

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 준조세 증가로 국민 부담 가중
- 미래 성장 동력 확보를 위한 연구개발(R&D) 투자 시급

경영 노트

- ‘플래그십 스토어’(Flagship Store)의 활용

사회 트렌드

- 디지털 디플레이션(Digital Deflation)
- 갭 이어(Gap Year)

저널 브리프

- 성장국가들의 특징과 한국의 과제

洗心錄

- 페덱스(Fedex)의 PSP 철학

□ 준조세 증가로 국민 부담 가중

- (2004년 준조세 10조원) 2004년 각종 부담금 형태의 준조세가 총 10조 415억 원으로, 최근 5년간 준조세 규모는 총 38조 9,850억 원에 달했음
 - 준조세는 2000년 4조 8,497억 원에서 2004 10조 415억 원으로 4년 사이에 두 배 이상 증가하여 국민부담 가중 (준조세는 세금 외에 정부 또는 지방자치단체가 개인이나 기업·이해당사자 등에게 부과하는 각종 부담금임)
 - 징수 포기 세금이 늘어난 것이 준조세 증가의 한 요인으로 작용. 징수를 포기한 세금은 2003년 6조 5,379억 원에서 2004년에는 14.7% 증가한 7조 5,000억 원에 달해 2004년 세수 부족분 4조 3,000억 원의 두 배 가깝게 증가
- 세출 증가에 따르는 국가재정 악화가 불가피한 가운데 세금 징수 실적 또한 부진하여 준조세는 향후 지속적으로 증가할 가능성이 큼
 - 국가채무는 2005년 242조 5,000억 원에서 2009년 301조 5,000억 원으로 꾸준히 증가할 예정이나 LNG세 등 세금 인상 방안이 반대 여론으로 무산될 가능성이 커지고 있어 세입 확충은 갈수록 어려워 질 것으로 보임
 - 준조세 확충 보다는 정확한 세수 예측, 불필요한 정부지출 감소, 세금 징수 실적 향상을 통해 국가재정의 건전성을 유지해야 함

□ 미래 성장 동력 확보를 위한 연구개발(R&D) 투자 시급

- 우리 나라의 연구개발(R&D)투자가 선진국에 비해 크게 미흡한 것으로 나타나 미래 핵심 기술 확보 부진에 따르는 성장잠재력 약화 우려가 제기
 - 우리 나라의 국내총생산(GDP) 대비 R&D 투자 비율은 선진국 수준에 근접(2003년 2.64%)하고 있음
 - 그러나 절대 규모에 있어서는 미국의 18분의 1, 일본의 8분의 1 수준에 불과하며, 전체 R&D 투자 대비 정부투자 비중도 24%로 미국, 독일, 프랑스 등이 30%를 상회하고 있는 데 비해 미약한 수준임
- 과거 선진국들이 1인당 국민소득 2만 달러 달성 시기에 연구개발 투자에 적극적이었던 점을 감안할 때 아직 1인당 국민소득이 1만 달러에서 정체되고 있는 우리 나라는 보다 적극적인 연구개발 투자가 시급
 - 기존 우리 경제를 견인하던 조선, 화학 등 전통 제조업이 시장 포화 등으로 성장력이 약화되고 있음
 - 향후 지속가능한 경제 성장을 위해서는 적극적인 연구개발 투자를 통해 미래 핵심 기술을 확보하여 새로운 성장 동력을 마련하는 것이 시급함

□ ‘플래그십 스토어’(Flagship Store)의 활용

- 플래그십 스토어란, ‘자사의 대표 상품들을 한곳에 모아 체험 중심의 서비스를 제공하는 매장’을 의미함
 - 플래그십(flagship, 기함<旗艦>)이란 군사 용어로 함대의 대장이 승선하여 함대의 깃발을 게양한 군함으로서, 플래그십 스토어는 대표 점포를 의미함
 - 성숙해진 소비자들에게 기능이나 이미지만으로 대응하는 데 한계를 느껴 소비자의 감각적 체험에 호소하고 있는 기업들이 점차 늘고 있음
 - 그중 가장 대표적 기법인 플래그십 스토어는 제품 판매가 목적이 아닌 브랜드 가치 제고를 목적으로 하는 것이 특징임

