

시대사조에 부응하는 기업경영전략

— Life cycle assesment approach 방식의 도입 —

작금의 환경문제는 가히 우려의 논란에서 시급히 해결하여야 할 과제로 등장하였다고 보아야 할 것이다. 국내적으로는 지난 30여년간 성장위주의 개발논리의 그늘에서 환경문제는 소홀이 될 수 밖에 없었고, 그 결과 환경훼손과 오염은 누적되고 공간적으로도 전국토로 확산되어 숨쉬는 공기, 마시는 물은 물론 먹는 식품마저도 안전한가 하는 데 대한 국민적인 의구심이 팽배해졌고, 지구적으로는 인구의 급격한 팽창과 산업혁명 이후 각국의 공업생산을 주축으로 하는 산업경쟁과 공리주의 사조로 인한 자연의 무절제한 이용은 원생자연의 훼손은 물론 도처에서 식수가 오염되고, 대형의 대기오염, 폐기물에 의한 유독물질 누출 사건 등이 일어났으며 최근에는 오존층파괴, 산성비강하, 지구온난화, 생물의 멸종과 감소 등이 과학자에 의해 밝혀지므로서 인간이 언제까지나 지구상에서 생존할 수 있을까 하는 의문이 제기되어 환경문제가 국제사회의 중요한 현안문제로 대두되었다.

이와 같은 분위기는 세계각국이 자국의 환경보호를 위하여 환경규제를 강화하는 조치로 나타나고 우리나라의 경우도 단계별로 환경규제를 강화하는 법적조치를 취한 바 있다.

특히 미국의 경우 1990년 대기청정법을 개정하여 자국내 수입되는 제품에도 적용토록하는 조치를 한 바 있으며, 이와 같은 조치는 각국으로 점차 확대되어 가고 있는 추세이다.

아울러 국제적으로는 지구환경문제의 해결을 위해 각국의 의무사항을 명시하는 각종협약의 채택이 늘어나고 있으며 협약의 실효성 확보를 위하여 강력한 무역규제 조치를 취할 수 있도록 규정하고 있다.

이와 같은 국내외적인 우려와 조치는 환경문제를 시급히 해결하지 않으면 안되는 조미의 국가적 과제가 되었으며, 특히 무역의존도가 높은 우리의 입장에서

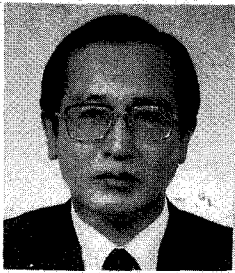
보면 기업은 커다란 경제적 부담을 안게 되었다.

이와 같은 상황에서 기업은 3가지 문제를 동시에 해결하지 않으면 안되게 되었다. 첫째는 원가상승요인을 줄이면서 국제경쟁력을 확보하는 것이고, 둘째는 환경규제기준을 준수하기 위한 환경기술의 적용에 따른 새로운 투자가 따라야 하고, 셋째는 환경친화적인 상품과 서비스의 개발을 통한 새로운 시장의 확보일 것이다.

환경문제는 기본적으로 토지이용, 생산, 유통, 소비 등 일련의 경제활동 과정에서 투입되는 자원, 에너지가 중요한 요인이기 때문에 이과정에서의 물질과 에너지를 효율적으로 이용하고 환경에 방출되는 폐기물(액상, 고상, 기상)을 감량하고 적절히 처리하기 위하여 정부와 기업에서 많은 노력이 있어 왔으나, 각기 다른 주체에 의해 계획이 수립되고 상호연계없이 산발적으로 추진되므로서 혼란이 있었고 기대한 만큼 실효를 거두었다고 보기는 어렵다.

따라서 물자, 에너지, 폐기물을 통합하여 체계적으로 관리할 수 있는 방법이 있다면 환경시대에서의 기업의 고민을 해결하는데 도움이 되지 않을까 생각이 되어 이들을 통합관리할 수 있는 Life cycle assesment approach 방식을 소개코져 한다.

최근 많은 연구기관에서 제안을 하고, 일부 기업에서 적용하고 있는 경제활동 전생애 즉, 「Cradle to Grave」의 개념에서 자원, 에너지의 낭비요인과 환경문제를 밝혀 대응해 나아가는 「life cycle assesment approach 방식」은 환경문제에 대한 인식을 바탕으로 하여 제품의 탄생에서부터 소멸되기까지의 전과정에서 제품서비스의 환경특성을 검토하고, 이를 토대로 경쟁상황의 인식에 의한 기회의 포착과 새로운 경영전략을 수립하는데 도움을 주게되므로 환경주의 사조에 적용할 수 있는 바람직한 제품의 개발과 원가절감을



韓相旭

(아태환경경영연구원장, 본회고문)

피할 수 있게 될 것이며, 기업의 사회적 이미지의 제고에도 기여하는 바 클것으로 생각이 되어 기업의 새로운 경영방식으로 채택되기를 제안하는 바이다.

