

정보 소스로서 상용데이터베이스와 인터넷

(원제: 오늘날 상용 온라인 데이터베이스 서비스의 가치 1)

번역 및 후기/ 정태남(도원컨설팅 정보사업부)

상용 온라인 데이터베이스에서 얻는 정보와 인터넷, 특히 웹을 통해 얻는 정보에 대해 시사하는 바가 있어 번역을 시도하였다. 이 글은 다이어로그사에서 제공하는 <http://library.dialog.com>의 Whitepaper 중의 하나이다.

요즘 정보검색사들은 인터넷을 두고 왜 굳이 비싼 상용 데이터베이스를 쓰느냐는 편견에 이를 정당화시키려고 골머리를 썩히고 있다. 사람들은 인터넷에서 얻는 정보가 상용 데이터베이스보다 비용이 저렴하다고 생각한다. 이들은 원하는 정보가 인터넷에 있는지 없는지 확인하는데, 그리고 이를 확보하는 데 들인 시간과 그리고 그렇게 해서 얻는 정보의 완벽성, 정보의 속도, 그리고 그 정보의 소스 등은 고려하지 않는다.

웹은 온갖 정보를 전달해주는 환상적인 매체임에는 틀림없다. 사실 상용 온라인 데이터베이스업자들도 웹을 통해 정보를 제공해주려고 하고 있다. 인터넷은 허접쓰레기 정보에서부터 정말 권위 있고 유용한 데이터까지 광범위하게 제공하고 있다. 문제는 정보를 무료로 자유롭게 얻을 수 있다는 것이 아니다. 진정한 문제는 무료 정보의 질에 있다. 웹에서 무료로 얻을 수 있는 정보는 그 정보의 권위, 완벽성, 그리고 그 깊이를 고려해야 한다.

Coopers & Lybrand L.L.P.의 지사인 Coopers and Lybrand Consulting (CLC)에서 이 문제에 관해 자세히 조사를 했다. 인터넷은 거대한 무료 정보의 소스이다. 그러나 그 절대적인 양에 있어서는 상용 데이터베이스를 능가하나 데이터의 완벽성, 깨끗함, 조직성이라는 질에 있어서는 상용 데이터베이스를 따라오지 못한다는 결론을 내렸다.

인터넷에서 얻을 수 있는 무료 정보가 상용 온라인 데이터베이스를 보완할 수는 있으나 대체할 수는 없다. 개인 유저가 개별적으로 자유롭게 이용할 수 있는 정보일지는 몰라도 비즈니스 정보로 이용하기에는 불완전하다는 것이 이 조사의 결론이다.

비즈니스 사례(The Business Case)

비즈니스적 환경에서는 "시간은 곧 돈이다." 비즈니스적인 문제를 풀어줄 정확한 정보를 찾는 데 있어 전문성과 지식, 적시성 외에 더 중요한 것은 없다. 지적이고, 조리있고, 정확하며, 일관되고 적절한 정보를 획득하는 것과 이를 제공하는 것은 성공적인 정보 네트워크와 전달 시스템의 핵심이다.

예를 하나 들어보자. 만 명의 직원이 인터넷에 들인 시간이 일 주일에 한 시간씩이라고 하자. 전통적인 방법으로 직원 한 사람의 한 시간의 인건비가 30달러라고 한다면 한 달에 약 30만 달러 이상을 소비하는 게 된다. 1년이면 천오백만 달러를 직원들이 인터넷을 검색하는데 그 비용을 지불한다고 할 수 있다.

무료정보를 얻는데 왜 이런 비용을 지불해야 되는가? 직원은 무엇을 찾아야 한다는 생각은 있지만 무엇을 구체적으로 어떻게 찾아야 하는지, 이를 어떻게 정확하고 신속하게 찾을 것인지 그 방법을 모르기 때문이다. 인터넷에 있다는 것만 알고 생산적인 업무에 들여야 할 수많은 시간을 그 정보를 찾느라 허비해야 한다. (위의 비용은 직원이 인터넷을 처음 사용하기 위해 들인 하드웨어나 소프트웨어에 드는 비용은 제외한 것이다.)

