

동탄이 보이는 자리! 안성이 감탄한 자리!

석정동 신원아침도시



아침도시



113.40m²A (78세대) | 113.00m²B (226세대) | 113.64m²C (234세대) | 155.52m² (76세대) | 총 614세대

* 113.40m² / 155.52m² 는 공급면적으로 과거 34평형 / 47평형에 해당됩니다.

세계 초우량 기업을 향해가는 원익그룹, 원익인이 함께하는 사보

원익

WONIK QUARTER

2007
가을호
vol.12



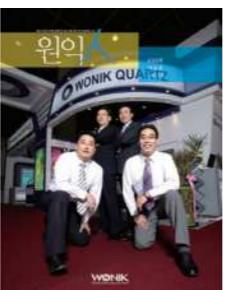


선뜻 부는 찬비람이 온몸을 스쳐간다.
한 줄기 바람이 낙엽 한잎을, 어린 시절의 추억 한 움큼을 쥐어준다.

마을 여기 저기 오래된 감나무에 달린 감들은 아이들을 유혹하고….
붉게 물든 단풍은 아이들을 산으로 산으로 이끌고….

더없이 화려한 가을 숲, 수북한 낙엽 위를 텁굴던 날들이 있었다.
세상부러운 것이 없던 그런 시절, 그런 계절이 있었다.

그 뚜렷한 기억들, 꺼내어 펼치면 낡은 동화책 이야기인 듯 멀다.
그 가을날의 추억이 붉고, 누런 낙엽이 되어 바람결에 거리를 텁군다.
삶이 바쁘기만 한 이들의 발길을 멈추게 하려 손짓한다.



Cover Story

지난 9월 18일부터 20일까지 서울 삼성동 코엑스에서 열린 국내 최대 규모의 반도체 및 디스플레이 분야의 국제 전시회 'i-SEDEX 2007'에 원익그룹의 (주)원익큐artz, (주)원익마트리얼즈, (주)아이피에스, (주)이도 4개사의 4개부스가 입점, 참여하여 각 회사 임직원들은 열성적으로 각사의 제품 홍보 활동을 펼쳤다.

원익그룹 사보 | 원익사 2007년 가을호

통권 12호 | 발행일 · 2007년 10월 | 발행인 · 임창빈 | 발행처 · 원익그룹
주소 · 서울특별시 서초구 서초동 1445-3 국제전자센터 23층
기획 · 기획조정실 (02-3465-1410) | 편집 · 매직먼틴 (02-325-7916)

Contents

- 4 Cover Story** + i-SEDEX 2007 원익그룹 4개사 참여
- 6 Wonik News** + 원익그룹 계열사 주요 소식
- 8 Special Edition** + 미래를 이끌 핵심 인재 ① 핵심 인재, 명품 인재로 거듭나기
- 10 Special Edition** + 미래를 이끌 핵심 인재 ② 원익그룹의 핵심 인재 육성 교육
- 12 Power of Wonik Technique** + 원익의 중국 사업장 현장 보고
- 14 Wonik's Today** + 신원종합개발석정동 '아침도시' 현장
- 16 Wonik News** + 원익그룹 계열사 단신
- 19 Discovery of Baduk** + 제3기 원익배 십단전 본선
- 20 Self Innovation Note** + 조직의 목표 달성을 위한 팀워크
- 22 World Company Search** + 캐나다 옵텍사
- 24 Scene of Welfare Service** + (주)이토한미음봉사단의 '천사의 집' 봉사 활동
- 26 Photo Festival** + 원익인의 여름휴가 사진 공모
- 28 Economic Report** + 코리안 풋
- 30 Book** + 책이 있는 가을 풍경
- 31 From the CEO** + (주)원익큐artz 최홍석 대표이사

국내외 전문가들이 인정한 원익의 반도체 관련 기술이 한자리에



국내외 반도체 기술의 현주소를 한눈에 확인할 수 있는 '2007 국제반도체디스플레이대전(i-SEDEX : international Semi-conductor&Display Exhibition)'이 지난 9월 18일부터 20일까지 서울 삼성동 코엑스 태평양관에서 열렸다. 산업자원부와 과학기술부가 주최하고 한국반도체산업협회(KISIA), 한국반도체연구조합(COSAR), 대한무역투자진흥공사(KOTRA)가 주관하여 올해 아홉 번째로 개최된 i-SEDEX 2007은 산학연이 함께하는 국내 최대 규모의 반도체 및 디스플레이 분야의 국제 전시회로 꼽힌다.

해를 거듭할수록 전시 규모가 증가하고 있는 'i-SEDEX', 올해에는 국내외 250개 업체가 총 600개 흥보 부스를 설치하여 첨단 메모리와 비메모리 제품들을 대거 전시, 반도체 강국의 위상을 과시했으며 3일간 총 2만여 명의 관람객을 불러들였다. 올해 전시회에 원익그룹에서는 (주)원익큐즈, (주)원익머트리얼즈, (주)아이피에스, (주)아토 4개사가 참여하여 제품 전시 및 홍보 활동을 펼쳤다.

이번 전시회는 첫날 산업자원부 차관을 비롯하여 원익그룹 이용한 회장 등 업계와 정부의 주요 인사들이 참가한 테이프 커팅으로 시작되었으며, 이들은 주요 부스를 순회, 방문하며 첨단 기술 및 장비들을 봄소 시연해보기도 했다. 특히, 전시 기간 중 실시된 제3회 대한민국반도체기술대상에서 산업자원부장관상('리츠웨어 글로벌 마켓쉐어 2위')을 표창한 (주)원익큐즈와 반도체 장비·재료 성능평가랩 사업 참여 기업으로 선정된



(주)아이피에스가 주목을 받았다.

19일과 20일은 전시와 함께 반도체 장비 및 기술 동향 세미나, 기술 교류 워크숍 등이 진행되었으며 반도체 우수기업들의 채용 설명회가 개최되어 예비 취업자들의 큰 호응을 얻었다. 또 해외 유망 바이어와 국내 업체들 간의 수출 상담도 현장에서 이루어져 규모나 내실 면에서 반도체 관련 대표적인 전시회임을 입증했다.

원익그룹의 4개사는 총 4개 부스에 입점했으며, 전시 기간 내내 각사 대표이사와 직원들은 자리를 지키며 각사의 전문 기술력과 제품 홍보에 전력을 기울였다.

특히 세계 3대 퀼츠 웨어(Quartz Ware) 공급업체로 세계적인 기술력을 보유한 (주)원익큐즈는 Assembly, Miniature(5G), RING BOAT, Water Carrier 300mm 등 반도체 웨이퍼 및 TFT-LCD 생산에 필수적으로 소요되는 핵심 퀼츠 웨어와 세라믹 제품들을 전시하여 반도체 관련 전공학생들의 열정적인 관심을 모았다.

종합 반도체 및 LCD 장비 산업의 중심 (주)아이피에스는 최근에 연구개발을 완료하여 곧 시판할 계획인 반도체 장비의 새로운 모델 '블루테인(Bluetain)'을 선보임으로써 각계의 주목을 받았다. 이번 전시회와 더불어 정부의 주요 지원 프로그램 가운데 하나인 반도체 장비·재료 성능평가랩 사업 참여 기업에 선정되기도 했으며 (주)원익큐즈와 함께 산업자원부장관상을 표창했다.

그리고, 반도체 및 LCD 제조 공정에 필수 요소인 고순도 / 특수ガ스 제조 공급의 세계적인 메이커 (주)원익머트리얼즈와 반도체 장비업체인 (주)아토가 가스 캐비넷, 가스 퓨리파이어 등 각사의 제품과 생산 현황들을 개시, 설명하며 최고의 홍보마케팅 활동을 펼쳤다. ●



() ...

싱아오 MDT사 유방암 진단장비 독점 판매계약 체결

(주)원익은 지난 7월 10일 중국의 싱아오(XinAo) MDT사와 유방암 진단 장비인 OPTIMUS 독점 판매계약을 XinAo그룹 본사에서 체결하였다.

XinAo MDT사의 유방암 진단장비는 기존의 X선을 이용한 유방암 진단장비와는 달리 세계 최초로 초음파 및 적외선을 이용하여 진단하는 장비로써 유방암 진단에 매우 우수한 임상결과를 갖고 있다. 싱하오 MDT사는 중국의 XinAo그룹과 미국의 Multi-Dimension Technology그룹이 투자하여 설립한 의료기기 전문 벤처회사이며, 현재 미국의 하버드대학교와 중국 청화대와 협력하여 R&D를 진행하고 있는 high-tech 회사로 알려져 있다.

(주)원익은 본계약 체결에 따라 2007년 말까지 국내 인증 취득 후 본격 시판에 들어간다는 계획이다. 기존 유방암 진단장비 시장 규모는 300억으로 추정되며, 금번 임진단 장비 판매사업 강화를 통해 수익의 안정화를 기대하고 있다.

() ...

**대만 원익석영주식회사로부터 감사패 전달**

지난달(주)원익워크스(주) 대만 원익석영주식회사의 임직원들이 (주)원익워크스 최홍석 대표이사에게 감사패를 전달하였다. 대만 원익석영주식회사는 창립 10주년을 즈음하여 “오늘날 우리 대만원익석영이 발전하기까지 믿어주고 그 터전을 마련해 준 공이 크다.”라고 고마움을 표시하며 감사패를 전달했다.

대만 원익석영주식회사는 1996년 설립하여 2001년도까지 적자였지만 자속적인 기술개발과 연구로 품질을 향상시키고 생산 능력을 증대시키는데 주력하여 2002년도부터 흑자로 접어들었고 대만반도체 산업 발전에 기여함과 더불어 작년엔 매출이 143억으로 급성장하였다. 자속적인 기술개발과 시설투자, 인력투자로 인하여 생산 능력을 향상시키고 직원들의 애사심과 사기를 높여줌으로써 2007년 상반기는 전년대비 51%의 높은 성장을 기록하는 매출 실적을 달성하였다.

이번 성과는 대만 원익석영이 설립 초기의 어려웠던 고난과 역경을 이겨내고, 꼭 최고의 제품을 만들어내겠다는 확고한 신념 아래 직원들과 일심동체로 이루어낸 것이기에 시사하는 바가 더욱 크다고 할 수 있다.

() ...

**‘벤처 1000억 클럽’ 가입**

중소기업청(청장 이현재)과 벤처기업협회(회장 백종진)은 6월 13일(수) 11시 코엑스 인터컨티넨탈호텔에서 매출액 1000억 원 이상의 중견 벤처기업이 함께하는 ‘벤처 1000억 클럽’ 가림식 행사를 개최했다.

금번 3회째를 맞이하는 벤처 1000억 클럽 가림식은 벤처기업이 우리 경제 발전의 핵심 성장 동력이라는 것을 널리 알리고, 중견 벤처기업 간 네트워크 구축을 통해 상호 경영전략을 공유하고, 성공 신화를 후발 벤처기업들에게 확산하는데 목적이 있다.

(주)이토는 2006년 연간 매출액 1,169억 원으로 당당하게 102개 회원사 중 하나로 벤처 1000억 클럽에 입성하여 중견 벤처기업으로서의 입지를 확고히 하였다. 이날 행사에는 당시 장호승 부회장이 참석하여 다른 회원사들과 함께 1000억 클럽 가입의 기쁨을 나누었다.

세계 최초로 티박스 MKV포맷 재생 펌웨어 발표

디비코(주)는 17일 동영상 플레이어에서는 세계 최초로 MKV포맷 형식의 동영상을 재생할 수 있도록 해주는 펌웨어 베타버전을 발표했다.

러시아 전통 인형인 ‘Matroska’에 ‘Video’를 붙여 만든 이니셜명인 MKV(확장자 .mkv)포맷은 GNU기반의 오픈 소스로 구성되어 있으며, 어떠한 암축 데이터도 MKV에 포함될 수 있다. MKV 포맷의 장점은 하나의 영상과 음성파일만을 담고, 자막은 별도의 파일로 존재하거나, 영상 위에 덮은 상태로 지원되었던 AVI 등 기존의 영상 포맷들과는 달리, 화질 저하 현상 없이 다양한 영상과 음성파일을 동시에 포함할 뿐 아니라, 지금까지 한데 묶어 하나의 파일로 만들 수 있다.

