

## ○APP Mission **使命**

*We create value of 10 dollars from a technology of 1 dollar value.  
We use 10 dollars to make it worth of 100 dollars.*

我们用1美元的技术,创造10美元的价值  
我们使用10美元,产生100美元的效益

1달러의 기술로 10달러의 가치를 만들고  
10달러를 100달러 가치로 쓰는 회사

2018-봄호 (4/2)



# *Mission Story* **SPRING**

"Do you love job?"  
 "Do you love your company?"  
 "Who is the hero of the long history?"  
 "Just You!"



창립 12주년을 맞아 아주대학교 경영대학원 조영호 원장님께서 기업의 지속성장 조건에 대한 특강을 해주셨습니다.

조영호 원장님께서서는 기업이 지속 성장을 하기 위해서는 가치를 추구해야 한다는 것을 강조 하고,이 과정이 지속적인 변화와 혁신의 과정이라고 하였습니다.

그리고 12년을 넘어 20년 50년 그 이상으로 생존하며 진짜 성장을 위해서는 과거의 성공에 대해 자만하지 말고 겸손하게 비전을 바라보고 갈 때 흔들림 없는 경영을 할 수 있다는 것을 경영자를 비롯한 구성원들은 잊지 말아야 한다고 하였습니다.

이것을 위해 APP 구성원들이 스스로에게 던지는 질문을 통해 자신의 역할과 태도에 대해 생각해 보고 APP가 만들어가는 역사의 주인공이 되어야 함을 강조하였습니다.

## Contents

01. 조영호 교수 특강 - 창립 12주년	02
02. Letter from CEO - 신앙 경영	04-05
03. 디스플레이 시장 동향 및 이슈 - ISSUE	06-07
04. 2018 신제품 출시 - Handy type Air Plasma ILP-200R-40	08-09
05. APP의 특허기술 - 균일한 상압 플라즈마 발생 장치	10-11
06. BUSINESS - 해외 비즈니스	12-13
07. 전시/홍보 - EXHIBITION	14-15
08. APP의 기업문화와 사회적 책임경영(CSR) - 인턴십/직장인케어프로그램/수요교육 갈비데이/비전데이/아몽극회후원	16-19
09. 도서리뷰 - EEST 투자협력 조인식	20-21

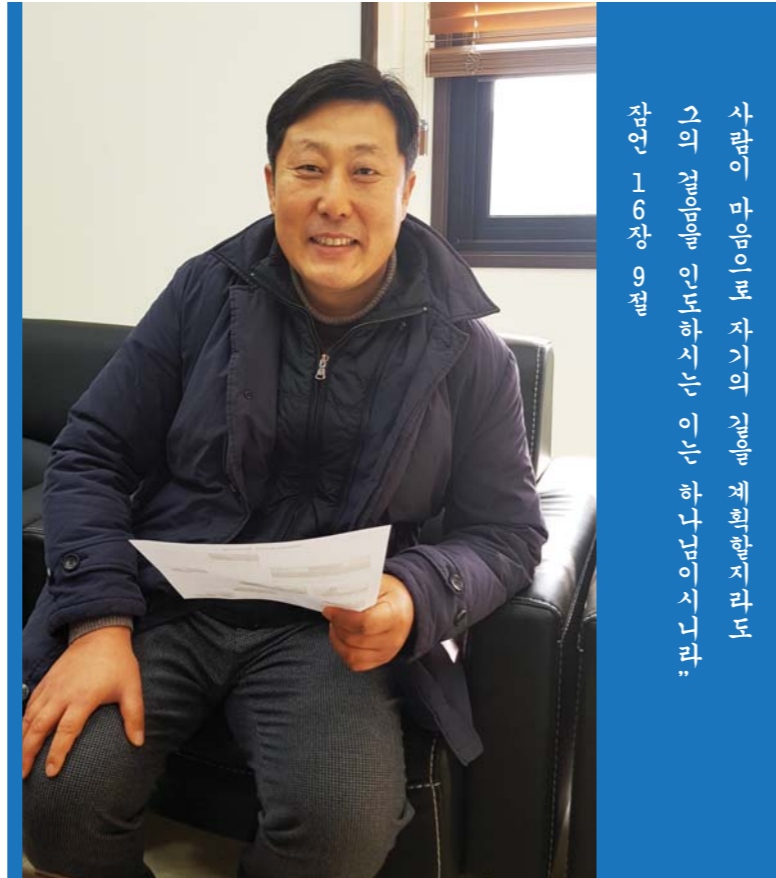
APP는 “신앙 경영”을 하고 있는 회사입니다. 보다 정확하게 표현한다면 “신앙 경영”의 수준을 높여가기 위해 끊임없이 노력하는 회사라고 할 수 있습니다.

“신앙 경영”이란 경영활동을 하면서 직면하게 되는 문제를 바라보는 기준, 문제해결을 위한 모든 의사결정과 구체적인 행동의 기준으로 **신앙이 가지고 있는 가치를 근본으로 하여** 경영하는 것을 의미합니다.

신앙은 삶의 한가운데서 하나님을 믿고 경외하는 삶입니다. 그렇기 때문에 “**하나님을 경외하는 경영**”이라고 보면 어느 정도는 맞는 표현이지 않을까 생각합니다.

