스마트워커의 역량모델에 관한 연구

노규성† · 김귀곤†† · 변종봉†††

요 약

본 연구의 목적은 스마트워크 2.0 환경에 가장 필요한 스마트워커의 필요역량을 파악하고 가장 핵심적으로 적용될 수 있는 스마트워커의 역량모델을 정의하는데 있다. 스마트워커의 핵심적 역량 모델로 창의혁신역량, 소셜역량, 디지털역량은 매우 필요수적이며, 각각의 역량은 서로 유기적인 연결관계가 있음을 논증하였다. 이와같은 스마트워커의 3가지 필요 역량을 강화하고 관련된 스마트 기반을 마련하는 것이 스마트워크를 정착시키는데 매우 중요한 역할을 하게 될 것으로 판단된다.

주제어 : 스마트워크2.0, 스마트워커, 창의혁신역량, 소셜역량, 디지털역량

A Study on the Competence Model of Smart Worker

Kyoo-Sung Noh† · Kwui-Gon Kim†† · Jong-Bong Byun†††

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify a core competencies of the smart worker which most needed in the Smart Work 2.0 environment and to define the competence model of smart worker that can be most applied to. Smart worker for the core competence model as a originality & innovation competence and social skills, digital capability and the capacity of each organic connection to each other is very necessary. Such a smart worker competencies needed to strengthen the three related to the smart foundation for a smart network that will help encourage a very important role is considered.

Key Words : Smart Work 2.0, Smart Worker, Originality & Innovation Competence, Social Skill, Digital Capability

† 선문대학교 경영학부 교수
†† 금오공과대학교 경영학과 교수
††† 한국생산성본부 컨버전스지식센터 책임전문위원 (교신저자)
논문접수 : 2011년 8월 1일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료 : 2011년 8월 31일

1. 서 론

일을 스마트하게 한다는 것은 조금 더 효율성이나 생산성을 높이는 차원에서 논의될 성질의 것이 아니다. 창의력을 발휘하고 혁신적인 변화를 만들어내 더 나은 방식으로 일하는 것이 스마트한 일이다. 자신의 역량과 재능을 찾고 그에 맞는 일을 어느 누구보다 잘하는 것이 스마트한 일인 것이다. 그리고 집단지성과 협업을 통해 새로운 방식으로 결정하고 일하는 것이 스마트하게 일하는 것이다[14]. 본 연구에서는 이것을 스마트워크 2.0이라 칭한다[5].

결국 스마트워크가 성공적으로 실행되려면 역량이 뛰어난 스마트워커가 확보되어야 한다[15]. 아무리 우수한 추진전략과 구축 방법이 동원되고 문화가 정착되고 마인드가 확산되어도 일하는 사람들이 역량을 갖추고 있지 못하면 스마트워크 역시 또 다른 피로감을 가져오는 자원낭비형 혁신으로 전락하고 말 것이다[3].

그런데 스마트워크 도입을 고민하는 많은 조직에서 스마트워커의 역량과 학습모델에 관해서는 아무런 대안을 갖고 있지 못한 실정이다[10].

이에 본 연구는 스마트워크를 도입하고자 하는 지족에서 스마트워크 2.0 환경에 가장 필요한 스마트워커의 필요역량을 파악하고 이를 체계적으로 적용될 수 있는 스마트워커의 역량모델을 제시하는 데에 목적이 있다[11].

2. 스마트워커에 관한 선행연구

2.1 스마트워커에 관한 연구

최근 스마트라는 단어가 붙은 제품과 서비스(예를 들어, 스마트 폰, 스마트 TV, 스마트 그리드, 스마트 카 등)가 대거 등장하면서 정부에서도 스마트워크라는 용어를 사용하기 시작했다. 정보통신기술을 활용하여 시공간의 제약 없이 원격으로 업무를 처리할 수 있도록 관련인프라를 정비한다는 것이 주된 내용이다. Coates[17]의 말처럼 정보통신기술의 발달은 근로자가 직장으로 출근하는 지난 200여 년간의 추세를 일이 근로자에게 이동하도록 만들어 놓았다.

Shalley[21]는 창의성 목표를 받은 사람의 생산성이 아무런 목표를 받지 않은 사람의 생산성보다 더 떨어진다는 연구결과를 발표했다. 즉 창의성 목표가 생산성을 떨어뜨린 셈이다. 이 시점에서 생산성과 창의성의 공존가능성 여부에 대한 결론을 내릴 수는 없지만 공존이 가능하더라도 두 가지 목표를 한데 묶어 설정하려면 세심한 주의를 기울여야 하는 것만은 당연할 것이다.

Gillson et al.[18]의 연구결과를 중심으로 작업 프로세스 측면에서 살펴보자. 그들의 연구결과를 종합해보면 작업 표준화정도가 낮을 때는 창의성 높은 팀의 성과가 좋은 반면, 작업 표준화정도가 높을 때는 이러한 상관관계가 나타나지 않았다. 다시 말해서 창의성과 팀 성과 간의 상관관계는 작업 표준화정도가 낮을 때만 나타났다. 그들은 고객평가와 관련하여 다른 흥미로운 연구결과도 보여주었다. 작업 표준화정도가 낮은 경우 창의성이 높은 팀에 대한 고객의 평가는 창의성이 낮은 팀에 비해 오히려 더 나쁘다는 것이다.

