

1. 숫자의 함정에서 벗어나기

- 재무제표는 등 기업의 재무상태나 경영성과 등을 한 눈에 파악하거나 보여주기 위해 만드는 것으로 **기업의 매출과 이익을 한 눈에 살펴볼 수 있는 유용한 도구**이다. 그런데, 단순히 그러한 재무제표로만 설명할 수 없는 성공 또는 실패를 하는 기업들이 있다.
- 소비는 **‘어떻게 하면 더 좋은 물건을 더 싸게 살 것인가?’**하는 끊임없는 의사결정의 결과물인데, 이를 **‘비용편익분석(Cost-Benefit Analysis)’**라고 한다.
- 비용편익분석의 핵심은, **의사결정자는 대안들 중에서 비용이 같다면 그 중 편익이 가장 큰 대안을 선택하거나, 반대로 편익이 같다면 그 비용이 가장 적게 드는 대안을 선택**한다는 것이다.
- 오래도록 승승장구하는 기업들의 특징은 재무제표로 드러나는 기업의 외형적인 모습 뿐만이 아니라 **고객에게 제공하는 제품과 서비스에 어떤 가치를 담을 것인지에 대해서 더 많은 고민과 노력**을 쏟아 붓는다는 점이다.

2. 숫자로 망한 자, 숫자를 넘어서서 흥한 자

- 단기간에 성공을 거두며, **시가총액 10억 달러가 넘는 비상장 스타트업 기업을 칭하는 유니콘 기업**의 반열에 까지 올라섰던 우버는, 기존의 성공 방정식과 단순히 눈에 보이는 숫자 등에 빠져 **중국 시장을 본질적으로 이해하는 데에는 실패**하였다.
- 국내 창고형 중저가 의류판매 매장을 대표하는 기업인 **오렌지 팩토리**의 창업자 전상용 대표는 창업 초기부터 눈 앞에 보이는 단기 수익보다는 **제품력과 소싱력 그리고 매장 운영 시스템을 정비하고 업그레이드 시키는데 매진**함으로써 본질적인 성장을 할 수 있었다.
- 비슷한 개념으로 수많은 우량기업들은 경영활동을 통해서 자신들이 거둘 수 있는 가치보다, 자신들의 제품과 서비스가 고객에게 제공해 줄 수 있는 가치에 더 집중함으로써 본질적인 성장을 해 왔다.

3. 숫자가 아닌 가치를 추구하는 나이키

- 골프라는 새로운 영역으로 사업을 확장하며 나이키는 단기적으로 눈 앞에 보이는 수익을 추구하기 보다는 보다는 자신들의 능력으로 고객에게 제공할 수 있는 가치에 보다 집중했다.
- 손쉽게 접근하기 보다는 새로운 조직을 설립하고, 새로운 인재를 고용해서 그간의 고정관념을 뛰어넘는 새로운 방식으로 골프용품업계에 진출했다.
- 그 결과로 탄생한 투어 애큐러시 골프볼, 스모 스퀘어 골프 클럽 등은 고객들의 열화와 같은 호응을 받으며, 골프 용품 역사는 물론, 골프라는 스포츠의 역사를 뒤바꿔 놓았다는 평가를 받고 있다.
- 뿐만 아니라, 나이키는 깃허브를 통해 자신들이 개발한 오픈 소프트웨어를 공개하는 등, 당장에 숫자로 계산되는 수익보다는 장기적으로 고객들에게 전해줄 수 있는 본질적인 가치를 확대하는 것에 많은 신경을 쏟고 있다.