

20~21 차시

교과서 64~66 쪽

1 | 기업의 경제적 역할

■ 학습 목표

- 기업이 생산 활동의 주체임을 사례를 들어 설명할 수 있다.
- 생산 활동의 주체인 기업의 경제 활동이 경제 사회에 미치는 영향을 파악할 수 있다.

■ 평가 계획

- 기업은 이윤 획득을 목적으로 재화와 서비스를 생산하는 경제 주체임을 이해하고 있는지 평가한다.
- 상품 공급자, 생산 요소 수요자로서의 기업의 역할이 의미하는 바를 이해하고, 이를 설명할 수 있는지 평가한다.
- 기업의 이윤 추구가 사회에 기여하는 바를 설명할 수 있는지 평가한다.

■ 수업의 주안점

- 기업은 이윤 획득을 목적으로 함을 이해하고 이윤을 순환시키는 과정이 국민 경제에 끼치는 영향을 이해할 수 있도록 지도한다.
- 기업은 재화와 서비스를 공급하는 상품 공급자로서의 역할과 가계가 제공하는 생산 요소를 구입하고 대가를 지불하는 생산 요소 수요자로서의 역할을 하고 있음을 이해할 수 있도록 지도한다.

■ 교수·학습 과정

과정		교수·학습 활동	교수·학습 자료
도입		<ul style="list-style-type: none"> • 중단원 도입 <ul style="list-style-type: none"> – 기업의 생산을 위해 필요한 것은 무엇인지 생각해 보고 발표하게 한다. • 소단원 도입 <ul style="list-style-type: none"> – 우리가 알고 있는 기업들이 우리 경제에서 어떤 역할을 하는지 마인드맵을 이용하여 그려 보게 한다. 	• 교과서 64쪽 도입 활동
전개	강의 및 탐구 학습	<ul style="list-style-type: none"> • 기업은 이윤 추구를 목적으로 하고 이러한 이윤을 순환시키는 과정에서 국민 경제에 광범위하게 영향을 끼침을 설명한다. • 제시된 자료를 읽고, 이윤 극대화만이 기업의 목적인지에 대해 모둠별로 조사해 보고, 기업의 다양한 목적에 관련된 사례를 발표하게 한다. 	• 교과서 65쪽 더 알아보기
	사례 학습	<ul style="list-style-type: none"> • 생산 주체로서의 기업의 역할을 예를 제시하면서 설명한다. <ul style="list-style-type: none"> – 대량 생산이 가능해지면서 생산 주체로서 기업의 역할이 중요해졌음을 설명한다. – 기업의 상품 공급 증가로 일자리와 가계 소득이 증가함을 설명한다. • 기업이 노동, 토지, 자본의 생산 요소를 필요로 함을 예를 들어 설명한다. <ul style="list-style-type: none"> – 가계가 기업에 생산 요소를 공급함으로써 유기적인 관계를 맺고 있음을 설명한다. 	
정리		<ul style="list-style-type: none"> • 형성 평가 <ol style="list-style-type: none"> 1. 기업이 생산 요소를 투입하여 재화나 서비스를 생산하는 목적은 무엇인가? 2. 기업은 어떤 경제적 역할을 하고 있는가? • 다음 차시 예고: 2. 기업의 의사 결정 	답 1. 이윤 획득 2. 상품 공급자, 생산 요소 수요자

교과서 내용 정리

1. 기업의 의미

- (1) 기업: 이윤 획득을 목적으로 생산 요소를 투입하여 재화나 서비스를 조직적으로 생산하는 경제 주체
- (2) 기업의 역할 및 기능
 - ① 이윤을 가지고 새로운 재화나 서비스를 생산하는 데 필요한 자원을 구입함.
 - ② 세금을 납부하고, 사업 확장을 함.
 - ③ 국민 경제 발전에 기여함.

2. 상품 공급자로서의 기업

- (1) 변천 과정
 - ① 과거 농업 사회에서는 가게에서 생산하고 소비하는 자급자족의 사회였음.
 - ② 기계의 발명과 생산 기술의 발달로 생산 방식과 과정이 분업화되면서 생산의 주체가 가게에서 기업으로 옮겨 가게 됨.
- (2) 상품 공급자로서 기업의 기능
 - ① 경제생활에서 기업이 차지하는 비중이 커지고 있음.
 - ② 사람들의 삶의 질을 높이고, 일자리 증대 및 경제 활성화에 크게 기여함.

3. 생산 요소 수요자로서의 기업

- (1) 생산 요소: 재화의 생산 과정에 투입되어 결합되는 경제적 자원

→ 땅과 지하 자원을 포함한 토지, 인적 자원인 노동, 공장이나 기계와 같은 자본 등이 해당됨.

(2) 생산 요소 수요자로서 기업의 기능

- ① 생산 요소는 주로 가게가 제공하며, 기업은 생산 요소 시장에서 생산 요소를 구입하여 사용함.
- ② 생산 요소 구입에 대한 대가로 기업이 가게에게 제공하는 지대, 임금, 이자는 가게의 주요 소득원이 되며, 소비 활동의 원동력이 됨.

수능 Point

기업의 의미와 역할, 목적은 수능에서 자주 출제되고 있다. 이 부분에서는 경제 주체로서 기업의 의미와 역할, 목적에 대한 기본 개념을 충실하게 학습해야 한다. 특히 기업은 이윤 극대화나 비용 최소화를 추구하고 있는데, 두 가지 개념의 차이를 명확하게 인식하도록 지도한다.