어떤 사람들은 “신앙 경영”이라고 하면 대표이사가 마치 신앙 집단의 리더로서 기업 현장을 종교 현장과 동일하게 만들려고 하는 것으로 생각하는 경우가 종종 있지만 투자와 관리, 과정과 결과, 역할과 책임, 성과와 보상, 성공과 실패 등의 경영 활동을 보는 관점은 일반적인 경영과 다르지 않습니다. 오히려 진정한 “신앙 경영”이라면 이러한 경영 활동을 함에 있어 **하나님이 가르쳐 주신 가치 판단의 관점으로 살펴보고 해석하고 의사결정을 하며, 이러한 가치에 맞도록 보다 더 적극적으로 움직이는 것이라** 할 수 있겠습니다.

**“사람이 마음으로 자기의 길을 계획할지라도 그의 걸음을 인도하시는 이는 하나님이시니라” (잠언 16장 9절)**



사람이 마음으로 자기의 길을 계획할지라도 그의 걸음을 인도하시는 이는 하나님이시니라  
= 잠언 16장 9절 =

APP를 창업하고 10여 년 동안 경영 활동을 하면서 한 기업의 대표로서 늘 문제의식을 가지고 있었던 것은 “어떤 경영을 하는 것이 대표를 포함한 모든 구성원, 그리고 함께 기업 활동을 하는 관계사나 협력사가 신뢰를 바탕으로 성장해 나갈 수 있을까”였습니다. 그리고 그 고민의 결과가 바로 “**신앙의 가치야말로 경영에 뿌리 내려야 할 기초다**”라는 것이었습니다.

탈수기는 내용물의 중심이 안 잡힐 때 요란한 소리를 냅니다. 저 또한 창업초기 경영활동에 있어 가장 큰 관심으로 “어떻게 하면 조금 더 매출을 늘릴 수 있을까?”, “어떻게 하면 이익을 더 많이 낼 수 있을까?”에만 매달렸고, 이러한 고민은 그때그때 다른 의사결정과 전략으로 문제를 대하는 것이었습니다. 그러나 이와 같이 **중심이 하나님으로부터 벗어난 경영은 원칙이 없는 임기응변식의 문제해결로 인해 꼬리에 꼬리를 물며 더 큰 문제들을 발산시켰습니다.**

이렇게 시행착오를 겪으면서 깨닫게 된 “신앙의 가치를 기준으로 하는 경영 즉, 신앙 경영”은 APP의 Mission으로 정립이 되었고 “100개의 APP”라는 Vision으로 구체화 되고 있습니다.

그러므로 **APP의 경영 방향은 소유에 앞서 흘러 보냄에 가치를 두고, 결과에 앞서 올바른 과정에 가치를 두며, 생태계와 공동체적인 가치를 지향하지 않을 수 없습니다.**

Mission과 Vision을 공유하는 공동체로서의 APP는 지금 이 시간에도 직종과 나이, 국적을 넘어서서 100개의 APP로 만들어지고, 연결되고 있으며, 그것을 통해 미래를 함께 이루어 나갈 사람들과의 만남을 기대하고 있습니다.



디스플레이 수요의 주 창출원인 IT 기기의 전반적인 수요가 부진합니다. TV는 연 2억대로 정체 중이며 ('17년 2.27억대 -> '18년 2.35억대 : 3% 성장), 스마트폰은 ~15억대에서 성장률이 저조하고 ('17년 14억 6천만대 -> '18년 15억대 : 2.8% 성장), 노트북은 연간 판매량 1.5억대, Desktop PC는 1억대 이하 수준입니다.

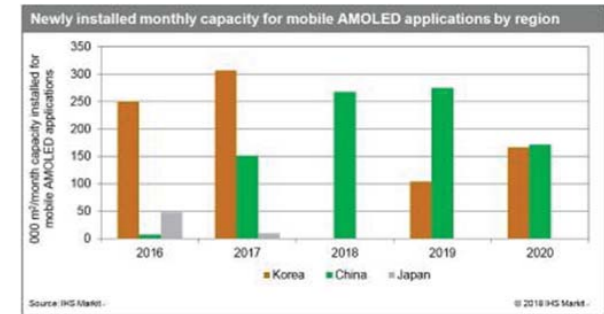
TV 중 '17년 99% 를 차지한 LCD 는 점유율 1위 BOE 등 중국업체의 공격적인 증설로 패널 가격 하락 지속이 예상되며 (40" '17년 5월 \$141 -> 11월 \$105 : -23%), 가격 하락으로 인한 '18년 수요는 소폭 성장이 예상됩니다. OLED TV 시장은 '17년 140만대에서 '18년 250만대, '23년 1,000만대까지 성장 예상됩니다. 선두주자는 LG 로, '17년 100만대, '18년 150만대 판매가 예상됩니다. 삼성도 QD-OLED (LGD 의 WOLED 용 화이트 OLED 대비, 블루 OLED 를 발광원으로 활용) 채택 TV 를 설비투자 '19년 하반기, 양산 '20년 하반기 일정으로 준비 중입니다. 두 회사 모두 100 마이크로미터 이하의 초소형 LED 로 화소를 구성하는 마이크로 LED TV 조기 출시를 서두르고 있습니다. 삼성은 중국의 썬안광덴의 마이크로 LED 를

독점 수급, 빠르면 올 8월에 제품 출시를 계획하고 있습니다.

