

경쟁정보를 위한 정보원에 관한 연구

A Study on the Resources for Competitive Intelligence

이 란 주(Lan-Ju Lee)*

초 록

본 논문에서는 경쟁정보에 대한 문헌정보학적인 접근에 동기를 부여하고 이를 교육에 적극적으로 수용하는데 도움이 되고자 경쟁정보의 연구에 필요한 기초 정보원에 대한 소개와 함께 경쟁정보에 관련된 정보원의 현황을 살펴보고자 한다. 따라서 몇 가지 관련 이슈들인 1) 경쟁정보의 개념, 2) 경쟁정보 과정, 3) 경쟁정보를 위한 인터넷 사용, 4) 경쟁정보를 제공하는 정보원을 다루고자 한다. 다양한 도구를 사용하여 경쟁정보에 대한 탐색결과, 아직은 외국과 비교하여 경쟁정보에 관한 국내 정보원들은 많지 않았다. 부록을 통해서 경쟁정보에 관한 국내의 정보원을 포함한 정보길잡이를 제공한다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to give some motivation about competitive intelligence to Library an Information Science field in Korea. Several issues are introduced such as the concepts and process of competitive intelligence, and using Internet for competitive intelligence. In addition, the resources for competitive intelligence are provided with search strategy. Search results show that there are a few korean materials of competitive intelligence. At the end, the pathfinder of competitive intelligence is given, so that it will be useful for the people who are interested in this subject.

키워드: 경쟁정보, 경쟁사, 탐색전략, 마케팅 전략,
competitive intelligence, competitor, search strategy, marketing strategy

* 동덕여자대학교 정보학부 문헌정보전공 부교수(lanju@dongduk.ac.kr)
논문접수일자 2002년 5월 27일
게재확정일자 2002년 6월 10일

1. 서론

21세기는 정보사회이며 특히 지식기반사회를 지향하고 있기에 지식은 경쟁력의 핵심으로 작용하고 있다. 경쟁이 바로 현대 기업의 존재양식이 되어버린 무한 경쟁의 시대에서 그 어떤 기업도 무제한적인 자원을 확보할 수는 없다. 따라서 경쟁사와 시장에 대한 정보를 체계적으로 수집, 분석, 예측하며, 필요할 경우 대응 전략을 제공하는 것으로 경쟁환경에서의 경쟁력 분석을 통하여 기업의 경쟁력을 강화할 수 있는 방안을 제시하는 경쟁정보의 확보가 시급하다. 경쟁정보라는 개념은 정보관리의 체제를 모두 경쟁정보인 분석정보의 개념으로 전환해야 한다는 것이며 미국에서 1986년 SCIP(Society of Competitive Intelligence Professionals)라는 비영리 국제 단체를 구성하면서 활발하게 경쟁정보 분야에 대한 연구 및 개발을 시작하였다. 지식기반사회는 이러한 경쟁정보의 수집 및 구축 활동을 더욱 더 요구할 것이며, 효과적인 지식관리시스템의 구현만이 이러한 경쟁정보 활동을 뒷받침 할 수 있을 것으로 전망된다.

이러한 맥락에서 금년 한국비블리아 학회 춘계학술발표회에서는 지식기반사회에서 경쟁정보를 제공해야 하는 정보전문가에게 향후 운영방안에 도움을 주고자 [경쟁정보와 지식관리]라는 기획주제로 국내 문헌정보학계에서는 최초로 기획된 학술발표회를 개최하였다. 이 학술대회에서는 경쟁정보의 개념을 매우 광범위하게 정의하였으며 기획주제를 다시 크게 두 세부 주제인 [경쟁정보와 지식관리시스템 구축]과 [경쟁정보와 전문정보 활용]으로 나누어 전자에서는 경쟁정보를 위한 시스템구축에 관련된 주제를 중심

으로 발표하며, 후자에서는 경쟁정보원으로 중요한 특허와 법률 주제를 비롯하여 미술, 방송, 문화예술 등 여러 전문정보를 중심으로 발표하였다. 이 학술발표를 통해서 정보기술뿐만 아니라 정보 내용의 중요성을 인식하는 관련 연구자 및 실무자들 위해서 경쟁정보에 관련된 최신 지식 및 기술과 방법론을 제공하고자 하였다. 또한 문헌정보학의 교육의 연장으로서 경쟁정보에 관한 관심을 끌어내기를 기대하였다.

외국의 경우 대기업에서는 1980년대에 들어서 경쟁정보 기법을 사용하기 시작하였으며 전략적 계획을 위하여 좀 더 정확한 정보를 제공하고자 경쟁정보에 관심을 갖기 시작하였다. Futures Group survey에 의하면 수입이 100억 달러 이상의 미국 기업 중 82%가 조직화된 경쟁정보 시스템을 갖고 있다고 한다. 경영 혹은 경쟁정보를 사용하는 기업의 순위로, Microsoft, Motorola, IBM, Proctor & Gamble, General Electric, Hewlett-Packard, Coca-Cola, 그리고 Intel로 보고되고 있다. 우리나라의 경우 일부의 대기업에서 실무에 필요한 프로그램을 시행하거나 사설 컨설팅 기관에서 시행하고 있으나 미국의 경영대학원이나 문헌정보학대학원에서 제공하는 교육프로그램과 같은 체계적인 프로그램을 우리나라 대학에서는 아직 제공하지 못하고 있다.

우리나라의 문헌정보학분야에서는 지난해와 올해에 이어서 경쟁정보에 대한 기초개념과 경쟁정보교육의 필요성 및 교육과정에 대하여 제안한 2개의 학술연구가 안인자, 최상기(2001)와 김은경(2002)에 의해서 발표되었다. 전자에서는 경쟁정보에 관한 정보학적 접근이라는 연구로서 경쟁정보의 업무내용을 제시하고 미국 내

문헌정보대학에서 제공하는 CI(Competitive Intelligence) 교과과정과 54개의 CI 관련 문헌의 서지사항들을 기초로 문헌정보학 분야가 담당하여야 할 분야를 제시함으로써 문헌정보학과에서의 경쟁정보에 관한 교육프로그램과 연구내용을 통하여 학제연구의 가능성을 제시하였다. 후자에서는 문헌정보학과에서 배출한 기존의 정보전문가에 대한 새로운 비즈니스 모델로서의 경쟁정보전문가의 역할을 제시하면서 국내 정보전문가를 위한 경쟁정보 교육과정의 모듈을 제안하였다.

오늘날의 기업들은 전 세계의 기업들과 경쟁관계에 노출됨으로서 자체 기관뿐만 아니라 경쟁사에 대한 경쟁정보 수집은 필수가 되고 있다. 이러한 경쟁정보 수집을 인터넷을 사용하여 효과적으로 수집하는 방법에 대한 연구가 이루어졌다(김휘출 2002). 이 연구는 실증연구로서 검색엔진을 사용하여 선정한 두 기업을 위한 경쟁정보가 인터넷에서 어떠한 사이트에 분포되어 있고, 어떠한 형태와 내용의 정보가 산재해 있는지 그리고 정보의 최신성에 대하여 조사하였다. 이 연구에서는 검색엔진을 사용하여 인터넷상의 경쟁정보의 정보수집은 부정적으로 나타났으나 효과적인 검색엔진의 사용에 대한 지침을 간략하게 제시하였다.