교과서 해설

도입 활동

교과서 64쪽

자료 해설 | 일상생활에서 이루어지는 다양한 소비 활동 속에서 소비되는 재화와 서비스의 생산은 어떻게 이루어지는지를 생각해보기 위한 장면이다. 기업은 재화와 서비스의 생산 주체임과 동시에 생산 요소의 수요자로서 경제적 역할을 하고 있음을 설명할 수 있다.

1. 위와 같은 다양한 재화와 서비스는 누가 생산하며, 왜 생산하는 것일까?

답 | 장면에 제시된 다양한 재화와 서비스는 기업이 생산하며, 기업은 좀 더 많은 이윤을 남기기 위해 이와 같은 경제 활동을 하고 있다. 여기에서 이윤이란 기업의 판매 수입에서 생산하는 데 들어간 비용을 뺀 것이므로, 이윤을 크게 한다는 것은 판매 수입과 생산 비용의 차이가 가장 큰 수준을 만드는 것이다. 이처럼 기업은 이러한 이윤을 극대화하기 위해 판매 수입을 늘리고, 생산 비용은 줄이려는 경제 활동을 하고 있는 것이다.

2. 위와 같은 서비스를 생산하기 위해 필요한 것은 무엇일까?

예시 답안 | 기업이 상품을 생산하려면 생산 요소인 토지, 노동, 자본 등이 필요하다. 토지는 토지 소유자에게 임대 또는 구매를 통해, 노동은 가게의 구성원을 고용하여, 자본은 금융 기관 등의 대출을 통해 획득하며, 이러한 생산 요소를 생산 활동에 투입한다. 이에 대한 대가로 기업은 토지에 대해

서는 지대, 노동에 대해서는 임금, 자본에 대해서는 이자를 지불하고 있다. 최근에는 토지, 노동, 자본 이외에 기업가의 경영을 제4의 생산 요소로 꼽기도 한다.

더 알아보기 **이윤 극대화만이 기업의 목적?** 교과서 65쪽

탐구 목표 | 기업의 생산 활동의 목적이 오직 이윤 극대화만은 아니라는 것을 파악하고, 기업이 이윤만 추구하면 어떤 문제가 발생하는지 이해한다.

자료 해설 | 이윤 극대화(profit maximization)는 경제학에서 기업이 최대 이익을 반환할 수 있도록 가격과 생산 수준을 결정하는 단기적이거나 장기적인 과정을 말한다. 이는 기업의 행동 기준으로 설명되며, 기업은 이윤을 최대화하도록 행동한다고 가정한다. 그러나 기업의 목적이 반드시 이윤 극대화에만 있다고 할 수 없다. 실제 기업들은 이윤 추구보다 기업의 장기적인 생존을 위해 투자 활동을 하고 있으며, 한정된 자원으로 최대의 효과를 창출하고 효율적인 생산의 결과로서 얻은 경제 성과를 공정하게 배분하는 경제성(생산성)을 목적으로 하기도 한다. 또한 지속적인 사회 발전에 기여함으로써 지속적인 고객 창조에 목적을 두기도 한다.

● 기업은 이윤 극대화를 추구한다는 주장이 가지고 있는 문제점을 생각해 보자.

수업 가이드 기업은 이윤 극대화를 목적으로 하지만 오직 이윤 극대화만이 목적이 아니라는 것에 대해 말해 보도록 한다.

예시 답안 | 기업이 이윤 극대화를 추구한다면, 현재의 더 큰 이윤을 포기하면서 불확실한 미래의 이윤을 위해 투자하는 기업의 투자 활동은 비합리적인 행위가 될 것이다. 따라서 이윤 극대화를 위해 불확실한 미래에 대한 투자나 연구가 축소될 수 있으며, 생산성 증대를 위한 혁신이나 기술 개발보다는 단순히 생산 비용을 감소시키는 등의 기업 활동이 증가할 수 있다. 이에 따라 기업의 장기적 생존과 지속적인 성장, 국가의 기술 발전 및 경제의 장기적 성장 등을 저해하는 문제가 발생할 수 있다.

보충 자료

• 기업의 존재 의의

교과서 65쪽

기업의 경제 활동은 생산 요소를 적절히 결합하여 상품을 생산하고 이를 시장에 판매하는 것을 주요 내용으로 하고 있다. 물론 이와 같은 활동을 위해 반드시 기업이라는 조직이 필요한 것은 아니다. 개인이라고 해서 이러한 활동을 수행할 수 없는 것은 결코 아니기 때문이다. 따라서 기업의 존재 의의는 개인이 생산 활동을 하는 것보다 기업이라는 조직이 생산 활동의 주체가 되는 것이 더욱 효율적이라는 데서 찾을 수 있다. 기업이 가지고 있는 상대적인 유리함은 다음과 같은 이유에서 나온다고 말할 수 있다.

① **거래 비용의 절감**: 코즈(R. Coase)는 기업이 거래 비용(transaction cost)을 줄이는 역할을 한다는 점에서 그 존재 의의를 찾을 수 있다고 말했다. 모든 거래에는 그것을 성사시키는 데 따르는 거래 비용이 들게 되는데, 다른 유형의 비용과 마찬가지로 이것이 적게 들수록 더 바람직하다는 것은 두말할 나위도 없다. 구체적으로 말해 거래 비용은 거래할 상대자를 찾고, 가격 등 거래 조건에 대해 합의하고, 이 합의 사항이 준수되도록 노력하는 것과 관련된 비용을 뜻한다.

