

KERI Insight



이익공유제 비판



이 선 화
한국경제연구원 부연구위원
(slee@keri.org)

〈요약〉

이익공유제는 협력업체에 대한 기여도 평가나 목표 이익 설정 등에서의 어려움으로 인해 현실화 가능성이 낮은 것으로 평가된다. 유통·플랫폼·단일 프로젝트 사업과 달리 제조업에서의 최종 실적은 수백 개 협력업체의 혁신뿐만 아니라 시장환경·국제금융·위탁기업의 경영능력 등 요인들이 복합적으로 작용한 결과물이기 때문에 최종성과에 대한 계약 당사자들의 기여도 평가가 용이하지 않다. 특히 목표이익에 대한 사전적 합의를 필요로 하는 목표초과이익공유제의 경우 현실에서의 적용 가능성은 더욱 희박해 보인다. 삼성전자와 현대자동차의 영업이익을 조사한 결과 최근 6년간 실적치 대비 우리나라 대표증권사들의 추정치의 평균 오차는 각각 50%, 34%에 달하였다. 실적치는 기여도 등을 감안하여 예측가능 범위 내에서 움직여야 계약 당사자

들이 쉽게 합의에 도달할 수 있는데, 오차가 크다는 것은 그만큼 이익배분을 둘러싼 분쟁 가능성 및 계약의 거래비용이 높을 수밖에 없음을 의미한다.

또한 기업 내부의 성과배분(PS) 규칙을 조직간 성과 배분에 활용하겠다는 동반위의 발상은 조직 내에서의 계약과 조직간 이익공유 계약의 중대한 차이점을 간과한 결과이다. 조직간 이익공유 계약은 조직 내에서와 달리 쌍방의 정보에 대한 투명한 공개와 평가가 제도적으로 쉽지 않다는 문제점을 갖는다. 특히 수위탁기업 간 계약의 기초법률인 하도급계약법은 최근 개정을 통해 '기술자료 제공 요구 금지 등' 조항을 신설하였는데 이는 조직 간 경계강화가 하도급업체를 우월적 지위의 남용으로부터 보호할 수 있다는 법정신을 분명히 한 것이다. 이익공유제 하에서 이익의 공정한 배분은

조직 간 정보의 공유와 조직 간 경계완화를 필요로 한다는 점에서 하도급법의 개정취지와는 대척점에 서 있으며 나아가 법적 분쟁의 소지마저 배제하기 어렵다.

이러한 제약요인에도 불구하고 특정한 협력모형이 민간의 자발적 계약에 의해 추진된다면 문제될 것이 없다. 현재 동반위의 정책방향이 논란이 되는 이유는 개념적으로 문제가 있는 제도를 국책사업 입찰시 우대 등 인센티브 부여를 통해 인위적으로 촉진하려 하기 때문이다. 성과배분제도의 정착에 있어서 정부의 역할은 특정한 계약이나 협력모형을 강제하기보다는 우수한 제도의 확산을 가로막는 불법적 행위나 불공정 관행, 제도적 장벽 등의 제거 등 시스템의 정비작

업으로 한정되어야 할 것이다. 어떠한 협력모형이 가장 적합한지를 판단하는 주체는 민간기업이며 동반성장 정책의 성공여부 역시 민간의 자발성에 달려있다는 기본전제가 간과되어서는 안될 것이다. 결론적으로 동반성장 정책이 실효를 거두기 위해서는 이익공유제에 대한 소모성 논쟁을 계속하기보다는 이미 여러 사업장에서 실행되고 있는 성과공유제의 문제점을 개선하여 제조업 전반에 안착시키는 작업이 중요하다. 구체적으로는 계약서 작성 및 계약이행에서 협력기업에 대한 법적 자문을 제공하는 등 중소기업의 협상력과 대응력을 강화시키는 작업이 대·중소기업 협력관계의 강화에 보다 시급한 과제라 할 수 있다.

1. 이익공유제 제안 배경과 주요내용

이익공유제는 대·중소기업 간의 자발적 협력을 통한 상생 발전을 유도하기 위해 동반성장위원회(이하 동반위)가 추진하는 주요 동반성장 정책이다. 그 화두는 올해 2월 초과이익공유제의 형식으로 먼저 제기되었으나 동반위는 이를 보다 일반화하고 구체화한 이익공유제로 발전시켰다. 동반위의 최근 보고서¹⁾는 이익공유제의 추진배경, 기본 개념과 구체적 유형, 정책추진을 위한 인센티브 방안, 전범(典範)으로 삼는 해외 사례 등의 사항을 상세히 기술하고 있어 이를 통해 이익공유제의 전모를 확인할 수 있다.

이익공유제를 제기한 배경으로는 대·중소기업 간 수익성 양극화가 심화되고 있다는 상황 인식을 들 수 있다. 수익성 약화는 중소기업의 연구개발 활동을 위축시키고 이는 다시 중소기업의 경쟁력 약화로 이어지는 악순환이 계속된다는 것이다. 이러한 현실인식 하에 대·중소기업 양극화 문제 해소를 위한 한 가지 방안으로 대기업과 협력기업의 상생관계를 강화하자는 것이다.

현재 우리나라의 대기업과 협력기업 간 납품계약의 주요 특징으로는 원가연동가격제(cost-plus pricing), 계

약기간 중 단가인상에 대한 부분원가연동제, 계약기간 중 단가인하제 등을 들 수 있다. 이 가운데 원가연동가격제는 협력기업이 대기업과의 공동사업을 통해 달성한 비용절감분을 사전에 정해진 룰에 따라 배분하는, 일종의 성과배분(Benefit Sharing) 개념을 채택한 계약이다. 이때 납품가격은 실제 원가에 연동하여 변경되며 이익마진은 원가의 일정 비율로 고정된다. 이와 같은 성과배분제 시스템에서는 대기업이 혁신이익을 챙기는 반면 협력기업에게는 고정적 이익마진이 주어질 뿐이기 때문에 기업 간 양극화를 극복하기 어렵고 협력사의 기술개발투자를 유도하기도 어렵다는 것이 동반위의 설명이다.

이에 비해 이익공유제(Profit Sharing)는 대기업 측에 발생한 판매수입이나 이익(또는 손실)을 사전에 합의한 규칙에 따라 협력업체와 공유하는 산출연동보상(output-based reward) 모형이다. 이익공유제의 유형으로는 위험에 대한 공유정도와 공유의 대상에 따라 판매수입공유제, 순이익공유제, 목표초과이익공유제 등 세 가지 모형이 제시되었다. 판매수입공유제는 완전한 파트너쉽 모형에 가까우며 협력업체에 원가를 지불하지 않거나 일부만을 지불하는 대신 대기업과 매출을 나누어 가지는 제도이다. 순이익공유제에서는 대기업

1) 홍장표 (2011), 『대·중소기업 간 동반성장 문화 확산을 위한 창조적 동반성장 모델 개발』, 창조적 동반성장사업 제1차 실무위원회 회의자료, 2011. 7. 4

이 협력업체에 마진 없이 순원가만을 보상하는 대신 대기업이 실현한 이익을 공유한다. 끝으로 목표초과이익공유제의 경우 대기업과 협력기업이 설정한 목표이익을 기준으로 협력업체에 원가 및 통상마진을 사전적으로 지급한 후 목표이익을 넘어서는 사후적 초과이익분(미달분)을 양자가 공유하는 제도이다. 언급된 순서대로 위험과 수익의 공유정도가 높다고 할 수 있다.

동반위에 따르면 원가중심 성과공유제도는 원가절감에 대한 인센티브만을 제공하기 때문에 고위험-고부가가치 사업을 통한 중소기업의 성장과 혁신을 기대하기 어렵다. 이익공유제의 경우 글로벌 시장에서 경쟁하는 대기업과 위험과 수익을 함께 공유하기 때문에 기술개발에 대한 보다 강한 인센티브를 제공하고 중소 협력기업이 제품 및 소재 개발, 마케팅 등 고부가가치 영역으로 사업을 업그레이드할 수 있는 환경이 조성된다는 것이다.

