

Active Senior

INSIGHT ZONE

다시 찾아온 청춘,
스스로에게 투자하는
당당한 액티브시니어의 삶
꽃보다 할배들, 제2의 커리어를 꿈꾸다.
KAIST 차동완 명예교수님 인터뷰

GLOBAL ZONE

사회적 기업, 니카라과에 몰다
KAIST 기업가정신 원정대 STORY

POWER ZONE

미래에셋증권 맹민재 상무
언제 어디서든 배움을 멈추지 않는 기업인 조갑주 동문

2013 제1회 KAIST 경영대학 Consulting 및 전략기획 동문 모임



일시 2013. 11. 15 (금) 19:00
대상 KAIST 경영대학 졸업생 중 Consulting 및
기업 전략기획 업무 관련 재직 동문
장소 HAKOYA SEA FOOD (종각역 1번출구 100m)
연락처 입학취업지원실 박주영
(02-958-3247, jyp1017@business.kaist.ac.kr)

2013 Mentoring Final Meeting

일시 2013. 11. 22 (금) 19:00
장소 서울 로열호텔 2층, 스모가스
(명동성당 건너편)
프로그램 멘토-멘티 네트워킹 및 우수활동그룹 시상
KAIST 경영대학 멘토링
<https://www.facebook.com/groups/395073690522504/>



Frontier Contents

2013 AUTUMN

Cover Story

바야흐로 '빠른' 세상이 도래했습니다. 각종 매체나 디바이스는 우리가 이해할 시간을 주지 않은 채 달려가고 있고 사람들의 사고 역시 더욱 빠르고 새롭게 급변할 것을 강요 받고 있습니다. 하지만 이럴 때일수록 우리는 경계해야 합니다. 앞만 보고 달리다 예기치 못한 함정에 빠질 수 있기 때문입니다. 그럴 때 우리는 어떻게 해야 할까요?

과거에서 미래를 보라는 말이 있습니다. 앞이 보이지 않을 때 우리는 자연스럽게 '현명한 어른'들을 떠올릴 것입니다. 우리와 같은 시행착오를 겪고 지금의 자리에 오른 시니어들의 충고를 통해 우리가 진정으로 나아가야 할 방향을 알 수 있으니까요. Frontier 가을 호에서는 우리를 이끌어 앞으로 나아가게 해줄 시니어들을 만나는 자리를 마련했습니다.

〈Frontier 17기 학생기자단〉

류성한	경영공학 박사	hans@business.kaist.ac.kr
김민기	경영공학 석사 13	m0729g@business.kaist.ac.kr
박혜림	경영공학 석사 13	phl0522@business.kaist.ac.kr
임규미	정보미디어MBA 13	kyumilm@business.kaist.ac.kr
이연이	테크노MBA 12	kitetwo@business.kaist.ac.kr
황인혜	테크노MBA 13	fany1020@business.kaist.ac.kr
전주환	금융공학석사 13	jiwan15@business.kaist.ac.kr
정현식	경영공학석사 13	jhs0850@business.kaist.ac.kr

04



DEAN'S LETTER

04 한민희 KAIST 경영대학 학장

08



INSIGHT ZONE

06 다시 찾아온 청춘, 스스로에게 투자하는
당당한 액티브시니어의 삶

08 꽃보다 할배들, 제2의 커리어를 꿈꾸다
New Silver Generation and
New Silver Career

10 인생은 마라톤, 기초를 충분히 다지는 것이
성공의 밑거름이 된다

[차동완 KAIST 경영대학 명예교수 인터뷰](#)

12



GLOBAL ZONE

12 2013 사회적기업가 MBA과정
여름해외탐방 에세이
사회적 기업, 니카라과에 묻다?

14 KAIST 기업가정신 원정대 STORY

16 IT & Media Start-Up Core Insight
제6회 미디어 프론티어 취재기

18 KAIST Model ITU 2013

POWER ZONE

20 퇴직 연금 및 은퇴 분야의 전문가 동문을
찾아가다 [맹민재 상무](#)
(미래에셋 상무, 금융 MBA 2000학번)

22 언제 어디서든 배움을 멈추지 않는 기업인
[조갑주 동문](#) (신송식품 회장, AIM 제6기, AIM
5대 총 동문회 회장 역임)

24 KCB's got talent
미래를 만들어 가는 사람들,
녹색 정책 프로그램 1기

26



26 KCB's got talent
'KAIST RUN'
뛰어서 남 주는 이상한 달리기

28 카이스트 경영대학의 즐거움을 X2배 시켜 줄,
KAIST 경영대학 13대 학생회와의 만남

INSIDE ZONE

30 Contents Inside Column
<꽃보다 할배>, <파트넷> 그리고 장수
브랜드의 공통점

32 Book Review

34 Faculty Introduction
연구와 좋은 강의를 통해 사회에 기여하고
싶습니다

금융 분야의 현주소와 연구자로서의 자세
[오동철 KAIST 금융 분야 교수 인터뷰](#)

36 동아리 소개
시대가 변해도 변하지 않는 통기타 선율의 매력,
KAIST Acoustic Band, 보석 같은 사람들

38



NOTICE

38 NOTICE
경영대학 동문 네트워크 어떻게 Join할까?
Development Fund

한류경영을 리드하는 남 과장, 고마워요!

남과장은 우리가 KAIST 경영대학을 통해 학생들과 교수님들이 함께 만들어가고 있는 "한류경영"의 참 모습을 보여주었어요. 한류경영은 업무의 효율성을 추구하면서도 가슴이 따뜻한, 때로는 뜨거운 경영패러다임을 가지고 있지요

남 과장! 미국에서 남 과장을 만나 함께 저녁을 한 지도 벌써 4달이 지났네요. 그때 남 과장은 CEO가 같은 분이라는 이유로 소속하지 않은 다른 회사의 팀장으로 선발되어 팀원을 이끌고 미국까지 와서 업무를 진행하고 있었지요. 나와 저녁을 마친 후에도 다시 회사로 복귀하여 업무를 수행하였지요. 그리고 남과장은 숙소로 돌아가면서 “모처럼 KAIST 경영대학에서 학생시절 밤새워 팀 프로젝트 일을 하고 기숙사로 돌아가는 산뜻한 그 기분을 다시 맛 보아서 좋았다”고 했지요. 고마워요. 나도 그런 남 과장의 모습을 보고 가슴 뿌듯한 자부심을 느꼈고, 그렇게 우리 사회에서 열심히 일하고 있는 우리 KAIST 경영대학 동문들에 대해서도 마음 가득히 자랑스러움과 감사함을 느꼈어요.

남 과장! 남 과장은 우리가 KAIST 경영대학을 통해 학생들과 교수님들이 함께 만들어가고 있는 '한류경영'의 참 모습을 보여주었어요. 한류경영은 업무의 효율성을 추구하면서도 가슴이 따뜻한, 때로는 뜨거운 경영 패러다임을 가지고 있지요. 열정적으로 혼신을 다하여 업무를 수행하고, 배려심 있으며, 일을 하는 데 솔선수범하고, 스피드 있는 의사결정을 하며, 사회적 가치를 존중하는 그런 특징을 가졌지요. 남 과장이 나에게 보여준 모습은 바로 그런 모습이었습니다.

남 과장의 모습에서 실력에 근거한 자신감과 따뜻한 마음이 한가득 담긴 경영자의 자세를 보았어요. 팀원을 걱정하고 배려하는 마음, 미국 와서 영어가 부족한 팀원을 위해 앞장서 문제를 해결하는 마음을 보았어요. 또 맡은 업무에 열정을 불

어 넣는 뜨거운 마음을 보았어요. 가능한 빠른 속도로 일을 마무리 해서 팀원들이 만나절이라도 미국에서 여유시간을 갖게 하려는 그런 리더의 마음도 보았지요. 그리고, 팀장으로서 앞장서서 가장 많은 일을 해내려는 진정한 솔선수범의 마음도 보았어요. 요령을 피우거나 적당히 업무를 수행하려는 모습은 그 어디에서도 찾을 수가 없었지요.

남 과장의 사명감에 넘치는, 혼신을 다하는, 그런 모습에서 나는 한류경영의 참 모습을 다시금 보았어요. 그 모습은 계산적인 마음으로 효율성만 추구하는 그런 자세에서는 절대 보여질 수 없는 모습입니다. 나는 그런 남 과장이 너무나 자랑스럽습니다. 그런 경영자가 절대 흔하지 않지요. 남 과장 같은 우리 KAIST 경영대학 동문들 중에는 그런 한류경영을 리드하는 동문들이 정말로 많습니다. 우리나라 기업 곳곳에서, 연구소와 공공기관과 그리고 다양한 곳에서 일에 마음을 쏟아붓는 가슴 따뜻한, 때로는 가슴이 뜨거운, 수많은 우리 KAIST 경영대학 동문들. 그래서 저는 고맙습니다. 자랑스럽습니다. 우리 경제의 주역을 맡은 우리 경영대학 동문들! 모두들 건강 꼭 챙기고, 늘 행복하세요.

2013년 10월
KAIST 경영대학장 한 민 희





다시 찾아온 청춘, 스스로에게 투자하는 당당한 액티브시니어의 삶

아침 일찍 일어나 가볍게 공원 산책을 마치면 집 근처 커피숍에 들러 아메리카노와 함께 브런치를 즐긴다. 오후에는 교육 기관에서 영어 회화를 배우고 저녁에는 동호회 회원들과 함께 공연을 감상한다. 집에 돌아와서는 스마트폰으로 금융, 창업, 해외 여행 등 각종 생활 정보를 검색한다. 여느 젊은 20대의 주말과 다를 것 같지 않은 이 하루 일과는 60대 액티브시니어의 하루이다. 집에서 조용히 휴식을 취하며 소극적으로 생활하던 실버 계층은 이제 사라지고 있다. 그 대신 다양한 활동을 즐기고 적극적으로 자신의 삶을 꾸어어나가는 액티브시니어가 등장했다. 다시 젊음을 느끼는 활기찬 모습, 액티브시니어의 삶을 살펴보자.

글 박혜림 기자

'액티브시니어'는 미국 시카고대의 심리학자 교수 버니스 뉴가튼이 처음 사용한 용어로, 기존의 가족 중심적 소비 패턴에서 벗어나, 자기 계발과 여가 활동에 투자하며 자기 중심적 소비 패턴을 보이는 50~60대 이상의 노년층을 지칭한다. 노년계층은 의학 기술의 발달과 베이비 부머 세대의 은퇴 등의 이유로 그 수가 꾸준히 증가하고 있으며, 이에 꽤 오랜 시간 동안 많은 기업들의 '타깃 시장'으로 주목 받아 왔다. 그 중에서도 적극적이고 능동적인 소비 행태를 보이는 액티브시니어의 등장은 더 큰 기회를 찾던 기업들에게 반가운 소식이 아닐 수 없다. KT경제경영연구소에 따르면, 액티브시니어는 독립적이고 적극적인 성향을 지녔으며, 경제력을 바탕으로 여가생활 등 의미 있는 가치 소비를 즐기는 BRAVO(Bankable, Relation, Active, Value Consumption, Occupation) 라이프스타일 특성을 보인다고 한다. 여기에서는 이에 덧붙여 액티브시니어의 라이프스타일을 조금 다른 시각으로 크게 두 가지로 정리하여 살펴보자.

Bankable

소득/소비 수준이 높음
부동산, 연금/예금 등 준비된 노후
자산 유지를 위한 금융 정보/컨설팅 니즈

Relation

기존 관계를 중심으로 사회활동 강화
종교/친목/취미 모임 증가
가족관계 중시

Active

적극적 자기중심 성향
꾸준한 건강 관리
평생 교육, 여가 활동, 자원봉사 참여 활발

Value Consumption

가치소비 성향
여행/등산/골프 등 여가 활동 소비 증가
고급적 성향, 디자인 중시, 외모 투자

Occupation

지속적 근로 활동 희망
경력과 유관한 직업 선호
창업에 대한 정보/교육 니즈가 강함

<액티브시니어 소비 특성: BRAVO Lifestyle>

출처: '액티브시니어가 이끄는 실버 시장의 변화와 준비' KT경제경영연구소

그 첫 번째가 바로 '젊음으로의 회귀'이다. 액티브시니어는 스스로를 '늙었다'고 여기지 않으며, 더 젊게 살고자 하는 욕구를 갖고 있다. 때문에 헬스케어 업계는 물론이고, 외모에 많이 투자하는 액티브시니어의 성향에 따라 패션 및 미용 업계에서도 그 결과가 뚜렷이 나타난다. 60대 할아버지의 청바지 패션, 50대 아주머니의 안티에이징 화장품 애용 등의 트렌드가 모두 액티브시니어의 젊어지고자 하는 성향이 반영된 결과이다. 이는 젊게 늙고 싶은 최근의 '상그릴라 신드롬*' 트렌드와도 연계된다. 또한 액티브시니어는 디지털 기기나 새로운 젊은 문화를 기피하지 않고 자신의 것으로 받아들이려는 성향이 강하다. 실제로 노년층들의 디지털 기기 사용률이 최근 들어 증가하고 있으며, 젊은이들이 주류를 이루었던 미디어에서도 요즘은 노년층을 자주 발견할 수 있다. 이러한 성향의 액티브시니어를 공략하기 위해서는 '50대를 위한 맞춤형 제품'이라는 표현보다는 '당신에게 젊음을 주는 제품'이라는 표현으로 그들의 젊음에 대한 욕구를 자극해야 한다.

상그릴라 신드롬 (출처: 네이버 지식백과)

평생 늙지 않고 영원한 젊음을 누릴 수 있다는 꿈의 낙원을 이르는 상그릴라(Shangri-La)에서 파생된 말로, 젊음과 같은 삶을 지속하는 최근의 열정적인 중장년층 풍조를 의미하는 용어다. 상그릴라는 1930년대 제임스 힐튼의 소설 '잃어버린 지평선'이라는 소설에 처음 등장한 가공의 장소로, 누구나 소망하지만 아무도 이루지 못한 상상의 세계인 '영원한 젊음'에 대한 갈망을 뜻한다. 최근 우리나라 역시 평균 수명이 길어지고 젊음이 경쟁력이 되면서 단순히 외모뿐 아니라 행동, 의식까지 젊음을 닮아가는 중장년층이 늘고 있다.

그리고 두 번째는 바로 '나를 사랑하는 모습'이다. 지금까지 돈을 많이 벌기 위해 혹은 집안의 기반을 잡기 위해 힘들게 희생하며 살아왔다면, 이제 액티브시니어들은 오로지 자신의 행복만을 위해 살아갈 준비가 되어 있는 상태이다. 이미 경제적으로 안정적이고 여생을 위한 기반도 충분히 구축해 두었기 때문에, 그 어떤 제약 없이 남들의 눈치를 보지 않고 스스로에게 투자할 수 있게 된 것이다. 문화 생활이나 어학 공부, 취미 생활, 자원봉사 등 자신이 하고 싶은 활동들을 즐기는 것은 물론이며 자아실현을 위해 새로운 직업을 갖는 일에도 적극적이다. 최근 들어 노년층의 해외 여행이 부쩍 증가한 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 또한, 노년의 사랑 또한 주목할 만 하다. 통계청에 따르면 50세 이상 혼인 건수가 10년 사이에 두 배나 증가했다고 한다. 50~60대에도 자신의 파트너를 찾아 새로운 삶을 시작하고자 하는 것이다. 이러한 트렌드는 모두



액티브시니어,
청춘으로 돌아가 당당하게 삶을
즐기고 있는 액티브시니어의 모습은,
우리 사회의 현재 모습이며 또
우리 모두의 미래 모습이기 때문이다.

시니어 계층들이 나 자신에 더 집중하고 나의 행복을 추구하며 살아가려 하기 때문에 가능한 현상이다. 이러한 트렌드에 주목하여 싱글 노인들을 연결해주는 비즈니스 또한 늘어나고 있다. 이처럼 액티브시니어들의 자기애를 자극하는 새로운 비즈니스 기획, 그것이 그들을 공략하는 또 다른 전략이 될 것이다. 액티브시니어, 그들의 삶에서 우리는 무엇을 배울 수 있을까? 인생의 황혼기에 접어드는 그들이 삶을 대하는 자세는 누구보다 당당하고 적극적이다. 액티브시니어를 단순히 타깃 소비자로 인식하여 '분석'하기 이전에, 그들의 생각과 생활을 먼저 '이해'해 보는 것이 어떨까? 그들의 삶을 먼저 이해하려 노력할 때 더 쉽게 그들과 가까워질 수 있을 것이다. 청춘으로 돌아가 당당하게 삶을 즐기고 있는 액티브시니어의 모습은 우리 사회의 현재 모습이며 또 우리 모두의 미래 모습이기 때문이다.

