



교보문고 북마스터들이 '휴가철 벤처인에게 권하는 책' 10선

너도나도 산으로 바다로 떠나는 휴가철이다. 많은 벤처인들이 재충전의 시간으로 삼고 독서삼매경에 빠질 때이기도 하다.

교보문고 북마스터들이 엄선해 추천하는 양서 10권으로 어느 해보다 알찬 휴가를 보내보자.

01

블루오션 전략

/ 김위찬 외 지음 · 강혜구 옮김

- 교보문고

경쟁이 치열한 산업사회에서 대부분의 기업들은 시장점유율을 넓히기 위해 전략을 수립하고, 차별화를 위해 투쟁하며, 경쟁우위를 확보하기 위해서 머리를 싸맨다. 하지만 애초에 경쟁자가 없는 시장공간을 창출하면 어떨까? 이 책은 전략적인 성공을 거두기 위한 필수조건들에 대해 새로운 방법론을 제안한다. 블루오션을 창출한 기업들은, 소비자들이 의사결정을 하는데 산업 간 경계를 넘어서까지 바라본다는 사실을 이해하고 있다. 이렇듯 블루오션 전략은 치밀한 방법론을 제시하며 거대 신(新)시장을 창출할 수 있게 해주는, 다음 세대를 위한 희망의 전략이다.



용관리 시스템이라는 가치를 창출함으로써 시장에서 독보적인 위치로 발돋움할 수 있었다. 결국 투명성에 대한 현명한 투자는 기업의 장기적인 생존과 번영이라는 대가로 돌아올 것이다.

02

투명 경영

/ 돈 탭스콧, 데이비드 티콜 지음 · 김병두, 이진우 옮김 - 김

영사

기업의 정보를 어느 정도까지 공개할 것인지, 환경과 지역사회를 어느 정도까지 기업 전략에 반영해야 할지는 논란의 여지가 있으며, 많은 이들은 그에 따르는 비용과 경쟁력 하락을 염려한다. 그러나 이 책의 연구 결과에 따르면 그런 주장들은 대개 핑계에 불과하다. 투명성 자체도 상품이 되기 때문이다. 이베이는 실제 업무는 모두 고객들이 하게 만들면서 투명성 프로세스, 즉 신



03

체인징 마인드

/ 하워드 가드너 지음 · 이현우

옮김 - 재인

최근 경영학은 또 다시 심리학 분야에 눈을 돌리고 있다. 지난 10년간 '리엔지니어링'과 '가치 창조'에 관심을 집중했던 경영학이, 이제 다시 기업의 핵심인 '사람'에게 관심을 집중하고 있는 것이다. 이 책의 저자에 따르면 사람의 마음은 결코 어느 한 순간에 갑자기 변하는 것이 아니며, '일곱 가지 지렛대'라고 부르는 다양한 요소들이 작용한다고 한다. 저자는 사람들의 마음을 변화시키는 데 성공한 역사적 인물들의 사례를 제시하면서, 그들이 사람들의 태도나 행동을 변화시키기 위해 각각의 지렛대들을 어떻게 활용했는지를 상세히 설명하고 있다.



04

iCEO 스티브 잡스

/ 시릴 피베 지음 · 유정현 옮김 - 이콘

스무 살에 세계 최초의 개인용 컴퓨터를 개발하고 스물다섯에 백만장자의 반열에 올랐으나 서른 살의 나이에 자신이 만든 회사인 애플에서 밀려나야 했던, 그러나 <토이스토리>와 iMac,

iPod로 화려하게 재기해 성공신화를 다시 쓰고 있는 스티브 잡스. 애플에서 밀려났던 1985년, 그는 자신의 이상을 실현할 새로운 컴퓨터 회사 NeXT를 세우고 다른 한편으로 컴퓨터그래픽 영화 제작사 픽사를 설립한다. 이 책은 카리스마와 재능을 겸비한 천재 경영자, 자기중심적인 고집불통이라는 양극단의 평가를 받고 있는 스티브 잡스의 성공과 좌절, 재기를 그려낸다.



05 소비의 새 물결 트레이딩업

/ 마이클 J. 실버스타인 외 지음 · 이병남 옮김 - 세종서적

증가 시장의 붐피로 이제 기업이 선택할 수 있는 길은 최대한 값싸게 제품을 만들거나, 소비자가 원하는 특별한 무언가를 제공해 비싼 값을 받는 것뿐이다. 보스턴컨설팅그룹은 특별한 그 무엇을 '뉴 럭셔리'라고 부른다. 뉴 럭셔리 제품은 일반 상품에 비해 품질, 품격 및 소비자가 느끼는 감정적 만족이 훨씬 높지만 전통적인 럭셔리보다 저렴한 증가시장 구매자들의 트레이딩업이 가능하다. 트레이딩업은 미국은 물론이고 일본, 유럽, 한국 등에서도 나타나는 세계적인 흐름이다. 이 책에서는 뉴 럭셔리 기업으로 변화하기 위한 8가지 원칙과 함께 미래사회에 기업이 나아갈 바를 제시하고 있다.



