

유통의 새 역사·경제의 새 패러다임•리스크 없는 글로벌 자영업 애타미•맨손으로 500억 자산가 되기

ATONOMY

A T O M Y + E C O N O M Y

도서출판 미담북스 편집부 지음



ATONOMY

A T O M Y + E C O N O M Y

유통의 새 역사·경제의 새 패러다임
리스크 없는 글로벌 자영업 애터미
맨 손으로 500억 자산가 되기

도서출판 미담북스 편집부 지음



“애틀미는 일상생활이다”

애틀미 회원은

1. 가입=무자본 글로벌 쇼핑몰 창업
2. 아이디=나의 가게, 나의 자산
3. 이익=절약소득(즉시)+수당소득(장기)
4. 생활비=사업비

애틀미를 통하여

1. 비전이 생기고 자기 삶의 경제적인 균형이 실현된다.
2. 제품으로 사람들의 건강을 도와 보람과 행복을 느낀다.
3. 홍익 문화를 나누면서 착한 인성을 갖게 된다.

애틀미 사업 성공 필수요건

1. 자기 확신과 애틀미의 정확한 이해
2. 무형 자본(시간, 신뢰, 성실, 안내) 갖추기
3. 행동·실천(Just do it)

애틀미 사업자인 당신은 이미 성공자입니다.

성공자 : _____ 남께

본문 중의
QR코드를 판독앱으로
찍으면 관련 자료를
보실 수 있습니다.

Atonomy® (Atomy+economy), Bizsumer® (Business+Consumer)는 등록상표입니다.

유통의 새 역사·경제의 새 패러다임-애티노미

ATONOMY

A T O M Y + E C O N O M Y

리스크 없는
글로벌 자영업
애티미

맨손으로
연금성 500억
자산가 되기

도서출판미담북스 편집부 지음

[A T O N O M Y]



정선상략



절대품질



절대가격

책제목 **애틀노미**-유통의 새 역사-경제의 새 패러다임

글쓴이_미담북스 편집부 | 발행자_이제식 | 펴낸곳_미담북스 | 주소_서울특별시 중구 퇴계로 213

T 02-2268-3690 | F 02-2274-7856 | 펴낸날_2017. 04. 17 | 펴낸횟수_초판쇄

등록_1992.1.13 (제2-1304호) | 가격_15,000원 (종이책) | ISBN_978-89-85360-26-5 13320

Copyright **MeedamBooks** ©

이 책의 내용은 저작권에 의하여 보호받고 있습니다. 무단으로 복제하면 관련법에 의하여 처벌을 받습니다.

공유경제

대중명품

{ 한 사 람 은
만 인 을 위 해
만 인 은
한 사 람 을
위 한
애 터 노 미 }



[책을 펴 내 면 서]

“가난은 나라도 어쩔 수 없고, 스스로를 포기한 사람은 하늘도 일으켜주지 않는다.”라는 속담이 있다. 결국 성공과 실패는 본인 문제이다. 이 책의 목적은 사람들 스스로 희망과 용기를 갖게 하고, 이제 생활 상식이 된 ‘애티미’를 잘 이해토록 하는 것이다.

성공률이 5% 정도인 자영업과는 달리 애티미 사업은 리스크가 없다. 모든 비용과 골치 아픈 일은 본사에서 담당한다. 회원은 누구나 무료로 글로벌 애티미 마트를 자기 가게로 오픈할 수 있다. 오픈하면 흑자 사업이 된다. 여타 대형 마트 대신에 싸고 좋은 애티미 마트에서 구입하면 ‘절약 소득=내부 소득=즉시 소득’이 발생하기 때문이다. 더하여 소비 포인트가 쌓이면 나중에 ‘적금 소득=외부 소득=지연 소득’의 목돈을 받게 되고 성공도 한다. 일석삼조이다. 그러므로 성공 도구인 애티미 사업에서는 실패하면 기적이라고 말한다.

애티미는 그동안 고민이었던 독점적 경제와 재벌 문제를 해결할 수 있는 새로운 경제 시스템이다. 부익부 빈익빈과 재벌은 누가 만들었나? 바로 그들의 제품을 열심히 사준 우리 소비자들이다. 그러므로 이러한 문제 해결의 핵심 열쇠도 소비자가 쥐고 있는 것이다. 소비자들이 합심하여 소비습관을 바꾸기만 하면 된다. 그리고 그에 대한 댓가로 수익을 나누어 받고, 성공까지 할 수 있다. 이러한 유통의 새 역사, 경제의 새 패러다임을 제시한 비즈슈머(Bizsumer) 경제를 애티노미(Atonomy=Atomy+Economy)라고 할 수 있다.

이 책이 애티미의 모든 것은 아니다. 그러나 애티미 회원이 아닌 일반 사람들에게도 애티노미 경제 방식을 잘 이해하고, 초기 사업자에게도 성공의 도구로써 경제와 시간의 자유를 얻어 행복을 누리는 진정한 성공자가 되는데 나름대로 도움이 되기를 희망한다.

