

정보자원관리를 통한 기업체 정보센터의 발전적 서비스에 관한 연구

A Study on Advanced Services Applying Information Resource Management in Corporate Information Center

김은정 (Eun-Jeong, Kim)* 이혜옥 (Hae-Ock, Lee)** 이영희 (Young-Hui, Lee)***

목 차

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| 1. 서 론 | 3.1 국내사례 |
| 1.1 연구의 목적 | 3.2 국외사례 |
| 1.2 연구의 내용과 방법 | 4. 기업체 정보센터의 발전적 서비스 모형 |
| 2. 기업체 정보자원관리와 서비스 | 4.1 발전적 서비스 내용 |
| 2.1 정보자원관리 | 4.2 단계별 서비스 모형 |
| 2.2 정보관리의 발전단계 | 4.3 이용자세분화 모형 |
| 2.3 발전적 서비스 | 5. 결 론 |
| 3. 사례연구 | |

초 록

본 연구에서는 정보기술의 발달로 인해 변화된 정보환경과 경쟁환경 속에서 생존경쟁 및 발전을 위한 기업체 정보센터 역할과 서비스에 대해서 논하고 있다. 발전적 서비스를 제공하기 위해서는 수집된 정보를 주제전문가가 주제지식을 바탕으로 분석, 가공해야 한다. 효율적인 정보 및 지식자원관리를 위해 현재 국내·외에서 이러한 서비스를 실시하고 있는 기관을 조사하여 살펴보고, 여러 연구를 통해 기업체 정보센터가 나아가야 할 방향에 대해서 제시하고자 한다.

ABSTRACT

This study discussed advanced roles and services of corporate information center is affected by changing information and competition environment. To supply advanced intelligent services, information specialist correct and analyze intelligence information. Analyzing several cases, this study presents advanced roles and services applying IRM in corporate information center

* 한국통신 연구개발본부 정보관리부 전임연구원

** 한국통신 연구개발본부 정보관리부장 선임연구원

*** 한국통신 연구개발본부 연구협력국장

■ 논문 접수일 : 1997년 11월 25일

1. 서론

1.1 연구의 목적

기업의 성패는 얼마나 이윤추구를 극대화하느냐에 달려 있고, 이러한 기업의 목적을 달성할 수 있도록 최대한 지원하는 기능을 하는 정보센터의 성패는 기업내·외부의 정보를 자원으로 얼마나 잘 관리하느냐에 달려 있다. 조직의 정보관리 능력과 조직의 생산성이 밀접한 관련이 있다는 것은 누구나 공감하는 부분일 것이다. 이러한 정보관리를 효과적으로 하기 위해 등장한 개념이 정보자원관리이다.

정보자원관리는 기업체의 모든 정보와 관련물을 통합함으로써 관리의 손길이 미치지 못하는 영역에까지 관리기능을 확대하고 일원화하는 효율적인 기업관리를 암시하면서, 결과적으로 정보시스템의 통합과 정보관리의 확장을 통하여 정보의 중요성과 부가가치를 높여 주는 기능이다. 기업정보의 통합관리란 조직의 각 부서 내에 산재되어 있는 모든 종류의 정보를 찾아내고, 그 유용성을 분석함으로써 정보를 공유할 수 있도록 결합시키는 일과 정보 발생 중심으로 분산된 다양한 정보기능들을 하나의 통합된 관리체계로 결합시키는 것이다. 그럼으로써 정보의 중복수집, 누락, 독점, 소재파악 불능, 공유 불가능 등의 문제점을 해결할 수 있다.

그러므로 이 글에서 정보환경이 빠르게 변하고 그만큼 정보관리의 역할 비중이 커짐에 따라 발전된 정보기술을 이용하여 좀더 발전된 서비스를 제공해야 한다는 필요성에서 출발하여 기업체 정보센터의 역할과 서비스를

제시하고자 한다. 발전된 정보기술은 산재된 기업체의 내부 및 외부정보로의 접근과 수집 및 재배포가 가능하도록 하며 오늘날 기업체 정보센터는 기업의 지식관리시스템을 구축하는데 있어서 새로운 역할을 하게 될 것이다. 정보기술에 따라 변화된 정보환경하에서 조직들이 정보센터에 바라는 바는 이제까지와는 다른 즉, 변화에 발맞추어 조직이 나아갈 수 있도록 지원하는 역할을 하는 것이다. 이러한 조직의 기대에 부응하여 기업체 정보센터도 변화에 적응하기 위하여 새롭고 보다 발전된 서비스를 제공할 필요가 있으며, 그러한 내용에 대해서 논하고자 하는 것이 이 글의 목적이다.

1.2 연구의 내용과 방법

이 글의 연구방법은 크게 두가지로 나누어 볼 수 있다. 먼저 이론적 배경으로 기업체 정보센터의 발전적 서비스에 관해서 국내외 문헌들을 살펴보았다. 이러한 이론적 배경을 중심으로 국내·외 기업체를 직접 방문하여 사례조사를 하였는데 그 대상으로 국내에서는 발전된 정보기술을 토대로 사내자원들을 효과적으로 관리하며 정보서비스를 제공하고 있는 S그룹계열회사와 L사를 벤치마킹하였고, 외국사례로는 통신관련회사 몇군데를 조사하였다. 또한 이러한 이론적 배경과 사례를 바탕으로 기업체 정보센터의 발전적 서비스의 방향을 제시하고자 한다.

