

현정화 교수의 글(2011년 3호)에 대한 재반론

공정과 상생

글 조성봉 한국경제연구원 선임연구원

지난 달에 현정화 교수님께서 제 글에 대한 답을 편지형태로 보내오셨습니다. 여러 면에서 저의 선배이신 한 교수님께서 제 글에 친절히 답을 해주시고 상세히 지적해 주셔서 감사를 드립니다. 공정과 상생이란 관점은 이 시대를 사는 사람들에게 의미 있는 주제이고 또한 크리스천에게 있어서도 여러 가지를 생각하게 만드는 제목이라고 할 수 있습니다. 제가 말씀드린 내용에 대해서 한 교수님께서 반론을 제기하셨지만 여전히 제 입장이 정확하게 전달되지 않은 것 같습니다. 또한 제 주장과 생각에 대해서 한 교수님께서 동의하지 않는 점도 있는 것 같습니다. 논점을 명확하게 하기 위해서 보다 구체적으로 말씀을 드려야 할 필요가 있다고 생각합니다. 이 과정에서 다소 전문적인 분야도 언급하여야 할 것 같습니다.

소비자 앞에서는 대기업과 중소기업이 평등해야

우선 대기업과 중소기업의 구분에 대해서 제가 의문을 제기하는 것은 정책적인 편의를 위해 제조업의 경우 근로자 300인 또는 자본금 80억원 이하와 같이 중소기업을 정의하는 사실을 부정하지는 것은 아닙니다. 여러 나라에 이와 같은 중소기업의 정의가 있습니다. 정작 제가 말씀드리고 싶은 점은 다른 나라와 마찬가지로 우리나라 공정거래법에서는 중소기업과 대기업의 경쟁을 구분하고 있지 않다는 것입니다. 즉, 시장에서 경쟁함에 있어서 대기업과 중소기업을 차별하지 않는다는 것입니다. 그러나 요즘 논의되는 많은 내용들은 대기업이 중소기업의 영역에서 경쟁해서는 안 된다는 것으로 이해됩니다. 저는 소비자를 둔 경쟁 앞에서 이와 같은 대기업과 중소기업의 구분은 불필요하며 또 있어서도 안 된다는 입장입니다. 공정거래위원회도 대기업과 중소기업이 직접 경쟁하는 영역에서 중소기업의 편을 들고 있는 것은 아닙니다. 공정거래위원회는 '경쟁자'를 보호하는 것이 아니고 '경쟁'을 보호해야 하기 때문입니다.

감성적 메타포의 위험성

한 교수님께서 '전체파이를 키우면서 이와 관련된 중소기업의 시장을 확대하는 것'이 대기업의 역할이라고 말씀하시는 것으로 이해됩니다. 특히, 한교수님께서 제시한 '삼성한테 빚맞아도 사망', '대형마트가 들어선 것을 비판한 슈퍼마켓 주인 일가족 6명의 집단자살' 등과 같은 사례를 들으면 어려운 가운데 중소기업을 하면서 대기업의 존재로 인하여 어려움을 겪는 중소기업의 입장이 심분 이해되고 또 한편으로는 대기업에 대해 분노도 느낄 수 있습니다. 이런 점에서 한교수님께서 힘의 불균형에 기반한 제로섬 게임을 조장하는 사회가 되어서는 안 된다고 하시면서 약육강식의 논리만이 지배한다면 인간사회가 아닌 정글에 불과하다고 하셨습니다. 그러나 이와 같은 감성적인 메타포는 개별적인 사례를 바라볼 때 몇 가지 위험성을 내포하고 있습니다. 첫째는 공정한 물이라는 논의는 이같은 비유나 메타포로 진행되어서는 안 되고 아주 구체적인 사안으로 진행되어야 한다는 것입니다. 두 번째는 개별적인 사례를 일반화하는 오류를 범할 수 있다는 것입니다. 세 번째는 이같은 시각은 문제를 너무 좁게 볼 수 있다는 것입니다.

