KAIST
테크노경영대학원
Graduate School of Management

Frontier

KAIST Management Update

CONTENTS

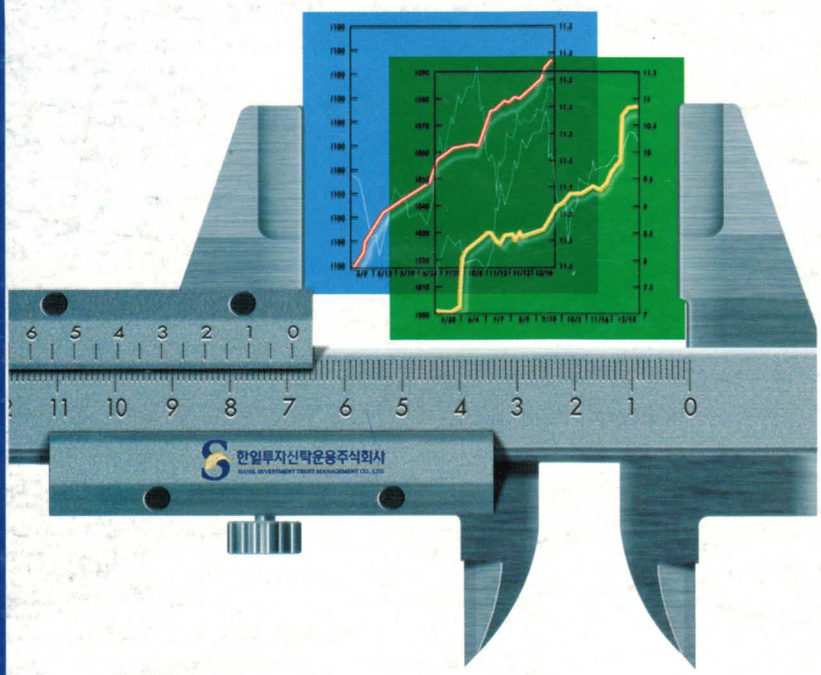
2 나침반
김성희 테크노경영대학원장
3 특별기고
오영교 산업자원부 차관
4~5 테크노경영대학원 소식
6 이모저모
7 홈커밍행사
8~9 특집
eBusiness 프로그램
10~11 교수 칼럼
안병훈 교수
12 테크노경영대학원의 여름학기
13 국제화 오피니언
14 통신경영코너
15 DBM 코너
16 거품빠진 닷컴 기업
17 신임 교원 소개
이창양, 정구열 교수
18 테크노경영대학원의 수업 소개
19 교수 연구실 소개
차동완 교수 연구실
20 이웃을 돌아봅시다
작은집
21~22 실리콘 밸리 리포트
배종태 교수
23 비학위과정 근황

테크노경영대학원 계간지 Frontier
2000 SUMMER Vol. 4, No. 3 (통권12호)
발행일 2000년 7월 1일
발행인 김성희
편집인 문송천
발행처 KAIST 테크노경영대학원
서울 동대문구 청량리동 207-43
TEL : (02) 958-3246
FAX : (02) 958-3010
디자인 경희디자인 (02) 2263-7534

홈페이지 http://kgsm.kaist.ac.kr

과학적인 투자시스템으로 수익성을 높여주고 금리위험을 잡아주는...

한일투자신탁운용 시가평가 채권형 펀드



SAT System (펀드 운용 철학)

1. Stable System

엄격한 채권편입기준을 설정, 신용위험을 최소화하고 금리위험을 관리가능한 상태에서 조정함으로써 고객 이익 보호에 최선을 다합니다.

2. Advanced System

한국적 상황에 맞는 효율적인 Portfolio를 제시합니다

3. Transparent System

채권편입내역과 동시에 운용전략을 포함한 전체적인 운용현황을 공개함으로써 투명한 운용을 지향합니다.

한일투자신탁운용주식회사
HANIL INVESTMENT TRUST MANAGEMENT CO., LTD.
www.hitmc.co.kr

☎080-927-2000[상품문의전화]

150-710 서울특별시 영등포구 여의도동 23-9 서울증권빌딩2층 Tel:02-2129-3300 Fax:02-782-7540

상기상품은 예금자보호법에 의하여 보호되지 않으며, 실적배당 상품으로 원본손실이 발생할 수도 있습니다.

벤처마인드 갖추는 기술과 경영의 e-글로벌 리더 양성 시급

김 성 희
테크노경영대학원장

기술을 사업에 연결하는 능력과 국제감각을 갖춘 예비경영자를 집중 양성하기 위해 우리 대학원은 탄생되고 운영되어왔다. 인터넷 혁명의 시기에 기술에 대한 이해가 없으면, 경영이 없다고 해도 과언이 아님을 우리는 잘 알게 되었다. 최근 대기업 상선회사 임원들을 만난 적이 있다. 그날 무척이나 침울한 표정들이어서 이유를 알아본 즉, 한 해 전에 몇몇 젊은이들이 찾아와 '빈 배로 다니는 정보를 넘겨주면 화물을 적재해 주겠다' 고 해서 그렇게 했다고 한다. 그런데 최근 다시 그들이 나타나 '현재 고정적 가격밖에 제시 못하는, 당신 회사의 컨테이너당 가격은 경쟁우위가 없으니 선박을 아예 임대해 달라' 는 요청을 해왔다고 한다. 그래서 인터넷을 통해 순간적으로 유동적 가격 제시 전략을 구사할 수 없는 그 회사는 검토 끝에 오늘 임대차계약을 맺었다면서 이제 자신들은 갑판에서 걸레질이나 하게 됐다고 한탄했다. '근면' '성실' 로 경쟁력을 키워 온 기업들도 기술기반 경영의 '두뇌전략' 이 없으면 한 순간에 무너질 수 있음을 여실히 보여주는 대목이다.

'e 비즈니스' 란 실리콘밸리가 말하는 대로 'e 우리회사이름' 을 쓰는 것이다. 우리 스스로가 'e 우리회사이름' 을 쓰지 못하면 누군가 그 이름을 쓰게 될 것이다. 더욱이 지금 우리 회사가 잘 나갈수록 공격대상이 된다고 했다. IMF를 전후해 나온 매킨지보고서 등의 지적은 한결같이 우리 나라 모든 산업이 3차산업, 수출지향산업이 돼야 한다는 것이었다. 제조업이 3차 산업이 될 수는 없더라도 분명 '2.5차 산업화' 정도는 돼야 함을 실리콘밸리는 지적하고 있다. 그러면 과연 2.5차 산업과 3차산업간의 '0.5차' 의 의미는 무엇일까. 최근 e-GM 이라는 e 비즈니스 회사를 세운 미국 자동차 GM의 예를 보면 해답이 나온다. 중형차 한 대 가격은 2천만원이지만 세상에 나와서 보험가입, 사고처리, 유류 소모비 등을 합치면 2억원이나 된다고 한다. 자동차 제조회사가 어디에 초점을 맞춰 영업을 할 것인지는 분명해진다. e-GM 은 자동차 제조와 함께 각종 관련정보를 통합한 '신개념 회사' 인 것이다. 이제 모든 제조업체들은 제조를 포함한 네트워크 기반의 관련정보 서비스업체로 탈바꿈하지 않으면 안된다.

우리는 디지털 또는 네트워크 시대에 살고 있다. 네트워크가 다 진행되면 특정분야 세계 1,2위 기업은 살아남지만 그 외 기업은 고전을 면치 못할 것이다. 과거의 부를 누리려면 파트너십 전략을 새로 구사하든가 모든 거래방식을 네트워크 시대에 맞도록 고쳐야 한다. 'e 비즈니스 전략' 은 추상적 개념화가 아닌 구체적 형태로 실현시켜야 한다. 이를 구상화시키기 위해, 최근의 기업간을 엮는 소위 EcoNets 또는 Business Web 같은 홀딩 회사를 축으로 하는 새로운 비즈니스 모델들의 적극 도입도 필요할 것이다. 이같은 시대요구에 부응하기 위해 우리 대학원은 e비즈니스 특화 프로그램과정에 집중적 노력을 경주하여, 각종 전자상거래 기술을 경영에 접목하는 시도를 하고 있으며, SK그룹과 협력해 사례분석 과정에서 새롭게 도출되는 비즈니스에 대한 클리닉, 외국 벤처기업 방문 등 살아 숨쉬는 현장을 새로운 과정에 적극적으로 포함시켜 운영중이기도 하다. 국내 많은 경영대학원이 최근 전자상거래를 집중 강의하는 등 기술의 중요성을 강조하고 있지만, e비즈니스를 중심으로 과정을 개설하기는 우리 대학원이 처음이다.

인터넷의 보편화는 e비즈니스가 본격 확산됨에 따라 글로벌화가 필수적 당면과제로 떠오르고 있다. 즉, 전세계의 자원과 사업가능성을 적극적으로 활용하는 기업만이 성공할 수 있으므로, 기술기반 e글로벌 관점이 매우 중요한 것이다. 이같은 e글로벌 리더의 인재를 우리대학원은 지속적으로 양성해 아시아 최고 경영대학원으로 키워 나아가야 하겠다.

e - Business 강국의 길

오 영 교
산업자원부 차관

불과 2~3년전 외국 유명기업이 eBusiness라는 그 당시에는 다소 생소한 구호를 외치며 기업의 사운을 걸던 때를 회상하면서 "eBusiness가 곧 Business"로 불리는 지금의 디지털 기업환경을 보면 격세지감이라는 생각이 든다.

eBusiness가 인터넷 관련 dot com들의 전유물이 아니라, 제조업 등 기존산업의 비용절감과 생산성 향상에 크게 기여할 수 있다는 점이 널리 인식되면서, 기업의 경쟁력 제고와 산업의 고도화를 위해 eBusiness가 산업정책의 핵심수단으로 부각되고 있는 사실 또한, 지극히 평범한 시대적 요청이 아닐 수 없다. 이렇듯, 민간기업과 정부가 공히 eBusiness에 역량을 집중하는 이유는 전세계적으로 동시에 진행되는 eBusiness 혁명의 속도와 범위가 전쟁에 비유될 만큼 치열하게 전개되고 있고, 디지털의 속성상 향후 2~3년이 수 십년을 좌우하리라는 주장 또한 설득력있게 받아들여지고 있기 때문이다.

그 동안 eBusiness 추진과정에서 확인할 수 있었던 것은 우리 산업계에서 고질적인 문제점으로 제기되어 오던 무자료 거래, 구매·입찰상의 불공정·비리, 자료·정보의 비공개, 수직적·폐쇄적인 계열구조 등이야말로 우리 기업과 산업이 단기간 내에 내실 있는 eBusiness 체제로 이행하기 위해 반드시 개선되어야 할 과제라는 점이다. 아울러, 지방소재 기업들의 eBusiness 전환을 촉진하고 지원해야하는 문제는 향후 심각해질 digital divide문제를 미연에 방지함은 물론, 대기업과 같이 eBusiness에 본격적인 투자를 추진하고 있는 기업들의 효율성 제고에 시너지 효과를 가져다 줄 수 있다는 측면에서 정부나 대기업 등이 적극적으로 관심을 가지고 추진해야 할 부문이라 판단된다.

얼마 전 미국 유명 언론에서 한국의 eBusiness는 아시아의 숨겨진 보석이라고 보도한 적이 있었다. 인터넷에 대한 뜨거운 열기, 잘 갖추어진 정보통신 인프라 등을 주목하면서 한 말이라 여겨진다. 비록 상대적이라는 수식어가 붙기는 하지만, 대만, 싱가폴과 함께 우리나라도 아시아의 eBusiness 분야에서 선두그룹을 형성하고 있다고 본다. eBusiness 강국으로서 한국은 마땅히 동남아, 일본, 중국을 연계할 수 있는 eBusiness hub 국가이어야 하며, 나아가 세계 eBusiness 시장에서 major player로서 역할을 다하는 국가가 됨을 의미한다.