우리나라의 문헌정보학분야에서는 경쟁정보와 밀접한 주제로 발표된 연구는 몇 편 되지 않으나, 경쟁정보 분야는 지금까지 문헌정보학 전공자들이 정보전문가로서 이용자의 정보요구를 충족시키기 위하여 정보의 수집과 분석, 조직을 위한 이론과 방법 및 기술을 개발하고 증진한 것과 밀접한 영역이라고 본다. 본 논문에서는 위에 언급한 선행연구들의 궁극적인 목적과 그

뜻을 함께 하면서 경쟁정보에 대한 문헌정보학적인 접근에 동기를 부여하고 이를 교육에 적극적으로 수용하는데 도움이 되고자 경쟁정보의 연구에 필요한 기초 정보원에 대한 소개와 함께 경쟁정보에 관련된 정보원의 현황을 살펴보고자 한다. 따라서 몇 가지 관련 이슈들인 1) 경쟁정보의 개념, 2) 경쟁정보 과정, 3) 경쟁정보를 위한 인터넷 사용, 4) 경쟁정보를 제공하는 정보원을 다루고자 한다. 그 외에 부록을 통해서 경쟁정보 정보길잡이를 제공한다.

2. 경쟁정보의 개념

2.1 경쟁정보의 정의

오늘날 기업 환경은 새로운 경쟁자들이 나타나고 기존의 경쟁자도 새로운 도전을 보이며 예측하기 어려운 활동들이 나타나고 있다. 이러한 기업환경에서 경쟁정보는 이제 선택이 아니라 필수로서 받아 들여야 한다. 경쟁정보의 목적은 기업의 환경, 경쟁사, 마켓에 관련된 거대한 양의 정보를 알 수 있도록 하여 경쟁력 있는 기업이 되도록 하는데 있다. 경쟁정보는 단지 정보를 수집하고 전달하는데 있는 것이 아니라 자신의 기업과 그 경쟁기업 그리고 그 기업의 주변 산업들에 대한 마켓 비전을 이해하는데 있다. 경쟁정보에서 정보는 단순한 의미의 정보가 아니라 올바른 마켓 기법이나 장기적인 결정을 갖고 경쟁정보 담당자가 기업의 장래를 위해 행동을 취할 수 있고 기업에 지출을 줄이고 수입을 증가 시켜 줄 수 있는 가치를 부여한 정보를 의미한다. 경쟁정보를 도입하지 않는 기업은 눈을 감고 달리

는 것에 비유될 수 있을 만큼 중요하다.

경쟁정보에 대한 많은 정의들이 있으나, 경쟁 정보는 생산물로서 뿐만 아니라 과정으로 받아들여야 한다. 아울러 경쟁정보는 법적이고 윤리적인 수단으로 고객의 눈에 더 경쟁적인 조직으로 만들고자 하는 의사결정자가 필요로 하는 관련 정보를 발견하고 개발하고 적시에 전달하는 것이다. 결국 경쟁정보는 상품 개발, 합병, 수집, 예측 등과 같은 전략적 결정을 돕는데 사용된다.

SCIP가 내린 정의에 의하면, 경쟁정보는 경쟁적 환경을 모니터링 하는 과정이다. 경쟁정보는 상급 경영자가 마케팅, R&D, 투자 기법에서 장기 경영전략에까지 모든 것에 대한 결정을 할 수 있도록 한다. 효과적인 경쟁정보는 법적이고 윤리적인 정보의 집합이며 환영받지 못하는 결론을 회피하지 않는 분석이며 결정권자에게 행동할 수 있는 지식을 전달한다.

2.2 경쟁정보의 가치

경쟁정보는 경쟁사와 시장에 대한 정보를 체계적으로 수집, 분석, 예측하며, 필요할 경우 대응전략을 제공함으로써 기업의 경쟁력을 강화할 수 있는 도구이다. 경쟁정보는 기업의 경쟁력 강화를 위하여 다음과 같은 다양한 정보를 제공하므로 경쟁정보의 가치를 인정받고 있다 : 1) 시장의 변화를 알 수 있게 한다. 2) 경쟁사의 동향을 파악할 수 있다. 3) 잠재경쟁자를 주시할 수 있다. 4) 타사의 성공과 실패로부터 배울 수 있다. 5) 신기술, 제품, 효율적인 생산라인이나 업무방식에 관한 정보를 제공한다. 6) 투자나 기업운영에 영향을 미치는 정치, 제도, 법, 규제에 관한 정보를 제공한다. 7) 신사업진

출을 위한 정보를 제공한다. 8) 구태의연한 기업관행에서 벗어나 기업운영의 새로운 시각을 제공한다. 9) 최신경영기법의 도입을 지원한다.

3 경쟁정보 과정

3.1 경쟁정보 과정의 유형

경쟁정보 과정은 크게 둘로 수집단계와 분석 단계로 나누기도 하며 일반적으로 4단계 과정인 자료방향설정, 자료수집, 분석, 전달 및 분배 단계로 나누기도 한다.

비즈니스 일각에서는 비즈니스 경쟁정보원 모델로서 6단계 과정을 제시하기도 한다: 1) 업무과약 - 어떤 유형의 정보가 필요한지, 조직의 리더들이 함께 수집해야하는 정보의 범위를 결정, 경쟁자의 계획에 관한 정보 등; 2) 업무를 이해한 후에는 좀 더 구체적인 세부 구성요소를 결정하는데, 정보를 가진 개인, 정보제공자, 고객, 라이벌, 직원들의 도움을 받을 수 있다. 도움이 될 이차 정보원인 인쇄물과 전자 정보원 등을 확인한다; 3) 실제로 이차 정보원을 탐색하며, 최신성과 신뢰성이 있는 정보라면 사소한 정보도 포함시킨다; 4) 가공되지 않은 경쟁정보로 보고서를 작성한다; 5) 중간 보고와 함께 초기 분석을 하는 단계로서, 경쟁정보 전문가는 정보를 수집했을 때 정기적으로 체크하고 평가하며 정확성과 신뢰성을 확인한다. 수집 활동을 마쳤을 때 그들은 모든 정보를 세밀하게 분석하며 특히 처음에 세운 가정이 있다면 이와 대조하여 분석한다; 6) 경쟁정보의 산물을 배포하는 마지막 단계로서, 그동안 수집한 활동을

포함하여 모두 구두와 문서로 자세히 보고한다.

경쟁정보 과정을 위에서도 같이 2단계, 4단계, 6단계로 나누기도 하지만 5단계의 과정을 통해서 좀 더 상세한 접근법을 다음절에서 소개하고자 한다.

3.2 경쟁정보 과정의 5단계

경쟁정보 과정의 5단계는 우선 1) 사실정보 수집단계에서 시작하여 2) 분석단계, 3) 분석된 결과에 기초를 두고 예측하고 미래를 기획하는 단계, 4) 기업의 약점과 취약성을 찾는 단계, 5) 권고사항 제시 단계를 끝으로 한다. 그러나, 경쟁정보 과정 5단계는 마지막 단계에서 멈추는 것이 아니라 기업이 경쟁 우위에 있기 위해서는 계속 반복되어야 한다(ASIST 2001).

1) 사실정보 수집단계

경쟁정보 과정의 첫 단계로서 기업운동을 위한 어떤 중대한 결정과 이슈들이 무엇인가라는 질문에 해답을 찾기 시작하는 단계이다. 이를 위해서는 기업의 배경과 역사, 경영진, 조직구조, 시설 및 위치, 재정, 기업의 사명과 전략에 대한 포괄적이고 다양한 정보 수집이 필요하다. 좀 더 세부적으로 살펴보면, 기업 간 협업 혹은 탈퇴에 관한 자료, 세일과 마케팅 전략과 활동, 관련 고객과 마켓, 마켓 쉐어, 상품과 상품라인 그리고 기술에 관한 정보들이 수집 대상에 포함된다.

