등은 業種에 따라 差異가 있다. 그림 2는 機械製造業의 경우로서 利益計劃을 中心으로 한 諸計劃 등과의 關係를 나타낸 것이다.<sup>5)</sup> 製造業 事業의 경우는 이것과 대체로 類似할 것으로 생각된다.

이러한 計劃中에서 어떠한 外部情報가 要求되는지를 「需要予測」의 경우를 들어 例示하면

3) Kruzas, A. T. : The development of special libraries for American business and industry, Ann Arbor Univ. Microfilms, 1962, p. 361

4) 專門圖書館協議會: 專門圖書館의 役割, 同協會, 1971, pp. 40 - 41

5) 日本情報處理開發센터: 機械工業生産情報시스템에 있어서 意思決定機構의 解析, 同 센터, 1971, p. 57

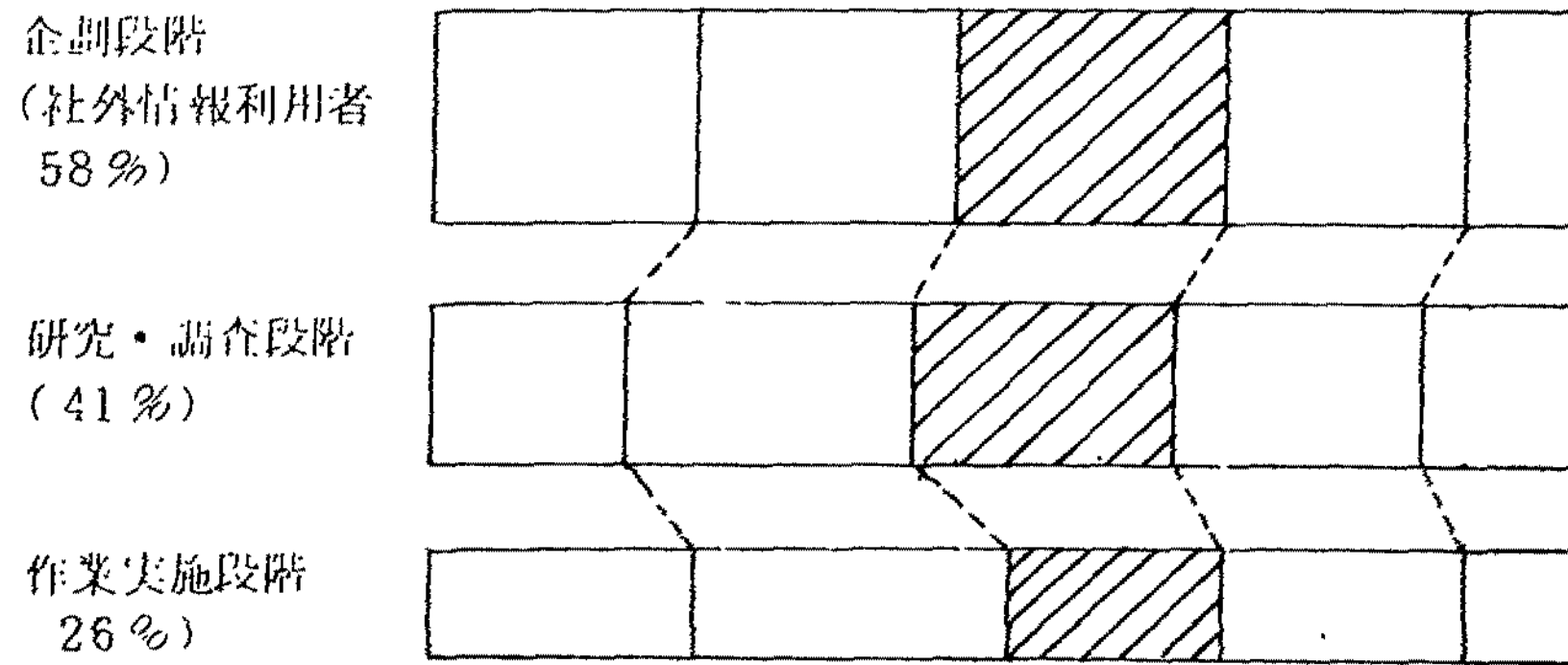


그림 1. 作業의 段階別 社外情報依存度

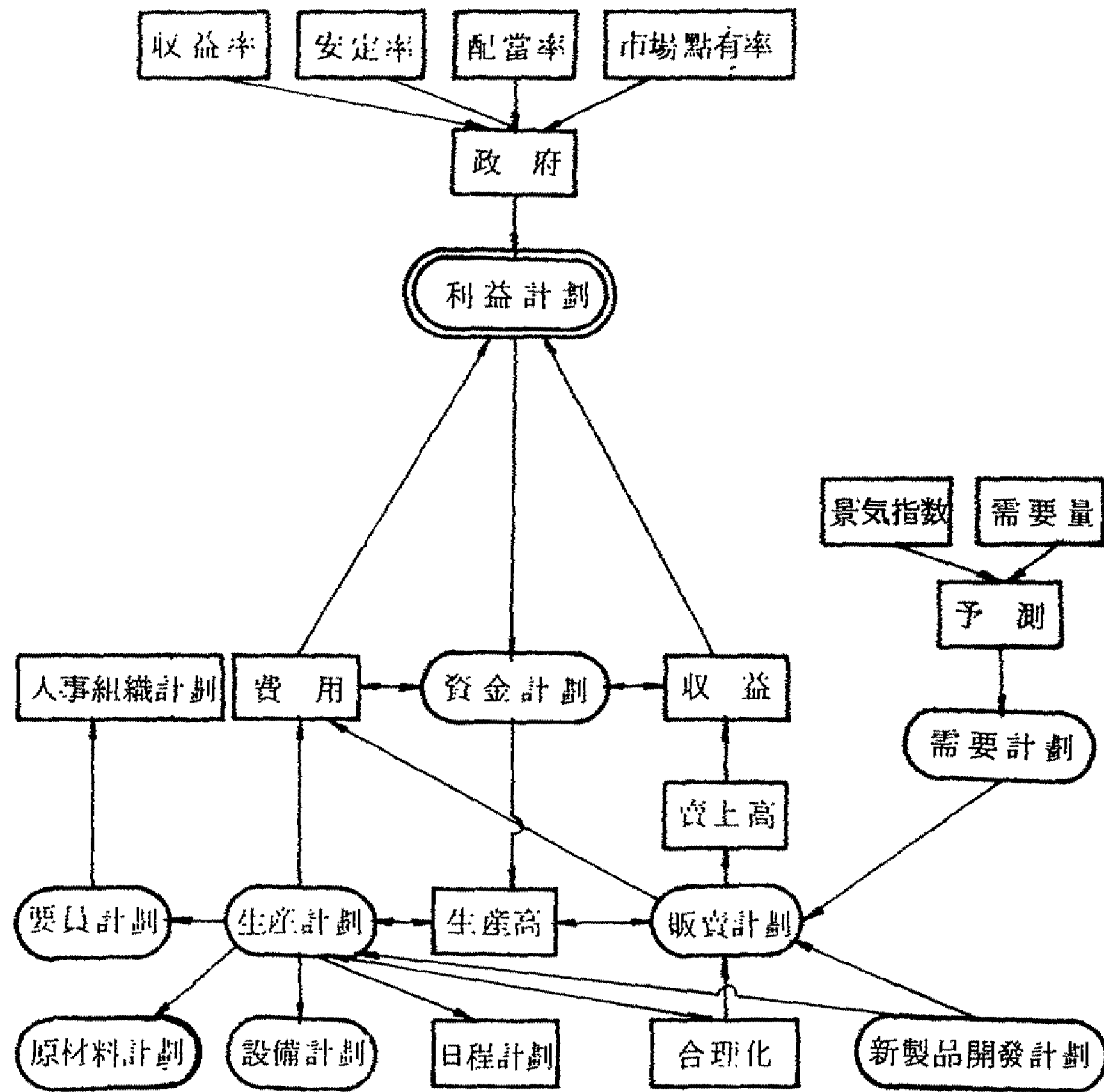


그림 2. 利益計劃과 他下部組織(Subsystem)과의 關聯

표 1과 같다.

