

혁신경영에 대한 혼란과 혁신경영 확산의 현실: 이대로 좋은가?

임채성 건국대학교 경영대 교수

혁신경영에 대한 혼란 가운데 한국에서의 독특한 현상은 혁신경영을 경영혁신과 혼동하는 것이다. 이는 ‘혁신’을 구체적인 것이 아닌 ‘추상적’인 것으로 이해하는 데에 기인한다. 영어권에서의 혁신경영 즉 innovation management 에서의 혁신(innovation)은 주로 새로운 제품 혹은 서비스와 같은 구체적인 것을 의미한다. 혁신에서 디자인이 비중 있게 다뤄지는 것은 혁신이 구체적인 모습의 변화와 관련되기 때문이다. 심지어 혁신경영 표준을 디자인 경영 (design management) 표준으로 발표한 나라(영국)가 있을 정도이다. 반면 한국에서의 혁신은 ‘변화의 의미’와 가까운 것으로 이해되는데 이는 추상적인 것을 의미한다. 따라서 혁신경영은 ‘변화 경영’으로 이해되기 쉽다. 이와 비슷한 개념으로 ‘경영혁신’이라는 용어가 있다. 이는 ‘경영 변화’로 이해되기 쉽다. 이렇게 보면 혁신경영과 경영 혁신이 유사한 개념으로 인식될 수 있다.

건국대학교의 ‘혁신경영입문’ 과목 2023년 1학기 수강자 522명이 응답한 설문 조사에서, “이 과목 수강 신청 전 여러분이 갖고 있었던 ‘혁신경영’에 대한 개념에 가장 가까운 것 하나만 선택한다면?” 설문에 대해 절반에 가까운 44.3% 학생이 ‘경영혁신’을 선택하였다. 반면 ‘경영 혁신’보다 훨씬 구체적인 ‘제품 및 서비스 혁신’은 31.4%에 머물렀다.

필자는 혁신경영에 대한 교육의 장 혹은 자문/토론의 장에서 많은 경우 경영 혁신을 혁신 경영으로 간주하는 발언을 쉽게 접할 수 있었는데, ‘혁신’을 조직 변화, 경영 방식 변화 등, 육안으로 확인 불가능한 (예를 들면 육안으로 모습의 변화를 확인할 수 있는 제품 혁신의 경우와 다른), 훨씬 추상적인 변화를 언급하는 상황을 빈번히 접할 수 있었다.

2023년 12월 말(12.22) 현재 구글에서의 고급 검색(advanced search) 기준으로 볼 때, 한국어 단어 ‘혁신경영’을 다루는 웹페이지 수가 경영혁신을 다루는 웹페이지수에 비해 1/10 수준이다(‘혁신경영’ 웹페이지 검색 수 약 26만9천개/‘경영혁신’ 약 270만개). 이는 영문 웹페이지 수 검색결과와 크게 다른 점이다. ‘경영혁신’의 웹페이지 수가 ‘혁신경영’보다 압도적으

로 많은 점은 한국에서는 ‘경영혁신’이 ‘혁신경영’보다 훨씬 더 친근하게 인식되는 키워드라는 점을 보여준다

반면 영어로 ‘혁신경영’인 ‘innovation management’라고 하는 키워드를 넣어 검색하면 산출되는 웹페이지 수가 ‘경영혁신’인 ‘management innovation’을 다루는 웹페이지 수에 비해 5.5배 많다(‘innovation management’ 약 1,920만개/‘management innovation’ 약 346만개).

영어 검색 결과는 영문 웹페이지 세계에서는 한국어 웹페이지 세계와 달리 ‘혁신경영’이 ‘경영혁신’에 비해 훨씬 더 친근하게 인식되는 키워드라는 점을 보여준다. 세계적으로 지난 30여년간 혁신경영 분야는 경영 분야의 주변 분야에서 주류 분야로 진입했다. 경영 혁신보다 훨씬 중요한 분야로 자리잡게 된 것은 물론이다. 검색 결과는 이를 반영해준다. 혁신경영이 중요한 분야로 자리 잡게 된 배경에는 기술변화(예: 특허 출원)의 가속화와 제품 혁신의 가속화로 혁신경쟁에 대한 대응이 기업 차원에서 기존 보다 더욱 더 중요 해졌기 때문이다. 여기서 물론 ‘혁신경쟁’이란 제품 혁신, 제조 공정 혁신과 같이 구체적인 모습을 가진 것에 대한 혁신경쟁을 의미한다.

