

행복한 학교

방과 후 배움의 기회가 필요한 학생들과
가르칠 기회가 필요한 선생님들
모두가 행복할 수 있는 학교

행복도시락

어려운 이웃과 따뜻한 도시락을 나누는 것에서 나아가
전국 곳곳에서 도시락을 만드는 일자리까지 나누는 회사

행복나래

연 매출 천억 원의 MRO 사업(소모성 자재 구매 대행사업)을
통해 중소기업과 사회적기업을 위한 협력의 장을 넓혀가는 회사

사회적기업 - 더 행복한 사회를 만드는 SK의 새로운 길입니다

물고기보다 물고기 잡는 방법을 나누듯
더불어 함께 하는 방법도 새로워져야 합니다

이것이 바로 SK가 '사회적기업'을 만들고
사람을 키우는 이유입니다

일 자리를 만들고 수익은 나누어
사회에 환원함으로써
사회문제를 해결하는 '사회적기업'

SK는 사회적기업과 함께
우리 사회의 발전을 위한
새로운 길을 만들어 가고 있습니다



Frontier

Vol.17 No.3

2012 AUTUMN

KAIST 경영대학

INSIGHT ZONE

戰略的機敏性 한국기업의 경쟁우위
정치 논리가 바뀔 경제 지형
소비자이자 시민의 다음 생활방식
1인 가구와 공유경제가 만났을 때

GLOBAL ZONE

2012년 런던이 보여준 지속가능한 올림픽
세상을 움직이는 외유내강의 리더, 그리스에 모이다

POWER ZONE

송헌중 동문(SK하이닉스 전무·미래전략실장) 인터뷰

INSIDE ZONE

KAIST 경영대학인의 특별했던 여름방학 도전기
사이, 그리고 〈포레스트 검프〉 어느 바보들의 행진

Frontier Contents

2012 Autumn

Cover Story

2012년 가을 대한민국은 다양한 변화의 기로 앞에 서 있습니다. 이에 Frontier 가을 호에는 급변하는 환경 속에서 기업과 경영인, 그리고 KAIST 경영대학인들이 놓치지 말아야 할 변화의 핵심 키워드, 경영에서의 전략적 기민성에 대한 사례를 담았습니다. 변화 속에서 찾는 기회는 발견하는 것이 아니라 창출하는 것이라고 합니다. Frontier가 여러분의 기회와 가치 창출에 작은 힘이 되었으면 합니다.

Frontier 14기 학생기자단

류성한	경영공학 박사과정 hans@business.kaist.ac.kr Integrity, Responsibility and Positive Thinking.	
신승훈	경영공학 석사과정 amakiller@business.kaist.ac.kr the thing with feathers.	
이현규	경영공학 석사과정 ptnsweet@business.kaist.ac.kr => always.	
전승현	테크노 MBA 11 학번 realjblues@business.kaist.ac.kr '다 그런 거야'라고 말하며 살기보단 뭔가 바꿔보고 싶은 30살	
최안나	테크노 MBA 11 학번 annachoi@business.kaist.ac.kr "신바레이션, get a buzz out!!!"	
한재환	테크노 MBA 11 학번 ione1@business.kaist.ac.kr 인생은 아름다워~	
황신혜	테크노 MBA 11 학번 misslove@business.kaist.ac.kr Peace, beauty, love	

04



DEAN'S LETTER

04 싸이의 강남스타일,
우리의 'KAIST 경영대학 스타일'
[이병태 KAIST 경영대학 학장](#)

06



INSIGHT ZONE

THEME 기업환경 변화와 전략적 기민성

- 06 戰略的機敏性 한국기업의 경쟁우위
[정구현 KAIST 경영대학 초빙교수](#)
- 08 정치 논리가 바뀐 경제 지형
- 10 소비자이자 시민의 다음 생활방식
- 12 1인 가구와 공유경제가 만났을 때

16



GLOBAL ZONE

- 14 2012년 런던이 보여준 지속가능한 올림픽
대형 스포츠 행사의 경제적 효과
[박광우 교수\(금오전문대학원\)](#)
- 16 모두에게 열려있는
인터랙티브한 여행 플랫폼, Open Ticket
[정보미디어 MBA 30대 4명의 좌충우돌 미국 횡단기](#)
- 18 세상을 움직이는 외유내강의 리더,
그리스에 모이다
[2012 세계 여성지도자회의의 참관기](#)

POWER ZONE

- 20 변화에 따른 기업의 체질 변화와 준비가
기업이 살아남는 최고의 전략
[송현중 동문\(캐이비스 전무·미래전략실장 ATM 16기\)](#)
- 22 Being a Global MBA Student at KAIST
[Irene choe\(CJ America, 정보미디어 MBA 11\)](#)

26



INSIDE ZONE

- 23 KCB's got talent
'Portfolio Management Competition'
1위 달성, 박준신 학우를 만나다
- 24 KCB's got talent
"따뜻한 기업이 정신이 궁금하다면?
우리에게 물어보세요!"
[KAIST 경영대학인의 특별했던 여름방학 도전기](#)
- 26 Contents Insight Column
싸이, 그리고 〈포레스트 검프〉
어느 바보들의 행진
- 28 New Faculty Introduction
KAIST 경영대학의 미래를 책임질 신임 교수 4인방
- 30 Lab
다양한 주제 융합의 연구 공간,
기업재무 연구실
- 31 Book Review
다독다독 KAIST 경영대학인 추천도서

34



NOTICE

- 34 KAIST 경영대학 동문 행사
- 35 동문 네트워크를 통한 가치 창출을 기대하다
[조두희 경영대학 동문회 부회장](#)
- 36 경영대학 동문이라면 누구나
Power Alumni Search
- 37 Development Fund

싸이의 강남스타일, 우리의 'KAIST 경영대학 스타일'

이병태 KAIST 경영대학 학장

싸이의 성공에서 볼 수 있듯 구성원의

Engagement(적극적인 관여)가 전제가 되어야 한다.

교수, 동문, 직원, 학생이 글로벌 성공에 대한 갈망을 갖고

참여하고 기여할 때, Innovation(혁신)이 시장 성공으로 귀결될 것이다.

싸이의 강남스타일이 세계의 눈과 귀를 장악하여 화제다. 최근 해외출장 중에 만난 많은 사람들이 한국에서 온 나를 만나자마자 삼성과 애플의 지적재산권 분쟁과 강남스타일 이야기를 시작했다. 유럽의 경영대학장들은 그들의 삼성 스마트폰을 보여주며 '아직도' iPhone을 쓰는 나를 놀리기까지 했다. 과거의 그들은 내게 남북 관계를 물어오곤 했었다. 발음도 어려운 김정일, 김정은은 남한에 무슨 일을 할 것인가 하는 질문이었다. 그런 과거에 비교하면 우리는 지금 한국인이라는 것이 정말 자랑스러운 시대에 살고 있다.

대한민국의 자랑이 된 싸이의 강남스타일의 성공을 경영학적으로 풀어보면 다음과 같다. 첫째, 강남스타일은 Innovation(혁신)을 뜻한다. 보도에 따르면 싸이는 이 작품(음원과 비디오)을 만들기 위해 Open Innovation을 과감히 수용한 것으로 알려져 있다. 즉 좋은 아이디어를 광범위하게 구했고 세상 사람들이 즐겨워할 지금까지와는 다른 춤을 탄생시켰다. 좋은 Innovation이 성공하려면 아이디어만으로는 부족하다. 바로 혁신을 전파하고 고객이 수용하게 하는 Engagement(적극적인 관여)가 필요하다. 싸이는 고객에게 혁신을 전파하기 위

해 YouTube에 Video를 무료 공개함으로써 SNS Viral Marketing의 씨앗을 뿌렸다. 다른 K-pop 스타들도 같은 노력을 해 왔으니 이러한 마케팅 노력만으로는 그의 성공을 설명하기가 충분하지 않다. 고객을 사로잡는 혁신은 Impact(큰 영향력)를 창출한다. 시장이 혁신에 반응할 때, 싸이는 미국으로 날아가 주요 미디어에 출연을 하며, 광고 효과를 극대화하는 Engagement로 성공을 견인하는 모습을 보여주었다. 즉 싸이는 글로벌 시장을 공략할 역량을 갖추고 있었기 때문에 이 큰 성공이 가능했다. 이로써 시장에서의 성공은 Innovation-Impact-Engagement의 연결고리라고 볼 수 있다. 그리고 글로벌 시장에서의 성공은 글로벌 역량이 필수적임도 보여주고 있다.

그렇다면 KAIST 경영대학의 스타일, 특히 글로벌 시장에서 성공할 우리의 스타일은 무엇일까? 우선 우리는 그러한 성공을 갈망하고 있는가? 갈망하지 않는 성공은 우연의 산물이고 지속적이지 못하다. 강남스타일은 한 곡의 성공이지만 경영학 교육 시장에서 순간적인 우연적 성공을 기대할 수는 없다. 불행하게도 한국의 교육은 아직 글로벌 성공을 갈망한다고 말하기 어렵다. KAIST 경영대학도 글로벌화를 일찍부터

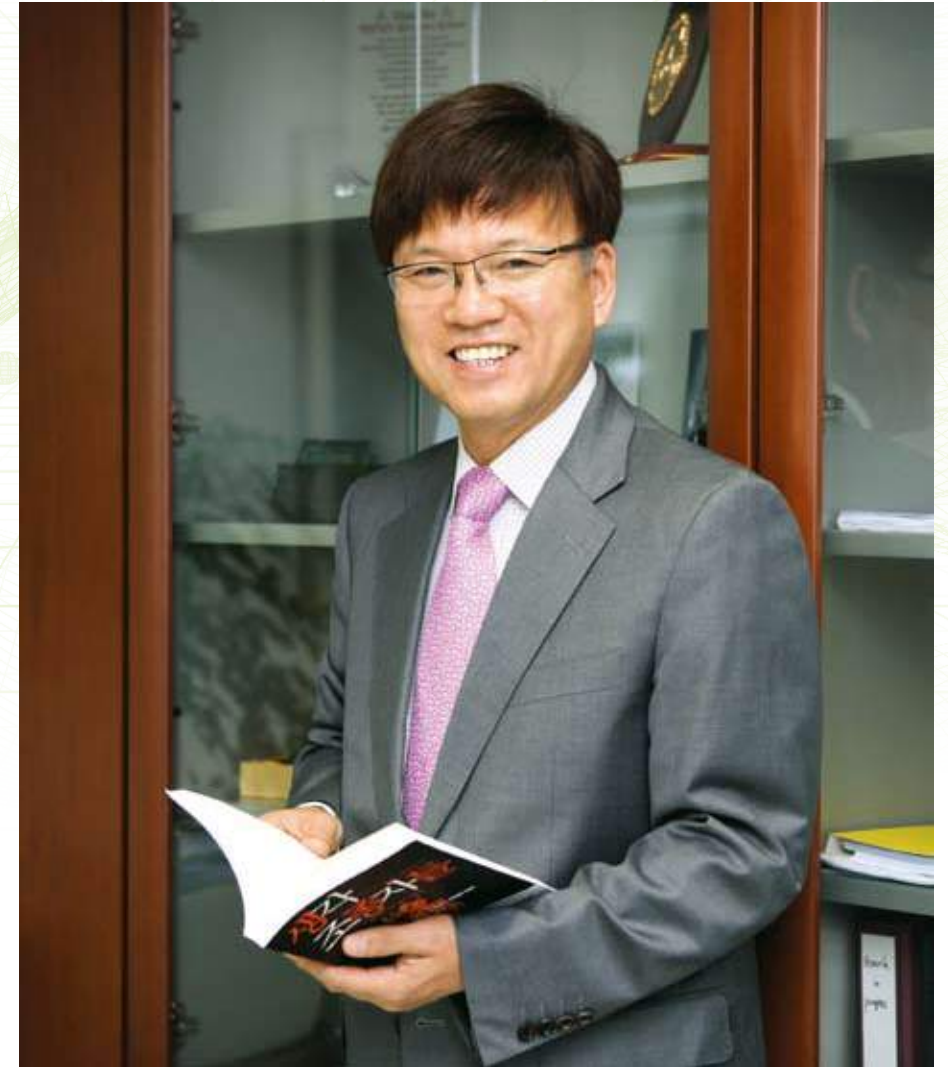
조직의 목표로 삼고 있지만 비즈니스의 글로벌화에 수동적으로 대응하는 수준이지 아직 글로벌 성공을 갈망한다고 주장하기에는 큰 괴리가 있다. 글로벌 성공을 위해서는 우선 우리가 내세울 수 있는 혁신(Innovation)이 있어야 한다. KAIST 경영대학은 규모의 경제, 그리고 재정적 자원을 가지고는 국제적으로 경쟁할 수 없다. 국제적으로 큰 경영대학들은 학부 학생만 만 여 명이 넘는 학교들도 많이 있다. 따라서 차별화를 통한, 즉 혁신을 통한 경쟁을 하여야 한다. 세상에 Impact를 줄 수 있는 혁신이 필요하다.

KAIST 경영대학은 금년에 이러한 영향력 있는 Innovation을 위한 많은 준비를 해왔다. 우선 차별화된 다양한 신규과정을 개설하였다. 보다는 사회에 기업이 창출하는 가치를 공유하고자 하는 가치관으로 무장된 창업가를 양성할 사회적기업가 MBA(Social Entrepreneurship MBA)를 신설하여 첫 입학생을 모집하였다. Job Seeker가 아닌 Job Creator를 양성하고자 하는 새로운 시도다. 우리는 현재 글로벌 경제가 좋은 일자리 부족으로 고통 받고 있는 현실을 잘 알기 때문에 이러한 실험이 성공한다면 큰 Impact를 창출할 것이다. 이와 유사한 개념

으로 내년에는 인류의 기후변화와 에너지 문제의 해결을 지향하는 녹색성장경영 프로그램이 신설될 예정이다. 이러한 새로운 과정들은 인류의 가장 큰 이슈들에 대한 우리의 선제적인 대응이 될 것으로 기대한다. 또한 금융공학 석사, 정보경영 석사과정을 신설하여 한국 산업의 요구에 보다 세분화된 대응을 준비하였다. 수요자에게 선택의 폭을 넓히는 Professional MBA도 신설된다.

하지만 이러한 외형적 확대는 단지 시작일 뿐이다. 싸이의 성공에서 볼 수 있듯 구성원의 적극적인 Engagement가 전제가 되어야 한다. 교수, 동문, 직원, 학생이 글로벌 성공에 대한 갈망을 갖고 참여하고 기여할 때, Innovation이 시장 성공으로 귀결될 것이다.

이제 KAIST 경영대학은 2014년을 기점으로 서울 캠퍼스 전체를 독점적으로 사용하는 거대한 규모의 경영대학으로 성장을 준비하고 있다. 금년에 외형적 성장을 위한 제도적, 재정적 기반을 확충하고 KAIST 구성원의 동의를 구하는 노력을 적극적으로 펼쳐왔다. 우리는 이 큰 공간에 어떤 스타일의 경영대학을 만들 것인지에 대한 창의적인 생각이 절실하다.



우리는 글로벌 성공의 역량과 가능성을 가지고 있을까? 최근에 KAIST 경영대학은 외국대학으로부터 그들의 Executive MBA 학생들을 위한 Customized 과정을 요청 받고 교육을 수행하고 있다. 금년에도 Indian Institute of Management at Bangalore, 태국의 Sasin Business School, 사우디아라비아의 King Fahd University of Petroleum and Minerals 학생들을 위해 과정이 개설되었다. 한국에서 최초로 교육을 수출하는 학교가 된 것이다. 그리고 많은 외국대학에서 유사한 요청이 오고 있다. 또 금년에는 우리의 박사과정 학생이 미국 대학의 교수로 진출하였다. 한국기업과

Entertainment 산업의 부상도 우리 학교의 글로벌 기회에 한 몫하고 있다. 'Innovation-Impact-Engagement'라는 싸이의 성공 공식이 우리에게 글로벌 성공의 갈망을 자극하고 있다. 오직 우리에게 필요한 것은 글로벌 갈망을 Innovation으로 승화시키는 노력과 Global Engagement를 할 수 있는 내부 역량을 갖추는 일만 남았다고 생각한다.

서울 캠퍼스 전체를 경영대학이 운영하는 2차 도약의 시대에 색깔 있는 KAIST 경영대학 Style이 분명하게 드러나는 미래를 다 함께 꿈꾸자. 아주 달콤한 꿈을...



전략적 기민성 戰略的機敏性 [한국기업의 경쟁우위]

2008년 9월 리먼브라더스의 파산으로 세계경제는 금융공황 상태에 빠졌고 경기는 급강하하였다. 2009년 1월 현대자동차는 미국 시장에서 새 차를 구입한 후 1년 이내에 실업자가 되면 고객의 차를 회사가 다시 사주는 '어슈런스' 프로그램을 발표했다. 2009년의 세계적인 대불황 속에서도 현대자동차의 2009년 미국 시장 매출은 전년 대비 6.2% 증가하였다.

기업의 환경이 급변할 때 이에 기민하게 대응해서 변화를 오히려 기회로 만드는 능력, 이것이 '전략적 기민성'이다. 영어로는 'Strategic Agility'라고도 한다. 영어로 'Agility'라는 단어는 '유연성'이나 '신축성'이라고 번역하는 것이 맞겠는데, 기업의 상황에서 변화에 제대로 대응하려면 단순히 유연한 것만으로는 부족하고 우선 변화를 잘 감지해야 하고, 여기에 대응해서 의사결정을 제 때에 해야 하며, 실제로 일을 신속하게 처리해야 한다. 그래서 '환경의 변화가 있을 때 이를 기회로 삼아 재빨리 유리한 사업과 전략을 시행하는 능력'을 우리는 '전략적 기민성'이라고 부르기로 한다. '機敏性'이란 한자어를 보면 '기회'라는 뜻과 '민첩성'이라는 뜻이 모두 담겨 있어서, 영어의 Strategic Agility 보다도 더 잘 우리가 생각하는 기업의 환경대응 능력을 나타내 준다.