2. 기업체 정보자원관리와 서비스

2.1 정보자원관리

정보자원관리는 정보기술의 발달로 인한 정보의 급증과 정보의 효용면에서 정보를 기능적이고도 효율적으로 취급하고 이용하여야 한다는 관리기능으로부터 시작되었다. 기업의 입장에서 보면 투자하여 수집된 정보나 지식은 모든 사원들에게 이용되어 업무나 활동에서 그 효과가 있어야 한다. 실제로 정보취급자와 정보전문가는 이를 지원하고 개발하기 위해 존재하기 때문이다(김경 1994, 2).

정보자원을 효율적으로 관리하기 위해서는 먼저 정보를 자산으로 이해할 필요가 있다. 정보를 자산으로 보고 자원으로 관리한다는 것은 어떤 것이 정보자원이 되는가를 파악하고, 효율적인 관리를 위해 정보생산 비용을 알아보고 그에 따른 정보혜택을 평가하여 최소비용에 의한 최대효과의 관리를 도모하는 것이 될 것이다.

정보자원관리모형은 먼저 사내 모든 정보자원에 관한 인벤토리를 실시한다. 이를 바탕으로 정보요구를 파악하고, 현재 이용되는 정보기술과 정보생산을 지원하는 정보비용을 산출하고, 주요 정보자원에 관해 각 항목마다 가치를 부여한 후 가치를 평가한다. 그 다음 위 과정에서 수집된 데이터를 토대로 현 시스템과 전반적인 정보관리 과정에 적용하여 정보자원관리 정책을 수립하고 지속적인 자원관리를 실시한다(Horton, 1988).

최근에는 기업체의 정보관리를 언급할 때 지식관리(knowledge management)라는 용

어도 함께 혼용해서 사용하고 있다. 이 글에서 인용한 글들을 살펴보면 정보에서 발전된 상위개념으로 지식을 보는 경우도 있고, 정보관리의 한 단계로서 지식을 보는 경우도 있다. 지식 외에 주제전문가의 지능이 가미된 원정보에서 보다 발전된 개념의 정보를 지능(intelligence)이라는 용어로 표현하기도 한다. 좁은 의미의 정보 개념에서는 지식을 정보보다 발전된 상위개념으로 볼 수 있고, 넓은 의미의 정보 개념에서 지식은 정보에 포함되며, 그 속에서 상위단계에 있는 부가가치 정보를 의미한다고 볼 수 있다. 지식관리는 정보관리 단계 중 발전된 단계로서 발전적 서비스를 위한 정보관리 형태라 할 수 있다. 이 글에서의 지식관리란 형태나 범위를 규정할 수 없는 개념의 정보들까지 포함하며, 수집된 원정보를 그대로 제공하는 것이 아니라 주제전문가의 지적 능력에 의해 가공된 정보 제공을 의미한다.

2.2 정보관리의 발전단계

① 1단계 : 정보의 물리적 관리

정보의 물리적 관리란 조직의 업무와 관련하여 발생하는 문서의 물리적인 통제와 서류업무 처리의 효율성을 증가시키는 것이 주목적이므로 문서업무관리라고도 한다. 조직 내의 다양한 형태의 기록물을 효과적으로 처리하기 위한 기법으로 우편물, 보고서, 문서관리 등이 있다. 이 단계에서의 정보관리 기능은 낮은 수준의 것이며, 조직의 지원활동에 지나지 않는다.

② 2단계 : 정보기술의 관리

컴퓨터를 비롯하여 정보통신, 사무자동화 기술들이 정보관리 분야에 차례로 도입되면서 관리기능이 크게 바뀌었다. 이러한 정보기술들은 초기에 독립적으로 발전했기 때문에 정보관리 기능의 가장 중요한 전략적 목표는 신기술 및 자원에 대한 물리적 통제였다. MIS의 기초단계로서 중앙집중화된 데이터 처리부서가 설립되었다. 이 단계에서는 정보관리 조직의 변화에도 불구하고 정보센터에서의 정보기술 사용은 여전히 단편적이고, 전사적으로 통합되지는 못하였다.

③ 3단계 : 정보자원의 관리

이 시기의 정보관리는 다양한 정보기술들이 기술적으로나 기능적으로 점점 더 결합되어 간다는 점과, 기술적 도구의 개념에 있어서 데이터처리와 워드 프로세싱, 음성통신과 데이터통신, 컴퓨터 자원의 집중적 사용과 분산화된 사용 사이에 존재하던 구분이 점점 더 사라지고 있다는 점을 특징으로 들 수 있다. 이 시기의 중요한 변화로는 문서업무나 기술의 물리적 관리로부터 정보를 인력, 물질 등의 전통적인 자원과 마찬가지로 정보자원 또한 조직의 주요 자원으로 관리해야 한다는 중요성이 부각된 점이다. 그러므로 정보자원관리라는 개념의 중심에는 정보를 자원으로서 인식함과 아울러 이전에 전혀 조성되지 않았던 정보기술의 이용에 질서가 잡혀야 한다는 것, 정보관리는 조직활동의 필수사항이며, 조직의 전략적 계획과정의 필수적 부분이라는 최고경영층의 인식이 반영되어 있다. 정보관리의 기능은 기업활동에 대한 지원기능으로부터 관리기능으로, 업무효율의 향상으로부터 전사적 사업효과의 향상으로 그 초점이 바뀌게 되었다.