끝으로 이익공유제 참여를 독려하기 위한 수단으로 동반위는 직접적 규제나 페널티보다는 우수 참여업체에 대한 인센티브 부여방식을 택하고 있다. 구체적으로는 동반성장지수에 이익공유제 시행실적을 추가하거나, 국가 SOC 및 R&D 사업 등의 공공입찰시 이익공유제 시행기업에 가점을 부여하는 방안이 검토되고 있다. 이상 동반위가 내놓은 이익공유제 제안배경과 내용을 요약하면 다음과 같다.

- (A1) 대·중소기업 양극화 문제는 수익성 지표를 통해 확인 가능하며 이는 최근에 들어서 더욱 심각해지고 있다.
- (A2) 기업의 규모별 양극화 문제를 해소하기 위해 대기업과 협력업체 간 창조적 동반성장 모형이 필요하다.
- (A3) 원가연동가격제로 대변되는 현재의 성과배분제도는 원가경쟁력이 중요한 저부가가치 생산중심 모형에 적합하며 이것으로는 기업 간 양극화 문제를 해결하기 어렵다.
- (A4) 대·중소기업 간 상생협력의 범위를 고위험-고부가가치 사업으로 확대하기 위해서는 생산사슬의 최종 경영결과(판매수익, 순이익, 초과이익 등)를 공유하는 산출연동보상 제도의 도입이 요구된다.
- (A5) 이익공유제의 활성화를 위해서는 SOC 등 공공입찰시 우대, 동반성장지수 가산점 부여 등 인센티브 제공방식이 적합하다.

2. 이익공유제, 무엇이 문제인가

동반위가 제시한 이익공유제 모델은 위험분담 및 수익배분 방식에 따라 판매수입공유제, 순이익공유제, 목표초과이익공유제 등 세 가지 유형으로 분류된다. 그러나 앞의 두 유형은 이미 해외에서뿐만 아니라 우리나라에서도 특정 사업영역에서 사용되고 있는 모형으로 새로울 것이 없다. 이 두 유형의 경우 논란이 되는 것은 현재의 활용영역(주로 플랫폼·유통채널, 단일 프로젝트 제휴)을 넘어 제조업 전반으로 확산될 여지가 있는지의 문제이다. 이익공유제 실행과 관련, 현재 논쟁의 중심을 차지하고 있는 것은 목표초과이익공유제이다. 이 유형은 단순히 업종 또는 영역별 적합성의 차원이 아닌 기술적·개념적 한계가 내재되어 있으며 당연히 현실에서 응용되는 사례를 발견하기도 어렵다. 이하에서는 각각의 문제점을 기술하고자 한다.

이익공유제 개념은 플랫폼·유통·프로젝트 사업에 적합

판매이익공유제나 순이익공유제는 위험과 수익의 공유를 통해 협력업체의 노력 수준을 극대화하기 위한 인센티브 계약의 일종이다. 동반위 보고서가 예로 들고 있는 거의 모든 이익공유제 활용사례가 여기에 해당한다. 이익공유제가 성공한 첫 번째 유형로는 플랫폼(유통 채널) 공급자와 협력사업자 간의 계약, 즉 블록버스터와 비디오/DVD 공급사업자, 애플과 애플스토어 공급업체, 도미노 피자과 가맹점 등의 사례를 들 수 있다. 성공사례의 또 다른 주요유형으로는 IT·바이오·건설 등 다양한 분야에서 단일 프로젝트 사업 추진시의 협력계약이 꼽힌다. 이들 사례에서 이익공유제가 어떻게 인센티브 메커니즘으로 기능하는가를 질문하면 역으로 이익공유제가 사실상 제조업 분야에서 일반화되기 어려운 이유가 자명해질 것이다.

플랫폼 사업에서 협력사례의 특징은 대기업(애플, 블록버스터 등)이 서비스의 질이 동일한 유통망을 협력사에 제공하고 협력기업들이 다양한 콘텐츠 제공을 통해 플랫폼 내에서 (또는 다른 플랫폼의 경쟁사들과) 서로 경쟁한다는 점이다. 여기에서 (플랫폼 자체는 동질적 서비스이므로) 협력사의 혁신 또는 노력의 정도

는 (플랫폼을 담당하는 대기업이 아닌) 협력사 제품의 최종 판매량을 통해 고스란히 드러나게 된다. 단일 프로젝트 사업에서의 협력 역시 제휴의 목표(기술개발, 건설 수주 등)가 뚜렷하며 최종 산출이나 혁신성과에서의 상호간의 기여도 측정이 명확하게 드러나기 때문에 '이익' 또는 성과 배분계약 체결에 문제가 없다.

역으로 말해서, 최종 성과에서의 기여도 측정이 어려운 경우라면 최종 산출이나 이익 분배를 둘러싼 계약을 체결하는 것이 용이하지 않게 된다. 생산공정과 판매·마케팅을 겸하는 제조업의 경우 위탁대기업은 주로 생산공정 단계에서 수백, 수천 개에 달하는 중소기업과 협력체제를 형성한다. 그러나 위탁기업의 최종 실적은 해당 협력업체의 혁신과 노력의 정도뿐만 아니라 시장환경, 국제금융요인, 위탁기업의 혁신 성과, 다른 수백 개 협력업체의 공헌도 등 여러 요인들이 복합적으로 작용한 결과물이다. 대부분의 경우 대기업은 수백 개 공정의 한 단계에서 부품업체와 협력할 수밖에 없지만, 최종매출 발생에 결정적 영향을 주는 제품 기획과 마케팅 전략, 시장상황 급변에 따른 리스크 관리 등에서는 협력체제를 구축하는 것이 사실상 불가능하다. 이에 비해 제조업에서 이미 현실에 적용되고 있는 성과공유제의 경우 원가절감 성과를 함께 배분하는 것으로서 협력업체의 기여도가 분명하게 드러나기 때문에 가능한 것이다.

물론 단일 품목에 대한 공동개발 프로젝트에서 성과의 범위를 수익으로 확대하여 실시하는 정도의 계약은 성과와 기여도의 추정이 용이한 경우에 한해서 현실화될 수 있을 것으로 보인다. 또한 원가절감을 위한 협력 사업에서 중소기업에게 대한 보상을 보다 확대하는 계약도 중소기업의 혁신 역량 극대화에 도움을 줄 것으로 보인다. 그러나 동반위 이익공유제가 주된 타깃으로 삼는 위탁대기업 최종 매출이나 이익의 공유는 일반적으로 그 부가가치의 창출이 훨씬 더 복잡한 과정을 수반하는 만큼 '공정한' 배분률을 사전적으로 결정하기가 쉽지 않다. 위탁기업에서 발생한 판매수익이나 영업이익의 경우 대기업과 수천에 달하는 협력업체의 기여도, 대내외적 사업 및 시장환경의 변화 등 복합적 요인에 의해 결정되는 것이므로 기여도에 대한 입증여부의 불가능하다. 이를 사전적으로 정해진 분배 규칙에 근거해 나누는 것은 사실상 생산성에 따른 배분 원리

에 위배되며 원래의 의도와는 달리 협력업체에 대한 인센티브 메커니즘으로서의 기능을 담당할 수 없다.

