

기업의 자발적인 동반성장 참여유인 제고방안

-동반성장지수의 인센티브 시스템의 매커니즘 디자인-

2014.4.23

목 차

I. 연구목적 및 제안배경	7
1. 연구목적	7
2. 제안배경	9
II. 선행연구 분석 및 인센티브 시스템의 메커니즘 디자인 방향	26
1. 인센티브 이론과 인센티브의 유형	26
2. 인센티브 시스템의 메커니즘 디자인 방향	31
III. 동반성장지수 인센티브에 대한 대·중소기업의 인식 서베이 실태분석	36
1. 현행 동반성장지수 인센티브의 실효성 분석	36
2. 대·중소기업의 인센티브 선호도 조사결과 분석	37
IV. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 시스템 제안	46
1. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 패러다임 구조	46
2. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 디자인	49
V. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 시스템 실행과제와 기대효과	52
1. 실행과제	52
2. 정책제안 및 기대효과	54
참고문헌	57

- 이 자료는 이종욱 서울여자대학교 교수가 작성한 것입니다.
내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.
- 문의: 전경련중소기업협력센터 사업팀 윤지훈 연구원
TEL : 02-6336-0618 FAX : 02-3771-0143 E-mail : jhyun@fkilsc.or.kr

표·그림 목차

<표 목차>

<표 1> 중소제조업 경영상 애로사항(2012년 3월)	15
<표 2> 중소제조업의 애로요인	16
<표 3> 기업 역량수준과 체감도 항목별 변동성	20
<표 4> 성과공유 산업별 평가요소의 차이	22
<표 5> 성과공유제연구회 운영	23
<표 6> 동기와 인센티브의 부합성을 통한 성과 창출	26
<표 7> 인간 동기의 네거티브와 포지티브 성향	27
<표 8> 포지티브 동기 유발요인	27
<표 9> 네거티브 동기 유발요인	29
<표 10> 금전적 인센티브	30
<표 11> 인센티브의 범주	30
<표 12> 개인과 사회 인센티브	31
<표 13> 현행 동반성장지수 인센티브 요약표	36
<표 14> 현행 동반성장지수 인센티브의 실효성에 대한 기업의견	37
<표 15> 자발적인 동반성장 참여를 위한 대·중소기업의 인센티브 수요 조사표	38
<표 16> 자발적인 동반성장 참여를 위한 대기업의 인센티브 수요 조사결과	39
<표 17> 자발적인 동반성장 참여를 위한 협력업체의 인센티브 수요 조사결과	40
<표 18> 동반성장 평가시스템 운영방식의 참여유인에 대한 응답결과	44
<표 19> 동반성장 단계별 대·중소기업의 역할	47
<표 20> 스텝업(Step-up) 방식의 CSV형 상생협력모델(예시)	48
<표 21> 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 모델(※ 절대평가 방식/ 인증 실패 시 기업 비공개)	49
<표 22> 동반성장 평가요소 개편의 고려 요인과 인센티브 시스템	54
<표 23> 동반성장 인센티브의 동반성장 참여유인 효과	54
<표 24> 대기업 납품제품별 협력업체의 동반성장 참여유인 효과	55

<그림 목차>

<그림 1> 동반성장지수 시행 이후 지수평가 대상기업과 1차 협력업체의 인식 변화	10
<그림 2> 기업의 자발적인 동반성장 확산방안	11
<그림 3> 상생발전 위한 동반성장지수의 대안모델에 대한 기업인식	12
<그림 4> 원자재 가격 상승 시 납품대금 인상과 하도급 납품대금 지급기일	13

<그림 5> 주요 행위유형별 납품단가 인하 경험 비율	14
<그림 6> 건설업 역량별 체감도	18
<그림 7> 제조업 역량별 체감도	19
<그림 8> 기업의 자발적 성과공유제 참여 확산방안	20
<그림 9> 성과공유 시행의 기대효과와 도입사유	21
<그림 10> 성과공유제 시행상 애로사항과 미도입 사유	22
<그림 11> 동반성장 전문가들이 바라는 차기정부의 동반성장 정책방향	24
<그림 12> 기존 인센티브의 이론과 메커니즘 디자인 이론의 차이	32
<그림 13> 기존 이론과 메커니즘 디자인 이론 기반의 평가제도 인센티브 경로의 차이	33
<그림 14> 국내은행의 원화대출 잔액·비중 및 대출태도지수 추이	41
<그림 15> 동반성장의 5단계	46

I. 연구목적 및 제한배경

1. 연구목적

동반성장이 하도급 공정거래 질서 확립, 중소기업 영역 보호 및 경영여건 개선 등에 기여했다는 평가를 받고 있다. 주요 기업의 동반성장지수에 대한 인식에서는 지수평가 대상 기업과 1차 협력업체 모두 동반성장과 하도급 공정거래 개선효과에는 공감하고 있지만, 기업의 부담이 늘고 동반성장을 체감하지 못하는 협력업체들이 적지 않다.

기업 연구의 현대이론에서 가장 집중적으로 연구되는 주제가 기업 내에서 생산할 것인가 아니면, 계약을 통해 외부에서 구매할 것인가에 대한 의사결정이다(Holstrom&Milgrom, 1994). 경제이론으로 보면, 대기업 경영자의 합리적 의사결정과 협력업체 경영자의 합리적 의사결정이 서로 부합되었을 때, 협력업체가 탄생하게 되지만, 동반성장은 시장경제에서 경제주체의 합리적 의사결정이 공정성에 어긋나고 있다는 것을 시정하기 위한 조치라 할 수 있다.

동반성장지수 평가 대상기업은 2011년 56개사, 2012년 74개사, 2013년 109개사로 증가했다. 하지만, 지수평가 대상에 편입되는 대기업은 공정거래법에 의해 결정되며, 동반성장지수 평가 대상기업에 자발적으로 참여하는 기업은 없다. 동반성장이 정부 주도로 급진적으로 추진되다보니, 많은 기업들이 정부의 규제에 의해 강제적으로 참여하고 있지만, 아직도 규제대상에 포함되지 않은 기업들의 자발적인 참여가 미흡한 상황이다. 동반성장지수가 기업의 경쟁력 향상에 도움이 된다면, 더 많은 기업들이 참여하게 될 것이다. 이를테면, 한국표준협회, 한국능률협회 등 민간부문에서 주도하는 평가에는 대기업들이 자발적으로 참여하는 것과 대조된다.

기업의 수명은 아직 증명된 결과가 없으므로, 경제학의 기업 연구에서도 기업의 ‘동태적 역량(dynamic capabilities)’이 중요하고, 이를 위해 기업의 경쟁력은 기업생태계의 경쟁력을 결정하므로, 기업의 부가가치 창출 체인(chain)에서 기업의 플랫폼(platform) 역할에 대한 연구도 활발하게 진행되고 있다. 대기업, 중견기업 등이 동반성장 평가에 자발적인 동참을 유도하려면, 기업들의 동태적 역량, 기업생태계, 플랫폼 등에 맞는 동반성장지수로 보완될 필요가 있다. 이런 상황에서 전경련중소기업협력센터 서베이(2013.7b)의 동반성장

에 대한 기업인식조사에서 두 가지 의견이 제시된다. 첫째, 자발적으로 동반성장에 참여하는 기업들이 많아지게 하고, 지수평가 대상기업과 1차 협력업체는 기업특성이 반영된 평가기준을 마련하고 인센티브를 확충하는 방향으로 현행 지수를 보완할 것을 제안하고 있다. 둘째, 지수평가 대상기업과 협력업체는 모두 대·중소기업의 상생발전을 위한 현행 지수의 대안 모델로 기업의 경영자원과 역량에 맞는 모델을 제안하고 있다. 기업역량은 성공적인 성과와 인과 관계를 갖고 있으므로, 동반성장지수도 기업의 역량에 맞는 수준에서 측정해야 기업들도 동반성장에 관심을 가지고 추진하여 성과를 낼 수 있다(이철기 외, 2013).

이제는 기업 및 협력업체 역량의 토대 위에서 동반성장의 추진동력이 창출되고, 이를 통해 기업생태계의 경쟁력이 증대되므로, 동반성장의 확산이 성공적으로 정착되도록 노력해야 하는 중요한 시점이 되었다. 이에, 동반성장의 목표를 명확히 하기 위해, 동반성장 인센티브 디자인에 메커니즘 디자인(Maskin, 2007; Myerson, 2007)이론을 도입할 필요가 있다.

본 연구의 목적은 동반성장지수 평가에 기업의 자발적인 참여도를 높이기 위해 중소기업의 애로요인 해소와 대기업의 경쟁력 강화가 서로 합치되어야 한다는 것을 강조하고, 이를 위해 동반성장지수 평가항목에 인센티브 메커니즘 디자인 요소가 보완되어야 한다는 것을 보여 주고자한다. 이를 위해, 본 연구는 5개의 절로 구성되어 있다. 1절에서는 동반성장지수 평가 등에 대한 기존의 서베이 결과를 기반으로 지수평가 대상기업과 협력업체의 의견을 정리하여, 미흡한 인센티브를 분석하게 된다. 또한, 중소기업의 애로요인을 분석하고, 이것이 동반성장에 유인부합으로 작용할 수 있다는 것을 보여주게 된다. 동반성장지수의 산업별 및 기업 역량별 차별화 인센티브를 분석하여, 동반성장지수 항목 및 적용에서 차별화만으로도 인센티브가 된다는 것을 강조하게 된다. 2절에서는 인센티브 이론과 유형을 제시하여, 동반성장지수에 보완될 수 있는 인센티브 영역을 설명하게 된다. 그리고 동반성장지수를 메커니즘 디자인 관점에서 보완하는 것도 좋은 인센티브가 될 수 있다는 것을 지적하게 된다. 이를 위해, 2007년 노벨경제학 수상자들의 메커니즘 디자인 이론을 소개하게 된다. 3절은 상생협력과 동반성장 확산을 위한 인센티브에 대한 서베이 결과를 정리하게 된다. 4절은 앞에서 제시된 현장조사와 서베이 결과를 토대로 메커니즘 디자인 이론 관점에서 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 패러다임 구조를 제시하게 된다. 5절은 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 시스템 실행과제와 기대효과를 정리하게 된다.

2. 제안배경

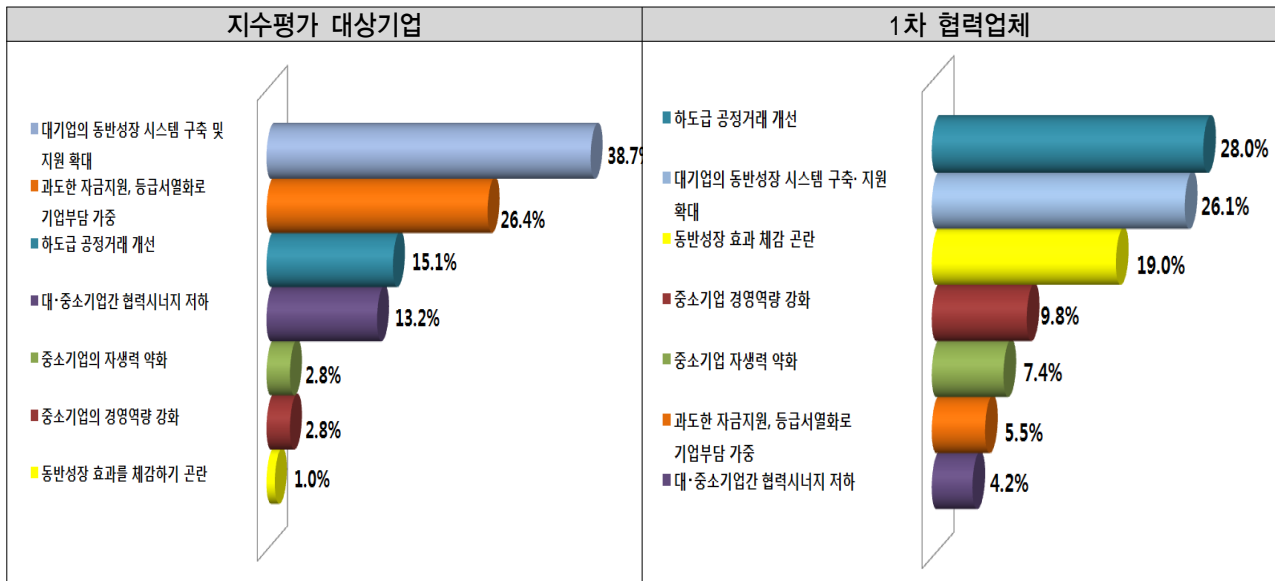
(1) 동반성장지수 평가지표에 대한 기업인식

참여정부가 2005년부터 시작한 상생협력을 이명박 정부에서 중단되었다가, 한나라당(現 새누리당)이 2010년 「6.2 지방선거」에서 대패한 이후, 중소기업에 대한 민심 수습 차원에서 상생협력이 다시 대두하게 된다. 이명박 정부는 상생협력모형의 패러다임을 따르면서도 참여정부와 차별화를 시도하기 위해 2010년 9월 28일 상생협력모형의 성과만을 강조하는 동반성장을 발표하게 되어, 대기업 협력업체 및 독립 제품 생산 중소기업들에게 큰 기대를 안겨 주게 된다. 이명박 정부는 대·중소기업 간 동반성장에서 단기적으로 가시적 성과를 도출하기 위해, 동반성장위원회를 설립하고 2011년부터 동반성장지수를 도입하여 대기업들의 동반성장 실적 평가를 시행하게 된다. 이에 따라, 단기적 성과 극대화에 부응하여 동반성장을 의무적으로 받아야 하는 주요 기업들은 협력업체 지원 확대, 소통 강화 등의 동반성장에 주력해 왔다. 대기업은 협력업체와의 거래에 대한 혁신적 변화를 통해 공정거래 질서 정착, 동반성장 시스템 구축 등을 통해 동반성장이 확산되는 성과를 거두었다.

그러나 단기적 성과는 있었지만, 동반성장지수 평가항목을 기업 흡수역량 그리고 업종별 특성을 차별화하지 않고 적용하는 등, 무차별적 동반성장지수 평가를 수용하기 어려운 기업들이 나타나게 되었다. 동반성장지수의 평가를 받지만, 평가항목 수용이 어려운 기업들은 기업 현실에 맞지 않는 지표로 평가를 받고서도 서열 위주로 발표하는 동반성장으로 불이익을 받는 점을 호소하게 되었다. 동반성장 평가 대상기업들의 지수에 대한 인식 및 보완과제에 대한 의견을 수렴하기 위한 2012년 평가받은 기업을 대상으로 전경련 설문조사를 보면, 동반성장지수 평가 이후 평가 대상기업이 처한 상황과 변화를 알 수 있다.

먼저 <그림 1>에서 지수평가 대상기업은 긍정적 효과로 ‘대기업의 동반성장 시스템 구축과 지원 확대’(38.7%)와 ‘하도급 공정거래 개선’(15.1%)을 들고 있고, 부정적 효과로 ‘과도한 자금지원 및 등급 서열화로 인한 기업부담 가중’(26.4%)과 ‘대·중소기업 간 협력 시너지 저하’(13.2%)를 지적했다. 1차 협력업체는 긍정적 효과로 ‘하도급 공정거래 개선’(28.0%), ‘대기업의 동반성장시스템 구축과 지원 확대’(26.1%), 미흡한 효과로 ‘동반성장효과 체감 곤란’(19.0%), ‘중소기업 경영역량 강화’(9.8%)를 들고 있다. 동반성장의 긍정적 효과에서 대기업과 1차 협력업체가 지적한 것은 동일하지만, 부정적 효과에서는 서로 차이가 있다.

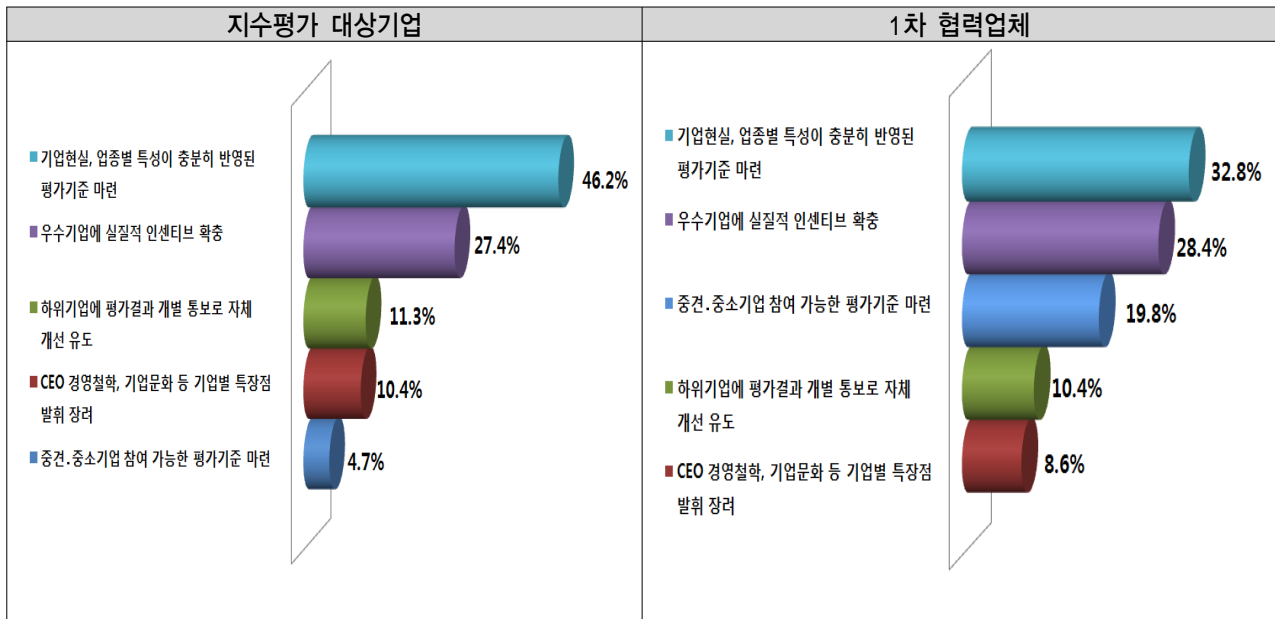
<그림 1> 동반성장지수 시행 이후 지수평가 대상기업과 1차 협력업체의 인식 변화



<그림 2>의 현행 동반성장지수의 보완과제에 대해 대기업은 ‘기업현실과 업종별 특성이 충분히 반영된 평가기준 마련’(46.2%), ‘우수기업에 실질적 인센티브 확충’(27.4%), ‘하위기업에 평가결과 개별 통보로 자체 개선 유도’(11.3%), ‘CEO 경영철학과 기업문화 등 기업별 특징점이 발휘될 수 있는 분야 장려’(10.4%), 그리고 중소기업은 ‘기업현실과 업종별 특성이 충분히 반영된 평가기준 마련’(32.8%), ‘우수기업에 실질적 인센티브 확충’(28.4%), ‘중견·중소기업 참여 가능한 평가기준 마련’(19.8%), ‘하위기업에 평가 결과 통보로 자체 개선 유도’(10.4%)이다. 대기업과 중소기업이 지적하는 보완과제의 상위 2가지는 동일하지만, 하위 2가지 과제는 서로 다르다.

대기업은 업종에 따라 납품단가 조정이 구조적으로 불가능한 경우도 있어, 협력업체와 대기업의 관계도 먼저 대기업이 처한 상황을 이해하고, 대기업이 수용할 수 있는 요구를 해야, 대기업도 협력업체와 동반성장을 실현하기 위한 상생협력을 추진할 수 있다. 이를테면, 건설·조선·철도 제조업 등을 영위하는 기업은 수주계약이 전체 매출의 80% 이상을 차지하고 있으며, 최종 판매가격 및 협력업체의 납품단가 인상에 대한 결정권을 발주처가 갖고 있기 때문에 납품 단가 인상이 다른 제조업에 비해 어렵다. 즉, 수주 단계에서 제품 제작 과정의 원료비 및 인건비가 결정되어 있다.

