

e-business는 지식경영의 구현

e-비즈니스 붐이 불고 있다. 신문지상에는 연일 e-비즈니스 관련 기사들이 넘쳐나고, 기업들은 저마다 e-비즈니스를 하겠다고 나서고 있다. 바야흐로 e-비즈니스의 시대가 도래한 느낌이다. 이러한 e-비즈니스 붐에 밀려 지식경영에 관한 논의는 이제 사라져 버렸다. 그동안 열심히 지식경영을 실현하기 위해 노력해왔던 기업들은 손을 놓고 다시 e-비즈니스에 매달리고 있다. 기업의 담당자들은 지식경영 관련 작업과 일들을 서랍 속에 처박고 e-비즈니스 추진 계획을 새로 짜느라 정신이 없다. 이러한 현상은 다른 한편에선 지식경영이나, e-비즈니스나, 다 한때의 유행에 불과하다는 회의론을 확산시키고 있다. 이러한 회의론이 기업들의 경영 혁신을 위한 노력에 찬물을 끼얹지는 않을까 하는 우려마저 드는 상황이다.

과연 지식경영은 한때의 유행으로 끝나버렸는가? e-비즈니스는 지식경영과 무관한 것인가? 그리고 e-비즈니스도 한차례 휩쓸고 지나갈, 새로운 유행에 불과한 것인가? 그 대답은 당연히 "노(No)"이다. 지식경영은 더욱 더 그 필요성이 높아지고 있고 있다. e-비즈니스는 지식경영의 연장선상에 있으며 지식경영을 전제로 한다. 지식경영 없이 e-비즈니스는 불가능하며 e-비즈니스를 통해 지식경영은 그 결실을 맺을 수 있다.

먼저 e-비즈니스가 무엇인가 살펴보자. 이는 한마디로 말하면, 기업들이 인터넷의 확산에 의해 펼쳐진 새로운 변화와 기회를 기업 활동 전반에 적극 활용하는 것이라고 할 수 있다. 인터넷의 확산으로 전자 네트워크의 발전은 이전과는 다른 새로운 단계로 진입하였다. 모든 전자 네트워크들이 인터넷을 중심으로 통합되고 있고, 이 전자 네트워크상에서 새로운 세상이 펼쳐지고 있다. 기업들은 이러한 환경 변화 속에서 새로운 제품과 서비스의 개발, 프로세스의 개혁, 새로운 유통 채널의 구축, 종업원 및 관련 기업과 새로운 관계의 수립, 새로운 비즈니스 모델의 창출 등을 할 수 있다. 결국 e-비즈니스는 새로운 기회를 활용한 일련의 혁신들이라고 할 수 있다.

그러면 왜 e-비즈니스는 지식경영의 연장이자 그 결실이라고 말할 수 있는가? 첫째는 지식경영을 필요로 했던 배경이 곧 e-비즈니스를 낳는 배경이 되고 있기 때문

이다. 정보기술의 발달, 글로벌화의 진전, 기술 혁신의 가속화, 니즈의 다양화 등은, 경쟁의 무기이자 가치창출의 원천으로서 지식의 중요성을 한층 높였다. 이로부터 새로운 경영 패러다임으로서 지식경영이 대두한 것이다. 그런데 이들 4가지 경향은 여전히 중요하고 날이 갈수록 심화되고 있다. 그리고 인터넷의 확산은 이들 경향을 더욱 가속화시키는 요인으로 작용하고 있다. 인터넷의 확산은 e-비즈니스를 낳고 있을 뿐만 아니라 지식의 공유와 활용, 창조를 위한 지식경영의 필요성도 더욱 높이고 있다.

둘째는 e-비즈니스가 이루어지는 사이버(cyber) 공간은 정보와 지식으로 이루어진 공간이기 때문이다. e-비즈니스는 단순히 정보기술을 기업활동에 활용하는 것이 아니다. 이는 기업이 새로운 사이버 공간으로 들어가는 것이다. 이 사이버 공간이야말로 정보와 지식이 전부인 공간이고 오직 그것에 의해서만 평가받는 공간이다. 이런 공간에 적응하고 그 속에서 뿌리를 내리기 위해서는 자율, 창의, 다양성을 중시하는 지식경영을 철저히 하지 않을 수 없다.

셋째는 e-비즈니스는 일련의 혁신이고, 혁신은 바로 지식경영에서 나오기 때문이다. 지식경영의 궁극적인 목적은, 극대화된 지식을 활용하여 끊임없이 혁신을 하는 것이다. 끊임없는 혁신이야말로 경쟁력을 높이고 수익을 증대시키는 원천이다. 사실 그동안 지식경영은 지식의 창출과 저장, 공유와 확산, 평가와 보상에 초점이 맞추어져 있었다. 그러나 지식경영의 결실은 지식의 활용을 통해 얻을 수 있다. 지식의 활용은 곧 혁신을 가리킨다. 인터넷 시대에 지식을 어떻게 활용할 것인가? 그 답이 바로 e-비즈니스다. e-비즈니스는, 끊임없는 혁신을 지향하는 지식경영에 기초한 새로운 사업전략이다.

지식경영은 흘러간 유행이 아니다. 이는 지식경제시대 전체에 걸쳐서 관철되어야 할 경영패러다임이다. 최근의 e-비즈니스 부상은 지식경영의 필요성을 더욱 높이고 있다. e-비즈니스는 지식경영을 전제로 하며 지식경영체제가 갖추어져 있을 때 e-비즈니스에서 성공할 수 있다. 따라서 e-비즈니스는 지식경영의 일종의 시험대라고 할 수 있다. e-비즈니스가 지식경영을 대체하는 것이 되어서는 안된다. e-비즈니스를 잘 하려면 오히려 지식경영에 더욱 철저히 해야 할 것이다.