

제11장 돈 버는 경영기법과 전략은 무엇인가?

인간의 삶은 경제적인 욕구를 충족 시키기 위해 노동과 일을 통해 금전적인 화폐인 돈을 버는 행위를 지속적으로 수행하고 있다는 것인데, 기업의 경영 활동이 이러한 사람들의 경제적인 욕구 충족 수단으로 활용 되고 있다.

경영은 궁극적으로는 기업 내, 외적인 자원을 효율적으로 활용하여 경제적인 수익 창출 즉, 돈을 번다는 것인데, 본 장에서는 이를 위한 경영 기법과 전략에는 어떠한 것들이 있는지를 살펴보고자 한다.

1. 1 돈이란 무엇인가?

돈(Money)이란 무엇인가?

임석민(한신대학교) 교수의 “돈과 삶”이란 책에서 돈에 대한 개념 정의를 다음과 같이 하고 있다.

“돈은 우리를 비추는 거울이다. 우리의 그림자도 비춰주고 영혼도 보여준다. ... 사람들은 끊임없이 돈을 갈망한다. 돈은 건강, 직업과 함께 현대인들이 가장 중요한 관심사이다. ... 인간은 돈이 아무리 많아도 더 많은 돈을 원한다. 돈에 대한 욕심은 끝이 없다. 돈은 불행의 근원인 동시에 행복의 원천이다. 돈을 거부하는 것은 세상의 다양성을 거부하는 것이다. 인간은 돈이 있든 없든 돈으로부터 자유롭지 못하다.

돈은 인간관계의 기본 고리이다. ... 이 사회의 거의 모든 문제의 근원은 돈이다... 돈은 타인을 지배하고 자신의 의지를 관철하며 세상을 움직인다. 돈이 있어야 천당도 간다. ... 돈이 없어 찼찼매본 사람이라면 돈의 위력을 절감한다. 돈은 왕이다. 돈은 사람들을 움직이게 하는 동력이다. 돈이 없으면 아무것도 할 수 없다....

돈은 삶이고 죽음이다. 돈은 가장 통속적인 동시에 가장 철학적이다.




돈은 모든 것을 완성한다!!!

돈은 화폐적인 가치를 가지고 있는 금전적인 의미 보다는 돈이 가지고 있는 내면적인 세계의 의미와 개념들이 더 중요하기 때문에 인간 삶의 목표 또는 모든 인간 행위의 기본 원리가 돈에서 시작되는 것이다.

기업을 설립하여 사업을 추진하고 종업원을 채용하여 돈을 주면서 일을 시키는 행위들이 궁극적으로는 더 많은 돈을 벌기 위한 수단에서 시작된 것인데, 많은 경영자들과 종업원들은 자신들의 경제적인 활동 결과 얻게 되는 금전적인 돈이 삶을 영위하는 수단이 아닌 인간 삶의 목적이 되어 버렸다.

인간 삶의 목적이 되어 버린 돈을 어떻게 벌 것인가?

임석민 교수에 의하면 돈을 벌려면 돈에 대한 관념을 바꿔야 한다고 했다.

	돈의 관념을 바꿔라!	
돈은 모든 악의 근원이다. 돈 가진 자들은 사악하고 부도덕하다. 행복을 돈으로 살 수 없다.	→	돈은 박애의 근원이다. “나는 세상에 선(善)을 베풀기 위해서 돈을 사용하겠다!!!”
	부자가 되려면 부자를 목표로 삼아라!	
돈을 좋아해야 돈이 들어온다. 돈을 존중하고 돈에게 마음을 연 사람에게 돈은 다가온다.		
	하는 일에 재미를 느끼고 좋아하고 잘하는 일에 열중하라!	
부자와 가난한 자의 차이는 일에 대한 태도이다. → 부자들은 누구 보다 즐겁게 일을 한다.		

결론적으로 돈이란 무엇이며, 왜 벌어야 하며, 어떻게 사용할 것인가에 대한 명확한 목표를 설정하고, 부자들이 가지고 있는 태도와 행동을 따라 해야 한다는 것이다.

2.1 돈 버는 경영기법과 전략은?