또한, DVD의 챕터 기능을 지원하여 기존 AVI포맷처럼 앞 뒤로 내용을 일일이 돌리며 필요한 내용을 불편하게 이동하지 않고 원하는 장면을 간편하게 이동할 수 있다.

위와 같은 MKV포맷의 장점으로 최근 고화질 동영상 파일들이 AVI 포맷을 대체하여 사용되고 있으며, 최신 고화질 압축 코덱인 H.264를 사용한 대부분의 영상들이 MKV포맷 형식을 지원하여 HD급 동영상의 표준으로 급속히 자리잡고 있다.

이에 따라 최근에 나온 HD급 동영상들이 대부분 MKV형식으로, 이를 제대로 지원하는 플레이어는 PC밖에 없어 고화질 사용자들이 많은 불편을 겪었으나, 이번 디비코의 노력으로 동영상 플레이어에서도 지원 가능하게 되었다.

H.264를 지원한 최신티박스 제품인 ‘HDM-4100SH’, ‘HDM-5100SH’의 사용자들과 ‘M-5000U’에서 칩셋 업그레이드를 한 사용자들은 이번 펌웨어 업그레이드로, 그동안 지원하지 못했던 MKV포맷 형식의 영상들을 마음껏 즐길 수 있다. MKV포맷 지원 펌웨어 베타버전은 티박스 웹사이트(www.tivx.co.kr)에서 다운로드가 가능하다.

이번 MKV포맷 지원을 통해 최고의 기술력 업체라 평가받는 디비코의 인지도 더욱 두터워질 것으로 예측되며, 미국, 유럽 등 20여 개국에 수출중인 티박스 제품들의 강력한 경쟁 무기가 될 것으로 보인다.

이번 MKV포맷 펌웨어 발표에 대해 디비코의 이혁 대표는 “MKV포맷 지원은 동영상 플레이어 업계에서 획기적인 사건으로, 최신 포맷과 고화질을 추구하는 모든 이에게 낭보이며, 앞으로도 끊임없는 기술 개발을 통해 고객만족을 위한 최선을 다하겠다.”고 밝혔다.

*GNU: 무료 소프트웨어 재단(FSF)에서 개발하여 복사, 수정 및 재배포가 가능하도록 무료로 배포하고 있는 유닉스 운영 체계 호환 컴퓨터 프로그램의 총칭.



글로벌 기업의 최대 경쟁력은 핵심 인재다!

과거에는 만 명이 한 명을 먹여 살렸다면 이제는 한 명이 만 명을 먹여 살리는 시대로 변화하고 있다. 개인이라는 1명의 존재가 그가 속한 기업과 산업에 미치는 긍정적 영향이 대단히 많은 분야에서 이미 증명되고 있다.

그리고 기업 경쟁력의 핵심은 기술, 브랜드에서 인재로 바뀌고 있다. 핵심 인재를 선별하기 위해 기업 사내에서는 인재 전쟁이 일어나고 있다. 기업, 국가를 넘어서 지구촌 전체가 벌이는 전쟁이라 고 해도 과언이 아니다. 핵심 인재의 경쟁력이 바로 회사의 경쟁력이며, 핵심 인재의 글로벌 역량이 회사의 글로벌 역량인 시대가 되었다.

○ 반적으로 핵심 인재는 전문성, 지적 역량 등과 함께 조직 충성심, 도덕성, 인간적 매력을 중시한다. 또한, 전략적 통찰력과 추진력을 강조함으로써 미래 수익의 원천을 개척할 수 있는 인재를 우선한다. 이것이 전세계적인 핵심 인재상으로 정착되어 가고 있다.

‘포춘’이 선정한 ‘세계에서 가장 존경받는 기업’에서 수년째 1위를 차지한 기업, GE, 이 기업의 경쟁력은 바로 핵심 인재에 있다고 한다.

‘포춘’은 ‘현재 많은 기업들이 자속적으로 새로운 경영 아이디어를 만들어내고 이를 실천에 옮기는 GE의 방식을 따르고 있다.’고 평가했다. GE는 100년이 넘는 미국의 기업 역사 속에서 지금까지 ‘유일하게 살아남은 기업’이기 때문이다. 그런 GE가 가진 가장 강력한 경쟁력을 전문가들은 바로 GE만의 특별한 ‘핵심 인재 양성 시스템’에서 찾는다. 역량 있는 인재를 발굴, 양성, 관리하여 기업의 핵심 인재로 만드는 핵심 인재 양성 시스템은 GE가 글로벌 CEO를 가장 많이 배출하게 한 원동력으로 작용해왔다.

GE에서는 리더의 역량으로 열정과 에너지, 과감한 실천력, 불화실한 상황에 능동적으로 대처할 수 있는 결단력 등을 요구하고 있다. 1980년대 후반부터 인재 경영 패러다임의 혁신을 추진하면서

과거의 정교한 계획, 조직 중심, 통합과 성과관리의 초점에서 1990년대부터는 열정과 에너지, 과감한 실천력, 결단력 등을 핵심 인재의 요건으로 정했다.

GE는 핵심 인재의 초기 발견, 육성 코스를 마련해 실시하고 이를 통해 매년 하위 10%를 도태시키고 상위 20%의 우수 인력을 중점 관리하는 시스템을 갖췄다. 또 도덕성과 가치관은 충실히지만 성과는 낮은 인재의 경우 업무를 재배치해 재도전의 기회를 부여한다. 이러한 구체적인 인사 관리를 통해 조직에 활기를 불어넣고 있다. 개인의 역량 개발을 통한 조직 전체의 수준 향상을 이뤄내는 것이 GE의 핵심적 인재 경영 전략이다.

그리고 GE가 사랑하는 인재 양성에는 크로튼빌 연수원으로 상징되는 리더십 센터가 있다. 이 연수원에서 교육되는 과정 중 리더십에 초점을 둔 과정은 경영자 대상, 임원급 대상, 중간 관리자 대상으로 나뉘어 있다. 이 과정들은 각 직책별로 리더로서 가능성이 인정된 인력들이 대상이 되어 연수원에 입소한다. 입소 자체만으로도 탁월한 역량을 ‘인정받은 것’이다. 대부분의 기업들이 일정 직급이 되면 일괄적으로 교육을 받는 것과는 다른 개념이다.

해외 선진 기업은 물론 삼성을 비롯한 국내 기업들도 이미 몇 해 전부터 핵심 인재에 대한 중요성을 인식하고 투자에 큰 힘을 쏟고 있지만 그에 대한 투자 비중을 더욱 늘려야 한다는 관련 전문가들의 지적은 계속되고 있다.

인재에 대한 중요성이 사회 전반에서 크게 강조되면서 최근에는 기업 차원의 핵심 인재뿐 아니라 개인의 차원에서도 자기 혁신, 자기 발전에 더욱 투자해야 한다는 뜻에서 명품 인재라는 말이 나오기도 한다.

얼마 전 ‘LG경제연구원’에서 내놓았던 보고서에서도 인재의 중요성을 명품 인재의 차원에서 풀어냈다. 이 보고서에서는 명품 브랜드의 제품이 뛰어난 품질로 소비자들의 신뢰를 얻고 소비자들의 생활 가치 향상에 기여하는 것과 같이 명품 인재도 자신의 퍼스널 브랜드를 기반으로 기업의 요구에 부합하는 능력을 발휘해서 기업의 성과 창출에 크게 기여한다고 말했다.

미국의 경제 전문지 ‘INC’에서도 ‘21세기는 개인 브랜드가 상품 브랜드처럼 개별 가치로 평가 받는 시대가 될 것’이라며 이제 어떤 일에 종사하는 ‘개인의 브랜드 가치’가 곧바로 ‘개인의 경쟁력’이 되는 시대가 올 것이다 예측하였다.

그리고 ‘LG경제연구원’의 보고서에서는 효과적인 퍼스널 브랜드 구축으로 명품 인재가 될 수 있는 몇 가지 방법을 예로 들었다.

첫째, 강점을 활용해 나만의 색깔을 찾아라. 자신의 부족한 부분을 개선하기보다는 강점이 있는 특정 부분에 두각을 나타내어 자기만의 색깔을 가지는 것이 퍼스널 브랜드를 구축하는데 유리하다. 둘째, 믿음을 가지고 마음에 씨앗을 뿌려라. 목표가 설정되면 실천에 앞서 이를 내재화하는 것이 중요하다. 자신의 믿음에 따라 주변 상황과 개인의 행동이 바뀔 수 있다. 이는 실험을 통해서도 증명된 바 있다. 50%의 환자들에게는 진짜 감기약을 투여하고, 나머지 50%의 환자들에게는 밀가루로 만든 가짜 감기약을 투여했는데 그 결과, 두 집단의 감기 치료 효과가 비슷하게 나타났다고 한다.

셋째, 적극적으로 나를 홍보하라. 퍼스널 브랜드가 성공적으로 구축되기 위해서는 자기 자신을 포장하고 드러내는 기술이 필요하다. 자신이 가지고 있는 재능과 역량을 사람들에게 다양한 방법으로 적극적으로 알려야 한다.

넷째, 철저한 자기 관리를 통해 브랜드의 생명력을 높여라. 자신을 단련하는 일을 게을리하면 퍼스널 브랜드를 유지할 수 없다. 정기적으로 자신이 목표로 삼고 있는 퍼스널 브랜드가 유지되고 있는지 스스로 또는 주변 사람들의 도움을 받아 평가해야 한다. 만약 자신의 전문 역량이 부족하다면 꾸준히 향상시키고 업그레이드를 해야 한다.

유철수 씨는 ‘명품인재 착통인재’라는 책에서 앞으로 더욱 거세게 몰아칠 명품 인재에 대한 시대적 요구에 준비하는 자세가 필요함을 강조하였다. 그리고 명품 인재가 되기 위해서는 ‘첫째 천부적 능력이 있다는 사실을 인식하고, 개발하겠다는 강한 결단이 필요하다. 둘째, 개발된 천부적 능력을 남다른 핵심 강점으로 특화해야 한다. 셋째, 특화된 강점을 활용하여 자기 분야에서 성과와 가치를 창출하는 인재가 돼야 한다. 넷째, 잘할 수 있고 하고 싶은 일을 먼저 하며 고도로 집중하여 황금이 나올 때까지 에너지를 쏟아 부어야 한다.’고 말하고 있다. ●

Special Edition

원익그룹, 핵심 인재 육성을 위한 교육연수 프로그램 실시!



원익그룹의 비전은 자
기 혁신, 도전 정신 및
열정을 통한 21세기 세
계 속의 초우량 기업 입
니다. 원익그룹에서는
이러한 비전의 실현을

위해 그룹 차원의 핵심 인재를 사전에 발굴, 육성하
는데 도움이 될 수 있는 교육연수 프로그램을 실시하
고자 합니다.

그룹 비전의 실현을 위해 실시하는 '핵심 인재 육성
교육 프로그램'에 모든 임직원들이 적극적으로 참여
하여 프로그램의 체계적 정착과 운영의 활성화가 이
루어지길 바랍니다. 다음 내용을 참고로, 많은 임직
원들이 본 프로그램을 통하여 그룹이 꼭 필요로 하는
핵심 인재로, 진정한 원익사'으로 거듭나기를 바랍
니다.

취지

- 원익그룹의 주요 간부사원(관리자 및 팀장급 이상)에 대한 글로벌 역량 강화.
- 핵심 인재에 대한 직무 역량 및 어학 능력 강화를 통한 차세대 리더 육성과 이를 통한 그룹 비전 실현의 가시화.

국내외 어학연수 프로그램

1) 연수 대상자

관리자 및 팀장급 이상의 핵심 간부로서, 향후 세계를 무대로 하는 회사의 성장 발전을 위하여, 국제화 과정의 어학연수가 꼭 필요하다고 인정되는 자로 각 사의 추천을 받은 인원

2) 대상자 선발

- 대표이사, 본부장, 또는 담당 임원의 추천.
- 사내 심사위(전체 임원 회의체 및 인사담당 간부로 구성) 심사 및 대표이사 결재.
- 원익 기획실 협의 및 그룹 회장의 최종 재가.