유통의 새 역사·경제의 새 패러다임-**ATONOMY**

-
-
-

책을 펴내면서	08	20_편견을 버려라	52
		21_부자와 가난한 자의 습관	54
		22_사업가와 노동자마인드	56
제①장 나를 설득하기	13		
01_다음은 없다	14		
02_86,400 : 2,628,000 : 31,536,000	16	제②장 경제가 도대체 뭐지	59
03_어떻게 생존할 것인가	18	01_폐하, 경제학은 이제 망했습니다	60
04_돌과 도토리	20	02_문제의 자유 경제·실폐한 공산 경제	62
05_병아리와 계란 프라이	22	03_인간 일자리의 비극 4차 산업혁명	64
06_나는 어떤 사람인가	24	04_가난과 행복	66
07_나의 미래는 알 수 있다	26	05_경제 대책 없는 장수는 재앙이다	68
08_비전 상실 증후군	28	06_가난 구제는 나라님도 못한다	70
09_벼룩효과 극복하기	30	07_자영업의 실태	72
10_삶은 선택의 합이다	32	08_비가역 경제 : 독점적 자본 경제	74
11_위기 극복·희망 창출 공식	34	09_가역 경제 : 독점적 경제 해결법	76
12_삶의 공식	36	10_소비 경제의 끝판 : 비즈슈머	78
13_실패와 성공의 원리	38	11_미래의 유통 : 네트워크 온라인 쇼핑	80
14_삶의 대가를 지불하라	40		
15_돈보다 꿈을 좇으라	42	제③장 애터미는 어떤 회사인가	83
16_나의 최대의 적은 나다	44	01_애터미 회사 소개	84
17_행운아 되기 : 불확실성을 즐겨라	46	02_애터미를 이끄는 인물	86
18_성공은 실천의 다른 말이다	48	03_애터미 사훈	88
19_목표 성공법 : 스몰 스텝	50	04_애터미 문화	90

05_경영 목표	92	제④장 왜 애터미를 해야 하나	137
06_경영 전략과 경영 방침	94	01_우리의 10가지 꿈	138
07_창업 이념	96	02_경제와 시간의 진정한 자유 찾기	140
08_경영 철학	98	03_절대 망하지 않는 애터미 사업	142
09_균형 잡힌 삶을 지향	100	04_맨 손으로 500억 자산가 되기	144
10_동반 성장 추구	102	05_애터미와 대형 마트 리펀드 비교	146
11_애터미 주력 제품: 생필품	104	06_애터미 연금성 소득과 국민 연금	148
12_팔리는 제품 컨셉: 대중명품	106	07_노동 소득과 연금성 소득	150
13_승리전략: 절대 품질·절대 가격	108	08_진정한 무자본·무점포 사업	152
14_무한 혜택: 무한 단계·무한 누적	110	09_애터미는 성공의 도구이다	154
15_위험 없는 무가입비·무유지비	112	10_경쟁 분야와의 마케팅 차별점	156
16_글로벌 원 넘버·원 서버 시스템	114	11_셈·적금보다 쉬운 애터미 1억 벌기	158
17_모두 1번: 상한선 시스템	116	12_기하급수로 성공한다	160
18_글로벌 유통의 신 실크로드	118	13_애터미는 모소 대나무를 닮았다	162
19_애터미 주요 행사	120	14_애터미의 장점 포인트 내려주기	164
20_특이문화 적절 운동	122	15_애터미 사업은 꺼릴 것이 없다	166
21_회원가입 방법	124	16_능력 없는 사람도 성공할 수 있다	168
		17_그냥 소비자로도 이익이다	170
제④장 애터미 보상 플랜	127	제⑤장 어떻게 성공할 것인가	173
01_회원등급 취득조건	128	01_애터미 사업에 대한 사람들의 의문	174
02_후원 수당	130	02_성공의 과정과 요인	176
03_직급 수당	132	03_성공 자본을 위한 3가지 공부	178
04_애터미 승급축하 프로모션	134	04_성공의 필수 요인: 강한 멘탈	180
		15_무형자본의 크기는 수당의 크기	182
		05_실패하는 자존심, 성공하는 자존감	184

06_생각을 경영하자	186	02_머리 귀와 가슴 귀	236
07_초보 사업자의 초기 마케팅 방법	188	03_말의 힘 1: 플라시보와 노세보	238
08_조 지라드의 1명=250명	190	04_말의 힘 2: 첫인상	240
09_내 맘의 법칙, 지 맘의 법칙	192	05_초기 대화법1: 1:1 미팅	242
10_회원의 애터미 사업은 판매가 아니다	194	06_초기 대화법2: Yes 획득법	244
11_호일러와 3의 법칙	196	07_초기 대화법3: 샘플	246
12_성공의 원본을 복제하라	198	08_초기 대화법4: FORM	248
13_성공하려면 행복한 리더가 되라	200	09_공감기법1: 경청	250
14_성공의 법칙: 황금률	202	10_공감기법2: 리액션(추임새)	252
16_시간과 노력의 축지법	204	11_공감기법3: 라포(마음의 벨트)	254
17_마음과 귀는 바다처럼	206	12_공감기법4: 페이싱(보조)	256
18_호감기법1: 단순노출과 수면자 효과	208	13_빠른 설득: 효과와 이익을 말하라	258
19_호감기법2: 근접성·대면 효과	210	14_30초 스피치에 숙달되라	260
20_상대방의 성격을 파악한다	212	15_설득 심리 활용하기	262
21_소통의 성공 프로세스	214	16_부정 완충 대화법: Yes-But	264
22_성공의 8단계	216	17_마무리 대화법	266
23_성공은 '농장의 법칙'을 따른다	218	18_최고의 성공 비결: 그냥 말하라	268
24_꿈(미래 사건)의 실현 공식	220		
25_목표 설정방법과 이미지 트레이닝	222		
26_인생 시나리오 작성하기	224		
27_거절을 0%로 처리하는 방법	226		
28_애터미 사업은 비행기 이륙처럼	228		
29_무의식으로 기적을 만들자	230		

