

HRI 체어퍼슨노트  
**CHAIRPERSON  
NOTE**

2010. 11. 22(月)



**경제이슈**

10월 美 생산자물가 4개월째 상승  
3분기 가계소득 증가

**경영노트**

대중과 함께 하는 협업 비즈니스: 클라우드 소싱

**사회 트렌드**

돌고래족, 커우커우족  
세계 평화지수, 한국 47위

**저널브리프**

‘CEO 커뮤니티’ 활용법

**洗心錄**

동그라미와 네모

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

### □ 10월 미국 생산자물가 4개월째 상승

- 미국 노동부(16일)에 따르면 10월 생산자물가지수(PPI)는 전월대비 0.4% 상승하며 7월 이후 4개월째 상승세 유지
  - PPI 변화 추이 : 7월 생산자물가지수는 전월대비 0.2% 상승하였으며 8월 이후 3개월 연속 0.4%의 증가율을 기록
  - 식품 및 에너지 가격 : 식품가격은 전월대비 -0.1% 하락하였으나 에너지 가격은 전월 대비 3.7%로 높은 상승폭을 보임
  - 근원 PPI : 식품과 에너지를 제외한 근원 PPI는 전월대비 -0.6% 하락하며 12개월 만에 큰 폭으로 하락세를 나타냄
- 생산자물가의 지속적 상승세에도 근원 PPI는 2006년 7월 이후 가장 큰 하락폭을 기록함에 따라서 여전히 미국경제의 디플레이션에 대한 우려가 존재함

### □ 3분기 가계소득 증가

- 3분기 가계소득과 가계지출은 전년동기대비 6%대 증가율을 보인 가운데 경기회복에 따른 고용 및 소득증가효과가 저소득층에게도 확산
  - 가계소득 : 수출증가, 내수호조 등 경기회복세에 힘입어 월평균 366만 6천원으로 전년동기대비 6% 증가
  - 가계지출 : 소득증가, 고용확대에 따른 조세, 연금 및 사회보장 등의 증가로 인해 가계지출도 월평균 300만 8천원으로 전년동기대비 6.7% 증가
  - 소득 5분위 배율 : 고용 및 소득증가효과가 저소득층에도 확산되어 소득불평등 정도를 나타내는 소득 5분위 배율은 5.22로 2003년 이후로 가장 낮은 수준을 기록
- 지속적인 경기회복세가 이어지고 고용과 가계소득이 경기후행적이라는 점을 감안할 때 4분기 이후에도 소득 불평등 정도는 지속적으로 개선될 전망

□ 대중과 함께 하는 협업 비즈니스: 크라우드 소싱<sup>1)</sup>

- 정보 기술의 발달과 관계 지향형 네트워크 서비스(SNS) 이용의 증가 등으로 기업과 대중의 협업을 통한 사업 영위가 가능해지고 있음
  - 기업의 혁신에 일반 대중을 활용한다는 의미에서 크라우드 소싱(Crowd Sourcing)이라 부름
- GE는 에코메지네이션 챌린지라는 경연대회를 통해 대중의 청정기술 아이디어를 모집하고 있음
  - 로레알은 소비자가 직접 만든 콘텐츠를 방송 광고로 활용하여 광고 비용을 줄이는 한편 소비자의 관심과 참여를 유도
- 크라우드 소싱을 성공적으로 이끌기 위해서는 많은 사람들이 기업 과제에 대해 정확히 알고 더 나은 해결책을 도출하도록 유도해야 함

< 성공적인 크라우드 소싱을 위한 지침 >

구 분	내 용
과제의 정의	•기업이 해결해야 하는 과제가 무엇인지 누구나 이해할 수 있도록 명확히 정의해야 함
목표의 설정	•협업으로 가장 좋은 해결책을 찾기 위해서는 이에 적합한 일반 대중이 어디 있는지 정확히 파악해야 함
지적재산권 문제 정리	•도출된 해결책의 소유권이 자사에 있음을 미리 밝혀 차후 발생할 수도 있는 저작권 문제를 미연에 방지
네트워크의 육성	•충성고객 집단을 네트워크화하여 과제 해결을 위한 정보 전달과 교환에 활용
캠페인 실시	•대중과의 협업을 성공하기 위해서는 보다 다양한 사람들이 과제에 대해 알고 아이디어를 제시할 수 있어야 함
별도의 사내 방안 확보	•대중과의 협업이 항상 좋은 결과를 낳는 것은 아니며 이에 대비한 별도의 사내 해결책도 마련해야 함

