

경쟁정보에 관한 정보학적 접근

Competitive Intelligence Research in Information Science

안인자, 동원대학 / 최상기, 전북대학교

Ahn Inja, Tongwon College / Choi Sangki Chunbuk University

경쟁정보는 정보학과 지식경영의 구조(frameworks)에, CIA 등 군사정보 기관과 경영학에서 사용하는 정보분석방법과, IT의 정보처리기술을 분석도구로 활용한다. 경쟁정보의 업무내용을 정보사이클로서 제시하고, 사이클 내에서 문헌정보학 분야가 담당하여할 분야를 제시하였다. 문헌정보학과에서의 경쟁정보에 관한 교육프로그램과 연구내용을 통하여 학제 연구의 가능성을 살펴보았다.

1. 서론

시대별 정보개념 면에서 볼 때 정보와 기술이 지배하는 정보사회와 지식사회로의 전환을 예견하던 1960년대는 정보론에 대한 문명론적 접근이었다고 볼 수 있다. 그 후 1980년대에 와서는 정보론이 경영전략론의 주요 주제로 각광을 받게 되면서 정보론의 주된 담당자가 학계에서 산업계로 대체되는 경향을 보이고, 정보의 상품화, 정보의 경영자원화 등의 개념이 일반화되기 시작하였다.¹⁾

이 시기 경영학 전공자들이 기업의 경영전략을 담당하게 됨에 따라 경영학적 분석방법이 유행하게 되었고, 반면 조직에 소속된 기업체의 정보센터나 전문도서관의 사서나 정보전문가는 외부로부터의 정보 요구에 수동적으로 대응하는 정적인 형태의 서비스 차원에 머물러 있었다.

1990년대 냉전이 종식되고 세계화, 국제화된 다국적 기업의 출현과 함께 세계는 과대 경쟁의 도가니 속으로 들어갔다. 새롭게 등장하는

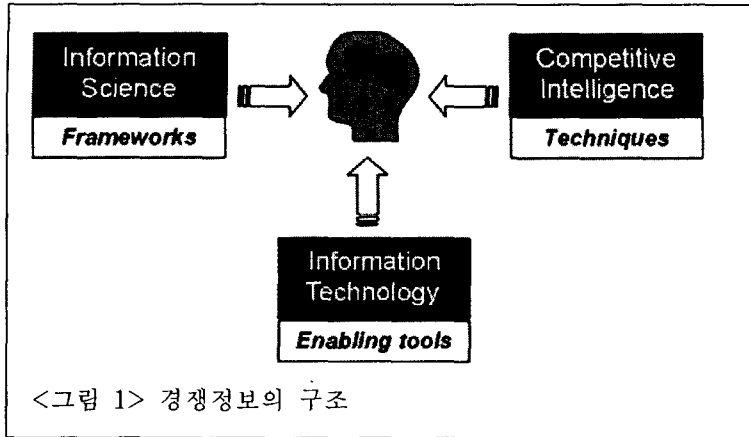
경제 대국과 다국적 기업이 세계시장을 상대로 확대된 거대투자가 진행되는 환경 속에서 기업이 생존하기 위한 전략으로서 경쟁기업과 경쟁 환경에 대한 체계적인 연구가 필요하게 되었다. 그 분야는 산업, 재무, 신용, 외환, 나아가 정부까지도 예외는 아니다.

또한 정보의 홍수 속에서 핵심정보를 놓치지 않고, 양질의 정보를 선택하기 위하여 경영자 개인의 독서로는 해결할 수 없는 한계에 이른 것이다.

이러한 정보시대의 문제를 극복하기 위하여 고안된 것이 경쟁정보(Competitive

Intelligence)이다. 경쟁정보는 <그림 1>과 같이 정보학과 지식경영의 구조(frameworks)에, CIA 등 군사정보기관과 경영학에서 사용하는 정보분석방법과, IT의 분석도구 등의 정보처리기술을 활용한다.²⁾

외국의 경우 이 분야의 연구는 실무를 담당하는 기관이나 사설 컨설팅기관에서 대부분 시행되고 있으며, 대학을 중심으로한 학술적인 연구는 경영학과와 문헌정보학과를 중심으로 최



<그림 1> 경쟁정보의 구조

근 10년 정도이다. 본 분야에 대한 연구가 경영학 분야에서만 이루어졌을 경우 대부분의 기업의 경영진이 재부분야 출신들이 많기 때문에 가장 중요한 자료의 수집과 분석에 소홀하여질 가능성이 있으므로 본 분야는 학제적으로 연구되어야 한다.