동반위가 판매수입공유제나 순이익공유제를 제안한 대상이 유통, 플랫폼 사업, 프로젝트 사업에서의 협력이라면 이 영역에서는 성장과 이윤을 목적으로 하는 민간기업들에 의해 현실에서 활용되고 있으므로 정부가 인센티브를 주는 별도의 대책은 무의미해 보인다. 그러나 이 제도 자체를 제조업 전반으로 확대 적용하려는 의도가 있다면, 왜 해외에서조차 제조업 영역에서 이익공유제가 일반적 협력모형으로 정립되지 않았는지를 먼저 자문해 보아야 할 것이다. 이익공유제에서 정부의 역할이 있다면 제도의 인위적 진작이 아니라 계약서 작성 등에서 법적 자문, 계약 이행점검 등 법적·제도적 시스템 정비를 통해 협력사업을 추진하고자 하는 업체들을 측면에서 지원하는 일일 것이다.

목표이익에 대한 사전적 합의는 사실상 불가능

목표초과이익공유제는 일반적으로 사내 구성원들에게 시행되는 이익공유제도(Profit Sharing, PS)를 기업과 기업 간 계약으로 확장시킨 새로운 협력모형이라 할 수 있다. 이 제도는 위탁대기업이 협력업체에 원가와 목표이익 수준에서의 기본 마진을 사전적으로 보상하고 실현된 이익에 대해서는 정해진 배분률에 따라 초과이익분을 배분하거나 미달분을 분담하는 것을 내용으로 한다. 판매수입공유제와 순이익공유제가 특정 사업영역에서 현실적으로 활용되고 있는 모형임에 비해 조직과 조직 간에 이와 같은 PS 계약을 도입하는 것은 완전히 새로운 시도이다.

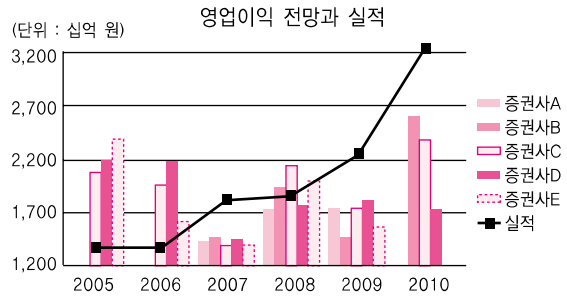
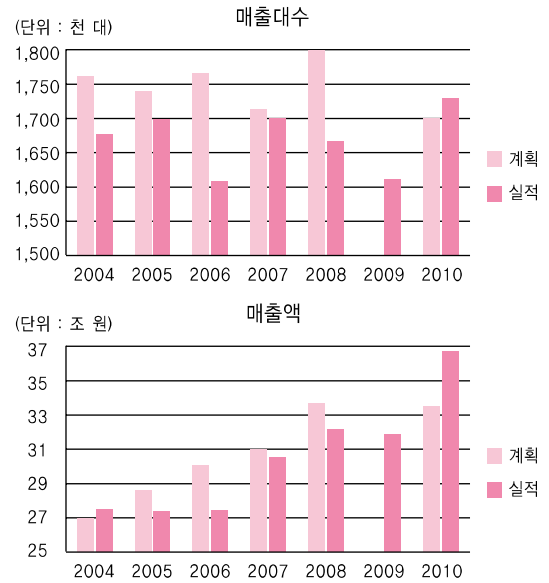
이 모형의 첫 번째 문제점은 앞의 두 유형을 제조업에 적용할 때의 문제점과 동일하다. 즉 제조업 대기업의 최종 이익 발생에 대한 배분률을 시장원리에 맞게 결정하는 것이 어렵다는 점이다. 여기에 더해 목표초과이익공유제는 유통·플랫폼 사업이나 단일 프로젝트 계약에도 적용되기 어려운 결정적 문제점에 노출되어 있다. 그것은 초과이익 산정의 기준이 되는 목표이익 설정이 사실상 불가능하다는 사실에 기초한다. 대부분 기업은 매년 사업보고서에서 경제성장률, 시장현황, 신제품 출시, 공장 신증설 등 여러 가지 상황을 반영하여

이듬해의 매출이나 이익 목표 등에 대한 사업계획을 발표한다. 사업계획은 말 그대로 계획일 뿐 어떠한 법적 구속력을 갖지 않는다. 그러나 초과이익공유제에서의 목표이익은 협력업체와의 이익배분의 기준이라는 법적 구속력을 갖게 된다. 따라서 이 제도가 현실화 되기 위해서는 참여기업들의 생산성을 반영할 수 있는 합리적 실적 전망이 가능해야 한다.

그러나 각 기업이 발표하는 목표 매출을 실적치와 비교해 보면 기업의 최종 매출은 예상치 못한 시장변수에 의해 크게 좌우됨을 알 수 있다(〈그림 1〉, 〈그림 2〉). 증권사들 역시 이용 가능한 모든 정보와 프로그램을 동원해 기업의 예상이익을 추정하지만 실적치와 예측치 간에는 상당한 차이가 있다. 삼성전자의 경우 매출액 목표와 실적은 어느 정도 유사하게 움직이지만 영업이익은 항상 과다추정된 것으로 나타났다. 물론 목표치와 실적이 일치해야 할 필요는 없지만 오차의 범위를 보면 최종 이익의 경우 예상되지 못한 경영 및 시장 환경의 영향이 매우 큼을 알 수 있다. 4~5개 대표적 증권사의 추정치를 종합해 보면 삼성전자의 경우 실적치 대비 추정치의 오차범위가 6년 평균 50%에, 현대자동차는 동비율이 34%에 달하는 것으로 나타났다. 목표치와 실적치는 기여도 등을 감안하여 예측가능 범위 내에서 움직여야만 계약의 당사자들이 합의에 쉽게 도달할 수 있다. 오차가 크다는 것은 기말에 이익배분을 둘러싼 분쟁의 소지와 계약을 위한 거래비용이 그만큼 높을 수밖에 없음을 의미한다.

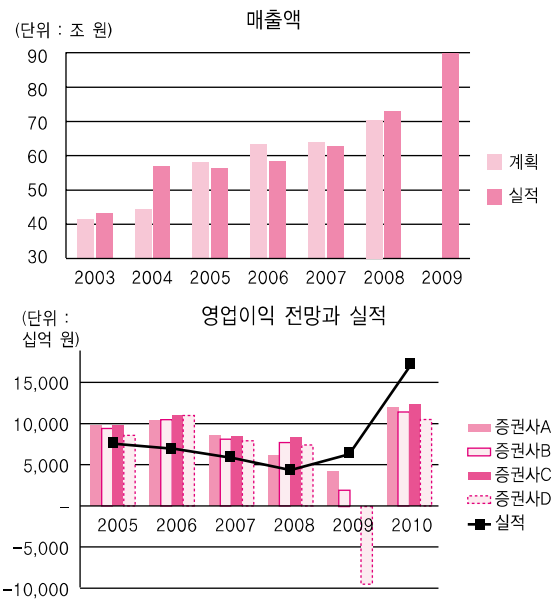
특히 금융위기가 발발한 2008년에는 기업들이 2009년 사업계획 자체를 발표하지 못하는 상황에 처하기도 하였음을 감안한다면, 사전적 목표이익치를 기준으로 한 이익배분이라는 아이디어의 현실성에 문제를 제기하지 않을 수 없다. 목표이익 설정에 있어서 위탁대기업의 전략적 행동의 가능성도 배제할 수 없으나 그 이전에 목표이익으로 동의할 만한 공신력 있는 추정치를 도출하는 작업에서부터 이 제도는 난관에 부딪힐 것으로 예상된다. 종합해 보면 대 단순한 이론모형에서는 목표초과이익공유제가 제조업 분야에서 수위탁기업 간의 포지티브섬(positive sum) 게임의 가능성을 보여주고 있음에도 불구하고 현실에서의 적용 가능성은 매우 희박해 보인다.

