2010-29
통권 308호

Trust Talent Tenacity Togetherness

HRI 체어퍼슨노트

CHAIRPERSON NOTE

2010. 07. 19 (月)

경제이슈
한국의 OECD 경기선행지수 6개월 연속 하락세
6월 취업자 수는 증가한 반면 청년취업은 감소

경영노트
지속적인 수익성 제고를 위한 전략 수립

사회트렌트
뜨는 신인류 '모빌리언'
한국산 스팸메일 세계 5위 불명예

차이나 리포트
중국 인적자본 확대와 시사점

저널브리프
당신 회사는 고객을 위해 최선을 다하고 있습니까?

洗心錄
잘 노는 사람이 성공한다

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

現代經濟硏究院
HYUNDAI RESEARCH INSTITUTE

□ 한국의 OECD 경기선행지수 6개월 연속 하락세

■ **OECD가 발표하는 회원국들의 경기선행지수(CLI)[1]에 따르면 평균적으로 경기 회복세가 이어질 것으로 예상**

- **OECD 평균** : OECD 평균은 전월대비 0.1p 상승하여 103.7을 기록하며 경기 확장세가 유지됨
- **선진국** : 2010년 5월 경기선행지수는 미국은 103.4, 일본은 103.1로 전월대비 소폭 상승한 반면, 영국은 104.1로 전월대비 하락
- **신흥국** : 러시아는 103.0으로 전월대비 상승하였으나 중국은 103.1, 인도는 101.3으로 전월대비 하락
- **한국** : 한국은 5월 103.4로 전월대비 0.4p 하락하며 6개월 연속 하락

■ **선진국과 신흥국이 경기 확장세를 유지하고 있으나 한국의 OECD 선행지수가 6개월 연속 하락함에 따라 하반기 국내 경기회복 속도 둔화 우려**

□ 6월 취업자 수는 증가한 반면 청년취업은 감소

■ **6월 중 고용동향에 따르면 취업자 수는 증가하고 실업률도 3%대를 유지하며 고용시장의 회복세가 지속**

- **취업자 수** : 2,428만 명으로 전년동월대비 31.4만 명 증가한 가운데 청년 취업자(15~29세)는 394.9만 명으로 전년동월대비 8.6만 명 감소
- **실업률** : 3.5%로 3개월 연속 3%대를 유지하며 고용시장의 회복세가 지속된 반면, 청년실업률은 8.3%로 5월의 6.4%보다 1.9%p 증가
- **비경제활동인구:** 고용시장 회복세에도 취업 준비자는 61.3만 명, 구직 단념자는 21.2만 명으로 전년동월대비 각각 1.4만 명, 5.9만 명 증가
- **취업자 수 증가 배경:** 희망근로 프로젝트가 크게 감소했음에도 수출 증가세 지속 등으로 제조업을 중심으로 취업자 수가 견조하게 증가

■ **고용의 사각지대에 놓인 청년실업 문제가 해결되지 않는 한 체감실업률은 지표보다 높은 상태가 지속될 전망**

---

1) CLI (Composite Leading Indicators)는 산업활동, 주택동향, 금융·통화현황, 국내총생산(GDP) 흐름 등을 종합 분석해 4~6개월 후의 경기를 예측하는 지표로 100 이상에서 상승하면 경기팽창을, 하락하면 경기하강을 의미하며 100 이하에서 상승하면 경기침체에서 회복을 의미함

□ 지속적인 수익성 제고를 위한 전략 수립[2)]

■ **기업의 지속적인 수익성 증대를 위해서는 비용 절감 등 당장 손쉽게 할 수 있는 수단 외에 제품, 정보, 조직 차원의 장기 전략이 병행되어야 함**

- 많은 기업들은 수익성 증대를 위해 단순 비용의 절감, 마케팅이나 공급망의 효율화 등 상대적으로 눈에 띄고 손쉬운 수단에 의존하고 있음
- 하지만 이러한 방법의 수익성 제고에는 한계가 있으며, 제품 및 사업의 수익성, 정보의 신뢰성, 유기적 조직의 운영 여부에 대한 점검을 통한 보다 장기적인 전략 수립이 함께 이루어져야 함

