



07-37 (통권 164호)

2007.9.14

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 일본 2/4분기 경제성장률 -1.2%
- 8월 생산자물가 전월대비 0.1% 상승

경영 노트

- 주요 그룹의 사회경영 실천 전략

사회 트렌드

- 한국인의 행복테크는 낙제점
- 美, 알파 노인(Alpha Geezer) 전성시대

저널 브리프

- 주목받는 브라질 국영석유회사의 변신

洗心錄

- 기업문화의 진화

□ 일본 2/4분기 경제성장률 -1.2%

- 일본의 2/4분기 GDP가 전기대비 연율로 -1.2%를 기록하여 미국發 서브프라임 모기지 부실의 여파가 실물부문으로 확산되는 것이 아니냐 하는 우려를 낳고 있음
 - 일본 내각부에 의하면 지난 2/4분기 GDP(확정치)는 전기대비 0.3%, 전기대비 연율로 1.2% 감소한 것으로 나타남
 - 이는 주로 미국 서브프라임 파문에 따른 신용위기가 일본기업의 수출에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 우려로 일본기업들의 설비투자가 전기대비 1.2% 감소한 데에 기인하고 있음

- 한편 민간주택건설이 전기대비 3.4% 감소하는 등 민간수요(-0.4%)가 부진한 양상을 나타내어 일본은행이 현행 0.5%인 기준금리를 인상할 가능성은 크게 낮아짐

□ 8월 생산자물가 전월대비 0.1% 상승

- 한국은행에 의하면 8월 생산자물가는 전월대비 0.1% 상승(전년동월대비 1.7%)하는데 그쳐 지난 6월과 7월의 0.2%에 비하여 더욱 안정되는 모습을 나타냄
 - 농림수산물부문 생산자물가는 장마철 소비부진으로 축산물과 수산물이 하락한 반면 호우 및 폭염에 따른 출하감소의 영향으로 채소류와 과일류가 올라 전월대비 0.3% 상승함
 - 공산품은 국제원자재 가격 하락으로 금속1차제품이 내렸으나, 환율상승의 영향으로 석유화학제품이 올라 전월대비 0.1% 상승함
 - 서비스는 물동량 증가로 인한 외항화물운임 상승과 점포임대료 상승 등으로 전월대비 0.1% 상승함

- 이러한 생산자물가의 안정추이는 당분간 지속될 것으로 예상되며, 이에 힘입어 소비자물가도 그 동안의 안정추이를 계속 이어갈 것으로 보임

□ 주요 그룹의 사회경영 실천 전략

- (개요) 최근 주요 기업들은 윤리와 환경, 사회공헌의 취지를 담은 경영 모토를 제정하고 사회적 책임 완수를 위해 한층 노력하고 있음
 - ‘정도 경영’, ‘나눔 경영’, ‘환경가치 경영’ 등 윤리-환경-사회공헌이 주요 기업의 경영 원칙의 필수 항목으로 자리 잡고 있음
 - 기업에 대한 대내외적인 요구와 잦아짐에 따라 국내 주요 기업들이 앞 다퉈 사회적 책임을 다하기 위한 전략 수립과 실천에 착수함
- (주요 그룹의 사회경영 실천 전략) 삼성, 현대기아차, LG 등은 자사의 사업 방향에 맞는 다양한 사회공헌 프로그램을 운영하고 있음

<주요 그룹의 사회경영 실천 전략>

회사명 / 모토	내용
삼성 (삼성 경영원칙)	- 5대 원칙 제정 시행 (법과 윤리 준수, 깨끗한 조직문화, 고객과 주주, 종업원 존중 등) - 각 계열사별로 고객 존중, 사회공헌 활동 전개
현대기아차 (함께 움직이는 세상)	- 3대 중점 사업 추진 (안전한 교통문화 확산, 장애인 이동 편의 증진, 임직원 자원봉사)
LG (정도경영)	- 지배구조 개선 - 여성 아동 복지, 소외계층 지원, 청소년 과학교육 지원
SK (행복 나눔 경영)	- 지배구조 개선 - 일자리 창출을 위한 무료 교육
롯데 (환경 가치 경영)	- 협력업체 친환경 네트워크 구축
금호아시아나 (기업을 통한 사회기여)	- 지탄받지 않는 경영, 협력사 상생 경영, 소외계층 돕기 등 7가지 실천 과제 시행
CJ	- 환경 비전을 토대로 매년 환경관리 경영 실천 계획 수립과 시행

