

PART 3. 경영이
과학이다

5장. 과학으로 이해하는 경영학

✓ 제 3의 문화 (THE THIRD CULTURE)

- 영국의 물리학자 찰스 스노우(Charles P. Snow)는 1959년 인문학과 과학 사이의 단절이 심각한 양상으로 치닫고 있어 사회 발전을 저해하는 요인이 된다고 주장
- 그는 인문학과 과학 사이의 분극화 현상(이를 the two cultures)이라고 불렀음

✓ '잡동사니' 학문? 경영학

- 고유의 지식체계를 바탕으로 성립된 것이 아니라 사회학, 심리학, 정치학, 통계학, 전산학 등 기업 경영에 필요한 요소를 하나 둘씩 차용하면서 경영학이 발전해왔음
- 잡동사니와 같은 성격은 경영학이 타 학문에 비해 경쟁력을 가질 수 있는 이유
- 경영학이 앞서 언급한 제3의 문화를 출발시키는 징검다리의 역할을 수행할 수 있음

☞ **학문적 경계 안에 머물러 있으려는 태도는 위기를 자초한다!!!**

: 새로운 콘텐츠는 공급되지 않고 개별적인 케이스 스터디만 양산되고 있는 학문은 정체와 퇴보의 상황에 처해 있음

✓ 경영학의 전문화(분화)인가? 단절(격리)인가?

- 전략 연구자는 인사와 조직 분야를 전략 분야보다 하위의 것으로 치부하는 경향이 있음
- 재무와 회계 연구자는 기업의 비계량적인 요소를 다루는 타 경영학 분과는 신경쓰려 하지 않을 수 있음
- “지식의 지속적인 파편화와 그것으로 인한 철학의 혼란은 실제 세계의 반영이라기보다는 학자들이 만든 인공물일 뿐이다.”(에드워드 월슨)

✓ 어떤 책을 읽을 것인가?

- 경영 관련 서적으로 분류된 책들 대부분은 경영의 본질보다 기법과 도구에 치중해 있음
- 차라리 철학, 자연과학, 사회과학 분야의 책을 읽을 것을 권함
- 위의 책들은 이미 경영학이 고민하는 본질적 문제들을 다루고 있음

✓ 기교는 이제 그만!!!

- 축제 마케팅, 어워드(award) 마케팅, 향기 마케팅 등에 천착하지 말 것
- 마케팅은 본질적으로 사회 현상을 연구하는 분야임
- 정치학, 사회학, 인류학 등 사회과학적 지식의 스펙트럼을 갖추는 것이 기본
- 소집단 또는 개인의 심리가 마케팅에 미치는 영향이 크다는 점에서 심리학 지식도 확대
- 인간의 심리는 뇌로부터 기인하고 뇌는 유전의 산물이라는 점에서, 심리학에서 뇌과학으로, 뇌과학에서 유전학으로 자유로운 학문간 가로지르기가 필요
- 개인 간의 상호작용으로 인해 입소문이 빠르게 퍼지는 현상을 연구하고 응용하려면 네트워크의 성질을 알아야 하고, 장기적인 수요 전망을 위해서는 인구통계학과 생명의 진화론에 관한 지식도 섭렵해 마케팅과 연계해야 함

✓ 동물들의 사냥 방식이 효율적인 이유

- 거미, 여우, 사자 등은 생존방정식을 철저히 따르기 때문임
- 생물학자 데이빗 스티븐스(David Stephens)와 존 크랩스(John Krebs)가 밝혀낸 방정식
- $R = E_f / (T_s + T_H)$
- 수입률 = 습득한 에너지 / (먹이를 찾는데 걸린 시간+먹이를 발견해 잡아먹기까지 걸린 시간)
- 옐로스톤 국립공원의 그리즐리 곰의 사례
: 공원관리 당국이 곰에게 음식물을 주지 못하게 하자 곰이 굶어 죽을 것으로 예상했으나, 주어진 시간 내에 최소의 지출로 최대의 수익을 낼 수 있는 먹이를 끊임없이 찾아냄.
봄에는 수풀을 뒤짚어 엮어 지렁이를 먹었고 송어 산란기에는 송어를, 엘크가 새끼를 낳는 시기에는 새끼 엘크를 잡아먹었고, 만일 먹을 것이 전혀 없는 때가 되면 산 정상에 올라 나방같이 하찮은 먹이로도 식사를 함

✓ 끊임없이 변화하라

- 휘발유 값 급등으로 SUV 수요가 급감했으나 미국 3대 자동차메이커들은 계속 생산
- 일본 도요타 자동차는 80%를 탄력적인 조립라인에서 생산하면서 새로운 모델을 위해 1주일만에 조립라인을 변경하면서 시장의 변화를 이겨내도록 함

- ✓ 최악의 과학자는 예술가가 아닌 과학자이며, 최악의 예술가는 과학자가 아닌 예술가이다. (물리학자 아르망 트루소)
- ✓ 그렇다면, 최악의 리더란 과학자가 아닌 리더일 수도 있을까?
- ✓ OPPORTUNITY, NOT NECESSITY, IS THE MOTHER OF INVENTION – JANE JACOBS-