

대형유통점과 중소기업 간의 상생협력

- 갈등이슈와 규제방안의 검토를 중심으로

임 영 균 (광운대 경영학과 교수)

이 정 희 (중앙대 산업경제학과 교수)

<요 약>

1997년 시장개방 이후 할인점을 중심으로 한 대형유통점은 급성장한 반면, 중소기업은 계속 쇠퇴하고 있다. 대형유통점이 대도시에서 이어 지방중소도시로 확대되면서 중소기업은 대형유통점이 자신의 생존을 가장 크게 위협하고 있는 것으로 인식하고 있다. 이로 인해 중소기업과 대형유통점간의 갈등이 확산되고 있는 실정이다. 갈등이 확산되면서 일부 지자체의 경우 이미 조례로 대형유통점에 대한 규제를 강화하였으며, 일부 의원들에 의해 대형유통점에 대한 규제를 주 내용으로 하는 입법발의가 되고 있다.

중소기업이 정부와 지자체에 요구하는 것은 크게 두 가지이다. 하나는 중소기업을 살리기 위해 중소기업에 대한 지원을 강화해 달라는 것이며, 또 다른 하나는 대형유통점에 대한 규제를 강화해 달라는 것이다. 반면, 대형유통점은 유통산업 전체의 건전한 발전과 선진화, 글로벌화를 위해 대형유통점에 대한 규제를 오히려 완화해 달라고 요구하고 있다. 대형유통점은 중소기업의 경쟁력 강화를 목적으로 하는 정부나 지자체의 지원에는 반대하고 있지 않다.

정부와 지자체가 고려할 수 있는 정책대안은 크게 네 가지이다. 첫 번째 방안은 자유경쟁의 원리에 의해 정부가 시장에 개입하지 않는 것이다. 이 경우, 경쟁력이 약한 중소기업은 계속 쇠퇴할 것이며 갈등이 심화되고 정부와 지자체에 대한 사회정치적 비난이 커질 우려가 있다. 두 번째 방안은 중소기업의 경쟁력 강화를 위해 정부와 지자체가 이들에 대한 지원을 강화하는 것이다. 개별 중소기업의 경영혁신 노력과 중소기업간의 연대노력을 행·재정적으로 지원하는 것이 주된 내용이다. 중소기업사업자의 경영능력 배양을 목적으로 한 교육지원, 마케팅능력 제고, 협업화, 조직화, 정보화의 촉진, 공동사업에 대한 지원이 이에 해당될 것이다. 현재 정부와 다수의 지자체가 취하고 있는 방안이며 네 가지 대안 중 가장 합리적인 것으로 평가되고 있다. 세 번째 방안은 대형유통점과 중소기업간의 상생협력을 정부와 지자체가 유도하는 것이다. 경쟁관계에 있는 두 당사자 간의 상생협력을 모색하는 것은 모양새는 아름답지만 실효성이 낮은 것이 문제이다. 전시성, 일회성 사업으로 끝나지 않도록 하여야 할 것이다. 네 번째 방안은, 정부와 지자체가 대형유통점에 대한 규제를 강화하는 것이다. 먼저, 대형유통점의 불공정거래행위에 대한 감시감독과 처벌을 강화하는 것은 당연한 것이다. 그러나 정부가 아닌 지자체가 이를 주도하기는 사실 어

려움이 있다. 그리고 대형유통점의 영업행위를 영업시간제한에서부터 출점제한에 이르기까지 규제하는 것은 심사숙고하여야 한다. 대형유통점이 국가경제 및 지역사회에 미치는 영향이 부정적인가 긍정적인가에 대해 국내외 학계와 업계에서 여전히 많은 논란이 있기 때문이다.

정부와 지자체에 의한 시장개입은 반드시 필요한 경우에 한해 합당한 방법에 의해 이루어져야 한다. 대형유통점에 대한 규제는 지역사회에 미치는 영향을 다면적으로 평가한 결과에 근거하여 이루어져야 할 것이다. 대부분의 지자체는 체계적인 평가시스템과 객관적인 통계자료를 갖고 있지 못한 실정이다. 향후 가장 시급한 과제는 시장개방 이후 지난 10년간 대형유통점이 지역사회에 미친 영향에 관한 광범위한 통계자료를 수집하고 이를 체계적으로 분석하여 정책방향을 올바르게 설정하는 것이라 할 수 있다.

1. 연구의 배경 및 의의

가. 배경

1) 상생협력의 개념

□ 경영화두로서의 상생

2005년 5월 노무현 대통령과 재계 총수들과의 '대-중소기업 상생협력 간담회' 이후 상생 경영의 중요성이 부각되고, 정부부처와 대기업을 중심으로 실천 방안이 본격적으로 수립되기 시작하였다. 전국경제인연합회는 중소기업협력센터를 설치하고 상생경영 우수업체를 포상하였으며, 삼성, 현대, LG, SK 등 대기업이 상생을 경영모토로 채택하고 있다.

□ 상생/상생협력의 개념

상생은 상극과 반대되는 개념으로 '다툼을 피하고 조화를 이루며 함께 살아가는 것'으로 정의된다. 기업경영에 있어 상생은 '거래관계에 있는 기업들의 공존공영', '자신의 이익만이 아니라 거래상대방의 이익을 함께 고려하는 경영' 등으로 정의할 수 있다. 상생협력은 말 그대로 '상생을 위한 협력'을 말하며 '기업 간의 공존공영 혹은 상호이익을 위한 협력'으로 정의된다.

원래의 상생협력은 거래형태나 기업 규모와 상관없이 적용가능한 포괄적 개념이다. 공급업체->제조업체->유통업체->소비자로 이어지는 수직적 관계나 제조업체-제조업체, 유통업체-유통업체 간의 수평적 관계에서도 상생협력은 가능하다. 또한 대기업과 대기업, 대기업과 중소기업 간의 거래에서도 상생협력은 가능하다. 그러나 기업경영에서 현재 거론되고 있는 상생협력은 주로 수직적 거래관계에 있는 대기업과 중소기업 간의 상생협력, 혹은 '힘있는 기업'과 '힘없는 기업' 간의 상생협력을 의미하고 있다.

