

금융기관의 지식정보콘텐츠관리에 관한 연구*

A Case Study on the Knowledge & Information Contents Management of the Financial Institution

장 우 권(Woo-Kwon Chang)**

김 현 희(Hyun-Hee Kim)***

초 록

본 연구는 우리나라 금융기관의 지식정보콘텐츠가 어떻게 생성되고 관리되는지를 실증적 접근으로 현장조사와 그에 대한 분석으로 이루어졌다. 조사대상의 은행에 대한 연구영역은 1)고객, 2)정보자료실, 3)문서관리(기록관리)로 구성되었다. 연구결과 1)고객에 대한 지식정보콘텐츠는 다양하게 제공되고 있으나, 분류체계의 통일성 결여로 체계적인 지식정보관리가 이루어지지 못하고 있다. 이에 대한 해결책을 제시하였다. 2)정보자료실에 대한 인식의 결여로 이용의 문제, 정보콘텐츠 생산과 활용의 문제가 발생하였다. 이에 대한 활성화 방안을 제시하였다. 3)지식정보공유와 관리가 잘 이루어지지 않고 있는 이유는 조직구성원의 지식정보공유의 인식결여와 문서관리와 정보자료실이 별개라는 인식의 결과였다. 이에 대한 활성화방안을 제시하였다.

ABSTRACT

This study is to investigate and analyze on the status and problems of knowledge & information contents management in the financial institution of Korea. The domain of research was made of user, library, and archives management. The result of the study was as follows: 1) to provided knowledge & information contents on user. 2) to generated the problems on utilization and production knowledge & information contents as the lack of understanding. 3) to had little understanding on knowledge information share and management. For example, to differ archives management and library.

So, the researcher proposed an active programs on the above problems.

키워드: 지식정보콘텐츠, 지식정보공유, 지식정보관리, 문서관리

knowledge & information contents, knowledge information sharing, knowledge information management, archives management

* 이 논문은 2002년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음. (KRF-2002-005-B20006)

** 명지대학교 금융지식연구소 연구교수(wk1961@mju.ac.kr)

*** 명지대학교 문헌정보학과 교수, 금융지식연구소 연구위원(kimhh@mju.ac.kr)

논문접수일자 2003년 6월 5일

게재확정일자 2003년 6월 10일

1. 서론

1.1 연구의 필요성과 목적

20세기 말 우리는 여러 가지 내외적 요인에 의하여 IMF(國際通貨基金, International Monetary Fund)를 초래하였다. 그 배경의 하나는 은행의 부실화 문제가 큰 이슈였다. 이를 극복하기 위한 생존 전략으로 아웃소싱, H/W 측면에서 은행간의 통폐합, S/W 측면에서의 구조조정 및 개혁 등이 이루어졌으며, 은행들의 경쟁력 방안이 요구되었다. 이러한 경쟁력 방안을 위한 해법이 필요하며 그 해법의 하나로 경쟁력 향상과 수익창출을 위한 지식정보관리가 요구되고 있다. 즉 지식의 창조와 보급능력은 기업의 생존과 발전을 좌우하는 가장 중요한 원천이 되고 있는 것이다(Nonaka 1994).

그동안 정부와 연구소, 관련학회 등에서 제시되고 있는 은행의 경쟁력 향상을 위한 다양한 논의와 아웃풋이 제시되었다. 그러나 이러한 주장과 글들은 은행 외부의 문제 해결을 위한 논의가 대부분이었다.

따라서 본 연구에서는 근본적인 은행의 경쟁력 상실의 원인이 무엇인지 은행 내부에서 직면하고 있는 문제를 통해 진단하고자 한다. 이를 위해 지식정보콘텐츠관리 현황과 문제점을 논의하고 은행과 우리가 해야 할 현명한 조치 및 활성화 방안을 제시하는 데 목적이 있다.

1.2 연구내용과 방법

연구의 내용은 지식정보 패러다임 변화와 스펙트럼을 살펴보고 은행에서 창출되고 있는 지

식정보콘텐츠가 어떻게 관리되고 있는지를 고객, 정보자료실, 문서관리 측면에서 다루었다. 이와 같은 실증연구를 위해 사이버 상에서 디스플레이 되고 있는 콘텐츠와 서비스를 기반으로 한 웹페이지를 분석하고, 관련된 문헌과 전문가의 견해를 참조하며 현장방문을 통한 실무자와 직접 인터뷰를 하였다. 또한 현장에서의 인터넷을 통한 정보관리시스템을 직접 접근하여 검색하였다. 여기에서 영업현장에서 생산되는 지식정보와 행원들의 견해는 제외하였다.

2. 지식정보콘텐츠관리와 스펙트럼

2.1 지식정보콘텐츠

정보의 근원은 개인적 욕구와 개인적 의지에 의한 인간의 활동에서 발생한다. 정보는 그림 1과 같이 2차 정보(국가정보, 지방자치정보), 3차 정보(기업정보, 은행정보), 4차 정보(교육정보), 5차 정보(신문정보, 방송정보) 등으로 파생되어간다. 이렇게 파생된 여러 가지 정보들은 이용하는 사람들의 개인적 욕구충족에 의해 다시 새로운 정보로 발생되어진다.

이러한 정보는 지식의 기초가 되며, 콘텐츠는 디지털화 된 모든 정보(문화, 보건, 건설, 금융, 정보, 생활, 신규콘텐츠)를 의미한다. 또한 지식은 인간과 컴퓨터가 생산한 정보를 기초로 주관적 판단을 통해 생성하고, 지식은 개인(조직구성원)의 경험과 노하우에서 창출되며(형식지(Explicit knowledge : 언어, 문장으로 표현이 가능한 객관적이고 이성적인 지식, 이론이나 문제해결기법 또는 매뉴얼 등)와 암묵지(tacit

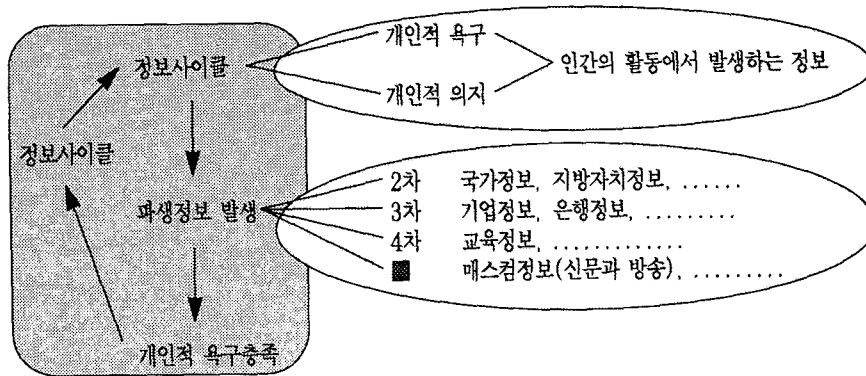


그림 1. 정보의 발생과 욕구충족에서의 사이클

knowledge : 개인적인 시행착오를 통해 어렵게 취득하여 자신의 머릿속에만 들어있는 지식)) 개인(조직구성원)과 조직(은행)의 성과와 직접적인 관계를 갖기도 한다.

이러한 지식의 창출에서 활용까지의 유통사이클을 나타내면 그림 2와 같다.

