



08-32 (통권 210호)
2008.08.14

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- OECD 국가 생산자물가 상승세 확대
- 2/4분기 순상품교역조건지수 전년동기대비 하락

경영 노트

- 직장인의 'Personal Brand Identity' 개발 전략

사회 트렌드

- 골드피커(gold picker)
- 한국도 비만사회?

차이나 리포트

- 중국 대외무역 현황과 시사점

저널 브리프

- 기업의 위기대처 능력 개발

洗心錄

- 다원화 사회의 기업 경쟁력

□ OECD 국가 생산자물가 상승세 확대

- OECD 국가들의 평균 생산자물가 상승률은 7.6%로 2007년 3분기 이후 상승률이 확대되고 있음
 - 터키(16.0%, 전년동기대비), 한국(12.6%), 오스트리아(10.9%), 그리스(10.8%), 네덜란드(10.6%), 미국(9.5%) 등의 순으로 상대적으로 높은 생산자물가 상승률을 기록
 - 아일랜드(-3.3%, 전년동기대비), 프랑스(2.1%), 스웨덴(2.3%), 캐나다(캐 3.1%) 등의 순으로 상대적으로 낮은 생산자물가 상승률을 기록함
 - 높은 생산자물가의 상승은 시차를 두고 소비자물가 상승 압력으로 작용함으로써, 세계경기는 경기 둔화가 진행되고 있는 상황에서 생산자 및 소비자 물가 상승으로 스태그플레이션의 우려까지 제기되고 있음

- 한국은 원자재 수입 의존도가 다른 국가들에 비해 큰 산업구조를 가지고 있고, 정부의 교환율 정책으로 수입 물가가 오르고 이는 다시 생산 원가 상승에 영향을 미침으로써 상대적으로 높은 물가상승률을 보임

□ 2/4분기 순상품교역조건지수 전년동기대비 하락

- 한국은행(8월 14일)에 따르면, 2008년 2/4분기 순상품교역조건지수는 81.5(2005=100)로 전년동기대비 하락함
 - 수출대금 1단위로 수입할 수 있는 물량을 의미하는 순상품교역조건지수는 수입단가가 수출단가보다 더 큰 폭으로 상승함으로써 전년동기대비 11.6% 하락함
 - 수출물량이 크게 늘어났으나 수입단가 급등으로 인해, 총수출대금으로 수입할 수 있는 물량인 소득교역조건지수는 2/4분기 112.7로 전년동기대비 1.3% 하락

- 하지만, 원유가격 급등으로 인한 수입단가가 2/4분기의 교역조건에 충분히 반영되지 못함으로 인해, 순상품교역조건지수 및 소득교역조건지수는 전기대비로는 각각 0.2%, 4.4% 상승함

□ 직장인의 'Personal Brand Identity' 개발 전략*

- (개요) 시장과 기업의 형태가 다양해지고 있고 평생직장의 개념도 사라진 요즘, 더 이상 직장은 우리 생활을 보장해주는 대안이 아니기 때문에 남들과 다른 자신만의 이미지 구축이 필요함
 - 기존의 획일적인 일꾼의 이미지로는 끊임없이 변화하고 있는 사회와 시장에서 성공을 담보할 수 없음
 - 차별화된 Personal Brand Identity(PBI: 목표대상에게 포지셔닝 시키고 싶은 나의 가치) 개발을 통해 평생의 수익을 도출
- (PBI 개발전략) 세계적인 광고회사 사치앤사치의 최고 경영자인 케빈 로버츠는 PBI 개발의 핵심요소로 브랜드와 아이디어를 꼽음
 - (브랜드) 시장에서 뛰어난 브랜드만이 살아남듯이 개인도 자신의 장점을 상징화하여 개인 브랜드를 구축하여야 함
 - 자신만의 장점을 계속 개발시키고 그 장점을 바탕으로 자신을 그 분야의 전문가로 인식하게 만들어야 함
 - (아이디어) 실행과정에서의 실패를 두려워 말고 실패로부터 배우고 그 실패를 극복하여 아이디어를 발전시키는 열정이 필요함
 - 개방적인 마음가짐과 세상이 모두 한 방향으로 향할 때 다른 방향으로 갈 수 있는 용기를 지닌 극단적인 낙관론자가 돼야 아이디어만이 될 수 있음
 - 화가, 댄서, 기자, 운동선수, 시인과 같은 자신과 전혀 다른 분야 사람들을 만나서 그들의 새로운 생각과 이해를 통해야만 창조적인 아이디어가 개발될 것임
- (시사점) 앞으로 사회는 개인이 브랜드화 되어 있는 사람을 요구할 것이기 때문에 특정분야에 특출난 역량과 이를 세상에 알리는 개인의 적극적인 노력이 요구됨
 - 자기 계발만으로는 부족하고 인맥을 네트워크하고 자기 자신을 가치 지향적으로 주변에 알리는 것이 우수한 개인 브랜드 구축을 위한 중요 과제일 것임