그러나, eBusiness 인프라 확충, 벤처기업의 활성화, 국민적인 eBusiness 마인드 제고에도 불구하고, 우리에게는 아직 세계적으로 내놓을만한 eBusiness 성공사례가 드물고, 세계적 추세인 업계 공동의 eMarketplace 구축사례도 빈약한 게 사실이다. 따라서, eBusiness 강국이 되기 위해 우리에게 가장 절실한 것은 수많은 고민과 치열한 경쟁을 통해 우리 기업과 산업의 실정에 맞는 경쟁력 있는 eBusiness 모델을 개발하고, 이를 토대로 on-line과 off-line의 전략적 결합·상생적 네트워크 구축으로 진정한 수익을 실현하는 것이다. 이렇게 하나하나 쌓이는 성공신화가 우리 나라를 사실상의 eBusiness 강국이라는 반석 위에 올려놓을 수 있는 길이 될 것이다.

KAIST 테크노경영대학원 신임 대학원장에 김성희 교수, 부대학원장에 한민희 교수

대학원장 / 김 성 희

한국과학기술원(KAIST)은 지난 4월 2일 카이스트 테크노경영대학원 신임 대학원장으로 김성희(金聖曦) 교수를 임명하였다. 김성희 신임 대학원장은 미 스탠포드대 박사출신으로 국가정보화 추진위원회 자문위원, 서울검찰청 컴퓨터 수사본부 자문위원, 한국 전자거래협의회 전문가 위원장, (주)현대백화점 사외이사 등을 역임하며 정보화 전략, 정보기술기반 경영혁신, CALS/EC, 지식경영, eBusiness 등의 분야에서 활발한 자문활동을 하고 있다. 부대학원장은 지난 1월 제1회 매경 경영학자 대상을 수상한 한민희(韓敏熙) 교수가 맡게 되었다. 한민희 부대학원장은 국내 경영학 중 마케팅 분야의 대표적 학자로서, 주요연구분야는 소비자행태연구, 광고의사결정연구, 신상품 의사결정연구, 기업들간의 경쟁관계 연구 등이다.

부대학원장 / 한 민 희

이재남 박사 City University of Hong Kong 교수 임용

순수 국내파 경영학 박사학위자가 해외 유명 대학의 교수로 임용됐다. 국내 경영학박사 소유자가 영어권 명문대학의 정식 교수진으로 발탁된 것은 이번이 처음이다. 화제의 주인공은 KAIST 테크노경영대학원에서 경영정보시스템 분야를 전공한 이재남(李載南)박사. 이 박사는 올 가을학기부터 홍콩시립대학교 정보시스템학과의 정식 조교수로 후학들을 양성하게 된다.

초빙교수가 아닌 종신재직계약 조교수로 임용된 이 박사는 US$80,000의 연봉 외에 주택, 자녀교육비, 의료보험 등 각종 복리후생수당을 지급받게 된다. 이같은 대우는 현재 미국 정보시스템분야 최고 수준의 신임 조교수와 버금가는 것이다.

지난해 2월 3년 반이란 비교적 짧은 기간만에 박사학위를 취득하고 KAIST 테크노경영대학원 정보시스템관리연구실에서 연구원으로 재직해온 이 박사는 성균관대학교 공과대학과 테크노경영대학원 석·박사 학위를 취득한 순수 국내 연구진. LG-EDS에서 과장으로 약 5년간 근무하면서 정보기술 마스터 플랜, 아웃소싱, 비즈니스 리엔지니어링, 정보기술 아키텍쳐 개발 및 시스템 개발과 같은 다양한 프로젝트에 참여한 경험도 가지고 있다.

핸디소프트, KAIST 테크노경영대학원에 워크플로우 기증

(주)핸디소프트(대표 안영경)는 KAIST 테크노경영대학원의 교육환경 개선과 연구개발 발전에 기여하기 위해 전자상거래 구축용 핵심 컴포넌트로 각광받고 있는 '핸디워크플로우'를 무상으로 기증했다.

이와 관련해 KAIST 테크노경영대학원 김성희 대학원장과 안영경 핸디소프트 사장은 23일 KAIST 테크노경영대학원에서 기증식을 가졌다. 이 자리에는 이경상 부사장 등 KAIST 출신 핸디소프트 임직원과 KAIST 테크노경영대학원 연구원들이 참석했다.

이번에 기증된 '핸디워크플로우' 는 B2C / B2B 전자상거래, 공급자망사슬관리(SCM), CRM 등 다양한 첨단 분야의 실험 및 실습 도구로 사용될 뿐만 아니라 연구 Pilot System 구성을 위해 폭넓게 활용될 예정이다. 이 워크플로우는 산업경영학 분야와 경영공학 석,박사 과정 및 MBA 과정에서 활용되며, 교육기관의 연구용으로는 도입되기는 이번이 처음이다.

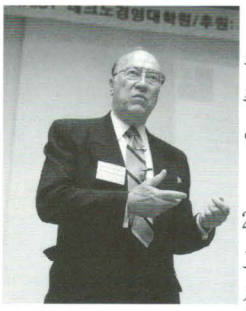
KAIST 테크노경영대학원 – 캘리포니아大

환경경영 프로그램 협정식

안병훈(安柄勳) KAIST 테크노경영대학원 환경경영정책연구센터 소장은 지난 5월 9일 미국 캘리포니아 대학교 환경경영스쿨과 프로그램 공유 및 공동연구를 위한 협정식을 가졌다. UC 산타바바라대학 환경대학원(Bren School of Environmental Science and Management)에 소재한 기업환경경영 프로그램은 UCLA 앤더슨 스쿨, UC 버클리 하스 스쿨 등 미국 캘리포니아 지역 5개 경영대학원 연합체가 공동 운영하는 환경경영과정이다. 양교는 이번 환경경영센터간 협정을 계기로 교환학생 프로그램, 교수진 상호교환 및 다양한 환경관련 분야의 공동연구를 수행할 예정이다.

스탠포드大 윌리엄 밀러 교수 초청 특강

"21세기 정보사회의 조망"



테크노경영대학원에서는 지난 6월 16일, KAIST 서울캠퍼스 대강당에서 스탠포드대 경영대학원 컴퓨터과학과의 윌리엄 밀러교수를 초청하여 "Outlook for a 21st Century Information Society(21세기 정보사회의 조망)"이라는 주제로 특별 강연회를 개최하였다. 밀러 교수는 스탠포드대에 개설된 한국·스탠포드 IT벤처 비즈니스 과정의 주임교수로 국내 벤처들의 실리콘 밸리 진출에 교량 역할을 하고 있는 공로로 올해 국민훈장 동백장을 받기도 했다.

조인스닷컴과 중앙일보가 후원하고, 무한기술투자(주)가 협찬한 이번 강연회에서 밀러 교수는 우리가 당면한 21세기 정보사회가 산업의 글로벌화와 아울러 지역적인 경제 클러스터의 성장에 기반을 두고 발전하고 있다고 보고, 이러한 21세기 정보사회의 발전방향을 경제적, 정치적, 사회적 변혁의 관점에서 제시하였다. 또한 밀러 교수는 실리콘밸리에서의 풍부한 산업체 경험을 바탕으로 신 경제 체제하에서 기술과 사업이 어떤 방향으로 발전할 것인지에 대해 살펴보고, 정보사회가 우리에게 주는 시사점을 설명하였다. 또한 그는 정보사회의 변화를 가속화시키는 원동력인 기업가정신과 아울러 이러한 기업가정신이 활발한 신흥산업지역에 대해서도 소개하였다.

테크노경영대학원 문화공간

아트리움에 '크로네' 오픈

KAIST 테크노경영대학원 SUPEX경영관내 아트리움이 편안한 휴식공간으로 거듭났다. 그동안 각종 부대행사가 열렸던 문화공간 아트리움에 6월 2일 카페 '크로네'가 입점한 것. 크로네에서는 빵, 샐러드, 스낵류, 음료, 주류, 안주류 등 다양한 메뉴가 제공되며 연중무휴로 오전 8시부터 오후 12시까지 문을 연다.

6월 2일 저녁 7시에는 크로네 오픈에 맞춰 제 2회 석림가요제도 열렸다. KAIST 테크노경영대학원 유일의 그룹사운드 쥬끄박스 주최로 성황리에 끝마친 이번 행사에서 경영공학박사 2년차들로 구성된 드림팀(김솔, 박영규, 이승철, 이홍주, 차민석)이 GOD의 "Friday Night"로 영예의 대상과 관객들이 뽑은 인기상을 휩쓸었다. 금상은 박진영의 "Kiss Me"를 부른 MIS MBA의 안진균씨가, 은상은 경영공학 석사 1년차 이상윤씨가 차지했다.

"신용위험관리" 만이 독자생존의 길

美 콜롬비아대 선다레산 교수 초청 특강

공적자금 투입은행간 합병 등 2차 금융구조조정이 가시화되면서 금융권의 건전성 여부가 또다시 화두로 떠올랐다. 각 금융기관들이 국제결제은행(BIS) 자기자본비율에 신경을 곤두세워야 하는 상황에서 금융기관 위험관리의 핵심이라 할 수 있는 신용위험관리 첨단기법을 소개하는 자리가 마련되었다. KAIST 테크노경영대학원 금융공학연구센터는 세계적 금융공학 석학인 미국 콜롬비아대 경영대학원 선다레산(Suresh Sundaresan)교수를 초빙해 아더앤더슨, 에스크솔루션 등 컨설팅사와 공동으로 6월 12, 13일 양일간 은행연합회 국제회의실에서 신용위험관리에 대한 특별강좌를 개최하였다. 이번 특강 연사로 초청된 선다레산 교수는 콜롬비아대 경영대학원에서 체이스맨하탄은행 석좌교수로 재직중인 자본시장, 금융경제, 투자 및 재무분야의 세계적인 석학. 특히 선물, 옵션, 스왑과 같은 파생금융상품 및 채권 등의 가격모형 개발에 지대한 공헌을 했으며 미국 의회, 증권감독원 등 정부기관을 비롯해 골드만삭스, 월드뱅크, IMF, 아메리칸 익스프레스 등 금융기관에서 자문 및 연구, 상품개발을 수행하고 있다.

이번 특강에서 선다레산 교수는 채권 발행기관의 자산가치 하락에 따른 부도 발생을 직접적으로 모형화하여 신용위험 프리미엄을 계산하는 구조적 접근방법 등 최첨단 신용위험관리모형을 설명했고, 아울러 신용위험을 줄이기 위해 선진국에서 다양하게 개발되고 있는 신용부도옵션, 신용연계채권 등의 새로운 신용파생상품도 소개했다. 또 신용위험을 가지는 금융상품과 시장상황, 부도위험을 관리하기 위한 역학구조, 신용위험의 계량화 및 신용 스프레드 분석, 신용위험의 구조화된 접근법, 신용위험을 모형화 하기 위한 이론적 접근방법, 신용파생상품의 발달과정 등을 소개하였다.

■ 새책 소개: 사이버 혁명

테크노경영대학원 김형관 교수가 정보홍수시대의 알짜지식을 캐내기 위한 [사이버 혁명]을 출간했다. 김교수는 이번 신간을 통해 다양한 지식발견법을 소개하고, 활용사례를 쉽게 풀이하면서 사이버 혁명으로 인해 터져나온 수많은 정보속에서 진정한 지식을 캐내는 정보기술 방법에 대해 쉽고 자세히 설명하고 있다.

■ 이종석씨, 논문 금상 수상

KAIST 테크노경영대학원 박사과정 이종석씨가 교보증권에서 주최한 정보통신 논문 현상공모에서 금상을 수상했다. 교보증권에서 신사옥 입주 기념으로 실시한 이번 공모에서 이종석 씨는 '디지털 경제의 기술경쟁과 산업진화'라는 논문으로 대상이 없는 금상을 받았다.