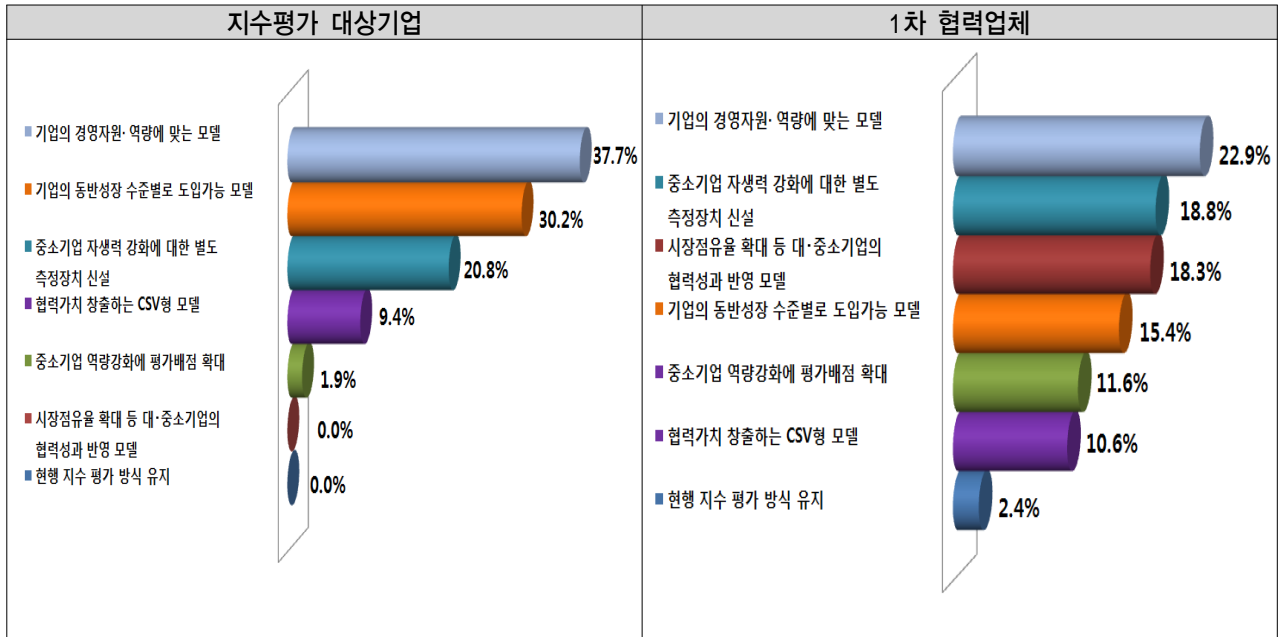
<그림 2> 기업의 자발적인 동반성장 확산방안



대기업은 협력업체와의 거래에서 직면하고 있는 구조적인 문제로 인해, 대기업과 협력업체의 동반성장을 평가하는 대안 모델을 요구하고 있다. <그림 3>에서 지수평가 대상기업은 ‘기업의 경영자원·역량에 맞는 모델’(37.7%), ‘기업의 동반성장 수준별로 도입가능 모델’(30.2%), ‘중소기업 자생력 강화에 대한 별도 측정장치 신설’(20.8%), ‘협력가치를 창출하는 CSV형 모델’(9.4%), ‘중소기업 역량강화에 평가배점 확대’(1.9%) 등이고, 협력업체는 ‘기업의 경영자원·역량에 맞는 모델’(22.9%), ‘중소기업 자생력 강화에 대한 별도 측정장치 신설’(18.8%), ‘기업의 동반성장 수준별로 도입가능 모델’(18.3%), ‘협력가치를 창출하는 CSV형 모델’(15.4%), ‘중소기업 역량강화에 평가배점 확대’(11.4%) 등이다.

지수평가 대상기업과 협력업체 모두 대·중소기업의 상생발전을 위한 현행 지수의 대안모델로 ‘기업의 경영자원·역량에 맞는 모델’을 가장 선호하고 있다. 반면, 선호하는 대안모델의 2위에는 대기업, 중소기업이 선호하는 모델이 다른데, 대기업은 ‘기업의 동반성장 수준별 도입가능 모델’이며, 중소기업은 ‘중소기업 자생력 강화에 대한 별도 측정장치 신설’이다. 기업 간 거래의 상생협력에서 중소기업은 기업 스스로 해야 할 일을 대기업에 의존하는 모델을 선호하고 있다. 대안 모델 제안에서 가장 흥미로운 것은 대기업과 협력업체는 시장이 모든 경우에 자원의 효율적 배분을 보장해 줄 수 없다고 보고 있는 것이다. 대·중소기업 동반성장모델에서도 시장경제원리의 자원배분 시스템을 보완하는 모델이 필요하므로, 경제학의 인센티브 부합에 맞는 ‘메커니즘 디자인(mechanism design)’이 필요하다는 것이다.

<그림 3> 상생발전 위한 동반성장지수의 대안모델에 대한 기업인식



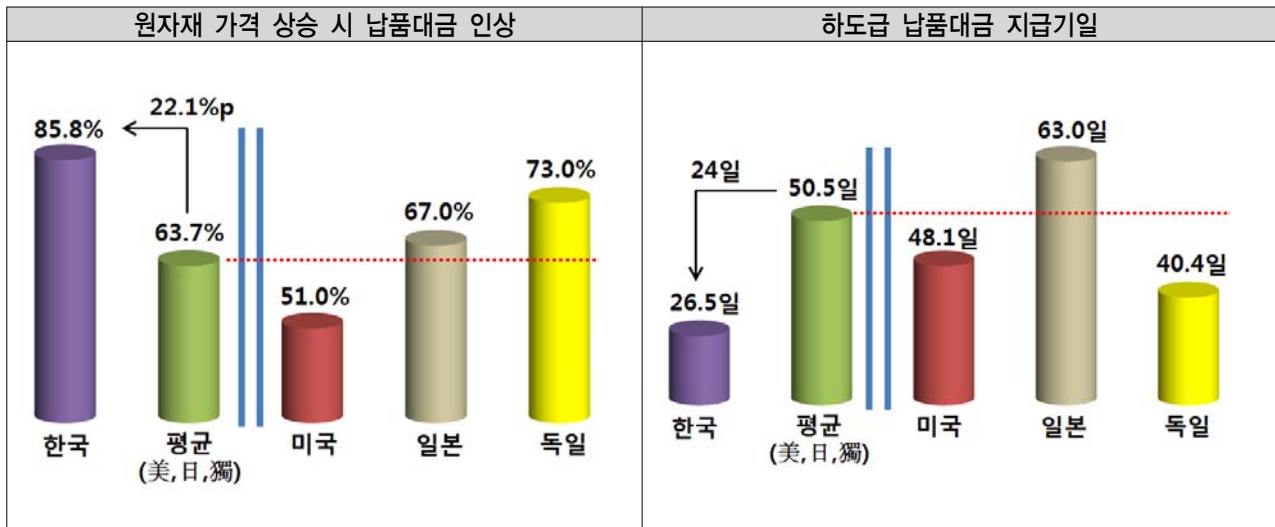
(2) 하도급 거래형태의 국제적 비교

2011년부터 동반성장지수를 통해 대·중소기업 간 거래관계를 평가하면서, 기업 간 하도급 거래형태가 크게 개선되었다. 이러한 개선된 성과를 국제적으로 비교해 보면, 2005년부터 추진한 상생협력의 성과를 더 잘 볼 수 있다.

전경련중소기업협력센터가 발표한 『한국·미국·일본·독일 주요 기업의 하도급 거래형태 실태조사 -한·미·일·독의 매출액 기준 500대 기업 조사 결과를 중심으로-』(2013.11)에 따르면, 그 개선된 수준이 선진국의 대기업과 중소기업의 거래관계 수준을 넘어 섰다.

<그림 4>의 원자재 가격 상승 시 납품대금 인상과 하도급 납품대금 지급기일을 보면, 원자재 가격이 상승할 때 협력업체의 요청에 따른 납품 대금 인상은 한국의 주요 대기업 중 85.5%(134개사 중 115개사)가 실시하고 있지만, 미국·일본·독일의 평균은 63.7%로 한국보다 훨씬 낮다. 국가별로 비율을 보면, 미국은 51.0%, 일본은 67.0%, 독일 73.0%로 80% 이상 되는 국가가 없다.

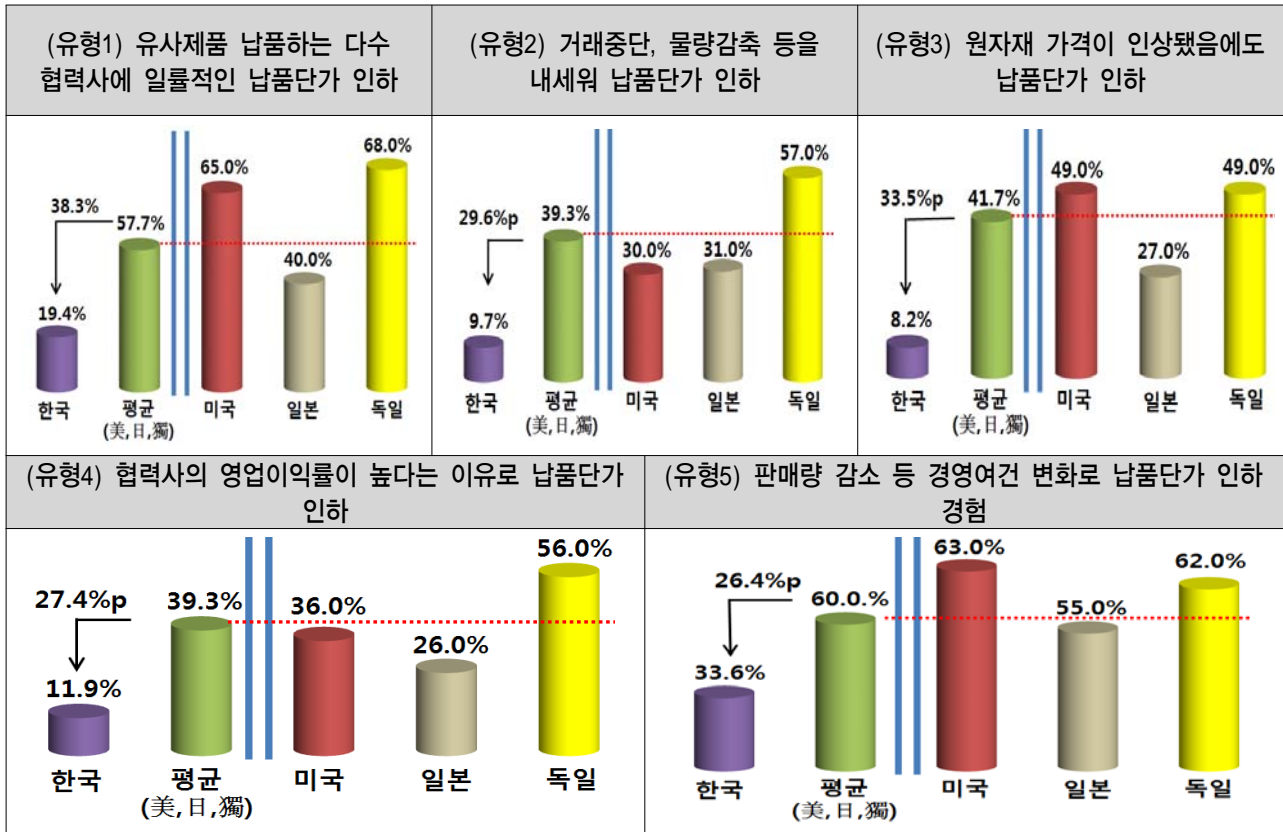
<그림 4> 원자재 가격 상승 시 납품대금 인상과 하도급 납품대금 지급기일



원자재 가격상승에 따라 납품대금을 인상하는 기업 중 협력업체가 요구한 금액을 50% 이상 반영하는 기업도 한국이 65.2%(75사/115사)로 가장 많고, 독일은 53.4%(39사/73사), 일본 43.3%(29사/67사), 미국은 29.4%(15사/51사)로, 한국과 큰 격차를 보이고 있다. 또한 납품대금 지급기일의 경우, 한국은 평균 26.5일이며, 미국·일본·독일의 평균은 50.5일로 한국보다 2배 이상 길다. 주요국 중에서는 납품대금 지급기일이 가장 앞선 독일기업도 한국보다 긴 40.4일이고, 미국은 48.1일, 일본은 63일로 주요국 평균보다 10일 이상 뒤처지고 있다.

우월적 지위를 이용해 일방적으로 납품단가를 인하한 경험이 있다고 응답한 기업은 한국 41.0%, 독일 95.0%, 미국 88.0%, 일본 88.0% 등으로, 한국은 주요국 평균 90.3%의 절반 수준이다. 가격경쟁 심화와 소비자 수요변화 등으로 판매가격을 인하해야 할 경우, 한국기업이 주요국의 기업에 비해 가장 공정한 방법으로 납품단가를 조정해주고 있다. 일방적인 납품단가 인하의 주요 행위유형을 5가지로 나누어 기업비율을 보면, 한국에서 납품단가를 일방적으로 인하하는 기업이 가장 낮다는 것을 알 수 있다. <그림 5>에서 (유형 1)을 보면, 유사제품을 공급하는 복수의 협력업체에 대해 일률적인 비율로 납품단가를 인하한 경험이 있는 기업은 독일 68.0%, 미국 65.0%, 일본 40.0% 등으로 주요국 평균 57.7%로, 주요국 평균은 한국 19.4%보다 3배가량 더 높아, 한국 기업보다 주요국에서 납품단가 인하가 더 많다는 것을 알 수 있다.

<그림 5> 주요 행위유형별 납품단가 인하 경험 비율



<그림 5>의 (유형 2)를 보면 거래중단, 물량 감축 등을 내세워 납품단가를 인하한 경험이 있는 기업은 독일 68.0%, 미국 65.0%, 일본 40.0% 등 주요국 평균이 39.3%로, 이는 한국 9.7%보다 4배가량 더 높다. (유형 3)의 경우, 원자재 가격이 인상 됐음에도 납품단가를 인정한 경험이 있는 기업은 독일과 미국이 동일하게 49.0%, 일본 27.0% 등 주요국 평균은 41.7%로, 이는 한국 8.2%보다 약 5.1배 더 높다. (유형 4)는 협력업체의 영업이익률이 높다는 이유로 납품단가 인하 경험이 있는 기업은 독일 56.0%, 미국 36.0%, 일본 26.0% 등 주요국 평균은 39.3%로, 이는 한국 11.9%보다 약 3.3배 더 높다. (유형 5)에서도 판매량 감소, 가격경쟁 심화 등 경영여건 변화로 협력업체의 납품단가 인하 경험이 있는 기업은 미국 63.0%, 독일 62.0%, 일본 55.0% 등 주요국 평균이 60.0%로, 이는 한국 33.6%보다 약 2배 더 높다.

한국 대기업의 글로벌 경쟁력이 향상되는 상황에서, 2005년부터 추진된 상생협력, 2012년부터 시행된 동반성장지수 평가를 통해, 한국 대기업의 하도급 거래조건이 미국·일본·독일의 대기업 거래조건보다 더 낫다. 이는 동반성장지수 평가가 하도급 거래조건 개선에 중점을 두는데서 이보다 더 높은 목표, 즉 협력업체의 경쟁력 향상 정도를 평가하는 것으로 전환이 필요하다는 것을 시사한다.

(3) 중소기업 애로요인 해소와 동반성장지수의 기여

중소기업중앙회가 발표한 서베이 항목의 구분은 중소기업이 직면하는 시대적 환경 그리고 정책 중심의 변화에 따라 달라지고 있지만, 중소기업의 경영상 애로요인은 2002년 4월부터 지속적으로 월별로 발표되고 있다. 중소기업의 경영상 애로사항의 구분은 2004년 4월 12개 항목, 2007년 6월부터 14개 항목으로 변경되어 발표되고, 2011년 이후 <표 1>과 같이 16개 항목으로 확대되었다. 중소기업중앙회는 월간 『중소기업전망보고서』를 통해 <표 1>과 같이 중소기업의 경영상 애로사항을 16개 항목으로 나누어 다음과 같이 발표하고 있다.

<표 1> 중소기업 경영상 애로사항(2012년 3월)¹⁾

(단위 : %)

구분	내수 부진	수출 부진	판매대금 회수 지연	자금 조달 곤란	업체 간 과당 경쟁	인력 확보 곤란	인건비 상승	물류비 상승·운송난	기술 경쟁력 약화	제품 단가 하락	원자재 가격 상승	원자재 구득난	설비 노후·부족	계절적 비수기	환율 불안	고금리
'12.2월 (A)	59.9	16.4	28.8	22.6	37.2	25.6	38.1	17.0	6.4	24.3	49.9	9.5	7.8	20.9	5.8	6.7
'12.3월 (B)	55.8	13.9	31.5	24.1	36.1	28.9	38.2	20.9	4.6	23.2	56.4	13	8.1	15	5.6	7.5
증감 (B-A)	-4.1	-2.5	2.7	1.5	-1.1	3.3	0.1	3.9	-1.8	-1.1	6.5	3.5	0.3	-5.9	-0.2	0.8

시계열로 확보 가능한 구분을 14개 항목으로 정리해, 연도별 자료로 정리한 애로요인 변천은 <표 2>와 같다. 중소기업 애로요인은 복수응답을 통해 수집되는데, 2002년에는 내수 부진, 업체 간 과당경쟁, 인력확보 곤란, 인건비 상승의 4대 요소였다. 2003년부터 중소기업 애로요인은 내수부진, 업체 간 과당경쟁, 원자재 가격 상승, 판매대금 회수지연, 인건비 상승의 5대 요소로 증가하면서, 인력 확보곤란은 우선순위에서 뒤쳐지고 있다. 특히, 2000년대는 중국, 인도 등 신흥 공업국가의 부상과 함께 원자재 가격 상승이 중소기업 스스로 해결할 수 없는 애로요인으로 나타나게 된다.

중소기업 애로요인을 구체적으로 보기 위해, 2010년의 애로요인을 보면, 내수부진이 58.6%로 가장 크고, 그 다음이 원자재 가격 상승 46.2%, 업체 간 과당경쟁 39.2%, 판매대금 회수 지연 33.0%, 인건비 상승 30.2%를 차지하고 있다. 특히, 업체 간 과당경쟁은 완성

1) 복수응답 결과이므로 각 항목의 합계가 100%를 초과함 / 자료: 월간 중소기업경기전망보고서(중기중앙회)

품 제조업체와 협력업체의 관계로 해결될 수 있는 것이 아니라, 시장구조의 문제이며 협력업체 스스로의 경쟁 역량으로 해결해야 하는 과제이다. 중소기업의 애로요인에서 내수부진과 수출부진을 합하면, 2003년 이후 70%를 초과하고 있다. 글로벌 시장에서 시장을 확대하고 있는 완성품 제조업체를 가진 협력업체는 내수부진과 수출부진의 판매 애로요인을 한꺼번에 해결하고 있는 셈이다. 또한, 정부 주도의 상생협력을 통한 동반성장이 강조되면서 판매대금 회수 지연문제도 자연스럽게 해결되고, 제품단가 하락은 납품단가 하락과 연계된다고 할 수 있다.

그러나 산업별 제품의 특성을 보면, 전자제품, 자동차 등의 양산 제품은 모델이 바뀌게 되면, 과거 제품의 재고 소진을 위해 자연스럽게 과거 제품의 가격이 하락하게 된다. 그 이후엔 AS 부품의 공급만 이루어지므로, 제품의 특성상 납품단가의 하락은 피할 수 없는 현실이다. 중소기업의 애로요인에 대한 조사결과를 살펴보면, 글로벌 시장에서 경쟁력을 가진 대기업의 협력업체는 경쟁역량을 지속적으로 향상시켜 협력업체의 자격을 유지할 수 있다면, 한국 중소기업이 겪게 되는 ‘판로’라는 애로요인에서 벗어날 수 있다. 개념 정의가 분명하지 않고 한국경제의 미래 성장잠재력을 하락시킬 수 있는 경제민주화에서 대기업의 협력업체에 대한 납품단가가 중요한 이슈가 되지만, 중소기업의 가장 큰 애로요인인 판로의 문제라는 것은 전혀 고려되지 않고 있다.

<표 2> 중소기업의 애로요인²⁾

(단위 : %)

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
내수부진	42.7	60.7	63.4	62.2	60.6	58.6	59.2	63.9	58.6
수출부진	17.1	23.0	19.7	20.7	20.0	18.4	17.9	22.5	18.3
판매대금 회수지연	27.7	32.6	34.7	36.5	34.6	34.3	34.5	36.7	33.0
자금조달 곤란	21.0	27.1	33.3	31.1	27.8	27.2	31.7	31.1	27.0
업체 간 과당경쟁	40.8	40.9	37.9	43.0	44.0	44.8	36.4	37.3	39.2
인력확보 곤란	49.5	31.7	18.1	19.4	20.2	18.2	13.9	12.5	17.3
인건비 상승	39.7	41.3	34.5	35.1	34.6	38.1	36.2	27.3	30.2
물류비 상승 및 운송난	15.6	20.0	21.1	22.2	22.3	22.3	31.7	17.6	14.9
기술경쟁력 약화	5.3	5.5	5.2	6.0	5.5	5.6	4.9	4.5	4.3
제품단가 하락	27.2	29.9	28.5	33.3	34.6	34.6	26.2	27.5	26.4
원자재 가격 상승	26.8	32.1	55.0	40.7	38.1	40.0	68.1	44.2	46.2
설비노후 및 부족	10.1	9.0	7.9	10.0	9.8	9.2	8.0	7.5	8.9
계절적 비수기	0.0	0.0	0.0	0.0	13.5	15.4	13.8	16.0	22.1
환율불안정	0.0	0.0	0.0	0.0	21.9	18.4	21.2	19.3	14.4

2) 이 표의 각 칸의 값은 <표 2>의 월별 자료를 연도별로 합하여, 각 구분 항목의 비중을 산출한 것임

(4) 동반성장지수의 산업별 및 기업역량별 차별화 과제

상생협력 및 동반성장에 참여하는 협력업체의 판로규모는 독립적 제품을 판매하는 중소기업과 달리, 완성품 조립업체인 대기업의 판매규모에 달려 있다. 모든 국가는 산업의 특성과 다양성을 고려하기 위해, 전 세계적으로 표준코드를 적용하여 다양한 범주로 산업을 분류하여 통계를 작성하고 있다. 기업을 산업별로 분류하면서, 각 산업에 적합한 육성 및 규제정책을 실시하고 있고, 각 산업별 분류에 따라 다양한 정부부처와 국회상임위원회, 사법부도 산업 분야에 따라 나누어져 있다.

