



## 필요와 열정으로 시작한 세가지 신화

이베이의 신화 중 첫 번째는 '창업자 신화'다.

창업자인 피에르 오미디어(Pier Omydir)가 여자 친구에게 줄 '캔디박스'를 구하기 위해 만들었다는 창업일화는 21세기 인터넷시대를 주도하고 있는 벤처기업의 속성을 잘 보여준다. 개처럼 벌여 정승처럼 쓸 돈을 벌겠다는 과거의 황금만능주의나 '돈벌레 신드롬'과는 다르기 때문이다.

이베이의 창업의 단초는 피에르 오미디어가 약혼자 팸과 함께 저녁 식사를 하던 지난 1995년 어느날에 시작됐다. '페즈'(Pez)라고 불리는 캔디박스의 수집광이었던 팸은 식사 도중 "요즘은 진귀하고 독특한 모양의 페즈를 구하기가 너무 힘들다"고 투덜댔고 오미디어는 "맞아, 바로 그거야!"라고 외치며 의자에서 벌떡 일어났다. "인터넷에 고물상을 차려 서로 바꿀 수 있도록 주선한다면, 누구든 서로 만족감을 가질 수 있는 방법이 있을 것"이며 그러면 "애인인 팸에게도 얼마든지 다양한 모양의 페즈를 선물할 수 있을 것"이라는 단순한 생각이 세계 전자상거래시장을 뒤바꾼 기업혁명으로 탄생한 것이다.

오미디어의 이베이 창업은 이렇듯 전형적인 엔지니어로서 과거 입지전적 성공을 구가한 경영자들과 달리 회사 설립 배경 자체가 달랐던 것이다. 기존 경영을 이끌었던 '기업가 정신'을 구현하겠다는 판에 박은 성공신화와는 거리가 멀었고 삶의 절실한 필요성과 사랑에 대한 열망에서 기업이 출발했다는 점에서 새로운 가치와 시대정신의 필요

성에 따라 생긴 벤처시대의 도래를 예고한 것이나 다름없다.

오미디어가 "우리는 내부적으로 커뮤니티와 동일한 가치를 나누어야만 한다. 왜냐하면 우리는 자신이 행하는 모든 행위를 통해 커뮤니티에 영향을 주기 때문"이라고 밝힌 그의 사고관은 당장 벌어들이 돈보다는 이베이라는 기업을 통해 보여주고자 했던 시대정신을 그대로 드러내고 있다. 그에 걸맞게 올해 39세의 오미디어 창업자는 지난 9월 <포브스>의 '세계 400대 부자' 명단에 77억 달러 재산으로 32위에 올랐고, 지난 11월 <비즈니스위크> 집계 결과 세계의 자선기업가 19위에 오르는 등 전형적인 '노블레스 오블리주'를 실행하는 좋은 기업가로 꼽히고 있다.

두 번째는 이같은 기업을 성공적으로 만들어낸 '사람의 신화'다. 오미디어 창업자의 성공을 만들어준 이베이 신화의 뒤에는 미국의 양대 사학인 프린스턴대를 나와 하버드 경영대학원을 마친 뒤 회사 경영을 본 궤도에 올려놓은 맥 휘트먼 회장의 영향력이 도사리고 있다. 오미디어 창업자가 자신이 직접 경영을 주도하기 보다는 전문 경영자를 통해 이베이의 성공을 기약하기 위해 좋은 경영자를 입소문과 헤드헌터업체 등을 통해 수없이 물색한 끝에 찾았고 결국 그녀가 영입됐다.

튀지 않는 리더로서 임직원들을 진두지휘하는 그녀의 경영스타일은 '다스리지 않는 경영자, 경영하지 않는 경영자'라는 평가를 받았다. 회사 구성원들의 의견을 경청하고 그들의 제언을 정책에 반영하는

지난 2001년 국내에서 옥션을 인수하며 인터넷 경매시장에 새 바람을 일으킨 전자상거래업체 이베이(www.evay.com)는 매일 새로운 역사를 쓰고 있는 세계벤처기업사에 이정표가 되는 인터넷 시대의 대명사와 같은 존재다.