마이크로 LED 시장은 '17년 \$2억5천만에서 '25년 \$199억으로 연평균 54.7% 성장이 예상됩니다. '18년 스마트폰 생산 예상은 전년 대비 ~3% 성장한 15억대로, '16 & '17년 연속 출하량 감소에서 벗어나 3년만에 성장세로 전환 예상됩니다. '17년 세계 M/S 1위는 삼성으로 21.9%, 애플은 15.2%로 2위, 화웨이 10.8%, Oppo 7.6% 순이며, '18년 예상은 삼성 20.3%, 애플 15.7%, 화웨이 11.6%, 샤오미 7.1% 입니다. OLED 탑재 스마트폰 출하량은 '18년 4억 7천만대, '19년 5억 5천만대, '22년 8억 5천만대 수준입니다. 중소형 OLED 는 한국과 중국의 활발한 설비투자로, OLED 탑재 확산 및 폴더블 스마트폰 출시등으로 새로운 수요 창출이 예상되지만 전체적인 수요 대비 '18년 27.3%, '19년 23.4%, '21년 26.3% 로 공급량 과잉이 계속되며, '22년 16.4% 수준으로 줄어들 것으로 전망됩니다. 최근 애플의 OLED 사용량 감소 뉴스도 수요 감소의 한 요인이 되겠습니다.

아래 표에서와 같이 국내사의 OLED 증설은 올해는 없고 '19년부터 다시 재개 예상되며, 중국은 자국 스마트폰향 OLED 투자가 활발히 진행되는바 ('16년 228,000sqm -> '20년 8.3Msqm : 연평균 145% 성장), 가격과 품질, 기술의 차별화를 통한 시장접근으로 새로운 시장을 개척하고 그에 맞는 마케팅 전략을 전개하지 않으면, 당분간 괄목할만한 성과를 기대하기는 어려울 것입니다.

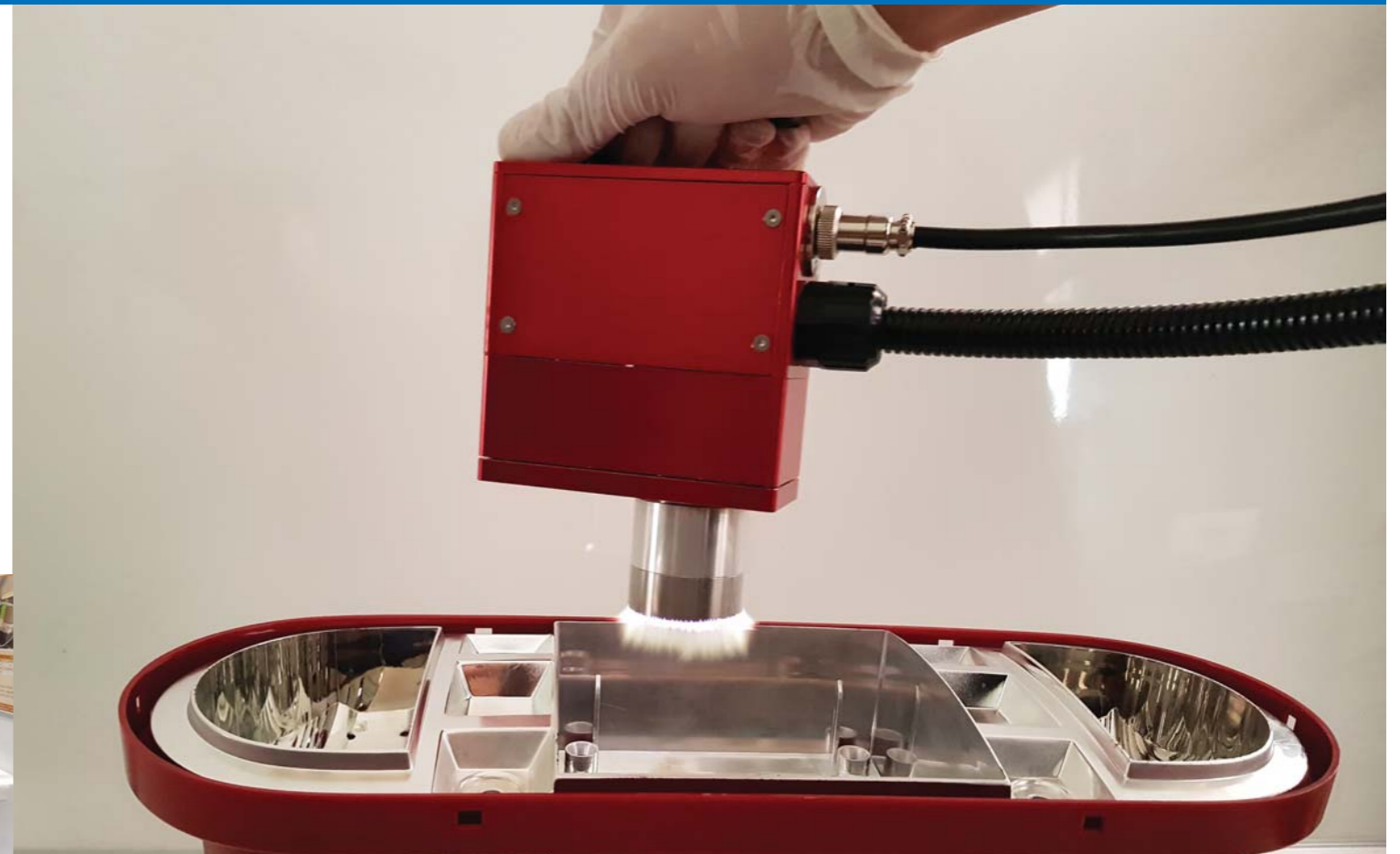
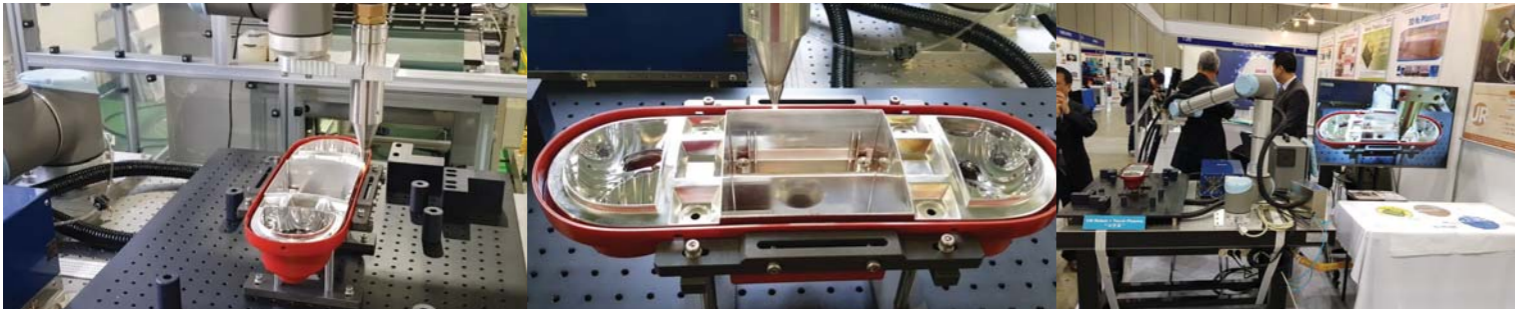
이에 따라 APP는 기술의 차별화와 신규 해외 시장 개척을 확대/강화 하여 향후 전개될 디스플레이 시장을 준비하고 있으며 1~2년 내에 가시적인 성과 창출을 기대하고 있습니다.