<그림 1> 현대자동차 사업계획·전망과 실적



주: 2009년은 금융위기로 사업계획을 발표하지 않음
 자료: 1) 현대자동차 사업계획 및 경영실적(매출대수, 매출액)
 2) Fn가이드 증권사별 기업분석(영업이익 전망과 실적)

<그림 2> 삼성전자 사업계획·전망과 실적



주: 2009년은 금융위기로 사업계획을 발표하지 않음
 자료: 1) 삼성전자 사업보고서(매출액)
 2) Fn가이드 증권사별 기업분석(영업이익 전망과 실적)

기업 간 PS는 하도급법의 정신과는 이율배반적

이상과 같은 비판, 즉 목표초과이익공유제에서 이익 배분의 기초가 되는 목표이익과 배분을 책정의 어려움에 대해 동반위는 기업 내부에 적용되는 이익공유제(PS)를 기업 간 이익배분 규칙에 적용할 수 있다고 주장하였다. 즉 연말에 사내 임직원에게 주어지는 성과급 규모 등에 준하여 초과이익 총량 및 배분 규칙을 정하겠다는 것이다. 기업 내부의 이해당사자들에 적용되는 룰에 준할 경우 목표이익을 상향조정하는 등과 같은 위탁기업의 전략적 행동은 제한적일 수밖에 없을 것이라는 설명이다.

여기에서 동반위가 기업 간 초과이익공유제를 기업 내 이익공유제의 연장선에서 그와 유사한 개념으로 접근하고 있음을 알 수 있다. 사실 동반위 보고서는 목표초과이익공유제를 조직경제학 교과서에서 중요하게 다루어지는 모형으로 소개한 후 기업 간 이익공유제를 PS의 한 유형인 것으로 일반화해서 설명하고 있다. 그러나 예의 교과서²⁾에서 소개하고 있는 모형은 조직 내부에 적용되는 이익공유제이며 기업 간 이익공유제와는 전제조건이 완전히 상이하다. 그 중 가장 중요한 차이는 계약 이행의 투명성과 정보공개를 둘러싼 거래비용의 문제이다.

조직 내에서 적용되는 경제적 부가가치 인센티브 제도(Economic Value Added Incentive)는 동일 기업의 내부 구성원들 간 합의를 통해 조직의 이익 및 구성원 간 시너지 효과를 극대화하기 위한 장치이다. 이러한 이익공유 계약이 가능하기 위한 전제조건은 기업이 임직원의 업무 수행에 대한 평가가 가능해야 한다는 것이다. 조직 내에서의 PS를 위해 필요한 임직원 평가의 경우 근로계약의 범위 내에서 이와 모순되지 않게 실행가능하다. 또한 투명한 배분을 위해 노조나 임직원 측이 필요로 하는 기업의 내부정보 역시 정보

의 외부누출에 대한 통제가 상대적으로 용이하다. 즉 조직 내에서의 이익공유의 경우 기업이 경영상의 효율을 해치지 않으면서도 자율적·내부적으로 이익 배분 방식에 대한 결정이 가능하며 그에 수반되는 기업정보 누출의 위험이 낮다.

이에 반해 조직과 조직 간 이익공유 계약은 조직 내에서의 계약에 비해 쌍방의 정보에 대한 투명한 공개와 평가가 용이하지 않다는 문제를 갖는다. 이익공유제의 기본 방향은 수위탁기업 간 조직적 경계를 완화하는 것이며 여기에는 쌍방에 대한 정보 공개의 수위를 높이는 작업이 필연적으로 수반된다. 조직 내 이익공유가 계약 당사자들 간에 윈-윈을 유도할 수 있는 이유는 PS 계약이 임직원들의 성과나 노력, 생산성을 평가하고 이에 걸맞은 보상 시스템을 디자인하기 때문이다. 마찬가지로 위탁기업이 수백 개에 달하는 수탁기업들에 대해 그 성과와 노력에 걸맞게 보상하기 위해서는 수탁기업의 기술 및 경영 상태에 대한 정보를 필요로 한다. 그런데 수위탁기업 간 계약의 기초법률인 하도급 계약법의 최근 동향은 하도급업체에 대한 보호를 강화한다는 취지로 '기술자료 제공 요구 금지 등' 조항³⁾을 신설하였다. 물론 하도급거래법은 공정거래법의 정신에 의거하여 우월적 지위의 남용을 방지하는 의미를 가지며, 이론적으로는 '공정한' 합의를 통한 정보의 공개와 모순된다고는 할 수 없다. 그러나 현실에서의 계약과 거래행위에서는 언제나 '남용'과 '합의'의 경계가 모호하다는 점을 감안한다면 신설 조항은 가능한 한 계약 주체 간의 조직 경계를 강화하는 것이 하도급 업체를 우월적 지위의 남용으로부터 보호할 수 있다는 법정신을 분명히 한 것이라고 볼 수 있다. 이에 비해 이익공유제 하에서 이익의 공정한 배분은 조직 간 정보의 공유와 조직 경계의 완화를 필요로 한다는 점에서 하도급법의 개정취지와는 대척점에서 있으며 나아가 현실 적용시 법적 분쟁의 소지와 갈등도 예상된다.

2) Milgrom and Roberts (1992), *Economics, Organization and Management*, Prentice Hall

3) 『하도급거래 공정화에 관한 법률』 [2011. 3.29, 일부개정]

제12조의3 (기술자료 제공 요구 금지 등)

① 원사업자는 수급사업자의 기술자료를 본인 또는 제3자에게 제공하도록 요구하여서는 아니 된다. 다만, 원사업자가 정당한 사유를 입증한 경우에는 요구할 수 있다. <개정 2011.3.29.>

② 원사업자는 제1항 단서에 따라 수급사업자에게 기술자료를 요구할 경우에는 요구목적, 비밀유지에 관한 사항, 권리귀속 관계, 대가 등 대통령령으로 정하는 사항을 해당 수급사업자와 미리 협의하여 정한 후 그 내용을 적은 서면을 해당 수급사업자에게 주어야 한다. <신설 2011.3.29.>

③ 원사업자는 취득한 기술자료를 자기 또는 제3자를 위하여 유용하여서는 아니 된다. <개정 2011.3.29.>

3. 성공적 동반성장의 열쇠는 기업의 자발성

이익공유제의 문제는 정책의 인위적 이식

이상이 동반위가 추진하는 이익공유제의 세 유형이 현실적으로 당면하게 될 문제점들이다. 그러나 이는 어디까지나 왜 판매수익공유제, 순이익공유제가 제조업에서 일반화되기 어려운지, 왜 목표초과이익공유제가 현실화되기 어려운지에 대한 ‘이론적’ 설명일 뿐이다. 이러한 제약요인들에도 불구하고 특정 목적에 이해를 같이하는 기업들이 이익공유제의 유형과 같은 협력계약을 체결한다면 이를 반대할 하등의 이유는 없다. 이익공유제를 제안하고 다양한 협력모델을 소개하는 것 역시 무해하다. 다만 이익공유제를 통한 동반성장 정책의 문제점은 이익공유제의 이행정도를 동반성장지수로 평가하고 공적 자원 배분의 기준으로 사용하겠다는 것, 제도에 대한 인센티브를 부여해서 정책적으로 이를 이식하려고 한다는 점이다. 이익공유제 동참 기업에 대한 인센티브로는 SOC 등 국책사업 입찰시 우대, 동반성장지수 계산시 가산점 부여 등이 거론되고 있다.

실행기업에 대한 우대는 직접적이지는 않지만 미실행기업에 대한 사실상의 페널티라고 볼 수 있다. 그러나 앞서 보았듯이 이익공유제 실행 가능성은 각 기업이 처해있는 업종별 특성, 혁신유형의 차이 등에 따라 다를 수밖에 없다. 즉 최종 성과에 대한 기여도 평가가 용이한 유통, 플랫폼 사업자와 기획·유통·생산 등을 포괄하는 제조업 사업자는 이익공유제 계약에 대한 유인구조가 다르다. 제조업 내에서도 공정과 시장의 성격 등에 따라 동제도에 내재된 유인구조는 달라질 수 있다. 결국 이익공유제 참여율에 따른 동반성장지수 평가는 각각의 특수성에 적응하여 최적의 경영결정을 내리는 기업들에 의도치 않은 왜곡효과를 초래하게 될 것이다.