인트라넷 구축 통한 정보 결합

KnowledgeCurve(sm)라고 불리는 Coopers and Lybrand사의 인트라넷은 모든 직원이 이용할 수 있는 글로벌한 정보의 소스로서 역할을 한다. 이 통제된 환경내에서 지식 관리 전문가들은 Coopers and Lybrand사에서 쓰일 데이터 소스들을 사전 스크린하고 면밀히 조사한다.

이런 서비스들은 인트라넷 용으로 특별히 맞춰진 웹 버전의 상용 온라인 서비스를 포함하고 있다. KnowledgeCurve는 다양한 무료 인터넷 서비스와 링크되지만 유저들은 인터넷을 무료로 검색할 때 그들은 회사에서 이미 비용을 지불한 것에서 정보를 얻는다는 것을 이해하고 있다.

상용 온라인은 인터넷보다 크다

상용 온라인 데이터베이스 서비스는 전체 웹의 정보보다 질적으로 많은 정보를 담고 있다. 수십억 바이트의 데이터가 한 개의 메이저 서비스 정보 창고 안에 들어있다. 이들 정보의 가장 특징적인 내용은 데이터의 일관성과 접근의 용이성, 그리고 데이터가 기반하고 있는 자료의 깊이와 폭이며, 또한 신속성이다.

대부분의 상용 온라인 데이터베이스 서비스는 인터넷과 웹을 포함한 여러가지 정보 전달 시스템을 가지고 있다. 유저는 이러한 여러 시스템 중에서 원하는 시스템을 선택하면 된다.

다음은 상용 온라인 데이터베이스 서비스에서 얻을 수 있는 정보와 인터넷에서 무료로 얻을 수 있는 정보의 특징을 몇 가지로 구분지어 설명해 보았다.

폭과 정확성

- 경험(Experience)

상용 온라인 서비스업체의 대부분은 25년 이상 정보 비즈니스를 해온 업체들이다. 이들은 전문적인 정보 제공 체계를 가지고 있다. 그들이 정보를 수집하는 것은 다른 사업에 부가된 부차적인 사업이 아니라 그들의 주요 사업이다. 상용 온라인 데이터베이스 벤더들은 정보를 모으는 방법을 알고 있으며, 고객에게 전달해주는 방법을 알고 있다. 대부

분의 웹 정보 소스들은 그들이 자체적으로 정보를 모으는 게 아니다. 그들은 가능하면 저렴한 가격으로 정보를 벤더들로부터 사려고 한다. 정보를 모으는 과정은 일관성이 없으며 배포할 정보를 통제할 일정한 기준이 없다.

- 믿을 수 있는 소스들과 시의적절한 데이터(Reliable Sources and Timely Data)

상용 온라인 데이터베이스 벤더들은 이미 잘 알려진 믿을 수 있는 소스로부터 정보를 제공받는다. 이 소스들은 고객에게 정보를 신뢰하게 해준다. 상용 온라인 회사가 보유하고 있는 전세계에 걸친 리포터 네트워크와 데이터 전문가들은 정보의 최신성, 정확성, 종합성을 유지하기 위해 도처에서 노력을 하고 있다.

- 축적된 정보(Archival Information)

상용 온라인 데이터베이스를 통하면 최신의 정보를 얻는 것뿐만 아니라, 웹 자체에는 존재하지 않는 특정 주제에 대한 배경 정보, 부가 문서, 사적인 정보 등도 얻을 수 있다. 상용 온라인 데이터베이스 벤더는 이러한 정보를 따로 따로 제공하는 것이 아니라 한 데이터베이스 내에서 한꺼번에 제공한다.