APP는 당사뿐만 아니라 고객사에서 생산하는 제품의 가치를 높이는 것을 최고의 비즈니스 사명으로 생각하는 기업으로 고객의 니즈에 최적화된 기술과 제품을 개발하기 위해 항상 노력하고 있습니다.

올해초 출시한 Handy type Air Plasma ILP-200R-40도 지난 3년간의 로테이션 타입 플라즈마 개발 과정을 거쳐 개발한 휴대 가능한 로테이션 플라즈마로 고객의 사용 편의성과 기능성을 갖춘 제품으로 사용자가 손으로 들고 사용 할 수 있도록 헤드 무게를 최소화 하였음에도 플라즈마 발생 범위를 40Φ 이상으로 최대화하여 유지되도록 개발된 제품으로 도장, 인쇄, 코팅 전 처리에 로봇을 적용하지 않더라도 손쉽게 플라즈마 처리가 가능하도록 하였습니다.

APP는 본제품을 **자동차 경량화 전시회(2/7~2/9)**와 **FPD China**에서 선을 보이고 본격적으로 시장에 출시하고 있으며, 앞으로도 고객의 니즈에 귀를 기울여 새로운 시장 가치 창출을 위해 노력할 것입니다.



‘균일한 상압 플라즈마 발생장치’(특허등록 2008년 12월)는 APP가 보유한 특허중 가장 대표적인 특허기술로 기존의 플라즈마 발생장치가 가지고 있는 제한적 요인들을 해결하여 생산성과 효율성을 획기적으로 개선시킨 기술이라고 할 수 있습니다.

플라즈마는 이온이나 라디칼(radical)과 같은 다량의 반응성 핵종 플렉스를 발생 시키기 때문에 물체의 표면처리를 위해 자주 사용되고 있습니다. 그러나 기존의 플라즈마를 이용하는 공정에서는 플라즈마가 진공상태의 챔버(chamber)에서 발생되기 때문에 고전압이 동반됩니다.

이러한 공정에서는 플라스틱과 같이 융점이 낮은 재료의 표면처리시 표면이 녹거나 변형되거나 물성이 변하는 문제점이 있으며, 챔버를 진공 상태로 유지하기 위한 추가 비용이 필요하고 챔버 공간 내에서 플라즈마 처리가 되기 때문에 피 처리물의 크기가 제약을 받을 수 밖에 없습니다.

이러한 문제를 극복하기 위해서는 균일하고 안정된 저온 플라즈마를 진공이 아닌 상압(대기압 또는 대기압과 유사한 압력) 상태에서 발생시킬 필요가 있습니다.

‘균일한 상압 플라즈마 발생장치’의 기본원리는 혼합가스가 공급관으로 유입되어 좌우측 Shower Head를 통해 일정하게 분사되면서 원통형(실린더형) 전극(플라즈마 발생전극)에서 안정적인 방전을 일으키고 이어서 플레이트 전극으로 플라즈마가 확산되어 시료(처리물)를 균일하게 플라즈마 처리하는 것입니다.

APP가 개발한 상압 플라즈마를 이용하면 안정된 전압을 공급함으로써 균일하고 안정되게 플라즈마를 발생시킬 수 있고 이것을 이용해 표면의 변형이나 물성이 변하는 것을 방지하면서 플라스틱, 유리 등과 같은 시료의 표면 처리가 가능하게 됩니다.



또한 제품의 생산 공정 중에도 플라즈마 표면 처리를 연속적으로 할 수 있어서 생산성을 획기적으로 증가시킬 수 있으며, 챔버를 진공상태로 유지시키기 위한 비용이 절약되고, 처리물의 크기에 대한 제약을 해소시킬 수 있습니다. 이처럼 ‘균일한 상압 플라즈마 발생장치’는 처리장치의 크기, 처리속도, 처리효과, 비용절감 등의 장점이 있어 산업 현장에서 활용도가 매우 높은 APP만의 독보적인 기술이라 할 수 있습니다.



