

FRONTIER

KCB INSIGHT

월급보다 내 사업

혁신과 정치(INNOVATION AND POLITICS): <송차 공유 서비스 논란>
해외합작투자를 누가 인수하면 경영성과가 좋아질까?
금융 빅데이터를 변동성 예측에 어떻게 활용할 것인가

KCB NEWS

프레데릭 크리스티안 덴마크 왕세자, KAIST 경영대학을 방문하다
한·중·일 경영대학 교수, 탁구 경기로 화합의 장 마련
전문경영인의 산실 최고경영자과정(AIM), 개설 50기 기념행사 성료

KCB ALUMNI

국내보다 해외에서 더 유명한 '콕애플'은 어떤 회사?
90년생들의 가까우면서도 낯선 내면을 들여다보다
개도국 대기오염 문제를 해결하는 데 기여하고 싶습니다
글로벌 인증 강자를 꿈꾸는 기업, (주)에이치시티

KCB GIVING

사회에 보탬이 되고자 다보코퍼레이션(주) 1억원 약정 기부

Vol. 83 AUTUMN 2019



INNOVATION
FOR BETTER SOCIETY

KAIST 경영대학 경영자과정 2020년도 과정생 모집 안내

- 1994년 설립
- 약 16,000여 명의 동문 Network
- 과정별 맞춤 및 차별화된 Open & Custozmied Program 운영
- 최신 경영 트렌드 및 4차 산업혁명 교육 실시



입학 및 모집기간 봄학기 입학(2020.1~2월 예정)

과정문의 경영자과정지원실(02-958-3993)

홈페이지 www.business.kaist.ac.kr/executive

구분	과정명	세부내역
Open Program	Advanced Innovative Management Program (AIM)	4차 산업혁명에서 기업 성장의 기회를 발굴하고 미래 경영자의 핵심 역량을 함양하는 교육과정
	Advanced Program for Innovation & Change Management (AIC)	중간관리자들에게 최신 경영이론과 기업의 혁신변화 관리기법을 교육하는 차세대 CEO 양성 교육과정
	Global Leader Program (GLP)	글로벌 시장에 대응하여 공공, 민간, 금융 분야의 글로벌 역량 강화 인재 육성
	International Competitive Bidding & Global Public Procurement Management Program (IGMP)	확대되는 정부 간 공공조달 및 국제입찰 시장의 트렌드 이해 및 역량 강화
Customized Program	기업별 임원과정/중견관리자과정 외	기업의 니즈를 반영하여 특화된 콘텐츠를 제공하는 맞춤 교육 프로그램

KAIST Executive Education

DEAN'S MESSAGE



KAIST 경영대학을 사랑하는 동문 및 후원자 여러분께

더운 여름도 한결을 물러가고 이제 제법 선선한 바람이 부는 가을이 다가왔습니다. 현재 우리나라 경제 환경은 여러 국내외 요인으로 인해 많은 어려움을 겪고 있습니다. 그중 하나로, 지금까지 기업과 사회가 경제적 이익을 추구하고 윤택한 삶을 지향하는 과정에서 여러 가지 환경 문제를 비롯해 소득 양극화 등의 구조적인 사회문제를 일으켜 왔습니다.

기술과 경영 지식을 융합한 인재 양성을 미션으로 설립된 KAIST 경영대학은 이런 환경과 사회 문제를 미래의 새로운 사업 기회로 인식하여 혁신적인 비즈니스 모델을 만들고 경쟁력 있는 스타트업을 선도할 기업가(Entrepreneur)를 육성해 오고 있습니다. 이미 2013년부터 SK그룹과 협력하여 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출할 수 있는 사회적기업가 MBA 과정을 개설하여 운영해 왔고, 정부 지원을 통해 환경과 신에너지 분야의 녹색성장을 선도하는 경영 및 정책 전문가들을 배출해 왔습니다. 이들은 경영과 관련 기술에 대한 전문적인 지식을 바탕으로 새로운 혁신성과 글로벌 확장성을 갖춘 Social Venture를 창업하고 환경과 사회적 가치를 추구하는 생태계의 Builder로 성장해 가고 있습니다. 이런 성과를 인정받아 KAIST 경영대학은 2015년에 Corporate Knights에서 선정한 Better World MBA에서 세계 4위, 아시아 1위로 선정된 바 있습니다. 경영대학은 이에 만족하지 않고 사회적기업 분야의 BTS가 될 수 있는 Unicorn Social Venture 프로젝트를 추진하고 있으며, KAIST 이공계 분야와 협력하여 환경과 신에너지 분야에서 새로운 혁신적인 기술을 상업화하는 데 선도적인 역할을 할 기업가를 육성하기 위한 프로그램을 개편하고 있습니다.

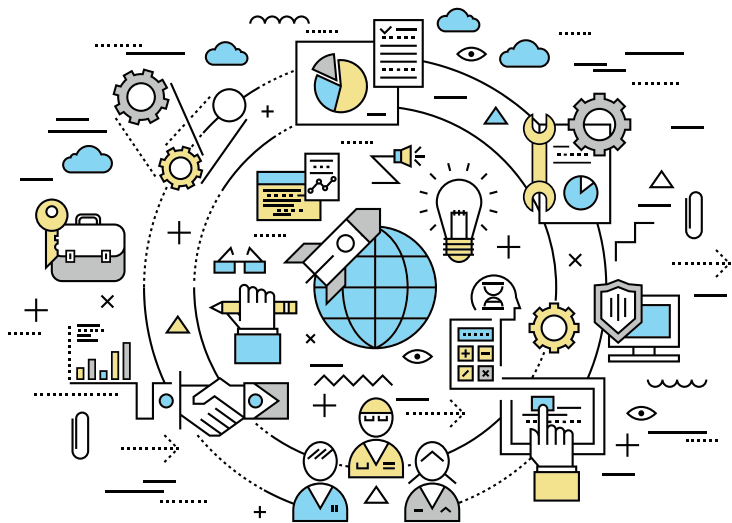
지금보다 더 나은 미래사회를 창출하기 위해서는 안정적인 직장에 안주하지 않고 수많은 불확실성과 Risk를 기꺼이 감내하는 혁신적인 사고와 전문적인 역량을 갖춘 Game Changer들이 필요합니다. KAIST 경영대학은 앞으로도 미래를 선도할 수 있는 경영 인재를 교육하기 위해 끊임없는 변화를 추구하며 혁신적인 노력을 다할 것을 약속드립니다. KAIST 경영대학을 사랑하는 동문님들과 후원자님들께서도 지속적인 관심과 지원을 보내주시길 부탁드립니다.

KAIST 경영대학장 김 영 배

Youngbae Kim

FRONTIER

Vol. 83 AUTUMN 2019



KCB INSIGHTS

Innovation for better Society

- 06 월급보다 내 사업
글: 기술경영학부 윤태성 교수
- 08 혁신과 정치(Innovation and Politics): <승자 공유 서비스 논란>
글: 경영공학부 백용욱 교수
- 10 KCB BEST ARTICLE REVIEW
해외합작투자를 누가 인수하면 경영성과가 좋아질까?
글: 경영공학부 장세진 교수
- 12 KCB BEST ARTICLE REVIEW
금융 빅데이터를 변동성 예측에 어떻게 활용할 것인가
글: 경영공학부 김동규 교수
- 14 <대화의 회열> 그리고 유희열: 새로 시작하는 당신을 위해
글: 상해교통대학 류성한 조교수(경영공학 박사 10학번)
- 16 BETTER SOCIETY를 위해 사회적 문제를 혁신하는 사회적 기업
글: 김태성 기자

<Frontier 28기 학생기자단>

장소연 금융공학 석사 17	sharon.chang@kaist.ac.kr	이동우 경영공학 석사 19	achievement@kaist.ac.kr
박지원 녹색경영정책 석사 18	jiwonpark.129@kaist.ac.kr	박기태 경영공학 석사 19	gogomt921@kaist.ac.kr
임용빈 경영공학 석사 18	wbyim716@kaist.ac.kr	김태성 사회적기업가 MBA 19	bigmt93@kaist.ac.kr

KCB NEWS

- 18 KAIST 경영대학 학생들은 수업이 끝나면 무엇을 할까?
-학생 네트워킹의 장, KAIST 경영대학 동아리 소개
- 19 제10회 KAIST-HR Collaboration Day,
세대 변화에 따른 HR 대응전략 논해...
- 20 KAIST 경영대학 선배들이 들려주는
'해외대학 교수 취업 꿀 TIP'
- 21 경영공학부에 새로 부임한 교원을 소개합니다
- 이창주 교수, 박성혁 교수
- 22 박사과정 학생에서 해외 명문대 교수로!
- 24 프레데릭 크리스티안 덴마크 왕세자,
KAIST 경영대학을 방문하다
- 26 한·중·일 경영대학 교수, 탁구 경기로 화합의 장 마련
- 27 전문경영인의 산실 최고경영자과정(AIM),
개설 50기 기념행사 성료
- 28 KCB NEWS 단신
- 30 BOOK REVIEW

KCB ALUMNI

- 32 Innovation for Better Society
글: 와디즈(주) PE실 팀장 권복실 동문
(정보미디어 MBA 석사 13학번)
- 34 국내보다 해외에서 더 유명한 '룩앱스'는 어떤 회사?
박성민 동문
(프로페셔널 MBA 석사 14학번, ㈜룩앱스 대표) 인터뷰
- 36 간단함, 병맛, 솔직함으로 무장한 90년생들의
가까우면서도 낯선 내면을 들여다보다
임홍택 동문(정보경영 석사 16학번) 인터뷰
- 38 개도국 대기오염 문제를 해결하는 데
기여하고 싶습니다
양수연 동문(녹색경영정책 석사 17학번) 인터뷰
- 40 글로벌 인증 강자를 꿈꾸는 기업, (주)에이치시티
이수찬 동문
(최고경영자과정 32기, ㈜에이치시티 대표) 인터뷰
- 42 2019년 경영대학 총동문회 상반기 활동 보고
- 43 동문회비를 납부해 주신 모든 분들께 감사드립니다!

KCB GIVING

- 44 사회에 보탬이 되고자 인재들에게 투자를 결심
다보코퍼레이션(주) 1억원 약정 기부
전혜영(EMBA 14기, 다보코퍼레이션(주) 상무) 인터뷰
- 46 발전 기금 기부 현황

Vol. 83 AUTUMN 2019

발행일 2019년 9월 12일 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



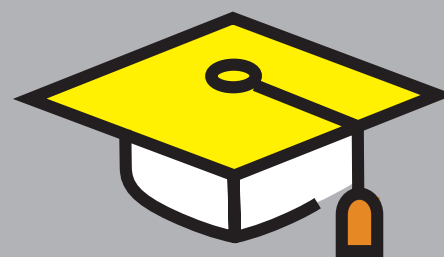
2500만원

2019년 창업 어워드 상금 총액

322명

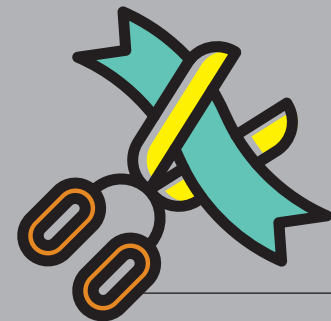


동문 창업자 수



87명

사회적기업가 MBA 졸업생 수



119명

사회적기업 창업자 수



19실

경영대학 내 창업 지원 공간

월급보다 내 사업

언젠가는 내 사업

현대인이 살아가는 방식을 직업의 관점에서 보면 크게 세 가지 부류로 나눌 수 있다. 무위도식, 월급쟁이, 사업가이다. 한 부류에 속한다고 해서 영원히 한 가지 방식으로만 살아가지는 않으며 한 부류에서 다른 부류로 언제든지 변신이 가능하다. 사업가는 월급쟁이로 변신할 수 있고, 무위도식을 하다가 사업가로 변신할 수도 있다. 변신에는 용기도 필요하고 지혜도 필요하다. 용기는 현재 속한 부류를 버리고 벗어나는 데 필요하다. 지혜는 새로운 부류에 들어가기 위해 필요한 윤활유다. 용기는 나 혼자 노력해도 어느 정도 가질 수 있지만, 지혜는 다른 사람에게서 빌려야 한다. 지혜는 때로는 체크리스트의 형태로 나타난다.

본 글에서는 월급쟁이에서 사업가로 변신하려는 사람을 위한 체크리스트를 제시한다. 필자의 성을 따서 「윤's 체크리스트」라 이름 붙였다. 체크리스트는 5W2H로 구성되어 있지만, 세부항목은 절대적이지 않으며 법칙도 아니다. 경험칙이라고 할 수 있지만 모든 사람에게 공통된 경험도 아니다. 체크리스트에 완벽하게 답을 한다고 해서 사업가로 성공적으로 변신한다는 보증도 하지 못한다. 그럼에도 불구하고 체크리스트를 참고하면 좋은 점이 있다. 막연한 생각을 구체적인 계획으로 바꾸어 준다는 점이다.

백번 생각하기보다 한번 실행하는 게 '내 사업'의 첫걸음이다. 우선 오른쪽 체크리스트에 답을 해보자. 답을 하는 데에는 순서가 있다. 필수항목에 먼저 답을 한 후에 보조항목에 답한다. 필수항목은 '왜, 무엇을, 누가'이며 보조항목은 '어디서, 어떻게, 얼마에'이다. 답을 충분히 했다고 생각하면 마지막으로 실행의 타이밍에 답한다. 실행의 타이밍은 '언제'다. 만약 필수항목조차 답하기 어렵다면

내 사업을 위한 '윤's 체크리스트'

1. 왜 (필수항목) Why	• 나는 얼마나 내 사업을 하고 싶은가?	(설명)
	• 가족은 내 사업에 찬성하는가?	(예, 아니요)
	• 내 사업은 세상을 좋게 만드는가?	(예, 아니요)
	• 내 사업의 명분은 무엇인가?	(설명)
2. 무엇을 (필수항목) What	• 사업 아이템은 구체적인가?	(예, 아니요)
	• 사업 아이템은 나의 스토리와 어울리는가?	(예, 아니요)
	• 나에게 쉽지만 다른 사람에게는 어려운 사업 아이템인가?	(예, 아니요)
	• 고객의 불편을 해소하는 아이템인가?	(예, 아니요)
	• 내가 1등 하는 아이템인가?	(예, 아니요)
2-1. 어디서 (보조항목) Where	• 내 사업을 실행할 장소는 내가 1등 하는 곳인가?	(예, 아니요)
2-2. 어떻게 (보조항목) How	• 사업 모델은 무엇인가?	(설명)
	• 매출이 갑자기 제로가 되더라도 대처할 수 있는가?	(예, 아니요)
	• 고객에게 어떻게 신뢰를 주는가?	(설명)
	• 협력할 기업이 있는가?	(예, 아니요)
2-3. 얼마에 (보조항목) How much	• 내 사업을 하는 데 돈이 얼마나 필요한가?	(숫자)
	• 자금은 어떻게 구하나?	(설명)
	• 상품 가격은 결정했는가?	(예, 아니요)
	• 첫 매출은 언제 발생하는가?	(시점)
3. 누가 (필수항목) Who	• 내 사업을 함께할 파트너는 몇 명인가?	(숫자)
	• 창업 후 1년 이내에 채용할 직원은 몇 명인가?	(숫자)
	• 첫 상품의 고객은 누구인가?	(설명)
4. 언제 (실행의 타이밍) When	• 준비 기간은 얼마나 필요한가?	(숫자)
	• 직장을 다니면서 부업으로 내 사업을 시작할 수 있는가?	(예, 아니요)
	• 직장은 언제 그만둘 계획인가?	(시점)
	• 내 사업을 시작할 타이밍은 언제인가?	(시점)

백번 생각하기보다
한번 실행하는 게
'내 사업'의
첫걸음이다.
내 사업에는
뜨거운 심장도
필요하고 냉철한
두뇌도 필요하다.
내 사업의 답은
정해져 있다.
살아남아야 한다.
살아남아야만
좋은 기회도 오고
좋은 날도 온다.



참고문헌

월급보다 내 사업, 윤태성 저, 해의 시간 2018

내 사업은 아직 꿈속의 꿈에 불과하다.

답을 할 때는 가급적 동사와 명사를 사용해서 구체적으로 적는다. 가능한 숫자나 시점으로 나타낸다. '예'와 '아니요'로 답할 수도 있다. 부사와 형용사를 이용한 막연한 표현은 삼간다. 예를 들어 '이 세상에서 가장 맛있고 아름다운'이라는 표현은 현실적이지 않다. 만약 '세계 1등'이라면 근거가 있어야 한다. '가볍다'는 표현 대신 몇 킬로그램인지 적는다. 답이 길어진다면 제대로 한 답이 아니다. 준비된 항목은 답이 간결하다. 만약 체크리스트의 3분의 1 이상 답을 하지 못한다면 아직은 내 사업을 시작할 단계가 아니다. 답을 못하는 항목이 있다면 이 부분을 집중적으로 공리해야 한다. 공리에는 시간이 필요하다.

내 사업은 살아남아야 한다

체크리스트에 얼마나 구체적으로 답을 하는지를 보면 내 사업에 대한 준비가 얼마나 되어 있는지 알 수 있다. 내 사업에는 뜨거운 심장도 필요하고 냉철한 두뇌도 필요하다. 세상을 좋게 바꾸고 싶다는 생각에 가슴이 벅차오르다가 막상 현실적인 제약을 생각하면 머리가 터질 듯이 아프기도 하다. 내 사업을 생각만 하는 단계에서는 하루에도 몇 번씩 의욕과 좌절이 교차한다.

내 사업은 시작하기 어렵다. 하지만 내 사업을 시작하고 나면 그날부터 더 큰 의욕과 더 많은 좌절이 교차한다. 기왕 시작했으니 제대로 잘해보자는 의욕이 넘쳐나지만 동시에 이렇게 해서 기업이 살아남을 수 있을지 좌절감도 넘친다. 하지만 내 사업의 답은 정해져 있다. 살아남아야 한다. 살아남아야만 좋은 기회도 오고 좋은 날도 온다. 내 사업을 시작하기 전에 체크리스트를 활용하는 가장 중요한 이유는 살아남기 위해서다.

사업을 하면 어려운 시기가 반드시 찾아오는데 그 시기에 상투적으로 사용하는 표현이 '초심으로 돌아가자'이다. 내 사업의 초심은 사업을 시작하기 전에 작성한 체크리스트에 담겨있다. 이 중에서 가장 강조하고 싶은 항목은 '왜'이다. 나는 왜 내 사업을 시작했는가? 국가에서 보조금을 준다고 해서인가? 돈을 벌기 위해서인가? 그냥 해보고 싶어서인가? 이 세상을 좋게 바꾸기 위해서인가?

사업의 명분은 내 사업의 뿌리와 같다. 체크리스트에 있는 모든 항목에 완벽하게 답을 하여도 사업의 명분이 무엇인지 답하지 못한다면 내 사업에는 뿌리가 없다. 용비어천가에서는 '뿌리 깊은 나무는 바람에 아니 움직이며 꽃이 좋고 열매가 많다'고 했다. 꽃이 나쁘고 열매가 적으면 그 원인은 뿌리에 있다. 좋은 명분을 가진 사업을 하면 돈은 나중에라도 따라오기 마련이다.

혁신과 정치 (Innovation and Politics): 승차 공유 서비스 논란

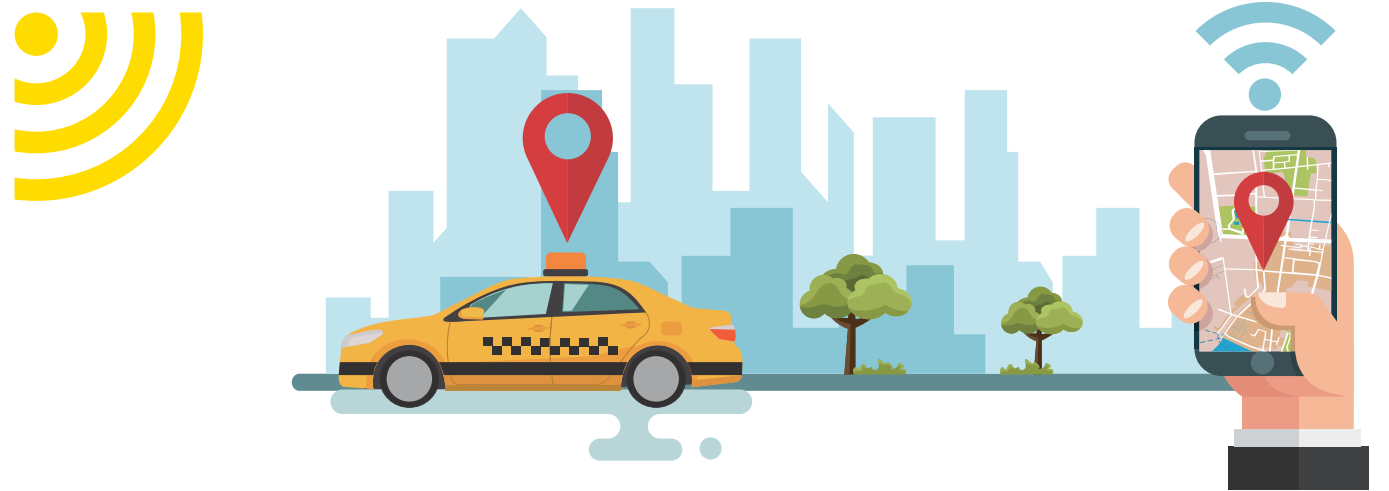
혁신과 사회 발전

역사적으로 볼 때 기술과 혁신은 우리의 삶을 윤택하게 만들고 사회를 발전시키는 원동력이었다. 교통과 통신의 발달로 '세계는 지구촌'이라는 말이 생겨난 지도 오래되었고, 산업용 로봇과 자동화의 발달이 각 분야의 작업장을 더욱 스마트하고 안전하게 바꾸어 놓았다. 또한, 기술혁신이 가져다준 대량생산과 유통의 발달은 한때 일부 특권층만 이용 가능하였던 물품과 서비스를 보다 많은 일반인에게 소비 가능하도록 해주었다. 이렇듯, 혁신은 우리 사회에 많은 혜택을 가져다주는 것이 사실이다.

승차공유 서비스의 혁신과 논란

최근에는 많은 혁신형 벤처기업들이 IT 기술을 기반으로 새로운 방식의 사업 모델을 시도하고 있다. 그중 대표적인 예가 공유경제(sharing economy)의 상징인 우버(Uber)와 같은 승차공유 서비스이다. 모든 혁신형 벤처사업이 그러하듯, 승차공유 서비스도 현재 소비자들 이 겪고 있는 불편함(pain point)을 새로운 방식으로 해결하기 위하여 시작되었다. 언뜻 보기에는 기존 유사업종 서비스(예: 택시)와 별반 다를 것이 없다고 생각하는 경우가 많겠지만, 승차 공유 서비스의 경우에는 IT 기반의 플랫폼(platform)으로 이루어지기 때문에 실은 그 이면에 깔려있는 운영방식(back-end operation)이 현저히 다르다. 즉, 비슷한 서비스를 제공하더라도 보다 양질의 차별화된 서비스가 가능하거나, 소비자 가격을 확연히 줄여주거나, 혹은 사용자의 시간을 아껴주는 등 기존 방식 보다는 경제적으로 효율적인 프로세스 혁신(process innovation)을 이루는 경우가 대부분이어서 많은 소비자들의 선택을 받고 있다. 아울러, IT 기술 기반의 플랫폼은 빅데이터를 수집하고 스마트하게 활용하기 때문에 서비스가 더 효과적일 수 있다. 따라서 경제적 논리로만 따지면, 이와 같은 혁신형 사업모델은 전반적으로 사회의 복리를 향상(welfare-enhancing)시켜주고, 이를 실현할 수 있는 벤처기업은 박수도 받고 표창장도 받아야 마땅할 것이다.

그러나 혁신은 사회를 '전반적'으로 향상시키고 경제성장의 원동력이 되기는



하지만, 사회 '전체'에 그 혜택이 골고루 돌아가는 것은 아니어서 혁신이 일어나고 있는 동안에는 종종 많은 논란거리가 생기기 쉽다. 승차공유 서비스와 같은 모빌리티(Mobility) 혁신의 경우, 2018년 말에 택시업계의 거센 반발로 카카오가 카풀서비스를 중단하기로 하였고, 2019년 들어서는 포털사이트 '다음'의 창업자 이재웅 대표가 새로 시작한 '타다'라는 회사가 소비자들 사이에서 크게 인기를 끌자 택시업계의 새로운 표적이 되어 심한 저항에 직면하게 되었다. 기존의 전통 산업은 혁신의 희생양이 될 수 있기 때문이다.

