

### 1. 위대한 기업들의 몰락

- 세계적인 경영 컨설턴트 짐 콜린스는 자신의 책 <Good to Great - 좋은 기업을 넘어 위대한 기업으로>에서, 포춘 500대 기업 중 탁월한 성과와 안정적인 발전을 이룬 11개의 초우량 기업을 선정하여 그들이 그럴 수 있었던 이유에 대해 사람, 사고, 행동의 축으로 면밀하게 분석하였다.
- 그러나 얼마 지나지 않아, 11개 초우량 기업 중 상당수가 몰락하거나, 합병당하며 시장에서 사라졌다. 짐 콜린스는 자신의 후속작에서 **위대한 기업으로 칭송 받던 기업들이 몰락하게 되는 과정**을 5가지로 분류하여 설명하였는데, **‘성공으로부터 자만심이 생겨나는 단계’, ‘원칙 없이 더 많은 욕심을 부리는 단계’, ‘위험과 위기 가능성을 부정하는 단계’, ‘구원을 찾아 헤매는 단계’, ‘유명무실하거나 생명이 끝나는 단계’** 이다.
- 신기술 개발에 따른 비즈니스 모델의 변화, 신흥국의 급부상으로 촉발된 기업 생태계의 변화, 인구구조와 환경 등의 변화로 인해 기업의 급부상과 급격한 몰락은 더욱 더 흔한 일이 되어가고 있다.

### 2. 이제는, 지속 가능한 경영을 생각해야 할 때

- 1983년 **UN 세계환경개발위원회**는 **‘지속 가능한 발전’**이라는 개념을 제시했고, 이후 그를 기업 경영과 결부시켜 **‘지속 가능 경영’**이라는 개념이 생겨났다.
- **‘지속 가능 경영’**은 **‘지속 가능 발전’**의 내용을 인용하여 **기업의 경제적 책임, 기업의 환경적 책임, 기업의 사회적 책임**을 세 개의 주요 축으로 하고 있다.
- 펄프를 사용하는 기업의 나무심기 캠페인이나, 도시를 근거지로 하고 있는 기업의 1사 1촌 운동, 세계적인 생활용품기업의 불량자, 노숙자를 위한 잡지 발간 등이 지속 가능 경영의 대표적인 사례이다.

### 3. 100년을 내다보는 50세의 나이키

- 1964년 1월 블루 리본 스포츠라는 이름으로 시작된 나이키는 1971년 지금의 이름으로 바꾸고 새로운 로고 스우시를 만들었다. 이후, 전 세계 특히 서구 선진국에서 확대된 운동 열풍에 적극 대응하여 여러 개의 히트 상품을 만들어 내며 명실상부 세계 최고의 스포츠 용품 기업으로 올라섰다.
- 나이키는 현재의 성공에 만족하지 않고 지속 가능한 기업이 되기 위해 다양한 노력을 기울이고 있는데, 그 대표적인 사례가 **협력업체에 대한 주도면밀하고도 철저한 관리, 환경 리스크를 예방하기 위한 다양한 On/Off-line적인 노력** 등이 있다.
- 나이키의 역사는 곧 혁신의 역사였고, 새로움에 대한 도전의 역사였다. 그러나, 나이키는 이제까지의 그러한 업적, 현재 하고 있는 일들에 얽매이지 않고 보다 더 나은 미래를 위해 지금도 혁신의 노력을 다하고 있다.