'통큰치킨'은 약탈적 가격행위인가

먼저 첫 번째 관점에 대해 말씀을 드려보겠습니다. 정글의 논리가 아닌 인간사회의 논리여야 한다는 것에 대해서 저는 이를 대부분의 나라에서 채택하고 있는 경쟁법의 논리를 따라야 한다는 말씀으로 이해하고 싶습니다. 왜냐하면 직간접적으로 대기업과 중소기업간 경쟁이 전혀 없는 상황이란 본질적으로 있을 수 없기 때문입니다. 대기업은 중소기업이 보완하며 서로 협력하는 경우도 있지만 소비자의 선택을 위해 경쟁하는 것은 피할 수 없는 상황입니다. 저는 한교수님께서도 대기업이 중소기업과 전혀 경쟁하지 않는 사업영역을 추구해야 한다는 식으로 말씀하셨다고는 생각하지 않습니다. 다만, 경쟁을 하더라도 선의의 경쟁을 하여야 한다는 것이 한교수님이 지적하신 포인트라고 생각합니다. 한교수님께서 이를 경쟁법 논리를 넘어서면서 대기업이 취해야 할 행위규범으로 말씀하시는 것이라면 그 논점이 보다 상세하게 구체화되어야 한다고 생각합니다. 경쟁법 논리를 넘어서는 논의의 사례로서는 대기업이 처음부터 대형마트를 하면 안 된다거나 또는 지난해 말 통과된 유통산업발전법 개정안에 나타난 것처럼 재래시장 인근에 입점해서는 안 된다는 식의 문제제기를 들 수 있습니다. 한교수님이 제시한 메타포에 맞추자면 '인간사회의 논리'는 경쟁법의 논리라고 생각합니다. 왜냐하면 유통산업발전법 개정안과 같은 경쟁법을 넘어서는 논리는 몇몇 예외적인 경우를 제외하고는 다른 나라에서 입법화된 일반적인 사례라기 보기 어렵기 때문입니다. 구체적으로 '통큰치킨'의 경우 경쟁법적인 논점으로 말씀을 드린다면 가장 먼저 생각할 수 있는 것은 이른바 경쟁정책 분야에서 논의되는 '약탈적 가격행위(predatory pricing)'입니다. 그러나 약탈적 가격행위와 같은 불공정거래행위는 사업자



가 상당한 시장지배적 지위를 가지고 있는 경우여야 경쟁을 제한할 개연성이 있다는 것이 그동안 경쟁정책 학계와 또 법원판결에서 나타나고 있는 일치된 견해입니다. 그러나 롯데마트는 시장지배적 지위에 있지 않으며 치킨의 시장점유율도 채 5%도 안 될 정도입니다. 이는 ‘통큰치킨’이 롯데마트의 프로모션 활동이라는 것을 의미합니다. 그리고 이같은 프로모션은 대형유통업체간의 경쟁을 불러들이는 경쟁촉진적 영업행위로 이해해야 할 것입니다. ‘통큰치킨’외에도 기업들은 대기업·중소기업을 막론하고 여러 가지 프로모션 활동을 합니다. 이에 대한 가치판단과 평가는 자유롭게 이루어져야 하지만 정책적 함의를 갖는 경우에는 관련된 전문분야의 이론적 배경이 있어야 한다고 생각합니다. 제가 배우고 공부한 경쟁정책 분야의 경제학과 경쟁법의 관점에서는 ‘통큰치킨’의 경우가 경쟁을 저해하였고 공정거래법을 위반하였다고 판단되지 않습니다.

두 번째로 ‘삼성한테 빗맞아도 사망’이라는 메타포는 자칫 삼성과 분쟁이 생기는 모든 경우 중소기업은 연약하고 억울하며 삼성은 횡포를 부리는 기업이라는 식으로 일반화될 수 있는 위험을 내포합니다. 나아가서 중소기업과 대기업이 갈등관계에 있을 때 잘못된 대기업에 있기 마련이라는 논의로 이어지기 쉽습니다. 즉, 한교수님의 메타포는 ‘중소기업과 갈등하는 대기업은 횡포를 부리는 것이다’→ ‘통큰치킨’은 롯데마트라는 대기업이 중소 치킨점과 갈등을 불러들이고 있다’→ ‘그러므로 롯데마트는 중소 치킨점에게 횡포를 부리는 것이다’라는 일반화로 이어지게 하므로 논리를 비약하는 그림 언어일 수 있다는 것입니다.

