

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 기업 수익성 7년 만에 하락
- 세계 자산 가격 버블 붕괴되나

경영 노트

- 존경받는 기업들의 인재 관리

사회 트렌드

- 한국 여대생, '날씬 병(病)'
- 美, 국제 온라인 과외 인기

저널 브리프

- 에너지 민족주의 심화의 영향

洗心錄

- 250의 법칙

□ 기업 수익성 7년만에 하락

- 한국은행에 의하면 국내 4,738개 (연 매출액 25억 원 이상) 기업의 2005년 매출액 대비 경상이익률은 6.2%로 2004년의 7.0%에 비해 0.8%p 하락하여 1998년 이후 처음으로 수익성이 악화된 것으로 나타남
 - 또한 매출액 증가율도 2004년 13.3%보다 9.0%p 급락한 4.3%에 그쳐, 수익성뿐만 아니라 성장성도 크게 하락한 것으로 조사됨
 - 이와 같은 실적 부진은 환율 하락에 의한 수출 부진, 원자재 가격 급등에 의한 비용 증대로 기업들의 채산성이 크게 악화되었기 때문임
 - 한편 제조업의 부채 비율은 같은 기간 104.2%에서 100.9%로 개선되었으나, 다른 측면에서 볼 경우 기업들의 위축된 투자 심리를 반영하는 결과로 해석될 수 있음
- 국내 기업들이 적극적인 투자 의지를 보이지 않고 있는 가운데, 환율 하락 및 고유가로 기업들의 수익성 및 성장성마저 악화됨에 따라 향후 국내 설비투자는 빠르게 회복될 가능성이 매우 낮은 것으로 판단됨

□ 세계 자산 가격 버블 붕괴되나

- 한 동안 상승세를 지속하던 국제 원자재 가격과 글로벌 증시가 2006년 5월 15일 일제히 큰 폭의 하락세를 나타냄
 - 2006년 5월 15일 19개 원자재로 구성된 로이터 CRB(Commodity Research Bureau) 지수는 전일대비 2.7% 급락해 1998년 이후 최대 낙폭을 기록함
 - 또한 같은 날 영국 FTSE(Financial Times Stock Exchange)100지수가 1.2% 하락한 것을 비롯해 일본 니케이 지수 1.99%, 한국 2.25% 하락 등 주요국 증시도 급락세를 시현함
 - 이는 인플레이션 우려로 주요국들이 금리 인상 기조를 유지하면서 하반기 세계 경기 둔화에 따르는 원자재 수요 감소 우려 및 글로벌 유동성 축소에 따르는 안전 자산 선호 현상이 빚어졌기 때문인 것으로 분석됨
- 다만 중국 등 이머징 마켓의 성장세가 여전히 견조하고 미국의 경우 부동산 경기 하락에 따른 금리 인상 종결 가능성도 있어 자산 가격 급락세가 추세적인 것으로 판단하기는 이름

□ 존경받는 기업들의 인재 관리*

- (개요) 포춘誌는 미국에서 가장 존경받는 20개 기업들이 인재를 관리하는 방식에 있어서 3가지 공통점이 있다고 소개함
 - 선정 기업에는 GE, P&G, Google, UPS, Exelon, Fedex 등이 포함되었음
 - 이들 기업들은 독특한 인재 관리를 통해 기업 발전의 원동력인 우수한 인재들의 방대한 풀(Pool)을 보유하게 됨
 - 또한 근로자들은 회사 충성도가 높아 장기 근속자의 비율이 높았음 (P&G는 평균 25년, UPS는 중간관리자의 90%가 장기 근속자)

- (공통점 1) 조직내 상하간 커뮤니케이션이 개방적이고 빈번함
 - 경영진과 직원들의 커뮤니케이션이 활발할수록, 직원들은 기업의 목적 달성에 자신의 역할이 중요하다고 인식하고 있었음