제7장 | 어떻게 말할 것인가 233

01_설득은 말로 하는 것이 아니다	234
---------------------	-----



제1장 | 나를 설득하기

어떠한 사업을 시작하려면
제일 먼저 자기 확신을 갖고
자신의 마음을 우선 열어야 한다.
자기 확신이 없으면
아무것도 할 수 없다.



01 다음은 없다

우리는 과거를 살았고 미래를 살 것이라고 종종 생각한다. 그러나 과거는 지나가서 없고, 미래는 오지 않아서 없다. 그저 우리는 지금 연속적인 순간 순간(찰나)을 살 뿐이다. 우리가 어떠한 일을 할 때 “다음에 하지 뭐” 하고 미룬다면 그것은 ‘없는 미래’에 도전한다는 말이다. 그러므로 ‘다음은 없는 것이다. 시인 윤동주의 시 ‘내일은 없다’처럼 우리의 삶은 지금 바로 이 순간 현재일 뿐이다. 세상에는 3가지 소중한 ‘금’이 있는데 황금, 소금, 지금이다.

톨스토이가 말한 인간 생활에서 가장 중요한 3가지.*

“당신에게 가장 중요한 때는 바로 지금이다. 당신에게 가장 중요한 일은 바로 지금 하고 있는 일이다. 당신에게 가장 중요한 사람은 바로 지금 만나고 있는 사람이다.”

알리바바 회장 마윈이 말하기를 “세상에서 같이 일하기 가장 힘든 사람은 ‘마음’이 가난한 사람이다. 마음이 가난한 사람은 공통적으로 하나의 행동 때문에 실패한다. 그의 인생은 기다리다가 끝이 난다.” 미국의 유명작가 스펜서 존슨 (Spencer Johnson)은 “세상에서 가장 소중한 선물(Present)은 바로 현재(Present)이다.”라고 말했다. 또한 독일의 사회과학자-사상가인 막스 베버(Max Weber)는 “신이 나에게 준 시간의 낭비는 중죄 중의 중죄이다.”라고 했는데 뼈빠용에서 인용하고 있다. 우유부단함의 경고도 새겨보자. “일주일에는 7일이 있지만 ‘언젠가’는 일주일에 없다.”

‘지금 당장’이라는 마음 자세에 굳은 살이 박혀야 무슨 일에서든지 성공할 수 있다. 하고자 하는 일인데 하기 싫다면 바로 그 일이 가치 있는 일이다. 망설여질 때 항상 주문을 외워라. ‘까르페 디엠(Carpe diem)’ *

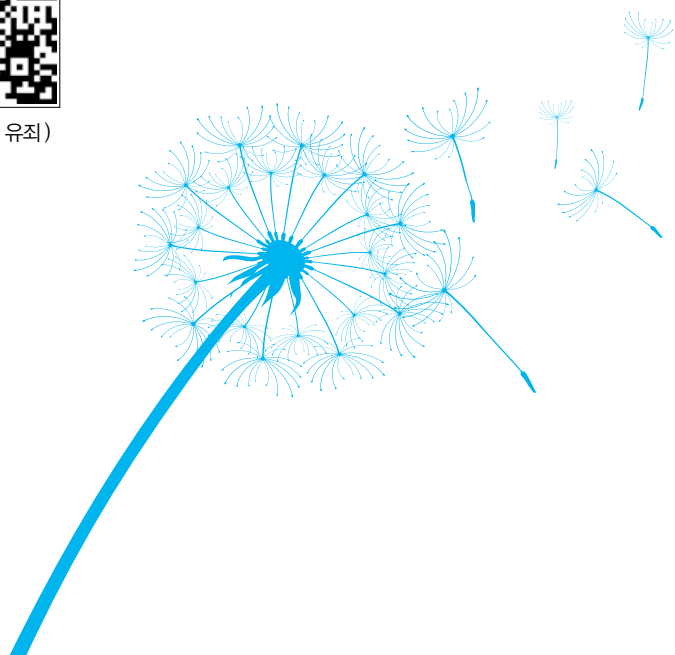
*톨스토이의 책 ‘살아갈 날들을 위한 공부’에서 인간이 살아가는데 있어 가장 중요한 3가지.

***‘까르페 디엠(Carpe diem)’** : 호라티우스의 라틴어 시 한 구절로부터 유래한 말이다. 이 명언은 번역된 구절 ‘현재를 잡아라 (Seize the day)’로도 알려져 있다.

과거는 지나가서 없고,
미래는 오지 않아서 없다.
삶은 지금 이 순간
현재일 뿐.



