

V. 情報 技術을 통한 顧客 價値의 創造

- (情報 技術이란 무엇인가?) 情報 技術은 기업 경영 활동에 존재하는 모든 정보의 원활한 커뮤니케이션을 위한 기술로서 製品의 生産에서부터 마케팅, 人事·組織, 財務에 이르기까지 기업의 모든 활동에 적용됨
- (情報 技術 發達에 따른 經營 活動의 變化) 정보 기술의 발달은 기업의 모든 경영 활동에 걸쳐 변화를 초래하고 있음
- (情報 技術을 통한 顧客 價値의 創造) 정보 기술은 生産 原價와 物流 費用 절감과 같이 기업의 내적 활동의 效率性을 증대시킬 뿐만 아니라, 最終 消費者에게 經濟的인 便益 및 삶의 便利性을 제공할 수 있음
- (顧客 價値 創造 事例) 注油 서비스업체인 퍼시픽 프라이드社는 無人 注油 시스템을 통하여 고객에게 주유소 이용의 편리성과 신용 결제 및 주유 통제를 통한 비용 절감의 편익을 제공함
- (情報 技術의 活用을 위한 提言) 정보 기술의 활용은 기업 내적 효율성 증진 뿐만 아니라 고객에게 가치를 창조해 줌으로써 기업의 성과를 증대하는 것에 초점을 두어야 함

情報 技術은 제품의 生産 活動에서부터 마케팅, 人事·組織, 財務 및 기업 戰略 수립에 이르기까지 모든 經營 活動에 活用됨

○ 情報 技術이란 무엇인가?

- 정보 기술(IT: Information Technology)이란 기업의 모든 경영 활동에 존재하는 정보가 기업 내·외부적으로 원활히 커뮤니케이션되도록 하는 기술임
- 정보 기술은 제품의 생산 활동에서부터 마케팅, 인사·조직, 재무 관리 및 기업 전략 수립에 이르기까지 모든 경영 활동에서 활용됨
- 예컨대, 과거 수작업에 의해서 이루어지던 설계 작업은 CAD(Computer Aided Design)를 통하여 생산의 유연성 및 효율성을 배가시킴
- 또한 과거 팩스나 인편에 의해 행해지던 제한적인 정보의 교류는 LAN(Local Area

Network) 혹은 인터넷을 통하여 무제한적으로 이루어지는 것이 가능하게 되었음

과거 企業의 價値 創造는 生産 및 流通과 같은 物理的인 측면에서 이루어졌으나, 情報 技術의 발달은 情報 處理를 통한 企業의 價値 創造를 가능케 함

○ 情報 技術의 發達에 따른 經營 活動의 變化

- 오늘날 정보 기술의 발달은 기업 경영 환경 전반에 걸친 변화를 초래하고 있음
 - 과거 기업의 가치 창조는 제품의 생산 및 유통과 같은 물적인 측면에서 이루어졌으나, 최근의 정보 기술 발달은 정보 처리를 통한 기업의 가치 창조를 가능케하고 있음
- 정보 기술의 발달이 경영 환경에 어떠한 변화를 초래하는 지는 일본 중고차 도매상의 경영 방식의 변화에서 쉽게 이해될 수 있음
 - 80년대 중고차들은 매주 몇 개의 집결지에 수송되어 경매를 통하여 소매상에게 판매되었음
 - 그러나 이러한 경매 방식에 의해 판매되어지는 자동차는 전체 재고량의 약 45% 수준에 불과하여 도매상들은 많은 재고 부담을 안게됨
 - 이에 중고차 도매상은 오토네트라는 컴퓨터 및 위성 통신을 이용함
 - 중고차를 팔 사람들이 오토네트에 자동차 매매 의사를 전달하면, 오토네트에서 매매할 자동차의 외형 및 성능에 관한 정보를 입수하여 소매상들에게 배포함
 - 소매상들은 컴퓨터 통신을 통한 경매를 하게되며, 소매상들이 구입한 자동차는 중고차 판매자로부터 직접 소매상에게로 배달됨
- 그런데 이러한 정보 기술을 활용하기 위해서는 막대한 투자가 필요하므로, 기업들은 선뜻 정보 기술에 투자하는 것을 꺼리고 있음