IMF 위기 이후, 특히 2000년 이후 우리나라 기업들의 경쟁력이 크게 향상되고 세계적인 기업도 많이 나오고 있다. 이러한 '한국 글로벌 기업(Korean global corporations; KGC)'의 성공 요인으로는 먼저 '운영효율성'을 들 수 있다. 운영효율성이란 조달, 생산과 유통을 아우르는 부가가치체인(Value Chain) 전체에서 달성하는 높은 생산성을 가리킨다. 이는 ERP나 SCM과 같은 IT 시스템을 활용하여 생산효율을 높이고, 수요에 탄력적으로 대응하여 재고를 줄이는 등의 다양한 노력의 결과다. 같은 사업을 해도 더 효율적으로 한다면 이는 상당한 경쟁력이 된다. 실제로 독일의 유명브랜드인 MCM을 인수한 성주그룹은 Value Chain의 효율화와 중국시장의 진출을 통해서 높은 경영성과를 올리고 있다. 철강이나 조선과 같은 중공업, 급변하는 IT 산업, 패션이나 다른 소비재의 경우 모두 운영효율성이 지금 이 시기의 한국기업의 가장 큰 경쟁력의 원천이다.

KGC의 두 번째로 중요한 경쟁력의 원천이 전략적 기민성이다. 경영전략 문헌에서는 현재 '자원기반이론'이 주류를 이루고 있는데, 간단히 말하면 '경쟁사가 갖고 있지 않고 쉽게 모방할 수 없는 우위'를 가진 기업이 높은 경영성과를 올린다는 주장이다. 한 시점에서 이 주장은 맞지만, 동태적으로 보자면 좀 더 설명이 필요하다. 한 기업이 장시간에 걸쳐서 경쟁우위를 유지하는 비결은 무엇일까? 이는 두 가지 요인으로 설명이 가능하다. 하나는 기업이 가진 '좋은 습관'이며, 또 하나는 자원의 재결합 능력이다. 사람이 건강을 유지하려면 '균형 잡힌 식사와 적절한 운동'과 같은 좋은 습관을 가지고 있어야 하듯이, 기업도 '고객지향, 효율성, 혁신성'과 같은 좋은 습관을 가지고 있으면 계속해서 경쟁력 있는 기업으로 남아 있을 수 있다. '자원의 재결합 능력'이란 상황이 변할 때 이에 대응해서 기업이 가진 자원을 재배치하고 재결합하는 능력을 가리킨다. 10년이라는 짧은 기간에 식품과 소비자 위주의 내수지향 그룹에서 세계적인 중장비 그룹으로 변신한 두산(斗山)이 이러한 자원 재결합 능력을 가장 잘 보여 주고 있다.

'전략적 기민성'이란 이런 기업의 동태적인 능력, 그러니까 변화에 잘 적응하는 능력을 가리킨다. 그런데 이런 역량이 어디에서 나올까? '기업가 정신'과 임직원의 '과업 몰입(Task Commitment)'의 두 가지라고 생각한다. 기업가 정신이란 '자원의 제약이 있음에도 불구하고 새로운 사업을 일으키는 능력과

'전략적 기민성'이란 변화에 잘 적응하는 능력을 말한다. 그렇다면 이런 역량은 어디에서 나오는 것일까?

크게 '기업가 정신'과 임직원의 '과업 몰입' 두 가지라고 생각한다.



정신'이라고 정의할 수 있다. 그런데 새로운 사업을 하려면 기회를 잘 포착하는 것이 매우 중요하다. 특히 같은 상황에서 기회를 포착하는 기업가의 통찰력이 중요하다. 문제집 사업으로 한 때 크게 사업을 일으켰던 어느 회장의 이야기다. 1980년 신군부는 정권을 잡은 후에 과외금지 조치를 발표했다. 요즈음으로 말한다면 일종의 포퓰리스트 교육정책이었다. 당시 이분은 시내버스를 타고 가다 이 소식을 라디오 방송에서 들었다는데, 그 때 '가정방문 문제집 사업'을 구상했다고 한다. 전형적인 기업가의 전략적 기민성이다. 아마 이분은 당시 무슨 사업을 할까 많이 고민하고 있었을 것이고, 그래서 과외금지 소식에서 사업 기회를 찾았을 것이다. 내 사업에 대해서 계속해서 고민하면서 기회를 찾는 것이 기업가 정신이다. 그러나 기업의 오너만이 기업가 정신이 있는 것은 아니다. 전문경영자도 사업에 대해서 계속 고민하면 환경에 대해서 민감해지고 전략적으로 대응할 수 있을 것이다. 그러나 조직이 관료화되면 이런 전략적 기민성이 악화된다. 우리나라 기업은 아직 오너 체제가 주류이기 때문에 신축성과 속도감 있는 환경대응이 가능하고 따라서 전략적 기민성이 뛰어난 것이다.

'과업 몰입'이란 임직원이 자기 일에 대해서 끝을 보겠다는 마음을 가지는 것을 가리킨다. 우리나라의 근로자는 세계적으로 장시간 일하는 것으로 유명하다. 2010년 통계를 보면 한국의 근로자는 연간 2,193시간을 일해서 OECD 평균보다 418시간을 더 일했다. 1주일 5일 기준으로 하루에 1.6시간 쉼 더 일한 셈이다. 장시간 근무는 생산성이 낮아서 그런 것도 있겠지만, 한국 근로자의 자기 일에 대한 책임감과 몰입을 나타낸다. 요즈음도 KGC의 해외 법인을 보면 한국에서 나간 주재원들은 주말에도 나와서 자기들끼리 일을 한다. 이러한 '과업 몰입'의 덕택에 일처리의 속도가 나옴, 그래서 환경 변화에 제 때 대응하게 된다고 생각한다. 한국기업의 기업가 정신과 과업 몰입이라는 장점은 앞으로로도 계속될 수 있을까? 여러 여건의 변화로 인해서 장기적으로는 둘 다 약해질 것으로 전망된다. 그러나 당분간은 이러한 소유구조와 기업문화의 특징이 유지되어서, 한국기업의 '전략적 기민성'이 계속되기를 바란다.



글 정구현
KAIST 경영대학 초빙교수

정치 논리가 바꿀 경제 지형

글 전승현 기자

2012년 총선이 얼마 남지 않았다. 앞으로 다가 올 대한민국 5년의 리더십을 선발해야 하는 거대하고도 중요한 이벤트다. 대선 레이스가 본격화되고 후보들 간의 구도가 명확해지면 여러 논점들 중에서도 특히 경제에 대한 논의가 가장 활발해질 것이다. 그렇다면 이런 논의 끝에 얻어지는 결론은 기업들에게 어떤 영향을 끼치며 기업들은 이에 대해 어떻게 기민하게 대비해야 할까.

경제민주화

2012년 대선후보들이 공통적으로 자신들의 공약에 언급하고 있는 것이 있다. 바로 '경제민주화'이다. 문제는 모두가 저마다의 의미를 '경제민주화'라는 조어에 투영하고 있다는 점이다. 일부 사람들은 바로 이 점에서 경제민주화라는 조어 자체에 비판적인 의견을 나타낸다. 구체적인 뜻이 없다는 것이다. 사실이다. 현재의 경제 상황에 대한 총체적 반발을 쉽고 넓게 받아들이 수 있는 하나의 조어에 담으려다 보니 스펙트럼

이 넓어지고 초점이 흐려졌다.

하지만 원칙적으로 보면 경제민주화란 헌법 119조 2항에 근거한 '소득 재분배'와 '독점 규제'를 통해 국민경제의 성장과 안정을 도모하는 것이다. 여기서 우리는 현재 대선 과정에서 화두가 되고 있는 두 부분의 논점을 찾을 수 있다. 바로 '복지(소득 재분배)'와 '재벌 개혁(독점 규제)'에 관한 논의다.

기업은 이 두 부분 모두에 민감할 수밖에 없다. 복지에 관한 논쟁은 '누가 무엇을 얼마나 가져

가야 하느냐'라는 명제에서 출발하는데, 이는 법인세율과 최저임금 수준에 대한 논의를 포괄하기 때문이다. 또한 재벌 개혁 역시 '무엇이 올바른 구조인가'에 관한 주제로 시작되어 결국엔 금산분리, 지분과 의사결정권 사이의 괴리조정, 그리고 공정계약 등의 영역에서 합의가 도출되어야 하는 부분이다. 즉, 기업은 앞으로 맞이할 새로운 5년을 대비하며 법인세율 조정과 최저임금 상승(회계/재무 영역), 금산분리 및 금융지주회사법 개정과 가공의결권 규제(지배구조 영

역), 도급계약 관리감독 강화(공정거래법 관련영역) 등, 사업 전반적인 부분에서 총체적인 대비를 해야만 한다.

이 중에 금융지주회사법 개정이나 가공의결권 규제 등과 같은 몇몇 부분들은 소위 말하는 '재벌 기업'들을 타깃으로 하는 만큼 일반 기업들에게는 그리 큰 불확실성이 아닐 수도 있다. 하지만 최저임금 상승이나 공정거래법의 강화 등은 거의 모든 기업들에게 영향을 끼칠 수 있는 부분이므로 미리 준비를 해야 한다.

최저임금 문제

지난 6월, 최저임금위원회는 2013년 최저임금을 6.1% 인상된 4,860원으로 결정했다. 하지만 일부에서는 이 최저임금 인상이 생계비 상승률인 6.4%에도 미치지 못한다는 비판을 내놓았다. 2012년 대선후보들이 '민생회복'과 '내수 증진'을 외치고 있는 지금, 앞으로 출범할 정부는 지속적인 최저임금 상승 정책을 펼칠 가능성이 크다. 현 정권이 강력하게 추진했던 부자감세 정책과 그로 인한 '낙수효과(Trickle-down Effect)'가 결과적으로 실패했기에, 중하위 계층의 실질소득을 향상시켜주는 정책으로 내수증

진과 국민경제 활성화를 도모할 것이다.

기업의 근로자들은 동시에 국민경제의 소비자들이다. 따라서 그들의 전체적인 구매력이 높아진다는 것은 기업에게도 긍정적인 요인이다. 게다가 경제지표가 나빠진다고 해서 근로자를 해고하거나 열악한 노동 계약을 강요하면 근로자들의 기업에 대한 충성심이 손상되며 노력·발전에의 의지를 상실하게 된다. 이는 장기적으로 기업에게는 치명적인 기회비용이 될 수 있다. 지속적으로 임금 상승 압력을 받는 상황에서 기업에게 중요한 것은 '그러한 임금을 지불할 능력이 있는가', 혹은 '그러한 임금 상승 압력을 억제할 방안이 있는가'가 아니다. 정말 중요한 것은 원활한 노사협의체제가 구축되어 있는가 하는 점이다. 세계적 경기 침체가 예상되는 상황에서 노사가 원활한 합의점을 얼마나 빠르게 찾아내느냐가 다음 5년의 기업 경쟁력을 결정할 것이다.

공정거래와 공정계약

현재 경제민주화에 관한 논의는 횡령·배임에 대한 집행유예 금지, 순환출자 금지 등의 재벌개혁 주제에만 초점이 맞춰져 있다. 그것이 가장

'가시적'이고 '뉴스거리'가 될 만하기 때문이다. 하지만 이런 조치만으로 건강하고 공정한 경제구조를 만들어낼 수는 없다. 따라서 다음 정권에서는 실질적인 경제구조 개혁을 위한 조치들이 강화될 것이다.

우선 대기업과 하청업체 사이에 있었던 모든 불공정 관행들(하청업체의 마진율이 일정 수준을 넘어서 때 새로운 단가 인하 계약을 강요하는 등)에 대한 규제가 강화될 것이다. 또한 담합을 적발하는 방식에 대한 비판도 거세지면서 자진 신고자 감면제도(리니언시, Leniency)의 축소도 검토되고 있다. 징벌적 손해배상제 강화, 집단소송제 대상 확대 등도 뒤따를 가능성이 크다.

이런 상황에서 기업이 할 수 있는 최고의 대비책은 '투명성'과 '공정성'을 유지하고 강화하는 것이다. 그것은 언제나 '옳은 말'이었지만 지금처럼 '절박한' 선택으로 부각된 적이 없었다. 만약 차기 정부가 중간에 그 의지를 잃어버린다고 해도, 지금처럼 '올바름과 정의'에 대한 대중의 열망이 강렬할 때에, 공정한 계약 이행과 투명한 경영의 유지는 강력한 어필 포인트가 되어줄 것이다. 언제나 답은 자명하다. 그것은 바로 '기본에 충실하기'다.

기업이 할 수 있는 최고의
대비책은 '투명성'과 '공정성'을
유지하고 강화하는 것이다.
그것은 언제나 '옳은 말'이었지만
지금처럼 '절박한' 선택으로
부각된 적이 없었다.
만약 차기 정부가 중간에
그 의지를 잃어버린다고 해도,
지금처럼 '올바름과 정의'에 대한
대중의 열망이 강렬할 때에,
공정한 계약 이행과 투명한
경영의 유지는 강력한 어필
포인트가 되어줄 것이다. 언제나
답은 자명하다. 그것은 바로
'기본에 충실하기'다.



소비자이자 시민의 다음 생활방식



글 전승현 기자

세계경제에 관한 전망이 밝지 않다. 지난 4월 IMF가 발표한 자료에 따르면 올 하반기 세계경제 성장률을 3.5%로 전망했지만 우리나라의 주요 수출국인 미국과 EU의 성장률은 각 2.1%, -0.3%로 저조한 편이다. 제1 교역국인 중국은 8.2%로 여전히 견실한 성장이 예상되지만 내수경제 증진정책을 가동했다는 점이 걸림돌이다. 또한 아직 완전히 통합되지 못한 유로존의 위기 상황과 이란 핵개발 의혹 등에 따른 갈등고조와 이로 인한 OECD 회원국들에 대한 원유 수출 중단 등의 지정학적 리스크가 상존하여 2012년 하반기와 2013년 경제는 더없는 불확실성의 시대를 향해가고 있다.

이런 상황에서 대한민국의 차기 대통령 후보들은 수출 대기업 중심의 단발엔진 경제에서 탈피하여 내수와 수출이 균형을 이루는 쌍발엔진 경제로의 이양을 천명하고 있다. 앞으로 가계와 소비자들에게 미칠 변화와 영향은 무엇일까? 또 그런 변화 속에서 기업은 무엇을 준비해야 할까?

가계를 '빛의 수렁'에서 건져내기

대한민국 경제의 내수증진을 위해 시급히 필요한 것은 바로 '가계의 구매력 회복'이다. 현재 대한민국의 가계는 소비 여력은커녕 빚에 시달리고 있다. 현재 대한민국 가계부채 규모는 1,000조 원에 달한다. 지난 10년간 가계부채는 연 평균 13%씩 증가했는데 이는 국내총생산 GDP 성장률의 두 배에 육박하는 것이다. OECD 자료에 따르면 가계부채 대비 가처분 소득의 비율이 155%에 달한다. 서브 프라임 모기지 사태가 발생했을 때의 미국보다도 높은 수치다.

이러한 가계부채는 대부분 부동산 구입에 따른 주택담보대출로 발생했다. 지난날 한국경제를 떠받쳐온 부동산 패러다임, 그런 구조를 가능케 했던 부동산 불패신화가 초래한 결과인 것이다. 이제 사람들에게 빚을 내서 아파트를 구매하고 부추기는 형태로는 부동산 가격을 억지로 부양할 수도, 경기를 부양할 수도 없는 지경에 이르렀다.

건설업체들은 이제 이익이 많이 남는다는 이유로, 또한 정부가 어떻게든 떠받쳐줄 것이라는 안일한 생각으로 대형 평수 아파트 위주로 건설하던 관행을 멈추고 실질 수요에 부합하는 중소 평수 위주의 공급을 확대해야 한다. 또한 금융기관들은 기존처럼 안일한 주택담보대출 시장에 연연하는 대신 주택을 적극적으로 매입하여 장기 주택임대 시장을 활성화 시켜야 한다. 이를 위해선 금융기관들의 한층 더 수준 높은 리스크 관리 능력이 요구된다. 정부는 기존 거치식 주택담보대출 중 부실 위험이 있는 것들을 적극적으로 워크아웃 시키고 신규 대출은 장기 원리금 상환방식으로 유도하는 정책을 펼쳐야 한다. 그래서 대한민국 가정을 빛의 수렁에서 건져내고 가계수입이 건전한 내수시장 활성화를 위한 소비로 연결되도록 장려해야 한다.

진정한 인재육성을 위하여

2012년 대한민국의 초, 중, 고교생들의 사교육비 지출 규모는 20조 1천억 원에 달한다. 또한 조기유학으로 국내를 이탈하는 자금 역시 20조 원에 이른다. 일상 소비와 저축에 소요되어야



현재 대한민국 가계부채 규모는 1,000조 원에 달한다.

지난 10년간 가계부채는 연 평균 13%씩 증가했는데

이는 국내총생산 GDP 성장률의 두 배에 육박하는 것이다.

