

세상을 바꾸는 금융, 글로벌 금융리더의 선택



금융공학(MFE)

- 확대 발전된 국내 최초·최고의 금융공학 프로그램
- 연구능력과 국제 경쟁력을 갖춘 금융공학 전문인력 양성

모집 기간

- 가을학기 입학: 2019년 4월 예정
- 봄학기 입학: 2019년 10월 예정

금융MBA(FMBA)

- 4차 산업혁명시대에 부응하는 금융데이터분석과 금융프로그래밍 전문가 양성 프로그램
- 투자금융, 자산운용에 특화된 국제 경쟁력을 갖춘 인재 양성

모집 기간

- 봄학기 입학: 2019년 10월 예정

- KAIST 경영대학 입학 <https://www.business.kaist.ac.kr/admission>
- KAIST 금융전문대학원 홈페이지 <https://www.business.kaist.edu/kgf/>

FRONTIER

KCB INSIGHTS

KCB BEST ARTICLE REVIEW
두 기업이 이야기 <더 복잡> 그리고 <위대한 쇼맨>
기업가정신 함양을 위한 교육 기관의 역할

KCB NEWS

사회적기업가들의 만남의 장, 소셜벤처 Boosting Day
끝이 아닌 새로운 시작, 2019 KAIST 경영대학 학위수여식
KAIST 경영대학 창업프로그램 홈페이지 'KCB Start up' 오픈

KCB ALUMNI

기업가정신으로 바라본 K-POP
피자에 대한 새로운 정의를 제시하다!
장갑 하나로 성장한 장수 기업, 해외 진출로 새로운 미래를 꿈꾸다
제20대 KAIST 경영대학 신입 총동문회장을 만나다

KCB GIVING

KAIST 서울캠퍼스의 첫 터전을 일궈준 96학번 졸업 20주년을 맞아 기부하다

Vol. 82 SPRING 2019



Building Excellence Together @KAIST

KAIST 경영대학 경영자과정은 1994년 설립 이래 16,000여명의 동문 Network를 자랑하며, 차별화된 최신 경영 교육을 바탕으로 신기술 트렌드와 디지털 트랜스포메이션의 이해를 통한 가치 창출과 새로운 비즈니스 기회를 제공합니다.

KCB Executive Education Programs

Open Enrollment Program

공개모집 교육과정

- Advanced Innovative Management Program(AIM)
최고경영자과정 – 임원급 과정
- Advanced Program for Innovation & Change Management(AIC)
혁신·변화관리과정 – 중견관리자(팀장)급 과정
- Global Leader Program(GLP)
글로벌리더과정 – 공공기업·민간기업 중견간부 이상; 1년 전일제 과정
- International Competitive Bidding & Global Public Procurement Management Program(IGMP)
국제입찰 & 해외공공조달관리과정 – 정부기관, 유관기관 및 협회, 민간기업 대상 과정

Customized Program

기업위탁 맞춤형 교육과정

- 기업의 비전 및 전략 달성에 필요한 핵심인재 육성을 위하여 기업별 교육 니즈를 반영한 맞춤형 교육과정

KAIST EXECUTIVE EDUCATION
www.business.kaist.ac.kr/executive Tel. 02-958-3993

DEAN'S MESSAGE



존경하는 KAIST 경영대학 동문님 그리고 후원자 여러분께

기해년의 해가 밝았습니다. 지난 한 해 동안 베풀어주신 은혜에 감사드리며, 새해에 행운과 평안이 가득하시길 바랍니다.

최근 우리 기업이 당면한 경영 환경은 예측 가능한 업무를 효율적인 프로세스를 통해 기존 방식으로 수행하는 '관리자형 인재'뿐만 아니라, 탐색과 실험을 통해 새로운 시도를 하고 이 과정에서 혁신적인 것을 만들어가는 '기업가형 경영자'를 필요로 하고 있습니다. 이에 KAIST 경영대학은 '기업가정신(Entrepreneurship)'을 학교의 핵심 커리큘럼으로 삼아, 학생들로 하여금 기업가형 경영자 또는 사내 기업가로서의 안목과 역량을 갖도록 하는 데 역점을 두고 있습니다. 기업가정신은 단지 신생 벤처를 창업하는 데 그치지 않고 기존 대기업, 중소기업, 사회적기업, 공공기관에서도 혁신과 성장을 이끄는 교두보의 역할을 할 것입니다.

KAIST 경영대학은 기술과 경영 지식을 융합한 인재를 육성해 왔으며 그 결과 많은 벤처기업을 창업한 성과를 갖고 있습니다. 1990년대 말

1차 벤처붐 당시 아이러브스쿨과 싸이월드 등 국내 대표 벤처기업인을 배출한 바 있으며, 이후 엘로우모바일, 네오위즈, 파이프락스 등 현재까지 졸업생 창업 사례가 320여 건에 이르고 있습니다. 그뿐 아니라, 벤처캐피탈리스트로서 투자와 경영 지원을 하는 동문 네트워크도 구축되어 창업에 유리한 기반을 갖추고 있습니다.

KAIST 경영대학은 이와 같은 창업 기반을 더욱 강화하기 위하여, 소셜벤처 창업을 목표로 한 사회적기업가 MBA 과정을 운영할 뿐만 아니라, 테크노 MBA 과정 역시 지난해 커리큘럼을 개편하여 창업 및 신사업 분야를 신설하고, 기업가정신과 신사업개발, 벤처 성장관리, 벤처캐피탈 등을 필수 교과목으로 지정했습니다.

창업 교육 및 창업 지원 인프라도 강화하고 있습니다. 대전 본원의 창업원 및 K-School과 긴밀한 협력을 통해 창업 사전공 프로그램을 개설할 예정이며, 이를 통해 이공계 학생들과 경영대 학생들 간에 수업을 공유하고 공동 프로젝트 수행 등 교류를 활성화하고자 노력하고 있습니다. 더 나아가 공동 창업의 기회를 제공하고, 재학생과 KAIST 동문 네트워크를 적극적으로 강화하며, 동문 창업 기업의 성장을 위한 각종 지원도 제공하려고 합니다. 이와 병행하여 대기업이나 중견기업 등을 위한 신사업 개발의 주역이 될 사내기업가의 양성도 주요 목표로 하고 있습니다.

KAIST 경영대학이 '벤처 창업의 요람'으로 재도약하기 위하여, 동문 여러분들과 기부자분들의 지속적인 관심과 후원을 부탁드립니다. KAIST 경영대학도 기업가정신을 바탕으로 새로운 도전과 혁신을 모색해 나아갈 것을 약속드립니다.

KAIST 경영대학장 김 영 배

FRONTIER

Vol. 82 SPRING 2019



KCB INSIGHTS

Entrepreneurship

06 기업가정신과 사회적 신뢰(Entrepreneurship and Social Trust)

글 경영공학부 진병재 교수

08 KCB BEST ARTICLE REVIEW

<관찰되지 않은 선택에 대하여 신호 보내기>

글 경영공학부 인영환 교수

10 KCB BEST ARTICLE REVIEW

<아마존 MECHANICAL TURK를 행태적 생산 경영 실험에 활용할 수 있을까?>

글 경영공학부 이윤신 교수

12 두 기업가 이야기 <더 북샴> 그리고 <위대한 쇼맨>

글 류성한 상해교통대학 조교수(경영공학 박사 10학번)

14 기업가정신 함양을 위한 교육 기관의 역할

글 김기덕 기자

<Frontier 27기 학생기자단>

김기덕 경영공학 석사 17 kiduck@kaist.ac.kr

박지원 녹색경영정책 석사 18 jiwonpark.129@kaist.ac.kr

이상명 경영공학 석사 18 lsmy7369@kaist.ac.kr

진소정 녹색경영정책 석사 17 ginsj@kaist.ac.kr

박규리 정보미디어 MBA 18 gyouri.park@kaist.ac.kr

박혜림 경영공학 박사 15 phl0522@kaist.ac.kr

조문경 경영공학 석사 18 tinacho@kaist.ac.kr

KCB NEWS

16 사회적기업가들의 만남의 장, 소셜벤처 Boosting Day

18 '행복한 감성'이 전해진 네트워킹 행사, 와인페스티벌

19 해를 거듭할수록 수준 높아지는 Case Competition 대회

20 경영공학부에 새로 부임한 교원을 소개합니다!
강금석 교수, 신은철 교수, 최현수 교수

22 배움을 통한 가치 창출과 환원의 시간,
2018년 홈커밍데이

24 지속가능한 미래를 위한 변화,
제5회 서울 기후-에너지 콘퍼런스 성황리에 개최

25 금융MBA 동문, 개발도상국 금융시장에 지식을 전파하다

26 금융인의 홈커밍데이, 금융인의 밤

27 KAIST 경영대학 창업 홈페이지 'KCB Start up' 오픈

28 끝이 아닌 새로운 시작, 2019 KAIST 경영대학 학위수여식

29 사회적기업가 MBA 5기 사업 발표,
동문의 밤 성황리에 마무리

30 Building Excellence Together!
2019년 신입생 워크숍 생생한 현장스케치

32 KCB NEWS 단신

34 BOOK REVIEW

KCB ALUMNI

36 기업가정신으로 바라본 K-POP
경영공학 석사 03학번 권상집 동문(동국대학교 상경대학 교수)

38 피자에 대한 새로운 정의를 제시하다!
경영공학 13학번 임재원 동문(고피자 대표이사)

40 장갑 하나로 성장한 장수 기업,
해외 진출로 새로운 미래를 꿈꾸다
최고경영자과정 5기 김주인 동문(㈜시조글로벌 회장)

42 제20대 KAIST 경영대학 신입 총동문회장을 만나다
임윤철 총동문회장
(경영과학과 석박사 82학번, ㈜기술과가치 대표이사)

KCB GIVING

44 KAIST 서울캠퍼스의 첫 터전을 일궈준 96학번
졸업 20주년을 맞아 기부하다!
테크노 MBA, 금융 MBA, 경영공학 석사 96학번

47 발전 기금 기부 현황

Vol. 82 SPRING 2019

발행일 2019년 3월 13일 발행인 김영배

기획·편집 KAIST 경영대학 대외협력실

발행처 KAIST 경영대학 서울특별시 동대문구 회기로 85

Tel. 02-958-3083 Fax. 02-958-3088

www.business.kaist.ac.kr

디자인 편집디자인실 외곽 Tel. 02-3447-7601

KAIST 경영대학 온라인 채널



Facebook
www.facebook.com/
KAISTBS



Blog
blog.naver.com/
kcbpr



YouTube
www.youtube.com/
kaistbs



Frontier 웹진
webzine.kaist.ac.kr



linkedin
www.linkedin.com/school/
kaist-college-of-business/



구독 신청 및 독자 의견
Frontier@kaist.ac.kr

숫자로 보는 KCB - 창업

45 과목

창업 관련 교과목 수

99 명

창업어워드 지원자 수

319 명

동문 창업자 수

19 억

창업 관련 기금액

SK사회적기업가센터 및 사회적기업가 MBA 장학기금 포함

기업가정신과 사회적 신뢰

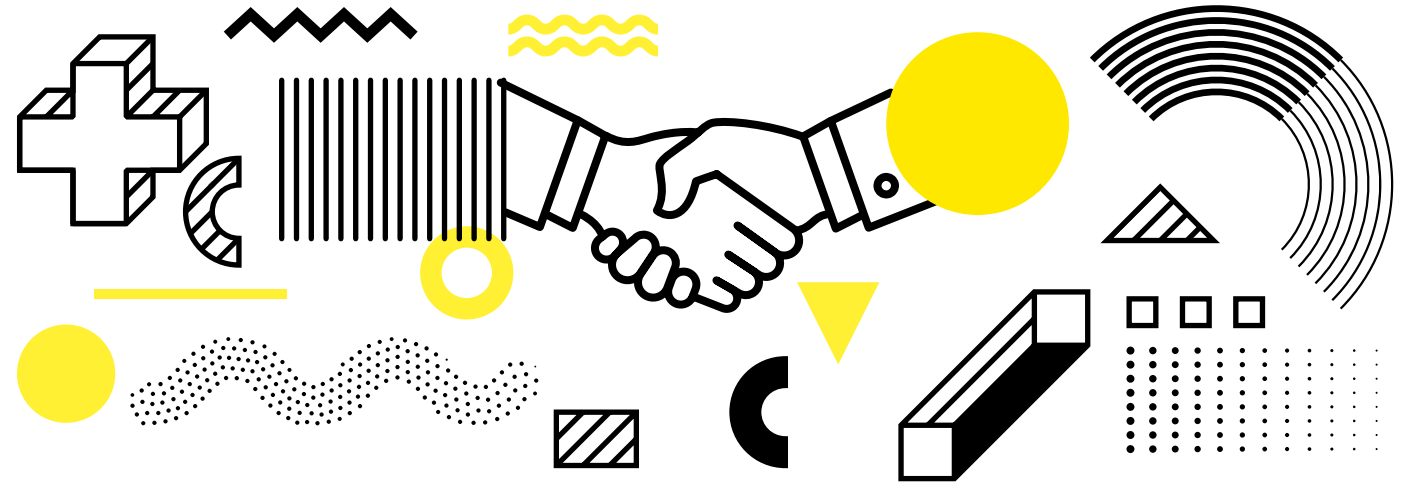
Entrepreneurship and Social Trust

공자는 일찍이 국가 지도자의 리더십 덕목 중 가장 중요한 것은 '국민에게 신뢰(Trust)를 얻는 것(無信不立, 무신불립)'이라 하였다. 사회 구성원들 간에 신뢰는 비단 국가 경영에서뿐만 아니라, 기업가의 창업 과정에서도 중요한 역할을 한다.

당신은 믿을 수 있는 사람인가

기업가에게 신뢰는 창업의 필요조건이다. 자본주의 발전의 주체로서 '기업가(Entrepreneur)'의 역할을 강조한 쉘페터(Joseph A. Schumpeter)는 기업가가 기존의 관행을 뛰어넘는 창조적 파괴를 수행하기 위해서는 자본, 특히 금융자본의 역할이 중요하다고 하였다. 기업가가 세상을 바꿀 수 있는 아이디어로 혁신을 주도해 나간다면, 자본을 소유한 금융자본가는 아이디어의 잠재가치를 먼저 포착하고, 기업가가 자신의 아이디어를 실행할 수 있도록 자원을 제공하는 역할을 한다. 초기 창업 단계에서 사업의 성패는 얼마나 많은 재무적, 물적, 인적 자원 등을 확보하느냐에 달려 있다 해도 과언이 아니다. 아무리 혁신적인 아이디어라 할지라도 그 아이디어를 실현할 수 있는 자원을 확보하지 못하면 그 아이디어는 사장되고 만다. 그렇기에, 쉘페터는 기업가정신의 핵심은 기존의 자원들을 확보하고, 새롭게 재조합해내는 역량(Recombination of existing resources)에 있다고 강조했다.

불확실한 미래와 다양한 리스크에도 불구하고, 사업화를 위한 외부 자원을 이끌어 내기 위해서는, 기업가가 투자자로부터 신뢰를 얻는 것이 무엇보다 중요하다. 최근 스타트업(Start-up) 설명회에서 미국의 벤처캐피털 관계자와 이야기를 나눌 기회가 있었다. 그는 캘리포니아의 실리콘밸리와 워싱턴 D.C. 지역에 있는 다수의 스타트업들에 투자한 경험이 있는 중견 벤처투자가였다. 미국의 창업 생태계에 대해 이야기하던 중 불쑥 "좋은 스타트업을 고르는 비결이라도 있으면 나에게 하나만 알려달라"고 하였다. 정답이 없는 질문이라는 걸 알고 있었지만(혹시 있어도 영업비밀일 것이다), 기업가정신을 연구하는 입장에서 현장의 진솔한 이야기를 듣고 싶었다. 그는 빙그레 웃으며 "그런 비결이



정말 있으면 제발 나에게도 좀 알려 달라"고 하는 게 아닌가. 같이 박장대소하였지만, 나의 우문(愚問)에 대한 현답(賢答)이었다. 그런데 잠시 뜸을 들이던 그가 대뜸 스타트업을 고를 때 이런저런 기업가치 분석을 많이 하지만, 그보다는 오랜 경험에서 오는 직관으로 크게 세 가지를 고려한다고 하였다. 첫째는 "해당 제품을 판매할 시장이 정말 존재하는가(Would there be a market for it?)"이고, 둘째는 "존재한다면 그 시장이 충분히 큰가(Is the size of the market big enough?)"였다. 여기까지는 기업가정신 교과서에도 나오는 모범 답안이어서 큰 흥미를 끌지는 못했다. 그런데 위 두 가지보다도 더 중요하게 고려하는 것이 있다고 하였다. 궁금해서 답을 재촉하니, 그것은 "저 사람 정말 믿을 수 있어?(Can I trust this guy?)"라는 것이다. 투자자와 기업가 간에 정보의 비대칭성이 존재하고 미래의 불확실성이 큰 냉혹한 현실에 부대끼면서 터득한 연륜 있는 벤처투자자의 혜안이 돋보이는 대답이었다.

우리 사회에 만연한 불신,

신뢰와 인내심에서 다시 시작하자

투자자와의 신뢰가 하루아침에 형성되는 것이 아니기에, 최종 투자 의사 결정 또한 단기간에 이루어지지 않는다. 창업을 염두에 둔 예비 창업자들 이라면 투자자와의 신뢰를 쌓는 일을 게을리해서는 안 된다. 기업가정신(Entrepreneurship)을 강의하면서 느낀 것 중 하나가 많은 학생이 좋은 사업계획서나 비즈니스 모델만 있으면 금방 대규모 투자를 받을 수 있다고 믿는 것이다. 실제로 어떤 학생들은 여기저기 투자 설명회에 다니면서, 자신의 비즈니스 모델을 발표만 한 후 그 자리를 떠나는 경우를 종종 목격한다. 투자자와 대면 네트워킹을 할 수 있는 절호의 기회를 그냥 지나치는 것이다. 그뿐만 아니라, 사업계획서를 심사하다 보면 이전에 심사했던 창업가들을 다시 만나는 경우가 있는데, 심사할 때마다 이전과 전혀 다른 사업계획서를 발표하는 경우도 종종 목격한다. 그렇지만, 이러한 행동들은 결코 투자자의 신뢰를 얻는 데 도움을 주지 못한다. 투자 유치를 위해서는 인내심을 가지고 투자자에게 자신의 진정성을 어필하고 차근차근 신뢰를 쌓아가는 과정을 거쳐야 한다. 시장은 의외로 좁다. 신뢰를 쌓기는 어렵지만, 작은 약속 불이행으로 하루아침에 그간의 신뢰가 무너질 수도 있고, 한번 무너진 신뢰는 다시 복구되기 어렵다. 투자자는 결코 잘 모르는 사람에게 하루아침에 거액의(심지

— 거래 당사자 간 신뢰가 개별 기업가의 자원 확보에 긍정적인 영향을 주지만, 사회 전체적으로 볼 때도 구성원들 간의 높은 신뢰가 거래 비용을 감소시키고 창업을 촉진하는 데 도움을 준다.

어 소액이라도) 투자를 하지 않는다는 점을 명심해야 한다.

거래 당사자 간 신뢰가 개별 기업가의 자원 확보에 긍정적인 영향을 주지만, 사회 전체적으로 볼 때도 구성원들 간의 높은 신뢰가 거래 비용을 감소시키고 창업을 촉진하는 데 도움을 준다. 최신 기업가정신 연구들을 보면 구성원들 간에 신뢰 수준이 높은 공동체에서 그렇지 못한 공동체보다 창업 활동이 더 활발하게 전개된다는 것을 알 수 있다.

최근 한국 사회에서는 회사 대표이사에게 채무 연대책임을 지우는 『대표이사연대보증』이 창업에 큰 걸림돌이 되니 폐지하자는 목소리가 높다. 이러한 법의 존재는 곧 우리 사회 전반에 만연한 신뢰의 부재에서 비롯된 것으로 볼 수 있다. 창업가의 도덕적 해이를 견제할 사회적 장치가 필요했기 때문일 것이다. 우리 사회의 신뢰 수준을 높이지 않은 상태에서 단순히 법만 폐지한다면 또 다른(아마도 조금 더 세련되면서 은밀한) 형태의 사회적 견제 장치가 생길 가능성만 높아진다. 결국 근본적인 해결 방법은 우리 사회의 신뢰 수준을 높이는 것이다.

요즘에는, 영어로 된 회사명이 많지만, 얼마 전까지만 해도 믿을 신(信)과 벗 우(友)자가 들어가는 회사명이 많았다. 이는 곧 사업에서 신뢰가 얼마나 중요한지 단적으로 보여준다. 결국 사업의 본질은 이해 관계자들에게 신뢰를 얻는 것임을 예비 창업가들에게 강조하고 싶다. 일찍이 공자가 말한 '무신불립(無信不立)'이 결국 우리가 그토록 알고 싶어 했던 창업 성공의 비결인지도 모르겠다.

