



스스로 준비된 자만이 기회를 잡는다

윤 희 로 | KOTRA 인사팀장

글로벌 경쟁 환경 속에서 기업의 인재에 대한 갈망은 시간이 갈수록 높아지고 있다. 많은 기업들은 자사의 특성에 맞는 인재상을 설정하고, 이에 부합하는 인재의 선발 및 육성에 많은 투자를 하고 있으며, 국내의 대표적인 기업들도 '천재육성론', 'CEO 육성론' 등을 내세우며, 기업의 경쟁력과 미래를 책임질 수 있는 자질을 가진 인재 발굴에 힘을 쏟고 있다. 즉, 기업에 필요한 인재를 어떻게 확보하고 육성하느냐가 가장 중요한 경영 과제가 된 것이다.

기업들이 이렇게 인재 확보에 힘을 기울이고 있지만, 고용시장은 개선될 기미를 보이지 않고 있다. 통계청 자료에 따르면 2004년 8월, 실업자는 80만 1천명, 실업률은 3.5%를 나타내고 있다. 이 중 청년층 실업자(15세~29세)는 35만 2천명으로 집계되었으며, 실업률은 7.3%로 전체 실업률의 두 배를 상회하는 수치를 기록했다.

청년층 실업이 지속적인 증가세를 보이고 있는 것은 첫째로, 신규 채용이 감소하고 있기 때문이다. 경력직 채용 비중이 높아지고 있으며, 정보화와 기술진보로 인하여 고용창출이

상대적으로 적은 산업분야(IT 부문 등)의 비중이 높아지면서 절대적인 일자리가 감소하였기 때문이다. 둘째, 대졸 청년층의 양적인 증가와 함께 동반된 질적인 수준 저하이다. 취업을 원하는 사람은 많이 있으나, 질적인 수준이 상대적으로 낮아 기업의 요구 수준을 충족시키지 못하고 있다. 기업의 고객이 소비자인 것처럼, 취업준비생의 고객은 기업이며, 고객의 니즈를 파악해 고객이 원하는 것(상품이나 용역)을 제공해주는 기업이 경쟁에서 우위를 점하는 것처럼, 기업이 원하는 바를 갖춘 사람만이 채용 시장에서 우위를 점할 수 있게 된다.

I. 기업이 바라는 인재상

그럼 기업이 원하는 인재란 과연 무엇인가? 개별 기업마다 자사에 필요한 역량 분야가 다르고 인재상이 다르겠지만, 작년 연말, 전국 경제인연합회가 실시한 '주요 국내 대기업이 바라는 인재상' 조사 결과를 바탕으로 기업들이 원하는 인재에 대해 살펴보도록 하겠다.

첫째, 개인역량 부문에서는 '기본에 충실하

되 폭넓은 교양과 끊임없는 자기개발로 노력하며 변화를 리드하는 '프로페셔널'을 원한다. 업무 분야에 있어서는 전문적인 지식을 갖추고 있으며, 자기개발을 통해 다양한 지식을 습득하여 이를 업무에 적용하여 발전적인 변화를 꾀하는 인재를 원하는 것이다. 취업전선에 막 뛰어드는 청년들에게 이러한 능력을 갖추라고 하는 것은 불가능에 가깝다. 따라서 기업은 이러한 인재가 될 수 있는 가능성을 가진 인적 자원 확보에 주력하게 되는데, 가능성을 보여주기 위해서는 우선 'Why'라는 질문에 대답하기 위한 노력이 필요하다. 자신이 '왜' 이 직업을 선택했으며, 어떤 분야의 전문가가 되기를 원하는지를 알기 위해 끊임없이 고민하고, 답을 얻기 위해 노력할 때 프로페셔널이 될 가능성이 생기게 되는 것이다. 이를 다른 말로 표현하면 직무에 대한 열정이며, 적극성이라고 할 수 있다. 기업들은 직무에 대한 열정을 가지고 적극적으로 덤비는 사람에게서 그 가능성을 발견하게 된다.

둘째, 국제화 능력 부문에서는 '국제적 감각과 영어 및 중국어 등 외국어 구사능력을 갖춘 세계인'을 원한다. 기업이 바라는 교과과정을 조사한 결과, 많은 기업들이 외국어(특히 영어와 중국어)와 국제 비즈니스 예절을 대학 교과과정에 포함 및 강화시키기를 원하고 있는 것으로 드러났다.

