



Frontier

KAIST Management Update



테크노경영대학원 발전후원회 발족

CONTENTS

- 2 나침반
김성희 테크노경영대학원장
- 3 특별기고
오명 동아일보 사장
- 4~6 특집
테크노경영대학원의 제도악을 위한
발전후원회 발족
- 7 특별인터뷰
조동성 서울대 교수
- 8~9 교수칼럼
김보원 교수

- 10 일반칼럼
한호선 부장(LG-EDS시스템)
- 11 통신경영코너
안재현 교수
- 12 사랑의 캠페인
- 13 국제화교육
- 14 동문기업탐방
(주)아이러브스쿨
- 15 연구실소개
박성주 교수 연구실

- 16~17 테크노경영대학원 소식
- 18~19 비학위과정 현황
- 20 테크노가족
최홍근 조경사
- 21 문단
이재규 교수
- 22 이모저모
- 23 알림

테크노경영대학원 계간지 Frontier
2001 WINTER Vol. 5 No. 1 (통권14호)
발행일 2001년 1월 20일
발행인 김성희
편집인 한민희
발행처 KAIST 테크노경영대학원
서울 동대문구 청량리동 207-43
TEL (02) 958-3246
FAX (02) 958-3010
디자인 경희디자인 (02) 2263-7534

KAIST 테크노경영대학원

이제 제2의 도약입니다

세계 Top 10 경영대학원으로 발전할 수 있도록
KAIST 테크노경영대학원에 출연하시는 여러분의 크고 작은 정성,
그것은 한국의 미래에 대한 확실한 투자이며,
우리경제의 밝은 내일을 약속하는 것입니다.

테크노경영대학원 발전기금 출연 안내

- **KGSM Donor Club Membership** 부여
Diamond Club (10억원 이상)
Gold Club (1억원 이상)
Silver Club (1천만원 이상)
- **건물 및 시설 Naming**
1억원 이상 출연시 정해진 시설에 기증자 Naming 및 보존
- **기금명칭 부여 및 별도 관리**
1천만원 이상 출연시 기금명칭 부여 및 별도 관리
- **테크노경영대학원에서 제공하는 각종 혜택 활용**
간행물 우송/ 우선적 재교육 기회/ 각종 행사 우선 초빙/
외부 활용이 가능한 시설의 활용 기회 제공 등
- **희망 액수를 원하는 기간에 걸쳐 분납 가능**
(예, 연간 30만원씩 10년간 300만원 약정 가능)
- **출연금은 액수와 상관없이 전액 세제 혜택**
(개인은 소득공제, 기업은 손비 인정)

기금 출연과 관련된 보다 자세한 사항은 테크노경영대학원 홈페이지 내 발전기금 코너
(<http://kgsm.kaist.ac.kr/kgsmfund>)를 참조하시기 바랍니다.



상생의 새로운 관점이 필요한 때

김 성 희

테크노경영대학원장

새해가 우리를 맞이하고 있다. 2000년에는 전 세계인들의 눈과 귀를 사로잡은 많은 일들이 정보통신 업계를 축으로 숨가쁘게 일어났고 이러한 움직임들은 때로는 놀라움을, 때로는 화제를 우리에게 불러일으켰다. 지난 2-3년간 수그러들지 않을 것 같았던 닷컴들의 승승장구한 이야기가 실리콘밸리와 테헤란밸리를 사로잡았고 성공적인 닷컴 기업인들에게 전 세계의 이목이 집중되었다. 하지만 이 모든 일들을 까맣게 잊게 해준 사건들이 작년 4월부터 발생하였다. 떨어질 줄 모르고 솟구치던 인터넷기업들의 주가가 하루아침에 급락하고 불과 얼마 전까지만 해도 닷컴 기업이라면 무조건 돈을 대던 투자자들이 돌연 이러한 기업들의 수익구조와 비즈니스 모델에 대해 성토를 하기 시작한 것이다. 스톡옵션과 자유로운 분위기가 마음에 든다며 과거 잘 나가던 전통적 기업에서 닷컴 기업으로 이직을 한 많은 전문 인력들은 하루아침에 어디로 가야할 지에 대해 심각히 고민을 하는 처지에 빠져들었다.

이러한 혼돈의 시대에 과연 필요한 관점은 무엇일까? 네트워크시대의 기본은 상생(Win-Win)의 철학에 있음을 재삼 생각해 볼 필요가 있다. 어떤 신용카드 회사가 그동안 우편으로 보내던 청구서를 이메일로 전환한다고 가정하자. 신용카드 소지자는 주소변경이나 우편물 분실로 인해 청구내역을 제 때 확인하지 못하는 상황을 피할 수 있게 된다. 이런 점에서는 카드회원이 직접적인 수혜자가 될 수 있다. 하지만 고객이 실제 당하게 되는 상황은 다르다. 이메일로 청구서를 받으면, 내용을 확인하기 위해 일일이 메일을 열어봐야 하고, 제대로 기억하려면 메모하거나 프린터로 출력하는 수고까지 감수해야 한다. 실제로는 우편으로 부쳐온 청구서를 개봉해서 간단히 확인하는 것보다 더 많은 노력을 들이게 된다. 그러나 신용카드 업체는 이메일 발송으로 종이청구서를 제작하는 비용과 발송비용을 대폭 줄일 수 있다. 결국 가장 큰 수혜자는 바로 기업인 셈이다. 그에 대한 대책으로 이메일을 보내는 기업에게 일정비용을 부담시키고 받는 사람에게 비용의 일부를 보상해 주는 시스템을 도입하자는 아이디어를 상생의 철학에서 도출할 수 있다. 이렇게 되면 모두의 혜택을 높일 수 있고 사회적으로 스팸메일까지 차단하는 효과를 거둘 수 있다는 설득력 있는 논리를 찾아 낼 수 있다.

요즘 중요 사회이슈중의 하나로 의약분업 문제를 들 수 있다. 각각 하나가 따면 하나가 잃어야 하는 소위 Win-Lose의 게임을 지루하게 계속하고 있다. 이 지속 과정에서 정부당국은 곤혹지경에 빠졌고, 그 사이에서 환자들인 국민들의 고통은 정말로 이만 저만이 아니다. 그들의 협상은 앞으로도 계속 지속할 수밖에 없을 것이다. 이러한 사건을 바라보면 정말로 답답하기 짝이 없다. 양쪽이 계속해서 지금의 변화된 패러다임을 바로 보지 못하고, 구시대적 관점에서 서로의 희생만을 요구한다면 의약 양쪽은 우매한 집단으로 국민들의 눈에 비칠 수밖에 없을 것이다. 근원적으로 왜 의·약 분업 이슈가 이 시대에 발생하였는가를 알아야 한다. 한마디로 요즘 시대의 인프라인 네트워크가 확산됨으로 인해 야기될 수밖에 없는 문제라는 점을 깨달아야 한다. 예를 들어, 의사가 처방을 컴퓨터로 입력해 온라인화 하고도 굳이 오프라인된 형태로 환자에게 처방전을 넘겨주므로 환자는 이 처방전을 약국에 가져가 약사가 오프라인 된 처방내용을 다시 입력해 온라인화한 다음 모든 것이 일치하는지 검토가 끝나야 환자에게 약을 넘겨주고 있다. 이 무슨 아이러니컬한 일인가? 네트워크시대의 상생의 철학만 있다면 수많은 새로운 가치창출을 의·약 관련자들은 물론 환자인 국민모두에게 줄 수 있는데 말이다.

우리 테크노경영대학원의 MBA과정과 박사위주 경영공학과정도 역시 상생의 관점에서 어떻게 하면 함께 새로운 가치창출을 할 수 있겠는가를 조명하는 한 해가 되어야겠다. **F**

한국의 정보화 추진에 대한 회고와 전망

오 명
동아일보 사장



1961년 우리 나라의 GNP는 61달러로 아프리카의 네 국가를 제외하고 세계에서 가장 못 사는 나라에 속했다. 그때에 비하여 현재 우리 나라는 짧은 시간에 놀라운 발전을 이룩했다고 볼 수 있다. 오늘날 우리 나라의 정보화수준은 세계 어느 나라에도 뒤지지 않는다. 가장 좋은 예로, 행정전산망과 통신 서비스를 들 수 있다. 행정전산망의 도입으로 전국 어느 곳에서나 쉽고 빠르게 각종 행정관련 서류를 발급 받을 수 있으며, 전국에 동일한 요금체계의 동일한 수준의 서비스를 제공하는 통신서비스는 일본을 비롯한 선진국에서도 제공하지 못하는 것으로, 세계 통신 전문가들의 주목을 받고 있는 점이다. 또한, 이러한 기본 통신 네트워크를 기반으로 성장한 초고속 통신망은 수치상으로 미국에 필적할 정도이다.

우리나라가 과거에 가난을 겪었던 이유는 산업혁명기에 내부싸움에 치중하다가 바깥세상의 발전에 눈뜨는 것이 늦었기 때문이었다. 그러나, 60~70년대를 거치면서 뒤늦은 산업화에 성공하였고, 80년대 이후 정보화 시대에 들어서 더욱 빠른 발전을 이룩하고 있다. 산업화시기에 모든 선진기술을 일본을 통해 받아들였으나, 정보화 시대에는 미국 및 세계 각국에서 앞선 기술을 직접 받아들임으로써 일본보다도 앞설 수 있다. 불과 몇 십년 동안 우리나라가 이룩한 성장은 놀라운 것이며, 정보화 시대의 우리나라의 미래는 더욱 밝다고 볼 수 있다. 모든 사람들이 정보화에 대해 이야기할 정도로 정보화에 대한 인식이 확산되고 있다. 정보화가 제대로 이루어질 때 우리나라가 안고 있는 많은 고질적 문제들이 해결될 수 있다. 모든 프로세스가 전산화되면 모든 것이 투명해지므로 부패가 없어질 것이다. B2B가 활성화되면, 기업간 거래도 투명해지므로 대기업 부패 문제가 자연스럽게 해결될 것으로 기대된다. 이는 눈에 보이지 않는 비용을 제거하여 우리나라 기업의 경쟁력을 높이는 데 기여할 것이다. 또, 기업경영이 투명해지면 기업의 소유와 경영의 분리가 쉬워진다.

정보화 확산과 함께 우리나라 미래 발전을 위해 다음과 같은 사고방식 자체의 변화가 필요하다. 기업간 M&A가 활발해져야 하고, 아웃소싱이 보편화되어야 한다. 동아일보 역시 지난 몇 년간 단행된 조직개편과 더불어 경쟁력 강화를 위한 전면적 아웃소싱을 실행하여 큰 효과를 거두었다. 경비, 식당 업무 뿐 아니라 정보시스템의 아웃소싱을 단행하였고, 그 결과 뉴욕타임즈나 아사히 신문보다도 앞선 수준의 정보화를 이루게 되었다. 또, 정보를 생산, 전달하는 회사로서 단일 기업 역량의 부족함을 느끼고, 여러 기업과의 전략적 제휴를 통해 종합미디어 그룹으로서 거듭나려는 비전을 추진하고 있다. 정보화의 발전과 함께 정보격차(digital divide) 문제가 새로운 사회문제로 떠오르고 있다. 대표적으로는 디지털 환경 하에서의 남녀격차의 심화, 주부 및 노인 층의 소외 등의 문제가 있다. 주부인터넷의 보급, 노인을 위한 인터넷대회 등을 통해 정보격차를 해소해 나가야 성공적인 정보화를 이룰 수 있을 것이다. 또, 정보화 확산을 위해 과거 군대가 문맹 해소에 기여했던 것처럼 컴맹 해소에 기여하는 방안도 바람직할 것이다.

우리나라는 너무나 무한한 발전가능성을 가진 나라이다. 세계적으로 유례 없이 높은 국민 교육수준을 가졌으며, 단일민족으로서 종교적, 민족적 내분이 없는 나라이자 후손을 위한 회생정신이 높아 미래를 위한 프로젝트를 추진하기에 좋은 기반을 가지고 있다. 특히, 높은 수준의 교육을 받은 정보 엘리트들이 국민 정보화 확산을 위한 정보화의 전도사 역할을 착실히 수행할 때, 우리나라는 미래 세계 정보화중심국가로서 발전할 수 있을 것이다. 그리고, 이러한 역할이 바로 테크노경영대학원 학생들에게 요구되는 역할을 잊지 말아야 할 것이다. **F**

테크노경영대학원의 재도약을 위한 발전후원회 발족

기술과 경영의 접목이라는 가치를 내세워 글로벌 리더 및 전문가를 양성하기 위한 차별화된 교육 환경을 제공해 왔던 KAIST 테크노경영대학원은 다가오는 2001년 재도약의 발판을 마련하기 위해 지난 12월 20일 SUPEX 경영관에서 '테크노경영대학원 발전후원의 밤' 행사를 가졌다. KAIST 최덕인 원장의 축사로 시작된 행사는 테크노경영대학원 김성희 대학원장의 중장기 발전계획 발표, 2억원을 기탁한 배순훈 교수 감사패 증정 및 답사, 탱크강의실 명명식 등으로 이어졌다.

