

Better People Better World

좋은사람 좋은세상

2008 9-10

3C로 끊임없이
자신을 모티베이팅 하라



머릿글 자유기업원 원장 김정호

9·10월프로그램

Issue&Seminar 코오롱그룹 부회장 민경조

CoverStory KTF 부사장 조서환

리더십이야기 인간개발연구원 원장 양병무

기획특집 제26회 제주 CEO섬머포럼 지상중계

지자체포커스 전북 진안군수 송영선

발행인편지

독서경영 오픈세미나 前 문화부 장관 이어령

윤병철칼럼

표지인물 조서환 부사장 | 사진 오경근 원장



인간개발연구원
KOREA HUMAN DEVELOPMENT INSTITUTE

통권 제89호 [비매물] 등록번호 : 서울 마 03200 발행일 : 2008년 9월 1일 발행인 : 장만기
편집 : 정용달 디자인 : 이제경 pas@khdi.or.kr T.070-7500-9500(대) F.2203-1974 (주)동명인쇄
주소 : 135-280 서울시 강남구 대치동 966-4 동성빌딩 202호 www.khdi.or.kr



언제나 변하지 않는 마음
늘 곧고 푸른 대나무 같은 마음으로~

태풍에도 쓰러지지 않는 대나무처럼
흔들림없이 고객을 지켜드리겠습니다.



서울도시가스주식회사
www.seoulgas.co.kr





일러스트 · 이재경

농업에서 희망을 일구는 사람들

김정호 자유기업원 원장

대한민국의 지난 50년간 경제발전은 불가능한 것을 가능하게 만드는 과정이었다. 정주영 회장이 아무 것도 없는 불모지에 조선소를 세우는 과정은 기적 그 자체다. 아직 만들지 않은 배를 팔아서, 그 약속을 담보로 조선소 건립 자금을 대출 받는다는 것이 말이나 되는 일인가. 하지만 정주영은 해냈다.

이병철 회장도 마찬가지였다. 그가 73세에 반도체 투자를 결정할 때, 누구도 성공을 믿지 않았다. 히타치와 NEC, 소니 등 기라성 같은 기업들이 저만치 앞서 있는 상황에서 무명의 삼성이 반도체 사업에 성공한다는 것은 애초에 말도 안 되는 일이었다. 그런데 이병철 회장과 이진희 회장, 그리고 삼성맨들은 그것을 말이 되도록 만들었다.

이들 말고도 수많은 사람들이 '말도 안 되는' 상황을 뚫고 성공을 이루었고, 그것들이 모여서 기적 같은 경제발전이 된 것이다.

아무 희망이 없을 것 같은 농업에서도 그런 일들이 서서히 일어나고 있다. 기적의 씨앗이 될 만한 농민 몇 명을 소개하겠다.

(주)PN라이스의 나준순 사장. 시간이 지나도 햅쌀의 맛을 유지하는 5°C이온쌀과 같은 고급쌀을 개발해서 연매출 250억 원을 달성한 쌀 기업가다. 농민들과 계약재배부터 시작해서 유통까지 종합 농업 기업으로 성장해 가고 있다. 나준순 사장은 PN라이스를 카길 같은 기업으로 키워가겠다고 기업을 토하고 있다.

가을항기농장의 김영환·박애경 사장 부부. 유기농법으로 직접 재배한 콩으로 장을 담아 팔아서 많은 고객으로부터 인기를 얻고 있다. 부인 박애경씨는 단순한 간장 된장 판매가 아니라 행복을 나눠드리는 것이 자신의 사업이라고 말한다. 유럽에 우리 된장의 수출길을 열어 된장의 세계화까지도 추진 중인 아름다운 농민들이다.

가나안농장의 이연원 사장. 항생제 없이 돼지를 길러 축산의 새로운 장을 열어 가고 있다. 한 발 더 나아가 축산분뇨를 귀중한 자원으로 만드는 연구에까지 뛰어든 학구적 농민이다. 유럽과 중국에 가나안농장의 무항생제 돼지고기를 수출할 수 있다고 자신감을 보이고 있다.

지금 소개한 네 명은 필자가 직접 만나서 대담을 나눴던 사람들로써 소위 부자 농민, 스타 농민이라고 불리는 사람들이다. 우리의 농민들이 이들과처럼 된다면 우리 농업도 어엿한 산업으로서, 아니 희망찬 미래산업으로서 자리를 잡을 수 있을 것이다. 무엇이 이 농민들을 부자로 만들었을까.

이들의 공통점은 끊임없이 발전을 추구한다는 것. 어떤 분야에서든 성공을 거둔 사람들이 그렇듯이 이들도 자신의 일인 농업에 대한 열정이 대단하다. '할 일 없으면 농사나 짓지'라는 식이면 농업도 절대 성공할 수 없다. 농사일에 전력을 다할 때 농사로도 성공을 거둘 수 있음을 내가 만난 부자 농민들이 잘 보여주고 있다.

또 하나의 공통점은 이들이 한국벤처농업대학 출신이라는 사실이다. 지금 청와대 농수산비서관으로 활동하고 있는 민승규 박사를 중심으로 만든 주말학교의 이름이다. 이름은 '농업'대학이지만 정작 농사는 가르치지 않는다. 교육 내용은 주로 어떻게 소비자의 마음을 사로잡을 지에 관한 것이다.

지난 8월 초 내가 방문했을 때는 강당 가득 모인 농민들에게 '스토리텔링' 마케팅에 대해서 강의가 진행되고 있었다. '단순히 농작물을 파는 것이 아니라 이야기를 팔아라. 여러분들은 저마다 다 멋진 스토리를 가진 분들이니 그것을 여러분의 농작물과 엮어 보라. 그러면 멋진 상품이 될 것이다' 그리고 그것을 주제로 밤새워 실습 겸 토론도 이루어진다. 농민이 아니라 사업가를 길러내고 있는 것이다. 그 학교의 졸업생들 중 상당수는 위의 네 분들처럼 이미 부자 농민이 되어 있고, 또 상당수는 부자 농민이 되어 갈 것이다.

나는 확신한다. 과거에 정주영이나 이병철 같은 사람들이 제조업과 건설업에서의 기적을 만들어냈듯이 우리 농업에도 기적은 일어날 것이다. 나준순, 김영환, 박애경, 이연원 같은 농민들의 농업에 대한 열정과 소비자 지향적 태도가 농업의 기적을 가능하게 할 것이다. **김정호**



김정호 원장

1956년 생으로 연세대 경제학과를 졸업하고, 서울대 환경대학원 수료, 미국 일리노이대에서 경제학 박사, 숭실대에서 경제학 박사 학위를 받았다. 한국지방행정연구원 주임연구원, 한국경제연구원 연구위원을 거쳐 97년부터 자유기업원에서 법경제실장, 부원장 등을 역임했다. 03년부터 원장으로 활동 중이다. 한국경제학회 KER 발간위원회 위원, 규제개혁위원회 민간위원으로도 활동하고 있다.

9월 인간개발경영자연구회 프로그램

매주 목요일 07:00~09:00

행복한 인생

제1562회 9월 4일 롯데호텔(소공동) 3층 사파이어볼룸

같은 키인데도 보는 사람에 따라 크다고 하는 사람도 있고 작다고 하는 사람도 있다. 같은 돈인데도 보는 사람에 따라 많다고 하는 사람도 있고 적다고 하는 사람도 있다. 시각의 차이요, 느낌의 차이요, 능력의 차이이다. 인생을 단편으로만 보지 말고 양면으로, 양면으로 봐도 풀리지 않으면 사면으로 봐야 한다. 장경동 목사는 인생을 보는 시각을 다양화 할 것을 주문한다. 그래야 인생이 행복해진다는 것이다.

한편 장 목사는 사람은 욕심 때문에 인생에서 행복해질 수 있는 기회를 놓친다고 이야기한다. 짐승만 보이면 마구 잡아먹을 것 같은 호랑이도 배가 부르면 더 이상 사냥을 하지 않는다. 돼지 또한 엄청나게 많이 먹을 것 같지만 배가 부르면 더 이상 먹지 않는다.

그러나 사람은 욕심의 동물로 아무리 배가 불러도 먹을 것을 포기하지 않는다. 통장과 주머니에 돈이 가득 들어있어도 계속 더 모으려고만 한다. 세상을 서로 비교하면서 살아가니까 그런 것이다. 자신보다 힘든 삶은 쳐다보지 않고, 더 잘난 사람을 쳐다보며 자신과 비교하면서 세상을 살다 보니 욕심이 줄지 않는 것이다.

이번 연구회에서는 다양한 방송 및 강연에서 삶과 인생 이야기를 재미있는 말씀씨로 경쾌하게 풀어내 '개그맨보다 더 웃기는 목사'라는 별명을 가진 장경동 목사를 초빙하여 숨가쁘게 살아가는 현대인들이 '행복인생'으로 갈 수 있는 지름길이 무엇인지 들어보는 시간을 갖는다.

쌈지, 춤추다

제1563회 9월 11일 롯데호텔(소공동) 3층 사파이어볼룸

과학기술이 우리 생활의 일부가 될수록 인간관계나 다양한 문화를 이해하는데 도움을 주는 예술의 힘을 되새기는 것은 중요한 일 중 하나다. 사업에 있어서도 예술에 관한 배경지식이 있어야 성공할 가능성이 높아지고 삶의 질도 높아지는 시대이다.

일터에 예술을 끌어들이며 사업을 놀이처럼 하는 경영자가 있다. 쌈지의 천호균 사장이다. 그는 자신이 직접 지은 쌈지아트센터에서 서슴없이 신세대들과 어울리며 록 공연을 즐긴다. 유명한 화가들의 작품에 쌈지의 로고를 새겨 넣는 예술광고도 시도한다.

1992년 쌈지는 '핸드백을 입자'라는 독특한 캐치프레이즈로 모양도 크기도 획일적이던 가방의 고정관념을 깨면서 일약 스타덤에 올랐다. 그 후 토털 잡화 브랜드로 영역을 넓혀 갔고, 캐릭터 문화공간 '딸기 좋아', 아티스트들의 대안문화공간인 '쌈지스페이스'와 '쌈지미술창고', 음악계 교수들의 잔치인 '쌈지사운드페스티벌', 그리고 인사동 문화지구 1호 '쌈지길' 등을 통해 문화예술의 새로운 패러다임시대를 열었다. 천호균 대표는 쌈지의 브랜드 파워에 대해 "예술의 상품화, 상품의 예술화가 적중했다"고 말한다. 예술은 상품디자인에 영감을 제공하는 원천이고, 기업문화와 기업이미지, 그리고 마케팅에서 결정적인 영향을 준다고 믿는다.

이번 연구회에서는 아트경영과 문화마케팅을 몸소 실천하고 있는 쌈지의 천호균 대표를 초빙하여 예술이라는 마르지 않는 샘에서 길어 올리는 사업아이템의 활용과 문화적 코드로서의 예술을 활용하는 마케팅의 노하우를 들어보는 시간을 갖는다.



장경동 대전중문교회 목사

침례신학대학교 목회학 석사(M.Div) | 침례신학대학교 신학 석사(Th.M) | 침례신학대학교 목회학 박사과정(D.Min) 수료 | 한국기독교총연합회 평신도지도자 100만명 훈련원 원장 | 푸른마음캠페인 '정지선지킴이'운동본부 이사장

〈저서〉하나님의 능력을 경험하라, 장경동 목사의 느낌이 있는 가정 만들기, 장경동 목사의 아주 특별한 행복, 나를 팔아 천국을 사라 외



천호균 쌈지 사장

성균관대 영문학과 졸업 | 1984년 (주) 쌈지 대표이사

〈상훈〉 제7회 한국섬유대상 패션경영부분 수상, 환경마케팅대회 디자인상, 대한민국 디자인 대상 우수기업 선정, 섬유연 날 국무총리상, 대한민국 브랜드 경영대상 우수상, 패션경영인상, 한국색채디자인대상, 대한민국 만화 애니메이션 캐릭터대상 우수상, 세상을 밝게 만든 100인 선정 외



인간개발경영자연구회는 격변하는 환경에서 끊임없이 도전을 받고 있는 경영자와 지도자들이 공동의 관심을 함께 연구하고 상호간의 경험과 지혜를 나눔으로써 인간적 이해와 친교를 도모하며 시대적 과제를 효과적으로 풀어가는 데 상호협동하는 길을 모색하는 지식·정보 교류와 친교의 광장입니다.

매주 목요일 오전 7시부터 9시까지 열리는 주례 조찬 강연회에서 과거의 기업 경영자 회원 중심에서 요즘에는 전현직 각료를 비롯한 한국 최고의 오피니언 리더 회원들도 함께 하는 지식경제시대를 이끌어가는 새로운 장으로 발전해 나가고 있습니다.



유필화 성균관대 경영학부 교수

서울대 경영학과 졸업 | 美 노스웨스턴대 경영학 석사 | 美 하버드대 경영학 박사 | 독일 빌레펠트대 교수 | 성균관대 경영학부 마케팅전공 교수, SKK GSB(Graduate School of Business) 부학장 | 한국경영학회 편집위원장 | 한국마케팅학회 회장 | 제일기획 사외이사 | 교보생명보험 사외이사

<저서> 현대마케팅론, 남다른 회사만이 세상을 바꾼다(공저), 부처에게서 배우는 경영의 지혜, CEO 고전에서 답을 찾다, 시집 : 사랑은 사랑이 아닙니다



유순신 유엔파트너즈 대표

성신여대 불어교육학과 졸업 | 핀란드 헬싱키대 경영학 석사 | 대한항공 근무 | Framatome-Export(FRAMEX) Administrator(인사,총무) | NCH Korea Ltd. 영업부장 | 유니코써머치 컨설턴트/파트너, 대표이사 | 성신여대 겸임교수 | 이화여대 경영대학 겸임교수 | 서울과학종합대학원 겸임교수 | 전경련 국제경영원 전문교수

<상훈> 제13회 여성주간기념 서울시 여성상 장려상

<저서> 나는 고급두뇌를 사랑하는 여자, 변화의 두려움을 사랑하라, 글로벌 스탠더드, 나는 희망을 스카우트한다

히든 챔피언 - 세계시장을 제패한 숨은 1등 기업의 비밀

제1564회 9월 18일 서울프라자호텔 4층 메이플홀

운동기구업계에서 세계 2위를 달리는 테크노짐(Technogym)은 아드리아해에 면한 이탈리아의 작은 마을 감베톨리에 있다. 2008 베이징올림픽에 운동기구를 독점 납품하는 이 회사는 선두업체인 미국의 라이프 피트니스(Life Fitness)를 3년 안에 추월할 것이라고 자랑한다.

이렇듯 세상에는 잘 알려지지 않았지만 틈새시장에서 은밀하게 움직이며 세계를 주름잡는 기업들이 있다. 대중에게는 생소하지만 엄청난 성장세를 과시하고 있는 것이 공통점이다. <히든 챔피언>은 '세계시장을 제패한 숨은 1등 기업의 비밀'이라는 부제처럼 업계를 선도하는 알짜배기 중소기업들의 성공비결과 미래 기업이 지향해야 할 핵심가치를 담은 책이다.

유럽의 피터 드러커라 불리며 독일이 낳은 초일류 경영학자 헤르만 지문 교수는 무려 20년 동안 이 숨어 있는 기업들의 속내를 집요하게 파고들었다. 그리고 그 동안의 연구 성과를 모아 500개 기업을 집중 분석한 방대한 자료와 통계를 세상에 내놓았다. 이 '숨은 강자들'은 매우 야심차게 자신의 강점에 집중하면서 다각화를 기피하고, 결연한 자세로 세계로 나아가 고객과 긴밀한 관계를 유지한다. 많지 않은 자원으로 획기적인 혁신을 이루어내고, 아웃소싱을 멀리하는 등 마치 옛날 경영방식을 보는 듯 하다.

이번 연구회에서는 성균관대 유필화 교수를 초빙하여 세계시장을 주름 잡는 숨은 챔피언들의 성공사례를 통하여 기업인이라면 누구나 한번쯤 품어봤을 의문이나 초우량 중소기업의 당당한 성공비결, 그리고 미래 기업이 지향해야 할 핵심가치가 무엇인지 알아보는 시간을 갖는다.

21세기 CEO의 경쟁력과 가치

제1565회 9월 25일 서울프라자호텔 22층 다이아몬드홀

21세기는 정보화사회를 넘어 Dream Society 사회로의 변화가 가속화되어 가고 있다. 급변하는 사회환경에 따라 그 사회의 구성원이 될 인재의 조건도 급변되어가고 있음을 확인할 수 있다.

최근 인력시장은 빠른 속도로 변화하고 있다. 예전에는 20%의 인재가 나머지 80%를 제치고 시장을 지배하는 구조였다면, 이제는 겨우 5%의 사람이 나머지 95%를 제치고 시장을 지배하는 구조로 흘러가고 있다. 구글이 한 사람을 뽑으려고 17차례 면접을 보는 것은 기업이 그만큼 인재의 중요성을 인식하고 있기 때문이다. 신입사원 면접에 사장단이 면접관으로 나오는 까닭은 단순히 신입사원을 뽑는 것이 아니라 차세대 경영자 감을 뽑는 것이라고 기업들이 생각하기 때문이다.

21세기 기업에는 개방된 사고방식과 포용력을 가진 경영자, 권위적이기보다는 섬기는 리더십을 가진 경영자가 필요하다. 이에 유순신 대표는 핵심인재가 되기 위한 십계명을 제시하면서 먼저 자기 자신을 아는 것이 가장 중요하다고 말한다. 나의 시장가치는 어떻게 되는지, 나의 커리어의 최종목표는 무엇인지, 10년, 20년, 30년 후 나의 모습은 어떻게 될지, 주위사람들에게 어떻게 기억될 것인지를 끊임없이 자신에게 질문해야 한다고 조언한다.

이번 연구회에서는 고급인재를 사냥하는 '여성 헤드헌터 1호'로 잘 알려진 유순신 유엔파트너즈 대표를 초빙하여 변화하는 기업환경에서의 경쟁력 있는 CEO의 조건이 무엇인지 알아보고 그 가치에 대해 이야기 나누는 시간을 갖는다.

10월

인간개발경영자연구회
프로그램

문학과 인생

제1566회 10월 2일 롯데호텔(소공동) 3층 사파이어볼룸

예전부터 '시는 자연의 모방'이라 했고, '연극은 인생을 거울에 비추어 보는 일'이라고 했다. 소설 또한 같은 맥락에 있다. 그만큼 모든 문학작품은 자연과 인생을 모방하고 반영해 현실의 이모저모를 보여준다.

하지만 문학작품 어디를 보아도 우리가 살고 있는 현실이 그대로 나타나지는 않는다. 문학은 자연과 인생에서 소재를 가져와 그것을 수정하고 다시 결합하기를 거쳐 하나의 예술품을 만들어 내는 일이다. 현실적이지만 현실 그 자체는 아니라는 말이다. 그렇다고 두 가지를 서로 독립적으로 생각해서도 안 된다. 인생을 떠나서 예술이 독립할 수는 없는 것이다. 결국 예술은 현실 세계를 기반으로 해서 성립되는 것이다.

1960년 현대문학에 시 '오늘을 위한 노래'로 등단한 후 시인으로서의 삶을 걸어오고 있는 김후란 시인. 그는 지금 문학인들과 문학을 사랑하는 시민들을 위한 공간 '문학의 집 · 서울'에서 문학을 더욱 아름답게 꽃피우려는 시도를 하고 있다. 문학 속에서 우리의 삶을 더욱 향기롭게 하는 작업을 하고 있는 것이다.

이번 연구회에서는 시인 김후란 선생을 초빙하여 자연과 인생으로부터 시작되는 문학의 세계를 들여다보고, 문학 속에 자리하고 있는 우리의 삶과 인생에 대해 깊이 생각해보는 시간을 갖는다.



김후란 문학의 집 · 서울 이사장

서울대 사범대학 수학 | 한국일보 기자 | 부산일보 논설위원 | 한국여성개발원 원장 | 한국여성문학인회 회장, 고문 | 생명의 숲 국민운동 이사장 | 성숙한 사회 가꾸기모임 공동대표 | 최은희여기자상 심사위원장

〈상훈〉 현대문학상, 월탄문학상, 한국문학상, 서울시문화상, 비추미여성대상 외

〈저서〉 시집 : 장도와 장미, 우수의 바람, 서울의 새벽, 세종대왕 외 / 수필집 : 영혼의 불을 켜고, 너로 하여 우는 가슴이 있다 외

대중화 세기의 개막과 한국사회

제1567회 10월 9일 롯데호텔(소공동) 3층 사파이어볼룸

최근 베이징 올림픽에서 중국인의 열기가 하늘을 찔렀다. 베이징을 최첨단 시설로 분장하고, 정선무장을 통해 13억 인구를 올림픽 전사로 나서게 한 것이다. 1990년대만 해도 2급 도시에 불과했던 베이징은 중동의 야심작 두바이를 몇 개 포개도 모자랄 만큼 화려한 도시로 변했다. 이를 통해 중국으로 세계의 모든 문명이 깃들게 하고, 이곳에서 새로운 '대중화 시대'를 부화하겠다는 의지를 나타낸 것이다. 세계 최고의 노동력, 구매력, 생산력을 소유한 중국의 탄생은 공식화하려는 움직임에 세계가 긴장하지 않을 수 없다.

중국이 '대중화 세기'의 개막을 예고하고 지금, 한국사회는 어떤 현실에 처해 있을까. 송호근 교수는 이 사회를 난타정국으로 표현한다. 새정권 출범 100일 만에 시민과 정권 사이에는 바리케이드가 쳐졌다. 미국산 쇠고기 문제로 촉발된 촛불집회가 정치인들까지 움직이게 하더니 급기야는 종교인들까지 거리로 나서게 만들었다. 여기에 또다시 불거진 독도문제 등 영토 주권문제까지도 대중을 중심으로 끌어들이고 있다.

이번 연구회에서는 국내외의 주목받는 사회학자이며 문필가인 서울대 송호근 교수를 초빙하여 중국과 일본 등에서 풍전등화처럼 살아온 한국이 대중화 세기의 거센 폭풍을 어떻게 헤쳐나가야 할 지 논의해보는 시간을 갖는다.



송호근 서울대 사회학과 교수

서울대 사회학과 졸업 | 서울대 사회학 석사 | 美 하버드대 사회학 박사 | 한림대 사회학과 부교수, 사회과학대 과장 | 한국일보 시사칼럼 한국노단 집필 | 서울대 사회발전연구소 소장 | 서울대 대외협력본부 본부장

〈저서〉 지식사회학, 열린시장 닫힌정치, 전환의 정치 전환의 한국사회, 한국 무순일이 일어나고 있다, 한국 어떤 미래를 선택할 것인가, 한국의 평등주의 그 마음의 습관, 다시 광장에서 외

거꾸로 세상을 보는 역발상 경영

제1568회 10월 16일 롯데호텔(소공동) 2층 에메랄드룸

모두가 옳다고 생각하는 방향, 이미 정해진 방법대로 반복적으로 일을 하게 되면 어느 정도 성공은 보장할 수 있다. 하지만 결국 새로운 환경에 적응하지 못하고 도태되게 마련이다. 기업이 환경변화에 앞서가기 위해서는 다양성이 인정되고 새로운 아이디어가 끊이지 않는 창의적인 조직문화가 필요하다. 그 창의성의 원천은 바로 역발상이다.

국내 놀이시설 및 조정시설의 '표준'을 만들어 온 신이랜드의 이은구 사장은 평소 아이디어맨으로 통한다. 그는 '시행착오는 있을 수 있다, 실수를 공개하면 상을 준다, 스카우트는 절대 없다' 등의 역발상 경영으로 신이랜드를 발명특허 1건을 비롯해 실용신안 특허 9건 등 140여 가지의 관련 특허를 보유한 알짜 기업으로 성장시켰다.

최근에는 집이나 동물, 자동차 등을 뒤집어 놓은 '거꾸리'라는 역발상 놀이시설을 선보여 아이들의 창조성과 모험성을 기르는데 도움을 주고 있다. 아이들의 특성을 최대한 활용하고 욕구를 충족시킬 수 있는 색다른 시설을 지속적으로 개발하자는 의도에서 개발된 제품이다.

이번 연구회에서는 역발상으로 경쟁의 세계에서 뒤지지 않고 한발 앞서 나갈 수 있다는 확신으로 기업을 이끌고 있는 이은구 사장을 초빙하여 거꾸로 보는 세상, 역발상으로 경영하기의 노하우를 들어보는 시간을 갖는다.



이은구 신이랜드 사장

대전사범학교 졸업 | 초·중등학교 교사 | 1979년 신이산업 설립 | 전국 소기업 소상공인연합회 초대 공동대표 | 전국 소기업 소상공인연합회 초대 공동대표 | 고양상공회의소 고문 | 한국놀이시설생산자협회 회장 | 민주평화통일자문위원회 부회장

<저서> 노가다 병법, 네모난 지구, 역발상 세상보기, 최강의 역발상, 괴짜 사장의 역발상 외

수도권과 지방의 상생발전을 위한 미래 전략

제1569회 10월 23일 롯데호텔(소공동) 2층 크리스탈볼룸

정부는 지난 7월 21일 지역발전정책 추진전략 보고회를 통해 지방에 대한 선(先) 지원과 수도권에 대한 후(後) 규제완화를 원칙으로 하는 '지방과 수도권의 상생발전' 전략을 발표했다. 지방에 대한 지원을 집중한 뒤 향후 진행 상황에 따라 수도권 규제를 완화하겠다는 것이다.

