

HRI 체어퍼슨노트  
**CHAIRPERSON  
NOTE**

2010. 10. 11(月)



### 경제이슈

美 공급자관리협회(ISM)의 제조업지수  
9월말 외환보유액 사상 최대치 기록

### 경영노트

2015년 IT 트렌드와 기업 경영의 기회

### 차이나 리포트

중국 국내 자원개발과 시사점

### 저널브리프

소비자의 새로운 구매 결정 기준

### 洗心錄

확인 편향(Confirmation Bias) 효과

이 보고서는 현대그룹 임원들을 위한 경영참고용 자료로서 외부에 공식 배포되는 문서가 아니오니 무단 복제 및 전제를 금합니다.

□ 美 공급자관리협회(ISM)의 제조업지수<sup>1)</sup> 전월대비 하락

- 9월 ISM 제조업지수(PMI)가 전월 대비 1.9%p 하락하여 54.4%를 기록
  - PMI 지수 : 7월과 8월 제조업지수는 2개월 연속 상승하였으나 9월 하락세로 전환되어 54.4%를 기록
  - 신규주문, 고용, 생산 지수 변화 : 신규주문지수는 -2.0%p 하락한 51.1%를 기록, 고용지수는 -3.9%p 하락하며 56.5%를 기록, 생산지수는 3.4%p 하락하며 56.5%를 나타냄
  - 수출과 수입 지수 변화 : 수출은 1.0%p 하락한 54.5%를 기록, 수입은 56.5%를 유지함
- 미국 경제의 버팀목인 제조업 부분의 고용, 생산, 신규 주문이 감소하면서 제조업 경기의 느린 회복세가 예상됨에 따라 미국 경기 둔화 우려가 지속될 전망

□ 9월말 외환보유액 사상 최대치 기록

- 한국의 9월말 외환보유액은 8월말보다 44.2억 달러 늘어난 2,898억 달러로 4월과 7월에 이어 사상 최대를 기록
  - 외환보유액의 구성 : 9월말 현재 유가증권 2,520억 달러(87.0%), 예치금 331억 달러(11.4%), SDR(특별인출권) 35.7억 달러(1.2%), IMF포지션<sup>2)</sup> 9.8억 달러(0.3%), 금 0.8억 달러(0.03%)로 구성
  - 외환보유액 증가 배경 : 운용수익이 늘어나고 유로·파운드화 강세로 이들 통화표시자산의 미 달러화 환산액이 크게 증가한 데 주로 기인
  - 주요국 외환보유액 : 한국의 외환보유액 규모는 세계 5위로 중국이 24,543억 달러로 1위를 차지한데 이어 일본(10,701억 달러), 러시아(4,763억 달러), 대만(3,721억 달러)이 각각 2~4위를 기록함
- 경상수지 흑자가 유지되고 미국의 양적 완화정책으로 달러화 약세도 당분간 이어질 것으로 예상됨에 따라 외환보유액 증가세는 지속될 전망

1) ISM제조업지수는 미국 20개 산업 내 400개 제조업체를 대상으로 설문조사를 통해 지수화한 경제지표로 50%를 넘으면 경기확장을, 50%를 밑돌면 경기위축을 의미

2) IMF 회원국이 출자금 납입으로 보유하게 되는 교환성 통화를 수시로 인출할 수 있는 권리

□ 2015년 IT 트렌드와 기업 경영의 기회<sup>3)</sup>

- 각각 다른 특징을 보이며 진행 및 발전되어 온 IT의 이슈들이 하나로 합쳐지는 ‘판의 충돌’이 임박하였으며, 이것이 IT의 미래를 결정할 전망
  - 그동안 IT 패러다임은 운영체제, 네트워크, 모바일 기기의 3가지 ‘판’으로 이루어졌으나 향후에는 각 패러다임 간의 융합 및 통합이 예상됨
- 향후 5년간의 IT 트렌드는 데이터, 네트워크, 워크플레이스 전반에 걸쳐 클라우드, 융합 및 통합, 협업을 중심으로 이루어질 것임

< 2015년의 3대 IT 트렌드 >

	내 용
데이터 센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>•클라우드 컴퓨팅을 중심으로 하는 인프라 및 운영 모델의 변화</li> <li>•데이터 센터 간 방화벽이 사라지고 통합 서비스 중심으로 진전</li> </ul>
네트워크	<ul style="list-style-type: none"> <li>•기기 및 서비스 간 컨버전스 증가</li> <li>•기업 네트워크가 통합 커뮤니케이션, 협업, 고성능 CRM 등으로 이동</li> </ul>
워크플레이스	<ul style="list-style-type: none"> <li>•모바일 및 친환경을 지향하는 기술과 근무 환경 구성</li> <li>•통합 커뮤니케이션과 협업이 새로운 IT 기술 및 트렌드를 이끄는 매개체 역할을 함</li> </ul>

