

IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT

2017. Oct / Vol.152

- 04 **Forum**
일자리 정책과 중소기업
- 08 **Business Up**
무역 성장 동력, 온라인 수출 인프라를
구축하라!
- 34 **IBKeri Industry Report**
독일 창업, 한국 창업과 무엇이 다른가?

CEO Story

세비양(주) 류인식 대표이사

아름다움 이상의 혁신,
최고의 디자인
기업을 그린다



샤워기를 인테리어 요소로 변모시켜 욕실에 생동감을 더한 세비양(주). 사진은 한국 문화를 샤워기에 접목해 일상의 가치를 담아낸 수납형 샤워기.

Contents

2017 October + Vol.152

- 01 **시론** | 중소기업 중심 경제로 가는 길
- 02 **Issue** | 이달의 경제 키워드 10
- 04 **Forum** | 중소기업 현장의 목소리, 제58회 희망중소기업포럼
일자리 정책과 중소기업



Business Up

무역 성장 동력,
온라인 수출 인프라를 구축하라!

- 10 **Theme**
폭풍 성장하는 해외 온라인 시장을 잡아라
- 12 **Strategy**
수출 판로를 고민하는 중소기업을 위한
온라인 시장 공략법
- 16 **Practice**
'세 마리 다람쥐(三只松鼠)'의
성과와 해외 온라인 수출

Economy Up

- 30 **IBKeri Economic Report**
한눈에 읽는 경제 동향
- 34 **IBKeri Industry Report**
독일 창업, 한국 창업과 무엇이 다른가?
- 38 **Corporate Ecosystem Series**
기술 개발을 통한 고용 창출의 성공 사례,
(주)시스웍-(주)신성이엔지

Management Up

- 18 **CEO Story**
세비양(주) 류인식 대표이사
아름다움 이상의 혁신, 최고의 디자인 기업을 그리다
- 24 **Consulting**
기업의 생존을 좌우하는 '지식재산경영'
- 26 **Tax Accounting**
장기 임대주택 등록을 통한
거주 주택의 1세대 1주택 비과세 특례
- 28 **Solution**
기업 성장의 해법, 문제 진단이 핵심이다

CEO Up

- 42 **Classics&Philosophy**
외로움과 소통하는 법
- 44 **Biz Skills**
높은 직위에 오를수록 왜 화나는 일이 많을까?
- 46 **Trend Study**
배송으로 달라지는 주방 혁명
- 48 **Biz&Culture ①** 스마트폰 대신, 추리소설
- 49 **Biz&Culture ②** 레전드 지휘자의 레전드 음반
- 50 **Events** 이달의 행사·전시
- 52 **Thinking**

발행일 2017년 10월 1일(통권 152호) 등록번호 서울중 라 00429 발행인 김도진 편집인 고대진 발행처 IBK기업은행(www.ibk.co.kr) 주소 서울특별시 중구 을지로79(을지로2가) Tel 02-729-6196 Fax 02-729-6605 기획 IBK경제연구소 편집·디자인·제작 (주)알에이치코리아(02-6443-8889) 인쇄소 알에이치출판스

「IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT」의 저작권은 IBK기업은행에 있습니다. IBK기업은행의 동의 없이 무단으로 이 책에 실린 모든 글과 그림, 사진을 사용할 수 없습니다. ※비매품

중소기업 중심 경제로 가는 길

지난 7월 26일 정부 조직 개편안에 따라 중소벤처기업부가 새로이 탄생했다. 신정부는 중소기업 주도 경제로의 전환을 선언하고 중소기업, 창업, 벤처, 소상공 정책을 쏟아내고 있지만, 기대가 많은 만큼 우려 또한 큰 것도 사실이다. 중소기업 중심 경제로 가기 위해 필요한 지향점은 무엇일까?

첫째, 비즈니스 오리엔티드(Oriented)다. 먼저 정부는 기업에 무엇을 해줄까를 생각하기보다 기업이 무엇을 원하는지를 생각해야 한다. 예를 들어 R&D 중소기업이 사업화 자금을 원한다면 현금 지원에 더해 그 기업의 제품을 사 주는 플랫폼 구축도 한 방법이다. 그러면 해당 기업은 매출이 오르고 고용이 늘고 세금을 더 많이 내게 되고, 다시 기술 개발에 힘쓰게 될 것이다.

둘째, 규제 개혁 오리엔티드다. **고성장 시대에는 규제가 관리 역할을 하지만, 저성장 시대에는 규제가 장애로 작용한다. 규제는 특히 중소기업에 불리하다. 규제가 많을수록 이행 능력을 갖춘 대기업에 유리하기 때문이다. 따라서 규제는 풀고 처벌은 강화하되 중소기업 우선주의를 담아야 한다.** 이때 중요한 것이 네거티브 시스템이다. 2012년 화장품법 개정을 통해 화장품에 사용 가능한 원료 목록을 폐지하고, 금지 원료만 지정한 후 화장품 생산은 27%, 종사자 수는 32% 증가했다. 대표적인 네거티브 규제 도입의 성공 사례다.

셋째, 일자리 오리엔티드다. 해답은 창업과 중소기업의 성장이다. 다만 창업은 실패율이 높다는 점에서 사회적 비용을 수반하고, 중소기업은 성장할수록 스마트화되어 고용 창출 효과를 내지 못한다. 따라서 정부의 끊임없는 기술 창업 환경 조성과 중소기업에 대한 초기 Scale-up 지원이 중요하다.

넷째, 제조 오리엔티드다. 산업이 아무리 고도화, 다양화, 서비스화되어도 대한민국 힘의 원천은 제조다. 제조의 생명은 기술이며 인력도 품질도 기술적 우위 속에 존재 가능하다. 실리콘밸리는 끊임없이 변천 중이지만, 그 기반은 제조 벤처다. 제조와 융합된 인재들이 한국에서, 세 분야에서 역량을 발휘할 수 있도록 제조 생태계의 혁신이 필요하다.

다섯째, 인프라 오리엔티드다. 우리 경제 구조는 여전히 1970년대 산업화의 프레임이 남아 있다. 문래소공인단지를 보라. 경험과 기술력이 탁월하면서도 도시화에 밀려 낙후된 모습으로 소외되고 있다. 일본의 작은 주물 제조기업 노사쿠는 인기 없는 불교용품 대신 변경이 가능한 주석 식기를 만들어 15개국에 수출하는 글로벌 중소기업으로 변신했다. 핵심은 인프라다. 소공인은 잘 만들 줄은 알지만, 그 이상을 추구할 자본이 없다. 따라서 정부가 산·학·연·금과 함께 프로세스를 지원하고 편의 시설을 만들고 집적화를 돕지 않으면 우리의 뿌리 산업은 곧 사라진다. 정부는 어떻게 성과를 내느냐보다 얼마나 인프라를 잘 조성하느냐를 더 많이 고민해야 한다.

불가능은 없다. 정부가 기존의 관성을 타파할 역할상이 필요할 뿐이다. 기후상 포도 재배가 불가능한 홍콩은 2008년 와인 관세를 철폐해 전 세계 와인업자들을 홍콩으로 불러들였고, 세계 10대 와인 페스티벌을 개최하는 등 와인의 메카가 되었다. 우리 경제도 마찬가지다. **과거에는 경제 문제를 풀면 경제가 살았다. 지금은 저출산, 고령화, 양극화, 청년 실업, 교통난 등 사회 문제를 풀어야 경제가 산다. 정부가 사회경제 정책 구현을 위해 발상의 전환을 시도하고, 기업의 준비된 기술력과 조화로운 균형점을 찾다면 중소기업 중심 경제로 가는 탄탄한 길을 함께 만들어 나갈 수 있을 것이다.**



고대진
IBK경제연구소장

이달의 경제 키워드 10

기업 매출이 증가하고, 민간 소비가 활성화되는 등 경제 회복 조짐이 보이고 있다. 그러나 계속되는 사드 보복과 국내 관광 산업의 부진 등 회복세가 견고한 것은 아니다. 수확물이 풍성하게 영글어 가는 가을을 희망해본다.

① 정부, 2018년 예산안 확정



429조 원

정부는 지난 8월 29일 429조 원의 내년 정부 예산안을 확정 발표했다. 증가 폭은 전년 대비 7.1%로 2009년 글로벌 금융 위기 당시의 10.6% 이후 최대 증가율이다. 일자리를 포함한 복지과 교육 예산이 각각 12.9%, 11.7%로 두 자릿수 증가율을 기록했다. 반면 사회간접자본(SOC) 예산은 20% 삭감되었고, 산업 분야도 0.7% 소폭 감소하는 등 물적 자본에 대한 투자는 축소된 것으로 나타났다.

20%→25%

정부의 통신비 절감 대책에 반발했던 이동사들이 정부 정책에 따르기로 했다. 선택약정할인제도는 '이동통신 단말장치 유통구조 개선법'에 의해 도입된 것으로 단말기 지원금을 받지 않는 대신 요금 할인을 받을 수 있는 제도다. 정부는 현행 20%인 선택약정할인율을 9월 15일부터 25%로 올려 연 1조 원 수준의 통신비 절감을 이끌 계획이다. 정부는 보편요금제 등 통신비 절감 정책을 추가로 도입할 방침이다.



⑥ 이동사, 약정할인율
상향 수용

② 美, 한미 FTA 입장 변화



16억 달러 : 160억 달러

트럼프 대통령의 한미 FTA 폐기 공언과는 달리 업계 이익 관계 때문에 일부를 수정하는 데 그칠 것이라는 전망이 우세하다. 미국의 승용차업계는 지난해 한국으로의 수출액이 16억 달러에 그친 반면, 한국의 미국 수출액은 160억 달러에 달했다며 반발하지만 축산업계는 막대한 수익을 거두고 있으므로 폐기에 반대하고 있다. 미 무역대표부도 "한국과의 FTA 합의에 대해 일부 수정을 하고 있다"고 언급했다.

8%

국내 기업의 2분기 매출액이 전년 대비 8% 증가한 것으로 나타났다. 5년 3개월 만의 최대 기록이다. 제조업, 특히 반도체 등 기계·전기 전자 업종이 19.8%, 철강 등 금속 제품이 10.9% 증가한 것이 주된 요인이다. 그러나 기업 규모별로 보면 아쉬운 점이 적지 않다. 대기업은 8.5%로 1분기(8.1%)보다 올라간 반면, 중소기업은 6.7%에서 5.5%로 둔화된 것. 중소기업의 경영 환경은 여전히 녹록지 않다.



⑦ 기업 2분기 매출,
5년 만에 최고

③ 사드 피해 붕괴



-18조 1,000억 원

중국의 사드 보복에 따른 피해가 견잡을 수 없이 커지고 있다. 가장 큰 타격을 입은 것은 관광 산업이다. 올 3월부터 7월까지 중국인 관광객은 전년 대비 40% 감소했다. 현대경제연구소에 따르면 관광 손실액은 65억 1,000만 달러로 이를 연간으로 환산하면 손실액은 18조 1,000억 원 수준에 달한다. 또 중국 관광객 감소에 의한 생산 유발 손실액은 34조 원, 취업 유발 손실은 약 40만 명인 것으로 추산되고 있다.

0.01%↑

한국감정원에 따르면 9월 3주 차 서울 아파트 매매 가격은 전주 대비 0.04% 상승했다. 9.5 부동산 추가 대책에도 상승세가 유지되고 있다. 정부의 강력한 정책 대응 기조와 하반기 입주 물량에 대한 부담으로 수요자들의 신중한 모습은 여전한가 가을 이사철 수요가 증가하며 전국 아파트 매매 가격은 전주 대비 0.01% 상승 폭을 유지했다. 분양가상한제가 사실상 부활함에도 오름세가 지속되고 있어 향후 정부 대책이 주목된다.



⑧ 9.5 부동산 대책에도 아파트값 상승

④ 민간 소비, 18개월 만에 최고치



0.4%→1.0%

기획재정부는 '2017년 9월 최근 경제 동향'을 통해 소비회복세가 나타나고 있다고 발표했다. 올해 2분기 민간 소비(국내총생산 잠정치)는 전기 대비 1.0% 증가한 것으로 조사됐다. 신정부 출범에 대한 기대감 덕분에 2015년 4분기(1.5%) 이후 1년 6개월 만의 최고치다. 반면, GDP 성장률은 1분기(1.1%)의 절반 수준에 그친 것으로 나타났다. 사드와 북핵 등의 악재가 큰 영향을 미쳤다.

3.6%

IMF가 내년 세계경제 성장률을 3.6%로 전망했다. IMF의 모리스 옘스펠드 수석 이코노미스트는 "세계경제 성장이 회복의 견고한 발판을 마련했다"며 "내년에도 그 발판이 이어질 것"이라고 언급했다. 미국과 중국의 내년 성장 전망치는 각각 2.1%(0.4%p)와 6.4%(0.2%p)였다. 유로존(유로화 사용 19개국)은 1.7%, 일본은 1.5%, 신흥국은 4.8% 성장을 전망했다. 우리나라는 이번 발표에 포함되지 않았다.



⑨ IMF 2018년 세계경제 낙관

⑤ 가계 빚 1,400조 원 돌파



2분기말 1,388조 3,000억 원

한국은행은 2분기 말 가계 신용 잔액이 1,388조 3,000억 원이라고 밝혔다. 1분기 1,359조 1,000억 원보다 약 29조 2,000억 원(2.1%) 늘어난 수치다. 2분기까지 쌓인 가계 빚에 7~8월 늘어난 가계 대출을 합치면 규모는 1,400조 원을 넘어섰을 것으로 예상된다. 가계 빚의 증가세를 이끈 건 여전히 주택담보대출이다. 정부가 내놓을 '가계 부채 총량 관리 방침'에 관심이 모아지고 있다.

-17억 9,000만 달러

한국은행이 지난 9월 5일 발표한 '2017년 7월 국제수지(잠정)'를 보면 7월 여행수지 적자는 17억 9,000만 달러를 기록했다. 글로벌 금융 위기 직전인 2008년 7월 16억 5,000만 달러 적자를 뛰어넘는 사상 최대 규모다. 사드 배치에 따른 중국인 관광객 감소가 결정적 영향을 미쳤다. 여행수지 적자가 크게 늘어나면서 7월 서비스수지 적자는 32억 9,000만 달러로, 올 1월에 이어 역대 2위를 기록했다.



⑩ 여행수지 적자 사상 최대

중소기업 현장의 목소리, 제58회 희망중소기업포럼

일자리 정책과 중소기업

한국중소기업학회, 매일경제신문사, IBK기업은행이 공동 주최하는 희망중소기업포럼이 58회를 맞이했다. 2006년 5월에 시작, 꾸준히 정책 이슈를 제기해온 이 포럼은 국내 최고의 중소기업 관련 토론의 장으로 자리매김했다. 이날도 230여 명에 이르는 중소기업 CEO들이 정부의 일자리 정책에 대해 가감 없는 의견을 제시했다.



제58회 희망중소기업포럼이 지난 9월 22일 웨스틴 조선호텔 서울 그랜드 볼룸에서 열렸다. 이날도 이른 아침부터 많은 중소기업 CEO와 관계자가 참석해 성황을 이루었다.

일자리 문제, 우리 시대의 화두

“신정부가 출범한 직후, 국민이 직접 정책을 제안할 수 있는 ‘광화문 1번가’가 오픈했습니다. 수개월간 진행된 이벤트에서 가장 많은 수를 차지한 정책 제안은 일자리 문제였습니다. 우리 시대의 가장 큰 화두는 일자리 창출입니다. 정부도 이를 감안, 공공 부문 일자리 확대에 적극적으로 나서고 있습니다. 각 기관도 마찬가지입니다. IBK기업은행도 청년 취업 프로젝트 ‘잡월드’를 통해 1만 2,000개 기업, 34만 명의 구직자를 매칭시켰고, 그 중 9만 5,000명이 취업하는 성과를 거둔 바 있습니다.”

김도진 IBK기업은행장의 인사말처럼 정부를 비롯한 많은 기관이 일자리 문제 해결에 나서고 있다. 그러나 중소기업은 늘 구인난에 허덕이고 있으며 최저임금 인상, 비정규직의 정규직 전환 등으로 어려움을 겪고 있다. 일자리 창출 문제에 대한 중소기업의 생각은 어떨까?



‘일자리 정책과 중소기업’이라는 주제로 진행된 이번 희망중소기업포럼에서 인사말을 하고 있는 김도진 IBK기업은행장.

소득주도 성장 정책과 일자리 창출

“일자리 정책을 짚어보기 위해서는 먼저 정부 정책의 기본 방향에 대한 이해가 필요합니다.”

숭실대학교 경제학과 이윤재 교수의 주제 발표로 포럼의 막이 올랐다. 정부 정책의 기본 방향은 ‘소득주도 성장(Wage-Led Growth)’이다. 임금 상승으로 국민의 소득 증대를 꾀하고, 이것이 다시 내수 촉진을 가져오는 선순환 구조를 만들겠다는 것. 이를 위한 정부 정책은 세 가지로 압축된다.

- 최저임금 인상 : 소득주도 성장의 출발점
- 근로 시간 단축 : 마중물 역할을 통해 민간기업 일자리 창출
- 비정규직의 정규직화 : 양극화 해소 및 소득 증대

그러나 정부 정책이 보완되어야 한다는 의견이 적지 않다.

“기업의 투자 활성화를 위한 정책이 제외되어 있다는 점이 아쉽습니다. 또한 근로 시간 단축이 추가 고용으로 이어질 수 있는지, 이에 뒤따르는 근로자의 소득 감소는 어떻게 해결할 것인지, 최저임금 인상으로 기업이 입게 될 피해나 경쟁력 저하는 어떻게 해결할 것인지에 대한 진지한 고민이 필요합니다.”



제58회 희망중소기업포럼의 ‘일자리 정책과 중소기업’에 대한 주제 발표는 숭실대학교 경제학과 이윤재 교수가 맡아 진행했다. 이 교수는 정부 정책과 더불어 다양한 사례를 제시하며 보완책을 제안했다.

이운재 교수는 프랑스 마크롱의 노동 개혁(채용, 해고, 근로 변경 등에 대한 유연성 확대), 독일의 하르츠 개혁(근로시간제, 일자리 나누기 등 유연근로제), 일본(한정 정규직제) 및 네덜란드(정규직 파트타임제) 등 다양한 사례를 제시하며 보완책을 제안했다.

“특히 네덜란드 사례에 주목할 필요가 있습니다. 네덜란드의 경우, 노사정 대타협을 통해 임금 인상은 완만하게 하되, 노동 시장의 유연성을 받아들여 일자리 문제를 해결한 바 있습니다. 우리나라도 노사정위원회의 역할이 매우 중요합니다. 특히 고용 창출의 주역인 중소기업을 대표할 수 있는 위원이 노사정위원회에 반드시 참가해야 한다고 봅니다.”

이운재 교수는 몇 가지 방안을 제시했다. 최저임금 상승의 부작용을 줄일 수 있는 속도 조절, 노동시간 단축의 단계적인 적용, 일본 및 네덜란드와 같은 고용 형태의 혁신(한정 정규직, 정규직 파트타임 등), 노동 시장 유연성 확보, 노사정위원회의 역할 강화 등이 그것이다.

제58회 희망중소기업포럼에서
활발한 토론을 벌인 패널.
왼쪽부터 정구용 인지컨트롤스
회장, 신정기 중소기업중앙회
부회장, 한정화 전 중소기업청장,
윤소라 한국여성벤처협회장,
윤윤규 한국노동연구원
고용정책연구본부장.

청년이 중소기업을 찾는 건강한 대한민국

중소기업의 목소리와 정책 대안을 다양하게 청취할 수 있는 자리가 이어졌다. 정구용 인지컨트롤스 회장, 신정기 중소기업중앙회 부회장, 윤소라 한국여성벤처협회장, 윤윤규 한국노동연구원 고용정책연구본부장이 토론을 시작했다.



정구용 • 인지컨트롤스 회장

최저임금에 대한 정의가 다시 정립되어야 한다. 우리나라 임금 수준은 낮지 않다. 각종 상여금이나 지원 비용을 포함하면 OECD 국가 중 최고일 것이다. 그럼에도 급작스럽게 임금이 인상된다면 기업경쟁력은 약화될 수밖에 없다. 우리 회사의 경우는 이에 대응하고자 생산성 30% 향상, 불가피한 인력 감축을 추진해야 할 상황이다. 근로 시간 단축도

문제다. 연장 근무나 휴일 근무를 할 수밖에 없는 업종의 부담은 상상 이상이다. 정부가 현장의 목소리를 더 반영하기를 바란다.

신정기 • 중소기업중앙회 부회장

청년실업률은 높지만, 중소기업 인력난은 심각하다. 거기에 근로 시간 단축, 최저임금 인상까지 이어지다 보니 현장에서 느끼는 경영 환경은 여전히 어렵다. 중소기업중앙회도 지속적으로 최저임금 인상, 근로 시간 단축의 단계적 도입을 건의하고 있다. 최근 협력 업체 간담회에 가보면 기업경쟁력 약화를 우려하는 목소리가 높다. 정부 정책을 고려하면서도 중소기업 입장을 반영할 수 있도록 건의하고 현장의 목소리가 반영된 정책 개발에 집중할 계획이다.

