

한정화 교수의 '공정과 상생'을 읽고

# 시장과 경제의 발전, 그리고 공정과 상생

지난 달 실렸던 한정화 교수의 글 '공정과 상생'은 대기업과 중소기업의 상생을 다루고 있으며 이 과정에서 공정의 문제도 함께 논의하고 있다. 이와 함께 재벌 대기업이 부당 내부거래, 편법상속, 위장계열사 문제 등을 일으키는 부도덕한 집단이라고 비판하고 이들이 막강한 권력집단이므로 여론과 법적 장치를 통해 제어하여야 한다고 주장하고 있다.

글 조성봉 한국경제연구원 선임연구원

## 대기업과 중소기업의 상생, 가능할까?

한교수께서 제기하는 재벌 대기업의 문제점은 공정과 상생이라는 논의의 주제는 간접적으로 관련이 있을 수 있겠으나 부당 내부거래, 편법상속, 위장계열사 문제 등 논의의 주제가 회사법, 공정거래법 및 세법의 구체적인 내용을 통해 사안별로 진행되는 것이 바람직하므로 여기서는 다루지는 않도록 한다. 필자는 한교수의 대기업과 중소기업간의 상생 논의에 대해서 문제를 제기하고자 한다.

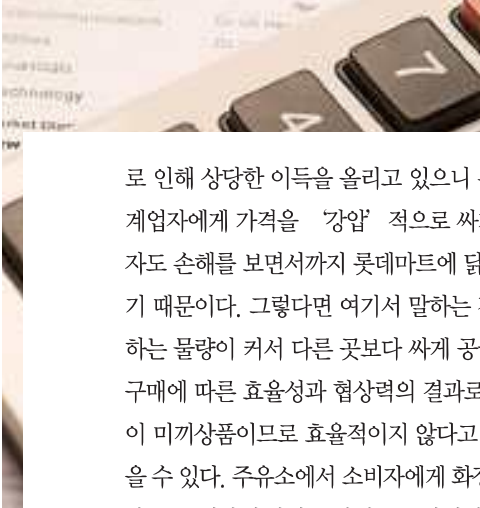
한교수께서 이마트 피자나 롯데마트 통큰치킨의 사례를 들며 대기업이 중소기업의 영역에 진입하는 것은 효율성이 낮아 사회적 비용이 증가하고 그 부담이 중소기업에게 전가된다고 하였다. 또한 대기업이 영세 자영업자들과 경쟁하는 것은 정당성이 결여되며 배려의 원리에도 위배된다고 지적하고 있다. 한교수는 특히 1,000마리의 양을 가진 자가 이웃집의 1마리 양을 넘보는 것은 불공정한 행위이며 추수할 때 이삭을 남겨 놓아 가난한 사람들이 자존감을 유지하면서 생계를 꾸려갈 수 있도록 해야 한다면서 성경의 내용을 인용하고 있다.

## 강압적(?) 가격인하 시도

먼저 한교수께서 지적한 효율성 문제를 살펴보도록 하자. 한교수는 이마트의 피자나 롯데마트의 치킨은 고객을 유인하기 위한 미끼 상품일 뿐이고 효율성 향상에 기여하기 힘들다고 보았다. 직접 원가만이 아닌 부차적인 서비스나 장소에 대한 임대료, 인건비 등을 고려할 때 효율성을 높였다고 보기 힘들다는 것이다. 한교수는 이들이 강압적 가격인하를 시도하게 될 개연성이 높아 결국 중소기업에게 부담이 전가된다는 것이다.

여기서 이해하기 어려운 것은 '강압적'이라는 표현이다. 이마트에 피자를 공급하는 업체는 중소기업이라고 할 수 없는 조선호텔 베이커리이고 또 이





로 인해 상당한 이득을 올리고 있으니 논외로 하자. 롯데마트의 경우를 보면 통큰치킨을 팔면서 중소기업자에게 가격을 '강압' 적으로 싸게 받아 부담을 전개시켰다는 것을 의미한다. 그러나 어떤 양계업자도 손해를 보면서까지 롯데마트에 닭을 공급하지는 않는다. 롯데마트 외에도 닭을 팔 수 있는 곳이 많기 때문이다. 그렇다면 여기서 말하는 강압이란 것은 적절한 표현이 아닐 것이다. 물론 롯데마트가 구매하는 물량이 커서 다른 곳보다 싸게 공급할 수는 있을 것이다. 그러나 이는 어디까지나 롯데마트의 대량 구매에 따른 효율성과 협상력의 결과로 보아야지 이를 '강압' 으로 해석하는 것은 무리이다. 통큰치킨이 미끼상품이므로 효율적이지 않다고 평가절하하는 것도 적절하지 않다. 마케팅에는 다양한 전략이 있을 수 있다. 주유소에서 소비자에게 화장지를 무료로 주는 경우도 있고 통큰치킨처럼 소비자에게 원가 이하 또는 원가에 가까운 가격으로 팔면서 다른 상품의 구매를 유도하는 상품인 Loss Leader도 있을 수 있다. 플라로이드에서는 카메라 가격을 원가 이하로 팔고 필름값을 비싸게 받는 전략을 택하였고 제록스에서는 과거의 복사기를 값싸게 대여하고 복사기 값을 비싸게 받는 전략을 택하였다. 통큰치킨의 경우 전체 프라이드 치킨시장에서 차지하는 시장점유율이 크지 않아 외국의 경쟁법이나 우리나라 공정거래법을 적용하자면 독점력이 있었다고 보기 어려우므로 이른바 '약탈적 가격행위(Predatory Pricing)'라고 할 수도 없다.

