

21세기는 지식확보가 생존 좌우

**새로운 천년의 시작을 앞두고 있는
 현 시점에서 기업들은 지식기업으로
 거듭날 것을 요구받고 있다.
 개인이 신 지식인으로 변신하고
 정부는 지식정부로 변해야 하는 것과
 마찬가지로 기업은 지식으로 무장한
 지식기업으로 변신해야 하는 것이다.**

지식기업의 필요성

기업이 지식기업이 되어야 하는 이유는 자명하다. 다가오는 21세기는 지식기반 사회가 될 것이며 경제는 지식기반 경제의 모습을 띠게 될 것이기 때문이다. 기업을 둘러싸고 있는 환경이 지식기반 사회, 즉 지식이 다른 어떤 생산요소보다 중요하게 작용하는 사회로 변모해 가고 있는 상황에서 이에 적응하지 못하는 기업은 결코 경쟁력을 갖추지 못하게 되는 것이다.

사실 과거에는 첨단 설비와 적절한 생산방식을 들여다 효율적으로 생산하기만 해도 소비자들이 선호하는 제품을 만들 수 있었다. 그러나 지금은 상황이 달라졌다. 자본만 투자하면 첨단설비나 생산방식, 웬만한 신기술 등은 공개된 시장에서 얼마든지 구할 수 있는 시대가 된 것이다.

이는 자본으로 싸움하는 시대가 지났음을 의미한다. 과거 노동집약적 산업에서 투자지향적 산업으로의 이행에 성공하면서 고도성장을 이뤄낸 우리나라가 지난 97년에 국제통화기금(IMF) 구제금융으로 대표되는 경제위기를 겪게 된 것도 결국은 자본투자에 의존하는 경제·산업구조에서 탈피하지 못했기 때문이다.

그러나 지식기반 사회에서의 기업 생존은 생산과 서비스, 유통 등 각 사업부문에 그 기업이 다른 기업에 비해 얼마나 차별화되는 지식을 보유하고 있는가에 달려 있다. 설비나 생산방식, 범용기술 등 다른 기업들도 쉽게 보유할 수 있는 것 이외에 플러스 알파 즉 신기술, 아이디어, 고객욕구 파악능력, 유행창조력 등 보다 고차원적인 지식을 제품생산에 얼마나 투입할 수 있는가에 따라 시장에서의 성공여부가 결정되는 것이다.

더우기 세계시장이 단일시장으로 통합되는 추세에 있기 때문에 특정 지역 시장에서 일정한 몫을 차지하는 전략도 거의 쓸모 없어져 버렸다. 인터넷을 비롯한 통신 네트워크와 매스미디어, 물류·유통의 발전으로 정보와 지식, 상품의 유통이 빛의 속도 만큼이나 빨라진 요즘은 안방시장과 세계시장의 구별이 있을 수 없다.

따라서 지식을 잘 활용하는 기업은 일류기업으로 시장을 장악할 수 있지만 그

렇지 못한 기업은 영원히 이류·삼류기업에 머물다가 결국은 도태해 버리는 상황이 된 것이다. 기업 경쟁력의 원천은 이처럼 지식에 달려 있다. 그리고 이 지식을 제대로 관리하고 잘 활용하는 기업이 지식기업인 것이다.

또한 기업이 지식기업으로 거듭나기 위해서는 조직원의 지식창출을 극대화하고 창출된 지식을 공유함으로써 조직의 지식역량을 확대하는 지식경영을 실천해야 한다.

국내현황

지식경영이 경쟁력 강화의 유력한 대안으로 인식되면서 국내에서도 지식경영을 도입하는 기업들이 빠르게 늘고 있다. 지난해부터 삼성, 현대, 엘지, 대우, SK 등 5대 그룹과 계열사를 중심으로 불붙기 시작한 지식경영 열풍이 현재 30대 그룹과 중소기업으로 빠르게 확산되고 있다.

현대그룹은 올해 주요 경영방침으로 지식경영을 천명하고 정몽구 회장을 비롯한 그룹 핵심경영자가 지식경영에 대한 특강을 듣고 본격적인 추진계획을 수립할 예정이다. 삼성물산, 삼성SDS, LG칼텍스 정유, SKC&C 등 많은 기업들이 이미 지식경영을 도입했다. 또한 사내에 지식경영팀이나 연구회 등을 구성해 지식경영 도입을 준비하는 기업들도 상당수다.

