

2010-09

통권 288호



HRI 체어퍼슨노트 CHAIRPERSON NOTE

2010. 03. 08 (火)



경제이슈

미국 완만한 경기 회복세 확산
1월 광공업 생산 증가세 주춤

경영노트

외부 정보의 성공적인 활용법

사회트렌드

소비의 3대 키워드, 상상·공유·역사

차이나 리포트

중국 2010년 양회(兩會) 예상 의제

저널브리프

행복한 직장생활하기 10계명

洗心錄

마케팅 역량의 3I

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

□ 미국 완만한 경기 회복세 확산

- 美 연방준비제도이사회(FRB)(3일)가 발표한 베이지 북에 따르면 경제 상황이 좋아진 지역은 12개 지역 중 9개 지역으로 나타남에 따라서 완만한 경기 회복세 확산
 - 소비지출 : 2월 동부지역을 강타한 폭설로 이 지역의 경제가 타격을 받았으나 전반적으로 소비지출 회복세가 많은 지역에서 나타남
 - 제조업 : 제조업 활동은 첨단장비, 자동차, 금속산업 중심으로 개선되는 추세를 나타냄
 - 고용 및 임금 : 전 지역을 중심으로 고용시장은 여전히 취약
 - 상업용 부동산과 건설 활동 : 안정화 되는 추세를 나타내는 지역이 있기는 하지만 전반적으로 여전히 부진한 상태
- 미국 경기 회복세가 완만하게 진행되고 있으나 회복속도가 미미하고 고용 및 상업용 부동산과 건설 활동이 여전히 취약한 상태를 나타냄에 따라서 본격적인 회복세까지는 상당한 시간이 소요될 전망

□ 1월 광공업 생산 증가세 주춤

- '1월 산업활동 동향'(통계청)에 따르면 생산은 주춤, 소비는 감소한 반면 건설투자는 증가하여 산업활동 지표들이 교차하는 모습을 보임
 - 광공업 생산 : 1월 광공업 생산은 기저효과로 인해 전년동월대비 36.9% 로 8개월 연속 상승하였으나 전월대비로는 상승 없음(0%)
 - 소비는 전월대비 감소 : 노후 자동차에 대한 세제지원 종료에 따라 승용차 등 내구재가 -2.7%, 차량연료 등 비내구재가 -2.0%의 판매부진으로 전월대비 1.3% 감소
 - 설비투자는 감소하였으나 건설투자는 증가 : 설비투자는 반도체 장비, 무선통신중계기 등 기계류 투자의 부진으로 전월대비 9.8% 감소하였으나, 건설투자는 공공부문과 토목공사의 실적 호조로 전월대비 12.7% 증가
- 한편, 경기판단지수도 동행지수는 전월대비 상승하였으나 선행지수는 하락하면서 향후 경기예측의 불확실성이 증가하는 모습을 보이고 있음

□ 외부 정보의 성공적인 활용법¹⁾

- 경영 환경의 변수가 다양해지고 전망이 어려운 시기일수록 외부 정보의 현명한 활용을 통해 변화를 감지하고 이에 적응하려는 노력이 요구됨
 - 사회의 디지털화와 소통 수단의 발전이 진전되면서 활용 가능한 외부 정보는 정리하고 선별하기 곤란할 정도로 넘쳐나게 되었음
 - 현명한 경영자는 이러한 정보들을 신속하게 획득하여 해석하고 실행에 옮김으로써 기업의 경쟁력을 높이고 있음
- 그러나 대부분의 기업이 정보화 사업과 같이 정보 경쟁력 확보에 노력하지만 실제 경영 전략에 정보를 성공적으로 활용하는 기업은 거의 없음
 - 많은 기업들이 정보를 모으고 관리하는 시스템을 도입하고 업그레이드 하기 위해 지속적인 투자와 노력을 아끼지 않음
 - 하지만 대부분의 기업들이 정보 관리 시스템을 통한 별다른 성과를 올리지 못하고 정보화 사업은 실패에 그침
- (사례) 외부 정보의 활용의 수준별 사례에는 정보의 수집부터 패턴 인식, 실시간 대응, 비즈니스 모델에 적용, 새로운 정보 환경 구축이 있음