2.2 지식정보 패러다임 변화

1960년 대 이후 지식정보는 생산, 공급, 거시적 관점에서 그림 3과 같이 이루어졌으며 2000년대 이후는 소비적, 수용적, 미시적 관점에서 다루어지고 있다. 또한 지식정보를 관리하고 있는 도서관에서도 많은 변화를 가져왔는데, 산업사회의 전통적 도서관에서 지식기반사회의 디지

털도서관으로 발전되었다. 전자는 그 역할과 기능이 정보수집·관리중심, 도서관 전산화, 인쇄매체 중심, 공급자(관리자) 중심, 실물소장 개념의 자료구입, 자립형 도서관, 정보제공처 학습공간이었으며 사서가 그 에이전시로서 중개자 역할을 수행하였다. 후자는 지식정보서비스 중심, 도서관 디지털화, 멀티미디어/웹 환경 중심, 수요자(이용자) 중심, 접근(원격)개념의 장서개발, 네트워크형 도서관, 지식정보 평생교육 사회문화 레저여가 생활복지공간으로서 그 역할과 기능이 이루어지고 있으며 지식정보전문가, 기록관리사 등이 지식정보를 소비적, 수용적, 미시적 관점에서 필요로 하는 모든 고객들에게 서비스하고 있다.

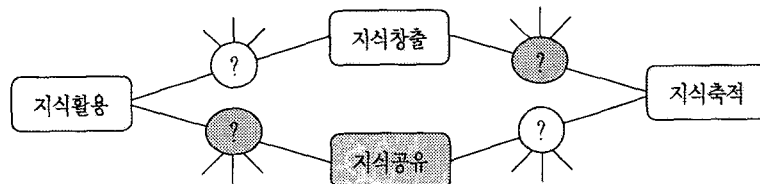


그림 2. 지식생산과 유통사이클(Knowledge Life Cycle)

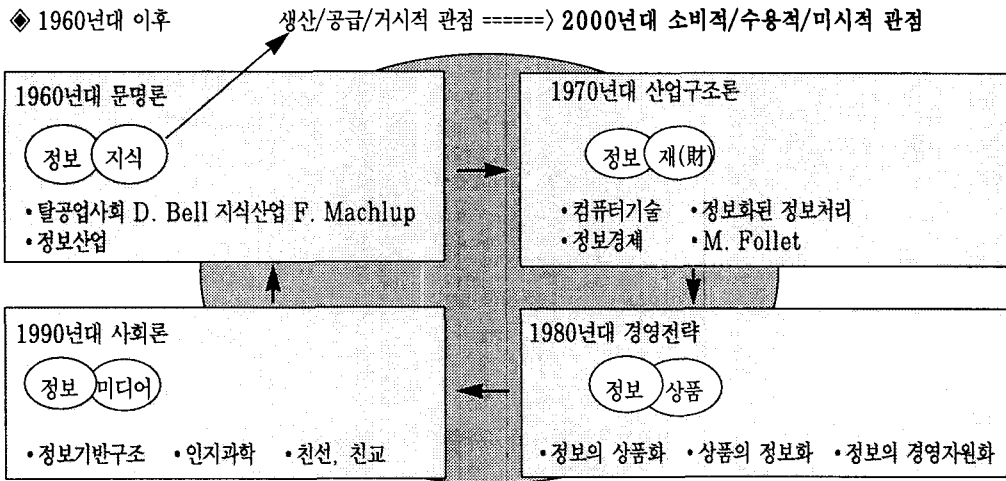


그림 3. 지식정보 패러다임 변화

2.3 지식정보자원 스펙트럼

디지털시대의 지식정보자원이 어떻게 가치와 수익을 생성하는지 그 흐름을 스펙트럼화 한 것이 그림 4이다.

2.4 지식정보콘텐츠관리

지식정보콘텐츠관리는 크게 정보관리와 콘텐츠관리, 지식관리로 이루어졌으며 이를 통합하여 사용된다. 정보관리의 주된 관심은 정보의

수집 및 가공 또는 편집과 축적, 축적된 정보를 실시간으로 공유하는 데 있으며 콘텐츠관리의 주된 관심은 온라인 banking, 사이버 증권거래 등 고품위 정보교환의 필요성으로서 디지털화 된 모든 정보를 의미(디지털콘텐츠)하는 데 있다. 또한 지식관리의 주된 관심은 개인과 은행의 핵심역량을 지원해 주는 핵심지식 영역을 규명하고 이러한 지식을 어떻게 창출하고 전파하며 공유할 것인지에 관심을 갖는다.

따라서 지식정보콘텐츠관리의 필수전제조건은 다음과 같다. 첫째, 암묵적 지식과 정보콘텐츠가

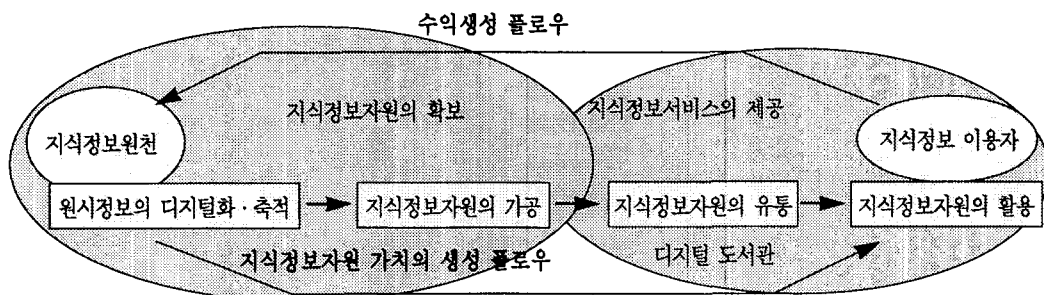


그림 4. 디지털시대의 지식정보자원 스펙트럼

공유될 수 있는 지식 친화적인 조직문화(은행문화)가 형성되어야 한다. 둘째, 명시적 지식과 정보콘텐츠가 공유될 수 있는 정보자료실이 활성화 되어야한다(지식정보콘텐츠관리). 셋째, 명시적 지식과 정보콘텐츠가 공유될 수 있는 기록관리가 활성화되어야 한다. 그 이유는 과거의 역사와 시장활동에서 생성된 지식정보콘텐츠, 조직생활에서 생성된 내재된 경험에 기반한 지식정보콘텐츠를 일정한 분류체계에 따라 은행차원에서 체계적으로 분류하고 축적하여 조직구성원들의 다양한 의사결정이 업무 활동에 활용됨으로써 새로운 부가가치를 창출하는 원동력이 되기 때문이다.

3. 금융기관의 지식정보콘텐츠관리 현황과 분석

3.1 표본의 구성

본 연구에 사용된 표본 수는 21개 은행(한국은행과 은행연합회에 소속된 회원)으로서 그 구성요소에 대한 지식정보콘텐츠관리는 고객, 정보자료실, 기록관리로 이루어졌다. 각 구성요소에 대한 현황분석은 다음과 같다.

첫째, 고객은 21개 은행(중앙 14, 지방 7)의 웹페이지 탐색으로 이루어졌다(표 1).

둘째, 정보자료실과 기록관리는 10개 은행에 대한 현장방문과 인터뷰로 이루어졌다(표 1 참조). 셋째, 조사기간은 2002년 12월부터 2003년 4월까지 약 5개월간 지속적으로 이루어졌다. 넷째, 조사내용과 범위는 웹페이지에서 제공하는 정보콘텐츠, 정보자료실 현황과 지식정보콘텐츠, 기록관리 현황과 지식정보콘텐츠로 이루어졌다.

3.2 고객중심기반 지식정보콘텐츠관리

은행의 주인은 주주와 고객이다. 은행의 경영활동 중심은 주주가치 극대화, 고객만족, 임직원 삶의 질 향상에 있다. 즉 주주가치 극대화와 고객만족을 위한 웹페이지에서 제공해야 하는 정보콘텐츠를 알아보기 위해 문헌조사, 은행원 인터뷰, 영업현장에서 고객인터뷰, 투자자인터뷰 결과 선호하는 지식정보콘텐츠는 다음과 같이 나타났다.

