

이야기 시리즈 8

# 기업집단 이야기

---

공병호 지음



## 훔 어 보 기

이 글은 기업집단 문제 일반에 대해서 사람들이 갖고 있는 대표적인 대중경제지식을 다루고 있다. 지식인을 포함하여 사람들이 일상적인 생활에서 습관적으로 진리라고 받아들이는 기업집단 문제의 몇몇 주요 사실을 중심으로 필자의 논리를 쉽게 풀어나가고자 한다.

### 첫째, 대기업은 담합행위를 할 수 있는가?

기업집단 문제에 비판적 시각을 가진 지식인과 일반 대중들은 30개나 50개의 그룹들을 하나의 단합된 실체로 받아들이는 데 아주 익숙하다. 과연 기업집단들이 영향력을 발휘할 수 있는 하나의 단일 주체로 존재할 수 있을 것인가?

기업집단이란 개념은 단순히 관념 속에서 만들어진 가공의 개념일 뿐이다. 시장에서 단합collusion이 유지될 수 있는 조건은 아주 소수의 통일된 이해관계를 가진 기업들이 참여해 있는 경우이다. 그러나 기업집단들은 다양한 이해를 가진 극히 이질적인 기업들의 집합으로 구성된다. 40조나 50조 정도의 매출액을 가진 상위 그룹들로부터 2-3조에 불과한 하위 그룹들에 이르기까지 그룹들은 아주 이질적이다. 더욱이 오늘날에는 그들 사이에 공동이익의 극대화를 시도할 만한 여지가 별로 남아 있지 않기 때문에 단합이 유지될 가능성은 극히 희박하다.

### 둘째, 기업집단의 전횡은 비난받아야 하는가?

기업들이 자신의 생존과 번영을 유지하기 위해서는 소비자나 투자가의 환심을 사야 한다. 그런데 소비자나 투자자처럼 냉정한 사람들도 드물다. 왜냐하면 소비자나 투자자는 가격이나 품질을 만족시키지 못하는 상품이나 서비스에 대해서 금새라도 안면을 물수한다. 이처럼 순간순간마다 기업들은 시험을 치르는 수험생과 같은 존재이다. 정치가들은 4년이나 6년만에 한 번만 시험을 보면 되지만, 기업들은 매 순간마다 치열한 입학시험을 치르게 된다. 이 같은 상황에서 소비자나 투자가의 자비심을 기대할 수는 없다. 그렇다고 해서 소비자나 투자가에서 뇌물을 갖다 바치고 환심을 살 수도 없다. 따라서 소비자나 투자자 위에서 군림하는, 소위 기업집단의 전횡이라는 것은 원칙적으로 불가능하다.

### 셋째, 문어발식 확장은 비난받아야 하는가?

계열기업을 늘려가는 데는 기업가의 탐욕이나 비경제적인 요인보다는 시장기구를 이용하는 데 필요한 비용인 거래비용(transaction cost)를 줄이려는 동기가 중요한 역할을 한다. 한국의 기업집단이 생성에서부터 오늘에 이르기까지 거래비용을 줄이려고 하는 요인을 대단히 중시하여 왔으리라고 생각된다.

이처럼 기업을 확대하려는 경제적인 유인이 존재하는 환경 하에서 기업의 사업확장을 규제하려고 시도하거나, 이를 비난하는 것은 사리에 맞지 않는다고 할 수 있다. 기업을 비롯한 모든 경제주체는 그들이 누리는 편익을 최대한 증가시키고, 한편으로는 그들이 지불해야 하는 비용을 최대한 줄이려는 인센티브에 따라 행동한다. 기업이나 소비자를 둘러싸고 있는 유인구조가 존재하는 한 이 같은 것을 무시하고 행동하는 것은 합리적인 행동이 아니다.

### 넷째, 기업집단은 영원히 독점력을 행사할 수 있는가?

독점의 원천은 정부의 인허가권에서 나오고, 이런 면에서 보면 한국의 많은 대기업들이 그동안 독점이윤을 누려왔다고 볼 수 있다. 그러나 정부 스스로의 의지나 외부적인 환경 변화에 의해서 진입장벽을 제거하는 정책이 실시되면서 오늘날 대기업이 누릴 수 있는 독점이윤은 거의 소멸되고 있다.

다시 말해 이 같은 진입장벽이 지금은 어떻게 변모해 가고 있는가? 어떤 시장에 들어오고 나가는 것이 어떻게 변화하였는가? 몇몇 분야에서 정부는 아직도 유치산업 보호론 정도의 사고를 벗어나고 있지 못하지만, 대부분의 사업분야들에서 정부가 제공하는 독과점적인 지위를 누리고 있는 기업은 거의 없다. 수입선 다변화 대상이 되는 몇몇 품목과 산업합리화 대상이 되는 몇몇 사업분야를 제외하면 대부분의 공산품 시장에서 국내외 기업들 사이에 치열한 접전이 벌어지고 있다.

### 다섯째, 정경유착의 진정한 원인은 무엇인가?

정치권력과 경제권력의 관계는 대등하지가 않다. 정치권력과 경제권력이 대등한 입장에서 있다고 하면 기업집단, 기업들이 돈을 갖다 바치는 행위는 어떤 이유를 든다고 하더라도 정당화될 수 없다. 그러나 한쪽은 기업의 생사여탈권을 쥐고 있고, 나머지는 막강한 권한을 쥔 정치권력 아래에서 기업을 움직여 가야 한다고 하면, 돈을 갖다 바치지 않고서 배겨날 기업들이 있을 수 있겠는가? 물론 기업운영이나 장사를 해 보지 않은 사람의 입장에서야 도덕이나 윤리 문제를 거론할 수가 있다.

### **여섯째, 전문경영인 체제에 대한 환상은 타당한가?**

현실적으로 시장경제와 재산권을 최고의 가치로 인정하고 있는 한국과 같은 체제에서 소유와 경영의 분리를 인위적으로 강행할 수 있는 방법은 없다. 게다가 소유와 경영의 분리를 인위적으로 강요할 그 어떤 논리적이고 현실적인 당위성도 없다. 그렇다면 지식인이나 정책입안자들은 감정과 열정에 기초한 잘못된 논리에 바탕을 두고 소리 높여 외치는, 소유와 경영의 인위적인 분리 보다 신중해야 할 것이다.

### **일곱째, 기업집단은 소득분배를 왜곡시키는가?**

오늘날 한국의 기업들이 만들어내는 부란 세계의 구석구석을 누비면서 이익을 남길 수 있다면 무엇이든지 만들어 팔아서 만들어 낸 것이다. 그리고 기업의 성장은 상장이란 형태로 수많은 사람들이 기업성장에 참여하여 이익을 누릴 수 있는 기회를 제공한다.

### **여덟째, 기업집단의 성장은 중소기업의 성장을 억제하는가?**

대기업과 중소기업 사이를 반목과 갈등으로 파악하는 고정관념이 유행하고 있는 데 반해 현실은 이와는 정반대이다. 오늘날 만들어진 대부분의 제품들은 수없이 많은 부품이나 소재로 구성되어 있다. 상식적으로 판단하건대 한 기업이 모든 부품이나 소재를 직접 생산하는 경우는 거의 없다고 해도 과언이 아니다.

오늘 우리 나라의 중소기업 문제는 금융산업의 낙후가 실물산업의 발전에 걸림돌이 되고 있는 전형적인 사례의 하나이다. 비즈니스로서의 은행이 중소기업의 신용, 능력 등을 객관적으로 평가하는 체제의 구축 없이 단기적이고 일회적인 중소기업 지원책은 경제에 주름살만 가져올 뿐이다. 비즈니스로서의 은행산업이 자리를 잡을 때만이 중소기업 역시 원하는 만큼의 자금을 자신의 신용에 따라 대가를 지불하고 구입할 수 있을 것이라고 본다.