이렇듯 우리나라는 아직도 택시업계와 승차공유 서비스에 대한 논란이 뜨겁다. 2013년에 우버가 우리나라에 처음 진출하였을 때부터 지금까지, 각종 승차공유 서비스가 나올 때마다 택시업계와 첨예하게 대립하였으니 벌써 7년째 논란만 계속되고 있는 셈이다. 이제 웬만한 소비자들도 그 논란의 핵심은 정확히 몰라도 택시업계가 승차공유 서비스를 거세게 반발하고 있고, 종종 거리에서 대규모 집회도 열며, 심지어 항의의 수단으로서 극단적인 선택까지도 하기에 이르렀음을 각종 언론 보도를 통하여 한 번쯤은 접해보았을 것이다.

모빌리티 혁신의 걸림돌이 택시업계?

이쯤 되면 누구나 궁금해할 것이다. 외국에서는 이미 몇 년 전에 자리 잡은 각종 혁신형 공유 경제 비즈니스가 왜 아직도 우리나라에서는 불법으로 규정되어 제자리걸음인가? 흔히들 승차 공유 서비스가 우리나라에서 안 되는 이유는 택시업계의 심한 반발 때문이라고 한다. 과연 그런가? 그렇다면, 다른 나라는 택시업계가 환영이라도 했다는 말인가?

전 세계 어디를 둘러봐도 지금은 이미 대세가 되어버린 미국의 우버, 중국의 디디(Didi: 滴滴), 그리고 동남아의 그랩(Grab)과 같은 승차 공유 서비스 기업들은 모두 초창기에 자국 택시업계의 심한 반발을 경험했었어야 했다. 이를 하나씩 극복했을 뿐이다. 그렇다면, 우리나라에서만 승차공유 서비스가 택시업계의 반발에 부딪혀 발이 묶였다고 하면 표면적인 이유는 될지언정 근본적

인 이유가 될 수는 없다. 오히려, 어디에나 존재했던 택시업계의 반발에도 불구하고 왜 어떤 시장에서는 승차공유 서비스가 되고 어떤 곳에서는 안 되는지를 생각해볼아야 하지 않을까? 이런 문제에 대한 고민은 결국 조셉 슈umpeter (Joseph Schumpeter)가 얘기한 창조적 파괴(creative destruction)가 시장에서 이루어지는 과정을 이해하는 것과도 밀접한 관계가 있다.

혁신과 정치

최근의 연구에 의하면¹ 미국의 경우 정치인들이 국민들로부터 압력을 많이 받는 도시일수록 택시업계의 거센 반발에도 불구하고 우버가 허용되는 경우가 많았다고 한다. 혹은 택시업계와 같은 특정 이익 집단에 포획되지 않고 용단을 내릴 수 있는 정치인이 많았어야 한다. 때로는 기득권 집단의 요구와 반발은 '울고 싶는데 뺨 맞은 격'으로 시작되는 경우도 있기 때문이다. 다시 말하면, 자의든 타의든 국민들 혹은 소비자들을 먼저 생각하는 정치인이 많을수록 혁신이 사회에 잘 자리잡을 수 있다는 얘기다. 또한, 승차 공유 서비스가 허용되지 않았던 도시들에서는 정치인들 혹은 규제를 담당하는 공무원들이 우버의 혁신형 사업모델과 그 경제적 파급효과에 대한 이해가 현저히 부족한 경우가 많았다고 한다. 따라서 기술발전이 가속화됨에 따라, 아이러니하게도 IT 기술과 경제를 모두 잘 이해함과 동시에, 국민과 국가의 미래를 위해 용단을 내릴 수 있는 정치인들이 더욱 중요해지는 시대에 살고 있는 것이다. 우리나라는 장기간 승차 공유 서비스에 대한 논란이 계속되는 바람에 모빌리티 혁신이 주변국에 비하여 많이 뒤쳐져 있는 것이 현실이다. 우리 사회도 각종 혁신에 대한 혜택을 국민들이 누리려면, 이제 국민을 먼저 생각하고 기술과 경제에 대해 깊은 이해를 가진 정치공무원들이 많이 나와야 하지 않을까 싶다.

1. Paik, Kang, and Seamans (2019)

* References

Paik, Y., Kang, S., & Seamans, R. 2019. Entrepreneurship, innovation, and political competition: How the public sector helps the sharing economy create value. Strategic Management Journal, 40(4): 503-532.

해외합작투자를 누가 인수하면

경영성과가 좋아질까?



합작투자는 자신이 부족한 핵심역량을 보완하는 중요한 전략적 도구이다. 그러나 항상 누가 그 합작투자를 인수할 것인가를 사전에 고려해야 한다.



새로운 시장을 홀로 개척하는 것은 많은 위험을 수반한다. 특히 해외진출을 할 때, 혼자서 문화적 차이와 현지정부의 규제를 극복하기는 쉽지 않다. 그래서 많은 기업이 현지기업과의 합작투자(Joint Venture)를 추진한다. 현지 파트너로부터 나에게 없는 기술을 얻고 유통채널에 접근함으로써 위험을 줄이고 빠르게 시장에 진출할 수 있다.

그러나 합작투자나 전략적 제휴는 근본적으로는 단기적인 협력관계이다. 지분투자를 수반하는 합작투자의 평균수명은 5년이고, 계약을 통한 전략적 제휴는 1년 남짓에 불과하다. 대부분의 합작투자는 한 파트너가 다른 파트너의 지분을 인수하는 형태로 종료된다. 따라서 합작투자를 할 경우, 수년 후 종료할 때, 우선 인수권과 같은 콜옵션(Call Option)과 우선 매각권(Put Option)을 누가 갖는지를 미리 협상해서 계약서에 명기하기도 한다.

그러면, 국제합작투자를 종료할 때, 복수의 파트너 중 ‘누가 인수하는가’와 그 ‘인수 후 경영성과’에 대한 의문이 생긴다. 필자가 2019년 Journal of International Business Studies에 단독 저술로 출간한 When to go it alone: Examining post-conversion performance of international joint ventures란 논문은 이 두 질문에 관한 실증연구이다. 2016년 노벨 경제학상을 받은 올리버 하트(Oliver Hart) 교수와 벤트 홈스트롬(Bengt Homstrom) 교수의 계약이론(Contract Theory)은 이 문제 해결을 위한 이론을 제공해 준다.

계약이론에 따르면 합작투자 같은 계약에 의한 협력관계는 파트너들 간의 무임승차와 기회주의적인 행동으로 인해 태생적으로 불완전한 상태이다. 아무리 계약서에 각 파트너들의 기여 항목과 의무사항을 기재하더라도 모든 상황을 사전에 파악하기도 어렵고 실행을 강제하기도 어렵다. 예를 들어, 열심히 일하라는 말을 어떻게 계약서에 반영하고 이를 강제할 수 있을까? 따라서 필연적으로 파트너간에 갈등이 수반될 수 밖에 없다. 계약이론은 이런 경우 그 합작투자의 향후 성공에 더 크게 기여를 할 수 있는 파트너가 다른 파트너의 지분을 인수하여 단독으로 경영하는 것이 성과를 높인다고 설명한다.

본 연구를 통해 중국에 진출한 다국적기업들과 현지 기업과의 합작투자를 누가 인수하고, 이에 따라 인수 후 경영성과가 얼마나 달라지는가를 분석해 보았다. 현재 진행 중인 합작투자엔 1) 매년 합작투자 유지 2) 다국적 기업이 인수 3) 현지 기업이 인수, 마지막으로 4) 합작 기업을 해체해서 종료라는 네 가지 선택지가 있다. 이 네 가지 옵션 중 어느 옵션을 선택할지에 미치는 요인들이 향후 경영성과에 영향을 미칠 수 있으므로, 이런 내생성(Endogeneity)을 통제하기 위해서는 비교 대상 기업들을 잘 선택해야 한다. 1998년부터 2007년까지 다국적기업이 인수한 2,369개, 현지기업이 인수한 1,772개의 합작투자자들을 12,000여 개의 같은 산업에서 유사한 성격을 가진 합작투자 유지기업들과 propensity score matching과 differences-in-difference라는 통계기법으로 선별하여 인수 후 3년간의 경영성과를 비교해 보면, 영업이익의 자산대비 수익률이 1~2% 포인트만큼 상승하는 것으로 나타났다.

추가로 분석해 보면, 기술이 중요한 산업에서는 다국적기업이 인수하는 경우에 경영성과가 높아지고, 정부규제가 높은 지역에서는 현지기업이 인수하는 것이 경영성과가 더 높아지는 것으로 나타난다. 이러한 결과는 자신의 합작투자에 대한 기여도가 더 높은 기업이 인수해야 한다는 계약이론의 설명과 일치하는 현상이다.

합작투자는 자신이 부족한 핵심역량을 보완하는 중요한 전략적 도구이다. 그러나 항상 누가 그 합작투자를 인수할 것인가를 사전에 고려해야 한다. 만일 두 파트너가 서로 인수하기를 원한다면 결국 그 합작투자에 향후 기여할 수 있는 부분이 많은 파트너가 더 높은 가격을 제시할 것이다. 만일 다른 파트너의 기여도가 자신보다 높다면 협상을 통해 높은 가격을 받고 매각하는 것이 더 좋은 선택이 된다.

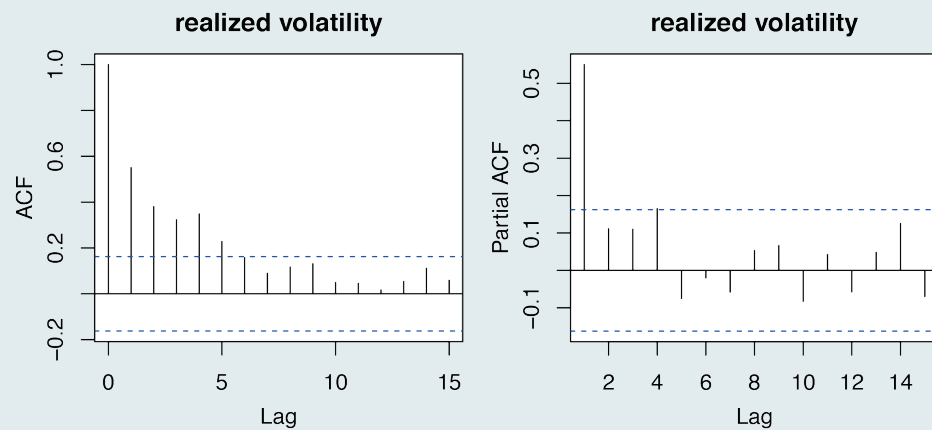
(Kim, D. K., X. B. Kong., C. X. Li., Y. Wnag., 2018. Adaptive Thresholding for Large Volatility Matrix Estimation Based on High-Frequency Financial Data. JOURNAL OF ECONOMETRICS. 203(1): 69-79.)

금융 빅데이터를 변동성 예측에

어떻게 활용할 것인가

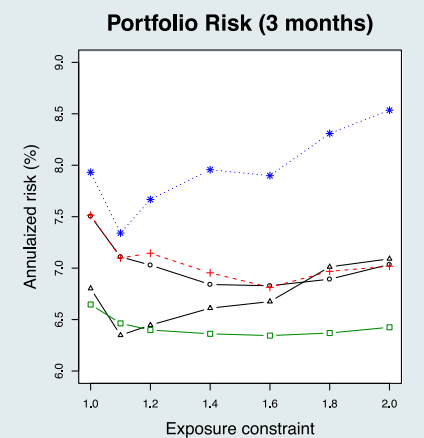
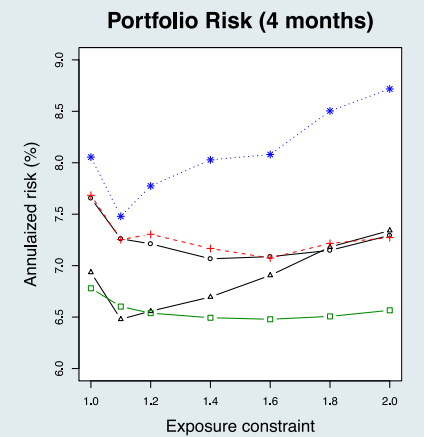
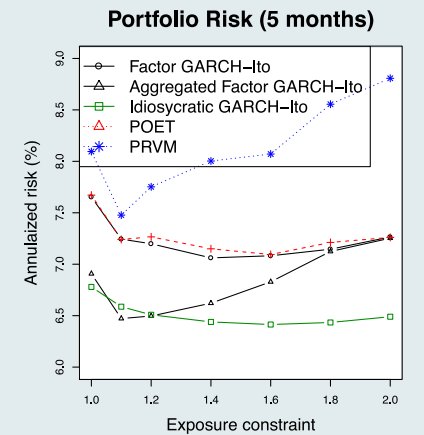
주가의 변동성(volatility)은 시계열적인 구조를 가지고 있다. 예를 들어 최근의 변동성이 큰 경우 앞으로의 변동성도 큰 경향을 보인다. 이러한 현상을 Volatility Clustering 현상이라고 부른다(Mandelbrot, 1963). 이처럼 주가의 변동성은 과거의 변동성으로 설명되는 부분이 존재하고, 이러한 것을 자기회귀 모델(Autoregressive model)의 형태를 통해 활용하여 분석한다. 그중 가장 성공적인 모델은 GARCH 모형(Bollerslev, 1986; Engle, 1982)이다. 이러한 시계열(Time Series) 모델의 성능은 과거 변동성 측정의 정확도에 의해 결정된다. 최근 High-Frequency 주가 데이터(Tick-by-tick data)를 활용할 수 있게 되면서 주가의 변동성을 더욱 정확하게 측정할 수 있게 되었을 뿐만 아니라 짧은 기간의 데이터로 변동성을 정확하게 추정할 수 있게 되었다. 예를 들어 일간 변동성을 High-frequency 자료를 활용하여 정확하게 추정할 수 있게 되었다. 이러한 변동성 측정값을 Realized Volatility(RV)라고 부른다. <그림 1>에서 볼 수 있듯이 RV는 자기상관을 가지고 있다. 즉, RV들은 시계열적인 구조를 가지고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 특징을 설명하기 위하여 일간 변동성을 활용하여 주식 시장의 Dynamics를 설명하는 시계열 모델들이 많이 개발되었다.

<그림 1>
Bank of America의 2012년 1월 3일부터 2012년 7월 31일까지의 realized volatility를 활용한 자기 상관 그래프



현재까지 개발된 많은 모형들은 분석하는 자산의 개수가 크지 않을 때 적용 가능한 모델들이 대부분이다. 하지만 주식시장을 분석할 때 우리는 흔히 매우 많은 자산을 동시에 분석하고 그것으로부터 정보를 얻고자 한다. 하지만 많은 자산을 동시에 분석하고자 할 때 전통적인 분석방법들의 성능이 현저히 떨어지는 것을 우리는 흔히 경험한다. 이러한 문제를 ‘Curse of Dimensionality’라고 부른다. 본 논문에서는 이러한 문제점을 어떻게 극복할 수 있는지와, 그리고 더 나아가 많은 자산을 활용함으로써 어떠한 이점을 가져올 수 있는지에 대해서 연구하였다. 예를 들어 Large Volatility Matrix 추정을 위해서 우리는 Low Rank Matrix와 Sparse Matrix로 Volatility Matrix를 분해하였다. 이러한 분석은 Factor Model을 적용하여 주식시장을 분석할 때 Volatility Matrix는 Factor로 설명되는 부분과 개별 기업의 리스크로 설명되는 부분으로 나누어지게 되는 현상으로 설명 가능하다. 즉, Factor로 설명되는 부분의 경우 몇 개의 공통되는 Factor로 움직이기 때문에 그것과 관련된 Volatility의 Rank는 작다. 반면 개별 기업 리스크의 기업 간 연관성이 적으므로 그것과 관련된 Covolatility 값 또한 작다. 이러한 관점에서 Volatility Matrix는 Low Rank와 Sparse Matrices로 표현되는 것이 자연스럽다. 이러한 Low Rank Plus Parse Volatility Matrix를 분석하기 위해 POET 방법론(Fan et al, 2013)을 활용할 수 있다. 그리고 이러한 방법론을 사용할 때 Factor 요소는 관측되는 값이 아니더라도 추정할 수 있는 장점을 가지고 있다. 즉, 주식 시장에 공통적으로 영향을 미치는 요소를 추정할 수 있게 해준다. 이러한 장점을 활용하여 본 논문에서는 Factor GARCH-Ito 모델을 제시하였다. 이러한 Factor GARCH-Ito 모형은 주식 시장의 Market Factor를 뽑아내어 그것이 가지고 있는 시계열 구조를 활용하여 Market Factor의 변동성을 예측하는 모형이다.

논문에서 제시된 방법론을 활용하여 분산을 예측하여 최소 분산 포트폴리오에 적용했을 때 <그림 2>에서와같이 다른 방법론들보다 GARCH-Ito model의 성능이 뛰어난 것을 확인할 수 있었다. 즉, Factor가 가지고 있는 Dynamics를 설명할 수 있는 모델을 사용함으로써 주식이 가지고 있는 변동성을 더 잘 예측할 수 있는 것이다. 이러한 모델링은 자산 분배, 위험 관리, 자산 가격 결정 등에 활용될 수 있을 것으로 기대된다.



<그림 2> 최소 분산 포트폴리오

* References

Bollerslev, T. (1986). Generalized autoregressive conditional heteroskedasticity. Journal of econometrics, 31, 307-327.
Engle, R. F. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of united kingdom inflation. Econometrica: Journal of the Econometric society, 987-1007.
Kim, D. and Fan, J. (2018). Factor GARCH-Ito Models for High-frequency Data with Application to Large Volatility Matrix Prediction. Journal of Econometrics, 208, 395-417
Mandelbrot, B. (1963). The variation of certain speculative prices. The journal of business, 36, 394-419.

<대화의 희열> 그리고 유희열: 새로 시작하는 당신을 위해



이미지 출처: <http://www.kbs.co.kr>

토크쇼는 '경제적'인 방송 프로그램이다. 상대적으로 적은 제작 비용과 인원이 투입되어 콘텐츠를 만들어 내기 때문에 지상파와 종편, 케이블을 가릴 것 없이 다양한 형태의 토크쇼를 제작하여 시청자들에게 선보인다. 여러 경쟁 프로그램들 사이에서 돋보이기 위해 몇몇 토크쇼들은 자극적이고 저급한 소재와 진행으로 무리수를 던지기도 한다. 시답잖은 말장난에 두어 번은 맞장구를 칠 수 있겠으나 곧 의미도 없고 재미도 없는 콘텐츠에 시청자들은 눈을 감고 귀를 닫는다. 토크쇼의 상대적 이점에도 불구하고 방송가에서 한동안 '괜찮은' 토크쇼를 많이 찾아보기 힘들었던 이유다.

이런 관점에서 <대화의 희열>은 조금 특별하고 아주 소중한 프로그램이다. 이전의 자극적이고 신변잡기식의 '예능' 토크쇼의 형식에서 벗어나 단독 게스트의 진솔한 이야기를 들을 수 있고 다른 프로그램에서는 찾아볼 수 없었던 그들의 새로운 과거와 현재, 그리고 미래를 발견할 수 있기 때문이다.

<대화의 희열>은 어떻게 시청자의 마음을 파고들었나

토크쇼 <대화의 희열>은 2019년 6월 29일, 마지막 게스트 배우 이정은과의 만남을 끝으로 시즌 2를 마무리했다. 오랜 무명의 시간 동안 포기하지 않고 묵묵히 자신의 길을 걸어, 드라마 <미스터 션샤인>, 영화 <기생충> 등의 대작에서 핵심 배역으로 그 빛을 제대로 밝힌 그녀와의 속 깊은 대화는 시청자들의 마음을 움켜쥐었다. 시즌 피날레에 배우 이정은을 게스트로 초대한 것이 <대화의 희열>의 지향점을 잘 드러낸다. 이날 마지막 에피소드는 자체 최고 시청률을 돌파한 것은 물론 동 시간대 1위를 기록했다.

앞서 소개한 대로 <대화의 희열>은 여러 명의 게스트를 한꺼번에 초대하지 않고 단독 게스트의 인생 스토리를 집중 조명하는 심층 토크쇼다. MC 유희열과 함께 3명의 패널(시즌 1: 前 청와대 연설비서관 강원국, 소설가 김중혁, 독일 출신 방송인 다니엘 린데만, 시즌 2: 강원국 前 비서관을 신지혜 기자로 교체)이 게스트와 대화를 주고받는 형식으로 진행된다. 게스트들의 면면을 살펴보면 그 분야와 색깔의 다양성에 놀라게 된다.

<시즌 2 기준, 에피소드 순> 외식 사업가 백종원, 범죄 심리학자 이수정, 라디오 DJ 배철수, 정치학 교수 호사가 유지, 댄서 리아킴, 작가 유시민, 성악가 조수미, 축구 감독 박항서, 패션모델 한혜진, 소설가 김영하, 전 농구선수 서장훈, 그리고 배우 이정은.

<대화의 희열>은 4명의 친한 사람들의 모임에 자신만의 분명한 색깔과 스토리를 가진 게스트가 참석하여 자유로운 대화를 나누는 방식으로 진행되기 때문에 일반적인 토크쇼의 구성을 따라가지 않는다. 자극적인 소재가 등장하지 않을뿐더러 예능적인 요소가 거의 포함되어 있지 않지만, 시청자들은 게스트와 패널들의 대화에 함께 참여하는 듯한 즐거움에 빠지게 된다. 매력적인 게스트 섭외와 입체적인 패널 구성 등 여러 가지 성공 요인들을 생각해볼 수 있지만, 이 실험이 성공을 거두고 있는 단 하나의 이유를 선택해야 한다면 그것은 바로 MC 유희열의 존재감이다.

유희열의 변신: '천재 뮤지션'에서 '감성 변태'로

유희열의 출발점이자 가장 확고한 아이덴티티는 '천재 뮤지션'이다. 서울대 음대에 재학 중이던 1992년, 유재하 음악경연대회에서 '달빛의 노래'로 대상을 수상, 곧 원맨 밴드 토이²로 데뷔했다. 이후 토이 앨범의 프로듀서 역할은 물론 이승환, 이문세, 이소라, 윤종신 등 당대 최고 가수들의 앨범 제작에 참여하게 되면서 탁월한 작곡, 작사, 연주 능력을 인정받게 된다.

뮤지션 유희열에게 새로운 문을 열어준 기회는 라디오를 통해 찾아왔다.

<음악 도시>, <올댓뮤직>, <라디오 천국> 등의 라디오 프로그램 DJ로 활동하면서 그의 '변태적' 감성이 청취자들에게 어필된 것이다. 그가 DJ를 맡은 프로그램에서는 새로운 형식과 장르의 음악을 최전선에서 접할 수 있었을 뿐만 아니라 그의 유려한 입담과 '초호화' 게스트들을 즐길 수 있었기 때문에 상당한 규모의 팬덤이 형성되었다.

라디오DJ 역할을 통해 다져진 진행 실력이 꽃을 피운 곳은 공중파 심야 음악 방송 프로그램인 <스케치북>이다. 얼마 전 10주년을 맞이한 <스케치북>은 현재 가장 오랜 시간 동안 수명을 유지하고 있는 음악 프로그램이자 음원 차트의 역주행을 이끌어낼 수 있는 몇 안 되는 영향력 있는 채널 중 하나이다. 또 유희열의 뮤지션이자 MC로서의 역량이 십분 발휘되는 플랫폼이자 그에게 또 다른 기회를 제공해준 통로이기도 하다.³ 공전의 히트를 기록한 지식 버라이어티 쇼 <알쓸신잡>과 앞서 소개한 <대화의 희열>에서 유희열은 음악 프로그램 외의 다른 장르와 세팅에서도 그 진가를 충분히 발휘할 수 있다는 것을 증명해냈다.

그의 중형무진 활약과 변신, 그리고 성공 뒤에 숨은 비결은 무엇일까? 새로운 혁신을 준비하고 있다면, 유희열의 실력과 겸손, 유머와 공감, 그리고 경청과 리액션에 주목해야 한다.