사실정보 수집에는 문헌과 인터뷰를 주로 활용하고 있다. 문헌정보수집에서 이차정보원으로 광고, 연간 보고서, 경영 신용 보고서, 기업 프로파일, 외국연속간행물, 인터뷰 필사, 지방 및 지역신문, 법률정보, 마케팅 문헌, 국가 신문,

특허정보, 인물정보를 조사함으로써 과거와 현재의 사실정보를 얻을 수 있다. 구직광고, 입법 정보, 특허 및 등록상표, 연설과 인터뷰 필사 등은 예측 정보로서 유용하다. 공공 기록물로서 파산 자료, 판결자료, 스타트 오우너, 합병자료 등도 유용한 이차정보원이다.

일차정보원으로 산업 관찰자, 산업 참여자, 고객, 트레이드 쇼, 경쟁자, 이직한 직원들은 인적자원으로서 중요한 역할을 제공한다. 산업 관찰자로는 신문 잡지 기자, 산업 분석가, 스타트 분석가들이며, 산업 참여자는 공급자, 고객, 상대방들이다.

2) 분석단계

분석단계에서는 현재 경쟁 상황을 평가하는 것으로서 경쟁자 강점과 약점을 비교하며, 가능한 기회와 위협을 확인하며, 미래 경쟁 상황을 이해하는 방향으로 나아가게 한다. 분석단계에서는 회사 프로파일, 지도자 프로파일, 접전의 상품 비교, 롤 플레이, 시나리오 분석, 벤치마킹과 같은 다양한 평가도구가 사용된다.

회사 프로파일을 통해서는 모든 정보들을 함께 모으며 완전한 SWOT(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) 분석 개발을 지원하게 된다. SWOT 분석 기법은 기업전략과 환경사이를 간단하게 짜맞추는 환경분석 도구로 외적인 환경요인은 기회와 위협요인으로 분석하고, 내적인 기업요인은 강점과 약점요인으로 구분한다. 내적인 강약점 분석은 CEO의 경영, 재무상태, 경영방식, 마케팅, 인적자원, 조직구조, 기업문화 등의 측면에서 다루어진다. 외적인 기회, 위협요인 분석은 경제발전 추이, 기술 추이, 법규 경향, 인구사회학적 경향, 경쟁상황

추이 등에 초점을 둔다.

지도자 프로화일을 통해서 지도자의 배경, 능력, 성격을 분석한다. 접전의 상품 비교를 통해서 경쟁사의 상품을 특성을 알 수 있다. 롤 플레이는 경쟁자의 전망에 대한 강한 이해를 창조한다. 이 분석기법은 1940년 이후부터 신입 사원, 특히 세일즈맨 훈련에 활용되어 왔으며 자기의 입장만이 아니라, 상대방의 입장도 이해하게 하는 데 있으므로 그 사람이 현실생활에서 하는 역(役)과는 반대의 역 예를 들면 세일즈맨의 훈련이라면 손님역도 시킬 필요가 있다. 시나리오 분석은 만일 A가 일어나면, 그때는 B 혹은 C가 일어날 수 있다. 만일 D 혹은 E가 일어나면 그때 F가 일어날 수 있다 등으로 각본을 이용하는 기법이다. 벤치마킹을 통해서 몇 경쟁자들의 특수한 성격을 서로 측정한다

3) 예측/기획

두 번째 단계에서 분석한 정보에 기초를 두고 미래의 경쟁적인 상황을 예측한다. 즉 경쟁자들은 앞으로 어떤 계획을 갖고 있는지 지금과 같은 방향으로 갈 것인지 혹은 아주 다르게 행동할 것인지 예측할 수 있어야 한다. 미래에는 무엇이 어떤 변화를 일으킬까에 대한 예상 답안을 갖고 있어야 한다. 근본적인 가정에 도전하는 역량을 갖추어야 한다.

4) 기업의 약점과 취약성을 찾는 단계

자신의 회사가 경쟁자보다 같거나 다른 무엇을 하는가라는 질문을 통해서 자사의 약점과 취약점을 확인한다.

5) 권고사항 제시 단계

마지막 단계에서는 앞서 진행한 단계의 모든 정보를 통해서 자사가 경쟁을 뛰어 넘기 위하여 지금과 미래에 무엇을 해야 하는가라는 질문에 해답을 제시하는 단계이다. 자사의 성장과 효율성을 위한 회사의 전략을 평가한 후 의사결정자가 앞의 질문에 해답을 얻을 수 있도록 문서와 구두로 전달한다.

위에서 서술한 경쟁정보 과정의 5단계를 끝으로 이 모든 과정이 중단되는 것이 아니라 자사의 활동과 전략에 대한 경쟁자의 대응을 지속적으로 모니터 하는 것이 중요하다. 따라서 경쟁정보 5단계 과정은 변화와 새로운 현상을 주시하기 위하여 반복되어야 한다.

3. 경쟁정보와 인터넷

3.1 경쟁정보를 위한 인터넷 사용의 장단점

경쟁정보 과정의 첫 단계인 정보수집 단계에서부터 인터넷은 효과적인 출발점이다. 다양한 규모의 기업정보에서부터, 표, 차트, 그래프 등을 제공하며, 무료 혹은 저렴한 비용으로 여러 질적으로 가치 있는 정보를 제공한다. 그러나 웹정보원의 소수만이 색인이 되고 있는 점, 정보의 정확성과 신뢰성 등 인터넷 정보원의 고유의 성격에 관련된 단점을 내포하고 있기도 하다. 인터넷은 경쟁정보를 추가적으로 얻을 수 있는 소스이며, 의사결정자에게 정보를 공유하고 배포하는 비용 효과적인 수단이기도 하다. 인터넷은 또한 경영 환경을 새롭게 만드는데 주요한 역할을 하고 있다 -- 새로운 유형의 소득의 기회, 기존의 경쟁사들과 협력을 위한 동기를 창출하고, 새

로운 유형의 경쟁사들을 위한 적소를 제공한다.

경쟁정보 전문가는 정보수집을 위하여 주로 전문가 혹은 관련 정보를 갖고 있는 사람과의 면담과 출판된 문헌에 의존하고 있다. 인터넷은 이 두 가지 유형의 정보제공에 큰 역할을 하고 있다. 우선 인터넷은 전 세계에 흩어져 있는 전문가로부터 정보를 입수하는데 가장 가치 있는 도구일 것이다. 인터넷을 통해서 전자메일을 주고받음으로써 정보를 원하는 자와 전문가가 교류할 수 있다. 아울러 인터넷을 통하여 가능한 FTP, 고퍼, 웹 기능으로 경쟁정보 연구자들이 수월하게 정보원에 접근할 수 있게 하며, 사서, 저널리스트, 교수, 컨설턴트들에게 서비스하고 있다. 그 외에도 인터넷 디스커션 그룹과 뉴스 그룹이 생산물을 만들어 내는 정보원의 역할을 하며 평가도 제공한다.

