



14. 산업 트렌드 이해와 동향 분석

학습내용	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 시대변화와 미래예측 ▪ 트렌드 분석방법 및 비즈니스와 산업동향 ▪ 변화하는 트렌드 읽기
학습목표	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 트렌드를 이해하고 분석해야 하는 동기를 고취할 수 있다. ▪ 시대변화 흐름을 짚어보고 빠르게 변화하는 트렌드의 변화를 파악할 수 있다. ▪ 비즈니스와 산업동향에 대해 분석할 수 있다.

<진로지도의 첫 걸음>

산업 트렌드 이해와 동향분석에 대한 이야기를 드려 볼까 합니다. 시대가 어떻게 변화하고 있는지 미래를 예측해 보려고 했던 기업과 예측하지 못했던 기업들을 알아보고요. 시대변화흐름과 트렌드 빠르게 변화해나가는 트렌드 읽기 그리고 비즈니스 및 산업동향 이렇게 이야기를 나누어 볼까 합니다. 여러분 앞으로 미래는 어떻게 펼쳐질까요? 미래를 예측하려고 하는 노력 필요할까요? 사실 저도 뭐 노스트라다무스 이야기 많이 들어보셨겠지만 미래예측이 맞는 부분도 있지만 틀린 것도 많은데 굳이 미래를 예측하려고 우리가 노력을 해야 될 필요가 있을까? 이런 생각을 해본 적도 있습니다. 하지만 미래를 예측하려고 하지 못해서 실패했던 기업들이 있습니다. 여러분 대표적으로 세계 최초로 디지털 카메라를 만들고도 필름 산업에 판매를 고려해서 디지털 카메라를 출시하지 않아서 망했던 기업. 여러분 어떤 기업 떠오르세요? 네. 맞습니다. 코닥입니다. 코닥. 여러분 기억나세요? 한 십년 전에는 십년 이상을 전 세계에 휴대폰 시장이 일위를 했던 기업이 있습니다. 하지만 스마트 폰이 등장하면서 이 회사는 결국은 부도처리 되고 맙니다. 조각 조각나 버리고 마는데요. 어떤 기업일까요? 네. 맞습니다. 노키아입니다. 마이크로소프트에 인수가 되었죠. 그래서 애플과 삼성 같은 스마트 폰 업체들이 보면서 휴대폰 시장을 고집하다가 망하게 됩니다. 이 역시도 스마트 폰 기술을 먼저 개발했었다고 합니다. 하지만 기존에 휴대폰에 생산에 영향이 있을까봐 출시를 늦추고 개발을 늦추다가 결국은 망하게 되었다는 거죠. 이렇게 미래를 예측하지 못해서 실패했던 기업들 또 한편으로 미래를 예측하려고 노력을 해서 성공한 기업을 한번 볼까요. 1968년도에 석유시장이 굉장히 안정되어 있었답니다. 근데 그때 석유파동이 올 것이라고 아주 젊은 사원이 로얄더치셀 이라는 굉장히 작은 정유회사에서 언급을 하게 됩니다. 뭐 경력이 얼마 안 된 사원이 그런 보고서를 작성했으니까 충분히 무시할 만도 한데요. 경영진이 한번 검토를 해보게 됩니다. 왜냐하면 실제