- (공통점 2) 모든 직원들에게 최고의 성과를 창출할 수 있도록 독려함
 - 자사 직원들이 경쟁사들보다 우위를 점할 수 있도록 적극적으로 직원들의 업무와 성과 창출을 독려하고 지원을 아끼지 않음

- (공통점 3) 높은 잠재력을 가진 소수보다는 모든 직원들이 배우고 성장할 수 있도록 충분한 기회를 제공함
 - 재능 있는 인력이 필요할 때, 외부보다는 기업 내부에서 찾으며, 이를 위해 경제 불황에서도 직원들의 교육과 재배치를 위해 지속적으로 노력함

- (시사점) 존경받는 기업들의 인재 관리 원동력은 ‘자발적인 동기부여’임
 - 조직 내 상하간의 커뮤니케이션 활성화, 성과 독려, 충분한 발전 기회 제공은 직원들의 자발적인 동기부여를 자극하는 요인임
 - 이는 ‘직원의 발전이 기업 발전’이라는 노사 간의 상호신뢰성이 존경받는 기업들의 인재 육성의 근간을 이루고 있다는 것을 의미함

* 이 글은 *Fortune*(2006.4)에 게재된 “How admired companies find the best talent”를 요약, 재구성한 것임

□ 한국 여대생, ‘날씬 병(病)’

- 한국 여대생들이 세계에서 가장 날씬한데도 다이어트에 가장 열성적인 것으로 조사됨
 - 영국 런던대·브리스톨대 연구팀이 22개국 남녀 대학생 1만 8,512명을 조사한 결과, 비만도를 보여주는 체질량 지수(BMI)는 한국 여대생이 22개국 중 가장 낮았지만, 체중 감량을 시도 중인 여대생은 77%로 1위를 차지함
 - 한국 여대생 다음으로 일본 여대생들의 체중 감량이 열성적이었음
- 체중에 대해 가장 민감한 지역은 한국, 일본 등이 속한 아시아태평양 지역이었으며, 지중해 지역은 체중에 대한 민감도가 가장 낮았음
 - 지중해 지역 대학생들은 남성의 27%, 여성의 39%만이 과체중이라고 대답했고, 남성의 21%, 여성의 42% 정도가 체중 감량 중인 것으로 나타남

□ 美, 국제 온라인 과외 인기

- 워싱턴 포스트(15일자) 보도에 의하면, 미국 학생이 인터넷을 통해 인도나 칠레 등 외국 고학력자에게 개인지도를 받는 ‘국제 온라인 과외’가 인기라고 함
 - 수천 명의 미국 학생이 학교 성적이나 SAT(학업적성시험) 성적을 올리려고 외국 개인교사로부터 온라인 과외를 받고 있으며, 그 숫자가 늘고 있음
 - 이에 따라 외국에서 교사를 아웃소싱해 학생들과 연결해 주는 신종 교육산업도 번창하고 있다 함
- 외국인 온라인 과외의 가장 큰 장점은 값이 싸고 시간 제약이 없다는 점
 - 미국에서 과외교사를 직접 만나 개인교습을 받으려면 시간당 최고 125달러인데 반해, 국제 온라인 과외비는 시간당 18~20달러에 불과
 - 인도 뉴델리 개인교습 업체인 ‘에듀콤프 솔루션’에 따르면 시장 규모가 연 500만 달러인 인도 온라인 과외사업의 80% 정도가 미국 학생을 대상으로 하고 있다 함

□ 에너지 민족주의 심화의 영향*

- (에너지 민족주의 심화와 부메랑 효과) 러시아와 중남미 국가들은 에너지 민족주의 강화를 통해 국가 발전을 꾀하고 있으나, 오히려 부메랑 효과에 의해 난관에 처할 수 있음
 - (부메랑 효과) 에너지 민족주의 강화는 이들 국가 경제 전반의 자본 비용 상승, 국영기업의 부패 등과 같은 부메랑 효과를 발생시킬 수 있음
 - 자본 비용 상승: 에너지 민족주의 강화에 의한 관련 기업의 국유화는 결국 외국투자자들의 투자 심리를 위축시켜 원유 업종뿐 아니라 경제 전반에 걸쳐 자본 비용을 상승시키는 결과를 초래할 것임
 - 국영기업의 부패: 국영기업들의 운영 과정에서 청탁, 뇌물 등 각종 부정부패가 발생할 가능성이 높아 비효율적인 자원 배분에 따른 투자 재원 부족으로 고통을 겪을 수 있음

