

세계화시대 벤처기업의 경쟁력

임원들의 글로벌 마인드 필수 ... 글로벌 네트워크 구축 통해 전례없는 기회 잡아야

글_ 이영권_ 경영학박사 / 명지대 겸임교수

우리 벤처기업인도 세계화 시대의 흐름에 맞는 정신적 무장을 해야한다. 벤처기업의 세계화 전략은 매우 중요한 경영전략으로 인식되고 짜여야 한다. 벤처기업은 앞으로 더 큰 시장을 향한 세계지향적 기업으로 발전해 나가야만 한다.

21세기는 전례 없는 변화의 시대가 될 것이다. 시간이 흐를수록 그 변화의 물결은 분야를 가리지 않고 휩쓸 것이다.

경제분야로 그 범위를 좁히면 세계화라는 도도한 흐름을 언급하지 않을 수 없다. 생활에 있어 가장 영향을 받는 분야가 경제인 만큼 우리는 이미 세계화의 파도마루에 놓여져 있는 셈이다.

세계화를 규정하는 다양한 정의가 있다. 경제적 측면에서 한정해 본다면, 지금까지 세계 각국이 자국 산업을 보호하기 위해 외국의 인적·물적 자원의 진입을 다양한 형태로 보호하던 것이 누구나 자유롭게 거래할 수 있는 하나의 거대한 시장으로 변한다는 것이다.

이러한 변화는 1994년에 있었던 우루과이 협상에서 큰 가닥이 잡혔고, 최근의 뉴라운드 협정에서 한 걸음 더 구체화되면서 우리 생활에 직접적인 여파를 미치는 대세로 작용하고 있다.

요컨대 세계화는 지금까지의 고정관념과 가치관으로는 넘을 수 없는 높고도 강력한 파고이다. 따라서 우리는 세계화 시대를 맞이하여 새로운 가치관을 수

립하고 경쟁력을 높일 수 있도록 사태를 정확하게 이해하고 대응할 수 있도록 준비해야만 한다.

기회와 위기 상존하는 전례없는 시대

시장개방을 전제로 하는 세계화가 추진되고 있는 배경은 무엇일까. 이는 자유무역에 의한 시장의 개방이 결국 세계 각국이 지니고 있는 비교 우위 산업을 특화하거나 건전한 경쟁력 제고를 통해 보다 큰 파이(pie)를 창출 하자는 것이다. 궁극적으로 60억 인구가 더 풍요로운 삶을 영위할 수 있다는 이론적 근거에서 찾을 수 있다.

한편에서는 세계화에 대한 반대 운동도 전개되고 있지만, 대세는 세계화의 긍정적인 측면에 동의하면서 그 길을 걷고 있다고 할 수 있다. 우리의 이웃이면서 지구 상에서 가장 큰 시장으로 부상 중인 중국도 사회주의경제체제를 과감하게 떨쳐버리고 급기야 2001년 11월에 WTO의 정식 회원국으로 참여함으로써 세계화에 동참 하였다. 그들도 세계화에서 얻게 될 것이 크다고 판단했기 때문일 것이다.

한편, 현재의 정보통신기술과 교통수단의 급속한 발달이 이러한 세계화를 급속하게 진전시켜주는 요인들이

되고 있음은 주지하는 바와 같다. 영국의 역사학자 토인비는 21세기 세계화시대에는 '거리의 파괴(annihilation of distance)'가 일어날 것이라고 했다. 미국 하버드 대학교 라이샤워 교수는 '공간의 축소(shrinkage of space)'가 우리 생활 속 깊이 스며들 것이라고 예언한 바 있다. 이들의 예언과 같이 우리는 실제로 시공을 넘나드는 시대에 살고 있다.

21세기 가치관으로 무장해야 할 때

지금 우리는 세계 어디에 있더라도 마치 옆에 있는 것처럼 대화를 나눌 수 있다. 안방에 앉아 전 세계에서 나오는 책이나 영화 그리고 음악을 마음대로 주문하는 시대에 살고 있다.

이러한 경제적·사회적 변화는 당연히도 우리에게 새로운 가치관과 행동양식의 변화(value shift)를 요구하고 있다. 따라서 여기에 적절히 대처하지 못하는 사람은 새로운 21세기의 주역이 되기 어렵다고 할 수 있다.

세계화 시대의 주역이 되기 위해서는 첫째 언어의 세계화가 이루어져야만 한다. 언어의 세계화는 21세기 세계화 시대에 적합한 언어의 습득과 숙달을 의미하는데, 세계어의 습득 없이 경쟁에서 이길 수 없다.