■ 2000학년도 석사과정 통합 Workshop

테크노경영대학원에서는 각 전공별 발전방안을 모색하고 석사과정 학생간의 유대를 강화하며, 테크노경영대학원 구성원(학생, 교수, 직원)간 일체감 조성을 목적으로 4월 28일부터 1박 2일간 홍천에서 워크샵을 가졌다. 이번 워크샵은 각 전공별 학생대표들이 주관하여 총 477명이 참석한 가운데, 체육행사 및 대화의 시간과 전공별 발전을 위한 토의 및 발표의 시간으로 이루어졌다.

■ 금융공학 MBA 커플 1호 탄생

지난 6월 17일, 여의도 동양증권빌딩 지하강당에서는 테크노경영대학원 금융공학 MBA과정 커플 1호의 결혼식이 있었다. 신랑은 1기생인 이정환(키움닷컴증권 과장)씨이며, 신부는 2기생 김유성(동양증권 대리)씨. 이들은 테크노경영대학원에서 MBA학위와 배우자를 동시에 얻은 일거양득의 주인공으로 주위 동문들의 관심과 축복 속에 가정을 이루었다.

■ INFORMS-KORMS SEOUL 2000 국제 학술 대회

한국경영과학회와 미국 INFORMS 에서 주최하는 INFORMS Seoul 2000 대회가 6월 18일(일) 부터 21일(수)까지 ASEM Convention Center 에서 열렸다. "21세기의 정보와 지식 경영"이라는 주제로 열린 이번 대회는 발표논문 수가 1000여건이 되는 대규모 국제학술대회로, 기조연설, 본 강연, 논문발표, 초청강연 및 우리나라의 문화를 소개하기 위한 투어 등으로 이루어졌다. 대회 조직에는 차동완 교수(총 의장), 이진주 교수(Program Advisory Board), 한인구 교수(Arrangement Chair), 김보원 교수(Assistant General Chair) 등 테크노경영대학원 교수들이 다수 포함되었다.

■ MIS-MBA "국제비즈니스 에티켓" 교육

테크노경영대학원의 MIS-MBA(경영정보)과정에서는 학생교육훈련의 일환으로 6월 23일부터 1박 2일동안 삼성에버랜드에서 35명의 학생이 국제화시대에 맞는 국제 비즈니스에티켓 교육에 참여하였다. 학생들은 밀레니엄 시대를 맞아 개인별 국제화 지수, 매너, 문화차이, 해외출장에 관한 견문, 비즈니스 커뮤니케이션 실습, 식문화, 이미지메이킹 등 다양한 분야를 익히고, 토의하였다.

■ 전덕빈 교수, 세계인명사전에 등재

테크노경영대학원 전덕빈 교수는 매년 12월에 발행하는 100여년의 역사를 자랑하는 권위있는 인명사전 미국 마르키스 후즈후(Marquis Who's Who) 출판사가 지정한 「Who's Who in the World」 2001년판에 등재될 인물로 선정됐다. 전 교수는 미 UC버클리에서 산업공학 박사학위를 받았으며, 경기변동과 통신, 신상품 수요 예측 등 예측분야 전문가로 국내외 학술지 논문발표, 예측이론의 현장적용, 실무자교육 등 다양한 연구 및 교육활동을 펼치고 있다.

제2회 KAIST 테크노경영대학원 동문회 홈커밍 행사

지난 5월 27일 KAIST 테크노경영대학원 SUPEX 경영관에서 제2회 테크노경영대학원 동문회 홈커밍데이 행사가 있었다. KAIST 테크노경영대학원 동문회(신임회장: 김은홍 국민대 교수)는 지난해 5월 29일 첫 홈커밍데이 행사를 계기로 회원 상호간의 친목 및 회원의 발전을 도모하고 모교의 발전에 공헌하기 위해 결성되었다.

행사는 우선 SUPEX 경영관 최종현홀에서 전/현직 대학원장의 인사로 시작되었다. 이어 미래산업 정문술 사장이 '기술, 경영, 그리고 삶'이라는 주제로 특강을 했으며 동창회 정기총회 및 홈페이지 시연회가 있었다. SUPEX 경영관으로 자리를 옮겨 리셉션을 가진 후 7시부터는 실험실별로 홈커밍 및 스승의 날 사은행사를 함으로써 지도교수와 졸업생, 재학생들이 서로의 동정을 알리고 친목을 다지는 시간을 가졌다.

이번 정기총회를 통해 발표한 테크노경영대학원 동문회의 향후 사업계획은 다음과 같다.

첫째, 테크노경영대학원 총동문회 산하 동문회 활성화 및 상호연계사업이다. 여기에는 경박상조회, 경영과학박사 동문회, 과별 동문회, 기별 동문회, 실험실별 동문회가 대상이 된다. **둘째**, 테크노경영대학원 동문회내의 다양한 사이버 포럼 형성이다. 싸이월드와의 제휴를 통한 사업전개, eBusiness 포럼이나 정보통신경영포럼 등의 전문분야별 포럼, 산악회 등의 취미 포럼, 기타 다양한 토론장의 개설 등이 그것이다. **셋째**, 테크노경영대학원 동문회 기금사업으로서 회원주소록을 정비하고 회비징수 및 기금을 조성해 학위논문을 대상으로 한 우수논문상을 마련하고 기금형성 후 장학사업을 펼친다는 계획이다. **넷째**, 선배가 운영하는 기업과 후배를 연결하는 취업마트이다. 다섯째, 교수와 동문 테니스대회, 인접 동문회와의 체육대회 등의 행사 개최다. 이같은 향후 사업추진은 동문회 총회 및 기금조성을 기별로 주최하여 2001년은 경영과학과 7회가, 2002년은 경영과학과 8회가 주관하는 방식으로 했다.

KAIST의 경영 관련학과 출신 동문들이 포함된 테크노경영대학원 동문회에서는 인맥 사이트로 잘 알려진 동문기업 싸이월드(대표 이동형)와 전략적인 제휴를 갖고, 동문회의 활성화 방안을 모색중이다. 싸이월드의 기술적 지원과 인지도를 활용, 흩어진 동문들의 DB 및 홈페이지를 구축하고, 정보 및 지식교류창구로 발전시켜 나갈 예정이다. 특히 시연회를 통해 선보인 동문회 홈페이지 (http://kgsmalumni.kaist.ac.kr)는 이의 일환으로 볼 수 있다. 동문회 홈페이지는 동문회 소개 및 소식, 동문동정, 동문모임, 인맥관리를 포함하여 개인정보를 제공해주는 서비스 기능을 포함하고 있다. 졸업 후 각지에 흩어져 활약하고 있는 동문들의 인맥관리와 지속적 유대관계 조성을 촉진하는데 기여할 것으로 보인다.

최덕현, 이성준 기자

■ 테크노경영대학원의 eBusiness 프로그램

eBusiness는 기존 사업 방식의 패러다임에 도전하며 빠른 속도로 기업들의 사업 방식에 일대 변혁을 가져오고 있다. 이에 대처하기 위해 전세계는 기업 및 국가 차원에서 다각적인 노력을 기울이고 있는 추세이며, 우리나라에서도 대기업, 벤처기업 할 것 없이 eBusiness 도입에 박차를 가하고 있다. 그럼에도 불구하고 고급 인력 양성의 메카인 대학에서조차 이에 필요한 인력 양성을 위한 노력이 부족했던 것이 현실이다. 하지만, 최첨단의 경영교육의 선두에 있었던 KAIST 테크노경영대학원에서는 이미 eBusiness에 대한 선경지명을 가지고 지난 1년 6개월 정도간 집중된 준비 기간을 통해 정보기술의 이해 뿐만 아니라 가치 창출형 비즈니즈 모델을 설계하고, eBusiness 전략을 수립하며 기업 고유의 eBusiness를 구축할 수 있는 고급 인력의 양성을 위한 새로운 프로그램을 개설하려 하고 있다.

이번 호에서는 eBusiness 프로그램 책임교수인 박성주 교수와 가진 인터뷰 내용을 바탕으로 eBusiness 프로그램 개설과 관련된 사항을 집중적으로 다루기로 한다.

이번 eBusiness 프로그램 개설을 위해 그 동안 어떤 준비를 해 왔나?

이번 eBbusiness 프로그램 개설을 위해 작년 봄부터 약 1년 6개월 정도 준비를 해 왔다. 세계 일류 경영대학원이 되기 위해서는 eBusiness에 특화된 교육이 필요하다는 생각으로 BK21 사업에 지원을 했으며, 올해 초부터 SK 그룹과 비학위 단기 과정을 시작해 왔다. 한편, 올해 5월에 전체 교수 회의에서 eBusiness MBA 코스를 개설하는 것을 만장일치로 통과시켜 현재 교과목 조정 등 구체적인 준비작업을 진행 중이다. 기업체와의 컨소시엄 구성도 진행중에 있다.

이번에 개설되는 eBusiness MBA 과정은 기존 MBA 프로그램과의 마찰을 피하기 위해 우선은 테크노 MBA의 하위 과정으로 개설되는 것이지만, 공개과정의 성격이 강하다. 다시 말하면, 이 과정에 참여하는 교수가 한정된 것이 아니며, 다른 MBA 학생들도 부전공 또는 복수전공 등을 통해 이 과정에 참여할 수 있다는 말이다. 이번 가을에 테크노경영/eBusiness 과정에 대한 모집 공고가 나갈 예정이며, 내년부터 본 과정을 시작할 것이다.

kgsm.kaist.ac.kr @KAIST

eBusiness 기획 시리즈를 추진 중이라고 알고 있는데 그 목적은 무엇인가?

8월초부터 1년간 eBusiness 산업전반을 포괄하는 기획 연재물을 시작할 예정이다. 이번 기획을 통해 거품론 등 우려가 팽배한 국내 eBusiness산업의 현상황을 올바르게 파악하고 발전방향을 정립하는 좋은 기회가 될 것으로 기대하고 있으며, 이를 통해 eBusiness에 대한 정확한 이해와 정리가 가능할 것이다. 한편, KAIST 테크노경영대학원 내에서 eBusiness 학풍을 일으키고 싶다는 이유도 있다. 이번 기획 시리즈와 더불어 학내 분위기 고조를 위해 eBusiness 포럼도 개최할 예정이다. 이 포럼은 성격에 따라 공개 또는 비공개로 진행될 것이며 대외적으로는 컨퍼런스 등의 형태로 개최할 예정이다.

이번 eBusiness 프로그램이 타대학과 차별화되는 점이 있나?

실제로 우리나라에서 본격적인 eBusiness 프로그램을 개설한 학교는 없다고 해도 과언이 아니며, 전세계적으로도 우리 학교처럼 기술과 경영이 결합되어 시너지를 창출하고 있는 학교는 흔하지 않다. KAIST 테크노경영대학원의 경우 공학과 경영/경제 교수의 비율이 절반씩을 차지하여 조화를 이루어 왔으며 이는 정보기술과 경영의 측면을 동시에 요구하는 eBusiness의 성격에 비추어 볼 때 이상적인 조건이라고 생각한다.

해외대학과의 협력방안 및 계획은?

카네기멜론 대학과 연구 결과의 공유 및 인력 교환을 위해 작년부터 EC MBA석사 과정 협력을 추진 중이고, 미네소타 대학, 스탠포드 대학과도 협력을 계획하고 있다. 한편 기업체 중 IBM, 오라클, HP 등과의 협력도 추진할 예정이다.

그외 eBusiness 프로그램과 관련된 다른 계획은 없나?

테크노경영대학원이 중심이 된 KAIST eBusiness Award를 계획하고 있다. 이것은 일반 기업의 지원을 받아 이루어지며 비즈니스 모델 및 사업계획 경쟁대회를 통해 최우수팀과 우수팀을 선정할 것이다. 우선은 이번 가을부터 시행할 예정이며 교수 및 국내외 전문가들의 심사를 거치게 된다. 수상자에게는 창업할 수 있는 규모의 상금이 주어지며, 창업에 도움을 줄 수 있는 인큐베이터 입주 지원 및 지속적 지원을 할 것이다.