세 번째로 이는 첫 번째 논점과 관련되어 있는 것인데 문제를 너무 좁게 볼 수 있는 위험성을 내포합니다. 대·중소기업간의 갈등만을 볼 때 우리는 소비자를 놓치기 쉽습니다. 최근 폭등하는 물가로 말미암아 소비자들이 얼마나 큰 고통을 겪고 있는지는 잘 이해하실 것으로 생각합니다. 대형마트가 진입하여 소비자에게 선택의 자유를 주고 가격을 낮추어 주면 그 혜택은 소비자에게 돌아갑니다. 많은 경험적 연구는 대형마트의 진입으로 소비자는 보다 편하고 질 좋은 상품을 싸게 구입할 수 있는 것을 보여주고 있습니다. ‘대형마트가 들어선 것을 비관한 슈퍼마켓 주인 일가족 6명의 집단자살’은 참으로 슬프고 애절한 일입니다. 그러나 동일한 문제가 물가인상으로 고통 받는 도시근로자에게도 적용될 수 있습니다. 특히 우리나라는 농수산물에 대한 수입이 자유롭지 않아 소득수준이 낮은 도시근로자들이 높은 물가로 어려움을 겪고 있으며 이로 인해 극단적인 선택을 하는 사람들의 예도 적지 않게 찾을 수 있습니다. 그러나 중소기업과 대기업간의 관계만을 보게되면 경쟁의 효과가 가져다 주는 큰 시각을 놓칠 수 있습니다.

소비자의 편익이 우선되어야

한 교수님께서서는 대기업 과자가 재래식 과자점과 빵집을 대체했고 포항제철과 현대중공업이 중소 대장간이나 조선소를 대체했다는 식의 논리는 연관성이 없는 무리한 논리라고 보시는 것 같습니다. 그러나 비록 제가 든 예가 적절하지 않을 수는 있어도 이는 변함없는 사실이며 이를 위한 예는 무수히 많다고 생각합니다. 롯데마트가 통큰치킨을 판매한 것에 대해 어떻게 동네 치킨점과 같은 중소기업과 경쟁할 수 있는냐는 식으로 문제를 제기하는 것은 대기업이 참기름을 대량으로 만들어서 재래시장 기름집과 어떻게 경쟁할 수 있는냐고 문제를 제기하는 것과 전혀 다르지 않다고 생각합니다. 궁극적으로 소비자의 선택이 중요하기 때문에 소비자의 편익과 무관한 대중소기업간의 갈등 봉합은 의미가 없다고 생각합니다. 유통산업발전법 개정안에서 재래시장 인근에 대형마트의 입점을 금지하였지만 정작 홈쇼핑이나 인터넷쇼핑으로 재래시장에서 파는 간장게장을 구입하는 재래시장 인근의 소비자 선택까지도 규제할 수는 없는 것처럼 말입니다. '통큰치킨'은 단지 우리 눈에 잘 띄고 보다 드라마틱하게 포장될 수 있기 때문에 언론과 정치권, 심지어는 청와대에서도까지 개입한 경우가 많고 할 수 있습니다. 그러나 그것이 시장과 경쟁의 본질입니다. 시장의 범위를 넓게 잡을 때에는 전혀 관계없는 것처럼 보이지만 사실은 소비자의 선택을 위해 서로 경쟁하는 처지일 수밖에 없습니다. 더 큰 문제는 롯데마트의 '통큰치킨'이 중단된 이유입니다. 청와대 정무수석이 트위터를 통해 이를 문제시하자 롯데마트가 이를 전격적으로 철회한 것입니다. 저는 이같은 관행이 더 큰 문제라고 생각합니다. 먼저 TV와 신문에서 여론 재판을 받고 다음으로 청와대나 정부부처의 유권(?) 코멘트를 통해 간접적으로 제재하는 것입니다. 그러나 이 사안은 매우 전문적인 경쟁법적인 사안이므로 전문성 있는 독립규제위원회나 사법부에서 논의되고 판결되어야 할 사항입니다. 어떤 점에서 경쟁을 해쳤으며 소비자의 편익을 손상시켰는지 또는 손상시킬 개연성이 있는지를 상세하게 점검하여야 합니다.

최근 스퀴크법과 관련된 기독교계와 정치권의 논쟁을 보면서 저는 크리스천들이 현실적인 문제에 접근할 때에 기독교적인 감성과 종파적인 이해를 초월해서 매우 구체적인 논점과 정당성을 확보해야 한다고 느끼고 있습니다. 하나님은 저희의 감성뿐 아니라 구체적이고 과학적인 논리를 통해서도 역사하시는 분이라고 믿습니다. 따라서 저는 이 사안이 '대기업이 중소기업의 영역에서 조업하는 비열한 행위'라는 포괄적이면서도 비과학적인 잣대, 그리고 다소 감정적인 기준으로 비난할 사안이 아니라고 생각합니다. 구체적으로 과연 소비자에게 어떤 피해를 줄 수 있으며 경쟁을 손상시킬 잠재력이 있는가를 평가해야 한다고 생각합니다.

