

다가오는 품질시대

최종수

한국전력공사 서울연수원 품질교수실 교수



H 질, 즉 Quality란 '매사에 참된 모습'을 뜻하는 라틴어 Qualis에서 유래되었다고 하며, 오늘날 품질이란 말은 산업활동 외에도 일상 생활에서도 우리 모두에게 친숙한 말이 되었다.

하지만 품질은 다양한 용도와 의미를 지니고 있으며, 어떤 사람들은 그 것이 너무 남용되고 있거나 그것이 과대 포장되어 기업 경영의 일선에서 있다고 말하기도 한다.

혹자는 '품질 혁신을 달성할 토양이 부족한 환경에서 품질 요소에 강조점을 두는 것은 마치 황무지에 좋

은 씨앗을 뿌리는 어리석음을 범할 수도 있다'고 조언하기도 한다.

그러나 분명한 것은 45년 세계 2차 대전의 패전으로 잣더미가 되었던 일본이 오늘날 세계 경제 대국으로 급부상할 수 있었던 것은 공업을 통한 국가 재건, 즉 '공업 입국'에 목표를 둔 품질 혁명에서 비롯된 것이었고, 품질 제일주의로 무장한 일본 제품의 미 대륙 대거 상륙은 미국 경제를 궁지에 몰리게 했다. 80년 미국의 방송사 NBC는 'If Japan can, Why can't We?'라는 방송 프로그램을 제작하여 대국민 홍보에 나서기도 했다..

금세기의 품질 석학 쥐란(Joseph M. Juran : 1904~) 박사는 94년 5월 미국 라스베가스에서 개최된 미국 품질관리협회(ASQC) 연차 대회에서 "20세기가 생산성의 시대라면 21세기는 품질의 시대가 될 것"이라고 예견했다. 그런데 아이러니하게도 과거 일본을 품질 혁명으로 이끈 주역은 다름 아닌 50년대 일본에 초청되어 품질 강연으로 품질의 중요성과

기법을 전수시킨 미국인 데밍(W. Edwards Deming : 1900~1993)과 쥐란이었다.

품질이란 무엇인가?

품질은 생산이 시작된 면 옛적부터 있어왔으나 오늘날처럼 품질에 대한 중요성이 절실히 요구되는 시대는 일찍이 없었다.

오늘날 컴퓨터·항공기·우주 로켓·발전 설비, 무기에 이르기까지 많은 제품들이 생산·판매되고 있지만 이러한 제품들이 그 기능을 제대로 발휘하지 못해 쉬 망가져 버린다면, 사용자에게도 피해를 줌은 물론 결국에는 메이커에게도 손해를 주게 된다.

특히 원자력 발전 설비의 경우 일부 제품들의 결함은 세계의 이목이 집중되는 사고로 진전되어 해당 국가는 물론 지구촌 전체로 그 사고의 파장이 확산될 수도 있다는 점은 지난 79년의 드리마일 원전과 86년의 체르노빌 원전의 사고 예로 알 수 있다

하겠다.

품질이란 제품의 유용성을 결정하는 성질 또는 제품이 그 사용 목적을 수행하는 데 있어서 갖추어야 할 성질이라고 간단히 말할 수 있겠으나, 제품을 직접 사용하는 고객의 요구 품질이란 그 판단과 기준이 각색이라 마치 15세 소녀의 변화무쌍한 맘과 같아서 품질에 대한 정의를 내리기란 그리 쉬운 일이 아니다.

흔히 품질이라고 하면 제품의 기능성 · 내구성 · 수명 등에만 한정해서 생각하기 쉬우나, 은행 또는 항공사에서 행하는 서비스의 질도 넓은 의미에서 품질의 범주에 속한다고 하겠다.

자연계의 모든 물체는 모두 고유의 성질과 성능을 갖고 있는데, 그것은 바로 실체이지 품질이 아니다.

품질은 실제로 그 물품이 어떤 목적에 쓰여져 좋다 또는 나쁘다 등의 평가의 대상이 되었을 때 비로소 품질의 이미지가 떠오르게 된다.

예컨대 대나무는 그 고유의 성질과 성능이 있음에도 그것을 콘크리트 구조물의 뼈대로 쓸 경우 품질 문제가 제기될 수 있다. 즉 품질에는 반드시 평가가 따르며, 다른바 주관적 품질로 연결되어 진다.