이에 따라 정부는 지방에 대한 기업유치와 투자를 위한 지원을 확대하게 된다. 기존의 '벤처·창업 투자펀드'의 규모를 확대하거나 지방이전 기업에 대한 인센티브를 늘리는 방안 등을 통해 지방의 기업유치에 힘을 실어주겠다는 것이다. 이와 함께 수도권의 택지 및 신도시개발에 따른 개발이익을 지방으로 환원하는 방안도 검토 중이다. 그러나 수도권 규제완화는 '기업 규제를 완화해 투자를 활성화하겠다'는 이명박 정부 출범 공약의 핵심 요소인 만큼 상생발전 전략 차원에서라도 무작정 미룰 사안이 못 된다.

이에 지방은 정부의 지원을 통해 각종 물적·인적 인프라를 조성해 자립 기반을 갖추고, 수도권은 성장관리정책을 통해 각종 규제를 합리적으로 조정해 세계와 경쟁할 수 있는 상생의 발전모델이 필요하다.

이번 연구회에서는 30여 년간 지역균형정책 및 균형개발을 연구해 온 최상철 국가균형발전위원장을 초빙하여 수도권과 지역이 실질적으로 발전할 수 있는 새로운 패러다임에 대해 이야기 나누는 시간을 갖는다.



최상철 국가균형발전위원회 위원장

경북대 사회학과 졸업 | 서울대 행정학 석사 | 美 피츠버그대 도시 및 지역계획학 석사 | 美 피츠버그대 도시계획학 박사 | 서울대 환경대학원 원장, 명예교수 | 한국지역학회 회장 | 서울시장개발연구원 원장 | 21세기 경기발전위원회 위원장 | 한국환경교육학회 회장 | 한국지방자치학회 회장

<상훈> 국민훈장 동백장, 서울시문화사, 홍조근정훈장

<저서> 한국도시개발론, 도시행정학, 지역사회개발론 외

국토해양 주요현안과 정책과제

제1570회 10월 30일 롯데호텔(소공동) 3층 사파이어볼룸

원유 및 원자재 가격 급등으로 경제여건이 악화되면서 성장률 둔화와 일자리 감소가 이어지고 있다. 경제가 어려울수록 서민과 중산층이 부담해야 하는 고통도 함께 증가하는 게 안타깝지만 현실이다.

지금 우리에게 예전에 겪지 못했던 많은 변화의 바람이 불고 있다. 국토의 전 부문을 총괄하는 국토해양부는 최소 10년 이상의 장기적인 미래 전망을 기초로 물리적 공간계획인 국토·도시 부문과 시간적 공간을 창조하는 교통·물류망 등 모든 경제활동의 심층 기반을 이루는 국가 기간계획을 총괄 기획하고 있다.

무엇보다 중요한 과제는 협소한 국토의 제약을 극복하고, 글로벌 무한경쟁을 헤쳐 나갈 수 있는 국토의 경쟁력을 갖추어 나가는 것이다. 따라서 창의성과 유연성을 발휘하여 국토를 더 넓게 확장된 공간으로 활용하는 국토관리의 새로운 패러다임과 전략이 절실할 때이다.

국토의 경쟁력은 이제 더 이상 물리적 면적에서 창출되지 않는다. 얼마나 진취적인 국토경영을 하느냐에 따라 경쟁력이 판가름된다.

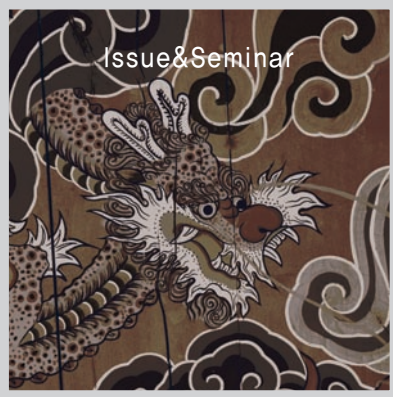
이번 연구회에서는 30여 년간 공직자로 젊음과 열정을 바친 정중환 국토해양부 장관을 초빙하여 균형과 경쟁력을 갖춘 지속가능한 국토해양개발을 위한 주요현안을 짚어보고, 성공적인 정책 수행을 위한 과제에 대해 논의하는 시간을 갖는다.



정중환 국토해양부 장관

고려대 정치외교학과 졸업 | 美 워싱턴대 경제학 석사 | 제10회 행정고시 합격 | 교통부 항공국장, 관광국장 | 건설교통부 국토계획국장, 수송정책실장 | 철도청장 | 충남발전연구원 원장 | 제주국제자유도시개발센터 이사장 | 한국고속철도건설공단 이사장 | 한국철도시설공단 이사장 | (사)한국고객만족경영학회 고문 | 우송대 철도건설환경공학과 석좌교수

<상훈> 홍조근정훈장



제1555회 인간개발경영자연구회

古典의 숲에서 리더십을 찾다

7월 3일(목) 롯데호텔(소공동) 2층 크리스탈볼룸

민경조 코오롱그룹 부회장

사 람이 둘 이상만 모여도 조직이 형성되고, 조직이 형성되면 반드시 그 조직에는 리더가 탄생한다. 여기서 문제되는 것이 바로 리더십이다. 수렵사회를 거쳐 농경사회, 산업사회, 정보사회로 발전해오면서 리더십의 본질도 변했을까? 어느 시대를 막론하고 리더십의 본질은 100% 같다.

요순시대는 왜 태평성대를 이뤘을까?

소위 태평성대라 불리는 요순시대, 특히 요(堯) 임금의 통치방식을 적어 놓은 설원(設苑) 군도편(君道篇)에 의하면 3공(公), 9경(卿), 27대부(大夫), 81원사(元士)로 구성되는 피라미드 조직을 운영했다고 한다.

요 임금 자신은 구체적인 업무를 담당하지 않았지만 9개의 분야에 9명의 사람을 임명해 9가지 성취를 이루었다. 사도(司徒)는 교육을 맡은 관직, 사마(司馬)는 군무를 맡은 관직, 사공(司空)은 토지와 민사를 맡은 관직, 전주(田疇)는 농업을 맡은 관직, 악정(樂正)은 악관의 우두머리, 공사(工師)는 공인의 우두머리, 질종(秩宗)은 예를 관장하는 우두머리, 대리(大理)는 천자의 업무를 관장하는 관직, 구금(獸禽)은 짐승을 몰아내는 일을 관장하는 관직이다. 요 임금은 그 덕분에 아무 일도 하지 않았고, 9명의 신하가 맡은 바 일을 성실히 해서 태평성대를 이룰 수 있었다.

비록 설화에 나오는 인물이지만 4천년 전에 나라를 다스리면서 전문가를 통해 위임통치를 했다는 사실은 굉장히 놀랍다. 그래서 후세의 사가들이 바람직한 통치형태를 인위적으로 제시했을 가능성도 배제할 수 없다는 이야기가 나오기도 한다.

요 임금의 신하 중 한 명으로 왕이 된 순(舜) 임금도 비슷한 고사를 가지고 있다. 아무 것도 하지 않고 나라를 잘 다스린 사람이 순 임금이라 할 수 있는데, 어떻게 다스렸을까? 논어(論語) 위령공편(衛靈公篇)에 보면 '자신을 공손히 하고 바르게 남쪽만 바라보고 앉아 있었을 따름이었다(無爲而治者 其舜也與, 夫何爲哉, 恭己正南面而已矣)'라고 되어 있다.

요 임금이나 순 임금 모두 아무 것도 하지 않고 어떻게 태평성대를 이룩할 수 있었을까? 임금과 신하간에 또 정부와 백성간에 확고한 신뢰관계가 없으면 그런 위임통치는 이루어질 수 없었을 것이다. 덕치(德治)를 했다는 것은 임금이 솔선하고 모범하고 성실한 자세로 정치를 한 결과이다. 따라서 상호신뢰를 바탕으로 철저한 권한 이양이 이루어지고 지도자의 솔선하는 자세가 있었을 것이다. 임금뿐만 아니라 조직의 리더가 되는 자리에 있는 사람은 누구라도 자기를 생각하기보다는 먼저 조직을 생각하는, 그럼으로써 솔선하는 자세가 필요하다.

논어의 자로편(子路篇)에 '지도자의 처신이 바르면 명령을 하지 않아도 이행하지만 지도자의 처신이 바르지 못하면 비록 명령을 해도 따르지 않는다(其身正 不令而行, 其身不正 雖令不從)'라는 얘기가 나온다. 논어에서 가장 좋아하는 구절로 회사 내부직원들과의 소통을 위한 홈페이지에 첫 번째로 올린 글이기도 하다.

신뢰를 통한 위임과 역할분담

논어의 안연편(顏淵篇)에 보면 제 나라의 경공이 공자에게 정치를 어떻게 하면 잘하는 것인지 물었다. 공자는 이 질문에 "군군(君君) 신신(臣臣) 부부(父父) 자자(子子)"라고 했다. 앞의 군은 '임금'이라는 명사고, 뒤의 군은 '임금답다'는 동사다. 신하는 신하답고, 아버지는 아버지답고, 아들은 아들다워야 정치가 잘 된다는 말이다. 역할분담을 통해서 성과를 극대화할 수 있다는 '분업의 원리'를 강조한 것이다. 부하의 할 일까지 내가 챙긴다면 아랫사람의 고민까지 가져오는 것으로 부하들의 창의력만 헤치게 되고 비능률을 초래할 수밖에 없다.

분업의 원리를 얘기하면서 드는 명제가 있다. '삼각형을 이루는 세 변 중 빗변이 아무리 길어도 나머지 두 변의 합보다는 짧을 수밖에 없다'는 단순하고도 당연한 수학의 원리이다. 간혹 CEO들이 다른 두 변을 무시하고 빗변만을 강조해 혼자서 모든 일을 해나가는 데, 이것은 절대 최대의 효과를 낼 수 없다.



또 하나의 명제는 '능력의 차이가 현격한 변호사와 여직원이 한 사무실에서 공존하는 것은 비교우위 생산비의 법칙 때문'이라는 경제의 원리이다. 변호사가 절대적으로 법률 업무도 많이 알고 그 이외의 업무도 사무원보다 탁월하지만 변호사는 법률만 담당하고 기타 업무는 사무원에게 위임하는 이유가 뭘까? 변호사에게도 시간이라는 자원은 24시간밖에 없다. 변호사가 법률 업무 이외에 청소나 타이핑까지 할 시간이 없다는 것이다.

CEO는 제한된 시간을 가지고 조직의 일을 해야 한다. 변호사가 법률 업무 외에 사무실 청소나 타이핑까지 혼자 한다면 그 변호사 사무실이 잘 운영될까? 변호사와 사무직원의 역할분담, 이것도 우리가 한번 깊이 생각해봐야 할 문제이다.

논어 안연편에 성공적인 위임통치의 전제조건을 보여주는 고사로 '민무신불립(民無信不立)'이 있다. 공자의 제자 자공이 "정치란 무엇입니까?"라고 공자에게 물었다. 공자가 말씀하셨다. "정치란 먹을 것을 풍족하게 하고(足食), 군비를 튼튼히 하고(足兵), 백성들의 믿음이 있어야 한다(民信之矣)." 자공이 다시 물었다. "부득이하게 세 가지 중 하나를 버려야 한다면 어느 것을 먼저 포기해야 합니까?" 공자가 답했다. "군비를 버려야 한다(去兵)." 자공이 다시 물었다. "부득이하여 또 한 가지를 버린다면 남은 두 가지 중 무엇을 버려야

합니까?" 공자가 답했다. "먹을 것을 버려야 한다(去食)." 그리고 애기한 것이 "정부와 백성간, 또는 백성들 사이에 신뢰가 없으면 나라 체제가 제대로 확립될 수 없다(民無信不立)."였다.

요 임금부터 시작해 위임통치를 하던 모든 조직에서 자기가 부리는 신하에게 신뢰를 주지 않았다면 그런 위임통치가 가능했을까? 뒤집어 얘기하면 위임통치를 하려면 많은 조직원들을 신뢰하는 일이 가장 우선이라는 것이다.

똑똑하고 게으른 리더가 돼라

명심보감(明心寶鑑) 성심편(誠心篇)에 '의심스러우면 그 사람을 쓰지 말고, 일단 썼으면 100% 신뢰하고 믿고 모든 것을 맡겨라(疑人莫用 用人勿疑)'는 내용이 있다. 전국시대 진(秦)나라의 무왕(武王)이 재상 감무(甘茂)에게 한(韓)나라를 공격하여 함락시키라고 명령을 했다. 그러나 감무는 무왕이 아무래도 자신을 100% 믿지 못하는 것 같아 무왕에게 '효자 증참(曾參)과 어머니' 이야기를 들려주었다. "증참과 같은 이름을 가진 동명이인의 살인범이 하나 있었는데, 살인사건을 들은 증참의 어머니는 아들을 믿었기에 흔들리지 않았습니다. 그러나 같은 이야기를 세 번이나 들은 증참의 어머니는 결국 베틀에서 내려와 담을 넘어 달아났습니다."

사실이 아닌 이야기도 두 번 세 번 반복하면 아들의 효성을 믿고 있던 어머니조차도 그 거짓말에 현혹되어 베틀을 버리고 도망을 간다는 이야기다. 이어서 감무는 "저의 어쥘은 증참의 효심만 못하고, 임금의 믿음은 증참의 어머니만 못합니다. 신은 왕께서 베틀을 내 던질까 두렵습니다." 이에 왕은 어떤 일이 있어도 그러지 않겠다고 맹세했는데, 세상은 이것을 식양지서(息壤之誓)라고 부른다.

감무는 임금의 맹세를 받아내고 전장으로 나갔지만 초반 부진한 전황이 계속되자 비방과 모함이 들려오기 시작했다. 결국 감무는 소환을 당했으나 무왕은 감무가 식양지서를 상기시키고서야 자신의 과오를 뉘우쳤다. 다시 전장에 나간 감무는 한나라의 성을 함락시키고 돌아왔다.

아무리 믿음이 강하더라도 모함과 비방이 계속된다면 사람은 결국 그 비난에 넘어가게 되어 있다. 그러나 한 조직을 맡고 있는 최고 책임자라면 그런 모함이나 비방에 넘어가서는 안 될 것이다. 신뢰와 그에 기반한 위임이 결코 쉽지 않은 일임을 보여주는 고사다.

설원 정리편(政理篇)에 나오는 이야기로 복자천(宓子賤)은 선보(單父)의 땅을 다스리면서 다만 거문고만 탈 뿐 직접 당(堂) 아래에는 내려오지도 않았지만 그 땅이 다스려졌다. 반면 무마기(巫馬期)가 새벽에 일어나 다시 별이 떠서야 들어오는 등 밤낮으로 나서서 다스렸을 때도 그 땅은 다스려졌다. 무마기는 복자천에게 그 이유

를 물었고, 복자친은 이렇게 대답했다. "나는 사람에게 일을 맡겼고, 그대는 힘에게 일을 맡겼기 때문입니다." 힘에게 일을 맡기면 진실로 노고스럽지만 사람에게 맡기면 편안하게 된다. 그러나 무마기는 그렇지 못했던 것이다.

지도자의 타입을 나누는 구분이 있다. 리더의 타입을 똑똑 : 똑똑하고 게으른 리더, 똑부 : 똑똑하고 부지런한 리더, 멍게 : 멍청하고 게으른 리더, 멍부 : 멍청하고 부지런한 리더 등으로 나눈다. 어느 회사에서 직원들에게 이 네 가지 타입 중 어떤 타입이 가장 이상적이라고 생각하는지 설문조사를 했다. 조사 결과 '리더는 똑똑하되 적당히 게을렀으면 좋겠다'는 답이 40% 이상이었다. 지도자가 멍청해서는 절대 안 된다. 그러나 너무 부지런해도 곤란하다. 아랫사람들이 주눅이 들어서 결국 시키는 일만 할 수밖에 없고, 의욕도 떨어진다. 사기가 떨어지면 좋은 인재는 조직을 떠날 수밖에 없다.

근자열 원자래(近者說 遠者來)가 왕도정치의 표본

전국시대 맹자의 이야기다. 왕도정치를 실현하고 싶었던 맹자는 여러 제후 국가들을 다니면서 자신의 정치철학, 이념을 설파했다. 그러던 중 양나라 혜왕을 만났는데, 혜왕이 이렇게 얘기했다. "나는 정치에 온몸을 던지고 있습니다. 어느 지역에 흉년이 들면 그곳으로 곡식을 옮겨 주고 사람도 이주시켜 줍니다. 그런데 이웃 제후 국가를 보면 나의 반도 안 되는 노력과 형편없는 정치를 하는데도 우리나라는 영토가 넓어지거나 백성이 늘어나지 않고, 그들 또한 영토도 줄지 않고 인구도 줄지 않습니다. 나는 열심히 하는데도 변화가 없는데, 무슨 이유입니까?" 맹자가 답했다. "지금 전쟁을 하다가 세가 불리해져서 도망을 가는데, 어떤 사람은 100보를 도망가고, 어떤 사람은 50보를 도망갔습니다. 50보 도망간 사람이 100보 도망간 사람에게 '저런 비겁한 놈' 하고 비웃으면 되겠습니까?" 왕이 답했다. "안 됩니다. 50보를 도망간 사람도 역시 도망간 사람입니다." 맹자가 말했다. "왕이 그런 것을 아시면 나라의 영토가 넓어지고 백성이 많아지기를 바라지 마십시오."

맹자가 살던 2400여 년 전은 제후 국가들끼리 패권을 잡기 위해 끊임없이 전쟁을 일으키던 시대였다. 전쟁이 나면 사람이 죽거나 다치고 가족들과도 헤어지는 일이 생긴다. 당시 가장 불후했던 사회계급을 환.과.고.독(鰥寡孤獨) 네 가지로 분류했다. 환은 아내를 잃은 홀아비, 과는 남편을 잃은 여자, 고는 부모를 잃은 고아, 독은 자녀를 잃은 노인이다.

백성들을 전쟁으로 휘몰아 넣으면 결국 백성들은 고난에 빠질 수밖에 없고, 설사 전쟁에서 이긴다 하더라도 결코 백성들을 위한 정치가 못 된다. 결국 왕도정치를 하려면 전쟁을 통해서 하면 안 된다

는 것을 맹자가 강조하면서 50보 100보라는 유명한 이야기가 나왔다. 맹자는 왕도정치를 강조하면서 백성과 사직(나라)과 임금을 놓고, 그 사이에서 가장 우선순위를 백성이라고 했다. 두 번째는 국가, 그리고 임금이 가장 마지막이라고 했다.

장자 거여편에 보면 공자가 살던 시대에 척(黻)이라는 유명한 도둑이 있었다. 하루는 그의 부하가 물었다. "도둑의 세계에도 도가 있습니까?" 도라는 것은 리더십을 이야기하는 것이다. 척이 말하기를 "이 세상 어느 분야엔들 도가 없겠느냐?" 하고 다섯 가지를 제시했다.

"어느 집에 귀중한 물건이 숨겨져 있는 줄 아는 것이 성(聖)이다. 괜한 창고를 털었다가 부하들 희생하고 고생만 시키면 그것은 도둑의 두목으로서 자격이 없다." 기업의 세계에서는 철저한 기획력이다.

"둘째는 도적질을 하러 집안에 들어갈 때 맨 앞에 서는 것이 용(勇)이다." 솔선 수범해서 들어가는 것이 용기라는 것이다. "셋째는 도적질을 성공적으로 끝내고 나오는데, 맨 나중에 따라 나오는 것이 의(義)이다. 넷째는 훔쳐온 물건의 값어치를 정확하게 아는 것이 지(知)이다. 마지막으로 물건을 훔쳐왔는데, 좋은 것은 두목이 갖고 썩 것만 부하들에게 나눠준다면 그 도둑 조직이 지속될까? 그래서 고생한 부하들에게 똑같이 공평하게 나누는 것이 인(仁)이다." 그러면서 이 다섯 가지 덕을 구비하고 아직 성공 못한 사람은 없다고 했다.

논어의 자로편에 보면 '근자열 원자래(近者說 遠者來)'라는 말이 나온다. 초 나라의 섬공이라는 사람이 공자를 만나서 정치를 어떻게 하면 잘 하는지를 물었다. 공자가 말씀하시길 "가까이 있는 사람을 기쁘게 해주면 자동적으로 먼 데 있는 사람들이 찾아온다"고 했다. 기업에서 인재를 찾을 때 남의 떡이 커 보인다고 해서 꼭 밖에 나가서 찾으려고 하는데, 한번쯤 내부를 되돌아볼 필요가 있다.

맹자가 얘기했듯이 정치를 잘하는 게 전쟁을 통해서 영토를 넓히고, 백성을 늘이는 방법이 아니라 훌륭한 정치를 통해서 백성들을 기쁘게 해주고, 부강한 나라를 만들어나가는 것이 왕도정치의 표본





이라고 할 수 있다.

리더에게 간언하는 사람 많아야 발전

설원에 나오는 이야기로, 오왕(吳王)이 행나라(초나라)를 치려고 하면서 신하들에게 이렇게 말했다. "감히 반대하여 간언하는 자는 죽이리라." 계속해서 전쟁을 일으키는 왕을 어떻게든 막아보려고 신하들이 얘기하자 임금이 또 반대하는 사람이 있으면 죽이겠다는 것이다.

그런데 궁 안에 젊은 태자가 하나 있는데, 후원에서 3일 동안 활을 들고 왔다갔다했다. 왕이 새벽부터 이슬을 밟아가며 우왕좌왕하고 있는 태자의 모습이 이상해 불러 물었다. "왜 너는 그렇게 고생을 하느냐. 무슨 이유가 있는냐?" "뜰에 나무가 하나 있고, 그 위에 매미가 한 마리 있는데, 매미는 높은 곳에 앉아있으면서 슬프게 울고, 이슬을 마시고 있습니다." 슬프게 운다는 것은 7년 동안 땅속에서 굴뚝이로 살다가 올라온 지 일주일만에 생을 마감하는 매

미의 일생을 얘기하는 것이다. 그럼에도 이슬을 마시니까 아주 고고한 삶을 산다는 것도 뜻한다.

"그런데 사마귀가 자기 뒤에 있다는 사실을 알지 못합니다. 사마귀는 몸을 움츠려서 매미를 취하려고 하는데, 사마귀 또한 매미를 덮칠 생각에만 빠져 그 곁에 피꼬리가 자기를 노리고 있는 것을 알지 못합니다. 피꼬리 역시 목을 늘어 사마귀를 쏘아먹을 생각에만 눈이 먼 채 포수가 나무 아래에서 쏠 준비를 하고 있는지를 알지 못합니다." 이렇게 태자가 왕에게 간곡하게 간언하자 오왕이 "네 말이 맞다." 하고는 군사를 해체하고 전쟁을 포기했다고 한다.

아무리 유능하고 어진 임금도 때로는 판단이 흐릴 수 있다. 이런 때일수록 주위에 있는 신하들이나 측근들이 충심 어린 간언으로 임금을 바르게 섬겨야 한다. 자고로 그런 나라는 굳건하게 왕조를 지켜 오려 그 왕조를 이어온 사례가 수없이 많다. 그렇지 않은 나라는 얘기치 못한 사건으로 인해 왕조가 망하게 된다.

지금 우리가 살고 있는 이 시대도 마찬가지다. 바르게 간언하는 사람들이 많을수록 그 사회, 그것이 나라든 기업이든 가정이든 울

바른 사회로 발전할 수 있다.

리더십은 리더의 희생정신에서 출발

지금까지 고전에서 발췌한 내용들을 보면 대체로 '말기는 리더십', '섬기는 리더십'이 핵을 이루고 있다. 말기는 리더십이나 섬기는 리더십이 성립하려면 부하직원을 믿을 수 있는 신뢰의 리더십, 또 조직을 운영하다 보면 판단이 흐릴 수도 있고, 그럴 때마다 열레를 열어 놓고 좋은 의견을 많이 듣는 '열린 리더십'이 필요하다.

리더십을 발휘하다 보면 크고 작은 여러 가지 문제들이 나온다. 잘못하는 사람도 나오지만 너그럽게 포용하고 작은 허물은 덮고 이끌어 가는 '배우는 리더십'도 필요하다. 배풀어서 나중에 큰 덕을 보는 사례들이 많다. 그 다음에 숭선하는 리더십, 이것은 두 말할 것도 없다.

여러 가지 덕목들이 있지만 내가 오늘 여러분들에게 말씀드리고자 하는 리더십이 여섯 가지로 구분된다. 이런 리더십은 결국 리더의 희생정신, 내가 자의로 맡았든 타의로 맡았든 조직의 리더를 맡게 된 이상 자기만이 가지고 있는 조직에 대한 사명감이 없으면 훌륭한 경영을 하기 어렵다. 마지막으로 리더는 모름지기 조직의 미래를 꿈꾸며, 그 실현을 위한 토대 즉, 조직의 환경과 자원의 창조에 힘써 지금보다는 더 나은 미래를 열어 가는데 온 힘을 다해야 한다.

나는 임명을 받아 7년 동안 CEO를 했지만 부임할 때 모토가 '내 선임자가 경영을 했을 때보다는 내가 하는 동안에 회사가 더 발전하고 성장하는 것을 목표로 두고 임기가 1년이든 3년이든 일해보자' 하는 생각을 했다.

99년 11월 23일, 취임식을 끝내고 사무실에 돌아오니까 어떤 회사의 임원이 축하와 격려의 이메일을 보내왔다. 주된 내용이 "부디 성공하는 CEO가 되십시오"였다. 그래서 내가 즉각 메일에 답을 했다. 여러 가지 고맙다는 말씀과 함께 "저는 성공하는 CEO가 되기보다는 성공한 회사의 CEO가 되기를 원합니다"라는 답장을 보냈다.