둘째, 사고의 세계화가 이루어져야만 한다. 사고의 세계화란 우리 중심적인 사고에서 세계가 하나의 거대한 시장으로 되고 있는 상황에 맞게 상대방 중심으로 하는 노력을 이른다. 하지만 그리 쉬운 일은 아니다. 끊임없는 긴장이 주어지지 않는 한 바뀌지 않는 체질처럼 사고의 자기 중심주의는 관성처럼 작용하기 때문이다.

따라서 상대방의 역사와 관습 등을 이해하려는 자세를 견지해야 한다. 나아가 다각적으로 그들의 사고와의 괴리를 좁혀 나가도록 노력해야 한다. 경쟁력을 갖춘 진정한 의미에서의 세계인이 되어야 한다는 것이다.

이러한 노력과 더불어 우리는 새로운 시대에는 맞는 새로운 가치관을 갖기 위해 자기무장을 해야 한다. 우리가 21세기 세계화 시대에 주역이 될 수 있도록 세계화의 큰 흐름을 이해하고 시대의 흐름에 주역이 되도록 노력할 때 우리는 선진국 대열에 올라설 수 있는 가능성이 커지는 것이다.

우리 벤처기업인도 세계화 시대의 흐름에 맞는 정신적 무장을 해야 할 것이다. 벤처기업의 세계화 전략은 매우 중요한 경영전략으로 인식되고 짜여야만 한다. 그 동안 대부분의 벤처기업이 국내 지향적

인 기업으로 성장해 왔다면 앞으로는 더 큰 시장을 향한 세계 지향적인 기업으로 발전해 나가야만 하기 때문이다.

글로벌 마인드로 한걸음씩 세계 향해 도전

벤처기업들이 지금까지 국내에서 기반을 잡기 위해 애쓰며 축적한 노하우를 이제 세계의 유수의 기업들과 협력하여 세계시장에서 뿌리내릴 수 있도록 노력해야 한다. 이를 위해 몇가지 유의해야 할 사항이 있다.

첫째, 임직원의 글로벌 마인드를 제고하는 작업이 필요하다. 세계 시장은 분명 국내시장과 차이가 있으며 세계화가 우리에게 어떠한 영향을 미치는지, 어떻게 대응해야 하는지에 대한 마인드를 다시 점검하고 함양해야 한다는 뜻이다.

기존의 많은 기업들도 해외로 진출하면서 무수한 시행착오를 겪었다. 벤처기업들은 이를 깊이 인식하고 똑같은 실수를 반복하지 않도록 해야 할 것이다.

둘째, 임직원들의 세계어 교육이다. 세계시장에 진출하기 위해 가장 필요한 요소가 바로 언어이다. 똑같은 기술과 경쟁력을 갖추었다면 언어가 편안한 사람이 성공할 확률이 크다. 지금까지 기반을 잡느라고 미처 신경 쓰지 못했다면 지금부터라도 임직원들이 세계어에 자유롭도록 훈련시키는 노력이 필요하다.

셋째, 해외 네트워크의 체계적인 구축작업이다. 세계시장에서 성공적으로 사업을 영위하기 위해서는 무엇보다도 소중한 것이 바로 휴먼 네트워크이다. 사고와 관습이 다른 사람들과의 거래관계이기 때문에 인간관계가 무엇보다도 소중하다.

올바른 루트를 통해 바른 기업과 사람을 만나고 그들과의 관계를 잘 형성해 나가는 것이 필요하다. 이를 위해서는 서두르지 말고 철저한 시장조사와 신용조사를 실시하는 것이 바람직하다고 할 수 있다.

마지막으로 해외 진출시 정부의 제도적 지원이 절실하다. 정부가 나서서 벤처기업이 성장할 수 있는 여건을 탄실하게 만들어줘야만 한다. 해외 진출이라는 부푼 꿈을 안고 분주히 뛰는 벤처기업이 관계 기관으로부터 얻을 수 있었던 정보라고는 '현지 브로커를 이용하라'는 말뿐이었다는 에피소드는 시사하는 바가 많다.

세계화 시대에 세계시장을 향한 우리 벤처기업의 꿈은 무궁무진하다. 잘 다져진 글로벌 마인드와 세계화 전략으로 한걸음씩 세계시장을 향해 꿈을 펼쳐나갈 수 있도록 차분히 준비할 때다. 