- (향후 전망) 에너지 민족주의는 단순한 경제문제 이상으로 자칫 국제사회의 질서를 뒤흔드는 대형 정치문제로 비화될 가능성이 있음
 - (국제사회 혼란 발생) 국제 유가가 급등락하게 되면 어느 경우든 다국적기업과 산유국들간의 충돌 심화로 국제 경제 질서에 혼란이 가중될 수 있음
 - 유가 상승 시: 산유국들의 일방적인 계약 파기나 재국유화 등의 움직임이 다시 강화될 것임
 - 유가 하락 시: 산유국들이 원유 수출로 인한 수익이 감소해 원유 채굴에 대한 비용 부담이 증가하여 해외자본 의존도를 상승시킬 것이며, 이 경우 다국적기업들은 산유국에서 퇴출될 당시 조건 보다 훨씬 유리한 조건을 제시할 것임
 - 국제사회 혼란 가중: 이러한 에너지 국유화 국가들과 해외자본과의 충돌 심화는 국제사회의 혼란을 가중시켜 국제사회의 질서를 흔드는 대형 정치문제로 발전할 수 있음

* 이 글은 『한경 비즈니스』(2006.05.22)에 실린 글을 요약, 정리한 것임.

□ 250의 법칙

‘고객이 고객을 부른다’는 말이 있다. 한 사람의 고객을 감동시키면 그 고객이 다시 고객을 불러 온다는 얘기다. 이에 따라 고객 한 사람 보기를 250명 보듯 해야 한다는 사람이 있다. 미국의 위대한 자동차 세일즈맨 조 지라드(Joe Girard)이다. 그는 혼자서 무려 1만 3,001대의 자동차를 팔아 기네스북에 실린 사람이다. 35세가 될 때까지 40여 개의 직장을 전전한 ‘별 볼일 없는 시칠리아인’이었던 그를 최고의 세일즈맨으로 만든 비결은 무엇일까?

원래 조 지라드는 타고난 세일즈맨이 아니었다. 그저 노력형의 세일즈맨이었다. 그는 어느 날 한 모임에 참석했더니 그 모임에 모인 사람이 250명이었다고 한다. 그리고 또 다른 모임에 갔다. 그랬더니 그 모임도 역시 250명 정도였다.

조 지라드는 그 ‘250명’이란 숫자에 관심을 가졌다. 과연 250명은 어떤 의미를 갖고 있을까. 그 결과 그는 한 사람의 인간관계 범위가 250명이나 된다는 사실을 간파했던 것이다. 세일즈에 돌파구를 찾던 조 지라드. 그는 고객 한 사람 보기를 250명 보듯 했다. 더 나아가 그는 반대의 상황도 가정했다. “한 사람의 신뢰를 잃으면 250명의 고객을 잃는 것이다!” 이것이 세계 제1의 세일즈맨을 탄생시킨 ‘250의 법칙’이다. 고객이 바로 고객을 창조하는 원천이다.

인간관계도 마찬가지다. 한 사람의 신뢰와 호감을 얻게 된다면 250명의 신뢰와 호감을 얻는 것이다. 진실로 한 사람을 얻게 되면, 250명을 얻게 되는 셈이다. 주위의 한 사람에게도 소홀히 하거나 무관심할 수 없는 이유이다.

**“사장은 오직 한 명이다. 그것은 고객이다!
그는 단순히 자기의 돈을 다른 데에 지출함으로써 임원들로부터
그 아래까지 회사의 그 누구라도 길거리로 내몰 수 있다.”**

- 샘 월튼(1918~1992) : 월마트 창시자