한편 품질에는 위와 같은 사용 또는 적용 목적을 만족시키는 주관적 품질 외에 그 제품의 규격이나 도면으로 표시되는 특성, 즉 객관적 품질(*conformance for specification*)이

있다.

주관적 품질과 객관적 품질에 대한 만족을 얻지 못하면 진정한 의미에서 사용의 적합성(*fitness for use*)이 보증된다고 할 수 없는 것이다.

이상의 품질론은 실용성이 주대상이며 이것은 어디까지나 '마땅히 있어야 할 품질'에 지나지 않으며, 이것만으로는 소비자의 구매 의욕을 충분히 자아낸다고 속단할 수 없다.

이를테면 최근의 시계 제품의 경우 시각의 정확성은 물론이고 '디자인'이라든지 기타 기능에 따라 니즈(needs)가 더 높아지고 있고 자동차의 경우도 마찬가지이다.

따라서 풍요 사회에서는 실용성 이외에 '매력적 품질(기호성)'이 고객 만족이라는 입장에서 품질 보증에 있어 중요한 포인트가 되고 있다.

실용성이나 기호성은 둘 다 유효성을 지니고 있어 이로운 부분(플러스 부분)이지만, 해로운 부분(マイナス 부분)인 위험성 · 공해성 등은 사회 역기능적이고 인류의 생존에까지 영향을 미치므로 이 해로운 부분도 이로운 부분과 똑같이 중시되어야 하며, 이러한 마이너스 품질로 인한 제품 책임(*Product Liability : PL*)을 대비해서라도 당장 엄격한 관리가 시대적으로 요구되고 있다.

품질을 우선 사용하는 사람들의 입장에서 생각해야 한다면, 사용자가 요구하는 품질이 어떠한 것인가를 파악하지 않으면 안될 것이다.

이 품질을 요구 품질(*requirement of quality*)이라고 부른다.

다음은 요구 품질을 실현하기 위해 제품을 기획(*product planning*)하고 그 결과를 시방(*specification*)으로 정리 도면화하여 설계한 것이 설계 품질(*quality design*)이다.

설계 품질이 완성되면 이것을 제조 공정을 통해 실물로 실현하기 위한 준비 작업, 즉 공정 설계(*process design*)와 원자재 · 구매 활동 · 인력 확보(*man power*) 등이 이루어지므로 이것들의 투입에 의해 실현된 품질을 제조 품질이라고 부른다.

생산성 지향 시대의 품질 관리 활동 분야의 중심은 제조에 있었으나, 오늘날과 같은 소비자 지향 시대에 있어서는 우선 '무엇을 만들 것인가'가 중요한 과제이므로, 요구 품질을 파악하는 책임과 이것을 설계 품질로 직결시키는 책임을 명확하게 연계시켜야 한다.

시장에 나간 제품은 상품으로 사용자들의 평가를 받게 되는데 이를 시장 품질이라고 한다.

시장 품질 정보는 신제품 개발과 기존 제품의 품질 개선에 중요한 역할을 하게 된다.

품질의 관리란?

관리라는 말은 품질 관리, 생산 관리, 원자재 관리 등과 같이 널리 사용되는 말로서 영어의 *management*와

control을 뜻한다.

매니지먼트는 경영이나 품질의 방침·계획을 정한 조직을 만들어 그것을 실행하고 그 과정에서 필요한 통제를 가한다고 하는 의미를 지니나, 컨트롤은 어떤 기준이나 한계를 정하여 그것에 대비하면서 어떤 행동을 제어 또는 통제해 나가는 것을 의미한다.

이와 같은 이유로 매니지먼트에는 계획(planning)과 통제(control)의 두 활동 분야가 있다.

종래의 'Quality Control'은 제조 품질의 불량을 줄이는 것을 주요한 활동 분야로 했기에 '품질 통제'란 의미가 강하다.

그러나 최근에는 제품의 불량 절감으로 중점이 옮겨졌고 계획 단계를 중시하고 있어, Quality Control은 Quality Management의 의미로 전환되고 있다.