테크노경영대학원은 이미 SK그룹으로부터 120억원의 기금을 받아 1998년 12월에 SUPEX 경영관을 설립하였는데, 이번 발전기금의 조성은 주로 우수교수 초빙과 학생 장학금 확대를 위한 목적으로 시작되었다. 이번 행사에 앞서 김성희 대학원장을 포함한 5명의 대외협력위원 교수와 2명의 직원으로 구성된 대외협력팀을 발족하여 기금조성 전략 수립, 기금 사용 용도 및 계획을 수립하였으며, 향후 보다 적극적인 기금조성 및 대외협력활동을 펼칠 계획이다.

이번 행사의 피날레를 장식한 배순훈 교수의 탱크 강의실 명명식은 제1호 발전 기금 naming 이란 점에서 큰 의미를 가진다고 할 수 있다. 배순훈 교수는 5년여 동안 KAIST에서 교수 생활을 했으며 대우전자의 사장이었을 당시 탱크주의로 세간의 관심을 끌기도 했다.

이번 특집에서는 테크노경영대학원 발전후원의 밤 행사의 취지와 앞으로의 발전방향에 대한 소개, 발전 기금 조성에 관련된 내용 등을 소개하기 위하여 배순훈 교수, 김성희 테크노경영대학원장, 한인구 대외협력위원장과와의 인터뷰를 갖고 그 내용을 정리하였다.



배순훈 교수, 탱크 강의실 명명



● 발전 기금의 후원 배경 및 동기는 어떤 것인가?

물론, 제일 큰 동기는 KAIST 테크노경영대학원의 발전을 위해서이며, 이를 위해서는 양질의 교수를 충원하는 것과 교수들에 대한 적절한 보상이 보장되어야 하기 때문이다. 따라서, 학교에 작은 도움이지만 사재 2억원을 기증하게 되었다.

● SUPEX 경영관 101호 강의실을 '탱크 강의실'이라 명명한 이유는?

대우전자에 있을 당시 튼튼하고, 사용하기 쉽고, 오래쓰고, 저렴한 가격에 초점을 맞추어 소비자 지향적인 제품을 개발하였다. 문민정부가 출범할 때 시작된 탱크주의는 탱크라는 단어 때문에 군사적 의미가 강하다는 일부 의견도 있었지만, 6.25 전쟁에 대한 경험이 없는 500명의 주부에게 서베이를 한 결과 장난감을 가장 많이 연상하였다. 어쨌든, 내가 주장한 탱크주의는 간단하게 말하면, "Back to the Basic" 기본에 충실하자는 뜻을 담고 있다. 교육도 기본적인 것부터 철저하게 이루어져야 할 것이며 이런 의미로 탱크 강의실이라 명명하였다.

● 발전기금 후원에 참여하고 싶은 동문이나 기타 후원자들에게 하고 싶은 말씀은?

기술 경쟁력이 앞서 있는 일본과 저렴하고 풍부한 노동력으로 가격경쟁력에서 앞서 있는 중국사이에서 생존하기 위해서 한국에게 필요한 것은 다름아닌 '기업가정신'이며 이를 위한 핵심은 경영대학원에서 책임져야 한다. KAIST 테크노경영대학원은 미국 유수의 경영대학원과 견주어 볼 때 대등하거나 오히려 더 우수하다고 말할 수 있으며, 이런 대학원에 대한 후원은 우리나라의 미래에 대한 투자라고도 볼 수 있다.

내가 졸업한 MIT에서도 이런 기금조성이 활발히 이루어졌고, 여러 곳에 naming 작업이 펼쳐졌다. 그 자리에서 공부한 이들 중에 노벨 수상자들이 나오는 것을 볼 때, 그 감회는 정말 대단한 것이다. 많은 사람들의 참여를 기대한다.

김성희 테크노경영대학원장

● 테크노경영대학원의 장기발전계획은?

테크노경영대학원은 2000년부터 2003년까지를 확대발전기로 보고 있다. 아시아 최고의 경영대학원 그리고 더 나아가 세계 Top-10 수준의 경영대학원을 만들기 위해 우수한 교수의 영입과 양질의 교육 서비스 제공, 장학금 혜택 확대 및 다양화 등이 필요하다. 현재 우리 대학원의 전임직 교수는 30명인데 앞으로 45명까지 늘리고 뛰어난 재학생들에게 장학금 혜택을 대폭 늘릴 계획이다. 이를 위한 재원의 확보가 중요한 문제이며, 이번 행사는 이를 위한 활동의 일환으로 생각할 수 있다. 한편, 테크노경영대학원의 교육 프로그램을 시대에 요구 부응의 MBA 프로그램과 박사과정 위주의 경영공학 프로그램의 두축으로 추진할 계획이다. 이를 위해 공통과목을 최소화하고, 차별화과목을 극대화하는 교과목의 분리 작업을 준비하고 있으며, MBA학생들의 경우 외국의 경영대학원처럼 장학금혜택이 늘어나며, 그 중 뛰어난 학생들의 박사진학도 적극 고려될 것이다.

● 테크노경영대학원의 향후 운영 및 교육방침은?

기존의 교육 및 운영방침인 Global-TIPS (Global Perspective, Transformational Leadership, Integration of Cross-Disciplinary Functions, Professional Foundation, Scientific Analysis)와 TEAM 체계를 더욱 강화해 나갈 것이다. 모든 활동이 팀 단위로 이루어질 수 있도록 하며, 다학제간의 연구가 활성화 될 수 있는 여건을 조성할 것이다. 이번 확대 발전기에는 관련 기업간의 컨소시엄 구축 등 연구센터 활성화를 적극 유도할 것이다. 또한, 앞으로 세계수준의 대학원으로 발전해 나가기 위해 해외유수의 대학들과 학문적 교류를 더욱 강화하고자 한다. 이를 위해 내년 5월 테크노경영대학원 5주년을 기념해 아시아태평양지역에 있는 대학원의 원장들을 초청해 워크숍을 개최할 예정이며, 글로벌한 차원의 행사도 자주 개최하고자 한다. 또한, 글로벌 리더가 되기 위해 테크노경영대학원 학생들의 외국어 실력 향상에 많은 노력을 기울일 것이며, 이의 일환으로 모든 신입생들에게 GLI (Global Leadership Institute)에서 영어 면접을 실시하고, GLI의 영어 과목을 이수하게 하는 등 외국어 관련 규정이 강화되었다. 그리고, 학생들의 취업에 대한 지원을 강화할 것이다. 이를 위해 취업지원실에 이미 전담직원이 배치되어 각 기업체 인사담당자나 헤드헌터들을 위한 이력서 책(Resume book)도 만들었고, 홈페이지상에 취업지원사이트도 개설하는 등 적극적인 활동을 하고 있다.



한인구 대외협력위원장



● 이번 후원의 밤 행사를 하게 된 기본적인 목적은?

KAIST는 정부출연기관으로서 재정적으로 정부지원을 받고 있다. 이러한 정부지원은 과학기술분야를 위한 것이며 경영학 교육을 담당하고 있는 KAIST 테크노경영대학원은 재정자립을 원칙으로 추구하고 있다. 따라서 보다 안정적인 재정자립 달성을 위해 대외협력을 강화하고 구체적으로는 발전기금을 모집하는 것이 기본 목적이다.

● 현재까지의 기금조성 상황은?

KAIST 테크노경영대학원내에 그동안 기금조성 및 대외협력을 위해 공식적인 행정조직은 없었다. 물론 그동안에도 테크노경영대학원은 기금조성을 위하여 노력하여 왔으며 가장 대표적인 것은 1997년 안병훈 초대 대학원장 재직시절 대학원 발전기금으로 SK 텔레콤으로부터 120억 원을 기부받아 지금의 SUPLEX경영관 설립을 위해 사용하였다. 그리고, 최고정보경영자과정(AIM)에서는 졸업 때 각 기별로 테크노경영대학원 발전기금을 기증하여 왔다. 앞으로 본격적인 기금 조성을 위해 대외협력팀이 최근에 출범했으며, 향후 3년간 300억 정도의 기금을 조성할 것을 목표로 하고 있다.

● 조성된 기금은 어떤 용도로 쓰이나?

간단하게 요약한다면 크게 두 가지 용도로 쓰이는데, 첫째는 교육의 질 향상을 위한 우수 교원충원을 위해 쓰일 것이고, 둘째는 우수 학생의 지원을 위한 장학혜택을 확대하는데 쓰일 것이다.

● 기금조성 참여방법은?

테크노경영대학원의 발전기금조성은 동문, 재학생, 학부모, 교직원, 기업체 등 테크노경영대학원의 발전에 관심이 있는 모든 개인이나 단체가 참여할 수 있으며, 기금출연 역시 현금이나 주식, 부동산 등 다양한 형태로 가능하다. 특히 1000만원 이상을 출연하는 기부자에게는 기금명칭을 부여하고 있으며 건물/시설 등의 명명기부시에는 해당 건물/시설에 기념명판을 새겨 영구적으로 기념해 드리고 있다. 또한 출연자가 희망할 경우, 본인이 정한 약정액을 5년이나 10년 등에 걸쳐 분할 기부할 수도 있다. 모든 기금출연자/기업들에게는 테크노경영대학원에서 발행하는 각종 경영관련 소식지와 연구결과물 우송, 행사초청, 재교육 기회 제공, 각종 연구시설 이용 등 다양한 특전을 제공할 계획이다.

● 대외협력위원회의 앞으로의 활동 방향은 어떤 것인가?

현재 대외협력위원회는 김성희 테크노경영대학원장 아래 대외협력위원장인 한인구 교수, 대외협력실장인 김영걸 교수, 대외협력위원인 이희석 교수, 배종태 교수로 이루어져 있고, 실행팀인 대외협력팀은 현재 이경설 팀장과 장승현 팀원이 있다. 앞으로 테크노경영대학원의 홈페이지와 연계되어 대외협력관련 정보시스템을 구축하고, naming 작업과 발전기금에 대한 전반적인 체계를 갖추어 나가는 한편 동문들과의 네트워크 활동이 활성화되도록 힘쓸 것이다. **F**

이성준, 박남정 기자

서울대 조동성 교수와의 특별 대담

국내 MBA 프로그램의 발전방향



KAIST 테크노경영대학원은 최초로 미국식 MBA 프로그램을 국내에 성공적으로 정착해가고 있다는 평가를 받고 있다. 이번 호에서는 아직 도입단계인 국내의 MBA 프로그램들의 바람직한 발전방향을 모색하기 위해 평소 미국식 MBA 프로그램의 확산에 깊은 관심을 가지고 있는 서울대 조동성 교수와 인터뷰를 가졌다.

현재 조동성 교수는 서울대 경영대학 교수 겸 국제지역원 원장이다.

■ 먼저 국내와 구별되는 해외 MBA 프로그램의 특징은 무엇이라고 생각하십니까?

크게 세 가지 특징을 꼽을 수 있습니다. 첫째는 학생들의 사회 경력입니다. 세계적으로 우수한 MBA 프로그램의 경우에는 사회 경험이 있는 학생들에 한해서 입학 자격이 주어집니다. 둘째는 교수진의 현장 경험입니다. MBA 프로그램의 교수진 중 상당수는 기업체 혹은 산업체 현장에서 활동한 경력을 갖고 있습니다. 셋째는 커리큘럼의 현장 지향성입니다. MBA 프로그램의 교과목은 현장에서 실제로 적용하고 활용할 수 있는 내용을 다루고 있습니다.

■ 해외 MBA 프로그램의 경우에는 교육 기간과 세부 전공의 종류가 매우 다양한 것으로 알고 있습니다. 이러한 다양성 추구에 대해서 어떻게 생각하시는지요?

사회적인 수요에 대한 자연스러운 결과라고 보입니다. 교육 기간도 1년에서 5년까지 매우 다양하고 세부 전공 분야 역시 마찬가지로입니다. 이것은 MBA 프로그램이 사회적인 수요와 밀접하게 맞물려 있다는 것을 의미합니다.

■ 현재 국내의 MBA 교육의 현황은 어떻게 보고 계시는지요?