꽃보다 할배들, 제2의 커리어를 꿈꾸다 New Silver Generation and New Silver Career

이웃 나라이자 고령화 사회의 가장 대표적인 예로 손꼽히고 있는 일본의 경우, 세계 최고 수준의 실버 세대 취업률로 흔들거릴 수 있는 고령화 사회를 뒷받침하고 있다. 그렇다면 우리 나라의 실버 세대는 어떠한가? 우리 나라의 기대 수명 또한 100세 전후로 늘고 있지만, 시니어를 비롯한 실버 세대들은 그들의 늘어난 기대 수명만큼이나 일할 수 있는 기간은 반대로 줄어들고 있는 현실 속에서 노동 시장에서 '뉴 실버 세대'의 새로운 움직임이 나타나고 있다고 한다. 다가오는 한국의 고령화 사회에 대비해 '실버 소비'뿐만 아니라, 제2의 커리어를 위해 준비하고 있는 뉴 실버 세대의 노동 시장에서의 활동에 대해 알아보자. 글 황인혜 기자



흔히 우리는 실버 산업에서 '실버'에 해당하는 50대 이상의 어르신들 혹은 노인들을 그 동안 모아온 돈을 쓰는 '소비'의 주체, 즉 수요의 주체로만 파악하며, 실버 비즈니스 마케팅 혹은 실버 상품에 열을 올리고 있다. 한 예로, 최근 원로 배우들의 유럽 여행으로 큰 화제를 얻은 '꽃보다 할배'를 보는 대부분의 시청자들은 할배들을, 유럽 여행을 하며 여행 상품과 각종 관광 산업을 소비하는 주체로만 인식하고 있다.

하지만 할배들이 직접 유럽 여행을 다니면서 젊은 배우들 못지않게 브라운관을 넘나들며 예능 활동을 하는 것처럼, 대한민국의 실버 세대인 은퇴한 할배들도 역시 주머니에서 돈을 내주는 소비자의 역할 뿐만 아니라, 스스로 주머니에 돈을 채우는 노동 시장의 새로운 공급자임을 알리고 있다.

하지만 아직도 사회는 실버 세대에 대해 퇴직한 뒤 연금 혹은 퇴직금으로 생활을 하거나 자식들에게 용돈을 받는 세대라는 잘못된 생각을 가지고 있다. 정년퇴직의 평균 나이인 65세 이후인 35년은 손자들을 돌보며 집안에만 갇혀있기는 너무 긴 시간임이 분명하다. 때문에 뉴 실버 세대가 불리는 새로운 실버 세대들은 스포츠와 여행 등 건강과 여가를 즐기는 소비 활동뿐만 아니라, 노동 시장에서의 제2의 커리어 쌓기를 하며 실버 세대의 공급자 역할에 열을 올리고 있다.

'뉴 실버 세대'란 정년퇴직 후에도 소일거리로 여생을 보내지 않고, 활발한 활동을 하면서 사회적, 경제적 영향력을 행사하는 고령자 세대를 말하는데, (두산백과) 이러한 실버 세대들이 적극적으로 자신이 쌓아온 커리어와 경험을 사회에 돌려주는 역할을 하고 있는 것이다.

노동 시장의 공급자로서 당당하게 외치다, 실버 세대

여전히 실버 세대들이 노동 시장에서 활약하는 영역은 청년층에 비해서는 미약하나, 과거에 비하면



'뉴 실버 세대'란 정년퇴직 후에도 소일거리로 여생을 보내지 않고, 활발한 활동을 하면서 사회적, 경제적 영향력을 행사하는 고령자 세대를 말하는데, 이러한 실버 세대들이 적극적으로 자신이 쌓아온 커리어와 경험을 사회에 돌려주는 역할을 하고 있는 것이다.

실버 세대의 제2의 취업 시장은 괄목상대의 모습을 보이고 있다. 이는 몇 년 전부터 지속적으로 정부를 중심으로 우리나라가 '노인 일자리 사업'에 열을 올리고 있을 뿐만 아니라 다양한 노인 일자리들이 실제적으로 창출되고 있기 때문이다.

'노인 일자리 창출'이라는 말을 들었을 때 대부분의 사람들은 학교 급식 도우미나 봉사활동과 같이 고정관념을 가지고 실버 세대의 일자리를 떠올린다. 하지만 '실버 세대'인 어르신들의 일자리는 점점 변화하고 있다.

단순 반복 일자리에서 벗어나, 어르신들이 노동 시장의 진정한 공급자로서 자신의 커리어를 가꿔나갈 수 있도록 변화하고 있기 때문이다. 즉, 실버 비즈니스 수요의 주체인 실버 세대들이 이제는 공급자로서 사회에서 자신의 제2의 커리어를 키워갈 수 있도록 하는 제도 및 직업들이 증가하고 있는 것이다.

실버 취준생? 실버 바리스타?

'취준생(취업준비생의 줄임말)'은 20대만 해당하는 것이 아니다. 실버 세대들의 제2 직업에 대한 니즈가 증가하면서, 실버 세대만을 위한 취업 사이트인

'실버잡(www.silverjobs.co.kr)'을 비롯한 다양한 사이트들이 증가하고 있다.

이 사이트에서는 단순 노동직뿐만 아니라 IT 정보통신, 디자인을 비롯하여 교육 및 무역까지 다양한 직업들에 대한 실버 세대 노동의 수요와 공급을 교류할 수 있도록 돕고 있다. 뿐만 아니라, 노인인력개발원 등과 협력해 실버 일자리를 적극적으로 만들어 내려는 사회적 기업들의 등장도 눈여겨볼 만하다. 최근 등장한 실버 세대 일자리 중 가장 인기 있는 직업은 '실버 바리스타'이다. '실버 바리스타' 자격증을 가진 실버만을 채용하는 실버 바리스타 전용 카페가 서울을 비롯하여 지방 곳곳에 있을 정도로 이 직업은 굉장히 인기가 많다. 실버 카페는 고령자에게 할인을 제공할 뿐만 아니라, 실버 세대들을 직접 채용하여 그들에게 '커피'라는 새로운 분야의 커리어를 제공하고 실버 비즈니스의 수요와 공급을 모두 담당하고 있다는 점에서 뉴 실버 비즈니스의 바람직한 방향을 제시하고 있다.

인생은 마라톤, 기초를 충분히 다지는 것이 성공의 밑거름이 된다

차동완 KAIST 경영대학 명예교수 인터뷰

대한민국의 평균 수명은 이미 80세가 훌쩍 넘었다. 세계보건기구(WHO)에 의하면 '2007년 기준으로 건강수명은 일본은 76세, 스위스는 75세, 영국은 72세, 미국은 70세, 그리고 대한민국은 71세'로 기록되어있다. 여기서 말하는 '건강수명'이란 질병이나 노화로 인해 활동이 불편하거나 부자연스러워지기 시작하는 평균 나이를 말한다. 인생을 자유롭게 건강하게 사는 기간을 대략 평균 70년이라고 봐도 1년은 365일이니, 사람은 25,550일 이상을 자유롭게 살아갈 수 있다. 현재 자신의 나이가 20~30대라고 해도 아직 살아가야할 시간은 아직 한참 길다.

글 김민기 기자

인생을 누구보다 뜻깊게 살기 위해서 지금도 수많은 젊은이들은 고민과 도전을 반복하고 있다. 필자 본인도 앞으로의 인생에 대한 고민을 꾸준히 하고 있는데, 필자와 같은 젊은 학생들을 위해 아낌없는 조언과 생생한 인생 스토리를 들려주시분이 있었다. KAIST 식구들에게 이 값진 이야기를 들려주기 위해 Frontier는 발 빠르게 그를 찾아갔다. 한국통신학회 이사, 한국경영과학회 회장, KAIST 정보미디어경영대학원 원장, 이 외에도 일본 IMB 왓슨 연구소, 독인 Darmstadt 공과대학 등 수많은 연구소와 대학에서 초빙 연구원 및 초빙 교수로서 화려한 이력을 자랑하는 주인공은 바로 현재 KAIST 경영대학의 명예교수인 차동완 교수이다. 차동완 교수는 대한민국에 경영과학을 도입한 1세대 석학으로 부임 직후부터 지금까지 IT 경영과학 분야에서 수많은 제자를 배출한 KAIST의 살아있는 전설이다.

은퇴 후에도 여전히 바쁘게 활동하고 있는 차동완 교수를 만나기는 쉽지 않았지만, Frontier와의 인터뷰를 위해 바쁜 스케줄에도 불구하고 기자에게 문을 열어주었다.

Q 안녕하세요? 이러한 인터뷰는 처음이신가요?

안녕하세요. 한번 인터뷰를 해 본적 있어요. KAIST 대전 신문에 제일 오래 근무한 교수로 인터뷰를 한 적이 있어요.

Q 은퇴 후에는 무슨 활동을 하고 계신가요?

현재 건국대학교에서 석좌교수로 지내면서 정보통신대학원에서 IT 혹은 ICT(Information and Communication Technology)에 대해 가르치고 있어요. 그리고 '엠 프론티어'라는 소프트웨어 회사에서 고문으로 일하고 있습니다. 그래서 이들은 건국대에 나가고, 이들은 회사에 나갑니다. 그래도 앞으로 2~3년간 KAIST에서 계속 가르칠 거예요.

Q 지금까지 살아오면서 가장 잘했다고 생각되는 것은 무엇입니까?

A: 유학 마치고 한국에 오자마자 사립대에 안 가고 KAIST에서 그때부터 석박사 학생을 지도했어요. 그때부터 열심히 기초를 다지면서 연구 활동을 하다보니까 당시 제자들이 지금 다른 여러 분야를 이끌어나가고 있어요. 면학 분위기도 좋았고, 지금 그 학생들이 각 분야의 대가와 리더로 성장하는 모습을 보면서 굉장히 뿌듯했어요. 이런 뿌듯함은 KAIST 말고 다른 대학교에 갔다면 못 느꼈을 거예요. 그리고 취미생활을 다양하게 했어요. 운동을 특히 좋아했는데, 당시 검도를 열심히 해서 전국대회 우승도 했어요. 그래서 그런지 은퇴하기 전에 교수님들과 학생들 검도를 지도하기도 했어요. 오래하지는 않았지만 검도를 했던 것이, 지금의 나를 정신적으로 육체적으로 건강하게 살 수 있게 해줘서 참 잘한 것 같아요. 검도 외에도 겨울엔 스키도 타러가고 그래요. 높은 데서도 잘 내려옵니다. (웃음) 다양한 것을 하면서 사니까 지금이 아주 즐거워요.

Q 사회에 발을 내디딜 KAIST 후배들에게 하고 싶은 조언은 무엇입니까?

기본적으로 오랫동안 사회에 큰 기여도 하고 크게 성장하려면, 학교 생활을 하면서 기초를 잘 다져야 해요. 기초 학문에 대해 철저히 잘 갖추고 있어야 됩니다. 솔직히 어느 시대이든 첨단을 걷고 있는 경영 기술들은 2~3년 정도밖에 못가고, 충분히 단기간으로 소화할 수 있습니다. 그래서 기초를 철저히 다져야 합니다. 그리고 두 번째로는, 다양하게 청년 생활을 즐겨야 합니다. 열심히 공부해도 자기 분

야만 파고들면 안 되고, 다른 분야도 충분히 다지고 다른 분야 사람들도 많이 만나봐야 합니다. 자기 자신과 성격이 다른 사람들도 많이 만나보고 그래야 돼요. 축 쳐져서 살지 말고, 다양하게 즐기면서 열심히 살라는 겁니다. 이 두 가지가 합쳐지면 기본적으로 어느 정도는 인생을 값지게, 멋지게 잘 살 수 있을 거예요. 최근에 회사 고문으로 일하면서, 예전에 최적화 쪽으로 가르치곤 했던 것들이, 물류 프로세스랑 공장 제조 공정을 들여다보니까 무언가 쓰일 수 있겠다는 것에 놀랐습니다. 사실 현실도 모르고 직접 체험도 안 해보면서 이런 최첨단 학문을 가르쳤는데, 우리 제자들이 사회적으로 그리고 기업 내에서 잘 적용하고 있는 것을 보면서, 학교에서 가르치는 것들이 현실에서도 이렇게 적용이 될 수 있구나 하는 것을 느꼈어요. 그러니까 배울 때는 힘들더라도 학교에서 배우는 여러 기초들을 잘 다져야 합니다.

Q 마지막으로 하고 싶은 말은?

서류에 말리지 말고, 그때그때 인기 있는 거 너무 쫓지 말고, KAIST 같은 명문 대학에서는 다른 데서 배울 수 없는 것들을 배우는 곳이니깐, 기초를 잘 다져야 합니다. 더 많이 활동하고 많은 사람을 사귀고, 즉, 열심히 살라는 얘기입니다. 그러면 틀림없이 결국 다 돌아오게 되어 있습니다. 마라톤 같은 것도 보세요. 초반부터 너무 앞서나가면 안 됩니다. 기초 체력을 잘 다지고 있는 사람의 경우, 자기 페이스를 잘 유지합니다. 마지막에 다들 떨어져 나가게 되는 것이 마라톤이죠. 기초 체력이 강한 사람은 마지막까지 치고 나갈 수 있습니다. 인생도 마찬가지입니다. 인생의 중반부터 치고 나가려면 기초를 잘 다져야 합니다.

인생의 후반을 누구보다 바쁘고 보람차게 지내는 차동완 교수. 지금의 그를 만들어준 데에는 튼튼한 기초가 있었다고 말한다. 아직 살아갈 날이 많은 젊은 KAIST인들도 그의 말대로 기초를 튼튼히 하여 사회로 쪽쪽 뻗어나가는 인재가 되길 바란다.





2013 사회적기업가 MBA과정 여름해외탐방 에세이

사회적기업, 니카라과에 묻다?

한 2년 정도 되었을 것이다. 내가 사회적기업이라는 분야와 처음 접촉을 시작한 때부터 나는 끊임없이 질문을 받아왔다. “사회적기업이 뭐예요?” 그리고 카이스트에 사회적기업가 MBA에 입학하고 나서는 그 강도가 더 심해, 때로는 공격적이기까지 하였다. 왜냐하면 이제 내 소개를 할 때도 ‘사회적기업’이라는 단어가 들어가게 되었으니까. 이에 더하여 카이스트의 다른 전공 학생들로부터도 끊임 없이 질문을 받았다. 아무튼 질문에 대해 열심히 설명하고 나면, 항상 미적지근한 대답이 돌아온다. “좋은 일 하시네요.” 글 박지호 (사회적기업가 MBA 2013)



사회적기업이 뭐예요?

사실 정말 이제는 사회적기업이 뭐냐는 그 질문이 더 이상 답같지 않다. 그러다 보니 때로는 그것을 전공으로 하는 학생답지 않게도 이렇게 소리를 지르고 싶을 지경이다. “사회적기업이 뭐냐고 그만 좀 물어보세요. 왜냐면 저도 잘 모르니까요.” 부끄럽지만 이 외침이 나의 솔직한 고백인지도 모른다. 2013년 여름, 우리는 사회적기업이 무엇인가에 대해 좀 더 새로운 환경에서 고민해 볼 수 있는 시간을 가졌다. KAIST 경영대학원의 다른 전공 학생들이 즐거운 여름 학기를 위해 스페인과 미국 서부로 떠나거나 휴식을 취하고 있을 무렵, 올해 처음 출범한 우리 사회적기업가 MBA 1기 20명은 거의 하루에 가까운 시간을 바쳐서야 니카라과를 만날 수 있었다. 그야말로 대장정(?)이었다.

니카라과, 들어는 봤는가?