할 소득이 사교육 시장으로 흘러 들어가거나 해외로 이탈하고 있는 것이다. 이런 현상을 막기 위한 여러 노력들이 강구되고 있지만 이미 헌법 재판소에서 과외 교습 금지에 대해 위헌 판결을 내린 바가 있기에 이미 학부모와 학생들 사이에 뿌리 깊게 박힌 사교육 문화가 쉽게 제거되긴 쉽지 않을 것이다.

한 가지 희망적인 사항이라면 너무나 비대해진 사교육 지출에 대한 문제 인식과 경각심이 학생과 학부모 사이에 공감대를 형성하고 있으며, 심야 교습 금지 등 일부에서는 합헌 판결을 이끌어 냈다는 점이다. 공교육 문제는 비단 학생과 학부모들만의 문제가 아니라 미래 대한민국 노동의 질을 결정한다는 점에서 더욱 많은 관심과 전체 사회구성원의 개선·개혁에 대한 참여가 필수적이다.

이런 연장선상에서 기업을 역시 창의적인 인재 선발을 위한 새로운 기준을 수립해야 한다. 이제 영어점수나 단순 학점만으로 당락을 결정하는 선발 제도로는 기업이 진정으로 원하는 인재(창의적 문제해결 능력을 가진)를 선발하지도 육성하지도 못하기 때문이다. 이제 구호가 아니라 진정으로 '인재'를 육성하는 방안에 대한 논의가 학교, 가정, 기업, 정부 모든 구성원 사이에서 논의되어야 할 것이다.

아직은 생소한 '생활협동조합'

최근 '생활협동조합'이 대중의 관심을 끌고 있다. 대선 후보들의 정책 검증 과정에서 지역 소상공인과 자영업자들을 보호할 수 있는 방안으로 채택된 생활협동조합의 가능성과 한계에 대한 논의가 끊임없이 이루어지고 있기 때문이다. 아직 대한민국에선 걸음마 단계에 불과하지만 지난해 12월에 협동조합기본법이 국회 본회의를 통과했다. 그에 따라 금융, 공제사업에 국한되어 있던 범위가 전면적으로 확대되었고, 정부의 인가 없이도 조합 설립이 가능해졌다.

본격적으로 정착되려면 아직 많은 시간이 걸릴 것으로 보인다. 하지만, 사회적 협동조합이 처음 법제화된 이탈리아에서처럼 사회적 기업들을 주축으로 하는 사회적 협동조합과 건강한 먹거리를 추구하는 소규모 가정들을 중심으로 하는 생활협동조합의 자생적 운동이 활발히 추진될 것으로 예상된다. 이러한 움직임은 쇠퇴하는 농업과 지역 소상공인들을 보호할 수 있을 것이다.

또한 유통구조에 변화를 주어 현재 사회적 이슈가 되고 있는 골목상권 보호 등 상권 균형에 대한 자연스러운 답을 제시할 것으로 보인다.



1인 가구와 공유경제가 만났을 때

방송과 신문을 비롯한 각종 언론매체에서 앞 다투어 국내 1인 가구의 가파른 성장세에 대해 화두를 던지기 시작했다. 각 매체 별로 시각의 차이는 존재하나 1인 가구의 증가가 물고 올 사회 변화에 적극적으로 대처 방안을 마련해야 한다는 것이 중론이다. 그렇다면 기업은 이러한 변화에 어떻게 대응해야할까? 공유경제에서 그 실마리를 찾아본다.

글 류성한 기자

현실로 다가온 1인 가구의 주류화

지난 8월 통계청이 내놓은 보고서에 따르면 2010년 기준, 1인 가구의 비중은 23.9%로 부부와 자녀가 함께 사는 가구(37.0%)에 이어 두 번째로 높았다. 4가구 중 1가구가 1인 가구인 셈이다. 더 나아가 이 보고서는 2035년에는 1인 가구의 비중이 전체 가구의 34.3%를 차지해 우리 사회의 주류를 이루는 가구 형태가 될 것이라는 전망도 내놓았다. 1인 가구가 한국 사회를 대표하는 가구 형태가 될 것이라는 이야기다.

1인 가구 증가의 원인에 대한 분석은 다양한 층위에서 가능하나 이미 오래 전부터 1인 가구가 많은 비중을 차지하고 있는 미국, 유럽, 일본 등의 사례에 비추어 보면 사회 전반적으로 개인주의적 성향이 강화된 것을 가장 큰 원인으로 꼽을 수 있다. 이와 동시에 여성들의 사회 진출이 활발해지면서 여성들의 경제력이 향상되었다는 점, 남성들에게 주어지는 가족 양육에 대한 과중한 부담감 등이 1인 가구의 증가를 가속화시키고 있다.

즉각적인 기업과 시장의 반응, 그리고 그 한계

1인 가구의 증가에 대한 가장 직접적이고 즉각적인 변화는 소비시장 자체에서 일어나고 있다. 소비시장의 새로운 중심으로 떠오르고 있는 1인 가구를 대상으로 하는 맞춤형 제품과 서비스들이 소개되기 시작한 것이다. 효율성을 강조한 소형주택과 소형가구를 비롯하여, 본인에 대한 투자를 아끼지 않는 골드세대들을 위한 교육, 취미 관련 상품들도 호황을 누리고 있다. 그러나 대부분의 상품들은 1인 가구의 일부를 차지하고 있는 이들의 왕성한 소비력에만 의지하고 있어, 1인 가구의 증가가 가지고 올 본질적 변화를 준비한다고 보기는 어렵다.

국내 1인 가구의 속사정을 더 깊숙이 들여다보자. 1인 가구는 매우 이질적인 그룹들의 집합이라 할 수 있다. 앞서 이야기 한 골드세대 외에도 홀로 남은 실버세대, 88만 원 세대로 대변되는 청년 실업층, 기러기 아빠를 포함한 중년 독거인 등의 사회적 약자 그룹들도 이에 속한다. 이들은 자신들이 스스로 '싱글'의 삶을 선택한 '골드'세대와는 달리 타의에 의해 '싱글'의 삶에 놓이게 된 것은 물론 소비와 소유 중심의 기존 경제 시스템 안에서는 여러모로 불리한 위치에 놓여 있다. 1인 가구의 증가가 이야기할 수 있는 대부분의 문제점은 이 지점에서 시작한다. 그리고 시장의 1차원적 대응으로는 온전히 커버할 수 없는 '주류' 1인 가구들을 위한 대안으로 공유경제(Sharing Economy)가 떠오르고 있다.

우리나라보다 훨씬 이전에 1인 가구를 위한 소형주택 보급에 나섰던 일본에서는 최근 몇 년 사이 새로운 주거 트렌드가 생겼다. 혼자 사는 대신 여럿이 함께 살며 일정 공간을 공유하는, 즉 커뮤니티를 형성할 수 있는 '셰어 하우스'가 큰 인기를 끌고 있다.

새로운 대안으로서의 공유경제

공유경제는 하나의 제품을 여러 사람이 함께 소유해 쓰는 협업 소비를 기본으로 하는 경제 방식으로 2008년 하버드대학교 로스쿨의 로런스 레식(Lawrence Lessig) 교수에 의해 처음 소개되었다. 하나의 제품에 대해 소유권을 강조하기보다는 해당 제품의 사용성에 초점을 맞추고 이를 개방, 공유하여 사회적 가치를 증대시키자는 것이다. 지역 기반으로 자동차를 공유하는 집카(www.zipcar.com)와 소셜네트워크를 통해 서로의 집을 공유할 수 있는 에어비엔비(www.airbnb.com)가 대표적인 공유경제 서비스이다.

대량 및 과잉 소비시대의 대안으로 등장한 공유경제는 새로운 공동체성을 모색한다는 무형적 가치 외에도 대량생산으로 인한 환경오염을 줄이고 동시에 사회의 유향자원을 활용해 효율성을 증폭시킬 수 있다는 유형적 가치를 함께 제공함으로써, 새로운 사회운동이자 혁신적인 비즈니스 모델로 각광받으며 전 세계에 빠르게 전파되고 있다.

1인 가구와 공유경제가 만났을 때

우리나라보다 훨씬 이전에 1인 가구를 위한 소형주택 보급에 나섰던 일본에서는 최근 몇 년 사이 새로운 주거 트렌드가 생겼다. 혼자 사는 대신 여럿이 함께 살며 일정 공간을 공유하는, 즉 커뮤니티를 형성할 수 있는 '셰어 하우스'가 큰 인기를 끌고 있다. 오랜 시간 동안 혼자 사는 것에 지친 사람들이 새로운 방식의 공동체적 삶을 찾아가고 있는 것이다. 가구의 형태는 세대를 지나면서 변화하지만 무언가를 공유하고 함께 나누고자 하는 욕구는 변함이 없다는 것을 보여주는 단적인 사례이다. 1인 가구와 공유경제의 만남이 기대되는 이유이다.



글 박광우
KAIST 경영대학 교수



2012년 런던이 보여준 지속 가능한 올림픽

대형 스포츠 행사의 경제적 효과

지난여름 전 세계를 뜨겁게 달궜던 런던올림픽은 아테네에 이어 유럽에서 8년 만에 열리는 올림픽이었다. 특히 유럽의 금융 위기 상황에서 개최되어 올림픽이 경제에 미칠 효과에 대한 관심이 높았다. 또한 런던올림픽은 경제적 효율과 친환경이 조화를 이루며 지속 가능한(Sustainable) 대형 스포츠 행사 모형을 선보였다는 점에서도 주목을 받았다. 2018년 평창동계올림픽을 준비하고 있는 우리나라로서는 최근 유럽에서 개최된 두 올림픽을 환경과 경제적 측면에서 비교해 보는 것도 의미 있는 일일 듯 하다.

지속 가능한 올림픽의 실현

런던올림픽은 철저하게 ‘환경올림픽’, ‘재생올림픽’, ‘저비용올림픽’을 추구했다. 올림픽공원이 위치한 런던 동부의 스트래퍼드 지역은 10년 전만 해도 가동이 중단된 공장들과 산업폐기물 매립장이 있는 삭막한 땅이었다. 런던올림픽조직위원회는 이곳에 친환경 저탄소 건물들로 경기장과 선수촌을 지었다. 1만 톤의 철강만을 사용해 지은 주경기장은 이 지역에서 철거된 건물들의 잔해를 재생해 사용했다. 올림픽 역사상 가장 가벼운 주경기장으로, 무게가 2008년 베이징올림픽 주경기장의 3분의 1 수준이다.

전체 관람석 8만석 중 5만 5,000석은 임시 관람석으로 올림픽이 끝난 뒤 철거될 예정이다. 1만 2,000석 규모의 농구경기장도 철거된다. 유지비 절감과 에너지 소비량 감소를 위함이다. 이처럼 실용적인 올림픽을 추구했음에도 런던올림픽의 예산 규모는 93억 파운드(16조 4,000억 원)에 이른다. 그렇다면 현재 심각한 재정위기를 겪고 있는 아테네의 경우는 어떠했을까? 2004년 아테네올림픽의 예산은 160억 달러(약 18조 1,000억 원)에 달했다. 이는 당초 계획보다 10배나 늘어난 수치로, 그리스의 경제 규모가 영국의 8분의 1 수준에 불과한 점을 감안할 때 그리스가 아테네올림픽에

얼마나 과도한 투자를 했는지 알 수 있다.

현재 제대로 사용되지 않는 아테네 경기장의 유지 관리비는 매년 5억 유로(6,900억 원)에 이른다. 아테네올림픽에 대한 과잉투자가 그리스의 재정위기를 촉발시킨 중요한 원인 중의 하나라는 게 필자의 생각이다.

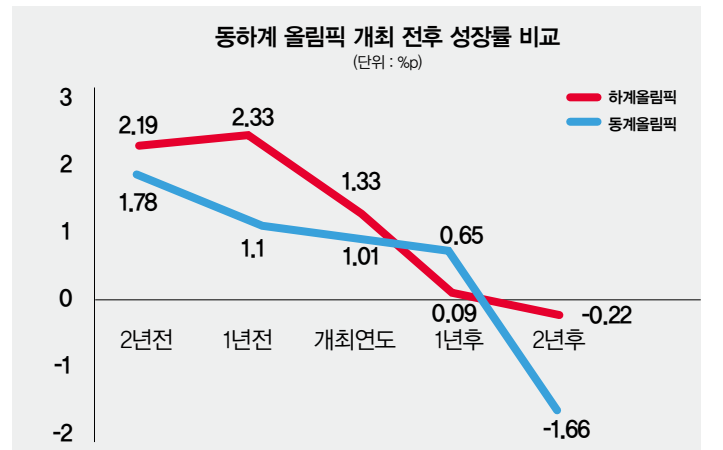
올림픽 개최 후 사라지는 성장 모멘텀

필자는 한국자산평가 구슬기 연구원(KAIST 경영공학석사 08학번)과 미국 미조리대학 Stephen Ferris 교수 그리고 Xavier대학 이태석 교수와 공동으로 수행한 “Gold, Silver, Bronze or Tin? The Short and Long Term Effects of Mega Sporting Events”라는 연구에서 대형 스포츠 행사의 경제적 효과를 분석하였다. 연구 결과, 1988년 서울올림픽 이후 하계올림픽과 동계올림픽을 개최했던 국가들의 경제는 평균적으로 대회 개최 전까지 건실한 성장을 보이다가 올림픽 개최 이후엔 성장 모멘텀이 사라지고 있는 것으로 나타났다(표 참조). 하계올림픽의 경우 개최국과 개최지 선정에서 탈락한 국가들 간 평균 경제성장률을 비교했을 때에 개최국은 개최 3년 전부터 탈락국보다 평균 2%p 이상 높은 성장률을 기록했다. 그러나 이러한 성장세는 올림픽 개최 이후 퇴조한다. 동계올림픽에서도 개최 전후로 유사한 경제성장 패턴을 보이는데 개최 후 2년 뒤의 경제성장률이 탈락국에 비해 무려 1.66%나 낮아지기도 했다. 중국의 경우 2008년 베이징올림픽 직전 14%가 넘는 높은 성장률을 보이다가 올림픽 개최 이후엔 글로벌 금융위기와 함께 성장률이 9%대로 떨어졌다. 우리나라도 서울올림픽 개최 전까지 10%가 넘는 고도 성장을 하다 올림픽 개최 다음해인 1989년엔 성장률이 6%대로 하락한 바 있다.

왜 대부분의 국가들이 올림픽을 개최한 후 세간의 기대와는 달리 성장 모멘텀을 상실할까? 재무경제학자의 관점에서 보면 답은 간단하다. 개최 후 투자 수익이 제대로 발생하지 않기 때문이다. 대부분의 개최국들은 올림픽을 준비하며 경기장 건설에 막대한 투자를 한다. 그러나 개최 후 남겨진 경기장은 수익 창출은 커녕 오히려 거액의 유지 보수비를 숙제로 남기고, 결국 개최국은 누적되는 적자를 경험한다. 2002년 월드컵 개최 이후 지방 도시에 세워진 여러 월드컵경기장들에서 막대한 유지 관리비가 발생하고 있음은 주지하는 사실이다. 예외적으로 매년 90억 원대의 수익이 창출되는 서울상암월드컵경기장은 사후 경기장 시설을 복합문화공간으로 잘 활용한 사례이다. 즉 투자 수익이 발생한 경우이다.

지속적인 가치 창출의 기반, 평창동계올림픽

2018년 평창동계올림픽을 준비하는 우리에게 2012년 런던올림픽과 2004년 아테네올림픽은 중요한 교훈이 되고 있다. 환경 친화적이면서도 경제적 효율을 높이는 올림픽을 추진해야 한다는 점을 깨닫게 한다. 과거 사례를 통해 알 수 있듯 과도한 투자는 경기장 시설의 에너지 효율을 낮출 뿐 아니라 사후 유지 관리비의 증대로 이어진다. 이는 경기장을 관리해야 하



* 성장률은 개최국 평균 GDP 증가율에서 탈락국 평균 GDP 증가율을 차감한 %p.
자료: Ferris, Stephen P., Koo, Sulgi, Park, Kwangwoo and Yi, David T., Gold, Silver, Bronze or Tin? The Short and Long Term Effects of Mega Sporting Events (July 1, 2012). KAIST Business School Working Paper Series No. 2012-005. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2104963>

는 지방자치단체들의 재정 부담으로 고스란히 돌아올 것이다.

2012년 런던올림픽조직위원회는 개최지 선정 당시 제안했던 올림픽공원의 건설 예정 경기장 수를 IOC와의 협의를 통해 4개에서 3개로 축소시켰고, 상당수 경기시설을 임시로 사용했다. 평창도 경기시설의 사후 활용도에 대한 경제성을 철저히 분석해야 할 것이다. 개최 이후의 수익 창출 모델을 고민하고, 임시시설 또한 적극 활용해야 한다. SOC 투자도 마찬가지로 고속철도, 공항, 고속도로가 사후에 얼마나 잘 활용될 것인지 경제적 효율에 대한 비용 - 편익분석을 면밀히 해야 한다. 이 과정에서 환경 파괴에 대한 영향평가를 철저히 해야 함은 물론이다.

반갑게도 평창동계올림픽조직위원회는 런던올림픽 통해 배운 내실있는 친환경 올림픽을 준비하고 있다는 소식이다. 저탄소 임시시설로 건설 비용을 절감하고 환경오염을 줄이며, 여기에 세계적인 경쟁력을 자랑하는 우리의 정보통신기술과 한류문화 콘텐츠가 접목된다면, 평창동계올림픽은 가장 성공적인 올림픽으로 기록될 것이다. 혹자 개최를 넘어 경제, 사회, 환경의 바람직한 가치를 지속적으로 창출하는 평창동계올림픽을 기대해본다.

