

러스트 벨트를 골드 벨리로 바꾸는 기업가 정신에 관한 연구

A Study on Entrepreneurship to Transform from Rust Belt to Gold Valley

고 상 미, 윤 호 창, 김 태 헌
고상미 경영&교육 연구소 in U.S.A., SCCA,
4스타경제연구소

Ko Sang-mi, Youn Ho-chang, Kim Tae-heon
Ko Sang Mi Institute of Management & Education
in USA, SCCA,
4Star Economic Research Institute

요약

기술의 발달로 경제, 산업 분야에 큰 변화가 일어날 것으로 전망되는 가운데 기업 경영의 커다란 원동력으로 자리 잡은 기업가 정신의 중요성은 점점 더 부각되고 있다. 이에 본 논문에서는 미국의 대표적 공업지대로 번창했다가 몰락한 러스트 벨트와 첨단 산업 중심지로 부상한 실리콘 벨리의 배경을 비교하여 살펴보고, 씨씨클 관점의 기업가 정신을 통해 새로이 형성될 산업을 ‘골드 벨리로 명칭하고 러스트 벨리에 적용하고자 한다.

I. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

본 논문은 씨씨클 관점의 기업가 정신을 실제 적용할 수 있는 틀을 미국의 ‘러스트 벨트’라는 구체적 지역에 적용하도록 하는 것을 목적으로 하고 있다.

II. 러스트 벨트와 실리콘 벨리

러스트 벨트의 개요와 실리콘 벨리의 형성 배경을 설명함과 동시에 러스트 벨트와 실리콘 벨리의 산업 구조와 경제 규모 및 고용 인력의 측면에서 분석하고자 한다.

2.1 러스트 벨트 개요

‘러스트 벨트’란 미국 중서부와 북동부 주변의 쇠락한 공장지대를 말한다. 금속이 부식되어 슨 녹(rust)과 지대(belt)의 합성어로, 미국 제조업의 몰락을 상징적으로 보여주는 단어다. 이곳은 1870년대부터 100년간 미국 제조업 호황을 구가했던 산업의 중심지였으나 미국이 자유 무역 협정으로 공산품 수입 시장을 개방하고 IT 붐과 맞물려 커다란 타격을 받았다. 2009년 금융 위기 이후 디트로이트는 1/3이 극빈층으로 몰락하고 한 때 미국 범죄율의 5위 안에 들 정도로 도시와 산업은 폐쇄하였다¹⁾.

2.2 실리콘 벨리의 성장 배경

실리콘 벨리는 캘리포니아 주 샌프란시스코 만 지역

남부를 이르는 말로 이 지역에 실리콘 칩 제조 회사들이 많이 모여 있었기 때문에 이 같은 이름이 붙여졌다. 현재 실리콘 벨리는 기업가 정신의 상징적인 보통 명사가 되어 각국에서 벤치마킹하고 있다. 실리콘 벨리의 성공 비결은 혁신에 가치를 두고 위험을 감수하는 모험 정신, 벤처 캐피탈과 같은 풍부한 자금 유동성, 스탠포드 등 인근에 위치한 고등 교육기관이 그 원인으로 분석되고 있다²⁾.

2.3 러스트 벨트와 실리콘 벨리의 비교

러스트 벨트와 실리콘 벨리의 시기는 다르지만 동일 매출액 기준 하에서 시가총액과 근로자수를 살펴보면 [표 1]과 같다.

표 1. 러스트 벨트와 실리콘 벨리 비교(클라우드 슈업 세계경제포럼 창립자 겸 회장 발표 인용)

	디트로이트	실리콘 벨리
시기	1990년	2014년
3대기업 매출액	2,500억 달러	2,470억 달러
시가총액	360억 달러	1조 9천억 달러
근로자수	120만 명	13만 7천 명

[표1]에서 나타나듯이 실리콘 벨리는 고부가 가치 산업으로 시가총액이 높은 대신, 고용 효과가 제조업에 비해서 1/10 수준인 것으로 나타나고 있다.

2.4 최근의 러스트 벨트 상황과 한계

미국은 2017년 말 법인세를 최고 35%에서 21%로 인하하고 경기 호황이 지속되어 제조업 활성화로 이어지고

있다[1]. 이에 따라 디트로이트 실업률은 2009년 16.3%에서 최근 4%로 낮아졌으며 산학 협력 속에 바이오테크, 나노테크, 3D, 폴리머 등 신사업도 일어나고 있다. 그러나 이는 러스트 벨트의 실리콘 밸리화로 대규모 고용 창출이 어려우며 교육받지 않은 비전문 인력에 대한 소외 현상은 여전히 내재되어 있다고 할 수 있다.