윤소라 • 한국여성벤처협회장

청년들이 중소기업을 외면하는 이유는 적은 임금이나 장시간 근로 때문만은 아니다. 오히려 꿈을 심어주지 못했기 때문이라고 본다. 중소기업에서 하고 싶은 일을 배우고 익히면서 차후 창업을 해보겠다는 강한 의지가 필요한 때다. 그러한 분위기 조성을 위해 정부는 물론, 언론도 노력을 기울여 주었으면 한다. 정부 정책도 개선이 필요하다. 특히 규제 개혁이 시급하며, 고용 유연화 정책도 도입되었으면 한다. 최저임금 적용이나 근로 시간 단축도 지역 및 업종 상황을 고려해 추진해 주기를 바란다.


윤윤규 • 한국노동연구원 고용정책연구본부장

지난 10년간 법인세 인하, 대기업 중심의 규제 완화 등 기업 중심의 경제 정책이 시행되어 왔다. 그러나 경제성장률은 정체됐고, 청년실업률도 심각했다. 이제 소득 중심의 경제 정책을 시행해 보아야 할 시점이다. 중소벤처기업부 신설, 혁신 성장 및 산업 정책 고도화, R&D 투자에 대한 정부 지원 등은 중소기업에 긍정적인 효과를 가져올 수 있는 요소다. 대기업의 불공정 행위 개선 등도 적극적으로 추진될 것으로 보인다. 이런 요인들은 중소기업 활성화와 고용 증대에 힘이 될 수 있다고 본다.

패널들의 토론이 끝난 뒤 중소기업인의 지속적인 의견이 이어졌다.

“독일과 일본, 네덜란드의 사례 등을 심도 깊게 검토했으면 좋겠습니다. 비정규직의 정규직 전환, 최저임금 인상 등은 기업에 큰 위기가 될 수 있습니다. 노동유연제 검토 등 중소기업 현장 상황이 고려된 정책이 나오기를 기대합니다.”

“최저임금이나 노동시간 단축 등은 수출기업에게는 큰 타격입니다. 우리나라는 수출 비중이 높아 경쟁력을 잃는다면 내수도 마찬가지로 어려워지게 됩니다. 공공 부문 일자리 확대도 우려되는 점이 있습니다. 인재들이 기업을 외면하고 공공 부문만 바라볼 수 있기 때문입니다. 이런 점도 고려해 일자리 정책이 개선되기를 기대합니다.”

중소기업인의 바람은 한결같다. 기업경쟁력을 높이는 정책, 중소기업에 인재들이 찾아올 수 있는 환경 조성, 일자리 걱정이 없는 건강한 대한민국이다. 

무역 성장 동력, 온라인 수출 인프라를 구축하라!

4차 산업혁명 시대는 모든 것이 이어지는 '초연결' 시대다. 이런 시대적 트렌드를 반영하듯, 오프라인 시장은 축소되는 반면 온라인 시장은 급격히 확장되고 있다. 대기업보다는 중소기업에 적합한 온라인 시장 진출에 대비해 기업이 준비해야 할 제반 사항에 대해 알아본다.

Part 1.

폭풍 성장하는
해외 온라인 시장을 잡아라

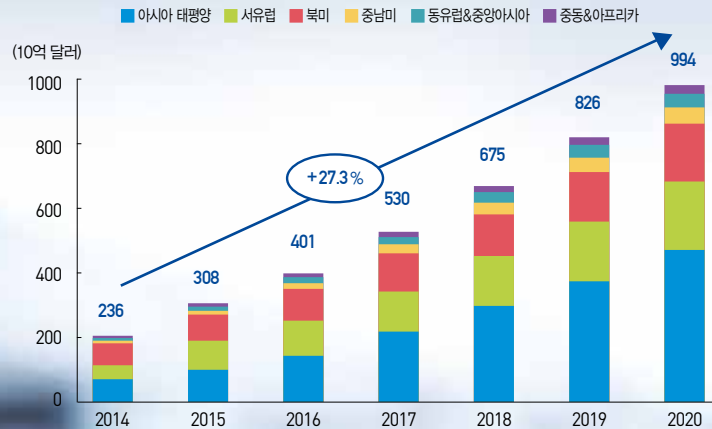
Part 2.

수출 판로를 고민하는
중소기업을 위한
온라인 시장 공략법

Part 3.

'세 마리 다람쥐(三只松鼠)'의
성공과 해외 온라인 수출

국경 간 전자상거래 B2C 규모 및 전망



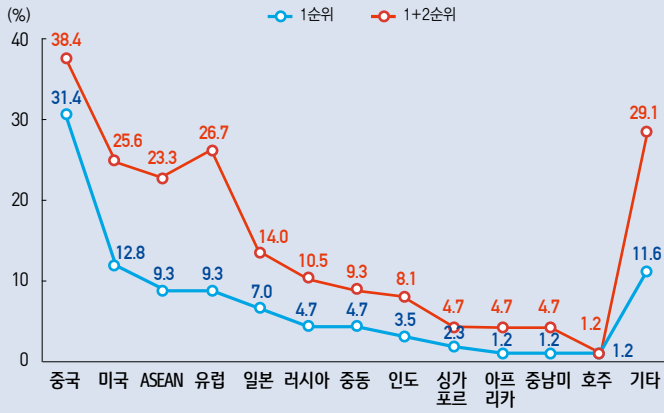
자료 : Aliresearch-Accenture, Global Cross Border e-Commerce Market 2020(2015.6)

우리나라 전자상거래 수출



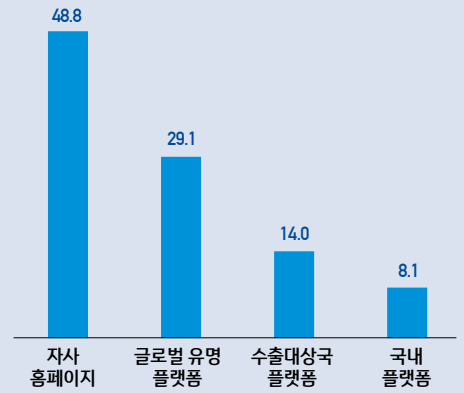
주 : 통관 기준 자료 : 한국무역협회 'TRADE BRIEF'(2016.10)

전자상거래를 통한 수출 국가



자료 : 한국무역협회 '2017 중소 수출기업 경쟁력 실태조사'(2017.8)

주로 활용하는 전자상거래 플랫폼



단위 : % 자료 : 한국무역협회 '2017 중소 수출기업 경쟁력 실태조사'(2017.8)



폭풍 성장하는 해외 온라인 시장을 잡아라

현재 세계 무역 시장은 오프라인에서 온라인으로 급격히 전환되고 있으며, 온라인 시장 규모는 갈수록 커지고 있다. 4차 산업혁명으로 무역 패러다임까지 바뀌고 있는 지금, 미래 시장에 대비해야 할 때다.

매년 30%씩 급증하는 온라인 시장

“트럼프 당선 이후 세계 무역 시장의 불확실성 증가는 알리바바에는 호재입니다.”

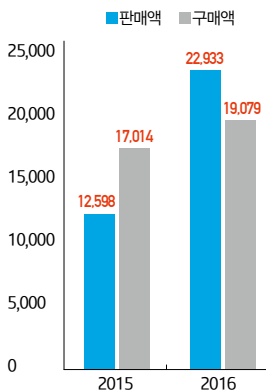
중국 항저우에 위치한 알리바바 본사를 방문했을 때 알리바바 임원에게 들은 얘기가. 알리바바가 급성장하게 된 계기는 지난 2009년 글로벌 금융 위기 이후 시간과 비용 부담이 없는 온라인 거래가 활성화되면서부터이며, 최근 브렉시트, 트럼프 당선 같은 불투명한 무역 환경이 전자상거래 기업에는 매출 증대의 기회라는 설명이다.

세계 무역 시장은 오프라인에서 온라인으로 급격히 전환되고 있다. 시간과 비용이 소요되는 해외 전시회, 바이어 상담회를 통해 상품을 찾기보다는 구글, 알리바바 등 온라인을 통해 상품을 발굴구매하는 바이어가 증가하고 있다. 국가 간 교역량은 매년 감소하는 반면, 국경 간 전자상거래는 매년 30%씩 급증하고 있다. 글로벌 결제 수단의 등장, 물류 시스템의 진화와 함께 인터넷에서 직접 구매하는 소비 트렌드가 수출입 장벽을 낮추고 세계 시장의 변화를 가져오고 있는 것이다.

통계청에 따르면 소비자 대상 온라인 수출(B2C)인 해외 직접 판매액 규모는 2016년 말 2조 2,933억 원으로 2015년보다 82%나 급증했다. 반면 해외 직접 구매액은 1조 9,079억 원으로 12.1% 늘어나는 데 그쳤다. 해외 직접 판매액이 해외 직접 구매액 규모가 앞선 것은 통계가 시작된 2014년 이후 처음이다.

사드(THAAD, 고고도 미사일 방어 체계) 배치에 따른 최근의 무역 보복 조치에도 해외 직접 판매액 중 중국은 1조 7,912억 원으로 전체의 78%를 차지했으며, 2015년 8,617억 원보다 2배 이상(107.7%)이나 급증했다. 중국, 일본 등 우리의 주요 수출 경쟁국은

온라인 해외 직접
판매액 및 구매액



단위: 억 원 자료: 통계청

이러한 세계 시장 트렌드를 반영해 온라인 수출 지원 정책을 적극적으로 도입하고 있다. 이 중 중국은 전자상거래법 입법 예고, 전자상거래 시범 도시 운영 등 전자상거래 확대를 위해 전폭적으로 지원하고 있으며, 13개 도시를 전자상거래 시범 도시로 지정해 원스톱으로 온라인 수출을 지원하기 위한 온-오프라인 플랫폼을 운영하고 있다. 이러한 정책 덕분에 세계 전자상거래 무역 규모 3,040억 달러(2015) 중 중국이 24.3%인 739억 달러로 1위를 기록했다. 이에 반해 한국은 27억 달러로 0.8%에 불과한 수준이다.


무역 패러다임 바꿀 4차 산업혁명

한국 정부의 온라인 수출 지원 정책은 오프라인에 비해 미미한 수준이다. 2015년을 기준으로 보면 오프라인 수출 지원 예산은 1,406억 원에 달하는 반면, 온라인 수출 지원 예산은 83억 원에 불과해 오프라인 대비 5.9% 수준이다. 중국, 미국 등은 세계 온라인 교역 추세에 맞추어 앞서나가는 반면, 한국은 여전히 오프라인 중심의 수출 정책에 머물고 있는 현실이다.

온라인 수출은 대기업보다 중소기업에 적합한 수출 전략이다. 적은 비용으로 전 세계 시장의 다양한 고객에게 혁신적이며 다양한 제품을 다품종 소량 생산을 통해 전달할 수 있는 효율적 플랫폼 역할을 한다. 더욱이 4차 산업혁명 기술과 접목되면 성장 잠재력은 폭발적일 것이라 예상된다.

4차 산업혁명은 빅데이터와 플랫폼을 기반으로 무역의 패러다임을 바꿀 것으로 전망된다. 인터넷을 통해 바이어와 셀러, 생산자와 소비자, 소비자와 소비자가 시간과 공간의 제약 없이 소통하고 거래하는 시대가 오고 있는 것이다. 그런 의미에서 우리도 기존 무역 사절단, 전시회 참가와 같은 오프라인 중심 수출 지원 방식에서 온라인 수출 지원으로 눈을 돌려야 할 때다. 온라인 수출기업을 위한 통합 지원 플랫폼을 구축하고, 관련 예산 확대와 체계적인 지원을 위한 관련 법률도 제정할 필요가 있다.

풍부한 한류 콘텐츠와 인터넷 인프라를 보유한 한국의 온라인 수출 잠재력은 충분하다. 지금까지 한국은 전자상거래 강국의 뒤를 쫓는 후발자(Follower)에 불과했으나, 미래에는 제조업의 경쟁력과 4차 산업혁명 기술의 융복합을 통해 전자상거래 시장을 주도하는 개척자(Pioneer)가 되도록 노력해야 한다.

우리나라가 앞으로 세계 온라인 수출 대국으로 발전하기 위해서는 무엇보다 중소기업의 참여와 투자가 중요하며, 이를 뒷받침하고 응원하는 정부의 역할이 수반되어야 할 것이다. 



writer_ 임채운

중소기업진흥공단 이사장
경영학 박사, 서강대 경영학과 교수,
한국구매조달학회 회장, 한국유통학회
회장, 한국중소기업학회 회장을
역임했다.

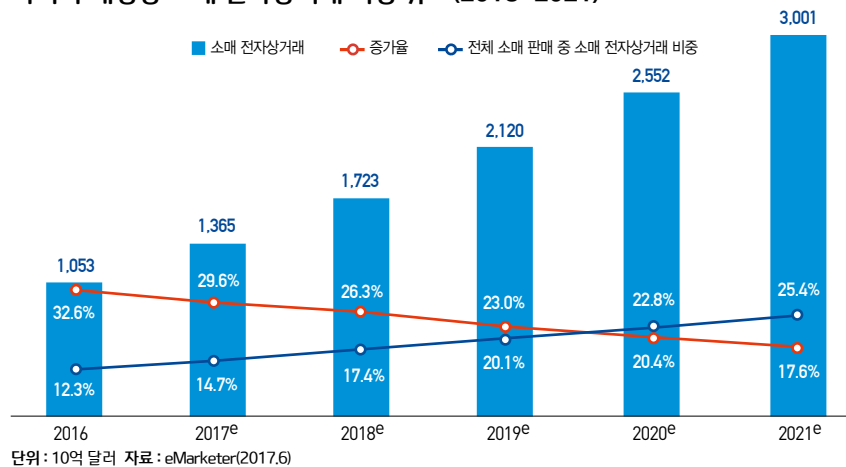
수출 판로를 고민하는 중소기업을 위한 온라인 시장 공략법

점차 커져 가는 해외 온라인 시장은 대기업보다 의사 결정을 빨리 내리고 빠르게 실행할 수 있는 중소기업에 더 적합하다. 성큼 다가온 디지털 시대에 맞춰 해외 온라인 시장에 전략적으로 접근할 수 있는 방법에 대해 알아본다.

해외 온라인 시장을 통한 매출 증가 기대

최근 한국의 기업들은 규모와 관계없이 KTX(김정은, 트럼프, 시진핑)에 의해 촉발된 퍼펙트 스톱으로 중국, 미국 등 주요 시장에서 대규모 투자 철수 또는 매출 부진 등 역사상 유례없는 위기 상황에 처해 있다. 특히 전 세계적인 보호무역주의 확산은 해외 시장 진출에 회사의 명운을 걸고 있는 우리 중소기업의 어려움을 가중시키고 있다. 이러한 어려움을 극복하기 위한 전략 대안으로 AEC(아세안경제공동체)와 같은 신흥 시장 진출이나 국경 간 전자상거래(CBEC, Cross-Border E-Commerce) 시장 공략이 중

아시아 태평양 소매 전자상거래 시장 규모(2016~2021)



소기업들이 눈여겨보아야 할 전략 대안으로 떠오르고 있다. 그동안 CBEC 하면 기업 간 거래(B2B) 중심의 알리바바(Alibaba)를 제일 먼저 떠올리게 마련이다. 그러나 전 세계적인 온라인 해외 직접 판매, 직접 구매의 돌풍과 함께 편리한 배송 및 결제 서비스로 무장한 아마존, 이베이 등이 세계 유통 시장 공략에 나서고, 티몰, 라쿠텐, 쿠팡, 라자다 등 지역별로 특색화된 디지털 플랫폼들이 사업 영역을 확대하면서 B2C 형태의 해외 온라인 시장의 비중이나 거래 규모가 날로 증가하고 있다. 2017년 6월 시장 조사 전문 기관인 eMarketer가 발표한 자료에 따르면 2017년 한국의 주요 시장인 아시아 태평양 소매 전자상거래 시장의 규모와 비중은 각각 1조 3,650억 달러와 14.7%로 나타났으며, 2021년에는 각각 2배 정도 증가한 3조 달러, 25.4%로 확대될 것으로 전망하고 있다. 이에 따라 중소기업의 수출 증대를 위한 새로운 활로로 해외 온라인 시장에 적극적인 관심을 기울일 필요가 있다.

아시아 태평양 소매 전자상거래 시장의 규모와 비중은 각각 1조 3,650억 달러와 14.7%로 나타났으며, 2021년에는 각각 2배 정도 증가한 3조 달러, 25.4%로 확대될 것으로 전망하고 있다.

다양한 장점을 살릴 수 있는 온라인 시장

해외 온라인 시장에는 10억 명이 가까운 잠재 소비자가 있으며, 인터넷의 특성상 제품을 판매하는 데 소비자가 어느 나라에 소재하는지에 대한 지역 구분은 사실상 무의미하다. 또 알리페이,페이팔 등 전 세계에서 이용할 수 있는 결제 시스템과 택배 배송 서비스의 발달로 우리 중소기업들도 얼마든지 해외 온라인 시장에 참여할 수 있는 길이 열려 있다. 각국 정부가 전자상거래 활성화를 위해 오프라인 수출입에 비해 유리하도록 세제를 정비하는 것도 해외 온라인 시장 확대에 기여하고 있다. 이뿐만 아니라 중소기업의 입장에서 해외 온라인 시장 진출은 기술이나 소득 수준에 차이가 있는 개도국 시장에서 제품의 수명 주기를 늘릴 수도 있고, 우리나라와 계절이 반대인 지역이나 기후에 따른 적절한 지역 선정에 따라 판매 기간을 늘릴 수도 있다. 또 상대적으로 배송 기간이 길기 때문에 상품 준비 기간이 여유롭다는 점을 활용해 미리 생산하지 않고 고객이 주문한 후 제품을 준비해 판매함으로써 불필요하게 재고를 쌓아 두는 부담도 줄일 수 있다.

중소기업의 해외 온라인 시장 전략적 접근법

그렇다면 새로운 수출 판로로서 이렇게 중요하고 유망한 해외 온라인 시장에서 해외

시장 경험이 일천하고 해외 소비자에 대한 정보가 부족한 우리 중소기업들이 어떻게 하면 성공을 거둘 수 있을까? 무엇보다 조급함을 버리고 다음과 같이 해외 온라인 시장의 특성과 프로세스를 숙지한 후 해외 온라인 시장에 전략적으로 접근할 필요가 있다.

① 경쟁력 있는 제품 개발

해외 시장에서 경쟁력 있는 제품 개발이 먼저다. 전 세계에 아무리 많은 오픈마켓이나 온라인 쇼핑몰이 있다 해도 소비자에게 외면받는 제품으로는 해외 온라인 시장에서 성공을 기대할 수 없다. 올해 초 KOTRA가 발표한 '2017년 해외 시장 10대 권역별 진출 전략 보고서'와 '2017년 85개 국별 진출 전략 보고서'를 보면 KOTRA 지역본부장들은 공통적으로 유통망과 내수 시장 공략 강화를 강조하면서 미국, 중국, 인도, 동남아 등 주요 시장에서 중산층 및 소비 시장이 확대되고 프리미엄 소비재의 수요가 증가할 것으로 전망했다. 또 중동, 중남미, 아프리카 등의 지역에서도 중산층 증가, 신소비 계층 대두, 트렌드 변화에 따른 내수 시장 확대가 예상된다고 보고했다. 이러한 현지 수요를 감안해 우리 중소기업들은 한류, FTA 등의 기회를 적극 활용하고 전자상거래에 적합한 프리미엄 소비재와 현지 맞춤형 제품을 적극적으로 개발할 필요가 있다.

② 제품에 맞는 디지털 플랫폼 선정

자사 제품의 타깃 시장 공략에 적합한 디지털 플랫폼을 선정해야 한다. 무조건 아마존이나 이베이 같은 글로벌 쇼핑몰만 고집할 필요는 없다. 2017년 9월 12일로 아마존이 사실상 해외 온라인 시장에서 독보적인 위치를 점유하는 데 커다란 역할을 한 원클릭 서비스의 특허 기간이 만료되면서 해외 온라인 쇼핑몰이 경쟁적으로 또 다른 차별적 서

온라인 시장은 전 세계적으로 급성장하고 있다. 특히 편리한 배송과 결제 시스템을 갖춘 세계적인 온라인몰 아마존, 이베이는 물론 티몰, 라쿠텐, 쿠팡, 라자다 등 지역별로 특성화된 다양한 디지털 플랫폼들이 사업 영역을 확대하고 있다. (왼쪽부터 시계 방향으로) 아마존, 이베이, 티몰, 라쿠텐 홈페이지.




