

Frontier

KAIST Graduate School of Management

온고지신, Yong-Myeon, Kang

2005 Spring 테크노경영대학원 소식
KAIST Graduate School of Management

KAIST
테크노경영대학원



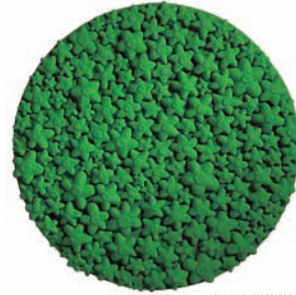
1



2



3



4



5



8



7



6



10



11



12

04	나침반	안병훈 교수 (KAIST 사회책임경영 연구센터장)
05	특별기고	신현철 대표 (SK(주))
06	News	테크노 뉴스
10		고위경영자과정 뉴스
13	Feature Article	Investor Relations... 투명경영으로 가는 길
19	People/Opinion	Career Development
22		동문탐방 - 2005년 임원승진 동문
24		Odds Maker 심종호 동문
26	Special Activities	캠퍼스탐방 - 2005년 새 출발, 입학과 신입생
28		꽃동네 봉사활동을 다녀와서...
30		Globalization - 상하이/북경 프로그램 참가후기
33	Culture	교양코너 - Luxuries
34	Info.	알림란 - 동문화비, 취업지원 사이트
35		Management, Technology & Art

31 contents

Frontier

KAIST Management Update

Frontier 31

테크노경영대학원 계간지
2005 SPRING Vol.10 No.1 (통권31호)

발행일 2005년 4월 4일
발행인 박성주
편집인 김동석
기획 황은정
취재 강병욱, 김경수, 박홍석, 이용선, 전인혜, 한철우
발행처 KAIST 테크노경영대학원
서울 동대문구 청량리 2동 207-43
TEL (02) 958-3246 FAX (02) 958-3243
디자인 경희정보 디자인팀 Designest (02) 2263-7534
표지설명 온고자신 / Yong-Myeon, Kang

기업의 새로운 경쟁력



안병훈 교수
사회책임경영 연구센터장

며칠 전 정부와 정치권, 재계, 시민단체가 투명사회협약을 맺고 부패척결을 함께 다짐하였다. 대통령을 비롯한 여권인사, 야당대표, 재계 대표들, 시민단체의 명망가 등 모두 팔짱을 끼고 투명사회를 약속하고 다짐하는 사진을 보니, 이번 만은 무언가 좀 다를 것이란 기대를 갖게 된다. 앞으로 사회전반에 만연한 부패와 비리를 일소하고 투명한국으로 도약하는 계기가 되기를 간절히 바란다.

그러나, 과거 어느 정권도 부패청산을 외치지 않은 적이 없었고, 서슬퍼런 사정도 이뤄졌지만 실질적인 성과를 거두지 못하였다. 지난해 국제투명성기구 조사에서 우리나라는 깨끗한 순서로 47위를 하였다고 한다. 경제규모가 10위 내외인 점을 감안하면 우리나라는 능력에 비해 깨끗하지 못했던 모양이다.

그러나, 무엇보다 중요한 것은 이번 협약이나 기업들의 다짐들이 실질적인 성과를 보이기 위해서는, 일과성 선언이나 남들이 하니 나도 한다는 유행차원의 why와 what을 외치지 말고, how를 고민해야 한다는 것이다. 윤리, 투명, 정도, 신뢰는 선언으로 이루어지는 것도 아니고, 법이나 정부의 규제에 이루어 지는 것은 더구나 아니다. 그럴 수 있었다면 이미 다 해결되었을 것이다. 자본주의 사회는 법의 테두리 안에서 자기의 이익을 추구하는 집단과 개

인의 집합체이기에 더욱 그러하다.

다행인 것은 최근 국제적으로 “지속가능경영”에 자본시장 및 투자자들의 관심이 고조되고 있다. 지속가능경영이란 최근 거론되는 기업지배구조, 투명성, 환경경영, 사회공헌, 협력업체, 종업원 등 제반 분야에서 상생의 경영을 한다는 것이다. 자본시장 및 투자자들은 이제 재무적인 기업가치만 보지 않는다. 분식회계 등으로 얼룩진 기업은 어느 한 순간에 도태될 수 있다는 “위험관리” 차원의 사고이다. “Korea Discount”의 이면에는 비효율적인 기업지배구조가 지적되는 것도 같은 맥락이다.

오히려 기업들에 관한 한 정부나 시민단체가 나서지 않는 것이 더 좋을 지 모른다. 자본주의사회에서 가장 강력한 힘을 발휘하는 “시장”이 나서고 있기 때문이다. 이는 국제적인 움직임이다. 최근 UN이 앞장서서 GRI 라는 기구를 통해 지속가능경영의 비교가능한 틀을 개발하고, 전세계 우수기업들이 모두 참여하여 “지속가능경영 보고서 (Sustainability Reporting)”을 발표하고 있다. 투자자들이 요구하고, 기업평가기관에서 반영하기 때문이다. 국내 기업들도 바쁘다. 지난 해와 금년에 걸쳐 삼성SDI, 현대자동차, 포스코, 한전, 토지공사 등이 보고서를 준비하였거나 준비 중에 있다.

테크노경영대학원은 이런 사회적, 국제적 움직임 속에서 무엇을 하고 있는가? 우리는 기술과 경영의 접목을 기치로 내세우면서, 기업윤리나 투명성이나 환경경영이나 하는 것을 “고등학교 시절 도덕교과목 내용” 정도로 보고 있는 것은 아닌가? 테크노경영대학원은 앞장서지는 못하지만, 뒤 쫓아 가기라도 하여야 하지 않는가? 다행히 올 가을학기부터 “사회와 기업”이라는 과목을 개설한다. “사회책임경영 연구센터”도 설립하였다. 더 중요한 것은 지속가능경영은 “바람직한 것”이라는 차원이 아니라, 이제는 시장에서의 경쟁력, 기업가치를 유지하고 제고시키는 데 “필수적인 것”임을 인식하는 것이다. 즉, 최고의 IR 활동임을 인식하는 것이다. **Frontier**

합격통지서와 명함

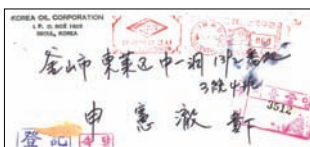
2005년도 신입사원 100여명이 그 동안의 교육훈련을 마친 후 각 부서로 배치받고 첫 근무에 들어갔다. 지난 해 10월부터 시작된 1차 서류전형, 2차 필기고사, 3차 면접시험을 거치면서 5,000여명의 지원자가 결국 100여 명의 신입사원으로 압축되었고, 이들 첫걸음을 내딛게 된 후배 사원들을 격려하면서, 해마다 그랬던 것처럼 그들에게 ‘합격통지서’와 ‘명함’에 관한 나의 初心을 實物로 보이면서 진심으로 당부했다.

애기의 要点은 합격의 기쁨(합격통지서)과 자기 정체성에 대한 자부심(명함)을 처음 맛보면서 누구나 다져 본 그 첫 각오를 세월이 흘러도 잊지 않고 때때로 들추어 보며 그 ‘初心’으로 돌아가도록 자신을 다스리는 것이 정말 중요하다는 내용이었다.

올해의 신입사원들이 사상 최대의 취업난을 겪었다고는 하지만, 정도의 차이는 있을망정 어느 해 치고서 극심하지 않았을 때가 있었는가? 1971년도의 대학 졸업반 시절은 1차 오일쇼크와 10월 유신 정치(維新政治)가 시작되기 바로 직전이어서 나라 안팎의 살림이 몹시 어려웠고, 몇 십 명의 신입사원을 뽑는 기업은 가뭄에 콩 나듯 하던 때였다.



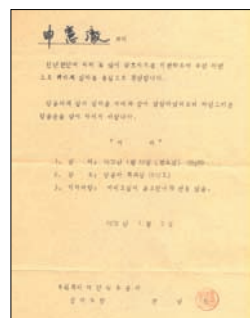
신헌철 대표
SK(주)



그 해 크리스마스 이브에 터진 대연각 빌딩 화재사건의 엄청난 충격 속에서, 초조한 기다림 속에 받아 든 합격통지서는 나 같은 지방대학생에게 영원한 감격을 주기에 충분하였다. ‘속달등기’ 표시의 붉은 도장이 2개나 찍힌 걸봉과 필경 등사(筆耕謄寫)로 쓰여지고 인사부장의 붉은

도장이 찍힌 누런 갱지의 합격통지서는 그 때부터 34년 동안 정성스럽게 꺼내어 볼 때마다 언제나 그 때의 ‘初心’으로 나를 이끌고 가는 것이었다.

지방대학 졸업생의 서울 본사 근무라는 기쁨보다는, 다른 사람에게 내미는 첫 명함에 대한 나의 자부심이 더 큰 것 같았다. ‘대한석유공사’로 표기가 시작되는 작은 명함 위의 인쇄글자는 촌스러운 내 모든 부족함을 자랑스러운 나의 정체성으로 메워 주었고, 지나고 보면 잠깐인 34년 세월 동안 새로운 일을 할 때마다 새로운 명함으로 모아지게 하였다. 부서가 다르고 직급과 직책이 다를 때마다, 3등 완행열차처럼 세월 따라 길게 이어져 달려온 그 명함들을 꺼내볼 때마다, 나는 언제나 변치 않고 ‘初心’으로 돌아가곤 한다.



다른 사람에게는 전혀 소용이 없어 벌써 휴지통에 들어갔을 빛 바랜 합격통지서와 명함들이지만, 내게는 더없이 중요한 몽학(蒙學) 선생이 되어 언제나 나를 가르치고 있는 것이다.

새롭게 출발하는 후배사원들도 버리기 보다는 소중히 모아서, 훗날에 이룰수록 오늘의 새 출발 각오를 ‘初心’으로 돌아보게 하는 자기만의 가정교사인 몽학(蒙學)선생으로 삼아 보도록 충심으로 권하고 싶다. **Frontier**

박성주 대학원장, 칭화대 멘토 & 전국경영대학장협의회장



2월 25일, 박성주 대학원장이 AACSB로부터 중국 칭화대 경영대학원의 세계경영대학협회(AACSB) 'Accreditation Mentor(Advisor)'로 공식 임명됐다. 2003년 8월 대학원이 AACSB 인증을 받은 후 AACSB의 Board 멤버로도 활동중인 박성주 대학원장은 아시아-태평양 경영대학협회(AAPBS)의 초대회장으로도 활동하며 아태지역 경영대

학들과 깊은 관계를 맺어오는 가운데 아직까지 AACSB 인증을 받지 못한 중국 칭화대 경영대학원의 오랜 요청으로 칭화대의 Mentor역을 맡게 됐다. 이를 통해 박 대학원장은 본교 뿐만 아니라 아시아의 경영학 발전을 위한 또 다른 역할을 할 예정이고, 본교와 칭화대와의 교류도 넓혀 나갈 계획이다.

또한 박 대학원장은 2월말 대구 경북대에서 있었던 제10차 전국경영대학장협의회에서 각 경영대학장들의 만장일치로 회장으로 선출됐다. 박 대학원장은 국내 경영대학의 발전을 위해 초청인사 특강 및 세미나를 개최할 예정이고, 오는 가을 본교에서 회의를 가질 계획이다.



2005년 1월, 프랑스 최고의 경영대학 HEC와 협력 미팅



프랑스 파리 ESCP-EAP에 교환학생으로 파견된 본교 학생들과 함께

사진으로 보는 KGSM 국제협력 활동



2004년 11월, 캐나다 몬트리올에서 열린 GFME Board Meeting



프랑스 파리 ESCP-EAP Dean과 함께



2005년 1월, Florida Tampa로 이전한 AACSB 본부 기념 사진



미국 LA USC Dean, 박충환 교수, 연구연구 중인 한민희 교수와 함께

KGSM 동문, 임원승진 줄줄이...

한 해를 시작하는 이즈음 들려오는 KGSM 동문들의 임원승진 소식은 우리를 한층 즐겁게 한다. 2005년에도 그룹 임원승진에서 KGSM 동문 13인이 임원으로 승진하는 쾌거를 이뤘다.

삼성그룹-전무 승진

이범일	경영과학 8회	삼성구조본 상무 → 전무(서울 삼성본관빌딩)
조윤영	경영과학 8회	삼성구조본 상무 → 전무(서울 삼성본관빌딩)

삼성그룹-상무(보) 승진

조남성	테크노MBA 1기	삼성재팬 상무보 → 상무
홍사관	테크노MBA 1기	삼성전기 상무보 → 상무
김병철	테크노MBA 1기	삼성전자 System LSI사업부 부장 → 상무보(삼성전자 기흥)
안중현	테크노MBA 1기	삼성전자 본사 사업기획그룹 부장 → 상무보(서울 삼성본관빌딩)
최덕현	테크노MBA 1기	삼성SDI 중앙연구소 개발3팀 부장 → 상무보(천안시 성성동 중앙연구소)
주은기	테크노MBA 5기	삼성전자 본사 감사팀 부장 → 상무보(삼성본관 빌딩)

한국타이어

이기웅	테크노MBA 1기	한국타이어 유럽법인 마케팅팀장 → 상무보
-----	-----------	---------------------------

CJ홈쇼핑

김홍수	테크노MBA 1기	CJ홈쇼핑 중국사업부장 → 상무
-----	-----------	-------------------

CJ

조성형	EMBA 1기	CJ 인사팀 부장 → CJ 회장실 기획팀 상무
강신호	EMBA 1기	CJ 전략1팀 부장 → CJ 회장실 인사팀 상무

KT

이종화	통신MBA 3기	KT솔루션사업팀 부장 → KT부산본부 상무보
-----	----------	-----------------------------

이재규 교수, CIO 협회장 선출



우리나라 전자업계의 정보화 촉진과 산업 경쟁력 제고를 위해 전자업계 CEO 및 최고정보책임자(CIO), 학계 관계자들이 참여하는 '전자업계 CIO 협의회'의 초대 회장으로 본교 이재규 교수가 추대됐다. 지난 2월 18일 창립총회를 갖고 본격 출범한 CIO 협의회는 전자업계의 정보화 추진 효율성을 극대화하고 대·중소기업

의 균형적인 정보화를 위해 삼성전자·LG전자 등 대기업은 물론 중소 전자·부품업계의 CEO 및 CIO 그리고 학계 관계자들이 참여하는 산·학 공동협의체로 활동할 예정이며, 주로 국내외 전자업계의 정보화 현황을 진단하고 기업의 애로 및 문제점을 발굴해 정부에 건의, 산업 환경 개선과 산업경쟁력을 제고하는 역할을 할 계획이다.

KAIST 개원기념식서 강의대상, 우수강의상 수상



러플린 총장(좌), 김영걸 교수(우)



이창양 교수

지난 2월 16일 열린 개원 34주년 기념식에서 테크노경영대학원 교수진들이 교육분야 상을 절반이나 휩쓰는 쾌거를 이뤘다. 당일 학술분야, 교육분야, 연구분야 별로 우수교원 시상식 열린 가운데 교육분야에서 김영걸 교수가 KAIST 개원 이래 역대 두 번째로 '강의대상'을 수상했다. 이 상은 지난 5년 중 3년 이상 우수강의에 해당되는 교수에게 주어지는 것으로 KAIST 역사상 인문사회계열의 윤정로 교수에 이어 김영걸 교수가 영광을 얻게 됐다. 한편 이창양 교수와 박남규 교수는 2004년도에 가장 강의평가가 좋았던 5명의 교수에 뽑혀 2004년 '우수 강의상'을 수상했다.



박남규 교수

안형준 동문, 뉴질랜드 와이카토大 부임



안형준 동문(경영공학 박사, 지도교수 박성주)이 지난3월 뉴질랜드의 Top 비즈니스 스쿨인 와이카토(Waikato) 경영대학에 영년직 조교수로 부임했다. 이공계 전공자 가운데 국내에서 박사학위를 받고 외국 대학 교수로 부임하는 사례는 종종 있었으나 안 동문과 같이 경영학 분야 토종 박사가 외국으로 진출한 사례는 지난 8월 본교 최병구 동문(호주 시드니대학 정보시스템학과 조교수 부임) 이후 처음이라 그 의미가 더 깊다. 본교의 교육 콘텐츠나 연구 수준이 국제적으로 인정 받고 있다는 것을 연이어 보여줬기 때문이다. 안 동문은 “우선 뉴질랜드의 독특한 문화와 교육 시스템에 잘 적응하려 하고 있다”며 “뉴질랜드 특유의 기업 환경에 맞는, 즉 중소기업의 기업이 많고 국가 정책적으로 환경 및 지속 가능한 경영을 강조하는 점 등을 고려한 흥미로운 연구를 다른 교수진 및 박사과정 학생들과 협력적으로 해나갈 계획”이라고 소식을 전했다. 안 동문은 이번 학기에 대학원생과 학부생을 대상으로 각각 ‘e-business technologies’와 ‘MIS’를 가르친다.