이성준, 최덕현, 기자

디지털시대의 새로운 연구의 장: Market Design and Dynamic Pricing

안 병 훈
테크노경영대학원 교수

인터넷의 생활화와 이를 이용한 제반 거래관계에서의 거래비용의 감소는 우리가 지금까지 당연시하였던 기존 시장 메카니즘에 많은 변화를 줄 것으로 기대된다. 또한 이러한 변화는 곧 바로 인터넷상의 거래를 기본으로 하는 제반 비즈니스 모델에도 큰 변화를 줄 것이고, 학술연구활동에도 새로운 장을 열어줄 것으로 기대된다. Berkeley대학의 Varian교수는 이 분야에 수백여개의 박사학위논문이 기대된다고 까지 말하고 있다.

우선 "마켓을 디자인한다"는 것부터 생소할 수 있다. 우리가 지난 200년간 익숙해 왔던 고정가격위주의 시장이 이제 그 역할이 점차 감소하고 있다. 그 이유는 두 가지면에서 찾아볼 수 있겠다. 우선 현재 우리가 접하고 있는 제반 시장에서는 점차 시장실패요인이 증가하고 있다는 것이 한 요인이다. 잘 알려진 환경공해문제 및 국토이용상의 "음의 외부성 (Negative Externality)"외에도 요즈음 네트워크경제로 이전하면서 "양의 망외부성 (Positive Network Externality)"이 도처에 나타나고 있으며, eBusiness상에서 당연시 되는 커뮤니티의 구성도 망외부성이 극대화되도록 구축되는 등 우리 경제사회시스템은 그야말로 "나의 행복이 너의 불행" 또는 "나의 행복이 너의 행복" 등 서로 서로 엉키고 연결되는 사회로 변해가고 있다. 이러한 새로운 경제사회하에서는 기존의 시장에서 향유되던 아담 스미스(Adam Smith)의 보이지 않는 손(Invisible Hand Paradigm)의 의미가 감소할 수 밖에 없다.

또 다른 하나는 고정가격에 기준한 과거의 시장거래가 불가피했던 그 배경상황이 변화하고 있다는 것이다. 즉 모두에 말한 "거래비용의 감소"이다. 18세기 산업사회로 접어 들면서 개인과 개인간의 협상에 의한 거래가 현실적으로 불가능(과다한 거래비용)해지면서, 불특정다수에게 동일한 가격을 부과할 수 밖에 없었으나, 인터넷과 웹의 등장, 또한 지능형 장치의 폭발적 보급활용으로 거래비용이 대폭 감소하면서, 고정가격에 의존할 필요성이 감소한 것이다.

경제학에서 잘 알려져 있는 코즈의 정리(Coase Theorem)를 상기해보자. 이 정리는 모든 재화의 배분 및 거래에 있어서, 만일 소유권이 제대로 설정되어 있고, 거래비용이 무시할 수 있는 수준이 된다면, 사회최적을 구현해주는 개인과 개인간의 협상/거래가 가능하고 존재한다는 것이다. 과거에는 이 정리가 제대로 적용되기가 어려웠다. 이는 코즈의 정리가 요구하는 "무시할 만한 거래비용"의 조건을 만족시키기 어려웠기 때문이다. 그러나, 최근 인터넷의 본격적인 활용으로 여러 제품 및 서비스시장에서의 거래비용, 특히 탐색비용이 감소하는 현상을 보이고 있다. 이로 인해 코즈의 정리는 그 효험을 발휘하게 되었다. 즉, 이제 그 가정 부분이 만족되게 되면서, 시장의 효율성과 사회최적을 가능케 하는 개인과 개인간의 협상/거래가 존재한다는 것이다. 따라서 이제는 고정가격에 의한 거래보다는 개인별 협상형 거래, 맞춤형 거래가 가능하고 바람직하게 된다는 것이다.

이미 인터넷경매의 폭발적인기와 각종 B2B거래에서의 급속한 확산을 보면서, 이제 거래양식의 혁명이 시작되었음을 알 수 있다. 비단 경매에만 국한 되는 것이 아니고, 지능형 장치들로부터 수집되는 실시간 소비자행태 정보를 이용한 Real-time Dynamic Pricing나, 세분화된 시장분할에 적합한 Variable Pricing 등 다양한 형태의 거래 메카니즘이 등장하게 될 것이다. 그러나, 이러한 거래 메카니즘은 몇개의 기본유형만으로 이루어져 있는 것이 아니라, 주어진 시장형태, 거래당사자수의 규모, 거래중개자여부, 지불수단, 특수관계의 반영, 가격과 품질 동시경매, 낙찰자의 저주(winners' curse)방지, 구매자와 공급자간 협상력 균형여부 등에 따라 세심하게 설계되어져야 한다.

우선 경매 메카니즘의 경우를 예를 들어 보자. 소수의 대기업들이 모여 중소공급업자들을 상대로 B2B 마켓플레이스를 설치하여, 공동구매를 한다고 하자. 이 경우 흔히 이용하는 최저가 낙찰제를 택하면, 중소공급업자들은 출혈경쟁이 불가피해지고, 경쟁력이 상실되어 결국 시장에서 도태될 우려가 있다. 이 경우에는 차순위가격지불제를 택하는 것이 좋다. 네델란드 꽃시장에서 처럼 상품이 시간을

다투는 경우에는 전자경매시스템을 갖추어, 구입자들에게 높은 가격에서 시작해서 호가를 낮추어 가면서 한 사람이라도 응찰하면 그 순간 낙찰되는 Dutch Auction을 생각할 수 있다. 이 경우 평균 경매소요시간은 4초밖에 되지 않는다. 기술거래 등과 같이 무형의 상품 거래시에는 낙찰시 지불을 현금보다는 구매측 회사의 주식으로 지불하게 하므로서 거래대상 기술의 실제가치가 자발적으로 드러나게 할 수도 있다. 가격에 근거한 경쟁보다 비가격경쟁이 더 중요해지는 시장에서는 가격 외에도 품질 등을 함께 고려하는 다기준 입찰제(Multi-dimentional Bidding)가 설계되어야 한다. 위에서 본 바와 같이 거래 메카니즘은 주어진 시장 특성에 따라 다양하게 구현될 수 있다.

Dynamic/Variable Pricing의 경우를 보자. 경매는 주어진 시간대에 공급자 및 구입자 개개인의 잠재가치를 반영하기에 기본적으로 참여자 모두를 대상으로 협상을 하는 것임에 반하여,

Dynamic/Variable Pricing은 수요자의 소비패턴자료에 근거하여 가능한 한 상세히, 실시간으로 차별화된 가격을 부과하는 것이다. 코카콜라회사에서 실험 중에 있는 "지능형 콜라 자판기"가 좋은 예이다. 자판기속의 마이크로프로세서를 통하여, 그 기계의 시간별 수요패턴, 온도와의 상관관계, 재고상황, 인접자판기상황 등을 스스로 분석하여, 시간별, 온도별 가격을 자동적으로 책정하는 것이다. 아마도 나중에는 소형 비디오까지 장치하여, 고객의 땀을 흘리는 정도까지 분석하여 가격을 책정할 지도 모른다. 물론 주머니에 단돈 1000원만을 들고 자판기에 갔다가 돈이 모자라 돌아서는 위험문제는 있으나, 이러한 형태의 지능형 가격시스템은 급속히 늘어 날 것으로 보인다. 물론 과거에도 비선형가격제(Nonlinear Pricing)자기선택형 가격제(Self-selection Pricing) 등이 있어왔으나, 이 보다는 훨씬 정교하고, 실시간, 현장기준의 동태적 가격제도가 대거 등장할 것이다.

과거에는 기업의 경영진이 비용절감, 현명한 마케팅, 적극적인 혁신에 노력을 하였지만, 신경제에서는 위에서 본 바와 같이 해당시장의 구조적 특성과 추구한 목표에 적합한 가격 및 거래방식, 즉 마켓 메커니즘을 설계하는데 노력을 경주하여야 한다. 시장에 적합한 제품을 설계하는 것과 마찬가지로 시장에 적합한 마켓 메카니즘을 제대로 설계하느냐 여부가 제품지명도, 고객충성도 및 이윤확보에 큰 영향을 줄 것이다. 이로 인해 이제는 보다 우수한 마켓 메커니즘의 의 설계자체가 소위 비즈니스모델의 근간이 되기도 할 것이다.

미래의 마켓플레이스는 미래의 제품 그 자체와 마찬가지로 동태적이고, 맞춤형이고 혁신적이 될 것이다. 이제 모든 것이 시장에서 일방적으로 주어지기 보다는 협상의 대상이 될 것이다. 정찰제, 고정가격제 기반한 경제시대는 이제 서서히 막을 내릴 것이다.

지난 80년대부터 발전한 게임이론과 산업조직론에서 경매 및 Dynamic Pricing에 대한 원론수준의 연구는 많이 이루어져 왔고, 90년대 들어와서 제법 복잡한 주파수경매제도, 전력교환 경매제도의 성공적인 설계 및 실제문제에의 적용이 반복되고, 또한 90년대 후반부터 인터넷경매(B2B, C2C)가 급속히 보급되면서, 경매메카니즘을 단순한 미술품과 부동산경매 수준을 훨씬 넘어서는 주요 거래방식으로서 학술적연구대상으로서도 자리매김이 이루어졌다.

요즈음처럼 하루가 다르게 새로운 비즈니스 모델이 등장하고, 그 수명도 매우 짧아져가면서 정신을 차리기도 어려운 때가 없었을 것이다. 새로운 사업을 기획하거나 구상을 하면서 하루가 다르게 전개되는 변화 속에서 피동적으로 이끌려 다니거나, 아이디어차원에서 방황하다 마는 일이 많아지고 있다. 이런 상황에서 무분별한 해외의 성공케이스의 나열과 사례주입은 오히려 혼란을 가중시킬 수 있다. 이러한 격동의 바다 속을 헤쳐 나아가는데 도움이 될 논리적 방향타를 제시해주는 연구가 그 어느 때보다 더욱 절실한 때가 아닌가 생각된다. 마켓을 디자인 한다는 말이 이러한 차원에서 큰 의미가 있는 것이다. F

테크노경영대학원의 여름학기 과목들

뜨거운 여름이 시작되고 있다. 여름하면 시원한 바닷가나 산속, 계곡 등 여러 피서지에서 뜨거운 햇살을 피해 가족, 친구, 연인과 함께 한여름의 무더위를 식히는 풍경이 가장 먼저 떠오르겠지만 테크노경영대학원의 여름은 학교 밖의 풍경과는 달리 학문에 대한 열정이 더욱 뜨겁게 달아오른다. 이 여름에 테크노경영대학원 가족들이 더위를 잊고 학문 탐구에 정진하게 해 줄 각종 여름학기개설 교과목들을 정리해본다.

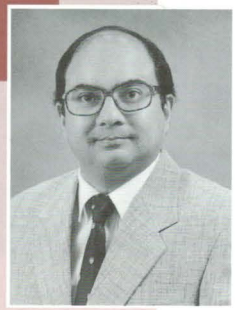
타 대학교나 대학원에서도 여름학기 동안 과목들이 개설되지만, 단일 단과대학원수준에서 테크노경영대학은 가장 많은 여름학기 교과목들을 개설하고 있다는 점을 특징지을 수 있다. 총 20개의 개설과목은 각 전공별로 균형있게 개설되어 학생들의 선택의 폭을 넓혀주고, 교수들의 강의에 대한 열정과 학생들에게 부여되는 과제 역시 정규 학기와 다름 없어 학생들에게 여름을 잊어버리게 하고야 만다.

