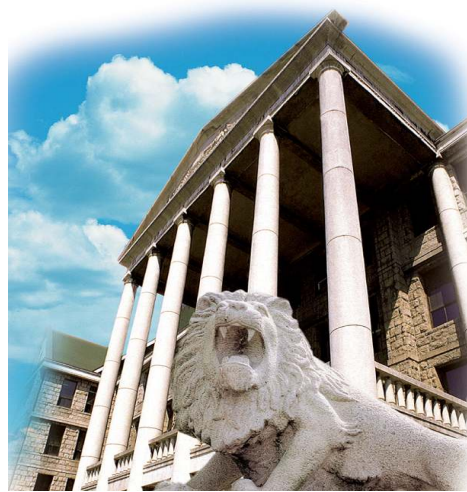


# 비즈니스리더십(HELP3)

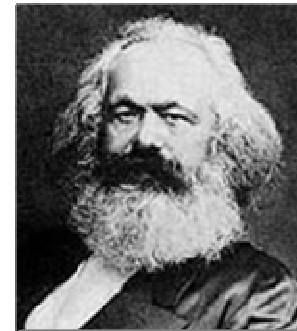


3차시\_시장경제의 이해(2)

## 이윤(Profit)에 대한 전통적 시각

부정적 시각

- 로마 천주교 : 죄악(Sin)



Karl Marx

자본가의 착취  
(exploitation)

## 이윤(Profit)에 대한 시각

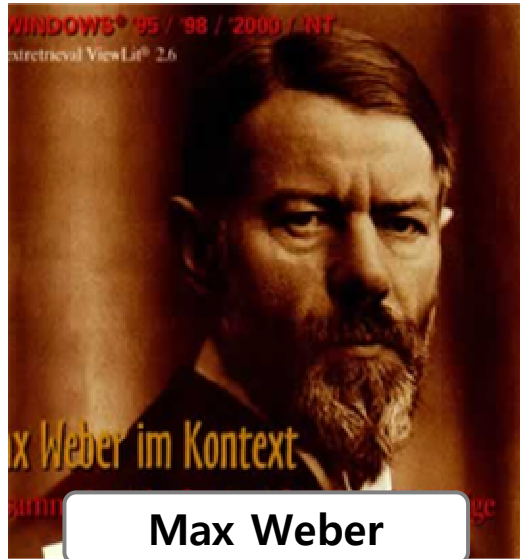
### 긍정적 시각

- 기독교('Protestant') 시각
- 이윤추구는 '신의 뜻'에 부합한다.



## Max Weber의 소명(Call)론

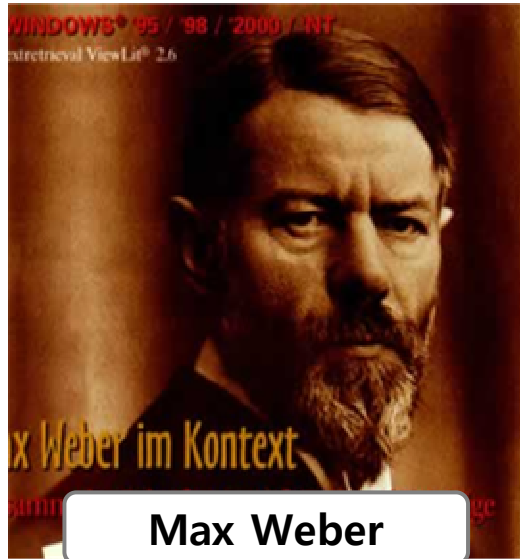
### 소명(召命)에 충실할 때 구령(救靈, Salvation)



- 기업가의 소명
  - 소비자들에게 저렴하고 질 좋은 상품제공
  - 노동자들에게 일자리 및 소득제공
  - 국가경영에 필요한 자원(세금)제공
- 기업가의 소명을 다하려면 '이윤' 필요
  - 이윤을 축적하지 못하면, '불황'때 도산!