첫째, 고객 측면에서(고객지향)는 개인고객, 기업고객, 은행소개, 이용안내(online, offline), 고객상담, 고객정보관리, 정보자료검색, English(해외고객) 순이었다. 둘째, 투자자 측면에서(투자자 지향)는 CEO, 공시정보, IR 소식, 주주광장, 경영실적, IR 웹캐스팅, 신용평가, IR 정보이용자 서비스, English(해외 투자자) 순으로 나타났다. 셋째, 은행 마케팅과

표 1. 연구대상의 고객은행

▶국민은행	▶중소기업은행	○농협중앙회	○한국산업은행	▶한국수출입은행	▶신용보증기금	▶신한은행	▶한국의환은행
○우리은행	▶제일은행	○조흥은행	▶하나은행	▶한국은행	○한미은행	○경남은행	▶광주은행
○대구은행	○부산은행	○전북은행	○제주은행				

(▶웹페이지, 정보자료실, 기록관리 실태 조사·분석 ○웹페이지 실태 조사·분석)

표 2. 은행별 정보콘텐츠 유형

No	중앙/ 지방	은행명	콘텐츠유형	항목	비고
1	중앙	국민은행	개인금융, 기업금융, 프리미엄뱅킹, 부동산, 은행소개, 복권, English, 투자 광장, IR English, 고객정보관리, 이용안내, 고객상담	13	
2		중소기업은행	개인고객, 기업고객, 재테크/사무, 중소기업 플라자, 스피드 도우미, 인터넷 뱅킹, 부동산/경매, 고객광장, 증권/보험/쇼핑몰, 은행소개, 사이버론	11	
3		농협중앙회	농협닷컴, 농협뱅킹, 농협 Shopping, 농협 Nature	4	
4		한국산업은행	기업고객, 개인고객, KDB 리서치, 고객센터, 은행소개, 산은사랑방(직원광 장), 공인인증센터, 기업인터넷뱅킹, 외환 인터넷뱅킹, 개인인터넷 뱅킹	10	
5		한국수출입은행	대출상품안내, 해외경제정보, 인터넷뱅킹, 경험지원, 남북지원, 자료실, 고 객의 소리, 수은소개	8	
6		신용보증기금	신보안내, 업무소개, 사이버업무, 자료실, 고객과 함께	5	
7		신한은행	개인고객, 기업고객, 신한은행소개, 인터넷뱅킹(개인), 인터넷 뱅킹(기업), English	6	39
8		한국외환은행	개인고객, 기업고객, 정보광장, 고객센터, Inside KB, 기타	6	
9		우리은행	개인고객, 기업고객, 우리은행소개, 고객도우미	4	
10		제일은행	개인고객, 기업고객, 재테크광장, 인터넷 생활, 은행소개, 고객지원센터	6	
11		조흥은행	개인고객금융정보, 기업고객금융정보, CHB카드, CHB신탁, About CHB, 고객상담센터, Help, 인터넷 대출, 내집마련, 금융정보광장	10	
12		하나은행	주가정보, 뉴스와 투자보고서, 하나은행개요, 경영/재무현황 및 공시, FAQ, 이용자 부가서비스, 하나은행, 하나금융그룹, 이벤트/후원활동, Press Room, 인사/채용정보	10	
13		한국은행	한국은행안내, 통화정책, 금융경제동향, 경제통계, 자료실, 한은마당, 지역본부	7	
14		한미은행	개인고객, 기업고객, 굿뱅크광장, 대출고객, 투자고객, 한미은행소개, KoramBank, 고객센터, 지점과 ATM, 기타, 자매사이트	11	
서울				7.93	
15	지방	경남은행	경남은행소개, 개인고객, 기업고객, 인터넷 뱅킹, 개인자산관리, 고객광장	6	
16		광주은행	개인고객, 기업고객, 은행정보, 고객지원센터, 재테크 광장	5	
17		기술신용보증기금	기술신보안내, 신용보증안내, 벤처·창업지원, 기술평가센터, 기업컨설팅 팀, 신용정보사업	6	
18		대구은행	예금, 신탁, 대출, 신용카드, 외환, 재테크, 전자상거래, 고객광장, 은행안 내, 전자금융, 투자신탁, 토요휴무제, 대학등록금, 금융경제연구소, 연수원 안내, 향토와 문화, 추천사이트	17	
19		부산은행	개인고객, 기업고객, e-라이프, 은행소개, 고객센터	5	117
20		전북은행	예금, 대출, 신용카드, 외환, 재테크, 자산관리, 고객광장, 은행소개	8	72
21		제주은행	은행정보, 상품정보, 지점안내, IR/경영공시, 고객센터, 제주/생활정보, 안내	12	40
지방				8.43	
전체	21(7)			8.10	

수익 측면에서는 고객 측면 + 투자자 측면 + 배너광고(회사와 관련기관소개, 우수투자자와 고객소개, 신상품 소개, 제안 소개, ...)를 모두 통합하여 이루어지는 지식정보콘텐츠를 선호하였다.

3.2.1 고객지향 정보콘텐츠

개인고객 금융정보로서 국민은행은 인터넷뱅킹, 인터넷 대출, 상품/서비스, K/B카드, 국민카드, 외환, 자산관리, 메일뱅킹, 웹메일 등을 제공하고 있다. 기업고객 금융정보로서 중소기업은행은 예금/신탁, 수익증권/뮤추얼펀드, 대출, 외환, BC카드, 전자금융, 고객상담, 자료실 등을 제공하고 있다. 은행소개정보로서 농협중앙회

는 CEO, 농협의 역사, 농협의 하는 일, 농협 CI, 경영공시, 채용정보 등을 제공하고 있다. 이용안내(online, offline) 정보로서 국민은행은 첫방문고객안내, 미리보기, FAQ Q&A, 서식 약관 다운로드, 이용시간 안내, 이용시 혜택안내, 이용약관, 주5일 근무 제안안내, 전산통합 후 은행 이용안내, 동일인 ID정리기준, 인증서 FAQ, kbstar.com 사이트 도우미 등을 제공하고 있다. 고객상담 정보로서 한국외환은행은 자주 접하는 질문, e-mail 상담, 인터넷 폰 상담, 전화번호 등을 제공하고 있다. 고객정보관리로서 제일은행은 FAQ, Q&A, 고객의 소리, 자료실, 검색센터, 주5일 공지사항, 이벤트 등을 제공하고 있다.

표 3. 은행별 정보콘텐츠 유형과 내용의 예

은행명	콘텐츠 유형과 내용
국민은행	개인금융(인터넷뱅킹, 인터넷 대출, 상품/서비스, K/B카드, 국민카드, 외환, 자산관리, 메일뱅킹, 웹메일), 기업금융(기업인터넷뱅킹, e-Biz, 기업지원서비스, 금융상품, 신용카드, 외환, 기업커뮤니티), 프리미엄뱅킹(조회, 이체, WEBCMS, B2B결제, 외환, 결제/보고서/마감, 사용자관리), 부동산(뉴스광장, 아파트분양관, 시세/매물, 부동산재테크, 부가서비스, 부동산 마을, 건설업체정보광장), 은행소개(고객제안코너, 국민주택기금안내, 은행안내, CEO코너, 채용정보, 지점안내, 사이버 홍보관, 스포츠), 복권(복권구입, 당첨번호, 복권클럽, 게임Zone, 복권정보, 내 복권함, 이용자관리, LOTTO), English(Personal Banking, Exchange Lounge, International Service, About us, Branch Info), 투자자 광장(CEO, 공시정보, IR소식, 주주광장, 경영실적, IR 웹캐스팅, 신용평가, IR 정보이용자서비스), IR English(CEO, SEC Filings, Press Room, Shareholders' Forum, Financial Results, IR User Guide, Credit Ratings), 고객정보관리(온라인 신규가입, 고객정보관리, ID/사용자 암호, 메일링 서비스, SMS문자 전송서비스, 미리보기), 이용안내(첫방문고객안내, 미리보기, FAQ · Q&A, 서식·약관 다운로드, 이용시간 안내, 이용시 혜택안내, 이용약관, 주5일근무제안내, 전산통합후 은행 이용안내, 동일인 ID정리기준, 인증서 FAQ, kbstar.com 사이트 도우미), 고객상담(은행업무상담, 인터넷 뱅킹 상담, 전문가 상담, Web 콜센터, 상담처리현황)
농협중앙회	농협닷컴(농협닷컴, 농협소개, 뉴스/광고, 전국농협, 고객/농업인의 소리, 커뮤니티), 농협뱅킹(인터넷뱅킹, 예금신탁, 대출, 공제보험, 카드, 외환, eFinance, My e농협), 농협 Shopping(이용안내, 게시판, 고객의 소리, 회원가입수정, 마이리지), 농협 Nature(농협네이처, 농협정보, 농업지원, 연구정보, 가격&생생정보, 도시&농촌, 농업박물관)