■ **수익성 증대를 위한 장기 전략을 위해서는 제품수명주기 전략과 함께 올바른 경영 정보 획득 체계 및 기업 정책의 마련이 요구됨**

< 수익성 증대를 위한 장기 전략 >

	내 용
제품수명주기에 따른 전략 수립	●제품을 '도입기 → 성장기 → 초기 성숙기 → 완전 성숙기 → 쇠퇴기'의 단계로 분류 ●도입기 및 성장기 제품은 매출 비중 확대 전략, 초기 성숙기 제품은 매출 비중 유지와 비용 절감으로 전환 전략, 완전 성숙기 및 쇠퇴기 제품은 비용 절감과 비중 감소 전략을 수립
올바른 경영 정보 획득	●원재료 구매부터, 제조, 판매의 각 단계로 이어지는 원가 및 비용 정보를 실제 활동 기준으로 재구성 ●이를 통하여 전반적인 비용 흐름 구조를 파악할 수 있는 통합 관리 시스템을 수립하고 절감 가능한 비용 규모 및 비용 절감 이후의 매출 및 수익성의 결과 예측 정보 수집
기업 정책의 마련	●제품 전략 및 정보 체계 마련보다는 경영진의 수익성 제고에 대한 관심과 의지가 사실상 가장 큰 영향을 발휘 ●따라서 제품수명주기 전략 및 경영 정보 체계 수립 후 이를 통합 운영 및 감시할 수 있는 효율성-수익성 측정 조직 구성 등 지속적으로 관리, 보고가 가능한 기업 정책이 중요

2) 이 자료는 'Expanding the Profit Frontier(AT Kearney, 2010)'를 요약 정리함

사회 트렌드

□ 뜨는 신인류 '모빌리언'[3)]

■ **모바일 환경과 스마트폰을 몸의 일부처럼 생각하고 이를 적극적으로 활용하는 새로운 세대, '모빌리언'(Moblian)이 등장**

- 모바일(Mobile)과 능력(able), 사람을 뜻하는 접미어 ian이 결합된 단어
- 모바일 기기와 소프트웨어를 적극 활용해 자신은 물론 주변 사람의 일과 삶을 바꾸는 신인류를 뜻함

■ **모빌리언은 PC와 인터넷을 쉽게 다루는 네트즌(Netizen), 휴대폰을 통한 대화와 단문메시지(SMS)를 생활의 일부로 인식하는 모바일족(Mobile Tribe)보다 한 단계 진화한 개념**

- 모빌리언은 10대부터 50~60대까지 나이 구분 없이 스마트폰을 적극적으로 활용하는 데 초점을 맞추고 새로운 경험을 찾는 것에 누구보다 열정적인 것이 특징
- 중요한 것은 나이가 아니라 '모바일에 마음을 열었는가'의 여부임

□ 한국산 스팸메일 세계 5위 불명예[4)]

■ **인터넷을 이용한 '쓰레기 편지'를 뜻하는 스팸메일의 전세계 현황을 조사한 결과 올해 2분기에 한국산 스팸메일이 4.2%를 차지, 세계 5위를 기록**

- 사이버 보안업체인 소포스는 2분기에 발송된 스팸메일의 국가별 출처를 분석한 결과, 미국이 15.2%로 불명예 1위를 고수한 가운데 인도(7.7%), 브라질(5.5%), 영국(4.6%)의 순으로 나타났다고 발표
- 한국은 1분기 때 4.48%로 4위였음

■ **한국에 이어 프랑스, 러시아, 독일, 이탈리아, 러시아가 10위권에 포함**

- 반면 베트남과 중국은 전분기에 비해 크게 줄어 각각 5단계 떨어진 10위와 20위를 차지

---

3) "뜨는 신인류 모빌리언"(매일경제, 2010.7.10)
4) "한국산 스팸메일 세계 5위 불명예"(문화일보, 2010.7.16)