④ 제4단계 : 기업 경쟁사 정보관리

경쟁이 더욱 심화됨에 따라 기업은 정보를 연구개발, 상품개발, 시장개발 등을 위한 투입요소로서만이 아니라 경쟁양상을 파악하여 경쟁적 우위를 확보하기 위한 수단으로 아용하게 된다. 즉 이 단계는 수동적인 정보이용 태도로부터 적극적인 정보이용 전략으로 전환하는 단계로서 다음 단계인 전략적 정보관리로 이행하는 과도기적 단계로 볼 수 있다.

⑤ 제5단계 : 전략적 정보관리

정보관리 발전과정의 마지막 단계인 전략적 정보관리는 지식관리(knowledge management)로도 불린다. 전략적 정보관리는 조직의 생산성과 정보의 생산성을 연결하여 정보가 전체 조직 내에서 전략적으로 이용될 수 있도록 환경을 조성한다. 재무관리, 제품생산, 연구개발 등과 같은 기업의 기능적 전략을 유기적으로 결합하는 것과 동시에 경쟁사 분석 및 전통적 관리기능을 효과적으로 지원하도록 기업의 내외부 지식을 유용하게 결합시켜 이용하게 함으로써 경쟁우위를 획득할 수 있다. 이제 정보관리의 기능은 정보의 효과적 이용의 범위를 벗어나 정보기술을 이용하여 조직이 생산하고 또는 보유한 정보를 하나의 상품으로 제공하는 데까지 이르게 되었다(Marchand 1986).

2.3 발전적 서비스

본 절에서는 발전된 정보기술과 정보환경의 요구로 인해 출현하게 되는 발전적 서비스 내용에 대해서 살펴보고자 한다. 먼저 기업체 정보센터에서 가장 중요한 정보내용 중 하나는

다른 회사, 즉 경쟁사정보 관리와 경영정보관리이다.

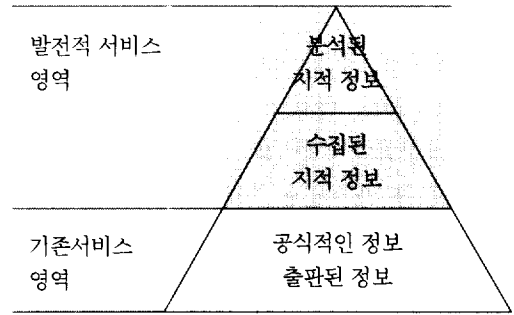
Hohhof는 앞절에 제시한 정보관리 단계 중 네 번째 단계에 해당하는 기업경쟁사 정보(CI : Competitive Intelligence) 관리에 대해서 집중적으로 다루고 있는데, 그는 이를 3단계로 나누었다(Hohhof 1994, 227-229).

① 공식적이고 출판된 정보 : 기본적인 정보 서비스, 지시형 질의·응답, 검색, 출판된 정보 또는 2차정보를 배포한다. 이러한 정보원은 상업적으로 출판되거나 DIALOG, Dow Jones, NEXIS 등과 같은 상용 온라인DB를 통해 획득할 수 있는 보고서, 저널, 뉴스레터, 연구과제물 등이 해당된다. 효과적인 서비스를 위해서는 서지데이터를 구하기 힘든 무역센터나 기술협회, 전문가, 대학 등에서도 정보를 획득해야 한다.

② 수집된 지적정보 : 중요정보 수집, 일종의 인적자원을 통한 수집정보, 첩보적 의미의 정보가 이에 해당한다. 이러한 정보를 수집하기 위해서는 면담기법에 대한 지식과 능력이 요구되고, 인맥을 이용한 원만하고 폭넓은 인간관계를 유지할 필요가 있다. 국내기업 중 정보관리팀에서 이러한 업무를 수행하고 있는 예로는 L사의 정보관리팀이 있었다.

③ 분석된 지적정보 : 이 단계에서는 전문가의 분석능력이 요구된다. 이러한 경쟁사정보에 해당되는 내용으로는 고객과 공급업체에 대한 새로운 정보, 관련 산업분야의 연구개발 동향, 경쟁사의 신상품과 임원, 재정상태의 변화, 합병, 인수 등의 변화, 국가정책이나 경제 시스템 혹은 시장의 구조적 변화 등을 파악하여 제공한다. 주제전문사서는 의사결정권자가

최대이익을 낼 수 있도록 지적정보를 가능한 적합하고 빠르며 이해하기 쉬운 형태로 제시해야 한다.



〈그림 1〉 경쟁사 정보 피라미드

다음은 Bell Northern Research 사 정보센터의 차세대 정보서비스에 관한 내용으로 총 3단계로 서비스 종류를 나누고 있다. (Patel 1996, 13).

첫 번째 단계에서는 이용자의 질의에 대한 수동적으로 대응하는 단계로 이용자가 필요할 때 사서를 찾아오는 전통적인 서비스 형태이다. 이때 사서는 정보원 주지와 정보검색기술과 같은 기본적인 능력이 필요하며, 질문의 목적이나 제공된 정보의 중요성에 대해서는 별로 신경쓰지 않는다. 단일화된 이용자 모형, 한정된 정보원을 이용하며 즉답형 참고질의·응답을 한다. 서비스 종류로는 키워드검색, 인용문헌이나 정보원 제공, 기본적인 검색, SDI, 원문제공서비스 등이 있다.