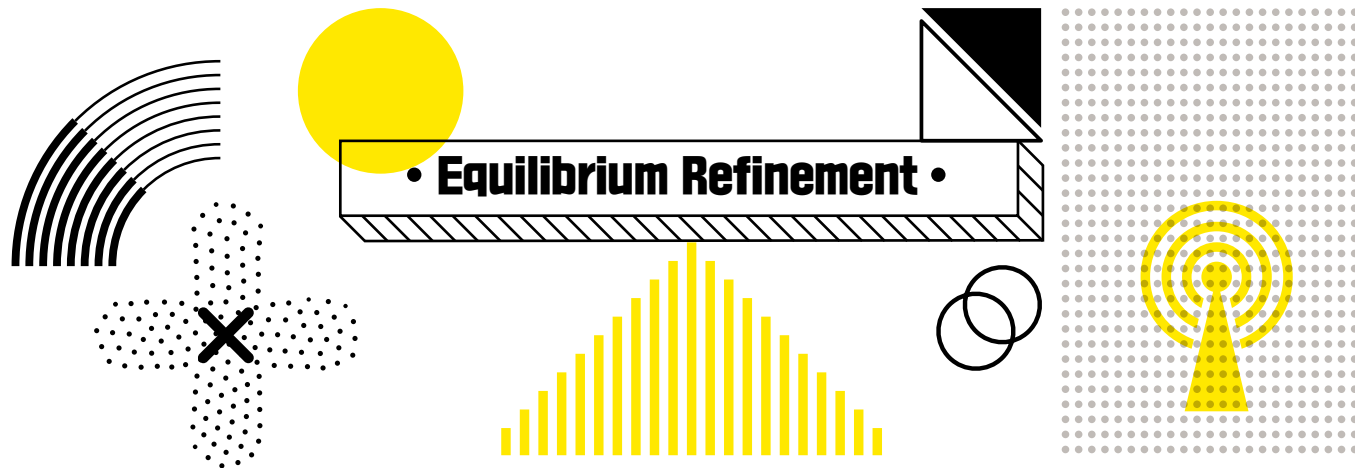
관찰되지 않은

선택에 대하여 신호 보내기

경제이론에서 둘 이상의 경제 주체(기업의 경영자, 소비자, 구직자, 정부의 정책결정자 등)가 의사결정을 하는 상황은 게임이라는 형태로 모형화되며, 그 의사결정자들을 경기자라고 부른다. 게임 상황에서 경기자들이 하는 선택을 전략이라고 부르며, 경기자들이 어떤 전략을 선택할 것인가에 대해 설명하고 예측하는 것은 게임이론가들의 중요 역할 중 하나이다. 경기자들이 어떤 전략을 선택할 것인가에 대한 설명의 수단으로 게임이론가들은 '균형'이라는 개념을 사용하며, 균형이 갖추어야 할 두 가지 중요하고 바람직한 특성은 존재성과 유일성이다. 어떤 게임에 특정한 균형이 여러 개 존재한다면 그 균형 개념의 설명력은 떨어질 수 있으며, 특정한 균형이 존재하지 않는다면 그 균형 개념은 최소한 그 게임에 있어서는 무의미해지는 것이다. 우리에게 잘 알려진 내쉬균형이나 그 밖의 몇몇 균형은 유한 게임에 있어서는 항상 존재한다는 좋은 특성을 가지고 있다. 하지만 게임이 조금씩 복잡해지면 복잡해질수록 내쉬균형 또는 그 밖의 잘 알려진 균형의 숫자가 늘어난다는 문제점이 있어서 균형의 요건을 더 강화시킬 필요성이 대두되며, 이것을 균형의 정치화(Equilibrium Refinement)라고 한다. 이 논문은 아래에 설명하는 특정한 게임에서의 균형의 정치화에 관한 논문이다.

현실 경제현상들에는 경기자들 간에 정보가 비대칭적인 경우가 많으며, 이때 더 많은 정보를 가진 경기자가 어떤 선택을 통해 더 적은 정보를 가진 경기자에게 자신의 정보에 대해 신호를 보낼 수 있는 상황이 있다. 이러한 상황은 신호 게임(Signaling Games)이라는 게임으로 모형화할 수 있다. 중고차 시장에서 자신이 팔려고 하는 중고차 상태에 대해 더 많은 정보를 가진 판매자가 더 적은 정보를 가진 구매자에게 보증을 해주는 선택을 한다든지, 구직자가 기업에 학력과 같은 스펙으로 자신의 업무능력에 대해 신호를 보내는 상황 등이 그 예라 할 수 있다. 이때 신호를 보내는 경기자인 중고차 판매자와 구직자 등은 송신자(Sender)라고 부르고, 신호를 받는 경기자인 중고차 구매자와 기업 등은 수신자(Receiver)라고 부른다.

이 논문에서는 수신자가 관찰하지 못하는 정보가 모형 밖에서 외생적으로 주어졌던 것이 아니라 송신자가 모형 내에서 선택하는 상황을 다룬다. 상품의 질, 기업의 생산 역량, 투자 규모, 다른 기업과의 계약, 가격 등은 외생적으로 주어졌다고 모형화하기보다는 송신자가 직접 선택하는 것으로 모형화하는



것이 더 적절하다. 이 논문에서는 이러한 신호 게임들을 포함하여 일반적으로는 송신자의 선택 중 일부만 수신자에 의해 관찰되는 특정한 신호 게임들을 '내생적 신호 게임(Endogenous Signaling Games)'으로 정의한다. 이러한 내생적 신호 게임에는 외생적 신호 게임과 마찬가지로 일반적으로 많은 균형(내쉬균형과 더 정치화된 부분게임 완전균형 또는 순차균형)이 존재하며, 이는 수신자가 예측하지 못한 신호를 관찰했을 때 그 관찰하지 못한 정보에 대한 신념(Beliefs)을 업데이트하는 방법이 특정될 수 없는 것과 연관되어 있다. 그동안 많은 연구자가 내생적 신호 게임의 범주에 속하는 게임으로 경제경영 현상들을 모형화하여 현실을 설명하면서도 뚜렷한 이론적 근거가 없어 여러 균형 중 특정한 균형을 사용하여 왔다. 이 논문은 내생적 신호 게임에 사용할 균형 정치화(Equilibrium Refinement)의 체계적인 이론적 근거를 제시하며, 'Reordering Invariance'라는 기준으로 특정한 균형을 사용하기를 제안한다. 'Reordering Invariance'는 Kohlberg and Mertens (1986)의 전략적 안정성을 위한 요건 중 하나인 Invariance보다 약화된 요건으로서, Reordering 후에도 수신자의 신념과 전략이 여전히 살아남는 균형만 합리적이라 보는 요건이다. 'Reordering Invariance'는 내생적 신호 게임에 적용하기가 대체적으로 용이하며, 많은 게임에서 이 요건을 만족하는 균형이 유일하다는 장점이 있다. 이 논문에서는 'Reordering Invariance' 요건을 만족하는 균형을 'RI-균형'으로 정의한다.

이 논문에서 필자들은 송신자가 한 명이며 송신자와 수신자의 보수 구조에 특정한 방향성이 존재하는 내생적 신호 게임에서 RI-균형에 몇 가지 주목할 만한 특성이 있음을 보였다. 우선, RI-균형은 여러 균형 중 송신자에게 가장 높은 보수를 보장한다. 둘째로, 관찰되는 송신자의 선택이 관찰되지 않은 선택에 대한 수신자의 신념에 어떠한 영향도 못 미치는 균형에 비해 RI-균형은 송신자에게 더 나은 보수를 제공한다. 이는 관찰되지 않은 송신자의 선택도 마치 관찰된 것처럼 Commitment Effect가 있어서 수신자의 신념을 통해 수신자의 선택에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 셋째로, 송신자의 모든 선택이 수신자에게 관찰되는 경우에 비해 일부 선택만 관찰되는 경우 RI-균형에서 송신자는 관찰되는 선택을 과장된 수준으로 하게 된다. 필자들은 이러한 이론적 결과들을 인플레이션 관련 통화정책에 대한 정부의 발표와 중앙은행의 선택, 기존 기업의 신규 기업 진입 방해를 위한 가격 설정(Limit Pricing), 상품

의 품질과 광고 수준의 선택, 기업 재무에 있어서 담보 제공 약속의 수준 등 응용 이론 모형에서 구체적으로 설명하며, 내생적 신호 게임에서의 균형이 외생적 신호 게임에서의 균형과는 어떻게 다른 함의를 갖는지도 설명했다.

필자들은 또한 보수 구조에 특정한 방향성을 가정하지 않고, 송신자와 수신자의 숫자에도 제한을 두지 않는 등 보다 일반화된 내생적 신호 게임(예를 들어, 경쟁 관계인 두 슈퍼마켓이 각자의 상품들에 대한 가격을 정하고 그중 어느 상품들의 가격을 광고할 것인지에 대해 선택하는 게임 등)에서 Reordering을 어떻게 해야 하는지, 그리고 약한 요건인 Reordering Invariance가 어떻게 균형의 숫자를 강력하게 줄일 수 있는지 그 원리를 설명하고, RI-균형의 존재성과 적절 균형(proper equilibrium), 약열등전략의 반복적 제거와 같은 다른 균형 개념과의 관계도 보였다. 필자들은 RI-균형 하에서의 신념이 기존의 산업조직이론 중 수직적 계약 이론에서 사용하는 조심스러운 신념(wary beliefs) (McAfee and Schwartz, 1994; Rey and Vergé, 2004)과는 어떤 연관성을 갖는지에 대하여도 설명하였다.

필자들은 응용 이론 연구자들이 RI-균형 개념을 실제 사용하고자 할 때 도움이 될 Reordering 가이드를 이 논문의 Online Appendix에서 제공하고 있다. 필자들이 이 논문의 Working Paper를 공개한 이래 이 논문에서 제안한 RI-균형 개념을 사용한 논문들로는 Rocheteau (2011), Lester et al. (2012), Li et al. (2012), In and Wright (2014), Rhodes (2015) 등이 있으며, 2019년 1월 현재 이 논문은 Google Scholar 기준으로 36회 인용되었다.

* References

- In, Y., J. Wright. 2014. Loss-leader pricing and upgrades. *Economics Letters*. 122(1): 19-22.
Kohlberg, E., J.-F. Mertens. 1986. On the strategic stability of equilibria. *Econometrica*. 54(5): 1003-1037.
Lester, B., A. Postlewaite, R. Wright. 2012. Information, liquidity, asset prices, and monetary policy. *Review of Economic Studies*. 79(3): 1209-1238.
Li, Y., G. Rocheteau, P.-O. Weil. 2012. Liquidity and the threat of fraudulent assets. *Journal of Political Economy*. 120(5): 815-846.
McAfee, P., M. Schwartz. 1994. Opportunity in multilateral contracting: nondiscrimination, exclusivity and uniformity. *American Economic Review*. 84(1): 210-230.
Rey, P., T. Vergé. 2004. Bilateral control with vertical contracts. *RAND Journal of Economics*. 35(4): 728-746.
Rhodes, A. 2015. Multiproduct retailing. *Review of Economic Studies*. 82(1): 360-390.
Rocheteau, G. 2011. Discussion of "Information and liquidity". *Journal of Money, Credit and Banking*. 43(7): 379-384.

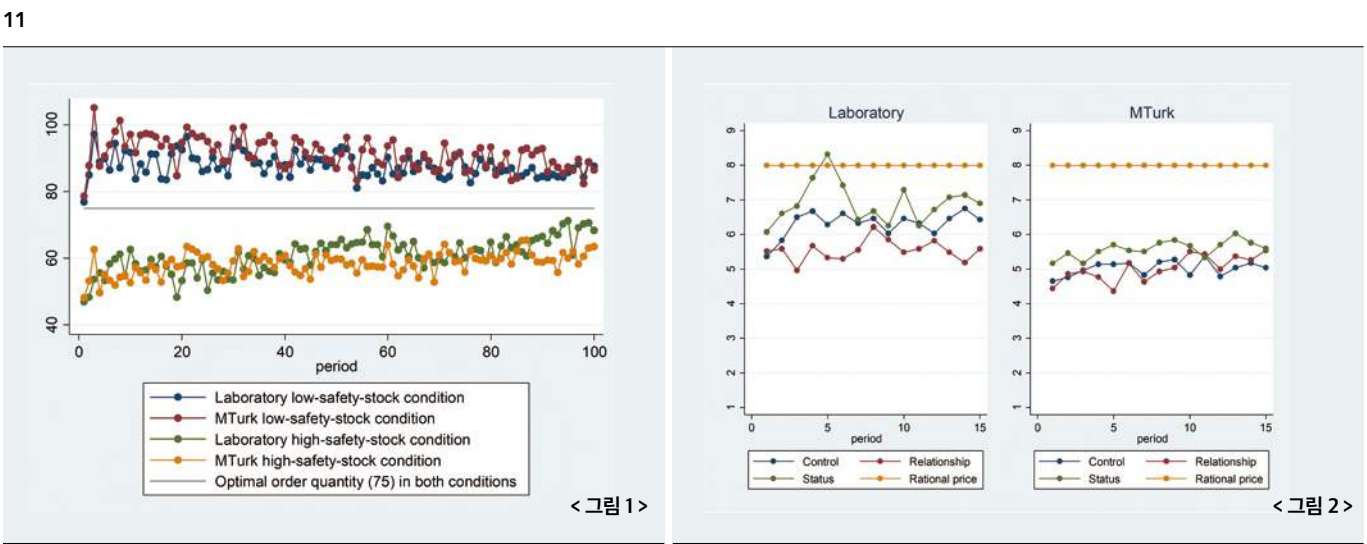
아마존 Mechanical Turk를 행태적 생산 경영 실험에 활용할 수 있을까?

행태적 생산 경영학은 생산 경영에 대해 의사 결정하는 인간(경영자)의 실제 행태를 심리학, 사회학적 시각에서 바라보고 그 결과를 규명하는 학문이다. 최대 이익(최소 손실)을 추구하는 생산 경영학에 부합하지 않는 인간의 의사 결정 행태는 실제로 다양하다. 예를 들어, 생산 경영 이론에 따르면 매매차익이 큰 제품은 재고량 관리에 있어서 일정한 재고를 가지고 가는 것이 최적화된 솔루션일 것이다. 그러나 인간은 재고를 본능적으로 꺼리기 때문에, 재고량을 최소화하는 의사 결정을 하려고 한다. 이러한 인간의 본능은 최대 이익을 남기는 것을 목표로 하는 생산 경영 이론과 부합하지 않는다. 이렇게 이론과 다른 인간의 행태는 실제로 존재하며, 행태적 생산 경영학에서는 이론에서 제시하는 최적화 솔루션과 다른 인간의 실제 행태를 행태 실험을 통해 추론하고 규명한다.

행태 실험을 디자인할 때 적합한 피실험자 집단을 선택하는 것은 매우 중요한 요소이다. 이상적 피실험자 집단은, 1) 연구자가 알고자 하는 행태를 시행하는 인간(경영자)을 대표할 수 있어야 하며, 2) 접근성이 좋아서 다른 연구자들이 같은 실험을 되풀이할 수 있어야 한다. 기존에 했던 대부분 행태 실험에서 피실험자 집단은 학생들이었다. 왜냐하면, 학생들은 행태 실험에서 실제 경영자와 비슷한 행동을 보인다고 알려졌고(Bolton et al. 2012, Kremer et al. 2016), 비교적 적은 비용으로 쉽게 모집할 수 있어 접근성이 좋았기 때문이다.

최근 연구자들은 더욱 손쉽고 저렴하게 피실험자를 모집하는 방법으로, 크라우드소싱(Crowd-sourcing)을 기반으로 하는 인력시장 플랫폼을 이용하기 시작했다. 대표적으로 아마존 Mechanical Turk(MTurk)가 있다. 이 플랫폼은 일거리를 요청하는 의뢰인과 작업을 수행하는 작업자로 이루어져 있다. 의뢰인인 연구자는 이 플랫폼에 행태 실험 프로그램을 올리고, 피실험자인 작업자는 실험을 수행하고 참가비를 받는다. 연구자에게 MTurk가 가장 매력적인 이유는 기존 학생을 대상으로 하는 실험실 연구보다 훨씬 적은 비용(시간당 \$4 - 6)으로 실험할 수 있으며 실험 대부분을 올리고 몇 시간 안에 원하는 참가자 수를 모집할 수 있다는 점이다. 실제로 필자는 MTurk로 실험한 결과, 기존 실험실 연구에 필요했던 참가비의 1/3만 지출했다. 또한 500명의 피실험자 데이터를 수집하는 데, 기존 실험실 연구로 한 학기가 걸린 반면, MTurk에서는 12시간 정도가 걸렸다. 이렇게 행태 실험을 하는 연구자에게 MTurk는 손쉽고 적은 비용으로 실험할 수 있는 플랫폼임은 틀림없다. 그런데 온라인 환경에서는 어떨까. 불특정 다수를 대상으로 저렴한 참가비를 지불해 얻은 데이터를 과연 연구자나 독자가 어느 정도로 신뢰할 수 있을까?

행태적 생산 경영 실험에서 피실험자들은 복잡한 생산 경영 맥락을 이해하고 체계적인 의사결정을 반복해서 해나가야 한다. 이러한 경영 맥락을 이해하면서 경영자와 비슷한 행동을 보인다는 학생을 모집해 실험한 실험 데이터와 피실험자를 모집해 MTurk로 시행한 실험 데이터가 동등한 가치와 신뢰도를 지니는지 확인하는 연구가 MTurk를 이용하는 실험 논문들이 활성화되기 이전에 필요하다고 필자는 판단했다. 이러한 연구를 수행하기 위해 먼저 필자는 행태적 생산 경영 분야에서 영향력 있는 실험을 선정했다. 선정된 실험과 동일한 실험을 MTurk 플랫폼을 이용하여 수행하고, 그 결과를 기존 실험실



연구 결과와 비교해 MTurk를 사용한 실험의 유효성 및 신뢰도를 확인하려고 했다. 영향력 있는 실험을 선정한 근거로 실험 논문의 인용 수를 이용했고, 그 결과 Bolton and Katok (2008)의 재고 관리 실험, Engelbrecht-Wiggans and Katok (2008)의 조달 경매 실험, 그리고 Loch and Wu (2008)의 공급 사슬 계약 실험을 선정했다. 원래 세 연구는 모두 학생을 대상으로 실험실에서 행태 실험을 했다. 필자는 같은 실험을 MTurk 플랫폼을 이용하여 진행했고, 원 연구에서 나온 행태 실험 결과와 MTurk를 이용한 행태 실험 결과를 비교 분석했다.

그 결과, MTurk는 개인의 의사 결정을 다루는 행태적 생산 경영 실험에서 중요하고 적절한 플랫폼으로 판단되었다. 원래의 실험 결과에서 나타난 개인적 편향들(individual biases)이 MTurk 플랫폼 실험 결과에서도 비슷하게 보였다. 다만 반복적 의사 결정에 따른 학습 효과는 MTurk 작업자들에게 더 느리게 나타났다.

<그림 1>은 Bolton and Katok (2008)의 재고 관리 실험에서 피실험자들의 평균 재고량을 그래프로 나타낸 것이다. 같은 수요와 같은 비용 조건에서 피실험자는 100기 동안 재고량 의사 결정을 하였고 매기 그전 기 결정된 재고량에 의한 이익에 대하여 피드백이 주어졌다. 매매차익이 큰 제품(High-safety-stock condition)과 매매차익이 낮은 제품(Low-safety-stock condition)의 두 컨디션에서 실험을 진행했고, 두 컨디션에서 모두 최대 이익을 주는 재고량은 75개로 설정되었다. <그림 1>에서 알 수 있듯이 실험실과 MTurk 실험 모두 피실험자들은 매매차익이 큰 제품의 경우 최적화된 재고량보다 적은 재고량 결정을 하는 편향성을 보였고, 매매차익이 낮은 제품

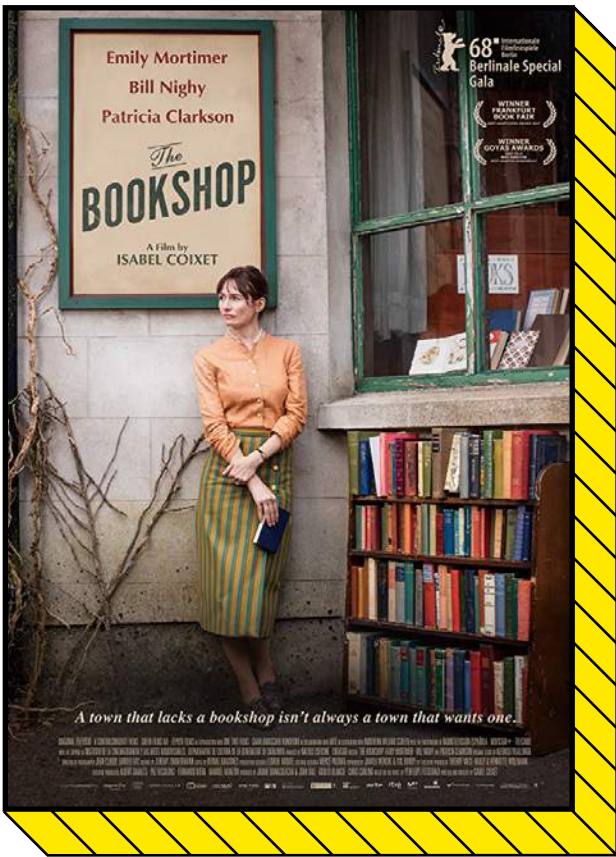
* References
Bolton, G. E., E. Katok. 2008. Learning by doing in the newsvendor problem: A laboratory investigation of the role of experience and feedback. *Manuf. Serv. Oper. Manag.* 10(3): 519-538.
Bolton, G. E., A. Ockenfels, U. W. Thoenemann. 2012. Managers and students as newsvendors. *Management Science* 58(12): 2225-2233.
Engelbrecht-Wiggans, E., E. Katok. 2008. Regret and feedback information in first-price sealed-bid auctions. *Management Science* 54(4): 808-819.
Kremer, M., E. Siemsen, D. J. Thomas. 2016. The sun and its parts: Judgmental hierarchical forecasting. *Management Science* 62(9): 2745-2764.
Loch, C. H., Y. Wu. 2008. Social preferences and supply chain performance: An experimental study. *Management Science* 54(11): 1835-1849.

의 경우 최적화된 재고량보다 많은 재고량 결정을 하는 편향성이 나타났다. 또한 실험실과 MTurk 실험 모두 이러한 편향성은 반복적인 의사 결정을 통한 학습으로 줄어드는 것을 볼 수 있었으며 이 학습 효과는 MTurk 실험에서 더 느리게 나타났다.

