



08-19 (통권 197호)  
2008.05.16

# CHAIRPERSON NOTE

## 경제 이슈

- 미국 경제에 대한 긍정론 대두
- 한국 IMD 국가경쟁력 순위('08년) 하락

## 경영 노트

- 지식도 회사 안팎 구별 없다

## 사회 트렌드

- 아이폰
- 안전마케팅

## 저널 브리프

- G8 꿈꾸는 브라질

## 洗心錄

- 리더의 덕목 : 우상에 대한 경계와 성찰

## □ 미국 경제에 대한 긍정론 대두

- 미국 경제가 서브프라임 사태로 인한 주택 시장 위축 등으로 침체 상태가 장기화할 것이라는 비관론 가운데, 수출 및 고용지표 등의 양호한 실적 등으로 하반기에는 회복세를 보일 것이라는 긍정론이 대두됨
  - 비관론은 미국 경제는 주택시장 침체가 악화되기 시작하는 등 실물경제가 위기를 느끼기 시작하는 단계로 보고 있고,
  - 긍정론은 고용 및 수출 등 주요 경제지표의 양호한 성적 및 금융 시장의 신용경색 완화 등 경기 회복의 징후가 보인다고 판단
  - 또한, 연방준비제도이사회(FRB)의 기준금리 인하와 정부의 세금환급 및 경기부양책도 하반기 경기 회복에 긍정적 영향으로 작용
  
- 그러나, 원유를 포함하는 원자재 가격 급등은 소비를 위축 및 물가상승 등에 영향을 미쳐, 美 경제는 성장이 둔화되는 가운데 인플레이션이 지속되는 스태그플레이션의 위험에 빠질 가능성도 제기되고 있음

## □ 한국 IMD 국가경쟁력 순위('08년) 하락

- 스위스 국제경영개발원(IMD)에 의하면, 한국은 경제성과 부문과 기업효율성 부문이 개선되었으나 정부효율성과 인프라구축 부문의 하락으로 인해 국가경쟁력 순위는 31위로 전년 대비 2단계 하락하였음
  - 한국의 경제성과는 49위로 전년대비 2단계, 기업 효율성은 38위로 역시 2단계 상승한 반면, 정부 효율성은 37위로 6단계, 인프라 구축은 21위로 2단계 떨어졌음
  - 한국의 국가경쟁력은 '03년 32위, '04년 31위, '05년 27위까지 상승하였다가 '06년 32위, '07년 29위, '08년 31위로 다시 하락하였음
  
- 그러나, 고등 교육 이수율(4위), R&D 인구대비 특허획득 건수(1위), 광대역 통신망 가입자수(3위), GDP 대비 기업의 R&D 투자비율(4위), GDP 대비 총 R&D 투자비율(5위) 등은 최상위 수준임

□ 지식도 회사 안팎 구별 없다

- 지식의 대통합시대를 맞아 많은 기업들은 회사 내 지식과 외부 지식을 결합한 지식 네트워크를 통해 지속적 혁신을 이루고 있음
  - 외부와의 지식 네트워크를 통한 ‘열린 혁신’은 기술발전과 새로운 가치창출을 위해 내·외부의 아이디어와 시장 경로를 모두 활용하는 것
  - 외부와의 지식 네트워크가 각광받게 된 이유는 심화된 시장경쟁과 빠른 기술개발 속도에 따라 기업 단독으로의 경쟁력 유지가 어렵기 때문
- 도요타, 델 등은 파트너 기업 지식과 결합하여 시너지를 창출하고 P&G, 보잉 등은 외부 지식을 활용하여 지속적 혁신을 이룸

<외부 지식을 활용한 기업사례>

기업명	주요 내용
도요타	- 적기생산(Just In Time)을 통해 필요한 부품의 정보를 협력업체와 공유 - 부품의 원가절감을 위해 원가절감 지식을 협력업체와 공유
마이크로소프트	- 파트너 기업과 ‘파트너 생태계’를 결성해 지식공유를 통한 신지식 창출 - 창출된 이익을 파트너 기업과 공유해 시너지를 내고 있음
델	- 칩, 부품, 액세서리 생산자와 네트워크 구축, 고객주문을 협력업체에 전달 - 주문에서 선적까지 걸리는 시간이 많이 줄고, 재고비용도 경쟁사의 1/8
P&G	- 현재 35%의 혁신이 외부 전문가에 의해 이루어짐 - 현재 P&G 제품 포트폴리오 가운데 45%가 외부 지식의 산물
세븐일레븐	- 1991년 경쟁심화로 어려움에 봉착하자 기존의 많은 관리활동을 아웃소싱 - 핵심역량인 상품화 기술에 주력하여 조직 슬림화를 통해 효율성 제고
보잉	- 연구개발 자원을 자사의 핵심역량인 시스템 통합과 디자인에 집중하고, - 대부분의 부품을 아웃소싱 함으로써 전체적으로 이익을 향상

