

2003

:

(Rule Based Management)

(Value Network)

-

.
.

.

-

.
.

.

4)

-

4

.
.

.

I :

(

低,

大)

-

.
.

(Loyalty Marketing)

.

.

.

- R&D :

R&D

.
.

· A&D(Acquisition & Development)

II :

(

高,

大)

-

.
.

.가

- : (攻守)
 - (Expansion Marketing): ,
 - (Barrier Marketing):

- R&D : R&D
 - , M&A,
 -

Ⅲ : (低, 小)

- :
 -
 - 가가 가
 - ,

- : (niche marketing)
 -
 - (co-marketing)

- R&D : R&D
 -
 -

Ⅳ : (高, 小)

- :
 -
 -

- :
 -
 - , , 가

- R&D : R&D
 -
 -
-

. 2003

- ' ' .
 - . 20
가가 , 가가
 - . , 가 가
 - . 가가
 - . , ,
- 가
 - . , ,
- . IT
- 가
 - . 가가
 - . 가 가
- 가 가 ,
 - . 가
 - . 가
- , . 戰
- . , , 가

2003 : (Rule Based Management)

· ,

- , 가 가

가

· 가

· 가

· 가 2003 가

· 가 가

- 2001

· ,

· ,

< >

	SEC	- - - - -
		- - audit partner - 가 - - - (Public Company Accounting Oversight Board)

: Sabanes-Oxley Act of 2002(The Accounting Industry Reform Bill)

- - Sarbanes-Oxley 1)
 - , ,
 - 對
 - 가
 -
 - .
 - 對 가
- 對
- 2003
 - , 가
 - , 가 2003
- ,
 - 2003
 - ,
 - 가 가
- 對
 - ,
 - ,

1) Sarbanes-Oxley

•

○ :

- () , II

- ()
2002 (:가)

○ :

- () 上低下高 (GDP 5.7%)
.가
가

- () ,
.가 가 ,
, 가

- () 가
. (= 가 - 가)
2002 10 12.8%p(9 3.4%p)

- () 가 가
. ,

- (가) 가
. , ,
가

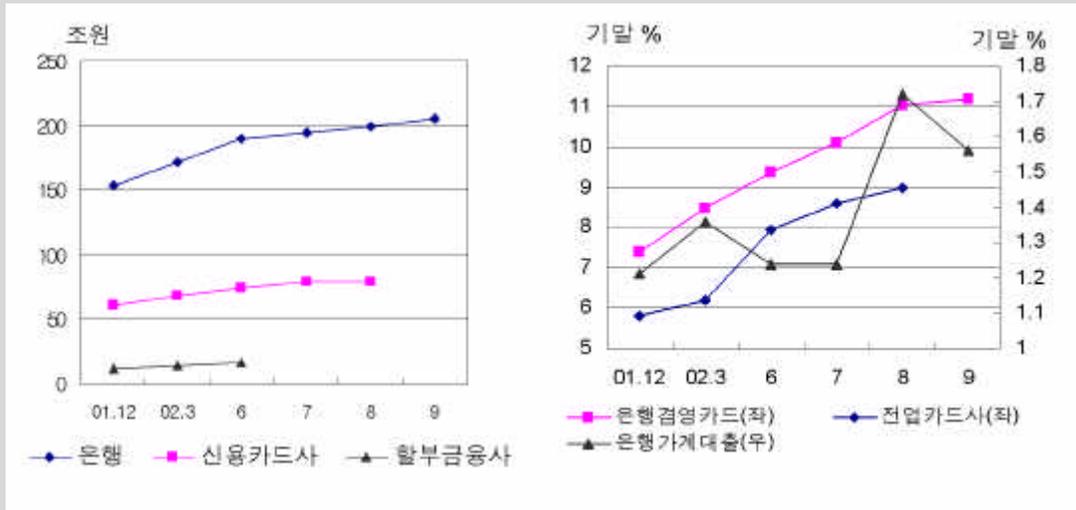
- (가) 가
. , 가
가, 가 , 2002
가 가 가

() 가

- 가
가 , 가
가 8 가
가 가
가 , 가
가 가

< 가 >

< 가 >



- 가
가
가 가
가 가
가 가
가 가
가 가

(= / 가) 2002 10%

14.1%

2003 : (Rule Based Management)

