

지속 가능한 성장을 위한

VIP 리포트

■ 창조적인 한국인, 창조성을 억누르는 한국 사회
: '한국인의 창조성'에 대한 국민 여론 조사

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 주 원, 장후석, 백흥기
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 연지동 1-7
Tel (02)2072-6305 Fax (02)2072-6249
Homepage. <http://www.hri.co.kr>
인쇄 : 서울컴퓨터인쇄사 Tel (02)2636-0555

- 본 자료는 기업의 최고 경영진 및 실무진을 위한 업무 참고 자료입니다.
- 본 자료에 나타난 견해는 현대경제연구원의 공식 견해가 아니며 작성자 개인의 견해를 밝혀 둡니다.
- 본 자료의 내용에 관한 문의 또는 인용이 필요한 경우, 현대경제연구원 산업연구본부(02-2072-6245)로 연락해 주시기 바랍니다.

목 차

■ 창조적인 한국인, 창조성을 억누르는 한국 사회
: ‘한국인의 창조성’에 대한 국민 여론 조사

Executive Summary	i
1. 창조성과 경제 발전	1
2. 창조성 관련 대국민 인식 분석 결과	2
3. 시사점	13
【HRI 경제 통계】	15

창조성과 경제 발전

- 창조성이 높으면 국가의 경제성과도 높아진다는 연구 결과에서 나타나듯이 창조성은 국가 경제 발전에 있어서 중요한 역할을 함
- 따라서 국민들의 창조성에 대한 인식을 정확하게 분석함으로써 향후 창조경제 구현을 위한 정책의 방향성에 대해 가능할 수 있는 중요한 자료로 활용할 수 있음

창조성 관련 대국민 인식 분석

구분	특징
창조적인 한국인	<ul style="list-style-type: none"> - 대부분의 국민(97.3%)들이 창조성을 경제발전의 중요 요소로 생각 · 개인들의 일상생활에서도 창조성은 중요한 역할을 한다고 인식(73.0%) - 과반수 이상의 국민(51.3%)들이 자기 자신을 창조적이라고 평가 · 미국 52%, 독일 43%, 프랑스 36%, 일본 19%가 창조적이라고 인식(Adobe 조사) · 한국은 미국과 더불어 창조적이라고 생각하는 사람들이 가장 많은 나라임 - 그러나, 자신의 창조성을 충분히 발휘하고 있다는 사람은 31.8%에 불과
창조성을 억누르는 한국 사회	<ul style="list-style-type: none"> - (사회 전반) 우리나라는 창조성을 제대로 발휘하기 어려운 사회(78.1%) · 20대(84.0%)와 30대(82.2%)의 젊은 세대들이 특히 어렵다고 인식 · 미국 82%, 독일 64%, 프랑스 74%, 일본 72%가 어렵다고 인식(Adobe 조사) - (문화) 우리나라가 창조성을 중시하는 문화도 아니다(68.3%)라고 생각 · 미국 70%, 독일 48%, 프랑스 38%, 일본 44%가 어렵다고 인식(Adobe 조사) - (직장) 업무에서 창조적인 사람보다 생산적인 사람이 유리(59.5%)하다고 인식 · 20-30대(63.5%)에서 특히, 창조적보다 생산적인 사람이 유리하다고 생각 - (교육) 우리나라 교육시스템도 창조성 발현을 저해한다고 인식(79.9%) · 미국 62%, 독일 59%, 프랑스 62%, 일본 51%가 교육문제 인식(Adobe 조사) · 창조성을 저해하는 주요 요인은 실패에 대한 두려움과 과도한 업무 때문 - 다만, 업무에서 창조성 경쟁이 증가하고 있다고 인식(86.2%)하고 있어 향후에는 창조성의 중요성이 점차 증대할 것으로 보임
창조적인 나라와 인물	<ul style="list-style-type: none"> - 한국인이 생각하는 가장 창조적인 국가 미국(38.2%), 일본(13.4%) 순서임 · 선진 5개국에 보는 창조적 국가는 일본(36%), 미국(26%), 독일(12%) 순서임 - 창조성하면 가장 먼저 떠오르는 역사적 인물은 세종대왕(33.3%) · 우리나라에서 창조성이 가장 부족한 집단으로는 정치인(74.2%)가 압도적

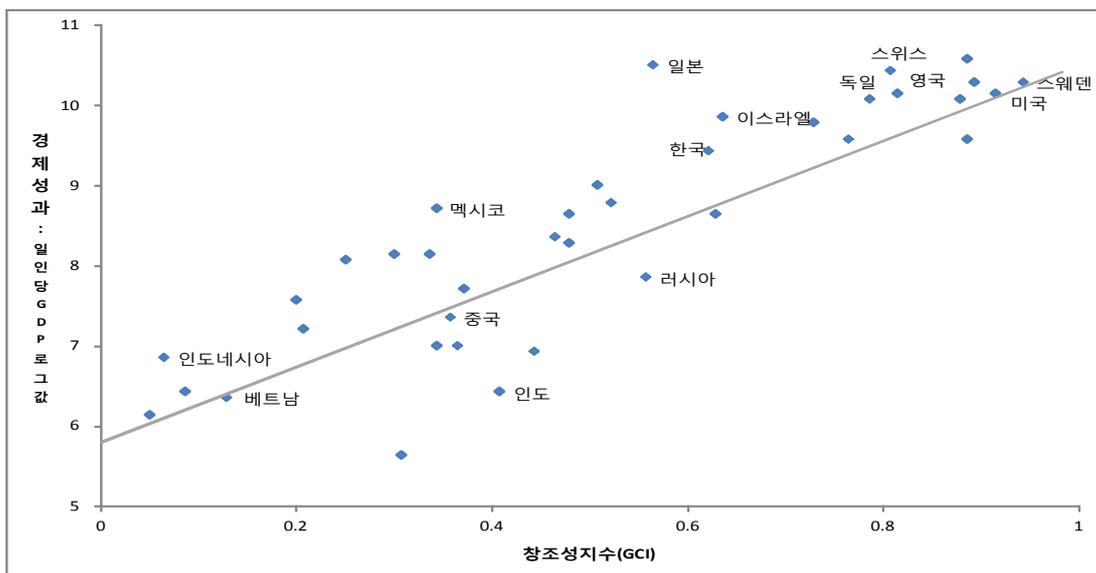
시사점

- ① 한국 사람들은 스스로를 창조적이라고 믿고 있지만 사회가 이의 발현을 방해한다고 생각하고 있어 사회시스템 전반에 대한 점검 필요
- ② 대체휴일제 등의 제도 도입을 통해 삶의 여유 속에서 창조성 발현시키는 선순환 구조 구축
- ③ 미래 성장 동력인 20-30대의 기를 살리기 위한 창조 교육 프로그램 모색