협력모형에 대한 최선의 선별자는 기업

이익공유제에 대한 동반위 모형에 기초해 보자면, 수위탁기업은 정책적 유도 없이도 자발적 선택을 통해 이익공유제 유형의 협력관계를 형성할 충분한 유인을 가지고 있다. 동반위 보고서가 판매수익공유제와 순이익공유제의 혁신지향적 성격을 예시하기 위해 들고 있는 다양한 해외사례들은 예외없이 시장상황이나 기술 공유 등에 대한 기업의 내적 필요 및 기업 간 공통의 이해에 의해 자생적으로 체결된 것이다. 어느 사례에서도 제도의 인위적 이식을 위해 정부가 정책적으로 개입한 경우는 없으며 비즈니스 환경에 맞게 적용한 자발적 협상의 결과물이다. 이를 선형적으로 ‘좋은’ 제도로 규정하고 기업이나 업역(業域)의 특수성과 무관하게 ‘유도’된 결과물이 아닌 것이다. 이익공유제가 ‘이론적으로’ 충분히 훌륭한 제도라 하더라도 왜 제조업체들이 이를 자발적으로 나서서 실행하지 않는지를 역으로 먼저 설명해야 할 것이다. 만약 어떤 불법적 행위나 불공정 관행, 제도적 장벽이 그 이유라면 정부의 역할은 그러한 장벽을 제거하는 일이다. 그 후에 이익공유제 체결의 여부는 온전히 민간의 몫으로 남겨져야 할 것이다. 이익공유제는 업종, 사업유형, 혁신단계 등에 따라 그 효과가 다를 수밖에 없으며 그에 대해 최대한 많은 정보를 가지고 최선의 의사결정을 내릴 수 있는 주체는 해당 기업들이기 때문이다.

이익공유제와 비교할 때 원가연동가격제와 같은 성과공유제에서는 수위탁기업이 공동으로 추구하는 목표와 각자의 기여도가 분명하게 드러난다. 또한 제조업 일부 기업들이 성과공유제도에 자발적으로 참여하고 있다는 사실은 동제도가 계약 당사자 모두에 도움이 되기 때문일 것이다. 대기업과 그 협력사들을 대상으로 한 최근의 설문 조사에서도 성과공유제의 도입으로 경쟁력이 향상되었다고 답한 협력사의 비율이 88%에 달한 것으로 나타났다.⁴⁾ 물론 현행 성과공유제가 온전히 만족스럽다거나 동반성장의 견인차 역할을 충분히 수행하고 있는 것은 아니다. 그러나 논리적, 현실적으로 많은 문제점이 잠재되어 있는 이익공유제에 대

4) 전경련 중소기업협력센터, 『주요 기업(141개사)의 성과공유제 시행관련 인식실태』, 2011. 9. 이 보고서는 62개 대기업과 79개 협력업체를 대상으로 이익공유제와 성과공유제에 대한 설문 결과를 담고 있다.

한 소모성 논쟁을 이어가기보다는 실행 가능한 성과공유제의 문제점을 개선하는 것이 동반성장 정책이 확산되고 뿌리내리는 데에 실질적인 도움이 될 것이다.

정부의 역할은 불법적 행위의 차단

이익공유제를 주장하는 측은 중소기업의 성장을 방해하는 요인으로 우월적 지위를 이용한 대기업의 비용전가 행위(일명 납품단가 후려치기), 대기업과 협력사 간 이익배분과 위험분담의 비대칭성 등을 들고 있다. 문제의 출발점이 수위탁기업의 계약에서 교섭력의 차이에 있다면 이익공유제를 실시한다고 해도 협상력 차이가 시장에 그대로 존재하는 한 소기의 성과를 거두기는 어려울 것이다. 성과공유제에 비해 훨씬 복잡한 계약을 수반하는 이익공유제 계약에는 힘의 불균형이 보다 강하게 작용할 수 있기 때문이다. 결국 자발적이지 않은 제도를 억지로 이식하기보다는 현행의 성과공유제가 보다 '공정하게' 실행될 수 있도록 계약서 작성 및 계약이행에서 중소기업에 대한 법적 자문의 제공 등을 통해 중소기업에 대한 측면 지원을 강화하는 것이 동반성장을 위한 보다 시급한 과제라 할 수 있다. 또한 앞서의 설문조사에서 조사된 성과공유제 도입에 있어서 대기업의 애로사항과 협력기업의 요구사항 등도 적극적으로 수용되어야 할 것이다. 이때 역시 정부는 특정한 유형의 계약이나 협력모형을 강제하는 것을 삼가고, 검증된 모델에 대한 제도적 장벽을 없애고 정책 시행에 필요한 시스템을 정비하는 것으로 그 역할을 한정지어야 할 것이다.

4. 동반위의 현실 인식과 정책방향의 문제점

이익공유제를 제안한 배경은 대·중소기업의 수익성 양극화와 이로 인한 경쟁력 약화이다. 그러나 과연 이러한 동반위의 현실 인식은 데이터를 통해 제대로 뒷받침되고 있는가? 중소기업 수익성 문제를 대기업 협

력계약의 문제로 해석하는 것은 정당화될 수 있는가? 현실에 대한 정확한 문제 인식이 중요한 이유는 당연하게도 문제의 진단이 그에 대한 해결을 위한 정책 수립의 출발점이 되기 때문이다. 이하에서는 대기업·중소기업·협력기업의 경영지표를 중심으로 이익공유제를 제안하는 배경에 대한 설명을 비판적으로 점검해 보고자 한다.

수익률 격차가 곧 중소기업 수익성 악화를 의미?

규모에 따른 기업군별 수익률 격차는 최근 2~3년간 글로벌 시장에서 활동하는 우리나라 대기업들의 경영실적이 최고치를 경신함에 따라 그 폭이 확대된 것이 사실이다. <표 1>은 기업 규모별, 수위탁기업별 수익성의 최근 추이를 정리한 것이다. 수익성 지표로는 매출액 영업이익률이 사용되었다. 그러나 이러한 자료가 그 자체로 기업규모별 수익성 양극화, 중소기업의 수익성 악화로 해석되기에는 무리가 있다.⁵⁾

<표 1> 대·중소기업 간 매출액 영업이익률 비교

(단위: %)

구분		2007년	2008년	2009년	2010년 1분기
동반위	대기업	-	5.60	5.89	7.22
	중소기업	-	4.77	4.65	4.80
관정수	삼성전자	9.41	5.67	8.23	14.56
	부품업체	6.51	6.5	5.66	4.87
	현대차	6.35	5.83	7.01	8.35
	부품업체	3.34	2.19	2.48	4.62

자료: 1) 동반성장위원회(2011. 7)

2) 관정수(2011), "초과이익공유제, 불공정하도급 해결의 시급적인가", 『긴급토론회: 초과이익공유제, 불공정하도급문제의 해결방안인가?』, 2011. 4. 5

위의 표에서 동반위의 문제제기는 대기업과 중소기업의 절대적 이익률이 아닌 두 기업군의 영업이익률 격차에 초점이 맞추어져 있으며 나아가 영업이익률 격차 확대를 곧 기업규모별 양극화의 심화로 해석하고 있다. 그러나 동반성장을 논하기에 앞서 동반위 문제제기가 현실을 제대로 반영하고 있는지를 검토할 필요

5) <표 1>에 따르면 수익성 격차 심화라는 주장이 명확하게 성립하는 것은 2010년 1분기 삼성전자와 협력사의 영업이익률뿐이다. 동반위의 자료 역시 마찬가지로인데 이는 삼성전자의 실적이 대기업 전체 지표에 영향을 주었기 때문으로 풀이된다. 반면 현대자동차의 경우 부품업체의 수익성 증가폭이 보다 큰 것으로 드러났다. 그러나 이 또한 분기자료일 뿐이라는 한계를 인지해야 할 것이다.