실력과 겸손

유희열의 음악적 재능 그리고 진행 실력에 대해서는 이견의 여지가 없다. 앞서 소개한 대로 그는 유재하 음악경연대회 대상 출신으로 현재 대회의 심사위원으로도 활동하고 있다. 가장 인정받는 뮤지션 중의 한 명으로 직접 제작하거나 참여하는 앨범마다 큰 히트를 기록한다. 감성적인 발라드를 주전공으로 하지만 실험적인 구성과 시도를 통해 매번 음악적인 진보를 이뤄낸다. 타고난 재능에 노력과 경험이 더해지니 실력이 되었다.

그러나 그는 겸손하다. 음악 프로그램에서 유희열은 신인 가수부터 까마득한 선배들에 이르기까지 다양한 범위의 사람들과의 자연스러운 대화를 이끌어낸다. 모두가 그 앞에서 경계를 풀고 자신의 이야기를 털어놓는 것은 그가 자기를 낮출 줄 알기 때문이다. 그는 음악적 지식이 누구보다 풍성하지만 어려운 표현을 지양하고 대중들이 알아듣기 쉽고 이해할 수 있는 말로 전달하려고 노력한다. 자신의 전문성에 빠지지 않고 '누군가'의 시각으로 풀어낼 준

비가 되어 있다.

실력은 기본이다. 그에 더해 겸손할 수 있다면 새로운 차원의 길이 열리게 된다. 도움을 줄 수 있는 자들은 실력과 겸손을 겸비한 자에게 손을 내밀 준비가 되어있다.

유머와 공감

그는 실력을 발휘해야 하는 순간이 오면 진지하지만 필요할 때는 그 누구보다 유머가 넘친다. 말은 프로그램에서 그의 입담과 위트는 지칠 줄 모른다. '감성변태', '병든 차인표' 등의 수식어에서 알 수 있다시피 그는 기꺼이 유머의 소재가 되고자 한다. 뮤지션인 그에게 치명적일 수도 있지만, 그는 그의 가창력이 유머의 소재가 되는 것에도 거리낌이 없다.

더 나아가 그의 유머에는 타인을 향한 공감이 있다. 일방적이거나 폭력적이지 않다. 우리가 흔히 예능 프로그램에서 접하는 것처럼 그는 타인을 깔아내리며 웃음을 지어내지 않는다. 타인이 유머의 대상이 되는 순간에도 그는 무례하지 않고 대상을 배려한다. 진행하는 프로그램 안에서 그는 시청자의 관점에서 질문하고 공감한다. 많은 시청자들이 그의 프로그램에서 유쾌함과 편안함을 동시에 느끼는 이유다.

경청과 리액션

유희열이 진행자로써 가진 최고의 능력은 바로 경청하기 아닐까? 이는 그가 진행하는 음악 프로그램을 넘어 다양한 장르의 방송 프로그램을 통해서도 증명되었다. 그의 경청이 가장 큰 빛을 발한 곳이 바로 <대화의 희열>이다. 그가 속칭 '매의 눈'으로 게스트에 집중할 때면 누구라도 무슨 말이든 꺼내지 않을 수 없을 것이다. <알쓸신잡>에서도 그의 역할은 다양한 '말꾼'들 앞에서 경청하는 것이었다.

경청이 시작이라면 리액션은 그 마무리다. <대화의 희열>에서 유희열은 많이 웃었고 또 많이 웃었다. <K팝 스타>에서도 그는 젊은 음악가들의 무대에 민감하게 반응하고 세심한 조언과 피드백을 전달했다.

유희열이 보여주는 경청과 리액션이란 그 대상이 누가 되었든지 상대방의 신호에 온 마음을 담아 응답하는 것이다. 자기에게 조그마한 콘텐츠가 있을지라도 앞다투어 말하려고 하는 자기 어필의 시대에 누군가의 이야기에 진심으로 귀를 기울이고 반응할 줄 아는 사람이 된다면 새로운 혁신의 기회가 그 앞에 기다리고 있을 것이다.

1. 프로그램 제목인 <대화의 희열>은 MC 유희열의 이름을 따서 지어진 것으로, 패널 중 하나인 김중혁 소설가의 아이디어다. 유희열은 마지막까지 고사했으나 제작진의 설득에 결국 수락했다는 후문.

2. 유재하 음악경연대회 이후 엔지니어들 윤정오와 함께 토이를 결성하였으나 1996년 발매된 토이 2집부터 원맨 밴드로 전환하였다.

3. 유희열은 <스케치북>을 10년 진행하는 동안 많은 PD들과 인연을 맺게 되었는데, 이것이 다른 방송 프로그램으로 외연을 확장하게 된 계기가 되었다.





대한민국은 '사회적기업 인증제'를 통해 특정 조건에 충족하는 기업만을 '사회적기업'으로 인정해 주었다. 국가로부터 인증을 받지 못하지만 각기 생각하는 사회적 가치를 추구하는 회사들은 '사회적 기업'이라는 단어는 쓸 수 있지만 '사회적기업'이라는 단어는 쓰지 못했다. (띄어쓰기의 차이) 하지만 최근 사회적기업 정의에 대한 규제 완화 논란이 불거지면서 정부는 8월 20일 인증제를 등록제로 개편하여 사회적기업에 대한 진입장벽을 낮추었다.

Better Society를 위해 사회적 문제를 혁신하는 사회적 기업

점점 주목받는 사회적 기업, 사회적 기업이란 무엇일까?

최근 들어 사회적 기업(소셜 벤처)에 대한 관심이 급격하게 증가했다. 사회적 기업만을 육성·투자하는 언더독스, 마이어, 임팩트스퀘어 같은 회사도 여럿 생겼으며, 사회적 기업만을 대상으로 하는 해커톤, 공모전을 추진하는 기관과 대기업들도 많아졌다. 왜 이렇게 사회적 기업에 대한 관심이 커졌을까?

그 전에 사회적 기업이란 무엇일까? 사회적 기업의 정의가 워낙 다양하긴 하지만, 공통적인 것은 '사회적 문제'를 해결하는 기업이라는 것이다. 이러한 사회적 기업에 대한 관심이 증가하는 이유는, 사회적 기업이 혁신적인 아이디어로 이윤을 추구하는 경제적인 가치를 갖고 있는 동시에 사회적 문제를 해결하는 공적인 가치도 가지고 있기 때문이다. 서로서로가 연결되어 있는 우리 사회에서 개인만의 이윤을 추구해서는 더이상 성공하기가 힘들다.

사회적 기업에 대한 일반적인 시선

일반적으로 국내 사람들에게 '사회적 기업'이란 어떤 이미지로 다가올까? 사회적 기업 창업에 뛰어들면서 가장 많이 들었던 이야기는 첫번째가 돈도 안 되고

지금의 사회적 기업

기존의 사회적 기업 사례의 회의적인 시선에 따라 몇 년 전부터 사회적 가치도 중요하지만, 지속성 또한 더욱 강조되는 추세이다. 우리나라의 경우 최근에서야 그러한 인식이 점차 변화되고 있지만, 해외에서는 이미 인식이 많이 바뀌었다. 해외 기업의 사례를 보면, 신발을 하나 구매하면 취약계층에게 신발을 후원할 수 있는 Toms Shoes, 일정 기간 사용한 재활용 소재만으로 가방을 만드는 FREITAG, 고가의 독점 안경 시장에 혁신을 가져온 Warby Parker 등이 있다. 즉, '우리에게 사회적 가치가 있으니 사달라'고 하는 기업에서, '사회적 가치에 대해서 전혀 모르고 구매를 했는데 알고 보니 사회적 가치가 포함되어 있었다.'는 것을 알게 되는 기업들로 트렌드가 변화하고 있는 것이다. 주목할 점은 이런 회사들이 사회적 가치뿐만 아니라, 경제적 가치를 통해 구현되는 '지속성' 또한 높다는 것이다.

국내 사회적 기업 사례 - 베어베터

베어베터는 발달장애인 고용을 위해 설립된 사회적기업으로, 국내 성공 사례로도 많이 제시된다. 그 이유는 장애인복지법 중 '장애인 표준사업장'과 '장애인 연계고용제도'를 이용한 혁신적인 비즈니스 모델에 있다. 국가가 중증 장애인의 취업을 통한 자립을 지원하기 위해 일정 정도의 요건을 갖춘 사업장(베어베터)에 대해 장애인 표준사업장 설립과 운영을 허가해주면, 이 장애인 표준사업장의 제품을 구매하는 기업은 구매액에 따라 기업의 장애인 고용부담금을 감면받는다. 결국, 베어베터와 파트너십을 맺은 영리 기업들은 장애인 고용을 돕는다는 사회적 '명분'과 실제 구매한 금액의 50%를 정부로부터 환급받는 '실리'를 동시에 챙길 수 있는 것이다.

해외 사회적 기업 사례 - Warby Parker

와비파커는 패스트컴퍼니가 선정한 2015년도 혁신기업 1위에 이름을 올린 안경 유통업체이다. 와비파커는 구매 방식이 독특한데, 고객들이 먼저 홈페이지에서 착용을 원하는 안경 5개를 골라 주문한다. 배송된 제품을 착용해보고 다시 반송하면서 홈페이지에 가장 마음에 드는 제품과 자신의 시력, 눈 사이 거리 등을 입력하면 2주 뒤 자신에게 맞는 안경을 배송받을 수 있다. 그리고 안경 하나를 판매할 때마다, 안경 하나를 기부하도록 하는 1+1 기부 프로그램도 실천하고 있다. 이러한 구매 방식은 '온라인으로는 안경을 구매할 수 없다'는 편견을 깬다는 혁신도 있지만, 더 주목해야 할 점은 오프라인에서 안경을 구입하는 비용보다 5분의 1가량 저렴하다는 것이다. 기존의 안경 시장은 대기업 록스타카가 80%를 장악하여 시장 독과점을 통해 안경값이 높은 가격으로 시장에 정체하게 만들고 있었는데, 와비파커는 합리적인 가격의 안경 구매를 가능하게 하였다.

마무리

일반적으로 사회적 기업을 운영한다는 것에 대해서 단순히 취약계층인 노약자를 돕거나 환경에 이로우면 된다고 생각할 수 있다. 하지만 올해부터 KAIST 경영대학에서 사회적기업가 MBA에 재학 중인 필자는 그 생각을 달리하게 됐다. 사회적 문제는 개인이 해결할 수 있는 것이 아니고, 특정 기관이나 정부에서 인정을 해주어야 하는 등 인정되기 위한 조건이 많다. 뿐만 아니라 사회적 문제를 해결하는 방안과 실질적으로 금액을 지불하는 고객의 문제 해결방안을 연결시키는 것은 또 하나의 큰 장벽이다.

그럼에도 굳이 사회적 기업을 하는 이유는 사회를 더 좋은 사회 'Better Society'로 발전시키고 싶은 열정과 사랑하는 사람(도와주고 싶은 취약 계층) 때문일 것이다. 이런 사람과 기업이 많아지고 있는 현 사회 상황 자체가 우리가 'Better Society'로 가고 있다는 지표가 되지 않을까 한다.

힘들지만 한 길을 왜 가느냐는 것이다. 지금 사회적 기업을 운영하고 있는 많은 사람들에게 이러한 선입견은 억울할 수도 있지만, 기존의 많은 사회적 기업들의 사례를 보면 어쩔 수 없는 시선이다. 기존의 사회적 기업들은 영리 기업들이 기존에 하던 사업 중 일부를 자회사 형태로 설립한 '종속적 형태'이거나, 기업의 사회 공헌 관점에서 사회적 기업의 물품을 구매해주거나, 사회공헌 프로젝트를 협력하는 방식으로 '지원' 또는 '후원'하는 형태가 대부분이었기 때문이다. 하지만 이런 형태의 기존 사회적 기업들은 도중에 활동을 축소하거나 폐업하는 경우가 많았다. 사회적 기업이 중 많은 사람들이 사회적 문제를 해결하고자 하는 강한 목적의식과 사명감을 갖고 있었지만, 사업을 계속해서 전개해 나갈 수 있게 해주는 경영 능력과 지속적인 혁신이 부족하여 사회성과 사업성을 동시에 갖추지 못했기 때문이다.

KAIST 경영대학 학생들은 수업이 끝나면 무엇을 할까?

학생 네트워킹의 장, KAIST 경영대학 동아리 소개

학교생활에서 빼놓을 수 없는 재미이자 다양한 전공의 학생들을 만나서 친목을 다질 수 있는 곳, 바로 동아리 활동이다. 9월 신설된 쿼터동아리를 포함하여 8개의 매력 넘치는 동아리를 소개한다.

주크박스(Juke Box)

주크박스(Juke Box)는 음악과 사람을 좋아하는 사람들로 이루어진 즐거운 합주를 목적으로 하는 동아리이다. 다양한 곡들을 커버하고 편곡할 뿐만 아니라 직접 작곡을 하기도 한다. 1999년에 설립되었고 경영공학부와 MBA 학생이 섞여 있어 음악을 매개로 평소에 접점이 없던 전공생들이 친목을 다질 수 있다. 매년 교내 정기 공연과 때로는 외부 공연을 하기도 한다. 자유로운 분위기 속에서 합주의 즐거움을 느끼고 학업의 스트레스를 해소할 수 있다.

K-Ventures

창업 동아리인 K-Ventures에서는 공모전/창업 대회를 함께 준비하며 모의 창업 경험을 해보고 창업 관련 정보를 공유한다. 또한, 취업 및 창업을 위한 인적 네트워크를 만들 수 있다. 여러 전공의 학생들로 구성되어 있어 창업을 위한 팀원을 구하기 좋은 환경이다. 짧은 동아리의 역사에도 불구하고 투자 회사 및 훌륭한 스타트업 관계자들과 다양한 행사를 주최했을 뿐만 아니라 훌륭한 인적 네트워크를 구축해 나가며 더욱 발전하고 있는 중이다.

Watchers

Watchers에선 가치투자를 중심으로 한 주식 투자를 공부한다. 현재는 주식투자뿐만 아니라 투자 가치가 있다고 할 수 있는 암호 화폐, 부동산 등에 대한 스터디도 진행하고 있다. 2006년에 설립되

었고, 금융·보험·건설·증권업 등 다양한 직업군의 멤버들이 한자리에 모여 있다. 투자 관련 스터디, 산업 분석, Bloomberg 사용법과 같은 정보들을 공유하며 실질적 투자에 큰 도움을 받을 수도 있다. Watchers에는 공식 건배사가 있는데, “Buy Low, Sell High!”라고 하여 투자의 핵심을 말해준다.

M.I.N(Marketing Insight Navigator)

M.I.N은 ‘Maximize intellectual knowledge beyond conventional marketing’을 모토로 차별화된 새로운 시각과 네트워킹의 장을 제공한다. 기업 연계 마케팅 프로젝트를 진행하고 마케팅 실무자, 동문 초청 세션도 개최한다. 2008년 하나은행 마케팅 전략 세미나를 시작으로 10년간 이어져 오고 있으며, 증권사, 제약사, 호텔 등 실제 현업에서 마케팅 관련 직무를 맡고있는 동문들이 재학생들과 함께 마케팅에 대해 고민하고 다양한 아이디어를 공유하고 있다.

KDSG(KAIST Data Scientist Group)

KDSG는 빅데이터 관련 스터디, 교내 외 데이터 공모전 참석 등을 통해 데이터 사이언스에 대한 지식을 쌓기 위한 동아리이다. 2016년 봄학기에 IMMBA 학생들이 설립하였고, IMMBA와 IMMS 학생 외에도 금융공학 등 다른 전공의 학생들도 참여하고 있다. 매주 정기 세션을 통해 데이터 분석 관련 프로그래밍 툴, 통계 분석에 대한 스터디를 진행하며, 한 학기에 1~2번 외부 강사 또는 현업 선배를 초청해 교육 세션을 진행한다.

B.S.C.(Business Strategic Consulting) Group

B.S.C. Group은 논리적 사고를 기반으로 실제 경영사례 중심의 토론과 모의 인터뷰 등을 통해, 전략 컨설팅 업체 및 기획·전략 부문의 입사를 준



비하는 동아리이다. 2006년 3월 창립된 KAIST 경영대학 유일의 전략 분석 동아리로서, 다양한 Decision Making Process를 이해·체화하기 위하여 경영전략 이론 Study, Case Analysis, 이슈 Debate, Competition 참여, 기업 연계 프로젝트 등을 진행하고 있다. 비정기적으로 선배 초청 세션을 통해, 졸업 후 진로, 현재 업계의 상황 등 다양한 주제로 특강을 진행하기도 한다.

K-SUS

K-SUS는 KAIST-Sustainability의 약자로, 지속 가능한 발전에 관심 있는 학생들로 구성된 지속가능 경영 동아리이다. 환경문제 해결/사회 기여형 프로젝트를 기획해 기후 변화와 지속 가능 발전 이슈를 더 많은 사람에게 알리고자 한다. 2018년부터는 기후변화와 환경문제를 연구하기 위해 몽골에서 자체 탐사를 수행해 오고 있다. 환경부 그린 캠퍼스 환경동아리로도 선정되어 교내 및 인근 지역을 대상으로 친환경 실천 활동을 계획 중이다.

KAISKID

KAISKID는 쿼터 투자 전략을 짜고 이를 시뮬레이션 언어로 구현하여, WorldQuant사에서 주최하는 International Quant Championship(이하, IQC)에서 좋은 성적을 내는 것을 목적으로 한다. 2019년 WorldQuant IQC에서 여섯 명의 MFE 18 학번 학생들이 우리나라 2위, 세계 4위의 성적을 거두고, 다음 대회 참가자들에게 노하우를 전수하는 전통을 만들고자 동아리를 설립하기로 했다. 2주에 한 번씩 정기회의를 가지고 모임마다 fundamental data, analyst data, sentiment data 등 다양한 데이터를 활용한 알파 전략 세미나를 개최한다.

*동아리 문의: 경영공학부 행정팀, 02-958-3605

제10회 KAIST-HR Collaboration Day, 세대 변화에 따른 HR 대응전략 논해...

KAIST-HR Collaboration Day 행사는 올해로 10회를 맞이했다.

경영자과정지원실은 지난 6월 25일 서울 포시즌스 호텔에서 30개 기업, 60여 명의 HR 담당 임직원들이 참석한 가운데, 올해 10회를 맞이하는 KAIST-HR Collaboration Day 행사를 성황리에 개최했다. 행사는 유명 연사들의 강연과 HR 분야 전문가들의 네트워킹 시간으로 구성됐다. Digital 시대, HR Transformation 전략에 대해 살펴보았던 전년도에 이어, 올해에는 Digital 세상에서 변화를 이끄는 밀레니얼 세대, 밀레니얼 이후 태어난 Z세대를 중심으로 새로운 세대의 변화에 따른 HR 대응 전략에 대해 알아보고 그에 맞는 대응방안을 논의하는 시간을 가졌다.

첫 번째 연사인 Korn Ferry의 이호준 전무는 ‘HR Trends, 세대의 변화에 따른 HR 대응 전략’을 주제로 HR Trend와 함께 밀레니얼 세대의 사고방식과 일하는 방식이 HR에 미치는 영향과 이러한 영향에 대처하는 대응방안에 대하여 강연하였다.

두 번째 강연에선 KAIST 경영대학 동문이기도 한 ’90년생이 온다’의 임흥택 저자를 초청하여 ‘곤대 조직에서 벗어나는 법’을 주제로 90년생으로 대표되는 20대들과의 실제적 소통을 위해 조직에 필요한 부분에 관하여 이야기를 나눴다.

마지막 일정 ‘Gen Z & Beyond Gen Z’ 세션에는 KAIST 경영대학 신은철, 박상찬, 이은석, 조대곤 교수와 이호준 전무가 함께 참여하였다. KAIST 경영대학 신은철 교수의 연구분석 사례 소개로 시작하여, KAIST 경영대학 교수와 함께하는 패널 토

론이 이어졌는데, 인간관계 네트워크에서 나타나는 주요한 특징들과 경영·경제학적 함의에 대한 고찰, Z 세대를 중심으로 한 HR과 관련하여 여러 화두를 제기하며 참석자들과 열띤 토론을 벌였다.

이렇게 빠르게 변화하는 시대에 부응하여 KAIST 경영대학에서는 다양한 학위과정 및 비학위과정을 지속적으로 개발하여 운영하고 있다. 또한, 현업에 있는 HR 임직원들과의 다양한 커뮤니케이션 자리를 마련해 상호 의미 있고 유익한 시간을 제공하고 있다.

올해로 10회를 맞는 HR-Collaboration 행사는 한국을 이끌어가는 HR 관계자들과 함께 현재 고민하고 있는 부분을 공유하고, 다양한 연사분들의 강연을 통해 인사이트를 채울 수 있었던 의미 있는 시간이었다.



KAIST 경영대학 선배들이 들려주는 '해외대학 교수 취업 꿀 TIP'

선배들이 들려주는 해외대학 교수 취업 이야기

올해로 3회를 맞이한 IT 경영 분야 해외대학 교수 취업 세미나는 박사과정 졸업 후 학계로의 진로에 대한 다양한 관점과 취업 시장에 대한 경험을 공유하기 위해 마련되었다. 해외대학 교수로 임용된 5명의 경영공학부 IT 경영 박사과정 졸업생과 졸업예정생들이 모여 교수임용 프로세스를 설명하고 본인들의 경험을 나누며 교수임용 절차에 대해 소개했다.

해외대학 교수 취업을 꿈꾸는 박사과정생들을 위한 꿀 TIP

1 단계: 준비
일반적으로 필요한 서류들은 커버레터(Cover letter), 이력서(Curriculum vitae), 연구 요약 및 설명이 담긴 연구 소개서(Research statement), 강의 철학 및 경험을 간략하게 소개하는 강의 소개서(Teaching statement), 지도교수님을 포함한 3~4개의 교수님 추천서(Reference letters), 그리고 연구 실적물(출판된 논문 및 진행 중인 논문) 등이다. 또한, 미국 캘리포니아 같은 특정 지역에 위치한 학교에서는 추가적으로 다양성 진술서(Diversity statement)를 요구하는데, 다양한 인종, 국적의 학생 및 동료들과 잘 어울릴 수 있는지 알아보기 위해서다. 이때, 교환학생이나 해외 체류 경험, 조교 활동 시 외국인 학생들과의 경험 등을 서술하면 좋다.

2 단계: 지원
지원 시기는 연구 분야마다 상이하지만, 일반적으로 해당 분야에서 가장 대표적인 국제학술대회 일정에 따라 진행된다. 따라서 국제학술대회 일정을 파악하고 적어도 한 달 전에 미리 필요한 서류를 준비해야 한다. 본인이 지원하고자 하는 학교가 어디에서 인터뷰를 진행하는지 알아보고 이에 따라 회화를 준비하고 참석하는 것이 중요하다.

3 단계: 인터뷰
인터뷰는 연구 관련 질문, 강의 경험에 대한 질문, 지원자가 해당 학교에 대해 궁금한 점을 직접 질문하는 순서로 이어진다. 일반적으로 주요 학회에서 인터뷰를 진행하며, 시간은 30분에서 1시간 정도 소요된다. Skype를 통해 인터뷰를 진행하기도 하지만, 가능하다면 학회에서 직접 인터뷰를 하는 것이 유리하다. (특히, 영어가 완벽하지 않은 경우에 더욱 그렇다.) 학회마다 일정이 다르므로 분산해서 지원하기보다 한 번에 집중적으로 몰아 지원하는 것이 일정 관리에 유리하다.

*선배들의 꿀 TIP

이때 중요한 것은 지원하고자 하는 포지션 및 학교에 대한 간단한 정보를 함께 정리해서 인터뷰 동안 어필하는 것이다. 또한, 인터뷰를 진행한 교수들의 얼굴을 기억했다가 끝난 직후에 학교 홈페이지 등에서 해당 교수의 이름을 찾아 기록해두는 것이 좋다. 인터뷰가 끝난 후에 반드시 감사 이메일을 보내 본인의 연구 강점과 해당 학교에 대한 관심을 다시 한 번 상기하는 게 중요하다.