모두에게 열려있는 인터랙티브한 여행 플랫폼, Open Ticket

글 한재환 기자

정보미디어 MBA 30대 4명의 좌충우돌 미국 횡단기

오픈 티켓(Open Ticket)의 사전적 의미는 탑승 날짜를 지정하지 않는 항공권이다. 언제라도 자유롭게 떠날 수 있는…。 2012년 여름, 정보미디어 MBA 2012학번 김규식, 김기훈, 이용석, 조현수 학우가 Open Ticket의 의미를 정확히 투영한 ‘오픈 여행 플랫폼’을 선보였다. 모두에게 열려있는 Open Ticket은 SNS와 멀티미디어 콘텐츠를 활용하여 여행의 모든 것을 공유하고 참여하는 여행 플랫폼이다.



Open Ticket의 첫 번째 프로젝트, 30일간의 미국 대륙 횡단

올 여름 4명의 팀원은 30일에 걸쳐 미국 서부 로스앤젤레스를 시작으로 동부 보스턴까지 자동차로 로드 트립을 떠났다. 여름학기 2주 동안 미국 USC Marshall School of Business에서 해외현장 연구를 마치고 7월 28일부터 8월 28일까지, 30일에 걸쳐 그랜드캐니언, 라스베이거스, 슬트레이크, 옐로우스톤 공원, 덴버, 시카고, 클리블랜드, 나이아가라 폭포, 뉴욕까지 총 5,000마일(8,046km)을 이동했다. 특히, 덴버에서 시카고까지는 약 3일간 고속도로 Inn에서 자며 중부지역을 넘는 강행군을 했다는 후문이다. 이 과정에서 일어나는 소소하고 사실적인 일들은 Open Ticket 페이스북(www.facebook.com/gotoamerica)을 통해 실시간으로 공유됐다. 여행을 하면서 찍은 아름다운 풍경, 여행 에피소드 그리고 여행에 관련된 알짜 정보들이 사진과 글, 동영상으로 업데이트 됐다. 또한 400여 명의 갤러리들이 실시간으로 요청한 다양한 미션(자신이 여행을 하면서 보고 싶은 것, 먹고 싶은 것, 심지어 만나고 싶은 사람)을 수행하면서 Interactive한 여행을 진행했다.

작열하는 태양 아래 핸드 프린팅 찾기 삼매경

프로젝트 기간 중 가장 눈길을 끈 것은 배상훈 님의 미션 수행이었다. 할리우드에서 이병현의 핸드 프린팅을 찾아 달라는 미션을 수행하기 위해 뜨거운 햇볕 아래서 수 시간 동안 스타의 거리를 헤매는 그들의 모습이 실시간 포스팅되었다. 마치 예전에 방영했던 TV 프로그램 <있다 없다?>의 Facebook 버전을 보는 듯 했는데, 이 미션은 결국 실패로 끝나고 말았다. Open Ticket 멤버들에게 가장 힘들었던 시간은 샌프란시스코에서 숙소를



김규식(35) 미디어 콘셉트/편집 담당

르네상스적 지식인을 인생 목표로 삼는 큰 형. 그의 인생관처럼 굉장히 넓고 얇은 지식을 두루 보유하고 있다. 미디어 종사자답게 여행 전반의 콘셉트와 출판에 대해 많은 조언을 해주고 있으나 자꾸 판을 키우려고 해서 좀 걱정이다. 짧은 영어로 굉장한 임팩트를 줄 수 있는 능력의 소유자. 판 키우고 나 몰라라 하는 경향이 있다.

김기훈(35) 홍보/지원 담당

매너 좋고 다정한데 뭔가 알 수 없는 곤조를 풍기는 형님. 종종 밤새 공부하고 수업에 못 들어가는 인간적인 면을 보여주기도 한다. 수많은 기행으로 화제가 되고 있으나 정작 본인은 모르고 있는 듯. 여자를 좋아하는 것 같은데 해맑게 웃으며 부인하니 딱히 할 말이 안 생긴다. 어떤 사람인지 아직도 잘 모르겠다.

이용석(31) 플랫폼 구축 담당

디지털 보헤미안. 창업 쪽에 관심이 많으며 수업시간에 매일 딴짓하는데 문제 풀 때 제일 먼저 풀고 막 그러는 스타일이다. 인도에서 다년간의 정신수양 경험이 있으며 본 프로젝트의 기술적인 부분을 기획하고 E-book 플랫폼 구축을 총괄한다.

조현수(31) 콘텐츠 생산 담당

이번 프로젝트의 기안자이자 블로그 운영자. 용두사미를 몸소 실천하는 냄비근성의 소유자이며 여전히 오전 수업보다는 맨체스터 더비가 더 중요하다는 철없는 30대. 인터넷 비즈니스에 무한 애정을 가지고 있으며 넓은 바다의 해적왕이 되고픈 사람이다.

못 잡아 거리에서 밤을 꼰딱 지내야 했던 순간이다. 조현수 학우는 “말 그대로 남은 숙소가 하나도 없더군요. 또 생각보다 샌프란시스코의 새벽은 위험했어요. 술 취한 노숙자들이 쫓아오고 소리를 질러서 다들 엄청 무서워했지요. 결국 4시가 넘어서 정말 허름한 숙소를 잡았는데 화장실도 없고 너무 더러워서 멤버들 모두 엄청나게 고생했던 기억이 납니다”라며 기억을 떠올렸다.

광활한 대자연의 옐로우스톤 국립공원

그렇다면 30일간의 여행 동안 방문한 곳 중 멤버들이 추천하는 최고의 여행지는 어디일까? 바로 옐로우스톤 국립공원(Yellowstone National Park)이다. 광활한 대자연 속에 그야말로 5분마다 화보 같은 풍경들이 펼쳐졌다. 멤버들끼리 장난삼아 “이곳에서 화보를 찍으면 앞으로 5년 간의 달력을 만들 수 있겠다”고 말할 만큼 아름다운 곳이었다고 한다. 30대에 떠나는 장기간의 해외여행은 대학생 시절 떠나던 배낭여행과는 다른 느낌으로 다가왔다. 또한 자동차를 타고 광활한 자연을 달리는 횡단여행은 모든 남자들의 로망이지만 쉽게 도전할 수 없는 꿈이기도 하다.

나에 대한 믿음과 자신감을 얻은 여행

Open Ticket의 첫 번째 프로젝트를 무사히 마친 조현수 학우의 소감을 들어봤다. “서른을 넘긴 나이에 조금은 무모한 횡단여행을 통해 새로운 사람들을 만나고 서로를 의지하며 알아갈 수 있었음에 감사합니다. 또한 크게만 느껴졌던 미국이라는 나라, 멀게만 느껴졌던 5,000마일의 횡단거리를 끝내고 나니 잠시 접어두었던, 혹은 외면했던 꿈에 대한 열정과 도전의식이 새롭게 타오릅니다. 이제 무슨 일이트 나에 대한 믿음만 있다면 이루어낼 수 있을 거란 자신감을 얻었습니다. 향후 만들어진 콘텐츠를 기반으로 E-book을 출간해 저희가 얻은 소중한 경험을 나눌 예정입니다.” 정보미디어 MBA 2012학번 김규식, 김기훈, 이용석, 조현수. 이들의 다시 오지 않을 마지막 방학은 이렇게 알찬 여행으로 막을 내렸지만 그들의 새로운 인생은 이제 시작일 뿐이다.



2012 세계 여성지도자회의의 참관기

세상을 움직이는 외유내강의 리더, 그리스에 모이다

2004년 학부 졸업을 앞두고 세계 여성지도자회의(Global Summit of Women; GSW)¹⁾를 처음 접했다. 당시 개최지가 서울이었던 만큼 국내 언론매체에서 연일 보도되는 것을 보며 언젠가는 그 자리에 참석하리라 마음먹었다. 그로부터 8년 뒤, 2012년 글로벌 여성 리더십프로그램(Global Women Leadership Program; GWL)에 참여하던 중 GSW 참관이 걸린 공모전에 참가할 기회가 주어졌다. 남다른 동기로 몰입한 끝에 2등 수상의 영예를 안고 설렘 반 기대 반 그리스로 향했다. 5월 30일부터 6월 2일까지 그 아름다웠던 그리스의 봄을 경영대학 동문들과 나누게 되어 기쁘다.

글 이보람 편집 최안나 기자



Day 1

늘어난 줄만큼 부푼 기대

행사 오리엔테이션이 있었던 첫날. GSW 신청 확인 및 출입 ID 발급과 일정이 자세히 담긴 책자, 그리고 MCM 후원기념품 수령으로 분주했다. 호텔 지하에 마련된 짐 보관소는 전 세계에서 찾아온 신청자들로 북적거렸다. 그리스 특유의 여유 넘치는 업무 문화로 한 사람 한 사람마다 한참을 기다려야 했다. 늘어선 줄마다 보이는 국가별 대기 문화를 비교 관찰하는 재미와 8년 묵은 기대감 덕분에 길고긴 대기시간도 마냥 신이 났다. 오랜 기다림 끝에 받게 된 책자와 명찰은 다음날부터 본격적으로 진행될 Session에 대한 기대를 한껏 높이기에 충분했다.



¹⁾세계 여성지도자회의: 미국 워싱턴 NGO인 글로브워민(www.GlobeWomen.org)이 여성지도자들의 세계적 네트워크를 만들 목적으로 1990년 발족, 일명 '여성계의 다보스 포럼'으로 불린다. 전 세계 경제계·정계·관계·NGO·시민단체의 여성지도자들이 참여하며 유럽·아시아·아프리카 등 대륙별 국가를 오가며 번갈아 열린다. 주요 행사는 각국의 여성정책에 대해 의견을 나누는 원탁회의, 아시아·유럽 등 대륙의 여성을 주제로 한 보고서 발표, 미국의 경제지 《포춘》이 선정한 국제파워 50인의 여성기업인 초청 포럼, 여성기업 우수사례 발표 등이 있다.



Day 2

아름다운 나라, 낙천적인 사람들, 그 속에서 하나 된 세계 여성 리더들

둘째 날. "Public/Private Sector Partnerships Advancing Economic Opportunities for Women and Girls"라는 주제의 비공개 원탁회의와 공개 세션이 진행됐다. 진행자와 발표자 모두 그리스 공공/정부기관 소속이었기에 공개 세션에서는 세계 언론의 우려를 꼬집으면서도 자국의 저력을 호소하는 듯했다. 걱정을 아끼는 그리스 특유의 국민성 탓에 그동안 낙관주의로 해석해 왔지만, 이번 경제위기는 모든 국민이 위기를 실감하고 해결 의지를 다지고 있는 듯 했다. 저녁에는 90여 개국에서 모인 1,000여 명의 여성리더들이 한자리에 모였다. 이 자리에서 단연 돋보였던 사람은 GSW 단장인 Irene Natividad였다. 그녀는 카리스마 넘치는 목소리로 좌중을 압도했다. 본 회의의 취지와 글로벌 정·재계에 끼친 업적, 그리스의 개최 배경을 설명하며 그녀가 전한 '세계는 하나'라는 메시지는 가슴을 뭉클게 했다. 우리나라를 대표하는 여성경영자 김성주 회장을 포함해 주요 인사들의 환영사가 이어진 후에는 활발한 인사의 장이 펼쳐졌다. 글로벌시장과 사회에 관해 비슷한 문제를 고민하는 현 여성 리더들과 미래 리더들 간에 진중하면서도 에너지와 흥이 넘치는 자리였다. 저녁식사는 지붕이 없는 원형구조에서 선선한 바람과 맑은 하늘을 그대로 만끽할 수 있는 자피온(Zappeion)의 미술관 중앙 홀에서 진행됐다. 우리 테이블에는 김성주 회장과 남아공 IT업계를 선도하는 여성 CEO들, CNN 앵커가 함께했다. 건강한 그리스 요리와 함께한 토론은 더욱 풍성하고 활기찼다. 숙소로 도착하니 이미 자정에 가까웠다. 하지만 내일은 또 어떤 일이 펼쳐질지 그 설렘에 잠이 오지 않았다.

Day 3

글로벌 비즈니스 메인 이슈, 여성 리더와 윤리

셋째 날. 첫 세션은 맥킨지에서 유럽·중동·아프리카 지역을 담당하는 덴마크 출신의 컨설턴트 Michael Halbye의 'Five Global Megatrends' 강의로 시작됐다. 신문이나 책에서 접할 수 있는 오픈 정보 이외에 깊은 통찰과 전망을 접할 수 있는 흥미로운 시간이었다. CWDI 리포트 세션에서는 내가 한때 경험했던 금융업계의 사례와 친숙한 수치 자료들이 최근 연구된 신선한 프레임으로 분석되어 의미가 컸다. 한편, 이날 글로벌 이사회 구성 트렌드를 살펴보면서 여전히 남성적인 국내 금융업계와 비교됐다. 오전의 마지막 세션은 김성주 회장의 윤리경영에 대한 화두로 장식했다. 도덕적 해이와 이기심에서 벗어난 의사결정이 경제적 이익과 장기적 성장을 이룬다는 사실을 다양한 분석 틀과 정보로 확인하며, 이러한 변화에 여성의 역할이 필요하다는 결론에 공감했다. 오후 세션은 리더십, 이슈, 기업이 정신이라는 3가지 트랙 중 관심 분야를 들을 수 있는 선택 포럼 형태로 진행되었다. 세 가지 모두 흥미로운 주제일뿐만 아니라 참여자 또한 매력적이어서 고민을 거듭했다. 개인적으로 관심 있었던 기업이 정신을 주축으로 하되, 리더십과 이슈 세션도 틈나는 대로 참여했다. 오후 8시. 한복을 차려 입고 만찬홀로 향했다. 우리의 고운 한복 덕분에 행사장에서는 인기 스타라도 된 듯 여기저기에서 촬영 제안을 받았다. 우리가 유리액자에 담긴 인형 같다는 유럽 참여단의 말엔 웃음이 터졌다. 아침부터 늦은 밤까지 뻘뻘한 일정의 GSW의 하루가 또 지나갔다. 몸은 고단했지만 지적 충만감과 뿌듯한 마음에 행복하고 감사하면서도 책임감을 느꼈다.

Day 4

보다 큰 변화를 꿈꾸는 예비 CEO에게

빠곡한 강연 일정은 마지막 날까지 이어졌다. 첫 세션에는 스탠다드차타드 금융그룹의 여성근로자 복지에 대한 활약상을 사례로 접할 수 있었고, 두 번째 세션에서는 '다농' 케이스의 경영진을 만나 의미 있었다. 사회책임과 전략적 CSR에 대한 실감나는 현장성과 발표는 절대 잊지 못할 것이다. 신개념의 미디어 출현에 따른 비즈니스 환경 변화를 다룬 세 번째 세션에서는 성공하는 여성들의 공통점을 엿볼 수 있었다. 각자의 경영 스타일이나 리더십의 성격, 전략 도모방식과 활약상은 모두 달랐지만, 타인과 도움을 주고받는 것에 대해 능동적이고 네트워킹에 적극적이었다. 오후에는 본 행사의 두 번째 트랙 세션이 있었다. 기술혁신이 비즈니스의 리더십-이슈-기업가 정신에 끼친 엄청난 변화, 그리고 이러한 기회를 내 것으로 활용하는 경영 기술을 실경영자들로부터 전해 듣는 것은 정말 많은 시사점을 안겨줬다. SNS의 활성화는 개인 차원에서는 단지 연락방식의 변화를 일으켰지만, 소규모 사업자에게는 원가절감과 고효율을 동시에 잡을 수 있는 활력과 기회로 작용할 수 있음을, 하지만 기술을 통해 언어, 경제, 지리적 장벽을 넘어 세계가 하나 되는 데 한걸음 가까워진 세상의 그림자에는 정보 격차문제가 있음을 새삼 깨달았다. 그리고 이것이 바로 GSW와 같은 국제적 행사가 존재하는 분명한 이유임을 알 수 있었다.

세상을 보다 넓게 바라보고 변화에 동참하고자 하는 우리 경영대학인들에게, 현장의 대가들과 소통할 수 있는 이러한 행사에 적극 참여할 것을 권하며 글을 마친다.

변화에 따른 기업의 체질 변화와 준비가 기업이 살아남는 최고의 전략

송현중 동문(SK하이닉스 전무·미래전략실장) 인터뷰

가을을 재촉하는 비가 내리던 지난 9월 4일, 테헤란로에 위치한 SK하이닉스 서울 오피스를 방문했다.

거시적 환경 변화에서 우리 기업들이 어떻게 민첩하게 대응해야 하는지를 고민하는 이번 호 Frontier를 위해 SK하이닉스 미래전략실장을 맡고 있는, ATM 16기 송현중 동문을 찾아 대화를 나누었다. KAIST 경영대학 ATM(Advanced Information Technology & Media Program) 과정은 영화·음악·드라마·게임·미디어 등 콘텐츠 분야와 IT 디지털 기술의 융합 추세에 따라 IT 미디어 시장을 분석하고 경영자들이 전략경영 마인드를 갖도록 하기 위해 개설된 최고경영자 과정이다.

글 한재환 기자

이번 호 Frontier의 키워드는 Agility(민첩성)입니다. SK텔레콤 전략/기획 분야에서 오랫동안 커리어를 쌓아 오신 걸로 알고 있습니다. 올해 기업 환경에서 가장 주의 깊게 보고 있는 부분은 무엇이고, 급변하는 환경에서 기업들이 살아남기 위해 필요한 전략은 무엇인지요?

