

## 위기에 처한 기업가정신을 사수하라

기존 사업에만 매진할 것인가, 아니면 새로운 미래에 도전할 것인가. 이 논제는 오늘날 많은 기업들이 떠안고 있는 고민임에 분명하다. 그런데 최근 기업들의 위험 기피 성향이 두드러지면서, 기업가정신의 실종과 무기력화를 우려하는 목소리가 높아지고 있다. 이에 기업가정신의 발현을 가로막는 잘못된 사회통념을 점검하고, 진정한 리더의 모습을 제안하고자 한다.

19

90년대 중반, 필름 제조 분야에서 세계 제일의 위치를 차지하고 있던 코닥은 전자영상 사업으로 기술을 이전할 것인지 고민하다 기존 사업에 주력하기로 결정했다. 그러나 그로부터 불과 5년 뒤, 디지털 카메라가 대중화되면서 코닥이 설 자리는 날로 좁아졌다. 경영 악화로 인한 감원과 유럽 지역의 공장 폐쇄라는 최악의 상황으로 치달았고, 과거의 화려한 명성은 회복이 불투명해졌다.

### 기업가가 버려야 할 사회통념

오늘날 역경에 빠진 코닥은 기업가정신이 발휘되지 못한 기업의 미래가 어떻게 되는지를 잘 보여주는 사례이다. 빠른 속도로 변화하고 있는 경영 환경 속에서, 혁신 마인드가 사라진 기업은 결국 사양길로 접어들 수밖에 없다. 현실에 안주하기보다는 끊임없이 새로운 것을 추구하고 도전하는 기업가정신이야말로 기업의 미래를 보장한다.

기업가의 책무를 '창조적 파괴'라고 이야기했던 경제학자 슈페터는 어려운 시기일수록 기업가정신을 발현하는 것이 가장 현실적인 방법이라고 강조했다. 그러나 오늘날의 전반적인 상황은 그의 지적과는 반대 양상으로 전개되고 있다. 도전과 혁신을 꿈꾸는 기업가정신이 설 자리를 위협받고 있는 것이다. 심지어 기업들이 '무기력 증후군'에 빠질 위험이 있다는 경고까지 등장하는 상황이다. 지금부터 기업가정신을 되색시키는 대표적인 사회통념을 살펴보고 사고의 전환을 꾀하자.

#### 1. 기업가정신은 위험부담이 크다?

기업가정신의 특성은 크게 세 가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 첫째, 새로운 제품과 서비스로 새로운 고객을 창출하려는 이노베이션 마인드이다. 둘째, 실패의 위험을 감수하면서 적극적으로 새로운 기회를 찾아 도전하는 자세이다. 마지막으로 기존의 관행을 깨는 창조적 발상과 행동이다. 이러한 특성으로 인해 기업가정신의 발현은 기존 사업을 안정적으로 운영하는 것보다 훨씬 더 위험하다고들 한다.

하지만 미래에 도전하는 기업과 현재를 지키려는 기업은 위험을 바라보는 관점과 시각이 근본적으로 다르다. 현재를 지키려는 기업은 안정적인 환경에서 최소의 위험을 부담하면서 기존 사업의 최적화를 추구한다. 반면에 미래에 도전하는 기업은 고객을 위한 새로운 가치 창

출에 초점을 두고 공격적으로 미래의 성장 기회를 모색한다. 그들은 미래의 위험을 무시하고 기존 사업을 잘하는 것에만 매달리는 것이라말로 오히려 더 위험할 수 있다는 것을 잘 알고 있다.

## 2. 기업가형 리더는 갬블러다?

기업가형 리더는 위험 추구 성향이 강한 사람처럼 보이기도 한다. 때로는 불확실한 미래에 개의치 않고 고위험 고수익을 쫓아 새로운 사업을 추진하는 사람으로도 비춰진다. 그러나 성공하는 기업가들은 카지노의 슬롯머신을 몇 번이고 계속 끌어당기면 돈을 딸 수 있다는 환상을 가지고 있는 갬블러(Gambler)들이 아니다. 의외로 기업가형 리더들은 실용적인 사고와 행동을 중시하면서 현실에서의 실현가능성을 꼼꼼하게 따진다. 무모하게 위험을 감수하는 것이 아니라, 계산된 위험을 감수하는 것이다.

성공하는 기업가형 리더가 되기 위해서는 미래 지향적인 관점에서 새로운 기회를 탐색하는 역할과 포착한 기회를 실행하여 성과를 이끌어내는 역할을 동시에 수행할 수 있어야 한다. 예를 들어, PC 시장 점유율 세계 1위 업체인 델 컴퓨터사의 CEO 마이클 델은 거대 기업 IBM을 목표로 단돈 1000달러를 가지고 사업을 시작하였다. 중간 판매상의 개입을 없애고 고객들이 직접 원하는 컴퓨터를 구성하도록 하는 획기적인 발상 덕분에 델 컴퓨터의 매출액은 매년 50%씩 성장했다.

기업가형 리더는 어려운 시기일수록

공격적으로 성장 기회를 모색하고

계산된 위험을 감수하는 승부사가 되어야 한다.

## 3. 기업가정신은 無에서 有를 창조하는 것이다?

흔히 사람들은 기업가정신을 이야기할 때, 바이오, 나노, IT, 반도체 등과 같은 하이테크 제품을 떠올리곤 한다. 기업가는 새로운 것을 발명하거나 위대한 과학적 발견을 하는 사람이라고 생각하기 때문이다. 하지만 스타벅스가 매일 마시는 커피를 단순 음료에서 감성적 경험으로 바꾼 경우처럼, 성숙된 시장이나 평범한 제품에서 기존의 제품 컨셉트를 바꾸거나 새롭게 재조합하여 성공을 거둔 회사가 상당 수 있다.

기업가는 무(無)에서 유(有)를 창조하는 사람이 아니라, 넓은 시야를 갖고 새로운 사업 기회를 감지하는 아이디어 발견자이다. 때문에 기업가형 리더에게는 다른 무엇보다도 시장에서 기회를 간파하는 가치(Value) 통찰력이 중요하다.

## 벤처 기업에게 주는 시사점

벤처기업은 기업가정신을 발휘하는 데 있어서 대기업보다 유리한 고지를 점령하고 있다. 창의적인 사고와 발상의 전환을 바탕으로 모험을 감행한 이들이 바로 벤처기업가이기 때문이다. 또한 조직의 관행이나 고정관념에 집착하지 않고 창조적인 실험정신을 발휘할 수 있다는 것도 장점으로 작용한다. 이러한 배경을 바꾸어 생각하면, 벤처기업의 기업가정신 쇠퇴는 경고의 의미가 더욱 짙을 수밖에 없다. 그만큼 벤처기업은 기업가정신의 사수를 위해 각고의 노력을 기울여야 한다는 얘기가 된다.

지금 우리에게 필요한 리더는 어느 정도 기반이 다져진 사업의 틀 내에서 안정적으로 조직을 운영해 나가는 관리형 리더들이 아니다. 경쟁이 치열할수록 미래지향적인 마인드를 가지고 성장 기회를 모색하는 기업가형 리더가 그 어느 때보다도 절실하게 필요한 시기임을 잊지 말아야 하겠다.

자료출처: LG경제연구원 <기업가정신으로 재무장하라>