

三星電子에서 배우기

2003. 5. 7

한 용 외 社長

삼성전자 Digital Appliance Network 총괄

1977년 大邱産

1974년 영남대 경영학과卒(67학번)

1974年 1月 公採

세일합섬 (6년), 비서실(10년)

문화재단(6년), 삼성전자(7년)

1979년 근무



- 디지털 경영환경
- 세계가 삼성전자를 주목하고 있다
- 삼성전자 왜 강한가 ?
- 삼성전자에서 배울 것은 ...
- 후배들에게 드리는 제언

디지털 경영환경

• 21세기 세계의 話頭

- 디지털(Digital)

시간과 공간의 개념을 없애고
경제, 사회, 정치, 문화 등 모든 것을 바꾸며,
특히 경영환경에는 엄청난 변화가
일어나고 있음.

- 21C 생존 조건

- SPEED (변화의 속도)
- RISK (위험) (기술혁신이 가져온)

세계가 삼성전자를 주목하고 있다

- 브랜드 가치
- 대내외 각종 수상 및 기록
- 삼성전자의 위상변화

'99년 52억불 ➡ '02년 83억불

THE 100 TOP BRANDS

NINTENDO	9.22	9.46	-3
MERCK	9.14	9.67	-6
SAMSUNG	8.31	6.37	+30
NIKE	7.72	7.59	+2

Electronics Product Vendor Ranking

Rank	Company	Rank	Company
1	IBM	9	Ericsson
2	GE	10	Canon
3	Nokia	11	Samsung
4	Intel	12	Xerox
5	HP	13	Apple
6	SONY	14	Philips
7	Compaq	15	Motorola
8	Dell	16	Panasonic

Winners (in terms of value increase)

Rank	Company	2001	2000	Change
1	Starbucks	1.8	1.3	3
2	Samsung	6.4	5.2	2
3	Financial Times	1.3	1.1	1



ASIA'S LEADING TECHNOLOGIES

BusinessWeek

APRIL 14, 2003

THE



THE BEST PRODUCT OF THE YEAR

W

ANNUAL DESIGN AWARDS

GOLD

FORD THUNDERBIRD

modern rendition of the 1950s original classic. It has a removable top with portable windows. \$35,495

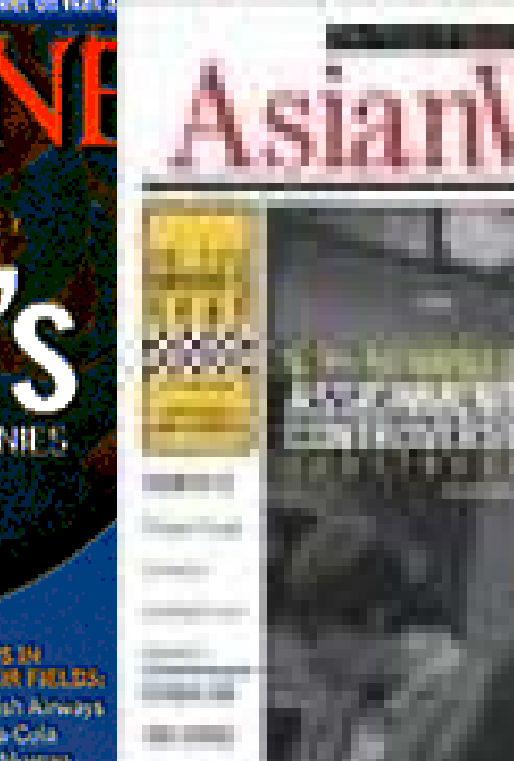
very business cycle weeds out the old, breaks down the established order, and opens the way for innovation. The Industrial Design Excellence Awards (IDEA) for 2002 shows that this most recent cycle is no different. Given by the Industrial Designers Society of America and sponsored by BusinessWeek, the IDEA winners this year reflect major changes on the design scene. The results? A surprising number of Asian companies are emerging as design innovators. The hierarchy of the design industry is being shaken as smaller firms muscle their way into the top tier. Perhaps of most significance, the aesthetic sensibility of American culture is shifting.