한 기업의 경제활동이 국경을 넘어서기 시작한 것은 이미 오래전 일이며, 신문지상의 국제화, 세계화를 표방한 각종 어구들은 이제 식상할 정도다. 그러나 기업이 바라는 국제화된 인재, 세계화된 인재가 되기 위한 기본 바탕이 되는 영어 등의 외국어 구사능력을 갖추고 있는 사람은 여전히 부족한 실정이다. 이는 전경

련이 주한 외국기업의 부장급 이상 임직원을 대상으로 한 설문조사에서 56.7%가 한국인의 영어 의사소통 능력에 대해 불만을 가지고 있다고 답한 것에서도 알 수 있다. 국내 기업들은 외국어 구사능력을 가진 인재를 선발하기 위해 영어시험 성적 외에도 외국어 면접, 프레젠테이션 등을 시행하고 있고, 그 강도는 점차 강해지고 있다.

외국어 구사능력 외에 비즈니스 예절도 국제적인 인재가 되기 위한 필수 요건이다. 우리는 보통 비즈니스 매너에 대해 알고 있다고 생각하기 쉽지만, 현실은 그렇지 않다. 수준 있는 비즈니스 매너를 익히는 것은 쉽고도 어려운 문제이며, 비즈니스 사회에서는 매우 중요한 문제이다. 주요 기업에서 신입사원 교육 시 비즈니스 예절을 포함하고 있는 것만 봐도 그 중요성을 알 수 있다. 비즈니스 예절, 비즈니스 매너는 기본적인 사항을 숙지하는 것은 물론, 지속적인 점검과 반성을 통하여 계속 유지·향상 시키려는 노력을 하여 자연스럽게 몸에 배게 해야 한다.

셋째, 조직역량 부문에서는 '상호존중, 깨끗한 매너로 신용을 지키고 책임을 다하는 예의바른 협력자'를 원한다. 기업에서 대부분의 업무는 개인이 아닌 조직단위로 진행되기 때문에 조직 역량과 대인 관계는 매우 중요하다. 조직역량을 증대하기 위해서는 개개인의 역량 향상도 중요하지만, 개인의 역량을 모아서 하나의 목표를 향해 나아가는 것이 더욱 중요하다. 이를 위해서는 리더십, 커뮤니케이션 스킬, 원만한 대인관계 등이 필요하다.

'사람과 일을 조화시켜 조직목표달성에 기여하게 하는 영향력'으로 정의되는 리더십은 조직 구성원들에게 동기를 부여함과 동시에

“

기업의 고객이 소비자라면, 구직자의 고객은 기업이다. 기업의 니즈를 파악하고,
 그 니즈에 부응하는 준비를 하지 않고서는 자신의 재능과
 열정을 펼쳐볼 기회조차 만들기 어려운 것이다.
 ‘인재’라는 것은 선천적으로 정해진 것이 아니라 준비해서 만들어어나가는 것이다.
 빈틈없는 준비를 통하여 기업이 원하는 인재가 되는 것이야말로
 기업의 경쟁력, 나아가 국가경쟁력 향상의 토대가 될 것이다.

”

조직의 목표 달성을 위해 개인의 역량을 한 데 모으는 역할을 한다.

자신의 의사를 일목요연하고 명확하게 전달할 수 있는 커뮤니케이션 스킬은 조직원간에 원활한 의사소통이 가능하게 하며, 잘못된 의사 전달로 인한 손실을 최소화함으로써 조직의 효율성과 효과성 증대에 기여한다. 기업들은 이러한 조직원들의 커뮤니케이션 스킬 향상을 위해 프레젠테이션 교육 등에 많은 투자를 하고 있다.

‘무엇을 아느냐보다 누구를 아느냐가 중요하다’는 말이 있다. 영어로 네트워크, 중국어로는 판시라고도 불리는 대인관계의 중요성을 역설하는 말이다. 원만한 대인관계는 조직 외적으로는 사업 환경 조성에 매우 큰 비중을 차지하며, 조직 내에서는 조직의 분위기를 부드럽게 하고 구성원간 협력을 더욱 공고히 하는 중요한 역할을 한다.

넷째, 태도 및 가치관 부문에서는 ‘인간적이며 올바른 가치관에 중심을 두되 유연한 사고, 창의력, 도전정신과 열정을 가진 성취인’을 원한다. 국내외에서 발생한 일련의 회계부정 사건을 계기로 세계 각국의 기업들은 기업

별 특성에 맞는 윤리현장을 제정하는 등 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 투자자와 시장을 기만하는 행위가 어떤 결과를 가져오는지는 앞서의 회계부정 사건을 저지른 기업들의 몰락을 보면 알 수 있다. 시장이 투명해짐에 따라, 기업의 윤리적인 측면이 강조되고 있는 것이다.