1. 창조성과 경제 발전

- 창조성이 한 나라의 국가 경제 발전과 성과 창출에 있어서 중요한 역할을 한다는 의견이 많음
 - Martin Prosperity Institute는 창조성이 높은 나라일수록 경제성과(1인당 GDP)도 높게 나타난다고 발표함
 - 연구 결과에 따르면, 미국, 스웨덴, 영국 등 글로벌창조성지수가 높은 나라일수록 1인당 GDP 역시 높게 나타나고 있음을 실증적으로 보여줌
- 따라서 국민들의 창조성에 대한 인식을 정확하게 분석함으로써 향후 창조경제 구현을 위한 정책의 방향성에 대해 가늠할 수 있는 중요한 자료로 활용할 수 있음
 - 국민들의 창조성에 대한 인식을 정확하게 분석하여 보여줌으로써 향후 창조경제 관련 정책을 수립함에 있어 각 계층이나 세대별로 세분화된 중요한 자료로서 활용하도록 해야 함

< 창조성과 경제 성과와의 관계 >



자료 : Martin Prosperity Institute, Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index(2011.1)
 주 : 경제성과(1인당 GDP 로그값), 창조성지수(The Global Creativity Index)

2. 창조성 관련 대국민 인식 분석 결과

○ 조사 개요

- 전국 성인 남녀 1005명을 대상으로 창조성에 대한 일반 국민들의 인식을 살펴 보았음
- 조사기간은 2013년 3월 11일부터 3월 15일까지 5일간이었고, 전화설문으로 95%신뢰수준에서 최대오차 범위는 ±3.09임

<조사 개요>

구분	내 용
조사 대상	전국 20세 이상 성인남녀 1005명
조사 기간	2013.3.11 - 3.15(5일 간)
조사 방법	전화 설문
표본 오차	95% 신뢰수준에서 최대오차의 범위는±3.09%

1) 창조성에 대한 일반 인식

○ (창조성과 경제발전 관계) 대부분의 국민들은 창조성이 경제발전의 중요 요소라고 인식

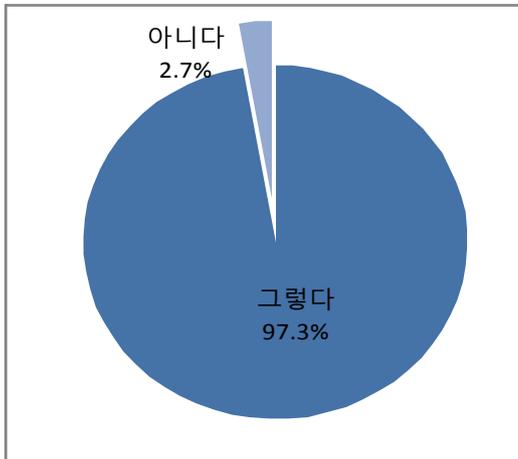
- ‘창조성이 경제발전의 중요한 요소이다’라는 의견에 대해서는 97.3%의 사람들이 그렇다고 응답하고 있음
- Adobe 조사¹⁾에 따르면 미국의 경우 85%, 독일 83%, 프랑스 77%, 일본

1) Adobe 조사(State of create study, 2012.4)는 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본 등 5개국 각각 1000명을 대상으로 각 나라별 창조성 관련 리서치를 진행함

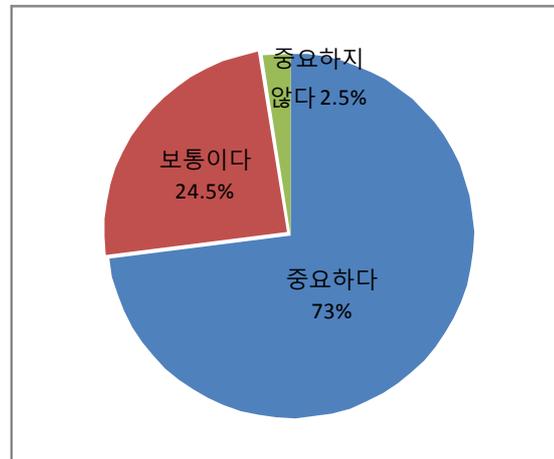
76%의 사람들이 창조성이 경제발전에 중요한 요소라고 인식하고 있음(전체 평균 80%)

- 또한, 10명 중 7명 이상은 일상생활에서 창조성이 중요하다고 인식함
 - '귀하의 일상생활에서 창조성이 어느 정도 중요하다고 보십니까'라는 질문에 중요하다고 인식하고 있는 사람들은 73.0%이고, 보통이라고 응답한 사람도 24.5%임
 - 반면, 개인의 일상생활에서 창조성이 중요하지 않다고 생각하는 사람은 2.5%에 불과함