쥬란 박사는 '관리란 계획을 세우고 이것을 달성하기 위한 모든 활동의 전체'라고 해석하고 있다.

따라서 관리란 목표를 달성하기 위한 계획을 설정하는 Plan, 그리고 설정된 계획에 따라 실시하는 Do, 실시한 결과를 측정하여 계획과 비교·검토하는 Check, 검토한 결과인 계획과 실시된 것과의 차이를 적절히 시정(개선)하는 Action을 거쳐야 하는데 이것을 PDCA 싸이클이라고 한다.

이러한 PDCA 싸이클을 통한 품질의 향상을 위해서는, 그 품질이 만들

어 내는 시스템 구성원인 4M(Man, Machine, Material, Method)을 잘 가꾸고 측정(management)하지 않으면 안된다.

여기서 미국식 품질 관리 활동의 역점이 Check(확인)였다면, 일본의 품질 관리는 Action(개선)이었다는 점에서 개선 의욕이 놓는 품질 관리의 종합적 결과는 많은 차이점으로 나타났다.

종래의 경영이라고 하면 우선적으로 이익을 올리는 일만이 목적이어서 모든 활동이 이익만을 추구하는 면이 강했다고 할 수 있다.

그러나 여기에는 한계가 있어서 '발상의 전환'을 하여 품질을 통한 사용자의 이익을 우선으로 하는 것이 결국 자기 회사에 이익을 가져올 수 있다는 점에서 품질을 중시하는 경영을 '품질 경영'이라고 한다.

품질 경영에서 경쟁의 수단은 품질이며, 목표는 고객 만족, 인간 존중 및 사회 공헌에, 방법으로는 최고 경영자의 리더십, 전원 참여, 끊임없는 개선에 두고 있다.

또한 '품질 방침 관리'라고 하는 것도 회사의 현재와 미래의 문제점을 명확히 하여 그것을 해결하기 위한 대책을 세워 그것을 실시하고 결과를 검토하여 차기 방침을 세운다는 것으로, 방침을 최고 경영자(Top)에서 말단 작업자까지 그것을 전개하고 효과적으로 실시해야 한다.

품질은 왜 중요한가?

1. 품질은 협상할 수 없는 것

제품과 서비스의 비부합적 품질 문제로 인해 상실된 주문이나 계약 또는 고객은 고객이나 심지어 배송 분야에서 상실된 그것보다 회복하기 훨씬 힘들다.

간단히 말해 전자의 경우 고객을 영원히 상실할 수 있다는 것이다.

품질은 협상할 수 없는 요소 중의 하나이다. 오늘날의 기업은 불만스런 품질과 열악한 서비스로 인한 불이익이 점점 더 확대될 것이다.

2. 품질은 전면적으로 스며드는 것

'전사적 품질 개선'이라는 지속적인 과정의 몰입은 이제 많은 조직이 자신들의 경쟁자들에 대한 우위를 달성하고 유지할 수 있는 주된 수단으로 인정받고 있다.

그것은 또한 '저 리스크(risk)' 전략이며, 제품과 서비스의 품질이 고객의 기대에 부응하지 못한다면 그 조직은 자체의 혁신, 기술, 마케팅 노력, 재무 및 가격 정책이 얼마나 좋으냐에 상관없이 시장 점유율을 상실하게 될 것이다.

3. 품질은 생산성을 증대시킨다

일부 고위 관리자들은 품질 계획에 노력을 집중한다는 것은 소중한 생산 및 영업 시간의 상실을 의미하며, 그 결과 산출의 상실이 따르게 되어 비

용이 증대될 것이라고 주장한다. 경영층과 직원들은 제품과 서비스를 두 번째로 또는 심지어 세 번째에 제작업하느라고 서두르게 되고, 교정 조치의 수행과 실망한 고객을 달래는데 상당한 시간 및 자원을 소비함은 물론, 조직 내의 스트레스를 야기하게 될 것이다.

이것이야말로 비용을 증대시키는 것이다.

“좋은 품질을 값싸게(공짜로) 입수하는 방법은 바로 처음부터 올바르게 함으로써 원가를 더 들이지 않고, 즉 낭비되는 일을 위해 돈 한푼 더 들이지 않고 가능하다”고 P.B 크로스비는 강조하고 있다.