지난해말 지식경영을 실행하고 있는 삼성물산은 전직원이 획득한 지식을 모아 놓는 지식창고를 만들고 이곳에서 지식을 쉽게 찾을 수 있도록 키워드를 일목요연하게 만들어 직원들의 지식공유를 돕고 있다. 삼성물산은 지식경영을 통해 전세계에 흩어져 있는 상사맨들이 습득한 지식을 하나로 취합해 전 직원을 '지식 상사맨'으로 만든다는 계획이다.

시스템통합업체인 LG-EDS시스템은 지식경영 실천의 주체로 지식 관리센터를 만들고 전직원이 보유한 지식을 상품과 같이 거래하는 제도를 정착시켜 나가고 있다.

이 회사는 특히 지식공유 문화를 정착시키기 위해 지식제공자에 대해 인센티브를 부여하는 '지식 마일리지제도'를 고안하는 한편, 다른 사람의 지식을 사용하는 사람이 비용을 부담하도록 했다.

지식경영시스템인 글로벌넷을 활용하고 있는 SK상사는 업무 처리 방식을 표준화하는 한편 전자메일 전자게시판 등의 기능을 고도화해 전직원의 지식을 하나로 연결해 놓고 있다. 시스템통합 전문업체인 SKC&C는 중장기 경영전략 수립과정에서 지식경영의 중요성을 인지하고 시스템 구축작업을 거쳐 지식경영을 실천하고 있다. 이 회사는 지식경영 정착의 관건이 보상체계에 있다고 보고 최고경영자-팀장-팀원으로 이어지는 평가시스템을 도입해 지식경영 활동의 성과를 연봉에 반영하고 있다.

최근에는 중소기업들도 관심을 갖고 지식경영을 적극 도입하는 한편 이를 추진하는 기업의 업종도 다양해지고 있다. 전문

여행업체인 하나투어가 대표적인 사례다. 이 회사는 건전하고 유익한 여행문화 정착을 위해서 지식경영이 필요하다는 점을 인식하고 지식창고를 구축하는 한편 매월 이달의 지식인을 선정해 포상하는 인센티브 제도를 운영하고 있다.

환자중심 병원을 모토로 운영되고 있는 예치과 역시 조직원간의 지식 공유와 지식 근로자를 양성하기 위한 제도적 장치를 운영하고 있다. 의사들이 매주 모여 세미나를 열고 토요일에는 치료 기술에 관한 공개 세미나를 열어 자신의 경험을 발표하도록 한다. 또한 병원 운영에 관한 개선책을 연구하고 고객만족 방안을 연구하는 아디 이어 뱅크로 CA(Change Agent)팀을 운영하고 있다.

문제점

지식경영은 한번 도입하면 끝나는 경영시스템이 아니라 회사가 생존하는 동안 계속 실천해 나가야 하는 지속적인 경영과정이다.

그러나 국내 기업의 경영자들 중에는 지식경영시스템과 여러가지 실천적 제도를 도입하기만 하면 지식경영이 완성된 것으로 보는 사람들이 많다. 실제로 '이제 지식경영을 시작한다'고 선포할 때까지는 많은 노력을 기울이다가 그 이후로는 뒷짐을 지고 '나몰라라' 하는 경영진들의 모습이 벌써부터 눈에 띈다.

지식경영에서 정착 중요한 것은 지식경영시스템이 아니라 지식경영과 관련된 문화이다. 개개인에 대한 평가 및 보상제도 도입, 최고지식경영자 선임, 지속적인 학습조직 구성 등 여러 제도를 통해 지식공

유 문화를 완전히 정착하는 것이 더 중요한 일이다.

지식경영 분야의 대가인 미국 피츠버그 대학의 윌리엄 킹 교수의 지적을 되새겨볼 만하다. 그는 "지식경영시스템을 도입한 뒤 1~2년 이내에 큰 결실을 기대한다면 지식경영도 리엔지니어링 등 다른 경영이론과 마찬가지로 짧은 유행으로 그칠 것"이라고 단언하고 있다.

또한 지식경영의 내용보다 형식에 치우친 업체들이 많은 것도 문제로 지적되고 있다. 지식경영의 궁극적인 목적인 해당 기업의 핵심역량을 파악하고 그에 관련된 지식을 극대화함으로써 시장에 경쟁력 있는 제품 혹은 서비스를 제공하는 것이다.

