theme

천억클럽 CEO로부터 듣는 우리 벤처의 성공비결 키워드

첨단의 신기술과 아이디어로 우리 경제를 이끌고 있는 벤처!

창조성과 끈기와 도전정신은 우리 벤처인의 삼시세끼 밥이자 보물이다.

이 세가지 보물을 제대로 발견하여,

매출 천억 이상을 달성한 벤처기업 CEO에게 물었다.

"비결이 무엇인가요?"

세계적 관점 ; 휴맥스 변대규 대표

대기업은 다르겠지만 중소기업이나 벤처기업은 세계 최초 개발, 최고의 기술이란 말을 많이 한다. 하지만 많은 벤처기업이 자기 기술이 정확히 세계적인 관점에서 어디쯤 있는지 모르고 있다. 왜냐하면 대부분의 중소기업과 벤처기업이 한국에서 사업을 하고 있기 때문에, 생각도 한국 땅에 머물러 있는 경우가 많기 때문이다. 한국에서 세계 최초라고 하는데 실제로 세계 최초인지 아닌지 잘 모른다. 그러므로 늘 세계적인 관점에서 산업을 보고 사업 분야를 결정하는 자세가 필요하다.

다행히 휴맥스는 해외시장에서 먼저 일을 하다 보니 원하든 원하지 않든 세계적인 관점에서 시장을 볼 수 밖에 없다. 특별히 능력이 있고 없고를 떠나서 세계시장에 발을 딛고 있기 때문에 관점이 세계적이다. 새로운 아이템을 찾고 새로운 사업 분야를 결정할 때에도 국내의 경쟁자가 누구인지 신경 쓰는 것이 아니라, 전 세계적으로 경쟁자가 누구이고 전 세계적으로 이 사업이 어느 단계에 있는지를 고민하게 된다. 물론 세계적인 관점에서 보고 결정을 내리는 것엔 어려움이 따르지만 어떻게든 그 벽을 넘어야 된다는 도전의식을 가지고 있다.

긴장과 신뢰가 있어야 회사가 성장한다. 항상 벼랑에서 떨어질 수 있고 내일 실패할 수 있다는 절박감이 있어야 위기를 극복하고 한 단계 올라설 수 있다. 또한 구성원 간 끈끈한 신뢰도 회사 성장의 든든한 버팀목이라고 본다.

正道경영 ; VK 이철상 대표

처음 VK가 휴대폰 단말기 사업에 뛰어들었을 때 누구도 성공할 것이라 생각하지 않았다. 그렇지만 CEO로서 과감한 R&D 투자와 철저한 품질관리, 자체 브랜드 확보를 통해 기업으로서의 책임과 의무를 다하며 바르게 성장해 나가고 싶었고 이러한 정도경영에 대한 철학이 지금의 VK를 만들었다고 생각한다.

VK는 단기적인 성과를 위해 편법을 쓰기보다는 정공법을 택해 왔다. 시장에서도 지름길이나 뒷길이 아닌 품질과 가격으로 정면승부를 해왔다. 처음엔 그 고단함에 어려움을 겪기도 했지만 결국엔 정도를 가는 것이 승리하는 방법이라는 굳은 신념을 가지고 있으며, 또 그것을 경험으로 체득했다.

초기 해외시장에서 OEM이나 ODM 방식을 지양하고, 직접 만든 물건에 이름을 걸고 판다는 자체브랜드 전략을 고수하는 것도 이런 전략의 일환이다. 단기간에 물량을 확보해 회사의 외적 규모를 키우려면 OEM이나 ODM 방식이 훨씬 유리하고, 2~3개 업체를 제외한 국내의 단말기 회사들 대부분이 이런 방식을 취하고 있지만 VK는 사업 초기부터 소신 있게 자체브랜드 전략으로 사업을 추진해 왔다.

