



08-03 (통권 181호)  
2008.01.18

# CHAIRPERSON NOTE

## 경제 이슈

- 곡물가격 급등으로 '글로벌 애그플레이션' 우려
- 작년 신규 취업자 수 30만 명 하회

## 경영 노트

- 브랜드 리더십

## 사회 트렌드

- 태안 자원봉사자, 노벨상 후보로
- 신인류, 무선족

## 저널 브리프

- 경제발전, 무너지는 카스트제도

## 洗心錄

- 변칙 손자병법

□ 곡물가격 급등으로 ‘글로벌 애그플레이션’ 우려

- 최근의 유가상승세와 맞물려 국제 곡물가격이 급등하면서 세계 경제에 애그플레이션\*의 우려가 급증하고 있음
  - 시카고 상품거래소 최근월물 기준으로 옥수수과 콩 가격은 작년에 각각 15%, 75% 상승한 바 있는데, 올해 들어서만도 8%, 6.5% 가량 추가 급등하였음
  - 이는 급격한 유가상승에 따른 대책으로서 바이오 연료에 대한 수요가 늘어난 데에다 호주, 아르헨티나 등 일부 곡물 수출국의 기상악화로 생산량이 감소할 것으로 전망되고 있기 때문임
  
- 또한 중국과 인도 같은 인구대국의 경제 급성장으로 곡물수요 증가세가 당분간 지속될 것으로 예상되어 국제 곡물가격 급등으로 인한 ‘글로벌 애그플레이션’의 우려는 더욱 깊어질 전망이다

□ 작년 신규 취업자 수 30만 명 하회

- 작년 취업자 수는 2,343만 3,000명으로 전년대비 28만 2,000명 증가에 그쳐 지난 2005년 이후로 3년 연속 30만 명을 밑돌았으며, 실업자 수는 5.4% 감소한 78만 3,000명을 기록함
  - 산업별 취업자 증가수를 살펴보면 사업·개인·공공서비스업(4.8%)과 전기·운수·통신·금융업(2.6%)이 증가한 반면 농림어업(-3.3%), 제조업(-1.1%) 등은 감소하였음
  - 실업자 수는 78만 3,000명으로 전년대비 4만 4,000명(-5.4%) 감소하였으며 실업률은 3.2%로 전년대비 0.3%p 하락하였음
  
- 경제활동인구는 2,421만 6,000명으로 전년대비 1.0% 증가하였으며, 비경제활동인구는 1.2% 증가한 1,495만 4,000명으로 집계됨

\* 애그플레이션(agflation)은 농업(agriculture)과 인플레이션(inflation)의 합성어로 농산물 가격 급등에 따른 물가상승을 의미함

□ 브랜드 리더십\*

- (개요) 하버드비즈니스리뷰(HBR)는 기업 성장과 발전을 위해서는 브랜드 리더십을 가진 리더가 꼭 필요하다고 지적함
  - 브랜드 리더십을 가진 리더가 이끄는 기업은 고객과 투자자들에게 앞으로 계속 질 높은 서비스를 제공할 것이라는 믿음이 있기 때문임
  - 미국 경제전문지 <포춘>이 선정한 세계 500대 기업의 상위 100대 기업의 공통점은, 자신들의 브랜드 이미지에 맞는 리더십을 발휘하고 있는 기업들이라는 점임
  
- (브랜드 리더십 구축) 기업이 추구하는 브랜드 비전에 맞는 경영 리더의 체계적 육성과, 소비자 관점에서의 평가를 통한 지속적 관리가 요구됨
  - 기업은 자사의 미래 비전에 부합되는 핵심 인재를 발굴하고 브랜드 이미지 유지에 대한 체계적인 육성 프로그램이 필요함
  - 글로벌 우량기업인 GE의 경우, 잭 웰치, 이멜트 등 지속적으로 브랜드 리더십을 양성해 왔기 때문에 안정적인 성장을 유지할 수 있었음
  - 브랜드 리더십이 어느 정도 구체화 되었으면 소비자를 기업 평가에 참여시켜 소비자 관점에서 지속적으로 관리하는 것이 중요함

