

기업가 정신 개론

도서출판 **리버티**에서 낸 역사

- 《경제 모형과 방법론》
- 《공공선택론 입문》
- 《미국의 외교 문제: 간결한 역사》
- 《루트비히 폰 미세스 입문》
- 《시장은 어떻게 작동하는가: 불균형, 기업이 정신 그리고 발견》
- 《자유주의와 연고주의: 대항하는 두 정치 경제 체제》
- 《오스트리아학과 경제학 입문》
- 《대도시 지역의 공공경제: 공공선택 접근법》
- 《자유 사회의 기초》
- 《초보자를 위한 자유의 길잡이》
- 《고전적 자유주의 입문》
- 《축약된 국부론》
- 《자유 101》
- 《공공 정책과 삶의 질: 시장 유인 대 정부 계획》
- 《번영의 생산: 시장 과정의 작동의 탐구》
- 《애덤 스미스 입문》
- 《공공선택론 고급 개론》
- 《아인 랜드 개론》
- 《시장의 재도입: 시장 자유주의의 정치적 부활》
- 《자본주의 개론》
- 《정치적 자본주의: 경제 및 정치 권력이 어떻게 형성되고 유지되는가》
- 《학과: 101인의 위대한 자유주의 사상가》
- 《본질적인 오스트리아학과 경제학》

기업가 정신 개론

에이먼 버틀러 지음 · 황수연 옮김

An Introduction to
Entrepreneurship
by Eamonn Butler **iea**
Institute of
Economic Affairs

도서출판 리버티

기업가 정신 개론

지은이 에이먼 버틀러

옮긴이 황수연

펴낸이 구자춘

초판 1쇄 펴낸날 2021년 5월 31일

도서출판 리버티

48075 부산 해운대구 양운로 182, 103-404

전화 (051) 701-0122 / 팩스 (051) 918-0177

출판등록 2013년 1월 10일 제333-2013-000001호

전자우편 jachoon2@hanmail.net

Liberty Publishing House

182 Yangwoon-ro, 103-404, Haeundae-gu, Busan 48075, Republic of Korea

Phone 82 51 701 0122

email jachoon2@hanmail.net

© 도서출판 리버티 2021

An Introduction to Entrepreneurship by Eamonn Butler

First published by the Institute of Economic Affairs, London, in 2020

Copyright © the Institute of Economic Affairs 2020

All rights reserved.

Korean translation edition © 2021 by Liberty Publishing House

Translated by Sooyoun Hwang

Published by arrangement with the Institute of Economic Affairs, Westminster,
London, UK.

Reprinted by permission. All rights reserved.

이 책의 한국어 판권은

저작권자인 the Institute of Economic Affairs와 계약한

도서출판 리버티에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로

어떠한 형태로든 무단 전재와 무단 복제를 금합니다.

ISBN 978-89-98766-23-8 (03300)

차례

- *지은이에 관해* 10
- *AIER 에 관해* 12

1 서론 13

- 이 책이 다루는 내용 13
- 이 책의 대상 독자 13
- 기업가 정신과 저자 14
- 책의 구조 16

2 왜 기업가 정신에 관심을 가지는가? 17

- 보이지 않는 생산 요소 17
- 혁신과 경제 성장 18
- 기업가 정신을 촉진하는 방법 20
- 실험의 장려 22
- 경제학자들은 어떻게 기업가 정신을 무시하는가 24
- 경쟁의 중요성 27
- 기업가 정신과 다양성 30

3 기업가 정신의 서로 다른 견해 33

구조, 역할, 개성	33
기업 규모와 기업가 정신	39
기업가의 종류	42
기업가들은 이례적인 사람들이다	45
기업가적 마음	47
사회학적 요소들	51

4 기업가 정신의 경제적 역할 53

경제학과 불확실성	53
교과서 모형	55
창조적 분열자로서의 기업가	57
발견자로서의 기업가	60
정보 처리자로서의 기업가들	62
기업가들과 불확실성	64
기업가들과 판단	65

5 기업가 정신의 중요성 67

경제적 편익들	67
생산성 상승	70
인적 편익들	72

사회적 편익들	73
이윤의 사회적 역할	75

6 기업가 정신의 확산

세계적인 존재	78
국가 유사점들과 차이점들	79
발전 도상국들	81
기업가 정신과 이민	82
기업가 정신에 적합한 산업들	84
기업가 정신의 미래	85

7 생산적 기업가 정신과 비생산적 기업가 정신

기업가 정신은 항상 생산적인가?	88
생산적, 비생산적 그리고 파괴적	89
규칙들의 결정적 효과	91
규칙들을 조작하기	93
직업 면허	94
정치적 기업가 정신의 발흥	96
기업가 정신과 제도들	98

8 정부는 기업가 정신을 촉진할 수 있는가? 100

깨어진 꿈들의 한길 100
다른 전략들 102
정치인들이 연루되는 이유 104
공공 투자 매개물들 105
정부 개입 찬반론 107
올바른 분위기를 설정하기 111
목표 주도 장려? 115
경험으로부터의 교훈들 117

9 기업가적 환경 120

미국은 왜 그렇게 기업가적인가? 120
부, 자유 그리고 문화 121
허가 없는 혁신 124
과세의 중요성 126
규제 부담 132
올바른 조건들 135
경영의 중요성 138
교훈들 141

참고 문헌 144

IEA에 관해 153

• **옴긴이 후기** 157

• **옴긴이에 관해** 160

지은이에 관해

에이먼 버틀러(Eamonn Butler)는 세계의 지도적인 정책 싱크 탱크 중 하나인 애덤 스미스 연구소(Adam Smith Institute)의 소장이다. 그는 경제학과 심리학 학위들, 철학 박사 학위, 그리고 명예 문학 박사 학위를 보유하고 있다. 1970년대에 그는 워싱턴에서 미 하원에 근무했고, 미시간주 힐스테일 대학에서 철학을 가르쳤으며, 그 후 애덤 스미스 연구소를 창설하는 것을 돕기 위해 영국으로 돌아왔다. 밸리 포지의 자유 재단(Freedoms Foundation of Valley Forge)이 수여한 자유 메달(Freedom Medal)과 영국의 전국 자유 기업상(UK National Free Enterprise Award)의 과거 수상자인 버틀러는 현재 몽 펠르랭 소사이어티(Mont Pelerin Society)의 간사이다.

에이먼은 선구적인 경제학자이자 사상가인 애덤 스미스, 밀턴 프리드먼, F. A. 하이에크, 루트비히 폰 미제스 그리고 아인 랜드에 대한 개론서들을 포함한 많은 책의 저자이다. 그는 또한 고전적 자유주의, 공공선택론, 마그나 카르타 그리고 오스트리아학과 경제학에 관한 입문서들도 출판하였고, 게다가 《축약된 국부론(The Condensed Wealth of Nations)》, 《시중에서 최고의 책(The Best Book on the Market)》 그리고 《학파: 101인의 위대한 자유주의 사상가(School of Thought: 101 Great Liberal Thinkers)》도 출판하였다. 그의 《자유 사회의 기초(Foundations of a Free Society)》는 2014년 피셔 상

(Fisher Prize)을 받았다. 그는 《40세기의 임금 및 가격 통제들(Forty Centuries of Wage and Price Controls)》과 IQ에 관한 시리즈 책들의 공저자이다. 그는 인쇄, 방송 그리고 온라인 매체에 대한 빈번한 기고자이다.

AIER에 관해

이 책은 경제 문제 연구소(Institute of Economic Affairs) (153페이지를 보라)와 미국 경제 연구소(American Institute for Economic Research; AIER) 사이의 공동 생산물이다. 매사추세츠주 그레이트 배링턴(Great Barrington)에 있는 AIER은 미국에서 건전한 경제학을 위한 최초의 독립적인 목소리로서 1933년에 설립되었다. 오늘날 그것은 진행 중인 연구를 출판하고, 교육 프로그램들을 주최하며, 책들을 출판하고, 인턴들과 학자들을 후원하며, 세계적으로 유명한 바스티아 소사이어티(Bastiat Society)와 매우 존경받는 건전 화폐 프로젝트(Sound Money Project)의 본거지이다. 미국 경제 연구소는 501(c)3 공공 자선 단체이다.

1 서론

이 책이 다루는 내용

이것은 당신 자신을 성공적인 기업가로 만드는 방법에 관한 경영학 책이 아니다. 그것은 기업가 정신이 무엇이고, 우리가 왜 그것이 필요한지, 그리고 우리가 그것을 어떻게 장려할 수 있는지에 대한 기본적인 개론서이다.

따라서, 이 책은 기업가 정신과 그것이 혁신, 진보, 생산성 그리고 경제 성장을 높이는 데서의 역할에 관해 독특하고 중요한 것을 설명한다. 그것은 중요한데, 왜냐하면 기업가 정신의 이런 중대한 공헌들이 널리 이해되고 있지 못하기 때문이다. 참으로, 그것들은 종종 주류 경제학 교과서에서 완전히 간과된다. 그렇지만 그것들은 기업가 정신을 근로자, 소비자 그리고 시민으로서 우리 모두에게 절대로 필요하게 한다.

이 책의 대상 독자

확실히, 기업 경영자들은 자기들이 하는 것을 더 넓은 경제, 제도 그리고 정책 맥락에 넣는다는 면에서 이 책에서 가치를 발견할지 모른다. 그러나 이 책의 주(主)독자층은 경제적 진보를 추진하는 데서 혁신과 기업가 정신의 역할을 이해하기를 원하는 보통 사람들과 경제학

에 관한 표준 교과서들을 기계적이고, 아무 소득이 없으며, 어떤 인간 현실도 결여하는 것으로 느끼는 학생들이다.

만약 내가 사람들에게 그들이 원하는 것을 물었더라면, 그들은 더 빠른 말이라고 말했다.

—미국 자동차 제조업자 헨리 포드

그것은 또한 자기들의 경제를 덜 중앙 집권적으로 하고 더 자유롭고, 개방적이고, 다양하고, 동태적이고, 생산적이고, 번영하게 하기를 원하는 개발 도상국 독자들에게도 가치가 있을 것이다. 선진국들에서는, 이 책은 공공 정책에 관여하지만 경제생활에서 기업가 정신의 역할과 중요성을 충분히 이해하지 못하는 사람들에게 유용할 것이다.

기업가 정신과 저자

나는 통찰력이 있는 기업가들이 사람들에게 새로운 기회들을 주고 그들의 삶을 바꾸는 것을 보았다. 1970년대에 프레디 레이커(Freddie Laker)의 스카이트레인(Skytrain)은 예로부터의 항공사 카르텔을 깨뜨렸고, 우리 수백만이 대서양을 감당할 수 있는 가격에 횡단할 수 있게—했으며, 우리가 그렇게 했듯이 새로운 아이디어들을 갖고 돌아올 수 있게—했다. 클라이브 싱클레어(Clive Sinclair)는 휴대용 계산기와 디지털 시계를 개발하였다. 소니사(社)(Sony Corporation)는 워크맨(Walkman) 이동식 음악 재생기를 고안했다. 빌 게이츠(Bill Gates)는 컴퓨터를 우리의 집 안으로 가져왔다. 팀 버너스-리(Tim Berners-Lee)는 웹을 통해 우리 모두를 세계의 지식에 연결하였다.

그리고 스티브 잡스(Steve Jobs)의 아이폰은 이 모든 것을, 그밖에 많은 것을 더하여, (글쎄, 항공로는 아니지만, 확실히 전 세계의 운송 시간표들과 예약 앱들을) 20억 사람들의 호주머니에 넣었다.

그렇지만, 누구나 아는 이름인 기업가들은 소수밖에 없다. 어느 정도, 우리는 모두 기업가이다. 예를 들면, 갓 대학을 졸업한 학생으로서, 나는 이주해서 나의 고국에서의 경기 후퇴를 면할 기회를 잡았다. 나는 새로운 사상이 몹시 필요할 때 비영리 정책 단체를 설립하기 위해 귀국했다. 이제, 나는 이것과 같은 입문서들을 씌으로써 또 하나의 틈새를 채우려고 하고 있다. 내가 실업가가 아니지만, 나는 그럼에도 기업가적으로 행동한다.

기업가가 된다는 것은 그저 다른 사람들의 생활에 차이를 가져오기를 원하는 어떤 사람이 된다는 것을 의미할 뿐이다.

—버진 그룹(Virgin Group) 창립자
리처드 브랜슨 경(Sir Richard Branson)

주류 경제학의 가르침은 경제를 예측되고 통제될 수 있는 메커니즘으로 상상한다. 경험으로 나는 이 이미지가 현실과 정말 얼마나 거리가 있는지 알게 되었다. 실제 경제생활은 *사람들과 그들 사이의 관계들*에 관한 것이다. 그것은 그들의 목적들과 행동들에 따라 움직인다. 그들의 기업가 정신은 인간 번영과 진보를 증대한다. 그러나 기업가 정신의 역할은 주류 사고에서 간과되고 있—고 그다음 그 견해에 기반을 둔 나쁜 공공 정책에 의해 부지불식간에 질식된다.

우리는 기업가 정신을 주류 경제학과 정치학에 복원할 필요가 있다. 전 세계에 걸쳐, 미술, 음악 혹은 영화 감상 과정들이 있다. 우리는

또한 우리 생활에 대한 기업가 정신의 공헌도 감상할 필요가 있다.

책의 구조

이 책은 그 감상에 대한 조그만 공헌이다. 첫째, 그것은 우리가 기업가 정신에 관심을 가져야 하는 이유—그것이 혁신과 번영에 무엇을 의미하는지, 그리고 우리가 어떻게 그것을 장려할지—를 설명한다. 그다음에 그것은 우리가 흔히 기업가 정신에 관해 이야기하는 방법을 고찰하고, 핵심 아이디어가 사실상 무엇이며 무엇이 실제로 기업가들을 움직이는지를 도출해 내려고 한다.

제4장은 기업가 정신의 진정한 경제적 역할에 관해 서로 다른 이론들을 검토하고, 다음 두 장은 그것의 경제적 및 사회적 중요성과 세계 전체에 걸쳐서 그리고 서로 다른 산업들에서 그것의 놀랄 만한 보급을 탐구한다.

제7장은 모든 기업가 정신이 생산적인 것이 아니라는 점을 밝힌다. 만약 그것이 고객들에 봉사하기보다 규제들을 조종하는 데 집중하게 되면 그것은 심지어 해롭기조차 할 수 있다. 제8장은 정부들이 기업가 정신이 발전하도록 장려하는지 아닌지를 묻는다. 그 대답은 어찌보면 이지만, 너무나 자주 그들은 완전히 오산한다. 그들은 기업가 정신이 오직 개방적이고 경쟁적인 경제에서만 번창한다는 점을 잇는다. 이 책은 만약 우리가 기업가 정신의 편익들을 얻고 그것들[기업가 정신을] 완전히 죽이지 않으려면 우리가 창출해야 하는 정책 환경을 서술하는 것으로 마친다.

2 왜 기업가 정신에 관심을 가지는가?

보이지 않는 생산 요소

기업가 정신은 우리가 생각하는 것보다 우리에게 더 중요하다. 우리 대부분은 토지, 노동 그리고 자본이 우리의 생활을 유지하고 개선하는 재화들과 서비스들을 생산하기 위해 필요하다는 점을 깨닫는다. 그러나 기업가 정신은 *보이지 않는(unseen)* 생산 요소이다. 토지, 노동 그리고 자본은 그것들에 능동적으로 일을 시킬 때까지는 아무것도 생산하지 않는다. 그것들은 어떤 인간 마음—그것들이 가치를 창출하는 데 어떻게 사용될 수 있는지를 깨닫는 *기업가적인(entrepreneurial)* 마음—에 의해 감독되고 집중될 필요가 있다.

고전학과 경제학은 네 가지 근본적인 생산 요소, 즉 토지, 노동, 자본, 그리고 기업가 정신을 확립했다. . . . 소수의 예외가 있지만, 마지막 요소는 20세기 초 무렵 언젠가, 목적이 있는 행동과 함께, 경제 이론에서 사라졌다.

—프레데리크 소테(Frédéric Sautet)

참으로, 기업가 정신은 아주 간과되어 심지어 그것의 개념조차도 비교적 최근에 관심을 가졌다. 그 말의 기원은, 어떤 일을 하거나 착수하는 것을 의미하는, 13세기 불어 *앙트레프랑드르(entreprendre)*에 있다. 16세기까지는 그것은 기업들을 운영하는 사람들에게 적용되고

있었다. 그러나 1730년이 되어서야 아일랜드계 프랑스 경제학자 리처드 칸티용(Richard Cantillon) (약 1680-1734)이 기업을 운영하는데 **재정적 위험(financial risk)**을 감수하는 어떤 사람에 대해 그것을 사용했고, 1803년이 되어서야 프랑스 경제학자 장-바티스트 세(Jean-Baptiste Say) (1767-1832)가 자원들에 대한 **더 생산적인 용도들(more productive uses)**을 발견하는 데서 기업가들의 주요 역할을 설명했다.

그 개념의 추가적인 장식은 1848년에 왔는데, 그때 영국 철학자이자 경제학자 존 스튜어트 밀(John Stuart Mill) (1806-73)은 기업가들을 기업의 **위험과 경영 양쪽 다(both the risk and the management)**를 떠맡는 사람들로 식별했다. 오늘날, 경제학자들은 **혁신자들(innovators)**로서나 **기회들을 탐지하는(spottting opportunities)** 데나 미래 **불확실성(uncertainty)**의 세계에서 위험을 감수하는 데서 기업가들이 하는 역할에 집중한다. 그리고 그 개념을 명료하게 하려는 시도들은 계속되고 있다.

혁신과 경제 성장

기업가 정신의 이런 측면의 어느 것도 **혁신(innovation)**보다 더 인간 진보와 경제 성장에 중요하지 않다. 진보와 성장은 그저 **보이는(seen)** 생산 요소들을 더 많이 적용하는 결과만인 것이 아니라 대개 인간 경제 활동을 더 생산적으로 하는 데서 혁신의 결과이다. 경쟁적 경제에서는, 기업가들이 고객들을 끌어들이 더 값싸고, 더 좋고, 더 빠르고, 더 깔끔하고, 더 영리한 제품들을 창출할 더욱더 비용-효과적인 방법

들을 발견하려고 노력함에 따라 기업가들은 혁신할 끊임없는 압력에 직면한다. (예를 들어, 그저 전화나 자동차 기술에서의 발전들과 그것들이 제조되는 방법에서의 혁명들만 생각해 보라.) 생산성을 올리는—더 효율적인 과정들과 더 효과적인 제품들을 발견하는—그 끊임없는 압력은 우리의 생활 수준에서 대부분의 상승을 설명한다. 참으로, 1950년대로 거슬러 올라가서, 미국 노벨상 수상 경제학자 로버트 솔로(Robert Solo) (1924-)는 경제 성장 가운데 놀랄 만한 87퍼센트가 혁신의 결과로 생긴다고 계산했다(Solow 1956). 그렇지만 영국 과학작가 맷 리들리(Matt Ridley) (1958-)는 그 수치가 오늘날 더욱더 높다고 믿는데, 왜냐하면 새로운 재료들, 새로운 기계들 그리고 더욱 효율적인 방법들로 인해 우리가 우리의 필요들과 욕망들을 채우는 데 점점 더 적은 시간과 자원들을 써도 되기 때문이다(Ridley 2020).

혁신은 더 나은 제품들을 창출하는 것뿐만 아니고, 그것은 새로운 자원들도 창출한다고, 미국 경영학 전문가 피터 드러커(Peter Drucker) (1909-2005)는 말한다. 기업가들은 모래와 같은 가치가 없는 물건들을 실리콘 컴퓨터 칩과 같은 소중한 물건들로 바꾼다(Drucker 1985). 그리고 그다음에는 그 새로운 자원들은 스마트폰, 로봇 그리고 운전자 없는 자동차 같은 더욱더 큰 가치가 있는 물건들을 창출하는 데 사용될 수 있다.

그러나 혁신은 새 기계 장치들에 관한 것만 아니다. 그것은 ‘위대한 평등화 장치(the great equalizer)’라고, 리들리(2020)는 말한다. 오늘날, 가장 가난한 나라들의 사람들은 가장 부유한 나라들의 어느 것들 만큼이나 잘 작동하는 이동 전화기들을 가지고 있다. 혁신은 극도로 가난하게 사는 사람들의 수가 빠르게 줄어들고 있는 이유이고, 그것

이 계속해서 그렇게 할 이유이다.

그렇다면 혁신은 우리의 삶을 개선한다. 그리고 혁신과 창설되는 새 기업들의 숫자 사이에는 강력한 관계가 있다. (IT, AI, VR, 생물 공학, 원격 의료, 핀테크 같은) 빠르게 성장하는 산업들은 대개 신생, 성장 기업들이 차지하고 있지, 오래된 기성 기업들이 차지하고 있지 않다(Sanandaji and Sanandaji 2014). 확실히, 대기업들도, 자기들의 자본 및 인적 자원들을 가지고, 기업가적일 수 있다. 소니 워크맨을 상기하라. 그러나 대부분 혁신과 대부분 새 일자리 창출을 차지하는 것은 새롭고, 더 작으며, 성장하는 회사들이다.

기업가 정신을 촉진하는 방법

몇몇 서양인은 자기들의 기업가적 사업 활력이 줄어들고 있다고 걱정한다. 새 창업들의 속도가 늦추어졌고, 덜 생산적인 기업들이 더 오래 생존하고 있으며, 가장 생산적인 기업들은 기술을 더 많이 그리고 사람들을 더 적게 고용하고 있다(Decker 등 2016). 새 제품들과 과정들을 통해 생산성을 증대하는 데서 기업가들의 경제적 중요성과 우리 모두의 삶을 개선하는 데서 그들의 사회적 중요성을 고려하면, 이것은 결정적인 질문을 연다. 서양 정책 결정자들은 기업가 정신이 번창할 올바른 조건들을 아직도 유지하고 있는가, 그리고 그들은 그것을 장려하기 위해 무엇을 해야 하는가?

불행하게도, 쉬운 대답들이 없다. 의거할 견실한 사실들이 거의 없는데, 왜냐하면 ‘기업가 정신(entrepreneurship)’은 정의하고 식별하기가 어렵기 때문이다. 그것이 대개 신생 작은 회사들에서 발견될지

모르지만, 한 나라에서 신생 소기업들의 수는 기업가 정신의 좋은 척도가 아니다. 결국, 자영 가옥 도장업자들이나 택시 운전사들이 많이 있지만, 그들은 보통 기업가들(entrepreneurs)로 간주되지 않는다. 그 용어는 생산 방식들을 재조직하고 새로운 어떤 것을 생산하는 더 동태적이고 창조적인 사람들을 위한 것이다. 피터 드러커(Peter Drucker)가 말하듯이, 미국 교외들에는 작은 식당들이 많이 있다. 그러나 맥도널드의 소유자, 레이 크록(Ray Kroc)이 그 제품을 표준화하였고, 그것을 만드는 과정을 근본적으로 바꾸었으며, 새로운 시장을 창출하였다. 그것은 그가 기업가로 간주되는 이유이다(Drucker 1985).

미국 교외에서 또 하나의 조제 식품점이나 또 하나의 멕시코 식당을 여는 남편과 아내는 확실히 위험을 감수한다. 그러나 그들이 기업가인가? 그들이 하는 전부는 전에 여러 번 했던 것이다. . . . 그러나 경영 개념들과 경영 기법들을 적용하고 (고객에 대한 ‘가치(value)’가 무엇인가?를 묻고), ‘제품(product)’을 표준화하고, 과정과 도구들을 설계하고, 그리고 행할 업무의 분석을 기초로 훈련을 하고 그다음 그것이 요구하는 표준들을 설정함으로써, 맥도널드는 자원들로부터 산출을 철저하게 개선했을 뿐만 아니라, 새 시장과 새 고객을 창출했다. 이것이 기업가 정신이다.

정책 결정자들은 모든 새 사업에 보조금과 기타 지원을 제공함으로써 기업가 정신을 증대하는 것을 목표로 할지 모른다. 그것은 소수의 기업가가 번창하게 하는 데 도움이 될지 모르지만, 그것은 실제로 전혀 기업가적이지 않은 많은 다른 새 사업을 지원하는 데 납세자들의 돈을 낭비할 것이다. 게다가, 대부분 새 사업은 실패한다. 전형적으로,

새 사업의 1/5이 1년 이내에 실패하고, 1/3이 2년 이내에, 그리고 약 반이 5년 이내에 실패한다(미국 중소기업청 창도국(US Small Business Administration Office of Advocacy) 2014). 단지 아주 몇 안 되는 사업만이 엄청나게 성공적이다. 나머지들은 그것들이 얼마나 기업가적인지 혹은 그것들의 제품들이 얼마나 혁신적이고 유용할지와 관계가 없을지 모르는 많고 다양한 이유로 실패한다. 만약 납세자들의 돈이 모든 새 사업을 보조하는 데 사용된다면, 그것은 몇 안 되는 성공 사업에 이로울 것이고 많은 실패 사업에 효과가 없을 것이다. 그리고 슬프게도 어느 새 사업들이 번창할지 예측할 확실한 방법이 없는데, 이것은 ‘승자들을 뽑을(pick winners)’ 정부들의 시도들이 또한 보통 실패했던 이유이기도 하다.

실험의 장려

더 나은 전략은 기업가 정신이 일어나서 번창할지 모르는 올바른 조건들(conditions)을 창출하려고 하는 것이라고, 몇몇 경제학자는 말한다(예를 들어, Lerner 2009를 보라). 혁신적인 회사들과 제품들이 실패하거나 경제적 성공까지 돌진하는 *기업가적 과정*(entrepreneurial process)은, 살아 있는 종들이 진화하는 자연 선택의 과정과 아주 같이, *진화적 과정*(evolutionary process)이다. 우리가 더 많은 실험(experimentation)을 장려할 수 있을수록, 우리는 성공을 발견할 더 큰 기회가 있다. 그리고 바로 그 ‘시행착오(trial and error)’ 이유로, 실패하는(fail)—그러나 여전히 회복하는—것이 더 쉬울수록, 그 과정은 더 결실을 낳게 된다. 참으로, 아주 성공적인 기업가들은 과거에 실패

들을 했고, 종종 그것들을 많이 했다. 토머스 에디슨(Thomas Edison)은 백열전구를 개발하느라 천 번도 넘는 실패한 시도를 했다. 스티브 잡스(Steve Jobs)는 자기의 애플 I(Apple I)과 애플 리자(Apple Lisa)로 애플에게 수백만 달러를 잃게 했고, 심지어 자기 자신의 회사에서 해고되기조차 했다. 제임스 다이슨 경(Sir James Dyson)은 5천 번을 넘는 원형을 시험한 후에야 자기의 백이 없는 진공청소기를 만들어 내었다. 피터 틸(Peter Thiel)은 헤지 펀드를 운영했는데, 이것은 자기의 자산의 95퍼센트를 잃었다.¹ 아마존이 서적에서 장난감으로 사업을 확장했을 때, 제프 베이조스(Jeff Bezos)는 비축할 수천만 개의 장난감을 샀지만, 그 중 그저 반만 팔았다. 실패는 기업가들에게 무슨 종류의 과정들과 제품들이 작용하지 않는지 가르쳐 주고, 자기들의 과거 경험을 통해서 그들은 시장이 정말 원하는 것이 무엇인지 배운다. 베이조스의 온라인 경매 사이트도 실패했—지만 그 경험으로 아마존 시장(Amazon Marketplace)을 개발할 수 있었다.

나는 실패한 적이 없다. 나는 그저 작동하지 않는 10,000가지 방식을 발견했을 뿐이다.

—토머스 에디슨

기업가 정신을 장려하는 데 약간의 과학이 있지만, 많은 억측도 또한 있다. 실리콘 밸리—몇몇 세계에서 가장 큰 첨단 기술 회사와 수천의 기술 창업 기업의 본거지인 남부 샌프란시스코만 지역의 별명—는 유명한 기업가적 성공담이다. 그러나 그것을 모방할 수 있었던 곳은 설

¹ Wikipedia (2020) Clarium Capital.

사 있다 하더라도 거의 없었고, 그것이 어떻게 발생했는지 누구도 확신하지 못한다. 전문가들은 그것이 공공 투자로 세워졌는지 민간 투자로 세워졌는지를 논쟁한다. 강력한 ‘거점(anchor)’ 기업들의 존재, 많은 공급 공공 기반시설 그리고 방위 계약들이 확실히 도움이 되었을 것이다(Mazzucato 2013). 그러나 그다음에는 사립 대학인 스탠퍼드 대학교의 근접도 역시 증대했다. 그 지역은 또한 이동성이 있고, 고등 교육을 받았으며, 숙련된 근로자들을 끌어들이 수 있었다는 것에서도, 그리고 창업 기업들이 자금과 자문 양쪽 다룰 구할 수 있었던 모험자본가들을 포함하여 번창하는 지역 기업 환경으로부터도, 이익을 얻을 수 있었다. 그다음에는 비슷한 기술 기업들이 그 지역에 들어가는 전 ‘집적(clustering)’ 효과도 서로 다른 회사들 사이에 소중한 교류를 일으키는 것을 도왔고 일자리 시장에서 이용할 수 있는 전문화를 증가시켰다. 아마도 그것은 모두 행운의 사건이었을 것인데, 이것을 다른 곳들은 재창조하려고 애쓸 것이다.

경제학자들은 어떻게 기업가 정신을 무시하는가

그러나 주류 경제학자들은 기업가적 과정을 높이는 방법에 관해 우리에게 안내를 별로 해줄 수 없는데, 왜냐하면 그들은 거의 전적으로 그것을 간과하기 때문이다.

기업가 정신은 경제 성장과 번영의 동인(動因)으로서 우리 모두에게 중대하다(Kritikos 2014). 그것은 다른 생산 요소들을 가치의 창출로 움직이고, 돌리고, 조직한다. 그렇지만 주류 경제학자들은 이 중요한 촉매 기능을 거의 인식하지 못한다. 예를 들어, 주류 경제학 교과

서들에서는 ‘기업(firm)’은 전적으로 추상적인 개념이다. 기업들이 왜 존재하는지, 그것들이 어떻게 태어나는지, 그것들이 (아마도 규모를 제외하고는) 얼마나 다르고 다양한지, 그것들이 어떻게 바뀌고 발전하는지, 그것들이 자기들의 창업자들, 근로자들 그리고 고객들에게 무엇을 의미하는지—혹은 심지어 그것들이 왜 파산하는지조차도—에 관해서 설명이 없다. 바꿔 말하면, 인간들과 기업가적 마음들은 전적으로 중요하지 않은 것으로 묘사된다. 그러나 일반적으로 인간들과 특별히 기업가들은 모든 경제생활을 이해하는 열쇠다. 행동, 상업 그리고 무역을 움직이는 것은 그들이다. 토지, 자본 그리고 심지어 노동조차도 그것들이 어떤 인간 마음에 의해 어떤 의도적인 목적에 둘러질 때까지는 가치 있는 어떤 것도 생산하지 못한다. 모래는 인간들이 그것을 콘크리트나 컴퓨터 칩으로 만들 때까지는 그저 모래일 뿐이다. 자본재들은 가치 있는 것들을 생산하는 데 사용될 때까지는 그저 유향 장비일 뿐이다. 도랑을 파는 것은 우리가 농토를 배수하거나 관개하는 데나 건물의 터전을 제공하는 데나 어떤 다른 인간 목적에 이바지하는 데 그것이 도움이 되지 않는다면 낭비된 노력이다. 우리가 경제학을 이해할 수 있기 전에, 우리는 인간 동기들과 상호 작용들을 이해해야 한다.

애석하게도, 사람들이 그러한 대단히 복잡한 인간 설명들보다 경제에 관한 단순한 ‘기계적(mechanical)’ 모형을 이해하는 것이 훨씬 더 쉽다. ‘완전 시장(perfect markets)’ 같은 쉬운 교과서 개념들—똑같은 제품들과, 거래가 자유롭고 비용이 없는, 똑같은 구매자들과 판매자들로 이루어진 가상의 세계—은 현실 시장들의 소용돌이치는 변화와 다양성보다 파악하기 더 쉽다. 그러나 그런 개념들은 결실이 없고 비

현실적이다.

더욱더 불행하게도, ‘완전 시장’ 개념은, 우리가 현실 시장들이 ‘불완전(imperfect)’하다고 여기는 어느 곳에서든, 우리가 (혹은 구체적으로 우리의 정부 정책 결정자들이) 즉각 개입해서 그것들을 ‘완전(perfection)’으로 되돌리려고 해야 한다고 암시한다. 그러나 시장들은 ‘완전하지’도 않고 결코 ‘완전해질’ 수도 없다. 만약 우리의 경제생활이 완전하다면, 누구도 어떤 제품이든 혁신하거나 공급하거나 팔거나 살 아무런 이유도 없을 것인데, 왜냐하면 그들은 물건들을 결코 개선할 수 없을 것이기 때문이다. 어떤 시장(market)도 필요 없을 것이다. 어떤 시장도 전혀 존재하지 않을 것이다. 실제로, 사람들에게 생산적인 행동을 취하게 하고 서로 물건들을 거래하게 하는 것은 경제생활에서 나타나는 바로 그 불완전한 점들(imperfections)이다. 그리고 내일에는, 상황들이 다시 달라질 것이다. 시장들은 그런 변화하는 상황들에 반응한다. 그것들은[시장들은] 동태적—셀 수 없을 정도로 많은 재화와 서비스의 수요와 공급의 끊임없는 흐름—이다. 그 흐름 자체는 빠르게 흐르는 산속 개울에서 보이게 되는 소용돌이들 및 회오리들과 똑같이 다른 잉여들, 부족들 그리고 기회들을 노출한다. 그 소용돌이들을 새로운 과정들과 제품들로 채우기 위해 조치를 하는 사람들은 기업가들이다. 그렇게 하도록, 그들은 혁신한다. 그리고 혁신함으로써, 그들은 사람들에게 그들이[사람들이] 바로 얼마 전만 해도 상상조차 하지 못했을지 모르는 새로운 재화들, 서비스들 그리고 선택들을 가져온다.

기업가들이 이 모든 것을 하는데, 교과서들이 상상하는 심지어 ‘완전 정보(perfect information)’ 없이도 그렇게 한다. 그들은 어느 과정

들이 실행될 수 있고 이윤이 있는 것으로 드러날지 미리 알 수 없고, 또한 대중이 무슨 품질의 무슨 제품들을 무슨 가격에 원할지도 미리 알 수 없다. 그들의 일은—비록 많은 성공적인 기업가의 경우에는 참으로 멋지고 사려 깊은 추측일지라도—모두 추측이다. 기업가들은 미래가 무엇을 가져올지 그리고 미래 소비자들의 필요와 선택이 무엇이 될지에 관한 불확실성의 안개에 직면하여, 위험을 감수하고, 투자 결정을 하며, 자기들의 사업에 시간, 노력, 자본 그리고 기타 자원들을 쓴다. 누가, 예를 들어, 세계 인구의 거의 반이 스마트폰을, 사는 것은 말할 것도 없고, 심지어 원하기조차 할 것이라고 꿈에라도 생각했을까? 백과사전, 지도책, 참고 도서, 일기, 신문, 계산기, 카메라, 음악 재생기 혹은 백화점의 어느 생산자가 자기들의 사업이 어떤 포켓용 장치에 의해 완전히 파괴될 것이라고 예측했을까? 그러나 그러한 불확실성의 배경에 대해 위험을 감수하는 것은, 몇몇 이론가에 따르면, 기업가주의(entrepreneurialism)의 바로 그 정의이다(McMaken 2014).

