

HRI 체어퍼슨노트

# CHAIRPERSON NOTE

2011.07.18 (통권357호)



## 경제이슈

미국 생산자물가 큰 폭 하락

한국은행 하반기 경제 전망

## 경영노트

무료 상품을 향한 반격

## 사회 트렌드

서울, 세계 도시 중 생활비 19위

돌싱 100만 시대

## 저널 브리프

국가별 비즈니스 매너

## 洗心錄

시굴거영(時誦學羸)의 가르침

□ 미국 생산자물가 큰 폭 하락

- 미국의 6월 생산자물가는 전월대비 0.4% 하락하여 2010년 2월 이후 최대의 하락폭을 기록
  - 생산자물가 하락 : 14일 미국 노동부의 발표에 따르면 6월 미국의 생산자물가는 에너지가격 하락에 힘입어 전월대비 0.4% 하락.
  - 에너지 가격 큰 폭 하락 : 특히 올해 초 3.0%에 가까운 상승률을 기록하며 인플레이션 우려를 가중시켰던 에너지가격이 전월대비 2.8% 하락
  - 근원물가상승률 : 변동성이 큰 식품과 에너지가격을 제외한 근원물가상승률은 0.3%로 양호한 수준을 유지
  
- 에너지가격 안정에 따른 생산자물가의 하락으로 미국경제는 당분간 인플레이션에 대한 우려에서 벗어날 전망이다, 이에 따라 미국 정부의 추가 경기부양책 가능성도 증대

□ 한국은행 하반기 경제 전망

- 한국은행은 2011년 하반기 경제 전망에서 올해 연간 경제성장률 전망을 4.3%로 하향, 물가상승률 전망치를 4.0%로 상향 조정
  - 경제 성장 : 2011년 GDP는 유럽지역 국가채무 문제와 미국의 경기 둔화 등 대외적 불안요인으로 4월 전망치인 4.5%에서 0.2%p 하향 조정된 연간 4.3%로 전망
  - 물가 : 2011년 물가 상승은 당초 한국은행이 예상했던 것보다 2분기 소비자물가 상승폭이 증가하여 4월 전망치인 3.9%에서 0.1%p 상향 조정된 연간 4.0%로 전망
  - 경상수지 : 경상수지는 세계교역 확대로 수출이 증가하고 국제 원자재 가격 오름세가 제한되어 155억 달러 흑자를 기록할 것으로 전망
  
- 하반기에도 물가상승 압력이 유지될 것으로 보여 한국은행은 점진적 금리 인상 기조를 유지하되, 경기회복 및 가계부채에 부담이 되지 않도록 세밀한 조율이 필요

□ 무료 상품을 향한 반격<sup>1)</sup>

- 새로운 무료 상품의 증가로 기존 기업들은 큰 위협을 겪으면서도 대응 측면에서는 상당수가 잘못된 선택으로 실패를 경험하고 있음
  - 경쟁 기업의 무료 상품 등장 시 자사 역시 상품의 무료화로 대응할 수도 있지만 무시 혹은 공존 전략 등 선택 가능한 전략은 여러 가지임
- 경쟁 기업이 계속 무료 상품을 제공할 수 있는 여력과 비즈니스 모델을 가지고 있는가를 먼저 파악한 후 대응 여부를 결정해야 함
  - 무료 상품에 대한 대응이 필요한 경우 자사 고객의 이탈 정도와 경쟁 기업 고객의 증가 정도를 분석하고 보다 구체적인 대응 방안을 수립

자사 고객 이탈	연간 5% 이상	<b>단기 대응 실행 시점</b> •경쟁 상품의 인기가 낮더라도 신상품 런칭 등 즉각적인 대응을 요구	<b>비즈니스 모델 변화 시점</b> •생존을 위해 늦어도 2, 3년 내에 비즈니스 모델의 근본적 변화가 필요
	연간 5% 미만	<b>상황 점검 시점</b> •경쟁 상품의 위협이 크지 않은 상황으로 지속적인 모니터링을 실시 연간 40% 미만	<b>장기 대응 전략 마련 시점</b> •경쟁 상품과 공존 가능하며, 적극 대응 시기 파악 및 전략 수립이 중요 연간 40% 이상
경쟁사고객증가			

- 자사 역시 무료화로 대응해야 할 경우에는 고객, 기술, 브랜드, 채널 등 기존 상품의 장점을 최대한 활용하여 더 좋은 무료 상품을 제공해야 함