시간이나 노력이라는 형태의 비용뿐만 아니라 변호사를 고용해 계약 내용을 점검하게 만드는 데 드는 비용 등 여러 가지 형태의 비용이 들게 된다. 또한 기업의 존재는 사람들이 시장에서의 거래에 의존해야 할 필요성을 줄임으로써 거래 비용을 절감시켜 준다.

② **규모의 경제**: 오늘날의 생산 기술하에서는 대량 생산의 이점이 나타나는 경우가 많다. 대량 생산의 이점으로 생산 수준이 높아짐에 따라 생산 단가가 떨어질 때 규모의 경제가 있다고 말한다. 텔레비전이나 자동차 같은 상품을 대규모로 생산함으로써 그 생산 단가가 현저히 낮아질 수 있다는 것은 누구나 잘 아는 사실이다.

③ **팀에 의한 생산의 이점**: 여러 사람들이 하나의 집단을 형성하여 공동으로 생산 활동을 벌이는 것을 ‘팀에 의한 생산(team production)’이라고 부른다. 팀에 의한 생산은 분업에 의한 전문화를 가능하게 만들어 효율성 향상에 기여할 수 있다.

따라서 팀에 의한 생산을 할 경우에는 각 개인이 따로 떨어져 생산 활동을 할 때에 비해 더 높은 수준의 효율성을 달성할 수 있는 것이다.

④ **생산에 필요한 재원의 조달**: 어떤 상품을 생산할 체제를 갖추기 위해서는 공장 부지를 확보하고 기계를 설치하는 등 대규모의 투자를 해야 하고, 따라서 막대한 자금을 필요로 하게 된다. 아무리 부유하다고 하더라도 개인이 재원을 마련해 이렇게 큰 규모의 투자를 한다는 것은 현실적으로 거의 불가능하다. 필요한 자금의 규모가 크기 때문에 기업이 주식을 새로 발행하거나 회사채를 발행해 자본 시장의 돈을 끌어다 쓰는 길 이외에 마땅한 자원 조달 방법이 없다. 현대 경제에서 기업이라는 조직이 유용성을 발휘할 수 있는 이유는 이를 통해 생산에 필요한 재원을 조달할 길이 열린다는 점에서도 찾을 수 있다.

- 이준구 · 이창용 “경제학원론” -

• 이윤은 어떤 역할을 하고 있을까?

교과서 65쪽

경제 환경은 어떠한 사회 현상보다 훨씬 더 급격하게 변한다. 끊임없이 변하는 경제 환경에 적응하지 못하는 기업은 도태될 수밖에 없으며, 반대로 경쟁은 새로운 기업의 탄생을 의미한다. 이러한 사실을 ‘창조적 파괴(creative destruction)’라는 말로 표현한 오스트리아의 경제학자 쉘페터(J. Schumpeter, 1883~1950)는 “이윤은 바로 혁신을 하는 사람에게 주어지는 보수”라고 주장하였다.

기업 활동은 본질적으로 위험을 수반한다. 새로운 기계에 투자할 때, 혹은 신상품을 개발해 시장에 내어 놓을 때, 과연 성공을 거둘지 모르는 상태에서 기업가는 위험을 부담하는 것이다. 따라서 이윤은 기업가가 위험을 무릅쓰고 기업 활동을 한 것에 대한 일종의 위험 프리미엄(risk premium)에 해당한다고 할 수 있다.

이처럼 이윤은 시장 경제를 움직이게 하는 기본적인 원동력이라고 할 수 있다. 이윤에 대한 기대 때문에 기업들이 열심히 생산 활동을 하는 것이며, 그 결과 경제가 성장하게 되기 때문이다.

어떤 산업에서 이윤이 많이 생긴다는 것은 그 산업의 규모가 확장되는 것이 바람직하다는 뜻일 수 있다. 이 경우 이윤은 새로운 기업들이 그 산업으로 진입하게 만드는 유인으로 작용한다. 다시 말해 이윤은 생산 자원이 여러 용도 사이에서 효율적으로 배분되도록 하는 역할을 하기도 한다.

• 기업의 회계상 이윤과 경제적 이윤

교과서 65쪽

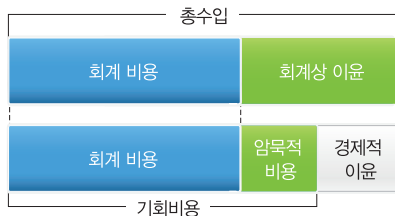
기업의 회계 장부에는 인건비, 물건비, 임대료, 지급 이자 등 실제로 경비가 지출된 것만이 비용으로 처리되어 있는 것을 보게 된다.

우리는 흔히 이런 비용만을 생산 비용으로 생각하기 쉽다. 이렇게 실제 지출된 비용을 ‘회계 비용’이라고 부른다. 그러나 이렇게 실제 지출한 회계 비용만을 비용으로 처리하는 방식은 비용의 본질을 정확하게 파악하는 것이 아니다. 기회비용이라는 관점에

서 보아야만 비로소 진정한 비용의 의미를 아는 것이라고 할 수 있다. 즉, 생산 과정의 기회비용은 실질적인 의미에서 발생했다고 볼 수 있는 모든 비용을 포함하여 생각한다.