결국, 창의성이 높은 팀이라도 고객을 만족시키기 위해서 표준화된 작업 시스템에 의존해야 하며, 고객서비스만큼은 창의성보다 작업 표준화가 더 중요하다는 것이다[16]. 이와 같은 연구 결과는 두 가지 의미로 해석 할 수 있다. 1) 작업 표준화가 잘 되어 있어도 창의적 성과 산출에는 별다른 영향을 미치지 않으며, 2) 대체로 고객은 창의적인 성과보다 일관성 있고 신뢰할 수 있는 성과에 더 만족한다는 것이다. 즉, 작업 표준화가 잘 갖추어져 있다고 해서 반드시 창의적인 성과로 연결되는 것은 아니며 창의성('창의적인 것을 만들어낸다')과 생산성('잘 만들어낸다')은 서로 다른 작업 프로세스를 필요로 한다고 볼 수 있다[4].

2.2 스마트워커의 역량에 관한 연구

찰스 드리버터[13]는 스마트워커의 집단지성에 관한 연구에서 웹이 창조한 집단적 사고방식과 집단적 놀이방식, 집단적 작업방식, 집단적 혁신방식을 뜻한다고 했다. 그런 의미에서 웹과 트위터에 의해 만들어진 버락 오바마의 백악관 입성도 집단지성의 대표적 사례 중 하나이다. 오바마의 선거운동은 웹을 기반으로 해서 유권자들의 마음을 움직이고, 선거자금을 모으고, 지지자들을 조직하고, 미디어를 관리하고,

정치적인 공격을 수행하는 방법과 관련해 새로운 원칙을 만들어 냈다.

보상측면에서 창의성에 중점을 두고 보상하게 되면 수량을 기준으로 보상했을 때보다 창의성 높은 성과의 비중이 당연히 높게 나타났다. 그러나 높은 창의적 성과의 비중은 높게 나타났지만 그 수는 늘어나지 않았으며 낮은 창의적 성과의 수와 총 성과의 수는 오히려 더 줄어든 것으로 나타났다[19]. 이는 창의성에 대한 보상이 창의성이 낮은 성과를 희생시키기 때문으로 보인다. 반면에 수량을 기준으로 보상했을 때는 창의성을 기준으로 보상했을 때보다 성과의 총 수는 훨씬 많은 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 높은 창의적 성과의 비중은 낮아졌지만 그 수는 창의성기준으로 보상했을 때와 비교해서 줄어들지 않았다. 이는 수량에 초점을 맞추다보니 높은 창의적 성과와 낮은 창의적 성과가 뒤섞여 산출되기 때문으로 보인다[22].

이와 같은 내용을 종합해 볼 때, 창의성 목표와 보상은 보다 높은 창의성을 발휘하는 유인이 될 수 있지만 전반적으로 조직성과(생산성)에는 매우 부정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 또한 프로세스의 경우에도 표준화정도가 높다고 하더라도 높은 창의적 성과로 나타나지 않았다. 즉 생산성 제고의 가장 확실한 메커니즘 중 하나라고 할 수 있는 프로세스 표준화가 실제로는 창의성 제고와는 무관한 것으로 판단해 볼 수 있다. 이러한 잠정적인 결론이 옳다면 창의성과 생산성의 역설을 수용할 수밖에 없으며, 역설까지는 아니더라도 연결고리가 없는 독립적인 관계로 존재하게 될 것이다[6].

앞서 살펴본 창의성과 생산성의 역설은 두 개념이 조화를 이루기가 쉽지 않다는 것을 보여준다. 즉 두 개념은 상반된다고까지는 할 수 없지만 마찰을 일으킬 소지는 충분하다. 그러나 무한경쟁 속에서 살아남으려면 효율과 혁신의 균형 있는 발전이 필요하다는 주장은 일관되게 제기되어 왔다[20].

3. 스마트워커의 역량모델

이상의 선행연구를 토대로 스마트워커에게 필요한 역량을 창의혁신역량, 소셜역량, 디지털역량 등 3가지로 정의하였다. 이 모델과 구성요소를 살펴보기 위해 먼저 스마트워커의 개념, 특징과 필요역량에 대해 살펴보기로 하자.

3.1 스마트워커 개념과 특징

스마트워커는 실제 업무를 하는 직원들의 스마트한 업무능력을 중심에 두고 있다. 실제 스마트워킹이 가능한 스마트워커가 되기 위해서는 환경도 중요하지만 실제 업무를 위해 사용하는 다양한 스마트워킹 도구와 스킬들에 대한 개개인의 학습과 실천이 반드시 필요하다[21].

다양한 비즈니스 웹어플리케이션과 스마트폰, 태블릿PC에서 활용 가능한 모바일 앱 등에 대한 지속적인 정보 습득을 통한 기존 업무방식의 개선이 필요하고 이를 통해 시간과 공간의 제약을 줄임과 동시에 비용절감까지도 가능하게 되어야 진정한 스마트워커라고 할 수 있다.