비스 개발에 박차를 가하고 있다. 이를 감안하면 중국의 티몰, VIP닷컴, 징둥닷컴, 일본의 라쿠텐, 쿠팡, 동남아시아의 라자다 등 현지 시장에 특화된 언어, 결제, 배송 서비스를 제공하는 디지털 플랫폼이 오히려 유리할 수도 있다는 점을 간과해서는 안 된다. 브랜드와 지명도가 낮은 중소기업들의 경우 한국무역협회, KOTRA, 중소기업진흥공단 등 무역 유관 기관들이 한국 상품에 관심 있는 해외 고객을 대상으로 구매 기회를 제공하는 kmall24.com, buykorea.org, gobizkorea.com 같은 한국 상품 전용 물 을 활용하는 것도 좋은 방법이다. 이런 쇼핑물들은 지자체의 지원과 연계해 아마존, 이베이, 티몰 등에 입점할 수 있는 기회를 제공하거나 알리바바와 제휴해 대형 고객과의 거래도 성사시켜 주고 있다.

③ 온-오프라인 프로모션과 마케팅

해외 소비자를 사로잡기 위한 다양한 온-오프라인 프로모션과 마케팅이 필요하다. 검색엔진 최적화(Search Engine Optimization) 기법을 활용한 검색엔진 광고, 페이스북, 링크드인, 유튜브를 활용한 SNS 마케팅, 쇼핑물이 제공하는 체험물 입점이나 경품, 할인 쿠폰, 배송비 할인 등의 다양한 프로모션 수단을 통해 자사 제품의 인지도와 판매 기회를 높여야 한다.

④ 소비자 입장에서 서비스

항상 고객의 관점에서 생각해야 한다. 최근 연구나 보고서에 따르면 해외 온라인 시장의 이용자 구매 의사 결정과 만족도, 재구매 의도에 영향을 미치는 중요한 요인으로는 쇼핑물의 브랜드와 품질, 배송비 및 배송 서비스, 결제 서비스의 안전성 및 보안성, 개인 정보 도용 및 사기, 위험성, 복잡한 통관 절차 및 관세 등과 복잡한 반품 및 배송 규정, 문제 발생 시 해결의 어려움, 소비자 보호 부족 등이 것으로 나타났다. 이러한 해외 소비자의 우려를 불식하지 않고는 지속적인 구매를 유도할 수 없다.

최근 전 세계적으로 경기가 다소 회복 기미를 보이면서 소비자의 체감 경기가 개선됨에 따라 해외 온라인 시장은 지속적으로 성장할 것으로 전망된다. 우리 중소기업들이 한류, FTA를 활용한 전자상거래에 적합한 품목 개발, 자사 제품과 타깃 시장에 적합한 디지털 플랫폼의 선정, 적극적인 온-오프라인 프로모션, 고객 관점에서의 주문 이행 및 반송 서비스를 통해 유망한 해외 시장 진출 기회를 놓치지 않고 적극 공략해 수출 성과를 거두길 바란다. 



writer_ 문희철

충남대학교 무역학과 교수
경영학박사. 한국경영학회,
중소기업협회 부회장을 역임했으며,
현재 한국무역학회 제37대 회장을
맡고 있는 전자무역 전문가다. 중국
시베이대학 및 베트남상업대학
명예교수로 봉사하고 있다.
<무역개론>, <국제마케팅>,
<전자무역의 이론과 실무> 등 공저.

‘세 마리 다람쥐(三只松鼠)’의 성공과 해외 온라인 수출

중소기업 CEO라면 온라인 수출에 눈을 돌려야 할 때다. 정부나 각종 기관의 지원을 활용한다면 수출을 해보지 않은 기업이라도 못할 것이 없다.

비약적으로 성장하는 온라인 시장

중국의 ‘싼즈송슈(三只松鼠, Three Squirrels)’는 2012년 설립되어 견과류, 건과일, 간식거리 등을 온라인으로 판매하는 식품 회사로, 5년이라는 짧은 역사에도 전 세계 견과류 판매 1위를 차지한 기업이다. 싘즈송슈는 설립 첫해 3,000

만 위안(약 50억 원)의 매출을 달성한 데 이어 지난해에는 55억 위안(약 9,000억 원)을 달성했고, 지난해 광군제(11월 11일)에는 하루 매출 5억 800만 위안(약 880억 원)을 기록하며 식품 판매 부문에서 5년째 1위를 차지하고 있다. 중국이라는 세계 최대의 내수 시장이 뒷받침해준 데 따른 성과지만, 우리 중소기업 CEO들에게도 시사하는 바가 크다.

온라인을 통한 판매 방식의 변화와 함께 국제 결제 수단과 국제 운송 시스템의 발달로 국경 간 거래가 비약적으로 성장하고 있는 점을 고려하면 국내 중소기업이 온라인을 통해 중국은 물론 세계 소비자에게 자사 제품을 B2C 방식으로 수출할 기회는 더욱 커져 가고 있다. 한 시장 조사 전문 기관(Aliresearch-Accenture, 2015)에 따르면, 국경 간 B2C 거래 규모는 연평균 27%씩 신장해 2020년에는 약 1조 달러에 달할 것으로 전망된다.

커져 가는 국경 간 B2C 시장 규모에도 실제로 중소기업 CEO들이 온라인 수출을

기관별 온라인 수출 지원 사업 주요 내용

기관명	홈페이지	지원 내용
한국무역협회	B2C 해외 시장 진출 지원 'Kmall24' www.kmall24.com	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 오피 정보 • 미니사이트 제작 • 바이어 타겟 마케팅 • 박바이어 거래 알선 • 바이어 매칭 서비스
중소기업진흥공단	글로벌 B2B 플랫폼 '고비즈코리아' www.gobizkorea.or.kr	<ul style="list-style-type: none"> • 외국어 홈페이지 제작 • 상품 페이지 제작 • 해외 바이어 발굴 지원 • 온라인 수출관 지원 • 검색 엔진 마케팅 지원 • 온라인 화상 상담 지원
KOTRA	글로벌 B2B 마켓 플레이스 '바이코리아' www.buykorea.org	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 상품 해외 홍보 • 해외 바이어 구매 정보 검색 등록 및 검색 • 거래대금 온라인 결제(KOPS) 지원 • EMS 국제배송 지원 • 화상 상담 등 거래 프로세스 지원


하려고 할 때 어디서부터 어떻게 시작해야 할지 모르겠다는 이야기를 종종 한다. 아마존, 이베이, 티몰 등 글로벌 오픈마켓이 활성화되고 있으나 입점 조건, 비용 등의 장벽으로 우리 중소기업, 특히 신생 기업들이 선뜻 입점하기 어려운 면이 있다. 예를 들어 어느 플랫폼의 경우 보증금, 연회비 등 약 4,000만 원 상당의 비용이 발생하며, 특히 유명 브랜드를 선별입점시키는 형식으로 중소기업의 입점이 사실상 불가능한 경우도 있다.

한국무역협회는 최근 국제무역 패러다임의 변화에 맞춰 중소기업의 B2C 해외 시장 진출을 지원하기 위해 2014년 중소기업 온라인 해외 직판 수출 물인 Kmall24를 론칭했고, 이제 3년이 경과했다. KOTRA와 IBK기업은행 등도 중소기업의 온라인 수출 지원을 위한 전자상거래 서비스를 지원하고 있다. KOTRA는 B2B 전자상거래 서비스인 '바이코리아(www.buykorea.org)'를, 중소기업진흥공단은 글로벌 B2B 플랫폼인 '고비즈코리아(www.gobizkorea.com)'를, IBK기업은행은 해외 전자상거래 외화 정산 서비스인 '페이고스(P@yGOS, paygos.ibk.co.kr)'를 운영 중이다. 페이고스의 경우 현재 이용 기업이 1,000개를 돌파했으며, IBK기업은행과 한국무역협회는 공동으로 해외 직판 멘토링을 운영 중이다. 이러한 수출 지원 서비스는 중소기업이 해외 판매를 쉽게

시작할 수 있도록 돕는다.

온라인 수출 지원 서비스 활용

이렇게 기관의 문을 두드려 온라인 수출을 시작한 중소기업의 성적표는 어떨까? 물론 모두 단기간에 커다란 성공을 거둔 것은 아니지만, 눈에 띄게 성공을 거둔 중소기업을 종종 지켜봤다. 아기 베개를 수출하는 G사는 처음 Kmall24를 통해 온라인 수출을 시작한 후 현재는 호주, 대만, 베트남 등 10개국으로 수출하는 기업으로 우뚝 서 연간 100만 달러를 수출하고 있다. 또 B2C가 B2B 대량 구매로 이어지는 경우도 종종 볼 수 있다. 건강 기능 식품을 취급하는 O사의 경우 Kmall24와 연계된 아마존에서 태국 바이어를 처음 알게 되었고, 해당 제품의 시장성을 높이 평가한 이 바이어와 3년간 500만 달러의 대량 수출 계약을 체결한 바 있다. 현재 O사는 일본, 유럽, 미주 등으로도 추가 수출을 준비 중이다.

우리 중소기업 CEO, 특히 소비재를 취급하는 신생 중소기업이나 영세기업(Micro SMEs)의 경우 온라인을 통해 적은 비용으로 전 세계 소비자를 상대로 수출할 수 있는 길을 적극 모색해야 할 때다. 모른다고, 해본 적이 없다고 무작정 외면하지 말고 긍정적인 마인드로 기관의 지원 센터에 문을 두드려 좋은 결과를 얻기 바란다. 



티몰(고양이), 징둥(강아지), 텐센트(펭귄) 등 중국 인터넷 기업 창업자들은 회사명이나 캐릭터로 유독 동물을 선호하는 경향이 많다. 5년 만에 전 세계 견과류 판매 1위를 차지한 회사 '싼즈송슈'의 회사명은 '세 마리 다람쥐'를 의미한다.



writer_ 조학희

한국무역협회 e-Biz지원본부장
벨기에 루벤대(Univ. of Leuven)
석사(EU 경제통합), 경기 및 대전
공무원교육원 강사, 한국무역협회
위싱턴지부장과 국제협력실장 등을
역임했다.

세비양(주) 류인식 대표이사 아름다움 이상의 혁신, 최고의 디자인 기업을 그리다

누구나 디자인을 강조한다. 하지만 디자인이란 제품의 아름다운 겉모습에 그치지 않는다. 대한민국 디자인경영의 대표 주자 류인식 대표가 디자인을 말한다.

디자인 앞에 절망하고 디자인으로 다시 출발하다

세비양의 류인식 대표는 건설 회사의 계열사인 건축 자재 제조업체 출신이다. 신입 사원 시절부터 디자인과 특히 관련 업무를 담당했던 그는 대학로의 한국디자인포장센터(한국디자인진흥원의 전신)를 오가며 디자인에 대한 이해를 넓혔다. 첫 회사에서 많은 것을 배우긴 했지만, 수직적인 위계질서는 그가 마음껏 일할 수 없게 하는 장벽이 되었다.

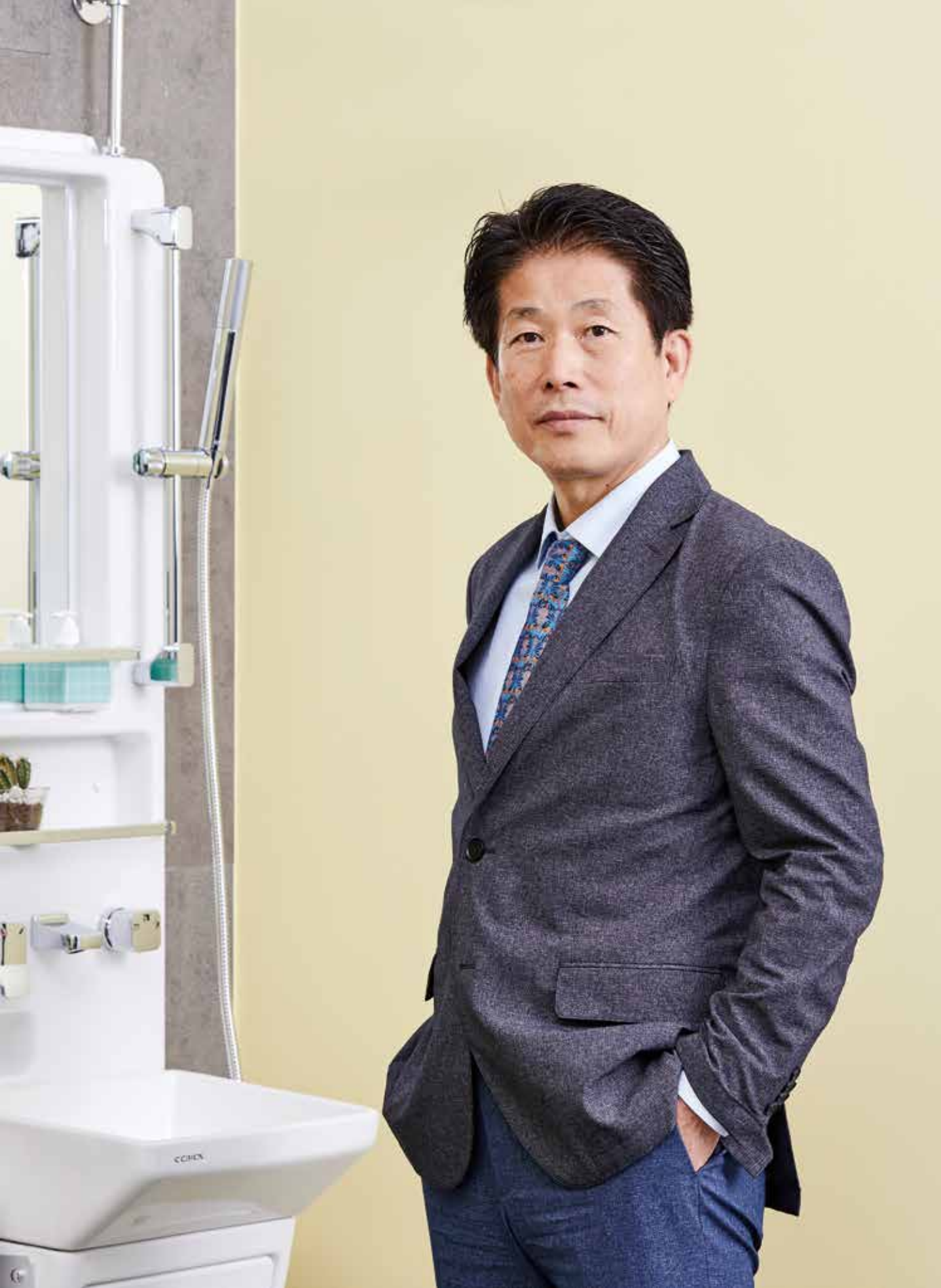
1993년, 갑갑함을 참기 어려웠던 그는 만 6년간의 직장 생활에 마침표를 찍고 가야리빙산업을 설립했다. 6년간 회사에서 익숙해진 아이템을 활용하되 친정과 겹치지 않는, 완전히 다른 아이템을 찾았다. 그래서 내놓은 게 위생 칫솔 치약 정리함 세트와 소프트 디자인 변기 시트였다. 그러나 살균 칫솔함은 시기상조였고, 고급 자재를 활용해 품질에만 주력한 변기 시트는 가격경쟁력이 떨어졌다. 아이템 실패의 결과는 가혹했다. 자금 압박 등 여러 문제가 이어졌지만, 류인식 대표는 어려웠던 순간에 대해서는 말을 아낀다. 사업을 하면서 어려운 시기를 겪지 않는 이가 어디 있겠느냐며, 그 경험을 구구절절 늘어놓아 봐야 구차하다는 것이다.

다시 자금을 끌어모아 버블 안마 욕조를 개발하며 새롭게 출발한 류 대표는 이때가 되어서야 비로소 제조업에 대해 이해하기 시작했다고 고백한다. 이후 사업은 순항했고, 2002년에는 사명도 세계를 겨냥해서 ‘세비양’으로 개명했다. 하지만 2004년, 한국디자인진흥원이 주관한 ‘글로벌 디자인경영자 과정’에 참석하면서 사업에 대한 류인식 대표의 모든 사고 체계는 완전히 달라졌다.

“정부가 디자인에 적극적으로 개입한 건 영국의 대처 내각부터가 아닐까 합니다. 1979년 영국 정부는 디자인을 이해하지 못하면 은퇴하라며 강력하게 국가 경영 방향

Company History

- 1993 회사 설립(가야리빙산업)
- 1996 욕실업계 최초 GOOD DESIGN 선정
- 1997 국내 최초 시스템 샤워기(바다샤워기) 국산화
- 1999 산업자원부 장관상, 조달청장상 수상
- 2001 기술혁신중소기업(INNO-BIZ) 획득
- 2002 세비양(주)로 회사명 변경
- 2004 디자인경영 선언
- 2006 친환경인증 획득
- 2008 ADEX 디자인상 수상
- 2009 IF 디자인 어워드 수상, 100% 디자인 런던 블루프린트 어워드 수상
- 2010 100% 디자인 런던 ‘10 of the Best’ 선정, CI 교체
- 2012 IF 디자인 어워드 2관왕, IDEA 디자인 어워드 수상
- 2013 대한민국 디자인대상 디자인경영 부문 수상
- 2014 IF 디자인 어워드 수상
- 2015 차세대 세계일류상품 선정, 글로벌생활용품 선정
- 2017 디자인 혁신기업 100 육성기업 선정



을 제시했습니다. 'Design or Resign(디자인하지 않으면 사임하라)'이란 표어에 모든 게 들어 있죠. 산업자원부(현 산업통상자원부) 산하 한국디자인진흥원은 이런 세계적 흐름을 깨닫고 글로벌 디자인경영자 과정을 개설한 것 같습니다.” 류인식 대표의 설명이다. 그는 당시 디자인 전공자가 아닌 이로는 유일하게 ‘글로벌 디자인경영자 과정’ 3기 멤버로 합류했다. 6개월의 인문학 수업을 마친 후 13박 14일간 유럽으로 현지 견학을 갔던 당시의 충격은 신사유람단과 비견할 정도였다고 설명한다.

“전에도 독일이나 이탈리아의 전시회에 참가하고 공장을 견학하긴 했습니다. 디자인 전공자들이야 책이나 강의로 배웠을지 몰라도, 전 무식한 사람이라 안도 다다오(일본의 세계적인 건축가)나 앤디 워홀(미국의 팝아트 작가)도 그때 처음 알았어요. 책은 꾸준히 읽었으니 인문학에는 자신이 있다고 생각했지만, 디자인의 혁신성을 제대로 이해하진 못했습니다. 그런데 이탈리아 현지의 디자인 센터 등을 둘러보면서 커다란 충격을 받았습니다. 그 충격이 너무 커서 당시에는 절망까지 했을 정도입니다.”

절망은 아무것도 바꾸지 못한다

디자인은 그저 예쁜 외형이 아니라 새로운 가치를 창출하는 일이었다. 2004년, 그의 뇌리에 각인된 회사는 알레시와 비트라였다. 알레시는 주방 및 생활용품 전문 회사인데, 아름다운 디자인으로 유명해서 수십 년째 해마다 수십 개의 히트 상품을 내고 있다. 그런데 알레시에는 전속 디자이너가 한 명도 없다. 국적을 불문하고 알레시에 디자인을 제안할 수 있고, 선택되면 제품에 디자이너의 이름을 새겨서 출시한다. 또 판매된 제품에 따른 로열티도 당연히 지급한다.

비트라는 1950년 스위스에서 설립한 가구 회사다. 회사는 꾸준히 성장했지만, 1981년 대형 화재로 공장이 거의 소실되는 위기를 맞았다. 남은 것은 불탄 대지뿐이었다. 비트라는 '비트라 캠퍼스 프로젝트'를 추진하며 세계적인 건축가들이 부지에 마음껏 건물을 세울 수 있도록 했다. 자하 하디드, 재스퍼 모리슨, 리처드 버민스터 풀러, 장

세비앙(주)의 류인식 대표는 첫 회사에서 디자인과 특허 업무를 담당하며 디자인에 대한 이해를 넓혔다. 그때의 경험과 지속적인 경영 공부로 지금은 우리나라 디자인 기업을 대표할 정도로 성장했다. (좌)가볍고 슬림한 족 핸드 샤워기. 컬러풀해서 인테리어용으로 좋다. (가운데, 우)세비앙(주) 사무실 내부.





세비양(주)의 샤워기는 유럽의 욕실 문화와 전혀 다른 한국의 욕실 문화에 초점을 맞춰 디자인한다. 그렇게 탄생한 것이 수납형 샤워기다. 그동안 수십 개가 넘는 디자인상을 받았다.

푸르베 등 건축학 교과서에 이름을 올릴 만한 이들이 앞다투어 모여들었다. 전 세계의 이목이 집중되면서 글로벌 오피니언 리더들이 몰려들었고, 비트라는 완전한 명품 브랜드로 자리 잡았다. 가구가 아닌 공장의 건축 디자인으로 제품의 가치를 상승시킨 것이다.

류인식 대표는 디자인에서 길을 찾았지만, 한편으로는 이탈리아나 독일 등 디자인 선진국과 경쟁할 미래가 암담했다. 시화공단에선 밤을 새워가며 손으로 도면을 그리는데, 이탈리아에서는 작은 공장조차 이미 CAD로 디자인을 짜고 있었다. 하지만 절망만으로 바꿀 수 있는 건 아무것도 없었다. 류인식 대표는 디자인을 경영 원칙으로 삼고 혁신에 나섰다. 먼저 변화의 주체인 '나'를 변화시키기로 결심했다. 담배와 배달 음식과 야근의 삼박자에 익숙해져 있던 그의 체중은 78~80kg였다. 유럽에서 돌아온 그는 담배를 끊고 운동을 하면서 68kg까지 감량했다. 다음으로 기업 문화를 바꿨다. 수직적 위계질서가 싫어 직장을 나온 그였지만, 돌아보니 창업 이후 스스로 설립한 회사에도 수직적인 문화는 남아 있었다.

