

선진기업들의 新경영트렌드 엿보기



글 로벌 무대를 장악하고 있는 전통 강호들은 어떤 경영전략을 펼치고 있을까. 선진기업과 어깨를 견주기 위해서는 그들의 경영 포인트를 섭렵할 필요가 있다. 뭐가 달라도 다른 선진기업의 경영트렌드, 그 속에 벤처기업의 성장전략도 담겨 있기 때문이다.

1. 지속적 성장(Sustainable Growth) 중심

대다수 선진기업들은 세계적인 저성장 시대를 돌파하는 문제를 핵심 과제로 삼는다.

GE의 경우, 앞으로 10년간 선진국이 저성장 시대를 겪을 것이라는 예상 하에 8% 성장전략을 강력하게 실행하고 있다. 특히 상상력 돌파 프로젝트(Imagination Break Through)를 적극 수행하고 있는 점은 주목할 만하다. 세계 2위의 자동차 기업 도요타는 경쟁이 심한 자동차 시장에서 빠른 성장세를 지속적으로 유지해 왔다. 성장 초기에는 저가의 튼튼하고 대중적인 자동차 개발로 대성공을 이루었으며, 그 다음 단계로는 렉서스를 앞세워 프리미엄 시장을 성공적으로 공략했다.

두 기업의 공통점은 성장전략을 추구하면서도 자사의 강점을 성장의 기반으로 줄곧 활용했다는 점이다. 이처럼 내·외부 환경을 고려해 성장전략 추진을 고민하되, 기존 방안들을 폐기하거나 무시하지 않고 승화·발전시키는 지혜가 필요하다.

2. 친환경 제품 및 기술 개발

글로벌 환경 규제가 심해지고 고객들이 환경보전에 관심이 많아지면서, 선진기업들은 환경을 경영활동의 적극적인 수단으로 고려하고 있다.

대표적으로, GE가 내세운 에코매지네이션(Ecomagination)은 친환경 전략을 의미한다. 환경 친화기술 및 제품 개발을 위한 R&D투자를 2010년 15억달러까지 증액할 계획을 갖추는 등 친환경 기업으로

서의 이미지 구축에 노력을 쏟고 있다. 도요타 역시 살기 좋은 지구를 만든다는 경영이념 아래, 자동차 배출가스 및 연비 규제에 대한 대응 기술을 개발하는 등 친환경 경영에 가속도를 내고 있다.

3. 이머징 마켓에의 공격적 투자

세계 인구의 43%, 전체 면적의 약 30%를 차지하는 이른바 BRICs 지역 등 이머징 마켓(Emerging Market) 진출이 선진기업들의 관심사로 떠올랐다.

GE는 향후 매출 증가분의 약 60%가량을 이머징 시장에서 창출한다는 야심찬 계획을 갖고 있다. 도요타는 1990년대 일본의 경기침체와 외환 위기, 최근의 엔화강세 등을 글로벌화를 통해 극복했다. 현재 26개국에 걸쳐 51개 공장을 가동하고 있고 러시아, 남아프리카, 남아메리카 등 다양한 이머징 마켓에서 공격적인 개척활동을 전개하는 중이다.

4. 인재 중시 경영

인재, 기술, 사회자본 등의 무형자산은 갈수록 중요해지는 경영요소이다. 인재사관학교라고 불릴 정도로 인재 중시 경영에 탁월한 GE는 최근 지속적인 성장의 핵심역할을 수행할 성장 리더(Growth Leader) 육성에 중점을 두고 있다. 한편 도요타식 인재육성의 특징은 현장주의다. 문제가 발생했을 때 구성원들이 가장 먼저 해야 할 일은 현장에 직접 가서 원인을 확인하는 일이다. 이러한 현장주의와 끊임 없는 문제의식은 현재는 물론 미래 경쟁력의 토대가 된다.

최근 미국의 연구기관인 컨퍼런스보드가 전 세계 40개국의 CEO 540명을 대상으로 실시한 설문조사에 의하면, 응답자의 78%가 혁신과 창의성을 기업경영의 최우선 과제로 꼽았다고 한다. 앞서가는 기업들의 경영트렌드를 거울삼아 개척정신과 창의성을 발휘하는 한국 벤처의 모습을 기대한다.