

지식담당중역(CKO) 시대

여 인 갑

지식혁명에 관한 관심이 부쩍 많아지고 있다. 마치 지식혁명을 하지 않으면 국가적으로 큰일이라도 일어날 것 같은 경각심을 불러일으키고 있다. 하지만 이러한 진단은 정확한 것이고 산업혁명, 정보혁명에서 뒤떨어진 우리나라가 다시 한번 세계 열강들과 어깨를 겨눠볼 수 있는 찬스가 온 것이다.

지식혁명을 성공적으로 이루기 위해서는 지식관리(Knowledge Management)가 제대로 되어야 하는데 당면하고 있는 최대의 문제는 아이러니컬 하게도 우리가 알고 있는 것을 정확히 모른다는데 있다. 즉 조직 안에는 우리가 모르는 지식이 많이 존재하고 있음에도 불구하고 대부분의 이러한 지식은 전혀 활용이 되지 않고 있는 현실

이다.

조직의 많은 종업원들이 자기 조직 내에 어떠한 지식이 있는지 또는 보유하고 있는 지식이 어디에 있는지를 모른다. 뿐만 아니라 조직 안에 있는 지식을 어떻게 접근하는 지도 모른다. 우리는 지식이 어디에 있느냐를 알아야 할 뿐 아니라 이러한 지식이 계속 변하고 있기 때문에 필요한 지식을 정확히 찾아내는 일이 점점 더 어려워진다는 사실을 인식해야 한다.

이러한 문제를 해결하기 위하여 조직 내에 있는 지식을 전화번호부와 같이 쉽게 찾을 수 있는 지식지도(Knowledge Map)를 만들어야 하고 이를 관리해야 한다. 아는 것이 힘이라는 말은 누구나 잘 알고 있는 말이지만 많은 기업에서 이러한 지식을 조직 내에서 시스템적으로 관리하고 전달하지 못하고 있는 것이 현실이다.

누가 어디서 어떻게 외부지식을 획득할 것이며 또한 어떠한 새로운 지식을 어떻게 창조 할 것인가 하는 문제를 포함해서 이렇게 얻어진 지식이 종업원들 간에 어떠한 방법으로 전파되거나 또는 공유하게 할 것인가 하는 관점에서 지식은 이제 조직적으로 관리되어야 할 때가 된 것이다.

지식재산이나 지식에 대한 투자효과는 측정할 수 있어야 하며 이를 재무제표상에 나타내야 한다. 기업평가에 있어서 지식재산이 미래의 발전 가능성을 나타내는 지표로 큰 비중을 차지하여야 하는 시

대가 온 것이다. 이러한 일을 수행할 담당자가 바로 지식담당중역이다.

지식담당중역(CKO : Chief Knowledge Officer)의 필요성은 아무리 강조해도 지나치지 아니하다고 본다. 현재 구미의 앞서가는 회사에서는 지식담당중역을 두고 있다. 우리도 한시라도 빨리 각 기업마다 지식담당중역제도를 도입할 때이다. 남보다 먼저 하지는 못할 망정 적어도 남이 시작할 때 우리도 같이 시작해야 뒤떨어지지 않게 되는 것은 당연한 이치이다.