이상과 같은 計劃業務는 오늘날 各級 事業體  
에서 幅 넓게 이루어지고 있으며 그중에서도 특  
히 外部資料를 利用하는 比重이 크고 일찍부터

그렇게 해 온 것이 市場調查活動(marketing)  
이다. 市場調查活動이란 주로 製品計劃, 價格政  
策, 販路政策 및 販促政策과 關聯한 意思決定  
過程이라고 말할 수 있다. 이러한 活動은 市場

6) 日本情報處理開發센터: 經營情報調查報告書(Ⅲ). 同센터, 1971, pp. 74 - 75

표 1. 需要予測에 필요한 外部情報(工作機械, 造船業 輸送業)

情報의 種類	利 用 部 門	情 報 形 態	必要度	充足度
國內經濟展望	社長室, 事業部, 管理部	刊行物, 雜誌	A	B
産業設備展望	"	刊行物	B	B
鑛工業生産指數	"	統計月報	A	B
鑛工業出荷指數	"	"	A	B
鑛工業在庫指數	"	"	A	B
機械受注統計	"	機械受注統計月報	A	B
法人企業投資予測調査	"	刊行物	A	B
通關統計	"	貿易月報	A	B
信用狀統計	"	新聞, 月報	B	B
都賣物價指數	"	統計月報	A	B
家計調査	"	刊行物	B	B
國民所得統計	"	統計年報	A	B
産業連關表	"	刊行物	A	B
國勢調査	"	"	A	B
勞動力調査	"	"	B	B
株價指數	"	月報	A	A
工作機械各種데이터	"	刊行物	A	B

이런 形態의 環境과 直接 聯關되어 있기 때문에 外部情報를 특히 必要로 함은 當然한 일이다. 물론 이때 營業活動狀況 등의 內部情報도 重要な 役割을 하게 된다.

〈産業經濟情報의 利用者〉

코올의 情報流通論<sup>7)</sup>에 의하면 企業內 組織과 外部環境의 複雜化가 專門情報의 多樣化를 가져 와서 專門部門과 担当者가 分化되는 것이 企業活動中에서의 情報流通發達史上의 하나의 段階를 나타내는 것이라 했다. 經濟調査活動은 어느나라에서나 일찍부터 活潑하게 해 오고 있으며 대부분이 調査員(때로는 企業 또는 政府機關이코노미스트, 어널리스트 등)이라고 부르는 사람들의 集團에 의하여 이루어지고 있다. 따라서 이러한 專門部門, 專門家集團을 專門的인 産

業經濟情報에 對應하는 中心的인 利用者로 想定하는 것은 매우 妥當하다고 볼 수 있다. 그러나 産業經濟情報의 利用者는 그러한 調査員集團(專門的인 分析評價從事者들)이나 企劃스텝만은 결코 아니다. 日本의 專門圖書館協議會의 調査<sup>8)</sup>에서도 各種 職務에 종사하는 사람들이 상당한 水準의 社外産業經濟情報를 利用하고 있음이 밝혀졌다. 따라서 이들 各種 職務從事者의 專攻學問分野 등의 屬性에 있어서도 상당히 多樣할 것이라는 것은 쉽게 想像할 수가 있다. 이러한 점에서 利用者集團은 産業經濟情報 서비스組織(圖書館 또는 도큐멘테이션 센터 등)과 科學技術情報 領域의 서비스組織이 그 樣相을 달리하는 主要條件이 되는 것이 아닌가 생각한다. 그러나 産業經濟情報는 워낙 물 사람들과 關聯이 되어 있고 이것을 전혀 利用