< 외부 정보 활용의 수준별 단계 >

	내 용
유용한 정보의 수집	<ul style="list-style-type: none"> •일본의 세븐일레븐은 소비자마다 구매 물품, 인구 통계, 날씨, 시간과 같은 변수를 기록하는 Point-of-Sale 시스템을 구축하였음 •이를 통하여 실제 판매 조건을 반영하여 계속 판매할 물품과 판매를 중단할 물품을 분류할 수 있었음
정보의 변화에 실시간 대응	<ul style="list-style-type: none"> •자동차 보험업계의 발전은 인구 통계와 교통사고의 데이터 활용 외에도 정보의 변화에 실시간 대응이 가능했기 때문임 •보험 회사들은 차중에 따라 어떻게 운전 패턴이 어떻게 달라지는가를 실시간으로 파악하여 보험료에 신속하게 적용할 수 있었음
비즈니스 모델에 지속적으로 적용	<ul style="list-style-type: none"> •영국의 테스코는 1,000만 명이 넘는 Loyalty Card 보유 고객을 활용하여 점포 및 고객별 소비자 행동의 변화를 분석하였음 •이를 통해 기존 소매업의 한계와 유망 산업을 도출하여 점포 내에 미디어 및 금융 서비스를 결합시키는 비즈니스 모델을 개발함
정보 결합 환경의 구축	<ul style="list-style-type: none"> •검색 광고가 매출의 대부분을 차지하는 구글은 광고 정보와 검색된 정보 사이의 연관성을 높이는 것에 가장 노력을 함 •구글은 지속적으로 변화하고 생산되는 정보 사이를 연결해주는 정보 환경의 구축만으로 가장 큰 매출을 올리는 검색 엔진이 되었음

1) 본 자료는 BCG의 'Signal Advantage'(2010.2)를 요약 정리함

□ 소비의 3대 키워드, 상상·공유·역사²⁾

- 라이프스타일 트렌드 연구소 ‘인터패션플래닝’이 내년 주목할 소비자로 꼽은 세 가지 그룹은 다음과 같음

- 첫째, 꿈을 현실화하는 ‘드림텔리전트’(Dreamteligent)
 - 영화 ‘아바타’나 스마트폰 같은 비약적인 기술 발전에 힘입어 상상의 세계를 현실에서 재편집하고 다차원적인 경험을 즐기는 소비자
 - 나이키가 선보인 아이폰 애플리케이션 ‘트루시티’가 대표적. 유럽 6개 도시에서 선정된 나이키 인사이더(트렌드 세터)들이 구하기 힘든 제품을 찾아주고 각 도시의 최신 경향을 증강현실 영상으로 알려줌

- 둘째, 꿈을 현실화하는 ‘디지털 웹족’(Digital Web-tribes)
 - 아이디어와 가치를 공유하는 현대판 부족(tribe)
 - 이들은 고립되기보다 마이크로 블로그나 모바일 웹을 기반으로 아이디어를 창출하고 공감하는 이들끼리 실제로 만나 결속을 다짐
 - 스웨덴에서 보증금이 없는 유리병 회수율을 높이기 위한 ‘유리병 회수 게임 박스’가 이런 사례

- 셋째, 역사와 본질가치를 중시하는 ‘오리진 밸류어’(Origin Valuer)
 - 자연의 희소성을 중시하며, 역사나 세월의 흔적에서 가치를 찾는 소비자들
 - 구찌는 이들을 겨냥해 크리스티 경매와 함께 빈티지 제품을 감정해주는 공식 감정평가 사이트를 개설
 - 일본 산케이신문은 신소비층인 ‘레키조’(역사 드라마나 게임, 사무라이에 열광하는 여성) 관련 시장이 700억 엔(9,000억 원)까지 성장할 것으로 전망

2) “2011년 소비 3대 키워드는 상상, 공유, 역사”(한국경제신문, 2010.3.3) 참조

□ 중국 2010년 양회(兩會)³⁾ 예상 의제

■ (개요) 양회는 2010년 중국의 경제정책 방향을 결정짓는 중요한 사건으로, 세계 경제의 향방에도 중대한 영향을 미칠 것으로 보임

- 글로벌 금융위기를 계기로 중국은 세계경제의 중요한 축으로 부상함
 - 2009년 중국경제는 8.7%의 성장률을 달성, 전 세계 경제 성장에 대한 기여율은 50%에 근접함
- 전세계적으로 ‘출구전략’에 대한 논의가 본격화되고 있는 시점에서 중국의 거시적 정책 방향을 결정짓는 양회는 세간의 주목을 끌기에 충분
 - 2009년 글로벌 금융위기 극복 과정에서 세계 각국은 과도한 경기부양책 실시에 따른 유동성 과잉 압박에 직면함
 - 특히 대규모 공공투자와 은행대출 확대를 통해 경기부양의 효과를 가장 먼저 보았던 중국은 인플레이 압박이 더욱 심각함