다시 말해 눈에 보이는 회계 비용뿐만 아니라 눈에 보이지 않는 비용까지 고려하여 기회비용을 계산하게 된다. 눈에 보이지 않는 비용을 암묵적 비용이라 부르는데, 기업이 스스로 소유하고 있는 자원을 사용함으로써 발생하는 비용 같은 것을 그 예로 들 수 있다.

비용의 경우와 비슷하게 기업이 얻는 이윤도 회계상 이윤과 경제적 이윤으로 구분할 수 있다. 회계상 이윤은 총수입에서 회계 비용을 뺀 나머지를 말한다. 반면에 경제적 이윤은 총수입에서 기회비용을 빼서 구한다. 따라서 경제적 이윤은 회계상 이윤보다 적은 것이 일반적이다.



④ 회계상 이윤과 경제적 이윤

위 그림에서 보는 것처럼 경제적 이윤과 회계상 이윤의 차이는 이윤을 계산할 때 암묵적 비용까지 고려했는지의 여부에 달려 있다.

— 한국은행, “알기 쉬운 경제 이야기” —

• 기업의 경쟁력 있는 생산 방식

교과서 66쪽

기업은 넓은 의미에서 경쟁력을 확보하기 위해 어떤 노력을 전개해야 할까? 먼저 근대 생산 부분에서 가장 대표적인 혁신인 이동식 생산 방식에 대해 알아보자. 생산 방식의 큰 변화는 포드 자동차의 창업자인 헨리 포드(H. Ford)에 의해 이루어졌다. 기존의 생산 방식과 달리 부품의 표준화를 통한 호환성을 높이는 방식에 더하여 조립 부품이나 조립 공정까지도 철저하게 표준화하는 시험을 진행했다. 그리고 시카고의 정육 가공 공장에서 아이디어를 얻어, 고정된 자리에 차량을 두고 일련의 조립공이 팀을 이루어 순회하면서 차를 만드는 정치식(定置式) 생산에서 조그만 바퀴가 있는 차대 위에 차를 올려놓고 이동시키면서 조립하는 방식을 시도했다. 차량 조립과 부품 조립, 기계 가공 등의 동기화 작업을 진행하면서 서서히 포드 생산 방식이 형성되었고, 1913년 하이랜드 파크에서 컨베이어에 의한 이동식 생산 방식(Moving Assembly Line)을 완성하였다.

이로 인한 생산성 향상은 실로 어마어마하였다. 이와 같은 성과로 포드는 사는 생산 비용을 혁신적으로 낮춰 자동차를 대량 생산·대량 판매할 수 있게 되었다. 이로 인해 세계적인 자동차 기업의 반열에 오르게 되었다.

• 새로운 주도적 생산 요소, ‘창조력’

교과서 66쪽

지식 사회와 함께 열린 새로운 국면에서의 생산성은 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$\text{생산성} = (\text{지식} + \text{감성}) \times \text{상상력}$$

이제 지식으로 무장하고 감성을 구현하면서 상상력을 발휘하는 사람이 경제 활동의 중심에 서기 시작할 것이다. 이는 역사상 최초로 인간의 내면에 존재하는 생산 수단인 창조력이 주도적 생산 요소로 떠오르면서 일어난 현상이다.

창조력은 오직 사람 속에서만 존재하며, 다른 작업 수단에 의해 대체될 수 없다. 이는 곧 사람을 모든 것의 근본으로 삼는 새로운 사회가 열릴 가능성이 매우 크다는 것을 암시한다. 오늘날 사람의 창조력 발산을 가장 절실히 요구하는 곳은 기업이다. 그런데 사람은 스스로 권력의 주체가 될 때 창조력을 가장 풍부하게 발산할 수 있다. 오직 주인만이 창조를 하며 좋은 주어진 대로, 시키는 대로만 하기 때문이다. 따라서 기업이 창조력 발산을 극대화하지만 구성원 모두가 권력의 중심에 서는 수평적 조직 문화의 정착과 책임과 주인의식으로 무장한 구성원이 열정을 다하는 일일 것이다.

— 박세길, “자본주의 그 이후” —

• 기업 경영과 경제 정보

교과서 66쪽

홍수처럼 쏟아지는 경제 정보는 기업에게 어떤 유용성이 있을까? 이를 간단하게 표현하면 기업이 경제적 의사 결정을 내리는 데에 도움을 주는 것이라고 볼 수 있다. 엄청난 양의 경제 정보를 잘 이용하면 기업에게는 많은 도움이 되지만, 경제 정보를 제대로 활용하지 못하거나 심지어 잘못 해석하는 경우, 이는 기업에게 큰 불이익으로 다가오게 된다. 따라서 기업은 경제 활동을 위해 다양한 정보를 수집하고 분석할 수 있어야 한다. 예를 들어 소비자의 수요 변화, 원자재 가격의 변동, 국제 경기의 추세 흐름에 대한 정보는 기업이 언제, 얼마나, 무엇을 생산할 것인지를 결정하는 데 중요한 역할을 한다. 이러한 경제 정보를 판별하여 이용하는 것은 기업가의 경영 능력이다. 기업가는 생산 요소인 노동, 자본, 토지를 효율적으로 결합하고 조직하여 이윤이 극대화되는 방향으로 경영을 하게 된다. 따라서 기업을 효율적으로 경영하기 위해서는 경제 정보를 잘 이용할 수 있어야 한다. 이처럼 기업가의 경영이 현대 경제에서 중요한 역할을 하고 있기 때문에, 경영은 제 4의 생산 요소라고 불리고 있다.