해외 기업에서는 MBA 학위가 없는 대학졸업생들은 경영자가 아닌 단순 기술자로 취급하여 연봉 3-5만달러의 대우를 해주는 반면, MBA 학위 취득자는 경영자로서의 능력(managerial capacity)을 갖춘 것으로 인정하여 10-15만달러 수준으로 크게 향상된 대우를 해줍니다. 따라서 대학을 졸업하고 단순 기술자로 취업한 사람 중 경영자로 성장하고 싶은 사람들은 MBA 학위를 받기 위하여 학비와 2년간의 생활비로 10만달러 정도를 자신에게 투자하는 것입니다. 그러나 국내 기업에서는 아직 MBA 학위에 대한 가치를 제대로 인정하거나 보상해주지 않습니다. 그 이유 중 하나는 한국기업이 전통적으로 의존해온 연공서열주의 때문입니다. 한국기업에서 근무하는 사람들은 기업내에서 열심히 근무하면 자동적으로 경영자가 되기 때문에 굳이 MBA 교육을 받을 이유가 없는 것입니다. 기업 경험이 없는 사람들이 모인 MBA과정에서는 경영자 교육을 제대로 시킬 수가 없고, 그 결과 우수한 경영자 능력을 갖춘 졸업생을 배출할 수 없게 되는 것입니다.

■ 현재 원장으로 계시는 서울대학교 국제지역원(SIAS, School of International and Area Studies)에 대한 소개를 부탁드립니다.

국제지역원은 해외로 진출하여 국제기관, 다국적기업등에서 활동하는 국제 전문인력과 미주, 유럽, 아시아에 대한 지역전문가를 양성하기 위한 전문대학원(professional graduate school)으로 Johns Hopkins University의 SAIS(School of Advanced International Studies)를 모델로 하고 있습니다. 다만 MBA과정과 다른 점은 경영 뿐 아니라 경제, 정치, 문화, 법 등 사회인으로서 보다 넓은 소양을 갖추어 세계인으로서의 자질을 함양한다는 것입니다.

■ MBA 프로그램에 많은 관심을 갖고 있는 학생들에게 당부하실 말씀이 있다면?

자신을 큰 부가가치를 지닌 조직구성원으로 거듭나도록 하기 위한 디딤돌로써 MBA 프로그램이 하나의 대안이 될 수 있습니다. 특히 경영자로서의 목표가 분명한 분들과 현장 지향적인 사고를 가진 분들이 MBA프로그램을 적극 활용할 수 있을 것입니다. **F**

김도연, 이성준 기자

eSCM3

인터넷 기술과 가치네트워크 조직화 원리:
e비즈니스 경쟁우위와 경쟁윤리

김 보 원

테크노경영대학원 교수



기업경영과 관련한 많은 이론과 주장들이 있어왔지만, “e비즈니스” 만큼 세계 경제 전반에 걸쳐 본질적이고 큰 반향을 불러일으켰던 예는 없었다. 한 극단에는 e비즈니스야말로 지금까지 있어왔던 모든 경영의 틀을 뒤집어 엮을 정도의 ‘가장 이상적인 경영원리’라고 주장하는 목소리가 있는가 하면, 다른 극단에서는 e비즈니스는 지금까지 있어왔던 여러 버즈워드(buzzword) 중의 하나에 불과하며 앞서 왔다가 지나간 유행어들이 다 그러하듯이 e비즈니스라는 용어도 곧 힘없이 퇴색해버릴 것이라는 논리도 만만치 않다. 일견 각각의 관점이 일리가 있어 보이지만, 진정한 의미의 e비즈니스는 이 두 가지 극단적인 논리들을 균형 있게 통합함으로써 이해될 수 있을 것이다.

우선, e비즈니스가 기존의 여러 경영이론들과는 전혀 별개의 새로운 개념 혹은 원리로서 기존의 모든 경영 방식을 부정하는 혁명적인 변화를 의미하지는 않는다. 산업혁명 이후 글로벌 시장에서 특정한 국가 경제의 경쟁우위를 보장해 왔던 ‘조직화 원리’의 연속선상에서 e비즈니스를 조망할 필요가 있다. 즉, 산업혁명 직후 영국경제가 ‘노동분업화와 증기기관 이용’을 조직화 원리로 발전시켜 세계 경제를 주도했으며, 그 이후 미국은 ‘과학적경영 및 대량생산 시스템’이라는 조직화 원리를 통해 세계 경제에서 강력한 지도력을 발휘했다. 일본은 ‘점진적 개선과 학습’의 조직화 원리를 이용, JIT

와 린(lean) 생산방식 등을 실현하여 제조산업 중심으로 글로벌 경쟁우위를 확보하였다. 이러한 일본의 주도권에 제동을 건 것이 미국의 ‘정보통신기술’에 바탕을 둔 ‘신경제(New Economy)모형’이 된다. 결국, e비즈니스란 이렇게 불임을 거듭해 온 글로벌 경제의 ‘조직화 원리’라는 큰 틀 속에서 이해되어야 한다. 이는 e비즈니스 원리도 지금까지 발전되어 온 경영원리의 한 부분으로 받아들여져야 한다는 것을 보여준다.

그렇다고 해서 기존의 비즈니스와 e비즈니스는 서로 동일한 것이며 아무런 본질적 차이가 없다는 것은 또 하나의 왜곡된 논리이다. 둘 사이의 가장 큰 차이는 ‘인터넷기반 커뮤니케이션’의 등장에서 비롯된다. 전통적인 경영환경에서는 상상도 할 수 없을 정도의 ‘규모, 속도, 정확성, 낮은 비용’으로 특징지을 수 있는 인터넷기반 커뮤니케이션은 경영의사 결정에 있어서 그 유래를 찾아볼 수 없을 정도의 변화를 초래하였다. 의사결정을 위한 정보의 양은 기하급수적으로 늘어났지만, 의사결정 사이클은 엄청난 속도로 줄어들었다. 또 하나의 본질적 변화는 글로벌화로 대변된다. 과거 중소기업의 경우에는 글로벌 시장을 타겟마켓(target market)으로 한다는 것은 그에 필요한 막대한 조직과 비용 때문에 엄두도 낼 수 없었다. 하지만, 인터넷기반 정보통신 기술은 조그마한 기업도 전세계를 상대로 비즈니스를 할 수 있는 가능성을 활

짝 열어 주었다. 위에 언급한 두 가지 큰 변화는 기업들로 하여금 결국 새로운 경쟁모형을 추구하도록 하였다. 이 경쟁모형을 ‘협력이윤모형(Collaboration Profit Model)’이라 하는데, 이는 전통적으로 경쟁관계에 있는 기업들이 공동의 노력을 통해 시장을 먼저 발전시키고 그로 인해 추가적으로 얻어지는 이윤을 서로 분배한다는 간단한 논리에 바탕하고 있다.

21세기 글로벌 시장의 경쟁우위를 결정지를 새로운 조직화 원리로서 ‘e비즈니스 경영원리’를 바라보았을 때 가장 핵심이 되는 것이 바로 ‘협력이윤모형’이 된다. 지금 현재 추진되고 있는 협력이윤모형의 예로 미국 자동차 산업의 COVISINT를 들 수 있다. COVISINT는 극심한 경쟁관계에 있는 Ford, GM, Daimler-Chrysler 등 대형 자동차 제조업체들이 서로 협력하여 구축한 가상마켓플레이스(marketplace)이다. 이들이 왜 공동의 노력을 기울여 자동차 산업 가치사슬(value chain)의 효율화를 꾀하는지 정확히 이해하기 위해서는 ‘과연 무엇이 e비즈니스의 핵심 가치’인가를 살펴볼 필요가 있다. 전통적인 산업이 e비즈니스화 함으로써 얻을 수 있는 핵심가치를 ‘경제적 투명성(economic transparency)’이라 하는데 이는 다시 거래(transaction), 가격(price), 제품(product), 시장(market), 핵심역량(core competence) 투명성 등의 5가지 요인들로 나눌 수 있다.

거래 투명성(transaction transparency)

은 기업간 거래활동의 모든 단계를 투명하게 알아볼 수 있는 시스템을 제공한다. 또한 거래 과정에 참여하는 모든 경제 주체가 부가가치를 창출할 수 있도록 지원한다. 정부 입장에서는 경제적 활동으로서의 거래 자체를 파악하고 정당한 과세를 통한 '조세정의'를 실현함으로써 국가 경제 전체의 효율성을 제고하고자 한다. 개별 기업 입장에서는 장기적으로 타인이나 타 기업의 불공정 행위로 인해 추가로 부담해야 했던 세금을 절감할 수 있게 된다. 따라서 경영성과의 투명한 평가를 통해 '기업가 정신'을 제고함으로써 도전 정신을 지닌 창조적인 경영자에게 기업을 세우고 가치를 창출하는데 깊은 만족과 동기부여를 제공할 수 있다.

가격 투명성(price transparency)은 산업이나 경제의 전반적 시장 가격이 잘못된 정보에 의해서 지나치게 등락하는 현상을 제어함으로써 시장 가격의 안정화가 이루어지도록 한다. 시장 가격이 안정되면 갑작스러운 인플레이션이나 디플레이션을 피할 수 있으므로 국가 경제의 지속적인 발전을 위한 계획과 준비에 많은 도움이 된다. 또한 개별 경제주체 입장에서 볼 때, 생산을 계획하고 전반적인 경영활동을 조정하는 능력을 갖도록 한다.

제품 투명성(product transparency)은 기업에게 최종 가치를 창출하는데 필요한 여러 가지 중간재, 원재료, 서비스 등이 어디에 있는지, 그리고 어느 공급자가 가장 저렴한 가격으로 제품이나 서비스를 언제 어떻게 제공할 수 있는지 등에 대한 정보를 제공한다. 기업의 평균 구매 조달 비용은 전체 매출의 40%를 차지하는데, 이는 e비즈니스를 통한 제품 투명성이 기업의 부가가치 창출에 기여하는 부분이 막대하다는 것을 의미한다.

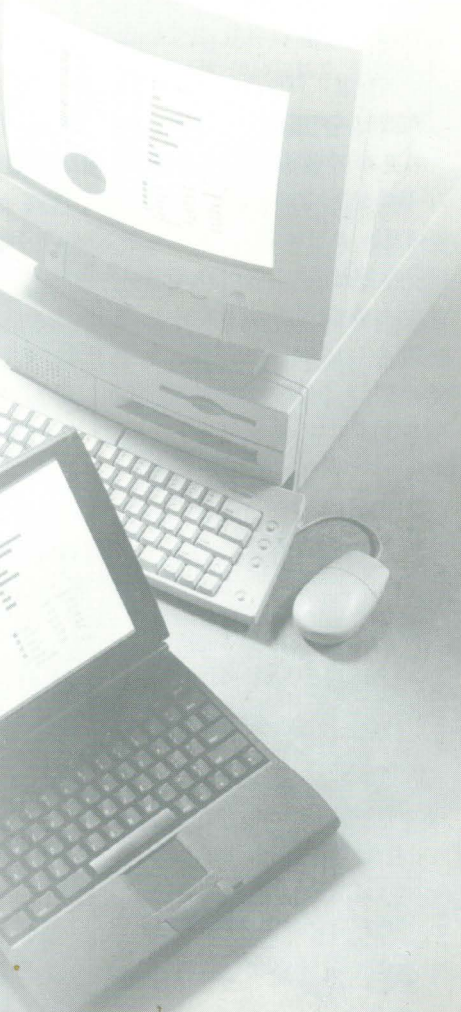
시장 투명성(market transparency)은 시장의 수요패턴 및 기술혁신의 흐름을

올바르게 파악할 수 있는 능력을 제공하여 장기적으로 기업이 경쟁우위를 갖도록 도와준다. 예를 들어, 일본의 자동차 산업은 자동차를 단순한 교통수단 혹은 매개체로 보는 것이 아니라 '움직이는 사무실(mobile office)'의 개념으로 받아들이는데, 이는 시장의 거시적 트렌드를 정확히 파악함으로써 가능해진 것이다.

가장 중요한 투명성으로 핵심역량 투명성(core competence transparency)을 들 수 있다. 이는 기업간 조정, 협력을 통해 이루어지는 이윤(collaboration benefit)을 극대화하는데 필수적이다. 경쟁이 치열한 글로벌 시장에서 개별 기업이 경쟁우위를 얻기 위해서는 다양한 핵심역량을 필요로 한다. 하지만 개별 기업이 필요한 모든 핵심역량을 다 갖는다는 것은 거의 불가능하다. 따라서 자신이 지니지 못했지만 필수적으로 요구되는 핵심역량을 시장에서 찾아내어 얻는 것이 개별 기업에게는 중요한 문제로 대두된다. 즉, 개별 기업은 e비즈니스의 핵심역량 투명성을 통해서 자신의 경쟁우위를 발전시키는데 필요한 핵심역량을 지닌 파트너 기업을 발견할 수 있다. 그리고 그 핵심역량을 합리적으로 공유 및 제휴하여 상호 가치를 극대화하고자 한다.