인터넷은 출판된 문헌의 소스로 장단점을 다 갖고 있다. 인터넷은 빠르고 편리한 정보를 제공하는 도구로 사용되고 있다. 더욱이 웹의 출현으로 인터넷 상에는 기하급수적으로 정보의 양이 증가하고 있으며 좀 더 나은 검색을 위하여 다양한 기능의 검색엔진들도 속속 출현하고 있다. 그러나 인터넷의 속성은 여전히 유동적이고 변화가 심하며 정보원에 대한 서지통정의 문제를 안고 있다. 물론 인터넷은 경쟁정보 전문가들의 시간과 노력을 많이 절감시킨 것은 인정되나, 최근에 검색엔진을 사용하여 인터넷에 퍼져 있는 경쟁정보에 대한 조사에 의하면 정보의 이용가치 면에서 매우 부정적으로 나타났다. 따라서 검색엔진을 사용하여 효과적으로 경쟁정보를 수집할 수 있는 방법으로 4가지를 제안하였다. 첫째는 핵심 사이트를 검색하는 것으로써 인터넷 상에서 경쟁정보가 있을 것으로 추정되

는 해당 사이트를 직접 방문하여 그 사이트를 대상으로 검색을 실시하는 것이 효과적이다. 둘째는 맞춤형정보서비스로서 경쟁사에 대한 정보가 인터넷 상에서 생성되는 즉시 경쟁정보수집담당자에게 제공하는 것이다. 셋째는 제한검색 기능을 활용하거나 특수/전문 검색엔진을 활용하는 것이다. 마지막으로 인터넷상의 정보들은 신뢰성이 결려된 정보원이 많기에 정보원에 대한 확증을 높이기 위해서 가능한 크로스체크를 하는 것을 권한다(김휘출 2002).

정보 수집은 경쟁정보 기능의 첫 단계라고 볼 때 정보를 분석하고 배포하는 것은 두 번째 단계이다. 이때 정보를 공유하고 배포하는데도 인터넷이 사용되고 있다. 전통적으로 전자정보 수집에는 사적인 LAN과 WAN을 통해서 해왔으며 공유와 배포는 Lotus Notes와 같은 그룹웨어를 사용하였으나 이제는 적은 투자와 관리비용으로 인터넷을 사용하고 있다. 인터넷이 전체적으로나 회사내부의 정보에 대한 접근 수단으로 중요할 뿐만 아니라 정보를 제시하는 방법으로도 상당히 유용하다. 심지어 사적인 WAN과 정교한 그룹웨어를 갖춘 큰 회사들도 의사결정자에게 경쟁정보 생산물과 서비스를 배포하기 위하여 내부의 인터넷 웹 서버를 구축하고 있다. 브라우저라 불리는 익스플로러나 넷스케이프와 같은 웹 클라이언트 프로그램을 사용하여 클릭을 함으로써 내외부 정보에 접근할 수 있도록 하고 있다.

3.2 경쟁정보를 위한 인터넷 도구들

1) 메타검색엔진

경쟁정보에 대한 정보를 한번에 여러 검색엔

진을 사용하여 찾고자 할 때는 메타검색엔진을 사용한다. 처음 시도하는 검색엔진으로 적절하며 다음 수준의 일반검색엔진 선정에 도움을 주어 좀 더 고급검색으로 진행할 수 있도록 도움을 주는 역할을 한다.

- Inference Find
- MetaCrawler
- Savvy Search
- Mochanni

2) 주요 주제 디렉토리를 제공하며 순위 서비스를 제공한다.

- EINet Galaxy Directory
- Internet Resource Guide Directory
- Excite NetDirectory
- Magellan
- Lycos Point
- Yahoo!
- www.100hot.com
- www.rankserve.com

3) 주요 검색엔진

- Alta Vista
- HotBot
- InfoSeek Guide
- OpenText
- WebCrawler
- Northernlight(연구지향적 검색엔진)
- FINDSPOT
- 엠파스
- 네이버

4) 산업 전문가 연락처를 제공하는 도구

- DEJA NEWS
- IPL Associations on the Net

5) 경쟁자를 찾는데 도움을 주는 도구

- 기업 사이트 제공 :
<http://www.compayname.com/>
- CompaniesOnline(D&B)
- Dun & Bradstreet Information Service(FEE)
- Excite: <http://www.excite.com/See Company Search>
- Hoover's Online:
[http://www.hoovers.com/\(FEE\)](http://www.hoovers.com/(FEE))
- Thomas Register Online
- Worldwide Yellow Page(Yahoo! Select "Yellow Pages")
- Yahoo!, Select "Business and Economy", Select "Companies"

6) 마켓 리서치 보고서를 조사하는 것을 돕는 도구

- Datapro(FEE)
- Dataquest(FEE)
- Faulkner(FEE)
- Find/SVP(FEE)
- FORRESTER:(FEE)
- FROST & SULLIVAN:(FEE)
- GartnerGroup:(FEE)
- INPUT(FEE)
- International Dat Corporation (IDC)(FEE)
- SAT*USA: [http://www.stat-usa.gov/\(SMALL FEE\)](http://www.stat-usa.gov/(SMALL FEE))

- 7) 비즈니스 정보원의 탐색을 돕는 도구
- DowJones Business Information Services Select "Dow Jones Custom Clips"(FEE)
 - Electronic Newstand(Magazines)
 - InfoSeek Select "Companies"
 - NewsLink(Magazines, Newspapers, Radio/TV)
 - Newspage(Daily news)
 - PointCast(Automatic updates)
 - The Wall Street Journal(FEE)

- 8) 최신 상품 목록을 제공하는 도구
- CatalogXpress
<http://www.lib.utexas.edu/indexes/c.html>
 - Grainger Catalog
<http://www.grainger.com/catalog/>

4. 경쟁정보를 위한 정보원

본 장에서는 경쟁정보에 관심있는 연구자 및 실무자를 위한 정보원을 탐색하는 방법과 정보원을 제시함으로써 관련 연구의 기초자료를 제공하고자 한다. 또한 경쟁정보에 관련된 정보원의 현황을 제시하고자 한다.

4.1 경쟁정보 탐색전략

본 절의 탐색전략에서는 경쟁정보를 연구하려는 연구자들과 실무자들에게 필요한 좀 더 학술적인 정보원을 제공하고자 국내 경쟁정보와

국의 경쟁정보로 나누어 그 탐색전략을 제시하고자 한다.

경쟁정보분야는 정보를 수집/조직한다는 점에서 정보학과 밀접하게 연관되어 있으며, 이것을 실질적으로 활용한다는 측면에서는 경영학과 맞닿아 있다. 따라서 경쟁정보에 관련된 정보원은 이 두 분야에서 모두 탐색하는 것이 효과적이다. 경쟁정보와 관련된 키워드로 경영정보, 기업 정보활용, 마케팅 정보활용, 정보전략, 지식경영 등을 들 수 있다.

4.1.1 국내 경쟁정보 탐색전략

1) 인쇄본 자료

인터넷은 앞서 언급한 대로 경쟁정보를 수집하는 시작점으로 유용하다. 인쇄본 자료도 인터넷을 사용하여 한국학술정보원, 한국과학기술정보원, 국립중앙도서관, 국회도서관, KINDS 사이트를 접속하여 편하게 수집할 수 있다. 한국학술정보원은 한 사이트 내에서 저널, 학회, 단행본, 논문, 연구소, 해외자료 검색 등의 학술정보를 제공하므로 이를 통해서 한국마케팅연구원 등을 확인할 수 있다. 이 연구원 사이트에서 마케팅에 관련된 학위논문과 교수들의 연구논문의 원문을 볼 수 있으며, 고객정보 활용 등의 경쟁정보에 관련된 소수의 정보를 얻을 수 있다. 한국과학기술정보원은 단행본 자료는 제공하지 않지만, 학위논문, 학술지 기사 정보를 제공한다. 특히 자료의 형태, 색인어, 초록이 제공되고 있어 관련자료 선정에 유용하다. 국회도서관과 국립중앙도서관도 유사한 기능을 제공하고 있다. KINDS는 한 번에 여러 일간지를 원하는 연도와 기간으로 탐색이 가능하여 신문 기사검색으로 유용하나 흥미위주인 정보가 주로

탐색된다.