출한 사례는 지난 8월 본교 최병구 동문(호주 시드니대학 정보시스템학과 조교수 부임) 이후 처음이라 그 의미가 더 깊다. 본교의 교육 콘텐츠나 연구 수준이 국제적으로 인정 받고 있다는 것을 연이어 보여줬기 때문이다. 안 동문은 “우선 뉴질랜드의 독특한 문화와 교육 시스템에 잘 적응하려 하고 있다”며 “뉴질랜드 특유의 기업 환경에 맞는, 즉 중소기업의 기업이 많고 국가 정책적으로 환경 및 지속 가능한 경영을 강조하는 점 등을 고려한 흥미로운 연구를 다른 교수진 및 박사과정 학생들과 협력적으로 해나갈 계획”이라고 소식을 전했다. 안 동문은 이번 학기에 대학원생과 학부생을 대상으로 각각 ‘e-business technologies’와 ‘MIS’를 가르친다.

동문과 CJ인사팀 조영기 부장, 삼성전자 최익석 글로벌마케팅 전략팀 그룹장, KoreaHead 최근배 이사, 나우베스트 서정원 사장 등 인사전문가들과의 자리를 마련해 경력개발 및 취업에 대한 심도있는 대화를 나눴다. 이밖에 서로간의 서먹함을 깨고 소속감을 형성하기 위해 ‘역할극’을 통한 주제 발표 시간도 있었다. 이번 행사에는 240여 명의 신입생들이 참가했다.

최정에 전투기 파일럿, KAIST MBA 새내기 변신



지난 해에 이어 올해에도 공군 파일럿 신입생이 입학했다. 공군전투비행단 소속으로 근무해온 추교진 대위(33)와 조정호 대위(30)가 그 주인공으로 이들은 각각 1,000시간과 700시간동안 전투기를 조종한 경력을 갖고 있는 최정에 전투기 파일럿이다.

공군본부 전문교육과장 서희석 중령은 “전투조종사가 2년간의 공백을 갖는 것은 군의 입장에서 큰 부담임에도 불구하고 두 대위가 MBA교육을 통해 중간관리자로서 공군의 선진화에 큰 기여를 할 것으로 판단해 위탁교육을 보내게 됐다”며 “공군은 KAIST 테크노 MBA가 항공우주군 건설에 필수적인 첨단 과학기술의 이해를 기반으로 한 공군의 각 분야별 조직관리 전문가 양성에 가장 적합한 프로그램이라고 판단해 향후 최대한 많은 공군 요원이 입교할 수 있도록 위탁교육을 점차 확대해나갈 예정”이라고 덧붙였다.

추 대위는 “약 1년 전부터 계획업무를 맡아 하며 지휘관으로서의 자질을 익혀오던 중, 공군이 원하는 전략적 리더로서의 능력과 소양을 더욱 키워야겠다고 느껴 MBA과정에 지원하게 됐다”고 입학배경을 설명했고, 조 대위도 “다른 나라 공군에 뒤지지 않는 선진화된 공군을 만들어 나가려면 전략적 마인드와 글로벌 감각을 익힐 수 있는 공부에 절실하다고 느껴 지원했다”고 말했다.

분야별 리더 초청, 성공 세미나 수업

올 봄학기에도 기업 대표 및 각 분야별 전문가들이 홍릉 캠퍼스를 방문한다. 경영공학 세미나 수업을 담당하고 있는 조연주 교수는 지난해 CEO 위주로 구성했던 세미나 수업을 올해는 문화계, 학계 전문가까지 초청해 보다 다양한 분야의 리더들을 만나볼 수 있는 기회로 구성했다. 매주 목요일 오후 4시부터 한 시간 반 동안 수펙스경영관

신입생 오리엔테이션 성황리 진행



2005년 신입생 오리엔테이션 ‘My Career Development and Fun’이 지난 2월21일부터 3일간 홍릉 캠퍼스에서 열렸다. 경쾌한 장구 연주를 시작으로 학교전반 소개, 취업현황과 경력개발 특강 등이 진행됐다. ‘경력개발을 위한 자가테스트’ 시간에서는 개인 및 타인의 성향을 파악하고 그에 맞는 커뮤니케이션 스킬, 갈등상황 대처법, 직무 및 업무 스타일 분석 등의 기회를 가졌고, ‘사례 분석(Case Analysis)’ 시간에서는 경영학도들로서 명심해야 할 주요 키워드를 팀별로 분석해 발표하는 활동이 이루어졌다. 특히 마지막 날에는 한진규(BnG 이사), 서병기(신영증권 이사), 김현희(Accenture 부장), 이재구(LG전자), 이세용(Bain&Company), 한진규(유리자산운용) 등의

5층 최종현홀에서 열리는 이번 세미나 수업에는 이경훈 Z60Ventures 대표(Silicon Valley Style Startup Marketing), 신영복 성공회대 교수(고전으로 보는 성찰과 과제), 박종호 풍월당 대표(너희가 오페라를 아느냐), 지형범 엠씨클 대표(경영자가 갖추어야 할 논리와 감성의 조화), 조성호 KDI School 교수(기업 M&A 최근 동향), 김진에 서울 포럼 대표(인물 상상력과 상황 상상력), 조운호 웅진식품 사장(아무도 하지 않는다면 내가 한다), 김영세 이노디자인 대표(디자인으로 승부한다), 홍성완 엔트루 컨설팅 부문장, 이영혜 디자인하우스 사장, 정인기 한양대 교수(21세기 기테크 경영), 김언수 고려대 교수(동서양의 병법에서 배우는 경영전략), 강신장 삼성경제연구소 상무(창조경영)가 강사로 참가한다. 분야별 리더들로부터 전문가의 노하우와 철학을 배울 수 있는 시간이 될 것으로 기대한다.

신임교원 소개



박세범 교수

2005년 봄학기, 박세범, 박광우 두 명의 신입교원이 부임했다.

2월 15일 부임한 박세범 교수(조교수)는 연세대 경영학 학사와 석사과정을 거쳐 미국 일리노이대 MBA, 미국 노스웨스턴대 켈로그 경영대학에서 마케팅 분야박사를 마친 마케팅 전문가로, 소비자 정보처리이론, 소비자 의사결정 및 선호도 형성, 브랜드 관리 등을 연구해 왔다. 또한 일리노이대 Food & Brand Lab에서 소비자 분야의 마케팅 리서치 업무를 담당하기도 했던 박교수는 다양한 경험을 바탕으로 마케팅, 소비자행동, 광고 및 판매촉진 과목 등을 강의한다.



박광우 교수

3월 1일 부임한 박광우 교수(부교수)는 연세대 경영학 학사, 석사를 거쳐 1996년 미국 미주리대(Columbia)에서 경제학 박사를, 2003년 미국 일리노이대(Urbana-Champaign)에서 재무학 박사학위를 취득했고, 미주리대 경제학과와 중앙대학교 경영학부 교수로 재직하며 학부와 MBA 및 박사과정에서 금융기관론, 기업재무론, 투자론, 재무경제학 등을 강의했다. 주요저술로는 '예금자와 대출자에게 상반된 금융기관 인수합병의 효과', '관계금융과 금융기관격기 관행에 대한 이론적 고찰', '외국인 소유와 기업가치:일본기업 실증연구', '내부자본시장의 어두운 면: 한국기업집단을 중심으로' 등이 있다.

신입직원 소개

◆ 정나래: 교학팀 발전기금조성 업무

KAIST 테크노경영대학원 교육 환경의 질을 높이는데 귀하게 쓰여질 발전기금 조성을 함께 하게 된 것을 영광으로 생각합니다. KAIST



지가현, 반승희
변혜경, 정나래(상단좌측부터)

테크노경영대학원의 발전은 궁극적으로 국가의 발전이기 때문입니다. 국가와 학교, 학생에 대한 愛情에 熱靑을加하여 열심히 뛰었을 때, 세계 TOP10의 학교를 만드는 것은 결코 먼 미래의 일이 아닐 것입니다. 그 사업에 첫

발을 떼는 저는 늘 웃음과 열정으로 기억되는 KAIST 테크노경영대학원의 1등 행정 서비스 직원이 되겠습니다. 세상에서 가장 현명한 사람은 모든 사람으로부터 배울 수 있는 사람이고, 가장 사랑 받는 사람은 모든 사람을 칭찬하는 사람이고, 가장 강한 사람은 자신의 감정을 조절할 줄 아는 사람임을 기억하며...

◆ 지가현: 고위경영자과정(최고컨설팅과정 담당)

3월 2일 임용되어 3월 8일 AIC 입학식을 지나 지금에 이르기까지 정신 없이 바쁜 하루하루였습니다. 하지만 여러 교수님들의 지도하에 하나의 과정을 이끌어 나가는 것에 대한 자부심과 보람은 KGSM에서 제가 있어야 하는 존재 이유이며, 이것이 앞으로 제 생활의 원동력이 될 것이라 생각합니다. 기본적으로 갖추어진 경쟁력과 안정성을 바탕으로 KGSM을 세계수준의 경영대학원으로 발전시켜 나가는 것이 신입직원으로서의 포부이며, Freshman의 사전적 의미대로 조직을 fresh하게 만들 것입니다.

◆ 변혜경: 고위경영자과정(현대자동차과정 담당)

KAIST 테크노경영대학원에서 인생에 새로운 페이지를 시작하게 되어 매우 기쁘게 생각합니다. 신입 직원 오리엔테이션을 받으면서 학교 행정의 목표가 '1인 2개 분야 전문가'를 지향한다는 것을 알게 되었습니다. 입사지원 시, 예상했던 것 보다 더 좋은 기회와 도전과제를 얻은 것 같습니다. 사회에 첫 발을 내디뎠을 때를 생각하면서, 그 때의 마음가짐을 갖고 시작하겠습니다. 맡은 바 직무에 충실하고 또한 자기 계발을 충실히 하여 학교행정 전반에 걸친 전문가가 되고, 나아가 테크노경영대학원의 발전에 기여할 수 있도록 끊임없이 노력하겠습니다.

◆ 반승희: 교학팀(동북아기술경영과정 담당)

채용과정을 준비하면서 KAIST 테크노경영대학원에 대한 세부정보를 접할수록 그 확고한 인지도와 무한한 가능성에 확신을 갖게 되었으며, 이곳에서 자부심을 갖고 진취적으로 일을 해 나아갈 수 있리라 판단했습니다. 정제된 자신감과 커다란 포부를 바탕으로 설레는 마음까지 담아 이곳 KAIST 테크노경영대학원에서 시작하고자 합니다. 최적절의 위치에서 고부가가치를 창출하는 데에 일조할 수 있는 역량 있는 일원으로 거듭나고자 합니다. **Frontier**

제11회 정보기술 업그레이드 교육(AIM)



AIM의 전통으로 자리잡고 있는 수료자 대상의 업그레이드 교육이 지난 1월 19일 개최되었다. 교육은 잘 나가는 기업이 어떤 전략으로 돈을 벌고 있는지를 Simulation 하여 제시한 박남규 교수의 "Winning Strategy in a Global Corporation: Strategic Simulation" 세미나와 유인촌 대표의 "인생, 연극 그리고 뮤지컬" 특강으로 구성되었으며, 1기부터 21기까지 10년 터울의 동문들이 배우자들과 함께 한자리에 모여 오랜만에 경영마인드를 새롭게 하고 삶의 질을 높일 수 있는 자리가 되었다.

22기 중국 워크숍(AIM)



3월4~5일 중국 칭화대학과 중국과학원을 방문하는 워크숍이 진행되었다. 첫

날 오후 2시간에 걸친 칭화대학 Zhao 학장의 특강 "Management Education in China"와 칭화대학 캠퍼스 투어를 거치면서 중국 경영자교육의 현황과 발전하는 실체를 보며 자극을 받았다. 저녁에는 돈독한 동기애를 쌓는 열정적인 시간을 가지면서 그 자리에서 동기회장단이 구성되었다.

둘째 날은 중국과학원의 Yong Shi 부총장을 비롯한 많은 교수진, 학생들로부터 환영을 받으면서 가졌던 "중국에서의 사업기회 모색방안" 강의를 진행되었고 이후 MBA 학생들과 양국의 기업 환경에 대한 질의응답으로 생생한 현장지식을 접했다.

충동문화 총회 및 2005년 회장단 모임(AIM)



오유방 신임회장

최광선 총무

AIM 충동창회 회장단(회장 태혁준)이 지난 1월 19일 총회를 가졌다. 이날 신임 회장에는 9기 회장인 광화문법무법인의 오유방 변호사가, 총무에는 9기 마빈시스템의 최광선 대표이사가 선출되었다.

또한 신임 회장단 주최로 3월 3일 조선히에서 가진 첫 조찬모임에서는 각 기별 회장과 총무가 참석하여 성황을 이루었고, 앞으로 충동창회가 나아갈 방향과 6월30일부터 7월 2일까지 제주 샤인빌에서 진행될 제2회 KAIST CEO 포럼의 성공적인 진행을 위한 결의를 다지기도 했다.

KAIST 테크노경영자클럽

조찬강연회, 등산회 시산제(AIM)

KAIST 테크노경영자클럽(회장 김태욱)은 3월9일, 고려대학교 어윤대 총장을 초청해 "수요자 중심의 대학경영"이란 주제로 2005년도 첫 조찬강연회를 열었다. 한참 대학교육의 중요성이 커지는 가



운데, 열정적인 특강과 동문들의 뜨거운 모교사랑으로 이번 조찬 행사 역시 성황리에 치러졌다. 또한 지난 3월 6일에는 AIM 등산회(회장 김윤중) 시산제가 도봉산에서 거행되었다.

14기, 1차 부부동반 행사(K-CEO)

14기 K-CEO과정 1차 부부동반 행사가 3월 17일 수펙스 경영관에서 열렸다. 1교시는 수강생과 배우자가 각각 별도의 강의를 수강하고 저녁만찬 때 2층 아뜨리움에 모여 저녁만찬과 더불어 친목의 시간을 가졌다. 배우자들은 테크노경영대학원과 지식최고경영자과정 소개를 통해 과정에 대한 이해에 도움을 받고, 수강생들은 광운대학교 이홍 교수의 Knowledge Jump 강의를 수강했다.

12기 수료식 (AVM)



12기 수료식이 지난 12월 27일 최종현 홀에서 열렸다. 다른 어느 때보다 가족들이 많이 참석한데다 12기 전원이 수료를 하게 되어 그 기쁨과 화기애애한 분위기가 한층 무르익었다. 최우수논문은 한글과 컴퓨터 조광제 이사, 우수논문은 벤처기업협회 이정민 팀장과 (주)엠젠바이오 박광욱 대표이사가 각각 수상했다. 그 후 지도교수와 가족들이 함께 자리하여 저녁 만찬 및 사은회 행사를 갖고 앞으로 더욱 활발한 활동가 동기에 다짐하는 시간이 되었다.

총동문회 정기총회 및
신년 인사회 (AVM)

2월 22일(화), AVM 총동문회 정기총회 및 신년 인사회가 개최되었다. 그간 수고한 한운수 회장, 이강복 감사가 임기를 마치고 AVM 새로운 회장단이 구성되었다. 회장으로 인산가 김윤세 사장, 감사로는 삼일회계법인 최옥경 이사, 총무이사로는 퍼스텍 I&C 선상규 대표이사가 선출되었다. 신입회장단은 새로운 사업계획으로 동기회 모임 활성화 방안과 발전방안을 모색하였다.

6기 전략보고서 발표
워크숍(ATM)

ATM 6기는 2004년 12월 17부터 19일까지 2차 워크숍을 중국 상해에서 가졌다. 각반의 지도교수들이 함께 참여한 가운데 과정생들은 그 동안 열심히 준비해 온 전략보고서를 정리, 발표하는 시간을 가졌고, 이튿날은 중국현지의 통신기업 China Unicom Shanghai을 방문하여, 실제 중국 통신기업의 현황을 접하면서 한층 더 업그레이드된 현장교육을 경험했다.