< 세계적 기업의 기업 이미지와 리더 역할 >

기업	기업 이미지	리더 역할
월마트	언제나 저렴한 가격	가격 효율성 추구, 항상 제 시간에 고객에게 제품 제공
P&G	누구나 알고 믿는 기업	소비자 시각에서 개발, 특정고객 대상의 마케팅, 제품 혁신
맥킨지	CEO에게 신뢰받는 조언자	기업문제 해결을 위한 최상의 팀 조직, 정보종합, 해결책 제시
애플	혁신과 디자인	기존 사업의 규칙을 깰 만한 새로운 제품과 서비스 창조
웹시	젊은 세대에게 매력적인 제품	재능 있는 젊은 임직원 발굴을 통해 참신한 아이디어 수용

- (시사점) 기업의 지속 성장을 위해서는 카리스마 있는 리더 한 사람에게 의존하는 대신, 이를 계승할 경영자를 육성하여 브랜드 이미지의 연속성을 유지해야 함
  - 브랜드 리더십이 확립되었다면 그 기업은 CEO가 회사를 떠나더라도 거의 영향을 받지 않고 일관된 브랜드 파워를 유지할 수 있음

\* 매일경제신문(2007.11.6)에 게재된 기사를 요약, 재구성한 내용임

## □ 태안 자원봉사자, 노벨상 후보로

- 정부가 태안 기름유출 사고 현장에서 복구활동을 했던 자원봉사자 120만 명을 노벨평화상 후보로 밀기로 했음
  - 행자부는 ▲환경단체가 전 지구촌의 핵심 관심사로 떠오르고 ▲태안 기름유출 사고에 대한 국제환경단체의 관심이 커 국가적 차원으로 홍보에 나서면 노벨평화상 후보에 오를 가능성이 있다고 보고 있음
  - 다만 올해 노벨평화상 추천 시한이 2월 1일로 촉박해 내년 노벨상 후보로 추천될 수 있도록 홍보활동을 전개할 계획임
  - 노르웨이 의회에서 선출한 5인의 노벨위원회가 매년 10월 세계 각국의 전문가 1,000여 명에게 서한을 보내 후보 추천을 받아 결정함
  - 시상식은 노벨이 작고한 12월 10일, 오슬로 시청사에서 열림
- 정부는 자원봉사자들의 활동을 담은 백서와 영상홍보물이 완성되는 대로 유엔환경계획(UNEP) 등 국제환경기구에 보고해 국제적 공감대를 넓혀갈 계획이라 함
  - UNEP는 지난해 엘 고어 전 미국 부통령과 노벨평화상을 공동 수상한 유엔 정부간 기후변화위원회(IPCC)를 만든 세계적 환경단체임

## □ 신인류, 무선족(無線族)

- 무선 인터넷과 카페문화를 동시에 즐기는 사람들이 늘면서 최근에는 ‘무선족’이라는 신조어까지 생겨남
  - 강남 일부 매장의 경우는 이러한 무선족이 전체 고객의 10%에 육박하고 있다고 함
  - 이들은 자신의 노트북을 펴고 커피를 마시면서 무선 인터넷으로 검색도 하고, 친구와의 채팅, 동영상 감상들을 하고 있음
- 인터넷이 생활화되고 이를 즐기는 무선족들이 늘어나면서 또 하나의 새로운 문화로써 인터넷카페들이 자리잡고 있음
  - 대학가 커피 전문점들은 무선 인터넷 접속 시설이 필수적임
  - 현재 무선인터넷을 사용하는 인구는 KT와 SK, KTF, 기존 무선랜 가입자를 합쳐 약 40만 명에 달하는 것으로 조사됨

