

체어퍼슨노트

CHAIRPERSONNOTE

- 경제 이슈
 - IMF 세계경제성장률 하향 조정
 - 한은, 2014년 성장률 전망 하향
- 경영 노트
 - 쇼루밍에 대처하는 전략
- 사회 트렌드
 - 직장내 성차별, 빠른 은퇴로 한국 성장 저해
- 저널 브리프
 - 소셜비즈니스 6대 실천 전략
- 洗心錄
 - 아메바의 적응력



본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재하시기 위해서는 본 연구원의 허락을 얻어야 하며, 보고서 내용에 대한 문의는 <http://www.hri.co.kr>로 주시기 바랍니다.

□ IMF 세계경제성장률 하향 조정

- IMF는 10월 8일 '세계경제전망(World Economic Outlook)' 보고서를 통해, 2013년 및 2014년 세계경제성장률 전망치를 기존 7월 전망치에서 소폭 하향 조정
 - 세계 경제 : 2013년 세계경제성장률은 3.1%에서 2.9%로, 2014년은 3.8%에서 3.6%로 각각 0.3%p, 0.2%p 하향조정.
 - 선진국 : 2013년 선진국 경제성장률은 1.2%, 2014년은 2.0%로 수정 없음. 미국은 경제회복세 약화로 2013년 1.6%, 2014년 2.6%로 각각 0.1%p, 0.2%p 하향조정. 반면, 유로존은 2013년 -0.4%로 0.1%p 상향조정
 - 신흥국 : 2013년 신흥국 경제성장률은 5.0%에서 4.5%로, 2014년은 5.4%에서 5.1%로 큰 폭으로 하향조정. 브라질, 중국, 인도 등 신흥국들의 경제 확장세가 더디고, 미국의 정책변화가 신흥국들의 금리에 영향을 미침
- 미국의 연방정부 폐쇄가 장기화되면서 디폴트로 가게 될 경우 세계 경제는 더욱 심각한 상태에 빠질 수 있고, 신흥국의 부진한 성장 등의 위협요인들이 향후 경제에 악영향을 미칠 우려

□ 한은, 2014년 성장률 전망 하향

- 한국은행은 2014년 경제성장률 전망치를 지난 7월(4.0%)보다 0.2%p 낮은 3.8%로 하향 조정
 - 소비 : 민간소비는 명목임금 상승, 취업자수 증가 등으로 소득여건이 개선되지만, 가계부채 부담, 높은 전세가격 등이 소비를 제약하여 전년동기대비 3.3% 증가할 것으로 보임
 - 투자 : 설비투자는 글로벌 경기회복, 투자심리 개선 등에 힘입어 성장률이 전년동기대비 5.7%를 기록할 것으로 전망, 건설투자는 SOC예산 축소 등으로 토목부문의 회복이 올해보다 부진하여 1.7% 성장할 것으로 예상
 - 대외거래 : 상품수출은 선진국을 중심으로 세계교역이 점차 확대되는 등 수출여건이 개선되어 전년동기대비 7.2% 증가 예상
- 한국 경제는 2014년에 세계 경제회복, 소비 및 투자 증대 등으로 잠재성장률 수준의 성장이 예상 되지만, 미국의 양적완화 축소 및 부채한도 협상 관련 불확실성, 신흥국 경기둔화 등 경기하방 요인이 상존

□ 쇼루밍에 대처하는 전략¹⁾

- 쇼루밍(Showrooming)을 하는 소비자들이 늘어나면서 많은 오프라인 상점들이 위기에 직면하고 있음
 - 쇼루밍은 오프라인 매장에서 제품을 살펴보고 구입은 가격이 저렴한 온라인 쇼핑몰에서 하는 소비자의 행동을 의미
 - 쇼루밍을 하는 주된 이유는 저렴한 가격 때문이고, 전자제품과 같이 규격화되어 있는 상품을 쇼루밍하는 경우가 많음
- 오프라인 상점은 단순히 상품을 판매하는 공간에서 고객과 소통하고 공감하는 새로운 공간 개념으로 리포지셔닝해야 함
 - 오프라인 상점은 실제 상품을 진열하는 공간이 있고 고객이 필요로 할 때 즉시 대응할 수 있는 판매원이 상주면서 모든 부문을 운영·관리해야 함
 - 이처럼 상품 가격을 높이는 비용 부분을 활용하여 상품판매 자체보다는 경험을 제공하는 데에 집중할 필요가 있음