이베이는 '미국 자본주의 역사상 가장 빠른 속도로 성장하고 있는 기업'으로 불린다. 잘 나가는 벤처기업이라면 첨단 기술기업의 특성상 초고속성장을 거듭하는 것은 당연하지만, 이베이는 매분기 40% 이상 성장하며 전 세계의 상품구입과 판매 등 유통기업의 문화적 패러다임을 바꾼 유례 없는 성장으로 세계를 놀라게 하는 경이적인 기록을 이어가고 있기 때문이다.

한편, 새로운 정보를 끊임없이 받아들여 사고의 폭을 확대해 나가는 전형적인 민주형 리더십이었고, 그녀의 리더십은 결국 세계 최고의 여성경영자로 불리는 '휘트먼 신화'와 '이베이의 성공'으로 연결됐다.

### 세 번째는 '성장 속도의 신화'다.

이베이의 급성장은 그야말로 현기증을 느끼게 할 정도로 급박하게 진행되고 있다. 2005년 말 현재 전 세계적으로 등록된 회원 수는 1억 5000만여 명에 이르고, 매일 새로운 회원들이 속속 이베이의 쇼핑매장을 찾고 있다. 작년 4/4분기 매출액은 전년 동기 대비 42% 증가한 13억 2900만 달러. 순이익은 36.1% 늘어난 2억 7900만 달러였던 이베이는 시가총액이 2006년 12월 현재 454억 5000만 달러에 달하는 초대형 기업으로 성장했다. 직원수는 1만 1600명에 달하고, 세계에 23개의 언어로 제공되며 세계의 경매 및 전자상거래 시장을 장악하고 있다. 이제는 물건을 사고 파는 이들의 거래횟수는 이제 미국 나스닥증권시장이나 뉴욕증권거래소(NYSE)의 주식 거래보다 많아졌고, 거래 물건도 캔디박스에서 첨단 자동차와 비행기는 물론 컴퓨터와 첨단 예술작품까지 없는 게 없을 정도로 다양해졌다. 창립 이후 매 분기 40% 이상의 초고속 성장을 거듭하고 있는 이베이는 지난 2001년 인터넷 고속성장의 진원지인 우리나라의 전자상거래업체인 옥션을 인수했고, 프랑스와 영국 등 유럽연합(EU)국가와 함께 세계 인구의 절반을 점하고 있는 중국과 인도 등 해외 시장

공략에 나서면서 세계적 기업의 신화를 써나가고 있다.

손자는 손자방법 모공(謀攻)편에서 "성을 공격하려면, 망루와 수레를 보수하고 큰 방패나 장갑차 같은 병기를 준비하기에 3개월은 걸린다. 토루를 만드는 데도 다시 3개월이 필요하다. 그에 더해 혈기에 넘치는 장군이 분함을 이기지 못해 병사를 개미떼처럼 성벽에 기어오르게 함으로써 성을 공격하여 병력의 3분의 1을 죽이고도 성을 함락시킬 수가 없다면, 이는 성을 공격하는 수단에 호소하는 것에 따르는 재앙이다"라고 설파했다. 과거 전쟁의 쓸데없는 전력 낭비와 전략가인 장수의 지혜를 강조한 이 경구는 인터넷 시대 벤처기업의 역할과 전망을 그대로 보여주고 있다. 실생활의 필요성을 바탕으로 사람을 모으는 가상공간의 장터에서 민주적인 리더십을 통해 급성장 중인 이베이는 그래서 주목을 받고 있다. 이베이 사례는 벤처기업의 좋은 경영교과서가 될 것이라는 점에서 이베이의 향후 행보를 주목한다면 벤처경영자들은 좋은 영감과 교훈을 받을 것이다.