### **아홉째, 지식인은 기업가를 이해할 수 있을까?**

기본적으로 지식인들은 안정지향형 인간들이다. 이들은 기업하는 인간들과는 차이가 있다. 그래서 기업가들은 사람들이 갖고 있는 고정관념의 틀을 깨는 데 아주 익숙해져 있다. 고정관념의 틀을 벗어나지 못하는 기업가라면 그는 이미 기업하는 사람이라고 볼 수가 없다. 그래서 기업가를 한마디로 '튀는 사람'으로 정의할 수 있을 것이다. 그래서 기업가들과 지식인들은 서로를 이해하기가 너무나 어려운 것이다.

## 열째, 기업집단의 생명은 영원한가?

사람들은 정치권력은 유한하되, 경제 권력은 무한하다고 생각한다. 게다가 정치권력에 비해 경제 권력의 힘은 막강하다고 생각한다. 더욱이 30대 기업집단이라 불리는 이익집단이 경제정책에 막강한 영향력을 행사함으로써 그들 자신의 이익을 보존하는 데 열을 올린다고 생각한다. 과연 그런가? 한국 기업의 성장사를 살펴보면 생각보다는 기업들의 부침이 심하다는 사실을 알 수 있다. 영원히 부를 누릴 수 있는 기업은 있을 수 없다는 사실을 짚은 우리 기업의 성장사는 보여 주고 있다.

아무튼 한국의 기업집단 문제는 열띤 감정이나 흥분에 기초할 것이 아니라 좀 더 냉정하게 분석적으로 접근해야 한다. 이런 점에서 말이나 글로 대중들에게 큰 영향력을 행사하는 지식인들이 언행에 보다 신중해져야 할 필요가 있다.

한국의 기업집단들은 현재 상당한 변혁기에 당면해 있다. 안팎으로 치열해지는 경쟁 압력과 후계자에게 경영권을 이양해야 하는 시점을 맞고 있다. 게다가 정보환경과 기술 환경의 변화는 기업집단들에게 위기와 기회를 동시에 가져다주고 있다. 현재 30대 기업집단이 2000년대에 얼마나 살아남을 수 있을 지 아무도 알 수 없다. 다만 최상위권 기업집단들을 제외하면, 사업구조조정에 성공적으로 대처하지 못하는 기업집단들의 도태가 눈에 두드러지게 늘어갈 것이다. 그리고 우리들이 관심을 가지는 소유와 경영의 분리 문제, 사업다각화 문제, 그리고 전문경영인 등용과 같은 기업집단 문제도 경쟁과정을 통해서 서서히 해결되어 나갈 것이다.

## 1. 대기업을 보는 다른 시각들

사람들은 저마다 세상을 바라보는 창을 갖고 살아간다. 때문에 똑같은 사물이나 사회현상도 사람마다 아주 다르게 바라보고, 아주 다른 평가를 내리는 경우가 많다.

노벨경제학상을 받은 사무엘슨Paul Samuelson의 『경제학원론Economics』은 세상에서 가장 많이 읽혀진 경제학 교과서 가운데 한가지이다. 이 책의 서문에는 왼쪽에서 보면 수많은 새떼가 모여 있는 것과 같고, 오른쪽에서 보면 사슴 또는 토끼가 모여 있는 것처럼 보이는 그림 하나를 소개하고 있다. 단순한 하나의 그림을 인용하여 사무엘슨은 서로 다른 이론의 안경을 낀 과학자에게는 같은 사실이라도 다르게 보인다는 점을 강조하고 있다.

우리 사회에서 많은 사람들의 관심을 끄는 대규모 기업집단(기업집단) 혹은 재벌 문제를 바라보는 시각도 사람에 따라 아주 다른 경우가 많다. 정의로운 사회를 외치는 일군의 학자들은 기업을 비난받아야 할 대상으로 몰아치기도 한다. 그리고 반대편에 서 있는 학자들이 기업집단의 막강한 금력에 의해 포획되었다고 한탄하기도 한다. 그러나 다른 부류의 학자들은 기업집단이 경제적인 논리에 의해 생성되었다는 점을 강조하면서, 기업집단에 문제가 있다면 이것 역시 다른 경제문제와 마찬가지로 시장에서의 경쟁으로 해결해야 한다고 주장한다. 그러나 후자의 입장에서 서 있는 전문가는 그다지 흔치 않다.

기업집단이 이 나라에 끼치는 폐해를 강조하는 학자들과 기업집단의 긍정적인 면을 강조하는 학자들은 모두가 비슷한 교육과정을 받아 온 사람들이다. 그러나 그들은 유사한 교육과정을 받아왔음에도 불구하고 세상을 바라보는 판이하게 다른 관점을 갖고 있기 때문에 똑같은 사회현상에 대해서도 다른 진단과 처방을 내린다고 볼 수 있다.

이 글은 기업집단문제 일반에 대해서 사람들이 갖고 있는 대표적인 대중경제지식을 다루고 있다. 지식인을 포함하여 사람들이 일상적인 생활에서 습관적으로 진리라고 받아들이는 기업집단 문제의 몇몇 주요 사실을 중심으로 필자의 논리를 쉽게 풀어 나가고자 한다.

## 2. 대기업을 담합행위를 할 수 있는가?

기업집단을 비난하는 학자들은 대립적인 구조를 세우는 데 익숙한 사람들이 많다. 기업집단을 비난하는 다양한 주장들을 유심히 살펴보면 사람들이 기업집단이라는 하나

의 실체를 가정하는 데 무척 익숙하다는 것을 알 수 있다. 그들은 기업집단이라는 가상의 적을 가정하고, 이들에 대항해서 힘겨운 싸움을 전개하고 있는 아군들에게 갈채를 보내는 입장에서 기업집단 문제에 접근한다.

기업집단에 대항해서 싸우는 중소기업, 기업집단에 큰 힘을 쓰지 못하는 언론, 기업집단에 제대로 맞대응을 하지 못하는 정치 등등. 정운찬 교수가 「한겨레 신문(1995. 12. 13)」에 기고한 글을 보자.

“이제 우리나라는 입법, 행정, 사법의 삼권분립 국가라는 것은 옛말이고, (넓은 의미의) 정부, 기업집단, 언론의 신삼권분립 시대가 도래한 느낌이다. 그리고 과거에 입법부와 사법부가 행정부의 시녀 노릇을 했다면 지금은 기업집단이 정부와 언론을 장악하고 있다고 해도 과언이 아니다. 기업집단이 정부를 장악하다시피 한 것은 오래된 일이다. 그들은 위로는 대통령으로부터, 아래로는 촉망받는 하위 관료에 이르기까지 다양한 방법으로 영향력을 행사한다.”

이 같은 주장은 마치 행정부와 마찬가지로 거대한 힘을 사용할 수 있는 하나의 단합된 실체가 있다는 가정에서 출발하고 있다. 기업집단이 단합해서 하나의 강력한 로비 단체를 만들 수 있다면, 국민총생산의 30% 정도를 차지하는 기업집단은 막강한 영향력을 행사할 수 있을 것이다.

기업집단 문제에 비판적 시각을 가진 지식인과 일반 대중들은 30개나 50개의 그룹들을 하나의 단합된 실체로 받아들이는 데 아주 익숙하다. 그러나 기업집단들이 영향력을 발휘할 수 있는 하나의 단일 주체로 존재할 수 있을 것인가?