로 석유파동이 오게 되면 문제가 있을 수 있기 때문에 시나리오를 두 가지 쓰게 됩니다. 석유 파동이 올 때와 석유파동이 오지 않을 때를 대비를 하게 됩니다. 이러면서 이 회사는 오 년 후에 일약 전 세계 2위의 정유회사로 등장하게 됩니다. 그때 이제 했던 부분이 1970대부터 미래 예측을 하기 위한 방법론을 개발하고 불확실성을 대비하려고 노력을 합니다. 이걸 이제 1980년도에 기업전략에 통합하게 되고 광범위한 글로벌 시나리오를 이제 마련하게 됩니다. 뭐 여러 가지 변수들 다 보류하게 됩니다. 그리고 1990년대부터는 외부주주에 초점을 맞추고 그들의 관점이 뭔지를 이제 시나리오를 마련하게 되고요. 2000년대부터는 사업전략에 통합적으로 해서 특정사업을 위한 글로벌 시나리오를 이렇게 작성하게 되면서 미래를 예측하려고 하는 노력들을 기울이면서 나아가게 선구하게 되었다는 겁니다. 이런 것처럼 앞으로는 다가오는 세상이라는 것은 창작자 그러니까 최고경영자 창업가에게 더 많은 기회를 개인 역기도 제공하게 될 거라고 지금까지 어떤 세상에 저자가 이야기 합니다. 그래서 취업 준비생이나 우리 학생들이나 직장인이나 기업의 임직원도 마찬가지겠지만 이것을 항상 염두에 두어 두고 과연 어떤 곳에 또는 어느 곳에 관심을 뒀야 될지 기회는 어디에 있을지를 알아봐야 된다고 합니다. 그러기 위해서 이 질문을 대답을 하자라고 하면 끈임 없이 변화하는 시대흐름과 산업에 흐름을 읽을 줄 알아야 된다, 라는 겁니다. 실제로 우리가 생각한 것보다 훨씬 더 빠른 속도로 변화가 이루어지고 있고 미래혁신적인 기술들이 이루어지고 있는데요. 여러분 다들 보셨던 알파고와 이세돌 구단의 격돌 아마 한 번씩 떠오르실 것 같은데요. 세기의 대결이었죠. 전 당연히 무조건 이세돌 구단이 오판 전승을 다 할 줄 알았습니다. 그런데 어떻게 되었습니까? 한판이라도 이길 수 있을까? 그렇죠. 그런 생각이 들었는데 겨우 이제 사대일로 졌지만 한판 이긴 걸로 이렇게 만족할 수밖에 없을 정도로 이 알파고에 기능이 뛰어나게 됐다는 겁니다. IBM에서 만든 왓슨이라는 컴퓨터는 퀴즈대회에서 일등을 해서 이미 인공지능에 위대성을 보여줬었는데요. 이 정도로 기술이 빠르게 변화해나가고 있고 또 우리가 굉장히 많은 산업 속에서 IOT라고 해서 우리 안에 IT 기술이라든지 다양한 방식에서 이제 변화하고 있기 때문에 이런 트렌드를 읽고 우리 학생들이 앞으로 미래에 나아갈 직업들을 선전하고 리딩해 나갈 수 있도록 우리 계속해서 그런 부분을 알려주시면 좋겠죠.

<진로지도의 이해>

시대는 산업환경, 인간수명, 경제환경, 자연환경 그리고 개인 자산의 환경에 따라 변화하고 있습니다. 산업환경은 제 1물결 농업혁명을 시작으로 제 2물결 산업혁명, 제 3물결 정보 혁명에 이어 제 4물결 지식혁명이 이루어졌다고 합니다. 그래서 IT, 창의성, 문화, 환경, 심리 등 통합적 사고가 가능한 사람을 기업과 사회는 원하고 있습니다. 그리고 인간 수명의 변화로 인해 평균 수명이 높아지고 있으며, 그리고 인해 인구 피라미드도 변하며, 고령화 사회로 접어들고 있습니다. 1980년대만 해도 하루 세끼 배불리 먹으면 소원이 없었던 적이 있었습니다. 하지만 그것은 먼 옛날 이야기가 되었고, 1인당 국민소득의 급속한 성장으로 놀라운 경제성장을 이루었습니다. 그리고 인해 자연환경도 온실가스로 인한 지구온난화, 해류 이상 등의 기상 이변이 일어나며, 이로 인해 식량난, 수자원 고갈, 토지 사막화 등의 피해가 발생하고 있으면 예상되고 있습니다. 마지막으로 부동산 신화의 몰락으로 인해 개인 자산의 환경도 변화하고 있습니다. 트렌드를 분석하기 위해서 이처럼 시대의 흐름을 먼저 살펴보았습니다. 최근 우리 사회