		<	>				
		1998	1999	2000	2001(p)	2002(e)	2003(e)
	(%)	-6.7	10.9	9.3	3.0	6.2	5.7
1	GNI(\$)	6,744	8,595	9,770	8,900	9,500	10,100 10,300
	(%)	-10.1	9.4	6.7	3.7	6.5	5.8
	(%)	-11.7	11.0	7.9	4.2	6.7	5.9
	(%)	-21.2	3.7	11.4	-1.7	7.0	8.1
	(%)	-10.1	-10.3	-4.1	5.8	6.9	4.7
	(%)	-38.8	36.3	35.3	-9.8	7.4	12.0
	(\$)	404	245	122	86	60	0 9
	(\$)	390	239	118	95	79	30
	(\$)	1,323	1,437	1,723	1,504	1,640	1,750
(가 (%)	(-2.8)	(8.6)	(19.9)	(-12.7)	(9.0)	(6.7)
)	(\$)	933	1,198	1,605	1,411	1,561	1,720
	가 (%)	(-35.5)	(28.4)	(34.0)	(-12.1)	(10.6)	(10.2)
	가(, %)	7.5	0.8	2.3	4.1	3.0	3.5
	/ \$ (,)	1,399	1,190	1,131	1,291	1,210 1,230	1,190 ~1,210
	(, %)	12.9	7.7	8.3	5.7	6.1	6.4
	(%)	6.8	6.3	4.1	3.7	3.1	2.9

○

- () 가 가
 .가
 가
 가

- () II
 . , , ,
 . II 가

- () , SOC 가 가
 . 가 , 가 가 가
 . 가

<2003 >

	☁	☁	☁	. .가
	8.6 3.0	-0.5 0.1	4.3 1.5	
	-	☀	☀	. . PC
	-	15.3 21.3	10.1 23.2	
	☀	☀	☀	. II . PC . Mbiz
	27.0 30.0	25.0 35.0	29.0 32.0	
	☁☀	☁☀	☂	. . 가가 가
	-12.3 6.8	5.5 10.5	11.3 -3.9	
	☁	☁	☁	. . 가
	9.8 1.6	-3.4 3.3	4.4 1.9	
	☁	☁	☁	. . 가 가
	7.0 4.5	5.5 5.6	5.1 5.1	
	☂	☁☀	-	. SOC 가 . 가
	15.4 -3.7	25.0 18.2	-	

: 1) 2002 가 2003
 2) ☀: 가 , ☁: 가 , ☂: 가
 3)

. 2003 : (Rule Based Management)

1. 2003

1)

- 2003 " "

· 2003 , ,

·

가

· , " (Rule Based Management)"

, ,

- 2003 , , , 4

- () ,
- () R&D
(portfolio fit)
- ()
- () (code of ethics) 가

2)

· 2003 上低下高 ,

가 ,

· , , 가

R&D

(Nut Cracker)