기업집단이란 개념은 단순히 관념 속에서 만들어진 가공의 개념일 뿐이다. 시장에서 단합collusion이 유지될 수 있는 조건은 아주 소수의 통일된 이해관계를 가진 기업들이 참여해 있는 경우에 유지될 수 있다. 그러나 기업집단들은 다양한 이해를 가진 극히 이질적인 기업들의 집합으로 구성된다. 40조나 50조 정도의 매출액을 가진 상위그룹들로부터 2-3조에 불과한 하위그룹들에 이르기까지 그룹들은 아주 이질적이다. 더욱이 오늘날에 이르러서 그들 사이에 공동이익의 극대화를 시도할 만한 여지가 별로 남아 있지 않기 때문에 단합이 유지될 가능성은 극히 희박하다.

초기 기업집단들만 하더라도 이해관계가 서로 충돌되는 경우가 드물지 않았다. 그러나 이제는 그룹들 사이에 이해관계가 첨예하게 대립되는 경우가 대부분이다. 이해관계가 충돌되는 상황에서 단합된 행위를 기대할 수는 없다.

우리는 이미 이동통신.승용차.상용차의 신규진입, 조선도크 증설, 주유소 확보 경쟁

등을 통해서 기업 사이에 ‘눈에 보이는 경쟁’이 얼마만큼 치열한가를 확인할 수 있었다. 바다 건너 멀리 있는 외국 기업들에 대해 느끼는 라이벌 의식보다 같은 업종 내 국내 기업들끼리의 경쟁의식은 일반인들의 상상을 초월할 정도로 격렬하다.

일반 대중들이 손쉽게 생각하는 것처럼 하나의 단결된 기업집단이란 권력은 존재하지 않는다. 그들은 대부분의 사업에 걸쳐서 이익이 첨예하게 대립되는 원자原子로 존재할 뿐이다.

### 3. 기업집단의 전횡은 비난받아야 하는가?

기업집단과 오너의 전횡을 비난하는 사람이 많다. 그들은 “얼마 되지 않은 지분을 가진 기업집단의 회장이나 총수가 수십개의 계열기업을 좌지우지한다”는 사실의 부당성을 지적하기도 한다. 뿐만 아니라 기업집단이라는 막강한 존재가 나라 전체에 지나치게 큰 힘을 발휘하고 있음을 비난하는 사람도 있다. 앞에서 인용한 글을 기고한 이 교수님은 글의 말미에 다음과 같은 파격적인 발언도 서슴치 않고 있다.

“지난 30년 동안 한국 사회에서 가장 영향력이 큰 집단은 단연 군軍과 기업집단이었다. 이들의 힘은 너무 커서 아무도 손을 대지 못했다. 그 결과 정치적으로나 경제적으로나 민주주의가 뿌리 내리지 못했다. 다행히 최근 군의 고삐는 어느 정도 잡혔다. 그러나 김영삼 정부가 들어선 뒤 기업집단은 고삐가 잡히기는 커녕 나날이 위세를 더해가고 있다. 대표적 사례는 어느 기업집단의 승용차 시장 진출이다. 양식 있는 상공관료들의 일관된 반대에도 불구하고 이리저리 흔들리던 통상산업부 수뇌부는 마침내 김대통령의 끝내기 신호 하나로 이 기업집단의 승용차 시장 진출을 허용해 버렸다.”

정치권력은 표를 주는 사람들의 마음을 사야 한다. 그러나 이른바 기업집단의 힘, 즉 경제권력은 어디에서 나오는 것일까? 경제권력은 물건이나 서비스를 사주는 소비자에게서 나온다. 국가의 대통령을 뽑는 투표장에서보다 우리 자신의 돈이 한푼이라도 더 나가는 선택에서 우리는 훨씬 현명한 판단을 내릴 가능성이 높다. 왜냐하면 유권자들은 그들 스스로가 내리는 판단이 그 결과에 큰 영향을 주리라고 믿지 않는다. 뿐만 아니라 그들이 열심히 정보를 모아서 현명한 지도자를 판단해야 할 만한 아무런 인센티브가 없다.

그러나 (경제)시장으로 돌아오면 정치시장과 아주 판이한 일이 일어난다. 우리가 어떤 상품이나 서비스를 구입할 때 우리가 정말 아끼는 돈이 나간다. 그러므로 사람들은 그 어떤 선택보다 자신의 돈을 쓰는 선택에서 현명해지게 된다. 예를 들어 주식시장을 보면, 그야말로 돈을 놓고 돈을 버는 게임이 벌어지고 있다. 이 시장에서 현명하



지 못한 판단은 곧바로 자신이 손해를 감수해야 함을 뜻한다.

필자를 비롯한 보통 사람이라면 대통령 선거장에서 표를 던지는 선택과정과 자신의 집에서 냉장고나 세탁기, 그리고 청소기를 사기 위한 선택과정에 임하는 자세가 아주 다를 것임을 알 수 있다. 대통령 선거에서는 대충 생각해서 표를 던진다. 하지만 내구소비재를 사는 경우, 가능한 모든 정보를 종합해서 최선의 선택을 내리기 위해 노력하게 된다.

기업들이 자신의 생존과 번영을 유지하기 위해서는 소비자나 투자자의 환심을 사야 한다. 그런데 소비자나 투자자처럼 냉정한 사람들도 드물다. 왜냐하면 소비자나 투자자는 가격이나 품질을 만족시키지 못하는 상품이나 서비스에 대해서 금새라도 안면을 몰수한다. 이처럼 순간마다 기업들은 시험을 치르는 수험생과 같은 존재이다. 정치가들이 4년이나 6년만에 한번만 시험을 보면 되지만, 기업들은 매 순간순간마다 치열한 입학시험을 치르게 된다.

이 같은 상황에서 소비자나 투자가의 자비심을 기대할 수는 없다. 그렇다고 해서 소비자나 투자가에게 뇌물을 갖다 바치고 환심을 살 수 없다. 왜냐하면 시장은 무수히 많은 익명의 사람들로 이루어져 있기 때문이다.

이 교수님의 말씀처럼 기업집단의 고삐는 김영삼 대통령이나 관료들이 잡을 수 있는 것이 아니다. 그리고 그러한 권리나 능력을 가지고 있어서도 안된다. 기업집단들의 고삐를 잡을 수 있고, 잡을 권리가 있는 사람은 소비자와 투자가일 뿐이다. 이 점이 배움이 많은 지식인과 일반 대중이 갖고 있는 심한 편견과 오류 가운데 한 가지라 할 수 있다.

정부가 고삐를 잡아야 한다는 열망에서 정부는 그 책임을 다해야 한다는 환상을 갖게 된다. 그래서 정부는 자신의 힘을 과신한 나머지 여러 분야에 인허가권을 쥐고 있다. 이 같은 인허가권은 '국민전체의 이익을 위하여', '공익을 위하여' 혹은 '국제경쟁력을 위하여'라는 현란한 구호를 내걸고 실시된다.

특정 사업에 진출하느냐의 여부와 누가 승자가 되어야 하느냐는 문제는 전적으로 소비자와 투자가의 몫이다. 정부가 소비자나 투자자를 대신해서 무엇인가를 해줄 수 있다는 과신에서 모든 비극은 시작된다. 그런데 배움이 많은 경제학자가 선별적으로 진입을 허용해야 한다는 논지를 펴는 데는 놀라움을 금할 수 없다.