* <조선경제, 2008.07.22>를 요약, 정리한 것임

□ 골드피커(gold picker)*

- 유통업체들이 ‘골드피커’ 소비자 때문에 속앓이를 하고 있다 함
 - ‘골드피커’란 베이징 올림픽 금메달 이벤트 상품은 구매하지 않고 이벤트 혜택만 보려는 ‘얌체고객’들을 일컫는 신조어임
 - 비슷한 용어로 ‘체리피커’(cherry picker)가 있는데, 이는 기업의 상품이나 서비스를 구매하지 않고 실속만 차리는 소비자를 말함
- 13일 이후 홈쇼핑 등 유통업계에 따르면 베이징올림픽 개막 이후 한국 선수들이 금메달을 따면 혜택을 주는 이벤트가 잇따르면서 제품 주문이 폭주하고 있지만 이벤트 당첨 발표 이후 당첨하지 않을 경우에는 주문을 취소하는 사례가 많이 반품률이 평소보다 높은 것으로 나타남
 - 한국선수가 금메달을 딸 때마다 해당방송 프로그램과 이후 프로그램의 상품고객 중 추천을 통해 결제금액을 전액 환불해주는 GS홈쇼핑은 이벤트 발표 직후 상품 취소율이 20% 가까이 높음

□ 한국도 비만사회?

- 비만으로 인한 사회적 비용이 한 해 1조 8,000억을 넘는 것으로 나타남
 - 14일 국민건강보험공단 건강보험연구원 자료에 따르면, 2005년 비만으로 인해 발생한 사회경제적 비용이 1조 8,239억 원에 달했음
 - 이는 당시 국민 전체 의료비의 3.8%, GDP의 0.22%에 달하는 규모
 - 비만 예방비용까지 포함할 경우 비만으로 인한 사회비용은 2조 원을 넘길 것으로 추산됨
- 진료비·약값과 같은 직접비용이 1조 1,087억 원으로 전체 의료비의 2.3% 수준이었으며 이는 미국(5.5~7.0%)에는 못미치나 프랑스, 호주, 포르투갈 등과 비슷한 수준
 - 생산성 손실과 간병비 등 간접비용은 7,152억 원으로서, 이중 사망(5만 6,000여 명)으로 인한 생산성 손실액이 24.7%(4,494억 원)로 가장 많음

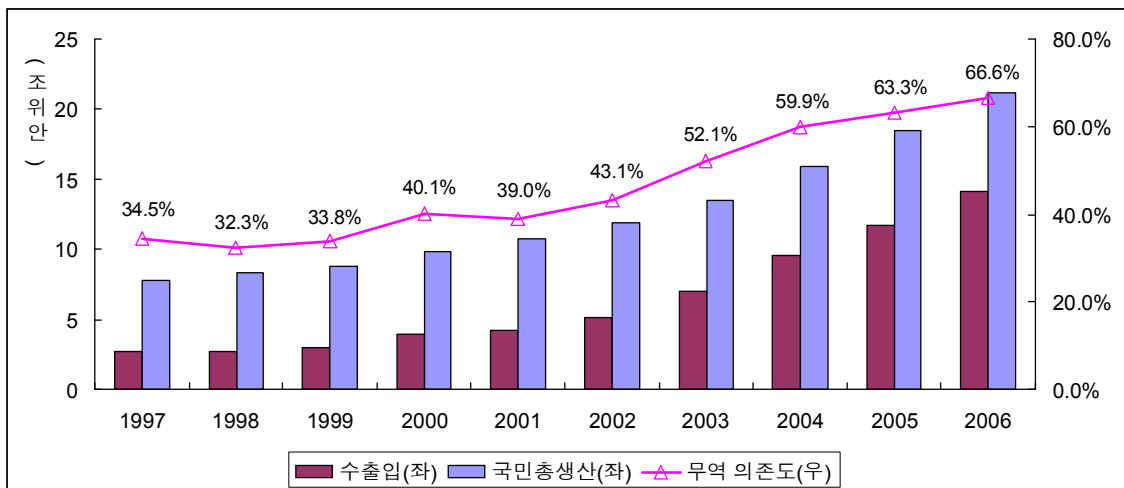
* ‘유통업계 골드피커에 속앓이’(서울경제신문, 2008.8.14일자) 참조

