

중소기업의 활력전략

국내외 경제가 어려워질수록 중소기업들도 생존에 필사적이다. 경기가 침체되고 있는 상황에서 중소기업들이 강소기업으로 나아갈 수 있는 기회가 많이 열리고 있다. 최근 신용사회의 강소기업편을 요약해 본다.

강소기업은 시장의 강자

강소기업은 시장에서 강자이면서 압도적인 시장점유율을 확보하고 있다. 심지어 백퍼센트 점유하는 경우도 있다. 시장에 대한 시각이 명확하고 핵심적인 것이다. 큰 시장이 파이가 커지만 큰 기업들이 경쟁 우위에 있다. 틈새시장을 발굴하여 경쟁력을 가지는 것이 강소기업이 되는 하나의 조건이다.

대기업의 경영자들은 외부에서 영입되는 수가 많지만 강소기업은 내부에서 장기간 경험과 역량을 갖춘 직원들을 경영자로 충원한다. 창업주 패밀리로 승계되거나 창업주와 손발을 맞춘 유대관계로 CEO에 올라서는 점이 강소기업의 또 다른 특징이다.

소규모 조직에 개방적인 문화

혁신적인 문화, 개방적인 문화는 대규모 조직보다 소규모 조직이 더 적합할 수 있다는 점이다. 대기업에서 경영자의 철학을 전체에 효과적으로 적용하기는 간단한 일이 아니지만, 규모가 크지 않으면 상하의 유대감이 높아 경영자의 아이디어 전파 속도가 매우 빠르게 될 수 있는 것이다. 시장의 경쟁에 민감하게 되고 혁신이 살아나게 된다면 강소기업이 될 수 있다.

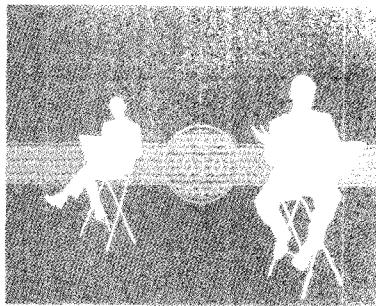
대기업은 글로벌화를 추진하는데 있어 전반적인 면에서 하기 때문에 어려움이 생각보다 더 많을 수가 있다. 반면, 중소기업은 한가지 분야에서 글로벌화를 하면서 현지기업과 제휴할 수 있으므로 보다 효율적일 수 있는 것이다. 따라서 중소기업이 글로벌 강소기업으로 변모하는 것이다.

한기술과 한우물 경영이 중소기업의 장수비결

지난 25년간 국내 기업 약 40여개가 흑자 배당을 지속하여 왔다고 한국상장사협의회 자료에서 밝혀졌

국내에서 세계로

처음 창업할 때는 국내시장을 목표로 하였지만 새로운 지구촌 시대에는 글로벌 경영으로 변신하여야 한다. 창업주 다음 세대는 대부분 외국에서 유학한 경험이 있어 사업의 글로벌화에 용이하게 전환될 수 있는 것이다. 유학파들은 현지 법인 설립에도 적극적이고 현지 마케팅도 효과적으로 추진할 수 있다.



다. 이들 기업 가운데 상당수 중소기업들이 한 가지 기술을 가진 한우물 경영을 해왔다. 최근에는 국내외 디지털경제의 급격한 변화로 성장에 어려움을 겪고 있지만 여전히 한기술 한우물 경영은 장수의 한 비결인 것이다.

한 우물경영의 요인으로 핵심역량을 정확히 파악하고 있다는 점이다. 특화된 분야에서 최고의 기술력과 충성고객으로 단단하게 무장되어 있다. 업무의 개선이 지속적으로 열정적으로 이루어져야 한다. 대기업과 달리 소유주가 사업에 대한 개선에 관심을 보이고 직접 행할 때 한기술이 발전되는 것이다. 중소기업도 브랜드전략을 추진하여야 한다. 완성기업에 납품만 하는 중소기업이 적지 않아 자사의 브랜드에는 소홀한 면이 있다. 소유주와 관련이 적은 브랜드에만 연연할 것이 아니라, 유럽, 일본 등 중소기업에는 패밀리 네임으로 유명한 브랜드가 있듯이, 우리도 벤치마킹할 필요가 있다.

재무구조가 건시해야 한다. 기업에 있어 현금의 흐

름은 혈액과 같으므로 특히 중소기업에서 탄탄한 재무구조가 병행되어야 하는 것이다. 환경 변화에 신속하게 대응하여야 한다. 중소 규모에서 환경 변화에 제대로 적응하지 못하면 도산하게 되는 것이다.

글로벌화로 새롭게 변신

국내에서 세계로 나아가야 한다. 처음 창업할 때는 국내시장을 목표로 하였지만 새로운 지구촌 시대에는 글로벌 경영으로 변신하여야 한다. 창업주 다음 세대는 대부분 외국에서 유학한 경험이 있어 사업의 글로벌화에 용이하게 전환될 수 있는 것이다. 유학파들은 현지 법인 설립에도 적극적이고 현지 마케팅도 효과적으로 추진할 수 있다.

특히, 컨버젼스시대에 단품 경영을 고수하다간 낙오될 수 있다. 고객과 기술 변화에 부합하는 사업의 포트폴리오를 새롭게 구축해야 하는 것이다. 디지털 카메라가 시장을 석권하고 있음에도 불구하고 아나로그 필름방식을 고집하다가 사업 전체가 부도가 나는 사례에서 배울 수 있는 것이다.