흔히들 성공한 CEO냐 아니냐 하는 것은 그 사람이 근무하던 어느 일정한 시간에 판단하는 것이다. 그러나 진정으로 성공한 CEO를 확인하려면 한참 시간이 지나야 한다. 내가 성공한 CEO가 되기 위해서는 내가 근무한 그 기업이 성공해야 하고, 그 회사가 성공하면 나는 3년 동안도 성공한 CEO가 되고, 10년 후에도 성공한 CEO가 될 것이라는 생각에 '성공한 CEO보다는 성공한 회사의 CEO가 되겠다'는 다짐을 한 것이다. **김재민**

Challenge Change Creative

3C로 끊임없이 자신을 모티베이팅 하라

조서환 KTF 부사장

장군을 꿈꾸던 육군 소위는 수류탄 폭발사고로 오른손을 잃고 꿈을 접어야 했다. 그러나 그에게는 긍정의 사고와 사랑하는 이가 있었다. 한 손을 잃고 주변의 편견과 맞서야했지만 위기 때마다 그를 일으켜 세운 건 '할 수 있다'는 긍정의 힘이었다. 그리고 아내는 그의 영원한 모티베이터가 되어주었다.

조서환 KTF 부사장. 지금 그는 대한민국 최고의 마케터로서 업계에서 신화적인 존재가 되었다. 그는 일이나 삶이나 '생각'이 모든 것을 지배한다고 믿는다. 그래서 변화를 두려워하지 않고 도전하기를 즐긴다. 끊임없이 자신을 모티베이팅 하면 못 이룰 것이 없다는 생각이 그를 마케팅의 귀재로 만들었다.

그의 배짱을 눈여겨 본 애경그룹의 장영신 회장은 그에 대해 "인간승리를 가져온 조 박사는 자신의 약점을 극복하고 그의 인생을 보람과 성공으로 전환시켰다. 긍정적인 사고와 열정적인 마음, 끊임없는 노력이 본인을 행복하게 하고 주위를 훈훈하게 만든다"라고 평한다.

지난 7월 조서환 부사장은 제주에서 열린 인간개발연구원 CEO섬머포럼에 강사로 연단에 섰다. 참가자들은 감동의 강연이었다며 칭찬을 아끼지 않았다. 이에 독자들에게 폴스토리를 들려주기 위해 그를 다시 만났다. 모티베이터 리더 조서환. 마케터로서 그간의 활동과 긍정의 힘으로 살아온 솔직담백한 인생이야기를 들어본다.

대담 · 장만기 인간개발연구원 회장

사진 오경근 원장



80년대 초 마케팅은 낯선 분야였을텐데요. 어떻게 마케팅을 시작하셨나요. 또 국내 마케터의 대표주자로서 '마케팅'을 무엇으로 정의할 수 있을까요.

80년대 초 제가 입사할 때만 해도 마케팅이라는 용어를 쓰지 않았어요. 그런데 외국 바이어들이 건네는 명함을 보니까 마케팅 디렉터, 마케팅 매니저 등 전부 마케팅이란 말이 있는 겁니다. 그거 보면서 '아, 여기에 미래가 있겠구나' 하는 생각이 들어 알아보니 외국에서는 보편화된

용어였습니다. 그래서 학교에 알아보니까 마케팅 과목이 있길래 '마케팅'을 전공하기로 결심한 거죠.

마케팅이라는 단어를 보면 움직이지 않는 시장이라는 단어(market)에 ing가 붙어있어요. 움직이지 않는 시장을 계속 움직이게 만드는 것이 마케팅이죠. 1등 브랜드가 없었던 것이 신출귀몰하게 나타나서 1등 브랜드가 되고, 1등 브랜드였던 것이 마케팅 실수를 해서 나락으로 떨어지기도 합니다. 이런 것을 보면 역시 마케팅이란 시장을 진행시키고 변화를 끌

조서환 부사장

1957년 생으로 경희대 영문학과를 졸업하고, 동 대학에서 경영학 석·박사 학위를 받았다. 애경-유니레버 마케팅 전략팀장, 미국 다이알사 마케팅 이사, 스위스 로슈사 마케팅 이사, 애경산업 마케팅 상무, KTF 마케팅 전략실장 상무를 역임했다. 한국마케터협회 회장, 대한상공회의소 마케팅연구회 회장을 역임했으며, 현재 아시아태평양 마케팅포럼 회장, 능률협회 마케팅평의회 의장을 맡고 있다. '하나로 삼푸', '2080차약' 이동통신 브랜드 '나(Na)', '드라마(Drama)'를 크게 히트시킨 바 있다.

입없이 가져오게 하는 것이란 걸 알 수 있습니다.

마케팅을 하면서 느낀 건 그 어떤 학문보다 재미있는 학문이라는 겁니다. 매번 새로운 것을 시도하는 흥미있는 일이기 때문이죠. 단, 리스크 테이킹(Risk Taking)을 할 수 있는 사람이라야 마케팅을 할 수 있습니다. 저는 평소 3C를 강조하는데요. 먼저 도전(Challenge)을 해야 하고, 도전하기 위해서는 변화(Change)를 즐길 수 있어야 합니다. 그리고 이 모든 것을 창의적(Creative)으로 해야 한다는 거죠. 3C를 갖춘 사람이 바로 마케팅의 적임자입니다. 일이 뜻대로 되지 않을 때는 스트레스도 받지만 그 스트레스도 즐길 줄 아는 사람이 마케팅을 성공적으로 이끌 수 있습니다.

성공적인 마케팅에 있어서 가장 중요한 요소는 어떤 겁니까.

중요한 것은 소비자의 이해를 바탕으로 마케팅이 이루어져야 한다는 겁니다. 대개의 경우 소비자를 이해했다고 하지만 겉만 이해하고 속을 이해하지 못하는 경우가 많아요. 소비자의 행간을 얼마나 잘 읽어내느냐 하는 것이 마케팅의 성공을 좌우합니다.

그런데 사실 의식주처럼 겉으로 나타나는 소비자의 니드는 잘 알지만 진짜 혁신적인 제품은 소비자의 니드가 없어요. 새로운 시장을 창출해 소비자의 잠재된 욕구를 채워주는 거죠.

어느 면에서 마케팅이란 발현되지 않은 소비자의 욕구를 끄집어내서 새로운 시장을 만드는 활동이라고 할 수 있습니다. 이 때 시장 선점이 가능해지죠. 시장을 선점한 상태에서 중요한 것이 브랜딩입니다. 시장은 선점했는데, 브랜드를 법적으로 등록해 놓지 않아서 너도 나도 다 쓸 수 있는 브랜드가 되는 경우가 많거든요.

'비타500'의 경우 시장에 가장 먼저 나왔지만 다른 회사 제품들도 '비타'란 말을 모두 쓰고 있습니다. 브랜딩이 마케팅의 화룡점정인데, 그걸 안 한 거죠. 자일리톨 껌도 마찬가지입니다. 누가 누군지 구분이 안 될 정도로 모든 회사가 자일리톨 껌을 판매하고 있습니다.

마케팅에서 또 하나 중요한 것이 시장에서 독점적 지위를 갖는 겁니다. 나만 쓸 수 있도록 법적 제도적 장치를 마련해서 다른 사람이 복사하지 못하도록 하는 것이 중요하죠. 자일리톨 껌도 뒤늦게 '휘바'라는 이름을 붙이긴 했지만 이미 소비자들의 마음속에는 모두가 자일리톨로 인식되고 난 후였습니다. 결국 혼자 먹을 수 있는 시장을 나눠먹는 우를 범한 사례가 되었습니다.

군에서 사고로 오른손을 잃으시고, 이 때문에 취직하는 데도 상당한 어려움이 있었다고 들었습니다.

저는 복이 많은 사람, 행운이 많은 사람이라고 늘 생각하면서 삽니다. 수류탄을 집어 들었을 때, 만약 조금만 아래쪽에서 터졌어도 제 몸은 산산조각 났거든요. 그때부터 복은 있지 않았나 생각했습니다.

그리고 그 순간, 긍정적으로 하나님께서 나를 왜 살려냈을까를 고민했죠. 아마도 좋은 일을 많이 하라고 기회를 주신 것 같아요. 그것도 많은



▶ 칭만기 회장과 조서환 부사장이 대화를 나누고 있다.

사람들에게 좋은 영향을 주는 삶을 말이죠. 그러기 위해서는 먼저 먹고 사는 문제를 해결해야 했고, 그게 취직해서 돈을 버는 일이었습니다.

하지만 회사 오너라고 할지라도 손이 있는 사람과 손이 없는 사람이 있다면, 뭐 하러 손 없는 사람을 뽑겠어요? 그러다 보니 동기들은 모두 취직을 하는데 저만 지원하는 회사마다 떨어졌죠. 면접 보는 과정에서 '오른손을 다쳐서 의수다'라고 얘기하면 면접관들이 제 오른손만 쳐다보더라고요.

애경에 지원했을 때도 평범한 사람들처럼 장영신 회장은 저를 떨어뜨렸죠. 그런데 돌아와서 집에 가려고 전철표를 끊고 기다리는데, 억울한 생각이 들기도 하고 이리다가는 내 가족을 굶기겠구나 하는 생각이 들면서 겁이 나는 겁니다. 그래서 최소한 내가 어떤 사람인지는 보여 주고 떨어져야겠다, 가서 말이라도 해보자 해서 면접 장소로 다시 갔습니다.

그 때 제가 이렇게 이야기했어요. "나는 깡패 짓을 하다가 손을 다친 것도 아니고, 교통사고로 손을 다친 것도 아니다. 나는 군 장교였고, 국가와 민족을 위해 헌신하다가 다쳐서 국가유공자가 되었다. 분명 국가유공자는 10점 가점이라고 하지만 실제로는 그렇지 않다. 사람이 머리로 일하지 손으로 일하냐. 양손으로 글씨 쓰는 사람은 없다. 나는 왼손잡이라서 왼손으로 글씨 쓰는데 뭐가 다르냐." 어차피 합격시킬 것도 아닌데, 배짱 좋게 내가 하고 싶은 얘기를 다 한 거죠.

그런데 장영신 회장이 지금까지 한 이야기를 영어로 해보라고 하는 겁니다. 순간 당황하기도 했지만 기왕 이렇게 된 거 해보자는 생각으로 했던 얘기를 영어로 다시 다 얘기했죠. 그랬더니 그 이튿날 합격 통지서가 오더라고요. 아마도 그 때 제 배짱, 논리, 사명감 등에 큰 점수를 주신 것 같아요.

애경에서부터 수많은 히트상품을 탄생시키며 마케팅의 귀재로 자리매김하셨는데요. 대표상품 몇 가지만 소개해주세요.

애경에서 가장 히트한 상품이 하나로 샴푸와 2080치약입니다. 하나로 샴푸는 당시 세 번째로 시장에 진입한 제품이었지만 고객 지향적인 마케팅과 효율적인 커뮤니케이션으로 최고의 히트 상품이 됐습니다. 당시

경쟁사에서는 모두 제품 이름 앞에 '샴푸와 린스가 하나로'라는 문구를 내세워 광고를 했어요. 그래서 저는 '샴푸와 린스가 하나로, 하나로 샴푸' 이렇게 광고한 겁니다. 그렇게 하다 보니까 세 개의 광고를 보고 남는 단어는 '하나로'밖에 없었던 거죠. 결국 6개월 만에 샴푸 시장에서 1등을 했습니다.

또 하나, 2080치약은 IMF 때 나온 건데요. 당시 경쟁사들은 토탈 기능의 치약이라고 광고를 하고 있었지만 우리가 내세운 것은 '20대의 건강한 치아를 80대까지'라는 슬로건이었습니다. 소비심리가 극도로 위축된 시장에 나와서 폭발적인 매출을 일으키고 1년 만에 시장에서 1등을 차지했죠.

그리고 무엇보다 보람있는 것이 애경에서 화장품 사업을 일으킨 겁니다. 처음 화장품 사업에 진출했을 때 애경은 세계 이미지가 너무 강했어요. 그래서 애경이라는 이름을 철저히 감추고 프랑스 마리끌레르 잡지사의 이름을 빌려와 브랜드이미지를 강조했죠. 그리고 여드름 전용 화장품, 모공 전용 화장품 등으로 화장품 기능을 분리시켜 제품을 출시한 것이 시장에서 좋은 반응을 얻었습니다.

애경에 근무하다가 외국기업에서 4년간 유행(?)을 하신 이력이 있으신데요.

제가 원래 변화를 좋아하는 기질을 가지고 있어요. 사실 애경에서 편안하게 생활할 수 있는데 뭐 하러 옮길까 생각할 수 있겠지만 다국적기업에서 외국인들과 함께 근무해보고 싶었습니다. 미국 다이알사와 스위스 로슈사에서 각각 2년간 4년을 일했죠.

애경을 떠나면서 회장님께는 필요할 때 언제든 다시 부르면 와서 근무하겠다고 말씀을 드렸어요. 하지만 사실 다시 부를 거라고는 생각 못했죠. 아마 회장님께서 4년이면 대학공부 마칠 정도의 시간이니까 그쯤이면 됐다 생각하시고 부르신 것 같아요.

그 후 기존 분야와는 전혀 다른 KTF로 자리를 옮기셨는데요. KTF에 오신 후에도 많은 히트상품을 만드셨습니다.

또 다른 도전을 위해 뛰어야 할 때라고 생각했어요. 외국인회사와 KTF 중에 고민을 하다가 보다 치열한 시장에서 성취감을 느껴보려고 KTF를 선택했습니다. 물론 전혀 경험해보지 못한 분야에서 일하는 것이 배울 점도 많겠다는 생각을 했죠.

처음 마케팅전략실장으로 와서 음성통화 시장에서는 1위 사업자를 이기기 어렵겠다는 생각이 들었습니다. 그래서 선택한 것이 전체를 뛰어넘기보다는 부문별 1위를 차지하는 시장 세분화 전략이었습니다. 그렇게 탄생한 브랜드가 20대는 나(Na), 30대는 드라마(Drama)였고, 두 브랜드 모두 부문별로 1위에 오르는 성과를 거뒀습니다.

쇼(SHOW)라는 히트 브랜드의 탄생으로 KTF가 영상통화 시장에서

선두를 달리고 있습니다. 어떤 전략이 주효했다고 보십니까.

쇼(SHOW)를 도입하기까지는 고민이 많았는데요. 조영주 사장이 결단을 내려 3세대(G)로 방향을 정한 겁니다. 당시 수도권마케팅본부장으로 공을 세운 부분도 있지만 사실 CEO가 투자를 결정하는 것이 가장 어려운 일거든요. 2G시장을 포기하면서 3G시장에 올인한다는 것은 쉽지 않은 결정이었습니다. 그런 점에서 조영주 사장의 결단력이 탁월했던 거지요.

쇼의 마케팅 논리는 이런 겁니다. '전쟁에서 승리할 수 없으면 전장을 바꾸라'는 거죠. 음성통화 시장에서 경쟁사를 이길 수 없다고 판단한 조영주 사장이 영상통화 시장을 선점해 출시한 게 쇼 폰입니다. 새로운 시장을 개척하고 나니까 경쟁사도 따라오지 않을 수 없었어요. 그러나 쇼가 시장에서 수치상 1위라는 점보다 쇼를 통해 보다 선진화된 서비스를 제공할 수 있다는 것에 큰 의미를 부여할 수 있습니다.

남들과 다른 사고를 할 수 있는 힘은 어디에서 나오는 걸까요.

마케팅을 하면서 길러야 할 것이 통찰력(Insight), 직관력(Intuition), 지식(Knowledge), 경험(Experience) 이 네 가지입니다. 이것을 가지기 위해서는 다른 사람의 체험을 내 것으로 만들 수 있어야죠. 그것이 바로 독서입니다. 두 번째는 '왜 그렇게 됐을까?'라고 스스로에게 의문부호(?)를 갖는 겁니다. 지속적으로 의문을 갖다 보면 문제해결 방법이 나오게 마련이거든요.

거리를 지나는데, 어떤 사람 눈에는 길에 떨어진 쇠조각이 돈으로 보여요. 그런데 어떤 사람 눈에는 단순한 쓰레기romo만 보이죠. 같은 사물을 놓고도 통찰력이 다르다는 겁니다. 직관력은 '이렇게 하면 틀림없이 된다' 하는 판단이죠. 2080치약을 마케팅 할 때 우리는 토탈 기능이 아니라 2080이라는 딱 한 단어만 사용해 성공했거든요. 지식은 말 그대로 공부를 통해 습득하는 겁니다. 경험은 '과거에 이렇게 했더니 됐어, 실패한 것은 이것 때문에 실패했어'를 통해 노하우를 쌓아나가는 겁니다. 이 모든 것이 하루아침에 되는 것은 아니지만 꾸준히 노력한다면 남과 다른 사고가 결코 어려운 것만은 아닐 겁니다.

리더로서 상당히 긍정적인 마인드를 가지고 계신데요. 모티베이터로서의 리더의 역할은 어떤 것일까요.

기업의 '쇼' 자가 사람 인(人)으로 시작하듯이 결국 기업은 사람으로 출발해서 사람으로 끝난다고 이야기 합니다. 그럼 사람은 어떤 상태에서 생산성이 가장 높을까요? 바로 모티베이션, 동기가 유발됐을 때 생산성이 가장 높게 나타납니다.

작년에 KTF가 수도권에서 엄청난 성장을 거뒀는데요. 저는 사실 모티베이터 역할밖에는 한 게 없어요. 리더십이라는 것이 서번트리더십, 슈퍼리더십 등 많이 이야기하지만 그 안에 들어가는 핵심 키워드는 모티베이션입니다. 서번트리더십이 왜 필요했는지를 따져 보면 결국 사람을 동기부여하기 위한 툴이라는 거죠.

오늘의 부사장님이 있기까지 사모님께서 모티베이터 역할을 해주셨다고 들었습니다. 사모님 이야기 좀 들려주시죠.

제가 참 복이 있는 사람이라고 말씀드렸는데요. 그 복을 사람들과 나누고 좋은 일을 하기 전에 먼저 우리 가족들을 고생시키지 않아야겠다고 생각했습니다. 그 중에서도 아내는 절대 고생시키지 말아야겠다는 다짐을 했죠. 한 손을 잃은 사람을 두고 도망을 가더라도 원망할 이유도 붙잡을 이유도 자신감도 없던 상황이었는데, 그대로 그렇게 제 옆에 있어준 것이 너무나 고맙습니다. 그렇다면 이 사람을 위해서 목숨을 바칠 수도 있겠구나 생각했죠.



▶ 조서환 부사장의 소중한 가족들

금도 아내는 아침부터 저녁까지 기도만 하는 착하고 선한 사람입니다. 제게 있어 가장 중요한 어드바이서요, 컨설턴트죠. 부부관계에 있어 가장 중요한 것이 신뢰인데, 아내는 제게 무한한 신뢰감을 주는 존재입니다.

한 손으로 치는 골프 실력이 만만치 않다고 들었습니다. 장영신 회장의 권유로 시작하셨다고요.

어느 날 장영신 회장이 사업을 원활하게 진행하기 위해서는 골프를 쳐야한다고 배우라고 하시더군요. 처음에는 농담인 줄 알았습니다. 그런데 얼굴이 심각하신 거예요. 그래도 양손으로 채를 잡아야 하는 골프를 어떻게 치냐고 했더니 한 마디 하시더군요. "다른 사람은 몰라도 당신은 할 수 있을 거야." 이 말을 듣고는 상사가 이렇게 나를 믿고 있는데 못 하면 안 되겠다는 생각에 바로 연습을 시작했습니다.

하루에 세 번씩 3개월 동안 배우고, 장 회장과 함께 처음으로 필드에 나간 날 9번 아이언 하나만 가지고 103타를 쳤습니다. 장 회장과 세 번 라운딩을 했는데, 세 번째까지 제가 더 잘 치니까 그 다음부터는 같이 가자는 말씀을 안 하시더라고요.

마침 대통령께서 이번에 국가브랜드위원회를 대통령 직속으로 만든다고 발표하셨는데요. 최고의 마케터이신 부사장님이시라면 '대한민국'이라는 국가마케팅에 있어 어떤 전략과 비전을 세우시겠습니까.

우리나라는 실질적으로 굉장히 우수한 민족이고 세계적으로 내세울

게 많은 나라입니다. 그런데 한국에는 아무 이유없는 '코리아 디스카운트'가 있어요. 대한민국 국민으로서 코리아 디스카운트가 없는 세련된 선진국으로 발전할 수 있는 방법이 없을까 늘 고민했습니다.

프랑스 하면 에펠탑이 떠오르고, 미국 하면 부자나라, 일본 하면 소니가 떠오르는 등 대표적인 이미지가 있는데, 한국 하면 떠오르는 이미지가 없어요. 그래서 생각한 것이 대한민국에도 '마케팅부 장관'이 있어야 한다는 겁니다.

최근 서울시에서 브랜드마케팅 주식을 만들었다고 하는데, 정말 잘한 일입니다. 하지만 서울시만 하는 게 아니라 국가 차원으로 끌어올려야 해요. 그래야 국가적인 면모가 서고, 백년지대계를 만들어 진정한 선진국으로 갈 수 있습니다. 국가브랜드위원회가 만들어진 것은 늦었지만 다행한 일입니다.

지난 제주 CEO 섬머포럼에서의 강연을 통해 인간개발연구원과 인연을 맺은 점 감사드립니다. '인간개발'을 모토로 하고 있는 연구원에 대한 평가와 제언을 부탁드립니다.

어찌 보면 인간개발연구원은 우리나라 교육기관의 효시라고도 할 수 있습니다. 국가경제 발전에 있어 교육과 정신적인 서포터 역할을 한 큰 공로가 있죠. 미래에는 이런 기회가 주니어들에게도 전해졌으면 합니다. CEO들을 위한 교육은 이제 너무나 보편화됐거든요. 이것은 그대로 유지 발전시키되, 주니어들을 위한 프로그램이 개발됐으면 하는 바람입니다. 평생교육시대가 되면서 연구원이 국가경쟁력 강화에 기여할 것은 바로 교육을 통해 정신적인 무장을 시켜주는 겁니다. 이를 통해 연구원의 새로운 역사도 만들어질 것으로 기대합니다.



제26회 인간개발연구원 제주섬머포럼

▶ 지난 7월 제주 섬머포럼에서 강연하고 있는 조서환 부사장

바쁘신 중에 장시간 동안 좋은 말씀 해주신 데 대하여 감사드리며 항상 건강하시고 앞으로 더욱 큰 발전이 있으시길 기원합니다. KKH

정리 · 정용달 팀장 dal2020@khdi.or.kr

섬김리더십의 이해와 실천방안

양병무 인간개발연구원 원장



“섬김리더십은 명령하고 통제하는 리더가 아니라 참여와 협력을 유도하고 헌신하고 봉사하는 자리임을 잊어서는 안된다.”

섬 김리더십은 숙명여대에서 성공적으로 접목되었고 최근에는 기업에서도 높은 관심을 보이고 있다. 앞으로 수평적인 조직문화가 정착되면 될수록 섬김리더십에 대한 관심과 도입은 더욱 확산될 것으로 보인다. 그러나 아직도 섬김리더십이 정착되기 위해서는 조직 내에서 상사와 부하간의 이해와 공감대 형성이 요구되고 있다.

21세기는 섬기고 봉사하는 지도자 요구

섬김리더십은 미국의 전화 회사인 AT&T사의 로버트 그린리프(Greenleaf) 부회장이 <서번트 리더십(Servant Leadership)>이라는 이름으로 1977년도에 책을 출간하여 주목을 받기 시작했다. 그는 이 책에서 섬김리더십의 기본 개념과 철학을 제시하고 기업, 교육기관, 종교기관, 관료사회에서의 섬김리더십 사례를 체계적으로 소개하였다.



그 후 캔 블래차드가 <섬기는 리더 예수>를 발간하여 섬김리더십에 대한 관심을 증폭시켰다.

섬김리더십은 예수가 제자들의 발을 씻겨 주었듯이, 리더가 섬김을 받으려 하지 않고 겸손하게 숭선수범함으로써 남을 섬기는 태

도로 낮아지는 것을 말한다. 따라서 섬김리더십이란 타인을 위한 봉사에 초점을 두고 종업원, 고객, 조직을 우선으로 여기며 그들의 욕구를 만족시키기 위해 헌신하는 리더십이다. 그러므로 섬기는 리더는 다른 사람을 지배하고 군림하는 상사가 아니라 섬기고 봉사하는 지도자를 말한다.

섬김리더십에 대한 관심은 지식사회의 등장과 직결되어 있다. 지식사회에서는 개성과 창의성이 중요시되면서 기업을 비롯한 각종 조직의 구조가 수직적인 관계에서 수평적인 관계로 전환되지 않으면 안 된다. 이런 변화를 피터 드러커 교수는 그의 저서 <미래경영>에서 명쾌하게 설명을 해주고 있다.

"현재와 같은 지식경제시대에는 기업을 비롯한 여러 조직에서 상사와 부하의 엄격한 구분이 없어지며, 지시와 감독은 통하지 않는다. 21세기에는 리더가 부하들보다 우월한 위치에서 조직원을 이끄는 기존의 리더십 패러다임 대신 리더가 부하들의 의견을 경청하고, 그들의 성장을 위해 노력하고 헌신하며, 부하들과 함께 더 나은 공동체를 만들어 가는 섬김리더십이 요구된다."

상사와 부하간 상호 섬김이 섬김리더십의 기본

그린리프 센터(Greenleaf Center)의 조사에 따르면, 포춘(Fortune)

자가 매해 정하는 '일하기 좋은 100대 기업'의 1/3 이상이 섬김리더십의 개념을 도입하여 관리자 교육을 하고 있으며, 그 수는 갈수록 증가하는 추세이다. 실제로 미국의 경우 구글, 사우스웨스트항공, 휴렛패커드, 3M, 인텔, 월마트 등을 비롯한 초일류기업들이 교육훈련 프로그램에 섬김리더십을 포함하고 있다.