7기 수료식 (AIC)



2004년 12월 21일, 제7기 수료식이 최종현 홀에서 열렸다. 총 48명이 입학하여 45명이 수료하였으며, 자격심사를 거쳐 39명에게는 사내컨설턴트 자격패가 수여되었다. 또한 한 학기 동안 수행하였던 컨설팅 프로젝트에서는, 'KRT 인사조직 진단결과 보고'라는 주제로 최종발표를 한 인사조직 및 혁신 반에 최우수컨설팅상이 수여되었고, 우수컨설

탕상은 'KRT 성장전략'을 발표한 경영전략 반에게 돌아갔다.

8기 입학식 (AIC)



지난 3월 8일(화) AIC 8기 입학식 및 오리엔테이션이 최종현 홀에서 열렸다.

이번 입학식에서는 김성희 교수의 'Smart Management Strategy'를 주제로 한 강의가 진행되었다. 기업의 중간관리자로 구성된 이번 AIC 8기 38명은 앞으로 16주 동안 각종 사례와 함께 경영전략, 인사조직 및 혁신 eBIZ 전략, 재무혁신 등에 대한 교육이 진행된다.

3기 논문발표 (HMC)

회사업무와 교육을 병행하며 2004년 한해를 분주하게 보낸 3기 과정생들은 2004년 12월 3일 논문발표를 통해 일년 동안 내실 있게 쌓아온 실력을 유감없이 발휘했다. 이날 최우수논문상은 현대자동차(주) 김상진 차장, 박철성 차장, 기아자동차(주) 김용환 연구원 팀의 "연구개발 프로세스 향상 방안 연구(디자인-설계부문)" 논문이 차지하였고, 우수논문상은 현대자동차(주) 신승원 과장, 조수강 과장, 황인식 차장 팀의 "조기 보고 자료를 활용한 품질 향상 방안 제시" 논문과 (주)케피코 김훈수 과장, 현대모비스 김종수 과장, 홍종하 과장 팀의 "Lean과 6Sigma의 통합운영 방안 연구

(생산성 향상 및 낭비제거를 위한 6Sigma 방법론 연구) 논문이 각각 수상하였다.

제2차 CJ그룹 신입 임원 교육 (CJ-KAIST AMP)



2월 15일부터 2월 23일까지 차동호 CJ GLS 글로벌 사업본부장, 이해구 CJ(주) 미주법인장 등 15명의 신규 CJ 임원들을 대상으로 CJ-KAIST AMP 과정이 진행되었다.

본 과정은 새벽 6시 태보로 신선하게 아침 운동을 한 후 강의와 토론, 그리고 오후 10시 사전학습에 참여하는 것까지 꽉 짜인 스케줄로 진행됐다. 이 제호, 박남규(이상 전략경영), 한민희(마케팅), 김영배(조직관리), 김영걸(CRM), 정구열(재무) 교수가 강의를 맡았고, CJ푸드빌 정진구 대표와 CJ 홈쇼핑 김진수 대표가 흥릉을 방문해 임원들과 대화의 시간을 갖기도 했다.

CJ그룹의 임원으로서 그룹의 장기적 성장을 위해 10년 후 미래를 전망하고 새로운 가치창출에 대한 역할을 수행하도록 하기 위한 역량을 키울 수 있는 교육이었다.

글로벌경영커뮤니케이션 집중 교육 (Executive MBA)



Executive MBA 1기는 1월 30일부터 2월 4일까지 경기도 용인에 위치한 퓨처 리더십센터에서 5일간의 영어 집중 교육을 실시했다. Betty J. Chung 교수와 M. Roberts교수의 열정적인 강의로 더욱 빛이 난 이번 교육은 다양한 문화 contents와의 접목을 통해 개개인의 영어능력 및 presentation skill 능력을 upgrade 시킨 동시에 참여한 학생 개개인의 자신감 제고에도 좋은 기회가 되었다. 이번 교육을 통해 Executive MBA 1기 과정생들이 글로벌 환경에서 능동적인 미래의 최고경영자로 거듭날 수 있기를 기대한다.

신입생 오리엔테이션, 입학식 (Executive MBA)



2005년 Executive MBA 2기를 맞이하며 커다란 의미를 가지는 두 가지 행사를 개최했다.

먼저 2월 18부터 19일까지 아름다운 바다와 바람이 어우러진 제주 사인빌 리조트에서 신입생 오리엔테이션을 실시하였다. 앞으로 Executive MBA 전공에서 다룰 전반적인 교과과정 소개, 과정에 대한 안내 그리고 제주의 축축한 빗줄기 속에 펼쳐진 용눈이 오름 트래킹 등 다양하고 재미있는 게임을 통해 서로를 알아가는 좋은 기회를 가졌다.

이어 3월 4일에는 대학원 수펙스 경영관 최중현 홀에서 Executive MBA 2기 입학식이 열렸다. 오리엔테이션을 통해 이미 친밀감을 쌓은 터라 화기애애한 분위기 속에서 시작한 입학식은 오리엔테이션 사진 영상자료 감상, 오리엔테이션에 참석하지 못했던 과정생의 자기소개, 대학원장 입학 축하 메시지, 마지막으로 2기 대표인 고재호 전무의 선서 등 Executive MBA 2기의 힘찬 도약을 유감없이 보여주었다. **Frontier**

Feature Article

Investor Relations ...
투명경영으로 가는 길



1990년대는 'IR의 시대'라고 불릴 정도로 우리나라 기업들의 IR 활동이 비약적으로 발전한 시기였다. 많은 기업에서 IR 전담부서를 설치하여 적극적인 활동을 벌이고 있으며, 투자가 그룹이나 애널리스트들을 대상으로 기업의 최고 경영진이 직접 IR 업무를 수행하는 경향도 높아지고 있다. "구슬이 서말이라도 꿰어야 보배"라는 말이 있듯이, 아무리 좋은 재료를 가지고 있는 기업이라도 이를 제대로 알리지 못하는 기업은 시장에서 좋은 평가를 받을 수 없다.

최근 들어 우리나라 기업들의 IR 활동을 보면, 펀드매니저나 애널리스트를 정기적으로 불러 기술개발동향이나 판매 동향을 설명하거나, 별도의 IR 사이트를 운영하며 적극적으로 투자정보를 전달하는 기업이 크게 늘고 있다. 특히 주가가 곧 기업의 가치를 평가하는 기준이 되고 있는 상황이므로 주가관리를 얼마나 잘하느냐 못하느냐를 전문경영인의 경영능력평가에 반영하는 기업들도 늘어나고 있다. 1990년대 초반까지만 해도 우리나라에서 IR이라는 단어는 생소하게 인식되고 있는 상황이었다. 간단하게 기업의 경영현황을 설명하는 기업설명회나 단기적 주가부양을 위한 하나의 방편으로 인식하는 것이 고작이었다. 때문에 기업들의 IR과 관련된 활동은 극히 소극적으로 펼쳐졌는데, 재무관련 부서에 직원 한 두 명을 두고 주주 및 투자자들에게 경영실적보고서를 보내주거나 신기술이 개발될 경우 이를 알리는 것이 IR 활동의 전부라고 해도 과언이 아니었을 정도였다.

우리나라에서 IR의 인식이 제고된 배경에 대하여 미래셋투신운용 주식운용팀의 차진호 펀드매니저는 "거래소 및 코스닥 시장의 활성화에 따라 기업의 자금조달이 기존의 은행대출중심에서 직접금융시장으로 빠르게 이동하면서 불특정 다수 투자자에 대한 중요성이 부각된 점을 들 수 있다. 또한, 외환위기 이후 국내 증시에 대한 외국인 투자가 늘어나면서 선진국의 증시 풍토가 빠른 속도로 정착되고 있는 것도 IR에 대한 인식을 달리하게 된 계기"라고 설명하고 있다.

IR에 대한 관심이 높아지고 있는 이 시점에서, 본지는 다소 혼동스럽게 사용되고 있는 IR의 보다 정확한 의미와 기대효과를 정리해 보고, IR의 다양한 방법론적 도구들은 물론 우리나라 주요 기업들의 IR 활동 현황을 소개해 보고자 한다. 또한 IR 업무에 관심있는 분들을



위하여 IR 담당자가 갖추어야 주요 경쟁력은 무엇인지 현업 전문가들의 의견을 토대로 제시해 보며, 끝으로 우리나라 기업들의 사이버IR 강화의 필요성과 주요 방안을 짚어보도록 하겠다.

IR의 정의 - 이해관계자간의 쌍방향 커뮤니케이션

1993년 11 월 경동보일리와 삼화페인트공업이 상장을 앞두고 ‘기업설명회’를 한 것을 두고 우리나라 기업의 IR 역사상 공식적인 시초로 보는 견해가 있다. 그러나 이러한 견해는 IR에 대한 정확한 이해에서 출발한다고 보기 어렵다. 이직까지도 IR을 단순히 ‘기업설명회’ 내지는 법규에 의거하여 기업의 재무내용 등 기업경영과 관련된 주요사항을 증권시장에 의무적으로 공시하는 ‘전자공시’ 정도로 협의적으로 해석하는 경향이 강하지만, IR은 주주 총회와 관련된 활동을 포함한 전통적 주주서비스 업무는 물론 기업가치에 변동을 줄 수 있는 정보들을 자발적이고 적극적으로 알리는 보다 넓은 업무영역을 포괄하는 것이 사실이다.

미국IR협회인 NIRI는 ‘IR(Investor Relations)이란 기업과 이해관계자간의 쌍방향 커뮤니케이션인데 기업의 재무, 마케팅, 커뮤니케이션의 정보를 증권거래법의 틀에 맞추어 통합시켜 회사의 가치를 정당하게 평가 받도록 하는 경영전략’이라 정의했다. 즉, 시장에서 기업의 가치를 공정하게 평가 받기 위한 전략적 수단이 IR이다. IR은 재무적 성과에 대한 단순한 공시뿐만 아니라 기업의 미래상, 경영자의 비전, 지배구조, 핵심역량 등 장기적인 성장 잠재력에 초점을 맞추어 그 정보와 분석내용을 투자자들에게 적시에 제공하는 기능을 하며, 이러한 과정에서 투자자들을 회사 편으로 만드는 적극적인 관계설정 전략이 IR활동인 것이다. 구체적인 IR 활동의 분류에 대하여는 뒤에서 다시 소개하도록 하겠다.

아직도 IR을 PR과 혼동하고 있는 기업 또한 적지 않다. PR은 기업의 이미지 제고를 위하여 일반 소비자 내지는 대중을 대상으로 기업활동 전반에 대하여 홍보를 하는 반면, IR은 주식시장에서 기업가치의 공정한 시장의 평가를 확보하기 위해서 현재 또는 잠재적 투자자들만을 대상으로 기업의 경영활동 및 기업가치와 관련된 정보를 제공하는 활동을 말한다. 그러나, 둘의 보다 극명한 차이점을

한마디로 말한다면, PR은 좋지 못한 것은 숨기고 좋은 것만 선택적으로 전달하는데 반해, IR은 기업 내용에 관한 좋은 정보는 물론 부정적인 정보도 투자자에게 알려주는 것을 가정하고 있다는 점이다.

IR의 기대효과 - 경영투명성 제고를 통한 기업가치제고

IR에 관심이 있는 대부분의 경영자들은 자기회사의 주가가 저평가되어 있다고 믿고 있다. 따라서 IR을 통해 주가를 상승시켜 올바른 평가를 받기를 원하는 것이 사실이다. 그런데, IR을 주가상승의 수단으로 인식한다면, 위에서 말하듯 기업가치에 대하여 부정적인 정보는 제공하지 않으려고 할 것이다. 실제로 이러한 기업들이 적지 않다. 그러나 이 또한 IR이 추구하는 목표를 잘 못 이해하는데 기인한다. 부정적인 정보를 제공하지 않음으로 해서 주가 하락의 타이밍을 다소 늦출 수 있더라도 결국 주가는 이를 반영하게 될 것이며, 불투명한 정보제공으로 인한 시장의 신뢰저하가 회사의 기업가치 하락으로 이어지는 역효과를 낼 수 있기 때문이다. IR이 추구하는 소위 ‘주가관리’에 대하여 SK텔레콤 IR 추진팀의 최우진 과장은 “기업의 내재가치를 무시한 주가조작을 의미하는 것은 아니고 정확한 기업정보를 제공함으로써 적정가격수준에서 주가가 형성되도록 노력해야 하며, IR 기능을 이용하여 투자자들에게 기업내용에 관한 정보를 신속·정확하게 제공하고 시장의 가격결정기능을 높여 주가의 연속성과 유동성 증대를 꾀할 수 있다. 이에 따라, SK텔레콤에서는 부정적 사건이라 할지라도 적시에 공개하는 것을 원칙으로 하며, 그 사건의 원인 및 그에 따른 영향에 대해 투자자들에게 신속하게 알리기 위해 온라인을 통해 Newsletter 발송 또는 CEO가 직접 투자자들에게 설명하는 CEO Conference(전화회의방식)등을 진행하고 있다”고 말한다.

그렇다면, 적절한 IR활동이 기업가치에 대한 정보를 전달하는데 그치지 않고, 기업가치를 증대시킬 수 있는 효과를 거둘 수도 있는 것인가? 미래에셋투신운용의 차진호 펀드매니저는 “성공적인 IR이 추구하는 바는 경영의 불투명성 제고를 통한 기업 현금흐름의 불확실성을 부분적으로나마 감소시켜 할인율을 낮추고 내재가치를 높이는데 있다. 주주중시 투명경영은 기업의 이미지를 제고시켜 대내적으로는 종업원들의 회사에 대한 충성심을 높여서 경

영성과가 제고되고, 대외적으로는 투자자 신뢰가 쌓여 자금조달, 인재확보, 제품판매 등에서 후광효과를 얻을 수도 있다”며 IR의 기업가치 제고 효과를 지지하고 있다.

경영투명성 제고를 통한 기업가치 제고 이외에도 IR의 중요한 기대효과를 들어본다면, IR은 경영권 안정 및 전략적인 위기관리 수단으로 효용이 있다. 활발한 IR활동을 통해 투자자의 신뢰성을 확보해 기업에 호의적인 기관투자자의 장기적 주식보유를 유도한다면, 경영권 안정에 도움을 받을 수 있다. 또한 요즘처럼 외국인 투자자의 주식보유비중이 높아져 적대적인 인수합병(M&A)의 우려가 커진 시점에서는 지속적이고 효과적인 IR활동이 투자자 관계를 증진시켜 신뢰를 쌓을 수 있다. 그렇게 쌓인 신뢰는 위기상황이 오는 것을 막거나 위기가 닥쳤을 때 탈출하는 힘이 된다. 특히 경영권 확보를 위해 위임장 대결(Proxy Contest)을 할 때 IR활동을 통한 투자자 신뢰는 매우 큰 힘이 될 수 있다.

문제는 IR의 원래의 의미를 살려 단순한 일회성 홍보보다는 지속적인 투자자와 회사의 관계라는 측면에서 회사의 상태를 투명하게 알려 상호간에 지속적인 신뢰성을 확보하는 것이 무엇보다 중요하다 하겠다.

IR의 다양한 방법론적 도구들

IR은 전달해야 할 메시지와 전달대상을 선정한 다음에는 IR을 어떻게 수행할지 IR 방법을 결정한다. IR 메시지는 회사에 따라 다를 수 있어 여기서 설명하진 않겠으나, 전달대상과 IR방법은 밀접한 관련이 있어, IR의 구체적인 방법적 도구(Tool)와 주요 전달대상을 함께 소개해 보고자 한다. IR은 크게 5가지로 활동으로 나누어 볼 수 있다. 프리젠테이션에 의한 IR, 인쇄출판물에 의한 IR, 이벤트에 의한 IR, 광고에 의한 IR, 인터넷을 활용한 IR로 나누어지는데 그 구분은 다소 중복되는 경우도 있다.

프리젠테이션은 크게 기업설명회(Information Meeting), 소그룹미팅(Small Group Meeting), 개별미팅(One On One Meeting)으로 나누어 볼 수 있다. 이밖에 애널리스트나 기관투자자에게 기업을 보다 잘 이해시키기 위해 공장견학회(Factory Tour)나 기술설명회를 개최하기도 한다.