Many of the award-winning products this year appear to be reflecting a more sober, post-September 11, security-conscious society. The rounded, biomorphic, soft shapes and translucent plastic see-through openness that defined so many products in the 1990s is out. What's in is a new modernism of sharp edges, tight corners, and a mix of materials.

Among Asian-based marketers, Unilever Indonesia Chairman Nihal Kaviratne is a notable figure. He spent years in the U.S. and has a keen eye for the American market. He says, "We are not just copying the American market. We are creating a new market for ourselves."

Lee Ki Tae, President of Samsung Electronics Telecommunications Network, who has recently put his company's mobile phones on the map, and Terry T.M. Gou of Taiwan's Hon Hai Precision Industry Co., which makes a variety of electronic products, are here to remind them.

Entrepreneur



THE STARS OF ASIA

MANAGERS

MANAGERS

LEE KI TAE
Chief Executive, Samsung Electronics Telecommunications Network, South Korea

SATORU IWATA
President, Nintendo, Japan

YUJI TSUNODA
Chief Executive, Starbucks Coffee Japan, Japan

NIHAL KAVIRATNE
Chairman, Unilever Indonesia, Indonesia

CARLOS GHOSH
President, Nissan Motor Co., Japan

OPINION SHAPERS

ARUN SHOURIE
Chairman, Hon Hai Precision Industry, Taiwan

GAO YAOJIE
Physician, 4500+ articles, China

YAN YIMING
Partner, Allbright Law Offices, China

ARUNA ROY
Community activist, India

MISIA
Recording artist, Japan

MUYA LUBIS
Partner, Lubis, Setiadi & Mulyana Law Offices, Indonesia

ENTREPRENEURS

TERRY T.M. GOU
Chairman, Hon Hai Precision Industry, Taiwan

KAZUTOMO ROBERT HORI
Founder and President, Citicorp, Japan

WOOD JUNG KU
Founder, Daewoo, South Korea

CHARLES AHN
Founder and Chief Executive, Seoul, South Korea

WANG WENJING
Founder and Chairman, Ufot, China

FINANCIERS

JACK RODMAN
Managing Director, Ernst & Young Asia Pacific PwC, Solutions, Japan

It is a time of transition in Asia. Vibrant China continues to be a locomotive of growth despite a weak global economy. Five years after the onset of the Asian financial crisis, much of the rest of the region looks to be on the edge of a turnaround. Even stagnant Japan has seen an upturn in recent months. Many of the men and women chosen as this year's Stars of Asia reflect the renewed sense of possibility. With remarkable zeal, they are selling highly competitive products in global markets, rehabilitating dysfunctional companies, selling off bad debt to give banks and corporations a fresh start, and expanding programs to democratize companies, help the poor, and fight AIDS.

If anyone has forgotten that Asian business leaders know how to make quality products and market them globally, people such as Lee Ki Tae of Korea's Samsung Electronics Telecommunications Network, who has recently put his company's mobile phones on the map, and Terry T.M. Gou of Taiwan's Hon Hai Precision Industry Co., which makes a variety of electronic products, are here to remind them.

Among Asian-based marketers, Unilever Indonesia Chairman Nihal Kaviratne is a notable figure. He spent years in the U.S. and has a keen eye for the American market. He says, "We are not just copying the American market. We are creating a new market for ourselves."

Entrepreneur

AsianWeek

MAKING HANDSETS AND SPRINGS

Telecommunications Network

rs around the world know which for essential accessories. Nokia, of be Motorola. Samsung, definitely. y consumer over 30 may sniff with memory of Samsung's cheap televi- s. But that image doesn't apply to onics Co. Its flat-panel TVs and lap- art design, and its feather-light of Asia and beyond. Now, the Ko- with Nokia Corp. and Sony Corp. nd, Web-surfing mobile phones. who made Samsung cool, look no e, the company's telecom boss. A e doesn't look like a hipster—yet of executive of Samsung Electron- Network in 2000, Lee has aban- practice of flooding export markets s. Instead, his strategy has been to high-quality, stylish phones. s, for 7.1% of global market share, company in fourth place behind s 15%, and Siemens' 7.4%. In the ear, Samsung's s 10%, landing it twice. Just four s in ninth place, et. More impor- s, Samsung was le handset mak- margin: almost s Nokia's. On division was the Electronics last uly half of the n profits. ver Samsung's , 54, recognized gies offered a e industry's top unity after Sam-