## 1) 미국지사 글로벌 비즈니스 미팅

APP는 2018년을 글로벌 비즈니스 역량과 네트워크 강화를 위한 중요한 기점으로 정하고 해외사업을 추진하고 있습니다. 이에 대한 구체화를 위해 지난해 미국 실리콘밸리에 사무소를 개설한 APP는 지난 1월 본사에서 미국사업에 대한 GBM (Global business Meeting)을 개최하였고, 강방권 대표와 사업총괄 남관우 부사장, 미국 산호세 오피스에서 근무 중인 오병훈 지사장, EEST 채영민 대표, LOCOST 장종관 대표, NIT 김영중 대표 등이 참석하여 상호 WIN-WIN할 수 있는 사업 전략과 신제품에 대한 시연 등 관련 내용을 공유하였습니다.

GBM을 마친 오병훈 지사장은 따뜻한 환대와 유익한 시간에 대해 감사하며 앞으로 APP 발전에 대한 큰 기대와 미국지사의 역할 및 방향을 확고히 정립하게 된 소중한 시간이었다는 소감을 주셨습니다.

미국지사 글로벌 비즈니스 미팅



ITO Japan 비즈니스 파트너십 강화

## 2) APP - ITO Japan 비즈니스 파트너십 강화

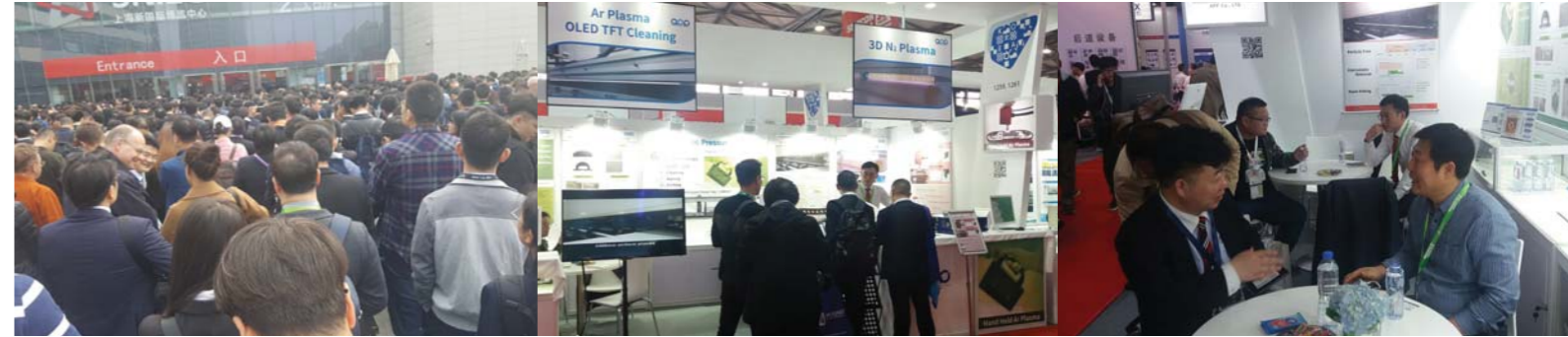
APP가 해외사업을 본격화 하는데 있어 중요한 역할을 했던 ITO Japan과의 파트너십을 강화하기 위해 지난 2월 강방권 대표와 일본 사업 총괄 박장식 부사장은 ITO Japan을 방문하였습니다. 그 동안 긴밀한 협조 관계로 일본 플라즈마 시장을 함께 개척해온 양사는 일본 시장 동향과 전망, APP의 신제품과 솔루션 등에 대한 이슈를 함께 공유하고 일본 내 플라즈마 비즈니스를 활성화하기 위한 전략을 함께 펼쳐 나가기로 하였습니다.

특히 ITO Japan은 APP의 신제품과 EEST(100's APP Vision에 의해 함께 한 기업)와의 업무협약에 따른 당사 플라즈마 제품의 경쟁력에 깊은 관심을 보였으며, 향후 일본 시장의 마케팅 전략을 함께 펼쳐 나가기로 하고 글로벌 전시회 등도 함께하여 비즈니스 역량과 기술 역량의 시너지를 통해 상호 윈-윈하는 파트너십을 한층 더 강화해 나가는 데 합의하였습니다.

1) 자동차 경량화 기술 산업전

지난 2월 “2018 자동차 경량화 기술 산업전 - KINTEX”에 참가하였습니다. 자동차 관련 산업분야에서는 주로 Air Torch와 Rotary Plasma가 활용되고 있으며, 이번 전시회에서는 자동차 관련 기업뿐만 아니라 다양한 분야에서 당사의 제품과 솔루션에 관심을 보였습니다. 특히, 지난달 새로 개발한 휴대용 로테이션 플라즈마 ILP-200R-40과 로봇을 이용한 플라즈마 처리 장비는 향후 시장에서의 활용도와 경쟁력에 있어 큰 기대를 모으고 있습니다.