경쟁의 중요성

교과서 견해는 또한 경쟁이 *사물의 상태*(state of affairs)—다수의 똑같은 구매자와 판매자가 있는 고정된 상황—라고 암시하기도 한다. 그러나 영국계 오스트리아 노벨상 수상 경제학자 F. A. 하이에크(F. A. Hayek) (1899-1992)가 깨달았듯이, 경쟁은 능동적이고 계속 진행 중인 *과정*(process)으로 생각하는 것이 더 낫다. 게다가, 그것은 기업가들과 기업가 정신이 지극히 중요한 역할을 하는 과정이다(Hayek 1978).

하이에크는 경쟁을 *발견 절차*(discovery procedure)라 불렀다. 기업가들이 고객들의 변화하는 수요들 그리고 자원들의 가격과 공급에서의 변동들을 가지고 곡예를 함에 따라, 그들은 새로운 정보를 발견한다. 그들은 재화와 서비스를 생산하는 더 낮고 더 값싼 방식을 발견하고, 고객들의 필요, 욕망 그리고 기호를 더 정확하게 인지한다.

경쟁의 압력 아래에서는, 그런 욕망을 가능한 한 빨리 만족시키는 기업가들에게 또한 프리미엄도 있다. 잉여들, 부족들 그리고 기회들은 시장들에서 항상 발생한다—그것들의 활력과 복잡성의, 그리고 불가피하게 열리는 공급, 수요 그리고 가격들에서 일상의 변동들과 불일치들의, 자연적인 결과이다. 기업가들은 발생하는 잉여들을 막고, 부족들을 채우며, 기회들을 붙잡도록 행동하는 데 대해—그리고 미래 잉여들과 부족들을 예상하고 미리 그것들을 고치도록 행동하는 데 대해—보상을 받는다. 시장 경쟁 아래에서는, 기업가들이 빨리 행동해야 하는데, 그렇지 않으면 경쟁자들이 대신 기꺼이 그런 기회들을 이용해서 성공의 보상을 얻을 것이다. 그러므로 경쟁 시장에서는, 불일치들은 빨리, 만약 시장이 정부 계획자들에 의해 관리되거나 독점자들에 의해 지배된다면 일어날 수 있을 것보다 훨씬 빨리, 교정되는데, 후자[정부 계획자들과 독점자들]의 어느 쪽도 그렇게 하는 데 그러한 절박한 이유가 없을 것이다. 경쟁이 더 심할수록, 기업가들은 빈틈들을 탐지하고 채우는 데 더 빨라야 하고, 그들은 미래 수요들을 예상하는 데 더 정확해져야 하며, 그들은 불균형들을 교정하는 데 더 혁신적이고 상상력이 풍부해야 한다. 그들이 대중의 진정한 필요를 더 빠르게 채울수록, 그리고 그들이 그것에 더 능할수록, 그들의 행동들이 전 사회를 더 낮게 하는 일이 더 많아진다.

아무도 기업가 정신을 생존으로서 이야기하지 않지만, 그것[기업가 정신]은 정확하게 그것[생존]이고 창조적 사고를 육성하는 것이다.

—보디숍(BodyShop)의 창립자 아니타 로딕(Anita Roddick)

다시, 경쟁은 **선택(selection)**의 진화적 과정으로 볼 수 있다. 그러나 우리가 무슨 제품들을 가질지 선택하는 것은 **생산자들(producers)**이 아니고, 기업들과 기업가들이 아니다. 그것은 자기들의 필요를 최상으로 만족시키고 자기들에게 최소 가격에 최고 가치를 주는 제품들을 끊임없이 선택하는 **소비자들(consumers)**이다. 만약 어떤 다른 사람이 자기들에게 돈에 비해 더 나은 가치를 내놓는 더 낫거나 더 값싼 제품을 생산할 수 있다면, 그들은 자기들의 기존 공급자들과 관계를 끊고 대신 자기들의 돈을 그 새로운 제품과 새로운 공급자에 쓸 수 있(고 일반적으로 쓸 것이)다. 속담에서 말하듯이, 더 나은 쥐뿔을 만들어라, 그러면 세상은 당신의 문에 이르는 길을 낼 것이다—비록 기업가적 성공에는 단순한 발명보다 훨씬 더 많은 것이 있을지라도.

경쟁적인 시장 선택 과정을 통해서, 자원들은 더 나은 쥐뿔과 대중에게 최대의 가치를 내놓는 셀 수 없을 정도로 많은 다른 용도의 재화들과 서비스들로 체계적으로 돌려진다. 셀 수 없이 많은 일상 거래에서 소비자들이 쓰는 어느 페니나 다 끊임없는 투표에서 한 표와 같이 작용한다. 각 페니는 기업가들에게 신호를 발신하여, 그들에게 재화와 서비스 하나하나 모두를 얼마나 생산해야 할지 말해 준다. 그것은 기업가들을 재촉하여 자원들과 생산 과정들을 그것들의 가장 소중한 용도들로 돌리게 한다. 그것은 또한 그들을 재촉하여 더욱더 나은 가치 제품들을 창출하고 공급하는 새로운 방식들을 혁신하고 찾아내게 하기도 한다. 그 결과는 이용할 수 있는 자원들이 가능한 최대한 효과

적으로 사용된다는 점이다. 가치가 높아지고 전 사회가 이익을 얻는다.

정치적 민주주의에서는 오직 다수와 후보나 다수와 계획에 찬성해 던진 표들만 사건의 진전을 형성하는 데 효력이 있다. 소수파가 던진 표들은 직접적으로 정치에 영향을 미치지 않는다. 그러나 시장에서는 헛되게 던진 표는 없다. 쓴 어느 페니나 다 생산 과정들에 영향을 미칠 힘을 가지고 있다.

—루트비히 폰 미제스, 《인간 행동》

기업가 정신과 다양성

주류 경제학의 접근법은 또 하나의 단점이 있다. 그것은 다양성의 중요성을 저평가하고, 참으로 무시한다. 소위 ‘완전 경쟁(perfect competition)’에서는, 제품들은 똑같다. 실제로는, 그것들은 명백하게 같지 않다. 우리가 서로 다른 종류의 차[茶], 빵, 신발, 모자, 의자, 전화기, 자동차 혹은 주택과 같은 일상 재화들에서 가지는 다양성과 선택을 생각해 보라. 그리고 미용, 은행업, 오락, 직업 훈련, 교통 혹은 수의(獸醫) 서비스 같은 서로 다른 서비스들에서 가지는 다양성과 선택도 생각해 보라. ‘완전 경쟁’ 모형은 우리가 생각하는 것을 돕도록 설계된 그저 이론적 추상일 뿐이라는 점은 사실이다. 그러나 경제 활동의 진정한 다양성과 복잡성을 용케 숨김으로써, 그것은 실제로 우리를 잘못 이끌고, 몇몇 매우 잘못된 생각을 조장한다. 예를 들면, 그것은 어떤 것이든—자동차, 화학 제품, 배[船], 종이 의복, 혹은 그 밖에 무엇이든—하나를 넘는 생산자를 가지는 것이 ‘낭비적(wasteful)’임에 틀림없다고 사람들이 결론짓게 한다. 결국, ‘규모의 경제(economies of scale)’는 단일의 큰 기업이 수많은 작은 기

업보다 틀림없이 물건들을 훨씬 더 값싸게 생산할 수 있을 것이라는 점을 의미한다. 동시에, 유통 체계들이 통합될 수 있을 것이고 경쟁적인 광고의 필요가 없을 것이다.

그렇지만 똑같은 제품들의 어떤 ‘낭비적인(wasteful)’ 중복도 조장하기는커녕, 현실 생활 경쟁은 기업가들에게 다른 제품들을 창출하도록 자극한다. 그들은 고객들에게 똑같지 않고 더 낫거나 더 값싼 혹은 양쪽 다인 제품들을 제공함으로써 자기들의 경쟁자들로부터 고객들을 얻기를 원한다. 그들은 다른 제품들보다 훨씬 돋보이는 제품들, 고객들의 관심과 상상력을 사로잡는 제품들을 창출하기를 원하고, 그들이 자기들의 지출 패턴을 바꾸게 하기를 원한다. 그 결과, 소비자들은, 서로 다른 특성을 가지고 있으면서 서로 다른 가격 및 품질 수준에 있는, 선택할 엄청난데 다양한 제품을 누린다. 자동차, 컴퓨터 혹은 화장품의 어느 두 모델도 똑같지 않다. 심지어 비누나 오렌지 주스나 햄버거처럼 겉보기에 표준적인 제품들조차도 서로 다른 방식으로 만들어지고, 디자인되고, 포장되고, 팔린다. 또한 우리는 심지어 다른 모든 사람과 똑같은 의복, 신발, 시계 혹은 머리 모양을 가지기를 원하지도 않을 것이다. 그렇지만 ‘완전 경쟁’ 모형은 이 다양성을 무시하고 그러므로 그것을 창출하는 데서—그리고 참으로 혁신과 인간 진보를 추진하는 데서—기업가 정신의 역할과 중요성을 간과한다.

현실 세계에서는, 확실히 많은 경쟁이 있다. 그러나 기업가들은 우리 모두에게 어떤 똑같은 제품을 주려고 노력하고 있지 않다. 그들은 우리가 무슨 종류의 제품들을 선호하는지(prefer) 찾아내려고 노력하고 있다. 그것은 그들의 독창성과 혁신을 대중이 진정으로 원하는 것을 공급하는 데 발휘하게 한다. 그 과정에서, 그들은 새로운 발견을 하고, 새로

운 체계를 개발하며, 생산성을 향상하고, 가치를 증가시키며, 진보를 촉진한다.

그러한 것들은 모두 우리가 기업가 정신에 관심을 가져야 하고 그것을 이해 및 장려하려고 노력해야 하는 매우 중요한 이유들이다(Seth 2019).

3 기업가 정신의 서로 다른 견해

구조, 역할, 개성

대부분 사람은 기업가 정신을 세 가지 방식 중 하나로, 즉, 특별한 종류의 사업으로서, 특수한 직업으로서, 혹은 몇몇 사람이 소유하는 특별한 종류의 사고방식으로서 상상한다(Klein and Mariotti 2013). 이 혼한 견해들을 더 자세하게 탐구할 가치가 있다.

사업 유형. 종종, 사람들은 기업가 정신을 창업 기업들과 동일시한다. 몇몇 경제학자는 심지어 새 창업의 수를 한 나라에서 기업가 정신이 얼마나 많이 있는지의 지수로서 사용하기조차 한다. 이것은 잘못이다. 첫째, 우리가 보았듯이, 창업 기업은 반드시 기업가적인 기업이 아니다. 많은 작은 카페, 문신 시술점(tattoo parlours), 자전거 수리점, 세탁소 그리고 길모퉁이 신문 가판대는 매년 창업하지만, 거의 어느 것도 실제로 ‘기업가적(entrepreneurial)’이라고 불릴 수 없다. 둘째, 기업가는 반드시 새 기업을 창설할 필요가 없다. 많은 사람이 자기들 자신의 기업을 창설하기를 정말 선호한다는 점은 사실이다—그것을 통해 그들은 자기들의 아이디어들을 자기들 자신의 방식으로 추구하고, 자기들의 혁신들을 상사들이나 주주들을 만족시킬 필요 없이 개발하며, 자기들의 (기대하던) 성공의 전 보상을 얻을 수 있다. 그러나

더 오래된, 기성 회사들에서도 기업가 정신이 있을 수 있다. 예를 들어, 포드는 자동차 공유(car-sharing) 및 주차장 탐사 장치(parking locator) 앱을 개발하고 있다. 아마존은 다른 나라들을 위해 웹 서비스들을 창출하고 있다. IBM은 인공 지능을 하드웨어나 소프트웨어보다 서비스로 생각하고 있다. 구글은 자율 주행 자동차들, 우주 연구 등을 탐구하고 있다. 사실상, 대기업들은 기업가적 혁신들을 개발하는 데 매우 효과적일 수 있는데, 그것들을 뒷받침할 자원들과 그것들을, 심지어 국제적으로도, 늘릴 규모를 가지고 있기 때문이다.

자영업도 역시 기업가 정신의 훌륭한 지수가 아니다(Henrekson and Sanandaji 2014). 다시, 많은 사람은 자영업자들을 ‘기업가(entrepreneurs)’로 생각하고 기업가들이 모두 자영업을 한다고 상상한다. 그러나 그런 것들 어느 쪽도 반드시 사실이 아니다. 자영업을 하는 배관공들이나 택시 운전기사들은 보통 ‘기업가’로 서술되지 않는다. 자영업을 하는 여행 안내자들, 어릿광대들, 주얼리 디자이너들(jewellery designers), 개인 스포츠 트레이너들, 언론인들, 청소부들, 정원사들, 애완동물 돌보기 대행업자들 혹은 음악 선생님들도 마찬가지다. 그러므로 자영업자 수는 기업가 정신의 훌륭한 척도가 아니다.

참으로, 그것은 바로 그 반대일 수 있을 것이다. 세계 기업가 정신 모니터(Global Entrepreneurship Monitor)는 기업가적 활동이 자영업과 음의 상관관계가 있다고 암시한다.¹ 이유는 많다. 예를 들면, 한 나라에서 높은 자영업 수준은 개인 상인(sole traders)으로서 일하는 것에서 벗어나서 대신 자기들 자신의 성공적인, 성장하는 기업을 창출

1 Global Entrepreneurship Monitor, (<https://www.gemconsortium.org>), London Business School: Global Entrepreneurship Research Association.

할 유인, 추진력, 자원들 혹은 기회가 있는 사람들이 거기에 거의 없다는 점을 나타낼지 모른다. 혹은 그런 곳들에서 자영업자들은 심지어 자기들 자신의 기업을 성장시키는 것을 생각하기 시작조차 하지 않는다는 점일지 모르는데, 왜냐하면 그러한 확장을 실행할 수 있게 하는 충분한 자본이 주변에 없을지 모르기 때문이다. 불충분한 사회 기반 시설(예로 통신과 교통)은 기업을 현지 지역으로부터 확대하는 것을 어렵게 할지 모른다. 혹은 아마도 다른 사람들을 고용하는 데 아주 성가신 규제들이 있어서 그것은 수고할 가치가 없을 것이다. 몇몇 가장 빈곤한 나라는 높은 자영업 수준들을 가진다. 그러나 그것은—기업가 정신이 아니라—그저 자급 농업이나 가내 수공업의 보급만 나타낼 뿐이다. 마치 그 사실을 강조하는 것처럼, 통계치는 한 나라가 더 많은 자영업자를 가질수록 그것이 더 적은 억만장자를 자랑으로 삼는다는 점을 보여준다(Sanandaji and Leeson 2013).

많은 나쁜 공공 정책은 기업가 정신을 창업이나 자영업과 혼동하는 것에서 생긴다(Henrekson and Sanandaji 2008). 약간 더 나은 지표는 *가젤들(gazelles)* (큰 총매상고와 기록적인 수입 증가를 가진 신흥의, 빨리 성장하는 기업들)²이나 심지어 *일각수(一角獸)들(unicorns)* (10억 달러 이상으로 평가되는 사적으로 보유되는 창업들—비록 그 이름이 암시하듯이 이것들이 드물지라도)의 수일지도 모른다. 그럼에도 불구하고, 이 척도들은 기업가적 과정에서 생기는 몇 안 되는 성공에만 집중한다. 그것들은 기업가 정신의 규모를 엄청나게 저평가하는 데, 왜냐하면 그것들은 기성 기업들에서 발생하는 기업가적 활동의 양과 또한, 대부분이 그렇듯이, 실패로 끝나는 태반의 개인적인 기업

2 전문적으로, 백만 달러 이상의 수입과 4년에 걸쳐 20퍼센트 이상의 수입 증가.

가적 노력을 무시하기 때문이다. 또한 이 척도들은 서로 다른 국가 사이에서나 서로 다른 시대에서 기업가 정신 비율을 정확하게 비교할 수도 없다. 그 이유는 서로 다른 국가는 서로 다른 법률, 조세, 규제, 제도, 사회 기반시설 그리고 자본 시장을 가지고 있기 때문이다. 그러한 요소들은 심지어 같은 국가 안에서도 시간이 지나면 바뀐다. 모든 시대와 모든 국가에서 많은 기업가가 주변에 있을지 모르지만, 그들이 가젤이나 일각수가 될 가능성은 많은 다른 것에 달려 있다.

직업. 기업가를 정의하는 또 하나의 방식은 작은 회사의 소유자-경영자로서 정의하는 것이다. 그러므로 소유자-경영자의 수는 얼마나 많은 기업가가 있는지의 척도로서 간주할 수 있다. 적어도 그 정의는, 기업 자원들을 조직하고 관리하는, 어떤 기업가적 마음이 작동하고 있다는 확신을 우리에게 준다. 그리고 대부분 기업가가 소유자-경영자거나 기업 파트너라는 점은 사실이다.

그러나 다시, 이 정의는 너무 넓은 것 같다. 우리는, 작은 카페나 길 모퉁이 가게를 확장하는 것을 결코 생각하지 않는, 그것의 소유자-경영자를 기업가로서 보통 생각하지 않을 것이다. 작은 기업을 소유하고 관리하지만, 그것의 생산을 합리화하고 새로운 시장들을 개발하며 성장을 관리함으로써, 그것을 더 크고 더 낮게 하려는 어떤 사람을 우리는 더 엄두에 둘 것 같다. 게다가, 모든 기업가가 소유자-경영자인 것이 아니다. 많은 사람은 큰 회사들의 고용인일지 모른다. 몇몇 사람은 자기 사업의 경영을 다른 사람들에게 맡기는 창조적인 사람일지 모른다.

어떤 사람들은 기업가를 제품들을 고안하고 생산하며 시장에 내놓

는 것이 직업인 어떤 사람으로 정의한다. 그들은 혁신을 잇따라서 창출한다. 그들은 심지어 각각을 추구하기 위해 새 기업들을 시작할지도 모른다. 이들은 소위 연쇄(serial) 기업가들이다. 스티브 잡스(애플, 넥스트, 픽사), 일론 머스크(스페이스엑스, 테슬라, 솔라시티), 리처드 브랜슨 경(버진 뮤직, 버진 애틀랜틱, 버진 레일) 그리고 제임스 다이슨 경(진공청소기, 공기 정화기, 세탁기, 헤어드라이어, 조명)과 같이, 예들은 풍부하다. 그러나 많은 다른 사람도 있다. 누구든지 심지어 오프라 윈프리를 포함할지도 모른다. 미국에서 자기의 TV 토크 쇼로 알려져, 그녀는 그것의 권리들을 이용하기 위해 하포 프러덕션스(Harpo Productions)를 설립했고, 오프라 윈프리 네트워크(Oprah Winfrey Network)를 개시했으며, 케이블 텔레비전 방송국 옥시전(Oxygen)의 공동 설립자이다. 이미 억만장자인 많은 그러한 연쇄 기업가에게는, 재정적 보상은 더는 중요하지 않다. 그들은 그저 새로운 것들을 시험하도록 내몰리는 것만 같다.

사고방식. 그러면 기업가 정신은 기업가들을 구분하는 사고방식인가? 기업가들에 관해 말할 때, 대부분 사람은 그들의 창조성, 그들의 창의력 풍부와 참신함 추구, 기회들에 대한 그들의 주의력, 기존 질서를 붕괴시키는 그들의 결단력, 자기들의 사업과 그것의 제품들에 대한 그들의 개인적인 동일시, 양식, 품질 그리고 경영에 대한 그들의 외곬의 헌신을 생각한다. 이 특징들과 더불어 혁신, 경험, 동시에 여러 가지 일을 할 능력, 그리고 기꺼이 위험을 감수함도 또한 중대한 것으로 통한다(Foss and Klein 2010).

모든 기업가가 이 모든 개성 특징을 가지고 있지는 않고 또한 그들

이 그것들을 똑같은 크기로 가지고 있지도 않다. 탁월한 혁신자이자 기회 탐지자이면서 터무니없는 경영자도 있고, 고무하는 경영자이면서 시장을 완전히 오해하는 사람도 있다. 실리콘 벨리는 ‘컴퓨터만 아는 괴짜(nerds)’이자 망상을 가진 사람이면서 사람들을 관리할 수 없는 사람들과, 고도로 유능한 경영자이면서 자기의 제품과 자기의 시장을 오해하는 사람들로 가득하다. 스티브 잡스(Steve Jobs)는 첫 번째의 예이고 일시적으로 그를 애플에서 내쫓은 존 스컬리(John Sculley)는 두 번째의 예이다.

나는 성공적인 기업가들과 비성공적인 기업가들을 구별하는 것의 약 반이 순수 인내라고 확신한다.

—애플 공동 창립자 스티브 잡스

또 하나의 문제는 이 사고방식 특성들이 측정하기 어렵다는 점이다. 우리는 ‘주의력(alertness)’이나 ‘창조성(creativity)’이나 ‘결단력(determination)’에 어떻게 숫자를 부여할 수 있는가? 우리가 얼마나 많은 기업가 정신이 있는지 혹은 공공 정책이 그것을 높이고 있는지 지체시키고 있는지 아는 방법으로서, 그것들은 큰 도움이 되지 않는다. 게다가, 사람들이 이 특징들을 가지고 있다는 단순한 사실은 그들이 기업가로서 성공할 것이라는 지표가 아니다. 그들은 대담하고, 상상력이 풍부하며, 창조적인 아이디어들을 가지고 있을지 모르지만, 자기들의 기업을 창업 양식에서 결코 벗어나게 하지 못할지 모른다. 아니면 그들은 자기들의 회사들을 키우지만 결국 자기들의 성공에 만족하여 대담하고, 상상력이 풍부하며, 창조적인 다른 사람들에 추월당할지 모른다(예를 들어 McMaken 2014를 보라). 경쟁적인 경제에

서는, 기업가들은 정상에 머무르기 위해서는 여전히 빈틈이 없을 필요가 있다.

기업 규모와 기업가 정신

대(大) 대 소(小). 미국 정치경제학자 조지프 슈페터(Joseph Schumpeter) (1883-1950)는 원래 대기업들이 자본, 숙련되고 전문이 넓은 고용인들, 그리고 신제품들을 성공시킬 마케팅 및 유통 시스템들을 가지고 있기 때문에 대기업들이 기업가적 혁신을 이끌 것이라고 생각했다. 그러나 그가 쓰고 있었던 그때(Schumpeter 1911), 철강, 섬유, 전기 그리고 석유 같은 다수의 현행 산업 기술은 오직 대기업들만이 제공할 수 있을 규모의 경제가 필요했다.

그렇지만 후에 슈페터는 더 작은 회사들이 더 큰 회사들보다 더 유연하고 민첩하며, 그러므로, 아마도 더 기업가적일 것이라고 결론지었다. 미국 경제학자 윌리엄 보몰(William Baumol) (1922-2017)도 의견이 같았고, 가장 근본적이고 파괴적인 혁신이 창업 회사들에서 생긴다고 주장했다. 더 큰 기업들도 역시 기업가적일 수 있을 것이지만, 그들은 더욱 점증적인 혁신을 낳는 경향이 있다는 것이었다 (Baumol 2002). 이러할 몇 가지 이유가 있다. 대기업들은 기존 제품 계열들에 심하게 투자할지 모르는데, 이것은 기존 제품들과 과정들을 근본적으로 새로운 어떤 것으로 대체하기보다는 그것들을 개선하는데 집중하도록 그들을 재촉할지 모른다. 자기들의 기존 생산 기술에 전념했으므로, 그들은 새로운 방법들을 받아들이는 데 고투할지 모른다. 그러한 쟁점들은 큰 회사들의 ‘사내 기업가들(intrapreneurs)’에

대해서는 삶을 어렵게 할 수 있다. 그렇기는 하지만, 많은 기업가는 더 큰 기업들에서 첫걸음을 내딛는데, 거기서 그들은 특정 산업에 관해 배우고, 아마도 자기들이 독립적으로 사업을 일으킴으로써 이용할 수 있는 잠재적인 기회들을 볼 것이다.

복잡한 요소들. 그러나 그림은 이것보다 더 복잡하다. 대부분 창업은 실패할 것이다. 국제 컨설팅 전문 회사 베인 앤드 컴퍼니(Bain & Co.)에 따르면, 17,000개 미국 회사에서 단지 한 개만 재산이 5억 달러로 성장한다(Zook and Allen 2016). 대조적으로, 자기들의 핵심 사업에 차입금으로 투자하는 기성 기업들은 생존 가능한 대규모 새 기업을 창설할 가능성이 약 1/8이다. 그것은 대기업에서 성공 가능성을 창업에서보다 약 2,000배 더 높게 한다.

창업의 삶은 성취로 가득 차 있는데, 만약 당신이 당신의 전 경력을 회사에서 보내었다면 당신이 완전히 상상할 수 있는 것은 아닌 감정적 롤러코스터 타기이다.

—미국 실업가이자 칼럼니스트 하비 매케이(Harvey Mackay)

슈페터(1939)가 깨달았듯이, 대기업들의 유급 고용인들도 역시 기업가가 될 수 있다. 그러나 대기업들은 그들을 지원할 전략을 제자리에 가지고 있을 필요가 있다. 자기들의 일상 활동들로부터, 회사 사내 기업가들은 고객들의 필요를 예민하게 알고 있을지 모르고, 그들은 신제품들을 발견하고 개발할 끈기를 가지고 있을지 모른다. 그러나 그들은 여전히 자기들의 기업이 자기들의 아이디어들을 지원하게 할 필요가 있다. 대기업들은 ‘양손잡이가 될(ambidextrous)’(March 1991)

필요가 있다. 그들은, 제조와 마케팅에서, 자기들의 과정들을 혁신에 연결해야 한다. 그것은 구조들과 사업들과 전 직원을 정렬시킨다는 것을 의미한다. 그것은 가지각색의 아이디어와 실험을 환영하는 문화를 창조하는 것—종종 규모와 관련된 관성을 고려하면, 항상 쉬운 것은 아니다—을 의미한다.

대-소 협력. 이 점을 염두에 두고서, 많은 대기업은 더 작은 기업가적 회사들과 협력을 개발한다. 몇몇은 창업 기업들이나 막 졸업하는 학생들을 얻기 위해 혁신 경기들을 조직한다(Schaeffer 2015). 그것은 그들이 미래 기술들을 식별하고 혁신자들을 자기들의 영역으로 끌어들이는 것을 돕는다. 예를 들어, 클라우드(cloud)와 빅데이터(big data) 같은 혁신들은 끝이 없는 가능한 응용들이 있고, 그래서 어떤 단일의 회사 접근법에 전념하기보다 많은 신선한 마음이 그러한 문제들에 종사하게 하는 것이 유용하다.

그럼에도 불구하고, 투자할 미래 혁신자들을 식별하려고 하는 것은 도박이다. 덜 위험스럽게, 대기업들은 대신, 제품들을 시장에 내놓는 것에 더 가깝고 자기들 자신의 사업을 향상하거나 보완할지 모르는, 기업들을 탐색할지 모른다.

어떤 대기업들은 ‘가속기(accelerators)’로서의 역할을 하여, 자문과 자본을 제공함으로써 더 작은 기업가적 회사들의 성장을 촉진한다. 그것으로 그들은 자문, 투자, 쉽게 이용할 수 있는 마케팅 시스템 그리고 종종 많은 혁신자가 스스로 가질지 모르는 것보다 더 나은 고객 이익들의 이해(理解)를 주는 대가로 자기들 자신의 과정들이나 제품 매물들의 등급을 올릴 수 있다.

다른 대기업들은 자기들의 기존 매물들을 보완하거나 최신의 것으로 하는 완전히 새로운 어떤 것을 창출할 희망으로 파괴적인 아이디어들을 창안하는 ‘보육기(incubators)’를 지원한다. 예를 들어, PSA 푸조-시트로엥(PSA Peugeot-Citroën)은 그저 자동차들만 만들기보다는 ‘이동성 해법(mobility solutions)’을 제공하는 데서 자기의 미래를 보고, 이것 때문에 새로운 아이디어들의 개발을 장려하고 있다. IBM(International Business Machines Corporation)도 역시 자기의 미래를 기계들(machines)의 제작자로서보다는 기업(business)에 대한 서비스들의 제공자로서 본다. 그러한 협력들로 대기업들은 새로운 발전의 결과들을 여과할 수 있고 훨씬 더 넓은 스펙트럼의 아이디어들을 이용할 수 있는데, 모두 자기들이 스스로 할 수 있을지 모르는 것보다 더 적은 비용과 위험에 그렇게 할 수 있다.

기업가의 종류

개인들과 집단들. 그렇다면 기업가들은 항상 소유자-경영자는 아니고 혼자 일하는 것도 아니다. 우리가 보았듯이, 그들은 큰 회사들에 의해 고용되는 ‘사내 기업가’일지도 모른다. 그러나 그들은 또한 상호 이익을 위해 더 큰 기업들과 협력하는 작고 성장하는 기업들에서의 혁신자일지도 모른다.

또한 독립적인 기업가들이 항상 혼자 일하는 것도 아니다. 많은 기업가는 협력해서 개업하는데, 구글의 래리 페이지(Larry Page)와 세르게이 브린(Sergey Brin), 애플에서 스티브 잡스(Steve Jobs)와 스티브 워즈니악(Steve Wozniak), 홀렛-패커드로부터의 빌 홀렛(Bill

Hewlett)과 데이브 팩커드(Dave Packard), 벤 앤 제리스(Ben & Jerry's)의 벤 코헨(Ben Cohen)과 제리 그린필드(Jerry Greenfield), 프록터 앤 갬블(Procter & Gamble)의 윌리엄 프록터(William Procter)와 제임스 갬블(James Gamble)과 같다. 이것의 이점은 동업자들이, 서로의 결점들을 매우도록, 서로 다르지만 보완적인 기능들을 가지고 있을지 모르고 아이디어들을 시험할 비판적인 친구가 될지 모른다는 점이다. 다른 경우들에는, 개인들의 더 큰 집단들은 회사들을 설립하고 키우기 위해 합친다. 심지어 회사들 자체도—예를 들어 애플이 마스터카드와 협력하여 새로운 기업가적 개념, 애플페이(ApplePay)를 창설하는 것과 같이—새로운 기업가적 협력을 형성할 수 있다.

혁신자들과 경영자들. 성공하기 위해, 기업가들은 혁신적인 아이디어들을 가지거나 시장 기회들에 주의를 기울이는 것 이상을 할 수 있을 필요가 있다. 그들은 실제로 자기들의 비전을 현실로 바꾸어야 한다. 그것은 기업을 시작하는 것뿐만 아니라 결실을 볼 때까지 그것을 이끄는 것도 의미하는데, 후자는 또한 많은 경영도 필요하다. 적어도 그것은 그들이 직원과 자본 같은 자원들을 한데 모으고 그런 자원들을 자기들의 비전을 전하는 데 집중시키는 것이 필요하다.

그들이 다른 사람들을 그들의 경영 기술 때문에 고용하여 그들에게—회사를 등기하거나, 인가들을 얻거나, 규제들을 따르거나, 시장들을 조사하거나, 자본 제공자들, 지주들 그리고 직원과 협상하는 것과 같은—세부 사항들을 다루게 맡기는 것은 당연하다. 그러나 그들은 여전히 그런 경영자들을 감독하고, 자기들 자신의 투자들을 관리하

며, 자원들을 결합하고, 자기들이 관여하려고 하고 있는 시장을 이해해야 한다. 그런 의미에서, 기업가들은 또한 경영자도 되어야 한다.

비상업적 기업가들. 경제학자들은 자연적으로 기업가들과 기업가 정신을 사업, 무역 혹은 상업 환경에서 생각하는 경향이 있다. 참으로, 어떤 사람들은 재정적 이윤의 추구가 기업가 정신의 정의에서 핵심 성분이라고 주장한다.

그러나 일반 언어에서는, 우리는 기업가 정신을 또한 비상업적 환경들에서 발견되는 어떤 것으로도 이야기한다. 우리는 반드시 자기 이득만을 위한 것이 아니라 사회적, 문화적 혹은 환경적 문제들에 대한 해결책들을 탐색하는 ‘사회적 기업가들(social entrepreneurs)’에 관해 이야기한다. 그들은, 말하자면, 푸드뱅크들(food banks)을 조직하고 제공함으로써 빈곤을 완화하는 방법들을 궁리하거나, 저비용 주택의 새로운 형태들을 고안하거나, 사람들이 보건 의료와 교육에 대해 접근할 수 있게 하는 더 나은 수단을 발견할지 모른다. 그들은 좋은 목적을 위해 모금하거나, 자선가들이 자기들의 기부금을 더 효과적으로 돌리는 것을 돕는 새로운 체계들을 개발할지 모른다. 심지어 새로운 연구 분야들을 창시하는 ‘학문적 기업가들(academic entrepreneurs)’과 자기들 자신의 이익보다 일반 이익에 이바지하면서 아이디어들을 공개 토론에 주입하는 ‘정책 기업가들(policy entrepreneurs)’도 있다.

또한 일반 언어는 기업가 정신을 박애 활동들에 국한하지도 않는다. 우리는 심지어 규제들이나 조세법들을 피하도록 묘안들을 만들어 내는 사람들을—비록 우리가 그것에 대해 그들을 칭찬하지 않을지라

도—‘기업가적’이라고 말할 수도 있다. 그럼에도 불구하고, 일상 언어 방식에서는, 그것의 가장 일반적인 의미에서 ‘기업가 정신’은 완전히 우리 주변에 있다.

기업가들은 이례적인 사람들이다

그러나 대부분 경제학자에게는, 기업가 정신은 훨씬 더 드문 것이다. 상업적 기업가들이 다루어야 하는 것을 고려하면, 그것의 희소성은 불가피하다. 그들은 무엇을 생산하고 그것을 어떻게 생산할지에 관한 복잡한 선택들에 직면한다. 모든 사람이 이것에 성공하도록 필요한 자질이 있지는 않다.

기업가적 정향. 기업가 정신의 개념은 기존 제품들과 일을 하는 기존 방식들로부터의 이탈을 함축한다. 그것은 혁신뿐만 아니라 자원들의 동원도 또한 요구한다. 기업가들이 그저 시장을 따르고 있지만 않기 때문에, 그들은 그저 이런 면에서 다른 사람들이 하는 것을 모방하기만 할 수는 없고, 자기들 자신의 새로운 구조들을 고안해야 한다. 불가피하게 그들은, 자기들의 구조들이 작동할지와 자기들의 제품이 미래 고객들에게 매력적으로 드러날지에, 위험을 부담한다. 경제학자들은 혁신적임(innovativeness), 진취적임(proactiveness) 그리고 위험 감수(risk-taking)의 이런 조합을 기업가적 정향(entrepreneurial orientation)이라고 부른다(Miller 1983). 기업가들은 세 자질 모두 필요하다. 크게 빌려 위험을 감수하지만 새로운 어떤 것도 생산하지 않는 기업은 보통 ‘기업가적’이라고 생각되지 않는다. 또한 어떤 혁신적인

제품이나 기술을 의식적으로 창출하기보다 단지 다른 것들을 모방하기만 하는 기업도 마찬가지로 있다.

기업가적 과정. 이 점들을 염두에 두고서, 어떤 경제학자들은 기업가 정신을—복잡한 선택들뿐만 아니라, 기업가가 성공하려면 바르게 되어야 하는 복잡한 선택들의 긴 열을 수반하는—**과정(process)**으로 본다. 그것은 우선 **알아차리고** 그다음 (예를 들어, 기술적, 사회적, 규제적 혹은 시장 변화들로부터 생기는) **기회들을 탐지하며**, 그다음 그런 기회들이 붙잡을 가치가 있을지 여부에 관해 **견해를 형성하고**, 시장의 그리고 고객 수요의 미래 상태에 관해 **추측하며**, 위험들을 **평가하고** 기회를 붙잡는 편익들이 그렇게 하는 비용들(예로 시간, 정신적 및 육체적 노력, 그리고 돈)의 가치가 있을지 **평가한다**. 그다음 그것은 사용할 최상의 제품들과 과정들을 **개발하는 것**, 필요한 자원들을 **식별하고, 획득하며, 조립하는 것**, 새로 모험사업을 **창설하고 시작하는 것**, 그런 자원들을 그 비전을 전하는 데 **집중하는 것**, **제품 설계**, 그리고 **마케팅**을 수반한다. 그러면 독립적인 기업가는 **이른 성공**을 달성해서 그것에 **의지해야** 하고, 기업의 **규모를 확대해야** 하며, **성장을 관리해야** 한다. 모든 기업가적 기업은 성과, 공급과 수요 조건, 조세, 규제 그리고 제도에서 **변화들에 대응해야** 하고, 자원들이 잘 투자되고 잘 조직되며 여전히 그러한지를 각 단계에서 **점검해야** 하는 등의 일을 해야 한다. 이것은 즉각적이고 쉬운 활동이 아니고, 그것의 모든 단계에 정통할 기술들은 흔하지 않다.

