



이 대길
한국지함공업협동조합 이사장

무한경쟁의 경기법칙과 포장인의 경영전략

시대(時代)는 그 시대에 맞는 정신이 있고 환경에는 환경 나름대로의 요청사항이 있다. 흔히, 18세기를 이성의 시대라 부르고, 19세기를 과학 기술에 의한 진실의 시대라고 말한다. 그러하다면 20세기는 어떠한 정신이 지배하는 시대라 말할 수 있을까? 20세기는 한 세기동안에 너무나 많은 변화가 발생하기 때문에 한두가지 사건을 중심으로 해서 20세기는 시대정신을 대변하기는 어렵지만 20세기를 마감하는 현 시점에서 볼때 오늘날의 시대흐름은 분명히 세계화(globalization)의 거대한 물결이 그 주류를 이루고 있다는 점에서 사학자들은 후일 20세기를 가리켜 세계화 혁명시대로 특징짓지 않을까 생각된다.

세계화라는 시대정신은 이에 따른 급격한 환경변화를 수반하고 있으며 환경의 변화는 개인이나 조직 사회에 새로운 적응을 요청하는 메시지를 보낸다. 영국의 석학이었던 아놀드 토인비 박사는 그의 대작 「역사의 연구」에서 인류의 흥망성쇠는 도전과 응답(또는 응전)의 이론에 있다고 규명하바 있다. 여기에서 도전은 다양한 원천의 시대정신과 이러한 도전의 파도에 맞서 적응하면서 대처해 나아갈 수 있는 돌파력을 가진 문명과 사회는 인류역사의 무대에서 존속하여 번영을 누려오고 있으나 그러하지 못한 문명과 사회는 쇠퇴하여 인류의 역사문화에서 사라져 갔다고 논하바 있다.

이 교훈은 오늘날의 상황에 있어서도 그대로 적용된다. 현대는 개인이든 기업체든 국가든 모두가 엄청난 환경 변화의 도전에 직면해 세계화, 정보화, WTO(세계무역기구)의 출범 등과 같은 범 세계적인 도전의 파도가 거세게 밀려오고 있음을 새삼스레 강조할 필요는 없으며 이미 우리 모두가 이러한 도전이 우리의 국가와 기업과 개인에 많은 영향을 미치고 있음을 잘 알고 있다.

이처럼 급격하게 변화하는 시대정신과 이에따른 환경변화에 적절하게 대처할 수 있는 확실한 대응책을 이 글에서 제시하기는 어렵다. 특히 중구난방으로 얽히고 매듭지워지지 못한 우리 포장업체가 대처해 나아가야 할 대응책의 제시는 더욱 어렵다. 이는 각자의 환경에 적합한 도전방식과 돌파력의 노하우는 기업과 개인 어느 누구에게나 축적되어져 있기 때문이다.

세계화 무한경쟁의 진정한 의미

먼저 세계화의 대명사처럼 자주 등장하는 무한경쟁의 올바른 개념이 무엇인지 알아보아야 한다. 첫째 무한경쟁은 문자 그대로 경기의 시간적 제한이 없다. 현재까지 우리들이 참가하고 있는 경기는 모두가 특정한 시간범위 내에서 상대방과 경기를 하게 되어있으나 무한경쟁은 시간의 제한을 받지 않는다는 개념이다. 둘째는 무한경쟁은 유한경기와는 다르게 백색선의 일정한 경기장내에서 경기를 하지 않는다. 경쟁의 운동장에는 아무런 표시가 없다. 셋째 무한의 경쟁에도 일정한 선수의 자격은 있다. 1995년 1월1일 출범한 WTO기구는 이러한 선수의 자격을 검증하고 선수간의 분쟁을 해결하는 심판관의 역할을 수행하는 곳이다.

무한경쟁이란 위와같은 규칙을 가지고 진행되는 과정이다. 유한경쟁에 있어서는 주어진 시간안에 제한된 공간안에서 경기법칙에 따라 승자와 패자를 가리는 경쟁인데 반하여 무한경쟁의 목표는 승자와 패자를 가리는 경쟁이 아니다. 무한경쟁의 목표는 경기를 무한히 지속시키는 데 있으며 이에따라 무한경쟁에서는 유한경쟁처럼 주어진 시간과 공간 속에서 상대방이 경쟁을 계속할 수 있도록 도움과 협조를 아끼지 않는 마음가짐과 자세가 필요한 것이다. 무한경쟁이라는 의미는 이처럼 공생공존하는 의식과 생활양식, 경영철학, 전략을 가지고 출전해야함에도 불구하고 무너뜨리고 몰아부치는 식의 경쟁만이 능사로 알고 있는 일부 기업의 기업이기주의는 우리 포장업계의 미래를 어둡게 하고있다.

포장업계와 무한경쟁

최근 업무로 만나는 기업경영자의 말들은 이구동성으로 세계화 무한경쟁이다. 거대한 거인에 쫓기듯 성급하게 대책을 세우니, 대안을 제시하니 부산하기는 하지만 막상 잡히는 것이 없다. 무엇을 하고 있는지 어떻게 진행되는지 가락을 잡지못하고 있는 것이다.

세계화와 무한경쟁의 개념은 서로가 발전하며 공생공존 하는 것으로 구분지는 필자의 소견에 따른 포장업계의 무한경쟁 원칙중 중요한 몇가지를 기술하고자 한다.

첫째, 업계의 기대충족과 변형을 위해 작게나마 기여하겠다는 것을 기업경영의 목표로 삼아야 한다. 최근 업계를 강타하고 있는 원자재 수급의 어려움과 상대방을 고려하지 않는 무자비한 가격 인상은 기업이 살기위한 무한경쟁의 방편일듯 하지만 이는 경영의 원칙에서 벗어나 기업이기주의일 뿐이다. 한기업의 이익추구를 위해 이들 업체에서 생산해온 원자재를 가공, 포장 제품을 생산납품해온 제조업체의 경영을 압박한다면 이에 따른 도산과 부도사태의 책임은 결국 누가 지게될 것인가? 원자재를 생산 또는 수입하여 작게나마 이윤을 추구하고 사업을 확장해울 수 있었던 이면에는 일선 제조업체의 노력과 땀이 있었음을 잊지 말아야 할 것이다.

둘째 최소한의 기업윤리를 통한 공존공생의 기업경영이 정착되어야 한다. 최근 원자재의 가격은 천정부지로 인상되었지만 일선 포장제조업체의 납품가격은 원자재의 인상폭만큼 반영되지 못하고 있는 상황이며 이는 난립한 업계의 현실도 큰 몫을 차지하지만 원자재를 생산하는 기업의 영역침범과 업체간의 덤핑수주로 인한 가격 안정화가 이루어지지 못하기 때문이다. 업계의 공존공생이란 커다란 사안부터 개선하겠다는 생각보다는 작은 사안부터 차근차근 해결하겠다는 개척자적인 정신이 있어야 가능하리라 생각된다.

세계화의 정신은 공존공생을 목표로 한 상부상조의 관계형성을 요청하고 있다. 이러한 시대적 요청에 부응하는 경영사고와 경영양식을 순응시켜 나가는데 포장인은 더욱 적극성을 보여야 할 것이다. [K]