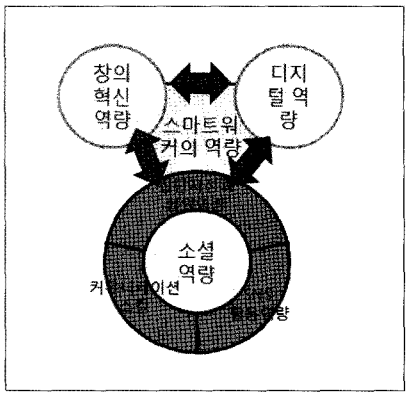
따라서 스마트워커는 상기 스마트워크 2.0의 정의와 추구내용을 바탕으로 아래와 같이 정의하고자 한다[5]. 스마트워커는 남들보다 더 빠르고 정확하게 주어진 시간동안 결과물 혹은 피드백을 주고 나머지 시간을 일 외에 개인적인 시간으로 가질 수 있는, 남들보다 창의적이고 혁신적으로 일을 하는 사람으로 정의 할 수 있다.

3.2 스마트워커의 역량모델 개요

조직이 스마트워크를 제대로 정착시키기 위해서는 지식근로자를 포함한 작업자들(이하 에서는 스마트워커)이 스마트한 환경 하에서 스마트하게 일할 수 있도록 지원을 아껴서는 안 된다. 스마트워커(smart worker) 역시 이러한 스마트조직에 적합하도록 기본적인 역량을 갖추어야만 한다. 스마트워커가 가져야 될 기본적인 필요역량으로는 창의혁신역량, 소셜역량, 디지털역량이 있다.

지식정보화 사회에서 조직이 경쟁우위를 점하기 위해서는 직원들로 하여금 차별화된 생각을 만드는데 능숙하도록 해야 한다[8]. 즉 창조적으로 일하게 해야 한다. 뿐만 아니라 이를 조직의 성과(생산성)로 연결시킬 수 있어야 한다. 우리는 이러한 능력을 스마트워커의 '창의혁신역량'이라고 한다.

몇 년 전부터 창조경영이 기업의 화두로 등장하면서 직원들을 창조적으로 일하게 해야 한다는 논의가 계속되어왔다. 그럼에도 불구하고 한국 기업들은 직원들이 창조적으로 일을 하고, 이를 조직성과로 연결할 수 있는 방법론을 찾지 못한 것이 현실이다. 스마트워크는 조직의 창조성 매니지먼트를 위한 실천 방법론이 될 수 있다. 스마트워크로 웹이나 정보통신기술의 잠재력을 업무에 활용할 수 있는 기회가 열린 이때야 말로, 지금까지와는 차원이 다른 일하는 방법론의 혁신을 통해 기업의 부가가치 창출을 위한 직원들의 노력을 이끌어내야 한다[9].



[그림 1] 스마트워커의 역량관계

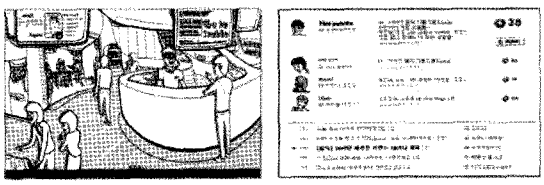
이러한 의미에서 창의혁신역량은 소셜역량, 디지털역량과 밀접한 관계를 가지고 상호작용한다(그림 1 참조). 즉 스마트워크의 창의혁신역량은 디지털역량을 스마트워크가 갖추어야 할 필요조건으로 하며, 소셜역량을 통해 그 역량은 배가될 수 있다. 먼저 개인의 창의성을 조직의 성과(생산성)로 연결시킬 수 있도록 조직차원의 어떠한 혁신이 이루어져야하는 지를 살펴보기 위하여 스마트워커에 대한 연구와 스마트워커의 역량에 관한 연구를 고찰해 볼 필요가 있다.

4. 스마트워커의 창의혁신역량

앞서 스마트워크 환경과 관련하여 창의혁신역량을 제고하기 위한 다섯 가지 조직차원의 혁신전략을 살펴보았다. 특히 지식관리 혁신전략 중 지식의 공유는 개인의 창의성을 조직의 창의성으로 승화시키는 데 매우 중요한 역할을 담당한다. 특히 개방혁신을 통해 외부전문가와 소비자의 아이디어를 공유하고 활용할 수 있다면 고객의 니즈와 욕구를 파악하는데 도움이 되고, 이를 충족시킴으로서 조직성과를 극대화 시킬 수 있을 것이다. 이하에서는 지식의 공유와 개방혁신을 위한 지식공유채널의 구축사례를 살펴보고, 이러한 조직 내외 구성원의 지식공유를 통해 개인들의 아이디어(브레인스토밍, 강제연결법)를 수집하는 방법을 살펴보며, 이를 조직차원의 전략(SWOT)으로 발전시키는 프로세스를 제안하고자 한다[12].

지식공유채널은 지식의 단순한 공유가 아니라 직원들의 활발한 지식교류가 이루어지도록 해야 한다. 이를 위해 실시간 지식교류는 물론이고 피드백이 자연스럽게 이루어질 수 있도록 채널이 구축되어야 함도 지적하였다. 또한 개방혁신을 통해 아이디어의 원천을 조직 외부로까지 확장해야한다. 조직 내외의 의사소통을 통해 정보와 지식을 연결하고 공유하는 과정에서 창의성이 높아지기 때문이다. 페이스북의 설립자이자 CEO인 마크 주커버그도 "(구글 등) 데이터 중심의 웹이 인간 중심의 소셜 웹으로 진화할 것"이라고 주장했다. 이는 데이터(지식)을 KMS에 저장함으로써 '지식이 어디에 있는지'를 아는 것보다 직원 상호간의 관계의 질을 바탕으로 한 쌍방향의사소통을 통해 지식과 아이디어를 한 차원 높은 것으로 업그레이드하는 것이 더욱 중요하다는 것을 의미하고 있다.