2) 웹 자료

경쟁정보에 관한 웹 자료 수집을 위해 한국학술정보원은 아직 크게 도움이 되지 않는다. 따라서 일반검색엔진(구글, 엠파스, 알타비스타, 라이코스, 네이버 등)을 사용하여 부울연산자, 구문검색, 제한검색과 같은 고급검색을 시도하였으나, 경쟁정보 자체를 설명하거나 조사결과를 제시하는 논문과 기업에서 개설해 놓은 사이트는 소수에 불과하였다. 키워드 검색엔진이며 웹 정보원의 크기가 비교적 큰 알타비스타와 엠파스 모두 적은 수의 자료가 탐색되었고 관련성이 없는 결과를 보였다. 네이버와 구글이 좀 더 관련성이 높은 자료검색결과를 나타내었다. 탐색결과 회원제로 운영되고 있는 다음(daum)의 경쟁정보 전문가 모임 카페에서 경쟁정보 자체에 대한 정보를 제공하는 있는 외국 유명 사이트를 소개하고 있다. 다음에서는 시장정보, 기업정보를 제공하며 일반인을 대상으로 경쟁정보에 대한 강의도 제공하고 있다.

전반적으로 인쇄자료의 경우는 경영학 측면의 자료가 많았고, 웹 상에서는 정보학 측면의 자료가 많았다. 그러나 국내에서는 아직은 경쟁정보에 대한 협회, 강의 등은 드물고, 경쟁정보를 직접적으로 다루는 자료의 수는 적었다.

4.1.2 국외 경쟁정보 탐색전략

한국학술정보원에서 해외학술DB를 선택한 후 관련 주제의 DB를 살펴봄으로써 해외 자료를 찾기 위한 가이드라인을 정하는 데 도움이 된다. OCLC에서 제공하는 데이터베이스로 단행본은 WorldCat, 정기간행물의 논문은

ArticleFirst, WilsonSelectPlus, ECO, 웹정보원은 NetFirst을 검색도구로 사용한다. 검색엔진은 일반검색엔진과 함께 좀 더 학술적인 자료를 탐색하기 위해서 Northernlight, Virtual Library, IPL(Internet Public Library), Electronic Journal Miner, IDEAL, UMI을 접속하여 탐색한다. 탐색결과, SCIP(Society of Competitive Intelligence Professionals)와 같은 협회를 비롯하여 bidigital.com, fuld.com과 같은 유용한 웹사이트를 찾을 수 있다. 국외의 경우는 경쟁정보 자료가 많이 탐색되었다. 특히 SCIP는 경쟁정보에 관련된 다양한 정보를 제공하고 있어 국외자료 탐색의 중요한 정보원이다.

1) 단행본

단행본을 찾기 위해서는 온라인 열람목록이 유용한 탐색도구 중에 하나이므로 경쟁정보에 관련된 프로그램이 있는 대학 도서관을 탐색하고자 한다. SCIP 홈페이지의 「교육과 행사(Education & Events)」 항목에서 CI 프로그램을 제공하는 미국대학들에 대한 리스트와 교과과정이 간략하게 제시되고 있어 그러한 대학의 온라인 열람목록을 통해서 단행본 탐색을 시도한다. 아울러 <http://www.bidigital.com/ci/> 사이트의 디렉토리에서도 CI에 관련된 도서들을 제공하고 있다. Northernlight 검색엔진에서 파워서치로 탐색하면 탐색결과 폴더에서 도서를 선택할 수 있다. WorldCat에서도 도서를 선택하여 탐색할 수 있다.

2) 연속간행물과 저널논문

연속간행물 검색을 위해서도 한국학술연구정

보원에서 제공하는 ArticleFirst, Wilson-SelectPlus, ECO를 사용한다. 그 중에서 ArticleFirst가 다른 도구에 비하여 많은 정보를 제공하였다.

Northernlight 검색엔진은 스페셜 컬렉션에서 많은 학술지 논문을 제공하고 있다. 한국과학기술정보원의 문헌정보 DB에서 경쟁정보와 관련된 학술지논문을 브라우징한다. 아울러 전자저널 색인사이트인 Electronic Journal Miner도 유용한 사이트이다. 이 전자저널 색인 사이트에서 Titles with the Subject Heading 메뉴를 선정하여 information strategy, business information, management로 탐색하면 관련 자료를 찾을 수 있다.

3) 학위논문 및 연구논문

경쟁정보에 관련된 교과과정이 있는 대학의 온라인 열람목록을 탐색하여 학위논문을 찾는 데는 수월하지 못했으며, 미의회도서관과 OCLC도 유용한 자료를 제공하지 못했다. 학위논문을 전문적으로 수집하여 제공하는 UMI의 ProQuest Digital Dissertations에서 competitive intelligence 키워드로 적은 수의 결과를 얻었다. 좀 더 유사한 검색어로 information strategy, business information, management 등의 키워드를 조합하여 최근 자료를 얻을 수 있다.

학술적인 자료는 Northernlight 검색엔진의 '파워서치'가 가장 유용한 도구이다. 검색결과가 폴더로 분류되어 있어 적합한 폴더를 선택하여 다양한 자료를 찾을 수 있다. 특히 '스페셜 컬렉션'에서는 자료의 서지사항과 초록을 제공하고 있어 관련성을 판정하는데 도움이 된다.

4) 협회, 기업사이트, 교육기관

앞에서 이미 언급한 다양한 검색도구들을 다시 활용하여 관련 협회, 기업사이트, 교육기관을 탐색한다. 한국과학기술정보원에서 제공하는 NetFirst를 사용하여 경쟁정보 웹 관련 자료들을 탐색하고 다음의 경쟁정보전문가모임이란 카페의 관련사이트도 도움이 된다. IPL를 통해서 competitive intelligence 협회 사이트 2개가 탐색되고 SCIP, bidigital.com, fuld.com 등에서도 관련사이트가 탐색되었다.

교육기관은 SCIP와 역시 <http://www.bidigital.com/ci/Education/>에서 탐색이 가능하였다.

4.2 경쟁정보 웹사이트

1) <http://www.fuld.com/>

경쟁정보 분야에서 국제적인 리더와 개척자 역할을 하고 있는 경쟁정보 컨설팅/리서치회사의 사이트이다. 이 회사를 찾는 고객들에게 신뢰를 주기 위해 기본적인 경쟁정보에 대한 정보에서부터 일반인들이 자칫 경쟁정보라 하여 산업스파이와 연결시키려는 경향이 있음을 고려하여 "What competitive intelligence is and is not"이라는 부분을 두어 일반인들의 이해를 돕고 있다(그림 1).

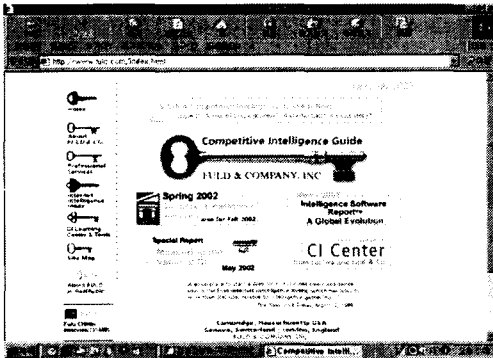
이 사이트는 시장과 경쟁사를 분석해서 내부의 경쟁사의 능력을 모니터링하고 정보를 획득하는 방법을 알려준다. 특별한 회사난에 산업 분야를 연구·분석하며, 경쟁정보를 얻는 방법과 이용하는 방법을 알려주며, 정보 처리를 설계하며 자문을 해준다. 그리고 경쟁정보 색인 메뉴에서 경쟁정보에 관련된 웹 정보원을 마이

크로 경제자료에서부터 특허와 증시를 포함한 인터넷 사이트를 600개 이상을 링크시켜 놓았다(그림 2).