섬김리더십을 도입하는 목적이 어디에 있는가. 그것은 인간은 섬김을 받을 때 자발적인 동기부여가 되어 창의력이 극대화되고, 고객만족과 고객감동을 통해 조직의 목표를 달성함으로써 개인의 자아실현과 고객의 행복을 구현할 수 있게 되기 때문이다.

섬김리더십의 추진자인 섬김 리더는 조직에서 방향제시자, 파트너, 지원자의 역할을 해야 한다. 방향제시자는 조직의 비전(Vision)을 제시해주는 역할을 의미한다. 섬김 리더가 조력자이면서도 리더인 이유는 다른 구성원들이 보지 못하는 미래를 바라보고 비전을 제시해 줄 수 있는 능력을 가져야 하기 때문이다.

파트너의 역할은 구성원들 간의 합의를 이끌어 내기 위해 의견을 조율하는 몫도 감당해야 되기 때문에 오케스트라의 지휘자 모습에 비유되기도 한다. 지원자의 역할이란 구성원들이 업무 수행을 원활히 할 수 있도록 지원하고, 업무 외의 개인적인 삶에 있어서도 업무와 균형을 이룰 수 있도록 돕는 행위를 말한다.

섬김리더십을 도입하는 기업의 경우 초창기에는 구성원들의 오해도 있다. 이는 부하직원들이 섬김리더십을 문자적으로만 해석하여 상사를 평가하려고 드는 경우 때문이다. 그러나 섬김리더십은 상사와 부하의 상호 섬김이 기본 방향임을 명심해야 한다. 즉 아래에서 위로, 위에서 아래로 상호 소통하는 쌍방향의 특성을 가지고 있는 것이 오늘날의 섬김의 방향성이다. 자칫 섬김리더십을 문자 그대로 오해하여 '상사가 부하를 섬기는 것'이라는 선입견을 가지고 행동하면 효과를 기대할 수 없다. 어디까지나 섬김리더십의 방향은 일방적이 아니라 쌍방향임을 명심해야 한다.

섬김리더십이 성공하기 위해서는 도입할 때 유념해야 할 부분이 있다.

첫째, 부메랑 효과를 경계해야 한다. 형식적인 섬김의 형태는 차라리 독선적이면서 카리스마적인 리더의 역량을 발휘하는 것보다 못할 수 있다. 따라서 섬김리더십이 성공하기 위해서는 최고경영자와 구성원의 남다른 노력이 요구된다. 리더 스스로가 직접적으로 경청하는 자세와 조직원에 대한 관심을 지속적으로 보일 때 조직 구성원은 동기부여가 되어 스스로 문제 해결능력이나 의지를 가지고 조직의 목표를 달성해 나갈 수 있다. 어디까지나 섬김리더십의 핵심은 명령하고 통제하는 리더가 아니라 참여와 협력을 유도하고 헌신하고 봉사하는 자리임을 잊어서는 안 된다.

둘째, 진정성이 있어야 한다. 실제적으로 진정한 의미에서 섬김의 태도를 보이지 않는다면 조직 구성원 사이에서 리더십 불신이 발생하

게 되고 설령 섬김을 행동으로 옮긴다고 하더라도 결국은 신뢰의 붕괴로 조직은 목표달성에 실패하게 될 것이다.

셋째, 천박한 행동을 경계해야 한다. 섬김리더십을 발휘한다고 하여 리더의 권위가 상실할 정도의 천박한 행동을 보여서는 안 된다. 잘못하면 조직이 방임의 상태에 이르게 되며 결국 조직 목표의 달성은 고사하고 조직의 생존자체도 위협받을 수 있기 때문이다.

섬김리더십 정착 위한 이해와 대비 필요

섬김리더십의 대표적인 사례로는 사우스웨스트항공의 설립자인 허브 켈러 전 회장을 꼽을 수 있다. 이 항공사는 1968년에 설립된 이후 연속 흑자를 기록하고 있다. 이 같은 성공비결을 섬김리더십에서 찾는다.

켈러 회장은 '고객감동'이 경쟁력 강화에 절대적인 역할을 하는 이 시대에는 리더십에 대한 발상전환이 우선적으로 필요하다고 강조한다. 따라서 '리더가 가장 높은 곳에 위치하는 피라미드형 조직구조의 발상에서 리더가 가장 낮은 곳에서 후원하는 역삼각형 구조를 인정해야 한다'고 말한다. 그리하여 '차 고객은 종업원이라는 마음으로 고객만족 경영의 첫 단추를 끼웠다.

그는 오전 9시경 출근하여 회사정문에 도착하면 경비원부터 시작해서 만나는 사람마다 농담을 주고받아 3층에 있는 자기 사무실까지 올라가는데 무려 2시간이 소요된다고 한다. 토끼 복장으로 비행기 복도를 걸어 다님으로써 몸소 유머를 실천하기도 한다. 또한 항공사 직원은 2만 4천명이 넘는데, 그 중 약 천명이 사내 결혼을 했다고 한다.

본사에는 일과 시간 이후 사교모임이나 파티, 그리고 회장이 주도한 자선 활동 등 많은 시간들을 함께 보내는 모습을 담은 천여 장의 사진이 전시되어 있다. 직원들 간의 포옹 역시 사우스웨스트항공에서 중요한 행동이다. 방문객들은 이들이 일하는 체 하는 것이 아니라 정말 좋아서 하는 행동이라는 것을 서서히 이해하게 된다. 이러한 방법들로 그는 조직 내에 가족의식과 감정을 불어넣었다.

다음은 경영자의 날에 직원들이 켈러 회장의 리더십에 감동하여 자발적으로 모금을 하여 신문에 낸 광고의 내용이다

"우리는 허브씨에게 우리의 이름을 모두 기억해주시고, 맥도날드 하우스를 지원해주시고, 추수감사절에 선물을 주시고, 모든 사람을 포옹해 주시고, 이윤이 남는 항공회사로 키워주시고, 휴일 파티에 노래를 불러주시고, 보스가 아니라 친구가 되어주신 것에 대해 임직원 모두는 경영자의 날을 맞아 참으로 감사를 드립니다."

우리나라에서 섬김리더십은 이제 도입단계에 불과하다. 그러나 리더십이 가야 할 중요한 방향은 섬김리더십이라는 데는 이의가 없다. 그러므로 경영자는 섬김리더십에 대한 철저한 대비를 하고 일반직원들은 섬김리더십의 동기를 이해하면서 준비할 필요가 있다. **▶▶▶**



제26회 인간개발연구원 제주섬머포럼

Jeju CEO SUMMER FORUM

Sensitivity CEO, Creative CEO

“상상력과 감성, 新마케팅으로 만드는 창조적 미래”



올해로 26회 째를 맞은 '인간개발연구원 제주 CEO 섬머포럼'이 7월 20일부터 23일까지 제주 롯데호텔에서 150여명의 참가자들이 함께 한 가운데 성황리에 개최되었습니다. 창조경영, 감성경영이 소비자들의 인식에 있어 필수 요소가 되고, 고객들의 다양한 기호를 맞추기 위해 업종, 학문 등 모든 분야에서 벽을 허무는 통섭(統攝, Consilience)으로 지식의 통합이 다양하게 시도되는 가운데, 조직위는 섬머포럼의 대표주제를 "상상력과 감성, 新마케팅으로 만드는 창조적 미래"로 정했습니다.

이번 섬머포럼에는 조순 전 경제부총리, 손주은 메가스터디 대표이사, 문애란 퍼블리시스웰컴 고문, 이희성 한국IBM 사장, 조서환 KTF 부사장, 원대연 SADI 학장, 이승한 삼성테스코 사장, 최휘영 NHN 사장, 이왕재 서울대 의대 교수, 박윤식 미국 조지워싱턴대 교수 등이 초청된 가운데, 창의적인 상상력, 휴머니즘과 만나는 감성경영, 그것을 활용한 매력적인 新마케팅 성공 전략을 들어보는 한편 하반기 경영전략에 도움이 될만한 창조적 경영기법들을 공유하는 시간을 가졌습니다. 또한 김정식 작곡가, 아티스트 한젬마, 김현정 한국에니어그램센터 대표 등으로부터 문화예술특강을 들으며 경영자들의 문화적 감성을 자극하는 시간을 갖기도 했습니다. 특히 뽀빠이 이상용과 함께 하는 친교 한마당, 가수 김세환과 함께하는 열린음악회는 참가자들 간 교류와 친분을 쌓는 기회를 제공해 즐거움과 함께 큰 호응을 얻었습니다. 본지는 다양한 프로그램과 깊이 있는 토론으로 그 어느 해보다 참가자들의 만족도가 높았던 제주 CEO 섬머포럼의 주요 세미나를 기획특집으로 지상중계합니다. **KHDI**

정리 · 사진-정용달 팀장 dal2020@khdi.or.kr

현장속으로

PHOTO



- ① 일본에서 참가한 곤노 유리 대표(중간)
- ② 열심히 강연을 듣고 있는 김중훈 대표
- ③ ④ 만찬 리셉션 시간에 담소를 나누는 참가자들
- ⑤ 만찬시간에 참가자 대표로 건배제의를 하고 있는 유상욱 회장
- ⑥ 가수 김세환과 추억을 만드는 열린 음악회
- ⑦ 이번 포럼은 그 어느해보다 참가자 만족도가 높았다.
- ⑧ 문화예술특강을 맡은 김정식 작곡가, 한젤마 아티스트



- ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ 참가자들이 친교 한마당 시간을 통해 즐거운 시간을 보내고 있다.
- ⑬ ⑭ 인경회 회장배 골프대회에서 양한영 LG실트론 부사장이 우승을 차지했다.



기조강연

문화와 국가경쟁력

조 순 전 경제부총리 / 인간개발연구원 명예회장

국 제경쟁력을 키우기 위해서는 전세계가 발전하는 가운데, 우리가 뒤지지 않고 발전하기 위해서 어떤 역량이 필요한가를 생각하면 된다. 한국 경제의 주역은 기업, 국민, 정부다.

먼저 기업의 국제경쟁력을 결정하는 주요 요인은 기업의 생산성이다. 기업정신이 충만하고, 투자를 위해 연구하고, 기술을 개발하는 것이 기업의 책임으로 가장 중요하다. 둘째로 국민은 기업의 노동력과 그 밖의 생산요소를 제공한다. 이에 대한 대가로 소득을 올리고, 그 소득을 쓰고 저축한다. 때문에 국민이 어떻게 쓰고 저축하는지, 알뜰하게 경제생활을 하는지가 국제경쟁력을 결정하는 요인이 된다. 마지막으로 정부가 과연 국민을 잘 리드하고, 경제정책의 방향을 올바르게 잡고 추진하느냐 하는 것이 국제경쟁력을 결정한다.

그러면 문화란 무엇인가? 한국의 문화라는 것은 한국 국민이 살아가는 모양, 스타일을 말한다. 어떤 나라의 경제는 그 나라의 문화를 그대로 반영하기도 한다. 중국의 경제 발전은 지금 중국의 문화를, 일본의 경제 발전은 지금 일본의 문화를 그대로 반영한다.

문화는 고정된 것이 아니라 항상 변한다. 미국의 문화는 자본주의의 청년기, 장년기가 있었고, 지금은 숙년기에 있다. 문화는 활기에 찬 문화도 있고, 약간은 안일한 문화, 타락한 문화도 있게 마련이다.

우리가 보내온 20세기는 역사상 가장 큰 전쟁을 두 번이나 겪은 참으로 힘든 시기였다. 그리고 그 시대의 주역은 미국이었다. 그래서 미국의 발전사와 현재의 처지를 파악하는 것은 앞으로의 세계를 생각하는 데 있어 절대적으로 필요하다.

미국은 1860년대 남북전쟁 후 본격적인 자본주의가 시작됐다. 이후 1차 세계대전이 일어났던 1914년까지 약 50년 동안 세계 정상에 도달하는 경제대국이 되었다. 어떻게 가능했을까? 바로 자유방임의 경제를 추구했기 때문이다. 이러한 문화의 시기가 미국 자본주의의 청년기였다.

그러던 것이 1920년대 말 대공황 문제가 터지면서 자유방임으로는 나라 유지가 안 된다며 루즈벨트 대통령이 뉴딜정책을 폈다. 여기에 영국의 경제학자 케인즈는 이론적인 뒷받침을 했다. 이후 60년대 말까지 40년 동안 미국 경제는 장년기로 대공황을 탈피했고, 2차 세계대전의 승리로 세계를 지도하는 나라가 되었다.

그러나 1970년대 미국에 인플레이션 문제가 생겼다. 정치적으로도 월남전에 패하면서 외교적으로도 어려움이 있었다. 미국의 자본가들은 뉴딜정책을 폐지하고 레이거노믹스(Reaganomics)를 만들어냈다. 레이건 대통령의 신자유주의 정책인 레이거노믹스는 예전의 자유방임으로 돌아가자는 것이다. 그러나 이미 미국의 제조업은 경쟁력을 잃기 시작했고, 여러 제도도 노후화하기 시작했다.

결국 국제경쟁력을 회복하기 위해 금융의 완전 자유화를 시작했고, 소위 자유화, 개방화, 민영화, 작은 정부 등을 내세워 한동안 활기가 있는 것처럼 보였다. 하지만 많은 무리가 뒤따랐고, 결국 서브프라임 모기지 사태가 터졌다. 그리고 그보다 훨씬 더 큰 패니메, 프레디맥 사건이 터졌다. 미국의 양대 국책 모기지 업체가 정부의 지원 없이는 유지가 힘들게 된 것이다. 이는 이제 금융 부문에 있어서 자유방임은 안 된다는 것을 말해준다. 금융뿐만 아니라 모든 경제부문에서 자유방임은 이제 불가능한 시대가 되었다.

현재 미국의 가장 큰 문제는 전세계를 움직이려는 미국 정부의 몸집이 너무 작다는 것이다. 정부는 작는데 해결해야 할 문제는 많고, 계속 늘어나니까 모순이 생긴다. 또한 제2의 뉴딜을 추진할 만한 비전 있는 인물이 보이지 않는다.

20세기까지는 서양의 세계였지만 21세기는 달라질 것이다. 지금 브라질, 러시아, 인도, 중국 등 소위 브릭스(BRICS) 국가들이 부상하고 있다. 중국은 연 10% 이상의 성장을 하고 있다. 이에 비해 미국은 1%, 유럽도 2% 이하의 성장률을 기록 중이다. 10년 후면 선진국과 후진국의 차이는 거의 사라질 것이다. 이것이 21세기의 가장 특징적인 변화이다.

끝으로 한국의 문화에 대해 말씀드리면 한국은 그동안 기념할 만한 업적을 많이 냈다. 정치적으로는 민주화를 달성했고, 경제적으로는 실질적으로 선진국에 진입했다. 한국의 물질생활을 보면 서양 선진국에 비해 전혀 손색이 없다. 정신적인 면에서도 부족한 것이 없다.

선진국이 우리보다 나은 것이 있다면 1인당 소득이 좀 더 높다는 것이다. 그러나 정부, 국민, 기업이 각각의 역할을 다해준다면 자연스럽게 소득도 높아지고 선진국이 되는 것이지 선진화 구호만 외치는 것은 방법이 될 수 없다.

한국인은 서로에 대한 불신이 많고 분열이 많은데, 이런 문화를 하루빨리 고쳐야 한다. 이를 위해 먼저 정부가 솔선수범해야 한다. 큰 정부는 부패해서 안 되고 작은 정부로 가야 한다고 하는데, 이것은 잘못된 생각이다. 부패가 나쁜 것이지만 정부는 정부의 역할을 해야 한다. 정부는 공익을 담당하는 곳이다. 공익을 챙기는 정부가 역할을 제대로 못하면 공익은 없어지고 나라 운영이 안 된다. 정부가 솔선수범하지 못하면 정치도 없다.

그리고 한국인들이 고쳐야 할 것이 고정관념이다. 한국사람들은 빨리 고정관념을 형성하고 그 고정관념에 사로잡혀 꼼짝 못하는 습성이 있다. 소위 좌파는 좌파대로 우파는 우파대로 고정관념에 사로잡혀 한 발자국도 못 나가고 있다. 이제는 고정관념을 버리고 미래를 내다보며 살아야 한다. **김재민**

최고의 서비스가 최고의 고객을 만든다



손주는 메가스터디 대표이사

생계를 위해 잠시 학생들을 가르치는 일을 하다가 내게 잘 맞는 일이라는 생각에 나도 모르게 20년째 이 일을 하고 있다. 그러던 중 지식정보화시대에 학원 강의로 이러한 시대가 올 거라는 확신에 2000년 7월 메가스터디를 설립했다. 처음 기대했던 것은 메가스터디가 100억 매출만 올려도 성공했겠다 했는데, 현재 270만 명의 중고등학생 회원에, 작년 매출이 1,600억원, 올해는 2,100억원의 매출을 예상하고 있다.

메가스터디는 어떤 서비스로 고객을 감동시켰을까? 메가스터디가 지금은 시장의 50%를 점하고 있지만 시간이 가면 분명 한계가 올 것이다. 그래서 새로운 성장동력으로 성인대상의 교육시장과 해외시장 개척을 생각하고 있다.

얼마 전 중국에서 이러닝사업을 해보자는 제안을 해와 중국을 다녀왔다. 하지만 시기상조라는 판단이 들었다. 그들은 일방적인 공급자 입장의 사고에 빠져 있었다. 기업이 만드는 제품과 서비스는 철저히 수요자의 입장에서 니즈를 파악해야 하는데, 이러닝사업이 한국에서 성공했다는 이야기만 듣고 무조건 중국에서 해보겠다는 낙관론을 가지고 있었다. 수요자의 요구를 이해하지 못한 채 공급자의 상상력과 판단에만 의존해서는 실패할 수밖에 없다.

기업이 제공하는 서비스는 어떤 것이 되어 할까? 첫 번째로 서비스는 서비스여야 한다. 흔히 입시교육기업들이 내놓는 서비스는 서비스가 아니라 마케팅전략이고 기업홍보와 소비자를 유혹하는 행위가 되곤 한다. 교육기업의 입시설명회에 가보면 수능시험 후의 지원전략을 이야기하다가 느닷없이 그 기업 홍보나 상품을 소개한다. 소비자가 모였고 비용을 들였다는 생각에 본심을 드러내고 마는 것이다. 이렇게 서비스 뒤에 마케팅과 홍보가 숨어있는 경우 그 기업은 점차 파위를 잃게 된다.

두 번째로 서비스는 타이밍이 중요하다. 물론 타이밍이 꼭 즉각적이어야 하는 것은 아니다. 작년부터 교육시장에서의 화제는 '로스쿨'이다. 이 시장이 황금알을 낳는 큰 시장이 될 거라는 전망이 쏟아져 나왔다. 동시에 주요 교육기업들이 로스쿨사업에 뛰어들었다. 하지만 우리는 시장에 진입하지 않았다. 지금은 타이밍이 아니고 반드시 4~5년은 기다려야 한다는 판단에서다.

주위에서는 시장진입을 재촉하기도 하지만 그때마다 나는 '4번 타자 경영론'을 이야기한다. 야구에서는 1, 2번 타자가 좋은 기회를 만들면 3, 4, 5번 타자가 타점을 올린다. 그 중에서 득점 확률이 가장 높은 타자가 4번이다. 그러나 1, 2번 타자가 안타를 못 치면 득점을 올릴 수 없다. 결국 기업도 시장을 선점한다고 해서 꼭 성공하는 것은 아니다. 시장이 성숙한 시기에 갔을 때 4번 타자가 나와서 만루홈런을 때리는,

바로 그 시점이 기회라고 생각한다. 어떤 경우는 서비스가 즉각적으로 이루어져야 하지만 어떤 경우는 무리하게 뛰어들 것이 아니라 시장이 성숙해지기를 기다리는 것이 바람직할 때도 있다.

세 번째로 중요한 것이 역설의 서비스다. 서비스는 무조건 고객에게 맞춰야 한다고 생각하지만 그렇지 않을 때도 있다. 학생들을 가르치면서 공부 못하는 아이들을 보면 꼭 문제의 본질에는 부모가 있었다. 그래서 우리 학원에 등록하기 위해서는 부모님이 정기적인 재교육프로그램에 참석해야한다는 조건을 내걸었다. 나중에는 학부모들로 하여금 자습감독을 하게 하고, 일요일에는 학원 청소를, 밤에는 아이들 간식을 직접 만들어 오게 했다. 그러자 학부모들이 일체감을 가지고 재교육프로그램에 참석하기 시작했다.

서비스에 있어서 핵심은 콘텐츠다. 그런데 공급자중심의 사고에 빠져서 콘텐츠라는 본질을 놓치는 경우가 많다. 메가스터디에서도 이와 관련한 논쟁이 있었는데, 바로 '에듀테인먼트(edu-tainment)'에 관한 것이었다. 2001년 7월부터 동영상강의를 제공하기 시작했는데, 문제는 강사와 임원들은 온라인이 게임과 오락의 이미지가 강하고, 고객들은 노는데 익숙해져서 오래 집중할 수 없기 때문에 강의 사이사이에 플래시나 보조사단을 넣어서 동영상상을 만들자고 했다. 이렇게 해서 무슨 학습효과가 있겠냐며 반대했지만 젊은 직원들은 이것이 최근 트렌드라고 대세라고 했다.

그러나 내 생각은 달랐다. 공부는 본질적으로 재미가 없다. 여기에 재미를 넣으면 잠깐은 보겠지만 더 쉬운 것을 선택하기 때문에 재미로만 흘러가는 결과가 나올 것이다. 결국 3~4개월간의 논쟁 끝에 강의실에서 진행되는 강연 모습을 가능한 그대로 보여주기로 했다.

결과는 폭발적인 인기였다. 현장강연을 그대로 옮기면서 그야말로 콘텐츠도 풍부하게 담아낼 수 있었다. 에듀테인먼트에 대해 젊은이들의 손을 들어줬다면 그것은 트렌드이고 방법이지만 정말 중요한 것은 사업을 오랫동안 해왔던, 그래서 수요자를 정확히 아는 사람이 더 정확한 판단을 할 수 있다는 것이다.

지금 교육시장에 많이 뛰어들고 있지만 사업의 본질을 모르는 사람들이 많은 것이 안타깝다. 서비스는 본질적으로 정직해야 한다. 고객은 기업보다 반드시 한 수 위다. 공급자중심의 서비스나 공급자중심의 마인드는 필연적으로 망할 수밖에 없다. 고객의 니즈를 정확히 파악하고, 그 요구에 정직하게 부응하는 것이 서비스다. 그보다 더 큰 서비스는 고객에게 실행능력까지 가르쳐주고, 그것을 통하여 자기가 목표하는 것을 이루어내고, 자기가 소비하고, 자기가 그 일에 동참하는 것에서 스스로 최고의 만족을 느끼게 고객을 감동시키는 것이 최고의 서비스이다. ■■■■



마케팅전략

고객을 매혹시키는 아이디어

문애란 퍼블리시스웬콤 고문 / 창업자

광 고에 있어 중요한 열쇠는 사람의 마음을 어떻게 열어
돈을 내고, 내 물건을 사게 하는가, 또 내 기업의 브랜드
를 어떻게 좋게 하는가 하는 것이 핵심이다. 사람들의 마
음을 열게 하는 가장 중요한 방법은 '탐험'이다. 탐험은 문제점을 발견
하고 찾아내는 과정이다. 흔히 동물원의 호랑이가 아닌 밀림의 호랑이
를 봐야 진짜 호랑이를 보는 것이라고 한다. 그래서 우리는 밀림으로
'탐험'을 가라고 한다.

과거에는 조사하는 사람들이 가져온 결과를 토대로 광고를 만들었지
만 이제 그렇게 광고하면 실패한다. 지금은 실제 그 물건을 쓰고 있는
소비자의 마음을 알아보기 위해 그 주변을 직접 가보지 않고서는 아이
디어를 낼 수 없다.

광고를 만들 때 가장 중요한 것이 장애요인이 나타나면 그것을 없애
주는 일이다. 기업경영에서도 마찬가지지만 장애요인이 어떤 것인가를
발견하는 것이 중요하다. 만약 내가 차장인데, 부장이 나를 싫어한다
고 하자. 그럼 나의 장애요인은 부장이다. 이 장애요인을 없애는 가장
좋은 방법은 부장의 이력서를 여러 헤드헌터에게 보내 그 사람을 스카
우트하게 하는 것이다. 그 사람을 나쁘게 하는 것이 아니라 장애요인
을 쉽게 잊어버리게 하고, 없애버릴 수 있는 방법을 찾는 것이다.

사람들의 마음을 열게 하는데 있어서의 장애요인을 찾는 것을 인사
이트(Insight, 통찰력)라고 한다. 인사이트는 보통 우리가 어떤 것에 대
해 잘 알고 있다고 생각하는데, 내가 다 안다고 생각하는 것은 5%밖
에 안 된다. 나머지는 더 알고 싶어서 조사해서 알게 되는 것으로
15%에 해당한다. 나머지 80%는 우리가 모르고 있다는 것을 모른다
는 것이다.

촛불집회를 보면서 안타까운 것이 사람들이 이야기하는 부분은 이
15%에도 안 들어간다. 나머지 80%는 왜 거기 나와있는지 모르면서
나와 있는 것이다. 그 안에 있는 인사이트를 찾아 낼 때 해결점이 나
오는 것이다. 그러나 인사이트를 찾지 않고, 겉으로만 이야기하고, 조
사한 것에 머물러 있기 때문에 해결이 안 되는 것이다.

결국 우리가 인사이트를 얼마만큼 찾아내는지가 성공을 좌우하는데,
이것을 찾아내는 것이 사람들의 마음열기에서 가장 중요한 요소이다.
마음을 열게 하는 순서를 보면 첫 번째는 내가 말할 사람이 누구인지
타깃을 설정하는 것이다. 그리고 고민하지 말고 타깃을 직접 만나야
한다. 시장에서 물건을 팔고 싶으면 시장에 직접 가서 사람들이 어떻
게 사고, 말하고, 누가 오고 가는지를 보고 느껴야 한다. 중요한 것은
이 때 CEO도 같이 움직여야 한다는 것이다. CEO가 모르면 소용이
없다. 그래서 그들 속으로 들어가 탐험을 하고, 그들 속에 있는 것을
발견해내야 한다. 이것이 세 번째 단계이다.