한국어 키워드 검색 결과 ‘혁신 경영’에 대한 웹페이지수가 ‘경영혁신’에 비해 크게 적은 점과, 이러한 점이 영문 동일 키워드 검색 결과와 상반된 결과를 보이는 점은, 한국에서는 ‘혁신경영’에 대한 관심이 ‘경영혁신’ 보다 떨어지는 점을 반영해주면서 동시에 ‘혁신경영’의 확산이 영어권에 비해 떨어진 수준에 있음을 의미한다. 즉, ‘혁신경영’의 확산 수준이 글로벌 선도성을 확보하지 못한 상태에 있음을 의미한다.

혁신경영 분야 확산의 글로벌 선도성을 확보하는데 실패한 혁신경영 확산의 현실은 다음과 같은 세가지 면에서 논할 수 있다. 첫째, 세계적으로 혁신경영 담당 임원과 부서가 속속 들어서면서, 기업 담당자를 대상으로 한 혁신경영 분야에 대한 훈련(스웨덴, 중국, 일본)이나 자격증 발부(스웨덴, 중국) 혹은 혁신경영 전문가 단체 형성(스웨덴)이 활성화되고 있으나 한국에 있어서는 그렇지 않다는 점이다. 한국 기업의 혁신 경영 담당 부서를 대상으로 한 혁신경영 분야에 대한 훈련 프로그램이 아직 활성화되어 있지 않고, 자격증 부여, 단체 형성이 이뤄지지 않은 점을 그 증거로 들 수 있다(이노베이션 포럼 2022). 둘째, 표준 면에서 보면 2013년부터 혁신경영 표준 선도국을 중심으로 발전시켜온 혁신경영 표준 추진에 한국은 참여하지 않았고, 2019년 혁신 경영 표준이 발표된 이후 참여한 혁신 경영 표준 후발국이라는 점이다. 셋째, 학문적으로 보면 혁신경영 학문 분야의 가장 인접 학문 분야라고 할 수 있는 기술혁신경영 분과가, 미국의 경영학회, 유럽의 경영학회에는 존재하는 반면 한국의 경영학회에는 해당 분과가 존재하지 않는다. 이는 해당 분야 분과가 형성되지 못할 만큼 기술혁신경영전문가 그룹의 규모가 크지 않은 점을 들 수 있다. 그러니 혁신경영 전문가 그룹의 규모가 무시할 만한 수준인 점은 말할 것도 없다.

이러한 현 상황은 한국 산업의 경쟁력을 생각한다면 우려스러운 상황이다. 지금은 4차 산업혁명, 인더스트리 4.0, 디지털트랜스포메이션(디지털전환) 시대이다. 혁신이 기업의 생존을 좌우하는 혁신경쟁의 시대이기도 하다. 경쟁은 과거의 가성비 중시 ‘품질 경쟁’중심의 경쟁에서 ‘빠른 속도로 고객 지향적 혁신 제품 내놓기’중심의 경쟁으로 전환되고 있다고 할 만

큼 ‘혁신 경쟁의 시대’로 접어 들고 있다.

이 때문에 일본의 통산성과 중국 정부는 민관 협력 체제로 혁신경영 확산을 전략적으로 추진하고 있을 뿐 아니라, 세계 혁신 경영 표준 발표 이전부터 ISO 혁신경영 표준 수립 과정에 참여하여 혁신 경영 표준을 함께 만들어 냈고 적극적으로 추가적인 ISO 혁신 경영 표준을 만들어 나가는데 앞장서고 있다.

현재 한국에서는 4차 산업혁명, 인더스트리 4.0, 디지털 트랜스포메이션 시대에 대응하기 위한 움직임이 기업 및 정부차원에서 부산하게 이뤄지고 있다. 그러나 당연히 강조되어야 할 혁신경영의 강조 흐름은 잘 보이지 않는다. 현재와 같은 혁신 경영 분야 확산 기조가 유지된다면 한국의 4차 산업혁명, 인더스트리 4.0, 디지털 트랜스포메이션에서의 글로벌 선도적 경쟁력 확보를 기대하기 어렵다. 글로벌 선도적 경쟁력 확보를 위해서는 혁신경영의 선도성을 바탕으로 선도적인 제품, 서비스, 비즈니스 모델, 제조 공정을 지속적으로 쏟아내면서 글로벌 시장을 선점해가는 선도기업의 지속적 발전이 필수적이기 때문이다. 한국 기업의 혁신경영 확산의 선도성을 확보하기 위해 기업은 물론 정부 정책 차원의 특단의 노력이 요구된다고 하겠다.

참고 문헌

이노베이션 포럼, 국가적 혁신역량 강화를 위한 ISO 56000 혁신경영 표준의 활용성 연구, 2022, 국가기술표준원, 충청북도 음성.

해시태그: #혁신경영 개념 # 혁신경영 확산

관련 표준 및 해당 장절:

ISO 56000. 기초와 어휘(Fundamentals and Vocabulary). 3.1.1. 혁신(Innovation)의 정의