문송천 교수의 정보시스템 보안기술, 분산데이터베이스, 이희석 교수의 ERP 특론, 한민희 교수의 연구방법론 등 이상의 네 과목이외에도 Betty Chung교수의 이문화 관리, 은철수 교수(Georgia Institute of Technology)의 국제재무정책, 조진완 교수(Georgia Institute of Technology)의 기업 재무정책 등이 개설된다. 5월과 6월에 새로 부임하신 이창양, 정구열 교수 두분의 첫 강의가 될 미시경제이론 및 재무회계에 대한 학생들의 기대와 관심이 높았고, 특히, 재무회계는 적정 수강인원을 훨씬 넘어 수강신청이 몰려 사전 조정이 있었던 만큼 인기과목이 되었다.

여기에 덧붙여 초단기 개설과목 두 개가 주목을 끌고 있는데, 일주일 남짓한 사이에 Course를 마칠 수 있는 1학점 과목들이다. 연구방법, 컴퓨터 프로그래밍을 강의하는 금융실습의 두 과목들은 필요 학점을 단기간에 취득하면서 남은 여름학기 기간을 더 유연하게 보낼 수 있는 여유를 주기 때문인지 학생들에게 호응이 좋았다. 증가하는 벤쳐 기업과 통신 산업에 대한 지식을 제공하기 위해 준비된 New Venture Finance와 데이터통신 과목들, 체계적이고 과학적인 시계열데이터 분석을 다루게될 전덕빈 교수의 금융실습 등 역시 수강이 권유되는 유용한 과목들이다.

그러나, 뭐니뭐니해도 테크노경영대학원의 여름 학기 과목 중에서 가장 여름 학기라는 기회를 이용하는 것이 바로 학생들의 국제화 감각을 키워주기 위한 국제화실습과목일 것이다. 테크노경영전공과 통신경영전공 MBA학생들을 주 대상으로 이루어지는 이 프로그램은 미국 샌프란시스코 RPI(Rensselaer Polytechnic Institute)와 실리콘밸리에서 각 전공학생들을 대상으로 이루어진다. 테크노경영전공의 RPI 프로그램은 4주라는 짧은 기간이긴 하지만 정보통신, 인터넷비즈니스, 비즈니스 커뮤니케이션 등에 대한 교과목이 다양하게 편성되어 강의와 학생들의 참여로 쉴 틈 없이 진행되고, 학생들은 기숙사 생활 및 현지여행을 통해서 미국 문화를 체험할 수 있는 기회를 갖게 된다. 또, 정규 교과목은 아니지만, Global Leadership Institute에서는 학생들의 어학실력 향상을 위해 다양한 어학강좌를 개설해 여름학기와 각종 세미나로 바쁜 학생들이 시간에 쫓기지 않고 방학 동안 영어실력을 키울 수 있는 기회를 제공한다.

정영주, 최혜진 기자



어학센타(GLI) 방문교수로 테크노경영대학원에 재직중인 Asif Siddiqui 교수에게 KAIST 테크노경영대학원의 Globalization에 대한 견해를 물어 보았다. 그는 다음과 같이 국내 타 대학들의 과정을 예로 들어가며 KAIST 테크노경영대학원이 선택할 수 있는 두 가지 Globalization Option들과 방향성에 대해 설명했다.

Traditionally, there have been two models of international education in Korea. First, there was the traditional model best examplified by Seoul National University. Within this framework, foreigners were expected to learn Korean for a certain period and then fully integrate themselves into a graduate program.The counterpoint to this was the Yonsei University model. At Yonsei, students were expected to be able to take graduate level courses in the English language.It now appears possible to determine which model is likely to be the most successful one. In Spring of this year, Seoul National University announced it will consider English proficiency as a crucial factor in the hiring of new professors. It was also reported that the University will make it mandatory for all classes to proceed in English in 5 or 10 years. Although this seems very difficult to believe, it seems quite clear that Seoul National University is going to make English a bigger part of all its programs in the future.

This has to be viewed within the context of the moves made by other universities to increase the English quotient of both students and professors. The Seoul Campus of the Hankuk University of Foreign Studies will recruit 116 students with over 820 points in TOEIC, 570 in TOEFL,or more than161 on its own Foreign Language Efficiency Examination. Kyunghee University will also admit 190 students who have high English scores. Korea University is planning to recruit 167applicants with high capabilities in specific fields including the English language.

There are far too many universities to specifically name, which are following similar guidelines in admission criteria. However, just looking at the above three universities, each of which is in KAIST's neighborhood, is sufficient to show just how much more important English is becoming in academia in this country.

To be sure, it is essential to acknowledge that KGSM has performed phenomenally well since its founding less than five years ago. Recently, Asia week rated its full-time program as the best in Korea and the seventh best in Asia overall. Speaking personally, I can say in all honesty that I am so proud and happy to be teaching here that words cannot fully express my feelings. In sum, this can be viewed as a debate as to whether the English language is oppressive or liberating. Therefore, as KAIST decides what to do about English language education in the future, some points seem obvious. Every other university named above offers full degree programs in English. This is something we might want to emulate at KAIST. Perhaps a certain number of admissions can be set aside for just such a program. This will not force any student to take English if they do not want to. So, it cannot be viewed as oppressive. On the other hand, it might be very liberating for those students who do want to receive their training in such a manner. Long-term, however, it is not clear if such a half-step will be sufficient. It seems obvious that the Yonsei model is going to prevail. This might well mean that KAIST will have no alternative but to make English an important component of all its programs. This is the choice that KAIST is going to have to make. Ⓕ

최혜진 기자

1) 통신경영의 의미
2) 무선통신과 인터넷의 만남
3) IMT-2000 서비스
4) 통신경영과 의사결정

통신경영의 의미

안 재 현
테크노경영대학원 교수

일반 사람들에게는 통신경영(Telecommunications Management) 이라 하면 그 개념이 낯설기만 하다. 과거 통신사업은 망이 크면 클수록 그 이용자의 효용이 증가하는 망 외부효과에 의해 자연 독점성이 강한 독점사업으로 인식되어 왔다. 따라서 통신사업의 시장진입은 엄격히 제한되어 국가 또는 공기업의 형태로 통신사업이 이루어지고, 국가는 규제에 의해 통신사업의 효율성을 증대 시키려 하였다. 그러나, 점차 그 규제의 비효율성이 증대됨에 따라 80년대 중반 이후 통신사업은 정부규제 위주에서 기업간의 경쟁에 의해 그 효율성을 찾으려는 방향으로 변화되고 있다. 또한 통신서비스가 국제간의 교역 대상화 함에 따라, 국내 사업자간의 경쟁뿐만 아니라 국제경쟁의 대상이 되고 있다. 따라서 과거 독점 하에서의 규제논리가 아닌 사업자의 경쟁에 요한 경영전략에 관련된 제반 이슈들에 관심을 가지는 연구 분야가 바로 통신경영인 것이다.

일반적으로 통신서비스하면 전화가 연상되며, 사실 음성전화 서비스가 80년대 말까지 가장 핵심적인 서비스 중의 하나였다. 그러나 21세기에 들어선 현재, 급격한 기술발전에 따라 각종 첨단 통신서비스가 다양하게 제공되고 있다. 음성전화서비스에서 출발한 통신서비스가 지금은 이동전화서비스, 인터넷폰, 인터넷 접속서비스, 위성관련 서비스, 고속데이터 서비스, 무선인터넷, e-Commerce와 Mobile Commerce 관련 서비스, 무선 LAN 서비스 등, 수많은 다양한 서비스로 제공되고 있다. 또한 통신부품/장비/시스템산업의 발전도 첨단 통신서비스를 가능케 하고 있다.

이러한 통신서비스와 통신부품/장비/시스템산업에 연관하여 제기되는 문제를 기술, 경영, 정책의 세 측면에서 볼 수 있다. 기술적으로는 정보통신기술의 놀라운 발전으로 기존의 기술과 인프라가 하루 아침에 쓸모 없는 것으로 되는 위험이 있기도 하고, 신기술을 기존 기술로 대체해 가는 시기와 그 경제성이 문제가 되기도 한다.

경영측면에는 소비자들은 정보통신 기술의 발전에 따라 발생되는 신규서비스에 대해, 자신들의 실제 경험이 부족하여 본인들의 욕구에 대한 정확한 파악이 되어 있지 않는 경우가 많다. 즉, 한번도 접해 보지 않았던 첨단 서비스에 대한 기대, 새로운 것에 대한 막연한 거부감, 첨단 서비스에 대한 편익의 불확실성 등등, 여러 요인에 따라 그 통신서비스에 대한 선호와 수요에 대한 불확실성이 존재한다. 또한 개개 통신서비스의 소비자로서가 아닌 통신서비스의 패키지 제공을 위한 소비자에 대한 이해와 이에 따른 마케팅, 고객 충성도 확보 와 소비자 유지, 대규모 설비투자의 위험, 짧은 상품수명주기 등의 문제도 제기된다.

정책측면에서는 과거의 독점에 대한 규제 관점에서 벗어나, 국가 전체적인 통신서비스 제공에 대한 형평성, 정보나 개인 프라이버시의 보호, 공정경쟁, 산업경쟁력 강화 등의 정책결정문제가 제기된다. 그러나 이러한 정책결정은 소비자 선호와 수요의 불확실성, 기업이 당면하는 경영위험, 신규투자위험, 이해 당사자들간의 상충된 이해 등의 이유로 정책방향을 세우기에는 많은 어려움이 수반된다.

이러한 세 가지 측면에서 본 통신서비스와 통신부품/장비/시스템산업에 연관하여 제기되는 문제는 학제적(Interdisciplinary) 연구를 통한 체계적인 연구에서만이 그 해답을 찾을 수 있다. 현재 테크노경영대학원의 통신경영/정책 프로그램에서, 통신산업의 세 가지 축이 되는 기술/경영/정책의 주된 흐름을 이해하고 이를 전략적으로 이용하며, 규제중심에서 경쟁중심으로 변해 가는 산업환경을 주도하고, 소비자중심의 경영활동을 추구할 수 있는 비전과 능력을 교육하고 연구하는 시도는 이러한 점에서 큰 의미를 지닌다.

새로운 21세기는 첨단통신서비스 기반 위에서 삶의 질이 더욱 향상되고 국가 경쟁력도 이에 따라 자리 매김을 하게 될 것이다. 통신경영의 활발한 연구를 통해 우리나라 통신산업의 큰 틀이 설계되고, 이의 경영현장에서의 실천을 통해, 우리 나라가 새로운 세기의 주역이 될 수 있는 역량이 모이기를 기대해 본다. F

관계마케팅과 DB마케팅 그리고 인터넷마케팅

김 상 용
테크노경영대학원 교수

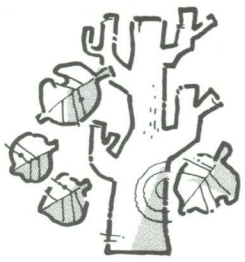
고객과의 일회성 거래(transaction)의 개념에서 탈피하여 고객과 지속적인 관계(relationship)를 유지하려는 기업의 마케팅 활동을 관계 마케팅(relationship marketing)이라 한다. 따라서 개별 마케팅(individual marketing) 혹은 일대일 마케팅(one-to-one marketing)이란 용어도 관계마케팅과 같은 개념이라 할 수 있다.

한편 DB 마케팅(database marketing)은 고객정보를 과학적이고 체계적으로 분석하여 고객 개개인과의 장기적인 관계구축을 위한 마케팅계획을 수립하고 집행하는 제반 활동이다. DB 마케팅은 고객 개개인과의 지속적인 관계를 추구한다는 점에서 관계마케팅과 거의 같은 의미로 사용된다 하겠다. 그러나, DB 마케팅은 관계마케팅을 실현시켜주는 구체적인 방법론을 제시하고 있음에 차이가 있다. 경쟁관계의 두 업체가 각자의 불량고객의 목록을 작성하여 교환하는 것도 DB마케팅의 예가 될 수 있다.