7) Cole, A. H., 中川敬一即譯: 經營과 社會-企業者史學序說, 다이아몬드社, 1965

8) 前川健一: 日本에 있어서 비즈니스情報의 發展과 經濟調査活動略史, ぴぶろす, 22 (2), p. 2, 1971



치 않는 사람이 있을 것이라고는 생각할 수 없다. 즉, 前述한 바와 같이 調査, 또는 計劃이라고 하는 「作業」이나 그 어느 段階가 産業經濟情報와 對應하고 있는 것이지 「特定人」의 集團이 對應하고 있는 것은 아니다. 이러한 意味에서 볼 때 모든 職務와 職位의 사람들이 이와 關聯된 利用層에 包含되어 있다고 생각하는 것이 좋을 것 같다.

한편 情報시스템論的으로는 利用者集團을 特定化하는 것이 正統的인 思考로 되어 있고, 또 實務上 그것이 有效하다는 것은 이미 事實化되어 있다. 이 말은 각각의 圖書館이나 文獻館이 意圖的이든 非意圖的이든 각각의 서비스對象을 어느 정도 限定하고 있다는 뜻이기도 하다. 管理者 層에 提供하는 情報과 調査, 企劃스텝에 提供하는 情報은 그 水準과 形式의 면에서 相異하며 事業執行現場의 세일즈맨과 人事 등의 間接部門間에도 差異가 있다. 즉, 産業經濟情報의 利用者란, 各 提供組織에 있어서 固有한 이미지를 가지고 있지만 一般的으로 特定化하기는 어렵다. 물론 이것은 産業經濟情報의 定義와 關係있는 것으로써, 情報의 利用目的을 規定하는 表現(座席予約情報, 物價情報 등)을 사용하고 情報의 種類를 表現하는 경우(判例情報, 特許情報 등) 또는 情報의 形式을 表現하는 경우(統計情報, 書誌情報 등) 등 事實上 利用目的의 規定을 包含하는 경우 이외는 모두 「기타 ○○情報」로 表現하는 경우와 같은 論理이다.

#### 〈産業經濟情報의 資料〉

##### (1) 非文獻情報源

日本經濟新聞社의 消費者行動調査에 의하면, 職業別交際人數는 同窓, 同業, 趣味, 親戚, 親知를 包含하여 大企業經營者 約 60名, 小企業經營者 45名, 管理者 39名, 專門職 41名, 事務 및 販買職 34名으로 나타났다.<sup>9)</sup> 또 三井

情報開發(株)의 調査에 의하면 中堅會社員의 半數 이상인 月 5~6회 이상 社内會議, 年 11회 이상 業界, 團體會議, 年 3~4회 이상 세미나 등에 出席하며 적어도 年 1~2회 이상 展示會 등을 觀望하고 있다.<sup>10)</sup> 이러한 交際人이나 會議가 産業經濟情報의 重要한 個人的 情報源이 되어 있다는 것은 두말할 나위가 없다.