최근 많은 기업들이 작은 아이디어라도 발전시키고자 직원 간 상호작용을 중요시하고 있으며 이를 위한 웹사이트를 구축하고 있다. 예를 들어 제일기획은 2010년 5월에 i-pub을 오픈하였다. 아래의 그림은 제일기획의 i-pub화면이다.



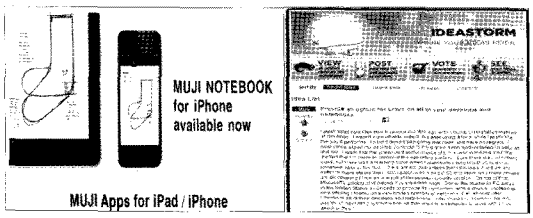
[그림 2] 제일기획 i-pub 화면

(자료출처 : 제일기획 내부자료)

i-pub은 '권위와 직급의 벽을 깨고 자유로운 아이디어의 제안과 발전이 이루어지는 새로운 소통의 장'을 표방하고 있다. i-pub 중에서 가장 인기 있는 공

간은 직급에 관계없이 아이디어를 내고 이를 토론하는 '아이디어 맞짱'공간이다. 여기서는 직급이나 직종에 대한 선입견을 없애기 위해 닉네임과 캐릭터를 사용한다. 이러한 노력은 모든 구성원 간에 수평적 소통을 강화함으로써 보다 많은 직원들의 참여를 유도하고 아이디어를 발전시키기 위한 것으로 보인다.

한편 고객, 외부 전문가 등 조직 외부와의 지식결합을 통한 개방혁신도 필요하다는 점을 앞서 지적한 바 있다. 특히 고객은 아이디어를 창출하고, 이 아이디어를 연결할 수 있는 풍부한 원천이다. 일본 생활용품회사인 양품계획은 Muji.com을 통해 소비자들이 낸 아이디어를 소비자들이 직접 투표해서 상품화할지를 결정한다. 델은 '아이디어 스톰'이라는 고객참여 사이트를 통해 고객의 아이디어를 적극 받아들이고 있으며, P&G는 2002년부터 인터넷을 통해 전 세계로부터 아이디어를 얻는 C&D(Connect&Development) 시스템을 구축하여 외부 R&D 역량을 적극적으로 활용하고 있다[8].



[그림 3] MUJI.com와 델사의 '아이디어 스톰'

창의성이란 '새로운 아이디어나 참신한 통찰들을 산출하는 능력, 독창적으로 고정된 인습을 깨뜨리는 것, 자연스러운 변화나 정상적인 방법으로 안 되는 어떤 비법 하고 진지한 것을 내어놓는 능력'이다. 다시 말하면 창의력이란 당면한 문제를 해결하기 위해 1) 이미 알고 있는 경험/지식을 해체하여 2) 새로운 아이디어(해결책)를 다시 짜는 것(결합)이다. 따라서 창의혁신역량의 개발이란 차별화된 생각을 만들어주는 상상, 연상, 결합을 쉽게 할 수 있게 하고 다양한 업무에 적용하여 조직의 성과로 승화시키는 것이다.

창의혁신역량의 개발기법에는 브레인스토밍, 강제연결법, 소원법, 역전법, 속성열거법, KJ법 등 다양한 방법들이 있다. 그러나 창의혁신역량의 핵심은 조직구성원, 외부전문가, 고객으로부터 얼마나 많은 아이디어를 도출해내고 이를 조직화하느냐에 달려있다.

5. 스마트워커의 소셜역량

스마트워커의 소셜역량은 세부적으로 살펴보면 집단지성 활용역량, 협업역량, 커뮤니케이션 및 휴먼네트워크 역량으로 구분하여 설명할 수 있다.

5.1 집단지성 활용역량

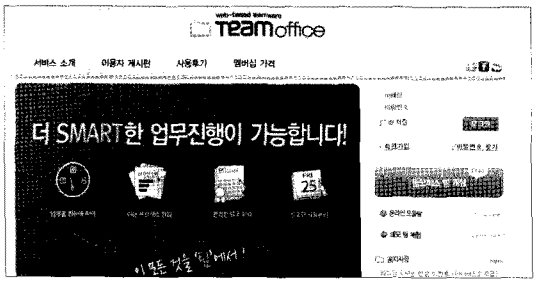
집단지성(collective intelligence) 활용역량이란 다수의 개체들이 서로 협력 혹은 경쟁을 통하여 얻게 되는 지적 능력에 의한 결과로 얻어진 집단적 능력을 말한다. 중지(衆智, 대중의 지혜), 집단지능, 협업지성, 공생적 지능이라고도 한다(위키피디아 사전). 인간은 자신의 생각과 지식의 한계를 극복하기 위해 타인과의 적극적인 상호작용을 통해 기존의 혁심보다 훨씬 강력하고 지속가능한 혁신을 이룰 수 있게 되었다. 이러한 능력을 집단지성이라고 할 수 있다.