기업집단이 전횡을 휘두르거나 기업집단의 오너가 전횡을 휘두르고 있다면, 이는 대부분 정부가 만들어낸 제도가 그들에게 보호막을 제공하기 때문이다. 원인제공자가

정부인 셈이다. 인허가권으로 기존업체 외에는 다른 신규기업들이 들어오지 못하게 하거나, 경영권 안정을 위한다는 명분으로 실시되는 각종 보호막이 기업집단에 전횡을 휘두를 수 있는 여지를 제공할 가능성이 높다. 기업가들이 소비자나 투자가들에 대한 충성 경쟁을 벌이지 않을 수 없는 상황이 전개된다면, 그때에도 전횡을 휘두를 수 있을 만큼 강심장을 가진 기업들은 없을 것이다.

기업들의 권력 기반은 지극히 변덕스럽고 자신의 이익에 철저히 충실한 소비자나 투자자이다. 그들에게 힘을 돌려주는 것이 급선무인데, 정부가 나서서 기업집단에 대해서 진입금지과 같은 규제를 계속하자는 주장은, 역설적으로 이야기하면 오히려 정부가 기업집단들에게 전횡을 휘두를 수 있는 장소를 제공해야 한다는 것을 뜻한다.

#### 4. 문어발식 확장은 비난받아야 하는가?

기업집단을 비난하는 사람들이 무척이나 불쾌하게 여기는 것 가운데 하나는 문어발식 확장이라 불리우는, 기업들의 사업확장과 계열사 늘리기이다. 지난해 9월 「조선일보」는 ‘더 심해진 기업집단 공화국’이라는 제목으로 어느 교수님의 주장을 싣고 있다. 이 신문이 몇 백만 부의 부수를 자랑하고 있음을 생각할 때, 잘못된 논리가 얼마나 많은 사람들의 정신을 혼탁하게 할 것인가를 생각할 때 지식인의 말이나 글의 남용을 다시 생각하지 않을 수 없다.

“올들어서도 기업집단그룹의 경제력집중이 한층 심화되고 있다는 사실은 정부의 기업집단정책이 걸돌고 있음을 말해주고 있다. 정부는 국회에 제출한 국정감사 자료에서 30대 기업집단그룹의 계열기업수가 지난 4월후 24개나 늘어나 증가율에 있어 작년 1년 동안보다 무려 3배에 이르고 있다고 밝히고 있다. 삼성, 현대, 대우, LG 등 국내의 대표적인 기업집단그룹들은 여전히 40-50개가 넘는 계열기업을 거느리고 있는 것으로 나타났다.”

기업은 왜 계열기업수를 늘려가는가? 시장경제에 참여한 기업들이 늘상 고심하는 것은 어떤 상품이나 서비스를 시장에서 그냥 구입할 것인가, 아니면 자기가 직접 만들 것인가이다. 그런데 이들이 시장market이나 조직organization 가운데서 선택을 할 때는 철저히 비용과 편익이라는 잣대를 갖고 평가하게 된다. 시장에서 사는 것이 싸게 먹힌다면 그들은 어김없이 시장에서 구매하게 된다. 그러나 매번 시장에서 구매하는 것이 번거롭거나 원하는 질의 상품이나 서비스를 구할 수 없다면 그들은 자신이 직접 생산하는 것을 선택하게 될 것이다.

그런데 시장이나 조직 외에 그 중간영역을 차지하는 거래의 형태도 있다. 시장과 조

직의 중간에 있으면서 조직적인 특징을 더욱 많이 지닌 것이 이른바 협력업체나 하도급 거래 등을 들 수 있다. 예를 들어, 자동차를 생산하는 경우 완제품을 생산하는 기업이 자동차에 필요한 모든 것을 다 만들어 낼 수는 없다. 국내 기업들만 하더라도 30-40% 정도만 완제품 업체가 만들고 나머지는 협력업체라 불리는 기업이 생산해낸다. 협력업체를 이용하는 데는 여러 가지 이유가 있겠지만 무엇보다 중요한 이유는 자신이 직접 생산하는 것보다 협력업체를 이용하는 것이 훨씬 비용이 저렴하게 들기 때문에 사용하게 된다.

시장과 조직의 중간형태로 또 다른 형태의 거래는 계열기업을 만드는 방법이다. 이것은 시장에 보다 가까운 거래형태라 할 수 있다. 예를 들어, 오늘날 비즈니스에서 골프나 호텔이 대단히 유용한 수단이라고 하자. 이때 골프나 호텔 서비스를 시장에서 구입하는 것이 번거롭거나 비용이 많이 든다고 기업이 판단하면, 계열기업으로 골프업이나 호텔업을 하나 정도 가지려고 할 것이다.

이처럼 계열기업을 늘려가는 데는 기업가의 탐욕이나 비경제적인 요인보다는 시장기구를 이용하는 데 필요한 비용인 거래비용(transaction cost)을 줄이려는 동기가 중요한 역할을 한다. 한국 기업집단이 생성에서 오늘에 이르기까지 거래비용을 줄이려고 하는 요인을 대단히 중시하여 왔으리라고 생각된다. 이처럼 기업을 확대하려는 경제적인 유인이 존재하는 환경하에서 기업의 사업확장을 규제하려고 시도하거나, 이를 비난하는 것은 사리에 맞지 않는다고 할 수 있다.

기업을 비롯한 모든 경제주체는 그들이 누리는 편익을 최대한 증가시키고, 한편으로는 그들이 지불해야 하는 비용을 최대한 줄이려는 인센티브에 따라 행동한다. 기업이나 소비자를 둘러싸고 있는 유인구조가 존재하는 한 이 같은 것을 무시하고 행동하는 것은 합리적인 행동이 아니다.

뿐만 아니라 거대기업의 분사화(分社化)가 점점 중요성을 더해 가고 있다. 이를 테면 기업의 기동성을 높이고 경영 효율성을 높이기 위해서는 거대기업 내부에 여러 가지 사업부를 유지하기보다는 각각의 사업부를 별도의 분사로 나누어 경영하는 것이 여러 가지 점에서 유리하다. 전후에 일본은 전쟁 전과 같은 기업집단구조의 탄생을 막기 위하여 독점금지법에 여러 가지 분사를 거느리는 지주회사의 존재를 부인하고 있다. 그런데 최근에 일본은 독점금지법 개정을 통해서 지주회사의 설립을 가능하게 하는 입법을 적극적으로 추진하고 있다. 이는 환경변화를 적극적으로 반영하는 일련의 조치라 할 수 있다.

그런데 한국은 경제력집중은 곧 기업 수 증가라는 등식으로 오히려 인위적으로 기업 수를 줄이도록 유도하고 있는 실정이다. 때문에 아주 이질적인 기업들이 하나가 되는

사례들이 빈번히 일어나고 있다. 기업수의 증가가 경제력집중을 심화시킨다는 주장은 잘못된 상식의 하나라 할 수 있다.

## 5. 기업집단은 영원히 독점력을 행사할 수 있는가?

기업집단을 생각할 때면 우리들은 어김없이 독점가격과 이로 인한 독점 이윤을 생각하게 된다. 어느 나라의 초기 산업단계를 살펴보더라도 자본의 축적은 주로 독점에서 발생한다. 한국이라고 해서 예외가 아니다.

우리 나라의 대기업들은 과거 30여 년간 상당한 독점이윤을 누려왔다. 그렇다면 독점은 대개 어디서 그 뿌리를 찾을 수 있는가? 독점은 우리가 흔히 이야기하는 완전경쟁 시장과 반대되는 개념이다. 독점이 가능하기 위해서는 누군가가 어떤 시장에 다른 기업들이 참여하는 권한을 허용해야만 한다. 누가 그 권리를 기업들에게 파는가? 정부라는 공권력을 가진 주체가 특정 기업들만이 어떤 사업분야에서 활동할 수 있도록 인정할 때 독점가격과 독점이윤이 발생한다. 어떤 사업분야에 참여가 인정되지 않는 기업은 국내 기업일 수도 있고, 때로는 외국 기업일 수도 있다.