## Max Weber의 소명(Call)론

### 자본주의 원리와 자본주의 정신



- 이윤추구 ← 자본주의의 원리
- '이웃에 대한 봉사' 전제 ← 자본주의 정신

### 3. 기업의 본질

(1) 이윤추구

이윤에 대한  
현대적 시각

- 타인에게 이득(신상품, 고품질, 저가격)을 제공한 보상
- 위험부담 보상
- 미지의 기회(신상품, 생산방식) 발견에 대한 보상

## What is 'Business'?

“고객이 자기 포켓에 있는 돈을 기쁜 마음으로  
나의 포켓에 넣어 주도록 만드는 것이다.”

“고객의 돈을 많이 가져오려면, 많이 팔아야 한다!”

많이 팔려면?

시장경쟁(Market competition)에서 승리해야 한다.

시장경쟁에는 '승자'와 '패자'가 있다!

시장경쟁에 대한 부정적 시각

### 3. 기업의 본질

#### (2) 경쟁(Competition)

#### 일상생활은 경쟁의 연속



고속도로에서 빨리가기 경쟁  
→ 운행시간 절약(공익달성)  
경쟁으로 윈-윈 결과

경쟁의 발생원인: 희소성(scarcity)  
희소(부족)하지 않으면 경쟁 불필요

지구 상의 모든 동물은 '희소성의 법칙'이 지배  
경쟁은 숙명적!

동물은 생산할 줄 몰라 오직 '소비 경쟁'  
인간의 경쟁은 대부분 '생산 경쟁'



#### 시장경쟁은 자원의 효율적 이용 도모

경쟁으로 상품이 가장 원하는 소비자에게 이동

경쟁으로 희소자원이 적재적소로 이동  
권투선수 vs 경제학자

## 기업은 무엇을 ‘경쟁’하는가?

남에게 혜택이나 이득 제공 경쟁



고객(소비자)



노동자



주주

이득 퍼주기 경쟁에 실패하는 기업은 도산한다.

## 동물의 '생존 경쟁'과 '시장 경쟁'은 동일한가?

### 동물의 생존경쟁

한번 패하면, 영원한 패자!  
재도전의 기회가 없는 승자독식



시장에서도 경쟁자를 죽여야 내가 사는가?

타이거 우즈가 가장 두려워 하는 것은?

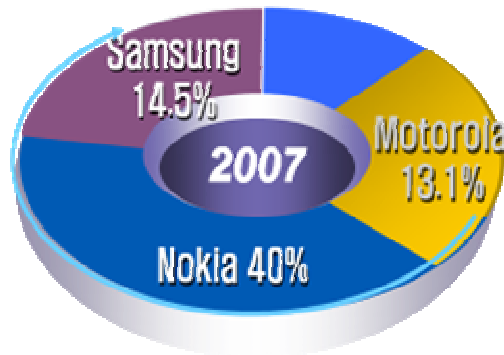
### 3. 기업의 본질

#### (2) 경쟁(Competition)

정치경쟁과 시장경쟁

정치경쟁은 '승자독식'

시장경쟁도 '승자독식'인가?



전세계 휴대폰 시장

- 표(돈) 점유율 만큼 시장의 몫(Market Share) 차지

#### 시장경쟁에 '승자독식'은 없는가?

- 기존시장에는 거의 없다.
- 지금까지 없었던 새로운 시장을 만들면 독식 가능
  - Microsoft : PC운영 시스템(OS) 시장지배,
- 특허에 의한 시장독점

## 시장경쟁에 대한 이중적 시각



### 경쟁에 대한 환호와 백안시

- 도전! 골든벨 : 수상
- 프로스포츠 경쟁 : 1등팀 - 꼴등팀

“과도한 경쟁은 자제해야 한다.”

