

HRI 체어퍼슨노트

CHAIRPERSON NOTE

2011.04.11 (통권343호)



경제이슈

美 공급자관리협회(ISM)의 비제조업지수 하락
3월 생산자물가 28개월만에 최고치

경영노트

리더십과 창의성에 대한 편견

사회 트렌드

오디션 200만 시대, 보통 영웅의 탄생
SNS 펀딩

저널 브리프

일본 기업의 비상플랜

洗心錄

혼돈과 붉은악마

□ 美 공급자관리협회(ISM)의 비제조업지수 하락

- 3월 ISM 비제조업지수(NMI) 전월대비 2.4%p 하락
 - NMI지수 : 3월 NMI지수는 전월대비 2.4%p 하락한 57.3%를 기록하였으나, 여전히 기준치인 50%를 상회하며 16개월 연속 확장세를 이어나감
 - 기업활동지수와 신규주문지수 : 기업활동지수는 전월대비 7.2%p 하락한 59.7%를 나타냈으며, 신규주문지수도 전월대비 0.3%p 하락하여 64.1%를 기록
 - 고용지수 : 고용지수 또한 전월대비 1.9%p 하락한 53.7%를 기록

- 미국 비제조업 부문 회복세가 다소 둔화되었으나 이는 최근 중동사태 및 일본 대지진 여파로 인한 일시적 소비위축에 따른 것으로 분석되며, 따라서 미국 서비스업 둔화세가 장기화되지는 않을 전망

□ 3월 생산자물가 28개월만에 최고치

- 소비자물가의 선행지표인 생산자물가지수가 신선식품과 국제 원자재 가격 상승 영향으로 전월대비 1.2%, 전년동월대비 7.3% 상승
 - 농림수산물 : 축산물이 구제역의 여파로 19.9% 큰 폭으로 상승, 과일류가 이상한과의 영향으로 58.4% 상승함으로써 전년동월대비 16.2% 상승
 - 공산품 : 중동사태로 인한 국제유가 상승분이 석유화학제품 가격에 반영되어 전년동월대비 9.1% 상승
 - 서비스 : 금융 부문에서 위탁매매수수료가 11.5%, 운수 부문에서 전세 및 관광버스가 26.6% 각각 상승하여 전년동월대비 2.1% 상승

- 국제유가 상승 영향으로 중간재 성격이 강한 공산품 가격이 크게 상승함에 따라 기업들의 가격 상승 압력이 더욱 증가할 전망

□ 리더십과 창의성에 대한 편견¹⁾

- 대부분의 기업들이 창의성을 강조하지만 창의성과 혁신을 지속하는 기업은 많지 않으며, 이는 창의성을 가진 리더가 흔치 않기 때문임
 - 기업 CEO들을 대상으로 한 IBM의 설문 조사에 따르면 창의성은 대기업 CEO가 되기 위해 가장 중요한 자질로 나타남
 - 하지만 많은 기업들에서 창의성은 승진 과정에 있어 불리한 요소가 되어 창의성을 가진 리더를 키우는 것이 쉽지 않음
- 와튼 스쿨, 제니퍼 밀러 교수의 실험 결과 혁신적 생각을 가진 사람은 기존의 틀에서 벗어났다는 이유로 불리한 입장에 처하는 것으로 나타남

< 리더십과 창의성에 대한 편견 >

	내 용
창의성에 대한 모순적 생각	<ul style="list-style-type: none"> • 창의성과 경영자 자질을 동시에 평가하는 실험에서 창의적인 사람에게는 경영자 자질이 부족하다는 편견이 있는 것으로 나타남 • 많은 사람들은 창의성을 긍정적인 의미로 생각하고 있지만 현실에서 창의적 아이디어를 받아들이는 것에서는 불편한 반응을 보임
창의성과 리더십에 대한 고정관념	<ul style="list-style-type: none"> • 리더십 자질 평가에서 창의적 아이디어를 제시한 그룹은 실용적인 아이디어를 제시한 그룹보다 크게 낮은 점수를 받는 것으로 나타남 • 사람들의 고정관념으로는 조직의 명확한 목표 제시라는 리더의 역할과 산만함, 일탈의 이미지를 지닌 창의성이 공존하기가 쉽지 않음
리더십에 대한 모순적 생각	<ul style="list-style-type: none"> • 카리스마를 연상한 사람들은 창의적 아이디어를 제시한 그룹이 실용적 아이디어를 제시한 그룹보다 리더십 자질이 높다고 평가함 • 결국 카리스마 있는 리더는 창의성과 관련 있다고 생각하면서도 창의성과 리더십은 별개의 문제라고 받아들이는 것은 편견에 불과함

