



## ‘다윗형 벤처기업’ 골리앗을 이기는

‘다윗형 벤처기업’들이 기세등등한 ‘골리앗 대기업’들의 틈새시장을 개척하며 블루오션의 신기술시장에 도전하는 ‘창업과 성장사’는 대부분 한 편의 드라마를 연상시킨다. 공룡 대기업들 틈바구니를 뚫고 하나씩 벽돌을 쌓아올리는 벤처기업의 탄생과 성장은 경제에 새로운 활력과 비전을 제시할 수 있는 계기를 만들며, 지구촌 경제뿐 아니라 한국경제에도 희망의 메시지를 전하고 있다.

그동안 계속된 ‘나스닥거품’과 ‘코스닥거품’으로 한때 사면초가의 위기에 몰렸던 벤처업계에 최근 당당한 도전정신으로 세계적 규모의 골리앗기업들을 당혹하게 하는 실적과 성장을 자랑하는 ‘발칙한 벤처기업’들이 하나씩 늘고 있다. 이중 세계 정보기술(IT)업계의 대명사로 불리는 마이크로소프트와 정면대결을 벌이며, 마이크로소프트사를 곤경에 몰아넣고 있는 신생 소프트웨어 회사인 ‘VM웨어’는 다윗형 기업의 선두에 선 대표적인 기업이다.

1998년 스탠퍼드대 멘델 로젠블럼 교수팀이 실리콘밸리에서 창립했던 VM웨어는 한 대의 컴퓨터를 여러 대의 컴퓨터처럼 나눠 쓸 수 있게 하는 가상컴퓨터 소프트웨어 시장의 선두주자다. VM웨어의 소프트웨어는 기업이나 개인이 보유한 컴퓨터의 연산장치 용량을 여러 개의 작은 부분으로 나눈 뒤 각 부분에 맞는 키보드나 저장장치, 인쇄기 등을 별도로 갖춰 여러 명이 동시에 사용할 수 있는 획기적인 기술을 보유하고 있다.

VM웨어는 1999년 VM웨어 워크스테이션을 출품한 데 이어 매년 신

제품을 내놓으면서 현재 2만 개 업체와 4백만 명의 개인고객을 확보했다. VM웨어는 2006년 매출이 전년에 비해 두 배인 7억 900만 달러로 늘어났고, 작년 4/4분기(10~12월) 수익(2억 3,200만 달러)도 역시 전년 동기대비 2배 늘어나는 등 급성장을 거듭하고 있다.

이 가상컴퓨터 소프트웨어는 마이크로소프트의 윈도 뿐만 아니라 리눅스 등 다른 운영체제도 동시에 사용할 수 있도록 했고, 이 같은 VM웨어의 급성장에 그동안 유럽연합(EU)의 불공정거래 소송 및 인터넷 검색엔진 개발 지연에 따른 구글의 급성장 등 고전을 경험한 마이크로소프트는 위기감 속에 VM웨어를 제압하기 위한 시장전략 수립에 골몰하고 있다.

VM웨어는 마이크로소프트보다 앞선 기술로 이미 시장의 80%를 장악했고 마이크로소프트의 인수 제안을 일언지하에 거절한 채 독립성 보장을 한 정보저장업체 EMC와 손을 잡고 시장 공략 및 추가적인 기술 개발에 나서고 있다. 이에 따라 스티브 발머 마이크로소프트 최고경영자(CEO)는 지난 달 고객과의 대화에서 “매우 공격적으로

VM웨어와 경쟁할 것”이라고 선언하고, 자체적으로 가상컴퓨터 소프트웨어를 개발한 뒤 윈도에 탑재해 소비자들이 자사 제품을 쉽게 선택하도록 하는 한편 수년 전부터 관련부서를 만들고 벤처업체인 젠소스와 협력해 가상소프트웨어 제품을 생산하는 등 총 반격에 나서고 있다. 최근에는 가상소프트웨어 상의 윈도 사용 허가를 제한하는 방식으로 VM웨어의 성장을 막기 위한 고육책을 짜내고 있지만, 막강한 기술력을 가진 VM웨어가 기선을 제압하면서 조만간 양측 간 인력 빼내기와 시장에서의 정면충돌 등 대혈투가 펼쳐질 전망이다. 만약 VM웨어가 마이크로소프트의 거센 반격을 물리치고 시장에서의 위상을 확고히 할 경우 실리콘밸리에서 탄탄대로의 위상을 확보할 것이다.

이 같은 미국 실리콘밸리에서의 ‘다윗과 골리앗의 싸움과 기적’은 대기업이 중소기업이나 신생벤처기업을 하청기업화하거나 공룡기업의 힘을 이용해 시장장악을 하는 것이 손쉬운 한국에서는 잘 일어나지 않는다. 대표적인 사례가 한국의 공룡 삼성과 세계적인 기업들에 맞서 세계정상으로 성장했던 MP3 제조업체 레인콤의 부진이다. 한때 세계 MP3 플레이어계의 지존으로 불리며, 국내의 시장을 주름잡았던 아이리버로 대표되는 레인콤은 애플, 삼성전자 등 대기업의 공세에 잇따라 적자행진을 거듭하며 위기신호를 보내고 있다.