MTurk 실험에서 기존의 연구와는 확연하게 다른 결과를 보였을 때는 사회적 선호 조작(Social preferences manipulation)이 쓰였을 경우였다. 필자가 되풀이한 실험 중 Loch and Wu (2008)의 공급 사슬 계약 실험은 두 명의 계약자가 한 제품에 대한 이윤 폭을 순차적으로 결정하고 이로 인해 시장 가격과 수요가 결정되는 실험이다. 이 실험에서는 계약자들 간의 관계가 우호적이라는 정보를 보여주는 조작(Relationship manipulation)과 계약자들 간의 경쟁심을 유발하기 위해 상대 계약자의 이익을 보여주는 조작(Status manipulation)이 사회적 선호 행태에 미치는 영향을 보았다. <그림 2>에서 보이듯이, Loch and Wu (2008)가 학생들을 대상으로 시행한 원래 실험실 연구에서는 조작이 주어졌을 때 유효하게 다른 이윤 폭 의사 결정을 하는 것을 볼 수 있었다. 계약자와의 관계가 우호적이라는 조작 하에서, 피실험자는 상대 계약자에게 우호적으로 행동하기 위해 자신의 이윤 폭을 줄이는 것을 볼 수 있었고, 상대 계약자의 이익을 보여주어 경쟁심을 유발하는 조작 하에서는 상대 계약자보다 더 높은 이익을 내기 위해 이윤 폭을 더 공격적으로 결정하는 것을 볼 수 있었다. 하지만 필자가 MTurk 플랫폼에서 시행한 동일한 실험에서는 이러한 조작이 주는 효과는 미미했다. 이러한 결과의 차이가 실험실과 MTurk의 오프라인 환경에 의한 것인지 아니면 피실험자 집단의 차이에 의한 것인지 확인하고자, 필자는 같은 실험을 학생들을 대상으로 오프라인에서 다시 한번 되풀이했다. 필자가 학생들을 대상으로 되풀이한 실험실 연구 결과에서도 사회적 선호 조작의 효과는 미미하게 나타나 기존 결과와는 달랐다. 오히려 그 결과는 필자가 MTurk에서 관찰한 행태와 비슷했다. 따라서 필자는 MTurk에서 원래의 실험과는 다른 결과가 나온 것은 오프라인과 온라인 환경 차이가 원인이 아니라, 두 연구 간에 피실험자 집단의 다양성과 특성이 다르기 때문에 나타난 것으로 판단했다. 다시 말해 사회적 선호 조작은 피실험자 집단의 특성에 따라 다르게 나타날 수 있어 MTurk 연구뿐만 아니라 실험실 연구에서도 그 결과를 해석하는 데 주의가 필요하다.

두 기업가 이야기

<더 북샵> 그리고 <위대한 쇼맨>



여기 전혀 다른 이야기에 등장하는 두 명의 주인공들이 있다. 1950년대 영국의 작은 시골 마을인 하드보로에 서점을 연 플로렌스 그린 부인과 19세기 미국에서 쇼 비즈니스를 창시한 피니어스 테일러 바넘이 바로 그들. 플로렌스 그린 부인은 영국 출신 소설가 페넬로페 피츠제럴드⁽¹⁾의 소설과 그 소설을 원작으로 한 동명 영화 <더 북샵>의 주인공, 즉 가상의 인물이라면, 피니어스 테일러 바넘은 역사의 한 획을 그은 실존 인물로서 휴 잭맨이 주인공으로 분한 영화 <위대한 쇼맨>에서 그 삶의 일면⁽²⁾이 소개된다. 얼핏 살펴보면 이 둘은 배경이 되는 공간은 물론 실존 여부에 있어서 공통점이 전혀 없어 보이지만, 두 주인공의 삶을 연결해주는 하나의 키워드가 존재한다. 바로 기업가 정신(Entrepreneurship)이다.

<더 북샵>: 작은 마을에서 시작된 서점 이야기

플로렌스 그린 부인은 전쟁으로 남편을 잃고 영국의 작은 시골 마을인 하드보로에 잠시 요양차 머무르게 된다. 책을 사랑하는 그녀는 하드보로에 서점이 없다는 사실을 알고서는 그 마을에 새로 서점을 열고 정착하려는 계획을 세운다. 오랜 시간 방치되어 있던 고택에 터를 잡고, 동네 주민들의 걱정 어린 관심 속에 드디어 서점 The Old House Bookshop을 오픈, 그린 부인의 세심한 보살핌으로 서점은 마을 풍경속에 서서히 자리를 잡아간다. 어리지만 영특한 소녀 크리스틴을 아르바이트 직원으로 채용하고 하드보로의 ‘고독한 독서광’ 블룬디쉬 씨를 충성 고객으로 사로잡으면서 서점 운영은 탄탄대로를 걷는다. 어느 날 그린 부인은 블룬디쉬 씨와의 상의하에 문제작 <롤리타>를 서점에 입고하는 담대한 결정을 하게 되고 입고된 250권이 순식간에 품절되면서 큰 성취감을 느낀다.

<위대한 쇼맨>: 무모한, 그러나 용기 있는 쇼맨의 도전기

영화 <위대한 쇼맨>에서 피니어스 테일러 바넘은 가난한 부모 밑에서 태어나 상류층 가정의 하인으로 삶을 시작하게 된다. 주인의 딸인 체리티를 사랑하다가 곤욕을 당한 바넘은 이에 굴복하지 않고 꾸준한 도전으로 결국 사랑을 쟁취, 그녀와 결혼하게 된다. 이후 직장생활을 하던 중 회사가 예기치 않은 부도를 당하게 되자 그는 자신이 진정 바랐던 것을 이루기로 결심하고, 전 재산과 은행 대출을 끌어모아 세상의 희귀한 물건들을 전시한 ‘바넘의 아메리칸 박물관’을 세우지만 실패하고 만다. 바넘은 포기하지 않고 사람들이 정말로 무엇을 보고 싶어 하는지 고민을 거듭하다 새로운 아이디어를 구상, 전국을 돌아다니며 ‘서커스 기인’들을 모집한다. 바넘은 소외되고 멸시받던 그들을 무대 위로 올려 세상에 가치 있는 존재가 될 수 있다는 것을 증명하기 시작했다. 관객들은 비범한 그들의 공연을 통해 전통과 희열을 느낀다.

(1) 1916 - 2000, 알코올중독자 남편 때문에 가족을 부양하느라 선 살이 넘어 소설을 쓰기 시작. 생을 마감할 때까지 열두 편의 소설을 집필. 영국 최고의 소설가 중 하나로 인정받고 있으며 1979년 작 <앞바다를 향하여 Offshore>로 맨부커상을 받았다.

(2) 해당 영화에 대한 주된 비판 중 하나는 주인공이자 실제 인물인 바넘의 행적이 상당히 미화되었거나 생략되었다는 점이다. 실제로 바넘은 영화에서 표현된 것처럼 성공적인 쇼맨의 면모를 지닌 사업가이자 유능한 행정가였지만 공연 초기에 많은 사기 행각을 벌인 것으로 밝혀졌다.

(3) 그린 부인은 영화 속에서 책에 대한 정의를 이렇게 내린다. “좋은 책은 훌륭한 문인의 영혼이 담긴 결과물입니다. 책은 그 문인의 영혼을 영구적으로 간직하기 위해 방부 처리해 보존한 것이고 그러므로 우리에게 꼭 필요한 것입니다.”

기업가정신: 위험을 감수하며 새로운 가치를 만들어 내는 일

앞서 소개한대로 그린 부인과 바넘의 공통분모는 기업가정신이다. 처한 상황도 또 그것에 대응하는 방식도 달랐지만, 자신이 옳다고 여기는 중요한 가치를 다른 이들에게 새로운 방식으로 선사하기 위해 용기 있게 위험을 감수하는 선택을 했다는 점에서 이 둘은 모두 위대한 기업가다. 기업가(Entrepreneur)라는 단어는 볼어가 그 기원으로 18세기 초에 처음 사전에 등장한 것으로 알려져 있는데, 당시 영국에서는 이와 유사한 단어로 모험가(Adventurer)를 사용했다고 하니 그 의미를 다시 되새겨볼 만하다. 그러나 용기 있는 도전은 그 시작에 불과할 뿐, 위대한 기업가들은 1) 위기 속에서도 절대로 신념을 잃지 않으며, 2) 본인은 물론 다른 이들의 삶에 변화를 만들어내고, 3) 궁극적으로 새로운 유산을 남긴다는 공통점이 있다.

위기 속에서도 신념을 잃지 않기

그린 부인의 서점은 <롤리타>의 흥행 이후, 마을 실세인 가마트 부인의 시기와 욕심으로, 고택이 서점이 아닌 아트센터로 운영되어야 한다는 마을 사람들의 의견에 휘말리면서 위기를 맞게 된다. 크리스틴은 마침 학교에 온 장학사에게 적발되어 서점 아르바이트를 그만두게 되고, 건너편 생선가게 가마트 부인의 알선으로 마을에는 새로운 서점이 생긴다. 반면, 그린 부인의 서점에 새로운 아르바이트생으로 자원한 밀로 씨는 가마트 부인의 사주를 받아 서점 운영을 휘방 놓기 시작한다. 갑자기 몰아친 위기 속에 홀로 선 그린 부인은 주저하지 않고 서점을 지켜나가기 위해 곳곳한 행보를 이어나간다. 바넘 또한 서커스 공연의 큰 성공 뒤에 곧 위기를 맞이한다. 한 무리의 군중이 평범하지 않은 단원들이 무대에 선다는 것에 분개하여 공연장에 불을 지르고, 그의 꿈은 재로 변하게 된다. 그러나 실의에 빠진 것도 잠시, 굳은 의지로 쇼를 지속할 방법을 찾는다. 새로운 공연장을 다시 세우거나 다른 공연장을 사는 대신 거대한 텐트를 사용해 저비용으로 새로운 쇼를 런칭하는 천재적인 방법을 생각해낸 것. 위기를 맞이한 기업가의 창의적인 대응이 근대적 서커스의 모형을 만들어냈다. 이처럼 기업가정신은 헌신과 끈기를 그 원료로 새로운 결과물을 창조하는 원천이 된다.

사람들의 삶에 변화를 만들어 내는 것

바넘은 자신의 도전과 신념을 통해 외롭고 초라했던 단원들에게 가치 있는 삶을 선사했다. 물질적인 안정을 제공했을 뿐만 아니라, 하나의 공동체가 되어 정신적인 안정을 찾을 수 있게 해주었다. 바넘은 그들이 오랜 시간 동안 갈구했던 소속감과 동지애를 찾게 해주었고 그들의 삶을 변화시켰다. 바넘의 공연을 본 관객들도 단원들과 같은 소수자에 대한 편견을 극복함으로써 세상을 바라보는 새로운 시각을 얻게 되었다. 그린 부인도 자신의 꿈과 목표를 이루기 위해 과감히 도전해 나가면서 그녀를 지지해주는 여러 사람을 만났고 또 많은 이를 변화시켰다. 집에만 틀어박혀 책으로만 세상과 소통하던 블룬디쉬 씨는 그녀를 위해 벽을 깨고 밖으로 나와 당당히 가마트 부인에게 그린 부인을 내버려 두라고 소리친다. 책과는 담을 쌓고 살던 많은 마을 주민들이 그녀의 서점을 통해 책의 소중함과 독서



www.indb.com

의 즐거움을 깨닫게 된다. 위대한 기업가는 주변 사람들은 물론 자신의 제품과 서비스를 향유하는 고객들의 삶을 변화시키는 놀라운 영향력을 지닌다. 그린 부인처럼 본인의 용기와 도전을 통해 단 한 사람의 삶이라도 새롭게 만들었다면 우리는 그를 기업가라 부를 수 있다.

새로운 유산 남기기: 또 다른 의지와 도전

<더 북샵>의 마지막 장면, 영화 속 화자는 시간이 지나 또 다른 서점의 주인이 된 크리스틴임이 밝혀진다. 그린 부인이 역경 속에서도 놓치지 않았던 신념⁽³⁾은 하나의 유산이 되어 크리스틴에게 전달되었다. 모든 도전과 투쟁을 통해 바넘은 그의 단원들과 함께 또 하나의 유산을 남길 수 있었다. 바넘은 쇼 비즈니스라는 새로운 세상을 창조해냈고 그를 따르는 많은 후배 기업가는 여전히 꿈과 희망을 노래하며 수많은 관객에게 기쁨을 선사하고 있다. 많은 사람이 기업가 또는 기업가가 일으켜 세운 비즈니스 자체에 집중하는 경향이 있지만, 그보다 더 높은 차원의 기업가정신은 기업가의 활동 여부나 그 비즈니스의 지속 여부와 상관없이 오랜 시간 동안 유지되고 사람과 사람을 통해 이어진다. 수많은 학자가 기업가정신이 경제를 지속적으로 발전시킬 수 있는 핵심 원동력이라고 주장하는 이유는 그 정신이 새로운 가치 창출을 위해 위험을 감수하는 뚜렷한 의지를 기반으로 하고 있기 때문이다. 뚜렷한 의지는 행동을 이끌어내고 변화를 만들어내며 또 다른 의지를 불러일으킨다. 단 하나의 작은 씨앗이 뿌리를 내려 수많은 열매를 맺듯이, 단 한 사람의 기업가정신이 새로운 세상을 만들어 내는 것이다. 그린 부인이 그러했듯이, 또 바넘이 그러했듯이.

기업가정신 함양을 위한 교육 기관의 역할

창업에 대한 범국가적 관심이 매우 높다. 지역사회부터 정부의 제도와 정책들까지, 그 관심을 반영하는 다양한 형태의 결과물들이 속속들이 나타나고 있다. 이와 더불어, 교육 기관들도 창업 관련 유의미한 교육을 제공하는 방법에 대해 머리를 맞대고 있으며, 이와 관련하여 기업가정신(Entrepreneurship) 교육 과정을 앞다투어 신설 중이다. 고등교육 기관은 어떻게 창업을 준비하는 이들이 기업가적 자질을 갖추는 데 기여할 수 있을까?



네트워킹은 단순한 만남의 목적이 아닌 비슷한 관심사와 다양한 배경을 지닌 이들이 서로 만나 상호작용할 때 그 가치가 배가 된다. 이러한 교류의 장을 마련하는 것이야말로 기업가정신을 가르치는 교육 기관의 중요한 역할이다.

미국에서는 기업가정신 함양을 위한 교육기관의 역할을 여러 번 논의해왔다. 이는 사회 제도와 교육 기관의 실제적인 변화를 가져왔다. 여기서 주목할 만한 점이 있다. 기업가정신 교육이 대학을 포함해 그전 단계의 교육 과정에도 반영되는 급진적인 형태를 띠고 있다는 것이다. 한 예로, 2015년 미국 캘리포니아 프레즈노에는 'Phillip J. Patiño School of Entrepreneurship'이라는 기업가정신 고등학교가 문을 열었다. 이 학교의 목표는 기업가적 사고와 역량을 기를 수 있도록 학생들을 교육해 미래에 훌륭한 기업가로 성장할 수 있도록 돕는 것이다. 고등학교의 사례지만 청소년기 교육과정에도 기업가정신 교육을 적극적으로 도입한다는 것은 주목할만하다.

최근 급격히 증가하는 국내대학교들의 기업가정신 교육 과정과 연결해 생각해보자. 국내대학교는 어떻게 교육을 통해 기업가정신을 함양하도록 할 수 있을까?

첫 번째, 기업가적 마인드는 교육 과정에서 실행되는 다양한 프로젝트를 통해 갖출 수 있다. MBA 과정 과목의 대부분은 학생들이 특정 주제를 심도 있게 분석하고 고찰해 학우들 앞에서 발표하는 과제를 포함한다. 특히 개별 과제 및 발표는 기업가가 수행해야 할 여러 프로젝트와 직접적인 연관이 있는데, 이를 통해 학생들은 자기 주도적으로 문제 해결 및 탐구 방법을 배울 수 있다.

두 번째는 기업가의 필수 자질인 데이터를 이해하고 이를 분석해 시각화하는 스킬이다. 사업에 필요한 스토리텔링과 아이디어 피칭(Pitching)에는 효과적인 커뮤니케이션 스킬이 동반되어야 한다. 데이터의 분석 능력과 시각화 능력은 비즈니스 애널리틱스에 관련한 교과목으로 향상시킬 수 있으며, 교수-학생 간의 적극적인 Two-way식 수업으로 커뮤니케이션 능력을 향상시킬 수 있다. KAIST 경영대학은 이 두 가지 스킬을 갖출 수 있는 내용의 교과 과정을 탄탄히 구축하고 있다.

세 번째로, 현실 문제를 냉철하게 판단하고 논리적으로 사고해야 한다. 현실 문제 해결에 효과적으로 접근하는 방법은 다양한 케이스 스터디로 배울 수 있다. 수많은 사례 분석을 통해 기업이 처한 현실 문제를 간접적으로 접하며 팀원과 함께 해답을 찾아가고 또 그 결과물을 확인하는 과정에서 얻는 것이다. 또한, 다양한 배경의 학우들과 각자 소속된 조직에서 겪었거나 현재 겪고 있는 문제들을 공유하고 토론하며 산업 전반에 대한 이해도 증가시킬 수 있다.

이뿐 아니라, 학교는 네트워크를 넓힐 수 있는 최적의 장소이다. KAIST 경영대학은 창업 어워즈, 창업 동문 초청의 밤, KAIST 동문 기술 창업 포럼 등 여러 창업 관련 행사를 개최하고 있다. 재학생과 동문은 이러한 다양한 행사를 통해 현직 기업가와 창업가에게 통찰력 있는 조언을 얻으며 이를 통해 공동 창업과 채용의 기회도 잡을 수 있다. 네트워킹은 단순한 만남의 목적이 아닌 비슷한 관심사와 다양한 배경을 지닌 이들이 서로 만나 상호작용할 때 그 가치가 배가 된다. 이러한 교류의 장을 마련하는 것이야말로 기업가정신을 가르치는 교육 기관의 중요한 역할이다.

KAIST 경영대학은 최근 기업가정신 및 비즈니스 애널리틱스 분야를 집중적으로 육성하고자 교육 과정을 대폭 개편했다. 이는 기업가정신 함양을 위한 교육 기관의 역할로 세계의 움직임에 충실히 잘 반영한 것이다. 앞으로 얼마나 많은 KAIST 경영대학인들이 기업가로 탄생할지 기대해 볼 만하다.

사회적기업가들의 만남의 장, 소셜벤처 Boosting Day

기업의 이윤 추구가 전부였던 양적 성장의 시대를 넘어 이제는 공동체를 생각하는 사회적 가치가 주목받고 있다. 이를 단순한 트렌드가 아니라 지속가능한 미래로 만들기를 꿈꾸는 차세대 소셜벤처 리더들이 한자리에 모였다.



2018년 9월 8일 토요일, KAIST 경영대학 최종 현홀에서 소셜벤처 Boosting Day 행사가 개최됐다. 지난 2015년에 시작된 본 행사는 사업모델 발전, 임팩트 투자 유치 등 창업과 관련한 이슈들에 대한 고민을 나누는 자리다. KAIST 경영대학 교수진 특강과 사회적기업가 MBA 선배들의 창업 사례 발표, 그룹 멘토링 등을 진행한 이번 행사에는 사회적 가치를 지향하며 창업을 준비 중인 100여 명의 참가자가 선발돼 한자리에 모였다.

사회적기업가 MBA 조성주 교수의 환영사로 시작한 교수진 특강은 조대근 교수의 <플랫폼 비즈니스> 강의로 이어졌다. ‘플랫폼 비즈니스 모델’은 사업자가 제품이나 서비스를 직접 제공하는 것이 아니라 생산자와 사용자 그룹을 중개하는 플랫폼 서비스 모델로 수익을 내는 것을 의미한다. 페이스북, 구글, 애플 등 성공한 글로벌 기업들이 이러한 모델을 지니고 있다. 조 교수는 모바일 데이팅 앱인 Tinder의 사례와 통계를 통해 플랫폼 비즈니스를 “이미 존재하는 것들을 독창적인 관점과 방식으로 엮고 재창조하는 것”으로 정의했다. 또한 플랫폼 비즈니스의 핵심 성공 요인인 ‘플랫폼으로 고객을 끌어들이고 참여시키는 방법’에 대하여 논했다. 오덕한 KAIST 청년창업 투자지주(이하 ‘KAIST 창투’) 대표는 KAIST 창투의 투자 전략에 대해 강의를 했다. KAIST 창투는 창업 활성화와 창업 지원을 목표로 2014년 설립한 청년기업 육성 및 투자 전문 회사다. 현재까지 25개 회사에 투자했다. 그중에는 부동산 매칭기업 ‘호갱노노’, KAIST 전산학과 학생들이 코딩 서비

스 및 교육을 제공하는 ‘엘리스’ 등 시장의 뜨거운 반응을 얻은 스타트업들이 있다. 오 대표는 사회적 기업에 대한 투자를 단계별로 설명하면서 “초반의 사회적 투자는 공익적 목적이 강한 만큼 금전적 성과가 크진 않지만, 기술 임팩트 투자를 통해 금전적 가치와 사회적 가치를 동시에 달성할 수 있다”며 투자 단계의 진화 모형을 제시했다. 또한 KAIST 고유의 Deal Sourcing 기능을 강조하며, KAIST 경영대학의 기업가정신과 대전캠퍼스의 기술력을 통해 시너지 창출이 가능한 점을 KAIST 창투의 장점으로 꼽았다.

이후, 여러 동문의 창업 스토리를 공유하는 시간이 이어졌다. 청년을 위한 주거 해결 스타트업 ‘만인의 꿈’의 김동찬 대표는 사회적기업의 사업 확장에 대한 자신의 경험담을 펼쳤다. 김 대표는 “청년들의 주거 문제가 생존을 위협하는 문제가 될 정도로 열악하다는 것을 체감한 후, 생존 때문에 성장을 포기한 청년들을 위해 생활 공간을 저가로 제공하려던 것이 사업 모델로 발전하게 됐다”고 소회를 밝혔다. 신촌 지역의 유희 부동산을 활용하고 규모의 경제로 관리 및 네트워킹 효율을 극대화하는 것이 ‘만인의 꿈’의 사업 모델이다. 사업 초기에는 청년들의 생활 공간을 제공하는 수준으로 수익구조에 대해 생각조차 할 수 없었지만 현재는 입주주민들이 부담하던 집세를 투자자와 집주인들이 부담하는 구조로 바꾸고 사업 및 사무공간 운영으로 수익을 창출하는 등 투자의 선순환 구조를 만들어가고 있다. 불과 1년 만인 지금, ‘만인의 꿈’ 공간에는 130명이 넘는 사람이 살고 있다.