ung spent billions in the 1980s in analog applications. "At a time we can make new waves," de- cument, Lee recruited top engi- models. His aim was to sell pho- and to be first in the export n and double as MP3 music playe- was the first to come out with ource) phone that is worn like. A former military officer who munications school, Lee is soft. He has been known to throw demonstrate their durability factories. Lee also credits his su- prices. The average selling p- now higher than that of Nokia on average. "My colleagues th- was just trying to get a fair pri- that the extra features justify. Colleagues and friends say L- sung for 29 years, thinks nonstop- ply can't separate his life from Jin, his chief marketing executi- a new model, his wife, two sons- fact quality-control team. At hung a board where his child- and criticisms of Samsung's n- with them. A- sure that high- handsomely they deserve. Having spr- handset mak- now racing f- To Lee, a to- goal. "What- becoming a- handsets," s- important—but the leadership- dards." That's- ing about 40- torola are s- won't rest u- next big thin-

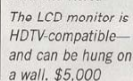
Lee's strategy has been to switch from cheap, me-too goods to pricey, high-quality exports



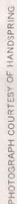
The Family Doctor is Samsung's vision of a home health diagnostic kit. A person would swallow a small high-tech pill that examines internal organs. The rest of the device monitors the results, feeding data back to a physician.

Another futuristic concept is the Smart Cooker. A cooking pad is stored inside the unit and unrolled when needed. A

Samsung's vision of home diagnostics is based on swallowing a "smart" pill and relaying data to the doctor.



It looks more like an evening purse, but it's a miniature theater. \$999



Ministry's Film & Video Division provides seed money for new

스포츠 마케팅

Olympic Games

'98 나가노, '00 시드니, '02 솔트레이크
'04 아테네, '06 토리노, '08 베이징)



Running Festival

Samsung Nations Cup Series



삼성전자의 위상 (세계)