대형유통점과 중소/재래시장간의 상생협력은 수직적 거래관계가 아닌 수평적 경쟁관계에서의 상생협력이라는 점에서 큰 차이가 있다. 경쟁기업 간의 상생협력은 근본적으로 '시장경제' 원리에 반하는 것으로 인위적으로 강제될 수 있는 것이 아니다. 경쟁기업간의 상생협력을 강제할 경우, 오히려 기업담합에 의해 수직적 거래관계에 있는 경제주체들이 피해를 볼 수 있다.

그럼에도 불구하고 근자에 대형유통점과 중소/재래시장(이하 중소기업) 간의 상생협력이 중요한 쟁점으로 부각되고 있는 것은 우월적 힘을 지닌 대형유통점에 의해 중소기업이 갈수록 위축되고 있고, 대형유통점이 진출한 지역에서 경제·사회적인 문제가 발생하고 있다는 인식이 확산되고 있기 때문이다.

2) 대형유통점 - 중소기업 간 상생협력의 필요성

□ 대형유통점의 위협

1996년 시장개방 후 대형유통점이 유통산업의 성장을 주도하고 있다. 대형유통점을 대표

하고 있는 대형마트의 경우, 1996년의 시장개방 전에는 28개이었으나 2005년 12월 현재는 291개(중국 7개)로 불과 10년 만에 10배 이상 급증하였다.

대형유통점이 급성장하는 반면에 기존의 재래시장, 중소 슈퍼마켓, 심지어 백화점의 매출은 감소하거나 정체하고 있다. 미국의 경우에는 할인점의 성장으로 인해 슈퍼마켓과 백화점은 물론 쇼핑몰도 크게 타격을 받고 있다. 미국의 쇼핑몰 시장점유율은 1995년 34%에서 2002년 19%로 절반가량 감소하였다. 이는 할인점을 중심으로 대형유통점이 고객을 빠르게 흡수하고 있기 때문이라 하겠다. 2004년 말 현재 주요 업체별 판매 변화를 보면, 2000년 기준 할인점은 1996년에 비해 780%p 성장하였으며, 편의점도 197%p 성장하였다. 그러나 슈퍼마켓은 19.4%p, 기타 소매업은 12.0%p 감소하였다(<표 1>).

<표 1> 유통업체별 '도소매업판매액지수' 추이

지수	백화점	대형할인점	슈퍼마켓	편의점	무점포판매	기타소매업
1996년	93.3	20.1	111.4	83.3	('00년)100.0	97.9
2000년	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2004년)	95.1	176.8	89.8	247.6	170.0	86.2
증가율	1.9%	779.6%	- 19.4%	197.2%	70.0%	- 12.0%

자료: 통계청 (* 업체별 도소매업판매액지수는 불변가격지수로 2000년을 기준(100)으로 함)

대형유통점이 성장한 배경으로는 거대자본, 박리다매, 편리한 쇼핑공간, 대량구매에 의한 물류비 절감 등을 들 수 있다. 무엇보다 전 세계적인 장기불황에 따라 소비자들이 가격에 매우 민감하게 반응하고 있고 '가격 대비 품질'을 구매기준으로 삼고 있는 가치지향적인 소비자 (value-oriented consumer)가 크게 증가하고 있기 때문이다.

□ 중소유통점의 위기의식

대형유통점의 급성장은 중소유통점 및 재래시장에 커다란 타격을 주고 있고 일부지역에서는 지역상권이 몰락하고 있다는 위기감도 조성되고 있다. 할인점 1개의 평균 매출은 768억 원인 반면에 재래시장 평균매출 110억원에 지나지 않는다. 증기청 조사에 의하면, 시장개방 이후 4인 이하 영세 소매업체 약 8만개가 폐점하였고 1996년 70만5916개에서 2004년 말에는 62만6986개로 급감하였다고 한다.

중소유통점은 대형유통점의 매출이 본사가 위치한 역외로 유출됨으로써 지역경제가 침체되고 있다고 보고 있으며, 할인점을 중심으로 가격경쟁이 심화되면서 낮은 소매가격으로 인해 수익성에 타격을 받고 있다고 보고 있다. 또한 중소유통점은 대형유통점이 강력한 구매력을 무기로 중소납품업체에게 자신의 비용을 전가함으로써 이들 기업의 자생력과 경쟁력을 훼손하고 있다고 보고 있다. 산업자원부, 한국유통물류진흥원, 대한상공회의소(2005)의 중소유통업 실태조사결과에 의하면, 응답자의 91.6%가 매출감소를 경험하였으며, 66.7%는 심각한 수준으로 매출이 감소한 것으로, 64.0%는 겨우 생계를 유지하고 있는 것으로, 26.4%는 적자운영을 하고 있는 것으로 나타났다. 자영업자 대 근로자의 소득은 2003년 이후 역전되어 자영업자 평균 실질소득은 248만원으로 근로자 평균 소득 267만원에 못 미치는 것으로 나타났다. 응답자의 절반이상이 대형유통점 확산으로 인해 영업피해를 보고 있다고 응답하

고 있다.

□ 중소기업점의 문제제기

중소유통점이 요구하는 것은 크게 두 가지이다. 하나는 중소기업업을 살리기 위해 중소기업점에 대한 지원을 강화해 달라는 것이며, 다른 하나는 대형유통점에 대한 규제를 강화해 달라는 것이다. 중소기업점은 중소기업이 산업구조에서 차지하는 수와 비중이 매우 높음에도 불구하고 정부의 지원이 부족하고, 할인점을 중심으로 한 대형유통점이 전국적으로 확산됨에 따라 지역경제를 지탱하는 한축이 무너짐으로써 전체 유통산업이 붕괴될 우려가 있는 것으로 보고 있다. 나아가 대형유통점의 확산으로 인해 중소기업인의 빈민층화가 가속화되고 있으며 지역경제가 피폐해져 도저히 방관할 수 없는 지경에 이르렀다고 보고 있다.