전통적 의미에서 집단지성은 회의를 통해 또는 공동연구를 통해 이룰 수도 있다. 그러나 오늘날 의미하는 집단지성은 전문가 집단은 물론 아무도 알지 못하는 대중들, 심지어는 전세계의 다른 배경의 사람들이 웹이나 소셜미디어 등을 활용하여 서로 소통하면서 이루어지는 지적 작업이다. 즉 집단지성은 네트워크를 통해 이루어지는 대중광장을 중요한 논의의 장으로 활용한다. 개인들로 이루어진 대중이 통상적인 조직에 의지하지 않고 웹과 소셜미디어를 활용하여 효과적인 협업방식을 통해 조직적으로 발견과 분석, 조정, 창조, 혁신을 할 수 있다. 이것이 집단지성인 것이다.

5.2 협업역량

협업(cooperation)역량이란 타인과의 협력을 통해 작업의 완성도를 높이는 것이라 할 수 있다. 브리태니커에 의하면, 경영에 있어서 협업의 형태는 다수의 노동자가 각각 별개로 동일 종류의 완성품을 만드는 경우인 단순협업과 각 노동자가 행하는 개별적인 생산활동이 모두 종류를 달리하거나 또는 그 일부가 상이하여 각 노동자가 행하는 개별적인 생산활동의 전과정을 거쳐서 비로소 최종적인 완성품을 만들어내는 복잡협업으로 구분할 수 있다.

단순협업은 사람들이 동일장소에서 작업하기 때문에 경쟁심을 유발하고, 도구의 공동 이용으로 개별노동의 총계 이상의 생산력이 실현된다. 복잡협업은 경영적 생산의 기술적 분업에 의한 협업으로서, 오늘날의 분업을 의미한다. 분업에서는 노동의 숙련도, 작업공정의 연계성, 도구의 단순화·다양화 등에 의해 생산력이 훨씬 높아질 수 있다. 즉 협업은 노동의 새로운 생산력을 가져오는데, 이 생산력은 집단노동 형태이며 노동시간과 생산수단들을 보다 효율적·절약적으로 사용할 수 있게 한다.



[그림 4] 웹 협업사이트 예시

사실 다른 사람과 협동해서 어떤 일을 함께 수행한다는 것은 매우 힘들고 어려운 일이다. 사람마다 성격이 다르고 각각이 담당하는 업무가 서로 다르다 보니, 여러 사람이 서로 오해없이 커뮤니케이션을 한다는 것부터가 쉬울 리가 없다.

시스템 개발 프로젝트의 예를 들어 보자. 오늘날 웹 기반의 시스템 개발 프로젝트에는 사용자(user), 기획자, 개발자, 디자이너와 같은 다양한 인력이 투입된다. 이런 프로젝트에는 여러가지 문제가 발생하기 쉬운데, 가장 커다란 이슈 중 하나는 커뮤니케이션 문제이다.

사용자와 개발자 간의 의사소통은 세 단계를 거쳐 일어난다. 먼저 사용자의 생각과 사고가 무엇인가로 표현되어야 하며, 다음에는 그 표현을 가운데 두고 사용자와 개발자가 의사전달과 해석을 수행하게 되며, 마지막으로 표현된 대상이 개발자의 사고와 이해라는 추상적 상태로 다시 변형되는 단계가 있다. 이 과정에서 의사소통이 정확히 이루어지게 하기 위하여 많은 노력이 이루어지고 있으나 성격과 전문 지식의 차이로 인해 본질적인 격차가 존재한다. 특히 사용자들이 무엇이 필요한가를 스스로 알지 못하고 있거나 그 답이 그들의 마음 속에 있지 않은 경우에는 배가 산 중턱에 오른 다음에야 목적지가 아님을 아는 것과 같은 결과를 초래한다.

5.3 커뮤니케이션과 휴먼네트워크역량

커뮤니케이션 역량의 핵심은 상대방에 대한 배려와 인정이다. 따라서 잘 들어주는 것, 즉 경청하는 것은 커뮤니케이션 스킬의 첫째가는 노하우라 할 수 있다. 흔히 귀가 두 개이고 입이 하나뿐인 이유에 빗대어 경청의 중요성을 이야기한다. 요즈음처럼 협업이 필요하고 소셜미디어를 통해 대인관계를 넓히는 것이 중요한 시대에는 여느 때보다 상대방에 대한 배려와 인정을 몸에 배게 해야 한다.

휴먼 네트워크 역량을 효율적으로 관리하기 위해서는 자신과 관련이 있는 집단별 신뢰관계를 고려하여 상호 협력적인 사람들을 분류하고 그 신뢰관계와 협력 가능성 정도를 바탕으로 관계도를 구성하는 것이 좋다. 오늘날 불특정 다수와의 협업과 집단지성이 확산되면서 소셜미디어를 통한 새로운 형태의 휴먼 네트워크가 부상하고 있다. 따라서 자신의 휴먼 네트워크는 핵심 집단을 정점으로 점차 확대되면서 다양한 형태의 네트워크가 부가되도록 노력할 필요가 있다. 어떠한 경우이든 사회는 사람으로 구성되어 있고 그들은 서로의 도움을 필요로 한다. 그리고 내가 다른 사람들에게 신뢰받을 수 있는 사람으로 인식될 때 협업의 대상으로 고려된다는 점을 명심해야 한다. 스티븐 코비가 제시한 6가지 신뢰구축 비법은 휴먼 네트워킹 역량 확보의 핵심임을 인식할 필요가 있다.

