



08-45 (통권 223호)  
2008.11.14

# CHAIRPERSON NOTE

## 경제 이슈

- 미국 자동차산업, 어디로 가나?
- 국내 교역조건 악화

## 경영 노트

- 위기 때 성공하는 기업, DNA는 다르다

## 사회 트렌드

- 핑크슬립 파티
- 오바마 베이비

## 저널 브리프

- 만화에서 경영을 배운다

## 洗心錄

- 자기과신의 비밀: 위비곤 호수 효과

## □ 미국 자동차산업, 어디로 가나?

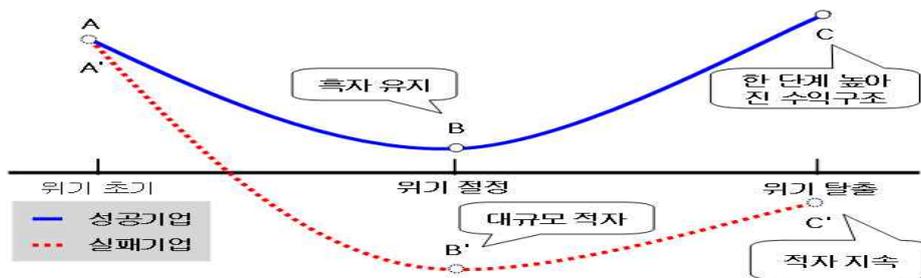
- 미국 자동차업계는 경영 악화로 인해 정부의 지원을 강력하게 원하고 있는 상황
  - 정부 지원 : 미국 산업에서 자동차부문의 중요성으로 인해 GM 같은 기업의 파산은 생각하기 어렵고, 정부지원을 통한 회생 가능성이 큼
  - 자동차 산업 현황 : GM은 2008년 3/4분기에만 25억 4,200만 달러, Ford는 13억 달러의 손실을 기록하고 있는 가운데, 신용평가회사들은 GM과 Ford에 대해 신용등급 하향조정까지 검토
  - 자동차 산업의 비중 : 미국 빅3(GM, 포드, 크라이슬러)에서 일하는 노동자는 24만 명으로 미국 제조업 근로자의 36%를 차지하고, 직간접으로 관련된 인원을 고려하면 300만 명이 관련되어 있음
- 한편, 자동차산업은 현 경제위기로 인해 어려움에 처한 것이 아니라 치열한 경쟁을 이겨낼 수 있는 구조개혁에 실패하였기 때문이라는 전문가의 의견도 있음

## □ 국내 교역조건 악화

- 한국은행(11월 13일)에 따르면 교역조건은 **순상품교역조건과 소득교역조건이 모두 전년동기대비 악화됨**
  - 1단위의 수출대금으로 수입할 수 있는 물량인 순상품교역조건지수(2008년 3/4분기)는 수입단가(전년동기대비 28.6%)가 수출단가(10.8%)보다 큰 폭으로 상승하여 전년동기대비 13.8%(전기대비 4.1%) 하락함
  - 총수출대금으로 수입할 수 있는 물량인 소득교역조건지수는 전년동기대비 수출물량은 늘었으나, 수입단가가 수출단가보다 큰 폭으로 상승하여 전년동기대비 5.5% 하락
  - 수출물량은 석유제품, 중화학공업제품 등이 늘어 전년동기대비 9.6%, 수입물량은 원자재, 자본재 및 소비재가 늘어 전년동기대비 11.1% 증가
- 한편, 교역조건에서 원유수입을 제외하면, 순상품교역조건은 전년동기대비 13.8%에서 4.5%로 하락폭이 축소되고, 소득교역조건은 전년동기대비 5.5%하락에서 4.3% 상승으로 반전됨

□ 위기 때 성공하는 기업, DNA는 다르다

- 그 동안 전 세계가 겪은 불황은 길어봐야 대개 2~4년 안에 마무리되었고, 기업이 이러한 경기침체를 어떻게 극복하느냐에 따라서 불황 후 성공기업과 실패기업으로 나누어졌음
  - 결국 기업이 경제위기를 어떻게 준비하고 대응하느냐에 따라서 그 기업의 명운이 결정되었고, 위기 때마다 성공하는 기업은 차별화된 전략을 선보였음
- 베인앤컴퍼니는 위기 대처법에 따라 달라지는 기업수익의 흐름을 분석하고, 위기 국면에서 나타나는 성공기업과 실패기업의 특징을 도출함



