

‘창조하기 위해 늘 변화 시도’
‘녹색성장 추구하는 글로벌 전력 IT기업’ Vision 선포
전도봉 한전KDN(주) 사장



PROFILE

■ 학 력

- 1962 경남고등학교
- 1966 연세대학교 정치외교학과
- 1996 ~ 1998 해병대 제22대 사령관
- 1998 ~ 2003 국방부 전력증강 연구위원
- 1998 ~ 현재 아·태 정책연구원 상임이사
- 1998 ~ 현재 극동방송 아세아 방송 운영위원
- 2009 ~ 현재 대한전기협회 이사

“변화하는 자만이 창조할 수 있다.” 라는, 말을 가장 좋아한다는 한전KDN(주)의 최고 수장 전도봉 사장. 국내전력 IT분야의 독보적인 위치를 더욱 확고히 해 나가는 한편, ‘해외사업’을 통한 신 성장동력에도 박차를 가하고 있다. 조만간 인도와의 1천억 원 계약체결이 예정되어 있는 등 그 동안의 성과에 결코 만족하지 않겠다는 도전적인 경영전략을 과시하고 있다. ‘핵심역량 강화, 창조적이고 열린 조직문화 구축’을 통해 고객에게 진하게 체감되는 감동서비스를 드리겠다고 다짐하는 전도봉 사장이다.

❖ CEO로서 경영방침과 재임기간 동안 달성하고자 하는 최종미션은 무엇입니까?

KDN은 기술회사이므로 ‘전력기술 개발에 집중’ 하는 것이 우선입니다. 통신, 전산분야 기술보다도 전기업계에서 일하고 있으므로 전력기술을 더 많이 알고자 해야 합니다. 그래야 IT기술도 빛을 볼 수 있는 생각입니다.

우물 안 개구리와 같은 국내사업 중심의 비즈니스 구조도 ‘사업의 글로벌화’로 바뀌어야 합니다. 지난 1년 반 동안 글로벌화에 역점을 두고 온 만큼 인도 등 아시아, 아프리카 시장에서 성과가 나오고 있습니다. 쉽지 않은 사업이라는 점을 잘 알고 있기 때문에 재촉은 하지 않지만 하나하나 꼼꼼하게 챙기고 있습니다.

고객에게 ‘감동 서비스 실현’ 하는 것도 매우 중요한 일입니다. 고객이 있어야 KDN도 있고 충성고객으로 모시려면 고객이 감동할 수밖에 없는 서비스를 제공하는 것이 무엇보다도 중요하다고 봅니다. KDN과 협력해서 KDN의 파트너로서 손해를 본 것이 아니라 득을 보고 더 나은 기업, 더 나은 세계로 나아갈 수 있는 발판이 되었다는 고객이 있게 하는 서비스가 바로 감동서비스입니다. 한전, 발전회사 등 전통적인 의미에서의 고객뿐만 아니라 KDN의 협력사도 비즈니스 파트너로서 고객에 포함됩니다. 전기요금 청구서를 KDN이 맡아서 발행하고 있는데, 이런 의미에서는 국민 모두가 고객입니다. 결국 모든 국민에게 감동 서비스를 제공해야 한다는 마인드를 가지고 있습니다.



또한 ‘도전적 문화 창조’가 필요합니다. 공기업이다 보니 여러 가지 규제와 제약이 많기 때문에 현실에 안주하는 경향이 있습니다. 새로운 방식을 시도하고 새로운 기술을 접목하며 새로운 사업도 개발해야 합니다. 전형적인 공기업 스타일의 복장, 태

도를 도전적이고 진취적인 생각과 행동으로 바꾸는 것도 포함됩니다.

