

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 정부, 원·엔 외환시장 활성화 방안 검토

경영 노트

- 성공하는 기업의 7가지 원칙

사회 트렌드

- 한국의 경제 자유도, 157개 국 중 36위
- 파워커플(Power Couple)

저널 브리프

- 기술 혁신, 실리콘벨리를 배워라

洗心錄

- 뛰어난 아이디어를 찾아내는 6가지 방법

□ 정부, 원·엔 외환시장 활성화 방안 검토

- 정부는 2007년도 경제운용정책 방향을 발표하면서 원·엔 등 異種통화 시*을 개설하는 방안을 1/4분기 내에 검토하기로 하였음
 - 원·엔 등 이중통화 시장 개설을 검토하기로 한 것은 외환시장 인프라를 강화하는 한편 원·엔 환율 변동에 따른 對일본 수출업체들의 피해를 예방하기 위한 것임
 - 그 동안 외환전문가들 사이에서 국내 외환시장 여건 변화에 효율적으로 대처하면서 원·달러 환율에 집중되는 하락 압력을 완충시키기 위해서 은행간 원·엔 시장 개설을 활성화해야 한다는 주장이 제기되어 왔음

- 하지만 1996년 10월 은행간 장내 원·엔 시장이 도입되었으나 개장 초반 유동성 부족 등으로 미미한 거래 실적을 보이며 1997년 1월 이후 거래가 사실상 중단됨
 - 개장 초 원·엔 시장의 규모가 원·달러 시장의 0.3% 수준에 그쳐 시장 기능을 제대로 수행하지 못함으로써 원·엔 환율의 올바른 가격 형성이 이루어지지 않았음
 - 또한 은행과 고객 사이의 원·엔 거래 규모도 크지 않았을 뿐만 아니라 시장구조상 투기적인 거래도 부진하여 시장 형성 자체에 실패하였음

- 따라서 전문가들은 유동성 공급자(LP: Liquidity Provider) 제도와 같은 보완장치와 함께 은행간 원·엔 외환시장 개설이 이루어져야 한다고 보고 있음
 - 유동성 공급자 제도란 은행간 장내 원·엔거래의 유동성이 충분할 때까지 외환당국이 시장에 유동성을 유동성 공급자를 통해 공급하는 제도임
 - 즉 유동성공급자가 원/달러 및 엔/달러 환율의 수준 및 추이를 감안하여 재정거래**가 발생하지 않을 수준의 원/엔 환율을 중심으로 중개회사에 상시 매입 또는 매도 주문을 내는 것을 말함

* 외환시장이란 서로 다른 통화를 사고 파는 시장을 의미하기 때문에 외환시장이 곧 이중통화시장이다. 하지만 통상 이중통화시장이란 원·달러 시장 이외의 원·엔, 원·유로, 원·위안 등의 외환 시장을 의미한다.

** 재정거래란 시장의 정보전달속도나 장소차이로 인해 특정 환율이 시장별로 잠시 동안 차이가 나는데 그 차이를 노려 외환을 거래하는 것을 말한다.

□ 성공하는 기업의 7가지 원칙*

- (개요) ‘성공하는 사람들의 7가지 습관’의 저자 스티븐 코비가 2007년 신년을 맞아 한국기업들에게 ‘성공하는 기업들의 7가지 원칙’을 제안함
 - 스티븐 코비는 타임誌에서 선정한 ‘미국에서 가장 영향력 있는 25인’ 중 한명으로 선정된 바 있는 리더십 분야의 세계적인 권위자임

