

전략경영에 대한 성경적 조망: 경쟁을 중심으로

A Biblical View on the Strategic Management centered on the competition

진 현 준** 한동대학교 경영경제학부 4학년(97학번)

I. 서론

그 도래하는 하나님의 나라는, 정결케 하고 변혁시키는 힘이 너무나 철저해서, 그것의 세력을 벗어날 것은 하나도 없다(또한 어떤 종류의 사물도 그것을 벗어나지 못한다). 원칙적으로 피조 세계의 그 무엇도 구속의 범위에 포함되지 않는 것은 없다. 이런 우주적 구속의 한 가운데에서 우리는 지금 어디에 서있는가?11 B.J.Walsh, J.R.Middleton, 『기독교 세계관과 문화변혁: 그리스도인의 비전』(IVP, 1999), 황영철 역, p. 101

현대의 국제화(globalization) 현상은 세계를 하나의 시장으로 만들었고, 국가별로 존재하던 옛날의 모든 산업들은 붕괴되었거나 날마다 더욱 붕괴되어 가고 있는 중이다. 이러한 국제화된 시장에서 기업은 국가단위로 각기 다른 전략을 취하는 것에서 벗어나서 전 세계 시장을 하나의 시장으로 인식하고 동일한 전략을 수행하게 되었다. 얼마 전까지 전통적인 국가별산업이었던 보험산업, 은행업, 단순조립금속산업 등은 국가마다 시장특성, 정부규제, 소비자 선호 그리고 유통구조 등이 달라서 외국 기업들이 경쟁우위를 갖기란 무척 힘들었다. 결국 이러한 국가별산업에서는 내국 기업의 경쟁력이 확보되었고, 국제적인 경쟁이나 무역분쟁 등도 존재하지 않았던 것이다. 그러나 국제화가 심화됨에 따라 한 시장에서의 경쟁우위가 다른 나라의 시장에서도 중대한 영향을 미치게 되었다. 국제적인 기업들이 전세계를 무대로 경쟁하면서, 자국에서 확보한 경쟁우위를 기반으로 국제적인 생산 및 판매망을 통해 다른 나라에서도 경쟁우위를 창출하고 있기 때문이다.22 장세진, 『글로벌경쟁시대의 경영전략』(박영사, 1998), p. 37

심화된 국제화 현상과 함께 빠뜨릴 수 없는 21세기의 또 다른 화두는 디지털화(digitalization)이다. 디지털화된 경제는 재화와 서비스의 생산, 분배, 소비 등 주요 경제활동을 디지털화되고 네트워크화 된 정보와 지식이라는 생산요소에 주로 의존하게 했다. 정보공유의 확산, 공간개념의 소멸, 예측의 불가능성, 그리고 선점의 중요성 등으로 요약되는 디지털화된 경제는 기존의 전통적인 산업들과는 달리 세계 경제질서의 총체적 변화를 초래했고, 그에 따라 기업의 생존방법도 변화한 것이다. 결국 디지털화는 기업들이 전혀 새로운 경쟁환경을 직면하도록 했다. 전략적 단절33 최근 기업들이 직면하고 있는 주요 전략적 단절들은 산업 경계들의 무너짐, 산업과서비스 사업체들 사이의 구분의 약화, 유통망 및 병참체계의 획기적 발전, 컴퓨터를 기반으로 한 디자인과 의사소통, 그리고 세계시장의 개방 등이 포함된다., 산업간 경계의 애매모호성, 극심한 시장경쟁, 그리고 혁신과 지속적인 학습의 중요성 증대 등이 그 대표적인 예들이다. 이러한 불안정한 환경은 기업 내에 거의 영구적인 비평형, 또는 혼돈의 상태를 초래하였다. 따라서 기업의 경영자들은 끊임없이 경쟁우위의 새로운 원천을 찾아냄으로써 불확실성을 감소시켜야 하는 상황에 직면해 있는 것이다.44 이장우, 『전략경영』(법문사, 2004), p. 31-34