3) 교육 과정

- 대상 언어 : 영어(미국어)를 최우선하여 실시하되, 필요하다고 인정되는 경우 중국어, 일어 등의 연수 실시 가능.
- 교육 기간: 10주 이상 6개월 이내로 직무를 떠나 연수에 임함을 원칙으로 하며, 기간을 연장하는 특별한 경우에는 사전 기획실과 협의.
- 연수기관 : 국내외 명문 대학 또는 공인기관의 어학연수 과정으로 사회적 정평이 있는 교육시설 및 강사진을 보유하고 있는 어학 연수기관 중 회사 및 기획실이 적정하다고 인정되는 기관으로 정함을 원칙으로 하고, 총 6개월을 넘지 않는 범위에서 해외에서 현지연수를 실시하도록 하되, 일부 기간의 국내 연수가 필요하다고 인정되는 경우 해외 연수와 연결하여 실시.

4) 시행 시기

2007년 말까지 각사별 대상인원을 선정하여 2008년도 1사분기 중 연수를 실시할 수 있도록 권장하고, 프로그램의 정착을 위해 매년 정기적으로 실시.

국내 우수교육(MBA 등 학위파견) 프로그램

각 회사별 자율적으로 운영하고 있는 일반 직무 / 직능교육 외에 임원 또는 핵심인력에 대해 특별히 직무 능력을 한층 강화시킬 필요가 있고 자기계발 및 리더십 자질 향상을 통해 차세대 리더로서의 육성이 필요하다고 인정되는 인원에 대해 실시.

1) 연수 대상자 및 대상자 선발

2 교육 과정

- 최고경영자 / 마케팅 / MBA / CFO, CMO / HRM / 구매 등 전문과정

3) 연수기관: 예시

- 전경련 신하 'IMI 국제경영원'의 핵심인재개발 프로그램
- 삼성인력개발원 협력업체 육성 프로그램
- 국내 우수 대학의 MBA 프로그램 (야간과정)
- 기타 전문 경영컨설팅 기관의 직능 교육 프로그램 등

4) 교육 기간

- 매주 1~2회 교육에 참여하는 형태의 교육과정으로 평상시 업무수행이 차질이 없도록 할 수 있는 과정을 우선적으로 시행.
- 6개월에서 1년 정도의 기간을 원칙으로 하되, 1년 이상의 교육 필요시 기획실과 사전 협의하여 진행.



5) 시행 시기

2007년 말까지 각사별 대상인원을 선정하여 2008년도 1사분기 중 연수를 실시할 수 있도록 권장하고, 프로그램의 정착을 위해 매년 정기적으로 실시.

세계로, 미래로 뻗어가는 원익의 중국 현장 진출 성공기

(주)아토, 중국 하이닉스 우시공장에 반도체용 PE-CVD 납품 완료!



(주)아토는 2006년 12월 중국 하이닉스 우시 공장에 반도체용 PE-CVD를 납품하는 쾌거를 이룩하였다. 이는 (주)아토 PE-CVD 장비의 첫 해외 수출이자, 중국 시장 첫 진입 성공이었다. 당사는 2002년 1월 Gas Supply System \$110,000을 중국에 납품하여 중국 시장에 첫 진출하여 2007년 말까지의 Gas supply System 중국 누적 매출액이 \$17,000,000을 넘어설 예정이나, PE-CVD 장비는 그간 국내 매출에만 국한되어 있었다. 그렇기 때문에, PE-CVD 장비의 중국 진출은 당시 반도체 메인 장비의 해외 진출 및 중국 진출의 본격적인 발판을 마련한 기념비적 사건이라 할 수 있다.

2007년 Gas Supply System과 PE-CVD 장비를 포함한 (주)아토의 중국 매출액은 \$15,000,000이며, 2007년까지의 중국 누적 매출액은 \$26,500,000을 넘어설 예정이다. 현재 5~8명의 인원이 중국에 상주하며 Set-Up 및 유지보수 업무를 담당하고 있다.

(주)위닉스, 생산 품질

안정화를 위해 현지공장 성공적 교체 및 관리!

(주)위닉스는 2005년 3월, 제 2의 도약기를 맞아 시장에서 제품의 경쟁력을 갖추기 위해 좀 더 싸면서도 안정적인 품질과 물류가 이루어질 중국 현지의 생산 기지를 찾아 나서게 되

었다. 위로는 상해, 아래로는 심천, 혜주 등을 돌면서 당사의 품질 기준을 맞출 수 있는업체를 찾기 위해 분주히 움직였다.

이러한 과정에서 D사를 알게 되었고, 동업체는 국내에 본사가 있는 업체로 기반시설 및 일반 관리 업무 특히, 중국 물류 흐름상 해관 통관 진행시 모든 원자재는 중국내 유출을 방지하기 위해 수색이라는 까다로운 통관업무가 있었으며, 원활한 생산을 위해서는 원자재 수급이 중요한 관건이라 중국 현지에서 비교적 신용도가 좋은 D사를 선택하게 되었다. 다만, 동업체는 완제품 제조를 STB가 아닌 삼성의 AUDIO 완제품 및 SMPS, TRANS 등 부품 생산을 하던 업체로 당사 제품과 같은 STB는 진행해보지 않았다는 것이 걸림돌이었다.

물론 모든 여건을 갖춘 업체는 기준 국내 유수의 업체들이 진출하여 교두보를 마련하였기에 기준 업체를 뚫고 들어가는 것은 쉽지 않은 상황이었다. 당사도 시작하는 단계이고, 동업체도 시작하는 단계에서 함께 협력한다는 의미로 처음 단계부터 SET-UP을 하자고 뜻을 모아 생산을 진행하게 되었다.

STB 생산을 처음하는 업체이어서 처음엔 여러 가지 시행착오도 있었지만, 빠른 시간 안에 생산이 안정화 궤도에 진입하였다고 판단하였다. 그런데, 여러 업체가 중국에 진출을 하면서 가장 고민하고 있던 품질 관련 문제들이 시간이 흐르면서 나타났다. 남의 일에는 관여를 하지 않으려는 사고방식 때문에 생산 공정에서 걸리질 수 있는 부분을 놓친다는 것이 문제였다. 품질이라는 것은 생산자 개개인이 서로 서로 품질 체크를 함으로써 좀 더 완전한 제품이 나



올 수 있는 것인데 이런 부분이 중국 생산 제품의 질을 떨어지게 하는 가장 큰 요인이 아닌가 생각되었다.

당사에서는 2006년 10월부터 품질 문제를 해결할 수 있는, 경쟁력을 갖춘 새로운 업체를 찾기 위해 집중하였다. 그 결과 같은 지역의 K사를 발굴하였으며 동년 12월부터 생산을 시작하여 양질의 제품을 생산하는데 전력을 투구하였다. K사는 D사에 비해 일반관리 업무는 다소 부족하였지만, 시간이 지나면서 개선하여 업무 효율을 올리고 있으며, 품질은 사원들뿐 아니라 관리자와 특히, 경영자의 자세가 변하지 않고는 해결이 되지 않는다는 것에 대해 보다 높게 인지하고 있었다. K사는 D사보다 품질 개선 의지가 확고하고 특히나 문제가 되었던 시안에 대해서는 철저히 관리가 되었다.

이제는 당사 입장에서도 중국에 진출한 지가 2년이 넘어서고 있어, 안정적인 생산 업체를 빨리 찾고자 전환하여, 지금은 생산 품질의 안정화를 이룬 단계라고 볼 수 있다.

시장에서 생존하고 고객에게 한발 더 다가가기 위해서는 무엇보다도 양질의 제품을 시장에 내놓아야 하기에 사소한 것 하나에도 관심을 기울여 완벽한 제품 생산에 박차를 가할 것이다.

디비코(주), JEM을 통해 TVIX 전제품의 사급/도급 생산 병행!

디비코(주)는 그동안 연구개발 중심의 벤처기업으로 출발하였고 그런 사정으로 자체 생산시설을 가지고 있지 않아서 생산을 전문으로 하는 외주공장과의 협력을 통하여 당사 제품을 생산하였다.

날로 치열해지는 경쟁의 와중에서 동사와 경쟁

관계에 있는 동업체들은 6개월에서 1년 먼저 중국 또는 대만 등지의 외주공장에서 값싼 제품을 만들어 국내로 들여오는 상황이었다. 디비코(주) 제품들의 경우 SW 품질이 중요하였기 때문에 싼 가격의 경쟁사 제품보다 높은 품질로 가격경쟁이 판치는 내수시장에서 그 동안 1위를 달성하였지만 언제까지 그럴 수만은 없었다. 높은 품질은 계속 유지하더라도 제품 자체의 가격경쟁력도 확보해야 하는 건 당연한 일이었다.

2006년 하반기부터 동사는 중국 진출을 모색하였고, 현지 조사를 거쳐 대만기업으로서 중국에 진출하고 있던 조인순의 중국공장(전위전자제품유한공사, 이하 'JEM' ; 광동성 동관시 소재)이라는 업체와 협력 관계를 맺었다.

1993년 설립된 JEM은 Lenovo, IO DATA, SANDISK 등의 유수업체의 각종 제품들을 OEM 생산하고 있으며 70,000m²의 부지에 현재 3,000여 명의 임직원이 근무하고 있으며, 7 Assembly Line, 3 SMT Line, 3 DIP Line, 3 Repair/Test Line을 보유하고 있다.

동사는 2006년 말부터 JEM을 통하여 사급 생산을 시작하였고 2007년부터 현재까지 TVIX 전제품에 대하여 사급/도급 생산을 병행하여 진행하고 있다.

향후 동사는 또 다른 주력 제품인 PC-DTV수신카드 제품군의 경 우도 2008년 내에는 중국을 통한 외주생산을 진행하려는 계획을 갖고 있다.

아울러 글로벌 경쟁의 위협에 직면해 있는 동사는 현재의 상황에 만족하지 않고 더 높은 경쟁력 확보를 위하여 글로벌 생산을 위한 추가 생산 공장 등을 검토하고 있는 중이다. ●

취재 | 최지영 프리랜서 작가

사진 | 아임스튜디오



안성시의 새 주거 명작으로 탄생할, 석정동 신원 아침도시

경기도 안성은 30년 전 11만명에 이르던 인구가 지금에도 16만명에 그칠 만큼 외지인의 유입이 드문 도시이다. 입지나 환경 등에서 비슷한 여건임에도 그동안 이웃 평택보다 개발이 더딘 지역으로 비교되었다. 그러나 최근 이곳의 중심지, 석정동에 새로운 바람이 불고 있다. 신원종합개발(주)이 '아침도시'라는 아파트 브랜드로 주거 문화에 '신선한 새바람'을 일으키고 있다. 지난 8월 22일에 착공, 현재 부지 기초 공사가 한창 진행 중인 아침도시 공사 현장과 연일 주민들의 원래로 분주한 모델하우스 분양 현장을 찾았다.



안성시 초입에 위치한 석정동 신원 '아침도시'는 최근 개발 계획이 발표된 안성 뉴타운 택지 개발 사업의 첫수혜지로 꼽힌다. 안성 뉴타운은 석정동, 옥산동, 이양동 등 안성시 일대 398만 4000m²(120만여 평)를 아우르는 친환경 문화예술 도시로 조성될 계획이라고 한다. 2012년 까지 1만 9000여 가구가 들어서면서 5만 9200명이 생활하는 안성의 새로운 중심지로 부상할 것이라고.

석정동 아침도시는 바로 그 뉴타운에 접해 있다. 지난 9월 7일 오픈하면서, 지금도 한창 분양 중인 모델하우스에는 주말이면 3000~4000명이 방문할 정도로 '아침도시는 지금 안성의 가장 큰 화제'라고 안관희 차장(신

원종합개발(주) 영업2팀)은 설명한다.

"석정동 아침도시는 기존의 구도심과 앞으로 개발될 뉴타운 지역과 인접해 있습니다. 그래서 구도심의 편리함과 뉴타운의 개발 가능성을 공유할 수 있다는 면에서 안성 주민들이 굉장히 선호하는 입지입니다."