이를 위해서는 조직의 핵심 지식역량을 파악하고 그것을 발전시키기 위해 노력해야 한다. 그러나 국내기업들 중에는 핵심역량을 파악하려는 노력은 하지 않고 모든 지식을 아무런 선별작업없이 창고에 모아 두기만 하면 지식경영이 이루어지는 것으로 혼동하고 있어 문제로 지적되고 있다.

인터넷에서 정보찾기(1)

지식서적 사이버 책방서 찾아라

내가 찾고자 하는 지식과 정보가 어디에 소재하고 있는지(Know Where) 아는 것도 지식이 다. 지식경영, 지식경제와 관련된 서적을 구입하고 싶다면 무엇을 참고해야 할까. 역시 인터넷을 이용하는 것이 가장 확실하다.

세계 최대 출판물 사이트인 아마존(www.amazon.com)을 접속해 보면 다양한 지식관련 서적물을 검색해 볼 수 있으며 각 서적이 어떤 내용을 수록하고 있는지 실시간으로 알 수 있다. 특히 지식경영 사이트 중 대다수는 우수서적을 추천하는 코너를 운영하고 있어 여러모로 도움을 준다.

● 지식의 경제적 영향

데일 니프, 앤터니 시즈펠드 등이 공동 집필한 '지식의 경제적 영향(The Economic Impact of Knowledge)'은 98년에 출간된 책으로 350페이지에 달한다. 총 3장으로 이루어져 있으며 지식이란 무형자산이 경제전반에 미치는 영향과 의의를 심층적으로 다루고 있다. 책 서문에서는 지식경영의 권위자인 로렌스 프루삭 IBM컨설턴트 최고지식경영자(CKO)가 다가오는 21세기에 '지식'에 대한 사회적 관심이 크게 고조되고 있는 이유를 설명하고 있다.

제1장은 '지식이 국가경제에 미치는 영향'으로 서 지식에 기반을 둔 경제성장의 중요성을 설명하면서 지식기반 경제를 맞아 지식과 기술의 변화가 점차 빨라지고 있다고 강조한다. 1980년대 이후 미국경제를 주도한 세가지는 국제화, 신기술 개발과 적용, 지식기반 경제로의 이전이었다. 21세기에 미국을 이끄는 경쟁우위의 원천은 바로 지적 자산이다.

제2장에서는 노왓(know what), 노후(know who), 노하우(know how) 등 지식의 종류와 성질에 대해 고찰하며 지식을 통해 얻는 경제적 가치를 검토한다. 제3장은 지적자산을 측정하고 관

리하는 방안에 대해 고찰한다.

● 쓸모있는 지식

지식경영의 대가로 잘 알려진 로렌스 프루삭과 토머스 데이브프트가 공동 저술한 '쓸모있는 지식(Working Knowledge)'은 지식경영에 대한 전반적인 내용을 습득하고자 하는 사람들에게 추천할 만하다.

우선 중량감있는 두명의 지식 권위자들이 자신들의 지적역량을 쏟아낸 책이라는 점에서 신뢰가 간다. 이책은 △지식창출 △지식시장의 도전과 약속 △지식전달 △지식의 형식화와 조정과정 △지식경영의 기법 △지식경영의 실제 사례 등 9장으로 이루어져 있다.

지식 정보 데이터의 정의와 같은 기본적인 이론에서부터 텍사스 인스트루먼트(TI), 언스트영, 다투케미컬, 브리티시 페트롤리엄(BP) 등 선진 지식기업의 적용사례까지 다양한 내용을 담고 있어 단계적으로 수준을 높여나갈 수 있다.

하버드경영대학원 출판사에서 97년말에 발간한 이책은 220여페이지로 아마존에서 20.97달러에 구입할 수 있다.

● 지식경제를 위한 혁신전략: 지식의 인식

지식경영 컨설턴트로 활동하고 있는 데브라 애미던이 저술한 '지식경제를 위한 혁신전략(Innovation Strategy for the Knowledge Economy)'은 제목 그대로 조직의 혁신을 강조한다.

새로운 밀레니엄을 맞이할 기업들에게는 끊임 없는 지식 창출과정이 최대의 성공요소이므로 기술혁신에 있어서 주의할 점은 새로운 지식을 창출하는 노력보다도 기존 지식을 어떻게 효과적으로 활용하는가에 있음을 설명하고 있다.