4 단계: 캠퍼스 방문

캠퍼스 방문은 1~2일 동안 굉장히 빡빡하게 진행되므로 여유 있게 스케줄을 조절해 컨디션 관리를 하는 것이 중요하다. 시차 적응을 고려해 같은 나라에 있는 학교들의 방문 일정을 연속적으로 배치하는 것도 좋은 방법이다. 캠퍼스 방문 시에는 학과의 모든 교수와 1대1 인터뷰가 진행되고, 학교에 따라서는 교무처장(provost)과 학장, 그리고 박사과정 학생들과의 미팅이 진행되기도 한다. 이때, 질문을 통해 궁금했던 점과 필요한 정보들을 얻도록 한다. (연구를 위한 재정적 지원, 학교의 은퇴 프로그램, 복지 제도 등) 인터뷰 대상자에 따라 다른 질문을 하는 것이 필수! 조교수와 학장은

IT 경영 분야 해외 유수의 대학 교수로 임용된 선배들이 후배들에게 노하우를 공유하고자 7월 10일 Job세미나를 진행했다.

서로 다른 관심사를 가지고 있다는 사실을 잊지 말자.

*선배들의 꿀 TIP

캠퍼스 방문에서 제일 중요한 순간은 본인의 연구 논문을 발표하는 시간이다. 흥미로운 주제를 바탕으로 학술적 의미, 가치, 함의 등이 잘 담긴 내용을 발표하는 것이 좋다. 질의 응답 시 모든 질문에 완벽히 답을 하려고 억지를 부리거나 상대의 의견을 꺾으려고 하기보다는, 해당 질문을 유연하게 다루는 것이 중요하다. 연구 발표는 승부를 겨루는 대결의 장이 아니라는 사실을 명심하자.

5 단계: 결정의 순간

캠퍼스 방문 이후 약 1주 뒤, 대략 2~3명의 지원자를 선발하여 순차적으로 연락을 하게 된다. 1순위 지원자에게 가장 먼저 연락이 가며, 1~2주 정도 고려할 시간이 주어진다. 지원자가 제안을 승낙하면 이후 지원자들에게는 연락이 가지 않고, 거절할 경우에 2순위 지원자에게 제안 과정이 넘어간다.(학교 정책에 따라 상이) 결정의 순간을 앞두고 연봉, 연구 펀딩, 강의 수, 기타 연구 지원, 배우자 프로그램 등 다양한 요소들을 고려해야 한다. 외적인 조건도 중요하지만, 선배들이 가장 강조한 것은 해당 학교, 지역, 교수들과 본인의 '핏(fit)'이 맞는지 살펴보는 것이다.

세미나에서 공유된 선배들의 꿀 TIP이 취업을 준비하는 박사과정 학생들에게 유용한 정보가 되고, 박사 진학을 고려하고 있는 석사과정 학생들에게도 앞으로의 진로에 대해 고민해 볼 수 있는 좋은 정보로 활용되기를 바란다.

경영공학부에 새로 부임한 교원을 소개합니다.

이창주 교수

금융 분야



1. KAIST 경영대학에 오시기 전에는 어떤 길을 걸어오셨나요?

대학원과 임용된 곳이 모두 일리노이주에 있어, 미국에서는 한 주에서만 생활하였습니다. Northwestern University에서 2013년에 재무 전공으로 박사학위를 받고, University of Illinois at Chicago에서 재무 분야 조교수로 재직했습니다.

2. KAIST 경영대학의 경영공학 석사과정 동문이시기도 한데요, 교수로 임용되신 소감이 어떠신가요?

석사 과정을 마친 해가 2004년이니 벌써 15년 전입니다. 캠퍼스에 다시 들어섰을 때 굉장히 낯설 것이라고 생각했는데, 다시 돌아온 캠퍼스에 옛 모습이 많이 남아 있어서 오히려 학생인 듯한 착각이 들기도 했습니다. 수업을 듣던 곳에서 이제 제가 수업을 하게 되어 굉장히 감격스럽고, 동시에 더욱 긴장이 되기도 합니다.

3. 주요 연구 분야와 강의 예정인 과목에 대해 간략히 소개해주세요.

최근 연구 분야는 미국의 지방채(Municipal Bond) 시장입니다. 지방채의 가격은 발행 정부의 운용 능력과 지역적 상황에 영향을 많이 받습니다. 제 연구는 지방채 시장의 이러한 특성을 이용하여, 지방 정부의 정책이나 지역 정치에 영향을 미치는

사건들이 지방채 시장에서 어떻게 평가되는지 분석하는 것입니다. KAIST 경영대학에서는 올해 가을 학기부터 금융MBA 과목인 '고급 기업 재무론'과 금융공학 과목인 '금융시장 리스크 관리 자산 가격모형의 계량적 추정'을 가르칠 예정입니다.

4. KAIST 경영대학에서 이루고자 하는 목표 및 계획은 무엇인가요?

우선은 지금까지 해 온 지방채 시장에 대한 연구를 계속하고 싶습니다. 지방채 시장은 크기에 비해 거래가 활발하지 않고 소규모 발행자가 많은 특성 때문에, 최근에서야 연구가 이루어지고 있습니다. 이 분야의 연구가 활성화되도록 기여하고 싶습니다.

박성혁 교수

IT경영 분야



1. KAIST 경영대학에 오시기 전에는 어떤 길을 걸어오셨나요?

2013년도에 '레코벨'이라는 기업을 창업하여 국내 유수의 전자상거래 사이트를 대상으로 '개인화 추천서비스'를 제공하였습니다. 지난 2017년엔 KOSDAQ 상장사 '퓨처스트림네트웍스'에 회사를 매각하고, 2018년도부터는 '두나무애포터너스'라

KAIST 경영공학부는 금융과 IT 경영 분야에서 두 명의 신임 교원을 맞이했다. KAIST 경영대학 석·박사 동문 이기에 더욱 특별한 새로운 가족 구성원을 만나보자.

는 투자회사에서 벤처투자자로 활동하며 투자 업무를 배우고 기업을 대상으로 투자를 진행하였습니다. 2019년에는 국내 사모펀드(IMM PE)를 통해 더블유컨셉코리아에서 IT기반의 K패션 플랫폼 혁신 사례를 직접 만들기도 하였습니다. 돌아켜보면 지난 10년간 기업가정신을 바탕으로 새로운 도전을 계속해온 것 같습니다.

2. KAIST 경영대학의 경영공학 박사과정 동문이시기도 한데요, 교수로 임용되신 소감이 어떠신가요?

2011년도에 경영공학 박사학위를 수여하였습니다. 오랫동안 생활했던 모교이기에 애착이 많고 존경하던 교수님들과 함께한다고 생각하니 더욱 기쁩니다. 경영대학 동문으로서 학생들이 학문적인 성취를 잘할 수 있도록 이끄는 교수이자 선배의 역할을 해주고 싶습니다. 본보기가 되어야 한다는 부담감이 있지만, 더욱 책임감을 가지려고 합니다.

3. 주요 연구 분야와 강의 예정인 과목에 대해 간략히 소개해주세요.

연구분야는 '빅데이터, 인공지능, 비즈니스 인텔리전스'입니다. 이번 학기에는 IT기반 비즈니스 혁신이라는 과목과 빅데이터 애널리틱스(후반부) 두 과목을 강의하게 됩니다. 블록체인 생태계 투자 경험을 바탕으로 해당 주제도 심도 있게 다룰 예정입니다.

4. KAIST 경영대학에서 이루고자 하는 목표 및 계획은 무엇인가요?

IT 기반 비즈니스 혁신의 본질은 기술에 의한 가치 창출에 있습니다. 빅데이터와 인공지능 시대에서는, 비즈니스에 대한 이해를 바탕으로 데이터와 기술로부터 가치를 창출할 수 있는 전문가를 양성하는 것이 중요하다고 생각합니다. KAIST 경영대학에서 그러한 전문가 네트워크를 만들고 세계 최고수준의 연구를 하기 위해 앞장서고 싶습니다.

박사과정 학생에서 해외 명문대 교수로!

해마다 KAIST 경영대학 출신 박사들이 해외 우수 대학의 교수로 임용되는 수가 증가하고 있다. 세계로 뻗어나가는 동문들의 자랑스러운 이야기를 지금부터 함께 들어보자.

김용진 (경영공학 박사 14학번)

지도교수 : 한인구 교수
임용대학 : Hawaii Pacific University, USA
(2019년 8월 임용)

1. 임용 소감

운이 좋게도 원하는 학교에 임용되어 기쁘면서도 제가 잘 해낼 수 있을지 걱정이 앞서기도 합니다.

2. 관심 있는 연구 분야와 강의하고 싶은 과목

재무회계 및 회계감사 분야에 관심이 있습니다. 대학에서 재무회계와 관리회계를 강의하며 학생들이 회계학에 친숙해지도록 도와주고 싶습니다.

3. 학교로부터 받은 도움

한인구 지도교수님을 비롯한 KAIST의 우수한 교수님들과 국내외에서 교수로 활동 중인 선배님들께서 연구 및 해외 취업과 관련하여 많은 도움을 주셨습니다. 또한, 학교의 지원을 받아 해외 학회에서 논문을 발표한 경험도 취업에 큰 도움이 되었습니다.

4. 후배들에게 조언 한마디

어느 나라 어떤 대학에 임용되고 싶은지 목표를 일찍 정하고, 그 목표에 맞추어 필요한 것들을 가능한 한 많이 이룬다면 기회는 충분히 있습니다. 미국 티칭스쿨의 경우는 영어 강의 능력이 가장 중요하므로, 기회가 될 때마다 강의 경험을 쌓고 영어능력을 키우신다면 좋은 결과를 얻으실 수 있을 것입니다.



박성준 (경영공학 박사 14학번)

지도교수 : 현용진 교수
임용대학 : National Chengchi University, Taiwan
(2019년 8월 임용)

1. 임용 소감

진리를 탐구하며, 다음 세대를 위해 헌신할 수 있다고 생각하니 매우 기대됩니다.

2. 관심 있는 연구 분야와 강의하고 싶은 과목

디지털 마케팅과 국제 마케팅입니다. 추후 강의하고 싶은 과목은 현장에서 필요한 마케팅 전략 분야입니다. 구체적으로는 소비자의 아직 충족되지 않은 필요(unmet needs)를 파악하여 시장의 크기를 정량화하고, 이를 통해 기업의 목표 매출과 이익을 어떻게 달성할 수 있을지 학생들과 함께 고민하고 토론하는 수업을 하고 싶습니다.

3. 학교로부터 받은 도움

이찬진 교수님의 마케팅 세미나 수업을 통해 연구자에게 필요한 논리적인 사고력을 배울 수 있었습니다. 또한, Betty Chung 교수님의 Teaching Effectiveness 수업은 영어로 교수법을 배울 수 있어 매우 유용했습니다. 그리고 학교 지원금으로 참가했던 해외 학술대회인 ACR과 AMA에서 마케팅 최신 연구의 흐름을 파악할 수 있었고, 해외 Job Placement 관련 정보를 얻을 수 있어 유익했습니다.

4. 후배들에게 조언 한마디

‘포기하지 아니하면, 때가 이르매 거두리라.’ 제가 도움을 드릴 수 있는 부분이 있다면, 언제든지 편하게 연락해주시길 바랍니다. 귀 기울여 함께 고민해보겠습니다.



박지용 (경영공학 박사 15학번)

지도교수 : 이병태 교수
임용대학 : University of North Carolina at Greensboro (UNCG), USA
(2019년 9월 임용)

1. 임용 소감

새로운 환경에 도전하는 것에 대한 두려움도 있지만, 그보다 박사과정을 마친 후 새로운 시작에 대한 설렘과 기쁨이 더 큰 것 같습니다.

2. 관심 있는 연구 분야와 강의하고 싶은 과목

최근 첨단 기술의 중요성이 대두하고 있는데, 이러한 기술들이 우리에게 가져다줄 새로운 가치와 사회경제적인 영향에 관해 연구하고 싶습니다. 강의는 비즈니스 애널리틱스 과목을 가르치게 될 것 같습니다.

3. 해외 대학 임용 노하우

한국에 있으면서 해외 대학 취업에 가장 어려운 점은 정보의 부재입니다. 해외 경영대학의 박사과정이나 임용 1~2년차 조교수들의 CV를 보면서 벤치마킹하고, 해외 대학 임용 시장 관점에서 본인의 위치를 객관적으로 판단하는 것이 큰 도움이 될 것입니다. 그리고 많은 KAIST 선배 교수님들이 해외 각지에 계시니 적극적으로 연락해서 조언을 구하는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다.

4. 후배들에게 조언 한마디

제가 그랬듯, 시선을 해외 대학으로 돌리는 순간 스스로 작아지는 것을 느끼게 될지도 모릅니다. 그래서 가장 중요한 것은 자존감을 지키는 일이라고 생각합니다. 많은 해외 대학들과 인터뷰를 보면서 제가 느낀 점은 KAIST 경영대학의 위상이 생각보다 높다는 것이었습니다. 그러니 자부심을 가지고, 자존감을 잃지 않으셨으면 좋겠습니다.



소현지 (경영공학 박사 15학번)

지도교수 : 오원석 교수
임용대학 : McGill University, Canada
(2019년 8월 임용)

1. 임용 소감

오원석 지도교수님이 처음 교수로서 발자취를 남기셨던 곳으로 임용되어 정말 기쁘고 영광스러운 기회라고 생각합니다.

2. 관심 있는 연구 분야와 강의하고 싶은 과목

요즘에는 인공지능 기반 모바일 기술이 사용자들에게 미치는 영향에 관심이 있습니다. 향후 말을 과목에서는 연구 분야와 관련 있는 비즈니스 애널리틱스 관련 과목을 가르칠 예정입니다.

3. 학교로부터 받은 도움

매년 해외 학회에 참석할 수 있도록 장려해준 학교의 지원이 네트워크를 넓히고, 꿈을 키우는 데 큰 도움이 되었습니다. 특히 Job Market을 준비하는 학생들을 위해 이인무 교수님과 오원석 교수님께서 여러 학회에서 인터뷰를 볼 수 있도록 물심양면으로 지원해 주셨습니다. 또한, 학교에서 개최되는 세미나에서 연구를 발표하며 받은 코멘트들이 Job Talk를 준비하는 데 큰 도움이 되었습니다.

4. 후배들에게 조언 한마디

KAIST 경영대학의 연구 환경은 다른 세계의 우수 대학과 비교했을 때 매우 훌륭하다고 생각합니다. 흥미로운 분야에 대해 전문성을 가지고 연구 경력을 체계적으로 쌓는다면 얼마든지 글로벌하게 꿈을 펼칠 수 있다고 생각합니다.



최애리 (경영공학 박사 14학번)

지도교수 : 오원석 교수
임용대학 : Florida State University, USA
(2019년 8월 임용)

1. 임용 소감

6년이라는 길고 다사다난했던 박사과정 끝에 좋은 결실을 보게 되어 감사하고 기쁩니다. 미래에 대한 불확실성과 여러 가지 고충으로 힘들어할 때 따뜻하게 감싸준 가족과 친구들, 그리고 지도교수님께 다시 한 번 감사의 말씀을 전합니다.

2. 관심 있는 연구 분야와 강의하고 싶은 과목

디지털 콘텐츠와 다른 영역에서의 소비자 행동 및 효율적인 마케팅을 연구하고 싶습니다. 8월에 임용되어 맡게 된 강의는 ‘데이터베이스 활용과 비즈니스 애널리틱스’입니다.

3. 해외 대학 임용 노하우

연구 성과도 중요하지만, 무엇보다 자신의 연구에 대한 자신감과 전달력이 중요하다고 생각합니다. 인터뷰와 캠퍼스 방문 동안 본인의 연구를 얼마나 잘 이해하고 있으며 남들에게 얼마나 효율적으로 전달할 수 있는지가 매우 중요하다는 것을 느꼈고, 이 부분이 임용 여부를 결정하는 데에 중요한 요소가 되었습니다.

4. 후배들에게 조언 한마디

박사과정 초반부터 맨땅에 헤딩하는 심정으로 논문을 써보라는 조언을 해주고 싶습니다. IT 경영 분야 특성상 논문을 작성하고 퍼블리시하는 데까지 몇 년의 시간이 걸립니다. 박사과정 초반에 직접 부딪혀보고 문제를 해결했던 것이 교수 임용 준비에 큰 도움이 되었던 것 같습니다.





프레데릭 크리스티안 덴마크 왕세자, KAIST 경영대학을 방문하다

KAIST-DTU 차세대 녹색성장과 지속발전 파트너십 경연대회 개최

덴마크의 프레데릭 크리스티안 왕세자가 한국-덴마크의 수교 60주년과 녹색성장 협력 체결 8주년을 기념하여 방한한 가운데, KAIST 경영대학 행사에도 참석했다.

지난 5월 20일부터 22일, 3일 동안 인류의 보편적 가치인 '지속가능발전목표(SDG)'에 대한 기업들의 고민을 대학(원)생들의 혁신적 아이디어를 통해 풀어가는 취지의 경연대회가 KAIST 경영대학 홍릉 캠퍼스에서 진행됐다.

이번 대회의 공식 명칭은 'KAIST-덴마크공동(DTU) 차세대 P4G(Partnership for Green Growth and Global Goals·녹색성장과 지속발전 파트너십) 아이디어 경연대회'이다.

경연대회 참가자들은 KAIST 학생 29명과 DTU 학생 5명을 포함한 총 39명으로, 6개의 팀에 고루 섞여 배치됐다. 팀별로 덴마크의 창호 설비 기업 벨룩스(VELUX)와 도로 기업 헴펠(HEMPEL), 한국의 SK그룹이 출제한 기업 혁신에 관한 도전 과제를 각각 한 가지씩 배분 받아 해법을 찾아 나섰다. 대회는 팀별로 대회 기간 3일 동안 숙식을 함께하며 문제를 해결하는 방식인 '이노베이션 스프린트'로 진행됐다. 대회 1일 차에 도전 과제를 풀어나갈

아이디어를 구상하고, 2일 차에 아이디어를 발전시켜서 마지막 날 완성된 프레젠테이션을 발표하는 방식이다.

참가자들은 팀 구성원의 전공 분야 지식과 연구 경험을 토대로 다양한 관점의 전략을 구상하고, 이를 '지속가능 개발 목표'와 연계하여 현실적이고 구체적 방안을 제시하는 것에 주안점을 뒀다. 22일 치러진 결승에 진출한 3개 팀은 신성철 KAIST 총장과 프레데릭 크리스티안 덴마크 왕세자가 직접 참석한 가운데 최종 경연을 펼쳤다.

최종 우승은 헴펠의 '도로 기업의 순환 경제적 신사업 모델 제시'를 연구한 'CIRCOS'팀이 차지했다. 박스형 와인에서 영감을 얻어 '알루미늄 소재 용기' 개발 아이디어를 제안한 'CIRCOS'팀은 SDG12번(지속 가능한 소비와 생산)과 SDG17번(목표를 위한 협력)을 기반으로 패키징 혁신을 이루는 솔루션을 제시했다.



페인트 통의 폐기물로 인한 환경, 경제적 손실 문제를 해결하기 위한 방안으로, 박스형 와인에서 착안, 와인 용기 같은 역할을 하는 '알루미늄 포일 팩'을 만들어 페인트를 넣고 다 쓴 뒤에 팩 부분만 빼내어 페인트 통은 재활용하는 아이디어를 제안했다. 솔루션의 현실성과 완결성, 발표 기술 등의 심사 기준에서 높은 점수를 받았고, 포장재 및 도로 폐기물로 인한 환경적·경제적 손실을 최소화하는 방식으로 패널들로부터 당장 상업화가 가능할 정도로 최적화된 아이디어라는 호평을 받았다. 최종 우승팀 'CIRCOS'에게는 프레데릭 덴마크 왕세자가 직접 시상을 했고, 100만원의 상금과 덴마크 현지 기업 탐방 등의 특전이 주어졌다. 신성철 KAIST 총장은 환영사를 통해 "기후 변화와 지속 가능성 발전에 관한 이슈에 대응하기 위해서는 각 전문 분야의 경계를 넘어서는 협력이 가장 중요하다"고 강조했다.



한·중·일 경영대학 교수, 탁구 경기로 화합의 장 마련 -아시아 경영 연구의 초석, 2019 CKJ Workshop

매년 여름마다 중국, 한국, 일본을 대표하는 경영대학 교수들이 모여 아시아 경영 연구와 세계적인 비즈니스 리더 양성을 목적으로 한 연구 세미나를 개최한다. 뜨거운 여름의 열기가 고스란히 담긴 올해, KAIST 경영대학은 7월 3일(수)부터 7월 5일(금)까지 3일 동안 CKJ 워크숍을 홍릉 캠퍼스에서 성황리에 개최했다.

CKJ(China-Korea-Japan) 워크숍은 아시아 경영 연구와 세계적인 비즈니스 리더 양성을 목적으로 중국, 한국, 일본을 대표하는 중국 칭화대, 한국 KAIST 경영대학, 일본 게이오대의 경영대학 교수들이 모인 공동연구 모임이다. 2008년 게이오 경영대학에서 첫 CKJ 워크숍을 개최한 후, 매년 7월 한·중·일의 순서로 돌아가며 호스트를 맡고 있다. 올해는 KAIST 경영대학이 주최를 맡았으며, 3개 참가학교에서 총 27명(칭화대 4명, 게이오대 9명, 카이스트 경영대학 14명)의 교수가 참석했다.

김영배 경영대학장의 환영사로 시작된 첫째 날 발표 세션에서는 글로벌 비즈니스 환경의 변화 속에서 지속적인 성장을 위한 한·중·일 기업들의 전략을 살펴보고, 다양한 경제 이론과 모형들을 통해 기업 연구 사례를 발표하는 시간을 가졌다.

일본 게이오대 Katsuhiko Shimizu 교수는 일본 기업의 사례를 통해 기업의 새롭고 위험한 전략이 주주나 투자자들에게 어떻게 영향을 미치는지에 대해 소개했다. 중국 칭화대 Jian Xue 교수는 '미디어-기업 경영진의 사회적 연계와 언론 보도량

의 특성'을 주제로 기업 경영과 미디어의 상관관계에 대한 연구를 발표했다. KAIST 경영대학 이병태 교수는 온라인 쇼핑물 등에서 발생한 데이터 침해 사건에 소비자들이 어떻게 반응하는지를 실증적으로 분석하여 발표했다.

둘째 날엔 첫째 날에 이은 학술 교류 이후 참가자들 간의 화합을 위한 친선 탁구 대회가 화기애애한 분위기 속에서 열렸다. 작년부터 시작된 친선 탁구 대회는 중국, 한국, 일본 국가별로 팀을 이루어 조별리그, 토너먼트 방식으로 진행됐고, 중국 칭화대 팀이 작년에 이어 2년 연속 우승을 차지했다.

우승을 차지한 칭화대 Ping He 교수는 "우승하게 되어 더욱 즐거웠다"며 "CKJ 워크숍은 경영, 경제, 금융 등 다양한 연구를 진행하는 교수진들이 모여 서로 아이디어를 나누는 자리이기 때문에 다른 모임보다 특별한 모임이고, 새로운 내용을 접하며 많은 영감을 얻을 수 있었다"고 소감을 전했다.

마지막 날 발표 세션이 끝난 후에는 경기도 이천에 위치한 SK 하이닉스 반도체 제조공장을 방문하여 주요 사업 내용에 대한 설명을 듣고 시설을 견학하는 시간을 가졌다.

행사를 준비한 KAIST 경영대학 박광우 교수는 "CKJ Workshop은 한·중·일 3개국 명문 경영대학 교수들이 10년 넘게 매년 모여 서로 연구한 결과를 공유하고, 공통 관심사를 바탕으로 함께 연구할 수 있는 국제 학술 교류의 장이다."라고 이번 행

사의 의미를 전했다.

KAIST 경영대학 김영배 학장은 "CKJ Workshop이 성공적으로 마무리되어 기쁘고, 모든 참가자가 열정적으로 연구 성과를 공유한 덕분에 올해도 의미 있는 교류가 이루어졌다"며 "한·중·일 3개 대학 경영대 교수들이 힘을 합쳐 아시아적 관점에서 기업들이 직면한 문제를 해결하는 동시에 미래의 발전방향을 제시하기 위해 노력했다는 점에서 의미가 크다."고 전했다.

한편, KAIST 경영대학은 7월 6일(토)부터 7월 13일(토)까지 8박 9일 일정으로 'CKJ Field Study'를 진행했다. CKJ Field Study는 3개교에서 각 12명씩 총 36명의 우수한 MBA 학생들이 기업 방문, 공동 강의 수강 및 팀 활동을 통해 세 나라의 기업을 연구하고 학술적 교류와 협력을 도모하며 차세대 글로벌 경영자를 양성하는 것을 주목적으로 개최됐다.



