

CHAIRPERSON NOTE

체어퍼슨노트

2009.05.22 (통권249호)

경제 이슈

- IMD 국가 경쟁력
- 국내 순대외채무 감소세 전환

경영 노트

- 신시장 창출 방법

사회 트렌드

- 담배공초稅
- 존엄사

차이나 리포트

- 중국 추가 소비 촉진책의 주요 내용과 시사점

저널 브리프

- 불황을 이기기 위한 고객관리체제

洗心錄

- 긍정적이고 건강한 '집착'

□ IMD 국가 경쟁력

- 국제경영개발원(IMD)에 따르면 금융위기의 진원지인 미국이 여전히 경쟁력 1위를 고수하고 있고 한국의 순위는 전년대비 상승한 것으로 보고됨
 - 국가경쟁력 순위 : 미국 1위(2008년 1위), 덴마크 5위(6위), 독일 13위(16위), 일본 17위(22위), 중국 20위(17위), 대만 23위(13위), 태국 26위(27위), 한국 27위(31위) 순임
 - 위기극복능력 : 스트레스 테스트를 통해 분석한 결과 따르면 네덜란드가 1위, 미국 12위, 독일, 24위, 일본 26위, 중국 18위, 대만 21위, 태국 19위, 한국 29위 순임
 - 국가경쟁력 순위 세부항목 : 크게 기업효율성, 정부효율성, 인프라구축, 경제성과 부문으로 나누어 분석
 - 위기극복능력 세부항목 : 이번에 처음 실시된 위기극복능력 평가는 경제, 정부, 기업, 사회 부문으로 나누어 평가

- 한편, IMD 경쟁력 지수는 기업경영자 입장이 강조되어 경제 전체 측면의 성과 반영이 미흡하고 설문조사에 의한 자료가 반영되므로 응답자의 주관적인 의견에 영향을 받는 단점이 있음

□ 국내 순대외채무* 감소세 전환

- 한국은행(21일)에 따르면 대외채무의 큰 폭 감소로 순대외채권 마이너스 규모가 축소됨
 - 순대외채무 : 2009년 3월말 283억 5,000만 달러로 2008년말 326억 3,000만 달러 대비 87억 8,000억 달러 감소
 - 대외채권 및 대외채무 : 2009년 3월말 현재 대외채권은 3,454억 8,000만 달러로 전년말대비 29억 4,000만 달러 줄었으나 대외채무는 3,693억 3,000만 달러로 117억 3,000만 달러 감소

- 향후 경상수지 흑자폭 확대가 기대되는 등 대외채무 감소 지속 전망

* 순대외채무는 대외채권에서 대외채무를 뺀 수치를 의미

□ 신시장 창출 방법*

- 사회가 바뀌고 기술 발전에 따른 빠른 수요 변화로 기존 시장 및 고객과 다른 새로운 고객층이 끊임없이 형성되고 있음
 - 이에 따라 소비자의 수요 변화로 인한 새로운 수요층을 찾는데 기업의 희망성취가 달려있음

- 글로벌 컨설팅 업체인 올리버와이만은 기업들이 시장 수요 변화에 따라 새로운 고객집단과 제품을 찾는 3가지 방법을 제안

구 분	내 용
1. 시장수요변화를 읽어라	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 10년간 성장한 기업들은 고객의 니즈 변화를 조속히 포착하여 그들의 사업을 성장 시켰음 - 최근 수요 변화의 키워드는 친환경이며, 이에 따라 하이브리드카, 유기농 푸드, 등의 시장이 확대되었지만 사회가 변함에 따라 이러한 수요변화도 또 바뀔 것임
2. 기존 관행을 뒤집어 생각하라	<ul style="list-style-type: none"> - 매년 시장이 어떻게 그리고 왜 변하는지 연구하되 기존 사고의 틀에서 벗어난 사고가 중요 - 미국 온라인 DVD 시장을 석권한 ‘넷플릭스’는 월 회원 가입 후 시간제약이 없는 헬스클럽처럼, 월 회원 가입 후 DVD 대여시간에 제약을 두지 않는 사업모델로 성공
3. 고객을 찾지 못하면 만들어라	<ul style="list-style-type: none"> - 선도기업인 경우 고객 니즈를 제안한 신제품 개발을 통해 시장을 창출 - 도요타의 ‘프리우스’ 개발, 애플의 아이팟 등의 제품이 고객의 니즈를 바탕으로 창출한 제품임