더욱이, 아파트 보급률 면에서 보면 안성이 경기도에서 최저 수준인 만큼 기준의 오래된 주택 거주자들이 아파트로 옮기고 싶어하는 욕구가 충만하다고 안 차장은 판단한다. 다만 실수요자들이 관망세를 유지하고 있는 지금은 부동산 시장이 전체적으로 유효 수요가 부족한 실정. 하지만, 곧 뉴타운 개발 계획이 실행에 옮겨지면서 신규 아파트에 대한 실질적인 수요가 살아날 것이고, 따라서 분양 원료에는 '이상없음'을 자신힐 한다. 그러면, 그동안 모델하우스를 살펴본 방문객들의 반응은 어떨까? '아침도시'라는 제품 자체에 대해서는 상당히 호의적이라고 한다.

'아침도시에 대한 이미지는 '신선하다'란 반응이에요. 그리고 안성만 해도 잘 알려진 브랜드 아파트들이 많이 진출한 곳이 아니라서 아침도시에 대한 인지도도 높은 편이고요."

석정동의 신원 아침도시는 총 37,197m²(1만 1000여 평)의 대지에 지하 1층~지상 20층짜리 8개동으로 설계됐으며, 113m²(구 34평형)와 155m²(구 47평형)의 중대형 614세대로 구성된다.

공사 현장 총책임자 홍영관 소장은 탁월한 입지뿐만 아니라 평형에서부터 단지 규모, 조경, 내부 마감재, 인테리어 등에서도 기존의 아파트 단지와는 차원이 다른 프리미엄급임을 자랑한다. 대표적인 특성으로는 단지의 개방감과 통풍성을 든다.

"여덟 개 동을 외곽으로 배치하고 가운데를 오픈했어요. 각 동의 필로티도 1층과 2층, 2개 층으로 설계했고요. 가운데에는 실내 골프연습장과 헬스장 등 체육 시설, 독서실, 주민 회의실 등 공동 편의시설을 배치했는데 모두 자연 환기 구조로 설계했습니다. 주차장도 80%를 지하로 배치하고 동간 거리도 다른 아파트보다 넓게 두었고요. 입구에서 단지를 바라봤을 때 전체적으로 탁 트여서 답답하지 않고 통풍 또한 우수합니다."

이처럼 외관상의 특성 외에, 석정동 아침도시는 부지 매입부터 준공까지, 다시 말해 시행과 시공을 전적을 도맡은 '완전 책임 프로젝트'라고 홍영관 소장은 강조한다.



"우리 회사로서는 하나의 상징적인 프로젝트라고 할 수 있어요. 향후 신규 사업에서도 고객과의 커뮤니케이션에서도 크게 어필할 수 있는 우리 스스로 일군 자체 사업이죠. 그만큼 책임감도, 자부심도 크죠. 모든 것이 완료된 후에 평가받는 겁니다."

부지 매입부터 구획 정리 등 매우 어렵게 출발한 사업인 만큼 회사에서도 관심이 남다르다고 한다. 아닌 게 아니라, 취재 당일에도 현장과 모델하우스를 방문하며 사업을 쟁기는 대표이사의 모습을 볼 수 있었다.

지난 8월 22일에 착공한 아침도시는 현재 터 다지기 기초 공사가 한창이다. 착공하기 전까지만 해도 대부분인 논이었던 터라 배수에 특히 공을 들이고 있다고. 이 외에는 기술적으로 특별한 어려움은 없을 것이라지만, 건설 현장 경력 25년의 노장 홍영관 소장도 앞으로 주민들과의 소통에 대해서는 더욱 신중해질 수밖에 없다고 한다.

"'안성맞춤'이라는 말이 안성 사람들에게 딱 맞췄다는 의미가 있더라구요. 지역 특성만큼 자부심이 강한 곳입니다. 본격적인 공사에 돌입하면서 주민들과의 원활한 커뮤니케이션이 큰 과제지만 잘 풀어가게 될 겁니다."

홍영관 소장은 직원들에게 회사에 대한, 그리고 아침도시에 대한 '주인 의식'을 늘 강조한다고 한다. "아파트 건설이란 남을 위해서 즉 사람들과의 편안한 생활 터전을 마련하는 일입니다. 건설도 서비스업이지요. 고객의 성향은 다양한데, 그 다양한 성향과 수준을 만족시키기 위해 합심해야죠."

그렇기 때문에 9명의 직원들도 연륜과 경험이 있는 멤버를 중심으로 하되, 연령층에서도 신구 조화가 잘 되도록 구성했다고. 건설 현장 총책임자로서, 공무나 자재, 토목, 설비 등 각 담당 업무의 주인으로서 이들 모두의 사명은 2009년 11월, 석정동 아침도시를 무사히 책임 준공하는 것이다.

가장 살고 싶은 아파트를 내 손으로 짓는다는 자부심과 강한 믿음으로 결속된 직원들, 이들이 완성할 명작, 아침도시는 입주하는 614세대 모두의 만족감으로 보상받을 것이다. ●

()

비즈니스 에티켓 매너 교육 실시

(주)원익은 지난 9월 12일부터 3일간 임직원을 대상으로 비즈니스 에티켓 매너 교육을 실시하였다. 이번 교육은 외부에서 전문 강사를 초빙하여 3개조로 나누어서 일방적인 전달식 교육이 아닌 참여식, 실습식 강의 진행으로 교육 참여자들의 이해와 집중력을 높였다. 교육 주요 내용으로는 커뮤니케이션, 시내에티켓, 전화응대 등 비즈니스에 있어서 기본이 되는 에티켓 매너 교육으로 현장에서 즉시 적용이 가능하도록 실용적으로 이루어졌다.

비즈니스 에티켓 매너 교육은 3단계 교육으로 계획되었는데 이번 교육은 1단계 교육이며, 앞으로 2단계 행동예절, 3단계 국제 비즈니스 매너 교육을 분기 단위로 실시할 예정이다. 원익은 고객감동을 위한 친절한 응대, 고객을 끌어당기는 영업스킬 향양에 많은 도움이 될 것으로 기대하고 있다.



9월 문화의 날 행사 볼링대항전 개최

(주)원익은 9월 문화의 날 행사로 9월 20일에 조별 볼링대항전을 개최하였다. 4개조 6명씩 30여명이 참가하여 조별 대항전을 가졌는데, 조 구성은 팀 구별 없이 임원, 간부, 사원, 여직원으로 구성되어 재미를 더했다.

이날 단체 우승은 4조 최종탁 이사와 5명이 차지했으며, 개인별 시상에도 최고득점상, 친스상, 행운상, 이차상, 베스트포즈상 등 다양한 상이 마련되어 참가자들로부터 높은 호응을 얻었다. 이번 문화의 날 행사는 기존에 실시한 뮤지컬, 연극, 음악회와 다른 재미를 주었다. 이날 행사를 마치고 뒤풀이로 간단한 호프타임도 진행되었는데 부서간, 직급간의 폭을 줄이는 커뮤니케이션 활성화에 좋은 기회가 되었다.



KOITA2007 주관 4/4 분기 이달의 엔지니어상 수상 (백춘금 차장)

한국산업기술진흥협회(KOITA)에서 주관하는 2007년 4/4분기 이달의(10월) 엔지니어상에 (주)아이피에스 제품개발팀 백춘금 차장이 수상의 영광을 차지하였다.

이 달의 엔지니어상은 전국의 우수한 엔지니어 중에서 한 명을 선정하여 수여하는 상으로 반도체 장비 부분에서 당시 백춘금 차장이 그 공로를 인정받아상을 수상하였다. 시상은 12월 중 개최될 예정이다.



대한민국 반도체 기술대상 산자부장관 표창 수상(서태욱 전무)

한국반도체산업협회(KSIA)에서 주관하는 제 3회 대한민국 반도체 기술대상에서 (주)아이피에스 반도체 연구소장 서태욱 전무가 산업자원부장관 표창을 수상하였다.

대한민국 반도체 기술대상은 국내 반도체 기술의 진흥과 연구 활동 장려를 위해 매년 개최되는 시상으로 반도체 기술 분야에 공헌한 연구 개발 인력에게 수여되는 상이다. 시상식은 지난 9월 18일에 개최되었다.



산업전시장 신축공사 완료

(주)아이피에스는 지난 6월 1일 산업전시관 신축공사를 시작하여 9월 말에 완공하였다. 10월부터 이용할 수 있는 산업전시관은 건축면적 770.90m², 대지면적 4,669.00m²의 규모로 아이피에스 평택 본사건물 현관 앞쪽에 위치해 있다.

(주)아이피에스 전 임직원들을 위한 문화 및 접회시설로 사용될 산업전시장 안에는 식당, 대회의실, 중회의실, 소회의실, 휴식 공간 및 운동시설이 구비되어 있다. 새로 지은 산업전시장을 통해 아이피에스 임직원들이 더욱더 활기차고 즐겁게 일할 수 있을 것으로 기대한다.



()

무재해 7배 목표달성을 기념식 개최

(주)이토는 지난 8월 27일 시화 본사에서 한국산업안전공단 경기서부 지도원장 등 관련기관장이 참석한 가운데 무재해 7배 목표달성 기념식을 개최하였다. (주)이토의 무재해운동은 2001년 3월에 시작하여 전담조직 구성, 잠재위험발굴, 부서별 무재해운동 등 활발한 활동을 추진해 무재해 2,240일을 달성했다.

장호승 부회장은 기념사에서 “제 2의 기정이리는 생각으로 래적하고 안전한 작업환경을 구축하는데 노력을 아끼지 않은 직원 한 분 한 분의 정성으로 일궈낸 무재해 7배 달성이 성과에 깊은 감사를 드린다.” 고 근로자들을 격려하면서 ‘이제까지 해왔던 것처럼, 작업전, 후 위험요인 점검 및 조치, 철저한 작업수칙 준수 등 일상화된 안전습관으로 노력한다면 무재해 10배, 20배 목표도 쉽게 달성할 수 있을 것’이라며 무재해운동 지속 추진의 의지를 다졌다.



()

현혈과 이웃돕기 캠페인 실시

(주)원익퀴즈 사회봉사단인 원익나눔회에서는 임직원들의 자발적인 참여로 '사랑의 현혈 캠페인'과 추석맞이 불우이웃돕기 를 실시하였다. 이번 현혈 캠페인은 이민규 사우돕기로 시작하여 70여 명의 임직원들이 참여하였다. 현혈에 참여한 임직원 들은 당시 시우를 위해 현혈증을 기증하고, 나머지는 백혈병 및 혈우병 환자를 위해 단체에 기증할 계획이다. 이와 함께 9월 15일에는 추석맞이 지역 독거노인 및 소년 소녀 어려운 주민 50세대를 방문하여 쌀과라면 등을 전달하며 온정을 나 누었다. 회사 관계자는 "임직원 모두가 기업의 사회적 책임을 자발적으로 실천할 수 있도록 지원할 예정"이라며 "앞으로도 매년 현혈 및 이웃돕기 캠페인을 실시할 계획"이라고 설명했다.



구미시 주최 마라톤 대회 참가

(주)원익퀴즈 마사모(마리톤을 사랑하는 모임) 동호회는 지난 9월 9일 구미시가 주최하는 '구미시 Digital 오픈 하프 마라톤대회'에 참여하여 건강을 다졌다. 이번 대회는 활기찬 젊음의 도시 구미에서 건강달리기의 저변 확대 및 체력 증진에 기여하고자 구미시가 주최한 대회로 이날 마사모 회원은 하프코스 부분과 단축코스 5km, 10km 부문에 마사모 회원 및 직원 가족 등 50여 명이 참여, 전원 완주하는 기량을 뽐냈다.

원익퀴즈 마리톤 동호회는 매년 대회 4회 이상의 대회 참여 및 사내 달리기 대회를 열어 직원들의 높은 호응을 얻고 있다. 매년 열리는 사내 달리기 대회는 직원 단합과 일체감 조성으로 활력 넘치는 일터를 만드는데 일조하고 있다.