4. 품질은 시장 성과로 진전

매사추세츠주 케임브리지에 있는 전략계획연구소는 이른바 「시장 전략이 이익에 미치는 영향」을 분석하는 업무를 수행하고 있다.

즉 사업 성과에 영향을 미치는 변수들에 대한 설득력 있는 분석을 가능케 해주는 3,000건이 넘는 세부 사업 성과 기록 자료가 포함된 데이터 베이스를 보유하고 있다.

이 데이터에서는 고객이 인식하는 품질(제품 및 서비스)제공이 기업의 상대적 우위 확보에 중요한 요소로 작용하고 있음을 입증해주고 있다.

시장 점유율이 낮은 기업은 그 기업의 품질이 상대적으로 낮은 반면에 시장 점유율이 높은 기업은 품질이

상대적으로 높다는 사실이다.

5. 품질은 사업성과 향상을 의미

카노(Kano) 등은 61년에서 80년 사이에 데밍상(일본의 품질경영상)을 받은 26개 회사들에 대한 검토 작업을 했다.

그들은 수익률·생산성·성장률·유동성 그리고 순가치면에서 이 회사들의 재무 성과가 보통 업계의 평균 수준 이상에 달한다는 것을 알았다.

6. 비품질의 비용은 크다

다양한 기업과 산업 그리고 상황에 걸쳐서 품질의 비용(더 정확하게 말해 품질을 초기에 완벽하게 해두지 못한 비용)은 한 조직의 연간 매출액의 5~25%에 이른다.

한 조직의 욕구는 제품과 서비스의 품질이 기업 채산성에 미치는 중요성의 즉각적인 징표를 입수하기 위하여 오로지 매출액 대비 이익을 매출액 대비 품질에 비교한다.

7. 제조물 책임(PL)

소비자 보호법과 엄격한 제조물 책임 부과에 관한 고객의 배상 요구 사항은 관리자들을 다음과 같이 고무시킨다.

- 과거 어느 때 생겼던 일단의 작업을 추적하는 입장에 있도록 한다.
- 과거의 조치에 대한 세부 기록을 유지하도록 한다.

8. 고객은 왕

오늘날 시장에서는 고객의 요구 사항이 점점 더 엄격해지고 있으며, 부합성, 신뢰성, 내구성, 호환성, 성능, 특징, 외양, 서비스 능력, 환경 및 사용자와의 친화성 그리고 안전성 등이 증대되고 있다.

동시에 현존 경쟁 상품은 향상되고 새로워질 것이며 더 낮은 비용의 경쟁자들이 시장에 나타날 수도 있다.

따라서 품질 개선 과정은 지속적이면서 회사 내 모든 사람들을 참여시킬 필요가 있다.

9. 품질은 일종의 생활 방식

품질은 조직 생활과 일상 생활의 한 방식이다.

즉 사업을 영위하며 인간의 삶을 살아가고 수행하는 한 방식이다.

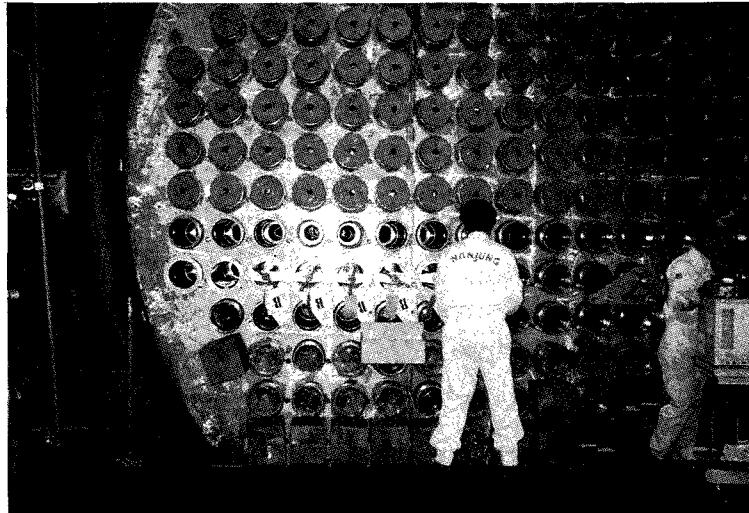
우리 각자가 어떤 상황에서 무슨 일을 하건 간에, 이 과업은 품질을 의식하는 방식으로 수행되어야 한다.