세계 500대 기업

2001년

2002년

225 위

85 위



아시아기업순위

22 위

-

존경 받는 기업

2 위

-



해외 IT 기업 순위

4 위

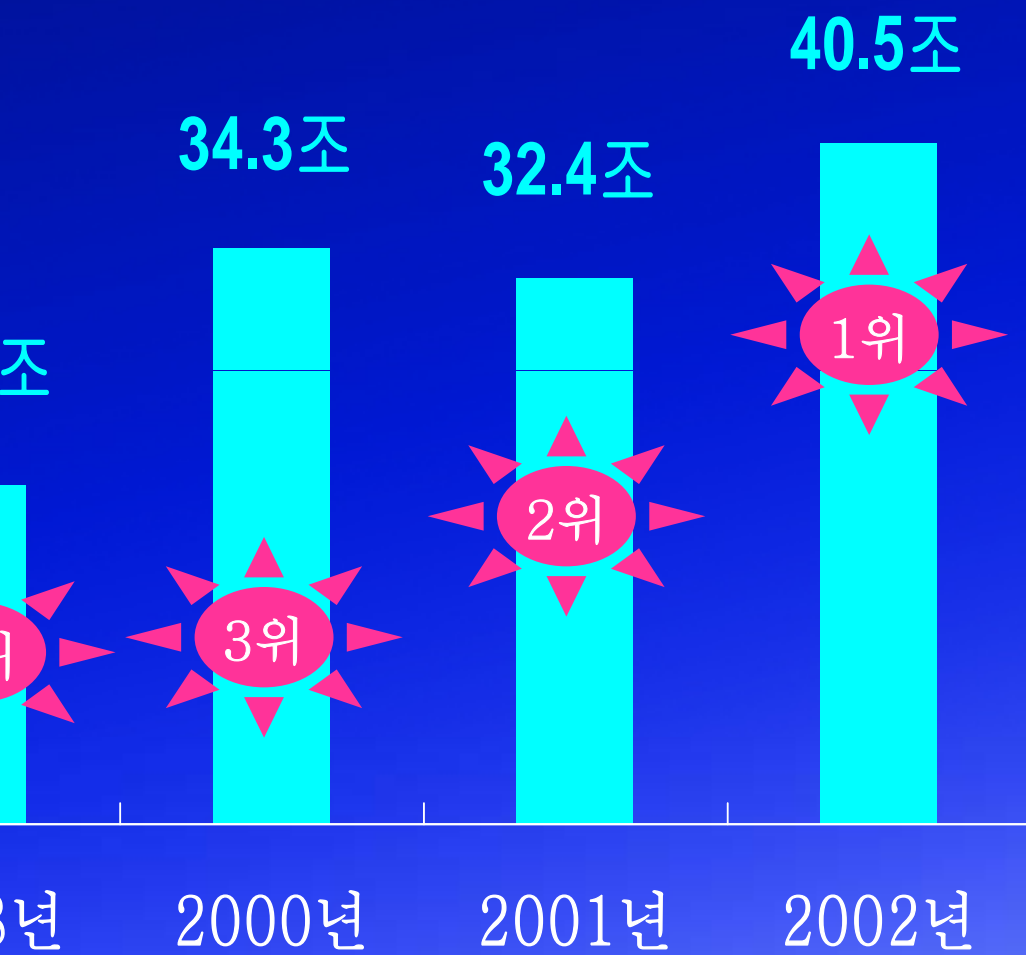
2 위

브랜드가치 (세계)