정보자료검색으로서 각 부서에서 생산되는 정보콘텐츠와 정보자료실에서 축적되어 활용되고 있는 정보콘텐츠를 웹 상에서 볼 수 있어야 한다. English는 해외고객에게 은행의 정보콘텐츠를 소개하는 중요한 영역이다. 이러한 정보는 고객이 은행을 이용하는 데 많은 도움을 줄 수

있는 정보로 변경시 정확하고 빠른 수정이 필요하다.

은행마다 정보콘텐츠를 다양하게 세분하거나 한 유형으로 통합하여 제공하고 있으나, 고객의 웹탐색의 편리성을 고려하여 콘텐츠의 통일과 세부 콘텐츠의 편차수를 줄여야 한다.

표 4. 고객측면에서 정보콘텐츠 제공은행

No	은행명	콘텐츠유형									항목	비고
		개인금융	기업고객	은행소개	이용안내	고객상담	고객정보관리	정보자료검색	English	기타		
1	국민은행	○	○	○	○	○	○	○	○	○	9	
2	중소기업은행	○	○	○	△	○	○	△	○	○	8	
3	농협중앙회	○	△	○	○	○	△	×	○	○	7	
4	한국산업은행	○	○	○	○	○	○	×	○	○	8	
5	한국수출입은행	△	○	○	△	○	△	△	○	○	7	
6	신용보증기금	△	○	○	△	○	△	△	○	○	7	
7	신한은행	○	○	○	△	○	○	△	○	○	8	
8	한국의환은행	○	○	○	○	○	○	△	○	○	8.5	
9	우리은행	○	○	○	○	○	○	△	○	○	8.5	
10	제일은행	○	○	○	△	○	○	△	○	○	8	
11	조흥은행	○	○	○	○	○	○	×	○	○	8	
12	하나은행	○	○	○	△	△	△	△	○	○	7	
13	한국은행	×	×	○	○	○	○	○	○	○	7	
14	한미은행	○	○	○	○	○	○	△	○	○	8.5	
서울											7.82	
15	경남은행	○	○	○	△	○	○	△	○	○	8	
16	광주은행	○	○	○	○	○	○	△	×	○	7.5	
17	기술신용보증기금	△	○	○	○	○	○	△	○	○	8	
18	대구은행	○	○	○	○	○	△	△	○	○	8	
19	부산은행	○	○	○	○	○	△	○	○	○	8.5	
20	전북은행	○	△	○	△	○	△	△	×	○	6	
21	제주은행	△	△	○	○	○	△	△	×	○	6	
지방											7.43	
전체											7.68	

○제공, △미흡, ×미제공

3.2.2 투자지향 정보콘텐츠

투자자는 CEO(은행장)의 비전과 전략에 기 반을 둔 경영능력을 믿고 투자한다.

따라서 각 은행의 CEO에서 제공되는 콘텐츠는 메시지, 프로필, 수상실적, 경영비전 및 전략, CEO뉴스, CEO활동, 일문일답(국민은행) 등으로 이루어지고 있다. 공시정보에서 제공되는 콘텐츠는 수시공시, 공정공시, 사업보고서, 감사보고서, 영업보고서, 경영공시(국민은행)이며, IR 소식에서 제공되는 콘텐츠는 은행소식, Hot Issue, IR일정, IR Presentation (국민은행), 주주광장에서 제공되는 콘텐츠는

주주대화방, 주가정보, 주주정보, 주주총회, FAQ(국민은행), 경영실적에서 제공되는 콘텐츠는 주요 재무자료, 분기별 경영 현황(Fact Book), Annual Report(영문), 감사보고서, 사업보고서, 영업보고서(국민은행), IR 웹캐스팅에서 제공되는 콘텐츠는 기업 설명회, CEO 활동, 주주총회(국민은행), 신용평가에서 제공되는 콘텐츠는 최신신용등급, 등급변동현황, 신용평가뉴스(국민은행), IR 정보이용자 서비스에서 제공되는 콘텐츠는 뉴스레터 신청/해지, IR 정보이용자 등록, IR 정보이용자 확인, IR 담당자, IR 문의(국민은행), English(해외 투

표 5. 투자자 지향 정보콘텐츠 제공은행(상장은행)

No	은행명	콘텐츠유형									항목	비고
		CEO	공시정보	IR소식	주주광장	경영실적	IR 웹캐스팅	신용평가	IR 정보이용자 서비스	기타		
1	국민은행	○	○	○	○	○	○	○	○	X	8	
2	신한은행	○	○	○	○	○	X	X	○	○	7	
3	한국외환은행	○	○	○	○	○	X	○	X	○	6	
4	우리은행	○	○	○	○	○	X	○	○	○	7	
5	제일은행	○	○	○	X	○	X	○	○	○	6	정지
6	조흥은행	○	○	○	○	○	○	○	X	X	7	
7	하나은행	○	○	○	○	○	○	○	○	○	9	
8	한미은행	○	○	○	○	○	○	○	○	○	9	
서울		8	8	8	7	8	4	7	6	6	7.38	
9	경남은행	○	○	○	○	○	X	X	○	X	7	정지
10	광주은행	○	○	X	X	○	X	X	X	X	3	정지
11	대구은행	○	○	○	○	○	X	X	○	X	7	
12	부산은행	○	○	○	○	○	X	X	X	X	5	
13	전북은행	○	○	X	X	○	X	X	×	X	3	
14	제주은행	○	○	X	X	○	X	X	X	X	3	
지방		6	6	3	3	6	0	0	1	0	4.67	
전체		14	14	11	10	14	4	7	8	6	6.19	

○제공, △미흡, ×미제공

자자)로 제공되는 콘텐츠는 위에서 제공하는 콘텐츠를 영문으로 제공(국민은행)한다.

상장은행 중 투자자 측면에서 정보콘텐츠를 제공하는 은행은 국민은행, 하나은행, 한미은행 순으로 나타났으며, 3개 은행(중앙 1, 지방 2)은 은행사정상 매매거래가 정지된 상태로 업데이트 된 정보를 제공하지 못하고 있으며, 지방은행중 대부분인 4개 은행은 일반적으로 IR 제공이 투명하지 못하고 있다.

콘텐츠 내용별로 보면, CEO=공시정보=경영실적은 모두 제공하고, 그 다음은 IR소식 > 주주광장>IR 정보이용자 서비스 > 신용평가 순이다. 반대로 지방은행 모두는 신용평가와 IR 웹캐스팅을 제공하지 않고 있다. 이것은 지방은행의 열악한 경영환경과 투자환경을 나타내고 있다고 볼 수 있다.