전문경영인의 산실 최고경영자과정(AIM), 개설 50기 기념행사 성료

지난 7월 18일, 최종현홀에서 최고경영자과정(AIM) 개설 50기 기념식 및 수료식 행사가 진행되었다.

무더위가 시작된 7월의 오후, 최종현홀은 AIM 과정 개설 50기 기념식 및 수료식 참여를 위해 발걸음 한 동문과 과정생들로 붐비었다. 신성철 KAIST 총장은 축사를 통해 "자랑스러운 KAIST 동문으로서 VIP정신과 함께 졸업 후 각자의 소속기관에서 VIP가 되고, 이를 통해 국가발전에 공헌하며 우리 대학 발전에도 많은 관심을 가져주시길 바란다."고 전했다. 1994년 시작된 KAIST 경영대학 최고경영자과정은 만 25년째 지속되고 있으며, 이번 50기를 포함해 1,800여 명의 동문을 배출했다. 또한, 국내 경영

자 교육과정으로는 유일하게 영국 파이낸셜타임스(FT)의 2019 경영자과정평가에서 세계 29위로 선정, 아시아에서는 4년 연속 1위를 차지하는 등 양적·질적 측면에서 우수한 성과를 보이고 있다. 최윤길 총동문회장은 격려사를 통해 인간관계의 중요성을 말하며 수료식 이후에도 적극적인 동문회 활동을 이어나가길 강조하였고, 박기범 AIM 50기 과정생 대표는 답사를 통해 "최고경영자과정을 이수하며 인적 네트워크를 형성할 수 있었고, 최신 트렌드를 익힐 수 있었다."고 소감을 전했다. 한편 AIM 50기 수료식에는 총 80여 명의 동문과

과정생들이 참여하여 뜻깊은 자리를 빛내 주었는데, 인터뷰를 통해 AIM 50기 과정생들의 이야기를 들어보았다.



| AIM 50기 과정생 인터뷰 |

김요한 **백산엔지니어링(주) 기반사업부 상무** (AIM 50기)



기술자로만 오래 근무했기에 경영자로서의 삶은 낯설었지만, 미래 성장 전략을 배우고 싶었습니다. 마침 회사 사장님께서 AIM 27기 동문이셨고, 사장님의 지원으로 매년 2명씩 AIM 과정에 입학할 수 있었기에 좋은 기회라고 생각하여 입학하게 되었습니다. AIM 과정의 가장 큰 장점은 인적 네트워크입니다. 다양한 분야의 전문가들을 만나 경영에 대한 고민을 공유할 수 있었습니다.

박기범 **피티케이(주) 대표이사** (AIM 50기)



훌륭한 원우들과 함께 수업을 듣고 활동하는 것만

으로도 기분 좋은 일이었습니다. 매주 새로운 주제의 강의는 동기부여와 성장동력이 되었습니다. 가장 크게 얻은 것은 사람입니다. 졸업여행, 국내 외 연수를 통해 5개월의 시간을 같이 보내며 원우들과 관계를 돈독히 할 수 있었습니다.

배동진 **한국가스해운(주) 대표이사** (AIM 20기, 50기)



AIM 20기를 수료한 덕분에 학비를 절감 받을 수 있었고, 젊은 기업인들과 교류하며 새로운 에너지를 얻고자 재입학하게 되었습니다. 15년 전의 AIM 과정에서는 당시 최신 산업이었던 컴퓨터를 사용하는 법을 가르쳐줬었는데, 이번 50기에서는 첨단 기술인 4차 산업혁명에 관한 수업을 들을 수 있어 감회가 남달랐습니다.



이인찬 **화승R&A 부사장** (AIM 50기)



KAIST 경영대학 AIM 과정은 젊고 신선하며, 트렌디함을 느낄 수 있는 곳입니다. 한 분야에서 오래 일하다 보면 자기계발에 소홀하게 되는데, AIM 과정을 통해 이를 극복할 수 있었고 인생에서 동고동락할 원우들을 만났습니다. 졸업 후에도 늘 공부하는 자세를 가지고, 10년 후에는 배동진 회장님처럼 재입학하고 싶습니다.

임정호 **썬유니컴즈 마케팅본부 전무이사** (AIM 50기)



4차 산업혁명에 관해 공부하고 싶었고, 자습에 한계를 느끼던 차에 AIM 과정을 알게 되었습니다. 교육과정을 자세히 살펴본 결과, 4차 산업혁명 외에도 신기술 트렌드와 기술경영 등 다른 공부하고 싶던 분야가 많아서 참여하게 되었습니다.



수상을 축하합니다

이경율(기술경영학부 박사과정 17학번), 정현주, 권영선 교수
2019년 한국전략경영학회 춘계학술대회에서 '우수논문상' 수상

연창학(창업석사과정 17학번, (주)블록 오디세이 대표, 지도교수: 조항정)
2018년 스마트벤처캠퍼스 과정의 창업활성화 분야에 기여하여 '중소벤처기업부장관 표창장' 수상

인영환 경영공학부 교수
제49회 매경 이코노미스트상 시상식에서 '매경 이코노미스트상' 수상

김동훈(경영공학 박사과정 19학번), 변석준 교수
재무금융 관련 5개 학회가 공동 주최한 2019년도 학술연구발표회 박사과정 컨소시엄에서 '우수 논문상' 수상

김귀중(기술경영학부 박사과정 19학번), 김원준 교수
기술경영경제학회 2019년 하계학술대회에서 석·박사 부문 '우수논문상' 수상

류원상 기술경영학부 교수
11th Asia Academy of Management Conference에서 'BEST TRACK PAPER AWARD' 수상

김경훈, 김효권, 신현진, 박찬주, 황미라, 한혜진(금융공학 석사과정 18학번)
글로벌 쉼트투자회사인 월드쉼트에서 주최한 제2회 국제 쉼트 챔피언십에서 '한국 2위 (퍼포먼스 국제4위)' 수상

박형수(사회적기업가 MBA 6기, 디보선푸드 대표)
아산나눔재단이 주최한 '제8회 정주영 창업경진대회'에서 '우수상' 수상

사회적기업가 MBA 봄학기 Start-Up Weekend 워크숍 개최



지난 3월 8일부터 9일까지 1박 2일간, 경기도 남양주시 동화컬처빌리지에서 '사회적기업가 MBA(SE MBA) 봄학기 Start-Up Weekend 워크숍'을 개최했다.

SE MBA 과정에서는 학생들이 의 비즈니스 모델 수립 및 사업계획서 작성을 돕고, 학생창업지원 프로그램 및 아이디어 창출을 위해 매년 봄학기에 해당 워크숍을 개최한다. 이번 행사에는 SE MBA 재학생 37명과, SE MBA 전공 교수진 외 16명이 참석했다. 올해는 특별히 대전 K-School 안성태 교수를 초청하여 자체 개발한 스타트업 시뮬레이터 창업 프로그램을 진행하여 투자 유치부터 고용에 이르기까지 실제 창업을 간접적으로 경험할 수 있는 프로그램을 진행하여 학생들에게 큰 호응을 얻었다.

KAIST 경영대학 Doing Business in Korea - St.Mary's College of California 프로그램 성료



대외협력실은 지난 3월 23일부터 31일까지 7일간, St. Mary's College of California의 EMBA과정 재학생 30명을 대상으로 한 'Doing Business in Korea' 프로그램을 진행했다. 강의, 국내 기업 견학, 그리고 한국의 문화체험으로 구성된 1주간의 프로그램이다. 참여한 학생들에게는 수료증을 수여했다. KAIST 경영대학 교수진 외에도 주한 미국상공회의소(AMCHAM) 회장, Chevron Korea 회장, 대한민국 아이스하키 국가대표 감독 등 다양한 분야의 강사진이 행사에 참여해 화제가 되었다.

으로 한 'Doing Business in Korea' 프로그램을 진행했다. 강의, 국내 기업 견학, 그리고 한국의 문화체험으로 구성된 1주간의 프로그램이다. 참여한 학생들에게는 수료증을 수여했다. KAIST 경영대학 교수진 외에도 주한 미국상공회의소(AMCHAM) 회장, Chevron Korea 회장, 대한민국 아이스하키 국가대표 감독 등 다양한 분야의 강사진이 행사에 참여해 화제가 되었다.

2019-3회 '21세기 금융비전포럼' 개최



KAIST 경영대학은 지난 5월 3일 웨스틴 조선호텔에서 '21세기 금융비전포럼'(의장: KAIST 경영대학 권오규 교수)을 개최했다. 금융기관협회, 금융지주회사, 은행, 회계법인 등의 금융기관 CEO들과 KAIST 금융관련 교수들이 참석한 가운데 2019년도 세 번째 조찬세미나를 진행했다. 이번 포럼에서는 '부채에 대한 인식과 대응 - 가계부채를 중심으로'라는 주제로 최종구 금융위원회 위원장이 발표를 맡았다. '21세기 금융비전포럼'은 우리나라 금융산업의 선진화와 경쟁력 향상을 목표로 2002년 11월에 우리나라의 금융산업을 이끌고 있는 금융 CEO를 중심으로 설립되었다. 설립 이후 지금까지 주요 금융 현안을 중심으로 다루며 총 113회의 세미나가 열렸다.

글로벌IT 기술대학원프로그램-과학기술정보통신부 사업협약



지난 4월 1일, 과학기술정보통신부와 글로벌IT 기술대학원프로그램 사업협약이 전자협약으로 체결되었다. 이는 KAIST 글로벌IT 기술대학원프로그램이 운영하는 외국인IT 기술전문가과정의 우수성을 인정받아 신규로 신용 전략국 공무원 대상의 석·박사 정규학위과정 지원 과제를 새로이 유치한 것이다. 사업명은 '글로벌R&DB과정 지원사업'이며, 글로벌 네트워크 구축을 목적으로, 과학기술정보통신부는 2019년부터 2024년까지 6년간 총 55억을 지원할 예정이다.

2019년 상반기 Open Program 3개 과정 수료식 개최



경영자과정지원실은 2019년 상반기에 총 3개 Open Enrollment Program의 수료식을 진행했다. 해당 과정으로는 최고경영자과정(AIM 50기), 혁신·변화관리과정(AIC 36기), 국제입찰 & 해외공공조달 관리과정(IGMP 2기)이 있다. AIM 50기는 지난 7월 18일, AIC 36기는 7월 12일 그리고 국제입찰 & 해외공공조달 관리과정은 6월 28일에 수료식을 마쳤다.

경영대학 창업지원센터 신설



경영대학 마케팅 취업지원실에서는 7월 16일 경영대학 창업지원센터를 신설하고 경영공학부 이도준 교수를 센터장으로 위촉하였다. 창업지원센터에서는 창업교육과 지원 프로그램 제공을 통해 창업 및 신사업 분야 인재를 양성하고자 한다. 주요 업무는 재학생 및 동문 대상의 창업 활동 지원, 국내외 창업교육 프로그램 벤치마킹 및 활성화 방안 연구, 관련 교과목 커리큘럼 개발, 창업 인프라 구축 및 관리 등이다.

2019년 상반기 Customized Program 8개 과정 수료식 개최



경영자과정지원실은 2019년 상반기에 삼성SDS-KAIST 기술경영과정 7기, IBK기업은행-KAIST 디지털 기술과정, GS고위임원과정, 제일기획-KAIST Connected Solution Program, MIPT-KAIST Discovery Expedition 2019, 신한은행-KAIST 경영리더 SM과정, 하나금융그룹-KAIST Senior Leader Advanced Program, KEB하나은행-KAIST 디지털 마케팅/전략과정을 포함한 총 8개 과정의 수료식을 진행했다.

기술경영학부 현대중공업 엔지니어 경영교육과정 개설 및 운영



기술경영학부는 지난 5월 13일부터 7월 19일까지 현대중공업 엔지니어 경영교육과정을 개설·운영했다. 이 과정은 급변하는 최신 경영 트렌드에 대한 통찰을 제시하고, 사례분석과 토론 등의 활발한 쌍방향 교육의 제공을 통해, 실질적인 경영지식 함양을 돕기 위한 목적으로 운영되었다. 현대중공업-(주)컨설테크인터내셔널(운영위탁업체)-KAIST 기술경영학부 새 기관의 공동 주최로 개설되었으며, 기술경영학부 송찬후 교수가 책임교수를 맡아 현대중공업 소속 차·과장급 20명을 대상으로 교육을 진행했다.

KAIST 경영대학 창업멘토단 위촉식 개최



지난 8월 30일 경영대학 창업지원센터의 주관 아래 창업멘토단 위촉식이 있었다. 창업 멘토 8명을 비롯하여 김영배 학장, 배종태 교수, 이지한 교수, 백용욱 교수 그리고 이도준 센터장이 참석해 교내 창업 지원에 대해 논의하는 시간을 가졌다. 창업지원센터는 VC, Accelerator, 번리사 등 창업 생태계 내 다양한 분야의 창업 멘토 12인을 위촉해 교내 창업팀에게 멘토링을 지원할 예정이다.

싸우는 심리학

김태형 저, 서해문집

사회적기업가 MBA 19학번 김태성

‘Better Society!’, ‘더 나은 사회!’ 과연 더 나은 사회라는 것은 무엇을 의미할까? 저자는 답을 심리학에서 찾고자 한다. 저자에 따르면, 사람은 ‘인간 본성’이 실현되어야 행복해질 수 있으며, ‘인간 본성’의 실현을 도와주는 사회가 바로 건강한 사회라고 한다. 결국, 우리는 ‘인간 본성’이 무엇인지를 알아야 건강한 사회를 건설할 수 있는데, 저자는 그 해답을 ‘에리히 프롬’으로부터 얻는다. ‘에리히 프롬’은 사람을 사회적 존재로 바라본 최초의 심리학자였기 때문이다.

‘심리연구소 함께!’의 소장이자 저자인 김태형은, 자본주의 사회에서 우리 인간은 스스로 ‘탐욕’을 부추기고 강제함으로써 인간 본성에 반하는 인위적 동기를 생성한다고 말하며, 이는 건강하지 못한 사회를 만든다고 한다. 그리고 여기에서 벗어나 1) 자유롭게 활동하려는 속성(인생의 주체가 되려는 속성) 2) 세계를 목적의식적으로 개조하고 변혁하려는 속성 3) 의식을 이용해 세계와 자기 자신을 인식하고 스스로 지휘 통제하려는 속성이 우리의 본성임을 이해해야만 건강한 사회로 나아갈 수 있을 것이라 주장한다.

이러한 에리히 프롬의 이론 또한 오류와 한계가 없지 않은 학설이지만 프롬의 심리학만큼 인간 본질에 가까이 다가선 심리학은 없다. 물론 인간 본성을 다른 시각에서 본 프로이트나 융 등의 기존 심리학자의 이론과 학문에 대한 이해가 밑바탕이 됐을 때 비로소 본성에 대해 더 깊은 이해를 할 수 있고 Better Society를 건설해 나갈 수 있을 것이다. 인간 본성에 대한 이해를 하고 싶다면 이 책으로 시작하길 추천한다.

THE PATH, 세상을 바라보는 혁신적 생각

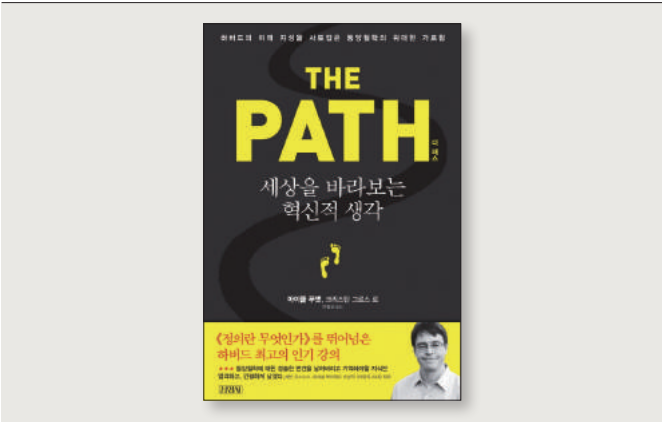
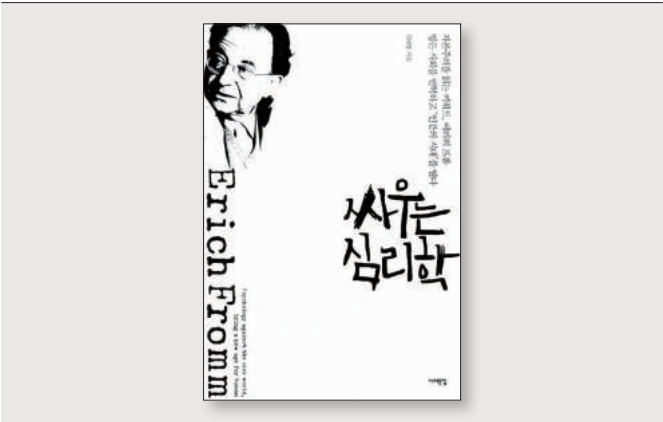
마이클 푸엣, 크리스틴 그로스-로 저, 이창신 옮김, 김영사

경영공학 석사 19학번 장병일

더 나은 세상을 위한 혁신이라 하면 우리는 보통 새로운 기술 발전 같은 것을 떠올리고는 할 것이다. 하지만 우리 개인이 예전의 사상을 수용하고 재해석하면서 스스로를 발전시키는 것으로도 사회에 긍정적인 변화를 줄 수 있다. 책 ‘세상을 바라보는 혁신적 생각’은 하버드의 인기 수업인 중국 철학 수업에 관해 설명하며, 이를 어떻게 우리들의 삶에 접목할 수 있는지를 설명해 준다.

이 책은 공자, 맹자, 노자, 내업, 장자, 순자에 이르는 일련의 중국 철학자들이 가지고 있던 사상들을 정리해 주며, 사람들에게 새로운 삶의 방식과 그들의 성장 잠재력으로 어떻게 세상을 바꿀 수 있을지를 이야기해준다. 공자는 가상 의식 세계에서 예를 갖추는 훈련을 통해 ‘인’으로써 삶을 이끌어야 한다고 하였다. 맹자는 마음을 훈련해 세상의 복잡한 상황을 받아들이면 노력에 따라 세상이 나아질 수 있을 것이라 믿었다. 노자는 형언할 수 없으며 구별할 수도 없는 ‘도’라는 것을 기반으로 하여 권위가 아닌 ‘무위’를 통해 상황을 바꿀 수 있다고 믿었다. 내업은 수련을 통해 평정을 얻으라고 하였다. 장자는 변화하는 모든 것을 포용하는 것으로부터 훈련된 즉흥성을 발휘할 것과, ‘관점의 이동’을 통해 적극적으로 변화의 일부가 되는 것을 장려하였다. 마지막으로 순자는 자연스러운 본성이 아닌 ‘작위’라는 것을 통해 충동과 본성을 다스리길 원했다.

위의 중국 철학들의 핵심은, 진리라는 것이 하나로 고정된 불변의 것이 아닌 유동적으로 변해가는 것이라는 점에 있다. 우리 자신을 하나의 모습으로 고정하여 보는 것이 아닌 상황에 따라 다른 입체적인 인물로 생각하며, 우리가 살아가는 세상 또한 고정된 것이 아니라 계속 변한다는 것을 받아들이야 한다. 그리고 매 순간의 변화에 맞추어 자신의 일상에서 꾸준히 수련한다면 세상에 변화를 줄 수 있는 사람이 될 수 있다고 말한다. 우리가 이를 마음속으로 깊이 포용하여 사소한 것에서부터 적용할 수 있다면 우리에게 아주 귀중한 삶의 지침이 되지 않을까 생각한다.



콘텐츠의 미래

바라트 아난드 지음, 김인수 옮김, 리더스북

테크노 MBA 19학번 윤서연

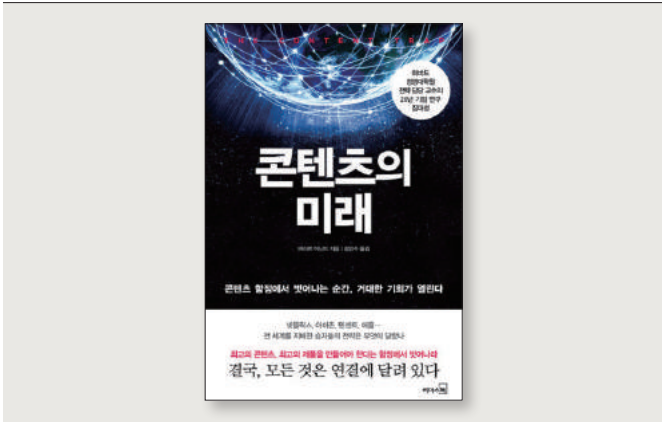
아마존, 넷플릭스, 텐센트, 애플 등 전 세계를 지배한 승자들의 전략은 무엇이 달랐을까? 4차 산업혁명 시대 어떤 비즈니스 모델과 마케팅이 성공하고 실패하는지에 대해 많은 전문가들이 기준을 제시하지만, 확실히 각인될 만한 시원스러운 설명을 접한 경험은 많지 않다.

디지털 변환 속에서 빠르게 돌파구를 찾은 기업이 있는가 하면 그렇지 못한 채 역사의 뒤안길로 사라진 기업도 있다. 또한, 수많은 기업이 최고의 제품을 만들어내고, 모두가 인정하는 성공 전략을 내세움에도 불구하고 여전히 누군가는 실패한다. 그 이유는 대체 무엇인가?

이런 아이러니에 대하여 ‘콘텐츠의 미래’의 저자 바라트 아난드 교수는 기업의 성공과 실패를 가르는 진짜 원인이 ‘콘텐츠의 함정’에 있음을 지적한다. 기존에 존재했던 ‘최고의 제품을 만들어라’, ‘아무도 들어오지 못하도록 시장을 지켜라’, ‘1등 기업의 전략을 따라 해라’와 같이 오랜 세월 간 경영 필드에서 바이블처럼 여겨진 성공의 공식들에 의문을 제기하는 것이다.

저자는 콘텐츠의 함정에서 벗어나 연결과 융합이 창조하는 시너지에 집중하라고 말한다. 그가 펼쳐내는 갖가지 기업 사례들은 우리가 쉽게 정의 내려온 ‘경계’들을 다시 그리도록 한다. 제품, 시장, 소비 사고의 경계를 모두 다시 그리게 만든다.

이 책은 디지털 혁명이라는 불길에 마주하고 있는 모든 기업에 큰 귀감을 줄 것이다. 지난 20년간 수많은 별이 지고 뜨는 현실 앞에서, 이전의 성공 신화를 차용하는 것은 매우 무모하고도 어설픈 전략이다. 변화의 물결 앞에서 이제 기업들은 스스로에게 할 질문을 바꿔야 할 것이다. 그리고 지금부터 ‘1등 전략’이 아닌 ‘각자의 답’을 찾아야 할 때다.



불안과 불만사이

전준하(테크노 MBA 09학번) 지음, 씨오메이커

경영공학 석사 19학번 오혜린

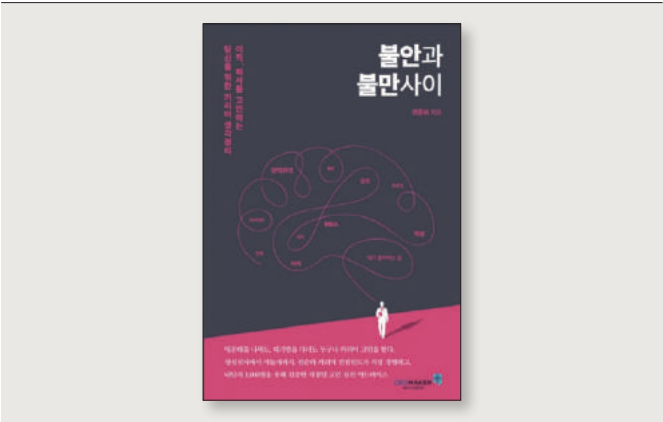
직장인 중에서 자기 일에 만족하며 사는 사람은 얼마나 될까? 대부분의 경우, 업무에 대한 불안과 불만 사이에서 새로운 커리어를 위한 고민을 계속하고 있을 것이다.

저자 또한 사회생활을 시작한 이후 총 9번의 의사결정을 거치며 커리어에 대한 고민을 계속했다고 한다. 삼성전자 퇴사, MBA 진학, 경영컨설턴트로의 전환, 크라우드 펀딩 창업 그리고 현재 컨설턴트로서의 삶을 시작하기까지 저자의 경험을 통해 이 책은 커리어를 고민하고 있는 직장인들에게 필요한 프레임워크를 제시한다.