순간 순간 발생하는 이벤트적 사건들은 곧 소멸하므로 지속적인 성장을 위해서는 장기적이고 거시적인 관점에서 접근하는 것이 필요합니다. 이런 관점에서 볼 때 수요 측면에서는 인구 통계적 접근이 필요한데요. 이를테면, 인구 구성의 비율 측면에서는 노년 인구가 증가함에 따라 Bio와 건강 산업에 대한 관심이 급증하는 것이 하나의 예일 수 있습니다. 또한 공급 측면에서는 기술 발전이 가장 중요합니다. 예를 들어 세일가스(탄화수소)가 풍부한 세일층에서 개발, 생산하는 천연가스의 개발과 공급은 대체 에너지 사업의 위협으로 다가오고 있습니다. 이러한 변화를 읽어내는 것이 매우 중요하며, 변화에 맞게 기업의 체질을 변화시키고 준비하는 것이 장기적인 관점에서 기업이 살아남는 전략이 아닐까 생각합니다.

메모리 분야는 한국의 두 기업이 오랫동안 시장을 지배하고 있고 향후로도 당분간은 시장 지배력에 문제가 없을 것으로 보고 있습니다. 그러나 미세화의 기술적 한계가 보이고 있고 중국의 추격 또한 무섭습니다. 최근 시스템 반도체로의 전환도 이러한 맥락으로 보이는데요? 반도체 회사의 중장기적 성장 전략은 무엇입니까?

SK하이닉스로서는 우선 메모리를 더 잘하는 것이 중요합니다. 메모리 회사가 몇 개 밖에 없어 독과점으로 비춰 보이는 측면도 있지만 가격 측면에서 완전경쟁시장으로 봐도 무관할 정도입니다. 그런 측면에서 부가가치가 높은 모바일 제품의 개발과 시스템 반도체로의 이행이 필수적이라고 봅니다.

기업뿐 아니라 개인도 변화하는 환경 속에서 살아남기 위해서는 준비가 필요합니다. 회사의 입장에서 이러한 개인들의 커리어 변화와 이직에 대한 입장은 어떻습니까?

저는 한국은행에서 근무하다가 MBA 학위를 따고 컨설팅 업무를 시작했습니다. 그 이후 SK그룹에 조인했습니다. 개인적으로는 개인의 역량을 극대화하는 것이 무엇보다 중요하다고 생각합니다. 단순히 MBA를 했다는 것만으로는 인정받기 힘듭니다. 기업의 분위기도 많이 바뀌어서 이직에 대한 이질감도 많이 줄었지만, 너무 자주 이직 한다면 문제가 있겠지요.

MIT MBA도 경험하셨고, KAIST 경영대학에서는 최고경영자과정을 이수하셨습니다. 해외 MBA와 국내 MBA의 차이는 무엇이라고 생각하십니까?

큰 차이는 없는 것 같습니다. 그 동안 국내 MBA가 크게 성장한 측면이 있겠지요. 개인적으로는 공대 출신이 커리어 전환을 위해서는 MBA 과정을 이수하는 것이 중요하다고 생각합니다. 따라서 SK하이닉스에서도 꾸준히 직원들의 MBA 교육을 진행할 예정입니다.

송현중 동문님이 ATM 과정을 통해 얻은 것은 무엇인가요?

다양한 미디어 세그먼트에 대한 현업 전문가들과 교수진의 구성이 훌륭하여 커리큘럼에 크게 만족했습니다. 또한 각 기수마다 30명 내외의 동기가 있어 네트워킹 확장에 있어서도 많은 도움이 되었습니다. KAIST 경영대학 ATM 과정이 더욱 발전하기 위해서는 최신 콘텐츠 전달과 함께 보다 학문적인 접근도 필요하다고 생각합니다.

마지막으로 KAIST 경영대학 학생들에게 남기고 싶으신 말씀이 있으시다면요?

성공하기 위해서는 넓게 보고 깊게 생각하는 것이 필요하다고 생각합니다. 특히 실무자로서 경력을 쌓는 동안에는 의사결정자의 관점에서 입장을 정해 Recommendation을 제대로 해주는 것이 필요합니다. 후에 직장에 나가서 이러한 부분만 잘 실천한다면 훌륭한 리더로 성장할 수 있을 것입니다.



학 력 ◀◀◀

1983.03~1987.02 경제학 학사, 서울대학교
1987.03~1989.02 경제학 석사, 서울대학교
1997.09~1999.06 M.B.A, M.I.T Sloan School

경 력 ◀◀◀

1989.01~1997.06 최종 직책 : 한국은행 조사역
1997.07~2002.12 최종 직책 : BAH, Senior Asso.
2003.01~2012.02 최종 직책 : SK텔레콤 미래경영실장
2012.03~현 SK하이닉스 미래전략실장(전무)

Being a Global MBA Student at KAIST

Irene choe (CJ America, Information & Media MBA 11)

Q : For a starter, could you introduce yourself and your career?

My name is Irene Choe and I'm currently working as a Strategy & Planning Analyst at CJ AMERICA based in Los Angeles. Our team handles new business development in the US for the Korea HQ by finding leads/networking, providing data/research support, and drafting business proposals/presentations. I also write for CJ's Biweekly and Monthly trend reports that are distributed internally throughout all our US offices. These reports are the collection of news and trends that our team identifies within CJ's related industries, primarily in the Foods/ Food Services and Entertainment/Media sectors. Apart from this, I'm also assisting our President/CEO, so it has been a great learning experience.

Q : Could you explain about your role in work? and perhaps your career goal?

My career goal is to learn all the ins and outs of the business world so I can carry one out on my own. I actually have a great love for wine and vineyards! My family grows grapes in Central California (one of my dad's hobbies), and I'm hoping to turn this into some type of business later on. In preparation of that, I'm trying to learn as much as possible by working in operations related to the food/beverage industry. Working at CJ has been great in those regards.

Q : I think it was not easy to decide to study for MBA in Korea considering you're from US. Why did you choose to go MBA and especially why KAIST Info & Media MBA?

I did not initially have plans to stay in Korea for longer than six months. After graduating from undergrad, I took up an opportunity in the form of a Korean government sponsorship that allowed me to travel and teach in rural areas of Korea. For the first six months of my time there, I lived in the countryside on Ganghwa Island (강화도) in Incheon, and experienced my first big culture shock. I got into a car accident while living on the island, and I remember not being able to communicate with anybody around me about what had happened. It was a difficult, challenging phase of my life, but I was determined not to give up on a country/culture that would be a big part of me for the rest of my life!

During the end of my sponsorship, on the day of my actual departure back to California, I decided to go in for an interview

for a Reporter position at a radio broadcasting station in Seoul (TBS eFM 101.3). I was offered a job on the spot, and decided right then to go to CA, pack up my things, and move back out to Korea. It was my first job offer out of college, so I was pretty excited about it. During my time at TBS, I had the chance to interview the former Dean of KAIST Business School, Ravi Kumar, who was a professor at USC. Through my meeting with Professor Kumar, I learned about the Info & Media MBA program at KAIST and decided to apply. It was a great decision!

Q : How was doing MBA at KAIST ?

It was completely not what I expected, but in the best way possible. It really changed me as a person in helping me understand Korean culture better (my family in Korea and parents), make great friendships with my peers and professors, and learn a new work ethic and attitude that is very unique to Korean students (vs. American students in general)! I had a great year at KAIST. My colleagues were very accommodating and made me feel so welcome and included despite being an international student. I feel very blessed to have such a network in Korea. Living around KAIST campus in Seoul was also a lot of fun... I think Koreans perfectly define the phrase 'Work hard, Play hard'! :)

Q : Could you give any advice for KAIST students? Especially who want to get a job abroad?

For those students seeking jobs in the US, my advice lies in a cultural factor. I've noticed that in Korea, it is polite to be humble, speak in turn, and be mindful of those above you, etc. However, in the US, these nuances are misinterpreted as not being confident or creative, which are two major traits that Americans emphasize in their work culture. Therefore, I'd encourage Korean students to break down their own barriers and feel free to speak openly and confidently. Speaking perfect English is not a requirement in succeeding; most Americans don't speak any other language than English, so it is impressive that Korean students even know a second language. So, my advice for KAIST students is to be confident in leading their lives as unique INDIVIDUALS, and always try to think and act as a GLOBAL citizen! Thank you.



‘Portfolio Management Competition’ 1위 달성, 박준신 학우를 만나다

지난여름 KAIST 경영대학에 기분 좋은 소식이 도착했다.

금융 MBA 11학번 박준신 학우가 영국 Fidelity Worldwide Investment에서 주최한 ‘Portfolio Management Competition’의 Risk/Return 및 Final Presentation에서 1위를 차지한 것이다. 이와 관련해서 자세한 소식을 듣기 위해 박준신 학우를 만났다.

글 황신혜 기자



노무라 종합연구소 컨설팅 사업부 재직 후 금융 MBA에 입학한 박준신 학우는 김동석 교수가 지도하는 KAIST 학생투자펀드(KSIF)에서 투자 전략 팀장으로 활동했다. KSIF는 국내 최초 학생투자펀드로 학교로부터 10억 원의 투자 자금을 지원받아 학생들이 직접 투자 전략을 연구하고 적용하며 자금을 운영하고 있다.

“배운 이론을 토대로 직접 펀드를 운영하면서 시행

착오를 겪었는데, 이곳에서 배운 지식들이 실무 경험을 쌓고 상을 수상하는 데 많은 도움이 되었습니다.”

그는 KSIF를 통해 투자 전략을 직접 세우고, 자유로운 토론을 통해 투자 감각을 키울 수 있었다고 말했다.

박준신 학우는 금융 MBA Dual Degree Program의 일환으로 Cass Business School에서 수업을 들었고, Portfolio Management 과목을 들던 중 함께 수업을 듣는 학생들과 ‘Portfolio Management Competition’ 대회에 참가하게 되었다. 이탈리아, 포르투갈에서 온 학생들과 Bull Cass 라는 팀을 만들었다. 8주 동안 8번의 투자 기회가 주어졌고, 투자 기간 동안 얼마만큼 위험을 부담하고(Risk), 얼마만큼 수익을 냈는지(Return)에 따라서 평가를 받았다.

“저희 팀은 전략을 세울 때 중용의 전략을 세웠습니다. 주식의 경우 PEG 전략을 사용했는데, 가격과 성장, 그리고 수익의 어느 한 부분에도 치우치지 않는 전략을 세우려고 노력했습니다. 또 이것을 Management하는 방식에서는 Industry Diversification 전략을 써서, PEG Ratio가 좋지 않아도 산업 다양화 측면의 포트폴리오를 위해서 Diversification Benefit이 있다고 생각했을 때는 각 업종에서 PEG Ratio가 가장 낮은 주식들로 편입을 시켰습니다. 또 채권의 경우 미국 국채에 투자 했는데, Yield와 Coupon으로 Fare Value를 구하고 Market Value 대비 저렴하다고 판단될 경우 매수하였습니다. 이러한 전략이 높은 수익률을 내는 데 도움이 되었던 것 같습니다.”



(오른쪽 맨 끝) 박준신 학생

Bull Cass팀은 이 대회에 참여한 53개 팀 중에서 Annual Return 9.9% Annual Risk 4.8%를 기록하며 Portfolio 실적 1위를 달성했다. 또한 Portfolio 실적 상위 1위~5위의 팀에게 주어진 발표 기회에서 투자 실적 및 발표 내용을 바탕으로, 최종 1위로 선정되었다.

그러나 이러한 결과를 얻어내기까지 의사결정 과정에서 합의를 이끌어 내기가 쉽지 않았다.

“실제로 첫 주는 Setting을 하기에 바빴는데 특히 내부 불협화음이 상당히 많았습니다. 국적이 다른 세 사람이 모이다 보니 생각하는 방식도 다르고, 어떤 종목을 더 편입하고, 주식을 많이 할지, 채권을 많이 할 것인지 등 모든 것에 대해 견해가 많이 달랐습니다. 첫 주는 그런 의견을 통합해 나가는 과정이었습니다.” 그러나 두 번째 주부터는 서로 다른 의견들이 잘 통합돼 체계적인 전략을 사용해 꾸준한 실적을 낼 수 있었다고 한다.

“KAIST 금융 MBA가 Academic한 Approach를 중요시하는 대학이라면, Cass는 굉장히 실용적인 대학이라고 느껴졌어요. 예를 들어 KAIST에서 파생상품을 공부한다면, 주로 수학적 모델이나 Pricing에 대한 이론적 Background를 먼저 배우는데, Cass같은 경우는 수업 시간에 바로 Bloomberg를 켜서 수업을 하고, 각 인자들이 Price에 대해 어떻게 영향을 미치는지 그리고 실무적으로 어떤 의미가 있는지에 대해서 주로 설명을 많이 해주세요.”

Approach 자체가 많이 다른 것을 느꼈다는 그는 Academic Approach와 Practical Approach 모두 장기적으로 봤을 때 중요한데, KAIST와 좋은 Synergy를 낼 수 있는 학교라는 생각이 들었다고 전했다.

마지막으로 후배들에게 공모전이나 대회에서 좋은 결과를 내려면 팀원을 잘 구성해야 하고 다른 사람의 말을 잘 경청해야 하며 나와 생각이 다를지라도 배울 점이 있다는 것을 생각한다면 한 팀으로서 원만하게 주어진 과제를 해결할 수 있다고 이야기 했다. 또한 단기성과에 집착하지 말라는 조언도 덧붙였다.



KAIST 경영대학인의 특별했던 여름방학 도전기

“따뜻한 기업가 정신이 궁금하다면? 우리에게 물어보세요!”

2012년 여름은 뜨거웠다. 재학생들의 열정과 도전 때문이었을까. 서울 평균 기온보다 2도가 높았다던 홍릉의 여름. 지난 7~8월 SK-굿네이버스와 UN글로벌컴팩트에서 주관했던 여러 가지 사회책임 관련 공모전에서 창의성과 우수성을 인정받은 경영대학인 세 팀을 프론티어가 만나보았다. 인터뷰 내내 강한 자극을 받았던 것은 그들의 치열한 경쟁심 때문이 아니었다. ‘따뜻한 기업가 정신’, 바로 그것 때문이었다.

글 최안나 기자

서울-대전캠퍼스가 하나 된 KAIST 팀, 공모전은 의도하지 않았던 이벤트?

최근 국내에 소개된 바 있는 취약 계층(Bottom of Pyramid; BoP) 비즈니스 모델은 사회적 책임이 강조되는 현 상황에서 지속성장을 위한 새로운 통로로 각광받고 있다. 기업의 수익성뿐 아니라 기업 활동의 사회적 효과는 물론 기업과 이해관계자 간 협력의 정도가 비즈니스의 핵심 성공 요인으로 꼽히는 등 보다 넓고 다양한 경영자의 시각이 요구되는 전략이기 때문이다. 특히 이 분야의 연구 수요가 많은 곳이 ‘적정기술 비즈니스’이다. 적정기술이란 저개발국의 저소득층을 위해 특정 수준에서 고안된 기술을 뜻한다. 적정기술을 통해서 첨단과학기술을 사용할 형편이 되지 않는 빈곤국가의 사람들까지 삶의 혁신을 가져올 수 있기에 보다 근본적인 빈곤문제 해결을 적정기술에서 기대할 수 있다.

경영공학 석사과정 이정호 학우는 “KAIST는 국내 최고 수준의 기술자원과 경영자원이 공존하는 장”이라며, “경영대학이야말로 적정기술 사업 모델을 발굴하는 데 최적인 실험실”이라고 프로젝트 동기를 회상했다. 실제로 사단법인 ‘나눔과 기술’은 대전캠퍼스 근교에 위치한 적정기술 분야의 싱크탱크로, 이 학우의 사업 아이디어 스카우팅을 위한 영감으로 작용했다. 대전캠퍼스에서 효율적인 난방시스템을 구현할 수 있는 G-Saver 적정기술을 알게 된 이 학우는 처음엔 공모전 참여보다 순수한 의도로 몽골 저소득층 대상의 사업 모델을 구상했다. 이후 프로젝트를 고도화시키기 위해 서울과 대전캠퍼스 학·석·박사 과정 그리고 MBA까지 다채로운 인재들로 구성된 ‘KAIST팀(팀장 박성준, 경영공학 석사과정)’을 결성했다.

KAIST팀의 수장인 박성준 팀장은 본 프로젝트를 둘러싼 NGO, 사회적기업, 그리고 내부 구성원 간의 이해관계를 조율하고 커뮤니케이션을 활성화시키는 역할을 하고 있다. 그는 모두가 Win-win 할 수 있는 프로젝트를 구상하며 두 달간 서울-대전을 오가던 중, ‘제 3회 적정기술 사회적기업 페스티벌’ 공모전을 소개받았다고 한다. “출전을 위해 3일 만에 사업계획서를 작성해서 제출했는데, 우수상을 수상하게 되어 감사할 따름이다”고 소감하며, “향후 국제 소셜벤처 경진대회 SVCA(Social Venture Competition Asia)·GSVC(Global Social Venture Competition)에 참가하여 제 2의 트리플래닛(Tree Planet) 신화를 쓰고 싶다”고 당찬 포부를 밝혔다.