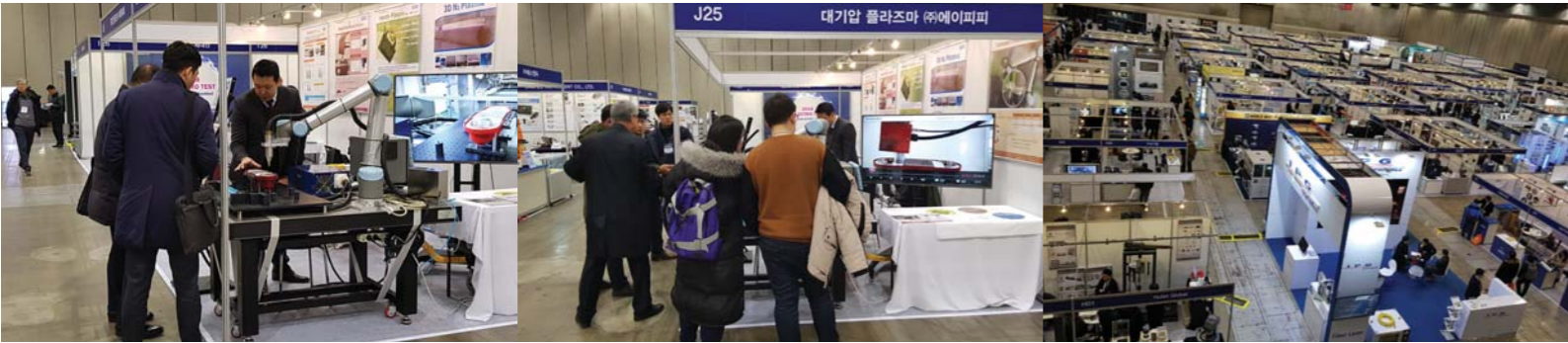
그리고 전시회 기간중 당사의 부스를 방문하여 자료를 요청한 기업들에게는 관련 플라즈마 영상과 자료를 정리하여 제공하였으며 상담을 원하는 기업은 세부사항에 대한 설명과 적용 가능한 플라즈마 솔루션을 제시하는 등 전시회 피드백을 완료하였습니다.



2) FPD China 전시회

지난 3월 중국 상하이에서 개최된 플랫패널 디스플레이 차이나 전시회(FPD China 2018)에서 APP는 OLED 디스플레이에 응용되는 독보적인 Ar Plasma Solution 기술을 적용한 대면적용 Ar Direct Plasma와 올해 새로 출시한 Handy type Air Plasma에 중점을 두었습니다.

대면적용 Ar Direct Plasma는 패턴 폭이 좁아 정전기와 파티클에 민감할 수밖에 없는 OLED 패널용 TFT 세정에 있어 유일한 솔루션으로 파티클 없이 정전기를 쉽게 제거할 수 있으며, 세정 능력이 뛰어나 현재 OLED 양산기업과 TEST 막바지 단계에 있어서 FPD China 에서 본 솔루션을 집중 프로모션 하였습니다. (2,000mm 이상 대응, 8G ~10.5G) 더불어 강방권 대표는 이번 전시회를 통해 중국 시장에서의 마케팅 역량 강화를 위한 파트너 발굴에서 의미 있는 진전이 있었음을 또 하나의 성과로 평가한다고 하였습니다.







해피 영장 제작 시연

미세 작업의 발전과 영향

MICROLED

### 1) 인턴십 운영

인턴십은 APP가 진행하고 있는 사회적 책임경영의 하나로 지난 1월 4기를 배출하였습니다. 이번 기수는 그 동안 연구와 제조분야에 국한되던 활동 범위를 마케팅으로 확대하여 취업을 앞둔 학생들에게 보다 현실적인 실무 경험을 할 수 있도록 프로그램을 정비하고 인턴십 운영의 체계를 정립한 계기가 되었습니다.

또한 인턴십 활동의 질적 향상을 도모하기 위해 개인별 수행 과제를 정하고 발표할 수 있는 시간을 통해 학교에서 배운 지식을 실무에 적용할 수 있도록 전담 사원을 배정하고 다양한 정보 제공과 코칭이 이루어 지도록 지원하였습니다.

이 활동을 통해 중소기업에 대한 편견이 바뀌게 되었으며, 실무를 접하고 배울 수 있는 좋은 기회였다고 참여 학생들의 소감이 있었습니다.

**“짧았지만 유익한 시간이었습니다. 첫 주 인턴들을 위한 교육부터 매주 직원들을 위한 교육까지 회사에 대해 배우는 데 큰 도움이 되었고, 사람을 중요시 하는 APP를 느낄 수 있었습니다. 이번 인턴 경험으로 중소기업에 대한 인식 또한 바뀌게 되었습니다. 그동안 정말 감사했습니다!” /진성이**

**“기술연구소 인턴으로 단순히 연구보조를 하는 것이 아니라 직접 주도하여 TEST를 진행함으로써 값진 경험을 하였고 많은 것을 배울 수 있었습니다.” /최지현**

**“인턴을 통해서 가고 싶은 분야에 대한 이해가 넓어진 것 같아 좋았습니다. 또한 아직 신입사원으로서의 입장은 아니었지만 조금이나마 회사생활을 경험해 볼 수 있었던 좋은 기회였습니다. APP 직원 분들 모두 너무 잘 챙겨 주셔서 감사했고 저 또한 APP 인턴 4기로써 10달러를 100달러의 가치로 쓰는 엔지니어가 되겠습니다! APP Fighting!입니다.” /전미연**

**“이번 인턴 경험이 처음 경험하는 인턴이었는데 너무 좋은 분들을 만나서 좋은 분위기에서 대로 일을 배울 수 있는 기회여서 너무 좋았습니다.” /이주형**

### 2) 직장인 케어 프로그램 운영

올해 처음으로 도입한 직장인 케어 프로그램은 미국 ‘마켓 플레이스 채플린’(사목역할을 하는 채플린이 약 1,700명, 약 800개 회사의 30만 명 직원을 케어)을 모델로 전인적인 케어가 필요한 존재인 직장인에게 돌봄 서비스를 제공함으로써 개인의 발전과 회사의 업무 효율을 높이는 데 도움을 주는 것으로 설립된 사단법인입니다.