<창조성이 경제발전의 중요 요인>



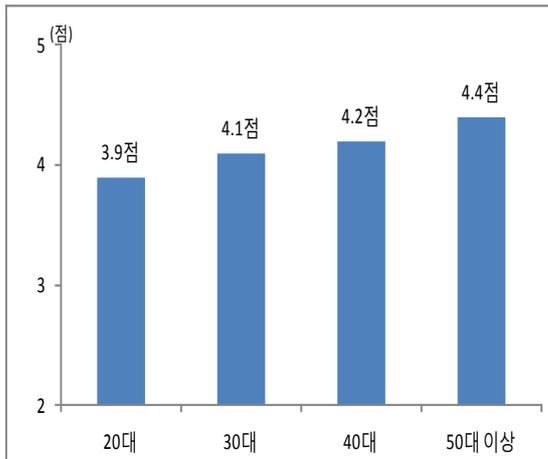
<일상생활에서 창조성의 중요성>



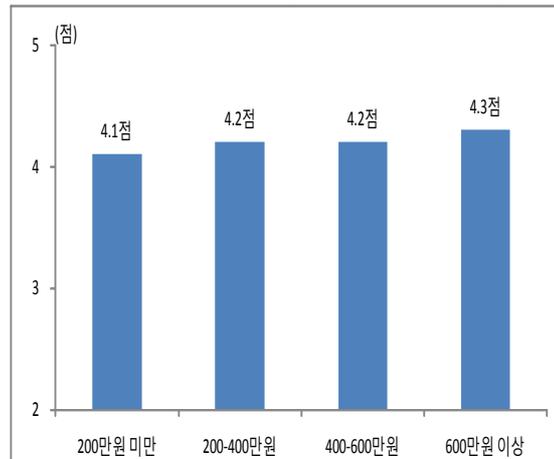
주) Adobe 조사(State of create study, 2012.4)에 따르면, 미국의 경우 85%, 영국 78%, 독일 83%, 프랑스 77%, 일본 76%의 사람들이 창조성이 중요하다고 인식(평균 80%)

- (연령별 소득별 비교) 연령이 낮을수록, 소득이 낮을수록 창조성이 경제발전에 중요하다는 의견에 대해 동의하는 비율이 낮아짐
 - 20대의 경우 창조성의 중요성에 대해 5점 만점에 3.9점인 반면 50대는 4.4점으로 높아 창조성을 매우 중요하게 생각하고 있는 것으로 판단됨
 - 월 가구소득 200만원 미만의 저소득층의 경우(4.1점)에 비해 소득이 600만원 이상의 고소득층(4.3점)이 창조성의 중요성을 매우 높게 인식하고 있음

<창조성의 중요성(연령별,5점만점)>



<창조성의 중요성(소득별,5점만점)>



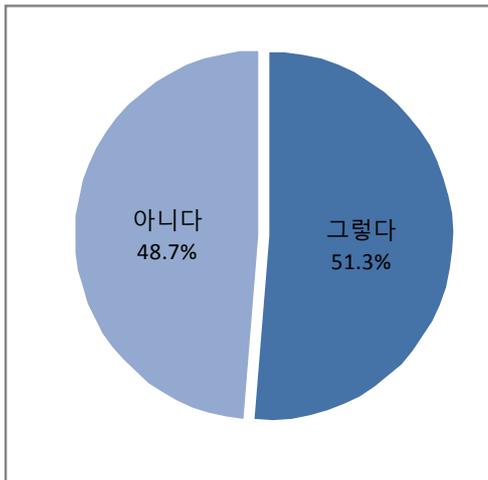
○ (자신에 대한 창조성 인식) 과반수 이상의 국민들은 자신을 창조적으로 평가

- 우리나라 국민들 과반수 이상(51.3%)은 '나는 창조적인 사람이다'라고 자신을 인식하고 있으며, 이는 다른 나라 사람에 비해 수치가 높은 편임
 - Adobe 조사에 따르면 미국의 경우 52%, 프랑스 36%, 일본 19%의 사람들이 자신을 창조적인 사람으로 인식하고 있음(전체 평균 39%)
 - 우리나라의 경우 미국을 제외하고, 다른 나라 사람들에 비해 자신을 상대적으로 창조적이라고 인식하고 있는 사람들이 많은 편임

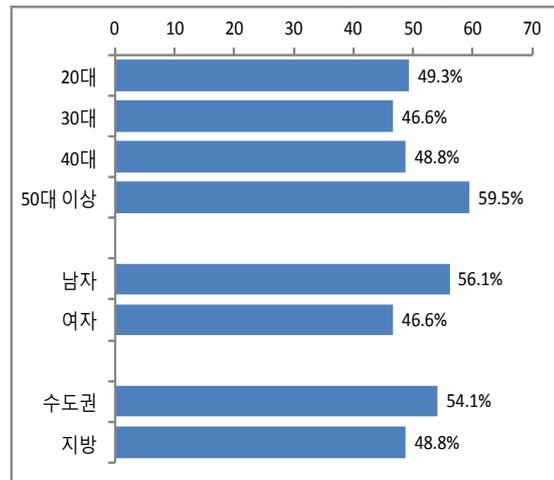
- 다만, 50대 이상의 경우 자신을 창조적이라고 생각하는 사람이 59.5%로 매우 높은 반면, 40대 이하는 40% 후반에 불과해 향후 국가 전체적으로 창조성이 상대적으로 많이 약화될 가능성이 높은 것으로 판단됨

- (지역별 성별 비교) 지역별로는 지방보다 수도권 사람들이, 성별로는 여자보다 남자가 자신을 좀 더 창조적이라고 인식하고 있음
 - 자신이 창조적이라는 사람이 수도권에는 54.1%인 반면, 지방의 경우 48.8%로 과반수에 미치지 못함
 - 남자는 자신을 창조적이라고 생각하는 사람이 56.1%인 반면, 여자는 46.6%에 불과해 여자들이 자신을 덜 창조적이라고 생각

<나는 창조적이다>



<나는 창조적이다(특성별)>

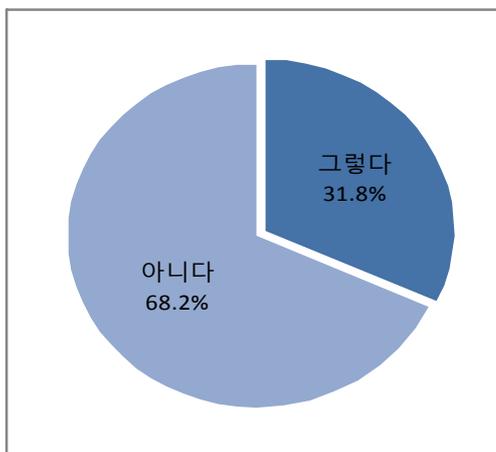


주) Adobe 조사에 따르면, 미국의 경우 52%, 영국 45%, 독일 43%, 프랑스 36%, 일본 19%의 사람들이 자신을 창조적인 사람으로 인식(평균 39%)