고귀현 대표의 ‘크래프트 링크’는 중남미 여행 경험에서 구상이 시작된 수공예품 사업이다. 고 대표는 “총인구의 절반이 UN이 정한 절대 빈곤층인 중남미에서는, 길거리에서 구걸하거나 수공예품을 파는 원주민 여성들과 아이들을 만나는 것이 일상이었다”며 이 시장에서 가능성을 보았다고 언급했다. 바로 적은 초기 투자금 및 유지 관리비, 낮은 진입 장벽을 이용한 생산라인 확장 용이성, 글로벌 비즈니스 윤리 준수라는 세 가지 포인트다. 수공예 팔찌를 만드는 데에는 큰 자본금이 들지 않았고, 약간의 기술만 있으면 생산이 가능해 대량 생산라인을 확보하기 용이했다. 게다가 윤리적 생산에 대한 기준이 강화되는 세계적 트렌드에 맞추어 스토리를 만들어가기 시작한 것이다. 또한 소품종 주력 생산을 위한 제품별 아이디어 부여로 시장 내 유사 제품과 비교해 5배에서 최대 20배에 달하는 높은 프리미엄을 형성할 수 있었다고 한다. 현재는 30명의 현지 원주민을 고용 중이며 이들 자녀의 학교 출석률이 10% 증가하는 등 실제로 먼 이국땅 사람들의 삶에 변화를 일으키고 있다.

KAIST 경영대학 출신 소셜벤처 창업가들의 창업 스토리를 나누는 이후에는 KAIST 경영대학 교수진과 창업가들의 비즈니스 멘토링을 진행했다. 창업 아이템, 사업 진행 단계, 관심사 등을 기준으로 맞춤형 멘토를 배정해 조별로 진행한 멘토링 세션에서는 참가자들이 실제 겪는 사업상 어려움을 공유하고 사업 계획에 대한 조언을 나눴다. 소셜벤처 창업가들이 이끄는 지속 가능한 미래가 곧 현실화되길 바란다.



‘행복한 감성’이 전해진 네트워킹 행사, 와인페스티벌

행복한 순간에 곁들이는 와인. 그 와인을 좋아하는 학우들 간 교류의 장이 열렸다.

2018년 10월 24일 저녁, 18대 총학생회가 주최하는 와인페스티벌이 경영대학 아트리움에서 개최됐다. 본 행사는 KAIST 경영대학의 여러 과정 간 교류를 확대하기 위해 마련됐다. 행사에는 총 150여 명이 자리해 뜨거운 열기를 실감케 했다. 다양한 전공의 재학생들, 세계 여러 나라에서 온 교환학생 뿐 아니라 교수, 교직원들이 한자리에 어우러진 네트워킹 자리였다.

행사의 시작으로 경영공학부 이은석 교수가 수준급 피아노 실력을 선보였다. 로베르트 슈만(Robert Schumann)의 가곡 헌정(Widmung)을 프란츠 리스트(Franz Liszt)가 피아노 독주를 위해 편곡한 작품을 연주해 참가자들의 시선을 한번에 사로잡았다. 이어서 (주)레벤즈매일의 CEO 유지찬 대표가 와인을 전혀 모르는 초심자도 쉽게 이해하도록 전반적인 기초를 다져주는 ‘와인과 친해지기’ 와인 개론을 강의했다. 와인의 산지, 품종, 와인을 일컫는 용어의 구분 등을 상세하게 설명했다. KAIST 경영대학의 동문이기도 한 유지찬 대표(EMBA 06학번)는 술마다 감성이 있다며 와인의 감성이 ‘행복’이라

고 언급했다. 와인 시음식에는 다양한 산지와 품종의 와인 여섯 종이 나왔다. 와인 제공과 동시에 각 와인의 특징, 수상 내역 등 상세한 설명이 이어졌다. 행사에 참가한 학생들은 “와인에 문외한이었는데 이번 기회로 와인과 친해진 기분이 든다,” “직접 마시며 설명을 들으니 더 잘 와닿고 유익한 경험이었다”는 등 긍정적인 반응을 보였다. 이날 사용한 와인은 약 60병 정도다. 평소에는 맛 보기 어려운 와인들을 마음껏 시음할 수 있어 좋은 경험을 했다는 반응이 주를 이뤘다. 시음회에 이은 <플루트 판타지> 연주회에서 플루티스트 서지원은 훌륭한 퍼포먼스로 이목을 끌었다.

구자현 학생회장(TMBA 18학번)은 “KAIST 경영대학에는 MBA와 MS 등 총 10개의 프로그램이 있는데, 과정 간 교류가 더 많아졌으면 한다”며 “학생들이 교류의 폭을 다양하게 더 넓힐 수 있도록 이번 행사를 마련했다”고 와인페스티벌 취지를 소개했다. 또한 “앞으로도 다양한 학생회 행사로 학생들이 한데 어우러질 수 있는 자리를 마련할 계획”이라고 밝혔다.



해를 거듭할수록 수준 높아지는 Case Competition 대회

Case Competition은 경영대학 학생들이 국내외 기업의 주목할 만한 비즈니스 이슈를 소개하고 경영 사례 및 티칭 노트를 작성하는 대회이다. 매해 치열한 경쟁을 통해 우수 사례들이 소개되고 있다.

KAIST 경영대학 ‘경영사례위원회’에서는 2014년부터 매해 우수한 교육용 경영 사례 발굴을 위해 ‘KAIST 경영대학 Case Competition’을 개최한다. 학생들은 경영 사례 개발 과정을 통해 경영자의 시각에서 기업이 직면한 현안을 분석해 의사결정을 하는 훈련을 할 수 있다. 또한, HBR Case 등에 소개된 해외 경영 사례가 아닌 국내 기업의 실제 사례를 통해 비즈니스 환경과 당면 이슈를 조사 분석하며, 문제해결 방법을 고찰할 수 있다는 점에서 그 의의가 크다.

지난 2018년 11월 1일, 5회를 맞는 Case Competition의 최종 발표 시상식이 있었다. 이번 대회는 제안서 접수로 시작으로 진행 보고서, 개발 사례, Teaching Note, 최종 발표까지 다양한 평가 과정을 거쳐 5개월간 진행되었다. 최종 발표 대상 기업으로는 빅히트엔터테인먼트, 스타디맥스, 와디즈, 인바디, 버드뷰, elice, 왓차, 렌딧, SAP 아홉 개 기업 사례가 선정되었다. 대상은 빅히트엔터테인먼트의 황중률, 김대원, 김종경, 박규리(정보미디어 MBA 18학번) 팀이 받았다. 대상을 차지한 빅

히트엔터테인먼트 팀은 “반년에 가까운 시간 동안 사례 개발을 위해 고생한 팀원들과 사례를 가치 있게 평가해주신 심사위원분들께 감사하다”고 소감을 전했다. 또한 대상팀은 상금 일부를 KAIST 경영대학에서 매년 후원하는 ‘법퍼나눔운동본부’에 기부하고 봉사활동에도 참여하겠다는 의지를 밝혀 더욱 뜻깊은 시간이 되었다. 심사위원 조대근 교수는 “해를 거듭할수록 참가자들의 수준이 놀랍게 성장하고 있다”고 평가했다. 2019년 진행 예정인 Case Competition에서도 학생들

이 분석 능력과 문제해결 능력을 키우고 우수한 경영 사례들을 발굴해 경쟁력 있는 교육 자료로 널리 활용될 수 있기를 기대한다.



KAIST Case Competition 수상팀

	분석기업	인원	지도교수
대상	빅히트엔터테인먼트	황중률, 김대원, 김종경, 박규리(정보미디어 MBA 18)	김영걸
우수상	스타디맥스	박원, 김기수(프로페셔널 MBA 17)	윤여선
장려상	와디즈	김형범, 안해은, 이서연, 이준영(정보미디어 MBA 18)	한인구
	인바디	김정, 이대권, 이민규(기술경영전문대학원 17)	조항정
	버드뷰	전상현(사회적기업가 MBA 17), 김동훈(경영공학 석사 17), 박정숙, 천지혜(테크노 MBA 18)	이인무
	elice	최성우, 이수현, 진은총, 김지수(정보경영 석사 17)	이희석
챌린지상	(주)왓차	김민준, 김지현(정보미디어 MBA 18)	정재민
	렌딧	박희연(기술경영학부 박사 18), 임주환, 박예진(기술경영학부 석사 17)	조항정
	SAP	안성호, 윤창희(정보경영 석사 16), 권선희, 이현성(테크노 MBA 17)	조대근

글. 김기덕 기자

경영공학부에 새로 부임한 교원을 소개합니다!

KAIST 경영공학부는 IT경영/경영경제/금융 분야에서 세 명의 우수한 신입 교원을 맞이했다. 앞으로 KAIST 경영대학과 함께 하게 된 새 가족을 만나보자.

강금석 교수

IT경영 분야

KAIST 경영대학에 오시기 전에는 어떤 길을 걸어오셨나요.

학부 및 석사는 산업공학을 전공했고, 졸업 후 정보 기술 서비스 관련 회사에서 9년간 근무했습니다. 회사 생활을 하던 중 학문에 뜻을 품고 유학해 미국 Purdue University에서 경영학 박사학위를 받았고, 그 후 7년간 미국 Florida International University에서 교수로 재직했습니다.

주요 연구 분야와 강의 예정인 과목에 대해 간략히 소개해주세요.

정보시스템, 비즈니스 애널리틱스 및 인공 지능입니다. 어떻게 하면 기업과 조직이 정보 시스템, 비즈니스 애널리틱스, 인공 지능을 잘 구축하고 사용할 수 있을지를 연구 중입니다. 기업 및 조직 내 정보 시스템, 비즈니스 애널리틱스의 역할과 활용 방안에 대해 학생들과 공유하고 토론할 계획입니다.

앞으로의 계획은 무엇인가요.

KAIST 경영대학의 훌륭한 교수님들, 학생들과 재미있게 연구하고 강의하는 것이 계획입니다. 구체적으로 말씀드리면 향후 5년간 헬스케어, 모바일, 사물 인터넷 관련 영역에 비즈니스 애널리틱스 및 인공 지능을 적용하는 연구를 수행하고 관련 강의를 개발하려 합니다. 이를 위해서 KAIST 내 다른 전공, 다른 학교 및 외부 산업체들과도 협업할 계획입니다.

KAIST 경영대학 학생들에게 기대하는 바가 있다면 말씀해 주세요.

KAIST 경영대학 학생들의 잠재력은 세계 최고 수준입니다. 이미 많은 동문이 세계 여러 분야에서 뛰어난 능력을 보여주고 있습니다. 저는 학생들이 자신감을 가지고 더 큰 꿈을 꾸었으면 합니다. 또한, 주어진 길을 쉽게 가기보다는 어려움이 있더라도 항상 새로운 길을 개척해 나가는 선구자가 되시길 바랍니다.



신은철 교수

경영경제 분야

KAIST 경영대학에 오시기 전에는 어떤 길을 걸어오셨나요.

학부에서 수학과 경제학을 전공했습니다. 그러다 경제학 이론의 수학적 완결성에 매료되어 경제학 박사 유학을 결심했습니다. 2016년 캘리포니아 공대(California Institute of Technology)에서 박사학위를 받았고 한국개발연구원(KDI) 경쟁정책부와 경희대학교 경제학과에서 근무했습니다.

KAIST 경영대학에서 강의하시는 과목은 무엇인가요.

2018년도 가을학기에는 녹색성장대학원 과목인 '에너지 및 환경 경제학'을 강의했습니다. 이 과목에서는 경제학자들이 환경 문제를 바라보는 방식과 해결책을 미시적 관점에서 가르쳤습니다. 또한 전력 시장 개혁에 관해 키르히호프의 법칙과 시장

설계이론이 접목된 융복합적 접근법을 가르쳤습니다.

앞으로 진행할 연구 분야는 어떤 것인지 궁금합니다.

최근에는 현장실험연구(Lab-in-the-Field Experiment)에 집중하고 있습니다. 현장실험연구는 피험자들을 실험실에 모으는 수동적 방식이 아닌, 피험자들에게 연구자가 최신 IT 장비들을 직접 들고 찾아가 통제된 실험을 진행하는 연구 기법입니다. 이 최신 연구 기법을 활용해 ①사회 연결망의 변화, ②개인 선호의 변화, ③집단 의사결정 과정의 변화를 분석합니다.

KAIST 경영대학 학생들에게 기대하는 바가 있다면 말씀해 주세요.

KAIST 경영대학에는 소위 이과 출신의 학생이 많은 것으로 알고 있습니다. 같은 이과 출신이며 공대에서 박사학위를 받은 저는 학생들과 같은 DNA를 소유하고 있다고 생각합니다. 언제든지 SUPEX 210 호의 문을 두드리고 편하게 찾아오길 바랍니다.

최현수 교수

금융 분야

KAIST 경영대학에 오시기 전에는 어떤 길을 걸어오셨나요.

2012년 Princeton University에서 경제학 박사학위를 받고, KAIST 경영대학 부임 전까지 Singapore Management University에서 재무 분야 조교수로 근무했습니다. 훌륭한 연구 환경과 뛰어난 동료 교수님들, 학생들과 함께 공부할 수 있다는 점에 끌려서 KAIST 경영대학에 오게 되었습니다.

주요 연구 분야와 강의 예정인 과목에 대해 간략히 소개해주세요.

주 연구 분야는 Household Finance입니다. 이는 가계의 합리적인 의사 결정을 연구하는 분야입니다. 가계 포트폴리오 구성, 금융 상품 선택, 부동산 투자 결정(모기지 결정) 등을 중점적으로 연구합니다.

2019년 봄 학기에는 경영공학 학생들을 대상으로 '포트폴리오 최적화 및 운영'과 '행태재무론'을 강의할 계획입니다. '포트폴리오 최적화 및 운영'에서는 합리적인 포트폴리오 구성을 다루고, '행태재무론'에서 여러 경제 주체의 행태적인 의사 결정을 다룰 예정입니다.

앞으로의 계획은 무엇인가요.

훌륭한 연구 환경에서 뛰어난 학생들과 함께 좋은 연구를 계속해 나가고자 합니다. 또한 최신 연구 결과를 바탕으로 여러 주제를 흥미롭게 토론할 수 있는 수업을 진행하고자 합니다.

KAIST 경영대학에 기대하는 바가 있으시다면?

제가 근무했던 Singapore Management University는 역사가 짧아 아직 성장 중인 단계였습니다. 이에 비해 KAIST 경영대학은 오래전부터 훌륭한 졸업생들을 꾸준히 배출해왔습니다. 재능 있는 학생들과 서로 배워가며 보다 의미 있고 중요한 연구를 진행할 수 있기를 기대합니다.



KCB NEWS

글. 김기덕 기자



배움을 통한 가치 창출과 환원의 시간, 2018년 홈커밍데이

지난 11월 16일, 은행연합회에서 KAIST 경영대학 홈커밍데이가 열렸다.



어디로? 세계로!

지난 11월 16일, 을지로 전국은행연합회에서 KAIST 경영대학 홈커밍데이가 행사가 열렸다. 행사장에 들어서는 동문들의 얼굴엔 퇴근 후의 피곤함은 전혀 찾아볼 수 없었고, 오랜만에 보는 동문 및 교수진과의 인사로 즐거움과 기쁨이 가득 찼다. 행사는 김영배 KAIST 경영대학장의 환영사로 시작했다. 졸업 후에도 많은 동문이 애정을 가지고 행사에 참여한 것에 대해 감사를 표했고, 어느 동문은 “고향에 돌아오는 마음으로 참석했다”며 이에 화답했다.

이어서 김영걸 교수의 “어디로? 세계로!”라는 건배사 제안으로 힘찬 건배가 이어졌다. 건배사는 KAIST 경영대학에서의 배움을 통해 전 세계 다양한 곳에서 역량을 발휘하고 있고, 또 세계로 나아가길 동문들에게 그 자부심을 더욱 고취시켰다. 이후 식사 시간에는 서로 못다 한 졸업 이후의 근황을 전하고 인사를 나눴다. 식사 중간에는 졸업 10주년, 20주년을 맞은 동문을 축하하는 순서가 있었는데, 과거 학창시절 사진으로 만든 동영상 감상하며 모두 함께 그때 그 시절 추억을 회상했고 테

이블마다 웃음과 이야기가 끊이지 않았다. 행사장 앞에 마련한 학사모와 학위복 대여 코너에서는 같은 학번, 동기가 모여 사진을 찍기도 했다. 동문들은 학사모, 학위복을 착용하고 마치 재학생 시절로 돌아간 것처럼 즐거워했으며 각양각색의 포즈로 촬영을 했고, 촬영장이 어느새 문전성시를 이뤘다. 다음 순서에서는 다양한 분야에서 KAIST 경영대학 발전을 위해 노력한 우수한 동문과 교수들에게 주는 ‘올해의 동문상’과 ‘올해의 교수상’ 시상식이 있었다. 박상재 테크노 MBA 13학번 동문이 스타트업을 준비하는 후배들을 위해 마련한 ‘세병 스타트업 장학금’의 첫 번째 수여식도 진행되었다. 행사가 끝나갈 무렵에는 방송 드라마 음악가로 유명한 한수지 한양대 교수의 축하 공연이 있었다. 한수지 교수는 2017년 대한민국을 떠들썩하게 만든 드라마 ‘도깨비’에서 본인이 부른 OST 곡들을 직접 선보였고, 이는 현장 분위기를 한층 더 달아오르게 했다. 마지막으로 다양하고 푸짐한 경품이 주어지는 추첨 행사를 진행했다. 참석자들은 두 손 가득 경품을 가지고 다음 만남을 기약하며 발걸음을 옮겼다. 이번 홈커밍데이가 행사는 졸업생들이 학교에

서 받은 교육으로 각자 분야에서 성공을 이루고 이에 대한 감사를 학교에 전하는 선순환 과정을 확인할 수 있었고, 이로 인한 KAIST 경영대학의 장기적 발전 가치와 희망을 볼 수 있는 의미 있는 시간이었다.

세병스타트업 장학금 시상식

장학금 수상자: 강창훈, 프로페셔널 MBA 17학번
창업 내용: Wine Dining

세병스타트업 장학금은 테크노 MBA 박상재 동문의 1억원 기부 약정으로, 연간 2,000만원씩 5년간 스타트업을 준비하는 후배들에게 돌아간다. 세병스타트업 장학금의 첫 수상자는 ‘Wine Dining’ 사업명으로 새로운 사업 아이템을 제안한 프로페셔널MBA 17학번 강창훈 학생이다. 강창훈 학생은 시장 분석, 계획, 문제 해결 능력, 팀 빌딩 등 여러 면에서 역량이 뛰어나 이번 장학금 수혜자로 선정되었다. “새로운 사업을 시작하는 데 있어서 선배에게 받는 장학금의 의미가 크다”며 “성공적인 창업을 위해 더욱 최선을 다하겠다.”는 소감을 전했다.

올해의 동문상

부문	수상자
기술경영	최부영, 테크노 MBA 96학번(대덕소프트웨어 마이스터고등학교 초대교장)
IT경영	정주명, 정보미디어 MBA 07학번(골프존데카 대표이사)
Executive	유명희, 이그제큐티브 MBA 06학번(한국과학기술연구원 책임연구원)
금융	조두희, 금융 MBA 96학번(OBS저축은행 전무)
경영공학	이건창, 경영학과 석·박사 82학번(성균관대학교 교수)

올해의 동문상은 부문별로 탁월한 업적을 쌓아 KAIST 경영대학의 위상을 높이는 데 기여한 5명에게 돌아갔다. IT경영 부문 동문상을 받은 정주명 골프존데카 대표이사는 “앞으로 남은 시간도 KAIST 경영대학에서 배운 것들을 사회에 기여해 부끄럽지 않은 경영대학인이 되겠다.”는 수상 소감을 남겼다.

올해의 교수상

부문	수상자
교육	김태현 교수
연구	이윤신 교수

KAIST 경영대학에서 추구하는 탁월한 교육과 연구에 기여한 교수들에게 주는 올해의 교수상은 김태현 교수, 이윤신 교수에게 돌아갔다. 김태현 교수는 양질의 강의를 통해 학생들에게 깊이 있는 지식을 전달했고 이윤신 교수는 해당 분야 최고 권위 학술지에 논문을 게재하는 성과로 우수한 지식 창출에 기여했음에 상을 받았다. 교육 부문 수상자인 김태현 교수는 “좋은 강의는 혼자서 할 수 있는 것이 아니다. 학교의 다양한 자원과 노력이 없다면 불가능한 것이며, 앞으로도 인재 양성을 위해 교육자로서 최선을 다하겠다.”라고 소감을 전했다.

지속가능한 미래를 위한 변화, 제5회 서울 기후-에너지 콘퍼런스 성황리에 개최

18, 09:00~18:00 VENUE Shilla Hotel Seoul
지난 11월 16일, KAIST녹색성장대학원과 (사)우리들의 미래가 주최한 제5회 서울 기후-에너지 콘퍼런스가 신라호텔에서 개최됐다. 이번 콘퍼런스는 '뜨거운 지구, 지속가능한 미래를 위한 변화'라는 대주제 아래 정부와 기업, 학계 리더 및 전문가 400여 명이 참석해 환경, 경제, 정치, 기술 측면에서 지속가능한 미래에 대해 논했다.