기업 경영에서 추구하는 궁극적인 목표는 수익성을 높여 나가는 것이다. 수익성의 일반적인 판단 기준은 금전적인 가치를 수치화 하여 나타내는 것인데, 기업의 모든 자원을 적극적으로 활용하는 사업을 통하여 경쟁적인 성과와 부가가치를 점진적으로 증대 되도록 만들어 나가는 것이다.

과연 돈 버는 경영 기법과 전략은 무엇일까?

돈 버는 경영기법과 전략을 수립하기 위한 전제 조건은 다음과 같다.

첫째, “돈이 되는 감각과 끼”를 살리는 기업가 마인드를 가져라.

어떤 아이디어와 제품이 돈을 벌 수 있는지? 아이디어와 제품을 어떻게 가공하면 돈을 벌 수 있는지? 어떤 자원을 활용하면 돈을 벌 수 있는지?

돈이 되는 자신만의 감각과 끼를 100% 살리는 기업가 마인드를 구축하는 것이 가장 중요한 핵심 요소이다.

예를 들면, 드론(Drone)이 5년 내 기업 물류 분야의 혁명을 가져 올 것 같다.

*드론(Drone) : 사람이 타지 않고 원격 무선 조정 방식으로 비행하는 비행기

둘째, 기업 핵심 자원들의 부가가치를 높일 수 있는 방법과 전략에 집중하라.

기업의 핵심 자원들이 사람, 돈, 물자, 기술 등의 인적, 물적 자원들을 활용하여 부가적인 가치를 창출 할 수 있는 방법과 전략을 집중적으로 찾아라.

예를 들면, 종업원의 아이디어 창출과 역량 강화를 위해 배틀 방식으로 분기별 경진대회를 개최하여 실현 가능한 아이디어나 개인 역량 강화 비법을 보여준 최종 승자에게는 가족단위 해외여행 상품권을 제공한다.

* 배틀(Battle)대회 : 대회에 참가한 사람들이 다른 우승자가 나올 때 까지 연속적으로 계속해서 우승 경쟁을 하는 방식

셋째, 전 세계 100대 기업에서 활용하고 있는 경영 모델과 전략을 모방하라.

성공을 위한 방법으로 전 세계 100대 기업들이 활용하고 있는 경영 방식, 모델, 기법과 전략을 적극적으로 모방하거나 새로운 기능을 추가하여 적극 활용하라.

기업의 성공사례를 통한 시뮬레이션은 매우 중요한 기술 중의 하나이다. 현재 가장 각광을 받고 있는 기업들을 모델로 하여 그들이 현재 업무 처리 과정에서 수행하고 있는 다양한 형태의 기술과 전략 등을 자신의 기업 환경에 적합하도록 재 구성하여 모방 또는 새로운 기능과 기법을 추가 하여 적극 활용하라.

예를 들면, 미국의 구글 회사에서는 사원들에게 창의성과 노하우 계발을 위해 개방형 사무실 시스템(Open Office System)을 적극 활용하고 있는데, 이는 젊은이들의 세대별 다양성과 개성을 존중하고 창의적인 아이디어 창출을 위해 복장과 업무 및 사무실 레이아웃 등을 자유롭게 사용 하도록 지원하고 있다.

넷째, 기업의 최종 소비자는 고객이다. 고객들 중 가장 충성스런 고객들은 우리 회사의 종업원들이다.

기업에서 생산되는 제품과 서비스는 고객들에 편리함, 만족감 등을 줌으로서 재 구매를 유도하고 이를 반복적으로 수행 하는 과정에서 수익을 창출 할 수 있다. 고객들이 원하는 제품과 서비스 및 다양한 욕구 등은 핵심 고객 중 하나인 종업원들이다. 회사에 근무하는 종업원들이 어떠한 제품을 필요로 하고 있으며, 그들의 구매 행동과 반복 또는 충성 고객으로 전환되는 View Points 가 무엇인지를 눈여겨 보아야 한다.

다섯째, 고객들이 돈을 주고라도 사고 싶은 제품을 만들고, 제품의 기능보단 제품이 주는 가치를 높이는데 초점을 맞추어라.