자료: 동아일보

- (시사점) 기업의 성장 조건으로 사회책임경영*의 중요성이 날로 부각되고 있음을 인지하고 사회적 책임을 경영 성과와 연결하려는 노력이 중요
 - 사회책임경영을 완수하지 않는 기업은 투자 유치에도 불리해지고 있으며, 사회책임경영에 대한 국제적인 압박도 거세지고 있음
 - 사회책임경영은 일순간에 이루어지는 것이 아니므로, 장기적 안목에서 그룹의 사업방향과 일치하는 전략수립과 꾸준한 실천이 요구됨

* 사회책임경영(CSR: Corporate Social Responsibility).

□ 한국인의 '행복테크'는 낙제점

- 통계청은 주요 국가 통계를 분석해 한국인의 행복한 삶을 가로막는 요소를 선정, 지난 10일 발표함
 - 국민 소득 2만 달러 시대를 사는 한국인이지만 정작 자신의 행복을 위해 노력하는 데는 낙제 수준인 것으로 나타남
- 한국인들은 소득 증가에도 불구하고 행복을 느끼지 못하는 원인은 우선 근로시간은 너무 긴 반면 자기계발에 투자하는 시간은 부족하기 때문
 - 올해 상반기 한국 근로자는 주당 평균 43.7시간 일한 것으로 집계, OECD 국가 중 단연 1위
 - 긴 노동시간은 자기 계발에 투자할 시간을 빼앗는 결과를 가져왔는데, 하루 10분 이상 자기계발을 위해 학습하는 비율은 5%에 불과하고, 하루 10분 이상 책을 읽는다는 비율도 10%에 지나지 않음
- 또한 600만에 달하는 워킹맘은 일하면서 가사노동까지 맡아하면서 행복의 조건을 갖추기 어려움
 - 맞벌이 주부의 가사노동시간은 하루 3시간 28분으로 남편(32분)의 6.5배에 이름
- 한국인은 인간관계보다는 TV, 컴퓨터 등 기계에 의존해 여가시간을 보내는 경우가 많은 것도 행복감을 저해하는 요소로 지목됐음
 - 10세 이상 한국인은 평일 여가생활로 TV 시청에 2시간 6분, 컴퓨터 이용에 28분을 썼지만 타인과의 교체활동에는 49분밖에 소비하지 않음(주말이나 휴일엔 그 격차가 더 벌어짐)

□ 美, 알파 노인(Alpha Geezer) 전성시대

- 워싱턴포스트는 최근 미국에서 젊은이보다 역동적으로 일을 하며, 노인이 되 노인답지 않은 기묘한 '알파 노인'의 시대가 도래했다고 진단
 - 미국 최고의 투자자 워런 버핏(77)과 최고의 TV 인터뷰어인 바버라 월터스(78), 토크쇼 진행자 래리 킹(73), 미디어제왕 루퍼트 머독(76), 공화당 대선후보 존 매케인(71) 등이 그 예임

□ 주목받는 브라질 국영회사의 변신*

- (현황) 브라질은 국영석유회사인 페트로브라스(Petrobras)의 경영혁신에 의해 석유의 완전 자급에 성공
 - 국영기업으로서 노동생산성이 다른 업종에 비해 25%나 낮았던 페트로브라스는 최근 하루 원유 생산량 190만 배럴을 달성, 미국 석유 메이저인 셰브론을 제치고 세계 5위를 차지하는 등 경영혁신에 성공

- (페트로브라스의 성공 요인) 독보적인 기술력, 외국자본의 유입이 페트로브라스의 성공에 크게 기여함
 - 심해 유전 밖에 없는 브라질은 1970년대 석유위기를 계기로 독자적인 심해 유전 채굴 설비 개발에 매진, 해저 1,000m 이상의 심해에서도 석유를 채굴할 수 있는 세계 최고 수준의 기술력을 보유하게 됨
 - 1990년대 들어 브라질 정부는 자국 영해에서의 외국기업의 채굴 허용, 페트로브라스의 뉴욕증시 상장(2000년) 등의 개방 조치를 단행함으로써 페트로브라스의 생산성 제고와 경영혁신을 추진