의 트렌드는 무엇일까요? 포털 사이트에 검색해 보면, 각 분야의 최근 트렌드를 알 수 있습니다. 트렌드는 1년 정도 지속되고 끝날 경우 유행이라고 하며, 3년 정도 지속되면 마이크로 트렌드라고 합니다. 트렌드가 10년 이상 지속되면 메가 트렌드이며, 이것이 30년 이상 지속될 때 문화, 100년 이상 지속되면 역사가 되는 것입니다. 일정범위의 소비자들이 일정기간 동안 어떤 것을 향해 동조하며 소비 가치에 대한 열망을 품을 때 이를 트렌드라고 부를 수 있습니다. 트렌드에서는 3가지 속성이 있는데요. 동조성은 한 사람 두 사람이 아니라 다수의 사람이 뒤따를 때 일어나는 속성이며, 시기성은 시간, 시기에 따라 단기적으로 일어나는 속성입니다. 마지막으로 역동성은 너무도 빠르게 변하고, 예상하기 어려울 정도로 변화하는 속성을 뜻합니다. 트렌드의 속성을 이해하셨다면, 이제 시청(視聽)이 아니라 견문(見聞)으로 바라봐야 하며, 낮은 것을 거부하지 않고 선의의 태도를 가져야 합니다. 트렌드의 중심에 서려면 남들의 이목을 개의치 않고 논란이 될 이슈를 만드는 것도 하나의 전략이 될 수 있습니다. 하지만 무엇보다도 '진정성'이 가장 중요합니다. 자신이 알고 싶은 상품이라든지, 신념이라든지, 기업이라든지 하는 것에 진실함이 담겨있어야만 합니다. 그러기 위해서 소비자나 대중이 공감할 수 있도록 서로 주고 받을 수 있는 소통을 하는 것이 중요합니다. 그러기 위해서 그 상품에 고유의 핵심가치가 자기만의 생생한 스토리로 전달될 수 있도록 하면 좋습니다. 마지막으로 자기 상품의 브랜드 구축을 위해 홍보를 통해 사람들에게로부터 긍정적 주목을 받도록 해야 합니다. 여러분이 최근 느끼고 있는 비즈니스, 산업, 기술의 동향은 어떤가요? 어떤 산업은 뜨고, 어떤 산업은 지고 있으며, 어떤 기업들은 뜨고 또, 어떤 기업들은 지고 있습니다. 그리고 어떤 상품이나 기술이 뜨는가 하면, 어떤 상품이나 기술은 지고 있습니다. 미국 캘리포니아에 설립된 싱귤래리티 대학(Singularity University)은 과학의 융합, 학문간 대 통합과 창업가정신을 가르치기 위해 설립된 미래대학으로 이곳에서는 '10억 명의 사람들에게 긍정적 영향력을 끼칠 미래 산업은 무엇인가'라는 질문으로 교육을 시작한다고 합니다. 비즈니스 동향에 대해 좀 더 자세히 살펴보겠습니다. 먼저 정치, 경제, 사회의 글로벌 연동성입니다. 기업 경쟁력도 한국 내에서만 구축하는 것으로 끝나는 것이 아니라 글로벌 기업들과의 무한 경쟁에 노출되어야 합니다. 다음으로 중국과 인도의 저성장입니다. 이로 인해 글로벌 경기도 다소 둔화되고 있으며, 한국 역시 저속성장으로 돌입해서 새로운 차원의 성장 동력이 필요한 상태입니다. 또 다른 동향으로 제한적 고용과 소득의 양극화 현상입니다. 한국은 저성장 기조로 일자리 창출을 제한하는 환경으로 작용하고 있는데, 일자리를 가지고 있는 사람들조차 소득의 양극화로 중산층 지지기반이 약해져 사회적으로 불안한 요소로 작용하고 있습니다. 다음은 친환경과 바이오 비즈니스 발전입니다. 인간이 어떻게 자연과 조화롭게 살아갈 것인가 하는 문제는 앞으로 더 중요해 질 것이며, 친환경 제품이나 바이오 산업 앞으로도 더 각광 받을 것입니다. 매크로와 마이크로가 트렌드화 될 것입니다. 매크로는 거대기업, 거대자본, 거대도시들이 주변을 블랙홀처럼 흡수하며 몸집 키우는 현상이며, 마이크로는 중소기업, 소자본, 소도시, 소상공인, 1인 기업, 프리랜서들의 차별화된 현상입니다. 마지막으로 강도 높은 도덕성과 공익성이 강화될 것입니다. 정치인, 경제인, 연예인에 이르기까지 도덕성이 요구되고 있습니다. 그래서 대중 앞에 영향을 끼치는 사람이라면 누구라도 도덕성이 요구됩니다. 이외에도 스마트 폰의 폭발적 성장, 웨어러블 디바이스, 소셜 커머스 업체의 급성장, 반려 동물 산업 등이 성장하고 있습니다. 급속하게 변화하는 산업환경에 대한 이해가 필요합니다. 과거 산업화 시대에서 미래 지식화 시대로 변화하면서 경영환경, 직업환경, 정보기술이 변했고, 인간의 욕구가 증가하고 인생가치의 구현이 중요시 되고 있습니다.