그것은 어떤 한 해에서든 노동 인구의 단지 1-2퍼센트만이 새 기업을 시작하는 이유—그리고 대부분이 파산하는 이유—일지 모른다. 그

렇지만 기업가로서 성공하는 소수의 사람은 우리 모두에게 절대로 필요하다. 그들은 전 경제의 경쟁성과 생산성을 올린다. 그들은 새로운 기술들과 더 낮고 더 값싼 제품들을 개발함으로써 성장을 증가시킨다. 그들은 기존 공급자들에게 더 열심히 일하거나 그렇지 않으면 시장을 떠나도록 도전한다. 더 생산적인 새 기업들이 들어오고 덜 생산적인 기업들이 탈락하여, 전반적인 기업 혼합은 더 생산적으로 되고 시장 현실에 더 적합하게 된다. 그리고 이러한 생산성과 집중의 상승은 모든 사람에 대해 번영의 상승을 촉진한다.

기업가적 마음

그렇다면 사람들을 길고 복잡한 기업가 정신 과정에서 불확실한 결과들에 대해 자기들의 시간, 노력 그리고 돈을 걸도록 하는 것은 무엇인가? 그럴듯한 대답은 재정적 이윤의 매력이다. 그러나 그것이 항상 그렇지는 않다. 어떤 ‘생활양식(lifestyle)’ 기업가들은 그저 누구의 지배도 받지 않기를 원하고 이것이 가져오는 독립의 자유를 좋아할 뿐이다. 다른 기업가들은 그저 새 기업을 시작하는 그리고 자기들의 직감이 옳게 증명되는 것을 보는 전율을 좋아할 뿐이다.

개성. 기업가적 마음들은 위험보다 기회에 더 집중하는 것 같다. 사실상, 기업가들과 잠재적 기업가들은 *지나치게* 낙관적일지 모른다. 세계 기업가 정신 모니터는 미국인들의 2/5 (40퍼센트)가 기업을 시작하는 것이 쉽다고 생각한다고, 그리고 거의 반 (49퍼센트)이 자기들이 기업을 운영할 수 있을 것이라고 생각한다고 보고한다(Bosma and

Kelley 2019). 새 기업들의 높은 파산율을 고려하면, 그들은 아마도 양 썸에서 잘못된 것이다.

창조성이 중요하지만, 성공적인 기업가들은 또한 강한 근로 윤리, 추진력 그리고 야망이 있는 경향도 있다. 많은 성공적인 기업가는 큰 자신감, 정력 그리고 강한 지도력이 있다. 그들은 적응적이고, 탄력적이며, 실패와 긴장을 다룰 수 있는 경향이 있다. 미국 경제학자 데어드러 맥클로스키(Deirdre McCloskey) (1942-)에 따르면, 그들은 또한 공급자, 투자자, 동업자 그리고 고객 같은 다른 사람들을 설득하고 그들에게 신뢰를 불어넣는 능력과 같은 훌륭한 사회적 기능들이 필요하다(McCloskey, 1994; 또한 McCloskey and Klamer 1995도 보라).

상속. 대부분 기업가는 자수성가했다. 심지어—대부분 지역보다 더—사회 계급과 상속이 흔히 주요 부 원천으로 여겨지는 영국에서조차도, 《선데이 타임스(Sunday Times)》 신문이 발간하는 연례 《부자 명부(Rich List)》는 가장 부유한 1,000명의 영국 기업가 중 약 95퍼센트가 실제로 자수성가했음을 드러낸다. 세계적으로는, 시장 조사 기업 부-X(Wealth-X)가 수집한 연례 《억만장자 조사(Billionaire Census)》는 세계 억만장자 중 1/7 미만(13퍼센트)이 자기들의 부를 상속받았지만, 반을 훨씬 넘는(56퍼센트) 억만장자가 완전히 자수성가했다고 암시한다. 나머지의 다수는 작은 가족 기업을 상속받았지만, 옛 모습을 전혀 찾아볼 수 없을 만큼 그것을 바꾸었다.³ 연례 《포브스(Forbes)》 억만장자 명부도 대략 비슷한 수치들을 보도한다.

3 The Wealth-X billionaire census 2019.

재정적 이윤. 재정적 이윤의 갈망은 기업가들의 마음들에서보다 경제학자들의 이론들에서 더 큰 영향력을 가지는 요소일지 모른다. 대부분 기업가는 자기들의 주요 고려 대상이 돈이 아니라, 자기들은 자기들이 하는 것을 좋아한다고 보고한다. 많은 기업가에게, 이윤은 개인적 성공이나 사회적 지위의 표시에 지나지 않을지 모른다. 많은 초(超)기업가(super-entrepreneurs)는 자기들이 버는 돈을 도저히 전부 쓸 수 없지만, 신제품들을 창출하고 새로운 계획들을 개발하는 데 여전히 열광적으로 능동적이다. 그들에게는, 그것은 재정적 추구보다 더 게임과 같고, 자기들에게 보상인 것은 게임의 전율과 성공의 만족이다.

교육. 기업가적 성공은 또한—기술들, 시장들, 제도들 그리고 사람들에 관한—지식과 이해에도 기반을 두고 있다. 창조성, 혁신 그리고 경영은 모두, 사실들과 경험에 근거를 둔, 지적 재능을 요구한다. 그러므로 교육은 기업가 정신을 촉진하는 데 그리고 기업가들이 성공하게 돕는 데 긍정적인 요소가 될 수 있다.

통계는 초기업가들이 고등 교육을 받았고 더 높은 학위들을 보통 사람들보다 더 많이 가지고 있다는 점을 보여준다. 미국에서는 그들은 주민의 나머지보다 박사 학위를 다섯 배 더 가질 것 같은데, 비록 그것이 실리콘 밸리와 그 나라의 다른 지역들에서 갑자기 생겨난 지식 기반 기술 산업들의 본질을 반영할지 모를지라도 그렇다. 미국 소기업 소유자들의 단지 1/3 (33퍼센트)만이 전혀 고등 교육을 받지 않았다(Sanandaji and Sanandaji 2014).

경험. 그럼에도 불구하고, 경험이 정규 교육보다 더 중요성을 지닐지 모른다. 미국 소기업 소유자들의 1/10 미만(9퍼센트)이 경영학 학위를 가지고 있다. 그리고 많은 초기업가는 대학교를 중퇴했다(예로 페이스북의 마크 저커버그, 패션 디자이너 랠프 로렌, 컴퓨터 기업가 마이클 델, 마이크로소프트 창립자 빌 게이츠, 애플 공동 창립자 스티브 잡스 그리고 우버 공동 창립자 트래비스 캘러닉(Travis Kalanick)). 참으로, 《포브스》 명부에 오른 억만장자 여덟 사람 중 한 사람은 중퇴했다. 다른 사람들은 전혀 대학교에 다니지 않았다(예로 발명가 클라이브 싱클레어 경(Sir Clive Sinclair), 디자이너 코코 샤넬(Coco Chanel), 연쇄 기업가 리처드 브랜슨 경(Sir Richard Branson) 그리고 이케아(IKEA) 창립자 잉바르 캄프그라드(Ingvar Kampgrad)).

이것에 대해서 타당한 이유가 있을지 모른다. 어떤 초기업가들은 이윤으로 바꿀 수 있는 훌륭한 아이디어들을 자기들에게 주기에 충분할 만큼만 대학교에서 배운다. 그러나 실제로 대학교를 졸업하는 사람들은 다른 사람들보다 더 위험 회피적인 경향이 있다. 학문적 능력은 아이디어들을 가지는 것과 회사를 운영할 수 있는 것하고 같지 않고 그것에 적대적일지 모른다. 대학교수들은 (비록 약간 있을지라도) 보통 기업가들로 바뀌지 않는다. 대조적으로, 대부분 성공적인 기업가는 많은 인생 경험이 있는 사람들이다. 미국에서, 반을 훨씬 넘는(60퍼센트) 기업가가 40을 넘었고, 상당히 많은 기업가가 사업 실패나 이혼 같은 개인적인 어려움을 겪었다. (참으로, 적어도 한 명의 영국 모험자본가는 이혼이—비록 단지 한 번만의 이혼일지라도—기업 설립자가 상업적으로 성공할지의 훌륭한 척도라고 믿는다.)

사회학적 요소들

많은 분석가는 문화, 종교 그리고 인구를 포함하는 사회학적 요소들이 기업가 정신을 촉진할지 모른다고 주장했다. 예를 들면, 자조(自助), 노고, 열망 그리고 용기에 높은 가치를 부여하는 사회는 다른 사회들보다 더 많은 기업가를 낳을지 모른다. 마찬가지로, 챔피언들을 존중하거나 사람들에게 성공하도록 동기를 부여하는 사회는, 잠재적 기업가들에서, 자기들이 하는 일에 최고가 될 욕망을 자극할지 모른다. 그리고 변화를 두려워하지 않고 그것에서 위협보다는 기회를 보는 사회는 다시 기업가들이 낳는 종류의 근본적인 변화들을 촉진할지(혹은 적어도 저항하지 않을지) 모른다.

가치들. 정직, 정의감 그리고 사람들의 재산권들에 대한 존중 같은 공유된 도덕 원칙들이 기업가 정신을 촉진하는 것은 당연하다. 가족 가치들도 역시 도움이 될지 모른다. 강력한 가족은—필요할 때 ‘가게를 맡을(mind the shop)’ 가족들은 말할 것도 없고—기업가가 위험한 사업을 운영하는 데 필요할지 모르는 구원(救援)을 제공한다. 종교적 가치들도 또한 중요할지 모른다. 독일 사회학자 막스 베버(Max Weber) (1864-1920)는 북유럽의 프로테스탄트 국가들이 경제적으로 더 성공적인데, 그 이유가 그들이 세속적인 행동에 더 큰 종교적 가치를 부여하기 때문이라고 믿었다. 내세가 틀림없이 중요했지만, 그들의 신학은 현세의 자원들을 이로운 방식들로 사용하기 위해 일하는 것이 다른 사람들을 돕고 또한 유덕하기도 하다고 주장했다(Weber 1905).

이민. 소수와 집단들은 종종 훌륭한 기업가가 된다. 예를 들어, 영국

에서는, 창업 기업가들의 1/7 (14퍼센트)은 외국 태생이고, 빠르게 성장하는 신생 기업들의 거의 반(49퍼센트)은 적어도 한 명의 외국 태생 공동 설립자를 가지고 있다(Dumitriu and Stewart 2019). 비슷하게, 미국에서도, 기업가들의 높은 비율이 이민자이다. 참으로, 2016년의 한 연구는 이민자들이, 10억 달러 이상에 평가되도록 성장했던, 미국의 창업 회사 중 반 이상을 창설했음을 발견했다(Anderson 2016).

이것에 대한 다양한 설명이 제안되었다. 어떤 관찰자들은 소수파 집단들이 자신들을 증명할 필요가 있는데, 이것에 자극되어 그들이 성공하게 된다고 주장했다. 다른 사람들은 그것이—이민자들이 다른 아이디어들을 가지고 오고, 현지인들이, 오래 친숙하여, 놓칠지 모르는 기회들을 탐지할 수 있는—‘문화적 변경(邊境)(cultural frontier)’이라고 암시한다.

4 기업가 정신의 경제적 역할

지금까지 우리는 기업가 정신을 보통 사람들이 그것에 관해 생각하는 흔한 방식의 면에서 고찰했다. 그러나 경제학자들은 기업가 정신을 다른 방식으로 보고 기업가 정신의 경제적 역할이 실제로 무엇인지에 관해 자기들 자신의 견해를 가지고 있다. 적어도, 그 주제에 관해 어쨌든 생각하는 사람들은 그렇게 한다.

경제학과 불확실성

이미 언급되었듯이, 주류 경제학 교과서들은 기업가 정신의 주제에 관해 말할 것이 비교적 거의 없다. 이것에 대한 핵심 이유는 아마도 경제학자들이, 자연 과학들의 성공을 부러워하여, 자기들 자신의 주제를 물리학과 역학 같은 자연 과학들에 따라 모형 구성하는 경향이 있었다는 점일 것이다. 그 결과, 그들은 경제 활동을 비(非)인적 힘들의 상호 작용으로서 그린다. 그들은 숫자 측정치들, 상관관계들, 그래프들 그리고 공식들을 사용하여 그 결과들을 설명하고, 수량화하며, 측정하려고 시도한다.

실제로, 경제생활은 그와 같은 것이 아니다. 심지어 전문 투자자들조차도 나날의 가격들이나 매주의 환율들을 정확하게 예측할 수 없다. 또한 중앙은행들도, 자기들이 이용할 수 있는 모든 자원을 가지고

서도, 다음 분기의 경제 성장을 정확하게 예측할 수 없다. 그러한 것들은 불가능한데, 왜냐하면 경제생활은 비인적 메커니즘이 아니기 때문이다. 그것은 알 수 없는 개인적인 목적들과 서로 다르고 변화하는 상황에 각각 직면하는 다양한 개인의 셀 수 없이 많은 서로 다른 행동의 복잡한 결과이다. 그것은 또한 우리가 도무지 자신 있게 예상할 수 없는 자연적 및 기타 사건들—예를 들면, 쓰나미들과 가뭄들, 혹은 발견들과 운 좋은 사건들—의 영향을 받기도 한다.

시장들이 끊임없이 변화하므로, 그리고 무엇이 그것들을 움직이는지 우리가 충분히 이해하지 못하므로, 기업가들같이, 시장에서 활동적인 사람들은 그저 자기들의 최상의 추측에 따라 행동할 수 있을 뿐이다. 시카고 대학교 경제학자 프랭크 나이트(Frank Knight) (1885-1972)가 말했듯이, 시장 경기자들은 위험과 불확실성 양쪽 다를 빠져나가야 한다(Knight 1921). 위험(risk)은 우리가 일정 사건들의 확률(probability)을 수량화할 수 있는 곳에 있다(예로 카지노 오퍼레이터는 룰렛 휠에서 이운을 벌 장기적 가능성을 수학적으로 계산할 수 있고 심지어, 경험을 통해서, 블랙잭 테이블들에서도 똑같이 할 수 있다). 불확실성(uncertainty)은 우리가 (예로 정치적 사건들과 도덕적 태도들에서의 변화들이 어우러져 카지노들을 완전히 파산시킬 것이라는) 예측을 할 정보가 없는 곳에 있다. 기업가들은 미래에 관해 자기들의 최상의 추측을 해야 한다. 그리고 무엇이 성공할지에 관해 그들이 서로 다른 의견에 도달하는 것은 당연하다.

이것을 염두에 두고서, 어떤 경제학자들은 기업가들을 주로 위험과 불확실성에 직면하여 자원들을 관리하는 사람들로서 본다. 다른 사람들은 기업가들이 자기들의 특별한 미래 비전을 추구하는 위험들과 편

익들에 대해 책임을 진다고 강조한다. 어떤 사람들은 기업가들이 기존 질서에 도전하는 혁신을 도입할 때 그들의 **분열적(disruptive)** 본질을 강조했다. 대조적으로, 다른 사람들은 기업가들을 **기회들에 주의를 기울이고(alert to opportunities)** 공백들을 메워, 시장들에서 질서를 **회복하는(restoring)** 사람들로 본다(Klein 2009; Vaz-Curado and Mueller 2019). 이 서로 다른 해석의 몇몇을 고찰할 가치가 있는데, 다시 교과서 접근법을 가지고 시작한다.

교과서 모형

‘완전 경쟁(perfect competition)’과 ‘균형(equilibrium)’이라는 주류 개념들(거기서 시장들은 완전한 균형으로 정착한다)은 혁신과 변화를 가정으로 제외한다. 이 기계적 모형들에는 인간 동기도, 새로운 제품들이나 과정들의 필요도, 새로운 기업들이 창설되거나 파산하는 원인의 설명도, 그러므로 기업가 정신의 목적도 없다. 공급이나 수요에서 모든 빨리 지나가는 분열은 교정되고, 모든 것은 재빨리 그리고 자동적으로 균형으로 돌아간다.

그러나 오스트리아계 미국 경제학자 루트비히 폰 미세스(Ludwig von Mises) (1881-1973)가 지적했듯이, 그것의 어떤 것도 전혀 믿을 이유가 없다(Mises 1951). 인간들은 실수들을 하고 잘못된 것으로 드러나는 예측들에 따라 행동한다. 그 결과, 시장들은 결코 완전하고 자기 교정적이지 않을 것이다. 게다가, 공백들을 막고, 불일치들을 고치며, 불균형들을 교정하는 데는 시간과 기업가적 행동이 필요하다. 심지어 그것이 일어나기 전에조차도, 사태는 다시 계속 전진했을 것이

고, 더욱 추가적인 공백들과 불일치들이 열렸을 것이다.

만약 시장들이 완전하다면, 기업가들이(나 누구든) 어떤 것을 할 역할이 전혀 없을 것이다. 아무도 완전을 개선할 수 없으므로, 뭐하러 그러는가? 시장들이 완전하지 않다는 바로 그 사실은 사람들에게 행동하도록 동기를 부여하는 것이다. 그들은 삶을 향상할 희망으로 행동을 한다. 기업가들은 이것을 다양한 방식으로 한다. 공급과 수요에서 불일치들을 탐지한다. 새롭고 더 나은 기술들과 제품들을 창출한다. 그리고 그것 때문에 위험들을 감수하고 자원들을 조직한다. 그것은 그들에게, 불확실한 미래에 관한 자기들의 최상의 판단에 따라, 능동적으로 그리고 주의 깊게 노동과 자본을 혼합하고, 생산을 관리하며, 자기들의 제품들을 시장에서 팔도록 요구한다.

더군다나, 그들이 합해야 하는 투입물들은 복잡하다. 어느 두 뺨기의 토지도 같지 않고, 어느 두 근로자도 같은 기능을 가지고 있지 않으며, 어느 두 조각의 자본 장비도 반드시 상호 교환될 수 있는 것이 아니다. 그 다양성은—마치 모든 배관공, 농부 그리고 발레리나나 모든 트럭, 인쇄기 그리고 컴퓨터가 똑같은 것처럼 노동과 자본의 ‘스톡(stock)’에 관해 이야기하는—교과서들이 무시한다. 그것들이 똑같지 않다는 사실은 자원들을 결합하는 것을 복잡할 뿐만 아니라 위험하게도 한다. 덧붙여서, 기업가들은 자기들 자신의 시간, 정력 그리고 ‘인적 자본(human capital)’ 기능들을 투자해야 한다. 그리고 그들은 다른 사람들에게 자기들을 신뢰하고 자기들과 행동을 같이하도록 설득할 필요가 있다.

대부분은 미래를 정확하게 예상하지 못하거나 자원들을 관리하느라 애쓰거나 다른 사람들에게 명령하지 못할 것이고, 그들의 사업은

파산할 것이다. 그러나 그런 파산들도 여전히 그들과 다른 사람들에게 유용한 교훈을 제공하고, 그들의 몇 안 되는 성공작은 전 주민의 일반적인 번영을 촉진한다. 그 이유는, 개방적이고 경쟁적인 경제에서는, 재정적 이윤의 유일한 원천은 자기들이 더 높이 평가하는 어떤 것—기업가의 제품—과 교환으로 자발적으로 돈을 내주는 고객들이기 때문이다. 결국, 그들 양쪽 다 그 것에 의해 자신들의 상태가 더 나아진다고 생각하지 않는다면 어느 쪽도 교환하도록 애쓰지 않을 것이다. 자유로운 교환이 더 넓을수록, 가치가 더 많이 창출되고 공동체 전체에 걸쳐 보급된다—스코틀랜드 경제학자 애덤 스미스(Adam Smith) (1723-90)가 250년 전에 언급한 어떤 것이다(Smith [1776] 1981).

당신은 규칙들을 따름으로써 걷기를 배우지 않는다. 당신은 행하고 벌렁 나자빠짐으로써 배운다.

—버진 그룹 창립자 리처드 브랜슨 경

창조적 분열자로서의 기업가

혁신자(innovator)이자 분열자(disruptor)로서의 기업가의 개념은 주로 조지프 슈페터와 관련되어 있다. 그에게는, 기업가의 핵심 역할은 혁신이었다. 그것은 새로운 것들을 발명하거나 발견하는 것뿐만 아니라 새로운 사업 개념들(business ideas)을 가지는 것과 성장 집중 기업들(growth-focused firms)을 형성하는 것도 의미했다. 그 과정은 새롭고 더 나은 기술들이나 제품들을 창출하기 위해 새로운 자원 결합들을 사용하는 것을 수반할지 모른다. 혹은 신제품들을 가능하게 하는

새로운 정보를 발견하고 그것에 따라 행동하는 것을 수반할지 모른다. 혹은 새로운 시장들이나 새로운 공급원들을 여는 것을 수반할지 모른다. 각각은 기업가가 흔한 사고방식을 포기하고 새롭고 다른 어떤 것을 창출하는 것을 함축한다. 그것은 꿈과 그것이 일어나게 하는 능력들을 가지는 것을 함축한다.

이 모든 것을 염두에 두고, 슈페터는 기업가 정신과 기업가적 혁신을 분열적인 힘으로 간주했다. 끊임없는 혁신은 끊임없는 분열을 가져왔지만 그것은 경제적 향상에 여전히 필수적이었다. 그것은 고객들이 이용할 수 있는 제품들의 범위와 품질을 확대했을 뿐만 아니라, 그것은 또한 새로운 생산 방법들을 낳게 하기도 했고 전 새 산업들을, 심지어 산업들의 무리들조차도, 창출하기도 했다. 그리고 그런 새로운 방법들과 제품들 자체는—마이크로칩이 컴퓨터 생산자들을 위해 [자원들이] 되었고, 컴퓨터들이 운전자 없는 자동차들의 개발을 위해 [자원들이] 되었듯이—미래 기업가들이 또 다른 제품들을 창출하는데 사용할 수 있는 자원들이 되었다.

과악할 본질적인 점은 자본주의를 다룰 때 우리가 진화적 과정을 다루고 있다는 점이다.

—조지프 슈페터, 《자본주의, 사회주의 그리고 민주주의》

창조적 분열. 개척자들을 다른 사람들이 모방함에 따라, 새로운 방법들과 제품들은 퍼질 것이라고, 슈페터는 생각했다. 경쟁할 수 없어서, 옛 산업들은 쇠퇴할 것이고, 옛 일자리들은 상실될지 모른다. 그러나 그것도 역시 편익이 있다. 그것은 노동과 기타 자원들이 더 높은 가치 제품들과 과정들의 창출에 재집중되게 한다. 슈페터는 이 과정을 ‘창

조적 파괴(creative destruction)’라고 불렀다.

그 구절은 잘못되었는데, 왜냐하면 그것은 관심을 ‘파괴(destruction)’에 집중시키고, 자본주의와 기업가 정신이 일자리들에 대한 위협이라고 암시하기 때문이다. 아마도 ‘창조적 분열(creative disruption)’이 더 적절한 용어였을지 모른다. 그러나 슈페터는, 시장들이 자연적으로 안정적이고 균형인 채로라는 교과서 관념과 대조적으로, 자원들을 더 생산적인 용도들로 이동시키는 기업가적 혁신의 활력을 강조하기를 원했다.

기업가적 변화가 분열적이지만, 완전히 새로운 기술들이 갑자기 전(全) 옛 산업들을 불필요하게 하는 급진적인 상황들—예로 인쇄된 지도책들을 대체하는 온라인 지도들이나, 필름을 대체하는 디지털 사진이나, 타자기들을 대체하는 워드 프로세서들—을 제외하고는, 그것은 좀처럼 파괴적이지 않다. 대부분 경우, 변천은 덜 빠르고, 생산자들은 적응할 시간이 더 많다. 예를 들어, 자동차들은 말이 끄는 탈것들을 오직 느리게만 대체했는데, 왜냐하면 그것들은—적어도 또 하나의 혁신, 헨리 포드의 대량 생산 과정이 그것들을 더 값싸게 할 때까지는—여전히 값비싼 사치품이었기 때문이다. 확실히, 많은 나라의 산업 풍경은, 모두 슈페터의 ‘창조적 파괴’에 내재하는 ‘파괴’에 대한 증거인, 버려진 광산들, 공장들 그리고 선착장들의 잔해들 때문에 미관이 손상된다. 그렇지만 경제적 향상의 명백한 창조적 편익들이 그런 손실들에 비교되어야 한다. 우리 누구도 우리에게 부와 여가를 주는 많은 혁신을 포기하기를, 우리의 깨어 있는 생활의 많은 부분을 식량, 물 그리고 연료를 찾아서 되가져오는 데 쓰는 것으로 되돌아가기를, 원하지 않는다.

발견자로서의 기업가

기업가의 경제적 역할에 관한 또 하나의—아마 양립 불가능할—견해는 저명한 영국계 미국 경제학자 이즈리얼 키르즈너(Israel Kirzner) (1930-)에서 유래한다. 키르즈너에게, 기업가 정신은 이용되지 않은 이윤 기회들에 주의를 기울이는 것(being alert)과 그런 이윤들을 실현하려고 시도하는 것을 의미한다. 기업가들은, 주의를 기울이므로, 다른 사람들이 아직 보지 못한 공백들과 불일치들—말하자면, 충족되지 않은 수요나 시장 조건들을 충분히 반영하지 않는 가격들—을 알아차리고, 그런 발견들에 따라 행동함으로써 이윤을 얻도록 조치를 취한다(Kirzner 1973).

기업가들은 변화를 표준으로서 그리고 건전한 것으로서 본다. 보통, 그들은 그 변화를 스스로 일으키지 않는다. 그러나—그리고 이것은 기업가와 기업가 정신을 규정하는데—기업가는 항상 변화를 탐색하고, 그것에 대응하며, 그것을 기회로 이용한다.

—피터 드러커, 《혁신과 기업가 정신》

이런 종류의 기업가 정신은 스펀터의 창조적 분열자들보다 더 흔한 것 같다. 그것은 혁신적인 재능을 가진 몇 사람에게 달려 있지 않다. 참으로, 우리 모두는 기회들을 찾는다—예를 들면, 더 나은 일자리들을 찾아 헤매거나, 우리 자신을 더 고용할 만하도록 훈련 과정을 받는 것과 같다. 우리는 심지어 매우 주의를 기울일 필요조차 없다. 때때로 우리는 모습을 나타내는 것을 이용할 그저 적절한 장소에서의 적절한 사람일 뿐이다. 우리는 단지 기회를 붙잡기만 하면 된다. 그리고 물론

그것을 간파하도록 결정하기 위해, 커즈너의 기업가는 주로는 기회 탐지자이지만 또한 의사 결정자이기도 하다.

기업가들과 조정. 시장들을 분열시키는 대신에, 이 기업가는 그것들에[시장들에] 질서를 회복시키는 어떤 사람이다. 시장들은 일반적으로 잘 작동하지만, 그것들은 결코 완전하지 않고, 실수들이 정말 발생한다. 말하자면, 새로운 기술들의 잠재력에 관한 사람들의 지식에서 공백들이나 공급과 수요 조건들의 진정한 상태에 관해 혼동이 있어서 사물들이 조화를 이루게 되지 못할지 모른다. 커즈너의 기업가는 그러한 공백들이나 불일치들을 문제로서가 아니라 이윤 기회로서 본다. 그리고 그 이윤을 추구할 때, 기업가는 실제로 공백들을 막는 것을 돕는다. 예를 들면, 기업가들은 시장 가격들이 공급이나 수요의 진정한 상태에 부응하지 않는다는 점을 알아차리고 그다음—주식 중개인들과 자산 관리인들이 매일 하긴 하지만—표준 가격보다 낮게 매겨져 있다고 자기들이 믿는 것들을 사거나 너무 비싼 가격이 매겨져 있다고 자기들이 믿는 것들을 팔기 시작할지 모른다. 그들의 동기는 재정적 이윤을 버는 것이지만, 그들의 행동은 또한 저평가된 품목들의 가격을 다투어 올리고 지나치게 값비싼 것들의 가격을 다투어 내리는 효과도 있다. 그것은 가격들이 균형으로 돌아오게 자극—하는데, 다른 사람들이 그들이 하고 있는 것을 보고 그것을 모방할 때 더욱더 그렇게—한다.

그러므로 커즈너는 기업가를 사물들을 분열시키는 어떤 사람보다는 경제적 자원들의 조정을 촉진하는 어떤 사람으로 본다. 만약 시장들이 정상이 아니라면, 그것은 시장 경기자들이 어떤 것을 모르고 있

고 그 실수를 교정할 기회를 탐지하지 못하기 때문이라고, 그는 주장한다. 그러나 기업가들의 주의 기울임과 행동은 실제 사실들의 더 큰 인식을 확산시키는 것을 돕는다. 그들과 그들의 모방자들이 가격들을 위로 올리거나 아래로 내림에 따라, 자원들은 더 가치 있는 용도들로 이끌리고 덜 가치 있는 용도들에서 멀어진다.

정보 처리자로서의 기업가들

그것은 낮은 가격에 사서 높은 가격에 파는 것이 쉽다고 말하는 것이 아니다. 기업가들은 현재에 관해 모든 것을 알 수 없고, 미래는 더욱 더 불확실하다. 덧붙여서, 제품들은 설계하고, 제조하고, 시장에 내놓는 데 시간이 든다. 그래서 기업가들은 공급과 수요에서 미래 공백들을 예상하고 매우도록 노력해야 한다. 누구도 미래를 확실히 예측할 수 없으므로, 기업가들은 사물들이 어떻게 드러날지에 관해 견해를 가질 필요가 있다. ‘올바른(right)’ 견해는 없다. 다른 기업가들은 위험에 대한 자기들의 다른 욕구들과 미래 불확실성에 관한 자기들의 평가들에 기반을 두고 다른 입장들을 취할 것이다.

확실히, 만약 자기들의 견해가 정보에 근거(informed)하면 그들은 더 성공할 것 같다. 그래서 그들은 잠재적 고객들이 무엇을 선택할지 이해하기 위해, 무슨 생산 선택지들이 존재하는지 입증하기 위해 그리고 자기들의 사업 개념의 실행 가능성을 탐구하기 위해 연구와 시험에 투자할지 모른다. 그러나 그들은 여전히 불확실하고, 불완전하며, 분산되어 있고, 종종 얻고 해석하기 어려운 정보에 따라 결정해야 할 것이다.

이윤이 발생하게 하는 것은 다른 사람들이 판단하는 것보다 제품들의 미래 가격들을 더 정확하게 판단하는 기업가가 생산 요소들의 약간이나 전부를, 미래 시장 상태의 관점에서 볼 때, 너무 낮은 가격들에 산다는 사실이다.

—루트비히 폰 미제스, 이윤과 손실

기업가들은 또한 자기들의 시간, 정력 그리고 자본이 가진 셀 수 없이 많은 다른 용도—경제학자들이 *기회비용*(opportunity costs)이라고 부르는 것—를 고려하기도 해야 하고, 많은 가능한 전략 중 어느 것이 가장 결실이 많을지를 평가하기도 해야 한다. 그렇지만 독일 경제학자 루트비히 라흐만(Ludwig Lachmann) (1906-90)이 언급했듯이, 다수의 인간 목적, 그것들을 만족시키기 위해 생산될 수 있을 다수의 가능한 재화, 그리고 그런 재화들을 생산할 다수의 다른 방식이 있다 (Lachmann 1986). 그것들 사이에 선택하는 것은 간단한 일이 아니다.

다수의 선택을 고려하면, 기업가들은 신제품들뿐만 아니라 새로운 생산 기술들과 과정들을 가지고서도 실험해야 한다. 그들은 서로 다른 투입물을 결합하고, 결과들을 평가하며, 그다음 자기들의 고객들이 실제로 원하는 것을 생산하는 데서 자기들의 망들을 가능한 최대한으로 생산적이고 비용 효과적으로 만들기 위하여 다른 결합들을 시험한다. 다시, 곡예를 할 많은 가능성이 있는데, 많은 실수를 한다는 점은 예상 밖이 아니다. 그러나 많은 기업가 모두 경쟁적으로 서로 다른 제품과 과정을 가지고 실험하므로, 지식이 획득되고 확산된다. 전 경제의 장기 생산성은 상승—되고 이것은 모든 사람에게 이익이—된다.

우리는 예상하지 못한 변화의 세계에 살고 있다. 그래서 자본 결합들은...

항상 변하고 있을 것이고, 해체되고 개량될 것이다. 이 활동에서, 우리는 기업가의 진정한 기능을 발견한다.

—루트비히 라흐만, 《경제 과정으로서의 시장》

기업가들과 불확실성

이것은 계속적인 과정이다. 기업가들은 ‘완전한’ 제품도, 또한 ‘완전한’ 생산 방법도 결코 창출할 수 없다. 다른 사람들이 그들을 능가할 것은 항상 가능하다. 우리가 말할 수 있는 최상은 경쟁 시장들에서는 *덜 성공적인* 제품들과 과정들이 *더 성공적인* 것들에 양보한다는 점이다(Mises 1951). 그것들은 완전하고 영구적일 필요가 없—고 단지 그 당시에 우연히 지배하는 시장 조건들에 더 적합하기만 하면 된다. 그러나 불가피하게, 그런 조건들도 역시 변할 것이다. 예를 들어, 석유나 식료품의 공급이 전쟁이나 가뭄으로 타격을 입을지 모르든지, 주민이 더 나이가 들고 더 부유해지고 있으므로 장애용 스쿠터들(disability scooters)에 대한 수요가 상승할지 모른다. 그러한 변화들은 또 다른 기업가들이 도착하여 공백들을 메울 기회들을 열 것이다.

시장들이 결코 움직이지 않는 것이 아니므로, 기업가들은 매우 위험하고 불확실한 환경 안에서 자기들의 생산 선택을 해야 한다. 그러나 커즈너는 (그의 비판자들이 말하듯이) 이 위험과 불확실성을 간과한다. 그의 기업가는 메울 공백들에 주의를 기울이고 있다. 그러나 공백들을 탐지하는 것은 쉬운 부분이다. 진정한 문제는 사물들을 다시 조정하는 해결책을 설계하고, 생산하며, 시장에서 파는 데 시간이 든다는 점이다. 그때까지는 다른 변화들이 발생했는지 모르고 그 기업가의 추측은 그것이 탄생되기 전에 구식이 된다.

기업가들과 판단

이것에 근거하여, 미국 경제학자 피터 G. 클라인(Peter G. Klein) (1966-)은 기업가 정신의 본질적인 의미를 규정하는 특징이 *불확실성 하의 판단*(judgement under uncertainty)이라고 암시한다(Klein and Foss 2014). 기업가는 불확실한 미래에 직면하는데, 사물들이 어떻게 드러날지에 관해 *견해를 가져야* 한다. 물론, 누구도 그 결과를 확실히 알 수 없고, 그래서 판단할 필요가 있다. 연구와 경험이 기업가를 도울지 모르지만, 미세스가 말했듯이, 기업가적 판단은 어떠한 규칙들과 체계화도 허용하지 않는다. 그것은 가르칠 수도 없고 배울 수도 없다(Mises 1949). 기업가들은 계획들을 세우고, 자원들을 집중하며, 미래 시장 조건들이 어떻게 드러날지에 관한 *자기들 자신의 특별한 견해*에 기초하여 성공할 것이라고 자기들이 기대하는 제품들을 생산한다.