이번에 해외 탐방지로 알게 되기 전까지 나는 그저 그곳이 중남미의 빈국 중의 하나라니 했을 뿐이었다. 그러다 보니 당연히 그곳에 가보리라고는 상상조차 한 적이 없다. 아마 특별한 일이 벌어지지 않는 한 다시 가보기 힘들 것 같다. 왜 니카라과인가? 사회적기업과 니카라과가 어떻게 연결되지? 탐방 전후 2주간의 시간동안 나의 머리를 떠나지 않았던 물음이다. 아니, 감히 추측컨대 함께 길을 떠났던 이병태 교수, 배종태 교수, SK SE센터의 강민정 박사 또한, 한 번쯤은 탐방에 앞서 그리고 그곳에 있는 동안 자문해 보셨으리라.

니카라과에 사회적기업의 모델이...?

니카라과는 아메리카 대륙의 중앙에 위치한 남반보다 조금 큰 나라다. 태평양과 카리브해를 양 옆에 끼고 백만여 인디오들이 평화롭게 살고 있던 이곳에 16세기 초 스페인이 침공하여 무차별적인 테러와 겁탈로 20여 년 만에 인구의 90%를 멸절시켰고 혼혈도 급증하여 현재는 인구의 70%가 스페니쉬와 인디오의 혼혈인 메스티조이다. 1821년 스페인으로부터 독립한 이후 미국이나 영국 등 외세가 개입하여 내전과 내란이 거듭되고 독재 정부에 의한 무자비한 압박에 시달리며 중남미에서 가장 가난한 나라 중 하나가 되어 오늘에 이르렀다. 그곳에 Greg Van Kirk라는 세계적인 사회적기업가가 설립한 Social Entrepreneur Corps라는 단체가 운영하는 사회적기업 전문 워크샵이 운영되고 있다는 것. 그가 개발한 마이크로 컨사민트라는 사회적기업의 모델을 보기 위함인 탐방의 주목적이었다. 그 전문 워크숍은 지역 사람들이 스스로 기업이 마인드를 가지고 지역에 필요한 물품을 공급하고, 지역 경제를 활성화시키는 일을 하고 있다. 그는 이 사업을 과테말라에서 시작해 중남미 전역에 확산시켜 나가는 중이다. 그래 그가 이론 성과와 현황을 확인하는 일, 그를 통한 벤치마킹이 곧 우리 활동의 핵심이 될 터였다. 그다지 편치 않았던 니카라과 탐방을 마치고 돌아온 후, 서울의 친구들은 어김

없이 질문을 던져 왔는데, ‘거기 왜 갔어?’였다. 언제나 그렇듯 나에게 깨달음은 늘 늦게 찾아왔다. 게으름의 탓이 크거나와 새로움에 대한 탐험심이 적은 나의 부족함이 부끄럽다. 니카라과가 준 가르침이랄까, 생각의 갈래를 정리해 본다. 첫째, 아무도 가지 않는 곳으로 가라. 나는 확신한다. 우리 사회적기업가 MBA 1기는 니카라과를 다녀온 비율로 따지면, 대한민국 0.1%이다. 니카라과에 다녀와 본 한국 사람이 얼마나 되겠는가? 원론적인 이야기가 될지 모르지만, 남들이 모두 가는 곳은 사회 변화를 꿈꾸는 사회적기업가에게 ‘자극’을 많이 줄 것 같지 않은 곳이다. 남들이 많이 찾는 곳은 이미 잘 정비된 인프라로 굳이 사회적기업이 감당할 만한 수요가 그만큼 적을 것이기 때문이다. 그곳에 가서 혁신을 이루어내는 일은 사회적기업의 차원에서 이루기 어려운 분야가 될 것이고, 가능성은 매우 희박하다. 둘째, 높아져 있던 시선을 낮춰라. 우리는 감각적이고 맛있는 것들에 많이 노출되어 있다. 하지만, 시선을 끊임없이 위에 두고 피라미드의 꼭대기를 향해 모두가 나아가면, 거의 대부분의 사람들은 불행해 질 수밖에 없다. 위너는 매우 소수이고 그 위너 또한 불안해한다. 얼마나 갈지 모르기 때문이다. 하지만 시선을 아래로 향하고, 낮은 곳, 소외되어 있는 곳으로 가면 이야기가 달라진다. 셋째, 의미는 만들어 가는 것이다. 니카라과에 가기 전후 나는 왜 니카라과인가에 대해 생각했다. 아니 그 이전에 왜 사회적기업인가? 왜 나는 이 공부를 하고 있지? 내가 잘 할 수 있을까? 첫 학기 동안 수업을 통해 사회 이슈를 파악하고, 사회 문제에 대해 천착하는 과정은 위와 같은 자문과 고민에 대한 답을 구하는 시간이기도 했다. 결론은 늘 내가 할 수 있는 것이 너무나 미미하다는 것이었다. 그 절망과 깨달음의 과정이 곧 의미를 찾고 만드는 과정은 아닐까 싶기도 하다.

니카라과에서 답을 얻었나?

많은 사람들이 “사회적기업? 그거 얼마나 가겠어? 그거 완전 정부 선전용 버블 아니겠어? 모르긴 몰라도 예전에 닷컴붐 때처럼 거품이 금방 꺼질거야.” 이렇게 이야기하는 것을 종종 듣는다. 그리고 사회적기업 분야에 있는 많은 분들도 상당 부분 이 이야기에 동의하는 분위기다. ‘사회적기업’이라는 이름은 단지 껍데기일 뿐이라는 것이 나의 생각이다. 혁명가, 독립 운동가, 선교사? 단어는 중요하지 않다. 우리는 끊임없이 변화를 추구하는 사람들이고 우리가 믿는 가치와 신상에 따라 세상을 더 살기 좋은 곳으로 만들고 싶어 단말이 난 사람들이다. 비록 ‘사회적기업’이라는 이름을 달고 있지는 않았지만, 역사 속에서 긍정적인 변화를 불러 왔던 많은 사람들이 걸어 온 길을 기억한다. 그래서 나는 감히 용기를 내어 이야기한다. “사회적기업? 그 단어 따위는 없어져도 상관없다.” 나는 오늘날 사회적기업가 MBA 동기들의 열정과 고뇌 그리고 그들의 발걸음을 통해 확신을 얻는다. 이들이 있는 한 희망은 충분히 크고 밝다.

KAIST 기업가정신 원정대 STORY

‘KAIST 기업가정신 원정대’는 전세계가 벤치마킹하고 있는 기업가정신의 요람 ‘실리콘밸리’를 찾아 무작정 길을 나선지 9주 만에 돌아왔다. 이들은 원정대 활동을 통하여 무엇을 보고, 배우고, 느꼈을까? 고지훈(29)·류선중(32)씨는 KAIST 정보미디어 MBA 2013 Class 동기로서 ‘KAIST 기업가정신 원정대(KAIST Entrepreneurship Expedition)’를 결성해 지난 9주 동안 미국 샌프란시스코의 실리콘밸리를 돌며 기업가정신을 바탕으로 각 분야에서 활약하고 있는 약 80명의 Entrepreneur·Intrapreneur들을 만나고 돌아왔다.

글 고지훈·류선중 (정보미디어 MBA 2013)



프로젝트를 준비하는 단계에서는 막연히 실리콘밸리에 대한 환상이나 동경이 있다는 생각 하에 단순히 실리콘밸리의 화장한 모습이 아닌 실리콘밸리를 구성하고 있는 ‘사람’에 초점을 맞춰서 꾸밈없는 실리콘밸리의 ‘생얼’을 보고 돌아오자고 생각했다.

류선중 대원과 고지훈 대원은 “기업가정신이 도대체 무엇인지에 대해 토론을 하다가 기업가정신을 가장 쉽고 다양하게 찾아볼 수 있는 곳이 실리콘밸리라고 판단해 그곳의 생태계를 탐방해 보자고 의견을 모았고, 이 프로젝트가 개인의 성장은 물론 우리 사회에도 의미가 있는 일이라고 판단했다”며 원정대 결성 배경을 이구동성으로 설명했다. 또한, 이들은 프로젝트를 준비하는 단계에서 막연히 실리콘밸리에 대한 환상이나 동경이 있다는 생각 하에 단순히 실리콘밸리의 화장한 모습이 아닌 실리콘밸리를 구성하고 있는 ‘사람’에 초점을 맞춰서 꾸밈없는 실리콘밸리의 ‘생얼’을 보고 돌아오자고 생각했다.

류 씨는 “저희를 포함하여 취업과 창업 사이에서 고민하는 한국의 청년들에게도 형형색색의 도전 이야기를 있는 그대로 전달해 주고 싶었다”며 “실리콘밸리에서 경험한 생생한 내용을 책으로 내는 것이 기업가정신 원정대의 1차 목표”라고 밝혔다.

고 씨와 류 씨는 실리콘밸리에서 기업가정신을 갖고 도전하는 앙트러프러너들로부터 적잖은 충격을 받았다고 했다.

류 씨는 우선 “삼성전자를 그만두고 빅 데이터를 이용한 진로 상담 서비스를 창업한 한신환(34) 대표가 생각난다”면서 “그는 밥도 종종 굶고, 사무실 간이 침대에서 생활하며 투자를 갈망하는 상황인데도 지금이 더 행복하다고 했다”고 소개했다.

고 씨는 “명문대 2학년을 마치고 돌연 실리콘밸리로 떠나 ‘결혼 준비 지원’ 앱 서비스를 창업한 민혜정 씨가 기억에 남는다”고 말했다. ‘Merry Marry’라는 서비스로, 신랑과 신부가 케이크 집이나 드레스점 등 작은 업체들을 골라 한번에 계약할 수 있게 하는 프로그램이다. 고 씨는 “22살 아가씨가 30대 중반의 엔지니어들을 거느리고 경영하는 것을 보니 ‘작은 거인’이 따로 없었다”고 뿌듯해했다. 두 사람은 “실리콘밸리는 개인의 아이디어와 비전을 가장 중요하게 생각하는 것 같았다”고 입을 모았다. 고 씨는 “한국에서는 듣지도 보지도 못한 창업자가 명함을 내밀면 관심을 갖지 않는데 이곳에선 창업한다고 하면 굉장한 관심을 갖고 무슨 서비스인지, 어떤 아이템인지를 계속해서 물어 본다”고 실리콘밸리의 분위기를 전했다.

이어 “한국은 보통 의대 나와서 의사 되고, 법대 나와서 법조인 일을 하는 것을 성공이라고 생각하지만 거기 사람들은 그렇게 생각하지 않는 것 같다.”고 덧붙였다.

류 씨는 “스탠퍼드 의대에 입학해 컴퓨터 공학에 반해서 전공을 바꾸고, 또 2년간 리조트에서 요리사로 일했던 엔지니어를 만났다”면서 “그는 돌고 돌아온 그 시간을 낭비라고 생각하지 않아서 좀 놀랐다”고 밝혔다.

또 “작은 프로그램 하나로 당장 2억여 명이 편리해진다는 성취감 때문에 구글이나 애플 같은 회사에 들어갈 ‘스펙’을 갖추어도 작은 소셜 네트워크 서비스



(SNS) 업체의 엔지니어로 일하는 사람도 있었다”고 소개했다. KAIST 기업가정신 원정대는 실리콘밸리 구성원들의 유연함과 그것을 존중하는 사회 분위기로 인해 스티브 잡스 고(故) 애플 최고경영자(CEO)나 마크 저커버그 페이스북 CEO가 나온 것이 아니겠느냐고 분석했다.

한국식 실리콘밸리의 성공 가능성에 대해

“한국에 다양성을 존중하는 사회 분위기가 자리를 잡는다면 우리도 미국의 실리콘밸리와 경쟁해 볼 만한 것”이라면서 “지금 애플과 ‘맛짱’ 뜰 수 있는 나라가 한국밖에 더 있느냐”고 자신감을 내비쳤다.

하지만 KAIST 기업가정신 원정대는 우리나라가 미국의 실리콘밸리를 그대로 따라 해서는 안 된다고 목소리를 높였다. 고 씨는 “그곳의 비즈니스 생태계와 우리의 창업 생태계가 다르기 때문에 실리콘밸리를 ‘복사·붙여넣기’로 해서 옮겨올 생각을 해서는 안 된다”고 주장했다.

또한, 이들은 이런 경험을 통하여 원정대원들의 진로에 대한 생각도 바뀌었냐는 질문에 “취업인지 창업인지는 그리 중요치 않습니다. 내가 뭘 좋아하고 어떤 분야에 흥미를 느끼는지, 그게 세상을 어떻게 바꿀 수 있을지가 더 큰 선택지입니다. 최소한 앞으로는 돈을 쫓거나 타인의 평가에 일희일비하진 않을 것 같습니다.” 라는 말을 들려주었다.

이들은 “프로젝트를 진행하면서 이미 책 출간 이상의 경험을 했다”면서 “KAIST 기업가정신 원정대가 앞으로 2기, 3기로 이어졌으면 좋겠다”고 말했다.



IT & Media Start-Up Core Insight

10월 11일(금), KAIST 경영대학 최종현 홀은 아침부터 미디어 프론티어를 준비하는 학생들과 사전등록한 참석자들로 북적거렸다. 정보미디어 MBA 학생들이 연례행사로 직접 기획, 준비한 미디어 프론티어 행사를 취재해 보았다. 글 임규미 기자



제6회를 맞이한 미디어 프론티어가 10월 11일 금요일, 최종현 홀에서 개최되었다. 'IT & Media Start-Up Core Insight'라는 주제로 개최된 이번 행사는 다양한 분야에서 Start-Up의 성공가도를 달리고 있는 창업자들의 강연과 패널 토의로 진행되었다. 행사는 13시 30분, 참석자들로 가득 찬 최종현 홀에서 정보미디어 경영대학원 이희석 원장의 개회사, 경영대학 한민희 학장의 축사로 화려한 막을 올렸다. 벤처기업의 선구자 이민화 벤처기업협회 명예회장의 기조연설을 시작으로 창업 시장의 다크호스라 불리는 K CUBE 벤처스 임지훈 대표강의와, OGQ 산철호 의장이 Start-Up의 가능성과 위험성을 본인의 사례를 들어 실감나게 발표해 주었다. 다음으로 영화 추천, 리뷰 서비스 '왓차'로 유명한 박태훈 대표가 네이버를 추월한 경험담으로 이목을 집중시켰으며, '장기하와 얼굴들'을 발굴해낸 붕가붕가 레코드의 고건혁 대표가 등장하여 인디 음반 업계의 창업에 대해 강연해 주었다. 초청 연사 후 이어진 KAIST 학생들의 강연 또한 열기가 뜨거웠다. 실리콘밸리에서 Start-Up에 성공가도를 달리고 있는 한국인들을 취재하고 온 류선중, 고지훈(정보미디어 MBA) 학생들이 실리콘밸리에서의 경험을 바탕으로 느끼고 배운 기업가정신을 전달해 주었으며, 다음으로는 사회적기업 어

반플레이를 1년째 운영하고 있는 김선혁(사회적기업가 MBA) 학생 연사가 직접 회사를 운영하면서 느끼는 정체성에 대한 고민을 나누며, 창업에 관심이 많거나 직접 하고 있는 참석자들의 공감을 불러 일으켰다. 강연이 끝나고 20분간의 네트워킹 및 티타임 시간 후, Start-Up 패널 토의가 이루어졌다. 이병태 교수가 진행을 담당하였고, 패널로 KT NexR 한재선 대표, 싸이월드 창업자이자 미쉬팟을 운영 중인 형용준 대표, IDG 벤처스 박광일 대표, 사회적기업 '위누' 허미호 대표가 참여하였다. 약 2시간가량 진행된 패널 토의는 Start-Up의 현실을 논하는 비교적 진지한 분위기 속에서 진행되었다. 실 Start-Up의 환경, 자금 조달 등의 문제들이 토론되었고, 마지막 Q&A 시간에는 참석자들의 열띤 질문 공세로 실제 예상했던 종료 시간을 훌쩍 넘겨 막을 내렸다. 순수 정보미디어 학생들의 힘으로만 기획, 진행된 제6회 미디어 프론티어는 쉽게 접할 수 없었던 벤처 투자, 음악, 영화 등 다양한 분야에서 성공을 거두고 있는 창업자들을 초청하여 참석자들을 매료시켰고, 패널 토론 또한 패널들과 참석자들의 적극적 참여로 성공리에 개최되었다는 평을 받았다. 이어, 내년에 개최될 제7회 미디어 프론티어는 어떤 주제로, 어떤 강사들이 초청되어 강연을 펼칠지 벌써부터 기대가 된다.