<한 걸음 더! 꿈Job이 TIP>

시대의 빠른 변화 속에서 살아남으려면 빠르게 변화하는 트렌드를 읽어야 되는데요, 최근에 이제 트렌드를 보면 두 마리 토끼라고 자부할 수 있을 것 같습니다. 이게 이제 양도 많고 사실 어떤 상품이나 그런 것도 마찬가지로 질도 좋아야 되고, 싸고, 맛있고, 그렇죠? 보수도 직장 다닐 때 많아야 되고, 근무시간은 적어야 되고, 가정에서도 잘해야 되고, 이제 사회적으로도 잘해야 되고 이러다 보니까 두 가지를 모두 전혀 이율배반적인 일조차도 해야 되다 보니까 그렇다고 어느 한쪽을 바라볼 수 없는 시대 그렇게 해서 두 마리 토끼가 잡는 게 트렌드라고 바라 볼 수도 있지 않을까 이런 생각이 듭니다. 트렌드를 한 아홉 가지 정도를 정리해 봤는데요. 첫 번째가 현대에는 그렇게 모순된 욕심쟁이들이라는 겁니다. 모순이 창과 방패 아닙니까? 그렇죠? 그래서 우리가 이제 학생들이 라고 하면 저도 이제 찬반토론을 나가는데요. 그럼 학생들이 이제 취업 준비생이라고 합니다. 그러면 이 사회에 나가려고 하면 인사담당자들 인사 담당자들 어떻게 보면 방패라고도 볼 수 있을 것 같은데요. 끈임 없이 이제 뚫고 들어가려고 하고 막으려고 하고 이런 일들이 일상이 되어서 굉장히 모순된 때로는 욕심들을 많이 가지는 경우도 많다는 겁니다. 그래서 뭐 디자인도, 품질도 그렇죠? 사이즈도 모든 게 맞아야 되다 보니까 쉽지 않은 일이고 계속 고객의 이런 이율배반적인 욕구들을 또 충족해줘야 되는 게 기업이나, 상품개발자나 모든 리더들도 마찬가지이겠죠. 고민입니다. 그 다음 두 번째가 겸양이 더 이상 미덕이 아닌 시대입니다. 과거에 어떤 유교적인 정통에 의해서 우리는 자랑하면 안 되고 그렇죠? 겸손한 자세를 가지는 것이 중요한데 이제는 뭐 오히려 떳떳하게 그렇죠? 자신의 것들을 들어내는 사람들을 오히려 더 존경하고 좋아하게 되고 이런 부분이 있었어요, 그래서 겸양이 미덕인 시대가 지났다라고 이렇게 볼 수 있습니다. 세 번째가 이제 이지오블리주데요. 노블리스 오블리주가 아니라 쉬운 기쁨입니다. 강제기부 싫어합니다. 요즘은 아주 가볍게 할 수 있는 기부문화 같은 경우에도 중요한 부분인 것 같습니다. 이런 것들이 이제 나중에 공유 경제에 이르기까지 일어나죠. 그렇죠? 우버 같은 택시회사나 그런 부분도 하나의 공유경제에서 이제 차량의 렌트까지도 이루어지죠. 그렇죠? 쉬운 기부사례중의 하나가 그 생수회사에서는 어떻습니까? 바코드에다가 그냥 천원이면 살 수 있는 것 네 개를 넣어서 내가 바코드를 찍어주면 그 아프리카 어린아이에게 백 원을 기부하는 겁니다. 그러면 그 백 원을 기부하고 나면 나의 백 원의 기부와 그 회사 유통하는 회사에서 백 원 그 뭐 회사에서 백 원 이렇게 해서 300원을 아프리카 어린아이들에게 기부를 한다는 겁니다. 그러니까 이게 자발적인 기부라고 하고, 공정 또 무역이라는 걸 통해서도 합니다. 저는 이 일을 한지가 한 17년 그래서 앞으로 계속 한 20년 가까이 되어 가는데요. 학생들 처음 상담을 하면서 좀 답답했습니다. 왜냐하면 이 학생들이 별로 열심히는 하지 않으면서 일과 이런 거는 되게 가치 있고, 보람 있고, 큰일을 하고 싶어 하고 그렇다 보니까 처음에 애들 왜 이러지? 이런 생각이 들었었거든요. 근데 트렌드라는 건 뭐냐면 사람, 사람 한 사람 한 사람들이 그런 사람들이 많이 늘어간다 라면 그 속에서 뭔가 변화의 흐름이 감지가 있을 수 있다는 겁니다. 그러니까 우리 학생들하고 이야기를 하다 보면 처음에는 말이 되나 놀면서, 즐기면서, 일하면서, 돈을 버는 일 그런데 그런 일들이 이제 생길 수 있다는 겁니다. 이제 외국 사례를 먼저 이야기를 들어보면 아프카니스탄에 이렇게 미군에게 희생이 되고 또는 반군에게 희생이 되고 이런 어린아이들이 부모님 잃어버린 부모님을 하기 위해서 복수를 이제 총기를 들고 이런 장면을 보고 호주의 두 청년이 되게 충격을 받고 그 이 아이들에게 꿈과 희망을 줘야겠다는 생각 들고, 스케이트보드를 가지고