情報 技術은 제품 差別化의 手段으로 사용될 수 있음. 즉 정보 기술은 製品의 質的 향상을 통하여 製品의 全般的인 價値를 향상시킴

퍼시픽 프라이드社は 情報 技術을 활용하여 無人 注油所를 운영함. 無人 注油所는 顧客의 便利性, 費用 절감과 같은 새로운 가치를 創造하여 줌

○ 情報 技術을 통한 顧客 價値의 創造

- 기업은 정보 기술을 생산 원가와 물류 비용 절감과 같이 기업 내부의 효율성 증대를 위하여 활용할 수 있을 뿐만 아니라, 소비자의 경제적인 편익과 삶의 편리성 등의 가치 창출을 위하여 사용할 수 있음
 - 특히 단순한 제품 기능 때문에 소비자에게 차별적인 편익을 제공할 수 없는 제품의 경우, 정보 기술의 활용은 유용한 시장 세분의 도구로 활용될 수 있음
 - 예컨대, 정유제품과 같이 소비자가 제품의 질을 실질적으로 판단하기 어려운 경우, 정보 기술은 제품의 지각 가치를 향상시킬 수 있음
 - 이러한 제품의 지각 가치의 향상은 결과적으로 제품 가격을 인상시킬 수 있으므로 기업의 수익을 증대시킴
- 정보 기술을 통한 고객 가치 창조는 다음의 퍼시픽 프라이드社의 무인 주유소를 통하여 쉽게 이해될 수 있음

○ 顧客 價値 創造 事例

- 대형 트럭 회사에서부터 개인 용달사업자에 이르기까지 주유서비스를 제공하는 퍼시픽 프라이드社は Cardlock이라는 무인 주유소를 경영함
 - 본 주유소에서는 운전자가 주유카드를 주유기의 카드 감식기에 넣고, 비밀번호와 주유량을 입력하면 즉시 주유를 받을 수 있는 시스템임
- 이 주유소는 고객에게 이용의 편리성, 신용 결제, 그리고 운전사를 통제할 수 있는 편익을 제공함

情報 技術에 의
한 새로운 顧客
價値 創造는 타
경쟁업체에 비해
보다 높은 收益
을 보장함

- 편리성: 무인 주유소에서 트럭 운전사들은 365일, 24시간의 급유를 받을 수 있음
 - 또한 주유 카드를 소지한 고객만이 무인 주유소를 이용할 수 있으므로 급유를 위해서 긴 시간 줄을 서서 기다리지 않아도 됨
 - 그리고 고객들은 자신이 얼마만큼 급유를 하였는 지에 관한 정보를 받아볼 수 있음
- 신용 결제: 고객들은 신용 결제를 통하여 비용을 절감할 수 있음
 - 무인 주유소를 이용하는 고객들은 현금으로 대금을 결제하는 것이 아니라, VISA와 같은 일반 카드처럼 주유 카드로 신용 결제함으로써 비용을 절감할 수 있음
- 통제가능성: 주유 카드의 사용은 운수 회사 운전사들의 카드 남용을 방지할 수 있음
 - 대형 운수업체의 가장 큰 문제점 중의 하나는 급유를 위해 지급된 신용카드가 타 제품의 구매에 사용된다는 것임
 - 그런데 주유 카드의 경우, 급유만을 위하여 사용되므로 타 용도의 사용을 방지할 수 있음
 - 또한 특정 운전자별로 급유 내용이 기록되기 때문에 운전사들을 통제할 수 있음
- 퍼시픽 프라이드社は 정보 기술을 활용한 무인 정유소를 통하여 보다 높은 이윤을 확보함
 - 무인 정유소는 고객들의 비용 절감과 이용의 편리성이라는 새로운 가치를 창조함으로써 타 경쟁업체에 비해 보다 높은 가격을 책정할 수 있었음

情報 技術은 기
업 内部 效率性
증대뿐만 아니라,
顧客 價値 創造
를 위해서 活用
되어야 함

○ 情報 技術의 活用을 위한 提言

- 정보 기술을 기업 경영에 접목시키기 위해서는 많은 비용이 발생함
 - 따라서 어떠한 정보 기술을 어떠한 효과를 위하여 사용할 것인가에 대한 장기적인 계획이 필요함
- 기업은 정보 기술이 경영 활동을 위한 하나의 수단이지 목표가 아님을 인식하여야 함
- 기업은 정보 기술의 활용을 통하여 기업 내부의 효율성 증대뿐만 아니라, 고객 가치 창조를 통하여 고객과의 확고한 관계가 유지될 수 있도록 하여야 함

(김정운)