KAIST Model ITU 2013

10월 18일(금), 정보통신기술 분야의 올림픽에 비유되는 '2014 ITU 전권회의'를 D-365 앞두고 세계 각국의 학생들이 KAIST 최종현 홀로 모였다. 이는 KAIST 경영대학 학생들이 올해 2월부터 동아리를 만들어 ITU의 각국 대사 역할을 맡아 토론과 협상, 결의안 작성 등을 통해 IT 강국으로서의 한국의 국제 위상을 높이고자 기획한 행사이다. 세계 각국의 학생들이 모여 IT 정책 및 외교 선도국이 되는 데 기여하는 이 행사를 취재해 보았다. 글 신지은 기자

이번 청년 ITU 전권회의는 미래창조과학부가 주최하고, KAIST가 주관한 행사로 KAIST 경영대학생을 포함하여 전국 50여 명의 대학생 및 대학원생들이 모여 실제 ITU 전권회의와 동일한 방식으로 진행되었다. 캐나다, 인도네시아, 이집트, 아프가니스탄 등 세계 각국의 국적을 가진 여러 대학 유학생들도 참가해 글로벌 IT 이슈에 대해 심도있는 논의가 있었다.

참가자는 각각 의장, 부의장 및 48개 이사국을 대표해 '전자폐기물의 효율적 처리 방안'을 의제로 각국의 입장을 발표하고 서로의 외교 역량을 겨뤘다. 전자폐기물이란 컴퓨터, 휴대전화 등 전자기기에서 배출되는 산업 쓰레기이다. 2012년 기준 전 세계에서 배출된 전자폐기물은 총 4500만 톤에 달하며, 기후변화 문제의 주요 원인으로 지목돼 세계 각국에서 대응책 마련에 고심하고 있다. ITU 또한 이 문제의 심각성을 인지하고 전자폐기물 관리 프로그램 개발 등 관련 활동을 지속적으로 추진 중이다. 이에 대해 학생들은 아메리카, 유럽, 아시아 등 5개 지역 193개국의 입장에서 지역별 결의안을 완성한 후 본회의를 통해 논의 결과를 취합, 최종 결의문을 채택하였다.

이 날 행사에서는 국제회의 및 실제 ITU SG(스터디그룹)에서 활동 중인 5명의 전문가 심사위원이 학생들의 토론 과정을 발표력, 영어 능력, 논리적 설득력, 협업 능력 및 참여도 등으로 평가하여 필리핀을 대표한 고려대학교 김민우 학생에게 최우수상인 미래창조과학부 최문기 장관상을 수여하였다. 또한 주도적으로 행사를 준비한 KAIST의 학생 동아리인 'MITU(Model ITU)' 또한 단체 공로로 미래창조과학부 최문기 장관상을 수상하였다.

또한 이 행사에는 KAIST 강성모 총장을 비롯해 ITU 하마둔 투레 사무총장, 미래창조과학부 윤종록 차관, 2014년 ITU 전권회의 민원기 의장 예정자 등 관련 분야 전문가들도 참석해 큰 관심을 보였다. 이 행사를 기획하고 주관한 KAIST 경영대학은 매년 지속적으로 모의 대회를 개최해 향후 아시아권 MBA 학생들이 ICT 문제에 대해 함께 논의할 수 있는 행사로 발전시킬 계획이다.

KAIST 학생동아리 'MITU' 회장이자 창립자인 IMMBA 전공 신지은 학생은 "모의 ITU 전권회의 행사를 통해 국제회의 기획, 학술적 교육, 홍보, 섭외, 회의진행, 의전 등 국제회의의 전 과정 체험할 수 있었다. 특히 미래창조과학부의 지원으로 아시아태평양 ITU 지역회의에 Observer로 참석하거나, 매주 UN의 공식 언어인 영어로 진행되는 회의를 통해 외국인 학생들과 자주 커뮤니케이션할 수 있는 기회를 얻어 실질적인 도움이 되었다. KAIST의 IT 기술기반 경영지식을 바탕으로 국제화 시대에 능동적 의식 함양할 수 있는 이번 행사가 단기로 끝나지 않고 KAIST를 대표하는 지속적인 행사가 될 수 있도록 최선을 다하겠다" 라는 포부를 밝혔다.

KAIST 경영대학 한민희 학생은 "테크노 MBA, 금융 MBA, 정보미디어 MBA 등을 운영하며 기술과 경영을 두루 이해하는 인재를 양성해온 KAIST 경영대학에서 이러한 행사를 진행하게 돼 뜻깊게 생각한다"며 "학생들이 모의대회를 통해 국제적인 문제들에 대해 책임감과 전문성을 갖춘 글로벌 리더로 성장할 수 있도록 적극 지원하겠다"고 말했다. 모의 ITU 전권회의의 성공적인 개최를 축하하며, 이번 첫 회의의 성공을 발판으로 앞으로 KAIST의 대표 동아리가 되어 글로벌 리더의 양성소가 되는 그날을 기대해본다.



ITU 전권회의란?

ITU 전권회의는 세계 193개국 장관급 대표와 전문가 등 약 3,000명이 모이는 ITU 최고위 의사결정 기구로 '정보통신 분야의 올림픽'이라 불린다. 4년에 한번 개최되며 정보통신표준, 인터넷, 정보격차, 위성·전파 등 글로벌 ICT 정책을 최종 결정한다. 한국은 1994년 일본에 이어 아시아에서 두 번째로 제19차 ITU 전권회의를 유치했으며, 내년 10월 부산에서 개최될 예정이다. 정부 관계자뿐만 아니라 자사의 기술을 표준으로 인정받기 위해 노력하는 기업들의 관심도 지대해 ICT 강국으로서 한국의 국제적 위상을 높이는 데 기여할 것으로 평가된다.





퇴직 연금 및 은퇴 분야의 전문가 동문을 찾아가다

맹민재 상무 (미래에셋 상무, 금융 MBA 2000학번)

이번 호의 주제인 시니어 산업과 관련된 일에는 여러 가지가 있겠지만, 이 중 연금 저축, 연금 보험 등의 시니어 금융은 가장 큰 산업 중 하나일 것이다. 이에 관련된 업무에는 어떠한 것이 있고, 어떠한 인재가 되어야 하는지에 대해 듣기 위해 미래에셋증권 기업RM 부문의 맹민재 상무를 찾아가다.

미래에셋증권은 시니어 산업 및 은퇴 분야에 많은 관심을 가지고 국내 최초로 퇴직연금 및 은퇴 분야의 전문 연구기관인 '미래에셋퇴직연금연구소'를 만들었으며, 다양한 상품개발과 차별화된 서비스 역량으로 퇴직연금 시장의 발전과 고객의 평안한 노후를 위한 성공적인 자산운용을 돕고 있다.

글/취재 전주환 기자

Q 먼저 선배님께서 말고 계신 업무에 대해 설명 부탁드립니다.

미래에셋증권에 입사한 후 줄곧 퇴직연금 컨설팅 그리고 퇴직연금 영업본부의 본부장으로서 역할을 해왔고 현재는 미래에셋증권 기업RM 부문 본부장을 맡고 있습니다.

RM(Relationship management) 부문에서는 기업 고객을 대상으로 퇴직연금을 비롯하여 IPO, 증권 및 채권발행 등 자금조달과 자금관리를 위한 컨설팅 등 증권회사가 제공할 수 있는 최적의 서비스를 제공하여 금융 주치의로서 고객과의 관계를 공고하게 하는 업무를 담당하고 있습니다.

Q 어떤 경로의 커리어로 미래에셋에 입사하게 되셨나요?

1989년 삼성생명에 입사한 후 2007년 4월까지 삼성생명의 기업신용심사 업무와 퇴직연금 Consulting 분야에서 근무했습니다. KAIST 금융MBA를 졸업 후 본격적으로 퇴직연금 시장에 눈을 돌려 이 쪽 분야에 발을 들인 뒤 지금까지 약 10년간 퇴직연금 분야에서 일하고 있습니다.

Q KAIST 금융MBA를 선택하시고, 가장 좋았던 점은 무엇인가요?

기업신용심사 업무를 하다 보니 자연스럽게, 금융의 본질 및 선물, 옵션 등 파생상품에 관심을 가지게 되었습니다. 물론 회사 업무에서도 익히고 배우는 것이 많았지만 체계적으로 배우고 싶다는 욕구가 커지던 차에 온 좋게 KAIST MBA 과정을 접할 수 있었습니다. KAIST에서는 그 당시 어느 학교와 비교할 수 없는 실질적이고 실용적인 금융 수업을 제공해 주었습니다. 실제로 졸업 이후 퇴직연금 컨설팅 업무를 하는데, 학교에서 배웠던 많은 것들이 실무에 연결되는 것을 느꼈습니다. 특히 퇴직연금의 경우, 기업의 퇴직자산과 부채의 변동 및 그 차이에 민감한 사업입니다. 이를 관리할 때 사용되는 기법인 ALM(Asset & Liability Management)은 실무에서 유용하게 쓰이는데, 이것을 KAIST에서 배우지 않았더라면 쉽게 적용할 수 없었을 겁니다. 이렇듯 KAIST에서는 실무와 직접적으로 연계된 최근의 금융 기법을 배울 수 있어 좋았습니다.

Q 이번 호의 주제가 실버 산업 및 시니어 산업입니다. 앞으로의 시니어 산업 및 시니어 금융에 대한 전망에 대해 어떻게 생각하십니까?

앞으로는 시니어 산업, 특히 은퇴자 및 은퇴를 앞둔 세대와 관련된 시장이 급속도로 커질 것이고 이와 관련된 산업들 역시 많은 혜택을 볼 것이라 예상합니다. 한국보다 고령화가 더 진행된 일본의 경우가 좋은 예라고 생각합니다. 일본의 기업과 금융기관들은 이미 오래 전부터 구매력을 가지고 있는 시니어들을 타겟으로 하고 있었습니다. 최근 우리나라의 즉시연금 등의 개인연금시장, 제가 맡고 있는 퇴직연금 시장 또한 그러한 예에 해당합니다.

퇴직연금의 경우는 이제 도입기를 지나 막 제2의 국면에 접어들고 있습니다. 현재 시장의 규모는 약 70조 정도이나, 국가가 보장하는 국민연금에 비하면 턱없이 모자란 수준입니다. 이에 꾸준히 규모가 증가하여 그 시장의 매력도가 커질 것이라 예상됩니다.

Q 마케팅 관점에서의 퇴직연금 시장에 대한 전망은 어떤가요?

이제까지의 퇴직연금 시장이 더 높은 M/S를 차지하기 위한 금융회사 간 고금리 상품 제공 등의 출혈 경쟁이었다면 앞으로 확보된 M/S를 늘리기 위해서는 차별화된 서비스 역량이 주요한 마케팅 요소가 될 것으로 판단됩니다. 또한 제도 도입기에 과도기적으로 보여지고 있는 DB(확정급여형)제도의 집중도 완화, 즉, DC(확정기여형)제도의 비중 증가가 예상되고, 적립금의 운용에 있어서도 원리금보장형 상품으로만 운용되던 보수적 운용형태에서, 저금리추세에 대응하기 위한 실적배당형 상품 비중을 늘리는, 이전보다는 적극적으로 운용하는 시장으로 점차 바뀔 것으로 전망됩니다.

Q 마지막으로 KAIST 경영대학 후배들에게 알찬 대학원 생활을 위한 말씀 부탁드립니다.

대학원 시절 많은 학문적 경험을 쌓고 미래를 위해 대비하는 것이 필요하다고 생각합니다. 최근 금융업을 지원하는 지원자들의 스펙이 화려해지고 있

퇴직연금의 경우는 이제 도입기를 지나 막 제2의 국면에 접어들고 있습니다. 현재 시장의 규모는 약 70조 정도이나 국가가 보장하는 국민연금에 비하면 턱없이 모자란 수준입니다. 이에 꾸준히 규모가 증가하여 그 시장의 매력도가 커질 것이라 예상됩니다.



습니다. 이들과 차별화를 두기 위해서는 급변하는 경제 정세에 휘둘리지 않고 중장기적이고 객관적으로 금융업을 통찰할 수 있는 자기만의 힘을 길러야 할 것입니다. 자신이 관심이 있고, 직업으로 삼고 싶은 업무에 대한 학문적 지식과 실험적 경험을 깊게 쌓으십시오. 금융 관련 자격증을 취득하는 것도 한 방법입니다. 그런 역량이 모아지면 자신을 특별하게 만드는 엿지가 될 것입니다. 또한 아직까지 금융업은 많은 선행 연구가 필요한 산업입니다. 지금 투자한 시간과 열정으로 쌓는 지식과 경험이 여러분을 미래의 한국 자본시장의 주인공으로 만들어 줄 것입니다.

언제 어디서든 배움을 멈추지 않는 기업인

조갑주 동문 (신송식품 회장, AIM 제6기, AIM 5대 총 동문회 회장 역임)

‘건강한 음식’에 대한 사회적 관심이 점점 높아지고 있는 가운데, 다양한 기술 개발로 젊은 층에서 장노년층까지 건강하게 즐길 수 있는 식품에 몰두하고 있는 회사가 있어서 취재해보았다. 사업다각화를 위한 상장 준비로 모두가 바쁜 데도 흔쾌히 질문에 답변해주신 조갑주 동문께 감사 드리며 애정과 열정이 담긴 인터뷰를 소개하고자 한다. **취재 정현식 기자**

Q 현재 경영 일선에서는 물러나 계시지만 CEO로 몸담고 계셨던 신송홀딩스에 대해 간략히 설명해주시겠습니까?

당사는 전분과 장류 제조업을 영위하는 전문사업자회사를 보유하고 있는 지주회사로서 현재는 단백질, 전분 등을 제조·판매하는 신송산업(주)과 간장, 고추장, 참기름 등 한국고유식품을 제조·판매하는 신송식품(주)을 완전자회사로 보유하고 있습니다.

Q 얼마 전 상장 요건을 충족하였다는 기사를 보았는데, 혹시 상장 후 사업적으로 어떤 변화를 계획하고 계신가요?

당사는 이미 곡물사업에 진출하여 해외곡물 소싱을 지속적으로 확대하고 있어요. 또한, 사회적으로 건강식품에 대한 선호가 높아짐에 따라, 장류와 같은 발효식품 제조회사로서 미생물과 발효기술을 이용한 사업다각화에 더욱 투자할 계획입니다. 이에 한국거래소 유가증권시장 주권상장을 통해 투자자금을 조달하고자 모두가 바빠 움직이고 있습니다. (인터뷰 당시, 신송홀딩스는 증권신고서를 막 제출하고 본격적인 기업공개 절차에 들어갔으며, 지주회사로서 직상장하는 첫 사례다.)

Q 이번 프론티어 주제가 시니어 마케팅입니다. 식품과도 많은 관련이 있을 것 같은데, 이에 대해 염두해 두고 계신 부분이 있나요?

사회적으로 건강식품에 대한 관심이 아주 높아지고 있어요. TV, 신문 등 각종 매체를 통해 알 수 있듯이 한국인의 염분 섭취량이 권장 섭취량을 훨씬 웃돌잖아요. 저희 회사는 이미 세계 최저염도 고추장, 된장의 제조·판매를 목표로 하여, 염도를 낮춘 제품을 시장에 공급함으로써 국민 건강에 이바지하고 있습니다. 저희의 이런 생각은 시니어분들을 위한 대용 식품으로도 이어지는데요, 시니어들께서 좋아하실 뿐만 아니라 간편하게 먹을 수 있는 된장국 위주의 대용식 제품을 출시하였습니다.



사회적으로 건강식품에 대한 관심이 아주 높아지고 있어요. TV, 신문 등 각종 매체를 통해 알 수 있듯이 한국인의 염분 섭취량이 권장 섭취량을 훨씬 웃돌잖아요. 저희 회사는 이미 세계 최저염도 고추장, 된장의 제조·판매를 목표로 하여, 염도를 낮춘 제품을 시장에 공급함으로써 국민 건강에 이바지하고 있습니다.

Q 동문님께서 입학한 97년도에는 IMF 구제금융으로 경제 상황이 안 좋았고, 50대의 나이에 오랜만에 학업에 열중하셨는데 어려움은 없으셨는지요.