인류의 생존을 위협하는 지구 시스템 궤적의 변화

이번 행사에서는 지구환경의 ‘핫 하우스(Hot House)’ 진입을 경고한 캐서린 리처드슨 크리스텐스 코펜하겐대학교 교수의 기조 강연에 이어 ‘파리기후협정의 성패를 좌우할 금융 조달 방안’, ‘동북아 슈퍼 그리드, 한국은 무엇을 준비해야 하는가’, ‘블록체인 시대, 탄소 저감과 미세먼지 솔루션’, ‘Voices from the Young’ 등의 세부 세션이 준비되어 지속가능한 미래를 위한 심도 있는 논의가 이루어졌다. 또한 KAIST 경영대학 재학생들의 녹색 관련 연구를 발표하는 포스터 세션의 학술 교류도 진행되었다. 크리스텐스 교수는 인류에 의한 지구 시스템 궤적의 변화를 이야기하며 “지금까지의 기후 변화는 지구 시스템의 변동성 범위 안에 있었지만, 이 궤적을 벗어날 경우 어떠한 일이 발생할지는 아무도 모른다.”고 말했다. 따라서 “지구 기온과 해수면이 일정한 범위(Tipping Point)에서 벗어나기 전에 문

제를 해결하는 것이 중요하다”고 밝혔다. 이에 악셀 티머만 기초과학연구원 기후물리연구단 단장은 인류가 초래한 기후 변화로 지구 생태계가 어떻게 변화하는지를 설명했다. 한상희 조선일보 논설위원과 김주진 기후솔루션 대표는 변화하는 기후를 막기 위한 모두의 ‘협력적 자세’와 ‘탈석탄 정책’의 중요성에 대해 강조했다.

녹색성장을 위한 금융 분야의 노력

킬라파티 라마크리쉬나 녹색기후기금(GCF, Green Climate Fund) 전략기획 및 대외협력 대표는 파리기후협정의 성패를 좌우할 금융 조달 방안과 GCF의 역할을 논했고, 한국 기획재정부에 리더십을 발휘해달라고 당부했다. 노희진 SK 증권 외부이사는 “녹색성장을 가속화시키기 위해서는 녹색 금융과 관련한 법규 및 규제 제정, 녹색 투자를 전문으로 하는 금융회사 설립, GCF 활용, 녹색 금융 행동 강령, 새로운 녹색 금융상품 개발, 글로벌 협력 시스템 통합 그리고 여러 인프라 구축이

필요하다”고 주장했다.

블록체인 시대, 탄소 저감과 미세먼지 솔루션

새로운 IT기술을 활용해 환경적 문제를 해결하려는 시도 또한 이뤄졌다. 블록체인을 탄소 배출권 시장에 적용하고 정부나 회사뿐만 아니라 개인이 탄소 절감 노력을 할 때도 블록체인으로 인센티브를 주는 방안을 논했다. 김동식 케이웨더 대표는 “IoT 기술을 활용해 더 많은 환경 데이터를 수집할 수록 정확한 미세먼지 농도 예측, 더 나은 정책 방향을 수립할 수 있다”고 밝혔다. 특히 이번 콘퍼런스에서 김상협 교수((사)우리들의 미래 이사장)는 ‘녹색성장 정상회의(P4G)의 향후 과제’ 폐막 특별 세션을 진행했다. 김상협 교수는 이번 콘퍼런스가 “지난달 코펜하겐에서 열린 녹색성장 정상회의(P4G) 이후 정부의 에너지 정책 주요 방향을 모색하는 의미 있는 자리였다”고 소감을 전했다.

금융 MBA 동문, 개발도상국 금융시장에 지식을 전파하다

지난 2018년 12월 14일, KAIST 경영대학에서 2018 KAIST 개발도상국 금융 콘퍼런스(Conference on Emerging Financial Markets)가 열렸다. 금융전문대학원이 개최한 위 행사는 KAIST 경영대학과 한국국제협력단(KOICA, Korea International Cooperation Agency)간 협력 프로그램의 일환이다. 현재 금융 MBA 과정을 다니는 학생, 동문, 교수진이 참여한 가운데 개도국 금융시장 발전에 대한 심도있는 논의가 이루어졌다.



18개월간 진행하는 KAIST-KOICA 협력 프로그램은 개발도상국의 금융 분야 공무원들이 참여해 한국 금융 및 자본시장 발전 경험을 공유하고 국내 금융 기관의 해외 진출을 위한 미래 파트너십을 위해 2012년 개설되었다. Martin Dierker 교수의 사회로 시작한 이번 콘퍼런스는 앞서 진행된 에세이 콘테스트 수상자들의 케이스 스터디 발표 세션, 한국자산관리공사 최선준 투자금융부 해외사업팀장의 특별 강연, 시상 행사, 금융전문대학원 전체 재학생과의 오찬 순으로 진행되었다. 에세이 콘테스트에서 선발된 Bhim Prasad Kafle (금융 MBA 16학번), Rustem Makhammadiev(금융 MBA 15학번) 두 동문은 금융전문대학원에서 배운 내용을 각국 실정에 맞게 적용한 사례들을 발표했다. 참가상을 받은 Bhim Prasad Kafle 동문(네팔 금융 감사원 회계 담당관)은 네팔 해외 원조금과 상환 계획에 대한 통화 정책 연구를 이야기하며 자신의 연구를 바탕으로 새로운 상환 정책을 도입하여 2018년 회계연도에 이전 대비 상환율의

현격한 증가를 볼 수 있었다고 밝혔다. 최우수상을 받은 Rustem Makhammadiev 동문(우즈베키스탄 중앙은행 부서장)은 자국 중앙은행의 외환시장 정책을 발표했다. 특히, Rustem Makhammadiev 동문은 “박광우 교수의 통화정책 강의가 각국의 통화 정책을 깊이 있게 이해하는 데 큰 도움을 주었다”고 말하며, “2017년 우즈베키스탄의 외환 자유화 시행 이후 이 변화에 대해 더 자세히 고민할 수 있었다”고 말했다. 케이스 스터디 발표 순서 다음으로는 한국자산관리공사 최선준 팀장이 자산관리공사의 역할과 이점에 관해 설명했다. 최선준 팀장은 아일랜드, 스페인 그리고 독일에서 자산관리공사가 어떠한 거시적 변화를 불러왔는지 설명하며 개발도상국에 자산관리공사가 있어야 할 이유를 이야기했다. 끝으로 시상식과 네트워킹 시간을 진행했다. 박광우 금융전문대학원장의 시상 및 축사에 이어 금융전문대학원 재학생, 교수진이 모두 참여해 학교에서 배운 지식을 실질적으로 어떻게 활용할지를 이

야기했다. 이들이 중심이 되어 변화할 미래 금융시장이 기대된다.



금융인의 흠커밍데이, 금융인의 밤

지난 12월, 을지로 전국은행연합회에서 금융인의 밤이 열렸다. KAIST 경영대학 출신 금융인들이 한자리에 모여 친목을 도모한 훈훈한 현장을 전한다.



지난 12월 5일 전국은행연합회 건물에서 KAIST 금융전문대학원 동문을 위한 ‘금융인의 밤’ 행사가 열렸다. 1기부터 21기까지 20기수가 넘는 동문들과 재학생 그리고 교수진이 참석해 행사장이 더욱 빛났다. 7기 동문이 기획을 맡았고, 진행은 작년에 이어 6기 강석훈 동문이 맡아 시작부터 끝까지 재치 있고 웃음 가득한 행사를 이끌었다. 금융전문대학원장 박광우 교수는 축사로 금융 MBA 1기(96학번)의 졸업 20주년과 금융 MBA 10기(06학번)의 졸업 10주년을 축하했고 졸업 20주년을 맞아 모교에 기부한 금융 MBA 1기 동문들의 정성에 감사를 표했다. 이어서 금융인의 밤 행사를 주최한 7기 대표 전성찬 동문(금융 MBA 02학번)은 정현종 시인의 ‘방문객’ 시 한 구절을 낭독하며 학교와 연결된 인연을 소중하게 생각하고 앞으로도 좋은 추억을 쌓아가길 당부했다. 권오규 교수 역시 “금융은 네트워크다!”라는 건배사로 금융은 네트워크가 특히 중요한 산업이므로 풍부한 인맥을 만들어갈 것을 강

조했다. 한편, 추진 중인 금융전문대학원 동문 활동을 공유하는 시간도 가졌다. 7기 전성찬 동문이 금융전문대학원에 동문회 이름으로 장학기금 300만원을 전달했다는 소식을 대표로 전했고, 다른 동문 활동도 짧게 공유하며 이목을 집중시켰다. 식사 시간이 어느 정도 진행되었을 무렵, 4기 차봉수 동문이 “한 끼 식사를 같이했으니 우리는 진정한 식구다. 식구끼리 자주 모여 밥 한 끼하는 문화를 이어 나갔으면 좋겠다”라고 전해 금융인의 밤 행사장을 훈훈한 분위기로 만들었다. 끝으로 사은품 추첨과 재학생 소개 및 인사 시간이 있었다. 우리 모두가 금융인이라는 하나의 마음으로 서로 미래를 응원하는 뜻깊은 시간이었다. 총 10개의 사은품을 추첨했는데 추첨된 동문은 이에 대한 보답으로 다음 멘토링 프로그램에 ‘자율적’으로 참여하겠다는 이야기도 하였다. 이날 행사는 다양한 동문을 만나 새로운 금융 네트워크도 형성하고 오랜만에 만난 동기와 교수진에게 서로 안부를 전하는 따뜻한 분위기였다. 2019

년에도 금융산업의 버팀목이 되는 KAIST 경영대학 금융인들의 활약을 기대한다.



KAIST 경영대학 창업 프로그램 홈페이지 ‘KCB Startup’ 오픈

KAIST 경영대학 창업 프로그램 홈페이지가 오픈했다. 창업-신사업 매뉴얼과 다양한 창업사례 등 창업 관련 정보의 장이 될 것으로 기대된다.

창업 인력 양성을 위한 교내 공간들의 리뉴얼 소식도 함께 전한다.

KAIST 경영대학 창업 프로그램 홈페이지 ‘KCB Startup’ 오픈

KAIST 경영대학은 지난 2월 1일 창업 프로그램을 위한 홈페이지 ‘KCB Startup’을 새롭게 오픈했다. KAIST 경영대학은 지난해부터 창업 인재 양성에 주력하고 있으며, 이러한 창업 지원 노력의 집약체가 이번 창업 프로그램 홈페이지라고 할 수 있다. 창업을 준비하거나 시작한 재학생 및 동문은 창업 관련 커리큘럼, 창업 멘토링, 창업 어워즈 등 다양한 지원 프로그램을 KCB Startup 홈페이지에서 확인할 수 있다. 가장 주목할 내용은 배종태, 이도준 교수가 작성한 ‘창업-신사업 매뉴얼’ 카테고리 내용이다. 벤처 창업 및 성장 과정을 5단계로 제시해 벤처를 창업하거나 기업 내 신사업을 기획할 때 필요한 과제를 단계별로 점검할 수 있도록 했다. KAIST 경영대학이 ‘벤처창업의 요람’으로 불리게 된 발자취를 확인하고 싶다면 ‘창업 스토리’ 카테고리를 방문하면 된다. 이곳에서는 아이러브스쿨, 싸이월드 등 KAIST 경영대학이

배출한 1세대 벤처 창업가들을 비롯해 2017년 창업한 부루구루에 이르기까지 다양한 창업 사례를 만날 수 있다. 창업 홈페이지를 기획한 배종태 교수는 “KAIST 경영대학은 2019년을 맞아 창업 프로그램을 더욱 다양화하고 적극 추진할 것”이라며 “창업 및 신사업 창출 비전이 KCB Startup을 통해 더욱 구체화되고 현실화되길 기대한다”고 전했다.

KAIST 경영대학 창업 환경 조성을 위한 공간 리뉴얼

KAIST 경영대학의 창업 인력 양성을 위한 공간 조성의 일환으로 SUPEX 경영관 2층 세미나실과 각 층 스터디룸 10개를 창업 공간으로 전면 리뉴얼했다. 기존 세미나실 5곳을 모두 리뉴얼해 공간마다 65인치 모니터 각 1대를 설치했으며 최첨단 화상 회의 시스템도 구축했다. 또한 구성원의 창의력을 높이기 위해 세미나실 앞의 네트워킹, 협업, 휴게 공간인 Lounge가 조성되었다. 기존 스터

디움으로 이용하던 2층, 4층 공간도 전면 리뉴얼했다. 쾌적한 공간 조성을 위해 개별 냉·난방기, 모니터, 비품 등도 모두 최첨단 설비로 교체했으며 아이디어가 샘솟고 창업에 대한 열정을 실현시킬 원하여 이름도 기존 ‘스터디룸(Study Room)’에서 ‘스파크룸(Spark Room)’으로 변경했다. 일부 강의실도 A/V, 의자, 바닥 등 설비를 교체했다. KAIST 경영대학은 이번 공간 리뉴얼을 시작으로 창업 환경 조성을 위해 지속해서 노력할 예정이다. 창업 프로그램 홈페이지에 대한 상세 내용이 궁금하다면 아래 주소에서 확인 가능하다.

<http://kcbstartup.kaist.ac.kr>





끝이 아닌 새로운 시작, 2019 KAIST 경영대학 학위수여식

각자의 다짐과 목표를 가지고 동고동락한 나날들. 함께한 추억은 영원할 것이다.

지난 2월 16일 토요일, KAIST 경영대학 학위수여식이 서울캠퍼스 1호관 대강당에서 열렸다. 졸업을 축하하고 새로운 도약을 응원하는 이번 학위수여식에서는 2018년도 8월 졸업생들을 포함해 총 314명의 학생들이 MBA 및 MS 학위를 받았다. 행사 시작 전부터 대강당 안팎에 가득 찬 내외빈은 졸업생들에 대한 애정과 관심을 실감케 했다. 행사는 SUPLEX 경영관에서 대강당까지 이어진 졸업생들의 행렬로 시작됐다. 테크노 MBA, 금융 MBA, 프로페셔널 MBA, 사회적기업가 MBA, 이그제큐티브 MBA, 정보경영 석사, 정보미디어 MBA, 금융공학, 녹색경영정책 석사 등 9개 대학원의 학생들이 차례로 입장하고, 구자현 학생회장의 카이스트기(旗)를 앞세운 교수 행렬의 입장이 이어졌다. 동문회장인 임윤철 (주)기술과가치 대표이사는 축사에서 KAIST를 졸업한 동문들의 활약과, KAIST 졸업생들의 책임감의 중요성을 전했다. 이어 최우 등 졸업상, 리더십상, 최우수 논문상, 최우수 프로

젝트상 등 각종 시상과, 졸업생 대표인 윤관용 전 학생회장의 인사가 있었다. 졸업생 전원이 차례로 단상 앞으로 나아가 학위수여증을 받았으며, 교수진들은 축하와 응원을 담은 메시지를 함께 전달했다. 김영배 경영대학장은 격려사에서 졸업하는 학생들을 위한 당부의 말을 전하며 끊임없는 배움의 중요성을 강조했다. 세상은 늘 달라지고, 지식 역시 변화므로 학교를 떠난 후에도 언제나 배우려는 자세를 잊지 말아야 한다고 전했다. 한편 KAIST 경영대학은 평생교육 서비스 제공을 통해 동문들에게 정규 강의를 무료로 수강할 수 있도록 하고 있다. 경영대학의 동문이라면 개설되는 교과목 중 원하는 과목을 매학기 수강 신청할 수 있으며, 이를 통해 지속적으로 자기 발전을 도모할 수 있다. 이후 상영된 학생 동영상에서는, 입학 전 오리엔테이션 행사를 비롯해 KAIST 대전본원에서 실시된 합동 체육대회, 경영대학 축제 KAISTVAL, 밥퍼 봉사활동, 와인 페스티벌 등 재학기간 동안의 다양한

추억을 보여줬다. 마지막으로 무사히 석사과정을 수료한 학생들을 위한 축가로 <오 솔레미오>와 오페라 '라 트라비아타'의 <축배의 노래>가 울려 퍼지며 학위수여식이 끝났다. 졸업생인 한동관 학생(녹색경영정책 석사 17학번)은 "문득 정신차려보니 2년의 시간이 꿈은 아니었나 싶을 정도로 즐겁고 행복한 추억이었다"며 지난 학교생활의 소회를 밝혔다. 엄호준 재학생(녹색경영정책 석사 18학번)은 "1년 동안 선배들에게 여러모로 도움과 조언을 많이 받았다. 졸업 후에도 동문들과의 관계가 이어지길 바란다"며 졸업생들의 사회진출을 축하하는 마음을 전했다.



사회적기업가 MBA 5기 사업 발표, 동문의 밤 성황리에 마무리

지난 12월 14일 금요일, KAIST 경영대학 최종현홀에서 사회적기업가 MBA(SE MBA) 과정 5기를 마무리하는 졸업기념 사업 발표 및 동문의 밤 행사가 있었다.

유종의 미를 거두는 시간, 사업 발표회

졸업기념 사업 발표회는 카이스트청년창업투자지주(주) 오덕환 대표의 투자자 소개와 인사말로 막이 올랐다. 오대표는 SE MBA 과정 모든 학생이 사회적기업가로서 세계적으로 자신의 역할을 다해줄 것을 확신한다면서 역량을 보여주기 위해서는 실행력이 중요하다고 강조했다. 더불어, 이날 행사는 투자 유치 여부를 떠나 지금껏 갖고 닦은 내용을 발표하고 피드백을 받는 자리이므로 모두 즐거운 자리가 되었으면 좋겠다며 기대감을 내비쳤다. SE MBA 과정은 사회적기업 창업을 계획 중이거나 이미 창업해서 활동하는 대표들을 대상으로 기본 경영 지식 외에도 사회적기업 창업과 지속가능경영을 위한 맞춤형 교육을 제공한다. 과정 특성상, 다양한 교수와 학우들에게 수시로 피드백을 받고, 이로 인해 사업 전략을 상세히 발전시키거나 사업 내용을 변경해 새로이 창업을 하기도 한다. 사업 발표 행사는 이러한 과정을 모두 거

치고, 마지막으로 투자자들에게 직접 코멘트를 들을 수 있는 자리이기에 SE MBA 과정생에게는 현재 자기 위치를 냉정하게 평가받고 앞으로의 사업 방향을 다시 점검할 좋은 기회이다. 이날은 총 21개의 다양한 사회적기업의 사업 발표를 1, 2부 각 11팀, 10팀으로 나누어 진행했다. 사물인터넷을 이용해 미세먼지 저감 장치 사업을 하는 SE MBA 5기 박중현 학생(애프터레인 주식회사)의 발표와 21개 기업의 사업 현황 및 향후 비전 소개가 있었다. 소신 있는 발표와 투자자들의 적극적인 코멘트가 어우러져 이날 사업발표회는 유쾌한 분위기 속에 성황리에 마무리되었다.

창업가다운 창의력과 순발력이 돋보였던

2018 KAIST SE MBA 동문의 밤

졸업기념 사업 발표 후 김영배 경영대학장의 축사로 동문의 밤이 시작되었다. 김영배 학장은 재학생 및 동문에게 4차 산업혁명 시대에 기업가정신

(Entrepreneurship)을 가지고 제2의 경제 도약을 이끌어 줄 주역이 되길 당부한다고 전했다. 이어서 참석 교수진의 인사와 격려가 있었고, 곧이어 만찬이 시작되었다. 6기 대표 신민정 학생(18학번)과 부대표 김동현 학생(18학번)의 사회로 간단한 레크리에이션을 진행했다. 레크리에이션은 창업가다운 SE MBA 학생의 창의력과 순발력을 확인할 수 있었던 초성 퀴즈 게임 세션과 재미있는 상 이름으로 웃음을 자아내고 작은 감동도 있었던 시상식으로 구성되었다. 사회자들의 재치 있는 진행으로 화기애애한 분위기 속에서 지난 2년간 힘차게 달려온 SE MBA 과정 5기를 마무리했다. SE MBA 5기 학생 모두 2년 과정에서 배우고 느낀 경험을 발판 삼아 사회에 공헌하는 진정한 사회적기업가로 거듭나길 기대한다.

KCB NEWS

글. 박지원 기자

Building Excellence Together! 2019년 KAIST 경영대학 신입생 워크숍 생생한 현장스케치

2019년 2월 8일부터 9일까지 1박 2일 동안 경기도 화성에 위치한 YBM 연수원에서 신입생 워크숍이 있었다. 새내기가 된 신입생들과 25명의 재학생 멘토, 경영대학 교수진, 직원 등이 한자리에 모여 교류하는 시간을 가졌다. 19학번 신입생들이 함께 만든 첫 추억, 열정 넘치는 그 뜨거운 현장을 지금부터 함께 살펴보자.



2019 Workshop for New Students
Building Excellence Together!



2월 8일 오전 11시, 설렘으로 가득한 표정의 신입생들이 YBM 홀에 집결했다. 김영배 경영대학장의 환영 인사 및 미니 강의로 워크숍의 막이 올랐다. 다음으로 전문성과 윤리성을 겸비한 경영학도가 될 것을 다짐하는 신입생 선서식이 있었고 이어 구자현 학생회장(테크노 MBA 18학번)의 학생회 소개와 테니스 동아리 '텍텐', 축구 동아리 'FC KAIST', 지속가능경영 동아리 'K-SUS' 등 동아리 소개 시간을 간략히 가졌다. 마지막으로 재학생 멘토들이 신입생들과 첫인사를 나눴고, 참석자 전원이 함께 이번 워크숍 구호인 "Building Excellence Together!"를 외치며 하나 되는 시간을 가졌다.