품질은 우리 자신의 내부적 메커니즘, 즉 인간적 신념에 의해 추진된 것이다.

품질 경영의 기본 요소

1. 품질에 대한 잘못된 선입관 타파

품질을 관리하고 경영하는 일련의 일들은 서투른 철학으로 해낼 수 있을 정도로 쉬운 것이 아니며, 끝없는 노력과 인내와 시간이 요구되는 것이다.



중수로 원자로 제작 과정중의 투빙 작업

예컨대 기승전결이 뚜렷한 발레에 가깝고, 하키같이 순간 순발력과 상황에 변화가 많은 종목과는 거리가 있다.

품질 경영에 문제가 되는 것은 사람이 그것을 모르기 때문이 아니라, 오히려 사람들이 누구나 그것을 잘 알고 있다고 자신하고 있다는 점이다.

품질 경영의 문제는 사람들이 품질 경영 이외의 업무를 그럭저럭 몇해 동안 해 본 경험에서 얻은 품질에 관한 낡은 사고 방식이 있기 때문에 더욱 어려워지는 것이다.

- 첫째, 품질은 고급품이라던가 번쩍 번쩍 빛나는 것.

⇒ 품질은 요구 조건에 일치해야 하는 것.

- 둘째, 품질은 무형이어서 측정 불가능한 것.

⇒ 품질은 그 불량으로 인한 비용의 추가 발생 처음부터 올바르게 하지 않아 생기는 품질 코스트로 계량이 가능한 것.

셋째, 품질에도 경영학이 있다는 것, 즉 품질에 투자할 비용이 없어서 품질에 투자를 하면 사치스런 금도금을 입히는 결과를 갖고와 이렇게 부가된 가격 인상 요인으로 제품이 잘 팔리지 않는다는 것.

⇒ 품질은 사람이 하는 것이며, 처음부터 올바르게 하기, 공정 품질의 확보 노력 등으로 품질 보증 노력을 하면 경제적 부담없이 협조적 및 자원만으로 품질을 확보할 수 있는 것.

넷째, 모든 품질 문제는 종업원 특히, 제조 부문의 작업자 탓이라고 생각하는 것.

⇒ 품질에 관련된 기본 계획과 입

안은 어딘가(관리자들과 화이트 칼라 분야) 다른 분야에서 행하여지고 있을 수 있다는 것.

다섯째, 품질 부서에서 품질이 만들어지고 있다는 것.

⇒ 품질 문제는 경리 문제, 설계 문제, 제조 문제, 호텔이라면 프론트 문제 등 도대체 누가 그 문제를 일어켰는지 밝혀낼 수 있는 것.

2. 최고경영자의 리더십과 열의

최고 경영자와 그의 직속 간부들 및 고위 관리자들의 충체적 열의가 없이는, 어떤 일이 일어나기 힘들 것 이고 또 일어난다 해도 영속적이지 못할 것이다. 이들은 인간적 책임을 지니고 강력하면서도 인간적인 리더십을 실행해야 한다.

전사적 품질 경영(Total Quality Management)에서는 최고경영자(Top)의 Top-Down식 품질 경영 리더십은 물론, 장래의 기술 예측력과 시장 예측력도 요구되는 만큼 최고 경영자가 품질 경영에 몸소 몰두함과 아울러서 미래를 예측하는 능력의 중요도 면에서 'Top Quality Management' 라고 바꾸어 말해도 무리한 표현은 아닐 것이다.

3. 문화의 변화

모든 사람들이 참여하는 가운데 지속적 품질 개선이 이루어질 수 있는 조직 문화가 창출되어야 하고, 품질 보증은 한 조직의 모든 과정과 기능

속으로 통합되어야 한다.

이는 종업원들의 행동과 태도 그리고 근로 관행을 여러 가지 방식으로 변화시킬 것을 요구한다.

예컨대 모든 종업원들은 다음과 같이 해야 한다.

① 이상적인 상태란 결코 없다는 것을 받아들이고, 자신들의 과정과 성과 그리고 서비스 수준이 가능한 범위 내에서는 최선이라는 생각을 결코 지녀서는 안된다.