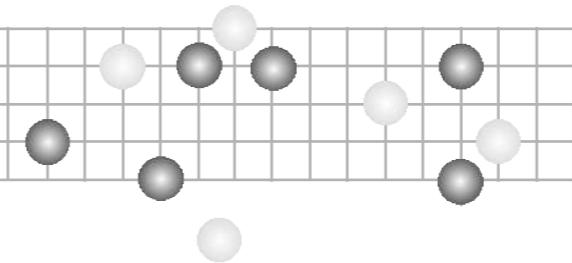


Discovery of Baduk

+ 제3기 원익배 십단전 본선



본선 토너먼트, 바둑지존 자리를 향한 박빙의 승부가 계속된다



박영훈 9단과 윤현석 8단의 44강전 경기화면

'10단'이라는 이름만으로도 바둑지존의 자리임을 알게 하는 원익배 십단전, 지난 2007년 5월 29일 제3기 원익배 십단전이 개막된 이후 예선을 거쳐 올라온 44명의 본선 멤버가 자웅을 겨루는 본선 1회전이 지난 9월 20일 이창호 9단의 합류를 끝으로 경기를 마쳤다. 그리고 곧이어 2회전 24강전이 시작되어 진행 중이다.

지난 9월 20일 이창호 9단은 강동윤 7단과의 대국에서 흑 불계승을 거두며 24강에 마지막으로 합류했는데, 특히 이

날 대국에서 이9단은 30알에 가까운 강7단의 중앙 백대마를 겸은 그물에 가운데 뒤 왼벽한 수순으로 숨통을 끊는 싸움바둑의 진수를 보여주었다. 이창호 9단이 포함된 조에는 지난 대회 우승자 안조영 9단을 비롯해 이영구 6단, 송태곤 8단, 허영호 5단 등이 속해 있다. 이들에 맞서는 상대편 조에는 이세돌 9단을 비롯해 지난해 준우승자 백홍석 5단, 박영훈·최철한·목진석 9단, 홍민표 5단, 온소진 3단 등이 있다.

이들 중 이세돌 9단 대 박영훈 9단의 일전이 이번 대회 24강전의 최고 빅매치로 꼽힌다. 2000년 이후 두 사람의 역대 전적은 이9단이 9승 7패로 한발 앞서 있다. 그러나 최근 4경기에서는 박9단이 3승 1패로 우위를 지키고 있다. 이렇듯 중반으로 접어든 원익배 십단전은 모든 일전이 박빙의 승부를 예고한다.

원익이 후원하고, 경향신문과 바둑TV가 주최하는 원익배 십단전의 전기 우승자는 안조영 9단이었고 우승상금은 3500만원이며, 준우승상금은 1500만원이다. 제한시간 각 10분에 40초 초읽기 3회가 주어지는 속기기전으로 돌을 맞춘 사람이 흑, 백의 선택권을 가진다.

원익배 십단전은 다른 바둑대회와 다른 독특한 대진으로 재미를 더하는 기전이다. 지난 대회 우승·준우승자와 4강 진출자를 중심으로 총 44명이 일명 '파라미드식 토너먼트' 방식으로 대결을 벌이는 것이다. 그리고 우승·준우승자는 8강전부터, 4강 진출자는 16강부터 토너먼트에 참가한다. 이는 전기 대회에서 좋은 성적을 거둬 팬들에게 깊은 인상을 남긴 기사를 다음 대회 주요 대국에서 다시 볼 수 있도록 하기 위해서이다.

이에 따라 지난 대회 우승·준우승자인 안조영 9단과 백홍석 5단은 8강전부터, 4강 진출자인 최철한 9단과 송태곤 8단은 16강전부터 얼굴을 내민다.

바둑 TV에서는 매주 월요일, 화요일 밤 10시에 제3기 원익배 십단전 본선의 모든 경기를 중계 방송하고 있으며, 경향신문에 기보를 게재하고 있다. ●

디비코(주)

조직의 목표 달성을 위한 팀워크, 이를 위한 자기 혁신

2006년도 회계연도 기준 순이익이 전년보다 70% 늘어난 94억 4000만 달러 약 8조 8천억 원에 달해 국내 40여 개 증권사 전체가 1년 동안 올리는 수익보다 3~4배 더 벌어들이는 회사. 아시아, 아프리카는 물론이고 일본이 있는 곳이면 어디든 달려가 수익을 창출하는 회사. 바로 이 회사는 세계 1위의 투자은행 골드만삭스이다.

최근 이 회사의 이런 경쟁력이 팀워크라고 해서 단지 금융권 분야뿐만 아니라 모든 업계의 화두가 되고 있다. '팀워크' 하면 오히려 단결 단합 온정주의를 강조하는 오랜 동양적인 개념이고 세계 최고의 글로벌 기업에서의 경쟁력은 개인 실적주의가 더 잘 어울릴 것 같지 않은가?

또한 미국의 세계적인 경영 컨설팅회사인 맥킨지는 2006년 「Mapping the value of employee collaboration」이라는 보고서를 통해 구성원간 협력, 즉 팀워크를 향후 경영 키워드의 하나로 제시하였다. 그 배경으로 IT산업의 발전으로 낮아지는 커뮤니케이션 비용, 글로벌화의 가속에 따른 업무 범위의 확대, 그리고 전문성이 요구되는 자식 기반 사회로의 급속한 진전 등을 들고 있다.

구글과 아마존의 초기 투자자인 존 듀이는 「팀워크의 핵심은 실력과 감성의 조화이다.」 라며 위대하게 될 벤처 기업과 적당히 끝나거나 쉽게 사라지는 벤처기업의 차이는 팀워크에 있다고 말한다. 즉, 실력은 성과의 토대가 되는 구성원 개개인의 전문성·창의성 또는 지식을 포함하는 것이며 감성은 이런 역량을 잘 통합할 수 있는 이해와 존중, 리더십을 의미하는 것이라 할 수 있다.



그렇다면 팀워크는 무엇이고 이를 위한 팀원들 개개인이 이루어야 할 자기 혁신은 무엇인가를 현재 디비코(주)의 해외영업 팀에서 추진 중인 사례를 들어 구체적으로 살펴보도록 하겠다. 우선, 팀워크란 '팀의 구성원들이 공동의 목표를 달성하기 위하여 각 역할에 따라 책임을 다하고 협력적으로 행동하는 것'으로 정의된다. 많은 기업들이 팀워크를 조직의 경쟁력을 높일 수 있는 핵심 요소로 여긴다.

그러나 팀워크의 의미를 제대로 이해하지 못하고 잘못된 방향으로 강조할 경우 오히려 팀원들의 창조성과 전문성을 무시하여 목표 달성을 카녕, 전혀 비효율적이고 보수적인 조직으로의 역효과를 내는 경우가 있다.

디비코(주) 당사는 현재 전체 매출 150억의 68%를 수출로 거둬들이고 있는 전형적인 수출 집약적인 IT업체이다. 하지만 당시는 지난해 12월 기준의 모든 해외영업 인력이 한꺼번에 빠져나가면서 올해 2월까지 수출 및 전체 매출에 심각한 타격을 입게 되었고, 올해 2월초, 팀장인 본인을 비롯하여 2명이 충원되어 총 4명이 새롭게 디비코의 해외영업팀으로 구성되었다. 즉, 디비코(주)의 해외영업팀은 완전히 새롭게 구성된 인원으로 하루빨리 수출을 정상궤도로 회복시켜야 하는 쉽지 않은 미션이 주어진 것이다. 해외영업팀은 최대의 과제를 팀워크 강화로 잡고 이를 위해 팀원들의 자기 혁신을 아래와 같이 시기별로 유도하며 강조하여 왔다.

팀원 역량 파악, 업무분장 | 원전히 새롭게 구성된 팀원들의 현재 능력과 잠재 능력을 하루빨리 파악하기 위해 매일 아침 미팅을 정례화하고, 이와는 별도로 개인별 미팅을 강화함. 또한 기급적 모든 팀원이 식사를 같이 하도록 유도하고 오후 3시~4시 사이에 BREAK TIME을 가지면서 해외영업팀원이라는 공동체 의식(TEAM SPIRIT)을 유도하고 팀원들의 개인별 성격을 파악하여 그들의 경력과 능력에 맞는 업무분장을 부여함.

팀의 목표 공유 | 새롭게 구성된 팀원들은 지금 당장 무엇을 해야 하는지, 어떻게 해야 하는지를 모르기 때문에 이침 장내회의와 주기적이고 즉각적인 회의를 통해 회사의 큰 그림, 비전, 정책을 공유하고 토론하게 함으로써 이를 통해서 디비코는 회사 내에서 해외영업팀의 지위와 역할, 목표를 습득하게 함. 이는 다시금 비로 팀 내에서 개개인의 임무를 자각하는 운동력으로 자연스럽게 이어지게 함.

개인별 목표 부여 | 회사 목표와 팀의 목표가 공유되었기 때문에, 팀원 개개인별로 각자의 임무와 목표를 정확하고 세부적으로 부여하여 달성을 향한 관리 함. 특히 팀원들 대부분의 직장 경력이 3년 미만인 경우에 업무 미숙과 시간 관리 능력이 부족하였기에 WORK LIST 및 TIME TABLE을 작성토록 하여 스스로 목표 달성을 부여를 실시간으로 체크할 수 있도록 유도.

데이터 관리 및 분석능력 강화 | 아무리 시소한 의견과 제안이라 하더라도 그것에 대한 BACKGROUND DATA를 구체적인 수치와 함께 요구함으로써 팀원들 스스로가 데이터 관리의 중요성과 분석력을 키울 수 있도록 하여 프로젝트 기획력과 제안능력을 향상 시키도록 함.

이와 더불어 팀원 자신들이 했던 모든 일이 근거와 자료가 남아서 문제가 발생했을 경우나 실적을 평가할 때 언제라도 그것에 대한 TRACKING이 가능하게 함.

돌입 기본 조성 | 팀원의 청의과 아이디어를 이끌어내기 위해, 의사결정 과정에서는 팀원들에게 보다 많은 발언권을 개개인이 임무수행 중에는 보다 많은 권한과 리더십을 부여함. 또한, 회사에서는 이를 위해 전폭적인 지원 및 보상을 통하여 해외영업팀 개개인 이 디비코에서 중요핵심 멤버라는 자긍심과 동기부여를 충분히 기질수 있도록 해줌.

이상과 같은 5대 원칙을 가지고 꾸준히 추진하였던 바, 현재 해외영업팀의 개인별 업무수행 능력은 6개월 만에 디비코(주)에서 최고라고 자부할 수 있으며, 이는 사상 최고의 수출실적 및 이익달성을 증명되고 있다. 이를 바탕으로 앞으로 해외영업팀 전원은 디비코를 넘어

동종업계에서 최고의 수출실적과 명성을 가진 '휴맥스' 업체를 뛰어 넘어서 명실상부한 세계 1등의 해외영업팀이 될 것이다.

이는 우리 팀에게 끊임없는 자기 혁신과 팀 혁신을 요구할 것이고 우리는 별씨 그 준비에 들어가 있다. ●

+ 세계기업 탐방, 캐나다 옵텍(Optech)사

글 | 황진영 동아일보 경제부기자

30년간 레이저 기술에만 집중, 작지만 세계적인 기업 옵텍사

캐나다 토론토 외곽에 위치한 옵텍(Optech)사는 적외선 레이저 기술이라는 한 우물만 파서 성장하고 있는 기업이다. 1974년 창업 이후 30여 년간 레이저 기술에만 집중해 세계 레이저 측정 장비 시장의 80%를 장악하고 있다. 직원은 200여 명에 불과하지만 지난해 매출은 400억 원에 이르렀다. 연간 순이익은 매출의 10%인 약 40억 원. 전체 매출의 95%가 해외 수출시장에서 나온다. 옵텍이 만드는 적외선 레이저 장비는 산이나 바다 속 지형도 사진만큼이나 해상도가 높은 3차원 이미지로 만들어낸다. 창업자인 앤더슨 카스웰 회장은 ‘다른 데로 관심을 돌리지 않고 핵심 기술 한 가지에만 초점을 맞춘 결과 규모는 작지만 이 분야에서 세계 1위 기업으로 올라섰다.’고 말했다.

