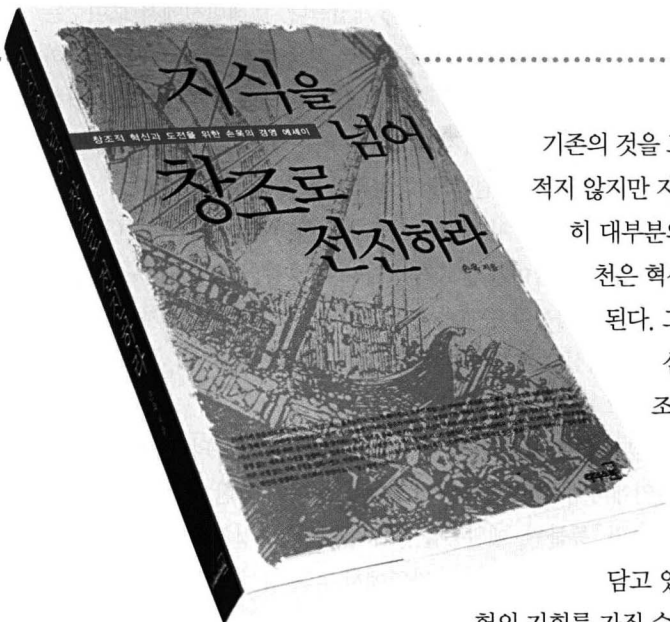


《지식을 넘어 창조로 전진하라》

삼성그룹의 대표적인 CEO 손욱이 말하는 혁신

21세기 들어 최대의 화두로 떠오른 것은 단연 ‘혁신’이다. 기업은 물론이고 정부, 공기업, 사회단체까지 혁신에 목숨을 걸고 있다. 자신이 어떤 조직에 속해있느냐에 따라서 큰 차이가 있지만 혁신에 대한 반응들은 제각각이다.

클 권영설



《지식을 넘어 창조로 전진하라》

손욱 지음 | 리더스북 | 307쪽 | 값 12,000원

기존의 것을 모두 버리고 혁신해야만 기업이 발전해갈 수 있다며 흥에 겨워하는 젊은 사람들도 적지 않지만 자주 반복되는 유행성 운동으로 보고 짜증 섞인 반응을 보이는 이들이 더 많다. 특히 대부분의 사람들이 혁신을 무슨 큰 짐이나 되는 낭 부담스러워 한다. 이 같은 반응의 원천은 혁신을 고통스러운 것으로 보는 시각이다. 개혁이나 구조조정 등을 떠올리면 그렇게 된다. 그래서 혁신 운동을 할 때는 혁신에 대한 개념 정의부터 제대로 해야 하는 것이다.

삼성그룹의 대표적인 이공계 CEO인 손욱 삼성SDI 상담역이 쓴 《지식을 넘어 창조로 전진하라》는 혁신에 대한 올바른 정의와 그 성공 사례를 흥미해 볼 수 있는 유용한 책이다. 삼성종합기술원이라는 작지 않은 조직을 혁신한 경험을 바탕으로 썼다는 점에서 혁신 운동에 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

이론을 풀어쓴 것이 아니라 직접 고안해 실천하고 시행착오를 겪은 내용을 담고 있기 때문에 독자들은 생생한 사례를 좇아가며 자신을 그 상황에 집어넣어 간접체험의 기회를 가질 수 있다. 또한 이근희 삼성그룹 회장이 주창해 우리 사회의 키워드가 되고 있는 ‘창조’와 ‘창의성’에 관해 그 필요성과 획득 방법을 자세히 설명했다는 점에서도 의미가 크다.

지식경영의 확립이 중요

저자는 조직의 창조성을 높이기 위해 무엇보다 중요한 것이 바로 ‘지식경영의 확립’이라고 주장한다. 그는 “혁신의 목적은 결국 융합과 시너지”라며 조직원의 역량이 최대한 개발, 발휘되더라도 그들이 각자 따로 논다면 조직에는 그다지 득이 될 게 없다고 주장한다. 조직원들이 공동의 목적을 위해서로 교류해야 하고, 이 지점에서 지식경영의 중요성이 부각된다는 설명이다.

손 사장은 창조경영도 단순히 생각만 오래한다고 해서 실현되는 것이 아님을 지적하면서, 그저 파격적인 복장과 행동만으로 창조가 가능하다는 것은 구태의연한 발상이라고 말한다. 창조는 고도의 전문성을 기반으로 얻어지는 열매이기 때문에 관련 분야에서 일가(一家)를 이루어야 한다. 따라서 자신의 분야에서 지식을 쌓고 그 지식을 동료들과 공유하면서 새롭게 정리하고 정비하는 문화가 바탕이 되어 있어야만 창조경영으로 나아갈 수 있다는 게 저자의 생각이다.