본 프로그램을 운영해 주시는 김윤배 사목님께서서는 직원 서로가 경험, 노하우 등을 나누는 과정을 통해서 긍정적인 방향으로의 변화를 이루어 내게끔 도와주는 역할을 할 때에 즐겁게 일할 수 있는 일터의 분위기가 만들어 질 수 있고, 본인은 그러한 문화를 만들어 가는 촉매의 역할을 수행하는 것이라고 강조 하였습니다.

이러한 문화를 조성하기 위해 지난 2개월간 직원들 개개인과 티타임을 하면서 현재 느끼고 있는 불편함이나 어려움, 함께 만들어 가고 싶은 회사의 모습 등에 대한 이야기를 나누고 이후에도 직원들과 교감하면서 즐거운 일터를 만들기 위한 여러 방법을 찾아 나갈 것이라는 희망을 밝혔습니다.



APP 인턴 4기

직장인 케어 프로그램

### 3) 수요교육

수요교육은 직원들의 내적 역량과 실무 중심의 직무역량을 향상시키고 업무에 적용하여 미션에서 추구하는 바와 같이 가치를 창출하기 위해 매주 수요일 실시하는 교육으로 각 부서의 직무와 관련된 내용이나 새로운 기술에 대한 공유, 고객사의 니즈, 새로운 시장 분석, 외부강사 특강 등 다양한 주제로 운영되고 있습니다. 특히 올들어 현재까지 실무에 적용할 수 있는 마케팅 전략, 당사의 플라즈마 기술과 응용 방향, 인턴사원 연구과제, 단편영화, 외부강사 특강 등 실무와 연구 중심의 교육을 실시하였고 앞으로도 회사의 전략 방향과 직원들의 요청 사항을 반영하여 내실 있는 수요교육이 될 수 있도록 운영할 것입니다.

### 4) 갈비데이

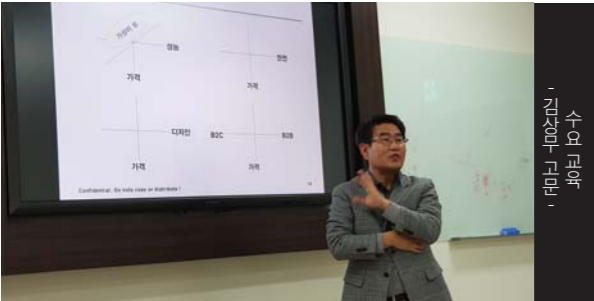
3월 23일 수원 본수원 갈비에서 그동안 APP와 인연을 맺은 인턴사원, 멘토-멘티 활동, After You 등의 활동에 참여했던 학생들과 함께 작은 모임을 가졌습니다. 갈비데이는 당사와 소중한 인연이 있는 청년들의 커뮤니티로 취업정보나 취업 또는 창업한 선배들의 살아있는 경험담등을 공유하는 장으로의 역할을 하고 있습니다. 금번 모임에는 10여명이 참석해서 의미있는 시간을 나누었습니다.

### 5) 비전데이

APP는 꿈과 비전이 살아 숨 쉬는 공간을 추구하고 있으며, 이것은 미션과 비전에 뿌리를 두고 있습니다. 그리고 회사의 미션과 비전을 이루기 위해서는 구성원 개개인의 비전이 명확해야 한다는 것이 APP의 생각입니다. 지난해 봄 워크숍에서 APP 전 직원은 꼭 이루고 싶은 것, 즉 비전을 정하고 한 해 동안의 목표를 정하는 기회를 가졌습니다. 그리고 그것을 동료들과 공유하고 의지를 다졌던 날이 바로 3월 31일 비전데이입니다. 올해로 1주기를 맞는 APP Vision Day에서는 2018년에 정한 개인별 비전과 목표를 공유하는 활동을 하였습니다. 그리고 이것이 말이나 글로 그치지 않도록 하기 위해 부서별로 비전에 다가갈 수 있도록 수시로 확인하고 도움을 줄 수 있도록 하자는 제안에 모두 공감하고 함께 참여하기로 약속하는 기회가 되기도 했습니다.

### 6) 아몽극회 후원

대학생활을 하면서 다양한 경험을 통해 꿈과 희망을 찾는 학생 극단 아주대학교 '아몽극회'에 대한 지원은 APP가 사회적 기업 활동으로 추진하는 또 하나의 기업문화 활동입니다. APP 미션의 핵심이 가치를 창출하고 그 성과를 가치 있는 일에 흘려보내는 것이기 때문에 이러한 활동을 통해 무한한 가치 창출의 기회를 가진 청년들이 고민하고 성장하여 향후 그들도 누군가가 꿈을 이루도록 나눔을 펼치는 성숙한 인재로 성장하기를 기대합니다.



수요교육  
- 1차 -



멘토-멘티 갈비데이  
- 1차 -



멘토-멘티 갈비데이  
- 2차 -



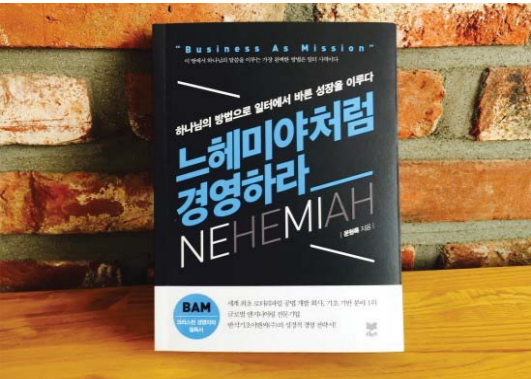
비전데이  
- 1차 -



아몽극회 후원  
- 1차 -



아몽극회 후원  
- 2차 -



“느헤미야처럼 경영하라”는 직원들이 꼭 읽어야 하는 필독서로 APP의 미션과 비전을 가장 잘 표현한 도서라고 할 수 있겠습니다.