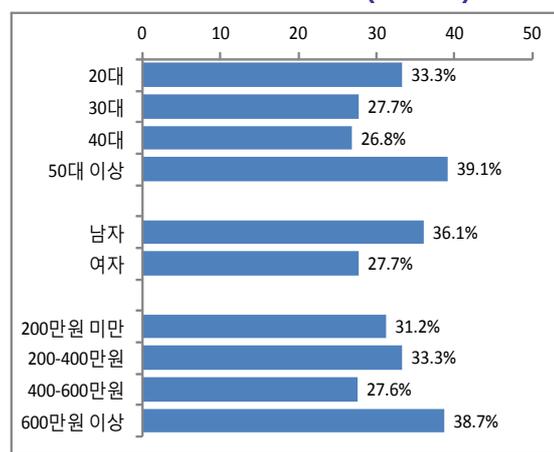
○ (창조성 발휘 여부) 나의 창조성을 충분히 발휘하지 못한다

- 국민들 10명 중 3명(31.8%)만이 '나는 창조성을 충분히 발휘하며 살고 있다'라고 응답해 자신의 창조성을 충분히 발휘한다는 인식이 낮음
- Adobe 조사에 따르면, 미국은 39%, 일본은 17%임(전체 평균 25%)
- 우리나라의 경우 미국이나 영국에 비해 낮지만, 일본 등에 비해서는 상대적으로 높게 나타남

<자신의 창조성 발휘 여부>



<자신의 창조성 발휘(특성별)>



주) Adobe 조사 : 미국은 39%, 영국 35%, 독일 15%, 프랑스 16%, 일본 17%(평균 25%)

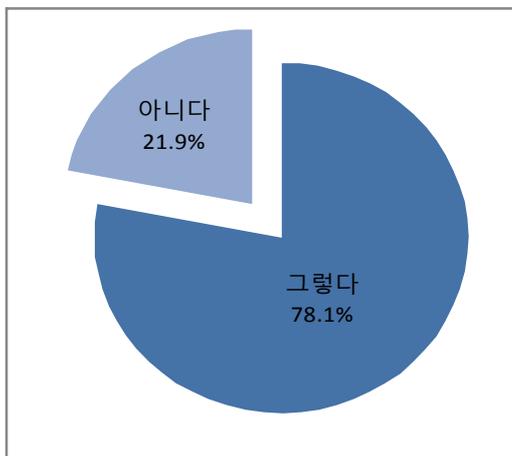
- (연령별 성별 소득별 비교) 연령별로는 50대 이상이, 성별로는 남자가, 소득별로는 600만원 이상이 자신의 창조성을 가장 잘 발휘하면서 살고 있음
 - 연령별로는 50대 이상이 39.1%로 높은 반면, 30대는 27.7%, 40대 26.8%로 낮아 이들의 창조성을 발현시키는지 여부가 우리나라 경제발전의 중요한 포인트로 판단됨
 - 성별로는 여자(27.7%)가 남자(36.1%)보다, 소득별로는 고소득층을 제외한 저소득이나 중간소득층이 창조성을 제대로 발휘하지 못하고 있음

2) 창조성을 억누르는 한국 사회

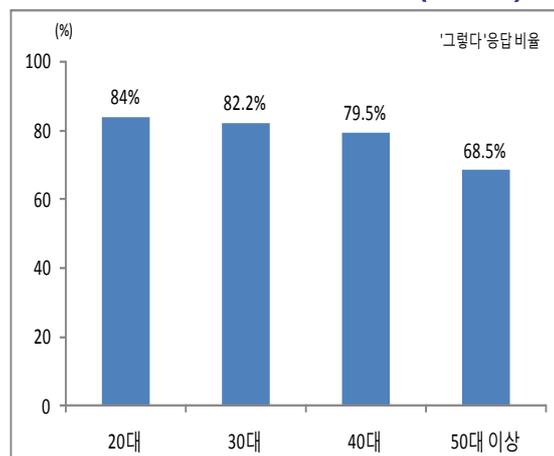
○ (사회 전반적 시스템) 우리나라는 창조성을 제대로 발휘하기 어려운 사회

- '우리나라는 창조성을 제대로 발휘하기 어려운 사회이다'라는 의견에 많은 사람들이 찬성하여, 창조성 발휘를 위한 사회시스템 문제점을 인식함
- 국민 10명 중 8명(78.1%)은 우리나라가 창조성을 제대로 발휘하기 어려운 사회라고 생각하는데, 이는 미국(82%)보다는 낮지만 기타 국가보다는 높음
- 창조성을 발휘하기 어려운 사회이다라는 질문에 미국 82%, 독일 64%, 프랑스 74%, 일본 72%가 그렇다고 응답함(평균 73%)

<창조성 발휘하는 사회 여부>



<창조성 발휘하는 사회 여부(연령별)>



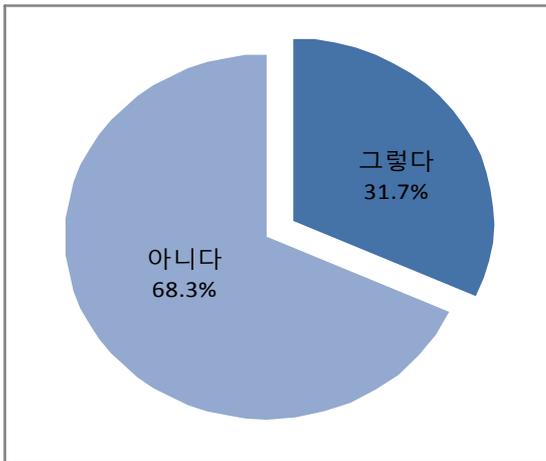
주) Adobe 조사 : 미국 82%, 영국 75%, 독일 64%, 프랑스 74%, 일본 72%(평균 73%)