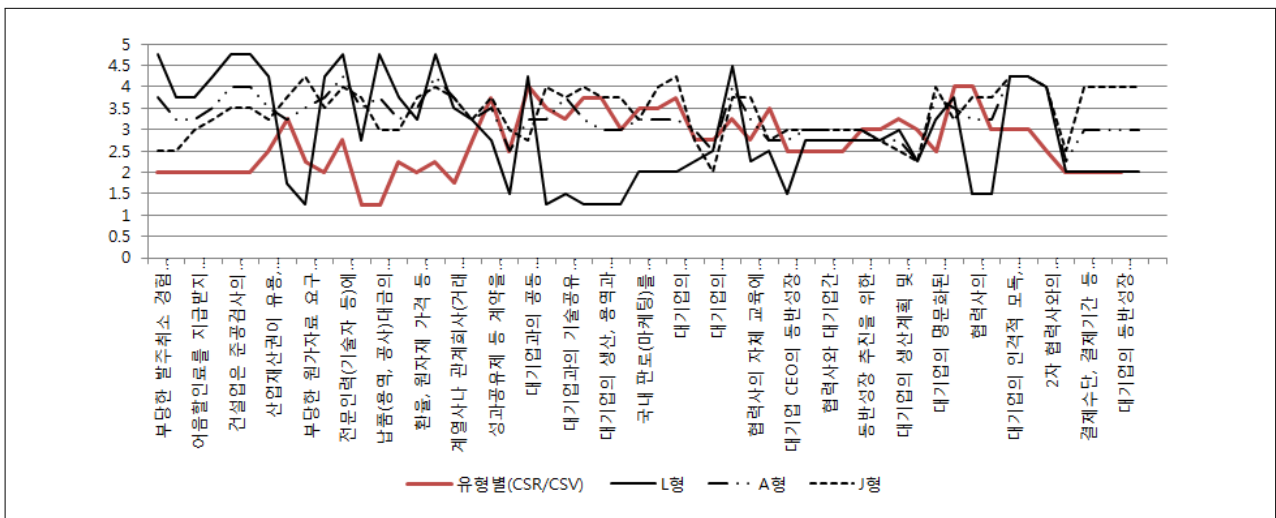
산업의 속성 차이로 인해 나타난 산업분류가 시사하듯이 각 산업에 따라 경쟁력을 향상시키는데 요구되는 역량도 다르다. 산업에 적합한 역량도 각 산업의 발전단계에 따라 필요한 수준이 다르다. 역량은 성공적인 성과와 인과관계를 갖고 있으므로, 동반성장지수도 기업의 역량에 맞는 수준에서 측정해야 기업들도 동반성장에 관심을 가지고 추진하여 성과를 낼 수 있다. 동반성장지수와 기업의 역량은 서로 풀-푸쉬(pull-push) 요인으로 작용할 수 있다. 동반성장지수가 기업역량을 끌어 올리는 항목으로 평가하고 인센티브를 부여하게 되면, 기업은 동반성장을 달성하기 위해 역량을 키우려고 적극적으로 투자하게 될 것이므로, 이때 동반성장지수와 인센티브는 기업역량을 끌어올리는 Pull 요인으로 작용하게 된다. 일단 기업역량이 성장하기 시작하면, 기업의 동반성장 역량은 더 높은 동반성장지수 항목을 요구하게 됨으로써 역량이 동반성장 수준을 끌어 올리는 Push 요인 역할을 하게 된다. 동반성장지수에서도 산업별 그리고 기업역량별 수준에 따른 차별화를 통해 동반성장지수와 기업역량이 서로 Pull-Push 요인으로 작용할 수 있도록 해야 한다.

① 동반성장 체감도의 산업별 및 기업역량별 현황

동반성장의 확산은 3가지 방향으로 추진될 수 있을 것이다. ㉠ 현재 동반성장에 참여하고 있는 모기업의 생태계에서 1차 협력업체는 상생협력과 동반성장의 큰 수혜자이지만, 2차 이하 협력업체로의 확산은 아직도 미흡한 수준이므로, 기존 동반성장 추진 기업에서는 1차 협력업체에서 2차, 3차 협력업체로의 확산이 필요하다. ㉡ 현재 동반성장의 일률적 기준을 만족하기 어려운 기업들은 아예 동참을 포기하고 있어, 모기업이 동반성장에 참여하지 않으면, 모기업의 협력업체가 동반성장을 추진할 수 없게 되므로, 모기업의 자발적 참여를 촉진하기 위한 정책이 필요하다. ㉢ 업종별 체감도를 협력업체의 역량과 결합해 보

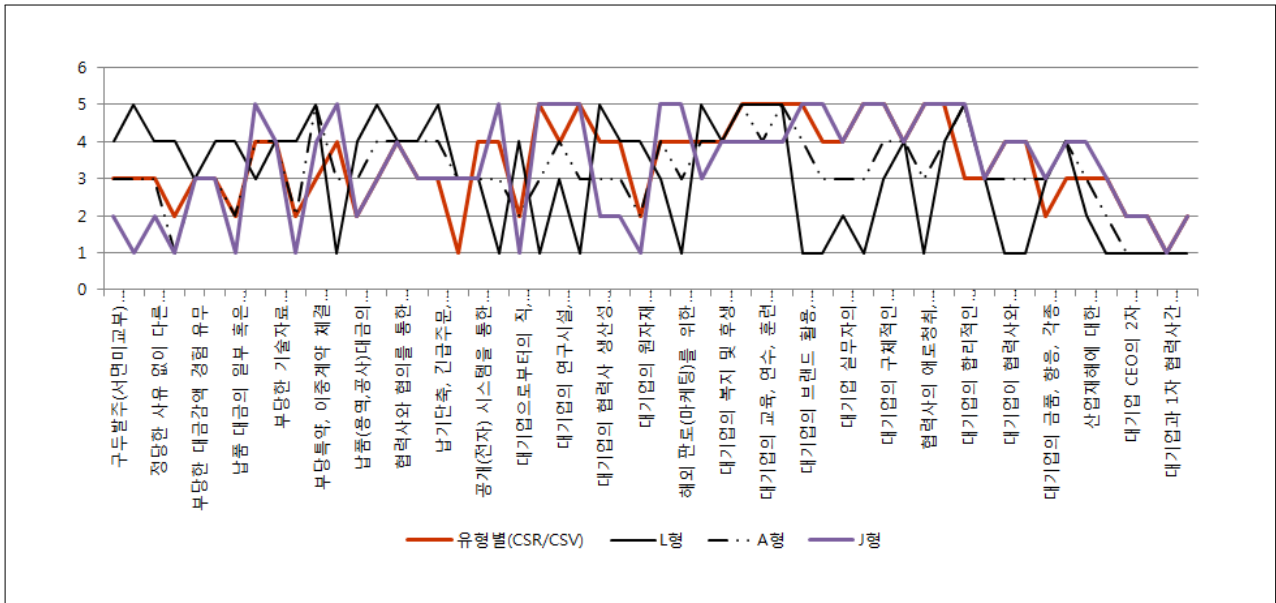
면, 업종별 인센티브의 차별화도 고려해 볼 필요가 있다. 동반성장 확산을 위한 3가지 평가 중 현 단계에서 구할 수 있는 자료는 동반성장 평가 대상기업들에 대한 체감도 설문조사 항목이다. 업종별 체감도 설문항목이 서로 달라 절대적 비교가 어려워, 체감도 설문의 기업 역량별(L형-기술역량이 낮은 범용상품 생산 기업, A형-기술역량이 높지만, 글로벌 경쟁력이 약한 기업, J형-원천기술 정도의 높은 기술역량을 갖고 있어 글로벌 경쟁력이 높은 기업) 체감도 응답구조가 다르게 나타난다. 역량기반 선발(competency-based selection)을 통해, 성과의 긍정적 효과를 얻을 수 있으므로, 조직역량, 관리역량, 직무역량 등 조직 수준별로 역량을 구분할 필요가 있다(이철기 외, 2013). 먼저, <그림 6>에서 건설업의 역량별 체감도를 보면, L형의 체감도가 A형과 J형에 비해 낮은 항목이 더 많다. L형에서 산업재산권 유용, 부당한 원가자료 요구, 대기업과의 공동, 대기업과의 기술공유, 대기업의 생산·유통, 협력업체의 관계 등에서 특히, 체감되는 만족도가 낮다. 그리고 A형과 J형의 체감 만족도는 유사한 모습을 보이지만, 가장 큰 차이를 보이는 요소는 부당한 원가자료 요구로서, J형은 만족도가 높지만, A형 만족도는 J형보다 낮지만 L형보다 낮다.

<그림 6> 건설업 역량별 체감도



건설업의 유형을 (CSR/CSV) 척도로 측정해 보면, L형, A형, J형이 모두 만족도가 높은 항목에서는 그 척도가 낮아지지만(CSR에 비해 CSV가 높은 영역), A형과 J형의 만족도가 높은 영역에서 그 척도가 높다. 다음으로 제조업의 역량별 체감도를 <그림 7>을 보면, L형과 J형의 체감도 변동폭이 크고, A형 변동폭이 상대적으로 적게 나타난다. 그리고 유형별로 (CSR/CSV) 척도를 측정해 보면, 그 측정치는 J형과 유사하게 변동하고 있다.

<그림 7> 제조업 역량별 체감도



확산의 3가지 방향이 동시에 적극적으로 추진되려면, 동반성장의 자발적 참여와 지속적인 발전에 필요한 인센티브 시스템이 체계화될 필요가 있다. 위에서 제시된 2가지 방향의 동반성장을 추진하기 위한 인센티브 시스템은 상생협력 및 동반성장 선도업체와 선발업체 뿐만 아니라 후발 참여업체도 도전적으로 참여할 수 있도록, <그림 3>의 동반성장지수의 대안 모델에서 강조했듯이, 기업역량에 맞추기 위해, 지수 평가에서도 등급을 도입해야 한다. 그리고 인센티브에서도 등급별 차별화가 도입되도록 연계하여, 상생협력을 통한 동반성장 패러다임은 더 발전해 나가야 한다. 산업별 체감도 항목별 변동성 차이의 주요 특성에도 차이가 있다.

첫째, <그림 6>과 <그림 7>에서 업종별 체감도 변동성을 보면, 건설업 체감도 변동성과 제조업 체감도 변동성이 서로 다르다. 물론, 건설업과 제조업의 특성이 달라, 체감도 평가 항목이 다르지만, 각 산업의 평가항목이 산업의 특성에 맞는 것이라면 항목에 대한 만족도로 볼 때 산업에 따라 평가방식이 달라져야 한다. 둘째, 업종별 협력업체의 역량수준(L, A, J)에 따른 체감도 차이가 발생한다. <표 3>에서 기업 역량수준에서도 체감도 평가항목 간 변동성이 서로 다르게 나타나는 것을 알 수 있다. 즉, L형 기업에서는 체감도 평가항목별 변동성이 크고, J형 기업은 그 변동성이 적고, A형 기업은 L형 기업과 J형 기업의 만족도 사이에 있다. 건설업과 제조업에서 업종별 체감도의 변동범위를 보면, L형의 변동범위는 “1 < 건설업 체감도 ≤ 5, 1 ≤ 제조업 체감도 ≤ 5”로 크다.

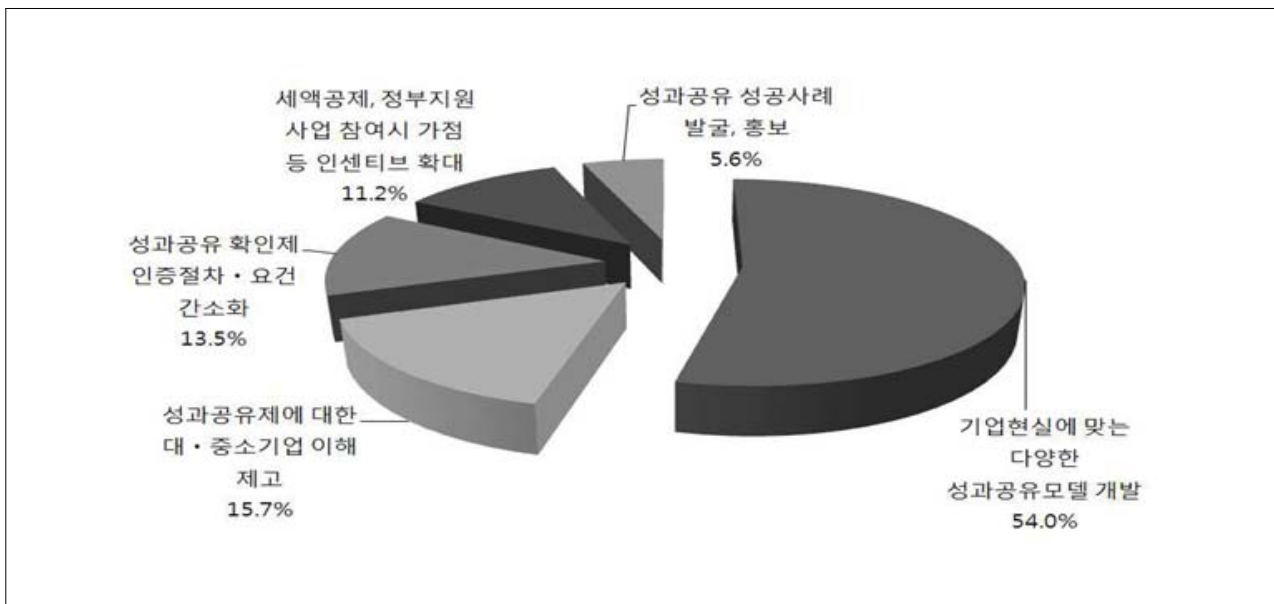
<표 3> 기업 역량수준과 체감도 항목별 변동성

기업체 역량	변동성 정도
L	체감도 평가 항목별 변동성이 큼
A	체감도 평가 항목별 변동성이 J형 기업에 가깝지만, L과 J의 중간
J	체감도 평가 항목별 변동성이 적음

② 동반성장에서 성과공유 평가의 산업별 접근 현황

2012년 6월 주요 대기업(45社)의 ‘성과공유 자율추진 협약’ 체결 이후, 성과공유 과제와 참여 협력업체 수가 각각 4배, 9배로 증가하여 주요 기업의 성과공유제 성과가 크게 개선되고 있다. 협약 체결 이전(2012년 5월)까지 대·중소협력재단의 성과공유 관리시스템에 등록된 추진과제는 268건, 참여 협력업체 수는 75개사에 불과했으나, 협약체결 이후 지난 1년간(2012.6 - 2013.6) 추진과제는 1,037건, 협력업체 수 685개사로 크게 증가하였다. 추진과제 건수와 협력업체 수의 증가로 나타난 성과에 대해, 성과공유제 도입 및 시행의 대기업의 인식을 조사한 결과를 요약한 <그림 8>을 보면, 성과공유제 도입이 확산되기 위해 ‘기업현실에 맞는 다양한 성과공유모델 개발’이 중요하다는 의견이 54.0%로 가장 많다.

<그림 8> 기업의 자발적 성과공유제 참여 확산방안

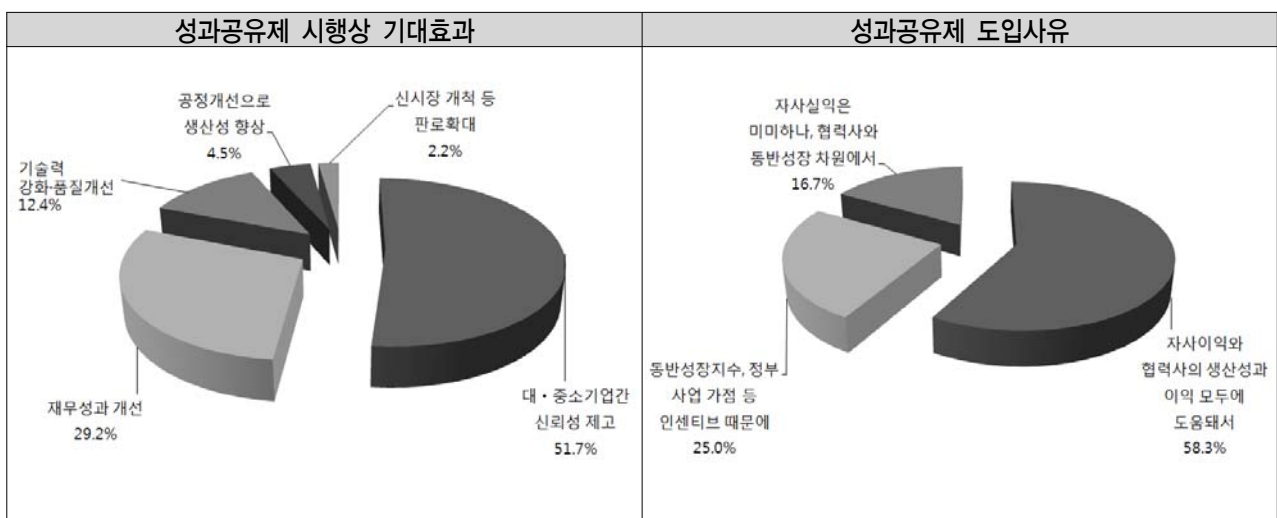


<그림 9>에서 성과공유제 시행의 기대효과에서는 ‘대·중소기업 간 신뢰성 제고’(51.7%)로 가장 높고, 그 다음으로 ‘매출·영업이익 등 경영실적 향상’(29.2%), ‘기술력강화·품질개선’(12.1%), ‘공정 개선으로 생산성 향상’(4.5%), ‘신시장 개척 등 판로 확대’(2.2%)로 응답

하여, 성과공유제가 파이(π)를 키우는 가시적 성과보다 파이(π)를 나눌 수 있는가에 대한 신뢰성 타진에 더 큰 역할을 하고 있다.

성과공유제를 도입한 48개사는 그 도입사유를 보면, 성과공유제를 통해 파이(π)를 키우는 기업사례로서 ‘자사와 협력업체 모두의 생산성과 이익 향상에 도움이 돼서’(58.3%)가 가장 높고, 정부 주도로 추진되므로 수동적으로 실행하는 이유는 ‘동반성장지수, 정부사업의 가점 등 인센티브 때문에’(25.0%), ‘자사의 실익은 미미하나 협력업체와 동반성장 차원에서’(16.7%)이다. 정부가 주도하니 마지못해 하는 기업의 비중이 41.7%나 된다.

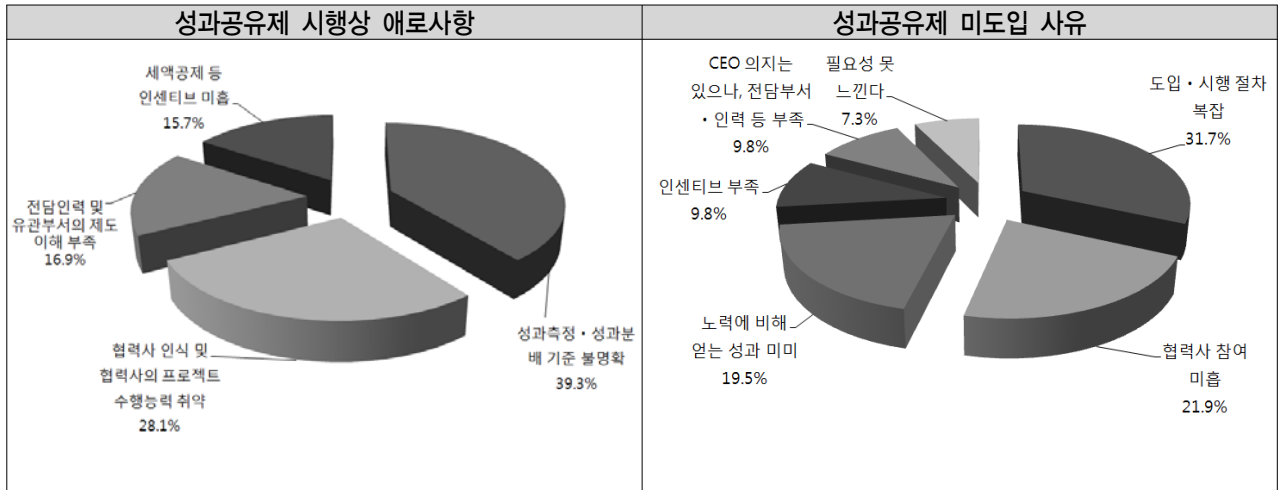
<그림 9> 성과공유 시행의 기대효과와 도입사유



정부 주도로 마지못해 성과공유제에 참여하는 기업들이 성과공유제를 자발적으로 능동적으로 추진하려면, <그림 10>의 성과공유제 시행상 애로요인과 미도입 사유를 적극적으로 해결해 나가야 한다. ‘성과공유제 애로사항으로는 성과측정과 성과분배 기준의 불명확’(39.3%), ‘협력업체 인식 및 협력업체의 프로젝트 수행능력 취약’(28.1%), ‘전담인력·유관부서의 제도이해 부족’(16.9%), ‘세액공제 등 인센티브 미흡’(15.7%) 등으로 응답하였다.

성과공유제를 도입하지 않는 기업은 그 이유로 ‘도입·시행절차 복잡’(31.7%), ‘협력업체 참여 미흡’(21.9%), ‘노력(자본·인력·시간 등)에 비해 얻는 성과 미미’(19.5%), ‘인센티브 부족’(9.8%) 등으로 응답하고 있다.

<그림 10> 성과공유제 시행상 애로사항과 미도입 사유



성과공유제 참여기업들의 성과공유 시행성과를 기반으로, 성과공유형을 산업별 현실에 맞추고 협력업체의 참여를 유도하기 위해, 이동주(2013)는 <표 4>와 같이 8개 범주로 나누어 평가할 것을 제안하고 있다.

<표 4> 성과공유 산업별 평가요소의 차이³⁾

산업 분류	발전 플랜트 에너지	일반·공공 서비스	전기 전자	자동차 기계·조선	철강, 비철금속	통신, 정보서비스	유통	건설
성과 공유 평가 항목	신기술 신제품 개발형	서비스 수준 협약형 (서비스·시설유지 보수개선형)	재료비 절감형	신제품 신기술 개발형	신기술 신공정 개발형	개선대체 공동개발형	상품 개발형 (MPB)	신기술 신공법 개발형
	국산화 개발형		가공비 절감형	국산화 개발형	국산화 개발형	창조형 신기술 공동개발형	매출목표 초과형	신제품 개발형
	성능·품질 향상형		신기술 신공정 개발형	협력사 경쟁력 향상형	협력사 경쟁력 향상형	앱 개발 사업화형	녹색 성장형	품질관리 공동 협력체계 개발형
	환경오염 방지형		국산화 개발형		대외과제 연계형	협력사 경쟁력 향상형	해외시장 개척형	
	신재생 에너지 개발형		협력사 경쟁력 향상형					
	신개발 공법형		대외과제 연계형					
	적기 조달형							

3) 자료: 이동주(2013)

그리고 성과공유제에서 다양한 성과공유 모델을 발전시키기 위해, 성과공유제연구회는 <표 5>와 같이 크게 민간부문과 공공부문 분과로 나누고, 그 다음 단계로 구체적 산업을 나누고 있으며, 각 산업을 몇 가지로 묶어 민간부문 4개 분과, 공공부문 2개 분과를 운영하고 있다.