이 책은 “그가 이스라엘 사람들에게 자신의 비전과 하나님의 도우심을 전하며 무너진 성벽을 함께 세우자고 하니 그 사람들 역시 바로 ‘일어나 건축하자’하고 일어섰다”라는 문장으로 시작합니다. “그리고 힘을 합쳐 오랜 세월 허물어진 채로 방치된 성벽을 52일 만에 다시 세우는 대역사를 이루어냈다”라고 기록하고 있습니다.

#### KEY WORD 1. “비전공감”

“일어나 건축하자”라는 느헤미야의 외침에 “일어나 건축하자”라는 이스라엘 백성들의 화답이 없었다면 “고통 받지 않는 삶”이라는 비전을 위한 성벽 재건은 가능하지 않았을 것입니다.

어느 조직이든 이루고자 하는 목표 즉, 비전을 가지고 있습니다. 그리고 비전을 이루기 위해서는 Action과 Reaction이 있어야 하며 우리는 이러한 공감을 방해하는 불통의 장벽을 과감하게 허물어내고 항상 열린 소통으로 서로에게 귀를 기울여야 합니다.

#### KEY WORD 2. “신뢰와 인정”

비전공감이 이루어졌다고 해서 비전이 이루어지는 것은 아닙니다. 비전은 리더와 팔로워가 함께 만들어 가는 것으로 구성원들 모두가 서로를 믿고 의지할 수 있어야 합니다. 그러기 위해서는 서로가 서로를 신뢰하고 인정하는 문화가 필요합니다.

#### KEY WORD 3 “연결과 새로운 가치창출”

한우물만 파다가는 자신이 판 우물에 메물 될 수 있습니다. 저자는 건축전문가이지만 고객들은 “건축과 토목을 하나의 개념으로 보고 해결책을 요구한다”라고 합니다. 한 분야의 전문성에 의한 경쟁력은 한계가 있습니다. 오히려 다른 분야와 연결이 될 때 남보다 앞서는 경쟁력을 가질 수 있습니다. 지금 우리에게겐 연결을 통해 새로운 가치를 만들어 내기 위한 열린 생각과 시각이 절실하게 필요한 때입니다.

#### KEY WORD 4. “준비와 기회포착”

저자는 “주어진 사명을 이루기 위해 밤낮 준비하며 노력하는 자에게 하나님께서는 늘 놀라운 방법으로 역사하신다.”, “기적이 아니라 기회를 달라고 기도해야 한다. 기회는 준비하는 자에게 찾아온다.”라고 말하고 있습니다. 아무리 믿는 구석이 있어도 그것을 미리 준비하고 역량을 갖추기 위해 노력하지 않으면 기회가 찾아와도 그것이 기회인지조차 모르고 지나쳐 버릴 수 있습니다. 근사한 사업계획이 중요한 것이 아니라 기회를 살릴 수 있는 준비가 먼저라는 것을 잊지 않아야 하겠습니다.

#### KEY WORD 5. “협업”

“느헤미야와 이스라엘 백성이 무너진 성벽을 세울 때 자기 일에 최선을 다했을 뿐 아니라 ‘우리’로서 협력했고 그 결과 벽들이 연결되어 거대한 성벽을 이루었다” 기업의 비전은 어느 한 사람에 의해 이루어지지 않습니다. 모두가 한 방향을 바라보고 힘을 모을 때에 비로써 다가설 수 있는 것이 비전입니다. APP가 ‘100개의 APP’라는 그림을 통해 이루려는 모습이 바로 협업하여 함께 공생하는 공동체의 모습이라 할 수 있겠습니다.

#### KEY WORD 6. “개인적 성정을 위한 노력”

“나는 우리 회사에 들어 온 직원들 개개인의 성장을 통해서 함께 성장하는 것을 꿈꾼다”, “우리는 씨를 뿌려야 한다. 바른 가치와 건전한 사고방식을 품은 좋은 씨앗을 우리 밭에서부터 뿌리고 가꾸어야 한다.”라고 저자는 말합니다. 기업의 경쟁력은 구성원 개개인의 경쟁력에서 비롯되기 때문에 미래를 준비하는 기업은 구성원들의 역량개발을 위해 노력해야 합니다.

#### KEY WORD 7. “자신감 있는 기술력”

저자의 기업에는 술 접대가 없다고 합니다. 건축업 분야에서 접대를 하지 않고 사업을 한다는 것이 쉽지는 않았을 것입니다. 그럼에도 불구하고 200억 이상의 매출을 달성할 수 있었던 것은 바로 기술에 자신감이 있었기 때문입니다.

마지막으로 저자는 매출 성장뿐이 아닌 진짜 성장을 이야기합니다. 진짜 성장이란 매출만큼이나 회사가 추구하는 가치의 실현을 위한 내적 성장이 함께 이루어지는 것이라고 정의하고 있습니다.

APP는 “1달러의 기술로 10달러의 가치를 만들고(매출 성장), 10달러를 100달러의 가치로 쓰는 회사(내적 성장)”라는 미션을 통해 진짜 성장을 하는 회사가 되기 위해 오늘도 모든 임직원이 함께 소통하고 땀을 흘리고 있습니다.