日本通産省에서 情報種別, 情報源別 情報依存度와 充足度を 試算한 것을 보면(그림 3), 어떠한 情報源도(關係企業의 경우는 例外로 하고) 매크로情報의 充足도가 높으며 다음이 産業情報, 企業情報의 順으로 되어 있다. 依存度와 充足度 양면에서 모두 50點을 넘는 것은 매크로情報에 관한 新聞, 라디오, TV와 産業情報 및 企業情報에 관한 業界團體 뿐이다. 行政機關이나 關聯企業도 情報源으로서 特殊한 역할을 하고 있다. 또 業界團體가 큰 比重을 차지하고 있는데도 注目할 필요가 있다. 業界團體가 情報源으로서 重要視되는 것은 그것이 發刊하는 刊行物 뿐만 아니라 그 이상으로 口頭 또는 會議資料 등의 限定的인 情報傳達이 있기 때문이다. 委員會 등은 1個團體가 보통 10個 이상 運營하고 있으며 年間 延 250회 開催하는 예도 있다.<sup>11)</sup> 學術情報의 流通에 있어서도 가장 公的인 情報源(雜誌, 圖書類)이 利用되는 것은 研究의 最終段階이며 이 段階에서 비로소 圖書雜誌類가 私的인 情報媒體보다도 情報源으로서 보다 많이 利用된다는 것이 알려져 있다.<sup>12)</sup> 다만 典型的인 學術情報流通에 있어서는 全國的 集會에 이르기까지는 研究者 相互 個人對個人의 私的 情報流通채널에 의하여 情報交換이 이루어지나 一段 全國的 集會後에는 雜誌論文으로서의 發表 등 不特定多數를 對象으로 하는 公的인 채널을 통한 情報交換으로 옮겨진다. 그러나 産業經濟情報의 경우는 그 양상이 다소 다르다. 어떤 種類의 情報(製造原價, 去來價格)에 있어서는 그것이 重要한 것일수록 資料化되지 않고