□ 중국 인적자본 확대와 시사점

■ (개요) 최근 중국이 글로벌 기업들의 지역 본부와 R&D 센터를 대거 유치할 수 있었던 이유는 인적자본이 확충되었기 때문

- 2009년 중국의 과학기술 종사자 수는 521.4만 명으로 2002년 대비 61.8% 증가한 것으로 나타남

■ 과거 10여 년간 중국 정부의 교육 투자 확대로 인적자원 대폭 확충

- 중국 정부는 교육 분야에서 「211 프로젝트[5]」를 포함한 일련의 프로젝트에 대해 투자를 확대함으로써 인프라가 급속도로 확충됨
  - 2002년~2009년 동안 중국 교육기관의 대학원생 연간 모집인원 수는 20.3만 명에서 44.6만 명으로 증가함
- 한편 정부의 강력한 해외 유학생 유인책으로 인해 2002년~2009년 사이 유학귀국인원 수가 1만 8,000명에서 6만 9,000명으로 크게 증가함

< 중국 연구 및 교육 관련 인프라 변화 (2002년~2009년) >

(단위 : 만 명, %)

		2002	2009	연평균 증가율
연구	과학기술 종사자	322.2	521.4	7.1
	R&D 인력	103.5	213.5	10.9
	과학자 및 엔지니어	81.1	178.2	11.9
교육[주]	모집인원	20.3	44.6	14.1
	재학생	50.1	128.3	17.0
	졸업생	8.1	34.5	27.3
	유학생	12.5	18.0	6.2
	유학귀국인원	1.8	6.9	25.3

자료 : 중국 과학기술부, 「과학기술통계(2009)」
주 : 교육 분야는 대학원만으로 한정하며, 연구와 교육 구분은 상호 배타적인(mutually Exclusive) 관계가 아님

■ (시사점) 우리 기업들은 '생산 공장'으로서의 중국에 대한 인식을 버리고 'R&D 센터' 혹은 '소비시장'으로 인식을 전환할 필요가 있음

5) 「211프로젝트」는 중국 정부가 교육 인프라 확충을 위해 1990년대 말부터 추진해 온 21세기 100대 '명품 대학' 구축 계획을 의미하며, 프로젝트에 선정된 대학은 재정 지원을 비롯한 정부의 막대한 지원을 받을 수 있음.

□ 당신 회사는 고객을 위해 최선을 다하고 있습니까?[6)]