R&D

가

가

가

<2003

가

>

2003년 경영 트렌드		<ul style="list-style-type: none"> ■ 강력한 중국의 도전과 경쟁심화 ■ 미국의 감경한 대외정책과 리스크 급증 ■ 신정부의 대기업 질적 구조개혁 압력 가중 ■ 윤리 및 투명 경영의 요구 강화
전략 방향		<p>원칙 경영(Rule Based Management)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 수익중심 경영의사결정 ■ 위험 판단의 강화 ■ 적합성 평가와 구조조정 ■ 기업 윤리 정착
전략 목표		<ul style="list-style-type: none"> ■ 경기 위축 및 과다 리스크에 대비한 긴축경영 ■ 경쟁 심화에 대비한 R&D 투자 강화와 시장확보 ■ 질적 구조 개혁의 적극적 추진
5대 기본 전략		<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업 포트폴리오 재조정 ■ 종합적 상시위험관리 시스템 가동 ■ 토털 이익 관리 ■ 밸류 네트워크 구축 ■ 투명 및 윤리 경영의 정착
기업군별 차별화 전략	전통 선도기업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 성장기반 확충을 위한 과감한 수평적 다각화 ■ 충성고객 유지를 위한 로열티 마케팅 ■ 신수종 사업 발굴 지향형 R&D
	전통 추종기업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 핵심 사업 위주의 선택과 집중 ■ 경쟁우위를 활용한 틈새 마케팅 ■ 니치 마켓 지향형 R&D
	신산업 선도기업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업 고도화를 위한 수직적 다각화 ■ 시장확대, 진입장벽 설치의 공수병행 마케팅 ■ 기존 사업 확대지향형 R&D
	신산업 추종기업	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업기반의 확립 및 전문화 ■ 맞춤형 마케팅 ■ 신규사업 기반 구축 지향형 R&D

2. 5

1)

-
·

· 가

- 가

· EVA 가

·
·
·

< , 가 >

	부적합	적합
미래 EVA 高	역량유지 사업군 (장기 매각)	역량집중 사업군 (미래 전략 사업화)
현재 EVA 高	역량회수 사업군 (단기 매각)	역량유지 사업군 (수익창출, 장기 매각)
미래, 현재 EVA 低	역량회수 사업군 (즉시 철수, 분사, 매각)	역량회수 사업군 (즉시 철수, 분사, 매각)

주: 역량에는 기업이 보유한 재무적, 비재무적 자원 및 인적, 물적 자원이 모두 포함됨

. 2003

:

(Rule Based Management)

- 가 ‘ ’
가
- . 가 60~70% ,
- . R&D 가
- . , ‘ ‘ ‘ ‘ ‘ ‘

2) 가

-
- . ,
- . 가 ,
- . , , 가 ,
- . 가
- . 3 가
- (ABS , , 가)
-
- . , .
- . 가 (: 200%)
- . , (off-
balance sheet financing)

- CRO(Chief Risk Officer)

. CRO

. , , ,

3) (Total Profit Management)

- EVA

· 5% 가 . EVA

· EVA 가 .

- 가

· 가 ,

· 가

· 10%

-

· Base-up ,

· 가

· , 가

-

· 가가 ,

· (,

·)

· , , 가

4) (Value Network)

- 가가

· , ,

. , ,

가가 가

.

-

.

.

, , 가

5) .

-

. 가 ,

. ,

-

. ‘ , ’

.

.

-

.

.

.

가

2) I : (低, 大)

○ :

- 新가 가가

.

가 가가

· MOST(Mission, Objectives, Strategy, Tactics) ,

.

-

.

가

,

· ,

,

(Fusion), 가

○ : (Loyalty Marketing)

-

.

,

- ()

· 가

· 가 (customer retention) ,

5% 25% 90% 가

- ,
- . ,

○ R&D : R&D

-
- .
- . 가 , , ,
- .
- 가 가

- A&D(Acquisition & Development)

- .
- . A&D 가
- .
- , 가

3) II : (高, 大)

○ :

- 가 ,
- .
- . , (cash cow)

(Barrier Marketing)

- (barriers to entry)

.

-

.

,

가

-

.

,

가

,

(switching cost)

○ R&D

:

R&D

-

.

.

-

.

,

.

가

4) III : (低, 小)

○ :

- 가

.

가가 가

,

.

.

- 가 가

가

.

.

,

○ : (niche marketing)

-

.

, , ,

.

.

가

- (co-marketing)

.

, ,

.

가

. ,
가
○ R&D : R&D
-
. .
-
. ,
가
가 가
가
가
가 ,

5) IV : (高, 小)

○ :
-
가 ,
가 , ,
.

-
.

.

○ :

-
.

.

TV

- 1 :

.

) 가

(:

.

DB

,

- 2 :

.

,

.

가

,

가

,

가

-
.

2003 : (Rule Based Management)

○ R&D : R&D

-

.

가

가

.

가

-

.

가

.

,

.

,

,

,

,