이러한 것이 바탕이 되어 영국 최대 이동통신 사업자인 보다폰과 프랑스 최대 단말기 유통사인 아브니르텔레콤 등을 통해 GSM폰의 본고장이자 가장 선진화된 시장인 유럽지역에 성공적으로 진출할 수 있었다.

미래예측 ; 코아로직 황기수 대표

대표적인 국내 팹리스 반도체 설계 회사 코아로직은 1998년 설립 이후 매년 3배 이상 되는 성장세를 보여 왔으며, 2005년에는 1623억원의 매출을 기록했다. 특히 지난해에는 매년 아시아 태평양 지역의 고속성장 기술기업들을 대상으로 선정하는 'Deloitte Technology Fast 500 Asia Pacific 2005'에서 당당히 4위로 자리 매김하여 세계적으로 그 성장성과 기술력을 인정받고 글로벌 브랜드로 성장해 가고 있다.

설립 이후 이러한 성장의 기틀을 마련하기까지 코아로직은 많은 시련과 고비를 넘겨야 했다. 특히 제품 개발 막바지에서 자금 부족으로 어려움을 겪기도 했으며, 2004년부터 본격화된 해외시장 개척 시기에도 중국과 동남아 일대에 사스가 퍼져 힘든 시기를 겪어야 했다.

하지만 기술과 시장에 대한 정확한 예측과 준비를 통해 수많은 장애물들을 극복해왔다. 또한 현재의 성장세를 이어가기 위해 차세대 멀티미디어폰을 겨냥한 MAP 제품을 2004년에 개발하여 2005년부터 그 매출이 본격화되고 있다. 특히 이 제품은 멀티미디어 휴대폰 시장을 선도하고 있는 삼성전자와의 전략적 협력관계를 바탕으로 개발된 제품이다.

MAP 제품군은 코아로직의 미래예측 경영의 절정이라고 할 수 있다. 이 제품은 애플리케이션에 따라 무한확장이 가능한 제품으로서 MP3플레이어, 동영상, 화상통화, 3D 게임, 최근에 급부상하고 있는 DMB까지 멀티미디어 기능에 따라 다양한 파생제품들을 개발, 공급할 수 있다. 코아로직은 지속적으로 MAP 제품군의 확장 가능성을 극대화할 수 있는 관련 기반 기술을 확보함으로써 현재보다 한 차원 높은 성장을 통한 제2의 도약기를 맞이하고 있다.

초심경영 ; 이레전자산업 정문식 대표

항상 어려웠던 시절을 잊지 않는 초심경영과 신규아이템 개발에 적극 투자한 것이 설립 15주년을 맞은 지금의 이레전자산업을 있게 한 원동력이다.

이레전자산업은 1990년 창업 초기 무선전화기 및 휴대폰 충전기 사업을 거쳐 지난 2000년 사업다각화를 실시한 이후 CDMA 단말기 생산 및 디지털 디스플레이 사업 분야를 중심으로 집중적인 마케팅을 펼치고 있다. 특히 2000년 LCD 모니터, 2002년 PDP 그리고 2003년에는 LCD TV시장에 진입하며 세계 디스플레이 시장을 적극 공략해 현재는 DTV 중소업계의 선두 위치에서 매출 2000억원대를 바라보고 있다.

지금은 성공한 벤처기업으로 자리매김한 이레전자산업도 어려웠던 시절은 있었다. 그러나 그 시절의 고민이 바로 지금의 이레전자산업을 이루게 한 원동력이라고 확신하고 있다. 따라서 지금도 항상 '초심'을 유지하고 기업경영 활동에 적극적으로 임한다는 경영철학엔 변함이 없다.

또한 이레전자산업은 디지털 디스플레이 전문 개발기업으로 안주하지 않고, 적극적인 신규 아이템 및 틈새시장 개발로 고객중심의 '고객가치'를 실현할 수 있도록 기업의 제반 경영활동의 실천에 노력하고 있다. 이를 통해 제품의 기본적인 품질에서부터 대내외 고객만족을 넘어 고객의 생활 속에서 함께 할 수 있는 기업, 내실 있는 기업, 믿음직한 세계적 기업으로 오래도록 자리하리란 포부를 밝힌다.