인쇄출판물은 기업이 자체적으로 정한 IR의 대상자에

게 보내 주는 각종 자료로서 종류는 사업보고서(연차, 반기, 분기) 등을 포함한 공시서비스, 별도 제작한 애뉴얼리포트나 분기별 리포트, 재무커뮤니티에게 정기적으로 보내는 정기물, 주주통신, 주주의 질의응답서 등이 있다.

이벤트에 의한 IR의 대표적인 프로그램은 기업이 해외의 여러 도시를 순회하며 개최하는 기업 로드쇼(기업설명회 투어)와 국제적 금융행사(International IR Forum, Investment Conference, Seminar)에 스폰서로 참가하여 기조연설, 주제발표를 통해 기업을 마케팅하거나 IR 부스를 설치하여 기업 IR 자료를 전시 및 배포하는 각종 금융 컨퍼런스(Financial Conference/show) 참가가 있다.

한편, IR 광고는 비교적 광범위한 잠재투자자들을 대상으로 하는 목적으로 일반적으로 PR에 활용하는 매체인 신문, TV, 잡지 등 활용하는 IR활동으로서, 신문지면상의 IR코너나, 경제전문 방송채널의 CEO탐방 등이 그 예로 들 수 있다. 지속적이고 유대감 있는 기자단 관리가 필요한 분야라고 할 수 있다.

인터넷을 활용한 IR은 웹상에서 애뉴얼리포트를 제공하고 온라인으로 투자자와 회의를 할 수 있을 뿐 아니라 온라인 로드쇼를 열거나 참가할 수 있다. 미국의 경우에는 MCI라는 IR통합 웹사이트가 있다. MCI는 기업의 정보를 자사 홈페이지에 제공하고 있다. MCI는 온라인 상으로 각 기업들의 프리젠테이션과 관련뉴스, 문의 상담까지 제공하고 있다. 이런 인터넷을 활용한 IR은 기업을 더욱 경쟁력 있게 만들었다. IR 웹사이트는 개인투자자들이 기업과 직접 의사소통을 할 수 있는 창이 되고 있다. 국내에서도 최근 많은 기업들이 IR홈페이지를 운영하고 있는 추세에 있다.

투명경영의 첨병 - IR 담당자가 갖추어야 할 것들

국내 기업들은 IR 담당자를 선발하는 기준으로 어떤 요건을 중요시하는지 알아보자. 먼저 IR업무를 효율적으로 소화하기 위해서는 상대방을 설득할 수 있는 화술과 자료작성 능력, 증권관련법령에 대한 이해도 등이 탁월해야 한다. 또한, IR 담당자는 재무정보를 제공하는 것이 눈에 띄는 업무이므로 회사전반에 대한 이해도와 함께 재무분석 능력은 기본적 자질이라 할 수 있다. 그러나, 보다 필요한 것은 소속기업의 기업가치 창출요인(Value Driver)



를 파악할 수 있는 능력이다. 재무정보는 결국 가치창출 요인이 발휘된 결과이며, 기업의 미래현금흐름을 파악하기 위해서는 이러한 요인의 변화를 파악할 수 있는 눈이 필요한 것이다.

커뮤니케이션 능력에 대해 부연하자면, 최근 해외 투자자를 대상으로 하는 IR의 중요성 증대에 따라, 외국어 능력이 크게 요구되고 있는 추세이다. 해외IR 업무가 증가하면서 IR 팀원들의 근무환경도 많이 달라지고 있다. 외국출장이 많아졌고 유선을 통해 외국인의 문의에 응하는 경우도 빈번해 지고 있다. 아예 외국계 증권사에서 애널리스트 경험에 있는 사람을 스카우트하는 사례도 발생하고 있다. SK텔레콤 최우진 과장은 “전에는 주로 이메일을 통해 외국인의 질의에 응답하는 경우가 많아 영작문 실력 정도면 소화할 수 있었는데, 지금은 많이 달라졌다. 원어민 정도는 아니더라도 수준급의 비즈니스 및 재무관련 영어회話が 필요하다”고 말한다.

본래 IR 활동은 그 기업의 최고경영자 자신이 수행하는 것이 가장 바람직하다고 보는 견해가 있다. 이는 결국 많은 기업에서 IR 담당자가 늘 최고경영자와 접근이 용이하고, 최고경영자의 대변자로서 사업내용이나 경영비전을 공유할 수 있는 인재여야 한다는 것을 의미한다. 투명경영을 추구하는 기업이라면 최고경영자의 의지가 선행되어야 하며, 그러한 경영자의 의지는 기업지배구조의 개선과 적극적 IR 활동을 통하여 실천될 수 있다. 따라서 훌륭한 IR 담당자에게 요구되는 가장 중요한 요건은 자신이 몸담고 있는 회사의 투명경영을 실천하는 첨병이라는 자부심과 사명감이라는 것이 공통된 현업 전문가들의 의견이다.

우리나라 주요 기업들의 IR 활동 현황

국내증시에는 현재 거래소 약 680사, 코스닥시장 약 900사, 총 1,580여 개 기업의 주식이 유통되고 있다. 물론 비상장사도 IR 활동을 수행하고는 있지만, 상장사들을 중심으로 볼 때 대략 30% 정도의 업체가 IR 전담부서를 운영하고 있으며, 그 밖의 회사들은 대부분 1명 정도의 IR 담당자를 두고 있는 현실이다. 국내기업 중에서 우수한 IR 을 수행하는 회사로는 단연 삼성전자가 돋보인다.

삼성전자는 국내외 다양한 IR 수상부문에서 한국기업으로서 가장 상위를 차지하고 있는데, 특히 작년도 금

용전문 월간지『IR Magazine』으로부터 기업의 투명성, 공정성, 신뢰성, 접근 용이성 등을 바탕으로 한 IR 관련 조사에서 도요타, 소니 보다 앞선 “최고 亞太 IR 기업 (Best Asia-Pacific Investor relations in the UK market)”으로 선정된 바 있다. 평가에 참여한 펀드 매니저 및 애널리스트들은 최우수 IR 기업으로 삼성전자를 선택한 이유로 원활한 주주들과의 커뮤니케이션, 뛰어난 시장 동향 파악 및 전달 능력, 기업지배구조 수준의 대폭 개선 등을 들었다. 『IR Magazine』(www.ironthenet.com)은 전세계 주요 기관투자자들 및 IR 관련 부서를 대상으로 발행되는 이 분야 최고 권위의 전문지로서 IRO · CEO · CFO 및 펀드매니저, 애널리스트 등 약 3만 여명이 구독하는 영향력이 큰 잡지이다. 삼성전자는 국내 최초의 중간배당 실시, 활발한 자사주 매입 등 주주중시 경영을 실천함과 동시에 경영투명성 제고 노력으로 국내 증시 발전에 큰 기여를 했다는 평가를 받고 있으며, 특히 투자자의 다양한 요구에 부응하기 위해 2명의 전담임원과 20여 명의 전문인력을 갖추고 회사를 찾는 투자자를 위해 사업영역별 담당자를 배석시키는 등 세분화된 IR 활동으로 높은 점수를 받고 있다.

SK텔레콤의 IR은 2개 팀(IR 기획팀, IR 추진팀)이 나눠져 수행하고 있으며, 각 팀은 10명의 팀원으로 구성되어 있어 역시 경영진의 IR에 대한 높은 관심을 반영하고 있다. 팀별 주요 업무는 IR 기획팀의 경우 기업 IR 활동의 전반적인 기획과 기업지배구조 관련업무, 주주총회 실시, IR 동향 파악, IR Web Site 관리 등을 담당하고, IR 추진팀에서는 국내외투자자 대상 IR 활동, 분기실적 발표, 공시, Annual Report 제작, 해외 Media 관리 등의 업무를 분담하고 있다.

국민은행의 IR 팀은 팀장 1명, 팀원 12명으로 구성되어 있다. 업무분장은 순수 IR 담당은 9명, 국내/외 공시담당이 3명이다. 그밖에 해외신용평가, Annual Report 작성 등의 업무가 있는데 이 부분은 상시 담당은 없고 IR 담당과 공시담당이 조금씩 나눠서 수행하고 있다고 한다. IR 활동성과의 특징을 들자면 국민은행은 세계최초로 기업 설명회를 인터넷으로 생중계한 바 있다. 지금은 몇 군데 더 생겼지만 처음 국민은행에서 시도했을 때의 반향은 대단했다고 한다. 시차가 다르긴 하지만 게시판에 바로 질문이 오르면 답변을 해주는 방식은 외국 펀드매니저들에



제도 깊이 각인되어 있는 장점이다.

LG화학은 회사의 그룹경영 방향이 정도 경영에 초점이 맞춰지면서 96년 최고재무담당임원(CFO) 산하에 IR 팀을 설치, 역시 적극적 활동을 수행하고 있다. 이 회사는 적극적 사이버 IR의 활용을 특징으로 하는데, 매우 잘 짜여진 국·영문 기업설명(IR) 전용 홈페이지를 통하여 국내외 투자자들에게 회사의 주요 경영정보, 공시정보, 재무정보, 투자정보 등 경영내용을 실시간으로 공개하고 있다.

이 밖에도 세계금융의 메카인 뉴욕 월가에 과장급 IR 전담 직원을 상주시켜 현지 투자자들과 언론을 상대로 기업소개활동을 펼치고 있는 한전의 해외IR은 정평이 나 있는 등 국내 주요 대기업들의 IR 활동은 빠르게 확대되고 있는 상황이다.

사이버IR 활동 강화의 필요성과 추진 방향

여기에서는 마지막으로 국내 기업들이 변화하는 환경에 맞추어 강화하여야 할 IR의 한 영역을 짚어보고자 한다. 인터넷이 강력한 커뮤니케이션의 수단으로 등장한 이 시대에 사이버 IR의 활용은 많은 기업들의 관심을 끌고 있다. 아직 초보단계에 있는 국내기업들의 사이버 IR은 이제 출발선에 서있다. 이 시점에 사이버IR의 필요성을 다시 확인하고 추진방향을 짚어보는 것 또한 의미 있는 일일 것이다.

최근의 인터넷 혁명은 IR 분야에도 적용되어, 미국의 IR 전문가들은 인터넷을 활용한 IR 활동을 이른바 IR Revolution이라고 명명하기도 한다. 그만큼 인터넷을 활용한 사이버 IR은 기업의 간접비용을 절감시키는 동시에, 과거에 사용되던 그 어떠한 수단보다도 더 많은 고객과의 접점을 통해 고객과 쌍방향의 대화가 가능한 효과적인 수단이다. 또한 인터넷을 통한 사이버 IR은 기업들이 투자자들과 실시간, 쌍방향의 커뮤니케이션을 가능하게 함으로써 기업정보를 적시공개(Just-In-Time Disclosure)를 할 수 있어 기업신뢰를 증대시킬 수 있다. 투자자들도 적시에 공개된 정보를 이용함으로써 자신의 투자가치를 증대시킬 수 있어 기업과 투자자 모두에게 윈-윈(Win-Win)할 수 있는 전략적 커뮤니케이션 도구라 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 아직까지 국내에서는 인터넷을 활용한 사이버 IR 활동이 초보적 수준에 머무르고 있는 것이 현실이다. 하지만 이미 수요측면에서 우리나라 개인

투자자, 펀드매니저, 애널리스트 등 투자자들의 사이버 IR 수요증대는 폭발적이라 해도 과언이 아니다. 미래에 셋투신운용 차진호 펀드매니저는 “기업의 정보를 얻기 위하여 일차적으로 IR 사이트를 방문하고 있으나, 많은 경우 정보의 업데이트가 부진하여 실망하는 경우가 많다. 그럼에도 불구하고 공정공시제도 시행 이후에 투자정보를 차별적으로 얻는 것이 어려워져 인터넷을 통해 얻는 정보를 투자결정에 활용할 수 밖에 없는 상황이다”라고 말한다. 사이버IR은 IR을 제대로 하고자 하는 기업이라면 더 이상 선택의 문제가 아니라 우선순위의 일이 되어버린 것이다.

IR 역사도 미약한 국내기업이 사이버 IR 활동을 효과적으로 수행하기 위해서는 어떻게 해야 할까? 국내 사이버 IR 컨설팅 업체인 IR Network의 김형우 사장은 “기업은 자사 홈페이지와는 별도로 IR 사이트를 구축하는 것이 필요하며, 기업들이 IR 사이트를 구축할 때 투자자들이 원하는 정보가 무엇인지를 우선적으로 고려해야 한다. 또한, IR 사이트 운용은 오프라인에서 수행하는 IR 활동과 연계되도록 하는 것이 중요하고, 마지막으로, IR을 위한 기업의 제도적 기반 구축이 필요하다”며 그간의 경험을 통한 조언을 아끼지 않고 있다.

또한, 미국 ‘IR 매거진’이 주관하는 ‘베스트 IR 웹사이트’ 상을 수상했던 마이크로소프트사의 낸시 코바는 ‘베스트 IR 사이트를 구축하는 가장 좋은 방법은 투자자들이 원하는 정보가 무엇인가를 파악하여 이를 사이트에 올리고, 투자자 반응을 끊임없이 모니터링하여 사이트를 개선해 나가는 과정’이라고 말한 것 또한 시작단계에 있는 우리나라 사이버 IR이 나아가야 할 방향을 가늠하게 해 준다.

투자자가 원하는 정보가 무엇인가를 고민해 기존에 보유하고 있던 시스템을 투자자의 관점에서 재구축하는 것이 사이버 IR 활동의 첫 단계라고 본다면, 이때 기업들이 명심해야 할 ‘DIET 원칙’이라는 것이 있다. 즉 성공적인 사이버 IR 활동의 관건은 어떻게 투자자들로 하여금 그들이 원하는 기업정보에 대해 직접적(Direct)이고, 즉각적(Immediate)이며, 쉽게(Easy), 그리고 적시에(Timely)에 접근할 수 있도록 하드웨어 및 소프트웨어를 구축하느냐에 달려있다는 것이다. 이제 우리 기업들도 ‘DIET 원칙’에 의거하여 IR Revolution에 동참해야 할 시기인 것이다. **Frontier**

“성공적인 경력개발은 엄정한 자기평가에서 시작한다”

앞으로 4회에 걸쳐 경력개발(Career Development)에 관한 글이 시리즈로 실릴 예정이다. 첫번째 글에서는 경력개발의 시작은 엄정한 자기평가에서 시작한다는 내용이고, 두번째 글은 경력개발을 위한 10가지 질문에 관한 설명이 이어지며, 세번째 글에서는 다양한 경력개발 tool에 관한 내용이, 네번째 글에서는 경력개발의 성공사례를 보여주고자 한다.

MBA Director 조연주 교수

서론: 영화이야기

최근 아카데미상 시상식의 꽃이라고 할 수 있는 작품상 부문 경합에서 두 영화 Million Dollar Baby와 Sideways가 주목을 끈 이유는 전자가 올해 75살인 영화배우 출신 Clint Eastwood가 감독했기 때문이고, 후자는 한국계 캐나다 배우인 Sandra Oh가 주연으로 열연했기 때문이다. 그러나 두 영화가 특별히 필자의 주목을 끌었던 이유는 다른 데 있다. 두 영화 모두 주인공이 상처 받거나 잃어버렸던 자아를 찾아가는 과정이고, 정말 자신이 좋아하는 일을 통해 비로소 인생의 가치를 느낀다는 점, 그 과정에서 인생의 조언자 내지 트레이너를 우연히 (그러나 필연적으로) 만나게 된다는 사실에 있다. 누구보다 열악한 환경에서 살아남아 궁극적으로 "better self"를 지향하는 주인공들의 피나는 노력과 그들이 정의하는 성공의 정의(여자복싱 세계 챔피언 도전 혹은 주인공의 소설에 대한 사랑하는 사람의 칭찬과 인정)에 우리는 말없는 박수를 보내게 된다.

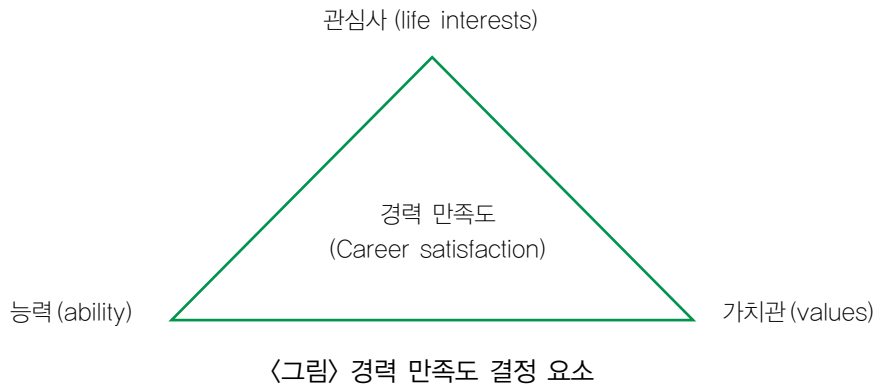
자기평가, 무엇이 중요한가?