국제화와 디지털화로 요약되는 21세기 기업환경은 기업들로 하여금 무한경쟁의 새로운 시대로 접어들게 하였다. 전 세계의 동종기업을 대상으로 한 외부적 경쟁과 끊임없는 기업 발전과 개혁을 위한 내부적 경쟁이 바로 그것이다. 이렇게 치열한 경쟁 가운데 승리하기 위한 방법, 그것이 바로 이 논문의 주제인 전략경영의 일반적 정의인 것이다. 사실 전략경영은 경영학의 세부 학문분야 중 가장 역사가 짧은 학문분야이다. 그러나 전략경영은 또한 지난 20여 년 동안 가장 빨리 성장한 경영학 분야이기도 하다. 이러한 사실은 치열한 글로벌 경쟁상황 하에서 전략적 사고는 더 이상 선택사항이 될 수 없으며, 현대 기업경영의 핵심 골격을 이루고 있다는 것을 가르쳐 주는 것이다. 마케팅전략, 재무전략, 생산전략과 같이 거의 모든 경영학의 기능별 분야에서도 전략이라는 용어를 사용함으로써 전략적

사고를 강조하고 있다. 요약하면, 21세기 기업경영에 있어 전략경영은 필수 불가결한 요소라는 것이다.

그러나 오늘날 이러한 전략적 사고의 중요성은 기업 영역에만 국한된 것이 아니다. 그 대표적인 파급효과의 예로 종교기관인 교회에서도 이미 전략경영의 한 부분인 장단기 전략계획을 상당부분 도입한 상황이다.⁵⁵ Phil Van Auken, Sharon Johnson in the Clergy Journal, "Strategic Planning for Christian Organizations" 실제로 외국에서는 이러한 전략적 사고의 교회 도입이 등록 교인 수와 교회재정 확보에 효과적이라는 실험연구결과도 나와있다.⁶⁶ Amit J. Shah, Fred R. Divid, Zigmont J. Surawski, 3, The Coastal Business Journal, "Does Strategic Planning Help Churches?: An Exploratory Study" 그러나 그 실효성 여부를 떠나 전략경영, 그 자체에 대한 기독교 내부의 분석과 반성은 거의 전무하다 말할 수 있다. 널리 사용되고 있는 일부 기독교 경영원리 서적에서도 전략경영의 정당성 유무에 대한 근본적 논의보다는 어떻게 전략적 사고를 성경적으로 활용할 수 있는냐는 방법론적 논의에 집중되어있다. 전략과 전략경영이라는 주제 자체에 대한 성경적이고 기독교세계관적인 분석이 필요한 것이다.

'전략경영에 대한 성경적 조망: 경쟁을 중심으로' 라는 제목의 본 논문에서는 서론에 이어 이제까지 연구된 전략경영의 정의와 그 역사적 발전과정을 살펴보겠다. 이러한 역사적 고찰은 전략과 전략경영이라는 주제를 기독교세계관적으로 분석함에 있어 빠뜨리지 말아야 할 핵심적인 요소를 파악할 수 있도록 해줄 것이다. 결국 이러한 핵심적 요소에 대한 기독교세계관적 분석을 통해, 성경적 관점에서 전략경영을 재정의하려는 것이 본 고의 목적이라 하겠다.

II. 전략경영의 정의와 역사적 발전과정

1) 전략의 정의

전략경영에 대해 정의하기 전에, 먼저 전략 자체에 대한 언급이 필요하겠다. 사실 전략이라는 용어는 경영학이 아닌 군사학에 그 뿌리를 두고 있다. 웹스터 사전에 의하면 전략이란 용어는 크게 3가지 뜻으로 해석된다. 첫째, 전쟁 내지는 평화 시에 채택된 정책(목표)을 달성하기 위해 정치적, 경제적, 심리적, 군사적 힘을 사용하는 과학 내지 기술이다. 둘째, 목표를 달성하기 위한 계획이다. 셋째, 궁극적으로 성공하기 위해 중요한 기능을 적용시키는 것이다. 이러한 전략의 사전적 의미를 분석해 보면, 전략이란 (1)목시적으로 상대방을 이기기 위해, (2)자신의 가용한 모든 능력을, (3)계획하는 일련의 행위를 의미함을 알 수 있다.⁷⁷ 이윤철, "전략적 경영의 학술적 발전과정" 1997, p. 2