두 번째 단계의 서비스는 이용자의 질의에 미리 대비하는 제공하는 서비스이다. 원자료를 제공하는 것이 아니라 결과를 조직화하여 제공한다. 이 단계에서 비로소 정보전문가와

이용자간의 관계에 주제전문성뿐만 아니라 기업의 전략적 목표에 대한 이해가 반영된다. 검색 결과는 적합성의 여부에 의해 평가되며 이용자 그룹 세분화가 이루어진다. 포괄적인 정보원을 이용하여 특정프로그램이나 팀을 지원하는 최신정보주지 서비스(alerting services) 등을 제공한다. 앞으로 개최될 기술회이나 전시회, 박람회에 관한 DB 구축 등과 같은 특정정보요구를 만족시킬 만한 정보자원을 내부적으로 정의하여 조직화한다.

세 번째 단계의 서비스는 공동의 작업으로 이루어지며 주제전문가가 수집한 정보를 분석, 연구하여 제공한다. 이 단계에서는 정보전문가가 이용자와 전략적 목표와 경쟁적 환경에 대한 이해를 공유하면서 일한다. 이 단계의 이용자인 의사결정자와 집행간부층을 의미한다. 이들은 시기적절한 정보와 중요한 정보를 요구한다. 즉 정보전문가는 정보 동향을 파악하고 분석하며, 그 정보의 중요성과 시사하는 바를 요약, 강조하여 제공한다. 이 단계에서의 정보는 사내 인트라넷을 통해 다양한 형태 즉, 메모나 프리젠테이션, 스프레드시트의 형태로 이용자의 책상까지 전달된다. 이 단계에서 제공되는 대표적인 정보로는 경쟁사업자에 대한 심도있는 분석결과물, 기술/특허 동향, 시장분석 등이 있다.

3. 사례연구

국내에서 사내 인트라넷을 통해 사내정보관리를 효율적으로 실시하고 있는 기업체로 S그룹과, I사의 예를 살펴보고, 국외사례로는

미국 통신관련회사를 방문하여 조사하였으며, MS는 사례발표를 참조하였다. 기본적으로 다음 사례들은 인트라넷이 모두 구축되어 있으며, 특히 외국사례로 조사한 기업체들은 세계 각국에 있는 지사와도 네트워크로 연결되어 정보서비스를 이용할 수 있는 시스템을 갖추고 있다.

3.1 국내사례

3.1.1 S그룹

S그룹은 사내 인트라넷을 이용하여 그룹정보(사보), 뉴스, 국가·지역정보(국가정보, 출장여행정보), 전문정보(법률정보, 정보기술, 건강의료, 디자인넷), 정보센터(정보센터자료 및 외부자료, 정보조사의뢰), 동향정보(경영·경제, 산업동향) 등을 제공한다. 이 밖에도 정보서비스 업무로 국내저널 목차서비스, 정보조사 및 관리, 각 그룹내 자료실 소장문헌 검색, CD-NET 서비스 등을 기본으로 제공하고 있다.

또한 S그룹 기술원에서 구축하고 있는 STARS (Technical Advanced Retrieval System)에서는 신기술동향뉴스(과제 관련 주제를 선정하여 DB 검색), Technology Information (기술전략 그룹에서 발행하는 저널), 해외전시회정보, UPI (특허정보), INSPEC 검색, 출장보고서, GNAT(Global Network of Advanced Technology : 연구소 전문분야별 정보), 기술보고서, 국제기술표준 등을 제공한다.

S전자에서는 "현지법인 통합 경영정보시스

템(NETZEUS)"로 전세계 52개 지사에서 접속이 가능하도록 하여 정보를 교환하고 있다. 제공되는 서비스로는 모델정보, 생산정보, 시장수요동향, 히트상품정보, 개발정보 등이 있다.

특징적인 부분으로 S경제연구소 경제정보센터에서는 과장을 비롯하여 총 11명의 직원이 있는데 그 중 50%에 해당하는 5명이 질의, 응답하는 온라인 정보 검색가(Searcher)로 활동하고 나머지 5명은 도서·정간물 관리 및 서비스, 원문복사서비스를 하고 있다. 질의, 응답은 주로 사내 인트라넷을 통해 전 그룹으로 그 이용대상을 확대하고 있다.

3.1.2 L사

L사 정보관리팀은 다른 정보센터와는 다른 성격의 기능을 하고 있다. 도서실은 임시직을 포함한 2명의 직원이 관리하므로 인쇄자료 정리의 비중이 그리 크지 않고, 그 대신에 경영정보수집 즉 경쟁사정보관리(CI)에 더 치중하고 있다. 초기에는 L사 내 각 팀별로 정보요구에 대한 서비스를 제공하였으나, 현재는 업계 동향을 파악한 후 보고서를 작성하여 의사결정권자에게 올린다. 발간물로는 고객업체, 경쟁사, L 그룹내 정보가 담긴 주간기업보고서와 시장의 흐름을 조사한 업계시장동향보고서가 있고(현재 발간중단 상태임), 정보시스템으로는 마케팅정보시스템을 운영하고 있다. 이 곳에서도 자체적으로 데이터를 구축한다기 보다는 외부에서 구입하는 추세로 나아가고 있다. DB에 포함되는 내용은 광고관련 일어, 영어권 신문, 잡지 기사 등이며, 외부 정보원

으로는 Kis-line(신용정보), Base-net을 이용하고 있는데 이는 광고관련데이터 DB로 기사정보, 광고물, 슬로건, 모델, 기초통계, 학위논문 등을 검색할 수 있다.

3.2 국외 사례

국외 사례는 주로 한국통신과 유사한 미국의 정보통신관련 기업체들의 정보센터 서비스 사례를 조사하였다.