- (성별 연령별 비교) 남자보다는 여자가, 연령별로는 나이 적을수록 우리나라를 창조성 발휘하기 어려운 나라로 인식하고 있음
 - 성별로는 남자 75.2%가 창조성을 발휘하기 어려운 사회로 인식한 반면, 여자는 81%가 어렵다고 인식
 - 연령별로는 20대의 경우 84%, 30대는 82.2%, 40대는 79.5%, 50대 이상은 68.5%가 우리나라를 창조성 발휘하기 어려운 나라로 인식하고 있어, 나이가 어릴수록 창조성 발휘에 비관적으로 생각

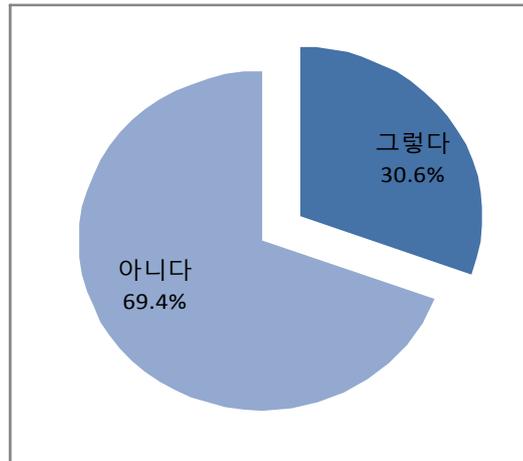
○ (문화) 우리나라는 창조성을 제대로 중시하지 않는 문화

- 전체 국민의 31.7%만이 '우리 문화는 창조성을 중시하는 문화이다'라는 의견이 동의하고 있어, 우리나라 문화가 창조성을 중시하지 않는 문화로 인식
 - 창조성을 중시하는 문화이다라는 질문에 미국 70%, 독일 48%, 프랑스 38%, 일본 44%가 그렇다고 응답함(평균 52%)
 - 결국 우리나라는 미국(70%)보다는 낮지만 기타 국가보다는 좀 더 창조성을 중시하지 않는 국가임을 알 수 있음

<창조성 중시하는 문화 여부>



<기성세대가 젊은 세대보다 창조적>



주1) 창조성 중시 문화 여부 : 미국 70%, 영국 61%, 독일 48%, 프랑스 38%, 일본 44%(평균 52%)
 주2) 기성세대와 젊은세대 관계: 미국 29%, 영국 34%, 독일 33%, 프랑스 34%, 일본 27%(평균 31%)

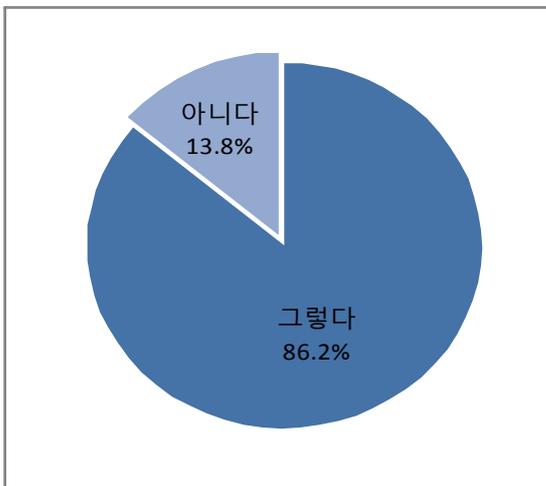
- 한편, 국민의 30.6%만이 36세 이상이 젊은 세대보다 창조적이라고 인식함

- 36세 이상이 젊은 세대보다 창조적이다라는 질문에 미국 29%, 프랑스 34%, 일본 27%가 그렇다고 응답함(평균 31%)
- 결국 우리나라는 다른 선진국가와 비슷하게 세대간의 창조성을 차이를 인식하고 있음을 알 수 있음

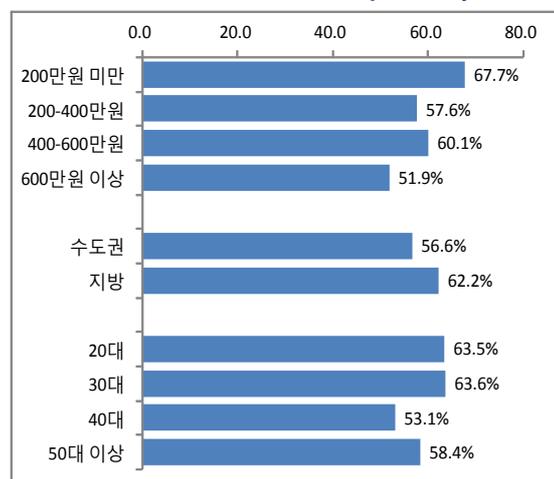
○ (직장) 업무에서도 창조적인 사람보다 생산적인 사람이 유리

- '업무를 함에 있어서 창조적인 사람보다 생산적인 사람이 유리하다'라고 좀 더 많은 사람(59.5%)들이 인식하고 있음
- 연령별로 살펴보면, 40대(53.1%)나 50대 이상(58.4%)보다 20대(63.5%)와 30대(63.6%)의 경우 창조적 사람보다 생산적 사람이 유리하다고 많이 생각함
- (지역별 소득별 비교) 지역별로는 수도권보다 지방이, 소득별로는 저소득층이 창조적인 사람보다 생산적인 사람이 유리하다고 생각하는 국민이 많음
- 소득별로는 200만원 이하의 계층에서 창조적인 사람보다 생산적인 사람이 유리하다는 응답이 67.7%로 가장 높게 나타남
- 지역별로는 지방에서 창조적인 사람보다 생산적인 사람이 유리하다는 응답이 62.2%로 높게 나타남