2) 전략경영의 역사적 발전과정

이러한 전략의 개념이 군사학의 영역으로부터 확장되어 기업을 위한 전략경영의 개념으로 발전된 것은 1960 년대에 등장한 미국의 다각화 기업들에 의한 것이었다. 1960년대 이전까지만 해도 전략이라는 용어보다는 정책(policy)이라는 용어가 더 널리 사용되었다. 그러나 1, 2차 세계대전을 겪으면서 기존의 정책이라는 용어보다 전략이라는 용어가 더욱 중요시되기 시작한 것이다. 195060년대 미국 경제상황은 호황을 누렸으며, 이에 따라 미국의 기업들은 안정된 성장을 이루었다. 그러나 지속적인 성장을 통해 거대화된 기업들은 현실적인 문제에 봉착하게 되었다. 그것은 대기업 내에 존재하는 작은 사업단위를 어떻게 최고경영자가 효과적으로 통제할 수 있는가 하는 문제였다. 따라서 이 시기 전략은 주로 장기적인 성장을 위한 '장기전략경영'으로 인식되어, 개별기업은 이러한 장기전략 계획을 바탕으로 중·단기전략과 이에 적합한 조직구조 형성에 집중했었다. 이러한 1960년대의 전략경영은 '경영정책에 기초한 전략경영'으로 분류되는 '전통적 전략론' 이라고 불린다.⁸⁸ Ibid. p. 3) 성장을 위해 미래를 설계하는 경영정책에 기초한 전략개념은 1970년대에 이르러 전환국면을 맞게 된다. 1970년대 후반에 이르러 여러 가지 세계 경제상황이 바뀌기 시작하면서 장기전략 계획에 대한 회의가 나타나기 시작했기 때문이다. 독일과 일본 경제의 급속한 성장에 따라 미국 경제상황 자체가 악화된 것도 주요한 원인이었으나 무엇보다도 두 번에 걸친 석유위기는 경기순환을 예측하는 것, 그 자체를 불가능하게 했

다. 따라서 단순히 미래를 예측하는 것과 관련되었던 1960년대의 전략 개념은 환경의 불확실성에 보다 효과적으로 대처하기 위한 구체적인 행동 전략으로 변화되었다. 이 시기 전략경영은 전략을 기업전체적인 차원에서 사업단위수준으로 끌어내려, 개별 산업 내에서의 '전략계획(Strategic Planning)'과 '경쟁전략(Competitive Strategy)'이 주류를 이루었다. 특히 이 시기 대표적인 학자인 Poster는 그의 책 'Competitive Strategy'에서 기업이 경쟁우위를 갖기 위해서는 산업의 특징을 이해하고 산업 내에서 적절한 위치를 정하는 것이 전략의 근간을 이룬다고 주장하였다.⁹⁹⁾ Poster, M. E. 1980, "Competitive Strategy", New York, The Free Press, 장세진, 『글로벌경쟁시대의 경영전략』 (박영사, 1998)에서 재인용) 이는 각 산업의 특성을 따라 원가우위나 차별화 우위를 통해 경쟁우위를 획득하는 경쟁전략인 것이다.

전략경영은 1970년대를 기점으로 양적 증가와 더불어 질적으로도 학문적 의미를 지니는 중요한 관점들이 제시됨으로써 경영학의 일부분으로 뿌리내리게 되었고, 1980년대 들어서는 전략이라는 용어를 사용하는 연구의 홍수를 이루게 되었다.¹¹⁰⁾ 이윤철, “전략적 경영의 학술적 발전과정” p. 50 이 시기 전략경영은 크게 두 부분에 걸쳐 변화를 겪게 되었는데, 분석수준의 변화와 경쟁우위 획득과정의 변화이다. 먼저분석수준의 변화는 기존의 산업조직론적 접근이 결국 Zero-Sum Game에 기초하여, 경쟁이 지속될수록 기업의 경쟁력은 도리어 약화될 수 밖에 없다는 반성에서 비롯되었다. 따라서 전략경영의 연구영역은 1970년대의 사업단위수준에서 다시 1960년대의 기업전체적인 차원으로 변화되었다. '사업구조재편성(Restructuring)', '리엔지니어링(Reengineering)', 그리고 '기업간 제휴(Strategic Alliance)'가 그 대표적인 예들이다. 그리고 경쟁우위 획득과정의 변화는 경쟁우위 창출을 위해 기업의 외부 환경적 요인보다 기업내부적인 능력을 중요시하는 것에서 비롯되었다. 소위 '자원거점이론(Resource-Based View of the Firm)'이 새로운 조류를 형성하여, 기업의 '핵심역량(Core Competence)' '자원이 경쟁우위를 획득하기 위한 가장 중요한 원천으로 인식된 것이다.¹¹¹⁾ Prahalad, C. K. & G. Hamel, 1990, "Core Competence of the Corporation", 장세진, 『글로벌경쟁시대의 경영전략』 (박영사, 1998)에서 재인용1