대부분의 경우, 직장인들은 3가지 이유로 인해 커리어 방향성을 고민한다. 첫째, 하고 있는 직무를 명확하게 정의하기 어려운 경우, 둘째, 직무에 대한 전문성이 부족하다고 느끼는 경우, 그리고 셋째, 일이 마음에 들지 않는 경우이다. 커리어에 대한 고민을 시작하기에 앞서 이 중 자신이 속해 있는 상황을 정확하게 인지하는 것이 중요하다.

구체적으로, JPM(Job Preference Matrix), 산업의 현실 연관도, 업무 초기의 만족도 착각, 리스크 테이킹과 같은 주요 사항들을 고려한다면 중요한 의사결정을 내리는 데 있어 도움을 받을 수 있다. 막연히 새로운 진로를 꿈꾸기 보다는, 저자가 제시하는 프레임워크를 활용한다면 MBA 진학, 이직, 창업 등 자신에게 맞는 커리어를 선택할 수 있을 것이다.

이 책은 직장인뿐만 아니라, 미래 커리어 선택을 고민하고 있는 모든 사람에게 올바른 의사결정을 내리기 위한 객관적인 방법론을 제공할 것이다.



Innovation for Better Society

올해 상반기로 우리나라의 유니콘 기업은 9개가 됐다. 기업가치를 1조원 이상 인정받은 기업을 지칭하는 '유니콘 기업'이라는 표현은 작년 이맘때만 해도 많은 사람에게 낯선 단어였을 것이다. 하지만 불과 일 년 사이에 '유니콘 기업'은 작년 대비 3배로 증가하며 주요 매체에 오르내리고 있고, 정부가 상반기에 발표한 「제2벤처 붐 확산 전략」에도 주요 아젠다로 들어가 있을뿐더러 이제는 유니콘의 다음 단계인 '데카콘 기업'이라는 표현이 슬그머니 고개를 들고 있을 정도로 흔히 접할 수 있는 단어가 되었다.

이렇듯 스타트업은 일부 분야에서만 일어나는 혁신적인 변화가 아니라, 우리 사회 전반에 빠르게 녹아들고 있다. 새로운 변화의 흐름에 정부 정책이 발맞추어 갈 수 있도록 '규제 샌드박스'가 도입되었고, 대기업은 '오픈 이노베이션'이라는 타이틀을 걸고 외부로부터의 변화를 적극적으로 수용하고 있다. 그리고 자본의 흐름도 점차 확대되어 벤처투자 규모는 올해 약 4조원 가량이 될 것으로 예상하고 있다.

누구나 창업을 꿈꿀 수 있는 환경이 조성되고 있지만, 그늘 또한 늘어나고 있다. 「Bad Blood: Secrets and Lies in a Silicon Valley Startup」이라는 책으로 다시 한 번 이슈가 되었던 실리콘밸리의 스타트업 <테라노스> 사례에서도 볼 수 있듯이, 혁신이 더 좋은 세상을 만들기 위한 움직임이 아니라 혁신 그 자체를 목적으로 한다면 창업자와 투자자, 소비자의 눈을 모두 멀게 할 수도 있다. 우리나라의 경우에도 정부지원사업이 늘어나는 만큼 좀비 기업을 더 양산하게 될 것이라는 우려부터 시작해 스타트업 투자에 관한 관심이 높아짐에 따라 기업가치가 고평가되고 있다는 우려까지 대두하고 있어, 열기가 뜨거워질수록 그 안에서 옥석이 되기란 쉬운 일이 아니다.

스타트업에도 유행이라는 것이 존재한다

투자 유치를 필요로 하는 스타트업들을 검토하다 보면, 시기에 따라 특정 분야의 스타트업이 많이 등장하는 것을 알 수 있다. SNS 서비스가 많이 등장하던 때가 있었고, NFC와 같은 근거리 통신 기술을 활용한 스타트업이 많이 등장하던 때가 있었다. VR/AR 스타트업이 많이 등장하던 때가 있었



고, 3D 프린팅 스타트업이 많이 등장하던 때도 있었다. 이런 유행은 특정 분야의 스타트업이 두각을 나타내기 때문인 경우도 있고, 정부가 특정 분야를 육성하겠다고 공언한 것도 불을 지폈다고 본다. 때로는 해당 분야 자체가 일시적인 유행이어서 시대의 저편으로 밀려나기도 하지만, 그 가운데에서 독보적으로 성장해 나가는 스타트업이 나타나기도 한다. 그 차이는 무엇일까?

지금 에듀테크 분야에서 두각을 나타내고 있는 한 스타트업을 사업 초기에 만난 적이 있다. 우리나라의 교육 시장은 크기가 한정되어 있다 보니, 신사업이라고 해도 이미 다른 회사가 선점한 시장의 파이를 겨냥하는 것이 일반적이었다. 하지만 그 회사는 새로운 기술로 인해 사용자들의 행동 양식이 변화할 것이라고 보고 기존의 교육 시장을 벗어난 새로운 프레임을 제시했고, 그 프레임에 동의하는 투자자들로부터 투자를 유치하며 사업을 잘 성장시키고 있다. 최근에는 Smart City에 관심을 가지고 있는 투자 심사역을 만났는데 비슷한 이야기를 했다. 헤게모니의 싸움이 벌어지고 있는 분야이기 때문에 Smart City의 구성 요소 중 하나를 타겟으로 한 기업보다는 전체 환경을 컨트롤할 수 있는 기업에 투자하고 싶다는 것이었다.

즉, 옥석이 됐거나 옥석이 될 스타트업이란 시장을 따라가는 것이 아니라 시장을 만들어내야 한다. 그렇다면 창업자는 거시경제와 미시경제를 바탕

으로 세계 경제의 흐름을 파악해서 그 안에서의 사업 기회를 포착하고, 장기적인 비전을 제시하며 기술력을 가진 사람과 투자자를 포섭하고, 사용자의 주머니가 열릴 수 있는 수익모델을 만들어내야 하는 것일까? 꼭 그렇지는 않다. 혁신이란 언젠가 나를 편안히 이동시켜줄 자율주행 자동차일 수도 있고, 당장 오늘 밤 나의 꿀잠을 보장해줄 마약 배달일 수도 있다. 사람들에게 더 좋은 세상이란 손끝 하나로 내 주변 환경을 컨트롤 할 수 있는 시스템일 수도, 운동하는 듯 모기를 잡을 수 있는 전자 파리채일 수도 있다.

결국, 혁신은 시장의 니즈다

세상은 빠르게 변한다. 하지만 사람의 습관은 빠르게 변하지 않는다. 투자 기업을 심사하다 보면 가끔 “경쟁자가 없습니다. 이것은 세계 최초입니다.”라는 이야기를 하는 창업자를 만난다. 세계 최초라는 건 무척 혁신적인 의미가 있기는 하지만, 시장의 관점에서는 의구심을 가질 수밖에 없는 표현이다. ‘지금까지 아무도 필요로 하지 않았기 때문에 아무도 안 만든 것이 아닐까’라고 해석할 수도 있고, 창업자가 변화하는 세상을 빠르게 파악해 시장의 니즈를 새롭게 발견했다면 그 제품·서비스를 사용해보지 않은 사람들에게 새로운 습관을 만들어주어야 하므로 시장에 안착하는 데 시간이 걸릴 것이기 때문이다.

창업자들은 창업을 하는 분야에 대해 전문적인 지식을 가지고 있고 지속적인 관심을 갖고 오랜 시간을 살펴보게 되므로, 다른 누구보다도 먼저 변화를 캐치할 수 있게 마련이다. 그러다 보면, 시장의 니즈를 확대해석하게 되는 경우도 있고 세상만큼 빠르게 변하지 않는 사람들의 습관을 간과할 때도 있다. 결국, 필요한 것은 대중과 지속적으로 소통을 하며 시장의 니즈를 ‘내 기준’에서가 아닌 ‘사용자의 기준’으로 파악하려는 노력이다.

예전에는 시장의 니즈가 ‘브랜드’나 ‘마케팅’ 등에 좌지우지되기도 했다. 하지만 지금은 다양한 채널을 통해 다양한 정보를 접할 수 있게 되어 나의 가려운 곳을 긁어주는 제품·서비스라면 적극적으로 사용해보려는 사람들이 많아졌다. 그리고 스타트업계에서는 린스타트업이 하나의 방법론으로 자리 잡으면서, 빠르게 개발하고 고객과의 적극적인 소통을 통해 시장의 반응에도 빠르게 대처하는 업그레이드된 제품과 서비스를 다시 출시해 나가고 있다. 이러한 변화로 스타트업은 단순히 충성도 높은 소비자가 아닌, ‘같이 성장한다’는 느낌의 참여자, 또는 지지자를 만나고 있다.

그리고 이제는 그런 적극적인 참여자들이 투자의 영역으로까지 역할을 확대하고 있다. 기존 스타트업에의 투자는 정보에의 접근이 쉽지 않고, 투자의 규모가 한정되어 있어 일부 전문가 집단에게만 열려있던 시장이었다. 하지만 지금은 누구나 스타트업에 대한 정보를 찾아볼 수 있고, 대기업만큼이나 이름이 알려진 스타트업들이 많으며, 침체되고 있는 주식이나 부동산 시장에 대응하는 또 다른 재테크 시장으로도 고려되고 있다. 이렇게 점차적으로 스타트업이 시장의 니즈와 더 많은 부분이 맞닿게 되면, 생활 속에서의 혁신이 더 많이 발견될 수 있을 것이라 기대해본다.



권녹실

- 와디즈(주) PE실 팀장
- KAIST 정보미디어 MBA 석사 13학번



페이스북 기반 캐주얼 게임 분야 국내 No.1 기업, 국내보다 해외에서 더 유명한 ‘쿡앱스’는 어떤 회사?

쿡앱스 대표

박성민 동문(프로페셔널 MBA 석사 14학번)

Interview

- (주)쿡앱스 대표이사
- KAIST 경영대학 프로페셔널 MBA 석사 14학번
- 아주대학교 정보 및 컴퓨터공학부 학사

간단한 소개와 인사 부탁드립니다.

게임 개발사 ‘쿡앱스’ 대표 박성민이라고 합니다. 회사를 운영한 지 10년 정도 되었습니다. 2007년도 대학교 3학년 때 들었던 데이터베이스 수업을 계기로 개발을 시작하게 되었고, 1년 반 동안의 아이템 검증을 거친 뒤 2010년 1월에 법인을 설립하여 ‘쿡앱스’의 운영을 시작하게 되었습니다. 쿡앱스는 페이스북과 같은 오픈 플랫폼을 기반으로 게임을 제작하고 운영하는 캐주얼 게임 개발사입니다.

창업을 하게 된 계기가 궁금합니다.

창업 당시에 페이스북이라는 SNS가 막 나왔었는데, 수업 과제 중 페이스북 오픈 API를 이용하여 애플리케이션을 만드는 과제가 있었습니다. 이때 페이스북에 ‘오늘의 운세’, ‘오늘의 별자리’와 같은 페이지를 만들었습니다. 이를 시작으로 소셜 플랫폼 이용자에게 운세, 별자리 점, 전생 알아보기와 같은 정보를 제공하고, 공유 기능을 이용하여 친구들과 함께 보고 즐길 수 있는 콘텐츠를 만들게 되었습니다. 기술적인 진입장벽이 생각보다 높지 않았기에 이러한 서비스에 사업성이 있다고 판단하였습니다.

작년 기준 전 세계 쿡앱스 게임 사용자가 연 8천만 명이고, 국내보다 해외 사용자가 더 많다고 들었습니다. 창업 초기 단계부터 글로벌 무대 진출을 노리고 사업을 하셨는데, 특별한 이유가 있을까요?

창업 당시에 한국에 있는 SNS는 싸이월드, 네이트 정도였기 때문에 페이스북을 많이 사용하는 해외 사용자들을 노릴 수밖에 없었습니다. 초창기에는 마케팅도 거의 하지 않았고, 바이럴과 SNS를 이용한 소셜 마케팅이 전부였습니다. 그래서 한 친구가 들어왔을 때, 두 명 이상의 친구에게 알리거나 공유

를 할 수 있는 기능을 넣었고 이것이 페이스북을 사용하는 다양한 해외 이용자들 사이에서 성공할 수 있는 발판이 되었습니다.

지난해까지 연평균 63%의 성장률을 기록하고 있는데요, 대표님이 생각하시는 가장 큰 성장의 원동력은 무엇인가요?

대학교 때 같이 수업을 듣고 과제를 했던 공동창업자와 이 일을 함께 시작할 때부터, 외부 자본 조달 없이 앱을 만들어서 수익을 내고자 했습니다. 대부분의 사람들이 사업 모델을 생각할 때 가장 먼저 투자나 기술과 같은 외부 자원 조달 등 엄청난 생각을 하지만, 저희는 사업을 사업이 아니라 ‘장사’라고 생각했습니다. 애플리케이션을 만드는 데 드는 시간적·경제적 비용을 먼저 계산하고, 애플리케이션을 출시했을 때 바로 수익이 나와야 한다고 생각했습니다. 연구 생산, 판매까지의 기간을 엄청 짧게 보고 최대한 싼값에 만들려고 했습니다. 이에 과정상의 불필요한 부분을 줄일 수 있어 단기간에 빠른 개발이 가능했고, 이런 점이 성장의 밑바탕이 된 것 같습니다.

점심시간 2시간, 삼시 세끼 식사와 간식 제공, 주 40시간 이내 근무, 사원들에게 마사지 제공 등의 다양한 사내 문화가 있다고 들었습니다. 가장 자랑하고 싶은 직원 복지와 앞으로 하고 싶은 복지 있다면?

‘점심시간 2시간’은 가장 자랑하고 싶은 복지입니다. 1시간의 점심시간은 부작용이 존재합니다. 밥 먹는데 한 시간을 거의 다 쓰고, 웹 서핑을 조금이라도 하려고 하면 근무 시간이 다가와 눈치를 보게 됩니다. 또한, 회사 입장에서 당연히 업무시간까지 땀땀을 할 수 있다는 인식이 생깁니다. 하지만 점심시간이 2시간이라면, 추가로 잠을 자거나 운동을 할 수도 있고, 병원을 가거나 개인적인 업무를 볼 수 있는 여유가 생겨 근무시간에는 효율이 오릅니다.

추가로 해보고 싶은 직원 복지는 ‘자율 출퇴근제’입니다. 하지만 아직 도입하지 못하는 이유는 내부적으로 규합된 규칙이 뒷받침되어야 시행할 수 있다는 생각 때문입니다. 즉, 선행되어야 할 문화가 있는데 갑자기 제도를 먼저 도입해버리면 회사가

붕 뜰 수 있기 때문입니다.

KAIST 경영대학 PMBA과정은 어떻게 접하게 됐고, 경영하는 데에 있어 어떤 도움을 받으셨나요?

창업하고 6년 차 정도에 한계를 조금 느꼈습니다. 시행착오를 통해 체득하며 답은 찾을 수 있었지만, 어느 순간 효율성 측면에서 굳이 하지 않아도 되는 시행착오들을 많이 하는 것 같다는 생각이 들었습니다. 그렇기 때문에 다른 조직에서는 어떻게 할지가 궁금했고, 전문적인 지식을 얻을 수 있으면서 사업과 병행할 수 있는 과정을 찾다가 KAIST 경영대학 PMBA과정을 선택하게 되었습니다. PMBA과정을 통해 실제로 사업을 하면서 발생하는 다양한 경우를 미리 체험할 수 있었습니다. 이전에는 회사에서 발생하는 문제를 직접 겪으면서 해결했다면, PMBA과정에 다닌 이후에는 문제가 생겨도 당황하지 않고 마음의 여유를 가지고 이슈들을 처리할 수 있었습니다. 또한, 회사의 미래 전략적인 측면으로는 다양한 IT 분야, 비IT 분야의 케이스들을 학습하면서 미래에 대한 예측이 점점 정확해지는 것을 느꼈습니다.

현재 창업을 준비하거나 관심있어 하는 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

창업은 현실입니다. 대부분 창업을 하시는 분들의 경우, 넉넉한 자본으로 시작하지 못하고 확실한 아이템이 있지도 않습니다. 그렇기 때문에 사업 마인드를 할 때 조금 가볍게 가져갔으면 좋겠습니다. 초반에는 장사라고 생각했으면 좋겠습니다. 그리고 어떤 제품이나 서비스를 출시하고자 할 때 너무 많은 비용을 들여서 하지 않고 MVP를 돌려보아야 한다고 생각합니다. 처음부터 성공할 수 있는 경우는 거의 없기 때문입니다. 저의 경우에도 대학생 시절 창업을 할 때 1년 반 동안 간단한 애플리케이션을 200개 만들었습니다. 심지어 하루에 2~3개씩도 만들었습니다. 초반에는 양이 질을 이긴다고 생각합니다. 이를 통해서 사용자가 정말 원하는 것이 무엇인지, 내가 제공할 수 있는 것이 사용자에게 정말 필요했던 것인지를 알아야 한다고 생각합니다.





간단함, 병맛, 솔직함으로 무장한 90년생들의 가까우면서도 낯선 내면을 들여다보다

「90년생이 온다」의 저자
임홍택 동문(정보경영 석사 16학번)
Interview

- 「90년생이 온다」 출간
- 「포스퀘어 스토리」 출간
- 前. CJ 제일제당 마케팅 담당 브랜드 매니저
- KAIST 경영대학 정보경영 석사
- 동국대학교 영문학/경영학 학사

90년생들이 회사와 시장에서 영향력을 확장하고 있다. 공무원을 갈망하고, 호구가 되기를 거부하는 그 세대를 이해하지 못하면, 본인도 어느새 곧대로 손가락질 받을지 모른다. 가까우면서도 낯선 그들을 이해하기 위해 『90년생이 온다』는 책을 저술하여 세간의 화제를 받고 있는 임홍택 동문을 소개한다.

KAIST 경영대학 가족들께 간략한 본인 소개를 부탁드립니다.

안녕하세요. KAIST 경영대학 정보경영 석사 16학번 임홍택입니다. 책 『90년생이 온다』와 『포스퀘어 스토리』를 저술한 작가이기도 합니다.

『90년생이 온다』는 어떤 책인가요?

1990년대생(1990~1999년도 출생)들이 회사의 직원 및 경제의 소비자로 등장하면서 어떤 일이 벌어지고 있는가와, 기성세대와는 다른 그들의 특성 및 행태에 대해서 다루고 있는 경제·경영서입니다.

90년생의 특징을 간략히 요약한다면?

책에서는 그들의 특징을 간단, 재미, 정직 세 가지로 기술하였습니다. 한 세대를 일반화하기는 어려운 일이지만, 90년생들이 ① 복잡하지 않고 간단한 것을 선호하고, ② 오늘의 행복을 중요시하고 즐거운 삶을 추구하며 ③ 공정하고 정직한 시스템을 요구한다는 사실에 주목하였습니다.

책을 집필하게 된 계기와 준비 과정을 말씀해 주세요.

처음엔 책을 집필하기 위함이 아니라, 회사에서 HRD와 마케터로서 업무를 하는 데 참고를 하고자 주 타겟층인 90년대생들에 대해 공부를 했습니다. 이 과정에서 모아 놓은 자료들을 정리하다 보니 『90년생이 온다』는 책이 탄생하였습니다. 준비하면서는 기존 국내외 문헌 자료를 일차적으로 참조했고, 이후 90년대생들을 직접 만나 함께 여러 활동을 하면서 이야기를 나누고 관찰하며 콘텐츠를 보강하였습니다.

책을 발간하고 사회 반응이 아주 뜨거웠는데, 실제 기업 인사담당자들의 반응은 어떠한가요?

최근 기업 강연을 다니면서 인사담당자들을 자주 만나는데, 반응이 제각각입니다. 새로운 세대에 대한 정리가 있어서 좋았다는 반응이 많고, 이론적으로는 이해되지만 실제로 만난 젊은 직원들의 개별 행동이 마음으론 이해되지 않는다는 반응도 있었습니다. 그런 경우는 세부적인 이야기를 듣고 관련된 Best Practice를 조언해 드리고 있습니다.

조직에서 90년생 직원들을 위해 준비해야 할 제도 또는 상사의 자세, 마음가짐은 무엇일까요?

90년대생 직원만을 위해서 특별하게 준비해야 할 제도가 필요하지는 않다고 봅니다. 이들도 자신들을 특별하게 대해 달라고 말하지 않습니다. 단지 모든 조직원과 마찬가지로 공정한 평가와 대우를 바랄 뿐이죠. 우리나라 대다수 기업의 제도는 공정성을 기반으로 두기 때문에, 제도 자체에 문제가 있기보다는 그 제도를 실제로 적용하고 있는지를 점검할 필요가 있다고 봅니다. 마음가짐도 이와 마찬가지로입니다. 이들을 이해해야겠다는 특별

“
이들을 이해해야겠다는 특별한 다짐보다는, 서로 구분 짓지 않고 같은 동료로서 친절하게 대한다면 서로를 이해하는 것이 가능하리라 봅니다.”

한 다짐보다는, 서로 구분 짓지 않고 같은 동료로서 친절하게 대한다면 서로를 이해하는 것이 가능하리라 봅니다.

동문님께선 스스로 곧대가 되지 않기 위해 어떠한 노력을 하고 계신가요?

제가 생각하기에 저 또한 무수히 많은 곧대 중 하나라고 생각합니다. 단지, 누구나 되는 일반적인 곧대를 넘어 자기의 생각이 맹목적으로 옳다는 믿음으로 남을 무시하는 소위 ‘개곧대’가 되지 않기 위해 노력할 따름입니다. 기본적으로 나이가 어리다는 이유로 무조건 반말을 하는 태도를 지양하고, 그 사람의 의견을 무시하지 않기 위해 노력하고 있습니다.

책을 준비하는 데 있어 KAIST 경영대학으로부터 받은 영향이 있으셨나요?

『90년생이 온다』를 저술하는 데 있어, KAIST 경영대학으로부터 많은 영향을 받았습니다. 기존 원고(2014년 탈고 완료)를 수정하는 데 있어서, KAIST 석사 논문을 쓸 때 체계적으로 레퍼런스를 정리하는 습관이 생겨 참고문헌을 다시 분류하고 정리를 하는 데 도움이 되었습니다. 또한, 책 원고를 사전에 보시고 소중한 조언을 더해주시신 교수님들의 말씀도 감사하게 생각합니다.

KAIST 경영대학에 총 500만원의 금액을 기부해 주시기로 하셨는데요, 선택 기부를 결정해 주신 계기가 있으신가요?

특별한 계기가 있기보다는 재학 시절 학교로부터 장학금을 받기도 하였고, 이를 졸업 후 돌려드리는 게 맞다고 생각했습니다. 어쩌다 보니 예상보다 책이 잘 나가게 되어서, 지금 필요 이상으로 생긴 금액을 돌려드릴 뿐입니다. 계기는 신년교례회 때, 저의 지도교수이시자 KAIST발전재단 상임이사이신 김영걸 교수님께서 기부를 할 수 있는 좋은 방식을 알려주신 덕분에, 그 당시 간편하게 약정을 하고 기부를 진행하게 되었습니다.

동문님의 향후 계획은?

아직은 특별한 계획이 없습니다. 단지 지금처럼 가족과 함께 더 많은 시간을 보내고, 기회가 된다면 공부를 더 해서 다음 책을 쓰고 싶습니다. 최근 잦은 강연 요청들도 적절한 수준에서 조절해야 할 것 같고, 4월 말에 기존 회사에서 퇴직했지만 조만간 다시 회사로 돌아가서 조직에서만 배울 수 있는 것들을 찾고자 합니다.

KAIST 경영대학 동문과 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

사회의 각 분야에서 활약하고 계신 동문들을 볼 때마다 자랑스럽게 생각하고 있습니다. 현재 재학 중인 유능한 동문분들께도 존경을 담은 응원을 더합니다. 앞으로도 KAIST 경영대학 졸업생으로서 더 자주 동문들을 뵐 수 있을 땐 좋겠습니다.

양수연 동문(녹색경영정책 석사 17학번)

Interview

개도국 대기오염 문제를 해결하는 데 기여하고 싶습니다

유엔환경계획(UNEP, United Nation Environmental Program)의 케냐 본부에서 올해 3월부터 근무하게 된 양수연 동문의 취업 성공 스토리를 들어보자.



간단한 본인 소개를 부탁드립니다.

