



08-21 (통권 199호)
2008.05.30

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 원유 가격 급등과 미국 경기
- 제조업 경기실사지수(BSI) 하락

경영 노트

- 스포츠 거장이 전하는 리더십

사회 트렌드

- 맘프러너

저널 브리프

- 중국, 기로에 선 국가 운명

洗心錄

- 명품소비의 비밀, 디드로 효과(Diderot Effect)

□ 원유 가격 급등과 미국 경기

- 서브프라임 부실로 인한 신용경색이 미국 경제에 영향을 미치고 있는 가운데, 원유 가격 급등으로 인해 미국 국내총생산이 감소하여 경제성장률이 심각히 떨어질 수 있다는 지적이 제기됨
 - 원유 가격은 미국 상업거래소 WTI유(7월 인도분)가 28일(현지시간) 현재 131.03달러에 거래되고, 브렌트유는 130.93달러를 기록함
 - 美 백악관 경제자문회의 의장은 국제 유가가 배럴당 10달러 오를 때마다 경제성장률은 0.5%씩 떨어질 수 있다는 발언을 하였음
 - 모건스탠리는 “현재의 원유 가격은 수급 측면에서 볼 때 신흥시장 수요가 유지될 것으로 예상되어 150달러까지 갈수도 있다”고 전망함

- 美 연방준비제도이사회(FRB)는 지난 4월에 열린 연방공개시장위원회(FOMC)에서 금융시장 신용경색과 원유 가격 급등 등으로 인해 미국의 경제성장률 전망치('08년 1월)인 1.3~2.0%를 0.3~1.2%로 하향 조정함

□ 제조업 경기실사지수(BSI) 하락

- 한국은행에 의하면 '08년 5월 업황 BSI는 내수부진 및 유가상승으로 전월에 비해 2p 하락하였고, 6월 업황 전망 BSI도 전월대비 하락하는 등 4월에 비해 경기에 대한 전망이 밝지 못함
 - 기업들의 현재의 경기판단을 나타내는 업황 BSI는 '08년 들어 증가세였으나 5월 들어 하락세로 돌아섰고, 6월의 업황 전망 BSI는 88로 전월대비 4p나 하락하여 체감경기가 나빠지고 있음을 나타냄
 - 대기업의 업황 BSI는 '08년 들어 상승세에 있는 가운데, 중소기업의 업황 BSI도 4월까지의 상승세였으나 5월 들어 하락하였음

- 한편, 매출BSI는 109로 전월대비 4p 하락하였고 6월 매출 전망 BSI는 113으로 3p 하락하였고, 가동률 BSI는 5월 실적지수가 102로 전월대비 3p 하락하였고 6월 전망지수는 106로 역시 2p 하락하였음

□ 스포츠 거장이 전하는 리더십*

- 스포츠의 의외성은 기업경영에도 그대로 적용되며, 의외성을 줄이기 위해서 기업경영에도 스포츠와 마찬가지로 지도자의 역할이 중요
 - 강팀이라도 선불리 승리를 자신할 수 없듯이 대기업도 방심하면 쓰러질 수 있는 바, IMF 외환위기 때의 대우와 한보의 도산이 전형적인 사례
 - 급변하는 환경에서 살아남으려면 조직의 리더는 스포츠 감독과 마찬가지로 명확한 비전을 제시하고 상황에 따라 ‘당근과 채찍’을 병행해야 함
- 야구, 농구, 배구 등 한국을 대표하는 프로스포츠 감독들과 해외 유명 감독들의 리더십은 기업경영의 좋은 벤치마킹 사례임

<국내의 스포츠 감독들의 리더십>

스포츠 감독	주요 내용
제리 로이스터 감독 (롯데 자이언츠)	칭찬과 효율을 강조하는 리더 - 선수가 헛스윙을 연발해도 격려하는 등 배려심으로 분위기 밝아짐 - 훈련에서 집중력을 강조: 팀 이동시 시간절약을 위해 비행기 이용
신치용 감독 (삼성화재 블루팡스)	단점보다는 장점에 주목하는 리더 - 선수들의 단점을 커버하기보다 장점을 극대화하는 데 전술의 초점을 맞춰 나이, 키 등 선수 특징을 고려하여 공격보다 수비 훈련에 치중
전창진 감독 (동부화재 프루미)	실무경험을 갖추고 소통을 중시하는 리더 - 농구단 운영 전 분야의 풍부한 실무경험으로 농구단 전체를 장악함 - 대화, 편지, 문자메시지 등을 활용해 수시로 선수들과 소통
알렉스 퍼거슨 감독 (맨체스터유나이티드)	팀워크를 중시하는 리더 - 개인전술보다는 조직력을 활용한 팀 전술에 무게를 둠 - 팀워크에 해가 되는 선수는 가차 없이 팀에서 하차시킴
바비 밸런타인 감독 (롯데 지바 마린스)	변화를 강조하는 리더 - 매 경기마다 새로운 라인업을 구성하기로 유명 - 경기마다 적재적소의 선수를 기용해 팀을 재팬시리즈 정상으로 이끔