“의사 결정부터 집행까지 신속하다는 것이 수직 명령 체계의 최대 장점입니다. 40대 중반까지 저는 그런 조직의 돌격 대장이었습니다. 물론 결과가 나오기도 했습니다. 하지만 그 이상이 되어 세계로 나아가려면 현재의 조직 문화를 넘어서야 했습니다. ‘스스로 일하면 장사고, 남이 일하게 하면 사업’이라는 말도 있지 않습니까? 간단해 보여도 엄청난 내공이 담긴 이야기입니다.”

내부적 변화가 조직 문화 혁신이었다면 외부적 변화는 이업종과의 교류다. 류인식 대표는 업무와 직접 관련되지 않은 사람들과 적극적으로 교류할 뿐 아니라 직원을 뽑을 때도 전공과 무관하게 특이한 취미를 가진 지원자에 관심을 가지는 등 아이디어의 혁신을 이루려고 노력했다.

숫자로 본 세비양(주)

1 번째

수납형 샤워기 세계 최초 개발

2007년

세비양(주)의 첫 수납 샤워기 'UP 가로본능'이 출시된 해

5 바퀴

세비양(주)에서 생산 판매한 제품을 일렬로 늘어놓았을 때 지구를 휘감는 횟수

24년

세비양(주)의 나이

31 회

국내외 디자인 어워드 수상 경력



세비앙(주)이 성공한 데에는 내부적으로는 수직적 위계질서를 무너뜨리는 조직 문화 혁신을, 외부적으로는 다른 업계와 꾸준히 교류하며 아이디어의 혁신을 이루고자 한 류인식 대표의 노력이 큰 역할을 했다.

인문학적 성찰을 기반으로 한 디자인 혁신

디자인경영을 선포한 이후 류인식 대표는 조선백자에 대해 공부했다. 경기도 광주에는 지금도 확인 가능한 가마터만 200곳이 넘는다. 조선 왕실의 사용원 분원도 여기에 설치되었다. 조선백자 때문에 세비앙이 광주에 터를 잡은 건 아니지만, 그는 세비앙의 하얀 도자기 소재와 조선백자 사이에 분명히 인연이 있다고 믿는다. 류 대표는 디자인이 '제품의 영혼'이라고 말한다.

"아름다운 외형에 기능을 밀어 넣을 수도 있습니다. 덴마크의 B&O와 일본의 소니는 그런 능력으로 주목받았습니다. 하지만 두 회사의 현재 상황은 그다지 좋지 않습니

다. 저는 디자인을 제품의 영혼이라고 봅니다. 영혼은 아름다운 외형 이상의 의미를 지니는 법입니다. 양푼 비빔밥은 영국계 본차이나가 아닌 양푼에 담을 때 가장 빛나니까요. 영혼은 구겨 넣는다고 들어가는 것이 아닙니다. 아마 영혼을 집어넣은 사람들은 마음의 형태가 다를 겁니다. 제가 다른 업종과 교류하며 제품의 원래 목적, 그리고 사람들이 원하는 바를 찾는 이유가 여기 있습니다. 세비앙은 기술이 아닌 인문학적 성찰을 기반으로 제품을 디자인하는 곳이니깐요."

디자인경영은 가치 창출인 동시에 사람에 대한 관찰이기도 하다. 세비앙의 디자인경영은 과거와 다른 제품의 탄생으로 이어졌다.


"모든 건 아이디어가 아니라 필요성에 따라 태어납니다. 저는 속옷이 해지거나 볼펜이 닳아서 더 이상 사용하지 못할 때 열심히 썼다는 기쁨을 느낍니다. 샴푸도 마지막에 물을 넣고 흔들어서 알뜰하게 씁니다. 그래서 샴푸를 뒤집어놓으라고 물구나무베이를 샤워기에 부착했습니다. 더 나아가서 우리나라의 욕실 문화에 대해서도 생각해봤습니다. 유럽은 목욕 문화가 발달한 사회지만, 수납 욕구는 없습니다. 손바닥만한 곳에 물건 한두 개만 담으면 됩니다. 하지만 우리는 다릅니다. '화장실에 선반 하나만 더 있었으면' 하는 마음이 있습니다. 이런 욕구에 부응하는 기획으로 2005년에 디자인한 제품이 '퍼즐'입니다. 2007년부터 생산했고, 2009년에 iF 디자인 어워드를 수상했습니다. 수납을 보조적인 기능으로 보고 디자인을 강조한 게 퍼즐이었다면 'UP 가로본능'은 한층 본격적인 수납 성능을 제공합니다."

이런 접근법의 변화는 세비앙을 견인했다. 세비앙은 독일의 iF와 미국의 IDEA 등 세계 디자인 어워드를 휩쓸며 우리나라 화장실 문화의 표준이 되었다.

물러서고 또 나아가다

류인식 대표는 회사 경영에 더 적극적으로 나서는 대신 뒤로 한발 물러나는 선택을 했다.

“2014년부터 외부 스터디 그룹을 하면서 30명이 함께 공부를 하는데, 그 중 가장 어린 동료가 1986년생입니다. 이 모임에서 젊은 사람들의 실제 실력을 파악해 보았더니 저보다 훨씬 뛰어나더군요. 계급장을 떼고 1:1로 붙으면 제가 이길 수 없을 것 같았습니다. 젊고 감각 있는 사람에게 더 많은 결정권을 주고 저는 한발 뒤로 빠지는 게 옳겠다 싶었습니다.”

2014년부터 세비앙은 ‘피라미드 뒤집기’를 적극적으로 추진하고 있다. 대표이사부터 신입까지 수직적으로 줄을 세운 피라미드 조직 문화를 뒤집겠다는 것이다. 이때부터 세비앙은 대리, 사원만의 토론 모임인 청년중역회의를 개최하고, 대표는 해외 출장을 다녀온 경우나 참석해서 외국 상황을 ‘보고’한다. 신제품의 모델을 결정할 때도 대표는 입을 다문다. 자신보다 젊은 디자인 감각을 믿어야 제대로 앞으로 나아갈 수 있다고 믿기 때문이다. 다수의 디자인 어워드 수상 경력과 시장에서의 실적, 어느 쪽을 봐도 세비앙의 오늘은 밝다. 하지만 이제 시작이다. 세비앙의 남다른 DNA는 오늘보다 내일에 적합하도록 디자인되어 있기 때문이다. 

디자인은 제품의 영혼이고, 영혼은 아름다운 외형 이상의 의미를 지니는 법이라고 생각하는 류인식 대표는 세비앙을 기술이 아닌 인문학적 성찰을 기반으로 제품을 디자인하는 기업으로 이끌고 있다.

editor_이중한
photo_강건호 pious studio



Points to Success

류인식 대표의 경영 원칙 3

1 성장

성장은 변화와 새로운 가치를 창조하는 최고의 자산이다. 업무와 경영 활동에서 성취와 성공은 물론이고 시련이나 실패를 통해서도 무엇인가를 배우기만 한다면 조직과 개인은 모두 반드시 성장한다.

2 홍익인간

지나치지 않은 선에서 설계와 기획부터 생산, 마케팅, 영업에 이르기까지 홍익인간의 정신을 가치 기준으로 삼는다. 인류와 지구 환경에 도움이 되는 제품이 아니면 만들지도 않고 판매하지도 않는다.

3 즐겁게, 하자

창업 당시 세비앙의 사훈은 ‘뜻말이 되자’였다. 회사의 규모와 상관없이 대한민국 화장실 문화의 뜻말은 될 수 있을 거라는 믿음 때문이었다. 당시 목표는 이루어졌다고 보기 때문에 한층 적극적인 사훈을 만든 것이 무엇이든 ‘ 즐겁게, 하자’다.

세비앙(주)의 실천 3계

1 예술가로 살자

스스로 하는 일에 의미를 부여하고, 예술이 될 수 있도록 가치를 창출하라.

2 날마다 태어나자

‘영원히 살 것처럼 꿈꾸고, 내일 죽을 것처럼 살아라!’ 라는 격언에서처럼 날마다 새로 태어나도록 스스로에게 주문을 걸자.

3 성공은 누구나 가능하다

성공은 능력과 열정, 그리고 태도의 세 요소로 이루어진다. 평범한 사람도 올바른 태도를 갖추고 노력하면 비범한 성과를 거둘 수 있다. 일본항공인터내셔널 회장 이나모리 가즈오의 말처럼 ‘성공은 스스로 결정한다’.

기업의 생존을 좌우하는 ‘지식재산경영’

기업의 생존을 좌우하는 지식재산경영이 대기업의 전유물이라고 생각하기 쉽지만, CEO의 의지와 임직원의 관심에 따라 중소기업에서도 얼마든지 구현 가능하다.

미래 가치 향상을 위한 원동력

지식재산경영(Intellectual Property Management)은 자사가 보유 중인 특허, 브랜드, 디자인 등의 지식재산을 기업의 자산으로 활용하는 경영 전략을 통해 수익을 창출함으로써 기업 가치를 높이는 기업의 경영상 활동으로 정의할 수 있다.

해외에서는 필립스, 구글 등 제조업과 비제조업 분야를 막론하고 CEO 산하에 사내외 R&D를 총괄하는 CTO(Chief Technology Officer, 기술 최고책임자)와 별도로 지식재산경영을 총괄하는 CIPO(Chief Intellectual Property Officer, 지식재산 최고책임자)를 두는 등 지식재산경영의 중요성을 강조하고 있다.

반면, 국내의 경우 삼성전자 등 일부 기업을 제외한 대다수의 국내 중소기업은 제품의 생산과 제조, 판매를 통해 수익을 창출하는 기업 본연의 경영 활동에 비해 지식재산경영은 막연하고 추상적이며 실정에 맞지 않는 어려운 개념에 불과하다는 이유로 아직까지 중요성이나 필요성에 대한 인식이 저조한 편이다.

지식재산경영은 앞서 언급한 IP 전담 부서와 인력을 갖추고 있는 필립스, 삼성전자 같은 대기업만의 전유물이 아니다. 대기업에 비해 인력, 조직, 자본이 부족한 중소기업이라 하더라도 CEO의 의지와 임직원의 관심만 있다면 기업의 생존 또는 미래 가치 향상을 위한 밸류업(Value-up)의 원동력이 될 수 있다.



중소기업도 철저한 준비가 있으면 지식재산경영을 할 수 있음을 보여준 쓰리세븐의 손톱깎이.

상표권 분쟁에서 승리한 쓰리세븐

중소기업에서 지식재산경영을 구현한 대표적인 사례로 세계 시장에서 손톱깎이 제품과 관련해 독보적 시장점유율을 확보했던 쓰리세븐(Three Seven, 구 대성금속공업)




지난 2014년 페이스북이 인수한 VR 기기 전문 업체 오쿨러스와 제니맥스의 VR 지식재산권 소송은 지식재산경영의 중요성을 잘 보여주는 사례다. 오쿨러스와 제니맥스의 소송은 3년여를 끌다 지난 2017년 2월 오쿨러스의 패배로 끝났다. 제니맥스의 반대하고 치밀한 증빙 자료를 오쿨러스가 넘어서지 못한 것이다.

을 들 수 있다. 1995년 초 쓰리세븐은 미국의 항공기 제조사인 보잉(Boeing)사에서 손톱깎이 제품에 사용하는 '777' 상표에 대해 미국 내 사용을 중단할 것과 함께 로열티를 지급하라는 소송에 피소된다. 당시 보잉사는 1990년 자사의 차세대 항공기 명칭인 '777'과 관련해 기내용 나이프, 여성용 핸드백, 손톱깎이 등에 미국 등록상표를 획득한 상태였으나 쓰리세븐의 경우 미국 내 등록상표가 없었다. 만약 쓰리세븐이 미국 보잉사와의 상표권 분쟁에서 패소해 제품을 수출하지 못하게 될 경우 회사 자체의 존속이 위태로울 것은 자명했다.

쓰리세븐은 당시 미국 상표법이 먼저 사용한 자에게 권리를 인정하는 선사용주의라는 점을 토대로 보잉사의 상표 출원 시점 이전인 1984년부터 자사 제품에 '777' 상표를 부착해 수출 중이었음을 증거로 제시하며 대응했고, 이를 토대로 보잉사로부터 해당 소송의 취하와 더불어 '777' 브랜드에 관한 공동 사용을 내용으로 하는 합의를 이끌어 냈다.

일상 업무로도 지식재산경영 구현이 가능

삼성전자 같은 대기업에서도 전담 인력을 투입해 비용과 시간을 들여 지식재산경영에 관심을 두고 있다. 그러나 쓰리세븐의 사례에서 살펴보듯 자사에서 사용 중인 제품의 브랜드 관련 수출 서류를 보관·관리하는 일상적인 업무를 통해서도 지식재산경영을 구현할 수 있다. 결론적으로 중소기업에 있어 지식재산경영의 구현 여부는 단순히 인적·물적 여건을 확보하느냐의 문제가 아닌, CEO의 의지와 임직원의 관심에 달려 있다고 할 것이다. 



writer_ 양동욱
IBK기업은행 기업지원컨설팅부
창업컨설팅팀 변호사
IBK기업은행의 중소기업 희망컨설팅
프로젝트에서 IP(지식재산) 컨설팅을
담당하고 있다.

장기 임대주택 등록을 통한 거주 주택의 1세대 1주택 비과세 특례

부동산 시장의 안정화를 목표로 하는 신정부의 부동산 정책에 관심이 쏠리고 있다.
부동산 정책의 변화에 따라 전세하는 방법에 대한 고민도 뒤따라야 할 것이다.



다주택을 보유한 사람들은 보유 주택 중 기존 1주택을 제외한 나머지 주택은 양도차익에 따라 최고 40%의 세율을 부담해야 하기 때문에 양도소득세가 부담스러운 것이 사실이다. 하지만 장기 임대주택으로 주택 임대 사업자 등록을 한 경우에는 이와 같은 고민을 어느 정도 해결할 수 있다.

양도소득세 전세 방안은 없는가?

수 개의 주택을 보유하면서 주택 임대를 하고 있는 사람들의 공통적인 고민은 '어떻게 하면 추후에 보유 주택 양도 시 양도소득세를 전세할 수 있을까?' 하는 것이다. 이와 관련해 세법에서는 장기 임대주택으로 주택 임대 사업자 등록을 한 경우, 당해 장기 임대주택은 보유 주택 수에 포함하지 않도록 특례를 적용하고 있다. 이와 같은 방법을 활용하면 보유 기간이 오래된 기존 주택을 처분할 때 양도소득세 전세 혜택을 누릴 수 있다.

얼마 전 한 고객이 다음과 같은 세무 문제를 토로한 적이 있다. 요점은 본인은 2채의 주택을 보유하고 있으며, 거주 편의상 현재 다른 주택을 임차해 전세로 거주하고 있고, 보유한 주택은 모두 임


대를 내주었는데, 주택을 양도하는 경우 보유 기간이 오래되어 양도 차익이 클 것으로 예상된다는 것이었다. 1세대 1주택자는 비과세 혜택을 받을 수 있는 것으로 하는데, 본인 같은 경우 양도소득세를 절세할 수 있는 방법이 없는지 고민하고 있었다. 이처럼 다주택을 보유한 사람들은 주택 거래에 대한 양도소득세가 상당히 부담스러운 것이 사실이다. 보유 주택 중 기존 1주택을 제외한 나머지 주택은 양도 차익에 따라 최고 40%의 세율을 부담해야 하기 때문이다. 하지만 장기 임대주택으로 주택 임대 사업자 등록을 한 경우에는 이와 같은 고민을 어느 정도 해결할 수 있다.

장기 임대주택 사업자 등록 시 혜택

현재 장기 임대주택 요건을 갖춘 주택을 임대하고 있는 거주자가 2년 이상 보유 및 2년 이상 거주한 거주 주택을 양도하는 경우 그 장기 임대주택은 주택으로 보지 않고 거주 주택을 1세대 1주택으로 보아 양도소득세를 비과세한다.

장기 임대주택의 요건이란 세무서와 관할 시, 군, 구청에 주택 임대 사업자 등록을 한 장기 임대주택(5년 이상)을 의미하며,

기준시가가 6억 원 이하여야 한다. 한편, 거주용 자가 주택은 현재의 거주를 요하지는 않으나, 보유 기간 중 거주한 기간이 2년 이상이어야 한다. 즉 2년 이상 보유하고, 보유 기간 중 2년 이상만 거주한 주택이라면, 다른 주택을 장기 임대주택으로 전환해 1세대 1주택 비과세 혜택을 받을 수 있도록 정한 것이다. 이는 주택 임대 사업자 등록을 한 주택은 주택의 기능보다는 사업장으로서의 기능을 하므로, 주택 수에 포함시키지 않는 것이 합당하다는 해석과 한편으로는 주택 임대 사업자 등록의 독려를 통해 세원을 양성화할 요량으로 특례를 적용하고 있는 정책적 방안인 것으로 풀이된다.

기존 주택의 보유 기간이 오래되어 양도 차익이 수억 원에 해당하는 경우 막대한 양도소득세를 부담하는 것은 납세자 입장에서는 큰 부담이 된다. 따라서 기왕 임대하고 있는 다른 주택이 있고, 상당 기간 임대를 계속할 상황이라면 이와 같은 장기 임대 주택 사업자 등록을 통해 1세대 1주택 비과세 혜택을 누리는 것도 좋은 절세 방안이 될 것이다. 

장기 임대주택의 요건은 세무서와 관할 시, 군, 구청에 주택 임대 사업자 등록을 한 장기 임대주택(5년 이상)을 의미하며, 기준시가가 6억 원 이하여야 한다. 거주용 자가 주택은 현재의 거주를 요하지는 않으나, 보유 기간 중 거주한 기간이 2년 이상이어야 한다.



writer_ 김훈찬
IBK기업은행 WM사업부 세무사
중소기업 CEO를 비롯한 VIP
고객이 필요로 하는 세무 컨설팅을
제공하는 세무 전문가다.

기업 성장의 해법, 문제 진단이 핵심이다

열대어 사료 시장을 석권하는 기업이 있다. 독일의 히든챔피언 기업 테라(Terra)다. 내수 시장 규모가 작다는 문제점을 일찍 인식하고 세계로 눈을 돌린 덕분이다. 이처럼 기업 성장에 가장 필요한 것은 내·외부 환경에 대한 명확한 분석과 문제 진단이다.

바빠서, 몰라서 못하는 기업 문제 진단

“특화된 기술도 있고, 설비투자도 아끼지 않았습시다. 그럼에도 성장하지 못하는 이유를 모르겠습니다.”

중소기업을 만날 때마다 듣는 하소연이다. 너무 앞선 기술을 개발한 기업은 때를 잘 못 만났다고 낙담하고, 또 어느 기업은 중국의 사드 보복 때문이라며 불평한다. 틀린 말은 아니다. 외부에서 시작된 것이든, 내부에 도사리고 있는 것이든 어느 기업에나 많은 문제가 있기 때문이다. 그러나 가장 큰 문제는 기업이 ‘문제가 무엇인지 모르거나 어떻게 해결해야 할지 체계적인 방법을 모른다’는 것이다. 반면 우리가 주목하는 독일의 히든챔피언 기업들은 문제를 진단하고 해결하는 데 역량을 모은다. 이제 우리 기업도 문제가 무엇인지 찾아내고 반드시 해결해야 한다. 지금 시점에서 문제 진단과 해결보다 더 중요한 것은 없다.

다양한 문제 진단 도구

- PEST : 내외환경변화 대처
- SWOT : 외부 기회 위험과 내부 강약점 요인 분석
- 5F(5 Forces Model) : 산업 구조 분석
- 3C(Company, Competitor, Customer) 분석
- 로직트리
- 가로×세로 항목 분석
- 5Why 분석
- 4P(Product, Price, Place, Promotion) 분석
- 비즈니스 프로세스 분석
- 가치 사슬 분석
- 수익 방정식

문제 해결의 출발점 ‘기업의 기능’

세계적인 경영 석학 피터 드러커는 기업의 기능을 ‘마케팅, 혁신, 생산성 향상’이라고 언급한 바 있다. 이 모든 것의 중심은 고객이다. 고객을 창출하기 위해 마케팅을 해야 하며, 영속 기업으로 가기 위해 혁신 활동을 해야 한다. 이 두 가지를 제외한 활동은 낭비이므로 이를 절감하는 생산성 향상 활동이 필요하다. 여기에 맥킨지가 제안한 일곱 가지 실행 역량(7S), 즉 공유 가치, 전략, 조직 구조, 시스템, 인재 관리, 기능, 기업 문화에 모든 경영 문제 해결의 열쇠가 숨어 있다. 마케팅, 혁신, 생


산성 향상에 집중하고, 이것을 실행할 수 있는 일곱 가지 역량을 구축하는 것이 문제 해결의 지름길이다.