우리나라에서는 경영학과와 문헌정보학과 어디도 체계적인 연구가 시작된 곳이 없으며, 일부의 대기업에서 실무에 필요한 프로그램을 진행하고 있는 정도이다.

따라서 본 연구에서는 정보학의 교육의 연장으로서의 경쟁정보에 관한 연구방향과 후속연구과제를 문헌자료와 인터넷 자료를 중심으로 검토하고자 한다. 결과 정보전문가의 능력개발을 위한 교육이 확대되어지고, 또한 전통적인 도서관의 기술도 새롭게 창조적인 응용을 통하여 확대되기를 기대한다.

2. 경쟁정보의 정의 및 업무내용

경쟁정보(Competitive Intelligence)는 자기 기업의 목표를 실현하기 위해 일반적인 산업 동향이나 경쟁사의 움직임에 대한 정보를 윤리적이고 도덕적인 범위 내에서 수집하고, 분석, 배포하는 일련의 체계적인 과정이다. 즉 경쟁기업의 움직임을 단순히 감시하는 것 이상의 정

책을 수립하고, 미래를 예견하여 경영자의 의사결정을 지원하기 위한 프로그램이다. 경쟁정보 외에 경쟁력분석, 경쟁사분석, 경쟁자정보, 경쟁기업관리, 혹은 경쟁우위 기업전략 등으로 해석되기도 한다.

Intelligence의 의미는 지능, 정보, 첩보 등의 의미로 쓰이며, 정보의 의미로 쓰이는 Information, Knowledge 등과도 차이를 두고 있다.

| | |
|--------------|---|
| Information | 선정되고, 조직화되고, 분석된 데이터 |
| Knowledge | 이용자의 능력과 경험이 결합되어 문제를 해결하거나 새로운 지식을 창조하는데 사용되는 정보 |
| Intelligence | 의사결정을 목적으로 분석하고 가공하여 행동의 근거로 쓰이는 분석정보 |

역사적으로 비밀의 첩보정보 혹은 산업스파이로 연상되어지는 intelligence가 평화시대의 전략 모델로 성립되기 시작한 것은 1942년 미국의 전략정보국(Office of Strategic Services)의 국장이었던 도노반(Donovan)의 역할이 컸다.3) 그는 미국의 몇 안 되는 전략전문가와 학자를 연합하여 정보분석분야를 개척하였다. 그는 정부 각 부처와 일반 공개 정보에서 데이터를 수집하고, 분석하여 엄청난 양의 정보원

을 만들고, 정부내의 정보공유를 가능하게 하였으며, 비밀의 정보활동을 양지로 이끌어 내었다.

그러나 경쟁정보에 대한 관심과 필요가 활발히 논의되기 시작한 시기는 1990년대 후반이라 할 수 있다. 이 시기는 전 세계의 냉전이후 소련이 붕괴되고, 국가 간의 이념적 대립이 사라지면서, 정부정보기관의 축소로 많은 정보담당 인력이 기업세계로 진출하였다. 이들은 전직에서 적국의 정보를 탐지하고 분석하던 군사 및 정부정보기관의 방법론과 기술을 이용하여 기업의 경쟁력을 상승시키는데 활용하고, 체계화하는 단계에 이르렀다.

경쟁정보의 업무내용은 주로 전반적인 사업동향, 소비자요구, 경쟁사의 활동을 다루는 것으로 요약할 수 있으며, 기업의 관심 우선 순위에 따라 경쟁기업, 정치적 법률이나 규제 문제, 사업에 영향을 미치는 기술, 새로운 시장의 개발 등 다양하게 전개될 수 있다.

결과 기대되는 효과는 1.시장의 변화를 예측한다. 2.경쟁사의 전략을 예측한다. 3.새로운 경쟁자 혹은 잠재적인 경쟁자를 발견한다. 4.경쟁자의 치명적 단점을 찾아낸다. 5.인수 합병대상을 넓히고, 값어치를 증대시킨다. 6.사업을 좌우할 신기술, 신제품, 신생산 공정을 알려준다. 7. 사업을 좌우할 정치, 법률, 규제제도의 변화를 알려준다. 8. 새로운 사업에 들어갈 수 있다.

3. 경쟁정보 사이클

경쟁정보 체제의 기본은 경쟁정보사이클이다(Competitive Intelligence Cycle). 이 단계는 4 단계로 구분할 수 있는데, 이 과정에서 단순한 정보가 분석정보로 바뀌는 것이다.

첫째, 계획과 방향 설정과정으로, 필요로 하는 분석정보가 무엇인가를 결정하는 단계이다.