<직장내 창조성의 중요성 여부>



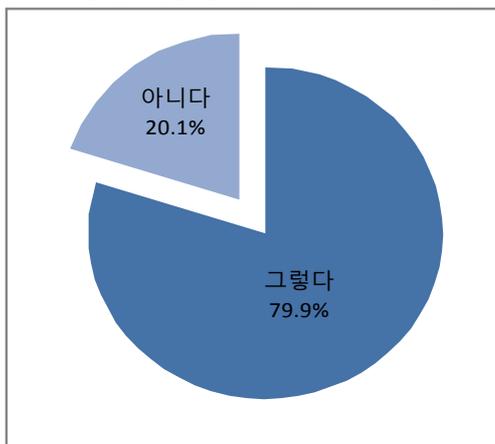
<직장내 창조성 중요(특성별)>



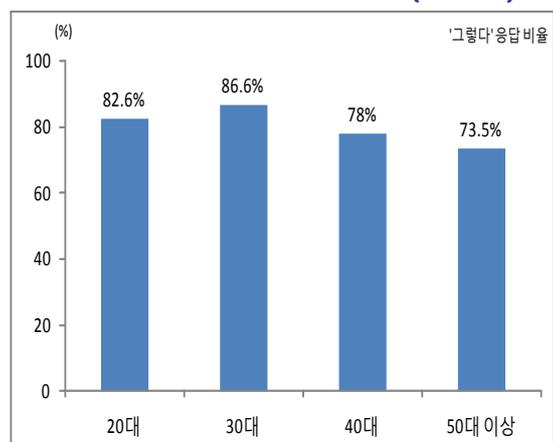
○ (교육시스템) 우리나라 교육시스템이 오히려 창조성 발현을 저해

- '현재의 교육시스템은 학생들의 창조성 발현을 저해한다'라는 의견에 국민 10명 중 8명(79.9%)이 찬성하고 있어, 우리나라의 교육시스템 역시 창조성 발현을 오히려 저해하는 요인으로 생각함
- Adobe 조사에 따르면, 미국은 62%, 일본은 51%, 전체 평균은 59%에 불과해 우리나라 국민들의 창조성 관련 교육시스템 불신이 매우 높다는 사실을 알 수 있음
- 연령별로 살펴보면 20대(82.6%)와 30대(86.6%)가 특히 교육시스템의 문제점을 많이 지적하고 있으며, 40대(78.0%)와 50대 이상(73.5%)은 상대적으로 문제점을 약하게 인식함

<교육시스템이 창조성 발현 저해>



<교육시스템이 창조성 저해(연령별)>



주) Adobe 조사 : 미국은 62%, 영국 61%, 독일 59%, 프랑스 62%, 일본 51%, 평균 59%

○ (창조성 개발 저해 요인) 창조성 발현을 저해하는 가장 큰 요인은 실패에 대한 두려움

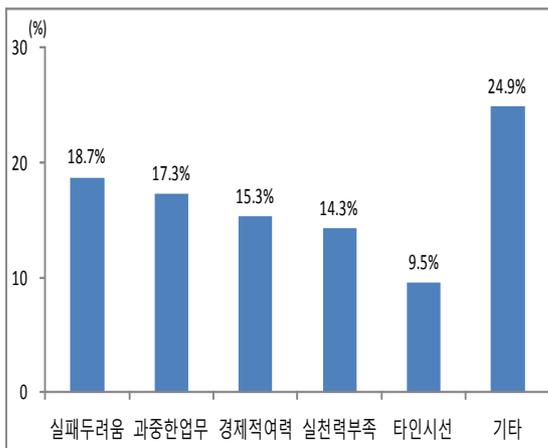
- 우리나라 국민들은 창조성 발현을 저해하는 주요 요인을 실패에 대한 두려움과 과중한 업무 때문이라고 인식함
- 창조성 발현을 저해하는 주요 요인으로는 실패에 대한 두려움 18.7%, 과중

한 업무 17.3%, 경제적 여력 부족 15.3%, 실천력 부족 14.3%, 타인의 시선 때문 9.5% 등을 선택함

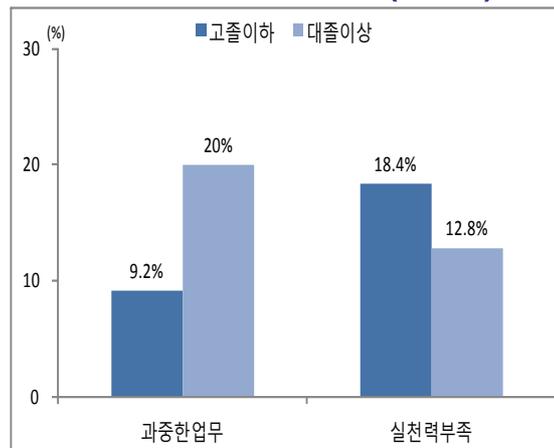
- 기타 의견으로는 시간이 부족해서 6.3%, 창조성 발휘를 도와주는 사람이 없어서 6.3%, 개인적으로 할 일이 많아서 4.7%, 나이가 많아서 4.3%, 아이디어 구체화하는 장비가 없어서 3.5% 등이었음
- 따라서 창조성을 발휘시키기 위해서는 일차적으로 국민들이 실패에 대한 두려움을 극복할 수 있는 여건을 마련하고, 과중한 업무로부터 벗어나서 삶의 여유를 찾을 수 있도록 도와주는 노력이 필요함

- 창조성 발현을 저해하는 요인에 대해 대졸 이상은 과중한 업무를, 고졸 이하는 실천력 부족을 가장 주요한 요인으로 택함
- 학력별로 살펴보면 창조성 발현을 저해하는 주요 요인 중 과중한 업무에 대해서 고졸 이하는 9.2%에 불과한 반면, 대졸 이상은 20%나 선택함
- 실천력 부족에 대해서는 고졸 이하 18.4%인 반면, 대졸 이상은 12.8% 불과