가 있는 듯하다.

우선 <표 1>이 보여주는 수익성 격차 심화는 한국 경제의 구조적 문제를 보여주기보다 글로벌 시장의 여건 급변에 따른 단기적 스냅샷이다. 일반적으로 국내 대기업은 글로벌 경영의 결과 시장상황에 따라 고수익을 누리는 반면 리스크 또한 높다. 한국 기업의 규모별 수익률 격차가 성공적 글로벌 경영으로 대기업의 수익률이 급격하게 상승한 단기적 결과물이라면 격차 자체가 문제시되어서는 안 될 것이다. 물론 2000년대 전반의 데이터를 살펴보아도 한국의 대기업이 중소기업에 비해 수익률이 높은 것은 사실이다(<표 2>). 그러나 수익률의 절대치를 국가별로 비교한 <표 2>에 따르면 한국 중소기업의 수익률은 주요 선진국에 비해 높은 수준인 것으로 나타났다. 데이터·회계·상법 등의 국가별 차이를 감안하더라도 한국 중소기업의 수익률이 비교대상 국가에 비해 현저하게 낮다는 증거는 발견되지 않은 것이다. 이 데이터를 <표 1>과 연결해 보아도 결과는 마찬가지이다. 규모별 기업그룹 간 수익성 격차는 대기업군의 수익성의 등락의 결과물이지 중소기업군의 수익성 악화에 기인한 것이라고는 보기 어렵다.

<표 2> 각국의 대기업과 중소기업의 수익성 격차

(단위 : %)

		2002	2003	2004	2005
프랑스	중소기업	3.3	3.2	3.8	3.8
	대기업	3.3	3.2	3.7	3.9
독일	중소기업	3.7	4.0	4.6	-
	대기업	2.2	1.9	2.3	-
미국	중소기업	4.2	4.4	5.6	-
	대기업	5.7	5.8	6.9	-
한국	중소기업	5.3	4.6	4.1	4.4
	대기업	7.5	8.2	9.4	7.2

주: 1) 한국은행에서 조사되는 중소기업은 비교적 규모가 큰 중소기업이므로 외국의 기업도 종업원 50~250 규모의 중기업을 대상으로 비교

2) 각국의 수익성을 직접 비교하는 것은 각국의 상법 및 회계관행의 차이로 오류가 발생할 수 있음. 그러나 대·중소기업의 상대적 비교는 가능

자료: 유럽위원회 Bach-Database, 한국은행 기업경영분석 각호

출처: 정남기·정재호(2008), "패널회귀분석을 통한 자동차산업 수위탁기업의 경영성과 분석:독일 사례와 비교 분석", 『경상논총』, 제26권 3호

양극화라는 용어는 단순히 격차가 크다는 사실을 지적하는 것이 아니라 비교대상인 그룹들의 지표가 모두 평균치에서 크게 벗어난다는 의미로 봐야한다. 적어도 이 자료에 따르면 중소기업의 수익성이 한국 대기업을 따라잡지 못하는 것이지 다른 국가 중소기업의 수익성을 밀도는 것은 아니다. 따라서 이 경우 대·중소기업 수익률 양극화라는 용어를 사용하는 것이 적절하지 않다. 기업의 고수익률이 글로벌 시장에서의 고위험을 감수한 경영활동의 결과물이라면 그것은 위험을 선택한 기업에게 귀속되는 것이 마땅하다. 만약 일부 논자들이 주장하는 것처럼 수익률 격차가 대기업이 협력 중소기업에게 수익을 '정당하게' 배분하지 않았기 때문에 발생한 것이라면, 즉 불공정거래가 수익률 격차의 원인이 되었다면 현행 하도급거래법 등의 정책수단을 통해 시정되어야 함은 물론이다.

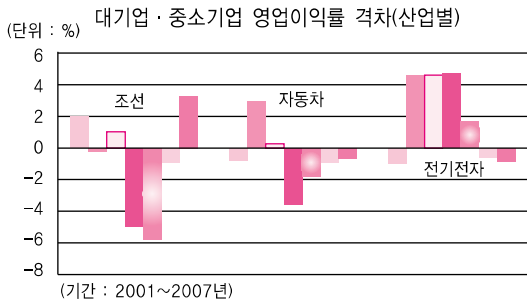
대·중소기업 격차를 단일한 트렌드로 보기 어려워

3~4년의 자료를 사용하여 관찰된 몇 가지 결과를 대·중소기업의 구조적 문제로 확정하는 것에도 문제점이 발견된다. 보다 긴 시계열 및 업종별 연구에 따르면 규모별 이익률 격차는 단선적이지 않은 것으로 나타났다(<그림 3>).

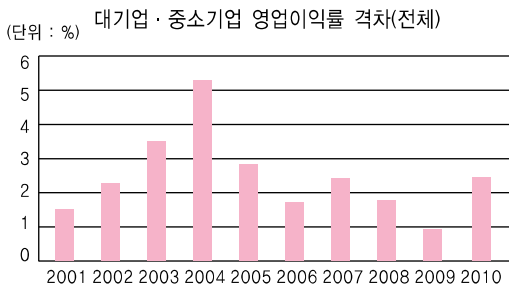
한국은행이 발표한 2000년대 10년 간의 자료에 따르면 대기업과 중소기업 간 영업이익률 차이는 거의 1~3% 사이에서 움직이고 있으나 하나의 트렌드를 갖는 것은 아니며 최근에 들어 그 격차는 오히려 줄어들고 있는 것으로 나타났다. 주요 제조업을 업종별로 분석한 자료에 따르면 전기전자 업종에서는 규모별 차이가 상당히 높은 수준인 것으로 나타났으나, 자동차와 조선의 경우 업종에 속한 대·중소기업 수익률이 역전되는 경우도 자주 관찰되었다.⁶⁾ 이러한 업종별 차이는 전기전자 업종이 자동차·조선 업종에 비해 부품 공급시장이 보다 더 경쟁적이라는 산업적 특성으로부터 기인한 것으로 볼 수 있다.

6) 강선민(2010), "수위탁기업의 경영성과 분석", 『수위탁기업 간 납품단가 결정의 문제점과 과제』, 한국경제연구원

<그림 3> 대기업·중소기업 영업이익률 격차



자료: 강선민(2010)



자료: 한국은행 ECOS 기업경영분석

이러한 결과는 중소기업 수익성의 지속적 악화라는 주장과는 정면으로 배치된 것이다. <그림 3>은 나아가 규모별 수익성 차이 자체가 모든 업종에 균등하게 작동하는 ‘범칙’이 아니라 업종의 발전 특성을 반영하여 다르게 전개되는 것임을 보여주고 있다. 업종별로 납품업체에 요구되는 기술특화 정도가 다를 수 있으며 기술·경쟁관계·시장구조 등 산업 생태계의 환경에도 차이가 날 수밖에 없다. 이러한 점을 감안하여 동반성장 정책은 산업 생태계의 질적인 특성에 따른 수익성 격차문제를 세부적으로 분석하고 각 업종에 적합한 정책을 도출하는 것이 중요하다.

