

Frontier

KAIST 경영대학



Social Enterprise

자본주의와 사회적 기업: 도전과 혁신
해의 사회적 기업 사례 - '혁신'과 '기술'이 만나다
美 아쇼카재단 베벌리 슈윙크 부회장이 전하는 세상을 변화시키는 힘
사회적 기업가 MBA 1기 학생들을 만나다

대우조선해양 고재호 경영대학 총동문회장
제니엘 박인주 AIM 총동문회장
KAIST 경영대학 학생회를 만나다

SK 사회적기업가 센터
학생과 함께 하는 삶을 사랑하는 오원석 교수와의 만남

[illegible]

KAIST 경영대학에서 해답을 찾으십시오

- 테크노MBA, 금융MBA, 정보미디어MBA, IMBA, 사회적기업가MBA
- 금융공학석사과정, 녹색정책석사과정
- 정보경영석사과정, 프로페셔널 MBA (야간)
- Executive MBA (주말)

(2013 후기 1차) 정보경영석사과정: 2013. 4. 24 ~ 4. 29
(2013 후기 2차) 녹색정책석사과정: 2013. 6. 5 ~ 6. 11
(2014 전기 2차) MBA/MS: 2013. 10월 중

종로	엠스퀘어 (종각역 4번 출구, 대왕빌딩 12층)	5. 13 (월) 19:00~21:00
여의도	Brown Bench (여의도역 5번 출구, 미래에셋생명 1층)	5. 27 (월) 19:00~21:00
강남	캘리스(선정릉역 2번 출구, 선진빌딩 1층)	6. 10 (월) 19:00~21:00

*Executive MBA는 4. 20 (토) 11시 KAIST 경영대학에서 별도 실시

02-958-3246 (설명회)/ 02-958-3213 (입학)
<http://www.business.kaist.ac.kr>
 서울시 동대문구 회기로 85 KAIST 경영대학 (KAIST 서울캠퍼스)

Frontier Contents

2013 Spring

Cover Story

몇 해 전부터 우리 사회에는 사회적 기업이라는 새 살이 돌고 있습니다. 과거 5년이 양적 성장에 치중했던 시간이라면 앞으로의 5년은 사회적 기업들의 질적 성장이 기대되는 시간입니다. 이에 KAIST 경영대학은 경영 능력을 갖춘 사회적 기업가 양성을 위한 사회적 기업가 MBA 프로그램을 시작했습니다.

Frontier 봄 호에서는 사회적 기업의 정의와 그 역할, 사회적 기업 사례와 혁신 방안, 이를 위한 KAIST 경영대학의 노력들을 담아 공유하고자 합니다.

Frontier 16기 학생기자단

류성한	경영공학 박사	hans@business.kaist.ac.kr
김민기	경영공학 석사	m0729g@business.kaist.ac.kr
박혜림	경영공학 석사	phl0522@business.kaist.ac.kr
임규미	정보미디어MBA 13	kyumilm@business.kaist.ac.kr
오자윤	경영공학 석사	llsoftll@business.kaist.ac.kr
박재환	테크노MBA 12	triones@business.kaist.ac.kr
이형진	테크노MBA 12	locco@business.kaist.ac.kr

04



DEAN'S LETTER

04 이병태 KAIST 경영대학 학장

06



INSIGHT ZONE

THEME Social Enterprise

06 자본주의와 사회적 기업: 도전과 혁신

장대철 교수 KAIST 경영대학

08 해외 사회적 기업 사례

‘혁신’과 ‘기술’이 만나다

10 美 아쇼카재단 베벌리 슈워츠 부회장이 전하는

세상을 변화시키는 힘

12 사회적 기업가 정신을 창조하다

사회적 기업가 MBA 1기 학생들을 만나다

22



GLOBAL ZONE

16 KAIST 경영대학, 美 실리콘밸리에

한국 청년 창업 지원기구 신설

17 Differentiation is always welcomed

POWER ZONE

18 경영은 사람에 의한 사람에 관한 사람의 일

고재호 동문(대우조선해양 사장, 2013년 KAIST 경영대학 총동문회장)

20 기회가 올 때 기회를 잘 선택하고, 변화가 올 때

변화를 잘 읽고, 그리고 도전해라

박인주 동문(주제니엘 회장, KAIST 경영대학 AIM 총동문회장)

22 KAIST 경영대학 학생회를 만나다

24 Start up with Students of B.S.C

26 Transportation and sustainable Development 석사과정 프로그램 도전기

28



INSIDE ZONE

28 Contents Insight Column

웹툰 <신과 함께>, 새로운 신화적 상상력과

현실적 디테일의 환상 호흡

30 Book Review

KAIST 경영대학 추천 도서

32 학생과 함께 하는 삶을 사랑하는

오원석 교수와의 만남

34 SK 사회적기업가 센터

36



NOTICE

36 2013 임원 승진 동문 조찬

AIM 총동문회의 Win-Win 전략

- 원우기업 탐방

37 Mobile Find People을 활용하자!

38 Development Fund



아주 큰 차이로, 특별한 KAIST 경영대학의 꿈을 심자

이병태 KAIST 경영대학 학장

전 세계는 일만여 개의 경영대학이 존재한다고 알려져 있다. 우리나라에도 많은 경영대학이 있다. 가까이 중국에는 한 해에만도 수백 개의 새로운 MBA 프로그램이 생겨나고 있다고 하니 경영대학의 숫자는 매우 많을 것이다. 그 중에는 전 세계 매우 뛰어난 학생들이 앞 다투어 가고 싶어 하는 학교도 있고, 작은 지역의 경영 교육을 담당하는 곳도 있다. 1995년 말 설립해 한국에서 독점적으로 글로벌 경영교육을 담당해온 KAIST의 경영대학도 이제 17년의 역사를 갖고 있다. 한국 대학들의 학부 경영교육 역사는 매우 길지만 MBA교육과 국제적으로 인정 받은 만한 박사과정을 개설·운영해 온 것은 KAIST

경영대학이 독보적이고 창의적이었다. 그러나 2006년 KAIST 경영대학의 성공으로 교과부가 국내 우수 대학에 13개의 한국형 MBA를 인가하면서 경쟁체제에 들어선 지도 7년이 되었다. 이제 많은 대학이 17년 전 KAIST가 높이 치켜들고 자랑했던 세계적인 경영대학의 깃발을 다 함께 들고 휘날리고 있다. 국내 경쟁대학은 일부 언론매체에서 보도되는 경영대학 국제 순위에서 이제 우리의 선도적 위치를 분명하게 위협할 만큼 성장했다. 그렇다면 KAIST의 경영대학이 특별한 이유는 무엇이고 특별하게 남으려면 무엇을 해야 할까? 특별하다는 것은 경영학에서 흔히 듣는 말이다. 이

번 달 Harvard Business Review는 무려 45년의 역사를 거쳐 영명해간 2만 5천여 개의 기업을 연구한 결과 '성공하는 기업의 법칙'을 제시하고 있다. 그 첫 번째 법칙은 "더 좋은 것이 언제나 싸구려를 앞선다(Better Before Cheaper)"이다. 즉 차별화에 성공한 기업이 싸구려 제품으로 대응한 기업보다 성공의 가능성이 높다는 것이다. 차별화란 특별한 것의 다른 말이다. 우리 경영대학이 성공한 경영대학이라면 특별한 경영대학이어야 한다. KAIST 경영대학은 2006년까지 국제수준의 MBA, 외국 저널에 연구논문을 게재할 수 있는 박사과정 학생과 교수진이 있는 학교라는 사실로, 적어도 한국에서

는 특별한 경영대학임을 인정받는데 주저함이 없었다. 그리고 당시에는 이 두 가지 사실만으로 아시아에서도 매우 특별한 경영대학임에 틀림없었다. 하지만 이제 이러한 사실을 반복하는 것은 우리 경영대학의 위상을 공색하게 만든다. 적어도 서울에 있는 우수한 명문대학의 경영대학들은 이제 국제수준의 MBA 교육과 국제적 논문을 생산할 수 있는 교수진과 박사과정을 갖추고 있다. 그리고 이러한 관점에서 홍콩, 싱가포르, 중국의 명문대학들은 저만치 앞서나가고 있다.

국내에서 보면 KAIST 경영대학만의 특색은 여전히 존재한다. 우선 박사과정의 질과 규모에서 앞서고 있다. 미국을 비롯한 해외에 졸업생을 교수로 바로 보낼 수 있는 박사과정은 아직도 KAIST를 제외하고는 드물다. 전일제 학생들에게 학생구분 없이 전용연구 공간을 배정하고 24시간 학교시설을 개방하는 학교도 드물다. 소모품을 무상 제공하는 학교도 없다. 또한 외부에서 KAIST에 가면 공부가 너무 힘들다고 지원을 주저할 정도로, 학습의 양과 질에 대한 원칙을 지키려고 노력하는, 정체성이 분명한 학교이기도 하다. 한국에서 글로벌 전일제 MBA의 특징인 2년 전일제 MBA를 고집스럽게 유지하고 있는 유일한 경영대학이기도 하다. 그러나 이러한 작은 차이들만으로 우리 경영대학이 외부에서 보기에 '충분히 특별하다'고 할 수는 없을 것이다.

우리는 특별하다는 것은 아주 큰 차이임을 알 수 있다. 그렇다면 아주 큰 차이는 어떻게 만들어 지는 것일까? 아주 큰 차이를 만들려면 아주 큰 차이의 이상, 즉 꿈이 존재하여야 한다. 세계적인 커피 전문점 스타벅스는 우리에게 익숙한 다방의 미국 버전이다. 다방은 우리에게 연원을 알 수 없을 만큼 오래된 것이고 골목마다 존재했다. 요즈음 유행어로 자영업이고 골목상권의 대표적인 형태였다. 골목마다 수를 헤아리기 어려울 정도로 많았던 그 다방과 스타벅스의 차이는 어디에서 생겨난 것일까? 아마도 가장 큰 차이는 경영자의 이상과 꿈의 크기였을 것이다. 다방이 작은 골목의 상권을, 그나마도 쪼개서 연명하는 것에 만족했다면 스타벅스의 창업자는 시애틀의 한 골목 상권은 애초부터 관심의 대상이 아니었고 전 세계로 향한 작은 실험실이었을 뿐이다.

그 이상과 꿈의 크기 차이가 전혀 다른 세계인을 매료시키는 특별한 다방을 탄생시킨 것이다.

KAIST가 아주 특별한 경영대학이 아니라면 그것은 우리가 아주 차이 나는 크기의 이상과 꿈을 갖고 있지 못하기 때문이다. 그런데 우리 경영대학은 시작부터 '세계적 수준의 경영대학(A World-class Business School)'의 큰 꿈으로 출발했었다. 이 초기의 이상이 글로벌 수준의 교수 채용과 세계적인, 타 대학과 비견할 수 있는 경영대학 프로그램의 디자인을 가져 온 원동력이었을 것이다. 그런데 아직 KAIST의 시장은 스타벅스의 시장에 견줄 수 없다. 크게 보아 한국의 우수 경영대학이지 아시아 지역의 우수 경영대학, 그리고 세계의 경영교육 시장을 주도하는 선도적 경영대학과는 거리가 크게 있다. 왜 그럴까? 아마도 우리의 꿈에 대한 믿음이 부족했었기 때문일 것이다. 믿음이 없는 꿈은 몽상이고 실현에 대한 믿음이 강한 꿈은 이상이 된다.

아주 특별한 경영대학이 되려면 한국의 성공적 기업들이 국내 내수기업에서 글로벌 기업으로 도약한 것처럼 교육기관도 그럴 수 있다는 믿음이 있어야 한다. 그러나 불행하게도 홍콩과 싱가포르, 중국의 경영대학 교수, 경제계, 정부 정책 입안자들과는 달리 한국에는 세계적인 교육기관으로의 발전에 대한 믿음이 존재하지 않는다. 기러기 아빠를 양산하고 있는 교육현실에 대한 비판의식만이 팽배하다.

KAIST의 MBA들이 더 분석적이고 외국의 MBA보다 적응력도 빠르다고 칭찬하는 기업 관리자가 많음에도 불구하고 우리 사회는 KAIST 경영대학의 차이를 좀처럼 주의 깊게 눈여겨보아 주는 것 같지 않다. 그리고 이런 될 성싶은 새싹을 키우려는 사회적 합의도 없다. 중국, 홍콩, 싱가포르를 가면 한숨이 나온다. 그들의 규모와 선택적이고 파격적인 지원 때문이다. 그런데 외부의 이런 불신만을 탓하기에는 내부적으로도 경영대학이 정말 원래의 커다란, 아주 커다란 꿈을 정말 믿고 있는지 확실하지 않다. KAIST 경영대학의 구성원들이 먼저 이러한 이상을 믿고 추구하여야 외부에서도 동조를 할 수 있을 것이다.

교정에는 다시 진달래, 개나리, 목련 등 성격 급한 꽃들의 침공이 시작되었다. 잎이 나오기 전에 꽃부터 피는 이들은 삭막하던 자연에 새로운 색깔을 한다. 그리고 우리에게 잊혀졌던 녹음을 예고한다. 이 찬란한 계절의 입구에 식목일이 있다. 우리는 나무를 심는다. 미래의 자연에 대한 꿈을 실현시키고자 하는 오랜 의지의 표현이 식목이라면 우리의 마음에 아주 커다란 차이가 나는 경영대학의 꿈인 우리 이상의 나무 또한 심어야 한다. 그래야 우리는 아주 큰 차이로 인해 특별한 KAIST의 경영대학을 만들 수 있을 것이다. 우리 모두 마음에 큰 나무, 아주 커다란 나무를 심는 계절이기를 기원한다.

미래의 자연에 대한 꿈을 실현시키고자 하는
오랜 의지의 표현이 식목이라면
우리의 마음에 아주 커다란 차이가 나는 경영대학의 꿈인
우리 이상의 나무 또한 심어야 한다



자본주의와 사회적 기업: 도전과 혁신

최근 들어 사회적 기업(또는 소셜 벤처)을 포함한 사회적 경제와 관련된 뉴스가 더욱 더 많아지고 있다. 사회적 기업과 관련된 이러한 흐름은 2007년 7월 1일 정부가 ‘사회적기업육성법’을 만들면서 본격적으로 시작되었다. 그리고 5년 8개월이 지난 2013년 3월 14일 현재 노동부가 인증한 ‘사회적 기업’은 모두 801개가 되었고, 인증된 ‘사회적 기업’에서 종사하는 사람들은 1만 8,925명에 이르게 되었다. 또한 정부는 오는 2017년까지 ‘사회적 기업’ 3천개를 육성하겠다는 내용을 담은 ‘제2차사회적기업육성기본계획(2013~2017년)’을 지난해 말 확정·발표하였다. 이와 함께 경영학계에서도 사회적 기업에 대한 관심이 점차 증가하여 국내외 많은 학교에서 이와 관련된 과목과 비학위과정을 개설하고 있다. 특히 KAIST 경영대학에서는 국내에서 최초로, 그리고 세계에서도 유래가 없는 사회적 기업 및 사회적 기업가를 위한 2년 전일제 사회적 기업가 MBA(Social Entrepreneurship MBA)를 개설하였다.

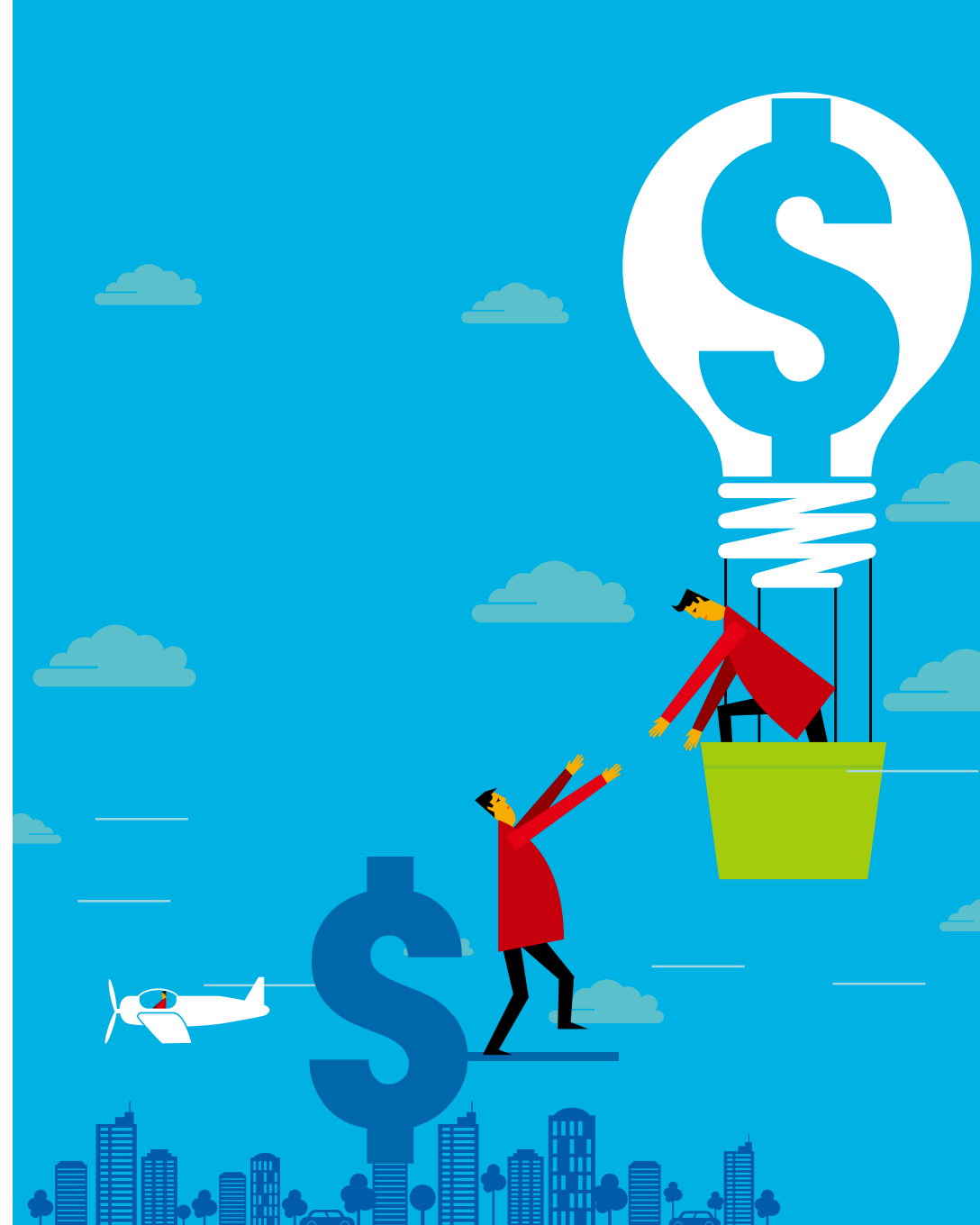
글 KAIST 경영대학 장대철 교수

사회적 기업가 정신은 사회를 위해서 자본주의의 궁극적인 정신인 위험 감수와 혁신, 그리고 자본 축적을 하고자 하는 것이다. 그리고 이러한 사회적 기업가 정신을 통해서 우리 사회는 현재의 성장의 한계와 경제 시스템의 문제점을 극복할 수 있게 되는 것이다.