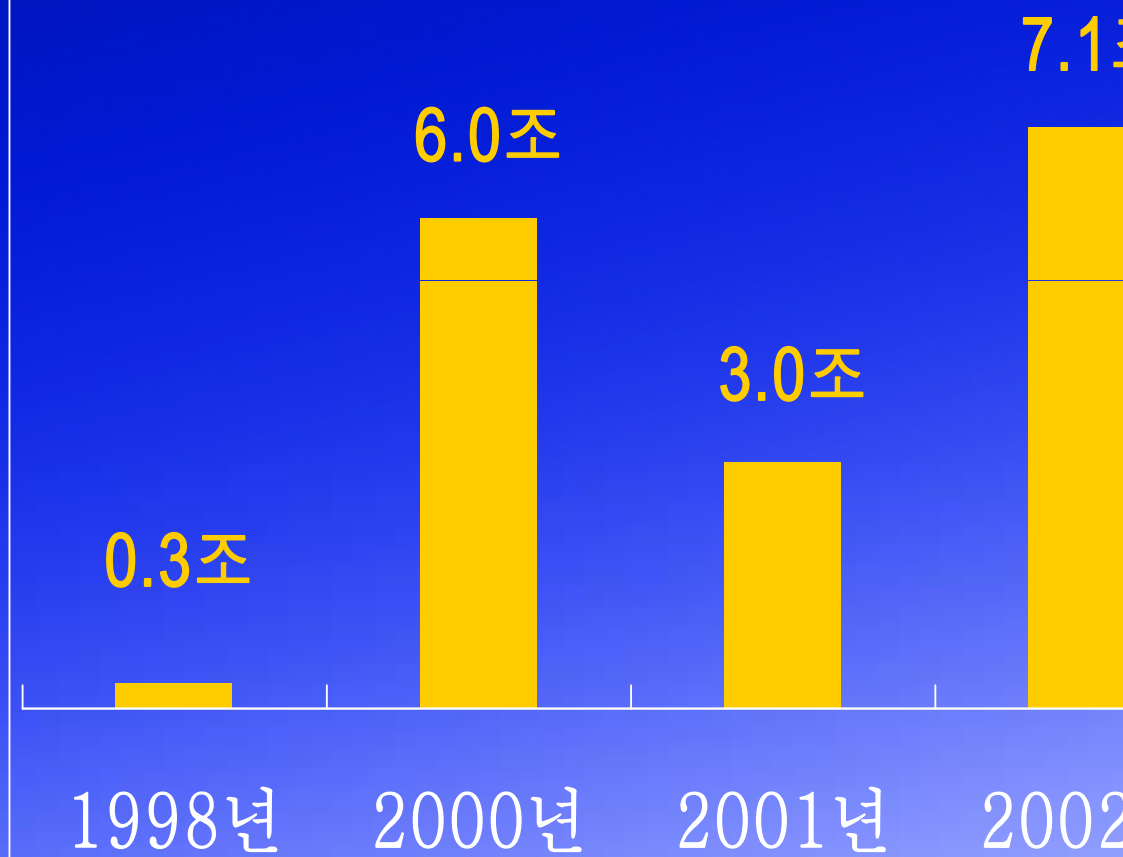
42 위

34 위

매출



순익



금융연세평가 (국세)

	1998년	2000년	2001년	2002년
법인세	976억	2조859억	1,357억	1조8,18
국수출 전자 (%)	1,323억불 13.6조 (8.5%)	1,726억불 23.4조 (10.8%)	1,507억불 21.9조 (10.9%)	1,563 28.4 (14.5%)
시가총액 전자 (%)	138조 10조 (7.2%)	188조 26조 (13.6%)	256조 45조 (17.6%)	259조 52조 (19.9%)

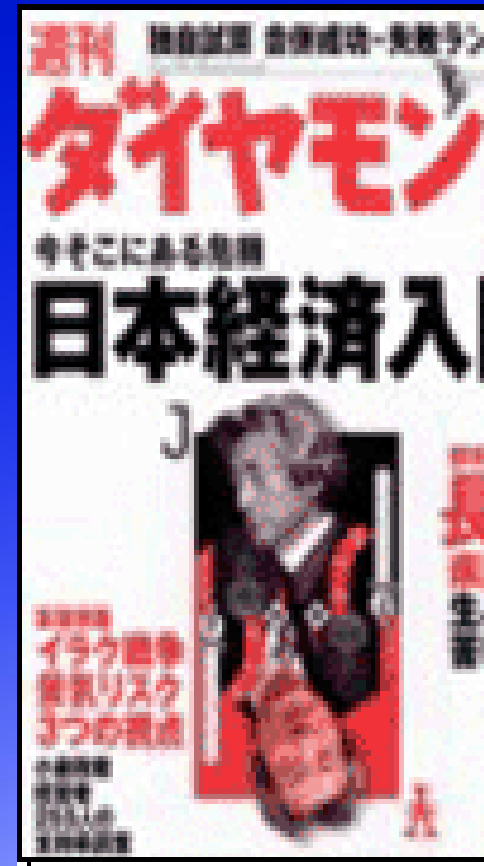
삼성전자 왜 강한가 ?

- 일본 주간 다이아몬드紙
- 한국 경제 특집 분석
- 도올 김용옥 기자의 정책
- 삼성전자 경영의 성공요인

이억에서 Toyota를 이긴 삼성전자의 [전투 경영]

2002년 9월 28일

- ❖ Leadership
- ❖ 강력한 조직 운영
- ❖ 실력주의의 인재육성
- ❖ 선택과 집중과 집념
- ❖ 미래지향 경영
- ❖ 시의 적절한 투자 판단
- ❖ Global 지향



삼성전자 왜 강한가]

12회 특집 ; 2002.3.11 ~ 4

- ❖ 이견희회장의 오너 쉽 ... 인력중시 경영
- ❖ 변화의 리더 CEO ... 앞서서 대비한다
- ❖ 고감도 구조조정 ... 비주력 흑자 사업도 매각
- ❖ “씨앗,묘목,과수’ 사업.....선택과 집중
- ❖ 체계적 인재관리 ... 박사급만 1200명
- ❖ 신상필벌 평가시스템 ... 능력만큼 ‘대접’
- ❖ 다양한 사업 포트폴리오 ... 고루 고루 이익

