

21세기 기업, 지식이 곧 자산이다



박 해 수

산 업혁명을 지나 정보통신혁명의 한가운데 있는 우리는 곧 지식혁명 시대를 맞이하게 될 것이라고 미래학자는 말하고 있다. 이제까지 기업을 평가할 때 매출액이나 금융자산, 시장점유율 등 주로 외형적인 지표에만 의존해왔던 것이 사실이다. 하지만 이미 시작된 지식기반 경제에서는 기업내에 존재하는 조직력과 각 개인이 지니고 있는 지식이 기업의 경쟁력을 좌우하게 된다. 즉 지식이라는 무형의 자산을 활용해서 경쟁력을 높이는 지식기업이 앞으로 두각을 나타나게 될 것이다.

약력 : • 74~91 한국전산(주) • 91 한국전산(주) 이사 • 91~96 한국전산(주) SI 사업본부장 • 96~97 대상정보기술(주) SI사업부 이사 • 현재 대상정보기술(주) 대표이사

따라서 기업의 경쟁력을 평가하는 기준도 시대에 따라 바뀌어 가고 있다. 미국 마이크로소프트사가 외형에 비해 시장 가치가 높은 것은 따지고보면 지식가치 때문이다. 지식혁명보고서에 따르면 97년 미국 최대의 자동차 회사 GM의 자산규모는 97년 기준으로 2,289억 달러인데 반해 마이크로소프트는 GM의 15분의 1에도 못 미치는 144억 달러에 불과했다. 그러나 주식총액은 GM이 483억 달러, 마이크로소프트는 무려 1,597억 달러나 되었다. 마이크로소프트가 이처럼 높은 시장가치를 획득한 이유는 대차대조표에 나타나지 않은 어떤 무형자산이 존재함을 의미한다. 그것이 바로 지식자산인 셈이다.

우리 기업들은 IMF 사태를 맞아 자발적이든 타의적이든 구조조정을 통해 많은 변화를 겪어야 했다. 그러나 IMF 사태는 외형만 강조한 기업은 곧 종말을 고하고 만다는 것을 우리에게 피부로 느끼게 해주었다. 기아가 외형을 부풀리는 거대 그룹이 아닌 자동차만을 생산해내는 지식기반의 전문업체로 성장했다더라면 기아사태는 일어나지 않았을 것이다.

최근 국내 기업들은 지식경영이 IMF 한파를 이겨낼 수 있는 중요한 해결책이며 제 2의 IMF 사태를 사전에 예방하는 예방책이라고 판단하고 지식경영을 앞다퉈 도입하고 있다. 특히 인터넷, 웹, 인트라넷에 이어 데이터웨어하우징, 데이터마이닝, 지식관리시스템이 조직경쟁력을 높이고 경영효율화를 꾀하는 기업의 새로운 화두로 등장하고 있다.

정보통신업체에서는 21세기 지식사회에 대비하기 위한 비전으로 지식경영, 가치경영, 전략적 기업관리와 같은 경영, 경제부문의 기법과 방법론을 IT와 접목한 경영지원 솔루션을 내보이고 있다. 특히 내부 지식공유 웹사이트 구축에서부터 의사결정을 위한 시스템, 지식을 상호공유하는 지식관리시스템에 이르기까지 다양한 형태의 지식관리시스템을 통해 고부가가치의 지식경영을 지원하고 있다.

그러나 각종 다양한 지식관리시스템을 기업이 도입하였다고 해서 지식을 보유한 업체 즉 경쟁력이 갖추어진 기업이라고 할 수는 없다. 효율적인 정보시스템은 지식공유를 지원하는 수단이지 그 자체가 지식경영을 가능케하지는 않는다. 흔히 지식공유의 가장 중요한 측면을 정보시스템의 구축이라고 생각하기 쉽다. 그러나 우선 선행되어야 할 것은 조직내에서 지식의 흐름이 원활히 이루어지는 제도 및 절차의 확립이 필요하다. 즉 관리할 지식이 무엇인가 하는 지식의 정의가 필요하고, 외부에서 얻거나 내부에서 발생한 정보 및 지식을 정제해 필요한 지식으로 만들어 이를 입력하고 공유하는 제도와 절차가 필요하다. 두 번째는 조직내의 모든 사람에게 지식경영의 문화를 정착시키는 일이라고 본다. 조직내의 모든 사람들이 지식의 활용이 기업의 경쟁력에 가장 중요한 요소라는 공감대와 함께 남에게 자신의 지식을 기꺼이 제공하는 문화정착이 우선적으로 필요하다고 본다. 그 다음 단계로 다양한 지식관리시스템 도입을 통해 원활한 지식공유와 창출로 새로운 부가가치를 창출해 나가야 할 것이다.

지식이 부의 원천이 되는 21세기, 기업의 성패는 조직내부에 존

재하는 지식을 어떻게 창출하고 공유하느냐에 달려있다. 따라서 창조적이고 혁신적인 지식경영의 변화에 적극적으로 대응하고 구성된 그 자체가 곧 지식이 되는 그러한 기업만이 번영할 수 있을 것이다.