상용 온라인 벤더는 정보를 고립된 스타일로 제공하지 않는다. 최신 정보만이 아니라 그 최신 정보를 뒷받침할 부가적인 자료들을 제공하기 때문에 폭넓은 정보에 근거해 비즈니스 의사결정을 할 수 있다. 부가 정보는 아카이브나 백파일로부터 제공된다.

- 풍부함과 다양성(Richness and Diversity)

무료 웹 어디에서도 상용 서비스에서 얻을 수 있는 그런 광범위하게 정렬된 정보는 얻을 수 없다. 벤더들이 제공하는 데이터베이스가 커버하지 못하는 영역은 거의 없다. 상용 데이터베이스에서 제공하는 자료의 풍부함과 주제의 폭과 깊이, 정보제공 체계의 조직성과 신뢰도는 웹이 제공하는 정보와 비교할 수 없다.

- 글로벌 인텔리전스(Global Intelligence)

상용 온라인 서비스는 기업이 필요로 하는 모든 정보를 제공할 수 있다. 인터넷이 국제적인 기업이 될 것이라고 주장하지만, 웹에 있는 80% 이상의 정보는 미국에 기반한 것이고, 북아메리카 소스에 의해 모아진 정보이다. 한편 상용 서비스는 전세계의 훌륭하고 다양한 정보소스로부터 모아진 정보를 제공한다.

상용 온라인 데이터베이스 서비스에서 모니터되지 않는 영역은 없다! 가입자들은 일반 뉴스 미디어에 발표되기 전의 정보도 종종 볼 수 있다. 이는 세계에서 일어나고 있는 최근의 사건을 물리적인 경계에 의존하지 않고 유저에게 제공하려는 벤더들의 노력으로 가능한 것이다.

- 독점 정보(Proprietary Information)

상용 온라인 벤더들은 다른 소스에서 얻기 어려운 정보를 고객에게 독점적으로 제공한다. 이러한 정보는 인터넷에서는 얻을 수 없는 것들이다. 이들 정보는 독점적인 정보이기 때문에, 벤더만이 얻을 수 있는 정보이며, 인터넷에서 무료로는 결코 얻을 수 없는 정보이다.

Security and Litigation

- 신뢰도(Reliability)

소송이 빈번한 사회에서, 우리가 얻는 정보는 반드시 믿을만 해야 하고 근거가 있어야 한다. 오늘날 웹은 정보의 정확한 본질, 출처와 표현, 형식을 묻는 현실적인 법적 소송의 장이 되고 있다. 상용 온라인 서비스는 특허나 상표법의 영역에서 그 공인된 역할을 발전시켜왔고, 생생한 비즈니스 영역에서 고객의 요구를 인식하고 충족시키는데 이상적인 형태로 발전되어 왔다.

- 안전성(Security)

인터넷을 통해 정보를 얻는 과정에서는 정보를 얻는 자기 자신의 안전에 대해 고려해야 한다. 내가 무언가를 찾고 있다는 또는 어떤 정보를 획득했다는 것이 인터넷 추적 시스템을 통해 정밀하게 추적

될 수 있다. 이에 비해 상용 온라인 정보 시스템들은 안전한 매체이며 익명성을 제공한다.

시간의 경제(Economies of Time)

상용 서비스가 제공하는 정보의 속성은 또한 웹에서 제공되는 정보의 속성과는 다르다. 상용 데이터베이스를 이용하면 정보를 사냥한다거나 사냥한 정보 중에서 원하는 것을 선별할 필요가 없다. 원하는 정보를 정확하게 찾을 틀이 이미 주어져 있기 때문에 그 틀을 제대로 이용하기만 하면 된다.

또한 특정한 벤더의 상품이라는 우산 아래서 모든 주요 데이터베이스들을 한꺼번에 검토해볼 수 있기 때문에 웹에서처럼 수많은 URL들과 검색엔진, 그리고 개별적으로 제공되는 데이터베이스들을 하나 하나 돌아다닐 필요가 없다. 상용에서는 이들이 모두 한 지붕 아래에 있어 시간과 노력을 절약시켜 준다.