관계마케팅과 DB 마케팅은 공통적으로 고객가치의 극대화를 궁극적인 목적으로 하고 있다. 새로운 고객을 획득하고 고객의 기반을 확대하여 개별고객의 수익성에 따른 차별적인 마케팅을 구현함에 초점이 맞추어져 있다. 그리하여, 체계적인 고객관리를 통하여 우량고객의 이탈을 방지함으로써 성공적인 고객유지(retention)를 통한 이윤의 극대화를 목표로 한다. 한편, DB마케팅은 한 걸음 더 나아가서 어떤 고객을 우량고객으로 발전시키고 또한 불량고객을 골라내어 제거함으로써 보다 효율적인 고객관리를 통한 이윤의 극대화를 도모한다.

한편, 관계마케팅과 DB 마케팅은 결코 최종소비자만을 상대로 한 개념은 아니다. 한 기업이 특정 사업에 요구되는 모든 능력을 구비하고 있는 경우는 현실 세계에서는 매우 드물다. 따라서, 관계마케팅과 DB 마케팅의 개념은 기업간 동반자 관계에도 적용된다. 참여기업들이 기술이나 시장접근, 자본, 생산 등에서 상호 보완을 이루는 전략적 제휴를 통하여 참여기업간에 호혜적인 관계 네트워크를 형성함으로써 모두의 경쟁력을 높이는데 그 목적이 있다.

그런데, 이와 같은 관계 마케팅과 DB 마케팅은 인터넷이라는 사이버 공간 상에서 보다 효율적으로 이루어질 수 있다. 그런 의미에서 인터넷 마케팅은 그 구현 공간이 인터넷이라는 것이고 내용적인 측면에서는 관계 마케팅과 DB 마케팅 그 자체라고 해도 결코 틀리지 않는다 하겠다. 인터넷은 동시 쌍방향성, 개인화된 상호 작용 등의 특징을 가지고 있다는 면에서 기존의 매체와는 전혀 다른 마케팅 환경을 제공하고 있다. 그러므로, 관계 마케팅과 DB 마케팅의 인터넷에서의 구현은 인터넷 환경에 대한 면밀한 분석이 전제되어야 한다. 다시 말해서, 인터넷의 새로운 틀 속에서 마케팅 방식을 새롭게 도입하여야 한다. F



IBM & Microsoft

거품 빠진 닷컴 기업

지난 4월 14일 미국 증시 사상최대의 대폭락은 첨단 기술주가 주도하던 전세계 증권시장에 먹구름을 가져왔다. 이로 인해 저인플레 고성장의 장기호황을 누리던 미국 신경제뿐만 아니라 세계경제에 대한 불안심리가 나타나고 있다. 우리나라의 경우도 예외는 아니어서 미국 증시의 대폭락 이후 다음 거래일인 4월 17일 지수가 장중 100포인트 이상 하락하면서 사상 처음으로 주가 지수 서킷브레이크가 걸리는 일이 벌어지기도 했다.

이는 특히 인터넷 관련 첨단 기술주의 가격이 지금까지 그 성장 가능성 때문에 지나치게 높게 책정되어 있었기 때문에 주가의 거품이 빠지는 과정으로 인식되기도 한다. 나스닥 시장의 경우 1999년 한해동안 86%난 상승하였기 때문에 그 반작용으로 어느 정도 하락은 불가피하리라는 분석이 지배적이다. 특히 이러한 현상은 첨단 기술주와 함께 미국 증시를 주도해 왔던 인터넷 비즈니스의 수익성 저하가 현실로 나타나면서 그에 따른 주가하락이 설상가상으로 겹쳐서 나타난 것으로 볼 수 있다. 주요 기업을 살펴보면 Microsoft의 경우 주가가 연중 최고점인 119.94달러에서 지난 5월 23일 63.19달러로 47.3% 하락하였고 국내의 한글과 컴퓨터도 고점 대비 주가 하락률이 80%를 웃돌고 있는 실정이다. 전자상거래 업체인 미국의 아마존의 주가 역시 실적 악화로 인해서 급락하였고 우리나라의 새롬기술의 경우 5월 24일 기준으로 고점의 9분의 1에 그치고 있다.

사실 이전부터 보수적인 성향의 학자나 경영자들 사이에서 이른바 닷컴 기업이라 일컬어지는 인터넷 주들에 대한 경고는 있어 왔다. 테크노경영대학원 김인준 교수는 이러한 일련의 현상을 다음과 같이 설명했다.

"최근의 주가 하락은 사실 컴퓨터나 반도체 등의 제조업체와는 무관한 현상이다. IBM 이나 General Electric과 같은 전통적인 기업들은 earning등의 재무상태가 양호하며 주가를 지지하고 있다. 그러나 신흥 기술주들은 전망이나 실제 현금흐름에 비해 시장에서 주가가 지나치게 고평가 되어 왔다. 지식산업이나 정보통신 분야의 산업이 과거 제조업이 이루지 못했던 새로운 경제적 기여를 하며 경기를 리드할 것이라는 기대가 지배적이었으나 인터넷 등의 새로운 기술은 새로운 형태의 서비스를 제공해 주는 측면도 있지만 새로운 경제영역을 열었다기 보다는 기존의 제조업이나 유통업 등의 경제 활동을 편리하고 쉽게 해주는 데에 더 큰 의의가 있다는 것을 알게 된 것이다. 이것이 현실화 되면서 그 동안 닷 컴 기업들에게서 보여진 거품이 줄어 들고 있는 것이다.

미국에서 주가가 폭락하며 제조업 등의 주가가 하락된 것은 일시적인 수급의 불균형이며 새로운 환경에 적응하지 못하는 기업의 도태 과정이다. Microsoft 같은 기업도 주가가 하락한 것은 반독점법에 의한 소송 등에서 나타난 일시적인 현상이지 첨단 기술주와 같은 시각에서 평가할 수는 없다. 한국 주식시장은 미국의 시장 움직임에 동조하는 경향이 있어서 최근 주가가 폭락했다. 하지만 거래소 주식들은 수급 불균형으로 인해 저평가 되었지만 곧 회복될 것으로 보이며 실제로도 그러한 추세를 나타내고 있다." F

정영조, 김진선 기자

5월과 6월, 새롭게 KAIST 테크노경영대학원 가족이 된 이창양, 정구열 교수를 소개한다. 흥미로운 전공분야를 가진 두 교수가 KAIST 테크노경영대학원에 오게 된 동기와 소감, 어떤 향후 계획들을 가지고 있는지에 대해 인터뷰하고 정리해 보았다.

■이창양 교수

이창양 교수는 산업자원부(구 상공부)에서 사무관으로 시작하여 산업정책과장까지 14년 동안 정부 기관에서 근무하였다. 이 교수가 정부 기관을 떠나 교직 생활을 시작하게 된 가장 큰 동기는 실질적인 정책 경험은 정부기관에서 많이 축적했으나 크게 이론적인 틀을 만들어 보고 싶었기 때문이고, 특히 KAIST는 다른 대학과는 달리 학부 중심이 아닌 대학원 중심의 연구 기관이라는 것이 마음에 들어서 KAIST를 택하게 되었다고 한다.

앞으로 이 교수는 KAIST 테크노경영대학원에서 미시 경제, 거시 경제, 산업 조직론 등 경제학 전 분야에 대해 강의할 예정이다. 그러나 복잡한 수식 중심이 아닌 학생들에게 경제학 전반에 대한 이해를 높이는 방향으로 학생들이 문제를 해결해 나갈 수 있는 방법을 가르치고 싶다고 한다. 이 교수는 학생들과 많은 교류를 통해 학생들에게 가깝고 친근한 교수로서, 학생들과 즐거운 생활을 하는 것이 학생들을 가르치는 교수로서의 목표라고 했다.

■최종 학위
정책학 박사, Harvard University (1999)

■정구열 교수

정구열 교수는 초빙 교수로서 이미 작년 봄학기에 테크노경영대학원에서 재무회계 과목을 강의했기 때문에, 학교의 전반적인 분위기 및 학생들의 태도에 대해 익숙하다. 14년간 미국에서 교수로 재직하면서, 강의와 연구를 수행하던 도중, 그 동안의 연구 성과들이 고국에서의 후진 양성에 보탬이 되었으면 하는 생각을 가졌고, 마침 테크노경영대학원에서의 강의로 학교에 대한 만족스러운 인상이 부임의 계기가 되었다고 한다. 정교수가 개인적으로 추구하는 강의 형식은 학생들의 자발적 참여의 유도, 교수와 학생간의 활발한 양방향 의사소통이다. 수업 시간에 가능한 많은 상호작용이 이루어져야 한다고 강조한다. 우리 학교 학생들은 지식의 습득과 축적에는 매우 열심이고, 그 수준도 높지만, 경영자의 입장에서 효율적으로 표현하는 능력과, 그 기회가 부족하다고 지적하면서 앞으로 강의할 재무회계, 관리회계, 재무분석 과목들을 통해 수강생들이 경영마인드와 전략 마인드가 연계된 회계 능력을 갖출 수 있도록 노력할 것이라고 했다. Ⓕ

■최종학위
회계학 박사, University of Florida (1987)

김은진, 최혜진 기자

김동석 교수의 증권분석 및 거래

요즘 우리 사회에서 가장 이슈가 되고 있는 두 단어가 닷 컴 기업과 주식이라는 데 크게 이의를 제기하는 사람은 별로 없을 것이다. 카이스트 테크노경영대학원의 교과목들은 이런 시대적인 요구를 만족시키는 데 큰 역할을 하고 있다. 그 중 한 과목으로 프론티어지가 이번 호에서 소개할 수업은 김동석 교수가 강의하는 증권분석 및 거래이다. 매년 가을학기에 개설되는 이 과목은 교과목 그대로 증권 투자에 대한 이론적 지식을 바탕으로 이를 실제 거래에 응용하는 것을 목적으로 한다.

이 과목은 원래는 금융공학 MBA를 대상으로 개설된 과목이었으나 요즘 주식에 대한 높은 관심과 열기를 반영하듯 경영공학이나 다른 전공의 MBA학생들도 많이 수강한다.

수업은 크게 3가지 부분으로 나뉘어져 진행된다. 기술적 분석 등의 다양한 분석 방법, 증권과 증권시장에 이론 등을 배울 수 있는 강의가 한 부분이고, 세 명씩 한 팀으로 구성된 학생들이 증권거래에 대한 실증적 논문들을 읽고 발표하는 세미나식 수업이 다른 한 부분이다. 매 수업은 이 두 가지 방식이 5:5의 비율로 구성되어 있다. 그리고 마지막 방법이 이 과목의 특성을 잘 나타내 주는 것인데 가을학기 4개월 동안 계속되는 모의 투자이다.

모의 투자는 팀 단위로 진행되는 데 재무정보실에서 제공되는 실제 주가의 data로 거래가 이루어진다. 모의 투자를 이용한 수업은 다른 대학의 경영학과에서도 이루어지지만 증권분석 및 거래가 타 대학 과목과 구별되는 점은 선물 및 옵션의 파생상품 투자도 병행된다는 점이다. 각 팀은 초기에 10억의 자본금으로 투자를 시작하게 된다. 주식은 현재 장내에서 거래되는 모든 종목이 거래 가능하며 코스닥 종목도 사고 팔 수 있다. 선물 및 옵션의 파생상품에 투자할 수 있는 금액은 총 자본금의 50% 이내 이다. 거래 수수료 등의 거래에 수반되는 조건은 실물 시장에서의 규칙들과 동일하다. 거래는 거래를 내는 시간의 실제가격으로 채결되며 수요 공급 물량과 무관하게 모두 채결되는 것으로 가정한다.