■ **많은 고위 경영자들이 고객과의 약속을 성실하게 이행하는 것이 지속가능한 성장의 원천이라는 점에 동의함**

- 하지만 실제로는 모호한 고객과의 약속, 잦은 실수, 현실 안주, 경직된 조직 내 소통 등으로 고객의 신뢰를 스스로 저버리는 경우가 많음

■ **경영자는 아래 5개의 질문을 통해 고객 만족도 제고를 위한 자사의 노력을 점검해보고 개선이 필요한 부분을 파악할 수 있음**

< 고객 만족을 위한 5가지 질문 >

질 문	내 용
중간관리자가 고객과의 약속에 대해 정확하게 설명할 수 있는가?	●(문제) 다수의 경영자들은 자사가 고객과의 약속을 지키려 노력한다고 생각하지만 현장에서는 고객과의 약속조차 제대로 이해하지 못하는 사례가 있음 ●(제안) 중간관리자가 고객과의 약속을 정확히 알고 현장 일선에서 실천할 수 있도록 지속적으로 소통
모든 임원들이 고객과의 신뢰를 저해하는 주요 원인 세 가지를 들 수 있는가?	●(문제) 나쁜 소식은 조직 상부까지 전달되기 전에 걸러지는 일이 많아 고위 경영진들이 고객과의 약속을 지키지 못한 과오를 듣지 못할 위험이 있음 ●(제안) 어떤 경로로든 고객의 불만을 조직 내 의사결정자들에게 전달할 수 있는 시스템을 구축해야함
고객에게 자사의 브랜드가 최선의 선택일까? 앞으로도 그럴까?	●(문제) 현재의 마케팅 전략에 확신을 가지고 있거나 브랜드의 차별화된 장점을 과시하고 있다면 경쟁사를 지속적으로 능가할 수 있다는 착각에 빠질 수 있음 ●(제안) 고객 니즈에 부합할 수 있도록 제품과 서비스 체제를 지속적으로 개선해 나가야함
지난 한 해 동안 신선한 아이디어를 채택해 혁신을 가져온 일이 있는가?	●(문제) 현재 성공적인 체제 완비로 시장 점유율 1위를 구가하고 있는 기업이라고 해도 혁신적인 경쟁자에 의해 추격당할 우려가 늘 도사리고 있음 ●(제안) 임직원들에게 혁신적 아이디어 제안을 독려하고 아이디어를 지속적으로 시험해보는 노력이 요구됨
지난 3개월간 일선 현장의 담당자들이 불편한 질문이나 중대한 개선점을 제안한 일이 있는가?	●(문제) 경영진들은 자신들이 새로운 아이디어나 제안을 열린 자세로 환영한다고 하지만 일반 직원들은 상사에게 솔직한 의견 전달을 어려워함 ●(제안) 임직원이 실수를 저질렀더라고 가혹한 문책이나 인사상 불이익을 지양하고 건설적인 배움의 기회로 활용하는 노력이 필요함

6) ""고객만을 위하여…"진심이십니까?"(Dong-A Business Review 2010, No.60) 참조

□ 잘 노는 사람이 성공한다

『잘 노는 사람이 성공한다』는 일본의 오마에 겐이치(大前研一)가 2009년 새로 발간한 책의 제목이다.

『국가의 종말』, 『부의 위기』, 『차이나 임팩트』를 비롯한 베스트셀러 작가 겸 경영 컨설턴트로 유명한 오마에 겐이치는 MIT 공학박사, '맥킨지&컴퍼니'의 일본 지사장과 아시아태평양지역 회장 등 화려한 이력을 자랑한다. 당연히 그는 세상에서 가장 바쁘게 보이는 사람이다. 그런데 놀랍게도 그는 자신의 성공 비결을 '연초에 미리 세운 오프(off, 휴식) 계획'으로 꼽았다

오마에 겐이치는 연초에 미리 '오프 계획'을 짜면서 국내외 여행, 레저, 문화생활, 스포츠, 미용, 맛집 기행 등의 일정을 일목요연하게 정리하고 그대로 실천하라고 권한다. 돈이 많고 시간이 남아돌아서 그렇게 즐기는 게 아니다. '성공'을 위해 쉬는 것이다. 인생의 비전과 꿈이 있어야 성공하는 것처럼 휴식도 미리 계산적으로 계획해야 잘 놀 수 있다는 얘기다. 항상 '온(on)' 모드로 있어선 제대로 일할 수 없으며, 적절한 휴식과 놀이로 자신의 몸과 마음과 정신을 갈고 닦아야 체력이 강화되고 정신이 맑아지며 시대에 도태되지 않는 창의력이 생긴다.

창조적 제품과 획기적인 서비스는 여유나 휴식과 같은 삶의 윤활유가 없다면 나오기 힘들다. 즐겁게 일하는 기업의 생산성이 높고 창의적인 아이디어가 나온다고 해서 한때 '펀(fun) 경영'이 주목을 받았던 이유이기도 하다.

기업문화를 창조적으로 변화시키고 세계적 기업으로 도약하려는 기업은 아마도 휴가를 많이 쓰는 직원과 잘 노는 직원을 승진시키는 역발상이 필요할지도 모른다.

"All work and no play makes Jack a dull boy"

- 미국 속담 -