3) 전략경영의 정의와 그 핵심요소

이러한 역사적 발전과정 가운데 전략경영에 대한 정의는 많은 변화를 겪어왔으나, 일반적으로 인정되는 전략경영이란 '기업에게 경쟁우위를 제공·유지시켜 줄 수 있는 주요한 의사결정'이라고 정의될 수 있겠다.¹¹²⁾ 장세진, 『글로벌경쟁시대의 경영전략』 (박영사, 1998), p. 62 다시 말해, 전략경영이란 기업이 치열한 경쟁 상황 하에서 경쟁우위를 획득하기 위해 무엇을 할 것이냐의 문제인 것이다. 장기전략계획, 산업조직론, 그리고 자원거점이론, 결국에 이들 모두는 기업이 경쟁에서 승리하기 위한 전략에 초점을 맞추고 있다. 이러한 전략경영의 역사적 고찰 과정은 전략과 전략경영이라는 주제를 기독교세계관적으로 분석함에 있어 빠뜨리지 말아야 할 핵심적인 요소를 파악할 수 있도록 해준다. 그것은 전략경영이 기본적으로 '경쟁'상황을 가정하고 있다는 것이다. 전략경영의 역사적 발전과정은 전략이 치열한 경쟁 상황에서의 대안으로 개발되었음을 확인시켜준다. 따라서 전략경영에 대한 성경적 조망을 위해서는 반드시 경쟁이라는 전제적 요소에 대한 성경적 관점을 제시해야 할 것이다. 요컨대, 본 고의 목적인 전략경영에 대한 성경적 조망을 위해서는 전략경영의 전제적 요소인 “경쟁”이라는 핵심적 요소를 분석하는 것이 필요하겠다.

III. 전략경영의 핵심요소, 경쟁의 분석

1) 경쟁의 정의와 그 부정적 관점

경쟁의 사전적 정의는 “같은 목적을 두고 서로 이기거나 앞서려고 다투는 것¹¹³⁾ 『그랜드 국어 사전』, p. 1543)” 이다. 따라서 경영전략에서 쉽게 등장하는 대부분의 경쟁 사례들은 일반인이나 기독교인에게나 부정적인 인상을 심어주기 쉽다. 그 대표적인 사례인 혼다(Honda)와 야마하(Yamaha)의 모터사이클 전쟁은 경쟁의 부정적인 일면을 여실히 보여준다.

1950년대 초반 일본의 모터사이클 산업은 50개가 넘는 경쟁자들이 참여하고 있었으나, 20여 년에 걸친 치열한 경쟁 가운데 1969년에는 혼다와 야마하 외 2개 업체만이 존재하게 되었다. 특별히 혼다는 강력한 기술력으로 모터사이클 분야에서 세계 1위 자리를 확보하였다. 그 이후 혼다는 자동차산업으로 다각화를 시도하면서, 모터사이클 분야에서 이용 가능한 자금과 기술력을 자동차산업으로 돌려야 했다. 이러한 혼다의 뒷집에 야마하는 일본에서 모터사이클 생산을 증가시키기 시작했다. 그 결과 혼다의 국내 시장점유율은 38%인데 비해, 야마하는 37%까지 증가시켰다. 이는 혼다의 이전 시장점유율인 65%의 거의 절반을 야마하에게 빼앗긴 것이다. 이에 야마하의 경영진들은 혼다를 따라 잡을 호기가 왔음을 확신하고 혼다와의 전면적인 경쟁에 돌입하게 되었다. 1년간에 걸친 혼다와 야마하의 전면전은 신제품확대전략, 가격하락, 매장재고증가, 판촉비용증가 등 막대한 재정지출을 유발했고 이는 각자의 살을 잘라가며 경쟁사를 죽이려는 시도이었던 것이다. 결국 튼튼한 재정구조를 가지고 있었던 혼다가 야마하를 경쟁에서 이겼고, 야마하는 모터사이클산업에서 완전히 도태되었으며 더 이상 이 분야에서 혼다의 위치에 도전하는 기업은 없었다.114) 장세진, 『글로벌경쟁시대의 경영전략』 (박영사, 1998), p. 119-1234)

이러한 인간의 이기심에 기초한 경쟁의 파괴적인 성격은 지나친 라이벌 의식을 갖게 되어 상대방을 미워하게 되고 결국 경쟁자를 파괴하고자 시도하게 된다. 사실 이러한 약육강식의 경쟁논리를 정당화 시킨 것은 다윈(C. Darwin)의 진화론을 유추 해석한 '사회 진화론(Social Darwinism)'이었다. 다윈의 이론이 생태계 속에서 생존을 위한 경쟁을 다룬 것이라면, 사회진화론은 경제활동 속에서도 생물학적인 경쟁과 똑같은 상황이 존재한다고 보고 있다.115) 한정화, “기업가의 관점에서 본 기업가” (1997) 즉 자연계에서 강자가 약자를 먹어 치워서 생존하는 것처럼, 경제계에서도 강한 기업이 약한 기업을 먹어 치워서 생존할 수 있다는 것이다.