< 무료 상품 전략의 종류 및 조건 >

종류	내용
Up - Sell	-(의미) 기본적인 무료 상품 공급으로 고객 확보 후 프리미엄 버전을 유료화 -(조건) 많은 무료 고객의 확보가 가능하거나 유료 고객의 비율이 높아야 함 -Adobe는 일반인에게 무료 버전을 대량 공급 후 기업에게는 유료 버전 판매
Cross - Sell	-(의미) 상품 자체와 직접 관련이 없는 다른 유료 상품을 교차 판매 -(조건) 무료 상품을 보완 가능한 다른 상품 라인의 확보와 판매능력이 필요 -Ryan Air는 무료좌석을 제공하며 좌석예약, 음식 등 부가서비스를 교차판매
Charge 3rd Parties	-(의미) 무료 상품으로 고객 확보 후 다른 기업에게 비용을 부과 -(조건) 명확한 고객군의 대량 확보가 가능하고 비용을 지불할 기업이 존재 -Blyk은 16~24세의 고객에게 설문조사와 광고 수신을 조건으로 무료통화 제공
Bundle	-(의미) 유료 상품과 함께 무료 상품을 묶어서 제공 -무료 상품과 관련 있는 유료 상품의 보유와 무료 상품의 수익 창출 가능성 -HP는 종종 PC 구매 시 프린터를 무료로 제공하며 잉크 등으로 수익 창출

1) 본 자료는 'Competing against Free(Harvard Business Review, 2011. 6)'를 요약 정리함

## :: 사회 트렌드

---

### □ 서울, 세계 도시 중 생활비 19위<sup>2)</sup>

- 아프리카 중서부 앙골라의 수도 루안다가 지난해와 마찬가지로 세계에서 물가가 가장 높은 도시로 선정(컨설팅업체인 머서의 발표)
  - 도쿄(일본), 은자메나(차드), 모스크바(러시아), 제네바(스위스), 오사카(일본)도 작년과 변동없이 차례로 물가 순위 2~6위로 집계
  - 서울은 작년보다 다섯 계단 떨어진 19위, 미국에서 물가가 가장 높은 도시인 뉴욕, 로스앤젤레스는 각각 32위, 77위였고 영국 런던은 18위
- 루안다가 1위에 오르는 등 아프리카 도시들이 높은 순위에서 떨어진 것은 치안 상태가 좋은 집의 임차료가 매우 높기 때문
  - 루안다의 방 2개 딸린 집 월세는 7000달러로, 뉴욕(4300달러)보다 높음
  - 브라질 상파울루는 브라질화(貨) 강세로 작년 21위에서 10위로 올랐고, 시드니(24→14위), 멜버른(33→21위), 퍼스(60→30위), 브리즈번(55→31위) 등 호주 도시들도 호주 달러 강세와 광산개발 붐으로 생활비가 뛰었으므로 조사됨

### □ 돌싱 100만 시대<sup>3)</sup>

- 이혼한 뒤 배우자 없이 혼자 살거나 자녀와 함께 사는 가구주가 지난해 100만 명을 넘어선 것으로 나타남
  - 또 아내나 남편과 사별한 뒤 홀로 지내는 가구주도 200만 명을 넘으면서 재혼하지 않고 사는 가구주가 330만 명에 육박
- 통계청 조사에 따르면 이혼 상태인 가구주는 126.7만 명으로 5년 전보다 40.2% 증가. 전체 가구주의 7.3%나 됨
  - 이혼가구주의 수는 10년 전의 2.3배, 20년 전의 7.3배, 30년 전의 18.1배 수준
  - 돌싱족은 1980년 7만 명에 불과했지만 2000년 55.3만 명, 2005년 90.4만 명, 2010년에는 126.7만 명 등으로 빠른 속도로 증가

2) “서울, 세계 도시 중 생활비 19위”(조선일보, 2011.7.14) 참조

3) “돌싱 100만 시대, 혼자가 편해요”(동아일보, 2011.7.12) 참조

□ 국가별 비즈니스 매너4)