- 기업은 시장 수요, 사회 간접자본, 기술개발 등을 포함한 외부 환경요인에 항상 주목하여야 함
 - 아울러, 외부의 변화에 대응할 수 있도록 조직문화를 개방적, 창의적, 그리고 아이디어를 공유할 수 있도록 만들어야 함

* “새로운 고객을 찾지 못하면 만들어라”(한국경제신문, 2009.5.12) 참조

□ 담배꽁초稅

- 미국 샌프란시스코 시가 흡연자들이 버리는 담배꽁초에 세금을 부과하는 방안을 추진하고 있다 함
 - 샌프란시스코 시의 개빈 뉴섬 시장은 담뱃값을 현행보다 33센트 인상하는 법안을 다음 달 시의회에 제출함
 - 샌프란시스코의 연간 쓰레기 청소 비용 4,400만 달러 중 담배꽁초로 인한 비용은 1,070만 달러 정도로 추정되고 있음
 - 담배꽁초세가 도입되면 연간 1,100만 달러 정도가 견힐 것이며, 시의 전체 예산에서 비중이 크지는 않지만, 청소 관련 인력을 유지하기에는 충분하다고 함

- 담배회사들은 ‘흡연자들이 열악한 재정 상태에 처한 지방자치단체의 타 것이 되고 있다’고 반발
 - 즉 흡연자들은 이미 담배에 붙어 있는 각종 세금으로 자신들의 몫을 내고 있다는 것임

□ 존엄사

- 지난 5월 21일 대법원이 국내 처음으로 존엄사 인정 판결을 내림
 - 존엄사(尊嚴死, death with dignity)란 말기 환자가 임종단계로 들어갔을 때 심폐소생술·인공호흡기·영양치료 등 생명연장 의료행위를 하지 않고 자연스러운 죽음을 맞도록 하는 것을 말함
 - 미국 오리건 주에서는 약물 투여 등 의사 조력을 받아 죽음에 이르는 것도 존엄사로 부름
 - 1975년 미국 뉴저지 주에서 식물인간 상태에 빠진 카렌 퀴란(여, 당시 21세) 씨 부모가 인공호흡기 제거를 법원에 요청하면서 처음 논의가 시작됨

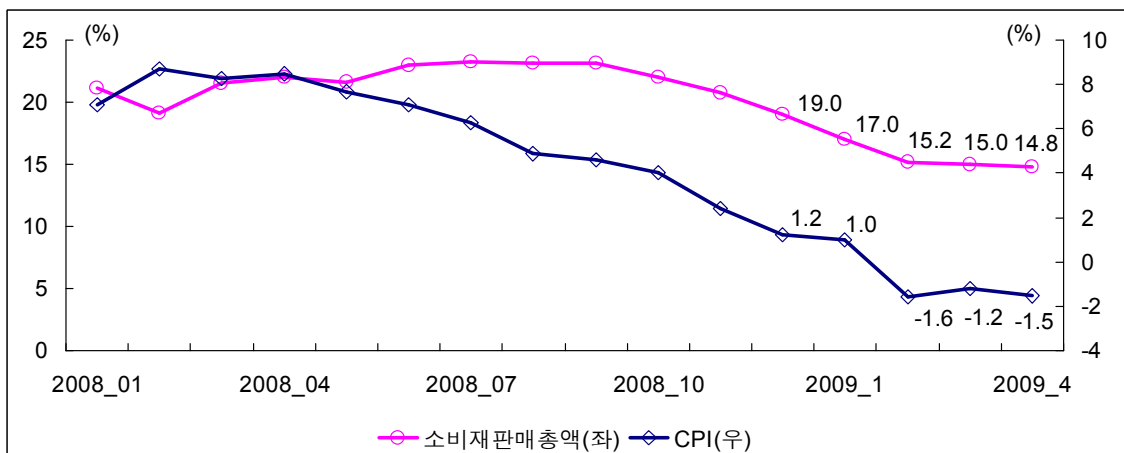
- 대법원이 밝힌 존엄사 허용 조건은 다음 두 가지임
 - 첫째, 환자가 회복 불가능한 사망의 단계에 있어야 하며,
 - 둘째, 환자가 연명치료를 중단하겠다는 의사가 있어야 함