경우에 따라서는 비윤리적인 경쟁수단을 동원할 수도 있다.116) 한정화, 『경쟁과 전략에 대한 성경적 관점』 (엠마오, 1995), p. 21-226) '책략(Ploy)으로서의 전략'이 그 대표적인 예로 볼 수 있겠는데, 이는 특정한 경쟁상황에서 경쟁자의 의표를 찌르기 위한 일종의 전략이다. 예를 들자면, 대기업들이 가끔 신생 기업의 진입이나 경쟁기업의 신규 공장건설 등을 사전에 봉쇄하기 위하여 공장확장 전략을 발표하는 등의 위협을 가하는 것이다. 이러한 점들이 경쟁 자체를 상당히 부정적으로 인식하게 하는 원인들이다.

2) 성경 속에서 발견한 경쟁

그러나 과연 경쟁은 그 자체로 악한 것일까? 만약 그렇다면, 경쟁을 전제하거나 또는 도구로 삼아 특정한 목표를 지향하는 다른 시스템들도 악한 것으로 여겨져야 할 것이다. 시장경제 메커니즘이나 시험을 통한 학생 선발 과정 등이 그 대표적인 예들이다. 이렇게 다루기 힘든 경쟁이라는 개념에 대해 바람직한 기독교적 관점을 가지기 위해서는 판단의 기준이 되는 성경이 경쟁에 대해서 언급하고 있는 바에 주목할 필요가 있겠다. 물론 성경은 직접적으로 경쟁을 다루고 있지는 않다. 그러나 성경 속에서는 경쟁이라는 표현은 아니지만 경쟁 상황에 대한 묘사와 경쟁을 언급하는 다른 표현들을 많이 발견할 수 있다. 먼저 성경이 언급하고 있는 경쟁의 긍정적인 면을 요약하면 다음과 같다.

첫째, “운동장에서 달음질하는 자들이 다 달아날지라도 오직 상 얻는 자는 하나인 줄을 너희가 알지 못하느냐 너희도 얻도록 이와 같이 달음질하라 이기기를 다투는 자마다 모든 일에 절제하나니 저희는 썩을 면류관을 얻고자 하되 우리는 썩지 아니할 것을 얻고자 하노라 (고전 9:24-25).” 경쟁은 자기절제를 배울 수 있는 수단이 된다. '이기기를 다투다'는 표현은 경쟁 상황을 나타낸다. 결국 무절제한 사람은 경쟁에서 이길 수 없다는 것이다. 경쟁은 다른 경쟁자와의 싸움이기 이전에 바로 자기 자신과의 싸움이기 때문이다.117) 황봉환, 『기독교 경제 윤리』 (예영, 2003), p. 1587)

둘째, “철이 철을 날카롭게 하는 것같이 사람이 그 친구의 얼굴을 빛나게 하느니라(잠 27:17).” 경쟁은 상호발전의 원동력이 된다. '철이 철을 날카롭게' 라는 표현도 경쟁 상황으로 해석할 수 있다. 서로 간의 선의의 경쟁이 서로의 발전을 도와서, 보다 탁월할 수 있도록 격려한다는 것이다.

셋째, “이삭이 거기서 옮겨 다른 우물을 팠더니 그들이 다투지 아니하였으므로 그 이름을 르

호봇이라 하여 가로되 이제는 여호와께서 우리의 장소를 넓게 하셨으니 이 땅에서 우리가 번성하리로다 하였더라(창 26:22).” 경쟁은 새로운 일에 대한 개척정신을 강화한다. 창세기 26장은 우물들을 놓고 경쟁하는 이삭과 그랄 사람들을 다루고 있다. 이러한 경쟁 상황이 이삭으로 하여금 주어진 상황에 안주하지 않고 새로운 땅으로의 가감한 개척할 수 있도록 한 것이다.

그러나 성경은 앞서 살펴본 것처럼 경쟁의 긍정적인 면뿐만 아니라 부정적인 면도 언급하고 있다.

“또 저희 사이에 그 중 누가 크냐 하는 다툼(dispute)이 난지라(눅 22:24).”

