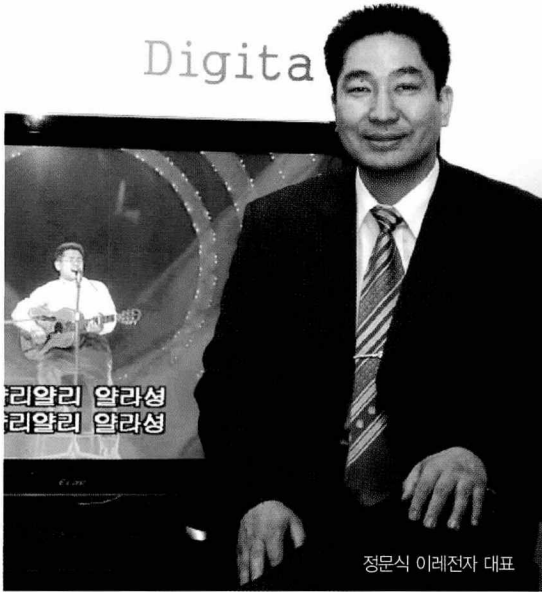


(EPT-42X2AP)

Digit



## “초심 잃지 않는 기업경영할 터”

“항상 어려웠던 시절을 잃지 않는 초심경영과 신규아이템 개발에 적극 투자한 것이 지금의 이레전자를 있게 한 원동력입니다” 설립 15주년을 맞은 이레전자산업 정문식 사장(43)의 말이다.

이 회사는 1990년 창업초기 무선전화기 및 휴대폰 충전기 사업을 거쳐 지난 2000년 사업다각화의 하나로 CDMA단말기 생산 및 디지털 디스플레이 사업분야를 중심으로 집중적인 마케팅을 펼치고 있다. 특히 2000년 LCD모니터, 2002년 PDP 그리고 2003년에는 LCD TV시장에 진입하며 세계 디스플레이 시장을 적극공략, 현재는 DTV 중소기업계의 선두 위치에서 매출 2000억원 대를 바라보고 있다.

글 | 심우성 기자(아이티타임스)

이처럼 이 회사가 수천억원의 매출을 올리는 중견기업으로 성장한 것은 ISO-9001, ISO-14001, TL-9000, 100PPM 등의 세계적인 품질시스템 인증을 통해 축적된 품질경영이 뒷받침됐기 때문이다. 특히 2000년 이후 전사적인 노력으로 시행하고 있는 지속적인 경영 조직 시스템 정비 및 철저한 마케팅 관리를 통해 2002년 1월 코스닥 등록을 이뤄 국내 외 신규 틈새시장 개척 및 적극적인 OEM/ODM 시장을 효과적으로 공략한 것이 주요했다.

### “위기는 곧 기회”

지금은 성공한 벤처기업 선두주자로 자리매김한 이레전자도 어려웠던 시절은 있었다.

사업초기 자금을 융통하기 위해 금융기관을 수 십 차례 방문한 적이 있었다는 정 사장은 “당시 회사규모도 작고 가진 것은 열정과 미래에 대한 비전이 담보였던 시기라 많은 고민을 했었다”며 “또한 IMF시절 모든 임직원이 하나가 돼 밤새워 신규아이템을 개발하고 내일의 밝은 날을 떠올리며 함께 고생했던 시기가 가장 힘들면서도 다른 한편 가장 행복했었다”고 당시를 회상했다.

그러나 그 시절의 고민이 바로 지금의 이레전자를 이루게 한 ‘원동력’이라고 정 사장은 확신하고 있다. 따라서 지금도 항상 ‘초심’을 유지하고 기업경영 활동에 적극적으로 임한다는 경영철학은 변함이 없다고.

3년 동안 순수 투자액만 100억원 이상 들어간 디지털 TV 사업은 2003년 9월 30인치 LCD TV와 42인치 PDP TV가 생산되면서 황금알로 변하기 시작했다. 전체 생산량 중 수출(ODM)이 60~70%였던 이레전자는 현재 국내 시장에 자체 브랜드로 진출, 삼성전자·엘지전자와 치열한 경쟁구도에 있다.