그리고 왜 안 사는지, 왜 팔 수 없는지, 왜 우리 회사를 싫어하는지
등의 장애요인을 찾아내서 그 장애요인을 잊어버릴 수 있는 이야기를
만들어야 한다. 이 때 이야기는 우리의 이야기가 아닌 그들의 마음속
깊이 잠재되어 있는 이야기라야 한다.

코카콜라가 비만의 원인이 된다는 소문이 퍼지면서 매출이 급감했
다. 다이어트 콜라도 나오고 콜라의 성분과 체중은 상관없다는 광고도
했지만 그럴수록 더 안 팔렸다. 이런 이야기를 할수록 장애요인을 떠
오르게 하기 때문이다. 그러다가 'No Reason(이유가 없다)'이란 광고
를 냈다. 한 여자가 강한 햇빛에 서 있는데, 멋진 남자가 지나가자 그
에게 다가가 키스를 한다. 이 때 'No Reason'이라는 카피가 나오면서
코카콜라를 마신다. 그런데 이 광고가 폭발적인 인기를 얻었다. 마실
때 생각없이 마시게 해서 장애요인을 잊어버리게 한 것이다.

SM5 광고를 보면 당시 이 자동차는 여성들이 굉장히 좋아해 남성
들이 타지 않는 것이 장애요인이었다. 그래서 이 차를 타는 남성은 굉
장히 매력적이라는 광고를 해야 하는 것이 과제였다. 생각한 끝에 여
자들은 남편이나 애인이 멋있어 보이는 것이 기본 좋기도 하지만 누군
가 쳐다본다는 것이 기분 나쁘다는 두 가지 감정을 가지고 있는 것을
발견했다. 바로 이 부분을 광고카피로 가져와 결국 대 성공을 한 광고
가 되었다. 소비자의 마음속에 있는 인사이트를 움직였기 때문이다.

마음속에 있는 것을 끄집어내는 것은 어려운 작업이다. 하지만 이
작업을 통해 내가 최고일 때 어떤 마음이 일어나는지, 우울할 때 어떤
마음이 일어나는지, 무엇을 먹고 싶을 때 어떤 마음이 일어나는지,
80% 안에 있는 이야기를 끄집어낼 수 있는 것만이 소비자들을 끄덕
이게 만든다.

최근의 광고환경은 인터넷의 발달로 너무나 많은 정보가 공유되면서
광고가 사람들에게 물건을 팔거나 내용을 전달하는 힘이 줄어들었다.
대신 광고할 브랜드에 영혼을 달아주자는 생각을 많이 한다. 인간의
가슴속에 있는 공익적인 부분과 브랜드를 연결시켰을 때 그 브랜드가
잊혀지지 않는다는 많은 사례가 발표되면서 가만히 있는 광고에 사회
적 액션을 취하기 시작했다. 이제는 사람들이 참여하는 브랜드가 사랑
받는 시대가 되었다.

광고든 어떤 프로젝트든 사람의 마음을 열게 하는 것은 관건이다. 그
리고 우리가 80%에 대해 모르고 있다는 사실을 언제나 인지해서 그
타깃을 탐험하는 것이 중요하다. 장애요인을 없앨 때는 장애요인에 숨
어있는 인사이트를 찾아서 커뮤니케이션 해야 한다. 최근의 많은 광고
는 내 제품이나 나만 중요하다고 이야기하기보다는 공공의 관심사와
연결하고, 내 제품과 브랜드에 연결해 효과를 내고 있다. 또한 그 효과가
여러 매체에 연결됐을 때 예기치 않은 홍보효과까지 누리게 된다. **제26회**

글로벌 통합 경제 환경에서의 이노베이션



이휘성 한국IBM 사장

'IBM은 혁신하는 기업이다'라는 한마디로 표현될 정도로 이노베이션은 IBM에게 중요한 의미를 지닌다. 이노베이션은 단순히 제품 하나 잘 만들고 기술을 발명하는 부분적인 변화가 아니고 사회와 경제 전반을 광범위하게 변화시키는 것이다. 그래서 이노베이션이 우리 모두에게 의미를 지니려면 기술적인 발명과 비즈니스적인 통찰력을 결합시켜서 지금까지와는 근본적으로 다른 부가가치를 창출해내는 방법을 발견해내야 한다.

지금 우리는 이노베이션 시대에 들어서 있고, 이 변화들은 앞으로 적어도 20~30년 동안 광범위하게 지속될 것이다. IBM은 기술의 범용화와 시장의 글로벌화 같은 환경이 만들어 내는 차이들 때문에 20세기보다 이노베이션 속도가 훨씬 빠를 것으로 보고 있다. 그리고 그 변화는 전세계적으로 동시에 이루어진다.

변화의 핵심은 공개적인 표준을 기반으로 통합화되어 있다. 이런 변화들이 앞으로 기업의 비즈니스 모델과 비즈니스 프로세스를 전반적으로 바꾸고, 부가가치를 창출하는 방법을 바꾸고, 개인의 생활과 삶 자체를 변화시킬 가능성이 있다. 그래서 우리에게는 이런 변화를 예측하고 대응할 수 있는 능력이 필요하다.

변화를 가지고 기업의 CEO들은 무엇을 할 수 있을까? 먼저 제품을 혁신시킬 수 있다. 지금까지 가지지 못했던 새로운 방식으로 제품을 디자인하고 기능을 만들어내고 새로운 기술을 발명해서 제품을 혁신시키는 것이다. 다음으로 지금까지 할 수 없었던 새로운 서비스를 창출할 수 있다. 이 두 영역은 기존에 기업들이 해오던 영역이다. 그러나 새로운 방법으로 부가가치를 창출해서 성공했다 해도 시장에서 우월적 지위를 유지할 수 있는 기간이 점점 줄어들고 있다.

IBM이 훌륭한 컴퓨터 서버를 시장에 출시했다면 80년대 초반에는 시장에서 누릴 수 있는 독점적 우위, 기술적 우위 기간이 3년 정도였다. 그러나 지금은 아무리 뛰어난 기술이라도 18개월을 넘기지 못한다. 범용화된 중소형 서버의 경우는 6개월도 버티지 못한다. 기술이 범용화되었기 때문이다. 특히 컴퓨터라는 것은 호환성이 중요하기 때문에 표준기술을 쓸 수밖에 없어 우위 기간은 점점 줄어든다.

소비재의 경우는 더 심하다. 휴대폰의 경우 삼성, LG 제품이 디자인을 혁신하면서 새제품을 출시하면 예전에는 1년은 경쟁 우위를 누렸다. 하지만 지금은 3개월을 넘어서기 어렵다. 앞으로는 한 달이면 바뀔 것으로 본다.

기업의 비즈니스 프로세스를 보면 대부분은 인 하우스에서 모두 처리하는 모델을 가지고 있다. 그런데 문제는 '내가 할 수 있으면 하고, 할 수 없으면 남에게 맡긴다'는 생각을 가지고 있는 점이다. 이게 아니

라 남들보다 그 일을 잘 할 수 있느냐 하는 것이 중요하다. 남보다 못 하는 것을 내가 하는 것은 약점이 될 수밖에 없다. 남들보다 더 잘 할 수 있는 것을 해야 한다. 그것이 핵심 영역이다. 그리고 내가 잘 할 수 없는 것은 과감하게 파트너십을 맺거나 아웃소싱해서 근본적으로 프로세스를 재편하는 작업이 필요하다.

2006년도에 전세계 850명의 CEO들에게 다양한 영역에서 이노베이션이 가능한데, 당신의 기업에서는 어떤 영역의 이노베이션을 하고 있고, 어떤 영역이 가장 필요한지를 물었다. 그 결과 3분의 2의 CEO들이 비즈니스 모델을 이노베이션 하는 것이 가장 절박하다고 답했다.

IBM이 하고 있는 모든 비즈니스 모델은 시장 중심으로 특화되어 있는 것은 철저히 현지화시켜 나가고, 공동의 서비스로 집중화시켜야 하는 것은 전세계적으로 공동의 서비스로 집중화시키고, 어디에서 일을 수행하는 것이 최적의 효과를 낼 수 있는지 비즈니스 디자인과 로케이션을 결정해서 비즈니스하고 있다.

비즈니스 모델의 변화는 머리로는 누구나 다 할 수 있지만 실행하기는 어렵다. 그리고 이를 실행할 수 있는 역량을 갖춘 기업과 그렇지 못한 기업 사이에는 상당 기간 격차가 지속될 수밖에 없다. 비즈니스 모델의 변화는 신제품 개발처럼 쉽게 할 수 있는 것이 아니다. 글로벌 비즈니스를 통합 기업 모델로 변화하는 것이 우리가 해야 할 여러 혁신의 가능성들 못지 않게 당면해있는 여러 환경에서 기업의 경쟁력을 키울 수 있는 이노베이션의 중요한 성과를 낼 것이다.

IBM의 매출 분포를 보면 아메리카대륙에서 43%, 유럽과 중동, 아프리카에서 36%, 아시아태평양 지역에서 21%를 올리고 있다. 전세계적으로 분산된 매출 구조를 가지고 있고, 비즈니스 포트폴리오도 많은 변화를 주는 등 IBM은 성장에만 집중하지 않았다. 그러나 시장의 변화에 대응할 수 있는 고수익 비즈니스 모델로의 변화를 통해 끊임없이 수익성이 증가하고 있다.

지금 미국을 비롯한 세계경제가 신용불안으로 어렵다고 하지만 IBM은 지난 6년 사이 주가가 사상 최고 수준에 와 있다. 이유는 비즈니스 모델은 만들기 어려웠지만 지속적인 경쟁력을 확보하는데 유효했기 때문이다. 그래서 IBM은 스스로가 글로벌하게 비즈니스를 하는데 있어 비즈니스 모델의 이노베이션이 얼마만큼 파워를 가지고 있는지를 알고 있다.

이노베이션을 위한 고민을 많이 하고 있을 것이다. 중요한 것은 제품이나 서비스를 이노베이션 하는 것도 중요하지만 비즈니스 모델, 비즈니스 프로세스 측면에서 더 잘 할 수 있는 방법, 새롭게 문제를 해결할 수 있는 창조적인 방법을 찾아내는 노력을 지속해야 할 것이다. **세계**



디자인경영

미래유산이 될 디자인 혁명으로 세계일등을 키우자

원대연 SADI 학장

삼성의 디자인경영이 많은 화두가 되고 있다. 1993년 이근희 회장은 '마누라와 자식 빼놓고는 다 바꾸라'고 한 프랑크푸르트 선언에서 삼성의 체질개선을 주문했다. 이후 96년을 삼성 디자인의 혁명의 해라고 한다. 앞으로 국제경쟁력에서 디자인이 핵심 경쟁력이 될 것이므로 디자인을 키워야 한다고 강조했다. 그 뒤 많은 변화가 있었고, 삼성전자 애니콜의 디자인이 획기적으로 바뀌면서 세계적인 브랜드로 떠오르기 시작했다. 최근에는 삼성 보르도TV가 유명 호텔과 미국 백악관까지 들어가는 쾌거를 이루었다. 프랑크푸르트 선언 15년, 디자인혁명의 해 12년만에 거둔 성과이다.

삼성 디자인혁명과 관련해 한국 최고의 디자인학교를 넘어 세계의 명문 디자인학교를 만들겠다는 비전과 목표로 설립된 곳이 바로 SADI(Samsung Art&Design Institute)다. 21세기 핵심경쟁력이 디자인이기 때문에 우수한 디자인 인재양성은 중요하다. 앞으로는 1명의 천재가 1만명, 10만명을 먹여 살리는 시대이다. 우리가 국가경쟁력을 갖추려면 천재급 디자이너가 많이 나와야 한다.

SADI가 개교할 당시는 디자인에 대한 지식이나 노하우가 없어서 미국의 파슨스 디자인스쿨과 제휴해 그들의 커리큘럼과 시스템을 도입했다. 그 중 2+2시스템과 2+1시스템이 있는데, 2+2시스템은 SADI에서 2년간 공부하면 미국의 유명한 7개 대학에 3학년으로 편입이 가능하다. 2+1시스템은 SADI에서 3학년으로 졸업하는 코스다. 학장으로 취임하고 2005년 창립 10주년 때 새로운 도약을 위해 2+2시스템을 없애고 2+1시스템, 3년 과정으로 단일화했다.

SADI의 미래 발전을 위해서는 결과적으로 우수한 인재, 사회가 필요로 하는 인재, 사회적으로 경쟁우위에 있는 디자인학교가 되어야 하는데, 어떻게 가능할까를 고민했다. 우수 인재를 양성하기 위해서는 패러다임부터 바뀌어야 했다. 학교와 교수 중심에서 이제는 학생과 실수요자인 기업 중심으로 바뀌어야 한다. 그리고 모든 정책과정의 중심은 학생이 되어야 한다.

앞으로는 컨버전스의 시대이다. 다양한 시대에 맞는 다양한 인재, 그 중에 우리는 창조적인 디자이너를 양성하려고 한다. 기능 중심의 디자인이 너는 많다. 가장 강조하고 있는 것이 창조 중심의 교육이다.

창조교육을 위해서는 몇 가지가 필요하다. 첫째, 파인아트를 기준으로 하는 파운데이션 과정을 1년 동안 배우게 한다. 과제를 주고 토론을 시키고 사물을 보고 아이디어를 내게 하는 기초교육을 시킨다. 이렇게 1년 과정을 마치면 미술을 전공하지 않아도 본과에서 충분히 응용능력을 발휘할 수 있다.

둘째는 SADI의 교육은 주입식, 암기식이 아니라 과제를 주고 아이

디어를 내게 해서 디자인하고 발표하게 한다. 발표 때는 모든 학생들이 참여해 토론을 펼친다. 이것이 창조다.


셋째는 결과가 아닌 프로세스를 이해하게 한다. 패션디자인을 하면 디자인만 아는데, 시장, 생산 프로세스, 비용구조, 마케팅 등을 모르면 시장에 옷을 팔 수 없다. 전체를 알아야 기업에서 나오더라도 사업을 할 수 있다. 그리고 실무중심의 교육을 해야 한다. SADI는 자영업을 하든 기업에 들어가든 실무에서 일 할 수 있는 사람을 만들기 위해 실무교육을 강조한다.

SADI만의 강점이 있다면 분야별 최고의 관계사를 가지고 있다는 것이다. 제품디자인학과는 삼성전자, 커뮤니케이션디자인학과는 삼성전자와 제일기획, 패션은 제일모직 등이 있다. 그리고 학생선발에 있어 엄격한 기준을 갖고 있다. 학력은 고졸이상이면 무관하지만 디자이너로서의 타고난 재능이 있어야 한다. 그리고 디자인 없으면 못 살겠다는 열정이 있어야 입학이 가능하다. 교수진 역시 현장 경험이 있는 교수를 뽑는다. 이제는 기업에도 전문가들이 많은데, 그들이 학교에 나가서 가르쳐야 한다. 사회에 기여하고 인재를 양성한다는 인식을 가졌으면 한다.

환경이 변하고 시대적 니즈가 변하면 교육도 변해야 한다. 일반대학은 이해관계로 인해 변화가 어렵지만 SADI는 새로운 과목을 만들어 내고, 새로운 학문을 보완하는 일을 주저하지 않는다. 또 교육의 질을 업그레이드하기 위해 국내 우수 대학과의 교류를 확대하고 있다. 세계적인 대학들과도 교류를 넓혀 가고 있다.

이제 남은 과제는 세계적인 명문 디자인학교가 되는 것이다. 학장을 맡으면서 'SADI를 학교다운 학교로 만들지 못하면 대한민국에 희망이 없겠다'라는 생각을 했다. 모든 문제해결의 고민이 여기서부터 출발했다. 결과적으로 3년제 대학이 훨씬 유연성 있고, 명문 진입이 빠르다. 교육부의 지원도 없고, 제도권 규제도 받지 않는다. 이것은 오히려 장점으로 국제화, 다양화 시대에 신속한 대응을 할 수 있다. 학위만 제외하면 SADI만큼 강점을 가진 곳이 없다.

가장 중요한 것은 교수, 학생, 행정 조직의 3위일체다. 전 조직의 비전 공유와 전력투구가 필요하다. 물론 정부의 규제 및 사회적 인식전환도 필요하다. 간판위주의 관행이 대학, 대학생이 아니면 안 된다는 인식을 가지고 있다. 기업 취업이나 각종 콘테스트 참가도 제한이 많다.

월드스타를 탄생시키기 위해서는 국력을 집중해야 한다. 각 분야에서 월드스타가 나오고 한국의 스타라는 것이 세계에 인식되면 한국의 브랜드가 높아지는 것이다. 한국 브랜드의 업그레이드를 위해서도 월드스타 인재를 양성해야 하는 것이 우리의 과제이다. 

블루 스페이스 전략 (Blue Space Strategy)



이승한 삼성테크노 사장

'Imagine' '상상하라'라는 비틀즈의 노래다. 상상 속에서는 무엇이든 지 가능하다. 상상 속에서 창조가 생겨났기 때문이다. 그럼 우리에게 창조가 왜 필요할까? 창조적 변화는 살아남기이다. 과거 30년간 한국의 역사에서 10대 기업에 든 회사 중 살아남은 기업은 하나도 없다. 50대 기업에서는 5개 기업만이, 100대 기업에서는 15개 기업만이 살아남았다. 세계에서 이렇게 살아남기 힘든 나라가 없다. 이것은 우리가 변해야 산다는, 그 중에서도 창조해야만 산다는 이야기이다.

70~80년대에는 흔히 '차별화해라'라는 이야기를 했다. 차별화하지 않으면 죽는다는 의미다. 현재는 '혁신하라'는 이야기를 한다. 2000년대에 혁신하지 않으면 여러분도 사라질 것이다. 혁신이란 과거의 지식이나 경험의 연장선상에서 변화와 개선을 가져오는 것이다. 미래는 어떻게? 미래에는 '창조하라'가 화두다. 공기기업이든 민영기업이든 창조하지 않으면 글로벌경쟁에서 뒤쳐지는 시대가 도래했다. 창조는 과거의 연장선상에서가 아니라 과거 경험한 지식이 있지도 않던 것이 갑자기 튀어나와 새로운 발상으로 나타나는 것이다.

창조라고 하면 흔히 미술을 많이 떠올린다. 17~18세기 고전주의의 레오나르도 다빈치나 미켈란젤로의 그림을 보면 사실적으로 그렸다. 그 후 인상파의 고흐, 밀레, 르네 등도 자연그대로를 그렸다. 그런데 1900년대부터 앙리 마티스를 비롯한 화가들이 자기 감정에 따라 하늘을 붉게, 노랗게 칠하면서 색채혁명이 일어났다. 이들은 아수파로 불렸고, 3년의 짧은 활동을 했지만 그 정신이 100년간 현대미술을 지배하게 되었다. 전혀 다른 각도에서 새로운 미술세계를 창조해 낸 것이다. 이것이 미술계의 블루오션이다.

창조를 끌어내기 위해서는 어떻게 해야 할까? 첫째, 사물에 대한 관심을 가져야 한다. 암탉과 꿀벌이 하늘을 나는 새를 보고 어떻게 날 수 있는지 고민했다. 그런데 암탉은 스스로를 닭일 뿐이라고 생각하고 포기했다. 하지만 꿀벌은 자신의 작은 날개를 보고 이거라도 있으니 날아보자고 생각하고 도전해서 날게 되었다. 모든 일이 시작되는 첫 번째는 관심을 갖는 일이다. 9년 전 휴플러스 도입 직전에 유통업계 1위의 이마트를 보고 우리도 한 번 도전해야겠다는 생각을 했다.

둘째, 높은 목표를 가지고 도전해야 한다. 자전거 수리공이었던 라이트 형제는 하늘을 날고 싶다는 높은 목표를 가졌다. 개인도 높은 꿈을 가져야 하지만 국가는 지도자가, 기업은 최고경영자가 높은 목표와 꿈을 가져야 한다. 두바이의 셰이크 모하메드는 600명의 관광객을 12년 뒤에 1억명으로 늘리겠다는 엄청난 미래를 설정했기 때문에 '더 월드'도 만들고, 인공스키장 등 독특한 건물을 만들 수 있었다. 휴플러스는 세계 최고의 가치를 파는 유통회사가 되겠다는 정성적인 목표와 2010

년까지 국내 1위가 되겠다는 정양적인 목표를 세웠다.

셋째, 상자밖에 나가서 세상을 봐야 한다. 상자를 보려면 상자 밖으로 나와 상자가 어떻게 생겼는지 알 수 있다. 한국을 보려면 세계로 나가야 하고, 회사를 보려면 회사 밖으로 나가서 회사를 봐야 한다는 것이다. 휴플러스는 세계로 나가서 각국 1위의 유통회사를 모두 벤치마킹하고 한국으로 돌아와 고객조사를 통해 다양한 고객들의 소리를 들었다.

넷째, 어린이처럼 상상하는 것이 중요하다. 하나의 원을 주면 어른들은 동그라미, 태양, 지구 등의 답을 한다. 하지만 어린이들은 부엉이 눈알, 짓눌린 벌레, 자갈, 삶은계란 등 무한한 상상을 한다. 고정관념을 버리고 천방지축 마음껏 상상해라. 휴플러스는 무한상상의 소피리스트를 만들었다. 기존의 창고형 할인점의 고정관념을 버리고 토탈서비스가 가능한 생활공간형 할인마트가 되도록 상상했다.

다섯째, 개념을 새롭게 해서 변화를 줘야 한다. 하나의 주관식 문제가 주어졌을 때 한 가지의 방법으로만 풀어 내지 말고 상황을 바꾸어 여러 가지 방법으로 답을 찾으려고 해야 한다. 휴플러스 입장에서는 이미 네트워크가 형성되어 있는 1위 업체를 따라간다는 것은 무리라고 생각했다. 그래서 생각한 것이 새로운 형태의 세계에서 가장 독특한 한국형의 작은 점포인 익스프레스마트를 만들었다.

여섯째, 성공확신을 갖고 집요하게 추진해야 한다. 에디슨은 백열전구를 발명하기까지 약 2천번의 실패를 거듭했다. 그러나 에디슨은 한번도 실패한 적이 없고, 다만 2천번의 실험과정을 거쳤을 뿐이라고 했다. 휴플러스는 유통업에서 한국 1위가 되는 시점이 바로 다가올 것이라고 확신한다. 휴플러스는 지난 2~3년간의 좋지 않은 결과가 남들에게는 실패처럼 보이겠지만 성공의 확신을 가지고 익스프레스마트를 개발했고, 매년 47%의 매출을 성장시키고, 175%의 이익을 창출해냈다.

9년 전에 시작한 휴플러스가 존경받는 기업 올스타 14위에 등극했다는 것은 자랑스러운 일이다. 하버드에서 이런 특강을 한 적이 있다. '세상에서 최고의 것을 가져 오라. 그것보다 더 잘 만들면 되지 않는 거. 만약 그것이 존재하지 않는다면 그때는 여러분이 스스로 그것을 창조해서 만들어라'

여러분의 인생을 100세로 본다면 75세까지는 활발히 활동할 시기이다. 인생을 어떻게 사느냐, 어떻게 지낼 것이냐를 결정하고, 어떤 가치를 가지고 살 것인지를 생각해 봐야 한다. 집은 건축가에게 맡겨서 설계하고 디자인하지만 인생은 스스로가 설계하고 디자인하는 것이다. "Design your life" **김재**



트렌드경영

네트워크 세상이 만드는 새로운 흐름

최취영 NHN 사장

태초에 길은 있었다. 길이 있음으로 문명과 역사, 경제, 생활 패턴이 바뀌어 왔다. 그 길에 철도가 생기고 비행기가 뜨면서 문명이 바뀌었다. 길은 인류에게 중요하다. 그런데 1990년대 가상의 네트워크라는 새로운 길이 생겼다. 이 길은 지구 어디에 있더라도 컴퓨터만 있으면 서로 정보를 주고 받을 수 있는 길이 다. 사람이 오가지 않아도 가상의 데이터를 공유하고 나눌 수 있는 길이 열렸다.

새로운 길, 네트워크가 열리면서 세상에 큰 변화가 있을 것으로 생각했다. 우리가 할 수 있는 게 무엇인지 고민하다가 그 많은 정보를 찾아주는 시스템을 만들어야겠다고 생각하고 네이버를 설립했다. 그리고 검색엔진을 가장 큰 미션으로 설정했다. 정보화시대에는 내가 원하는 정보를 빨리 얻어서 활용하는 사람이 경쟁력을 가진다. 빨리 얻을 수 있도록 우리가 뭔가를 하면 재미있는 서비스가 될 것이고, 비즈니스 측면으로도 중요성을 느꼈다.

그 후로 검색과 게임이라는 우물만 파왔고, 높은 매출과 함께 기업 가치도 많이 올랐다. 검색은 하루에 질의어가 1억3천만개 정도 올라오고, 이를 0.1초 내로 답하고 있다. 많은 기술이 필요한데, 우리는 한국에서 유일하게 기술을 자체 개발해서 서비스하고 있다. 검색 점유율이 70%대에 이르고, 하루 방문자가 1,700만명, 한국의 컴퓨터 2대 중 1대는 인터넷 시작페이지가 네이버이다. 한게임은 현재 1위의 게임포털이다. 2000년부터는 일본에서 서비스를 시작해 현재 1등이다. 중국은 2004년에 진출해 2~3위권을 유지하고 있다. 2006년에는 미국에도 진출했다.