대형유통점은 대도시에서의 영업부지 확보가 어려워짐에 따라 최근 춘천, 태백, 서귀포 등 중소도시에도 출점하고 있다(태백시는 인구 5만에 불과함). 그 결과 중소도시가 대형유통점의 영향을 가장 많이 받는 것으로 조사되고 있다(산업자원부, 한국유통물류진흥원, 대한상공회의소 2005). 한 예로 대전 동구 중앙시장의 경우, 4141개 점포 중 200여개가 폐점한 것으로 보고되고 있다.

일부 지자체의 대형점포 평수 제한, 출점제한으로 할인점과 중소기업점 간 갈등이 확산일로에 있다. 또한 전국 혹은 지역단위의 중소기업단체의 저항도 거세어지고 있다. 한국슈퍼마켓협동조합연합회, 전국체인사업협동조합, 음식점중앙회 등 소상공업 관련 50여개 단체는 대형 유통점 확산저지를 위한 비상대책위원회를 구성하고, 대형유통점의 무차별 출점, 최저가격보상제, 24시간 영업, 과다경품제공 등을 비난하고 있다.

나. 정부와 지자체의 규제의 당위성

대형유통점과 중소기업점의 갈등이 갈수록 확산되고 있는 현 시점에서 이를 합리적으로 해결할 수 있는 방안을 정부와 지자체가 제시하여 상생협력의 귀감이 되도록 하여야 할 것이다.

대형유통점과 중소기업점 간의 상생협력은 정부 차원에서 추진할 수 있는 것과 지자체 차원에서 추진할 수 있는 것이 서로 다르다. 중소기업점에 대한 지원은 정부와 지자체가 공동으로 추진하여야 하나, 대형유통점에 대한 규제는 이질적인 지역경제의 특성을 고려하여 지자체 차원에서 검토되고 추진되어야 할 것이다. 미국의 경우, 대형유통점의 출점 및 영업과 관련하여 연방정부 차원의 규제는 없으나, 최근에 와서 일부 지자체에서 조례를 통해 대형유통점에 대한 규제를 강화하는 추세에 있다. LA 시의회는 2004년 8월 Wal-Mart의 슈퍼센터와 같은 대형유통점에 대한 규제를 내용으로 하는 조례를 통과시킨 바 있다.

중소유통업체를 중심으로 대형유통점에 대한 규제 요구가 커지고 있으며, 산업자원부의 유통산업발전법 시행령이 개정 발의되어 있고, 일부 의원에 의한 규제법안이 국회에 계류 중이다. 따라서 법률개정에 맞추어 정부와 지자체의 기본 입장이 정리되어 있어야 한다.

2006년 6월 13일 국무회의에서 개정된 유통산업발전법 시행령에 의하면, 산업자원부장관은 대형유통기업과 중소기업·납품업자간의 상호발전에 관한 유통산업시책을 마련하고, 지방자치단체의 장은 필요한 경우 시·군·구에 유통업 상생발전협의회를 구성하여 이해관계

인 간에 협의를 할 수 있도록 하고 있다. 또한 대규모 점포의 개설과 중소유통공동도매물류 센터의 건립을 지원하기 위하여 예정부지에 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품관리법」에 따른 잡종재산이 있는 경우 해당 국·공유재산을 수의계약으로 매각할 수 있도록 하였다.

한편, 2006년 5월 23일에는 심상정의원의 대표발의로 '지역유통산업 균형발전을 위한 특별법안'이 발의되었다. 동법의 주요 내용은 대규모점포의 출점, 영업품목, 영업시간 등을 제한하여 유통업자간 과도한 경쟁을 방지하고, 재래시장을 포함한 중소유통업자의 실질적인 경쟁력 강화의 기회와 시간을 확보하여 중소유통업자에 대한 정책지원이 실효를 거둘 수 있게 하며, 지역 중소유통업자의 조합화·협업화 증진을 통한 경쟁력을 강화하여 지역유통산업의 균형있는 발전을 도모하고, 지역산품의 지역소비가 촉진하여 지역경제가 선순환할 수 있는 환경을 조성하는 것을 목적으로 하고 있다. 또한 동법에서는 시장·군수 또는 구청장으로 하여금 대규모점포의 개설허가 및 대규모점포의 사업활동 조정, 지역유통산업의 균형발전을 위한 중요한 정책을 심의하기 위하여 유통산업균형발전위원회를 설치하도록 하고 있으며, 지역중소유통업의 협업화·효율화 방안, 지역 산품의 지역 소비 촉진을 위한 방안, 지역 유통이윤의 지역 재투자 방안 등을 포함한 지역유통산업 균형발전기본계획을 수립·시행하는 것을 의무화하고 있다. 그리고 이 외에도 대규모점포의 출점절차, 설립허가, 품목 제한, 의무휴일일수 및 영업시간 제한 등 대형유통점의 영업에 직접적인 규제 법안들이 의원입법 발의로 시도되고 있는 실정이다.

2. 갈등 현실

가. 대형유통점과 중소유통점간의 갈등

대형유통점과 중소유통점간의 상생협력이 강조되고 있는 것은, 역설적이지만 이들 간의 갈등이 심화되고 있기 때문이다. 역사적으로 중소유통점의 생존을 위협한 요인은 매우 다양하다. 시장경제체제 자체가 중소유통점에게 불리하고, 소비자환경과 경쟁환경이 급변하고 있는 반면에 규모가 영세하고 경영역량이 부족한 중소유통점은 이러한 환경변화에 수동적으로 적응할 수밖에 없었다. 또한 자기변화를 싫어하는 성향으로 인해 경영구조나 경영프로세스에 있어 혁신이 이루어지지 않고 있는 실정이다.