지난 10월부터는 영국의 최대유통업체 디슨(DIXON)사와 계약을 맺고 1차적으로 600대를 납품했으며, 내년부터 월 1000대 이상 납품하게 된다.

정 사장은 지금 또 다른 아이템에 도전하고 있다. DMB(디지털멀티미디어방송) 시대를 맞아 PMP를 이미 개발해 유통 중이고, 차세대 디지털TV로 평가되는 'J2(제이투)'를 개발해 하나로텔레콤·엔씨소프트 등 굴지의 콘텐츠 사업자들과 협력관계를 맺고 시범서비스를 앞두고 있다.

한 치도 양보 없는 가전 시장에서 끊임없는 도전으로 경쟁력을 키워가고 있는 것이다.

“사업에는 지름길도, 급행료도 존재하지 않는다”

회사 규모가 커지면서 CEO의 역량은 스스로와의 싸움에서 이기는데 있다고 말하는 그는 요즘 너무 빨리, 너무 성급하게 달려만 온 자신의 길을 돌아보며 숨을 고르고 있다. 빨리 달린다고 생존이 확보되는 것은 아니기 때문이다.

더구나 이레전자 주력 품목들의 경쟁자는 대기업들. 승산이 있겠냐고 의심하는 사람들에게 그는 이렇게 말한다. “품질에서만큼은 절대 뒤지지 않는다. 일단 이레전자의 목표는 삼성, LG에 이어 3등이 되는 것이다. 각 회사들이 데이터를 공개하지 않아 추측이긴 하지만 올해 우리는 국내 디지털 TV 시장에서 10% 정도의 점유율을 기록했다고 본다.”

최근 정사장은 많은 강의 요청을 받는다. 그때마다 쏟아지는 질문은 어떻게 그리 짧은 시간 안에 성공할 수 있었느냐는 것이다.

이 질문에 그는 대답을 머뭇거리다. 사업에는 지름길도 급행료도 존재하지 않기 때문이다. 그러나 그에게는 남들도 생각하지만 남들

은 하지 못하는 것이 있다.

정 사장이 사업을 시작한 이후 단 하루도 거르지 않는 것이 있다. 바로 신문과 책을 보는 일이다. 하루 5개 이상의 신문과 사업과 유관한 서적은 물론이고 알고 싶은 분야의 책이면 닥치는 대로 읽는 그는 걸어다니는 ‘정보통’이다. 이렇게 입력된 정보가 그에게는 미래를 보여주는 망원경 역할을 한다.

열세 살 때 청계천 밑바닥에서 사회생활을 시작한 정 사장은 신뢰가 얼마나 무서운지 알고있는 사람이다.

그 때문에 일궈나가는 사업의 힘 절반은 신용이다. 내세울 것은 신용밖에 없었다는 그의 과거가 지금은 직원들에게까지도 신뢰할 수 있는 인간적인 CEO로서의 초석이 된 것이다.

모두가 불가능이라고 말했던 것을 가능으로 만드는 정사장에게는 결정적인 승부수를 던질 줄 아는 지혜가 있었다. 휴대전화 충전기를 개발해 무작정 현대전자에 들고가 우여곡절 끝에 2주 후 첫 납품을 따낸 그다.

“사업가라면 기회를 포착하는 매서움이 있어야 한다. 남처럼 하면 남 이상 될 수 없다. 끝까지 포기하지 말아야 한다.” 정 사장의 승패를 가르는 3가지 비결이다.

정 사장은 “디지털 디스플레이 전문 개발기업으로 안주하지 않고, 적극적인 신규 아이템 및 틈새시장 개발로 고객중심의 ‘고객가치’를 실현할 수 있도록 기업의 제반 경영활동의 실천에 노력하고 있다”며 “이를 통해 제품의 기본적인 품질서부터 대내외 고객만족을 넘어 고객의 생활속에서 함께 할 수 있는 기업, 내실있는 기업, 믿음직한 세계적 기업으로 오래도록 자리할 수 있는 기업으로 자리매김 할 것”이라고 포부를 밝혔다. **K**