

HRI 체어퍼슨노트

CHAIRPERSON NOTE

2012.04.16 (통권395호)



경제이슈

미국 경기 완만한 확장세

3월 고용 호조세 지속

경영노트

성격 측면에서 본 성공하는 리더

사회 트렌드

솔로 이코노미

저널 브리프

스티븐 잡스 따라하기 열풍에 주의할 것

洗心錄

‘선빵’의 중요성

□ 미국 경기 완만한 확장세

- 연방준비제도(Fed)는 11일 베이지북¹⁾을 통해 유가 상승에도 불구하고, 미국 경기가 완만한 확장세를 보이고 있다고 진단
 - 제조업지수 상승: 3월 공급관리자협회(ISM) 제조업지수가 53.4를 기록하면서 2월의 52.4에 이어 상승하였고, 전문가 예상치 53.0을 상회
 - 실업률 개선 : 3월 실업률은 2월 8.3%에서 0.1%p 하락한 8.2%를 달성하며 3년 만에 최저치를 기록
 - 주택시장 개선 : 2월 미국 주택시장지수가 28.0을 기록하여 지난 2007년 6월 이후 가장 높은 수준을 기록한 이후 3월에도 같은 수준을 유지하며 건설업계의 실적이 점차 개선
- 원유 및 원자재 가격 상승에 따라 제조업 경기에 악영향을 미치고 있지만, 미국이 고용 호조 등 완만한 경기성장을 지속할 것으로 전망됨

□ 3월 고용 호조세 지속

- 통계청에 따르면 3월 실업률은 3.7%로 전년동월대비 0.6%p 하락
 - 취업자 : 3월중 취업자는 2,426.5만 명으로 전년동월대비 41.9만 명 증가하며 6개월 연속으로 신규 취업자가 40만 명 이상 증가
 - 실업자 : 서비스업을 중심으로 취업자 수가 크게 증가하면서 실업자는 94.5만 명으로 전년동월대비 12.8만 명 감소
 - 비경제활동인구 : 비경제활동인구는 심신장애(-4.8만 명), 재학·수강(-4.2만 명) 등에서 감소하였으나, 육아가사(15.8만 명), 쉬었음(12.9만 명) 등의 증가로 전년동월대비 20.6만 명 증가
- 4월에도 고용은 경기회복에 대한 기대 형성과 민간 고용 여건이 전반적으로 양호하여 호조세가 지속될 전망

1) 12개 지역 연방준비은행의 경기 판단 보고서를 종합한 것으로 연방공개시장위원회(FOMC)에서 통화정책을 결정하는 데 기초적인 참고자료가 됨

□ 성격 측면에서 본 성공하는 리더²⁾

- 과거에는 장점으로 작용했던 리더의 성격이 대내외 환경 변화로 단점이 되기도 하며, 과거의 단점이 상황에 따라 장점으로 부각하는 경우도 발생
 - 상황에 따라 강인한 카리스마형 리더가 필요할 때도 있으며, 부드러움을 강조하는 리더십이 선호되기도 하는 등 리더의 성격에 정답은 없음
 - 리더의 성격과 기업 성과 간에는 상관관계가 없는 것으로 나타나며, 리더의 역할과 경영 환경을 고려한 리더십의 탄력적 변화가 가장 중요
- 리더에게 필요한 주요 성격으로는 정서적 안정성, 외향성, 개방성 등이 있으며, 한 가지 성격이 크게 부각되는 것은 조직에 부정적 영향을 미침
 - 리더에게 요구되는 성격들은 정서적 안정성이나 외향성과 같이 상호 배타적이면서도 보완적인 특성을 지니고 있음
 - 한편, 리더로서 바람직한 성격이라 해도 지나치면 해당 성격이 부족한 경우와 동일한 부작용이 발생할 수 있다는 점에서 주의가 요구
- 성공하는 리더가 되기 위해서는 먼저 자신을 인식한 후, 상황에 맞게 스스로를 변화시키거나 자신의 단점을 보완할 인재를 확보할 필요가 있음