22~23차시

교과서 67~71 쪽

2 | 기업의 의사 결정

■ 학습 목표

- 기업이 합리적 생산을 하는 이유와 바람직한 이윤 추구 방법을 말할 수 있다.
- 기업의 사회적 책임에 대한 자신의 견해를 밝힐 수 있다.

■ 평가 계획

- 기업의 합리적 생산의 필요성을 수입과 비용으로 설명할 수 있는지 평가한다.
- 기업의 바람직한 이윤 추구의 방법에 대해 말할 수 있는지 평가한다.
- 기업의 사회적 책임에 대한 자신의 견해를 표현할 수 있는지 평가한다.
- 기업의 이윤과 생산성의 관계를 설명할 수 있는지 평가한다.

■ 수업의 주안점

- 기업이 비용을 줄이고 수입을 늘리는 합리적 생산을 하는 것이 결국 소비자의 삶의 질을 향상시킴을 이해시킨다.
- 기업이 합리적 생산을 하기 위해 생산 방법 및 가격 등을 결정하는 과정에서 다양한 요인을 고려함을 이해할 수 있도록 하고, 이와 관련하여 한계 수입 및 한계 비용이 무엇을 의미하는지에 대하여 지도한다.
- 기업이 국가 경제에서 차지하는 비중이 늘어날수록 사회적 책임을 다하는 것이 중요함을 깨닫도록 한다.

■ 교수·학습 과정

과정		교수·학습 활동	교수·학습 자료
도입		<ul style="list-style-type: none"> • 소단원 도입 <ul style="list-style-type: none"> – “기업가가 기업을 운영하려면 무엇이 필요할까?”라고 질문하고 교과서에 제시된 자료를 고려하여 발표할 수 있게 한다. 	<ul style="list-style-type: none"> • 교과서 69쪽 그림 활용
전개	강의 및 문답 학습	<ul style="list-style-type: none"> • 기업은 이윤 획득을 목적으로 총수입을 늘리고 총비용을 줄이는 합리적 생산을 함을 이해하도록 설명한다. • 기업이 합리적인 생산을 하기 위해서는 소비자의 선호도, 생산 비용, 적정한 가격과 생산량을 고려해야 함을 설명한다. <ul style="list-style-type: none"> – 한계 수입과 한계 비용이 의미하는 바를 설명한다. • 제시된 자료를 통해 기업가의 역할에 대해 설명한다. 	<ul style="list-style-type: none"> • 교과서 69쪽 활동
	모둠별 탐구 학습	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 의사 결정 과정에 이해관계 집단, 기업 외적 환경의 요인, 외부 집단 등 다양한 요인이 관련되어 있는 사례를 조사하게 한다. • 국민들이 기업에 바라는 것에는 어떤 것이 있는지 자료를 통해 살펴보고 기업의 사회적 책임에 대해 모둠별로 탐구하도록 한다. 	<ul style="list-style-type: none"> • 교과서 70쪽 읽기 자료 • 교과서 71쪽 ‘기업에 바라는 일’ 통계 활용
정리		<ul style="list-style-type: none"> • 형성 평가 <ol style="list-style-type: none"> 1. 기업이 합리적 생산을 해야 하는 이유는 무엇인가? 2. 모험적이고 창의적인 정신을 발휘하고자 하는 기업가의 의지는? • 다음 차시 예고: 1. 정부의 경제적 역할 	<div>답</div> <ol style="list-style-type: none"> 1. 이윤 획득 2. 기업가 정신

교과서 내용 정리

1. 합리적 생산의 필요성

- (1) 합리적 생산: 판매 수입은 늘리고 생산 비용을 줄임으로써 이익을 극대화하는 것
- (2) 합리적 생산의 필요성
 - ① 이윤이 지속적으로 발생해야 기업도 성장하며, 한 나라의 경제도 성장할 수 있음.
 - ② 기업의 이윤 추구 활동 과정에서 국민들의 삶의 질이 향상되는 결과가 나타남.
 - ③ 생산 요소를 가장 효과적이고 필요한 곳으로 배분하는 역할을 함.

2. 합리적 생산의 원칙

- (1) 소비자의 선호도: 같은 제품이라도 소비자의 연령대, 성별, 직업 등을 고려
- (2) 생산 비용: 임금, 지대, 이자, 원료비 등의 생산 비용을 줄이는 방법 고려
- (3) 적절한 가격과 생산량: 가격은 소비를 결정하는 중요한 요인임.
→ 가격이 너무 높으면 소비가 줄어들 수 있고, 가격이 너무 낮으면 이윤 확보가 어려울 수 있음.

3. 기업가 정신

- (1) 기업가 정신의 의미
 - ① 모험적이고 창의적인 정신을 발휘하고자 하는 기업가의 의지
 - ② 현대에 와서는 공정한 경쟁, 근로자 후생 복리, 사회적 책임 의식 등도 기업가 정신의 중요한 요소로 강조됨.
- (2) 기업가 정신의 기능
 - ① 기술 개발과 경영 혁신을 통해 기업 생산성을 향상시킴.
 - ② 사회적 책임과 근로자의 후생 복리 증진을 위해 노력 → 사회적 형평성 증대로 인해 인류의 삶의 질을 높이는 데 기여함.