- 불확실한 조직 환경에서 살아남기 위하여 조직의 리더는 화합을 중시함과 동시에 필요에 따라 위협을 감수하는 모험정신이 필요
 - 리더는 구성원과의 소통을 통해 이들의 생각과 고민을 이해하고 필요에 따라 구성원에게 특별한 관리방법을 적용하는 등 유연성이 필요
 - 조직의 리더는 장기적인 성과를 위해 실패를 두려워하지 말고 필요에 따라 비난을 감수하는 의사결정을 내려야 함

* <매경이코노미, 08.5.28>를 요약, 정리한 것임

□ 맘프러너

- 서울시가 육아와 사업을 함께하는 ‘엄마사업가’(일명 맘프러너) 1,000명을 양성해 서울 경제를 이끌어 갈 주체로 키운다고 함
 - ‘맘프러너’(Momprenneur)는 ‘엄마’(mom)와 ‘기업가’(entrepreneur)를 합친 신조어
 - 서울시는 창업을 희망하는 육아문제 등 환경적 제약으로 창업이 어려운 여성들을 온라인상에서 전문적인 창업교육을 해 우수한 사업가로 육성하는 ‘맘프러너’ 사업을 준비중이라고 밝힘

- 국내에서는 생소하지만 영미권에서는 이미 일반화된 새로운 경제용어임
 - 미국 경제주간지 비즈니스 위크에 따르면 유명 전자상거래 회사인 이베이 마켓플레이스에 입점한 48%에 달하는 온라인 여성 사업자 중 대다수가 맘프러너라고 함
 - 미국 여성 비즈니스리서치센터는 미국 내에서만 160만여 명에 이르는 여성 사업가들이 매년 2조 5,000억 달러의 매출을 기록하고 있음

- 맘프러너로 성공한 대표적인 인물을 꼽으라면 역시 미국의 마사 스튜어드임
 - 마사는 1972년 남편과 함께 코네티컷의 오래된 농가 지하에 꾸민 부엌에서 요리를 하기 시작
 - 뛰어난 그녀의 음식솜씨는 입소문을 타고 번져나갔고, ‘살림의 여왕’으로 불리면서 미국을 대표하는 여성 사업가로 인정받음

- 맘프러너의 공통점은 주부라는 타이틀을 장애물이 아닌 성공의 원동력으로 적극 활용했다는 점임
 - 이들의 사업 아이템들은 주로 살림을 하면서 얻은 아이디어와 평소 즐기던 취미생활 속에서 얻어낸 것들임
 - 주부사업가들은 자신이 좋아하는 일과 재능을 정확히 알고, 자신에게 맞는 사업 아이템을 정하고, 고객의 니즈까지 파악하는 마케팅 안목을 갖췄기 때문임