3.2.3 은행 마케팅과 수익 측면에서

은행의 마케팅과 수익측면에서 보면, 고객 측면 + 투자자 측면 + 배너광고(회사와 관련기관소개, 우수투자자와 고객소개, 신상품 소개, 제안 소개, ...) 등으로 구성되어 있으며 배너광고는 조사대상의 21개 은행 모두에서 제공하고 있으나, 콘텐츠는 다양하게 제공하지 못하고 있다.

3.3 정보자료실 기반 지식정보콘텐츠관리

3.3.1 조사대상과 방법

조사대상은 21개 은행 중 10개 은행(국민은행, 중소기업은행, 한국수출입은행, 신용보증기금, 신한은행, 한국외환은행, 제일은행, 하나은행, 한국은행, 광주은행)이다. 조사방법은 현장 탐방과 담당사서 직접인터뷰, 시스템 직접 접근

으로 이루어졌다.

3.3.2 정보자료실의 중요성과 그 특성

1) 정보자료실의 중요성

정보자료실은 은행의 내 외부에서 발생된 지식정보자원을 수집 / 가공 / 축적하고, 원하는 이용자에게 제공하는 역할을 수행하는 기관이다. 은행의 구성원은 전문사서가 제공하는 분석정보원을 활용하여 개인이나 각 부서에 유익한 정보와 지식을 창출한다. 전문사서는 이와 같은 역할을 충분히 수행하고 지식을 창조하며 지식을 전달하는 중개자이다.

2) 정보자료실의 특성

사서의 주제별 전문화로 정보수집(통신망을 통한 해당 주제분야의 정보 및 상관정보를 수집 구축)과 서비스가 다음과 같이 제공되어야 한다.

학술잡지 비중이 증가하고 있으며(주제별 세분화), 중심매체는 비도서자료 및 멀티미디어 중심으로 전환되고, 신기술을 신속하게 적용하여 이용자에게 질 높은 정보서비스를 제공하고, 보수의 안정성과 성차별 없는 인사가 이루어져야 한다.

그러나 현실은 사회의 전략적 계획에 따른 수용에 따라 기술부서와 병행조치 되어 운영되고 있다. 여기에서 주제전문사서의 중요성이 날로 증대되고 있다는 사실에 주목해야한다. 왜냐하면, 사서는 이용자 봉사를 위한 전문주제분야의 지식을 소유하고 있고, 그 기본은 문헌정보학 지식(정보의 행태, 구조, 정의 등에 대한 지식과 자료에 쉽게 접근할 수 있는 방법에 능통)에 있으며 개별적 정보업무에 대한 지식(다양한 정보 활동, 정보기술의 활용, 정보원(IR) 정보검색기

술의 이용 및 응용)을 갖추고 있기 때문이다.

3.3.3 정보자료실 현황

정보자료실을 크게 경영측면, 정보콘텐츠관리측면, 지식관리측면에서 살펴볼 수 있다.

1) 경영측면

대부분의 은행은 정보자료실에 대한 관심도 적을뿐더러 이용도도 낮다. 관심도가 낮은 이유에 대한 여러 가지 원인이 있다. 우선 최고 경영층의 경영전략의 부재에 있다. 그 원인은

대부분의 행장은 정부의 낙하산 인사에 기인(정치가나 정부관료출신)하고, 재직기간도 평균 3년 내외(참고로 외국은행인 시티은행은 10년)이다. 둘째, 행원들의 낮은 관심이다. 이것은 현 업무의 과중(IMF 이후)과 최고경영자의 인식결여로 인한 행원들의 관심부족의 결과이다.

셋째, IMF 이후 부서의 통폐합으로 인한 조직구조의 변화이다. Ha은행의 경우 행장은 관심은 높으나 중역진이 관심이 낮으며, 행원 또한 낮게 나타났다.

표 6. 정보자료실 현황 -경영측면

No	은행명	소속부서	관심도			이용도(직원의식)	비고
			경영층	행원	MF 이후		
1	kbstar	경영혁신팀	저	저	조사부 통폐합	• 직원의식 미흡	
2	kjubank	조사협력부	저	보통		• 도서실 이용법 모름 • 대출/반납인식 • 정보반(종합기획부) 따로 운영 • 도서실과 업무 겹침	
3	koreaexim	해외경제 연구소	저	저		• 내부: 임직원 • 외부: 공문후 직접방문 • '98 이후 변화(IT발달, 일부 이용인식변화) • 신입연수(도서실 방문) • 하위직 인식: 저	
4	shinb	지식경영팀	보통	보통		• 영업점 : e-mail 대출 • 개시관 활용 • 대출: 전문위주, 교양일부	
5	shin	종합기획부	저	보통(행내망 이후: 고)		• 임직원 열람 • 대여 없음 • 방문객(X) • 구신한종합연구소 때 활성화	
6	koreabank	종합기획부 경제팀	저(지식, know-how : 고)	저		• 이용자 적다	
7	kfb	기획예산부	저	저		• 이용자 예년에 비해 많아짐 • 직원의 대출 없음 • 방문객(X)	
8	ha	경영전략 본부 기획팀	행장 : 고 중역진 : 저	저		• 주로 본부 • 전공도서, 교양도서 일부 • 주로 본부 • 방문객	
9	bok	도서자료 관리팀	저	저		• 행장/지점장 도서구입: 신경영위주	
10	kju	종합기획부	보통	보통		• 장기대여 • 일부 직원이용	

또한 이용도가 낮은 이유를 조사해 본 결과, 첫째, 행원들의 자료실 이용에 대한 인식결여이다. 여기에서 부서마다 별도의 정보반을 운영, 정보 수집하여 자체적으로 활용하기 때문에 중복된 정보수집과 인력과 시간/자본 낭비로 조직에서 경영의 비효율성을 보여주고 있다.

둘째, IMF이후의 구조조정에 의한 조직구조 통합(연구소와 정보자료실 우선대상)이다. 통합으로 인한 여러 가지 부작용이 나타나고 있다. 셋째, IT기술의 발달로 인한 인터넷활용 급증이다. 그러나 생명력 없는 쓰레기 정보 급증으로 생산성저하를 초래하고 있는 실정이다.

2) 정보콘텐츠관리 측면

정보콘텐츠관리에서 최신정보서비스와 온라인정보서비스는 지식정보서비스에서 전략적 구성요소이다. 최신정보서비스에서 조사대상의 70%가 SDI서비스를 도서요약정보서비스는 30%가 제공되고 있다. 전송매체는 모두가 복사/FAX를 이용하였으며, 50%가 e-mail 전송이었다. 온라인정보서비스에서는 모두가 참고정보서비스를 제공하고 있지만, 분석정보와 원문정보서비스는 30%에 머물렀다. 이에 대한 대책이 필요하다(원인과 대책 제시).

그 원인의 하나는 인력부족에 기인한다. 조사 결과 전문사서의 직분은 정적이 50%, 계약직 50%였다. 이에 대한 대책으로 경영층의 인식전환이 필수적이다. 정직과 계약직의 근무결과 의 표출은, 표 7에서 나타난 바와 같이 정직인 사서의 서비스는 다양하고 질높은 지식정보서비스를 제공한다(kbstar, kjubank, koreaexim, shinb, shin, bok).

예를 들면, Kbstar에서는 용어서비스를 제

공하고 있으며, 또한 필요한 파일을 첨부하여 제공하는 데 공통된 파일을 첨부한다(Msword: .doc). Koreaexim과 Shinb는 지식정보서비스를 자체 구축된 지식경영시스템으로 서비스하고 있다. Shin에서는 도서실이 아닌 인력개발부에서 선정된 도서를 읽고 보고서를 제출한다. 이는 별도부대(?)로서 시간과 인력, 비용/투자 효과의 비효율성을 초래하고 있다.

