

비스의 효용가치를 높이는 능력(창조성, 마케팅관리 능력)을 발휘해야 한다. 이를 개념적으로 종합해보면 경영은 기업조직과 소비자 간에 교환활동(give & take, exchange)이 원활하게 이루어질 수 있도록 조건이나 환경을 조성해 나가고 그 결과로 그들로 구성된 공동체가 유지·발전될 수 있도록 노력하는 것이다.

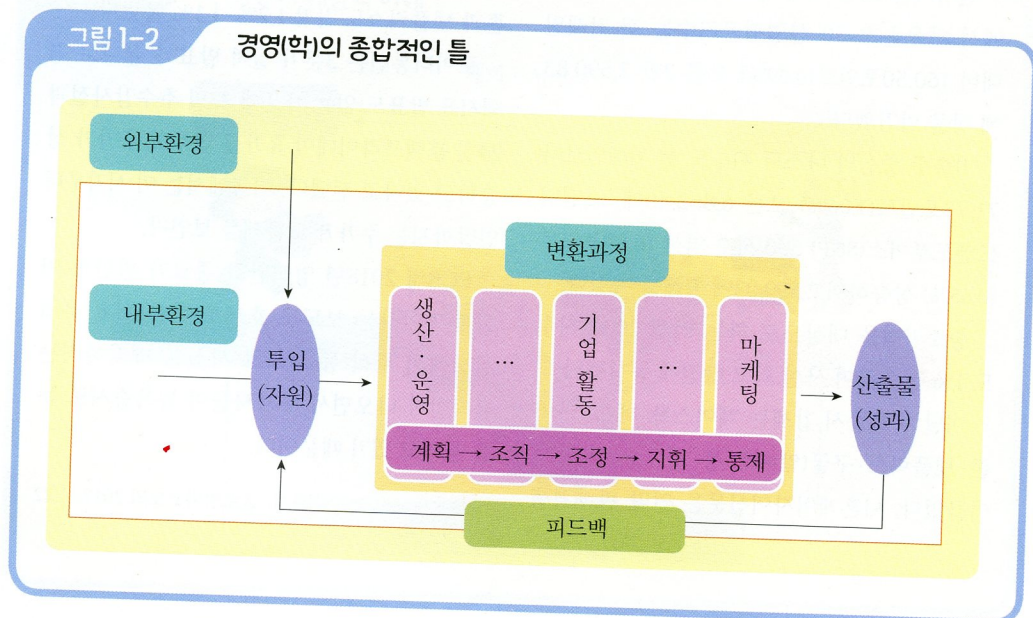
2. 경영(학)이란

경영(학)은 여러 가지로 정의할 수 있겠지만 앞서 살펴본 바와 같이 기업 조직과 소비자 두 주체 간에 ‘give & take’, 즉 교환(exchange)이 잘 이루어지도록 하는 체계적인 활동을 경영이라고 개념적으로 정의할 때 다음과 같이 정의해 보고자 한다.

경영은 ‘기업조직이 일정한 공동목표를 달성하기 위하여 환경과 상호작용하면서 관리기능 또는 관리과정을 통해 조직의 자원을 조직의 활동에 효과적이고 효율적으로 투입·통합·조정하는 과정’이다. 그리고 경영학은 ‘이를 연구하는 학문’이라고 볼 수 있다. <그림 1-2>는 이러한 경영(학)의 정의를 잘 표현해 주고 있다.

그림 1-2

경영(학)의 종합적인 틀



〈그림 1-2〉에서 알 수 있듯이 경영시스템 모형에 의하면 오늘날 기업조직은 개방체계(open system)로서 내·외부환경으로부터 자원을 투입하여 관리기능과 조직활동을 통한 변환과정을 거쳐 다양한 형태의 산출물(경영성과)을 만들어 낸다. 또한 이러한 경영과정은 경영성과에 대한 피드백을 통해 순환적으로 반복된다.

투입과정

투입된 자원(inputs)은 기업조직의 내부 환경으로부터 투입된 인적자원, 재무적 자원, 물적자원, 정보적 자원 등의 내부자원과 기업조직의 외부 환경으로부터 투입된 시장·사회·정치·경제·기술적 측면 등의 외부 환경적 정보(외부자원)이다.