이처럼 최근 ‘착한’ 기업으로 불리고 있는 사회적 기업이 중요하게 조명을 받는 이유를 먼저 살펴보자. 이것은 현재 경제시스템을 지배하고 있는 2가지 기동인 자본주의와 시장주의의 한계에 기인하고 있다는 점을 분명하게 집고 넘어갈 필요가 있다. 보통 우리는 자본주의와 시장주의를 같은 것으로 생각하기도 하지만 이 두 가지는 분명하게 다른 방식으로 현재의 경제시스템에서 작동하고 있다. 자본주의는 투입요소적인 관점에서 노동보다 자본이

중요하다는 것으로 대규모의 경제시스템에서 효율성을 높이기 위해서 자본적 투입요소가 증가하는 것이 더욱 필요하다는 것을 의미한다. 시장주의는 시장을 통한, 특히 ‘완전경쟁시장’을 통한 교환 시스템이 효율적 생산(가장 낮은 비용으로 생산함)과 효율적 분배(가장 원하는 사람이 소비함)를 가져오게 된다는 것을 의미한다. 하지만 경제의 범위 및 규모가 너무 커지고 사회적·경제적 관계가 복잡해졌기 때문에 자본주의와 시장주의의 한계가 더욱 분명하게 나타나게 되었다. 자본적 경제시스템의 한계로 인하여 리스크가 점차 확대되었고 이는 자본주의의 본질인 리스크 감수에 의한 자본 투자를 위축시키게 되었으며 ‘빈익빈 부익부’가 심화되었다. 또한 시장적 경제시스템의 한계로 인하여 외부성이 너무 커졌기 때문에 이것에 의해서 발생하는 문제의 범위와 규모가 현재의 시장적 경제시스템으로 해결하기 어렵게 되었다. 보통 이러한 문제들을 정부가 해결하는 것이 원칙이지만 현재의 문제들은 정부의 역량도 초과하여 나타나고 있기 때문에 새로운 해결책이 절실하게 요구되는 상황이었고, 이러한 요구에 대응하는 하나의 방법이 바로 사회적 기업인 것이다. 따라서 사회적 기업은 단순히 ‘착한’ 기업

이 아니다. 솔직히 말하자면, ‘착한’ 것은 중요하지 않을 수 있다. 사회적 기업이 중요한 것은 현재 자본주의가 더 이상 사회에 필요한 자본을 늘리지 못하는 한계를 극복하기 위해서 위험을 감수하고 투자할 수 있도록 하기 때문이며, 현재 적절한 방법을 찾지 못하고 있는 어려운 시장 실패 문제들을 극복하기 위한 혁신적 치료제로 역할을 할 수 있기 때문이다. 즉, 사회적 기업이 성공하지 못하면 현재 경제 시스템의 왜곡이 심화되고 궁극적으로는 점차 효율성과 성장성이 하락하여 우리의 삶의 질을 보장하지 못하게 되는 것이다. 그러므로 사회적 기업은 자본주의에 반드시 ‘필요한’ 기업인 것이다. 그렇기 때문에 이러한 사회적 기업가에게 필요한 것은 역설적으로 자본주의적 사고방식이다. 예를 들어 편의점에서 아르바이트를 하고 있는 경우 단순히 물건을 건네주고 돈을 받는 것으로 일을 정의하면 이것은 노동주의적인 사고방식이 되는데 단지 내 노동을 소모하여 그 대가로 돈을 받는 것뿐이므로 총합계는 영이 될 뿐이다. 하지만 아르바이트를 하면서 손님 특성을 파악하여 어떤 손님이 얼마의 어떤 물건을 살 것인지 알 수 있다면 이것은 기업들이 그렇게도 원하는 고객 DB를 확보하는 것이



고 이를 이용하여 마케팅을 할 수 있게 되므로 마케팅적 지적 자본이 쌓이게 되는 것이며 이러한 것이 ‘자본주의적 사고방식’인 것이다. 또한 자신의 자본 확보를 위한 과정에서 돈을 버는 것이 되므로 총합계는 언제나 플러스가 된다. 이처럼 사회적 기업가 정신은 사회를 위해서 자본주의의 궁극적인 정신인 위험감수와 혁신, 그리고 자본 축적을 하고자 하는 것이다. 그리고 이러한 사회적 기업가 정신을 통해서 우리 사회는 현재의 성장의 한계와 경제 시스템의 문제점을 극복할 수 있게 되는 것이다. 이러한 점에서 사회적 기업과 사회적 기업가를 많이 확보하는 것은 사회적으로 매우 중요한 일이 된다. 다음으로 사회적 기업의 특성을 일반적인 영리기업, 비영리조직과 비교해 보자. 일반적인 영리기업의 목적식은 다음과 같은 구조를 가지고 있다.

MAX (계산된) 성공확률*(기업의 가치 또는 산출물 – 기업의 비용 또는 투입물)
s.t.(사회적 기업보다는 짧은) 특정한 기간
일반적인 영리 기업은 성공확률을 계산하고 이를 감안하여 기대 이윤을(사회적 기업보다는 짧은) 특정한 기간 내에 극대화하고자 한다. 하지만 일반적인 영리기업은 기대 이윤을 극대화하는 것에만 관심이 있지 이 이윤을 어디에 사용할 것인지에 대해서는 이윤을 배당받은 각 개인의 자유에 맡기게 되는데 이것은 현대철학의 가치중립성을 경제적으로 반영한 것으로 볼 수 있다. 기업은 단지 개인의 목적이나 가치를 달성하기 위한 하나의 수단에 불과한 것이다. 특히 이때 기업의 이윤은 객관화된(화폐화 되고 교환이 가능한) 가치여야 한다. 왜냐하면 교환이 가능해야 이를 개인이 자유롭게 사용할 수

있기 때문이다. 따라서 현재의 영리기업은 이러한 역할 수행에 있어서는 충분한 의미가 있는 것이다.

사회적 기업의 경우에는 다음과 같이 영리기업과 약간 다른 목적식을 가지고 있다.

MAX (계산된) 성공확률*(사회적 가치 – 사회적 비용)
s.t.특정한 장기간
이것은 일반 영리기업과 유사한 구조이지만 기업이 아니라 사회 전체의 가치와 비용을 추구하며 상대적으로 장기간을 고려한다는 점이 다르다. 또한 고대 아리스토텔레스의 철학적 사조를 반영한 목적론적 가치를 추구하고 있다. 이것은 가치중립적 현대 철학의 한계를 극복하기 위한 하나의 시도인 공동체적 철학을 반영하고 있는 것이다. 사회적인 관점과 개별 기업적 관점의 차이는 외부성의 크기이고, 개인적 가치가 사회적 가치로 전환될 때, 형평성과 외부성을 고려하는 것이 사회적 기업인 것이다. 사회적 기업은 특정한 사회적 가치를 자신의 주관적 가중치에 의해서 극대화하게 되고 따라서 이러한 사회적 가치는 객관화 정도가 낮아지게 되는 특징이 있기 때문에 가치의 객관화 정도를 높이기 위해서 비즈니스 모델 등 다양한 경영학적인 방법을 통해서 의사소통을 하게 되는 것이다.

마지막으로 비영리조직과의 차이를 살펴보자. 비영리조직은 보통 성공 확률을 계산하지 않고 성공 확률을 당위적으로 고정해버리게 된다. 사회적 가치 추구가 목적이기 때문에 이를 위한 사회적 비용은 가치의 추구를 위해서 필요한 것을 확보한다는 생각을 가지고 있다. 즉, 비영리조직도 비용을 절감하고자 하지만 사회적 가치를 설정하는 것이 먼저이고, 비용을 절감하는 것은 순차적으로 그 다음으로 고려되는 것이다. 하지만 일반 영리기업과 사회적 기업은 즉, 기업은 가치와 비용을 동시에 고려해야 한다는 점이 다르게 된다.

결론적으로 사회적 기업은 현재의 자본 및 시장적 경제시스템에 반드시 필요한 것이며 이를 위해서 자본주의적이고 시장주의적인 사고방식이 더욱 필요하게 된다. 이제는 기존의 영리기업이 아니라 사회적 기업을 통해서 도전과 혁신을 이루어내야 할 때이다.

해외 사회적 기업 사례 ‘혁신’과 ‘기술’이 만나다

해외 사회적 기업의 역사는 1960~70년대로 거슬러 올라간다. 1960년대 미국의 존슨 행정부가 사회복지 정책을 확대하는 과정에서 비영리민간단체(NPO)의 수익 사업을 별도 기업화하고, 이를 지원화하면서 본격화됐다. 유럽에서는 1970년대 후반부터 경기 침체와 실업률 증가로 긴축예산과 제도적 위기가 오면서, 이에 대한 대안으로 공공부문 민영화와 제 3섹터가 부각되었고 이것이 사회적 기업 태동의 시작이 되었다. 이 같이 한국에 비해 상대적으로 역사가 긴 선진국의 사회적 기업은 최근 들어 적정기술 분야에서 더욱 부각되고 있다. 대표적인 ‘혁신’과 ‘기술’이 만난 기업은 무엇이 있을까? **글 임규미 기자**

UNCHARTED PLAY Soccer + Socket = “The Soccket”



Uncharted Play는 아프리카와 같은 저개발국의 전기 난을 해소하기 위해 설립되었다. 이 기업은 하버드에 다니는 두 여대

생들로부터 시작된다. 이들은 엔지니어 수업을 듣던 중, 공이 움직이면서 발생하는 동력을 에너지로 바꿀 수 있는 축구공을 만들어 저개발국에 지원하면 아이들에게 큰 도움을 줄 수 있을 것이라 생각했다. 그래서 두 여대생은 하버드 교수진들의 도움과 후원을 받아 Soccket이라는 이름의 축구공을 개발, 2008년 Uncharted Play라는 회사를 설립했다.

The Soccket은 Soccer와 Socket을 합성한 단어다. 외형은 일반 축구공이지만 그 안에, 공의 움직임에 의해 발생하는 동력을 에너지로 저장시킬 수 있는 장치를 내장했다. 축구공을 약 30분간 가지고 놀면 3시간 동안의 불을 밝힐 수 있는 에너지가 생성되는 것이다. 사용방법은 간단하다. 축구공 표면에 있는 작은 플러그에 LED램프를 꽂으면 축구공에 저장되어 있던 에너지가 램프의 빛을 만들어 낸다. 또한, 이 Soccket은 단순 전기램프 뿐만 아니라 핸드폰 충전, 선풍기, 스피커 등에도 쓰일 수 있는 장점이 있다.

Soccket은 \$75의 가격에 팔리고 있다. 하지만 이 가격은 아프리카 1인의 일주일 생활비가 \$1이라는 현실에 비추어 보면 저개발국 사람들이 구매하기에는 턱없이 비싼 가격이다. 이에 Uncharted Play는 재단, 기업, 개인 기부자들의 후원을 통해 구매된 Soccket을 저개발국 아이들에게 지원하고 있다. 2011년까지 설립 4년 만에 100만개가 넘는 공이 아이들에게 전해졌다. Soccket의 기부는 아이들이 등유램프를 켜기 위해 등유를 사야 하는 불편함을 해소해 줬고, 등유램프에서 나오는 유해가스로부터 매년 160만 명이 사망하는 문제를 해결할 방법을 제시했다.

Uncharted Play는 클린턴 전 대통령에게 ‘혁신’의 본보기를 나타내는 기업이라 찬사를 받으며 클린턴 재단을 통한 후원을 받기도 하였다. 또한, Soccket에서 그치지 않고, 아이들이 축구공을 차는 시간만

큼 기부자들에게 포인트가 쌓이고 이 포인트를 현금화하여 기부하는 방식의 공 LUBO를 개발하여 새롭게 적용하고 있다. Uncharted Play는 이와 같이 단순 현재에 머물지 않고, 그들이 개발한 혁신적인 제품을 바탕으로 사회적 기업으로의 발전을 위해 방법을 다각화하여 진화하고 있다.



Soccket 은 \$75의 가격에 팔리고 있다. 하지만 이 가격은 아프리카 1인의 일주일 생활비가 \$1이라는 현실에 비추어 보면 저개발국 사람들이 구매하기에는 턱없이 비싼 가격이다. 이에 Uncharted Play는 재단, 기업, 개인 기부자들의 후원을 통해 구매된 Soccket을 저개발국 아이들에게 지원하고 있다. 2011년까지 설립 4년 만에 100만개가 넘는 공이 아이들에게 전해졌다.

CVDW

‘Everyone should be able to see clearly’

CVDW(The Centre for Vision in the developing World, 개발도상국 시력센터)는 시력 교정이 필요한 개발도상국, 저개발국 사람들에게 실질적인 도움을 주고자 설립되었다. 영국 옥스포드대학에서 원자물리학을 가르치던 조슈아 실버 박사는 1985년 아프리카에서 검안사들이 부족하여 안경을 맞출 수 없는 현실을 보게 된다. 영국이 인구 2,500명 당 1명의 검안사를 갖고 있다면, 아프리카는 인구 10만 명 당 1명이라는 현실을 보게 된 것이다. 그래서 조슈아 실버 박사는 이를 해결할 수 있는 안경을 개발하기 위해 15년이라는 시간을 연구, 마침내 ‘Adspecs’라는 이름의 액체 안경을 발명했다.

‘Adspecs’의 작동법은 안경을 쓴 채로 양쪽 안경 다리 부분에 부착된 주사기의 톱니바퀴를 앞뒤로 돌리면, 주사기를 통해 나오는 액체의 양에 따라 렌즈의 두께가 변화되면서 사용자에게 알맞은 도수의 렌즈가 된다. 그리고 안경다리에서 주사기를 분리하면, 일상생활에서 사용할 수 있는 안경이 되는 것이다. 주사기를 통해 투입되는 액체는 실리콘 오일로 이 물질은 물처럼 쉽게 증발하지 않아 높은 도수의

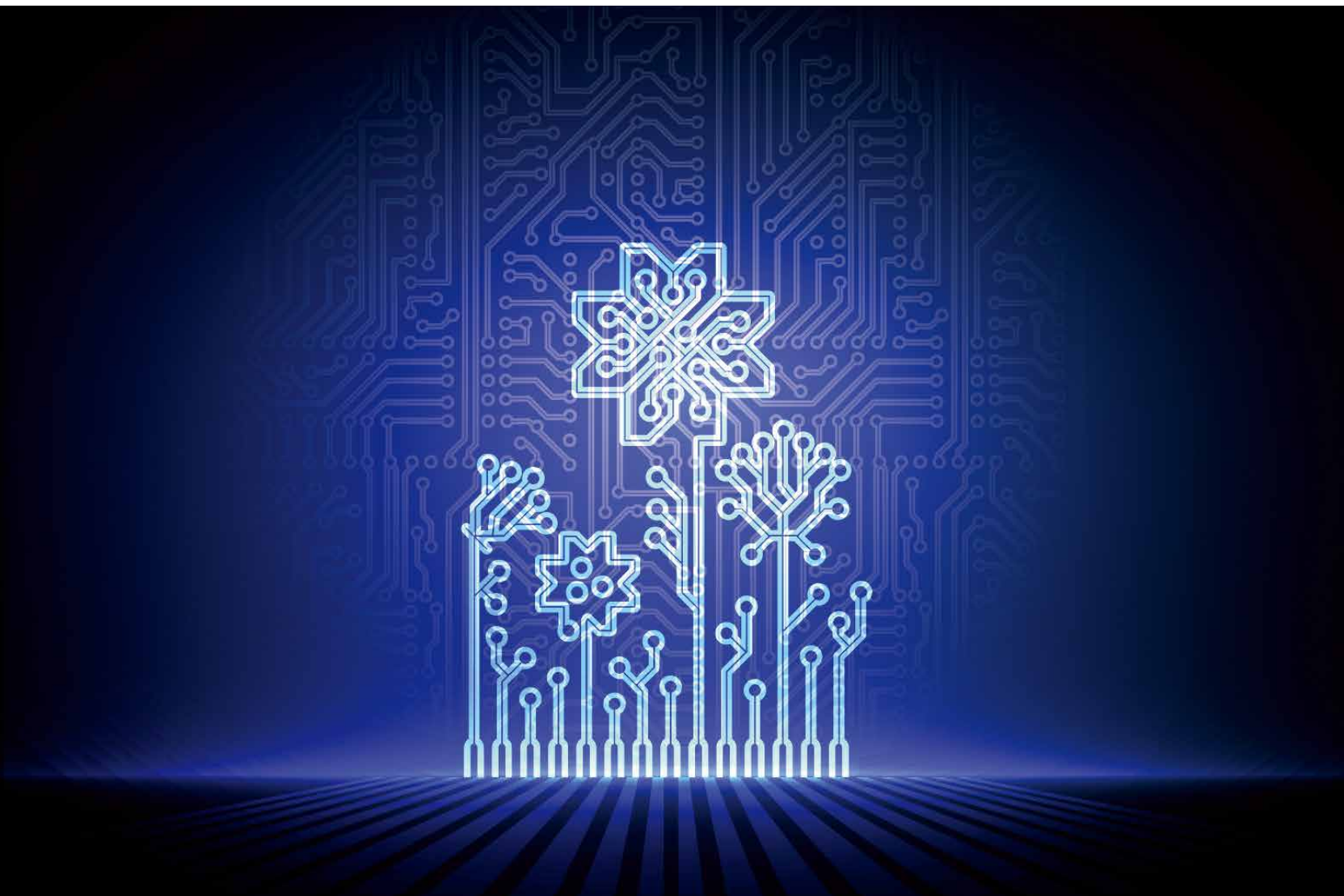


오목렌즈나 볼록렌즈에도 효과적이기 때문에 근시, 원시, 노안, 누구에게나 알맞은 안경이 될 수 있다. 안경의 가격은 개당 \$20이며, 이 역시 많은 사람들의 후원을 통한 구매로 저개발국에 전파 되고 있다. 현재 15개국에서 3만여 명이 CVDW의 액체 안경을 사용하고 있으며 그 수는 계속해서 늘어나고 있다. 또한, 조슈아 실버 박사는 비영리 단체인 글로벌 비전 2020(Global Vision 2020)과 협력하여 2020년까지 교정이 필요한 10억 명의 개발도상국 사람들이 자신에게 맞는 안경을 쓸 수 있도록 힘쓰고 있다.