- 이 같은 IT 트렌드의 변화는 기업 경영에 있어 유연한 사업 대응, 비용 절감, 용이한 지식 재산권 관리 등의 기회가 될 수 있음
  - 하드웨어 및 비즈니스 프로세스, 애플리케이션을 통해 기업이 기존에 지닌 고정된 내부 역량의 제한 없이 비즈니스의 변화와 확장이 가능
  - 브라우저 및 각 PC 하드웨어의 가상화를 통해 소프트웨어 및 PC를 중앙에서 관리하고 비용 절감
  - 직원의 업무 결과를 중앙 데이터센터에 저장하여 지식 재산권 관리와 콘텐츠 보완성 제고
  - 기업은 소프트웨어 및 콘텐츠의 통제가 가능한 대신 직원은 하드웨어의 선택권 얻게 되어 양측 모두에 유리한 결과를 제공

3) 본 자료는 '가상화 기술 확대... 모든 SW-콘텐츠 중앙에서 관리(전자신문, 2010. 10. 11)'를 요약 정리함

□ 중국 국내 자원개발과 시사점

■ (개요) 10월 9일 중국 지질조사국은 ‘국토자원대조사’ 결과 보고를 통해 10대 자원기지를 확정

- 중국의 이번 ‘국토자원대조사’는 1999년부터 2010년까지 총 12년 동안 진행되었으며 120억 위안(2조 4,000억 원)이 소요됨
- 중국은 금번 조사를 통해 자원기지 10곳을 신규로 지정하였으며, 이들 기지들은 주로 서부 지역에 분포함

■ (주요 내용) 변방지역을 중심으로 한 금번 자원조사를 통해 중국은 국내 주요 부존자원에 대한 정보를 진일보 확보

- 이번에 지정한 10대 자원 기지는 장중(藏中)동광, 댐시베이(滇西北)유색금속, 동톈산(东天山)유색금속, 뤼부뵈(罗布泊)칼륨, 베이팡커디(北方可地)우라늄, 아우랄(阿吾拉勒)철광, 우라건(乌拉根)아연, 탕굴라산(唐古拉山)유색금속, 치만타거(祁漫塔格)유색금속, 다창(大场)황금 등을 포함함
- 12년간 중국은 신규 광산 900여 곳을 발견하였으며, 그 중 대형 광산만 152 곳에 달함
- 2009년까지 중국은 석탄 1,300억 톤, 철광석 50억 톤, 동 3,850만 톤, 알루미늄 4.5억 톤, 황금 1,830톤, 칼륨 4.7억 톤의 매장량을 확인함
- 광종별로 석탄, 철광석, 동, 알루미늄, 칼륨 자원이 2001년에 비해 각각 28%, 11%, 16%, 30%, 42%, 23% 증가한 것임
- 중국은 금번 조사를 통해 전체 부존자원의 36% 정도를 확인한 것으로 자평하고 있음
  - 석탄, 철, 동, 아연, 알루미늄, 황금, 칼륨 등 중요자원의 미확인 비중은 2/3를 넘을 것으로 보이며, 망간, 니켈, 몰리브덴 등 중요 자원도 미확인 비중이 50%가 넘을 것으로 추정함

■ (시사점) 글로벌 자원확보 경쟁심화에 대비한 중국의 발 빠른 움직임은 자원빈국인 한국은 해외자원 확보의 자극제로 삼아야 함

- 최근 중일 간 희토류금속을 둘러싼 분쟁 사례에서도 확인할 수 있듯이 경우에 따라서는 중요자원의 무기화가 얼마든지 가능하기 때문에 한국도 미리 대비책을 마련할 필요가 있음

□ 소비자의 새로운 구매 결정 기준<sup>4)</sup>

- 상품출시 주기가 빨라지고 정보·유통 채널이 다양화되면서 소비자들이 과잉정보에 노출되고 스스로의 소비선택에 대한 자신감을 상실하고 있음
  - 소비자들이 분석하고 비교해야하는 정보와 대안이 대폭 늘어나면서 스스로의 구매선택이 최선의 선택이었는지 판단하기 어려워졌기 때문임
- 이에 따라 최근 소비자들 사이에서는 직접 정보를 수집하고 분석하는 대신 구매과정에서 알게된 몇 가지 정보에 의존해 노력과 시간투입을 최소화하는 구매 경향이 두드러지게 나타나고 있음