<창조성 개발 저해 요인>



<창조성 개발 저해 요인(학력별)>



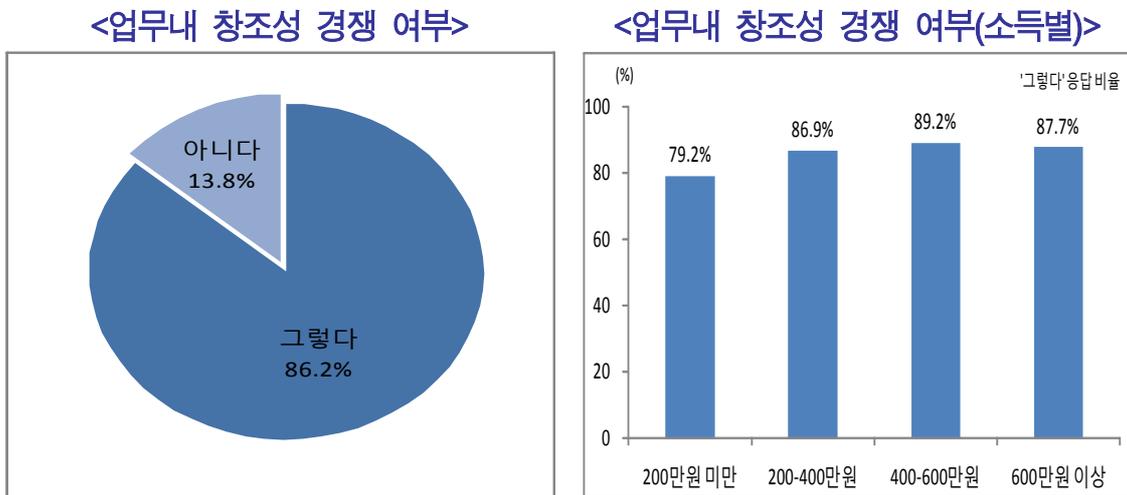
○ (직장 내 창조성 경쟁 여부) 다만, 업무에서 창조성 경쟁이 점차 증가하고 있다고 인식

- 우리나라 국민들의 86.2%는 '업무에서 창조성 경쟁이 점점 높아지고 있다'고

인식하고 있음

- Adobe 조사에 따르면, 미국은 72%, 일본은 58%, 전체 평균은 63%로 나타나고 있어 우리나라에서도 창조성 경쟁에 점점 심화되고 있음을 간접적으로 암시하고 있음

- 특히, 소득별로 살펴보면, 200만원 이하 계층(79.2%)에서 창조성 경쟁 심화를 상대적으로 덜 인식하고 있는 것으로 나타남



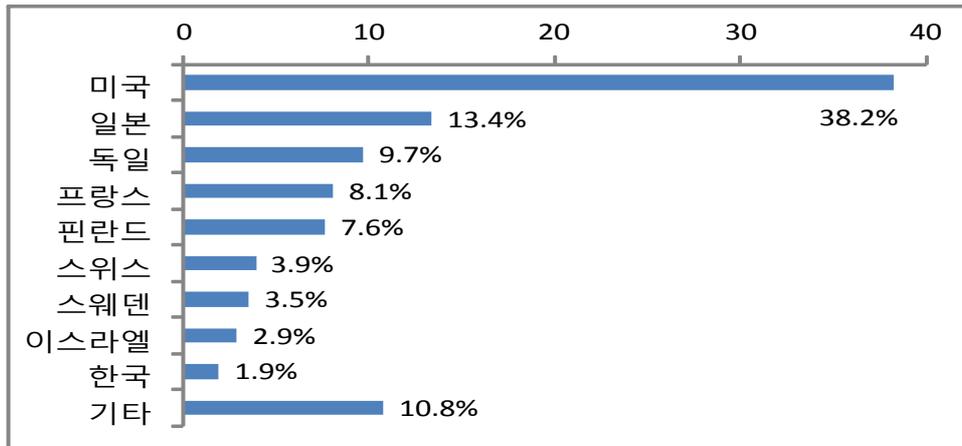
주) Adobe 조사 : 미국은 72%, 영국 67%, 독일 58%, 프랑스 59%, 일본 58%, 평균 63%

3) 국민이 생각하는 창조적 모델

○ 가장 창조적인 나라는 미국

- 우리나라 사람들 중 38.2%는 미국을 가장 창조적인 나라라고 생각한 반면, 우리나라를 창조적이라고 생각하는 사람은 1.9%에 불과함
 - 창조적이라고 생각되는 주요 나라는 미국 38.2%, 일본 13.4%, 독일 9.7%, 프랑스 8.1%, 핀란드 7.6% 등임
 - 기타 나라들로는 스위스 3.9%, 스웨덴 3.5%, 이스라엘 2.9%, 한국 1.9% 등의 순서로 나타남

<창조성하면 떠오르는 나라>



주) Adobe 조사 : 일본 36%, 미국 26%, 독일 12%, 프랑스 11%, 영국 9%, 기타 6% 순

- 주요 선진국 5개 나라 국민들이 바라보는 가장 창조적인 국가는 일본으로 나타남
 - Adobe 조사에 따르면, 36%의 사람들이 일본을 가장 창조적인 나라로 인식하고 있으며, 그 다음으로 미국(26%) 등이 뒤따르고 있음
 - 일본 사람의 경우 미국(39%)을 가장 창조적으로 생각하고 있으며, 그 다음이 일본 자신(26%)이라고 인식함

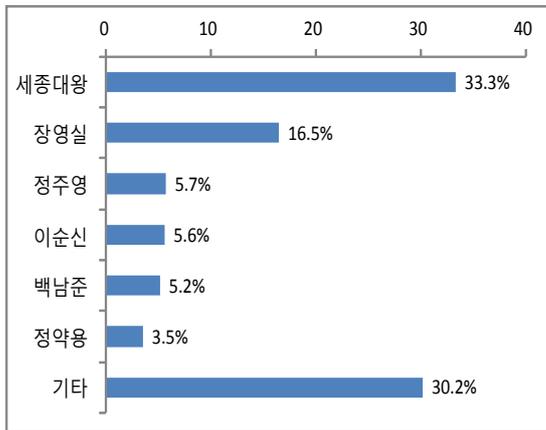
○ 창조성하면 떠오르는 역사적 인물은 세종대왕

- 우리나라 국민들은 창조성하면 가장 먼저 떠오르는 역사적 인물로 세종대왕을 선택함
 - 창조성하면 떠오르는 역사적 주요 인물로는 한글을 창제한 세종대왕 33.3%, 각종 발명품을 만들어내 장영실 16.5% 등을 선택해 뭔가를 새롭게 발명한 인물을 창조적 인물로 인식하고 있는 것을 알 수 있음
 - 그 이외의 인물로는 기업인 정주영 5.7%, 거북선을 만든 이순신 5.6%, 모던아티스트 백남준 5.2%, 실학자 정약용 3.5% 등의 순임
- 우리나라에서 창조성이 가장 부족한 집단으로는 절대 다수의 사람들이 정치