### 정당성과 배려가 없다는 주장에 대하여

대기업이 중소기업의 영역에 뛰어들어 경쟁하는 것은 정당성이 없고 배려의 원리에도 위배된다는 주장은 글로벌 시대에서 시장과 경제의 발전과정에 비추어 보았을 때에 일반화하기 어렵다. 과거 우리나라는 중소기업 고유업종을 정하여 대기업이 진출하지 못하게 하였다. 그러나 WTO체제와 FTA의 확산으로 시장이 개방되자 이 같은 중소기업 보호는 여러 부작용을 가져오게 되었다. 즉, 외국에서는 이 같은 중소기업 고유업종이란 제도가 없어서 대기업이 값싸고 품질 좋은 상품을 대량으로 만들어 수출하는데 우리나라에서는 이를 중소기업이 만든 제품과 경쟁하다 보니 소비자가 외면하게 된 것이다. 대표적인 것이 문구류이다. 문구류를 중소기업 고유업종 지정으로 인해 대기업이 진출하지 못하였으나 시장개방으로 미국의 3M 등 우수한 외국의 대기업제품이 진출하자 국내 문구류 시장은 외국제품 점유율만 높이지게 되었고 중소기업들은 많은 어려움을 겪게 되었다. 유통시장이 1997년 개방되었을 때 많은 사람들이 우리나라



의 유통시장이 외국계 대형 할인매장에 의해 지배될 것이라고 예견하였다. 그러나 거꾸로 월마트나 까르푸와 같은 외국계 대형 할인매장은 우리 유통시장에서 철수하였다. 이마트와 롯데마트와 같은 우리나라 대형 할인매장과의 경쟁에서 견딜 수 없었기 때문이었다. 만약 중소매장만 있었고 우리 대기업의 대형 할인매장이 없었더라면 우리 유통시장은 외국계 대형 할인매장에 의하여 지배되었을 가능성이 높다.

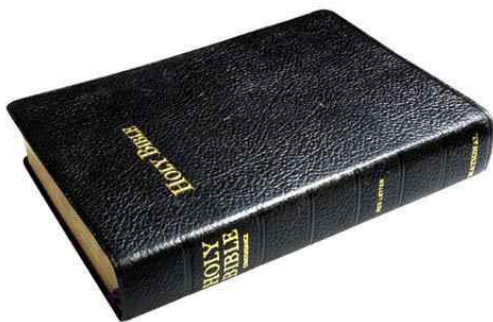
그러나 대기업과 중소기업의 경쟁은 이 같은 글로벌 시대의 경쟁 이전에 이미 눈에 보이지 않는 영역에서도 항상 진행되어왔다. 대기업이 만든 과자가 골목 안 재래식 과자점과 빵집을 오래 전에 대체하였고 대기업이 만든 의류가 시장의 양장점을 대체하였다. 사실 이런 식으로 따지면 중소 대장간들이나 조선소를 보호하기 위해서 포항제철이나 현대중공업이 생기는 것은 공정하지 않은 것이었고 시장에서 엇당을 만들어 파는 가게를 보호하기 위해서는 설탕을 제조하는 대기업이 공장을 만드는 것도 중소기업을 배려하지 않아 부도덕한 것이어야 한다. 이런 식으로 중소기업과 대기업의 경쟁을 살펴보자면 우리가 민감하게 눈에 볼 수 있는 것 외에도 눈에 잘 안 보이는 수 많은 영역에서 문제를 제기해야 한다. 삼성전자가 부품을 직접 만들면 차라리 중소기업과 경쟁하는 것처럼 보이지 않으므로 공정한 것이고 우리나라

## 경제성장은 중간과정과 시행착오는 있으나 궁극적으로 한 나라의 소득분배, 공정성, 관용, 계층간 이동가능성, 민주주의와 나아가서는 환경문제까지도 개선하는 가장 중요하고 근본적인 요인이다.

라의 전자산업의 경쟁력이 향상되고 소비자가 값싸게 물건을 살 수 있는 것이어도 중소기업과 경쟁하였다면 중소기업을 배려하지 않은 것이어서 문제시할 것인가?