신입생들은 1박 2일 동안 11개의 조로 나뉘어 협력과 화합이 요구되는 팀 빌딩 활동을 진행하고, Role Play 미션을 준비하여 발표하는 시간을 가졌다. 첫 만남의 어색함도 잠시, 팀별로 자기소개를 하며 서로의 전공과 이름을 알아가는 시간을 가졌고, 조장 선별 및 팀 명, 구호 등을 정하며 친밀도를 높여갔다. 점심 식사 이후 본격적으로 시작된 팀 빌딩 활동은 11개의 조가 총 8개의 게임에서 제한된 시간 동안 주어진 금액으로 미션을 수행하고, 세션 종료 시 가장 많은 금액을 모은 조가 우승을 차지하는 규칙으로 진행되었다. 팀 빌딩 세션은 QR코드를 이용한 창의력 퀴즈, 긴밀한 팀워크가 요구되는 단체 컵 쌓기, 탑 쌓기 등 '창의'와 '협동'이 필요한 다양한 게임으로 구성되었다. 각 조의 멘토들도 부지런히 움직이며 조원들이 더 많은 금액을 모을 수 있도록 전략을 함께 세우고 독려했다.

오후 6시부터는 컨벤션홀에 모여 저녁 만찬 및 신입생들을 환영하는 행사가 열렸다. 만찬 행사에 참석한 교수진의 환영사 및 건배사로 현장 분위기가 더욱 활기차졌다. 신입생들은 원형 테이블에 조별로 둘러앉아 하루 동안 진행된 팀 빌딩 활동에서 수고한 서로를 격려하고 조금씩 더 알아가는 시간을 가졌다. 환영 행사를 위해 대전에 서부터 달려와 준 KAIST 응원단 '엘카'의 공연 역시 워크숍 분위기를 한껏 고조시켰다.

이어서 신입생 워크숍의 하이라이트라고 할 수 있는 Role Play 미션 주제를 발표했다. 멘토들이 대표로 나와 '5대 디지털 트렌드가 가져온 변화, 10년 후 한국의 모습, 내가 KAIST 총장이라면, KAIST 홍보하기, 내가 CEO라면 만들어 가고 싶은 기업, 국내/외 사회-경제적 이슈'라는 주제를 두고 제비뽑기를 통해 발표 순서와 주제를 결정했다. Role Play는 주어진 주제를 두고 춤, 노래, 연극, 영상 등 다양한 형태로 자유롭게 내용을 구성하여 5분짜리 상황극으로 표현하는 미션이었다. 만찬을 마친 신입생들은 조별로 모여 다음날 오전에 발표할 Role Play 준비에 돌입했다. 한 시간 반 정도 발표 준비를 마친 뒤 오후 9시경부터는 전공별 네트워킹 시간이 준비됐다. 전공별로 지도교수 및 재학생 멘토들이 신입생들의 궁금한 점을 들어주고 학교생활에 대한 조언도 아낌없이 해주며 늦은 시간까지 유익하고 의미 있는 시간을 보냈다.

이튿날은 오전 9시부터 팀 별로 준비한 Role Play를 발표했다. 랩으로 CEO가 되었을 때 마음가짐을 표현하거나, 홈쇼핑으로 KAIST 경영대학의 전

공을 홍보하는 등 신입생들의 독창성과 창의성이 빛을 발했다. 특히 인공지능, 자율주행차와 같은 디지털 트렌드를 자연스럽게 연극 공연이나 영상에 접목시켜 높은 수준의 완성도를 보여주었다. 신입생들은 동기들의 무대가 끝날 때마다 힘찬 박수로 격려하였고, 우수한 평가를 받은 상위 3개 조에 대한 교수진 시상도 있었다. Role Play 외에도 조별 베스트 신입생, 최다 참가 전공상에 대한 다양한 시상도 있었으며, 이인무 경영공학 부장의 폐회사를 끝으로 1박 2일간의 워크숍을 마무리했다.

이번 워크숍에 참석한 사회적기업가 MBA 19학번 김태성 학생은 "타 전공 학생들을 처음 만나는 자리다 보니 낯설고 어색할 것이라는 우려와 달리 Team Building & Networking 시간, Role Play를 통해 빨리 친해질 수 있었다. 시간이 금방 지나가서 아쉬기는 했지만, 단체 게임을 통해 획득한 상금으로 팀 회식을 진행할 생각을 하니 상당히 만족스럽다"라는 소감을 전했다. 또한, 멘티가 아닌 멘토로서 이번 워크숍에 참여한 녹색경영정책 석사 18학번 김희영 학생은 "작년 워크숍에서 멘토들이 도움을 많이 주었던 기억이 있어서 나 역시 좋은 멘토가 되어보자는 생각에 기쁜 마음으로 멘토를 지원했다. 짧은 시간 동안 복잡하고 어려운 단체 미션들을 높은 수준으로 완성하는 것을 보면서 신입생들의 능력과 매력을 다시 한번 느낄 수 있었다"라며 현장의 즐겁고 유쾌한 분위기를 생생하게 전달했다. 19학번 경영대학인들의 학교생활이 기대되는 1박 2일 워크숍이었다.



강장구 교수, 이순희 경북대 교수
제8회 KRX 증권·파생 상품 우수논문 시상식에서 우수상 수상

김태진(경영공학 석사 졸업), 김현식(경영공학 석사 졸업), 조훈 교수
제8회 KRX 증권·파생 상품 우수논문 시상식에서 장려상 수상

석상익(경영공학 박사 졸업), 김태현 교수, 조훈 교수, 김태중 한성대 교수
제8회 KRX 증권·파생 상품 우수논문 시상식에서 장려상 수상

박용진 학생(경영공학 박사과정, 지도교수: 안재현), 방영석 동문(경영공학 박사 졸업), 권주희 City University of Hong Kong 교수
2018 한국경영정보학회에서 최우수 논문상 수상

조연옥 학생(EMBA 18학번)
한국 IR 협의회 주최로 열린 '2018 한국 IR 대상'에서 'Best IRO(IR Officer)상' 수상

나재석 학생(경영공학 박사과정, 지도교수: 김보원)
제7회 인적자본기업패널 학술대회 대학원생 논문경진대회에서 우수 논문상 수상

김희영, 박지원, 이수진, 이유정 학생(녹색경영정책 석사 18학번)
KAIST 글로벌리더십센터에서 주최한 teamKAIST 'Save the Earth Global Challenge' 프로그램에서 40팀 중 최종 합격 3팀으로 선정

허요셉 학생(EMBA 18학번, ㈜주시브로스 대표이사)
한국경제신문 주최 고객감동경영대상 시상식에서 대상 수상

김용태 교수
2019년 한국경영학회 동계학술대회 및 정기총회에서 '중견경영학자상' 수상

이지환 교수, 임미희 동문(경영공학 박사 졸업, 명지대 교수)
2019년 한국경영학회 동계학술대회 및 정기총회에서 '최우수 논문상' 수상

박기윤, 배기웅(기술경영학부 박사과정), 김혜진 교수
2019 American Marketing Association Winter Conference에서 Best Paper상 수상

Naksuth Pongsatorn(기술경영학부 석사 17학번, 지도교수: 정재용)
기술경영경제학회 2019년 동계학술대회에서 석박사 부문 우수논문상 수상



기술경영학부 <2018 제2회 글로벌 기술사업화 워크숍> 개최

지난 11월 5일~7일 3일간, 기술경영학부 이민화홀에서 '글로벌 융복합 기술사업화'를 위한 혁신 생태계 구축을 주제로 <제2회 글로벌 기술사업화 워크숍>이 열렸다. 행사에는 국내 및 해외의 다양한 정부기관, 연구 관리기관, 연구소, 투자 기관, 관련 산업체 및 협회에서 226명이 참여했다. 이번 글로벌 기술사업화 워크숍은 KAIST 글로벌 기술사업화센터에서 개발해 수행하는 글로벌 기술사업화 플랫폼과 연계해 국내 산업체/연구소와 해외 기술/제품 수요자 간의 실질적인 기술 및 비즈니스 교류의 장을 제공하는 목적으로 개최되었다. 국내외 연구소/산업체와 해외 참가자 간의 비즈니스 미팅을 통해 총 19개 업무 협력, 11개 공동 프로젝트 미팅 추진, 3개의 현장 실사를 추진하는 성과를 이뤘다.



2018 기술경영학부 <경영인의 밤> 행사 개최

지난 11월 28일, 신학생회관 올림홀에서 기술경영학부 구성원을 대상으로 <2018 경영인의 밤> 행사를 개최했다. 기술경영학부 경영인의 밤은 구성원 간 화합과 자긍심을 높이기 위해 매년 연말에 개최된다. 권영선 기술경영학부장의 인사말로 행사를 시작했으며 대학원 학생회와 학부 학생회의 실적 보고 및 발표를 진행했다. 또한 우수 연구실 시상과 모범 학생 시상으로 기술경영학부 구성원의 사기를 북돋웠다. 특히 올해 행사는 류원상 신임 교원 소개와 석사과정 재학생 4명의 축하 공연 순서를 마련해 뜻깊은 시간을 가졌다.



2018년 하반기 Customized Program 4개 과정 수료

KAIST 경영대학은 2018년 하반기 기업은행 핵심 인재들을 대상으로 디지털기술과정(리더스클럽), 전략 기획 전문기과정 그리고 하나은행 디지털 플랫폼과정, 총 3개의 금융권 비학위과정을 개설하고 수료식을 마쳤다. 4차 산업혁명 시대의 금융권 임직원의 역량 향상을 위한 커리큘럼으로 구성되었으며 각각 지난 10월 20일, 11월 17일, 12월 8일에 수료식을 마쳤다. 또한 12월 11일에는 2018년 하반기로 벌써 6기를 맞는 삼성SDS-KAIST 기술경영과정의 수료식도 있었다. 블록체인, 정보보호, 빅데이터 등 4차 산업혁명 분야의 필수 과목들과 함께 회사 주요 사업과 관련한 팀 프로젝트로 구성되어 운영했다.



2018년 하반기 Open Enrollment Program 5개 과정 수료

KAIST 경영대학은 2018년 하반기부터 현재까지 총 5개 Open Enrollment Program 수료식을 진행했다. 최고경영자과정(AIM), 혁신·변화관리과정(AIC), 국제입찰&해외공공조달과정(IGMP), 글로벌리더과정(GLP), 공공혁신·E-Governance 고위과정(AeG)이 그것이다. 지난 12월 19일에는 35기를 맞이한 중견관리자 대상 AIC과정, 1월 17일에는 49기를 맞은 최고경영자 대상 AIM과정, 12월 14일에는 국제입찰&해외공공조달 관련 과정인 IGMP과정의 수료식이 있었다. 또한 지난 1월 11일에는 GLP과정 8기, 지난 2월 27일에는 AEG과정 33기 역시 수료를 마쳤다.



<2018 녹색경영정책 녹색인의 밤> 행사 성료

2018년 11월 30일, 녹색성장대학원은 연말을 맞아 녹색경영정책 프로그램 재학생, 동문 및 교수진이 함께하는 <2018 녹색경영정책 녹색인의 밤> 행사를 개최했다. 드레스 코드 '녹색'을 테마로 녹색경영정책 재학생과 동문, 교수진 등 50여 명이 이날 행사에 참여했다. 재학생, 동문, 교수가 한 팀을 이뤄 스피드 퀴즈를 맞히며 재미있는 시간을 보냈다. 이번 행사로 재학생과 동문은 녹색경영정책 프로그램 구성원으로서 결속을 다지고, 현재 녹색 경영 분야의 현황과 전망에 관해서도 의견을 나눴다. 한편, 녹색성장대학원은 지난 2013년부터 현재까지 5기의 졸업생을 배출했다.



<KAIST EMBA 총동문 송년의 밤> 행사 성료

2018년 12월 8일, 여의도 콘래드 호텔 서울에서 <KAIST EMBA 총동문 송년의 밤> 행사가 열렸다. 교수진, 동문, 재학생, 배우자 등 EMBA 가족이 한자리에 모여 2018년을 되돌아보고 2019년의 새로운 각오를 다지며 제9대 총동창 회장단 출범을 축하하는 자리였다. 행사의 하이라이트는 현업과 학업을 병행하며 야심 차게 준비한 EMBA 재학생들의 장기 자랑이었다. '벌써 1년'을 개사한 새내기 15기의 합창과 싸이의 '나팔바지' 댄스 무대, 2년 차 14기의 화려한 난타 무대가 이어졌다. 또한, 겨울밤 아름다운 선율의 하모니가 돋보였던 콰르텟엑스의 미니 콘서트와 장수기원 아재들 체육대회로 동문, 재학생 간 즐거움을 나누며 흥겨운 시간을 마무리했다.



경영공학부 박사과정 동문 국내대학 교수 임용

경영공학부 박사과정 김지희 동문(10학번)이 한국항공대 경영학부 조교수로, 임미희 동문(13학번)이 명지대 국제통상학과 조교수로 임용되었다. 두 동문은 이지환 교수의 제자로 김지희 동문은 지난 해 3월에 임용, 임미희 동문은 9월에 임용되었다.

2019 KAIST 경영대학 미술 전시 계획

차수	전시기간	장르	작가	작가소개
1차	2월 ~ 4월	회화	지희킴	영국, 대만, 한국 도서관에서 버린 책들에 덧입혀진 작가의 내면 이야기
2차	4월 ~ 6월	사진	김신욱	히드로 공항을 모티브로 누군가의 삶의 터전인 장소로서의 공항을 담아낸 사진
3차	6월 ~ 8월	설치	진나래	텍스트와 가상 이야기를 중첩시켜 실재와 허구가 혼재하는 우리의 현실 세계를 표현
4차	8월 ~ 10월	사진	윤정미	사진 연작인 '핑크 앤 블루 프로젝트'로 사회가 만들어낸 젠더에 대한 고정관념
5차	10월 ~ 12월	회화	강주리	인공적 환경 변화에 의한 식물 변이와 기형 생물 형태를 특유의 컬러로 섬세히 묘사
6차	12월 ~ 2월	설치	이원호	사회 여러 사물과 체계가 지닌 고정된 개념들을 해체하고 새로운 문맥 속에서 이해

※ 장소: KAIST 경영대학 Research & Art Gallery (아트리움 앞)

거래의 기술

도널드 트럼프 저, 이재호 옮김, 살림

경영공학 석사 17학번 송정욱

트럼프 대통령은 부동산업자 및 기업가로 살아온 사람이다. 이 책을 통해 협상의 귀재로 알려져 있는 그가 어떻게 의사결정을 하는지 살펴볼 수 있다. 기업가는 미래의 불확실성에도 일을 완성하겠다는 목표의식, 난관을 극복하는 추진력, 그리고 운이 있어야 하는데 이는 과학보다는 예술의 영역에 속하므로 이론을 통해서는 배우기 어렵다. 학자들도 기업가는 이성이 아니라 직관에 기반해 투자한다고 말한다.

이 책에 등장하는 흥미로운 사례 중, 트럼프 타워 건축과 힐튼 카지노 인수가 있다. 트럼프 타워 건축 관련해서는, 트럼프 타워가 지나치게 화려하다는 주변의 비난에도 불구하고 트럼프는 자신의 뜻대로 밀어붙여서 호화로운 건물에서 살고 싶어 하는 사람들의 욕구를 충족시키고 심지어 새로운 수요를 창출했다. 힐튼 카지노 인수 관련해서는, 힐튼 호텔이 까다로운 규제를 통과하지 못하고 포기한 카지노를 트럼프가 인수하여 규제를 통과하는 과정을 알 수 있다. 이때 그는 카지노 사업의 가치를 육감적으로 깨닫고, 인수하기로 밀어붙이는데, 주목할 점은 그가 카지노 위원회의 피드백을 수용하면서도 고객의 감정 및 이성적 요구를 파악해 충족시키는 점이다. 자존심이 센 그가 먼저 손을 내밀어 상대를 호의적으로 변화시키는 점이 그가 뛰어난 협상가적 기질을 지녔음을 알 수 있는 부분이다. 이는 기질에 기반한 육감적 협상이기도 하며, 그것이 성공을 거둠에 따라 차츰 체화되는 것을 알 수 있다. 창업이 권장되는 시대에 우리는 살고 있지만, 기업가다운 비전과 실행력을 갖춘 사람은 드물다. 이런 자질을 갖추기 위해 어떤 것에 중점을 두어야 할지 알려주는 책이다.



손정의 300년 왕국의 야망

스기모토 다카시 저, 유운한 옮김, 서울문화사

경영공학 석사 17학번 김기덕

손정의는 소프트뱅크 창업자이자 현재도 회사를 운영하는 경영자다. 새로운 기회의 발견과 투자 실력으로 주목 받은 그는 업계뿐만 아니라 '사람 손정의'로도 대중에게 익숙하다. 이 책은, 손정의와 관련하여, 그가 후계자를 물색하고 자리를 위임한다는 내용이 담긴 책들 이후에 나온 가장 최근의 것이다. 그동안 후계자와 어떤 일들이 있었고, 어떻게 다시 손정의가 30년을 넘어서, 300년 미래를 그려 나가고 있는지를 살펴볼 수 있다. 책에서 소개되는 여러 일화들을 통해 그는 인간적 매력과 기업가정신을 동시에 지닌 인물로 나에게 다가왔다. 사업에 대한 순수한 열정은 그의 눈망울을 통해 주변으로 하여금 깊은 인상을 심었고, 어떻게 시대의 흐름이 변하는지 예측하는 통찰력과 동료 직원들의 참여를 이끌어 비전을 만들어가는 리더십 등이 그를 묘사하는 내용이다. 특히, 그가 사업을 하며 맺은 인연들을 살펴보면 그가 거둔 성공을 보고 신뢰하는 것이 아니라, 그가 가진 매력과 열정을 기준으로 신의를 가진다. 그리고 그는 그것에 대해 진정으로 감사하고, 잊지 않고, 더욱 겸손하지만 담대하게 새로운 일이 진전되도록 온 힘을 다하며 이 시대의 진정한 기업가로 눈부신 성공을 거두고 있다. 이러한 능력은 쉽게 배울 수 있는 것이 아니지만, 기업가를 꿈꾸는 이들에게, 과연 자신이 가진 매력과 열정은 어떠한지를 생각해볼 수 있는 기회를 준다.

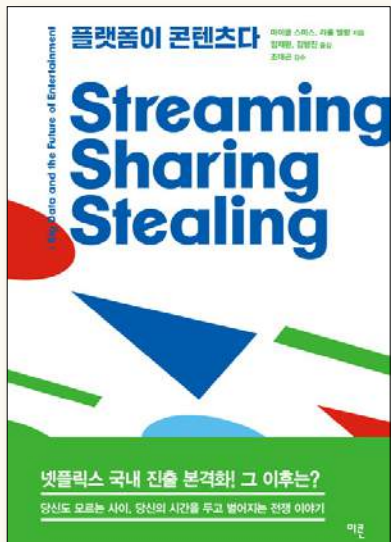


플랫폼이 콘텐츠다

마이클 스미스, 라홀 텔랑 저, 임재완(정보경영 석사 14학번), 김형진(경영공학 박사 13학번) 옮김, 조대곤 교수 감수, 이콘

테크노 MBA 18학번 천지혜

디즈니는, 최근 온디맨드 미디어 플랫폼을 넘어 콘텐츠 제작까지 확장하는 넷플릭스에 대항하기 위해 자사 콘텐츠 제공을 골자로 하는 스트리밍 서비스, '디즈니 플러스'를 2019년에 출시할 계획임을 밝혔다. 1997년 비디오 대여 서비스로 시작한 넷플릭스는 어떻게 한 세기 동안 문화 제국을 건설한 디즈니의 강력한 경쟁자가 될 수 있었을까? 이 질문에 대하여, 저자들은 디지털 기술의 최근 변화가 어떻게 해당 산업의 경제적, 구조적 변화를 이끌었는지를 사례들과 데이터 분석을 통해 살펴본다. 전통적으로 양질의 콘텐츠 생산에 초점을 맞추어 왔던 미디어 엔터테인먼트 산업은 1990년대 인터넷의 등장과 디지털 미디어의 부상, 모바일, 마이크로 컴퓨팅의 대중화 등 급격한 기술 발전으로 인해 기존 사업전략과 수익모델의 혼란을 겪게 된다. 퍼펙트 스톰에 비견된 이러한 동시적 강력한 위협들은 브리태니커로 대표되는 전통적인 기업들을 쇠퇴시키는 한편, 롱테일, 불법 복제품, 데이터 분석 기반의 마케팅, 디지털 콘텐츠 유통 플랫폼 등 새로운 시장을 만들어냈다. 모든 것이 빠르게 변화하는 시대에 기업은 더 이상 관습과 경험에 의존할 수 없다. 보다 많은 고객 데이터를 확보하고 맞춤형 서비스를 제공하여 새로운 고객 가치를 만들어내는 것이 더욱 중요해질 것이며, 이를 위해 과감한 투자와 조직 개선, 그리고 전략적 파트너십을 수반해야 할 것이다. 이 책은 창업과 관련하여서도, 스타트업이 어떻게 유용한 데이터를 확보하고 데이터 분석에 기반한 의사결정을 내리며, 시장의 변화에 대응하고 수익을 창출해 나갈 것인지 그 방향을 설정하는 데 있어 인사이트를 제공할 것이다.