- (전망) 바다에서 석유를 채굴함과 동시에 연간 800만 톤 이상의 바이오에너지를 생산하는 등 향후 브라질은 '21세기의 사우디아라비아'로 주목받을 것으로 전망
 - 페트로브라스는 최근 10년 간 석유 생산량 2배 이상 증가, 수익성 50% 이상 개선 등 뚜렷한 업적 개선뿐 아니라 멕시코, 앙골라, 나이지리아 등 27개 국에 걸쳐 심해유전 채굴 활동을 벌이고 있는 등 글로벌 석유 메이저로 등극
 - 노르웨이의 경우, 국왕이 직접 리우데자네이루를 방문 양국 간 협력을 모색한 바가 있으며, 미국은 바이오에너지 관련 협력 협정을 체결하는 등 브라질의 에너지 자원에 대한 각국의 관심이 고조되고 있음

* 이 글은 『환경 Business』 (2007.9.17)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

□ 기업문화의 진화

‘구르는 돌은 이끼가 끼지 않으며 흐르는 물은 썩지 않는다’는 격언이 있다. 기업 측면에서 생각해 보면, 끊임없는 혁신이 없으면 변화하는 경쟁 환경에 적응하지 못하고 쇠퇴한다는 의미로 해석할 수 있다. 흔히 기업은 생명체에 비유되기도 하는데, 기업도 나이를 먹으면서 성장에 수반되는 ‘성장통’을 겪기도 하고, 핵심 경쟁력 약화로 쇠약해지거나 시장에서 도태되기도 한다. 하지만 모든 기업이 똑같은 길을 걷는 것은 아니다. 3M, P&G, GE와 같이, 100년 이상 꾸준히 성장하고 있는 글로벌 초우량 기업들도 있기 때문이다. 이들 기업들의 공통점은 변화하는 환경 속에서도 혁신을 통한 성장 지향의 유연한 기업문화가 뿌리내리고 있다는 점이다.

기업문화는 기업의 조직적 진화의 단계에 따라 그 중요도와 역할이 달라진다. 초창기의 기업은 설립자의 신념과 가치를 반영하는 기업문화를 창조하고 정착시키는 데 중점을 둔다. 한편 성숙기의 기업은 성장과 더불어 경험과 역사를 공유하면서 형성된 체계화된 기업문화가 존재한다. 하지만 기존의 기업문화가 지속성장의 걸림돌로 작용할 수도 있다는 함정에 유의해야 한다. 특히 과거의 성공을 안겨준 기업문화에 집착하는 기업일수록 더욱 그러하다. 오늘날의 기업문화는 변화하는 환경에 대한 유연성이 요구된다. 물론 기업의 창업정신, 경영철학 등 핵심이 되는 문화적 요소는 유지, 발전시켜 나가되, 시대적 환경에 맞게 문화적 요소의 취사선택을 통한 진화가 필요하다는 말이다. 기존의 기업문화에 매몰되어 환경 변화를 감지하지 못하거나, 전환이 필요한 시점에 적절히 반응하지 못할 경우, 기업은 도태될 수밖에 없다.

유연한 기업문화 구축을 위해서는 경영리더의 역할이 무엇보다도 중요하다. 경영리더는 현재의 기업문화가 혁신과 성장을 추진하기 위한 원동력이 되고 있는가, 오히려 걸림돌로 작용하진 않는가에 대해 끊임없이 점검하고 개선 방안을 모색해야 한다. 또한 초창기에는 경영리더가 기업문화를 창조한다고 한다면, 성숙기에는 기업문화가 차세대 리더를 만들어내는 메커니즘도 필요하다. 혁신과 리더십은 기업문화를 통해 완성되기 때문이다.

인간이란 생각하는 것이 적으면 적을수록 더 많이 지껄이게 된다.

몽테스키외(1689~1755) : 프랑스 사상가