기업가 정신을 잠재적으로 이문이 있게 하는 것은 그런 견해들의 다양성이다. 만약 핵융합이 안전하고 거의 공짜인 에너지를 세상에 가져오기 직전이라고 모든 사람이 생각한다면, 그들은 모두 앞을 다투어 그것에 투자하려고 할 것이고 잠재적 이윤은 그들 사이에 매우 얇게 퍼질 것이다. 상당한 이윤은 기업가들이 옳은 판단을 하지만 다른 사람들이 그른 판단을 하고 있을 때에만 기업가들에게 도달한다. 다시 미세스가 말했듯이, 기업가는 미래를 다른 사람들과 다르게 본다. 그것은 모든 다른 사람이 자원들의 비용을 다투어 올리지 않고 기업가들이 미래에 고가격 서비스를 생산하기 위해 오늘 낮은 비용 자원들을 사서 조립할 수 있는 이유이다.

전 IBM 회장 토머스 왓슨은 그가 1943년에 한 말이라고 생각되었

던, ‘나는 아마도 다섯 대의 컴퓨터에 대한 세계 시장이 있을 것으로 생각한다,’는 말을 아마도 결코 하지 않았을 것이다. 그러나 그것은 1940년대와 1950년대에 드문 견해가 아니었다. 그때는, 컴퓨터들은 전 마루들을 차지했고 아주 비싸서 오직 가장 큰 기관들만이 한 대 살 형편이 되었다. 그것들의 잠재력은 대개 전문 수학 문제들을 푸는 데 국한되는 것으로 간주되었다. 그러나 기술이 향상함에 따라, 애플의 스티브 잡스 같은 다른 사람들은—매우 다양한 일상 업무들을 도울 입수할 수 있고 사용자 친화적인 가정용 컴퓨터들을 모든 사람이 수요할 것이라는—근본적으로 다른 견해를 가졌다. 그는 또한 그것이 일어나게 할 창조성과 추진력도 가지고 있다. IBM이 자기의 시장 지배를 잃음에 따라, 잡스는 자기의 비전과 판단으로부터 부자가 되었다, 우리 모두가 ‘기업가(entrepreneur)’라는 말로 이해하는 것에 관해 [이것보다] 더 나은 예를 발견하기는 어렵다.

5 기업가 정신의 중요성

(생산성을 올리고 자원들을 더 높은 가치 용도들로 돌리는 것과 같이) 기업가 정신의 경제적 편익 중 몇몇은 이미 언급되었다. 그러나 그것이 발생시키는, 경제적인 뿐만 아니라 사회적이기도 한, 다른 편익들도 또한 있다.

경제적 편익들

제품 개선. 우리가 보았듯이, 기업가 정신은 우리가 *더 많이* 생산할 수 있게 함으로써 경제 **성장(growth)**을 자극한다. 그러나 그것은 또한 우리가 *더 낮게* 생산할 수 있게 함으로써 경제 **발전(development)**을 자극하기도 한다. 기업가들은 생산성을 올릴 새롭고 더 나은 생산 기술들을 찾고, 더 값싸고 더 풍부할 뿐만 아니라 또한 더 유용하고 더 고품질이기도 한 제품들을 창출한다.

그 결과들은 분명하다. 우리의 자동차들은 덜 고장난다. 그것들은 또한 우리에게 문제들을 경고하고, 연비가 더 좋으며, 자율 주차하기도 한다. 우리의 컴퓨터들은 더 작고, 더 빠르며, 더 낮게 네트워크에 접속된다. 우리의 여행 가방들은 더 가볍고 더 강하며, 우리가 그것들을 운반하려고 애쓰는 것을 덜어주는 폴리우레탄 바퀴들을 가지고 있다. 우리의 펜들이 매일 잉크 병으로부터 채워질 필요가 없으므로 우

리는 더는 우리의 손가락들에 얼룩을 묻히지 않는다. 커다란 축음기들은 우리에게 뛰어난 음질 수준에서 세계 최고 음악가들의 최고 공연들에 즉각 접근할 수 있게 하는 조그마한 호주머니 고안물들에 양보했다. 우리의 텔레비전은 더 크고, 더 얇으며, 더 뚜렷하고, 더 영리하다. 우리의 칫솔들은 전동이고, 우리가 올바르게 칫솔질하고 있는지 아닌지 우리에게 이야기해 준다. 우리의 책들은 우리의 호주머니 독본들에서 전혀 공간을 차지하지 않는다. 삼푸는 우리의 눈을 찌르지 않는다. 곧 우리의 자동차들은 자율 주행할 것이고, 이 모든 다른 제품은 또한 개선되기도 할 것이다.

기업가들은 고객들에게 그들의 생활을, 때때로 극적으로, 향상시키는 제품들을 제공하는데, (말하자면) 산업 로봇이 제조업자를 위해 할 수 있거나, 뽁뽁이(bubble wrap)가 소매업자를 위해 할 수 있거나, 보청기가 청각 장애인을 위해 할 수 있거나, 스마트폰이 거의 어떤 사람에 대해서도 할 수 있는 것과 같다. 그리고 이 진보는 계속된다.

더 나은 정보 기업가들의 활동들은 또한 어느 과정들이 더 낮고 어느 제품들이 아주 가치가 있는지에 관한 정보를 확산하기도 한다. 비용들을 줄이고 제품 품질을 향상하기 위해 투입물들을 결합하고 사용하는 새로운 방법들을 실험함으로써, 그들은 일하는 더 나은 방법들을 다른 사람들에게 드러낸다. 저평가되어 있다고 자기들이 생각하는 자원들을 사재거나, 고평가되어 있다고 자기들이 여기는 것들을 판매함으로써, 그들은 다른 사람들에게 그런 기회들에 주의를 기울이게 한다. 고객들이 적극적으로 선호하는 제품들을 공급함으로써, 그들은 다른 사람들에게 수요가 어디에 있는지 보여준다.

이런 식으로 더 낮고 더 완전한 정보를 확산하는 것은 시장들의 작동과 효율을 개선한다. 다른 사람들이 선구적인 기업가들의 성공을 모방하려고 노력함에 따라, 그들은 자본과 노동 같은 자원들을 덜 평가된 적용들로부터 끌어들이어서 그것들을 더 평가된 것들로 돌리고, 더 적은 자원들로부터 더 많은 가치를 발생시키도록 돕는다.

단계적 발전. 때때로 기업가들의 제품들은 다른 제품들이나 심지어 전 산업들도 발전할 수 있게 한다. 예를 들면, 마이크로프로세서와 터치스크린은 태블릿과 스마트폰을 가능하게 했고, 후자는 그다음 승차 공유 앱과 종이를 쓰지 않는 표 발매를 가능하게 했다.

1990년대 동안 인도에서 IT와 통신 산업들의 융성은 비슷한 유형의 단계를 해방하였고, 콜센터와 같은 새로운 기업들을 가능하게 하였으며, 새로운 건설, 네트워크, 하드웨어, 소프트웨어 그리고 정비의 수요를 창출하였는데, 이 모든 것은 고용을 증대했다. 더 큰 연결성은, 국가적으로와 국제적으로, 사람들이 자기들 자신의 공동체 바깥에서 시장 조건들을 더 알게 하였고, 새로운 세대의 기업가들이 지역적으로뿐만 아니라 세계적으로도 기회들을 보고 이용할 수 있게 하였다.

또한 이 발전은 단지 경제적인 것만이 아니었다. 인도에서 새로운 고용 기회들은 사람들을 가혹한 농업적 생활방식에서 빠져 도시들에서의 더 부유하고 안락한 생활로 끌어들이었다. 새로운 근로자들에게 기능들을 가르치기 위해 교육과 훈련 단체들이 생기거나 확대되었다. 새로운 산업들은 또한 카스트 제도도 부숴버리기 시작했는데, 왜냐하면 그것들은 그들의 카스트와 상관없이 숨씨와 두뇌를 가진 고용인들이 필요했기 때문이다. 한편, 심지어 농촌에 머물렀던 사람들조차도

IT 혁명으로부터 이익을 얻었다. 여자들은 자기들의 마을에 있는 다른 사람들에게 이동 전화를 빌려주는 새로운 기업들을 창설했다. 그리고 웹으로 가능해진 전화들을 가지고, 농부들은 이제 수백 마일 떨어져 있는 상품 시장들에서 자기들의 쌀, 밀, 면화, 사탕수수, 양파 혹은 차의 가격들을 점검할 수 있었고, 지역 대리인들이 제시할지 모르는 것을 받아들여야 하는 대신에 자신들을 위해 더 나은 가격들을 협상할 수 있었다.

생산성 상승

장기 개선. 새롭고 더 생산적인 기업들이 튀어 올라, 더 값싸고 더 나은 제품들을 만들어 내고 그것들을 고객들에게 더 효과적으로 가져다 줌에 따라, 오래되고 덜 생산적인 기업들은 시장 점유율을 잃는다. 그들은 심지어 완전히 탈락하기조차 한다. 그러나 그다음에는 그 새로운 기업들도 더욱더 나은 제품들을 더욱더 효과적으로 생산하는 또다른 기업들로 대체될지 모른다. 그 결과는 경제 생산성과 가치 창출에서 체계적이고 장기적인 개선이다. 노동과 자본 같은 자원들은 더 높게 평가되는 용도들로 끌어들여진다. 더 적고 더 값싼 투입물들을 사용하여 더 많고 더 나은 제품들이 생산된다.

국제주의. 참으로, 이것은 국제적 규모로 일어난다. 금융 자본은 고도로 이동성이 있다. 기업가들은 자기들의 사업을 확대하는 데 더는 자기들 자신의 돈을 저축할 필요가 없고, 친구들, 가족 혹은 지역 투자자들로부터의 돈에 의존할 필요가 없다. 만약 그들의 아이디어가 유

망하고 그들이 훌륭한 관리 기능들과 타당한 사업 근거가 있다면, 세계 어느 곳에서든 자본 시장들을 이용할 수 있고, 자기들이 필요한 자금을 빌리거나 자본의 대가로 자기들의 기업의 주식을 팔 수 있다. 그것은 지역 자금을 발견하기 어려운 더 가난한 나라들의 기업가들에게 특별히 중요하다. 잠재적으로 그것은 그들에게 심지어 가장 부유한 나라들에서 기업가들이 이용할 수 있는 바로 그 자금에도 접근할 수 있게 한다.

바로 그 국제주의는 경영에도 적용된다. 금융 자본과 같이, ‘인적 자본(human capital)’도 이동성이 있다. 경영자들과 컨설턴트들은 자기들의 기능들을 자기들의 진가를 인정받는 어떤 나라에도 가지고 갈 수 있다. 다시, 이것은[국제주의는] 경영 교육과 훈련이 덜 발달했는지도 모르고 훌륭한 경영자들을 발견하기가 어려울지도 모르는 더 가난한 나라들의 기업가들에게 특별히 소중하다. 자본에 대한 접근과 같이, 더 나은 경영과 조언에 대한 접근은 기업가들이 자기들의 생산성과, 그것과 함께, 자기들의 지역 사회와 국가의 생산성과 번영을 증대시키는 것을 돕는다.

연구와 개발. 다른 경제적 편익들도 있다. 제품들과 과정들을 개선하는데 집중하므로, 기업가들은 흔히 연구와 개발의 중심이 되어, 새로운 이해(理解)들, 새로운 모험사업들, 새로운 기술들 그리고 제품들을 창출할 뿐만 아니라, 새로운 시장들을 조사하고 열기도 한다. 기성 기업들은 자기들의 제품의 수요가 완전히 충족됨에 따라 수입 천장(revenue ceiling)을 칠지 모른다. 그러나 새로운 제품들은 더 낮거나 더 값싼 어떤 것의 이용되지 않은 시장 수요를 연다. 더 나은 제품들

이 더 풍부하고 더 입수 가능해짐에 따라, 대중은 부의 상승을 경험하고, 새로운 생산 기술들은 새로운 고용 기회들과 더 높은 소득 기대를 발생시킨다. 참으로, 대부분의 새 일자리들은 작은 기업들과 창업 기업들에서 생긴다.

인적 편익들

기업가 정신으로부터 경제적 편익들뿐만 아니라 인적 및 사회적 편익들도 있다. 기업가들이 새롭고 더 나은 제품들을 전달하는 데 집중하는 것은 우리가 오래고 느리며 때때로 노동 집약적인 기술들에 덜 의존하게 한다. 우리의 조부모들은 몇 버킷의 석탄을 집 안으로 가져오고, 불에 석탄을 넣어 태우며, 재를 비우고, 그 후 그것을 처분하느라 매일 몇 시간을 쓰곤 했다. 현대 중앙난방은 전혀 시간을 잡아먹지 않는다. 우리의 조부모들은 또한 빨래판에 옷들을 빨고, 그것들을 [종전의] 세탁물 탈수기(mangle)에 억지로 집어넣으며, (날씨가 좋으면) 빨랫줄에서 그것들을 말리고, 그다음 숯불에 가열된 다리미를 가지고 그것들을 다리미질하느라 매주 몇 날을 쓰기도 했다. 이제 우리는 자동 세탁기/건조기들과 다리미질이 필요 없는 직물들이 있다. 또한 이 개선들이 어떤 불가피한 기술 발달을 반영하지도 않는다. 그것들은 기업가들이 의도적으로 그것들을 창출했다는 단지 그 이유만으로 존재한다.

농업에서부터 보건 의료와 소매업을 거쳐 교통 등에 이르기까지의 부문들에서, 이런 그리고 많은 다른 개선의 결과는 우리가 선택할 대량의 다양한 제품을 가지고 있다는 점이다. 우리는 기본 필수품들과

편의 시설들에 관해 걱정하느라 그렇게 많은 시간을 쓸 필요가 없다. 기업가적 혁신들은 우리의 일을 더 생산적이게—그리고 육체노동과 부상 위험이 더 적어 또한 더 쉽게도—하며, 우리가 더 많은 시간을 가지게 되어 우리의 여가를 더 풍부하고 보람 있게 한다.

게다가, 새로운 기업가적 기업들은 고용 기회들을 연다. 그것은 더 큰 기성 산업들에서 근로자들과 경영자들에 의해 차별받을까 모르는 이민자들, 소수파, 젊은이들 그리고 여성들에게 특히 이롭다. 그것은 근로자들에게 그들이 자기들의 생활을 개선하는 데 필요한 저금과 자본을 쌓아 올릴 수 있게 하고 자기들의 ‘인적 자본(human capital)’과 고용 가능성을 더 증대할 교육에 착수할 수 있게 한다. 이것들은 모두 그저 무미건조한 ‘경제적’ 편익들만 아니라 개인적이고 인적인 편익들이다.

사회적 편익들

사회적 편익들도 있다. 다양한 기업가적 기업들이 있는 지역 사회는 어떤 큰 중공업—예를 들어 큰 광산, 제강소, 혹은 자동차 제조업자—이 지배하는 지역 사회보다 훨씬 더 안정적이고 편안할 것 같다. 그러면 변화와 발전이 점진적으로 일어날 수 있다. 기업들은 오고 갈 수 있고, 근로자들은 자기들이 선택하는 대로 그것들 사이에 이동할 수 있다. 그들은 지배적인 고용주가 무너지는 경우 겪을 대량의 광범위한 실업을 두려워하며 살지 않는다.

또한, 성공적인 기업가들은 자선 단체들과 지역 사회 사업들에 대한 큰 투자자이다. 물론 그것 배후에 순전히 사업적인 동기가 있을지

모른다. 아마도 그들은 공급자들, 근로자들 그리고 고객들 사이에서 그기업에 대한 성가(聲價)를 촉진하기를 희망할지 모른다. 지역 학교들과 병원들을 지원함으로써, 그들은 더 건강하고 더 숙련된 노동력을 충원할 수 있을지 모른다. 지역 환경을 개선함으로써, 그들은 자기들의 근로자들의 사기를 증진하고 그들을 더 오랫동안 유지할지 모른다. 그들은 심지어 고등 교육, 연구 및 개발 사업들을 촉진할지 모르는데, 그것들이 자기들의 기업이 잠재적으로 이용할 수 있을 새로운 기회들을 발견할 것이라는 희망에서다.

그렇지만 기업가들의 자선 활동의 많은 부분은 순전히 박애주의적이다. 스코틀랜드계 미국인 철강왕 앤드루 카네기(Andrew Carnegie) (1835-1919)는 자기 재산의 많은 부분을 무료 공공 도서관들을 설립하고 개선하는 데 썼다. 빌 앤드 멀린다 게이츠 재단을 통해, 그 마이크로소프트 기업가는 수십억 달러를 더 가난한 나라들로 돌리고, 연구와 전달 계획들은 농업 증진, 위생, 영양, 면역, 말라리아 통제 등에 집중했다. 많은 기업가는 고등 교육과 연구를 촉진하는데, 자신들에 대한 상업적 이익들을 추구해서가 아니라, 최첨단 과학과 기술이 자기들의 호기심을 돋우기 때문이다. 그것은 그렇게 많은 오늘날의 초기업가가 우주 개발—너무 위험해서 간단한 상업 프로젝트로서 설명될 수 없는 어떤 것—에 홀리는 이유를 설명할지 모른다.

그리고 수십 년과 수 세기 동안, 기업가들은 대규모로 사람들의 생활을 바꾼 근본적인 혁신들에 불균형적으로 원인이 되었다. 이 혁신들은 인쇄기, 증기 기관, 소면기(梳綿機)·방적기·직기, 전화, 철도, 축음기, 플로트 유리(float glass), 그리고 가정용 컴퓨터를 포함한다. 참으로, 목록은 끝이 없다. 종종 발명가들은 그들이 자기들의 발견을

우연히 만났을 때 어떤 다른 것을 찾고 있었는데, 전자 레인지, 혹은 페니실린, 심지어 콘플레이크(Corn Flake)와 초강력 접착제(Super Glue)에 대해서와 같은 것들이다. 가끔씩 그들은 전 새 산업들의 창설을 촉발시켰고, 전 경제들을 현대화했으며, 우리의 생활과 문화를 바꾸었다.

이윤의 사회적 역할

대부분 기업가는 개인적인 재정적 이득의 가망에 따라 움직일지 모르지만, 그것은 그들이 오직 다른 사람들을 도둑질함으로써만 성공할 수 있다는 것을 의미하지 않는다. 반대로, 개방적이고 경쟁적인 경제에서는, 그들은 오직 다른 사람들에게 가치를 전달함으로써만 돈을 벌 수 있다. 그들의 재정적 보상은 오직 고객들을 통해서만 생기는데, 이들의 생활은 그들의 제품들로 향상되고, 이들은 돈과 그런 제품들의 자발적인 교환이 공정한 교환이라고 생각한다. 그리고 그 과정에서, 기업가들은 주민에 걸쳐 가치를 확산하는데, 그것으로부터 모든 사람이 이득을 얻는다.

*이윤(profit)*이 그저 *재정적(financial)* 이윤만 의미하지 않는다는 점을 기억하라. 기업가의 고객들은 그들이 제품에 대해 지급하는 돈보다 그들이 더 크게 평가하는 제품을 그들이 받는다는 점에서 이윤을 얻는다. 이윤은 단지—쓸모없고 가치 없는 모래를 쓸모 있고, 생산적이며, 가치 있는 컴퓨터 칩들로 바꾸는 것과 같이—당신이 넣은 가치보다 더 많은 가치를 꺼낸다는 것을 의미한다. 이윤은 헛뜯을 어떤 것이 아니라 그것의 경제적 및 사회적 편익 때문에 찬양할 어떤 것이

다. 결국, 만약 우리가 더 많은 가치를 창출하는 데 더 적은 자원들을 사용할 수 있다면, 우리는 모두 상태가 더 나아진다.

기업가들이 *재정적 이윤*—그들이 재료들과 제조에 쓰는 것보다 모험사업으로부터 더 많은 돈을 버는 것—을 추구한다는 점을 고려하면, 그 이윤 동기는 가치를 증대하고, 선택을 확대하며, 모든 사람을 위해 제품들을 개선하는 긍정적인 사회적 효과가 있다. 참으로, 이윤이 클수록, 일반적인 사회 이득은 더 클 것 같다. 재정적 이윤은 기업가가 창출하는 추가적인 가치의 대략적인 지표이다. 그것은 기업가가 비용을 줄이고—값비싼 자원들이 더 생산적인 용도들로 다시 돌려질 수 있게 한다—기꺼이 구매하는 사람들에게 더 값싸거나, 더 풍부하거나, 더 나은 품질의 제품들을 공급함으로써 생산되는 가치를 증가시킬 방식을 발견했음을 보여준다. 참으로, 경제가 더 개방적이고 더 경쟁적일수록, 그리고 경쟁자들이 시장을 들어가고 떠나는 것이 더 쉬울수록, 계속해서 투입 비용들을 줄이고 제품 가치를 올리도록 기업가들에게 가하는 압력이 더 커진다. 결국, 만약 그들이 게으름을 부리면, 다른 사람들이 보상을 손에 넣기 위해 기꺼이 들어갈 것이다.

그 결과는, 다시 한번, 생산성과 가치 창출에서 끊임없는 개선이다. 그 개선이 계속됨에 따라, 한때 사치품이었거나 오직 소수에게만 입수 가능했던 물건들—신선한 육류, 상수도, 가정 난방, 전기, 자동차, 세탁기, 컴퓨터—이 더 낮고 더 값싸진다. 그것들에 대한 접근은, 연못의 잔물결들처럼, 지역 사회에 걸쳐 퍼져 나간다. 더 값싼 제품들은 모든 사람이 자기들이 더 소중히 여기는 것들에 쓸 돈을 더 많이 가지고 있다는 것을 의미한다. 품질을 개선하는 것은 모든 사람이 똑같은 비용에 대해 더 많은 가치를 얻는다는 것을 의미한다.

우리는 그러한 개선들에 대해 기업가들에게 감사할 수 있다. 그들이 재정적으로 그것들로부터 이윤을 얻는 것은 당연하지만, 우리 모두도 다른 방식들로 이득을 얻는다. 그들은 심지어 자기들의 재정적 이윤을 영리한 판단과 노고보다는 행운에 의해서 얻을지도 모르지만, 사회적 편익은 똑같다.

사실상, 어떤 기업가의 성공에든 얼마나 많은 행운이 들어가고 얼마나 많은 판단과 노력이 들어가는지 구별하기 어렵다. 심지어 행운 조차도 만약 그것이 이윤으로 바뀌려면 붙잡아서 생산적으로 돌려야 한다. 많은 사람은 행운을 통해 생기는 “불로소득(windfall gains)”을 부러워하고, 심지어 그것들에 과세할 것을 요구하기조차 한다. 그러나 그것의 유일한 효과는 놓친 기회들에 주의를 기울이는 기업가들의 수를—전 사회에 해와 손실을 끼치면서—줄이는 것이다. 만약 우리가 더 많은 사람이 기업가적으로 생각하고 행동하도록 장려하고 그렇게 한 사람들이 자기들의 가치 창출의 보상을 누릴 수 있게 한다면 사회는 더 부유해질 것이다.

6 기업가 정신의 확산

세계적인 존재

전 세계에 걸쳐 발견될 수 있는 기업가 정신의 양을 측정하기는 어렵다. 우리가 보았듯이, 자영 혹은 창업률과 같은 명백한 지표들도 거의 쓸모없다. 그리고 심지어 ‘기업가 정신(entrepreneurship)’으로 간주하여야 하는 것의 정의조차도 논쟁의 여지가 있다. 기업가 정신이 엄밀하게 상업적 활동이어야 하는지, 아니면 ‘사회적 기업가 정신(social entrepreneurship)’과 같은 기타 형태들도 포함되어야 하는지는 견해가 갈리는 문제이다. 그것의 가장 넓은 정의에서, 모든 사람은 어느 정도 기업가이고, 시간, 돈 그리고 노력의 가장 낮은 비용에 자신들을 위해 가장 큰 가치를 창출하는 데 자기들의 기능, 능력 그리고 자원을 끊임없이 사용한다. 그 때문에, 기업가적 활동은 세계의 모든 지역에서 발견될 수 있다.

그러나 상업적 기업가 정신도 마찬가지다. 그것은—부유하거나, 보통이거나, 가난하거나—모든 나라에 존재한다. 그것은 미국과 노르웨이에 많은데, 그것이 터키나 남아프리카 그리고 앙골라나 과테말라에 많은 것과 같다. 심지어 비시장 경제들에서조차도 기업가 정신이—비록 그것의 많은 부분이 매수나 암시장 거래를 통해 공식적 통제들을 피하는 것을 목표로 삼을지라도—있다. 공개 시장들의 일상의 ‘투표

(ballot)'가 훨씬 더 효율적이지만, 그러한 불법적인 시장들도 부족들을 메우고 공급과 수요를 조정하는 데 거의 같은 방식으로 작동한다. 차이점은 그들의 기업가들이 법을 어길 것을 각오하고 있어야 한다는 점이다.

국가 유사점들과 차이점들

비록 기업가 정신이 모든 곳에 존재할지라도, 어떤 나라들은 두드러진다. 예를 들어, 어떤 나라들은 많은 억만장자 초기업가를 배출하는데, 이 점은 그것들이 일반적으로 기업가 정신에 좋은 지역이라는 점을 나타낼지 모른다. 홍콩, 이스라엘, 미국, 스위스, 싱가포르, 노르웨이, 아일랜드, 타이완, 캐나다 그리고 오스트레일리아가 선두에서 있다. 그러한 나라들은 성공을 장려하는 개방적인 가치들과 제도들을 가지는 경향이 있고, 사람들에게 자기들이 성공해서 자기들의 노력에 대해 보상받을 수 있다고 믿게 한다. 그들 다수는 또한 법의 지배, 제한된 정부 그리고 강력한 재산권들에 헌신하기도 하는데, 이 요소들도 역시 중요하다는 점을 암시한다.

덧붙여서, 대부분은 기업가들에게 어떤 당국의 허가 없이 실험할 수 있게 하는 법체계가 있다. 이것은 다시, 무슨 활동들이 허용되는지를 일반 원칙들보다는 특수 규칙들이 결정하는, 유럽의 대부분 대륙 국가보다 그들이 더 기업가적인 (미국의 경우에는, 여러 배 더 기업가적인) 이유를 설명할지 모른다. 미국 경제학자 애덤 시어러(Adam Thierer)가 지적하듯이, 미국은, 마이크로소프트, 야후!, 유튜브, 아마존, 구글, 페이스북, 트위터, 드롭박스, 페이스북, 스냅챗처럼, 거기서 생

긴 혁신적인 회사들이 많다. 그러나 한두 개를 넘어 상당하는 유럽 혁신자의 이름을 대기는 어렵다. 그는 이 차이를 유럽 대륙이 취하는 변화에 대한 정반대되는 접근법과 대조적으로 미국의 ‘허가 없는 혁신(permissionless innovation)’—거기서는 혁신을 개시하는 데 허가가 필요하지 않다—의 덕분으로 생각한다(Thierer 2014).

만약 우리가 우리의 모든 시간을 최악의 경우 시나리오들을 끊임없이 두려워하면서 사는 데—그리고 공공 정책을 그러한 두려움들에 기반을 두는 데—쓴다면, 그것은 최상의 경우 시나리오들이 결코 생기지 않을 것이라는 점을 의미한다. 지혜와 진보는, 위험을 수반하고 가끔의 실수들과 실패들의 가능성을 수반하는 경험을 포함하여, 경험으로부터 탄생한다.

문화도 역시 명백히 중요하다. 아마도 기업가를 배출하는 국가들의 문화는 개인적인 성공에 더 따뜻하고 덜 적대적이어서, 개인의 야망을 장려한다. 그러나 더 가난하고 덜 자유주의적인 국가들도 역시 그런 가치들의 몇몇을 공유한다. 중동과 북아프리카의 사람들은 기업가가 되는 것이 좋은 경력 이동이라고 자기들이 생각한다는 조사들을 말하고, 카리브해와 라틴 아메리카의 사람들은 기업가가 되는 것을 높은 지위로 생각한다. 라틴 아메리카 사람들은 또한 실패를 거의 두려워하지 않는 것 같기도 하고, 참으로 기업가 정신은 사업 실패들이 가장 높은 곳에서 가장 강하다—이것은 실패의 문화적 수용이 사람들에게 위험을 감수하고 잠재적인 기회들을 붙잡도록 장려할지 모른다는 점을 암시한다.

다른 흥미로운 조사 결과들도 있다. 대부분 기업가는 남자이다—비록 더욱 선진적인 무역 국가들에서 이 점에 관한 한 더 큰 성 평등이

있을지라도. 중동 및 북아프리카 국가들은 국제 기업가 정신에서 높은 점수를 얻는데, 아마도 교역로들의 양쪽으로 그들의 지리적 위치 때문일 것이다. 중국에서는, 기업가적 활동이 마오(毛)의 사망 후에 증가했지만, 지금은 편평해지고 있는 것 같다. 대조적으로 미국에서는, 기업가 정신은 2008년 금융 위기 후에 감퇴했지만, 곧 반등했다. 그러나 이 추세들을 아주 정확하게 측정하기는 어렵다.

발전 도상국들

발전 도상국들은 기업가 정신의 이상적인 지역인 것 같지 않을지 모른다. 개인들과 그들의 가족들은 새 기업들을 설립하고 확장하는데 사용할 수 있을 저금을 덜 가지고 있을 것 같다. 지역의 은행 및 금융 부문들은 썩 발달해 있지 않을지도, 자금이 충분하지 않을지도 모른다. 국제 자본 공급자들은 현지 사정을 이해하지 못할지도 모르고 자기들이 발견하는 것을 경계할지도 모른다. 경영 기술들과 교육이 불충분할지 모른다. 사회 기반 시설과 유통망들이 조잡할지 모른다.

그렇지만 그들은 이점들도 있다. 예를 들면, 발전 도상국들은 생계비가 더 낮다. 그래서 더 부유한 국가들의 기업들과 개인들에게 콜 센터, 회계, 인터넷 그리고 기타 비영업 부서(back-office) 기능들과 같은 서비스들을 제공할 기회들이 있다. 값싸고 단순한 기술에 대한 접근은 그것이 이미 충분히 발전된 경제들에서 제공하는 것보다 더 강한 생산성에 대한 후원을 제공할지 모른다. 예를 들면, 스마트폰들이 현지 상인들에게 가격들의 즉각적인 통신을 할 수 있게 하거나, IT가 완전히 새로운 산업들의 창설에 연료를 공급하는 것과 같다.

발전 도상국에서 많은 부문이 충분히 성숙하지 않을지 모르므로, 시장들과 그것들에 공급하는 기업들이 더 전문화되어 있는 선진국에서보다 또한 다각화 여지가 더 많기도 하다. 그 잠재력은 발전 도상국들의 기업가들이 광산, 시멘트 그리고 건설 같은, 비록 종종 보완적이지만, 복수의 기능을 가진 기업들을 운영함으로써 위험을 분산할 수 있게 한다.

발전 도상국들에서 기업가들에 대한 또 하나의 잠재적 이점은 기회들이 더 보편적이라는 점이다. 커즈너가 말할지 모르듯이, 아직 발견되지 않은 것이 더 많고 이미 발견된 것이 더 적다. 더 큰 자본 접근을 가진 더 부유한 나라에서 빨리 일어날지도 모르지만, 다른 기업가들에 의해 이미 채워지지 않은 더 많은 시장 기회도 또한 있을 것 같다.

기업가 정신과 이민

기업가 정신에 관한 어떤 세계적인 조사에서도 생기는 또 하나의 발견은 외국인 인재에 대해 개방적인 것이 특별히 중요하다는 점이다 (Lofstrom and Wang 2019). 기업가들 망(The Entrepreneurs Network)에 의한 증거의 재검토는 영국 주민의 단지 1/7 (14퍼센트)만이 외국 태생이지만, 영국의 급성장 창업들의 거의 반(49퍼센트)이, 미국, 독일, 러시아, 인도, 오스트레일리아, 멕시코 그리고 베트남과 같이 다양한 29개 다른 국가 출신인, 적어도 한 명의 외국 태생 공동 설립자를 가지고 있다는 점을 보여주었다. 이민자들은 영국에서 태어난 사람들보다 1.5배 더 기업을 시작하고, 소유하며, 운영할 것 같다 (Dumitriu and Stewart 2019).

이것에 대한 하나의 이유는 많은 이민자가 다른 나라로 이사하여, 종종 거기서 자기들을 도울 친구나 가족 없이, 이미 위험 및 불확실성과 씨름한 타고난 기업가라는 점일지 모른다. 그들이 새로운 생활로 이동하는 것은 그들이 용기와 야망을 가지고 있다는 점을 보여준다. 이민자들은 또한 더 젊고 정력적일 것 같기도 하다. 일단 옮겨지면, 그들은 자기들을 받아들인 나라를 현지인들과 다르게 보아서, 그것이 작동하는 방식에 더 기꺼이 이의를 제기하고 변화들을 통해 생길지 모르는 기회들을 더 볼 수 있다. 예를 들면, 그들은 현지인들이 당연하게 여기는 시장 비효율들과 단점들을 탐지할지 모른다.

문화적 소수파는 종종 기업가적 발전을 이끈다. 다른 사고방식들을 가지고서 그리고 아마도 잃을 것을 덜 가지고서, 더 사회의 변두리에 있으므로, 그들은 현지인들보다 변화하는 사건들에 창조적 적응을 더 할 수 있고 기꺼이 한다. 지배적인 문화와 계급 제도에 도전하지만 그럼에도 다른 것들보다 더 잘 작동하는 해결책들을 그들은 아마도 더 시험해 볼 것 같다. 그들은 일어나는 변화들을 토착인들이 보는 것보다 심지어 더 일찍 그리고 더 명백하게 보기조차 할지 몰라서, 그들에게 대중에 앞서가는 이점을 준다.

이런 그리고 다른 이유들로, 영국과 미국(그리고 아마도 많은 다른 국가)에의 이민자들은 토착 국민보다 더 자기들 자신의 기업들을 시작할 것 같다. 예를 들면, 실리콘 벨리에서 공학과 기술 회사들의 죽히 반은—구글, 페이스북, 그리고 테슬라를 포함하여—이민자 창립자를 가지고 있다. 2017년 포춘 500(Fortune 500) 명부에 있는 회사 중에서, 43퍼센트가 이민자자 이민자의 자식에 의해 설립되었는데, 애플, 아마존, 보잉, 제너럴 일렉트릭, 버라이즌(Verizon), J.P. 모건 그

리고 심지어 포드도 포함한다.

기업가 정신에 적합한 산업들

어떤 산업들은 기업가적 행동에 더 적합하고 다른 것들은 덜 적합한 것 같다. 특별히, 기업가들은 인터넷과 데이터 서비스들(예로 공유 앱, 소프트웨어 그리고 사이버 보안), 투자 자문, 컨설팅과 회계 서비스들을 포함하여 더 낮은 창업 자본 요구가 있는 부문들에서 두드러지게 발견된다. 그것은 예상 밖이 아닐지도 모른다. 명백히 기업가가 자본 비용이 높은 곳(예로 자동차 제조, 조선, 항공, 보건 의료 그리고 에너지)에서 새 기업을 설립하는 것이 더 어려운데, 비록 몇몇이 설립 할지라도 그렇다. 대부분 오늘날의 초기기업가와 가장 빠르게 성장하는 회사는 IT, 생물 공학, 금융 그리고 소매업에서 발견될 수 있다. 그것들은 또한, 헤지 펀드와 소셜 미디어같이, 대규모 급속 성장 기업을 창설하는 데 차입금을 이용하여 투자할 수 있는 기업들에서 더 발견 될 것 같기도 하다.