- 창의적인 리더를 키우기 위해 관리자들은 스스로 가진 편견과 고정 관념을 파악하고 이를 극복하기 위해 노력해야 함
 - 창의성을 가진 인재를 육성시키는 것은 쉽지 않지만 IDEO, 애플과 같이 창의성과 혁신이 기업 문화로 자리 잡고 있는 기업도 있음
 - 실용적인 해결책을 제시하는 리더와 창의적 아이디어를 도출하는 리더가 함께 성장하기 위해서는 리더십에 대한 생각이 달라져야 함

1) 본 자료는 'A Bias against 'Quirky'? Why Creative People Can Lose Out on Leadership Positions(Knowledge@Wharton, 2011. 3)', '창의적 인재를 리더로 키우려면(동아비즈니스리뷰, 2011. 3)'을 요약 정리함

□ 오디션 200만 시대, 보통 영웅의 탄생²⁾

- 올 한 해 각종 TV오디션 프로그램에 몰릴 것으로 예상되는 지원자 수는 200만 명에 달할 것으로 전망
 - 올해 현재 각 방송사가 준비한 오디션 프로는 가수·연기자·디자이너·모델·요리사 등 10개로 시청자의 호응도도 매우 큼
 - 오디션 열기는 ‘수퍼스타 K’에서 허각이 우승한 것이 기폭제가 되었는데, 실력과 노력으로 누구나 ‘영웅’이 될 수 있음을 보여줌
 - 학력, 인맥 중심의 기성사회에 대한 일종의 반발임
- ‘오디션’의 어원은 라틴어 ‘아우디레(audire)’로서, 오페라 극장에서 가수를 채용할 때 청각에 의한 판단만으로 가수를 채용하는 데서 유래
 - 오디션은 신뢰할 만한 권위자와 납득할 만한 평가체계가 전제임
 - 질서와 원칙에 대한 우리 사회의 갈망이 오디션 열풍에 깔려 있음

□ SNS 펀딩³⁾

- 미국 증권당국이 페이스북, 트위터 같은 소셜네트워크를 이용한 중소기업의 자금 조달 길을 터주는 방안을 검토 중
 - 지금은 일반인을 대상으로 주식을 발행해 자금을 조달할 때 엄격한 규제가 적용(예를 들면 재무상태 공개)
 - 그러나 ‘크라우드 펀딩(crowd-funding)’이란 기업이 허용되면 소셜네트워크를 이용해 쉽고 빠르게 소액투자자로부터 자금을 조달할 수 있음
 - 트위터로 모집한 소액투자자에게 주당 100달러에 주식을 팔아 자금을 조달할 수 있다는 것임
- 크라우드 펀딩은 몇 년 전부터 주로 예술가들이 주변의 지인들로부터 작품 제작에 필요한 자금을 끌어들이기 위해 사용해왔음
 - 이를 유망 중소기업에 적용하면 비상장기업도 내부 정보 공개와 같은 규제를 받지 않고 자금 조달이 가능하고, 소액투자자로서는 복잡한 절차를 거치지 않고 유망기업의 주식을 살 수 있는 기회를 얻음
 - 그러나 금융사기, 기존주주의 권익 침해 등 부작용에 대한 우려도 만만치 않음

2) “오디션 200만 시대, 보통 영웅의 탄생”(중앙일보 2011.4.11) 참조

3) “SNS 펀딩”(중앙일보 2011.4.11) 참조

□ 일본 기업의 비상플랜4)

■ 대지진이 일본을 강타하면서 소니·도요타·혼다 등 일본 글로벌 기업의 위기대응 시스템이 주목을 받고 있음

① 상설 위기대응팀 운영

- (내용) 닛산의 ‘비상대책 전략팀’ 등, 혼다, 도요타 등 대다수 일본기업은 위기대응팀을 항시 가동하며 만일의 사태에 대비하고 있음
- (국내 현황) 반면 국내 기업은 관련 부서에서 개별모니터링을 하다가 사태가 발생하면 급하게 테스크포스를 구성하는 방식이 대부분
- (제언) 크고 작은 위기는 언제든지 발생할 수 있으므로 상설 위기대응팀을 운영하여 재난 리스크에 대한 대응 능력을 높일 필요가 있음