9) 吉田正昭: 情報의 伝播, 共立出版, 1971, p. 7

10) 機械振興協會: 業界團體를 中心으로하는 情報流通……, 同會, 1973, p. 149

11) 高山正也: 生産的研究者에 의한 情報의 配布 繼續性, ドクメンテーション研究, 23(10), p. 341, 1973

12) 通産省企劃局: 業界團體의 情報서비스活動, 同課, 1971, pp. 28-29

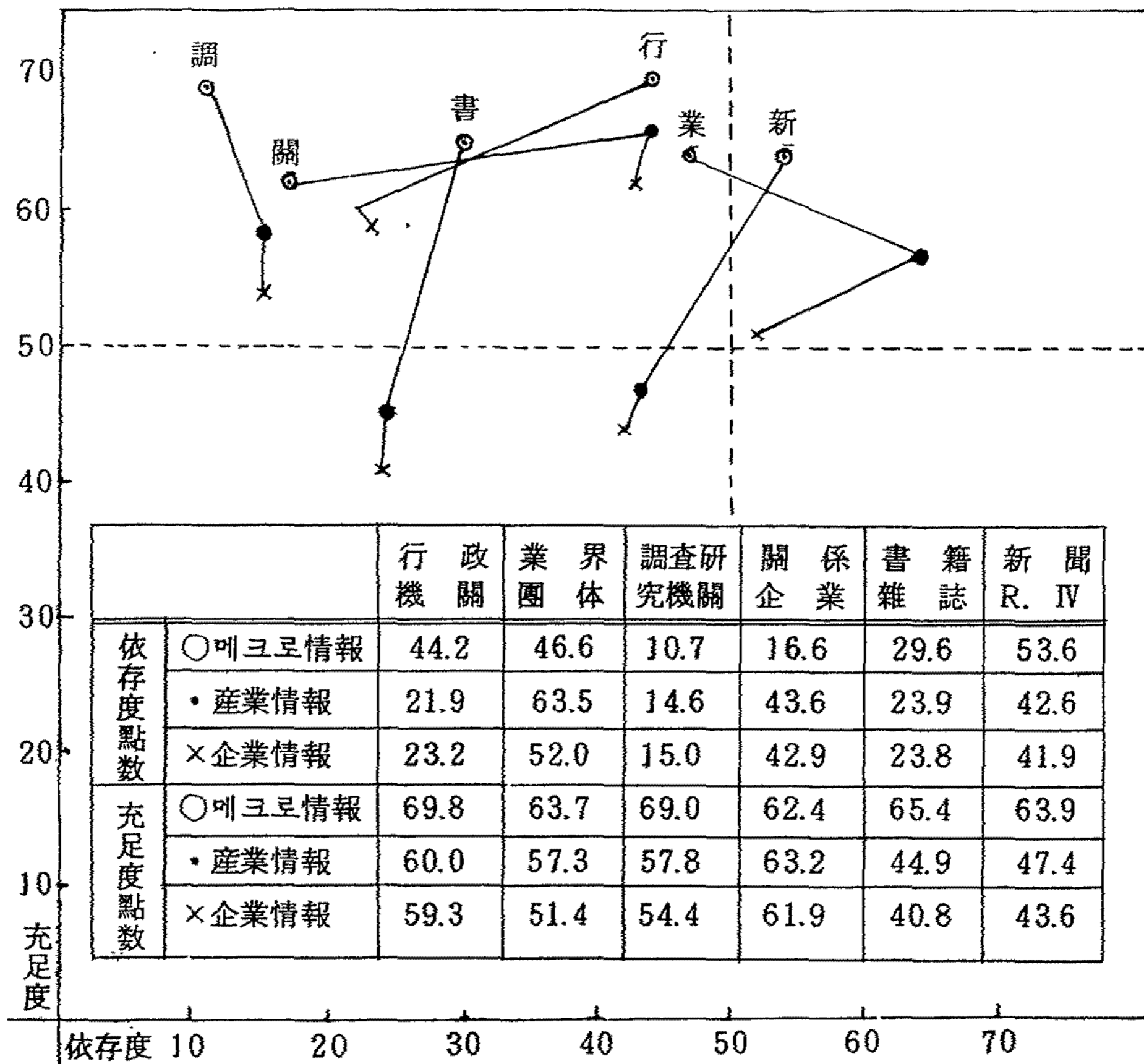


그림 3<sup>13)</sup> 情報權別, 情報源別 企業의 情報依存도와 充足度

非文獻的인 情報에 의하여 流通되며 公開情報 쪽이 오히려 眞實性이 缺與되는 경우가 많다.

(2) 公開情報流通의 패턴

公開되는 産業經濟情報의 流通은 그 情報流通이 어떻게 發生되느냐에 따라 PR型, 市場型, 制度型 등 3가지 基本型으로 나눌 수 있다.

PR型은 事業主體가 事業遂行上 필요한 公共的 關係維持를 目的으로 하여 情報를 流通시키는 패턴이다. 情報供給側에 情報流通의 動機가 있다. 企業의 年次報告, 카탈로그, 製品展示, 廣告, 宣傳, 캠페인 등이 이 패턴에 의한 情報流通이다. 政府刊行物도 보는 見地에 따라서는 여기에 屬한다. 이러한 形態의 情報流通에 있어서는 情報가 個別的으로 흐르는 傾向이 강하기 때문에 探索이 어려울 때가 많다. 情報의 信賴性 (Reliability)도 吟味해 볼 필요가 있다.

市場型은 需要者가 그것을 要求함으로써 情報

流通이 이루어지는 패턴이다. 市場經濟體制에 있어서는 他商品과 마찬가지로 市場이 成立되어 有價으로 去來되는 경우가 많기 때문에 市場型이라고 부른다. 各種의 商業出版物이 여기에 屬한다. 또 委託調査形式의 情報流通도 市場型에 속한다. 다시 말해서 大量市場, 既成品型의 것도 있는가 하면 特定市場, 受注生産型의 것도 있다. 限定會員制의 資料配布나 委託調査 등의 受注型 情報流通은 大量型의 缺點을 補完하는 效果가 있다. 때문에 매스콤이 盛行함에 따라서 한편으로는 이러한 種類의 情報流通도 發展한다.

制度型은, 社會的, 公的인 見地에서 情報化와 그 流通이 必要適切하다고 認識되어 情報流通이 制度化되어 있는 패턴이다. 가장 典型的인 것은 法規이다. 그의 政府統計의 主要部分, 有價証券 報告書, 特許公報 등이 이 類型에 屬한다. 이러

13) 通産省産業政策局企業行動課: 外部情報収集 및 加工実態調査, 同課, 1973, pp. 85~123

한 형태의 情報流通은 制度의 目的에 따라서 情報의 內容이나 形式 등이 規定되어 있기 때문에 情報를 利用하기 위해서는 制度에 대한 理解가 必要하다. 즉, 制度를 把握하면 情報流通이 상당히 正確히 把握된다.