왼쪽부터(윗줄) 박성준, 이정호, 김성수 (아랫줄)허인재, 이보람 학우

KAIST팀 경영대학 멤버 소개

팀장 : 박성준(경영공학 석사과정) | PM, 프로젝트 전반 및 마케팅 조사
팀원 : 허인재(경영공학 박사과정) | 보스턴컨설팅 경력 | 전략방향 기획 및 조정
김성수(경영공학 박사과정) | 삼정KPMG 경력 | 프레젠테이션 및 시장 조사
이정호(경영공학 석사과정) | 두산인프라코어 경력 | 사업 아이템 기술성 분석 및 기술경영
이보람(테크노 MBA 12) | 모건스탠리, 리먼브라더스 경력 | 실행전략 및 재무차원 검토
그 외 R&D 팀에 기계공학과 2인과 산업디자인과 5인(대전캠퍼스)으로 구성
감수 : 이승섭 교수(대전캠퍼스 기계공학과), 이재원 교수(서울캠퍼스 회계학)

“공모전 수상은 시작 단계일 뿐입니다. 본격적인 사업 진행을 위해 몽골 등 한·냉대지역 자원 발굴 관련 혹은 해당지역 비즈니스 전문기를 찾고 있습니다. 조언이나 제후 등 도움주실 분은 KAIST팀(박성준, parksj89@business.kaist.ac.kr)으로 연락 부탁드립니다.”

적정기술 사회적기업 페스티벌 정보와 Tip

올해로 3회를 맞이하는 ‘적정기술 사회적기업 페스티벌’은 굿네이버스와 SK행복나눔재단 후원으로 매년 진행된다. 적정기술을 통한 사회적기업 설립에 관심 있는 대학(원)생을 포함한 일반인 및 적정기술 개발자, 사회적기업가들이 서로의 사업 아이디어를 소개하고 공유하는 자리로 마련되며, 우수 3팀을 시상하여 실제 사업화를 위해 지원한다. 평소 적정기술이나 사회적기업에 대한 구체적이고 실현 가능한 구상을 해왔다면 편당을 하는 데 유용한 창구가 될 수 있다.

세계 최초 대학(원)생 대상 Y-CSR 컨퍼런스에서 대상과 우수상을 휩쓴 SIC팀과 송희찬 학우

전 세계 기업들을 대상으로 책임있는 기업 활동의 글로벌 기준을 제시하고 있는 유엔글로벌컴팩트(UNGC, www.UNGlobalCompact.kr)가 반기문 유엔사무총장의 특별 프로젝트인 ‘Y-CSR 컨퍼런스’를 지난 8월 14일 서울 세종대학교에서 개최했다. Y-CSR 컨퍼런스는 기업의 사회적 책임, 공유가치 창출, 사회적기업, 기업의 개발원조 참여, 사회적 투명성 제고 등 ‘따뜻한 경영’ 이슈에 관심 있는 대학생 및 대학원생들을 대상으로 한 세계 최초 대규모 컨퍼런스다. 두 달간 공모전에 참여해 머리를 맞댄 전국 대학생과 대학원생, 그리고 다양한 기관의 실무자 1천여 명은 산학연계의 다양한 CSR 네트워킹을 다졌다.

이날 행사의 하이라이트는 CSR 전략 기획서와 논문 공모전 시상과 앵글 PT였다. 11개 대기업·공기기업의 CSR 전략을 제안하는 기획서 부문에서 테크노 MBA 12학번 3명으로 구성된 ‘Step Into CSR(SIC, 팀장 이동환)’ 팀이 대상을 차지했다. 지난 학기부터 카이스트 지속가능경영학회(KASS)에서 꾸준히 관련 이슈를 고민해 온 이 팀장은 “CSR이 단순 사회공헌 프로그램 수준을 벗어나 지속가능성 차원의 전략, 마케팅, 조직, 재무 등 실무를 관통하는 기업 전략으로 발전시키는 것이 필요하다고 생각했다”고 참가 동기를 밝히며, “CSR에 대해서 다양한 시각을 지닌 팀원 섭외가 중요했던 것 같다”고 귀띔했다. 예선 마감 하루 전에 전략 제안서를 작성하고, 본선에서는 다른 팀보다 한 달이나 짧은 기간에 전략 기획서를 작성하여 대상을 거머쥔 SIC 팀은 평소 관련 분야에 대한 깊은 고민을 생활화 하고, 참여 기간에는 성과 보다 즐거움과 재미를 추구하는 것이 중요하다고 비법을 전했다.

논문 부문에서는 경영공학 석사과정 송희찬 학우가 우수상을 수상했다. KASS 회원이기도 한 그의 CSR 연구 동기는 학부시절로 거슬러 올라간다. 경영학과 철학을 전공하면서 일찍부터 기업 윤리에 흥미를 갖게 된 송 학우는 이 대회에서 “기업의 전략적 사회 책임 활동과 선택적 이해관계자 경영에 대한 고찰”이라는 논문을 통해, CSR 활동을 기업의 전사 전략과 연계해 수행해야 함을 강조했다. 500여 편이라는 엄청난 경쟁을 뚫고 3위의 쾌거를 올릴 수 있었던 것도 대회 공모전에 이미 오랜 시간 고민을 해왔던 덕분이 아니었을까 생각된다. 한편, “교수님의 밀착 피드백도 논문의 완성도를 높이는 데 매우 중요했다”며 지도 교수님께 영예를 돌린 그는 ‘누구에게 어떤 방식으로 따뜻한 경영을 할 것인가’라는 화두로 세상을 밝히는 연구 성과를 쌓고 싶다”고 목표를 말했다.



왼쪽부터 권철현, 이동환, 김수희 학우

Step Into CSR(SIC)팀 소개

팀장 : 이동환 | PM, 기획서 작성 및 도식화 총괄

팀원 : 권철현 | 시장조사 및 아이디어 도출, 김수희 | 분석가공 및 프레젠테이션 커뮤니케이션



송희찬 경영공학 석사과정

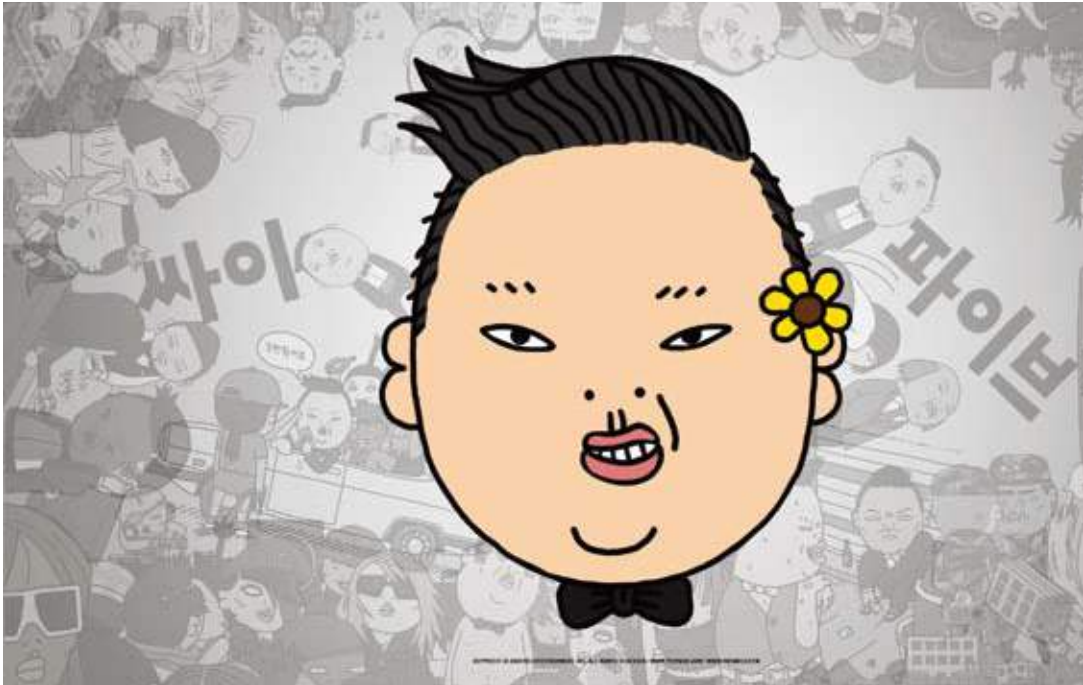
세부전공 : 조직 및 전략 | 지도교수 : 김태현 교수

주요논문 : (단독저자) “Analysis of the global smart phone market and the strategies of its major players(in English)”, 2010, Journal of Global Business and Community (단독저자) “21세기 윤리경영, 조화와 상생의 길로; 니코마코스 윤리학의 통찰을 중심으로”, 우수상, 2011, 한국생산성본부(KMAC)

싸이, 그리고 〈포레스트 검프〉 어느 바보들의 행진

가수 싸이와 그의 노래 〈강남스타일〉이 말 그대로 ‘어메이징’한 행보를 이어가고 있다. 유튜브(YouTube) 사상 한국 가수 최초의 단일 콘텐츠 3억 5천 뷰 달성(10월 3일 기준), 아시아 가수 최초이자, 한국어 노래 최초로 빌보드 메인 차트(10월 4일 기준, 2위) 및 영국 음악 차트(10월 1일 기준, 1위) 석권, 세계 최대의 음원 유통 플랫폼인 아이튠즈 뮤직 스토어 다운로드 수 전체 1위, MTV 뮤직어워드 오프닝 무대 장식, NBC, ABC 등 미국 주요 방송국의 대표 토크쇼 및 뉴스 프로그램에 출연, 글로벌 음반 회사와의 전격 계약 등, 연일 놀라운 소식이 우리의 눈과 귀를 즐겁게 하고 있다. 그런데 무슨 이유에 서일까, 온갖 미디어들이 그의 일거수일투족에 집중하며 그의 ‘대박’을 다양한 관점에서 분석한 기사와 칼럼들을 뿌려대고 있는 틈바구니에서 이상하게도 어느 ‘바보’의 일대기를 그린 영화 〈포레스트 검프〉가 계속 머릿속에 맴돌았다.

글 류성한 기자



〈포레스트 검프〉, 가장 극적인 삶을 살아간 바보 이야기

소위 ‘바보’들이 등장하는 콘텐츠는 동서고금을 막론하고 열렬한 사랑을 받아왔다. ‘바보’라는 소재가 지닌 재미와 감동을 모두 자아내는 매력을 지니고 있는 것은 물론이고, ‘바보’ 캐릭터는 시기와 질투의 대상보다는 공감과 응원 의 대상이 되기 쉽기 때문이다. 이렇듯 ‘바보’들이 등장하는 수많은 작품 중에서 가장 극적인 ‘바보’의 삶을 이야기 한 영화가 바로 〈포레스트 검프〉이다. IQ 75에 다리가 불편한 장애를 안고 태어난 포레스트 검프는 엄마의 굳은 의 지와 정성으로 정규 학교에 입학하게 된다. 그리고 그 곳에서 유일하게 자신에게 손을 내밀어준 제니를 통해 장애 를 극복하고 자신이 달리기애 뛰어난 재능이 있음을 알게 된다. 그 이후 포레스트 검프는 매 순간 우직한 ‘바보’의 삶을 살아간다. 최고의 미식축구 선수로, 베트남전에서는 많은 동료들을 구해낸 명예로운 군인으로, 국가대표 탁구 선수로, 새우잡이 배의 선주로, 성공한 사업가로 끊임없이, 그리고 열심히 자신의 삶을 만들어간다.

같은 시간, 불행한 가정사와 망가져버린 꿈으로 인해 끝없이 방황하던 제니는 검프의 사랑과 위로를 통해 회복되 고 결국 그의 곁에 소중한 선물을 남기고 영원한 안식을 취하게 된다. 누구보다 빨리 달리던 ‘바보’의 순애보와 미국



의 굴곡 많은 현대사를 절묘하게 엮어낸 이 영화는 1994년 개봉 당시 최고의 흥행 수입을 거둔 것은 물론 아카데미 시상식에서 작품상, 감독상, 남우주연상을 포함한 총 6개 부문에서 수상의 영예를 얻는다.

바보처럼 사는 것이 가장 지혜로운 것

노자는 ‘대지약우(大智若愚, 큰 지혜는 어리석어 보이는 것)’라는 말로 바보의 삶을 표현했다. 포레스트 검프의 삶이 이를 잘 나타낸다. 그는 바보였지만 누구보다 삶에 충직했고, 남의 시선에 얽매이지 않았으며, 아낌없이 나누는 삶을 살았다. 싸이도 마찬가지다. 겉으로 보이는 외모와 언행은 그를 특이하고 빈틈이 많은 사람처럼 보이게 하지만 업계 전문가들이 바라보는 싸이의 내공과 음악에 대한 열정은 실로 위대한 수준이다. 포레스트 검프에게 달리기가 그러했던 것처럼 싸이도 자신의 음악에 몰두하는 삶을 살았다. 기존의 뻔한 상식들을 따르기보다는 무모하다고 여겨질 일들을 실행에 옮겼다. 기성 가수들이 유행에 따른 음악들을 준비하느라 정신이 없을 때, 싸이는 자신만의 색깔을 확고히 하며 자신의 이야기를 자신만의 스타일로 풀어낸 노래를 발표하고 꾸준한 공연을 통해 이를 자신의 브랜드로 구축했다. ‘사람들이 좋아하는 모습을 보는 것이 좋다’던 그는 결국 〈강남스타일〉을 통해 사람들에게 엄청난 즐거움을 선사하고 있다. 남의 시선을 의식하지 않고 자신만의 길을 달려온 우직한 ‘바보’의 삶이 빛을 발한 것이다.

기꺼이 바보가 되고자 하는 기업가

한 치의 실수도 용납되지 않는 냉혹한 기업 경영의 세계에서 바보처럼 행동한다는 것은 매우 위험한 일이 아닐 수 없다. 그럼에도 불구하고 기꺼이 바보가 되고자 하는 기업가들이 존재한다는 것, 또 그들이 멋진 변화를 이끌어 간다는 점은 ‘바보’로 살아가는 것에 의미를 더해준다. ‘괴짜 기업가’로 유명한 영국 버진 그룹의 리처드 브랜슨 회장은 레코드 사업을 기반으로 30년간 200여 개의 기업을 세운 도전의 대명사다. 초고속 보트를 타고 최단시간 대서양 횡단 기록에 도전한 일화나, 열기구 타고 세계 일주를 시도한 이야기, 우주관광업체를 세워 자기 생전에 화성에 민간인을 보내겠다고 선언한 일 등이 단적인 사례들이다. 버진 브랜드를 홍보하기 위한 그의 노력은 더 바보스럽다. 가장 많이 회자되는 일화 중 하나는 2002년 버진 모바일이 미국에 진출했을 당시, 맨해튼 타임스퀘어 한복판에서 휴대폰으로 장식한 팬티만 입은 채 “버진 모바일의 이동통신 서비스는 감출 게 아무것도 없다”고 외친 사건이다. 그가 어렸을 때 어느 항공사의 직원이 “바보가 되더라도 다른 사람에게 즐거움을 주라”는 충고를 한 것이 이 모든 것이 시발점이었다면 너무 억지스러운 이야기일까?

또 다른 바보의 행진을 기대하며

한국의 슈바이처로 불리며 평생을 봉사와 헌신으로 살다간故 장기려 박사가 그를 찾아온 제자에게 덕담으로 “바보 소리 들으면 성공한 거야”라고 말한 일화는 유명하다. 포레스트 검프와 싸이 그리고 리처드 브랜슨은 모두 바보의 모습으로 우리에게 다가오지만 그 어느 천재도 이루지 못한 즐겁고 행복한 변화를 만들었으며 또 만들어가고 있는 중이다. 우리의 기업들도 모범생처럼 정답만을 찾아 헤매거나 암체처럼 남들 뒤를 따라다니기 보다는 어떠한 폭풍우 속에서도 바보 특유의 우둔함으로 자신이 지키고 싶은 소중한 것을 위해 담담하게 행진하는 진정한 ‘바보’로 거듭나기 바란다. 그들을 응원하는 마음으로 싸이의 이번 앨범에 수록된 또 다른 노래를 띄우며 글을 마무리한다.

그래 나 청개구리 그 누가 제아무리 뭐라 해도 나는 나아~♪
우물 안의 개구리라도 나 행복하리 그래 그게 바로 나아~♪ - 〈청개구리〉 中



KAIST 경영대학의 미래를 책임질 신임 교수 4인방

유달리 더웠던 여름이 지나 가을학기가 시작되자 홍릉캠퍼스는 새로운 얼굴들과 함께 다시 활기를 되찾았다. 특히 이번 가을은 KAIST 경영대학의 성장에 발맞추어 4명의 신임 교수와도 새롭게 인연을 맺는 뜻 깊은 계절이 되었다. 프론티어가 발 빠르게 신임 교수 네 분의 연구실 문을 열어보았다.

글 이현규 기자

열린 의식으로 다가서는 교수가 되겠습니다!

오동철 교수(금융전문대학원 - 금융분야, S573)

오동철 교수가 경영학과에 입학했을 시절, 다른 친구들은 한창 회계사 시험을 준비하고 있었다. 그러나 이필상 교수가 강의하는 옵션, 파생상품에 관한 과목을 들으며 그는 이 분야에 대해서 보다 깊이 연구해보자며 유학을 떠났다. 그러나 시작과 달리 그는 Washington University in St. Louis에서 게임이론을 기반으로 한 금융위기 및 기업지배 구조를 도형화하는 연구를 했다. “사실 박사과정 초기에 너무나 어렵게 배웠던 게임이론은 저와 맞지 않는 분야라고 생각했었는데, 더 깊게 공부를 하면서 게임이론 자체가 주는 묘미와 매력에 푹 빠지게 되었습니다.” 박사과정을 통해 배워온 지식은 한국은행 경제연구원에서 중앙은행의 다양한 신폴전략에 대해 연구하며 더욱 구체화되었다. 큰 시야와 실무적인 감각까지 갖춘 뒤 KAIST 경영대학의 교수가 된 그가 꿈꾸는 교수는 어떤 모습일까? “고려대학교 경제학과 교수이셨던 아버지의 열린 의식, 나이 어린 학생들과 스스럼없이 대화하시는 모습이 기억에 남습니다. 저도 그런 교수가 되어 학생들에게 편안한, 그래서 학생들이 쉽게 찾아와 고민을 나눌 수 있는 교수가 되고 싶습니다.”