경쟁력이 약화된 중소유통점의 수는 계속 감소하고 있고 이로 인해 사회정치적인 문제 제기가 계속되고 있으며, 경제적 약자에 대한 보호를 위해 대형유통점에 대한 규제를 강화해야 한다는 주장이 거세어지고 있다. 통계청 통계조사에 의하면, 국내 소매점 수는 1982년에 172만개에서 2002년 129만8천개, 2004년에 123만8천개로 줄어들고 있다. 한편, 소매점 평균 매장면적은 2002년 대비 2004년에 2.5% 증가한 것으로 나타났으며 이는 소매업계의 규모화가 진행되고 있음을 나타내는 것이라 하겠다.

1) 거시적 원인

최근의 환경변화는 중소유통점의 존속자체를 위협하고 있다. 저가지향 소비자가 증가하고 있고, 신업태가 등장함에 따라 업태간 경쟁이 심화되고 있다. 하이테크형 소매업과 하이타취

형 소매업의 도전에 전통적인 소매업이 휘청거리고 있다. 또한 전세계적으로 규제완화가 이루어지고 있으며 대형유통점에 대한 각종 규제도 완화되고 있어 대형유통점의 출점이 가속화되고 있다.

대형유통점은 다양한 정보기술로 무장하고 있으며 이를 통해 경영프로세스를 혁신적으로 개선하고 비용을 절감하고 있다. 대형유통점과 중소기업점간의 갈등은 대기업과 중소기업, 즉 규모에서의 경쟁이자 혁신적(하이테크) 소매상 대 전통적 소매상간 경쟁이라 할 수 있다.

□ 중소기업점을 위협한 소매발전역사

미국의 소매발전역사를 보면, 할인점 등장 이전에도 19세기 후반 카탈로그판매가 시작되면서 지역 소매가 큰 타격을 받은 바 있고 철도의 발달은 이를 가속화시켰다. 20세기 초(1920년대와 30년대)에는 자동차산업의 발달로 인해 중소도시 소비자의 이동성이 커지면서 대도시로 쇼핑을 가기 시작하였다.

1940년대에는 대공황과 제2차 세계대전으로 인해 소비가 잠시 주춤하였으며 전쟁 후에는 대도시와 지방도시의 소매가 함께 성장하였다. 1950년대와 1960년대에는 쇼핑몰이 등장하면서 여러 편의성이 제공되었고 중소도시 소비자를 유인하였다.

할인점이 등장한 것은 1960년대로 공교롭게도 대표주자인 K-Mart, Wal-Mart, Target은 1962년에 동시에 사업을 시작하였다. K-Mart와 Wal-Mart, Target의 성장전략은 완전히 달랐다. K-Mart는 대도시에서 시작하여 8년 만에 전국적인 체인망을 구축한 반면, Wal-Mart는 남부소도시에서 시작하였으며 전국적으로 체인화하기까지 30년이 넘게 걸렸다. 1980년대에는 할인점이 급성장하였으며, 카테고리킬러라고 불리는 전문할인점(예: Toys R Us, Home Depot)이 등장하였으며, 이러한 할인점의 성장과 카테고리킬러의 등장은 특히 중소소매상에게 큰 타격을 입혔다.

2) 미시적 원인

□ 경영정책, 경영체질 면에서의 경쟁우위

대형유통점은 혁신을 보다 빨리 수용하는 반면에 중소기업점은 혁신을 늦게 수용하는 경향이 있다. 또한 중소기업점은 경쟁을 회피하고 기존의 사업수행방식을 유지하려는 성향이 있다. 따라서 경쟁심화, 매출격감을 초래하는 대형유통점에 효과적으로 대응할 수 있는 태세를 갖추지 못하고 있다.

반면에, 대형유통점은 중소기업점보에 비해 규모의 경제면에서 우세하고 다양한 편익을 소비자에게 제공하여 왔다. 가격, 품질, 서비스, 편의성과 같은 모든 측면에서 경쟁우위에 있는 것으로 평가받아 왔다.

□ 표적시장 및 취급상품의 중복

대형유통점, 특히 대형마트는 중소기업점과 표적시장 및 취급상품이 중복되면서 수평적 유통경로 상에서 경쟁적 관계가 되었으며 이것이 대형유통점과 중소기업점의 갈등의 주원인이 되었다고 하겠다. 고가 유명상품을 취급하는 백화점과 달리 대형마트와 중소기업점은 모

두 식료품이나 일상 편의품 위주로 상품이 구색되어 있다.

나. 주요 갈등 쟁점

대형유통점과 중소유통점 간의 상생협력방안을 강구하기 위해서는 양자 간의 갈등 쟁점이 무엇인가를 먼저 이해하여야 한다. 지금까지 제시된 갈등은 쟁점별로 양자의 주장이 상반되게 나타나고 있다. 주요 갈등 쟁점과 이에 대한 평가를 선진국의 사례와 함께 기술하면 다음과 같다.

쟁점 1. 지역 경제·사회에 미치는 영향

중소유통점의 주장

대형유통점의 진출로 인해 지역경제가 황폐화되고 있다.

대형유통점의 주장

대형유통점의 진출로 오히려 지역경제가 활성화되고 발전한다.

평가

대형유통점과 중소유통점간의 갈등은 주로 대형유통점의 지역경제·사회적 영향에 대한 상이한 평가에서 비롯되고 있다고 하겠다. 대형유통점 출점으로 인해 지역소매구조는 크게 변화하는 것으로 알려져 있다(Artz and McConnon 2001). 그러나 그 효과가 긍정적인지 부정적인지에 대한 결론을 내리기는 사실 어렵다고 하겠다.

