

경영환경과

정보시스템의 관계



마이크로소프트/컨설팅사업부 이사 김연홍

국 내.외 닷컴 업체들의 극심한 침체 분위기로 기업환경이 더 의기소침해지고 있는 요즘, 목표를 향하여 앞만 보고 달리던 우리 정보통신 전문가들도 경영환경과 정보시스템간의 관계를 재정립할 시점이라고 본다.

18세기의 산업혁명 직후부터 산업화의 기본 틀은 대량생산 대량판매라는 규모의 경제 기반 위에서 발전되었으나, 시간과 공간을 초월한 인터넷 열풍은 우리가 살고 있는 지구촌의 50년 변화를 단 5년 만에 혁명적 변화를 가져다 주었다. 이제 인터넷은 정보, 통신의 물리적 결합에 이어 멀티미디어 방송은 물론 정치, 경제, 사회, 문화, 예술, 그리고 군사 등 산업 전반적인 변화의 견인차로 자리 매김을 하였다.

인터넷 사업의 발전을 Presence(존재), Revenue(매출), Profit(이익) 으로 3단계로 구분하면, 우리나라 인터넷 관련 사업도 1999년도까지는 홈페이지를 만들어 홍보에 역점을 두거나 사이버 쇼핑몰 같은 B2C 사업에서 벗어나지 못했

다. 그러나, 세계적인 경제 둔화 현상으로 인터넷 붐도 사업형태가 다양해지면서 적자생존의 원칙에 입각하여 매출 증대에 한계를 느끼는 인터넷 사업은 스스로 구조조정에 들어가지 않을 수 없게 되었다.

	70년도	80년도	90년도	2000년도
경영주체	양 중심의 경영	질 중심의 경영	고객중심의 경영	지식중심의 경영
IT산업	메인프레임의 중앙처리	클라이언트/서버 분산처리	인터넷에 의한 전자상거래	지식경영에 의한 KMS
소프트웨어 기술	프로그래밍 언어	데이터베이스	EC/CRM/SCM	Web/CBD

상기 표에서 보듯이 90년도의 고객중심의 경영은 이제 지식 중심의 경영으로 그 패러다임이 변화하기 시작하면서, 치열한 경쟁과 도전의 시기를 맞이하고 있다. 즉, 미래를 위한 준비의 초점은 첫째도 경쟁력이요, 둘째도 경쟁력이다. 이제는 2위까지는 생존할 수 있더라도 3위 이후는 존재가치가 없어진다는 무서운 사실이 우리들을 엄습하여, 무선 이동통신기술과 B2B 인터넷 사업 등 사업을 다각화하기 위하여 총력을 기울이고 있다.

수십년 전부터 실리콘밸리 기업의 흥망성쇠를 지켜본 미국 정부는 우리와는 다른 관점에서 벤처를 육성해 왔다. 그들은 5% 내외의 벤처 생존율을 당연시하여 자유시장 원리에 맡기면서 시장 규칙에 입각한 큰 구매자로서의 역할

과 연구개발자금 지원자로서 부단한 노력을 해왔다.

따라서, 이제 우리나라의 정보통신 사업은 다음 4가지를 고려하여 국제 경쟁력을 강화하여야 한다. 첫째, 인터넷 사용자 수의 폭발과 더불어 전자상거래의 매출도 B2B의 사업체간 인프라 구축과 표준화에 초점을 맞추어야 한다. 둘째, 급속하게 발전하는 정보통신 신기술에 대비하여 기반 기술의 이론적인 접근에서 탈피하여, 어플리케이션 등 실용적인 기술을 우리의 산업에 접목시키는 경험과 기술을 터득하여 선진국의 경쟁에 대비해야 한다. 셋째, 개인의 노하우가 지식에 적용되어 가상 공간에서도 유기적인 체제로 새로운 지식경영을 구현할 수 있도록 창의력을 우대해 주어야 한다.

	산업사회	정보사회	지식사회	비 고
지식활용 방식	지식을 도구화 기계에 적용함	지식을 생산과정에서 적용시킴	노하우를 지식에 적용시킴	KMS 활용
핵심요소	자본, 노동	데이터, 기술	노하우, 창의력	개인별 상품화
경영방식	수직적이고 계층적 구조	업무분담과 팀제 운영	학습조직, 유기적 구조	
마케팅	불특정 다수	특정고객	세계화, 고객관계 중시	
기업위치	생산자원 근처	소비자 근처	가상공간	

넷째, 남,북한 통일을 고려하여 한반도의 통합 정보화를 위하여 개인 또는 관련 사업체별 접근을 지양하고, 창구를 일원화하고 세계적인 표준으로 접목시켜 남한의 우수한 창의력과 북한의 정제된 노동력에 시너지 효과를 내야 한다. 이것은 향후 전문 기술업체 간에 자율 경쟁을 유발하는 동시에 시장을 확대해 주어, 각자 독창적인 기술로 한반도뿐 아니라 해외 시장에 당당하게 진출할 수 있는 기초가 될 것이다.

결론적으로, 우리 경영환경이 정보시스템의 변화를 추구하고, 정보통신의 급속한 발전이 산업에 큰 틀을 바꾸고 있으며, 인터넷 비즈니스로 불리우는 새로운 사업들은 기존의 사업형태와 전혀 다른 형태로 변모함으로, 우리 전문가들도 상품 개발과 거래 방법은 물론 사업의 성패도 다른 잣대로 평가할 수 있도록 사고의 전환이 필요하다고 사료된다.