‘배움은 젊음의 샘이다. 아무리 나이가 많이 들었더라도 배움을 멈추지 마라’라는 말이 있어요. 배움에는 나이도 없고 끝도 없다고 생각합니다. 급변하는 현대사회에서 항상 그려해야 하지만, 특히 IMF 경제위기 당시 새로운 시장 환경과 변화, IT의 중요성에 대해 KAIST에서 우수한 교수님 및 동료 경영인들과 함께 배운 것이, 오늘날의 신송을 일구는데 큰 도움이 되었습니다. 오히려 어려웠던 당시 상황으로 인해 기업인으로서 더 책임감을 가지고 열심히 공부할 수 있었던 것 같아요.

Q 그렇다면 실제 경영인으로서의 경험에 비추어 보았을 때, 학교에서 배우기 어려운 것들은 어떤 것이 있을까요? 혹은 학문과 실제 경영에서 느낀 차이가 있으셨는지요.

‘백문이 불여일견’이라고 하지만 한 번 보는 것보다 더 좋은 것은 직접 경험으로 얻은 지식입니다. 학교에서 배운 지식을 본인의 것으로 만들기 위해서 필요한 것은 경험이며, 체득화된 경험을 토대로 한 지식은 경영 활동에 있어 큰 보탬이 될 거라고 확신해요. 단, 그러기 위해서는 학교에서도 공부를 충실히 해야 해요. 누구나 경험을 할 수 있지만, 기초가 튼튼히 다져진 사람만이 그 속에서 교훈을 얻는 법이지요.

Q 경영인을 꿈꾸는 후배들에게 존경 받는 선배님으로서 조언 부탁드립니다.

수많은 정보가 홍수처럼 넘쳐나고 무서운 속도로 발전하고 있는 현대사회에서 경영인은 전문가들의 조언을 경청할 수 있는 오픈마인드를 지니고, 모든 건에 대해 잘 안다는 오만과 착각을 극복한 냉철함을 지녀야 해요. KAIST 최고정보경영자 과정은 제게 이러한 소양을 발전시킬 기회와 IT 트렌드의 시대 변화를 준비할 수 있는 마음가짐을 갖게 해준 소중한 과정이었습니다. 지금 이 시간에도 학업에 열중하고 있는, 대한민국의 밝은 미래를 이끌어갈 예비 경영인들도 학교에서 다양한 지식과 경험을 쌓길 바랍니다.



미래를 만들어가는 사람들, 녹색 정책 프로그램 1기



긴 방학 후 다시 활기로 가득 찬 학교에서 유독 활기차 보이는 새로운 얼굴들을 발견했다. 그 주인공은 바로 이번 학기부터 KAIST의 새 식구가 된 녹색 정책 프로그램 1기 학생들이었다. <녹색 정책 프로그램>은 KAIST 녹색성장대학원의 대표 프로그램으로써, 녹색성장의 원리와 녹색 기술의 특성을 이해하고, 기후변화와 에너지 고갈 등 국제환경변화에 대비해 효과적인 녹색 정책을 수립할 수 있는 국제적인 안목을 지닌 정책 전문가를 양성하고자 올해 새롭게 개설되었다. '녹색'이라는 주제 아래 현재보다 미래를 더 고민하고 있는 15명, 녹색 정책 프로그램 1기 학생들을 직접 만나보자. 글 박혜림 기자

Q 안녕하세요, KAIST의 식구가 되신 것을 환영합니다. 이렇게 녹색 정책 프로그램 1기 여러분들을 만나 뵈게 되어 반갑습니다. 먼저 녹색 정책 프로그램에 대해 간단히 소개 부탁드립니다.

(장병일) 안녕하세요. 녹색 정책 프로그램은, 녹색 성장이라는 새로운 패러다임이 시작되면서 이러한 시대적 요구에 부응할 핵심 인재를 육성하기 위해 생긴 곳이에요. 졸업 후 여러 방면으로 진출하게 되겠지만 대부분은 국제기구 쪽으로 진출하려는 생각을 갖고 있어요. 다양한 분야의 경력을 가진 다양한 친구들이 모여서 지금은 같은 방향을 향해 가고 있는 셈이죠.

Q KAIST에 오기 전에는 어떤 일들을 하셨나요?

(박종근) 저는 일반 대기업에서 석유개발 업무를 5년 정도 했어요. 에너지를 가지고 전력을 생산한다는 점에서 지금 배우고 있는 녹색의 신재생 에너지와도 연관이 있죠. KAIST 녹색 정책 프로그램을 통

해 저의 커리어를 브라운에너지에서 그린에너지로 바꿀 수 있지 않을까 라는 생각을 하고 있습니다. **(최윤라)** 저는 환경 관련 컨설팅 업무를 했습니다. 국내지방자치단체 및 기업의 녹색성장 정책을 위한 온실가스 인벤토리 구축 업무를 담당했어요. 국내에서는 저탄소 녹색성장을 위한 로드맵, 에너지 경영 시스템 등 녹색 마스터플랜 작성 등의 업무를 수행하였고, 국제적으로는 녹색 ODA(Official Development Assistance)를 통해 개발도상국에게 녹색성장의 길을 실질적으로 마련해주는 업무를 했습니다. 큰 틀에서 보면 지금 배우고 있는 수업 과정과 연관이 많은 것 같아요.

Q 또 다른 분들은 어떠세요? 각자 다양한 분야에서 어떤 생각으로 KAIST 녹색 정책 프로그램에 지원하게 되었는지 그 계기가 궁금해요.

(이동엽) 저는 학부때 산업공학을 전공했어요. 국제 사회 쪽에 관심을 갖고 학업에 매진하던 중에 에너지나 환경 문제들이 중요한 이슈라는 것을 깨닫

게 되었어요. 환경 이슈 안에서 저의 방향성을 찾고자 환경 관련 기구에서 인턴 생활도 했지만, 스스로 학문적인 내공이 부족하다는 것을 느꼈어요. KAIST 녹색성장대학원에서 학문적 내공을 쌓고 방향성을 찾기 위해 지원하게 되었어요.

(방태웅) 저는 학부때 정보시스템을 전공하면서 기술 자체보다는 사회적 변화에 관심을 많이 갖게 되었습니다. IT 서비스 업체에서도 잠깐 일을 했었는데 대기업에서는 제 비전을 실행하기 어렵다고 느꼈어요. KAIST는 기술정책을 심도 있게 배울 수 있는 곳이니, 전체적인 큰 그림을 그리고자 하는 저의 꿈을 실현할 수 있는 곳이라는 판단이 들어 지원하게 되었습니다.

Q 그렇다면 KAIST를 선택하신 이유는 무엇인가요? KAIST 녹색 정책 프로그램이 국내외 다른 학교의 유사한 전공과 차별점이 무엇인지 궁금해요.

(박인혜) 저는 대학교 때 정치외교를 전공, 기후변화를 복수전공하고 기후변화센터에서 인턴을 하기

도 했어요. 더 공부를 하고 싶어서 대학원을 어디로 가야 하나 고민을 많이 했는데, KAIST에 새로 생긴 과정이 정책을 중심으로 기술적인 부분도 같이 공부할 수 있어서 선택하게 되었어요. 금융 분야를 선택해 공부할 수 있는 것도 좋은 것 같아요. **(김예지)** 사실 국제기구에서는 Generalist보다 Specialist를 원하는데, 저는 전문화된 학식이 없다고 느껴서 대학원에 지원하게 되었어요. 영국이나 미국의 다른 학교와도 커리큘럼을 많이 비교해 보았었는데, 영국은 녹색성장과정이 기술적으로 많이 치우친 부분이 있어요. 그에 비해 KAIST는 정책적, 경제적, 경영적으로 다양하게 총체적인 관점에서 녹색성장과정을 배울 수 있다는 장점이 있죠.

Q 학생들이나 학교에 대한 첫인상은 어떤지 궁금해요.

(장병일) 새로운 만남에 대한 사람들의 마음이 완전히 열려있다고 느꼈어요. 서로 먼저 인사를 건네는 분위기라서 쉽게 친해질 수 있었고 학교 적응에도 큰 도움이 되었다고 생각해요.

(김민구) 저는 많은 분들이 저희 전공에 관심을 가져주시고, 다른 분야인데도 관심을 갖고 먼저 다가와주어서 학생들에 대한 첫인상이 매우 좋았어요.

(박종근) 학교에 공부를 위한 시설이 잘 갖추어져 있는 것 같아요. 랩실 문화가 있어서, 공부할 때 집단 지성을 활용할 수도 있고 해결방안을 함께 고민할 수 있는 점이 좋아요.

Q 각자 졸업 후 계획, 혹은 앞으로 포부와 꿈에 대해 이야기해주세요.

(장병일) 이곳에 오면서 미래에 대한 생각이 더 많아졌어요. 국한되어 생각하지 않고 여러 가지 기회를 고민해보고 차분히 준비해 나갈 계획입니다.

(우기쁨) 저는 이곳에 오기 전에는 녹색 정책과 관련 없는 분야에 있었기 때문에 KAIST 안에서 전문성을 키우는 데 집중하고 싶어요. 졸업 후에는 녹색 정책에 실질적으로 도움이 되는 곳에서 일을 하고 싶어요. 아직 한 달밖에 되지 않았지만 입학 전에 제가 생각한 것보다 녹색 정책 관련 인재를 필요로 하는 곳이 많다는 것을 깨달았어요. 한 곳만 보는 것이 아니라 넓은 시야로 더 많은 기회를 보게 되어서 기뻐요.

(이동엽) 모든 분야에는 사업성 또한 중요하잖아요. GCF라는 기구가 기후변화와 환경 분야에서는 전세계적으로 권위 있는 투자기구가 될 것이고, 해당 분야의 규모도 커질 것이라고 생각하고 있어요. 에너지나 환경 관련된 투자를 전문적으로 할 수 있는 기관, 혹은 민간업체 쪽으로도 관심이 많아서 그런 분야로도 다양하게 기회를 보고 있습니다.

Q 마지막으로 '녹색성장'과 '녹색정책'의 중요성에 대해 이야기해주세요.

(이동엽) 저희도 사실 지금 배우고 있는 중이에요. 지금 느끼는 대로 이야기하자면, 녹색과 성장이라는 상반되는 두 가치를 함께 추구하는 방법을 찾는

녹색과 성장이라는 상반되는 두 가치를 함께 추구하는 방법을 찾는 학문인 것 같아요.
녹색과 성장을 톱니바퀴처럼 함께 잘 연계해 가는 법을 연구하는 학문이 바로 녹색성장의 핵심이 아닐까요?

학문인 것 같아요. 흔히 녹색을 이루면서 성장을 추구하는 것이 힘들다고들 생각하잖아요. 그렇지만 꼭 성장을 한다고 녹색을 버릴 필요가 없고, 녹색을 위해 성장을 버릴 필요도 없는 것 같아요. 녹색과 성장을 톱니바퀴처럼 함께 잘 연계해 가는 법을 연구하는 학문이 바로 녹색성장의 핵심이 아닐까요?





카이스트 경영대학의 즐거움을 X2배 시켜 줄, KAIST 경영대학 13대 학생회와의 만남

학생들의 의견을 반영하여 '즐거움' KAIST 경영대학 생활을 꾸려나간다는 목표 아래 만들어진 13대 학생회는 어떤 곳일까? 지난 5월 과반수를 훨씬 넘는 득표율로 학생들의 압도적인 지지를 받아 선출된 테크노MBA 차승현 학생회장과 오형석 부회장을 만나 2013년 하반기 학교생활의 '행복한' 변화의 시작을 직접 들어보았다. 경영대학 학생들의 의견을 직접 듣고 실행하기 위해 기꺼이 발로 뛰는 것이 '즐거움' 13대 학생회장단의 이야기를 들어보자. **글 황인혜 기자**



Q 학생회의 역할에 대해 간략히 설명해 주세요.

학생회는 학교에 있는 모든 학생들을 대변하는 기구입니다. 모든 학생들의 의견을 다 수용하고 적용되게 하기는 어렵겠지만, 가능하다면 의견을 하나 하나 고려해서 학생들이 '행복한' 학교생활을 누릴 수 있게 하는 것이 저희의 역할이라고 생각합니다. 저희가 추진하고 있는 다양한 행사나 복지와 관련된 이슈들이 좋은 예라고 할 수 있겠지요.

Q 13대 학생회장, 부회장으로 당선되신 것을 축하드립니다. 학생회장, 부회장으로 출마하게 된 계기는 무엇이었는지 궁금합니다.

처음에 학교에 입학해서 우연한 기회에 테크노MBA 13학번의 과대표와 부과대표를 수행하게 되었고, 과대표로 활동하면서 학생들에게 '학생회'가 얼마나 필요한 존재이고 이런 학생회를 운영한다는 것이 얼마나 뜻깊은 일인지에 대한 고민할 수 있었습니다. 그래서 고민 끝에, 항상 서로 큰 의지가 되고 학교와 학생들을 위해 긍정적인 시너지를 낼 수 있는 관계라는 확신이 들어 저희 두 사람이 함께 출마하게 되었네요!

Q 13대 학생회에서 추진하고 있는 사업들은 무엇이 있나요?

학생들의 학교생활 개선을 위해 기념품 사업과 더불어 학생식당 개선 프로젝트를 적극적으로 추진하고 있습니다. 또한, 학생들이 즐길 수 있는 다양한 이벤트를 위해 각종 마라톤 대회 참여를 비롯해 다양한 동아리와 전공별 참여를 바탕으로 하는 KAIST 경영대학만의 축제를 준비하고 있습니다. 아마도 KAIST 경영대학 역사상 가장 '핫'하고 '즐거움' 축제가 되지 않을까 싶네요.

Q 13대 학생회에는 기존의 학생회를 비롯해 타 학교의 학생회와 차별화되는 점은 무엇인가요?

'적극성'과 '배려'라고 생각합니다. 한국을 대표하는 경영대학인 KAIST를 다니는 학생들에게 필요한 것은 어떤 상황에서도 '적극적'으로 참여하고 경험하겠다는 자세가 아닐까요? 이는 앞으로 훌륭한 경영인이 되는데 큰 자양분이 될 것이라 확신해요. 하지만, 워낙 공부를 많이 시키기로 소문난 KAIST에서 무조건적인 희생을 강요할 순 없겠지요? 자발

적인 마음에서 시작되어 활동하는 학우들이지만, 똑같이 힘들게 공부하고 있는 환경에 노출되어 있는 학생들입니다. 그래서 희생을 강요하기보단, 서로의 사정을 진심으로 이해해주고, 그때마다 조금이라도 여유 있는 사람이 기꺼이 일을 맡아서 해줄 수 있는 그런 '배려'가 존재하는 학생회를 운영하려고 노력하고 있습니다. 그러려면 당연히 저와 오형석 부회장이 솔선수범해야겠네요.

Q KAIST 경영대학 학생들에게 하고 싶은 말씀이 있으면 해주세요.

KAIST 경영대학에 처음 들어와서 가장 놀라웠던 일은 모든 학생들이 예외 없이 전부 다 대단한 지식과 경험을 가지고 있다는 것이었어요. "와, 정말 대한민국의 인재들은 여기에 다 모였구나!"라고 생각할 만큼이었으니까요. 저와는 굉장히 다르기 때문에, 그 부분에서 서로에게 배울 것이 많은 즐거운 학습터가 될 수 있겠다 생각을 했습니다. 하지만 사람들은 대부분 자기와 비슷한 사람들과 본능적으로 어울리는 것 같아요. 그래서 우리가 흔히 말하는 "우물 안 개구리"가 될지도 모르죠. 학교를 둘러보면 자신과 다른 부분에서 뛰어난 사람들이 많이 있습니다. 학생 여러분들도 다양한 학우들과 어울리면서 경험해보지 못한 것을 듣고, 배웠으면 좋겠습니다. 좀 더 넓은 세상을 향해 나아가는 것이야말로 경영을 공부하는 사람들의 자세라고 생각합니다. 다른 전공보다도 경영은 단.연.컨.대. '종합예술'이라고 생각합니다. 이제야 겨우 1년을 채워가는 미래의 경영인의 한마디였습니다.

Q 마지막으로 2013년 KAIST 경영대학을 이끌어 나갈 13대 학생회의 포부와 비전을 듣고 싶습니다.