이책은 총 10장으로 구성되어 있으며 △지식 혁신의 사례 △가치시스템으로서의 혁신 △지식

경제와 지식근로자 △고객관계의 중요성 등을 언급했다. 지식에서 정보로, 관료주의 사회에서 네트워크 사회로, 교육에서 학습으로 패러다임이 변모하면서 기업 경영환경도 달라지고 있다. 또한 기업간 경쟁원리만 강조되는 것이 아니라 상호협력의 전략이 중시되고 있다.

이러한 환경속에서 이른바 '제5세대 기업'으로 분류되는 현재 기업들은 혁신이라는 요소를 간과해서는 안된다는 게 이책의 주요 골자다. 분량은 220페이지로 버터워스 하이네만 출판사에서 97년 4월 출간됐다.

● 지적자본

지적자본, 지식자산과 관련된 책은 리프 에드빈슨, 토머스 스튜어트, 요한 루즈, 애니 브루킹 등의 권위자들이 저술한 책을 포함해 여러종 출간되어 있다. 그 중에서도 토머스 스튜어트 포천지 에디터가 저술한 '지적자본 : 조직의 새로운 부(Intellectual Capital: The New Wealth of Organization)'은 지적자본에 대한 대표적인 책으로 알려져 있다.

97년 출간된 지적자본은 총 3장으로 구성되어 있다. 제1장 '정보시대'에서는 지식경제(1절), 지식기업(2절), 지식근로자(3절)에 대해 개괄적으로 언급했다. 제2장 '지적자본'은 이책의 본문격으로 인적 자본, 구조적 자본, 고객 자본 등에 대한 이론과 사례를 심도깊게 소개했으며 제3장은 네트워크의 중요성과 조직의 변화를 다뤘다.

토머스 스튜어트는 이책을 통해 지식이 21세기 지식사회에서 가장 강력한 자원으로 떠오르고 있음을 설득력있게 전달하고 있다. 기업들은 무엇보다 지적자본의 중요성을 인식하고이를 체계적으로 관리하기 위한 노력을 단행해야 한다는 메시지가 담겨있다.

인터넷은 지식경영 최고전도사

지식경영과 관련된 자료를 얻고 싶다면 놓치지 말아야 할 수단이 바로 인터넷이다. 정보의 보고(寶庫) 인터넷에는 지식경영에 대한 자료가 수를 셀 수 없을만큼 가득 담겨있기 때문이다. 예를 들어 검색엔진 인포시크에서 'Knowledge Management(지식경영)'라는 단어를 입력하면 수 만개의 자료가 검색돼 나온다.

대학 교수를 비롯한 컨설팅, 지식경영 권위자들이 개설하는 신규 지식경영 사이트는 하루가 다르게 늘어나고 있으며, 기존 사이트에서도 지식관련 자료를 계속해서 소개하고 있어 인터넷만 잘 활용하면 유용한 자료를 얼마든지 건질 수 있다.

● 브린트(www.brint.com)

브린트는 요게시 말호트라 미국 피츠버그대 경영대학원 교수가 지난 95년 개설한 사이트로서 월스트리트저널로부터 '세계 최대 지식경영 관련 문헌의 보고'라는 평가를 받은 바 있다.

이 사이트의 '지식경영 가상도서관'을 클릭하면 지식경영과 관련한 기사, 백서, 인터뷰, 참고문헌 등을 쉽게 구할 수 있다. 요게시 말호트라 교수 뿐만 아니라 토머스 데이브포트, 로렌스 프루삭, 토머스 스튜어트, 칼 스바이비 등 지식경영 석학들의 최신 연구성과가 집약되어 있다.

지식경영 관련 행사들이 일목요연하게 정리되어 있는 '온라인 달력'도 브린트의 장점 가운데 하나다.

● 지식사업

(www.knowledgebusiness.com)

홈페이지를 접속하면 커다란 나침반 그림과 함께 △지식경영 도서관 △새로운 내용 △탐색 스프로필 등 4개 메뉴가 나타난다.

이 사이트의 핵심내용은 '지식경영 도서관(KM Resource Library)' 메뉴에 집약되어 있다. 1번 항목인 시장조사와 설문결과에서는 지식경영

과 관련된 설문조사 내용과 실제 연구사제가 소개되어 있다. 유럽 1천개 기업을 대상으로 지식경영의 혜택을 묻는 설문을 비롯해 가장 존경받는 20대 지식기업, 지식경영시스템 사용에 대한 설문 등 30여 건의 자료가 실려 있다.