〈자료 출처〉

‘세상에 희망을 일구는 사회적 기업 63’, 고용노동부
http://unchartedplay.com
http://www.cvdw.org/home



美 아쇼카재단 베벌리 슈워츠 부회장이 전하는 세상을 변화시키는 힘

‘제 1회 Social Enterprise Lecture Series’ 후기 | 글 김항석, 박지호(사회적 기업가 MBA 12)



“아쉽게도 한국어로 Rippling이라는 단어를 표현하지 못한다고 하네요.” 지난 3월 4일 KAIST 경영대학 수펙스 경영관 최중현홀에서 열린 제 1회 Social Enterprise Lecture Series의 연사로 나선 미국 아쇼카재단(Ashoka)의 베벌리 슈워츠(Beverly Schwartz) 부회장의 첫 마디였다.

‘Rippling’은 물에 자갈을 던졌을 때 동그랗게 물 파장을 일으킨다는 뜻의 단어로 슈워츠 부회장이 저술한 책의 영문 제목이기도 하다. 한국어로는

‘체인지 메이커 혁명’으로 번역됐는데 이는 아쇼카재단의 주된 사업이자 세상의 변화를 일으키는 이들을 지칭하는 체인지 메이커(Change Maker)들이 만드는 변화의 혁명을 뜻한다.

슈워츠 부회장은 KAIST 경영대학 사회적 기업가 MBA 학생들을 위한 Lecture Series 참석과 더불어 3월 5일 진행된 한국 아쇼카재단 설립식, 그리고 이번 에 한국어로 출판되는 책 ‘체인지 메이커 혁명(원제: Rippling : how social entrepreneurs spread innovation throughout the world)’ 홍보차 한국을 방문했다. “한국에 처음 방문해 매우 기쁘고 흥분된다”고 말한 그녀는 “한국의 모든 것이 처음이기에 여러분들 하나하나가 한국에 대한 감동으로 다가온다”고 말했다. 이날 슈워츠 부회장은 사회 시스템의 변화에 대해 강조하면서 “The Impact and Innovation of Leading Social Entrepreneurs”라는 주제로, 세계에서 활동하는 아쇼카재단 ‘아쇼카펠로우’의 대표적인 케이스를 소개했다. 슈워츠 부회장은 누구나 체인지 메이커(Change Maker)가 될 수 있다고 강조하며, 체인지 메이커는 기존에 존재하던 것, 보던 것을 리프레임해서 보아야 가능하다고 말했다.

“Some People watch it happen, say, what happened? say, did something happen? Didn’t even notice that something happened SOME PEOPLE JUST MAKE IT HAPPEN!”

또한 기업가정신을 가진 사람들의 특징을 이야기하며 사회적 기업가들이 가져야 할 자세와 생각에 대해 강연을 시작했다. 그녀가 정의한 기업가는 기존의 생각과 방식을 흔들어, 새로운 방식을 만들어 내는 사람들이다. 기존의 시스템, 관료주의에 과감하게 도전하고 새로운 룰을 만들어 나가는 사람들이며, 문제의 근본을 바라보는 사람이다. 기업가는 새로운 문을 열고, 불가능을 현실화하며, 돈을 목적으로만 일하지 않고 모든 것이 가능하다는 전제하에서 움직이는 사람들이다.

사회적 기업가들이 가지는 특징에 대한 강연도 이어졌다. 그녀는 사회적 기업가들과 직접 인터뷰를 하며 그들이 공통적으로 가진 4가지 요소를 발견했다고 한다. 그것은 열정(Passion), 목적의식(Purpose), 패턴(Patterns), 참여(Participation)이다. 그녀가 만난 사회적 기업가들은 모두 열정과 목적의식을 가지고 있으며, 모방 가능한 패턴을 통해 그들이 만들어내는 변화의 영향력을 확산시켜 나갔을 뿐 아니라 참여를 유도할 수 있었다. 슈워츠 부회장은 사회적 기업가를 자석에 비유하며, 열정을 통해 다른 사람들을 자석처럼 끌어당겨 함께 목적을 성취해 가는 사람들이라고 정의했다.

또한 “새로운 보통을 디자인하라(Design a new normal). 그러나 이는 충분하지 않다. 사회적 문제를 풀기 위해서는 보통의 방식으로 일을 하는 것도 중요하지만 그보다 먼저 새로운 방식으로 사회적 문제를 보기 시작해야 한다”라고 말했다.

“여러분들도 체인지 메이커입니다”라며 강연을 마무리를 한 슈워츠 부회장은 한국에서도 아쇼카 펠로우가 나오기를 기대한다고 마지막 말을 전했다.

아쇼카재단

아쇼카재단은 지난 30년간 사회적으로 긍정적인 Impact를 만들어내고 있는 Change Maker를 발굴하고 그들을 Fellow로 선정하고 지원해 변화를 만들어가는 단체다. 아쇼카재단의 비전은 모든 사람들이 적극적으로 사회문제를 해결하는 Change Maker가 되는 것이다. 지난 3월 아시아지역에서는 일본에 이어 두 번째로 한국에 지부를 설립했다.

Beverly Schwartz

現 미국 아쇼카재단 부회장. 행동심리학자, 작가, 사회적 마케팅 전문가. 前 Academy for Educational Development 부회장. 대표적 활동으로 공공장소에서의 흡연을 금지하는 미국 최초의 법안 통과 주도, 미국 최초의 전국 규모 에이즈 예방 캠페인 운영 등이 있음. 여성과 교육문제 전문.



베벌리 슈워츠 부회장이 이 날 강연에서 언급한 7명의 사회적 기업가들을 소개한다.

● 열대림 보호를 향한 열정-니콜 라이크로프트

니콜 라이크로프트는 열대림 보호 정책을 위해 노력하고 있다. 현재 캐나다에서 여러 출판사, 잡지사들 상대로 열대림으로 만든 종이를 사용하지 않도록 하는 운동을 진행하고 있다. 그녀는 해리포터의 작가 조앤 롤링이 열대림으로 만든 종이를 사용하지 않게 설득했으며 이후 많은 작가들도 동참하고있다.

● 인력거꾼들에게 자유를-프라딕 쿠마르 사마

프라딕 쿠마르 사마 박사는 전직 수의사로 현재는 인도 가우하티에 본부가 있는 농촌진흥센터의 사무총장이다. 그는 인도의 인력거꾼들이 대물림되는 가난을 이겨낼 수 있도록 돕기 위해 이들이 사용하는 인력거의 주인이 되도록 은행 대출과 보험 보증 사업을 진행하고, 인력거를 인체공학적으로 재디자인해 보다 편하게 일 할 수 있는 환경을 만들었다. 이 사업은 여러 인력거 기사들과 그들 가족의 지위를 향상 시킨 것으로 평가 받고 있다. 그는 현재 인도를 넘어 여러 동남아 인력거 시장에서 이들의 사회적 지위를 높여주고 경제적 자립도 가능하게 도와주고 있다.

● 마이크로 위탁경영 모델의 창시자-그렉 반 커크

그렉 반 커크는 폐쇄적인 경제 시스템을 가진 과테말라의 농촌 주민들에게 위탁경영과 소자본 대출을 도입해 경제적 자립과 새로운 세상으로의 도전을 가능하게 했다. 그는 개발도상국의 농

촌 주민들을 위해서 작은 금액의 위탁경영 모델 MCM(Micro Consignment Model)을 개발해 이를 통해 건강, 에너지, 환경, 경제적 상황을 개선하는 사업을 진행했다. 그는 다른 마이크로 파이낸스와 달리 대출이 아닌 위탁의 방식을 도입했으며 이는 함께 사업을 하는 이들에게 위험 부담을 없애 주면서 이들이 회사 운영의 중추적인 파트너로서 함께 할 수 있도록 했다.

● 쓰레기 속에서 사업의 기회를-알비나 루이즈

알비나 루이즈는 페루의 쓰레기 처리 문제를 해결하는 동시에 이를 통해 수익을 낼 수 있는 사업을 진행했다. 엔지니어인 그녀는 쓰레기 더미를 뒤져 폐품으로 생계를 유지하는 사람들, 그리고 이를 통해서 전염병이 생기는 경우를 알게 됐다. 그녀는 쓰레기를 보다 효과적으로 치우는 자동차를 발명해 지역공동체에 제공했으며 그녀가 발명한 플라스틱 재활용 공정기계를 통해 재활용 작업을 해 수익을 올리는 모델을 개발했다. 이는 현재 7개국의 슬럼가에서 사용되고 있으며 라틴아메리카에도 이 모델을 도입할 예정이다.

● 모든 자폐아 부모들에게 희망을-토킬 손

덴마크의 토킬손은 백만 명의 자폐인을 고용하는 사업체 설립을 목표로 활동 중이다. 토킬손은 자폐증이 있는 자신의 아들이 매우 높은 집중력과 지속성을 보이는데, 이 특성을 충분히 살리면 소프트웨어 테스트 작업이 가능하다는 것을 발견했

다. 이를 위해 레고 등을 통해 훈련하는 방안을 찾고 이후 그의 방법은 6개국 Special People Foundation에서 보급 중에 있다.

● 동감을 길러주는 교육-메리 고든

메리 고든은 공감의 뿌리라는 프로그램으로 캐나다에서 사업을 시작했다. 이는 9개월 된 갓난아기를 초등학교에 데려가서 몇 주간 아이들이 아기를 돌보게 하는 프로그램이다. 이 프로그램을 통해 아이들은 공감 능력 향상 및 이전의 물리적·언어적 폭력성을 극복하고 다정하고 성숙한 학생이 되었다. 이 프로그램은 그 효과가 놀라워 현재 여러 지역의 캐나다 학교에 도입돼 시행되고 있다.

● 이동화장실 프랜차이즈-아이작 듀로자이에

아이작 듀로자이에에는 나이지리아 거리에 화장실이 없어 거리가 지저분한 것을 발견하고 이를 기회로 회사를 시작했다. 그는 노숙자들이 화장실 제작을 하도록 공장을 설립했고, 경제적으로 자립하지 못한 여성들이 위탁 받아 운영하도록 했다. 여성들은 화장실을 깨끗하게 운영하면서 이를 유료화해 발생하는 수익의 일정 비율을 가질 수 있으며, 그 수익이 화장실 가격이 되면 화장실을 영구 소유할 수 있다. 그 여인의 아이 중 한 명은 이러한 시스템을 이용해 공용 도로 청소사업을 하는 것을 제안했다. 아이작 듀로자이에에는 자신이 사회에 변화를 주었고 그 열매가 생기는 것을 알게 되었다고 한다.

사회적 기업가 정신을 창조하다

사회적 기업가 MBA 1기 학생들을 만나다 글 박재환, 김민기 기자

사회적 기업은 본질적으로 주주나 소유자를 위한 이윤 극대화를 추구하기 보다는 사회적 목적을 우선으로 추구하며, 이윤을 사업 또는 지역 공동체 등에 재투자하는 기업을 일컫는다. 사회적 기업이 가지는 사회적 목적은 취약 계층에 일자리와 사회서비스를 제공하거나 지역사회 발전 및 공익을 증진시키는 일 등 다양하다. 또한 민주적 의사 결정 구조를 통한 수익과 이윤 발생 시 사회적 목적 실현을 위해 재투자가 필수적이다. 그렇기에 사회의 환경, 윤리, 교육 등에 대한 문제를 위와 같은 방법으로 해결하는 기업 또한 사회적 기업의 큰 틀에 있다고 생각할 수 있다.

하지만 이와 같은 목적과 개념 정리에도 불구하고, 전 세계적으로 ‘사회적 기업’에 대해 명확히 구분을 내리는 것은 어렵다. 현재 지배적인 사회적 기업에 대한 정의는 ‘수익을 추구하는 기업의 본질적인 틀에서 벗어나, 기업이 수익활동을 하는 행위에서 자연적으로 사회적인 가치를 창출해내야 하는 기업’의 개념이 지배적이다. 그러나 실제로 일반 기업이 봉사나 기부 등 사회적 활동을 하는 것과 구별이 쉽지 않고, 해당 사회적 기업이 수익을 추구하는 정도에 따라 그것의 개념이 달라지기도 한다. 또한 정부나 기관의 지원을 통해 일부 수익구조를 해결하는 경우가 많은데, 이럴 경우에 사회적 기업과 NGO(비정부 기구)와의 차이점도 크지 않은 등 혼란스러운 점이 많다. 이에 우리나라에서는 대통령령으로 사회적 기업에 대한 조직 형태 및 영업 활동에 대한 수익 분배, 이윤 재투자 등에 대한 기본적 요건과 상법상 이를 규제할 근거를 마련해 놓고 있다. 또한 사회적 기업 육성법을 제정하여 사회적 기업을 정의하는 기본적인 틀을 마련한 상황이다.



KAIST 경영대학은 SK그룹과 협력해 사회 혁신에 대한 신념과 경영 능력을 갖춘 사회적 기업가를 양성하기 위한 2년 전일제 과정-사회적 기업가 MBA(이하 SE MBA)를 개설했다. 2013년 봄, 첫 학기를 시작한 SE MBA 과정은 기본적인 경영학 수업은 물론 사회적 정책, 공공경제학, 소셜벤처 창업 이론, 소셜벤처 창업 실습 및 사회적 금융 등 사회적 기업 관련 이론과 실습을 병행하고 있다. 또한 SK 사회적기업가 센터 내 인큐베이팅 센터 입주를 비롯한 다양한 지원도 받을 수 있으며, 일정 기준을 충족하게 되면 2년(4학기) 등록금을 전액 장학금으로 수여받을 수도 있다. 경영 능력을 갖춘 사회적 기업가를 꿈꾸는 사람에게 가장 적합한 프로그램을 제공해 주고 있는 것이다.

사회적 기업 붐과 더불어 초기의 혼란스러운 상황 속에서 사회적 기업가 MBA 학생들도 학기 초반 여러 가지 어려움을 겪었다고 한다. 처음 개설된 과정이라 선배들의 도움을 받을 수도 없었고, 사회적 기업에 대한 정의의 어려움으로 인해 기업의 비전을 정하는 것도 쉽지 않았다. 또한 기업의 수익구조를 창출해 내는 것도 제한적인 비즈니스 모델 상황 하에서는 더욱 어려웠다. 그러나 매주 계속되는 SE MBA 과정만의 특별한 세미나와 센터에 입주한 사회적 기업들을 통해 그러한 문제점들을 하나씩 해결해 나가고 있다고 한다. 특히 사회적 기업가 정신에 대한 심도 있는 이해를 바탕으로 학교 수업, 활동뿐 아니라 SE MBA 학생들이 운영하고 있는 사회적 기업들도 조금씩 왕성한 활동을 해 나가고 있는 중이다.



“SE MBA의 초대 전공 대표를 맡은 한미숙 씨는 Frontier와의 인터뷰에서 사회적 기업의 정의에 대한 추세를 설명해 주었다.”

KAIST 경영대학 사회적 기업가 MBA 1기는 이미 사업체를 운영하고 있는 업체부터 아이디어 단계에서 창업을 준비하고 있는 이들과 20여명의 다양한 학생들이 입학했다. 특히 재학생들이 운영하는 ‘에이컴퍼니’, ‘자락당’, ‘제로디자인’, ‘빌리지’, ‘위누’ 등 5개 사회적 기업은 최근 SK 사회적기업가 센터 내의 인큐베이팅 센터에 입주해 다방면에서 도움을 받게 됐다. 사회적 기업가 MBA과정이 개설되고, 실제 학기가 시작 된지도 두 달여가 지났다. 학생들은 사회적 기업에 대한 어떠한 생각을 가지고 있고, KAIST 경영대학에서의 MBA 생활은 어떻게 느끼고 있을까? 그리고 그들이 운영하고 있는 실제 사업은 어떤 비즈니스 모델을 기초로 하고 있는지, 이들은 어떤 비전을 가지고 있는지 SE MBA 1기 학생이자 이미 기업을 운영 중인 6인의 대표를 만나보았다.

한국 미술의
허브를 꿈꾼다

에이컴퍼니 정지연

꾸준함과 소통을 통해
대학 중고 마켓 문화의 정착을 꿈꾸다

자락당 김성경

미술에 대한 사람들의 애정과 관심이 식어가고 예술가들이 하나 둘씩 줄어들고 있는 현실 속에서 미술 시장의 부흥을 꿈꾸는 한 사람이 있다. 미술 관련 리서치 업무를 하면서, 소수의 컬렉터와 소수의 스타 작가만을 대상으로 하는 폐쇄적인 국내 미술 시장을 지켜본 정지연 씨는 자신만의 미술기획사 ‘에이컴퍼니’를 통해 미술과 사람들의 자유로운 만남을 그리고 있다. 에이컴퍼니는 미술 기획사로서 공정하고 투명한 미술 작품 유통 서비스를 통해 많은 사람들이 다양한 예술가들의 작품을 쉽게 접할 수 있게 해주고 있다. 예술가들은 자신의 작품을 알리면서 판매할 수 있는 기회를 얻고, 사람들은 보다 다양한 작품을 접할 수 있는 일석이조의 효과를 노린 것이다. 정지연 씨가 말하는 에이컴퍼니의 강점은 투명하고 합리적인 미술 작품 판매 절차이다. 300명의 작가 포트폴리오 선별 후 구매자가 가장 만족할 만한 작품을 제시해 판매자와 구매자 모두에게 만족을 주고 있다고 한다. 아이디어보다는 열정이, 열정보다는 진심이 중요하다고 말하는 정지연 씨. 에이컴퍼니를 통해 예술가들과 사람들 간의 자유로운 소통을 넘어 국내 최대 미술 허브를 꿈꿔 본다.

사고 싶은 것도, 하고 싶은 것도 많은 젊은 대학생들은 꾸준한 수입이 있는 신분이 아니기에 원하는 것을 다 살 수가 없는 것이 현실이다. 각 학교 포털 사이트와 주변 지인들을 통해 자신이 안 쓰는 물건을 팔거나 원하는 물건을 중고로 사는 경우가 있지만, 대부분 귀찮아하거나 꺼림칙한 마음에 돈이 좀 더더라도 새 물건에 손이 가는 게 사실이다. 대학생 시절 벼룩시장 문화 정착을 꿈꾸던 김성경 씨는 사람들을 만나며 물건을 사고, 팔고, 바꾸면서 소통하는 문화를 그려왔다. ‘스스로 누리는 중고 문화 마켓’이라는 사업 모토를 걸고 2012년 본격적인 사회적 기업으로 첫 발을 내딛은 김성경 씨의 자락당, 대학에서부터의 중고 재사용 문화와 공유 문화 정착을 향해 힘찬 발걸음을 내딛고 있다. 김성경 씨는 중고 공유 문화 정착을 통해 사회적 비용 절감을 넘어 친환경 문화 정착 및 자원 보존 그리고 이 모든 것을 아우르는 21세기 새로운 대학 문화를 바라보고 있다.