미국의 경우, 대형유통점의 지역 경제·사회적 영향에 대해서는 긍정적 평가보다는 부정적 평가가 많다. 대표적인 대형유통점인 Wal-Mart의 성장에 대해 미국 내 언론의 평가는 대체로 부정적이다. Goetz와 Swaminathan (2004)이 미국 3,004개 카운티의 1987년부터 1998년까지의 통계자료를 분석한 결과에 따르면, Wal-Mart가 출점한 카운티의 빈곤율이 Wal-Mart가 출점하지 않은 카운티에 비해 상대적으로 높다. 그 이유는 구멍가게로 생활하던 자영업자가 퇴출되고 이들을 대신해 임금이 낮은 파트타임자가 증가하였기 때문인 것으로 풀이되고 있다. 한편, Wal-Mart가 Sam Walton 재단을 통해 2003년에만 1억6백만달러를 지역자선단체에 기부하였으나 이는 실효성 있는 지역경제 지원이 못되는 것으로 평가되었다.

그리고 월마트의 등장으로 지역리더십역량(local leadership capacity)이 실종되고 있는 것으로 비판되고 있다. Wal-Mart로 인해 지역은행, 지역상인 등의 리더십이 사라지고 있다는 것이다. 이는 지역사회를 지탱하는 사회적 자본(social capital)의 상실을 의미한다고 볼 수 있다. Harvard 대학의 Robert Putnam 교수는 지역경제인의 리더십과 같은 사회적 자본이 지역경제성장의 밑거름이 되는 것으로 보고 있다.

대형유통점이 지역경제에 과연 부정적 영향을 미치는지 긍정적 영향을 미치는지에 대해서는 결론을 내리기는 어렵다. 지역마다 경제·사회적 특성이 다르고 이를 분석할 수 있는 통계자료가 확보되어 있지 못하기 때문이다. 따라서 통계적 자료를 확보하고 이를 근거로 보다 면밀한 분석이 이루어져야 한다. 특히 경제적 효과와 함께 대형유통점으로 인해 지역사

회의 사회적 자본이 어떻게 변화하는가를 분석하는 것이 필요하다.

쟁점 2. 지역자금의 역외유출

□ 중소기업의 주장

중소유통점은 대형유통점의 매출이 지역에 한 푼도 투자되지 않고 고스란히 서울로 입금되므로 지역자금이 역외로 유출된다고 보고 있다. 따라서 대형유통점에 대한 진입규제를 하여야만 지역자금의 역외유출을 막을 수 있다고 주장한다. 진입규제는 중소기업들을 보호하는 강력한 수단인 동시에 지역자금의 역외유출을 막아 지역경제를 회생시키는 동력으로 작용한다고 주장한다.

□ 대형유통점의 주장

대형유통점의 매출이 비록 본사로 송금되기는 하지만 이를 지역자금의 역외유출이라고 볼 수는 없다고 주장한다. 그 이유는 거래대금의 상당부분이 본사로부터 국내외 납품업체에게 제공되기 때문이다. 이는 중소기업이 거래대금의 상당부분을 국내외 납품업체에 제공하는 것과 같은 논리이다.

대형유통점은 인건비와 판매관리비를 통해 자사 매출의 일정부분을 지역경제에 돌려주고 있다. 대형유통점 보다 자금의 역외유출이 심한 인터넷쇼핑몰, 홈쇼핑 등의 업체는 규제대상이 아닌데 유독 대형유통점만 규제하는 것은 형평성에 맞지 않는다고 주장한다.

□ 평가

지역자금이 지역 내에서만 순환되어야 한다는 중소기업의 주장은 설득력이 낮다고 하겠다. 대형유통점의 매출이 해당 지역경제에 도움이 되는 것은 세금과 지역 인력의 고용, 지역 제조업체의 제품의 구매 등이 있다. 따라서 대형유통점에 의한 지역자금의 역외유출 주장은 세금과 지역인력의 고용에 대한 비교분석에 근거하여야 할 것이다. 세금과 관련한 문제는 세제의 개정과 제도적인 접근이 필요할 것이고 고용효과에 대해서는 면밀한 비교분석이 필요하다.

쟁점 3. 대형유통점에 의한 중소기업의 침체

□ 중소기업의 주장

대형유통점에 의해 중소기업이 침체하고 있다고 주장한다.

□ 대형유통점의 주장

중소유통점이 침체하고 있는 이유가 대형마트와 같은 대형유통점의 성장에 기인하는 것은 사실이지만 그밖에도 다양한 이유가 있다. 무엇보다 중소기업 스스로 경쟁력을 상실하고 있다는 것이다. 그리고 구조적으로 소매점이 과다하고 경쟁력이 미약한 영세한 소규모 독립 소매점은 시장 원리에 의해 소비자에게 외면 받고 있다는 것이다.

대형마트 외에도 신업체가 급성장하고 있는 것도 중소기업이 침체하고 있는 중요한 이유로 지적하고 있다. 편의점, TV홈쇼핑, 온라인 무점포 유통, 중대형슈퍼마켓, 전문점 등 신업체가 전통

적인 소매상인 중소유통점의 고객을 흡인하고 있다. 이들 신입태는 편의성과 저가격을 강점으로 하고 있으며, 소비자의 제품구매에 있어 편의성과 저가격의 중요성이 갈수록 커지고 있다.

따라서, 대형유통점을 규제한다고 소비자가 중소유통점을 선택하지는 않을 것이라는 주장이다. 대형유통점에 대한 진입규제가 이루어지면 소비자는 중소유통점이 아닌 다른 신유통업체를 선택할 것으로 보고 있다.

□ 평가

국내의 연구는 대체로 대형유통점의 출점이 중소유통점의 침체를 가속화시키는 것으로 보고 있다. 미국의 경우 대형유통점의 출점으로 인해 취급상품이 동일한 지역중소유통점이 사라지고 있고 대형유통점과 쇼핑몰이 도시 외곽지역에 위치하면서 중소유통점이 대다수인 도심상가가 침체하는 것으로 보고 있다. 미국내 지역공동체에 대형유통점이 부정적 영향(Wal-Mart Phenomenon)을 미친다는 증거는 많이 나타나고 있다. 아이오와 주의 경우 Wal-Mart가 입점한 이후 10년 동안 소도시 소매의 47%가 상실된 것으로 나타났다.

