

2000년 전자업계 신년설계

[주]남성

윤봉수 회장

대우전자(주)

장기형 사장

삼성전자(주)

윤종용 부회장

현대전자산업(주)

김영환 사장

대덕전자(주)

김정식 회장

LG전자(주)

구자홍 부회장

희망찬 2000년의 새해를 맞이하여 21세기 전자업계의 새로운
포부와 계획을 본회 부회장사들로부터 들어봅니다. (편집자)

<단, 순서는 가나다순임>

전자산업과 함께 여는

희망의 새천년



(주) 남 성
윤봉수 회장

새로운 천년이 시작됨을 알리듯 어느 해 보다도 밝고 붉은 태양이 솟아 올랐습니다.

모두가 새 희망과 새 꿈을 마음속에 새기며 새 천년의 주인공이 되고자 하는 포부를 갖고 맞은 2000년의 문이 활짝 열린 것입니다.

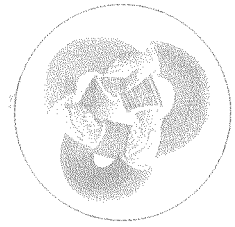
이른바 한강의 기적을 이루는 초석이 되었으며 IMF 경제위기를 털 피하는데 중추적인 역할을 수행하고 있는 우리 나라 전자산업도 작년에 40주년을 맞이함으로써 불혹의 나이를 넘어 새 천년을 맞이하게 되었습니다.

수출 주도산업으로서 우리 나라 총 수출의 30% 이상의 비중을 차지하며 우리 경제에서 중요한 핵심산업으로서의 위치를 확고히 하고 있는 전자산업은 여타 산업의 경쟁력에도 큰 파급효과를 나타내고 있으며, 생산액 기준으로 세계 전체 생산의 4% 내외를 점유함으로써 미국, 일본, 독일에 이어 중국과 함께 4~5위 권을 형성하고 있는 등 세계시장에서의 위상도 매우 커져 명실공히 우리의 기간산업으로서 역할을 충실히 수행하고 있으며 21세기에도 우리의 경제를 책임지고 이끌어 나갈 주도산업임에는 의문의 여지가 없을 것이라고 필자는 생각하고 있습니다.

40여년간 전자수출산업의 외길을 걸어온 필자도 우리 전자산업의 위상이 이처럼 확대되어 가는 것에 전자인의 한사람으로서 가슴 뭉클한 뿌듯함을 가눌 길이 없습니다. 그러나 새로운 천년을 맞이하는 이 시점에서 우리 전자산업의 현실을 좀더 구체적으로 해부하고 분석해 본다면 70~80년대부터 90년대 초반까지 연평균 20~30%의 고속성장장에서 벗어나 중반 이후부터는 상당한 어려움을 겪고 있는 것을 알 수 있을 것입니다.

96년 이후에 생산 증가율은 97년 13.9%, 98년 15.9%로 낮아졌으며, 이러한 비율 또한 원화 환율의 급격한 절하에 기인한 것으로 달러로 표시할 경우의 생산액 증가율은 97년에 이어 98년에도 감소로 나타나고 있습니다. 그리고 국내전자산업의 기술력을 가늠해 볼 수 있는 기술무역수지는 98년도에 기술도입 1,216만불, 기술 수출 50만불로 큰 적자를 기록하고 있기도 합니다.

이와 같이 90년대 중반이후 우리 전자산업의 성장이 주춤하고 있는 것은 과거 주력제품이었던 컬러TV, VTR, 전자레인지, 냉장고 등의 가정용 전자제품의 수출이 큰 폭으로 감소한 반면 LCD, 고집적IC 등의 전자부품과 무선 통신기기, 네트워크장비 등 산업용전자부품이 호



조를 보이고는 있으나 수출 규모면에서 아직 미약하기 때문입니다. 내수 또한 IMF로 인한 수요 감소와 국내시장 개방으로 외국 제품이 시장을 잠식해 나감으로써 어려움을 겪고 있습니다. 그러나 세계적인 정보화 추세의 진전에 따라 컴퓨터 및 정보통신과 관련된 품목들의 수출 실적이 신장되고 있어 수출구조의 개선이 기대되고 있다는 점 등은 매우 다행스러운 일이라 하겠습니다.

우리 나라 전자산업이 90년대 중반까지 높은 성장률을 지속할 수 있었던 이유는 여러 가지가 있겠지만 기업들의 경쟁력 측면에서만 본다면 독자적인 기술개발능력, 부품의 안정적인 공급능력, 소품종 대량생산능력, 거대 판매망 구축능력 등으로 산업사회의 패러다임에 적절하게 적응하고 대응함으로써 경쟁우위를 지킬 수 있었기 때문에 가능했다고 필자는 생각합니다.

그러나 90년대 중반 이후부터 디지털 기술의 급속한 발전으로 인하여 전자산업은 혁신적인 변화를 경험하게 되었습니다.

멀티미디어 산업의 진전에 따라 전자, 정보산업의 영역이 방송서비스와 멀티미디어 콘텐츠 산업 등을 포함한 광범위한 영역으로 계속 확대되고 있으며 소비자의 욕구와 필요에 따른 새로운 기기 및 서비스가 하루가 다르게 새로이 출현하고 있기도 합니다.

나아가 전세계적인 정보통신 인프라가 구축되고 이를 활용한 인터넷이 확산됨에 따라 소프트웨어, 정보통신서비스, 콘텐츠 등도 다양한 형태로 진화, 발전되고 있습니다.

