

# ■ 情報와 價値 창출

과거 산업사회를 지배한 '굴뚝文明'에서 앞으로 닥쳐올 변화의 모습은 어떠한 것인가.

富의 창출은 어떠한 경로에서 찾아야 할 것인가.

'제3물결'의 저자 앨빈 토플러박사는 굴뚝으로 부터 컴퓨터에 기초한 경제로의 이행과정에서 엄청난 힘의 移動(Power shift)이 일어나고 있다고 한다.

미국내 평균수준의 슈퍼마켓에 진열된 상품품목은 2만여종에 이르고 있고 수천을 헤아리는 신제품이 끊임없이 쏟아져 나오면서 기존제품을 밀어내고 있다.

이렇듯 많은 물건들이 쉴새없이 움직이고 있어 그 영향력은 대메이커로부터 그 동태를 시시각각으로 파악할 수 있는 소매업자에게 쏠리게 되는 것은 당연한 일이라 하겠다.

한 주부가 직장에서 퇴근 길에 슈퍼마켓에 들려 자기가 좋아하는 마가린을 샀다고 하자. 그때 슈퍼마켓 소매업자는 다음과 같은 정보를 얻을 수 있다.

판매되는 제품의 유형, 제품의 상표, 제품의 규격 및 가격, 염분의 첨가여부, 구매시기, 동시에 구입한 다른품목, 구매총액, 제품이 차지하는 매장의 크기. 그리고 신용카드를 사용하였을 경우 개인정보 즉 구매자의 성별, 연령, 직업, 소득 수준등을 알 수 있다. 企業에서 이러한 情報를 입수하여 효율적인 광고매체를 선정할 수 있으며 또 필요한 자료등을 추가



金振興  
동양SHL(주) 사장

하여 종합분석할 수 있다면 이것은 기업의 판매전략에 유용한 정보가 되는 것은 물론 이 정보가 부의 가치를 창출하는 힘이 될 것이다.

한편으로 그 슈퍼마켓 소매업자는 이러한 정보를 가공하여 기업측에 제공할 수 있다면 이 또한 '情報'의 시장을 형성함으로써 새로운 비즈니스가 창출될 수 있을 것이다.