- (7가지 원칙) 앞서가는 기업이 되기 위해서는 회사 브랜드보다 ‘나(I) 브랜드’의 구축이 필요하며 다음 7가지 원칙이 뿌리내려야 한다고 제안함
 - (1. 독창적인 기업이 되라) 대부분의 성공한 기업들은 자신들만의 독특한 사업영역을 구축하는 동시에 업무 효율성 제고에 집중함
 - (2. 목표를 세워 모든 조직원이 공유하라) 조직의 존재 의미에 따른 비전과 목표를 CEO와 직원 간에 공유하는 것이 필요함
 - (3. 목표를 위해 필수적인 것부터 먼저 하라) 목표 달성을 위해 CEO와 직원들은 공유된 방향으로 각각의 업무를 정렬해 실행해야 함
 - (4. 기업과 이해당사자들이 윈-윈 하도록 경영하라) 내·외부의 공급자들과 윈-윈 관계를 형성하고 유지하기 위한 투자를 확대해야 함
 - (5. 이해당사자의 욕구를 사전에 철저히 진단하라) 협력의 필요성을 인정하면서도 성공과 경쟁의 패러다임으로 이해당사자 욕구가 간과되곤 함
 - (6. 때론 다른 기업들과 협동하라) 정보시대에서 생산성이 높아진 이유통은 협력을 통한 시너지 때문이며, 따라서 타 기업과의 관계 구축은 필수적임
 - (7. 끊임없이 혁신하고 성장하라) 나(I) 브랜드를 구축하기 위해선 모방이 아닌 독창성 확립이 필요하기 때문에 끊임없는 자기혁신 노력이 필요함

- (시사점) 성공하는 기업은 기업이나 최고경영자가 대표되는 하향식 기업이 아니라 직원들이 대표되는 상향식 기업임을 강조함
 - 이를 위해 리더는 통제보다 구성원들이 자신의 재능을 스스로 일깨우는 지원에 집중해야 하며, 이것이 진정한 리더십을 명심해야 할 것임

* 이 글은 조선일보 Weekly Biz(2007.1.6)에 게재된 “성공하는 기업에도 7가지 습관이 있다” 를 요약재구성한 것임

□ 한국의 경제 자유도, 157개 국 중 36위

- 경제 자유도가 높은 국가일수록 국민소득이 높은 것으로 나타남
 - ‘경제 자유도’란 해당 국가가 기업들이 경영하기에 얼마나 자유롭고 편한 환경을 갖추었는가를 나타내는 지표로서, 홍콩과 싱가포르가 각각 1위와 2위를 차지하였으며 한국은 36위, 북한은 꼴찌인 157위로 조사됨
 - 경제 자유도 상위 20% 국가의 평균 1인당 GDP는 2만 8,000달러인 반면 하위 20%는 5,000달러로 소득 격차가 큰 것으로 나타남
- 한국의 경제 자유도는 작년(45위)에 비해 36위로 상승하였으나, 기업 자유도와 재정 자유도에 비해 노동시장은 여전히 경직되어 있음
 - 기업, 재정, 투자와 관련해서는 법인세율이 낮고 지난 10년간 시장개방 조치에 따라 투자도 용이하며, 법치도 강하고 재산권도 투명하게 보호되고 있다는 긍정적 평가를 받음
 - 반면 비관세 장벽이 여전히 높고 금융 체제 역시 부분적으로 정부 소유가 남아 있을 뿐 아니라 노동시장도 최근 한국 정부의 시장 유연성 강화 조치에도 불구하고 여전히 경직되어 있는 상황임

□ 파워커플(Power Couple)

- 일하는 능력 있는 아내를 둔 파워커플이 증가하고 있음
 - ‘트로피 와이프(trophy wife: 미모의 배우자)’에 대한 매력이 줄고 일하는 아내에 대한 선호도가 높아지고 있음
 - 대표적인 파워커플은 빌 클린턴-힐러리, 토니 블레어-세리, 마이클 더글러스-캐서린 제타 존스, 데이비드 베컴-빅토리아 등이 있음
- 파워커플이 증가하는 이유는 여성 취업률 증가, 남녀 임금 격차 해소, 육아 환경의 개선, 여성의 성공을 바라보는 남성의 인식 변화 등에 기인함
 - 미국의 경우 남녀간 임금 격차가 1970년 45%에서 2002년에는 25%로 좁혀졌으며, 기혼여성의 취업률도 1980년대 50%에서 70%로 증가함
 - 국내 한 대학 신문의 조사 결과, ‘결혼 후에도 직장생활을 하겠다’는 여학생이 98.5%, ‘아내가 직업이 있어야 한다’고 응답한 남학생이 89.4%로, 파워커플의 추세는 한국에서도 보편화될 것으로 예상됨