□ 중국, 기로에 선 국가 운명*

- 지난 5월 12일 쓰촨성 원촨에서 발생한 리히터 규모 8.0의 대지진은 외견상 중국을 하나로 단결시키는 구심점으로 작용하는 모습을 보여주고 있음
- 지진으로 인해 빈부 격차가 부각되고 인플레이 압력이 높아지면서 중국 지도부의 골칫거리인 사회 분열 현상 발생 가능성이 커지고 있음
 - 낙후 지역에 집중된 학교 날림 공사에 대한 비판이 고조되고 있는 가운데 정부는 호화스러운 관공서를 지어 지진에도 피해가 없었다든가, 원자바오 총리의 심각한 얼굴을 보는 것이 짜증스럽다는 지적이 등장
 - 인터넷에서는 유명 운동선수가 기부하는데 사실은 빈손인 모습을 담은 화면이 떠돌고 있음
 - 더욱이 폭설이 내린 1월 25일, 티베트 사태가 발생한 3월 14일, 지진 참사가 일어난 5월 12일 모두 각 숫자를 더하면 8이 된다면 올림픽 개막 시점인 8월 8일 오후 8시와 연계하는 유언비어가 떠돌고 있음
 - 결국 이번 대지진은 낙후 지역에 피해가 집중되어 있고, 4월 소비자 물가 상승률이 8.5%로 3개월 연속 8%대의 고공행진을 벌이면서 빈자의 경제적 박탈감이 고조됨
- 이번 지진은 중국의 사회단결을 위한 ‘서부대개발계획’에 큰 차질을 불러올 공산이 크며, 사회 분열을 부추길 가능성이 큼
 - 쓰촨성의 성도인 청두와 인근 충칭은 서부대개발계획에 있어서 거점 도시로 2007년 6월 도농일체화를 위한 종합개혁시범구로 지정된 바 있으나, 이번 지진으로 인해 서부대개발계획의 지연이 불가피
 - 특히, 쓰촨성의 경우, 돼지고기의 최대 산지이며, 서부지역의 곡창지대로 불릴 만큼 농산물이 풍부한 곳이어서, 이번 지진 피해로 인해 쓰촨성은 물론 중국 전역에 인플레이 위기감이 고조되고 있음
 - 이번 지진이 겉으로는 중국 국민의 결속을 강화하는 방향으로 작용하는 것처럼 보이거나 오히려 분열을 조장할 가능성이 매우 큼

* 이 글은 『환경 BUSINESS』(2008.6.2)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

□ 명품소비의 비밀: 디드로 효과(Diderot Effect)

작년에 문을 연 여주 등 명품 아울렛이나 백화점의 명품코너를 지나가다 보면 ‘야 한국에 돈 많은 사람들이 많구나!’ 하는 생각이 절로 나곤 한다. 몇십만 원에서부터 몇백만 원에 이르는 제품들이 없어서 못 판다는 업계의 이야기가 새삼스러운 것은 아니지만 1인당 개인소득 2만 달러에 불과한 우리 국민들의 명품소비 실태는 조금은 눈살을 찌푸리게 한다.

그렇다면 왜 사람들은 명품소비를 하는 것일까? 그 이유는 디드로 효과 때문이다. 디드로 효과란 자신을 둘러싼 모든 제품들의 완벽한 구색 또는 일관된 수준을 추구하는 욕망을 말한다. 18세기 프랑스 계몽사상가 디드로(Denis Diderot, 1713~1784)는 어느 날 친구로부터 고급 가운 하나를 선물 받았다. 그리고 그 가운을 서재에 두었는데 시간이 지나자 디드로는 그 가운이 놓인 서재가 너무 낡고 초라해 보이기 시작하였다. 그래서 가운에 걸 맞는 책상과 의자, 시계, 장식을 하나하나 바꾸다보니 결국에는 생각지도 않았던 서재 물건 모두를 바꾸게 되었다고 한다.

그럼 디드로 현상은 언제 나타나는 것일까? 일단 제품과 제품 사이에 정서적-심미적 동질성이 존재해야 한다. 핸드백과 구두는 용도가 전혀 다르지만 남편이 부인에게 큰맘 먹고 루이뷔통 핸드백을 선물했다면 얼마 후에 부인은 명품구두를 남편에게 요구하거나 구매하는 경우가 많다. 둘째로 타인에게 보여지는 것일수록 디드로 효과는 강하다. 가끔 사회적으로 인정을 받으신 웃어른들에게 드릴 선물로 만년필이 선호되곤 하는데, 그 이유는 기업 CEO나 정부관료들이 협정이나 결재 시에 만년필을 이용하는 것이 광고나 언론을 통해 소비자에게 인식되어 있기 때문이다. 세 번째는 제품에 소비자의 가치가 반영되었을 경우이다. 미국의 할리데이비슨 오토바이는 2천만 원을 호가하지만 할리데이비슨의 마니아들인 할리족이 자유의 상징으로 인식되고 있어, 자유를 중시하는 소비자들은 오토바이뿐만 아니라 헬멧, 가죽 잠바, 선글라스 등 모든 제품을 구매하는 경향이 높다.

아침에 눈을 뜨면 무엇보다도 먼저 ‘오늘은 한 사람에게만이라도 기쁨을 주어야겠다’는 생각으로 하루를 시작하라.

- 니체 (1844~1900) : 독일의 철학자이자 시인