문제 해결을 위한 방안과 프로세스

기업이 처한 상황은 저마다 다르다. 따라서 문제를 진단하고 해결하기 위한 여러 방법론을 알아 두는 것이 필요하다. 우선 GAP 분석을 통해 현재 상태(As is)와 목표(To be) 사이의 차이를 확인한다. 문제가 발견되면 문제를 MECE(Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive) 방법으로 누락과 중복 없이 분해하고, 복잡한 문제는 가설 지향으로 접근한다. 이렇게 문제 진단이 이루어지면 문제 해결 도구를 활용하면 된다. 내외환경변화 대처(PEST), 외부 기회 위험과 내부 강약점 요인 분석(SWOT), 산업 구조 분석(5F), 경쟁자 분석(3C), 로직트리 활용, 가로×세로 항목 분석, 5Why 분석, 4P(Product, Price, Place, Promotion) 분석, 비즈니스 프로세스 분석, 가치 사슬 분석, 수익 방정식 등이다. 근본 원인일 가능성이 높은 항목을 체크하는 방식으로 문제를 찾아내는 방법도 활용한다. 효능이 입증된 전략적 개념(Strategic Concept)을 활용한다. 핵심역량 강화, 선택과 집중, STP, 공정 보틀넥 해소, 스마트공장화, 비즈니스모델 혁신 등이다.

선택과 집중으로 목표 시장 선택

전략적 개념을 활용한 어느 냉장고 제조기업의 문제 해결 사례를 소개한다. 매출 성장세가 정체된 A사는 1가구 세대가 증가한다는 트렌드를 발견했다. 기능이 간편하고 저가인 냉장고 개발에 나선 A사는 우선 목표 시장을 세분화했다. 기업의 보유 자원에는 한계가 있으므로 '선택과 집중' 전략을 취한 것. 결국 기숙사에 거주하는 대학생용 냉장고를 개발해 성공을 거뒀다. 이스라엘 기업들도 타깃을 세분화한 뒤 글로벌 시장을 목표로 삼는다. 인구가 800만 명에 불과하므로 내수 시장만으로는 성장하기 어렵기 때문이다.

그러나 과연 우리나라 중소기업은 어떤가? 통계에 따르면 지난 2015년 말 수출 실적을 보유한 중소기업은 8.7%에 불과하다. 그 중에서도 직접 수출에 나선 곳은 고작 3.9%다. 100개의 중소기업 중 96개가 우리나라처럼 협소한 시장에서 치열한 경쟁을 하고 있는 셈이다. 이제 우리의 문제를 정확히 진단하고 이를 해결한 이후 세계로 나가보는 것은 어떨까? 



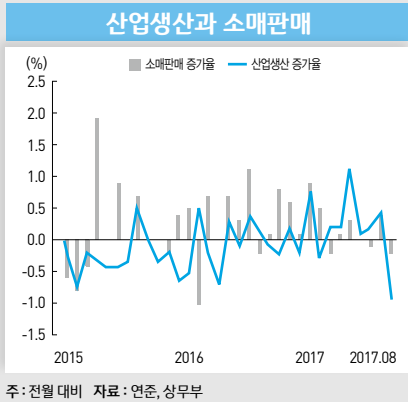
writer_ 권택근
스마트올경영연구소장
전 IBK기업은행 경영혁신단장,
부행장, IBK신용정보
대표이사 역임. 현재
스마트올경영연구소를 운영하며
중소기업을 위한 경영 자문
중이다.

한눈에 읽는 경제 동향

국가별 경제 동향



미국



허리케인 영향으로 8월 경제지표 일시적 부진

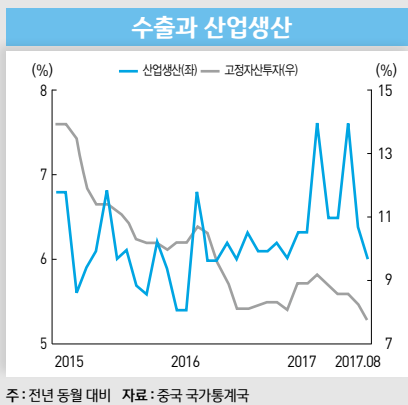
허리케인에 따른 텍사스 남부 지역 정제 시설(미국 내 정유 설비 20~30% 규모) 피해로 산업생산은 전월 대비 0.9% 감소했다. 연준은 허리케인 하비의 영향으로 8월 산업생산이 0.75%p 감소했다고 추정했다. 소매판매도 자동차, 건축자재 판매 등의 부진으로 전월 대비 0.2% 감소했다. 반면 가솔린 공급 감소로 에너지가격(6.4%)이 급등하며 소비자물가(1.9%)는 상승했다.

9월 FOMC 회의, 10월 연준 자산 축소 개시 발표

연준은 9월 FOMC 회의에서 기준금리를 동결(1.00~1.25%)하고, 10월부터 연준 자산 축소에 착수할 것을 발표했다. 2017년 물가 부진을 일시적으로 평가하며 연내 1회, 내년 3회 금리 인상을 유예했고, 올해 경제성장률은 2.4%로 지난 6월 회의보다 0.2%p 상향 전망했다.



중국



8월 경제지표 부진에 하반기 경기 둔화 우려

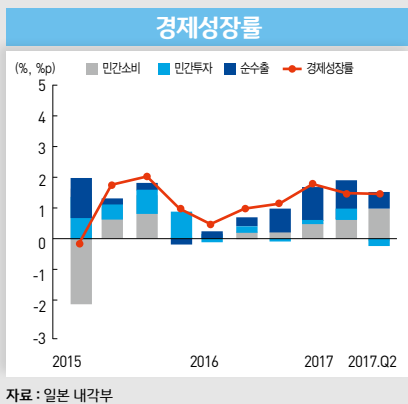
19차 전당대회를 앞두고 시장 안정을 위해 인민은행이 유동성 공급을 지속하고 있음에도 하반기 경기 둔화 조짐이 확대되는 모습이다. 자동차 판매 둔화로 소매증가율이 2개월 연속 둔화되었고, 수출도 미국 등 대상진국 수출증가세가 주춤하다. 소비와 수출이 주춤한 가운데 생산과 투자증가율도 둔화 폭이 커지고 있다.

19차 전당대회(10.18)에 세계적 이목 집중

10월 18일 열릴 전당대회에서 시진핑 2기 지도부와 차기 지도부의 윤곽이 결정된다. 이 때문에 권력 구도 재편으로 시진핑 인 체제가 더욱 공고화될 것인지, 더 나아가 원로 정치의 세력 약화로 시진핑 장기 집권 체제로 전환될 것인지 세계의 관심이 집중되고 있다.



일본



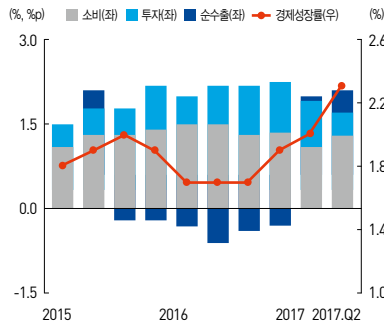
2분기 경제성장률 속보치 하향 수정(전년 동기 대비 2.0~1.4%)

예상과 달리 설비투자가 감소(0.8→0.4%p)한 것으로 집계되며, 민간투자 기여도가 0.5%p 하락, 2분기 성장률(속보치)은 전년 동기 대비 2.0%에서 1.4%로 하향 수정되었다. 하지만 민간소비 주도의 회복세는 유지되고 있는 것으로 나타났다.

국민 생활 만족도 크게 개선

내각부의 '2017년 국민 생활에 관한 여론조사'에 따르면 소비 중심의 경기회복 기초가 이어지며, 국민의 생활 만족도가 매우 높아진 것으로 발표되었다. 자신의 생활에 만족한다고 응답한 비율이 73.9%로 1963년 조사 이래 최고 수준을 기록한 것이다. 잃어버린 20년에 대한 기저 효과가 작용한 부분도 있겠지만, 최근 소비가 뚜렷한 회복세를 보이고 있는 것을 뒷받침해준다.

소비자물가 상승률



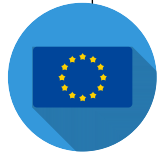
주 : 전년 동월 대비 자료 : 유로 통계청

양호한 생산 및 소비 등으로 경기회복세 순항

7월 산업생산은 비내구재 및 에너지 생산 감소에도 불구하고 내구재와 중간재 생산 증가로 전년 동월 대비 3.2% 증가했으며, 7월 소매 판매도 전자제품 등의 소비 증가에 힘입어, 전년 동월 대비 2.6%를 기록하는 등 양호한 회복세를 보였다. 한편, 8월 소비자물가 상승률은 에너지 가격 상승(4.0%)에 힘입어 4월 이후 최고치인 1.5%를 기록했으며, 근원 소비자물가 상승률도 1.3%를 기록하여 전월에 이어 2013년 8월 이후 최고치를 경신하고 있다.

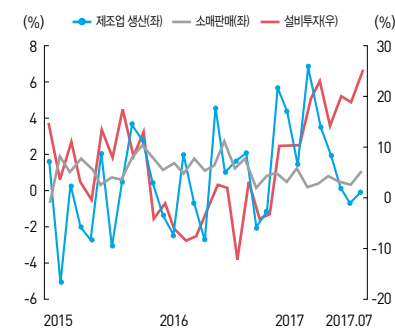
경제 성장 확장세에도 불구하고 유로화 강세로 통화 정책 결정 난항

소비와 투자 호조로 2/4분기 경제성장률이 전년 동기 대비 2.3%로 확정된 가운데 ECB는 올해 경제성장률 전망치를 기존 1.9%에서 2.2%로 상향 조정했다. 한편, 드라기 총재는 9월 통화 정책 회의에서 경제 성장에도 불구하고 유로화 강세의 영향이 통화 정책 결정의 불확실성 원인임을 지적하고, 양적 완화 관련 계획 발표를 10월 통화 정책 회의 때로 연기했다.



유로존

산업생산



주 : 전년 동월 대비 자료 : 통계청

수출·투자는 증가세, 소비 부진은 완화, 생산회복세는 미흡

7월 제조업 생산은 기계장비(17.6%) 등에서 늘었으나, 반도체(-13.0%), 기타 운송장비(-17.9%) 등이 줄어 0.1% 감소했다. 설비투자는 반도체 장비 등 기계류(32.4%), 운송장비(7.7%) 투자가 늘어 25.0% 증가했고, 소매판매도 스마트폰 신제품 출시 등 내구재(11.5%) 판매가 늘어 3.5% 증가했다.

양적 고용은 부진하나 질적 고용은 개선

8월 제조업 취업자 수는 수출 증가 등으로 2만 5,000명 늘어 3개월 연속 증가했다. 상용 근로자는 기저 효과와 종사상 지위 전환 등으로 2016년 6월 이후 최고치인 46만 명 증가했으나, 취업 준비생 등을 반영한 체감실업률은 2015년 8월(22.6%) 이후 최고치인 22.5%를 기록했다.

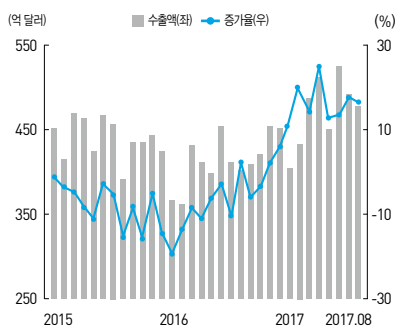
※제조업 취업자 수 증감(만 명) : -6.5(16.7)→8.3(17.3)→1.6(6)→5.0(7)→2.5(8)

※체감실업률(%) : 9.2(16.7)→12.3(17.2)→9.3(5)→10.5(6)→9.3(7)→9.4(8)



한국

수출



주 : 전년 동월 대비 자료 : 관세청

수출, 반도체·석유제품 호황으로 8개월 연속 두 자릿수 증가세 지속

8월 수출은 선박반도체 제외 수출증가율(14.9%)과의 격차가 줄어들며, 전년 동월 대비 17.3% 증가했다. 수출 증량*과 수출 단가**는 석유제품, 승용차를 중심으로 늘어 증가했다.

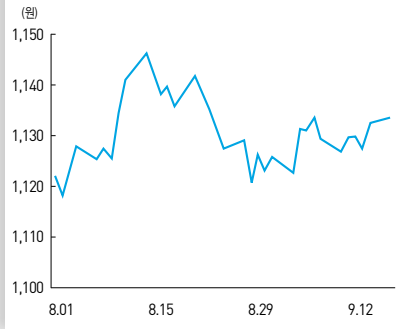
*수출 증량(전년 동기 대비, %) : -8.4(17.4)→-6.3(5)→-2.0(6)→-1.9(7)→7.8(8)

**수출 단가(전년 동기 대비, %) : 5.7(17.1)→11.2(6)→21.8(7)→8.8(8)

지역별로는 EU(43.1%), 미국(23.1%), 중국(15.5%), 일본(5.2%) 등의 지역에서 증가했다. 품목별로는 반도체(60.0%), 석유제품(36.2%), 승용차(26.0%), 철강(13.7%) 등 전반적으로 주력 품목이 증가했다. 미국·중국·EU의 경기 동반 회복과 제조업 생산 증가, IT 분야 경기 호조 등으로 글로벌 교역 여건은 현 수준을 유지될 것으로 보이나, 국제 통상 마찰, 북핵 리스크, 유가 상승 폭 둔화 등 위험 요인에 대한 대비도 필요하다.

환율 전망

원/달러 환율 동향



주: 매매기준율 자료: 한국은행

9월 원/달러 환율은 1,130원 전후에서 횡보하는 모습

9월에도 6차 핵실험(9/3), 미사일 발사(9/15) 등 북한 도발이 지속되며 원/달러 환율은 상승세를 지속했다. 다만, 달러화 약세 및 한국의 무역흑자 기조가 이어지며 원/달러 환율의 상승 폭은 제한적이었다.

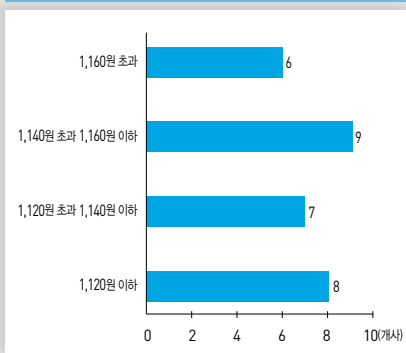
※달러인덱스 : 93.0(8.1)⇒93.9(8.15)⇒92.8(9.1)⇒92.1(9.14)

※8월 무역수지 : 66억 달러 흑자(67개월 연속 무역 흑자 달성)

10월 원/달러 환율은 1,120~1,150원 예상

9월 FOMC에서 미국의 기준금리는 동결되었지만, 예상외로 미 연준이 기존의 금리 전망을 유지하면서 12월 금리 인상 가능성이 재차 부각된 모습이다. 또한 북한 리스크가 여전히 유효해 원/달러 환율은 상승할 가능성이 있다. 다만, 10월에는 미국 재무부의 환율 보고서 발표가 예정되어 원화가 일시적으로 강세로 전환될 가능성도 배제할 수 없다.

주요 IB 환율 전망



주: 2017년 4/4분기 말 자료: 블룸버그

2017년 4/4분기 말 환율 전망은 1,147원

해외 주요 투자은행의 2017년 4/4분기 말 원/달러 환율 전망은 평균 1,147원으로 조사됐다. 블룸버그에서 실시하는 환율 전망에 응답한 주요 IB 30개사의 환율 전망을 살펴보면 4/4분기 말 원/달러 환율을 1,140원 초과 1,160원 이하로 전망한 IB가 9개사로 가장 많았다. 한편 이번 조사의 최저 값은 1,098원, 최고 값은 1,260원이다.

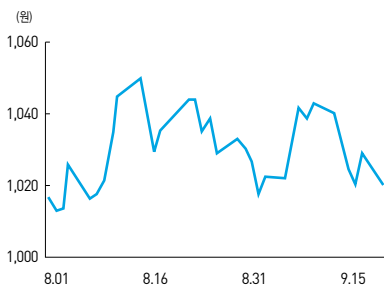
※환율 전망 응답 시기 : '17.9.1~9.18

2018년 1/4분기 말 환율 전망은 1,148원

2018년 1/4분기 말 환율에 대해 주요 IB들은 1,148원을 전망했다. 환율 전망치의 최저 값은 1,090원, 최고 값은 1,265원이다.

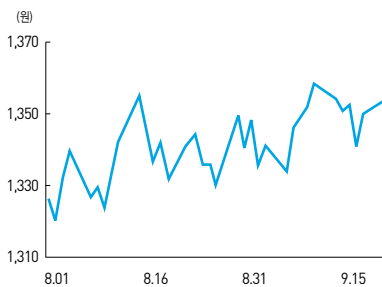
주요국 통화 환율 동향

원/100엔 환율 동향



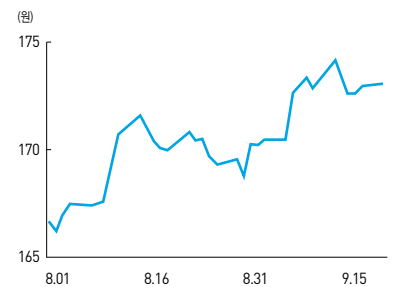
주: 서울외국환중개 고시 기준 자료: 한국은행

원/유로 환율 동향



주: 서울외국환중개 고시 기준 자료: 한국은행

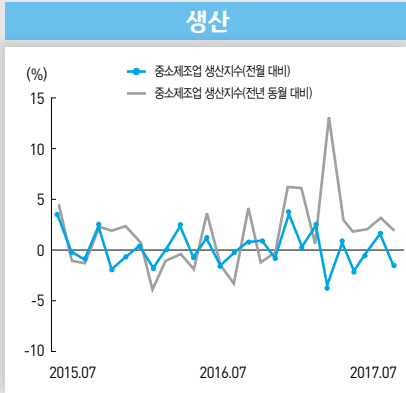
원/위안 환율 동향



주: 매매기준율 자료: 한국은행

중소제조업 동향

생산



자료: 통계청

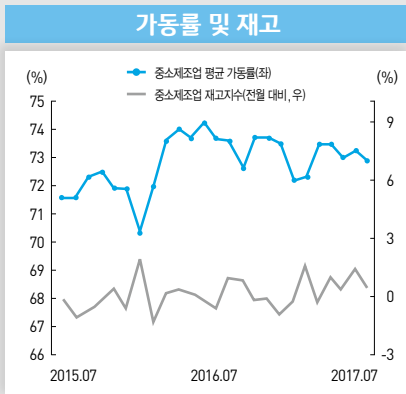
생산, 전월 대비 증가

2017년 7월 중소기업 생산은 전월 대비 1.5% 감소했으나 전년 동월 대비로는 1.9% 증가했다. 업종별*로는 전월 대비 자동차(6.5%), 전자부품(9.4%) 등에서 증가했지만, 기타 운송장비(-7.2%), 금속가공(-4.2%) 등에서 감소했다. 전년 동월 대비로는 기계장비(17.6%), 전자부품(10.7%) 등에서 증가했으나, 반도체(-13.0%), 기타 운송장비(-17.9%) 등이 감소한 것으로 나타났다.

*업종별 생산증감률은 중소기업대기업을 모두 포함한 수치임



가동률 및 재고



자료: 중소기업중앙회, 통계청

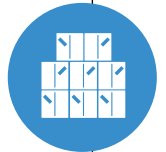
가동률, 전월 대비 하락

2017년 7월 중소기업 평균 가동률은 소기업(5~49인)에서 0.2%p, 중기업(50~299인)에서 0.5%p 하락하면서 전체 평균 가동률은 전월 대비 0.3%p 하락한 72.9%로 나타났다.

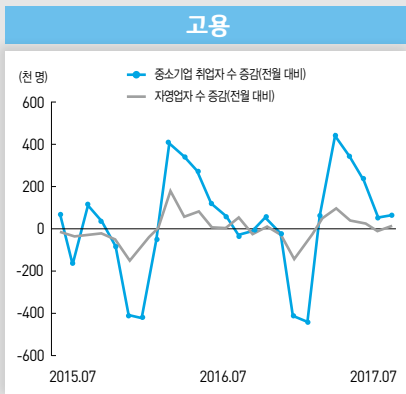
재고, 전월 대비 증가

2017년 7월 중소기업 재고는 전월 대비 0.5% 증가했다. 업종별*로는 전월 대비 반도체(7.9%), 1차금속(2.0%) 등에서 증가했으나, 석유정제(-7.4%), 전기장비(-3.6%) 등에서 감소한 것으로 나타났다.

*업종별 재고증감률은 중소기업대기업을 모두 포함한 수치임



고용



자료: 통계청

취업자 수, 전월 대비 증가

2017년 7월 중소기업* 취업자 수는 전월에 비해 6만 6,000명이 증가했다. 세부적으로는 5인 미만 중소기업에서 4만 5,000명, 5인 이상 299인 이하 중소기업에서 2만 1,000명이 증가해 전체 중소기업 취업자 수는 2,447만 1,000명으로 나타났다.