< 쇼루밍에 대처하는 전략 >

	내 용
마루야가든즈 백화점	<ul style="list-style-type: none"> • 일본의 마루야가든즈 백화점은 수많은 상품들을 만물상처럼 진열해놓고 판매하는 장소에 지역민들을 위한 커뮤니티라는 개념을 추가 • 입주 상점과 고객의 소통을 지원하기 위해 각 층마다 가든즈라 불리는 커뮤니티 공간을 마련 • 커뮤니티가 전개하는 다양한 프로그램 중 하나에 관심이 있다면, 고객은 자발적으로 백화점을 방문하게 됨
아디다스	<ul style="list-style-type: none"> • 아디다스는 인텔IQ와 함께 오프라인 상점에서 상품에 대한 입체적인 콘텐츠를 제공하는 인터랙티브 월(Interactive Wall)을 설치 • 상점에 전부 진열할 수 없는 8,000여 개의 제품을 3D 이미지로 만들어 고객들이 직접 터치 스크린으로 조작하면서 상품 정보를 볼 수 있도록 함 • 고객들이 상품에 집중할 수 있도록 조명을 설치했고 역동적인 이미지도 삽입하여 매출이 500% 증가하는 효과 발생
보노보스	<ul style="list-style-type: none"> • 남성복 전문 온라인 쇼핑몰인 보노보스는 소비자가 직접 옷을 입어볼 수 있는 오프라인 체험 공간인 '보노보스 가이드숍'을 설치하여 쇼루밍을 활용 • 평소 자신의 스타일에 맞는 옷을 고르는 데 어려움을 겪었던 남성 소비자들을 위해 의류 코디 전문가를 배치 • 그러나 보노보스 가이드숍에서는 옷을 구입할 수 없으며, 소비자는 마음에 드는 옷을 보노보스 온라인 쇼핑몰에서 구입해야 함

1) '체험마케팅, 쇼루밍 고객도 잡는다'(동아비즈니스리뷰, 2013.10.02)를 요약 정리함.

□ 직장내 성차별, 빠른 은퇴로 한국 성장 저해?

- 우리나라가 세계 주요 30개국 가운데 여성 및 고령자 고급 인력이 가장 큰 비율로 사장(死藏)되는 나라로 평가됐음
 - IMF 보고서에 의하면, OECD 대부분 회원국에서 여성의 경제활동 참가율이 남성보다 낮고 학력이 같더라도 낮은 임금을 받고 있기는 하지만, 한국에서 그 차别的 정도가 가장 두드러지게 나타남

 - OECD 대부분 국가에서는 여성(15세 이상) 인구의 절반 이상이 경제활동(평균 54.5%)에 참가하고 있지만 한국(49.2%)과 일본(49.4%)만 40%대에 머물렀음
 - 또 한국에서는 경제 활동에 참가하는 여성 근로자의 남성 대비 임금 수준이 44%에 불과했으며, 대졸 이상 고학력 여성의 경우도 남성근로자의 57% 수준에 불과한 임금을 받는 것으로 추정
 - 이는 영국은 물론이고 이웃 대만의 대졸 여성 근로자들이 남성 대비 75% 수준의 임금을 받는 것과 크게 대비

 - IMF는 경쟁국보다 3~5년 이상 빠른 공식 은퇴 연령도 한국의 경제성장을 저해하는 요인으로 꼽음
 - 한국의 공식 은퇴 연령은 만 60세(2011년 기준)인데, OECD 회원국 가운데 60세 은퇴자에게 공적 연금을 지급하는 나라는 프랑스와 터키 이외에는 없음
 - 반면 미국 영국 독일 등 대부분 OECD 회원국은 65세를 공식 은퇴 연령으로 지정해 공적 연금을 운영하고 있으며, 심지어 이스라엘과 노르웨이 등은 67세까지 고령 인력의 현장 업무를 인정하고 있음
- ※ 주요 국가의 은퇴 연령 : 60세(한국, 프랑스), 63세(헝가리), 64세(일본), 65세(영국, 독일, 호주, 네덜란드), 66세(미국), 67세(이스라엘, 노르웨이)
-
- IMF는 “노동 현장의 성차별이 2030년까지 사라지면 그 자체 효과만으로 세계 각국의 GDP 합계가 12% 늘어나게 될 것”이라며 IMF 전 회원국에 직장에서의 양성 평등을 높이는 방향으로의 개혁을 주문

2) '직장내 성차별, 빠른 은퇴로 한국 성장 저해'(한국일보, 2013.10.14)를 요약 정리함

□ 소셜 비즈니스 6대 실천 전략³⁾

○ IBM이 발표한 소셜 비즈니스 6대 실천 전략은 다음과 같이 소개

- 기업들의 소셜 활동은 더 이상 마케팅 활동에 국한되지 않으며 소셜 환경을 정확히 인식하고 이를 활용하여 지속가능한 경쟁력을 갖추는 것이 필요

① 조직의 목표와 문화를 정비하라

- 핵심가치 혹은 조직문화와 같은 목표는 진부하게 느껴질 수 있음
- 그러나 소셜 세상에서 기업의 존재와 조직의 목표를 다시 한번 조망해보고 이를 직원·협력업체·고객과 논의하는 것은 기존과 전혀 다른 내용이 될 것