企業情報의 資料는 上述한 基本型을 說明하는데 좋은 예가 될 수 있다. 株主總會에 提出하는 年次報告書는 PR型, 証券去來法에 의한 有價証券報告는 制度型, 會社年鑑 등은 市場型에 屬한다.

### (3) 核心的인 情報資料

專門圖書館協議會의 調査에 의하면, 자주 利用되는 社外資料는 新聞(49%), 統計(23%), 白書 기타 政府刊行物(23%), 專門機關資料(19%), 會議錄, 人事記錄(10%) 등이다.

핸드선은 産業經濟情報의 카테고리로서 他事業體에 대한 情報, 事業環境에 대한 情報, 日常的인 問題를 解決하기 위한 情報를 들고 있다.<sup>14)</sup> 맨체스터圖書館의 調査에 의하면, 企業情報(34%), 市場情報(22%), 製品情報(15%), 統計(11%), 時間表 기타(16%)가 자주 이용되는 情報로 나타났다.<sup>15)</sup> 또 産業經濟情報에 관한 文獻案内類의 內容構成에서도 거의 마찬가지로 傾向이 나타났다.

결국 新聞, 政府刊行物, 統計, 企業情報資料, 市場情報資料 등이 産業經濟資料로서 核心的인 役割을 한다는 것을 알 수 있다.

### (4) 2次文獻化의 技術的 側面

産業經濟情報 중에서도 특히 關聯新聞, 雜誌記事의 索引語로서는 産業, 商品分類, 事業主體名(企業名 등의 固有名詞) 및 地域分類 등이 有效性이 높다. 이에 대하여 著者名의 索引語로서의 有效性은 學術雜誌記事索引의 경우와는

달리 그다지 높지 않다.

記述의 面에서는 索引語單位의 記述, 簡潔한 偏向抄錄을 다는 方式(F&S Index, predicasts 등)이 特徵的이다. 또 定型적으로 集積情報化하는 2次文獻化(會社年鑑)도 흔히 利用되는 方法이다.

## 3. 맺는말 - 産業經濟情報組織의 運用

### (1) 不確定性에의 對應

一般的으로 不確定性은 利用(use)을 特定化함에 따라서 減少한다. 그러나 利用을 特定化하는 操作은 觀念적으로 되기 쉬우므로 現實적으로 利用者(user)를 겨냥하는 것이 좋다.

즉, 圖書館이나 文獻檢索組織이 主體적으로 賢明하게 利用者를 特定화한다. 그리하여 斷片的이고 隨時的인 데이터에 適時, 適確한 焦點을 마춘다. 이것이 곧 戰略情報化(Intelligence化)하는 것이다. 이것을 支持하는 것은 시스템이지만 그것을 實現될 수 있게 하는 것은 人間밖에 없다. 따라서 不確定性에의 對應策은, 實行을 위한 人材(Intelligence Officer)를 確保하는 일이다.

### (2) 多樣性에의 對應

社會, 産業經濟情報에 대한 需要의 多樣性은 어떻게 하더라도 하나의 組織이 完全히 充足시킬 수 있을 程度의 것은 없다. 他機關과의 携帶를 갖지 않으면 안된다. 이러한 態勢의 運用에 있어서는 무엇보다도 情報要員(Intelligence Officer)의 役割이 重要하다. 따라서 이들의 自由度가 確保될 수 있도록 資源分配를 하는 것이 가장 바람직한 일이라 아니할 수 없다.

14) Henderson, G. P. : Commercial Information, Aslib proc., 22 (4). p. 136, 1970

15) Osborn, Averil: public use of business and Commercial information, Manchester Central Library, Aslib proc., 25 (7) p. 248, 1973