

「情報投資」가 經營성패의 관건



白仁鎬

매일경제신문사 데이터뱅크국장

필자

- ▲ 중앙대학교 법대졸
- ▲ 매일경제신문사 편집국장
- ▲ 평화통일정책 자문위원 (현)
- ▲ 매일경제신문사 데이터뱅크국장 (현)

오늘날의 시대를 지칭해 정보화시대라고 한다. 때로는 정보홍수시대, 또는 고도정보화시대라고 하기도 한다.

앨빈토플러는 이러한 시대의 흐름을 제3의 물결이라고 했다. 그리고 그는 이 제3의 물결에 적절히 대응하지 못한다면 미래사회에서 낙오자로 전락하고 말 것이라고 경고했다.

이러한 시대적 표현과 미래학자의 충고에서 우리는 정보화시대의 중요성을 재인식할 수 있다.

초를 다투는 수많은 정보 C&C(Computer & Communication)기술의 끊임없는 발전으로 점차 고도화되고 있는 정보 전달 수단 등 이 모든 물결을 우리가 얼마만큼 적절히 활용하느냐에 성패가 달려있다. 예컨대 수많은 정보중에서 유용한 정보를 남보다 얼마나 빨리 입수, 활용하느냐에 곧 성공여부가 달려있다.

요즈음 우리나라 企業人들도 「경영의 승패는 情報戰이 좌우한다.」는 말을 실감해 가고 있다. 특히尖端産業 경영인들은 정보의 중요성을 더욱 절실히 느끼고 있다.

尖端産業은 기술발전속도와 선진국들의 경영전략에 따라 시장성이 좌우된다. 이 산업은 또 선진국들의 기술 보호장벽이 높고 상품의 라이프사이클이 짧아 위험부담이 크다.

결국 첨단산업이 지니고 있는 이러한 위험부담을 극복, 경영을 성공으로 이끌려면 가장 중요한 것이 정보의 입수, 활용이다.

즉 尖端技術 경영기법의 조기 포착과 시장동향 기술발전속도, 그리고 경쟁사에 관한 정보의 신속한 입수, 파악이 중요하다.

국내 기업들이 만일 이러한 정보입수 활용체제를 갖추지 못한다면 우리는 선진국만 쫓아 가다 투자낭비를 초래, 실패하고 말 확률이 크다. 이는 비단 첨단산업뿐만 아니라 기존산업분야에서도 그 중요성을 배제할 수 없을 것이다.

최근처럼 환율변화가 심하고 시장경쟁체제가 복잡한 상

황에서는 기존산업에 있어서도 정보의 중요성이 한층 높
이 평가되어진다.

우리나라는 지금까지 정보의 중요성에 대한 인식이 낮
았던 것이 사실이다. 설비투자에만 주력했을 뿐 정보입수
투자는 빈곤현상을 나타냈고 정보유통체제 마저도 확립
되지 못한 상태였다.

유명운동선수를 해외에서 거액을 주고 초빙해 오기는
했지만 해외 유명 첨단경영인을 초빙해와 정보를 얻고 경
영을 배우려는데는 인색했다. 뿐만 아니라 데이터 뱅크와
같은 정보기관 이용에 대한 투자가 미약했다.

물론 이러한 가운데는 국내에 아직 정보유통체제가 확
립되어 있지 않고 특히 신상품등과 같은 기본적인 자료
가 데이터베이스화 돼 있지 않다는 여건상의 미비점에도
원인이 있었다. 그리고 산업자체가 고도화돼 있지 않아 정
보의 필요성이 크게 대두되지 않았던 점도 있다.

하지만 최근에는 그 상황이 달라지고 있다.

尖端産業化로의 산업구조 개편이 한층 가속화되고 있
고 해외의존형 산업구조가 심화되고 있다. 여기에서
기술의 발전속도가 더욱 빨라지고 있으며 동업중간의 경
쟁열기가 갈수록 높아지고 있다. 또 환율변동 및 보호
무역의 파고 등 국제시장 여건도 수시로 바뀌고 있다.

이러한 여건변화에서 정보의 중요성을 실감할 수 있다.
이제 우리나라도 정보가 경영성공의 절대적인 가치로 부
각될 만큼 산업이나 경제의 구조가 변화하였다. 바로「정
보전쟁」이라는 말이 그 중요성을 한층 느낄 수 있게 해
준다.

美國의 금융기관·곡물메이저·컴퓨터회사들은 말할 것
도 없이 日本의 종합상사 전자업체들은 거액의 투자를 감
수하면서까지 정보네트워크 구축에 열을 올리고 있다. 그
이유는 바로 정보전의 승리를 통해 경영을 성공으로 이
끌기 위해서이다.

정보통신기술이 고도화되면서 정보전의 파고는 더욱
높아지고 있다. C&C기술과 위성통신기술의 발전으로 V
AN(부가 가치통신망)과 같은 뉴미디어들이 등장하면
서 정보전달 수단은 초고속화시대로 가고 있다. 즉 地球

村을 순간 정보권역화 시키고 있는 것이다.

이러한 고속화의 열기속에 신속입수 활용에 초점을 맞
춘 정보전은 갈수록 치열해지고 있다.

우리나라도 최근 이러한 정보고속화의 물결을 타
고 있다. DNS(데이콤네트서비스)망이 구축되어 美國의
다이알로그, 日本의 日經텔레콤에 저장된 정보를 얹은 자
리에서 바로 입수해 활용할 수 있게 되었다. 또한 5대 국
가기간 전산망이 구축중에 있고, LAN(근거리 정보통신
망)VAN 등과 같은 네트워크사업도 진행중에 있다.

이와같이 정보를 제공, 서비스하는 기관도 늘고 국내정
보의 데이터베이스화도 점차 적극화 되고 있는 추세다. 정
보화의 물결은 이렇듯 우리나라에도 확산되고 있다.

정보의 입수 방법으로는 정보요원 활용, 국내의 데이터
뱅크의 이용, 외부 요원 활용, 정보매체의 활용, 국내외에
서 열리는 세미나 및 심포지엄 참석, 전시회 참관 등을 꼽
을 수 있다.

정보전에서 승자가 되기 위해서는 이같이 다기화되어
가는 정보입수 방법을 적절히 활용해 나가야 한다. 정보
의 생명이 신속성임을 감안해 빠른 이용방법을 찾는 것
도 중요하다.

정보를 가리켜 무형의 상품이라고 한다. 눈에 보이지
는 않지만 상품으로서의 충분한 가치가 있다는 의미가
담겨 있다.

실제로 국내 한 화장품회사의 경우 데이터뱅크 이용료
로 1년에 3천만원을 투자하면서 그 5배에 가까운 효과를
거두고 있다고 한다. 무형의 상품인 정보의 효용가치를
실감하고 있음을 엿볼 수 있다.

우리나라도 이제 정보에 대한 투자를 늘여야 할 때이다.
데이터베이스 확충을 통한 정보유통체제를 확립하고 아울
러 해외데이터뱅크도 적극 활용, 정보네트워크를 구축, 전
문가 초청을 통한 기법 활용 등에 대한 투자도 늘여 나
가야 할 때이다.

企業, 특히 尖端企業 경영의 승패는 곧 이러한 분야에
대한 투자와 각종 정보이용 수단의 활용여하에 달려 있
다는 점을 재인식해야 할 것이다. ■