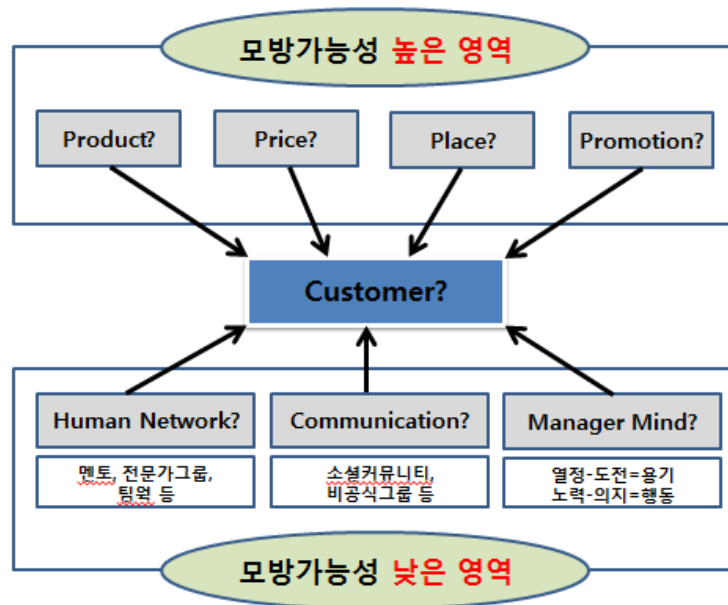
기업에서 공급되는 제품과 서비스는 고객들이 돈을 주고 사지 않으면 아무런 의미가 없다. 기업은 고객들이 돈을 주고라도 사고 싶은 제품을 만들도록 해야 하며, 특히, 제품의 기능적인 측면도 중요하지만 제품을 구매함으로써 얻게 되는 부가적인 혜택과 가치를 높이는데 주력해야 한다.

예를 들면, 여성들에게 예쁜 옷을 팔려고 하지 말고, 남들이 보는 미(美)와 품위를 팔도록 해야 한다. 아이들의 장난감의 경우도 마찬가지로 장난감을 가지고 놀이 문화의 즐거움을 팔아야 한다는 것이다.

제11장 돈 버는 경영기법과 전략은 무엇인가?

참고로 현재 많은 기업들이 활용하고 있는 “마이클 포터의 성공적인 기업 가치 창출을 위한 경영우위 전략과 기법”은 다음과 같다.

경쟁우위란 남들이 모방 할 수 없는 자신만의 노하우와 모방 했을 때 경쟁자를 이길 수 있는 차별적인 요소를 말한다. 모방 가능한 요소들은 제품, 서비스, 고객, 가격, 채널 등과 같은 것이며, 모방이 어려운 요소들은 인적 네트워크, 커뮤니케이션, 경영자 마인드 등이다.



마이클 포터(M. Porter)가 제안하는 경쟁에서 승리하는 경영전략은 다음과 같다.

[1] Cost Leadership (비용우위)

동일한 제품과 서비스를 경쟁사 보다 낮은 비용으로 생산, 공급 할 수 있는 능력을 말하는 것으로 방법과 전략은 사업초기에는 적극적 공세 전략으로 시장이 안정화 상태에 서는 점유율 줄이기 위한 재투자 전략이 유리하다.

[2] Differentiation (차별화)

경쟁사들이 모방하기 힘든 자신만의 노하우로 제품과 서비스를 생산 공급하는 것을 말하는데, 방법과 전략은 자신만의 노하우로 효율은 높이고 비용은 낮출 수 있도록 유도하는 전략이 필요하다.

[3] Focus (집중화)

특정 부분에 경영자원을 집중시킴으로서 다양한 경쟁 요인에 대처하는 능력을 말하는 것으로, 방법과 전략은 경영자와 종업원의 모든 역량을 특정 프로젝트 수행에 올인 하는 것이다.

결론적으로 차별화를 통한 자신만의 노하우 개발 후 기업의 내, 외적 경영자원을 집중화 시켜 역량을 키운 다음, 경쟁사 보다 비용 면에서 우위를 점할 수 있도록 추진하는 전략이 필요하다.