*중소기업은 종업원 수 299인 이하

자영업자 수, 전월 대비 증가

2017년 7월 자영업자 수는 전월 대비 1만 6,000명이 증가해 569만 7,000명으로 나타났다.



독일 창업, 한국 창업과 무엇이 다른가?

지난 9월 7일 유럽의 싱크 탱크 베텔스만 재단이 유럽 주요 6개국(프랑스, 폴란드, 영국, 스페인, 이탈리아, 독일) 국민 1만 755명을 대상으로 조사해 발표한 결과에 따르면 국가의 발전 방향에 만족한다는 응답자 중 독일인이 59%로 나타났다. 이는 독일인이 경제적 상황에 대한 만족도가 가장 높다는 것을 의미한다. 전 세계의 경제 위기 속에서도 탄탄하게 자신의 길을 걸어가는 독일 창업의 특징을 살펴본다.

독일 창업의 5대 특징

—
최근 들어 창업은 일자리 창출의 원천으로 그 중요성이 부각되고 있다. 한국 정부는 '창업기업 육성 정책 혁신 전략'(2016.4)을 발표하는 등 창업 정책

분야의 패러다임 전환을 꾀하고 있으며, 2018년 창업기업 지원 규모를 2017년 대비 44.4% 증가(2017년 1,951억 원 → 2018년 2,757억 원)시키는 등 향후 창업에 대한 지원을 더욱 강화할 전망이다. 우리나라와 마찬가지로 유럽의 경제 강국인 독일에서도 창업을 새로운 일자리 창출의 원동력으로 여기고 있다. Schneck&May-Strobel(2013)의 연구에 따르면, 독일 일자리 5개 중 1개는 창업기업을 통해 창출된다. 구체적으로 독일 창업으로 창출된 일자리 수는 2011년 55만 6,000개에서 2014년 77만 4,000개로 증가하는 추세다. 여기서는 그동안 한국에 많이 알려지지 않은 독일 창업의 주요 특징을 독일 문헌 연구를 바탕으로 다섯 가지 측면에서 살펴본다.

독일 창업 수의 추이

만하임 기업 패널(MUP)	중소기업연구원(ifM)	KfW 금융 그룹
(단위:개) 	(단위:개) 	(단위:명)
• 대상: 기업 신설 형태의 창업	• 대상: 기업 신설 및 기업 인수 형태의 창업	• 대상: 창업자
• 수집 방법: 크레딧리포르 데이터 은행에 새로 추가되는 기업	• 수집 방법: 등록된 신규 기업	• 수집 방법: 지난 12개월 동안 창업한 사람들
• 소규모 제조기업, 농업기업, 전문 직종의 창업은 제외	• 소규모 제조기업 포함(창업의 90% 차지) • 부업 창업과 전문 직종의 창업은 포함하지 않음	• 부업 창업자와 전문 직종 창업자 포함
• 데이터베이스: 크레딧리포르	• 데이터베이스: 독일연방통계청의 제조업 통계	• 데이터베이스: 연간 국민 설문 조사

주: 주요 기관 조사 결과 자료: Institut fuer Innovation und Technik(2017)

① 독일 창업 수는 감소 추세

지난 10년간 독일 창업 수는 지속 감소

추세를 유지하고 있다. 독일에서 창업 수를 조사하는 신뢰할 만한 기관의 조사 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 만하임 기업 패널 조사에서 신설한 창업기업을 대상으로 크레딧리폼(Creditreform) 데이터베이스를 통해 조사한 결과, 창업 수는 2005년 24만 5,566개에서 2015년 15만 6,824개로 감소하고 있다. 둘째, 독일 중소기업연구원에서 신설한 창업기업과 기업 인수한 형태의 창업을 대상으로 독일연방통계청의 제조업 통계를 통해 조사한 결과, 창업 수는 2005년 49만 5,500개에서 2015년 29만 8,546개로 감소했다. 셋째, KfW(독일재건은행) 그룹에서 지난 12개월간 창업한 사람을 대상으로 연간 국민 설문 조사 데이터베이스를 통해 조사한 결과, 창업자 수는 2005년 128만 6,000명에서 2015년 76만 3,000명으로 감소했다.

2005년 기준(100%)으로 상대적 비교를 할 때, 2015년 독일 GDP는 134%로 증가한 반면, 주요 연구 기관(만하임 기업 패널, 중소기업 연구원, KfW 금융 그룹)이 조사한 독일 창업의 수는 2005년 100% 대비 약 60~65%로 감소하고 있다.

한편 한국에서는 신설 법인 수가 증가(8만 4,000개(2014) → 9만 3,000개(2015))하는 등 한국 창업의 수는 증가하는 추세로 독일과는 대조적인 모습을 보이고 있다.

② 독일 청년 창업 비중이 중·장년층 창업보다 높은 편

KfW 금융 그룹의 연구 결과에 따르면, 2015년 34세 이하 청년층의 비중은 전체 창업의 약 50%를 차지한다. 독일 청년층의 창업 비중이 45세 이상 중·장년층의 창업 비중(약 30%)보다 높은 편이다. 최근 연구 결과에 따르면, 14~34세 독일인 3명 중 1명이 창업을 하겠다고 응답했다. 이는 40대 이상 중·장년층의 창업 비중이 압도적인 한국 창업과 대조적이다. 2015년 창업기업 실태 조사에 따르면, 한국 창업자의 연령은 50대(35%), 40대(33%), 60대(18%), 30대(13%), 20대 이하(1%) 순으로 나타났다.

③ 직업학교 졸업자의 창업 비중이 대졸 이상 고학력자보다 높은 편

KfW 금융 그룹의 연구 결과에 따르면, 2015년 직업학교 졸업자의 창업 비중이 47%로, 대졸 이상 고학력자(20%)보다 높다. 이는 체계적으로 확립된 독일 직업 교육 시스템 아래에서 전문성을 갖춘 숙련 인력이 많이 양성되는 데 기인한다(독일 대학 진학률은 약 40%).

이는 고졸자와 대졸자가 주로 창업하는

독일 창업의 동기

구분	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15
기회형	30	39	38	35	47	53	48	49
생계형	36	34	35	35	30	30	32	27
기타	34	27	28	30	23	17	20	24

주 : 기타 창업 동기에는 자기실현, 가족·개인적인 이유 등이 포함 단위 : % 자료 : KfW-Gründungsmonitor Technik(2017)

한국과 대조적이다. 2015년 창업기업 실태 조사에 따르면, 한국 창업자의 학력은 고졸(37.7%), 대졸(34.3%), 중졸 이하(11.8%), 전문대졸(11.6%), 대학원졸(석사)(3.7%), 대학원졸(박사)(0.9%) 순으로 나타났다.

④ 기회형 창업 비중이 생계형 창업보다 높은 편

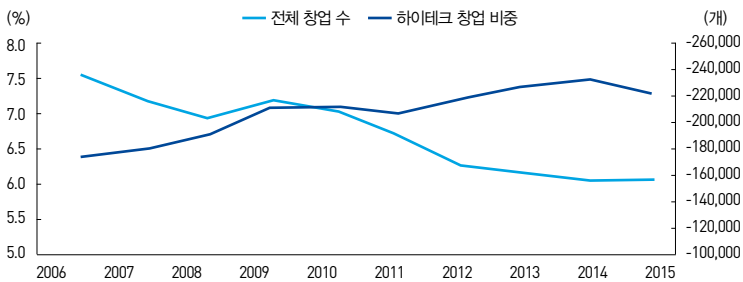
KfW 금융 그룹의 연구 결과에 따르면 기회형 창업 비중이 49%로 생계형 창업(27%)보다 높다. 이는 생계형 창업이 압도적인 한국 창업과 대조적이다(생계형 창업 비중: 63%, 혁신형 창업 비중: 21%, 현대경제연구원). 최근 연구 결과에 따르면, 기회형 창업은 창업 초기부터 시장 혁신을 이끌고, 생계형 창업보다는 시장에서 더 오래 생존한다는 점에서 독일경제에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기회형 창업의 대표적인 예로 혁신적 창업이 있다. 독일에서 혁신적 창업은 R&D 기술 부문(하이테크, 소프

트웨어, 첨단 기술, 고부가가치 기술 등)의 창업을 의미한다. 여기서는 독일 혁신적 창업의 예로 하이테크 창업과 디지털 창업을 살펴보았다.

•독일 하이테크 창업 : 독일에서 하이테크 창업은 연구 집중적인 제조업과 기술 지향적인 서비스 부문의 창업을 의미한다. ZEW(2016)에 따르면, 전체 창업 중 하이테크 창업이 차지하는 비중은 2006년 약 6.4%에서 2015년 약 7.3%로 증가했다. 독일 하이테크 창업기업은 일반 창업기업에 비해 고용, 혁신성, 연구 개발 투자 측면에서 독일 경제에 기여하는 바가 큰 것으로 평가된다. 첫째, 하이테크 창업기업은 창업 초기부터 3.3명의 인력을 고용해, 일반 창업기업(2.5명)보다 고용 창출 효과가 크다. 둘째, 하이테크 창업기업의 25%는 독일 시장 혹은 세계 시장에서 제품 혁신이나 서비스 혁신을 창출하는 반면, 일반 창업기업의 경우 8%를 차지한다. 셋째, 하이테크 창업기업의 연간 연구 개발 비용은 9만 7,000유로로 일반 창업기업의 4만 유로에 비해 2배가 넘는다.

•독일 디지털 창업 : KfW 금융 그룹의 연구 결과에 따르면, 2015년 독일 전체 창업 중 21%가 디지털 기술을 기반으로 한 디지털 창업이다. 디지털 창업의 비즈니스 모델은 순수한 디지털 서비스(앱 개발업체, 웹 포털 운영업체, 웹 호스팅 서비스업체) 제공부터 온라인 시장에 제품과 서비스를 제공하는 전통적인 비즈니스 모델까지 다양하게 존재한다. 디지털 창업자로는 소프트웨어 개발업자, 웹 디자이너, 온라인 마케팅 전문가, IT 컨설턴트 등이 있다. 독일 디지털 창업의 특징은 다음 세 가지로 요약된다. 첫째, 독일 디지털 창업은 B2B 서비스에서 주로 이루어진다. 디지털 창업자 100명 중 86명이 서비스업에

독일 전체 창업 수 vs. 전체 창업 중 하이테크 창업 비중



주 : 감소 추세 선은 전체 창업 수를 의미하고, 증가 추세 선은 전체 창업 중 하이테크 창업이 차지하는 비중을 의미하며, 전체 창업 수는 만하임 기업 패널(MUP)을 기준으로 작성 자료 : ZEW(2016)

속하고, 그 중 58명은 기업 목표를 추구하는 경제적 서비스, 즉 B2B 서비스를 제공한다. 둘째, 독일 전체 창업은 주로 독일 지역(60%)에 집중되어 있지만, 디지털 창업은 독일어권 국가(41%)와 세계 시장(22%)을 공략하고 있다. 이는 디지털 창업이 디지털 판매 채널을 통해 물리적 공간을 초월해 고객을 쉽게 확보할 수 있다는 데 기인한다. 셋째, 독일 디지털 창업은 비디지털 창업에 비해 혁신을 많이 창출한다. 독일 디지털 창업의 12%가 제품과 서비스 측면에서 혁신을 이끌어내는 반면, 비디지털 창업의 경우 5%에 불과하다.

⑤ 창업 자금은 주로 내부적으로 조달

KfW 금융 그룹의 연구 결과에 따르면, 2015년 독일 창업자의 65%는 외부의 도움 없이 자기자본만을 통해 창업한다. 독일 창업 시 활용되는 자기자본 규모는 1,000~5,000유로(57.7%), 5,000~1만 유로(13.4%), 10,000~2만 5,000 유로(12.8%) 등의 순이다. 외부 자금이 필요한 경우, 주로 친척 등으로부터의 용자(39%)와 은행 대출(25%), 정책 자금(25%)을 활용하는 것으로 나타났다. 독일 창업의 정책 자금은 KfW·주은행·보증은행을 통해서 집행하는데, 그 중 KfW 은행이 가장 큰 규모로 지원한다. 2015년 기준 KfW는 주요 창업 금융 지원 프로그램(ERP-창업 자본, ERP-창업 크레딧-일반 기금, ERP-창업 크레딧-스타트 기금 등)에 약 37억 유로를 지원한다. 독일의 창업 금융 지원 프로그램은 긍정적으로 평가된다. 독일 노


독일 창업 시 외부 자금 조달 원천

구분	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15
은행 대출	35	51	30	44	41	27	35	25
마이너스 통장	15	34	10	20	15	11	12	5
정책 자금	-	29	20	25	26	26	23	25
용자(친척, 친구 등)	34	21	35	26	33	40	43	39
보조금(연방 고용 사무소)	23	22	24	24	22	15	20	15
기타	39	19	10	13	8	6	6	16

주 : 2008년의 경우 분류가 달라짐. 기타에 정책 자금 대출 포함 단위 : % 자료 : KfW-Gründungsmonitor Technik(2017)

동 시장과 직업 연구소 연구 결과(2015)에 따르면, 창업 금융 지원을 받은 기업이 그렇지 않은 기업보다 생존율이 더 높은 것으로 나타났다.

한국 창업에서도 창업 자금으로 내부 자금(95%)이 주로 활용되고 있으며, 외부 자금 조달 원천으로는 은행비은행 대출과 개인 간 차용이 대다수를 차지한다. 2015년 창업기업 실태 조사에 따르면, 은행비은행 대출(28.8%), 개인 간 차용(16.4%), 정부 용자 및 보증(5.1%), 정부 출연금 및 보조금(5.1%), 엔젤 및 벤처 캐피털 투자(1.2%) 등의 순으로 나타났다.

독일 창업을 종합적으로 평가해보면, 독일의 창업은 양적으로는 감소하고 있으나 기회형 창업과 청년 창업 비중이 높아지는 등 질적으로 향상되는 추세다. 이는 양적으로 증가하고 있으나, 생계형 창업, 40대 이상 중장년층 창업, 고졸 창업으로 특집 지워지는 한국 창업과 대조적인 양상을 보여준다. 



writer_ 권준화
IBK경제연구소 중소기업팀 연구위원
경영학 박사. 중소기업 금융 및 현안 연구, 중소기업 금융제도 및 정책 개발, 고용 동향 분석 등을 담당하고 있다.

기술 개발을 통한 고용 창출의 성공 사례, (주)시스웍- (주)신성이엔지

(주)시스웍과 (주)신성이엔지의 협력 사례는 중소벤처기업부와 중소기업이 함께 참여한 ‘구매 조건부 신제품 개발 사업’의 성공 사례로 꼽힌다. 기술 개발을 통한 고용 창출은 물론 시장 확대 효과를 가져온 시스웍-신성이엔지의 협업 사례를 살펴본다.

한국경제 성장의 원동력, 반도체 산업

국내 반도체 수출은 2017년 들어서도 연속 두 자릿수 증가율을 기록하고 있으며 8월의 반도체 수출은 87억 달러로 월간 최대치를 기록했다. 북핵 사태로 중국 시장이 경색되고, 국내 부동산 경기 침체로 어려움이 계속되는 상황에서 반도체 산업은 경제 성장의 견인차 역할을 하고 있다. 국내 반도체 산업을 육성하는 데 기반이 된 것이 반도체 장치 산업이다. 우리나라는 산업 성장 초기에는 대부분의 장비를 해외에서 수입해 설치해 왔으나 이제는 많은 영역에서 국산화에 성공해 반도체 산업 발전에 기여하고 있다. 클린 룸은 반도체를 제작할 때 장애 요인이 되는 미세 먼지를 잡아내는 청정실



상호 신뢰

대기업과 중소기업이 서로에 대한 신뢰를 바탕으로 협업하면 서로에게 이익을 가져다주는 상생을 해나갈 수 있다.

로, 반도체를 제조하기 위해서는 반드시 필요한 공간이다. 신성이엔지와 시스웍은 정부의 구매 조건부 신제품 개발 사업의 지원을 받아 협업으로 클린 룸 제작에 성공했다. 먼저 클린 룸 제작에 핵심이 되는 요소를 살펴보자.

클린 룸 제작의 핵심, FFU

클린 룸(Clean Room)은 실내 공기 중의 먼지, 미립자를 최소로 유지하고, 실내의 압력, 습도, 온도, 조도, 기류의 분포와 속도 등을 일정 범위 내로 제어하기 위해 만든 특수 공간이다. 클린 룸에서는 청정도가 가장 중요하며, 근래에 와서는 산업 기술이 고도로 발전해 청정도 높은 작업 공간이 전 산업 분야에 요구되고 있다. 클린 룸을 구성하는 방법 중 수직 층류형 클린 룸(Vertical Laminar Airflow Clean Room) 방식이 있다. 이 방식은 격자 면을 이용해 전면 흡입함으로써 청정한 공기를 수직으로 흐르게 하는 방식이다. 실내에서 발생한 부유 미립자는 그 위치에서 곧 하류로 흘러 내려가 주위에는 영향을 주지 않기 때문에 초청정 공간 클래스(Class) 1에서 클래스 100까지 실현 가능하다.

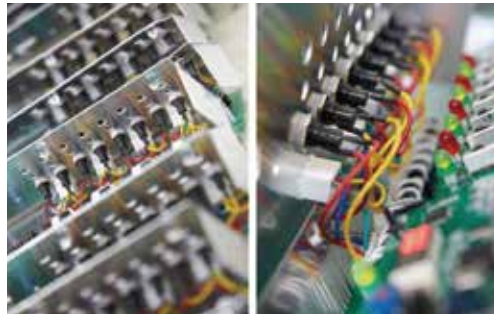
취출 풍속은 0.25~0.5m/s 정도다. 이러한 방식에 사용하는 것이 FFU(Fan Filter Unit)다. FFU란 필터(Filter)와 팬(Fan)이 내장된 천장 설치형 클린 유닛(Clean Unit)으로, 클래스 1~100,000의 청정도를 쉽게 얻을 수 있다. 중앙 집중식으로 운영하므로 클린 룸을 쉽게 유지관리할 수 있으며 저청정도에서 고청정도까지 복합적인 청정도 관리가 가능한 시스템이다.

FFU의 핵심, 모터

FFU의 핵심은 모터로, 과거에는 AC 모터를 사용했다. 현재는 에너지 효율이 높고 기계적 마찰이 없어 반영구적인 BLDC(Brushless DC) 모터를 사용한다. BLDC 모터는 브러시를 제거하고 전기 소자를 사용해 전기 효율을 평균 25% 이상 높인 것이다. 예를 들어 LCD 제조 장비용 청정 유지 장치의 경우 대부분 효율이 60% 이하인 AC 모터를 사용하는데, 이는 매우 낮은 에너지 효율이다. 고풍량을 요구하는 곳에는 2개 이상의 AC 모터와 팬을 사용하고, 고풍량과 고효율을 요구하는 곳에는 독일 EBM사(효율 80%)의 BLDC 모터를 사용하고 있었다.

BLDC 모터는 DC 모터의 브러시, 정류자를 비접촉 위치 검출 수단과 반도체 스위

대기업은 협력 업체의 경쟁력 강화를 통해 자사의 경쟁력을 키우고, 중소기업은 자기 주도적 혁신으로 자체 경쟁력을 강화해 나간다면 생태계 기반의 상생협력이 가능하다.



(주)시스웍이 자체 개발한 BLDC 모터는 에너지는 낮추고 효율은 높은 제품이다. (주)시스웍은 모터 개발에 집중한 결과 기술 국산화라는 성과를 거둘 수 있었다.

칭 소자로 바꾸어 놓음으로써 장수명화, AC 모터 대비 고효율의 장점을 살리고 산업용에서 가전제품에 이르기까지 폭넓은 분야에서 사용된다. 또 AC 모터에 비해 모터 크기 대비 토크가 커서 공간과 무게 제약이 있는 클린 룸 설비에 유용하게 사용할 수 있다. 국내 업체들은 BLDC 모터는 제작하지 않고 이를 수입해 제어기만 만들었다. 2007년 독일 EBM사에서 제어기와 모터를 세트 구성한 토털 솔루션을 출시했고, 그때부터 국내 시장에 EBM사의 제품이 확산되었다. 이에 토털 솔루션을 보유하지 못하면 생존하기 어렵다는 인식이 생겨났다. 설립 초기부터 모터 개발에 투자해 온 시스웍은 2011년에는 독일 EBM사 수준의 모터 개발에 성공했다. 독일 EBM사의 BLDC 모터 효율은 80%지만, 시스웍이 개발한 모터는 82%의 효율을 보인다.

구매 조건부 신제품 개발 사업을 계기로 협업

시스웍은 사용자 위주의 제품을 연구하던 중 신성이엔지에서 국내 기술로 BLDC 모터와 제어기를 개발할 수 있는지 검토해 달라는 요청을 받았다. 신성이엔지는 1977년 신성기업사로 설립되어 1996년 거래소에 상장되었으며 2008년 신성솔라에너지, 신성이엔지, 신성에프에어로 기업 분할하며 재상장했다. 이 중 신성이엔지는 고효율 청정 시스템¹⁾ 구현에 노력해온 회사로, 최근 태양광과 항공 우주 분야에도 진출했다. 2016년 매출액은 2,186억 원이며, 종업원 수는 806명인 중견기업이다. 시스웍은 2004년 설립 이래 초기에는 클린 룸 감시 제어 시스템에 집중해 왔으며, FFU 감시 제어 시스템에 사용하는 모터와 모터 제어기를 공급하고, 나아가 특수 FFU를 설계·제작하는 전문 기업으로, 2016년 242억 원의 매출액을 올린 중소기업이다.