중소협력업체의 성장성은 위탁대기업을 상회

중소기업 전체가 아닌 협력업체의 성과지표에 대한 해석에는 더욱 주의가 요구된다. 위탁대기업과 협력중소기업의 경영지표는 연구방법론과 대상업종에 따라 다양한 결과를 보여주고 있다(<표 3>). 수익성 지표의 경우 전자업종은 시기와 연구자에 상관없이 위탁기업이 수탁기업보다 높은 것으로 조사되었다. 자동차산업

은 연구자에 따라 결과가 다양하게 나타났다. 배진한 등(2008)은 자동차산업에서 대기업과 협력중소기업 간 수익성에 유의미한 격차는 나타나지 않으나, 기업을 특성별로 세분한 결과 규모가 큰 상위업체의 경우 완성차업체보다 영업이익률이 높은 것으로 조사되었다고 설명하고 있다.

<표 3> 위탁기업과 수탁기업의 수익성 및 성장지표 차이

	자동차				전자		조선
	정남기 정재호	배진한 강대석 오근엽	강선민	곽정수 (현대 자동차)	강선민	곽정수 (삼성 전자)	강선민
(분석 대상 기간)	'01~'06	'00~'05	'01~'07	'07~'09	'01~'07	'07~'09	'01~'07
수익성	위탁 기업 높음	차이 미미함	수탁 기업 높음	위탁 기업 높음	위탁기업 높음	위탁 기업 높음	수탁 기업 높음
성장성	수탁 기업 높음	-	수탁 기업 높음	- 7)	수탁 기업 높음	-	수탁 기업 높음

자료: 1) 정남기·정재호(2008), 전과 동일
 2) 강선민(2010), 전과 동일
 3) 곽정수(2011), 전과 동일
 4) 배진한·강대석·오근엽(2008), “대기업과 협력중소기업 성과지표와 격차 분석 : 자동차산업을 중심으로, 『경제연구』, 제26권 1호

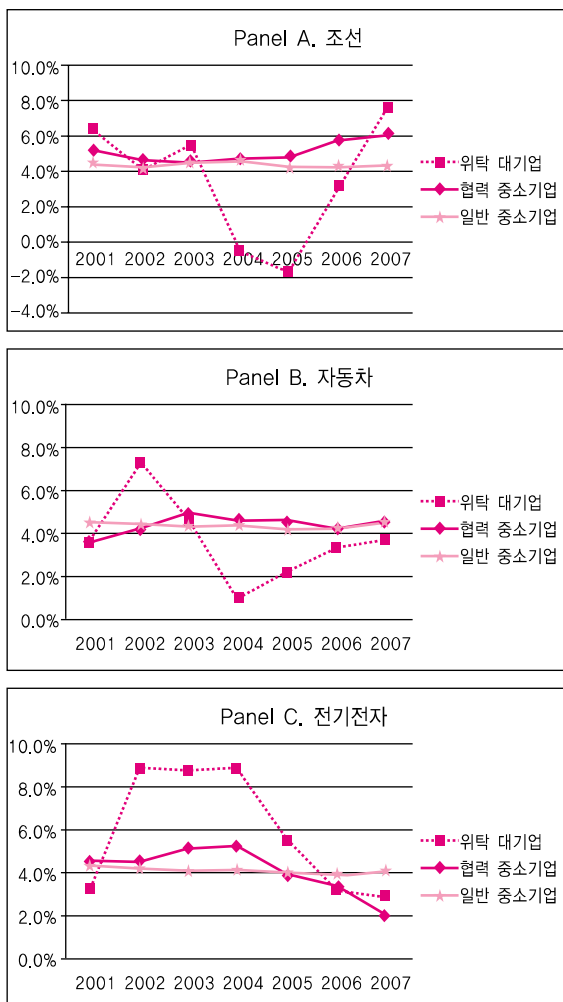
강선민(2010)은 수위탁기업의 경영성과에 대해 분석 대상기간(2001~2007년)·대상 업종(자동차, 전기전자, 조선)·경영지표(수익성, 성장성, 활동성) 등에 있어 가장 광범위한 분석결과를 제시하고 있다. 이에 따르면 장기 수익성의 경우 전기전자 업종은 위탁기업이 현저히 높으나 조선 및 자동차 업종의 경우 수탁기업이 오히려 높은 것으로 조사되었다(<그림 4>). 협력기업의 경우 영업이익률 추이가 매우 안정적으로 이어졌는데 이는 위탁기업에 대한 납품을 통해 고정 수익률을 보장받기 때문인 것으로 풀이된다. 이에 비해 위탁대기업의 수익률 변동폭은 매우 크게 나타났다. 그 이유는 대기업이 활동하는 글로벌 시장이 국내시장에 비해 보다 경쟁적이며 따라서 대기업의 경우 대외적 환경 변화에 따른 경영 위험에 직접적으로 노출되어 있다는 점을 들 수 있다.

한편 동반위는 기업 규모별 경영성과 평가에 수익

7) 위탁대기업과 협력중소기업의 성장성에 대한 비교 연구는 아니지만 원사업자와의 거래비중은 협력중소기업의 성장성 지표에 긍정적 영향을 미치는 것으로 조사되었다. (곽정수, 『대·중소기업 간 하도급거래가 중소기업의 성과에 미치는 영향 - 한국의 자동차산업을 중심으로』, 서울대학교 경제학 박사학위 논문, 2010년 8월)

성만을 기준으로 삼고 있는데 수위탁기업이 공생의 관계를 형성하고 있는지를 평가하기 위해서는 수익성 지표에 대한 분석만으로는 충분하지 않다. 정남기·정재호(2008), 강선민(2010)의 연구에서는 수익성과 성장성을 수위탁 기업에 대한 경영성과 평가 및 비교를 위한 지표로 함께 제시하고 있다. 이들의 연구에 따르면 성장성 지표의 경우 수위탁기업이 위탁기업보다 오히려 양호한 것으로 나타났다. 이는 위탁대기업의 후려치기→중소협력업체의 수익성 악화→중소협력업체의 투자 및 성장 위축→산업 전체의 발전 저하라는 악순환 문제를 제기한 동반위의 현실 묘사와는 상반된 실증결과라 할 수 있다.

<그림 4> 연도별 매출액영업이익률



출처: 강선민(2010), 전과 동일

수위탁기업 연구의 문제점

이상 수위탁 기업의 경영현황을 분석한 연구결과를 종합해 보면 협력기업이 일반적으로 '수탈'되어 수익성이 악화되고 그에 따라 성장에 제약을 받고 있다는 주장은 뒷받침되기 어렵다. 다만, 현재 수위탁기업의 경영성과 분석은 미시적 데이터에 기초한 연구가 충분하지 않고 연구방법론 또한 다양하기 때문에 하나의 합의된 결론을 도출하기는 어렵다는 한계가 있다.

수위탁기업 연구에서 가장 중요한 단계는 협력기업의 범위를 정하는 것이다. 강선민(2010)은 협력업체를 정의하는 데 따른 어려움을 완성차업체(위탁대기업)와 부품업체들 간의 실제 거래관계도(부록 참조)를 통해 보여주고 있다. 이 그림에서 부품업체는 동종업종인 복수의 기업(완성차업체 또는 여타 부품업체)과 거래관계를 맺기도 하고 다른 업종에 속한 복수의 대기업과 거래하기도 한다. 또한 중소기업의 경우 위탁대기업과의 거래실적이 대출 등 기업경영에 영향을 줄 수 있기 때문에 지속적 거래관계가 아닌데도 대기업과의 거래를 기록하기도 한다. 예를 들어 완성차업체(A)와 한시적으로 거래하고 다른 부품업체(B)와 지속적으로 거래하는 중소기업(C)의 경우 실제로는 B와 주 거래관계를 맺고 있음에도 불구하고 대기업과의 거래관계 유무로만 분류했을 경우 C의 경영실적은 A사와의 거래관계에 의해 경영실적이 좌우되는 것으로 나타나게 된다. 강선민(2010)의 경우 이러한 문제를 최소화하기 위해 업종별 거래관계를 장기간(2001~2007년)에 걸쳐 조사한 후 3회 이상의 거래기록을 가진 업체로 제한하는 등 보다 엄밀한 기준에 의거하여 협력업체를 정의하고 있다. 수위탁기업 연구시 거래관계에서 나타나는 이러한 복잡성을 고려하지 않는다면 사실상 일반 중소기업으로 분류되어야 할 업체의 다수가 협력업체로 간주되어 분석결과에 편의가 발생할 수밖에 없다. 대·중소기업 간 문제, 수위탁기업의 문제를 정확하게 진단하고, 보다 객관적 결과를 이끌어 내기 위해서는 일관성 있는 시계열 자료의 축적과 다양한 연구방법론의 비교 검토가 선행되어야 할 것이다.