전 세계 검색엔진 랭킹을 보면 구글이 1등이고 야후가 뒤를 잇는다. 바이두라는 중국 사이트는 인구가 많아서 3위에 올랐다. 4위가 MSN이고, 네이버가 5위다. 그러나 1인당 기준으로 하면 네이버가 1위가 된다.

네이버에서 검색을 많이 하다 보니 온라인의 특성상 누군가 행동하면 흔적이 남는다. 이것을 통계로 뽑아보면 재미있는 것이 많다. 누군가 같은 키워드를 치면 누적되는 그래프가 있는데, 2004년 1~5월까지 안 찾다가 7~8월에 급격히 찾고, 9~10월에 또 찾고, 다시 2005년 1~5월에는 찾지 않다가 7~8월에 다시 찾는 것이 있다. 무엇 일까? 바로 '100일기념'이다. 연인들이 만난 지 100일이 되면 선물을 하는데, 5월까지의 짝이 이뤄지지 않다가 개강하는 3월에 미팅을 많이 해서 커플이 이뤄지고, 이들이 만나 지 100일 되는 시점이 7~8월쯤이다. 이런 것으로 트렌드를 알 수 있다. 100일 기념 선물을 판매하는 분들은 7월경에 광고하는 것이 효과적이라는 패턴을 파악할 수 있다.

3,200만명의 네티즌이 표본역할을 하기도 한다. 따라서 그들의 행동

으로 흐름을 읽을 수 있다. '~하는 법'이란 검색어로 통계 낸 것을 보면 2월말부터 3월초까지는 자기소개서 쓰는 법, 손금 보는 법 등 취직과 연관된 것이 많다. 이 때 1등은 넥타이 매는 법이다. 남녀의 관심사도 알아 볼 수 있다. 남자의 관심 2등은 복근운동인데, 여자의 경우는 8등에 불과하다. 그러나 남자에게 6등인 허벅지살 빼기가 여자들에게 2등이다. 남녀 모두 1등은 뺏살 빼는 운동이다. 사람들의 관심사를 통해 이것을 서비스하는 쪽에서는 더 좋은 서비스를 마련할 수 있는 답을 얻는다.

'지식인'이라는 서비스가 있다. 무엇인가를 물어보면 네티즌들 중 아는 사람이 답을 해주는 방식이다. 인터넷에 한글 데이터베이스 양이 너무 적어서 어떻게 늘릴까 고민하다가 만든 것이다. 우리에게 1천만명이 넘는 이용자가 있으니 답을 아는 사람이 답변하고, 이것이 축적되면 사람들에게 유용한 정보가 될 것으로 생각했다. 지금은 구글과 야후가 우리를 벤치마킹해서 서비스하고 있다.

네이버 스포츠에서는 동영상으로 프로야구나 축구를 라이브 중계한다. 단지 중계만 하는 것이 아니라 네티즌들이 함께 응원할 수 있도록 하고, 해설자와 쌍방향으로 질문을 주고받기도 한다. 이것도 네트워크 세상이 가지는 하나의 문화이다. 월드컵 때 대형 태극기가 선보였는데, 네이버가 만들어서 기증했다. 월드컵을 응원하면 1인당 얼마를 모금하겠다고 했더니 60만명이 참여해서 태극기를 만들었다. 이런 것들이 인터넷이라는 새로운 길이 생겼기 때문에 가능한 좋은 현상이다.

'블로그'라는 것이 있는데 자기 홈페이지와 비슷한 것이다. 어떤 가정주부는 자기 나름의 요리법과 요리 관련 정보를 블로그에 올렸는데, 나중에 그 정보를 모아서 책을 냈다. 이 책을 블로그와 북이 합쳐졌다고 해서 '블북'이라고 한다. 이렇게 일반인도 인터넷에서 무언가 자기의 정보를 개발하고 쓰다 보니 책까지 내게 되는 것이다.

마지막으로 '해피빈'이라는 것이 있다. 인터넷이 사회를 위해 무엇을 할 수 있을까 고민하다가 만들었다. 네이버를 쓰다 보면 '공'이 보이는데 이걸 클릭하면 100원을 받는다. 그 100원은 기업들이 낸 기부금으로 1억을 내면 100만명에게 좋은 느낌을 주는 광고도 할 수 있다. 기업이 해피빈에 돈을 내면 해피빈이 네이버를 통해 네티즌에게 뿌리고, 네티즌이 결정해서 기부하면 네티즌이나 단체는 기업에 대해 좋은 이미지를 갖게 된다. 기업 입장에서는 브랜드 마케팅이 되어서 기부를 활성화 할 수 있다.

NHN의 꿈은 '세상과 사람들에게 이로운 가치를 주자'는 것이다. 새로운 네트워크 세상을 만들어 인류사회를 이롭게 한다는 것이 우리의 비전이자 목표이다.

▶▶▶

비타민C가 보이면 건강이 보인다



이왕재 서울대 의대 교수

비타민은 수용성과 지용성이 있다. 지용성 비타민은 평소 먹는 음식에 충분히 들어있기 때문에 따로 섭취할 필요가 없다. 그러나 수용성 비타민은 많이 먹어도 몸에 쌓이지 않는다. 그래서 안전하다고도 하는데, 사실은 비타민 자체가 안전한 것이다. 특히 비타민C는 더욱 그렇다.

비타민C는 비타민B와 근본적으로 다르다. 비타민B는 사람이든 동물이든 자기가 먹는 음식을 통해 섭취해야 한다. 그런데 비타민C의 경우 동물들은 섭취한 탄수화물을 원료로 스스로 만든다. 사람도 원래는 비타민C를 만들었지만 유전자 변형으로 지금은 스스로 만들지 못한다. 어떤 학자들은 비타민C가 불필요하기 때문에 퇴화된 것이라고 하지만 비타민C를 대체할 것이 없기 때문에 안 먹으면 죽는다.

동물은 스스로 필요한 비타민C를 생산하는데 체중 1kg당 70~250mg의 비타민을 만든다. 성인 70kg으로 봤을 때 최소한 동물들이 만드는 하한선인 약 6,000mg은 하루에 먹어야 한다. 하루 6,000mg 이상 먹어야 하는 첫 번째 이유는 동맥경화 때문이다. 동맥경화는 현대인들이 가장 걱정해야 하는 병이다. 예전에 의사들은 동맥경화의 원인으로 고혈압과 당뇨를 들면서 이로 인해 혈관이 망가지는 것을 10~20년 방치하면 동맥경화가 온다고 했다. 그래서 동맥경화는 젊은 사람들에게 오지 않는다고 했다.

그런데 최근에는 젊은 사람들도 동맥경화가 온다. 바로 과식과 극단적인 식습관 때문이다. 거기다 스트레스를 많이 받는다. 스트레스를 받으면 유해산소가 나와 활성화산소를 만들고 우리 혈관을 공격한다. 그래서 이제는 30세만 넘어도 동맥경화로부터 자유로울 수 없다.

비타민C의 효과를 검증하기 위해 쥐를 이용한 실험을 했다. 정상 쥐와 비타민C를 만드는 유전자를 뺀 쥐를 동일한 조건에서 키웠다. 그런데 유전자를 뺀 쥐들이 5주가 지나자 모두 죽었다. 두 쥐의 혈액을 비교했더니 죽은 쥐들의 콜레스테롤 수치가 300mg/dl 이상 넘어갔다. 더 나쁜 것은 동맥경화를 막아주는 콜레스테롤인 HDL이 비타민C가 없으니까 떨어져있었다. 이것은 동맥경화의 주범인 LDL이 올라간다는 이야기다. 대동맥의 내피도 모두 망가져 있었다.

그러나 쥐들은 동맥경화에 걸릴 조건을 갖춘 것이지 동맥경화로 죽은 것은 아니다. 진짜 이유는 부신기능이 온전하지 못했기 때문이다. 생명을 지켜주는 소중한 호르몬인 아드레날린과 스테로이드 호르몬은 비타민C가 있어야 만들어진다.

스트레스를 받으면 몸에서 가장 먼저 고갈되는 것이 비타민C다. 질병은 곧 육체적 스트레스를 이야기하는 것이다. 암환자의 혈중 비타민C 비중을 보면 정상인의 5분의 1로 뚝 떨어져 있다. 돌연사 한 분

들은 최근 식사를 제대로 하지 못한 경우가 많다. 한 끼 식사만 해도 생명유지에 필요한 비타민C가 들어있기 때문에 괜찮은데, 엄청난 스트레스와 과로 등으로 식사를 안 한 것이다. 이들의 부검결과는 이상이 없지만 혈액검사를 해 보면 비타민C가 하나도 없다. 이게 아드레날린 문제로도 이어진다. 심장이 뛰지 못하고 혈압이 60 이하까지 내려가면 뇌에 피가 공급되지 않아 의식을 잃고 뇌사상태가 된다.

사람이 생명을 유지하기 위해 하는 것이 먹는 일과 숨쉬는 일이다. 그러나 이 먹는 것과 숨쉬는 것 때문에 사람들이 죽어 간다. 전세계 사망률 1위가 위암이다. 위암의 가장 큰 원인이 짠 음식이다. 두 번째가 헬리코박터균이다. 그런데 헬리코박터가 있다 해도 비타민C가 항생제 역할을 하기 때문에 문제되지 않는다. 세 번째는 음식이 몸에서 3~4시간 머무는 동안 발암물질이 만들어지는데, 산성상태인 위장에서 많이 생긴다. 그러나 비타민C를 함께 먹으면 화학물질과 만나는 것을 비타민C가 차단해주기 때문에 위암을 막을 수 있다.

비타민C는 6,000mg을 하루 세 번 나눠서 복용하는 것이 좋다. 그리고 식후 30분에 드시는 것이 아니라 식사와 함께 먹어야 한다. 식후 30분 사이에 발암물질이 생기기 때문이다. 공복에는 위에 상처를 줄 수 있기 때문에 먹지 않는 것이 좋다.

비타민C를 먹으면 위장을 지나 소장에서 40% 정도만 흡수되고 나머지는 모두 빠져나간다. 하지만 그냥 빠져나가는 것이 아니라 대장을 통과하면서 대장을 튼튼하게 만들어 준다. 대장에는 발효균과 부패균이 있는데, 부패균의 양에 따라 장 건강이나 대장암 발생여부가 결정된다. 대장암은 먹는 음식 때문이 아니라 그 안에 있는 균 때문이다. 이 균이 소장에는 없기 때문에 소장에는 암이 없다.

마지막으로 인간은 산소 때문에 늙어죽는다. 산소의 5%는 유해산소로 사람을 죽음으로 몰아간다. 세계적인 장수촌으로 유명한 안데스 산맥은 고산지대로 이들은 대대로 공기압이 낮은 곳에서 적은 산소를 쓰면서 살아왔다. 반면 전세계 인구수명을 보면 적도지방이 30~40% 낮다.

이와 관련해 운동을 많이 하면 수명이 짧아진다고 한다. 보건복지부 자료에 의하면 지난 50년간 직업별 수명을 봤더니 스포츠맨과 언론인의 수명이 가장 짧았다. 언론인은 과도한 스트레스로, 운동선수는 운동을 하면서 발생하는 유해산소 때문에 수명이 짧다. 그러나 운동은 해야 한다. 식사와 함께 비타민을 복용하고 3~4시간이 지나면 비타민이 혈중에 피크가 된다. 이때 운동을 하면 된다. 비타민C가 유해산소를 해결해주기 때문이다.

❖❖❖



마감강연

세계화 시대, 창조한국의 경쟁력과 신성장동력

박윤식 美 조지워싱턴대 교수

세계 1등의 미국 경제는 항상 세계 경제 규모의 20~30%를 차지하고 있다. 세계 인구의 5%에 불과한 미국이 세계 경제를 주름잡고 있다는 것은 분명 미국에 어떤 장점이 있다는 것이다. 그런데 지금 미국 경제는 국제금융위기로 고전하고 있다. 지난 6월 현재 이번 위기로 인해 세계적인 금융기관들이 3,800억 달러의 손실을 부담하고 있다.

사실 90년대 초반에도 지금과 비슷한 주택담보대출 위기가 있었다. 당시 1,250억 달러의 손실이 나면서 850개의 은행이 파산했다. 그러나 지금은 파산한 은행이 거의 없다. 손실은 많아졌는데 어떻게 은행들은 괜찮을까? 회계상의 손실이기 때문이다. 미국의 회계제도는 원래 손실(Realized loss)을 따지도록 했는데, 지금은 장부상의 손실까지 손실로 보도록 강요하고 있다. 그래서 어떻게 보면 위기가 많이 부풀려지는 면이 있다.

미국 금융위기의 시작은 주택경기가 하강하기 시작한 2006년부터다. 불량주택담보대출 위기가 시작인데, 정확하게는 불량주택담보대출 위기 발생 비율은 10%에 불과하고, 나머지 90%는 여러 가지 복합적인 다른 이유가 있다. 즉, 새로운 금융기법 때문인데, 나는 그것을 부채담보부증권(CDO, Collateralized Debt Obligation) 때문으로 본다. 다른 금융기법을 사용해서 만든 채권이 발생시킨 위기라는 것이다.

30여 년 전부터 미국은 주택담보대출을 가져다가 담보로 삼아 채권을 만들었다. 원래는 30년짜리 주택담보대출을 하면, 30년 동안 그 채권을 은행들이 가지고 있었다. 하지만 오늘날에는 3개월 후에 그걸 다시 월가의 은행에 파는 방법을 사용한다. 메릴린치나 모럴에서 10억 달러어치를 매수하면 그것을 담보로 10억 달러의 주택 채권 즉, 담보대출권을 발행한다. 이 때 채권 투자자들이 담보물에 대한 소유권을 가지는 것이 있고, 소유권은 없지만 그로부터 나온 캐시 플로어에 대한 소유권을 갖는 것이 있다. 문제는 후자의 방법을 이용하면 10억 달러짜리 담보를 이용해 한 종류의 채권을 만드는 것이 아니라 여러 종류의 최상위 채권을 발행할 수 있었다. 그것이 문제가 된 것이다.

또 다른 문제는 은행들이 돈을 벌기 위해 CDO에 투자를 하면서 자회사를 만들어 CDO를 발행하기 시작했다. 그러나 2006년 주택경기가 하락하기 시작하면서 상황이 악화되자 자회사 상황이 어려워졌고, 모은행에서 자금을 끌어다가 파산을 막기 시작했다. 결국 중소은행들이 이를 막지 못해 부도위기를 초래했다. 이것이 전 세계로 확산된 금융위기의 시초이다.

작년 중반부터 시작된 금융위기로 미국과 유럽의 경제도 둔화되었고, 언달아 미국에 수출하는 후진국의 경제도 둔화되어 한국 또한 상

당한 위기 속에 있다. 여기에 원자재 가격, 원유가격, 물가 등이 급등하면서 스태그플레이션 현상이 발생하고 있다. 원래 경제가 침체되면 인플레이션은 없어야 하지만 지금은 인플레이션까지 발생하고 있다.

그러나 나는 언론에서 이야기하는 것처럼 경제가 위기라고 생각하지 않는다. 미국경제가 성장세는 둔화되었지만 마이너스 성장을 하는 것은 아니다. 세계경제도 올해 4.1% 정도 성장할 것으로 예상된다. 미국의 실업률도 80년대는 10%였지만 지금은 5.5%밖에 되지 않는다. 문제는 언론 플레이에 의해 국민들이 생각하는 위기의식과 거시경제 지표 사이에 큰 괴리가 있다는 것이다.

전세계가 위기인 이 때, 과연 한국 경제의 문제점은 무엇일까? 물론 경제에도 문제가 있겠지만 경제 외적인 문제점이 많다. 한국은 서방 세계를 배척하고, 반기업정서가 많은 나라이다. 어떻게 보면 한국이 중국보다 더 사회주의일 수 있다. 한국은 영리법인이 대학을 운영할 수 없다. 또 외국대학이 한국에서 영리법인으로 돈을 벌더라도 자국으로 송금할 수 없다. 그러나 중국은 가능하다. 오히려 외국대학에 세제혜택까지 준다. 결국 한국 어디에서도 외국의 명문대학을 찾아볼 수 없는 현실이 되었다.

두 번째는 노조문제이다. 노조 자체는 있어야 하지만 불법노조, 폭력노조 활동은 없어야 한다. 그런 면에서 한국은 준법정신이 부족하다. TV에서 촛불시위 장면을 보는데 시위자들이 전경들을 쇠망치로 때리고 구둑발로 짓밟았다. 이런 도저히 선진국이라고 할 수 없다.

물론 한국경제가 문제점도 많지만 한국은 분명 선진국이 될 것이다. 그러나 그 시기는 5년, 10년 후야 한다. 이를 위해서는 새로운 경제발전 전략이 필요하다. 우리는 지금까지 제조업 중심의 수출 주도로 성장해왔다. 그러나 앞으로의 성장은 서비스 분야를 현대화하는 쪽으로 가야 한다. 특히 고부가가치 서비스산업을 키워야 한다.

고부가가치의 서비스를 위해서는 무엇보다 한국을 국제금융허브로 만들어야 한다. 국제금융허브가 되면 금융기관만 오는 것이 아니라 호텔, 통신, 변호사 사무실, 회계, 병원 등 전반적인 산업시설이 함께 온다. 이로 인해 고부가가치의 일자리도 창출된다. 장기적으로는 국가 재정에도 긍정적인 영향을 미치고, 국가안보에도 도움이 될 것이다.

우리 같은 좁은 국토, 빈약한 부존자원을 가진 국가는 세계화를 하지 않을 수 없다. 이제는 제조업이 아닌 서비스산업, 특히 금융산업과 같은 고부가가치의 서비스산업을 발전시켜야 한다. 우리는 인적자원도 있고, 여건도 충분하다. 우리가 국제금융분야에서 허브가 된다면 의료, 관광, 교육, 법률, 회계, 디자인, 마케팅 분야 또한 세계화가 될 것이다. 그때야말로 명실공히 선진화된 한국을 볼 수 있을 것이다.

▶▶▶



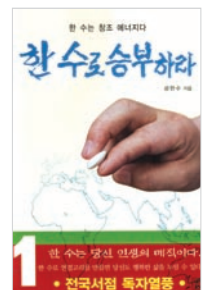
회원 & 연구원 소식

회원 소식

- **코리아나화장품(유상옥 회장)**은 피부 노화가 심해지는 현대인의 피부 재생에 탁월한 '카밍소사이드'를 함유한 '코리아나 바이탈 리커버리 BB'를 최근 출시하였다. 회사측은 "이 제품은 자외선 등 외부 환경으로 인해 칙칙하고 주름져 가는 피부결을 개선해주고, 최적의 피부 면역 기능을 유지시켜 준다"고 밝혔다.
- **동서식품(김학수 부사장)**은 9월 21일까지 제9회 동서커피문학상 작품을 공모한다. 분야는 주제 제한 없이 시, 수필, 소설과 새로 추가된 아동문학(동화·동시) 등 4개 부문이다. 응모는 회사 홈페이지(www.dongsuh.co.kr)와 우편으로 접수하며, 10월 21일 당선자를 발표한다. 대상 1명에게 상금 500만원 등 모두 5,800만원의 상금이 주어진다. 대상과 부문별 금상 수상작은 문예지 '월간문학' 12월호에 실려 문단에 등단할 기회도 주어진다.
- **그랜드 인터컨티넨탈호텔과 코엑스 인터컨티넨탈호텔**을 운영하고 있는 **(주)한무개발(김동헌 사장)**이 지난 7월 1일부터 역삼역 인근 GST타워 내, 라이브 뮤직 & 펌 바 '헌터스 터번'을 오픈하였다.
- **금호고속(이원태 사장)**이 국내 운송업계로는 처음으로 온실가스 인벤토리(Inventory) 검증 성명서를 세계적 검증기관인 DNV로부터 3차 검증을 마치고, 주한 노르웨이 대사로부터 '온실가스 인벤토리 검증 성명서' 수여 받았다. '온실가스 인벤토리'란 한 기업이 얼마만큼의 온실가스를 배출하고 있는가를 한눈에 알아볼 수 있게 정리한 일종의 통계 시스템이다. 한편 금호고속은 베트남 첫 합자사인 '금호 삼코 버스타인스'를 통해 지난 8월 1일 베트남 호찌민~캄보디아 프놈펜 노선을 개통하였다. 현재 양국 간 정규노선을 운행 중인 업체는 베트남 6개사, 캄보디아 3개사로 외국인 운수업체로는 금호고속이 최초 진출이다. 회사측은 "향후 차량 및 운행횟수를 확장, 시범립까지 노선을 연장할 계획"이라고 밝혔다.
- **(주)청우전자(이청학 대표이사)**는 반도체, 전기·전자 제어시스템의 설계 및 조영 자동제어 시스템을 이용해 개발된 지능형 형광등 안정기와 태양열을 이용한 냉난방 및 전기 생산 제품을 판매하고 있다. 특히, 지능형 형광등은 쾌적한 조영 환경을 유지하며, 형광등의 전력 소비량을 40~70%까지 절감할 수 있다. 이를 통해 2~3.5년이면 투자비가 전액 회수되며, 회사운영에 기여함과 동시에 지구온난화 방지에 직접 참여하여 지구환경을 지키는데도 기여할 수 있다.
- **서울사이버대 김수지 총장**은 '2008 국제비즈니스대상(IBA)'에서 온라인

교육환경을 조성한 공로를 인정받아 정보기술(IT) 부문 최우수상 수상자로 선정되었다.

- **에버그린MST(홍승국 사장)**는 고객에게 가깝게 다가가고자 전문 기프트용품 온라인쇼핑몰 - 기프트블루(www.giftblue.co.kr)를 신규 오픈하여 인터넷 사업을 확대하였다.
- **다산의 제자 윤종진의 6세손인 윤영상 다산금융 회장은** 다산 정약용의 '마지막 친필 편지'를 공개하였다. 이에 다산 전문가인 정민 한양대 국어국문학과 교수는 다산이 아꼈던 황상에게 보낸 친필 편지 32통, 형 정약전이 다산에게 보낸 편지 1통을 황상이 소책자로 묶은 '다산여 황상서간첩(茶山與黃裳書簡帖)' 전문을 번역하였다.
- **박세직 재향군인회 회장**은 지난 7월 22일 서울 연지동 한국교회 100주년 기념관 소강당에서 '대한민국 안보와 경제 살리기 국민운동본부' 제2대 총재로 취임하였다.
- **신한은행(신상훈 행장)**이 추진해 온 100억원 규모의 IBMS(투자은행관리시스템) 구축 프로젝트의 사업자로 **LG CNS(신재철 대표이사)**가 선정되었다. IBMS구축은 내년 자본시장통합법 시행에 대비하기 위한 IT인프라 확충작업으로, 신한은행은 시스템이 본격 가동되면 지점영업망을 활용한 IB상품 판매 및 대폭적인 프로세스 효율화를 꾀할 수 있을 것으로 기대하고 있다.
- **김용복 회장(영동농장)**은 지난 7월 29일 중랑구청에서 문병권 중랑구청장과 함께 관내에 거주하는 모범 중·고등학생 10명에게 장학증서와 장학금을 전달하는 행사를 가졌다. 김 회장은 인사말을 통해 "나도 여러분과 같은 나이에 학교 월사금이 없어 학업을 중단한 뼈아픈 기억이 있다"며, "젊은 날 어려운 가정형편을 극복하며 면학에 힘써 장차 나라의 큰 동량이 되어 줄 것"을 당부했다.
- **공한수 BIG DREAM & SUCCESS 대표이사**는 지난 8월 14일 저서 <한 수로 승부하라>(서울문학출판사)를 출간하였다.
- **김상래 성도GL(주) 사장**은 지난 7월 22일 동국대학교에서 "집단 내 갈등이 학습과 성





과에 미치는 영향 - 중소기업의 팀을 대상으로"라는 주제로 논문을 발표하여 경영학 박사학위를 취득하였다.

- **김인석 중국연변조선족자치주정부 주한국대표처 수석대표**는 연변의 대표적인 축제로 자리매김하고 있는 제2회 용정송이축제에 관계하고 있으며, 일정은 아래와 같다.
 - 주 최 : 중국 용정시 인민정부
 - 일 정 : 2008년 9월 8일(월)~12일(금)
 - 문의처 : 방홍구 연변서울 대표처 02-755-7025
- 건설기계 전문업체 **수성(김정배 사장)**은 높은 곳의 작업을 쉽게 해주는 이동식 작업대인 '고소(高所)작업대(모델명 SSL-1932)' 300대를 일본 건설기계 전문 렌탈업체에 공급기로 계약을 맺었다. 이번 계약은 국내업체가 독자 기술로 만든 고소작업대가 일본으로 처음 수출되는 것이라 큰 의미가 있다고 회사측은 밝혔다.
- **기업은행(윤용로 은행장)**은 반월시화공단에 '기업상담센터'를 설치하고 중소기업에 대한 M&A 및 기업승계 전문 상담서비스를 시작한다. 상담센터에는 공인회계사, 세무사, 경영컨설턴트 등이 상주해 기업매매와 관련된 상담과 각종 정보를 제공하는 것은 물론이고 은행 내 본점부서와 연계해 관련 조치를 실행에 옮길 수 있도록 지원한다.

❏ **자녀분의 결혼을 축하드립니다.**

- **이상영 농협대학 경영고문의** 장남 기철군의 결혼식이 지난 7월 17일 서초외교센터 12층에서 있었습니다. 축하드립니다.

▶ **널리 알려주세요** ◀

회원님의 경조사나 활동사항 또는 귀사의 주요행사, 신제품 출시, 기타 변경사항 등을 알려주시면 회원소식지 또는 단체팩스 및 "좋은사람 좋은세상" 등에 게재하여 널리 알려드리도록 하겠습니다.