이러한 경제환경의 변화 속에서 우리의 전자산업은 IMF의 영향에 따른 구조조정 과정에서 새로운 유망사업이나 기술개발에 대한 투자를 다소 소홀히 할 수 밖에 없었던 점들이 있기도 하지만 세계 경제조류에 신속력있게 대응하지 못한 점들이 있습니다.

물론 산업 환경 변화에 대응하기 위해 정부, 기업 모두가 다양한 측면에서 구조적인 변화를 모색하는 노력을 기울였습니다. 그러나 기업활동의 세계화와 시장개방이 매우 빠르고 광범위하게 진행되고 있는 세계경제 환경 속에서 국내기업들은 아직까지 새로운 국제분업 구조에 맞는 생산 및 판매구조를 완전히 형성하고 있지 못하고 있으며, 관련 산업과의 인프라도 만족할 만한 수준으로 구축되어 있지 않아 하드웨어와 소프트웨어 부문간에 균형적인 발전이 이루어지지 못하고 있습니다.

또한 기술력 등의 경쟁자산의 축적이 미흡하고 산업구조의 비효율성

도 상존하여 환경변화에 효과적으로 대응하지 못하고 있는 등의 문제점들이 90년대 중반이후 우리 전자산업의 성장이 둔화된 원인 중에 하나가 아닐까 생각합니다.

21세기를 우리는 흔히 디지털전자 시대, 지식혁명의 시대라는 표현들을 자주쓰곤 합니다.

이러한 표현들은 우리사회가 정보화사회로 나아간다는 것을 의미하고 있습니다.

20세기의 근간은 산업사회였습니다.

즉, 토지나 건물 등의 유형적인 공간과 주어진 업무시간 속에서 전화 또는 전신으로 일대일, 일대다수로 대화하고 정보를 주고받는 형태였습니다. 그러나 21세기는 실제공간과 가상공간이 함께 존재하며 업무도 근무, 휴식시간이 따로 있지 않고 혼합되어 24시간을 낮처럼 활용할 수 있으며, 콘텐츠의 디지털화로 다수가 다수와 동시동시에 정보를 교환하는 정보화사회가 될 것입니다.

정보네트워크라는 새로운 미디어를 통해 개인이나 국가, 기업 등이 원활하게 정보를 유통시켜 효율을 극대화 함으로써 궁극적으로 이

것의 능력이 개인이나 조직에 있어 생명력을 결정하는 경쟁력의 요체가 되는 사회로 변화한다는 것을 의미하는 것이기도 합니다.

따라서 디지털화의 진전, 산업간의 융합, 지식산업시대의 도래 등이 변화의 핵심 키워드로 자리매김하는 21세기에는 과거 우리가 가졌던 산업사회 시대의 경쟁력으로는 더 이상 비교 우위를 점할 수 없을 것으로 예상됩니다.

1998년에 전자상거래 시장은 80억불 규모였습니다. 그러나 2002년에는 3270억불 정도가 예상되는 등 인터넷 비즈니스 시장은 가히 폭발적으로 증가하고 있습니다.

지금도 매일 150만 페이지의 새로운 정보가 인터넷에 추가되고 있는 등 경영환경은 하루가 다르게 빠른 속도로 변화하고 있습니다.

우리의 생활에 많은 변화를 주었던 전자제품 중에서 5천만대가 보급되는 시간이 Radio가 38년, Color TV가 13년, PC가 16년 이었던 것에 비교하면 인터넷은 4년이 채 걸리지 않았다는 것입니다.

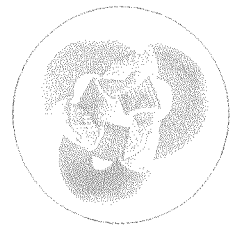
이렇듯 21세기에는 하드웨어의 부가가치 비중이 감소하고 소프트웨어, 콘텐츠산업 등의 고부가가치화가 급진전될 것입니다. 그러므로 하드웨어 측면에서의 디지털화 기술이나 정보네트워크의 구축도 중요하지만 그보다도 소프트웨어 측면에서의 정보의 디지털화가 무엇보다 중요하다고 할 수 있을 것입니다.

당사도 미래 경쟁력의 핵심은 기술경영의 패러다임 변화에서 출발하여야 한다고 생각하고 5개년 중장기 사업계획과 함께 2000년 새해계획을 수립 하였습니다.

무제한적인 경제공간과 예측 불가능한 경영환경 속에서는 정확한 미래전망도 중요하지만 정확한 방향진단이 어려운 만큼 어떠한 상황에도 흔들리지 않을 만한 역량을 축적하고 새로운 변화의 흐름을 빨리 읽을 수 있는 경영구조로 전환하기 위하여 노력할 계획입니다.

당사의 올해 목표는 전년대비 약 50% 신장될 것으로 예상하고 있습니다.

먼저 해외사업부문에서 기존 사업인 Car CD Changer 및 Player 등의 Car Audio 분야와 Multi-Media Computer Speaker의 수출이 약 20% 증가될 것으로 예상되며 신규사업부문은 TFT LCD Monitor 5기종, MP3 Player 5기종을 신규 출시하여 해외시장을 공략함으로써 세계기술 동향을 선도하고 기술적 파급효과가 큰 곳에 우리의 핵심 역량을 집중시켜 매출을 증대시킬 것이며 기타 생활무



전기인 FRS와 각종 통신기기 제조 및 수출도 새로이 시작할 것입니다.

정보통신사업부문은 Multi-Media Computer Speaker를 자사 브랜드로 개발, 생산하여 국내 및 해외에 출시할 계획이며 Internet Setop Box와 Home Theater System의 개발 및 수출도 적극 추진하여 신규 매출을 극대화시킬 계획입니다.