둘째, 정보수집과정으로 단순정보를 모으는

과정이다. 정기간행물, 연차보고서, 방송, 연설 등 공개된 1차 정보와 2차 정보를 대상으로 수집할 때 필요한 정보의 80%를 수집하는 것이 가능하며, 비밀스럽게 얻는 정보 비용의 20%로 얻어진다.⁴⁾

셋째, 분석단계로서 논리와 사실정보에 기초하여 정보에 가중치를 부여하고, 패턴을 찾아내고, 가능한 시나리오를 제시하는 과정이다. 이 단계는 상당한 기술과 인내를 필요로 하며, 타고난 능력이 필요한 단계이다.

넷째, 정보 소비자에게 전달하는 단계로서 주 이용자는 최고 경영자층이다. 이 단계에서 선택 가능한 전략행동을 제시하여야 하며, 반대 의견에 대립하여 논리적으로 본인의 의견을 옹호하여야 한다.

4 단계의 구조는 하나의 과정이며, 각 단계의 내용은 회사 전체로 확산시켜 모든 사람이 그 시스템을 향상시키는데 참여하여야 한다.

경쟁정보사이클은 사서의 기술과 능력을 최고의 부가가치로 확대했다고 볼 수 있다. 1단계는 기본적인 틀에서 이용자 분석 혹은 참고서비스를 위한 기초조사와 비슷하다. 여기에 최고경영자의 핵심성공요인(Central Success Factor)을 파악하는 심리화학적 접근이 첨가된 모습이다. 특히 2 단계에서는 참고정보원에 관한 문헌정보학적 지식이 필요하다.

3단계과정에 많은 IT 분야의 정보분석 방법이 활용되고 있으며, 그 예로는 데이터마이닝 기법, 데이터웨어하우스 등이 사용한다.

4단계는 지식경영과 연계되는 부분이다.

4. 지식경영과의 관계

정의 면에서 볼 때 지식경영(Knowledge Management)은 기업의 목표를 달성하기 위하여 하나의 조직 내에서 이루어지는 지식의 명시적 통제와 관리로서 기업의 지식관련 효율성을 최대화하는 것이다. 경쟁정보(Competitive

Intelligence)는 기업의 목표를 실천하기 위하여 경쟁적 환경, 경쟁기업의 기업적인 능력, 약점, 의도를 법적이고, 윤리적인 테두리 내에서 관리하는 하는 것으로 CI의 목표가 좀더 분명하고, 협의의 목표를 가짐을 알 수 있다.

연구 시기적으로 볼 때 지식경영이 정보시대 이후인 반면 CI는 KM 보다 훨씬 앞서 있다.

관점 면에서 볼 때 KM이 내부/외부 관련자료, 과거, 현재 미래에 관한 모든 자료를 수집하고, 관리하는 것인 반면 CI는 하나의 사건에 관한 정보를 기업의 내부에서 얻었다라도 관점은 경쟁업체의 활동 계속감시, 경고 등 외부로 향한 것이다.

국가적 연구 정도로 볼 때 CI가 발달된 나라는 국가의 정치와 경제가 불안정한 상태이거나 자원이 부족하여 수출 지향적인 국가, 즉 스웨덴, 네덜란드, 스위스, 독일, 일본 등으로 CI를 이용하여 수출을 발달시킬 기반으로 삼는다. 반면 나라의 경제가 자급자족되거나 스스로 최상의 국가로 생각하는 미국, 영국, 호주 등은 CI에 초보적이다.

기술 및 도구 면에서 KM은 이론 전개가 우선되고 있다. 반면 CI는 실제 현장에서 사건해결을 위한 도구로서 시작되었기 때문에 많은 도구 및 기술이 축적되어 있다. 특히 CI는 핵심성공요소를 파악하고 중요자료를 질문화하는 등 커뮤니케이션이 중요한 도구로 제시되고 있다.

CI는 KM의 하부구조로서 KM 전략의 일부로서 다루어져야 하며, KM과 함께 명확한 정보를 수집하고, 효과적으로 공유하여야 한다. CI가 KM 전략의 20%에 해당하는 것이 이상적이다.⁵⁾ 따라서 지식경영을 가장 효과 있는 형태로 가공한 것이 경쟁정보라고 할 수 있다.

그러나 현재의 KM이 개념적으로 외부의 정보를 포함하도록 확대되어 갈 때⁶⁾ 지식경영에 경쟁정보가 포함될 수 있다. 또한 최고경영층이 지식경영을 지원하여 자금, 인력이 있는

경우 궁극적으로는 CI 및 사서/정보전문가들도 KM에 합류하게 될 것이다.