<표 5> 성과공유제연구회 운영⁴⁾

민간부문 분과														공공부문 분과						
전 기	전 자	통 신	정 보 시 스 템	기 계	조 선	자 동 차	화 학	소 재	철 강	건 설	백 화 점	홈 쇼핑	식 품	2·3 차 협 력 업 체	에 너 지	발 전	플 랜 트	건 설 / 토 목	운 영 관 리 서 비 스	시 설 관 리 서 비 스
민간 1분과				민간 2분과			민간 3분과			민간 4분과			공공 1분과			공공 2분과				

성과공유제 모델 개발 연구회도 산업별 특성을 고려하기 위해, 다양한 산업군을 유사한 성격을 가진 산업군으로 나누고 있다. 이는 성과공유제가 각 산업의 경쟁력을 향상시키는 데 자연스럽게 접목될 수 있도록 하기 위한 노력의 일환이라 할 수 있다.

③ 이명박 정부의 동반성장 평가와 차기정부에 바라는 바람직한 동반성장 정책방향

전경련중소기업협력센터(2012년 11월)가 이명박 정부 2년의 성과(2010.10 - 2012.9)에 대한 동반성장 및 중소기업 전문가에 대한 서베이 결과를 보면, 국내 동반성장 및 중소기업 전문가들의 78.8%가 추진성과가 ‘좋아졌다’고 평가하였다.

정부가 잘한 부문에 대해 ‘하도급 공정거래 질서 확립’(71.9점), ‘동반성장 추진·점검체계 구축’(71.2점), ‘중소기업 사업영역 보호 및 경영여건 개선’(70.3점), ‘동반성장 기업문화 확산’(69.8점), ‘중소기업 경쟁력 강화’(64.2점)로 응답하였다.

대기업의 경우에는 ‘동반성장 기업문화 확산’(70.8점), ‘하도급 공정거래 준수’(70.8점), ‘동반성장 추진·점검체계 구축’(70.5점), ‘중소기업 경쟁력 강화’(70.1점), ‘중소기업 성장 기회 제공’(69.8점)으로 평가하였다.

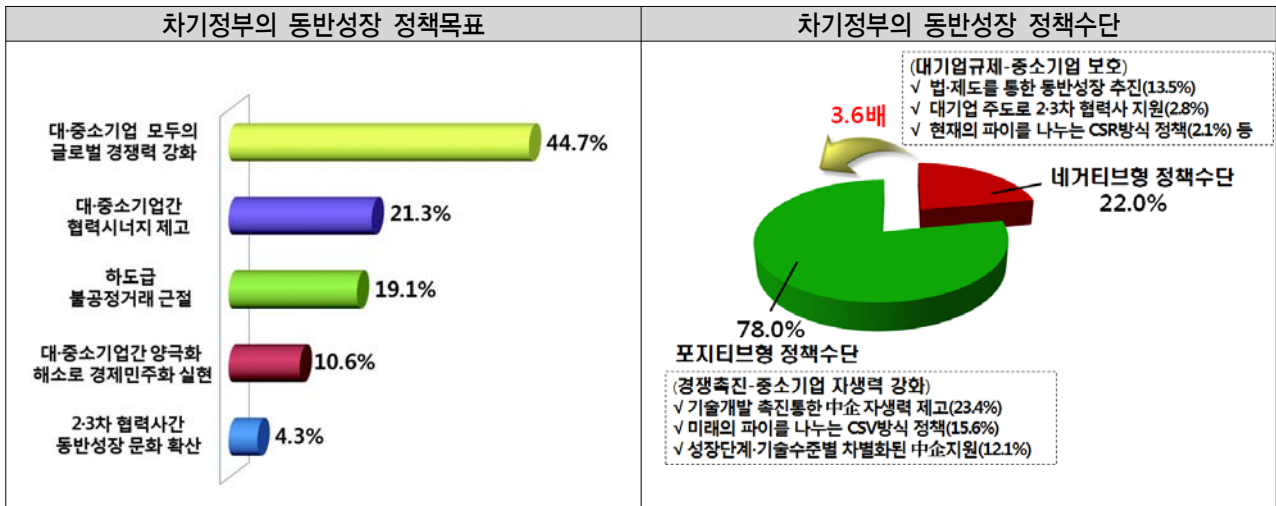
중소기업의 경우, ‘자발적인 원가절감’(72.1점), ‘일자리 창출’(68.8점), ‘회계투명성 개선’(67.4점), ‘글로벌 경쟁력 강화’(67.4점), ‘근로자의 처우 개선’(65.3점)으로 평가하였다.

이명박 정부의 지난 2년간 동반성장 추진성과에 대해 전문가들은 대·중소기업 간 동반성

4) 자료: 이동주(2013)

장의 기틀이 마련되었다에는 공감하나, 중소기업의 경쟁력 제고부문에서 미흡했다고 인식하였다. 그로 인해, 차기정부에 바라는 바람직한 동반성장의 최우선 추진과제는 <표 2>의 중소기업 애로요인을 완화하기 위한 글로벌 경쟁력 강화로 나타났다.

<그림 11> 동반성장 전문가들의 바라는 차기정부의 동반성장 정책방향



<그림 11>을 보면 차기정부의 정책에서 파이(π)를 키우는 정책(능동적 또는 적극적 정책)으로서 ‘글로벌 경쟁력 강화’(44.7%), ‘협력시너지 제고’(21.3%), ‘대·중소기업 간 협력시너지 제고’(21.3%)를 들고 있고, 파이(π)를 나누는 정책(수동적 또는 소극적 정책)으로서 ‘불공정 거래행위 근절’(19.1%), ‘대·중소기업 간 양극화 해소로 경제민주화 실현’(10.6%), ‘2·3차 협력업체 간 동반성장 문화 확산’(4.3%) 순으로 응답하였다. 또한, 전문가들이 생각하는 바람직한 동반성장의 정책수단으로 능동적(적극적) 방식으로 ‘중소기업 자생력 제고’(23.45), ‘미래 파이(π)를 키우는 CSV(공유가치 창출)’(15.6%)이고, 수동적(소극적) 정책 수단으로 ‘법·제도적 동반성장 이행장치 마련’(13.5%), ‘현재 파이(π)를 나누는 CSR(기업의 사회적 책임)’(2.1%), ‘중소기업 사업영역 보호’(2.1%) 등으로 나타났다.

(5) 동반성장지수 인센티브의 보완 필요성

지금까지 법과 제도를 중심으로 추진되어 온 동반성장은 많은 기업들의 자발적인 참여를 유도하는데, 한계에 봉착한 것으로 보인다. 지수평가 대상기업이 2011년 시행 이후 56개사에서 2014년에는 130여 개사로 증가하는 추세에 있으나, 이들 기업의 동반성장 추진노력만으로는 착잔속의 태풍에 그칠 우려가 많다.

동반성장이 경제계 전반으로 확산되고, 지속가능하기 위해서는 대기업뿐만 아니라 기업 생태계의 하부구조를 이루는 중견·중소기업의 동참이 필수적이다. 그러나 여전히 대기업을 제외한 중견·중소기업의 자발적인 동반성장 참여와 노력은 미진한 실정이다. 단적인 예로, 동반성장의 기본이라 할 수 있는 하도급 공정거래 문화 정착은 대기업보다는 중소기업에게 더욱 시급한 문제다. 2012년 공정거래위원회의 하도급 서면 실태조사에 따르면, 하도급법 위반 혐의업체의 비율은 대기업에서 1·2·3차 협력업체 등 공급사슬의 하위단계로 내려갈 수록 높아지고 있다. 중견·중소기업 간 동반성장 및 하도급 공정거래 문화가 조성되지 못하여 대기업의 동반성장 온기가 산업생태계 전반에 잘 전달되지 못하고 있다.

동반성장이 치열한 글로벌 경쟁에서 우위를 확보하고, 기업생태계의 경쟁력을 강화하는데 필수적이라는 인식이 대·중소기업의 인식 기저에 깔려있으나, 이를 실행하는 것은 별개 문제이다. 왜냐하면 막상 동반성장을 추진하려면, 단기적으로 기업경영에 부담이 늘기 때문이다. 예컨대, 중견·중소기업이 동반성장지수 평가에 참여할 경우 대기업에 비해 유동성이 부족하거나, 경영자원이 풍부하지 않아 더욱 부담이 클 수밖에 없다. 예컨대, 하도급 공정거래 문화 정착을 위해 현금결제를 확대하거나, 대금지급기일을 앞당기는 경우에도 기업의 현금흐름과 재무성과 등이 일시 또는 장기적으로 악화될 수 있다. 또한, 협력업체에 대한 과도한 자금지원은 자칫 기업의 존립에 심대한 영향을 미칠 우려도 있다. 행여나 지수 평가결과가 만족스럽지 못할 경우 기업이미지 훼손이라는 막대한 비용만 키울 우려도 많아 중견·중소기업들이 선불리 참여할 수 없다.

따라서 이제 대기업은 물론, 중견·중소기업까지 지수 평가에 자발적으로 참여할 수 있도록 유도하는 인센티브 시스템이 필요하다. 대기업뿐만 아니라 중견·중소기업의 현실적인 경영애로와 부담을 덜어주고 추진노력에 상응하는 보상체계가 마련되면, ‘동반성장’이라는 성과를 달성하는 과정에서 발생하는 높은 비용을 상쇄하는 기능을 수행할 것이다.

Ⅱ. 선행연구 분석 및 인센티브 시스템의 메커니즘 디자인 방향

1. 인센티브 이론과 인센티브의 유형

(1) 인센티브 시스템 이론과 발전

협력은 실패의 역사이므로(Barnard, 1938) 기업 간 거래에서 협력이 성공하려면, 협력의 상대 파트너로서 인간에 대한 이해가 필수적이다. 인간은 복합적인 성격의 소유자이므로, 사람에 따라 서로 다르다는 것을 인지하는 것에서 협력, 소위 차별적 협력을 시작해야 한다. 또한 복잡한 성격의 서로 다른 사람들로 이루어진 조직 간 협력이 잘 이루어지려면, 차별적 협력이 성공할 수 있는 차별적 인센티브 시스템이 필요하다는 것도 인지해야 한다.

<표 6> 동기와 인센티브의 부합성을 통한 성과 창출

		인센티브	
		포지티브(+)	네거티브(-)
동기	포지티브(+)	포지티브 성과(+)	네거티브 성과(-)
	네거티브(-)	네거티브 성과(-)	포지티브 성과(+)

인센티브는 개인의 어떤 행위를 실행하도록 하는 동기를 유발하게 하는 것이며, 경제학적으로 인센티브는 네거티브 인센티브(채찍)와 포지티브 인센티브(당근) 요인으로 분류된다. 인센티브는 경제주체가 어떤 동기를 갖고 있는가, 이를테면 사람의 근로 태도가 X이론과 Y이론에 적합한가에 따라 그 성과가 달라지게 된다. 인센티브 성과는 사람의 동기와 어떻게 결합되느냐에 따라 성과가 달라지는데, <표 6>이 동기와 인센티브의 결합을 통한 성과창출의 결과를 나타낸다. 이를 통해, 인센티브와 동기 유발이 어떻게 부합되어야 좋은 성과를 가져오게 되는지를 쉽게 예측할 수 있다.

따라서 인센티브를 논의하기 전에, 시장 참여자들에게 포지티브 동기와 네거티브 동기 요인을 분석할 필요가 있다. <표 7>은 더글러스 맥그레거(D. McGregor)에 처음으로 제시된 사람들이 가진 네거티브 성향과 포지티브 성향을 정리한 것이다.

<표 7> 인간 동기의 네거티브와 포지티브 성향

X이론(네거티브 성향)	Y이론(포지티브 성향)
일을 싫어함 (disliking work)	일을 좋아함 (willing to work)
야망의 부족 (lacking in ambition)	책임성을 적극적으로 수용 (willing to accept responsibility)
무책임 (irresponsible)	자발성 (capable of self-direction)
변화에 저항 (resistant to change)	자제 (capable of self-control)
선도보다 추종 선호 (preferring to be led than to lead)	상상력, 천재성 및 창조성 발휘 (capable of imagination, ingenuity, creativity)

포지티브 및 네거티브 인센티브는 사람들의 선택 및 행위에 영향을 미치게 되며, 사람들은 서로 다른 가치관을 갖고 있기 때문에 성과를 창출하려면 <표 6>과 같이 사람들에게 대한 인센티브로서 보상 및 처벌에 대한 견해도 달라진다. 따라서 인센티브는 개인들의 성향과 부합되지 않으며, 예기치 않는 성과를 창출할 수 있다. 정부 주도의 동반성장지수 평가에서 인센티브 도입을 분석하기 위해, 정부 관련 사업에 참여하는 기업들의 동기를 분석한 연구로서 Rose & Manley(2007)의 결과가 유익할 것이다. 그들은 호주의 정부 프로젝트에 참여하는 기업들의 인터뷰를 통해, 어떤 것이 포지티브 및 네거티브 동기 유발 요소인가를 분석하였다. 이는 주어진 프로젝트에 어떤 인센티브 디자인이 성공의 요소인가를 분석하는데 기본 자료가 된다. 계약 관련자들과 컨설턴트 대표들이 정부 프로젝트에 참여하는 초기 동기는 수주에서 오는 금전적 인센티브 보상과 정부에 대한 평판을 유지 및 개선하는데 있다.

<표 8> 포지티브 동기 유발요인

동기 유발요인	동기 유발요인 설명
관계 워크숍	초기의 관계 워크숍은 강력한 관계 형성을 돕게 되므로, 최고의 프로젝트 수행 팀의 문화 확립
고객 유연성	발주 기관의 대표들은 고객의 금융부담을 경감시키기 위해 비용 절감 및 디자인 변화를 승인하려고 함
미래 작업	이해관계자들이 평판을 개선하려는 욕망이 통상적인 성과보다 더 나은 성과를 달성할 가능성을 증가시키는 것임
가치 주도 선별	비가격경쟁 기준에 약 70%의 비중을 두는 가치주도 선별과정은 프로젝트 팀이 현재 시스템이 잘 운용되고 있다는 것을 증명하려는 욕망에 의해 발생됨
재무유인 메커니즘 수 분포	팀 협의하에서, 재무유인은 프로젝트 관련 모든 공정의 업무를 달성하는데 투입요소를 결정하는 데 연관된 모든 주요 프로젝트 팀 회원들에게 제안이 됨

<표 8>은 포지티브 동기 유발을 창출하는 요인들을 설명하고 있다. 우리가 <표 7>과 같이 계약자가 X이론, Y이론에 적합한지 알 수 없으므로, 이는 발주자와 수주자 사이에 포지티브 동기를 유발하는데, 어떤 노력들이 의미 있는가를 인터뷰를 통해 정리한 정보이다. 관계형성을 위한 워크샵은 재무적 요인 인센티브가 달성되지 않더라도 조화로운 관계를 발전시키고 동기와 참여를 증진시키는데 중요한 역할을 하게 된다. 미래 프로젝트 참여의 기회도 동기 유발요인으로 강하게 작용하게 된다. 그리고 가치주도 선별과정은 처음부터 동기 유발요인이 촉진되게 하는 것이 중요하다. 70%의 비가격 기준으로 측정되는 가치주도 선별과정에서, 수주자는 발주자에게서 공정하게 대접을 받게 되면, 재무적 요인의 인센티브가 달성되도록 하는 유인도 강하게 작용하게 된다. 이러한 재무적 인센티브 요소들의 잠재적 수혜자들이 계약서상의 인센티브가 공정하다고 생각해야 하며, 아무리 좋은 인센티브 디자인도 그 목표가 달성되지 못하면, 전부 무용지물이 되게 된다. 따라서 재무적 유인 인센티브를 디자인 할 때, 그 성과 배분이 어떻게 이루어질 것인가는 프로젝트 수주자가 결정하도록 함으로써, 그들에게 감사의 뜻을 간접적으로 전달할 수 있다.

둘째, 재무유인 메커니즘(financial incentive mechanism)의 실패를 초래하는 네거티브 동기 유발요인으로 작용하는 중요한 것을 요약한 것이 <표 9>이다. 재무적 유인의 디자인에서 네거티브 동기 유발이 최소화 될 수 있도록 하는 것이 중요하다. 수주자, 발주자, 컨설턴트 등 이해관계자들은 시장 조건들 및 외부적 여건들이 예측될 가능성이 낮을수록 재무적 유인 달성이 어려울 수 있다는 것을 잘 알고 있다. 이런 상황에서 공정상 위험이 계약서에 처음부터 불공정하게 되어 있다면, 미래 전개될 공정상의 목표를 제대로 실현하기 어렵게 된다. 계약자가 처음부터 전체 공정의 비용을 통제할 수 있도록 하고, 공정상 위험을 공평하게 분배할 수 있도록 함으로서, 전 공정에서 목표들 달성할 수 있는 자금 투입의 효율성을 증대시키게 된다. 공사나 납품 수주자는 비현실적인 시간제약에서 협상을 하거나 계획서를 제출하게 될 때, 프로젝트에 필요한 예산 속에 적절한 요소들을 제공하기 위해 상당한 스트레스를 받게 된다. 더구나 이러한 네거티브 요인들이 디자인 개발기간 동안에 계약 담당자를 늦게 임명하여 계약 체결이 지연되는 요인과 결합되게 되면, 발주자의 재무적 압박은 더 복잡하게 된다. 수주자에게는 비용 요인의 압박이 너무나 크게 작용하게 되면, 전공정 완성에서 이루어질 수 있는 재무유인 동기 유발은 완성될 수 없다. 또한 인센티브를 단 하나의 목표에만 연계시키지 말고, 인센티브 풀의 다양한 요소와 그 배분, 이를테면 납기, 제품의 질, 기술 효율 등 다양한 목표를 인센티브 요인으로 제시해야 한다.

<표 9> 네거티브 동기 유발요인

동기 유발요인	동기 유발요인 설명
불공평한 위험	발주자가 계약 이행 과정에서 직면하는 위험은 불공평한 위험으로 인식될 수 있음. 프로젝트 팀의 통제 밖에 있는 시장 조건의 위험 상승에 따라 그로 발생하는 위험비용은 급격하게 상승할 수 있게 되어, 수주자에게 금융압력을 초래할 수 있음.
부적절한 가격 협상	고객과 발주자 사이의 가격에 대한 계약이 시장 조건에 따라 공정하게 수립될 수 있도록 협상될 수 있는 여지가 없음.
낮은 계약	발주자와 수주자 사이에 실제 계약이 너무 낮게 체결되어, 시장 변동을 예측하지 못하고 디자인 과정에 완전한 투입요소가 반영되지 못하게 되는 경우
하나의 목표	비용에 기반한 단 하나의 목표 인센티브의 실패는 품질이나 프로그램과 같은 기타 프로젝트 우선 영역에서 성과에 보답하지 못하게 되는 위험.
성과 측도	성과 측정 기능으로서 사용되는 지수곡선(exponential curve)시스템은 어려운 금융 조건 하에서도 불공정하다고 인식되고 있음.

Rose & Manley의 정부 공사 참여자들에 대한 인센티브 요인과 그 반응에 대한 분석을 보면, 사람들은 통상 자기이익을 추구하게 되므로, 인센티브에 대한 반응은 예측 가능하다. 인센티브의 변화는 사람들에게 예측 가능한 방식으로 그들의 행위를 변화시키게 할 수 있다. 이러한 인센티브는 금전적 또는 비금전적 형태가 될 수 있다. 경제주체들은 가능한 자신들에게 가장 높은 수익을 제공하는 방식으로 희소한 자원을 배분하게 됨으로서, 사람들은 인센티브에 반응하게 된다. 이러한 자원 배분의 기본을 ‘인센티브 경제학(economics of incentives)’이라 부르게 된다.

인센티브 구조는 태생적으로 상호의존적인 모든 경제활동, 즉 개인의 의사결정 그리고 거대한 제도 또는 조직 구조 내에서, 그리고 개인과 조직 사이에서 협력 및 경쟁에 대한 연구의 핵심 과제라 할 수 있다. 사회 내에서 그리고 사회 간, 국가 내에서 그리고 국가 간에서도 집단적 노력에 연관된 개인들이 직면하게 되는 인센티브 구조의 차이가 성과의 차이를 만든다. 궁극적으로 인센티브는 금전적 또는 비금전적 보상을 제공하면서 동시에 조직의 성과 및 성공을 결정하는 중요한 요소이다.

경제주체들이 특정행위를 하도록 동기 유발하는데 어떤 인센티브가 중요한가에 대한 의사결정을 하려면, 인센티브의 형태에 대한 지식도 중요하다. 경제행위에서 통상적인 성과나 통상적 사업보다 더 개선된 성과를 달성하기 위한 동기 유발의 보상으로서 당사자 간 공식 및 비공식 계약에 가장 많이 이용되는 인센티브는 ‘금전적 인센티브(monetary or financial incentive)’이고, 보통 이상의 성과 달성을 위해 금전적 인센티브를 어떻게 하는 것이 효과적인 것인가를 다루는 것이 ‘유효한 재무적 인센티브 메커니즘(effective financial incentive mechanism)’이라 할 수 있다.