1) 본 자료는 'Business Ideas From the Crowd?(Harvard Management Update), '군중에 게 얻는 비즈니스 아이디어(동아비즈니스리뷰, 2010, 11)'를 요약 정리함

## :: 사회 트렌드

---

### □ 돌고래족, 커우커우족<sup>2)</sup>

- 1980년대에 태어나 바링허우(八零後)로 불리는 신세대 직장인들 사이에 선 ‘돌고래족’과 ‘커우커우(擣擣)족’이란 말이 등장
  - 10월 중국 물가가 4.4%나 급등하는 등 소득증가가 물가상승이 빠르다 보니 생존을 위한 절약 아이디어가 활발하게 나옴
- 돌고래족이란 ‘대량으로 사재기를 한다’는 의미의 하이량툽지(海量囤積)의 줄인 말인 ‘하이툽’ 발음이 중국어로 돌고래를 뜻하는 데서 나옴
  - 쌀·밀가루·식용유 값이 오를 것을 예상해 무더기로 사재기하는 사람을 지칭하는데, 11월17일 국무원(중앙정부)은 이런 부작용 방지를 위해 사재기 엄벌을 공포하기도 함
- 커우커우족은 1위안(약 170원)도 절반으로 쪼개 소비하는 신세대 직장인을 지칭하는데, 우리말론 ‘짤돌이’나 ‘알뜰살뜰족’에 해당
  - 택시 대신 버스를 타는 것은 기본이고, 외식은커녕 불가피한 손님 접대도 집에서 직접 만든 요리로 대접
  - 헬스클럽 대신 출퇴근 길에 아파트와 사무실 빌딩의 계단 오르내리기로 건강관리를 대신

### □ 세계 평화지수, 한국 47위<sup>3)</sup>

- 지난 1년간 지구촌에서 가장 질 높은 평화를 누린 나라는 네덜란드
  - 세계평화포럼 조사에 의하면, 2010 세계평화지수에서 네덜란드는 90.2점으로 조사 대상 76개국 중 1위를 차지
  - 2위~10위는 스웨덴, 덴마크, 스위스, 노르웨이, 독일, 캐나다, 오스트리아, 호주, 아일랜드의 순
- 한국은 47위를 기록 전년도에 비해 2계단 내려앉음
  - 일본(14위), 영국(23위), 프랑스(41위) 등이 우리보다 높고, 미국(52위), 중국(65위), 러시아(67위) 등이 우리보다 낮음