□ 중국 추가 소비 촉진책의 주요 내용과 시사점

■ (개요) 5월 20일 중국 국무원은 추가 소비 진작책으로 가전과 자동차에 대한 ‘以旧换新’(신구교환판매) 정책을 발표

- 기존의 ‘가전하향’, ‘자동차하향’ 등 정책은 농촌지역의 소비 촉진에 초점을 맞춰 왔다면, ‘以旧换新’ 정책은 도시지역으로 소비 활성화의 범위를 확대
 - 글로벌 금융위기가 본격화된 2008년 11월 이후 대대적인 농촌지역 소비 활성화 대책에도 불구하고 소비 부진이 지속된 데 따른 후속 조치임
 - 중국은 2009년 들어 4월까지 3개월 연속 소비자물가가 마이너스 증가율을 보여 디플레이션에 대한 우려가 점차 가중되고 있음

< 최근 중국 소비재 판매 증가율 추이 >



자료 : 중국 국가통계국.

■ (주요 내용) 금번 ‘以旧换新’ 조치는 자동차와 가전제품의 신구교환구매에 대한 정부 보조금 확대가 주요 내용임

- 자동차 : 정부는 중소형 화물차와 여객운송용 차량을 대상으로 사용 연한이 경과하였거나 배기가스 배출기준 미달 차량에 대해 보조금 지급
 - 금번 자동차 신구교환구매 보조금 지급 규모는 올 연초 설정한 10억 위안에 40억 위안을 추가로 배정하여 총 50억 위안에 달함

- 지원 규모는 동일 사양의 신차 구매 시 납부해야 하는 차량 취득세 (차량 가격의 8~10%) 범위 내에서 보조금 지급
 - 차량 신구교환구매에 대한 보조금 지급 조치는 기존 ‘자동차하향’ 조치의 대상이었던 소형 승용차는 제외
- **가전** : 북경, 상해 등 전국 9개 지역을 대상으로 TV, 냉장고 등 5대 가전품목에 대해 20억 위안의 보조금 지급을 확정
- 신구교환구매 실시지역은 북경, 상해, 천진, 광둥, 산둥, 강소, 절강, 복주, 장사 등 9개 지역임
 - 지원 한도는 최대 신규 가전 가격의 10%를 원칙으로, 개별 품목별 상한을 설정, 폐가전의 운송비용에 대해서도 정액(定額) 보조
- (경제적 효과) 금번 자동차와 가전에 대한 신구교환구매에 대한 보조금 지급 조치로 상용차와 가전 판매가 가시적인 증가세를 보일 것으로 기대
- ‘자동차하향’ 정책 실시 이래로 승용차에 비해 상대적으로 판매부진을 보인 상용차에 대한 수요가 증가할 것으로 기대
- 중국 자동차공업협회에 따르면, 금번 조치에 따른 상용차 수요 확대 규모는 30만 대에 달할 것으로 전망
- 가전제품에 대한 신구교환구매에 대한 정부 지원에 힘입어 도시지역의 가전 판매 부진이 해소될 것으로 기대
- 20억 위안의 정부 보조금 지원으로 인해 중국 전역의 가전제품 판매가 3% 정도 증가할 것으로 기대*
- (시사점) 중국의 자동차, 가전 등 내구재 소비 확대를 계기로 국내 업체들의 대 중국 영업을 확대할 필요가 있으며, 특히 가전 회수 및 재활용 분야의 사업 전망이 밝을 것으로 예상

* 중국의 연간 가전제품 판매 규모는 8,000~9,000억 위안에 달해, 실제 수요 유발 효과는 250억 위안 (5조원)을 초과할 것으로 기대

□ 불황을 이기기 위한 고객관리체제*

- 현재 기업들은 비용절감을 하면서 한편으로는 성장도 도모해야 하는, 두 마리 토끼를 잡아야 되는 상황에 봉착
 - 이때 기업은 ‘똑똑한 고객관리체제’를 구축하여 ‘생존을 위한 비용절감’과 ‘성장을 위한 고객관리’라는 두 가지 목표를 동시에 달성할 수 있음
 - ‘똑똑한 고객관리체제’란 이미 구축되어 있는 정보수집도구 및 협력관계를 활용하여 저비용, 고효율을 추구하는 고객만족 도모 방안임
- ‘똑똑한 고객관리체제’를 구축하기 위한 원칙