학생회 소개 자료에 실었던 내용으로 저희 포부와 비전을 말씀드리고 싶네요. "우리는 KAIST 경영대학원의 총학생회 구성원이다. 경영대학원으로서 미래의 CEO가 되겠다는 큰 포부를 가슴에 안고, 학생회 활동이 단지 희생과 봉사라 아니라 구성원 자신들의 꿈을 위한 연습장이라는 긍정적 자세를 가지고 적극적으로 임하자."

뛰어서 남 주는 이상한 달리기 “KAIST RUN”

조선일보 춘천 마라톤 대회에 KAIST 교수, 재학생, 졸업생 등 총 98명이 참가했다. 98명의 참가자는 마라톤을 참가함과 동시에 다문화 가정의 과학 교육을 위한 모금활동을 진행하였다. “KAIST RUN” 홈페이지를 통해 10월 말까지 1,800만 원을 모았으며, 11월 10일까지 모금활동을 진행한다. 과연 “KAIST RUN” 현상이 어땠는지 살펴보기 위해 춘천 마라톤 현장으로 향했다. 글 전주환 기자



10월의 가을날이라고는 믿기지 않을 정도로 춘천의 아침 날씨는 매우 쌀쌀했다. KAIST 경영대학 학생회의 구성원들은 아침 8시 전에 도착하여 만남의 광장에서 KAIST 가족들이 도착하기를 기다리고 있었다. 추운 날씨 탓에 몸은 다들 얼어있었지만, 하나 둘씩 마라톤을 위해 몸을 풀고 있었다. 몇몇 가족들은 따뜻한 차와 담요로 몸을 녹이며 가족들을 기다렸다. 아침 9시경, 모든 KAIST 가족들이 모였고, 대전 본원의 학생들, 서울 경영대학의 학생들 할 것 없이 어울려 인사를 나누며 마라톤 및 기부에 대한 이야기를 나누었다. 다 함께 모인 자리에서는 기념사진 촬영과 준비운동이 이어졌다. 9시부터 시작한 풀코스(42.195Km)에 참가를 신청한 고진태 학생(MBA 13)은 “13년 만의 풀코스 도전이지만, 좋은 취지의 행사와 KAIST의 기부를 알리기 위해 도전을 다시 시작한다.”라고 말해 모두의 박수를 받은 채 달리기 시작했다. 이후 10시부터 시작된 10Km 마라톤에는 많은 KAIST 가족들이 뛰기 시작했고, 이후 한 명의 낙오자 없이 달리기를 무사히 마칠 수 있었다. 경영대 학생들을 비롯, 학생들과 졸업생, 교수, 교직원, 가족 등 총 98명이 참가한 10월 27일에 개최된 2013 춘천 마라톤(조선일보사, 춘천시, 스포츠조선, 대한육상경기연맹 공동주최)에 참여하였다. “우리의 모토는 ‘뛰어서 남 주는 달리기’입니다.” KAIST RUN의 취지를 묻자 돌아온 대답이다. 진효진 학생은 지난 5월 학생들의 자발적인 참여를 이끌어내 해비타트(어려운 이웃에게 집을 지어주는 자원봉사) 행사를 진행했다. 당시 자선 활동에 동참하고 싶어하는 KAIST 가족들이 기대보다 훨씬 많다는 사실에 놀랐다고 전했다. 진효진 학생은 “그때 이후 KAIST 구성원들이 함께할 수 있는 기부 활동을 생각해 봤다”면서 “즐거운 추억을 남기며 남을 돕는 마라톤이 그 답이었다”고 말했다. 또한 진효진 학생은 “마라톤을 통한 기부금 모금을 기획하던 중, 춘천 마라톤도 좋은 취지로 진행되고 있다는

이야기를 듣고, 춘천 마라톤과 KAIST RUN(기부금으로 다문화 가정 어린이의 과학 영재 프로그램을 후원하는 프로젝트)을 함께 연동하여 운영하는 방안을 모색하여 프로젝트 기획을 결심했다”며 “처음에는 가벼운 마음으로 참여했던 학생들도 다문화 가정 어린이들을 돕기 위해 책임감을 갖고 훈련에 매진하고 있다”고 말했다. 기부 활동에 적극적인 진효진 학생의 열정과 함께 KAIST 경영대학원 학생회가 움직였다. 홍보와 마케팅 등 사회 경험이 풍부한 대학원생들은 지난 4일 ‘KAIST RUN 2013’ 홈페이지(kaist.donus.org)를 만들었다. 이후 마라톤을 직접 뛰는 참가자뿐만 아니라, 참가자를 후원하는 사람들의 도움으로 현재 580여 명이 모금에 참여해 2,000여만 원을 모았다. 올해 춘천 마라톤에 참가하는 사람이 ‘KAIST RUN’ 홈페이지에 개인 기부 페이지를 만들어 응원하는 사람들로 부터 후원을 받는 형식이다. 모금 활동은 11월 10일까지 할 예정이며, 목표액은 3,000만 원이다. 진효진 학생은 “KAIST에서 이렇게 많은 사람이 춘천 마라톤에 참가하게 된 것은 모두 기부자의 힘”이라고 말했다. 진효진 학생과 함께 ‘KAIST RUN’ 프로젝트를 이끌어 온 한미숙(사회적기업가MBA 13)학생은 “기부의 목적과 대상이 분명했기 때문에 많은 호응을 얻는 것 같다”고 말했다. 이번 춘천 마라톤으로 조성된 기금은 내년 1월 겨울방학에 열릴 어린이 과학캠프 운영에 쓰일 예정이다. 과학캠프는 KAIST 융합교육연구센터에서 다문화 가정 어린이 100명을 대상으로 진행된다. 이외에도 KAIST 학생들이 직접 캠프에서 사용할 교육 콘텐츠를 제작하고 온라인 교육을 실시하는 등 재능기부 활동도 진행할 계획이다. 차승현(테크노MBA 13) 경영대학 학생회장은 “KAIST 학생들은 공부벌레라는 인식에서 벗어나 따뜻한 KAIST가 됐으면 좋겠다”며 “춘천 마라톤을 통해 즐거운 기부 운동이 더 확산되길 바란다”고 말했다. 이렇듯 총 98명의 참가자는 모두가 한 마음이 되어 뛰어서 남 주는 달리기를 했다. 또한 우리 대학의 캐치프레이즈인 “Building Excellence Together”란 말처럼 공공의 이익 구현을 선도한다는 것을 알린 계기가 된 것으로 보인다. 비록 춘천의 아침은 무척이나 추웠지만, 98명의 참가자가 내뿜는 따뜻한 기운으로 모든 참가자들은 무탈하게 마라톤 행사를 마칠 수 있었다.

〈꽃보다 할배〉, 〈콰르텟〉 그리고 장수 브랜드의 공통점



우리가 여러 장르 속에서 조우하는 노인 캐릭터의 전형은 크게 양극단의 두 부류로 구분된다. 지혜의 상징이거나 유치함의 보루이거나. 그러니 우리들이 주변에서 마주치는 노인들, 그리고 그들을 모티브로 하는 캐릭터들은 지혜와 유치함 사이의 어느 지점에서 서성이고 있을 터이다. 기나긴 인생의 여정을 통해 삶의 지혜에 다다른 누군가의 한 손에 커다란 막대사탕이 들려있는 아이러니, 이것이 바로 그들이 지닌 매력 아닐까? 우리들이 〈꽃보다 할배〉에 미소 짓고 〈콰르텟〉을 보며 감동하는 이유가 여기에 있다. 글 류성한 기자

할배들과 함께 웃고 함께 울고 〈꽃보다 할배〉

공중파 출신의 스타 PD가 기획한(평균 나이 76세) 노(老)배우들의 해와 배낭여행이라는 콘셉트만으로도 방송가 화제의 중심으로 떠올랐던 〈꽃보다 할배〉는 여러 측면에서 예능 프로그램의 새로운 기준을 제시했다. 케이블 채널 프로그램 대박 기준(2%)을 훌쩍 넘는 7%(9월 평균 기준)의 시청률을 기록한 것은 물론 예능 프로그램의 특성상 쉽지 않은 2억 원대의 VOD 매출액을 달성했다. 내년 1월 새로운 시즌의 제작이 확정된 것은 젊은 스타 중심의 예능 프로그램들 사이에서 〈꽃보다 할배〉가 화심의 일격을 날렸음을 보여주는 확실한 근거이다. 〈꽃보다 할배〉의 흥행 요인이야 여러 가지가 있겠지만, 가장 큰 이유는 일생 동안 연기 외길을 걸어온 노배우들의 새로운(또는 유지한) 모습을 여행이라는 매력적인 소재를 통해 보여주었다는 점 아닐까?

화려했던 성악가 4인방의 은퇴 일기 〈콰르텟〉

〈꽃보다 할배〉만큼 대중적인 인기를 끌지는 못했지만, 마니아들 사이에서는 큰 호평을 받은 영화 〈콰르텟〉은 〈졸업〉, 〈빠빠옹〉, 〈레인맨〉 등의 영화로 잘 알려진 더스틴 호프만의 50년 연기 관록이 잘 묻어낸 감동 데뷔작이다. 은퇴한 음악가들이 모여 사는 '비침 하우스'를 배경으로 화려한 전성기를 누렸던 4명의 성악가들의 우정과 화해, 그리고 사랑을 다룬 이 영화는 스토리의 배경에서 예상할 수 있다시피 귀가 먼저 반응하는 영화이지만 여러 에피소드들을 통해 '늙어간다는 것'에 대한 다양한 관점들을 잔잔하게 때로는 유쾌하게 풀어나간다. 4명의 주인공들이 각자에게 주어진 어려움과 서로 간의 오해를 극복하고 함께 무대에 오르는 엔딩 장면은 몽클한 감동을 선사하기에 부족함이 전혀 없다.

〈꽃보다 할배〉, 〈콰르텟〉 그리고 장수 브랜드

위 두 작품이 공통적으로 우리들에게 감동과 재미를 선사하는 이유는 평생 동안 한 우물을 파온 누군가의 새롭고 유쾌한 도전을 보여준다는 점이다. 그들은 자신들이 걸어온 역사와 전통에 대한 충만한 자부심을 지녔으며 동시에 자신들에

게 주어진 새로운 과제에 '젊은' 영혼처럼 즐겁게 또 당당하게 도전하는 모습을 보여주었다. 바로 오랜 시간 동안 존경과 애정을 받아온 장수 브랜드들처럼 말이다.

알고 보면 놀라운 장수 브랜드의 세계

〈꽃보다 할배〉의 네 할배들처럼, 또 〈콰르텟〉의 네 주인공들처럼 전통과 도전, 그리고 즐거움의 이미지를 모두 갖춘 존재를 기업 경영의 세계에서 찾는다면 그 주인공은 단연 장수 브랜드일 것이다. 우리가 실생활에서 접하는 수많은 브랜드들이 예상 외로 '늙었다'는 사실은 놀라움을 선사한다. 글로벌 브랜드 컨설팅 기업인 인터브랜드가 매년 발표하는 100대 베스트 글로벌 브랜드(Best Global Brand)의 경우 평균 나이가 약 95년(2012년 기준)인 것으로 나타났으며, 시장 경제의 역사가 긴 유럽이나 가족 경영의 기업 문화가 뿌리 깊은 일본의 경우, 100년 이상 지속된 브랜드(또는 기업)들을 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 200년 이상 된 가족 경영 기업들의 모임인 '레 제노키앙(Les Henokiens)*(7개국 33개의 회사, 2011년 기준)이나 설립한 지 최소 300년이 지난 9개 기업들의 모임인 '테르 센테네리언 클럽'(Ter-centenarians Club)은 그 존재만으로도 장수 브랜드의 권위를 보여주고 있다.

장수 브랜드의 비결은 한 우물 정신 + 끝없는 도전 + 즐거움과 행복

장수 브랜드들을 분석한 여러 전문가들의 의견을 종합해 보면 그 비결은 크게 세 가지로 정리할 수 있다. 바로 1) 한 우물 정신을 통한 전통성과 전문성, 2) 끝없는 도전을 통한 혁신, 그리고 3) 즐거움과 행복을 전달하는 것이다. 위 세 가지 비결은 앞서 밝힌 두 작품에서도 발견할 수 있는 공통점으로 다음의 기업 사례들은 장수 브랜드들의 이와 같은 비결을 여과 없이 보여준다.

- 독일 카메라 브랜드의 신화인 '라이카(Leica)'의 경우 하나의 카메라가 완성되기까지 거쳐야 하는 검수 과정이 무려 60가지나 되며, 고객 만족을 위해 1920

년대에 제조된 카메라의 부품을 80년이 넘는 지금까지도 보관하고 있다.

- 1912년, 최초의 가정용 청소기인 룩스(Lux)를 개발한 것으로 유명한 스웨덴 기업 일렉트로룩스(Electrolux)는 이후에도 바퀴 달린 진공청소기의 최초 모델인 모델V(Model V)와 세계 최초의 로봇청소기 트릴로바이트(Tribote)를 개발, 청소기 시장의 혁신을 주도하고 있다.
- 전 세계에서 가장 유명한 기업 캐릭터인 '화이트 타이어 맨'(정식 명칭 비벤덤)으로 더 익숙한 프랑스 기업 미쉐린(Michelin)은 1889년 세계 최초로 분리형 공기압 타이어를 개발한 곳으로 전 세계에 산재한 연구센터의 1일 누적 테스트 거리가 지구 둘레 25바퀴에 해당하는 18만km에 달한다. 그리고 미쉐린에서 100년이 넘는 세월 동안 발행하고 있는 세계 최고 권위의 세계 여행 및 레스토랑 안내지인 <미슐랭(미쉐린이 불어식 발음) 가이드〉는 고객들에게 차별화된 즐거움과 행복을 전하고 있다.
- 유년 시절의 고객들에게 즐거움과 행복을 선사한 바비 인형(Barbie)이나 레고(Lego)는 시대가 변화함에 따라 지속적인 리뉴얼을 통해 세대를 이어 사랑 받는 제네레이션 키퍼 브랜드*로 자리매김하고 있다.

존경과 애정을 한 몸에 받을 수 있는 한국발 글로벌 브랜드 기대

그렇다면 한국의 사정은 어떨까? 동화제약의 부채표 가스활명수가 유일하게 100년 이상 생존한 성공적인 브랜드로 존재하지만, 그 외에는 세계에 당당히 내밀만한 장수 브랜드가 없는 것이 현실이다. 2012년 맥킨지에서 발표한 보고서에 따르면 전 세계 기업들의 브랜드 평균 수명이 약 15년인 데 비해 한국의 경우에는 10년이 채 못 된다고 한다. 아마도 새로운 것에만 환호하고 '빨리빨리'를 강요하는 사회문화적 요인이 크게 작용했으리라. 이러한 환경적 한계를 뛰어 넘어 전통에 대한 이해와 전문성, 이를 기반으로 하는 새롭고 즐거운 도전을 통해 전세계인의 존경과 애정을 한 몸에 받는 글로벌 브랜드들이 속속들이 등장하기를 기대해본다.



꽃보다 할배



Book

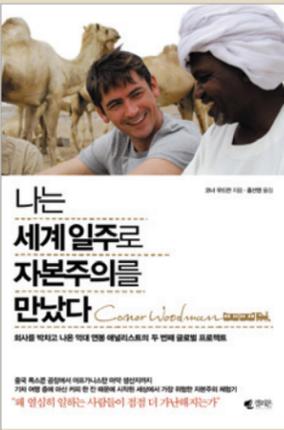


Review

떨어지는 낙엽 아래 앉아 따뜻한 차 한 잔을 마시며 책을 읽는 모습은 지금 이 가을에만 누릴 수 있는 행복이다.

점점 짧아지는 가을, 이 가을이 가기 전에 마음이 따뜻해지거나 나를 조금 더 성장시킬 수 있는 책을 만나보자.