성공 기업의 특징	실패 기업의 특징
<b>A 국면</b> • 최악의 상황 준비(비상계획 수립) • 핵심 사업 선택 강화	<b>A' 국면</b> • 우리는 안전하다(과도한 자신감) • 사업다각화를 통한 위험 분산 시도
<b>B 국면</b> • 신속한 대응 • 선택적인 비용 절감 • 직원, 고객, 공급사와 유대 강화 • 핵심사업 강화 위한 기업인수 활동	<b>B' 국면</b> • 과도한 반응 • 전면적인 비용 삭감 및 인력 조정 • 미래투자과 고객서비스 축소, 공급사 짜내기 • 기업인수 활동 중단
<b>C 국면</b> • 한 단계 높아진 수익구조로 전환 • 미래를 위한 사업구조 재편성	<b>C' 국면</b> • 직원, 고객, 공급사와 관계 복원 시도

자료 : 매일경제 (2008.11.11)

- 불황기라며 몸을 움츠리기보다는 위기를 기회로 삼는 생존자 효과 (Survivor's effect)를 추구
  - 과거의 사례를 보더라도 불황은 영원하지 않으며, 공포에 휩싸일 필요도 없을뿐더러 기업의 핵심사업과 미래를 위한 R&D 투자는 더욱 강화되어야 할 것임
  - 다만 시시각각 급변하는 환경 변화에 맞춰 평상시와 달리 신속하고 즉시 대응할 수 있는 체제를 갖추어야 함

## □ 핑크슬립 파티\*

- 핑크슬립 파티(Pink Slip Party)란 실직자들이 모이는 파티를 말함
  - 핑크슬립이 영어로 해고통지서를 의미하는 데서 유래한 이름
  - 구직자들과 인력소개업체 관계자들이 한 자리에 모여 술을 마시며 서로를 위로하고 일자리 정보를 교환하는 파티임
- 2000년대 초반 닷컴 붕괴시절에도 미국 전역과 일부 유럽지역에서 빈번하게 열렸던 핑크슬립 파티가 최근의 금융회사 연쇄도산과 함께 뉴욕에서 또 다시 등장
  - 올 들어 지금까지 월가에서는 1만 3,000명이 해고됐는데, 금융위기가 끝날 때까지 이 숫자는 3만 5,000명으로 늘어날 전망, 핑크슬립 파티는 더 유행할 것으로 예상됨

## □ 오바마 베이비

- 미국에서는 오바마가 대통령으로 당선된 수 축하의 성관계로 인해 잉태된 아이라는 뜻의 ‘오바마 베이비’라는 신조어가 등장, 이 단어는 美 온라인 속어사전인 어반 디셔너리에 올라와 있음
  - 오바마의 대통령 당선이 결정된 순간 미국 민주당 지지자들은 승리의 기쁨을 만끽하기 위해 배우자와 사랑을 나눴고, 이 때 생긴 아기들의 출산으로 9개월 후 미국 내 산부인과 병원들은 매우 분주할 것이라고 일간 텔레그래프 신문은 전함
  - 역사적인 순간이 리비도를 자극한 일은 예전에도 있었는데, 9.11 테러 후 뉴욕 사람들은 테러의 충격을 사랑으로 달랠었고, 당시에는 ‘테러 섹스’라는 말이 유행했었음
- 또한 오바마 아버지의 고향인 케냐에서는 신생아 이름으로 ‘오바마’가 인기를 끌고 있다 함
  - 대선이 치러진 다음날 케냐의 키수무 병원에서 태어난 아기 중 절반 이상에게 ‘버락 오바마’ 또는 ‘미셸 오바마’라는 이름이 붙여짐

\* 문화일보(11.13일), 이데일리(11.13일) 기사 참조

□ 만화에서 경영을 배운다\*

- 누구나 쉽게 접할 수 있는 만화를 통해 기업인들은 친근하면서도 쉽게 경영 메시지를 얻을 수 있고, 기발한 상상력을 보충 할 수도 있음
  - 특히 만화는 일반 서적이 다소 어렵게 말할 수 있는 내용도 ‘에센스’만 담아 이해하기 쉽고, 상상력을 필요로 하는 CEO라면 만화책을 통해 기발한 영감을 얻을 수 있음