“너희가 아직도 육신에 속한 자로다 너희 가운데 시기와 분쟁(jealousy and quarreling)이 있으니 어찌 육신에 속하여 사람을 따라 행함이 아니리오(고전3:3).”

“아무 일에든지 다툼이나 허영(selfish ambition or vain conceit)으로 하지 말고 오직 겸손한 마음으로 각각 자기보다 남을 낫게 여기고(빌 2:3).”

“저는 교만하여 아무 것도 알지 못하고 변론과 언쟁(controversies and quarrels)을 좋아하는 자니 이로써 투기와 분쟁(strife)과 훼방과 악한 생각이 나며(딤후 6:4).”

“그러나 너희 마음 속에 독한 시기와 다툼(bitter envy and selfish ambition)이 있으면 자랑하지 말라 진리를 거스려 거짓하지 말라(약 3:14).”

“시기와 다툼(envy and selfish ambition)이 있는 곳에는 요란과 모든 악한 일이 있음이니라(약 3:16).”

3) 경쟁의 구조와 방향

우리는 자칫 잘못하면, 경쟁에 대해서 전혀 상반적으로 묘사하고 있는 것처럼 보이는 성경구절 속에서 길을 잃을 수 있다. 그러나 성경이 묘사하는 경쟁이라는 현상을 눈여겨보면 여기에는 경쟁의 객관적 요소와 주관적 요소가 있음을 발견할 수 있다. 객관적 요소란 경쟁이라는 사회 제도(인간의 경우)나 자연 현상(생물학적 환경)을 의미하는 것이고, 주관적 요소란 경쟁에 참여하는 인간의 심리 상태를 가리킨다. 이렇게 경쟁을 나누어서 살펴볼 때, 전자를 '경쟁(competition)', 후자를 '경쟁 의식'이라 구별해서 생각할 수 있는 것이다. 또 이 경쟁 의식은 경쟁이라는 상황 속의 자연스럽고 건설적인 '분발심(emulation)'과 바람직하지 않은 '경쟁심(rivalry)'로 나눌 수 있겠다.118) 송인규, 『세마리 여우 길들이기: 야망, 질투, 경쟁』(IVP, 2004), p. 186-1878) 결국 성경이 부정적으로 언급하고 있는 경쟁은 경쟁 자체라기보다 경쟁의식 중에서도 최악된 심리 상태, 즉 질투, 지나친 이기심, 탐심 등에 국한된 것임을 확인할 수 있다.

경쟁에 대한 이러한 이중성을 효과적으로 이해하기 위해서 '구조(Structure)'와 '방향(Direction)'이라는 개념을 이용하는 것이 용이하겠다. 기독교세계관에 의하면 비록 죄가 전 우주적인 영향력을 가지지만, 결코 창조를 파괴한 것도 아니고 창조와 일치하는 것도 아니라고 한다. 이 사실이 특정한 문화물에 대한 성경적 조망의 핵심이다. 분명 죄의 영향은 인간뿐만이 아니라 훨씬 더 넓게 비인간적인 세계에까지 미친다. 그러나 창조와 죄는, 비록 그것들이 우리의 경험 속에서 아무리 단단하게 뒤얽혀 있다 하더라도 여전히 구별되는 것이다. 사실상 죄는 창조계에 기생충처럼 기생할 뿐이다. 이러한 개념을 구조와 방향이라는 신학적 용어를 통해 보다 분명하게 설명할 수 있는 것이다. 구조는 '창조의 질서, 즉 어떤 사물의 불변적 창조 구조, 혹은 그것으로 하여금 그 사물, 그 실체가 되게 하는 것'을 지시한다. 그것은 서양 철학의 전통에서는 자주 본체나 본질, 본성이란 말로 지시하여 왔던 실체를 지칭한다. 반면, 방향은 '죄와 구속의 질서, 즉 한편으로는 타락으로 인한 창조의 왜곡 혹은 변질을, 다른 한편으로는 그리스도 안에서 창조의 구속과 회복'을 지칭한다. 창조계의 어떤 것이든 하나님의 법에 대한 순종으로 나아갈 수도 있고 불순종으로 나아갈 수도 있다. 이런 이중적인 방향은 개인에게 뿐만 아니라 노동조합, 학교, 회사와 같은 사회제도에서도, 그리고 공학, 기술 그리고 경영과 같은 학문영역에서도 마찬가지이다.119) Albert M. Wolters, 『창조·타락·구속』(IVP, 2001), 양성만 역, p. 67-699) 앞서 살펴본 기독교세계관적 틀 안에서 경쟁은 분명 선한 구조를 가지고 있다. 경쟁은 개인의 수행력을 높은 수준으로 향상시키고, 최적의 선발 메커니즘이 되며, 경제 영역에서 공

익을 달성하는 수단이 된다. 그러나 죄가 경쟁을 왜곡시킬 때, 경쟁은 나를 포함한 경쟁 상대에 대한 파괴성을 띄게 되는 것이다.