무작정 아프가니스탄에 옵니다. 그리고 어린아이들에게 스케이트보드를 가르쳐 줍니다. 그리고 이 아이들에게 인생은 살만한 것 이다, 라고 알려주고요. 그런 것들 사진이나 이렇게 동영상으로 찍어서 트위터나 페이스북으로 올리고 전쟁의 화마에 휩쓸린 이 어린아이들에게 꿈과, 희망과 , 용기를 주고 싶다 라면 여러분의 일달러면 충분합니다. 라고 이렇게 이야기를 하면서 모금을 합니다. 얼마 모을까 생각을 했는데 나중에 몇 십만 달러를 넘어서 몇 백만 달러를 모금하게 되고 나중에 스케이트리스트라는 엔터단체를 설립하게 됩니다. 이런 것처럼 이 청년들은 놀면서, 즐기면서, 일하면서, 가치 있고, 의미 있고, 보람 있는 일을 한다라는 겁니다. 그 우리나라 청년들도 이런 일들이 생긴다라는 겁니다. 앞으로 이렇게 이제 실제로 제가 만났던 청년 중에서도 아프리카 어린아이들에게 도서관 설립 해주고 싶다고 해서 각자 직업을 가지고 또 학생들도 있었습니다. 재능봉사 이런 걸 통해서 부지런히 한푼 두푼 모아서 아프리카 어린아이들에게 책을 보내주더라는 일을 하고 있더라는 거죠. 그러니까 다섯 번째가 소셜 네트워크에 강합니다. 많은 사람이 이제 트위터나, 페이스북이나, 카스나, 뭐 밴드나 이런 여러가지 소셜 미디어들을 사용할겁니다. 이런 것들이 정치적인 영향력도 끼치게 되고 또 한편으로는 개인방송까지도 하게 되어서 굉장히 이제 네트워크 파워가 강화되고 정보들도 서로 소통이 되어서 사실 그 안에서 일어나는 일들이 굉장히 급속하게 빠르게 일어나더라는 겁니다. 그 다음에 그런 걸 통해서 여섯 번째가 자량질을 하는 겁니다. 그러다 보니까 사람들이 자기가 먹는 것, 입는 것, 노는 것, 뭐 활동하는 것, 여행가는 것, 이런 걸 통해서 주위에 평판에 이르기까지 어떤 면에서 보면 조금 중독성도 있고 어떤 면에서 보면 그렇죠? 자아도취가 아니라 어떤 면에서 보면 타아도취 거기에서 좋은 방식을 하면 카타르시스를 느껴야 되고 나르시스를 느껴야 되는데 그게 또 소외되는 어려운 부분도 있고 이런 것들이 단순한 그런 게 아니라 이런 부분을 예를 들어서 사업을 할 때에도 조명 같은 것도 대단히 중요하다는 겁니다. 음식을 하더라도 데코레이션도 중요하다는 겁니다. 왜냐하면 사람이 사진을 찍었을 때 예쁘게 나와야 됩니다. 음식도 맛있어야 되지만 그 장소의 분위기도 좋아야 되는 겁니다. 이게 데코레이션도 중요하고 이걸 모든 것들이 이제 이런 것들을 잘 생각을 해보면 이런 것들에 트렌드가 숨어 있다라는 겁니다. 그러니 뭐 심지어 방송에서도 요즘 어떤 마린텔이라고 우리가 많이 이야기하는데요. 실시간으로 그렇죠. 그런 일반인들과 소통하는 것들도 중요한 부분이 있습니다. 일곱 번째가 초 니치입니다. 니치에 니치마켓을 파고 들어 가는 겁니다. 시장이라는 것이 굉장히 이제 큰 시장만 있는 게 아니라 아주 협소하지만 작은 시장도 있습니다. 이 시장만을 공략을 하더라도 충분히 자신의 먹거리를 찾아 낼 수 있는데요. 이걸 이제 니치마켓이 아니라 니치의 니치마켓 초 니치마켓이라고 합니다. 그래서 굉장히 좁은 시장 예를 들어서 뭐 예전에는 방송이 별로 없었지만 케이블 방송이 늘어나고 케이블방송도 더 세분화 되어서 세상 도그 티비가 있다라고 합니다. 저도 한번 본적이 있는데 유료여서 본적은 없고 돈을 내야 됩니다. 애완견을 많이 기르다 보니까 이런 것도 잘 알아야겠죠. 트렌드니까. 애완견도 뭐 기르는 것도 굉장히 많거든요. 애완 시장도 많이 확대 돼 있다는 겁니다. 그런데 주인이 가고 나면 애들이 심심할거니까 도그 티비를 틀어 놓으면 애들이 심심하지 않게 그 방송에서 다 나온다는 겁니다. 이런 식으로 굉장히 초니치 마켓 일인세탁기 이런 것들 이런 일인 가족들이 있다 보니까 니치의 니치마켓을 파고드는 상품들도 생긴다라는 겁니다. 자 여덟 번째가 직구로 말하기입니다. 여러분들 돌직구라고도 이야기를 하는데요. 아주 뭐 과거에는 소통이 뭐 이 수직형 소통인데 지금은 이제 수평형 소통이라고 해서 오히려 뭐 통쾌하게 이야기를 합니다. 뭐 여러분 방송에서 나오시는 분 몇 분 기억나시겠지만 엄하게 하거나 그렇죠? 직설적으로 이야기해서 안 싫어하고 오히려 사람들이 더 좋아하는 부분도 어쩌면 조금 아직 수평