정리 이연이, 정현식 기자



나는 세계일주로 자본주의를 만났다
경영공학 2013 이규민

이 책은 저자 코너우드먼이 기차여행 중 마신 커피 한잔으로 시작한다. 커피 컵에 써진 “당신이 마신 이 커피가 우간다 농민의 삶의 질을 높여줍니다.”라는 문구에 의문을 품고 커피뿐 아니라, 초콜릿, 휴대폰, 신발 등의 유통망을 역추적하며 대기업의 혼란 윤리선언이 실제로 잘 실행되는지 확인하는 세계일주 스토리다. 일부 기업에 해

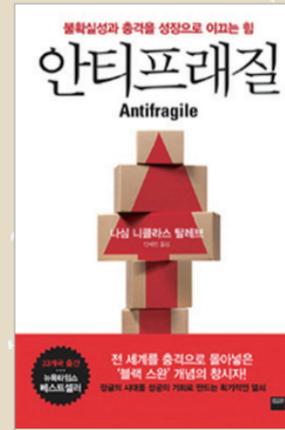
당하는 부분이지만, 공정무역 로고가 붙은 커피를 마시며 이러한 윤리적 소비가 아프리카 커피농장의 어느 가난한 농부들에게 도움이 될 것이라고 막연히 생각해왔던 현실은 소비자가 바라던 것과는 다를 수도 있다는 사실을 알게 되었다. 그들에게 기업의 사회적 책임은 장기적인 가치추구보다 윤리적 로고를 붙임으로 오는 단기적인 명성에 더 큰 관심을 보인다는 불편한 진실을 재확인할 수 있었다. 또한 채광 작업장의 비윤리적 관행으로 콩고 민주공화국에서는 무역이 금지된 광물이 옆 나라 르완다로 밀수되어 전 세계 전자제품의 공급망으로 충분히 활용될 수 있다는 내용을 보고 윤리적 소비자들에게 자신이 좋아하는 제품이 얼마나 윤리적인지 추적하기란 몹시 힘들다는 것을 알았다. 하지만 소수이기는 해도 ‘기업’과 ‘노동자’의 바람직한 미래를 위해 투자하고, 실천하는 선한 기업들이 존재하고, 이에 대한 가능성도 충분하기에 우리 모두가 만족할 수 있는 새로운 관계형성은 물론 건강한 자본주의도 언젠가는 가능해질 것이라 믿는다.



자본주의 고쳐쓰기
테크노MBA 2012 이동환

지난 2008년 금융 위기 이후 전 세계적으로 자본주의 시스템의 구조적 문제를 해결하거나 개혁하기 위한 수많은 주장들이 제기되어 왔다. 이러한 흐름 속에서 완전히 새로운 경제 체제나 시스템을 제안하는 것이 아닌 불완전한 현재의 자본주의 시스템을 ‘괜찮은 자본주의(Decent Capitalism)’로 만들자며 세계 각국이 보편적으로 처한 사회경제적 문제에 대한 해법을 내놓은 책이 나왔다. 독

일 사회민주당과 밀접한 ‘프리드리히 에베르트 재단’의 기획과 후원으로 나온 이 책은 한마디로 새로운 자본주의 청사진을 제시하고 있다. 이 책은 2개의 파트로 구성되어 있는데, 1부에서는 현 신자유주의 경제사회 시스템의 구조적 문제를 분석하고 특별히 고삐가 풀린 금융 시장이 야기시키고 있는 전 세계적 불균형과 노동 시장에서의 파급 효과를 다루고 있다. 2부에서는 이에 대한 대안을 모색하고자 국제적 협약과 공조를 통한 국제결제화폐 도입, 조세회피행위 규제, 투자 은행과 상업 은행의 분리, 정부 중심의 녹색뉴딜정책 및 균형예산 확보 등 다양한 정책 제안을 하고 있다. 이를 통해 성장과 변명을 구가하면서도 사회적 정의와 환경적 지속가능성을 보장하기 위한 새로운 경제사회 시스템을 완성시킬 것을 주장하는 것이다. 이 책은 화려한 논리를 선보이지도, 과격한 주장을 내세우지도 않는다. 다만 여러 역사적 경험과 데이터에 근거해 현재 자본주의 시스템이 가지고 있는 다양한 문제들에 대한 성실한 답변을 주고 있다. 그러하기에 오히려 이 책은 작금의 자본주의의 근본적 위기와 불안정한 경제 상황을 듣고 혼란스러워하는 우리들에게 미래 세대를 위한 설득력 있는 길잡이이자 희망가가 되어주고 있다.



위기에서 기회를 찾는 방법
경영공학 2013 정현식

사람의 뼈는 스트레스와 함께 강해진다고 한다. 이렇게 시련이 누군가를 더욱 강하게 하듯이, 우리의 인생에 있어서 불확실성, 가변성, 무질서 등은 예측할 수 없는 미래로 인한 불안감을 주기도 하지만, 그 속의 것들을 잘 이용하면 이득을 준다. 저자는 자신의 책에서 “바람은 쏘발 하나를 꺼뜨리지만 모닥불은 살린다. 무작위성, 불확실성, 카오스도 마찬가지다. 나는 당신이 이런 것들을 피하지 않

고 활용하기를 원한다. 불이 되어 바람을 맞이하라.”고 말한다. 우리가 진정 활용할 수 있는 것은 오직 삶을 가득 채우고 있는 불확실성뿐이라는 것이다. 이 책을 강력 추천하는 이유는 경제, 금융뿐만 아니라 정치, 전쟁, 의학, 심리학에 이르기까지 여러 분야에 대한 통찰을 담고 있어, 독자로 하여금 세상을 다양한 시각으로 바라보는 능력을 길러줄 것이라 생각하기 때문이다. 750여 쪽 분량의 두껍고 방대한 이 책은 출간된 지 며칠 되지 않은 ‘따끈따끈’한 책으로 괜히 북미권 초장기 베스트셀러가 아닐 만큼 내용이 신선하고 이해하기 쉬운데다 흥미롭다. 7권 25장의 구성으로 이루어진 이 책은 각 장의 독립성을 살려 책의 어느 부분부터 읽어도 내용의 이해에 지장을 받지 않는다는 장점도 있다.



당신의 창의성을 위한 최고의 동기부여
경영공학 2013 지하림

월스트리트의 노스트라다무스라고 불리는 저자 ‘탈레브’는 불확실성과 혼란이 지배하는 세상에서 어떻게 살아가야 하는지에 대한 해안을 제공해주고 있다. 온갖 역동적인 불확실성과 마주하게 될 예비 경영인들에게 이 책을 추천하는 가장 큰 이유다. 당근과 채찍으로 요약되는 20세기의 동기부여는 여전히 기업

에서 가장 많이 행해지고 있는 사람들을 움직이는 방법이다. 그러나 이 책에서는 이것이 21세기 과학이 발견한 것과는 괴리가 있으며 당근과 채찍이라는 외재 동기를 기준으로 현재의 경영 운영체제는 더 이상 효과가 없으며 종종 해를 입히기 때문에 다양한 방안 모색이 절실하다고 말한다. 더 많은 경제적 인센티브가 사람을 더 잘 일할 수 있게 한다는 경제의 큰 틀을 부정하고 이 시대에 맞는 새로운 경영방식이 필요하다고 주장하는 저자의 의견은 혁신적이며 논리적이다. 그렇다면 창의성을 요구하는 현대의 작업에서 과학이 알려주는 새로운 접근법은 무엇일까? 그것은 바로 자율성과 숙련, 목적이다. 풀어 말하자면, 자신이 자신의 삶을 주도하겠다는 욕구, 중요한 무언가를 더욱 잘하고 싶다는 욕구, 자신보다 더 큰 무언인가를 위해 지금 하는 일을 하고 싶다는 바람이다. 그런데 지금 주위를 둘러보면 오로지 더 많은 돈을 벌기 위해서 일을 하고 있는 경우를 손쉽게 찾을 수 있다. 현대사회에서는 안타깝게도 수단이 되어야 할 돈이 목적이 되어버린 목적전치 현상이 널리 발생하고 있는 셈이다. 그러나 성공을 이룬 사람들의 이야기가 말해주듯이 우리는 돈보다는 자신의 마음속 깊은 곳이 열망하는 꿈을 쫓아가야 한다. 이 책은 그런 점을 논리적이고 체계적으로 설명하고 방법까지 알려주고 있다는 점에서 추천한다.



연구와 좋은 강의를 통해 사회에 기여하고 싶습니다 금융 분야의 현주소와 연구자로서의 자세

오동철 KAIST 금융 분야 교수 인터뷰

글 김민기 기자

2008년 금융 위기를 겪으면서 금융에 대한 인기와 선망이 예전만 못하지만, 그래도 금융이라는 거대한 시스템은 한 국가 내에서, 그리고 전 세계적으로 봐도 굉장히 중요한 역할을 하고 있다. 그리고 이러한 'Finance'라는 분야를 여러 가지 관점에서 분석하고 연구하려는 시도가 예전부터 행해져 왔었다.

금융이라는 분야는 크게 자산 가격의 변화를 모델링하여 금융과 관련한 여러 현상을 연구하는 Asset Pricing 분야와, 주주의 이익을 극대화하기 위한 여러 재무 이론을 연구하는 Corporate Finance 분야 등 크게 두 중심 분야가 있는데, 두 분야 모두 경제학적인 모델과 계량적인 분석 방법으로 금융 현상을 분석하고 이를 통해 더 최적화된 이론을 제시한다. 지금도 수많은 사람들이 금융을 연구하고 있고, 최근에 많이 흔들리는 금융을 되살리기 위해 노력하고 있다. KAIST 본교에도 많은 연구가 행해지고 있는데, 부임한 지 얼마 안 된 젊은 교수의 경우 그 열기가 뜨거웠다. 이번 기회에 Frontier는 기업 재무 이론을 연구하는 오동철 교수를 만나 직접 금융 분야의 생생하고 뜨거운 현장을 얘기하고자 한다.

오동철 교수는 Washington University in St. Louis에서 Finance 박사 학위를 받고, 졸업 후 Finance Top Journal 중 하나인 Journal of Financial Economics에 논문을 실은 KAIST 금융 분야의 젊은 실력자다. Frontier는 발 빠르게 그를 만나 직접 금융 분야의 현재 표면에 대해 이야기할 수 있었다. 지루하지 않은 강의를 위해 재치 있는 유머를 서슴지 않는 교수답게, 한 시간이 안 되는 시간 동안 정말 흥미진진하게 시간 가는 줄 모르고 인터뷰를 했다. 그와의 이야기를 이 기사에 전부 담을 수 없지만, Finance를 공부하는 학생들에게 그가 보내는 메시지를 최대한 담아보았다.

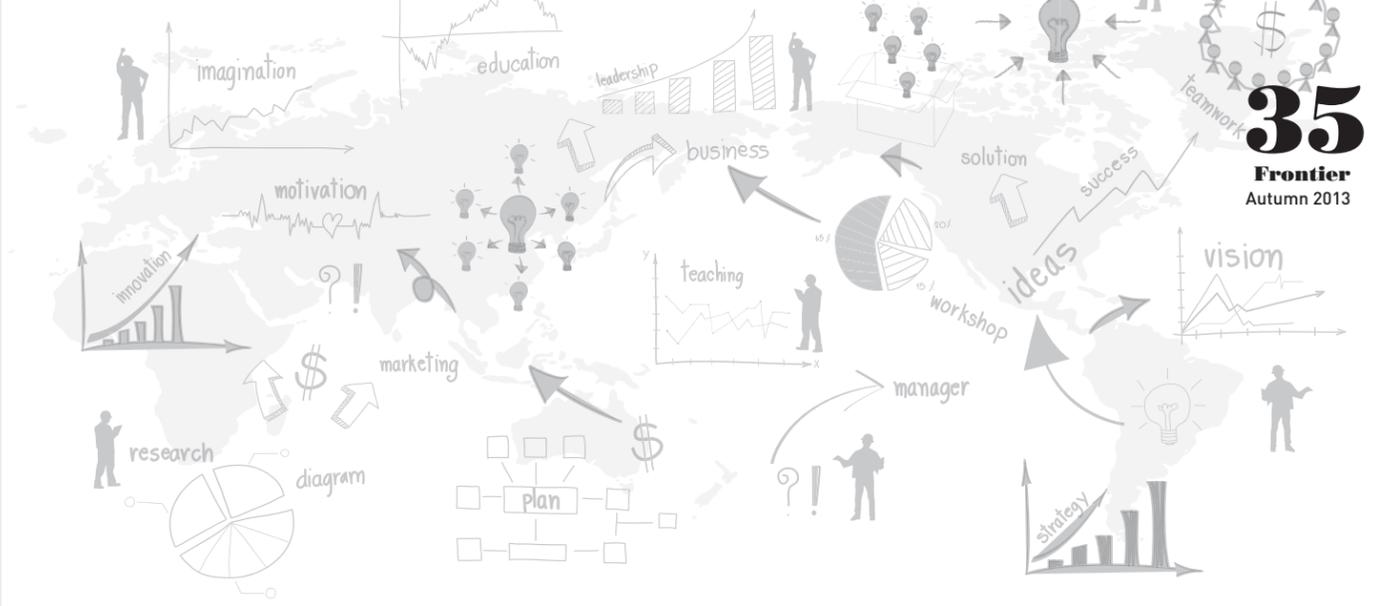
수업시간에 잘 이해가 안 갔던 부분을 질문할 때만 연구실 문을 두드려서 그런지, Frontier의 기자로 그를 만나려니 감회가 새로웠다. 많이 어색했지만 언제나

그렇듯이 유쾌하게 필자를 반겨주었다. 먼저 최근에 연구하는 분야에 대해 들어 보았다.

“위기를 바라볼 때 협조 게임 입장에서 보면 시장 참여자들 간에 서로 협조가 잘 안 되면 위기가 발생한다고 봅니다. 1998년 Moris & Shin의 American Economic Reviews 논문에서 'Global Game Theory'라는 개념이 나오면서, 두 게임 참여자가 만일 갖고 있는 정보가 다르면 양 극단이 아닌 중간에서 조정 게임의 균형이 발생한다고 보게 되었는데, 그 때 이후로 위기를 보는 관점을 시장 참여자들 간의 조정 실패로 바라봅니다. 제가 공부할 당시 리만 위기가 발생했는데, 요새 위기는 계속 퍼지잖아요. 그것을 'Contagion'이라고 하는데 시장 참여자는 항상 주어진 현상에 대해 'Learning'을 하고 그로 인해 균형점이 바뀌는 것을 당시 게임 이론 수업을 들으면서 배웠던 이론을 적용하여 텀페이퍼를 썼고, 그것이 졸업논문으로 발전했어요. 지금도 게임 이론을 응용하여 이와 관련된 연구를 하고 있고, 중앙은행의 위기에 대처할 때 중앙은행이 내주는 'Public Information'을 어떻게 공개하는 것이 좋은가, 그리고 기업의 경우는 어떻게 기업 공개를 하는 것이 좋은가, 이러한 것을 조정 게임 측면에서 볼 때 어떻게 될 것인가를 연구하고 있습니다. 또한 최근에 공부하는 신용 평가(Credit Rating), 즉 채권자에게 제공하는 'Public Information'의 역할과 가치에 대해 연구하고 있고, 기업 입장에서 평가를 잘 받으려면 기업 지배 구조가 어떻게 되어야하는지 분석하고 있어요.”

아이디어가 넘치는 젊은 연구자답게 그의 머릿속에는 많은 연구 주제가 담겨있었고, 인터뷰하면서 바라본 그의 연구실 칠판 곳곳에는 최근 연구하는 주제와 관련된 내용이 쓰여 있었다. 이번에는 필자 또한 가장 궁금했던 최근 'Finance' 분야의 뜨거운 관심사에 대해 물어보았다.

“아무래도 요새 위기가 많이 발생하다 보니까, 어떻게 하면 위기를 타개할 수



“KAIST 학생들은 정말 똑똑한 학생들이에요. 제가 수업을 할 때마다 느끼는데 다들 100% 잘 이해하는 것이 정말 신기했어요. 하지만 조금 아쉬운 게 있다면 너무 점수만 바라보는 것 같아요. 중요한 것은 그 사람이 스스로 만들 수 있는 연구 작품이에요. 그것은 평소에 책을 많이 보는 것을 떠나서, 정말 평소에 많은 고민을 해봐야 되요. 길게 보는 안목이 중요하데, KAIST 학생들은 너무 단편적인 것에 잘 연연하는 것 같아요. 그런 의미에서 KAIST 학생들이 인생을 조금 더 즐겼으면 합니다. 인생은 행복하라고 있는 것입니다.”