(바빠움의 유죄)



02 86,400 : 2,628,000 : 31,536,000

1년에 31,536,000원, 한 달에 2,592,000원, 매일 아침 당신에게 86,400원을 입금 해 주는 은행이 있다. 그러나 그 계좌는 당일이 지나면 잔액이 남지 않는다. 매일 저녁 당신이 그 계좌에서 쓰지 못하고 남은 잔액은 그냥 없어져 버린다. 당신이라면 어떻게 하겠는가? 당연히, 그날 모두 인출할 것이다.

시간은 우리에게 마치 이런 은행과도 같다. 매일 아침 우리는 86,400초를 부여받고, 매일 밤 우리가 좋은 목적으로 사용하지 못하고 버려진 시간은 그냥 없어져 버릴 뿐이다. 잔액은 없다. 더 많이 사용할 수도 없다. 매일 아침 은행은 당신에게 새로운 돈을 넣어주고, 매일 밤 그날의 남은 돈은 남김없이 불살라진다.

그날의 돈을 사용하지 못했다면, 손해는 오로지 당신이 보게 되는 것이다. 돌아갈 수도 없고, 내일로 연장 시킬 수도 없다. 단지 오늘 현재의 잔고를 가지고 살아갈 뿐이다. 건강과 행복과 성공을 위해 최대한 사용할 수 있을 만큼 뽑아 써라!

1년의 가치를 알고 싶다면, 학점을 받지 못한 학생에게 물어보라. 한 달의 가치를 알고 싶다면, 미숙아를 낳은 어머니를 찾아가라. 한 주의 가치는 신문 편집자들이 잘 알고 있을 것이다. 한 시간의 가치가 궁금하면, 사랑하는 이를 기다리는 사람에게 물어보라. 1분의 가치는 열차를 놓친 사람에게, 1초의 가치는 아찔한 사고를 순간적으로 피할 수 있었던 사람에게, 1,000의 1초의 소중함은 아깝게 은메달에 머문 육상선수에게 물어보라.

시간은 아무도 기다려주지 않는다는 평범한 진리. 어제는 이미 지나가서 없고, 미래는 오지 않아서 없다. 오늘이야말로 당신에게 주어진 선물이며, 그래서 우리는 현재(Present)를 선물(Present)이라고 부른다.

[시간의 소중함을 표현한 말]

- ▶ 내가 헛되이 보낸 오늘 하루는 어제 죽어간 이들이 그토록 바라던 내일이다 (소포클레스)
- ▶ 삶의 구성 세포는 시간이다. ▶ 시간은 신이 준 선물이다. ▶ 미래는 현재의 결과이다.
- ▶ 우물쭈물하다 내 이럴 줄 알았다.(버나드 쇼 묘비명) ▶ 1억의 상금을 건다. 자신의 시간을 1초라도 되돌려보라.

03 어떻게 생존할 것인가

같은 환경에 익숙하면 자신의 처지를 잘 모르는 물고기처럼, 현재의 경제 상황에 익숙해진 사람들은 위기의식을 크게 느끼지 못하고 살아간다. 물속이 익숙한 물고기는 낚시에 걸려 물 밖으로 나오게 되면 그 때야 몸부림치면서 절규한다. “아니 이게 뭐야, 내가 물속에 있었나 보네”.

사람들도 마찬가지이다. 경제적으로 폭삭 망하게 되면 비로소 깜짝 놀란다. 잘 나가거나 평온하다가 폭삭한 후 겸손해지는 삶을 고은 시인은 ‘그 꽃’에서 다음처럼 표현했다. “내려갈 때 보았네./올라갈 때 못 본/그 꽃”

영리한 토끼가 위기를 벗어나기 위하여 굴을 3개(A-B-C 플랜) 판다는 ‘교토삼굴’*의 지혜가 경제 상황이 좋지 않은 현재 우리에게 매우 절실하다.

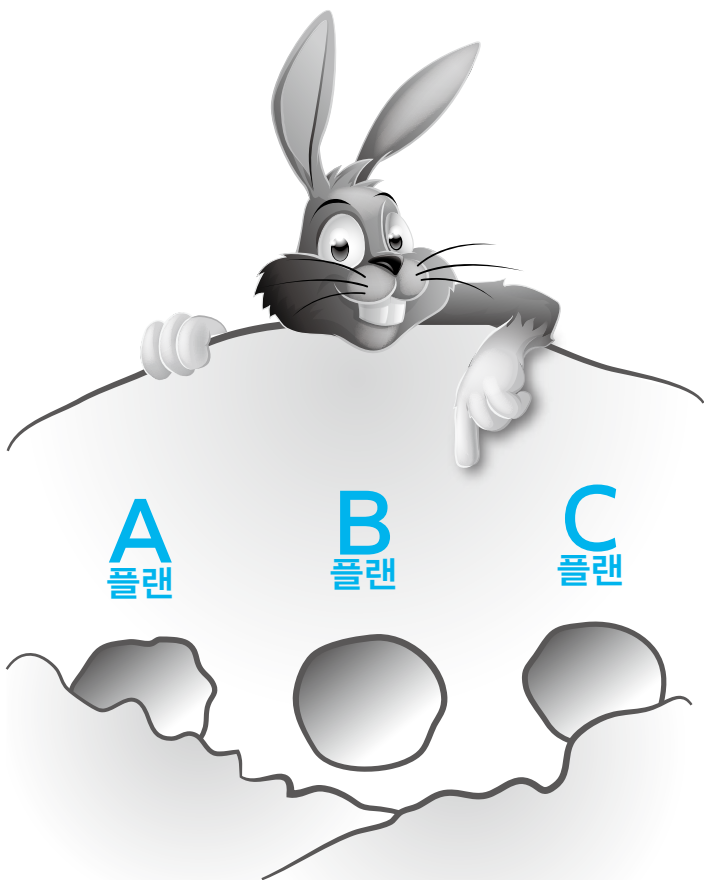
사람들에게 “현재 하고 있는 일을 그만두게 될 때 어떻게 할 것인가?”를 물어보면 대부분 “글쎄...” 하면서 별 대책도 없이 막연한 두려움만 가지고 있다.