대부분의 은행에서는 필요도서와 정보를 각 부서에서 구입하거나 수집(일회용, 정리문제, 시간경과 후 분실, 재구입 비능률성/비효율성 발생)한다.

3) 지식관리 측면

지식관리는 크게 직무연수, 제안제도, 지식공유에서 이루어진다.

직무연수는 자체 내부연수와 외부의 연수로 나누어지는데 각각 60%, 50%이다. 직무연수는 선진문물을 통해 동종에서 지식정보의 시대적 흐름을 파악하여 정보자료실에 벤치마킹하고 이를 토대로 새로운 암목지와 형식지를 창출할 수 있는 계기가 된다. 따라서 직무연수가 왜 중요한 가는 여기에 있으며 조사대상의 50% 이상이 직무연수를 소홀히 하고 있어 이에 대한 해결책이 필요(인력부족 대부분 1~2인)하다.

제안제도는 행원의 경험과 노하우를 개선 개발하여 은행 경영의 제품, 서비스, 시스템내에서 부가가치를 창출하는 제안으로 등록하는 것이다. 제안은 조사대상의 2개의 정보자료실은 지식관리시스템(kms)에서 이루어지고 8개 정보자료실은 그룹웨어에서 이루어지고 있다. 자체의 업무제안과 신상품제안을 들 수 있는 데 대부분은 업무상의 지식정보제안이다.

표 7. 정보자료실 현황 - 정보콘텐츠관리측면

No	은행명	정보콘텐츠관리 → 지식정보서비스										기 타				
		대출/반납		정간물 기사색인	최신정보서비스				온라인 정보서비스							
		대출	반납		SDI	복사 이트	전송매체 복사 /FAX e- mail		참고 정보	분석 정보	원문 정보					
1	kbstar	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	•용어서비스 • 파일첨부(.doc)
2	kjubank	○	○	○			○	○	○	○						• 타행도서실교류(일부)
3	koreaexim	○	○						○	○						• 온라인 신청/대출
4	shinb	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	• 홍보/지식경영팀 소식 • 계획(신간안내, 용어정의, 게시판 활성화) • KMS-My Milege
5	shin	○	○	원할때					○							• 인력개발부 : 책읽고 보고서 제출
6	koexbank	○	○	○	○				○							• 환율/국제금융도서발행
7	kfb	○	○	○	○				○							• 필요도서 각부서 구입
8	ha	○	○	○	○				○							• 타은행 교류(필요)
9	bok	○	○	○	○				○	○	○	○	○	○	○	• 전자도서관계획(2003)
10	kju	○	○	○	○				○							• 필요정보 각 부서별로

* SDI: Selective Dissemination of Information, 신착정보 입수시 마다 탐색하여 해당정보를 자동적 정기적으로 제공.
** 복사사이트(bookcosmos)를 이용, 도서요약정보서비스 제공(새책)(유료사이트)



그림 2. KBStar Digital Library

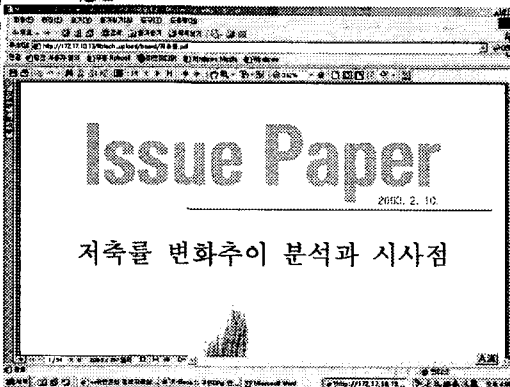


그림 3. 최신정보서비스 - 원문제공(kbstar)

조직에서 지식관리가 원활히 이루어지기 위해서는 동료와 타부서들간의 지식공유가 활발하게 이루어져야 한다. 조사결과 대부분의 행원들은 오프라인 상태에서 지식공유가 잘 이루어지고 있지 않았다. 이것은 우리나라 조직문화의 한 단면이라고 할 수 있으나 무엇보다도 부처별 이기주의에 기반한 조직문화의 특징이라고 볼 수 있다. 온라인 상에서 지식공유를 촉진시킬 수 있는 커뮤니티는 대부분 대화의 방에서 이루어지고 있으며, 반면에 커뮤니케이션은 질문과 자유게시판에서 이루어지고 있다. 또한 학습조직을 활용한 커뮤니케이션은 대상 은행의 30%였다.

모든 은행들은 문서관리를 실시하고 있다.

온라인 상에서 이루어지는 제안제도의 형태는 표 9와 같이 이루어지고 있다. 그림 4는 제안시스템의 실 예를 보여주고 있다.

3.4 문서관리기반 지식정보콘텐츠관리

모든 은행에서 문서관리를 행하고 있으며 (표 10), 문서관리형태는 그룹웨어나 KMS에서 이루어지고 있다(표 11). 그러나, 담당자의 수시 교체로 인한 체계적인 기록관리의 혼란과 보관문제가 발생하고 있다. 조사결과, 그 원인은 문서관리자는 한직으로 인식되어 책임성과 능률성 결여에서 나타나고 있다. 또한 보존연한이 지난 문서는 무조건 폐기되어 사료적 가치가 상실

표 8. 정보자료실 현황 - 지식관리측면

No	은행명	지식관리(그룹웨어, KMS)																	
		직무연수		제안제도						지식정보공유									
		자	외	도	그룹웨어		KMS		오프라인		커뮤니티				커뮤니케이션 (대화의 장/CEO/동료)			문	기
					지	신	지	신	동	타	대	(노	장	경	기	질	자		
체	부	서	식	상	지	신	료	부	화	조	소	터	조	문	유	습	서	리	
		관	제	제	제안	제안			방	식	터	사	타	(Q/A)	게	조	관	타	
1	kbstar	○	○	X	○	○	X	X	○	X	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	kjubank	○	○	X	○	X	X	X	X	X	○	X	X	X	○	○	○	X	○
3	koreaexim	○	○	X	X	X	○	○	팀	X	○	X	X	X	○	○	○	X	○
4	shin	○	○	X	x	x	○	x	친분	X	○	x	x	x	○	○	○	○	○
5	shin	X	X	X	○	X	X	X	친분	X	○	○	x	x	○	○	○	x	○
6	koexbank	○	X	X	○	○	X	X	X	X	○	x	x	○	○	○	○	x	○
7	kfb	X	X	X	○	X	X	X	X	X	○	x	x	x	○	○	○	○	○
8	ha	○	○	X	○	X	X	X	X	X	○	X	X	○	○	○	○	X	○
9	bok	X	X	X	○	X	X	X	X	X	○	X	X	x	○	○	○	x	○
10	kju	X	X	X	○	X	X	X	친분	X	○	○	X	○	○	○	○	X	○

* 오프라인 또는 온라인 상태에서 지식공유가 안되는 이유 : 부처이기주의, 문서관리와 도서관리는 별개, 동료들간에도 친분이 있을 경우만 지식정보공유.