< 새롭게 나타나는 소비자의 구매 경향 >

구 분	내 용
대중의 의견과 일치하려는 경향	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(현상) 고객들은 어려운 구매의사결정의 불확실성에서 벗어나기 위해 타인이 구매행위나 다수의 긍정적 평가에 의존함                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 즉, 타인이 구입했거나 구입을 고려하고 있는 상품을 구입하는 현상이 빈번하게 나타남</li> </ul> </li> <li>•(기업전략) 이에 유통·판매업체들은 베스트상품 목록이나 구매자 평가 등의 정보를 제공하여 소비자들로 하여금 가장 많이 팔리는 제품을 구매하도록 이끌고 있음</li> </ul>
전문가지인을 따르려는 경향	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(현상) 많은 고객들이 일반적으로 해당 상품에 전문성을 갖고 있는 사람들의 의견에 큰 거부감 없이 따르고 있음                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이들은 전문가가 일반인에 비해 체계적인 분석과정을 통해 상품을 선택할 수 있다는 믿음을 가짐</li> <li>- 따라서 전문가의 선택을 따른다면 구매의사결정의 판단을 위한 시간과 노력을 크게 절약할 수 있다고 믿음</li> </ul> </li> <li>•(기업전략) 많은 기업들이 ‘협회 인증’, ‘정부 인증’ 등의 홍보문구를 삽입하거나 전문가의 참여 등으로 고객들의 신뢰를 구축함</li> </ul>
최소성을 중요하게 생각하는 경향	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(현상) 소비자는 제한된 기간에만 구매할 수 있거나 매진될 가능성이 있는 등 한정된 자원에 대해 더 많은 가치를 부여하고 구매에 동참하려는 의지를 보임                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최소한 상품에 대해 ‘도대체 얼마나 좋은 제품이기에 이렇게 쉽게 매진이 될까?’라고 생각하기 때문임</li> </ul> </li> <li>•(기업전략) 홈쇼핑 등 다양한 판매자들은 구매시간에 제약을 두거나, ‘한정판매’ 등의 홍보문구를 삽입해 상품이 매우 믿을 만하고 중요한 상품이라는 이미지를 각인시킴</li> </ul>

4) “산업별 모바일 활용 트렌드…SNS 이용한 ‘추천 쇼핑’이 대세”(매일경제, 2010.10.6) 참조

## □ 확인편향 (Confirmation Bias) 효과

“여기에 숫자가 2, 4, 6 순으로 나열되어 있습니다. 그렇다면, 다음 숫자는?” 이 질문의 답으로 대다수 사람은 2의 배수로 된 수열이라 생각하고 8이라고 말할 것이다. 하지만 당신은 2의 배수가 맞다는 것을 확신하려면 답이 9가 아닌지 꼭 알아보아야 한다. 왜냐하면 이 수열이 2의 배수일 수 있을 뿐만 아니라 또한 앞보다 2 이상 큰 숫자의 수열일 수도 있기 때문이다. 그러나 우리는 대부분 자신의 가설이 틀렸는지 검증하려는 시도는 하지 않는 편이다.

갑자기 기침이 나고, 열이 오르고, 목이 아프기 시작했다. 그러면 우리는 ‘감기’라고 스스로 진단하고 이 증상을 진단에 대한 증거로 생각하게 된다. 다른 질병에 걸렸을 수도 있지만, 그런 생각은 아예 하지 않는다. 혹시 다른 질병에서 나타나는 증상이 나타나지 않는다면 더욱 그렇다. 이렇게 사람들은 주어진 정보들을 이미 자신이 결정한 주장에 맞추어 해석하는 경향이 있다. 이를 ‘확인 편향’(Confirmation Bias) 효과라고 부른다. 확인 편향이란 사람들이 과도하게 긍정적이라는 생각을 바탕으로 한다. 사람들은 오직 자기 의견을 확인해주는 근거만을 찾을 뿐, 자신의 의견과 반대되는 견해들에 대해서는 거의 생각하지 않는다.

지금은 네티즌이 여론을 주도하는 세상이다. 네티즌들이 앞뒤 가리기보다 자신의 의견을 부합되는 것들만 더욱 받아들이는 확인 편향 효과가 심하게 나타나고 있음을 인터넷에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 너무 자신의 능력을 한없이 과대평가하고 있다. 이에 따라 다른 사람의 프라이버시를 침해하고 심지어 자살에 이르는 상황까지 만들고 있다.

자, 이제 매우 불편하게 들릴 수 있는 질문을 자신들에게 던져볼 때가 왔다. ‘우리는 왜 이렇게 교만한 것일까?’

一言既出, 駟馬難追 (일언기출, 사마난추)

한 마디의 말이라도 한번 입을 떠나면 네 필의 말이 끄는 수레로도 쫓기 어렵다

- 중국 속담 -