교토삼굴은 위기에 닥쳐서 준비하는 것이 아니다. 위기 때는 이미 늦고 준비가 불가능하다. 내가 아직은 여유 있고 살만 하다면 지금이 교토삼굴(플랜 B, C)을 준비할 최적기이다. 단 교토삼굴의 전제 조건은 위협에 빠지지 않는 성공의 굴이어야 한다.

지혜로운 사람은 위기를 예상하고 준비한다.

당신은 지혜로운가?

*교토삼굴(狡兔三窟): 꾀 많은 토끼가 굴을 세 개나 가지고 있었기 때문에 죽음을 면할 수 있었다는 뜻으로, 교묘한 지혜로 위기를 피하거나 재난이 발생하기 전에 미리 준비를 해야 한다는 말이다.



교토삼굴(狡兔三窟)

지혜로운 사람은
위기때가아니고여유있고살만할때마련한다.

05 병아리와 달걀 프라이

“알이 스스로 깨면 병아리가 되고, 남이 깨면 달걀 프라이가 된다.”, “미련한 자를 곡식과 함께 절구에 넣고 찼으면 곡식의 껍질은 벗겨져도 미련은 벗겨지지 아니한다.”*

나를 돌아보자. 나는 변할 준비가 되었는가? 현재 나의 삶이 막다른 골목이고 ‘오늘이 어제 같고, 내일이 오늘 같다면’ 마음의 껍질을 깨고 과감하게 변화를 가져보자. 주역의 ‘궁측변, 변즉통’을 실행하는 것이다.

그러므로 성공의 시작은 ‘변화’이다. 실패의 과거에서 성공의 미래로 심신 변화의 ‘임계점’을 통과해야 비로소 완전히 다른 내가 되면서 성공의 영역으로 넘어갈 수 있다.

그럼에도 대부분 사람들이 “나 이대로 살래” 하면서 변화를 거부한다. 성공자의 고집은 존중받을 수 있다. 그러나 실패자의 고집은 그들이 힘들게 살 수밖에 없는 원인과 이유일 뿐이다.

“말을 물가까지 끌고 가도 물을 먹일 수는 없다”라는 속담처럼 우리는 마음이 열리지 않으면 아무것도 할 수 없다. 실체는 없지만 고집이라는 ‘마음의 껍질’, 즉 고정 관념의 벽은 깨기가 매우 힘들다. 왜 그럴까? 시간이 필요하기 때문이다.

두뇌생리학적으로 사람은 생각한 후 66일 정도를 반복적으로 행동(몰입)하면 뇌의 해마 부위에 기억되고 습관이 된다. 그러므로 특정한 분야를 전공하던가 한 분야에서 오래 일하여 습관이 되면 ‘고집’으로 고착화되기도 한다. 과거의 습관을 버리고 새로운 분야로 전환하기 힘든 원인과 이유가 된다.

* 잠언 27장

* **궁측변 변즉통 통즉구**(窮卽變 變卽通 通卽久)의 줄임말. “궁하면 변하고, 변하면 통하며, 통하면 오래간다”라는 의미로 주역 과(卦)의 상세 해설서인 ‘계사전’에 나온 글이다. 좀 더 풀어보면 “궁극까지 도달하면 변화가 생기고 변화가 생기면 뚫리고 뚫리면 성공하게 되고 지속 가능하게 된다”라는 의미이다. 그러나 변한 후 해결되지 않거나 방향이 틀리면 실패하게 된다.

* **임계점**: 물이 얼음이나 수증기로 변하는 것처럼 물질의 상태가 근본적으로 변하기 위해서 충족시켜야 하는 척도

삶의 발전은
'마음 열기' 부터이다.
알이 스스로[內] 깨면
병아리가 되고,
남[外]이 깨면
달걀 프라이가
된다.



22 사업가와노동자마인드

물이 전혀 나오지 않는 어느 마을에 청년 파블로와 브루노가 살았다. 둘은 물 한통에 얼마씩 돈을 받기로 하고 맑은 편 산 위의 호수에서 물을 길어 마을에 공급하였다.

체격이 건장한 '브루노'는 나뭇대로 머리를 써서 물통도 키우고 속도도 올리는 등 열심히 일하여 수입을 늘렸다. 꿈꾸던 큰 집과 젖소도 구입할 수 있어서 행복했고 생활에 만족하였다.