### 시장경제를 거부하는 논리들

결국 이런 식의 논리는 시장경제를 부정하는 것이고 시장과 소비자의 힘에 의해서 시장이 진화하는 것을 거부하는 것과 다름 아니다. 기술발전과 규모의 경제에 의한 생산방식으로 값싸고 질 좋은 제품을 소비자에게 공급하는 방식으로 경쟁하는 것이 중요한 것이다. 대기업이 중소기업의 영역에 뛰어들어서는 안 된다는 단순논리는 그 경계와 영역과 조업형태를 구분지을 수도 없다. 어디부터 중소기업으로 하고, 어디부터 대기업으로 할 것인가? 자산규모 1,000억의 기업이 중소기업과 경쟁하면 좋고 2,000억의 기업이 경쟁하면 안 되는가? 30대기업이 대기업인가, 아니면 '821'개 대기업까지 확대해야 하는가? 경쟁영역은 어떻게 할 것인가? 소비재로만 할 것인가, 생산재로까지 확대할 것인가? 소비재 안에서도 눈에 띄는 피자시장에 대기업이 뛰어들면 공정하지 못하고 눈에 안 띄는 자동차 유통시장에 뛰어들면 불공정한 것인가? 조업형태는 또 어떠한가? 피자시장의 경우 피자헛, 도미노 등의 외국계 또는 우리 대기업의 프랜차이즈가 주종인데 대기업계열의 프랜차이즈는 중소기업으로 볼 것인가? 서울우유나 농협과 같은 조합은 대기업으로 볼 것인가? 대형 할





인점인 농협 하나로마트는 중소기업으로 볼 것인가, 대기업으로 볼 것인가? 이 같은 구분을 구체적으로 적용하면서 중소기업과 대기업의 경쟁에 대한 공정성을 검토하는 것은 현실성도 없고 의미도 없는 호소일 뿐이다. 한교수의 논리를 구체적이고도 철저하게 적용하자면 우리는 미국의 아미쉬 마을의 기독교도들처럼 문명을 거부하며 살아야 할 지도 모른다.

한교수께서 인용한 성경구절의 내용을 대기업과 중소기업의 상생에 적용하는 것도 다소 무리라고 보여진다. 1,000마리의 양을 가진 자가 이웃집의 1마리의 양을 넘보는 것은 다윗이 범죄하였을 때에 나단 선지자가 이를 지적하면서 비유로 든 내용이다. 다윗이 우리야의 아내 밋세바를 빼앗아 간 명확하고 분명한 부도덕한 행위에 비유한 내용을 경제를 바라보는 시각과 관점에 따라 논란이 있을 수 있고 구분하기도 어려운 내용에 적용하는 것은 무리라고 느껴진다. 또한 추수할 때 이삭을 남겨두는 이야기는 대기업과 중소기업의 경쟁에 적용하는 것과는 다른 의미를 지녔다고 본다. 이는 오히려 정부가 생활보호계층이나 보호하여야 할 계층에 대해 시행하는 복지기능에 대해 적용할 비유라고 판단된다. 중소기업은 그 자체가 당당한 경제주체이며 이삭을 줍는 존재로 보는 것은 부적절하다.

하버드 대학의 벤자민 프리드만 교수는 ‘경제성장의 도덕적 결과(Moral Consequences of Economic Growth)’라는 책을 통하여 여러 나라에 대한 경험적 연구결과 경제성장이 중간과정과 시행착오는 있으나 궁극적으로 한 나라의 소득분배(distribution), 공정성(fairness), 관용(tolerance), 계층간 이동가능성(social mobility), 민주주의(democracy)와 나아가서는 환경(environment) 문제까지도 개선하는 가장 중요하고 근본적인 요인임을 밝히고 있다. 어려운 산업구조의 조정과 자원의 재배분 그리고 소비자 선택과 경쟁의 과정을 거치면서 시장과 경제는 발전하기 마련이다. 그리고 이 과정에서 공정성과 상생의 문제도 다소의 시행착오와 어려움을 거치기 마련이다. 개별적인 사안과 경우에 따라 분명히 한교수께서 지적하는 문제점도 나타나고 있고 이에 따라 대기업이 반성하고 정부가 정책적으로 해결해야 하는 부분도 있을 수 있다. 그러나 이 문제를 일반화하는 것은 사람들이 생활의 근거를 두고 있는 시장과 경제의 발전 그 자체를 막는 것일 수 있다.

\* 이 글은 개인적인 의견으로 본 회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