현재 KM이 활발한 연구과정에 있고, 합리적인 시스템으로 구체화되고 있는 시점에서 다음 관점에서 경쟁정보는 특별하게 관리되고, 연구되어야 한다. 첫째, 경쟁정보의 사이클이 사내의 다른 정보 관리에 비하여 상대적으로 짧기 때문이다. 더구나 경쟁정보는 특성 면에서 소급적 자료라기보다는 미래 예측적 성향이 크다. 둘째로는 최고경영자가 지식자산을 이용할 시간도 없고, 의사도 없기 때문에 실제 활용할 수 있는 형태의 정보로 가공하여 부가 가치를 첨가하여야 하기 때문이다.

5. 대학의 경쟁정보 교육

미국 내 문헌정보학과에서 교과과정으로 경쟁정보를 교육하는 대학은 Simmons College의 Graduate School of Library and Information Science와 Drexel University의 College of Information Science and Technology이다. Simmons에서는 올해부터 석사 및 석사 후과정(post-master)으로 CI자격증을 부여하고, Drexel에서는 학부, 석·박사과정을 통하여 CI 과정을 개설하고 있다.

이 과정은 3 단계의 기본 구성을 가지고 있는데 대학원과정의 교육내용은 다음과 같다.⁷⁾ 1단계는 전통적 기업정보서비스 교육과정이며, 2단계는 경쟁 환경 속에서 인터넷, 인트라넷, 엑스트라넷을 이용한 전략적 계획이다. 데이터 웨어 하우스와 데이터마이닝 도구 및 기법이 포함된다. 3단계는 위의 두 단계를 통합하며, CI 관련 도구 및 기술을 포함한다. 즉 이 과정 학제적 교육프로그램의 실례라고 볼 수 있다. 각 단계의 교육 내용은 다음과 같다.

1단계 -- 산업정보도구 (Business Information Tools)

- 일반 기업 연구를 위한 용어 및 개념을 주지

한다.

- 회사, 산업, 시장연구에 관한 주요 정보원을 구분하고, 이용한다.
- 여러 가지 매체의 비슷한 정보 중에서 가장 우수한 정보원을 찾아낸다.
- 검색을 위한 질문을 분석한다.
- 질문에 적합한 방법과 정보원을 선택한다.
- 경제 혹은 인구동향 데이터의 올바른 사용과 오용 및 중요성을 주지한다.
- 특정 산업 분야 연구를 분석하여 단계별로 지원하기 위한 핵심 정보원을 찾아낸다. (인쇄물 및 전자정보원 포함)

2 단계- 기업 내의 정보서비스 (Knowledge Management)

- 기관의 구조와 사내의 정보사이클을 이해한다.
- 기관의 전략적 기획과 경영을 위한 정보요구를 안다.
- 정보사이클과 정보처리 측면에서 기관을 분석한다.
- 기관의 당면한 문제 해결을 위한 정보서비스를 방법을 개발한다.

3 단계 - CI 단계

앞의 1,2 단계를 통하여 2차 자료의 능숙한 사용, 주요 산업 주제에 관한 지식의 습득, 정보요구 분석, 기관의 정보서비스의 이해가 갖추어진 상태에 다음을 교육하는 것이다. 기업 합병, 합병기술, 세계적 경쟁의 상황에서 사례 연구를 하는 것으로 실습 대상이 되는 기업들은 의학, 약학, 전자상거래, 기술교환, 스마트 카드시스템 등이다. 관련 특히, 재무, 상품, 시장에 관한 정보를 파악, 추출, 분리, 분석하는 과정이 포함된다. 나아가 CI 윤리, 역보안(Counterintelligence)의 문제를 다루게 된다.

CI 프로그램은 심리학, 컴퓨터공학, 수학, 작문(composition)과목을 선행하여 기술과 인문과학적 바탕이 마련된 상태의 교육이다.

6. 학술적 연구내용

문헌정보학 관련 문헌의 종합색인인 Library Literature를 검색하여 모두 54개의 CI 관련 문헌을 검색하였다. 이들 중 본문 획득이 가능한 21개의 논문을 대상으로 정보학출신자의 연구 내용 및 제안을 통하여 정보학적 업무 및 연구 내용을 살펴보았다.