4. 기업의 의사 결정에 영향을 미치는 다양한 요인

- (1) 이해관계 집단의 영향: 이윤을 누구에게 얼마나 배당할 것인지 등을 결정할 때 영향을 미침.
- (2) 기업 외적 환경 요인의 영향: 기술적 요인, 경제적 요인, 정치·법률적 요인, 사회·문화적 요인, 세계 경제 상황 등의 영향을 받음.
- (3) 외부 집단의 영향: 소비자, 금융 기관, 경쟁 기업, 시민 단체, 정부 등이 영향을 미침.
- (4) 기타: 노동 공급과 관련된 집단, 언론 매체 등이 영향을 미침.

5. 기업의 사회적 책임

- (1) 기본적인 기업의 사회적 책임: 생산 활동을 통해 국민 경제에 필요한 재화와 서비스를 공급함.
- (2) 기업의 사회적 책임 변화 양상
 - ① 오늘날 기업이 국가 경제생활에서 차지하는 비중이 점점 커짐에 따라 기업의 사회적 책임의 의미와 범위가 넓어지고 있음. → 다른 기업과의 공정 경쟁, 소비자 권익 고려, 기업 방침의 윤리성, 노동자의 복지, 자아 실현 욕구 충족 등을 포함함.
 - ② 기업은 투명한 경영 합리화를 통해 새로운 시대에 적응하고 끊임없는 연구와 건전한 투자를 통해 시장 변화를 주도해야 함.

수능 Point

최근에는 기업가 정신과 기업의 사회적 책임에 대한 관심이 높아지고 있다. 따라서 각종 학력 평가나 수능에서 기업의 사회적 책임과 관련한 문항의 출제 빈도가 높아질 것으로 예상된다.

교과서 해설



기업가의 창조적 파괴와 나눔 교과서 69쪽

탐구 목표 | 기업가 정신과 혁신의 의미를 알고, 바람직한 기업가의 역할에 대해 이해할 수 있다.

자료 해설 | 오늘날 반복적으로 발생하는 글로벌 금융 위기와 무한 경쟁의 시대에 기업이 생존, 발전하기 위해서는 기업가의 역할이 중요하다. 자료를 통해 현대 사회에서는 이윤의 추구뿐만 아니라 혁신, 공정한 경쟁, 근로자 후생 복리 증진, 사회적 책임 의식 등의 기업가 정신이 중요한 요소임을 이해할 수 있도록 지도한다.

1. 자료 1에서 제시한 창조적 파괴의 사례를 찾아 발표해 보자.

수업 가이드 | 사회 변화에 따른 주요 산업의 변화를 파악하고, 이와 관련하여 주변에서 사용하고 있는 기술 혁신의 사례를 찾아보도록 한다.

예시 답안 | 정보 사회가 되면서 정보 통신 기술의 혁신으로 등장한 스마트폰, 장기 호황을 누리고 있는 IT 분야의 기술 혁신 등 창조적 파괴의 사례는 증가하고 있다. 예를 들어, 1940년대 프랑스 회사 미술랭은 고속 주행이

가능한 타이어인 레이디얼 타이어(Radial Tire)를 대량 생산하기 시작하면서 미국이 지배하던 타이어 업계에 지각 변동을 일으켰다. 또한 도요타 자동차는 도요타 생산 방식(Toyota Production System)을 개발하여 생산성을 향상시킴으로써 이익을 창출하였다. 특히 즉시 생산(Just in Time), 자동화(Automation), 소인화(Flexible Workforce), 조공부(Creative Thinking)를 통해 1960년대 연간 생산량 4만 2,000대에서 1980년대 230만 대라는 경이적인 생산량 증가에 성공하였다. 그 이후 70년 동안 세계를 지배해 온 미국의 디트로이트 자동차 시대는 종지부를 찍었다.

2. 자료 1, 자료 2를 통해 알 수 있는 기업가의 역할에 대해 말해 보자.

수업 가이드 | 현대 사회에서 강조되는 기업가의 역할에 대해 창조적 파괴를 위한 기업가 정신과 기업의 사회적 책임의 측면에서 발표해 보도록 한다.

예시 답안 | 기업가는 기업가 정신을 발휘하여 기술 개발과 경영 혁신을 통해 경제적 생산성을 높임으로써 자원의 희소성을 줄일 수 있고, 국가의 기술 발전과 장기적인 경제 성장에 기여할 수 있다. 또한 빈부 격차 해소, 협력 업체와의 상생 등 다양한 분야에서 구체적이고 혁신적인 방향의 사회적 책임 활동을 강화해 나가야 할 것이다.



자료 해설 | 제시문에는 ‘창조적 현지화’의 표본으로 ‘김치냉장고’를 소개하고 있다. 제시된 내용에 따르면 김치냉장고는 한국 음식 문화에 맞는 소비자의 필요를 파악하여 생산한 새로운 제품이다. 이러한 소비자의 필요와 기호를 정확하게 읽어 내려는 노력이 바로 기업의 바람직한 의사 결정의 한 예이다.