저는 지난 3월부터 케냐 나이로비에 있는 유엔환경계획(UNEP) 본부에서 근무하게 된 KAIST 경영대학 녹색경영정책 석사 17학번 양수연입니다. 현재 UNEP Science Division에 소속된 Big Data Branch, 글로벌환경모니터링(GEMS Air; Global Environmental Monitoring System Air) unit에 소속돼 일하고 있습니다.

유엔환경계획에서 앞으로 맡으실 업무는 무엇인가요?

유엔환경계획은 UN의 환경 전담기구로, 환경문제에 관한 국제협력을 도모하고, 세계 환경 의제와 환경문제 해결지침 등을 공식화합니다. 환경과 관련된 다양한 리서치와 프로젝트, 홍보활동도 진행하고요. 제가 근무하는 케냐 나이로비에 본부가 있고, 대륙별로 지역사무소가 있는데, 제가 속한 글로벌 환경 모니터링(GEMS)팀은 현재 개도국의 대기오염측정 네트워크 구축을 지원하는 사업에 열중하고 있습니다. 여러 국제기구, 개도국 정부, Code for Africa와 같은 민간 비영리 단체들과 리서치 기관, 구글(Google)이나 대기오염 측정기를 판매하는 Kunak, 대기오염 데이터 플랫폼 서비스를 제공하는 IQAir와 같은 사기업들과 협력해, 개도국이 저비용으로 대기오염 측정 네트워크를 구축하고 대기질을 향상시키는 방안을 찾아 실행할 수 있도록 돕는 일입니다. 저는 관련 프로젝트 아이디어를 내고 제안서를 개발·검토하고, 프로젝트 펀딩 구축 및 관리, 여러 개도국의 대기오염 측정 역량 강화 프로젝트들을 관리하는 업무를 맡고 있습니다. 그리고 수집한 데이터를 분석해 개도국에 효과적인 대기질 관리지침이나 정책을 개발할 수 있도록 돕는 일을 합니다.

유엔환경계획에 입사하게 된 계기와 준비 과정은?

외교부가 지원하는 JPO(Junior Professional Officer) 프로그램에 합격해 유엔환경계획(UNEP)에 근무하게 되었습니다. 학부 때부터 환경 관련 전문지식과 능력을 길러서 개도국을 돕는 일을 하고 싶었습니다. 그래서 기회가 주어지는 대로 환경 관련 기관에서 실제 경험을 쌓았습니다. UNEP JPO 지원 당시 1차 서류전형을 거쳐 UNEP의 해당 부서에서 실시하는 화상 면접을 거쳤습니다. 이때 어떤 질문이 쏟아질지 몰라서 지원하는 부서에서 발간한 문서와 자료들을 찾아 꼼꼼하게 살펴보았습니다. 또, 이번에 JPO를 뽑는 직무 분야가 대기오염에 관련된 것이어서 제 경력 가운데 관련 경험이나 지식을 정리하는 데 조금 더 집중하고, 저의 인턴, 학업, 리서치 경험들을 종합해 예상 질문과 답변을 준비했는데 그게 많은 도움이 되었습니다.

케냐 나이로비 본부에서 근무하시게 되었는데, 생활이 쉽진 않을 것 같습니다. 본부로 입사 지원한 계기 혹은 케냐에서 근무하시는 소감은?

JPO 프로그램은 매년 지원할 수 있는 기구나 지역, 포지션이 달라지기 때문에 지원자가 선택할 수 있는 폭이 제한되어 있습니다. 그런데 제가 지원할 당시에 케냐 나이로비에 있는 UNEP 본부에 포지션이 나왔습니다. 유엔기구들은 본부에서 많은 결정을 하고, 다양한 프로젝트가 이루어지기 때문에 힘들더라도 값진 경험을 할 수 있을 것 같아서 망설임 없이 지원했습니다. 케냐에서 근무하면서 환경문제해결에 대한 열정적인 태도로 각자 맡은 일을 열심히

하는 세계 각국 출신의 동료들 모습에 감명을 많이 받았습니다. 몇 가지 불편한 점은 있지만, 날씨도 좋고 케냐 사람들이 마음이 따뜻한 사람들이어서 크게 힘들지는 않습니다.

KAIST 경영대학의 녹색경영정책 석사과정을 선택하신 이유와, 이곳에서 배우고 경험한 어떤 점이 도움이 되셨는지 말씀 부탁드립니다.

학부에서 환경학을 공부하면서 더 많은 지식과 식견을 쌓고 싶은 마음이 들어서 녹색경영정책 석사 과정을 밟게 되었습니다. 다양한 수업을 통해 환경정책과 환경문제, 기후변화, 대기오염에 대한 전문지식을 쌓게 됐고, 포괄적인 사고능력과 연구능력을 키울 수 있었던 것 같습니다. 팀별로 프로젝트를 진행하며 동기들과 환경 이슈와 이에 대한 해결방안에 관해 토론하고 각기 다른 의견을 공유하며 배우는 점도 많았습니다. 그리고 학과 교수님이 진행하는 미세먼지 시민참여 프로젝트를 보조하였는데, 이번에 UNEP에 지원할 때 원하는 포지션이 대기오염 측정 역량 강화에 관련된 것이어서 해당 경험이 크게 도움이 되었습니다.

UN 산하기관 취업을 준비하는 후배들에게 KAIST 경영대학 녹색경영정책 과정을 추천하고 싶은 이유가 있다면?

녹색경영정책 석사과정에서는 학교 차원에서 학생들에게 국제기구 인턴십이나 환경 또는 지속가능과 관련한 대회, 에너지포럼과 같은 컨퍼런스 참여 기회 등을 많이 주기 때문에 국제기구에 뜻이 있는 학생들에게 매우 좋은 환경이 조성되어 있습니다. 또, 기후변화와 국제협력 관련 수업을 통해 기후변화나 환경문제에 대한 지식을 얻는 것은 물론, 관련 국제협약과 기구, 협력체제를 분석할 수 있는 능력을 기를 수 있습니다.

해외기업 취업을 준비하는 후배들에게 조언을 부탁드립니다.

해외기업이나 국제기구에 취업하길 원한다면 외교부 등 정부기관에서 지원하는 프로그램을 적극적으로 활용하라고 권하고 싶습니다. 특히 국제기구로 진출하고 싶다면 정부에서 지원하는 국제기구초급전문가(JPO), 유엔봉사단(UNV), 코이카 다자협력전문가(KMCO) 등에 대한 정보를 꾸준히

“지원하고자 하는 직무에 대한 열정과 흥미, 꾸준한 관심을 갖는 것이 경력관리만큼 중요합니다. 기업이나 기구가 원하는 직무를 잘 이해하고, 본인이 어떻게 기여할 수 있을지 고민해 자기소개서나 면접 등에서 자신감 있게 표현하는 것이 중요한 것 같습니다.”

살펴보고, 웹사이트에 올라오는 포지션을 계속 눈여겨보며 자신에게 맞게 정리해 가면서 지식을 쌓고 경력관리를 하는 것이 중요하다고 생각합니다. 또한, 지원하고자 하는 직무에 대한 열정과 흥미, 꾸준한 관심을 갖는 것이 경력관리만큼 중요합니다. 기업이나 기구가 원하는 직무를 잘 이해하고, 본인이 어떻게 기여할 수 있을지 고민해 자기소개서나 면접 등에서 자신감 있게 표현하는 것이 중요한 것 같습니다. 특히, 국제기구 면접에서는 본인이 했던 공부에 대한 내용만 나열하는 것이 아니라 관련 리서치, 일 경험을 더욱 강조하며 내러티브를 풀어내는 것이 합격에 유리한 것 같습니다.

마지막으로, 앞으로의 비전과 계획을 말씀해 주세요.

현재 팀에서 여러 가지 프로젝트가 진행되고 있고 계획되고 있어서 먼저 이 프로젝트들을 매니지먼트 하는 저의 주요 임무를 잘 해내 좋은 성과를 내고 싶습니다. 더불어 대기오염 측정이나 분석 기술, 개도국의 환경문제에 대한 전문적인 실무 역량을 쌓아 대기오염에 대한 제 시각의 폭을 확대하고 싶습니다. 저의 팀에서 하는 일이 앞서 말씀드린 대로 UNEP 내의 다른 팀이나 부서, 여러 정부기관이나 NGO, 사기업들과 협업하는 일이 많은데, 이를 통해서도 다양하게 배우고 견문을 넓히고 싶습니다.





글로벌 인증 강자를 꿈꾸는 기업, (주)에이치시티

창업 후 20년이 넘는 동안 창업 멤버 49명 중 21명이 아직도 일하고 있는 회사?
바로 국제 공인 시험 · 교정 기관 ㈜에이치시티이다.

㈜에이치시티 대표

이수찬 동문(최고경영자과정 32기)

Interview

- 07.03 ~ 현재 (주)에이치시티 대표이사
- 11.08 ~ 15.08 한국시험인증산업협회 회장
- 10.03 ~ 10.08 KAIST 경영대학 최고경영자과정(AIM) 32기
- 00.05 ~ 07.03 (주)에이치시티 전무이사
- 83.12 ~ 00.05 (주)현대전자산업 품질보증실장
- 78.04 ~ 83.12 (주)한국아르오오 근무
- 71.02 ~ 75.02 건국대학교 학사

대표님과 (주)에이치시티 회사 소개를 부탁드립니다.

일본계 반도체 회사인 '로움 코리아'에서 품질 관련 업무를 담당하다가 1983년부터 현대전자에서 창업 초기 멤버로 업무를 시작했습니다. 그때 제가 하고 있던 업무가 품질보증이었습니다. 이후 1997년 IMF로 인해 현대전자 시스템 부문의 전 사업부가 은행채권단에 의해 분사의 길을 택할 때, 당시 품질보증실에 있던 직원들과 함께 분사하게 됐습니다. 그렇게 해서 생긴 것이 현재의 ㈜에이치시티입니다. ㈜에이치시티는 국내와 해외의 인증획득을 지원하고, 유무선 통신 및 전자기기의 시험 및 교정서비스를 주력사업으로 하고 있으며, 전 세계 200개국에 대한 글로벌 인증 서비스를 제공하고 있습니다.

최근 5G 서비스가 확대되고 있는 가운데, 국내 첫 5G 기지국 인증 업체로 선정됐다고 들었습니다. 뿐만 아니라 미국 현지의 무선 분야 시험소를 인수하여 글로벌 진출 속도를 높인다는 소식을 들었는데, 지금까지 어떻게 준비하셨는지 궁금합니다.

'인증'에 대한 발상은 유럽에서 시작했습니다. 유럽에서 긴 항해를 나가기 전에 배의 안전성을 확인하던 것이 인증의 시작입니다. 이러한 인증제도는 산업혁명 이후 전 산업 분야로 확대되었고, 우리 회사는 이 중 ICT 정보통신분야에 주력하고 있습니다. 그 중에서도 5G 분야에서 최우선으로 인증시스템을 구축하기 위해 노력하였고, 현재는 무선통신 시험인증분야를 선도하고 있습니다. 한국은 무선 기간망이 세계에서 가장 잘 구축되어있는 나라입니다. 이에 해외 선진국에서도 새로운 IoT(사물인터넷) 제품들을 우리나라에 시험 적용하길 원하는 경우가 많습니다. 이런 점을 강점으로 내세워 글로벌 진출에 가능성이 있다고 생각했고, 그러한 시도를 더욱 앞당기고 있습니다.

타 인터뷰에서 가장 인상 깊게 본 내용이 2000년 창업 당시 현대전자에서 같이 나온 49명의 직원 중 21명은 아직도 같이 일을 하고 계신다는 것이었습니다. 이것이 어떻게 가능했다고 생각하시나요?

현대전자에 있을 때 같이 일했던 핵심 멤버 두 명

세상에 성공이란 말은 없습니다. 가장 작은 실패가 성공이지, 성공이란 결코 영원하지 않습니다. 그래서 가능한 많은 실패의 경험이 필요하다고 생각합니다.

과 같이 ㈜에이치시티를 창업했고 아직 함께하고 있습니다. 저희 회사에선 인위적으로 직원을 해고하거나 정리한 적이 없습니다. 물론 어려운 일도 있었지만, 어떻게든 함께 가고자 했습니다. 우여곡절도 많았지만 기업을 이끄는 본질은 '신뢰와 겸손'이라고 생각합니다. 직원들을 존중해주고 회사를 믿게 해주어야 합니다. 그래서 현재까지 비용과 수익에 대한 경영 현황을 투명하게 공개해왔습니다. 우리 회사의 경영이념의 기본은 '오래가고 좋은 회사'입니다. 이는 회사의 경영 상황을 투명하게 하고 서로 간의 신뢰를 쌓을 때 비로소 가능한 것 같습니다.

대표님의 현재 목표와 꿈이 궁금합니다.

우리 회사가 국가적 차원에서 도움이 됐으면 좋겠습니다. 20여년 전부터 국내 인증 자격을 갖춘 기관은 모두 해외의 글로벌 인증 기업이 차지했습니다. 하지만 이제는 대한민국도 세계시장에서 영향력을 키워가고 있기에 ㈜에이치시티도 점차 해외 기업들을 밀어내고 우리만의 인증시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 과정이 확대되어 한국의 기업들이 인증분야에서 조금 더 해외에 쉽고 빠르게 진출할 수 있도록 선도하고 싶습니다.

최고경영자과정(AIM) 32기 동문이신데요, 어떻게 입학하게 되셨고 과정을 통해 무엇을 얻었다고 생각하시나요?

회사를 경영하며 수많은 난관과 갈등이 있었습니다. 그때마다 느낀 것은 리더의 역할이 앞에서 지휘하고 결정만 하는 것이 다가 아니라는 것입니다. 새로운 지식과 시류에 맞는 대처능력 또한 리더의 조건이라 생각했습니다. 그러던 중 친구가 KAIST 경영대학의 AIM 과정이 가장 우수하다고 추천을 해줘서 입학하게 되었습니다. 실제 수업에 들어갔을 때 스스로가 모르는 것도 많고 너무 뒤처져 있다는 사실을 깨달았습니다. AIM 32기 과정을 통해 동기들과 같이 회계나 경영 관련 지식을 공유하며, 이러한 관계를 통해서 배운 것들이 아직도 기억에 남습니다.

창업을 꿈꾸는 KAIST 경영대학 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

가장 중요한 것은 '인내'입니다. 저도 이 일을 하면서 '해야 하나, 말아야 하나?'란 생각을 많이 했습니다. 이러한 생각 끝에 일단 시작했으면 힘을 때가 있더라도 참아야 한다는 것을 깨달았습니다. 뉴스에 따르면 창업 3년 이내에 80%의 회사가 운영을 포기한다고 하는데, 이는 너무 조금하게 생각했기 때문인 것 같습니다. 세상에 성공이란 말은 없습니다. 가장 작은 실패가 성공이지, 성공이란 결코 영원하지 않습니다. 그래서 가능한 많은 실패의 경험이 필요하다고 생각합니다.

세상에는 4가지 부류의 사람이 있다고 합니다. '머리도 좋은데 열심히 하는 사람', '머리는 좋은데 게으른 사람', '머리는 나쁜데 열심히 하는 사람', '머리도 나쁘고 게으른 사람'. 10년 전에는 머리도 좋고 열심히 하는 사람이 좋다고 생각했습니다. 하지만 지금은 머리는 나빠도 열심히 하는 사람이 개인적으로 좋습니다. 이런 사람들은 일단 끝까지 도전하기 때문입니다. 여러분들도 포기하지 않고 끝까지 도전하는 사람이 되시길 바랍니다.

2019년 경영대학 총동문회 상반기 활동 보고

올해로 19년 차, 19대 회장단이 운영하고 있는 경영대학 총동문회는 현재 본교의 KAIST 총동문회와 활발히 교류하면서 KAIST 졸업생들의 구심점으로 자리 잡고자 노력하고 있다. 동문회의 구성과 주요 사업에 대하여 소개한다.



[1월 19일] KAIST 총동문회 신년교례회 참가

1월 19일(토), KAIST 총동문회에서 신년 교례회를 서울 소공동 롯데호텔에서 개최하였다. 총 800명의 동문이 참석했고, 이 중 경영대학 동문이 200명 넘게 참석해 단과대학 중 가장 많은 참석률을 보였다. 또한, 지난해 개최된 창업어워즈의 우승팀들을 시상하는 자리가 있었다. 창업어워즈 우승팀들은 동문회의 후원으로 1월 9일부터 11일까지 라스베이거스에서 개최된 2019 CE Show에 참관하고 California Institute of Technology를 방문하였는데, 그에 대한 후기도 동문들과 공유했다. 당일 행사를 통해 후배들의 CE Show 참관 및 창업어워즈를 후원하기 위한 'KAIST 동문회 발전기금'으로 6억이 넘는 기부금 약정을 달성했다.



[4월 9일] 제1회 KAIST 비즈니스 토크

경영대학 총동문회와 PMBA 동문회가 4월 9일(토) 제1회 KAIST 비즈니스 토크 행사를 주최했다. 이경희 한국창업전략연구소 소장은 프랜차이즈 사업의 기회와 위기에 대해, EMBA과정 18학번 재학생인 허요셉 주식브로스 대표는 식품 스타트업에 관한 주제로 각각 강의를 진행했

다. 약 30여 명의 동문이 참석하였으며, 강의 후에는 치맥 파티를 통해 네트워킹 시간을 가졌다.



[5월 18일] 경영대학 총동문회 남산 둘레길 걷기

경영대학 총동문회 등산대회를 남산 둘레길에서 5월 18일(토)에 진행했다. 임윤철 경영대학 동문회장을 포함해 경영공학부와 MBA 동문 등 26명이 참가하였고, 산행 후 충무로의 맛집에서 뒤풀이가 진행됐다.



[5월 28일] 제2회 KAIST 비즈니스 토크

5월 28일(화) 헬스케어 이노베이션이라는 주제로 경영대학 총동문회와 정보미디어 동문회 주관하에 제2회 KAIST 비즈니스 토크 행사가 있었다. 보험사와 의료계에서 바라보는 헬스케어 산업에 대한 전망과 웨어러블 분야를 주제로, 동문 및 전문가의 패널 강의를 있었다. 이재남 동문(정보경영 석사 14학번, AIG Korea CIO/CDO)이 '보험사에서 바라보는 헬스케어 비즈니스'에 대해, 노해강 동문(정보경영 석사과정 17학번, 웰트Co-founder)이 '웨어러블과 헬스케어의 스마트한 만남'을 주제로 발표하였고, 강남세브란스병원 국

제진료소의 김아영 『바이오헬스케어 트렌드』 저자가 '의료업에서 바라보는 헬스케어 분야 전망'에 대해 발표했다. 개별 발표 후에는 추가 토론을 통해 헬스케어 산업에 대한 이해와 비즈니스 가능성에 대해 이야기했다.



[8월 20일] 제3회 KAIST 비즈니스 토크

녹색성장대학원 동문회는 '녹색금융과 비즈니스 기회'를 주제로 제3회 KAIST 비즈니스 토크를 8월 20일(화)에 개최하였다. 녹색경영정책 졸업생 3명이 발표자로 참여하였고, 최새롬 동문(녹색경영정책 17학번)은 '신재생에너지 발전사업과 프로젝트 파이낸싱'에 대해, 이수빈 동문(녹색경영정책 석사 14학번)은 '국내 기업의 배출권 거래제 외부사업 활용전략'에 대해, 최용환 동문(녹색경영정책 석사 16학번)은 'ESG Investment'에 대해 발표하였다. 행사에 참석한 임성현 동문(EMBA 17학번)은 "평소 기후변화와 녹색금융에 관심이 있었는데, 녹색경영정책을 전공한 해당 분야 실무자를 통해 정책과 비즈니스에 대한 생생한 이야기를 듣게 되어 궁금증을 해소하는 데 많은 도움이 되었다"고 소감을 전했다.

하반기에도 KAIST 비즈니스 토크와 인문학 북 콘서트, 전문가와 함께하는 서울 성곽 길 걷기, 동문 골프대회, 홈커밍데이 등 다양한 행사가 있을 예정이다.

동문회비를 납부해 주신 모든 분들께 감사드립니다!

2019년 신규 종신회원

강재원(IMMS '17), 김기수(PMBA '17), 김동기(FMBA '10), 김언목(FMBA '10), 김창욱(TMBA '17), 김혜선(MIS MBA '98), 독고재영(PMBA '15), 류춘호(ME '83), 문건화(PMBA '16), 민경희(IMMS '17), 박종록(PMBA '16), 박지훈(TMBA '17), 신수철(PMBA '16), 안혁진(IMMS '17), 오종원(EMBA '17), 오창화(TMBA '14), 유환성(IMMS '17), 윤주선(EMBA '17), 이병준(EMBA '17), 이상진(SE MBA '14), 이선복(TMBA '17), 이수현(IMMS '17), 이승율(EMBA '14), 이재남(IMMS '14), 이재욱(IMMS '17), 이종목(EMBA '14), 이진우(IMMS '17), 이찬언(PMBA '16), 이현성(TMBA '17), 임영진(IMMS '17), 전수명(ME '95), 전지은(SE MBA '17), 정기호(PMBA '16), 조지훈(PMBA '16), 차승현(TMBA '13), 천서형(IMMS '17),

2019년 특별회비 납부 종신회원

강병문(TMBA '95), 고용식(FMBA '98), 권재중(TMBA '95), 방선홍(EMBA '07), 원자성(원유진)(ME 박 '98), 유명희(EMBA '06), 유현재(IMMS '16), 윤창희(IMMS '16), 이명은(MFE '14), 이범홍(MIS MBA '97), 이재한(PMBA '14), 이현주(EMBA '11), 임영실(PMBA '14), 조용철(PMBA '14), 차봉수(FMBA '99), 차승용(IMMS '16), 최혁근(IMMBA '10)

2019년 연회비 납부 회원

김경훈(IMMS '14), 이보현(TMBA '17), 이용혁 (MFE '17), 이종선(ME '10), 이채원(IMMS '17), 송치훈(TMBA '08), 장종민(FMBA '06), 조연지(IMMS '17)

전체 종신회원 명단

강명우, 강상호, 강성권, 강유진, 강창희, 강희원, 고석태, 고재호, 고정석, 권순범, 권영수, 권오현, 권오훈, 권재원, 권재현, 김광호, 김대현, 김동웅, 김명국, 김병관, 김상호, 김상희, 김수현, 김언목, 김영명, 김영배, 김원규, 김원실, 김원희, 김윤호, 김은홍, 김일형, 김재영, 김정길, 김정민, 김정열, 김종창, 김중창, 김주형, 김주환, 김지용, 김진기, 김창수, 김청명, 김탁현, 김태년, 김태용, 김태원, 김학영, 김한관, 김항석, 김현철, 김형근, 김형진, 김혜민, 김홍범, 김효선, 김홍수, 김희천, 남석현, 남진영, 남홍용, 노정석, 노준철, 노희성, 라성민, 라준영, 류선중, 류시원, 류연옥, 류영하, 맹계원, 명상혁, 문승희, 문재규, 민대환, 박기우, 박민철, 박상재, 박상현, 박성기, 박성문, 박성준, 박수진, 박승진, 박연춘, 박은정, 박이근, 박장우, 박재홍, 박정민, 박정준, 박진형, 박찬규, 박천수, 박치경, 박혜경, 박홍규, 배경일, 배종태, 백경욱, 백기현, 백성우, 서병기, 서병주, 서영완, 서찬우, 서창환, 서흥원, 성기운, 성노권, 성필규, 성환호, 소민섭, 소진호, 손운국, 송기천, 송문재, 송윤탁, 송재현, 송재홍, 신경식, 신대진, 신덕순, 신동원, 신상수, 신상철, 신소희, 신정우, 신준형, 신창식, 심덕섭, 양근구, 양우생, 양진영, 오문교, 오예환, 오정수, 오정훈, 우창성, 유영섭, 유용규, 윤만선, 윤수영, 윤수현, 윤주영, 윤진오, 이강희, 이강창, 이경전, 이경표, 이경화, 이계혁, 이국진, 이규진, 이근우, 이길형, 이길훈, 이대상, 이동양, 이병권, 이병철, 이병태, 이병호, 이상근, 이상재, 이상호, 이승규, 이연오, 이영갑, 이영식, 이윤주, 이은영, 이 인, 이장환, 이재구, 이재권, 이주영, 이 준, 이준석, 이창규, 이충식, 이탁근, 이태환, 이팔성, 이현정, 이형용, 안성천, 임윤철, 임희섭, 장병일, 장석권, 장우석, 장재승, 장현국, 장혜승, 장 훈, 전영선, 전영호, 전재영, 정대영, 정명훈, 정병식, 정승국, 정승규, 정우진, 정원상, 정재욱, 정주영, 정진섭, 정창균, 정철인, 정철화, 정해봉, 조남성, 조두희, 조상문, 조영주, 조용재, 조응태, 조현영, 진태훈, 차지현, 채수삼, 채호철, 천강권, 최규열, 최동현, 최병근, 최원석, 최원천, 최인혁, 최정혁, 최크리, 최형규, 최효선, 하 석, 하성욱, 하준삼, 하진홍, 하호선, 한 신, 한운수, 한인규, 함영중, 황성무, 허순영, 허은영, 허중오, 현상규, 현장환, 홍분분, 홍재영, 홍정훈, 홍준기, 황규호, 황덕철, 황정일

동문회비 입금자를 찾습니다!