표 9. 제안제도의 형태

No	은행명	제안제도 형태	제안제도 채택		
			현금	인사고과	기타
1	kbstar	<ul style="list-style-type: none"> • 지식제안 ▶ 임시보관함 ▶ 나의제안함 ▶ 제안조회 • 예비심의 	○	구국민 은행	
2	kjubank	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 		○	
3	koreaexim	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 	○	○	
4	shinb	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안시스템 ▶ 업무제안게시판 ⊕ 업무제안현황 ⊕ 업무제안접수관리 ⊕ 무제안심사 ⊕ 중복제안검사 ▶ 제안등록 		○	
5	shin	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 		○	
6	koexbank	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 	○	○	
7	kfb	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 		○	
8	ha	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 ○ 하나제안-공지사항-제안작성-본인포상검색-제안검색 	○		
9	bok	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안 		○	
10	kju	<ul style="list-style-type: none"> • 업무제안시스템 - 업무제안작성 - 진행상태조회 		○	

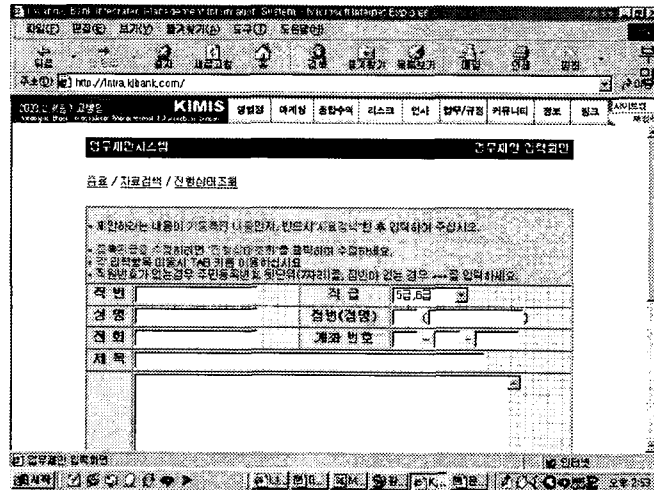


그림 4. 제안시스템의 실 예(kju)

되고 있다. 즉 은행의 역사가 사라지고 있는 것이다. 더욱이 큰 문제는 대부분 비공개로 지식공유를 하지 못하고 있다는 사실이다. 이것은 지식

경영의 전략적 문제가 발생되었다고 할 수 있다. 따라서 사료적 가치가 있는 것은 정보자료실로 이관되어 체계적인 분류와 DB로 구축되어

표 10. 문서관리 현황

No	은행명	문서관리					
		실태	담당자	보존연수	자료실과의 관계	공개여부	문제점
1	kbstar	각부서별	총무	• 3, 5, 10, • 5년이 지나면 폐기	일부 교류	비공개	• 담당자 수시 교체로 인한 혼란 • 보존연한이 지난 문서 보관문제
2	kjubank	부서별	담당자		일부 교류	비공개	• 타 문서관리 모름 • 담당자 수시 교체로 인한 혼란 • 문서관리자는 한직
3	koreaexim	부서별	담당자	• 사료지난 것, 문서 보관장 고로	직접요청	비공개	• 문서 접근금지
4	shinb	부서별 개별	담당자		• 문제 있으면 도서 실로		• 부서별 발간도서 모르는 것 태반 • 공식적으로 모든 문서는 일부 도 서실로 이송-지켜지지 않음
5	shin	부서별	담당자		보고서 도서실로	비공개/공개	• 문서공유 친분있는 사람
6	koexbank	부서별	담당자	• 정표서식 : 5, 10 • 화재소실 대비: 부 산, 대구, • Microfilm	• 부서별 도서/보고 서-일부 도서실로 • 행내망 온라인	부서별 계수공유 기타 close->DB	• 비공개 자료 대부분
7	kfb	부서별	담당자		전자문서교류		
8	ha	부서별	담당자			비공개	
9	bok	부서별	담당자	• 광팩일로(microfilm)		비공개	• EDMS와문서관리 별개
10	kju	부서별	담당자				

모든 조직구성원 들뿐만 아니라 관련 국가와 유
관 금융기관에서 이를 공유할 수 있도록 하여야
한다. 즉 지식정보 공유의 장이 되어야 한다.

3.5 문제점 및 활성화 방안

지식정보콘텐츠관리 현황 분석결과 나타난
문제점과 그 해결방안을 제시하면 다음과 같다.

3.5.1 웹정보콘텐츠의 통일성문제

콘텐츠 분류작업은 콘텐츠 내용과 웹사이트
전체구조에 큰 영향을 미친다. 그러나, 은행마

다 다양한 콘텐츠 제공에 치중한 나머지 콘텐츠
분류체계가 체계적이지 못하여 혼란스럽다.

조사결과 그 원인은 콘텐츠 분류작업이 고객의
입장이 아닌 은행의 입장에서 분류시스템을 작성
하고 있으며, 일부 은행들은 관리목적의 분류체계
와 고객의 이해를 위한 분류체계 등 두 가지 분류
시스템을 사용하여 하나의 분류시스템으로 관리
와 고객의 이해를 모두 쉽게 하려는 경향이 있다.

그 해결방안으로 우선 콘텐츠 분류작업에 경
영층이 참여해야 한다. 경영진의 의견이 은행의
전체적인 전략으로서 콘텐츠 분류체계에 반영되
어야 한다. 둘째, 분류작업은 디지털콘텐츠 구

표 11. 그룹웨어에서 문서관리

No	은행명	문서관리(그룹웨어/KMS)
1	kbstar	• 문서함 • 전자결재 • 내문서
2	kjubank	• 전자결재
3	koreaexim	• 전자결재 ▶작성 ▶결재 ▶진행 ▶결재 처리함 ▶수신처리
4	shinb	• 문서대장
5	shin	• 전자결재 ▶기안하기 • 경영개선제안 • 문서관리 ☆결재문서함 : ▶품의함 ▶수신결재함 ▶발신함 ▶합의함 ▶신청처리함 • 일반문서 — 부서별 • 이람문서 — 카테고리별
6	koexbank	• 발수신공문 ▶최근수신공문 ▶최근발신공문 ▶과거문서함 ▶공통수신처공문 • 전자결재 ▶일반/여신결재 ▶현수송결재 ▶진행상화 보기 ▶메인메뉴로 이동
7	kfb	• 문서함 : ▶시달문서 ▶일반문서 ▶부집내 문서 ▶결재 ▶문서작성
8	ha	• 문서함 • 결재할 문서 ▶신규문서 ▶미처리문서
9	bok	• 결재 • 문서관리
10	kju	• 전자결재

축의 기초로 인식되어야 한다. 분류와 구축시 신중한 접근을 해야 하고, 매번 수정하고 자주 변경하는 것을 방지해야 한다. 셋째, 고객의 관점에서 분류한다. 분류리스트에서 사용된 단어가 누구나 이해하기 쉬운 단어로 할 필요가 있다(확인). 넷째, 테스트기간(검증)을 거쳐야 한다. 고객들이 이 분류시스템을 어떻게 이용하는지 확인해야 한다. 다섯째, 일관된 분류시스템이어야 한다. 분류체계의 일관성은 콘텐츠관리를 쉽게 할 뿐만 아니라 고객과 방문객이 쉽고 빠르게 정보를 찾을 수 있도록 만들어 고객에게 더욱 친밀한 환경을 제공한다.

따라서 디지털콘텐츠와 웹사이트는 고객과 방문객이 쉽고 빠르게 이용할 수 있도록 만들어져야 한다. 이런 관점에서 웹사이트는 도서관과 같다. 변경된 정보는 정확하고 빠른 수집이 필요하고, 세부 콘텐츠의 편차 수를 줄여 간결하

게 해야 한다.

3.5.2 정보자료실 현황과 지식정보콘텐츠

정보자료실 관심과 이용의 문제(관심부족과 낮은 이용)와 정보콘텐츠 생산과 활용의 문제가 발생되고 있다. 그 원인은 최고경영층의 전략부재(인식결여, 짧은 근무연수)와 IMF 이후의 조직구조의 변화(부서통폐합), 인력부족(대부분 1~2인)을 들 수 있다. 그 결과 업무 과중화와 기타원인으로 행원들의 내외적 사기가 저하되고 있으며(중소형의 금융사고의 발생의 원인), 중복된 정보수집으로 인한 비용/시간/인력낭비를 초래하는 문제가 발생되어 비생산성(생명력 없는 정보 쓰레기 급증), 비효율성, 비능률성, 경쟁력 상실이 나타나고 있다.