2번 항목인 '국제 지식경영 뉴스'는 이스트만 코닥, 제록스, 브리티시 페트롤리엄, IBM 등 선진 지식기업의 동향을 소개한다. '지식 경영자료 가이드' 항목은 지식과 관련한 유용한 자료, 책자, 소프트웨어 등을 제시했으며 4번 '리뷰 페이지'는 지식경영 관련 서적 리스트를 공개하면서 서평도 같이 실어 놓았다.

● 액세스KM(www.accesskm.com)

'지식경영 자료(KM Resources)' 메뉴를 클릭하면 지식경영과 관련한 기사와 책자, 지식경영 사이트 주소를 구할 수 있다. 이중 △지식경영과 전자상거래 △99년 지식경영 추세 △당신의 지식 창고를 구축하라 등이 눈길을 끈다. 건물 모양으로 형상화한 지식조직 모델은 지식을 공유·창출하는 지식기업을 잘 설명하고 있다.

이 메뉴에 포함되어 있는 외부기사(Articles by 3rd Parties) 항목도 참고할 만하다. 미국생산성 품질센터(APQC)와 CIO잡지 등 다른 지식경영 사이트에 실린 기사 중 양질의 자료를 소개하는 코너로 다양한 내용을 선보이고 있다. 지식경영 전문 컨설팅 회사인 액세스시스템이 개설했다.

● 버나앨리(www.venalee.com)

학습조직과 지식기반 기업에 대한 컨설팅 활동을 펼치고 있는 버나앨리 리가 개설한 사이트로서 홈페이지는 △지식경영 △시스템 사고와 가치 네트워크 △지적자본과 가치창출 △학습조직 △글로벌 벤처마킹 등 8개 메뉴로 구성되어 있다.

'지식경영' 메뉴는 지식경영의 정의와 12가지 원칙을 비롯해 관련 기사들을 수록했다. 지적자본

과 가치창출, 학습조직 메뉴에서도 지적자본과 학습조직에 대한 정의와 함께 관련 기사를 소개했다.

● KTI(www.kti.com)

미국 지식경영 컨설팅 회사인 KTI(Knowledge Transfer International)가 개설했다. 홈페이지는 '아는게 힘이다(Knowledge is power)'라는 문구와 함께 △KTI 소개 △KM Metazine △컨설팅 실적이라는 3개 메뉴로 구성되어 있다.

이중 4개의 항목으로 이루어진 'KM Metazine'에는 지식생산성과 경쟁력이라는 글을 포함해 약 10여개의 글이 소개되어 있으며 정보 근로자와 지식 근로자의 개념적 차이점을 언급하고 있다. 또한 암묵지와 형식지, 지적자본과 지식 지도 등 기본용어를 정리한 텍스트도 얻을 수 있다.

● 지식외사(www.knowledgeinc.com)

'정신의 왕국(Empires of Mind)' 메뉴에 들어가면 지식경제의 진정한 혜택, 지식관리담당자(CKO)를 고용해야 하는가 등 10여개의 문헌을 볼 수 있다. 스마트기업(Smart Enterprise)에서는 지식경영의 성공비결과 휴렛팩커드, 다우케미컬 등 선진 지식기업의 사례가 소개되어 있다. 또한 지식경영 관련 사이트를 엄선해 놓은 링크 연결 항목도 이 사이트의 강점이다.

● 엔토베이션(www.entovdibn.com)

'다가오는 지식사회에서 기업 발전의 기폭제는 혁신'이라며 끊임없는 변화와 혁신을 강조하는 엔토베이션 사이트는 조직이 얼마나 혁신적인지 판단하기 위해 간단한 리트머스 테스트를 실시해 볼 것을 권한다.

'지식혁신' 메뉴에 테스트 문항이 실려 있으며 10개의 문항중 7개 이상이 '예'이면 지식 혁신을 위한 좋은 토양을 갖추고 있다고 분석한다. 또한

이 메뉴에 실려있는 지도자와 낙오자라는 자료는 지식에 대한 개념도 모르면서 지식경영 운운하거나, 조직의 핵심지식이 상실되는지도 모르면서 구조조정을 단행하는 기업이 지식경영 실패의 전형적인 사례라고 소개한다.

지식경영에 관한 궁금증을 풀어 주고자 개인 컨설턴트로 활약중인 브라이언 뉴먼이 개설했다. 데이비드 스킴, 요한 루스, 칼스 바이비 등 여러명의 지식경영 권위자들이 참가한 지식경영포럼의 내용을 살펴 보려면 지식경영토론 메뉴를 선택하면 된다.