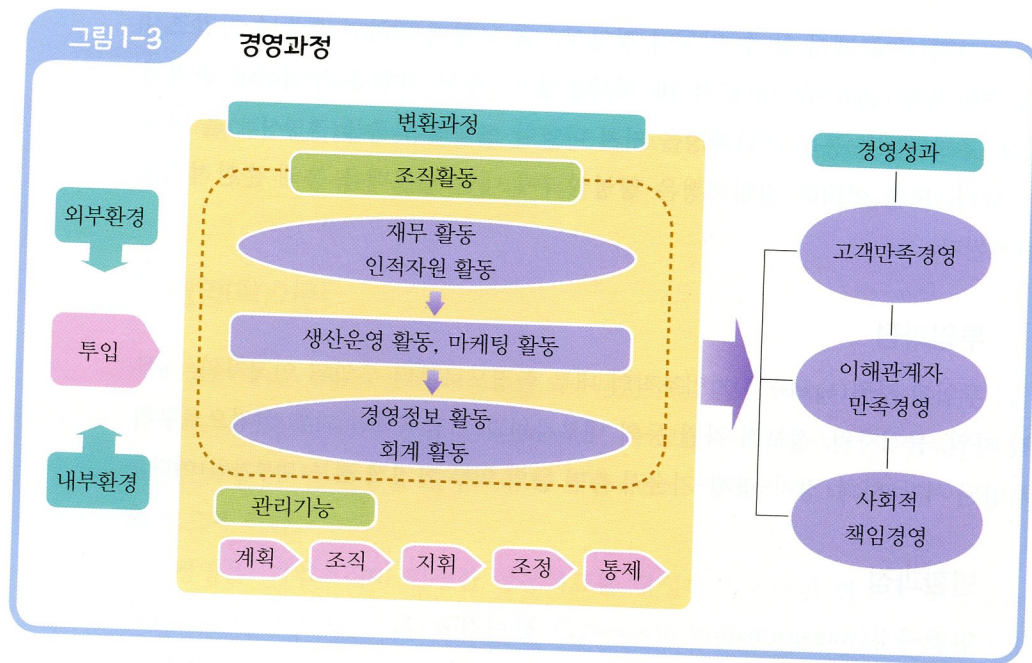
변환과정

변환과정(transformation process)은 관리기능 또는 관리과정과 조직활동으로 이루어져 있으며, 관리기능 또는 관리과정(management function or management process)은 의사결정(목표설정)으로부터 시작하여 계획수립, 조직화, 지휘(리더십을 통한 지휘, 동기유발을 통한 지휘, 의사소통을 통한 지휘) 및 통제로 구성되어 있다. 그리고 조직활동(organizational activities)으로는 조직의 주된 활동(main activities)인 생산·운영 활동과 마케팅 활동이 있으며, 지원활동(supporting activities)인 인적자원의 확보 및 활용, 경영자금의 조달 및 활용, 경영정보의 수집 및 활용, 회계정보의 산출 및 활용 등이 있다. 지원활동은 주된 활동인 생산·운영 활동 및 마케팅 활동을 돕는 역할을 수행한다.

결국 변환과정은 경영과 관련된 모든 조직활동을 관리과정을 통해 투입물을 산출물로 만들어가는 과정이라고 할 수 있다.

산출과정

기업경영활동의 산출물(outputs)이라고 할 수 있는 경영성과는 크게 세 가지 부분, ① 재화 및 서비스의 제공을 통한 소비자(고객)의 만족 정도(고객 만족 경영), ② 이해관계자(주주, 거래업체 및 공급업체, 경영자, 종업원 등)에 대한 적절한 보상의 제공 정도(이해관계자 만족경영), ③ 사회의 기대에 대한 부



경영 성과(사회적 책임경영)로 나누어 볼 수 있다. 그리고 이들 경영성과는 효과성(effectiveness)과 효율성(efficiency)이라는 두 가지 측면에 의해 파악·측정되며, 효과성은 기업조직의 목표 달성 정도를, 효율성(능률성)은 투입(inputs) 대비 산출(outputs)을 의미한다.

이와 같은 경영과정을 요약해 보면 <그림 1-3>과 같다.

경영학의 학문적 성격 및 연구방법

1. 학문적 성격

경영학은 기업조직의 제반 현상을 기술(description)하고 설명(explanation)하며 예측(prediction)하는 것을 목적으로 하는 이론과학(theoretical science)일