체격이 허약한 '파블로'는 "물통을 나르는 방법은 나중에 나이 들면 힘들어 못 할 것이다"라고 생각했다. 그러면서 시간과 노력이 많이 들겠지만 완성만 되면 노후보장이 될 수 있는 호수부터 마을까지 파이프라인 설치(자본축적) 계획을 세웠다. 브루노에게 계획을 설명하고 함께하자고 제안을 했지만, 현재에 만족한 브루노는 거절하였다. 몇 년 후 고생 끝에 파블로는 파이프라인을 완성하고 마을에 물을 아주 싸게 공급하였다. 파블로는 이제 더 이상 힘들게 물통을 들어 나를 필요가 없게 되었다.

세월이 흐르고 브루노는 쇠약해져서 나르는 물의 양과 횟수를 줄일 수밖에 없었다. 수입이 줄어들었고 파블로와 가격 경쟁도 되지 않아서 점점 가난하게 되었다.

한편 브루노가 힘들게 일할 때에 파블로는 여행하거나 심지어 잘 때도 돈이 들어왔다. 수입은 물통을 나르는 일에 비하여 비교할 수 없을 정도로 늘어났다. 한번만이 아니고 지속적으로 돈이 들어와서 엄청난 부자가 되었다.

나의 삶인 시간을 돈으로 바꾸는 것은 노동이다. 사업은 내가 없어도 돌아가는 경제 시스템이다. 사람은 일반적으로 2가지 부류로 나뉜다. 99%는 물통형으로 확실성이 아닌 모험을 싫어하고 일하면 바로 돈을 줘야 하는 노동자 스타일, 1%는 파이프라인형으로 가능성의 꿈과 모험을 실현하는 사업가 스타일이다. 생각과 태도의 차이가 삶을 노동자와 사업가로 가른다. 사업가의 성공률은 노동자의 500배이다.

노동자

(시간+노동)

브루노

물통 스타일
(빈약한 자본)



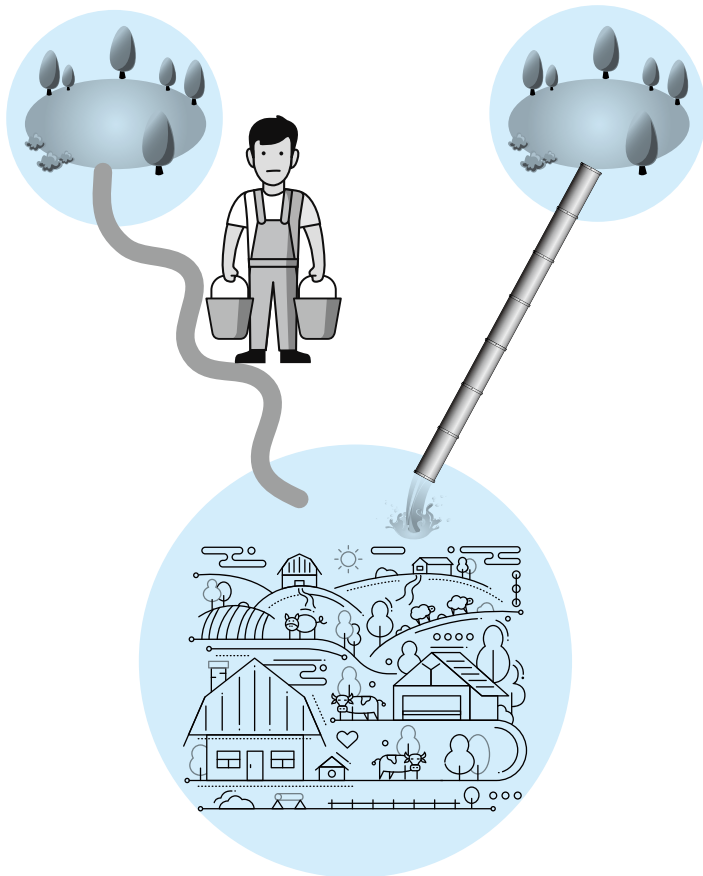
(관련 동영상)

사업가

(시스템 구축)

파블로

파이프라인 스타일
(거대 자본)





제2장 | 경제가 도대체 뭐지

사람들은 부익부 빈익빈에 대하여
세상을 탓하며 많은 불평을 늘어놓는다.
부자들은 누가 만들었나?
그들의 제품을 사준 바로 우리 소비자들이다.
그러므로 경제의 틀을 바꾸는 열쇠는
우리 소비자가 쥐고 있는 것이다.
근본적인 정책을 살펴보자.



01 폐하, 경제학은 이제 망했습니다

글로벌 금융 위기에 영국 여왕이 경제학 분야에서 영국 최고 명문대학인 런던정경대를 방문했을 때 한 경제학자에게 물었다. “훌륭한 경제학자들이 많은데 왜 아무도 2008년 경제 위기를 예측하지 못했나요?”라고. 질문을 받은 경제학자가 말하기를 “폐하, 경제학은 이제 망했습니다.”

2012년 다보스포럼(Davos Forum: World Economic Forum)에서 세계 석학들이 제시한 해답은 ‘다보스포럼, 자본주의를 버리다’이었다. 클라우스 슈바프 다보스포럼 회장도 “우리는 죄를 지었다. 이제는 자본주의 시스템을 개선할 때가 되었다.”고 고백했다.