있을까? 즉, 위기에 대한 예방책이 중요하데, 이는 어떤 금융 시스템을 가져가야 하는지를 연구하는 것과 같습니다. 여기서 제일 중요한 것이 금융 중개기관(Financial Intermediary)인데, 은행과 같은 금융 중개기관에 대해 분석하는 논문들이 많이 나오지 않을까 싶습니다. 또한 이러한 기관들을 어떻게 규제하는 것이 좋은지도 요새 필요한 연구인 것 같아요. 그리고 제가 최근에 미국에서 논문을 발표할 일이 있어서 갔는데, 최근 논문들이 'Growth Model'이나 'Dynamic Model' 등 거시경제 모델을 많이 적용하더군요. 경제학 모델을 재무적인 관점에 바라보는 것이 중요한 것 같습니다.”

그는 1년간 한국은행에 근무하면서 한국 금융 시스템을 위해 피땀 흘려 연구하는 연구원들의 모습을 보면서 자신 또한 사회에 기여하기 위한 연구를 하고 싶다고 한다. 그의 꿈과 포부가 무엇인지 들어보았다.

“학자로서의 목표는 제가 하는 연구가 사회적으로 큰 공헌이 되었으면 하는 것이고, 아직 교수로서는 많이 부족하지만 학생들에게 많은 지식을 전달하고 싶어요. 학생들이 원하는 강의, 학생들에게 도움이 되는 강의를 만들어나가고 싶습니다. 그리고 이것은 정말 먼 미래지만, 아무래도 교수이다 보니까 사회에서 제대로 교육받지 못하는 사람들을 위해 봉사하고 싶습니다. 제가 학부 시절에 약학 강의를 하면서 봉사를 했는데, 그때도 그렇지만 지금도 제대로 교육받지 못하는 사람이 사회에 정말 많은 것 같아요. 그런 사람들을 위해 봉사하는 것이 먼 미래의 제 꿈입니다.”

좋은 강의를 만들면서, 그리고 사회에 기여하는 연구를 하면서 봉사하는 교수가 되고 싶다는 그의 말에 크게 감명 받았고, 자신이 현재 해야 할 일을 진정으로 즐기고 그것을 통해 삶의 보람을 느끼는 그를 보면서 많은 것을 느낄 수 있었다. 마지막으로 훌륭한 연구자 혹은 교수를 꿈꾸는 학생들에게 하고 싶은 말을 들어보았다.

“KAIST 학생들은 정말 똑똑한 학생들이에요. 제가 수업을 할 때마다 느끼는데 다들 100% 잘 이해하는 것이 정말 신기했어요. 하지만 조금 아쉬운 게 있다면 너무 점수만 바라보는 것 같아요. 중요한 것은 그 사람이 스스로 만들 수 있는 연구 작품이에요. 그것은 평소에 책을 많이 보는 것을 떠나서, 정말 평소에 많은 고민을 해봐야 되요. 길게 보는 안목이 중요하데, KAIST 학생들은 너무 단편적인 것에 잘 연연하는 것 같아요. 그런 의미에서 KAIST 학생들이 인생을 조금 더 즐겼으면 합니다. 인생은 행복하라고 있는 것입니다.

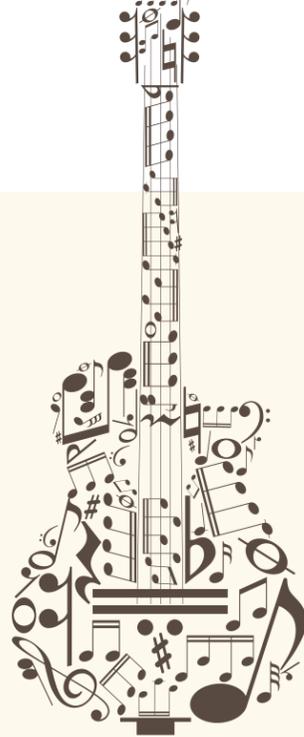
그리고 남의 의견을 잘 듣는 사람이 되었으면 좋겠어요. 그 사람이 하는 말을 잘 듣고, 잘 이해하고, 그리고 비판적으로 봐야 합니다. 비판적으로 보는 것이 그 사람이 틀렸다는 것이 아니라, '이렇게 생각할 수도 있지 않을까' 하는 생각을 하는 것입니다. 그게 나중에 정말 많은 도움이 되더라고요. 즉, 열린 자세로 사는 것과 다양한 경험을 하는 게 중요한 것 같아요. 그리고 저 같은 경우는 항상 제 분야만 공부하는 것이 아니라, 제 분야 외에도 다양한 공부를 했습니다. 하지만 그렇다고 다양하기만한 공부를 한 것이 아니라 깊이 있는 공부를 했어요. 저만의 노트로 공부한 것을 정리하고 그러한 것을 의문을 통해 바라봤습니다. KAIST 학생들이 눈앞에 보이는 것만 바라보지 않고 깊이 있되 다양함을 추구했으면 좋겠습니다. 모범생보다는 철학자로 살아야 합니다.”

깊이 있고 다양한 공부를 하는 것, 그리고 계속해서 생각하는 자세가 바로 오동철 교수가 제시한 훌륭한 연구자가 되는 비법이다. 또한 연구를 하면서 자신의 권위와 이익보다는 사회와 공공의 이익이 먼저 생각하는 것이 진정한 연구자의 자세라는 것을 몸소 보여주고 있었다.

시대가 변해도 변하지 않는 통기타 선율의 매력, KAIST Acoustic Band, 〈보석 같은 사람들〉

‘6개의 현(줄)과 바디, 프렛, 그리고 손가락과 영혼이 합주하는 악기’라고 표현되는 기타.
가을 정기공연을 앞두고 연습이 한창인 KAIST Acoustic Band, 〈보석 같은 사람들〉을 만났다.

글 이연이 기자



(윗줄) 왼쪽부터- 박희상, 안미현, 정지영, 유세형(회장), 김동현, 이정아, 오형석, 진효진, 홍태선
(아랫줄) 왼쪽부터- 나재석, 정동기



KAIST 경영대학 〈보석 같은 사람들〉
2013년 2월 창설
〈멤버〉 유세형(회장), 나재석, 오형석,
정동기, 김동현, 정지영, 이정아, 박희상,
홍태선, 안미현, 진효진, 고진태,
이우림, 박규홍



어느 세대에게는 굉장히 익숙한 노래일 김광석의 〈서른 즈음에〉가 기타 선율로 대강당에서 울려 퍼진다. 찬바람이 불기 시작한 요즘의 날씨와 참 잘 어울리는 곡이라는 생각에 한참을 감상한 후에 동아리 회장을 맡고 있는 유세형 학우(IMBA 2013)와의 인터뷰를 시작했다.

Q 동아리 〈보석 같은 사람들〉에 대한 간단한 설명을 부탁드립니다.
유세형(이하 유): 기존에 기타 동아리에서 활동해 온 김동현 동기와 대학원 입학 이후 여유가 된다면 기타를 배워보고 싶었던 제가 주축이 되어 기타 연주에 관심을 가지고 있는 멤버를 모아서, 동아리를 만들게 되었습니다.

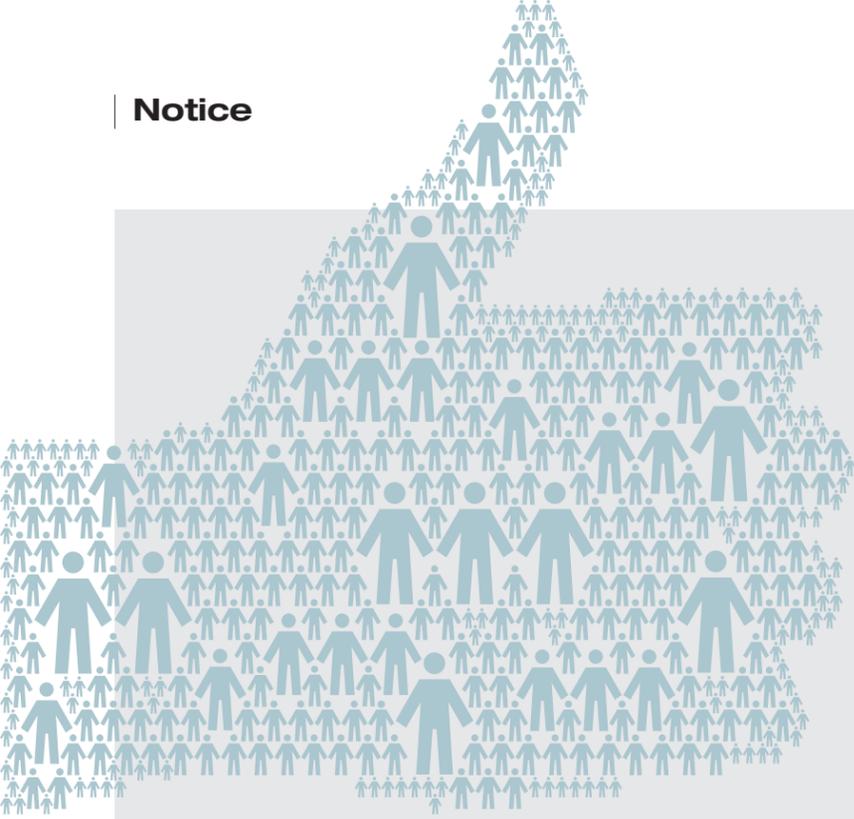
Q 동아리 이름을 〈보석 같은 사람들〉이라고 지은 특별한 이유가 있으신가요?
유: 동아리 내에서 레슨을 담당하고 있는 김동현 동기의 아이디어였습니다. 학업이나 과제 등으로 바쁘고 바쁜 학교 생활 가운데에서도 여유를 잃지 말고, 기타를 통해 소중한 사람들과의 인연을 이어나갔으면 좋겠다는 마음에서 〈보석 같은 사람들〉이라고 짓게 되었습니다. 경영대학 내의 다른 동아리들과 달리 기타 동아리만의 감성을 잘 살린 이름이라고 생각합니다. 하하.

Q 동아리는 어떻게 운영되고 있나요?
유: 가을 공연과 졸업 공연이라는 목표를 두고 일주일에 두 번, 정기적으로 모여서 연습을 하고 있습니다. (9/26일 가을 정기공연을 이미 마친 상태임)

Q 연습하시는 것을 보니 다들 실력이 수준급이신 것 같은데, 일정 수준 이상의 연주 실력이 되어야만 가입이 가능한가요?
유: 멤버들 거의 대부분이 기타를 처음 배우신 분들입니다. 코드 운지법에서 시작해서 각 개인의 실력에 맞추어서 레슨을 받고 연습을 하고 있습니다.

Q 일렉 기타나 베이스 등 전자장비를 이용한 악기들이 많은 요즘 같은 시대에 어쿠스틱 기타의 매력은 무엇이라고 생각하시나요?
유: 말씀하신대로 여러 종류의 기타가 있지만, 기본적으로 통기타를 배웠다면 클래식 기타나 전기 기타 등으로의 확장은 어렵지 않다고 생각합니다. 그만큼 범용적이면서도 접근하기 쉽다는 장점이 있고, 무엇보다도 기타를 매개체로 IMBA뿐만이 아니라 경영대학 모든 학생들과 교류를 맺고, 소중한 인연으로 만들어 갈 수 있다는 것이 가장 큰 매력인 것 같습니다.

Q 향후 동아리의 운영 계획은 어떻게 되나요?
유: 올해 초 동아리를 만들면서 가을 공연과 졸업 공연을 목표로 준비를 하고 연습을 해 왔습니다. 가을 공연을 마치고 나면, 잠시 숨을 돌리고 난 후 졸업 공연 준비를 시작하려고 합니다. IMBA는 1년 과정이기에 졸업 공연이 정말로 졸업 전 마지막 공연이 되겠지만, 기타를 좋아하는 후배들이 계속해서 들어와서 졸업 이후에도 함께 재학생들과 공연을 준비하고, 〈보석 같은 사람들〉이라는 동아리 명(칭)처럼 경영대학 내에서 따뜻한 감성을 이어 나갔으면 좋겠습니다.



경영대학 동문 네트워크 어떻게 Join할까?

KAIST 경영대학의 가장 큰 강점은 국내 최다 박사 규모와 국내 최초/최대 MBA School이 갖추고 있는 네트워크일 것이다. 경영대학 동문이라면 누구나 누릴 수 있는 네트워크, 어떻게 Join할까?

1st Step!!

Find People

IT 세계 최강국 대한민국을 살아가는 경영대학 동문들이라면 누구나 컴퓨터 또는 스마트폰을 이용하고 계시죠.
- WEB version: <http://findpeople.kaist.ac.kr> 에서
- Mobile version: 내 손 안의 동문 주소록 Mobile Find People APP은 아래 QR코드를 스캔하여 다운받을 수 있습니다.



이곳에서 본인의 정보를 확인해 보세요. 물론 "개인정보공개 동의"를 하신 분들끼리만 정보가 공개되니, Join하려면 먼저 "동의" 버튼을 꼭! 눌러주셔야겠죠~

2nd Step!!

동문 모임

경영대학에는 각종 주제의 동문 모임이 연중 상시 진행되고 있습니다. 임원급 동문 모임, HR 그룹 모임, 금융인 모임, 테헤란로 동문 모임, 전략/컨설팅 동문 모임, 기수별 모임, 연구실별 모임, 전공별 모임, 동문회 임원 모임, 졸업 3년차 모임, 등등...
참여하고 싶은 모임을 알려주세요! 회장님과 바로~ 연결해 드립니다.
문의: nrjung@business.kaist.ac.kr

3rd Step!!

경영대학 동문행사

신년교례회, 홈커밍데이, 동문포럼, 골프대회, 등산대회 등 동문회가 주관하는 다양한 동문행사에 참여하여 가족들에게 점수도 따고, 친구들과 즐거운 시간도 가지고, 교수님과 선배들도 만나는 一石三鳥를 노리세요!

경영대학 동문만의 자부심을 누리세요

지난 6월부터 새로 시작된 경조사 지원, 아래 안내를 따라 신청해 주세요^^
동문회비 납부 잊지 마시고요~!

1) 안내 서비스

경조사 관련 이메일, 홈페이지, 문자 안내 서비스를 원하는 동문 범위까지 제공(동문 전체, 해당 전공, 해당 학번 등)

2) 근조기 서비스

동문 및 동문가족상을 당한 경우 장례식장으로 근조기를 발송하며, 실비가 청구됩니다

3) 화환 서비스

결혼식, 장례식, 개업식 등 경조사에 화환을 발송하며, 실비가 청구됩니다.

참고:

www.business.kaist.ac.kr/alumni > News&Event > Alumni Service

문의: 대외협력실 정나래

(02-958-3082, nrjung@business.kaist.ac.kr)



KAIST 경영대학 기부자 여러분께 깊이 감사드립니다! 2013년 7월~2013년 10월

기업기부

(주)골프존 한국콜마홀딩스(주) 보령제약(주)

개인기부

후배사랑 장학금

조만희 (FMBA 15기 조이라 동문 학부형) 구윤모 (TMBA 16기)

실리콘밸리 이노베이션 플랫폼 기금

(주)마성상사 (주)씨즈글로벌 (주)올텍오토메이션 (주)이브자리 (주)제니엘 (주)조일이씨에스 (주)한국SMT (주)한울시스템 정정배 KT&G SKC하스디스플레이필름 박상순 성구운수 신한과학기술 에이취엠에스코퍼레이션 대표 최홍병 임근조 정희국 톱클래스항공여행 백정기 이재용 고재호 김성희 이희석 정구열 Kwangwoo Park 이향숙 TMBA(무기명) (주)인큐렉터 (주)장원상사 (주)지앤티 Dong Hee Lee GeonWoo An silicon 강남석 강준규 권민경 권안도 권해인 김만호 김영훈 김우경 김원범 김재우 김지나 김희석 박지영 박희구 아이리버 우인웨이브 원용준 윤덕진 이동윤 이봉석 이상윤 이상우 이호연 이호진 임상빈 정선에 한영록 한주석 김영명

정보미디어 MBA 6기

배상훈 이상엽 박소연 이진영 김기훈 김현돈 김지연 배경룡 한준택 이종수

AIM 38기

강대가 공호식 김광중 김광진 김성곤 김옥성 김점옥 김정환 김주원 김형민 류원근 박성호 박인철 박진우 서강돈 서용석 성기섭 신유진 심병섭 심성태 양영재 오익중 이상훈 이윤희 이익성 이주일 이태종 임양택 정기화 정태훈 조규열 진영근 최은영