초창기 우리의 산업화를 돌이켜 보면, 한정된 부존자원을 이용해 국부의 극대화라는 목적을 달성하기 위해서 이른바 유치산업보호론이 정책입안자들의 사고를 대표하였다. 묵시적인 형태의 국가챔피언 제도와 같은 사고가 정책입안자들의 머리를 채우고 있었을 뿐만 아니라 아직도 이 같은 생각이 강력한 영향력을 행사하고 있다. 따라서 우리의 정책입안자들은 항상 과당경쟁이나 중복투자를 미리 걱정한다. 그래서 어떤 사업에 암묵적으로 몇 개의 기업이 활동할 때 국가 전체적으로 바람직하다는 가정을 하고 다른 기업들이 참여를 막아왔다. 뿐만 아니라 외국 기업의 국내 시장 진출은 상당히 억제되어 왔다. 외국에 대한 경제적인 종속을 우려하고 다른 나라의 기업들에 대해 당당히 맞설 수 있는 국내 기업을 육성한다는 취지에서 유치산업보호론이 광범위한 공감대를 형성하게 된다.

어린 시절을 회상해 보면, 국산품 애용 운동이 국민일반으로부터 상당한 지지를 얻고 있었음을 기억할 수 있다. 이처럼 안팎으로부터 우리의 기업들은 보호를 받아왔다. 정부가 기업에게 독과점적 지위를 부여한다는 사실은 그만큼 소비자들의 희생을 의미한다.

그러나 이 같은 진입장벽이 지금은 어떻게 변모해 가고 있는가? 어떤 시장에 들어오고 나가는 것이 어떻게 변화하였는가? 몇몇 분야에서 정부는 아직도 유치산업보호론 정도의 사고를 벗어나고 있지 못하지만, 대부분의 사업분야들에서 정부가 제공하는

독과점적인 지위를 누리고 있는 기업은 거의 없다. 수입선 다변화 대상이 되는 몇몇 품목과 산업합리화 대상이 되는 몇몇 사업분야를 제외하면 대부분의 공산품 시장에서 국내외 기업들 사이에 치열한 접전이 벌어지고 있다.

국내외 기업들 사이의 치열한 접전은 어느 기업도 경제적인 행위로 정당화될 수 없는 렌트rent를 누리지 못함을 뜻한다. 예를 들어, 치약과 칫솔, 그리고 담배와 같은 제품이 거의 독과점적인 지위를 차지한 기업들에 의해 공급되던 시절이 있었다. 하지만 이제는 세계의 온갖 제품이 국내시장에 쏟아져 들어오고 있다.

요컨대 독점의 원천은 정부의 인허가권에서 나오고, 이런 면에서 보면 한국의 많은 대기업들이 그동안 독점이윤을 누리왔다고 볼 수 있다. 그러나 정부 스스로의 의지나 외부적인 환경변화에 의해서 진입장벽을 없애는 정책이 실시되면서 대기업이 누릴 수 있는 독점이윤은 거의 소멸되고 있다.

더욱이 독점이나의 여부는 현재 몇 개의 기업이 시장에 있느냐는 것이 중요한 것이 아니다. 극단적인 경우로 단 한 개의 기업이 존재한다고 해도 언제라도 다른 기업이 들어올 수 있는 조건이 구비되어 있다면 이는 독점이 아니다. 중요한 것은 기존 기업들 외에 신규 기업들이 원하면 들어올 수 있느냐의 여부가 독점을 결정하는 잣대가 된다.

## 6. 정경유착의 진정한 원인은 무엇인가?

여러 나라 가운데 한국처럼 정치권력이 막강한 나라도 찾기가 쉽지 않을 것이다. 정치권력 가운데에서도 청와대를 정점으로 한 대통령과 행정부의 관료는 아주 막강하다고 해도 과언이 아니다.

전임 대통령 비자금 사건에서도 명명백백히 밝혀진 바와 같이 기업집단들의 자릿세와 뇌물이 세인들의 관심을 끈 바가 있다. 여기에 대해서 기업집단들과 정치권력의 유착관계와 여기서 한걸음 나아가 기업집단들의 뇌물공여가 비판의 핵으로 등장한 바 있다. 「시사저널(1995. 11. 23)」에서 어느 교수님은 다음과 같은 논리를 전개하고 있다.

“최근의 비자금사건 조사과정에서 기업집단 소유언론사들은, 독자들에게 기업집단은 강제에 의해 돈을 가져다 준 것이지, 이권을 챙기기 위한 것이 아니었다는 인상을 심기에 모든 수단과 방법을 강구하였다. 그러다보니 사실왜곡이 이만저만이 아니다.”

정치권력과 경제권력의 관계는 대등하지가 않다. 정치권력과 경제권력이 대등한 입장에서 있다고 하면 기업집단 기업들이 돈을 갖다 바치는 행위는 어떤 이유를 든다고

하더라도 정당화될 수 없다. 그러나 한쪽은 기업의 생사여탈권을 쥐고 있고, 나머지 한쪽은 막강한 권한을 쥔 정치권력 아래에서 기업을 움직여야 한다고 하면, 돈을 갖다 바치지 않고서 배겨날 기업들이 있을 수 있겠는가? 물론 기업운영이나 장사를 해보지 않은 사람의 입장에서야 도덕이나 윤리 문제를 거론할 수가 있다.

그러나 우리는 이미 제세나 울산 그룹, 명성이나 국제 그룹이 어떻게 분해될 수 있는가를 두 눈으로 똑똑히 보아왔다. 정치권력의 비위를 거스르는 한, 이 땅에서 사업을 하기가 거의 불가능한 일이라고 할 수 있다. 명백한 특혜를 목적으로 뇌물을 주었다면, 이는 명백한 위법행위이기 때문에 법의 심판을 받아야 한다. 그러나 이 땅에서 사업을 하기 때문에 당연히 치러야 할 자릿세 성격이라고 한다면, 이 사회의 제도나 관행이 제대로 자리를 잡지 못하는 상태에서 기업에게 도덕경영을 하라고 요구하는 것은 곧바로 망하라고 이야기하는 것과 별반 다를 바가 없다.

우리가 인치人治보다는 법치法治가 이 땅에서 뿌리를 내려가야 한다는 사실과 대통령과 행정부에 지나치게 집중된 권력을 분산시키자는 것도 따지고 보면 부패를 막고 기업에게 열린경영으로 향하는 출구를 만들어주는 것과 같은 효과를 가져오는 셈이다. 시장으로의 권력이동이, 다소간의 힘을 가진 기업이 등장하는 경우가 발생하더라도, 현재와 같은 정치권력의 집중화보다는 훨씬 나으리라 생각한다. 오늘날 부패의 핵심은 규제와 집중된 행정부의 권력에 기인하는 것이지 기업들에 힘이 집중되었기 때문이 아니다. 이 점에 대해서 앞의 글을 쓴 교수님은 다음과 같은 필자와는 다른 진단을 내놓고 있다.

“……힘이 한군데 몰리면 권력의 분산과 견제와 균형을 전제로 하는 민주주의는 불가능하다. 조금 늦은 감이 있으나 지금이라도 경제적, 나아가서는 정치적 민주주의를 위해, 기업집단개편위원회(가칭)을 만들어 나라의 균형을 잡을 것을 긴급 제안한다.”