경쟁 상황에 대해 기본적으로 전제하고 있기 때문에 전략경영 자체를 악한 것으로 보는 것은 바람직하지 않다. 물론 경쟁의 발원을 살펴보면, 그것은 인간의 타락이 초래한 불행의 결과 가운데 하나이다. 타락 후 '땅'이라는 인간의 환경은 하나님의 저주를 받았고, 인간은 소산을 위해 노동이라는 고통을 겪게 된 것이다(창 3:17-19). 인간이 타락하지 않았다면 경쟁이라는 시스템은 세상에 도입되지 않았을 수도 있겠다. 그러나 하나님은 이 경쟁을 통해서 다른 선한 가치를 창출하시는 도구로 삼으시는 것이다. 경쟁은 하나님의 도구적 선이다.220) Ibid. p. 194-195) 따라서 치열한 경쟁에 기반한 전략경영이 어떻게 사용되느냐는 일차적으로 경쟁자 본인에게 달린 문제이다. 그가 경쟁에 임하는 자세, 그것이 기본적으로 전략경영의 구속 여부를 결정짓는 주요한 척도가 되는 것이다. 주어진 경쟁 상황에서 경쟁자가 질투, 과도한 이기심, 탐심, 지나친 승부욕 등에 사로잡히면 그가 선택한 전략경영은 결코 선한 도구로 사용될 수 없다. 그러나 만약 경쟁자가 경쟁을 구속한다면, 경쟁은 선의의 경쟁이 되고, 전략경영 또한 기업의 효율성 증대, 경쟁 기업간의 상호발전, 기업의 개혁정신 강화 등과 같은 선한 목적을 달성할 수 있는 좋은 수단이 되는 것이다.

4) 전략경영의 구속과 재정의

21세기 무한경쟁 사회 속에서 수많은 기업들은 기업 스스로의 목표와 비전을 성취하기보다 생존, 그 자체에서 더 큰 의미를 발견하고 있다. 이는 앞서 살펴본 것처럼, 경쟁이라는 메커니즘 자체의 문제라기보다 경쟁에 참여하는 경쟁자들의 과도한 경쟁심에서부터 비롯된 것이다. 이러한 경쟁구도 속에서 과도한 경쟁의 상호 파괴적 속성을 누구 하나 반기는 사람은 없다. 그러나 모두들 생존을 위해서 어쩔 수 없이 그러한 경쟁에 참여하고 있는 것이다. 이렇게 철저히 상대방을 의식한 경쟁 구도 속에서의 전략경영은 경쟁우위만을 그 목표로 한다. 경쟁우위를 목표로 한 전략경영은 결국 파괴적 속성을 지닐 수 밖에 없는 것 같다. 결국 경쟁에 참여하고 있는 상대방은 적자생존의 질서에서 제거되어야 할 존재이기 때문이다.

그러나 경쟁을 구속하면, 전략경영의 목표도 구속할 수 있다. 구속된 경쟁의 초점은 상대방이 아니라 바로 자기자신이다. 물론 경쟁에 참여하는 경쟁자 자체가 사라지는 것은 아니지만 경쟁의 초점을 상대방에서 자기자신으로 변화시키는 것이다. 이렇게 할 때, 경쟁은 스스로의 채찍질이 되어 자기발전과 자기절제, 그리고 현실에 안주하지 않는 개혁정신의 도구가 되는 것이다. 이렇게 구속된 경쟁 하에서의 전략경영의 목표는 더 이상 '경쟁우위(competitive advantage)'가 아니라 '자아실현(self-realization)'이다. 기업 내부의 잠재적 가능성을 실현하는 도구로 전략경영이 사용되는 것이다. 이렇게 경쟁자를 의식하는 것에서 벗어나게 될 때, 기업은 스스로의 비전 성취에 집중할 수 있다.