3.2.1 Bellcore LISN(Library & Information Service Network)

Bellcore 정보센터의 조직은 1명의 선임관리자와 2명의 관리자, 7명의 정보전문가와 5명의 행정직원으로 구성되어 있다. 이 곳에서는 각 이용자별로 프로파일을 만들어 적합한 자료가 입수될 경우 제공하는 SDI 서비스를 기본으로 제공하고 있으며, 정보통신관련 주요 화제와 뉴스를 주제전문사서(Research Librarian)가 분석하여 관련정보를 기본적인 해제와 함께 제공한다.

또한 벤더를 통해 EI(Engineering Information) Village 서비스를 제공한다. 이 서비스는 과학/공학기술정보, 통신시장정보, 정보통신분야동향 등을 제공하는데 매월 15,000 곳 이상의 웹사이트를 탐색하여 매주 공학분야 동향을 제공하고, 공학분야 저널 전문(full text)을 제공한다. 또한 전문가의 자문도 의뢰할 수 있으며, 리스트서브나 동료그룹에 대한 정보도 제공한다. 또한 공학분야 강의, 세미나

나, 회의에 관련된 정보를 검색할 수 있다.

이 밖에도 EI(Engineering Information) Compendex Web에서는 저널, 회의, 기술보고서 등을 포함하는 전세계적으로 2,600개의 정보원을 포함하는 공학관련 초록DB를 검색할 수 있다.

중요한 서비스 중의 하나는 화제가 되는 주제를 정기적으로 찾아서 집중적으로 관련정보원을 모으는 것이다. 예를 들어 GMPCS(Global Mobile Personal Communication system)는 학계나 업계의 새로운 관심사로 떠오를 경우 이용자들을 위해 여러 정보원을 찾아 모아 놓는 것이다.

(2) NorTel IRN(Northern Telecom Information Resource Network)

먼저 NorTel 정보센터에서는 대부분의 기업과 마찬가지로 시장/경쟁사정보를 제공한다. 경쟁사 및 통신시장 관련 자료를 검색하고 이를 직접 가공하고 분석하여 제공하는 것으로 주기적으로 웹 출판물의 형태로 제공하며 그 내용으로는 경쟁사 동향, 시장회보, 시장보고서, 각 회사의 프로파일 등이 있다.

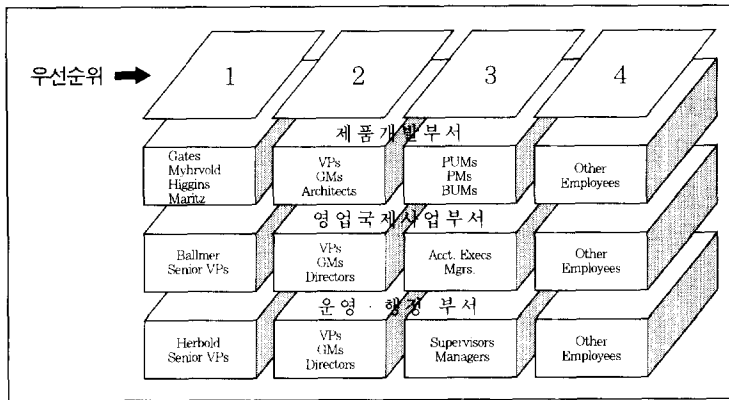
또한 NorTel의 사업전략 및 사업상 중요한 정보로서 가치가 있는 정보들을 NorTel내의 각 개인, 부서 및 조직체별 성격과 필요에 따라 제공한다. 제공서비스로는 소비자 동향, 가상자원장서, 전쟁게임/시나리오 지원, 주제전문가가 수시로 직접 정보를 분석하여 제공하는 최신뉴스(news alerting services), 특집보고서와 연구프로젝트 등을 제공한다. 이 중 전쟁게임/시나리오 지원은 앞으로 발생하게 될 이용자들의 요구에 대비하여 어느 정도 신속

하게 적합한 정보를 제공할 수 있는지 실험해 보는 일종의 시뮬레이션 작업으로 이를 통해서 서비스의 문제점을 발견하고 보완한다.

더불어 각 전문주제별, 프로젝트별로 정보를 가공하여 제공한다. 예를 들어 통신관련 주제로 교환기, 위성, 반도체, 광대역네트워크, 네트워크 보안 등의 주제별로 관련정보원과 동향을 수집하여 제공한다. 그 밖에 중요한 정보통신 및 과학기술관련 회의정보 및 관련 기관 웹사이트로의 접속을 기본으로 제공하고 있다.

(3) MicroSoft 사의 정보센터

다양한 전자 정보원을 이용하여 14명의 주제전문사서들이 경쟁사 및 시장분석 정보를 제공한다. 이들은 스스로를 사이브러리언(Cybrarian)으로 여긴다. 사내 인트라넷에 있는 도서관웹 중에서 인기있는 분야는 뉴스와 기사섹션으로 뉴스와 기사 및 목차서비스를 여러 가지 정보원을 이용하여 매일 제공한다. 특히 뉴스정보는 리얼타임으로 받아서 이용자들에게 전자우편으로 제공한다. 도서관의 데이터는 주로 외부에서 구입하고 있는데 예를 들어 자료복사, 배가, 제본 등의 기능 외에도 구매, 원문복사서비스, PC 설치 및 유지까지도 외부에 의뢰하여 처리한다. 가능한 한 모든 기능적인 일들은 외부에 의뢰하고, 도서관에서는 주제전문가의 지적능력이 가해지는 부가가치 서비스에 치중하고 있다. 이러한 기능들을 외부에 의뢰함으로써 책임소재를 분명히 할 수 있고, 만족을 높일 수 있다. 그러므로 도서관에서는 세부적인 문제에 신경을 쓸 필요가 없으며, 사서가 서비스 제공자가 아닌 서비