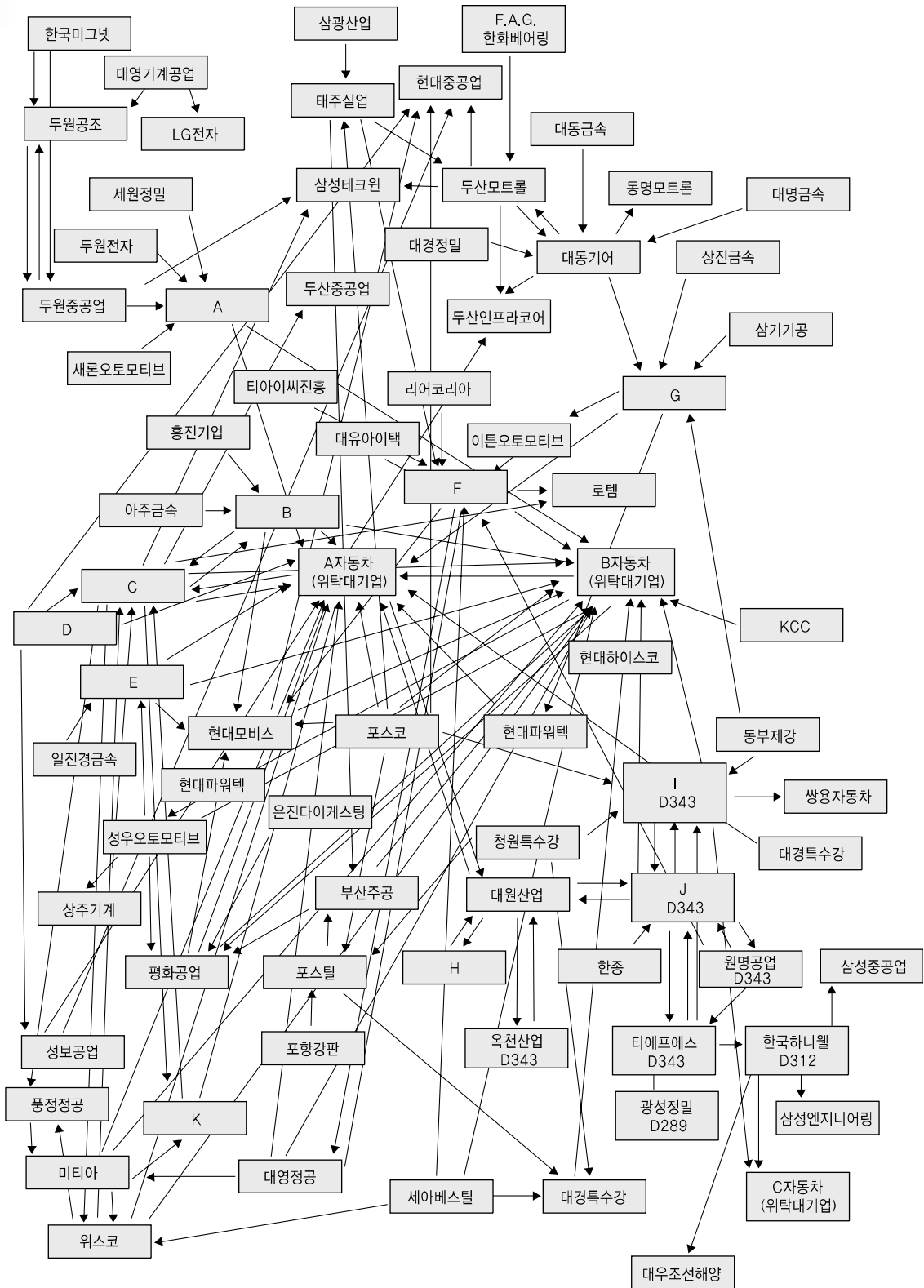
기업규모별 경영지표 요약과 과제

이상의 다양한 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 대·중소기업의 수익성 격차 확대에 대한 장기적 실증 자료가 발견되지 않으며 한국은행의 기업경영분석에 따르면 최근 10년간 그 격차는 1~2% 내외에서 변동하고 있다(2003~2004년 제외).
2. 국가별 비교에서는 한국의 대·중소기업 수익률 격차가 미국, 프랑스, 독일에 비해 큰 것으로 나타났다. 그러나 이는 한국 대기업의 수익률 급등의 결과이지 중소기업 수익성 악화 때문은 아니므로 이를 수익성 양극화로 결론짓기는 어렵다.
3. 업종별로 세분화된 연구에 따르면 대기업의 수익률이 중소기업보다 높다는 통상적 관념이 모든 업종에 적용되는 것은 아니다. 자동차, 조선 등 업종에서는 중소기업의 수익성이 높은 경우가 종종 발견되었는데 이는 업종별 부품산업의 기술특화나 규모의 경제 등의 차이가 반영된 결과인 것으로 풀이된다.
4. 수위탁기업의 수익성은 전자산업의 경우 대부분 연구에서 위탁기업이 높게 나타났으나, 자동차와 조선산업에서는 반대의 결과가 관찰되기도 하였다.
5. 기업경영 성과를 보여주는 다른 지표인 성장성 지표는 대체로 수탁기업이 위탁기업을 앞지르는 것으로 나타났다.

이익공유제라는 발상은 우리나라 대·중소기업의 경영상황이 구조적으로 양극화되어 있다는 상황 인식에서 출발한다. 중소기업의 경영상황이 교착상태에 처해 있다고 보고 정부의 적극적 이니셔티브를 통해 이를 혁신 지향적으로 전환시켜 보겠다는 것이다. 그러나 위의 연구결과를 종합해 보면 최근 몇 년 치 자료에 근거해 대·중소기업의 문제 전체를 구조적 양극화로 단정할 실증적 근거는 희박해 보인다. 세분화된 연구결과에 따르면 비협력 중소기업과 협력중소기업이 처해 있는 상황과 풀어야 할 문제점은 엄연히 다르며, 중소 협력기업 내에서도 업종별로 경영여건에는 큰 차이가 발견된다. 업종별로 적합한 최적의 중소기업 대책을 수립하기 위한 첫 번째 단계는 각 산업이 발전해 온 산업생태계의 지형을 보다 객관적으로 인식하는 일일 것이다. 물론 납품계약, 원가절감 수익의 배분 등에서 시장지배력의 불균형으로 인해 중소기업에 불공정한 정황들이 산업현장에서 발견되는 것은 사실이며 이는 시정되어야만 마땅하다. 그러나 불공정 행위를 방지하고 개선하는 문제와 검증되지 않은 획일적 계약모형을 산업계에 요구하는 문제는 분명히 구분되어야 할 것이다.

<부표> 수위탁기업 간 거래 예시



출처: 강선민(2010)

keri 한국경제연구원

발행일 2011년 10월 20일 | 발행인 허창수 | 발행처 한국경제연구원 | 주소 서울시 영등포구 여의도동 27-3 하나대투증권빌딩 8층 | 전화 3771-0001 | 팩스 785-0270~3