그리고 당사의 유통사업부문은 올해 획기적인 전환을 맞이하는 해가 될 것입니다. 97년 착공하여 현재 건설중인 NS PLAZA(가칭)가 완공됨으로써 21세기를 향한 당사의 유통사업이 본격적으로 시작될 것입니다.

당사는 지식이 기업경쟁력의 원천이며 인터넷이 경영의 중심축이라는 사고를 기반으로 하여 고객가치창조를 목표로 수평적이고 유연한 조직을 구성하여 끊임없는 신 사업을 추구하고 이노베이션을 중시하는 기업문화를 정착시켜 나갈 것입니다.

우리 나라 경제가 경제위기를 확실히 극복하고 새로운 성장의 계기를 마련하기 위해서는 산업기반의 확고한 구축이 반드시 필요한 상황입니다.

우리 전자산업은 이러한 산업기반 구축에서 가장 중요한 위치를 점하고 있으며 21세기 지식기반 경제에서 산업전체의 패러다임 변화를 선도하여 여타 산업의 변화에 미치는 영향도 가장 큼에 따라 전자산업의 경쟁력 강화는 우리 나라 경제의 중장기 안정성장을 위해 반드시 실현되어야 할 과제가 아닐까 생각합니다.

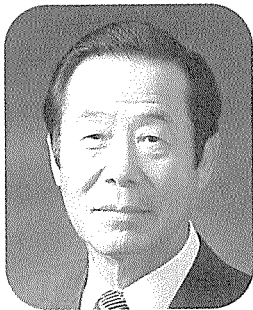
전자산업의 발전은 물리적인 정보통신망의 원활한 구축뿐만 아니라 효율적인 지식네트워크의 확산과 정착을 뒷받침 할 수도 있으며 이러한 정보시스템의 정비는 지식기반사회에서 정치, 경제, 사회적으로 가장 중요한 인프라 역할을 하게 될 것입니다.

21세기 세계경제 성장의 주도산업으로서의 위치를 더욱 확고히 하기 위하여 우리 전자업계는 대기업 위주의 산업구조에서 탈피하고 핵심역량을 위주로 한 대기업과 중소 벤처기업의 수평적인 사업 구조로 전환하여 균형 있는 발전을 도모하여야 할 것이며, 가전 등의 개별산업 중심에서 디지털 기술을 중심하는 하는 네트워크산업으로 변화되어야 할 것입니다.

우리전자산업이 새로운 천년의 중심에서 다시 한번 도약해 나갈 수 있기를 소망하며 전자산업진흥회의 무궁한 발전을 기원합니다.

유연성과 민첩함으로

변화에 도전하자



대덕전자(주)
김정식 회장

대망의 새 천년 21세기를 맞이하여 전자산업인 여러분의 기업과 가정에 만복이 가득하시기를 기원드립니다.

지난해에는 전자산업 수출이 500억불을 돌파하는 경이로운 실적을 내면서 20세기를 마무리할 수 있었습니다.

그동안 IMF사태로 인하여 주저 않았던 우리 나라 경제를 되살리며 21세기에 있어서도 국가적 역량을 집중해야 할 산업으로 배치하게 되었습니다. 과거 천년의 역사를 돌이켜보면 인류의 끊임없는 욕구에 대한 도전이 있었습니다.

산업혁명, 신대륙 발견, 종교개혁, 제국의 붕괴, 동서갈등으로 이어진 두 차례의 세계대전, 이데올로기의 붕괴 등의 부침속에서도 인류는 미래를 향한 가속을 늦추지 않고 있습니다.

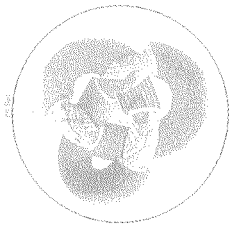
21세기의 새로운 혁명은 이미 시작되었습니다. 디지털 기술과 IT 산업의 발전, 인터넷의 급성장은 사회, 경제, 비즈니스 구조 등 새로운 패러다임으로의 급속한 이동으로 지식과 정보화사회를 조기에 실현시킬 것입니다.

기존의 경험과 사고와 관념에서 탈피하여 새로운 흐름에 적응할 수 있는 유연성과 민첩함이 기업과 국가의 생존전략이라고 생각합니다. 따라서 전자산업의 환경도 크게 달라지고 있습니다.

외부적으로는 아웃소싱의 급속한 발전으로 CM(Contract Manufacturing)산업의 활성화와 전자상거래의 확산, 규모의 대형화, 전략적 제휴 등 비즈니스 틀이 바뀌고 있는 가운데 부품업체들의 경영환경은 새로운 위기와 기회를 맞고 있습니다.

내부적으로는 기술개발기간의 단축, 상품의 라이프사이클 단축, 다품종소량화, 단납기 등 고객의 요구가 증대되는 것에 대한 대비와 새로운 고객가치의 창출 등 해결해야 할 과제가 산적해 있습니다.

이와 같은 문제들을 안고 새해를 시작하게 되었습니다만, 우리의 지혜와 역량을 집중하여 새로운 도약의 발판을 만들어야 하겠습니



다.