자신감 ; 가온미디어 임화섭 대표

가온미디어는 2001년에 설립, 3년 만에 이미 매출 1000억원을 달성했으나 임직원들은 이제 시작이라고 말한다. 2010년까지 매출 1조원을 달성함은 물론 세계 디지털 컨버전스 분야, 디지털 홈네트워크 시장을 선도하는 대표기업으로 우뚝 서겠다는 야심찬 포부를 갖고 있다.

이런 가온미디어의 성장에는 불철주야로 일한 임직원들의 헌신적인 노력이 있었기에 가능했으며 '좋은 회사', '위대한 회사'로 키나갈 수 있다는 임직원들의 굳은 신념과 믿음이 바탕이 되었다.

디지털시대에는 속도를 이기지 못하면 쓰러진다고 생각한다. 따라서 몽골 기마병처럼 빠른 속도를 낼 수 있는 기동력과 야성을 지닌 조직을 만들어 나가야 한다. 아울러 회사의 크기는 구성원들의 그릇과 능력의 크기에 비례한다. 가온의 임직원들은 젊고 창의적인 조직을 추구하며, 단단한 자신감을 바탕으로 자신들의 비전과 꿈을 실현하기 위해 달려가고 있다. 이것이 바로 회사 설립 이후 꾸준히 추진해온 운영방침이자 목표이다.

열정 ; 현대디지탈테크 정규철 대표

사람들은 누구나 성공을 원하지만 모두가 성공하는 것은 아니다. 성공하는 사람은 성공의 법칙과 성공의 에너지를 알고 이해하며, 또 이것을 지키며 활용하는 데 주저함이 없어야 한다. 성공하기 위해서는 꿈이 있어야 하고 철학이 있어야 한다. 그리고 반드시 열정이 있어야 한다.

열정이란 자신이 정말 좋아하는 일, 정말 하고 싶은 일을 하도록 만드는 억제할 수 없는 감정을 말한다. 즉 하루 24시간, 심지어 잠자는 동안에도 한 가지에 열중해서 생각하는 마음 상태이다. 또 열정이란 불가능해 보이는 난관을 극복하기 위해 노력하는 사람의 에너지이다.

불타는 열정, 강인한 정신력과 결단력 그리고 끈기는 장벽을 넘기 위한 에너지의 근원이다. 이 에너지는 모든 도전을 이겨내는 데 필요한 요소이며, 일에 미친다는 것은 이러한 엄청난 에너지로 가득 차 있는 상태를 말한다.

현대디지탈테크는 지난해 '열정 2005운동'을 통해 에너지가 충만한 상태의 열정을 전 직원이 체험한 바 있다. 새로운 도전을 이겨 내려면 모든 에너지를 한 군데로 응집하였다가 한순간 모든 잠재력을 분출시켜야 한다. 이로써 우리는 도전을 이겨내고 성공으로 한 걸음 나아갈 수 있다.

누구나 세상을 살다 보면 종종 어려운 난관에 부딪힐 때가 있다. 해결해야 할 문제가 있을 때에는 어려운 상황을 회피하지 말고 정면으로 승부해야 한다.

2006년 올해 다시 '함께 뛰어요, 2006'을 슬로건으로 내걸고 초일류기업으로 향하는 엔진에 시동을 걸었다. 모두가 '열정 2005운동'에 참여한 만큼의 뜨거운 열정과 불굴의 의지를 쏟아낸다면 무엇이든 해낼 수 있으리라는 확신을 갖는다.

어떤 특정 경영기법은 없다. 현대디지탈테크에는 그 어떤 것으로도 대체할 수 없는 불타오르는 열정만이 있을 뿐이다.