② 소셜의 신뢰를 믿어라

- 직원·협력업체·고객 간 신뢰관계를 확인하고 이를 지표화하는 것은 소셜 세상에서 가장 중요한 출발점
- 법규상 강제화된 부분과 전반적 고객 만족도 등 다양한 지표들이 이에 해당

③ 경험을 통해 관계를 맺어라

- 모든 사람들은 존중받기를 원하지만 이것이 반드시 승진·보상을 의미하지는 않음
- 직원들이 소셜 세상에서 타인에게 기여할 수 있는 환경을 제공하는 것은 개인이나 조직 모두에게 긍정적 영향을 끼침

④ 비즈니스 프로세스를 네트워크로 구성하라

- 비즈니스 프로세스를 네트워크로 구성하여 소셜 세상에 대응할 필요
- 프로세스에 사람을 연결시키고 정보를 추천하고 필요한 리소스들을 배치시키는 통합 네트워크 작업이 요구

⑤ 평판과 위기관리를 위해 디자인하라

- 소셜 이슈를 미리 확인하여 발생 가능한 리스크를 최소화시키거나 기회에 적극 대응하는 절차를 준비해야 할 필요
- 특히 리스크를 찾아낼 수 있는 IT지원 툴을 확보해야 하며 리스크 발견 시 대응할 수 있는 매뉴얼 또한 중요

⑥ 데이터를 분석하라

- 지금까지는 자사의 상품과 서비스를 고객이 어떻게 보느냐에 집중했다면 이제는 기업과 기업을 구성하고 있는 사람들이 어떻게 회자되고 있는지 확인할 필요
- 단순히 빅데이터라는 이슈보다는 평판관리 체계와 대응전략 차원에서 접근

3) ‘발없는 말 수만리 가는 SNS세상, 소셜력 키워 대응해야’(매일경제, 2013.10.04)참조

□ 아메바의 적응력

흔히 단세포 생물로 잘 알려져 있는 ‘아메바(Amoeba)’. 지름이 약 0.25~2.5mm에 불과하며 일정한 크기에 이르면 둘로 나뉘어 각각 새로운 개체가 되어 생활한다. 잠 시도 멈추지 않고 살아 움직이며 변신을 피하는 유기체 조직으로 외부 환경 변화에 대한 적응력이 매우 뛰어나다.

기업 역시 살아 있는 유기체로 인식되어야 한다. 사계절이 순환하거나 인간이 생로병사를 거쳐 사멸(死滅)해 가듯 수많은 기업이 창업과 도태를 반복한다. 끊임없이 변화하는 세상의 바람을 맞으며 적응과 진화를 계속할 수 있을 때 지속가능성을 담보할 수 있는 것이다. 결국 기업의 성패는 변화에 적응하는 능력에 의해 좌우되고 이는 역량 있는 리더와 구성원들의 열정과 노력에 의해 발휘될 수 있다.

비슷한 예로 ‘상선약수(上善若水)’라는 고사성어가 있다. 『노자(老子)』의 「도덕경」에 나오는 말로 가장 훌륭한 것은 ‘물(水)’처럼 되는 것이라는 뜻이다. 물은 자유자재로 변화하는 속성 때문에 모든 틀을 포용하고 수용한다. 상황에 따라 끊임없이 변화하면서도 그 본질은 잃지 않는다. 물처럼 산다는 것은 세상의 변화와 자연스럽게 한 호흡으로 사는 모양새라고 할 수 있다.

다시 돌이켜 기업경영도 마찬가지로 시간이나 공간의 변화에 따라 그 대상과 방법이 달라져야 한다. 다양하고 적절한 기준에 따라 수시로 변화해야 한다는 것이다. 변화에 대한 적응과 수용을 통해 기업 고유의 새로운 가치를 창출하고 제품, 서비스 등에 표출할 수 있어야 한다. 이를 소홀히 하거나 실천이 미흡한 기업은 도태될 수밖에 없다. ‘유기체 경영’, 필요에 따라 분리와 합체가 자유롭고 경영자 리더십 역시 가장 유연할 수 있어야 한다. 누구나 아는 상식일 수 있지만 실천이 쉽지 않은 것도 사실이다. 어찌 보면 단순무식함의 대명사이기도 한 단세포 생물 아메바의 적응력이 기업경영의 한 수 일수가 있다.

**최후까지 살아남는 자는 힘이 세거나 영리한 사람들이 아니라,
변화에 가장 민감한 사람들이다**

It is not the strongest of the species that survive, nor the most intelligent,
but the one most responsive to change.

- 찰스 다윈(Charles Darwin)