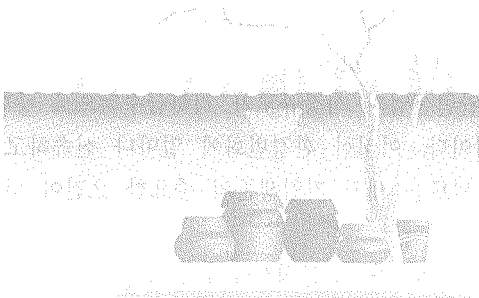
첫째, 의식의 대전환이 필요합니다. 모험적인 기업가 정신, 공동체로서의 노사문화, 가치중심의 경영, 기술과 품질의 기본 충실, 인간존중을 통한 지식경영을 위한 의식의 변화가 있어야 합니다.

둘째, 유연해야 합니다. 유연성이란 적응력이며 수용력이라고 할 수 있습니다. 생산방식, 마케팅, 국제교역 등에서의 유연성과 수용능력에 따라 경영의 성패가 결정되리라 생각합니다.

셋째, 민첩해야 합니다. 21세기는 속도의 경쟁입니다. 단지 빠른 것만이 아닌 목표와 가치에 정확하게 일치시키는 민첩함이 있어야 합니다.

이러한 인식을 갖고 금년을 시작하려고 합니다. 지금까지 격려해 주시고 지도해주신 전자산업인 여러분의 건강과 뜻하시는 모든 일이 행통하시기를 빌면서 새해에도 변함없으신 성원을 부탁드립니다. 언제나 최선을 다하겠습니다.

감사합니다.



멀티미디어 기업으로 재도약



대우전자(주)
장기형 사장

겨울이 추울수록 다음해 농사가 잘 된다고 한다. 혹독한 추위로 땅속의 해로운 유충들이 대부분 죽기 때문이라는 것이다.

지난해 대우전자는 어느때보다 추운 겨울을 겪었다. 예기치 않은 빅딜 문제로 직원들이 거리로 나서고 해외바이어들이 동요하는 등 홍역을 치렀다.

이 기간동안 생산, 판매 등 경영활동이 위축되고 직원들의 사기도 저하되는 등 피해가 적지 않았다. 회사회생의 유력한 대안으로 외자 유치를 추진하였으나 대우그룹 전체의 유동성위기와 맞물려 결국 위크아웃 기업으로 선정이 되었다.

하지만 이러한 시련의 과정들은 회사가 안고 있는 문제점을 정확히 인식하는 성찰의 계기가 되기도 했다. 언젠가는 회사 성장의 걸림돌이 될 수밖에 없는 유해요소들을 말끔히 제거할 수 있는 좋은 기회가 된 것이다. 그래서 이번 새해는 대우전자로서는 남다른 새해 일 수밖에 없다. 새로운 밀레니엄이라서가 아니라 대우전자의 변신과 제도약의 원년이기 때문이며, 이 엄동설한을 잘 견디어내면 풍작을 기대할 수 있다는 새로운 희망을 갖게 되었기 때문이다.

인터넷과 디지털로 특징지워지는 최근 세상변화의 속도는 실로 눈부실 정도이다.

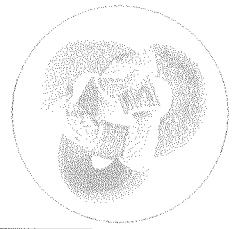
인터넷이 기업업무에 본격적으로 활용되기 시작한 것이 불과 3~4년전부터인데 지금은 일반가정에까지 급속도로 확산, 국내 인터넷 사용인구가 약5백만명에 달하는 것으로 집계되고 있다.

전세계적으로는 인터넷 사용자가 현재 1억명에서 2005년경이면 지금의 10배인 10억명으로 늘어나게 되고, 2003년만 되면 상거래의 80%가 온라인에서 이루어질 것이라는 분석도 나오고 있다.

이와 함께 TV, VCR, 캠코더, 카메라, 전화기를 비롯한 각종 가전제품과 통신기기 등 각종 전자기기의 디지털화가 급속히 진행되고 있다. 전지구촌이 인터넷과 디지털기기를 중심으로한 거대한 정보네트웍으로 연결되고 있는 것이다.

이에 따라 관련산업의 시장규모가 기하급수적으로 증대되리라는 것은 불문가지이다. 이러한 환경변화에 얼마나 신속하고 적절하게 대응하느냐가 새로운 세기 기업생존의 중요한 요건이 되고 있다고 하겠다.

대우전자는 현재의 가전전문회사에서 종합가전 및 멀티미디어 기업으로 변신한다는 중장기전략을 세워두고 있다.



이를 위해 TMA, PDP 등의 영상디스플레이와 디지털TV를 비롯한 멀티미디어 단말기, 케이블모뎀, 인터넷폰 등의 광대역 네트워크 접속단말기, 반도체와 광자기 정밀부품 등에 대한 R&D투자를 꾸준히 해왔으며 상당수준의 기술축적도 되어 있다.

현재는 매출액의 2%정도에 불과한 멀티미디어 부문이 2004년에는 매출액 비중이 30%로 늘어나고, 수익면에서는 기존 영상, 가전제품 부문보다 오히려 더많은 부가가치를 창출하는 주력제품의 위치로 올라서게 된다는 계획이다.

대우전자는 기존 가전제품의 품질경쟁력과 원가경쟁력, 양산기술 등에서는 세계적인 기업에 대해서도 비교우위를 지닌 것으로 평가받고 있으며, 전세계를 연결하는 글로벌 네트워크를 갖추고 있기 때문에 멀티미디어 부문에서도 충분히 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 자신하고 있다.

멀티미디어 부문 육성을 위해 관련부문에 대한 과감한 연구개발투자를 아끼지 않을 계획이며, 우수인력 확보에도 주력할 방침이다.