<표 1> 휴먼네트워크 역량의 6대 원칙

1. 상대방에 대한 이해심을 키워라
2. 사소한 일에도 관심을 기울여라
3. 약속을 철저히 이행하라
4. 역할과 목표에 대한 기대를 명확히 하라
5. 언행을 일치시켜라
6. 실수와 잘못은 진지하게 사과하라

(자료출처 : 노규성[2], 직장인 변하지 않으면 죽는다, pp. 158~159, 한언, 2000)

6. 스마트워커의 디지털역량

스마트워커의 디지털역량은 5가지의 기본조건과 2가지의 활용스킬로 나뉘어 진다.

6.1 최적의 사이트 활용 역량

디지털역량의 기본조건 중 첫째는 스마트한 정보검색을 위한 최적의 사이트 활용 역량이다. 기존에 네이버 포털을 통한 정보검색을 많이 하지만, 네이버, 다음 등 포털 검색사이트와 구글의 차이점은 기존의 포털은 화면에 수많은 정보가 뜨기 때문에 다른 기사, 자극적 문구 등을 보다 보면 다른 자극적인 정보에 노출되어 정보검색을 하기 위한 목적에 맞지 않게 다른 시간을 소비되는데, 구글은 검색기능에 중점을 두어 설계되었기 때문에, 필요하지 않은 기사에 노출되어 낭비되는 시간을 줄이기고, 더 좋은 정보를 찾는데 시간을 할애 할 수 있다.

더불어 구글은 기본적인 검색 기능외에도 'filetype' 검색을 이용하면 계약서나 문장의 샘플서식을 지정한 파일형식으로 검색할 수 있다. 또 'Google 계산기'는 검색창을 이용해 바로 계산결과를 얻을 수 있는 편리함이 있다. 여기에 '위키피디아검색'과 '번역', '단위변환', '통화변환' 같은 편리한 기능이 있다.

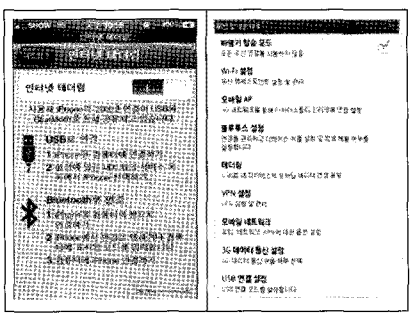
6.2 최적의 브라우즈 활용 역량

둘째, 웹도구를 지원하는 최적의 브라우저 활용역량이다. 우리나라에서 인터넷 브라우저는 인터넷 익스플로러의 시장 점유율이 절대적으로 높다. 하지만 인터넷 브라우저는 인터넷 익스플로러 외에도 구글의 크롬(Chorme), 사파리(Safari), 파이어 폭스(FireFox) 등 다양한 브라우저가 많이 나오고 있다. 이렇게 다양한 브라우저 마다 기능이 다르고, 속도가 개선되고 있어서 점점 다른 브라우저가 시장 점유율이 높아지고 있다.

2010년 미국 Star Counter 조사기관의 통계에 따르면 인터넷 익스플로러는 작년 9월보다 약 17%하락하였고, 크롬의 시장점유율은 약 8% 상승하였다고 한다. 구글 크롬의 경우 속도가 많이 향상 되어지고 있고, 구글 사이트와 연계되어 효율적인 업무가 가능하여 점점 비즈니스맨들의 이용률이 높아지고 있다. 이러한 것 들은 스마트워커가 되기 위해 필요한 환경적인 요건이며, 스마트워커 스스로 자기에게 맞는 최적의 조건을 찾아보는 것이 필요하다.

6.3 스마트 기기 활용 역량

셋째, 스마트워커가 되기 위한 스마트폰과 태블릿PC활용 역량이 필요하다. 스마트폰과 태블릿PC를 활용하여 스마트워커가 될 수 있는 이유는 기존의 휴대형 기기인 노트북, 넷북 등과 달리 스마트폰과 태블릿PC는 모바일 기기로서 언제어디서나 실시간 네트워크에 접속하여 활용이 가능하다는 것이다. 이렇게 언제 어디서나 네트워크 접속이 가능해 짐에 따라 원격지에서 집이나 회사의 PC화면을 직접 열어볼 수 있다. 한때 미래상이었던 '유비쿼터스 네트워크'가 어느새 우리 생활이 되어버린 것인데, 가장 간편하게 이를 향유하는 길은 스마트폰으로부터 무선 네트워크(3G, Wi-fi)에 연결하는 것이다.

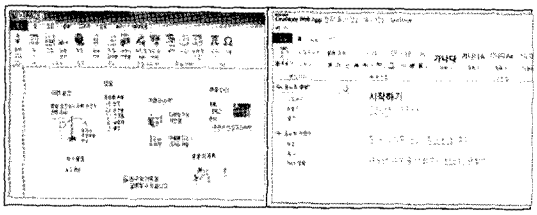


[그림 5] 스마트폰을 활용한 테더링

스마트폰을 네트워크가 안되는 노트북에 연결하여 스마트폰의 3G를 통해 인터넷에 연결하여 노트북으로 네트워크 작업을 할 수도 있다. 이러한 서비스를 '테더링(Tethering)'이라 한다. 따라서, 태블릿PC나 스마트폰 등의 모바일 기기를 사용하는 사람과 기존의 기기를 고집하는 사람들은 업무처리 속도와 정보를 실시간으로 관리하는 데에는 차이가 날 수 밖에 없다. 신속하고 빠른 비즈니스를 하기 위해서는 스마트폰과 태블릿 PC를 적극적으로 활용할 필요가 있다.