옵 텍사가 만드는 제품의 원리는 간단하다. 인공위성이나 비행기에서 산 또는 바다 속으로 동시에 수많은 레이저를 발사한 뒤 반사돼서 되돌아오는 레이저의 시간차를 이용해 지표면을 그리는 원리다. 이 원리를 이용해 탐사하고자 하는 지형에 수만 개의 레이저를 동시에 쏘면 그 지형이 어떤 모습인지 3차원 이미지로 나타난다.



옵텍사가 개발한 장비로 제주도 서귀포 카페를 3차원 이미지로 구현한 모습

디지털 카메라 화소가 많으면 해상도가 올라가듯이 한 번에 레이저를 많이 쏘면 더욱 선명한 이미지를 만들 수 있다. 따라서 레이저를 동시에 얼마나 많이 쏠 수 있느냐가 핵심 기술이다. 원리는 간단하지만 기술은 복잡해 레이저 측정 장비를 제작하는 회사는 전 세계에서도 손가락으로 꼽을 정도다.

대형 건설사업 등을 할 때 지금까지는 항공기에서 촬영한 사진을 이용했다. 하지만 공중에서 촬영한 사진은 나무 등에 가려 땅바닥이 보이지 않는 단점이 있다. 옵텍의 레이저 측정 기술을 이용한 3차원 입체 이미지는 땅의 모습을 정확히 표현할 수 있다.

쉽지 않았던 창업 초기

옵텍은 캐나다 오크데 몰리학과 교수였던 앤더슨 카스웰 씨가 1974년 간호사였던 그의 부인과 함께 창업한 회사다. 카스웰 씨는 적외선 레이저 기술이 상업성이 있다고 판단해 교수 직을 박차고 나왔다. 카스웰 씨는 제자였던 대학원생 3명을 설득, 옵텍에 합류하게 했다.

이 회사는 창업 첫해 적외선 레이저를 이용해 수심을 측정하는 기구를 개발하는 데 성공했다. 성능에 비해 가격이 너무 비싸 상업성이 없었다. 그리고 옵텍이 창업 첫해 개발한 장비를 시장에서 인정받기까지는 10년이 걸렸다. 이 기간에 옵텍은 제품 생산은 하지 않고 정부나 기업체에서 발주한 연구 용역을 수주하면서 인고의 세월을 보냈다.

‘부업’으로 연구 용역을 수행하면서도 레이저

기술에 대한 연구는 멈추지 않고 창업 첫해 개발한 장비의 성능을 꾸준히 개선해 나갔다.

KOTRA 토론토 무역관 박용민 차장은 “옵텍이 세계 레이저 측정 장비 시장의 정상에 올라설 수 있었던 것은 10년이라는 긴 시간 동안 확신을 갖고 연구개발에 매달린 결과며, 의욕을 갖고 제품 개발을 했다가 그게 시장에서 당장 팔리지 않으면 쉽게

문을 닫는 우리나라 벤처기업들이 본보기로 삼을 만한 기업”이라고 말했다.

옵텍제품, 화성탐사선 타다

옵텍 본사는 주변의 다른 건물과 별로 다르지 않다. 침단 기술을 보유한 기업이지만 건물이 화려한 것도 아니고 규모가 큰 것도 아니다. 하지만 미국항공우주국(NASA), 유럽항공우주국(ESA), 캐나다항공우주국(CSA) 등 세계의 주요 항공우주 관련 기구들이 자주 찾는 기업이다. 우주탐사선이 안전하게 착륙하기 위해서는 착륙할 곳의 지형을 상세하고 정확하게 파악해 내는 옵텍의 기술이 반드시 필요하기 때문이다.

옵텍은 NASA의 2008년 화성 탐사 프로젝트 협력업체로 선정됐다. 화성탐사선이 화성에 착륙하기 전에 화성 지표면의 지형을 측정해 가장 착륙하기 좋은 곳을 찾는데 옵텍 제품이 사용되는 것이다.

임원 회의실의 모래시계

옵텍의 본사 2층 임원 회의실 탁자 위에는 모래시계가 있다. 60분짜리인 이 모래시계의 용도는 임원 회의가 1시간 이상 계속되는 것을 막기 위한 것이라고 한다. 매주 월요일 임원회의를 시작할 때마다 모래시계를 뒤집어 놓고 모래가 모두 떨어지면 논의되던 사항이 있더라도 회의를 마친다. 결론을 내리지 못한 안건은 1주일 뒤 임원회의에서 다시 논의를 한다.

이 회사 재닛 애킨스 마케팅 담당 이사는 “긴급

한 시안도 아니고 임원들이 충분히 생각해 보지도 않은 사안인데도 이런 시안 때문에 임원회의를 3, 4시간 하던 때도 있었다. 이 모래시계는 귀중한 시간을 낭비하는 것을 막고 효율성을 높여 준다.”고 말했다. 효율성을 중시하는 이 회사의 경영 방침은 직원들의 옷차림에서도 알 수 있다.

기자가 옵텍 본사에서 만난 임직원 중 앤더슨 카스웰 회장 외에는 아무도 정장을 입지 않았다. 카스웰 회장은 본보기의 인터뷰를 위해 ‘특별히’ 정장을 입었다고 했다.

애킨스 이사는 “효율과 능률만 높인다면 격식은 중요하지 않다. 편해야 효율성도 올라가기 때문에 복장 규정이 없고 각자 편하게 입으면 된다.”고 말했다. 옵텍의 출퇴근 시간이 비교적 자유로운 것도 미친가지 이유에서다. 팀원회의 등이 있기 때문에 오전 10시부터 오후 3시까지는 회사에 있어야 하지만 출퇴근 시간은 각자 자유롭게 맡긴다.

연간 매출의 15%가 연구개발비

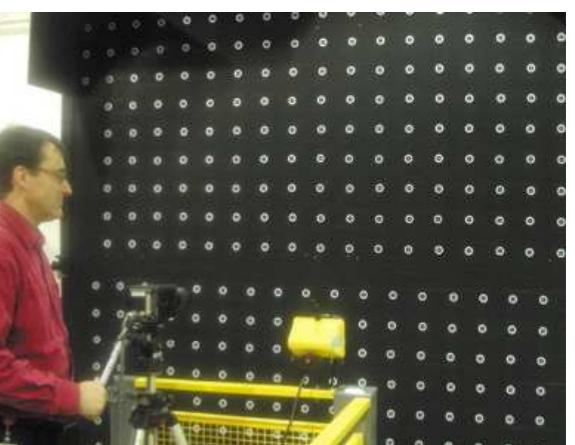
독창적인 기술을 바탕으로 틈새시장을 개척한 회사답게 지금도 연 매출의 15%를 연구개발에 투자하고 있다. 전체 직원의 40% 정도가 연구개발 인력이다. 자기계발을 하려는 직원들에 대한 지원도 적극적이다. 직원들이 석사나 박사 과정에 들어가면 회사는 비용을 전액 지원한다. 이 회사의 최근 10년간 연평균 이자율이 1.5%정도밖에 되지 않는 데는 직원들의 자기계발을 적극 도와주는 회사의 정책도 작용했다고 한다.

창업주 일가가 100% 지분을 소유한 옵텍이 상장을 하지 않는 것도 이익을 직원들에게 돌려주고 연구개발에 집중하기 위해서다.

앤더슨 카스웰 회장은 “상장을 하게 되면 투자자



전체 직원의 40% 정도가 연구개발 인력일 정도로 옵텍사는 연구개발에 큰 힘을 쏟고 있다.



옵텍 직원이 벽에 그려놓은 검은색 원에 레이저를 발사해 장비를 테스트하고 있는 모습.

들이 이익에 대해 배당을 요구할 것이고, 그렇게 되면 결과적으로 연구개발비를 줄일 수밖에 없고 직원들에게 돌아가는 봇도 줄어든다”고 말했다. 옵텍이 연구개발에 매달리는 데 ‘절박한’ 이유는 제품의 가격을 떨어뜨려 시장을 키우기 위해서다.

세계 시장의 80%를 장악하는 회사임에도 불구하고 매출이 400억 원대에 머무는 이유는 장비가 너무 비싸 주요 고객인 연구기관이나 대학 등에서 살 엄두를 내지 못하기 때문이다. 해저 지형을 측정하는 장비는 한 대에 45억~60억 원 정도 하고, 지상 지형을 측정하는 장비는 대당 20억 원 정도다.

카스웰 회장은 “끊임없는 연구개발을 통해 성능이 더 좋은 제품을 싸게 공급해 시장을 키우는 게 당장의 목표”라며 “장기 비전은 핵심 기술을 응용해 사업 분야를 확대해 나가는 것”이라고 말한다. ●



옵텍 본사 1층에 있는 이미지. 옵텍사가 개발한 장비들이 어떻게 사용되는지를 보여주고 있다.

(주)아토 한마음봉사단의 '천사의 집' 봉사 활동

글 | (주)아토 한마음봉사단



(주)아토 한마음봉사단원들의 토요일, 더없이 큰 만족과 기쁨을 얻어오다

지루하고 긴 장마가 지나간 8월 말, (주)아토의 한마음봉사단 단원들은 경기도 시흥시에 있는 '천사의 집'을 찾았다. 토요일 아침의 단잠을 설치고 나온데다 아직 물러가지 않은 더위로 인해 다소 지쳐 보이기도 했지만 천사의 집을 향해 옮기는 그들의 마음은 설렘으로 두근거렸다.



(주)아토 한마음봉사단의 천사의집 방문 봉사 활동은 그전에 벌인 3번의 활동 장소와는 조금 달랐다. 그 동안에 실시한 3차례 봉사 활동은 아동들이 있는 복지 시설에서 벌였는데 이번은 어르신들이 있는 복지 시설이었다. 특별히 오늘은 어르신들을 위해 삼계탕도 준비했다. 경기도 시흥시 계수동에 위치한 천사의 집은 무의탁 노인 분들을 위해 새로운 삶의터전으로 마련된 복지 시설이다. 20여 명의 어르신들이 함께 여가 생활을 하시며 새로운 또 하나의 가족을 이룬 제2의 집이다. 봉사단원들은 오전 11시쯤 천사의 집에 도착하여 어르신들과 인사를 나누고 오랫동안 정리하지 못했던 창고 정리를 도와드리고, 고추 수확을 도왔다. 늦여름 더위의 기승으로 옷은 흠뻑 젖었지만 자발적인 봉사 활동을 하며 흘리는땀이기에 몸도 마음도 상쾌하기만 했다.

봉사라는 것이 남을 위해 헌신하는 것이라고 하지만, 천사의 집에서 함께 웃으시는 어르신들의 모습을 보면서 한마음봉사단원들은 어떤 일에서보다 더 큰 만족과 기쁨을 얻을 수 있었다.

(주)아토의 한마음봉사단은 2007년 4월 2일 대표이사 장호승 부회장 및 임직원의 참석 하에 발대식을 거행하며 출발하였다. 아토는 직원들에게 봉사 활동 참여의 기회를 열고, 사회에 환원하는 기업을 만들기 위하여 시흥시 종합자원봉사센터와 연계하여 '아토 한마음봉사단'을 조직하였다. 그리고 봉사단의 조직 및 활동은 자발적인 아토 직원들의 참여로 이루어졌다. 몇 달 동안의 활동을 돌아보면 한번 봉사 활동을 나갔던 사람은 특별한 사정이 없는 한 봉사 활동에 다시 참여하는 모습을 보였다. 봉사 활동으로 얻는 만족과 기쁨은 중독성이 강해, 한번 시작하면 끊을 수 없는 것 같다.