동명이인이 있을 경우, 입금자명으로 동문회비 납부자 확인이 어렵습니다. 입금자명은 **성명+전공+학번**으로 부탁 드리며 (예: 홍길동TMBA18) 아래 입금 내역에 해당하시는 분께서는 경영대학 동문서비스로 연락 바랍니다.

입금연도	입금자명
2018	김태우, 회비(TMBA)
2017	국민은행

동문회비 납부 안내

동문회 발전을 위한 후원금이나 동문회비는 아래 동문회 계좌로 입금해 주십시오.

연회비 3만 원, 종신회비 30만 원

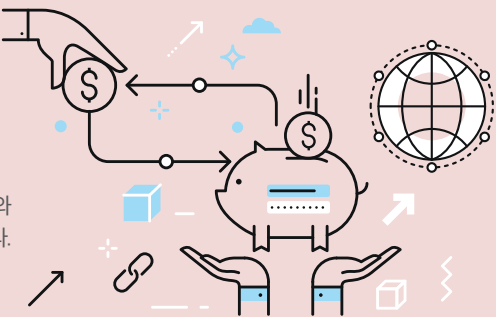
납부계좌 신한 은행 110-377-017363 (예금주 차봉수 동문회 재무이사)

경영대학 동문서비스: KCB.alumni@kaist.ac.kr

사회에 보탬이 되고자 인재들에게 투자를 결심... 다보코퍼레이션(주) 1억원 약정 기부

전혜영 EMBA 14기(다보코퍼레이션(주) 상무) 인터뷰

동문 기업인 다보코퍼레이션(주)에서 연 1천만원씩 10년간 후원할 것을 약정하며 총 1억원을 약정 기부하였다. 다보코퍼레이션(주)은 사내 경영인 양성을 위해 KAIST EMBA에 장병훈 다보오에스티(주) 대표(EMBA 16학번)와 전혜영 다보코퍼레이션(주) 상무(EMBA 17학번)를 교육생으로 파견하며 KAIST 경영대학과의 인연을 시작했다. 올해 2월 졸업한 전혜영 상무에게 이번 기부에 관해 이야기를 들어보았다.



KAIST 경영대학 가족분들께 다보코퍼레이션(주)과 전혜영 상무님의 소개를 부탁드립니다.

다보코퍼레이션(주)은 20년 이상 축적된 기술영업 노하우와 자체 기술력을 지닌 반도체 유통회사로 Infineon Technologies, Power Integration의 국내 대리점입니다.

주로 자동차 분야에 기술 지원 및 판매를 하고 있으며, 연구소에선 자동차 및 산업, 가정용 분야에서는 MCU를 통한 디지털 제어, 모터 및 LED제어, 하드웨어 보안 솔루션을 제공하고 있습니다. 자회사로 Osram Opto Semiconductor 국내 대리점인 다보오에스티(주) (장병훈 대표-KAIST EMBA 13기)가 있고, 싱가포르에 물류를 담당하는 관계사인 Dabo Corporation Pte Ltd가 있습니다. 저는 2003년 무역팀으로 입사하여 구매와 물류 업무를 진행하다 2016년 경영관리팀으로 옮기면서 재무, 인사 업무를 담당하면서 회사의 안 살림을 책임지고 있습니다.

다보코퍼레이션(주) 명의로 학교에 연간 1천만원씩, 10년간 기부를 해 주시기로 하셨는데요. 특별히 학교에 기부해 주시게 된 배경이 있으신가요?

대표이사님인 김창수 회장님께서서는 기업이 벌어들인 이익을 사회에 환원할 수 있도록 애쓰시는 분으로, 인재들에게 투자함으로써 그들이 사회에 나와 더 많은 보탬이 될 수 있다는 신념을 갖고 계신 분입니다. 그 일환으로 학교에 기부하기로 결정하고, 이왕이면 회사와도 인연이 있는 곳으로 하는 것이 좋겠다 하여 KAIST 경영대학에 기부하기로 했습니다. 또한, EMBA 과정을 다니면서 교수님들께서

가르쳐주신 지식으로 회사의 발전에 더 기여할 수 있었기에 그 감사의 표시를 함과 동시에 학교와의 인연을 오랫동안 유지하고 싶은 바람으로 기부를 결정하였습니다.

학교생활 중 가장 기억에 남는 에피소드와 회사 생활에 도움이 된 부분이 있다면 무엇인가요?

가장 기억에 남는 건 역시 동기들과 처음 함께했던 영어 캠프인 것 같습니다. 서로를 알아가기 위한 OT와 1학기가 있었지만, 집과 회사를 잠시 잊고 나흘 동안 연수원에서 따로 함축하며 온전히 동기들과 지내면서 EMBA 14기가 하나로 뭉칠 수 있었던 것 같습니다. 그때 저희의 만행 때문에 그 연수원에 EMBA가 다시는 못 간다는 소문이 있었지만, 그만큼 저희가 뚫돌 뭉칠 수 있는 계기가 된 과정이었습니다. EMBA 과정을 시작할 때 당시 무역 업무에서 경영관리 업무로 바뀌면서 나를 공부할 하긴 했으나 체계적인 교육이 아니다 보니 업무를 처리하면서 어려움이 많았습니다. 이때 EMBA 과

정을 통해서 기업문화, 회계, 인사, 전략 등에 대한 frame을 잡을 수 있었고 여러 업계에서 온 동기들과 각자 분야에 관한 얘기를 나누면서 더 넓은 시야를 가질 수 있었습니다.

선배로서 후배들에게 한 말씀 부탁드립니다.

2년 동안 회사 일과 학교 공부를 병행하다 보니 체력적인 한계를 많이 느꼈고, 양쪽 다 놓치지 않으려고 열심히 해왔으나 그래도 학교가 후순위로 밀려날 수밖에 없는 상황이 종종 있었기에 지금 생각하면 '조금 더 학교 공부와 동기들에게 신경 썼어야 했는데'라는 후회도 있습니다. 학교는 기간이 한정되어 있으니 상황이 된다면 조금 더 학교에 집중하여 동기들과 더 많은 시간을 보내는 것이 나중이라도 후회 없을 것 같습니다. 학교에서 만난 동기들은 평생 함께할 친구, 언니, 오빠, 동생들이기에 2년이란 기간 동안 있는 힘껏 즐겁게 지내시길 바랍니다. 물론 그러려면 평소 체력 관리도 철저히 하셔야 하고요.



안훈민(사회적기업가 MBA 7기) 학생 및 9명의 교수진, 행복 도시락에 쌀 기부

사회적기업가 MBA 7기 안훈민 학생 및 9명의 교수진이 지난 1월 25일 '사회적 협동조합 행복 도시락'에 신동진미 50kg을 기부하였다. 안훈민 학생은 이지한 교수를 비롯한 다른 교수들과 SK 사회적기업가 센터에 기부를 제안하였고, 이에 안훈민 학생을 포함한 총 10명이 5kg씩 총 50kg을 기부하였다. 국내시장에서 '남아도는 쌀'이라는 사회문제를 포함한 여러 가지 농촌사회문제를 해결하고자 사회적기업가 MBA에 진학하였다는 안훈민 학생은 '운이 좋게도 KAIST 경영대학과 SK에서 좋은 혜택을 받고 있는데, 이에 보답할 방법이 무엇일까?'라는 생각 끝에 기부를 기획하게 됐다고 계기를 전달했다.



글로벌IT기술대학원프로그램 발전기금 전달식 및 기념식수 행사 개최



지난 4월 10일, 글로벌IT기술대학원프로그램 재학생들의 발전기금 기부에 따른 감사장 전달 및 기념식수 행사가 실시되었다. 본 행사는 문지 캠퍼스 강의동 104호, 글로벌가든에서 실시되었고, 이광형 교학부총장, 주한 대사관 직원(필리핀, 카자흐스탄, 아제르바이잔 영사), 조항정 기술경영학부장, 노재정 ITTP 책임교수 등 총 80여명이 참여하였다.

경영공학 졸업생, 박사과정 졸업과 동시에 익명으로 200만원 기부

2019년 경영공학부 박사과정을 졸업한 한 학생이 익명으로 200만원을 기부하였다. 연구실 후배들이 국제 학계에서 많은 인정을 받았으면 하는 기부자의 바람대로, 기부금은 경영공학부 학생들의 국제 학회 참가를 후원하는 '경영공학 후배사랑 장학금'으로 사용될 예정이다. 익명의 기부자는 "가족의 추천으로 기부 생각을 하게 되었다. 지난 5년간 교수님들께서도 많이 도와주셨고, 학회 참가비 등 여러 가지로 학교에서 지원을 받았는데, 이러한 도움 없이는 제 꿈을 이루고 졸업할 수 없었다고 생각한다."며 "큰 금액은 아니지만, 그동안 학교와 교수님들께 받아왔던 도움을 조금이나마 되돌려 주고 싶다. 나중에 돈을 더 벌어서 사회적으로 성공한 사람이 되었을 때 기부할 수도 있지만, 적은 금액이라도 먼저 실천하는 것이 맞다고 생각되었다."고 기부 계기를 전했다.

Thank You for Giving



<발전 기금 기부 현황>

KAIST 경영대학 기부자 여러분께 깊이 감사드립니다! (2019년 3월~2019년 8월)



개인 기부

※ 괄호 안 숫자는 입학년도(학위) 또는 기수(비학위)

<일반 기부>

다보코퍼레이션㈜ 100,000,000원 약정 기부
김학기 KAIST 경영대학 교학팀 前팀장 10,000,000원
박성연 5,000,000원
정재용 기술경영학부 교수 3,000,000원
조강민 기술경영전문대학원(2017) 3,000,000원
김중창 교수 2,500,000원
강석민 KAIST 경영대학 기술경영학부 행정팀 前팀장 2,000,000원
글로벌IT기술대학원프로그램 2018학번 일동 1,750,000원
주현 EMBA(2007) 400,000원
2018 Case Competition SAP Team (권선향/안성호/윤창희/이현성) 300,000원
이상목 기술경영전문대학원(2017) 100,000원
김지희 기술경영학부 교수 91,200원

<MBA 후배사랑 장학금>

구윤모 TMBA(2010) 동문 50,000원

<경영공학 후배사랑 장학금>

익명 2,000,000원
한인규 ME(석1979) 동문 600,000원
김영배 ME(박1980) 동문 600,000원
권순범 ME(박1988) 동문 600,000원
차민석 ME(박1999) 동문 420,000원
차종석 ME(박1993) 동문 300,000원
김도훈 ME(박1995) 동문 300,000원
고준 ME(박1998) 동문 300,000원
이대우 ME(석1995) 동문 180,000원
윤주영 ME(박2003) 동문 180,000원
최원혁 ME(석2005) 동문 180,000원
최현우 ME(박2010) 동문 180,000원
이상원 ME(박2002) 동문 60,000원
최소영 ME(석2014) 동문 60,000원
이정경 ME(박2016) 재학생 20,000원

<KCB 좋아요 월정액 후원>

■ 교원 117구좌

고우화, 권영선, 권오규, 김동석, 김민기, 김상협, 김영걸, 김재철, 김중창, 김주훈, 김태현, 류충렬, 박광우, 박상찬, 백윤석, 변석준, 안재현, 엄지용, 오원석, 이병태, 이윤신, 이인무, 이지환, 이찬진, 이희석, 이영환, 장세진, 정재민, 조대근, 진병재, 황성식

■ 직원 43구좌

김학기, 김행란, 김혁순, 마세영, 문현정, 박기희, 박효진, 서민채, 신명철, 신재용, 오성지, 유은진, 윤미자, 이경화, 이유희, 이지선, 이지은, 이진영, 이향숙, 이혜란, 장계영, 장문혜, 정나래, 주선희,

지주희, 최서영, 최미영

■ 일반 17구좌

강상국, 김영아, 김은영, 김하림, 박종호, 심영선, 정규상

■ 학부모 4구좌

강순덕, 김현민, 박미경, 이문환

■ 학위과정 동문

TMBA 88구좌 | 강병문(1995), 강병석(1995), 권재중(1995), 김재현(1995), 김춘성(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), 이현성(2019)

EMBA 72구좌 | 김종철(2005), 서종현(2005), 조남웅(2005), 성환호(2006), 유명희(2006), 유지찬(2006), 조성형(2006), 방선홍(2007), 이재성(2007), 김대규(2009), 홍지중(2009), 김성엽(2011), 임한준(2011), 김성욱(2013), 신스캇(2013), 유승오(2013), 정승원(2013), 최길재(2013), 유영찬(2014), 배재영(2015), 오경주(2015), 정대영(2015), 정유철(2015), 최우식(2015), 호요승(2015), 권오현(2016), 김현준(2016), 박인복(2016), 송보근(2016), 양성원(2016), 여준호(2016), 장승현(2016), 형인우(2016), 김정승(2018)

ME 38구좌 | 고정석(1980), 박영일(박1982), 노정석(1994), 신원준(박1994), 김범수(1995), 박하진(박1995), 전수환(박1995), 이상원(박2002), 류성환(박2010), 김형진(박2013), 권오민(2016), 이정경(박2016)

PMBA 32구좌 | 강영대(2013), 고용협(2013), 윤상배(2013), 이찬삼(2013), 방창석(2014), 이현수(2014), 임영실(2014), 정순호(2014), 김태원(2015), 김형균(2015), 박이수(2015), 문건화(2016), 이찬언(2016), 한일화(2016)

FMBA 30구좌 | 남홍용(1996), 서병기(1996), 이익주(1996), 허필석(1996), 고용식(1998), 차봉수(1999), 신현수(2006), 이임후(2006), 김동광(2010), 유중희(2011), 강명우(2012), 김현일(2012), 오규영(2017)

MIS 21구좌 | 권오훈(1996), 박정국(1997), 이박(1997), 한상철(1999), 김우택(2000), 유현재(2016)

기술경영전문대학원 12구좌 | 김다일(2015), 노윤지(2015), 강형래(2016), 최호장(2016), 김신형(2017), 문지훈(2017), 박기원(2017), 신재욱(2017), 이종범(2017), 임승원(2017), 이래형(박2018), 주윤환(2019)

IMMBA 9구좌 | 김성균(2009), 허준(2009), 류혜원(2015), 박셋별(2015), 이세정(2015), 이종관(2016), 김보선(2017)

SEMBA 7구좌 | 김항식(2013), 임태열(2013), 장능인(2014)

IMMS 6구좌 | 정형주(2012), 권미애(2014), 김승현(2014), 신호섭(2016)

기술경영학과 5구좌 | 김윤준(2014), 이선율(이경율 박2017)

학사과정 산업경영학과 3구좌 | 문정모(1992)

IMBA 3구좌 | 김철민(2007)

통신경영정책 2구좌 | 임채호(1997), 안성훈(1998)

MFE 1구좌 | 김동규(2013)

■ 경영자과정 동문

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

ATM 25구좌 | 유동림(5), 박형기(10), 강보영(15), 김선희(15), 김덕표(17)

AIC 13구좌 | 김삼유(30), 김성규(30), 김종필(30), 박문선(30), 이수열(31)

신한은행-KAIST 기술금융고급과정 7구좌 | 김두현(2015), 김은희(2015), 남옥향(2015), 박병수(2015), 윤태호(2015), 이인선(2015), 이윤용(2016)

K-CEO 5구좌 | 이채윤(5)

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

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

KBM 1구좌 | 이홍열(2015)

사회적기업과정 1구좌 | 최병수(2015)

기업 기부

(주)아프리카TV(KAIST 경영대학 인터넷 방송국 방송 별풍선 기부)
Macquarie Groups Services Australia Ltd.

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

KAIST 경영대학 경영자과정 2020년도 과정생 모집 안내

- 1994년 설립
- 약 16,000여 명의 동문 Network
- 과정별 맞춤 및 차별화된 Open & Customized Program 운영
- 최신 경영 트렌드 및 4차 산업혁명 교육 실시

입학 및 모집기간 봄학기 입학(2020.1~2월 예정)

홈페이지 www.business.kaist.ac.kr/executive

과정문의 경영자과정지원실(02-958-3993)

구분	과정명	세부내역
Open Program	Advanced Innovative Management Program (AIM)	4차 산업혁명에서 기업 성장의 기회를 발굴하고 미래 경영자의 핵심 역량을 함양하는 교육과정
	Advanced Program for Innovation & Change Management (AIC)	중간관리자들에게 최신 경영이론과 기업의 혁신변화 관리기법을 교육하는 차세대 CEO 양성 교육과정
	Global Leader Program (GLP)	글로벌 시장에 대응하여 공공, 민간, 금융 분야의 글로벌 역량 강화 인재 육성
	International Competitive Bidding & Global Public Procurement Management Program (IGMP)	확대되는 정부 간 공공조달 및 국제입찰 시장의 트렌드 이해 및 역량 강화
Customized Program	기업별 임원과정/중견관리자과정 외	기업의 니즈를 반영하여 특화된 콘텐츠를 제공하는 맞춤 교육 프로그램

KAIST Executive Education

프로페셔널 MBA

기업체 재직자들의 경력강화를 위한 3년(2.5년) 야간과정
Dream and thrive to be the next-generation business leaders

전략, 마케팅, 재무
집중 분야 선택으로
특화된 역량 배양

세계 우수 MBA로의
해외연수, 교환학생,
복수학위 기회 제공

KAIST MBA Network
20년간 3,000여명 배출
국내 최대 규모의 동문



원서 접수 : 2019. 10.2(수) 10:00 ~ 10.14(월) 17:00

PMBA 전공사무실 T. 02-958-3302/3303

E. sohyun.c.lee@kaist.ac.kr | yj.cho@kaist.ac.kr

H. www.business.kaist.ac.kr

KAIST COLLEGE OF BUSINESS

KAIST 경영대학 2020학년도 MBA·MASTER 과정 신입생 모집

비즈니스 애널리틱스와 기업가정신 기반의 특성화된 커리큘럼,
세계 최고의 교수진으로 융합형 인재로서의 글로벌 경쟁력을 키우다.



모집 전공

Full-Time MBA: 테크노MBA, 정보미디어MBA,
금융MBA, 사회적기업가MBA

Part-Time MBA: 이그제큐티브MBA(주말),
프로페셔널MBA(야간)

Master: 금융공학 프로그램,
녹색경영정책 프로그램

모집 일정

원서 접수: 2019.10.2(수) 10:00~10.14(월) 17:00
(온라인 접수)

서류 합격자 발표: 2019.11.7(목)

면접 전형: 2019.11.8(금) ~ 11.14(목)

최종 합격자 발표: 2019.11.28(목)

입시 문의 KAIST 경영대학 행정팀 02-958-3603, kcb_admission@kaist.ac.kr
입시 사이트 <https://www.business.kaist.ac.kr/admission/>

FRONTIER

KCB INSIGHT

월급보다 내 사업
혁신과 정치(INNOVATION AND POLITICS): <승차 공유 서비스 논란>
해외합작투자를 누가 인수하면 경영성과가 좋아질까?
금융 빅데이터를 변동성 예측에 어떻게 활용할 것인가

KCB NEWS

프레데릭 크리스티안 덴마크 왕세자, KAIST 경영대학을 방문하다
한·중·일 경영대학 교수, 탁구 경기로 화합의 장 마련
전문경영인의 산실 최고경영자과정(AIM), 개설 50기 기념행사 성료

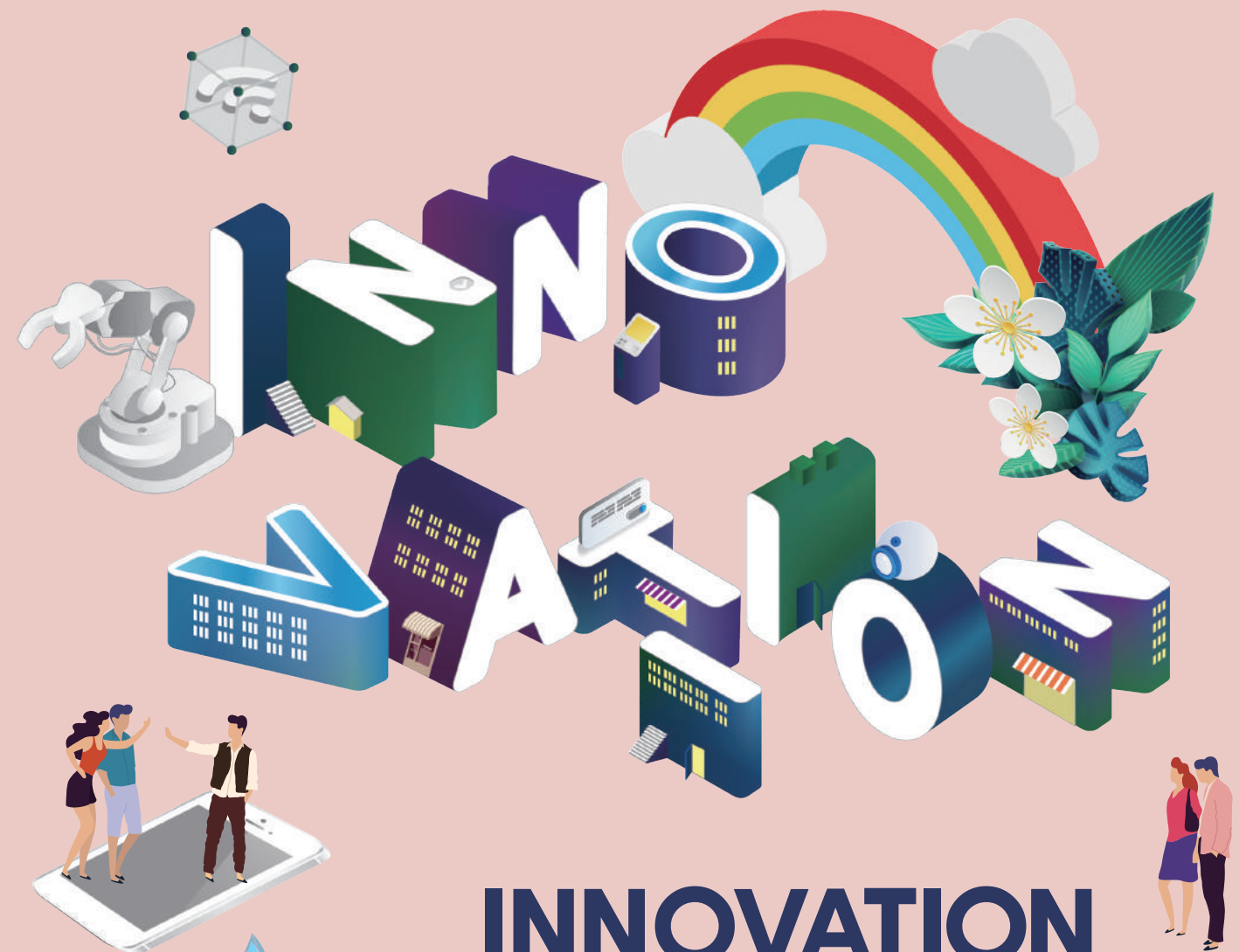
KCB ALUMNI

국내보다 해외에서 더 유명한 '죽애플'은 어떤 회사?
90년생들의 가까우면서도 낯선 내면을 들여다보다
개도국 대기오염 문제를 해결하는 데 기여하고 싶습니다
글로벌 인증 강자를 꿈꾸는 기업, (주)에이치시티

KCB GIVING

사회에 보탬이 되고자 다보코퍼레이션(주) 1억원 약정 기부

Vol. 83 AUTUMN 2019



INNOVATION FOR BETTER SOCIETY