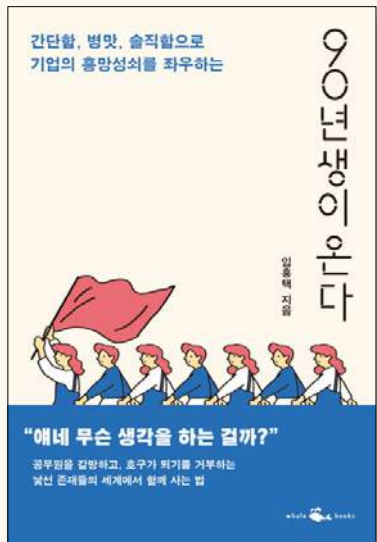


90년생이 온다

임흥택(정보경영 16학번) 저, 웨일북

녹색경영정책 석사 18학번 김희영

82년생의 저자가 조직에서 신입 사원을, 시장에서는 트렌드를 이끄는 소비자를 담당하는 90년생의 세대적 특성을 이해하고 그들과 공감하기 위해 이해하기 어려워 받아들이야 할 것들을 책으로 기술했다는 점이 흥미롭다. 90년생이 새로운 주류 세대가 됨을 인정하고 90년생과 공존하기 위해 노력하는 태도는 소위 기성세대에서 보기 힘든 마음가짐이다. 한편, 중국의 마윈은 젊은 세대를 가르치려 드는 것이 아니라 믿음과 지지를 보여주고 사내 소통과 수평적인 문화를 장려할 뿐만 아니라, 임원진의 연령대를 30~40대로 꾸준히 유지하고 있다. 한국의 젊은 세대는 신뢰와 지지가 아닌 기성세대가 해결하지 못한 사회의 문제를 해결하고, 이와 동시에 왜곡된 현실을 받아들이고 순종하라는 무리한 요구를 받기 일쑤다. 대학을 졸업하고 9급 공무원을 원하는 청년에게 기성세대가 보이는 가장 흔한 반응은, '열정이 사라지고 도전정신이 없어서, 그저 편한 복지부동의 일만 하려는 나약한 세대'이다. 또한 '도저히 따라갈 수 없는 이해 불가능한 세대'라며 막연히 책임을 떠맡기는 듯하다. 이는 이해가 아닌 방관자의 입장을 취하고, 젊은 세대를 이해하는 것의 중요성을 기성세대가 진지하게 자각하고 있지 않다는 사실을 의미하기도 하다. 이러한 특징들을 고려했을 때, 이 세대에 맞는 새로운 기업가정신이 요구된다는 것을 알 수 있다. 충성의 대상이 회사가 아닌 것, 일과 삶의 균형을 적극적으로 요구하고 참견이 아닌 참여를 중시하는 등 90년생이 누구인지에 대해 이해하는 것이 향후 10년간 기업의 경쟁력을 결정할 것이라는 점을 시사하는 책이다.



KCB ALUMNI

글. 권상집 동문(경영공학 석사 03학번)



기업가정신으로 바라본

K-POP

일반 제조업은 다양한 신제품으로 소비자의 몸을 편하게 만들고 수익을 창출하는 데 초점을 두지만 K-POP은 소비자의 머리와 심장을 지배하며 가치를 창조하는 데 초점을 둔다. 미래 불확실성에도 불구하고 새로운 가치를 만들기 위해 도전하는 기업가정신의 관점으로 K-POP을 살펴봐야 하는 이유이다.



사진 출처: 빅히트엔터테인먼트

국내에서 기업가정신의 역동성이 가장 활발한 분야가 있다면 바로 문화콘텐츠 산업, 그중에서도 K-POP일 것이다. 2018년을 대한민국 문화콘텐츠의 기념비적인 한 해로 기억하는 이유는 방탄소년단이 전 세계 최고의 아티스트들이 염원하는 빌보드 앨범 차트에서 1위를 연이어 차지했기 때문일지도 모른다. 과거, 서태지와 아이들을 시작으로 다양한 국내 아티스트가 해외 문을 두드렸지만 그동안 미국 시장은 우리에게 불가능에 가까웠다. 언어 장벽, 문화 차이, 음악 취향 차이 등 여러 이유가 따라붙었지만 방탄소년단은 K-POP으로 끝내 불가능은 없다는 것을 전 세계에 증명했다. K-POP에서 기업가정신이 가장 두드러지는 이유는 수익 창출 그 이상의 가치를 지속적으로 만들었기 때문이다. 국내 산업 중 반도체가 가장 높은 수익을 창출하고 있지만 여전히 해외에 나가면 수많은 젊은이가 대한민국 이미지와 브랜드를 K-POP과 연관 지어 해석한다. 이렇듯 K-POP은 기업 성과를 넘어 국가의 브랜드, 국격 향상에 최고의 촉매제 역할을 하고 있다. 2년 전, 하버드 경영대학원(MBA) 재학생들이 CJ E&M센터를 방문해 국내 문화콘텐츠 및 K-POP의 기업가정신을 학습하고 갈 정도로 이미 K-POP은 글로벌 경영대학원에서도 그 자체로 인정받고 있다.

문화콘텐츠에서 기업가정신이 더욱 중요한 이유

수많은 산업 전문가가 그간 문화콘텐츠나 엔터테인먼트 산업을 '돈 먹는 하마'라고 평하며 눈에 띄는 정량적 성과가 부족하다는 이유로 해당 산업을 저평가해왔다. 실제, 국내 대기업들은 1990년대 중반 이후 차례대로 영화, 음악, 방송, 게임 시장에 뛰어들었고 2000년대 중반에는 통신 사업자들까지 콘텐츠 산업과 국내 음악(가요) 산업에 투자했다. 문화콘텐츠 산업은 한동안 호황을 누렸다. 그러나 당시 적극적으로 투자한 기업 대부분은 이미 콘텐츠 산업에서 발을 완전히 뺀 상황이다. 쉽게 말해 문화콘텐츠는 기업 입장에서는 걸만 화려할 뿐 돈이 되지 않는다는 것이다. 해외에서 '창조적 산업(CREATIVE INDUSTRY)'이라고 평가받는 문화콘텐츠 산업은 체계적인 시스템이 미비하고 수익성 자체가 매우 열악하다. 단적인 예로, 문화콘텐츠 분야에 가장 큰 노력을 기울여온

CJ그룹 역시 1995년 이후 방송, 영화, 음악, 드라마 등의 분야에 수조 원이 넘는 금액을 투자했지만 기대만큼 높은 수익을 창출하지는 못했다. 청소년들에게 익히 알려진 SM, JYP, YG 등 이른바 3대 기획사 역시 화려한 조명에 비해 매출이나 이익은 일반 제조업에 속한 메이저 증권기업보다 적은 편이다. 역설적으로 고위험저수익이라는 산업적 속성으로 인해 기업가정신은 해당 산업에 더욱 필요하다. 기업가정신은 수많은 불확실성에도 불구하고 새로운 가치를 창출하기 위해 과감히 업(業)을 새롭게 일으키는 기업가의 혁신적 행위를 의미한다. 국내 K-POP의 선도적 역할을 담당했던 SM엔터테인먼트 이수만 회장은 모 언론과의 인터뷰에서 수익 창출보다 시간과 공간을 초월해 전 세계 젊은이들이 함께 국내 K-POP 콘텐츠를 공유하며 동질감을 느끼게 하는 것이 가장 중요하다고 강조한 바 있다. 방탄소년단을 통해 빌보드 정상에 차지한 방시혁 프로듀서 역시 수익을 벌기 위해 글로벌 트렌드를 쫓는 것보다 국내 고유의 문화를 토대로 새로운 가치를 창조하는 것이 기업가정신의 시작이라고 주장했다.

방탄소년단이 증명한 K-POP의 기업가정신

방탄소년단이 빌보드 앨범 차트 200에서 연이어 1위를 차지한 이후 해당 성공 이유를 분석하기 위해 쏟아진 기사와 논문, 보고서를 다 합치면 족히 3,000개가 넘는다. 칼군무, 멤버들 간 자율성과 진솔한 대화, 자유분방한 가사, SNS를 통한 팬과의 소통 강조를 꼽았지만 역설적으로 방탄소년단이 성공한 이유는 '가장 한국적인 것이 가장 세계적이다'라는 명제에서 출발했다는 점이다. 다른 기획사들과 달리 외국인 멤버를 포함시키지 않았고 다른 아이들과 달리 영어 가사가 아닌 한국어 가사를 고집하면서 방탄소년단은 글로벌 트렌드에 가장 뒤떨어지는 아이돌 그룹으로 한때 K-POP 업계에서 평가받았다. 그러나 전 세계 팬들은 익숙한 트렌드를 쫓아가는 K-POP 아티스트에 별다른 흥미를 보이지 않았다. 이미 수많은 기획사가 영어 노래와 가사, 외국인 멤버라는 틀에 박힌 포맷으로 해외 시장을 두드려 왔기 때문이다. 트렌드를 따라가지 않고 선도해야 한다는 방시혁 프로듀서의 출발이 가장 한국적이었다는 점에서 비난과 조

롱이 따랐지만 그 이후 방탄소년단은 K-POP의 이름으로 미국 그리고 전 세계 음악 시장을 장악해 나갔다. 영국의 BBC는 방탄소년단에 대해 "그들은 21세기 비틀스다. 전 세계적으로 비틀스 못지 않은 엄청난 센세이션을 만들어내고 있다"라고 평가했다.

K-POP을 선도하는 주요 기업 및 기획사들은 "K-POP을 비롯한 문화콘텐츠 산업만이 중국의 추격을 따돌리고 대한민국의 위상을 드높일 수 있다"고 강조한다. 역사적으로도 경제 강국의 전제 조건은 늘 문화 강국에 있었다. 제조업은 막대한 수익을 창출하지만 K-POP은 제조업과 달리 창조적 가치를 창출한다는 것이 K-POP 전문가들의 주장이다. 필자는 항상 다음과 같이 K-POP의 중요성을 강조한다. 가전제품과 자동차는 소비자의 몸을 편하게 만들지만 K-POP은 소비자의 머리와 심장을 지배한다. 다른 산업보다 K-POP에서 기업가정신이 훨씬 더 발현되어야 하는 이유다.



권상집 교수
KAIST 경영공학 석사 03학번
現 동국대학교 상경대학 경영학부 교수
現 시사저널 칼럼니스트
現 스타데일리뉴스 및 맥시코리아 문화콘텐츠 칼럼니스트



피자에 대한 새로운 정의를 제시하다!

외식 업계에 도전장을 던진 고피자 (GOPIZZA) 대표 임재원 동문(경영공학 석사 13학번) 인터뷰

여러 명이 함께 있어야만 먹을 수 있는 것? 한 사람이 주문하기에는 가격 부담이 되는 것? 고정관념을 깨고 피자 of 새로운 비즈니스 모델을 만든 동문이 있다. 3분 안에 만들 수 있는 1인 화덕 피자 고피자를 창업한 임재원 대표가 바로 그 주인공이다. 작은 푸드트럭에서 시작해 법인 설립 첫째 연 매출 15억을 달성하고, 1년 만에 매장을 20개로 확장하기까지. 그의 창업 스토리를 들어보자.

만나서 반갑습니다. 대표님에 대해 간략한 소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 2015년 KAIST 경영대학 경영공학 석사를 졸업한 임재원입니다. 졸업 후 2016년에 1인 화덕 피자 브랜드 고피자를 창업해 지금까지 운영하고 있습니다.

사업 아이템으로 피자를 선택한 특별한 이유가 있나요?

일상생활에서 필요에 의해 사업 아이템이 떠올라 선정했습니다. KAIST 경영대학에서 공부하며 연구실에서 혼자 햄버거를 자주 먹었는데, 어느 날은 피자가 먹고 싶었습니다. 그런데 피자는 혼자 먹기에는 양이 너무 많고, 제작 및 배달 시간도 꽤 길잖아요. 그래서 그날 어쩔 수 없이 대체재로 또 햄버거를 먹었습니다. 그때 “피자도 햄버거처럼 빠르게 만들어서 먹고 싶을 때 바로 먹을 수 있다면? 나 혼자서도 간편하게 피자를 즐길 수 있다면?”이라는 생각을 했습니다. 이렇게 간단한 생각에서 시작된 것이 고피자입니다. 피자라는 음식을 선택한 것보다 피자 산업의 새로운 비즈니스 모델을 창조했다는 점이 중요한 것 같습니다.



새로운 비즈니스 모델을 만들어내는 데에 어려움도 많으셨을 것 같아요.

화덕 사용이 정말 어려워서 시행착오가 많았습니다. 피자를 빨리 만들려면 화덕이 정말 중요합니다. 피자 여러 개가 화덕에 들어가는데 불 쪽에 가까우면 타버리기 일쑤였고, 피자 위치를 계속 바꿔주고 온도를 조절하는 등 화덕을 다루는 데 엄청난 스킬이 필요했습니다. 그래서 화덕을 직접 만들었습니다. 설계도도 없이 ‘손쉽게 사용할 수 있는 화덕’이라는 목표만으로 시작했습니다. 철물점에서 철을 깎아 화덕을 만들고 피자 굽는 작업을 반복했고 그렇게 개발한 것이 바로 우리 고피자만의 화덕, GOVEN입니다. 내부 설계를 완전히 새롭게 해서 마치 전자레인지처럼 쓰는 것처럼 온도 유지와 조리가 간편해졌습니다. 피자 여섯 개를 화덕에 넣고 3분 후에 꺼내주기만 하면 됩니다. 이 화덕 기술은 현재 특허로 등록되어있고, 고피자가 고객에게 맛있는 피자를 빠르게 제공할 수 있는 원동력이 되고 있습니다.

대표님의 도전정신과 노력이 고스란히 느껴지네요. 향후 고피자의 계획은 어떻게 되나요?

사업 초기에는 피자를 빠르게 만드는 데에 집중했는데, 요즘에는 맛의 중요성을 실감하고 있습니다. 그래서 시장조사도 많이 하고 부족한 점들을 개선했습니다. 그 결과, 최근에는 모든 메뉴를 새롭게 출시했고 결과가 성공적입니다. 모든 메뉴가 맛있다고 자신 있게 말할 수 있습니다. 고객의 반응도 굉장히 좋습니다. 앞으로 이 성공 모델을 여러 매장에 도입해 오프라인 매장을 확대하는 것이 일차 목표입니다.

KAIST 경영대학이 창업과 회사 운영에 도움이 되었는지 궁금합니다.

물론 많은 도움을 받고 있습니다. 가장 크게 도움받은 부분은 바로 네트워크입니다. 처음 공동 창업한 친구도 KAIST 경영대학에서 같이 공부한 동기였고 졸업 후에도 스타트업 창업자분들이나 언론 분야에 종사하시는 분들, 기업체 임원분들 등 여러 동문들로부터 다방면으로 실질적인 도움을 많이 받고 있습니다. 지도교수님과 의 인연으로 한국외대 마케팅 리서치 수업에서 경영 자문실습도 하고 있습니다. 또한 투자받을 때도 KAIST 경영대학의 명성이 크게 도움 되었습니다.

마지막으로 창업을 꿈꾸는 후배 및 동문에게 한 마디 부탁드립니다.

제 주변을 살펴보면 창업 욕심은 있는데 용기를 내지 못하는 분들이 많습니다. 저는 KAIST 경영대학 구성원이라면 이미 능력은 충분히 갖추고 있다고 생각합니다. 능력 다음으로 필요한 것은 실행력입니다. 작은 것부터 하나하나 시작해나가면 결국에는 무언가를 만들 것입니다. 저는 아이디어를 PPT에 옮겨보는 일부터 시작했습니다. 피자 배달원을 붙잡고 피자에 대해 이것저것 물어보기도 하고 회사를 다니는 바쁜 와중에도 주말에는 피자 매장에서 아르바이트를 하며 배웠습니다. 이렇게 아주 작은 행위들이 하나씩 쌓이면 어느새 내가 못한다고 생각했던 일을 하게 되고, 이것들이 쌓이면 결국 창업까지 이어질 수 있습니다.

처음 공동 창업한 친구도 KAIST 경영대학에서 같이 공부한 동기였고 졸업 후에도 스타트업 창업자분들이나 언론 분야에 종사하시는 분들, 기업체 임원분들 등 여러 동문들로부터 다방면으로 실질적인 도움을 많이 받고 있습니다.

장갑 하나로 성장한 장수 기업, 해외 진출로 새로운 미래를 꿈꾸다

최고경영자과정 5기 김주인 동문 (㈜시즈글로벌 회장)

장갑 하나로 스키장갑 세계 점유율 20%, 연 매출 500억을 달성한 강소기업,
바로 김주인 동문이 이끄는 ㈜시즈글로벌이다.



㈜시즈글로벌 회사 소개와 장수기업으로 성장할 수 있었던 비결에 대해서 듣고 싶습니다.

㈜시즈글로벌은 1970년에 창립해 50주년을 앞둔 장수기업입니다. 창립 당시에는 가발 사업을 했고, 1978년부터 본격적으로 장갑 사업에 주력했습니다. 비결은, 가족적인 분위기가 큰 몫을 했습니다. 저는 '시즈가족'이라는 말을 자주 사용하고 또 좋아합니다. 우리 직원 모두가 한술밥을 먹는 가족이라는 생각을 항상 합니다. 이러한 가족적 분위기에는 재미있는 에피소드가 있습니다. 1988년, 근로자들이 노조를 만들어 사측과 긴장 관계를 형성했던 적이 있습니다. 이때 저는 노조 간부들을 모두 집으로 초청해 식사를 대접했습니다. 이것이 계기가 되어 노조와의 화합이 이뤄졌습니다. 노조 위원들을 진심한 마음으로 대하자 그들도 '공 한 쪽도 나눠 먹는다'는 저의 진심을 느꼈다고 생각합니다. 이후 더욱 가족적인 분위기를 형성할 수 있었습니다.

㈜시즈글로벌은 스리랑카, 중국 등 해외에 많이 진출한 것으로 알고 있습니다. 글로벌 회사를 운영하면서 회장님께서 가장 중요하게 생각하시는 것은 무엇인가요?

각 나라의 문화를 존중하고 역사를 이해하는 것은 저의 사업 철칙 중 하나입니다. 이러한 마음가짐으로 해외 사업을 하면 어려운 일도 쉽게 해결할 수 있습니다. ㈜시즈글로벌은 스리랑카, 중국을 시작으로 현재는 베트남 시장에 주력하고 있습니다. 현재 약 2,800명의 임직원이 베트남에서 근무 중입니다. 또한, 3년 전부터는 캄보디아에서도 사업을 시작했습니다. 앞으로도 해외 사업을 위해 꾸준히 노력할 것입니다.

회장님의 현재 목표와 꿈이 궁금합니다.

4차 산업혁명 시대 흐름에 맞춰 장갑에 IT 기술을 접목해 새로운 영역을 개척하는 것입니다. 새로운 자재가 적용된 열선 장갑, 멀리 신호를 전달하는 컨트롤 장갑 등 신기술을 접목한 장갑을 다양하게 연구 중입니다. 장갑에 이러한 신기술을 접목하면 인간의 손으로 할 수 있는 일이 더 많아질 것입니다. 가까운 미래에 사람들이 신기술이 접목된 장갑을 통해 손으로 마법을 부리는 듯한 느낌을 경험했으면 합니다. 이러한 장갑을 만드는 일이 바로 제 꿈입니다.

KAIST 경영대학에

정말 큰 애정을

품고 있습니다.

KAIST 경영대학은

기술과 경영을 접목해

국가를 부강하게 하는

인재를 양성하는 곳입니다.

앞으로도 기술을 앞세워

우리나라의 미래를

개척하는 선구자 역할을

해주면 좋겠습니다.



최고경영자과정(AIM) 5기 동문이신데요. AIM과정을 통해 회장님께서 얻으신 것은 무엇인가요?

KAIST 경영대학의 최고경영자과정은 경영과 기술을 접목해 탄탄한 커리큘럼으로 구성되어 있습니다. 저는 이러한 커리큘럼을 통해 현재 사업에 영감을 많이 얻었습니다. 제가 현재 하는 사업은 전통사업이지만, 앞으로 기술을 잘 접목해서 미래에 대비해야겠다고 느꼈습니다. 저는 KAIST 경영대학에 정말 큰 애정을 품고 있습니다. KAIST 경영대학은 기술과 경영을 접목해 국가를 부강하게 하는 인재를 양성하는 곳입니다. 앞으로도 기술을 앞세워 우리나라의 미래를 개척하는 선구자 역할을 해주면 좋겠습니다.

마지막으로 창업을 꿈꾸는 KAIST 경영대학 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

오랜 시간 경영해온 사람으로서 KAIST 경영대학 후배들에게 이야기하고 싶은 말은 첫째, KAIST 경영대학에 자부심을 가지라는 것입니다. 이러한 자부심을 바탕으로 졸업 후에도 배우는 자세를 지니는 것이 중요합니다. 또한, 경영에 국한되지 말고 다양한 분야를 공부하면 좋겠습니다. 특히 인문학적 감성을 갖추기 위해 독서를 게을리하지 않아야 합니다. 역사 분야를 추천합니다. 과거를 잘 아는 사람이 미래에 대한 통찰력을 지닐 수 있습니다.

제20대 KAIST 경영대학 신임 총동문회장을 만나다

임윤철 동문은 2018 홈커밍데이에서
제20대 KAIST 경영대학 총동문회장으로
새로이 취임했다.

임윤철 총동문회장

(㈜기술과가치 대표이사)

- 00.3 - 현재 (주)기술과가치 대표이사
- 99.2 - 02.2 한국기술교육대학교 산업경영학부 부교수
- 93.8 - 94.7 영국 서섹스 대학교 초빙연구원
- 91.9 - 99.1 과학기술정책연구원(STEPI) 조사분석실장,
연구기획실장등 선임연구위원
- 90.9 - 91.8 한국과학기술연구원(KIST) 선임연구위원
- 84.3 - 88.8 KAIST 경영과학 박사
- 82.3 - 84.2 KAIST 경영과학 석사

KAIST 경영대학은 추억이 많이 깃든 곳입니다.
사업을 시작할 때부터 지금까지도 선후배들과
계속 교류하며 지내고 있습니다. KAIST 경영대학은
제 인생을 만들어 가는 데 아주 중요한 존재입니다.

KAIST 경영대학 가족분들께 간단한 소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 1982년 경영과학과 석사과정에 입학해 1988년
여름, 박사학위를 마친 임윤철입니다. 홍릉캠퍼스에서 공부한
세대입니다. 졸업 후 일반 회사에서도 근무하고 정부출연연구
원, 교수로 생활하며 제가 좋아하고 잘할 수 있는 것을 오랫동안
안 찾다가 결국 '기술과가치'라는 회사를 창업해 19년째 운영
중입니다. 황금돼지해에 KAIST 경영대학 가족분들 개인과 가
정에 만복이 함께하길 기원합니다.

제20대 총동문회장을 맡게 된 소감 부탁드립니다.

