

# 기업의 세계화와 M&A : 유튜브 vs 판도라TV

## ❖ 글로벌기업의 조건과 금융시스템

오늘 아침 신문을 보다가 깜짝 놀랄 기사 하나를 발견하고 한참을 생각했다. 그 기사는 2007년 10월 16일 파이낸셜타임스(FT)가 중국 금융 당국 관계자의 말을 인용하여 중국 씨티은행이 미국의 투자은행 베어스틴스의 지분 인수를 위한 협상을 벌이고 있다고 보도한 것이었다.

베어스틴스(Bear Sterns)는 미국에서도 오랜 역사와 상당한 규모를 자랑하던 7위의 투자은행으로 평가 받고 있다. 그런데 최근 서브프라임 모기지 사태의 어려움을 겪고 시가 총액이 25% 하락하면서, 워렌 버핏의 버크셔 헤더웨이,뱅크 오브 아메리카, 와츠비아은행 등으로부터 러브콜을 받고 있는 상황에서 CITIC그룹이 뛰어든 것이다. 만일 CITIC그룹이 인수를 하게 될 경우, 아시아 최대의 증권회사인 자회사 증신증권과의 결합을 통해 시너지효과를 극대화할 것이다. 이는 곧 금융의 글로벌화를 의미한다고 볼 수 있다.

이것이 매우 중요한 의미를 갖는 것은 중국의 한 기업에 의해서가 아니라 중국이라는 국가 전체가 글로벌 환경에 대비하는 데 있어 중요한 디딤돌을 놓는다는 점이다. 즉, 글로벌 기업의 조건에 있어 개별 기업의 입장에서 브랜드, 상품력, 경영관리의 글로벌화도 중요하지만, 또한 금융에 있어서 글로벌 금융시스템을 갖추는 것도 매우 중요하기 때문이다.

중국 기업들이 해외로 진출하는 경우에 이러한 투자은행 등의 금융 시스템이 뒷받침이 된다면 그야말로 엄청난 힘을 발휘할 수 있다. 예를 들어 중국기업이 해외 진출(신규 혹은 M&A를 막론하고)을 하고자 하는 경우에 중국의 세계적 투자은행이 있다고 한다면 그로부터 해외진출에 소요되는 자금이나 방법에 대한 도움을 마음껏 받을 수 있기 때문이다. 이처럼 세계적인 글로벌기업들의 모든 화두가 M&A로 모아지고 있다.

- ※ “노키아는 지속적으로 인수와 협력 시나리오를 검토해 나가야 한다” (올리 페카 칼라스부오, 노키아 CEO)
- ※ “M&A는 모토로라의 중요한 성장동력이 될 것이다” (애드 찬더, 모토로라 CEO)
- ※ “인수합병은 인접시장 진입과 새로운 영역에서의 사업정책을 가속화할 것” (조지 버틀리, 3M 회장)

## ❖ 글로벌화와 M&A

M&A를 통해 누리고자 하는 것은 시너지효과를 통한 경쟁력의 강화, 그리고 시장지배력의 확대 및 유지하는 것이다. M&A를 통한 글로벌 경쟁력을 더욱 공고히 하자는 것이 그 주된 목적이다. 그런데 국내기업의 처지는 어떠한가?

닷컴 열풍과 버블의 붕괴 이후 전세계 인터넷 업계의 화두로 등장한 것이 바로 웹2.0과 UCC(User Created Contents)라는 것이었다. 그 중 UCC는 2006년 10월 구글이 설립된 지 17개월에 불과한 유튜브(YouTube)라는 회사를 무려 16억 5천 달러(약 1조 6천억 원)에 인수하면서 또 다른 신화창조와 함께 전세계인의 주목을 받게 되었다. 그러면서 동시에 국내에서는 유튜브에 대응하는 판도라TV라는 회사에 대해서 주목을 하게 된다.

그런데, 유튜브에 대한 M&A 금액을 둘러싸고 자주 받는 질문 중의 하나가 “한국의 판도라TV의 기업가치는 얼마나 되는가”에 관한 것이다. 실제로 많은 이들이 2005년 4월에 설립된 유튜브보다 판도라TV는 2004년 10월에 설립되어 역사도 길고 UCC 관련 기술도 더욱 뛰어나다고 평을 받고 있다. 그래서 자연스럽게 “판도라티비가 더 비싸지 않겠느냐”라고 말하는 사람도 있다.