## 7. 전문경영인 체제에 대한 환상은 타당한가?

기업집단문제를 다루는 지식인들 가운데는 소유와 경영의 분리를 마치 금과옥조金科玉條처럼 여기고 살아가는 사람들이 있다. 이들의 주장에 힘입어 이 나라의 많은 범부凡夫들은 기업경영에서 소유와 경영은 반드시 분리되어야 하고 소유주 경영은 아주 나쁜 것으로 받아들이는 경향이 있다.

기업이라는 것은 초기에 기업가라고 불리는 창업자들에 의해서 만들어지게 된다. 기업이 성장함에 따라 자금 조달이나 세금부담 등의 이유로 말미암아 대부분의 기업들은 주식시장에 상장되게 된다. 주식시장에 상장됨으로써 기업에 대한 재산권은 창업

자로부터 수많은 주주에게로 이전되게 된다. 이런 과정에서 서구의 역사를 보면 기업 경영과 소유가 분리되는 현상이 발생하게 된다.

그렇다고 해서 아직도 학계에서는 소유와 경영의 분리 가운데 어느 것이 더 나은지 결론을 내지 못하고 있다. 소유주경영 체제와 전문경영인 체제 가운데 어느 것이 더 나은 체제일까? 일반인의 생각처럼 전문경영인 체제가 소유주 체제보다 우수하지 못한 이유는 어디에 있는 것일까? 흔히 지적되는 심각한 문제는 전문경영인들이 주주로부터 위임받은 권한을 이용하여 자신의 사적인 이익을 챙기는 데 더욱 신경을 쓰는 경우가 종종 발생한다는 점이다.

예를 들어 전문경영인은 그의 권력을 지탱해줄 만한 주식을 갖고 있지 못하다. 따라서 그가 관심을 가지는 분야는 우선 그의 취약한 권력기반을 보강해줄 노동조합과 전략적 제휴를 맺는 것이다. 이것은 회사를 크게 위기로 몰아넣지 않는다는 조건만 만족된다면, 노조에게 가능한 후한 대접을 해주는 형식으로 드러나게 될 것이다. 게다가 전문경영인들이 사적인 이익이나 명성, 그리고 퇴임 후를 위해 회사 자원을 전용하는 경우도 흔하게 볼 수 있다.

이 같은 현상이 반드시 서구 선진국에만 적용되는 사례인지, 우리 주변의 주인없는 기업들에서 이 같은 일이 일어나고 있지 않는지 꼼꼼히 생각해 볼 일이다. 우리들 주변에서도 이 같은 현상은 심심찮게 관찰할 수 있는 일임에 틀림이 없다. 그렇다고 해서 소유주 경영이 우수하다고 결론지을 수도 없다. 다만 시장과 환경이라는 복잡 미묘한 조건 아래에서 소유주경영과 전문경영인 체제의 우월함이 사안별로 판단될 가능성이 높다. 따라서 일률적으로 전문경영인 체제가 더 나으니까 정부의 정책이 이를 목표로 실시되어야 한다는 주장은 별반 설득력이 없다고 하겠다.

이제 우리 기업들은 평균적으로 2세 혹은 3세 경영체제로 이행되는 추세에 있다. 알프레드 마샬 Alfred Marshall 같은 학자는 소유와 경영의 분리가 이루어지는 시점을 대개 3대로 보고 있다. 뿐만 아니라 피터 드러커 Peter Drucker 같은 경영학자는 대략 4대를 분기점으로 보고 있다. 그는 최근작인 『미래의 결단 Managing in a Time of Great Change』에서 가족기업에서 전문경영인 체제로의 변화를 인간 자신의 극복할 수 없는 한계에서 찾고 있다.

“가족기업을 4대에 이르기까지 성공적으로 운영하게 되면, 하나의 법칙으로, 가족기업으로서는 그 수명을 다하게 된다. 왜냐하면 그 가문에서 가장 유능한 자라 하더라도 자신의 장래를 회사에 헌신하기보다는 스스로의 관심사 또는 전문적 경력을 추구하기를 원하기 때문이다. 또한 그때쯤이면 가문의 구성원들이 너무나 많아서 소유권도 분산되어 버린다”

현실적으로 시장경제와 재산권을 최고의 가치로 인정하고 있는 한국과 같은 체제에서 소유와 경영의 분리를 인위적으로 강행할 수 있는 방법은 없다. 게다가 소유와 경영의 분리를 인위적으로 강요할 그 어떤 논리적이고 현실적인 당위성도 없다. 그렇다면 지식인이나 정책입안자들은 감정과 열정에 기초한 잘못된 논리를 바탕에 두고 소리 높여 외치는 소유와 경영의 인위적인 분리에 보다 신중해야 할 것이다.

## 8. 기업집단은 소득분배를 왜곡시키는가?

우리 사회에서 소득분배의 불균형 현상을 유달리 강조하는 지식인들이 많다. 지금도 지식인 가운데 많은 사람들은 어김없이 기업집단이 소득분배를 왜곡시키고 있다고 주장한다.

정치세계에서의 부富有는 기본적으로 한정되어 있다. ‘갑’이란 사람이 가지면 ‘을’은 가질 수 없는 것이 정치판에서 부란 것의 실체이다. 그러나 경제에서 부란 것은 한정된 것을 나누어 갖는 것은 아니다. 존재하지 않던 것을 만들어 내는 것이 시장경제에서 만들어지는 부의 핵심이라 할 수 있다. 서로가 노력하면 갑도 부자가 될 수 있고, 을도 함께 부자가 될 수 있는 것이 시장에서 만들어지는 부의 본질이라 할 수 있다. 오늘날 한국의 기업들이 만들어내는 부란 세계의 구석구석을 누비면서 이익을 남길 수 있다면 무엇이든지 만들어 팔아서 이루어 낸 것이다. 그리고 기업의 성장은 상장이란 형태로 수많은 사람들이 기업성장에 참여하여 이익을 누릴 수 있는 기회를 제공한다.

60년대 미국은 비로소 인류 역사상 거의 처음으로 “우리 모두는 똑같은 아침식사를 한다We all have the same breakfast”라는 구호를 현실화시키는 최초의 나라가 되었다. 오늘날 다소간의 차이가 있을지 모르지만, 이 땅의 사람들은 아주 많이 가진 사람이나 없는 사람이나 간에 그들이 먹는 아침 식사는 오십보 백보라고 생각된다. 이런 면에서 보면 기업집단이 소득분배를 악화시키고 있다는 주장은 그야말로 모든 것을 사회의 탓으로 돌리는 역지의 하나라고 밖에 생각할 수 없다. 기업집단을 불공평한 소득분배를 일으키는 장본인으로 몰아치는 것은 사람들의 심성 깊숙히 놓여있는 질시와 시기에서 나온다.

그러나 급속한 부의 성장과정에서 사람들 사이에 상대적인 격차가 발생하는 것은 부인할 수 없다. 상대적 박탈감 운운하면서 소득분배의 실상에 울분을 털어놓는 사람도 있다. 예를 들면, 고교졸업생과 대학졸업생 사이에 임금격차는 축소되어야 한다고 주장하는 사람도 있다.



그러나 시장경제에서 사람들이 저마다의 계획에 따라 분투노력하는 것은 무엇 때문인가? 자신이 노력한 대가를 자신이 가질 수 있다고 생각하기 때문이다. 노력을 기울이는 강도에 따라서 임금이나 재산의 격차가 발생할 수 있다는 신호signal가 존재하기 때문에 사람들은 노력한다. 사람들 사이에 존재하기 마련인 격차가 사람들을 분투노력하게 하고, 이것이 궁극적으로 자기보다 못한 사람들의 삶을 향상시키는 데 큰 역할을 하게 된다.