- 웹은 평등주의자이다

웹은 모두를 평등하게 다룬다. 웹에서 정보를 얻으려면 웹에 올라와있는 그 자체의 형태로만 얻는 것이다. 그러나 각자의 정보 요구는 같지 않다. 각 기업, 그리고 조직 내의 개인들은 같은 정보라도 다양한 방식으로 다른 형태로 조직된 정보를 원한다. 상용 온라인 서비스는 정보를 다양한 형식과 스타일로 제공하면서 고객의 요구를 충족시켜주고 있다.

- 동시에 다중 정보 제공

상용 온라인 서비스 중에는 다양한 데이터베이스에 동시에 접근할 수 있게 하는 기능을 제공하고 있다. 이를 통해 유저는 검색 시간을 본질적으로 절약할 수 있다.

- 상용 온라인 데이터베이스를 통해 모든 정보를 한 곳에서 얻을 수 있다

게다가, 상호참조가 가능하고 같은 언어로 검색할 수 있다. 또한 다중 데이터베이스들을 동시에 검색할 수도 있다. 하나의 상용 온라인 서비스 안에서는 수백개의 데이터베이스를 동일한 신택스를 이

용하여 타이틀, 디스크립터, 초록을 대상으로 키워드 검색을 할 수 있으며, 통제어휘를 제공하는 것도 있어 검색을 빠르고, 편리하게 할 수 있다.

- 타겟 기능(Ability to Target)

상용 온라인 서비스의 특징을 이용하여 고객은 관심있는 특정 영역으로 쉽게 타겟을 정할 수 있고, 최소의 노력으로 이 정보에 접근할 수 있다. 이점 또한 상용 온라인과 인터넷이 비교가 되는 점이다. 인터넷에 흩어져있는 정보 속에서 원하는 분야의 적절한 정보를 얻는 것은 쉬운 일이 아니다.

- 좌절의 수준(The Frustration Level)

인터넷을 향해할 때, 사람들은 쉽게 좌절한다.: 끝없는 기다림과 간단한 검색이 이끌어내는 방대한 양의 자료, 그리고 원하는 데이터를 얻기 위해 수많은 쓸모 없는 데이터들을 보아야 한다. 인터넷 검색을 하는 모든 사람들은 아마 이러한 어려움을 답습하게 될 것이다. 많은 시간을 허비할수록 그 좌절의 수준은 커진다.

고객 서비스(Customer Service)

- 온라인 도움말(Online Help)

인터넷은 유저를 도와주는 만큼 방해가 되는 것처럼 보인다. 이용가능한 정보의 미래에 있어 핵심은 데이터 검색을 한 단계의, 종합적이고, 기업범위로 응용할 수 있는 플랫폼으로 만드는 것이다.

이에 벤더는 또다른 차원— 온라인 도움말 서비스를 추가한다. 직원이 검색을 지원하기 위해 대기하고 있다. 오래 기다릴 필요가 없고, 회신되지 않는 또는 대충 답변된 e-mail을 받지 않아도 된다. 상용 온라인 데이터베이스 서비스의 목적은 고객에게 실제적이고 생생한 온라인 서비스를 제공하는 것이다. 이는 인터넷에서는 제공할 수 없는 것이다.

- 결과(Output)

서로 다른 소프트웨어 벤더의 웹브라우저는 서로 다른 포맷으로 검색 결과를 보여준다. 칼럼과 테이블들은 정확하게 프린트하거나 디스플레이할 수 없

다. 한번 데이터가 다운로드되면 워드프로세서나 스프레드시트에서 사용하기 위해 HTML 데이터를 ASCII 텍스트로 바꾸어야 한다. 이에 반해, 상용 온라인 데이터베이스 서비스는 데이터를 자동적으로 ASCII 텍스트로 제공해주어 바로 사용할 수 있게 해준다.