Social Entrepreneurship MBA



사회적 기업가 MBA 1기 학생들 및 교수진



왼쪽부터 김성경(자락당), 권혜진(빌리지), 김영진(제로디자인) 대표

컬러풀 에코 브랜드 테마의 다양한 친환경 솔루션을 찾아서

터치포굿 박미현

길을 걷다보면 정말 많은 현수막을 쉽게 볼 수 있다. 효력이 다한 현수막은 그대로 버려질까? 옛날에는 대부분 버려지는 경우가 많았지만, 쓰다 버려진 현수막을 통해 새로운 가치를 창출하는 사회적 기업이 있다. 버려지는 물건이 없는 세상을 모토로 2008년 '터치포굿'을 창업한 박미현 씨는 쓰임을 다한 현수막이나 광고판을 이용해 패션 소품을 만드는 패션사업부, 현수막을 필요로 하는 기관에 대한 주문 제작서비스인 그린솔루션사업부, 버려지는 자원들을 다시 돌아보는 환경 교육 및 캠페인을 주관하는 다시봄교육팀, 이렇게 현재 3개의 사업부를 운영하고 있다.

박미현 씨는 앞으로 그냥 버려지는 자원이 없도록, 터치포굿이 친환경적인 지속가능한 사회적 기업이 되길 꿈꾸고 있다. 터치포굿은 기업 명칭대로 모든 버려진 자원이 좋으데 쓰이도록 노력하고 있고, 실제로 터치포굿의 수익금 또한 저소득층 아토피 아동들을 위해 사용되고 있다고 한다.

제 3세계 지역에 적정 기술을 보급해주는 글로벌 사회적 기업

제로디자인 김영진

선진국과 후진국의 빈부격차를 해소하기 위해 태양광 전등 대여사업을 벌이며 캄보디아와 부룬디로 무작정 떠난 대한민국 엔지니어 삼총사가 있다. 바로 대한민국 대표 사회적 기업을 꿈꾸는 제로디자인의 이야기이다. 제로디자인의 공동창업자 김영진 씨를 만나 이야기를 들어보았다.

엔지니어 삼총사 모두 교회에서 장애인 부서를 섬기면서 가난하고 소외된 자들에게 관심이 늘어났다고 한다. 자신의 재능을 어떻게 남을 위해 사용할 수 있을지 고민하던 삼총사는 적정기술에 대해 접하게 되고 결국 제로디자인을 창업하기로 결심했다. 제로디자인은 상대적으로 공학적인 혜택을 받기 힘든 제 3세계 사람들을 위해 전기가 없는 지역에 태양광 전등 대여 사업을 벌이고 있다. 이 외에도 김영진 씨는 제로디자인이 개발도상국에 산재해 있는 문제들을 다른 여러 엔지니어들과 공유하고 함께 해결해나가는 커뮤니티로 발전해 나가길 꿈꾸고 있다.

서로 빌려주고 빌려 쓰며 행복한 지역 경제 만들기!

빌리지 권혜진

쓰지 않는 물건을 남에게 빌려주고, 필요한 물건을 남에게 빌려올 수 있는 자유로운 공간이 있다면? 빌리지의 창업자 권혜진 씨는 최근 발달한 모바일 플랫폼과 어플리케이션, 그리고 인터넷을 통해 물건을 빌려 쓰는 공유의 장을 만들었다. 버려질 날만 기다리던 물건들을 다시금 순환시켜 새로운 가치를 창출하고 공유를 통해 새로운 이웃을 만나는 모바일 시장, 그 중심엔 빌리지가 있다. 빌리지(Billiji)는 권혜진 씨가 만든 합성어로 '빌리다'와 마을을 뜻하는 'village'가 합쳐져서 만들어졌다. 말 그대로 서로의 물건을 빌려주면서 행복한 사회를 만들자는 취지로 창업을 시작한 권혜진 씨, 이익 창출도 좋지만 누구보다 행복한 기업을 만들고 싶다고 한다. 권혜진 씨는 지금의 위치에 오르기까지 많이 힘들었지만 그만큼 자신이 아이디어와 노력으로 세상에 가치를 만들어냈다는 것에 큰 자부심을 느끼고 있다고 말한다. 지금 그녀의 머릿속에는 빌리지의 새로운 비전으로 가득 차 있다.

당신이 꿈꾸는 것을 가능하게 만들어 드리겠습니다

위누 허미호

내가 생각한 것을 실제로 만들어 사람들에게 보여줄 수 있는 기회가 있다? We enable you(우리가 당신을 가능하게 합니다)를 뜻하는 위누(Weenu)는 2007년에 창립된 회사로 누구나 자신의 아이디어와 크리에이티비티(Creativity)를 공유할 수 있는 장을 제공하고, 예술과 대중이 소통하는 페스티벌 및 전시회 기획, 아트 상품 제작 및 유통, 예술 교육프로그램을 운영하는 등 남녀노소 누구나 자신의 예술과 상품을 대중들과 소통시켜주는 사회적 기업이다. 위누는 서울시 혁신형 사회적 기업으로 선정되고, 위누가 만든 상품 또한 국내 최대 온라인 마켓에서 최고의 호응을 얻는 등 사업적으로 많은 성과를 내고 있다. 경영학과를 졸업하고 삼성전자와 SK텔레콤, 야후를 거치면서 다양한 경험을 한 허미호 씨는 위누를 통해 자신의 꿈을 실현해나가고 있다. 좋아하는 예술 창작을 통해 삶을 살아갈 수 있고, 누구나 가치 있는 것을 삶에서 쉽게 누려야 한다는 'Art meets life'라는 목표를 가지고, 위누는 예술과 대중이 자유롭게 소통하는 미래를 향해 지금도 전진하고 있다.

KAIST 경영대학 사회적 기업가 MBA 1기는 이미 사업체를 운영하고 있는 업체부터 아이디어 단계에서 창업을 준비하고 있는 이들과 20여명의 다양한 학생들이 입학했다. 특히 재학생들이 운영하는 '에이컴퍼니', '자락당', '제로디자인', '빌리지', '위누' 등 5개 사회적 기업은 최근 SK 사회적기업가 센터 내의 인큐베이팅 센터에 입주해 다방면에서 도움을 받게 됐다.





KAIST 경영대학, 美 실리콘밸리에 한국 청년 창업 지원기구 ‘실리콘밸리 이노베이션 플랫폼(S.V.I.P)’ 신설

KAIST 경영대학은 참신한 아이디어를 가진 청년들의 미국 진출을 돕기 위해 실리콘밸리에 ‘이노베이션 플랫폼(Silicon Valley Innovation Platform, S.V.I.P)’을 설립한다. 실리콘밸리 이노베이션 플랫폼은 국내 청년 창업자 및 유망 벤처기업들이 해외 진출을 위한 교두보를 확보하는데 적극적 지원이 필요하다는 판단에 따라 계획됐다. 국내 벤처기업 및 사업 아이디어를 가진 청년 창업자라면 누구나 지원을 신청할 수 있는 ‘오픈 이노베이션’ 성격의 프로젝트다.

학교 측은 실리콘밸리에 위치한 비영리 비즈니스 지원센터 U.S MAC(US Market Access Center)과 협력해 한국 청년 창업자와 벤처기업에 사무실을 제공하고 KAIST 경영대학 교수진이 멘토링 서비스를 제공할 예정이다. 한국 기업의 해외 진출을 위한 교두보 역할에서 시작해 장기적으로는 현지에서 한국인 기술기업을 양성하는 인큐베이팅 센터로 발전시키는 것이 목표이며, 초기에는 U.S MAC에서 임대한 사무실을 한국 기업에 제공하고 향후 독립적인 공간을 마련할 계획이다.

KAIST 경영대학은 청년 창업에 대한 국민적 관심을 환기시키고 지원문화를 활성화하기 위해 S.V.I.P 설립 비용을 모금 형식으로 마련하기로 했다. 모금은 오는 5월 10일까지 소셜펀딩 전문기업 인큐젝터 홈페이지에서 진행된다.

프로젝트를 책임지고 있는 KAIST 경영대학 대외부대학장 김성희 교수는 “국내 최초로 MBA를 개설해 경영 트렌드를 선도하며 업계 리더를 양성해 온 대학으로서, 역량 있는 청년 창업자들이 직면한 문제에 대해 책임감을 가지고 아이디어 단계에서 기업화까지 지원하고자 한다”며 “뜻 있는 사람들의 많은 참여 바란다”고 말했다.

한편 KAIST 경영대학은 실리콘밸리 이노베이션 플랫폼을 현지와의 교류를 위한 허브로 활용, 장기적으로 최고경영자과정(AIM, ATM, AIC) 및 MBA 과정의 해외연수도 함께 지원할 계획이다.

인큐젝터(Incujector)는 KAIST 경영대학 테크노 MBA 졸업생인 이현준 대표, 전준하 부사장이 함께 설립한 소셜펀딩 전문 기업으로 장미란 재단과 함께 하는 비인기종목 후원, 서경덕 교수와 함께 아리랑 광고 프로젝트를 성공적으로 이끈 바 있다.

대한민국의
젊은이들을
실리콘밸리로!

실리콘밸리 이노베이션
플랫폼 설립을 위한
모금에 동참해주세요.

후원하러 하기



Differentiation is always welcomed

When we think of Parisians, we can image various things, such as fashionable, romantic, humorous, and a little obstinate. However, after I had conversation with these two Parisian exchange students, Edouard Foussier and Marie Delpuech, I realized what makes them Parisian is that they are challenging and open-minded. On a spring day, we talked about their new start in KAIST.

글 이형진 기자

Q People in France are unfamiliar with Korea, so why did you decide to come to KAIST in Korea?

Edouard Foussier First, Korea is so developed in the area of IT, so I wanted to know what it's like to live in the future, a few years ahead of France. Also, I am really interested in entrepreneurship and innovative startups and I heard that the startup ecosystem of Seoul is growing and gaining momentum so I am really curious to investigate, and see if there were any job opportunities for me.

Marie Delpuech I have wanted to go to Asia since I already had worked in America and traveled to a lot of countries in Europe. My friends who had been to Korea gave me great feedback. So I came to check it by myself.

Q What do you think about Korean student life compared to student life in France?

Edouard and **Marie** We are surprised at Korean's heavy study, but pointed out there are not many activities.

Edouard I think that Korean people study very hard and as a consequence, there is not much of a lively student life here, as we can find in France. Back in our schools, we have tons of different events organized by students every week, where everyone can participate and mingle with others.

Q What is the most difficult thing for you living in Korea?

Edouard and **Marie** The most difficult thing is the language. I think English is not really useful in Korea. Fortunately Korean people are warm and friendly to foreigners, though we can't communicate.



I asked them what is the most interesting thing in Korea, and I was surprised when they told that Jimjilbang(♨️) is one of the best place for them. Edouard really wants that Korea exports Jimjilbang to France someday. Marie even composed a song about Jimjilbang
Edouard : The Jimjilbang is such a great concept! I wish we could have it in France.

Edouard and **Marie** The other thing that we enjoy is skiing at night. In Europe, even at 5pm, all ski resorts close. Also, the fact that so many places are opened 24 hours really changes our lifestyle, giving us the opportunity to spend endless nights with friends discovering Seoul.

Though they just arrived at Korea, it seems that they are adopting and enjoying the new culture very quickly.

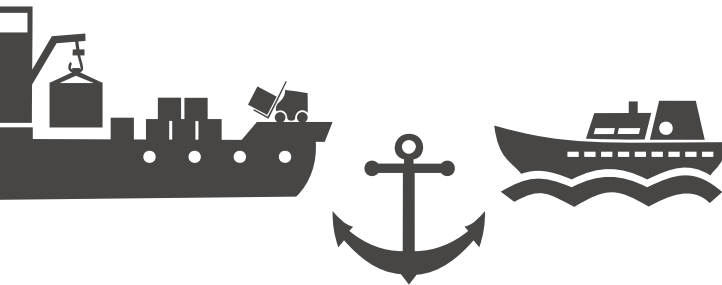
Edouard and **Marie** TFour months are not enough time to fully discover and understand Korea. We will fill the rest of our time with this new and awesome experience.

Not just for them, but also for Korean students, 4 months is not a longtime to share various experiences and thoughts with exchange students in KAIST. As Edouard and Marie are doing, I hope that KAIST students don't miss great opportunities to enjoy differentiation and diversity together.

경영은 사람에 의한 사람에 관한 사람의 일

고재호 대우조선해양 사장(KAIST 경영대학 총동문회장)

고재호 대우조선해양 사장은 1980년 대우조선해양에 입사했다. 이후 30여 년간 주로 해외 영업과 조선소 현장 근무를 하며 ‘영업 DNA’를 키웠다. 그리고 입사 32년 만인 지난해, 사장으로 취임하면서 ‘신입사원에서 최고경영자까지’의 성공신화를 쓴 인물로 평가받고 있다. KAIST EMBA(Executive MBA) 2기 출신이자 2013년 KAIST 경영대학 총동문회장직까지 맡은 고재호 사장을 만나 이야기를 나누었다. **글 박재환 기자**



Q 직장을 다니면서 공부를 병행하기가 쉽지 않으셨을 듯 합니다. 거리상, 시간상 등 여러 악조건에도 불구하고 학업에 매진하신 이유는 무엇이었나요?

제가 대우조선해양에 입사한 게 1980년이요, KAIST EMBA 2기로 입학한 게 2005년이니 무려 25년 만에 공부다운 공부를 하게 된 셈입니다. 당시 회사가 모든 임원들에게 어떠한 형태로든 경영학 공부를 하도록 새로운 정책을 도입했어요. 경영학 공부가 전혀 없던 많은 임원들을 한꺼번에 교육을 시키기 위해 회사에서는 가능한 각종 프로그램별로 임원들을 분산시키며 교육을 진행했죠. 그래서 일부 임직원들은 회사 자체로 준비한 4~5개월 합숙훈련을 통한 미니 MBA같은 프로그램을 이수하기도 했습니다. 당시 저는 전혀 경험이 없던 인사총무 업무를 새로 맡게 되어 재충전의 필요성을 크게 느끼고 있었고, 또 교육 주무 임원으로서 회사 전체적으로도 ‘열공’ 분위기를 몰아가 보려는 생각에 KAIST EMBA에 지원하게 됐습니다.

Q 여러 경영대학의 프로그램 중 KAIST EMBA를 선택하신 특별한 이유가 있으신가요?

국내 최고의 열정적인 교수진, 10년 이상 경력을 요하는 등 높은 수준의 동료 학생 선발기준 그리고 엄격한 학사관리가 KAIST EMBA를 선택을 하게 된 이유였습니다. 이왕 하려면 제대로 해야 하지 않겠습니까?

Q KAIST 경영대학의 EMBA과정이 지금의 회사 경영에서 어떻게 도움이 되고 있으신가요?

EMBA과정에서 배운 과목을 자체가 회사 경영에서 부딪히게 되는 각종 이슈들에 관한 해법을 직설적으로 제공해 주는 것은 아닙니다. ‘회사 경영은 일종의 종합예술이다’ 라고들 이야기하는데 이러한 종합예술을 리드해 나가는데 필요한 최소한의 기본 교육 또는 훈련을 받은 것 같습니다. 2년여의 교육을 마친 후의 느낌은 경영 활동을 위한 일종의 기초적 플랫폼이 마련된 것 같다는 것이었

습니다. 지금도 중요한 의사결정을 할 때 가끔 길이 보이지 않으면 안재현 교수님께 배웠던 ‘의사 결정 트리’를 그려보면서 생각을 정리해 보곤 합니다.

Q KAIST 경영대학에서 수학하시는 동안 가장 어려웠던 점, 그리고 아쉬웠던 점은 무엇인가요?

오랫동안 기업체에 근무하다가 뒤늦게, 그것도 회사 일과 병행한다는 것이 적지 않은 부담이었습니다. 제가 최고령자였기에, 상대적으로 젊은 동기생들의 패기와 명민함도 의식되었고 때론 체면도 생각되었지요. 그리고 무엇보다 시간과의 싸움이 가장 힘들었습니다. 특히 첫 일 년은 매주 금요일 거제도에서 비행기를 타고 등교를 하는 상황이라 육체적, 정신적 부담이 컸습니다. 또 조선소 노사협상 책임임원 이었기에 5월에서 7월까지의 시간이 어떻게 지나갔는지도 몰랐습니다. 2년 차에는 영업본부장이 되어 다시 서울로 왔지만 이제는 잦은 해외 출장이 기다리고 있었습니다. 그러나 ‘궁즉통’이라고 할까요? 1년에 100일 정도 해외 출장을 다녔는데 돌이켜보면 장거리 해외 출장 시 기내에서의 시간은 수업준비를 하거나 과제를 하는데 더할 나위 없이 좋은 시간이었습니다. 아쉬웠던 부분은, 역시 시간에 쫓기다 보니 개인적으로 관심이 있었던 CRM이나 SCM, 리더십 등에 관한 수업은 따라가는 정도에 불과했던 점입니다. 별도의 관련 서적이나 자료를 찾아보지도, 배운 것을 좀 더 심화시키는 시도도 해보지 못했습니다. 또 동료 학생들과도 시간을 함께하지 못한 것이 많이 아쉽습니다.

Q 경영자와 임원들이 공부를 해야 하는 이유는 무엇일까요? 본인의 경험에 비추어 한 말씀 부탁드립니다.

모든 회사에서 소속된 임직원에 대해 입사 때부터 개인 별로 순차적으로 맞춤 교육을 시켜 준다면 더할 나위 없이 좋겠지만 현실은 그렇지 못합니다. 저 또한 EMBA 입학 때까지 영업일선에서 일해 왔기에 잦은 출장으로 인해 회사에서 주어지는 각종 교육 기회도 제대로 활용하지 못했습니다. 그러다 막상 중요한 임원 위치에 보임되고 보니 스스로 부족함을 느끼게 됐습니다. 우리가 아플 때 의사를 찾는 이유는 의사들이 체계적 교육을 통해 필요한 전문성을 갖추고 있기 때문입니다. 회사 경영도 다를 바가 없다고 봅니다. 고위 임원이나 최고경영자는 의사 수련 과정에 버금가는 경영 수련과정을 꼭 거치는 것이 바람직하다고 생각합니다. EMBA는 그러한 수련 과정의 한 부분이라 볼 수 있습니다. 특히 EMBA 과정 중에 접하는 CASE STUDY는 많은 함의를 가질 수 있으므로 경영자들에게 매우 유익할 수 있다고 생각합니다. 예를 들면 세계 우수 전자회사들의 해외 진출과 관련된 CASE STUDY가 해외 오퍼레이션을 많이 하게 된 저희 회사의 입장에서 볼 때 많은 시사점을 제시해 주었던 기억이 납니다. 제 개인적으로는 EMBA과정을 마친 후 비로소 영업 전문가를 넘어 회사의 전체를 볼 수 있는 Generalist가 되지 않았나 생각합니다. 즉 어떠한 이슈에 대해서도 최소한의 자신감을 가지고 응하게 되었다고 할까요?