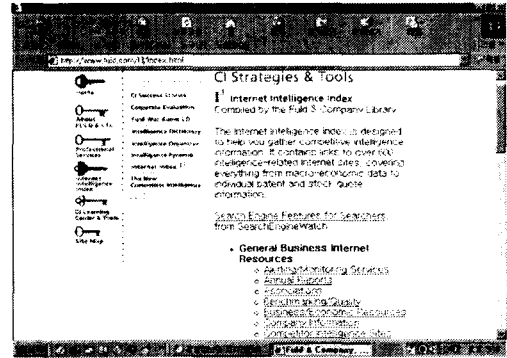
2) <http://www.bidigital.com/ci/>
경쟁정보에 대한 정보원을 제공하는 경쟁정보포털사이트로서 협회, 도서, 기업, 문헌, 교육, 직업, 출판물, 소프트웨어를 포함한 8개 분야의 디렉토리과 함께 검색엔진을 제공한다(그림 3). 경쟁정보에 관련된 협회 그룹을 클릭하면 이에 관련된 협회사이트의 링크를 제공한다(그림 4).

3) <http://www.hoovers.com>
미국을 비롯하여 전 세계의 공개, 비공개 기업의 프로파일 정보를 제공하는 가장 표준적인 기업정보 데이터베이스로 알려져 있다(그림 5). 기업 이름을 비롯한 다양한 검색 접근점을 제공하며 캡슐(Capsule)을 클릭함으로써 경쟁사 명칭을 포함하는 요약정보를 얻을 수 있다. 또한 자세한 정보인 프로파일과 재정에 관한 서비스도 제공하고 있다(그림 6).

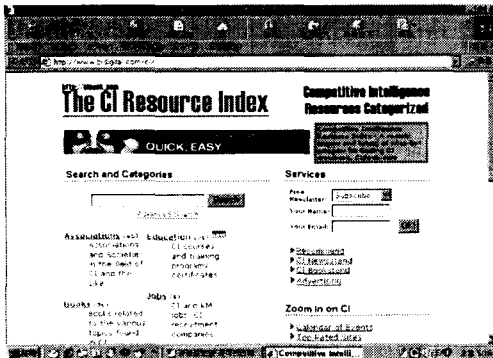
4) <http://www.business.com/>
이곳은 비즈니스에 관련된 용어들로 키워드 검색을 하면 입력한 단어들과 관련된 사이트들



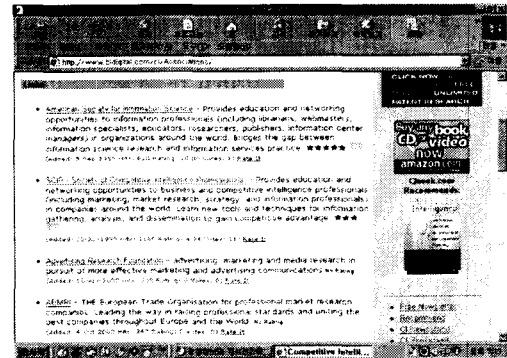
〈그림 1〉



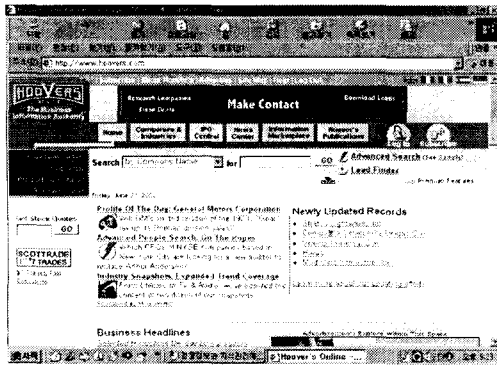
〈그림 2〉



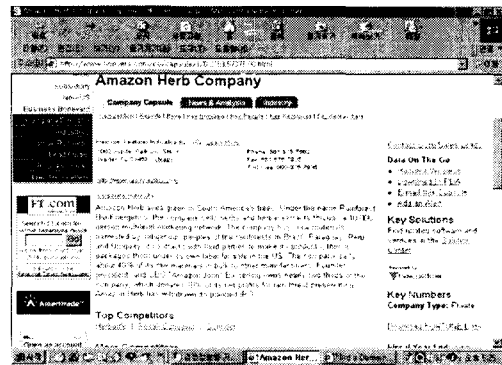
〈그림 3〉



〈그림 4〉



〈그림 5〉



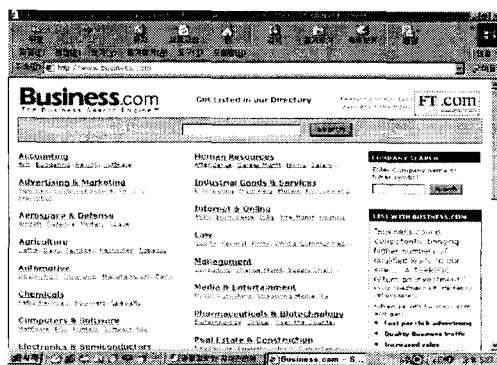
〈그림 6〉

을 소개하는 사이트이다(그림 7). 키워드 창에 competitive intelligence를 입력하면 이 단어와 관련된 다양한 사이트 정보를 얻을 수 있다. 예를 들면 경쟁정보 프로그램을 소개하는 사이트, 경쟁정보에 대한 기사가 실린 사이트 등을 검색할 수 있다(그림 8).

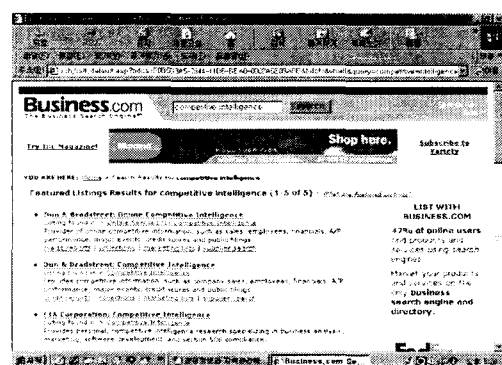
경쟁정보 활동과 연구를 위해서는 여러 범주의 정보원을 활용하고 있다. 한 곳에서 가공하지 않은 모든 정보를 다 얻을 수는 없다. 다음과 같은 다양한 정보원들이 가능성을 제공한다: 산업관련자와의 면담; 직원, 대행사, 계약자; 도서관 연구; 업체저널; 학술발표회 논집; 학술적 정보원; 학회와 협회; 전문적인 데이터베이

스; 마켓 서베이; 정부 기록물; 대사관/영사관 자료; 연감; 신문 및 뉴스 발표; 특허/등록상표; 상품 카타로그; 인터넷 탐색.

앞에서 제시한 탐색전략과 다양한 정보원을 활용하여 경쟁정보에 대해 관심있는 이용자를 위한 정보길잡이를 구축하였다(부록 참조). 본 정보길잡이의 구성은 크게 일반적 경쟁정보, 정보학적 측면의 경쟁정보, 경영학적 측면의 경쟁정보로 나누고 다시 국내의 그리고 정보원의 유형별로 세분하였다. 전반적으로 경쟁정보에 관련된 국내 자료는 부족한 편이다.



〈그림 7〉



〈그림 8〉

5. 결론

경쟁정보란 조직적이고 합법적인 방법으로 기업의 외부환경, 경쟁자, 고객, 공급자 등에 대한 정보를 수집/조직한다는 점에서는 문헌정보학과 밀접하고 이것을 실질적으로 활용한다는 측면에서는 경영학과 맞닿아 있다고 할 수 있다. 그러므로 국내외의 문헌정보학 분야를 비롯하여 경영/경제학분야, 컴퓨터분야에서 관련 연구들이 발표되고 있다. 특히 21세기를 전후하여 문헌정보학 분야에서는 지식경영에 기반 한 지식관리시스템 구축에 관한 연구와 더불어 경쟁정보에 대한 관심이 높아지고 있다. 앞으로는 더욱 개인이나 기업에서 정보관리의 차원에서 좀 더 한 단계 발전된 정보의 분석체계인 경쟁정보의 체계로 시스템을 구축하고 인적자원을 확보하고 조직을 구축하고자 할 것이다.