‘아이팟’으로 세계 MP3 플레이어 시장의 65%를 장악한 애플은 최근 한국시장을 향한 대공세를 펼치고 있고, 삼성의 ‘엡’ 역시 앞선 디자인과 저가를 앞세워 공세를 펼치며 레인콤을 공략하고 있다. 이에 따라 MP3 플레이어 중 최고가의 MP3P를 내놓았던 아이리버는 이들의 저가공세에 결국 자사 제품의 가격도 낮췄고, 저마진과 시장점유율 하락으로 고전을 거듭하는 등 세계 MP3 시장이 연일 판도를 바꾸는 상전벽해를 매일 경험하고 있다.

이 같은 상황 속에 레인콤은 2005년 1/4분기에 99년 설립 이후 처음으로 적자를 기록했고, 이어 심화된 적자행진을 반복하면서 좀처럼 활로를 찾지 못하고 있다. 주식시장에서도 2005년 초 1만 6,468원에 달했던 주가는 2007년 4월 9일 현재 5,180원으로 간신히 5,000원 선을 지키고 있다. 특히 2006년 결산에서 영업 손실이 526억 원에 달하는 등 적자 폭이 커지면서 ‘아이리버와 레인콤의 신화가 이대로 무너지는 것 아니냐’는 관측도 나오고 있다.

이 같은 레인콤의 위기는 PMP나 와이브로 단말기 등 다른 분야에 눈을 돌리느라 주력 제품인 MP3에 소홀히 했던 전략의 미비와 이에

따라 신제품 미비와 가격 정책에 대한 불안정성으로 소비자들의 불만이 제기되는 시장전략의 실패로 인한 것이라는 평가다. 그러나 무엇보다 ‘레인콤 대위기’의 핵심 원인으로는 대기업의 자금동원력 등 막강한 기업능력을 이용해 시장 물이에 나선 삼성의 총공세와 정보기술(IT)의 핵심시장인 한국에 대한 애플의 대대적인 공략 등이 꼽히고 있다. 삼성의 시장물이에 대한 대처 미비와 함께 애플의 아이팟을 의식한 탓에 자사 제품에 대한 자신감 있는 경영을 하는 데 실패했다는 비판이다. 실제 양덕준 대표는 최근 기자간담회를 통해 “아이팟을 의식하고 만들면 결국 아이팟의 짝퉁이 된다. 그 동안 애플과 비교해서 나가려 했던 것이 하나의 실패 요인이었다”고 진단한 뒤 “세상에 없는 신 발명품을 내겠다는 것은 아니지만 두 걸음 앞서가는 혁신적 제품을 내놓을 것”이라고 다짐했다. 결국 자기 정체성을 가진 경영전략과 이를 위한 부단한 기술개발과 소비자의 기호 변화를 고려한 유연하고 섬 없는 기술과 제품개발의 중요성을 뒤늦게 깨달은 레인콤이 뒤늦게 재기를 위한 총력전을 펼치고 있으나, 이미 변화를 맞은 시장상황 속에서 레인콤의 노력은 본격적인 빛을 발휘하기는 쉽지 않은 상황이다. 월가에서 현재진형형인 ‘골리앗에 맞선 다윗의 기적’이 한국시장에서는 월가보다 두 배, 세 배 더 큰 기술개발과 시장의 기존 구조를 해체하고 과거의 권위에 도전하려는 노력이 기울여져야함을 잘 보여주는 사례다.

경영학의 대가인 피터 드러커는 ‘기업가’란 ‘변화를 탐구하고, 변화에 대응하며, 변화를 기회로 이용하는 자’라고 정의한 뒤 ‘기업가 정신’은 일종의 과학이나 테크닉이 아닌 ‘실천’ 그 자체이며, 이는 기업에서만 필요한 정신이 아니라 한 사회의 모든 구성원이 본질적으로 가지고 있어야 할 ‘자기 혁신의 바탕’이라고 역설했다.

중국의 전략가 손자는 <손자병법> 모공(謀攻)편에서 ‘최고의 방법은, 사전에 적의 의도를 간파하고 이를 쳐부수는 일이다. 그 다음의 방법은, 적의 동맹 관계를 분단시켜 고립시키는 일이며, 그 다음의 방법이 싸우는 일이다. 그리고 최하의 방법이 성을 공격하는 일이다(故上兵伐謀, 其次伐交, 其次伐兵, 其下攻城)’라고 했다. 손자의 전략이 꽃피기 위해서는 부단한 노력 속에, 최고부터 최하의 방법을 통해 시장을 장악하려는 노력이 필수적이며, 그래야 한국시장에서도 시장의 정형화된 틀을 극복한 ‘다윗형 벤처기업’들이 골리앗을 이기는 기적들을 속속 현실화시켜낼 수 있을 것이다.