6.4 SNS 활용 역량

넷째, 다양한 SNS의 활용역량이다. 최근 다양한 SNS상품[1]이 있는데, 트위터, 페이스북, 미투데이와 그 외에 블로그와 카페, 사진과 동영상을 공유하는 유튜브 등 다양한 공유를 할 수 있는 사이트 들이 있다. 스마트 워커의 역량을 극대화 하기 위해서는 이러한 SNS를 잘 활용할 필요가 있다. 왜 스마트워커가 되기 위해 SNS가 중요하냐 하면 모바일 기기를 활용해 신속한 업무처리를 하는게 중요하듯이, 정보검색 시, 낭비되는 시간도 최소화가 필요한데, 인터넷을 통한 정보 검색은 정보의 한계가 있다. 인터넷을 통한 정보의 수집은 대부분 오픈되어 있는 자료이기 때문에 다른 사람들도 이미 그 정보를 나보다 먼저 수집하여 활용하고 있을 수 있다.



[그림 6] 원노트화면 (클라이언트(좌), 웹(우))

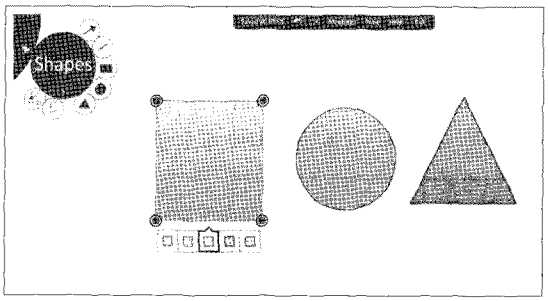
6.5 클라우드 컴퓨팅 활용 역량

마지막으로, 클라우트컴퓨팅 서비스의 활용역량이 필요하다. 클라우드 서비스와 웹하드가 다른점은 다양한 스마트 단말 및 애플리케이션으로 클라우드에서 직접 정보를 입출력할 수 있을 뿐만 아니라, 쌍방에 똑같은 정보가 있을 수 있도록 동기화를 제공한다는 점에 있다. 오피스 프로그램으로 로컬 시스템에 저장하듯이 직접 클라우드 드라이브에 파일을 저장 할 수 있는 것이다.

클라우드 서비스를 활용하여 내가 작업하고 있는 곳에 동료와 친구를 초대하면 함께 협업을 할 수 있다. 그렇다면 마이크로소프트의 원노트[2]를 활용하여 협업하는 방법을 알아보자. 원노트를 활용하면 여러명이 하나의 원노트에 동시에 써내려갈 수도 있다. 비슷한 클라우드인 구글문서도구 등에서도 가능하지만, 원노트는 웹은 물론 클라이언트 프로그램으로도 가능하다[7].

한편, 스마트워커의 디지털역량을 위한 핵심스킬로 유연한 스마트디바이스 기반의 활용역량을 들 수 있는데, 예를 들어, 구글은 클라우드 기반으로 업무용 소프트웨어를 제공(SaaS : Software as a Service)하고 있다. 메일 뿐만아니라, 메신저(구글톡), 웹페이지를 쉽게 구축해 줄 수 있는 Site, 구글앱스 사용자가 알아서 개인화 할 수 있는 iGoogle, 일정관리(구글캘린더), 강력한 협업의 문서도구 등이 있다.

한편, 애플은 WWDC에서 iCloud를 발표하였는데 PC를 통하지 않는 동기화, 앱, 주소록, 메일 등 데이터 저장을 위한 유연한 환경을 제공할 예정이다.



[그림 7] 웹 프레젠테이션 예시(Prezi)

이밖에도 마인드맵이나 웹프리젠테이션과 같은 무료 웹도구를 통한 스마트워크 스킬과 스마트폰을 이용한 실시간 정보검색 및 SNS관리, 음성 및 문서의 디지털화 등은 매우 필수적인 스마트워커의 스킬이라고 할 수 있다[5].

7. 결 론

스마트워크는 개인의 창의력을 배가시켜 조직의 시너지를 제고하고, 조직의 창조성으로 승화시켜나가자는 취지에서 나온 것이다. 개인 차원에서는 창의력

1) 정보공유, 인맥관리를 오프라인이 아니라 온라인에서도 해결이 가능하고 그걸 다양하게 해주는게 SNS 상품임

2) 클라우드 위에 나만의 노트를 만들어 망라적인 캡쳐를 수행하기에 가장 적합한 도구. 프로그램의 완성도가 높고, 윈도우 및 기타오피스 제품과 결합하기 쉽다는 장점이 있다. 또한 동시에 여러명이 편집할 수 있는 등 협업 기능이 탁월하다.(출처:스마트워크, 김국현[1])

을 강조하는 것으로 충분하지만, 조직 전체의 창조성을 이끌어내기 위해서는 시스템과 구체적인 추진방법론, 그리고 다양한 차원의 커뮤니케이션 활성화를 위한 노력이 필요하다. 개인의 창의성을 조직의 성과(창의성과 생산성)로 연결시키기 위하여 창의혁신 역량, 소셜역량, 디지털역량이 필수적임을 밝혔다.

그동안 창조경영에 대한 이야기와 더불어 개인의 창의성이 많이 강조되어 왔으나 조직 차원에서의 새로운 접근, 즉 생산성이라는 조직성과와의 연결이 필요하다. 우리는 이것을 '창의혁신역량'이라고 앞서 정의했었다.