본 논문에서는 경쟁정보에 대한 관심을 고조시키고 경쟁정보분야를 우리나라의 문헌정보학 교과과정에 체계적으로 통합시키는데 도움이 되 고자 경쟁정보 개념, 과정, 그리고 정보원에 대 하여 소개하였다. 탐색전략을 통해서 구축된 경 쟁정보를 위한 정보길잡이를 통해서 아직은 국 내 자료가 많지 않다는 것을 알 수 있다. 그리 나 경쟁정보의 중요성은 문헌정보학 분야의 정 보전문가들 사이에서 이미 인식하고 있다(김은 경 2002). 특히 경쟁정보 과정에서 필요로 하는 전문성은 크게 인터뷰 기술, 정보검색 기술, 분 석기술이라고 볼 때 정보검색기술의 습득은 이 미 문헌정보학 교과과정으로부터 충분히 습득되 고 있다. 따라서 분석기술과 인터뷰 기술을 비 롯하여 경쟁정보에 관련된 여러 이슈들을 다루 는 교과목의 개발을 통해서 경쟁정보전문가를 양성할 수 있다고 본다.

참 고 문 헌

- 김은경. 2002. 21세기 Information Professional을 위한 경쟁정보 모듈 제안. 『한국비블리아 발표논집』, 6: 165-176.
- 김휘출. 2002. 인터넷을 이용한 경쟁정보수집. 『한국비블리아 발표논집』, 6: 41-54.
- 안인자, 최상기. 2001. 『제8회 한국정보관리학 회 학술대회 논문집』, 75-80.
- 한국산업진흥협회
<http://www.labtizen.com/>
- 한국생산성본부
<http://www.kpc.or.kr/index.asp>
- ASIST
<http://www.asis.org/Chapters/soasis/events/20010125/index.htm>
- Farrell, A. *Competitive Intelligence Basics* <http://www.worksys.com/>
- Graef, J. *Using the Internet for Competitive Intelligence*. www.cio.com
- Washington Researchers
<http://www.washingtonresearchers.com/>

<부 록>

경쟁정보를 위한 정보길잡이

■ 단행본

● 일반적 경쟁정보

△ 국내

- 세계 최강기업의 경쟁정보 베스트프랙티스 / John E. Prescott, Stephen H. Miller : 김은경, 소자영 역 / SIGMA INSIGHT / 2002.
- 경쟁 우위를 점하기 위한 경쟁정보 / Alan Dukta 저 : 정준희 역 / 한국생산성본부 / 2000.
- 산업스파이 규제 및 경쟁정보활동 정책토론회 / 국회가상정보가치연구회 / 국회가상정보 가치연구회 / 1998 (회의자료)

▽ 국외

- Competitor Intelligence : Strategy, Tools and Techniques for Competitive Advantage / Andrew Pollard / Financial Times - Pitman Publishing / 1999.
- The Warroom Guide to Competitive Intelligence / Steven M. Shaker, Mark P. Gembicki / McGraw-Hill / 1999.

● 정보학 측면의 경쟁정보

△ 국내

- 디지털 정보탐색 방법의 이해 / 심우섭, 이나리 공저 / 한국디지털도서관포럼 / 1999.
- 성공을 부르는 8가지 정보수집방법 / 아사이 타카시 저 : 이기애 역 / 평민사 / 1999.

▽ 국외

- Web-based Analysis for Competitive Intelligence / Conor Vibert / Quorum Books / 2000.
- Online Competitive Intelligence : Increase your Profits using Cyber-intelligence / Helen P. Burwell. Tempe / Facts on Demand Press / 1999.

● 경영학 측면의 경쟁정보

△ 국내

- 21세기 지식경영 / 피터 드러커 지음 : 이재규 옮김 / 서울 : 한국경제신문사 / 2000.
- 데이터베이스 마케팅 : 고객정보의 활용을 통한 기업경쟁력의 강화 = Database Marketing / 박

찬욱 / 서울 : 연암사 / 1996.

▽ 국외

- Common Knowledge: How Companies Thrive by Sharing What They Know / Nance M. Dixon / Harvard Business School Press / 2000.
- Information Technology for Knowledge Management / Uwe Borghoff(Editor), Remo-schi(Editor) / 1998.

■ 연속간행물

- 일반적 경쟁정보

▽ 국외

- Competitive Intelligence Review / Society of competitive Intelligence Professionals / Quarterly. SCIP의 계간지.
(<http://www.scip.org/news/cireview.asp>)
- Competitive Intelligence Magazine / Society of competitive Intelligence Professionals / Bi-Monthly. SCIP의 격월간지.
(<http://www.scip.org/news/cinagazine.asp>)

- 정보학 측면의 경쟁정보

▽ 국외

- How to find Company Intelligence in Libraries / Wahington Researchers Publ.
- InfoAdvantage Guide : the Best of Strategic and Competitive Intelligence on Internet / InfoAdvantag Research / Monthly
- Infortatuib Highway / Donald F. Eddy. Stephen Kirk Boulter, Gail P. Wallace / Monthly.
- Searcher / Information Today / Monthly

- 경영학 측면의 경쟁정보

▽ 국외

- Intelligence Online / Biweekly
- Recon CI Magazine / Essays and Articles on Competitive Intelligence, Competitor Analysis and Knowledge Management.
- KM World Online(Knowledge Management World) / Information Today, Inc.

■ 정기간행물 기사

● 일반적 경쟁정보

△ 국내

- 성공하기 위해 가동하는 정보의 총집합 / 데이터베이스월드 76: 30-36 / 한국데이터베이스 진흥센터 / 1999.
- 경쟁정보(Competitive Intelligence) / 전병문 / 데이터베이스월드 62: 130-134 / 한국데이터베이스 진흥센터 / 1998.
- CI분야 교육과 네트워킹 기회 제공 / 안계성 / 데이터베이스 월드 58: 53-55 / 한국데이터베이스 진흥센터 / 1998.

▽ 국외

- CI Consultants and Clients: "You Just Don't Understand" / Eric Garland, Coates and Jarratt / CI Magazine / 2000 July - September.

● 정보학 측면의 경쟁정보

△ 국내

- 정보전략계획수립을 위한 자료조사 기법 / 김인현 / 컴퓨터월드, 3 / 1997.
- 기업 정보의 효율적인 관리를 위한 정보전문가의 역할과 과제(1) / 박춘건 / 데이터베이스 월드, 8 / 1996.

▽ 국외

- Web Search Alert : Top Trends in Web Searching / Gwen Harris / Information Highways / June 6, 2000.
- Intelligence for the Taking / William E. Rothschild / Strategy Leader / September 2000.
- Feature Competitive Algorithm for Dimension Reduction of the Self-Organizing Map Input Space / Ye, Huilin; Lo, Bruce W.N. / Applied Intelligence 13(3) / 2000.
- Library Trends / The Library in corporate Intelligence Activities / Thomas D. Walker Issue Editor / Fall 1994.

● 경영학 측면의 경쟁정보

△ 국내

- 지속적 경쟁우위 확보를 위한 지식경영 / 김정권 / 사회과학연구, 15 / 2000. 목포대학교사회과학

연구소.

- 지식경영도입에 의한 기업문화 형성의 이론적 고찰 / 변용범 / 논문집, 12(1) / 1999.

