

# 벤처업계가 나아갈 길

지금과 같은 시장 상황은 한때 장밋빛 청사진만을 제시하며 승승장구하던 국내 벤처업계가 이제 스스로의 정체성을 확립하며 재도약할 때가 됐음을 의미하는 것이기도 하다. 현재의 위기를 기회로 만들기 위해서는 벤처기업 모두가 초심으로 돌아가 기술과 전문성, 글로벌 마인드로 재무장해 새롭게 태어나야 한다.

박 종 석

한국기술투자(주)

벤처기업은 신대륙을 발견한 콜럼버스와 같다. 새로운 아이디어와 기술로 모두가 바라는 꿈을 현실로 구현하려는 도전정신이 충만한 창조적인 기업이 벤처이기 때문이다.

21세기 지식정보화 시대에서 한국경제의 성장엔진으로 주목받고 있는 벤처기업 대부분이 지난 1년 사이 천당과 지옥을 오갔다. 특히 '무늬만 벤처'인 일부 기업 때문에 건전한 벤처기업마저 하루 아침에 부도덕, 불법, 투기라는 오명을 뒤집어 쓰고 국민들의 따가운 눈총을 받아야 했다.

이러한 벤처위기론이 대두되기 무섭게 국가경제 전체가 흔들리고 있다. 물론 현재의 경제위기는 벤처업계 자체의 위기가 국가경제의 위기로 확산됐다고 보다는 기존의 취약했던 국가경제 구조가 아직 완전히 재정비되지 않았다는 데서 그 주요한 원인을 찾을 수 있을 것이다. 그리고 국제적으로는 고유가로 인한 원자재 가격 상승 등 여러가지 불안감이 복합적으로 작용하고 있는 것도 사실이다. 그래서 일부에서는 과연 '제2의 IMF'가 오는 것은 아닌가 하는 불안감마저 공공연히 드러내고 있는 실정이다.

벤처산업의 발전이 국제통화기금(IMF) 구제금융의 상황에서 많은 인력과 투자를 끌어 내며 국가경제의 구조를 재편하는데 일조했다는 점은 그 누구도 부인할 수 없다. 게다가 작년 상반기 벤처업계의 해외수출액이 20억 700만달러에 이르러 '99년 대비 38%가 상승했다는 점은 정보기술(IT)산업을 중심으로 한 벤처업계가 경기를 주도했다는 것을 확인시켜 주고 있다.

그러나 그런 중에도 코스닥시장의 몰락을 부른 투자기피와 경제 불안정, 수익성 저조 등의 이유로 벤처위기론이 급속히 번져왔다. 벤처 시장 자체의 거품이 점차 사라져 가고 있는 최근의 상황과 맞물려 경제위기가 왔다는 점은 간과할 수만은 없다.

요컨대 지금과 같은 시장 상황은 한때 장밋빛 청사진만을 제시하며 승승장구하던 국내 벤처업계가 이제 스스로의 정체성을 확립하며 재도약할 때가 됐음을 의미하는 것이기도 하다.

현재의 위기를 기회로 만들기 위해서는 벤처기업 모두가 초심으로 돌아가 기술과 전문성, 글로벌 마인드로 재무장해 새롭게 태어나야 한다.

대부분의 벤처기업들이 위기임을 느끼고 있다. 이는 벤처산업이 처음 싹을 틔울 당시의 벤처정신이 많이 퇴색하고 있다는 점에서 문제를 찾을 수 있다. 우수한 기술력을 확보함과 동시에 확실한 수익모델을 개발하고, 진취적 마케팅 전략을 구사하는 초창기 창업정신은 지금처럼 단기적인 수처에 일희일비하는 것은 아니었기 때문이다. 바로 이러한 점이 스스로에 대한 자신감이 부족해져 세간의 벤처 위기설을 낳은 것일 수도 있다.

또한 벤처 시장을 지배하고 있는 기본적 비즈니스 마인드가 기존 제조업의 그것과 그리 다르지 않다는 데서 기인한 것이다. 창의적인 생각만 있으면 사업이 되리라는 생각, 단순히 기술력만 갖추면 해외에 진출해서도 성공하리라는 기대, 현재의 매출과 단기간의 수출이 밝은 전망을 보장해 주리라는 희망때문에 오히려 벤처시장 자체적으로 반드시 갖추어야 할 독자적 생존방식 모색에 인색했던 것은 아닌지 생각해 볼 문제다.