세계 기업가 정신 모니터에 따르면, 더 가난한 나라들에서는, 기업가들은 아주 흔히 상품, 도매 그리고 소매와 같은 판매 기업들에서 발견된다. 더 부유한 나라들에서는, 그들은 금융, 재산 그리고 사무 서비스들에 모여든다. 세계적으로 기업가적 기업들 사이에서, 도매 및 소매 기업들의 비율은 줄어들었지만, 서비스 및 기술 회사들의 비율은 커졌다. 그것은 그저 세계가 더 부유해지고 있다는 점과, 어쨌든 존재했다 하더라도, 한때 사치품이었던 서비스들에 대한 수요 증가가 있다는 점을 나타낼 뿐일지 모른다. 혹은 옛날에 가난했던 많은 나라

에서 사람들이 이제 주요 부문들에서 갈라져서, (IT 서비스들같이) 전 세계적으로 시장에 내놓고 팔 수 있는, 더 정교한 부문들을 탐사할 충분한 자본을 쌓아 올렸다는 점일지도 모른다. 예를 들면, 한국—1950년대에는 세계에서 가장 가난한 나라 중 하나였지만 이제는 가장 부유한 나라 중 하나이다—은 특별히 ‘임시직 경제(gig economy)’ 기업가 정신에 강하다. 아마도 이 부문은 증가하는 비율의 세계의 미래 초기기업가들에게 본거지가 될 것이다.

이미 확립된 회사들 안에서 기업가적 혁신이 생기는 사내 기업가 정신은 유럽에서 아주 강한 것 같은데, 거기서는 스웨덴, 독일 그리고 키프로스가 특별히 큰 역할을 하고 있다. 이것은 창업 기업들에 비해 큰 회사들에 혜택을 주는 (조세 및 기업 지배 구조 법률들, 규제 부담, 혹은 주식 소유권과 대조적인 은행 및 증권 용자와 같은) 제도들과 구조들 때문일지 모른다. 그러면 기업가 정신을 가진 사람들은 더 큰 회사들에서 일함으로써 훨씬 더 적은 위험에 만족할지 모른다.

기업가 정신의 미래

앞에서 언급했듯이, 몇몇 서양 관찰자는 자기들이 시간에 걸쳐서 기업 활력에서 큰 하락을 본다고 믿는다. 그 주제에 관한 연구의 브루킹스 연구소(Brookings Institution) 조사는, 미국에서 기존 기업들이 시장들에서 탈퇴하는 율의 하락과 더불어, 새 기업 창업률에서 하강 추세를 가리킨다. 동시에, 더 신흥의 기업들에 의해 발생하는 미국 고용 몫도 하락했다. 1980년대 이래, 창업 기업들에 고용된 근로자들의 몫은 20퍼센트에서 10퍼센트로 하락했지만, 더 큰, 성숙한 기업들에 의

해 고용된 몫은 40퍼센트에서 50퍼센트로 올랐다(Decker 등 2016).

이것들은 불완전한 지표이고, 만약 정말 기업 활력이 하락하고 있다면, 그것은 지역적이거나, 일시적이거나, 혹은 비생산적인 ‘좀비(zombie)’ 회사들이 생존을 유지하도록 돕는 낮은 이자율과 같은 많은 다른 요인 때문일 수 있을 것이다. 그러나 전반적으로 증거는 생산성 증가가 미국, 영국, 독일 그리고 기타 선진 경제들에서 떨어지고 있다는 점과 기업 활력 하락이 주요 이유라는 점을 정말 암시한다(Masnik 2017).

그래서 이 하락은 왜 일어나는가? 다시, 대안적인 설명들이 있다(Dumitriu 2019a). 어떤 사람들은 선진 경제들에서 더 낮은 인구 증가 때문에 더 작은 풀의 잠재적 기업가들이 있게 될지 모른다고—만약 그들이 여전히 가장 생산적인 부문들에서 창업한다면 그것이 거의 문제가 되지 않을지라도—주장한다(Hathaway and Litan 2014). 다른 사람들은 상표화(branding)와 비용이 많이 드는 IT 제도들의 중요성 증가가 창업 기업들이 경쟁하기 더 어렵게 한다고 말한다(세계적 검색 엔진들, 사무용 소프트웨어 혹은 온라인 쇼핑 플랫폼들을 생각해 보라(De Ridder 2019)). 그러나 사실 규모로부터의 이득은 많이 상승하지 않았고, 오히려 IT는 많은 소기업이 직면하는 비용을 현저하게 삭감했다(Gutiérrez and Philippon 2019).

규모에 연계된 더욱 있음직한 죄인은 규제이다. 제품들(예로 라벨을 붙이는 규칙), 과정들(예로 제조 방법) 혹은 고용(예로 최저 임금, 근로 시간, 육아 휴가)에 대한 규제들은 대기업들에 대해서보다는 소기업들에 더 큰 부담을 부과한다. 대기업들은 순응 비용을 많은 매상고에 걸쳐 분산할 수 있다. 작은 창업 기업들은 그렇게 할 수 없다. 그

것은 금융 서비스 기업들에 대한 미국의 2010년 도드-프랭크 (Dodd-Frank) 통제들과 같은 큰 규제 증가들이 더 큰 기업들에서 이윤 마진을 증가시키는 것 같은 이유일지 모른다(상계 논문). 마찬가지로, 우리는 한국, 타이완, 홍콩, 태일란드 그리고 싱가포르 같은 상대적으로 가볍게 규제되는 경제들이 점점 더 많은 기업가와 초기업가를 가지고 있다는 점을 발견한다. 대조적으로, 고도로 규제되는 유럽에서는, 혁신은 큰 회사들 안에서 *사내 기업가 정신*(intrapreneurship)을 통해 더 생길 것 같다(Stigler 1971).

규제는 산업에 의해 적극적으로 추구될지 모르거나, 아니면 그것은 그것에 강제로 안겨질지 모른다. . . 대체로, 규제는 그 산업에 의해 획득되고 주로 그것을 위해 설계되고 운영된다.

대기업들은 또한 더 많은 로비스트를 가질 여유도 있는데, 규제 문제들이 더욱더 복잡해짐에 따라 입법자들은 전문적 정보를 필연적으로 로비스트들에 의존한다. 그러나 그런 로비스트들은 경쟁자들을 안에 들이지 않는 데 이익이 있다. 그리고 만약 그들이 창업 기업가들에게 그들의 정력을 더 매력적인 제품들을 창출하는 데가 아니라 성가신 규제를 다루는 데 쓰게 강제할 수 있다면, 그 이익은 충족된다.

그러나 대중의 이익들은 심하게 규제되고, 무기력하며, 무반응인 산업보다 개방적이고, 동태적이며, 경쟁적인 산업에 의해 더 잘 충족되고 보호된다. 핀테크(fintech) 창업 기업들이 규제 제재의 위협 없이 새 기업 모형들을 실험할 수 있게 하는 영국 금융 행위 감독청(UK Financial Conduct Authority)의 ‘규제 모래통(regulatory sandbox)’ 같은 정책들은 올바른 방향으로의 한 걸음인 것 같다.

7 생산적 기업가 정신과 비생산적 기업가 정신

기업가 정신은 항상 생산적인가?

우리에게 이익이 될지 모르는 기회들에 주의를 기울이고 그것들에 따라 행동하는 것은 타고나고 보편적인 인간 특징인 것 같다. 1776년으로 거슬러 올라가, 애덤 스미스는 ‘모든 사람이 자기의 상태를 더 낮게 하려는 변화하지 않고, 끊임없으며, 중단되지 않는 노력’을 언급했고, ‘한 물건을 다른 물건과 트럭으로 운반하고, 물물 교환하며, 화폐 교환하는 성향’이 설명이 필요 없는 ‘인간 본성에서 본래의 원칙 중 하나’라고 주장했다(Smith [1776] 1981). 그리고 ‘시장의 흥정과 교섭’을 통해 우리의 자기 이익은—놀랍게도—마치 ‘보이지 않는 손에 이끌리는’ 것처럼 상호 이익을 낳을 것이다.

개방적이고 경쟁적인 시장들에서는, 그럴지 모른다. 그러나 삶은, 비록 항상 상호 이익이 되는 것은 아닐지라도, 사람들이 자신들을 더 낮게 할 많은 다른 기회를 제공한다. 영리한 법률가들은 사회에 어떤 가치도 발생시키지 않으면서, 예를 들어, 자기 의뢰인들에게 속도위반 벌금을 면하게 하는 법적 허점들을 이용할지 모른다. 어떤 기업가든 정직한 기회들에 주의를 기울이는 것과 꼭 마찬가지로 도둑들과 사기꾼들은 범죄 기회들에 주의를 기울일지 모른다. 차이점은 그들이 그런 범죄 기회들을 붙잡는 것이 가치를 창출하지 않고 다른 사람들

로부터 가치를 빼앗는다는 점이다.

생산적, 비생산적 그리고 파괴적

그래서, 모든 ‘기업가 정신’이 생산적이고 사회적으로 이로운 것이 아님이 명백하다. 참으로, 보물(1990)에 따르면 기업가 정신은 *생산적*(productive), *비생산적*(unproductive) 혹은 *파괴적*(destructive)일 수 있다. 명백한 경계가 없지만, *생산적인* 종류가 모두에게 가치를 창출하고, *비생산적인* 종류가 오직 한쪽에만 가치를 창출하며, *파괴적인* 종류가 실제로 가치를 파괴한다고 누구든 말할지 모른다.

생산적 기업가 정신. *생산적* 기업가들은 자신들과 자기들의 고객들 양쪽 다를 위해 가치를 창출한다. 가치는 보는 사람의 눈에 달려 있다. 고객들은 기업가의 제품을 자기들이 그것에 대해 치르는 현금보다 더 높이 평가한다. 기업가들은 자기들이 받는 가격을 자기들이 제품을 공급하는 데 써야만 하는 자원들(예로 시간, 노력 그리고 재료들)보다 더 높이 평가한다. 그 관계는 전적으로 자발적이다. 어느 쪽도 거래를 박차고 나갈 수 있을 것이지만 그들은 그렇게 하지 않는데, 왜냐하면 그들은 자신들이 그 교환으로 상태가 더 좋아졌다고 생각하기 때문이다. 그들은 각각 오직 자기 이익 때문만으로—고객은 제품을 원하고, 생산자는 돈을 원한다—거래할지 모른다. 그러나 그 과정은 훨씬 더 일반적인 이익을 창출한다. 고객을 추구하는 과정에서, 생산적 기업가들은 혁신하고, 생산성을 올리고, 진보를 촉진하고, 우리의 선택들을 확대하고, 우리의 가치를 증대하고, 궁극적으로 전 사회를 이롭게

한다.

비생산적 기업가 정신. 또 한편으로는, 누구든 다른 누구에 대해 가치를 창출하지 않고도 기업가적일 수 있다. 또 하나의 흔한 예는 절세(tax avoidance)인데, 여기서는 주의를 기울이는 납세자들과 그들의 자문가들은 ‘독창적인(creative)’ 회계 수단에 의해 자기들의 세금 계산서를 줄일(합법적인) 기회들을 찾는다. 그들은 돈을 소득으로 받기 보다는 그것을 조세의 도움을 받는 퇴직 계획들에 넣을지 모른다. 그들은 고용인으로서 사직하고 동일한 서비스들을 제공하는 회사를 설립하여, 자기들에게 탕감을 주장하거나 기업 보조금을 이용하는 것을 허용할지 모른다. 아니면 그들은—스타벅스, 애플, 아마존, 넷플릭스 그리고 제너럴 모터스 모두가 비난받았듯이—이윤을 높은 세금 국가에서 낮은 세금 국가로 이동시킴으로써 혹은 자기들의 본부를 낮은 세금 관할로 이전시킴으로써 자기들 회사의 조세 채무를 줄일지도 모른다.

또 하나의 예는 규제들과 규제 결정들이 당신에게 유리하게 하기 위한 로비 활동이다. 그것은, 예를 들면, 정치인들을 설득하여 조세 혹은 거래 규칙들을 당신의 기업 부문에 유리하게 유지하거나 관리들이 영업 면허나 건축 허가를 교부하는 경향이 더 있을지 모른다는 희망으로 관리들과 사귀는 것을 포함할지 모른다. 정부 권력이 확대했으므로, 로비 활동은 거대한 산업으로 성장했고, (제약, 보험, 전자, 석유 그리고 공익사업에 의해 주도되는) 미국 회사들은 1년에 30억 달러를 그것에 썼다(Evers-Hillstrom 2018). 이런 자기 촉진(self-promotion)으로부터 손해를 보는 식별할 수 있는 희생자들이 없을지 모

르지만, 로비스트들은 명백히 그것이 자기들에게 막대하게 이롭다고 생각함이 틀림없다.

파괴적 기업가 정신. 그러나 어떤 다른 기업가적 활동들은—만약 그것들이 정말로 그렇게 불릴 수 있다면—확실히 희생자들을 정말 가지고 있다.

미국 경제학자 게리 베커(Gary Becker) (1930-2014)는 범죄자들이 정직한 기업가들과 아주 같이 행동하여, 성공의 잠재적 보상과 확률을 잡혀서 처벌되는 위험에 대비해 평가한다고 주장했다(Becker 1968). 다른 사람들을 훔치거나 속이는 기회들에 주의를 기울여, 그들은 협박을 사용하거나 신용 사기를 치거나 사기를 칠지 모른다. 그들은 만약 기업들이 보호금을 지급하지 않으면 그들을 폭력으로 위협할지 모른다.

이것들은 자발적인 거래가 아니다. 그것들은 희생자들로부터 그들의 자발적인 동의 없이 가치를 빼앗는다. 그러한 착취가 더 넓게 확산할수록, 더 적은 선택과 자유, 더 낮은 생산성, 그리고 사회에 대한 가치의 상실을 포함하는 파괴가 더 커진다.

규칙들의 결정적 효과

특정 기업가적 행동이 생산적인지, 비생산적인지 혹은 파괴적인지는 제자리에 있는 규칙들에 좌우될 수 있다.

예를 들면, 모든 불법 활동이 반드시 파괴적인 것은 아니다. 말기 환자에게, 잠재적으로 그를 구할 수 있을 것이지만 아직 공식적인 관

료적 승인 과정을 완료하지 않은, 어떤 의약을 제공하는 것은 파괴적인 것 같지 않다. 혹은 다시, 어느 거래하는 사람이 몰래 고객들에게 금지된 책들을 공급할 때 오직 권위주의적인 정권들만이 고생한다. 그러한 거래들은 주의 깊고, 자발적이며, 다른 누구도 영향을 받지 않는다.

마찬가지로, 어떤 합법적 활동은 파괴적일지 모른다. 예를 들면, 의사는 환자들이 자기들의 질병에 관해 완전한 지식이 없는 점을 이용하여 이문이 남지만 불필요한 수술을 할지 모른다. 환자가 수술에 동의할지 모르지만, 그것이 반드시 *정보에 근거한(informed)* 동의는 아니다.

제자리에 있는 특정 법률들과 규제들은 기업가적 에너지가 생산적인 목적들로 흘러 들어가느냐 아니면 비생산적이고 파괴적인 목적들로 흘러 들어가느냐에 큰 차이를 가져올 수 있다. 예를 들어, 세금이 높고 복잡하면, 많은 기업가적 창의력은, 더 낮고 더 값싼 제품들을 공급함으로써 가치를 창출하는 데보다, (합법적으로) 절세하거나 (불법적으로) 탈세하는 데 집중할 것이다. 만약 고용 심판원(院)들이 근로자들에게는 비용이 들지 않지만, 고용주들로부터 큰 지급금을 지급할 수 있다면, 근로자들은 성가신 요구들을 하도록 부추겨질 것이고 고용주들의 에너지는 그것들을 피하는 데로 돌려질 것이다. 만약 규제들이 이윤 가능성을 위협한다면, 에너지는 그것들을 피하는 데로나 그것들을 바꾸도록 로비하는 데로 돌려질 것이다. 마찬가지로, 만약 특정 활동들에 보조금이 주어지면, 사람들은 보조금을 손에 넣을 방법들을—그것들이 그것의 의도를 충족시키건 아니건—꾸밀 것이다.

규칙들을 조작하기

번거롭거나 부적절한 법률들, 규제들, 교부금들 그리고 보조금들의 통탄할 결과는 상업 기업가들이 기술자들, 설계자들, 경영자들 그리고 기타 생산적인 근로자들보다 변호사들, 회계사들 그리고 로비스트들을 고용함으로써 종종 더 많은 돈을 벌—거나 막대한 비용을 피할—수 있다는 점이다. —로비 활동, 법정 소송, 호의적인 정치인들에게 자금 공급하기 혹은 심지어 관리들을 매수하기에 의해서조차도—규칙들을 조작하기는 매우 이문이 남을 수 있는데, 이것은 그렇게 많은 에너지가 그것에 쓰이는 이유이다.

심지어 고대 로마에서조차도, 부(富)에 대한 길은—권력과 영향력을 가진 사람들이 경시하는—거래와 상업이라기보다 권력과 영향력이었다. 황제들은 자기들의 친척들과 총신들에게, 심지어 건설, 운송, 소금 그리고 광업과 같은 필수 요소들에 대해서조차도, 배타적인 독점권들을 부여했다. 천년 후에, 영국의 중세 길드들은 자기들의 직업에 들어오는 도제들의 수를 제한하고 경쟁자들이 다른 성시(城市)들로부터 들어오는 것을 금지하도록 정부에 있는 자기들의 연고자들을 설득했다. 상인들, 농부들 그리고 제조업자들은, 값싼 곡물이나 무너 사라사 같은, ‘불공정한(unfair)’ 경쟁으로부터 보호를 받으려고 군주들에게 로비하였다. 심지어 새로운 노동 절약 양말 짜는 기계조차 금지되었다. 로마에서 같이, 칙허장들은 개인들과 회사들에 독점권들을 부여했다.

그러한 특권들은, 일반 대중을 희생시키고, 오직 운 좋은 생산자들에게만 이익을 주었다. 그것들은 비생산적이었을 뿐만 아니라 파괴적이기도 하였다. 그것들은 다른 사람들에 대한 기업가적 기회를 부정

하였고, 혁신을 억눌렀으며, 생산성을 줄였고, 대중에게 더 높은 가격들을 치르게 그리고 더 낮은 품질을 받아들이게 강제하였으며, 게다가 재능을 가치의 창출보다 권력의 이용으로 돌렸다. 그러나 영국에서 17세기와 18세기에 왕의 후원, 교부금들 그리고 독점권들이 결국 축소되었을 때, 연고주의로부터 얻을 보상들이 더 적었다. 그 결과, 기업가적 관심은 비생산적인 용도에서 생산적인 용도로 변하여, 혁신, 농업 개량 그리고 눈덩이처럼 불어나는 산업 혁명을 자극하였다.

직업 면허

그럼에도 불구하고, 비생산적이고 파괴적인 기업가 정신은 결코 없어지지 않았다. 미국 경제학자 밀턴 프리드먼(Milton Friedman) (1912-2006)은 의사와 회계사 같은 전문가들의 직업 면허를 자세히 조사했다(Friedman 1962). 비록 이것이 대중을 보호하게 되어 있었지만, 프리드먼은 그것이 반대 효과가 있다는 것을 발견했다. 면허는, 개업하도록 허가된 사람들의 수를 제한함으로써, 전문가들이 더 높은 수수료를 부과하고 열등한 서비스를 전달할 수 있게 하였다. 오늘날, 직업 면허는 프리드먼이 썼을 때보다 더욱더 널리 퍼져 있다. 미국에서 전문직의 반이 면허가 필요한 것으로 추정되는데, 미용사, 장의사, 실내 장식가, 기수 그리고 손톱 관리사를 포함한다. 그것은 엄청나게 많은 전문가가 자신들을 경쟁으로부터 보호할 수 있게 한다. (예를 들어, 의사들과 변호사들이 그렇듯이, 규칙들이 무엇이어서 하는지를 결정하는 사람들이 전문직 종사자들일 때 더욱더 그렇다.) 그리고 국외자들이—특히 필요한 수수료들과 요건들을 감당할 수 없을지 모

르는 더 가난한 사람들이—시장에 진입하기가 더 어려워진다.

하나의 예는 노스캐롤라이나 치아 미백 주문이다. 치아를 미백하는 것은 아주 단순한 과정이다. 당신은 작은 플라스틱 상자들을 손에 잡고, 그것들에 약간의 액체를 부으며, 그다음 그것들을 고객의 치아들에 붙여 놓는다. 어떤 주요 훈련도 필요하지 않다. 그러나 치아 미백 클리닉들이 쇼핑몰들과 미용실들에서 생기기 시작함에 따라, —훨씬 더 많이 요금을 받았던—면허 치과 의사들은 반대했다. 그들은 면허 위원회가 클리닉들에게 그들의 승인되지 않은 ‘치과 진료(dentistry)’를 중단할 것을 명령하는 정지 명령들을 발하게 하였다. 기성 치과 의사들이 면허 위원회를 지배한 반면 클리닉들이 대표되지 않았기 때문에, 그들은 경쟁과 소비자 선택을 억누르는 데 위원회의 공식적 권력들을 사용할 수 있었다(NPR 2018).

택시를 운전하는 면허는 전 세계에 걸쳐 흔하다. 다시, 명분은 이것이 운전자들을 ‘적격의(fit and proper)’ 사람이라고 보증함으로써 승객들에게 더 큰 안전을 제공한다는 것이다. 그러나 그 효과는 운전자들의 수를 제한하고 가격들을 올리는 것이다. 예를 들어, 1937년에, 뉴욕은—대공황 후 시대에 고객들을 끌어들이기가 어려움을 깨달았고 ‘비합법적인 택시들(wildcats)’에 의해 요금이 내려진 택시 운전자들의 압력을 받아—어떤 면허증들도 발급하기를 중단했다. 오늘날, 그저 13,500개의 면허만 있다—1930년대의 절정의 2/3인데, 비록 택시 수요가 치솟았다 하더라도 그렇다. 그러나 이 ‘택시 영업 면허증들(medallions)’의 소유자들(그들은 그것들을 운전자들에게 시간당으로 빌려준다)은 그것을 그런 식으로 하는 것을 좋아한다. 단지 지금에 서야 혁신적인 승차 공유 앱들이 택시 시장들에 용케 파고 들어가고

있다. 그러나 그것들은 기성 제공자들의 방해를 받는데, 이들은, 예를 들어, 런던에서 ‘블랙캡(black cabs; 영국의 전통적인 검은 택시)’이 그렇듯이, 종종 면허 당국에 대표된다. 따라서, 더 낮은 가격들과 아마 틀림없이 더 나은 서비스를 제공하는 승차 공유 앱들은 종종 강제 퇴출되었다. 프랑스는 심지어 우버 임원들을 투옥하기조차 했는데, 현직 기업들이 정치인들에 미치는 로비 영향력은 이러한 것이다.

많은 규제는 큰 기성 기업들에 의해 부추겨지는데, 이들은 그 규제를 대중을 보호하는 것으로 홍보하지만, (의식적으로나 무의식적으로) 그것의 경쟁 약화 효과로부터 이익을 얻을 것 같다. 최저 자본 요건들, 최저 및 최고 가격 법률들, 그리고 엄밀하게 명시된 제품 표준들이나 과정들은 모두 기업가적 창업 기업들이 더 값싸고 혁신적인 제품들을 제공하는 것을 어렵게 한다. 참으로, 심지어 규제들이 무엇인지 확립하는 것조차도 작은 도전 기업에게는 비용이 많이 드는 실습이 될 수 있다. 더 큰 기업들은 자기들의 고객들을 빼앗고 있는 새로운 기업들에 대해 삶을 어렵게 할 법적 이의 제기를 더 쉽게 할 여유가 있다. 그리고 그들은 자기들에게 유리하고 자기들의 경쟁자들에 불리하게 자기들이 규제 결정들을 왜곡하는 것을 돕도록 규제자들에 로비하고 연고 관계를 개발하는 데 돈을 더 많이 쓸 수 있다.

정치적 기업가 정신의 발흥

규제를 받지 않는 기업들이, 고객들에 대한 현혹하는 매물 제공들, 빈약한 생산 및 품질 기준들, 일방적인 계약들 혹은 안전하지 않은 근로 조건들과 같이, 해로운 사회적 결과들을 낳을지 모른다는 점은 사실

이다. 그러나 그때 나쁜 고객 비평들은 (특별히 온라인 시대에) 빈약한 관행들과 제품들을 가진 기업들을 몰아낸다. 그리고 어떤 경우든, 대부분 기업가는 자기들의 고객들이 좋아하고 소중히 여기는 우수하고 혁신적인 제품들을 만들어 내기를 원한다. 더 큰 위험은 틀림없이 과도한 규제이고, 규제가 그것으로부터 이익을 얻는 더 큰 생산자들의 압력을 받아 증가하는 경향이다. 그런 규제 확대는 신생 기업들이 성장하고 번영하는 것을 더 어렵게 하고, 우리를 옛날 기술들에 가두며, 경제적 진보를 억누르고, 더욱더 많은 연고주의를 조장한다.

그것은 전 세계에서 똑같다. 한국의 *재벌*은—그들의 뇌물과 부패가 폭로될 때까지—정부 규제들과 보조금들로부터 이익을 얻었고 수년간 한국 경제를 움직였다. 러시아에서 올리가르히드(oligarchs)은 자기들의 정치적 후원을 통해 부자로 되었지만, 보통 러시아인들은 그들의 활동들로부터 불충분한 가치를 획득하였다. 폴란드에서 기업가들의 조사는 그들이 생산적인 활동들보다는 비생산적인 활동들에 더 집중한다는 점을 드러냈다(Dominiak and Wasilczuk 2017). 동유럽 다른 곳에서도 이야기는 거의 같다. 미국에서 회사들은 수십억 달러를 로비 활동에 쓸 뿐만 아니라, 그들은 전 규제자들과 전 장관들을 자기들의 이사회들에 태우기 위해 큰 금액을 지불하기도 한다. 정부 권력은 그것을 이용할 사람들을 끌어들이는다.

아마 틀림없이, 미국과 유럽같이 많은 최선진국에서 느린 경제 성장률들은 기업가 정신의 부족과 기업 창업률의 하락 때문이 아닐 것이다. 그것들은 기업가적 에너지가 생산적인 활동들로부터 비생산적인 것들로, 더 낮고 더 값싼 제품들을 만들어 내는 것으로부터 로비 활동, 연고주의 그리고 소송으로 이동했기 때문이다. 개인의 자기 이

익은 오직 제도들이 긍정적으로 정렬되어야만 사회에 이롭다. 만약 그것들이 그렇지 않다면, 심지어 부유한 국가들조차도—수 세기 전 고대 로마와 고대 중국이 그랬듯이—연고주의와 비생산적 활동 발흥의 결과로 쇠퇴한다.

기업가 정신과 제도들

그렇다면 우리는 어떻게 기업가주의를 생산적으로 유지할 제도들과 유인들을 창출하는가? 안정적인 정치 환경과 자본에 대한 신용할 수 있는 접근이 확실히 도움이 된다. 안전한 재산권들, 사법 제도의 신뢰성, 그리고 정치 권력에 대한 한계도 역시 중요한 것 같다.

그러나 이런 조건들을 창출하기는 쉽지 않다. 옛 제도들이 잘못된 유인들을 창출할지 모르지만 역사, 문화 그리고 신념 체계들에 철저히 근거하고 있을지 모른다. 전형적으로, 그것들은 그것들로부터 이익을 얻는 사람들에 의해 맹렬하게 방어될 것인데, 이들은 종종 권력자들이다. 그러므로 제도적 변화는, 교과서 경제학이 함축할지 모르듯이, 더 논리적인 어떤 것으로의 단순한 이동이 아니다. 그것은 정치적이고 감정적이다. 예를 들면, 1989년 베를린 장벽이 무너졌을 때, 과거의 억압을 떨어버리려는 대중적 분위기가 있었다. 대부분 서양 경제학자는 시장 제도들과 도덕이 빠르게 승리할 것이라고 예상했다. 어떤 곳들, (에스토니아와 체코 공화국같이) 대개 자유주의 제도들이 소비에트 시대 이전에 존재했던 곳들에서는, 그것은 대개 정말 일어났다. 그러나 대부분에서, 이전(移轉)은 위험했다. (우크라이나같이) 어떤 곳들은 한길로 가다가 그다음 다른 길로 갔다. (시장 가치들의

역사가 없는 러시아같이) 다른 곳들은 결코 실제로 개혁하지 않았고
올리가르히들과 범죄자들의 새로운 권력 계급을 발생시켰다. 문화,
역사, 종교 그리고 권력 현실들은 강력하다. 잘못된 제도들이 가지는
사람을 타락시키는 영향력은 깊다.

너무나 자주, 기업가들을 생산적인 목적으로 방향을 바꿀 개혁들이
아주 필요한 국가들은 결코 개혁을 하지 않는데, 왜냐하면 지배 당
국은 자기들 자신의 권력에 대한 영향을 두려워하기 때문이다. 다른
국가들은 필요한 개혁들의 막대한 규모를 깨닫지 못할지 모르고, 자
기들이 시장들을 관리하고 산출량 혹은 고용 목표들을 명령할 수 있
다는 생각에 매달릴지 모른다. (심지어 경찰 및 사법 당국에서조차도)
개혁을 방해하는 부패는 근절하기 어려울지 모른다. 옛날의 파괴적
기업가주의는 좀처럼 없어지지 않는다.

기업가 정신은 강력하고 널리 퍼져 있다. 그것은 번영과 진보의 강
력한 힘이다. 그러나 우리는 그것을 사회적으로 소중한 방향으로 돌
리는 건전한 제도들을 창설할 필요가 있다. 그 과업의 규모를 과소평
가하지 않는 것이 현명하다(Henrekson and Sanandaji 2011).

8 정부는 기업가 정신을 촉진할 수 있는가?

경제와 사회에 대한 기업가 정신의 편익들을 인식하고서, 많은 정부는 그것을 장려하는 정책을 개발하려고 노력했다. 대부분은 실패하는데, 보통 자기들이 창출하려고 하고 있는 것에 관해 그들이 혼동하기 때문이든지, 아니면 그들의 전략들이 너무 단기적이거나, 너무 관료적이거나, 시장 현실들을 너무 모르거나, 경제적이기보다는 정치적인 목적에 너무 집중하기 때문이다. 기업가 정신을 촉진하려는 정부 노력들은, 하버드 경제학자 조시 러너(Josh Lerner) (2009)가 말했듯이, ‘깨어진 꿈들의 한길(Boulevard of Broken Dreams)’이다.

깨어진 꿈들의 한길

예를 들어, 2002년에, 유럽 연합은 지금 ‘리스본 전략(Lisbon Strategy)’이라고 알려진 것을 채택했다. 그것은 ‘경제 성장과 일자리들이 기업에 그리고 기업가들의 창조적 정신에 달려 있다,’고 주장했고, 그 정신을 장려하기 위해 정책 개혁들을 제안했다. 그것은, 2010년까지는, EU를 ‘성장을 위한 혁신,’ ‘연구에 대한 투자’ 그리고 ‘경쟁적인 기업 환경 안에서 기업가 정신의 개발’을 통해 ‘세계에서 가장 경쟁적이고 역동적인 지식 기반 경제’로 만들 작정이었다. 그러나 2010년 한참 전에, EU 관리들은 그 전략(Strategy)이 완전 실패라는

것을 인정하고 있었다.

이유는 많은 부분은 전략이 소기업들과 기업가적 기업들을 구별하지 않는다는 점이었다. 그것은 더 많은 중소기업을 창설하는 것을 목표로 삼았다. 그러나 우리가 보았듯이, 그것은 기업가 정신과 같지 않고 심지어 정반대가 될 수도 있다. 그리스, 이탈리아, 스페인 그리고 포르투갈과 같은 여러 EU 국가에서는, 비록 자영 비율들은 높을지라도, 혁신적인 기업가 정신 비율들은 낮다. 한편, 세계에서 가장 역동적인 기업가 집락 중 하나인 실리콘 벨리에서 자영 비율은 캘리포니아 나머지 지역에서의 평균의 약 반이다(Sanandaji and Sanandaji 2014).

교부금, 보조금 그리고 조세 감면은 자영을 매력적하게 할 수 있다. 그러나 자영을 촉진하는 정책들은 기업가 정신을 촉진하지 않을지 모른다. 종종 그것들은 그저 비생산적인 소기업들이 살아갈 수 있게 하고 잠재적인 기업가들이 확대하는 것을 억제할 뿐이다. 기업가 정신 전문가들인 티노(Tino) 및 니마(Nima) 사난다지(Sanandaji)가 말하듯이, ‘질문은 “우리가 더 많은 구글과 월마트를 가지기를 원하는가 아니면 더 많은 배관공과 더 많은 독립 소매상점을 가지기를 원하는가?”가 되어야 한다’(Sanandaji and Leeson 2013).

전략은 또한 EU 공공 연구 및 개발 지출이 GDP의 3퍼센트로 오를 것을 요청하기도 했다. 그러나 연구 지출과 기업가 정신 사이에 명백한 연결이 없다. 연구는 발명이 아니고, 발명은 제품 혁신이 아니다. 연구는 발명을 위한 재료들을 제공할지 모르고, 발명들은 혁신적인 제품들을 위한 재료들을 제공할지 모른다. 그러나 그런 제품들은 만약 그것들이 경제적 진보와 성장에 이바지하려면 생명력이 있고 매력

적으로 되어야 하며, 그것은 기업가적 숨씨가 필요하다. 연구에 대한 아무리 많은 공공 (혹은 사적) 지출도 기업가들의 관여가 없이는 더 소중한 제품들을 발생시키지 않을 것이다.

마지막으로, 리스본 전략은 (세금들 및 규제들과 같은) 경제 정책이 기업가 정신에 미치는 중대한 영향을 무시했다. 기업가들은 이미 불확실한 미래 수익에 직면하는데, 높은 세금들은 그들의 잠재적 이윤들을 잠식하고 그래서 기업의 위험을 크게 증가시킨다. 규제들도 역시, 그것들을 다루도록 잘 조직되어 있지 않을지도 모르는, 더 작고 성장하는 회사들에 심하게 영향을 미치는 ‘시간세(稅)(time tax)’ 부담을 부과한다. 그것들은 또한 구식 과정 기준들을 명시함으로써 혁신적인 기술들의 사용을 막을지도 모른다.

다른 전략들

러너가 기업가주의를 증대하려는 다양한 정부들의 계획들을 검토했을 때, 그는 그것들 대부분이 실패작임—종종 그저 과거 다른 정부들의 실수들을 반복할 뿐임—을 발견하였다. 예를 들면, 많은 나라는 실리콘 밸리의 기업가적 활력을 재생산하려고 하였다. 그러나 같은 규모의 어떤 것도 결코 달성되지 않았다. 그리고 여러 다른 중동 국가는, 자기의 자연향을 거대한 자유 무역항 거래 중심으로 바꾼, 두바이의 엄청난 성공을 복제하려고 하였다. 그들은 모두 결국 손해를 보았다. 명백히, 새로운 기업가적 중심들을 아무것도 존재하지 않는 곳에 창설하기는 쉽지 않다. 그들의 성공은 종종 지리, 상황 그리고 사람들의 특이한 혼합에 달려 있다.

기업가적 정부. 정부들은 또한 자기들의 공무원 조직을 ‘기업가적’으로 만들려고 했는데, 비록 이런 노력도 역시 보통 실패할지라도 그랬다(Klein 2017). 2000년대 초기, 영국 수상 토니 블레어는 ‘기업가적 공무원 조직(entrepreneurial civil service)’을 요구했지만, 이지젯(Easyjet) 기업가 스텔리오스 하지-조아누(Stelios Haji-Joannou)가 그에게 말했듯이, ‘당신은 기업가적 공무원 조직을 가질 수 없는데, 왜냐하면 당신이 어떤 경쟁도 가지고 있지 않기 때문입니다.’ 경쟁이 없이는, 그리고 큰 성공에 대한 큰 보상의 가망이 없이는, 공무원들은 공공 기업가로 바뀔 것 같지 않다. 한 하원 위원회는 십 년 후에 여전히 ‘더욱 혁신적이고 기업가적인 공무원 조직’을 갈망하고 있었다(영국 정부 2011).