■ (예상 토의 내용) 2010년 중국 양회는 민생(經濟) 문제를 위주로 과거에는 등한시했던 민주(政治) 문제도 논의할 것으로 보임

- 민생, 경제 : 금번 양회는 지속가능한 경제 발전, 연착륙 및 분배의 공평성 향성을 위한 민생 관련 의제들에 대해 토론할 것임
 - 중국은 소비 비중 확대를 통해 기존의 투자와 수출 주도의 경제성장 방식에 획기적인 변화를 기대함
 - 소비 비중 확대 일환으로 지역, 계층 간 소득 불균형을 해소하기 위해 분배제도와 세제 개혁을 단행함
 - 부동산 시장의 기형적 팽창을 억제하기 위한 금융, 세제, 행정 조치를 포함한 전방위적인 억제책 실시가 확실함
 - 또한 사회 공평을 제고하기 위해 교육, 복지 등 사회보장 부문에서의 대대적인 개혁을 예고함

3) 양회는 국회격인 전국인민대표대회와 중국인민정치협상회의를 의미하며, 매년 3월 초에 10일간의 일정으로 북경에서 개최되며, 올해 會期는 3월 3일부터 14일까지임.

- 민주, 정치 : 중국은 금번 양회를 통해 민주화의 법제사회로의 진보로도모할 것으로 보임
 - 과거 반세기 동안 대다수의 중국 국민(농민)에게 ‘족쇄’와 같은 역할을 했던 戶口제 폐지에 대한 논의가 본격화될 것임
 - 도시와 농촌 주민 간 불평등한 선거권을 바로 잡기 위한 선거법 개정이 확실시 됨
 - 국유, 국영 기업과 정부기관에 뿌리 깊은 부정부패 척결을 위해 조사역량을 보장하고, 처벌 수위를 강화함
 - 정보화 시대 조류에 맞춰 정책 결정자들에게 주민과의 커뮤니케이션 강화를 위해 인터넷 사용을 적극 권장할 것으로 보임

< 중국 2010년 兩會 예상 의제 >

	의제	내용
민생, 경제	경제발전 방식 전환	투자, 수출 주도에서 소비 주도로 전환
	소득격차 축소	분배제도, 세제 개혁 단행
	부동산 가격상승 억제	업계 내 투기 행위 근절, 금융권 용자 축소, 재산세 도입
	교육, 의료, 취업 보장	「중장기 교육발전계획」, 「공립병원 개혁방안」 등 민생 법안 검토
	저탄소경제 확산	2020 이산화탄소 저감 목표를 법제화함
	공평한 연금 제도 확립	국유, 국영기업 종사자와 공무원 동등한 노후 보장
민주, 정치	호적제도 개혁	농촌주민의 도시 진출을 억제하는 호적제도 폐지
	선거법 개정	도시민과 농촌 주민에 동등한 참정권 부여
	부정부패 척결	뇌물수수, 공금횡령 등을 근절하기 위한 제도 마련
	인터넷 정치 확대	정책 결정자와 네티즌 간의 소통을 확대

자료 : 신화통신.

- (시사점) 금번 兩會를 통해 중국 경제는 더 합리적으로, 정치는 더욱 민주적으로 한 단계 업그레이드될 것으로 기대
 - 지금보다 더 합리적이고 민주적인 중국의 존재는 주변국은 물론, 세계 경제에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대됨

□ 행복한 직장생활하기 10계명⁴⁾

- 직장인들이라면 으레 미래에 대한 불안, 업무 스트레스, 가정에서의 소외감 등으로 고민을 안고 있음
- 이에 한국직장인지원전문가(EAP) 협회장인 채정호 가톨릭대 교수는 행복한 삶을 꾸려나가기 위한 직장생활의 10계명을 제안함