- 지연(Delays)

많은 수의 기본 레퍼런스 자료들은 상용 온라인 서비스를 통해 얻을 수 있다. 거대한 데이터베이스들 중에는 하루에도 5000개 이상의 새로운 인용정보가 추가된다. 이런 자료들은 인터넷에서는 불가능하다. 게다가 저널 구독자가 프린트된 형태로 정보를 받아 보는 것과 동시에 전자적인 포맷으로 정보를 볼 수 있다. 이런 자료들의 대부분은 상당한 시간히 흐른 후에야 인터넷에 올라온다. 지연은 종종 정보를 진부하게 하고 쓸모없게 만든다.

- 균일성(Uniformity)

인터넷은 리서치 툴로서 한결같이 사용할 수 없다. 우리가 획득하는 정보가 어떤 것이 되느냐는 당연히 우리가 무엇을 찾는가에 따라 다르다. 만약 찾고자하는 정보가 그저 특정 회사에 관한 것이라면, 웹 정보만으로도 적절할 수 있다. 그러나 깊이 있는 정보를 얻는다면 예를 들어, 특정 상품에 대한 기술적 권리상황에 대한 것이라면, 상용 온라인 소스의 데이터를 필요로 하게 된다.

- 역사의 결여(Lack of History)

웹은 시사적인 정보, 최근 사건과, 뉴스를 찾기에 좋은 곳이다. 그러나 대부분의 비즈니스 리서치는 특정 산업 분야와 주제, 또는 기업에 대한 5년간의 사적인 정보를 필요로 한다. 역사적인 정보는 무료로는 불가능하고 상용 온라인 서비스라는 차원에 서만 가능하다.

- 대역폭(Bandwidth)

인터넷은 대개의 경우, 전용선에 익숙한 유저에게 그만큼의 고속의 정보를 제공하지 못한다. 인터

넷과 전용선을 사용하는 상용 온라인 데이터베이스 사이의 검색 시간의 차이는 쉽게 측정할 수 있다.

결론

상용 온라인 데이터베이스 벤더는 전자적인 정보(electronic information)의 영역에 있지 않다. 그것은 오늘날의 유행을 따르는 장소이기 때문이다. 보다 많은 수의 사람들이 그들이 제공하는 정보의 형태를 필요로 하기 때문에 그들은 거기에 있다

수백 개의 인터넷 뉴스와 정보 사이트들은 비즈니스 영역에 유용한 정보를 주려는 시도에서 실패했기 때문에 비즈니스 영역에서 사라졌다. 많은 비즈니스 당사자들은 인터넷이 느리고 믿을 수 없으며, 유용한 정보가 부족하는 것을 깨닫고 있다. 시간이 갈수록, 기업들은 비즈니스 전문가들이 원하는 질 높고 유용한 내용에 돈을 지불할 것이다. 이러한 종류의 유용한 정보는 상용 온라인 서비스를 통해서 가능하다

역사후기

다이어로그사가 상용 온라인 데이터베이스 서비스의 선두주자이기 때문에 자신의 고객을 염두에 두고 작성된 글이라는 것을 염두에 두더라도 이 글을 통해 시사받을 수 있는 점은 많다. 특히 웹이 제공하는 정보의 양과 질에 대해 과신하거나 무료라는 것에 퍽없이 끌려다니는 사람에게는 더욱 그렇다.

이 글을 읽는 데는 다음의 점을 염두에 두어야 한다. 여기서 지칭하는 상용 온라인 데이터베이스 서비스란 독자적인 정보 제공자를 갖는 다수의 데이터베이스들을 서비스사(벤더)의 독자적인 시스템을 통해 고객에게 유료로 정보를 제공하는 것을 일컫는다.