2016 다보스 포럼을 앞두고 발표한 ‘99%를 위한 경제’라는 보고서에 의하면 세계 인구 절반의 부와 같은 최상위 부자들의 수는 388명(2010), 177명(2011), 159명(2012), 92명(2013), 80명(2014), 62명(2015), 8명(2016)으로 6년만에 1/50 정도로 급격하게 줄어들었다. 인류와 경제의 대재앙이다.

자본주의 수명이 다 되었다고 보는 지금 아직도 그 안에서 해결책을 찾기 위해 갈팡질팡하고 있는 경제 전문가들이 애처롭다. 노벨상을 수상한 경제 석학들도 해결하지 못한 자본주의 문제점, 과연 해결책이 있을까?



폐하, 경제학은
이제 망했습니다!

WORLD
ECONOMIC
FORUM

우리는 죄를 지었다.
자본주의를 버린다.

10 소비 경제의 끝판:비즈슈머

스티브 잡스는 “인류는 지금 기술과 인문학이 융·복합되는 곳에 존재하고, 서로 다른 것을 결합하면 시너지 효과가 나온다. 창조는 연결하는 능력이다.”라고 하였다.

윤은기* 한국협업진흥협회장은 “연결과 협업은 국가-기업-개인의 운명을 바꿀 제4의 신문명이다”라고 정의하였다. 그리고 지금은 연결과 협업 경제시대라고 하였다.

미래 생존의 답은 ‘연결과 협업’이다. 제품을 직접 파는 것이 아니고 단지 연결 비즈니스로 성공한 세계적인 기업들은 비자카드, 마스터카드, 페이스북, 트위터, 아마존, 구글, 알리바바... 등이 있다. 이를 4차 산업에서 플랫폼 사업*이라고 한다.

그 중에서 마윈은 16년 만에 알리바바를 160조의 기업으로 일구었다. 2016년 현재 삼성은 350조이다. 국내에도 카카오톡, 라인, G마켓, 쿠팡 등이 연결 비즈니스로 사업 중이다. 그러나 연결은 있지만 협업, 소비자와 이익 공유가 없다.

대표적인 연결과 협업의 비즈니스는 네트워크 마케팅이다. 그러나 진정한 네트워크 마케팅은 생산-유통-소비를 연결하면서, 소비자 비용 절감과 이익 공유의 비즈니스며 방식이어야 한다. 바로 그러한 비즈니스며 방식의 회사가 애터미이다.

소비자의 변천은 단순 소비자인 컨슈머(Consumer)-생산 참여 소비자인 프로슈머*-똑똑한 소비자인 스마트슈머-협업과 이익을 공유하는 비즈슈머로 발전해왔다. 비즈슈머는 소비 경제의 끝판이며 미래 경제의 희망이다.

* 현재와 미래의 트렌드

- 아침부터 저녁까지 열심히 일하면 망한다. - 한 우물만 파면 망한다.

- 한 가지 기술만 있으면 피곤하게 먹고 산다. - 싸 돌아 다니지 않고 일하거나 공부하면 망한다.

* 플랫폼(Platform) 사업 : 사람과 운송 수단이 만나는 접점

* 프로슈머 : 앨빈 토플러가 저서 ‘제3의 물결’에서 주장한 ‘생산하는 소비자’인 프로슈머(Prosumer)는 소비자가 제품 개발 요구와 제안 아이디어를 수용해 신제품을 개발 판매하는 Producer+Consumer를 말한다.

[소비 경제의 끝판]

비즈슈머 (BIZSUMER)

[소비자의 변천]

컨슈머 Consumer

프로슈머 Prosumer

스마트슈머 Smartsumer

비즈슈머 Bizsumer



제 3 장 | 애틀미는 어떤 회사인가

새로운 경제방식인 애틀노믹스를 구현하는

최첨단 글로벌 온라인 유통회사

애틀미는 어떠한 회사인가.

어떠한 경영철학과 마케팅 전략으로

신 실크로드를 개척하고 있는지 알아본다.



01 애터미 회사 소개

애터미(주)는 2006년 8월부터 방문판매 방식으로 시작하여 2009년 6월에 네트워크 회사로 정식 출범하였다. 애터미는 한국원자력연구원과 한국콜마가 합작 투자하여 설립한 연구소기업 1호인 콜마BNH(Beauty&Health/구 선바이오텍)와 협력업체가 생산한 제품을 판매하는 글로벌 인터넷 쇼핑몰이다. 대규모 고용창출과 소비자에게 혜택을 주기 위하여 '회원제 직접판매 방식'을, 회원들에게 질서있게 정확하고 공정한 수익 분배를 위하여 '단계 방식(무한 단계)'을 도입한 회사이다.

또한 "좋은 제품을 싸게 팔면 잘 된다"라는 매우 단순한 세상의 유통 원리를 실천하는 회사이다. 누구도 따라올 수 없는 '절대품질'의 제품을 '절대가격'에 공급하는 것이 애터미의 대중명품 전략으로 전 세계 어디서든지 좋은 반응을 얻고 있다. 대중명품은 소비자를 행복하게 하고, 무자본 서민에게 사업의 기회를 제공한다.