또 원가구조, 재무구조 개선, 사업부문 구조조정 등을 통한 기업체질 혁신을 올해의 절대적 과제로 추진할 계획이다.

이를 위해 제품의 생산에서부터 판매까지의 전과정을 철저히 분석해 비효율과 낭비요소를 걷어내고 필요한 경우 제품의 재설계를 비롯, 전임직원의 비용절감 캠페인 등을 통해 제조원가를 30%이상 감축한다는 목표를 세워두고 있다.

이와 함께 외자유치, 매각, 전략적 제휴, 분사 등을 적절히 활용하여 국내외 사업장과 사업품목을 재정비하고 영업이익 제고 및 Cash Flow 개선을 통한 기업가치 극대화 및 신인도 회복에 경영의 1차적 초점을 맞출 계획이다.

특히 유동성 위기의 원인이 되었던 매출액 중심의 외형성장은 지양하고 철저히 수익위주의 경영을 지향할 작정이다. 이는 IMF를 거치면서 우리기업들이 얻은 가장 큰 교훈이기도 하다.

이러한 변신의 성공여부는 올해를 어떻게 보내느냐에 따라 판가름이 난다고 하겠다. 올해안으로 불합리한 관행과 비효율적인 시스템을 근본적으로 개선하고 이에 적합한 임직원의 의식개혁이 이루어진다면 대우전자가 건설한 우량기업으로 거듭나는데 어려움은 없을 것이다.

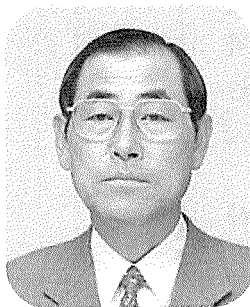
대우전자는 워크아웃 기간동안 국민에게 많은 부담을 지우고 있는 셈이다.

따라서 워크아웃을 예정보다 빨리 졸업하여 국가경제에 크게 기여하는 일류 회사로 도약할 수 있도록 전심전력을 다하는 것은 대우전자 임직원의 당연한 도리일 것이다.

대우전자 21세기 새역사의 초석을 세워야 하는 새출발의 원년에 CEO로서 더욱 어깨가 무거워지는 새해다.

디지털 변혁기

초일류도약의 기회이다



삼성전자(주)
윤종용 부회장

상상과 기대 속에 가리워졌던 21세기가 드디어 시작되었다. 그동안 21세기에 대한 많은 예측들과 상상들이 있어 왔지만 불과 1990년대 초까지만 해도 상상했던 변화가 정말 이루어질까라는 의구심도 있었다. 그러나 최근 3~4년간 하루가 다르게 급변하는 세상을 접하면서 이런 추세라면 앞으로 몇년내에 지난 1세기간 우리가 상상해 왔던 것보다 더 엄청난 변화가 있을 것이라는 생각이 든다.

이런 점에서 이제 시작되는 21세기는 모든 면에서 20세기와는 차원을 달리하는 새로운 시대가 될 것이다.

특히 21세기말부터 급속히 발전하기 시작한 디지털 기술은 수천년 농업사회를 한 순간에 산업사회로 바꾼 증기기관의 발명과 같이 인류의 역사에 혁명적인 변화를 일으키고 있다.

디지털 혁명의 시대에는 경제활동상 모든 정보의 흐름이 디지털로 처리됨으로써 정치, 경제, 사회, 문화 등 모든 분야에서 새로운 가치 체계와 질서가 형성될 것이다.

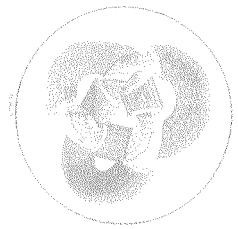
미국과 같은 선진국에서는 물가와 실업률이 동시에 하락하면서도 경제성장은 장기간 지속되는 등 기존의 경제이론으로는 설명조차 할 수 없는 소위 "신경제"라는 현상이 이미 벌어지고 있으며 Internet 등 네트워크를 통한 가상사회의 형성, 전자상거래의 등장은 우리의 삶의 방식을 근본적으로 변화시키고 있다.

또한 창의적인 아이디어, 정보, 시간(Speed), 기술, 특히 등 무형자산이 기업의 핵심경쟁력이 되고 있다. 이러한 디지털 변혁기는 삼성전자가 초일류기업으로 변신할 수 있는 절호의 기회가 되고 있다.

경험과 기술의 축적 없이는 후발이 선발을 따라잡기가 거의 불가능했던 아날로그 시대와 달리, 디지털 시대에는 빠른 두뇌와 창의력, 도전의지만 있으면 얼마든지 선두가 될 수 있고, 지난 2년 동안 삼성전자는 생존을 위해 뼈를 깎는 경영혁신과 구조조정을 추진한 그 결과 어느 때보다 안정적인 기반을 구축하였기 때문이다.

지난 95년의 반도체 호황기에는 회사의 매출과 손익이 모두 메모리 반도체에 의존한 불안정한 구조였으나 이제는 메모리 반도체, TFT-LCD, 휴대폰, 모니터 등 주력제품의 시장지배력이 강화됨은 물론 대부분의 사업이 흑자를 달성하는 등 균형잡힌 사업구조를 이루었고 부채비율이 100%이하로 떨어지는 등 재무구조도 매우 건실해졌다.

동시에 외부에서 삼성전자를 보는 시각도 과거와는 완전히 달라져서 비즈니스 위크가 삼성전자를 커버스토리로 다루는 등 국내외 많은 언론을 통해서 삼성전자는 IMF위기를 극복하고 있는 한국의 대표적



구조조정의 사례로 널리 인정받고 있으며 디지털 시대를 맞아 다양한 제품과 기술을 바탕으로 21세기를 주도해 나갈 수 있는 무한한 잠재력을 가진 기업으로 주목받기 시작하였다.

