



07-46 (통권 173호)
2007.11.16

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 3/4분기 도시근로자 소득 격차 심화
- 일본 3/4분기 경제성장률 0.6%

경영 노트

- 사람이 경쟁력이다

사회 트렌드

- 인터넷 대선판, 자발적 UCC 대신 CCC 판친다
- 美 대학, 외국어 수강 열풍

저널 브리프

- 인력 부족 일본 - 국내 실업난 해소를 위한 기회

洗心錄

- '격려'와 '칭찬'이 혁신 인재를 키운다

□ 3/4분기 도시 근로자 소득격차 심화

- 3/4분기 전국가구의 가구당 월평균 소득은 전년동기대비 7.4% 증가한 반면 소비지출과 비소비지출 중 조세지출 증가율은 각각 8.0%, 14.0%를 기록하여 소득증가율을 앞지른 것으로 나타남
 - 통계청이 발표한 ‘3/4분기 가계수지 동향’에 의하면 추석명절 효과로 인하여 가구당 월평균 소득(전년동기대비 7.4%)과 소비지출(8.0%)이 큰 폭으로 증가한 것으로 나타남
 - 비소비지출(5.2%)은 기타비소비지출 항목(-0.2%)이 감소한 반면 조세(14.0%), 공적연금(2.0%) 항목이 증가하였음

- 한편 소득5분위배율(5분위소득/1분위소득)은 전국가구(7.52배)가 전년동기에 비해 개선된 반면 도시근로자가구(5.41배)는 악화되었음

□ 일본 3/4분기 경제성장률 0.6%

- 2/4분기 중 -0.4%(전기대비 증가율)의 마이너스 증가율을 나타내었던 일본 GDP가 3/4분기 들어 다시 호전되어 전기대비 0.6% 증가하였음
 - 민간최종소비지출이 0.3% 증가하고 2분기 연속 감소 추세를 나타내던 민간기업 설비투자가 1.7% 증가하는 등 내수부문의 기여도가 전분기의 -0.4%에서 0.2%로 회복되었음
 - 또한 전분기 0.9% 증가에 그친 수출이 3/4 분기에는 2.9% 증가한 반면 수입 증가율은 0.5%에 그쳐 수출에서 수입을 차감한 순수출의 성장기여도는 전분기의 0.0%에서 0.4%로 증가하였음
 - 반면 민간주택 투자는 주택착공의 지연 등으로 인하여 전기대비 7.8% 감소하여 지난 1/4분기 이후 3분기 연속 감소하였음

- 한편 최근의 엔화 강세가 3/4분기 경제성장을 이끌었던 수출부문의 위축을 초래할 것으로 예상되는 데에다 민간주택부문의 부진이 당분간 지속될 것으로 보여 향후 경제전망이 낙관적이지만은 않은 실정임

□ 사람이 경쟁력이다

- 인사관리(HR) 분야의 세계 최고 대가인 제프리 페퍼 스탠퍼드大 교수는 ‘사람이 곧 경쟁력’으로 기업경영의 알파이고, 오메가임을 역설함
 - 그의 지론은 기업이 진정으로 중시해야 할 것은 다름 아닌 조직 내의 사람이며 사람을 통한 경쟁 우위만이 존속가능한 경쟁 우위라는 것임
 - 구글, 제네테크, 새스 등 일하기 좋은 직장을 손꼽히는 기업들은 대학 같은 분위기로 조직원의 창의성을 극대화하면서 고객을 이해하도록 함
- 대부분의 기업들이 인재를 선발해 놓고도 의사결정을 이양하지 않으며, 고객 중심을 이야기하지만 제대로 실천하지 못함
 - 지금의 기업들은 사람을 채용해 훈련시키기는 하지만 창의성을 발휘하여 의사결정을 할 수 있는 여건을 제공하지 못함
 - 고객중심적이라는 구호가 난무하지만 대부분 회사는 형식적으로 임하고 공급자의 시각에서 ‘고객들이 이런 것을 원할 거야’ 라는 가정에서 출발
- 글로벌 무한경쟁 시대에 기업들은 더 많은 의사결정 권한을 위임하고 진정으로 고객중심이 되어야 함
 - ‘고객과 종업원들에게 귀를 기울이고, 그들이 이야기한 것을 실행하라’는 새스의 슬로건은 오늘날 많은 기업들에게 귀감이 될 수 있음
 - (권한위임) 구글의 경영진은 종업원들을 빡빡하게 통제하기보다는 느슨하게 풀어주고 중요한 의사결정의 대부분을 분권화 함
 - (고객중심) 디자인컨설팅 업체 아이데오(IDEO)는 디자이너를 현장에 보내 고객들을 관찰하게 하고, 고객들이 실제 목소리를 배우게 함
- (시사점) 혁신과 창의성의 관점에서 서열은 아무 의미가 없다는 것을 이해하고 지금보다 덜 위계적으로 변하고 권한을 이양해야함
 - 한국 기업들은 종업원들의 지식과 경험을 최대한 뽑아내어 ‘군중의 지혜’(wisdom of crowds)를 잘 활용할 수 있도록 변해야 함
 - 또한, 혁신에는 항상 실패의 위험 따른다는 것을 명심하고 실패를 처벌하는 문화를 타파해야 더욱 발전할 수 있음