상용 온라인 데이터베이스 서비스를 제공하는 방식은 여러가지가 있다. 크게 전통적인 방식인 그들의 시스템을 접속해(그것이 PSTN을 통한 인터넷을 통한) 이용하는 방식과 요즘 새로 대두되고 있는 웹을 통해 이용하는 방식으로 나눌 수 있다. 때문에 위 글에서 상용 서비스와 비교하고 있는 인

터넷에서 제공하는 정보 중에서는 상용 서비스사가 자신의 데이터베이스를 웹을 통해 제공하는 것은 제외해야 한다.

또한 여기서 비교되는 인터넷 정보란 웹을 통해 무료로 얻을 있는 정보를 말하지만, 이도 좀더 정밀하게 이해할 필요가 있다. 정보의 수준으로 웹의 페이지들을 분류해보자면, 개별 홈페이지, 개별 데이터베이스 페이지, 전문 상용 데이터베이스 서비스 페이지로 나뉘볼 수 있다. 개별 데이터베이스 페이지는 또 yellow page류나 단체 등에서 제공하는 데이터베이스와 같은 무료 데이터베이스와 특정 정보 제공자가 유료로 제공하는 전문 개별 데이터베이스로 나눌 수 있다.

여기서 '인터넷은 무료로 무한대의 정보를 얻을 수 있는 엄청나게 매력적인 소스이다'라고 알고 있는 사람들에게 있어 무료의 검색 소스는 검색엔진을 통해 검색하는 수백 만의 개별 웹페이지와 무료로 제공되는 얼마 안되는 개별 데이터베이스 사이트들일 것이다.

이 글은 내용을 단순화시킨다는 위험을 무릅쓰고라도, 다음과 같이 정리해 볼 수 있다. 다이어로그사에서 웹이나 telnet을 통해 비즈니스 정보-특히 위의 글에서 언급한 것처럼 개인적이 필요가 아니라 기업의 비즈니스적 결정에 필요한 정보-를 얻는 것과 웹 상에서 무료로 얻은 비즈니스 정보 중 어떤 것이 비용면에서, 그리고 정보의 질면에서 효율적인가이다.

상용 데이터베이스의 장점은 질높은 정보, 조직화된 정보를 단일한 시스템으로 제공을 하기 때문에 정보를 충분히 신뢰할 수 있으며, 검색 시스템을 익히면 여러 분야의 정보 원하는 정보를 단시간 안에 손쉽게 검색해 낼 수 있다는데 있다.(이러한 상용 데이터베이스의 장점은 다음과 같이 정리할 수 있다. Excellent Access, High Quality Data, Comprehensive Data, Functional Search Tool, Indexed field, Complete Customer Support)

단점이라면 고가의 비용 때문에 개인적으로 사용하기에는 무리가 따르고, 별도의 검색 명령어를 익혀야 하기 때문에 초보자가 이용하기에는 난점이

있다는 것이다. 그러나 후자는 웹 인터페이스의 등장으로 점점 극복이 되고 있다.

이에 비해 인터넷을 통해 얻는 정보는 무료라는 것에 가장 큰 메리트가 있다. 그러나 시간이 많이 든다는 것과 획득한 정보를 얼마나 객관적으로 신뢰할 수 있는나라는 효율성과 정보의 질이라는 문제가 남는다.

인터넷 검색을 해본 사람들, 즉 원하는 분야의 정보를 얻기 위해서, 또는 북마크의 형태로 조직화해놓기 위해서 많은 시간을 소비한 사람들, 검색엔진이 검색해낸 사이트들은 왜 그리 링크가 제대로 안되는지, 검색한 사이트들이 제공하는 정보가 어느 정도 질을 담보하는지, 어느 기간까지 커버하는지 분석하는 데 수많은 시간을 들였던 사람들, 원하는 분야의 정보를 조직화해놓고도 그곳에서 제공해주는 정보가 한계가 있음을 경험한 사람들, 최신의 정보만을 제공해줌으로 인해 수시로 접속해 클리핑을 해놓았던 경험을 해본 사람들은 인터넷이 정보원으로서 한계가 있음을 느꼈을 것이다.