따라서 삼성전자에게는 앞으로 2~3년이 "Digital Convergence 혁명의 선도기업"이라는 21C비전 달성에 있어 제일 중요한 시기가 될 것이다. 이런 의미에서 삼성전자는 금년을 비전 달성을 위한 '디지털 혁신의 원년'으로 삼아 지금의 변신 노력을 더욱 가속화 할 것이다. 이를 위해 삼성전자가 금년에 중점을 두어야 할 사항은 다음과 같다.

첫째, Personal멀티미디어, Mobile멀티미디어, Home멀티미디어, 핵심 부품 등 디지털 시대를 선도할 수 있는 미래형 사업구조를 정착시켜 나갈 것이다.

메모리, TFT LCD, 휴대폰, 모니터 등 기존 1위 사업을 더욱 강화하고 디지털 TV, IMT-2000, 프린터 등 새로운 1위 사업과 Network, 멀티미디어 분야의 육성에 힘을 기울일 것이다. 그리고 우수한 인력을 대폭 보강하고, 핵심부품 내재화 및 세계표준 주도과 관련 서비스/Content업체와의 제휴를 통해 사업기반을 더욱 강화할 것이다. 뿐만 아니라 Digital Convergence 시대를 맞아 통신, 정보, 가전, 반도체 기술을 동시에 보유한 회사의 강점을 최대한 발휘할 수 있도록 부문간 Synergy 창출에도 많은 노력을 기울일 것이다.

둘째, 모든 기업활동을 고객중심으로 철저히 재편해갈 것이다.

앞으로 고객의 요구가 다양해지고 기술과 제품의 차별화가 어려워질 뿐 아니라 누구나 인터넷으로 전세계의 정보를 검색하고 자기 의견까지 제시할 수 있게 되면서 고객의 중요성이 더욱 커지고 있다.

금년부터 시작되는 제3단계 경영혁신도 "고객에게 다가가기"를 최우선 목표로 삼아 상품기획, 마케팅, 물류 등 모든 프로세스를 고객위주로 바꾸고, 제값받기를 가속화해서 회사의 브랜드 자산을 극대화하는데 주력할 것이다.

셋째, Digital시대의 경쟁환경에 맞는 경영체질을 시급히 정착시켜 나갈 것이다.

디지털 시대의 부가가치는 핵심기술과 마케팅에서 생기므로 기술, 마케팅 등 전략분야의 핵심 우수인력을 지속적으로 확충하고 철저한 교육을 통해 임직원의 능력을 배양함으로써 새로운 경영환경 변화에 대응할 수 있는 조직역량을 배가해 나갈 것이다.

인사와 평가제도는 개인의 능력을 최대한 발휘하기 위하여 기존의 성과주의 원칙을 더욱 확대하고 평가와 보상에 대한 공정성과 객관성

을 더욱 높일 것이다. 뿐만 아니라 Simple, Speedy하고 도전정신과 창의력이 넘치는 역동적인 Digital 기업문화의 정착을 위해서 의사결정단계 및 업무 프로세스를 보다 간소화할 것이다.

끝으로 그간 강력하게 추진해 온 건설경영의 기초는 지속 유지해 나갈 것이다.

금년에도 환율 절상, 원자재 가격 상승, 금융시장 불안 등 경영에 영향을 줄 수 있는 위험요인들이 산재하고 있다.

따라서 현재의 건설 기초를 더욱 밀고 나가 지속적인 구조혁신을 추진해서 환율 1000원대에도 고수익을 낼 수 있는 경쟁력을 갖추어 어떠한 외부요인에도 흔들리지 않는 확고한 경영체질 만들기를 지속 추진할 것이다.

이를 위해 그간 추진해 온 원가절감, 생산성 향상, 단납기 체제 구축 등의 SCM체제 등의 경영혁신을 가속화하고 정착시킬 것이다.

또한 과학적이고 통계적 기법 활용을 통해 기존 3P중심의 경영혁신 활동을 더욱 체계화하고 한 차원 높이기 위해 혁신 Tool으로써 도입한 '6시그마 운동'이 조기에 뿌리를 내리도록 할 것이다.

“Digital LG”

본격실천의 해



LG 전자(주)
구자홍 부회장

새 천년의 새 아침이 밝았다. 막연한 미래처럼 회자되던 서기 2000년이 어느덧 현실이 돼서 우리 앞에 나타난 것이다.

우리가 2000년에 큰 의미를 두는 것은 그 숫자에는 뉴 밀레니엄이라는 표면적인 사실 이상의 중요한 의미가 숨어있기 때문이다. 바로 새 천년과 함께 본격적인 디지털시대가 시작될 것이라는 점이다.

이미 지난 세기에 디지털시대로의 전이를 보여주는 징조들은 많이 있었다. 그리고 세기말의 단 몇 년 사이에 나타난 급격한 변화들은 디지털시대가 사실상 시작됐음을 보여주었다.

인터넷이 디지털혁명의 전도사와 같은 역할을 하게 되면서 전자상거래를 비롯한 놀라운 변화들을 이끌었고, 한편으로는 디지털기술을 응용한 다양한 기기들이 등장하여 일상의 모습을 크게 바꾸어놓았다.

