



고객 중심의 혁신을 위해

AMD코리아 대표 박용진

진 열대에 놓여진 다양한 제품을 보고 무얼 살지 고민에 빠지게 되는 시간은 아마도 시장 경제 논리가 소비자에게 주는 혜택 중 하나가 아닐까 싶다. 그리고 소비자들이 가지는 이러한 행복한 고민은 기업에게 있어 가장 단순하지만 확실한 목표를 제시해 주기도 한다. 바로 소비자에게 의해 '선택해야 한다는 것이다. 요즘과 같이 갈수록 치열해지는 경쟁 환경 속에서 살아남기 위해 수많은 기업들이 더 좋은 제품과 기술을 개발하고, 다양한 마케팅 기법을 도입해가며 소비자들에게 선택받기 위해 노력하고 있다.

여기서 한가지 우리가 기억해야 할 점은 이 모든 노력들도 개방적이고 공정한 경쟁이 가능한 시장에서만 의미를 가질 수 있다는 것이다. 만약 시장에서 몇몇 소수의 대규모 기업에 의해 공정한 경쟁이 제한된다면, 신규업체의 시장 진출의 길이 막히고, 다른 기업들의 활동이 방해받는다면, 결국 그 결과는 소비자들에게 선택의 폭이 제한되고, 동일한 물건을 사기 위해 더 높은 비용을 지불해야 하는 것으로 나타날 것이다.

필자가 몸을 담고 있는 AMD는 최근 개방적이고 공정한 경쟁이 가능한 시장 환경 조성을 위해 적극적으로 노력하고 있다. 그 대표적인 사례가 경쟁사가 독점적 지위를 이용해 전세계에서 행하고 있던 여러 가지 불공정 비즈니스 관행에 대해 제소하게 된 것이다. AMD의 경쟁사 제소건은 국제적으로 업계 관리자와 일반 소비자는 물론, 공정 거래 관련 규제를 책임지고 있는 세계 각국의 정부 기관에 이르기까지 광범위한 반향을 불러일으켰고, 공정한 경쟁에 대한 관심을 환기시키게 됐다.

이처럼 AMD가 공정하고 개방된 경쟁에 대한 소신을 갖게 된 저변에는 소비자나 파트너 '고객 중심의 혁신'이라는 회사 비전이 있다. 기술 개

발· 제품 생산· 영업· 마케팅 등 AMD 비즈니스를 이루고 있는 모든 근간에는 '어떻게 하는 것이 소비자들에게 좀더 혜택을 줄수 있는 방법인가'에 대한 고민이 내포돼 있는 것이다.

사실 IT분야의 기업들은 근본적으로 생산자 중심 제품 생산 형태를 고수하는 양상이 짙은데, 어찌 보면 시장의 요구나 고객의 필요보다는 자사의 경쟁력을 강화하기 위해 신기술 도입을 추진하고 혁신을 주도해 왔다고 볼 수도 있다. 이로 인해 고객들은 자신들의 요구와는 별개로 늘 '기업이 제시한 비전'을 수동적으로 따라가게 되는 경우가 발생해 온 것도 사실이다.

하지만 AMD는 생산자 중심의 제품 개발을 벗어나 고객이 진정으로 원하는, 고객이 진정으로 필요로 하는 솔루션을 제공하기 위해 꾸준히 노력해왔다. 프로세스 향상과 이를 통한 원가 절감의 달성, 수익성 향상 등에 급급하기 보다 시장과 고객의 요구에 귀를 기울여 끊임없이 혁신적인 제품을 창출하고자 노력한 것이다.

이러한 노력의 일환으로, AMD는 2003년 업계 최초로 x86기반의 64비트 프로세서인 서버용 AMD 옵테론 프로세서와 데스크톱용 AMD 애슬론64 프로세서를 발표했다. 이 제품은 기존 32비트 운영체제와 애플리케이션에서 최적의 성능을 발휘함과 동시에 자연스럽게 향후 보급될 64비트 컴퓨팅으로 전환할 수 있도록 32/64비트 호환이 되는 x86 명령어 기반의 AMD64기술을 적용, 미래의 플랫폼을 제공하면서도 고객의 입장에서 판단, 기존의 투자를 보호하도록 했다는 점이 가장 큰 특징이었다.

또한 AMD는 지난 4월 업계 최초로 서버용 듀얼 코어 프로세서를 출시함으로써 이번에는 '듀얼 코어'라는 또 다른 고객 중심의 혁신적 기술을 발표했다. 서버용 듀얼 코어 프로세서는 CPU에서 두뇌역할을 하는 코어를 하나의 다이

상에 2개 장착해 효율성을 대폭 향상시킨 혁신적인 프로세서로, 높은 성능과 낮은 전력 소모, 높은 물리적 공간 효율성 등 기업 고객이 서버 시스템에 대해 가지고 있었던 가장 큰 욕구를 충족시켜주는 제품이라고 할 수 있다.

이렇게 개방되고 공정한 경쟁을 장려해 고객들을 위한 더 나은 시장 환경을 조성하는 것, 최초의 32/64비트 호환 프로세서를 발표해 고객들의 기존 투자를 보호하면서도 미래형 컴퓨팅에 대한 비전을 제시하는 것, 서버용 듀얼 코어 프로세서처럼 고객들이 가장 아쉬워하던 욕구를 만족시키는 솔루션을 제시하는 것 등 AMD의 '고객 중심의 혁신'은 AMD 비즈니스 전체를 이끌어가는 가장 큰 원칙이 되어왔다.

그리고 이러한 고객 중심의 혁신은 큰 폭의 점유율 상승이라는 고객의 답례로 돌아오고 있다. AMD는 2005년 2분기 현재, 국내 소매시장에서 전체 점유율을 40% 이상으로 끌어 올렸으며, 이와 같은 소매시장에서의 분전을 계기로 HP, 후지쯔 등 해외 대형 PC제조 업체뿐만 아니라, 국내 주요 OEM업체들도 AMD 프로세서를 선택하기 시작했다. 또한 사실상 점유율이 0%에 가까웠던 서버용 프로세서 시장에서는 옵테론 발표 후 약 2년여만에 10%가 넘는 점유율을 차지했다. 최근에는 IT 업계의 이목이 집중됐던 교육 정보화시스템(NEIS)의 본사업에 투입되는 3,400여대의 서버를 모두 옵테론 프로세서 기반으로 구성하는 성과를 올리기도 했다.

필자는 AMD의 이런 모멘텀이 이제 시작이라고 생각한다. AMD는 앞으로도 '고객 중심의 혁신'에 기반해 고객의 요구사항과 기대에 부응하는 최고의 기술·제품을 만들기 위해 지속적으로 노력할 것이고, 이러한 노력이 지금까지와 마찬가지로 AMD에 대한 고객들의 지지와 성원으로 이어질 것이라 믿는다. 🍎