Q 본인에게 가장 큰 영향을 주었던 롤모델이 있으신가요?

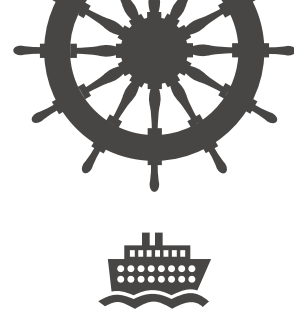
특정 인물을 롤모델로 정했던 적은 없습니다. 다만 제가 살아오면서 영향을 받은 분들이 몇 분 계시는데 그 중의 한 분을 말씀 드리면 대우그룹의 김우중 회장님입니다. 1980년대 후반 노동운동이 본격적으로 이슈화되던 시절 저희 회사의 거제도 소재 옥포조선소에 상주하시면서 경영을 하셨는데, 그 당시 내일을 담당할 젊은 세대를 위해 쓰신 글 모음집이 ‘세계는 넓고 할 일은 많다’였습니다. 그 책의 첫 글에서 ‘역사는 꿈꾸는 사람의 것이다. 꿈이 있는 사람, 꿈을 키우는 사회, 꿈을 공유하는 민족만이 세계사의 주인공이 될 수 있다’고 설파하셨는데 그 글들이 크게 다가왔던 기억이 생생합니다. 특히 ‘육대주 오대양은 우리들의 일터다’, ‘온 누리 내 집 삼아 세계로 뻗자’ 등으로 강조된 바와 같이 우리나라와 기업의 생존 기반을 한국 밖 세계에서 찾자는 말씀은 25년이 지난 지금에도 여전히 유효한 화두라고 생각합니다. 제게는 기업인으로서 뿐만 아니라 삶의 師表가 되어 주셨던 것 같습니다.

Q 2012년 EMBA 동문회장에 이어 2013년 경영대학 총동문회장을 맡게 되셨습니다. 쉬운 자리가 아니라고 생각되는데 기대하고 있는 동문회의 역할은 무엇인가요? 또한 이를 위해 학교에 바라는 점이 있다면 어떤 것이 있으신가요?

동문회란 어제의 추억을 매개로 오늘을 살아가는 힘, 희망으로 이끄는 내일을 만들어주는 구심점이라고 생각합니다. 동문수학의 인연이란 결코 가볍지 않은 소중한 인연의 끈입니다. 그리고 동문회는 활동에 따라 그 인연을 단지 과거의 추억으로 정리해두는 것이 아니라 오늘보다 더 나은 내일을 만드는 자양분으로 전환시키는 것도 가능할 수 있다고 봅니다. 제가 이런 저런 이유로 제대로 역할을 못 하고 있어 죄송스럽기도 하고 그렇습니다. 동문회의 역할과 관련해서는, 학교에 대한 매우 제한적인 지원 협력의 관계를 넘어서, 동문회와 모교의 관계를 확대 재생산해 나갈 수 있도록 함께 고민을 공유해 보는 것이 어떨까 생각합니다. 모교 사랑이 커지면 모교에 대한 지원과 관심은 저절로 뒤따라올 것이라 믿습니다.

Q 동문회장님으로서 KAIST 경영대학과 동문 또는 재학생들에게 바라시는 게 있다면 한 말씀 부탁드립니다.

삶과 일의 균형, 그리고 사람에 대한 깊이 있는 성찰, 자신과 속한 기업을 떠나 기업 생태계와 사회 전체를 바라보는 넓은 시야와 마음을 가지셨으면 합니다. 그리고 눈앞의 분명한 현상을 마주하게 되더라도 그 너머에 존재할 수 있는 거대한 변화 물결이랄까(?), 판의 변화가 존재하는지 의문을 함께 가져 보시면 어떨까 싶습니다. 또 앞서 말씀 드렸듯 경영은 과학이라기보다는 예술에 가깝기 때문에 인문학, 역사, 예술 분야에 대해서도 관심을 갖는 것도 좋아 보입니다. 결국 경영은 ‘사람에 의한, 사람에 관한, 사람의 일’이 아닐까요?



기회가 올 때 기회를 잘 선택하고 변화가 올 때 변화를 잘 읽고, 그리고 도전해라

박인주 ㈜제니엘 회장(KAIST 경영대학 AIM 총동문회장)

그의 이력은 화려하다. 국내 최대, 최초 인력 아웃소싱 업체인 ㈜제니엘의 회장이자 기업들의 직원교육 교재로 쓰이고 있는 「흔들의자에서 일하지 마라」의 저자이다. 최근엔 KAIST 경영대학 최고경영자과정(AIM)총동문회장직도 맡았다. 2013년 봄, 박인주 회장을 만나 그가 생각하는 아웃소싱 업체의 미래, 그리고 KAIST 경영대학 학생들에게 줄 수 있는 현명한 조언을 들어 보았다. 글 임규미 기자



Q KAIST AIM동문이 갖는 장점이 있다면 어떤 것이 있을까요?
KAIST AIM 동문들은 성공한 기업인부터 각 부처 장관까지, 사회 각각에서 명성을 쌓으신 분들이 많습니다. 이런 분들과 네트워크 형성이 잘 이루어지면 KAIST만의 든든한 백그라운드를 갖게 되는 것입니다.

Q KAIST AIM과정을 선택하신 이유는 무엇인가요?
모든 시대 현상이 아날로그에서 디지털화, 과학화되고 있습니다. 그래서 새로운 스타일, 시대에 맞는 것이 필요하지 않을까 해서 선택했습니다. 특히 처음 입학해서는 스마트 폰 사용법부터 몰랐던 인터넷의 다양한 기능들까지 실질적인 것을 많이 배울 수 있어서 좋았습니다.

Q ㈜제니엘이 국내 최대 고용서비스 전문기업이 되기까지, 어떤 경영철학을 가지고 회사를 운영, 발전시키셨는지 궁금합니다.
제니엘의 경영철학은 '행복추구'입니다. 젊은 시절 김포공항에서 근무를 했습니다. 그러다 보니 외국인들을 만나 대화할 기회가 많았지요. 그러면서 느낀 점이 사람은 행복하게 살아야 한다는 것이었습니다. 그러면 행복이 뭐냐 하니 그것은 바로 일이라는 생각이 들었습니다. 일을 하면서 자기가 목표를 세우고, 그것들을 하나하나 달성하면서 성취감을 느끼면 행복할 수 있다고 생각했습니다. 모든 사람이 일할 수 있는 사회가 진짜 행복한 사회인 것입니다. 그래서 저는 행복을 위해 일자리를 만들어 주자라는 철학으로 회사를 설립, 운영하고 있습니다.

Q 단순 인력 아웃소싱에서 컨설팅 전문기업으로의 도약을 계획하고 계신데, 국내 아웃소싱 시장이 어떤 식으로 변화할 것이라 생각하시나요?
사회 방향 자체가 과거에는 내가 연구하고 실현하는 방식이었다면, 지금은 핵심적인 것만 하면 되는 시대가 왔습니다. 앞으로 기업의 행태가 계속 이렇게 진화하지 않을까 싶습니다. 예를 들어 나이키의 경우 디자인은 자기가 하지만 생산은 아웃소싱입니다. 반대로 일본의 소니, 파나소닉의 경우 자기들이 모든 것을 다하려다 큰 타격을 입었습니다. 요즘은 시대 변화가 워낙 빨라 핵심적인 것만 해야 합니다. 내가 다 하려고 하면 비용이 많이 들어갑니다. 아웃소싱은 앞으로 이 같은 변화에 따른 경영 방침이 될 것입니다

Q 최근 「흔들리는 의자에 앉지 마라」라는 책을 발간하셨는데, 특별한 계기가 있으신가요?
회사를 설립하고 성장시키기까지 느끼고, 배운 게 참 많습니다. 이 나이가 되니 내가 알고 느낀 것을 공유하는 것이 후배에 대한 그리고 세상에 대한 책임이라는 생각이 들었습니다. 그래서 멘토의 입장에서 책을 한 권 썼습니다. 젊은 사람들, 외부에 있는 사람들도 이 책을 한 번 보고 그것을 공유하고 도움이 되었으면 합니다. 지금 이 책이 3쇄 째 인쇄되고 있습니다. 기업의 직원 교육 교재로도 실제로 사용되고 있다고 하니, 책을 출판한 보람이 있습니다.

Q 마지막으로, KAIST 경영대학 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.
옛날 한 노인이 칠순 잔치에 세 며느리들에게 쌀을 한 줍씩 줬습니다. 이 쌀을 큰 며느리는 닭 모이로 주었고, 둘째 며느리는 다시 쌀통에 집어넣었습니다. 그러나 셋째 며느리는 시장에 가서 병아리 한 마리를 사와, 쌀을 모이로 주고 닭으로 키웠습니다. 그 닭이 병아리를 낳고 그 병아리들이 다시 닭이 되자 그 닭들을 팔아 돼지와 소를 샀습니다. 이처럼 똑같은 상황에서도 한 번 더 생각하고 깊게 생각한 사람은 이렇게 차이가 납니다. 또한 배운 지식을 얼마나 잘 활용하느냐에 따라서 자기 목표와 미래가 달라집니다. 장, 차관이 될 수도 있고, 또 성공한 기업인이 될 수도 있습니다. KAIST 경영대학에서 보고, 듣고, 배운 것들을 단순히 지나치기 말고 곰곰이 생각하며 내 것으로 만드세요. 그럼 분명히 성공할 것입니다.

Profile

학력

한국방송통신대학교 경영학과
한국외국어대학교대학원 세계경영대학원 무역학 석사

경력

1996 제니엘 설립 ㈜제니엘 대표이사 회장
現 서울상공회의소 상임의원
前한국아웃소싱기업협회 회장

수상

2012 고용창출 우수기업 대통령 표창
2012 한국을 빛낸 창조경영대상 경영 부문
2008 한국의 100대 CEO 선정
2007 제 34회 상공의날 동탑산업훈장
2006 제 5회 공정거래의 날 공정거래위원장 표창
2002 제 29회 상공의날 대통령 표창

저서

「흔들의자에서 일하지 마라」



학생들이 학교의 주인이 될 수 있도록 도움을 주는 곳,

KAIST 경영대학 학생회를 만나다



학생회는 다소 엄숙한 분위기일 것이라는 생각과 함께 조금은 긴장한 채로 학생회를 찾았다. 그러나... 괜한 걱정이었다. 학생들을 대표해 일한다는 것이 쉬운 일이 아님에도, 그들은 정말 즐거운 마음으로 활동하고 있었다. 본인들의 역할이 크지 않다며 인터뷰에서 마땅히 할 이야기가 없다고 겸손하게 말했지만, 막상 그들의 입에서 나오는 한 마디 한 마디에는 학교에 대한 열정과 책임감이 그대로 묻어 나왔다. 학생들을 위해 두 발로 뛰어다니는 학생회, 그들의 솔직 담백한 이야기를 들어보자.

글 박혜림 기자

Q 학생회의 역할에 대해 간략히 설명해 주세요.

(추정윤) 학생회는 학생의 이익을 대변하는 기구입니다. 뿐만 아니라 학교 측의 상황이나 행정 등을 학생에게 전달하는 역할을 합니다. 학교와 학생 사이의 채널이기도 하고요.

Q 현재 학생회에서 추진하고 있는 사업들은 무엇이 있나요?

(추정윤) 학생회에서 진행하는 행사는 크게 세 가지가 있습니다. 신입생 OT와 체육대회, 그리고 축제. 현재는 곧 있을 체육대회를 준비하고 있습니다. 모든 학우들이 모여 소통하고 교류할 수 있는

자리예요. 그 밖에도 학생의 복지나 시설, 환경을 개선하기 위해 안건을 올리는 공식 채널인 복지위원회와 명사 초청 등 학생들의 네트워킹을 위해 개설된 킨친 등의 행사를 담당하고 있습니다.

(나정민) 곧 있을 체육대회는 무엇보다 교수님들의 새로운 면모를 볼 수 있는 좋은 기회예요. 체육대회에서 열심히 뛰시는 교수님들의 모습을 보고나면 더 친근하게 느낄 수 있을 거예요. 다양한 프로그램으로 재미있게 구성하고 있으니, 학우들의 많은 참여를 기대합니다.

Q 현 학생회가 기존의 학생회나 타 학교의 학생회와 차별화되는 점은 무

엇이 있나요?

(나정민) 학교를 너무도 사랑하는 학생회장이 차별점 아닐까요?(웃음)

(최보라) 사실이에요. 학생회장은 항상 자신이 하는 일이 별로 없다고 하는데, 가장 열심히 하고 있어요. 본인 공부도 바쁠 텐데 책임감 있게 활동하는 것을 보면 학교를 진심으로 사랑하는 것이 눈에 보여요. 학생들을 보다 적극적으로 참여할 수 있게 잘 이끌어내는 학생회장의 리더십이 우리 학생회의 가장 큰 차별점인 것 같아요.

(추정윤) 저는 그저 '내가 학교의 주인'이라는 생각으로 책임감을 가지고 일하고 있습니다.

Q 한 분 한 분께 물어보고 싶어요. 학생회에 가입하신 이유는 무엇인가요?

(김정식) 저는 학부 때 학생회를 한 번 경험했어요. 학생회 활동을 하면서 다양한 사람들을 만나고 또 그 사람들과 커뮤니케이션 하는 것이 좋은 기억으로 남아 있죠. 제가 직접 주도적으로 일을 맡아 진행하다 보니 학업 외적으로도 얻는 것들이 많고요. KAIST에서는 학생회 활동을 시작하지 얼마 안됐지만, 여기서도 많은 사람들을 만나고 다양한 것을 배우고 싶어요.

(정혜련) 학생들을 대표하는 일은 누군가는 해야 하는 일이잖아요. 학생회를 하면 많이 바쁠 것이라고 생각하는데 생각을 바꾸면 실제로 그렇게 부담이 되는 일은 아니에요. 저는 좋은 마음으로 그 일을 할 수 있으니까 학생회장이 함께 하자고 했을 때 기꺼이 하겠다고 했죠.

(최보라) 리더십을 발휘할 기회를 찾다가 학생회에 가입하게 됐어요. 학생회 활동이 나중에 이력서를 쓸 때도 도움이 될 것 같고, 실제 학교에서 리더십을 발휘할 기회는 많지 않으니까요.

(나정민) 학생회를 한 번도 해 본 적이 없어서 도전해보고 싶었어요. MBA에 왔으면 학교 공부 말고도 다양하게 새로운 것들을 많이 경험해보아야 한다고 생각했습니다.

Q 각자 학생회를 통해 배운 점들도 다르실 것 같아요. 어떤 것들을 얻었고 또 배우고 계세요?

(추정윤) '내가 모르는 것이 너무 많구나', 'Leader라는 자리가 쉽지 않구나', '이렇게 하면 실패를 하는구나...' 이런 것들을 배웠어요. 현실의 어려움과 실패에 대해 배웠으니 나중에 비슷한 상황에 놓였을 때는 더 잘할 수 있지 않을까요?

(김정식) 커뮤니케이션 스킬을 얻었습니다. 원래는 조금 소심한 성격인데, 학생회 활동을 하면서 대화하는 방법, 사람들을 리드하는 방법을 배우게 됐어요. 다양한 사람들을 만나다 보니, 이런 사람은 이렇게, 저런 사람은 저렇게 대해야 하는구나, 하는 나만의 스킬도 생기게 됐고요. 실제로 학부 학생회 활동에서 배운 스킬들을 회사에서 많이 써먹기도 했습니다.

Q 이번엔 각자의 꿈에 대해 들어보고 싶어요. 지금 하고 있는 학생회 활동이 본인의 꿈과는 어떻게 연결되나요?



(왼쪽부터) 임세원 대외협력부장, 최영걸 자문위원(이상 TMBA 12), 김재형 부회장(경영공학 12), 최보라 문화체육부장, 나정민 홍보부장, 류연수 복지위원, 박정우 복지위원, 앉아있는 추정윤 회장(이상 TMBA 12)

(추정윤) 저는 HR 분야에 관심이 많아요. 현재 하고 있는 학생회 활동이 나중에 HR 분야에 많은 도움이 될 것이라고 믿고 있어요. 사람들을 만나고 함께 일을 해 나가면서 실질적인 경험들을 학생회 활동을 통해 배우고 있다고 생각해요.

(나정민) 저는 어떤 꿈을 갖고 있든, 큰 그림을 볼 수 있는 능력이 분명 미래에 도움이 될 거라고 생각해요. 학생회 활동을 통해 학교 전체를 바라보는 능력을 기르게 됐거든요.

(최보라) 제 꿈은 죽기 전 제 이름 석자를 남기는 거예요. 꿈을 위해 학생회에 들어온 것은 아니지만 다양한 활동을 경험하다 보면 결국엔 이 모든 것이 꿈을 이루는 데 도움이 되지 않을까요?

Q 학생들에게 하고 싶은 말씀 있으면 해주세요.

(추정윤) 너무 공부에만 집중하지 말고 학생들이 함께 어울릴 수 있는 자리에서는 즐겁게 놀았으면 좋겠어요!

(최보라) 맞아요, 학교에 요구사항이 있을 때는 학생회가 학생들의 대표가 되는데, 막상 학생들이 함께 즐길 수 있는 행사를 학생회에서 만들면 학생들이 참여가 많이 부족해요.

(추정윤) 그리고 KAIST 경영대학 학생회는 학생들에게 언제나 열려있으니 학생회 활동을 함께 하고 싶으시면 언제든지 지원해주세요. 다양한 학생들과 함께 하고 싶어요. 학생회 활동을 하면 시간을 많이 뺐다고 생각하는 분들이 많이 있는데, 분업화가 잘 되어있어 크게 시간을 뺏기지지는 않아요. 학생회 활동을 통해 다른 전공 사람들과 친분도 쌓을 수 있고, 또 정말 재미있어요! 직접 와서 경험하시면 좋을 것 같아요. 학생회에 가입하셔서 재미있는 것들을 직접 찾아보세요. 제 연락처는 origimage@hotmail.com, origimag@business.kaist.ac.kr입니다. 언제든지 연락 주세요. 그 어떠한 이유도 주체도 환영합니다.

Q 마지막으로 학생회의 비전에 대해서 이야기해주세요.