- 회원소식 : 정성숙 과장 ssj@khdi.or.kr
- 월보원고 : 정용달 팀장 dal2020@khdi.or.kr
- 홈페이지 : www.khdi.or.kr
- 전 화 : 070-7500-9500
- 팩 스 : 2203-1974

신규회원

(● 법인회원 ■ 개인회원)



- **고성일** 센트럴웨딩파크(주) 대표이사
- 주 소 : 경기도 파주시 문산읍 문산리 36-4
- 전 화 : 031-952-2257 · 팩 스 : 031-953-5070
- 업 종 : 서비스업



- **안상일** 유림물산(주) 회장
- 주 소 : 서울 송파구 방이동 124-13 유림빌딩201호
- 전 화 : 02-420-5417~8
- 팩 스 : 02-420-5419
- 업 종 : 부동산업



- **신정호** (주)광인기업 상무이사
- 주 소 : 서울시 서초구 반포1동 736-12 대유빌딩3층
- 전 화 : 02-3218-2800 · 팩 스 : 02-545-6208
- 홈페이지 : www.sunnyyoo.com
- 업 종 : 광고대행, 옥외광고전문

❏ **창립기념일을 축하드립니다**

유신산업(주)	김동철 고문	9월 1일
법무법인 로고스	백현기 대표변호사	9월 1일
(주)한국인식기술	송은숙 대표	9월 1일
KCTC	이윤수 대표이사	9월 1일
창영전자	박세근 사장	9월 2일
(주)한철상사	조병철 사장	9월 15일
주5일넷(주)	이용원 사장	9월 15일
동익건설(주)	박성래 회장	9월 20일
원자력안전아카데미	황경호 이사	9월 30일
(주)다산	윤영상 회장	10월 1일
(주)성신신소재	임병문 회장	10월 1일
성부트레이딩(주)	차진영 사장	10월 1일
(주)두림환경	조달현 대표이사	10월 5일
한신전선(주)	김영재 사장	10월 10일
흥안실업(주)	탁재용 회장	10월 15일
광동제약(주)	최수부 회장	10월 16일
엠에스씨코리아	강관유 사장	10월 22일
현대교역(주)	장남수 회장	10월 24일



❑ 사무실 이전 안내

- (주)제이에스엔지니어링 정창현 대표이사는 사무실을 아래와 같이 이전하였습니다.
- 이전일자 : 2008년 8월 3일(일)
- 이전주소 : 서울시 강남구 대치동 954번지 제이에스빌딩 3층
- 전화 : 02-557-0505 · 팩스 : 02-557-2253

지자체 소식

• 전남지역 지자체 과외교습 인기



사교육이 거의 없드시피 한 전남 지역에서 지방자치단체가 나서 학생들에게 과외 교습을 시켜주는 프로그램이 좋은 반응을 얻고 있다. 지난 8월 16일 전남도에 따르면 영광군은 올 초 겨울방학을 맞아 시범

실시했던 '골비골 아카데미'를 여름방학에도 확대 시행했다. 영광군 외에도 영암, 완도, 진도 등 도내 몇몇 시·군이 이 같은 아카데미 프로그램을 운영하고 있다. 농·어촌이 많아 좀처럼 사교육 시장이 형성되지 않는 이들 지역에서는 학생들이 공교육에만 의존할 수밖에 없기 때문이다. 하지만 무엇보다 학생들이 원하는 수준에 맞는 사교육 서비스를 누릴 수 없다는 점에서 '수요'를 충족시킬 프로그램이 꼭 필요하다는 게 관계자들의 설명이다.

• 목포시, 인재육성에 천억원 투입



전남 목포시가 지역의 인재육성을 위해 1,000억원이 넘는 예산을 투자하면서 전국 지자체의 벤치마킹 모델이 되고 있다. 목포시는 지난 2006년 '전남 제1의 교육도시 건설'을 목표로 한 교육발전 5개년

계획을 수립했다. 이 계획은 우수 인재육성 등 10개 분야에 이르며, 도는 곧바로 전담부서인 '평생교육과'를 신설했다. 또 세수의 7% 가량을 교육 사업에 지원하는 조례를 만들어 예산 1,164억원을 확보했다. 이렇게 확보한 예산은 사람에 대한 과감한 투자와 새로운 교육 흐름을 전파, 확산시키는데 사용되고 있다. 정종득 목포시장은 "지역발전 성장동력을 만들기 위해선 교육 사업에 과감한 투자를 아끼지 않는 지원전략이 필요하다"고 강조했다.

• 완도, 수산벤처대, 어업경영인 산실로 수강생 밀물

완도군이 12개 읍·면 어촌계 어업인 교육과 함께 어촌을 선도해 갈 어



업인 후계자 육성에박차를 가하고 있다. 완도군은 해마다 100여 명씩 지난 3년 동안 282명의 수산경영인을 육성했다고 밝혔다. 군은 지난해 전국 최초로 한국수산벤처대학을 설립하여 100여 명의 졸업생을 배출했다. 이 대학은 새로운 아이디어와 신기술, 벤처정신을 수산물에 접목시켜 고부가치산업으로 탈바꿈시킬 수산어업인을 전문육성하는 교육 기관이다. 지난해 첫째 모집에는 전국에서 수산경영인들이 몰려 경쟁률이 3.5대 1을 넘었다. 김종식 군수는 "수산물 유통현장 학습에 이룬 등을 접목해 전국에서 수산경영인이 몰려들고 있어 예산 확충방안을 세우겠다"고 밝혔다.

• 김제, 지평선축제 올해로 10회 맞아



올해로 10회째를 맞는 김제지평선축제가 10월 1일부터 5일까지 5일간 개최된다. 대한민국 최우수 문화관광 축제인 지평선축제는 호남평야 김제의 자연환경과 그 자연에서 생산되는 쌀을 널리 알리기 위해 지난 1999년부터 매년 열리고 있다. 이번 10회 축제에는 전국농악경연대회, 풍년가요제, 만경들노래 베틀기 시연, 벼고을 시골장터 마당놀이, 전통음식체험한마

당, 민속씨름대회, 허수아비만들기 등 본행사와 함께 다양한 상생행사가 펼쳐진다.

회원가입안내

• 회원 자격은

본 연구원의 이념과 정신에 동의하는 기업체 및 단체의 임원 또는 전문직업인

• 회원이 되시려면

회원가입신청서 제출 (신청서는 별도첨부)
회비 납입 (연회비로 가입일로부터 1년간)

• 국내회원

개인회원 : 年1,000,000원 (1인)
법인회원 : 年3,000,000원 (3인~5인)
특별회원 : 年5,000,000원 (6인이상)

• 연회비 납입방법

하나은행 : 102-910003-99904
예금주 : (사)한국인간개발연구원

• 문의 070-7500-9500

교육 통해 인재양성하고 천혜의 자연환경 활용해 부가가치 올리겠습니다

송영선 전북 진안군수

농업과 농촌이 갖고 있는 현실적 어려움은 사실 어제오늘의 일이 아니다. 그러나 이제 개발이 자원이고 부의 상징이 되는 시대는 지났다. 개발의 역풍에서 한 발 비켜 있는 자연환경 그 자체가 자원이 되고 부의 원천이 되고 있다. 천혜의 자연환경을 가진 전북 진안군. 송영선 군수는 바로 이 자연을 활용해 농업의 부가가치를 올리고, 관광휴양지를 조성해 '찾아오는 농촌만들기'에 열심이다.

농민운동가로서의 화려한 이력이 말해주듯 송 군수는 누구보다 농촌을 잘 안다. 그래서 농촌지역에 필요한 것이 '교육'이라고 말한다. 교육을 통한 우수 인재를 확보하는 것이 미래 지역경쟁력의 밑거름이라는 믿음에서다. 지금 진안은 콩나물 시루에 물을 주듯 교육에 꾸준한 투자를 하고 있다. 진안의 미래가 밝을 수밖에 없는 이유다.

농촌의 위기를 기회로 삼아 새롭게 도약하는 계기로 삼겠다는 송영선 군수를 만나 마이산의 고장 진안의 미래에 대해 이야기 나눴다.

대담 · 양병무 인간개발연구원 원장 / 정리 · 정용달 팀장 dal2020@khdi.or.kr

얼마 전 '매니페스토 웹 소통 평가'에서 전국 우수단체장으로 선정되었는데요. 먼저 축하드립니다. 군민과의 소통을 위한 군수님만의 비결이 있다면 어떤 겁니까.

민선4기를 시작하면서 군민의 작은 목소리까지 들어야겠다고 다짐했습니다. 그래서 생각한 것이 군민이 군정에 참여할 수 있는 통로로 군정평가단, 군민기자단 등을 만들게 됐죠. 또 시민단체, 언론사와의 토론회를 열어 주민, 전문가, 단체 등과 열린 마음으로 대화를 하고 있습니다. 이런 노력이 매니페스토(참공약 실천) 웹 소통 평가에서 우수단체에 선정되는 좋은 결과를 가져 온 것 같습니다.

현재 공약사업에 관한 추진현황이 궁금합니다.

공약사업은 현재 비교적 순조롭게 추진되고 있습니다. 수치상으로도

96.8%의 추진실적을 보이고 있죠. 5대 분야 32개 사업 중 민원실팀제 운영, 대외협력팀 구성, 마이산 사계절생태관광지 1단계 조성사업 등은 이미 완료가 됐어요. 농가소득 1천만원 향상 5개년 사업을 비롯한 28개 사업은 정상적으로 추진되고 있어 곧 결과가 나타나리라 기대합니다.

'농민이 살아야 진안이 산다'는 신념을 갖고 계신 것으로 압니다. 농업군 진안의 군민소득 증대에 대한 대안이 궁금합니다.

FTA, DDA 등 개방화에 대비한 농업경쟁력 제고방안으로 앞서 말씀드린 농가소득 1천만원 향상을 위한 '진안농정 5개년 추진계획'을 수립해 추진하고 있습니다. 농업기반, 친환경농업, 가공, 원예·특작, 축산, 산림, 유통·홍보, 지역경제활성화, 마을만들기 등 9개 분야를 바탕으로 군민 각계각층의 중지를 모아 수립된 진안농정 5개년 계획은 39개 사업에 총사

송영선 군수

1951년 생으로 중앙대 사회개발대학원, 전북대 농업개발대학원, 전북대 행정대학원을 수료했다. 전북 4-H연맹 회장, 전북 농민단체연합회 회장, 전북 농업경영인연합회 회장, 한국 농업경영인중앙연합회 부회장, 전북도의회 농림수산위원회 위원장 등을 역임한 농민운동가 출신이다. 전북도의회 4, 5대 의원을 지낸 바 있다. 2006년 7월 민선4기 진안군수로 취임해 진안의 미래를 책임지고 있다.

업비 4,386억원이 소요됩니다.

WTO나 FTA로 인한 농산물 개방체제 속에서 세계 농업과 당당히 경쟁해야 하는 부담이 있지만 개방화의 난국을 위기로만 받아들일 수 없어요. 오히려 이를 기회로 대대적인 농업 구조 개선과 새로운 대응책을 마련해 농업이 새롭게 도약하는 기회로 삼아야 합니다. 이를 위해 우리 진안은 생산자와 소비자, 행정, 그리고 농업관련기관 및 단체 등 산·관·학·연 모두가 한마음으로 최선을 다하고 있습니다.

농민운동가 출신으로서 우리 농촌의 현실을 바라보는 시각이 남다를 것 같은데요.

저는 진안에서 태어나 지금까지 진안에서 자랐어요. 그동안 여러 농민단체에서 농민운동을 하면서 농촌을 지키고 농업을 살려보겠다는 생각은 예전이나 지금이나 변함이 없습니다.

한미FTA 타결, 한·중·EU 협상진행과 고유가시대 농자재 가격 인상 등 그야말로 농업은 한치 앞도 내다보기 힘든 상황입니다. 그러나 포기할 수는 없죠. 앞으로 우리 지역만의 특색 있는 테마와 결합된 농촌을 만들고, 농민은 생산에만 전념하고 유통은 농협이 주축이 된 유통사업단에서 전담해 계약재배시스템을 구축하는 등 돈 버는 농촌을 만들어 가야 합니다.

진안 마을축제가 올해 처음으로 열렸는데요. 구체적으로 어떤 행사인지 소개해주세요.

마을과 사람의 중요성에 다시 주목하자는 취지로 개최된 이번 축제는 마을만들기와 도농교류, 귀농·귀촌을 연결시킨 전국 최초

의 축제였어요. 8월 7일부터 시작해 16일까지 10일간 전국에서 관심있는 분들이 모여 성황리에 마쳤습니다.

진안 20개 마을에서 농사체험, 귀농·귀촌 이야기 한마당, 도농교류 체험, 음악회 등 마을마다 특색있는 다양한 프로그램이 마련됐습니다. 또 가족과 함께 휴가를 보내면서 공부도 할 수 있도록 27개의 주제로 학습분과를 준비하고, 13개의 답사코스를 개발해서 진안의 문화관광을 둘러볼 수 있도록 준비했죠. 이 밖에도 다채로운 부대행사가 열려 행사를 더욱 풍성하게 했습니다.

진안이 홍삼한방특구로 지정되어 이와 관련한 한방산업화도 진행되고 있는 것으로 압니다. 진안만의 차별화 전략이 있을까요.

진안 인삼은 전국 생산량의 9%, 홍삼은 전국 가공량의 35%를 차지하고

있어요. 홍삼한방특구는 진안군이 전국에서 유일하죠. 그동안 추진해온 홍삼한방 관련사업들이 결실을 맺으면서 진안군이 홍삼한방의 메카로 빠르게 변모하고 있습니다.

먼저 159억원의 사업비가 소요되는 홍삼한방타운 건립은 현재 공정률 40%를 보이고 있습니다. 우수한약유통지원시설, 홍삼연구소, 홍삼한방농공단지 등은 9월부터 본격적인 공사에 들어갈 예정이죠.

최근에는 한의학연구원을 비롯한 대학 및 연구기관과의 협약도 잇따르고 있습니다. 특히 올 3월에는 진안군과 한국한의학연구원이 홍삼한방산업 발전을 위한 MOU를 체결하고, 세계적인 경쟁력을 키워가기로 한 바 있습니다.

전국에서 가장 낮은 아토피 발병률이라는 장점을 활용한 아토피클러스터 조성사업이 주목받고 있습니다. 사업소개와 진행상황에 대해 말씀해주세요.

우리 진안에서는 농산촌지역의 이점을 살리는 한편 천혜의 자연환경을 기반으로 1천억원 규모의 아토피클러스터 조성사업 등 건강 중심의 관광휴양지를 목표로 꿈을 키워가고 있습니다. 아토피 피부염의 발병원인 중 환경적, 정신적, 식이, 생활습관 등을 자연환경을 이용해 치료, 치유, 완화할 수 있도록 하자는 거죠.

올해부터 2013년까지 5년간 아토피 피부염을 치료하고 관광자원화 할 수 있도록 5개의 테마를 조성하고 있습니다. 아토피 치료, 치유테마는 양·한방 협진치료센터와 식이치료를 병행하는 겁니다. 교육테마는 숲속유지원, 체험마을, 원예농장 등을 만드는 거죠. 아토피 연구, 휴양, 레저테마를 위해서는 아토피연구소, 아토피전용 스파, 가족펜션 등을 계획하고 있습니다. 관광테마로는 약초식물원, 피톤치드 산책길, 기체현 등이 있죠. 유통테마는 의약품제조업, 건강식품제조업, 화장품제조업 등을 유치하는 겁니다.

진안의 명승 마이산과 용담호를 활용한 관광상품 개발에 주력하고 계신데요. 어떻게 진행되고 있는지요.

태고의 신비 그대로를 간직한 세계에서 유일무이한 마이산은 수성암으로 이루어진 부부봉으로 조선시대부터 말귀를 닮았다 해서 마이산으로 불리고 있습니다. 또 봄에는 돛대봉, 여름에는 용각봉, 가을에는 마이봉, 겨울에는 문필봉이라고도 부르죠.

이러한 천혜의 자원을 관광객들이 부담 없이 등산할 수 있도록 2시간 남짓 소요되는 등산코스를 개발했어요. '말로 느끼는 마이산'이라는 특색에 맞게 관광객들에게 많은 호응을 얻고 있습니다.

잠시 짬을 내서 남부 마이



▶ 태고의 신비를 간직한 진안 마이산



▶ 상. 전국 최초로 진안에서 마을축제가 열렸다.
▶ 하. 진안 홍삼은 전국 가공량 35%를 차지한다.



▶ 양병무 원장과 송영선 군수가 대담을 나누고 있다.

산에 가보면 인간이 만든 최고의 걸작인 1백여 기의 석탑들이 세워져 있습니다. 이 석탑들은 폭풍이 몰아쳐도 흔들리기는 하지만 무너지지는 않아서 그 아슬아슬한 형태가 어떻게 오랜 세월을 견뎌왔는지 정말 신기해요. 겨울철에 이곳에 정한수를 떠놓으면 얼음 기둥이 하늘로 솟아오르는 역고드름 현상이 일어나는데, 아직까지 왜 이런 현상이 일어나는지 미스터리로 남아 있습니다.

용담댐은 자연과 하나 되는 환상의 드라이브코스를 2001년에 만들었어요. 전국에서 5번째 규모의 거대한 댐이 형성되어 호반도로를 따라 도는 61km의 순화도로는 최적의 드라이브 코스로 연인들과 가족들에게 인기가 많습니다.

진안은 자연경관이 아주 뛰어난 것 같습니다. 다른 곳 자랑도 해주시죠.

개마고원 아시죠? 북측에 개마고원이 있다면 남측에는 진안고원이 있습니다. 진안은 남한 유일의 고원지대로 호남지방의 지붕이라고도 부릅니다. 진안은 '흙 속에 숨어 있는 진주와도 같은 곳으로 독특한 자산을 많이 가지고 있어요.

혹시 섬진강의 발원지인 백운 테마썸이 진안이란 걸 알고 계신가요? 마이산을 경계로 남쪽으로 내리는 비는 섬진강, 북쪽으로 내리는 비는 금강의 시원을 이루고 있습니다. 여름에는 밀양의 얼음골에 비견되는 풍혈냉천이 있고, 그 물로 허준 선생이 약을 달였다는 전설도 전해지고 있어요.

특히 진안에는 맑은 물이 많습니다. 맑은 물이 이곳 진안 사람들의 심성을 맑게 닦아주는 중요한 역할을 해왔는데요. 지금에 와서는 운일암 반일암이나 백운동계곡, 갈거계곡 등이 여름철 피서지로 각광받고 있습니다. 이렇듯 우리 진안은 비록 개발의 흐름에서는 비껴갔지만 대신 천혜의 관광자원을 많이 가지게 됐고, 지금은 관광자원이 지역발전을 이끄는 소중한 동력원이 되고 있습니다.

행복한 진안만들기는 공직자는 물론 군민들의 참여가 필수입니다. 그런 점에서 본원과 함께하고 있는 '마이학당'이 공직자 및 군민들의 마인드 함양에 끼치는 영향은 어떻습니까.

2006년 12월에 개강한 마이학당이 8월 현재 87회를 맞고 있는데요. 21세기가 요구하는 참된 공직자의 의식개혁과 가치관을 정립하고 주민으로부터 신뢰받는 공직자상을 추구하는 한편 발상의 전환을 위해서는 교육이 필요하다고 생각했습니다.

사실 처음에는 노조의 반대, 의회의 예산삭감, 심지어는 공무원들조차 반대하는 등 여러 난관에 부딪히기도 했죠. 하지만 이런 역경에서도 저는 군수로 재직하는 동안에는 기필코 마이학당을 추진하겠다는 신념으로 아카데미를 운영하고 있습니다.

교육효과는 바로 나타나는 게 아니에요. 콩나물 시루에 물을 주면 물이 모두 빠져나가지만 시간이 흐르면서 콩나물은 그 물을 먹고 자라거든요. 마이학당을 통해 우리 공직자나 군민들도 서서히 변화하고 성장할 겁니다. 그리고 그 성장이 진안 발전의 원동력이 되리라 확신합니다. 제가 마이학당을 지속해서 운영하고 사랑하는 이유도 여기에 있습니다. 아울러 곧 다가올 마이학당 100회 기념 세미나도 추진할 계획입니다.

꿈이 있는 교육환경조성과 지역인재양성을 위해 교육지원사업에 많은 예산을 지원하고 계시다고 들었습니다. 추진 중인 교육지원사업과 앞으로의 계획을 들려주시죠.

진안은 지식기반사회가 요구하는 창의적인 인재양성, 사람을 키우는 교육행정이라는 목표를 갖고 다양한 교육지원사업을 시행하고 있습니다. 먼저 '진안 장학숙'이 있는데요. 2007년 3월 전주시에 40억원을 들여 진안 장학숙을 건립했습니다. 지상 4층 건물에 74명을 수용할 수 있는 장학숙은 첨단시설을 갖춘 최고의 인재양성소로서 현재 64명의 학생들이 학업에 정진하고 있습니다.

'농산어촌 1군 1우수교 육성지원 사업도 있는데요. 진안 제일고가 우수교로 지정되어 2009년까지 사업비 12억5천만원이 투입돼 집중 육성됩니다. 이로써 우수 인재의 도시 유출방지와 도농간 교육격차 해소에 도움이 될 것으로 기대합니다.

방과 후 학교와 관련해서도 3억5천만원을 지원하고 있고, 영어체험학습센터인 잉글리시파크와 학교순회 원어민 교사, 글로벌해외연수 장학생 육성에 2억원, 초중고 학생들에 무료급식 운영 지원 등 다양한 교육지원사업을 시행하고 있습니다.

앞으로도 아이들이 저마다의 흥미와 적성, 학업 성취도에 따라 스스로 자신의 삶을 개척할 수 있는 여건을 만들어 주는 교육, 수월성과 형평성을 동시에 만족시킬 수 있는 교육 여건 조성을 목표로 교육지원사업을 추진해 나갈 계획입니다.

두 번의 도의원 활동을 통한 종합행정 경험이 새진안 건설에 큰 힘이 될 것 같습니다. 향후 포부와 함께 군민들에게 한 말씀 부탁드립니다.

두 차례 도의원 활동을 하면서 군민이 진정 원하는 것이 무엇이고, 제가 군민을 위해 할 일이 무엇인지를 잘 알게 됐죠. 글로벌경쟁시대를 맞아 진안이 경쟁력을 갖추려면 무엇보다 내가 먼저 변화하고, 우리가 변화하고, 군민 의식이 깨어질 때 새로운 진안이 건설될 수 있을 겁니다.

지금까지는 개발이 곧 자원이고 부로 상정되었다면 이제부터는 개발되지 않는 자연환경 그 자체가 자원이라는 측면에서 천혜의 자연환경을 가진 진안은 무한한 발전 가능성을 가지고 있습니다. 삶이 윤택해지면서 그동안 도심으로 떠났던 많은 사람들이 하나 둘 흠뻑새 풍기는 진안을 찾아오고 있어요. '하늘은 스스로 돕는 자를 돕는다'고 했듯이 우리 진안군민 모두가 하나로 뭉쳐 최선의 노력을 다한다면 분명 더 나은 미래가 약속되리라 확신합니다. **김재민**



오늘을 놓치지 말자

carpe diem : seize the day

장만기 인간개발연구원 회장

우리는 시간을 이야기할 때 '어제' '오늘' '내일' 또는 '과거' '현재' '미래'라는 말을 쓴다. 시간의 핵심은 '오늘' 또는 '현재'에 있다. 어제란 지나버린 오늘이며, 내일은 아직 오지 않은 오늘이다. 과거란 지나버린 현재이며, 미래란 아직 오지 않은 현재이다. 창조주가 우리 인간에게 주신 최고의 선물은 '현재'라는 '시간'이다.

며칠 전 스페인 마드리드공항에서 휴양지 카나리아제도도 여름 휴가를 떠나던 탑승객 153명이 비행기 엔진 이상으로 이륙 직후 기체가 폭발해 사망했다. 사망한 승객들은 한결같이 아름다운 여름휴가 계획이 있었을 것이다. 사람들은 누구나 오랫동안 인생을 누릴 것으로 믿고 살지만 내일을 확실하게 보장받은 사람은 아무도 없다.

우리 인간의 내면에 부여된 무한한 잠재력을 유감없이 발휘하며 살기엔 인생이란 너무 짧다. 그래서 우리는 인생 목표 또는 목적을 중요하게 생각한다. 너무나 짧은 일생에 한 인간으로서 반드시 성취해야 할 목적과 목표를 생각할 때 '시간관리'란 매우 중요하다. 인간의 삶에 있어서 '돈'이 매우 중요하기 때문에 '시간은 바로 돈이다'라고 하지만 실은 '시간은 바로 생명이다'라는 진리를 깨닫게 된다.

2008 베이징올림픽은 올림픽 역사상 뜻깊은 기록들을 많이 남겼다. 100년의 한을 풀려고 애쓴 중화민국의 위대한 꿈을 그려낸 개막식과 폐막식의 장대함은 밝아오는 중국의 시대, 아시아의 시대를 실감케 하고도 부족함이 없었다. 이번 올림픽에서 금메달 챔피언들이 품어 내는 인간의 놀라운 잠재력에 감탄과 찬미를 아낌없이 주고 싶다. 모든 베이징올림픽의 영웅들이 지난 4년간 단 하루도 빠짐없이 '오늘'이란 시간을 금쪽 같이 아껴서 훈련에 훈련을 쏟아왔기에 '오늘'이란 '선물'을 누리게 된 것이다.

역사적으로 크게 성공한 사람들은 한결같이 '오늘'이란 시간의 소중함을 깨닫고 '오늘의 시간'을 붙잡는 시간관리의 챔피언들이다. 올림픽에서 신기록을 세우고 자기 자신의 기록을 새롭게 하는 베이징올림픽의 영웅들은 '오늘의 시간'을 놓지 않고 최후 승리자의 역량과 기량을 최대한의 훈련을 통하여 습관화하는데 성공한 사람들이다.