학생들에게 가장 호응이 높은 것이 이 모의투자 부문인데 실제로 주식을 투자해 본 경험이 있는 수강생들은 많지만 파생상품은 개인적으로 투자해 본 학생들이 드물어 좋은 경험이 되었다는 반응들이다. 작년에 이 과목을 수강했던 경영공학 석사과정 2년차 이동우 학생은 "증권분석 및 거래는 한마디로 실전적인 과목이라고 볼 수 있다. 수업에서 배운 증권투자기법들은 바로 실전에 적용이 가능했으며 이를 통해 한국적인 환경에서 성과가 좋은 기법들과 그렇지 못한 기법들에 대한 나름대로의 기준을 세울 수 있게 되었다. 주식 뿐만 아니라 옵션이나 선물 등 파생상품에 대한 거래는 비록 모의거래였지만 파생상품 자체와 그러한 상품들의 실제거래 현황에 대한 이해를 넓혀 주었다. 앞으로 금융기관에 취업을 희망하는 학생들은 이 과목의 수강을 통해서 많은 것을 얻을 수 있다고 생각한다" 라고 이 과목에 대한 의견을 말해 주었다. 모의 투자에 대한 평가는 수익률보다는 각 팀에서 장단기 적으로 수립한 전략이 얼마나 논리적이고 적합한가에 따라 이루어진다. 따라서 학생들도 수익률에 급급하기 보다는 전략을 세우는 데 더 치밀하다. 그야말로 투기가 아닌 투자인 것이다. 자기 돈으로 직접 투자를 한 것은 아니지만 주가가 오르고 내리는 데 따라 각 팀의 희비가 엇갈리는 등 실제 투자를 하는 감을 익힌다는 데서 이론과 기술의 결합이라는 테크노경영대학원의 취지와도 잘 맞아 떨어지는 과목이라 할 수 있겠다. F

김진선 기자

차동완 교수의 정보통신경영 연구실

김 광 수
경영공학 석사과정

정보통신경영 연구실(TELMAL: TELecommunications Management Lab.)은 OR에서의 네트워크이론과 combinatorial theory, 기타 Heuristic 방법론 및 경영학에서의 수리적 분석방법론을 바탕으로 통신시스템의 설계와 운용에 관련된 폭넓은 분야를 연구하는 곳이다. 연구대상인 통신시스템은 무선 CDMA시스템(IS-95, cdma2000, W-cdma)을 비롯하여 광대역 유선 네트워크, 인터넷 등의 기간네트워크와 가입자단의 네트워크를 폭넓게 망라하는 것이다. 현재 연구실의 주요 관심연구 대상은 Traffic Analysis, Call Control, HandoffMinimizing등의 CDMA기반 IMT-2000 무선통신시스템에서의 여러문제와 고속인터넷망에서의 scalability, IP와 ATM연동방안 등의 진보적 분야이며, 이미 상당한 성과를 거두고 있다.

지도를 맡고 있는 차동완 교수는 1975년 Northwestern University에서 OR분야의 박사학위를 취득했고, 그 해 KAIST의 설립 원년 멤버로 참여하여 지금까지 활발한 활동을 보이고 있다. 연구실 홈페이지(http://telmal.kaist.ac.kr)를 방문해 본 경험이 있다면 금방 느꼈겠지만, 발표논문이나 수행된 프로젝트는 그 수를 일일이 센다는 것이 무의미할 정도로 많다(그래도 굳이 세자면 IEEE 등의 해외 저널 에 50여 편, 국내 저널에 35편). 연구실의 방침은 항상 수리적인 면을 강조하며, 세계적인 수준의 연구실을 지향하고 있다.

정보통신경영 연구실은 오랜 역사와 전통을 가진 연구실이라서 졸업한 선배들도 많다. 2000년 현재까지 박사만 24명 이 졸업했고, 대부분은 전국의 대학교와 한국통신, ETRI, SK 텔레콤, 데이콤, LG텔레콤, 한솔 PCS등 통신 산업의 주도 기업에 몸담고 있다. 선배들은 지난 송년회 및 8.15행사(매년 8월 15일에 교수님의 농장에서 졸업생 및 재학생들의 바베큐 파티가 열린다)에 이어 얼마 전의 홈커밍 데이에도 많이 참가하여 다시 한번 연구실의 전통을 과시하여 주었다.

현재 연구실은 곧 졸업예정인 두 명과 홍일점 박사과정 여학생을 포함해 10명으로 구성되어 있으며 20대 초반에서 30대 중반에 이르는 넓은 연령대의 사람들이 부대끼며 생활하고 있다. 세대 차이도 나고 연구실도 오래되었으니 분위기가 고루하겠다고 생각될지 모르지만, 연례행사로 겨울마다 모두 모여 스키장에 가서 즐기기도 하며, 가끔씩 저녁 때에 함께 병맥주를 기울이는 등 여러 가지로 화기애애하고 젊음이 넘치는 연구실 분위기를 조성해 가고 있다. F

작은집 소식

강원도 원주시 태장동에 7명의 장애인들이 모여 살고 있는 작은집이 있다. 작은집은 강복희씨(작은집 주거)의 부친인 강신홍씨가 집터를 기증하고 여러 사람들의 작은 정성과 1군 사령부 공병대의 인력 도움으로 1991년 완공된 거처다.

현재 작은집 가족들은 황인성씨(31세, 중복 장애), 강복희씨(38세, 뇌성마비), 지용태씨(31세, 정신 장애), 정이석씨(33세, 뇌성마비), 박용희씨(30세, 다운 증후군), 김성기씨(29세, 척추 마비)와 신재웅씨(33세, 지체 장애)다.(사진 위, 왼쪽부터) 황인성씨는 보육원에서 성장하여 작은집 보금자리가 마련될 때부터 작은집의 식구가 되었다. 강복희씨는 작은집의 실질적인 대모 역할을 하고 있다. 몸은 불편하지만 작은집 살림을 도맡아 한다. 지용태씨 역시 무척 성실하고 부지런한 식구다. 최근에는 취업도 하여 직장에서도 인정받고 본인도 매우 만족해 한다. 정이석씨는 95년 2월에 작은집 식구가 되었다. 작은집에 들어올 때부터 한글공부를 시작한 정이석씨에게 한글 공부의 중요성은 남다르다. 정이석씨는 말을 제대로 할 수 없기 때문에 한글을 쓰고 읽을 수 있게 되면 자기의 의사 표현을 더 확실히 할 수 있게 될 것이라는 희망을 가지고 있다. 박용희씨는 운동 부족으로 인해 체중이 늘어서 요즘은 불편한 몸이지만 재활원에서 작은집까지 약 2 km를 운동 삼아 도보로 다니고 있다고 한다. 김성기씨는 고등학교 때 친구들과 장난 중에 척추를 다쳐 하반신 마비가 되었다. 하지만 이에 좌절하지 않고 다시 공부를 시작하여 97년 연세대 원주 캠퍼스 경법학부에 합격하여 2학년을 마치고 작년 미국 공인 회계사 자격 시험 준비를 위해 1년 휴학 후 올 3월에 복학하였다. 10월 시험을 대비해 열심히 공부하고 있다. 마지막으로 신재웅씨는 현재 국가 공무원(9급) 시험을 준비하기 위해 야학을 다니고 있다. 지금까지 소개한 바와 같이 작은집 식구들은 모두 각자의 장애가 있지만 서로를 보살피며 자립을 위한 꿈을 가지고 살아가고 있다.

작은집 후원회는 이러한 작은집 식구들을 후원하고 또 몇몇 장애 가정들과 마가렛홈이라는 또 다른 장애인 공동체를 지원하고 있다. 현재 월평균 후원비는 1백25만원 정도로 이는 작은집 운영과 마가렛홈 지원 등에 빠듯한 정도다. 이 후원비는 단순한 재정적 도움만을 의미하는 것이 아니다. 이는 소외된 장애인들이 사회의 구성원으로서 꿋꿋하게 일어설 수 있는 밑거름인 것이다. 진정한 장애는 신체의 장애가 아닌 마음의 장애가 아닐까 하고 생각해 본다. Ⓕ

김은진 기자

여러분들의 후원을 기다립니다.

■ 작은집 후원회 연락처

Tel (0371)43-3875/ 44-4496

■ 회비 납부

- 주택은행 682425-93-107735 이재민
- 국민은행 303-21-0673-635 이재민
- 제일은행 626-20-026266 이재민
- 농 협 209-01-460244 이재민
- 한빛은행 111-102801-12-401 이재민

개요

**배종태 교수의 칼럼이 지난 4월10일부터 매주 동아일보 월요일자에 연재 되고 있다.
실리콘밸리 현장의 생생하게 전하는 〈배종태 교수의 실리콘밸리 리포트〉 5회 까지의 주요 내용을 요약해서 싣는다.**

한국기업의 약점

■ "현지사정도 모르고... 영어도 짧고" (동아일보 4월 17일자)

어느 기업이나 해외로 진출하면 많은 어려움에 부딪히게 된다. 실리콘밸리의 한국 기업도 예외는 아니다. 언어 문제와 커뮤니케이션 기술 부족, 또는 국제화 마인드가 없거나 미국의 사업관행과 문화를 잘 몰라서 갖가지 문제가 생긴다. 가장 빠른 해결책은 현지인 경영전문가를 영입하거나 그들과 손잡고 함께 일하는 것이다.

실리콘밸리의 사정을 잘 모르는 본사에서 내린 의사결정이 지사 경영자들을 어렵게 하는 경우도 많다. 잠재적인 파트너들과의 협상 과정에서 본사에서 지원이 늦어져 협상이 깨지는 사례가 빈번히 일어난다. 이 때문에 단순히 미국의 시장과 기술 동향을 파악하려는 목적이라면 모를까 본격적인 비즈니스를 위해서라면 지사보다는 독립법인을 만드는 것이 바람직하다. 지사 형태로 운영하다가 뒤늦게 독립법인으로 전환해도 현지에서 자금을 조달하거나 협상을 할 때 지사 시절의 실적은 전혀 인정받지 못한다. 지사의 영업 실적은 법적으로 모두 본사에 귀속되기 때문이다. 실리콘밸리에 진출할 때는 사전 준비를 철저히 해서 아예 법인을 설립하는 게 낫다. 본사와는 지분 구조나 이사회를 통해 관계를 유지하면 된다.

벤처정신의 국제화

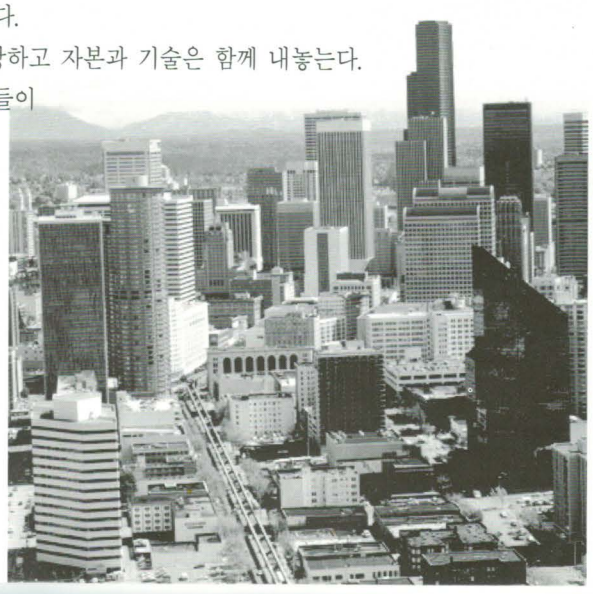
■ "대만 - 인도계 출신들 '황색 벤처바람' 선도 (동아일보 4월 24일자)

실리콘밸리에는 유난히 아시아인들이 많다. 이들 가운데 중심 역할을 하는 것은 역시 대만과 인도 출신. 지금까지 실리콘밸리는 IC(Integrated Circuit)기술에 힘입어 발전했지만 앞으로는 새로운 IC(인도인과 중국인 Indian and Chinese)에 의해 더욱 발전할 것이라는 말이 나올 정도다. 하드웨어 분야에선 중국인, 소프트웨어 분야에선 인도인의 활약이 두드러진다.