## 과도한 경쟁을 자제해야 하는가?



- 삼성전자와 일본의 소니(Sony)
  - 사활을 건 치열한 경쟁
- 삼성전자는 과도한 경쟁을 자제해야 하는가?
- 경쟁우위전략을 자제해야 할까?

골프 천재 타이거 우즈 선수는 '과도한 경쟁'을 자제해야 할까?



- 자제하면?
  - 프로골프시장 붕괴



#### 기업 간 경쟁을 촉진시키는 방법은?

- 국내시장개방(open economy)
  - 국내기업을 외국기업과 경쟁에 노출 시키면 국내기업에게 위기?

## 개방화에 대한 시각

- 1995년 가전제품의 수입자유화 조치!
- 국내 반대 여론 비등  
“코끼리 밥통, GE 냉장고,  
월풀 세탁기와 경쟁 불가능!”  
“국제경쟁력을 갖춘 이후에 개방하라.”

## 전기밥솥 국내시장 개방 결과는?



- 1995년 밥솥 시장 개방
- 1996년 한 해만 600만 달러어치 코끼리밥솥 수입



- 쿠쿠홈시스: 국내 밥솥 시장 제패!
- 2002년부터 대일본수출
- 2006년 5만대 대일수출

## 세탁기 국내개방화 결과는?



- 국내 세탁기 시장 개방
- 월풀 세탁기의 위협
- 봉 세탁기, 물방울 세탁기
- 지금은 월풀 세탁기는 구경하기도 어려운 실정

### 시장경쟁의 동태적 효과(Dynamic Effect)

- 모든 경쟁상품의 품질제고, 시장확대로 시너지 효과
- 경쟁자들 모두 윈 - 윈 가능

## 기업은 언제 가격을 올릴 수 있는가?

시장지배력을 가질 때 : 독점력을 가질 때

## 독점기업에 대한 시각

독점기업은 좋다.

독점기업은 나쁘다.

독점횡포를 방지하기 위해 가장 애쓰는 경제주체는?

재벌기업

소비자

정부

다국적기업

독점을 가장 조장하는 경제주체는?

#### 독점기업은 언제 출현하는가?

- 특허에 의한 독점기업 : 신약개발
- 규모의 경제로 인해 발생한 독점(자연독점)
  - 전기, 수도, 가스 서비스 : 공기업 독점
- 왜 정부가 독점을 조장하는가?



#### 기업이 시장을 독점하려는 행위는 지탄받아야 하나?

- 80년대 중반 국내 WP시장 각축
  - 글벗(삼성), 프로워드(대우통신), 바른글(현대), 가나다라(금성), 보석글(삼보), 팔란티어(외국계), 아래아한글(한컴)
- 어떻게 해서 '한컴'이 독점기업이 되었는가?
  - 소비자에게 '이익퍼주기 경쟁'으로 WP시장을 독점하려 했기 때문
- '한컴'은 지탄받아야 하는가?

모든 기업은  
특허를 취득하거나,  
'이익 퍼주기 경쟁'에서 승리해서  
독점기업이 되려는 꿈을 가져야 한다.  
- “좋은 독점”

#### 독점 기업은 천사인가?

- 기회만 있다 하면 생산량 축소해서 가격인상 획책
- 담합으로 시장을 독점하여 가격인상시도 우려
- “나쁜 독점”

#### 독점 기업은 부엌의 식칼(Knife)과 같다!

- 주부가 음식을 만들 때 유용한 도구!
- 강도가 강탈할 때도 유용한 도구!
- 식칼 소지를 금지해야 할까?
- 식칼소지를 허용하고, 강도행위 만 단속!

## 삼익악기의 영창악기 인수 시도 무산



- 국내 피아노시장 92% 독점  
→ 공정위 인수불허!
- 일본 Yamaha에 비하면 국내 피아노업체는 중소기업 수준
- 합병으로 덩치를 키워 국제경쟁력 확보시도 무산
- 인수하면 독점 횡포를 부릴 수 있을까?  
- Possible? Or Probable?
- 일본 Yamaha 제품과 중국제품의 국내시장 공략
- 영창악기 부도

일단 M&A 허용하고,  
독점횡포 부릴 때 단속했더라면?