■ 국가별로 통용되는 비즈니스 매너가 다르므로 이를 사전에 숙지하면 외국 기업과 비즈니스를 할 때 도움이 될 수 있음

- ① 미국 : 시간이 곧 돈이라는 인식을 가진 미국인을 만나는 경우에는 협상 전 약속시간을 정하는 것이 필수적이며 이를 엄수해야함
  - 또한 교섭 중 침묵의 시간이 지속되는 것을 싫어하니 미리 풍부한 화젯거리를 준비해 둘 것
- ② 중국 : 연대감을 중요시하므로 협상테이블에서는 구체적인 내용을 논의하기보다 친밀감을 바탕으로 신뢰를 심어주는 것이 중요함
  - 중국인은 자존심이 매우 강하므로 협상 중 충고나 조언은 지양하고 존중하는 태도, 겸손하고 예의바른 모습을 보이는 것이 바람직함
- ③ 일본 : 중간 소개자가 비즈니스 협상 결과를 좌우하는 경우가 많으므로 신뢰도 높은 중간 소개자를 먼저 확보하는 전략을 고려할 수 있음
  - 한국과 같은 연공서열이므로 연장자에 대해 경의를 표시하고, 암시적이고 완곡한 표현을 주로 쓰는 일본어 문화를 익히는 것이 필요함
- ④ 영국 : 영국인은 처음 만났을 때 단정한 복장을 갖춘 상대방을 좋게 평가하는 경향이 있으므로 복장에 신경 쓸 것
  - 협상이 난관에 봉착하더라도 감정 표현을 억제하고 냉정함과 침착함을 잃지 않는 태도를 보여야함
- ⑤ 캐나다 : 회의 중 자유롭게 의견을 교환하는 것을 좋아하고 개방적인 편이므로 지나친 격식을 피하고 자연스럽게 행동하는 것이 좋음
  - 비즈니스 협상과 식사를 겸하는 것이 일반화되어 있는데, 이때 사업에 대한 이야기는 주최자의 언급이 있을 때까지 기다려야함
- ⑥ 러시아 : 선물을 좋아하므로 사업 내용과 관련있는 선물을 준비하거나, 러시아 역사와 문화에 대한 화제를 언급하면 큰 호감을 줄 수 있음
  - 러시아인은 다소 과장되고 장황하게 이야기하는 면이 있으므로 내용의 진실성을 유념하며 듣는 자세가 필요함

---

4) “외국인과의 미팅, 화젯거리 준비하라”(이코노미스트, 2011.6.13) 참조

□ 시골거영(時詘學羸)의 가르침

“최근 물난리와 가뭄이 연이어 발생함에 따라 백성들의 생계가 어려운 바, 백성들이 오로지 마음 편히 농사에 집중하고 곡식을 짓고 쉬게 하여야 합니다. 각도의 수령들이 각자의 소견대로 망령되게 토목 공사를 일으켜 일시적 명예를 구하고, 백성들의 어려움을 불쌍히 여기지 아니하니, 이것이 소위 ‘시골거영’(時詘學羸)입니다. 옳드려 바라건대 전하(殿下)께서는 각도의 수령들로 하여금 꼭 필요한 분야에서 유지·보수하는 것 이외에는 무릇 모든 토목의 역사를 중단하도록 하소서.” <태종실록 제8권 32장; 태종4년(1404년) 12월8일>

6백여 년 전에도 가뭄과 물난리로 민심이 흉흉한 상황에서도 토목 공사를 벌여 백성들을 괴롭히는 수령들이 많았던 모양이다. 경향 각지에서 토목 공사에 대한 원성이 자자하여 위와 같은 상소를 실록에까지 기록하기에 이른 것이다. 물론 당시의 개국 공신들은 새 나라 조선의 토대를 굳건히 세운다는 명분으로 신도시를 만들고 궁궐과 청사를 짓고 다리를 놓는 토목 공사를 벌였던 모양이며, 그 틈에 힘없고 살기 어려운 백성들의 사정은 뒷전에 밀리기 일쑤였을 것이다. 그나마 이러한 상소를 올리는 심지 곧은 시골 선비들이 있어서 어진 임금들의 마음을 움직이기도 했을 것이다.

“때가 어려운 데도 불구하고 사치와 토목공사를 벌인다”는 뜻의 시골거영(時詘學羸)은 본디 중국 《통감(通鑑)》에서 따온 말이다. 《통감(通鑑)》의 주현왕(周顯王)편에 ‘이것은 소위 시대가 어려운 데도 행동은 여유가 있는 것이다.[此所謂時詘學羸者也]’ 라고 하고, 그 주석(註釋)에서 ‘시대가 쇠모한 데도 불구하고 사치를 벌이는 것이다.[時衰耗而作奢侈]’ 라고 한 데서 나온 말이다.

‘시골거영’의 가르침은 태종 이후 6백여 년이 지난 요즘에도 크게 다르지 않다. 안팎으로 나라경제가 어려운 때일수록 큰 공사를 벌이기보다는 서민들의 생활이 조금이라도 나아지도록 돌보는 지도자가 필요하다.

**終身讓路 不枉百步 (종신양로 불왕백보)**  
 한평생 길을 양보하더라도 백 걸음에 달하지 않는다.  
 - 당서(唐書)