하지만 아쉽게도 현실은 그렇지 못한 것이 사실이다. 이것은 자주 논의되고 있는 테마 중의 하나인



기술가치 평가와 관련되어 있다. 하지만, 불행하게도 기술적인 우수성 및 독창성의 가치(intrinsic value)를 기술적으로 환산할 수 있는 방법은 없다.

일반기업에 대한 기업가치평가와 마찬가지로 이루어진다. 즉, 무엇보다 중요한 것은 기술이 적용될 산업에서의 시장의 규모와 그 시장에서의 미래 수익 창출능력에 따라 결정이 되는 것이다. 그래서 인구에 회자되는 “기술이 아무리 뛰어나고 독창성이 있어도 그 기술을 사용할 시장이 없다면 가치도 없는 것이다.”라는 말이 있다.

여기서 시장의 규모라는 것이 달리 말하면 글로벌 시장을 염두에 둔 것이라고 할 수 있다. 즉, 유튜브의 시장은 전세계를 대상으로 하는 것임에 비해 판도라TV는 주된 사용자 시장이 한국으로 국한되어 있다는 것이 양사의 기업가치를 결정짓는 가장 큰 요소라고 할 수 있다. 국경이 없는 인터넷 산업에서 엉뚱한 말로 들릴 수 있다.

하지만, UCC를 이용하는 비즈니스 모델은 다른 IT기술과 달리 국제 표준이라는 것이 없다. 오히려 국제 표준이라 하면 기술적인 측면이 아니라 콘텐츠의 내용이 얼마나 국제적으로 통용될 수 있는가하는 것이다. 그래서 양사의 가장 큰 경쟁요소인 콘텐츠의 내용을 보면 유튜브의 콘텐츠는 대부분 국제 공용어인 영어를 사용하는 반면에 판도라TV의 그것은 한국어 일색이다. 한국어를 모르는 외국인들이 판도라TV를 볼지는 의문이다. 그래서 현재 판도라TV의 시장은 한국에 국한되어 있다고 하는 것이다.

#### ❖ 한국기업의 글로벌화와 M&A

그러면 판도라TV가 글로벌화되고 세계적인 기업이 되려면 어떻게 해야 할 것인가? 물론 제일 먼저 콘텐츠의 국제화를 이루어야하는 것은 두말 할 나위 없다. 콘텐츠의 국제화가 이루어 지고 판도라TV가 세계 인터넷 업계에 알려지기 위해서는 가장 손쉬운 방법이 해외 유사 기업의 M&A를 통해 규모를 확대하는 것이 될 것이다. 이 경우 판도라TV의 글로벌화를 위한 해외 M&A를 하고자 한다면 글로벌화된 금융 등의 지원시스템이 필요하고, 이런 제도가 잘 되어 있다면 국내 기업의 세계화가 한결 쉬

워질 것이다. 그래서 중국 씨틱그룹의 베어스틴스 인수 시도에서 우리는 중국에 대한 두려움과 부러움이 함께 교차하게 한다.

물론 판도라TV가 한국시장에 안주하고자 한다면 글로벌화는 필요 없을 것이다. 하지만 가까운 미래에 동종의 외국 글로벌기업이 한국시장에 진출한다고 하면 판도라TV의 미래는 어떠한 것인가? 여기서 우리는 기업의 국적에 대해서 다시 한번 돌이켜 생각해볼 필요가 있다. 예를 들어 삼성전자가 본사를 미국 뉴욕으로 옮긴다면 어떻게 될까? 한국 기업이라고 할까 아니면 미국 기업이라고 할까? 중국기업인 레노보(Lenovo)는 미국 IBM의 PC 사업부문을 인수하면서 향후 고객에 대한 이미지관리를 위해 자발적으로 본사를 미국 뉴욕으로 옮겼다. 그러면 레노보는 미국 기업이 되었는가?

얼마 전 TV에서 워렌 버핏과 빌 게이츠가 미국 대학생들과의 대담에서 빌 게이츠는 “중국이 오히려 미국보다 더 자본주의적인 측면이 있다”고 하면서 향후 미국 기업의 경영에 있어 중국을 예의주시할 것을 지적하는 것을 보았다. 참으로 일리가 있다고 생각한다. 한국의 중소기업뿐만 아니라 대기업들도 세계시장의 무한 경쟁 속에서 살아남기 위해서는 ‘경영 패러다임의 대변혁’을 요구한다. 왜냐하면 쇼는 진행되어야 하므로.