□ 경제발전, 무너지는 카스트제도\*

- (현황) 인도는 최근 눈부신 경제 성장으로 민주주의와 자본주의가 정착되면서 카스트제도가 붕괴되기 시작
  - 인도 전통 신분제인 카스트의 최상층 계급인 브라만을 배격하는 학교, 공공기관, 일반 기업 등이 늘고 있음
  - 더욱이 현재 브라만 계층 가운데 65%가 1개월에 100달러 미만 소득의 저소득층일 뿐 아니라 브라만 출신의 걸인들 또한 증가
- (원인) 카스트제도의 붕괴는 ‘소수자 우대정책(affirmative action)’에 따르는 ‘지정 고용제도’의 도입, 하층계급의 서비스업 진출 확산에 의한 소득 증대가 원인임
  - 1950년에 정부 일자리의 20%를 하층민에게 우선 제공하는 ‘지정 고용제도’가 도입됨에 따라 1990년에는 지정 고용 비율이 27%로 증가하였음
  - 최근 ‘지정 고용제도’가 민간 기업으로까지 확대되어 높은 계급일수록 좋은 직업을 가지기 힘든 역차별적 구조가 형성되고 있음
    - 이러한 구조는 정보기술(IT) 산업을 기반으로 성장한 신도인 타밀 Nadu 같은 지역일수록 강한테, 이 지역에서는 공공기관 일자리의 69%가 브라만을 제외한 하층 계급에게만 주어짐
  - 또한 기존 신분 질서에 안주하던 상위 계급층이 꺼리는 서비스업 일자리가 늘어나면서 서비스업에 진출한 하층계급의 중산층화가 진행
- (시사점) 인도의 경제성장에 따르는 카스트제도의 붕괴는 시대의 흐름 속에 안주하기보다는 변화에 발 빠르게 대응하는 자만이 살아남는다는 표본을 보여주고 있음

\* 이 글은 『한경Business』(2008.01.21)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

## □ 변칙 손자병법

때론 원칙보다 변칙이 승리의 요건이 된다. 손자병법에서는 변칙을 통한 승리원칙 5가지를 다음과 같이 제시하고 있다. 첫째는 군이 진군할 때 가지 말아야 할 길이 있으며(塗有所不由), 둘째는 적이라도 싸우지 말아야 할 적이 있고(軍有所不擊), 셋째는 적의 성이라도 공격해서는 안 될 곳이 있다(城有所不攻)는 것이다. 그리고 넷째는 적군의 땅이라도 점령해서는 안 되는 곳이 있으며(地有所不爭), 다섯째는 군주의 명령이라도 받들지 말아야 할 경우가 있다는 것이다(君命有所不受).

변칙을 통한 승리의 5원칙은 기업경영에도 적용된다.

첫째, ‘진군해서 안되는 길’이란 기업이 성장을 위한 규모 확장시, 무리한 은행대출이나 사채에 의존하면 실패할 가능성이 높다는 것이다. 과거 IMF 외환위기 때, 수많은 기업들이 어려움을 겪은 것도 과도한 부채를 안은 채, 성장의존도의 정책을 고수한 것이 원인 중 하나였다.

둘째로 ‘공격하지 말아야 할 적’이란 중소기업이 영업력과 자금력을 가진 대기업과 경쟁하거나, 투자 여건이나 능력이 부족한 상태에서 글로벌화를 추진해서는 안 됨을 의미한다. 세계 1위의 코카콜라에게 도전했던 국내 브랜드 ‘815’는 오늘날 슈퍼마켓 판매대에서 찾아볼 수가 없다.

셋째, ‘공격해서는 안 되는 적의 성’이란 강력한 경쟁력을 가진 기업의 시장에 경쟁력이 약한 기업이 정면으로 진입해서는 안된다는 것이다. 80년대 소규모업체였던 리복이 에어로빅화 시장 대신 아디다스 등의 프로스포츠 시장을 공격했다면 지금의 리복이 존재할 수 있을까?

넷째, ‘점령해서는 안 되는 땅’이란 해외 진출시, 현지화 대신 본사의 고집스런 정책만을 고수해 시장을 공격한다면 실패가능성이 높다는 것이다. 세계적인 유통업체인 월마트와 까르푸가 유독 한국에서 실패한 이유는 무엇일까?

다섯째, ‘군주의 명령이라도 받들지 말아야 할 경우’는 CEO 지시가 불합리하거나 불이익이 초래된다면 정확한 판단력과 결단력을 촉구하기 위해 이의 제기나 대안을 주장하는 용기가 필요하다는 것을 의미한다.

**“말과 행동 사이에는 바다가 있다.”**

- 이탈리아 격언 -