글로벌 시장에서 경쟁우위를 누리고자 하는 기업은 e비즈니스의 협력이윤모델을 가능하게 하는 핵심가치로서 경제적 투명성을 이해하고 이를 구체적으로 실현할 수 있는 의사결정 조직을 구축할 필요가 있다. 가장 중요한 요소로서 기업의 핵심역량을 파악하여 이를 정의할 수 있는 핵심역량 인프라스트럭처, 조직의 범위와 기능을 규정할 수 있는 인프라스트럭처, 그리고 이들을 지원할 수 있는 정보통신기술 인프라스트럭처 등을 들 수 있다. 물론, e비즈니스 협력이윤 모델을 구현한다는 것이 단순한 일은 아니다. 예

를 들면, 사회적으로 경쟁 기업간의 협력이 담합이나 불공정 행위로 여겨질 수 있기 때문이다. 이는 사회적, 거시경제적 차원에서의 '게임의 규칙(rule of game)'이 우선 정립되어야 함을 암시한다. 그 외에 개별 기업의 입장에서는 조직 내부의 어떤 것을 다른 경쟁기업 혹은 파트너 기업과 공유하고, 그것을 언제, 얼마만큼 공유해야 하는지에 대한 복잡한 의사결정 문제에 직면하게 된다. 이러한 난제를 효과적인 의사결정 인프라스트럭처를 마련하여 잘 풀어나가는 기업은 e비즈니스 경영환경 하에서 글로벌 경쟁우위를 누리는 선도 기업이 될 수 있을 것이다. **F**





한 호 선 부장

LG-EDS 시스템 전자사업부

한국 기업의 e비즈니스 추진현황 : 전통기업을 중심으로

인터넷은 고객과 비즈니스 파트너의 지리적 위치와 시간에 따른 제약을 없앴으로써 언제 어디서든지 신속하고 유연한 업무 처리와 각 요구에 따른 실시간 반응을 가능케 하는 등 근본적인 사업장벽을 제거했으며, 또한 각 생산물들이 중간상을 거치지 않고 생산자에게서 소비자에게로 직접 이전되는 것을 가능케 함으로써 상거래 방식에 따른 부가가치 창출 및 확보과정과 관련해서도 획기적인 변화를 일으켰다.

세계 모든 기업들과의 치열한 경쟁 상황을 시사해 주는 이러한 변화를 기회로 활용하기 위해서 세계의 전통기업들은 기존 analog제품의 디지털화, 네트워크화, off-line의 핵심역량을 기반으로 한 on-line사업진출, 그리고 가치사슬의 e비즈니스화를 통한 기업 경쟁력 향상을 위한 다양한 시도를 하고 있다.

위의 세 가지 시도와 관련해서 한국의 전통기업은 어떻게 추진하고 있으며, 그러한 전략을 보다 효과적으로 전개하기 위해서 무엇이 고려되어야 하는지에 대해서 살펴보자.

제품의 디지털화

이것과 관련해서는 가전제품의 네트워크화 및 인텔리전트화가 부각되고 있다. PC의 경우 사용시 PC와 친숙하지 않은 사람들에게는 불편한 점이 많고, 또한 30,40대 주부의 경제활동을 인터넷을 통해 끌어 들이기 위해서는 친숙한 미디어의 활용이 보다 편리할 것이라는 생각이, 가정 내 전자기기들을 네트워크할 수 있는 기술의 급속확산으로 실현가능하게 되었기 때문이다. 국내에서는 LG와 SAMSUNG이 가전의 디지털화를 의욕적으로 추진하고 있다. 먼저, LG의 경우, 디지털 TV를 중심으로 한 홈 네트워크 및 모바일 네트워크 사업분야에 집중투자하기로 결정하고, 그 일환으로 2000년 6월에 "인터넷 디오스 냉장고"를, 그리고 2000 Confortec에서 인터넷 전자레인지 "인텔로셰프"를 발표했다. SAMSUNG의 경우, 디지털 미디어분야에서 2005년 매출액 30조원 달성과 더불어 2003년까지 7개 제품에서 세계시장 15%이상 점유를 목표로 세우고, "디지털 지펠 냉장고", 인터넷 전자레인지 "콜고루" 시제품과 인터넷 세탁기 "파워드림"을 선보였다. 그러나 이러한 사업추진에도 불구하고 초고속 정보통신망 조기구축과 각종 설비에 대한 대규모 IP할당으로 현재 정보가전 기기의 경우 ADSL에 이용이 불가능하고, 전체 네트워크 제어시스템 표준에 대해서 PC진영과 Non-PC진영사이의 각축이 치열하며, 디지털 가전제품의 가격도 상당하고, 정보통신부와 산업자원부 간 추진 주체에 대한 이견도 있는 등 아직 충분한 여건이 확보되지는 않은 상태이다.

인터넷 신규사업

세계적으로 전통적인 기업들이 디지털화,네트워크화를 통해 인터넷 신규사업에 진출하고 있는데, 그것은 국내 대기업들 또한 마찬가지이다. LG의 경우, 각 계열사별로 쇼핑몰 위주의 사업을 추진하는 등 Off-line의 경쟁력을 최대한 활용한 On-line사업을 추진하고 있고, 삼성의 경우,비교적 Off-line과 On-line 사업을 별도로 추진하고 있으며, SK의 경우, OKCashback의 가동이나 AP컨설팅, 와이드앤닷컴의 활용에서 볼 수 있듯이 Off-line과 On-line의 결합을 통한 시너지전략을 추구하고 있다. 사업추진방식이나 기업문화에 따라 Off-line과 On-line의 결합형태가 다소 상이하나, 인터넷 전략 추진시, 그들 모두 낙관적인 면과 함께 easy entry/exit, lowered transaction costs for intensive competition, new types of transaction costs, high fixed and low marginal costs로 인해서 파생될 수 있는 문제들과 인터넷 사업의 기본속성에서 파생되는 속도경쟁이나 새로운 게임의 rule에의 적응과 관련해서도 반드시 고려해야 한다.

e비즈니스 Transformation

이는 Channel Enhancement, Value Chain Integration, Virtual Enterprise라는 세 가지 변화의 단계로 구성되는데 그 중에서 현재에는 기업외부와의 연계로 까지 확장된 Value Chain Integration 활동이 가장 활발하다. 삼성이 Global 경쟁력을 확보하기 위해 프로세스, 조직, 시스템을 정비한 후 대폭적인 개선을 이룬 것과 CISCO의 "CCO"가 대표적 예이다. 또한 그러한 Value Chain Integration과 동시에 외부 기업과의 협력을 통해 "기업군"으로서의 경쟁력을 확보하고자 하는 Virtual Enterprise의 중요성이 점점 부각되고 있는데, 그 대표적인 예가, 바로, OK Cashback이나 TSD(Total Services for Drivers)에서 볼 수 있듯이 보유하고 있는 핵심역량을 기반으로 Cyber 세상에서의 영토를 확장하고 있는 SK LMC(Local Multimedia Center)이다. 이러한 전반적인 e비즈니스 Transformation을 보다 성공적인 방향으로 이끌기 위해서는 다음의 사항들이 반드시 필요하다. 그것은 인터넷 활용을 통해 만들고자 하는 Value와 Object에 대한 명확한 설정, 새로운 Business Model의 재설계를 위한 폭넓고 장기적인 안목, Off-line의 정비 및 그들 간의 긴밀한 연계, 단일 창구를 통해 사용자가 원하는 정보 및 서비스를 제공하는 체제의 구축, 그리고 customer의 Interact Process를 고려한 시스템의 구축이다. **F**

IMT-2000 서비스 : 효용성과 대중성의 추구

안 재 현

테크노경영대학원 교수



이동단말기 보조금을 통한 무차별적 마케팅 전쟁과 사업자간 품질논쟁은 1997년 PCS 서비스의 등장 이후 1999년 말까지 국내 이동통신업체가 2년 여 동안 벌여온 피나는 전쟁의 일단이다. 현재는 그 상황이 전쟁터를 IMT-2000 서비스로 옮겨 속전 전쟁을 치르는 모습으로 변하고 있다.

IMT-2000 (International Mobile Telecommunications) 서비스는 2GHz 주파수 대역에서 최대 2Mbps 전송속도로 음성뿐만 아니라 데이터, 이미지, 영상 등 멀티미디어 서비스를 제공하는 차세대 이동통신 서비스이다. 이 서비스는 개인 이동성, 단말 이동성, 서비스 이동성 등을 보장하며, 국제간 로밍을 가능하게 한다. 또한 정보검색, 전자상거래, 영상서비스, 위치관련 서비스 등의 첨단 서비스가 이동 중에 제공되는 획기적인 서비스이다.

IMT-2000 서비스는 우리의 생활을 혁신적으로 변화 시킬 잠재력을 가지고 있다. 그러나 새로운 서비스가 시장에서 널리 보급되려면 소비자들의 첨단 서비스에 대한 이해와 학습이 필요하다. 특히 IMT-2000 서비스와 같이, 지금까지의 개인의 생활과 기업의 운영행태를 획기적으로 변화시키며 창출되는 신규시장의 경우 특히 그러하다. 또한 서비스는 본질적으로 무형적이며, 사용을 통해 그 가치가 평가된다. 따라서 앞으로 나올 신규 IMT-2000 서비스는 소비자의 경험부족, 무형적인 성격으로 인해 낮은 서비스가 될 것이 틀림없다.

IMT-2000 서비스의 중요 서비스 중의 하나로 화상 이동전화서비스가 부각되고 있다. 화상 이동전화서비스는 이미 1960년대 말 미국에서 시도된 적이 있는 실패한 서비스이다. 기술의 진보에 따라 개발된 서비스였지만, 소비자의 진정한 욕구를 만족시켜주는 서비스가 아니었던 것이다. 1998년 11월 시작된 이리듬 서비스도 비슷한 상황이다. 10여년의 준비와 50억 달러를 투자한 위성을 이용한 서비스는 시작 1년 만에 파산하였고, 잔존가치는 고사하고 사업 철수를 위한 통신위성의 처리에 추가 비용이 소요될 전망이다. 이리듬 서비스의 실패요인은 여러 가지로 분석되나, 경쟁 서비스인 이동전화서비스의 급격한 기술적 발전에 따른 서비스 매력도의 감소, 고객의 선호도 판단 착오로 인한 수요예측의 오류로 볼 수 있다.

두 통신서비스 실패의 예에서 보듯이, 통신서비스는 효용성과 대중성을 동시에 가지고 있어야 한다. 그래야 수익성이 보장될 수 있다. 현재 기획되는 IMT-2000 서비스는 이동성, 고객별 인식, 위치정보 활용, 광대역 서비스 등 개인 생활과 기업활동이 편리해 지는 효용성을 분명히 가지고 있다. 그러나 서비스 제공을 위한 대규모 설비투자가 요하는 통신서비스의 특성상, 적정수준 이상의 가입자 확보 없이는 수익을 낼 수 없다. 특정 집단만이 선호하며 대중이 사용하기 어려운 측면이 있으면 곤란하다. 즉 서비스는 대중성을 가져야 한다. 현재 우리가 즐겨 사용하는 이동 음성통신서비스는 언제 어디서나 연결되는 높은 효용성과, 많은 사람들이 손쉽게 사용하여 공통된 욕구를 쉽게 충족시켜 주는 대중성을 지님으로써 크게 성공하였다.

IMT-2000 서비스는 효용이 높은 첨단 서비스이지만 대중성을 가질 수 있을지는 불확실하다. 첨단 서비스가 대중적 서비스가 되어 수익을 올리려면, 틈새 마켓이 아닌 일반 대중들이 손쉽게 쓸 수 있는 킬러 애플리케이션의 개발이 절실하다. 그런 점에서 IMT-2000 서비스를 환상적인 서비스가 아닌, 대중적인 서비스로 만들기 위한 노력이 필요하다.