애터미는 진정한 글로벌 기업으로 거듭나기 위해 설립 당시부터 경쟁 상대가 같은 네트워크 마케팅 업체가 아니고 일반 유통(대형할인마트, 백화점, TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰)을 목표로 했다. 애터미는 독창적인 시스템으로 유통과 네트워크 마케팅의 새로운 역사를 써 나가고 있다. 원리를 알고 원칙을 지키는 네트워크 마케팅의 교과서가 되기 위해 동종 업계에 대한 인식 전환과 발전을 위하여 꾸준히 노력하고 있다. 또한 애터미는 원칙중심의 문화, 동반성장의 문화, 나눔의 문화를 실현해 나가고 있다. 애터미 기업신용등급은 2014년 기준 트리플A이다.*

2016년 : 제53회 무역의 날 '3천만불 수출탑' 수상

2015년 : 전국경제인연합회 회원사 가입, 제52회 무역의 날 '2천만불 수출탑' 수상

2014년 : 공정거래의 날 '대중소기업간 상생협력에 기여'한 공로로 공정거래위원회에서 정부 포상

2013년 : 50회 무역의 날 한국무역협회 '천만불 수출탑' 수상

2012년 : 애터미 에센스 "IR52 장영실상" 수상

***트리플A** : 우수한 신용상태를 보유하고 있어 환경변화에 무관하게 상거래를 보장할 수 있는 초우량 기업.

출처 : 박한길, 네트워크마케팅 회사의 리스크관리에 대한 연구 : 애터미 사례를 중심으로, 우송대 석사 논문, 2016, p52

[애틀미유통 원리]
좋은 제품(절대품질)
싸게 판매(절대가격)

[애틀미 제품 전략]
대중명품(매스티지)

[애틀미 경쟁상대]
대형 할인 마트
백화점
TV 홈쇼핑
인터넷 쇼핑몰

02 애터미를 이끄는 인물

박한길 애터미(주) 회장 : 17년간 자동차 부품 관련 엔지니어링 플라스틱 제조판매회사의 평사원에서 경영진까지 승진, 국내 자동차 및 전 세계 업계를 다니면서 세계 경제 흐름을 읽던 중 호주 친구의 소개로 소비자 마케팅을 접하게 되었다.

1995년 네트워크회사 사업부장으로 재직, 사업가로서 최고 직급까지 도달.

1999년 제1회 한국 마케팅 대상을 수상하며 리더스 클럽 초대 회장을 역임.

2000년 국내 최초로 회원 163만 명의 대형 쇼핑몰 ‘아이엠코리아닷컴’ 창업.

2006년부터 애터미를 경영하면서 소비자를 위해 같은 가격에 화장품과 치약 등의 제품용량을 증량해주고, 해모힘의 경우 30→42→48→54→60포로 증량해주어 가격 인하의 마인드를 실천하는 경영자이다. 영혼을 소중히 여기고 매스티지(대중명품)와 매스탈리즘(대중자본)이라는 독창적인 경제를 구현하면서 모든 협력업체와 애터미 회원의 성공을 위해 힘쓰는 상생의 경영자이다.

이성연 박사 : 애터미의 올바른 문화, 회원들의 인성개발과 사업성공에 필요한 쉬운 인문학 강의와 애터미 경영을 위해 이론적으로 뒷받침하는 애터미의 ‘스승’이다.

1972년 육군사관학교 졸업

1976년 서울대학교 경제과 졸업

1982년 미국 브라운대학교 대학원 경제학 석사

1989년 경북대학교 경제학 박사

1976~2010년 육군사관학교 및 삼군사관학교 교수 역임

1986년 보국훈장 삼일장 수상

2013년~현재 애터미 경제 연구소장



박한길 회장
(애틀미 창립자)



이성연 박사
(애틀미 경제연구소장)

CONSUMER►PROSUMER►SMARTSUMER► BIZSUMER

애틀어미는 '1인은 만인을, 만인은 1인을 위한' 사업이다.
애틀어미 사업은 생활비=사업비이다.

성공률 5% 자영업보다 리스크 없는 무자본·무점포 사업이자

맨 손으로 성공할 수 있는 애틀어미 사업을 적극 권장한다.

가입비·유지비가 없고, 무한단계·무한공유의 혜택이 있다.

원 서버 글로벌 사업이므로 원 넘버 회원 아이디는 나중에 큰 자산이 될 것이다.

회원 가입으로 나의 글로벌 온라인 마트를 바로 오픈하는 것이다.

최고품질의 절대제품·최저가격의 절대가격이므로

애틀어미 마트 소비는 절약 소득=내부 소득=즉시 소득이 된다.

또한 소비 적립 포인트는 외부 소득=수당 소득=누적 소득=지연 소득이 된다.

수당 소득은 나중에 3대 상속이 가능한 연금성 소득이 된다.

공정거래위원회 공개정보에 의하면 2015 애틀어미는 2009년에 비하여

매출액 200억→7,000억(약35배),

연봉 3,500만원 120명→6,000만원 2,400명(약20배),

연봉 1억원 30명→300명(약10배)으로 성장하고 있다.

그러므로 소비습관을 바꾸어 소비만으로 사업자가 되고 이익을 공유하는

현명한 소비자 **비즈슈머**가 독점적 자본경제의 해결사가 될 것이다.

15,000



ISBN 978-89-85360-26-5