(추정윤) 소속감이에요! 소통과 교류를 통해 학생들이 소속감을 느낄 수 있도록 하는 것이 저희 학생회의 비전입니다. 학생회를 "내가 학교의 주인이 될 수 있도록 도와주는 곳"이라고 생각해주면 좋겠어요. 동문들과 교수님들도 학생들이 소속감을 느끼면서 즐거운 학교생활을 할 수 있도록 전폭적인 지지를 부탁드립니다.

Start up with Students of B.S.C

글 이형진 기자

학생의 본분은 공부라는 오랜 진리도, 대학과 대학원을 지칭하는 상아탑이 ‘현실과 거리가 먼 정신적 행동의 장소’라는 정의도 MBA에서만큼은 조금 변형되어야 할 듯하다. 경영학이론 공부라는 틀에만 묶여 있지 않고 이를 실제 기업에 적용시켜 공부와 실전 경험을 함께 가져가는 것이 MBA에서의 필수 덕목이기 때문이다. 이러한 경영에 대한 실전 경험을 얻기 위해 학교 밖에서 얻을 수 있는 기회를 찾은 동아리BSC(Business Strategic Consulting)중 한 팀을 소개한다.



(왼쪽부터) 송혜민(TMBA 13), 최기영(TMBA 12), 손성훈(스포카 부사장님), 박혜진(TMBA 13), 이보연(TMBA 12), 노우람(TMBA 13)



Q 안녕하세요. 먼저 간략하게 팀원 소개 부탁드립니다.
테크노 MBA 12학번 최기영, 이보연, 13학번 노우람, 박혜진, 송혜민 이렇게 5명이 팀으로 과제를 수행하고 있습니다. 팀원들이 연구원, 컨설팅, 엔지니어, 제약 등 다양한 Background를 가지고 있어요. 이런 다양한 배경과 지식을 활용함과 동시에 폭넓은 사고와 이를 융합하는 과정을 통해 최적화된 Solution을 찾아가고 있습니다.

Q 이번에 스타트업(Start-up) 기업 스포카와 산학 프로젝트를 맡으셨는데요, 기업에 대한 간략한 설명 부탁드립니다.
2011년 창업한 스포카는 각종 스타트업 챌린지에서 다수의 상을 수상한 우수 스타트업 기업입니다. 아이비리그 석사 출신의 최재승 대표를 비롯해 맥킨지 컨설턴트 출신의 손성훈 부대표 등 다양한 분야의 인재들이 설립했습니다. 현재 주력 사업은 '도도 적립 서비스'인데요(이하 도도), 도도는 기존의 종이 홍보물, 적립카드 등을 대체하여, 매장 카운터에 아이패드를 설치, 고객이 결제 시 아이패드에 QR코드를 스캔 하거나 휴대폰 번호를 입력해 쉽고 편하게 마일지를 적립하는 서비스입니다. 현재 500개의 매장에 도도를 사용할 수 있는 아이패드가 설치되어 있고, 그 숫자는 빠르게 증가하고 있습니다. 스포카는 아이패드를 설치한 제휴 매장에 매달 뉴스레터를 통해 CRM데이터를 제공하고 있는데, 향후 축적된 CRM데이터를 통한 마케팅 솔루션을 제공하여, 지역 상인을 돕는 컨설팅 회사로 거듭나려 하고 있습니다.

Q 재미있는 회사네요, 어떻게 이 기업과 연결이 되었는지 관련 배경을 좀 들을 수 있을까요?
사실 대학원이라는 터울 안에 있다 보면 이론적으로 습득할 수 있는 것은 많지만, 이러한 지식들을 실제 경영 환경에서 적용시키기에 어렵거나 혹은 빠르게 변화하는 트렌드에는 뒤처지기 쉬울 수 있어요. 이러한 점들을 극복할 수 있는 점이 바로 스타트업 기업과의 협업이라고 생각했습니다. 그러던 차에 마침 KAIST 경력 개발 사이트에 스포카라는 벤처기업에서 인턴을 모집한다는 정보가 떴어요. 그 정보를 본 후 스포카와 도도 비즈니스 모델에 대해서 알아봤더니 반응도 괜찮고, 보면 볼수록 매력 있는 기업이더군요. 비즈니스 모델이 신선하면서도 향후 성공 가능성이 충분히 있다고 생각했습니다. 스포카의 비즈니스 모델이라면 함께 하기에 의미 있고, 우리도 나름의 도움을 드릴 수 있지 않을까 하여 현재 속해 있는 BSC의 일원으로서 과거 동아리에서 거두었던 성과들과 정규 세션에서의 산출물들을 들고 스포카로 직접 찾아가서 카이스트 MBA와 협력하여 과제를 해보지 않겠느냐는 제안을 했습니다. 스포카 경영진도 그간의 BSC 성과물과 우리 팀의 잠재력을 인정해 과제를 시작하게 되었습다.

Q 현재 팀에서 목표하고 있는 것과 현재까지 거둔 성과는 무엇인가요?
현재 스포카는 도도 서비스 이후의 새로운 비즈니스 모델을 고민하고 있습니다. 우리 팀의 목표는 이러한 스포카의 신규 사업 발굴 및 실행 전략 수립입니

다. 구체적인 내용은 대외비입니다만 지금까지는 스포카의 니즈 및 관련 사업을 분석하여, 신규 사업 분야를 찾고, 이를 분석하는 작업을 수행했습니다. 남은 기간 동안은 보다 구체적인 실행 전략을 수립하고자 합니다.

Q 진행하면서 가장 즐거웠던 점, 그리고 어려웠던 점은 무엇이었나요?
스타트업 기업의 업무 스타일을 직접 경험할 수 있다는 것이 본 과제를 수행하면서 얻을 수 있는 가장 큰 즐거움이라 생각합니다. 스포카는 직원 평균 연령이 30세 일정도로 젊은 기업으로, 기업 문화도 Creative합니다. 대표부터 인턴사원까지 전 직원이 서로를 부를 때 직위나 호칭 대신, 별명(영어)을 부르는 것이 그 한 예인데요, 그 외에도 아가자기하면서도 섬세하게 기업문화를 다듬어 나가는 모습을 볼 수 있는 것이 의미 있게 다가 왔습니다. 어려웠던 점은 그간 우리가 배워왔던 시장과 경쟁, 사고방식들은 대기업에 초점이 맞추어져 있었습니다. 그러다보니 모든 사업 요소들에서 스피드를 Base로 하는 스타트업 기업의 특성에 맞춰 익숙해지는 과정에 어려움이 있었습니다.

Q KAIST MBA에 와서 가장 좋았던 점과 학교에 제안하고 싶은 점이 있다면 무엇이 있을까요?
이러한 기회를 만들 수 있었던 것은 우리가 KAIST MBAer였기에 가능했다고 생각합니다. KAIST가 그간 우리를 성장시켰고, 그 성장을 인정받아 또 다른 기회를 만들 수 있었습니다. 다만 아쉬운 점은 이러한 스타트업 기업을 포함한 대부분의 기업들과 MBAer들 간의 협력 사례들이 그다지 많지 않다는 점입니다. 실제 기업들과의 스킨십은 비즈니스 세계를 직접 겪어보고, 기업인들이 고민하고 있는 부분들, 그리고 시장과 소비자에 대해서 보다 직접적으로 생각할 수 있는 좋은 기회가 된다고 확신합니다. 따라서 졸업 후 Field에 나가서도 바로 활용할 만한 경험을 할 수 있다고 생각합니다. 이러한 기회들을 학생들 스스로가 만들어 나가는 것도 필요하지만 학교에서 공식적인 협력관계를 통해서 보다 다양하고 많은 산학협력 기회들을 만들어 주셨으면 합니다.

Business Strategic Consulting(BSC)

2006년 초대회장 박정준(테크노 MBA 06)의 12명의 회원으로 시작됐다. 이후 논리적 사고를 기반으로 실제 경영사례 분석과 모의 인터뷰 등을 주 커리큘럼으로 지향해 왔다. 매년 2회 이상 동문네트워크 모임을 조성, 졸업 후에도 동아리 인연을 이어가며 프로젝트와 취업에 대한 정보를 활발히 공유하고 있다. 이제 13기로 활동 중인 회원은 테크노 MBA, 경영공학, 정보미디어 MBA 학생으로 구성된 34명이며, 매년 모든 전공을 대상으로 정기 신입회원을 모집한다.



손하늬(경영공학 석사 11)

환경과 경제학, 학문과 취업의 만남

르노 장학재단

Transportation and Sustainable Development 석사과정 프로그램 도전기

글로벌화가 트렌드가 된 지 오래인 요즘, 많은 사람들이 한번쯤 해외 유학이나 해외 취업을 꿈꾼다. 그러나 언어 문제, 절차상의 복잡성 등의 이유 때문에 외국으로 떠나는 것이 쉽지만은 않다. 이에 프랑스에서 공부와 인턴십이라는 두 가지 경험을 모두 할 수 있는 르노 장학재단의 Transportation and Sustain Development 석사과정 프로그램에 2013년 9월부터 참여 예정인 손하늬 동문(경영공학 석사 11)을 만나 이야기를 들어보았다. **글 오지윤** 기자

Transportation and Sustainable Development

르노 장학재단의 프로그램이 특별한 이유?

학문과 시장 경험, 두 마리 토끼를 잡다.

2001년에 설립된 르노 장학재단은 지속가능한 사회적 유동성과 다문화적인 경영과 관련된 교육 프로그램들을 지원하고 있다. 르노 장학재단은 현재 손하늬 동문이 입학 예정인 Transport and Sustainable Development Master Program을 비롯하여 국제경영 MBA 등 7개의 프로그램을 지원하고 있다. 매년 80여 명의 학생들을 선발하며, 2001년부터 현재까지 총 580 명의 수료생을 배출했다. 국내 대학들 중에는 KAIST 경영대학과 서울대학교, POSTECH 등 3개 학교와 파트너십을 맺고 있다.

손 동문이 입학 예정인 Transport and Sustainable Development 석사과정(TRADD) 프로그램은 공학, 경제, 그리고 환경과학 등 다양한 분야의 지식을 결합하여 새로운 시각을 가진 국제 환경 문제 전문가를 양성하는 것을 목표로 한다. 9월부터 이듬해 12월까지 세 학기에 걸친 본 프로그램은 첫 두 학기(9월 말~6월)동안 프랑스의 세 학교(Ecole des Ponts Paris Tech, Mines Paris Tech, Ecole Polytechnique)에서 강의를 수강하며 이론과 방법론을 익히고, 마지막 학기(7월~12월)에 회사에서 프로젝트를 수행한 후 석사 학위를 취득하는 과정으로 이루어져 있다. 다른 어떤 석사과정과 다르게 실제 기업에서 인턴십을 수행하며 실무 경험을 쌓을 수 있다는 점이 차별적이다.

르노 장학재단 프로그램 리스트

MBA in International Management
Master in Transport and Sustainable Development(TRADD)
Master in Mobility and Electrical Vehicles(MVE), Electric Vehicle Management and Electro-Mobility Vocational Degree(GVE2)
Zero Carbon Leaders Program(ZCLP)
Road Safety Management Master(MANSER)
Multicultural Management and Corporate Performance Chair
르노 장학재단 홈페이지 www.fondation.renault.com/en

경영학적 지식을 가지고 환경과 교통공학을 연구한다

손하늬 동문은 학부 시절 경영학을 전공한 데 이어 2011년 KAIST 경영대학 경영공학 석사과정(IT경영 전공)에 진학, 올해 2월에 석사 학위를 받았다. KAIST 경영대학 석사과정 중에는 지식경영 분야의 트렌드 리서치에 관련된 연구를 했다는 손 학우는 여태까지는 세부적인 분야의 트렌드를 연구했다면, 이제부터는 조금 더 넓은 분야의 트렌드 분석이나 리서치를 하고 싶다는 포부를 밝혔다.

손 동문은 학사과정과 석사과정 재학 중 각각 한 번씩 프랑스로 교환학생을 다녀왔고, 그 이후 프랑스에서 취업을 하고자 하는 마음을 굳혔다고 한다. 그래서 취업에 앞서 프랑스 문화를 더 이해하고, 프랑스에서 학업적 기반을 다지고자 하는 마음에서 현재의 교육 프로그램을 모색하게 되었다. 국제기구에서 일하고 싶은 마음도 있지만, 그에 앞서 시장 업무도 경험해보고 싶다는 손 동문은 취업과 학문의 중간 과정이라는 점이 이 프로그램의 매력 중 하나라고 말한다. 대부분의 사회 초년생들은 그 동안 공부해 온 자기 Field만 있고 자신이 앞으로 일하게 될 산업에 대한 지식은 거의 없는 채로 취업을 하는데, 본 프로그램은 앞으로 일하게 될 산업시장에 대해 배우고 그 시장에서 직접 일 해볼 기회를 제공한다.

한편, 석사과정뿐만 아니라 학부에서도 경영학을 전공한 손 동문에게 사실 교통공학이라는 학문 자체는 아직 낯설다. 하지만 본 프로그램에서는 환경과 교통 등 공학적인 학문을 공부하면서도 경제학을 비롯하여 경영학의 협상 등 여태까지 손 동문이 배웠던 경영학적 지식들을 모두 이용할 수 있기에 주저 없이 지원할 수 있었다. 경영학과 공학이 제대로 섞이지 못해 이도저도 아닌 애매한 프로그램이 아니라 두 학문이 함께 하모니를 이룬다는 것이다. 게다가, 경제적으로 이 모든 것을 지원해주기 때문에 부담 없이 학업과 향후 커리어 계획에만 매진할 수 있다.

마지막으로, 본 프로그램은 100% 프랑스어로 진행된다고 한다. 석사과정 프로그램을 따라갈 수 있을 정도로 프랑스어가 가능한 이공계 학생이 국내에 많지 않은데 비해, 손 동문은 프랑스어를 미리 공부해 두었기에 좋은 기회를 잡을 수 있었다고 전한다. 준비되어 있기에 앞으로 더 풍성한 경험을 하게 될 손 동문의 미래가 기대된다.

웹툰 〈신과 함께〉 새로운 신화적 상상력과 현실적 디테일의 환상 호흡

영화 〈반지의 제왕〉, 〈트로이〉, 애니메이션 〈물란〉, 〈센과 치히로의 행방불명〉. 이들 작품의 공통점은 무엇일까? 그것은 바로 이 작품들이 각 나라와 지역의 신화를 그 소재로 하고 있다는 것이다. (순서대로 북유럽, 그리스·로마, 중국, 일본) 위의 사례들에서 볼 수 있듯이 신화는 대표적인 문화원형*으로 아주 오래 전부터 소설, 영화 등 다양한 분야의 콘텐츠에서 핵심적인 소재로 활용되어 왔다. 주호민 작가의 웹툰 〈신과 함께〉 또한 신화를 모티브로 했다는 점에서 위의 작품들과 유사하지만, 우리에게조차 친숙하지 않은 동양신화, 더 나아가 한국의 민족신들을 그 소재로 하는 파격을 선사했다는 점에서 그 의미가 남다르다. 독자들의 반응은 뜨거웠고 〈신과 함께〉는 웹툰계의 또 다른 ‘신화’가 되었다. **글 류성한 기자**

신화의 귀환, 아직 시작에 불과하다.

프랑스의 저명한 인문학자로서 신화비평 연구의 기틀을 마련했다고 평가 받는 질베르 뒤랑(Gilbert Durand, 1921~)은 ‘신화의 귀환’을 선언하며 신화가 부상하고 있는 이유를 근원적 측면(인류의 본성과 원형, 생명력과 활성)과 기능적 측면(상상력, 이미지, 스토리)으로 구분하여 설명했다. 토마스 불핀치(Thomas Bulfinch, 1796~1867)의 〈신화의 시대 The Age of Fable〉(1855)를 통해 그리스·로마 신화가 일반 대중들에게 이해하기 쉬운 형태로 전달되기 이전까지 신화가 고전 연구가의 전유물이자 딱딱하고 재미없는 이야기로 취급되었던 것을 생각해보면 그 위상이 크게 달라진 셈이다. 그러나 아직 신화의 귀환이 완전한 형태로 마무리 된 것은 아니다. 현재의 신화 체계는 그리스로마 중심의 서양(유럽)신화를 기준으로 구성되어 있는데 이 때문에 서양 못지않게 깊은 역사와 전통을 지니고 있는 동양의 신화는 상대적으로 조명을 덜 받고 있다. 국내의 대표적인 동양신화 전문가인 정재서 교수(이화여대)는 “신화를 상상력의 뿌리라고 했을 때, 동양신화에 대한 깊은 이해가 없다는 것은 세계 인류의 상상력 중에서 반쪽 밖에 지니고 있지 않다는 것을 의미한다”며 동양신화에 대한 관심 부재 문제를 제기하기도 했다. 이런 상황에서 한국의 민족신들을 소재로 한 웹툰의 성공은 우리의 상상력과 이를 기반으로 하는 콘텐츠가 새로운 차원으로 확장될 수 있는 가능성을 보여주었다.

새로운 신화 창조, 웹툰 〈신과 함께〉

국내의 한 인터넷 포털 사이트에서 3년(2010년~2012년) 간 총 3부(저승편, 이승편, 신화편)에 걸쳐 연재된 주호민 작가의 웹툰 〈신과 함께〉는 독자와 전문가들의 사랑을 한 몸에 받았다는 표현이 과하지 않다. 2012년 말 연재를 마무리할 때까지 평균 평점 9.9점(10점 만점)을 기록했으며 2010년 독자만화대상에서 온라인만화상을 시작으로, 2011년 부천만화대상 우수이야기만화상, 대한민국 콘텐츠어워드 만화대상 대통령상, 독자만화대상 대상을 수상했다. 2012년에 발표된 한국만화 명작100선에서는 가장 최신작으로 이름을 올리는 영광을 누리기도 했다. 현재 일본의 유명 만화 잡지인 〈영 간간〉에 리메이크되어 연재 중이며 올해 하반기에는 〈만추〉로 유명한 김태웅 감독의 영화로도 개봉될 예정이다.

연재가 완료되어 유료로 전환된 이후에도 그 인기는 식지 않았다. 2013년 1, 2월의 2개월 동안 총 5만 건 이상의 다운로드를 통해 3,770만원의 매출을 기록했으며 같은 기간 원고료 외 파생 상품 등 추가 수익으로만 2,310만원의 매출을 올린 것으로 알려졌다. 연재 중에는 무료로 제공되는 웹툰의 특성을 감안한다면 놀라운 성과가 아닐 수 없다. 이 흥행의 원동력은 어디로부터 나오는 것일까?