새 학기가 시작되었다. 적어도 MBA(혹은 경영공학) 1년 차에게 이번 봄학기는 지난 날의 경력은 잠시 접어두고 새로운 분야로의 진출을 위한 탐색기간의 시작이라는 점에서 가슴 설레는 시간이다. MBA 2년 차(혹은 경영공학)라면 내년 2월 졸업을 앞두고 이제 본격적으로 구직활동에 들어가는, 따라서 이력서 작성과 채용정보 등 발로 뛰는 작업에 본격적으로 열을 올리게 되는 시기이다.

지난 겨울 입시 면접 때 KAIST MBA 지원 동기에 대한 학생들의 답변을 보면, 이전의 경력에 더해 질적 발전을 꾀하려는 학생도 있지만, 대부분의 학생들이 “경력전환”을 원한다고 하였다. 이는 지난 가을 학기 ‘전략적 인적자원개발’ 과목에서 KAIST MBA 재학생을 대상으로 설문 조사한 결과와도 일맥상통하는 바가 있다. 설문조사 결과, KAIST MBA 진학 이유를 업무능력 향상(59%)과 경력전환(34%)을 꼽고 있는데, 자비학생만을 대상으로 했을 때 후자가 훨씬 더 많은 응답자수를 보이고 있다(김정걸 외, 2004). 따라서 평균 나이 30세 정도의 KAIST MBA 학생이라면 기존 경력 3년에서 5년 정도의 직장 경력을 갖고 있으며, MBA 학위를 통해 경력전환을 꿈꾸고 있다고 정의할 수 있다. 문제는

이들이 진학 목표를 명확하게 세워 앞으로 2년 동안 MBA 과정을 잘 보내기 위해 세우는 경력개발 계획만큼 엄정한 자기 평가를 하고 있는가에 있다.

현재 Harvard MBA 경력개발센터장인 Butler 박사는 지난 30년 동안 360여명의 전문직업인을 대상으로 아주 흥미로운 연구를 하였다(Butler & Waldroop, 1999). 직장들이 직장에 오랫동안 남아 만족스럽게 지낼 수 있게 만드는 결정요인은 무엇인가? 이 문제제기에 대한 전문직업인들의 응답을 통해 경력 만족도를 결정짓는 요소는 관심사(life interests), 능력(ability), 가치관(values) 등 세가지로 정의된다. 여기서 관심사(life interests)는 오랫동안 지속적으로 자기가 좋아하는 일을 말하고, 능력(ability)은 자기가 잘 할 수 있는 일, 가치관(values)은 자신이 높은 가치를 두고 있는 일을 말한다.



그런데 경력과 직장의 만족도 연구결과 재미있는 사실은 특정일을 잘 할 수 있는 능력이나 자신이 아주 높은 가치를 두고 있는 일보다 자기가 가장 좋아하는 일을 하고 있는 직장인들이 조직에서 오랫동안 남아 가장 만족스럽게 직장생활을 하고 있다는 사실이다. 따라서 이들 경력개발 전문가들의 결론은 직장의 만족도를 높이는 방법으로 자기가 하고 싶은 일을 하도록 시스템이 뒷받침해주고, MBA 학생의 경우, 앞으로 평생 자신이 하고 싶은 일을 할 수 있도록 경력개발 지도를 해야 한다는 것이다.

맞춤형 비즈니스 진출분야

경력개발 전문가들이 개발한 CareerLeader(www.careerdiscovery.com)라는 자기평가 도구를 사용하여 진단해보면, MBA(혹은 경영공학) 학생들의 비즈니스 진출 분야는 8가지로 분류 가능하다. 이를 다시 크게 세가지로 나누어보면, 전문성 응용 분야, 사람관리 분야, 조직을 통제하고 영향력을 행사하는 분야 등이 된다.

예를 들어, 자기평가 도구인 CareerLeader를 통해 먼저 경력을 결정짓는 세가지 요소인 능력, 가치관, 관심사 등 세가지 변수에 관한 설문조사를 하게 되고, 세가지 요소의 함수 결과, 해당 학생의 비즈니스 진출 분야가 세부적으로 정해진다. 8가지 비즈니스 진출 분야는 보다 구체적인 세부 분야를 포함하는데, 전문성 응용이나 사람관리, 조직 통제/영향력 행사 분야 중 어떤 분야에 강점이 있고 어떤 분야에 약점이 있으므로 어떤 분야로 진출하는 게 바람직하다는 진단이 나오게 된다.

〈도표〉 맞춤형 비즈니스 진출 분야

분류 1: 전문성 응용

1. 기술응용	2. 계량분석	3. 이론과 개념적 사고	4. 창작활동
엔지니어링, 컴퓨터 프로그래밍, 생산/시스템 기획, 상품/프로세스 디자인	시장조사, 예측, 현금유동성 분석, 컴퓨터 모델 빌딩, 생산 일정관리, 회계	경제성 이론 개발, 비즈니스 모델 개발, 경쟁분석, 거시 전략 디자인	신상품 디자인, 마케팅, 광고, 행사기획, PR, 엔터테인먼트

분류 2: 사람관리

5. 상담과 멘토링	6. 사람관리
코칭, 교육훈련, 강의, 지원, 피드백/자문	비즈니스 목표달성을 위한 사람관리, 지시, 감독, 고무하고 리드하기, 판매, 협상, 동기부여

분류 3: 조직 통제와 영향력

7. 조직통제	8. 언어와 아이디어에 의한 영향력 행사
비전 실현을 위한 자원 통제, 전략 수립, 의사결정권자, 비즈니스를 위한 최종 책임자 역할	협상, PR, 판매, 설득, 광고기획, 연설과 작문을 통한 아이디어 전달

결론: 성공적인 경력개발은 엄정한 자기평가에서 시작한다.

세계적인 수준의 MBA 스쿨의 랭킹을 결정짓는 주요 요인은 질 높은 교과과정, 우수한 학생, 훌륭한 졸업생 등 세가지로 요약된다(BusinessWeek, 2004). MBA 학위의 가치가 졸업생의 연봉 수준에 있다는 것은 신화에 불과하다는 연구결과(Pfeffer, 2002)도 있고, 이전의 MBA 교과과정이 너무 분석적이고 계량화에 치중해 있어 실제 경영에 필요한 리더십이나 현실적인 경영 문제의 중요성이 간과되고 있다는 비판도 있다(Mintzberg, 2004; 서인호외, 2004). 적어도 MBA의 가치를 재무성과에만 국한하지 않고, 2년 동안의 하드 트레이닝 과정이라는 통과의를 거친 학생들이 자신에 대한 확신성과 자신감을 계발하는 일(Baruch & Peiperl, 2000)에 가치를 둔다면, MBA 과정은 경력개발이라는 보다 장기적인 관점에서 진정한 의미를 찾을 수 있다.

이와 같이 MBA 과정을 전혀 다른 시각에서 바라볼 때 MBA의 가치는 단지 좋은 회사에 취직해 연봉을 많이 받는 데서 그치는 게 아니라, 평생학습의 관점에서 경력전환을 앞둔 학생들의 자기탐색 과정, 인생의 목표 재설정 과정 등으로 새롭게 정의할 수 있다. MBA 학위 취득 후 경력이 이전의 경력과 일맥상통하는 것이든, 아니면 전혀 다른 새로운 도전이든 지금부터 설계하는 경력개발의 시작은 내가 진출하려는 직장이나 직종 자체가 목표가 되는 것이 아니라, 내가 평생 관심과 열정을 가지고 몸바쳐 일할 분야가 무엇인지, 내가 그 일을 정말 좋아하고 잘 하는 일인지를 엄정하게 평가하는 일에서 시작한다는 사실이 중요하다.

참고문헌

- 김정걸, 안병민, 왕성욱, 전영선. 전략적 인적자원개발 팀 프로젝트 “KAIST MBA 경력개발”, 2004 가을학기.
- 서인호, 성창욱, 이미숙, 이은영. 전략적 인적자원개발 팀 프로젝트 “What makes a leader?” 2004 가을학기.
- Baruch, Y. & Peiperl, M. (2000). The impact of MBA on graduate careers. *Human Resource Management Journal*, Vol 10, No 2.
- Butler, T. & Waldroop, J. Job sculpting: The art of retaining your best people. *Harvard Business Review*, September–October, 1999.
- Merritt, J. The Best B Schools. *BusinessWeek*, October 18, 2004.
- Mintzberg, H. (2004). *Managers not MBAs*, San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Pfeffer, J. & Fong, C. (2002). The end of business schools?. *Academy of Management Learning and Education*, Vol 1, No 1.

KGSM 동문, 임원승진 줄줄이...

한 해를 시작하는 이즈음 들려오는 KGSM 동문들의 임원승진 소식은 우리를 한층 즐겁게 한다. 2005년에도 그룹 임원승진에서 KGSM 동문 13인이 임원으로 승진하는 쾌거를 이뤘다. 그 중 CJ 홈쇼핑 김홍수 상무와 CJ 조성형 상무를 만나보았다.



테크노 MBA 1기
CJ 홈쇼핑 김홍수 상무

KGSM과의 인연, 자기소개를 부탁드립니다.

KGSM은 95년 3월 삼성전자 재직 시 테크노MBA 1기로 인연을 맺었습니다.

85년 1월에 삼성전자에 입사해 16년간 근무(주로 해외영업 및 마케팅, 중국원 주재 8년)하고, 삼성 애니콜 중국 마케팅을 담당했습니다. 그 후 회사를 그만두고 홍콩에서 인터넷 사업을 3년간 하다가, 현재는 CJ홈쇼핑 중국사업부장(상무)으로 재직하며 동시에 상해 합자회사 동방CJ의 대표를 맡고 있습니다.

지금 현재 회사 내에서 수행하고 계시는 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

동방CJ는 04.4.1일 상해에서 첫 홈쇼핑 방송을 내보냈고, 현재까지 무난한 출발을 보이고 있습니다. 상해 350만 가구를 대상으로 하루 5시간씩 홈쇼핑 방송을 내보내고 있는데, 특히 다른 나라에서 시도한 적이 없는 홈쇼핑 업의 MID-HIGH POSITIONING을 성공적으로 실현했습니다. 지난 10개월 간 누적 고객수가 20만을 돌파했고, 지난 해 11월에는 인터넷몰을 오픈하고 '05년 1월에는 카탈로그를 발행하여 매체를 다각화하고 있습니다. 주변 도시로의 확장과 더불어 24시간 전용 채널 확보를 대비한 사전 준비 작업도 하고 있습니다.

KGSM에서의 학습을 포함한 여러 경험이 실제 현업에서 어떤 식으로 도움이 되었는지요?

고객 중심 사고, CRM, 마케팅 전반 지식 등으로 삼성 애니콜 일등화 전략을 보스턴 컨설팅과 작업을 했었고, 실제 애니콜 휴대폰의 중국 시장에서의 HIGH POSITIONING에 많이 활용하였습니다. 현재에도 고객 관련 지표 관리를 함으로써 TRUST를 쌓아 나가고 있습니다.

마지막으로 선배님이 가지고 계신 인생관, 가슴속에 새기고 생활하시는 격언 등을 말씀해 주시길 부탁드립니다.

저의 인생관은 HONEST & SIMPLE입니다. 조직 내에도 강조하고 있고, 결국 고객 접점에 있는 프런트 라인의 조직이 많은 홈쇼핑 업종의 특성 상, 그들에게 명확하고 심플한 원칙을 줌으로써 그들로 하여금 정확한 의사결정을 하는데 지침이 되고 있습니다. 결국 고객에게 솔직해 지면 의사결정은 심플해 진다고 할 수 있지요. 저는 항상 즐거운 상상을 하고 삽니다. 즐거운 상상은 10년 뒤의 제 모습을 그리는 상상입니다. 대개 누구나 긍정적인 상상을 하게 되지요. 긍정적 사고는 인생과 생활에 활력을 불어 넣고, 사업을 하더라도 그 사업의 성공 가능성을 높이는 데에 도움이 됩니다. 저의 10년 뒤의 모습은 저의 장기 목표가 되며, 10년 뒤의 목표는 지금의 행동에 영향을 줍니다만, 절대 마음이나 행동이 급해 지는 일이 없습니다. 여유 있게 생각을 할 수 있고, 그만큼 차분하게 미래를 준비할 수 있을 겁니다.



Executive MBA과정
CJ 조성형 상무

KGSM과의 인연, 자기소개를 부탁드립니다.

1988년 삼성그룹 공채로 입사하여 CJ에서 16년간 인사업무를 수행한 인사맨으로 CJ의 인사제도와 신문화 창출에 연관된 대부분의 인사제도를 기획하고 실무에 적용한 경험이 가장 큰 자랑거리입니다. 기억에 남는 주요수행 업무로는 CJ의 가치경영 체계 정립(인사 철학, 인재상, 6 VALUES, 리더십모델), CJ 신문화 기획(‘님’호칭 제도, 플렉서블 타임제, 복장 다양화, 열린 토론방, CEO 대화방 등)가 생각나는군요. KAIST와는 EMBA 1기로 2004년 3월부터 인연을 맺게 되었습니다.

지금 현재 회사 내에서 수행하고 계시는 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

2005.1.1일자로 상무 승진하여 CJ 회장실 기획팀장을 맡고 있습니다. 기획팀은 크게 3가지 분야를 담당하고 있습니다.

- 1) 신 사업 발굴: 세계적으로 1등할 수 있는 사업, 제품발굴, 수평적, 수직적 다각화 검토
- 2) 글로벌 통합 전략 수립 및 실행
- 3) 그룹의 CI 정책, 브랜드 관리, 국내외 마케팅 전략 수립, 사업간 통합 마케팅 추진

회사 내에서 수행했던 업무 중 가장 넘기 어려웠던 기억과 어떤 식으로 난관을 극복하셨는지 말씀해 주십시오.

2000년 인사부장 시절에 한국 토종 기업으로는 최초로 구미식 성과주의 인사제도를 도입했습니다. 중장기적으로 회사나 구성원을 위해서 모두 유익하고 필요한 제도라고 생각, 1년3개월간 밤낮을 지새우며 열심히 연구하여 만든 신인사제도가 기득권층의 반대에 부딪혀 큰 어려움을 겪은 적이 있습니다. 프로젝트 팀에서는 나름대로 사전 커뮤니케이션을 했다고 생각했지만 직원 전체를 동일한 수준으로 이해시킬 수는 없었겠지요? 하지만 “진실은 언젠가는 통한다”는 믿음을 가지고 프로젝트 팀원 모두가 전국을 순회하며 열린 대화를 통해 납득 시켰고, 신인사 제도 도입 이후 CJ가 신 사업을 전개하는 데 우수한 인재를 외부에서 유연하게 확보할 수 있는 토대가 되었습니다. 그 때 내부 구성원이 가장 중요한 고객이라는 생각은 있었지만 존 모그릿지 전 시스템 사장이 얘기했던 것처럼 “고객을 대할 때는 우리가 항상 고객을 가장 중요하게, 가장 우선적으로 생각하고 있음을 고객이 알 수 있도록 해야 한다”라는 교훈을 직원을 통해서 배우는 계기가 되었습니다.

조직에서 꼭 필요한 존재가 되기 위해 갖추어야 할 가장 중요한 점이 무엇이라고 생각하시는지요?

- 비전과 열정: 본인의 인생 목표가 뚜렷하고 하는 일에 몰입하는 열정과 에너지가 있는 사람.
- 전문성: 자기 분야에서 세계최고 선수급 역량 확보(전국체전이 아닌 올림픽출전수준)
- 책임감: 맡은 바 임무를 성실히 수행하고 결과에 대해 스스로의 功過를 명확히 함으로서 조직과 개인의 지속적인 발전을 도모하는 사람
- 오픈 마인드: 다양성과 개연성을 폭 넓게 수용할 수 있는 사람
- 유연성: 환경 변화에 민첩하게 대응하여 주변의 제반 여건을 유리하게 만들어가며 문제를 해결할 수 있는 사람

KGSM에서의 학습을 포함한 여러 경험이 실제 현업에서 어떤 식으로 도움이 되었는지요?