Ⅲ. 시대의 흐름에 맞는 기업가 정신

기업가 정신은 정의는 시대의 흐름에 따라 다양하게 변화하였으며 최근에는 “미래의 불확실성과 높은 위험에도 불구하고 주도적으로 기회를 포착·도전하며, 혁신 활동을 통해 개인적·사회적으로 새로운 가치를 창조하는 실천적 역량”으로도 정의하고 있다[3]. 초기 러스트 벨트의 창업과 실리콘 밸리에서 기업가 정신은 상당한 도전과 그에 따른 결과를 내기도 하였다. 지금의 시대는 필립 코틀러가 자신의 저서 “마켓 3.0”에서 “소비자의 이성에 호소하던 1.0의 시대와 감성·공감에 호소하던 2.0의 시대에서, 소비자의 영혼에 호소하는 3.0의 시대가 도래하였다”라고 주장하듯이 영성의 시대를 예고하고 있다. 시대적 흐름에 맞춰 다양한 기업가 정신이 나타나고 있겠으나 본 논문에서는 영성 중심의 씨씨클 관점의 기업가 정신을 살펴보기로 한다.

3.1 씨씨클 관점의 기업가 정신

씨씨클(SeaCircle)은 문화의 새로운 정의로 구성 요소는 SeaCircle, Open Mind, Spirit이다[4]. 씨씨클은 영성을 중요시하고 씨씨클에서 기업가 즉 사람에 대한 전제는 3.2 절과 같이 유추 할 수 있으며 이를 기업가 정신의 핵심을 이루고 있다고 할 수 있다.

3.2 씨씨클 관점의 사람에 대한 전제

씨씨클에서는 사람과 하늘의 관계를 다음과 같이 가정하고 있다.

- 가정 1. 사람은 영(靈)이 깃든 존재이다.
- 가정 2. 사람은 하늘로부터 고유의 미션을 부여받았다.
- 가정 3. 사람에게는 미션을 구현할 재능과 환경이 주어지며 미션을 행할수록 큰 힘이 발휘된다.

Ⅳ. 러스트 벨트 적용과 골드 벨리

4.1 적용의 필요성

러스트 벨트의 경우 최근 경기 호조로 상황이 좋아지고 있으나 막대한 미국 부채와 세원 감소로 인하여 경기 부침에 따라 힘든 상황이 재현될 수 있다. 특히 러스트 벨트는 상황이 나빠지면 다른 지역에 비해 사람들의 삶이 질이 급격히 하락하는 패턴을 보이므로 이를 미연에 방지하고 이 지역의 성공 사례가 타 지역으로도 전파되게 하기 위함이다.

4.2 적용 원리와 방법

(1) 적용원리

가정 3에서 제시한 사람이 자신의 미션을 찾아 행하면 자신의 힘의 영향력이 커진다는 원리를 다음 수식으로 표현하였다[5].

$$\lim_{\text{사람} \rightarrow \text{미션}} \frac{\text{영적자산}}{\text{사람} - \text{미션}} = \infty$$

(2) 적용 방법

가정 2를 통해 구체적 적용 방법을 유추할 수 있다. 개개인이 가진 고유성을 발현할 수 있는 교육과 방법을 제시한다. 전통적 방식의 교육과 차이점은 기존 교육은 지식 습득을 목적으로 하는 반면, 골드 벨리에서 교육은 자아실현을 위한 지혜의 습득으로 차별화 될 수 있다.

4.3 골드 벨리

골드(gold)는 변하지 않는 것, 영원한 것, 빛나는 것으로 러스트 벨트와 다르게 시간이 지나도 녹이 슬지 않는 것을 의미한다. 또한 골드는 사람의 영혼에서 나오는 목소리에 귀 기울이며 본연의 미션을 찾아 이를 발현(發顯)하므로 빛이 난다는 의미도 된다. 이러한 사람들이 사업을 하여 사업군을 이룬 것을 “골드 벨리(Gold Valley)”라고 명칭 하도록 한다. 골드 벨리 시대의 사회는 안전을 보장받으며 서로 소통하고 통합하여 영성의 가치를 공유할 수 있고 개인의 성취 욕구 뿐만 아니라 사회공헌이 실현되어 인간 존중의 세계관이 구현될 수 있는 사회라고 할 수 있다.

V. 결론

현대 경영전략론 이론은 외부 환경분석을 통한 기회를 포착하는 행위에 중심을 두고 있다. 본 논문은 유한한 외부 자원이 아닌 무한한 내면의 영적(靈的) 가치에 중심을 둔 기업가 정신을 통해 러스트 벨트를 재구조화 하고 인간존중의 사회를 실현할 수 있는 기업가 정신을 제안하였으며 그 산업군을 골드 벨리로 새롭게 명칭 하였다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 매일경제 기사, “트럼프 親기업 1년...美러스트벨트의 부활”, 2018.1.15
- [2] 위키피디아, “실리콘밸리”
- [3] 이윤준, “이 시대가 필요로 하는 기업가정신”, STEPI Insight, 과학기술정책연구원, Vol 206, 2017.1.15
- [4] 고상미, 윤호창, 김태현, “씨씨클 관점에서 기업가 정신의 새로운 접근에 관한 연구”, 한국콘텐츠학회, pp, 2017
- [5] “2017년 6월 제2차 남남이 회의록”, 서울, 2017. 6. 14