□ 중국 대외무역 현황과 시사점

■ (개요) 과거 10년 간 중국의 대외 무역은 급속도로 발전하여, 경제발전을 견인하는 한편, 중국경제의 대외 의존도를 급상승시킴

- 과거 10년 동안 중국의 수출과 수입의 연평균 증가율은 각각 17.0%와 17.8%로 2006년에는 1997년의 5.1배와 5.6배에 달함
- 2006년 중국경제의 대외 의존도는 66.6%에 달해 전통적 무역 대국인 독일보다도 높으며, 세계 6대 통상 대국 중 가장 높게 나타남

< 중국경제의 대외 의존도 추이 >



자료 : 중국 국가통계국, 《통계연감》, 《통계공보》 각호.

■ (문제점) 중국의 대외무역은 급속한 발전을 통해 규모가 확대되었으나 그에 따른 부작용과 문제점들이 속출하고 있음

- (수출의 양적 확대 치중) 그동안 중국의 수출은 주로 중후장대·양적 확대 위주로 이루어져 수출의 질은 상대적으로 낮음
 - 중국의 수출 상품은 주로 방직, 전자, 경공업 등 노동집약형 산업 위주로 구성되어 있으므로 해외 수요 급감은 국내 고용 불안을 조장할 수 있음

- 또한 중국의 산업구조는 국제 분업체계에서 하위에 위치한 산업군 위주로 구성되어 있으므로 에너지 자원 소모가 많고 환경오염이 심한 편임
- (수출시장의 집중현상 심각) 중국은 대외 수출의 대부분을 미국, EU, 일본 등 주요 교역 대상국에 의존하고 있어 반덤핑 규제에 취약함
 - 미국, EU, 일본 등 주요 교역 대상국들이 중국의 대외수출에서 차지하는 비중은 70%를 상회함
- (수입제한에 취약) 중국은 에너지·원자재의 대외 의존도가 높고 하이테크 분야의 자주 개발 능력이 떨어져 자원부국과 선진국의 수입제한에 취약함
 - 중국의 원유, 철광석, 동 등 전략 자원의 대외 의존도는 35~55%에 달함
 - 또한 중국은 대형, 정밀기기의 경우는 100% 수입에 의존함
- (수출경쟁력 하강 단계 진입) 인건비의 급속한 상승과 경제 블록화의 확산으로 중국의 수출경쟁력이 점차 소실될 위기에 처함
 - 연해 개방도시를 중심으로 인건비 상승이 가속화됨에 따라 노동집약형 산업의 탈 중국화가 시작되고 있음
 - 실제로 중국의 인건비는 인도, 동남아 국가에 비해 높으며 초기 설립비용도 상대적으로 높음
- (시사점) 무역구조의 부조리를 개선하기 위한 중국의 산업구조 고도화 정책의 실시는 국내 기업들이 중국 투자를 확대하는 계기가 될 것임
 - 기술적 우위를 보유한 국내 첨단 제조업 및 서비스업 관련 기업들은 중국에 진출함으로써 세제 혜택과 시장 선점의 이점을 얻을 수 있음
 - 또한 중국의 소득수준 향상에 따른 소비 확대에 대비해 국내기업들은 중국 내수시장 공략을 위한 영업력 강화와 제품과 서비스의 현지화를 추진할 필요가 있음

□ 기업의 위기대처 능력 개발*

- 부실한 관리의 지속으로 많은 기업들이 ‘인재(人災)’라는 위기를 접하게 되자 그러한 위기에 대처하는 기업의 능력에 대한 관심이 크게 증가하고 있음
 - 사업 규모가 대형화하고, 디지털 기술의 발달로 대량의 정보가 신속하게 전달되면서 기업의 리스크 관리가 한층 중요해지고 있어 동종업계에서 벌어지는 다양한 위기 상황을 미리 예측해 보며 위기에 대한 준비를 할 필요가 있음
- 다양한 위기 상황에서 기업들의 성공적인 대응사례와 실패사례를 통해 기업의 위기대처 능력과 관리체계의 중요성을 인식함