경쟁은 중요한데, 왜냐하면 만약 고객들이 현실적으로 다른 공급자에게로 이동할 수 없으면, 공적이건 사적이건, 독점 서비스가 더 낮고 더 값싼 매물들을 생산할 더 낮고 더 값싼 방식들을 탐색할 유인이 거의 없기 때문이다. 이것은 개개 공무원들 자신들이 성공적인 혁신들로부터 실제로 이익을 얻을 수 없다는 사실로 더욱 심해진다. 기껏해야 그들이 승진될지 모르지만, 그들은 상업적 기업가들이 꿈꾸는 종류들의 큰 재산을 결코 기대할 수 없다. 만약 사업이 잘못되면, 그들은 더 비난받고 승진을 놓칠 것 같다. 그 결과, 그들이 혁신하고 위험을 감수할 동기는 제한된다. 그들의 주요 우선순위는 가능한 한 많이 사업들로부터 위험을 제거함으로써 ‘자기들의 등을 덮는(cover their backs)’ 것이다.

공금을 가지고 위험을 감수하는 것은 하여간 논쟁의 여지가 있다. 손해가 큰 투자를 하는 국가 및 지방 정부들은 호되게 매도되지만, 투

자가 잘 될 때 그들에 대한 칭찬은 보통 거의 없다. 참으로, 공무원 조직은 의도적으로 그들이 공금을 큰 위협에 처하게 하는 것을 막도록 설계된 규칙들에 의해 구속된다. 그리고 공무원들 자신들은 일반적으로 위협 감수자가 아니다. 그들이 대신 안전을 소중히 여긴다는 바로 그 이유로 그들이 자기들의 직업을 선택할지 모른다.

정치인들이 연루되는 이유

정치인들이 기업가 정신을 자극하려고 시도하는 몇몇 이유는 이미 개설(概說)되었다. 그것들 가운데는 혁신의 이점들, 가치 증진, 생산성, 진보, 경제 성장, 고용, 제품 개선 그리고 사회적 편익들이 있다. 또한 한 제품 개발이 다른 제품 개발에 이르므로, 그것은 전 공동체에 걸쳐 눈덩이처럼 불어나는 개선과 가치 증진을 일으킨다. 그러므로 정부들이 기업가들을 고무하고 기업가 정신을 촉진하기를 원할지 모르는 이유는 명백하다.

정부들은 또한 활기에 넘치는 기업가적 부문, 인공 지능이나 지속 가능 에너지와 같이 특별히 최첨단 기술들에 연루된 부문을 가지는 것을 국가 위신의 문제라고 믿을지도 모른다. 그들은 만약 정부가 기업가들과 개발 자본 공급원들 사이에 가교를 제공할 수 있다면 이 선도 산업들이 가속화될 수 있다고, 그리고 이것이 더 넓은 공동체에 추가적인 이득을 발생시킬 것이라고, 생각할지 모른다. 똑같은 의도를 가지고, 그들은 심지어 개발 자본을 스스로 제공할 작정일지 모른다. 창업 기업가들은 자기들이 개척하고 있는 기술에 관해 모두 알지 모르지만, 그들은 기업을 운영하는 데도, 다른 사람들을 설득하여 자기

들에게 자금을 대도록 하는 데도, 그렇게 능하지 않을지 모르고, 그래서 그들은 정보와 자문이나 심지어 민간 자본 제공자들과 계약을 협상하는 데서조차도 도움이 필요하다고, 정부들은 생각할지 모른다. 정부들은 또한 자기들이 국제 자본과 현지 기업들 사이에—그들을 (창업 기업들이 거의 관심을 보이지 않는) 해외 자본 제공자들에게 소개함으로써 뿐만 아니라 물류 관리를 능률적으로 하는 것을 돕고 그들을 조화시키는 데 수반되는 서류 작업을 줄이는 데서도—가교를 제공할 수 있다고 믿을지 모른다.

정부들은 그러한 도움을 현재 세대와 미래 세대 양쪽 다를 이롭게 하고 더 다각적이고 더 강한 경제를 창출하는 것으로 볼지 모른다. 그들은 또한 높은 비율의 기업가 정신과 혁신을 가지는 것이 국가 위신의 표시라고, 그리고 자기들이 혁신을 장려하기를 원하고 기업가들이 더 진지하게 생각되기를 원한다는 점을 나타내는 데 어떤 공식적인 보증이 도움이 될 것이라고, 생각할지도 모른다. 혹은 비록 선구자의 노력에 의지하는 사회적 편익이 상당할지라도, 그들은 어떤 새 기업 부문에서든 선구적인 ‘주동자들(first movers)’이 자기들을 따르고 모방하는 사람들보다 연구 및 개발에 더 많은 시간과 정력을 쓰려고 애써야 한다고 생각할지 모른다. 그래서, 그들은 결과로 나타나는 사회적 편익들을 증대하도록 더 혁신적인 사고를 장려하기 위해 선구자들에게 도움을 주기를 원할지 모른다.

공공 투자 매개물들

이 모든 것을 염두에 두고, 많은 정부는 기업가 정신을 촉진하려고 하

는 데 막대하게 투자했다. 많은 나라는 ‘국부 펀드(sovareign funds)’ 혹은 ‘사회부 펀드(social wealth funds)’—주식과 증권, 금 혹은 외환, 사모(私募) 펀드와 헤지 펀드 같은 금융 자산들에 투자하는 국가 소유 투자 기금—를 가지고 있다. 그것들은 종종 항공 혹은 공익사업 기업들과 같이 전략적 투자를 위한 지주 회사로서 설립되거나, (중중, 노르웨이같이, 석유의 수입이나 유한한 수명을 가지고 있는 어떤 다른 국가적 상품 자산들의 수입으로부터) 미래 세대들을 위한 장기 자본을 쌓아 올리기 위해 설립된다. 상품 기반 국가들은 또한 그것들을 상품 가격들이 변동할 때 수입들을 원활하게 하는 것을 돕는 데 사용할 지도 모르는데, 비록 일반적인 목적이 그것들을 지속 불가능한 공공 지출의 대금을 치르는 데 사용하—고 참으로 ‘뜻밖의(windfall)’ 수입이 허비되는 것을 막—는 것이 아니라고 할지라도 그렇다.

그러한 기금들은 연구, 개발, 교육 그리고 기업가 정신을 증대한다고 여겨지는 기타 지출을 촉진하는 데 사용될 수 있다. 그러나 크고 강력하므로, 그것들은 또한 시장들을 왜곡하고 민간 기업가 정신 자금을 구축(驅逐)할 수도 있다. 그것들은 또한 매우 관료적이고, 그다지 투명하지 않으며, 민간 기금이 목표로 삼을지 모르듯이, 이윤을 버는 것뿐만 아니라, 또한 확정되지 않고 가변적인 정치적 목적들에 이바지하기도 하는 모호하고 불확실한 목적들이 있을지도 모른다. 바로 그 문제들은 또한, 보조금, 교부금, 사회 기반시설 사업 그리고 조세 감면과 같이, 기업가 정신을 촉진할 작정일지 모르는 다른 공공 투자들에도 적용된다. 종종, 리스본 전략에 대해서와 같이, 정부들은 심지어 자기들이 촉진하려고 노력하고 있는 ‘기업가 정신’이 실제로 무엇인지 명백히 정의하기조차 할 수 없고, 또한 그것을 달성하는 데서 자

기들의 성공을 측정할 수도 없다.

정부 개입 찬반론

이 모든 점을 고려하면, 기업이 정신을 촉진하려는 대부분 그러한 정부 노력이 실패작이며, 혁신과 기업심을 증대하는 면에서 보여줄 명백한 편익들이 거의 없다는 점은 예상 밖이 아닐 것이다. 그렇지만 그러한 개입의 많은 지지자는 사정을 그저 시장에 맡기기만 할 수 있는지를 의문시한다.

정부와 IT. 예를 들면, 실리콘 벨리는 순수 시장 자본주의의 산물이 아니었다고, 그들은 주장한다. IT 계획들을 위해 많은 정부 용자와 보조금이 있었고, 방위와 기타 정부 사업들이 IT 기업가들에게 그들의 기업들을 창업하고 성장시킬 돈을 주었다. 스탠퍼드 대학교가 사립이었을지언정, 1950년대까지는 그것은 군무(軍務)와 정보부가 냉전의 도전들에 대처하고 NASA가 우주 경쟁에서 승리하는 것을 도울 수 있을 연구자들을 찾을 최상의 장소였다. 미국 정부는 그것의 최대 고객이 되었다. 그리고 그런 계약들에서 IT 하드웨어와 소프트웨어를 만드는 기업들이 튀어나왔다. 일어나고 있는 일을 뉴욕 투자자들이 보기 시작했을 때라야 ‘위험 자본(risk capital)’ 기금들이 들어오기 시작했다(Medeiros 2019).

덧붙여서, 정부는 대개, 실리콘 벨리의 선도 IT 기업들이 지금 영업하는, 시장들을 형성했다. 결국, 인터넷은 군사 통신 사업으로서 시작했고, 그다음 대학으로 확대되었으며, 오직 그다음에서야 우리의 가

정용 컴퓨터들로 확대되었다. 다시 한번, 위성에 의한 전(全)지구 위치 파악(Global Positioning by Satellite; GPS) 시스템은 정부가 선도했다. 구글의 검색 알고리즘은 정부 교부금으로 자금이 제공되었다. 원도, 구글 지도, 클라우드 그리고 화상 회의는 모두 정부에 의해 결정적으로 시작되었다. 테슬라는 미국 에너지부로부터 5억 달러 용자를 얻었고, 다른 일론 머스크 산업들은 공공 지원으로 거의 50억 달러를 받았다(상계 논문). 심지어 실리콘 밸리 회사들이 자신들의 발명들을 보호하는 특허 제도조차도 정부 구성물이다. 실리콘 밸리가 자유시장 기업의 산물이라는 생각은 아주 잘못이고 더 낮은 세금들과 더 너그러운 규제들을 얻으려고 로비하는 구실이다.

반대론. 이 모든 것에 반대되는 것은 경제적 기업심을 촉진하는 것이 정부의 핵심 사업이 아니고, 심지어 그것이 잘하거나 유능한 시도조차도 아니라는 점이다. 프랑스와 같은 다른 나라들은 실리콘 밸리를 재생산하여 자기들 자신의 기술 집락들을 창설하려고 했다. 그러나 그 시도처럼, 보통의 결과는 아무런 명백한 이득도 없이 납세자들의 돈을 크게 지출한다는 것이다. 민간 모험자본가들은 창업 회사들의 가망들을 매일 자세히 조사하고 평가하며, 그렇게 할 경험과 실제적 지식을, 그리고 빨리 움직이고 결정들을 바르게 할 유인을, 가지고 있다. 대조적으로 공무원들은 일반적으로 감당할 수 있는 것 이상을 하게 되고 이윤보다 정치적 쟁점들에 더 집중한다. 특정 공공 정책 목적들을 달성하려고 시도하므로, 그들은 그 점을 염두에 두고 자기들의 지원 프로그램들을 과도 공작하는 경향이 있는데, 그것이 사업상의 미가 있는지와 상관없이 그렇게 한다.

그들은 또한 모험자본가들이 조사하는 만큼 철저하게 잠재적 투자들을 조사할 습씨와 경험도 없다. 그들은 최선의 것을 전달하기 위해 자기들의 지원이 얼마나 많거나 적어야 할지를 거의 알지 못하고, 그래서 공금은 낭비되든지, 너무 소량으로 주어져서 실제 차이를 가져올 수 없다. 그리고 결정적으로, 공무원들은 지나치게 낙관적이다. 설사 대부분 창업 기업들이 실패할지라도, 그들은 좀체 자기들의 투자들이 실패할 것이라고 예상하지 않는다.

정부들과 기업인들의 유인 구조들도 또한 조화되지 않는다. 기업가들은, 자기들의 기업의 장기 가치에 집중하여, 긴 리드 타임(lead times; 제품의 계획에서 완성에 이르는 기간)에서 일하고, 이익을 가져오는 데 수년, 심지어 수십 년이 걸릴지 모르는 제품들과 과정들을 개발한다. 정치인들은 좀체 다음 선거 주기를 넘어 멀리 보지 않는다. 그들은 유망한 기업가적 기업들에 현금을 빨리 나누어 주기를 원하고, 자기들이 다음에 유권자와 마주할 때 자기들이 가리킬 수 있는 똑같이 빠른 성공작들을 기대한다. 그러나 그렇게 바빠 서둘러야 하는 상황에서, 이 기업들의 구조, 강점들 그리고 약점들이나, 그것들이 그 안에서 움직이는 시장의 잠재력이나, 그것들의 진정한 필요들이 무엇인지나, 어떤 정부 지원에든 무슨 조건들이 가장 잘 적용되는지에 대해 주의 깊은 집중이 거의 있을 리 없다.

또한 정부들이 포획될 수도 있고, 정부 프로그램들이 개인적 이득을 위해 부정직하게 조작될 수도 있어서, 다시 나쁜 투자 결정들과 역효과를 내는 결과들에 이른다. 영국 정부가 어선단들에 배들의 크기에 근거하여 보조금(‘장려금(bounty)’)을 준, 1776년까지 멀리 거슬러 올라가서, 애덤 스미스는 ‘배들이, 물고기가 아니라, 장려금을 잡

기 위한 유일한 목적으로 장비를 갖추는 것이 너무 흔'하다고 한탄했다. 대표자들이 정부 지출을 자기들 자신의 지역구로 기울이려고 하는 포크-배럴(pork-barrel) 법률도 역시 흔하고, 좋은 결정을 촉진하지 않는다. 일자리 창출 동기도 역시 기업들의 효과적인 촉진에보다 일자리 만들기 사업들에 쓰인 돈을 본다. 중소기업들에 주려고 생각한 교부금과 보조금은 더 큰 경기자들이 옮겨주는데, 이들은 헌신적인 팀들을 그것들을 로비하고 신청하며 그러한 계획들에 딸린 모든 보고를 관리하게 종사시킬 여유가 있다. 연고주의는 그저 그 불균형을 악화시킬 뿐이다. 그리고 어느 기업들을 도와야 할지에 관한 결정을 내리기 위해 자기가 전문적인 투입을 필요로 한다고 정부가 정말 인정하는 곳에서는, 예산의 큰 부분은 종종 의도된 수혜자들의 수중(手中)에보다는 결국 컨설턴트의 수중에 들어가는 것으로 끝난다.

의심하는 사람들은 또한 정부 자본이 왜 심지어 필요하기조차 한지 묻는다. 최근 수십 년은 민간 모험자본 산업—종종 그 사업에서의 지분을 포함하는 큰 수익과 교환으로, 잠재적으로 빠르게 성장하는 신생 기업에 자본을 제공하는 데 상당한 위험을 기꺼이 부담하는 투자자들—의 빠른 확대를 경험했다(Nanda 2016). 모험자본 산업은 지금은 세계적이다. 그러므로, 국가 정부는 그저 방해되기만 하는 대신에 정말로 차이를 가져올 수 있는가?

증거는 민간 모험자본금의 뒷받침을 받는 신생 기업들이 다른 기업들보다 더 성과가 좋다는 점이다. 눈에 띄게, 미국에서 공개 공모(Initial Public Offering)에 이를 만큼 충분히 성공적인 기업가적 기업들의 거의 2/3 (63퍼센트)는 모험자본으로 자금을 댄 소수(0.1퍼센트)에서 생긴다(Sanandaji and Sanandaji 2014). 그것은 모험자본가들이

막대한 양의 시간과 노력을 자기들이 궁극적으로 투자하는 기업들을 면밀하게 조사하는 데 바치고, 그런 기업들의 경영에 밀접하게 연루되어 있으며, 그것들의 성과에 관한 엄밀하고 지속적인 감시를 유지하고 있기 때문일지 모른다. 그런 종류의 조사, 도움 그리고 감시가 없는 기업가들이 그렇게 성과가 좋지 않을지 모른다는 점은 예상 밖이 아닐지 모른다. 또한 정부들도 역시 이런 과업들을 잘 수행하지 못한다는 점도 마찬가지다.

해야 할 중대한 일이 항상 있다. 열 판매 문(sales door), 수립할 신용 한도, 발견할 새로운 중요한 고용인, 혹은 배울 경영 기법이 있다. 벤처 투자자들은 자문(諮問)하고, 설득하고, 단념시키고, 격려하도록 항상 준비되어 있어야 하지만, 세우는 것을 돕도록 항상 준비되어 있어야 한다. 그러면 모험자본은—회사를 위한 성장과 투자 조직을 위한 재정적 성공을 창출하는—진정한 창조적인 자본이 된다.

—모험자본가 조지스 도리오(Georges Doriot)

올바른 분위기를 설정하기

기업가 정신을 촉진하기 위한 많은 정부 노력을 고찰한 후에, 러너는 만약 기업가 정신이 번창하려면 기업가 정신이 올바른 경제 및 정책 환경을 필요로 한다는 점을 인식하는 것이 가장 중요한 것이라고 결론짓는다.

올바른 환경. 읽고 쓰는 능력과 교육은 기업가 정신을 촉진하는 데 가장 중요한 요소 중 일부인 것 같다. 교육은 사람들에게 아이디어들을

주고 그들에게 다른 사람들을 다루고, 사업을 운영하며, 돈을 관리하는 데 필요한 기본 기능들을 제공한다. 또한 어떤 경우에는—스텐 퍼드 대학교가 실리콘 벨리에 대해 했던 것과 아주 같이—혁신자들을 끌어들이고 기업가들이 실제 응용들로 바꿀 수 있는 원료를 제공하는 지식과 아이디어들을 발생시키는 지역의 학문, 과학 그리고 연구 기지를 가지는 것이 유용할지도 모른다.

유연한 노동 시장들도 또한 중요하다(Henrekson 2020). 만약 규제들이 사람들을 고용하고 해고하는 것을 비용이 많이 들게 하면, 고용주들은 조심스럽게 고용할 것이고, 고용인들은 너무 오래 같은 일자리에 머무를 것이다. 대조적으로, 만약 사람들이 한 일자리에서 다른 일자리로 쉽게 이동할 수 있고 정말 이동하면, 그들은 자기들에게 가장 적합한 일자리를 더 발견할 것 같고 떠오르는 기업가들은 자기들이 필요한 특정 재능을 끌어들이는 것을 더 쉽게 여길 것이다. 유연한 재산 시장도 역시 근로자들이 일자리들 사이에 이동할 수 있게 하고 모험심이 왕성한 새 기업들이 자기들 모두가 아이디어들과 재능을 공유하는 것로부터 이익을 얻을 수 있는 곳들로 이동하고 몰려들 수 있게 한다.

기업가 정신은 또한 정부 및 기업 활동 양쪽 다에 대해 세계적인 기준들을 가짐으로써 증대되기도 하는데, 이것은 세계의 다른 지역들로부터 투자를 끌어들이는 것을 더 쉽게 한다(Lerner 2009). 물론, 또한—외국인들이 무슨 산업들에 투자할 수 있는지, 혹은 그들이 얼마나 많거나 얼마나 적게 투자할 수 있는지, 혹은 의미 없고 침해하는 서류 작업(그 모든 것은 많은 나라에서 너무 흔하다)과 같은—관료적 단서들 없이 국제 투자를 받아들이고 싶다는 의향도 있어야 한다. 또한 계

약들이 독립적인 재판 절차를 통해 시행될 수 있도록 법의 지배도 있어야 하는데, 후자는 다시 외국인들이 자기들의 자본을 유망한 기업들에 걸도록 장려한다. 그리고 제품 시장들은 기업가들이 자기들의 제품들을 전 세계에 걸쳐 시장에 내놓을 수 있는 것으로부터 이익을 얻을 수 있도록 개방되어야 한다.

잘못된 환경. 반면에, 기업가들에게 잘못된 정치 및 경제 환경을 창출하기는 쉽다. 호황들과 불황들의 순환들이 특별히 해롭다. 그것들은 호황기에는 사업들의 과도 확대를 그리고 그다음 호황이 더는 유지될 수 없을 때는 실질 손실, 폐점 그리고 실업을 조장한다. 그러한 순환들은 흔히 정부 중앙은행들의 화폐 과도 확대와 인위적인 신용 저축화—종종 의도적으로 호황을 자극하기 위해 행해진다—에 의해 유발된다. 그러나 그러한 인위적인 호황들은 변함없이 실질적이고 값비싼 재조정이—행복감을 주는 마약의 소비에 뒤따르는 부작용과 상당히 같이—뒤따른다. 기업가들은 만약 그들이 생산적으로 투자하고 미래 시장 사정을 예측할 수 있을 참이라면 장기 경제 안정이 필요하다.

회사들을 창업하고 운영하는 것을 더 어렵게 하는 조세, 규제, 면허 그리고 등록 요건은 기업가들이 자기들의 혁신들을 전달할 새 기업들을 설립하는 것을 더 어렵게 한다. 마찬가지로, 어떤 회사들과 부문들을 다른 것들보다 혜택을 주는 조세나 규제도 역시 기업가들에게 문제이다. 그러한 정실(情實)로부터 가장 많은 편익을 끄집어낼 수 있는 자는 거의 항상, 자기들의 로비스트들과 행정가들을 가지고 있는, 기성 기업들이지, 더 야윈 새 창업 기업들이 아니다. 그리고 다시, 만약 당신이 어떤 후임 정부가 어떤 유형의 사업에 혜택을 주거나 등을 돌

릴지 예측할 수 없으면 합리적으로 투자하기 어렵다.

정부들은 또한—서로 다른 기업들과 그들의 공급자들 사이에, 기업들과 전주(錢主)들이나 기업들과 고객들 사이에, 그리고 고용주들과 고용인들 사이에—어떤 종류의 공개적인 교섭을 방해하는 정책들을 피하도록 조심하기도 해야 한다. 브라질은 1980년대에 수입품들을 제한하고 외국 제조업자들과의 합작 사업들을 방해함으로써 국내 컴퓨터 하드웨어 제조를 증대하려고 했다. 그러나 이것은 그 나라의 다른 기업들이 기술적으로 구식인 사무실 장비에 대해 세계 가격의 두 배를 지급하게 하여, 브라질의 전반적인 경쟁력에 타격을 주었다 (Brooke 1990).

비슷하게, 제조 기준들과 판매 규제들은 종종 옛날 기술들에 근거하고 있어서, 새로운 기술들을 효과적으로 불법화한다. 예를 들면, 전자 담배 흡연(vaping)과 태우지 않고 가열하는(heat-not-burn) 니코틴 제품들은 궤련들보다 매우 더 안전하고 흡연자들이 금연하는 것을 도울 수 있지만, 그것들은 종종 담배를 피우는 것과 똑같은 제한들에 걸려든다.

무지를 통해, 정부들이 전 시장 과정을, 그리고 그것과 더불어 기업이 정신을, 뒤죽박죽으로 만들기 쉽다. 예를 들어, 오늘날의 고도로 전문화된 경제들에서는, 자원들의 사용을 관리하는 것—이것은 가치를 극대화하고 비용을 극소화하기 위해 셀 수 없이 많은 자원 중에서 어느 것들이 어느 산출물에 어느 방식으로 가장 잘 적용되는지를 결정하는 것을 의미한다—은 엄청나게 어려운 계산이다. 그것은 오직 가격들이 자유롭게 움직일 수 있어서, 기업가들이 어느 자원들과 산출물들이 가장 소중하게 여겨지는지 탐지할 수 있게 하고, 그다음 생

산을 그 방향으로 돌릴 때만 잘 해결될 수 있다. 가격들에 상한을 설정하거나(식품과 공익사업 같은 필수 제품들의 시장들에서 흔하다) 최저 임금을 설정하는(모든 곳에서 흔하다) 정치 개입들은 그 시장 가격 정보를 왜곡하거나 억압하는 효과를 가지고 있어서, 기업가들이 잉여나 부족을 탐지하고 그에 따라 생산을 새 방향으로 돌리는 것을 더 어렵게 한다.

이것들과 같은 대부분의 역효과적인 정책들은 좋은 의도들에서 생긴다. 그러나 그것들은 기성 산업들을 포함하는 이익 집단들에 의해 쉽게 장악된다. 불행하게도, 그러한 집단들이 그것들로부터 손에 넣을지 모르는 단기 편익들은 번창하는 기업가적 경제의 장기적이고 일반적인 편익들보다 훨씬 더 적다.

기업가는 경제 자원들을 더 낮은 생산성의 영역에서 더 높은 생산성과 더 큰 수익의 영역으로 이동시킨다.

—장-바티스트 세, 《정치경제학 개론》

목표 주도 장려?

어떤 경제학자들은 정부가 여전히 혁신과 기업가 정신을 장려하는 데 강력한 역할을 가지고 있다고 믿는다. 특정 기업들이나 기술들을 지원하는 데 집중하는 대신, 정부는 사회를 위한 넓은 목표들을 설정하고, 혁신자들이 그런 목표들에 도달하는 자기들 자신의 방법들을 개발하도록 장려해야 한다고, 그들은 말한다. 그러한 목표들은 우주 탐험, 인공 지능이나 청정에너지 기술의 개발, 보건 의료나 식품 품질과 유통의 개선, 우리가 도시에서 사는 방법의 재고(再考), 해양들의 청

소, 기타 등등을 포함할지 모른다. 지지자들은 그러한 ‘목표에 의한 관리(management by objectives)’가 기업에서 잘 작동하고 외관상 어려운 관리 혹은 생산 문제들을 해결하기 위한 혁신적 사고를 장려한다고 말한다(Medeiros 2019).

이것은 혁신과 기업가 정신을 장려하는 매우 다른 방식일 것이고 단기주의, 과도 처방, 관료적 경직성, 유연하지 않은 하향식 정책들, 과도한 낙관주의 그리고 기업 목표보다는 정치적 목표에의 집중이라는 혼란 문제들을 피할지 모른다. 그렇지만 문제들은 남아 있다.

예를 들면, 이 사회적 목표들을 누가 결정해야 하는가? 시장 경제의 하나의美德은 개인들이 자기들 자신의 목적들을 결정한다는 점이다. 그들은 정치인들과 관리들이 자기들 대신에 그것을 하게 할 필요가 없다. 기업가들은 대중의 선택들을 따른다—그리고 자유롭고 개방된 경제에서는, 매우 효율적으로 그렇게 한다. 많은 제안된 목표—말하자면, 우주 탐험—가 고무적일지 모르지만, 자세한 비용-편익 분석 없이는 그것들이 시간, 돈 그리고 노력을 들일 가치가 있는지를 우리가 어떻게 아는가? 1960년대 달로의 경주로부터 있었던 것처럼 상업적 파생 효과들이 있었지 모르지만, 우리는 그것을 확신할 수 없(고 심지어 그 경우[확신할 수 있는 경우]조차도, 그 파생 효과들이 막대한 비용을 들일 가치가 있는지 의심스럽)다.

정부들이 혁신을 촉진하려고 노력하는 것을 옹호하는 논거가 있다는 점은 매우 당연하다. 그리고 이 목표 주도 전략은 적어도 서로 다른 기술들, 부문들 혹은 심지어 개별 기업들 사이에서 ‘승자를 뽑는(pick winners)’ 실패한 옛날 시도들과 아주 다르다. 그러나 목표들을 설정하고 있고 무슨 기업가적 노력에 집중해야 하는지 결정하고 있는

것은 여전히 정부이지, 개개 고객들이 아니다. 사실은 이 대(大)목표들이 경제적 목표들이 아니고, 어쩌면 심지어 실행 가능하고 유용한 목표들조차도 아니고, —그 야망들과 선택들이 일에 쪼들리는 보통 사람들의 그것들과 아주 다를지 모르는— 지식인들과 정치인들에 의해 작성된 그저 가격표가 붙지 않은 희망 목록일 뿐이라는 점이다. 엘리트 소수가 꾸는 꿈들이 왜 그밖에 모든 사람을 이겨야 하는가?

그리고 ‘승자를 뽑는 것’과 같이, 목표들은, 그것들이 현실 인간들의 필요들과 목적들에 이바지하기 때문이 아니라, 특별한 사회적 및 정치적 쟁점들을 둘러싼 ‘소문(buzz)’에 근거하여 선택될 것 같다. 정치적 현실들은 어쩔 수 없으므로, 선택될 것은 실제로 더 많은 가치를 전달할지 모르는 작고, 정확하며, 온당한 사업들보다 웅대하고, 화려하며, 값비싼 사업들일 것이다. 만약 정부들이 기업가들의 독창성을 인간 편익을 창출하는 데 집중시키기를 정말로 원한다면, 그들은 기업가 정신을 위한 올바른 조건들을 설정하고 물러나는 것이 더 나은지 모른다.

경험으로부터의 교훈들

조시 러너는 똑같은 반복되는 결함들이 기업가 정신을 증대하려는 대부분 정부의 시도들을 운명짓는다고 결론짓는다. 나라들은, 예를 들면, 다른 나라들의 기업 교부금들과 조세 보조금들에 필적하는 것과 같이, 그저 다른 나라들이 하는 것을 모방하기만 하는 것을 피해야 하는데, 왜냐하면 그런 정책들도 역시 아마 오도될 것이기 때문이다. 심지어 다른 곳에서 작동하는 것같이 정말 보이는 것을 모방하는 것조

차도 실패할 것 같은데, 왜냐하면 역사, 지리, 사람들, 문화 그리고 시장들이 결정적으로 다를 것이기 때문이다.

너무 국지적인 초점도 또 하나의 흔한 문제다. 정부들은 모험자본 시장이 국제적이라는 점을 깨달아야 한다. 그들은 공공 자금을 무엇이든 유행하는 것이나 자기들의 정치적 지지를 발견하는 것으로 돌리려고 하기보다는, 그것을 이해하고 그것과 함께 움직일 필요가 있다.

컨설턴트들과 금융 중개인들을 사용하는 것도 역시 값비싸고 비효율적인 전략이 될 수 있다. 종종, 이용할 수 있는 정부 자금들의 태반은 그들이 도울 생각이던 기업가들보다는 결국 자문가들에게로 가게 된다.

투자자들에 대한 조세 감면들과 보조금들도 또 하나의 흔한 실수라고, 러너는 말한다. 그것들의 편익은 오직 그것들이 지속하는 동안만—정치인들의 바뀌는 운명들을 고려하면, 일반적으로 그리 길지 않다—지속한다. 일단 그런 유인들이 소멸하면, 투자자들과 기업가들은 그저 비슷한 어떤 것을 약속하는 다른 곳들을 찾을 뿐이다.

대규모 두드러진 조세 유인들과 보조금들은 특별히 해롭다. 그것들은 고객들이 실제로 원하는 것에 대한 집중보다는 과도 확대와 값비싼 생산 기법들을 조장한다. 하나의 예는 영국 정부가 1970년대에 들로리언 자동차 회사(DeLorean Motor Company)에게 고실업 북아일랜드에서 그것의 유명한 ‘갈매기 날개(gull wing)’ 모델을 생산하기 위해 제공한 1억2천만 달러(그것의 창업 비용의 반 이상)이다. 그러나 수요는 거기에 없었고, 회사는 파산했으며, 일자리들과 납세자돈 양쪽 다 상실되었다. 이 사례의 또 하나의 흥미로운 특징은, 이 절의 시작으로 되돌아가면, 자기가 들로리언의 다른 기업 매수꾼, 아이

랜드 정부에 필적하거나 능가해야 한다고 영국 정부가 생각했다는 점이다. 다른 정부들에 의해 제공된 나쁜 유인들에 필적하거나 능가하려고 하는 것은 많은 공금을 아무런 좋은 효과 없이 낭비하는 확실한 방법이다.

9 기업가적 환경

그렇다면, 기업가 정신을 증대하고 그것이 사회와 경제생활에 미치는 많은 편익을 확산하기 위해 더욱 적극적으로 무엇을 할 수 있는가? 좋은 출발점은 고도로 기업가적이라고 보통 의견이 일치되는 어떤 나라의 제도들을 고찰하고 그것으로부터 무슨 교훈들이 도출될지 깨닫는 것일지 모른다.

미국은 왜 그렇게 기업가적인가?

어떤 척도에서든, 미국은 확실히 기업가적 국가이다. 그래서, 그것의 제도들이 우리에게 어떤 단서들을 주는가?

교육? 한 나라의 교육과 연구력이, 어쩌면, 혁신과 기업가 정신을 장려하는 면에서 중요할까? 미국은 세계 최고 대학교와 연구 기관을 많이 가지고 있다. 그러나 세계적으로, 기업가 정신과 연구 지출 사이에 명백한 관련이 없다.

시장 규모? 큰 국내 시장이 기업가들이 고객들을 얻고 확대하는 것을 도와서, 현지 시장의 규모가 한 요인이 되는가? 확실히, 미국은 3억2천5백만을 넘는 인구를 가진 큰 나라이다. 그러나 다시, 국내 시장의

크기와 기업가 정신 비율 사이에는 명백한 관련이 없다. EU는 더욱더 많은 인구(4억4천5백만)를 가지고 있고, 자기의 회원 국가들 사이에 제품들(과, 대체로, 사람들)의 자유로운 이동을 누린다. 그럼에도 불구하고, 대부분 척도에서, 그것은 미국보다 훨씬 덜 기업가적이다.

다른 요인들? 그러나 다른 요인들이 훨씬 더 중요한 것 같다. 그것들은 자본에 대한 접근, 혁신과 행동의 자유, 문화, 과세, 규제, 경영 품질 그리고 그 나라의 법적 및 기타 제도들을 포함한다. 그러므로 이것들을 더 자세하게 고찰할 가치가 있다.

부, 자유 그리고 문화

부와 자본. 미국은, 좋은 교육과 광범위한 복지 제도가 있고, 부유하다. 그러므로 거의 모든 사람은 사업을 시작하는 데 필요한 교육적 기초 지식을 가지고 있고, 저금, 친구들 그리고 가족으로부터 필요한 자본에 접근할 수 있다. 자본에 대한 더 나은 접근은 더 부유한 나라들이 더 기업가적인 경향이 있는 이유의 큰 부분을 설명할지 모른다(비록 역으로, 더 기업가적인 나라들이 더 많은 부를 발생시키는 경향이 있을 수 있을지라도).

자유. 또한 미국에서는 대부분 다른 나라에서보다 더 많은 개인적 자유가 있다. 그것은 어쩌면 기업가들에게 새로운 제품들과 사업하는 방식들을 실험할 능력을 줄까? 통계들은 확실히, 이유가 무엇이든, 자유와 기업가 정신이 동반한다는 점을 암시한다. 프레이저 연구소

(Fraser Institute)의 *세계 경제 자유*(Economic Freedom of the World) 지수의 정상에 있는 나라들이 또한 기업가 정신 척도들의 정상에도 있다(Kreft and Sobel 2005). 또한 2019년 헤리티지 재단(Heritage Foundation)의 *경제 자유 지수*(Index of Economic Freedom)에서 나라들의 자유 점수들과 레가툼 연구소(Legatum Institute) *번영 지수*(Prosperity Index) 기업 환경 지주(支柱)(Business Environment Pillar) 점수에 의해 측정된 그것들의 기업가적 활력 사이에 강한 상관관계(0.87)도 있다(Kim 2020). 그리고 *경제 자유 지수*에서 나라들의 전반적인 점수와 코넬 대학교, 인시아드(INSEAD; 프랑스 파리 근교의 폰텐블로에 있는 경영대학원) 그리고 세계 지적 소유권 기구(World Intellectual Property Organization)에 의해 발표된 *세계 혁신 지수*(Global Innovation Index)상 그들의 점수 사이에도 강한 상관관계(0.77)가 있다(상계 논문).