신성이엔지는 창립 이래 고효율 청정 시스템 구현에 노력해 왔고, 시스웍은 클린 룸 감시제어 시스템에 집중해 온 기업인 것이다. 이들 두 기업은 정부의 기술 개발 자금을 지원받아 외국산 BLDC 모터의 시장점유율이 절대적인 클린 룸 분야에서 국산

1) 반도체/FPD/화학/나노 공정 내부 공기의 온습도와 미세 먼지를 인위적으로 조절해 청정도를 유지하는 시스템이다.



(좌)모터 + 제어기(드라이버부 포함) 일체형.




(우)모터 + 제어기 분리형.

BLDC 모터와 제어기를 개발해 시장에 안착시켰다. 이들 기업은 정부 지원의 성공 사례로서 그 공로를 인정받아 머니투데이 선정 2015년 창조기술대상을 수상했다.

자기 주도적 혁신으로 자체 경쟁력 강화

시스웍은 신성이엔지의 제안에 힘입어 구매 조건부 신제품 개발 사업을 신청했고, 4억 원의 정부 지원금을 받아 기술 개발에 성공했다. 구매 조건부 신제품 개발 사업이란 중소기업이 우수한 기술을 개발하고도 이를 상용화하거나 판매하기 어려운 현실을 감안해 정부가 기술 개발 단계부터 수요 기관(공공 기관, 대기업, 해외 수요처)의 구매를 조건으로 중소기업의 신제품 제품 개발 비용을 중소기업청이 지원하는 사업으로 2002년부터 도입해 시행하고 있다. 중소기업의 고용 창출 효과, 대중소기업 상생협력 모델 구축 등 고용 및 사회적 성과를 효과적으로 이끌어내고 있는 사업으로 평가된다. 이 구매 조건부 신제품 개발 사업을 통해 2014년 시스웍은 BLDC 모터로 100억 원 이상의 매출을 기록했다. 그리고 모든 공조와 냉난방기 구동장치에 사용할 수 있는 BLDC 모터와 팬 모듈(Fan Module) 기술을 개발하며 고용 창출, 시장 확대, 업계 기술력 제고, 수입 대체 효과를 얻었다. 다양한 팬 모듈 응용 제품은 저가 중국 제품과의 경쟁으로 어려움을 겪는 관련 제조업체 전반에 기술 파급 효과를 발휘하고 재도약의 기회를 줄 것이다.

신성이엔지와 시스웍의 사례에서 보듯이 대기업과 중소기업이 서로에 대한 신뢰를 바탕으로 협업하면 서로에게 이익을 가져다주는 상생을 해 나갈 수 있다. 대기업은 협력 업체의 경쟁력이 높아지면 자신의 경쟁력 또한 높아진다는 생태계적 사고를 바탕으로 협력 업체의 경쟁력 강화를 위해 지원할 필요가 있고, 중소기업은 기업가적 정신을 바탕으로 자기 주도적으로 혁신하고, 새로운 기술을 접목해 자체 경쟁력을 강화해 나간다면 생태계 기반의 상생협력이 가능하다는 것을 보여준다. 



writer **홍재범**
부경대 경영학부 교수

현재 한국중소기업학회 부회장으로 '중소기업 융합협력'과 '기술 사업성 평가'에 관한 연구를 수행하고 있다.

외로움과 소통하는 법

인간은 태어나서 죽을 때까지 혼자다. 사랑을 해도 연애를 해도 외로움은 사라지지 않는다. 울프 포샤르트는 <외로움의 즐거움>을 통해 외로움을 삶의 재생에너지로 사용해야 한다고 말한다.

심리적 공황 상태, 외로움

사람은 저마다 외롭다. 혼자라서 외롭고, 둘이라도 외롭고, 가족이나 조직, 군중 속에서조차 외롭다. 왜일까? 존재의 바탕이 외로움이기 때문이다. 사람은 태어나면서부터 타인의 사랑과 보호 속에서 성장한다. 스킨십이 없으면 인간은 죽는다. 동물의 세계에서도 어미 품에서 떨어진 새끼는 성장이 더디거나 금방 죽는다. 사람도 마찬가지다. 타인의 체온을 느끼고, 살을 부비고, 눈을 마주치는 행위, 미소, 속삭임, 포옹 등이 필요하다. 성인이 되어서도 마찬가지다. 즐거운 대화, 관심과 격려, 유머와 위로 등을 통해 사회적 관계망을 형성하고, 그 안에서 자신의 존재를 확인한다. 외로움은 이러한 관계 속에서 자신에게 공급되어야 할 관심과 사랑이 줄거나 단절되었다고 느낄 때 생긴다. 외로움은 사람의 수요와 공급의 불균형이 초래한 심리적 공황 상태다. 중년의 외로움은 보다 포괄적이다. 직장 생활에서의 외로움, 가족 사이에서의 외로움, 혹은 운전을 하다가 갑자기 외로울 수도 있고, 중요한 사안을 결정할 때 외로울 수도 있고, 혼자 라면을 끓여 먹으며 외로울 수도 있다.

“진정한 외로움은 다른 사람을 대면해서야만 느낄 수 있다.”

-프란츠 카프카

“외로운 두 사람이 서로를 보호하고 보듬어주는 것이 사랑이다.”

-라이너 마리아 릴케

“세상의 많은 부부들이 이별하는 것은 둘 중 한 명 또는 두 명 모두가 외로움에 대한 불안감을 가지고 있기 때문이다.”

-울프 포샤르트

“진정한 외로움은 다른 사람을 대면해서야만 느낄 수 있다”고 한 사람이 있다. 프란츠 카프카다. 그 외로운 두 사람이 서로를 보호하고 보듬어주는 것이 사랑이라고 한 사람은 라이너 마리아 릴케다. 그런데 세상의 많은 부부들이 왜 그토록 많은 이별을 맞는가. 울프 포샤르트는 <외로움의 즐거움>이라는 책에서 그것은 둘 중 한 명 또는 두 명 모두가 외로움에 대한 불안감을 가지고 있기 때문이라고 주장한다. 외로우니까 불안하고, 불안하기 때문에 상대방을 놓아주지 않는다는 것이다.

외로움은 재생에너지

외로움은 직장에서도 발생한다. 울프 포샤르트는 묻는다. 외로운 사람이 직장에서


성공하는 것일까. 직장에서 성공하면 외로워지는 것일까. 둘 다 맞다는 결론이다. 실제로 직업상의 성공과 성격 장애가 커다란 일치점을 보인다는 연구 결과가 있다. 물론 직장에서 냉혈한으로 불리는 일벌레들에 해당하는 사례일 것이다. 성과사회에서 업무역량은 개인의 성공 여부를 결정하는 핵심 요소지만 대인관계에서 공감, 공유, 소통 또한 매우 중요하다. 사람은 개별의 삶을 살고 있지만, 그 삶은 죽을 때까지 타인과의 관계 속에서 형성되고 유지된다.

유명인의 <체인지(體仁知)>는 통합과 융합의 사회에서 공감과 소통이 얼마나 중요한지를 재차 있게 설명한다. 그의 말에 따르면 '조직의 학사, 석사, 박사 위에 더 높은 학위가 밥사, 술사, 감사, 봉사다. '밥사'는 함께 일하는 동료들을 위해 기꺼이 밥 한 끼 사주는 마음을 가진 사람, '술사'는 힘들 때 고민을 들어주며 술 한잔 사주는 사람, '감사'는 욕망에 이끌리지 않고 가진 것에 만족하며 매사에 고마움을 느끼는 사람, 끝으로 '봉사는 가진 것을 남과 나누면서 더불어 살아가는 세상을 만드는 데 기꺼이 노력하는 사람을 뜻한다. 성공 뒤에 무엇이 남았는가. 만약 당신에게 밥 한 끼 먹자는, 술 한잔하자는 사람들이 없다면 당신은 지독하게 외로운 사람이다.

'독자적'이란 자기 자신을 통제할 수 있는 것을 의미한다. 당신은 스스로를 통제할 수 있는 당신의 주인이 되어야 한다. 파트너 없이 누리는 평화는 자신의 정신세계를 알아가고, 그 세계를 넓힐 수 있는 가능성을 제공한다. 외로움은 특별한 삶의 기술을 요구한다. 자폐적인 성향은 단지 고요함과 한적함이 꼭 필요한 경우에만 보호막으로 사용되어야 한다. 병으로서가 아니라 전략으로써 필요한 경우에만 허용될 수 있는 것이다. 바람이 닿지 않는 조용한 곳에서 부드러움과 섬세함을 꽃피우기 위한 경우에만.

—울프 포샤르트, <외로움의 즐거움>

외로움은 우리가 살면서 다소 어려운 과정을 거쳐야 이수할 수 있는 과목이다. 그래야 '성숙함'이라는 자격증이 주어질 것이다. 시인 정호승의 시처럼 외로우니까 사람임을 인정하는 것, 그 외로움의 풍경을 즐길 줄 알아야 너그러워진다.

독일말로 '외롭다'는 '아인잠(Einsam)'이다. 중세 말부터 사용된 이 단어에는 아름다운 의미가 포함되어 있다. Ein-sam은 자기 자신과 하나가 되는 사람을 뜻한다. 즉, 자신 안에서 평온해지는 사람이라는 의미다. 외로움을 소멸시키려 하지 말고, 외로움을 재생의 에너지로 사용하라는 뜻일 것이다. 외로움의 독성을 면역력으로 바꾸는 것도 방법이겠다. 외로움이 깊어지는 계절이다. 당신은 외로움과 소통할 준비가 되었는가. 



writer_이현숙
IBK기업은행 기업지원컨설팅부 팀장
<사장의 인문학>, <마흔, 두 번째 스무 살을 준비하다>, <낯설> 저자.
매일 배우는 것이 삶이라고 생각하는
평범한 은행원이다.

높은 직위에 오를수록 왜 화나는 일이 많을까?

인생에서 가장 골치 아픈 감정은 분노다. 분노를 참으면 가슴이 답답해져 잠이 오지 않고, 분노를 표출하면 상대방과 사이가 나빠질 뿐만 아니라 보복이 따를 수도 있다. 이러한 분노 감정을 잘 다스리는 것은 원만한 인간관계와 행복한 삶을 위한 가장 중요한 관건이다. 특히 높은 직위에 있는 사람일수록 분노를 잘 다스리는 것이 중요하다. 높은 직위에 오를수록 화나는 일이 많아지기 때문이다.

직위가 높아질수록 치열해지는 경쟁

높은 직위에 오를수록 회사나 조직을 대표해 만만치 않은 상대와 경쟁하고 투쟁할 일이 많아진다. 조직의 중요한 이해관계가 걸린 만큼 치열하게 경쟁하게 되고, 때로는 서로를 비난하고 음해하며 공격하게 된다. 높은 직위에 오를수록 적이 많아지는 이유가 여기에 있다. 일반적으로 사회적 피라미드의 높은 위치에서 벌이는 경쟁이 더 치열하다. 진화심리학의 관점에서 보면, 강력한 알파 수컷은 높은 지위를 차지하기 위해 치열한 경쟁을 벌이면서 서로 심각한 상처를 주고받는다.

높은 직위에 오른 사람들은 대부분 완벽주의 성향을 지니고 있다. 꼼꼼하고 철저하며 근면하지 않으면 그런 위치에 오르기 어렵다. 그래서 부하 직원들이 일하는 태도나 성과가 성에 차지 않고 불만스럽다. 자신처럼 열심히 철저하게 일하지 않는 것처럼 느껴지기 때문이다. 화를 내며 잔소리를 하고 싶은 마음이 굴뚝같지만, 요즘 세상에는 자칫 '지적질' 내지 '갑질 행동'으로 몰릴 수 있으니 표현도 하지 못해 속이 터진다.

또 높은 직위에 오를수록 자신도 모르게 다른 사람들에게 존중받고자 하는 기대 수준이 높아진다. 겸손한 척하지만, 속으로는 상대방이 자신의 능력과 지위를 인정하고 존중해 주기를 바란다. 기대가 높으면 실망도 크듯이, 다른 사람들의 사소한 행동에 심기가 상할 수 있다. 특히 부하 직원들의 행동에서 자신에 대한 존중과 배려가 부족하다고 느껴질 뿐만 아니라 때로는 자신의 지시를 충실히 따르지 않거나 무시한다고 느껴질 수 있기 때문이다.

그렇다고 일일이 따질 수도 없고, 자신을 더 존중하라고 요구하기도 어려운 일이니 다

“분노는 당신을 더 하찮게 만드는 반면, 용서는 당신을 예전보다 뛰어난 사람으로 성장하게 한다.”

-미국 작가 세리 카터 스콧




른 문제로 트집을 잡으며 짜증을 내게 된다. 직장뿐 아니라 가정에서 배우자나 자녀와의 관계에서 이런 현상이 나타나면 가족 간의 갈등이 깊어진다.

지혜로운 분노 표현 방법이 필요

분노는 위험한 감정이다. 분노를 자주 경험하면, 인간관계의 갈등이 증가할 뿐만 아니라 몸과 마음에 나쁜 영향을 미쳐 심신의 건강을 해친다. 또 분노는 냉철한 판단을 방해해 중요한 일에서 잘못된 선택과 결정을 하게 만들 수 있다. “친구를 얻는 데는 오랜 시간이 걸리지만, 친구를 잃는 데는 잠깐이면 충분하다”라는 말이 있듯이, 분노는 인간관계를 일거에 훼손할 뿐만 아니라 친구를 적으로 만드는 위험한 감정이다.

이런 관점에서 보면 높은 직위에 오른다는 것은 위험한 일이다. 자칫 분노의 불길에 휩싸여 자신과 타인을 태워 버릴 수 있기 때문이다. 따라서 높은 직위에 있는 사람일수록 분노를 잘 다스리는 노력이 필요하다. 분노는 체험과 표현이라는 2단계의 심리적 과정을 거친다. 타인의 행동이 의미하는 바를 해석해 분노를 느끼는 과정과 그러한 분노를 어떻게 표현할 것인지 결정하는 과정을 거치는 것이다. 분노를 다스린다는 것은 이러한 두 가지 심리적 과정을 잘 자각해 조절하는 것을 의미한다.

우선, 불필요한 분노를 느끼지 않는 것이 중요하다. 분노를 잘 느끼는 사람들과 자신과 타인에 대한 비현실적인 기대를 많이 한다. 예컨대 “나는 다른 사람들에게서 항상 특별한 관심과 존중을 받아야 한다”, “다른 사람들은 결코 나를 비판하거나 무시해서는 안 된다”, “부하 직원들은 나처럼 회사를 위해 헌신적으로 열심히 일해야 한다”와 같은 기대는 소망일 뿐 비현실적인 것으로, 좌절과 분노를 유발한다. 비생산적인 분노를 유발하는 내면적인 기대를 잘 자각해 유연하고 현실적인 것으로 변화시키는 노력이 필요하다.

아울러 분노를 지혜롭게 잘 표현하는 것이 중요하다. 분노를 직선적으로 표출하는 것은 결코 바람직하지 않지만, 그렇다고 분노를 마냥 참는 것도 바람직하지 않다. 표현하지 않으면 상대방은 화날 행동을 반복할 것이기 때문이다. 지혜로운 분노 표현의 핵심은 자신이 느낀 불쾌감을 상대방과의 관계를 해치지 않도록 전달해 그러한 일이 반복되지 않도록 하는 것이다. 분노를 다스리는 일은 결코 쉽지 않지만, 성숙한 CEO들이 갖추어야 할 중요한 덕목이다. 

기대가 높으면 실망도 크듯이, 다른 사람들의 사소한 행동에 심기가 상할 수 있다. 특히 부하 직원들의 행동에서 자신에 대한 존중과 배려가 부족하다고 느껴질 수 있다.



writer_ 권석만

서울대학교 심리학과 교수
심리학 박사. 인간을 불행하게 만드는 심리적 문제와 그 원인을 탐구해 해결 방법을 모색하는 일에 깊은 관심을 갖고 있다. 서울대학교 대학생활문화원과 (사)서울대학교출판문화원 원장, 한국임상심리학회 회장을 역임했다. <인간관계의 심리학>, <긍정심리학: 행복의 과학적 탐구>, <하루 15분 행복산책> 등 다수의 저서가 있다.

배송으로 달라지는 주방 혁명

집밥에 대한 그리움에 산업이 답하고 있다. 집에서 간단하게 요리할 수 있도록 돕는 당일 배송과 쿠킹 박스가 대표적이다.

식재료 배송의 시작, 블루 에이프런

—
지난 2015년, 대한민국 방송가를 접수한 주인공은 아이돌이나 슈퍼스타가 아니라 통통한 중년 아저씨였다. 그리고 2년이 흘렀다. 처음만큼은 아닐지 몰라도 백종원의 인기는 여전하다. 백종원 열풍은 대한민국 사회가 음식에 목마르다는 사실을 잘 보여준다. 그리고 대한민국이 원하는 음식의 구체적인 모습도 짐작할 수 있게 해줬다. 그 키워드는 두 가지였다. ‘직접’, 그리고 ‘간단히’. 맛벌이가 일반화하고 1인 가정이 늘어나면서 외식은 더 이상 특별한 일이 아닌 일상이 되었다. 그러면서 사람들은 집밥을 그리워하게 되었다. 그렇다고 일로 파김치가 된 상태에서 요리 강좌를 쫓아다니며 일품요리를 만들 여건이 되진 않았다. 그런데 백종원이 방송에서 아주 간단히 집밥 만드는 비법을 알려준 것이다.

집밥에 목마르긴 미국도 마찬가지였다. ‘블루 에이프런’은 5년 전 미국 뉴욕에서

작은 스타트업으로 론칭했고, 간단한 레시피와 손질해 놓은 식재료를 정기 구독 형태로 배송했다. 레시피와 식재료 세트를 ‘밀 키트(Meal Kit)’라고 하는데, 현재 블루 에이프런은 매일 800만 개가 넘는 밀 키트를 배송하고 있다.

신선함을 현관 앞으로

—
우리나라에서도 배달을 통한 주방 혁명이 한창 진행되고 있다. 먼저 순수한 배송에 초점을 맞춘 업체가 있다. 하루마켓이 대표적이다. 하루마켓은 오이 하나, 두부 한 모도 무료 배송한다. 12시 전에 주문하면 당일 배송이 이루어지고, 물건이 마음에 안 들면 100% 환불도 가능하다. 티몬 슈퍼마트는 하루마켓처럼 무조건 무료 배송은 아니지만 대량 구매를 통해 원가를 낮추는 데 성공했다. 티몬 슈퍼마트는 한국농수산식품유통공사(aT) 기준보다 저렴한 가격에 식재료를 공급할 수 있다며 자신감을 표했다. 10시 이전에 주문하면 원하는

2012년 창업한 미국의 밀 키트 배송 전문 업체 ‘블루 에이프런’은 지난 2017년 6월 뉴욕 증시에 상장했다.




시간에 당일 배송도 가능하다. 간편식을 새벽에 가정으로 배송하는 서비스도 인기다. 포문은 CJ대한통운이 열었다. 고객이 전날 저녁에 간편식을 주문하면 아침 일찍 택배로 받을 수 있는 서비스를 시작한 것이다. 아직은 서비스 지역이 수도권으로 한정되어 있지만 앞으로는 CJ제일제당, CJ오쇼핑, CJ푸드빌 등 그룹 계열사와 손잡고 시장을 전국 주요 도시로 확대할 전망이다. 한국아쿠르트는 아쿠르트 아줌마가 반찬이나 국, 탕을 배달하는 브랜드를 만들었고, 배달의 민족은 신선 식품 배송 서비스인 배민프레시를 반찬에 특화된 '배민찬'으로 리뉴얼했다. 배민찬은 150여 개 파트너사의 3,000가지가 넘는 반찬을 새벽 배송한다.

힘든 셰프의 요리를 집에서 간단히

블루 에이프런처럼 밀 키트에 특화된 업체도 계속 등장하고 있다(우리나라에서는 '쿠킹 박스'라는 용어도 많이 사용한다). 부산의 '아이엠어셰프'는 일주일치 레시피와 식재료를 공급하는 기업이다. 대학 식품영양학과와 MOU를 체결하고 전문 영양사와 협력해 일주일 치 레시피를 짜고, 전국에서 직접 구매한 식재료를 소분해 월요일에 가정으로 일괄 배송한다. 일주일분 식단을 한꺼번에 짜서 식재료를 구매하기 때문에 원가를 어느 정도 낮출 수 있고, 한식으로 식단

을 구성하기 때문에 보수적인 입맛에도 맞출 수 있다는 것이 아이엠어셰프의 장점이다.

