

경/영/전/략

기업의 소셜미디어 선택

소셜미디어에 적극 다가가는 기업들

“아침에 어린 회사 직원이 페이스북에 이런 글을 올렸다. 회사 가기 싫다. 출근 시간 지났는데 이불 속에서... 그래서 댓글을 하나 달아줬다. 내 차 보내줄까? ㅋㅋㅋ” ... 이 글은 박용만 두산그룹 회장이 트위터에 남긴 글로 인터넷상에서 많은 화제가 되었던 이야기다. 최근 CEO들이 소셜미디어를 이용하여 얼리어답터의 면모와 친근한 모습을 보이거나 고객들과 직접 소통하면서 기업 이미지를 높이고자 노력하고 있다. 국내 158개 기업을 대상으로 한 ‘소셜미디어(SNS)를 활용한 기업의 PR활동에 관한 연구’를 보면 기업들은 페이스북(58%), 트위터, 블로그 순으로 많이 이용하고 있으며, 세 가지 모두 사용하는 기업도 29%에 달한다고 한다.

소셜미디어의 적절한 사용

기업들은 관계성 및 콘텐츠 다양성이 뛰어난 페이스북과 블로그는 외부 커뮤니케이션 및 마케팅 활동에 사용하고, 전파성(속보성)이 좋은 트위터는 위기관리 활동에 주로 활용하고 있다. 기업들의 SNS 이용효과는 미디어별 특성과 사용목적이 부합하는 미디어를 선택할 때 높아진다고 한다. 모든 일이 그렇듯이 좋은 것에는 나쁜 것이 따라다니기 마련이다. SNS 사용이 늘어날수록 그만큼 업무량이 증가하게 되고 기업에 관한 정보가 직원개인의 의견으로 인터넷에 여과 없이 노출되어 기업평판에 나쁜 영향을 미치기도 한다.

| 김진완 수석연구원



[크라우드 펀딩(Crowd funding)]

십시일반(十匙一飯)처럼 다수의 개인이 인터넷을 통해 소액자금을 기부·후원·투자하는 것으로 재해구조, 예술가후원, 정치자금모금 등에 주로 이용된다. 설립 초기의 벤처기업들이 투자금을 모으는 데도 효과적인 수단이다.



금/융/외/환

김씨 부인

개도국에 대한 자금이동 회복

영국의 일간지 Financial Times(2.28)에 따르면 지난해 국가간 자금이동은 4.6조 달러로 글로벌 금융위기 이전인 2007년(11.8조 달러)에 비해 60% 줄어든 것으로 나타났다. 이와 같은 국가간 자금이동의 위축은 유럽 재정위기의 영향으로 서유럽 국가에 대한 자금이동이 크게 위축되었기 때문이다. 반면 개도국에 대한 자금이동은 글로벌 위기 이전 수준을 회복한 것으로 나타났다. 서유럽 등 선진국에서는 경기회복의 지연으로 초저금리가 지속되고 있으나 개도국의 금리는 상대적으로 높기 때문에 이러한 현상이 나타날 수 있다.

김씨 부인을 주목

우리나라의 국고채 10년물 금리는 2000년 말 7%대에서 2013년 2월 말 현재 2.99%로 떨어졌으며 단기간 내 반등도 예상하기 어렵다. 우리나라에서도 저금리 현상이 오래갈 것으로 예상되면서 국내자본의 해외투자가 크게 늘고 한국판 와타나베 부인인 김씨 부인의 등장도 예견된다. 금융 위기 이후 와타나베 부인들의 투자열기가 주춤했을 때 그 자리를 메운 미국의 스미스 부인이나 유럽의 소피아 부인처럼 김씨 부인도 주목 받을 수 있을까?

| 염지연 책임연구원



[경상도 버전 속담풀이]

- 낮 놓고 'ㄱ' 자도 모른다 : **와사노?**
- 낮 말은 새가 듣고 밤 말은 쥐가 듣는다 : **짹짹하나?**
- 하룻강아지 범 무서운 줄 모른다 : **차블래!**

경/제/일/반

스펙과 창업

주목 받지 못했던 기업가 정신

기업가(entrepreneur)라는 단어는 1755년 프랑스의 은행원이면서 경제학자였던 칸티용(R.Cantillon)이 처음으로 사용했다. 아이러니한 결말이지만 그는 성공한 기업가가 아니라 동업자를 속인 사기꾼이 되었고 런던의 집이 불타면서 불행한 죽음을 맞았다. 시작이 그래서일까? 기업가에 대한 연구는 경제학계에서 20세기 후반까지 소외된 분야였다. 오늘날 창조적 파괴와 혁신에 관한 기업가 정신(entrepreneurship)으로 주목 받는 슈페터(J. A. Schumpeter)도 동시대를 살았던 케인즈가 세계 대공황의 해법으로 내놓았던 유효수요 이론에 밀려 살아생전에 빛을 보지 못했다.

실패의 경험에서 나오는 기업가 정신

신정부는 경제성장의 활력을 기업가 정신과 창업 활성화에서 찾고 있다. 2000년대 초반 닷컴 버블 붕괴 이후 줄어들던 벤처기업수는 2000년대 중반 이후 늘어나 2012년 2만 8천개로 사상 최고치를 기록했다. 매출 1천억원 이상의 벤처기업수도 2004년 65개에서 2012년 381개로 6배 증가했다. 주목할 변화는 벤처기업을 이끄는 기업가들의 연령 분포다. 중소기업청의 조사에 따르면 2000년대 초에는 20~30대 벤처기업가가 절반을 넘는 54.5%를 차지했지만 2012년에는 청년 CEO가 19.5%로 크게 줄어들고 50~60대 CEO가 33%로 늘어난 것으로 나타났다. 벤처 창업도 경험이 중요하다는 것을 반증하는 결과다. 청년 창업의 비율이 낮은 것은 스펙 중심의 교육 풍토에서 나온 것인지도 모르겠다. 실리콘밸리의 성장동력은 오랫동안 쌓인 실패의 경험에 있었다. 스펙에 열중하는 환경에서는 기업가 정신을 기대하기 어려울 것이다.

| 김성주 부소장



[건배사]

CEO : C(시) 시원하게 E(이) 이끌어주는 O(오) 오네!!