가장 많은 혁신을 하는 사회들은 사람들이 아이디어들을 교환하는 자유가 가장 많은 사회이다. 빅토리아 시대 영국과 현대 캘리포니아 양쪽 다를 혁신의 온상이 되게 한 것은 자유였지, 국가 지시가 아니었다. 스탈린의 러시아, 마오의 중국 그리고 무가베의 짐바브웨가... 비슷한 온상이 되지 못하게 한 것은 국가 통제 경제 정책이었다.

—맷 리들리, freemarketconservatives.org

바꿔 말하면, 중요한 것은 부(富)뿐만 아니라 자유이기도 하다. 예를 들어, 약 서른다섯 나라가 에스토니아보다 더 부유하지만, 그것은[에스토니아는] 자유와 기업가 정신 양쪽 다의 척도에서 높은 점수를 얻고 있다.

이것이 그러해야 하는 타당한 이유들이 있다. 맷 리들리(2020)에 따르면, 국가는 혁신을 유발하는 데 대해 좀체 칭찬을 받을 가치가 없다. ‘훨씬 더 흔히,’ 그는 쓴다, ‘발명들과 발견들은 뜻밖의 발견과 아이디어들의 교환으로 발생하고, 개인들, 기업들, 시장들 그리고 게다가 때때로 공복들로서 기능을 다하는 사람들에 의해 추구되고, 획득되며, 형성되고, 변형되며, 소생된다.’ 혁신은 만약 사람들이 일을 하는 새롭고 더 나은 방식들을 자유롭게 찾는다면 가장 잘 작동하는 진화적인 과정이다.

개방성. 개방적인 문화는 또 하나의 중요한 요인인 것 같다. 예를 들어, 미국은 기업가들을 환영하는 곳이다. 그리고 데어드러 맥클로스키(Deirdre McCloskey)는 기업에 대한 긍정적인 태도들이 기업가 정신을 장려한다고—그리고 항상 장려했다고—주장한다. 그러한 ‘부르주아 가치들(bourgeois values)’은 영국에서 산업 혁명 전(前)과 동안 상업의 확대를 설명하고, 바로 그 가치들이 오늘날 미국에 살아 있다고, 그녀는 말한다(McCloskey 2007). 바로 이 미국 문화의 일부로서, 자기 개선(self-improvement)은 긍정적으로 간주되고, 사람들은 국가 편익들에 의존하는 것을 그들이 많은 다른 곳에서 그런 것보다 더 주저한다. 기업가들과 초기기업가들은, 그들이 더욱 사회주의적인 국가들에서 비방당하는 것처럼, 비방당하지 않고, 일반적으로 칭찬받는다. 그리고 어떤 사람의 과거 실패들은 그가 진지하게 받아들여지고 다시 시도하는 것을 배척하지 않는다.

허가 없는 혁신

어떤 법체계들은 다른 것들보다 기업가 정신을 장려하는 데 아주 더 좋은 것 같다. 예를 들면, 기업가 정신은 영국 법 전통에서 독일 것보다 두 배 더 보급되어 있다. 더욱더 놀랄 만한 것으로, 그것은 영국 전통에서 스칸디나비아 것보다 세 배 더 크고, 프랑스 것보다 다섯 배 더 크다(Sanandaji and Sanandaji 2014).

대조적인 법적 전통. 이 예상 밖 차이점들에 대한 하나의 가능한 설명은 영국 법 전통이 관습법에 의거하였고, 이것이 ‘상향식(bottom up)’이라는 점이다. 대부분 결정은, 실제 쟁점들에 대응하여, 법원들에 의해 이루어지지, 자기들 자신의 의견들과 편견들에 따라 정치 당국에 의해 이루어지는 것이 아니다. 무슨 행동들이 ‘타당한가’에 관한 폭넓은 원칙들이 있지만, 개인들은 자기들이 원하는 것이 무엇이든, 그것이 다른 사람들에게 해를 끼치지 않는 한, 일반적으로 자유롭게 할 수 있다. 그것은 물론 혁신자들에게 좋다. 오직 분쟁들이 발생할 경우에만—말하자면, 지역 주민들이 자기들의 거리에서 ‘임시 매장의(pop up)’ 음식 포장마차들에 의해 야기되는 쓰레기와 혼잡에 관해 불평하는 경우—법원들은 판결을 내리도록 요구된다.

로마 혹은 나폴레옹 법에서 유래하는 다른 전통들은 ‘하향식(top down)’ 체계들이다. 가정(假定)은 오직 정부 당국이 특정적으로 행동을 허가하는 경우에만 행동이 허용된다는 것이다. 예를 들면, 비타민 보충제들이 누구에게도 해를 끼치지 않을지 모르지만, 이런 법체계들은 생산자들이 그것들을 공급하는 데 특정 허가를 얻을 것을 요구하지 모른다. 그리고 만약 이것에 대한 규칙들이 존재하지 않는다면, 그

것들을 만들어 내어야 한다. 그 추가적인 관료제는 명백히 혁신자들에게 나쁘다. 그리고 새 기업들이, 자기들의 활동들이 소수의 폭넓은 원칙들을 충족시키도록 확실히 하는 것보다, 수천 페이지의 규칙들을 통하여 항해하는 것이 더 어렵다.

관료제를 확산시키기. 참으로, 이 체계들은 더욱더 많은 (그리고 더 자세한) 규제 규칙들을 발생시키는 것 같다. 규제자들 자신들은 만약 그들이 번문옥례(繁文縟禮)의 짐을 간단하게 하고 줄인다면 일자리를 가지지 못할 것이다. 반대로, 그것을 확대하고 심화함으로써, 그들은 공격에 대비해 자신들을 보호하는 것을 도울 수 있고, 자기들의 근면과 가치를 보여줄 수 있다. 그러나 이 법체계들이 발생시키는 규칙 집들의 증가는 혁신자들이, 기업을 운영하는 것은 말할 것도 없고, 심지어 기업을 창업하기 위해서조차도 한 무리의 규제자들과 다투어야 한다는 점을 의미할지 모른다. 그리고 권위주의적인 정부가 연고주의와 부패를 발생시키는 것과 꼭 같이, 그러한 억제적인 법체계들은 더욱더 많고, 더 자세한, 규제와 더욱더 많은 관리(官吏)를 발생시킨다.

덧붙여서, 많은 나라는 유감스러운 것보다 안전한 것이 더 낫다는 ‘예방 원칙(precautionary principle)’을 더욱더 채택한다. 종종, 말하자면, 배기가스들이 기후에 미치는 효과나 유전자 변형 식품의 잠재적인 위험들에 관해 걱정하는 로비 집단들에 반응하여, 정부들은 혁신들에 ‘사전 억제(prior restraint)’를 부과하고, 그들의 혁신이 양호하다고 증명하는 책임을 기업가들에 지운다. 그것도 다시 혁신과 위험 감수를 장려하지 않는다.

성장을 위한 의제. 대조적으로, 관습법 국가들의 더 개방적인 체제는 혁신과 위험 감수를 장려하는데, 이런 나라들이 사업하는 자유와 쉬움의 성적표들뿐만 아니라 기업가 정신과 혁신 성적표들도 선도한다는 점은 예상 밖이 아니다.

그러한 혁신을 장려하는 정책 프로그램은 상향식 법적 전통에 의거하고 (현대 미국 경제학자 애덤 시어러(Adam Thierer)가 부르듯이) ‘허가 없는 혁신(permissionless innovation)’을 디폴트(default) 상태로 만들 것이다. 그 프로그램은 또한 다른 진입 장벽을 제거하기도 할 것이고 경쟁을 환영할 것이다. 그것은, 예를 들면, 자유 언론과 자유 행동을 옹호할 것이다. 그것은 상세한 규칙들, 허가들 그리고 면허들 보다는 원칙에 이끌리는 관습법에 의존할 것이다. 그리고 행동에 대한 어떤 억제들이든 오직 객관적인 비용들과 편익들에 근거해서만 부과될 것이다(Thierer 2014).

과세의 중요성

위에서 언급한 다수의 문화적, 도덕적 그리고 법적 가치가 다른 나라들에 쉽게 이식될 수 있는지는—비록 몇몇 사회주의 후(後) 국가에서 기업가적 기업들의 빠른 증가는 그것들이 어느 곳에서나 발전할 수 있다는 점을 암시할지라도—의심스럽다. 그러나 복제하기가 더 쉬울지 모르는 한 가지는 미국에서의 비교적 유리한 조세 및 규제 체제이다. 조세 정책이 기업가 정신에 매우 중요하여 더 낮은 세율들 하나만으로도 미국에서 높은 기업가 정신 빈도를 설명할 수 있을 것이라는 점이 드러난다.

주류 경제학이 대개 기업가 정신을 무시하거나 잘못 해석하기 때문에, 그런 사고에서 파생되는 주류 조세 정책들은 그것을 서투르게 다룬다. 기껏해야, 그것들은 그것의 독특한 특징들과 필요들을 무시한다. 최악의 경우, 그것들은 그것을 제대로 기능을 못 하게 만든다.

조세 민감성. 교과서 견해는 기업들이 주어져 있고 영구적인 것으로 본다. 그것은 기업들이 어떻게 혹은 왜 탄생하는지, 그것들이 어떻게 성장하고 발전하는지, 그것들이 왜 문을 닫는지, 그리고 그것들의 생애의 여러 단계에서 그것들의 서로 다른 필요가 무엇인지를 무시한다. 교과서 ‘기업(firm)’은 예로부터의 공익사업 회사와 더 닮았다. 가정은 기업이 자본을 투자하고, 후자가 예측 가능한 보상을 발생시킨다는 것이다. 만약 그것이 그러하다면, 세율들은 좀처럼 중요하지 않다. 교과서 기업은 여하튼 속행하고, 어떤 조세 상승들도 그것의 고객들이나 근로자들에게 더 높은 가격들이나 더 낮은 임금들의 형태로 전가시킨다.

그러나 실제 기업들은—특별히 기업가적 기업들은—그것과 같지 않다. 그들은 불확실한 세계에 산다. 그들은 자기들의 투자들이 이익을 가져올지 아닐지 정확하게 예측할 수 없다. 셀 수 없이 많은 사건—새로운 경쟁, 변화하는 고객 수요, 공급 부족, 경영 실수—은 잠재적인 미래 이윤을 실재하는 현재의 손실로 바꿀 수 있다. 그러므로 조세는 기업가들의 계산들에 큰 차이를 가져온다. 기업들, 그들의 자본, 그들에 대한 공급품들, 그들의 제품들, 그들의 근로자들 혹은 그들의 고객들에 대한 조세들은 모두 손실과 파산의 위험을 올린다. 잠재적인 기업가들은 자기들이 모험사업들에 관해 훨씬 더 까다로울 필요가

있는데, 왜냐하면 그들은 조세 후에 수익을 버는 것을 꽤 확신하기 위해 더 높은 수익을 발생시킬 필요가 있을 것이기 때문이다. 그러나 수입과 수익은 결코 확실하지 않다. 결과적으로, 그런 잠재적인 기업가 중 더 적은 사람이 자기들의 모험사업들을 추진하기로 선택할 것이고, 더 위험한 혁신들은 일어나지 않을 것이다(Block 2016).

[잠재적인] 기업가들은 조세를 자기들이 직면하는 최고 문제 중 하나로 열거한다. 그들은 더 큰 기업들보다 세율에 훨씬 더 민감하다. 참으로, 조세 재단(Tax Foundation)은 미국 법인세의 매 1퍼센트 상승이 새 회사 등기 수의 3.7퍼센트 하락에 이르지만, 소득세율의 10퍼센트 삭감이 새로운 고용의 12퍼센트 상승을 가져온다고 추정한다(Watson and Kaeding 2019).

어떤 나라들은 세금들이 대규모 자본 집약적인 기업들에 더 무겁게 영향이 있도록 노동보다 자본을 더 많이 과세함으로써 이런 민감성을 상쇄하고 작은 회사 성장을 장려하려고 한다(Henrekson and Sanandaji 2008). 그러나 이 추가적인 부담은 더 큰 기업들 안에서 혁신을 해칠 수 있다. 그리고 그것은 더 작은 기업들도 해칠 수 있다. 그들의 소득은 깔끔하게 노동으로부터의 소득과 자본으로부터의 소득으로 쪼개지지 않는다. 창업 기업가들의 소득은 종종 또한 그들의 자본이기도 한데, 그들이 자기들의 소득을 기업에 재투자하는 데 사용하기 때문이다. 그래서 조세는 그것이 촉진하기를 원하는 바로 그것에 부담을 지을 수 있다.

초과 이윤세. ‘초과 이윤(windfall)’세도 마찬가지다. 주류 경제 이론은, 만약 이윤들이 우연한 행운에서 생기면, 그것들에 과세하는 것은

회사들의 행동에 영향을 미치지 않는다고 주장한다. 예를 들어, 2007-8년에 원유의 가격이 (주로 중동에서의 정치적 혼란 때문에) 1 배럴에 60달러에서 140달러로 치솟았을 때 영국 북해 석유 회사들은 단기적인 ‘초과 이윤들(windfall profits)’을 벌었는데, 영국 정부는 그것들을 세금으로 거둘까 하고 생각했다. 비록 가격이 곧 후퇴했고 정책이 포기되었지만, 영국 재무성은 그 세금이 단지 운에만 과세하지 기업심에 과세하지 않기 때문에 그것이 그것의 효과에서 중립적일 것이라고 생각했다.

그러나 초과 이윤세는 중립적이지 않다. 기업가들은 자기들이 운이 좋거나 나쁠 수 있다는 점을 알고 있다. 자기들이 자기들의 불운 손실을 부담할 것이지만 자기들의 행운 이득을 잃을 것이라고 그들이 믿는다면, 그것은 그들의 위험(과, 초과 이윤세가 자의적이므로, 그들의 불확실성)을 올리고, 그러므로 그들이 기업가적으로 행동하는 것을 억제한다. 예를 들면, 그들은 석유 공급량에 대한 어떤 미래의 정치적 붕괴로부터도 이윤을 얻을 것이라는 희망으로 대체 연료들을 개발하는 것을 더 주저할지 모른다. 그리고 대중은 그 선택과 안전을 거부당한다. 덧붙여서, 심지어 행운조차도 공짜로 생기지 않는다. 한 곳에서 공급 문제는 새로운 생산을 다른 곳으로부터 온라인으로 가져올 필요가 있고 유통망들이 그에 따라 전환될 필요가 있다는 점을 의미한다. 초과 이윤세는 이 가외의 비용을 무시하고—소비자들의 희생 아래—기업가들이 그러한 반응들을 준비하지 못하게 한다.

게다가, 초과 이윤세가 일으키는 억제는 대기업들에 대해서보다는 작은 기업들에 대해서 훨씬 더 크다. 기업가적 창업 기업들이 지식이 풍부하고 기회들을 탐지하는 데 능할지 모르지만, 그들은 보통 대기

업들보다 훨씬 더 적은 자본과 유동성을 가지고 있다. 그러므로 대기업은 자산들을 매각하거나 준비금들을 축적으로써 예상치 못한 세금 계산서들을 흡수할 수 있지만, 더 작은 기업들은 판매할 수 있는 자산들이나 여분의 현금이 손 닿는 곳에 있지 않을지 모른다. 그들이 가지고 있는 무슨 자본과 현금이든 종종 기업가 자신의 저금에서 생기고 즉각 기업에 재투자된다. 게다가, 신생 혹은 작은 모험사업들은 예견치 못한 계산서들을 치르기 위해 은행들이나 주주들로부터 자금을 조달할 능력을 훨씬 덜 가지고 있다. 덧붙여서, 더 큰 기업들이 할 수 있듯이, 그들이 자기들의 운영들을 예상치 못한 세금들에 덜 취약한 사업 분야들로 전환하는 것이 더 어렵다. 그들은 확대할 다른 분야들이 없을지 모르고, 그들은 하여간 어떤 다른 것을 하기를 원하지 않을지 모른다.

주식 매입 선택권세. 우리가 보았듯이, 모험자본은 아이디어들과 창업 기업들을 성장할 수 있는 장기 기업들로 바꾸는 데 중요한 역할을 수행한다. 모험자본 활동에서—그리고 어찌면 그 결과, 창업 기업들에서와 성장하는 기업가적 기업들에서—유럽이 미국에 뒤처지는 점은 주목할 만한데, 설사 유럽 금융 시장들이 다른 점에서는 강력하다 할지라도 그렇다. 하나의 이유는 종업원 주식 매입 선택권들(stock options)의 다른 처리일지 모른다(Henrekson and Sanandaji 2018).

과산의 위험은 신생 혁신 기업들에서 높다. 그 위험을 관리하기 위해, 모험자본 제공자들은 종종 설립자들과 주요 근로자들에게 현금만이 아니라 주식 매입 선택권들로 보상한다. 이 주식 매입 선택권들에 낮은 세율들이 매겨진다면, 그것은 기업가적 기업들에 투자하는 것을

더 매력적으로 하고, 자본과 재능을 그런 부문들로 끌어들이며, 혁신을 증대한다. 미국에서는, 그 조세는 정말로 낮은데, 왜냐하면 종업원 주식 매입 선택권들로부터의 소득이 자본 이득으로 취급되기 때문이다. 주식이 결국 팔릴 때까지 소득이 연기되고 조세가 늦추어질 수 있다. 그 결과, 미국은 유럽보다 더 많은 모험자본 활동이 있다. 그다음에 그것은 혁신적인 회사들의 높은 성장을 달성할 가능성을 증가시킨다. 그리고 그다음 그 기업가적 성장의 더 넓은 편익들이 경제에 걸쳐 확산된다. 그러나 기업가적 부문이 비교적 작기 때문에 그러한 크고 일반적인 편익들도 재무부가 포기한 아주 적은 조세의 비용으로 달성될 수 있다.

다른 조세 문제들. 주류 경제 이론이 기업가적 기업들과 그것들의 특별한 필요들을 충분히 고려하지 않기 때문에, 경제 정책 설계자들은 전형적으로 개인세와 법인세의 위치를 기업가적 위험 감수를 억제하는 수준들에 정한다. 더 높은 (그리고 예측 불가능한) 세금들은 기업가들이 직면하는 위험들을 현저하게 늘리고 금전적으로 어려운 신생 기업들이, 자기들이 필요한, 재능과 장비를 살 능력을 줄인다. 그것들은 또한 창업 기업들이 자본에 접근하는 것을 더 어렵게 한다. 수반되는 위험들 때문에, 모험자본의 이용 가능성은 예상되는 투자 수익들에 매우 민감하다. 높고 예측 불가능한 세금들은 그런 수익들을 줄이고 그러므로 [모험자본의 이용 가능성에 대한] 주요 방해 요소이다.

너무 높은 세율들은 또한 절세와 탈세를 자극하기도 한다. 이것은 회계 기준들과 재무 통제들이 덜 엄밀하고 덜 이해될지 모르는 창업 기업들과 더 작은 기업들에 이미 더 혼할지 모른다. 그리고 기업가들,

연구자들 그리고 과학자들은 이동성이 있다. 그들은 ‘두뇌 유출(brain drain)’에 가담하고 저(低)조세 국가들로 이주함으로써 지나치게 높은 세금들을 피할 수 있다. 불행하게도, 그것은 자기들의 본국을 재능이 고갈되게, 덜 활기차게 그리고 자기들의 상상력, 노력, 혁신 그리고 미래 경제 성장에 대한 공헌이 부족하게 한다.

규제 부담

세금들이 기업들에 미치는 영향을 수량화하는 것이 그들이 직면하는 규제의 부담을 수량화하는 것보다 더 쉽다. 그러나 새 기업을登記하는 시간, 서류 작업 그리고 비용과 같은 몇몇 대략적인 징후를 제공할지 모르는 소수의 간단한 척도가 있다. 결국, 새 기업을 설립하는 것이 더 어려울수록, 그렇게 하는 사람이 더 적을 것이다. 혹은 그들은, 법의 테두리 바깥에 있으므로, 썩 효율적으로 운영할 수 없을지 모르는 비공식적 기업들을 설립할지 모른다. 예를 들면, 그것들의 소유자들은 부지들과 장비에 저투자할지 모르는데, 언제나라도 (때때로 부패한) 당국이 그것들을 폐쇄하고 그것들의 자산을 몰수할 (혹은 훔칠) 수 있을 것이라는 점을 알고서다.

다행히, 사업을 시작하는 데 걸리는 시간은 2003년에 50일의 세계 평균에서 지금 20일 미만으로 떨어졌다.¹ 그러나 여전히 큰 편차들이 있다. 베네수엘라에서, 그 수치는 230일이다. 라오 인민 민주 공화국 (Lao People's Democratic Republic; 라오스)에서, 그것은 173일이다. 캄보디아에서는 99일이다. 크기의 다른 쪽 끝에서는, 미국에서 사

1 세계 은행 사업하기 프로젝트(World Bank Doing Business Project).

업을 시작하는 데 단지 나흘만 걸리고, 오스트레일리아, 캐나다, 홍콩 그리고 싱가포르에서는 이틀이, 그리고 조지아와 뉴질랜드에서는 단지 하루만 걸린다. 에스토니아에서는, 기업들은 온라인으로 즉각 설립될 수 있다. 다시, 명백한 패턴이 있다. 자유롭고 기업가적인 나라들에서는 사업을 시작하는 것이 빠르고, 덜 자유롭고 덜 기업가적인 나라들에서는 느리다. 또한 고소득 국가들에서 사업을 시작하는 것이 그밖의 어떤 곳에서보다 두 배 빠르다는 점도 우연의 일치가 아닐지 모른다. 그리고 더 고소득인 나라들은, 우리가 보았듯이, 일반적으로 더 기업가적인 나라들이다.

규제들의 재정적 부담—혹은 심지어 그것들의 수조차도—을 측정하기는 더 어렵다. 공동체 기득권(acquis communautaire; 아키 코뮌노테르) (회사들, 자선 단체들 그리고 사람들에 관한 EU 법률들과 규제들의 본체)은 35개 장이 있다. 공식적으로 그것은 길이가 110,000 페이지이고 한 해 5,000페이지 비율로—비록 아무도 확실히 아는 것 같지 않고 어떤 추정치들은 그 숫자들을 그것 두 배로 어렵할지라도—증가한다. 그러한 큰 규제 본체들은 작은 창업 기업들에 아주 무거운 부담을 주는데, 후자들은 자기들의 노련한 규정 준수 체크 부서들이 있는 더 큰 회사들보다 그것들을 따를 (혹은 심지어 그것들을 읽고 이해할 시간을 가지는 것조차도) 능력이 덜하다.

소기업들에 너무 많고 너무 힘든 규제를 하는 것은 부패를 조장한다. 예를 들어, 네팔에서는, 삼리드히(Samridhi) (번영 재단(The Prosperity Foundation))가 착수한 2013년 조사는 지역 상점 주인들이 네 개의 다른 정부 기관들에 등록해야 하고, 여섯 개의 다른 기관들의 감시를 받으며, 열다섯 개를 넘는 특정 법률을 따라야 한다는 점

을 발견했다. 예상 밖이 아니게도, 조사된 268개 상점의 어느 것도 모든 필요한 등록을 거치지 않았는데, 종종 그저 너무 작아서 그렇게 많은 규제에 대처할 수 없었을 뿐이다. 서류 작업의 결여는 작은 상점 주인들이 성장하기 위해 돈을 빌리는 것을 어렵게 하고, 그래서 그들의 기업들은 비효율적으로 작은 채로이다. 한편, 지역 경찰 및 상거래 관리들은, 관리들이 위반을 눈감아 주게 하도록 그들이 뇌물을 지급하지 않는다면, 그들을 문 닫게 하겠다고 일상적으로 위협한다.

또한 이것은 단지 발전 도상국들만의 문제가 아니다. 예를 들면, 샌프란시스코에서 식당을 여는 데는, 계획, 건축, 화재, 공익사업 등을 포함하는, 14가지 다른 허가가 필요하다. 어떤 것들은 상당한 시간, 노력 그리고 재정적 비용을 수반한다. 예를 들어, 만약 술을 내놓으려면, 미래의 식당 경영자는 500피트 이내의 모든 거주자에게 편지를 보내어야 한다. 함께, 이 다른 과정들은 완료하는 데 아홉 달이 걸릴 수 있고, 종종 기업가에게 관리들이 모든 마지막 허가에 서명하여 양도할 때까지는 사용할 수 없는 부지들에 대해 임대료로 수천 달러를 쓰게 한다(Tuder 2017).

규제를 줄이면 대중이 더 낮은 품질이나 안전하지 않은 제품들을 얻을 것이라고, 독점들이 형성될 것이라고 혹은 상인들이 냉소적으로 고용인들에게 저임금을 주거나 환경을 오염시킬 것이라고 종종 암시된다. 연구들은 잘 설계된 규제가 참으로 이 모든 영역에서 사정을 개선하고 그 과정에서 경제 성장을 증대할 수 있다고 암시한다. 그러나 그것들은[연구들은] 또한 심하게 규제되는 경제들이 덜 심하게 규제되는 것들보다 더 낮은 경제 성장을 가진다는 점도 보여준다(Gorgens 등 2003; 또한 Djankov 등 2006도 보라).

잘 설계된 규제는, 하여간, 예외이지, 규칙이 아니다. 대부분 규제는 증거와 경제적 합리성보다는 정치적 의제들에 의해 추진된다. 덧붙여서, 더 큰 기업들은, 자기들의 더 큰 로비 활동 예산들을 가지고, 무슨 규제들이 채택되는지에 불균형한 영향을 미친다. 그것으로 그들은 자기들의 사업들을 신참자들에 대해 보호할 수 있다. 그 결과로 나타나는 경쟁 감소는 고객들이 덜 혁신적인 제품들, 더 낮은 품질 그리고 더 높은 가격들을 참아야 한다는 점을 의미한다. 그들은 또한 불공정하거나 무책임하게 거래한다고 자기들이 믿는 회사들을 불매 동맹할 능력이 덜하기도 하다. 그리고 무거운 규제는 시민들을 덜 부유하게 하므로, 그들은 환경 기준들을 개선—예를 들면, 값싼 석탄 연료 전력에서 더 값비싼 재생 가능 원천들로 전환—하기 위해 (식량, 주거, 의복, 공익 설비 그리고 보건 의료의 필수품들을 제공한 후에) 아낄 돈이 더 적다. 우리가 그런 문제들과 씨름할 수 있게 하는 것은 오직, 더 높은 가치와 그것이 발생시키는 경제 성장을 통한, 경쟁적 기업가 정신뿐이다.

올바른 조건들

기업가 정신은 기업가들 자신들에 대한 올바른 조건들뿐만 아니라, 그들의 투자자들, 근로자들 그리고 고객들에 대해서도 올바른 조건들이 필요하다. 기업가들은 자본, 경영 기술들 그리고 조언에 충분하게 접근할 필요가 있다. 그들과 그들의 고객들은 또한 안정적인 정치 및 경제 환경도 필요하다. 오직 그때라야 사람들은 믿고 미래를 위해 계획하고 투자할 수 있다.

재산과 사법(司法). 한 나라에서 재산권들의 견고성 및 안전과 그것의 기업가 정신 비율 사이에는 양의 상관관계가 있다(Sanandaji and Leeson 2013). 어떤 기업이든 직면하는 불확실성을 고려하면, 안전한 재산권들과 법의 지배는 사람들이 자기들의 돈과 노력을 거는 결정에 절대로 필요하다. 예를 들어, 농부들이 농작물을 심는 것은, 만약 총을 들이대고 자기들에게서 수확을 훔칠 것 같다고 그들이 예상한다면, 의미가 없을 것이다.

—저작권, 특허권, 상표 그리고 기타 ‘지적(intellectual)’ 소유권들을 포함하는—안전한 재산권들의 필요는 기업가들에게 더욱더 크다. 대부분 모험사업은 파산하고, 대부분 기업가적 투자는 이익을 가져오지 않는다. 그래서, 만약 사람들이 그런 기업가적 위험들을 무릅쓰려면, 그들은 성공하는 소수의 투자로부터 자기들이 보상을 거둘 수 있다고 확신할 필요가 있다.

또한 재산이 보호되어야 하는 것이 단지 사적 탐욕으로부터만도 아니다. 만약 기업들이 정부 자체가 수익을 자의적으로 세금으로 거두거나, 정치적 이유들로 자기들을 폐쇄하거나 혹은 관리들에게 자기들로부터 손해가 큰 뇌물을 추출하도록 허용할 수 있을 것이라고 걱정한다면, 기업가들은 자기들의 일자리를 포기하고, 새 기업을 창업하며, 그것을 수익성이 있기까지 경영할 가능성이 더 적다. 정치인들과 관리들에 의한 도둑질과 착취를 개인들과 갱들에 의한 도둑질과 착취와 다르지 않게 취급하는 **법의 지배(rule of law)**가 있어야 한다. 그리고 그것을 뒷받침할 강력하고 독립적인 사법(司法)이 있어야 한다. 만약 사법 제도가 약하거나 부패하면, 사람들은 그것에 대한 신뢰가 거의 없을 것이다. 참으로, 사람들은 그것을 잠재적으로 거대한 위

힘으로 간주할 것이다. 즉, 도둑들은 당신으로부터 물건들을 훔칠지 모르지만, 그들은 당신이 거래하는 것을 금지하거나 당신을 투옥할 수는 없다. 그것은 그들이 기업가적 투자를 하는 것을 매우 주저하게 할 것이다. 똑같은 이유로, 권력자들이 (예를 들면, 자기들에 반대하는 집단들의 재산을 몰수함으로써) 다른 사람들을 착취하기 위해 자의적으로 행동하고 사람들의 개인권과 시민권을 무시할 수 없도록 정치 및 관리(官吏) 권력이 제한되어야 한다(Butler 근간).

개방성. 또 하나의 중요한 요소는 외국 자본과 이민에 대한 한 나라의 개방성이다. 우리가 보았듯이, 많은 기업가는 이민자이다. 그들은 자기들의 고국을 떠나 어떤 다른 곳에서 새롭게 출발하는 용기, 정력 그리고 기업심—모두 기업가에게 유용한 특성—을 가졌던 사람들이다. 그리고 그들은 현지인들이, 지배적인 문화와 상상력에 폭 빠져 있어서, 농칠지도 모르는 기회들을 더 볼 것 같다.

기업가적 이민자들을 끌어들이(고 유지하)는 정책들은 학생들이 이민 수용국에서 공부하고 자기들의 관심 분야의 기업에 근무하기 위해서 계속 남아 있을 수 있도록 학생들에 대한 취업 비자들을 포함할지 모른다. 혹은 심지어 그들 자신의 기업을 창업하기 위해서도, 여러 나라는 외국 기업가들에 대한 특별 비자들이 있고, 더욱더 투자자들에게 영주권을 주는 특별 비자들이 있다. 그러나 숙련이건 미숙련이건 어떤 근로자라도 끌어들이고 유지하는 개방적인 이민 정책은 기업가 정신이 있는 사람들을 끌어들이, 그리고 더욱 일반적으로, 번영을 촉진하고 빈곤을 줄일, 불균형적으로 높은 가능성이 있다(Caplan 근간).

문화. 법적 전통, 재산권들의 본질과 안전, 사법부의 독립, 정부들에 대한 한계, 권리들의 방어 혹은 이민에 대한 태도와 같은 제도들은 모두 원칙들, 도덕 그리고 신념들의 더욱 일반적인 문화의 일부이다. 이 심원한 원칙들을 그것들이 낳은 어떤 다른 문화에 재생산하기는 쉽지 않다.

그럼에도 불구하고, 기업가 정신은 거의 모든 곳에서 강력하다. 심지어 최고도로 규제되는 국가들에서조차도, 사람들은 자신들과 자기들의 가족들을 위한 삶을 개선하기 위해 공식적인 규칙들을 피하는데 놀랄 만한 독창력을 보여준다. 사람들은 문제들과 씨름하고 기회들을 잡는 데 엄청나게 빠르다. 그들의 기업가 정신은 아주 쉽게 해방된다. 그래서 그것을 해방하고 그것을 비생산적인 것에서 생산적인 것으로 바꾸기 위해 할 수 있는 어떤 것이든 공동체에 큰 편익들을 전달할 수 있다.

정부들에게는, 그것은 모험자본 시장의 현실들과 기업가들의 특별한 필요들을 이해하는 것, 교육과 연구에 영향을 주는 것, 이민자들에 그리고 외국 자본에 개방적인 것, 미봉책들을 시도하기보다는 장기 견해를 취하는 것, 지원 프로그램들을 과도 공작하지 않는 것, 눈에 띄는 보조금들과 조세 감면들을 피하는 것, 컨설턴트들을 조심하는 것, 그리고 다른 사람들의 실수들을 피하는 것과 같은 것들을 의미한다.

경영의 중요성

그러한 접근법은 독창력, 아이디어들의 발생, 혁신 그리고 위험 감수

를 증대할지 모른다(Dumitriu 2019b). 그러나 아이디어들을 이문이 있는 사업으로 바꾸기 위해, 기업가들은 전문 기술들과 조직 능력들도 필요하다(Ward 2005).

기업들은 다양한 이유로 성공하거나 파산할 수 있지만(폴 그레이엄(Paul Graham) (2006)은 18가지 다른 파산 이유를 식별한다), 훌륭한 혹은 서투른 경영은 특별히 중요한 이유이다. 종종 기업가들은 기업을 운영하거나, 비용을 통제하거나, 빠른 성장에 적응하거나, 고객들에 도달하는 것의 역학과 싸운다. 훌륭한 아이디어들을 상업적 성공으로 바꾸는 데는 훌륭한 경영이 필요하다.

경영자들 자신들은, 어떤 의미에서, 기업가적이다. 예를 들면, 그들은 고객 만족을 증가시킬 혁신적인 방식들을 알아낼지 모르는데, 자기들이 기업가의 제품으로부터 더욱더 나은 가치를 얻고 있다고 사람들이 믿도록 하기 위해서다. 그들은 오래되고 저평가된 제품들을 더 매력적이거나 더 유용하게 만들 방식들을 발견할지 모른다. 그리고 기업가들이 생산 자원들을 새로운 방식들로 결합하여 더 낫거나 더 값싼 제품들을 만들어 내는 것과 꼭 같이, 경영자들은 인적 자원들을 결합하여 그런 제품들을 고객들에게 더 매력적으로 만든다.

가장 생산적인 기업과 가장 덜 생산적인 기업 사이의 큰 간격은 많은 원인—‘좀비(zombie)’ 기업들을 살려 두는 낮은 이자율들뿐만 아니라, 아마도 규제, 약한 경쟁 혹은 빈약한 교육도—이 있을지도 모른다. 그러나 간격의 많은 부분은 서로 다른 기업에서 경영의 질 탓일지 모른다. 최상의 기업들은 자기들의 사업을 모니터하고 성과를 개선하려고 노력하는데, 최상으로 성공하는 일들과 사람들을 고무하고 실패를 발견할 때 그것을 고친다. 가장 덜 생산적인 기업들은 그렇게 하지

않는다(Dumitriu 2019b).

훌륭한 경영의 잠재적 보상을 고려하면, 훌륭한 관행이 반드시 확산되지 않는 점은 예상 밖이다. 그러나 실적이 저조한 기업들은 자기들이 사정을 오해하고 있다는 점을 심지어 깨닫기조차 하지 못할지 모른다. 어쩌면 서투른 실행자들이 생산의 핵심 과업들에 너무 집중하여 그들이 더 넓은 경영 문제들에 관해 생각할 시간이 없을 것이다. 어쩌면 그들은 자기들의 운영의 무슨 측면들이 쉽게 개선될 수 있을지 상상할 수 없을 것이다. 그들은 일을 다르게 할 동기가 없거나 변화를 두려워할지 모른다. 그들은 개혁들을 집행하려고 하나 그것들이 작동하게 하는 데 고투할지 모른다.