06 카테고리 원 브랜드 전략

/ 조 캘러웨이 지음 · 윤천규, 이성경 옮김 - 김앤김북스

치열한 경쟁 속에 업계의 선두주자가 되려고 소모적인 투자로 선두를 뒤쫓기보다는 완전히 새로운 영역을 창출해 그 분야의 유일한 업체로 자리 잡는 것이 더 낫다. 경쟁자가 없는 자신만의 카테고리를 창출하여 '카테고리 원'(category of one) 기업이 되는 것이다. 이 책은 선두가 되는 것이 아니라 유일한 브랜드가 되는 진정한 기업 차별화 전략으로서의 '카테고리 원 브랜드 전략'을 소개한다. 평범한 기업이 '카테고리 원' 기업으로 변모하기 위한 새로운 발상과 실질적이고 검증된 7단계의 전략을 만날 수 있다.



07 1등 기업을 무너뜨린 마케팅 전략 33

/ 클라우스 슈메 지음 · 박규호 옮김 - 21세기북스

기업경쟁에 있어 큰 영향력을 발휘하는 것은 브랜드 파워나, 막대한 자산 등이 아니다. 가장 중요한 요인인 적절한 타이밍과 의사결정이 전자보다 더 강한 영향력을 발휘한다. 이 책에는 자신보다 우월한 적을 무찌른 33가지 '다윗의 지략'이



소개되어 있다. 또한 저자는 어떤 기업이든 기회는 언제나 주어진다라는 사실을 인지시키며 시장이 포화상태라도 틈은 있으며 제아무리 불패의 아성이라 해도 이길 수 있음을 각인시키고 있다. 에세이처럼 재미있고, 무협지처럼 흥미진진하게 전개되는 세계 기업들의 마케팅 성공과 실패는 모든 사람들에게 도전될 책이다.

08 불쌍한 CEO들의 달걀 세우기

/ 최영익 지음 - 나무와숲

잘나가는 법률사무소 변호사로 남부럽지 않게 살던 저자가 불모지나 다름없는 벤처기업 전문 변호사로 독립해 벤처기업의 법률 자문을 해주면서 보고 느끼고 체험한 것을 상세히 기록한 책이다. 이 책은 어느 벤처 관련 책들과는 달리 법률가의 눈으로 본 벤처기업과 벤처기업가들의 장·단점을 상세히 분석하고 있다. 벤처기업은 그 특성상 성공의 불확실성에서 미래를 개척해 나가기 때문에 대박과 쪽박이라는 양면성을 잠재적으로 지니고 있는 것이다. 이 책은 실질적인 사례를 바탕으로 했기에 벤처CEO에게 많은 도움을 제공할 것이다.



09 제5경영

/ 스텐트 리프, 파멜라 포시 지음 · 배금주 옮김 - 용오름

미국에서 새롭게 태동하는 경영혁신 전략인 비주얼 매니지먼트의 개념과 원리를 미 연방정부 조직혁신 담당 간부와 학자가 처음으로 체계화한 책이다. 비주얼 매니지먼트는 조직의 미션을 설계하고, 미션에 입각해 시스템을 구축하는 기존의 경영 과정에 시각적 촉진이라는 '제5원소'를 넣음으로써 조직 역량을 극적으로 끌어올린다. 조직의 미션·비전·전략, 미션과 연동하는 작동 시스템 및 구조, 이를 실행하는 구성원의 성과를 '워 룸'에 시각적으로 집약해 누구도 숨을 곳 없는 '투명조직'을 만들기 때문이다.



10 친디아

/ 박형기 지음 - 해냄출판사

중국과 인도의 경제 및 산업에 대한 현황을 비교해 짚어보고, 이 두 국가를 '친디아'라는 하나의 강력한 경제 연합체로 상정해 봄으로써 향후 세계 경제의 흐름과 전망을 보여준다. 이는 21세기 경제대전에서 한국호의 운항 지도를 작성하기 위한 귀한 밑그림이 될 것이며, 기업인에게는 거대 시장을 공략하기 위한 경영 전략의 단초를 마련해 줄 것이다. 이 책은 리더십, 도약, 경쟁력 등 중국과 인도의 경제 및 산업을 특징짓는 요소들을 비교 교차해 분석하고 있으며, 한편 21세기 세계 경제의 흐름에 어떠한 역할을 할 것인가를 심층 전망해 준다.