아직 1년만 마친 상황이라서 조심스러운 면이 있고 개인의 평소 업무에 따라 다르겠지만 전반적으로는 사업을 분석하고 기획하는 데 큰 도움이 됩니다. KAIST EMBA과정은 다른 어느 과정보다도 실제 현업과 직결된 내용을 많이 다루고 있습니다. 사람은 ‘아는 만큼 이해하고 아는 만큼 해결한다’고 생각합니다. 아는 폭과 깊이가 그만큼 중요하지요. 편식하지 말고 전 과목을 골고루 학습하는 것이 균형 잡힌 CEO로 성장하는 데 밑거름이 되리라고 생각합니다.

마지막으로 선배님이 가지고 계신 인생관, 가슴속에 새기고 생활하시는 격언 등을 말씀해 주시길 부탁드립니다.

탈무드에 나오는 말로 “가득 찬 항아리는 소리가 나지 않는다”는 말이 있습니다. 학습에 충실하고 말과 행동을 신중히 하여 동전 한 개 든 항아리가 아닌 동전이 가득한 항아리 같은 사람이 되었으면 좋겠습니다. KGSM 모든 가족 여러분! 건승하십시오.

박홍석 기자

국내 유일 직종, 오즈메이커(Odds maker) 스포츠토토(주) 심종호 동문을 찾아서.....



영국의 도박사들은 2006년 독일월드컵에서 한국이 우승 컵을 차지할 확률을 151대 1로 점쳤다. 세계적인 게임중계를 앞두고 흔히 접할 수 있는 이러한 ‘도박사들의 예측’은 바로 오즈메이커(Odds maker)들의 판단을 의미한다. 배당률을 정하는 사람이란 뜻을 가진 오즈메이커는 스포츠 경기를 분석하고 결과를 예측해 배당률을 내는 전문가로 프로축구가 활성화된 유럽 등에서는 이미 고액 연봉 직종으로 인기를 끌고 있다.

국내에서는 지난 해 11월 체육진흥투표권 수탁사업자인 스포츠토토(주)에 의해 스포츠베팅 전문 인력의 육성이 최초로 시작되었는데, 이번 동문탐방 코너에서는 국내 최초의 오즈메이커로 스포츠 광인 자신의 취미를 살려 전도 유망한 첨단직업을 얻은 심종호 동문(KAIST MBA 출신)을 만나보았다.

현재 스포츠 토토에서 맡고 계시는 일에 대해 소개를 부탁드립니다.

스포츠 베팅 업계에서 오즈메이커(Odds maker)라고 알려진 일을 하고 있습니다. 국내에 처음 도입되는 직종이라 다소 생소하게 여기질 수도 있습니다만 경영대학원에서 많이 접하는 주식시장에 비교해보면 이해가 빠를 것입니다. 예를 들어 증권사의 애널리스트가 기업의 펀더멘털한 가치를 평가하고 과거 주가흐름을 분석하여 최종적으로 목표주식가격을 제시하듯이 오즈메이커는 스포츠경기에 앞서 해당 팀의 기본전력을 평가하고 과거 전적, 선수의 컨디션 등을 분석하고 부상과 날씨 등의 변수를 고려하여 승패의 확률을 계산하게 됩니다. 그리고, 그 확률을 근거로 해서 배당률을 결정하게 되는 것입니다.

우리나라에서도 오즈메이커란 직업이 생기게 된 건 스포츠토토(주)가 올 4월부터 도입할 예정인 유럽식 고정배당률 게임 때문입니다. 현재 전 세계적으로 시행 중인 스포츠 베팅 게임은 크게 풀스(pools) 방식과 고정배당률 방식 두 가지로 나눌 수 있습니다. 먼저, 풀스 방식은 전체 발매금액 규모, 즉 풀(pool)의 크기에 비례해 당첨금이 달라지는 게임 방식으로 전체 발매금액 가운데 50%의 금액을 당첨금으로 지급하고 나머지는 공익기금이나 운영비로 배분되도록 법제화되어 있습니다. 발매금액 규모와 적중 인원에 따라 당첨금액 규모가 좌우되기 때문에 최종 결과가 발표되기 전까지는 정확한 당첨 금액을 알 수 없다는 게 특징입니다. 현재 판매중인 토토를 비롯해 로또, 경마, 경륜, 경정 등이 모두 풀스 방식의 게임입니다. 반면 고정배당률 게임은 사전에 경기 결과별로 미리 배당률을 정해 놓고 적중한 사람에게 베팅 금액에다 배당률을 곱해 당첨금을 지급하는 방식을 말합니다. 게임

참가자는 대상 경기의 결과를 맞췄을 때 자신이 당첨금을 얼마나 받을 수 있는지 미리 알 수 있다는 것이 폴스 방식과는 가장 큰 차이점입니다. 특히 고정 배당률 게임은 여러 경기 가운데 관심 있는 경기만 골라 베팅할 수 있어 당첨확률이 매우 높고, 게임 방식이 경기 결과(승패)를 맞추는 방식으로서 스코어를 맞추는 방식의 폴스 게임보다 쉽다는 장점이 있습니다. 이외에도 고객의 입맛에 맞는 다양한 베팅상품을 만들수 있다는 점도 베팅회사 입장에서는 유리한 게임방식입니다. 스포츠베팅이 가장 활성화되어 있는 유럽에서는 마켓쉐어의 대부분을 고정배당률 게임이 차지할 정도로 구매고객 층이 넓고, 프로축구가 활성화된 유럽 각국에서는 주말마다 온 가족이 한자리에 모여 축구경기를 관전하면서 게임을 즐기는 게 보편화되어 있습니다. 최근 토픽기사에서는 영국의 한 베팅회사에서 데이비드 베컴(레알 마드리드)의 셋째 아들의 장래를 놓고 베팅을 받는 상품을 만들어 화제가 된 적이 있을 정도로 다양한 상품을 고객에게 제공하고 있습니다.

어떠한 계기로 오즈메이커(Oddsmaker)일에 지원하게 되셨습니까?

작년 하반기 취업시즌에 여기저기 지원서 넣고 인터뷰 받느라 분주하게 보내고 있을 때, 같은 학번 테크노 MBA전공의 김덕현 학우가 보내준 메일 한 통이 시발점이 되었습니다. 당시 메일에서 “당신한테 맞는 재미있는 직종인 것 같은데 지원 한번 해보라”며 채용공고를 첨부하여 보내준 것이 이 길로 들어서게 하였습니다. 김덕현 학우는 작년 여름에 같이 수강했던 Global Immersion Program에서 제가 스포츠에 관심이 많고, 개인발표 주제로 미국프로농구(NBA) 소개를 했던 것을 정확하게 기억하고 있었기 때문이었습니다. 지면을 통해 다시 한번 김덕현 학우에게 감사의 말을 전합니다.

채용광고에서는 스포츠에 대한 지식과 수리통계적 능력, 정보수집을 위한 어학능력을 겸비한 사람을 원하고 있었는데, 취미 이상으로 보아왔던 스포츠에 대한 나름대로의 지식과 공대출신에다 경영대학원에서 배운 통계지식을 어필하면 충분히 가능하겠다는 판단이 들었습니다. 무엇보다 일의 특성상 스포츠를 매일 접하면서 다른 곳에서 누릴 수 없는 ‘일의 재미’를 느낄 수 있으리라는 생각에 지원하게 되었습니다.

2년간의 테크노경영대학원 재학시절이 동문님께 어떤 도움이 되어왔고, 앞으로 오즈메이커(Oddsmaker)로서의 경력에 어떤 역할을 할 것으로 생각하십니까?

KGSM에서는 2년간은 현재 저의 위치나 커리어를 떠나서 중요한 의미를 갖는다고 생각합니다. 제 자신이 원하는 것에 대한 진지한 물음 없이 휩쓸리듯이 지내온 것에 대한 단절로서 선택한 것이 다니던 회사의 퇴직결정이었고, KGSM 입학이었습니다. 그리고, 학교의 훌륭한 교수님들과 다양한 배경을 가진 학우들과의 만남은 항상 저에게 자극제가 되어주었고, 학업이외에도 직장이라는 좁은 틀에서 가질 수 없는 시야와 인맥의 폭을 넓힐 수 있었던 기회였던 것 같습니다. 물론 오즈메이커 지원시 KAIST의 브랜드로 저를 소개할 수 있었기에 좋은 결과가 있었구요.

직업의 특성상 당장은 경영대학원에서 배운 것과는 거리가 있을 수 있습니다. 하지만 모든 직업이 다 그렇듯이, 오즈메이커도 향후에 매니저로서의 성장이나 스포츠베팅에서 파생되는 다양한 사업기회를 포착 기회를 잡게 될 것입니다. 그 즈음에 경영대학원에서 배운 지식이 유용하게 사용되리라 생각합니다.

마지막으로, 같은 길을 가고자 하는 후배들에게 조언 한 말씀 해주신다면?

오즈메이커 경력이 시작된 만큼 전문성을 갖추 수 있도록 배우는 일에 집중할 때 인 것 같습니다. 이후에 스포츠베팅 혹은 스포츠관련 비즈니스에 대한 지식을 바탕으로 컨설팅을 해보는 것이 소망입니다.

이제 걸음마 단계에 있는 입장에서 조언을 드리기는 힘들 것 같습니다만, 일정 수준의 수리지식과 어학능력을 가진 스포츠 매니아라면 한번 도전해 볼만한 직종인 것 만은 분명한 것 같습니다. 앞으로 스포츠 베팅 시장의 성장과 관련 규제가 완화된다면 좀더 많은 수요가 생길 것으로 예상합니다.

2005년 봄 새로운 출발선에서...

KAIST 테크노경영대학원은 2005년 새학기를 맞아 270여명의 신입생을 맞이했다. 다양한 출신 학교, 연령, 직장 경력을 가진 이들이 이제는 학생이라는 동일한 신분으로 또 다른 시작을 위한 출발선에 선 것이다. 물론 입학 동기나 학업에 대한 목적의식, 향후 진로의 방향은 다를 수 있으나 대부분의 신입생들이 현재 가지고 있는 의욕과 기대감은 크게 차이가 나지 않을 것이다. 이들 신입생 중 4명을 만나 입학 동기와 신입생으로의 앞으로의 계획, 포부에 대해 들어보았다.



좌: Munkh-Erdene, Sandag(몽흐에르덴)

우: Purevdorj, Batjargal(바트자르갈)

공통: 2005 경영공학 석사과정 입학

2005 한국 항공대 경영학과 졸업

2001 한국 유학 시작, 한국 항공대 경영학과 입학



KAIST 테크노 MBA에 지원하시게 된 동기는 무엇입니까?

몽흐에르덴: 항공대학교 교수님들과 학교 선배님들로부터 KAIST 경영대학원에 대해 알게 되었는데 한국에서 거의 유일한 IT 및 기술경영 중심 교육을 실행하는 학교란 점이 인상적이었고, 수학의 비중이 높다는 점이 제 적성과 잘 맞다고 생각했습니다.

바트자르갈: 몽골은 15년 전만해도 사회주의 국가였고 90년대 시장 경제를 도입하면서 경제학, 경영학에 대한 관심이 높아졌습니다. 몽골에서 대학 재학 중에 시장경제가 발달된 나라에서 경영학을 배울 좋은 기회를 맞아 항공대학교로 유학을 오게 되었고, 학부를 마치고 좀더 심화된 공부를 하고 싶어 KAIST 테크노경영대학원에 지원했습니다.

유학지를 한국으로 정하게 된 이유가 있으신지요?

몽흐에르덴: 최근 10년간은 몽골과 한국의 교류는 모든 분야에서 비약적으로 발전하고 있습니다. 한국은 세계 선진국 중 하나이며, 경제면에서 강한 국가입니다. 또한 문화 및 생활 습관, 사람들의 생김새가 몽골과 가장 비슷한 성격을 갖고 있습니다.

바트자르갈: 시장경제가 발달된 나라, 그 나라가 한국이었습니다. 처음에는 선진국에서 경영학을 배울 수 있게 되었다는 이유로 왔는데 와서 보니 더욱 좋은 결정이었다고 생각합니다. 한국사람들은 친절하고 정이 많다는 점을 많이 느꼈습니다.

이제 막 입학하셨지만 학교에 대한 첫 인상은 어떠했는지 알고 싶습니다.

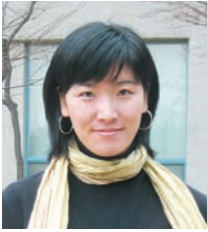
몽흐에르덴: 교육 환경이 잘 갖추어져 있는 것 같습니다. 학생들도 수업에 적극적으로 참여하고, 공부에 열중하는 것 같습니다.

바트자르갈: 교육환경이나 시설도 좋고 모든 것이 공부하기에 편하도록 돼 있습니다. 무엇보다도 능력과 열정 있는 교수님들, 선배님, 동기들한테 배우고 같이 공부할 수 있다는 것이 좋습니다.

2년간의 학교 생활, 졸업 후 계획과 포부에 대해서 얘기해 주시겠습니까?

몽흐에르덴: 앞으로 관심 분야인 마케팅, 금융(증권분석) 쪽으로 공부를 할 생각이며, 졸업 후에 박사를 할지 취업할 지는 고민하고 있습니다.

바트자르갈: 경제가 발달된 나라의 최고의 대학원에서 경영학을 배울 기회를 잘 활용해야겠다는 생각뿐입니다. 그 다음에 모국에 가서 선진국과 우리나라와의 지식에 차이를 감소시키는데 기여하고 싶고 제 개인적인 꿈도 같이 이루어보려고 계획하고 있습니다. 양 문화를 경험할 수 있었던 사람으로써 한국과 몽골의 교류에도 제 몫을 하고 싶습니다.



윤혜경

2005 금융공학전공 입학
연세대학교 신문방송학과 졸업
서울 경제신문 유통/패션,
국제 경제, 금융취재 기자로 5년간 근무

문과 출신이고 금융분야 경력자도 아닌데, 금융공학 MBA에 지원하게 된 동기는 무엇입니까?

경제부 기자로써 금융관련 취재를 하다가 금리, 채권, 환율 등 기본적인 경제 이슈 뿐 아니라 요즘 많이 얘기되고 있는 파생상품 관련 이슈들을 다룰 기회가 있었습니다. 그러면서 단순히 취재를 통해 알아가는 금융 지식에 한계를 느끼게 되었고, 좀 더 체계적인 금융 관련 교육을 받고 싶다는 바람으로 입학하게 되었습니다.

둘 지난 아이를 둔 주부로서 학업, 가사, 육아를 병행하기가 쉽지 않을 것 같은데, 특히 육아문제는 어떻게 해결하셨는지요?

그렇지 않아도 육아문제가 가장 마음에 걸립니다. 지금은 아기를 봐주시는 도우미가 계신데 밤 9시까지만 봐주시니까 늘 마음이 쫓기네요. 하지만 남편이 많이 도와주고 저는 시간이 부족한 만큼 더욱 열심히 생활하고자 하는 각오를 단단히 하고 있습니다.

2년 간의 학교 생활, 졸업 후 계획과 포부에 대해서 얘기해 주시겠습니까?

공부를 열심히 하는 것은 물론이고 운동도 열심히 하고, 동아리 활동도 열심히 해서 후회 없이 알차게 보내고 싶습니다. 졸업 후에는 금융전문기자로서 전문성을 지닌 기자 생활로 돌아갈 가능성 하나와 기자 경력을 긍정적으로 활용할 수 있는 다른 금융기관으로의 취업 즉, 분석력이 요구되는 애널리스트 등의 가능성을 같이 생각하고 있습니다. 2년간의 학교 생활을 통해 그 가능성들을 좀 더 구체화 해나가야 할 것 같습니다.



이혜승

2005 테크노경영전공 입학
서울대학교 미술대학 (금속공예 전공) 졸업
(주)한섬, MD로 약 2년간 근무

KAIST 테크노 MBA에 지원하게 된 동기는 무엇입니까?

저는 중학교 때부터 미술을 전공했고 오랜 시간을 투자한 만큼 그 분야에 대해 애착도 많이 가지고 있습니다. 그러나 아직 한국에서는 미술계에 대한 지원이 전반적으로 열악한 상태에 있고 많은 미술전공자들이 자신들의 재능을 펼칠 수 있는 기반이 잘 마련되어 있지 않은 것이 사실입니다. 미술전공자로서, 시각문화 및 디자인에 대한 이해 위에 경영 마인드를 접목한다면 사회적으로 더욱 유용한 일을 할 수 있을 것이라고 생각했습니다.