〈그림 2〉 MicroSoft 도서관의 이용자 세분화

스 관리자로 전환함으로써 주제전문사서들의 능력을 최대한 발휘할 수 있는 상황이 될 수 있도록 벤더들에게 요구할 수 있다. 사내 인트라넷을 통해 서비스를 제공함으로써 접근창구를 집중화할 수 있고, 정보를 쉽게 찾거나 출판할 수 있다. 또한 새로운 이용자 즉 신입사원이 입사했을 때 서로 관련된 정보들을 인트라넷에서 찾아 볼 수 있다.

MS사에서 특징적인 부분은 이용자들을 업무유형과 전략적 중요성에 따라 세분화한 것으로 이용자 그룹을 집행간부층, 제품생산그룹, 영업그룹, 운영/지원그룹으로 우선순위를 두어 서비스를 제공하고 있다 <그림 2>. 또한 정기적으로 전화, 설문지를 통해 이용자 요구 및 만족도를 조사하고, 집중이용 그룹을 대상으로 서비스 효과 검증도 함께 실시하고 있다 (Gustafson 1997, 125-137).

이 밖에도 SDI서비스의 일환으로서 새로운 정보가 입수되면 이용자의 전자우편으로 보내면서 호출기로 연락을 해주는 MCI 통신회사 정보센터, 경영정보를 제공하는 TI(Texas

Instrument) 등 미국의 유명한 통신관련 회사의 정보센터 서비스 등을 조사하였으나, 앞에 언급한 사례와 거의 유사하여 여기서는 생략한다.

이러한 사례를 통해 앞으로의 서비스 발전 방향에 대해서 다음과 같은 중요한 흐름들을 찾아볼 수 있다.

첫째, 정보센터 내에서 여러 가지 원문 등 DB를 직접 구축하는 것도 중요하지만 이제는 외부에서 획득할 수 있는 원데이터는 외부에서 사들이거나 입수하는(outsourcing) 추세로 변해 가고 있다.

둘째, 사서가 단순히 정보원을 파악하여 제공하는 단계에서 더 나아가 업체와 시장의 흐름을 계속해서 주시하며 정보를 수집, 분석하여 이용자(회사)가 필요한 시기에 적절하게 제공하는 주제전문가의 역할을 한다. 정보가 공 및 연구의 비중이 점차 커져 가는 것이다.

셋째, 정보원의 형태는 인쇄물 형태와 전자적 형태가 공존하며 점차 전자적 형태의 자료가 비중이 높아간다는 것이다. 또한 정기간행

물을 일정기간(1-2년)이 지나면 제본하지 않고 폐기하고 전자적형태(CD-ROM 및 온라인 접속 이용 등)로 대체한다는 것이다. 이 문제는 여러 가지 측면에서 고려해 볼 필요가 있는 부분이나 일단 제본을 하지 않을 경우 제본예산절감, 공간절약, 관리상의 문제해결, 제본기간(약 1달) 동안에 이용할 수 없는 불편함을 해소할 수 있다. 물론 인쇄물을 폐기 처분하고 다시 전자적 형태의 정기간행물을 구매하는데 드는 중복비용도 무시할 수 없겠지만 관리에 있어 좀더 효율적이고 또한 검색 및 이용이 가능하다는 점 등 여러 장점에 의해 점차 선호하는 추세이다.

4. 기업체 정보센터의 발전적 서비스 모형

많은 조직들은 정보의 빈곤과 동시에 정보의 홍수 속에서 어려움을 겪고 있는 역설적인 상황에 있다. 이러한 현상은 정보센터가 조직의 정보관리 전략수립에 있어 능동적인 참여자가 될 수 있는 무한한 기회를 제공하고 있다.

4.1 발전적 서비스 내용

기존에는 대출·반납, 간단한 질의·응답, 정보검색서비스, 원문제공서비스, 학술지목차 제공서비스 등 일반적인 서비스를 제공하였다. 발전적 서비스란 한 차원 높여 각 사서들이 주제지식을 가지고 정보원을 파악하여 다양한 형태의 정보를 제공하고, 동향을 파악하

고 정보를 수집, 분석, 가공, 연구하여 제공정보의 질을 높이며 전문적인 정보서비스를 의미한다. 지금도 이제까지의 단순한 원자료 형태의 정보제공보다는 전문주제사서의 지적 요소가 조합된 서비스가 필요하다.

기존의 서비스에서 발전된 정보서비스를 제공하기 위해서는 다음과 같은 전제가 필요하다.

첫째, 기술적 환경으로서 기업체내 인트라넷이 구축되어야 한다.

둘째, 다양한 채널을 통해 이용자의 요구를 파악하되, 핵심이용자그룹 면담, 델파이 연구, 관리자등의 의견조사를 통해 정기적인 요구를 파악해야 한다. 요구를 파악할 때는 업무내용과 전략적인 중요성에 따라 이용자 그룹을 세분화하여 조사하고, 다양한 이용자 모형을 개발한다. 이용자 요구파악을 통해 제공서비스의 내용 즉 콘텐츠를 개발한다.