그러나 대형유통점의 진출이 모든 도시에 동일한 영향을 미친다거나, 모든 업종에 부정적 영향을 미친다고 결론을 내리기는 어렵다고 하겠다. Barnes, Connell, Hemenegildo, and Mattson (1996)의 연구에 의하면 1990년과 1992년 사이에 Wal-Mart가 진출한 북동부 6개 주 14개 카운티의 인구통계적 특성, 소매점 수, 소매매출이 Wal-Mart 진출로 인해 큰 영향을 받지 않은 것으로 나타났다. 이는 중서부(미주리주) 지역이 Wal-Mart 진출로 인해 부정적 영향을 받은 것과는 상이한 결과이다. Wal-Mart가 지역경제에 미치는 영향은 인구밀도가 높고, 진출시점에서의 소매점 수가 많으며, 지리적 면적이 큰 경우 크게 회석될 수 있음을 보여 주고 있다.

중소유통점의 침체가 대형유통점 때문만이라고 보기는 어려울 것이다. 보다 복합적인 요인이 작용하고 있다고 하겠으며 특히 중소유통점 스스로 경쟁력이 부족한 것도 큰 이유라고 할 수 있다. 대형유통점이 중소유통점 침체에 미치는 영향은 보다 체계적인 분석을 통해 입증되어야 하며 쉽사리 결론을 내리기는 어렵다고 하겠다.

그러나 대형유통점은 왜 중소유통점이 대형유통점에 의한 피해가 크다고 인식하는지 그 이유를 생각해볼 필요는 있다. Wal-Mart처럼 대형유통점 스스로 자신이 지역내 중소유통점의 침체와 어느 정도 관련이 있는가를 자신의 비용으로 조사하여 중소유통점의 피해의식을 바꾸기 위한 노력이 필요하다.

쟁점 4. 유통산업의 균형발전

□중소유통점의 주장

대형유통점이 중소유통점을 고사시키고 있어 유통산업의 균형발전을 저해하고 있다고 주장한다.

□대형유통점의 주장

유통산업의 균형발전을 위해서는 중소유통점의 구조적 문제가 해결되어야 하며, 대형유통점을 규제하는 것이 균형발전이라 볼 수 없다고 주장한다.

□ 평가

우리나라는 선진국 대비 중소기업이 너무 많다. 소매업은 사업체수 65만개, 종사자 153만명이며 이 중 생계형 영세업체의 비중은 2003년 95.8%로 1996년 91.8%에서 증가하였다.

우리나라 도소매업의 생산성은 여타 OECD국가의 1/4에서 1/2 수준이다. 국내 산업 중 도소매업의 노동생산성이 가장 낮은 것으로 나타나 있다. 유통시장 개방이후의 소매업의 노동생산성을 비교해 보면, 종업원 20인 이상의 중대형 소매업체의 경우 1인당 매출액이 개방 직후인 1997년 7,600만원에서 2003년 1억8,300만원으로 급상승하였다. 그러나 4인 이하 영세 소매업체는 같은 기간 5,700만원에서 5,900만원으로 큰 변화가 없다 (대한상공회의소 (2005)).

국내 유통산업의 발전을 위해서는 유통업체의 대형화, 글로벌화가 필요한 시점이다. 경제규모가 커지고 해외시장에서 국내 브랜드가치가 증가하고 있음에도 불구하고 Wal-Mart나 Carrefour와 같은 세계적인 유통기업은 없는 실정이다. Fortune 500대 기업 중 국내 유통업체는 여전히 하나도 없다.

유통산업이 균형발전을 못하고 있는 이유가 중소기업의 주장처럼 대형유통점에 있다고만 보기는 어렵다. 경쟁력이 취약한 중소기업에 맞추어 균형발전을 추구한다면 유통산업의 발전을 도모하기는 어려울 것이다. 국내 유통산업의 균형발전은 오히려 다양성이 존재하는 시장환경을 통해 이루어진다고 하겠다. 대형유통점과 차별화를 통해 경쟁력을 갖춘 중소기업, 그리고 혁신적인 신업체 등이 함께 공존하며 소비자들에게 다양한 선택의 기회를 줄 수 있는 것이 보다 중요할 것이다.

쟁점 5. 고용효과

□ 중소기업의 주장

대형유통점을 규제하면 소자본창업을 진작시켜 실업률을 낮출 수 있다고 주장한다.

□ 대형유통점의 주장

소자본창업지원은 한계업체만 증가시킬 뿐이며 한계업체와 과밀업종에 대한 무분별한 지원 및 창업유도보다는 전직지원, 사업전환 등의 정책이 필요하다고 주장한다. 한편, 대형유통점은 상당수의 지역주민을 고용하고 있으며 2005~2007년도 총 약 72,000명의 신규고용창출이 예상된다고 주장하고 있다.

□ 평가

대형유통점에 의한 고용창출효과는 아직 정확히 측정된 바 없다. 따라서 전국 혹은 지역별로 대형유통점의 출점 전후의 비교분석을 통한 고용창출효과에 대한 정확한 분석이 필요한 시점이다.

미국의 경우를 보면, 미국 내 1,749카운티의 23년간 자료를 분석하고 있는 Basker(2005)의 연구에 의하면 Wal-Mart의 고용창출효과는 거의 제로에 가깝다고 한다. 2003년 LA시가 실시한 연구에 의하면 대형유통점이 진입하는 경우 순고용효과는 감소하며 여타 사업으로 하여금 임금을 낮추고 종업원 혜택을 줄이게 할 것이라고 보고 있다 (Sanchez 2004). 따라서 이에 대한 규제를 승인할 것을 권장하고 있다. 시정당국이 심각하게 우려하는 것은

Wal-Mart 자체의 임금보다는 Wal-Mart의 진입으로 인해 지역 유통업체가 경쟁을 위해 비용을 절감하고자 임금을 인하하고 종업원을 줄이며 건강보험 등 고용혜택을 폐지하는 것이다.