유럽의 이동통신기업의 경우, IMT-2000 사업권 취득에 따른 과도한 경쟁비용에 대한 우려로 사업권 취득 후 오히려 주가가 내려가는 현상을 보게 된다. 21세기의 가장 중요한 사업 중의 하나가 될 차세대 이동통신사업의 수익성을 현재 시점에서 정확히 예상한다는 것은 무리일 것이다. 다만 서비스의 대중화를 위한 노력과 투자의 위험관리가 없는 무분별한 경쟁은 서비스의 실패와 자원배분의 심각한 왜곡을 가져 올 수 있다는 것이다. IMT-2000 사업권 획득에 초점을 맞춘 경쟁논리와 냉철한 사업성 분석에 따른 합리성이 조화가 이루어져야 할 것이다. **F**



중앙일보 서울하프마라톤대회에서 '1m 1원 운동' 펼쳐 교직원, 학생 등 60여명 참가, 중앙일보에 성금 기탁



중앙일보 주최로 11월 19일 잠실에서 열린 중앙하프마라톤 대회에 KAIST 테크노경영대학원 교직원과 학생 60여명이 참가해 사랑의 마라톤을 펼쳤다. 단순히 마라톤 참가에 그치지 않고, 후원자를 모아 참가자가 완주할 경우 해당거리만큼 계산해서 성금을 내는 '1m 1원 운동'으로 그 의미를 더하였다. 그 결과 행사 후 30명의 후원자가 총 1,478,980원의 성금을 모아 백혈병 어린이 돕기를 위해 지난 12월 6일 중앙일보 사업부에 기탁했다.

이번 마라톤에는 과거 여러 번의 풀 코스를 완주하였고, 이번엔 하프 코스(21.0975km)에 도전한 문송천 교수를 필두로 김성희 대학원장 등 8명의 교수가 출전했으며 여학생들의 참여도 눈에 띄었다. 아울러 이번 마라톤 참가를 계기로 대학원에는 '마라톤 클럽'이라는 정식 동아리도 생겼다. 우리 KAIST 테크노경영대학원 가족들 60명이 사랑의 캠페인으로 '1m 1원 나누기' 행사 및 학교 홍보와 건강증진을 위해 단체로 참가한 의미있는 행사이기에 마라톤 대회 관련 소식을 밀착 취재하였다.

11월 19일, 오전에는 다소 쌀쌀했지만 전반적으로 운동하기 적당한 화창한 날씨 속에서 행사가 진행되었다. 이번 행사는 전국적으로 일반시민과 선수 1만 7천 여명이 참가하여 국내 마라톤 대회 역사상 최대 규모로 치러졌다. 마라톤 경기는 오전 11시 잠실종합운동장 앞을 출발해 하프(21.0975km), 10km, 5km 3개 부문으로 나뉘어 치러졌으며 1만5천5백60명이 완주해 무려 91.2%의 높은 완주율을 기록, 시민들의 건강달리기 열기를 보여줬다. KAIST 테크노경영대학원에서는 하프코스에 문송천 교수를 비롯한 4명이, 10km 코스에는 19명이, 그리고 5km 코스에는 김성희 대학원장을 포함한 37명이 참가하였다. 참가자의 구성은 여러 교수진을 비롯하여, 직원들, 그리고 MBA 학생들과 경영공학 학생들로 다양하였다. 오전 11시에 시작되는 마라톤을 위해 오전 9시 경부터 잠실 운동장 주변이 북적이기 시작했으며, 여기저기서 색색의 풍선을 나누어 주는 등 온통 축제 분위기 속에서 행사가 진행되었다. 테크노경영대학원 가족들 역시 9시경부터 테크노경영대학원 깃발 아래에 모여 기념사진을 찍으며 마라톤 대회를 준비하였다.

이번 마라톤의 특징은 다양한 나이대의 시민들이 참가한 행사였다는 점과 가족들의 건강증진을 위한 대회였다는 점이다. 80세가 넘는 할아버지들이나 한 가족이 함께 뛰는 모습도 눈에 많이 띄었으며, 특히 유모차를 밀고 함께 달리는 부부의 모습도 눈길을 끌었다. 테크노경영대학원의 이승규 교수는 중학생인 아들과 함께 5km 코스에 참가하기도 했다. 또한 여러 교수진의 모습도 보였는데, 특히 김영걸, 안재현, 이희석, 한인구 교수는 10km 코스를 동시에 완주하고 끝나는 우애를 보여주기도 하였다. 이번 마라톤 대회에 경영시스템 연구실(지도교수:김보원 교수)에서는 구성원 전체가 참가하였고, 정보시스템 관리 연구실(지도교수: 김영걸 교수) 역시 높은 참여율을 보여 주었다.

KAIST 테크노경영대학원에서는 대회 이틀 후인 11월 21일, 오후 12시, 아트리움에서 자체적인 마라톤 대회 시상식을 열어 교내 참가자 중 각 코스별 1, 2, 3위를 시상하였다. 하프코스의 1위는 문송천 교수가, 10km에서는 경영공학의 차민석 학생, 5km부문은 교학팀의 함용덕씨가 차지하였다. 김성희 대학원장은 이곳 KAIST 테크노경영대학원이 공부 별레들만의 삭막한 공간이 아닌 몸도 마음도 건강한 사람들의 보금자리라는 것을 보여주는 데에 이번 행사의 의의가 있었다고 밝혔다. **F**

최덕현, 안지은 기자



GLI의 국제화 프로그램

- Resume writing & interviewing skills workshop

GLI(Global Leadership Institute)에서는 국제화 리더십 프로그램의 일환으로 지난 10월 13일과 21일 양일에 걸쳐 'resume writing & interviewing skills workshop'을 개최하였다. 이번에 처음으로 열린 workshop은 현재까지 GLI에서 학생들에게 제공해 온 국제화 프로그램들과는 사뭇 다른 모습의 프로그램이었다. 다국적 해외 기업들의 국내 진출이 활성화되고 그에 대한 학생들의 관심 또한 급격히 높아지고 있는 최근의 추세를 반영하는 성격을 띠었기 때문이다. 외국계 기업으로의 취업 준비를 위한 학생들의 요구와 함께 이들 기업들로부터의 우수한 학생 모집 요청이 절묘하게 어우러져 이와 같은 workshop을 개최하게 되었다는 것이 GLI측의 동기 의사이다.



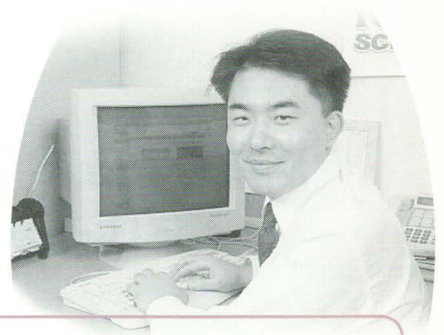
이번 workshop에는 McKinsey & Company, Boston Consulting Group, Anderson Consulting, Goldman Sachs, Cisco Systems, 그리고 Oracle의 총 6개 국제 기업이 참여했으며 workshop은 크게 두 가지 주제로 진행되었다. 하나의 주제는 cover letter와 resume writing에 대한 교육으로 이론적인 강의에서부터 실질적인 작성, 그리고 교정까지의 일련의 과정에 대한 훈련이 이루어졌다. Workshop에 참가한 대부분의 학생들이 이에 대한 경험이 없었기 때문에 하나하나의 과정에 더욱 충실하게 임했다. 또한 GLI에서 교육을 담당하고 있는 교수들이 informational interview하는 방법을 직접 연출하는 등의 노력도 돋보였다. 또 하나의 주제는 인터뷰 능력에 대한 훈련으로 학생들이 workshop에 참여한 기업의 실무자들과 직접 인터뷰하는 방식으로 진행되었다. 학생들은 개인적으로 가장 관심이 있는 하나의 기업을 선정하고 해당 기업의 담당자를 초청하여 인터뷰 연습을 할 수 있는 Mock interview(모의 인터뷰) 기회를 가졌다. 그리고 인터뷰 결과에 대한 실무자들의 조언과 녹화를 통한 리뷰를 통해서 자신의 현재 모습을 객관적으로 파악할 수 있는 계기를 갖게 되었다. GLI측에서는 실전과 최대한 유사한 모습을 연출하기 위해 참여한 기업에서 현재 활동하고 있는 실무자들이 인터뷰를 진행하도록 세심한 배려를 아끼지 않았다.

Workshop에 참석한 학생들의 소감은 대체로 몇 가지로 요약할 수 있다. 가장 많이 언급된 점은 workshop의 개최 시기에 대한 것이었다. 10월은 시기적으로 늦은 감이 있으나, 본격적인 취업 준비와 외국계기업의 인턴십 프로그램 참가에 도움이 되도록 여름방학 이전에 영어 이력서 쓰기와 인터뷰 연습을 마친다면, 더 많은 학생들이 유익한 기회를 가질 수 있을 것이라는 의견이었다. 그리고 workshop의 홍보와 일정에 대한 정보가 학생들에게 충분히 전달되지 못했다는 의견도 다수를 차지했다. 심지어는 workshop이 있었다는 사실조차 알지 못한 경우도 있었으며 일정에 대한 정보 부족으로 신청만 하고 참석하지 못한 학생들도 많았다. 그러나 이러한 아쉬움은 workshop에 대한 학생들의 기대와 만족도가 그만큼 높았다는 것을 단적으로 보여준다고도 해석될 수 있다. 단순히 외국계 기업에 취업하는 방식을 배우는 것뿐만 아니라, 그들 기업의 문화를 이해하는 데에도 많은 도움을 얻었다는 것이 한 학생의 소감이다. 또한 workshop을 위해 학생들에게 배포된 책자가 구체적이고 상세한 도움이 되었으며 취업 준비를 하는데 있어서 앞으로도 유용하게 사용할 수 있을 것이라는 의견도 있었다.

GLI측에서는 Resume writing & interviewing skills workshop을 앞으로도 지속적으로 가질 예정이다. 더 나아가서 취업지원실 등과 협력하여 정규화된 프로그램으로 자리잡을 수 있는 방안을 긍정적으로 검토하고 있다고 밝혔다. 그리고 학생들이 필요로 하는 요구는 언제나 수용할 의사가 있으며 Feed back도 환영한다고 한다. 또한 개설된 프로그램이 유지, 발전되기 위해서는 학생들의 적극적인 참여와 호응이 절대적으로 필요하다는 말을 덧붙였다. 앞으로 GLI의 국제화 프로그램이 활성화되고 학생들에게 유익한 도움을 제공하기 위해서는 GLI측과 학생들간의 호흡과 노력이 매우 중요할 것으로 생각된다. **F**

김도연 기자

(주)아이러브스쿨 김영삼 대표를 찾아서



“저... 혹시 00초등학교 모임.....?”

언제부터인가 주말 변화가에서 심심치 않게 오가는 말들이다. 이러한 동창 찾기 열풍을 불러일으킨 것은 다름 아닌 아이러브스쿨(www.iloveschool.co.kr)이라는 인터넷 커뮤니티 사이트의 위력이었다. 인터넷을 활용하여 아련한 추억 속의 동창들을 찾아주고, 출신학교에 장학금을 지급한다는 이 회사의 초기 아이디어는 우리나라의 문화와 절묘하게 들어맞아 사이트오픈 1년 만에 600만이 넘는 회원을 확보한 거대사이트의 탄생을 낳았다.

이번 호에서는 아이러브스쿨을 탄생시킨 장본인인 김영삼 동문(33세, KAIST 테크노경영대학원 경영공학 박사과정)을 만나보았다.

■ 사이트를 오픈한지는 꽤 되었는데 근래 들어서야 놀라운 급성장을 하였습니다. 이런 성장패턴은 어떻게 설명될 수 있을까요?

인터넷 기업의 경우, 불특정다수 상대를 위해서는 기존 대중매체를 활용하는 것은 인터넷이 가지는 특성을 간과한 것이며 큰 효과를 낼 수 없다고 생각합니다. 특정 사이트를 가장 잘 아는 것은 그 사이트의 회원이며, 우리의 회원수가 기하급수적으로 성장할 수 있는 것은 회원들의 자발적인 구전행위에 있었습니다. 몇몇 사이트가 도입하고 있는 추천인제의 경우는 인간관계를 돈으로 환산하는 시스템인 것에 비해서 우리 사이트의 특성은 회원가입을 권장하기가 쉬웠던 것으로 보입니다. 구전행위의 동인은 동문들을 찾는 확률을 높여 실제로 커뮤니케이션을 하고자 하는 건전한 목적에 있었기 때문이었다고 봅니다.

■ 현재의 커뮤니티는 회원들에 의해 자생적으로 생성, 운영되고 있습니다. 하지만, 차후 수익성 있는 사업모델을 만들기 위해서는 회사측의 움직임이 필요할 것으로 보입니다. 이에 관한 현재 회사측의 입장은 어떻습니까?