## 시장경제는 언제 '효율적'인가?

부존자원이 시장에서 가장 선호되는 용도에  
배정(활용)될 때 달성

가장 선호되는 용도란?

소비자가 가장 원하는 상품 · 서비스 생산에 활용될 때

## 기업의 경제적 기여는?

- 소비자에게 품질 좋은 상품을 저렴한 가격에 제공
- 노동자들에게 일자리 제공
- 주주들에게 배당금 지급
- 정부에 세금 납부

## 기업의 궁극적 목표는

이윤(profit)의 사회 환원인가?

## 시장경제의 생산 및 분배

시장에서 생산될  
상품 선정 및 분배 방법

투표방법

- 정치민주주의 : 1인 1표 → 가장 선호하는 대변자 선정
- 시장민주주의 : 1원 1표 → 가장 선호하는 상품 선정
- 주주총회 : 1주(株) 1표 → 가장 선호하는 **최고경영자(사장) 선정**

결과

부자는 가난한 사람들에 비해 보다 많은 표 행사  
부자들은 보다 많은 분배(몫) 차지  
부자들이 선호하는 상품이 생산되고 소비된다.



## 가난한 집 아기와 부잣집 강아지



“돈만 있으면, 기업은 개 팔자도 상팔자로 만들지만,  
돈이 없으면, 사람이 죽어가도 질병에 걸려도 내버려 둔다.”

## 기업에 대한 비판



- 기업들은 부자만을 위해 일한다.
- 가난한 서민들의 기본 니드(Need) 조차 외면한다.

기업은 부자만을 위하는가?




## 사회주의자들이 꿈꿨던 이상

- 모든 사회구성원들이 평등하게 잘사는 나라
- 인류가 지향해야 할 목표

### 3. 기업의 본질

#### (4) 기업의 사회적 기여



시장경제의  
기업들

당장 모든 사람들을 똑같이 잘 먹고 잘살게 할 수 없다.

한 걸음 한 걸음 그 목표를 향해 전진하게 한다.

기업은 어떻게 부자나 서민들을 평등하고 잘살게 할까?

## 기업들의 '가격 인하' 경쟁



1988년 Motorola '벽돌' 휴대폰, 1.3kg 23cm



당시 우리나라 가격: 400만원

현재가격으로는 얼마일까?

소비자물가지수:  
45.0(1988) → 104.8(2007)  
2.3배 상승

현재 가격: 약 900만원

왕년에는 부자도 갖기 어려웠던 휴대폰

### 3. 기업의 본질

(4) 기업의 사회적 기여



현재 가격 900만원



96.8만원

왕년에는 부자들도 갖기 어려웠던 휴대폰을  
지금은 초등학생들도 갖고 있다.

기업의 '가격인하 경쟁'은 서민들의 삶을 풍요롭게 만들었다.

## 세종대왕보다 잘사는 우리들

전화, 컴퓨터, 자동차, 비행기, 세계여행, 에어컨, TV show, Email,  
인터넷피부연고제, 백내장 수술, 항생제, 암 수술, 장수(평균연령 78세)



## 기업의 가격 차별화 전략

가격 차별화(discrimination)란  
고객 군(class)별 각기 다른 가격 책정하는 것



## 기업의 가격 차별화 전략

- 서울-뉴욕(왕복) 항공요금
  - 부자들은 1등석 957만원
  - 서민들은 3등석 114만원(동경경유)



요금차별화로 서민들도 해외여행의 기회

## 기업의 가장 큰 '사회적 기여'



가격인하 경쟁

+

가격차별화 경쟁

부자들의 풍요로운 생활수준을 서민들도 향유하게 되었다.



장기적으로 보다 많은 사람들을 평등하게 잘사는 나라 건설에 기여



사회주의 이상?