KAIST 테크노경영대학원에 대한 첫 인상이 어떠한지 궁금합니다.

정문에 보이는 '카이스트는 한국의 미래' 라는 문구가 참 인상적이었어요. 오늘 아침에 택시기사 아저씨가 문구를 따라 읽으시면서 '맞는 말이에요~!' 하시더라고요. 차세대 Global Leader를 키우는 테크노경영대학원에 대해 자부심을 가질 만한 것 같습니다. 또 학생들이 스스로 윤리적인 면에서 학생규범을 만들어 스스로의 명예와 품위를 지키려는 면이 참 고무적이었던 것 같아요.

2년 간의 학교 생활, 졸업 후 계획과 포부에 대해서 짧막하게 얘기해 주시겠습니까?

무엇보다 체력관리가 중요할 것 같아요. 이번 기회에 운동을 열심히 해서 복부에 왕자와 이효리 허리를 만들어볼까 합니다.(웃음) 2년 동안 훌륭하신 교수님들의 가르침과 더불어 각 분야에 뛰어난 많은 분들과 교제하면서 20대의 후반을 인생의 황금기로 만들었으면 합니다. 졸업 후에는 마케팅 관련된 분야에서 일하면서 경험을 쌓고 싶구요, 나이가 더 들었을 땐 보석 상점 사장이 되거나 디자인 경영 관련 교수가 되어있지 않을까요. ^^

이용선 기자

꽃동네 봉사활동을 다녀와서...

남을 위한 것이 아닌, 나를 위한 봉사



테크노MBA 1년차
조기영

봉사활동 참가 안내 메일을 받고, 카이스트에서의 첫걸음을 시작하는데 ‘봉사’ 보다 적절한 단어를 찾기가 어려울 것이라는 생각에 약간은 들뜬 마음으로 꽃동네 활동 참가를 신청했다. 가평으로 가는 아침, 차안에서 처음 만난 동기들과 조금 어색한 분위기로 눈인사를 하고 서로의 존재가 조금씩 익숙해져 갈 때쯤 목적지인 꽃동네에 도착했다. 자원봉사자라면 반드시 거쳐야 하는 오리엔테이션을 통해서 우리들은 간략하게 꽃동네가 걸어온 길을 알 수 있었다.

꽃동네는 자신 역시 의지할 곳 없는 부랑인이었음에도 불구하고 끊임없는 사랑을 베풀었던 최귀동 할아버지와 그의 선행을 보고 들으신 오웅진 신부님의 작은 사랑으로 시작된 곳으로, 의지할 곳 없고 언어먹을 힘조차 없는 분들이 하나둘씩 찾아들고, 국가와 독지가들의 도움으로 음성과 가평에 지금과 같은 대규모 시설로 설립되었다고 한다.

사랑의 인사와 생명의 소중함을 강조한 오리엔테이션 후 각자에게 배정된 시설로 가서 본격적인 활동을 시작했다. 내가 일하게 된 곳은 ‘희망의 집’ 이란 곳으로 신체장애 또는 정신지체장애를 가진 분들을 위한 요양 시설이다. 이곳에서는 다양한 프로그램을 통해 장애우들의 재활을 돕고 있는데 현관에 들어서면서부터 보이는 섬세하고 정교한 공예품과 곳곳에 걸려있는 그림에서 꽃동네 가족 분들의 노력을 확인할 수 있었다. 꽃동네 일들은 대부분 체력소모가 큰 편이라 아침 일찍부터 저녁까지 쉴 틈 없이 일을 하다보면 몸은 고되고 힘들지만 가족들의 행복한 모습들로 인해 어느 때보다 마음만은 풍요롭고 따뜻했다. ‘희망의 집’에는 두 분이 마치 한 몸처럼 서로를 돌보는 분들이 계신다. 정신지체장애를 가진 분과 신체장애를 가진 분이 상대방의 다리와 머리가 되고 10여 년 전 사고로 뇌와 척추에 손상을 입어 정상적으로 걷지도, 말하지도 못하는 분이 말씀을 하시면 선천적으로 앞을 보지 못하시는 분이 그 말을 전달해 준다. 알지 못하는 사이 얼굴에 안쓰러운 표정을 지으면 웃음 띤 얼굴로 그래도 마음 편하게 머무를 곳과 먹을 것이 있으니 우리는 행복한 사람이라고 몇 번이고 말씀을 하신다. 비록 지금의 상황을 받아들이기까지 많은 고통과 괴로움이 있었겠지만 어떤 상황에 있든 감사하는 마음을 잊지 않는 모습을 보며 내 주변의 모든 것에 새로운 의미를 부여하며 풍족한 마음으로 하루를 마감할 수 있었다.

이곳에 있는 대다수는 가족이 있고 또한 사회에 있을 때는 남부럽지 않은 직책에 있던 분들도 많은데, 어느 한순간의 사고 또는 의도하지 않았던 장애로 가족과 사회로부터 소외당한 경우가 대부분이다. 남에게 봉사하겠다는 마음을 가진 우리 모두는 지금 현재로서는 참으로 행복한 사람일지도 모른다. 하지만 삶의 부정적 변화가 어느 때 어떤 형태로 다가올지도 모르는 현실에서 우리가 나누는 도움은 다른 누구도 아닌 나를 위한 것이며, 남을 위해 봉사하는 것이 아니라 나를 위해 일하는 것이 아닐까 싶다.



각종 방송 매체나 서적을 통해서 많이 듣고 많이 보아서 머리로는 알지만 가슴으로 이해하기에는 부족했던 이러한 가르침과 3박 4일이라는 짧지 않은 기간 동안 온갖 갖은 일을 헌신적으로 수행하며 서로에게 힘이 되어준 15명의 멋진 동기들이라는 값진 선물을 얻게 된 2005년의 2월은 항상 웃으며 떠올릴 수 있는 소중한 기억으로 남을 것이다.

꽃동네 봉사활동의 진보를 바라며...



MIS MBA 1년차
박구룡

사흘 간의 다채롭고 다소 버거운 신입생 오리엔테이션 일정을 마치고 다음날 가평행 버스에 올랐다. 정오가 넘어 여전히 여기저기 눈이 쌓여있는 꽃동네에 도착, 간단한 수속을 밟고, 숙소에 짐을 풀었다. 배정 받은 곳은 꽃동네 내에 위치한 노체 리안드리 자애병원이었는데, 간단한 교육을 받고 4층 병동에서 일을 시작했다.

노체 리안드리 자애병원은 꽃동네에 거주하는 심신장애인, 노인, 정신장애인, 부랑인을 치료하는 곳으로, 24시간 침대에 누워있는 중증환자가 90% 정도이다. 또 대다수는 자신의 의사를 제대로 표현할 수 없어서 식사, 용변, 욕창을 피하기 위한 체위변경, 목욕 등을 몇 안 되는 간병인들에 전적으로 의지하고 있다. 70여 명의 환자를 돌보는 대여섯 명의 간병인을 거들어 짧은 3박 4일을 보내며, 그분들에게 알뜰한 동정심이나, 어쭙잖은 자기만족, 일회성 행사치레로 비취지지 않을까 마음 한 켠 노심초사했음을 인정하지 않을 수 없다.

짧은 꽃동네 봉사활동은 '현대사회를 이끌어가는 지도자의 가장 큰 덕목 중 하나'라는 안내문구 때문이 아니라, 오랫동안 일상에 쫓기며 내 앞가림에 여념이 없었던 것을 늘 비루하게 여기고 있던 터에 나를 조금이라도 비워보고자 한 바가 크다. 또, 입시에 봉사활동 점수가 필요한 청소년 시절을 살지 않았고, 이런 저런 사연으로 인연이 닿지 않았던, 내가 아닌 타인을 위한 나의 노력과 그 순간의 나의 감정을 가늠해보고 싶었다. 그런 면에서 이번 '첫경험'은 명쾌하게 이해되지 않는 뽀족한 흔적 같다. 꽃동네 봉사활동이 미래의 지도자를 희망하는 MBA 학생이기에 갖추어야 할, 기업의 사회적 공헌(CSR)에 대한 인식을 체득하게 하기 위한, 그 '덕목'만을 위한 프로그램은 아니라고 생각한다.

우리가 불가피하게 시장메커니즘에 의해 사회적 약자를 양산해 내거나, 생태계의 유통기한을 단축시키는 기업가가 아니더라도, 한 개인으로서 '나'라는 상대적 존재를 가늠하게 하는 타인을 배려해야 하고, 우리가 살고 있는 환경을 보전하기 위해 노력해야 한다는 사실을 온전히 몸과 마음으로 느껴야 하는 것이다.

이후로 지속될 봉사활동이 입학과정의 한 단계가 아니라, 사회적 책임, 환경적 책임을 개인의 입장에서, 또 기업의 입장에서 생각하고, 느낄 수 있도록 진일보했으면 하는 바람이다.

상하이/북경 프로그램 참가후기

한자와 중국어 공부를 다시 시작하다.



테크노MBA 2년차 최지혁

KAIST MBA에 입학하기 전인 2003년도 11월쯤 졸업한 선배로부터 상하이프로그램에 대한 간략한 설명을 들으면서 상당히 배울 점이 많을 거라는 생각에 꼭 참가하여야겠다고 생각했다. 그 당시 많은 언론매체와 지인을 통해 중국에 대한 많은 소식을 접하면서 실제로 중국의 발전상이 궁금했던 터였다. 또한 내가 근무하고 있는 기업은행이 중소기업의 기업 지원을 위해 설립된 기관인지라 많은 중소기업들이 중국으로 진출하고 있는 현실을 생각하면 더욱 그러했다.

2학기 종강과 동시에 프로그램을 위한 여러 번의 사전 미팅과 학교측에서 마련해준 자료 등을 통해서 상하이프로

그램을 준비하였고 드디어 2005년 1월 10일 USF MBA 학생들과의 만남을 시작으로 상하이프로그램이 시작되었다.

서울에서의 외부강연은 한국에서 각 분야별 현업에 종사하는 외국인 전문가에 의해 영어로 진행되었다. 강사에 따라서 한국경제에 대한 전망을 나보다 더 밝게 보는 분이 있는가 하면 너무 비관적으로 전망하는 분도 있어서 희망과 자부심은 물론 안타까움을 느끼기도 하였다. 그렇지만 우리를 보는 외국인들의 냉정한 평가와 비판에 대부분 수긍을 하지 않을 수 없었고 그러한 시간들은 내가 앞으로 어떻게, 무엇을 해야 할지, 우리 경제가 어떻게 나아가는지에 대해 생각해 보는 계기가 되었다. 프로그램 4일째에는 GM 대우 부평공장을 견학했는데, GM의 대우자동차 인수 후 조직문화 융합과 Value-chain 공유를 위한 노력이 상당히 인상적이었다. 또한 개인적으로 가장 인상이 깊었던 마지막 날의 James P. Rooney의 “글로벌 시대의 한국경제” 강의는 내용은 물론이거니와 그의 놀라운 프리젠테이션 기법에 우리 모두 입을 다물지 못했다. “Wonderful”

아! 다시 한번 참을 수 없는 존재의 가벼움을 실감하는 순간이었다.

일요일인 1월16일에 우리는 상하이로 떠났고 월요일부터 중국 Jiao Tong(交通) University에서 수업이 다시 시작되었다. 무지한 나는 交通대학이 철도청 부설대학일 것으로 생각했다가 주위사람들에게 망신을 당하기도 했다. 중국의 交通은 커뮤니케이션이라고 한다. 수업내용은 주로 외국기업이 중국에 성공적으로 진출하기 위한 여러 가지

요소와 중국 현지기업의 성장전략 등에 대한 브리핑으로 이루어졌다. 중국의 성장은 역시 놀라웠고, 중국학생들을 비롯한 강사들 또한 자국의 미래에 대해 강한 자부심을 갖고 있었다.

돌아오는 비행기에서 그들의 자부심이 허언이 아닐 거라는 생각이 들었다. “우리 반만년 역사 중에서 최근 30년 정도가 유일하게 중국보다 부유한 시기이다. 과연 향후 10년 후에도 그럴 수 있겠는가”라는 어느 교수님의 말씀이 실감이 났다. 우리는 앞으로 무엇을 준비해야 성장을 계속할 수 있을 것인가! 과연 10년 후에도 중국에 와서 싸다는 핑계를 대고 거들먹거리며 발마사지를 매일 받을 수 있을까!

난 2005년 2월부터 한자와 중국어 공부를 다시 시작했다.

10년후의 중국의 삼성전자, BenQ



MIS-MBA 2년차 김정은(왼쪽에서 두번째)

북경은 중국의 현재, 장안은 중국의 과거, 상하이 는 중국의 미래라고 한다. 2004년 겨울학기 참가한 상하이 프로그램은 University of San Francisco 학생들과 함께 2004.1.10~21까지 15일간 진행되었다. 지난 여름, Global Immersion 수업을 들으면서, 중국에 관한 개괄적인 이해와 함께, 중국의 영향력 및 국제 전략에 대해 흥미를 느꼈는데, 상하이 프로그램에서는 평소 접하기 힘든 쟁쟁한 분들의 강의를 들을 수 있고, 현지에서의 기업방문 과정을 통해 중국 기업의 분위기를 느껴볼 수 있어 프로그램에 참여하게 되었다.

첫 주 진행된 외국인 유명연사에 의한 강의와 GM 대우 부천 공장 방문, USF 학생과의 상호 교환 프리젠테이션은 외국인이 바라보는 한국에 대한 이해—근면하고, 창의적이며, 노조가 강성이고, 모든 것이 매우 빠르—와 한국 내의 외국 자본, 외국계 기업에 대해 평소와 다른 관점에서 생각해 볼 수 있어서 좋았다. 강의는 USF 학생들의 적극적인 질문공세와 이에 질세라 평균 연령이 높음에도 불구하고 무척이나 영어를 잘하던 KGSM 학생들의 공방전으로 매우 역동적으로 이루어졌다.

둘째 주는 짜우통(交通)대학에서 중국에 진출한 외국기업의 현안과 중국 경제 정책 등의 강의와, Huateng (SI회사 본사), BenQ(전자회사 공장), C-Bons(P&G 같은 생활용품회사)의 기업 방문으로 구성되었다. 이들 기업의 시설은 선진국과 비교해도 손색이 없어 보였고, 성장 중인 기업 특유의 활력이 넘쳤다. BenQ는 OEM 작으로 TV, Video 등 기술/생산 기반을 다진 다음, 3년 전부터 자체 브랜드로 제품을 판매하기 시작한 회사인데, 문득 지금은 세계 굴지의 기업이지만, 10년 전 공장 견학 중에 목격한 Toshiba의 비디오를 생산하던 삼성전자가 떠오르면서, ‘10년이면, 중국의 기업들도 Global 기업들이 속출 할 수 있겠구나’하는 생각이 들었다. BenQ는 물의 도시 쑤저우(蘇州)의 산업단지 내에 있어, 쑤저우 관광도 겸했는데, 쑤저우에서 북경을 잇는 인공 수로는 만리장성과 함께 중국 대역사(役事)라 한다. 항저우(杭州)는 인구 800만의 도시라고 하는데 중국에는 서울보다 큰 도시가 도대체 몇 개나 되는 것인지...

개인적으로는 상하이라는 도시가 참으로 맘에 들었다. 프랑스 조차(租借)시절에 세워진 와이탄(外灘) 거리와 그곳에서 바라보는 푸둥 지역의 고층 빌딩들은 물론, 약간 허름한 집들조차도, 동서양이 만난 건축양식의 세련됨이 인상 깊었다.(집집마다 대로를 향해 길러있는 2m 남짓한 빨래걸이 또한 인상 깊었음).

마지막으로, KGSM과 USF 학생이 한 명씩 짝을 지어 한국 생활에서의 멘토 역할을 하면서 친분을 쌓을 수 있었는데, 중국 학생도 한 명씩 조가 구성 되었다면 좋았을 것이라는 점, 많은 개인자격 학생들도 참여할 수 있는 수준의 참가비가 책정되었으면 하는 바람이다.