(2) 인센티브의 유형

계약관계에서 성과를 창출하기 위해 처벌적(네거티브) 인센티브는 법률, 배상 등으로 정형화 되어 있는 경우가 많으므로, 여기서는 포지티브 인센티브에 집중하도록 한다. 포지티브 재무적 인센티브로 많이 이용되는 형태는 <표 10>이며, 정부 및 민간부문 공사, 협력기업 간, 민간기업 간 계약 등에 가장 많이 활용되고 있다.

<표 10> 금전적 인센티브

인센티브 형태	설명
이윤 공유 인센티브 (profit sharing incentive)	작업의 효율화로 발생된 이윤을 미리 결정된 비율로 계약 당사자 간에 분배하기로 한 인센티브
성과 인센티브 (performance incentive)	특정 과업에서 달성된 성과에 기반하여 제공되는 인센티브
혼합 인센티브 (mixed incentive)	혼합 인센티브는 이윤공유와 성과를 혼합한 인센티브 체계.

재무적 및 비재무적 인센티브를 포괄하는 더 넓은 개념의 인센티브 형태는 <표 11>와 같이 크게 4가지로 분류할 수 있다. 재무적 인센티브는 다양한 인센티브의 범주 중 하나이므로, 비즈니스 관계에서는 포지티브 인센티브와 네거티브 인센티브를 적절하게 조화시켜, 계약자의 보이지 않은 동기로서 도덕적 해이와 역선택이 최소화될 수 있도록 해야 한다.

<표 11> 인센티브의 범주

범주	설명
금전적 인센티브 (remunerative incentive, 또는 financial incentive)	시장에서 성과를 달성하기 위해, 특정 행위의 대가로 금전적 보상을 받게 되는 것으로 개인 인센티브(personal incentive).
도덕적 인센티브 (moral incentive)	자신이 선택한 행위가 '올바른 일을 하는(the right thing to do)' 것으로 보는 '사회적 인센티브(social incentive)'로 사회적 압력으로 볼 수 있음. - 프로테스탄트 윤리(protestant ethic)
강요적 인센티브 (coercive incentive)	1) 국가, 공동체의 행정적 강요(규제) 2) 법률적 제도에 의한 강요(규제) 3) 사적 계약에 의한 정상적 수준을 넘어선 강요
태생적 인센티브 (natural incentive)	호기심, 칭찬, 공포, 분노, 고통, 즐거움, 진리 추구, 명예 등의 개인적 취향에서 나타나는 개인 인센티브(personal incentive)

인센티브를 구분하는 다양한 형태 중 <표 12>와 같이 개인 인센티브와 사회적 인센티브로서 흥미로운 구분도 있으므로, 비즈니스의 사적 관계가 개인 및 사회적 인센티브와 밀접하게 연계되어 있다는 것을 인식시켜 나갈 필요가 있다. 이는 계약 참여자들의 동기 정보에 대한 비대칭성을 줄이는데 기여할 수 있을 것이다.

<표 12> 개인과 사회 인센티브

형태	정의
개인적 인센티브	개인의 취향, 욕망, 의무감, 명예, 열정으로 인해 개인의 동기 및 행위를 유발하는 것
사회적 인센티브	사회적 여론에 큰 영향을 미치는 사회 조직들이 개인, 기업 등의 동기 및 행위에 영향을 미치는 것. 사회 구성원들에게 좋은 평판을 얻는 것은 사회 구성원들에게 좋은 동기 및 행위를 이끌어 내게 되므로 좋은 사회적 인센티브를 창출하는 것이 되며, 반대로 나쁜 평판을 얻는 것은 나쁜 사회적 인센티브를 창출하는 것이 될 것임

한국에서는 이미 공정거래법, 금융관련 법등 을 통해 대기업에 대한 규제가 적지 않지만, 친기업 정부를 표방한 이명박 정부가 대기업 친화정부로 비판받으면서, 그런 인상을 지우기 위한 단기업적을 내 놓기 위해 추진한 동반성장은 사회적 인센티브를 이용하는 대표적인 사례이다. 그리고 박근혜 대통령의 대선공약으로 제시된 경제민주화는 정부 출범과 함께 다양한 입법으로 나타나고 있으며, 그 대표적인 형태가 대기업과 중소기업 간 이해상충을 해소하는 것이 되어, 여기서도 사회적 인센티브가 활용되고 있다.

동반성장지수의 평가에서 좋은 점수를 받으려면, 대기업의 일방적인 중소기업 지원이 많아져야 하지만, 그 점수가 좋다고 대기업에게 부여되는 인센티브는 없다. 점수가 좋지 않으면, 사회적 평판이 나빠지게 되는 부정적 인센티브로 인해 대기업들은 동반성장지수 평가에서 좋은 점수를 받으려고 노력하게 된다.

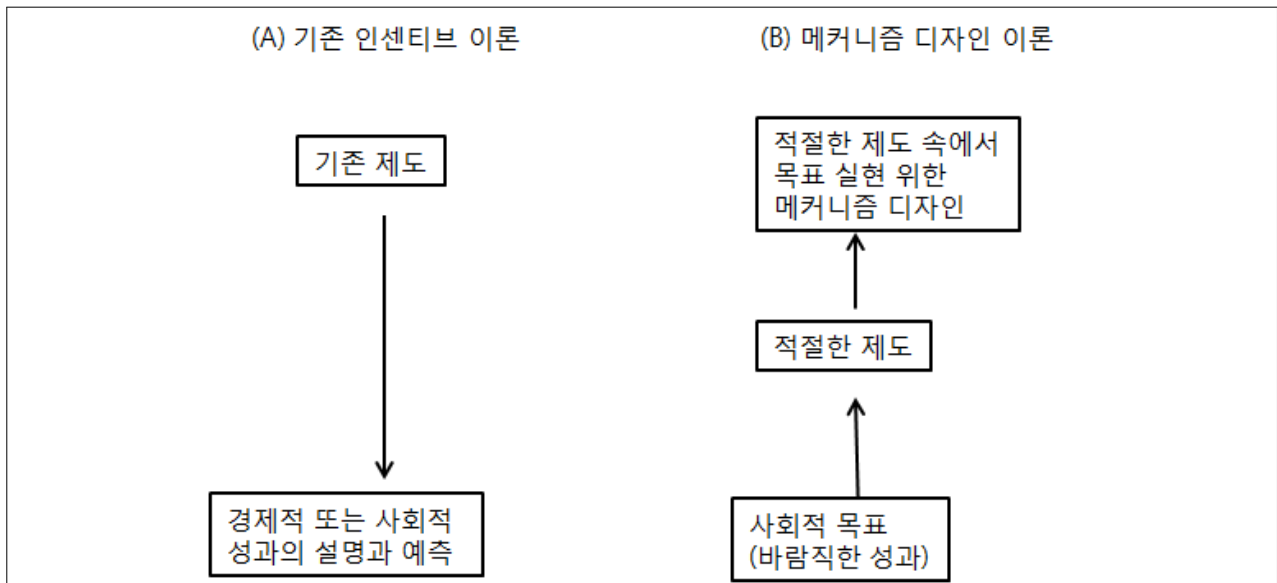
2. 인센티브 시스템의 메커니즘 디자인 방향

(1) 메커니즘 디자인

많은 경제 이론은 기존 경제제도에 중점을 두고, 이러한 제도하에서 발생하게 될 경제적, 사회적 성과를 설명하고 예측하게 된다(Maskin, 2007). 메커니즘 디자인(mechanism design)은 기존 경제이론과 역방향으로 전개되는 경제이론의 엔지니어링 측면이라 할 수 있다. 메커니즘 디자인에서는 분석방법은 3단계로 진행된다. 첫째, 우리가 생각하는 바람직한 성과, 즉 사회적 목표를 인식함으로써 시작한다. 둘째, 그러한 목표를 달성하기 위해 적절한 제도(메커니즘)가 디자인 될 수 있는지 여부를 묻게 된다. 셋째, 그 답이 가능하다라면, 그 메커니즘이 어떤 형태가 되어야 하는가를 알아야 한다. 이 3가지 과정으로 이루어진 메커

니즘 디자인은 바로 실행이론(implementation theory)이라 할 수 있다. 즉, 그 이론은 사회적 목적이 주어져 있을 때, 예측된 성과(균형성과equilibrium outcomes의 집합)와 바람직한 성과를 일치시키는 메커니즘을 언제 디자인할 것인가를 설명하는 것이다. Maskin(2007)에 따르면, <그림 12>와 같이 기존 경제이론에서 인센티브 작용 경로와 메커니즘 디자인에서 인센티브 작용 경로가 전혀 다르게 된다.

<그림 12> 기존 인센티브의 이론과 메커니즘 디자인 이론의 차이



그러나 앞에서 기술된 인센티브에 중점을 둔 이론에는 인센티브의 목표가 명확하게 기술되어 있지 않지만, 메커니즘 디자인은 자원의 효율적 배분을 통한 성과 창출을 목표로 인센티브 디자인에 중점을 두게 된다.

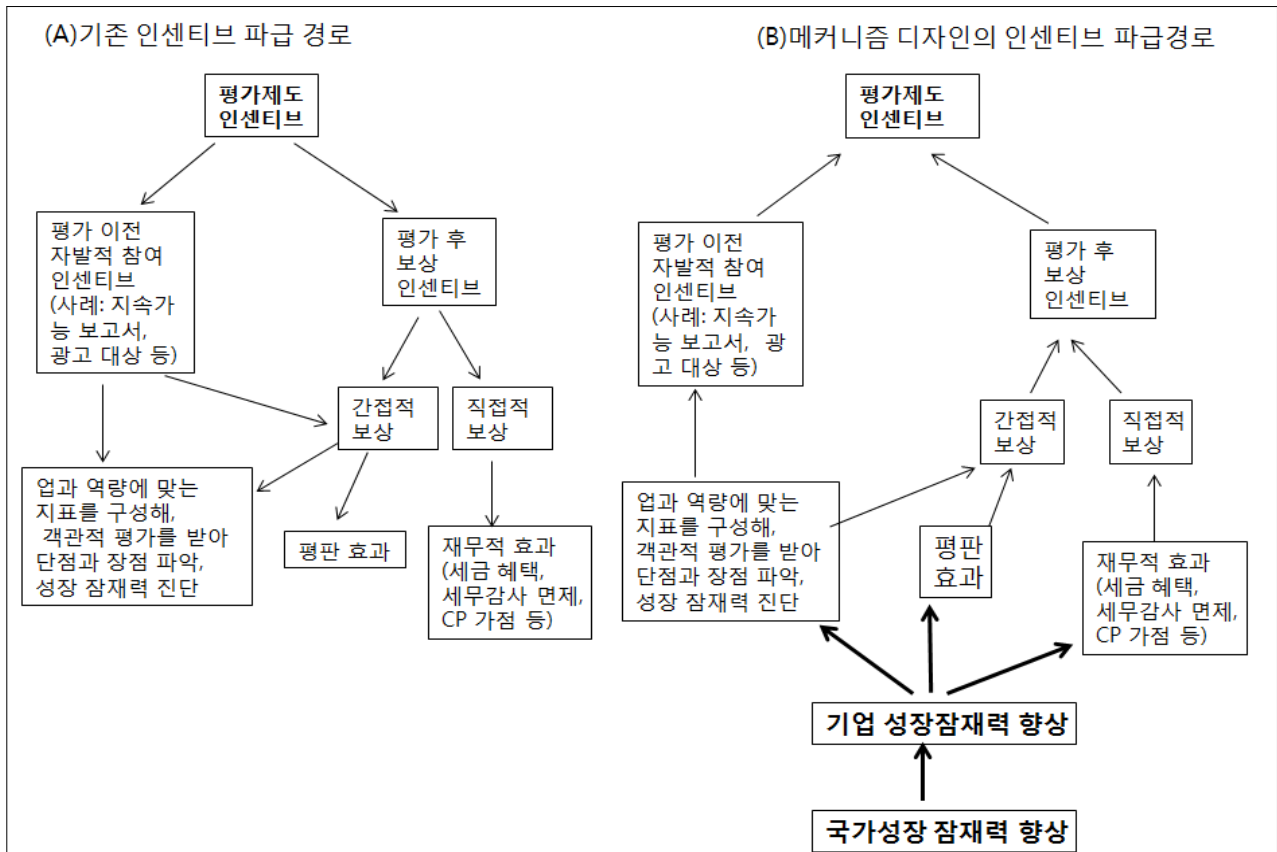
동반성장은 완성품 제조업체와 협력업체 간 거래관계에서 발생되므로, 거래성과를 더 향상시키고 참여를 더 적극적으로 유도해, 국가경제의 성과 기여도(경제성장, 고용창출, 경상수지 흑자, 물가 안정 등)를 극대화해야 한다. 이를 위해서는 동반성장의 수혜자인 국가는 이에 필요한 인센티브 시스템을 디자인해야 할 의무와 책임이 있다. 동반성장지수의 평가를 통한 강요만으로는 사회적 감시가 영향을 미치는 일부 대기업 이외에는 자발적인 동참을 유도해내기 어렵다.

오히려 정부 주도의 동반성장 평가를 이용하려는 도덕적 해이와 역선택이 중소기업중앙회를 통해 나타날 수 있다.

(2) 성장잠재력 확대를 위한 인센티브 메커니즘 디자인

평가에 의해 조직의 성과가 결정되고, 그를 통해 조직의 장 그리고 구성원의 성과 보수가 결정되는 구조에서는 평가항목이 그 조직의 경영방향을 결정하게 된다. 메커니즘 디자인 관점에서 보면, 평가제도 도입의 인센티브는 <그림 13>과 같이 명확한 최종목표를 실현하기 위한 것이다. 평가에 투입되는 인력과 물질적 자원이 효율적으로 활용되고 있는가를 평가하려면, 기업에서 인센티브 성과의 최종목표는 기업의 성장잠재력을 향상시켜 경쟁력을 창출하는데 기여하는 것이 방향이 되어야 하며, 국가적 차원에서 인센티브 성과의 최종 목표는 성장잠재력, 즉 장기 경제성장능력을 창출하여 경제안정화 목표를 달성하는데 기여할 수 있어야 한다.

<그림 13> 기존 이론과 메커니즘 디자인 이론 기반의 평가제도 인센티브 경로의 차이



평가제도 인센티브는 사전적 유인과 사후적 유인으로 나눌 수 있고, 사전적 유인은 평가제도에 자발적으로 참여함으로써 조직의 장단점 및 경쟁력을 객관적으로 평가 받아볼 수 있도록 하는 것이라 할 수 있다. 평가항목이 기업에게 유익하다면, 기업은 스스로 평가비용을 부담하고 적극적으로 참여하게 될 것이다. 이를테면, 글로벌 경제에서 자주 접하게

되는 각 분야의 대표적 전시회에는 거액의 참가비를 지불하고 기업들이 참가하게 된다. 좋은 전시회로 평가를 받게 되면, 기업들이 적극적으로 참여하는 유인이 발생한다.

평가 후 보상은 사후적 요인으로, 직접적 보상으로 재무제표에 영향을 주는 것과 간접적 보상으로 재무제표에 직접적으로 영향을 주지 않지만, 무형자산(intangible asset)으로 축적되는 것이라 할 수 있다. 제1장에서 논의된 ‘동반성장지수에 대한 주요 기업의 인식 및 보완과제’를 보면, 동반성장지수의 평가대상 기업인 대기업 그리고 그러한 평가를 통해 수혜를 받고 있는 1차 협력업체가 동반성장지수의 보완을 요구하고 있다. 동반성장 평가지수도 <그림 13>과 같은 인센티브 시스템이 반영되는 메커니즘 디자인이 될 수 있는지 스스로 평가해 볼 필요가 있다.

한국에서 공개된 대표적인 주요 평가 시스템이 기획재정부가 주관하는 공기업 경영평가 그리고 경제인문사회연구회가 주관하는 연구기관 평가라 할 수 있는데, 기존 평가지표는 절차의 정당성에 중점을 두고 대통령 공약사항 실천에 기여하는 것으로 평가를 받도록 되어 있다. 두 기관의 평가지표는 경제학적으로 보면, 희소한 자원의 비효율성을 초래하는 평가지표라 할 수 있다.

<그림 13>과 같은 관점으로 보면, 자원 투입의 성과평가가 전혀 고려되어 있지 않다. 이를 반영하기 위해 경제인문사회연구회는 2012년 기존 지표를 성과기반 평가지표로 개혁하고, 국책연구기관이 국민 세금의 자원으로 실행되는 연구가 지나치게 5년 동안 대통령 공약에 실천을 위한 대통령을 위한 연구도 하지만, 국민을 위해 국민생활의 불편함을 해결될 때까지 지속적 연구에 대한 지표, 그리고 국가 미래의 5년, 10년, 15년, 20년을 위해 필요한 선도연구를 각 연구기관이 4개 이상 발굴하여 지속적으로 추진하는 것을 평가할 수 있는 지표를 보완하여 『2013년 연구기관 평가편람』을 만들었다(이종욱 외, 2013).

(3) 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 패러다임 적용 필요성

자발적인 동반성장을 이루기 위해서는 참여하는 기업에 투입비용에 상응하는 성과가 나타나야 하며, 기업의 투입비용은 정상적인 행위를 통해 이루어 낼 수 있는 범위 내에서 감당이 가능한 수준이어야 한다. 성과를 극대화하고 기업의 적극적인 참여를 유도하는 인센티브도 있지만, 동반성장 평가지표를 피평가 기업의 역량에 맞는 도전적 지표로 설정하여 대기업뿐만 아니라 중견·중소기업의 상생협력을 적극적으로 유도하는 유인체계를 만들

수도 있다. 동반성장 스텝업(Step-up) 모델이 여기에 해당한다.

스텝업(Step-up) 모델의 골자는 난이도에 따라 동반성장 이행기준이 차등화된 단계(1~5스타)를 설정하고, 각 기업이 추진역량과 기업규모, 사업특성 등을 고려하여 이행가능한 수준을 자율적으로 선택하는 것이다. 그리고 이행을 완료했을 경우에는 단계별로 제시된 인센티브를 부여함으로써, 상위 레벨의 동반성장 실천에 적극 나설 수 있도록 유도한다.

‘1스타’에서 ‘5스타’로 올라갈수록 이행난이도가 높아지는 스텝업(Step-up) 모델에는 대기업, 중견기업, 중소기업 모두가 자발적으로 참여할 수 있어 동반성장에 대한 기업의 접근성이 향상될 것으로 예상된다. 그런데 무엇보다 이러한 상생협력의 5단계 개념이 실현되기 위해서 각 단계별로 기업의 현실적인 수요에 부합하는 인센티브 디자인이 반드시 선행되어야 한다.

스텝업(Step-up) 모델의 인센티브 설계는 동반성장 이행난이도와 인센티브의 효용가치의 비례성을 기본원칙으로 삼아야 한다. 기업마다 체감하는 인센티브의 효용가치는 차이가 있으나, 선호도에 비추어 어느 정도 추정이 가능하다. 즉, 선호도가 높을수록 효용가치가 높다고 볼 수 있다. 따라서 선호도가 높은 인센티브를 상위단계에, 선호도가 낮은 인센티브를 하위단계에 배정하여 기업이 동반성장 추진노력을 지속적으로 경주하고, 확대해 나갈 수 있도록 독려하는 것이 효과적이다.

다만, 기업이 달성하기 힘든 목표에만 인센티브를 부여한다면, 오히려 기업의 자발적인 참여 의욕을 꺾는 역효과가 발생할 수 있다. 이에, 비례성 원칙만을 고수하여 선호도가 높은 인센티브를 상위단계에만 배정하기보다는 하위단계에는 효용의 크기를 낮춰 인센티브를 적용하는 유연성이 비례성의 원칙과 반드시 균형을 이루어야 한다.

이어 본 연구에서는 현행 지수 인센티브의 실효성을 점검하고, 성장 잠재력 확대를 위한 인센티브 메커니즘 디자인과 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 패러다임을 결합한 인센티브 디자인 모델을 제시하고자 한다.

Ⅲ. 동반성장지수 인센티브에 대한 대·중소기업의 인식 서베이 실태분석

1. 현행 동반성장지수 인센티브의 실효성 분석

2011년부터 시행 중인 동반성장지수는 비록 민간기구인 동반성장위원회에서 운영·관리하고 있으나, 공정거래협약 이행실적을 평가·관리하는 공정거래위원회와 산업통상자원부 등 정부기관과의 연관성이 높아 행정제도의 성격을 일부 갖고 있다고 볼 수 있다. 비록 동반성장 이행여부는 기업의 자율적 선택에 맡겨져 있다고 하나, 기업이 임의로 평가대상에서 제외될 수 없고, 매년 평가결과가 언론에 공개되기 때문에 약간의 강제성이 수반된 것으로 볼 수 있다.

기업의 의사와 상관없이 특정기업을 동반성장지수 평가대상으로 편입하는 것은 기업으로부터 강한 거부감을 불러일으킬 소지가 크다. 이에, 기업의 동반성장 실천노력을 고양하기 위해 <표 13>과 같이 평가결과에 따라 차등적으로 인센티브를 부여하는 시스템이 구축되었다. 동반성장지수는 과도한 자금지원과 납품단가 조정실적 요구 등 기업의 준조세 및 행정부담을 일부 가중시키는 측면이 있기 때문에 아래의 인센티브는 기업의 부담을 상쇄시키는 중요한 제도적 장치라고 볼 수 있다.