배운 내용 정리하기

교과서 71쪽

- 1 (1) 이윤, (2) 기업, (3) 기업이 정산
- 2 (1) O
(2) X, 기업은 사회에서 생산 요소를 제공받고, 생산물을 사회에 공급하면서 유지된다. 따라서 기업은 사회에 대하여 일정한 책임을 다해야 한다.
(3) O

보충 자료

• 한계 비용

교과서 68쪽

한계 비용이란 재화나 서비스를 한 단위 더 생산하는 데 들어가는 추가 비용을 말한다. 한계 비용은 총비용 증가분을 생산량 증가분으로 나눈 것으로, 생산량 한 단위를 증가시킬 때 총비용이 얼마나 변화하는지를 나타낸다(한계 비용=총비용의 변화량/산출량의 변화량).

예를 들어 연필 네 자루를 생산하는 데 들어가는 비용이 100원이라고 가정해 보자. 이때 연필 한 자루의 생산 비용은 $(100원 \div 4 \text{ 자루}) = 25원$ 이다. 만약 추가로 연필을 한 자루 더 생산하여 총 다섯 자루를 생산한다고 할 때 생산 비용이 120원이라면, 다섯 자루째의 한계 비용은 $(120원 - 100원) / 1 = 20원$ 이 된다. 한계 비용 함수는 일반적으로 U자 모양을 나타내는데, 이는 한계 비용이 생산량 증가에 따라 점차 감소하다가 어느 생산량을 지나면 다시 증가하기 시작한다는 것을 의미한다.

- 기획재정부, “시사 경제 용어 사전” -

• 기업의 이윤 극대화

교과서 68쪽

완전 경쟁 기업의 이윤을 극대화시켜 주는 공급량의 규모는 한계 수입과 한계 비용을 비교함으로써 결정된다. 그런데 완전 경쟁 기업의 경우 한계 수입은 이 기업이 생산하는 재화의 가격과 같다.

예를 들어 시장 가격이 2만 원인 어떤 재화를 생산하는 완전 경쟁 기업을 생각해 보자. 이 기업이 재화 10개를 판매하여 얻는

수입은 20만 원(2만 원 \times 10개)이다. 만약 이 기업이 재화 판매량을 10개에서 11개로 1단위 늘리는 경우, 수입은 22만 원(2만 원 \times 11개)이 된다. 따라서 한계 수입은 2만 원[(22만 원-20만 원) \div (11개-10개)]인데, 이는 다른 아닌 이 재화의 가격인 것이다. 어느 완전 경쟁 기업의 경우 현재의 생산 규모에서 이 기업이 생산하는 재화의 가격이 한계 비용보다 크다고 가정해 보자.

그러면 이 기업은 공급량을 확대함으로써 이윤을 증가시킬 수 있다. 이 기업이 재화를 한 단위 더 생산, 판매하여 추가로 얻을 수 있는 한계 수입이 추가로 부담하게 되는 한계 비용보다 크기 때문이다. 이와 반대로 이 기업의 재화 가격이 한계 비용보다 작은 경우에는 공급량을 줄여야 한다. 이와 같이 완전 경쟁 기업이 한계적으로 공급량을 조정해 간다면 자연스럽게 이윤을 극대화시켜 주는 공급량에 도달하게 된다.

- 한국은행, “알기 쉬운 경제 이야기” -

• 경제적 이윤의 원천

교과서 69쪽

임금이 노동에 대한 보수이며 지대가 토지에 대한 보수인 것처럼, 이윤은 기업가적 노력에 대한 보수라고 생각할 수 있다. 진정한 의미에서의 기업가는 우리가 보통 생각하는 사업가와 다르다. 단순히 기업을 경영한다고 해서 기업가가 되는 것이 아니라, 특별한 자질을 갖추고 있어야 비로소 기업가라고 부를 수 있는 것이다.

진정한 기업가는 사업에 새로운 아이디어를 도입할 수 있는 비전이나 창의성 혹은 용기를 가진 사람이다. 다시 말해 새로운 사업, 새로운 상품, 새로운 생산 방법을 시작할 능력을 갖춘 사람이 바로 ‘기업가’이다. 기업가적 노력은 구체적으로 혁신(innovation), 위험 부담(risk bearing)과 관련된 노력으로 요약할 수 있다.

현실의 세계에서 이윤의 원천을 또 하나 찾아볼 수 있는데, 그것은 바로 ‘독점력(monopoly power)’이다. 독점력이 존재하면 정상적인 수익률 이상의 이윤을 획득할 수 있다. 어떤 기업 혹은 개인이 독점력을 가지게 되는 이유는 여러 가지가 있지만, 앞에서 말한 혁신의 결과로 그렇게 될 가능성도 적지 않다. 그렇지만 혁신과 관련 없이 발생한 독점력에 의해 생긴 이윤은 사회적인 관점에 볼 때 그다지 바람직하지 않다. 생산량을 줄이고 가격을 높여 만들어 낸 이윤이므로 자원 배분의 비효율성이라는 대가를 요구하게 되기 때문이다.

- 이준구·이창용, “경제학원론” -

• 소비자가 기업에 영향을 미친다

교과서 71쪽

소비자가 기업 비즈니스 전략 수립 과정에 관여하는 ‘경영 자문’ 역할까지 담당하게 될 것이라는 연구 결과가 나왔다. 이 보고서에 따르면, 현재 최고 경영자(CEO)의 43%는 사업 계획을 결정하기 위해 소비자에게 조언을 구하고 있으며, 향후 3~5년 내 60%로 증가할 것으로 전망했다. 또한 CEO의 60%는 소비자의

영향력이 신제품 개발과 같은 전통적인 활동을 넘어 기업의 비즈니스 전략 개발에까지 확대될 것이라고 말했다.