우선, 의도적인 회사측의 개입은 지양하는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 당분간은 본격적인 수익모델도 도입하지 않을 생각이며, 코스닥 상장에도 관심이 없습니다. 인터넷 사업은 ‘을 오어 낫싱’이라고 봅니다. 현재는 인터

넷 기업들은 산을 올라가고 있는 단계이며 수익모델은 산의 건너편에 있습니다. 산의 정상인 독점내지는 과점의 단계까지 생존할 수 있어야 하며 이는 23년 후가 될 것이라고 봅니다. 그때까지는 동창을 비롯해 스승, 가족, 동료, 애인들까지도 인터넷을 통해 보다 빠르고 효과적으로 커뮤니케이션을 할 수 있는 서비스를 제공하고, 회원들의 생활패턴, 네비게이션패턴 등의 정보를 얻어낼 수 있는 서비스제공에 주력할 것입니다.

■ 최근의 사이트 개편을 보면 여러 협력사이트가 아이러브스쿨의 사이트에 연계됨으로써, 포털의 형태로 가는 것이 아닌가 하는 생각이 듭니다. 차후 아이러브스쿨이 가고자 하는 방향과 연계에서 말씀해주시지요.

협력사들로부터 콘텐츠를 제공받고 있기는 하나, 포털로 가지는 않을 것입니다. 일단 시험적인 개편은 했으나 계획 단계의 비전과는 약간 어긋난 형태로 보이므로, 재개편을 통해서 ‘주’와 ‘부’를 좀더 명확히 할 예정입니다. ‘주’가 되는 인간의 커뮤니케이션 욕구가 계속 증대되고 있다고 본다면, ilovecompany 등의 사업도 가능하지 않을까 하는 구상단계에 있습니다. 이는 기존의 회원집단이 있기 때문에 가능한 것으로서, 기존회원의 추가적인 노력을 끄집어내는 것은 상대적으로 쉬울 것으로 봅니다.

■ 직접 인터넷 사업을 하면서 느낀 바를 말씀해 주십시오.

현재의 인터넷 사이트들은 ‘주’가 뭔지를 혼동하는 듯합니다. 누구나가 만들 수 있는 콘텐츠는 의미가 없으며, 부가적인 것일 뿐입니다. 인터넷의 ‘주’는 커뮤니케이션을 통해 누군가와의 관계를 형성하는 데에서 얻어지는 결과물에 있고, 그것이 온라인의 본질적인 장점이라고 생각합니다. 솔직히 말하면, 지금도 왜 인간이 인터넷을 사용하는가에 대한 고민을 계속하는 중이며, 산너머에 뭐가 있는지는 확신하지 못하겠습니다. 그러나, 그런 모험을 감수하는 것이 바로 벤처가 아닌가 하는 생각을 하고 있습니다. **㉠**

최덕현, 안지은 기자

박성주 교수의

정보시스템통합연구실

(Information System Integration Research Lab.)

권 철 현

경영공학 석사과정

정보시스템통합 연구실(ISIR : Information System Integration Research Lab.)은 효율적인 경영활동을 지원하기 위한 통합적(Integrated), 지능형(Intelligent) 정보 시스템을 구축하는 것을 주요 목표로 연구 활동을 진행하고 있다. 90년대 이후로 DSS 모델링, BPR을 위한 프로세스 모형 및 지원 도구, 워크플로우 시스템, 그룹웨어 및 CSCW 등의 연구를 수행하였으며, 최근에는 지식관리, 가상 조직, 인터넷 기반의 지능형 추천 시스템 등의 연구를 진행하고 있다.

ISIR연구실은 경영학을 주축으로 산업공학, 전산학 등의 학제적 연구를 조화 있게 수행하여, 미래의 통합적 정보시스템 구현을 보다 실제적이고 구체적인 시각에서 접근하고자 한다. BRAW(Business Re-engineering Assistant Workbench) System, VWSS(Virtual Workgroup Support System), KWFMS(Knowledge-based Workflow Management System), Wiz-Plus(인터넷 쇼핑몰을 위한 추천 시스템) 등의 개발은 연구실의 실천적 연구 접근법의 성과라 할 수 있으며, 이 중 KWFMS는 GIGA Information Group에서 수여하는 Excellence award를 수상한 바 있다.

ISIR연구실을 지도하는 박성주 교수는 1978년 Michigan State University에서 시스템 공학 박사를 취득하고 1980년부터 KAIST에서 교수로 재직하며, CAIS 초대 소장을 역임하는 등 정보시스템 구축과 관련된 왕성한 활동을 하였다. 국내외에 발표된 수십 편의 논문은 정보 시스템과 관련된 다양한 분야의 연구실적을 보여주고 있다. 또한 최근에는 KAIST eBiz 분야의 활성화 및 선진화를 위해 많은 연구와 대내외 활동을 경주하고 있다.

1981년 시스템분석연구실에서 현재의 ISIR연구실에 이르기까지 20년의 역사에서 알 수 있듯이, 연구실이 배출한 15명의 박사과 68명의 석사 선배들은 학계 또는 컨설팅 등의 경영일선에서 많은 활동을 하고 있다. 매년 졸업생들이 한자리에 모여 그 동안의 연구 성과와 경영 분야에 관련된 정보들을 공유하는 장을 가진다. 그 일례로, 2000년 10월에는 교수님의 덕소 농장에서 졸업생과 재학생이 함께하는 연구실 Home Coming 행사를 가졌는데, 배 따기와 바베큐 파티 등은 연구실의 친목을 다지는데 더없이 흥겨운 자리였다.

현재 재학생은 대전 연구실의 박사 과정 2명과 서울 연구실의 박사 과정 5명, 석사 과정 3명의 총 10명으로, 일주일마다 대전과 서울 간의 전화회의시스템을 이용한 세미나 시간을 통해 각자의 관심 분야에서 연구 중인 주제를 소개하고 토론하는 기회를 갖는다.

부단한 연구 활동 외에도 정기 심야 영화 감상이나 산행, 각종 레포츠 활동을 같이 향유함으로써 연구실 선후배 간의 돈독한 화합의 시간도 가진다. 단합되고 즐거운 분위기에서 자유로운 연구 활동을 수행함으로써 미래의 정보 시스템의 통합적인 모습을 그려가는 연구 경영인의 모습, 그러한 모습이 바로 ISIR연구실을 말해 주는 것이라 감히 이야기할 수 있을 것이다. ㉠



안병훈 KAIST 테크노 경영대학원 교수, 한국경영과학회 신임 회장 선임



안병훈(安柄勳) KAIST 테크노경영대학원 교수는 지난 12월 말에 열린 한국경영과학회 정기 총회에서 2001년 신임 회장에 선임되었다. 안병훈 신임 회장은 미 스탠포드대 박사출신으로 KAIST 테크노경영대학원 초대 대학원장을 역임했으며 환경경영, 산업정책, 생산전략 등의 분야에서 활발한 교육, 연구 및 자문 활동을 하고 있다.

한국경영과학회는 국내 경영학과와 산업공학과 분야에서 경영관리의 과학적 이론정립을 위해 계량적이고 행동과학적인 분석방법을 중심으로 연구하는 학회로, 현재 2,000여명의 회원과 5개의 지방지회(부산/경남, 대구/경북, 호남, 충청, 강원) 및 6개의 전문연구회(MIS, 정보기술, 네트워크, GIS활용, 데이터마이닝, 차세대물류시스템)로 구성돼 있다.

배순훈 교수 탱크강의실 명명 등 본격적인 발전후원회 발족



KAIST 테크노경영대학원은 12월 20일(수) 홍릉캠퍼스 수펙스경영관에서 동문들을 초청, '발전후원의 밤' 행사를 개최했다. 이날 행사에서 김성희 대학원장은 대학원의 현황과 비전 등을 담은 중장기 발전계획을 발표했다. 발표 후에는 대학원 발전기금으로 2억원을 기증한 배순훈 교수의 '탱크강의실'(수펙스경영관 101호) 제막식과 함께 발전후원회 발족식 등의 행사가 이어졌다.

이날 발족된 발전후원회 회장에는 김진재 한나라당 의원이, 부회장에는 유석현 동인상호신용금고 회장, 류영하 금속산업 사장, 고정석 일신창업투자 사장, 조해형 나라기획 회장 등이 선임되었다. 자세한 문의는 테크노경영대학원 대외협력팀(02-958-3201/2)으로 연락하면 된다.(관련기사 4·6면 특집 참조)

MBA공개강좌 및 오픈스쿨 개최

10월 21일(토) KAIST 테크노경영대학원은 21세기 글로벌 매니저를 꿈꾸는 젊은 학생과 직장인을 대상으로 제3회 MBA공개강좌 및 오픈 스쿨을 개최했다. 이날 공개강좌에선 예비 MBA학생들을 대상으로 한 박성주 교수의 '비즈니스 제2의 물결' 강좌에 이어 KAIST 테크노경영대학원 경영공학 박사과정 재학중인 아이러브스쿨 김영삼 대표의 벤처 창업 사례발표가 있었다. 특강 후에는 KAIST 테크노경영대학원 MBA과정 입학안내 및 질의응답과 시설소개가 이어졌다.

11월 9일 저녁 6시 스위스 그랜드 호텔에서 열린 서울 MBA 포럼에는 지난 해에 이어 국내에서는 유일하게 KAIST 테크노경영대학원이 참가했다. MBA포럼은 전세계 경영대학원 연합체인 미국의 GMAC(Graduate Management Admission Council)이 매년 전세계를 순회하며 진행하는 입학설명회로 국내에서는 토익 시험을 주관하는 국제교류진흥회(ICF)가 함께 주관하고 있다. 이번 서울 MBA 포럼에도 작년처럼 세계적으로 우수한 Top 10 MBA 스쿨들을 비롯한 총 63개의 대학들이 대거 참가하였다. 행사장에서는 각 학교 입학관계자 및 졸업생들이 학교별 MBA프로그램 소개 및 입학조건, 장학금제도, 학교시설 등에 대해 자세한 상담을 실시했다.

2001학년도 MBA 입시결과, 지원자 26% 증가

12월 22일 최종 합격자를 발표한 내년도 KAIST 테크노경영대학원 MBA과정 입시에는 전년도에 비해 26% 증가한 454명이 지원해 2.3대 1의 경쟁률을 보였다.

MBA과정 5개 전공별 지원결과를 살펴보면 테크노경영전공이 256명으로 전년도 166명에 비해 90명이 늘어 가장 뚜렷한 증가세를 보였다. 아울러 기업추천의 경우 지난해 96명에서 올해 85명으로 소폭 감소한 반면, 교육경비 본인부담 응시자는 지난해 265명에서 369명으로 104명이나 늘었다. KAIST 테크노경영대학원은 이들 지원자들을 대상으로 1차 서류심사, 2차 면접시험을 실시, 모두 196명의 2001학년도 MBA 신입생을 선발했다.

박성주 KAIST 테크노경영대학원 교수, 한국 시뮬레이션 학회 신임 회장 선임

박성주(朴成柱) KAIST 테크노경영대학원 교수는 지난 12월 말, 한국 시뮬레이션 학회의 2001년 회장으로 선출되었다. 시뮬레이션 학회는 모의 실험을 위한 이론적 연구와 산업응용 연구를 동시에 진행하고 있으며, 경영, 전자, 전산, 산업공학, 기계, 항공, 수학, 물리학, 화학 등의 다양한 학문 분야와 관련성이 있어, 생산 시뮬레이션, 지구 환경 시뮬레이션 등 다채로운 산학연 연구가 활발히 진행되고 있는 학회이다.



박성주 신임회장은 서울대 산업공학, KAIST 산업공학 석사를 거쳐, 미국 미시간대학 시스템공학 박사 출신으로 KAIST 기획처장 및 정보시스템연구소장을 역임했으며, 정보시스템, 의사결정시스템, Groupware/CSCW, e비즈니스 등의 분야에서 활발한 교육, 연구 및 자원활동을 하고 있다. 한국 시뮬레이션 학회에서는 2001년 10월에 "Simulation in the Digital Era"라는 주제하에 국제 시뮬레이션 컨퍼런스(SeoulSIM 2001)를 테크노경영대학원에서 열 계획이다. 또한 본 학회의 임원진으로 테크노경영대학원 허순영 교수가 총무이사를, 김보원 교수가 운영 이사로 일하고 있다.