우선, 어깨가 무겁습니다. 부족한 제가 우리나라 최고 경영대
학 제20대 총동문회장이 된 것을 명예롭게 생각합니다. 또한
많은 동문과 힘을 합쳐 총동문회를 발전시키고 경영대학은
물론 KAIST 전체 동문회의 한 축으로 일하는 것에 책임감과
부담도 느낍니다. 하지만 제18, 19대 동문회장을 역임하신 권
재중 회장님 및 임원진과 많은 의견을 나누면서 제20대 동문
회를 열심히 만들겠습니다.

최근 학장님께서 KAIST 경영대학의 창업 문화 조성, 기업가 정신 교육 등을 학교 중점 발전 방향으로 추진 중이신데 요. 어떻게 총동문회를 꾸려갈 예정이신지요?

최근 많은 경영대학이 창업, 기업가정신 교육 등에 관심을 보
이지만 김영배 학장님은 이 주제를 이미 15~20년 전부터 강
조하셨습니다. 우리 경제의 체질을 바꿔야 하는 큰 숙제를 경
제계가 풀어가야 합니다. '창업'은 훌륭한 인재를 양성하는
KAIST 경영대학에 가장 중요한 키워드라는 생각에 공감합니
다. 학장님과 힘을 모아 현재 동문회에서 추진하는 '창업' 관
련 사업을 더 발전시켜 나가겠습니다. 또한, 동문 간 교류를 더

욱 활성화하는 것이 목표입니다. 각 MBA 동문회의 성격을 살
리면서 총동문회가 적극적으로 지원하고 협력하는 방향으로
제20대 동문회를 운영하겠습니다. 각 MBA 기수별 교류를 기
본으로, MBA 간의 교류도 활성화되도록 추진하겠습니다. 연
초 동문 간의 네트워킹 지원 방안으로 몇 가지를 논의했는데
곧 구체화해서 추진할 계획입니다.

동문회장님께 KAIST 경영대학은 어떤 의미인가요.

제가 KAIST에 입학할 때 학교명은 경영과학과였습니다. 하지
만 이제는 경영대학으로 발전했습니다. 저에게 KAIST 경영대
학은 힘들었지만 추억이 많이 깃든 곳입니다. 사업을 시작할
때부터 지금까지도 선후배들과 계속 교류하며 지내고 있습니
다. KAIST 경영대학은 제 인생을 만들어가는 데 아주 중요한
존재입니다.

동문과 후배들에게 꼭 전하고 싶은 말이 있으신가요.

아직도 모르는 것이 많습디다만 장년에 접어들다 보니 생각
이 조금씩 정리되어 가는 것 같습니다. 저는 몇 가지 단어를
마음속에 새기고 있습니다. '자존', '성찰', '모색', '도전', '공생'입
니다. 후배분들도 이 단어의 사전적 의미를 한 번쯤 생각해 보
기를 추천합니다.

총동문회장으로서 각오 한마디 부탁드립니다.

KAIST 경영대학을 졸업한 우리 자랑스러운 동문이 직장에서
승승장구하고 또 우리나라 경제 틀을 바꿔나가는 훌륭한 역
군이 되도록 제20대 동문회가 열심히 지원하겠습니다. 동문
여러분의 적극적인 참여 부탁드립니다. 감사합니다.

KCB GIVING

글. 박규리, 조문경, 진소정 기자

KAIST 서울캠퍼스의 첫 터전을 일궈준 96학번 졸업 20주년을 맞아 기부하다!

테크노 MBA, 금융 MBA, 경영공학 석사 96학번, 기부 잇따라

지난 홈커밍데이에서는 기부금 전달식이 있었다. 졸업 20주년을 맞은 96학번 테크노 MBA, 금융 MBA, 그리고 경영공학 석사 동문이 KAIST 경영대학의 발전을 위해 기부금을 전달했다. 졸업 후 많은 경험과 시간을 거처온 그들에게 20주년 행사는 더욱 뜻깊다. 1996년은 금융 MBA(당시 금융공학 MBA) 전공이 신설되어 1기가 입학하고, 테크노 MBA와 경영공학부가 대전에서 서울로 자리를 옮긴 해이기도 하다. KAIST 경영대학의 첫 터전을 일궈준 96학번의 주요 동문을 만나보았다.

테크노 MBA 96학번 동문, 5천8백만원 기부

싱크풋 대표이사 김태용 동문



동기분들께서 졸업 10주년 당시에도 800만원을 기부하셨는데, 20주년을 맞아 5,800만원을 기부하셨습니다. 기부하게 된 배경이 있다면 무엇인가요.

MBA는 능력 있는 중간관리자나 창업자를 육성하는 프로그램입니다. 졸업생들이 일반 사회인들보다는 사회적, 경제적으로 성공할 확률이 높습니다. 이에, 졸업 후 사회에서 이룬 것을 보답하기 위해, 후배들을 양성하는 데 도움 되도록 학교에 후원하는 것이 당연하다고 생각합니다. 테크노 MBA 96학번들은 입학 당시 평균 40세 이상이었던 때문에 졸업 20주년인 2018년에는 많이 은퇴한 상황이어서 기부금 모금이 쉽지는 않았습니니다. 하지만 퇴직 연령의 증가로 우리 후배들은 한참 사회 활동을 할 때 졸업 20주년을 맞이하게 되므로 기부 환경이 더 나아질 것으로 예상합니다. 기부 전통이 계속 이어져 학교 발전에 장기적으로 기여할 수 있으면 좋겠습니다.

동문과 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

대부분 젊은 MBA 졸업자들의 역할은 먼저 유망한 회사에 들어가 많은 경험을 쌓으면서 돈도 벌고 성과를 만들어 가는 것이겠지만, 미래에는 많은 후배들이 창업을 하고 대기업이 고용하지 못한 분들에게 일자리를 만들어주고 우리나라를 잘 살게 이끌었으면 좋겠습니다.

청춘의 꿈 1순위가 실업 공포가 없는 공무원이 되어버린 시대에, 진취적인 MBA 졸업생들이야말로 우리나라의 미래라고 생각합니다. 선배들보다 좋은 자질을 가진 분들이 KAIST MBA를 통해 영감과 에너지를 얻어서 우리나라가 진정한 선진국으로 갈 수 있는 길을 열었으면 좋겠습니다.



금융 MBA 96학번 동문, 5천5십만원 기부

메리츠종합금융증권 상무 김기우 동문



금융 MBA 1기 동기분들께서 후배들을 위해 기부하게 된 배경이 있으신가요.

졸업 후 20년이 지난 시점에 걸어진 길을 한 번쯤 돌아켜 볼 수 있는 계기가 되기도 했고, 의미 있는 20주년을 만들자는 뜻에서 동기 대부분이 적극적으로 참여해주었습니다. 1기 동기들은 당시 각자 재직 중이던 금융회사들이 미래 금융시장의 변화에 대처하기 위해 선발한 핵심 인재들이었고, 또 회사에서 적극적으로 지원받았기 때문에 항상 감사하는 마음과 자부심이 있었습니다. 기부금을 통해 이런 기회를 만들어준 학교에 조금이라도 보답하고 싶었습니다.

후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

제가 느낀 점은 어떤 일을 해도 불확실성이 있겠지만 그래도 결국 모두 해볼 만하다는 것입니다. 하다 보면 꼭 원래 목표했던 것은 아니더라도 무언가

얻는 것이 있기 때문입니다. 일종의 긍정적인 Side Effect 말입니다. 또 불확실한 것을 추진할 때 느끼는 재미도 발견할 수 있을 것입니다.



경영공학 석사 96학번 동문, 1천만원 기부

보스코인 이사 김종현 동문



동문님을 비롯한 경영공학 석사 96학번 동문님들께서 1천만원을 기부하셨는데요, 기부 계기가 어떻게 되시나요?

타 경영대학과는 다른 KAIST 경영대학만의 장점을 지속해서 발전시켜 나가려면 우선 재정적으로 안정되어야 한다고 생각합니다. 이에, 조금이라도 도움이 되고자 하는 바람에서 기부하게 되었습니다. 경영공학 석박사과정 학생들은 KAIST 경영대학의 학문적인 탁월성을 유지하는 데 중요한 인재들이라고 생각합니다. 경영공학 석박사과정 학생들에게 동기들의 작은 정성이 조금이라도 도움이 되기를 바랍니다.

동문과 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

졸업 후, 20년이 지나고 직장 생활을 하면서 느끼는 점이 있습니다. '운칠기삼(運七技三, 살면서 일어나는 모든 일의 성패는 운에 달린 것이지 노력에 달린 것이 아니라는 말)' 이런 말이 있더라고요. 그런데 시간이 지나면 지날수록 '운구기일(運九技一)' 이런 생각이 듭니다. 이 이야기를 하는 이유는 성공과 실패에 너무 연연하지 말자는 이야기입니다. 돌아켜 보면 성공도 온전히 내 실력으로 되는 것은 거의 없고, 실패도 내 탓으로 되는 경우가 거의 없습니다. 현재 하는 일에 최선을 다하되 결과에 연연하지 말고 무엇보다도 일 자체를 조금 즐겼으면 합니다.



<KCB 좋아요> 월정 기부금으로 경영공학부 석박사과정 연구실 의자 교체



‘KCB 좋아요’ 기부자들의 후원으로 경영공학부 석박사과정 연구실 의자가 새것으로 교체되었다. 2015년 7월 시작된 ‘KCB 좋아요’ 캠페인은 지난해 누적 800구좌 달성, 2018년 12월까지 누적 기부금액 2억원을 돌파했다. 기부금 중 4,400만원의 기금으로 노후화된 의자를 파악해 총 214개의 의자를 구입해 학생들에게 배부했다. 그간 고장 난 의자를 개별적으로 수리하거나 교체했으나, 낡은 의자를 일괄 교체한 것은 이번이 처음이다. 의자에는 응원 메시지와 누적 기부금 100만원을 초과하는 기부자의 이름을 함께 기재하였으며, 기부액 100만원마다 기부자 이름을 1개 의자에 부착했다. 또한, 기부자가 동문일 경우, 출신 연구실 의자에 기부자 이름을 기재해 동문이 연구실 후배를 후원하는 의미를 살렸다. 조중희 학생(경영공학 박사 16학번)은 “새 의자로 건강하게 공부할 수 있을 것 같다. 의자 뒤에 ‘김주인(AIM5기) 님이 여러분의 연구를 응원합니다’라고 붙어 있는데, 김주인 후원자님께 진심으로 감사드립니다.”라고 감사를 전했다. 박지웅 학생(경영공학 박사 15학번)도 “지도교수님께서 늘 강조하시는 것이 박사과정은 결국 영성이 싸움이라는 것이다. 그만큼 대학원생에게 의자가 중요하다.”라며 “늦게나마 기부금으로 연구실 의자를 교체할 수 있게 되어 기쁘고, 의자 뒤에 붙어 있는 전수환 기부자님(경영공학 박사 95학번)을 포함한 모든 기부자에게 감사의 말씀을 전한다.”고 소감을 전했다.

이광준 교수, 영어강의상 최우수상 수상에 이어 상금 500만원 전액 기부



이광준 교수가 2018 KAIST 경영대학 영어강의상에서 최우수상을 받고, 상금 전액인 500만원을 경영공학 후배사랑 장학금으로 기부했다. 경영공학 석박사과정 학생들을 대상으로 하는 ‘회계학 고급 연구’ 과목으로 수상하였으며, “학생들이 학업과 연구에 매진할 수 있는 환경을 조성하는 학교의 노력에 작은 보탬이 되고 싶다. 또한, 회계 분야를 연구하는 후배들에게 보내는 개인 차원의 격려이기도 하다.”라며 기부 계기를 밝혔다. 또한 그는 “많은 대학원생이, 특히 박사과정 동안 여러 가지 어려움을 겪게 되는데 긍정적인 마음으로 헤쳐나가길 기원한다. 슬럼프 탈출을 위해서는 내면의 힘을 기르고 그와 동시에 주변의 도움을 적절히 활용하는 것이 중요하다고 생각한다.”며 학생들에게 응원의 메시지도 함께 전했다.

<세병스타트업 장학금> 첫 수혜자 탄생!
PMBA 17학번 강창훈 학생(위플레이코리아㈜ 대표)



박상재 동문(테크노 MBA 13학번)이 기부한 세병스타트업 장학금의 첫 수혜자로 PMBA 17학번 강창훈 학생(위플레이코리아㈜ 대표)이 선정되었다. 강창훈 학생은 ‘와인 다이닝’이라는 큐레이션 구독 서비스 사업으로 장학금을 받았다. 와인 다이닝은 소비자의 입맛을 데이터로 정확히 파악해 이를 분석한 결과값으로 매칭한 추천 와인을 매월 정기적으로 배송하는 서비스이다. 장학금 대상자로 선정된 비결을 묻는 말에 그는 “본선 심사에서 사업의 필요성과 문제점, 대응책을 잘 설명하고 장학금 사용 계획을 자세하고 명확하게 이야기했는데, 그 부분을 좋게 평가해주신 것 같다.”고 답했다. 또한, “좋은 기회를 주신 기부자 박상재 선배님과 학교에 감사하다. 이제 시작했고 앞으로 난관들이 많겠지만 지치지 않고 성실히 잘 꾸려나가서 나 또한 학교가 창업 생태계를 구축하는 데 도움 되도록 하겠다.”라고 소감을 전했다.

<발전 기금 기부 현황>

KAIST 경영대학 기부자 여러분께
깊이 감사드립니다! (2018년 9월~2019년 2월)



개인 기부

※ 괄호 안 숫자는 입학년도(학위) 또는 기수(비학위)

<일반 기부>

테크노MBA 27기 58,000,000원
(송영식 1천만원, 신동철/오유섭/최부영 5백만원, 임상철 4백만원, 김용희/김태웅/정준영/정철화/최정석/한재욱 3백만원, 김영일/김준희/조영진 2백만원, 박종갑/백현기/소진호/조낙봉/진상원 1백만원)
금융MBA 17기 50,500,000원
(서병기/조두희 1천만원, 허필석 5백만원, 김기우 4백5십만원, 남홍용 3백만원, 이정환 2백만원, 강호철/김경호/박기용/신용남/윤종욱/이익주/이종영/이태균/임정재/장병규/장용호/장현진/장홍성/전상욱/하철규/한종선 1백만원)
AIM 49기 15,000,000원

경영공학 24기 10,000,000원
(김병관/윤종훈 1백5십만원, 원지성 4십만원, 강현구/고은영/고준/김상규/김종현/김태규/김태우/도원탁/류형규/박대근/박연춘/성동유/송인애/신덕문/신완규/여청모/오권용/이호무/이흥로/임은택/전갑린/정근호/최준연/최진호/한정욱 3십만원)

서병기 FMBA(1996) 10,000,000원
조두희 FMBA(1996) 10,000,000원
EMBA 14기 일동(2017) 10,000,000원
정이조 AIM 20기 10,000,000원
김종창 교수 7,500,000원
김원준 교수 3,000,000원

금융전문대학원 동문회 3,000,000원
장진화 TMBA(1995) 2,500,000원
고정석 TMBA(1995) 1,500,000원
조대근 교수/김형진 ME(2013)/임재완 IMMS(2014) 1,200,000원
김홍수 TMBA(1995) 1,000,000원

박성민 PMBA(2014) 1,000,000원
이경태 EMBA(2009) ㈜엘팩토리 블루캔버스 26.5인치 기준 890,000원 상당
주현 EMBA(2007) 600,000원
강미선 경영공학부 행정팀 직원 100,000원
추현호 SEMBA(2016) 100,000원

<MBA 후배사랑 장학금>

구윤모 TMBA(2010) 동문 60,000원

<경영공학 후배사랑 장학금>

이광준 교수 5,000,000원
김희용 ME(박1994) 동문 500,000원
김경배 ME(박1980) 동문 600,000원
한인구 ME(석1979) 동문 600,000원
권순범 ME(박1988) 동문 600,000원
차종석 ME(박1993) 동문 600,000원
김도훈 ME(박1995) 동문 300,000원
고준 ME(박1998) 동문 300,000원

차민석 ME(박1999) 동문 300,000원
이대우 ME(석1995) 동문 180,000원
윤주영 ME(박2003) 동문 180,000원
최현우 ME(박2010) 동문 180,000원
최원혁 ME(석2005) 동문 180,000원
이상원 ME(박2002) 동문 60,000원
최소영 ME(석2014) 동문 60,000원
이정경 ME(박2016) 재학생 60,000원

<KCB 좋아요 월정액 후원>

■ 교원 127구좌

고우화, 권영선, 권오규, 김동석, 김민기, 김상협, 김영길, 김재철, 김종창, 김주훈, 김태현, 류종렬, 박광우, 박상찬, 배종태, 백운석, 변석준, 안재현, 엄지용, 오원석, 이병태, 이윤신, 이인무, 이지환, 이찬진, 이희석, 인영환, 장세진, 정재민, 조대곤, 진병채

■ 직원 34구좌

김학기, 김행란, 김혁순, 마세영, 문현경, 박효진, 서민채, 신명철, 신재용, 오성지, 유은진, 윤미자, 이경화, 이자선, 이지은, 이진영, 이향숙, 이해란, 장계영, 장문혜, 정나래, 주선희, 지주희, 최서영

■ 학부모 2구좌

김현민, 이문환

■ 일반 18구좌

강상국, 김영아, 김은영, 김희림, 박종호, 심영선, 정규상, 최정민

■ 학위과정 동문

TMBA 98구좌 | 강병문(1995), 강병석(1995), 권재중(1995), 김재현(1995), 김춘성(1995), 오계동(1995), 이동근(1995), 장인환(1995), 천정철(1995), 최규열(1995), 최석윤(1999), 이재구(2001), 조종우(2006), 서찬우(2011), 오창화(2014), 윤영진(2014), 송창준(2015), 신상수(2015), 박지훈(2017)
EMBA 72구좌 | 김종철(2005), 서종현(2005), 조남웅(2005), 성환호(2006), 유명희(2006), 유지찬(2006), 조성형(2006), 방성홍(2007), 이재성(2007), 홍지중(2009), 김성엽(2011), 임한준(2011), 공정호(2013), 김성욱(2013), 신스캇(2013), 유승오(2013), 정승원(2013), 최길재(2013), 유영찬(2014), 배재영(2015), 오경주(2015), 이유(2015), 정대영(2015), 정유철(2015), 최유식(2015), 호요승(2015), 권오현(2016), 김현준(2016), 박인복(2016), 송보근(2016), 양성원(2016), 여준호(2016), 장승현(2016), 형인우(2016), 김정승(2018)
ME 40구좌 | 고정석(석1980), 박영일(박1982), 신원준(박1994), 노정석(1994), 이길형(박1994), 김범수(석1995), 박하진(석1995), 전수환(석1995), 김형수(석2002), 이상원(석2002), 류성환(석2010), 김형진(석2013), 권오민(석2016), 이정경(석2016)

FMBA 35구좌 | 남홍용(1996), 서병기(1996), 이익주(1996), 조두희(1996), 허필석(1996), 고용식(1998), 차봉수(1999), 신현수(2006), 이임후(2006), 김동광(2010), 유종희(2011), 강명우(2012), 김현일(2012), 오규영(2017)
PMBA 29구좌 | 강영대(2013), 고용협(2013), 윤상배(2013), 이찬삼(2013), 방창석(2014), 이현수(2014), 임영실(2014),

정순호(2014), 김형균(2015), 박이수(2015), 문건화(2016)
MIS 21구좌 | 권오훈(1996), 박정국(1997), 이박(1997), 한상철(1999), 김우택(2000), 유현재(2016)
SEMBA 11구좌 | 김학석(2013), 임태열(2013), 정지연(2013), 임혜민(2014), 장능인(2014)
IMMBA 10구좌 | 김성균(2009), 허준(2009), 류혜원(2015), 박셋별(2015), 이세정(2015), 권정훈(2016), 김보선(2017)
IMMS 7구좌 | 정형주(2012), 양상근(2013), 권미애(2014), 김승현(2014), 신효섭(2016)

학사과정 산업경영학과 3구좌 | 문정모(1992)

통신경영정책 2구좌 | 임채호(1997), 안성훈(1998)

IMBA 1구좌 | 김철민(2007)

MFE 1구좌 | 김동규(2013)

■ 경영자과정 동문

AIM 59구좌 | 김주인(5), 강보영(12), 박기준(14), 김부길(15), 김정완(15), 이종열(18), 전창근(18), 배동진(20), 김종남(21), 김덕표(23), 김광선(27), 정순철(30), 염민경(31), 장인수(32), 김덕신(44)

ATM 24구좌 | 박형기(10), 강보영(15), 김선희(15), 김덕표(17)

AIC 8구좌 | 김성규(30), 김종필(30), 박문선(30), 이수열(31)

신한은행-KAIST 기술금융고급과정 8구좌 | 김두현(2015), 김은희(2015), 남옥향(2015), 박병수(2015), 윤태호(2015), 이인선(2015), 이동수(2016), 이윤용(2016)

K-CEO 5구좌 | 이채윤(5)

삼성SDS-KAIST 기술경영 3구좌 | 김정현(2016), 한호전(2016), 전경수(2017)

S-OIL-KAIST Team Leader Leadership Development Program 2구좌 | 박성훈(2015), 하대일(2015)

KB 1구좌 | 이홍열(2015)

사회작기업가과정 1구좌 | 최병수(2015)

■ 기술경영학부

기술경영전문대학원 10구좌 | 김다일(석2015), 노윤지(석2015), 박기희(직원), 이래형(박2018), 이윤주(직원), 이혁성(박2012)

기술경영학과 9구좌 | 김용준(석2014), 박기희(직원), 이선율(이경률 박2017)

기업 기부

(주)코스콤, 행복나래 주식회사, 패행복나눔재단

(주)아프리카TV(KAIST 경영대학 인터넷 방송국 방송 별풍선 기부)

KAIST 경영대학의 경영인재 양성을 위한 후원은 언제든지
[우리는행 270-003359-01-005]
한국과학기술원으로 해 주실 수 있습니다.

발전기금 관련 문의

대외협력실 1666-3249
kcb.giving@kaist.ac.kr