< 성공하는 리더의 성격 관리 >

| | 내 용 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 자기 인식 | <ul style="list-style-type: none"> • 다양한 지위와 역할 속에서 성공을 지속하기 위해서는 자신의 장 단점을 정확히 인지하고 단점을 극복할 수 있는 노력이 필요 • 리더는 자기인식에 의해 자신만의 성향을 찾고 구성원들과 공유 하면서 성격을 적절한 수준에서 통제하는 기준을 마련할 수 있음 |
| 성격 관리 | <ul style="list-style-type: none"> • 성격은 선호에 대한 문제로서 평소 본인의 생각 및 행동과 다른 행동이라도 의지와 노력을 통해 스스로를 변화시킬 수 있음 • 자신을 희화하는 행동으로 유명한 버진그룹의 리처드 브랜슨은 원래 내성적인 성격임에도 회사를 위해 자신을 외향적으로 포장 |
| 인재 확보 | <ul style="list-style-type: none"> • 리더의 성격과 정반대의 인재를 선발하는 방법을 통해 견제와 균형이 작용하는 조직을 구성 • 감성적이고 열정적인 스티브 잡스는 차분하고 이성적인 팀 쿡을 자신의 곁에 두면서 리더의 성격적 단점을 보완 |

2) 본 자료는 MIT Sloan Management Review의 'How to Become a Better Leader(Spring 2012)'를 요약정리함

□ 솔로 이코노미³⁾

- 국내 1인 가구가 400만 가구를 넘어섰고, 이는 전체의 24%에 이르는데 1인 가구는 경제적 관점에서 매력 있음
 - 높은 구매력으로 소비에 활력을 불어넣는 것이 가장 큰 매력
 - 미국 1인 가구의 연평균 지출은 2인 이상 가구의 1인당 지출보다 6000달러 많은 3만 4000달러임
 - 중국 소비시장을 이끄는 주역은 아직 결혼을 하지 않은 소황제 1세대
 - 국내에서도 골드미스가 소비시장의 '큰 손'으로 떠오른 지 오래임
 - 물론 그림자도 있는데, 국내 1인 가구의 32%는 60세 이상 노령층으로서 이들 대부분이 직장도 없고 빈곤에 허덕임
 - 세계적으로도 1인 가구는 지속적으로 증가. 한국은 24%로 일본(31%)이나 미국(28%)에는 못 미치지만 증가 속도는 매우 빠름

- 우리 나라 1인 가구의 80%가 사실상 저소득층으로 구분됨
 - 1인가구의 구성을 연령별로 보면, 2~30대가 51.7%, 4~50대가 26.8%, 60대 이상 노년층 비율이 21.4%임
 - 그런데 20·30대는 대학생이나 미취업자, 사회초년생으로 저소득층에 속하는 비율이 높고, 60대 이상 노년층도 대부분 정기적인 수익이 없어 저소득층에 속함

- 이들은 겨냥한 각종의 제품들이 생산
 - 초소형 벽걸이 세탁기, 침대 겸용 소파, 공간 효율성 높은 수납장 등 소형화가 대세임
 - 즉석밥, 1인분 단위 육류, 조각 수박, 1/2 양배추, 1~2조각 생선, 3~5kg 포장 쌀 등, 싱글족을 겨냥한 상품 출시도 줄을 잇고 있음
 - 1인 가구 비율이 30%를 넘어선 일본에서는 지난해 1인용 노래방이 등장해 화제. 1인 전용 여행상품과 독신자를 위한 내시경 달린 귀이개까지 나왔을 정도로 제품군도 다양

3) "1인 가구 경제지형 바꾼다"(이코노미스트, 2012.4.16)

□ 스티븐 잡스 따라하기 열풍에 주의할 것⁴⁾

- 최근 미국 CEO 사이에서 스티브 잡스 따라하기 열풍이 불고 있지만, 모방이 힘든 잡스의 경영방식보다 전통적인 경영 방식을 따른 게이츠를 벤치마킹하는 것이 더 확실한 성과를 거둘 수 있다고 함