우리가 모두 단군의 후손이라고 해서 똑같이 살아가서는 안 되고, 그렇게 살아갈 수도 없다. 노력하면 할수록 더욱더 잘 살 수 있다는 믿음과 이것의 실천이 우리 모두의 생활수준을 향상시키고 있다는 평범한 진리를 망각한 사람들을 우리 주변에서 의외로 많이 볼 수 있다.

## 9. 기업집단의 성장은 중소기업의 성장을 억제하는가?

사람들은 대기업과 중소기업을 나누고 앞의 것은 강자 그리고 뒤의 것은 약자라는 등식을 적용하다. 여기서 한 걸음 나아가 본능적으로 약자는 선한 자, 그리고 강한 자는 악한 자라는 구분에 이르는 사람도 많다. 그러나 시장경제에 참여하는 개체들은 결코 집단으로 경쟁에 임하는 경우는 없다. 대기업이라는 집단과 중소기업이라는 집단이 각각 경합하는 경우는 있을 수 없다. 시장경제에 참여한 사람이나 조직의 승패는 철저히 개개인 혹은 개개 기업들 사이의 경합관계로 이해하는 것이 옳바르다고 할 수 있다.

그러나 우리들이 자신의 이익과 크게 관련이 없는 분야를 생각할 때면 선한 자와 악한 자, 그리고 약자와 강자를 구분하는 데 무척 익숙해져 있기 때문에 이 같은 논리의 틀을 벗어나기 매우 힘들다. 기업 간 경쟁에서 발생하게 마련인 상대적 격차나 상대적 박탈감은 시장경제를 유지하기 위해 필연적으로 지불해야 하는 비용 정도로 생각하는 자세가 필요하다.

같은 맥락에서 대기업이 중소기업과 집단적으로 경합한다는 생각도 잘못되었을 뿐만 아니라, 그들 중 어느 한쪽이 착취를 통해 부를 이룰 수 있었다는 편견은 옳바르지 않다. 중소기업을 육성, 발전시켜야 한다는 데 대해서 반대하는 사람은 거의 없다. 그래서 선거철이 되면 중소기업 육성을 위한 선심성 정책이 쏟아져 나오게 된다. 대개가 정책자금 지원이나 조세 감면과 같은 행태를 취한다.

그러나 세상살이에는 공짜라는 것이 없다. 중소기업 지원을 위한 자금은 누군가 그

부담을 짊어져야 할 것이다. 그 부담은 국민 다수의 세금으로 구성된다. 자금 지원을 받는 중소기업들이 과연 보조금과 같은 특혜성 지원을 받을 자격이 있는지 곰곰히 생각해 볼 일이다. 중소기업보다 훨씬 못한 위치에 있는 사람들에게 꼬박꼬박 세금을 징수하여 중소기업을 지원하는 일이 과연 바람직한 일일까.

뿐만 아니라 중소기업 지원책이 과연 효과가 있을 것인가. 정책자금이란 것이 배분되는 과정을 보면 얼마든지 인위적인 개입 가능성이 높다. 중소기업의 진정한 가능성에 관계없이 로비능력이나 기타 다양한 요인들이 (실력보다는) 자금 지원을 받는 우선순위가 될 것임은 쉽게 상상할 수 있는 일이다.

오늘 우리나라의 중소기업 문제는 금융 산업의 낙후가 실물산업의 발전에 걸림돌이 되고 있는 전형적인 사례의 하나가 되고 있다. 비즈니스로서의 은행이 중소기업의 신용, 능력 등을 객관적으로 평가하는 체제의 구축 없이 단기적이고 일회적인 중소기업 지원책은 경제에 주름살만 가져올 뿐이다. 비즈니스로서의 은행산업이 자리를 잡아야만 중소기업 역시 원하는 만큼의 자금을 자신의 신용에 따라 대가를 지불하고 구입할 수 있을 것이라고 본다.

대기업과 중소기업 사이의 관계를 반목과 갈등으로 파악하는 고정관념이 유행하고 있는 데 반해 현실은 이와는 정반대이다. 오늘날 만들어진 대부분의 제품들은 수없이 많은 부품이나 소재로 구성되어 있다. 상식적으로 판단하건대 한 기업이 모든 부품이나 소재를 직접 생산하는 경우는 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 자동차산업의 경우 지난 80년대(1981-1990년)만 하더라도 완제품 생산업체와 부품 공급업체는 연평균 34퍼센트 정도로 동반 성장해 왔다. 대기업의 성장과 중소기업의 성장이 결코 동떨어질 수 없음을 나타내는 단적인 사례라 할 수 있다. 대기업의 성장 없는 중소기업의 성장은 있을 수 없고, 중소기업의 견실한 성장 없는 대기업의 번영을 기대하기는 어렵다.

물론 대기업의 우월적인 지위를 남용한 불공정거래 행위는 관련법규에 의해 관리되어야 한다. 하지만 중소기업 문제의 핵심은 자금문제라 할 수 있다. 현재와 같은 금융산업의 체제로는 중소기업 문제를 해결할 전망이 거의 보이지 않는다. 비즈니스로서 금융산업의 정상화라는 기반 조성 없이 대중처방식 중소기업 육성책은 마치 한강에 돌을 던지는 것에 비유할 수 있을 것이다.

대기업과 중소기업 사이의 관계는 사적인 계약관계이기 때문에 경쟁의 치열함에 비례해서 그 협력의 정도 또한 높아질 수밖에 없다. 왜냐하면 중소기업체의 생산성 향상 없이 대기업의 경쟁력 향상을 기대하기가 힘들기 때문이다.

보다 근원적으로 우리의 중소기업 문제를 해결하는 길은 하루속히 은행과 같은 금융 산업이 제자리를 찾는 일이다. 신용이나 기술만으로도 인정받을 수 있는 시절이 되면 대기업과 중소기업에 대한 고정관념도 사라져 갈 것이다. 그리고 부도율이 증가한다고 중소기업대책을 소리 높여 원하는 사람들의 목소리도 자연히 줄어들게 될 것이다.

## 10. 지식인은 기업가를 이해할 수 있을까?

나라 걱정에 여념이 없는 지식인의 눈에 기업가는 어떻게 비치고 있을까? 아마도 돈이 된다면 이것저것 가리지 않고 사업을 벌이는 지극히 탐욕스럽고 위험스러운 자본가로 보일 것이다. 세상은 바야흐로 기업이 나라를 선택하는 시대에 접어들고 있다. 그렇게 하지 않고서는 그 어느 기업도 치열하고 촌음을 다투는 생존의 장에서 배겨날 수가 없다. 그러나 지식인들에게 이 모든 것은 그들의 이익과는 직접 관련이 없는 먼 나라 일에 불과할 뿐이다.

기본적으로 지식인들은 안정지향형 인간들이다. 이들은 기업하는 인간들과는 차이가 있다. 기업하는 사람들이 안정지향적이라면 그 마당에서 살아남을 수 없다. 그래서 그들은 늘상 사람들이 갖고 있는 고정관념의 틀을 깨는 데 아주 익숙해져 있다. 고정관념의 틀을 벗어나지 못하는 기업가라면 그는 이미 기업하는 사람이라고 볼 수가 없다. 그래서 기업가를 한마디로 기존 질서를 거부하고 '튀는 사람'으로 정의할 수 있을 것이다.

