

C.E.O Message

To Have or To Be (소유냐 존재냐)

“고객과 항상 함께할 수 있는 것이 무엇인지,
창조적 서비스를 어떻게 제공할 것인지
치열하게 고민하고, 본능에 가까운 속도로
변화에 민첩하고 능동적으로 반응해야 한다.”

뛰는 가슴으로 기다렸던 2008년이 시작 되었다.

우리는 지난 한 해를 마무리 하면서 스스로에게 다짐했던 각오들을 하나씩 실천해야 할 미션으로 안고 있다. 혹자는 과도한 목표와 실행가능성의 Gap 사이에 일찍이 주저앉기도 하고, 혹자는 놀라운 추진력으로 끊임없이 나아가 기적을 이룰 수도 있을 것이다.

하지만 결과 자체보다 중요한 것이 “존재하는 삶” 으로서의 행동양식이라 생각한다.

행동양식을 결정하는 차이는 본질에 대한 인식에서 시작한다.

심리학자이자 사회철학자인 에리히 프롬은 지식을 소유양식과 존재양식으로 구분하면서 “고정된 지식을 모으고 자격을 획득한다든가 이를 통한 교환가치의 확대를 생각하는 사람은 전형적인 소유양식의 표본인 반면, 새로운 것에 대한 관심과 의문을 통해 스스로 영향 받고 변화시키며, 환경과 상호작용하면서 적극적인 반응을 산출하고 창조적으로 진화하는 사람을 존재양식의 표본” 으로 구분지었다.

경영도 마찬가지이다. 단기적 목표달성에 모든 것을 걸지 말아야 하며, 행함에 있어 그 본질이 무엇인지, 산출 가능한 부가가치가 무엇을 의미하는지 늘 고민해야 하는 이유가 여기에 있는 것이다. 고객을 성과의 수단으로 삼지 말아야 하며, 투쟁에 대한 전유물로 여겨서도 안 된다. 소유하는 순간 지배와 피지배의 관계가 형성되며 균형은 깨지고 만다. 대신 고객과 항상 함께할 수 있는 것이 무엇인지, 창조적 서비스를 어떻게 제공할 것인지 치열하게 고민하고, 본능에 가까운 속도로 변화에 민첩하고 능동적으로 반응해야 한다. 이것이 곧 기업경영의 존재적 삶이며, 소유보다 훨씬 위대한 중국적 승리를 안겨 주리라 믿는다.

새로운 한 해가 시작되었다.

올해의 캐치프레이즈는 “All For One, One For All, 우리는 하나!” 이다.

우리의 존재 이유에 고객이 있으며, 고객의 존재 속에 우리가 있음을 잠시도 잊지 말자.

고객과 선생, 컨설턴트... 우리 모두 하나가 되어 생애 두 번 다시 오지 않을 멋진 한 해를 만들어 보자!

Written by 대표이사 노상충 (James Roh)



대표이사 동정 관련

11/2~3(금~토) CK 하반기 워크숍 참석

11/24(토) 회사 Mentoring Day 참석

11/27(화) Hynix Global Leadership 과정 수료식
참석 @Hynix인재개발원

12/7(금) 한국 산업조직 심리학회 참석
@SK미래경영원

12/22(토) Mentoring Day 참석

12/28(금) 2007 Carrotian Night 주관

