

HRI 체어퍼슨노트

# CHAIRPERSON NOTE

2012.02.06 (통권385호)



## 경제이슈

유럽 5개국 국가신용등급 강등

1월 무역수지 적자 전환

## 경영노트

무의식의 세계에 도전하는 뉴로마케팅

## 사회 트렌드

수도권 인구 감소

## 저널 브리프

다보스포럼과 자본주의의 미래

## 洗心錄

작심삼일: 시간불일치에 의한 '과도한 가치 폄하' 행동

□ 유럽 5개국 국가신용등급 강등

- 2012년 1월 Fitch는 이탈리아, 스페인, 슬로베니아 등의 국가신용등급을 하향 조정
  - 신용등급 조정 내용 : 이탈리아는 A+에서 A-, 스페인과 슬로베니아는 AA-에서 A로 각각 두 단계씩 신용등급이 강등되었고, 벨기에는 AA+에서 AA, 사이프러스는 BBB에서 BBB-로 한 단계 강등됨
  - 재정충격의 취약성 : 유럽 5개국은 재정위기의 확산과 주가 하락 및 경제전망 악화로 금융부문의 취약성이 증대
  - 은행부문의 우려 : 그리스, 포르투갈, 아일랜드 등 구제금융국들의 재정위기가 금융망을 통해 확산되어 은행부문의 취약성이 확대
  
- 최근 그리스 국채교환협상 타결에 대한 기대에도 불구하고 유로존 국가들의 재정과 금융 부문의 취약성 증대로 향후에도 유로존 위기는 상당기간 지속될 전망

□ 1월 무역수지 적자 전환

- 지식경제부가 발표한 1월 수출입 동향에 따르면 무역수지는 19.6억 달러 적자로 지난 2010년 1월 이후 24개월 만에 처음으로 적자를 시현
  - 수출 : 선박, 무선통신기기 등의 수출이 급감하여 전년동기대비 -6.6% 감소한 415.3억 달러를 기록
  - 수입 : 국제유가 상승, 설비투자 확대 등으로 원자재와 자본재 도입이 증가하여 전년동월대비 3.6% 증가한 434.9억 달러를 기록
  - 배경 : 1월 무역수지 적자는 설 연휴에 따른 조업일수 감소, 연말효과 소멸에 따른 계절적 영향 등 일시적인 요인에 기인함. 실제로 지난 5년간 1월 무역수지는 2011년을 제외하고 지속적인 적자를 기록
  
- 무역수지는 2월부터 조업 일수 증가와 자동차, 반도체 등 주요 품목의 수출이 완만한 회복세를 보이며 개선될 전망

□ 무의식의 세계에 도전하는 뉴로마케팅<sup>1)</sup>

- 설문이나 인터뷰 등 의식적 표현에 의지하는 소비자 조사의 보완 수단으로 무의식의 영역에 주목하는 뉴로마케팅(Neuromarketing)이 등장
  - 연구에 따르면 소비자의 욕구 가운데 언어 등을 통해 외부로 표출되는 부분은 5%에 지나지 않으며, 나머지 95%는 무의식적인 형태로 내재
  - 뉴로마케팅은 신경과학기술을 통해 수집한 소비자의 신체 및 뇌 반응 정보를 소비자 행동 분석에 접목한 마케팅 전략
  
- 최근에는 소비자의 제품 선택 기준이 합리적 의식에서 감성의 영역으로 빠르게 확장되고 있어 향후 뉴로마케팅의 활용도는 더욱 높아질 전망
  - 가격, 성능 등 합리적 의식을 중심으로 수행된 기존의 소비자 조사 결과에 따라 제품이 출시될 경우 시장 생존 확률은 1% 수준에 불과
  - 특히 최근에는 제품 간 기술 격차의 축소로 브랜드나 디자인에 따라 제품을 선택하는 소비자가 증가하면서 감성적 영역의 중요성이 증대
  