무엇보다 사람들의 관심을 끌었던 요소는 일반인들이 흔하게 접할 수 없었던 한국의 신화를 다루었다는 점이다. 아무도 가지 않은 길로 발을 내딛는 것은 위험한 일이지만 동시에 신세계를 발견할 수 있는 무궁한 기회를 제공해주기도 한다. 주호민 작가가 한국의 신화를 소재로 새로운 웹툰을 연재한다고 출사표를 던졌을 때 주변의 지인들조차 고개를 저었지만 결국 작가 본인을 포함 그 누구도 예상하지 못한 멋진 결과를 이루어낸 것이다.



확신과 철저한 준비로 새로운 길을 개척

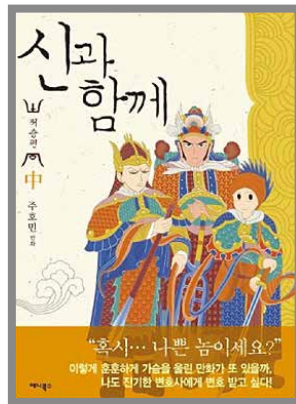
무엇보다 사람들의 관심을 끌었던 요소는 일반인들이 흔하게 접할 수 없었던 한국의 신화를 다루었다는 점이다. 아무도 가지 않은 길로 발을 내딛는 것은 위험한 일이지만 동시에 신세계를 발견할 수 있는 무궁한 기회를 제공해주기도 한다. 주호민 작가가 한국의 신화를 소재로 새로운 웹툰을 연재한다고 출사표를 던졌을 때 주변의 지인들조차 고개를 저었지만 결국 작가 본인을 포함 그 누구도 예상하지 못한 멋진 결과를 이루어낸 것이다. 중요한 것은 작가 스스로가 확신을 가지고 오랜 시간과 노력을 들여 철저하게 한국 신화에 파고들었고 연재를 시작하는 시점에 이미 3년간의 연재에 대한 구상이 끝나있었다는 점이다. 기업의 경영도 이와 마찬가지로 남들이 가지 않는 길을 확신과 철저한 준비를 통해 걸어 나갈 때 다른 경쟁사들이 닿을 수 없는 위치에 오르게 된다. 39세의 나이에 아프리카 잠비아에서 안경점 사업을 하기 위해 무작정 비행기에 올랐던 박익성 회장이 잠비아를 목적지로 선택한 단 하나의 이유는 “사업을 하기 위해서는 열악한 국가가 오히려 좋다고 생각했기 때문”이다. 각고의 노력 끝에 안경점 사업을 성공시킨 박 회장은 10여 년이 지난 현재 잠비아에서 건설 사업 및 금광 개발 사업을 하는 거물급 기업가로 성장했다. 남들이 가지 않는 길을 확신과 철저한 준비를 통해 개척해 나간 까닭이다.

신화적 상상력과 현실적 소재의 절묘한 조화

또 다른 인기 요소는 신화적 상상력과 스토리의 힘을 현실적인 소재와 절묘하게 엮은 기획력에 있다. 기존의 신화를 있는 그대로 설명한다면 신화를 독자들에게 소개하는 교양서적에 불과하겠지만 그 이야기들을 재료로 삼아 현재의 상황과 소재에 맞춰서 재구성을 하게 되면 완전히 새로운 차원의 이야기로 탈바꿈하게 된다. 1부 〈저승편〉에서 다루는 저승신들에 대한 이야기는 신화적 상상력과 스토리를 그 기반으로 하지만 그 콘텍스트를 현대적으로 재해석하고 한국인들이 일반적으로 짓는 죄와 그 죄를 저지르게 되는 사회적 구조를 그림으로써 이야기의 차원을 확장했다. 2부 〈이승편〉에서도 중요 소재인 가택신**을 용산참사 등의 재개발 문제와 엮음으로써 독자들의 공감대를 얻어내는 데에 성공한다. 이외에도 작품 곳곳에서 신화적 요소와 현대적 디테일을 잘 융합시킨 장면들을 발견할 수 있다. 그 중요성이 점점 더 커지고 있는 브랜드 스토리텔링의 경우에도 한 브랜드(또는 기업)가 지니고 있는 핵심적인 메시지에 대한 깊은 이해와 상황적 특수성을 고려한 디테일이 아름다운 조화를 이루어야 한다. (2012년 기준) 세계 최고의 가치를 지닌 의류 브랜드이자 (2013년 기준) 전 세계에서 가장 혁신적인 기업으로 선정된 나이키의 대표적인 캠페인인 “나이키 위런(Nike We Run)”***의 경우 나이키의 핵심적 브랜드 가치인 도전과 승리가 잘 녹아있음은 물론이고 운동을 통한 자기관리에 대한 관심이 아주 높고 함께 어울리는 것을 좋아하는 젊은 세대들의 기호를 간파한 최고의 작품으로 핵심과 디테일의 멋진 조화를 보여주었다.

향수와 위로: 독자의 마음을 사로잡은 마법

주호민 작가는 한 인터뷰에서 한국 신화를 작품의 소재로 삼은 이유를 “잊혀 가는 것들에 대한 향수”라고 밝히면서 결국 〈신과 함께〉를 통해서 “독자에게 주고 싶은 정서는 위로”였음을 고백했다. 향수와 위로, 이 마법과 같은 두 단어가 결국 독자들의 마음을 움직인 것은 아닐까? 고객들의 마음을 두드리기보다는 주머니를 열기 위해 혼신의 힘을 쏟고 있는 우리 기업들이 하루빨리 이 마법 같은 비밀을 깨우치길 기대해 본다.



* 문화원형: 지식, 신앙, 예술, 도덕, 법률, 관습 등 인간이 사회의 구성원으로서 획득한 능력 또는 습관의 총체 형성의 근간이 되는 인간 내면의 원초적 관념이나 이미지

** 가택신: 집안을 지키는 신을 의미

*** 나이키 위런 캠페인: 전 세계 32개 도시, 395,500명의 참가자들이 371km 잇는 지상 최대 규모의 러닝 대회. 2012년 서울 대회의 경우 3만여 명의 참가자들이 등록

Book

Review



학자들이 말하는 것처럼 역사는 어려운 것도 아니고 케케묵은 것도 아니다. 자신들이 태어난 시대를 열심히 살았던 사람들의 기록이며, 그것을 아는 것은 그 자체로 재미있다. 우리에게 교훈을 주면서도 오락을 하듯 흥미롭게 읽을 수 있는 책 4권을 소개한다. 이번 호에는 특별히 경영공학 13학번들이 소개하는 책을 만나보자.

정리 김민기, 오지윤 기자

「로마인 이야기」의 저자 시오노 나나미는 “역사는 위대한 교훈이자 탁월한 오락이다”라고 말한다.



〈누구를 위한 미래인가〉
엘빈 토플러 13
누구도 알 수 없는
미래에 대한
엘빈 토플러의 제언!
경영공학 석사과정 13학번 김민기

급변하는 시대 속에서 우리가 좀 더 나은 미래를 위해 취해야 하는 태도는 무엇일까? 엘빈 토플러와 미국의 독립 출판사 사우스앤드프레스(South and Press) 간의 인터뷰 내용으로 구성된 이 책에는 그

가 제시한 날카로운 전망과 조언이 담겨있다. 토플러는 현재 발생하고 있는 경제 위기를 비롯한 다양한 문제들이 바로 제3의 물결로 넘어가는 구조적 재편성 과정에서 기인했다고 보고 있다. 그리고 탈 대량화, 소비자화 생산자의 협력 생산, 시장 세분화 등의 변화 속에서 우리가 취해야할 태도에 관해 여러 관점에서 견해를 밝히지만, 공부를 하는 학생의 입장에서는 다방면에서 여러 정보와 지식을 갖춘 창의적인 계층이 되는 것이 가장 현실적인 방안이라고 제시한다. 체계적인 정보, 상상력, 여러 문화적 소양을 갖춘 '코그니타리이트(Cognitariat)' 정신노동자 계층이야말로 토플러가 제시한 새로운 사회의 바람직한 엘리트상이다.

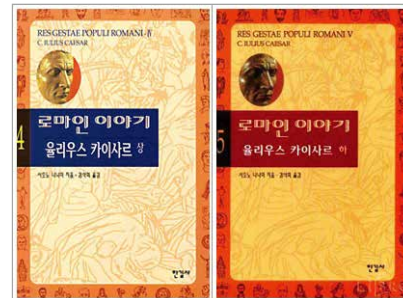
이 책이 흥미로운 점은 이 책이 지금으로부터 30년 전인 1983년에 출간되었다는 것이다. 책을 읽다보면 30년 전부터 지금까지 흘러온 역사와 토플러의 전망이 꽤나 비슷하다는 것을 알 수 있다. 또한 이 책에서 우리가 주목해야 할 것은 토플러가 남긴 메시지만이 아니라 '누구를 위한 미래인가?'에 대한 답이 '자기 자신'임을 알게 된다는 것이다. 현재 우리 사회는 위기에 직면해 있지만, 이를 변화의 과정 속에 있다고 생각했을 때 위기는 곧 기회가 된다. 즉 변화 물결의 주체는 우리 스스로이고 우리의 바람직한 변화가 앞으로 다가올 바람직한 미래 사회 건설로 이어질 것이다. 그리고 그 속의 주인공은 바로 지금을 살고 있는 '우리'가 될 것이다.



〈공유의 비극을 넘어〉
엘리너 오스트롬 저
황폐해져 가는 공유자원,
자치를 통해 '공유의 비극'을
벗어나 새로운 미래를 찾다
경영공학 석사과정 13학번 김지현

바다와 산, 목초지, 지하수, 그리고 우리가 살고 있는 내 집 앞마당...은 모두 누군가의 소유재가 아닌 공유재이다. 공유재를 어떻게 효과적으로 관리해야 하는가에 대한 문제는 경제학의 최대 난제 중 하나로 지금까지

많은 학자들이 최선의 해결책을 제시하기 위해 수많은 노력을 기울여왔다. 이 책의 저자인 엘리너 오스트롬은 어린 시절 2차 세계대전을 겪으면서 물자 부족 문제와 공공선을 위한 협력의 중요성을 체득, 공공자원과 희소자원을 위한 제도 연구에 평생을 바치기로 마음 먹었다. 현재 제도경제학의 대가인 오스트롬은 수십 년에 걸친 경험적·실증적 연구와 게임 이론을 응용, 1990년 바로 그가 제시한 성공 모델을 이 책에 담아냈다. 그는 이분법적 해법을 넘어 공동체 자치관리의 성공 사례들을 발견·분석하여 지속가능한 개발의 조건을 규명하였는데, 오스트롬은 이 책을 통해 2009년 여성 최초로 노벨 경제학상을 수상했다. 이 책에서 그는 스위스와 일본의 부락 공동 소유 사례, 필리핀과 스페인의 관개 공동체 제도 등 성공 사례를 보여주기도 하지만, 터키와 스리랑카 어장 등 실패 사례 또한 보여주면서 과연 공유재의 성공적인 관리 제도가 무엇인지 규명해나간다. 그리고 1990년에 출간된 책이지만 당시 경제학의 새로운 패러다임인 게임 이론을 응용하는 등 선구적인 연구방법을 사용했다는 점에서 지금을 살고 있는 우리에게 더욱 도전적인 책이라 할 수 있다. 또한 그는 획일적인 이론을 제시하기보다 각 상황에 맞는 유연한 해결책을 실제 사례를 통해 실질적으로 보여주었다는 점에서 그의 연구가 시사하는 바가 더욱 크다.

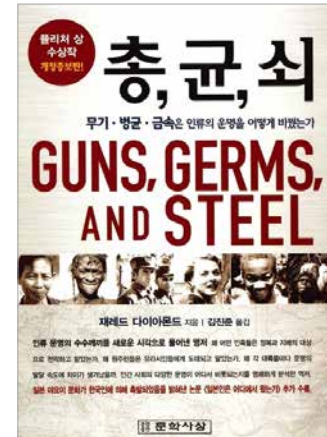


〈로마인 이야기 4,5〉
(율리우스 카이사르)
시오노 나나미 저
카이사르의
결단력과 관용,
그리고
통찰력을 보다
경영공학과 13학번 최민철

이 책을 읽기 전까지 카이사르에 대한 나의 생각은 독재자, 클레오파트라와의 스캔들, 여러 명언의 주인공 정도에 그쳤었다. 하지만 책을 읽고 난 지금, 나는 카이사르의 열렬한 팬이 되었다. 무엇 때문에 그를 다시 보고, 배우고 싶은 것일까라는 질문을 부단하게 했고, 그 결과를 어느 정도 얻었다.

첫째, '주사위는 던져졌다'라는 말로 대변되는 그의 결단력에 나는 한없이 매료되었다. 그는 결단을 내리기 전 충분한 고민을 했고, 자신의 큰 뜻과 부합한다는 사실을 인정하고 결심하면 결단을 내렸다. 여기에서 나는 내 삶의 지침이 될, 격언을 얻었다. '생각은 천천히, 행동은 빠르게' 둘째, 그의 관용이다. 사람을 미워한다는 것은 자신이 그 대상보다 아래에 있기에 가지는 감정이라 생각하는 그의 철학은 놀라울 정도의 관용을 낳았다. 이민족들을 관용으로 다스림은 물론 적들 또한 자신의 편으로 만들고자 했다. 이러한 행동은 원대한 목표를 가지고 멀리 생각하는 사람만이 할 수 있는 것이라 생각된다.

셋째, 멀리 내다보고 크게 생각하는 그의 태도이다. 사람들은 보고 싶은 것만을 본다지만 그는 달랐다. 행동을 할 때 손에 잡히는 한 가지의 목표만을 보지 않고 항상 이면에 숨어있는 플러스 알파를 생각했다. 또 많은 것들을 해내야 하는 상황에선 어떤 일이 다른 일에 방해가 되지 않도록 했다. 그런 통찰력을 갖추었기에 카이사르는 위대한 제국의 발판을 마련할 수 있었다. 이런 모습을 보며 나는 그 동안 얼마나 눈앞의 작은 것에 휘둘러 살아왔는지 새삼 깨닫고 깊이 반성할 수 있었다.



〈총, 균, 쇠〉
제레드 다이아몬드 저
지금까지의 문명 발달은
야만과 함께였다
경영공학과 13학번 오지윤

유럽과 아시아, 아프리카에 사는 사람들은 모두 같은 사람인데, 왜 대륙별로 문명의 발달 속도에는 차이가 있을까? 많은 사람들이 한 번쯤 이런 의문을 품었을 것이다. 이를 설명하기 위한 많은 이론들이 만들

어 졌지만, 대부분 다른 인종들을 정복한, 즉 패권을 잡고 있는 민족들의 손으로 만들어져 다분히 인종주의적인 것들이 많았다. 이 책은 그런 제국주의적인 편견 없이 논지를 전개한다.

저자는 발전 속도가 다른 이유를 환경적 요인(식량 생산과 확산의 영향)과 사회적인 요인(대륙의 고립도에 따라 정치적 발전과 타 대륙으로부터 기술 수용도에서 찾는다. 그리고 그 중에서도 군사학적 요인인 '총', 생물학적 요인인 '균', 기술적 요인인 '쇠'로 대륙 별 발전 속도 차이의 이유를 설명한다. 또 이 책이 흥미로운 이유 중 하나는 저자가 야만과 문명을 분리시키지 않는다는 점이다. 책을 읽기 전까지 나는 문명이라는 단어를 떠올릴 때마다 고상하고 향기로운, 야만과는 정 반대되는 느낌을 받았다. 하지만 저자는 야만이 문명의 심장부인 도시에서 발견된다고 말한다. 의학에서 치료법의 개발은 많은 사람들의 죽음 후에 이루어졌고, 기술 또한 사람들에게 도움을 주기 위해 개발됐지만 그 중 상당수는 사람을 죽이는데 사용되기도 했다. 문명의 발전은 인간뿐만 아니라 자연에게도 엄청난 상처를 입혔다. 그리고 현재, 묵묵히 인류의 발전을 지켜보던 자연이 스스로의 생존을 위해 인간에게 신호를 보내기 시작했다. 환경 파괴에 따라 이상기후 등의 현상이 계속 발생하고 있는 것이다. 앞으로의 인류 문명 또한 여태까지처럼 야만과 함께 발전한다면, 언젠가는 그에 따른 엄청난 대가가 결국 우리 인간들에게 돌아올 것이다.

학생들을 향한 무한 애정, 학생과 함께 하는 삶을 사랑하는 오원석 교수와의 만남

글. 박혜림 기자



“정말 좋은 질문이에요!”, “그래요, 바로 그거예요!” 행태과학연구방법론 강의 시간마다 자주 들을 수 있는, 학생들을 격려하는 오원석 교수의 목소리이다. 항상 학생들의 의견에 귀를 기울이고 진심으로 학생들을 독려하는 강의 철학 덕분에 오원석 교수의 강의 시간에는 유독 학생들의 참여가 활발하다. 강의가 끝난 후에도 그의 연구실에는 질문과 토론을 원하는 학생들로 가득하다. 날씨가 점점 따뜻해지는 겨울과 봄의 중턱, 학생들의 참여를 이끌어내는 비결에 대해 듣고자 오원석 교수의 연구실 문을 두드렸다.

2000년도 New York University의 Stern School of Business에서 학위를 받은 오원석 교수는 캐나다 McGillUniversity, 그리고 연세대학교에서의 교수 생활을 거쳐, 지난 2013년 1월 KAIST 경영대학의 식구가 되었다. 오 교수의 연구 분야는 IT 경영, IT가 조직과 시장 그리고 더 나아가 사회에 어떠한 영향을 미치는지 연구하는 분야이다. 오 교수는 그 중에서도 특히 전자상거래에 대한 연구를 많이 진행해 왔으며, 최근에는 Social Media, Mobile Application 등 IT에 의해 변화하는 사회현상과 Social Network 등을 관심 있게 다루고 있다.

오원석 교수는 “IT는 이제 매일 우리 곁에 함께하는 존재입니다. 이제 사람들은 스마트폰이나 소셜미디어 없이 생활하기 힘들어졌지요.”라며 본인 연구 분야에 대한 의지를 나타냈다. 그는 다른 사람들의 기억에 오래 남을 수 있는 의미 있는 연구를 하고 싶다고 덧붙였다. “창의적이고 재미있고 학문적으로 배울 가치가 있는 무언가를 남기는 것이 가장 중요한 것 같아요.” 연구에 대한 자신의 가치관을 밝히는 그의 눈이 빛났다. 또 그는 자신이 원하는 것을 자유롭게 연구할 수 있는 교수로서의 삶에 큰 만족을 느끼고 있었다. 당연해 보이는 현상 속에서도 새롭고 재미있는 무언가를 발견하기 위해 끊임없이 노력하는 연구 자체가 오원석 교수를 이곳까지 오게 한 원동력이 아니었을까?