(주)아토의 한마음봉사단은 아토의 직원들뿐만 아니라 봉사할 마음을 가진 그 어떤 사람도 함께 할 수 있는 조직이다. 늦잠을 자며 그냥 의미 없이 지나쳐 버리기 쉬운 토요일 오전을 값진 웃음과 땀을 흘릴 수 있는 봉사의 토요일로 바꾸길 원하는 사람이라면 누구든지 매월 3째주 토요일 아토 주차장으로 모이면, 함께 아름다운 토요일 오전을 만들 수 있다. ●



1차 봉사 활동

- 봉사 대상기관: 송암동산아동복지시설
- 봉사 일정: 2007년 4월 21일 11시 ~ 14시 30분
- 참가 인원: 총 13명
- 활동 내용: 송암동산 봄맞이 대청소(실내 실외)
- 지원 물품: 생활용품(휴지 360EA / 세제 5Box)

2차 봉사 활동

- 봉사 대상기관: 송암동산아동복지시설
- 활동 일정: 2007년 5월 19일 11시 ~ 15시
- 참가 인원: 총 19명
- 활동 내용: 송암동산 실내외 청소 및 실내화 세척 회단 조성 및 식목 작업 이동을 위한 간식 준비
- 지원 물품: 청소도구 및 칼라프론터 1대
- 이벤트 활동: 천연수제비누 제작

**(주)아토,
한마음봉사단
활동 내용**

3차 봉사 활동

- 봉사 대상기관: 송암동산아동복지시설
- 활동 일정: 2007년 7월 21일 13시 ~ 16시
- 참가 인원: 총 10명
- 활동 내용: 송암동산 청소(실내외) 및 실내화 세척

4차 봉사 활동

- 봉사 대상기관: 천사의집
- 활동 일정: 2007년 8월 25일 11시 ~ 14시
- 참가 인원: 총 13명
- 활동 내용: 천사의집 창고정비 정돈, 농작물 수확 일손돕기(고추 따기), 어른들을 위한 점심특식 준비(삼계탕 외 음식)

Photo Festival

김재우 사원 | (주)원익 경영지원실 제경팀



정미경 주임 | (주)이토

태국 푸껫에서 스노클링의 삼매경에 빠져 들었어요.

이성우 사원 | (주)원익트리얼즈 품질팀



1. 숲속의 아침 펜션 부근 허브나라.
2. 숲속의 아침 펜션 부근 방아디리 악 수터, 최신 분유광고 CF 촬영 사진.



김대식 과장 | (주)이토

태국 코시무이에서 아이가 처음
만나 본 개를 신기하게 바라보고
있습니다.



이병섭 사원 | (주)원익트리얼즈 인사총무팀



김유미 사원 | 원익그룹 기획조정실



1. 강원도 양양 해수욕장 앞 기차길. 물 놀이 끝나고 나오면서 기차길이 너무 예뻐 내추럴한 포즈로 한컷.
2. 용주계곡 방갈로. 마치 세부에 온 듯한 느낌으로^^
3. 부산 해운대. 철썩거리는 피도와 함께~ 철각



이종국 대리 | (주)원익 경영지원실 인사지원팀

장병득 대리 | (주)원익 메디컬사업부 1팀

나의 아이가 태어나서 처음으로 바다를 보았습니다. 신기하기보다는 겁이 낸는지 무표정이네요. 하지만 아내의 얼굴에는 모처럼 웃음꽃이 피었습니다. 항상 비쁘다는 핑계로 아내와 아이에게 소홀했던 것이 미안해하는 하루였습니다. 어보, 앞으로 그 웃음을 잊지 않도록 노력할게~.

1년에 두번 여름 휴가와 겨울에 절찬한 친구들 기족과 함께 여행을 하며 친목을 다집니다. 서로 비쁜 와중에도 시간을 맞추어 같이 즐기고, 아이들 간에도 서로 친해질 수 있도록 여러 해 전부터 함께하고 있습니다.



최동원, 윤영환, 김재진 | (주)아이피에스 제조기술팀

아이들이 뛰어 놀고 있는 엄지 자수지에서 웃들과 함께.

최동원 사원 매니저 : 제조기술팀

윤영환 사원 부매니저 : 제조기술팀

김재진 사원 실장 : 제조기술팀

코리안 풋

글 | 장경덕 매일경제신문 논설위원

1988년 매일경제 기자로 출발해 한민족기원, 금융팀장, 경제부 부장대 우문화부장을 거쳤다. 중년 24시, 부자처럼 유럽을 비롯한 여러 권의 책을 썼다.

경제 흐름을 이해하는 키워드, 코리안 풋을 아시나요?

20년째 경제 기지를 하면서 점점 굳어지는 생각이 하나 있다. 한국에는 '코리안 풋'이라는 계약 아닌 계약이 있다는 생각이다. 이 때 '풋'은 '풋 옵션(put option)'을 줄인 말이다. '풋 아니 옵션' 아니 하는 말을 쓰니 웬지 어렵고 복잡하게 들린다. 그러나 이 말은 복잡하게 얹힌 경제 흐름을 이해하는데 꼭 필요한 키워드다. 이 말을 이해하면 증권 시장이나 부동산 시장의 움직임을 내다보는 것도 훨씬 수월해진다.

풋 옵션은 무엇을 팔 수 있는 권리다. 풋 옵션을 갖고 있는 투자는 미리 약속한 값에 자기의 물건을 사라고 계약 상대방에 요구할 수 있다. 이 물건은 주식일 수도 있고 집이나 곤물이나 금일 경우도 있다. 반대로 '콜 옵션(call option)'은 뭔가를 살 수 있는 권리다. 이 옵션을 가지면 미리 정한 조건에 어떤 물건을 팔라고 상대에게 요구할 수 있다. 풋 옵션은 투자 손실이 어느 수준을 넘지 않도록 리스크를 관리하기 위한 것이다. 이 옵션을 가진 투자는 물건 값이 오를 때는 오른 만큼 이익을 더 챙길 수 있지만 물건 값이 일정 수준 아래로 떨어지면 더 이상 손실을 보지 않고 상대방에게 팔아버릴 수 있다.

주가지수에 대한 풋 옵션을 갖고 있는 경우를 생각해보자. 지금 코스피가 2000포인트이고 이 지수가 1600포인트 아래로 떨어지면 상대방에게 팔아버릴 수 있는 풋 옵션이 있다고 하자. 이 경우 풋 옵션을 가진 이는 20% 이상 손실을 입지 않는다. 그러나 주가가 3000포인트가 되든 5000포인트가 되든 주가 상승에 따른 이익은 모두 자기가 챙길 수 있다.

이 같은 옵션은 결코 공짜가 아니다. 팔 수 있는 권리'를 돈으로 치면 과연 얼마가 될지 복잡한 이론이 동원되고 수요 공급의 힘이 작용해 옵션 가격이 나온다.

옵션은 서로의 권리와 의무를 정밀하게 규정한 계약이 아예야만 비로소 생명을 가진다. 그러나 투자자들은 정식으로 계약을 맺지도 않고 옵션을 가진 것처럼 행동할 때가 있다. 투자자들이 증권 시장이나 부동산 시장 침체를 막아 달라고 정부에 압력을 행사할 때가 바로 그런 경우다. 투자자들은 마치 주식 값이나 주택 가격이 떨어지면 정부에게 팔아버릴 수 있는 권리가 있는 것처럼 행동한다.

이는 물론 공정한 게임이 아니다. 주식이나 아파트 값이 오를 때는 그 이익을 투자가 모두 챙기면서 값이 떨어지면 손실을 일정 부분 정부에 떠넘길 수 있다면 공정하다고 할 수 없다. 현재 주식이나 아파트를 갖고 있는 사람들에게 일방적으로 유리한 게임이다. 그러나 현실에서는 투자자들의 이런 요구를 정부가 믿기 어려울 정도로 고분고분하게 들어주 는 경우가 있다.

1989년 말 정부가 투자신탁회사들에게 무제한 주식 매입을 지시했던 '12·12 중시부양조치'가 단적인 사례다. 이 조치는 종합주가지수가 사상 처음으로 1000포인트 고지에 올랐다. 불과 16% 떨어진 시점에서 나온 무리한 주가 떠받치기였다. 투자자들과 증권업계가 죽는 소리를 하자 겁을 먹은 정부는 한국은행이 돈을 찍어서라도 주식매입자금을 대도록하겠다며 '주가 조작'에 가까운 시장 개입에 나섰다. 투자자들은 풋 옵션을 행사하듯이 주식을 팔아치웠고 정부는 투자자들의 권리 행사를 받아주는 형국이었다.

그러나 정부 개입으로 반짝했던 증시는 9개월 동안의 짧은 기간에 40% 가까이 폭락하고 말

았다. 그 후 거듭되는 투자자 시위와 정부의 무리한 중시 부양조치의 악순환이 이어졌다. 이 과정에서 투자자들은 주가가 떨어지면 정부가 으로 시장에 개입해 손실을 막아줄 것으로 믿게 됐고 정부 또한 중시 침체를 막기 위한 인위적 시장 개입이 당연한 의무라도 되는 듯 투자자들의 요구를 들어주었다.

이런 행태가 증시에서만 나타나는 것은 아니다. 부동산 시장의 거품이 껴질 때마다 고통을 참지 못하는 주택 소유자들과 건설업계는 어김없이 정부에 '획기적인' 규제 완화와 경기 활성화 대책을 요구했다. 집값이 오를 때는 조용히 부동산 투자자들은 집값이 떨어지면 손실을 보지 않으려 정부에게 대책을 세우라고 압력을 넣는다. 수출기업들은 원화 값이 올

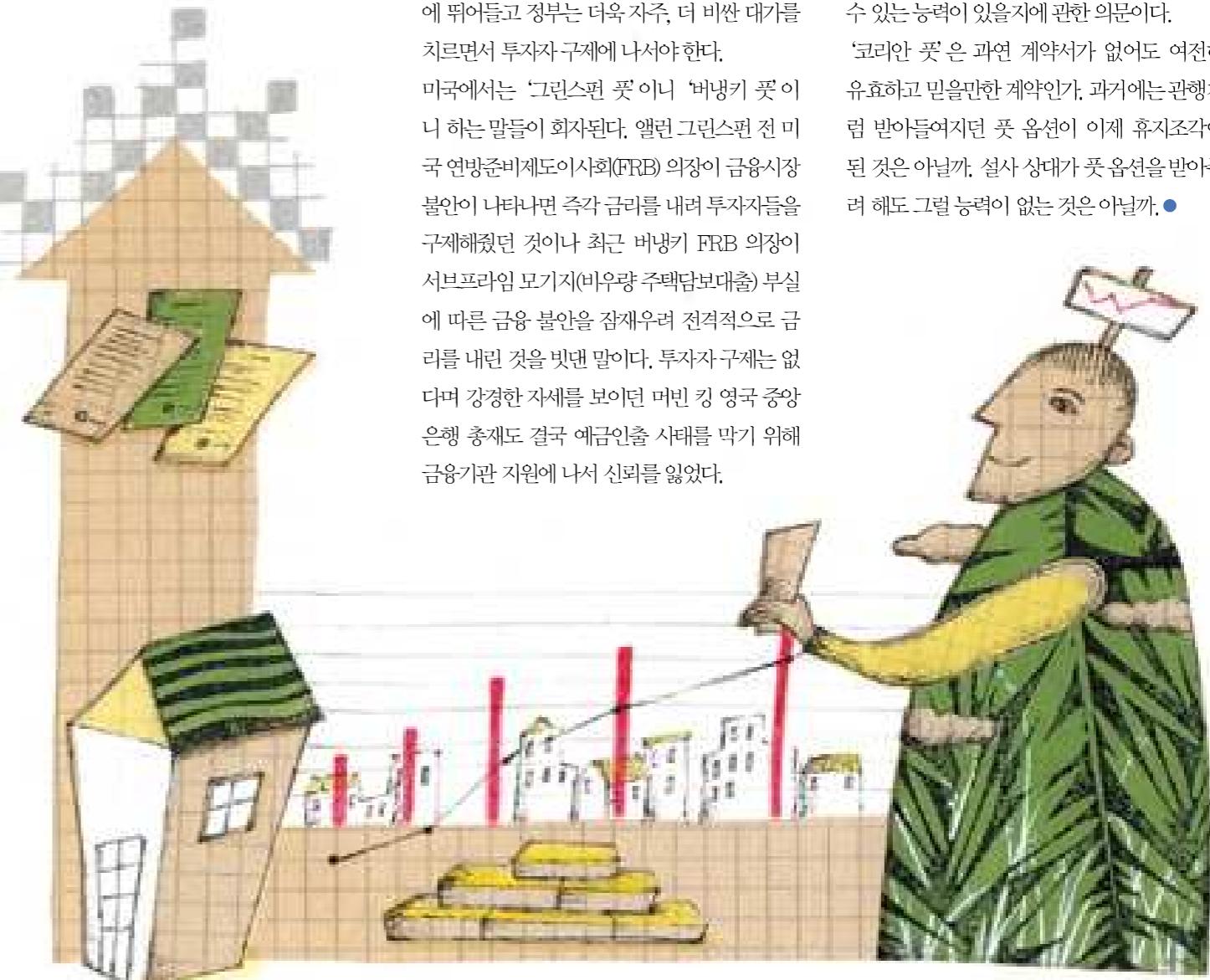
라 해외시장에서 가격 경쟁력이 떨어지면 정부가 외환시장에 적극 개입해 원화 값을 떨어트려야 한다고 우려된다.