[삼성전자 왜 강한가]

12회 특집 ; 2002.3.11 ~ 4

- ▶ 막강한 제품 경쟁력 메모리 등 세계1위
- ▶ 브랜드 이미지 관리 ‘삼성=디지털’ 정착
- ▶ 사회공헌도 경영활동 一流 이미지 심기
- ▶ R&D 와 디자인 美 특허 톱 5, 디자인 톱 1
- ▶ 삼성의 노사관계 최고수준 복지보장
- ▶ 無 파벌주의 학.지연 철저 배제
- ▶



[도올 김용옥기자의
현장 속으로]

문화일보 3회 연재
2003.2.24 ~ 2.2

- ❖ 기업 키워야 미래 열린다
- ❖ 삼성의 성공 불러온 '인재 제일주의' 본 받을 만.
- ❖ 삼성의 애니콜, 메모리 성공원천은 '사람두뇌'
- ❖ 삼성전자 제품에는 예술,문화의 향기가 ...

I. 위기의식과 경영 혁신

II. 미래 경영

III. 투명경영과 사회 공헌

우리는 은연중에
국내제일이라는 자만심에 빠져

세계가 어떻게 변하고 있는지,
현재 어디에 와 있는지,
우리가 남보다 얼마나 뒤지고 있는지조차
제대로 파악하지 못하고 있습니다.

이것이야말로 우리가 안고 있는
위기의 **본질**입니다.

- 프랑크푸르트 선언 ('93. 6. 7)

- '93년 2월 : 로스앤젤레스 회의(현상파악)
- '93년 3월 : 도쿄 회의(위기의식)

마누라와 자식만 빼고
다 바꾸어라!

1. 경영혁신의 유형(3)

- 경영은 혁신의 연속 (3P 혁신)

Product : 제품구조의 혁신

Process : 일하는 방법의 혁신

Personnel : 조직과 기업문화의 혁신

- 경영혁신의 기본정신 (3S)
 - Simple : 사업, process,
 - Speed : 의사결정 process,
 - Self-control : 나부터, 책임경영
(自律)

● 경영혁신의 조건

- 철저한 현실부정과 강력한 위기의식 조성
- Product, Process, Personnel 등 총체적 접근
- 점진적이고 단계적 추진
- 일관적이고 지속적 추진

과감한 구조조정 실시(97년 대비 99년 실적)

재고,채권 감축	3.5조 감축 (40% 감축, 8.7조 → 5.2조)
인력 감축	28천명 감축(34% 감축) 국내 : 58천명 → 39천명 (33% 감축) 해외 : 25천명 → 16천명 (36% 감축)
문제 사업 철수	철수 17개, 분사 / 해외 이전 등 240개 무수익 자산 매각 2.2조
차입금 축소 (국내외)	19.8조 → 7.6조 (62% 감소) 원화 : 3.7 조 → 2.5조 외화 : 114억불 → 45억불

IMF 이후 삼성전자의 변화

■ 매출
■ 세전이익

18.5조

0.2

20.1조

0.4

34.3조

6.0

40.5조

7.1

1995년

1999년

2000년

2001년

미래경영이란

변화에 대한 통찰력과 선견력으로
미래의 경영환경과 사회변화를 예측하고
미래를 준비하는 경영

(인재, 기술, 시설투자, M&A, 구조조정 등)

21C는 우수한 인재를 확보한 기업만이 생존
(우수인력 1명이 10만명을 먹여 살리는 시대)