삼성 SDS(주), KAIST 테크노경영대학원에 '지식관리 시스템' 기증

삼성SDS(주)는 KAIST 테크노경영대학원에 지식관리 시스템인 KWave를 기증키로 하고 지난 12월 28일(금) 오전 11시 KAIST 테크노경영대학원에서 기증식을 가졌으며, 김성희 KAIST 테크노경영대학원장은 삼성 SDS(주) 대표이사에게 감사패를 증정했다. KWave 시스템은 지식관리 시스템 구축 패키지인 KWave와 DB 소프트웨어, 네트워크 소프트웨어 등 총 4억 7천만원 규모의 장비일체로 구성되며, KAIST 테크노경영대학원 지식경영연구센터에 설치되어 운영될 것이다. 이번에 기증된 KWave는 조직내외의 다양한 지식의 발견, 추적, 공유, 재사용 및 새로운 지식창조에 이르는 지식의 전체 생명주기를 체계적으로 관리, 공유함으로써 조직의 지식자산에 대한 가치를 창출하는 삼성SDS(주)의 대표적인 지식관리 시스템 구축 솔루션이다. 양 기관은 2개월여에 걸친 시스템 구축작업이 끝나는대로 화상회의, VOD 등의 기술을 활용한 '차세대 지식관리시스템' 구축에 관한 산학협동 연구에 착수할 예정이다.



그동안 KAIST 테크노경영대학원 지식경영연구센터는 과학재단·국가과제 수행, 최고지식경영자과정 운영, '지식경영연구' 학술지 발간 등 국내 지식경영 분야에서 활발한 연구와 교육을 진행해왔다.

KAIST 테크노경영대학원-동아일보 공동, e비즈니스 특별 기획시리즈 진행
'e코리아로 가는 길', 동아일보 매주 화요일 경제면에 1년간 연재



KAIST 테크노경영대학원과 동아일보가 LG-EDS시스템(주)의 후원으로 준비해온 e비즈니스 특별 기획시리즈가 10월 12일자부터 'e코리아로 가는 길'이라는 제목으로 시작되었다. 이번 연재물은 그동안 많은 기대와 함께 개념상 혼란도 있어온 전자상거래, 닷컴, e비즈니스 등에 대해 총체적으로 정리해보고 이와 관련해 향후 우리가 나아가야 할 방향을 짚어보고자 기획되었으며, 매주 화요일 동아일보 경제면(A11)에 1년동안 장기 특별 시리즈로 연재 중에 있다.

e비즈니스 오픈포럼 개최, 'e비즈니스의 현재와 미래'라는 주제로 열려

KAIST 테크노경영대학원은 LG-EDS시스템(주) 후원으로 12월 15일 홍릉캠퍼스 SUPLEX경영관에서 e비즈니스에 관심 있는 기업, 기관 및 일반인을 대상으로 'e비즈니스 오픈 포럼'을 개최했다. 'e비즈니스의 현재와 미래'라는 주제로 열린 이번 오픈 포럼에서는 '한국의 정보화 추진 회고와 전망'을 주제로 동아일보 오명사장의 특별강연과 테크노경영대학원 김보원 교수, LG-EDS시스템(주) 한호선 부장의 국내외 e비즈니스의 동향에 대한 주제발표가 있었다. 아울러 테크노경영대학원 김성희 대학원장 주관으로 테크노경영대학원 김재철 교수, LG-EDS시스템(주) 류명환 상무, 삼일회계법인 e비즈니스 센터장 강희원 박사 등이 패널토론에 참가했다. ㉞



테크노경영대학원의 최고경영자과정 동문들의 이모저모를 한 눈에...

AIM(최고정보경영자과정)

■ AIM 9기 중국 서안교통대학 견학(2000년 10월 20일-10월 23일)



AIM 9기 동문들이 2000년 10월 20일에서 23일까지 중국 서안(Xian) 견학에 나섰는데, 이번 방문은 지난 번 북경탐방 후 두번째 중국방문이었다. 이들은 중국 서안의 여러 명소와 산업시설들을 돌아 보았다. 특히 중국의 8대 명문대학 중 하나인 서안교통대학을 방문했을 때, 이들은 그 대학 부총장으로부터 KAIST와 다방면에 걸친 교류를 제안받기도 했다(그 대학 방문과 관련해서 무척 인상적이었던 것은, 교류를 제안받은 것도 그렇지만, 그보다도 그에 앞서 이들이 KAIST에 대해 “미국의 KAIST=MIT”라고 소개한 것이다. 많은 KAIST동문들이 더 자긍심을 갖고 열심히 생활할 수 있도록 하는 원동력이 되는 말이 아닌가). 또한 이들은 중국에 대한 특별체험프로그램에도 참가했었다. 그 프로그램을 통해서 이들은 중국이 우리의 주요한 경쟁상대이며 우리가 충분히 노력볼만한 잠재력을 가진 큰 시장임을 다시금 알 수 있었다고 한다.

■ 아름다운 마음이 E-Mail의 Power와 함께 빛을 발한다.

연구실이 3층에 있는 관계로 가끔 저녁때 3층의 강의실 앞을 지날때면 수업을 받고 있는 경영자들의 모습을 보게 된다. 회사를 운영해 나가는 것도 버거울 텐데, 늦게까지 수업을 받는 걸 보면서 식지 않는 배움에 대한 열정에 때론 감탄하게 된다. 그런 분들에게서 얼마 전에 강의시간에 배운 것을 이용해서 따스한 일을 해냈다고 한다. AIM 교수진들도 수업시간에 배운 것을 좋은 방향으로 활용한 모습에 모두 뿌듯해 하고 있다는데, 그것은 다음과 같다.

AIM e-mail 동우회에서 활동하고 있는 9기 최광선 마빈시스템 사장이 선천성 심장병으로 고생하고 있는 7살 짜리 어린이의 수술비 마련을 위한 도움을 요청하기 위해 전 동문에게 e-mail로 메시지를 보냈는데, 거의 실시간으로 메일을 보고 있던 10기 류영하 금속산업 사장이 곧 큰 도움을 주겠다고 나서 결국 e-mail을 발송한지 24시간도 안 되어 어린이의 수술비마련이 매우 수월하게 끝났다는 것이다. 더욱이 도움을 주려는 다른 많은 동문들의 문의가 그 이후로도 빗발쳤다고.

■ 간략한 AIM관련 소식

- AIM 1기 동문인 신평재 교보증권 이사회 의장이 10월 24일 루마니아 서울 경기지역 명예영사로 취임하고 명예영사관 개관식을 가졌다.
- AIM 5기 채수삼 금강기획 사장은 11월 10일 광고산업발전과 광고문화창달에 기여한 공로로 정부로부터 국민훈장 동백장을 수훈했다.
- AIM 13기 동문들이 11월 17일, 18일 이틀동안 울산, 경주 산업을 시찰했다.

AVM(최고벤처경영자과정)

■ AVM 5기 Silicon Valley 해외연수



AVM 5기 동문들이 2000년 10월 22일~29일까지 한민회 교수와 배종태 교수의 인솔하에 미국의 실리콘밸리와 시애틀을 방문했다. 이번 해외연수의 목적은 미국 실리콘밸리의 현황 파악, 그 작동 메커니즘에 대한 이해와 그것을 통한 한국 중소/벤처기업의 미국시장 진출전략의 모색 등 최고벤처경영자과정을 통해 공부한 내용에 대한 체험 학습에 있었다. 해외연수 프로그램은 미국에서 활동 중인 벤처전문가 초청 특강 및 간담회와 대학(Stanford University), 벤처기업(Cybersource, Netscreen), 벤처관련기관(Wilson Sonsini, Bank of America) 방문 등으로 구성되었다.

■ AVM 총동문회 및 (주)칸닷컴 개업식(2000년 12월 1일)

2000년 12월 1일 금요일, KAIST AVM 총동문회 창립총회 및 (주)칸닷컴 개업식이 SUPEX 경영관 5층 최중현홀에서 있었다. 2000년 12월에 제 5기 동문들이 수료한 국내 최고의 벤처경영자과정인 KAIST AVM과정에서는 각 기수 동문기업간의 네트워크를 더욱 강화시켜줌으로써 최대의 시너지 효과를 거두기 위해 AVM과정 총동문회가 출범하게 되었고, 그것이 보다 원활하고 체계적으로 운영되도록 지원하기 위해 동문 네트워크 기업인 (주)칸닷컴이 출범하게 되었다. 칸닷컴(KAN:KAIST-AVM Network)의 바탕이 될 네트워크는 AVM과정을 담당하는 KAIST 테크노경영대학원 교수진들로 구성된 지적 자원, 동문기업이 보유하고 있는 다양한 네트워크와 기업가정신, 그리고 이들과의 전략적 협력을 원하는 외부 기관들을 총체적으로 포괄한다. 이러한 네트워크를 활용해 칸닷컴은 온라인상에서 KAIST 테크노경영대학원의 지적자산을 바탕으로 한 컨설팅, 동문기업간 정보교류를 통한 신규 비즈니스 창출, 엔젤펀드 구성을 통한 유망 벤처 발굴 및 투자, 아이디어 단계의 창업자 그룹을 동문기업과 연계하는 네트워크 방식의 인큐베이팅 사업, 헤드헌팅, 국내외 투자유치를 위한 IR, PR 지원 등의 사업을 추진하게 된다



e비즈니스 임원과정

■ GKeB1기 수료식(2000년 11월 28일)

GKeB 1기 수료식이 2000년 11월 28일 금요일 SUPEX 경영관 5층 최중현홀에서 있었다. GKeB는 정보기술 기반화 경제(IT-Enabled Economy)환경 하에서 기업의 경쟁우위를 제고할 수 있는 임원급 경영자 수준의 e비즈니스 전문인력 양성을 목적으로 산업자원부와 KAIST 테크노경영대학원이 공동으로 개설한 과정으로 2000년 10월 17일 제 1기가 첫 수업을 시작했다.

이 교육과정은 지금까지 e비즈니스 교육의 기회를 상대적으로 많이 접할 수 없었던 일반기업, 공기업 및 중소기업 임원들에 대한 교육에 중점을 두고 있는 과정이다. **F**

박남정, 이성준 기자



최 홍 근 조경사를 찾아서

테크노경영대학원을 아름답게 하는 손길

항상 바쁘게 생활하는 테크노경영대학원 교직원과 학생들은 행정, 시설관리, 조경관리, 경비, 청소 등 보이지 않는 곳에서 묵묵히 일하시는 많은 분들의 도움으로 자신의 일에 전념할 수 있다. 이 코너에서는 이 분들의 활동을 취재해 알림으로써 테크노경영대학원 가족들에게 그 고마운 현장을 전하고자 한다.

요즘 들어 부쩍 학교가 예뻐졌다고 말하는 사람들이 많다. 늦가을 슈펙스 경영관 앞에 놓여있던 노란 국화는 보는 이들의 마음을 환하게 했고, 지나가던 많은 사람들은 '과연 누가 저걸 갖다 났을까' 궁금해 했다. 그 주인공은 바로 최홍근씨(60). 1999년 3월부터 테크노경영대학원 조경관리 업무를 일괄 담당하고 있다. 조경관리 분야에서만 30년 넘게 일해온 베테랑이다.

“우리 학교 조경을 담당하시게 된 계기는 무엇입니까?”

테크노경영대학원에 오기 전에는 KIST에서 30년간 근무했습니다. KAIST, KIST 통합 당시 현재 테크노경영대학원 시설관리 담당자인 원종범씨와 함께 일한 것이 인연이 되어 KIST에서 정년을 마치고 동시에 테크노경영대학원 조경을 맡게 되었습니다.

“담당하고 있는 업무 및 조경 관리의 방향에 대해 말씀해주십시오.”

교목류(645주)와 관목류(9773주)의 수목 관리(시비, 관수, 병충해방지, 정원수 손질 등) 및 3900평의 잔디 관리, 산책로 관리, 국유림 보존, 휴게시설 관리 등의 업무를 맡고 있습니다. 경사지가 많은 지형이라 장마 시 토양유실 예방을 위한 작업과 정원수 및 국산 수종 확대 등에 특히 힘쓰고 있습니다.

잔디가 잘 자라게 하기 위해서 배토 작업을 하고 있고, 잔디가 잘 살지 못하는 음지나 비가 잘 들지 않는 곳에는 맥문동 등 적합한 식물을 심습니다. 눈이 많이 가는 곳에는 꽃을 심고, 산책로를 보수하는 등 학교 산림의 녹색화·공원화 작업을 통해 공부하는 학생들의 정서에 도움이 되고, 휴식 공간이 될 수 있도록 노력하고 있습니다.

“우리 학교 조경을 담당하시면서 느끼는 보람이 있다면?”