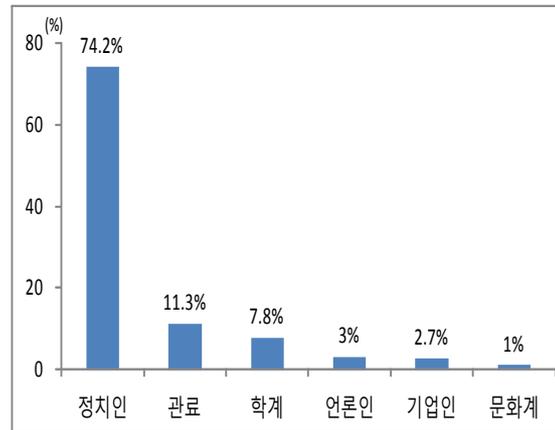
인 집단을 선택하여, 정치인의 창조성에 대한 불신이 큼을 알 수 있음

- 가장 창조적인 집단은 문화예술계 61.0%, 기업인 27.6%, 학계 6.6% 등의 순서임
- 반면, 가장 창조성이 부족한 집단으로는 정치인 74.2%, 관료 11.3%, 학계 7.8% 등의 순서로 나타남

<창조성하면 떠오르는 역사적 인물>



<창조성이 부족한 집단>



3. 시사점

- 첫째, 한국 사람들은 스스로를 창조적이라고 믿고 있지만 사회가 이의 발현을 방해한다고 생각하고 있어 사회시스템 전반에 대한 점검 필요함

- 창의적인 개인과 이의 발현을 방해하는 사회가 갈등관계에 있다는 생각이 국민다수를 지배
- 따라서 한국사회를 구성하는 각 부분에서 국민 개개인의 창의력 발휘를 방해하는 요소가 무엇인지를 찾아보고 시정하는 노력은 큰 의미

- 둘째, 삶의 여유 속에서 창조성 발현을 시키기 위해서는 대체휴일제 등의 제도를 적극 도입하여 선순환 구조 구축

- 과도한 업무가 창조성발현을 방해하는 주요 요인 중에 하나이므로 삶의 여유 속에서 창조성 발현을 시키는 선순환 구조를 구축해야 함
- 한국은 세계최고 수준의 노동시간을 계속해서 기록하고 있는 국가로 삶의 질 측면에서도 더 이상 이의 유지는 불가능
- 대체휴일제 등을 적극적으로 도입하여 노동시간을 줄이고 근로자의 삶의 여유를 회복시켜 이를 통해 현장에서의 창의성발현을 가져오고 이것이 다시 생산 증가로 연결되는 창의적인 생산성향상을 추구

○ 셋째, 미래 성장 동력인 20-30대의 기를 살리기 위한 창조 교육 프로그램 적극 모색

- 미래 성장 동력인 20대가 과거 성장의 주축세대인 50대보다 덜 창의적이라고 생각한다는 것은 새로운 이상이나 비전제시가 필요함을 의미
- 현재 50대 이상의 세대는 정치적으로는 민주주의 그리고 경제적으로는 근대화 와 번영을 삶의 목표로 추구했지만 20대는 이에 비견되는 공통의 목표가 부재
- 지금의 20대와 한국사회가 민주주의와 경제적 성취를 넘어선 새로운 이상이나 비전을 발견하기만 해도 창의성이 지금보다 더 크게 발현될 수 있음을 뜻함

HRI

장후석 연구위원 (chahus@hri.co.kr, 02-2072-6234)

예상한 연구위원 (syeahk@hri.co.kr, 02-2072-6232)

HRI 경제 통계

주요 경제 지표 추이와 전망

< 국내 주요 경제 지표 추이 및 전망 >

구 분		2011		2012					2013	
		4/4	연간	1/4	2/4	3/4	4/4	연간	연간(E)	
국민계정	경제성장률(%)	3.3	3.6	2.8	2.3	1.5	1.5	2.0	3.1	
	민간소비(%)	1.1	2.3	1.6	1.1	1.6	2.8	1.8	2.5	
	건설투자(%)	-2.1	-5.0	1.5	-2.1	-0.2	-4.1	-1.5	2.2	
	설비투자(%)	-3.3	3.7	8.6	-3.5	-6.5	-5.1	-1.8	4.8	
대외거래	통관기준	경상수지(억 \$)	114	261	26	112	146	149	433	285
		무역수지(억 \$)	92	308	12	97	75	100	285	259
	수출(억 \$)	1,404	5,552	1,349	1,402	1,331	1,400	5,481	-	
	증감률(%)	(9.0)	(19.0)	(3.0)	(-1.7)	(-5.7)	(-0.3)	(-1.3)	(5.6)	
	수입(억 \$)	1,313	5,244	1,336	1,305	1,256	1,299	5,196	-	
	증감률(%)	(13.4)	(23.3)	(7.8)	(-2.8)	(-6.9)	(-1.0)	(-0.9)	(6.4)	
소비자물가 상승률(%)		4.0	4.0	3.0	2.4	1.6	1.7	2.2	2.5	
실업률(%)		2.9	3.4	3.8	3.3	3.0	2.8	3.2	3.3	
원/달러 환율(평균, 원)		1,144	1,108	1,131	1,152	1,133	1,090	1,126	1,060	

주: E(Expectation)는 전망치.