- 신경과학을 통한 소비자 행동 분석 방법으로는 시선 이동과 정지 시간의 패턴 분석과 외부 자극에 따른 뇌의 영역별 반응도 분석 등이 있음

< 뉴로마케팅의 적용 사례 >

	내 용
<b>구글 (Google)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 사이트 이용자의 시선 추적 실험을 통해 시선이 페이지 상단에 집중된다는 사실을 발견</li> <li>• 이는 주요 검색 결과를 상단에 집중 배열하는 구글의 사이트 배치 정책이 매우 성공적임을 의미</li> </ul>
<b>아모레 퍼시픽</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fMRI(자기공명영상)를 통한 뇌 반응 분석 기법으로 자사 브랜드와 해외 명품 브랜드에 대한 소비자의 감성적 차이를 조사</li> <li>• 자사 브랜드는 감성적 영역인 우뇌 반응이 부족하다는 분석 결과를 바탕으로 디자인, 광고 등을 리뉴얼한 브랜드를 출시</li> </ul>

1) 본 자료는 동아비즈니스리뷰의 '뉴로마케팅에 대한 스페셜리포트(2012. 1)'를 요약 정리함

□ 수도권 인구 감소<sup>2)</sup>

- 수도권 인구가 관련 통계를 작성한 이후 41년 만에 처음으로 ‘순유출’을 기록
  - 수도권으로 이사 온 사람보다 이사 나간 사람이 더 많았다는 뜻
  - 통계청 ‘국내 인구 이동통계’ 자료에 의하면 2011년 수도권으로 48만 명이 전입한 반면 48만 9000명이 빠져나가 순유출자가 9000명 발생
  - 지난해 서울에서 11만 3000명이 빠져나갔고, 인천과 경기에는 각각 2만 9000명과 7만 5000명이 유입. 그 결과 전체 순유출자가 9000명
  
- 이는 갑작스럽게 일어난 현상은 아님
  - 최근 수도권에 순유입된 인구는 2007년 8만 3000명, 2008년 5만 2000명, 2009년 4만 4000명, 2010년 3만 1000명 등으로 점점 감소
  - 서울 인구는 1990년부터 계속 줄었으나, 경기와 인천으로 그 이상의 인구가 유입된 덕분에 순유입을 유지해왔는데, 지난해에는 경기·인천 순유입자가 예년보다 줄면서 수도권 전체로 순유출을 기록한 것임
  
- 이같은 현상은 ▲저출산 ▲수도권 집중 현상 완화 ▲베이비부머의 은퇴 러시 ▲심각한 주거비 격차 ▲교통여건 개선에 따른 생활권역의 확대 등 5가지 요인 때문으로 풀이됨
  - 실제로 충청, 강원 등 수도권 인근 지역은 순유입 인구가 조금씩 늘고 있음
  - 강원은 순유입 인구가 2010년 1000명에서 2011년 5000명으로, 충북은 6000명에서 8000명으로, 충남은 1만 6000명에서 1만 9000명으로 각각 증가

---

2) “탈수도권...수도권 인구 41년 만에 순유출”(조선일보, 2012.1.31)

□ 다보스포럼과 자본주의의 미래<sup>3)</sup>

■ ‘거대한 전환-새로운 모델의 형성’이라는 주제로 열린 2012년 다보스포럼에서는 다음 주제들이 집중적으로 논의되었음

- 참가자들은 세계 경제 위기를 해결할 방안으로 긴축보다는 성장 위주의 정책, 인재의 중요성, 공생을 추구하는 자본주의 구축 등을 강조함

① 서구 자본주의의 위기

- 최근 유로존 재정위기와 같은 기존 신자유주의 모델의 문제점이 가시화되면서 월가 점령 시위 등 문제 해결을 요구하는 목소리가 높아짐
- 20세기 자본주의 패러다임으로는 21세기의 변화에 대응하기 어렵다는 지적에 따라 새로운 경제모델을 구상해야 할 필요성이 커짐

② 재정긴축에 대한 우려

- 시장을 진정시키기 위한 재정 긴축은 장기적인 경제 침체를 유발할 수 있으므로 긴축보다는 경기 부양을 통해 유로존 위기 해결에 나서야 함
- 또한 기업가들은 현재의 위기를 극복하기 위해서 과감한 투자 및 전략 방안을 모색하고 고용 창출 및 성장 동력 발굴을 위해 노력해야 함