윤리적이고 투명하며, 사회적인 기업이 되기 위해서는 시스템적인 측면에서 보완이 이루어져야 하지만, 그보다 선행되어야 하는 것이 바로 조직구성원들의 인식 변화이다. 조직구성원들이 올바른 가치관을 가지고 있을 때, 그 기업은 투명하게 성장할 수 있으며 시장의 신뢰를 받을 수 있다.

많은 사람들이 ‘원칙을 지키는 것’과 ‘융통성을 발휘하는 것’을 반대의 의미로 생각하곤 한다. 그러나 이 두 문장은 서로 대치되는 문장이 아니며, 하나로 결합될 때 급격한 환경 변화 속에서 기업이 살아남을 수 있게 해준다. ‘원칙을 지키되 융통성을 발휘하는 것’, 즉 건전한 가치관을 바탕으로 한 유연한 사고가 없이는 변화하는 환경과 치열해지는 경쟁 속에서 살아남을 수 없는 것이다.

이상의 네 가치를 요약하자면 기업은 ‘글로벌 환경 하에서 전문지식과 프로 근성을 갖고, 올바른 가치관, 창의와 도전정신으로 조직구성원과 상호협력하며 맡은바 임무를 완수하는 국제화된 인재’를 필요로 하고 있다고 할 수 있다.

II. 기업이 원하는 인재가 되기 위한 제안

그렇다면 어떻게 하면 기업에서 원하는 인재가 될 수 있을 것인가?

첫째, 기업이 원하는 필수적이고도 기초적인 실력인 전공 지식과 언어 구사능력을 갖추어야 한다. 업무와 관련된 지식을 쌓기 위해서는 구체적으로 본인이 진출하고자 하는 분야를 정하고 해당 분야와 관련된 지식을 축적하여 이론적으로 무장을 해야 한다. 예를 들어 최근 이슈가 되고 있는 브랜드와 관련된 분야에서 일을 하고 싶을 경우, 브랜드 이론, 사례 연구 등의 학습을 통해 기초적인 지식과 함께 업계 전반의 경향을 알 수 있을 정도가 되어야 한다. 이를 위해서 관련 논문 공모전이나 사례 발표 대회에 참가하는 것도 좋은 방법이다. 언어 구사능력 배양을 위해서는 무엇보다도 지속적인 학습이 중요하다. 단순히 시험 성적만을 위한 언어학습보다는 실제 상황에서 사용이 가능하도록 학습해야 한다. 이를 위해 스스로를 영어 혹은 특기로 삼고자 하는 외국어에 끊임없이 노출하고 단련함으로써 죽은 언어가 아닌 살아있는 언어를 구사할 수 있을 것이다.

둘째, 창의력, 기획력, 커뮤니케이션 능력 등을 배양해야 한다. 창의력 증대를 위해서는 독서와 동아리, 커뮤니티 활동 등을 통해서

직·간접적으로 다양한 경험을 하는 것이 중요하다. 여러 가지 방법으로 축적된 경험들은 유연한 사고를 가능하게 하며, 어려운 과제에 대해 창의적인 해결책을 제시할 수 있도록 해준다. 각종 과제나 프로젝트에 참여하여 일하는 방법 및 프로세스를 습득하고 시행착오를 겪으면서 경험을 쌓는 것은 기획력 향상에 크게 도움이 된다. 또한 발표가 많은 수업에 자주 참석하여 청중 앞에서 주제 발표를 하는 것은 커뮤니케이션 능력에 많은 발전을 가져다 줄 것이다. 사람을 앞에 두고 얘기를 하는 것은 처음에는 누구에게나 쉽지 않은 일이지만 반복과 시행착오를 통해 요령을 터득하는 것이 중요하다. 본인의 생각을 상대방에게 논리 정연하게 전달하기 위해 커뮤니케이션 능력이 필요하다면, 상대방이 이해하기 쉽게 하기 위해서는 각종 도구를 이용하는 것이 필요하다. 이를 위해 최근 반드시 갖추어야 할 것이 컴퓨터 활용 능력이다. 복잡하고 설명하기 어려운 자료를 하나의 표나 그래프로 표현할 수 있다면 전달 효과는 배가될 것이다.