적이지 못한 문화에서 그걸 수평적으로 일하는 사람에 대한 카타르시스를 느끼지 않나 이런 생각도 듭니다. 그래서 굉장히 그런 부분에서고 있고, 실제로도 기업에 와서도 기업문화에 대해서 내가 직접적으로 말 할 수 있느냐 이렇게 해서 수평적 요구를 하는 사람들에게 오히려 가점을 주는 그렇게 바뀌었다라는 겁니다. 아홉 번째가 햄릿 증후군이라고 합니다. 결정장애라고 하는데요. 상품이나, 서비스나, 직업이나, 이 정보가 너무 많은 과잉 시대에 있다 보니까 음식을 해도 우리 맛집을 보더라도 어디를 가야 할지 모르고 영화를 보더라도 그렇죠? 어디를 봐야 될지도 모르고 책을 보더라도 뭘 봐야 될지 모르고 이러다 보니까 뚜렷하게 있는 것 중에 하나가 베스트셀러 상품 추정을 합니다. 언론이나 방송에서나 뭐 인터넷에서나 이런 것들이 베스트셀러 사람들이 많이 가는 곳이다라고 하면 모두가 거기로 가는 거고 그러다 보니까 가봤는데 사실 별개 아니더라. 이런 고민도 하게 되고 그러다 보니까 어떤 걸 결정해야 될지 진로결정도 아마 그런 부분에서 고민을 많이 하는데요. 지나치게 과부화 되어있다 보니까 그걸 과부하를 결정해주는 사람을 큐레이션이라고 하는데요. 정보 큐레이션 하는 것들이라든지 다양한 분야에서 개인 컨설팅이 일어난다라는 겁니다. 자 이렇게 해서 우리가 역사나 경제나 사회에 대한 흐름을 꾸준히 읽으려고 하고 학생들에게도 신문이나 잡지나 인터넷이나 이렇게 해서 유용한 정보들을 가지고 오도록 하고 서로 읽도록 하고 논의하도록 해주면 좋겠죠. 그래서 선생님들도 꾸준히 트렌드 관련한 서적들을 읽어나가면서 때로 필요한 것들은 학생들에게 읽으라고 요구하고 토의하도록 하고 또 선생님들이 그것을 요약해서 잘 읽었는지 안 읽었는지 잘 집어주시면 좋겠죠. 그래서 이슈분석 리포트 이런 것도 좋을 것 같습니다. 가장 최근에 이슈가 뭔지 학생들이 찾아보도록 하고 이슈가 된 이유라든지 그것이 나와 연관성이 뭐 가있는지. 이런 것들이 나중에 장기적인 진로에서 영향을 미칠 수 있거든요. 그래서 트렌드라는 흐름을 꾸준히 읽어 나가도록 한다 라면 우리학생들이 시대에 올바르게 내가 어디로 포지셔닝을 해야 될지 그런 것들을 잘 알아 나갈 수 있을 거라 이런 생각이 듭니다.