무엇보다도 조경에 질서가 잡혀가는 걸 보면서 보람을 느낍니다. 조경에 있어서 질서란 꽃, 나무가 있어야 할 곳에 있는 것을 말하지요.

늦여름 태풍 때문에 기숙사에서 내려오는 길에 큰 나무가 쓰러져 학생들의 소통을 어렵게 했던 적이 있지요. 힘든 일이었지만 이렇게 학생들의 생활에 도움이 되었을 때는 뿌듯함을 느끼곤 합니다.

“조경 업무를 하시면서 평소 신조가 있다면?”

식물을 다루는 사람은 부지런해야 하고 숨김이 없어야 한다고 생각합니다. 또한 나무 입장에서 생각할 줄 알아야 하며, 그렇게 하면 누구나 조경가가 될 수 있다고 생각합니다.

“우리 학교 조경을 담당하면서 힘든 점이 있다면?”

지형 자체가 경사가 심하고, 면적에 비해 차가 많아 관리에 어려움이 있습니다. 관리 면적에 비해 관리 인원 및 예산도 부족한 편입니다. 여름 가뭄 때에는 관개 시설이 부족한 관계로 나무들이 시드는 것을 보면서 가슴이 아팠지요.

교직원과 학생들이 조경관리에 무관심한 것도 어려움 중의 하나입니다. 1년에 한 번 밖에 없는 식목일 행사에도 담당 직원들만 참석합니다. 지난 식목일에는 산림청에서 나무를 받아와서 식목행사에 참석한 학생이 두 명 있었는데 이럴 때는 힘이 나곤 하지요.

“교직원 및 학생들에게 당부하고 싶은 사항은?”

1, 2호관 앞쪽 주차장에 차를 주차할 때는 전면주차를 해줬으면 좋겠습니다. 반대쪽으로 주차할 경우 자동차 배기가스 때문에 수목에 많은 피해가 갑니다. 또 잔디밭을 지날 때는 잔디를 밟지 말고 만들어 놓은 길로 다니길 부탁드립니다. 풋말까지 꼬아 두었는데도 잘 지켜지지 않는 경우가 많아 애써 관리한 잔디가 상하곤 합니다. 그리고 담배꽂초나 쓰레기를 함부로 버리는 일이 종종 있는데 이런 일이 없도록 주의해 주셨으면 합니다.

조경관리는 관리자의 노력만으로 되는 것이 아닙니다. 교직원과 학생 여러분의 노력과 관심이 반드시 필요합니다.

인터뷰를 끝내고 돌아오면서 음지에서 학교 업무를 담당하시는 많은 분들에 대한 감사한 마음과 죄송한 마음이 들었다. 관심을 가져줘서 고맙다며, 자부심을 가지고 더 열심히 일하겠다고 하시는 최홍근 씨를 보면서 프로 의식을 느낄 수 있었고, 자신들의 일에만 급급한 우리에게 주위를 둘러볼 줄 아는 여유가 좀 더 필요하지 않나 하는 생각이 들었다. **F**

김혜원 기자

겨울 나무

이 재 규

테크노경영대학원 교수

앙상한 겨울나무가지,
푸른 하늘을 향해 울려다본다.

그 푸른 여름의 풍성한 잎도 없이
그 화사한 가을의 단풍도 없이
그냥
찬바람을 맞으며
이슬을 맞으며
그냥 죽은 듯이 서있다.

쓸쓸함은 겨울나무가지의 바람소리여라.
서러움은 겨울나무의 차가움여라.
외로움은 겨울나무의 홀로 서 있음여라.

어느 겨울나무도
다른 겨울나무를 돕지 못한다.
그렇게 많은 나무 중 누군가는
도울 수 있을 것 같건만.

그러나
겨울나무는 뿌리를 잃지 않았다.
깊이 내린 뿌리는
바람을 든든히 견디었고
잎 없음이 추위를 견디는 비밀이었다.
추억의 낙엽을 떨어뜨림이
생명의 시작이었다.

이제
따스한 햇살이 봄을 몰고 온다.
달라진 것은 아무것도 없다.
단지
따스한 햇살이
겨울나무가지를 녹일 뿐이다.
따사로움이 겨울나무가지를 어루만진다.

기쁨이 터져 나옴이 초록의 새싹이다.
한번도 보지 못한 이는 결코 믿지 못할
딱딱한 겨울가지를 뚫고 나온
보드라운 새싹이다.

새싹은 겨울이 있기에 움튼다.
새싹은 겨울나무의 뿌리가 있기에
봄을 깨닫는다.
새싹은 낙엽의 안타까움에서 시작되었다.

이제
온 세상이 다시 푸르러 질 것이다.
황홀한
기적의 손길로 꽃피울 것이다.
그러기에
겨울나무는 소망의 기둥이다.
그러기에
겨울나무는 하늘을 향해 솟아있다.
꽃꽂이.....
기대림 속에서.

내 손으로
겨울나무를 어루만진다.

필라델피아의 겨울창가에서

■ 동 정

• **김병천 교수**는 작년 12월 말, 재정경제부에서 주관한 금융거래 정보시스템 전산망 구축에서의 큰 공과 업적으로 2000년도 업무 유공 재정경제부 장관 표창을 수상하였다.

• **한인구 교수**는 작년 11월 한국지능정보시스템학회 2000 추계학술대회에서 오경주 박사와 함께 우수논문상을 수상하였다. 이번 선정된 수상 논문은 “판별분석, 로지스틱 회귀분석, 인공신경망을 결합한 이차율 예측모형”. 한인구 교수는 지난 1998년 이 학회의 전신인 한국전문가시스템학회 춘계학술대회에서도 신경식 박사와 함께 최우수논문상을 수상하였다. 공저자인 오경주 박사는 2000년 8월 경영정보공학 박사학위를 받고 현재 KAIST 테크노경영연구소 연구원으로 재직중이다.

• **이제호 교수**는 지난 12월 26일, 올해 처음 제정한 ‘매경 비트학술상’ 지원대상자로 서울대 경영학과 안중호 교수, 동아대 회계학과 손성호 교수와 함께 선정되었다. 이제호 교수의 연구제목은 ‘SW산업에서의 네트워크 외부성과 동태적 경쟁우위’이다.

■ 기타소식

• 정구장 관리인 이상돈씨에게 감사패증정



테크노경영대학원 교수진들은 지난 11월말까지 26년간 KAIST 서울캠퍼스의 정구장을 관리하고 퇴직하게 된 이상돈씨에게 지난 12월 8일, 아트리움에서 감사패를 전달하며, 그동안의 노고에 감사하는 마음을 전하였다.

• 12월 14일, KAIST 서울캠퍼스 1호관 대강당에서 흥릉지역연합신우회 주최로 흥릉문화제가 열렸다. 경희의료원, 경희대, 외대, 과학원, 농촌경제연구원, 임업연구원, KDI, KIET, KINITI, KIST, STEPI, 과학원교회, 영화진흥공사, 국방연구원 신우회가 참가하여 공동예배를 보고 찬양경연대회를 가졌다.

• 11월 25일 재무학회 추계학술대회가 테크노경영대학원 SUPLEX 경영관 최종현홀에서 열렸다.

■ 학내소식

• 박사논문 U 적용, 간과하면 제적될 수도!

2001년 3월 1일부터는 석 박사 과정 중 논문연구 과목을 “U”받으면 학사경고 대상자가 된다. 또한 학칙 58조에 의해 연속으로 2회 이상 학사 경고를 받으면 제적이 되므로 논문연구를 계속 2번 “U”를 받으면 결국 제적이 되는 셈이다. 이에 따라 석·박사과정학생 및 지도교수의 관심과 주의가 필요하다.

• RMIT 교환학생, 테크노경영대학원 방문 및 문화체험

지난 11월 3일 해외 학생교환 프로그램에 따라 KAIST에서 수학중인 RMIT, INSA의 학생 15명과 산업경영학과 학생 대표 2명 등 20명의 학생들이 테크노경영대학원을 방문하였다. 김성희 테크노경영대학원장 및 10여명의 교수진들의 환영식에 이어 시설견학, 기숙사 입실 및 산림청, 비원, 민속촌 방문 등 문화적 체험 시간도 가졌다.

• 12월 1일(금), 오후 6시 대전 호텔레전트에서 97학번 과대표 권영철 및 산업경영학과 학부 졸업생들이 지도 교수들을 모시고 사은회를 가졌다.

• 12월, KAIST 학생회 선거에서 테크노경영대학원 산업경영학과(학부) 유지혜양이 학생회 부회장으로 당선되었다.

• 11월 4일, 주한미상공회의소 주최로 열린 외국계 기업 취업박람회에서 테크노경영대학원은 취업지원차원에서 한민회 부대학원장 및 직원이 참가하여 참여 기업들에게 우리 학생들의 Resume Book 및 학교 소개자료를 전달하는 등 열띤 취업홍보를 하였다.

• 11월 23일, 테크노경영대학원은 학생들을 대상으로 KDI 국제대학원의 이승주 박사를 초청하여 “컨설팅업체 Job Interview에 대하여”라는 주제로 세미나를 개최하였다.

• 테크노 MBA 1기생들의 모임이 강남에서 성황리에 이루어지고 있다. 동문들은 졸업 이후, 새로운 사업장에서의 현황과 앞으로의 포부를 비롯하여 건강이 좋지 못한 동문들에 대한 염려, 해외에 있는 동문들의 근황, 국내 동문들의 인사이드 등 글로벌 동문회의 면모를 가지고, 돈독한 관계를 유지하면서 미래를 위한 온라인상의 커뮤니티를 계획하고 있다.

■ 경영공학/MBA 사전교육 실시

2001학년도 경영공학 석박사 과정 및 MBA 과정 신입생에 대한 사전교육이 실시된다. 2월 19일(월) 오리엔테이션을 시작으로 19일(월)부터 24일(토)까지 일주일간 사전교육이 실시되며, 입학식은 3월 2일(금) 있을 예정이다. (자세한 내용은 홈페이지를 참조)

■ 비학위과정 모집

테크노경영대학원 2001년도 비학위과정 모집요강이 확정되었다. 최고정보경영자과정(AIM), 최고벤처경영자과정(AVM), 최고지식경영자과정(CKO), e비즈니스 임원과정의 모집요강은 다음과 같다.

	모집인원	교육기간	원서교부 및 접수	합격자 발표
AIM	45명 내외	2001.3. 7(수)-7.18(수)	2000.12.18(월)-2001.1.13(토)	서류전형 후 개별통지
AVM	40명 내외	2001.3. 2(금)-6. 9(토)	2000. 1. 3(수)-2001.1.31(수)	2001.2.9(금)
CKO	45명 내외	2001.2.22(목)-5.31(목)	2000.12.20(수)-2001.1.22(월)	서류전형 후 개별통지
e비즈니스 임원과정	30명 내외	2001.2. 6(화)-3.27(화)	2001. 1. 8(월)-2001.1.29(월)	서류전형 후 개별통지

최고정보경영자과정(AIM), 최고벤처경영자과정(AVM), 최고지식경영자과정(CKO), e비즈니스 임원과정 등 현재 테크노경영대학원에서 운영 중인 비학위 과정에 대한 더욱 자세한 소식을 얻으려면 테크노경영대학원 비학위과정 홈페이지 <http://kgsm.kaist.ac.kr/executive/>를 방문하면 된다. **F**

김혜원 기자

■ 프론티어새 편집팀 발족

테크노경영대학원 소식지 Frontier가 2001년 겨울호(14호)부터 새 편집팀을 맞아 새롭게 태어난다. 새 편집위원장을 맡은 한민희 교수는 '밝고, 따뜻하고, 쓸모 있는 소식지'를 만드는데 최선을 다하겠다고 각오를 밝혔다. 새 학생기자단으로는 이성준, 최덕현, 김혜원, 김도연, 안지은, 박남정씨가 선정되었고, 직원 중 전산센터의 신재용씨가 사진 제공을, 홍보를 담당하는 문현경씨가 편집을 돕는다. 새 편집팀은 열심히 활동할 것을 다짐하면서 교수, 학생, 직원 등 모든 테크노경영대학원 가족들의 적극적인 관심과 참여를 당부했다. KGSM intranet에서 공용편지함 / 홍보게시판 / Frontier 게시판에 들어가면 누구든지 자유롭게 의견을 올릴 수 있다. 또한 외부인들은 1997년 10월 창간호 이후 최근호까지의 전문을 테크노경영대학원 프론티어 홈페이지(<http://kgsm.kaist.ac.kr/news/frontier>)에서 제공하는 Cyber Magazine을 통해 볼 수 있다.