사실 정보 검색 전문가들에게 있어 상용데이터베이스 서비스가 나온가, 인터넷이 나온가라는 질문은 별 의미가 없다. 정보 전문가라면 일단 정보의 소스들을 꿰고 있어야 한다. 단순한 것이지만 예를 하나 들어보자.

A라는 고객이 B라는 정보를 10만원의 가격으로 3일안에 받기를 원한다고 하자. 숙달된 정보 전문가가 B라는 정보가 C라는 저널을 통하면 얻을 수 있다는 것을 알고 있다. 그 C라는 저널은 책자로도 있고, 웹에도 올라와 있으며 상용 데이터베이스로도 있다.

여기서 정보전문가가 어떤 통로를 통해 정보를 얻을 것인가는 명확하다. 시간, 비용, 정보의 질이라는 세가지 축, 즉 정해진 시간에, 정해진 비용으로, 고객이 원하는 질의 정보를 어떻게 구할 것인가를 고려하여 가장 효율적인 매체를 이용하면 되는 것이다.

여기서 전제가 되는 것은 정보 전문가(여기서 정보 전문가란 정보 검색을 주 업무로 하는 정보 검색사만을 일컫는 것은 아니다. 기업에 정보를 활용해

〈표 1〉 상용 데이터베이스 서비스사와 웹에서 제공되는 정보 제공형태

상용 데이터베이스 서비스 제공 매체	
분야별	종합정보서비스사(DIALOG, ORBIT, STN 등)
접속 및	특정 분야별 정보서비스사(D&B, PROFOUND, WPI 등)
제공 방식	PSDN
	INTERNET(TELNET)
	WEB(Dialog, STN, OVID 등)

웹에서 제공되는 정보 소스		
종 류	검색 시스템	요 금
개별 홈페이지 (검색엔진을 통해 내용을 검색할 수 있는 모든 웹페이지)	검색엔진의 검색 시스템에 의존	무료
개별 데이터베이스 (미국특허청의 미국특허DB, YellowPage들, 웹 회 등에서 자체적으로 제공하는 소 규모 DB 등)	개별 데이터베이스의 검색 시스템에 의존	무료, 일부 유료
전문 종합 데이터베이스 (Dialog, STN, OVID 등)	데이터베이스 서비스사의 전체적인 검색 시스템에 의존	유료

〈표 2〉 정보와 정보 제공매체에 대해 가져야 할 기본 사항

정보 원소스에 대한 이해	고객의 정보 요구를 파악한 후에는 그 정보를 제공해 줄 수 있는 소스에 대한 이해가 전제되어야 한다.
정보의 소재 파악	원하는 정보 소스를 어디에서 얻을 수 있는지 그 소재와 제공하는 매체를 알고 있어야 한다.
정보 매체가 제공하는 정보의 질에 대한 파악	매체별로 제공되는 정보의 완전성과 업무 관련성, 신뢰성 등 정보 자체에 대한 판단 능력이 있어야 한다.
접근의 용이성 파악	매체별 검색 비용/ 검색의 용이성(시스템과 명령어)/ 고객지원시스템의 여부에 대한 파악을 하여 최적의 검색 매체를 선택한다.

비즈니스적 기획을 해야하는 모든 이들을 일컫는다.)는 정보의 원소스를 꿰고 있어야 한다는 것이다. B라는 정보가 C라는 저널에 있는지, 아니면 어떤 방식으로 구할 수 있는지에 대해서는 알고 있어야 한다는 것이다.

여기에 정보의 질을 판단할 수 있는 능력, 그리고 시간과 돈을 연결시킬 줄 아는 사고가 있다면 수많은 정보 제공 매체 속에서도 그들의 장점들만을 살려 효율적으로 이용할 수 있을 것이다. 