그 해결책으로 제시되는 활성화 방안은 다음과 같다.

첫째, '은행의 정보자료실에는 지혜의 샘을 충족시킬 수 있는 영혼의 밥이 있다' 라는 캐치프레이즈를 내 걸고 정신적 휴식처(재충전)가 되도록 한다. 즉 모든 지식정보는 정보자료실에서 나고 정보자료실로 돌아간다. 따라서 정보자료실은 최소의 비용과 노력으로 최대의 효과(능률향상, 애사심고취)를 올릴 수 있는 지식저장소이며 지식발전소로서 역할과 그 기능을 수행해야 한다. 둘째, 자료실 이용에 따른 인센티브를 부여한다. 적극적 정보자료 활용으로 인한 지식제안 활성화와 고품질 상품생산으로 최상의 고객서비스를 할 수 있는 모티브를 제공하기 때문이다.

3.5.3 지식정보공유와 관리의 문제

조사결과 우리나라 은행들은 지식정보공유가 잘 이루어지지 않고 있었다. 그 원인은 첫째, 자신의 성격, 상대방으로부터 오해, 조직생활에서의 왕따 등의 노심초사(勞心焦思)에 있다. 둘째, 부처 이기주의에 기인한다. 자신들의 정보는 보물이고 이 세상에서 하나뿐이라는 것이다. 즉 '꼭꼭 숨어라' 이다. 이는 승진/인사고과를 침해하고, 책임문제가 따른다는 것이다. 셋째, 문서관리와 도서관은 별개라는 것이다.

이러한 원인으로 은행의 경영에서 시대의 흐름에 역행하는 결과를 낳고 있으며, 경쟁력 상실, 고객이탈, 수신고 이탈, 직장이탈 등의 여러 가지 문제가 발생하고 있다.

따라서 지식공유와 관리의 해결 및 활성화 방안을 제시하면, 첫째, 직무연수를 정례적으로 활성화해야 한다. 이렇게 될 때, 조직구성원 개인의 내재된 지식이 아웃풋되고 벤치마킹을 통한 신지식 창출(지식정보공유)로 직장과 업무의 자부심을 가지게 된다. 둘째, 지식제안 시스

템을 구축하고 이를 적극적으로 사용할 수 있도록 한다. 이것은 은행의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 중요한 도구가 된다. 이렇게 될 때, 조직구성원의 학습이 실현(생각하는 습관/문제해결 능력/창의적 사고/지식창출/지식행위)되고, 부가가치가 창출(매출증대/Market Share 확대/고객만족 서비스, 경영이익기여/업무개선과 혁신/브랜드 이미지 은행)되며, 커뮤니케이션 문화(베스트 제안공유/부하와 상사의 의사소통/지식과 정보공유/개방성/포럼연구교류)의 창달과 전원변화와 참여경영(참여경영실현/혁신개선 활동/아이디어 존중/전원변화 활동)을 가져온다. 셋째, 커뮤니티를 활성화한다. 대화의 장(Q/A, /자유게시판)을 마련하고 학습조직을 적극활용 한다. 넷째, 문서관리를 활성화한다. 체계적인 지식정보 기반 기록관리는 사료적 가치를 수반하기 때문이다.

이를 위해 통합적 해결방안이 필요하다. 즉 정보자료실, 전문사서, 지식정보관리, 기록관리, 은행임직원, 고객 등이 일체 되어야 한다. 또한 정보자료실이 지식정보관리를 해야하는 당위성으로서 은행의 정보자료실활성화는 은행 임직원의 마인드와 전문사서에 의해 이루어진다.

따라서 지식정보콘텐츠관리는 은행구성원 모두에게 '지혜의 샘'을 제공하는 기반이 된다고 할 수 있다.

4. 결론 및 제언

이 연구는 금융기관에서 지식정보콘텐츠관리 현황분석을 위해 고객, 정보자료실, 문서관리 측면에서 이루어졌다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 고객중심기반 지식정보콘텐츠관리에서는 고객지향, 투자지향, 은행마케팅과 수익측면에서 다양한 콘텐츠가 제공되고 있음을 알 수 있다. 그러나 웹정보콘텐츠의 통일성결여로 고객의 측면에서 이용의 혼란을 가져오고 있다. 이를 위해 고객과 투자자를 위한 친밀한 환경을 제공할 수 있는 웹 콘텐츠의 분류체계가 통일되어야 한다는 것이다. 이를 위한 해결책을 제시하였다. 둘째, 정보자료실에 대한 인식의 결여로 이용의 문제, 정보콘텐츠 생산과 활용의 문제가 발생하였다. 이에 대한 활성화 방안을 제시하였다. 셋째, 지식정보공유와 관리가 잘 이루어지지 않고 있는 이유는 조직구성원의 지식정보공유의 인식결여와 문서관리와 정보자료실이 별개라는 인식의 결과였다. 이에 대한 활성화 방안을 제시하였다.

우리나라 은행의 지식정보콘텐츠관리가 잘 이루어지지 않고 있는 가장 큰 원인은 모든 정책이 고객의 입장에서 아닌 경영자의 입장에서 수립되고 시행되고 있기 때문이다. 따라서 지식정보콘텐츠가 효율적으로 관리될 수 있는 제도적·정책적 작업이 이루어져야 한다. 이에 본 연구는 지식정보콘텐츠관리의 현황과 문제점을 분석한 후 활성화 방안을 제시하였다.

이러한 제안이 현장에서나 은행이 정책입안 그리고 관련학자들의 학문적 연구에 조그마한 보탬이 되었으면 한다.

앞으로 본고에서 다루지 못한 은행 현장에서 조직구성원의 지식정보콘텐츠에 대한 다양한 인식조사를 추후 연구하고자한다. 이에 대한 관심이 있는 연구자나 실무자들의 기탄없는 의견 교환이 있었으면 좋겠다.

참 고 문 헌

- 김창은. 2002. 『기업의 지식경영 활용사례-한국 기업에서 적용할 수 있는 지식경영 프로그래밍의 정립』. 서울: 집문당.
- 삼성경제연구소. 1999. 「지식경영과 한국의 미래」.
- 최병구, 이희석. 2000. 지식창출 순화과정 기반 지식관리 유형도출. 『Information Systems Review』, 2(2): 231-242.
- Hurley, R., and Hult, T. 1998. "Innovation Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination," *Journal of Marketing*, 62: 42-54.
- Nonak, I., Byosiere P., and Konno, N. 1994. "Organizational Knowledge Creation Theory: A First Comprehensive Test," *International Business Review*: 13(4): 337-351.
- 경남은행. <http://www.kyongnambank.co.kr/>
- 광주은행. <http://www.kjbank.com/>
- 국민은행. <http://www.kbstar.com/>
- 기술신용보증기금. <http://www.kibo.co.kr/>
- 기업은행. <http://www.kiupbank.co.kr/>

농협. <http://www.nonghyup.com/>

대구은행. <http://www.daegubank.co.kr/>

부산은행. http://www.pusanbank.co.kr

신용보증기금.

<http://www.shinbo.co.kr/index.htm>

신한은행. <http://www.shinhanbank.co.kr>

외환은행. <http://www.keb.co.kr>

전북은행. <http://www.jbbank.co.kr/>

제일은행. <http://www.kfb.co.kr/>

제주은행. <http://www.chejubank.co.kr/>

조흥은행. <http://www.chb.co.kr/kor/>

하나은행. <http://www.hanabank.co.kr>

한국산업은행.

<http://www.kdb.co.kr/webih/main>

한국수출입은행.

<http://www.koreaexim.go.kr/>

한국은행. <http://www.bok.or.kr/>

한미은행. <http://www.goodbank.com>

우리은행. <http://www.wooribank.com/>