③ 인재주의(Talentism)의 강조

- 새로운 자본주의 모델을 구상하고 경제성장의 새로운 동력을 찾아야 하는 이 시점에서 인재가 그 무엇보다도 중요한 요소로 부상함
- 기업은 경쟁력을 강화시키기 위해 인재 개개인의 감성과 만족, 그리고 창의성을 중시하는 방향으로 인재 관리 전략을 수립해야 함

④ 소득 불균형 문제의 심각성 제기

- 금융·자본·기업의 지나친 탐욕으로 인해 자본주의의 왜곡이 발생하고 소득 불평등 문제가 심화되었다는 공감대가 확산되고 있음
- 기업들은 소득 불평등과 부의 재분배 문제를 해결하고 시장 기능을 회복시키기 위한 노력에 동참할 것이 요구됨

⑤ 초연결사회(Hyperconnectivity)에 대한 경고

- SNS 및 IT기기 발달로 온라인상에 개인정보가 빠르게 축적되고 정보 유출경로가 다양화됨에 따라 사생활정보가 노출될 가능성이 증가함
- 발전하는 해킹 기술에 대비하여 기업은 정보보호를 위한 투자를 확충하고 정부는 인터넷 관련 법을 빠르게 제정·개선해야 함

3) ‘다보스포럼 7대 키워드 : ‘고장난’ 자본주의 G·T에서 길을 찾아라’ (매일경제, 2012.01.29) 참조

□ 작심삼일: 시간불일치에 의한 ‘과도한 가치 폄하’ 행동

당신은 30일후에 100원 받는 것과 하루 뒤인 31일후에 105원 받는 것 중 어느 것을 원하는가? 물론 하루 더 기다려 105원 받는다고 할 것이다. 그렇다면 질문을 바꿔서 오늘 100원 받겠는가 아니면 내일 105원을 받겠는가? 실험에 의하면 대다수가 오늘 100원을 받는다고 선택했다.

이와 같이 사람들은 단기보다 장기가 될수록 상대적으로 더 낮은 가치로도 만족하는 이상한 행동을 한다. 경제학자들은 이러한 행동을 시간 불일치에 의한 ‘과도한 가치 폄하’(Hyperbolic Discounting)라는 개념을 사용하여 설명한다.

새해이다보니 우리에게 익숙한 ‘작심삼일’이란 말이 회자되고 있다. 많은 사람들이 새해가 되기 전인 작년 12월쯤에 ‘새해부터는 다이어트 하겠다, 금연하겠다’ 등등 장래 건강을 위해 굳건히 결심을 하였을 게다. 그런데 막상 그것을 실천에 옮기려는 1월 1일이 되면 우리는 마음을 바꾸어버린다. 작년 12월에는 분명 과식, 흡연을 통해 얻는 단기적인 즐거움을 버리고 대신에 장기적인 건강으로 보상받으리라 굳건히 결심한다. 그러나 1월에는 거꾸로 단기적인 즐거움을 선택하는 것이다.

우리는 과도한 가치 폄하로 인해 훌륭한 결심을 많이 바꾸고 있다. 이를 해결할 수 있는 방안은 ‘자기 결박’ 받게 없다. 그리스 신화에서 오디세우스는 사이렌의 노래를 듣고 싶어, 부하들에게 너희들은 귀를 막고 대신에 나를 돛대에 묶도록 하고, 어떤 말을 해도 밧줄을 풀어서는 안된다고 명령했습니다. ‘결박’을 해서라도 듣고 싶은 어쩔 수 없는 선택이었다. 금연을 결심한 사람이 담배를 쓰레기통에 버리는 퍼포먼스를 하거나 아들과 내기를 하거나 하는 방법으로 ‘자기 결박’할 수 있다. 새해 첫 달이 벌써 지났다. 무더진 새해 각오를 다시 ‘자기 결박’으로 잡아보는 것은 어떨까?

**“바람과 파도는 항상 가장 유능한 항해자의 편에 선다.”**  
"The winds and waves are always on the side of the ablest navigators."  
에드워드 기본(1737~1794) : 영국 역사가