■ CEO가 읽은 만한 만화책의 주요 내용과 교훈

제 목	주요 내용 및 교훈
감사역 노자키	은행의 감사 임원인 주인공을 통해 은행 지배구조의 문제와 더불어 경영권 다툼·합병·전산 통합 등의 매우 전문적인 이슈를 보고 배울 수 있음
흑선	미국 기업에 피합병된 일본 자동차 회사 사원을 통해서 구조조정과 외자도입의 의미를 전달하고 있음
시마 과장	시마 시리즈엔 시대마다 기업 현장에서 겪는 이슈를 비롯해서 임원으로 승진한 후로 새로운 성장 에너지를 찾는 모습을 그려 현 금융위기에 기업이 나아가야 하는 방향을 간접적으로 엿볼 수 있음
오사카 금융도	사채 시장에 대한 적나라한 묘사로 사금융에 대한 위험성을 알 수 있음
현재관료계 모후	주인공이 재무성 신입 관료로서 겪는 에피소드와 정부 예산을 둘러싼 부처 간 다툼과 정치권의 입장을 상세히 표현하므로 써 현 정치상황을 되돌아보는 계기를 마련해줌
명가의 술/어시장 3대째	최고 명주를 완성하기 위한 노력과 가업을 잇기 위해 은행 원을 그만둔 주인공들의 경영 활동을 묘사함으로써 기업인이 가져야할 장인정신과 직업정신을 일깨워줌

- 짧은 분량에 많은 정보를 담고 있는 만화책은 경영자의 효율적인 독서를 위한 좋은 미디어임
  - 많은 정보와 작가적 고뇌가 담겨있는 만화를 통해 주변에서 쉽게 얻을 수 없었던 내용들을 간접적으로 경험함으로써 조직은 물론 개인의 역량을 넓히는 도구로 삼아야 할 것임

\* 이 글은 한경비즈니스(2008.11.10)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임

## □ 자기과신의 비밀: 워비곤 호수 효과

미국의 금융위기로 촉발된 세계 경기 침체 파도가 한국에 상륙하면서 기업이나 가정 등 너나 할 것 없이 모두 투자와 소비를 줄이고 있다는 뉴스들이 언론을 도배하고 있다. 이러한 와중에 부동산 열풍으로 공격적인 투자를 해왔던 건설업체나 무분별한 부동산 대출로 집을 장만한 가구들, 그리고 무리하게 사업 확장을 추진했던 기업들은 더욱 큰 어려움을 겪고 있다. 왜 이런 결과가 나타난 것일까? 잘못된 계획 때문이었을까? 아니면 운이 없었기 때문이었을까?

물론 여러 가지 이유가 있겠지만 해당 기업의 CEO나 해당 가구의 가구주들이 자신에 대해 가지고 있는 과도한 믿음도 주요 원인 중 하나라고 볼 수 있다. 일반적으로 사람들은 자신에 대해 아부에 가까운 믿음을 갖고 있다. 이러한 믿음은 자신의 능력이 평균적으로 타인들보다 높다고 생각해 ‘난 문제 없어!’ ‘우리 회사는 잘 될 수밖에 없어!’ 라고 아무런 근거 없이 무조건적으로 긍정적인 평가를 내리는 경향을 말한다. 이를 워비곤 호수 효과(Lake Wobegon Effect)라고 하는데 여기서 워비곤 호수는 유머작가인 개리슨 케일러(Garrison Keillor)가 만들어낸 가상마을로 그의 라디오 쇼인 ‘프래리 홈 컴패니언’(Prairie Home Companion)의 배경이 되는 곳이기도 하다. 이곳에서의 여자들은 스스로 힘이 세고, 모든 남자들은 잘생겼으며 아이들은 평균 이상의 능력을 가지고 있다고 생각한다. 현실은 그렇지 않은 데 말이다.

그렇다면 사람들은 왜 워비곤 호수 효과를 가지는 것일까? 그 해답은 간단하다. 만약 자신들이 평균 이하라고 생각하면 유쾌하지 않기 때문이다. 그래서 비록 근거가 없고 약하더라도 자신은 타인보다 착하고, 능력도 남보다 뛰어나며, 행운도 자신의 것이라고 생각함으로써 마음의 안정과 기쁨을 얻으려 하는 것이다. 향후 결과에 상관없이 말이다.

**“ 부유할 때 원칙을 지키는 것은 쉽다.  
그러나 중요한 것은 가난할 때 원칙을 지키는 일이다. ”**

- 레이 크록(1902~1984): 미국 맥도날드 창업자