벤처업계가 초창기의 벤처정신을 되살리고 독자적으로 갖추어야 할 생존방식을 찾을 길은 어디에 있는 것일까?

첫째, 비즈니스 수익모델을 재정립해야 한다. 창업 때의 열정과 도전정신을 회복하고, 시장경제의 원칙을 준수하여 고객 중심의 치밀한 사

업계획을 짜야 한다. 온라인과 오프라인의 접목을 통해 확실한 수익모델을 구축하는 등 다시 무장해야 한다. 수익성과 성장성이 불투명한 채 한탕주의로 머니게임에만 열중하거나 재벌 흉내를 내는 벤처기업은 더 이상 설 자리가 없다는 점을 명심해야 한다.

둘째, 기업 경영을 내실화해야 한다. 선택과 집중의 관점에서 불필요한 사업 확대와 지출을 억제해야 한다. 대신 경쟁력있는 원천기술을 개발하고 핵심역량을 강화하는데 투자를 집중해야 한다. 이를 위해 내부 전문인력을 키우고 아웃소싱을 확대하며 대학 등과의 산·학협력 체제 구축을 서둘러야 한다. 또 전문 경영인에 의한 현금흐름 중시의 투명 경영, 유연하고 수평적인 노사관계 정립 등을 통해 시장과 투자자의 신뢰를 얻어야 한다.

셋째, 해외시장을 개척해야 한다. 업계의 성격상 국내시장에서만 성공이 궁극적인 성공을 보장할 수 없다는 것은 자명하다. 그동안 현지에 협력업체를 두는 방식으로 행해진 해외진출은 지금의 열악한 지원과 수동적 사업전개로 말미암아 많은 한계에 부딪히고 있는 상황이다. 따라서 지금은 기존과는 다른, 벤처정신을 되살리고 벤처업계의 독특한 생존방식이 될 새로운 해외진출 모델이 절실한 상황이라고 할 수 있다.

중국, 동남아 등 상대적으로 기술력이 부족하다고 생각되는 지역으로 진출하는 경우 원가 절감, 가격 경쟁력 확보라는 측면에서 장점이 있는 것도 사실이나 장기적으로 현지 마케팅 거점을 확보한다는 측면에서 접근하는 것이 필요하다. 여기서 중요한 것은 이처럼 신흥시장이라고 여겨지는 지역들에 진출해 있는 기술력의 수준이 절대로 후진한 것이 아니라는 점이다.

이미 세계의 우수한 기업들이 진출한 '경쟁의 각축장'임을 명심해야 한다.

해외진출시에는 사회문화적인 차이를 극복하는 것이 우선돼야 한다. 이것이 바로 단순히 현지법인을 설립해 국내 기술을 수출하는 것을 지양해야 되는 중요한 이유다. 오히려 진출한 나라에 맞는 표준 설립과 벤처 붐 조성, 인프라 스트럭처 등을 제공함으로써 궁극적으로 장기적 시장을 창출하려는 노력이 필요하다.

한편 해외 기술과 자본이 한국시장에 진입하는 것을 도와 주고, 국내 벤처기업의 해외진출을 대행해 주는 중개 비즈니스 모델이 인기라는 뉴스는 반가운 소식이다. 시장 발굴, 현지화 작업, 현지법인 설립 등 모든 업무를 처리해주는 서비스로서 벤처 기업이 현지에서 자리잡을 때까지 일정 기간 지사운영까지 대행해 준다는 것이다. 이같은 방식은 현지 협력업체를 두는 방식이 야기했던 많은 장벽들을 상당부분 해소할 수 있을 것으로 예상된다.

IMF 위기상황을 타개하기 위한 대응책으로 붐이 일었던 벤처산업은 그동안 거시시장에서 어느 정도 입지를 확보했다. 단지 이제 스스로의 정체성을 재인식해야 하는 시점이 도래한 것 뿐이다. 이를 통해 우리 벤처산업은 그동안 드러났던 단점을 보완하고 나름대로의 장점을 최대한 살려 세계 속의 기업으로 거듭나는 글로벌 비즈니스의 방향으로 나아가야 할 것이다.