□ 인터넷 선거판, 자발적 UCC 대신 CCC 판친다

- 2002년 뜨거웠던 인터넷 선거판과 달리 대선을 불과 한달 앞둔 요즘 인터넷 선거판에서 일반 네티즌을 찾기 어려운 기현상이 벌어지고 있음
 - 2002년 대선 때는 소위 '인터넷 논객'들이 선거의 향방을 결정하는 등 막강 파워를 과시했지만, 올해는 'UCC(사용자 제작 콘텐츠) 선거'가 거의 실종된 상태
- 올해에는 대선에 관한 일반 네티즌의 UCC는 크게 위축된 반면, 각 후보캠프의 홍보 동영상인 CCC(Camp Created Contents)는 넘쳐나고 있음
 - 대표적인 UCC사이트 판도라TV에 올라있는 선거 관련 동영상UCC는 총 2,700여 개인데, 이중 일반 네티즌이 제작한 진짜 UCC는 800개에 지나지 않고 나머지 1,700개는 모두 후보 캠프에서 만든 CCC임
- 인터넷 선거판이 이처럼 가라앉은 이유는 크게 두 가지임
 - 첫째, 동영상UCC에 대한 선거관리위원회의 까다로운 규제 때문인데, UCC 관련 불법의 범위가 너무 넓고 기준 자체가 모호함
 - 둘째, 이번 선거 자체가 젊은 층의 관심을 끌지 못하기 때문임

□ 美 대학, 외국어 수강 열풍

- 미국 대학에도 '국제화 바람'이 불어 외국어 수강 붐이 일고 있으며 한국어 수강자도 크게 증가하고 있음
 - 미국 현대언어협회(MLA) 조사에 따르면, 지난해 가을 학기 외국어 수강자 중 한국어 수강자는 7,145명으로 2002년(5,211명)에 비해 37.1%가 늘었고, 순위는 15위였음
 - 스페인어가 82만 명으로 압도적 1위이며, 프랑스어(약21만 명), 독일어(약 9만 명) 등이 뒤를 이음. 일본어와 중국어는 각각 6위와 7위를 차지
- 아랍어는 9.11 테러 이후 아랍권에 대한 미국인들의 이해가 부족했다는 분위기 때문에 가장 많이 늘어남
 - 아랍어 수강자는 2002년 1만 584명에서 지난해 2만 3,947명으로 126.5% 증가함
 - 중국어는 중국의 급속한 경제성장 등 위상 변화 때문에 수강자 2002년 3만 4,153명에서 지난 해 5만 1,582명으로 51.0% 증가

□ 인력 부족 일본 - 국내 실업난 해소를 위한 기회*

- (인력 부족의 원인) 경기 회복으로 인력 수요가 늘고 있는데 반해 인구 감소 및 단카이 세대의 대량 퇴직으로 인력 공급은 감소할 것으로 예상
 - 일본은 출산율 저하로 2006년 1억2,800만 명이었던 인구가 2025년에는 1억 2,100만 명, 2050년에는 1억 명으로 줄어들 전망임
 - 또한 올해부터 단카이(團塊)로 불리는 베이비붐 세대(1947~49년 생)의 정년 퇴직으로 현재 6,600만 명인 노동인구는 2030년엔 1,000만 명으로 줄어들 것으로 예상