새 모험사업에서 기업가적 경영은 네 가지 요구 조건이 있다. 그것은, 첫째, 시장에의 집중을 요구한다. 그것은, 둘째, 재정적 예견, 그리고 특히 현금 흐름과 자본 필요들을 사전에 계획하는 것을 요구한다. 그것은, 셋째, 최고 경영진을 수립하는 것을 요구하는데, 새 모험사업이 실제로 그것이 하나 필요하기 오래전에 그리고 그것이 실제로 그것을 하나 가질 수 있기 오래전에 그렇다. 그리고 마지막으로, 그것은 창립 기업가에게 그 자신의 역할, 업무 영역, 그리고 관계들에 관해서 결정을 요구한다.

—피터 F. 드러커, 《혁신과 기업가 정신》

영국 싱크 탱크인, 기업가들 망(The Entrepreneurs Network)은, 인도에서, 그저 소기업들에게 무료 경영 조언을 해주는 것만도 경영 생산성을 11퍼센트 올렸다고 언급한다(상계 논문). 그러므로 아마 틀림없이 정부가 기업가들의 성공을 증대하기 위해 할 수 있는 가장 효과적인 일은 그들이 그러한 조언에 접근할 수 있도록 확실히 하는 것일지

모른다. 망(Network)은 또한 정부가 서로 다른 경영 훈련 체계와 기법의 시험들을 촉진함으로써 기업가들이 최상의 경영 아이디어들을 식별하는 것을 돕도록 노력해야 한다고 제안하기도 한다. 그들은[정부는] 또한 기업들이 자기들의 경영 능력들을, 어쩌면 도제 체도를 통해, 업그레이드하는 데 투자하는 것을 허용하거나 장려하기도 해야 한다. 훌륭한 관행을 공유하는 피어 투 피어 네트워크들(peer-to-peer networks)도 역시 중요하다. 이 기법을 통해 중국은 기업들의 수입을 8퍼센트만큼 증가시켰고, 수익성과 경영자들의 생산성을 증대하였다(상계 논문).

교훈들

확실히, 우리는 이 책의 서두에 제시된 모든 이유로 기업가 정신을 증대하는 것에 관심을 기울여야 한다. 그리고 정부가 그것에 역할이 있을지 모른다. 그러나 그것은 ‘엄한(tough)’ 사랑이어야지, 한 줄기의 세금 감면, 보조금, 교부금 그리고 기타 경품들이어서는 안 된다고, 망은 말한다. 비록 기업가들이 종종 자금이 부족함을 불평할지라도, 모든 사람이 마찬가지이다. 재정은 기업을 창업하는 데 가장 큰 장애물이 아닌데, 이것은[기업을 창업하는 것은] 보통 많은 자본이 필요하지 않다. 그러나 정부 재정은 근본적으로 성장할 수 없는 부풀린 모험 사업들의 창설을 조장하고 기업가들을 과도하게 낙관적으로 만든다. 최상이고 가장 지속적인 기업들은 ‘만들어지는(made)’ 것이 아니라, 자기 고객들의 수요들에 따라, 작은 창업 기업들로부터 자연적으로 진화하고 성장한다.

또 하나의 혼한 견해는 정부들이 교육, 훈련 그리고 기능들을 향상 시켜야 한다는 것이다. 확실히, 그 모든 것은 기업가적 기업들을 창설 하고 기르는 데 도움이 된다. 그러나 그것들은 정부에 의해 제공될 (provided) 필요가 없는데, 후자는 그것들을 시장 필요들과 조화하지 않을지 모르는 매우 관료적인 방식으로 전달하는 경향이 있다. 기업가들은 공무원 조직이 운영하는 훈련 프로그램들이 필요하지 않다. 사람들은 사업에 관해 그들이 항상 교실이나 직업 전문대학에서 배울 수 있을 것보다 일터에서 더 많이 배운다. 그리고 기업가들은 누구를 무슨 방식으로 그리고 무슨 목적을 위해 훈련할지를 멀리 있는 관리 들보다 더 잘 안다. 훈련을 제공하는 대신에, 정부들은 사람들에게 자기들 자신의 인적 자원을 계발하도록 허용할(allow) 필요가 있다. 그것은 훈련 및 인적 자본 개발을 지원할 조세 체계를 구조화하는 것을 의미할지 모른다.

거래와 상업의 자유화와 개방적이고 경쟁적인 기업 환경도 역시 기업가 정신의 확산과 성공에 중대하다. 다시, 그것은 정부가 소기업 지원 관료제들을 설립할 것을 요구하지 않는다. 그것은 그들이 국제 무역에 대한 장벽들을 제거하고, 이민자들을 환영하며, 사업에 새로운 아이디어들을 도입할지 모르는 여성들과 소수파에 대한 차별을 종식하고, 고용 법률들, 세금들, 사회 부담금들 그리고 면허를 단순화하며, 기타 등등을—특히 그들이 가장 크게 영향을 미치는 더 작은 기업들을 위해—하기를 요구한다. 그리고 그것은 독점들(특히 국가 독점들)과 씨름하고 새로운 시장들을 진입하거나 창설하는 데 대한 장벽들을 줄이는 것을 의미한다.

알렉산더 대왕이 견유학파(犬儒學派; Cynic) 철학자 디오게네스

(그는 세속적인 즐거움을 피해 통 안에서 살았다)를 만났을 때, 그는 물었다. ‘위대한 디오게네스 님, 저의 모든 부와 군대를 가지고, 무엇을 도와 드릴까요?’ 디오게네스는 그를 올려다보고, 손을 흔들어 그를 쫓아내면서, 말했다. ‘해 좀 가리지 마시게.’ 만약 정부들이 기업가 정신과 그것의 편익들이 커지기를 진정으로 원한다면, 그것들의 햇빛을 가리지 말라는 것은 건전한 조언인 것 같다.

참고 문헌

- Anderson, S. (2016) Immigrants and billion dollar startups. National Foundation for American Policy, Policy Brief, March.
- Baumol, W. (1990) Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy* 98(5), Part 1: 893-921.
- Baumol, W. (2002) *The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*. Princeton University Press.
- Becker, G. (1968) Crime and punishment: an economic approach. *Journal of Political Economy* 76: 169-217.
- Block, J. (2016) Corporate income taxes and entrepreneurship. *IZA World of Labor* (<https://wol.iza.org/articles/corporate-income-taxes-and-entrepreneurship>).
- Bosma, N. and Kelley, D. (2019) 2018/2019 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor. London Business School: Global Entrepreneurship Research Association (<https://www.gemconsortium.org>).
- Brooke, J. (1990) Brazil backing computer imports. *New York Times*, 9 July.
- Butler, E. (근간) *An Introduction to Democracy*. London: Institute of Economic Affairs.

- Caplan, B. (근간) *Poverty - Who's to Blame?*
- De Ridder, M. (2019) Market power and innovation in the intangible economy. Centre for Macroeconomics, Discussion Paper.
- Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. and Miranda, J. (2016) Declining business dynamism: implications for productivity? Brookings Institution, Hutchins Centre Working Paper 23, 19 September (<https://www.brookings.edu/research/declining-business-dynamism-implications-for-productivity/>).
- Djankov, S., McLeish, C. and Ramalho, R. (2006) Regulation and growth. World Bank, Working Paper 40722.
- Dominiak, P. and Wasilczuk, J. (2017) Formal institutions: the source of unproductive entrepreneurship in Poland. GUT FME Working Paper Series A, 1/2017(44), Faculty of Management and Economics, Gdansk University of Technology, Gdansk.
- Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Dumitriu, S. (2019a) What's really driving our productivity slump? CapX, 5 July.
- Dumitriu, S. (2019b) Management matters. The Entrepreneurs Network, 23 January (<https://www.tenentrepreneurs.org/research/management-matters>).
- Dumitriu, S. and Stewart, A. (2019) Job creators: the immigrant founders of Britain's fastest growing companies. The Entrepreneurs Network (<https://www.tenentrepreneurs.org/immigrantfounders>).

- Evers–Hillstrom, K. (2018) Lobbying spending reaches \$3.4 billion in 2018, highest in 8 years. OpenSecrets: Center for Responsive Politics, 25 January.
- Foss, N. and Klein, P. (2010) Alertness, action, and the antecedents of entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise* 25(2): 145–64 (https://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2010/07/fk_jope_2010.pdf).
- Friedman, M. (1962) *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Gorgens, T., Paldam, M. and Würtz, A. (2003) How does public regulation affect growth? Department of Economics Working Paper 2003–14, University of Aarhus.
- Graham, P. (2006) The 18 mistakes that kill startups (<http://paulgraham.com/startupmistakes.html>).
- Gutiérrez, G. and Philippon, T. (2019) The failure of free entry. National Bureau of Economic Research, Working Paper 26001, June.
- Hathaway, I. and Litan, R. (2014) What’s driving the decline in the firm formation rate? A partial explanation. Brookings Institution, Brookings Economic Studies, November (https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/driving_decline_firm_formation_rate_hathaway_litan.pdf).
- Hayek, F. A. (1978) Competition as a discovery procedure. In *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Henrekson, M. (2020) How labor market institutions affect job creation and productivity growth. *IZA World of Labor* 38

- (<https://wol.iza.org/articles/how-labor-market-institutions-affect-job-creation-and-productivity-growth/long>).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2008) Entrepreneurship and the theory of taxation. IFN Working Paper 732, Research Institute of Industrial Economics (SSRN-id1089367.pdf).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2011) The interaction of entrepreneurship and institutions. *Journal of Institutional Economics* 7(1): 47-75 (<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-institutional-economics/article/interaction-of-entrepreneurship-and-institutions/DD9AF1A1BFA6DC0714066B09E9D52E0C>).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2014) Small business activity does not measure entrepreneurship. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 111(5): 1760-65 (<https://www.pnas.org/content/111/5/1760.short>).
- Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2018) Stock option taxation: a missing piece in European innovation policy? *Small Business Economics* 51: 411-24.
- Kim, A. (2020) *Economic freedom: promoting economic opportunity and prosperity. Presentation to the Mont Pelerin Society, Stanford University, January.*
- Kirzner, I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Klein, D. (2009) Let's be pluralist on entrepreneurship. In *Knowledge and Coordination: A Liberal Interpretation*, chapter 9. Oxford University Press (<https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199355327.001.0001/acprof>

-9780199355327-chapter-9).

Klein, P. (2017) Why government cannot be run like a business. Mises Institute, Mises Wire, September 4 (<https://mises.org/wire/why-government-cannot-be-run-business>).

Klein, P. and Foss, N. (2014) The right way to view Entrepreneurship. Mises Institute, Mises Daily Articles, July 19 (<https://mises.org/library/right-way-view-entrepreneurship>).

Klein, P. and Mariotti, S. (2013) Looking at entrepreneurship from a theoretical perspective, with leading expert Peter Klein. *HuffPost*, 30 December (https://www.huffpost.com/entry/looking-at-entrepreneursh_b_4505632).

Knight, F. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston and New York: Houghton Mifflin Company.

Kreft, S. and Sobel, R. (2005) Public policy, entrepreneurship and freedom. *Cato Journal* 25(3): 595-616.

Kritikos, A. (2014) Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor* 8 (<https://wol.iza.org/articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth>).

Lachmann, L. (1986) *The Market as an Economic Process*. New York: Basil Blackwell.

Lerner, J. (2009) *Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed -and What to Do About It*. Princeton University Press.

Lofstrom, M. and Wang, C. (2019) Immigrants and entrepreneurship. *IZA World of Labor* 85 (<https://wol.iza.org/>

- subject-areas/entrepreneurship).
- March, J. (1991) Whither exploration and exploitation. *Organization Science* 2(1): 71-87.
- Masnik, M. (2017) The dangerous rise of unproductive entrepreneurship. *Techdirt*, August 18 (<https://www.techdirt.com/articles/20170818/00183838020/dangerous-rise-unproductive-entrepreneurship.shtml>).
- Mazzucato, M. (2013) *The Entrepreneurial State*. London: Anthem Press.
- McCloskey, D. (1994) *Knowledge and Persuasion in Economics*. Cambridge University Press.
- McCloskey, D. (2007) *The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce*. University of Chicago Press.
- McCloskey, D. and Klamer, A. (1995) One quarter of GDP is persuasion. *American Economic Review*, Papers and Proceedings 85(2): 191-95.
- McMaken, R. (2014) Extended version of Peter Klein's interview on entrepreneurship. Mises Institute, Mises Wire Interview Transcription, 8 April (<https://mises.org/wire/extended-version-peter-kleins-interview-entrepreneurship>).
- Medeiros, J. (2019) This economist has a plan to fix capitalism. It's time we all listened. *Wired*, 8 October (<https://www.wired.co.uk/article/mariana-mazzucato>).
- Miller, D. (1983) The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29(7): 770-91.
- Mises, L. von (1949) *Human Action*. Yale University Press.
- Mises, L. von (1951) Profit and loss. In *Planning for Freedom*.

- South Holland, IL: Libertarian Press.
- Nanda, R. (2016) Financing high-potential entrepreneurship. *IZA World of Labor* (<https://wol.iza.org/articles/financing-high-potential-entrepreneurship>).
- NPR (2018) Rigging the economy. No. 829, 9 March.
- Ridley, M. (2020) *How Innovation Works*. London: Fourth Estate.
- Samriddhi Foundation (2013) Economic freedom matters: does economic freedom affect Kirana Pasals in Nepal?
- Sanandaji, T. and Leeson, P. (2013) Billionaires. *Industrial and Corporate Change* 22(1): 313-37 (<https://academic.oup.com/icc/article/22/1/313/885637>).
- Sanandaji, T. and Sanandaji, N. (2014) SuperEntrepreneurs - and how your country can get them. London: Centre for Policy Studies (<https://www.cps.org.uk/research/superentrepreneurs-and-how-your-country-can-get-them/>).
- Schaeffer, V. (2015) Corporate entrepreneurship and creativity in large firms: the practice of start-up contests. *Journal of Innovation Economics & Management* 3(18): 25-51 (<https://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2015-3-page-25.htm#>).
- Schumpeter, J. (1911) *The Theory of Economic Development*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. (1939) *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. New York: McGraw-Hill.
- Seth, S. (2019) Why entrepreneurship is important to the economy. *Investopedia*, 22 July (<https://www.investopedia.com/articles/p>

ersonal-finance/101414/why-entrepreneurs-are-important-economy.asp).

Smith, A. [1776] (1981) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Indianapolis, IN: Liberty Fund.

Solow, R. (1956) A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics* 70(1): 65-94.

Stigler, G. (1971) The theory of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science* 2(1): 3-21.

Thierer, A. (2014) *Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom*. Arlington, VA: Mercatus Center at George Mason University.

Tuder, S. (2017) What it actually costs to open a restaurant in San Francisco. *SF Eater*, 2 June.

UK Government (2011) Change in government: the agenda for leadership. Public Administration Select Committee: Report 13, Session 2010-2012. House of Commons.

US Small Business Administration Office of Advocacy (2014) New Business Statistics 2004-14.

Vaz-Curado, S. and Mueller, A. (2019) The concept of entrepreneur of Schumpeter in comparison to Kirzner. *Mises Interdisciplinary Journal of Philosophy, Law and Economics* 7(3) (<https://www.revistamises.org.br/misesjournal/article/view/1223/656>).

Ward, T. (2005) An integrated model of entrepreneurship and intrapreneurship. Paper delivered to the 13th Annual High Technology Small Firms Conference.

Watson, G. and Kaeding, N. (2019) Tax policy and

entrepreneurship: a framework for analysis. Washington, DC: Tax Foundation, 3 April (<https://taxfoundation.org/tax-policy-entrepreneurship/>).

Weber, M. (1905) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.

Zook, C. and Allen, J. (2016) *Barriers and Pathways to Sustainable Growth: Harnessing the Power of the Founder's Mentality*. Bain & Co., 19 July.

IEA에 관해

이 연구소는, 유한 합자, 연구 및 교육 자선 단체(No. CC 235 351)이다. 그것의 사명은 시장들이 경제 및 사회 문제들을 해결하는 데서의 역할을 분석하고 해설함으로써 자유 사회의 근본적인 제도들의 이해를 향상하는 것이다.

IEA는 자신의 사명을 다음을 통해 달성한다.

- 고품질의 출판 프로그램
- 콘퍼런스, 세미나, 강의 그리고 기타 이벤트들
- 중고등 및 대학생들에 대한 봉사 활동
- 매체 도입과 출연의 중개

1955년 고(故) 앤터니 피셔 경에 의해 설립된 IEA는 교육 자선 단체이지, 정치적 조직이 아니다. 그것은 어떤 정당이나 단체로부터도 독립되어 있고, 어떤 선거나 주민 투표에서도 혹은 어떤 다른 때에도 어떤 정당이나 후보에 대해서도 지지에 영향을 미칠 생각으로 활동들을 수행하지 않는다. 그것의 재원은 출판물의 판매, 콘퍼런스 참가비 그리고 자발적인 기부로 조달된다.

자체의 메인 시리즈의 출판물들 외에도 IEA는 또한 계간지 《경제 문제 (Economic Affairs)》도 출판한다.

IEA는, 자신의 업무에서, 유명한 국제적 대학 자문 위원회와 명예 연구 위원들의 저명한 패널의 도움을 받는다. 다른 학자들과 함께, 그들은 출판될 만한 IEA 출판물들을 논평하며, 그들의 논평들은 저자들에게 익명으로 전달된다. 그러므로 모든 IEA 페이지는 지도적인 학술 잡지들이 사용하는 것과 똑같은 엄격한 독립적 심사 과정을 밟는다.

IEA 출판물들은 중고등학교나 대학교에서 널리 수업에서 사용되고 교재로 채택

된다. 그것들은 또한 전 세계에 걸쳐 팔리기도 하고 종종 번역/재간된다.

1974년 이래 IEA는 70개 이상의 국가에서 100개의 비슷한 기관의 전 세계적 네트워크를 창설하는 것을 도왔다. 그것들은 모두 독립적이지만 IEA의 사명을 공유한다.

IEA의 출판물들에서 표현된 견해들은 필자들의 견해들이지, (법인 견해를 가지지 않는) 이 연구소의 견해들이 아니며, 그 관리 이사들이나 대학 자문 위원들이나 중견 직원들의 견해도 아니다.

연구소의 대학 자문 위원들, 명예 연구 위원들, 이사들 그리고 직원들은 다음 페이지에 열거되어 있다.

연구소는 자기의 출판 프로그램과 기타 업무를 위해 고(故) 로널드 코스(Ronald Coase) 교수의 관대한 회사(喜捨)로부터 온 재정적 지원에 감사드린다.



Institute of
Economic Affairs

The Institute of Economic Affairs
2 Lord North Street, Westminster, London SW1P 3LB
Tel: 020 7799 8900
Fax: 020 7799 2137
Email: iea@iea.org.uk
Internet: iea.org.uk

사무총장 & 랠프 헤리스 펠로 마크 리틀우드(Mark Littlewood)

학술 및 연구 이사 사이예드 카말 교수(Professor Sayed Kamall)

관리 이사들

의장: 닐 레코드(Neil Record)
케빈 벨(Kevin Bell)
로버트 보이드(Robert Boyd)
린다 에드워즈(Linda Edwards)
로빈 에드워즈(Robin Edwards)
마이클 힌치 경(Sir Michael Hintze)
패트릭 민퍼드 교수(Professor Patrick Minford)
브루노 프라이어(Bruno Prior)
마르틴 리케츠 교수(Professor Martin Ricketts)
린다 웨스톤(Linda Whetstone)

대학 자문 위원회

의장: 마르틴 리케츠 교수(Professor Martin Ricketts)
그레이엄 배넉(Graham Bannock)
로저 베이트 박사(Dr Roger Bate)
알베르토 베네가스-린치 주니어 교수(Professor Alberto Benegas-Lynch, Jr)
크리스티안 브외른스코우 교수(Professor Christian Bjørnskov)
도널드 J 부드로 교수(Professor Donald J Boudreaux)
존 버턴 교수(Professor John Burton)
포레스트 캐피 교수(Professor Forrest Capie)
스티븐 N S 청 교수(Professor Steven N S Cheung)
팀 콩던 교수(Professor Tim Congdon)
크리스토퍼 코인 교수(Professor Christopher Coyne)
N F R 크래프츠 교수(Professor N F R Crafts)
데이비드 드 메자 교수(Professor David de Meza)
케빈 다우드 교수(Professor Kevin Dowd)
데이비드 그린어웨이 교수(Professor David Greenaway)
잉그리드 A 그레그 박사(Dr Ingrid A Gregg)
새뮤얼 그레그 박사(Dr Samuel Gregg)
월터 E 그라인더(Walter E Grinder)
스티브 H 행키 교수(Professor Steve H Hanke)
키스 하틀리 교수(Professor Keith Hartley)
피터 M 잭슨 교수(Professor Peter M Jackson)
제리 조던 박사(Dr Jerry Jordan)
테런스 킬리 교수(Professor Terence Kealey)
린 키슬링 박사(Dr Lynne Kiesling)
대니얼 B 클라인 교수(Professor Daniel B Klein)
마크 코야마 박사(Dr Mark Koyama)

찬드란 쿠카타스 교수(Professor Chandran Kukathas)
 팀 루니그 박사(Dr Tim Leunig)
 앤드루 릴리코 박사(Dr Andrew Lilico)
 스티븐 C 리틀차일드 교수(Professor Stephen C Littlechild)
 시어도어 루스벨트 맬록 교수(Professor Theodore Roosevelt Malloch)
 아이린 마셜 박사(Dr Eileen Marshall)
 안토니오 마르티노 교수(Professor Antonio Martino)
 존 메도크로프트 박사(Dr John Meadowcroft)
 안자 메르츠 박사(Dr Anja Merz)
 루시 민퍼드 박사(Dr Lucy Minford)
 줄리언 모리스 교수(Professor Julian Morris)
 앨런 모리슨 교수(Professor Alan Morrison)
 D R 마이델턴 교수(Professor D R Myddelton)
 마리 뉴하우스 박사(Dr Marie Newhouse)
 폴 오머로드(Paul Ormerod)
 데이비드 파커 교수(Professor David Parker)
 니마 파비니 박사(Dr Neema Parvini)
 빅토리아 커즌 프라이스 교수(Professor Victoria Curzon Price)
 알렉스 로브슨 박사(Dr Alex Robson)
 파스칼 살린 교수(Professor Pascal Salin)
 레이진 샬리 박사(Dr Razeen Sally)
 페드로 슈워츠 교수(Professor Pedro Schwartz)
 J R 새클턴 교수(Professor J R Shackleton)
 제인 S 쇼(Jane S Shaw)
 W 스탠리 시버트 교수(Professor W Stanley Siebert)
 생커 싱검(Shanker Singham)
 카를로 스타나로 박사(Dr Carlo Stagnaro)
 일레인 스텐버그 박사(Dr Elaine Sternberg)
 제임스 툴리 교수(Professor James Tooley)
 라도미르 타이코트 박사(Dr Radomir Tylecote)
 니콜라 타이넨 교수(Professor Nicola Tynan)
 롤란드 바벨 교수(Professor Roland Vaubel)
 센토 벨자노프스키 박사(Dr Cento Veljanovski)
 로런스 H 화이트 교수(Professor Lawrence H White)
 월터 E 윌리엄스 교수(Professor Walter E Williams)
 제프리 E 우드 교수(Professor Geoffrey E Wood)

명예 위원들

마이클 빈스톡 교수(Professor Michael Beenstock)
 새뮤얼 브리턴 경(Sir Samuel Brittan)
 리처드 A. 엡스타인 교수(Professor Richard A Epstein)
 데이비드 레이들러 교수(Professor David Laidler)
 데어드러 맥클로스키 교수(Professor Deirdre McCloskey)
 치아키 니시야마 교수(Professor Chiaki Nishiyama)
 버넌 L. 스미스 교수(Professor Vernon L Smith)
 배즐 S. 야메이 교수(Professor Basil S Yamey)

옮긴이 후기

이 역서는 Eamonn Butler, *An Introduction to Entrepreneurship*, Institute of Economic Affairs, 2020을 번역한 것이다. 기업가 정신은 이해하기 쉽지 않은 복잡한 개념이다. 이 책을 통해 독자는 많은 것을 배우고 깨닫게 되겠지만, 역자로서는 무엇보다도 필자 에이먼 버틀러가 우리에게 우리 모두 기업가이고 기업가 정신을 지니고 있다는 점을 깨닫게 한 점을 높이 사고 싶다. 애플의 스티브 잡스와 삼성의 이진희 회장이 발휘한 기업가 정신은 뚜렷하여 이해하기 쉽다. 그러나 버틀러 박사가 지적하듯이 우리는 모두 크고 작은 기업가 정신을 발휘할 여지가 있는 잠재적 기업가이다.

‘쭈대밭이 되었다’는 표현이 암시하듯이, 쭈처럼 잘 자라고 산과 들에 지천으로 널려 있는 식물도 흔하지 않다. 쭈떡을 해 먹는다든지 한약 재료로 쓰이기는 하지만, 공급 과잉이라 할 정도로 흔해서 별 관심이 없는 식물이 쭈이다. 그런데 번뜩이는 영감을 지닌 남도의 어느 기업가는 이 쭈를 가공하여 전국의 떡방에 쭈를 공급하고, 쭈 공장을 통해 다양한 신제품을 개발하여, 큰돈을 벌고 있다. 그 덕분에 많은 동네 주민은 쭈를 캐어(베어) 공장에 주어진 큰 수입을 얻고 있다. 남은 간과한 기회를 탐지한 그의 기업가 정신에 역자는 감탄하지 않을 수 없다.

버틀러 박사는 애덤 스미스 연구소를 창설하여 자유주의 사상을 보급하는 일에 큰 기여를 하고 있다. 또 그는 이 책과 같은 많은 입문서나 개론서를 통하여 역시 세계의 수많은 독자(역자 포함)를 교육하고 있다. 재정적 이윤의 관점에서는 버틀러 박사가 기업가도 기업가 정신을 발휘한 사람도 아닌 것으로 여겨질지 모른다. 그러나 이윤이란 재정적 이윤뿐만 아니라 심리적

이윤도 포함한다. 경제와 사회에 대한 오해를 불식하도록 계몽함으로써 얻는 심리적 이윤을 고려하면 버틀러 박사도 큰 이윤을 얻고 있다. 버틀러 박사는 훌륭한 기업가 정신을 발휘하고 있는 훌륭한 기업가이다.

역자도 미약하나마 기업가 정신을 발휘하고 있는 기업가라고 감히 자부하고 싶다. 역자는 공공선택론, 오스트리아학과 경제학, 시장 경제 그리고 자유주의와 관련된 책을 번역하여 보급하는 일에 전념하고 있다. 역자는 이런 방면의 외국의 좋은 책들을 많이 번역하여 우리의 지식과 이해 수준을 높여야겠다고 생각하고서, 이 일에 매진하고 있다. 외국책으로부터 많은 아이디어와 깨달음을 얻을 수 있어서, 번역을 위해 읽는 원서의 독서로부터 개인적으로 누리는 즐거움이 있음은 물론이다.

“교수님, 이제는 책을 좀 쓰시지요,”라고 제자들이나 아는 교수들이 권유할 때마다, “아는 것이 부족하고 그 사람들보다 더 잘 쓸 자신이 없어서요,”라고 답하지만, 필자는 내심으로 아이디어가 중요한 것이지 그 아이디어를 누가 말했는지, 우리나라 사람이 말했는지 미국인이 말했는지가 중요한 것은 아니라는 생각을 가지고 있다. 자유주의자이기 때문에 국제주의자가 될 수밖에 없는 역자로서는 국산품 애용 운동의 오류를 안다. 외국 학자들이 더 좋은 아이디어들을 가지고 있다면 그것들을 사용하지 않을 이유가 없다. 외국 제품이 더 좋으면 국산품 대신 외국 제품을 사듯이.

문예 부흥이라고 번역되는 르네상스는 재생이라는 의미인데, 그리스, 로마 고전을 재생한다는 의미이고, 그것은 번역에서 비롯되었다. 물론 그리스 고전들이 희랍어에서 바로 영어로 번역된 것이 아니고, 희랍어에서 아랍어로, 아랍어에서 라틴어로, 라틴어에서 영어로 번역된 역사적 과정이 있지만, 중요한 것은 번역을 통해서 르네상스가 일어났다는 점이다. 영어로 번역된 그리스 고전들이 3학(三學; 문법, 수사, 논리학)과 4학(산술, 기하, 천문학, 음악)의 과목으로 대학에서 교수된 결과 오늘의 영미가 학문적으로 앞서고 경제적으로 부유하게 되었다.

이렇게 번역이 중요하다. 번역이 쌓이면 국내 독자들, 특히 젊은 독자들이

외국책을 직접 읽는 데 걸리는 시간을 절약할 수 있고, 짧은 시간에 많은 지식과 이해를 얻을 수 있을 것이며, 그것들을 토대로 우리의 것(사실 나의 것이라는 말이 더 정확하지만)을 발전시킬 수 있을 것이다. 즉, 현세대에 의해 많은 번역이 이루어지면, 미래 세대는 좀 더 편하게 아이디어 개발에 집중할 수 있을 것이다. 역자는 그런 날이 오기를 희망하면서 미약하나마 기업가 정신을 발휘하여 자유주의 저서 번역 활동에 매진하고 있다.

오늘날 우리나라 국민은 기업가와 기업가 정신에 대한 이해가 왜곡되어 있거나 부족하다. 테어드러 맥클로스키는 기업에 대한 긍정적인 태도들이 기업가 정신을 장려한다고 그리고 항상 장려했다고 말했다. 이 역서가 우리나라 국민이 기업가에 대한 긍정적인 태도를 가져오는 데 이바지하기를 희망한다.

현 집권 정부와 여당은 기업에 대해 보조금으로 유혹하거나 규제와 조세로 통제함으로써 기업 활동을 기업가 정신을 발휘하는 방향으로 돌릴 수 있으리라고 오해하고 있다. 그러나 정부가 기업가 정신의 증대에 역할이 있다면, 그것은 기업 활동에서 손을 떼는 것이다. 알렉산더 대왕이, 무엇을 도와드릴까요? 라고 물었을 때, 해를 가리지만 말라고 했다는 철학자 디오게네스의 말이 기업가 정신에 대해 정부가 할 일을 요약한다.

마지막으로, 이 책의 번역 출판과 관련하여, 변함없이 흔쾌히 번역 출판권을 주신 영국의 경제문제연구소(Institute of Economic Affairs)와 동 연구소의 학술 및 연구 이사 사이예드 카말(Syed Kamall) 교수 그리고 계약 실무를 처리해 주신 EPICENTER 이사 애덤 바사(Adam Bartha)에게 감사드린다.

2021년 5월 31일 역자 씀

옮긴이에 관해

황수연은 진주고등학교와 서울대학교 경영학과를 졸업하고 서울대학교 행정대학원에서 행정학 석사와 박사 학위를 받았다. 경성대학교 행정학과 교수를 정년퇴직하였으며, 한국하이테크소사이어티 회장을 역임하였다. 한국개발연구원(KDI) 연구원과, 경성대학교 재직 중 애리조나 대학교 경제학과(1991년[폴브라이트 교환학자], 1997년), 조지 메이슨 대학교 공공선택 연구 센터(2004년), 그리고 플로리다 주립대학교 경제학과 및 스타브로스 센터(2013년)에서 교환 교수로 연구하였다. 공공선택론, 오스트리아학과 경제학, 시장 경제, 그리고 자유주의 분야의 책을 다수 번역하였다. 이 역서들에는 에이먼 버틀러가 쓴 《공공선택론 입문》, 《루트비히 폰 미제스 입문》, 《오스트리아학과 경제학 입문》, 《자유 사회의 기초》, 《고전적 자유주의 입문》, 《축약된 국부론》, 《애덤 스미스 입문》, 《아인 랜드 개론》, 《자본주의 개론》, 《학과: 101인의 위대한 자유주의 사상가》, 그리고 버틀러가 한 장(章)을 쓴 《초보자를 위한 자유의 길잡이》가 포함되어 있다. 또한, 기업가 정신과 관련, 《시장은 어떻게 작동하는가: 불균형, 기업가 정신 그리고 발견》(이즈리얼 M. 커즈너), 《기업가 정신과 경제적 진보》(랜들 G. 홀콤), 그리고 《변영의 생산: 시장 과정의 작동의 탐구》(랜들 G. 홀콤)도 번역하였다.

웁긴이 황수연이 낸 역서(공역 포함)

- 《득표동기론: 공공선택론 입문》(고든 탈릭)
- 《현대 정치 경제론》(브루노 S. 프라이)
- 《국민 합의의 분석: 입헌 민주주의의 논리적 근거》(제임스 M. 뷰캐넌과 고든 탈릭)
- 《동물 사회의 경제학》(고든 탈릭)
- 《새 연방제론: 지방자치의 공공선택론》(고든 탈릭)
- 《게임 이론: 개념과 응용》(프랭크 저게리)
- 《사적 욕망과 공공 수단: 바람직한 정부 범위에 관한 경제학적 분석》(고든 탈릭)
- 《지대 추구》(고든 탈릭)
- 《합리적 투표자에 대한 미신: 민주주의가 나쁜 정책을 채택하는 이유》(브라이언 캐플런)
- 《공공재, 재분배 그리고 지대 추구》(고든 탈릭)

- 《득표 동기론 II: 공공 선택론의 이해》(고든 탈릭)
- 《자유주의로의 초대》(데이비드 보어즈)
- 《관료제》(루트비히 폰 미제스)
- 《전제 정치》(고든 탈릭)
- 《간결한 경제학 길잡이》(짐 콕스)
- 《복지, 정의 그리고 자유》(스콧 고든)
- 《도시 정부의 이해: 대도시 개혁의 재고》(로버트 L. 비시와 빈센트 오스트롬)
- 《경제 모형과 방법론》(랜들 G. 홀콤)
- 《공공선택론 입문》(에이먼 버틀러)
- 《대중을 위한 경제학: 오스트리아학과 입문》(진 캘러헌)

- 《미국의 외교 문제: 간결한 역사》(고든 탈릭)
- 《루트비히 폰 미제스 입문》(에이먼 버틀러)
- 《시장은 어떻게 작동하는가: 불균형, 기업가 정신 그리고 발견》(이즈리얼 M. 커즈너)
- 《자유주의와 연고주의: 대항하는 두 정치 경제 체제》(랜들 G. 홀콤)
- 《오스트리아학과 경제학 입문》(에이먼 버틀러)
- 《대도시 지역의 공공경제》(로버트 L. 비시)

《자유 사회의 기초》(에이먼 버틀러)

《초보자를 위한 자유의 길잡이》(리처드 웰링스 편)

《기업가 정신과 경제적 진보》(랜들 G. 홀콤)

《고전적 자유주의 입문》(에이먼 버틀러)

《축약된 국부론》(에이먼 버틀러)

《자유 101》(매드센 피리)

《공공 정책과 삶의 질: 시장 유인 대 정부 계획》(랜들 G. 홀콤)

《번영의 생산: 시장 과정의 작동의 탐구》(랜들 G. 홀콤)

《상식의 경제학: 모든 사람이 부와 번영에 관해 알아야 하는 것》(제임스 고트니,
리처드 스트룹, 드와이트 리, 토니 페라리니, 및 조지프 캘훈)

《애덤 스미스 입문》(에이먼 버틀러)

《공공선택론 고급 개론》(랜들 G. 홀콤)

《아인 랜드 개론》(에이먼 버틀러)

《시장의 제도입: 시장 자유주의의 정치적 부활》(존 L. 켈리)

《자본주의 개론》(에이먼 버틀러)

《정치적 자본주의: 경제 및 정치 권력이 어떻게 형성되고 유지되는가》(랜들 G. 홀콤)

《학과: 101인의 위대한 자유주의 사상가》(에이먼 버틀러)

《본질적인 오스트리아학과 경제학》(크리스토퍼 J. 코인과 피터 J. 벅키)