

오너 기업가에게도 스톡옵션을

우 리 모두는 부지불식간에 '대기업과 그 집단을 누가 소유하는가' '누가 지배하는가' 또는 '누가 경영하는가' 라는 질문(이것을 '투명화' 질문이라고 하자)에 몰두하고 그 답변을 찾고 있다.

이 투명화 질문을 좀더 들여다보면 오늘 이 시점에 이르기까지 '대기업과 그 집단을 누가 성공으로 이끌었는가' 라는 질문(이것을 '기업가' 평가라고 하자)은 포함하고 있지 않다.

대기업과 그 집단은 저절로 성장하고 경쟁에서 남을 앞설 수 없다. 하루라도 방심하다가가는 경쟁에서 밀리고 추락하는 것이 현실이다.

글로벌 경쟁시대의 엄격한 시장논리이다. 후자인 '누가 기업가인가' 라는 평가는 절대 무시될 수 없다.

왜냐하면 이 질문과 평가는 전자의 질문인 '투명화' 보다 더 중요하다.

첫째, 기업의 성공과 실패는 동서고금을 막론하고 기업가에게 전적으로 의존한다. 자동항법장치가 아무리 잘 갖추어진 비행기나 선박이건 간에 비행사와 선장이 없으면 오랜 시간의 여행이 불가능한 것과 마찬가지이다.

둘째, 이미 높은 경제수준을 향유하

는 국가에 속하지 않고 하루라도 더 빨리 달려야 하는 추격국가에서 기업가는 무엇보다 소중한다. 글로벌 경쟁이라는 철벽을 송곳과 같은 날카로운 힘으로 뚫지 못하면 절대로 추적이 불가능하다.

셋째, 기업의 역사가 짧은 쪽은 기업가에 더 의존한다. 우리의 경우 기업의 역사를 모두들 늘려 잡고 있지만 백 년이 안 되고 그 절반이 되는 정도이다.

기업은 사람들의 조직이고 그 소속원의 경험이 중요자산이다. 다른 부유 국가의 기업 역사와 소속원의 경험과 비교하면 우리는 벤처 수준이다.

기업가가 우리에게 소중한 것은 아주 명료한데 왜 오늘날 투명화 질문이 재계를 움츠러들게 하고 있는가.

여기에는 물론 그럴 만한 이유가 있다. 많은 대기업과 그 집단이 도산하면서 국민경제에 엄청난 피해를 주었기 때문이다.

아마 지금도 대기업과 그 집단들 가운데에서 누군가는 곤경에 처해 있을지 모르는 것이 숨길 수 없는 현실이다. 파괴와 창조가 매일같이 일어나고 있다.

실패하고 도산하고 파괴된 사례가 많다는 아픈 경험이 과연 투명화라는 질문과 해답으로 치유될 수 있는가. 그렇지 않다. 투명화는 기업가를 대체할 수 없다.

투명화는 기업의 현상유지 - 실제로는 경쟁에서의 점차적 후퇴 - 에 집착

하는 안전판에 불과하다. 철벽을 뚫는 송곳, 벤처기업의 성공은 투명화에서 나올 수 없다.

투명화에 너무 힘쓰는 것보다 오히려 우리의 아픈 경험을 비료로 삼아 더 많은 열매를 맺도록 기업가를 격려하고 성공을 부추겨야 한다. 기업가를 옹호 평가하고 최고의 대우를 해 주는 칭찬에서 기업의 성공은 실패보다 많아질 수 있다.

다른 한편으로 기업가와 오너십은 별개인가. 우리는 초대형 기업집단(4대 기업집단)의 아주 대표적 알짜 흑자 기업(29개 공개된 기업)에서조차 개인과 외국인이 대주주인 경우가 동일 계열기업이 대주주인 경우보다 압도적으로 다수(29대9)임을 발견한다. 오너십이 있는 개인이 진정한 기업가로 역할을 할 수 있음은 확실하다.

이를 볼 때 비록 적은 소유지분을 가지는 오너라도 기업가로서 성공하고 국제적으로 평판을 얻을 정도면 칭찬과 대우가 따라야 한다. 예를 들면 스톡옵션을 부여해야 한다.

지금의 정부규제와 같이, 왜 소유지분이 적은 기업가가 사령관으로서 역할을 하느냐를 문제시하여서는 대기업과 집단의 성공을 위협에 빠뜨리는 우를 범하게 되는 것이다.

우리 모두에게는 이러한 깨달음이 필요하다. 싫든 좋든 개인의 리더십과 기업가로서의 능력에 의해 대기업과 집단은 성장을 거듭하였고 세계로 뻗어 나가고 있다. ■



강희복
시장경제연구원
상임위원