골드먼 삭스를 통해 본 금융회사와 소비자 신뢰의 문제

이승준 연구위원

요약

금융회사에 대한 소비자의 신뢰에 기반하여 고객의 성공을 위해 봉사하면서 그 과실을 나누는 것이 금융회사의 장기적이고 안정적인 성공의 지름길이란 사실을 금융업 종사자들은 인식하여, 그 전문성을 고객의 이익에 부합하는 방향으로 우선적으로 발휘하는 기업문화를 다져 나가야 함.

- 지난 3월 14일, 한 골드먼 삭스의 직원이 회사를 떠나면서 남긴 뉴욕타임즈 칼럼 "내가 골드먼 삭스를 떠나는 이유(Why I Am Leaving Goldman Sachs)[1]"는 금융회사가 금융소비자를 대하는 자세와 기업문화에 대하여 시사점을 줌.
  - 골드먼 삭스는 33,000명이 넘는 임직원을 가진 세계 최대의 투자은행이며 금융위기를 거치면서 금융지주회사로 전환하였음.
- 뉴욕타임즈에 칼럼을 쓴 그레그 스미스(Greg Smith)는 유럽, 중동, 아프리카 지역 펀드에 미국주식파생상품을 파는 영업을 담당하는 33세의 젊은 직원으로 뉴욕에서 10년간 근무 후 직전까지 런던에서 일해 왔음.
  - 남아프리카공화국 출신의 유태인으로 스탠포드대학에 전액 장학금을 받고 입학하여, 재학 당시 여름학기 인턴부터 시작하여 대학졸업 직후부터 거의 12년간 골드먼 삭스에서만 재직함.
  - 그는 골드먼 삭스에서 그와 비슷한 직급(executive director)의 직원이 약 12,000명 정도가 있는 초급간부임.

---

1) Greg Smith(2012. 3. 14), "Why I Am Leaving Goldman Sachs", New York Times.

- 그는 골드먼 삭스의 기업문화에서 팀워크, 도덕성, 겸손과 고객을 위해 올바른 일을 하는 미덕이 사라지고 점차 고객의 이익이 금융회사의 이익보다 뒷전으로 밀리고 있는 현상을 지적하며 이에 실망하여 골드먼 삭스를 떠난다고 함.
  - 골드먼 삭스의 143년간의 역사와 성공 뒤에는 돈벌이에만 매몰되지 않고 고객의 이익을 우선으로 여기는 문화와 이러한 문화에 대한 금융회사 직원들의 믿음과 자긍심의 있었다고 전제함.
  - 하지만 골드먼 삭스에 이러한 기업문화가 더 이상 존재하지 않으며 따라서 조직에 대한 믿음과 자긍심도 사라지고 없다는 생각이 들어 조직을 떠나기로 결심하였음.

- 특히 회사의 이익을 높이기 위해 고객에게 손실이 될 수도 있는 거래를 하도록 만드는 행위(ripping eyeballs out)가 빈번해지고 이러한 행위가 정당화되며 심지어 더 많이 보상받는 골드먼 삭스의 변질된 기업문화를 질타함.
  - 심지어 몇몇 직원들이 고객들을 손해를 보면서도 금융회사에 돈을 벌어다 주는 속칭 ‘봉(muppets)’으로 지칭하는 현실을 개탄하고 있음.
  - 또한 이러한 도덕심이 없는 기업문화를 가진 금융회사에서 출세하는 빠른 방법의 예를 들며 골드먼 삭스에서는 단기실적에 매몰되어 이러한 잘못을 바로 잡을 리더십이 사라졌음을 지적함.
    - 회사에 더 이상 많은 이익을 줄 것 같지 않은 금융상품을 고객에게 떠넘기기
    - 고객에게 손실을 주더라도 회사의 이익을 극대화 할 수 있는 거래에 집중
    - 유동성이 없고 투명하지 않은 세 개의 영문 자모[2])로 이루어진 상품을 거래

- 이러한 일련의 지적들은 우리나라 금융회사의 기업문화와 금융소비자를 대하는 의식에도 시사하는 점이 크다고 할 수 있음.
  - 특히 금융업 종사자들의 고객을 대하는 기본적인 태도에서 회사와 고객의 단기적 이익이 상충되는 상황에서의 처신에 대한 방향을 제시하고 있음.

- 금융회사는 상호 간의 신뢰를 바탕으로 고객에게 필요한 금융서비스를 공급해 준다는 기본역할에 충실하고 고객중심의 경영마인드를 가진 기업문화를 정착시켜야 함.

2) 금융회사의 고객들이 이해하기 힘든 CDS(Credit Default Swap)나 CDO(Collateralized Debt Obligation)와 같은 파생금융상품을 지칭함.

- 이를 위해서 금융회사는, 그레스의 스미스도 지적하듯, 지나친 이익지상주의(Profit-above-all mentality)를 배격해야 함.
- 또한 금융회사 조직에서 구성원들의 도덕심 감소는 고객의 신뢰를 떨어뜨리고 조직의 장기적인 생존에 심각한 위해요소란 인식을 가져야 함.
- 금융회사는 우선적으로 고객의 이익에 부합되는 서비스를 제공해야 하며, 어떤 경우에라도 회사의 이익을 위해 고객의 이익을 희생시켜서는 안 됨.

고객에 대한 금융회사에 대한 신뢰의 바탕 위에서 고객의 성공을 위해 봉사하면서 그 과실을 나누는 것이 금융회사의 장기적인 성공의 지름길이란 사실을 금융업 종사자들은 골드먼 삭스의 예를 통해 반면교사로 삼아야 할 것임.

- 금융업은 기본적으로 서비스업으로 금융서비스란 고객의 필요에 따라 금융회사의 전문성을 활용하여 봉사(service)하고 그 대가를 받는 것이 그 본분이라 할 수 있음.
- 이를 위해 금융회사의 보수체계를 장기적 성과에 따라 보상하는 등의 제도적 보완도 중요하지만, 더욱 중요한 것은 금융업 종사자들이 고객을 위해 올바른 판단을 내릴 수 있는 기업문화를 만드는 것임.
- 이러한 문화에 대한 금융회사 조직의 믿음과 자긍심은 장기적이고 안정적인 금융회사의 성장을 이끌 수 있을 것으로 보임. kiri