자료는 정기간행물 *FID (International Federation for Information and Documentation)* 의 1999, vol.1 no.4/5 권의 논문 10편과 *Information Outlook* 2000. v.4, no.2의 자료 6편 및 *Information Today* 의 v.16의 3편 외에 본 논문 참고문헌의 자료 6, 7 등 21편이다. 그에 대한 연구주제는 다음과 같다.(서지사항은 지면 관계로 생략)

- 문헌정보학과의 교육적 연계 -- 3편
- 자료실 업무로서의 CI -- 2편
- CI 전문가로의 업무이전을 위한 연구-- 2편
- 정보 요구분석의 자동화를 위한 소프트웨어의 소개와 커뮤니케이션 기법을 강조 -- 2편
- 정보분석대상 자료로서 기업프로 파일과 기업 명감을 활용하는 방법-1편
- 분석방법으로는 기존의 서지통계학과 인용분석의 통계적 기능을 이용하여 부가가치를 첨가하며, 특히 온라인 자료가 대상이 되었을 때 Telematics, Webmatrics의 분야를 제시하고 있다. 분석대상으로 서지DB를 추천하며 주제분야로는 의학, 정부정보, 기업정보, 화학 등 첨예한 분야의 연구, 통신, 생명공학, 광섬유, 의학, 화학, 컴퓨터 등 첨단과학 기술분야가 주 대상 분야이다. -- 2편
- 인터뷰기법의 강조, 즉 커뮤니케이션을 통한 정보검색의 부가가치를 높인다. -- 1편
- 정보분석도구로서 데이터 마이닝기법, 인텔리전트 이에전트를 연구--2편
- 시나리오를 전략적 도구로 활용할 방법론에 관한 연구 --1편

- 정보사이클 수립에 관한 연구-1편
- 기업내의 CI 체제 설치-1편
- CI 대상 온라인 검색-2편
- SCIP(Society of Competitive Intelligence Professional)의 활동 --1편

이상에서 볼 때 기존의 정보학 교육내용에 부가가치를 첨가하기 위한 기법이 연구되고 있다.

7. 결론

의사결정권자에게 정확하고 적합한 자료를 알맞은 시간(right time)에 제공하기 위하여 개발된 경쟁정보프로그램은 기업정보서비스 업무에 부가가치를 부여하는 과정이라고 할 수 있다.

이는 기존의 정보사이클과 틀을 같고 나아가 확대된 정보학의 구조에 정보기술을 접목시킴으로서 다양하고 변화하는 소비자를 겨냥한 것이다. 그러나 CI의 영역에는 기존의 문헌정보학에서 교육하지 않던 중요 기술이 포함되어 있기 때문에 정보전문가의 영역에 대한 재해석과 관련 정보학 프로그램의 개발이 필요하다. 새로운 영역으로는 벤치마킹, 상품가격, 기술진망, 복합적 DB 개발, 데이터 마이닝기법 등이 있으며, 미래 경쟁상대를 경고해 주기 위한 CI 솔루션의 개발 등이 있다.

학제적 접근을 제안하면서, 실제 CI 도입을 시도한 드렉셀 대학의 CI 교과과정이 실례로서 참고가 가능하다. 또한 많은 문헌정보학 분야의 학자들이 CI 도입의 가능성과 연구분야를 제시하고, 특히 기존의 서지통계분야와 인용통계 등을 도입하여 부가가치를 첨가할 것을 제시하고 있다.

이러한 다양한 분야의 콘텐츠를 학제적으로 접근하는 모델을 살펴보면 사회의 중요한 이슈가 되는 문제, 예를 들면 전자상거래 등의 분야도 정보 서비스적 입장에서 교육과정을 개발이 가능하며, 그 예는 현재 인디애나 대학의

문헌정보학과 강의계획서를 통하여도 알 수 있다.⁸⁾ 이것이 기술을 기반으로 한 전문직이 지속적으로 현실의 중대한 사회 문제와의 관련성을 유지하는 열쇠라고 보여진다.

참고문헌

- 1) 이진영(2000). 기업정보관리. 아세아출판사. p.38
- 2) <<http://www.worksys.com/knowledge.htm#intro>>
- 3) oss<<http://www.odci/cia/publications/oss/art004.htm>>
- 4) Kahaner, Larry (1998) *Competitive Intelligence : How to Gather, Analyze, and Use Information to Move Your Business to the Top.* simson & schuster p.281
- 5) Competitive Intelligence -- Illuminating the unknown helps firms avoid surprises while providing better organizational focus <http://www.destinationcrm.com/km/dcrm_km_article>
- 6) Oder, Norman. The competitive intelligence opportunity. *Library Journal* v. 126 no4 (Mar. 1 2001) p. 44
- 7) Shelfer, Katherine M.; Goodrum, Abby A.(Fall 2000) Competitive intelligence as an extension of library education. *Journal of Education for Library and Information Science* v. 41 no.4 p. 356-358
- 8)<http://www.slis.indiana.edu/hrosenba/www/L561/syll/syll6.html>