소분한 재료와 레시피만 주는 게 아니라 1급 호텔 출신 셰프들의 육수와 소스를 내세운 업체도 있다. '비셰프'가 대표적인데, 셰프들이 반조리한 육수와 소스를 제공하기 때문에 15~20분이면 소비자가 직접 파인 다이닝에 근접한 음식을 만들 수 있다고 한다. 오랜 호텔 주방 경력자들이 함께할 때의 장점은 또 있다. 지방이 적은 쇠고기를 드라이에이징해 등급 이상의 맛을 내는 식의 노하우를 다수 보유하고 있기 때문에 가격 이상의 효용을 낼 수 있다. '프레시고'는 조리 편의성을 더 강조했다. 프레시고의 메뉴는 반조리 제품과 냉동 덮밥 소스로 나뉜다. 프레시고는 KBS 미디어 <지숙이의 혼밥연구소>에 소개되면서 유명세를 치르기도 했다.

장하준 교수는 컴퓨터보다 세탁기가 세상을 더 많이 바꿔 놓았다고 이야기한다. 세탁기의 발명이 여성의 사회 진출을 견인했다는 것이 그의 설명이다. 식사 준비에는 빨래 이상의 에너지와 시간이 소요될 것이다. 그런 점에서 배달을 통한 주방 혁명의 여파는 주방에서만 끝나지 않을 것이다. 밀 키트 또는 쿠킹 박스로 만드는 요리가 옛날 엄마 손맛에 비할 바는 아닐 수도 있다. 하지만 우리 삶을 질적으로 개선하는 작은 계기가 될 수도 있을 것이다. 



자료 : 비셰프 인스타그램



자료 : 프랩

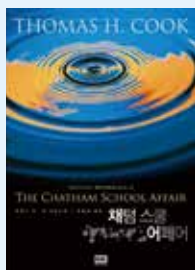


스마트폰 대신, 추리소설

책을 손에 잡은 지 오래라면, 혹은 너무 딱딱한 책만 읽고 있어 머리가 굳은 것 같다면 추리소설은 어떨까? 작품성과 재미를 겸비한 추리소설 3편.



1 세라 워터스 | 16,800원 | 열린책들



2 토머스 H. 쿡 | 13,800원 | RHK



3 도나 타트 | 13,500원 | 은행나무

1 핑거스미스

2016년 개봉한 박찬욱 감독의 영화 <아가씨>의 원작 소설이다. 19세기 산업혁명 당시의 공포스럽고 악취가 풍기는 영국 사회를 사실적으로 보여주는 스릴러 소설로 '핑거스미스'는 소매치기를 뜻한다. 태어나자마자 고아가 되어 소매치기 틈에서 자란 여자 주인공이 시골에 사는 한 젊은 상속녀의 하녀로 들어가면서 벌어지는 이야기다. 832쪽이라는 꽤 망설여지는 두께지만, 배신과 음모, 복수와 오해로 뒤섞인 작품은 결코 지루할 틈을 주지 않는다. 레즈비언과 게이 역사 소설에 관한 연구로 영문학 박사 학위를 받은 저자 세라 워터스는 <핑거스미스>에서 그녀의 전공을 십분 살리며, 이 책으로 각종 상을 수상했다.

왜 주목해야 할까? 반전을 원한다면 단연 <핑거스미스>다. 책을 읽다 보면 '엇! 엇! 엇!' 하고 세 번을 외치게 된다. 단, 영화 <아가씨>를 보지 않았으며, <핑거스미스>에 대한 정보가 없는 사람에 한해서다. 레즈비언 역사 소설로 유명하지만, 레즈비언이라고 언급하지 않으면 알 수 없을 만큼 책에서는 성에 대한 묘사의 비중이 크지 않다.

2 채텀 스쿨 어페어

어딘가 한국 정서에 맞지 않는 표지 이미지 때문에 손이 잘 가지 않는 책 중 하나지만, 일단 읽으면 토머스 H. 쿡의 탁월한 문장과 표현에 빠져들게 되는 수준 높은 미스터리 스릴러물이다. 사실 <채텀 스쿨 어페어>는 스릴러의 형식을 빌리긴 했지만, 한 소녀의 성장소설이라고 불러도 무방하다. 채텀 스쿨에 부임해 온 자유분방한 젊은 여자 미술 선생과 전쟁터에서 부상

을 입고 돌아온, 이미 가정이 있는 리드 선생의 불륜을, 채텀 스쿨의 엄격한 교장을 아버지로 둔 소년 헨리 그리스왈드의 시선으로 그려낸다. 일본에서는 드라마로 제작하기도 했다.

왜 주목해야 할까? 토머스 H. 쿡은 이 작품으로 세계적으로 권위 있는 문학상인 에드거상을 받았다. 탁월한 표현력으로 그려낸 학교의 황량함과 동네의 스산한 분위기는 심오하면서도 매력적이다. 인간간의 어두운 면을 서정적으로 표현하는 토머스 H. 쿡은 '어두운 렌즈를 통해 밤을 그려 내며 우리의 영혼을 사로잡는 작가', '지성과 감성을 겸비한 천재 작가'로 불린다.

3 비밀의 계절

2014 풀리처상 수상작 <황금방울새>의 작가 도나 타트의 데뷔작으로 평단의 극찬과 대중의 열렬한 호응을 불러일으키며 천재 작가라는 이름을 얻은 작품이다. 미국 동부의 햄튼 대학 고전어과 학생들 사이에서 벌어지는 이야기로 청춘의 광적인 무모함과 인간 내면의 악, 그리고 돌이킬 수 없는 상실이 불러온 파멸을 그려낸 수작이다. 처음부터 살인자가 드러나고, 그리스어와 라틴어가 소설 내내 중간중간 불쑥 등장하지만, 고전을 읽는 듯한 지적 유희와 짝짓한 인간의 심리 묘사를 따라가다 보면 색다른 즐거움을 느낄 수 있다.

왜 주목해야 할까? 의도치 않게 살인을 저지른 사람의 심리가 궁금하다면 이 책을 추천한다. 작가가 정말 살인을 해 본 것이 아닐까 하는 생각이 들 정도로 심리 묘사가 탁월하다. 2권으로 구성된 <비밀의 계절>은 살인을 주제로 하지만, 추리나 스릴러물이라고 하기보다는 철저히 인간의 심리를 들여다보는 작품이다.

레전드 지휘자의 레전드 음반



음악은 해석에 따라 곁이 달라진다. 역대 레전드 지휘자의 레전드 음반에는 어떤 것이 있을까?

1 카를 뵘

오스트리아 그라츠 태생의 카를 뵘(Karl Böhm, 1894~1981)은 원래 법학을 전공했지만, 변호사 부친의 거래처이던 그라츠 시립오페라에서 지휘에 입문했다. 함부르크-드레스덴-빈 국립오페라 음악 감독을 지내며 카라얀과 함께 20세기 중반 독어권에서 가장 빛난 지휘자였다. 지휘 품이 매우 소극적이었지만, 그와 호흡을 함께한 빈 필과 베를린 필 단원들은 "지휘봉을 다루는 테크닉에서 뵘이 당대 최고"라는 평가를 내렸다. 단원들에게 추상적인 상상력을 발휘하는 대신 악보에 충실할 것을 요구했고, 매사 엄격했다.

Point_ 모차르트 41개 교향곡 가운데 에센스는 말기 교향곡 39-40-41번이다. 오페라 부속 음악의 범주를 벗어나 규모를 갖춘 교향곡이 음악성을 인정받은 첫 작품들이다. 뵘이 이 앨범에서 취한 자세는 후대 지휘자들이 언제나 꺼내 볼 교범과 다름없다. 모차르트 교향곡에서 템포는 어떻게 취해야 할지, 절정에서 지휘자와 악단은 어떻게 능력을 최대치로 분출할지 생생한 자취가 앨범에 담겼다.

2 카를로스 클라이버

카를로스 클라이버(Carlos Kleiber, 1930~2004)는 베를린 국립오페라 음악 감독을 지낸 부친 에리히의 후광에서 벗어나기 위해 데뷔 초기엔 예명을 썼고, 부친은 공개적으로 아들의 지휘를 비평할 만큼 긴장이 팽팽했다. 흔히 오케스트라-오페라극장의 음악 감독을 맡아야 권위를 인정받는 음악계에서 일생 동안 철저히 프리랜서로 활동했다. 리카르도 무티,

파보 예르비처럼 현시대를 주름잡는 최고 거장들이 꼽는 단 한 명의 우상이다.

Point_ 빈 필과 남긴 베토벤 교향곡 5·7번, 브람스 교향곡 4번은 이미 고전의 반열에 올랐다. 그러나 클라이버가 편애한 악단은 원헌에 위치한 바이에른 국립오페라 오케스트라였다. 베토벤 9개 교향곡 중 5번 '운명'을 대하는 클라이버의 포즈는 흡사 북 콘서트 인기 강연자 같다. 그는 1~2바이올린군(群)을 정면으로 보게 하는 대향 배치를 시도하면서 시대를 앞서갔다. 아찔한 속도 조절과 악군 사이에 음영을 넣는 법을 보면 '천재' 소리가 절로 나온다.

3 클라우디오 아바도

클라우디오 아바도(Claudio Abbado, 1933~2014)가 세상을 떠나면서 20세기 거장 지휘자의 시대도 종말을 고했다. 1979년부터 런던 심포니 수석 지휘자를 맡아 악단의 황금기를 견인했고, 1990년 로린 마젤을 제치고 카라얀 후임으로 베를린 필 예술 감독에 취임한 건 세계 음악계를 충격으로 몰아넣은 사건이었다. 인품이 묻어나는 지적인 접근을 견지했고, 리허설 중에는 말을 하지 않고 신체 표현으로 의견을 모았다. 길이가 긴 지휘봉으로 그려 내는 곡선이 섬세한 디테일을 조형했다. 반면 상대적으로 작은 볼륨은 논쟁거리였다.

Point_ 아바도는 '혁신'에 끌리던 사람이다. 이 앨범은 1967년부터 1972년까지 빈 필, 베를린 필, 드레스덴 국립관현악단, 런던 심포니와 브람스 교향곡 1-2-3-4번 개별 녹음을 묶은 전집이다. 4개의 명문 오케스트라를 관통하는 단 하나의 코드는 '젊음의 브람스'다. 평생 짧게 살다 간 아바도의 정수가 묻어 있다.



1 모차르트 교향곡 40-41번 | 빈 필하모닉 오케스트라 | 도이치 그라모폰 1976년 녹음



2 베토벤 교향곡 5번 | 바이에른 국립오페라 오케스트라 | 오르페오 1982년 녹음



3 브람스 교향곡 전(1-4)곡 | 베를린 필하모닉 등 | 도이치 그라모폰 1967~1972년 녹음



writer_ **한정호 음악 칼럼니스트**
월간 <객석> 기자, 공연 기획사 빈체로에서 홍보와 기획을 맡았다. KBS 클래식 FM, <KBS 음악살> '스테이지 인사이트' 코너에 출연 중이다.

October 2017

10

이달의 행사·전시

sunday

monday

tuesday

1

2

3

8

9

10

15

16

17

22

23

24

29

30

31



제19회 반도체대전 & 제48회 한국전자전

‘제19회 반도체대전(SEDEX)’에서는 반도체가 필요한 여러 분야의 첨단 제품과 최신 기술을 한자리에서 접할 수 있다. 48회를 맞은 ‘한국전자전(KES)’과 국내외 모션 컨트롤 산업 분야의 대표 전시회인 ‘국제 모션컨트롤 산업전’, 국내 유일의 디스플레이 전문 전시회인 ‘한국디스플레이산업전시회(IMID)’도 동시 개최된다. 한국전자전은 10월 20일(토)까지다.

info. 10.17(화)~19(금), 서울 코엑스(COEX), www.sedex.org, www.motioncontrol.kr, www.imidex.org, www.kes.org

사물인터넷 국제 전시회 및 컨퍼런스



국내 유일의 사물인터넷 전문 전시회다. 사물인터넷(IoT) 응용 서비스, 플랫폼, 디바이스, 융합 제품, 보안 등 사물인터넷에 대한 일반인과 기업의 인식 제고를 통해 수요를 창출하고자 한다. 45개국 230개사가 참가하며, 사물인터넷 국제 컨퍼런스, 제품 및 솔루션 발표회, IoT 기업 간 네트워킹 데이, 비즈니스 상담회 등의 행사가 준비되어 있다.

info. 10.11(수)~13(금), 서울 코엑스(COEX) www.iotkorea.or.kr

제14회 한국자동차산업전시회

한국 최대 자동차 산업 전시회인 한국자동차산업전시회(KOAASHOW)와 국내외 OEM 중심 대표 전시 상담회인 국제수송기계전(GTT)을 올해부터 통합, 개최한다. 국내 양대 자동차 산업 전시회가 통합되면 서 더욱 커지고 알찬 전시회를 즐길 수 있게 되었다.

info. 10.18(수)~20(금), 일산 킨텍스(KINTEX) www.koaashow.com

서울국제공구전&금속산업대전

국내외 최첨단 공구와 관련 기기 등을 한눈에 볼 수 있는, 세계 유일의 공구 전문 전시회 ‘서울국제공구전(TOOL TECH 2017)’과 자동차, 조선, 기계 산업의 근간이 되는 금속 소재부터 가공 설비, 완제품에 이르기까지 금속 산업 전 분야를 망라하는 금속 산업 전문 전시회인 ‘금속산업대전’이 동시 개최된다.

info. 10.24(화)~27(금), 일산 킨텍스(KINTEX) www.tooltechkorea.com, www.korea-metal.com

부산국제조선해양대제전

‘부산국제조선해양대제전(Marine Week 2017)’은 2001년부터 격년으로 국제해양방위산업전(MADEX), 국제항만·물류 및 해양환경산업전(Sea-Port), 국제조선 및 해양산업전(KORMARINE)을 동시 개최해 왔다. 독일 SMM, 중국 마린텍, 노르웨이 노르시핑과 함께 세계 4대 조선 해양 산업 전시회로 꼽힌다.

info. 10.24(화)~27(금), 부산 벡스코(BEXCO) www.marineweek.org

wednesday	thursday	friday	saturday
4	5	6	7
11	12	13	14
사물인터넷 국제 전시회 및 컨퍼런스			
18	19	20	21
제19회 반도체대전&국제 모션컨트롤 산업전&한국디스플레이산업전시회			
제48회 한국전자전			
		제14회 한국자동차산업전시회	
25	26	27	28
서울국제공구전&금속산업대전			
부산국제조선해양기자재전			
제1회 스마트 솔루션 앤 리얼리티 페어&한국기계전			
11/1	2	3	4
2017 창원국제생산제조기술전 및 컨퍼런스(MATOF 2017)			

제1회 스마트 솔루션 앤 리얼리티 페어&한국기계전



4차 산업혁명의 시대 흐름과 기술 혁신에 대응하기 위한 '스마트 솔루션 앤 리얼리티 페어(R-Fair)' 그리고 40년 전통의 한국기계전(KOMAF)이 동시 개최된다. 첨단 산업 기술 솔루션,

소프트웨어, 시뮬레이션, 사물인터넷, 스마트홈, 스마트 그리드, 인공지능, 3D 프린팅, 드론, CAD/CAM/CAE/PLM, 빅데이터, 클라우드, AR/VR 등 ICT 솔루션 및 소프트웨어 관련 기술을 직접 체험해 볼 수 있다.

info. 10.24(화)~27(금), 일산 킨텍스(KINTEX), www.r-fair.org

2017 창원국제생산제조기술전 및 컨퍼런스(MATOF 2017)

경남 유일 UFI 국제 인증 기계 산업전인 'MATOF 2017'은 2009년 1회를 시작으로 동남권 바이어를 직접 만나는 현장 중심의 B2B 전문 전시회다. 창조혁신센터, 스마트팩토리 추진단 등 스마트공장 지원 유관 기관과 협력해 스마트 생산 제조의 비전과 트렌드를 제시한다. 중공업, 자동차, 하이브리드, 재료, 메탈, 우주 항공 등 6개 분야 18개 세션으로 진행된다.

info. 10.31(화)~11.3(금), 창원컨벤션센터(CECO), www.matof.co.kr

● 그 외 주목할 만한 전시회

IOFT 2017

1년에 한 번 열리는 일본 안경 박람회.

info. 10.11(수)~13(금), 도쿄 빅사이트, www.ioft.jp

2017 부산국제사진영상기자재전

최신 사진·영상 기자재와 첨단 트렌드를 한자리에서 확인할 수 있는 전시회.

info. 10.12(목)~15(일), 부산 벡스코(BEXCO), busanpri.co.kr

ADEX 2017

격년으로 열리는 아시아 최대 규모의 종합 항공 우주방위 산업 전시회.

info. 10.17(화)~22(일) 서울공항, www.seouladex.com

제15회 전주국제발효식품엑스포

발효 신제품과 기술 정보, 최신 산업 동향을 확인할 수 있는 산업 박람회.

info. 10.19(목)~23(월), 전주월드컵경기장 만남의 광장, www.jiffe.or.kr

우먼스페어 2017

여성을 위한 제품과 서비스를 선보이는 국내 유일 여성 전문 전시회.

info. 10.20(금)~22(일), 서울 SETEC, w-fair.co.kr



신성한 가을

‘피타고라스의 정리로 유명한 피타고라스는 숫자에 세상을 구성한 원리가 담겨 있다고 믿었습니다. 피타고라스는 숫자 1이 세상을 만든 진리를 상징한다고 여겼습니다. 2는 여성과 생산을, 3은 남성과 생명을, 4는 세상의 네 가지 구성 요소(물, 불, 공기, 흙)와 연결되었습니다. 10은 이들의 총합(1+2+3+4)이기 때문에 가장 신성한 숫자라고 피타고라스는 주장했습니다. 동서양을 막론하고 10은 일정한 정도를 나타내는 척도로 사용됩니다. 모두가 10점 만점에 10점짜리 10월을 맞이하시길 바랍니다.

「IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT」는 항상 여러분의 목소리에 귀 기울입니다.

「IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT」에 대한 독자 여러분의 의견을 기다리고 있습니다. 문자메시지 또는 이메일로 가장 관심 있게 읽은 기사와 그 이유 등 의견을 자유롭게 적어 보내 주세요. 의견을 보내실 때는 ①이름 ②회사명 ③주소 ④연락처를 반드시 기입해 주시기 바랍니다.

💬 의견 보내는 방법

문자메시지 010-3446-8801 이메일 ibkceoreport@ibk.co.kr 카카오톡 아이디 CEOREPORT

카카오톡 ‘친구찾기’ 탭에서 ID로 CEOREPORT를 검색하면 「IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT」와 친구를 맺을 수 있습니다.

*의견을 보내신 분에게는 추첨을 통해 소정의 상품을 드립니다.

「IBK가 만드는 중소기업 CEO REPORT」는 IBK경제연구소 인터넷 홈페이지(research.ibk.co.kr)에서도 볼 수 있습니다.

Q. 호텔비, 교통비, 렌트비...
해외출장비에 대한 부가가치세 환급 받고 계세요?

A. IBK기업카드 고객이라면 쉽게 신청하세요!
해외 부가가치세 환급 서비스
최고 20% 절감효과!

해외 부가가치세 환급 서비스란?

일본, 영국, EU 일부 국가 등 21개국에서
IBK기업은행 Master카드로 이용한
출장경비의 부가가치세 환급절차를
대행해드리는 서비스입니다.



준법감시인 심의필 제 2017-3101호 (2017.08.21) CX413 게시기한(2018.08.20)

· 개별 상품에 관한 자세한 문의를 거래영업점 또는 IBK고객센터(☎1566-2566)를 이용하여 주시기 바랍니다. · 은행거래와 관련하여 이의가 있을 때에는 IBK기업은행의 분쟁처리기구에 해결을 요구하거나 금융분쟁조정위원회 등을 통하여 분쟁조정을 신청할 수 있습니다. (금융감독원 : 국번없이 ☎1332, IBK기업은행 : ☎080-800-0119) · IBK기업은행은 금품향응을 받지 않습니다. 윤리경영 위반 사실이나 개선이 필요한 경우 신고해주시기 바랍니다. (☎02-729-7490, e-mail : ibkethics@ibk.co.kr)

- 연체이자율(최저 연 19% ~ 최고 연 24%)은 정상이자율 및 연체일수에 따라 차등 적용됩니다.
- 카드 신청 시 상품설명서 및 약관을 반드시 확인하시기 바랍니다.
- 신용카드 남용은 가계경제에 위협이 됩니다. - 과도한 빚, 고통의 시작입니다.

잘하는 것부터 혁신한다!

: IBK의 첫번째 혁신 [동반자금융]

중소기업금융

대한민국의 중소기업을 지켜온 IBK기업은행이 더 능동적이고 더 창의적인 [동반자금융]으로 중소기업의 성장을 이끌어하겠습니다

01 성장금융

Scale-up 금융 플랫폼
창업기업의 생존을 넘어 성공을 지원하는 성장금융

02 재도약금융

Level-up 금융 플랫폼
기업의 기초체력을 강화하는 재도약금융

03 선순환금융

Cycle-up 금융 플랫폼
기업의 원활한 시장 진출을 지원하는 선순환금융

당신을 이롭게 금융을 혁신하다
Innovation Bank of Korea

참! 좋은 은행
IBK 기업은행