□ 기술 혁신, 실리콘밸리를 배워라 *

- 국가와 기업의 경쟁력 확보를 위한 국가 간 기술개발 경쟁이 확산되는 가운데, 실리콘밸리는 최고 수준의 기술개발 경쟁력을 유지하고 있음
 - 최근 세계 IT 산업의 특징은 모듈화 가속으로 인한 진입장벽 저하, 가격 경쟁력 부각, 빠른 기술개발 속도에 따른 제품 수명 주기의 단축임
 - 기업 경쟁력의 핵심 요소인 기술개발에 대한 인식이 높아지면서, 기존의 선진국은 물론 중국, 인도 등도 기술개발 경쟁을 본격화하고 있음
- 실리콘밸리가 가진 기술혁신 선도 역량의 저력은 외부 자원의 적극적 활용과 상호 협력을 통한 개방적인 R&D 투자에 있음
 - (개방적 기술 혁신 문화) 기업 외부의 아이디어 및 기술을 적극적으로 활용하기 위해 대학과 산학 협력을 맺고 공동 연구를 수행함
 - (도전 문화와 벤처 투자) 성공에 대한 위험을 감수하면서 기술개발을 추진하는 벤처기업에 대한 적극적 투자를 통해 혁신역량을 강화하고 있음
- 반면 한국은 외부 협력보다도 자체 역량에 집중된 폐쇄적인 구조로 인해 창조적인 역량이 약하고 R&D 투자의 효율성이 낮음
 - (폐쇄적 기술혁신 문화) 새로운 혁신기술 제공의 모태가 되는 대학, 정부연구소와 기업 간의 산학 협력의 효율성이 매우 낮음
 - (벤처 투자 및 지원 부족) 위험을 무릅쓰고 새로운 기술개발에 도전하는 벤처 기업들에 대한 적극적인 투자 및 지원 네트워크가 미흡한 실정임
- 기업 내부의 역량에만 의존하지 않고 외부의 다양한 자원에 대한 적극적 활용과 상호협력을 바탕으로 한 개방적 기술혁신을 강화해야 함
 - (기업) 선진 기술을 도입하는 기존 방식이 아닌 원천 기술 개발에 의한 기업 경쟁력 강화를 추구하는 장기적 전략이 필요함
 - (정부) 기업, 대학, 연구기관 등 중요 기술혁신 주체 간 기술 흐름을 원활히 할 수 있는 국가적 지원시스템 구축 및 인프라를 확대해야 함
 - (대학 및 연구기관) 대학, 연구기관도 시장경제 원리에 입각하여 기술 혁신 역량의 보존 및 강화에 적극적으로 나서야 함

* 이 글은 『Economic Review』 (2007.1.16)에 실린 글을 요약, 정리한 것임.

□ 뛰어난 아이디어를 찾아내는 6가지 방법

세스 고딘, 톰 피터스, 말콤 글래드웰 등 33인 공저로 내놓은 <빅 무 (The Big Moo)>에는 72가지 기발한 아이디어, 영감 넘치는 감동적인 일화들이 소개되어 있다. ‘빅 무’란 시장의 판도를 완전히 바꾸어놓을 수 있는 리마케블한 혁신을 일컫는 신조어로서, 이전에 세스 고딘이 개념화한 ‘보랏빛 소’(Purple Cow)보다 한 걸음 더 나아간 개념이다. 이들 비즈니스 혁명가 그룹이 전해주는 ‘뛰어난 아이디어를 찾아내는 방법’ 여섯 가지는 다음과 같다.