< 행복한 직장생활하기 10계명 >

원 칙	내 용
1. 생각을 잡자	• 부정적인 사고방식을 탈피하고 습관을 바꾸어 스스로를 낙관의 힘으로 채움
2. 마음을 잡자	• 우울, 불안, 걱정 등 감정의 포로가 되는 것은 금물 - 쓸데없는 걱정이나 미래에 대한 막연한 두려움으로 스스로를 괴롭히지 않는 것이 중요함
3. 행동을 잡자	• 불필요한 말이나 행동은 오해나 언쟁의 여지를 만들 수 있으므로 언행을 주의 - 말이나 행동에 앞서 세 번씩 생각해보기를 제안
4. 감사하자	• 감사의 마음을 목례나 눈인사에 그칠 것이 아니라 감사인사를 통해 실제로 표현 • 또, 감사일기를 써서 반성하는 내용과 감사하는 내용 중 어느 것이 더 많은지 살펴보고 스스로의 태도를 점검
5. 조금씩 나아지자	• 현실에 안주하지 않고 실수를 통해 무엇이 잘못됐는지 배움으로써 스스로에 대한 자부심을 가질 수 있음
6. 섬기자	• 내 자신이 얼마나 소중한지 알아야 다른 사람도 존중할 수 있음
7. 내 자신의 가치를 알자	• 스스로 잘하는 일, 회사에서 세웠던 공, 주변 동료들에 도움을 주었던 일 등 자신의 가치를 되새겨보는 것을 제안 - 회사가 내 덕에 잘된다고 생각하면 마음이 편해지고 일을 즐길 수 있음
8. 지금 이 순간의 삶을 깨닫자	• 과거에 대한 후회는 아무런 도움이 되지 않음 - 실패에서 배우되 현재를 즐기려는 노력이 필요함
9. 사랑을 확인하자	• 자신과 주위사람들에게 사랑과 관대함을 나눔으로써 행복을 전파할 수 있음 - 가족과의 오붓한 시간, 친구들에게 보내는 안부인사, 소소한 봉사활동 등 다양한 방법으로 사랑을 표현할 수 있음
10. 매력적인 사람이 되자	• ‘독한 사람’은 어느 순간 한계를 느끼게 되고 ‘능력자’는 시기와 질투를 받지만 ‘매력있는 사람’은 최후의 순간에 웃을 수 있음

4) “불안한 ‘직딩’의 외침...“나 좀 행복하게 해주세요””(한국경제, 2009.10.23) 참조

□ 마케팅 역량의 3I

흔히 마케팅 종사자들에게 있어서 새로운 시장을 발견하기 위한 중요한 지적 역량은 ‘3I’로 요약된다. 상상력(Imagination), 통찰력(Insight), 직관력(Intuition)이 그것이다. 첫째 상상력은 실제로 경험하지 않은 현상이나 사물을 그려내는 능력으로 감성의 영역에 해당된다. 둘째 통찰력은 현재 존재하는 사물이나 현상을 파악하는 능력으로 이성의 영역에서 발현된다. 셋째 직관력은 감각, 경험, 추리 등을 거치지 않고 직접적으로 판단하는 능력으로서 이성과 감성의 조화를 통해 발현된다.

일반적으로 상상력은 경험과는 관련이 없다. 오히려 경험은 상상력을 제약하기도 한다. 따라서 새롭고 창의적인 발상은 신입사원들도 충분히 가질 수 있는 역량이다. 반면 통찰력은 경험을 기반으로 한다. 축적된 과거의 경험을 바탕으로 사물과 현상을 분석하는 힘이다. 따라서 시장 개척을 지휘하는 관리자에게 꼭 필요한 역량이다. 마지막으로 직관력은 상상력과 통찰력을 기반으로 형성된다. 경험을 기반으로 한 분석과 풍부한 감성을 필요로 한다. 따라서 직관력은 특히 의사결정에 관여하는 경영 책임자에게 요구되는 역량이라고 할 수 있다.

여기서 언급한 3가지 역량은 모두 중요하지만, 특히 새로운 가능성을 발견하고 현실화하는 데 필요한 지적 역량은 단연 상상력이라 할 수 있다. 세계적인 물리학자인 아인슈타인도 “상상력이 지식보다 훨씬 중요하다”라고 말한 바 있는데, 이는 상상력이야말로 모든 창조적 활동의 근간이 된다는 것을 시사한다. 상상력은 현재 존재하지 않는 모습을 자유롭게 그리는 힘이다. 인간은 새처럼 날 수 없지만 날려고 생각하는 힘이 비행기와 우주선을 만들어낼 수 있었다.

상상력을 개발하는 것은 그리 어려운 것은 아니다. 우선은 생각하는 힘을 길러야 한다. 생각하는 힘을 기르고 상상력의 나래를 펼치기 위해서는 일상생활에서도 끊임없는 노력이 필요하다. 많은 독서를 통해 생각의 폭을 넓히고 새로운 자극과 낯선 환경에 자주 노출되는 것도 중요하다.

“천재가 나타나는 곳에서는 우둔한 자들이 서로 단결한다.”

- 조나단 스위프트(1667~1745) : 영국의 소설가, <걸리버 여행기>의 저자