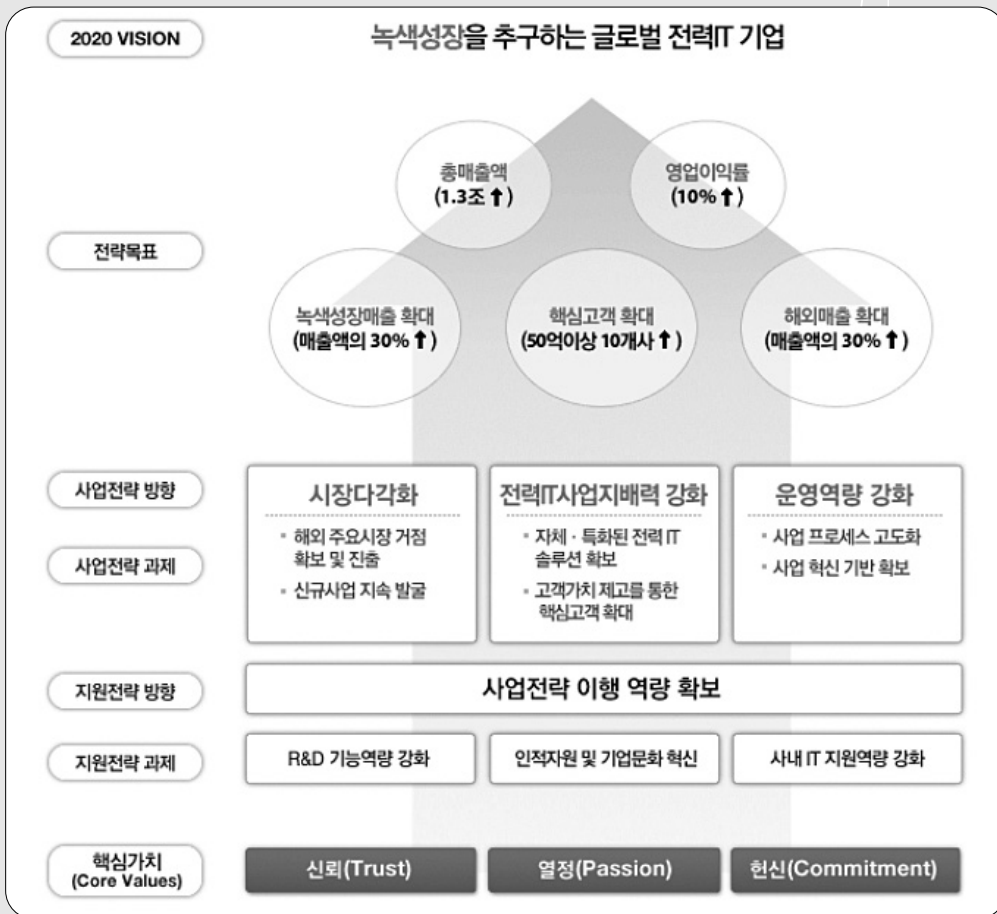
마지막으로 ‘멀티형 인재 육성’을 강조하고 있습니다. 급변하는 경영환경에 적응하고 생존하려면 여러분야를 잘 알고 문제를 해결하는 직원들이 필요합니다. 어제의 첨단 기술이 오늘은 이미 쓸모없는 과거의 기술이 되어 버리는 일이 허다하니까요. Moving하는 조직, Mobility를 높이기 위해서는 폭넓게 알면서도 2~3개의 전문 기술을 가진 H형, II(파이)형 인재가 필요하며, 이러한 멀티형 인재를 육성하도록 교육훈련체계를 이미 바꾸었습니다.

저는 재임기간 중 전력IT가 전력산업의 한 분야로서 당당히 인정받을 수 있도록 하고, KDN이 전력IT로써 글로벌 진출의 문을 활짝 열고자 합니다. 저 뿐만 아니라 직원들도 글로벌 전력IT기업이 꿈이자 이루고자 하는 목표이기 때문에 '꿈은 반드시 이루어진다'는 말처럼 반드시 달성된다고 믿고 있습니다. 퇴임 후에도 스마트 그리드와 전력산업 발전에 기여한 인물로 기억되면 더욱 좋겠지요.

❖ 한전KDN의 중장기 비전과 현안

지난해 11월 '녹색성장을 추구하는 글로벌 전력IT기업'을 2020년 비전으로 발표한 바 있습니다. 녹색IT사업을 최우선으로 추구하고 관련기술을 지속적으로 개발하여 궁극적으로 고객의 녹색성장에 이바지하겠다는 것입니다. 또한 정체기에 접어들고 있는 국내 전력시장과 IT서비스 시장의 한계를 극복하고자 해외 전력IT시장으로 진출하여 수익원을 다변화하고자 합니다.

이러한 비전을 실현하기 위해서는 전력IT사업 지배력 강화에 적합한 경영전략을 선택하고 적절한 자원을 확



보 배분하는 것이 중요합니다. 관리혁신을 통해 서비스 품질을 획기적으로 높이는 노력과 함께 창조적이고 열린 조직문화를 만들어가는 것이 지금으로서는 가장 필요하다는 생각입니다.

❖ 한전KDN의 핵심역량과 대표적인 성과

전기를 알고 IT도 안다는 것, 이것이 융합시대의 핵심 역량입니다. 예를 들면 발송배전 기술사인데 IT전문가이기도 한 직원들이 있다는 것이 다른 회사와 차별화되는 경쟁력입니다. 조직적인 측면에서는 IT사업을 잘 하는 조직이지만 전기에 대한 경험이 많은 조직이기도 하다는 것이 큰 장점입니다.