- (인력 부족 해결책) 외국 인재를 채용함으로써 현재의 인력 부족 문제를 해결하고, 외국인 유학생 유치로 통해 미래의 인력 부족 문제를 해결함
 - 외국 인재 채용 : 일본과 문화적 유사성을 가지고 있으며, 상대적으로 저렴한 인건비로 고용할 수 있는 한국, 중국, 인도의 동남아 인재 선호
 - 버블 경제 붕괴 후 IT 인력 양성에 소홀한 탓으로 IT 기업들의 인력난이 가장 심각함
 - NEC와 후지쯔 등 일본의 대형 전기·전자 업체들이 아시아 국적의 소프트웨어 개발 인력을 향후 3년간 1만 명 이상 고용하기로 함
 - 한국의 경우, 2006년 산업인력공단을 통해 500명이 일본 IT 기업에 취업함
 - 외국인 유학생 유치 : 외국인 연수생 및 유학생 유치를 통해 미래의 우수 인력을 확보하려 함
 - 매년 4만 5,000명에서 5만 명 정도의 외국인 연수생이 입국하고 있으며, 우수인재의 경우 입국과 정착 영주를 촉진하는 정책이 마련됨
 - 일본은 세계적인 두뇌 확보를 위해 박사과정 학생들에게 수업료 및 생활비를 지원하며, 9월 학기제 도입을 늘리고 있음

- (시사점) 한국은 일본과 반대로 노동 수요가 공급보다 적어 청년 실업 등의 문제에 직면해 있으므로, 한국 인력의 일본 취업에 대한 정부 차원의 적극적인 지원을 통해 이를 해결할 필요성이 있음

* 이 글은 『Business』 (2007.11.19)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

□ ‘격려’와 ‘칭찬’이 혁신 인재를 키운다

우리 속담에 ‘말 한마디가 천 냥 빚을 갚는다’는 말이 있다. 또 ‘칭찬은 고래도 춤추게 한다’는 말도 있다. 가벼운 말 한마디가 용기를 북돋게 하기도 하며, 나아가 사람의 마음을 움직이게 하는 효과를 거둘 수 있다는 의미이다. 기업 경영에 있어서도 종업원들의 동기 부여를 위해서는 물질적 보상도 물론 중요하지만, 따뜻한 격려와 칭찬 한마디가 사기 진작에 큰 힘을 발휘하는 경우가 많다.

혁신 기업의 대표적 사례로 잘 알려진 3M의 경우, 종업원들이 자발성과 창의성을 발휘할 수 있도록 하는 동기 부여의 방안으로, 칭찬과 격려를 중시하는 경영 철학으로 유명하다. 3M의 초창기 전설적인 CEO인 윌리엄 맥나이트(William L. Mcknight)는 “실수를 저질렀을 때, 이를 심하게 비판하는 경영진은 종업원의 자발성을 죽이는 행위입니다. 우리가 계속 성장하기 위해서는 자발적인 사람들이 필수적입니다”라는 신념으로, 혁신 지향의 종업원들에게 박수를 보내고, 이로 인한 실패에 대해서는 관대하며 격려를 아끼지 않았다. 이러한 역대 경영진들의 남다른 경영 철학이 있었기에, 오늘날 3M을 세계적인 초우량 기업으로 성장을 가능하게 했던 것이다.

정신적인 보상은 그 정도에 관계없이 상대방을 기쁘게 한다. 격려와 칭찬을 잘 활용하면 경우에 따라서는 물질적 보상보다 더 효과적일 수 있다. 기업의 경영자 및 관리자는 부하직원의 과실을 덮어놓고 책망해서는 안 된다. 물론 상과 벌은 분명히 해야 하지만, 사안의 경중에 따라 적당히 문책하는 동시에 부하직원의 장점을 잘 파악해 적절하게 칭찬하고 격려한다면, 종업원들의 잠재적 창의성을 개발하고 자발적 혁신 노력을 촉진시킬 수 있을 것이다. 기업 경쟁력의 원천은 결국 사람이라는 점을 재인식하고, 사람의 마음을 움직이게 하는 효과적 동기 부여 방안을 고민할 필요가 있다.

**진리를 찾고자 한다면 일생에 최소한 한 번이라도
가능한 모든 것을 의심해보는 것이 필요하다.**

데카르트(1596~1650) : 프랑스의 철학자