첫째, 질이 아닌 양에 초점을 맞춘다. 질이 아니라 양에 초점을 맞추라니 다소 의외일지 모르겠다. 그러나 ‘질’만을 고집한 나머지 양적인 측면을 무시하지 말라는 얘기다. 사람들은 대개 단 하나의 독특한 아이디어만 있으면 된다고 생각한다. 그 하나를 찾기 위해 조금 덜 뛰어나지만 재미있고 유용하며 그럴듯한 아이디어들을 외면하거나 지나쳐 버린다. 그러나 작은 아이디어가 엄청난 아이디어로 바뀌지 않을 것이라고 누구도 장담할 수 없는 일이다. 그러므로 모든 아이디어에 관심을 기울여야 한다.

둘째, 모두 모은다. 아이디어가 떠오르거든 뭐든 적어 둔다. 흥미로운 것은 눈에 띄면 무조건 써둔다. 당연히 당신의 셔츠 주머니에는 늘 필기구와 메모지가 준비되어 있어야 한다. 메모한 아이디어를 차곡차곡 모아 두었다가 다시 살펴보면 진짜 뛰어난 아이디어를 찾는 데 결정적인 도움이 된다.

셋째, 안전지대 밖으로 나간다. 신선한 아이디어를 찾기 위한 가장 유용한 방법은 아이디어를 찾아 나서는 것이다. 주로 잡지를 통해 아이디어를 얻는 편이라면 잡지 판매대를 찾아가 평소에 즐겨 보지 않는 잡지를 고른다. 환경 보호론자라면 무기에 관한 잡지를, 정치에 관심이 있는 사람은 과학 잡지를 사라. 책의 장르도 바꾸어 보라. 평소 역사서를 탐독하는 편이라면 이번에는 로맨스 소설을, 소설을 좋아하는 사람이라면 실용서를 선택해 본다. 미처 생각지 못했던 부분을 시야를 돌려 보자. 익숙지 않은 새로운 영역에서 많은 것을 발견할 것이다.

넷째, 여행한다. 여행은 건문을 넓혀 줄뿐만 아니라 깊이를 더해 준다. 새로운 아이디어의 적(敵)은 익숙함이다. 새로운 곳으로 떠나라. 그럴 여유가 없다면 실제 여행 계획을 세우는 것처럼 안내 책자를 읽어 본다. 이마저 어렵다면 이국적인 레스토랑에서 식사라도 하며 마음의 국경을 넓혀라.

다섯째, 손을 뺀어 다른 사람과 교류한다. 우선 진심으로 존경하는 사람들의 리스트를 작성한다. 시간이 지날수록 리스트가 늘어날 것이다. 또한 친분은 없지만 언젠가 만나고 싶은 사람들의 이름도 리스트에 올려 둔다. 리스트에 적어 놓은 이들에게 주기적으로 전화를 걸어 대화를 나누는데, 이때 빠뜨리지 말고 던져야 할 질문이 하나 있다. “뭐 새로운 소식 없나요?” 기자들은 이 방법을 통해 아이디어를 얻어 기사를 쓴다. 분명 효과를 보게 될 것이다.

여섯째, 배운다. 평생교육 프로그램이나 근처 대학에 있는 강좌에 등록한다. 뛰어난 아이디어를 생각해 내는 것은 학습의 일부다. 따라서 학습하는 훈련이 필요하다. 정원 가꾸기 강좌든 요리나 사진 강좌든, 외국어 강좌든 상관없다. 배우기 위해 노력하는 자세를 갖추게 되어 좀 더 마음을 활짝 열게 될 것이다. 학습을 통해 새로운 것을 발견하기 시작하면 일상 업무에서도 자연스럽게 새로운 것을 발견할 수 있는 눈을 가지게 된다.

**不當取所愛 亦莫有不愛 (부당취소애, 역막유불애)
愛之不見憂 不愛亦見憂 (애지불견우, 불애역견우)**

사랑하는 이를 갖지 마라. 미워하는 이도 갖지 마라.
사랑하는 이 만나지 못해 괴롭고, 미워하는 이 만나서 괴롭다.

- 법구경(法句經)