또, 기업간의 Game Rule에도 큰 변화가 생겨났다. 대규모의 생산설비나 조직으로 경쟁하던 '규모의 경제'는 가고, 새로운 개념의 상품과 서비스를 제공하는 '아이디어'가 기업경쟁력의 중요한 요소로 떠올랐다. 각각의 경영요소들을 네트워킹하는 능력이 핵심역량으로 부각되는가 하면 가격보다는 고객에게 어떤 가치를 제공하느냐가 더 중요한 시대가 되었다.

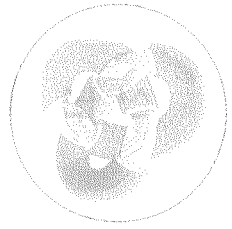
노도처럼 밀려드는 이러한 변화 속에서 기업의 경영방식도 달라지지 않으면 안되게 되었다. 과거와 같은 생각, 과거와 같은 프로세스, 그리고 과거와 같은 전략으로는 생존할 수 없게 됐다는 이야기다.

이러한 상황인식에 따라, LG전자는 지난해 <Digital LG>를 새로운 기업비전으로 선포한 바 있다. 그리고 비전 달성을 위하여 경영활동 전반에 걸쳐 대대적인 털바꿈을 해나가기로 했다.

<Digital LG>는 디지털시대의 경영환경에 걸맞는 경영시스템과 기업문화를 갖추으로써 <Digital Leader>로 도약하자는 의지의 표현이다. 선포 원년인 지난해에는 조직 내에 새로운 비전을 전파하고 모든 구성원의 적극적인 참여를 유도하는 데 역점을 두었다. 한편으로는 면밀한 계획을 수립하되 각각의 계획들이 유기적인 연관성을 가지고 추진될 수 있도록 필요한 준비를 갖추는 데 힘을 쏟았다.

올해는 준비된 계획들이 구체적인 결과로 나타날 수 있도록 '실천'하는 데 역점을 둘 생각이다. 실천을 통해 털바꿈활동의 가시적인 성과들을 하나하나 제시하고, 그 성과들을 다시 Innovation Engine으로 삼아 <Digital LG>를 향한 행보를 가속화한다는 복안이다.

이러한 방향에 따라 올해 중점적으로 실천하고자 하는 것은 크게 세 가지다. 첫째는 사업구조를 디지털시대의 환경에 대응할 수 있는 구조



로 점차 고도화해 나간다는 것이다. 지난 수년 동안 특히 IMF환경 속에서 “선택과 집중”의 사업전략에 따라 사업구조조정에 박차를 가해 왔지만 큰 폭으로 빠르게 변화하는 디지털환경에 대응하기 위해서는 여전히 풀어야 할 숙제가 많이 있다. 그 중에서도 먼저, 급속도로 팽창하는 e-비즈니스에 대한 대응구조를 갖추는 것은 물론 글로벌시장에서 경쟁우위를 확보할 수 있도록 승부사업과 주력사업 중심으로 역량을 결집할 생각이다. 특히, 고부가가치의 제품을 중심으로 사업경쟁력을 강화하여 수익성을 높여나갈 계획이다.

둘째는, <Digital LG>에서 정립한 마케팅, 테크놀러지, 디자인, 네트워킹 등 이른바 4대 핵심역량을 더욱 더 강화하는 일이다.

디지털시대로 접어들면서 대부분의 상품들이 복합화·네트워크화되고 있어 고객에게 유용한 가치를 제공할 수 있는 새로운 개념의 상품을 개발하는 것이 대단히 중요해지고 있다.

따라서, 금년에는 신개념의 상품을 지속적으로 개발, 출시하는 한편, 이러한 제품들이 초기에 시장을 선점하여 시장지배력을 높이도록 4대 핵심역량을 중점적으로 강화해나갈 것이다.

또한, 핵심역량을 강화하기 위해 정보기술을 바탕으로 한 인프라를 대폭 확충하고 그 활용도를 높여나갈 것이며, 사내의 각종 지식을 공유하고 응용할 수 있도록 필요한 환경도 만들어나갈 것이다.

셋째는, 디지털기업문화를 체질화하는 것이다.

기업문화란 기업이 최상의 경쟁력을 오래도록 유지할 수 있도록 하는 기반이다. 때문에 강한 기업문화를 갖는다는 것은 기업의 경쟁력을 높이는 길이기도 하다. LG전자는 Innovation, Openness, Partnership을 모든 구성원이 공유해야 할 핵심가치로 삼고 있다. 그리고 리더들이 먼저 핵심가치를 기반으로 하는 리더십을 발휘함으로써 핵심가치가 LG전자 기업문화의 중심이 되도록 하고 있다. 아마도 올해는 세 가지 핵심가치가 더욱 확산되고 새로운 리더십의 모델이 정립되는 의미있는 해가 될 것이다. 수년 전부터 정착돼 온 성과주의를 확대 적용하는 것도 올해의 주요과제 중 하나다. 이를 위해 성과에 대한 보상을 더욱 더 확대하는 한편 우수인재는 적극적으로 유치하고 또 육성해서 다양한 분야의 많은 전문가가 최고의 능력을 발휘하면서 도전적으로 일할 수 있도록 할 계획이다.

또 한 가지 중요한 것은 LG전자가 가진 ‘노경화합’이라는 강점을 살려나가는 일이다. 올해도 “가치창조의 노경관계”라는 기치 아래 디지털시대에 어울리는 새로운 노경관계의 전형을 만들고 실천하는 데 노

와 경 모두가 함께 노력하게 될 것이다.