② 시나리오별 구체적인 비상계획 수립

- (내용) 일본 기업은 지진·화재 뿐만 아니라 글로벌 정치 및 사회적 변동 등 세부 분야로 나누어 비상계획을 수립하고 있음
- (제언) 발생 가능한 다양한 상황을 가정한 시나리오별 비상계획을 구체적으로 수립하고 매뉴얼화한다면 침착하게 위기를 극복할 수 있음

③ 정보의 신속한 공개

- (내용) 평상시 내부 정보를 엄격히 통제하는 일본 기업이라도 위기가 닥치면 정보를 신속하고 투명하게 공개하고 있음
- (현상) 실제 이번 대지진 이후 소니 등 주요 기업은 공시 외에도 홈페이지나 글로벌 미디어에 거의 매일 피해 및 복구 상황을 알리고 있음
- (제언) 위기 발생시 정보 공개를 꺼린다면 더 큰 불안과 문제를 야기할 수 있으므로 필요한 정보를 신속하게 공개하는 것이 바람직함

④ 위기대응팀에 신속한 컨트롤타워 기능 부여

- (내용) 위기 발생시 일본기업의 위기대응팀은 곧바로 최상위 결정기구가 되어 일본은 물론 전세계 해외 법인에 행동 지침을 전달함
- (제언) 위기 상황을 신속히 극복하기 위해서는 강력한 컨트롤타워를 중심으로 일사불란하게 움직이는 것이 중요하므로 위기사 컨트롤타워 역할을 수행할 조직을 선정해두는 방안을 고려해볼 수 있음

4) ‘대지진 사태’ ‘대기업 비상플랜’ 살펴보니...’(서울경제, 2011.3.22) 요약

□ 혼돈과 붉은악마

세상1. 오목하고 둥근 사발에 탁구공을 넣어보라. 가운데로 몰린다. 흔들 어보라. 그래도 탁구공은 다시 가운데로 돌아온다.

세상2. 오목하고 둥근 사발을 뒤집은 다음, 그 위에 탁구공을 놓아보라. 어디로 굴러갈지 알 수 없다. 어떤 때는 왼쪽으로 굴러 떨어지고, 오른쪽으로 굴러 떨어진대도 이상할 것이 없다.

세상1은 안정적인 균형점이 존재하여 예측 가능하다. 반면 세상2에서는 안정적인 균형점이 존재하지 않으므로 미래를 예측할 수 없다. 그야말로 혼돈(混沌)의 세상이다.

2002년 월드컵. 객관적인 전력에서 한국은 결코 스페인과 이태리, 포르투갈을 이길 수 없었다. 그렇지만 월드컵 4강 신화는 탄생했다. 붉은악마가 '세상1'을 '세상2'로 뒤집어놓았기 때문이다.

수백만의 붉은악마가 만들어내는 웅장한 울림은 태극전사의 피를 끓게 했고, 상대선수를 주눅들게 하기에 충분했다. 더 이상 객관적인 전력이 통용되지 않는 상황, 즉 세상2로 표현되는 혼돈의 상황을 붉은악마가 만들어냈다. 여기에 히딩크의 용병술과 태극전사의 투혼이 겹쳐 기적을 완성한 것이다. 월드컵 4강 신화는 결코 운이 좋아 탄생한 것이 아니다.

불확실성이 극에 달하는 세상2에서 기회의 창(Windows of Opportunity)은 열린다. 위기에 강한 사람이 성공하고, 기회를 놓치지 않는 나라가 부강하다. 하물며 위기의 상황을 스스로 창출하고 돌파구를 만들어내는 붉은악마와 같은 사람이나 나라는 성공할 수밖에 없다. 2008년 세계 경제 위기와 2011년 일본 대지진이라는 혼돈에서 한국은 붉은악마의 저력을 발휘하고 있는지, 되돌아볼 때다.

In prosperity our friends know us; in adversity we know our friends.

내가 부유할 때는 친구들이 나를 알게 되고,
내가 역경에 처했을 때는 내가 친구를 알게 된다.

- John Churton Collins -