< ‘똑똑한 고객관리체제’ 구축 원칙 >

	내 용
1. 고객은 사소한 서비스에 감동한다	<ul style="list-style-type: none"> • 고객의 구매의사결정에 있어, 직원에 대한 만족과 같이 감성적인 요인이 크게 작용하는 것으로 알려짐 • 고객만족을 위한 세 가지 원칙 <ul style="list-style-type: none"> - 고객의 요구가 합리적이라면 요구를 들어주어 고객을 기쁘게 하라 - 고객에게 중요하지 않은 것은 없애라 - 고객에게 한 약속을 지키지 못하면 즉시 시정하라
2. 적은 비용으로 고객의 마음을 읽어라	<ul style="list-style-type: none"> • 대다수 기업들이 고객의 요구를 파악하기 위해 전문 조사기관을 활용하는 방법은 상당한 비용을 소요 • 고객과 제품의 특성에 따라 인터넷, 서비스 채널, 일선 직원 의견 수렴 등을 총동원한다면 저렴한 비용에 고객의 니즈를 더욱 정확하게 파악할 수 있음
3. 정보 공유와 협업으로 고객 니즈를 파악한다	<ul style="list-style-type: none"> • 고객의 요구가 점점 더 복잡해짐에 따라 기업 가치사슬간, 산업간 융합현상이 빈번하게 발생 • 융합화가 기업에게 제공하는 기회 <ul style="list-style-type: none"> - 제휴파트너간의 고객정보 공유를 통해 고객이해 심화 - 교차판매 등을 통한 로열티 강화 - 신규사업 기회 창출
4. 판매 협력업체를 고객으로 대하라	<ul style="list-style-type: none"> • 판매 협력 업체와의 장기적인 협조관계가 가져오는 긍정적 결과로 인해 이들 업체에 대한 관리의 중요성이 점점 증대되고 있음 • 협력 업체 관리는 다음과 같은 3단계 과정이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 우수한 파트너의 선별 영입 - 평가를 통한 유형 분류와 최적의 비즈니스를 지원할 수 있는 역량 강화 - 실제 세일즈 실행 단계의 협업

* “불황 이기는 스마트 CRM”(매경Economy, 2009.5.27) 참조

□ 긍정적이고 건강한 ‘집착’

‘집착’이나 ‘중독’이라는 단어는 긍정적인 뜻으로 사용될 때가 드물다. 집착이나 중독은 좋지 않은 곳에 가서 붙으면 인생을 망가뜨린다. 사람이 사람에게 대해 갖는 집착은 대단히 위험한 것이며 좋지 않은 무엇인가에 중독되는 것은 스스로를 파멸에 이르게 한다. 그러나 집착이나 중독이 건전하고 생산적이며 건설적인 것에 가서 붙으면 그 자체로 건강한 집착, 건강한 중독이 될 수 있다.

방송인 백지연은 그녀의 저서 ‘자기설득 파워’에서 조직 내에서 목표를 수행하다 보면 때로 집중 그 이상의 열정으로 노력과 속도를 배가해야 할 때가 있는데 그 때가 바로 긍정적 집착, 긍정적 중독이 필요한 때라고 강조한다. 목표가 부담스럽고 재미를 붙이지 못할 때 목표 수행은 스트레스가 된다. 실적이 날 수도 없으며 어거지로 하는 집착은 결코 건전한 집착이 되지 못한다.

한 분야에서 일가를 이룬 거장들의 ‘집착’에는 공통점이 있다. 집착의 동기가 다름 아닌 즐거움과 호기심이었다는 점이다. 정명훈 씨는 음악에 집착하되 음악을 즐기며 사랑했고, 스피버그는 영화에 집착하되 영화를 재밌어하고 영화감독으로서 살 수 있는 것에 감사했다. 목표 자체가 곧 가장 재미있고 즐거우며 감사할 만한 일이었던 것이다. 그러나 거장들만이 건강한 집착을 이루어 내는 것은 아니다. 우리가 매일 하고 있는 일들의 관점을 바꿔 생각하면 얼마든지 건전한 집착을 할 수 있다.

당신이 추구하는 일에 뭔가 변화가 필요하고 새로운 돌파구가 필요하다는 생각이 든다면 먼저 당신 마음을 돌이켜보자. 건강한 집착으로 목표에 더 바짝 다가서라는 말이다. 그리고 그 목표에 필요한 모든 것에 중독된다는 마음으로 열정과 노력을 기울여 보기를 바란다. 그로 인해 당신의 사회생활은 완성을 이룰 수 있을 것이다.

‘방법’을 아는 사람들은 언제나 직장을 가지게 될 것이다. ‘이유’를 아는 사람은 언제나 그 사람(방법을 아는 사람)의 우두머리가 될 것이다.

- Diane Ravitch : 컬럼비아대학교 사범대학교수