실리콘밸리 중국인 네트워크의 중심은 80년대초 미국에 유학온 이민 2세대 대만계. 당시 대만 정부는 정책적으로 우수한 학생들은 대거 미국에 보냈고 이들은 졸업후 남아서 각 기업의 기술 부문 요직을 차지하면서 거대한 네트워크를 형성했다. 회원수가 1000여명에 이르는 중국엔지니어 협회(CIE)가 대표적인 대만계 모임이다. 최근에는 매년 5000여명의 대만계 미국인이 대만으로 돌아가 실리콘밸리와 대만을 연결하는 새로운 협력 메커니즘을 만들고 있다.

실리콘밸리는 상품기획과 마케팅을, 대만은 제품 설계와 생산을 담당하고 자본과 기술은 함께 내놓는다. 대만 모델은 이처럼 양측의 역할 분담과 협력체계위에 대만계 미국인들이 교량역할을 하는 국제창업자가 되어 움직이면서 작동되고 있다.

인도인들의 진출은 영어가 공용어인데다 인도 정부가 일찍부터 추진한 소프트웨어 전문가 육성 정책에 힘입었다.
인도 남부 5개주는 인건비가 싸고 우수한 프로그래머가 많이 있어 미국기업의 가장 중요한 소프트웨어 하청기지 역할을 하고 있다.
인텔 등 초우량기업의 팀장 중에도 인도인이 많다.



91년에 설립된 인도 출신 전문가 모임인 SIPA는 인도계 네트워크의 가장 대표적인 조직. 그러나 인도와 실리콘밸리는 아직 쌍방의 동반자적 관계까지는 발전하지 못하고 있다. 이스라엘은 미국 증시에 가장 성공적으로 진출한 나라. 현재 100여개의 이스라엘 기업이 미국 증시에 상장됐는데 미국 다음으로 많은 숫자다. 작년에도 12개 이스라엘 기업이 상장돼 19억달러의 자금을 조달했다. 이스라엘 기업의 실리콘밸리 진출 전략은 원천 기술과 제품 개발은 본국에서 하고 실리콘밸리에 미국 회사를 설립한 후 미국에서 제품 사양 결정과 마케팅, 자본 조달을 하는 방식이다.

그렇다면 우리나라 기업은 어떤 전략으로 실리콘밸리에 진출해야 하는가. 이스라엘 모델이 가장 이상적일 것같다. 실리콘밸리에 한국인들이 더 많이 나가서 배우고 뿌리를 내려 글로벌 네트워크를 만들고 더 많은 국제 창업자가 나오게 해야한다. 이를 위해 유학생과 연수생을 실리콘밸리 등 지역에 많이 보내고 기업에서도 우수한 인력을 현지에 보내서 '국제통'을 만드는 노력을 벌여야 한다.

비즈니스 인큐베이터

■ '될성 부른 떡잎' 경영 - 기술 집중 지원 (동아일보 5월 1일자)

최근 실리콘밸리에는 비즈니스 인큐베이터(BI) 붐이 일고 있다. BI는 80년대 미국에서 본격화하기 시작해 현재 미국 전역에 600여개나 될 정도로 늘었다. 우리나라에도 200여개의 BI가 설립됐다. 전통적인 BI는 첨단기술 개발과 투자수익 창출보다는 지역경제 활성화와 고용창출에 역점을 뒀다. 주 정부나 대학 등 공공기관이 중소기업 지원 차원에서 비영리로 운영해왔다.

그러나 실리콘밸리 등 미국의 첨단 산업 지역에 최근 만들어지는 BI는 새로 태어난 기업의 경영을 지원해서 회사를 키우고 빠른 시간 내에 높은 투자수익을 달성할 수 있도록 하는 데 역점을 둔다. 98년 일본 마쓰시타전기가 실리콘밸리에 설립한 파나소닉 디지털 컨셉트 센터(PDCC)는 외국 대기업이 실리콘밸리에 진출하는 새로운 모델로 화제가 됐다. PDCC는 인터넷 및 e커머스 분야의 미국 벤처기업을 발굴, 창업 보육과 투자를 해주고 마쓰시타와 업무 제휴를 추진하기 위해 만들어졌다. 이곳에는 미국 벤처기업들과 함께 마쓰시타 관계자들도 입주해있다. 국내에서도 최근 KTB 등 벤처캐피털회사에서 인큐베이터를 만들어 투자 기업들을 집중적으로 지원하는 노력을 많이 하고 있다. 우리나라 벤처캐피털 회사들이 실리콘밸리에 진출할 때 마쓰시타처럼 인큐베이터 기능을 함께 갖는 것이 효과적이다. 투자 기업을 물리적으로 한곳에 입주시켜 집중 관리하는 것도 한 방법이다. 가장 중요한 것은 우리나라의 벤처인큐베이터들이 그저 장소와 시설을 제공하는 수준에서 하루빨리 벗어나 경영 및 기술 지원을 할 수 있는 체제로 발전해야 한다는 점이다. 이를 위해선 전문가 네트워크 구축과 인큐베이터 매니저의 육성이 시급하다.

산학협동의 유토피아

■ '벤처신화의 모태' 스탠포드大 (동아일보 5월 8일자)

세계 주요 도시가 큰 강을 끼고 있듯 세계적인 지식 집약단지에는 반드시 세계적인 대학이 있다. 대학은 새로운 지식의 원천이자 우수한 인력의 산실이기 때문이다. 1891년 개교한 스탠포드대는 '실리콘밸리의 아버지'로 불리는 프레드릭 터먼 교수의 비전과 노력 덕분에 실리콘밸리의 모태로 자리잡았다. 터먼 교수의 권유로 1939년 휴렛과 팩커드가 휴렛팩커드를 창업했고 1953년에는 터먼 교수의 주도로 스탠포드 산업단지가 만들어졌다. 스탠포드대는 지금 15명의 노벨상 수상자를 포함한 1600여명의 교수, 1만4000여명의 학생들, 연간 운영예산 14억4000만달러(약 1조7000억원)의 세계 최고 대학으로 발전했다. 운영예산에서 등록금의 비중은 불과 20%다. 40%는 정부에서 수탁받은 연구 용역으로, 나머지는 기부금과 그 운영 수익금으로 충당된다. 야후 선마이크로시스템스 등 스탠포드에서 배출한 벤처기업은 이미 2000개를 넘었다. 매년 발표되는 대학랭킹에서도 경영학 법학 공학 등 전부문에서 동부의 유수한 대학들과 수위를 다투고 있다.

스탠포드대가 세계 최고의 대학으로 발전한 이유는 실리콘 밸리의 중심에 있다는 지역적 이점을 최대한 활용했기 때문이다. 많은 교수가 기업체의 경영자로 또는 사외이사로 경영 활동에 참여한다. 직접 벤처기업을 창업했던 교수 가운데 절반은 다시 대학으로 돌아온다. 짐 클라크처럼 기업가로 성공한 교수도 많다. 학생들도 책이나 교수로부터 배우는 것만큼 실리콘밸리에서 산업체의 지도자들로부터 배운다.

우리나라는 산학 협동을 연구 부문에서만 강조해왔지만 교육 부문에서도 활발한 산학 협동이 필요하다. 성공한 벤처기업 경영자와 기술자들이 대학의 강단에 자주 서서 그들의 경험을 학생들과 나누는 것이 중요하다. 궁극적으로는 산업계의 많은 지도자들이 교수로 나설 수 있도록 대학 문화가 바뀌어야 한다. Ⓕ

■최고정보경영자과정(AIM) http://kgsm.kaist.ac.kr/executive.aim 유니텔: GO AIM

"사장님들의 DDR 솜씨 어때요"

CEO대상 DDR경연대회 마련

"이거 좀처럼 쉽지 않구만." 기업의 사장들이 수업시간을 이용해 신세대 문화 익히기에 나섰다. 홍릉에 위치한 KAIST 테크노경영대학원(대학원장 金聖曦)은 지난 4월 7일 기업 최고경영자들을 대상으로 DDR경연대회를 마련했다. 이번 DDR경연대회에 참가한 CEO들은 KAIST 테크노경영대학원 최고정보경영자과정(AIM)12기생 40명. 부부동반 워크숍을 겸해 열린 경연대회장에서는 대학원생 조교들의 시범에 이어 부부, 조별 게임이 벌어졌다. 이미 수업시간에 한차례 예선전을 치른 탓인지 참가자들의 수준은 기대 이상이었다.

참가자들은 각자 앞에 놓여진 컴퓨터에서 흘러나오는 신세대 가요에 맞춰 DDR을 즐겼다. 경기는 오랫동안 춤을 춘 사람이 승리하는 방식으로 2명씩 토너먼트로 진행됐으며 대형 멀티비전을 통해 전체 경연장 안에 생생하게 전달되었다. 최고정보경영자과정 컴퓨터실습에 DDR을 처음 도입한 한인구(韓仁九)교수는 21세기형CEO에게 있어 정보화교육 못지않게 중요한 것이 바로 N세대 직원들의 문화에 적응하는 것이라며 앞으로도 다양한 문화적 체험교육을 실시할 계획이라고 밝혔다.

KAIST 테크노경영대학원 최고정보경영자과정은 대기업 최고경영자와 임원, 정부 고위 정책결정자들을 대상으로 한 5개월 비학위과정이다. 교육과정은 진정한 e-CEO 양성을 위해 최신 정보기술 동향은 물론 사이버증권투자, 온라인경매, 인터넷정보사냥, 사이버바둑대회 등 인터넷이나 다양한 정보기술 실습을 통해 실제적인 정보화 현장경험을 할 수 있게 짜여져 있다. 또한 최고정보경영자과정(AIM) 12기생들은 2차 워크숍을 통해 배우자를 위한 컴퓨터 실습, MIS 개요 강의, 정보화 특강 등의 정보화 교육과 부부동반 저녁 만찬이 있었다.

■또다른 소식들 !

- ▶ 4월 21일에는 프라자 호텔에서 경상현 교수를 초청하여 특강을 포함한 11, 12기의 상견례식이 있었다.
- ▶ 최고정보경영자과정(AIM) 제 4기의 총동창회가 결성되었으며, 동창회장에는 ㈜나라기획/㈜나라홀딩의 조해형 회장이, 총무에는 세방기업의 이상웅 사장이 선출되었다.
- ▶ 5월 20,21일에는 12기생 및 교수진들이 부부동반으로 동문기업인 안동병원을 방문, 시설견학 및 워크숍을 가졌고, 하회마을을 방문하였다.

■ 13기 모집안내

원서교부 및 접수: 6월 19일에서 7월 7일까지(교육기간은 8월에서 12월까지이고 모집인원은 45명 내외)

접수 및 문의처: (TEL)958-3690,3695 E-MAIL: teatime@kgsm.kaist.ac.kr

■최고벤처경영자과정(AVM) http://kgsm.kaist.ac.kr/executive.avm

■Silicon Valley 해외연수

최고벤처경영자과정(AVM) 4기는 김지수, 배종태 교수의 인솔하에 미국 실리콘밸리 및 LA를 5월 7일부터 14일까지 일주일 간의 일정으로 해외연수를 다녀왔다. 이 연수는 미국 실리콘밸리의 현황 파악 및 작동 메커니즘 이해, 한국 중소벤처기업의 미국시장 진출 전략 모색과 최고벤처경영자과정을 통해 얻은 지식에 대한 체험 학습을 목적으로 미국에서 활동 중인 벤처전문가 초청 특강 및 간담회를 가졌고 Stanford 대학, 벤처기업 및 벤처관련기관을 방문했다.

■ 5기 모집안내

- ▶ 원서교부 및 접수: 6월 23일에서 7월 13일까지(교육기간은 8월에서 11월까지, 모집인원은 40명 내외)
- ▶ 접수 및 문의처: (TEL)958-3691, E-MAIL : avm@kgsm.kaist.ac.kr

김은진 기자