---

2) ‘중국 돌고래족·커우커우족이 사는 법’(중앙일보 2010.11.19) 참조

3) ‘세계평화포럼, 76개국 평화지수 발표’(문화일보 2010.11.17) 참조

□ ‘CEO 커뮤니티’ 활용법<sup>4)</sup>

- 경영자는 커뮤니티 활동을 통해 다른 경영자들과의 친목을 도모하고 최신 경영 정보와 사업기회를 얻을 수 있어 적극적인 참여가 요구됨

< ‘CEO 커뮤니티’ 활용법 >

요 소	내 용
1. 적극적으로 활동할 수 있는 커뮤니티를 찾아라	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(내용) 국내 경영자들은 글로벌 경영자에 비해 커뮤니티 활용도가 떨어지는 경향이 있음                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- CEO모임에 참여하더라도 처음 보는 사람들끼리 어색하게 멀리 떨어져 앉아 있는 경우가 대부분임</li> </ul> </li> <li>•(제언) 스스로 적극적인 활동을 할 수 있는 커뮤니티를 찾아 네트워크 구축과 정보습득을 도모하는 것이 바람직                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 형식적인 자리가 부담스럽다면 골프나 등산 등 취미생활 기반 모임을 시작으로 차차 활동범위를 확대</li> </ul> </li> </ul>
2. 학습의 자세로 접근하라	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(내용) ‘CEO커뮤니티’는 정보경쟁시대에 시간을 절약하면서 정보의 전쟁에도 앞서나갈 수 있는 좋은 수단임                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 외부 지식을 접하다 보면 사고가 유연해지고 균형 잡힌 감각을 갖추는 데 도움이 될 수 있음</li> </ul> </li> <li>•(제언) 커뮤니티에서 접하는 경제 흐름, 최신 경영 트렌드를 ‘공부’하는 자세로 경청하는 것이 필요함</li> </ul>
3. 온라인 커뮤니티를 적극적으로 활용하라	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(내용) 최근 시간과 장소의 제약이 없는 온라인 커뮤니티가 경영자들 사이에서 인기를 끌고 있음                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 연구기관뿐만 아니라 네이버, 다음 등 포털에서 운영되는 다양한 온라인 커뮤니티가 있음</li> </ul> </li> <li>•(제언) 온라인 커뮤니티의 실시간 정보 및 의견 교환이 가능한 점을 적극적으로 활용</li> </ul>
4. 상생의 마음가짐으로 접근하라	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(내용) 커뮤니티는 경영자들이 사업상의 경험과 지혜, 비슷한 고민에 대한 해답을 모색하는 좋은 자리가 될 수 있음                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반적으로 경영자들이 사업 고민이나 아이디어를 터놓고 나눌 수 있는 동료나 친구를 만드는 일이 쉽지 않지만 커뮤니티에서는 보다 자유로울 수 있음</li> </ul> </li> <li>•(제언) 비슷한 길을 걸어가는 경영자들과의 모임을 통해 불필요한 경쟁보다는 함께 성장한다는 정신으로 산업발전, 시장 확대를 위해 함께 고민하는 자세가 바람직</li> </ul>
5. 실무자의 외부 커뮤니티 참여를 독려하라	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(내용) 실무자의 커뮤니티 참여는 실무자의 전문 지식 획득과 네트워크 구축을 통한 자기계발 욕구를 충족시키고 조직의 발전을 도모할 수 있음</li> <li>•(제언) 실무자가 외부 커뮤니티에 참여할 수 있는 여건을 조성해 주고 커뮤니티 참여를 독려</li> </ul>

4) “진화하는 경영자 커뮤니티”(Chief Executive, 2010.9월호) 참조

## □ 동그라미와 네모

1950년 이후 창의성에 관한 연구의 선구자였던 길포드(Guilford) 박사 에 따르면, 창의성이란 새로움과 적절성의 조합, 새롭고 가치 있는 뭔가를 만들어내는 능력이라고 한다.

세계에서 가장 창의적인 경영자로 불리는 스티브 잡스가 처음 만든 개인용 컴퓨터는 명령어 대신 아이콘을 클릭하면 명령이 실행된다는 점에서 대단히 창의적이었다. 세계 컴퓨터 시장을 뒤흔들어 놓았다. 여러 차례의 성공과 실패를 넘어 최근 ‘애플’의 CEO로 다시 복귀한 그가 연속해서 내놓은 ‘아이팟’, ‘아이폰’, ‘아이패드’는 IT제품 시장에 엄청난 변화를 몰고 왔다.

스티브 잡스에 따르면, "모든 네모난 사회에서 혼자 동그란 사람들이 있다, 이들은 한마디로 말해서, 사물을 다르게 보는 사람들, 즉 사회가 정한 규칙을 좋아하지 않는 사람들이다..... 그들 덕분에 앞으로 나갈 수 있다"고 한다. 생각이 다르고 행동이 다르고 스타일이 다른 사람들을 수용할 줄 아는 기업문화가 창의적인 제품과 서비스를 만들어낼 수 있다는 얘기다.

20세기에는 물건만 잘 만들면 인정을 받으며 1등이 됐지만, 지금은 품질뿐만 아니라, 디자인, 마케팅, 연구개발 등이 복합적으로 어우러진 창의적 제품을 만들어야 치열한 경쟁에서 살아남을 수 있다. 그런데 독창성과 창의력의 토대가 되는 다양성을 키워주고 서로 다름을 인정하는 개방적이고 관용적인 기업문화가 우리에게 있는가? 직원들이 모두 동그랴게 생겼다면 얼마나 끔찍할까? 동그라미와 네모, 그리고 세모가 공존하는 기업문화가 창의적 인재를 키우는 원동력이다.

우리는 생산에 관해선 너무 많이 생각하고 소비에 대해선 너무 적게 생각한다. 그 결과 우리는 즐거움의 향유나 소박한 행복에는 별로 중요성을 두지 않게 됐다.

- 러셀(Bertrand. Russell), <계엄에 대한 찬양> 중