셋째, 세미나, 사내교육 등 지속적인 교육을 통해 주제전문가의 주제지식을 배양해야 한다. 학부에서 주제배경을 가지는 미국의 경우와는 다른 우리나라에서 주제전문가가 되기 위해서는 끊임없는 관심과 노력이 필요하다.

넷째, 효과적인 정보자원관리를 위해서 제공되는 정보내용들은 각 정보센터의 각 관련 부서에서도 DB를 구축해야 하므로 정보센터만의 노력외에 관리자나 사원들도 정보관리 마인드를 가지고 있어야 한다.

다섯째, 주제전문가들의 시간과 노력을 극대화하기 위해 자체내에서 DB를 구축하지 않고 가능한 외부에서 획득 가능한 것은 사들이거나 입수한다. 따라서 전자정보를 활용하고, 벤더를 적절히 활용할 수 있어야 한다.

이러한 전제를 바탕으로 기업체 인트라넷을 통해 제공해야 할 발전적인 서비스를 위한 정보내용은 다음과 같이 크게 동향정보, 기술정보, 참고정보 등으로 나누어 볼 수 있다.

4.1.1 동향정보

① 구성메뉴

일일동향정보, 경쟁사동향정보(경쟁자동향뉴스, 경쟁사프로파일정보), 정책동향정보(국내·외 정책뉴스), 사업자/단체프로파일

② 내용 : 여기에는 개인이나 회사고객 정보가 포함된다. 국내의 신문 및 온라인 DB 탐색을 통해 관련분야의 매일뉴스정보를 수집하여 제공한다. 경쟁사의 사업 및 기술관련 최신정보를 수집하여 제공한다. 또한 각 경쟁사별로 프로파일 DB를 구축하여 관련정보(조직, 상품, 재정상태, 사업전략, 사업영역, 매출액, 주가현황, 주요인사)를 신속하게 활용할 수 있도록 한다. 국내의 정책관련 정보를 수집하여 제공한다. 관련분야 국내외 사업자/단체 프로파일 DB를 구축하여 서비스한다. 그 밖에도 정부규제, 고시, 관련법 등을 제공한다.

③ 정보원 및 수집방법 : 국내의 일반/전문신문, 국내의 저널, 정부간행물, 상용DB, 인터넷 등

4.1.2 기술정보

① 구성메뉴 : 신기술정보, 연구개발현황정보, 표준정보, 특허정보, 연구개발보고서, 주요학회지 논문정보, 관련연구소 디렉토리 정보

② 내용 : 관련분야의 특정 신기술, 신상품에 대한 전반적인 파악이 가능한 자료의 DB화 및 정보원 제공, 관련분야 표준화 정보제공, 관련분야 국내외 특허정보 제공, 관련분야 국내·외 주요학회지 논문 목차 등을 제공한다. 또한 국내외 관련 사업자/연구소/학협회에서 추진하고 있는 연구개발 정보 및 발간보고서를 통해 동향을 파악하고 경쟁사 및 관련분야의 각 연구소 프로파일 및 프로젝트 정보를 수집하여 신속한 정보를 제공한다.

③ 정보원 및 수집방법 : 국내의 저널 및 학회지, 국내외 특허 DB(온라인 및 CD-ROM), 상용DB, 웹검색, 국·내외 신문

4.1.3 참고정보

① 구성메뉴 : 통계정보, 용어사전, 행사, 회의·교육정보, 정기간행물 목차제공, 관련 웹사이트 정보

② 내용 : 관련분야의 국내외 주요 통계정보, 관련분야의 최신 기술용어사전으로 연결 및 DB 구축, 국내외 주요 학술대회, 워크샵, 세미나, 교육 정보 제공, 정보통신분야의 대표적인 국내외 웹 사이트 특징 등을 소개하고, 정기간행물의 목차를 제공한다.

③ 정보원 수집방법 : 인터넷 (관련분야 통계, 용어, 행사관련 국내외 웹사이트), 국내외 저널 및 학술지, 기존에 구축되어 있는 정보시스템이 있는 경우 연결하여 서비스한다.

4.2 단계별 서비스 모형

단계별 서비스 모형은 다음과 같이 크게 3

단계로 나누어 제시하였다(표 1 참조).

먼저 1단계 서비스는 기존에 정보센터에서 실시하던 보편적인 서비스로, 이용자가 정보를 찾기 위해 요구를 가지고 사서에게 찾아오는 시점에서부터 시작된다. 주로 지시형, 즉답형 질의·응답이 많이 발생하며, 이용자세분화나 다양한 이용자 모형화가 거의 이루어지지 않는 단계이다. 이 단계에서 제공되는 정보는 사실(fact)정보가 많으며, 일회적인 면담으로 끝나는 경우가 많다.

발전적 서비스의 범주에 해당하는 2단계에서는 어떠한 정보를 이용자가 필요로 할 것인가에 대해 미리 준비하는(proactive) 단계이

다. 이러한 서비스를 제공하기 위해서는 이용자를 작업이나 업무의 중요성에 따라 세분하고 각 특성에 따라 이용자 모형화가 다양하게 이루어져야 한다. 주제전문가가 지적능력을 발휘하여 이용자의 요구를 미리 파악하여 적합한 정보를 수집하는 단계이다. 다양한 정보원을 이용하여 폭넓은 정보를 수집하여 이용자에게 제공한다.