셋째, 올바른 가치관 및 책임감 등을 길러야 한다. 올바른 가치관이란 무작정 사회 통념에 따르는 것이 아니라 ‘왜’ 그러한 사회적 합의가 나왔는지에 대해 고민함으로써 형성될 수 있다. 어떤 것이 옳고 그른지, 더 중요하고 덜 중요한지 판단하는 기준이 제대로 형성되지 않는다면, 그 사람은 사회적 관계의 형성에 있어서도 어려움을 느끼게 될 것이며, 개개인의 협력을 중시하는 조직생활에서는 더 말할 나위가 없다. 균형 잡힌 가치관을 형성하고 책임감, 예의 등을 기르기 위해서는 되도록 많은 사람을 만나고 많은 경험을 해보는 것이 중요하다. 조직 생활에서 가장 큰 비중을 차지한다

고도 할 수 있는 원만한 대인관계를 형성하기 위해서는 본인 스스로가 책임감 있고 예의바르게 행동하는 것도 중요할 뿐 아니라, 실제로 사람들과 부딪치면서 몸으로 깨우치는 것도 중요하기 때문이다.

‘기업이 원하는 인재가 되는 것’은 취업을 준비하는 사람들에게는 ‘취직’과 등호를 이루는 말일 것이다. 이런 점에서 기업이 원하는 인재가 되는 마지막 한 가지는 구체적인 업종 및 기업 특성에 맞는 준비를 체계적으로 해 나가는 것이다. 이는 기업이 원하는 인재가 되는 첫 번째 방법에 언급한 전문성을 축적하는 것과도 일맥상통하지만 보다 실용적이고 노골적인 방법이다. 즉, 본인이 취직하기를 원하는 기업(구체적인 기업이 어려울 경우 업종도 좋다)을 정한 후, 그 기업이 어떤 사람을 원하는지에 대한 구체적이고도 정확한 정보를 수집하고, 그에 맞추어 준비를 하는 것이다. 예를 들어 유통회사에 취직을 하고 싶을 경우, 방학 기간이나 여유를 낼 수 있는 때를 이용하여 유통업계에서 아르바이트를 하거나, 물류와 관련된 각종 논문 공모전에 참여할 수 있다. 물류와 관련된 각종 자격증을 취득하는 것도 좋은 방법이다. 학생 때는 비교적 쉽게 돈을 벌 수 있는 과외 아르바이트로 수요가 많이 몰리지만, 스스로 기업의 인사담당자라고 가정하고 이력서를 볼 때 과외 경험자를 선택할지 업무관련 경험을 꾸준히 쌓아온 응시자를 선택할지는 자명한 일이다.

주변의 취업 준비생들을 보면 사정이 양극화되고 있음을 명확히 알 수 있다. 남들이 부러워하는 기업 적게는 두 곳, 많게는 네다섯 곳에 합격하여 어디로 진로를 정해야 할지 행복한 고민을 하는 사람들이 있고, 수십 개의

기업, 심지어 백여 개의 기업에 원서를 내고도 면접 한 번 치르지 못해 속을 태우는 사람들이 있다. 이들의 차이는 바로 철저한 준비과정을 거쳤느냐에서 발생한다. 기업의 고객이 소비자라면, 구직자의 고객은 기업이다. 기업의 니즈를 파악하고, 그 니즈에 부응하는 준비를 하지 않고서는 자신의 재능과 열정을 펼쳐볼 기회조차 만들기 어려운 것이다.

‘나 정도면 어떻게 되겠지’ 식의 막연한 기대로 별 준비 없이 사회에 첫발을 내딛으려 하던 사람들이 냉혹한 현실 앞에 좌절하는 경우가 많다. 급격한 환경 변화 속에서 기업들은 전공 지식과 어학 능력을 갖춘 준비된 인재를 원하고 있기 때문이다. ‘인재’라는 것은 선천적으로 정해진 것이 아니라 준비해서 만들어 나가는 것이다. 빈틈없는 준비를 통하여 기업이 원하는 인재가 되는 것이야말로 기업의 경쟁력, 나아가 국가경쟁력 향상의 토대가 될 것이다. 하늘은 스스로 돕는 자를 돕고, 준비된 자만이 기회를 잡을 수 있음을 항상 기억하기 바란다. **다락**

윤희로

건국대학교 경제학과 졸업하였고, KOTRA를 입사하여 뉴욕 무역관, 시카고무역관, 예산부장. 다카(방글라데시)무역관장을 거쳐 현재 KOTRA 인사팀장으로 재직 중이다.