KAIST 경영대학을 선택한 이유에 대해 묻자 오 교수는 잠시의 망설임도 없이 “바로 학생들”이라고 대답했다. “KAIST의 우수한 학생들에게 감명을 많이 받았어요. 다른 학교 학생들에 비해 우리 KAIST 경영대학 학생들이 확실히 잠재력을 많이 가지고 있어요. 모든 학생들이 학문적인 기본기가 탄탄하고 열정이 넘칩니다. 학생들 Quality는 세계 최고인 것 같아요.” 오 교수의 말과 눈빛에서 학생들에 대한 애정이 느껴졌다. 그는 KAIST 경영대학에서 보낸 약 세 달이라는 시간 동안 경험한, 열정 넘치는 학생들과 학교 전체의 학구적인 분위기 덕분에 KAIST 경영대학에 대한 첫인상이 매우 좋다고 거듭 강조했다. 그 첫인상이 오래 지속되기를 바란다고 말하며, 앞으로 펼쳐질 KAIST 경영대학에서의 생활에 큰 기대를 안고 있는 듯 했다.

오원석 교수는 학생들에 대한 조언도 아끼지 않았다. “학생들이 학교에서 여러 가지 경험을 해보았으면 좋겠어요. 공부도 물론 중요하지만, 공부 외적인 부분에서도 얻을 수 있는 것이 많이 있거든요. 일을 찾아다니는 사람들이 있고 주어진 일만 하는 사람들이 있잖아요. 일을 찾아다니는 사람들은 당장은 힘들어서 후회를 할 수 있지만 나중에 보면 그 모든 경험들이 나에게 자산이 되어 있는 것을 발견할 수 있을 거예요.”라며 다양한 경험을 스스로 찾는 적극적인 자세

세를 강조했다. 또한 “후회하더라도 도전하지 않은 채로 후회하는 것 보다, 도전하고 난 후에 후회하는 것이 훨씬 더 낫습니다.”라는 말로 학생들에게 도전정신의 중요성을 일깨워주었다.

오원석 교수는 강의하는 데에도 본인만의 철학을 갖고 있다. “저는 강의할 때 학생들이 스스로 생각할 수 있는 환경을 만들어주는 것이 가장 중요하다고 믿고 있어요. 그러기 위해서는 학생들의 의견을 항상 독려해주고 동기부여해주는 것이 첫 번째라고 생각합니다.” 실제로 오 교수는 강의 시간에 학생들의 모든 의견에 맞장구를 쳐주며 독려해준다. 소극적인 성격의 학생도 용기를 갖고 자신의 의견을 이야기할 수 있도록 꾸준히 참여를 이끌어낸다. 덕분에 오원석 교수를 좋아하는 학생 팬들도 많다. 학생 팬들이 많은걸 알고 있느냐는 질문에 그는 웃으며 “각자 자신감을 가지면 자신의 능력을 뛰어넘는 결과를 낼 수 있다.”라는 말로 학생 팬들에게 더 큰 용기를 주었다.

끝으로 오 교수는 “우리 학생들이 꿈을 크게 가졌으면 좋겠어요. 동문들 또한 학교에 대한 자부심을 가지고 학교 발전을 위해 노력해주길 바랍니다.”라며 바람을 드러냈다. 그의 최종 꿈과 비전 역시 학생들에 대한 것이었다. “이미 잠재력을 갖추고 있는 훌륭한 학생들을 잘 인도하는 것이 저의 역할이라고 생각합니다. 학생들이 꿈을 이룰 수 있도록 제가 옆에서 돕고 싶어요. 특히 우리 학생들이 학계에 훌륭하게 진출하여 국제적으로 유명한 학자가 될 수 있도록 인도하는 것이 바로 저의 꿈이자 비전입니다. 앞으로 KAIST 경영대학 학생들은 국내 대학교뿐만 아니라 해외 대학교로도 더 많이 진출하게 될 것입니다. 우리 학생들은 이미 충분한 가능성이 있고, 이것이 KAIST 경영대학이 더 크게 발전할 수 있는 방법이라고 생각합니다.”

진심으로 학생들을 아끼는 오원석교수의 꿈이 KAIST 경영대학에서 이루어지기를 간절히 바라본다.

KAIST 경영대학을 선택한 이유에 대해 묻자
오 교수는 잠시의 망설임도 없이 “바로 학생들”이라고
대답했다. “KAIST의 우수한 학생들에게 감명을 많이
받았어요. 다른 학교 학생들에 비해
우리 KAIST 경영대학 학생들이 확실히
잠재력을 많이 가지고 있어요.”

세계 최초로 설립된 SK 사회적기업가 센터, 사회적 기업 생태계 조성 앞장서다

사회적 기업가 정신과 경영 전문 지식을 두루 갖춘 혁신적인 사회적 기업가 육성을 그 목표로 하는 KAIST 사회적 기업가 MBA(이하 SE MBA)가 지난 2월 힘찬 첫걸음을 내디뎠다. SK그룹의 적극적인 지원으로 세계 최초로 설립, 운영되는 이 도전적이고 혁신적인 과정의 개발 및 운영에 핵심적인 역할을 담당하고 있는 곳이 바로 작년 10월에 개소한 SK 사회적기업가 센터(센터장: 이병태 교수)다.

글 류성한 기자



(왼쪽 아래부터 시계방향으로)
강민정 부센터장, 홍영권 매니저,
김혜규 연구원, 이재민 연구원



SK 사회적기업가 센터는 사회적 기업가 MBA학생들의 성공적인 창업과 과정 이수를 지원하고 관련 연구를 수행하는 기관입니다.

1. SE MBA 운영 지원

- SE MBA 정규 커리큘럼 개발 및 지원
- 정규 커리큘럼과 연계된 Co-Curriculum 개발 및 운영

2. SE 관련 연구 및 Publication

- 국내외 SE Case Platform 구축
- SE 관련 연구 수행

3. SE MBA 프로그램 외부 확산

- SE MBA 과정 프로그램 확산
- KAIST 프로그램 타 학교 교수진 확산

4. 창업 및 Scale-up 지원

- SE MBA 수강생 / 졸업생 대상 Mentoring

5. 기능별 Shared Service 지원

KAIST 경영대학과의 협력을 통한 혁신적 사회적 기업가 육성

“저희들이 생각하는 사회적 기업의 가장 중요한 가치는 혁신성입니다. 변화와 혁신을 통해 사회 시스템에 새로운 가치를 제공할 수 있는지의 여부가 핵심적인 기준이에요.” SK사회적기업가센터에서 생각하는 사회적 기업의 정의를 묻는 질문에 강민정 부센터장이 자신 있게 대답한다. SK그룹이 KAIST 경영대학을 파트너로 지목한 이유를 짐작할 수 있는 대목이다. “기존의 기업들도 단순한 CSR (Corporate Social Responsibility, 기업의 사회적 책임) 활동에서 벗어나 사회적 가치를 전사적인 전략에 담아내는 소셜 미션을 추구해야 하는 시대입니다. 이것이 오랜 시간 동안 훌륭한 경영자와 기업가를 양성한 KAIST 경영대학과의 시너지를 기대할 수 있는 지점이지요. 기존의 기업 생태계와 사회적 기업의 생태계를 아우르는 Hybrid Value Chain을 만들어 나가는 일, 사회적 기업과의 연대를 통한 기업의 사회적 가치 실현, 소셜 미션과 이노베이션의 연계 등 다양한 모델의 협력 방식이 나올 수 있으리라 생각합니다.”

SE MBA 커리큘럼 개발과 인큐베이팅 센터 운영이 핵심 사업

SK 사회적기업가 센터는 SE MBA 정규 커리큘럼 개발 및 운영 지원, 국내외 사회적 기업 사례 구축과 창업 인큐베이팅 프로그램 운영 등을 핵심 업무로 진행하고 있다. “사회적 기업의 창업에 초점이 맞춰져 있는 만큼 커리큘럼의 개발에 큰 노력을 쏟고 있어요. 창업에 포커스를 맞춘 <소셜이슈 분석 및 기회 탐색>, <소셜벤처 아이디어 창출>과 같은 정규 커리큘럼과 사회적 기업가 비전 및 목표 수립을 위한 <Being a Social Entrepreneur> 코스, 창업 아이디어 창출 및 설계를 위해 진행하는 <Start-up Weekend> 프로그램이 대표적인 예죠.” 김혜규 연구원의 설명과 함께 SE MBA의 커리큘럼을 들여다보니 많은 고민과 노력의 흔적이 엿보인다. 인큐베이팅 센터를 통한 실질적 지원은 SK 사회적기업가 센터의 또 다른 강점이다. “현재 SE MBA 재학생들이 창업한 5개의 사회적 기업들이 인큐베이팅 센터에 입주해 있고 올해 8월에 추가로 입주 기업을 선발합니다. 내년부터는 1년 단위로 새로운 입주 기업을 선발할 예정이고요.” 인큐베이팅 프로그램 운영을 총괄하고 있는 홍영권 매니저가 인큐베이팅 센터를 소개하며 덧붙인다. “우리 인큐베이팅 센터는 입주 기업 지원과 육성은 물론 새로운 사회적 기업의 창업 지원과 사회적 기업 지원 인프라 구축에 힘을 계획합니다.”

KAIST 경영대학 구성원들의 적극적인 관심과 참여 필요

SK 사회적기업가 센터는 KAIST 경영대학 구성원들이 함께 참여할 수 있는 여러 가지 프로그램을 구성 중에 있다. “지난 3월 4일에는 사회적 기업을 양성하는 아쇼카 재단 베벌리 슈워츠 부회장의 강연이 있었는데요. 앞으로도 <SE Lecture

Series>라는 이름으로 국내외 사회적 기업 전문가들을 초청해 강연을 진행할 예정입니다.” 이재민 연구원이 다른 과정의 학생 및 교수들의 관심과 참여를 부탁하자 강민정 부센터장이 그 뒤를 잇는다. “기업의 사회적 책임이나 소셜 미션에 관심이 있는 분이라면 사회적 기업의 사례들에서 많은 것을 배울 수 있을 거예요. 마이클 포터 교수가 말하는 Creating Shared Value(공유 가치 창출)가 가장 잘 구현될 수 있는 곳이 바로 사회적 기업이니까요.”



인큐베이팅 센터 전경 및
아이디어 룸



경영대학 동문 행사 2013임원 승진 동문 조찬

지난 4월 5일, 시청 앞 플라자 호텔에서는 임원으로 승진한 경영대학 동문을 축하하는 조찬행사가 진행되었다. 이날 행사에는 이병태 경영대학장을 비롯하여 경영대학 교수진과 동문회 임원들이 참석하여 동문들의 승진을 축하했다. 또한 연세대 철학과 김형철 교수의 특강으로 더욱 의미 있는 자리가 마련되었다. 참석한 동문들은 행사 내내 즐거운 시간을 보내며 이러한 자리를 마련해 준 이병태 경영대학장에게 감사의 인사를 전했다.

AIM 총동문회의 Win-Win 전략 - 원우기업 탐방

KAIST 경영대학 AIM 총동문회는 2013년 원우기업 탐방을 시작했다. 이는 동문 기업 중(대기업보다는 중소기업들 중) 우수한 기술력과 경영시스템을 갖춘 자랑할 만한 기업을 KAIST 동문들에게 소개해 더 좋은 기업으로 발전할 수 있도록 돕기 위한 프로그램으로, 지난 1월 28일 KAIST AIM 11대 총동문회가 새롭게 구성된 후 동문회 활성화 계획의 일환으로 추진됐다.

3월 28일 진행된 첫 탐방 기업은 (주)태방파텍(www.taebang.com)으로 AIM 33기동문인 정희국 대표가 1989년 1인 창업 기업으로 설립해 지금은 세계 최고의 포장재 전문 제조회사로 성장한 회사다. 태방파텍은 식품문화를 선도하고 풍요로운 삶을 지향하는 세계일류 포장재 제조회사를 만들겠다는 경영이념을 가진 회사다. 식품포장재의 새로운 혁명을 일으킨 '숨 쉬는 필름', '숨 쉬는 장독대', '하이-팩(Hi-Pac)'을 개발하는 등 지난 20년간 꾸준히 쌓아 온 포장재 개발 및 생산 기술력을 바탕으로 2010년 4월 29일 중소기업청으로부터 기술혁신형 중소기업(INNO-BIZ)에 선정된 훌륭한 기업이다.

KAIST AIM 총동문회는 원우기업 탐방을 통해 각 분야의 동문 기업인들이 서로의 경험과 노하우, 경험에서 나온 시행착오들을 공유해 비즈니스에 도움이 되기를 기대하고 있다. 이는 분기에 1번씩 연 4회를 진행될 예정으로, 탐방 기업은 KAIST AIM 동문 중 본인의 기업을 소개하고 싶은 동문들을 우선적으로 선정할 계획이다. KAIST AIM 총동문회는 “원우기업 탐방을 통해 신생기업, 본인의 기업을 자랑하고 싶은 동문은 회사 PR도 하고 관련 기업들과 비즈니스도 확대될 수 있을 것”이라며 AIM 총동문회 사무국에 신청하면 적극적으로 추진해나가겠다”는 말을 전했다.

문의: AIM 총동문회 이충환 사무총장 : springjh@gmail.com



교수님들이 동문분들을 위해 아메리칸 핫도그와 피자를 준비하고 있습니다.
KAIST Professor Chef님들의 사진을 공개합니다.

+ Mobile Find People을 활용하자!

- 2013년 KAIST 경영대학은 Smart Phone의 활용도가 높아진 상황을 고려하여, Mobile Find People APP을 개발하고 있다.
- 오는 5월 초 Grand Open을 할 예정으로, 개인정보보호법에 의거해 개인정보공개에 동의한 학생/동문에 한하여 위 서비스를 제공한다.
- 동문들에게는 '내 손안의 동문 주소록'으로 기능하며 본인의 정보를 손쉽게 업데이트하고, 다른 동문들을 쉽게 찾아 연락할 수 있게 된다.
- Mobile Find People APP을 활용하기 위해서는 사전 개인 정보 공개 설문에 반드시 “동의” 해야 한다.

* 이메일 동의를 아직도 하지 못했다면?

nrlung@business.kaist.ac.kr로 연락하면 된다.

* 동의하지 않은 동문은 본인의 정보가 다른 동문들에게 공개되지 않으며, 본인도 APP을 이용할 수 없다.

2013 홈커밍데이 ‘Re-Membering KAIST 경영’ 안내

KAIST 경영대학의 모든 동문들을 위한 홈커밍데이! 2013년에는 5월에 개최됩니다. ‘Re-Membering KAIST 경영’ 홈커밍데이 행사에는 교수님들과 동문들이 함께 참여하는 탁구 경기, 골프 등 간단한 운동 대회도 준비되어 있고, 갤러리 전시 오프닝과 함께 일러스트레이터 강일구 작가에게 작품 설명을 듣는 작가와의 만남 시간도 준비되어 있습니다. 오전 시간에는 가족과 함께 즐길 수 있는 수목원 걷기 행사도 준비 중에 있습니다. 많은 관심 부탁드립니다.

일시 2013. 5. 11(토), 12:00~17:00

장소 KAIST 서울캠퍼스 Atrium

프로그램 홍릉수목원길 걷기, 운동 경기, 네트워킹의 시간, BBQ
American Hotdog Party, 갤러리 전시 및 강일구 작가와의 만남 등(예정)

NOTICE

정보미디어 경영대학원, 오일홍 재단 장학생 선발

지난 3월 12일 KAIST 경영대학에서 오일홍 재단 장학금 수여식이 열렸다. 올 해 수여식의 주인공은 인도네시아에서 온 Anggriawan이다. 이날 행사에는 오일홍 재단의 오종훈 이사장(현 정보미디어 경영대학원 초빙교수)와 왕수현 이사가 함께 참석하여 자리를 빛내 주었다. 오일홍 재단은 고(故) 오일홍 연세대학교 교수의 유지를 받들어 지난 2000년에 설립된 장학 재단으로, 글로벌 시대를 이끌 인재를 발굴, 육성하기 위해서 다양한 사업을 추진하고 있다. 그 일환으로 2009년부터 정보미디어 경영대학원의 외국인 학생들에게도 장학금을 수여하고 있다. 이날 수여식에 참석한 오종훈 교수와 왕수현 재단 이사는 향후에도 KAIST 경영대학과의 지속적인 유대를 바탕으로 외국인 학생들에게 더 많은 기회를 부여하겠다고 전했다.

오일홍 재단 홈페이지 www.ohilhong.or.kr



KAIST 경영대학 기부자 여러분께 깊이 감사드립니다! (2013년 1월~2013년 3월)

기업기부

맥쿼리은행 서울지점 맥쿼리자산운용(주) 맥쿼리증권(주)
맥쿼리코리아오퍼튜니티즈운용(유) 맥쿼리파인뱅크코리아

개인기부

후배사랑 장학금

백승훈 FMBA 15기
김중우 TMBA 16기
조만희 FMBA 15기 조아라 동문 학부형
구윤모 TMBA 16기
최영란 IMBA 5기

일반기금

주현 EMBA 4기 아이에이치엘 대표이사 사장
나승식 지식경제부 정보통신 정책과장

단체기부

EMBA 8기

강상호 국승표 권극상 권기석 권재원 김무성 김상균 김석규 김선희 김성엽
김영해 김재민 김창범 김창한 박상진 박성일 박성현 박인규 박정미 변일호
송명근 신태철 심재우 안병수 양재호 우지인 이승준 이 철 이현복 이현주
임주수 임한준 전호진 정용희 최우석 최현수 한준희

AIM 37기

권혁웅 김지영 김호대 김환석 박동수 성철환 송기국 유광하 윤규선 이길수
이남수 이승봉 이재하 이재홍 이종철 이찬열 장희현 조성용 채지웅 최규설
최현숙 한갑수 한상문 황인제

Powerful KAIST Network!

Why? KAIST 경영대학에서 해답을 찾으십시오

KAIST 경영대학 학과/전공별 입학설명회

전공	일시	장소	문의
녹색정책석사	5. 4(토), 11시	수펙스경영관 5층, 최종현홀	yunij45@business.kaist.ac.kr 02-958-3051
금융MBA 금융공학석사	5.25(토), 2시	수펙스경영관5층 최종현홀	jaimekim@business.kaist.ac.kr, ehlee2@business.kaist.ac.kr, 02-958-3121~2
정보미디어MBA	5.28 (화), 저녁 8시	수펙스경영관 4층, 402 강의실	ejyu@business.kaist.ac.kr 02-958-3661
경영공학과(석박사과정)	6.27 (목), 2시~5시	1호관 대강당	byonhk@business.kaist.ac.kr, 02-958-3601, 3603

※전체 입학설명회와 별도로 전공별 설명회가 진행되오니, 일정이 맞지 않는 분들은 위의 일정에 참석하실 수 있습니다.