학생들과의 좋은 수업, 좋은 경험을 기대합니다!

이기는 교수(테크노경영대학원 - 경영경제분야, S412)

이기는 교수는 사실 KAIST 경영대학의 일원이 되기 전부터 가까운 이웃이었다. 2004년 Columbia에서 박사학위를 받은 후, 홍릉 캠퍼스 바로 옆에 위치한 KDI 국제정책대학원의 교수로서 KAIST 경영대학의 모습을 자연스럽게 보아왔다. 이기는 교수가 KAIST를 선택한 이유 또한 친숙함을 꼽았다. “제가 학부도 비교적 규모가 작은 LAC(Liberal Art College)를 다니기도 했고, 지금까지 큰 학교보다는 작은 학교에서 연구를 해왔습니다. KAIST 경영대학은 제가 원래 있던 학교와 비슷한 점이 아주 많아요.” 지금까지 이기는 교수가 가르친 학생들은 비교적 수학적인 기초가 약한 학생들이 대다수였다. “이제는 KAIST 경영대학의 우수한 학생들과 좋은 수업을 만들고 논문을 지도하면서 보다 좋은 경험을 할 수 있을 것 같습니다.” 공식적인 인터뷰가 끝난 뒤 학교 시설에 대해 이런저런 이야기를 하다 약간 열어놓지 못하고 항상 단함을 고수하는 불투명 나무문을 굉장히 아쉬워한 이기는 교수는 학생들에게 편한 사람으로 느껴졌으면 한다는 소망을 밝혔다.

깊이 있는 연구와 소통의 장을 꿈꿉니다.

이윤신 교수(테크노경영대학원 - 생산전략 및 경영과학분야, S488)

이윤신 교수는 현재 KAIST 경영대학의 최연소 교수로 고등학교부터 박사과정까지 줄곧 영국에서 공부를 해왔다. “학부 때는 토목공학을 전공했지만, 학부 시절 필수 과목 중 하나였던 OR에 큰 흥미를 느끼고 Cambridge에서 현재 전공인 생산관리/경영과학에 대한 공부를 시작했습니다. 그게 지금의 저를 만들게 된 것 같아요.” 혹은 한국의 KAIST를 선택하게 된 남다른 계기가 있는가에 대한 질문에 이윤신 교수는 현재 연구하고 있는 재고 관리 및 예측 분야에서 KAIST의 입지는 탁월하다고 답했다. “대전에 있는 KAIST 산업공학과와 입지도 탁월할뿐만 아니라, KAIST 경영대학에 현재 계신 교수님들이 제가 진행해왔고, 또 관심 있는 연구 주제를 많이 연구하고 계시기 때문에 공동연구 등을 통해 발전시킬 수 있을 것이라 생각했습니다.” 한국 나이로 서른에 교수가 된 이윤신 교수, 그녀는 학생들에게 어떤 교수로 다가가고 싶을까? “아무래도 지금은 제가 가장 어린 교수이니 학생들과 쉽게 소통할 수 있을 거라 생각합니다. 언제나 학생들이 다가설 수 있는 교수가 되었으면 좋겠습니다.”

학생들의 도전에 힘을 더하겠습니다.

이찬진 교수(테크노경영대학원 - 마케팅분야, S577)

대학생 시절부터 소비자 심리에 관심이 많았던 이찬진 교수는 소비자를 어떻게 하면 잘 연구할 수 있을지를 고민했다. 그리고는 소비자 정보처리를 배울 수 있을 것이라는 기대로 석사과정에 진학했다. “사실 Berkeley에서 배웠던 정보처리 기술은 주로 큰 규모의 데이터를 다루는 방법이었습니다.”라며 이찬진 교수는 웃었다. 잠시 한국에 돌아와 일하던 이찬진 교수는 결국 소비자 심리를 제대로 다루는 곳이 경영학과와 마케팅 분야라는 사실을 알고 Hass School of Business로 다시 유학을 떠났다. 정해진 시간에 빨리 문제를 해결하기보다는 내가 중요하다고 생각하는 것을 가르치고 연구할 수 있는 학자가 되고 싶었다는 이찬진 교수. 요즘에는 “소비자들이 의미 있고, 가치 있는 것을 어떻게 소비하는지, 이른바 ‘가치 소비’를 중요하게 생각하고 있다”고 전했다. 마지막으로 이찬진 교수는 학생들이 지금 가지고 있는 참신한 아이디어에 깊게 도전하는 데 주저하지 말았으면 한 다며 자신 또한 학생들이 원하는 것을 해줄 수 있는 교수가 되었으면 한다는 말을 전했다.



왼쪽부터 이윤신, 오동철, 이기는, 이찬진 교수

다양한 주제 융합의 연구 공간 기업재무 연구실

금융에는 크게 금융공학과 기업재무의 두 가지 주류가 있다. 이 중 기업재무 분야는 기업의 가치와 자본구조, 지배구조부터 시작하여 행동과학적인 면까지 매우 넓은 방면에 걸쳐있다. 주식시장으로 친숙해진 금융공학에 비해 생소하게 들릴 수도 있는, 기업재무를 연구하는 S325 연구실을 찾아가 보았다.

글 신승훈 기자



다양한 관심사가 모여 있는 S325

기업재무 연구실의 정식 이름은 기업재무 연구실이 아니다. 교수와 학생들 사이에서는 연구실 호수인 'S325'로 통한다. 현재 KAIST 경영대학에 기업재무를 연구하는 연구실이 여러 개가 있을 뿐 아니라, S325의 다양한 관심 분야를 표현하기에는 부족함이 있기 때문이다.

“저희가 연구하는 분야가 기업재무 쪽이기에 편의상 기업재무 연구실 이라고 불러 왔지만, 지도 교수이신 이인무 교수님의 다방면에 걸친 연구 분야와 석사 3명, 박사 3명의 학생들 각각이 관심을 가지고 연구하는 분야들을 모두 아우르기에 ‘기업재무 연구실’이라는 이름이 부족하다

는 생각이 들었습니다.”

S325의 다양한 연구 분야를 보여주듯 석·박사 통합과정의 박사 1년차인 김동한 학우는 몇 주 전 파산위기 기업의 내부자 거래를 지배구조와 연관시킨 주제로 세미나를 했었다고 전했다.

“아직은 더 많이 공부해야 되는 단계이기에 나의 관심 분야를 정하기보다는 폭넓게 그리고 다양한 주제를 찾고 있습니다.”

이렇듯 S325의 학생들은 다양한 주제에 관심을 두고 자유롭게 공부하고 있다. 또한 앞으로는 금융공학 쪽도 거리를 두지 않고 공부해 여러 가지 관심사를 융합하는 연구도 해나갈 예정이다.

Lab S 3 2 5

저희가 연구하는 분야가 기업재무 쪽이기에 편의상 기업재무 연구실이라고 불러 왔지만, 지도 교수이신 이인무 교수님의 다방면에 걸친 연구 분야와 석사 3명, 박사 3명의 학생들 각각이 관심을 가지고 연구하는 분야들을 모두 아우르기에 ‘기업재무 연구실’이라는 이름이 부족하다는 생각이 들었습니다.

공부를 넘어서 생활하는 공간

높은 학구열만큼이나 기자를 놀라게 했던 것은 연구실에 구비되어 있는 다양한 생필품들이었다. 클렌징폼과 같은 세면도구는 모두에게 기본이었고, 공동으로 쓰는 냉장고에 전자레인지는 물론 각종 일회용 식기들까지... 생활에 필요한 다양한 비품들이 갖추어져 있었다. 연구실 한 구석에는 설거지 전용 세제까지 있어 기자를 깜짝 놀라게 했는데, 다행히도(?) 그것은 사은품으로 받은 것일 뿐 실제로 사용하는 일은 없었다고 한다.

박사과정 신승훈 학우는 “랩에 머무르는 시간이 많다 보니 하나 둘씩 가져다 놓기 시작한 것이 이렇게 되었다”고 설명하였다. 이제 그들에게는 S325가 연구하는 곳을 넘어서 생활하는 공간이 되어있는 것이다.

쾌적한 학습 환경과 연구의 생활화는 많은 사람들이 꿈는 KAIST 경영대학 연구실들의 큰 장점 중 하나이다. 많은 시간을 연구실에서 보내는 기업재무 연구실을 비롯한 모든 연구실 학생들에게 큰 격려와 응원을 보낸다.

Book Review

다독다독 KAIST 경영대학인 추천도서

따가운 햇살이 누그러졌고 부는 바람 역시 선선해졌다. 눈앞에 펼쳐지는 세상이 더 또렷해 보인다. 머리도, 생각도 맑아진다. 그래서 ‘가을은 독서의 계절’이라고 하나보다. 이 계절을 맞아 책 한권 집어 들고 그 동안 소홀했던 내 자신과의 오붓한 시간을 한번 만들어 보는 건 어떨까?

정리 이현규, 황신혜 기자

넥스트 그린 컴퍼니

조엘 매크워(Joel Makower) 저



진화하는 녹색시장과 고객을 사로잡을 수 있는 실전 비즈니스 전략서

친환경기업이 되는 것은 쉬운 일이 아니다. 1990년대 초, 코카콜라가 플라스틱 용기의 원료 중 재생원료 비율을 25%까지 늘리겠다고 해놓고 지키지 못하자 환경단체들이 아우성을 쳤다. 코카콜라 유통의 핵심인 보틀러의 4분의 3은 자사 소속이 아닌 독립 프랜차이즈이며 재활용 플라스틱 시장은 유가의 영향을 심하게 받는다. 이러한 외적인 요인에 의해 예상보다 재생원료 비율을 높이는 것이 말처럼 쉽지 않았다.

과거에는 물론 현재까지도 기업에게 환경문제는 잘 하면 본전이고 못하면 욕이나 얻어먹기 쉬운 골칫덩이일지도 모른다. 그러나 상황을 온통 비판적으로만 볼 것은 아닌 듯하다. 여론과 규제에 등 떠밀려 억지로 환경문제를 고민하기 시작했지만 시간이 흐른 뒤에 보니 생각했던 것보다 이득을 본 경우가 적지 않았던 것이다. 바로 환경에 대한 기업들의 인식이 바뀌면서 녹색 경영이 새로운 혁신과 가치를 가져올 수 있기 때문이다. 또한 예전보다 환경에 대한 소비자들의 인식이 크게 높아진 것도 도움이 됐다. 이득이 눈에 보이기 시작하면서

| 테크노 MBA 11 임승윤

과거보다 녹색 시장의 규모도 커졌고 경쟁도 치열해졌다. 시장 안에 존재하는 기업들의 생존방식도 변화하고 있다. 이런 상황에서 무늬만 녹색으로 칠하던 이미지 마케팅이 아닌, 기업에게 있어 진실된 기업 가치를 가져다 줄 수 있는 녹색전략은 과연 무엇일까? 자신의 편의를 위한 소비는 줄이지 못하면서도 지구를 살리는 데는 동참하고 싶어 하는 소비자의 상반된 마음을 어떻게 헤아릴 것인가?

이 책은 녹색 경영에 대한 의구심을 풀어주고 시장에서 살아남는 해결책도 제시해 준다. 책에서는 모든 기업이 완전하고 흠 없는 친환경기업이 되기를 요구하지 않는다. 적어도 소비자가 기업들이 환경을 위해 행하는 모든 일을 색안경을 끼고 볼 필요는 없으며, 동시에 환경을 선택한 기업의 노력이 결코 헛되지 않다는 것을 알려주고 있을 뿐이다.

기업이 소비자를 이해하고 올바른 전략을 가지고 있는 한 시장에서 실패하지 않는다는 기본적인 법칙은 변하지 않는 법이다. 더 효율적이고 근사하며 친환경적이기 때문에 소비자들에게 확실히 선택되는 제품이나 서비스는 과연 이 세상에 존재하는 것일까? 책에서는 그것이 불가능하지 않다고 말한다.

‘있는 그대로의 나’를 내보여라

| 경영공학 석사과정 11 장은영

나는 까칠하게 살기로 했다
양찬순 저

책 마지막 장을 덮으며 ‘까칠하다’의 사전적 정의를 찾아보았다. “까칠하다; 형용사, 야위거나 메말라 살갓이나 털이 윤기가 없고 조금 거칠다. ‘가칠하다’보다 센 느낌을 준다.” 밝고 긍정적인 단어는 아님이 분명하다. 독특한 제목에 끌려 처음 이 책을 손에 들면서 이 단어가 조금은 딱딱한 우리네 삶을 표현하는 것은 아닐까 싶었다. 그리고 이 책은 분명 달랐다. 가볍지만 가볍지 않은 이야기에 나는 폭 빠져버렸다. 책 표지에는 ‘상처받지 않고 사람을 움직이는 관계의 심리학’이라 써여 있지만, 그보다는 나와 상대방을 포함하는 인간 그리고 삶에 대한 이해와 사랑쯤 되지 않을까 싶다. 우리네 삶은 관계다. 타인과의 관계, 일과의 관계, 나 자신과의 관계... 관계없는 삶은 이야기할 수 없다. 대부분 이 ‘관계’의 어려움은 소통의 어려움에서 기인한다.

‘내 본심을堂堂히 표현하는 것이 좋다. 그것이 건강한 까칠함이다.’ 저자가 이렇게 말하는 데에는 이유가 있다. 대다수의 사람은 거부당하는 것이 두려워 자기주장에

소극적이다. 건강한 까칠함, 즉 나 자신을堂堂하게 표현하기 위해서는 먼저 자신의 본심을 충분히 아는 것이 선행되어야 한다. 또 내가 소중한 것처럼 다른 사람의 본심을 들여다보고 헤아린다면 우리는 후회없는 건강한 소통을 할 수 있을 것이다. 세상을 안다는 것은 바로 나를 아는 것이고, 나를 아는 것은 세상을 아는 것이다. 이 책은 다양한 사례와 문학작품, 심리학 이론 등을 통해, 읽는 이로 하여금 ‘까칠하게 살아가는’ 일련의 과정을 돕고 있다. “‘있는 그대로의 나’를 내보여라. 그것을 수용하는 사람들과는 더 기분 좋게 잘 지내면 되고, 비판하는 사람들의 말이 일리 있다면 고치면 된다. 비난뿐인 말이라면? 그 사람의 문제로 치부하면 그뿐! 이해해야 공감하고 공감해야 소통한다. 그때 세상은 먼저 내 진심을 알아줄 것이다.” – 본문 中

가을, 나를 이해하고 상대를 이해하는 시간, 우리네 삶을 조금 더 사랑하는 말랑말랑한 시간을 선물해 줄 수 있는 책이 아닐까 싶다.

나는 정말 정직하고 착한 사람일까?

| 경영공학 석사과정 12 이승현

거짓말하는 착한 사람들
댄 애리얼리(Dan Ariely) 저

우리가 흔히 말하는 선한 사람의 기준은 무엇일까? 사람마다 기준이 다르겠지만, ‘법을 준수하고 남에게 큰 해를 끼치지 않은 사람’ 정도로 생각하면 큰 무리가 없을 것이다. 그렇다면 선한 사람들은 어느 정도의 부정행위를 저지를까? 또 그 부정행위를 저지르는 동기는 무엇일까? 예를 들어, 시각장애인 또는 초행길인 사람을 손님으로 태웠을 때, 택시 운전기사들은 어느 경우에 부정행위를 더 많이 저지를까? 자기가 푼 문제를 아무도 보지 않는 곳에서 스스로 채점하고 맞춘 문제의 개수에 비례해 상금을 준다면 사람들은 어떻게 행동할까? 이러한 문제들에 대해 게리 베커와 같은 경제학자들은 부정행위 또한 비용편익 분석에 의한 합리적 선택에 따라 결정된다고 보았다. 즉, 사람들은 부정행위를 저지른 때의 편익과 부정행위가 발각되었을 때 치르는 비용 및 확률을 고려하여 부정행위의 정도를 결정한다고 주장하였다. 비용편익 분석대로라면 위 실험에서는 부정행위가 결렬 확률이 없다고 할 수 있으므로 최대한 부정행위를 저질러 편익을 극대화해야 한다.

그렇다면 실제 실험 결과는 어땠을까? 의외하게도 첫 번째 실험에서 택시 운전기사들은 시각장애인을 태웠을 때 오히려 부정행위를 덜 저질렀다. 그리고 두 번째 실험에서는 채점 결과를 조금 부풀리기는 했지만 만점을 맞았다고 하는 사람은 없었다. 위의 두 예는 비용편익 분석을 통한 부정행위로는 설명될 수 없는 부분이다. 행동경제학이 전통적 경제학 가정에 새로운 시각을 제시해 왔던 것처럼, 이번 책에서도 행동경제학의 대가인 댄 애리얼리는 기존 경제학이 가지고 있던 부정행위에 대해 새로운 시각을 제시했다. 일반적인 사람들의 부정행위는 미디어에 나올 법한 범죄행위를 다루는 것보다 훨씬 흥미로울 수 있다. 최근 접하게 되는 극악 범죄들은 우리의 입을 다물 수 없게 한다. 그러나 이 책은 일반적인 사람들의 부정행위를 다룸으로써 고개를 끄덕이게 한다. 책을 읽다 보면 선한 사람이 많은 부정행위를 저질 수 있다는 위협감과 우리가 매일 보는 사람들이 생각보다 선하다는 안도감이 동시에 들게 될 것이다.