<표 13> 현행 동반성장지수 인센티브 요약표

제공기관	수혜등급	내용
공정거래위원회	우수	하도급분야 직권·서면실태조사 1년 면제
	양호	하도급분야 서면실태조사 1년 면제
산업통상자원부	우수, 양호	기술개발관리지침 기개정에 따라 사업별로 가산점 부여
기획재정부	우수, 양호	공공입찰 참가자격 심사 시 가산점 부여
국세청	우수	모범납세자 선정 시 우대(납세담보 5억 원 한도 면제, 대출금리 우대 등)

주요 지수평가 대상기업들도 현행 인센티브의 실효성에 대해 대체로 공감하고 있다. 지난해 9월, 제조, 건설, 도소매, 통신 등 주요 지수평가 대상 기업 20개사를 대상으로 조사한 결과, <표 14>와 같이 ‘기술개발지침 개정에 따른 사업별 가산점 부여’를 제외한 나머지 3개 인센티브에 대해 어느 정도 혜택을 체감한다는 의견이 많았다.

<표 14> 현행 동반성장지수 인센티브의 실효성에 대한 기업 의견

구분	실효성 매우 높다	실효성 다소 높다	보통이다	실효성 다소 없다	실효성 전혀 없다
하도급분야 직권·서면실태조사 면제	20%	40%	10%	20%	10%
기술개발지침 기개정에 따른 사업별 가산점 부여	0%	30%	15%	30%	25%
공공입찰참가자격 심사 시 가산점 부여	5%	30%	20%	25%	20%
모범납세자 선정 시 우대(납세담보 5억 원 한도 면제, 대출금리 우대 등)	5%	30%	20%	25%	20%

하지만, 현행 인센티브가 소업종의 수요를 완벽하게 충족시키는 것은 아니며, 여전히 지수평가 대상기업이 짊어져야 할 부담을 감안할 때 턱없이 부족하다. 뿐만 아니라, 현행 인센티브로는 업종 특성상 실효성을 체감하기 어려운 기업이 많다. 예컨대, 직권·서면실태조사 면제는 하도급, 일반구매 등 협력업체와의 거래관계가 없거나, 매우 미미한 기업에게는 동기 유발 효과가 매우 적다. 또한, 도소매·건설업종은 특성상 제조업종에 비해 R&D 사업이 없거나, 현저히 적을 수밖에 없어 R&D 관련 사업별 가산점이 큰 이득이 되기는 어렵다. 공공입찰 참가자격 심사 시 가산점을 부여하는 인센티브 또한 공공입찰에 참여하지 않는 기업에는 해당사항이 없고, 입찰 경쟁기업이 유사등급인 경우가 많아 차별성이 부족한 측면이 있다. 더욱이, 중소기업이 입찰에 참여할 때에는 대기업의 가점이 심사에 반영되지 않는 경우도 있어 인센티브로서의 효용가치가 상실되기도 한다.

2. 대·중소기업의 인센티브 선호도 조사결과 분석⁵⁾

(1) 인센티브 수요조사 목적 및 조사방법

동반성장은 미래의 불확실한 성과이므로, 지수평가 대상기업이 단기간에 체감할 수 있는 가시적인 보상을 제공하여 기업의 자발적 참여를 확산하기 위해 실효성 있는 인센티브가 필요하다. 불투명한 미래의 성과를 내기 위한 정부 주도의 사업에서 참여자를 증가시키려면, 시장기능의 불확실성으로 인한 그리고 참여자들의 정보 비대칭성으로 인해 발생되

5) 서베이는 전경련중소기업협력센터를 통해 시행했으며, 조사개요는 다음과 같다.

* 조사대상 : 2013년도 제조업종 지수평가기업(60社 중 37社 응답. 응답률 61.7%) 및 이들의 1차 협력업체(900社 중 318社 응답. 응답률 35.3%)

* 조사기간 : 2014.1.29~3.14

는 높은 비용을 만회할 수 있는 인센티브 시스템이 필요한 것이다.

또한, 동반성장을 이루기 위해 참여하는 기업에게 투입비용보다 산출성과가 훨씬 더 크게 나타나야 하며, 기업의 정상적인 행위를 통해 이루어 낼 수 있는 투입비용을 감당할 수 있어야 한다. 투입 비용 대비 산출성과를 극대화할 수 있는 인센티브 체계를 구축하여 기업들의 적극적인 참여를 유도하는 정책이 필요하다. 더구나 인센티브 유인도 있지만, 동반성장 평가지표를 피평가 기관의 역량에 맞는 도전적 지표로 설정하여, 대기업과 중소기업의 상생협력 참여를 적극적으로 유도하는 간접적 유인체계도 구축할 필요가 있다.

기업의 자발적인 동반성장 참여 촉진에 효과적인 인센티브 도출을 위해 대·중소기업을 대상으로 <표 15>의 조사표를 활용하여 도입하기를 희망하는 인센티브 수요를 조사했다.

<표 15> 자발적인 동반성장 참여를 위한 대·중소기업의 인센티브 수요 조사표

구분	인센티브(예시) 항목	구분	인센티브(예시) 항목
세액 공제	① 국내 중견·중소기업에서 구매한 원부자재(부품, 식자재 등 포함) 구매액 세액공제 : 동반성장지수 평가 등급별로 세액공제비율은 차등(예시 : 우수등급은 원부자재 구매액의 1%, 양호등급은 0.7% 세액공제 등)	경영 지원	⑧ 세무조사 면제(적용예시 : 상위등급 이상)
	② 국내 설비투자금액 세액공제 : 동반성장지수 평가 등급별로 세액공제 비율은 차등(예시 : 우수등급은 원부자재 구매액의 3%, 양호등급은 2% 세액공제 등)		⑨ 한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대(예시 : 지원대상 기업 선정 시 우대, 보증한도 및 보험료 인하 등)
	③ 국내 중소기업의 납품대금 현금결제 시 세액공제 : 동반성장지수 평가 등급별로 세액공제 비율은 차등(예시 : 우수등급은 결제금액의 0.5%, 양호등급은 0.3% 등)	홍보 지원	⑩ 동반성장 우수기업 포털사이트·방송·신문광고 및 홍보(적용예시 : 상위등급 이상)
판매 장려	④ 소비자가 동반성장 지수 평가기업의 제품 구매 시 소득공제 : 현금·직불카드 30%, 신용카드 15% / 공제한도 : 신용카드·현금·직불카드 사용액 공제한도외 별도로 100만원 추가공제. 단, 지수 평가등급별로 공제비율 차등		⑪ 판매제품에 동반성장 우수기업 인증 표시
	⑤ 공공입찰참가자격 사전심사 면제 및 공공입찰 시 가점(단, 공공입찰 참여시 인센티브 활용 횟수제한 / 예시 : 우수등급에 3회의 사전심사 면제 및 입찰심사 시 3점 가점 등)	평가 결과 활용 및 운영 방식	⑫ 동반성장 유공자 포상 시 가점(예시 : 10% 가점)
경영 지원	⑥ 정책금융공사의 자금지원(예시 : 연구개발 자금, 시설/운전자금, 선박제작금융 등)시 대출한도 및 금리우대		⑬ 기업의 역량, 동반성장 추진수준별 평가기준으로 절대평가하는 Pass/Non Pass 방식 도입
	⑦ 기업 신용평가등급 1단계 상향(예시 : 양호등급 이상 동일 적용)		⑭ 명예기업제 도입 : 3년 연속 우수등급의 기업은 3년간 평가면제 또는 3년간 평가결과와 무관하게 우수등급 인센티브 제공 중 선택)
			⑮ 양호 등급 이상 기업은 격년제 평가(인센티브는 평가제외 기간에도 제공)
			⑯ 신규편입 기업은 당해 연도에 한하여 평가결과 공개여부에 대한 선택권 부여

(2) 대기업의 인센티브 수요조사 결과

먼저, 대기업에 대한 조사결과가 <표 16>이다. 참여유인이 높다(매우 높음 또는 다소 높음)는 응답은 ‘국내 중소기업의 납품대금 현금결제 시 세액공제’(83.8%), ‘세무조사 면제’(81.1%), ‘국내 중견·중소기업에서 구매한 원부자재 구매액 세액공제’(78.3%), ‘국내 설비투자금액 세액공제’(67.5%), ‘기업 신용평가등급 1단계 상향’(64.8%) 順으로 높은 선호도를 보였다.

뒤를 이어 ‘공공입찰참가자격 사전심사 면제 및 공공입찰 시 가점’(37.8%), ‘한국수출입은행 및 한국무역보험공사 금융지원 우대’(37.8%), ‘한국정책금융공사의 자금지원 시 대출한도 및 금리우대’(35.1%), ‘동반성장 유공자 포상 시 가점’(24.3%), ‘소비자가 동반성장지수 평가기업의 제품 구매 시 소득공제’(21.6%), ‘동반성장 우수기업 포털사이트 방송 신문 광고 및 홍보’(18.9%), ‘판매제품에 동반성장 우수기업 인증마크 표시’(16.2%)의 順이었다.

<표 16> 자발적인 동반성장 참여를 위한 대기업의 인센티브 수요 조사결과(37社 응답)

구분	1) 참여 유인 매우 높음	2) 참여 유인 다소 높음	1)+2) 합계	3) 보통	4) 참여 유인 다소 낮음	5) 참여 유인 매우 낮음	4)+5) 합계	총계
국내 중소기업의 납품대금 현금 결제 시 세액공제	62.2	21.6	83.8	13.5	2.7	0.0	2.7	100%
세무조사 면제	56.8	24.3	81.1	18.9	0.0	0.0	0	100%
국내 중견·중소기업에서 구매한 원부자재 구매액 세액공제	32.4	45.9	78.3	16.2	5.4	0.0	5.4	100%
국내 설비투자금액 세액공제	29.7	37.8	67.5	24.3	8.1	0.0	8.1	100%
기업 신용평가등급 1단계 상향	21.6	43.2	64.8	16.2	13.5	5.4	18.9	100%
공공입찰참가자격 사전심사 면제 및 공공입찰 시 가점	13.5	24.3	37.8	48.6	8.1	5.4	13.5	100%
수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대	10.8	27.0	37.8	37.8	18.9	5.4	24.3	100%
정책금융공사의 자금지원 시 대출한도 및 금리우대	18.9	16.2	35.1	40.5	18.9	5.4	24.3	100%
동반성장 유공자 포상 시 가점	10.8	13.5	24.3	29.7	32.4	13.5	45.9	100%
소비자가 동반성장지수 평가기업의 제품 구매 시 소득공제	10.8	10.8	21.6	40.5	24.3	13.5	37.8	100%
동반성장 우수기업 포털사이트·방송·신문광고 및 홍보	5.4	13.5	18.9	48.6	32.4	0.0	32.4	100%
판매제품에 동반성장 우수기업 인증마크 표시	2.7	13.5	16.2	35.1	45.9	2.7	48.6	100%

(3) 협력업체의 인센티브 수요조사 결과

협력업체를 대상으로 한 인센티브 선호도 조사결과는 <표 17>에 나타나 있다. 협력업체들은 ‘기업 신용평가등급 1단계 상향’(61.0%), ‘세무조사 면제’(59.1%), ‘한국정책금융공사의 자금지원 시 대출한도 및 금리우대’(59.1%), ‘국내 중소기업의 납품대금 현금 결제 시 세액공제’(57.9%), ‘국내 설비투자금액 세액공제’(55.7%), ‘한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대’(53.1%), ‘국내 중견·중소기업에서 구매한 원부자재 구매액 세액공제’(52.8%), ‘판매제품에 동반성장 우수기업 인증마크 표시’(52.5%)의 順으로 선호했다.

뒤를 이어 ‘공공입찰 참가자격 사전심사 면제 및 공공입찰 시 가점’(45.0%), ‘동반성장 우수기업 포털사이트 방송·신문광고 및 홍보’(44.3%), ‘소비자가 동반성장지수 평가 대상기업의 제품구매 시 소득공제’(40.3%), ‘동반성장 유공자 포상 시 가점’(40.3%)의 順이었다.

<표 17> 자발적인 동반성장 참여를 위한 협력업체의 인센티브 수요 조사결과(318社 응답)

구분	1) 참여 유인 매우 높음	2) 참여 유인 다소 높음	1)+2) 합계	3) 보통	4) 참여 유인 다소 낮음	5) 참여 유인 매우 낮음	4)+5) 합계	총계
기업 신용평가등급 1단계 상향	27.7	33.3	61.0	32.7	4.1	2.2	6.3	100%
세무조사 면제	30.8	28.3	59.1	34.3	4.1	2.5	6.6	100%
정책금융공사의 자금지원 시 대출한도 및 금리우대	27.4	31.8	59.1	32.4	5.7	2.8	8.5	100%
국내 중소기업의 납품대금 현금 결제 시 세액공제	26.4	31.4	57.9	35.8	4.7	1.6	6.3	100%
국내 설비투자금액 세액공제	22.6	33.0	55.7	37.7	4.7	1.9	6.6	100%
수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대	26.7	26.4	53.1	39.6	4.1	3.1	7.2	100%
국내 중견·중소기업에서 구매한 원부자재 구매액 세액공제	23.6	29.2	52.8	39.6	4.7	2.8	7.5	100%
판매제품에 동반성장 우수기업 인증마크 표시	21.1	31.4	52.5	38.7	6.3	2.5	8.8	100%
공공입찰참가자격 사전심사 면제 및 공공입찰 시 가점	15.7	29.2	45.0	45.3	7.5	2.2	9.7	100%
동반성장 우수기업 포털사이트·방송·신문광고 및 홍보	17.6	26.7	44.3	44.7	7.5	3.5	11.0	100%
소비자가 동반성장지수 평가기업의 제품 구매 시 소득공제	15.1	25.2	40.3	48.7	7.9	3.1	11.0	100%
동반성장 유공자 포상 시 가점	15.1	25.2	40.3	47.5	9.1	3.1	12.3	100%

(4) 인센티브 수요조사 결과분석

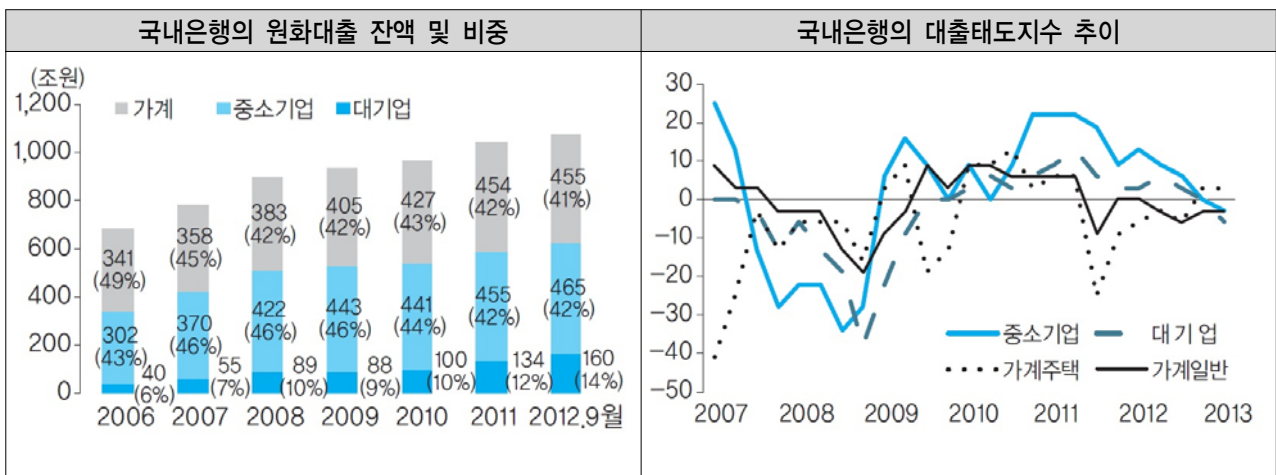
대기업과 중견·중소기업 등 협력업체 간 지수평가에 참여할 경우 필요한 인센티브 선호에 대한 응답결과는 다소 차이가 있었다. 협력업체들은 ‘기업 신용평가등급 1단계 상향’, ‘한국정책금융공사의 자금지원 시 대출한도 및 금리우대’ 등 자금조달에 도움이 되는 인센티브에 관심이 높았다.

이는 중소기업이 경영자금 조달에 어려움을 겪고 있는 현실과 관련이 깊다. 한국금융연구원(2013)에 따르면, 글로벌 금융위기의 한파가 몰아닥친 2009년 이후부터 국내은행의 총대출잔액 대비 대기업 대출잔액 비중은 지속적으로 증가되고 있는 반면, 중소기업 대출잔액의 비중은 완만한 감소세를 보이고 있다. 국내은행의 중소기업 대출태도지수 또한 2011년에 정점을 찍었으나, 이후 급격히 하락하여 0 미만으로 떨어졌다. 대출태도지수가 0 미만으로 떨어지면 은행은 대출조건을 까다롭게 하는 등 대출을 엄격히 관리·제한하게 된다.

또한, 중소기업이 대기업에 비해 신용평가등급이 낮아 자본조달비용이 높아 투자자금과 운영자금, 경영위기시의 긴급자금을 마련하는데 어려움이 많기 때문에 신용평가등급 상향을 주요한 인센티브로 인식하는 것으로 보인다.

예컨대, 2010년 2월부터 2014년 2월까지 자금조달 부문 중소기업건강도지수(Small Business Health Index; SBHI)의 평균은 81.7로 기준점(100)보다 약 19포인트나 낮은 것으로 나타났다. 더욱이, 새로운 자본규제인 ‘바젤Ⅲ’가 지난해 12월부터 국내에도 적용되어 수익성이 나빠진 은행이 자본조달비용을 줄이기 위해 위험가중자산으로 분류되는 중소기업 대출을 규제비율에 맞게 줄일 가능성이 높아졌고, 앞으로 재무제표 위주의 대출관행이 확대될 수 있어 일시적으로 매출부진을 겪는 기업은 자금난에 처할 우려도 많아졌다.

<그림 14> 국내은행의 원화대출 잔액·비중 및 대출태도지수 추이



자료 : 한국금융연구원(2013.2.), 「중소기업 자금조달 시장에서 정책금융의 역할과 향후과제」(주간 금융브리프)

반면, 국내 중소기업의 납품대금 현금결제 시 세액공제(대기업 1순위, 협력업체 4순위), 설비투자금액 세액공제(대기업 4순위, 협력업체 5순위)와 세무조사 면제(대기업 2순위, 협력업체 2순위)는 대기업과 협력업체 모두 선호한다는 응답이 높게 나타났다.

먼저, ‘국내 중소기업의 납품대금 현금결제 시 세액공제’ 수요는 기업의 현금결제 확대에서 기인한 것으로 분석된다. 전경련중소기업협력센터(2013)에 따르면, 매출액 기준 상위 500대 기업의 41.1%가 대금의 90% 이상을 현금으로 결제하고 있다. 중소기업의 유동성 부족 문제를 완화하고, 하도급 공정거래 문화 정착을 위한 경제계의 노력에 힘입어 대기업의 현금결제 비중은 점차 늘어나고 있는 추세임을 보여준다.

하지만, 대금지급기일을 앞당기는 것과 더불어 현금결제 확대 또한 기업에 자금부담이 유발된다. 예컨대, 대기업이라도 중소기업에 지급할 수 있는 현금을 보유하고 있지 않은 경우, 은행 부채를 통해 자금을 조달할 수밖에 없고, 은행에 지불해야 할 이자금액이 적게는 수백만 원에서 많게는 수억 원에 이를 수 있다. 따라서 현금결제 비중을 지속적으로 확대하기 위해서는 현금결제에 대해서도 세액공제를 신설하는 것이 필요하다.

지금은 폐지되었으나, 과거 현금성 결제를 확산시키기 위해 조세특례제한법(제7조의2)을 제·개정하여 어음대체수단인 네트워크론 등에 한시적(2013년까지)으로 0.4%(중소기업은 0.5%)의 세액공제를 적용한 선례가 있기 때문에, 현금결제에 세액공제를 신설하는 것이 큰 무리는 아닐 것이다. 더욱이, 현금결제 확대, 대금지급기일 개선 등 하도급 공정거래 문화를 1·2·3차 협력업체에까지 확산시키기 위한 정책적 분위기가 조성되고, 다수의 대기업 또한 1차 협력업체에 납품대금을 현금으로 지급하도록 독려·관리하고 있어, 장기적인 관점에서 현금결제에 대한 세액공제는 중소기업에도 실효성이 클 것으로 예상된다.

‘국내 설비투자액 세액공제’는 정부의 투자활성화 정책 등과 더불어 경제의 불확실성 때문에 투자를 보류·철회하는 많은 기업들에게 유익한 인센티브가 될 것으로 보인다. 우리나라 설비투자는 80년대 이후 지속적인 감소추세에 있다. 대한상공회의소(2013)에 따르면, 설비투자 연평균 증가율은 1983~1992년 12.9%, 1993~2002년 4.8%, 2003~2012년 4.0%로 2000년대 들어 계속 감소하고 있다. 특히, 新성장동력 창출의 주역으로 성장해야 할 중견·중소기업의 설비투자 비중이 2011~2012년 각각 13.3%에서 10.3%, 6.6%에서 5.9%로 하락했다(한국정책금융공사, 2013). 따라서 총 설비투자 규모를 늘리고, 중견·중소기업의 설비투자를 촉진시키기 위해서는 이와 관련된 세액공제 신설이 필요하다. 그리고 해당 인센티브가 도입된다면, 동반성장과 투자 활성화라는 2가지 정책과제를 효과적으로 달성하는데

기여할 것으로 기대된다. 물론, 설비투자를 공제하는 임시투자세액공제제도의 부활에 대한 찬반논쟁이 있을 수 있으나, 동반성장지수 평가 우수기업에 대한 설비투자 공제는 첫째, 수혜대상이 극히 제한적이어 재정부담이 적고, 둘째, ‘좋은 투자’를 확대하는 장점이 있기 때문에 고려할 필요성이 있다. 세액공제는 세액공제에 투입되는 비용보다 투자와 고용촉진 등 국민경제에 미치는 좋은 영향이 더 클 때 유효하다.