▽ 국외

- Internet Information [neq] Competitive Intelligence / The Information Advisor, 13(3) / 2001.
- Key Intelligence Topics : A Process to Identify and Define Intelligence Needs / Jan Herring / CIR, 10(2) / 1999.

■ 학위논문

- 일반적 경쟁정보

△ 국내

- 효과적인 경쟁정보 수집활동 기법에 관한 연구 / 최윤호 / 연세대학교 산업대학원 / 2001 / 석사학위논문.

▽ 국외

- The Validation of a Risk Assessment Instrument for Competitive Intelligenc / Chung, Sung Soo / Michigan State University / degree MS / 2000.

- 정보학 측면의 경쟁정보

△ 국내

- 국내기업의 정보활용 절차에 관한 연구 : 공개정보 이용을 중심으로 / 김행원 / 동국대 정보대학원 / 석사학위논문 / 1995.
- 정보활용의 효율성 증진에 관한 연구 / 이은림 / 청주대학교 / 1994.

▽ 국외

- Organizational Consequences of Evaluation as a Function of Strategic Planning / Lysyk, Mary / University of Ottawa (Canada) / degree MA / 2000.

- 경영학 측면의 경쟁정보

△ 국내

- 기업경쟁력 강화를 위한 지식경영의 활용에 관한 실증연구 / 조정제 / 한국해양대 대학원 / 2001.
- 지식경영을 통한 기업활성화 연구 / 홍경임 / 영남대 경영대학원 / 2001.

- 경영전략과 정보전략의 연계방안에 관한 연구 / 이해광 / 한국외국어대학교 경영정보대학원 / 1997.

▽ 국외

- Competitive Intelligence: A Self-diagnostic Tool Applied in the Telecom Industry / Thomas, David Jordan / University of Ottawa(Canada) / 2000 / degree MBA.
- Interaction Effects of Strategic Decision Models and Business Intelligence Tools on Knowledge Generation in Manufacturing Firms / Heinrichs, John H. / degree PhD / the University of Toledo / 2001.

■ 핸드북

- 일반적 경쟁정보

▽ 국외

- The Competitive Intelligence Handbook / Richard E. combs, John D. Moorhead. Metuchen, N.J. / Scarecrow Press, 1992.
- Knowledge Management Handbook / Jay Liebowitz(Preface) / 1999.

■ 관련사이트

△ 국내

○ 관련 학회/협회 및 연구소

- 정보전략경영 연구실
- 한국경영정보학회
- 한국정보검색 위원회
- 한국정보기술전략혁신학회
- 한국산업기술진흥협회

○ 기업정보 제공 사이트

- <http://research.wisedb.co.kr/>
와이즈리서치센터는 한국기업이 필요로 하는 해외정보를 한글로 제공하는 데이터베이스를 보유하고, 시장조사보고서, 이머징마켓국가정보, 비즈니스정보, 리서치서비스 등을 제공한다. 이용자가 원하면 경쟁사 정보에서부터 시장조사의 단계를 거쳐 기업활동에서 발생하는 모든 정보요구에 대응하는 통합적이고 지속적인 시장통합정보다.
- <http://kpc.or.kr>

한국생산성본부는 고객만족, 정보화, 세계화를 경영의 핵심과제로 제시하고 이를 지원하기 위하여 국가고객만족지수(NCSI) 조사 · 컨설팅, 전자상거래(ECRC), 벤치마킹 사업을 비롯한 최신 경영기법 교육, 그리고 기업의 현실에 밀착함으로써 실질적인 도움이 되는 컨설팅사업을 수행하고 있다.

• <http://www.dowon.com>

도원닷컴은 경쟁정보의 전문그룹인 미국의 SCIP의 정식 회원으로 세계 각지의 기사정보 등을 통해 입수되는 최신 자료를 기초로 하여 경쟁사의 현황을 시계열로 분석, 향후 기술개발이나 경영전반에 걸친 예측정보 등을 제공한다. 특히, 특허 및 기술 정보 서비스는 1994년 창립 이래 국내에서 특허 및 기술 정보 서비스의 대표적인 역할을 담당하고 있다.

• <http://company.koreawisenut.com>

코리아와이즈넷은 정보유통의 혁명을 이끌어가기 위한 최고의 솔루션을 개발하고 있으며 최고의 검색엔진을 자칭한다. 기업의 외부환경, 경쟁자, 고객, 공급자 등에 대한 정보를 수집, 분석, 활용하는 경쟁정보를 공급한다.

○ 관련 웹페이지

• <http://www.dpc.or.kr/dbworld/document/9909/antena.html>

경쟁정보의 일반적인 개념과 과정, 필요성에 대한 설명과 더불어 CI 활동에 대한 CIO와 CEO들이 가지고 있는 현재의 태도와 실행 정도를 설문조사에 의한 분석결과를 제공하고 있다.

○ 교육기관

- 생산성본부
- 경쟁정보 전문가 모임의 강의실
- 도원닷컴

▽ 국외

○ 관련 협회 및 학회

- SCIP - Society of Competitive Intelligence Professionals
1986년에 설립된 글로벌 경쟁정보 전문가 협회 (<http://www.scip.org>)
- ASIST - American Society for Information Science & Technology
검색이론, 테크닉, 정보 접근 기술 분야 등의 전문가 학회 (<http://www.asis.org>)
- SLA - Special Libraries Association
60개국의 전문 사서들이 주축이 된 정보전문가 단체 (<http://www.sla.org>)

○ 기업정보 제공 사이트

- <http://www.fuld.com>
경쟁정보 분야에서 최고의 권위를 자랑하는 경쟁정보 컨설팅과 리서치 회사 (fuld & company Inc)로서 1979년에 설립되었으며 Fortune 500대 기업의 절반 이상이 고객이다.
- <http://www.bidigital.com>
CI의 정보원에 대한 색인을 제공하는 경쟁정보포털로서 협회, 도서, 기업, 논문 등 8개 그룹별로 정리된 경쟁정보 리스트를 제공한다.
- <http://www.business.com>
각 분야별 산업전문가와 도서관 사서 그룹으로 구성된 전문가팀이 선정한 2,500개 산업분야의 40만개 이상의 디렉토리이다.
- <http://www.factiva.com/cicenter>
경쟁정보의 이론과 테크닉에 대한 링크와 자료들을 제공한다.
- <http://www.win-loss-solutions.com>
Primary Intelligence는 기업이나 개인이 의뢰하는 주제나 경쟁사에 관한 경쟁정보와 시장정보를 제공한다.
- <http://www.corporateinformation.com>
세계 각국의 기업정보 및 산업보고서, 관련사이트 링크를 제공한다.
- <http://www.allbusiness.com/index.jsp>
미국을 비롯하여 전 세계 기업들의 연락처와 업체 프로필, 업체면 및 제품, 사업분류별로 검색한다.
- <http://www.individual.com>
주요 산업별 관련 뉴스들을 메타 검색해 볼 수 있는 사이트이다.

○ 교육기관

- Drexel University - College of Information Science and Technology, Philadelphia, Pennsylvania
드렉셀 대학교의 정보과학기술대학교에서는 체계적인 경쟁정보 프로그램을 제공하고 있다.
- Indiana University - School of Library and Information Science, Indiana, Bloomington.
인디애나 대학교 문헌정보대학원에서는 경쟁정보전략(Strategic Intelligence(L543))이라는 과목을 통해서 경쟁정보에 대한 기본 개념과 활용에 대한 강의를 개설하고 있다.
- Simmons College Competitive Intelligence Center (Boston, MA)
시몬스 대학 경쟁정보 센터에서는 경쟁정보분야의 석사과정을 제공하며 포스트 석사 인증서도 발부한다.