이 책에서 제2장이 되는 ‘고객의 마음을 읽어야 창조가 가능하다’는 부분을 특히 관심 있게 읽었다. 필자의 연구 분야이기도 한 ‘가치혁신’ (Value Innovation)과 관련된 것이기 때문이다. 과연 연구개발(R&D) 분야에서 고객 개념이 어떻게 가능할까, 연구개발은 그저 이제까지의 연구성과 보다 좀 더 나은 것을 열심히 연구하면 되지 않을까, 하는 의문을 갖고 읽었다.

손욱 사장은 삼성전자의 싱크탱크인 삼성종합기술원을 혁신하고자 마음먹었을 때 무엇보다 먼저

‘고객이 누구인가’ 부터 물었다. 삼성전자의 각 사업부가 고객이었지만 기술원과 각 사업부는 완전히 별개의 집단으로, 오히려 더 적대시하는 경우도 많았다. 사업부에서는 기초연구를 위해 ‘할 수 없이’ 거금을 기술원에 내고 있었고 기술원에서 개발되는 기술도 상용화율이 놀라울 정도로 낮았다.

손 사장은 이곳에서 바로 ‘고객’ 개념을 강조했다. 고객이 사주지 않는 기술은 의미가 없고, 기술원의 고객은 바로 삼성전자의 각 사업부라고 강조했다. 별도로 미팅을 가지며 서로가 서로에게 필요한 것을 교류하는 과정에서 혁신은 이뤄지기 시작했다. 3개월간 10회 이상의 회의를 가지며 기술개발 로드맵도 만들고 서로의 협업관계를 확립했다.

그 결과 연구소 박사들이 사업부를 찾아가 “뭐 급히 필요한 기술이 없습니까?”라고 물을 정도가 됐다. 혁신이란 피터 드러커의 정의대로 “기존의 자원이 가진 잠재력을 최대한 발휘하는 것”이다. 손 사장의 혁신 경영을 통해 삼성종합기술원은 우수한 인재들이 지닌 가능성과 잠재력을 최대한 발휘할 수 있었고 그 성과는 삼성전자의 각종 반도체 신화로 나타나고 있는 것이다.

세종대왕의 인재론

개인적으로는 저자가 인용해 놓은 세종대왕이 견지했던 조선 초의 인재론이 흥미로웠다. 세종에 따르면 인재에는 14가지 종류가 있다. 그대로 옮겨 본다.

1. 완전히 재능을 갖춘 인물군

- 본받을 것, 명성도 있으며 오래 임직에 있으며 일을 벌이기 좋아하는 자
- 위엄이 만백(蠻貊)을 능멸할 정도이면서도 스스로 안전한 자
- 백 가지 방도를 겸하고도 스스로 만족하지 않고 날마다 새롭게 하는 자
- 두려움 없이 마음속에 대체(大體)를 두어 홀로 일으키는 자
- 바쁘게 일하느라 영광스러운 은혜가 세상에 드러나도 스스로 삼가는 자
- 마음속으로 임금을 사랑하여 모든 것을 잊고 신명 바쳐 죽을 힘을 다하는 자

2. 선한 것과 과실을 함께 지닌 인물군

- 건문이 많고 충명하고 기예가 있으나 탐욕스러운 자
- 신중 성실하며 몸가짐을 조심하고 지조를 굽히지 않으나 속마음이 유약한 자
- 미련하고 거칠어 걱정이 없고 학문도 못 배웠으나 마음이 정직한 자
- 학문을 좋아해 게으르지 않고 행동이 다 선하면서 자기 멋대로 하는 자
- 확고히 고집하면서 지식이 없는 자
- 지조를 지켜 청렴결백하나 재능이 없는 자
- 높은 자리에 앉아 상하 돌보지 않고 큰소리치며 혼자 유능한 체 하는 자

3. 과실만 있는 인물

- 재물을 탐하고 여색을 좋아해 빼앗고 거두어들이며 부끄러움을 모르는 자

이 가운데 제3군을 제외하고는 제2군에 속한 인재도 단점은 덮어주고 강점을 살려 등용한 세종이야말로 강점경영과 지식경영을 일찍부터 실천한 인물이라고 저자는 평했다. 개인적으로 나는 어떤 인재일까, 그리고 내 부하 가운데 제2군이 있다면 나는 어떻게 대하고 있는가를 반성하기에 좋은 인용이었다. **한글**

권영실님은 한국경제신문 전문위원, 가치혁신연구소장, HiCEO 총괄 책임자이다. 《직장인을 위한 변명》 《당신의 경제수명은 몇 년입니까?》 등의 책을 썼다.