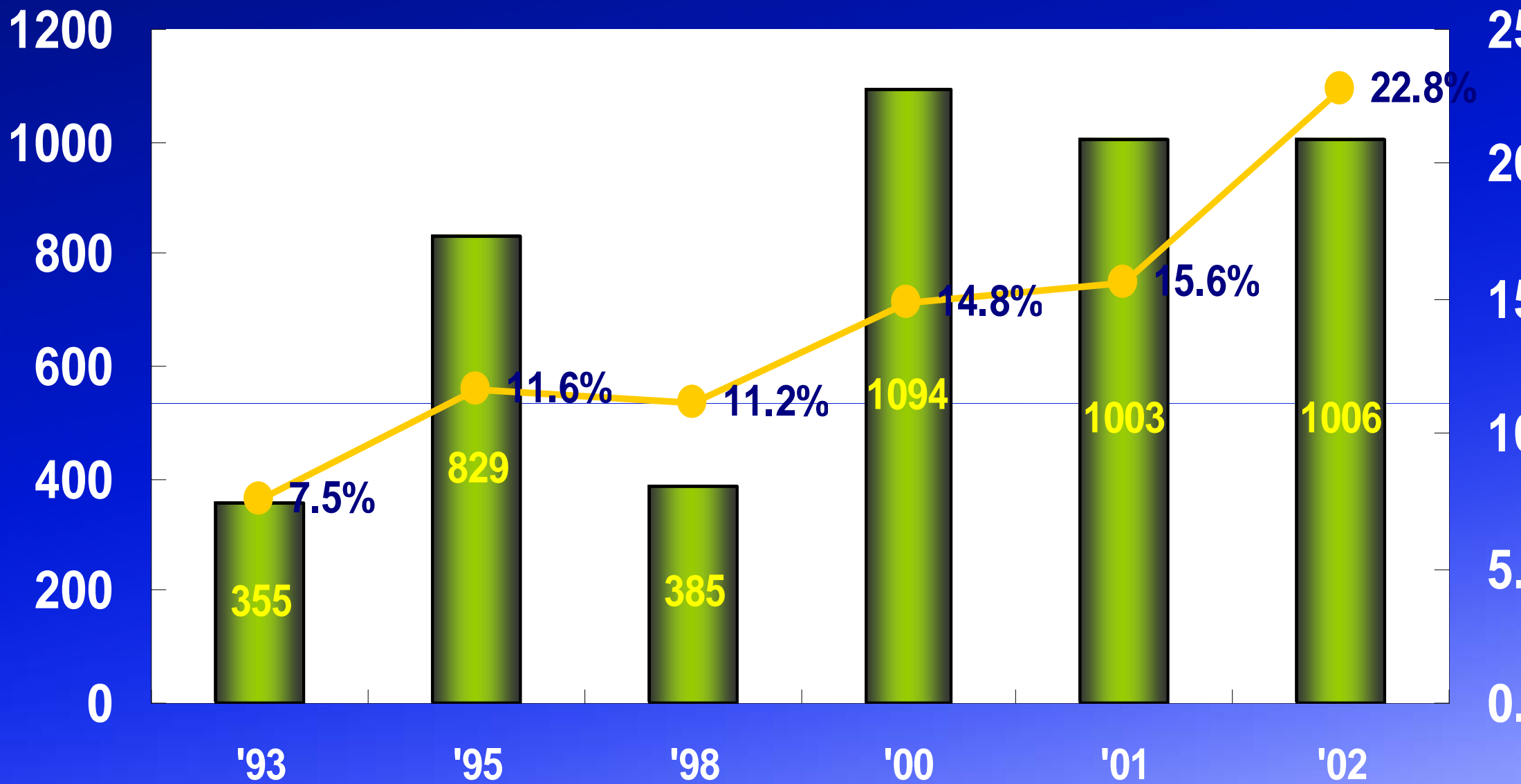
- 박사학위 소지자 : 1,500명 ('03년 1월 말)
석사학위 소지자 : 5,700명
외국인 전문가 : 400명
- 지역전문가 양성 : 1990년 이후 현재 1,300명 파견
- 능력주의 평가 및 인센티브 : PI, PS, Stock Option

- 여성 없이 미래가 없다.

앞으로 여성고객에 대한 연구를 소홀히 하고,
여성의 장점을 제대로 활용하지 못하는
기업은 도태 될 수 밖에 없다.

앞으로 여성의 역할이 늘고 파워도 더 강해진다
몇 년만 지나면 여성 인력 중에서 경영자가
많이 나올 것이다.