A사는 이러한 내용이 담긴 ‘소비자에 의해 움직이는 기업(The Customer-activated Enterprise)’ 보고서를 발표했다. 이 보고서는 전 세계 70개 국가에서 20개 업종에 종사하는 CEO, 최고 마케팅 책임자(CMO), 최고 재무 책임자(CFO), 최고 정보 책임자(CIO) 등 4,183명의 최고 경영진을 대상으로 대면 조사한 결과이다. A사의 기업 가치 연구소가 2003년부터 실시한 경영자 대상 연구 중 최대 규모로 수퍼컴 왓슨(Watson)이 최초로 이용됐다. 한국의 경우 18개 업종에서 105명의 최고 경영진이 이번 조사에 참여했다.

보고서에 따르면 CEO의 3분의 1은 비즈니스 결정, 운영에 대한 소비자의 영향력이 날로 증가하고 있음에도 불구하고 최고 경영진의 소비자 접촉이 부족하다는 점을 우려하는 것으로 나타났다. 따라서 소비자와의 소통을 위해 디지털 채널을 사용하고 있었다.

지난해 CEO의 57%가 디지털 채널이 향후 5년 내에 소비자와의 핵심적인 소통 수단의 하나가 될 것으로 예상했다. 2013년에는 최고 경영진의 52%가 이미 이 방식을 통해 소비자와 소통하고 있으며 이후 88%까지 증가할 것이라고 답했다. 한국의 경우 71%의 최고 경영진은 현재 소비자와의 소통 수단으로 소셜 등 디지털 채널을 이용하고 있으며 5년 내 이용 빈도가 96%까지 증가할 것으로 답해 글로벌 기업에 비해 앞서 있음을 알 수 있었다.

이번 조사는 ‘최고 경영진이 생각하는 향후 3~5년 내 기업에 영향을 미칠 가장 중요한 외부 요인’을 분석하기 위해 실시된 것이다. CEO는 향후 3~5년간 기업의 미래에 가장 큰 영향을 미칠 외부 요인으로 지난해에 이어 ‘기술’을 꼽았으며, 더불어 ‘고객’이 성공적인 기업 경영의 열쇠가 될 것이라고 밝혔다. 반면 최고 경영진의 의견은 직종별로 다양했지만 이 조사 결과에서도 ‘기술’은 상위 3위 내에 선정됐다. 한국의 최고 경영진은 시장 요인과 기술을 각각 1, 2위로 꼽았다.

- 조션 비즈, 2014. 1. 23. -

• 기업의 사회적 책임

교과서 71쪽

기업의 사회적 책임이란 기업이 지속적으로 존속하기 위한 이윤 추구 활동 이외에 법령과 윤리를 준수하고, 기업의 이해관계자 요구에 적절히 대응함으로써 사회에 긍정적 영향을 미치는 책임 있는 활동을 말한다. 오늘날에는 기업의 성장과 발전이 사회나 국가 경제 발전과 경제 사회의 구조를 규정할 수 있을 만큼 대규모화되고 있다. 따라서 기업의 활동은 사회적으로 큰 영향을 끼치며, 이로 인해 기업의 사회적 위치가 커지고, 그만큼 기업에게 요구하는 사회적 책임도 커지게 되었다. 기업의 사회적 책임은 각국의 경제·사회 상황이 서로 상이하고 각 기업마다 사회적 책임에 대한 인식 차이가 존재하기 때문에 국제적으로 통일된

정의는 없다. 하지만 일반적으로 다음과 같은 4단계로 구분된다. 제1단계는 경제적인 책임으로, 이윤 극대화과 고용 창출 등이다. 제2단계는 법적 책임으로, 회계의 투명성, 성실한 세금 납부, 소비자의 권리 보호 등이다. 제3단계는 윤리적인 책임으로, 환경·윤리 경영, 제품 안전, 여성·현지인·소수 인종에 대한 공정한 대우 등을 말한다. 제4단계는 자선적인 책임으로, 사회 공헌 활동 또는 자선·교육·문화·체육 활동 등에 대한 기업의 지원을 의미한다.

- 기획 재정부, “시사 경제 용어 사전” -

• 기업에 바라는 일

교과서 71쪽

개인이 자아 실현을 하기 위해서는 사회적 활동을 하고, 무엇인가를 이룩하며 삶의 가치를 찾아야 한다. 특히 다른 사람을 위해 일을 할 때 개인은 비로소 의미 있는 삶을 살고 있다고 말할 수 있으며, 그러한 기회를 가장 많이 제공하는 터전이 바로 ‘기업’이라는 조직이다. 기업은 항상 고객에게 유용한 것을 제공하기 위해 노력하고 그러한 과정에서 부가 가치를 창출해 내는 조직이기 때문이다.

기업이 일자리를 제공하지 않는다면 많은 사람은 삶의 터전을 잃게 된다. 따라서 기업가를 많이 배출하는 사회일수록 고용의 기회, 즉 자아 실현의 기회는 많아진다. 그리고 많은 국민들은 기업이 일자리를 많이 제공하기를 바라고 있다. 대한상공회의소에서는 2012년 하반기 기업 호감도 조사에서 성인 남녀 2,028명에게 기업에 바라는 일을 조사하였다. 조사 결과 ‘일자리 창출’이 1위(48.6%)를 차지했다.