식습득 방법 △지식경영의 역사와 미래 등 20여 가지 주제에 대해 다양한 의견이 제시돼 있다. 또한 '지식경영논문' 항목을 클릭하면 30여편의 지식경영 관련 문헌을 접할 수 있으며 '지식경영은 무엇인가'에서는 기본개념을 잘 요약해 놓았다.



● 지식경영포럼(www.km-forum.org)

여기에는 △지식공유에 필요한 핵심요소 △지

1999년 한국HP 유닉스 서버 사업 전략

한국HP는 지난해, 순수 유닉스서버에서 약 1000억에 가까운 매출액을 달성하여 전체 유닉스 시장에서 대략 27%의 시장 점유율을 차지했다. 올해에도 한국HP는 하이엔드 V2500 서버를 내세워 기존 메인프레임 시장을 공략하는 동시에 시스템 컨솔리데이션, ERP, 데이터 웨어하우스 등 다양한 솔루션 분야에서 초점을 두고 입체적인 영업전을 펼칠 것으로 예상된다. 특히, 한국HP는 최근에 발표한 V2500서버를 기반으로 강력한 성능, 확장성 및 고가용성을 내세워 국내의 대형기관의 핵심 IT분야를 주대상으로 강력한 영업 활동을 집중할 것으로 예상된다.

작년, 한국HP는 메인프레임 시장공략을 성공적으로 추진하여 5개의 증권사 계정계에 HP의 고가용성을 기반으로 한 HP 유닉스 서버로 대체하였다. 이에 힘입어, 금년, 한국HP는 기존 메인프레임 시장 공략 뿐만 아니라, 신규도입 업체에도 파격적인 가격에 메인프레임 성능 이상을 낼 수 있는 하이엔드 서버 영업을 지속적으로 할 것으로 보인다.

한국HP는 또한 금년에 시스템 컨솔리데이션 시장이 늘어날 것으로 예상하여 올해, 이에 대한 시장공략을 본격화 할 것으로 예상된다. 이미 한국HP의 마케팅 프로그램도 5개 분야로 이루어진 시스템 컨솔리데이션 프로그램 - 서버, 스토리지, 네트워크, 관리, 및 백업 컨솔리데이션 솔루션 등을 기반으로 준비되고 있으며, 특히 기업 고객의 관심 분야인 TCO, ROI, 시스템 관리, 데이터 통합, 비즈니스 컨솔리데이션 등의 경영개념을 도입하여 고객들의 요구사항이 충족될 수 있도록 인내해 나간다는 전략이다.

특히, 한국HP의 시스템 컨솔리데이션은 고가용성을 기반으로 한 EPS (Enterprise Parallel Server), SAN (Storage Area Network), HP OpenView, Network, 백업 장치 등에 기반하고 있다. 또한, 한국HP는 ERP 및 인터넷 시장공략을 위해서 1999년 중반, IA-64로 업그레이드 가능한 고가용성 미드레인지 서버를 업계최초로 출시할 예정이다.

이외에도 한국HP는 고객의 투자보호를 극대화하기 위해 신제품을 이용한 지속적인 영업전략을 펼칠 것으로 예상된다. 또한 데이터웨어하우스 시장에서도 한국HP는 자사의 '오픈 데이터웨어하우스'라는 커다란 솔루션 프레임워크 아래에 다양한 소프트웨어 업체들과 협력을 통해서 보다 강력한 솔루션 제공에 주력할 예정이다. 특히 최근에 발표한 V2500 서버같은 초대형 유닉스 서버 시스템을 내세워서 이 시장을 주도해 나간다는 전략이다.

향후 5년간 한국HP는 기존 시스템을 활용하는 고객에게 IA-64로 전이할 수 있도록 최대한의 투자보호 및 ROI에 초점을 둘 것으로 예상된다. HP는 이미 인텔과의 지속적인 개발협력 노력을 통해 IA-64기반 서버로의 전환에 있어 주도적인 경쟁우위를 확보하게 됐다.

HP는 바이너리 호환성, 컴파일러 기술, 유닉스 업계 중 가장 단순한 IA-64 하드웨어 업그레이드 경로 등의 이점을 확보하고 있다. 이러한 이점들은 IA-64 기반 서버가 본격적으로 시장을 형성하게 되면 HP가 시장 점유율을 높일 수 있는 기폭제가 될 것으로 전망된다.