- 기업 안팎의 지식을 구분하는 ‘닫힌 혁신’의 시대는 이미 지나갔기에, 기업 안팎의 지식을 적절히 통합하여 시너지를 창출해야 함
  - 기업은 협력업체와의 단순한 협력관계를 넘어, 이들과의 지식 공유를 통해 함께 성장하고 이익을 공유하는 진정한 동반자 관계로 거듭나야 함
  - 국내 기업도 하도급 업체에 권위적이었던 문화에서 벗어나, 현대·기아차 처럼 ‘기술의 날’, 심포지엄 등을 통해 협력사와의 상생에 노력해야 함

## □ 아이핀

- 이르면 오는 11월부터 인터넷사이트에 회원 가입할 때 주민등록번호를 제공하지 않아도 됨
  - ‘정보통신망법’ 개정안에 따르면, 일정 규모 이상의 인터넷사이트를 보유하고 업체는 이용자가 굳이 주민번호를 제공하지 않더라도 본인확인을 할 수 있도록 주민번호 대체수단을 의무적으로 제공해야 함
- 이러한 주민번호 대체수단 중 하나가 아이핀임
  - 아이핀이란 ‘인터넷 개인식별번호’(Internet Personal Identification Number)의 영어약자로서 주민번호 유출로 인한 부작용을 막기 위해 만들어짐
  - 아이핀은 주민번호처럼 13자리 숫자로 돼 있지만 주민번호와 달리 숫자만으로는 성별, 생년월일 등을 알 수 없고 필요에 따라 언제든지 번호를 바꿀 수 있는 게 장점임

## □ 안전 마케팅

- 미국산 소고기 광우병 논란, 조류인플루엔자(AI) 확산 등으로 먹거리 공포가 번지고 있는 가운데 식품·유통업체가 ‘안전 마케팅’에 열을 올리고 있음
  - 안전마케팅이란 마케팅의 중심 컨셉트를 ‘안전’에 두고, 소비자가 안심할 수 있는 내용을 강조함
- 국내업체들은 우리 먹거리임을 강조하거나 ‘100%’ 등의 문구를 제품에 표시하는 등 소비자 안심시키기에 주력하고 있음
  - (주)농심은 쌀과자인 ‘별따먹자’를 출시하면서, 과자겉봉에 ‘100% 우리 쌀 사용’이라는 커다란 문구를 표시
  - 웨미리마트는 제주돼지와 감자, 야채 등 100% 제주산 원재료를 가공해 만든 ‘제주애(愛)’ 상품을 출시

□ G8 꿈꾸는 브라질\*

- (현황) 최근 브라질 경제가 유래없는 호황을 맞이하면서 친킨플라이트(Chicken Flight)를 탈출, 안정적인 성장 궤도에 진입한 것으로 평가되면서 글로벌 경제의 스타로 부상 중임
  - 친킨플라이트란 붐앤버스트(Boom & Burst)라고도 하는데 종래에 브라질 경제를 얘기할 때 흔히 쓰는 표현으로 훨훨 날다가도 닭처럼 얼마 못 가 곤두박질치는 모습을 나타냄
  - 그러나 2007년 목표 경제성장률 4.5%를 훨씬 넘는 5.4%를 기록하면서 2004년 이후 4~5% 내외의 고성장을 지속하고 있음
  
- (원인) 브라질 경제의 안정적인 성장의 바탕에는 경제 체질의 개선과 원자재 판매 수입 증가의 복합적인 원인이 작용
  - 1999년 금융위기 이후 카르도주 정부의 주도 하에 재정 건전화, 물가 안정, 환율 정비를 추진하였을 뿐 아니라 뒤이은 룰라 정부 또한 전정권의 정책을 일관성 있는 추진함으로써 장기 성장 발판을 마련함
    - 이로 인해 브라질은 국가 경쟁력 제고는 물론이고 국제적인 대외신임도 또한 상승
  - 특히 최근 국제 원자재 가격 상승으로 석유, 천연가스 등의 판매 수입이 급증함으로써 경제를 견인하는 원동력이 강화됨
  