② 자기 자신의 업무를 검사해야 한다.

③ 결함을 다음 과정에까지 넘겨줘서는 안된다.

④ 내부적 고객 관계(즉 당신이 과업이나 서비스를 수행해 주는 수혜 대상인 사람이면 누구나 고객이다)를 인정해야 한다.

⑤ 실수를 하나의 개선 기회로 간주해야 한다. 이를 일본 격언을 빌려 표현하자면, ‘모든 실수는 마음에서 잊지 않아야 할 진주’인 것이다.

어쨌든 문화 변화를 촉진하고 관리하는 데 상당한 배려를 할 필요가 있다.

종업원들의 행동과 태도를 변화시킨다는 것은 동기 유발과 설득을 위한 자신들의 힘과 기량을 개발해야 하는, 어쩌면 관리층이 직면하게 되는 가장 힘든 과업이기도 하다.

4. 계획과 조직화

품질 개선 과정의 많은 측면들은

다음과 같은 계획화와 조직화를 특징으로 한다.

① 제품의 서비스의 품질을 설계와 공정의 일부로 고착시킨다.

② 예방 중심의 활동을 개발한다.

③ 피드백이 작용되는 자동 조절적 교정 조치를 촉진하는 품질 보증 절차를 정착시킨다

④ 품질 시스템과 절차 그리고 품질 경영 도구와 기법을 사용하는 접근 방법이 취해지도록 계획화 한다.

⑤ 개선 활동을 지원하도록 조직과 하부 구조를 개발하고 필요한 자원을 배부한다.

⑥ 업무 지시서와 절차 및 시스템을 표준화·체계화·단순화 한다.

5. 교육 및 훈련

종업원들이 품질 경영 개념과 기량 그리고 태도에 대해 자신들이 지닌 인식이 지속적 개선 철학에 적절하고 적합하도록 보장하기 위해서는 올바른 수준의 교육 및 훈련을 받을 필요가 있다.

교육과 훈련은 종업원들이 점점 더 늘어나는 복잡한 문제를 풀 수 있게 적시적이고도 일상적인 방식으로 계획·제공되어야 할 필요가 있다.

그렇게 하지 않고서는 행동과 태도 면에서의 변화가 일어나지 않을 것이다.

훈련은 또한 관리자들이 자신들의 책임 분야에서 가능한 개선이 어떤 것인지 식별해 내는 데 도움을 주는

쪽으로 초점이 맞춰져야 한다.

또는 모든 종업원들이 다 필요한 교육 수준을 지니고 있지는 않을 것이라는 점이 인정되어야 한다.

그러한 훈련의 구조는 수리 및 문자 영역에서의 일부 최신의 기초적 교육 기량을 융합할 수도 있겠지만, 지속적 교육과 자기 개발을 촉진해야 한다.

이런 식으로 되면 많은 종업원들의 숨어 있는 잠재력이 풀려나게 될 것이고, 조직으로는 종업원 개개인의 능력을 최대로 이용하게 될 것이다.

6. 참 여

품질 개선 과정에서는 제안 계획으로부터 각종 형태의 팀 워크에 이르기까지 모든 가용 수단들이 종업원의 광범위한 관심과 참여 그리고 기여를 이끌어내기 위해 고려되어야 한다.

관리층은 자신의 권한 및 책임의 일부를 나누어 가질 채비가 되어 있어야 한다.

이것은 또한 종업원들의 견해를 찾아나서고, 그것에 귀를 기울이며, 그들의 제안에 따라 조치를 취하는 것을 내포한다.

전사적 품질 경영에 대한 접근 방법의 일부는, 모든 사람들이 자신에게 요구되는 것이 무엇이며 각자의 직무가 전체로서의 그 기업에 어떤 관련이 있는지에 대해 명료하게 이해할 수 있도록 보장하는 것이다.

종업원들이 그 기업을 잘 이해하면

할수록, 그들은 품질 개선 과정에서 더 큰 역할을 수행해 낼 수 있다.

종업원들은 자신들의 책임 범위 내에서는 그러한 과정을 스스로 관리·개선하도록 권장해야 한다.

7. 인 증

플러스적 성과와 성취는 인정받아야 하고, 성공은 보상을 받아야 한다.