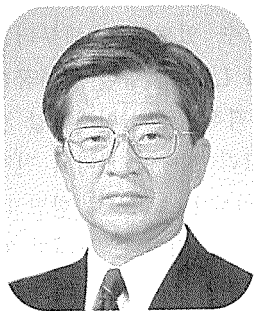
이와 같은 세 가지의 중점과제가 구성원 모두의 참여 속에 강력한 힘을 가지고 실천된다면 올해는 LG전자가 <Digital Leader>로 도약하는 역사적인 전환기가 될 것이 분명하다.

LG전자는 40년이 넘도록 한국 전자산업의 개척자로서의 명예를 지키면서 도전과 창의의 문화를 구축해 왔다.

또, 수많은 성공체험을 쌓아오는 동안 구성원 모두가 강한 자신감을 가지게 되었으며, 특히 새천년을 눈앞에 둔 지난해에는 기대 이상의 괄목할 성과를 창출함으로써 <Digital LG>를 본격적으로 추진할 수 있는 탄탄한 기반도 갖추었다. LG전자가 새 천년에 큰 기대감을 갖는 것도 이러한 이유 때문이다.

디지털시대는 한마디로 변화의 시대이다. LG전자는 변화에 대한 적응력을 높이고 시대를 선도할 수 있도록 올해부터는 <Digital LG>를 향한 털바꿈활동을 본격적으로 실천해나갈 것이다. 그리하여 이 시대의 진정한 <Digital Leader>로 한발 더 다가서게 될 것이다. 그러한 계획들이 하나하나 실천돼서 열매를 맺는 ‘멋진 2000년’이 되기를 기대해 본다.

선진 경영시스템을 구축하자



현대전자산업(주)
김영환 사장

외환위기를 거치면서 우리나라 기업들은 우리의 경영시스템이 외부 충격에 얼마나 취약한가를 새삼 느꼈을 것이다.

한 순간에 대기업의 해외 차입이 막히고 자금 유동성을 확보하지 못한 중소기업들이 흑자도산하는 사태가 속출하는 것을 무수히 목격했기 때문이다.

IMF이후 우리 전자업계도 생존을 위해 핵심역량 위주의 사업 구조 개편 및 재무구조 개선 등의 구조조정을 꾸준히 추진해 왔는바, 이러한 노력의 결과 우리 나라 전자 산업의 대외 경쟁력이 되살아 나고 기업들의 대외 신인도도 상당 수준 회복되고 있어 대단히 고무적인 일이라 아니할 수 없다.

그러나 우리가 이러한 단기간의 성과에 안주해서는 앞으로 다가올 새로운 변화의 시대에 적응 할 수 없을 뿐만 아니라 영속적인 기업의 생존을 기약할 수도 없을 것이다.

비록 외부 충격으로 인해 시작된 기업 구조 조정이었지만 이러한 경영 시스템의 선진화 작업은 앞으로도 지속되어야 하겠기에 우리 전자 업계가 금년에 중점적으로 추진해야 할 경영전략 과제 몇 가지를 제시하고자 한다.

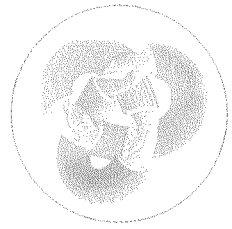
첫째, 핵심사업 위주의 고효율 경영체제를 확립하자.

회사가 보유한 강점 사업 분야에 자원을 집중시켜 해당 사업의 경쟁력을 강화함으로써 자원 활용의 효율성을 증대시켜 수익성을 확보하도록 해야 할 것이다.

그러기 위해서는 비핵심 업무는 과감하게 외주를 추진하거나 전략적 제휴를 통한 외부조달이 필요하다고 생각된다.

둘째, 글로벌 스탠더드의 조기정착을 통해 기업경영의 투명성을 제고하자.

이를 위해서는 소유와 경영의 분리를 통한 기업의 지배구조를



개선하고 재무제표에 대한 투명성을 확보하여 경영결과를 투자자 및 주주가 신뢰할 수 있도록 해야 할 것이다.

셋째, 재무 역량을 비축하자.

지난해까지의 재무구조 개선으로 우리 기업의 부채 비율이 많이 개선되었다고는 하지만 아직도 선진국에 비해 부채 비율이나 차입금 의존도가 여전히 높은 것이 사실이다.

수익성 및 현금흐름 위주의 경영을 통해 기업들의 재무구조를 지속적으로 개선할 수 있도록 해야 할 것이다.

넷째, 유연한 조직구조 및 인사관리 시스템을 구축하자.

환경 변화에 대한 적응력 제고를 위해서는 수평적인 조직 및 네트워크형 조직을 구축해야 할 것이며 능력주의 보상체계의 확립을 통해 구성원의 능력 발휘를 극대화 해야 할 것이다.

다섯째, 21세기 지식 경영 시대를 준비하자.

21세기는 20세기의 '자본'을 대체하여 '지식'이 가장 중요한 경영자원이 될 것이며 이를 바탕으로만이 핵심역량과 부가가치가 창출될 수 있을 것이다.

따라서 '지식'이 회사가 창출하는 제품의 가치에 반영되어 부가가치를 높일 수 있도록 모든 업무 프로세스를 재구축해야 하며 지식경영의 도입을 통해 새로운 형태의 미래 가치를 지속적으로 창출 할 수 있도록 대비해야 할 것이다.

이상과 같은 선진 경영 시스템을 구축함으로써 우리 전자 업계는 다가올 21세기의 환경 변화를 위기가 아닌 새로운 도약의 기회로 삼아 스스로 21세기의 변화의 주체가 되어 우리나라 산업을 이끌어 갈 수 있으리라 확신한다.