○ 스티븐 잡스

① 이성보다 직관을 중시하는 경영 방식

- 잡스는 시장조사 등은 철저히 무시하고 자신의 영감과 직관에 따른 결과 IT산업의 새로운 영역을 개척함
- 평범한 경영자들이 시장조사를 하지 않고 잡스처럼 날카로운 창조성을 발휘해 혁신에 성공할 수 있을 지는 미지수임

② 카리스마적 리더십

- 잡스는 자신의 질문에 답하지 못하는 직원을 해고하는 등 직원들을 혹독하게 다뤘음
- 직원들은 신영역을 개척하는 직장에서 일한다는 자부심에 잡스의 부정적인 면을 감내할 수 있었으나 다른 기업에서도 이같은 리더십이 통할지는 의문임

○ 빌 게이츠

① 전통적이고 안정적인 경영 방식

- 게이츠는 일단 시장 규모가 커질 때까지 기다렸다가 진입하여 막대한 자금투입과 마케팅 등의 힘을 이용하여 사업 영역을 확장함
- 그는 새로운 고객을 창출하기보다는 기존 고객이 필요로 하는 것이 무엇인지 알기 위해 노력함

② 소통과 수용의 리더십

- 게이츠는 윈도우 익스플로러를 무상으로 제공하자는 한 간부의 의견에 반대했으나 후에 그의 의견을 반영하는 등 직원들의 의견에 귀 기울임
- 그는 이익을 거둘 수 있다면 자신과 다른 의견도 수용할 줄 알아야 한다고 주장함

4) 'CEO들이여, 잡스보다 게이츠 따라해라'(이투데이, 2012.04.10) 참조

□ ‘선빵’의 중요성

싸움 잘하는 법. 무릇 커가는 사내아이들에게는 만고의 관심사이다. 이때 언급되는 중요한 단어가 소위 ‘선빵’이다. 먼저 한 대 쳐서 싸움을 유리하게 끌고 가거나 한방에 싸움을 종료할 수 있는 기술을 말한다. 변화의 속도가 급박한 현대 사회를 살아가면서 이러한 선빵의 절실함을 느끼는 경우가 종종 있다.

‘손자병법(孫子兵法)’의 ‘작전편(作戰篇)’에 ‘병문졸속(兵聞拙速)’이란 말이 나온다. 졸렬할지라도 전쟁은 빨리 끝내야 한다는 뜻이다. 춘추전국시대의 병법가 손자(孫子)는 전쟁은 속전속결로 결판을 내야 한다고 강조했다. 장기전이 됐을 때의 폐단을 명확히 알고 있었기 때문이다. 수십만의 병사와 식량, 수레 등 대규모 물자가 소요되는 전쟁을 치르려면 막대한 비용이 필요하다. 이런 전쟁이 장기화된다면 비록 승리하더라도 재정은 궁핍해지고 병사들의 사기도 떨어뜨린다. 이때 호시탐탐 노리고 있는 주변 국가의 공격을 받을 경우 치명적인 타격을 입을 수밖에 없다. 결국 아무리 지혜로운 왕이나 장수라고 할지라도 돌이킬 수 없는 지경에 이르게 된다는 논리다. 모든 전력을 한 곳에 모아 초반의 짧은 기간에 승부를 내는 것이 가장 효율적인 싸움이라고 주장한 것이다.

변화의 속도가 빠른 세상이다. 기업도 마찬가지이다. 이렇게 빠르게 바뀌는 세상에서 기업이나 조직이 생존하기 위해서는 체질을 바꾸는 방법밖에 없다. 과거에는 ‘모방’을 통한 2등 전략으로도 생존이 가능하였다. 그러나 지금은 지적재산권 등으로 인해 오로지 1등 아니면 나머지 대다수가 살아남기 쉽지 않은 구조다. 즉 독창적인 무엇인가가 있어야 된다. 기회선점을 할 수 있어야 한다. 이것이 ‘먼저’의 개념이다. 미래의 유망 기술이나 신사업을 조기에 발견하고(先見), 선행 투자하며(先手), 즉시 실행할 수 있어야 한다(先制). 선빵의 기회는 단 한번 뿐이며 다신 오지 않는다.

기회는 새와 같은 것, 날아가기 전에 꼭 잡아라.

- 새뮤얼 스마일즈(Samuel Smiles)