- (전망) 안정적인 경제성장과 더불어 국제사회에서의 브라질의 위상 또한 제고되고 있는 실정이나 다양한 경제사회적 문제점들이 상존하여 브라질 경제의 지속 성장을 위해서는 이의 해결이 시급함
  - 극심한 빈부 격차, 열악한 교육제도, 전염병 예방에 취약한 의료 시스템, 빈민가를 중심으로 한 마약 조직, 열대우림에 대한 불법 벌채 등 불안 요인이 상존
  - 룰라정부는 이러한 문제들의 해결을 위해 복지비용 확대, 4,500만 명에 달하는 빈곤층 자녀의 학교 교육 감독 강화, 빈곤 퇴치용 예산 투입 등의 노력을 경주 중임

\* 이 글은 『매경Economy』(2008.5.21)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임

## □ 리더의 덕목 : 우상에 대한 경계와 성찰

세계화는 분명 사람과 기업들에게 경제적 기회의 폭을 넓혀놓았지만 불확실성의 증폭이라는 부작용을 가져왔다. 그만큼 경제주체들은 진실과 거짓을 구분하기가 힘들어졌고 올바른 판단을 내리는 것도 어려워졌다. 물론 사회 각 분야의 정보화가 큰 도움을 주는 것은 분명하지만 인터넷상에서 넘쳐나는 정보는 가히 바다라고 불러도 손색이 없을 정도로 다양하고 깊으며 이에 접근하는 사람을 자칫하면 익사시킬 태세다.

물론 개인이 집단을 이뤄 협력할 경우 이러한 위험을 어느 정도는 예방할 수도 있을 것이다. 그러나 17세기 네덜란드에서 불었던 ‘튤립 열풍’(tulipomania)은 이런 믿음에 정면으로 도전한다. 1635년 튤립 한 뿌리에 6,000플로린(당시 일반인들의 연 평균 소득은 150플로린)까지 가격이 치솟게 만든 사람들은 다름 아닌 당시로서는 가장 앞선 상업적인 능력을 보여주었던 네덜란드 사람들이었던 것이다. 이러한 사람들이 보여준 비이성적인 행태는 『군중심리(The Crowd)』라는 책을 쓴 프랑스의 사회학자 르봉(Gustav Le Bon, 1841~1931)이 주장한 것처럼 민중들의 판단능력에 대한 근본적인 불신으로 연결되기도 하였다. 그러면 어떻게 개인 또는 집단이 잘못된 판단에 빠지는 것을 방지할 수 있을까?

이에 대해 베이컨(Bacon, Francis, 1561~1626)의 주장이 큰 도움이 된다. 그는 사람들에게 진실을 왜곡시키는 개념 또는 경향 곧, 우상으로부터 빠져 나올 것을 주문한 것으로 유명하다. 그가 언급한 우상은 첫째, 사람들이 자기가 속한 종족의 편견으로부터 영향을 받는 것을 의미하는 ‘종족의 우상(idols of the tribe)’, 둘째, 개인이 가지고 있는 편견을 뜻하는 ‘동굴의 우상(idols of the den)’, 셋째, 실재(實在)를 표현하는 데 사용되는 언어가 실재와 다른 경우를 의미하는 ‘시장의 우상(idols of the marketplace)’ 그리고 마지막으로 명성이나 지위가 옳은 판단을 방해하는 것을 가리키는 ‘극장의 우상(idols of the theater)’의 네 가지이다.

물론 우리의 옛 성현 중에도 베이컨에 못지않은 항상 깨어있음을 실천하고자한 사람들이 많이 있다. 예를 들어 남명(南冥) 조식(曹植) (1501~1572)은 늘 조그만 칼과 방울을 지니고 다니며 자신의 잘못됨을 방지하고자 하였던 것으로 유명하다. 칼로는 정확하고 군더더기 없음을, 방울의 청아한 소리를 들으면서는 늘 깨어있는 마음을 되새겼다고 한다. 하물며 지금부터 400여 년 전의 지식인들도 이러하였을진대 모든 것에서 불확실성이 높아지는 현대사회에 있어 리더의 우상에 대한 경계(警戒)와 성찰(省察)이 부족할 경우 어떤 결과를 가져올지는 명약관화(明若觀火)하다고 할 수 있다.

“낙천주의자는 꿈의 현실화를 믿고  
비관주의자는 악몽의 현실화를 믿는다.”

- 로렌스 피터 -