<최근 국내 기업의 위기 대처 주요 사례>

기업	주요 내용
SK 텔레콤	· (발생배경) SK텔레콤은 파리카라상과의 할인제휴로 지역에 기반을 둔 자영 제과업자들과 분쟁을 겪고 불공정거래 행위로 기소됨 · (대응성공) SK 텔레콤은 제휴사와의 할인율을 낮추는 방안을 제시하고 군소 빵집과의 제휴 가능성을 노출시킴으로써 결국 시장 점유율을 확대시키는 효과를 거둠
유한킴벌리	· (발생배경) 유한킴벌리 물티슈 하기스에서 기준치 이상의 포름알데히드가 검출됐다는 소비자 시민 모임과 언론의 발표가 이어짐 · (대응성공) 회사는 반품과 환불 조치계획을 밝히는 동시에 안전성 강화 입장을 밝히고 친환경 기업 이미지를 언론에 노출하는 등 적극적이고 일관성 있는 대응으로 소비자 불만을 최소화함
GM 대우	· (발생배경) 마티즈3의 결함에 대해 자동차 동호회를 중심으로 문제 제기됨 · (대응실패) 회사는 ‘공식적으로 발견된 결함은 없다’며 일관된 부인을 계속했고 리콜 실시에 있어서도 수리비를 소비자에게 전가하며 책임회피, 결국 자발적 리콜과 건설교통부의 강제리콜 명령을 받음

- (시사점) 급변하는 사회와 시장 환경 속에서 기업의 흥망성쇠는 결국 기업의 위기관리 능력에 있음
 - 위기를 기회로 전환할 수 있는 위기관리형 리더를 배양하고 위기 발생 시부정적인 파장을 최소화할 수 있는 제도를 마련해야 할 것임

* 이 글은 『환경비즈니스』 (2008.07.30)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임

□ 다원화 사회의 기업 경쟁력

오늘날 우리 사회는 다양한 가치관과 문화가 어우러지는 다원화 사회로 급속히 변모하고 있다. 여러 가지 의견과 가치관들이 공존하는 다원화 사회에서는 대립과 갈등이 잦아 효율성이 떨어진다는 문제점이 지적되기도 한다. 하지만 다양성은 활용하기에 따라서는 궁극적으로 사회 전체의 효율성과 안정성을 더욱 강화시켜 주는 원동력으로 작용한다. 이민 국가에서 출발한 미국이 오늘날 세계 최강의 국가로 자리매김하게 된 배경도 다양성을 인정하고 존중하는 문화에 있다는 견해는 시사하는 바가 크다.

다원화 사회로 변모하면서 기업 경쟁력에 대한 인식도 변하고 있다. 오늘날과 같은 글로벌 시대의 기업은 시장 영역이 확대되고 조직 규모가 커지면서 다양한 문화, 다양한 인재들을 관리해야 하는 입장이 되었다. 여기에 새로운 가치 창출을 지향하는 이른바 창조경영이 새로운 경영 패러다임으로 대두되면서, 구성원의 다양성에 바탕을 둔 창의성을 조직적 문화로 어떻게 결집하느냐가 기업 경쟁력을 좌우하는 요인이 되고 있다.

그 동안 한국의 많은 기업들은 경영 목표의 달성을 위해서는 구성원 모두가 동질적 가치관을 기반으로 일사불란하게 매진했을 때 효과적이라는 인식에 익숙해 있다. 하지만 권위주의적이고 전체주의적이며 보수적인 환경 속에서 동질성과 획일성을 강조하다보면 창의력과 상상력은 죽을 수밖에 없다. 창의력은 창의적 표현이 가능한 환경 속에서만 발휘될 수 있다.

다원화 사회에서의 경영 리더는 개개인의 다양성을 조직적 창의성으로 결집될 수 있도록 환경을 조성해야 한다. 한 가지 악기만으로는 오케스트라가 될 수 없다. 또한 여러 가지 악기가 모였다고 해서 멋진 화음이 만들어지는 것은 아니다. 경영 리더는 개인의 악기 음색을 조화시켜 훌륭한 음악이 연주될 수 있도록 하는 오케스트라의 지휘자와 같은 역할이 필요하다. 기업에는 다양성이 넘칠수록 좋다. 다양성은 기업 경쟁력으로 전환될 수 있는 가치이기 때문이다. 순철(純鐵)은 그 자체보다는 다른 금속과 결합할 때 비로소 더욱 쓸모가 많은 강철이 될 수 있다는 사실에 주목해야 한다.

**“당신 주장에 동의하지 않지만
당신이 그것을 말할 권리는 죽음을 각오하고라도 지켜내겠다.”**

- 볼테르(1694-1774): 프랑스 작가, 사상가