3단계에서는 수집하는 단계에서 더 발전하여 수집된 정보를 가공, 분석하여 정리하여 제공한다. 그러기 위해서 주제전문가는 주제지식뿐만 아니라 분석, 비평할 수 있는 능력을 갖추어야 한다. 끊임없이 관련분야의 동향이

〈표 1〉 단계별 서비스 모형

단계	특징	서비스 예
1	<ul style="list-style-type: none"> - 일반적이고 일시적인 서비스 - 단일화된 이용자 모형 - 기본적인 정보검색 - 한정된 정보원 이용 - 수동적인 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> 전통적인 기존의 서비스 사실정보 즉답형, 지시형 참고질문 대출, 반납, 기본적인 검색 원문제공서비스 목차제공서비스
2	<ul style="list-style-type: none"> - 전문화된 정보서비스 - 미리 대처하는 능동적인 서비스 - 다양한 이용자 모형 - 광범위한 정보원 활용, 심층적인 정보검색, 주제에 대한 전문적인 지식 필요, DB 구축 - 이용자의 책상에까지 다양한 형태의 정보제공 	<ul style="list-style-type: none"> 포괄적인 정보 수집, 분석 정보 간단한 초록, 목차, 원문제공 조사형 참고질문
3	<ul style="list-style-type: none"> - 매우 전문화된 정보서비스 - 수집된 정보에 주제전문가의 지적 전문성이 조합되는 단계 - 다양한 이용자 모형 - 이용자의 책상에까지 다양한 형태의 정보제공 	<ul style="list-style-type: none"> 심층분석 보고서 경영층을 위한 요약 정보 연구형 참고질문 분석, 가공 정보 의사결정을 위한 경영정보 동향정보

〈표 2〉 이용자세분화 모형

우선순위 구분	1	2	3
직 위	사장, 각 사업부서장, 실장	중간 관리자 (과장, 부장)	일반사원
분야나 소속	기획실, 연구소	제품 및 서비스개발	영업분야
내용	정책수립, 연구정보, 분석정보	신상품정보, 기술정보, 동향정보, 연구개발정보	사실, 통계정보

나 뉴스 등에 관심을 가지고 조사해야 한다.

4.3 이용자세분화 모형

이용자의 요구를 조사하고, 효과적으로 제공하기 위하여 이용자 그룹을 세분화하고 서비스 우선순위를 두어야 할 필요가 있다. 예를 들어 전략적으로 중요한 빠른 결정을 내리기 위한 정보가 필요하다면 다른 요구들보다도 시급히 충족시킬수 있어야 할 것이다. 이러한 목적으로 기업체 정보센터에서는 이용자 그룹을 서비스 제공 우선순위를 매겨야 한다.

먼저 사장, 집행간부층, 중간관리자층, 일반 사원으로 구분해 볼 수 있다. 이를 다시 각 부서별로 나누어 볼 수 있다(표 2참조).

5. 결 론

급속히 밀려오는 정보사회의 물결과, 역동하는 경쟁환경 속에서 조직 이익의 극대화를 위해 기여해야 할 기업체 정보센터는 그 역할을 재정비하여 앞으로의 방향을 새롭게 정의할 필요가 있다. 이 글에서는 앞으로 사내정보

를 효과적으로 관리하는 차원을 넘어서 전략적으로 서비스를 제공하는 기업체 정보센터의 나아갈 방향을 제시하고자 하였다. 사내에 산재되어 있는 여러 정보를 인트라넷에 모으고, 이용자들에게 이를 제공한다. 또한 사실정보 검색 수집 등의 기본적인 서비스에서 발전하여 주제전문가 즉 정보중개자의 지적능력으로 가공된 정보를 제공함으로써 조직의 이익을 극대화할 수 있고, 기업체 정보센터의 역할 또한 분명해질 수 있다. 기업체 정보센터에서 근무하는 주제전문가들은 항상 업계와 시장, 정책동향 등을 주시하여 회사에 어떠한 영향을 미칠 것인가를 분석해야 한다. 이제는 찾아오는 이용자에 대한 수동적인 정보제공이 아닌 필요할 만한 정보를 예측, 가공하여 필요시 제공해야 하는 역할을 수행해야 할 것이다. 이러한 발전적 서비스 제공을 위해 이용자그룹을 세분화하고, 핵심이용자 그룹 면담 등을 이용하여 요구를 조사한다. 이렇게 조사한 요구를 토대로 포괄적인 정보를 수집, 분석, 가공하여 제공한다. 기업체 정보센터는 사내·외의 정보를 관리하는 조직으로서 정보가 될 만한 무형의 정보까지도 수집하여 회사의 이익을 극대화를 지원해야 한다.

참고문헌

- Gustafson, Sonja. Introduction to User-Centered Information Services at the Microsoft Library. KIST/KAIST 공동 주최 국제 세미나 및 1997년도 과학기술정보관리협회의회 연례 학술 강좌, 110-140, 1997.
- Hohhof, Bonnie. Developing Information Systems for Competitive Intelligence Support. Library Trends. 43 (2) : 226-238, 1994
- Marchand, D.A. and Horton, F.W. Infotrends : Profiting from your Information Resources. New York : John Wiley & Sons, 1986.
- Patel, Bib and Hlady, Karen and Stewart, Jane. Synchronicity revisited : BNR's next generation of information services. Bulletin of the American Society for Information Science 4/5 : 12-14, 1996.
- Stear, Edward B. and Wecksell, Joel. Information Resource Center Management. Bulletin of the American Society for Information Science 4/5 : 11-17, 1997.
- 김경. 기업체 정보자료실의 정보자원관리 방안에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문, 1994.