이렇게 구속된 전략경영의 목표는 성경적 기업관에서도 적용될 수 있다. 신학자들이 주장하는 성경적 기업관을 간단히 요약하면, 기업을 계약적 관계로 이해하지 않고 언약적 관계로 이해한다.221) 신기형, “기업의 목적에 대한 연구: 언약적 해석과 계약적 해석을 중심으로” 1997) 기업을 인간들 사이의 계약에 의해서 존재하는 계약 공동체가 아니라 하나님께서 기업을 통해서 서로를 섬기도록 우리를 기업에 부르셨다는 것이다. 이러한 기본적 원리에서 기업을 성경적으로 정의할 때, '기업은 제품과 서비스를 제공함으로써 사람들을 섬기는 조직'으로 묘사된다.222) 한기수, 『성경적 경제관과 기업관』 (엠마오, 1994), p. 142) 기업이라는 개념도 타락의 영향력으로부터 회복되어 재창조된 것이다. 이러한 성경적 기업관에서도 기업의 존재 목표를 외부가 아니라 내부에서 찾고 있다. 경쟁과 전략경영의 초점을 외부에서 내부로 전환하는 것에서부터 전략경영의 구속은 시작될 수 있는 것이다.

IV. 결론

'전략경영에 대한 성경적 조망: 경쟁의 관점에서' 이라는 제목의 본 논문은 경쟁이라는 전략

경영의 핵심 요소를 통해 전략경영을 재정의하려고 시도했다. 이것은 경쟁이라는 요소가 전략경영이라는 경영 도구의 모태가 되었다는 전제에서부터 비롯되었다. 결국 경쟁의 재정의를 통해 전략경영의 재정의도 시도한 것이다. 경쟁은 하나님의 선한 창조 질서 가운데 하나이다. 경쟁을 통해서 우리는 자기 발전, 자기절제, 그리고 개척정신의 함양이라는 선한 목적을 성취할 수 있다. 그러나 또한 경쟁은 질투, 지나친 이기심, 그리고 탐심 등과 같은 죄의 근원이 되기도 한다. 중요한 것은 경쟁의 구조와 방향을 구분하는 일이다. 경쟁 메커니즘 자체는 선한 하나님의 창조 질서이지만, 이것이 죄로 인해 타락될 때 인간 안에서 파괴적인 속성을 지니게 된다. 이렇게 경쟁을 구속할 때, 경쟁에 기반을 둔 전략경영도 구속할 수 있다. 구속된 경쟁 하에서의 전략경영의 목표는 '경쟁우위(competitive advantage)'가 아니라 '자아실현(self-realization)'이다. 각각의 기업이 가진 비전과 목표를 성취하는 탁월한 도구로 전략경영을 사용할 수 있는 것이다.

본 논문이 가지는 한계를 지적한다면, 전략경영을 경쟁이라는 제한된 하나의 요소로만 평가한 것이다. 물론 경쟁이 전략경영의 핵심적 요소이기는 하나, 그 밖의 다른 요소들에 대해서는 성경적으로 재정의하는 과정 가운데 고려하지 않았다. 이로 인해, 전략경영의 부분만으로 전체를 확대 해석할 수 있는 여지를 남겼다. 다만, 이 논문이 전략경영이라는 현대의 화두가 되는 개념을 성경적으로 구속하는 일에 일조할 수 있기를 소망하며 글을 맺는다.

참 고 문 헌

1. 이윤철, “전략적 경영의 학술적 발전과정” 1997
2. 이장우, 『전략경영』 (법문사, 2004)
3. 신기형, “기업의 목적에 대한 연구: 언약적 해석과 계약적 해석을 중심으로” 1997
4. 장세진, 『글로벌경쟁시대의 경영전략』 (박영사, 1998)
5. 한정화, “기업가의 관점에서 본 기업가” 1997
6. 한정화, 『경쟁과 전략에 대한 성경적 관점』 (엠마오, 1995)
7. 황봉환, 『기독교 경제 윤리』 (예영, 2003)
8. 송인규, 『세마리 여우 길들이기: 야망, 질투, 경쟁』 (IVP, 2004), p. 186-187
9. Albert M. Wolters, 『창조·타락·구속』 (IVP, 2001), 양성만 역
10. Amit J. Shah, Fred R. Divid, Zigmont J. Surawski, 3, The Coastal Business Journal, "Does Strategic Planning Help Churches?: An Exploratory Study"
11. B.J. Walsh, J.R. Middleton, 『기독교 세계관과 문화변혁: 그리스도인의 비전』 (IVP, 1999), 황영철 역
12. Phil Van Auken, Sharon Johnseon in the Clergy Journal, "Strategic Planning for Christian Organizations"