- 플래그십 스토어의 이용을 극대화할 수 있는 산업은 소비재 산업임
 - 국내 기업인 태평양은 뉴욕에 아모레 퍼시픽 뷰티 갤러리&스파를 설립하여 美에 대한 개인의 욕구를 충족시킬 수 있는 살롱 개념을 전파함

- 플래그십 스토어는 브랜드와 소비자를 밀접하게 연결하는 기능을 함
 - (기업 측면) 소비자의 체험을 자연스럽게 유도하여 상품이나 서비스에 대한 높은 충성도를 이끌어 낼 수 있어 다른 매장이나 지점에 대한 긍정적 과급효과와 함께 매출 증대를 기대할 수 있음
 - (소비자 측면) 차별화된 서비스 속에서 독특한 경험과 함께 쾌적하고 넓은 환경에서의 윈스톱 쇼핑이 가능해짐

- 보다 차별적인 플래그십 스토어의 구축이 성공의 관건임
 - 플래그십 스토어의 대부분은 전자, 패션 등의 특정 산업에서 활용되거나 초기 투자 비용이 많이 소요되는 경향을 보이고 있음
 - 그러나 통신 서비스, 자동차, 프랜차이즈, 금융 등 다른 분야의 기업들도 독특한 체험 프로그램이나 브랜드 이미지를 차별화시킬 수 있는 좋은 아이템만 개발된다면 훌륭한 플래그십 스토어 구축이 가능할 것임
 - 무엇보다 다른 매장을 모방하거나 단순히 여러 브랜드를 한 곳에 모은다는 개념보다는 플래그십 스토어 자체의 차별화가 중요함

□ 디지털 디플레이션(Digital Deflation)

- 디지털 디플레이션이란 디지털 기술의 발달로 말미암아 제품과 서비스가 소비자에게 제공하는 가치는 계속 증가하는 반면, 가격의 상승 속도는 그것에 훨씬 못미치는 것을 말함
 - 제품의 질과 가치는 계속 좋아져도 가격은 변함없이 그대로라면 지불해야 할 액수보다 더 낮은 가격에 신제품을 구입할 수 있다는 얘기임
 - 예를 들면, 올해 출시된 MP3 플레이어 모델의 경우 저장 용량은 작년보다 두 배가 되었지만 가격은 동일
 - 투자분석가 그레이엄 다나카가 그의 저서 <디지털 디플레이션>에서 최초로 사용한 개념임
- 다나카는 디지털 디플레이션이 심화됨에 따라 다양한 바람직한 경제적 성과가 뒤따를 것으로 전망하고 있음
 - 즉 저(低) 인플레이션과 생산성 증가가 나타나고, 많은 비용을 지불하지 않고도 높은 생활 수준을 영위할 수 있게 될 것임

□ 갭 이어(Gap Year)

- 고등학교를 졸업한 후 대학을 바로 가지 않고 1년을 쉬는 관행이 점차 증가하고 있는데, 페이스 팝콘(Faith Popcorn)은 그의 저서 <미래생활사전>에서 이를 ‘갭 이어’라고 명명함
 - 학비를 벌거나 그럴듯한 봉사활동이나 공공 서비스 경력 등으로 이력서 기재 사항을 늘리려는 것이 그 목적임
 - 러시아에서 배 만들기, 코스타리카 해안의 장수거북의 등지 보호를 위한 순찰 활동하기, 남극에서 펭귄 돌보기(연봉 1만 달러) 등이 갭 이어에 선택하는 활동들임
- 향후 ‘갭 이어’ 산업이 지속적으로 발전할 것으로 보임
 - ‘갭 이어’를 도와 주는 매사추세츠의 ‘임시학업센터’와 인터넷 웹사이트 (www.wheretheyouheaded.com)가 등장
 - 앞으로는 고등학교에서 바로 대학에 진행되는 일이 평생 직장의 개념만큼이나 시대에 뒤떨어진 것이 될 것이라는 전망임