사람들은 자신의 성공과 실패를 담보로 끊임없이 무엇인가를 결정하면서 살아간다. 그러기에 홉스Hobbes와 같은 이는 “평범한 가장이 그의 삶에서 내리는 사소한 결정이 나라님이 국사에 내리는 결정보다 훨씬 현명하다”고 이야기하고 있다. 우리들이 일상생활에서 신중하게 의사결정을 하는 것처럼, 기업 역시 자신의 이익이 걸린 때는 대단히 심사숙고하게 마련이다.

그러나 지식인의 속성은 일반적인 잣대를 기준으로 혼수 놓기를 좋아한다. 이른바 배운 사람들의 혼수대로 한다면 사업세계에서 성공하기가 어렵다. 왜냐하면 사업의 성공이란 일반적인 기준을 뛰어넘는 데서 성공이 오기 때문이다. 때문에 기본적으로 지식인은 기업가를 이해하기 힘들다. 여기에 지식인이 가진 기업집단에 대한 비난의 뿌리가 있다고 하겠다.

## 11. 기업집단의 생명은 영원한가?

사람들은 정치권력은 유한하되, 경제권력은 무한하다고 생각한다. 게다가 정치권력에 비해 경제권력의 힘은 막강하다고 생각한다. 더욱이 30대 기업집단이라고 불리는 이익집단이 경제정책에 막강한 영향력을 행사함으로써 그들 자신의 이익을 보존하는 데 열을 올린다고 생각한다. 과연 그런가? 한국 기업의 성장사를 살펴보면, 의외로 기업들의 부침이 심하다는 사실을 알 수 있다. 영원히 부를 누릴 수 있는 기업은 있을 수 없다는 사실을 짚은 우리 기업의 성장사는 가르쳐 주고 있다.

예를 들어, 지난 1965년도에 재계 기업 순위 100대 기업 가운데서 지금 그 흔적도 찾아볼 수 없을 만큼 망해버린 기업의 수는 무려 48개나 된다. 한양그룹과 우성그룹은 창업한 지 20여년 만에 시장에서 도태되고 말았다. 이처럼 기업은 사업의 부침이나 주변 환경의 변화에 민첩하게 대응하지 못할 때 도태되어 버린다.

기업은 언제 도태되게 되는가? 기업의 승패는 소비자에 대한 충성도에 달려 있다. 변덕스럽고 철저하게 자신의 이익에 충실하게 살아가는 소비자들에게 잘 봉사하지 못할 때 기업의 생존은 위협받게 된다. 따라서 기업이 전횡을 휘두르는 듯한 권력도 그 기반을 따지다 보면 결국 소비자들의 손에 달려 있음을 알 수 있다. 한 명의 소비자를 잠시 속일 수 있을지 모르지만 수많은 소비자를 오랫동안 속일 수 있는 기업은 존재하지 않을 것이다.

한편 30대 기업집단이 대동단결하여 정부나 소비자에게 대항할 수 있다면 그 힘은 막강할 것이다. 기본적으로 특정 업종에서 한 개 내지 두 개의 기업이 단합을 통해 영향력을 행사하는 것은 아주 어려운 일은 아니다. 그러나 수십 개 업종에서 저마다의 이익을 위해서 노력하는 30개 그룹이 공동의 이익을 위해 단결할 수 있는 노력은 아주 예외적인 경우이다.

한편 일부 사람들은 기업집단의 힘이 증대하는 것에 위협을 느낀다고 한다. 특히 관료들 중에는 기업집단들이 막강한 금력을 이용하여 언론에서부터 시작하여 글깨나 쓰는 논객들까지 포섭해 버렸다고 한다. 그래서 최후의 보루로 공권력을 가진 관료들이 기업집단의 횡포에 맞서야 한다는 사명감에 불타는 경우도 있다.

과거에 비하여 기업들의 힘이 증대된 것은 사실이다. 그러나 이 땅의 정치권력은 기업집단이 갖고 있는 경제권력에 비교할 수 없을 정도로 압도적인 위치에 있다. 앞으로 상당 기간 동안 기업에게 훨씬 많은 권력이 이동한다고 하더라도 정치와 경제 사이에 존재하는 권력의 불균형 현상은 치유되지 않을 것이다. 많은 기업들이 그토록 정치권의 변화에 관심을 가지고, 퇴역한 고급관리들이 그토록 대접을 받을 수 있음은

아직도 정치권력이 이 땅에서 막강함을 보여주는 사례라 할 수 있을 것이다.

뿐만 아니라 시장과 소비자를 토대로 얻어지는 기업들의 권력은 정치권력과 그 성격상 너무나 다르다. 따라서 일부 사람들이 걱정하는 것처럼 경제권력이 정치권력을 위협하거나 압도할 수 있을 가능성은 거의 없다. 역설적으로 정치권력이 장악하고 있는 규제권한을 풀면 풀수록 소비자의 권력은 증대되고 반대로 기업집단들의 권력은 자연히 줄어들게 된다.

## 12. 맺는 말: 한국의 기업집단 문제

시장경제체제를 선택한 이 나라에서 이해할 수 없는 억지 주장들이 유행함을 본다. 일부 지식인들이 중심이 되어 소유와 경영을 인위적으로 분리하여야 한다, 그룹의 기획조정실을 해체해야 한다, 그리고 문어발식 확장을 규제하여야 한다 등과 같은 입증되지도 않고, 실현가능성도 없는 주장을 하고 있다. 이 같은 주장은 대중에게 마치 진리인 것으로 받아들여지고 있는 실정이다. 이 나라가 지금까지 가져왔던 체제를 바꾼다면 그들의 주장이 받아들여질 수도 있겠다. 그러나 시장경제체제에서 우리 모두가 살아가고자 한다면 혁명적인 구호를 외치는 데 보다 신중해야 한다.

한국의 기업집단문제는 열띤 감정이나 흥분에 기초할 것이 아니라 좀더 냉정하게 분석적으로 접근해야 한다. 이런 점에서 보면 말이나 글로 대중들에게 큰 영향력을 행사하는 지식인들이 언행이 보다 신중해져야 할 필요가 있다.

한국의 기업집단들은 현재 상당한 변혁기에 당면해 있다. 안팎으로 치열해지는 경쟁압력과 후계자에게 경영권을 이양해야 하는 시점을 맞고 있다. 게다가 정보환경과 기술환경의 변화는 기업집단들에게 위기와 기회를 동시에 가져다 주고 있다. 현재 30대 기업집단이 2000년대에 얼마나 살아남을 수 있을 지 아무도 알 수 없다. 최상위권 기업집단들을 제외하면, 사업구조조정에 성공적으로 대처하지 못하는 기업집단들의 도태가 눈에 두드러지게 늘어갈 것이다.

그리고 우리들이 관심을 가지는 소유와 경영의 분리문제, 사업다각화 문제, 그리고 전문경영인 등용과 같은 기업집단문제도 경쟁과정을 통해서 서서히 해결되어 나갈 것이다. 한국 기업집단사는 불과 30여 년밖에 되지 않았다. 자신의 손으로 사업을 일구어 낸 창업자 세대가 건재한 이 시점에 서서 속전속결식으로 기업집단문제의 해결을 원하는 것은 너무나 성급하다. 시간과 시장경쟁이 기업집단문제의 상당 부분을 해결해 줄 것이다.

## 기업집단 이야기

---

1997년 12월 5일 1판 1쇄 발행

2019년 11월 5일 1판 2쇄 발행

저자\_공병호

발행자\_최승노

발행처\_자유기업원

주소\_서울특별시 영등포구 국회대로62길 9

전화\_02-3774-5000

팩스\_0502-797-5058

비매품