그러나 현실적으로는 '창의성과 생산성의 역설(creativity-productivity paradox)'과 같이 개인의 창의성이 조직성과로 연결되지 못하는 상호모순 또한 존재하고 있는 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고 21세기 창조적인 기업으로 거듭나기 위해서는, 또한 지속적인 성장을 계속해나가려는 기업이라면 창의성과 조직성과 모두를 확보해야 한다. 스마트워크를 독창적인 재화나 서비스를 창출하여 조직의 부가가치를 높이기 위한 21세기 새로운 경영방법론이라고 하는 것은 창의적으로 머리를 써서 개인과 조직 모두의 생산성을 올릴 수 있기 때문이다.

이와같은 스마트워커의 3가지 필요역량를 강화하고 관련된 스마트 기반을 마련하는 것이 스마트워크를 정착시키는데 매우 중요한 역할을 하게 될 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

[1] 김국현(2011), 『낭만 IT 김국현의 제안 : 스마트워크』, 한빛 미디어

[2] 노규성(2000), 직장인 변하지 않으면 죽는다, 한언.

[3] 노규성(2010), 원가가 새는 곳에 사이렌을 울려라, 한국경제신문.

[4] 노규성.조남재(2011), 경영정보시스템 - 전략적 비전 실현을 위한 경영정보 활용법, 사이텍미디어.

[5] 노규성 외(2011), 스마트워크2.0, 커뮤니케이션북스.

[6] 머니투데이, 삼성경제연구소(2011. 4.) 『워크스마트 실천전략 연구』, 삼성경제연구소.

[7] 오카다 미쓰히로(2011), 『클라우드 시대의 업무달인 스마트워크』, 새로운 제안.

[8] 윤석철 (2005), 『경영,경제,인생』, 위즈덤 하우스.

[9] 이재규 (2008). 『역사에서 경영을 만나다』. 도서출판 사과나무.

[10] 이종배(2009), 재계 'work smart' 열풍 거세다." 『서울경제』.

[11] 정영교 외 4인(2010), 『스마트워크를 위한 마인드 프로세싱 : 씽크와이즈』, 북마크.

[12] 정준양(2009), "짧고 쉽고 명확하게 스마트 하게 일하라". 『한국일보』.

[13] 찰스 드리버터 저, 이순희 역(2009), 집단지성이란 무엇인가?, 21세기북스.

[14] 최현아(2010), "집단지성과 개인역량: 집단지성과 함께 지속적인 혁신을", 동아비지니스리뷰, 통권 제50호, 제3권, 제3호, pp. 64-70.

[15] 피터스, T. (2005). 『미래를 경영하라』 (정성묵 역). 21세기 북스.

[16] 해멀, G. & 브린, B. (2009), 『경영의 미래』 (권영설, 신희철, 김종식 역). 세종서적.

[17] Coates, J.(1997). Long term technological trends and their implications for management. International Journal of Technology Management, 17, pp. 579-595.

[18] Gillson, L. L. et al. (2005). Creativity and Standardization : Complementary of Conflicting Drivers of Team Effectiveness? Academy of Management Journal, 48(3), pp. 521-531.

[19] Kachelmeier et al. (2008). Predicting Relative Performance in Economic Competition. Journal of Behavioral Finance Vol. 9 No. 4 187p ~ 192p

[20] Mintzberg.(2007). Tracking strategies : toward a general theory. Oxford University Press.

[21] Shalley, C. E. (1995). Effects of Coaction, Expected Evaluation, and Goal Setting on Creativity and Productivity. Academy of Management Journal, 38(2), pp. 483-503.

[22] Zarraga, C. & Garcia-Falcon, J. M (2003). Factors Favoring Knowledge Management in work Teams. Journal of knowledge Management, 7(2), pp. 81-96.

노 규 성

1984년 한국외대 경영학과 (경영학사)
1995년 한국외대 대학원 경영정보학과 (경영정보학 박사)
1997~현재 선문대학교 경영학부 교수
2004~2006 Honorary Research Associate in Business Management School, Univ. of Wales Swansea
2004~현재 한국디지털정책학회 회장
2008~현재 한국소프트웨어기술인협회 회장
2010~현재 스마트융합학술전국연합 의장
관심분야: 디지털정책, 스마트융합&스마트러닝, EC & e-Business, 스마트경영혁신
E-mail: ksnoh@sunmoon.ac.kr

변 종 봉

1991년 서울대 조경학과 (농학사)
1995년 서울대 환경대학원 환경조경학과 (조경학석사)
2006 서울대 대학원 협동과정조경학박사과정(공학박사-지리정보공학)
1996~1998 대한주택공사 주택연구소 연구원
1999~2000 주택관리공단 기술과장
2001~현재 한국생산성본부 책임전문위원
2010~현재 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 외래강사
관심분야: 디지털정책, GIS, 스마트경영혁신 u-서비스 성과측정 및 분석
E-mail: jbbyun2011@naver.com

김 귀 곤

1992년 한국외국어대학교 경영학과(경영학사)
2008년 한국외국어대학교 대학원(경영학박사)
2004~2010 서정대학 경영정보과 조교수
2010~2011 현재 금오공대 경영학과 교수
2008~2011 현재 특허청/발명진흥회 브랜드 자문 및 운영위원
관심분야: 상표권, 전자상거래, 유통, 마케팅 컨설팅 등
E-mail: metheuskim@paran.com