종업원들은 자신들이 수행한 활동의 결과를 볼 수 있어야 하고, 활발한 커뮤니케이션을 통해 끊임없이 고무되어야 한다.

전사적 품질 경영이 성공적이기 위해서는 경영층이 전에 없이 활발하게 의사 소통을 하는 것이 본질적으로 중요하다.

8. 측 정

발전은 일련의 내·외부의 핵심적 결과 지수를 대상으로 하여 측정되어야 한다.

이러한 측정 결과로부터 조치 계획이 목표에 부응하도록 개발되어야 한다.

맺는말

처음부터 일을 올바르게 수행하여 문제 발생을 예방할 수 있는 데도 일단 문제가 발생한 후에 수습을 위해 추가 발생되는 비용은 결국 제품의 원가를 상승시키는 결과를 초래하게 된다.

이러한 점에서 '매사에 참된 모습, 이란 품질의 원어인 Qualis의 의미가

되새겨진다.

품질 관리는 조직원들의 업무가 계획한 대로 수행될 수 있도록 보장하는 체계적인 수단으로 무엇보다도 간단하고 편리한 방법이다.

실질적이고 효과적인 품질 관리가 이루어질 수 있도록 하려면 최고 경영진이 올바른 품질 정책을 공식적으로 표명하고 종업원들에게 이해시킴과 아울러서 솔선 수범하는 실천의지를 실현함으로써 달성을 할 수 있다.

78년 4월 29일 고리 원자력 1호기가 '제3의 불' 원자력으로 상업 운전을 개시하던 당시는 한 달에 몇 번이고 발전소가 불시에 정지되어도 지역과 언론에서 지금과 같은 관심을 보이지 않았을 것이다.

반면 당시 1개월이 넘는 연속 운전을 기록했다면 신문에서도 이를 기사화하여 우리의 기술력을 국민에게 알리려는 의사를 표현했을 가능성도 생각볼 수 있겠다.

이후 원전의 주변 여건은 모두 변했다. 원전 운전에 대한 우리의 축적된 경험과 기술력으로 한 주기 무고장 운전(OCTF)의 폐거를 달성하고 있을 뿐만 아니라 원전의 이용률 면에서도 세계적인 수준으로 평가받고 있다.

그러나 원전에 대한 국민적 기대만큼이나 불신감이 이렇게 싹튼 오늘, 자만보다는 대국민 신뢰를 위한 지금 까지의 우리의 노력에 대한 효과성 등에 대해 국민의 입장에서 안심(truth without anxiety) 할 수 있도록 반성

해 볼 여지가 있다고 생각된다.

나아가 원자력의 안전성 확보를 위한 설비와 운영상에서 보다 높은 신뢰성 확보 차원의 품질 보증을 위해 발전소의 종사자는 사업소장을 중심으로 품질 경영적 운영 체제를 구축하여 실질적으로 현장 업무에 적용하는 노력이 요구되는 시점이라고 하겠다.

이웃 일본은 50여년전 전쟁 패배의 충격에 벗어나기 위해 경제 입국으로의 변화를 시도했고 그 대안은 바로 품질 혁신이었다.

핵무기로 연합국측을 승전으로 이끈 선봉국은 바로 미국이었고, 일본 경제를 품질 혁명의 열기로 들끓게 한 장본인도 다름아닌 미국인 데밍과 쥬란이었다.

일본은 변해야 산다는 국민적 합의를 도출하여 에너지 자원 빈국의 극복 대책으로 원자력 발전을 우리보다 10여년 앞서 시작해 그 에너지를 근간으로 하여 공업 입국의 여건을 마련하고 품질 제일주의에 입각한 경제 부흥을 서둘렀던 것이다.

54년 일본 경단련과 과학기술연맹으로부터 품질 강연을 초청을 받고 이에 응했던 노석학 쥬란은 93년 그의 논고 「Made in U.S.A Renaissance in Quality(품질에 의한 미국의 부흥)」에서 "54년에 내가 조국 미국에서 했던 똑같은 강의를 일본인들에게 했다. 그러나 미국과는 달리 일본에서는 최고 경영 책임자들이 듣고 있었다"라고 회고하고 있다. ☺