성공적인 시간관리의 습관은 타고난 성격적 특성이 아니고 매일의 생활을 통해서 습관이 되도록 내면화시키는 매일 매일의 조그마한 선택의 결과이다. 인간개발의 선구자 폴 J. 마이어의 시간관리 철학이 담긴 'carpe diem(seize the day)'을 한 번 생각해 보자. 폴 J. 마이어는 세계적으로 성공한 CEO로 최고의 리더십을 발휘하는

데 도움을 주는 13가지 시간관리 습관을 소개하고자 한다.

1. 피해망상으로 자아도취의 편집광에서 벗어나 : 온 세계는 나에게 도움을 주는 좋은 일만을 피하고 있음을 믿는다.
2. 곧바로 용서함 : 용서하지 못하고 고뇌하며 시간을 낭비해서는 안 된다.
3. 낙관적으로 생각함 : 사람들이나 주변환경에서 가장 좋은 것만을 믿는 것이 가장 좋은 것을 찾아내는 확실한 길이다.
4. 감사하는 마음가짐 : 언제나 하나님께 감사하고 내게 필요한 것을 공급해주신 자로 바라본다.
5. 힘을 실어 주는 격려자가 됨 : 격려자에 의해 행복감을 더해 주고 더 큰 힘이 생기며 꿈을 더 많이 성취할 수 있게 해 준다. 스스로 남에게 격려자가 되고자 한다.
6. 곧바로 실천함 : 위기의식과 즉시 실천하는 마음가짐을 가진다.
7. 베푸는 자가 됨 : 베푸는 최고의 기쁨을 준다.
8. 적극적인 마음가짐 : 적극적으로 생각하면 최악의 상황에서 승리로 전환시키는 잠재력을 발휘할 수 있다.
9. 많이 웃고 삶을 찬양함 : 곤경은 넘어서기 어려운 장애물이 아니고 성공과 행복으로 올라가는 계단이다. 어려운 일로 도전 받고 있는 중에도 왜 웃지 않겠는가.
10. 정열적인 삶을 영위함 : 단 한번밖에 살지 못하고 가는데 나의 삶에 올인하지 않겠는가.
11. 인생을 즐겁게 누림 : 순수한 마음으로 인생을 즐기자.
12. 즐길 수 있는 놀이감을 찾음 : 어느 곳에 가거나 좋아하는 놀이로 즐거운 시간을 보내라.
13. 도와주어야 할 사람을 바라봄 : 아침마다 잠에서 깰 때 그 날에 도와줄 수 있는 사람을 생각하며 감격스러워 한다.

우리는 누구나 살아가면서 좋은 나쁜 습관을 만든다. 우리가 선택해서 만들어 낸 습관이 우리를 만들어 간다. 성공적인 습관을 길들이면 성공적인 삶을 살게 되고, 실패의 습관을 길들이면 실패의 삶을 살게 된다. 이것은 자연의 진리이다. 모든 습관 중에 오늘의 시간을 놓치지 않고 붙잡는 시간관리의 습관을 바르게 길들여 짧은 인생을 최상의 것으로 만들어 살자.

2008 베이징올림픽의 영웅들이 보여준 영광스러운 모습을 마음속에 간직하고 오늘의 시간을 붙잡는 시간관리의 습관을 길러 인생 최고의 챔피언들이 되기를 기원한다. 하늘은 스스로 돕는 자를 돕는다. **KHDI**

지난 50여 년간 한국 문학과 문화의 최전선에서 예리한 시선과 부지런한 필봉을 놓지 않았던 이어령 박사. 그가 이 시대 젊은이들의 지성에 대한 갈증을 해소해 주고, 그들의 젊음을 한 단계 업그레이드시켜 줄만한 책 <젊음의 탄생>을 발표했다. 6회를 맞은 독서경영 오픈세미나는 이어령 박사를 모신 가운데, 주어진 정답을 벗어나 모든 가능한 생각과 소통하며 창조적 지성으로 거듭나기 위한 '창조적 사고 진화 프로젝트'를 듣는 시간으로 진행됐다. 300여명이 강연장을 가득 메운 가운데 진행된 세미나 내용을 정리하여 소개한다.

정리 · 사진-정용달 팀장 dal2020@khdi.or.kr

젊음의 탄생

창조지성을 향한 물음표와 느낌표

제6회 독서경영 오픈세미나 7월 14일(월) 강남교보타워 23층 강연회장

이어령 중앙일보 고문 / 전 문화부 장관



내 나이가 내년이면 희수를 맞는다. 세상 많이 바뀐 것이 예전에는 70대가 넘으면 할 일이 없었는데, 이렇게 이 자리에 서서 여러분들과 젊음에 대해 이야기를 나누고 있으니 이것이 바로 '젊음의 탄생'이 아닐까 생각한다.

새로운 사회와 역사를 스스로 만들어 가는 '젊음'

한국의 역사 속에 '젊음이'가 존재했을까? 사실 이 땅에 청년이 존재하기는 힘든 상황이었다. 그래서 말 그대로 이 땅에 젊음이 탄생하길 바라는 마음에서 <젊음의 탄생>을 썼다.

어느 역사가는 전쟁과 평화를 이렇게 정의했다. "전쟁과 평화는 정반대다. 늙은 부모가 자식을 묻는 것이 전쟁이고, 젊은이가 늙은 부모를 묻는 것이 평화다." 1, 2차 세계대전을 겪으면서 무한한 가능성을 가진 젊은이들이 죽었다. 이렇듯 전쟁의 역사 속에서 젊음은 존재하지도 않고 탄생할 수도 없다. '젊음'이란 흔한 말인 것 같지만 전쟁이 있거나 억압되거나 옛날 봉건시대에서는 '젊음이'가 존재하지 않았다.

우리나라에서는 20~30대 젊음의 문화를 거의 찾아볼 수가 없었다. 때문에 오늘 여러분들과 나눌 이야기는 '젊음이란 무엇인가?' 하는 젊음의 실현에 대한 이야기다. 젊은이들은 기성세대가 만들어 놓은 사회를 사는 사람들이 아니라 자기가 살고 싶은 사회와 역사를 만드는 사람들이다. 그러나 지금까지 젊은이들은 만들어 놓은 사회와 역사 속에서 살아왔다. 그런데 최근 젊은이들이 역사를 만들고 사회를 만드는 주체적인 힘을 갖기 시작했다. 인터넷이나 새로운 환경 속에

서 비로소 자기의 날을 만들기 시작한 것이다.

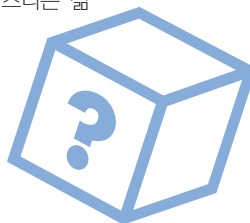
오늘날 많은 사회적 변화에 의해서 20대의 백만장자들, 20대에 역사를 바꾼 사람들이 생겨나고 있다. 마이크로소프트의 빌 게이츠, 구글을 창업한 래리 페이지, 세르게이 브린 등이 그들이다. 이런 게 바로 젊음의 탄생이다.

내가 <젊음의 탄생>에서 말하고 싶었던 것은 막연한 철학적인 이야기가 아니다. 실질적으로 우리가 당장 쓸 수 있는 것, 오늘 이 시간에 바꿀 수 있는 것, 또 여러분의 지식을 창조적인 젊음으로 만들 수 있는 구체적인 얘기를 쓰려고 했다.

관찰 관심 관계 없으면 매일이 반복의 연속

우리는 어른이 되면 필요한 것 이외에는 이야기를 잘 하지 않는다. 그러나 어렸을 때부터 꾸준히 질문을 해야 한다. 우리나라 말에 '그러려니'라는 말이 있는데, 이 말처럼 모든 것을 죽이는 말이 없다. 이 말은 수많은 모순과 우리들의 창조욕지, 새로운 것을 만들려는 열정을 회색재킷 속에 멈추게 한다. 그런데 아이들은 '그러려니'가 없다. 세가 왜 우는지 해가 왜 뜨는지 구름은 왜 멈추지 않고 흘러가는지, 보고 듣는 모든 것이 호기심과 의문에 가득 차 있다.

젊음이란 어떻게 탄생할까? 월트 디즈니의 미키 마우스는 전 세계에 알려진 유명한 캐릭터다. 그런데 우리는 단순히 '쥘다. 미키 마우스다' 외에는 더 이상 생각하지 않는다. 어떻게 해서 월트 디즈니는 젊은이가 됐을까?





그는 젊었을 때 너무나 가난해서 차고에서 생활했다. 어느 날 빵을 먹고 있는데, 쥐가 나타났다. 보통 사람들이라면 그 순간 뭘 집어던져서 쥐를 쫓았을 텐데, 월트 디즈니는 쥐를 관찰했다. 그랬더니 사람 눈치를 보면서 눈을 동그랗게 뜨고 있는 모습이 너무나 귀여웠다. 그래서 빵을 나눠주기 시작했다.

모든 사람들이 싫어하는 쥐를 보면서 새로운 관찰을 통해 관심을 가지고 인간과 동물의 새로운 관계가 태어날 수 있음을 깨달은 것이다. 그리고 새로운 관계의 깨달음이 역사를 바꾸어 놓았다.

살아가면서 세 가지 '관'자만 가지고 살면 젊음이 될 수 있다. 관찰, 관심, 관계. 이것이 젊은이가 탄생하는 가장 기본적인 요소다. 우리는 관찰하지 않고, 관심 갖지 않고, 관계를 맺지 않기 때문에 매일이 반복의 연속이다.

월트 디즈니는 남을 모방하는 것이 아니라 자신만의 만화를 그리겠다고 마음먹고 쥐를 그렸다. 그 누구도 쥐를 캐릭터로 만들면 사람들이 좋아하리라고 생각하지 않았다. 하지만 남들이 싫어하는 것을 아름답게 꾸미면 상황은 180도 전도되게 마련이다. 발상을 뒤집으면 엄청난 파워가 생긴다. 예를 들면 'Dog(개)'가 있다. 어떤 말에도 '개' 자 붙으면 욕이 아닌 게 없다. 그러나 뒤집어 보면 'God'가 된다.

월트 디즈니는 관찰, 관심, 관계를 통해 세계 최강의 캐릭터를 탄생시켰다. 부정적인 것을 긍정적인 것으로 만들면 엄청난 돈을 벌 수 있고, 사랑을 나눌 수 있고, 지금까지 없었던 새로운 캐릭터가 나올 수 있는 것이다. 이것이 바로 '창조'다.

넘버원 아닌 Only One 돼라

요즘 아이들이 전쟁놀이 하는 것을 보면 모두가 장군 하려고 하지 즐병 하려고 하는 아이가 없다. 이것이 한국인의 장점이자 단점이다. 중요한 것은 창조적인 힘이 없으면 이것은 오기에 불과하다. 나는 한국인에게 넘버원이 되지 말고 'Only One'이 되라고 말하고 싶다. 360명이 360도로 각각 뛰면 1등을 하지만 한 방향을 향해서 뛰면 360등이 나오게 마련이다. 세상이 인정하는 자기만의 재능을 살려야 한다. 자기만의 재능이 살아나면 그 안에서 베스트가 나온다.

한국인들은 우수한 민족이다. 역사적으로 여러 시련을 겪으면서도 오늘날 세계 10위권의 경제를 이룩했다. 더욱이 골프나 피겨스케이팅 등에서 두드러진 활약을 보이면서 한국에서도 젊은이들이 탄생하기 시작했다.

그러나 불과 50~60년 전 한국은 무엇을 했을까? 같은 민족끼리 싸우고 잿더미에서 헤매던 한국이었다. 그러나 절대 절망적이지 않았다. 너무 가난해서 내세울 게 아무 것도 없었던 나라에서 아시아 두 번째로 올림픽을 개최한 나라가 되었다.

전쟁의 잿더미 속에서 몇 십 년 뒤 전세계 젊은이들이 전쟁이 아닌 평화의 축제 올림픽을 위해 한국을 찾아온 것이다. 전쟁과 올림픽은 완전히 대응하는 것인데, 이것을 분단된 한국 땅에서 열었다. 한국은

역사적으로 축적해왔던 창조의 힘을 발휘하면서 세상 사람들을 놀라게 만들었다.

그 때 내가 만든 것

이 '벽을 넘어서'였다. 빈부의 벽, 동서의 벽, 이념의 벽, 남과의 벽 등 우리에게 있는 수많은 벽을 넘자는 것이다. 특히 세계대전과 맞먹는 '한국전쟁'이 일어났던 땅에서 냉전을 종식하고 이념의 벽을 허무는 역사적인 올림픽이기도 했다.

끝없는 물음표와 느낌표로 창조적 젊음 만들어 가라

'독' 자가 붙어서 좋은 말이 없다. 독재, 독선, 독식, 독점 모두 부정적인 말이다. 그러나 '독' 자가 붙어서 좋은 말 하나가 바로 '독창'이다. 예술은 독창적이다. 예술이 독창적이지 않으면 모두 모방이고 표절이다.

젊음의 탄생에서 가장 중요한 것이 우리 젊은이들이 남의 것 보고 하고, 어려운 것 복제하고 복사하고 그런 것이 아니다. 이 세상에는 나처럼 생긴 것이 하나도 없다. 과거의 불행한 역사를 뒤로 하고 젊은이들이 젊은이답게 살아갈 수 있는 시대가 왔다. 그대서 더더욱 젊음을 낭비해서는 안 된다. 젊음은 얼마든지 원하는 것을 이루어낼 수 있다. Only One, 남이 모방할 수 없는 것을 창조해내면 그것이 블루오션이 된다.

Only One은 하나밖에 없기 때문에 비교 불가능이고 귀하고 천한 것의 구별이 없다. 큰 돌, 작은 돌, 못생긴 돌, 잘생긴 돌. 이 세상에 똑같은 돌은 없다. 그래서 모든 돌에는 존재가치가 있게 마련이다. 내가 하나밖에 없다는 것은 여러분 자신이 '오리지널'을 갖는 것이다.

그런데 어렸을 때부터 스스로 하나밖에 없다고 생각하며 살았는데, 학교 교육을 받으면서 여러분은 모두 같은 문화를 가졌다. '갈잡다'라는 말이 있다. 세상에 이렇게 슬픈 말이 없다. 같지 않으면 형편없는 것이다. 그러나 지금은 같지 않아도 '참'이다. 이제는 같지 않은 것이 귀중한 시대가 오고 있다.

우리는 어렸을 때 끝없이 질문을 던졌다. 그런데 어느 날 시험은 선생님이 주는 것이고, 시험지에 답을 쓰게 되면서 거꾸로 변해버렸다.?(물음표)가 왜 꼬부라졌는지 생각해 본 적 있는가? 이상한 것, 쓸데 없는 것이라도 계속 질문을 던져야 한다. 묻지 않는 사람에게는 아무 것도 돌아오지 않는다. 그게 여러분의 유치원 시절 예술가의 마음이었다. 춤추고 노래부르는 그 때 여러분 모두는 청춘이었다.

이제 우리 젊은이들이 정말 젊어서 창의적인 것을 만들고 세계에서 하나밖에 없는 우리 것을 만들어야 한다. 우리 주변에서 발견하는 물음표와 느낌표를 통한 창조력과 상상력을 가질 때이다. 여러분은 이제 그 길을 가야 한다. 그것이 여러분들에게 주는 메시지이고 젊음의 탄생이다. **▶▶▶**



노사가 함께 번영하는 파이낸셜 플래닝

윤병철 한국FP협회 회장

부산대 법대를 졸업했으며, 한국투자금융 사장, 한국투자증권 회장, 하나경제연구소 회장, 하나은행 초대은행장 및 회장, 우리금융지주회사 회장 등을 두루 거친 우리나라 대표적 인 금융인이다. 한국기업메세나협회의 회장, 국립발레단 후원 회장 등을 역임했으며, 이화여대 경영대학 CEO 겸임교수로도 출강 중이다. 현재 한국FPSB 및 한국FP협회 회장으로 활동하고 있다.



일마 전 경제협력개발기구(OECD)가 발표한 '2006년 노동생산성 통계'는 충격적이다. 한국 근로자의 시간당 노동생산성은 2006년에 20.4달러로 29개 조사대상국 중 최하위권인 26위를 기록했다. 선진 7개국(G7) 평균인 45.1달러의 절반에도 미치지 못하고, 심지어 체코나 헝가리보다 낮다는 것이다. 선진강국으로 도약하기가 아득하고 당장의 국제경쟁력 유지 문제를 걱정해야 할 처지인 것이다.

노동생산성을 높이려면 근로자의 숙련도, 생산기술, 자본 집약도의 제고 등 일터를 효율적으로 만들어 나가는 것이 필요하다. 이런 시스템 못지 않게 중요한 것이 일터를 대하는 근로자들의 마음가짐이다. 내가 소속된 직장이 단순히 월급을 받기 위해 다니는 곳이 아니라 나의 꿈을 실현하고 나의 노후와 가족의 미래를 준비하는 곳이 된다면 노동생산성은 상당히 올라갈 것이다. 반대로 근로자가 자신의 재무적 문제로 불안에 시달리고 있다면 직장 일에 소홀해지기 쉬울 것이다.

1990년대 중반 미국에서 근로자 개인의 재무적 문제와 노동생산성의 관계를 조사한 자료에 따르면 미국 근로자의 25% 정도가 개인의 문제로 재무적 스트레스를 받고 있고, 이들의 80%가 직장생활에 악영향을 끼친 것으로 보고되었다.

반대로 재정적으로 건강한 근로자는 직장생활에 훨씬 충실하고 인사사고과도 잘 받았다고 한다. 근로자 개개인의 재정적 안정성 여부가 노동생산성, 나아가 기업의 경쟁력에 영향을 미친다는 사실을 간과해서는 안 된다.

국내 기업들도 노사관계의 안정과 노동생산성 향상을 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 정규 급여 이외에 복리후생비, 체력단련비, 교육훈련비, 동호회활동비 등을 지원하고 있다. 그러나 단순히 급여를 많이 주고 각종 활동비를 지원하는 것으로 근로자의 재무상태가 좋아지지 않는다. 근로자 스스로가 자신의 인생 계획과 돈을 관리하는 방법을 모르면 아무리 급여를 올려줘도 밑 빠진 독에 물 붓기와 다를없다. 생산직 근로자의 평균 임금이 6천만원이나 되는 대

기업 사업장에 신용불량자가 수도룩하다는 사실이 이를 말해준다. 급여를 올려주는 것보다 중요한 것이 근로자에 대한 재무교육인 것이다.

미국에선 오래 전부터 자사 근로자들에게 퇴직연금 제도, 개인 및 가계의 재무관리에 대한 교육을 실시해 좋은 성과를 거두고 있다. 근로의욕과 직장에 대한 충성도가 눈에 띄게 높아졌고 결근과 이직률은 낮아졌다고 한다.

최근 들어선 국내에서도 자사의 임직원들에게 재무설계(파이낸셜 플래닝) 서비스를 제공하는 기업이 늘어나고 있다. 삼양사, 아모레퍼시픽, 현대아산병원, KT, 현대자동차 등이 대표적인 예이다. 퇴직연금제도의 도입으로 종업원에 대한 재무교육이 필요한 차에 조직구성원들로 하여금 자신과 가족의 장래문제에 대한 재정적 준비를 설계하도록 함으로써 조직원의 역량을 회사일에 집중시켜나간다는 CEO의 판단이 작용한 것이다.

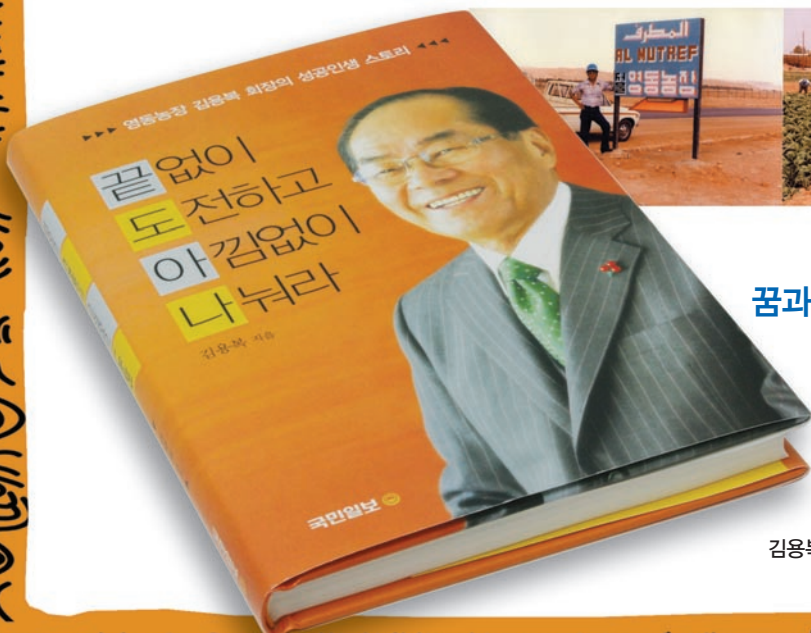
이들 기업들은 재무설계에 대해 교육을 받고 전문가 자격증을 취득하고 실무경험을 갖춘 CFP(국제공인재무설계사)와 AFPK(개인재무설계사) 자격자들이 모여서 만든 독립FP회사 등과 계약을 맺어 임직원들의 미래를 설계하도록 한다. 퇴직 이후의 노후문제를 준비하는 은퇴설계가 대중을 이루며, 단체로 받는 재무설계에서 B2B재무설계로 불리기도 한다.

B2B재무설계를 받아본 임직원들의 만족도는 매우 높다고 한다. 자신의 미래 상황을 구체적으로 점검한 뒤 확실한 계획과 준비를 함으로써 모든 생활에 희망과 자신감을 가지고 회사일에도 집중력을 발휘한다는 것이다.

한 가지 아쉬운 점이 있다면 아직 재무설계에 대한 기업 CEO들의 인식이 낮아 단체 재무설계의 보급이 상당히 느리다는 점이다. 근로자 가계의 안정 위에 노사관계의 안정과 일터의 발전이 있으며, 이를 이어주는 핵심적인 가교가 파이낸셜 플래닝이란 점에 CEO들의 눈길이 모아져 B2B재무설계가 노사의 공동번영은 물론이고 기업과 국가경쟁력의 강화로 이어지는 밑거름이 되기를 기대한다. **김재민**

2007년 8월부터 집필해주셨던 문운린 교수님의 칼럼이 지난 7·8월호로 마감되었습니다. 이번호부터 윤병철 한국FP협회 회장님의 칼럼이 시작됩니다. 그동안 좋은 글로 지면을 빛내주신 문운린 교수님께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

단돈 7달러와 삽 4자루를 가지고 사우디아라비아 사막에 야채 농장을 일군 기적의 사나이
 인생에서 중요한 것은 '도전과 나눔'이라는 진리를 감동적으로 보여주는
 김용복 영동농장 회장의 성공 인생 스토리!



청소년에게
 꿈과 용기를 주는 책

국민일보 권
 전국 유명 서점에서
 절찬리 판매중

김용복 지음 / 정가 10,000원

끝없이
 도전하고
 아낌없이
 나눠라



친환경 그린음악 쌀

고품질 쌀, 그린음악쌀이 만들어 갑니다

쌀
 눈이 살아있어 영양과 식이섬유가 풍부하고 몸에 좋은 음이온과
 원적외선을 발산하는 대나무숯을 함께 포장하여 신선도를 높였습니다.
 국내 최초로 동화책에서 나온직한 벼에 모짜르트 음악과 풍물놀이를
 들려키운 고품질 쌀입니다



유기농산물

국립농산물품질관리원

친환경농업육성법 제17조 제2항의
 규정에 의한 친환경농산물표시

- 품 명 : 유기재배 쌀
- 인증번호 : 15-13-1-02
- 생 산 자
 - 성 명 : 영동농장영농조합법인
 - 주 소 : 전남 강진군 신전면 별정리 95번지
 - 전화번호 : 061-432-4250
- 인증내용
 - 본 농산물은 3년이상 농약·화학비료를 사용하지 않고 재배한 농산물임



[서울]영동농장

www.ydfarm.org / www.gangjinssal.co.kr

본사: 서울시 중랑구 면목동 162-7 영B/D 4층 / 전화: (02)545-2219 / 팩스: (02)546-5420

농장: 전라남도 강진군 신전면 별정리 95번지 / 전화: (061) 432-4250 / 팩스: (061)432-4249



Autumn Stories

나른하고 무기력하게만 느껴졌던 여름, 지쳤던 심신을 위해 주말을 이용한 휴식이나 이색적인 테마로 즐기는 'Second Vacation' 을 가져보는 것은 어떨까요?

2008 롯데호텔제주 가을 패키지 9.1~10.31

롯데호텔제주 [구성 : 객실 + 2인 조식]

9월 1일 ~ 9월 30일

주 중 (월 ~ 목)	230,000원
주 말 (금 ~ 토)	280,000원
일요일	250,000원

10월 1일 ~ 10월 31일

주 중 (월 ~ 목)	240,000원
주 말 (금 ~ 토)	300,000원
일요일	270,000원

추석기간 9월 12일 ~ 14일 300,000원

특 전

- 8월 30일 ~ 9월 30일 투숙객 대상 바닷가 전망 1단계 선착순 무료 업그레이드
- 식음료 10% 할인, 세탁서비스 20% 할인, 사우나 2인 무료
- 전망추가요금 : 디럭스 4만원, 럭셔리 8만원, 샤롯데 12만원

※ 상기 모든 가격은 세금 및 봉사료 포함 가격입니다. ※ 내국인 및 국내 거류증을 소지한 외국인이 이용할 수 있습니다.

문의 및 예약 | 롯데호텔제주 1577-0360 / 080-790-1000 (무료전화)

LOTTE

HOTEL JEJU