하버드 인텔리전스

빌 머피 주니어(Bill Murphy Jr.) 저



어려운 환경 속에서 목표 달성의 방법을 찾고 있다면 이 책을 읽어라

| 금융 MBA 11 박훈진

이 책은 하버드 MBA 출신 세 명의 창업 이야기를 담고 있다. 책의 본문을 읽기 전 목차를 훑어본 후 자신의 간절한 꿈을 생각하며 읽는다면 그 꿈을 실현 하는 데 한 걸음 다가갈 수 있을 것이다. 저자는 10가지의 성공원칙을 먼저 제시하고 이에 맞추어 세 사람의 이야기를 펼치고 있다.

10가지 성공원칙은 다음과 같다. ‘확고한 신념을 가져라’, ‘문제를 발견한 후 해결책을 찾아라’, ‘크고 새롭게 그리고 다시 생각하라’, ‘인맥을 형성하라’, ‘자신을 믿고 대담하게 도전하라’, ‘위험을 관리하라’, ‘리더십을 키워라’, ‘영업하는 법을 배우라’, ‘끈기를 가져라’, ‘도전을 즐겨라.’

이 모든 원칙이 중요하지만 개인적으로 가장 중요하게 느껴지는 원칙은 ‘확고한 신념을 가져라’이다. 믿음, 신념, 의지 이러한 요소들은 사람이 행동하는 데 항상 일관

성을 가져다준다. 또한 본인의 목표가 있을 때는 더욱 강한 힘을 실어준다. 때로는 일관성이 고집이 될 수도 있지만 확고한 신념은 그 고집마저도 다스릴 수 있는 힘이 되곤 한다.

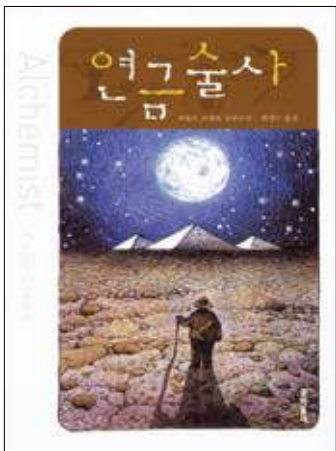
다른 아홉 가지의 성공원칙들도 충분히 신념으로부터 나왔다고 볼 수 있다. 이 책에서는 이러한 요소들을 구체적인 사례로 이야기하고 있다. 계속되는 환경적 어려움 속에서 주인공들이 어떤 생각을 가지고 목표를 달성하는지, 마치 바로 옆에서 지켜보는 것처럼 생생하게 느낄 수 있다. 조금 고리타분한 이야기일 수 있지만 하버드 MBA의 명성은 분명 그 인적 구성에 있다. 그리고 그들의 끊임없이 도전하고 포기하지 않는 열정과 신념, 그것이 명성의 핵심이라 생각된다. ‘내가 바로 Frontier’ 라는 생각이 많은 것을 볼 수 있게 만들고, 느낄 수 있게 만들며, 할 수 있게 만든다는 것을 가르쳐주는 책이다.

취업을 앞둔 우리에게
진정 필요한 것은...

| 경영공학 박사과정 09 황인덕

연금술사

파울로 코엘료(Paulo Coelho) 저



연금술사는 ‘자아의 신화’를 찾아 여행을 떠나는 스페인의 양치기 청년 산티아고에 대한 이야기다. 산티아고는 양치기로서의 삶에 익숙해 있었고 마음 깊이 흠모하던 소녀와의 재회를 눈앞에 두고 있었지만, 자신의 꿈과 신을 통해 전해진 표지에 귀 기울여, 보물을 찾아 이집트 피라미드를 향해 여행을 떠난다. 산티아고는 낯선 땅에서 사기를 당해 무일푼이 되기도 하고 다시 고향으로 돌아가기 위해 쉬지 않고 일을 하기도 하지만 끝까지 자아의 신화, 즉 자신이 진정 원하는 꿈을 향한 여정을 이어나간다. 그리고 연금술사를 통해 만물의 언어를 이해하게 되고 마침내 그 꿈을 이루게 된다. 지극히 동화적이고도 종교적인 이 책을 읽고 있노라면 산티아고의 삶은 우리 경영대학원생들의 그것과는 너무나 동떨어져 있는 듯한 이질감을 느끼게 된다. ‘자아의 신화’를 이루기 위해 산티아고가 내린 일련의 의사결정은 경제학이 가장 숭배하는 ‘합리적인 의사결정’이라는 대원칙에 어긋나기도 하고, 취업을 앞두고 있는 우리

의 모습이 산티아고의 그것과는 많이 다르기 때문이다. 대부분의 경우 우리는 월급을 많이 주는 직장, 혹은 안정적인 직장을 찾아 입사를 한다. 그러나 그러한 의사결정이 우리 삶의 진정한 행복과 맞닿아 있을까? 우리는 어느새 기업을 바라볼 때뿐만 아니라, 각자의 삶을 바라볼 때마저 경영학이란 안경을 쓰고 있는 것은 아닐까? 취업에 대한 고민으로 시름하는 경영대학원생들에게 연금술사는 다음과 같은 질문을 던져준다. 우리는 스스로 진정 하고 싶은 일을 찾기 위해 얼마나 고민하고 있을까? 그 일을 하기 위해 얼마나 열심히 준비하고 있을까? 지금 당장 이를 수 없기에 쉽사리 포기하고 있는 것은 아닐까? 현실과 동떨어진 듯 보이는 이 질문들이 정작 지금 우리에게 가장 필요한 질문은 아닐지 생각해본다. “자네가 무언가를 간절히 원할 때 온 우주는 자네의 소망이 실현 되도록 도와준다네.”

KAIST 경영대학 동문 행사

2012년 KAIST 경영대학 동문회 임원단에서는 다양한 행사를 기획하고 추진하였습니다.

동문-교수 골프대회



8월 16일에는 첫 <동문포럼>이 웨스턴 조선호텔에서, 8월 25일에는 첫 <동문-교수 골프대회>가 신라C.C(여주)에서, 9월 15일에는 첫 <동문-재학생 산행>이 북악산 성곽길 및 삼청동에서 진행되었습니다.

많은 동문, 교수, 재학생들이 관심을 가지고 참가해 주시고, 물심 양면 후원해 주셔서 경영대학 동문회 역사에 새로운 페이지를 열 수 있었습니다. 이제 올해를 마무리하면서 11월 30일(금) 오후 7시 모든 동문들이 학교에 모여 한 해를 돌아보고 선후배, 동기들과 함께 그간 나누지 못한 이야기들을 나누면서 편안한 쉼을 얻을 수 있는 <Homecoming Day>를 준비하고 있습니다.

많은 동문들의 성원과 관심을 부탁드리며, 특별히 금년 동문행사 준비와 진행에 많은 애를 써 주신 금융 MBA 1기 조두희 동문, MIS MBA 2기 이범홍 동문, 테크노 MBA 3기 김태년 동문, 경영과학 17기 박성기 동문께 격려와 박수 부탁드립니다.

KAIST 경영대학 13대 총동문회장 LG CNS 사장 김대훈

Homecoming Day

일시 2012. 11. 30(금) 19:00 예정

장소 KAIST 경영대학 SUPEX경영관 ATRIUM

동문-재학생 산행



동문포럼



동문 네트워크 확대를 통한 가치 창출을 기대하다

조두희 경영대학 동문회 부회장

AL Forum, AL Golf, AL Hiking, 경영대학 동문회 13년만에 부는 새로운 바람이었다. ‘네트워킹’에 목말라 있던 동문들 사이에서는 다양한 관심영역을 아우르는 동문행사가 연이어 개최되면서 새로운 동문행사들에 대한 입 소문이 오가며 신선한 호기심이 충만해졌다. 그 변화의 기점에 서 있는 조두희 동문회 부회장을 만나보았다.

글 황신혜 기자



학교에서는 이론을 배우고, 현장에 나가서는 배운 이론을 적용해야 하지만 이 과정에는 시행착오가 뒤따르기 마련이다. 조두희 부회장은 이런 과정에서 의문이 생길 때 선배를 그리고 동문회를 활용해야 한다고 이야기 한다. 특히 졸업생들은 KAIST가 배출한 귀중한 자원을 빨리 챙겨서 더 늦기 전에 각자의 소중한 황금 네트워크를 만들기 바란다고 전했다.



그는 한국스탠다드차타드 은행에서 재무담당 임원으로 근무하다, 최근 KAIST 경영대학 내에 금융공학연구센터로 근무지를 옮기면서 앞장서 동문들을 위한 다양한 활동을 기획하기 시작했다. 금융 MBA 1기 졸업생인 그는 졸업 당시 기수 대표에서 금융 MBA 총동문회의 동문회장, 그리고 경영대학 총동문회의 수석 부회장으로 십여 년 간 다양한 동문행사에 참여해 왔다. 그러나 늘 안타까웠던 점은 기존의 동문 행사가 친목 위주의 모임이라는 한계를 가지고 있어, 네트워크 확대를 통한 가치 창출이 이루어지지 못하고 시간이 갈수록 동문의 활동 영역이 점점 줄어드는 것이었다고 한다. “KAIST 동문들이 뛰어난 인재들이 서로가 다 알고 있습니다. 그러나 이러한 자원을 엮어 주는 생산적 고리가 없었던 것 같습니다. 구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배인데 지금까지는 잘 꿰여지지 않았다고 느꼈습니다.”

졸업 후 10여년이 흐르면서 동문 간 네트워크를 만들 수 있는 장의 필요성을 더 절실히 느낀 그는 경영대학 졸업생의 관심을 한 곳으로 모을 수 있는 구심점을 만들어야겠다고 생각했다. “많은 동문들이 ‘자주’ 모일 수 있는 다양한 활동을 생각하게 됐습니다. 계절별로 한 번씩 얼굴을 마주할 수 있도록 연간 총 4개의

동문행사(봄: 골프, 여름: 포럼, 가을: 산행, 겨울: 홈커밍데이)를 기획하고, 올해는 우선 여름부터 겨울까지 네 개의 행사를 다 치러 보았습니다. 행사를 준비하고 진행하면서 동문들을 만나고, 우리 동문들이 원하는 것이 무엇인지 더 구체적으로 알게 되었습니다.” 또한 모든 행사가 올해 처음으로 실시되어 진행상 부족한 점도 많았지만 교수님들과 골프도 치고, 재학생들과 함께 산에도 오르고, 시내 호텔에서 조찬을 함께하며 미래를 설계하면서 비록 몸은 떠나 있지만 경영대학의 모든 구성원들을 하나로 잇는 구심점으로 동문들이 자리매김을 하기를 바란다고 전했다. 학교에 오니 후배들의 삶이 더 구체적으로 보이고, 학창시절도 회상하게 된다는 조두희 부회장은 “학교에서는 이론을 배우고 현장에 나가서는 배운 이론을 현장에 적용해야 하지만 이 과정에는 시행착오가 뒤따르기 마련입니다. 이런 과정에서 의문이 생길 때 선배와 동문을 찾아가야 합니다”라며, “동문들은 서로가 서로를 귀중한 자원으로 생각하는데, 자발적으로 네트워크를 만드는 데는 바쁘다는 핑계로 미루고 있는 것 같습니다. 더 늦기 전에 적극적으로 선후배들로 이뤄진 귀중한 황금 네트워크를 만드시기 바랍니다”라고 동문들에게도 권면의 말을 잊지 않았다

경영대학 동문이라면 누구나 Power Alumni Search!!

경영대학 홈페이지 주소에 Alumni를 더하면? www.business.kaist.ac.kr/alumni를 클릭해보자.
KAIST 경영대학 동문에게 필요한 모든 정보를 이곳에서 얻을 수 있다.



지난 호에 이어지는
깨알 같은 동문 홈페이지 숨은 기능!

4. Alumni News



동문들의 부고, 결혼, 승진, 창업, 이직 등의 소식을 이 공간에서 나눌 수 있다.
동문들과 나누고 싶은 자신의 블로그나 홈페이지 등도 홍보할 수 있으니 수시로 둘러보자.



5. Alumni on Media

각종 미디어에 소개된 동문들의 이야기를 이곳에서 모두 만나볼 수 있다.



6. Alumni Photo Gallery



동문행사에 참석해서 카메라에 많이 찍힌 것 같은데... 내 사진 어디서 볼 수 있나? 궁금하다면, 이곳에 둘러보자. 자신의 사진을 다운로드해 보관도 가능하다.
사진은 Facebook 동문 그룹에도 동시에 업로드 되고 있으니 참고할 것.

KAIST 경영대학 기부자 여러분께 깊이 감사드립니다!

(2012년 6월~2012년 9월)



자랑스러운 KAIST 경영대학의 기부자께
차량 후면 유리에 부착하실 수 있는
기부자용 스티커를 송부해드립니다.
스티커를 받지 못한 기부자께서는 아래 연락처로 문의 주세요.

경영공학 박사과정 연구기금 감사 인사

김철 경영공학 박사과정



지난 봄 모처럼 반가운 메일 하나를 받았습니다. 그것은 다름이 아니라 2012년도 국제 예측 학회(International Symposium on Forecasting 2012)의 Travel Award Competition에 수상하였다는 메일이었습니다. 국제 예측 학회는 매 학회마다 전 세계의 박사과정들을 대상으로 우수 논문에 대해서 상을 주고 있는데, 지난 겨울 우여곡절 끝에 논문을 완성하여 Competition에 지원하였던 것이 빛을 발하는 순간이었습니다. 또한 전덕빈 교수님 공로로 내년 국제 예측 학회가 저희 KAIST 경영대학에서 개최될 예정이었기에 그 기쁨은 더욱 컸습니다. 하지만 기쁨도 잠시, 미국 보스턴에서 열릴 학회에 참가할 경비 마련이 수월하지 않았습니다. Travel Award 수상 자격으로 발표를 해야 할 뿐만 아니라, 내년 국제 예측 학회의 KAIST 개최 홍보를 위해 반드시 참석해야 하는 상황이었음에도 불구하고, 학교로부터 박사과정 국제 학회 참가 경비를 지원받기 어려운 상황이었습니다. 그렇게 시간은 흘렀고 학회 시작 바로 직전, 박사과정 기금 후원을 통해 참가 경비를 지원받을 수 있다는 소식을 접할 수 있었습니다. 간발의 차로 기금 후원을 통해 학회에 참여 할 수 있었습니다

점에선 말할 수 없이 기뻐지만, 제가 최초의 박사과정 기금 후원학회 참가 학생이라는 점에서 그 책임감 또한 매우 컸습니다. 그러한 책임감 덕분인지, 학회에서 발표도 잘 할 수 있었고 내년 국제 예측 학회의 KAIST 경영대학 개최 홍보 또한 성공적이었습니다. 한국에 돌아와서도 제 연구에 관심을 보인 외국 교수들과 이메일을 통하여 연구에 대한 토론이 이어지기도 하였고, 홍보를 위해 한국에서 직접 제작하여 학회 참가자들에게 나누어준 전통 태극부채에 대한 반응은 한국의 여름만큼이나 뜨거웠습니다.

이번 여름 국제 예측 학회 참가를 통해 외국 대학의 교수들과의 교류도 활발하게 할 수 있었고, 내년 국제 예측 학회의 KAIST 경영대학 개최 홍보 또한 성공적으로 마칠 수 있었습니다. 한국에 돌아와서도 제 연구에 관심을 보인 외국 교수들과 이메일을 통하여 연구에 대한 토론을 하였습니다. 홍보를 위해 한국에서 직접 제작하여 학회 참가자들에게 나누어준 전통 태극부채에 대한 반응은 한국의 여름만큼이나 뜨거웠습니다. 이번 여름 국제 예측 학회 참가를 통해 쌓은 경험과 해외 교수들과의 교류를 바탕으로 졸업 후 해외 박사 후 연구원 자리를 계획하고 있습니다. 저 뿐만 아니라, 동기와 후배들에게도 이런 기회가 많이 주어진다면, 학생 본인의 자기 계발에도 도움이 될 뿐만 아니라, KAIST 경영대학의 국제화에도 커다란 기여를 할 수 있을 것이라는 확신이 들었습니다. 이 자리를 빌려 박사과정 기금 후원을 받을 수 있도록 도와주신 모든 분들께 감사의 인사를 드립니다. 감사합니다.

개인기부

장학기금

이규성 코람코 자산신탁 회장/ KAIST 경영대학 교수

후배사랑 장학기금

김종우 TMBA 16기

조만희 FMBA 15기 조아라 동문 학부형

일반기금

주 현 EMBA 4기

한 훈 산업공학 8기

발전기금 관련 문의 대외협력실 정나래 02-958-3082, nrjung@business.kaist.ac.kr

단체기부

AHM 17기

강대인 김강배 김정혁 김찬숙 문중국 박경용 박계신 박명훈 박승일 박재식 배경태 서관성 신병순 신호식 안무영 엄종식 옥철수 유인환 이상열 이숙자 이용균 이 인 이종연 장흥원 정영일 정인재 조대현 조미애 진재희 최종경 홍성만

AIM 36기

(주)코스콤 고희관 권선우 김경수 김상성 김선중 김성우 김영태 김은주 김인교 김재창 김정환 김정희 김태형 나동균 류성곤 박노벽 박순일 배용숙 송귀성 안동규 어길수 윤예선 이기준 이동철 이상경 이영태 이재형 이현섭 임근조 임영호 장영준 장혜원 정지석 정해경 조가원 조민호 조용학 조종철 황수철