여성인력 활용이 선진국의 척도가 된다.



■ 가계총수 ● 인터넷가용률

구 분	임원/간부	사원	계
대졸전체	25,000	30,000	55,000
여성인력	960	4,340	5,300
여성비율	4%	14%	10%

- 대졸 여성인력 채용 지속 확대
- 여성 인력 자질 향상을 위한 교육 강화
- 능력주의 인사정책하에서의 평등한 기회부여
- 탁아소 시설 확대

불황기에도 과감한 투자

- R&D 투자 : 최근 3년간 연구개발비 7조원 투자
(연구개발인력 17,000 명)
- 마케팅 투자 : 매년 1조원 이상
(브랜드, 올림픽, 스포츠단 등)
- 시설투자 : ‘선택과 집중’을 통해 주력 핵심사업
적기 투자 결정

투명경영(윤리경영)

- 경영 투명성 (美 에셋 紙) : 삼성전자 1위
- 아시아 최우수 경영기업(아시아머지 紙) : 삼성전자

사회공헌활동에 투자 (연평균 1,500억 수준)

- 장애인 공장설립 (1993 년) : 230억원 투자
- '99년부터 4년 연속 이웃 돕기 성금 100억 기탁
- '94년 국내 기업 최초 사회봉사단 창단 활동 중

- 통찰력, 선견력으로 미래를 준비하는 능력
- 변화에 적응하고 혁신을 주도하는 능력
- SPEED 경영을 할 수 있는 능력
- 세계시장에서 경쟁할 수 있는 능력

1. 힘(능력)이 세계를 지배한다.
2. 항상 위기의식을 가져라.
3. 인생도 혁신의 연속이다.
4. 미래를 위해 투자하라.
5. 항상 이웃에 봉사하라.

- . 능력 있는 인물이 되길 원하는가 (OK)
- . 현재의 위상을 알고 있는가 (?)
- . 자신을 혁신하려는 마음이 있는가(OK)
- . 미래를 위해 자신에게 투자하고 있는가 (?)

이공계 출신의 기업인...

CEO 후보 이공계 대 약진 뉴스 (2002.06.05. 파이낸셜)

	현대자동차		삼성전자		비고
	공대	상대	공대	상대	
99년	6	12	17	11	전무이상
01년	21	9	35	17	전무이상

· 삼성전자 사장단 12명중 7명이 공대

· 중국관료 70%가 엔지니어 (2003. 4.22. 매경)

이공계 출신의 기업인... 이공계 출신의 기업인... 이공계 출신의 기업인... 이공계 출신의 기업인... 이공계 출신의 기업인...

세계 최고 명문 대학생과 다른 점이 무엇인가
(VISION, 의지, 3P)

여러분의 위상을 정확히 파악하고
세계의 최고가 되어보겠다는
자기 자신의 혁신의지 필요

. Study : 능력 만이 살길 , 평생 공부

- 이 세상의 모든 일은 힘(능력)의 산물
- 능력은 기르면 생기고 안 기르면 없어짐
- 남이 안 하는 공부가 무엇일까?
- 어학, 타전공분야, 문화예술, 사회봉사 등

. Saving : 낭비하는 자는 미래가 없다

- 금전, 체력, 시간

. Sincerity : 성실은 모든 도덕의 근본

- 신의와 신용을 지키는 일(대인 관계)
- 존경하는 상사와 훌륭한 부하 만나기
- 스스로 찾아서 하는 일과 시켜서 하는 일

. Speed : 디지털 문화의 기본

- 생각, 행동, 의사 결정
- 정보, 지식, 지혜의 양에 비례함
- 최악의 의사결정



● **돌배나무엔 돌배가 열린다.**

- **여러분은 힘을 기르소서, 힘을 기르소서**

우리 청년이 걱정할 것이 두가지가 있

하나는 속이지 말자.

둘째는 놀지 말자.

여러분들의
관승을 기원합니다.



SAMSUNG DIGIT*all*
everyone's invited™