환경에의 적극적인 배려는 막대한 해결비용이 소요될 수도 있는 책임문제를 사전에 예방함은 물론 환경상의 우위로 경쟁력을 증대시킬 수 있는 기회를 제공하기도 한다. 이러한 기회는 비용의 절감 그리고 제품, 서비스 및 공정의 차별화라는 두가지 형태로 나타난다. 예를들어, AT & T社는 2만톤에 달하는 사무용지, 서류용지, 신문지, 잡지, 봉투 및 상자를 재활용함으로써 백만불에 달하는 매립비용을 절감하였다. 3M社는 3P(Pollution Prevention Pays, 즉 공해방지는 별이 된다)프로그램의 실시로 폐기물이 적게 나오도록 공정을 개선함으로써 1975년 이후 5억불 이상을 절약할 수 있었다. 가구메이커인 Herman Miller社는 1982년에 폐기물에너지화 설비를 공장내에 설치하여 연간 75만불의 연료 및 매립비용을 절감하였다.

한편으로, 프록터앤드갬블 및 미국의 월마트(전국적인 소매체인)는 환경보전개념을 도입한 제품과 서비스를 개발하여 커다란 수익을 올리고 있다. 로브로우社는 President's Choice라는 상표로 환경친화적 상품을 개발하여 매출증대를 이루었다.

이러한 환경보전 개념을 마케팅 전략에 도입한 한 방식이 Life Cycle Assessment Approach이다. 이 어프로치의 전체적 흐름은

- ① 주요한 환경관련 issue의 파악
- ② 제품, 특성의 환경특성 검토
- ③ 회사의 특성에 맞는 경쟁력 증대기회의 포착 및
- ④ 전략의 수립과 실천의 4단계를 거치는 것이다.

이를 도식화한 것이 다음의 표로서 쉽게 이해될 수 있으라고 생각되며, 환경관리인들이 주체가 되어 기업 나름대로 프로그램이 구체화되기를 기대해 본다.

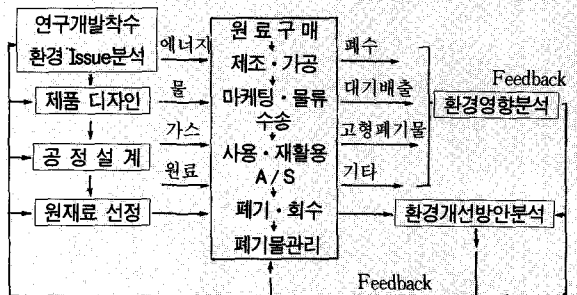
제품의 life cycle assesment approach방식에 의한 기업경영전략 개념도

〈제1단계〉 환경관련 Issue의 인식과 정보 조기입수

- Issue의 사전분석
- 법적규제의 지속적 모니터링
- 국내외 관련정책의 검토
- 소비자의식 조사

〈제2단계〉 제품·서비스의 환경특성검토……제품라이프사이클어프로치

제품 라이프사이클어프로치는 제품의 탄생에서부터 소멸까지의 전과정에서 환경에의 영향이 극소화되도록 하고 자원 및 에너지 이용효율을 극대화시키는 마케팅관리프로그램의 개발



(제품 라이프사이클 어프로치의 개념도)

〈제3단계〉 경쟁상황의 인식에 의한 시장확보 등 기회의 포착

환경상의 우위성을 경쟁력 강화의 도구로 활용하여 시장점유율을 높이며 미래의 변화에 부응할 수 있는 제품, 장비, 서비스 등 새로운 산업의 육성

- 새로운 산업의 창출
- 경쟁력 강화방안 모색

〈제4단계〉 전략의 수립과 실천

이상의 모든 정보를 바탕으로 경영전략을 수립하고 실천방안을 강구... 차별화전략, 가격리더, 시장세분화, 홍보전략 등

한편, 이와 같은 접근방식은 환경행정상 규제기준의 마련, 부담금의 부과 및 환경마크 대상품목선정을 위한 작업에 적용을 하므로서 결과에 대한 객관성과 신뢰성을 높여주게 될 것이다. ◻