그러나 Wal-Mart의 진입으로 고용창출효과가 증가할 것이라는 보고도 있다. Wal-Mart가 재정지원을 한 LA County Economic Development Corporation이 실시한 연구에 의하면 대형유통점 진입 후 Wal-Mart의 점유율이 20%에 이르게 되면, 남부캘리포니아 지역주민의 평균 가계소득이 연간 524달러 증가하는 것으로 나타나고 있다(Anderson 2004). 이를 소비함에 따라 발생하는 신규 고용창출 효과는 LA 카운티만 17,300명에 이르는 것으로 보고되고 있으며 중소기업상만으로는 이러한 신규고용 효과가 발생하지 않을 것으로 분석되고 있다.

미국에서의 고용효과에 대한 논의는 주로 저임금, 저혜택에 초점이 맞추어져 있다. 대형유통점을 반대하는 세력은 대형유통점의 종사자가 대부분이 파트타이머이며 임금수준이 낮고 고용혜택이 적다는 것을 지적하고 있으며 이로 인해 빈곤이 심화되는 것으로 보고 있다(Bianco and Zellner 2003). Dube and Jacobs(2004)는 Wal-Mart의 임금이 여타 대형점의 평균임금보다 30% 낮고 23%나 적은 Wal-Mart 종업원이 건강보험혜택을 보고 있지 못한 것으로 분석하고 있다. 혹자는 Wal-Mart와 같은 대형유통점이 착취한 임금이 소비자, 주주, 상속인들에게 돌아가고 있어 사회정의에 어긋난다는 주장도 하고 있다.

Wal-Mart의 고용정책에 대한 비판

Wal-Mart는 전세계적으로 150만명을 고용하고 있으며, 이 중 미국내 고용은 120만명이다. 이들에게 지급되는 임금은 미국내 소매임금에 비해 낮은 것으로 비난받고 있다. Wal-Mart관련 소송에 의하면 2001년 시간당 임금은 8.23달러로 연간 13,861달러이다. 이는 3인가족기준 미국 연방 빈곤수준인 14,360달러에 못 미치는 것이다. 노조가 결성된 소매업체에서 2년 종사한 종업원의 임금에 비해 25%가 낮은 것이다(Hemphill 2005).

Wal-Mart는 노조결성을 방해하고 있으며 노조결성 시 해당 부문을 완제품의 공급업체로 대체하기도 하였다. Wal-Mart의 입장은 종업원과의 공개적 의사소통은 존중하나, 노조결성 등 제3자 조직이 사내에 필요한 것을 생각하지는 않고 있다. Wal-Mart가 출점하는 경우 노조에 가입하고 있는 해당 지역의 두 개 슈퍼마켓이 문을 닫고 있는 것으로 알려져 있다.

Wal-Mart는 자신이 경쟁사와 대등한 임금을 지급하고 있고 다양한 고용혜택을 주고 있다고 주장한다. 그러나 이들 혜택을 받고자 하거나 받고 있는 종업원의 비율은 높지 않다. 건강보험을 제공하고 있지만 대상자 중 38%만이 이를 구매하고 있다. 왜냐하면 본인 부담률이 35%로 미국 내 평균에 비해 2배 높기 때문이다. Wal-Mart가 종업원 1인당 지불하는 건강보험료는 경쟁소매점에 비해 30%가 낮다.

한편, Wal-Mart는 소수민족, 노년층 혹은 장애인에 대해 고용기회를 창출하고 있다는 점에서 긍정적 평가를 받고 있다. 이는 노동의 다양성 확산에 기여하고 있는 것이다. 그러나 법정근무시간을 준수하지 않고, 성차별을 하며, 불법체류 외국인을 고용하는 등의 문제를 동시에 안고 있다.

쟁점 6. 정부의 시장개입

중소기업의 주장

공공복리를 위해 필요한 경우 법률로써 대형유통점에 대한 제한이 가능한 것으로 보고 있다.

대형유통점의 주장

중소유통점을 보호하는 것이 공공복리를 피하는 것이라 할 수 없다고 주장한다. 저가 양질의 다양한 제품을 편리하게 구매할 수 있는 강점을 지닌 대형유통점을 규제하는 것은 소비자 후생을 감소시키는 것이며, 국민경제적으로도 물가안정과 유통산업의 선진화에 기여하고 있는 대형유통점을 규제할 이유가 없다고 보고 있다.

1996년에서 1999년 사이 할인점에 의해 국내 소비자물가는 1.79%p 하락한 것으로 추정되고 있다. Business Week는 Wal-Mart 출점지역의 경우 해당지역의 식품가격이 14% 하락한 것으로 보고하고 있다.

평가

정부의 시장개입은 반드시 필요할 때 하여야 하며 정부에 의해 대형유통점에 대한 규제가 이루어지기 위해서는 합당한 논리가 따라야 할 것이다. 정부가 특정산업에 대한 지원이나 규제를 통해 시장에 개입하는 경우는 해당산업이 신기술 및 신규고용의 창출, 산업구조 변화에 대한 대응, 기업가정신의 고양, 지역경제의 활성화 등을 통해 많은 사회·경제적인 역할을 수행할 것으로 기대되는 경우이다 (부방위 2002)).

이미 재래시장과 중소기업에 대한 정책지원이 상당히 이루어지고 있으나 이들 정책이 과연 얼마나 효과적인가에 대한 체계적 검증이 이루어지고 않았다. 따라서 정부개입 이전에 이에 대한 심도있는 검토가 필요하다.