하지만, 투자에도 국가경제에 이득이 큰 ‘좋은 투자’와 시너지 효과를 만들지 못하는 ‘죽은 투자’가 있을 수 있다. 예컨대, 중소 협력업체에 불공정 거래를 일삼거나 협력업체 육성을 외면하는 기업의 설비증설은 시너지 효과 측면에서는 ‘죽은 투자’이나, 이와 달리 협력업체와 공정거래를 기반으로 다양한 지원을 확대하여 중견기업으로 육성하는 모범적인 기업은 설비투자가 국민경제에 가져다주는 이익이 배가 될 수 있다. 따라서 정부는 동반성장지수 평가 우수기업에 대한 설비투자 공제를 전향적으로 검토해 볼 필요가 있다.

‘세무조사 면제’의 경우 대기업과 중소기업 모두 2순위로 선호하고 있어 대·중소기업 모두에게 대단히 중요한 인센티브로 인식되고 있다. 현행 동반성장지수에서는 우수·양호 등급 기업에 직권·서면실태조사 또는 서면실태조사 1년 면제의 혜택이 주어지는데, 이에 대한 기업의 실효성 체감도는 현행 인센티브 중 가장 높게 나타나고 있다. 공정위, 국세청 등 사정기관의 조사·감사는 기업에게 막대한 재정·행정 부담을 주기 때문에 조사면제권은 기업에서 체감하는 실익이 대단히 크다고 볼 수 있다. 다만, 하도급 직권조사 면제는 중소기업의 불공정 거래 신고가 있을 경우에는 예외로 면제하지 않고 있는 보완책이 마련되어 있다. 세무조사 면제 인센티브를 부여할 경우에도 면제기간 중 탈세행위에 대한 과징금 상향 등 보완책이 병행될 필요가 있다.

마지막으로, ‘국내 중견·중소기업으로부터의 원·부자재 구매금액 세액공제’는 중소기업 선호도 7위에 불과하나, 대기업 선호도에서는 3위를 차지했다. 대기업의 상당수는 중견·중소기업으로부터 원·부자재를 공급받아 최종제품을 생산하기 때문에 선호도가 높다. 하도급과 일반구매를 포함하면, 협력업체와의 거래금액은 수백조원에 달한다. 예컨대, 2012년도 동반성장지수 평가 대상기업 73개사의 협력업체 거래금액 총계는 113조 8,263억 원(2011), 122조 9,122억 원(2012)에 이른다. 따라서 원·부자재 구매금액에 대한 세액공제는 실효성 있는 인센티브로 판단되며, 대기업의 거래선이 외국기업에서 국내 중견·중소기업으로 이전되어 협력업체의 매출 증대와 수익성이 개선되는 등 긍정적인 경제효과도 기대할 수 있다.

(5) 동반성장지수 운영방식 개선을 통한 참여유인 제고방안

현행 동반성장지수는 기업을 4개 등급으로 서열화하는 상대평가이기 때문에 많은 기업들이 상호 비교를 우려하여 평가대상에 포함되는 것을 상당히 부담스러워 한다. 더욱이, 평가결과가 언론을 통해 대외적으로 공개되므로 결과가 좋지 않은 기업들은 주어진 조건 하에서 최선을 다했음에도 동반성장에 소극적이라고 낙인찍히는 경우도 발생한다. 또한, 워크아웃, 법정관리 등 경영사정이 급격히 악화되거나 매각되지 않는 이상, 한번 지수평가 대상기업에 포함되면 제외되기도 어려워 평가에 대한 부담이 지속될 수밖에 없다.

따라서 세액공제와 행정조사 면제 등 동반성장 이행성과에 대한 직접적인 인센티브를 제공하는 것 외에도 동반성장지수와 스텝업(Step-up) 모델 등 동반성장 평가시스템의 운영방식을 <표 19>의 응답결과와 같이 개선하는 스마트한 방법만으로도 기업의 자발적 참여를 촉진시킬 수 있다. 다시 말해, 운영방식의 개선이 곧 인센티브가 될 수 있다.

<표 18> 동반성장 평가시스템 운영방식의 참여유인에 대한 응답결과

구분		참여유인 매우 높다	참여유인 다소 높다	보통이다	참여유인 다소 없다	참여유인 전혀 없다
Pass/Non Pass의 절대평가 방식 도입	대기업	37.8%	37.8%	10.8%	13.5%	0.0%
	중소기업	20.1%	33.0%	39.0%	5.0%	2.8%
양호등급 이상 격년제 평가 실시	대기업	35.1%	35.1%	16.2%	10.8%	2.7%
	중소기업	18.9%	31.8%	41.2%	5.3%	2.8%
명예기업제 도입	대기업	21.6%	24.3%	35.1%	18.9%	0.0%
	중소기업	9.1%	26.1%	54.4%	6.0%	4.4%
신규편입 기업은 당해 평가결과 공개여부 선택	대기업	13.5%	35.1%	32.4%	16.2%	2.7%
	중소기업	12.9%	22.3%	55.3%	5.0%	3.5%

대·중소기업에게 참여유인이 가장 높은 운영방식은 ‘Pass/Non pass의 절대평가 도입’이었다. 그 이유는 기업 간 비교를 통해 순위를 결정하는 상대평가 방식은 대체로 최근 경영실적이 우수하고, 자본금 규모가 큰 기업에 유리하기 때문이다. 아무래도 매출액과 영업이익이 높은 기업일수록 협력업체를 지원하거나, 동반성장 추진체계를 구축할 여력이 충분하다. 경영성과가 부진했던 기업은 제한된 조건에서 동반성장 활동을 충실히 수행했음에도 다른 기업에 비해 동반성장에 소홀했다는 오명을 쓰게 된다. 더욱이, 경영위기에 봉착하는 기업들이 늘어나고 있어 기업 간 비교 때문에 야기되는 박탈감은 점점 커질 수밖에 없다.

동반성장지수 평가방식을 pass/non-pass로 바꾸어 주도록 기업이 원하는 이유는 현행 지

수 평가항목 중에는 기업의 의지만으로 좋은 점수를 받을 수 없고, 상당한 자원 투자가 동반되어야 좋은 평가점수를 항목이 있기 때문이다. 이 같은 투자역량이 안 되는 기업의 상생협력팀은 노력을 하고도 좋은 순위를 받지 못하고 기업이미지를 훼손했다는 평가만 남게 된다. 이에 따라 그러한 부서의 근무자들은 기업 최고경영자(CEO)에게 좋은 성과를 내지 못하는 사람으로 낙인 찍혀, 승진에서 불이익을 받을 수 있다.

전년도에 평가결과가 좋았거나, 일정기간 동안 우수한 성과를 거둔 기업에 한시적 또는 영구적으로 평가를 면제하는 ‘격년제 평가’와 ‘명예기업제’ 또한 참여유인이 높은 것으로 나타났다. 특히, 명예의 전당과 같은 명예제도의 도입을 검토할 필요가 있다. 동반성장 기업은 그러한 명예를 얻게 되면, 국민들에게 좋은 기업이란 평판을 얻게 되고, 평판이 좋은 기업들은 국민들이 소비활동에서도 선호하는 기업이 된다. 동반성장을 통해, 기업-소비자 사이에 선순환이 일어날 수 있으므로, 공유가치의 창출(CSV)이 일어나게 된다.

또한, 이는 지수평가를 위한 행정비용을 크게 줄이고, 평가대상을 넓힐 수 있는 장점이 있다. 현재 100여 개사의 지수평가를 위해 공정거래위원회의 거의 전 부처가 평가에 참여하는 등 평가에 소요되는 행정부담이 만만치 않은 실정이다. 일정 수준이상 동반성장 기업 문화가 정착된 기업은 평가대상에서 졸업시키고, 동반성장 추진수준이 취약한 기업들을 평가대상에 추가하는 것이 정책효과도 더욱 높일 수 있을 것이다.

Ⅳ. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 시스템 제안

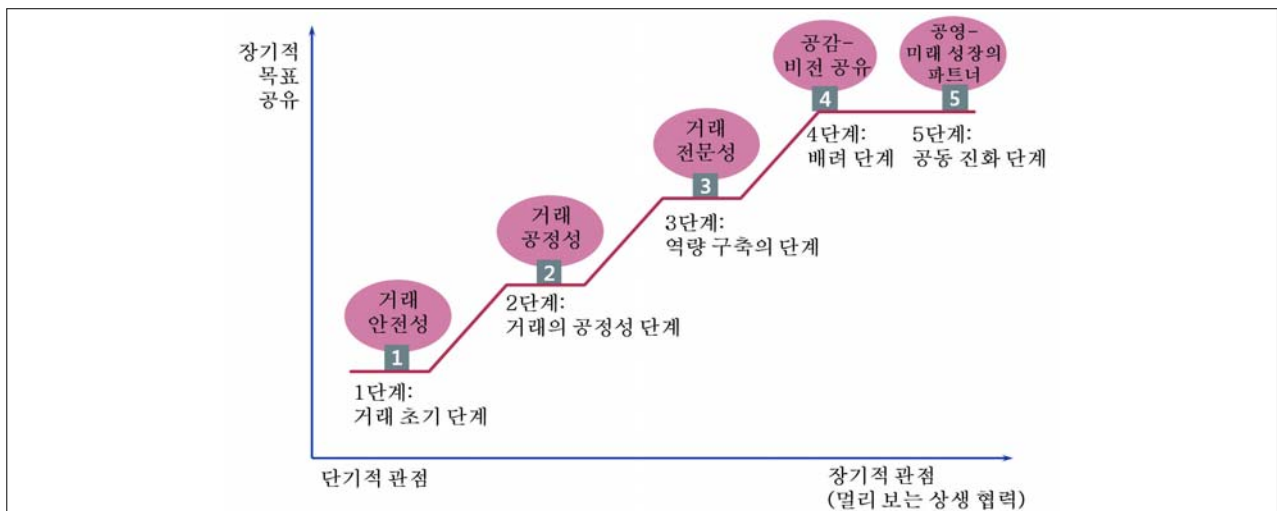
1. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 패러다임 구조

산업생태계 전반으로 동반성장을 확산하기 위해서는 원사업자에게 행정 및 법적으로 이를 강요할 것이 아니라, 그에 상응하는 인센티브 시스템을 디자인하는 것이 더 바람직하다. 과연, 글로벌 시장에서 경쟁해야 하는 대기업으로서는 판매 및 생산기지를 갖고 있는 전 세계에서 한국정부가 강요하는 상생협력과 동반성장에 상응하는 요구를 받게 된다면, 과연 그런 기업들이 생존해 갈 수 있겠는가?

글로벌 시장에서 생존해 나가는 대기업이 없으면, 협력업체의 미래도 없다. 동반성장을 원하는 어떤 기업도 대기업이 지금보다 더 잘 되고 미래경쟁력이 더 강화되어야 한다는 전제는 불변이다. 이러한 전체 하에서 동반성장 프로그램도 진행되어야 한다.

그러나 기업도 글로벌 경쟁력 여하에 따라, 글로벌 시장에서 협상력이 달라지므로 실현하는 경영성과에도 당연히 차이가 있다. 현재 동반성장정책이 지속성을 가지려면, 이러한 차이를 무시하고, 동일한 기준으로 일방적으로 추진할 것이 아니라, 기업 및 산업별 특성을 인정하는 방향으로 전환되어야 한다. 그래야만 대기업에서 중견·중소기업까지 산업생태계 전반에서 동반성장의 기업문화가 꽃필 수 있다. 따라서 산업별 인센티브 시스템도 <그림 15>, <표 20>과 같은 상생협력의 신뢰구축 5단계 개념이 실현될 수 있도록, 각 단계에 맞는 인센티브 시스템을 구축하는 것을 고려해 볼 수 있다.

<그림 15> 동반성장의 5단계



<표 19> 동반성장 단계별 대·중소기업의 역할

상생 협력의 진화단계	대기업 역할 (조립업체)	중소기업 역할 (부품업체)	협력적 행동의 모습	상생협력 정책방향
1단계: Reliability (거래의 안정성) -거래 형성	안정적 수요(판로)의 신뢰성	안정적 공급(납품)의 신뢰성	단기 거래→ 장기 거래의 파트너관계 (장기적 협력관계)	장기적 성장의 협력 파트너로 안정 유도
2단계: Equity (거래의 공정성) -대기업 문제	·적절한 가격	적절한 비용·품질	불공정거래→ 공정한 파트너관계 (대등한 협력관계)	공정거래 정책
3단계: Integrity (거래의 전문성·성실성) -중소기업 문제	대기업의 기술 지원 ·약속 준수	능력 있는 개발의 동반자 (스피드, 능력) QCD 능력	무능력→역량 있는 파트너관계 (정직하고 상호 도움이 되는 협력관계)	부품업체의 기술 개발 지원
4단계: Empathy (동반 성장의 파트너의식) -대기업 문제	성과 공유 동반 성장의 파트너의식	성과 공유 동반 성장의 파트너의식	무시→ 배려해주는 파트너관계	성과 공유 사람 공유
5단계: Confidence (미래 성장 동력 공동 개발) -공동 과제	·비전 공유 및 공동 개발 제안 부품업체 기술 인정	공동 개발 (설계 비밀 유지)	형식지→암묵지 (기술·설계 등) 공유하는 파트너관계	기술 공유 및 설계도면 공동 개발

이의 실현을 위해 메커니즘 디자인 인센티브의 <그림 13> 기반 위에서 <표 20>에 맞게 추진하는 방식으로 <표 21>과 같은 단계별 접근(Step-up 방식)이 필요하다.

첫째, 동반성장지수 평가기준을 대기업과 중소기업, 중견기업 등 기업규모와 역량에 맞게 참여할 수 있는 5단계로 설계한다. 참여대상을 대기업과 중견기업, 중소기업으로 분류한 후 각 산업 및 기업규모에 맞게 동반성장지수를 조정하는 방법도 가능하다.

둘째, 지수 평가대상을 동반성장위원회가 선정하는 ‘규제’ 방식에서 기업이 자발적으로 참여하는 ‘자율’ 방식으로 전환한다. 이때 참여기업은 5단계의 평가기준 중에서 경영자원과 역량, 업종특성 등에 따라 자사에 가장 알맞은 이행레벨을 선택한다.

셋째, 평가결과 활용은 지수평가 대상기업 전체의 평가결과를 공개하는 방식에서 5단계별로 인증 여부를 공개하고, 인증을 받지 못한 기업은 개별 통보하여 보완과제에 대한 컨설팅 등으로 자체 개선을 유도해야 한다.

넷째, 각 단계별로 기업의 자발적인 참여를 확실하게 유인할 수 있도록 지수평가에 참여

하지 않는 기업은 상대적으로 불이익을 받고, 참여하여 평가등급을 획득한 기업은 기업경영에 실질적으로 보탬이 되는 인센티브를 제공하는 방식으로 설계한다. 이를 통해 지수평가에 대한 기업의 참여를 높이고, 이행단계를 점차 높이거나 높은 단계에 도전하도록 만드는 유인이 될 수 있다.

<표 20> 스텝업(Step-up) 방식의 CSV형 상생협력모델(예시)

구분	주요 내용
1~5단계별 공정거래협약 평가기준	<p><이행사항></p> <ul style="list-style-type: none"> - 1스타(★) : 하도급 3대 가이드라인 이행(협력사 선정·서면발급·계약체결), 표준하도급계약서 사용, 금품수수 금지 등 구매윤리 제정·준수 - 2스타(★★) : 1스타 이행사항 + 교육·훈련지원, 인력·채용지원, 하도급거래 공정성 심의위원회 및 동반성장 전담조직 설치, 위탁정보 통보시스템 도입 - 3스타(★★★) : 2스타 이행사항 + 납품단가 조정, 기술지원·보호, 인사평가 시 동반성장 실적반영, 장기계약 또는 신규업체 발굴 - 4스타(★★★★) : 3스타 이행사항 + 협력사 판로개척 등 매출확대 지원, 1·2차 협력사간 협약체결 및 2차 협력사 애로개선, 특허·설비 등 유휴자산 지원 - 5스타(★★★★★) : 4스타 이행사항 + 해외 동반진출 협력사에 납품단가·납품물량 우대 + 1·2차 협력사간 납품단가·결제조건 개선 유도 <p><이행강도></p> <ul style="list-style-type: none"> - 1스타(★) : 매출액의 0.18% 지원, 35일내 대금지급, 현금성결제 75% - 2스타(★★) : 매출액의 0.25% 지원, 28일내 대금지급, 현금성결제 85% - 3스타(★★★) : 매출액의 0.37% 지원, 21일내 대금지급, 현금결제 56%, 현금성결제 36% - 4스타(★★★★) : 매출액의 0.49% 지원, 14일내 대금지급, 현금결제 71%, 현금성결제 29% - 5스타(★★★★★) : 매출액의 0.60% 지원, 10일내 대금지급, 현금결제 85%, 현금성결제 15%
협력사 역량별 체감도 평가기준	<p><협력사 역량별 협력수요></p> <ul style="list-style-type: none"> - L형(범용제품 생산. 협력사의 40.9%) 협력수요 : 안정적인 거래관계(75.8%), 하도급 공정거래(21.2%), 기술개발 등 협력(3.0%)의 順 - A형(주준발주형 생산. 협력사의 46.9%) : 안정적인 거래관계(65.1%), 하도급 공정거래(22.8%), 기술개발 등 협력(12.1%)의 順 - J형(핵심전략제품 생산. 협력사의 12.2%) : 안정적인 거래관계(53.8%), 기술개발 등 협력(33.3%), 하도급 공정거래(12.8%)의 順 <p><협력사 체감도 평가방법></p> <ul style="list-style-type: none"> - L·A·J 유형별 협력수요에 따라 50개의 체감도 항목에 대한 가중치를 각각 설정하여 평가
1~5단계별 지수 인센티브 시스템	<p><지수 평가결과 발표방식 : 각 단계별 상·하 발표></p> <ul style="list-style-type: none"> - 각 단계별 평가기준 이행실적을 上(85점 이상)·中(70점 이상)·下(70점 미만)로 절대평가→上(해당 등급 인증), 中(1등급 하향 인증), 下(2등급 하향 인증) <p><5단계별 인센티브></p> <ul style="list-style-type: none"> - 1스타(★) : 제품에 동반성장 기업인증 표시, 정부 동반성장포상 및 R&D과제 가점 - 2스타(★★) : 1스타 + 지수평가기업 제품구매 시 소비자 세액공제, 정책금융 우대 - 3스타(★★★) : 2스타 + 하도급 현금결제 세액공제, 신용평가등급 상향, 설비투자 세액공제, 기업 광고·홍보, 서면조사 면제 - 4스타(★★★★) : 3스타 + 직권·서면조사·세무조사 면제, 공공입찰 가점, 모범납세자 심사 가점, 국내 원부자재 구매액 세액공제 - 5스타(★★★★★) : 명예기업 졸업(차년도 평가면제 및 4스타 인센티브 2년 제공)

2. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 디자인

본 장에서는 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 모델을 제안하고자 한다. 이의 예시는 <표 21>과 같다.

<표 21> 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 모델(※ 절대평가 방식/ 인증 실패 시 기업 비공개)

1스타(★)	2스타(★★)	3스타(★★★)	4스타(★★★★)	5스타(★★★★★)
<ul style="list-style-type: none"> - 동반성장 유공자 포상 가점 1점 - 판매제품에 동반성장 인증표기 - 모범납세자 선정 시 우대(납세담보 한도 면제) - 한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대 - 정책금융공사 자금지원 시 대출한도 및 금리우대 - 국내 설비투자액 세액공제(2%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 동반성장 유공자 포상 가점 2점 - 판매제품에 동반성장 인증표기 - 모범납세자 선정 시 우대(납세담보 한도 면제) - 한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대우대 - 정책금융공사 자금지원 시 대출한도 및 금리우대 - 국내 설비투자액 세액공제(4%) - 기업신용 평가등급 1단계 상향 - 납품대금 현금결제 시 세액공제(0.05%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 동반성장 유공자 포상 가점 3점 - 판매제품에 동반성장 인증표기 - 모범납세자 선정 시 우대(납세담보 한도 면제) - 한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대 - 정책금융공사 자금지원 시 대출한도 및 금리우대 - 국내 설비투자액 세액공제(6%) - 기업신용 평가등급 1단계 상향 - 납품대금 현금결제 시 세액공제(0.1%) - 공공입찰 시 우대 - 정부 R&D과제 가점 - 국내 중견, 중소기업에서 구매한 원부자재 세액공제(0.05%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 동반성장 유공자 포상 가점 4점 - 판매제품에 동반성장 인증표기 - 모범납세자 선정 시 우대(납세담보 한도 면제) - 한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대 - 정책금융공사 자금지원 시 대출한도 및 금리우대 - 국내 설비투자액 세액공제(8%) - 기업신용 평가등급 1단계 상향 - 납품대금 현금결제 시 세액공제(0.2%) - 공공입찰 시 우대 - 정부 R&D과제 가점 - 국내 중견, 중소기업에서 구매한 원부자재 세액공제(0.1%) - 공정위 서면실태조사 1년 면제 - 세무조사 면제(1회) 	<ul style="list-style-type: none"> - 동반성장 유공자 포상 가점 5점 - 판매제품에 동반성장 인증표기 - 모범납세자 선정 시 우대(납세담보 한도 면제) - 한국수출입은행, 한국무역보험공사 금융지원 우대 - 정책금융공사 자금지원 시 대출한도 및 금리우대 - 국내 설비투자액 세액공제(10%) - 기업신용 평가등급 1단계 상향 - 납품대금 현금결제 시 세액공제(0.3%) - 공공입찰 시 우대 - 정부 R&D과제 가점 - 국내 중견, 중소기업에서 구매한 원부자재 세액공제(0.15%) - 공정위 직권, 서면실태조사 1년 면제 - 세무조사 면제(2회) (또는 명예기업 졸업)

먼저, ‘1스타’, ‘2스타’는 이행난이도가 낮아 중소기업과 거래규모가 적은 업종의 대기업이나 이제 막 동반성장을 추진하려는 초기단계의 대기업 또는 중견기업, 중소기업이 참여하기에 적절한 수준이다.