사회주의와 시장경제의 융합



테크노 MBA 2년차 전인희

중국에 대한 호기심만큼이나 강하게 내 선입견을 형성하고 있었던 것은 사회주의 국가인 중국에 대한 두려움이였다. 사전교육까지 받고 설레임 속에서 도착한 중국이었지만, 공항 입국 심사대의 공안을 보면서 느꼈던 긴장감을 생각하면 지금도 입가에 작은 웃음이 지어진다. 무표정한 얼굴로 입국심사를 하는 공안의 모습이 우리나라 인천공항의 출입국수속 공무원들이랑 그다지 다를 바 없건만, 그저 이제까지 형성되어 온 중국에 대한 이미지가 공안이라는 하나의 대상을 특별한 의미로 만든 것이 아닌가 싶다. 이번 겨울방학에 다녀온 짧은 기간의 중국기행은 이런 느낌이나 중국에 대한 나의 이미지를 변화시키는 계기가 되었다.

사회주의와 시장경제를 동시에 실시하고 있는, 어떻게 보면 매우 모순적인 이들의 시도는 너무나 자연스럽게 중국인들의 일상 속에서 성공적으로 자리잡아 나가는 것으로 보였다. 단적인 예로, 가이드를 하는 중국인의 말 속에서 변화하는 중국에 대한 자부심을 느낄 수 있었다. 또한 과거의 중국사회에 대한 냉정한 인식, 현재까지의 중국을 이끌어 오고 있는 중국 공산당 지도자들에 대한 신뢰, 그리고 앞으로 다가올 중국사회의 청사진에 대한 확신을 느낄 수 있었다. 이러한 중국인들의 인식이야말로 세계인의 우려 속에서도 사회주의와 시장경제의 융합이라는 엄청난 시도를 성공적으로 이끌어 올 수 있는 원동력이 아닐까 싶다.

북경시내의 이곳 저곳을 돌아다니면서 만난 한국 기업인들의 이야기들에서 중국을 이해하고 깊이 연구해야 할 필요성을 또한 느낄 수 있었다. 얼핏 보면 도무지 예측가능성이란 것이 보이지 않을 것 같은 중국사회의 현상들도, 깊이 들여다 보면 철저한 원칙에 의해 운영되고 있다는 기업인들의 공통된 이야기가 바로 그것이다. 기업활동을 하기 위해 그 사회에서 가장 필요한 것은 무엇보다도 예측가능성이 아닐까 싶다. 그러한 예측가능성을 위해서는 사회의 운영원리는 철저한 일관성을 지키는 것이어야 한다. 만약에 그러한 일관성을 지니고 있는 사회를, 단순한 무지에 의해 두렵고 모호한 것으로만 이해한다면 이는 이해하지 못한 우리의 잘못이 아닌가 하는 생각이 들었다. 그리고 이러한 오해는 빠르게 변화하는 중국사회와 경제에 대응하는 자세가 아니라는 것이 개인적 의견이다. 변화하는 중국사회를 그들의 역사와 문화 속에서 제대로 읽어내고 이에 대응하는 것은 MBA를 하고 있는 우리의 과제일 것이다. 이러한 각오를 다지며, 좋은 기회를 마련해 주기 위해 애쓰신 교수님들과 전공사무실의 담당자 분에 대한 감사와 함께 소견을 마치려 한다.



Luxuries

명품 소비가 사회적인 이슈로 떠오른 지 오래다. 과거에 소수의 상류계층의 전유물로만 여겨졌던 명품이 점차 중산층에까지 확산되면서 이제는 값비싼 경제적 대가를 치르더라도 누구나 갖고 싶어하는 물건이 되었다. 이런 소비심리를 겨냥하여 유통업체들은 명품 마케팅에 열을 올리고 있으며¹ 일본 명품 시장의 포화현상으로 인해 세계 명품 판매시장에 대한 관심이 한국으로 점차 옮겨져 감에 따라² 앞으로도 우리 사회에서 명품은 여전히 화제가 될 것이다.

현대 사람들은 왜 명품에 지나친 관심을 보이게 되었는가. 과거에는 한 개인을 판단하는 기준으로 가문, 성(性), 종교, 직업 등이 우선했지만 현대에는 사람들이 느끼는 가치의 원천이 달라지면서 개인의 가치를 판단하는 기준도 변했다. 즉, 인간의 내재적 가치보다는 외면적으로 드러나는 소비물에 더 큰 관심을 갖게 된 것이다. 그 사람이 소비하는 물건이 그를 대변하는 시대이다. 그리고 같은 가문이라는 유대감 이외에 같은 브랜드를 소비한다는 동질감이 사람들을 결속시키고 있다.

현대인이 명품을 소비하는 것은 물건을 산다는 것 이상의 의미를 가진다. 우리가 스타벅스 커피를 마시면서 느끼는 효용은 단순히 커피 한잔을 마시면서 느끼는 만족은 아니며 그 속에는 광고와 마케팅의 힘이 녹아있다. 여성들이 구찌 핸드백을 사는 즐거움 또한 비싼 가격을 지불하고라도 그것에서 얻을 수 있는 브랜드의 힘과 사회적인 인지도가 무척 막강하다는 것을 보여준다. 이렇듯 우리는 물건을 소비하면서 동시에 그것이 주는 정신적 의미를 함께 소비한다.

명품에 대한 사회적 시각은 다양하지만 학계에서는 우려의 시각이 높다. '명품'은 사전적으로 '전통을 가진 뛰어난 물건' 혹은 '훌륭하여 이름이 난 물품이나 작품'을 의미한다. 따라서 마케팅 용어로 사용되기 시작하여 일반화 된, 소위 '수입 유명 브랜드이며 고가의 상품'을 지칭하는 '명품'은 '사치품'으로 부르는 것이 더 적절하며, 이상 과열되고 있는 사치품에 대한 사람들의 열망은 바람직하지 못하다는 지적이다. 최근 풍요병 (Affluenza, Affluence와 Influenza의 합성어)으로 불리는 소비의 병적인 증독 바이러스와 함께 많이 가질수록 더 많이 갖고 싶어하고, 좋은 것이 있으면 더 좋은 것을 찾는 인간의 끝없는 욕망이 이러한 명품 사회를 만들었다고 보는 것이다.

현대의 소비자는 그 어느 시대보다도 혼란스러운 소비 환경에 있으며, 다양한 소비가치들 속에서 어느 것이 옳은지의 판단은 전적으로 그 개인의 가치관에 달려있다. 한쪽에서는 무수한 광고들이 명품의 소비가 당연한 듯 부추기지만 합리적으로 생각해보면 그들이 판매하는 것은 브랜드의 허상에 불과하다. 많은 소비자들이 그런 사실을 대부분 알면서도 사치품의 매력에 빠져들고 있다. 유행처럼 번지는 사치품의 대중적 소비에 비판적으로 대응할 필요가 있다. 세계적 사치품 브랜드들의 한국 상륙이 점차 가시화 되고 있는 시점에서 우리에게 주체적 소비는 더욱 중요한 시점이다. **Frontier**



한철우 기자

1. 롯데 백화점은 올해 3월에 명품관 '에비뉴엘'을 개점하며, 같은 이름으로 명품잡지를 만들어 명품 화장품과 의류등을 소개하는 상품정보를 실을 예정이다.(현대백화점도 이와 비슷한 잡지인 '스타일 H' 창간예정) 에비뉴엘에는 국내에 소개되지 않는 세계최고급 명품 브랜드들이 대거 도입된다.

- 2005.2.5. 매일경제 김지미 기자 -

2. 일본 최고의 명품 거리인 도쿄의 '긴자' 지역에 갈수록 고객이 감소하여 세계적 명품 브랜드 회사들이 매출감소를 보이고 있다. 이같은 명품의 고전은 명품업체들의 과다한 출점 경쟁으로 시장이 포화상태에 이르렀기 때문이라는 분석이 있다. 명품의 희소 가치가 사라짐에 따라 희귀하고 아주 독특한 브랜드 상품을 찾는 트렌드가 생겼으며 따라서 명품업체들은 이제 한국시장에 관심을 돌리고 있다.

-2005.2.15 조선일보 이경은 기자-

동문회비 납부 안내

“동문회비 납부 참여, 나부터의 실천이 동문회와 모교발전의 원동력이 됩니다.”

동문님께서 납부해 주시는 동문회비는 동문회 활성화를 위한 각종 사업에 쓰여지고 있습니다. KAIST 테크노경영대학원 동문회는 동문님들의 애정어린 지원이 헛되지 않도록 동문회 활성화를 위한 각종 사업을 효율적으로 추진하기 위하여 노력하고 있으며 앞으로도 동문 한분 한분의 따뜻한 정성을 모아 본 동문회와 모교의 명예와 긍지를 빛낼 보람있는 사업을 꾸준히 전개해 나갈 것 입니다.

* 동문회비 사용 용도

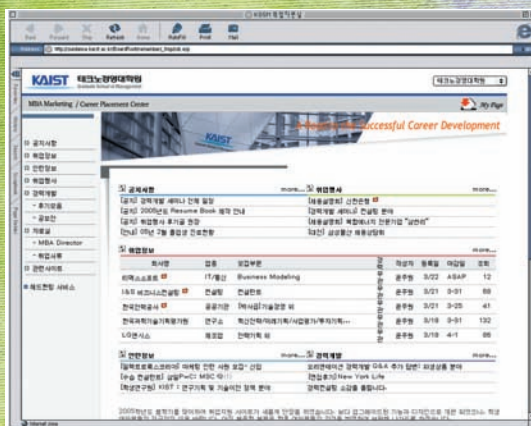
- 동문주소록 제작
- 동문회 발전을 위한 기금적립 및 각종 동문행사 운영
- 모교 발전사업 지원
- 기타 동문서비스 사업

* 동문회비 납부 안내

- 연회비 30,000 원(중신회비 200,000 원)
- 회비 납부구좌: 기업은행 001-115367-01-012(예금주: KAIST 동문회)
- 문의: MBA 마케팅실(iwantbe@kgsm.kaist.ac.kr, 02-958-3202)

* 여력이 되시는 동문께서는 중신회비를 납부해 주실 것을 권유해드립니다.

취업사이트 개편



2005학년도 봄학기를 맞이하여 취업지원 사이트가 보다 업그레이드된 기능과 디자인으로 새롭게 단장되었습니다. 부족한 부분은 향후 여러분의 의견을 반영하여 보완해 나갈 계획입니다. 본 사이트는 여러분과 함께 만들어 가는 공간입니다. KAIST 테크노경영대학원 재학생 및 동문이면 누구나 글을 올리거나 읽을 수 있습니다. 특히, 취업 정보는 물론 각종 후기(면접 및 취업후기, 취업행사 참여 후기 등), 공모전 정보 등은 여러분들이 후배나 동기들에게 줄 수 있는 작은 도움입니다. 여러분들이 갖고 있는 좋은 정보를 동기나 후배들과 함께 공유해 나가시기 바랍니다.

➡ 취업사이트: http://sundance.kaist.ac.kr/BoardRoot/remember/_tmp/job.asp

➡ 문의: 취업지원실 윤주원 (02-958-3216 / juwony@kgsm.kaist.ac.kr)

Management, Technology & Art

KAIST 테크노경영대학원 문화공연 "Live in KAIST - 정성조 & 빅밴드"

새로운 도전과 열정의 3월 "정성조 & 빅밴드" 공연이 KAIST 테크노경영대학원 1호관 대강당에서 시작합니다.

일 시: 2005. 3. 17 PM 7:00
장 소: KAIST 테크노경영대학원 1호관 대강당

영하음악
 -대체 내란배, 일자의 전쟁시대, 겨울대사, 공포의 외인구단, 길고 푸른 밤 등 40여편 작곡

수상경력
 -서울 연극계 음악상, 대중상 음악상, KBS가요 대상 편곡상, 영화평론가상 한국 방송 대상, 대한민국 연예 예술 대상 대통령상 등

목차
 -웨스트 사이드 스토리, 자거스 크리스마스 슈파츠, 에버리 레 미라클랜드 등 20 대편 작곡

연주경력
 -골육은 악단원, KBS, TBC 관현악단원, 정성조와 협연자로서 리드 사도 마시미코, 미다사다 요스케, 하노 대학마사 등과 협연
 -1984년 발타 헌재까지 매우 일요일 저녁 9시부터 리드
 All That Jazz 795-5701 제시 Jazz Quintet 연주
 -1995부터 현재까지 KBS관현악단원, 1980-1996 까지 서울 여권 실용음악과 교수

출발
 -대체 내란배, 일자의 전쟁시대, 공포의 외인구단, 길고 푸른 밤 등 영화음악 사용도 포함, ALL That Jazz 1-2집
 일본 오사카 연주회들과의 Quintet, ALL That Jazz Big Band
 발악과 5곡과 스핀다로 5곡을 편곡한 재즈 앨범들, 그외 가요앨범 다수 편곡

2005. 3. 9 KAIST 테크노경영대학원 박성주 드림

공연

3/17 (목요일)	정성조 & 빅밴드(KBS 관현악단)
3/31, 4/7, 28, 5/12, 26, 6/9(목요일)	유혁주 감독의 "영화 허풍"
5/19(목요일)	장사익 초청공연

* 1호관 대강당(19:00~20:00)

KAIST 테크노경영대학원 문화행사 "갤러리 사진전- Scenes from the streets of Pusan, Korea"

발관자의 눈 (Non Partisan Observer)

한국 전쟁 당시인 1952년부터 1954년 한 미국의 발관자가 호기심에 가득한 눈으로 한국과 한국인을 위주로 관찰하고 있다. 그 당시 그의 나이 17세. 한 미국 소년 발사의 눈에 비친 한국과 한국인을 과연 어떤 모습일까? Cannon 50mm의 렌즈 속에 감동한 한 발관자의 눈에 과연 어떤 무엇을 담았을까? 전쟁의 상흔 속에 삶에 치열과 열정을 사들인 그는 당시 우리의 모습이 있었을까? 아니다. 그가 내놓은 작품들은 의외로 전쟁의 종착과는 거리가 아주 먼 한가로운 삶만이 주조해 가졌다. 집회, 연설을 그들의 것이 아니라라는 듯한 무관심한 표정을 그들의 표정 속에서 보이는 관상사는 오로 (하루를 대망해 살 것인가?)의 표정이다. 전쟁의 모순과 비극이 이어져도 그들은 결코 삶을 포기하거나 도망치지 않을 것이다. 그건 왜일까? 그 이유는 이 작품이 호기심과 신기함으로 가득한 한 발관자의 눈으로 존재하기 때문이다. 물론, 그것도 이렇듯 잘 알려진 자는 물론 조금 나쁜 한데, 그 발관자 자신의 한 사람 구석에서 보여지는 우리의 모습은 그저 그에게 신기하고 재미있는 관찰대상일 뿐이다.

하지만, 이 사진들의 중요성은 우연하게 시사하는 바가 아주 크다. 그 당시 우리의 사회상이 그대로 사진 속에 담겨 있으며 발관자도 참관한 그 시절에 본딴 한가로움 속에, 그 시대의 역사가 그대로 생생한 기록으로 보존되어 있다는 것이다. 게다가, 아마도 발관자가 앉았으나 이 발관자의 시선에는 사람들이 관찰하는 작가의 정신이 들어있고 있으며 그 시대의 분위기를 다각도로 바라볼 수 있는 특 좋은 사진이 담겨져 있다.

물론, 이제 그의 나이 70세, 이제는 세계적인 작가의 대열에 선 그의 최근 작품들 연회가 다시 볼 날을 기대하며 그의 50여 년 초기 작품들 흥미롭게 신재하는 것도 멋진 일이 될 것이다.

2005. 3. 3 KAIST 테크노경영대학원 박성주 드림

미술전시

3/1~4/30	갤러리 사진전
5/1~6/15	강용면 조각전
6/16~7/30	김택상 회화전
8/1~8/31	정재철 조각전

* SUPEX경영관 2층 전시장

Management, Technology & Art

Scenes from the streets of Pusan, Korea
2005.3.2 ~ 4.30
 Where: Supex Building Lobby (2nd Floor)
 KAIST Graduate School of Management

영화처럼 사는 유혁주감독의
"영화 허풍"
2005.3.31(목), 4.7(목), 4.28(목)
 Where: Auditorium, Building 1,
 KAIST Graduate School of Management

Live in Kaist
Jung sung jo & Bigband
2005.3.17(목). PM 7:00
 Where : Auditorium, Building 1,
 KAIST Graduate School of Management

ELLEN KIM MURPHY GALLERY KAIST 테크노경영대학원

Frontier

<http://www.kaistgsm.ac.kr>