□ 성장국가들의 특징과 한국의 과제*

- (성장국가들의 특징) 다음 여섯 가지 특성을 지닌 국가들이 비교적 지속적인 성장세를 보이고 있음
 - (① 성장 우선) 거시정책 기조가 분배보다 성장을 우선하고 이 과정에서 심화되는 소득불균형은 선진국일수록 제도를 통한 인위적인 분배보다 ‘기부와 나눔문화’로 해결함
 - (② 시장원리 중시) 정부의 간섭은 최소한에 그치고 ‘보이지 않는 손’에 의해 경제 주체들에게 창의와 경쟁을 최대한 북돋는 국가일수록 고성장군에 속함
 - (③ 높은 인구, 젊은 경제연령) 상품 공급과잉 시대 一國의 경제성장은 시장규모와 상품 흡수 능력에 좌우되므로 인구수가 많고 경제활동인구의 평균 연령이 낮은 국가일수록 고성장을 이루고 있음
 - (④ 부존자원 보유국) 경제 이기주의 심화로 1970년대 이후 자원민족주의가 부활하면서 부존자원 가격이 급상승, 아프리카 국가들을 중심으로 한 부존자원이 풍부한 국가들의 성장세가 두드러짐
 - (⑤ 강한 첨단기술 업종 경쟁력 보유국) 첨단기술 업종의 특성상 성장할수록 공급능력이 늘어나는 수확체증의 법칙이 작용. 이것이 부존자원의 부족분을 메워줌으로써 지속 성장을 가능케 함. 그 결과 IT 중심의 첨단기술 업종에 강한 경쟁력을 가지고 있는 국가들의 성장세가 가속되고 있음
 - (⑥ 영어공영권 국가) 1990년대 이후 글로벌화가 가속되면서 세계를 대상으로 경제활동을 할 수 있는 커뮤니케이션 능력이 한 나라의 경제를 좌우할 정도로 중요해짐에 따라 영어공영권 국가들의 성장세가 장기간 지속되고 있음
- (한국의 과제) 한국은 분배 욕구와 강성 노조에 의한 성장률 저하, 정부의 과도한 간섭(유비쿼터스 핸드: 정부의 손길이 경제 전 분야에 미치고 있음, IMF), 저출산 고령화 가속, 약한 영어 경쟁력 등의 문제점들을 선결할 필요가 있으며, 대외 환경 의존적 경제구조 하에서의 지속적인 성장을 위해서는 BRICs 등 새로운 거대시장 발굴이 중요함

* 이 글은 『한경비즈니스』(2005.10.10)에 실린 글을 요약, 정리한 것임

□ 페덱스(Fedex)의 PSP 철학

국제 특송 전문업체 페덱스(Fedex, Federal Express)의 성공 비결을 말할 때 항상 나오는 얘기가 있다. 자사 비행기를 이용한 글로벌 항공 네트워크라는 말과 함께 PSP라고 표현하는 인간경영 시스템이다.

PSP는 페덱스의 경영 철학을 표현하는 용어로 사람(People), 서비스(Service), 수익(Profit)의 머리 글자를 딴 것이다. 페덱스(Fedex)의 기업 철학은 이처럼 아주 간단해 보이지만, 그 힘은 놀랄만하다.

“우리가 종업원(people)들을 지극 정성으로 보살피 주면, 그들은 고객이 원하는 서비스(service)를 완벽하게 제공해 줄 것이다. 그러면 고객들은 회사의 미래를 확실하게 다지는 데 필요한 수익(profit)을 가져다 줄 것이다.”

PSP 철학의 첫 번째가 ‘종업원’(People are First)이라는 사실을 주목할 필요가 있다. 내부 고객인 구성원이 만족하면 그만큼 서비스의 질이 향상되며, 그렇게 되면 고객 만족이 달성되고, 다음으로는 수익 창출로 자연스럽게 연결된다는 것이다. 품질의 서비스 측면을 이해하기 위해서는 무엇보다 품질의 인간적인 측면을 이해해야 한다는 것이 스미스(Frederick Smith) 페덱스 회장의 지론이다.

페덱스가 지금까지 직원을 해고하지 않는 정책을 고수하고 있는 것과 이제까지 노조가 없는 회사로 유명한 것도 종업원 제일주의의 기업철학 덕분이다. 그리고 1973년 4월 17일 영업 첫날, 186개의 짐꾸러미를 날랐던 이 회사의 수송량이 오늘날에는 하루 평균 300만 개로 폭발적으로 증가하게 한 원동력이기도 하다.

**5년간의 좋았던 시절보다 두 달간의 나빴던 시절에
사람들을 더 잘 알 수 있다.**

레오 헬첵 : 美 경영학 교수