이러한 핵심역량으로 배전자동화사업을 통한 정전시간 단축 등 우리나라 전력산업의 선진화에 크게 기여했는데, 미래가 더 밝습니다. 오래전부터 스마트그리드 제품을 준비해왔고 지금도 중요한 역할을 하고 있기 때문에 더 큰 성과가 예상되고 있습니다..



❖ 스마트 그리드 분야에서 한전KDN의 역할

제주 스마트 그리드 실증단지 구축 참여기업 중 KDN만이 유일하게 5대 분야 모두 참여하고 있습니다. 모든 분야에 대한 제품과 서비스역량을 가지고 있으며, 전체적으로 조율할 수 있는 능력이 있기 때문입니다.

KDN은 20년 가까이 전기와 IT를 동시에 다루어 온 유일한 회사이고, 2005년부터 국가적으로 추진해온 전력IT 과제를 많이 수행하여 기술력이 축적되었음을 감안하면 당연하다고 할 수 있습니다. 앞으로도 혁신적인 스마트 그리드 제품과 서비스를 개발하여 국내뿐만 아니라 해외에도 공급하여 '전력IT' 하면 세상사람 모두가 "아! KDN"하고 외치도록 만들겠습니다.

❖ 한전KDN의 신성장동력 사업

해외사업 조직을 강화한 결과 곧 인도에서 1천억원 이상의 계약이 체결됩니다. 사우디아라비아, 필리핀, 튀니지, 캄보디아, 중국 등지에서도 KDN의 기술력과 제품을 높이 평가하고 있기 때문에 계속 승전보를 기대하고 있습니다.

전력계통 중 송변전분야는 ICT와 융합하는 성장기 시장이기 때문에 집중적으로 투자를 하고 있으며, 스마트그리드 중 Smart Consumer분야를 유심히 살펴보고 있습니다. 10년 후에는 스마트그리드, 이산화탄소 배출관련 및 대수용가 에너지효율 향상 사업 등 녹색성장사업에서만 1조원 이상의 매출을 기록할 것입니다.

❖ 한전KDN 조직문화에 대한 CEO로서의 입장과 외부 시각에 대한 견해

지난 1년 반 동안 ‘부잣집 맡아들 같다’고 직원들에게 말했습니다. 많은 노력을 하지 않아도 기본적인 수익이 가능한 사업구조이기 때문에 직원들의 근성과 추진력이 부족하다는 뜻입니다. 뿌리깊은 세로형 조직문화도 가로형 즉 수평형 조직문화로 바꾸어가야 합니다.

반면, 직원 대부분이 순수하고 정직하고 성실한 점은 큰 강점입니다. 비즈니스도 전쟁인데, 전쟁터에서 순수하고 성실한 심성을 가진 군인이 최고이듯이, 이런 직원들이 많다는 것은 KDN이 글로벌 전선에 승리를 보장할 수 있는 기본바탕을 갖춘 것으로 판단하고 있습니다.

협력사나 외부 인사들이 저에게 ‘KDN은 권위주의적이어서 새로 진입하기가 어렵다’는 이야기를 하더군요. 각자의 이해관계나 관점에서 말하는 것일 수도 있지만 일리가 있다고 생각하고 항상 직원들에게 ‘상생협력’ 해야 한다고 강조하고 있습니다.



❖ 전기인들에게 당부하고 싶은 말씀

KDN은 지난해에 전기협회 이사사로 선임되었는데, 협회가입한지 16년만입니다. 회사규모나 전력IT 전문회사로서 역할을 고려할 때 늦은 감이 없지 않지만, 전기업계 발전을 위해 큰 역할을 맡은 것이라 생각하고 열심히 뛰겠습니다. 스마트그리드는 KDN 혼자만의 힘으로는 잘 할 수 없다는 점을 알고 있기 때문에 역량있는 전기인들과 함께 하고자 합니다. KDN이 먼저 상생협력의 정신으로 찾아갈테니 반갑게 맞이해주시면 고맙겠습니다.

❖ 좌우명이나 인생철학

‘변화하는 자만이 창조할 수 있다’라는 말을 가장 좋아합니다. 창조는 병아리가 알에서 드넓은 세상으로 나오기 위해 온 힘을 다해 껍질을 찢는 것부터 기업이 제품을 생산하는 일까지 광범위하게 적용되는 개념입니다. ‘없는 것(無)에서 있는 것(有)’을 만드는 창조는 바로 변화에서 시작합니다. 걸을 때 먼저 내미는 발이 오른발 일 때, 그 발을 왼발로 바꾸는 그 처음 시도가 변화입니다. 그 처음이 중요합니다. 행동의 변화는 생각의 변화를 가져오고 생각의 변화는 창조를 가져옵니다. KEA