정

부가 가부장적 권위를 가졌던 과거에는 정부가 마치 '어린 백성'을 보살피는 어버이처럼 투자자 구제에 나섰다. 이제 민주화된 정부는 다수의 투자자들이 가진 표를 의식하며 나중에야 어찌되었던 당장 투자자들의 고통을 줄여줄까. 일부 지역 부동산 가격 거품이 갑자기 껴지면 정부가 과감한 규제 완화를 통해 시장을 살려줄까. 원화 값이 가파르게 올라 수출기업들이 못살겠다고 우려된다면 외환시장에 적극 개입해 원화 값을 떨어트려 줄까.

정부가 그럴 의지가 있다고 하더라도 여전히 의문이 남는다. 정부가 과연 그 의지를 실현할 수 있는 능력이 있을지에 관한 의문이다.

'코리안 풋'은 과연 계약서가 없어도 여전히 유효하고 믿을 만한 계약인가. 과거에는 관행처럼 받아들여지던 풋 옵션이 이제 휴지조각이 된 것은 아닐까. 설사 상대가 풋 옵션을 받아주려 해도 그럴 능력이 없는 것은 아닐까. ●



아버지와 아들

박목월, 박동규 지음 | 대산출판사 발행

〈아버지와 아들〉은 박목월 시인과 박동규 서울대 명예교수, 아들父子의 글이 함께 들어 있는 가족 에세이다.

아이들을 선물을 고르면서 머릿속으로는 돈 걱정 을 하면서도 '너희들만은 무턱대고 즐겁고 행복해야 한다.'고 바라고, 중학교 입학시험에 떨어져 우는 막내를 달래주면서 자신의 이부자리 속에 재우고, 천둥 번개가치는 날 무섭다고 모여드는 아이들을 보면서 '나리는 이 무력한 것이나마 그들에게는 태산처럼 든든한 힘'이 되고자 했던 시인 이전에 아버지였던 박목월의 마음이 담겨 있다.

그리고 지취방 방값이 없어 학교 온실에 기마니를 덮고 자면서도 별과 이야기를 나눌 수 있었고 그래서 시인이 될 수 있었던 이야기, 낭만적인 삶의 자세가 투영되어 있다고만 알고 있었던 〈나그네〉의 남도 300리에 얹힌 사연, 좌우익의 시상석 갈등 이심했던 때 부재중인 아버지 대신 어머니가 인민 군에게 끌려갔던 이야기 등 언제나 견고한 윤타리가 되어준 아버지와의 추억 그리는 아들 박동규 교수의 애틋한 그리움도 담겨 있다.

목월 시인의 신문은 오랜 세월이 지나도 퇴색하지 않는 이름다운 글의 표본이 무엇인지를 보여주고, 이제는 없는 아버지를 그리며 한 줄 한 줄 쏘나타간 박동규 교수의 글은 가족과의 뜨거운 연대가 무엇인지 되돌아보게 한다.

〈아버지와 아들〉은 세상 모든 아버지와 아들의 모습을 담고 있다.



가

멘토링 황금법칙

브래드 존슨, 찰스 리들리 지음 | 권체령 옮김 | 동진원스 발행

멘토링이란 보다 풍부한 경험을 가진 사람(멘토)이 그렇지 못한 사람(멘티)에게 인내자, 역할모델 선생님이 되어주는 것이다.

한 연구에 따르면 멘토의 지도를 받은 사람은 평균적으로 승진이 빠르며 높은 전문성과 능력을 자랑한다. 또한 일에 대한 만족도도 크고 조직에 더 잘 적응한다. 멘토 자신도 멘토-멘티 관계에서 얻는 것 이 많다. 개인적으로나 업무적으로나 '회춘'의 기회이자 조직 내에서 더욱 들통한 자자기보단 마련 하는 기회가된다. 조직 내에서 인재를 발굴하고 후진을 양성한 공로를 인정받기 때문이다.

이 책은 각 분야(회사, 연구소, 대학, 의료분야 등) 선배와 후배가 있는 모든 집단) 멘토들을 위한 가장 중요한 정보들만을 추렸다.

현존하는 멘토링에 관한 모든 지식을 한 권에 담아낸 참고 자료로, 훌륭한 멘토란 어떤 사람이며, 훌륭한 멘토링이란 무엇일까 하는 질문에 가장 핵심적이고 짚었던 답을 제시하고 있다. 독자는 멘토링의 기술을 실제 상황에 적용시키는 법을 배울 수 있다.



마사스튜어트.COM

로버트 슬레이터 지음 | 이미정 옮김 | 비전하우스 발행

2002년 명성이 자자했던 악민장자 CEO 마사 스튜어트가 재판을 받고 감옥에 갇히며 모든 사람들에게 비난을 받았다. 그리고 3년 후, 〈타임〉지는 그녀

를 영예 있는 100대 인물로 선정했다. 그녀는 어떻게 그토록 철저하게 추락했는가! 그리고 어떻게 다시 일어났는가!

미국에서 가장 유망한 여성 기업가이자 미국문화의 우상이었던 마사 스튜어트, 그 이름을 들으면 모든 계층 사람들의 삶에 스며든 우아함이 떠오른다. 마사 스튜어트는 미국인의 요리 방식과 손님 접대 형식, 집과 정원을 꾸미는 방식에 큰 영향을 미쳤다.

그녀의 이름은 세계적인 대형 브랜드와 동일하다. 사업계에서 개인 브랜드를 칭조하는 것보다 더 어려운 일은 없다. 랠프 로렌, 캘빈 클라인, 코코 샤넬, 도널드 트럼프 같은 소수의 사람들만이 그 일을 해냈다. 그런 마사 스튜어트는 무엇 때문에 피할 수도 있었던 기소를 당하고 재판까지 받았을까? 그 사건이 터진 후 마사 스튜어트는 몰락할 수밖에 없었는가? 언론당국은 왜 그처럼 끈질기게 마사를 괴롭혔는가? 미사가 눈부신 복귀에 성공할 수 있었던 비결은 무엇인가?

이 책은 마사 스튜어트가 스스로를 망쳤던 파괴적인 결정에서 다시 정상의 자리로 이끌어준 눈부신 결정까지 모두 파헤친다. 마사 스튜어트란 인물을 어떻게 해석해야 하는지에 대한 새로운 관점을 제공한다.

From the CEO

(주)원익워크 최홍석 대표 이사

인터뷰 | 최지영 프리랜서 작가
사진 | 아임스튜디오

지난 9월 18일 원익워크는 대한민국 반도체 기술대상에서 산업지원부장관상을 수상했다.



(주)원익워크 최홍석 대표이사는 '열린경영, 책임경영'의 실천을 위해 무엇보다 '고객'을 중시한다. 고객이 없으면 기업이 존재하기 어렵고, 이익 창출이 되지 않으면 기업도 존속하기 어렵기 때문이다. 이를 위해, 원익워크는 '고객과 함께 새로운 가치를 창출' 하는 데 비즈니스의 포커스를 두고 연구개발에서부터 생산에 이르는 전 과정에 고객과 공동으로 참여하는 시스템을 갖추었다. 고객별로 고유의 기업문화를 이해하고 고객이 원하는 시스템을 구축하고, 특정 고객의 제품만 생산하는 별도의 TF팀을 운영하고 있다.

"우리는 고객들의 기업 문화를 이해하기 위해 미국 현지팀과 컨퍼런스콜을 하고 회의 등 여러 통로로 교류하면서 고객의 요구를 이해하고 있습니다. 또, 우리의 고객은 한정돼 있지만 고객마다 요구하는 제품 종류, 비즈니스 스타일도 다양합니다. 따라서 각 시에 따라 맞춤 비즈니스를 추구하는데, 미국 레이란 회사의 경우는 요구하는 시스템이 책 한 권은 됩니다. 생산 현장에 휴자조차 하나가 떨어져 있어도 앞으로 생산 과정에 문제를 일으킬 수 있다며 근본적인 해결책을 마련하는 등 모든 것을 시스템화하고 규격화하고자 합니다."

이처럼 고객맞춤경영을 실현을 위해, 최홍석 대표는 고객사 중 램이라는 미국 반도체 장비 제조회사를 모델 사례로 여긴다. 이 회사의 '철저한 시스템화'와 '엑티브한 기업문화'를 배워서 우리 기업의 좋은 문화로 정착시키고 싶어 한다.

'직원 개인의 행동 모형'에서부터 제조 공정 하나하나까지 모든 데일리 시스템화가 되어 있습니다. 실제로 그들은 사로운 제품을 처음부터 공동 개발하도록 하고, 우리나라에도 제대로 된, 바람직한 시스템을 요구합니다. 함께 연구하고 좋은 시스템과 운영 방식을 전해주려고 하고, 제품에 민족스럽지 못한 요소가 있으면 우리 공장에 담당자를 상주시켜 면서까지 완벽한 품질을 추구합니다.'

최홍석 대표는 고객중시 경영을 실천하기 위해서 무엇보다 직원들한테 열린 마음으로, 진실되게 다가서는 것이 중요하다고 강조한다. 해서 원익워크는 열린 경영의 방침에 따라 분기별로 경영 실적과 시장 현황, 대응 방향 등을 전직원에게 공개하고, 노사협의회를 통해 직원들의 불만을 수렴해서 즉시 해결하도록 한다. 그리고 그는 직원들과의 '약속'은 반드시 지킨다고, 경영성과에 따라 반드시 인센티브를 지급하는데 지난 10년간 한 번도 빼놓은 적이 없었다.

올해, 대만 현지공장이 창립 10주년을 맞았는데, 최 대표는 대만 공장 직원들이 몸소 마련한 특별 기념품을 받았다. 처음에는 우리가 자본과 기술을 대고 경영은 대만 현지 법인이 밀기로 했는데, 4~5년간 비용 손실이 누적돼서 큰 어려움을 겪었습니다. 그때 제가 시장을 겸임하면서 회사의 정책과 방향을 전직원에게 발표하고 구조조정을 했습니다. 외국인이 해외 사업체에서 가혹한 구조조정을 한 것에 대한 반발이 만만치 않았죠. 그렇지만 결국 그들을 이해시켰고 1년만에 이익을 내기 시작했지요. 2002년에는 월급도 제대로 못 받던 직원들에게 특별 상여금을 지급하기도 했습니다."

(주)원익워크는 올해 제3회 대한민국 반도체 기술대상에서 글로벌 경영부문의 공로로 수상했다. 세계 2위의 퀴즈웨어 제조업체로서 한국 반도체 소재 산업의 우월성을 세계에 널리 알렸다는 데 대한 평가인 만큼, 향후 과제 또한 막중하다. 앞으로 회사의 비전은 3~4년 이내에 세계 최고의 퀴즈웨어 회사로 성장하는 것, 그리고 퀴즈웨어 이외에 지속 성장을 위한 다른 부품 소재 전문 회사로 성장하는 것이다. 이를 위해 최 대표는 다시 한 번 고객 중심의 사고와 실천을 강조한다. "고객의 요구를 열심히 따르다 보니 오늘날과 같은 성장이 있지 않았나 생각합니다. '이정도면 되겠지' 식의 적당주의나 만들면 팔리겠지라는 기술지상주의, '그 정도 가지고 그러나?' 식의 고객 경시를 배제하고자 했습니다. 앞으로는 어떻게 하면 고객과 함께 공동의 이익을 창출할 수 있느냐가 관건입니다. 사고 방식이나 조직, 문화 모든 면에서 고객 중심으로 변화하는 속도가 더욱 가속화돼야 합니다."

답이 있습니다
고객 속에