이에 ‘1스타’에는 중견·중소기업의 신규진입을 유도하는데 효과적인 인센티브가 포함되어야 한다. ‘한국수출입은행·한국무역보험공사 금융지원 우대’, ‘한국정책금융공사 자금지

원 시 대출한도 및 금리우대'가 해당된다. 앞에서 언급한 바와 같이, 중소기업은 대기업보다 자금난에 빠지기 쉬우나, 투자·운영·긴급자금 조달에 어려움을 겪고 있기 때문이다.

‘2스타’에는 동반성장을 기업의 가치평가에 반영, 자금조달비용이 감소하고 대외신용도를 높일 수 있도록 ‘신용평가등급 1단계 상향’이 추가되는 것이 적합하다. 물론, 정부가 신용평가 전문기관에게 신용평가등급 산정요소 변경을 강제할 수는 없지만, 약속한 성과를 달성한 기업이 지속적으로 가치를 키우면, 신용평가 전문기관들도 동반성장 이행성과를 자연스럽게 신용등급 평가 요소로 고려할 수 있을 것이다. 그리고 납품대금 현금결제와 국내 설비투자에 소규모의 세액공제를 제공함으로써 대기업·1차 협력업체에 비해 취약한 중견·중소기업 간 현금결제를 활성화시킬 뿐만 아니라, 중견·중소기업에도 설비투자 의욕을 고취시켜, 설비투자의 대·중소기업 양극화 문제를 해소하는데 일조할 수 있을 것이다.

‘3스타’에는 현금결제와 설비투자 세액공제를 각각 1%p와 0.05%p 상향조정하고, 국내 중견·중소기업으로부터 구매한 원·부자재에 대한 세액공제를 신설했다. ‘3스타’는 이행난 이도가 중간레벨에 해당하여, 중견·중소기업보다는 대기업의 참여도가 더 높을 것으로 보인다. 일반적으로 대기업은 중견·중소기업으로부터 중간부품을 비롯한 원·부자재를 구매하여 최종제품을 생산하기 때문에 대기업들에게 실효성이 높다고 볼 수 있다. 또한, 세액공제 조건을 ‘국내’로 한정함으로써 대기업이 국내의 하도급·일반구매 거래선을 확대하고자 하는 유인이 증가될 것으로 전망되기 때문에, 내수침체로 실적부진에 빠진 중견·중소기업들이 거래기업과 거래물량을 확대할 수 있는 기회가 마련될 수 있다.

‘4스타’, ‘5스타’에는 현행 인센티브인 ‘공정거래위원회 서면실태조사 1년 면제’ 외에 ‘세무조사 1회 면제’가 신설됐다. 세무조사는 공정위의 직권·서면실태조사와 마찬가지로 기업에 막대한 행정부담으로 작용하고, 경영활동의 효율성을 저하시킬 가능성 또한 배제할 수 없다. 동반성장은 글로벌 경쟁시대에서 기업생태계의 경쟁력을 높이기 위해 반드시 필요하지만, 협력업체 지원·육성 프로그램 구축과 거래기업에 대한 전사적인 배려 등에 많은 노력이 필요하다. 또한, 실질적인 협력보다는 슬로건과 프레임에 사로잡혀 생산적이지 못한 활동을 해야만 하는 경우도 있어, 예기치 않은 경영부담과 손실이 발생하기도 한다.

따라서 동반성장 목표달성을 위해 기업이 감당했던 부담을 보상하는 차원에서라도 세무조사를 제한적으로 면제함으로써 행정부담을 완화할 필요가 있다.

또는 ‘5단계’의 인센티브를 명예졸업제로 운영하는 방안도 있다. 이 경우 차년도 평가를 면제하고, 최고등급에 해당하는 인센티브를 2년간 부여하는 것이 적합할 것으로 보인다.

다만, 기술한 인센티브 디자인은 실제 실행과정에서 기업대상으로 서베이를 다시 실시할 필요가 있다. 왜냐하면, 세액공제 등의 인센티브 같은 경우에는 실제 공제율에 따라 기업의 선호도가 크게 달라질 수 있기 때문이다.

아울러, 대·중소기업에게 참여유인이 가장 높은 운영방식은 ‘Pass/Non pass의 절대평가 도입’이었다는 점을 반영해야 한다. 각 단계별 절대평가로 인증여부를 상/중/하로 평가하고, 인증에 실패한 기업의 평가결과는 공개되지 않는 것이 바람직하다. 인증에 실패한 기업의 명단을 공개할 경우 파격적인 인센티브가 제공되어도 자발적 참여유인 제고는 불가능하다.

V. 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브 시스템 실행과제와 기대효과

1. 실행과제

2005년 상생협력이 시작된 이후, 2010년 동반성장을 통해 대기업과 협력업체 간 거래관계는 상당히 진전되어, 이제는 메커니즘 디자인 이론에 입각하여 평가지표를 개편할 시점에 있으므로, 이번 기회에 경제인문사회연구회의 평가편람 개편과 같이 미래 지향적인 지표로 개편이 필요하다. 본 연구에서 제시한 전경련중소기업협력센터의 기존 서베이 연구와 인센티브 서베이 결과를 결합하여, 다음 4가지 요소가 반영될 수 있는 인센티브 지향의 동반성장지수의 평가항목 그리고 평가지표 산정방식을 보완해 나갈 필요가 있다.

첫째, 중소기업의 애로요인 해소와 협력업체의 글로벌 경쟁력 강화에 기여할 수 있는 평가지표를 강화하고, 지표를 단순화해야 한다. 한국의 국내시장은 한정되어 있으므로, 시장을 확대하기 위해 글로벌 시장으로 진출은 기업활동이 지향해야 되는 필수요소이다. 그러나 한국에서 중소기업은 사업체 수가 많고 고용규모도 크지만, 수출에서 중소기업 비중은 17~18%로 아주 낮다.

독일의 히든챔피언이나 대기업을 방문하여 인터뷰 해보면, 노조 및 경영진은 국내시장은 한정되어 국내시장만으로는 고용 증대, 임금 인상이 불가능하므로, 글로벌 시장으로 수출이 필수적이라 강조하고 있다. 이를 위해, 글로벌 경쟁력을 유지하기 위한 생산성 향상이 노사가 노력해 지속적으로 추진해야 하는 핵심과제로 인식하고 있다.

둘째, 협력업체에 시혜적 성격을 줄이고 생산적 파트너십을 강화해야 하며, 대기업의 상생협력 노력에 상응하는 협력업체의 자생력 강화 노력이 발휘되어 대기업과 협력업체 사이에 노력의 비대칭성이 해소되어야 한다. 정부 주도로 2005년부터 시작된 상생협력이 동반성장으로 계승되는 동안, 중소기업에 대한 대기업의 일방적 지원으로 진행되어 왔다.

셋째, 생산적인 협력을 통해 동반성장을 이루려면, 이를 선도해 나가는 기업의 애로사항에도 귀를 기울여야 하고, 애로를 해소하거나 기업부담을 완화하는 인센티브 구조를 발전시켜야 한다. 기업에 비우호적인 국민정서 하에서 정부 주도하의 동반성장 평가지표 구성 항목 및 가중치 선정에서 대기업은 기업 간 거래의 협력관계의 지속성을 위해 개선사항을 제시할 기회가 없었고, 협력업체 및 중소기업의 의견이 수렴되는데 집중되었다.

넷째, 동반성장의 성과에서는 대기업과 협력업체가 상호작용하는 pull-push 성장이 강조되어야 하지만, 현실에서는 대기업 성장이 협력업체 성장으로 연계되는 경로(pull 메커니즘)가 강조되고, 협력업체 성장이 대기업 성장을 유발해 주는 경로(push mechanism)가 간과되고 있다. 상생경영(2006) 모형에서는 pull-push 상호작용 경로가 강조되었지만, 동반성장을 주도하는 정책당국이나 동반성장 추진을 주도하는 학자들도 대통령의 인기영합 그리고 단기 업적 쌓기에 편승하여 이론 모형을 지속적으로 왜곡하고 있다.

다섯째, 협력업체의 역량별 차이, 산업별 특성을 결합하여 각 범주에 맞는 상생협력과 동반성장을 평가할 수 있는 패러다임을 구축해야 한다. 상생경영(2006)에서 제시된 협력업체의 역량별 차이는 협력업체의 현실에도 맞고, 대기업도 협력업체를 역량별 차이로 관리하고 있어 이에 대한 연구가 지속적으로 제시되고 있다. 그러나 아쉽게도 정책당국이 역량별 차이를 고려하는 지표가 국민정서에 부합하지 않아 절대적 평등의 관점에서 추진되다 보니, 동반성장 평가지표는 기업 간 거래의 현실과 부합하지 않는다. 그로 인해, 상생협력 및 동반성장의 정책 추진내용을 흡수할 수 있는 능력을 가진 기업은 좋은 성과를 내고 있지만, 그런 역량이 미흡한 기업은 동반성장이나 상생협력을 체감하지 못하고 있다(전경련 중소기업협력센터, 2012).

아울러, 본 연구에서는 자료 접근성, 예산 등의 제약으로 인해 대기업 및 1~3차 협력업체에 대해 수차례에 걸쳐 심층적인 서베이를 진행하지 못한 한계가 있다. 향후 동반성장위원회 등이 경제단체, 학계 등과 공동으로 본 인센티브 모델을 보다 다듬는 작업이 필요하다.

1차에서 2차, 3차 협력업체로 확산하는 단계에서도 질적 차별화에 따른 등급화를 통해, 신규 상생협력 및 동반성장 추진기업들이 자신들의 역량에 맞게 단계별로 추진할 수 있는 제도 기획이 필요하다. 업종별 확산 및 참여도 제고를 위한 스텝업(Step-up) 방식의 인센티브에 대한 필요성을 기존 서베이 자료를 기반으로 분석하여, 효과적인 인센티브 시스템을 위한 업종별 특성을 반영한 모델을 설계해야 한다.

각 산업별의 모기업, 1차, 2차, 3차 협력업체에 대한 서베이를 통해, 상생협력 및 동반성장에 적극적으로 참여하는 기업들에게 효과적인 인센티브가 될 수 있는 정책과제는 서베이를 통해 정기적으로 발굴해 나가야 할 것이다.

동반성장에 대한 서베이 그리고 인센티브 시스템에 대한 기존 이론에 대한 논의를 종합해 보면, 동반성장의 인센티브 메커니즘 디자인을 위해 평가항목에서 반영되어야 할 요소는 <표 22>로 요약할 수 있다.

.<표 22> 동반성장 평가요소 개편의 고려 요인과 인센티브 시스템

동반성장 목표	동반성장 단계	산업	협력사의 역량	인센티브 메커니즘
기업생태계 경쟁력 향상 및 역동적인 경제실현을 통한 국가경쟁력 강화로 목표 설정	동반성장은 상생협력의 성과이므로, 상생협력의 단계에 따라 동반성장의 성과가 다르게 되므로, 각 기업의 상생협력 단계를 나누어 평가	산업별 특성을 반영하여, 평가방법을 달리 하는 것. 이를 위해, 대기업 애로를 청취하여, 산업별 평가 방식으로 전환	협력사의 역량을 L, A, J로 나누어, 협력사의 각 역량에 맞는 체감도 평가 지표를 적용함	동반성장단계별 또는 산업별 평가방식 차별화 및 협력사 역량별 차이를 반영한 평가기준 설계. 이의 평가결과에 기반한 인센티브 시스템 디자인

2. 정책제안 및 기대효과

현재 지수평가 대상인 대기업에게 <표 21>와 같은 다양한 인센티브가 제공될 때, 이들이 기업들의 동반성장 참여유인으로 어떻게 작용할 수 있는가를 분석한 것이 <표 23>이다. 놀랍게도 동반성장 인센티브가 제공되더라도 동반성장 참여에 적극적 의사표시를 기업은 33.3%에 달했다. 참여여부가 불확실하나 지수평가 대상기업의 실질적인 인센티브가 될 수 있다는 응답도 62.2%로 많았다.

다만, 여전히 62.2%의 기업이 참여여부를 확신하지 못하고 있고, 참여의향이 없다는 기업도 5.4%에 달했다. 이러한 응답결과는 현재 실행되고 있는 동반성장지수 평가 대상기업들에게 부담을 주고, 기업들에게 긍정적 요인으로 작용하지 못하고 있다는 것을 시사한다.

<표 23> 동반성장 인센티브의 동반성장 참여유인 효과

구분	참여의향 있음	참여여부는 불확실하나, 실질적인 인센티브가 될 수 있음	참여의향 없음
대기업	32.4%	62.2%	5.4%
협력사	36.5%	55.3%	8.2%

<표 23>에서 볼 수 있듯이 중견·중소기업 등 협력업체의 경우 참여의향이 있다는 기업이 36.5%로 오히려 대기업보다 4.1%p 높았다. 응답기업을 세부적으로 구분한 <표 24>를 보면, 대기업 납품 제품의 기술수준으로 구분할 때 용역서비스(시설관리, SI 등)를 제공하는 협력업체는 35.0%, 범용제품을 납품하는 협력업체는 30.3%, 단순 조립생산 제품을 납

품하는 협력업체는 49.4%, 주문발주형 제품을 납품하는 협력업체는 59.1%, 핵심전략 제품을 납품하는 협력업체는 38.5%가 <표 21>과 같은 방식으로 지수 평가 결과가 활용될 경우 지수평가에 자발적으로 참여할 의향이 있다고 응답했다.

다만, 이 정도의 인센티브만으로는 기업의 자발적인 동반성장 참여를 유도해내기에는 역부족이다. 이번 조사결과를 보면 원하는 인센티브가 제공되어도 참여여부가 불확실하다는 응답이 많았다. 본 연구에서 제시된 인센티브는 정부 정책 차원에서 제시할 수 있는 가능한 대표적인 수단이라 갖는 한계일 수도 있다. 하지만, 근본적으로는 대기업과 중소기업 모두 현재 동반성장지수 평가가 부담이 되므로 기업은 가능하면 동반성장지수 평가에 연관되고 싶지 않다는 것을 시사하고 있다. 이는 지수평가 대상기업에 대한 파격적인 인센티브와 애로해소가 더욱 중요하다는 사실의 반증이다.

<표 24> 대기업 납품제품별 협력업체의 동반성장 참여유인 효과

협력사 구분	참여의향 있음	참여여부는 불확실하나, 실질적인 인센티브가 될 수 있음	참여의향 없음
용역 서비스	35.0%	45.0%	20.0%
범용제품	30.3%	60.6%	9.1%
단순 조립생산 제품	42.9%	49.4%	7.8%
주문발주형 제품	34.2%	59.1%	6.7%
핵심전략 제품	38.5%	53.8%	7.7%

실수요자인 피평가 기업의 애로요인을 해소하려면, 정부의 상명하달식 실행을 최소화하고, 동반성장지수 평가군을 산업별로 나눌 뿐만 아니라, 스텝업(Step-up) 모델로 보완되어야 한다는 것을 시사하고 있다.

동반성장지수 평가는 피평가 기업들의 미래에도 지속적으로 성장할 수 있는 환경을 구축하는데 기여하는 pull-push 요인이 되는 방향으로 개편되어야 한다. 공정거래위원회가 공정거래법을 시행함으로써 지향하는 완전경쟁시장과 같은 상황 구축과 달리, 동반성장지수 평가가 실행됨으로써 동반성장에 참여하는 기업들의 성과가 국민들의 후생수준을 더 향상시키게 된다는 것을 경제 이론적으로 증명하지 못하고 있다.

동반성장지수 평가는 공정거래위원회를 통한 대기업 규제와 중소기업청을 통한 대기업 협력업체인 중소기업을 지원하기 위한 제도라는 틀을 벗어나지 못하고 있다.

1995년 WTO체제가 출범된 이후, 글로벌 수준에서 세계경제 통합이 어려워지면서, 글로벌

별 경제에 의존도가 높은 한국은 세계 시장을 넓히기 위해 양자간 FTA를 적극적으로 추진해 왔고, 미래에도 그러한 노력은 지속될 것이다. 이런 상황에서 FTA의 원산지 증명으로 인한 행정적 절차의 복잡성과 과다한 비용으로 인해, 지역적으로 문화적으로 인접한 국가 간 지역 내 다자간 FTA가 적극적으로 추진되고 있다.

한국에서 실행되고 있는 제도는 상대국가에 진출한 우리 기업에게도 의무로 규정될 가능성이 높다. 한국에서 동반성장지수로 평가받는 기업들은 외국에 진출해서도 당연히 그에 상응하는 의무를 져야 할 것이다.

따라서 정치권의 경제민주화에 편승하여 대기업에게 압력을 가하여 중소기업과 협력업체를 지원하는 동반성장지수 평가보다 경제이론적으로 튼튼한 동반성장지수 평가체제로 전환되어야 한다.

정부가 주도하는 동반성장지수 평가는 상생협력을 통한 동반성장 성과 창출을 가능한 단기에 효율적으로 추진하기 위한 정책이라 할 수 있다. 그러나 동반성장 피평가 대기업 및 평가를 받지 않는 대기업에 대한 서베이에서, 동반성장 평가를 받는 기업과 그 협력업체들은 평가지표를 기업의 역량에 맞게 변화시켜 달라는 요구하는 비중이 높고, 비평가 대기업은 가능하면, 동반성장 평가를 받지 않고 싶다고 한다. 대기업이 마케팅, 소비자 만족도 등 민간부문에서 시행되는 상을 받는데 적극적이지만, 동반성장 평가를 받아서 상을 받는데 있어서는 자발성이 뚜렷하게 보이지 않는다. 그렇다면 동반성장지수를 산정하기 위해 조사되는 항목들이 주인-대리인의 인센티브 부합으로서 적절한가를 따져 보아야 한다. 동반성장 평가항목이 정부 주도로 실현하는 목표와 대기업의 목표를 조화시키지 못하고 있다는 것이다.

동반성장 평가를 받는 기업의 지속적 성장성이 더 높고 소위 기업의 동태적 역량(dynamic capabilities)이 개선되어 그러한 기업생태계의 건강성이 더 나아진다면, 대기업의 동반성장 평가참여는 더 적극적으로 이루어질 것이다. 이러한 목표를 달성하려면, 상생협력에 참여하는 대기업과 다양하고 수많은 협력업체들의 인센티브가 부합될 수 있는 메커니즘 디자인이 필수적이다.

상생협력의 기반으로 추진되고 있는 동반성장의 선도업체, 후발업체들 간에 직접적 비교보다, 각 산업 및 기업의 특성에 맞는 스텝업(Step-up) 모델을 통해 동반성장 평가 등급을 획득하도록 하여, 동반성장을 추진하는 기업들이 긍지와 희망을 가지고 동반성장을 추진하는 정책에 자발적으로 참여하도록 유도해 나가야 한다.

참고문헌

- 상생협력연구회(2006), 『상생경영』, 김영사
- 상생협력연구회(2006), 『한국의 대·중소기업 상생협력 발전모델 선행연구』
- 상생협력연구회(2007), 『대·중소기업 상생협력의 전략과 과제』
- 안두순(2013), “경제민주화: 유럽의 경험과 한국적 접근”, FES Information Series, 4월
- 이동주(2013), “환경산업분야 성과공유제 도입방안”, 한국환경산업협회.한국환경산업기술원,
“제2회 환경산업계 동반성장 및 발주체계 개선 포럼” 8월
- 이종욱(2012), 『한국형 동반성장 넥스트 패러다임』, 전경련중소기업협력센터, 12월
- 이종욱 외(2013), 『2013년도 연구기관 평가편람』, 경제·인문사회연구회
- 이철기, 한상일, 정현석(2013), “역량기반 선발도구 개발에 관한 사례연구”, 『고용산업능력
개발연구』, 제16권(3), 107-129
- 전경련중소기업협력센터(2012.7), 『자발적인 동반성장 기업문화 확산을 위한 동반성장 지
수 개선에 대한 경제계 의견』
- 전경련중소기업협력센터(2012.11), 『현 정부의 동반성장 추진성과 평가와 차기 정부의 정
책 방향』, 동반성장이슈 시리즈 12-6
- 전경련중소기업협력센터(2013.7a), 『동반성장지수에 대한 주요기업의 인식 및 보완과제』,
동반성장이슈 시리즈 13-4
- 전경련중소기업협력센터(2013.7b), 『주요 기업의 성과공유제 시행성과 및 추진계획 실태분석』,
동반성장 이슈 시리즈 13-5
- 전경련중소기업협력센터(2013.11), 『한국·미국·일본·독일 주요 기업의 하도급 거래 형태 및
협력사 지원실태 비교분석 - 한.미.일.독의 매출액 기준 500대 기업 조사결과를 중심으로-』,
동반성장이슈 시리즈 13-10
- Boardman, Fon W. Jr.(강길원 역, 1979), 『누가 그대를 악덕 재벌이라 했던가?』, 삼일서적
- Barnard, Chester I.(1938), The Functions of the Executive, Harvard University Press
- Holsrom, B. and P. Milgrom(1994), “The Firm as an Incentive System”, American Economic
Review, Sep. 972-991
- Maskin, Eric S.(2007), “Mechanism Design: how to implement social goals”, Journal of

Political Economy, Dec.

Myerson, Roger B.(2007), “Perspectives on mechanism design in economic theory”, Journal of Political Economy,Dec.

Prize Committee of the Royal Swedish Academy of Sciences(2007), “Mechanism Design Theory”, Oct.

Rose, T. and K. Manley(2007), "Effective Financial Incentive Mechanism: An Australian Case Study", CIB World Building Congress

Teece, D.J.(2007), “Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance”, Strategic Management Journal 28, 1319-1350