미국의 경우를 보면, Stone(1977)은 출점제한운동으로 소비자의 선택을 막을 수는 없는 것으로 보고 있다. 미국 내 일부 주(예로서 Vermont)의 경우 지역경제를 보호하기 위해 Wal-Mart 출점을 제한하였다. 그러나 이는 오히려 인근 주(예로서 New Hampshire)에 위치한 Wal-Mart로 소비자를 이동하게 하는 결과만을 초래하였음 상기할 필요가 있을 것이다.

쟁점 7. 국민경제에의 기여

중소기업의 주장

궁극적으로 대형유통점에 의해 국민경제가 훼손될 것이다.

대형유통점의 주장

대형유통점이 국민경제성장에 크게 기여하고 있다. 나아가 대형유통점은 지역 중소제조업체의 발굴로 이들 기업의 경쟁력을 강화하고 있다. 대형마트의 협력업체 80% 이상이 중소기업이다. 대형유통점은 우수 중소기업 발굴을 위한 박람회, 벤더 컨퍼런스 등을 개최하고 있다.

평가

대형유통점의 국민경제에 미치는 영향에 대해서는 명확한 평가가 어려울 것이다. 지금까지 이와 관련된 연구에서도 상반된 결과를 보여 왔다. 긍정적 측면에서는 특히 물가안정에 무게를 두고 있다. 또한 거래의 투명성 증대와 이로 인한 무자료 거래 감소와 세수증대를 들 수 있다. 그리고 소비자에게 제공되는 편의의 증대도 경제적 가치가 클 수 있다. 반면에 과소비의 문제, 중소기업체의 시장퇴출에 따른 실업의 문제, 교통 혼잡 등에 따른 사회적 비용 증대의 문제 등은 대형유통점의 긍정적 효과를 상쇄시키고 있다고 하겠다. 따라서 국민경제 전체적인 측면에서 순수효과에 대한 평가는 보다 심도 있는 연구결과에 근거해야 할 것이다.

3. 정책대안의 제시와 평가

가. 상생협력 정책의 기본 방향

균형발전의 추구

상생협력을 통해 유통산업의 균형발전과 조화(harmony)를 추구하여야 한다. 비록 상생협력정책을 추진하다보면 경쟁이 배제되고 경제적 효율성이 낮아질 수 있지만, 정치경제적 관점에서 균형발전은 경제적 효율성보다 더 중요하며, 장기적으로 지역사회의 안정과 유통산업의 양극화를 해결하는데 기여한다.

다양한 이해집단의 고려

대형유통점과 중소기업체의 상생협력방안은 양자 간의 갈등을 해소하는 것도 중요하지만 여타 이해집단, 예를 들어 공급업체와 소비자, 지역사회에 미치는 영향을 복합적으로 고려하여 결정하여야 한다. 양자간 갈등 해소를 우선시하는 정책은 다른 이해관계자에게 부정적 영향을 미칠 수 있으며 지역사회 전체에 바람직하지 않은 결과를 초래할 수 있다.

소비자 가치의 증대

상생협력방안은 소비자 욕구충족과 가치증대를 궁극적인 목적으로 하여야 한다. 대형유통점과 중소기업체간 갈등의 근본원인은 보다 고도화, 다양화되어가고 있는 소비자 욕구에 있음을 간과해서는 안 될 것이다. 소비자가 대형유통점을 선택하는 분명한 이유가 있음에도 불구하고 중소기업체의 보호만을 위해 대형유통점에 대한 규제를 강화하는 것은 소비자 선택권을 제한하는 것으로 볼 수 있다.

정치적 고려의 배제

정부 혹은 지자체의 개입이 단기적인 성과나 정치적 고려에 의해 이루어져서는 안 될 것

이다. 대체로 성과지향적인 관료들은 단기 고용 및 세수 효과와 같은 단기적 성과에 주로 관심을 가진다. 이들은 대형유통점의 유치에 적극적이다. 그러나 장기적인 성과는 기대와 정반대로 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타날 수 있음을 알아야 할 것이다.

□ 선택적 지원

혁신의지가 없는 중소기업과 재래시장을 무조건 보호하는 정책은 바람직하지 않다. 경제적 약자의 보호는 정의로운 것이지만 보호할 가치가 있는 약자가 보호되어야 할 것이다. 자기변화를 피하고자 하는 중소기업과 재래시장에 한해 선택적으로 필요한 지원을 하여야 할 것이다.

□ 사회정치적 정당성의 확보

정부나 지자체의 규제 혹은 지원에 의한 시장개입은 경제적 혹은 사회정치적 정당성(socio-political legitimacy)을 지니고 있어야 한다. 이러한 정당성은 지역공동체 구성원 특히 일반대중으로부터 부여될 수 있다. 대형유통점의 출점을 제한하거나 영업시간과 영업일수, 품목을 제한하는 것이 중소기업의 기득권을 지키기 위한 정책으로 비쳐질 때 소비자는 이에 호응하지 않을 것이다. 정부의 시장개입이 사회정치적 정당성을 지니고 있는가를 평가하기 위해서는 이들 규제와 지원이 국가 및 역내 사회적 자본(social capital)과 경제적 가치창출에 어떤 기여를 할 수 있는가를 면밀히 분석하여야 한다.

□ 공동참여의 인센티브 제공

어느 일방에 대한 규제나 지원보다는 양자의 공동노력과 참여를 유도하는 정책적 인센티브를 제공하는 것이 바람직하다. 정부와 지자체, 대형유통점과 중소기업, 지역상공인 및 시민단체가 함께 참여하는 상생방안의 수립이 효과적일 것이다.

□ 객관적 증거의 확보

중소기업의 생존을 위협하는 요소는 매우 다양하다. 대형유통점을 규제하기 위해서는 대형유통점이 지역경제에 부정적 영향을 미치며, 중소기업을 위협하는 여러 요소 중 대기업이 가장 위협적인 요소라는 객관적 증거가 확보되어 있어야 한다.

나. 상생협력 정책대안 및 이에 대한 검토

상생협력방안은 그 주체가 누구이고 정부와 지자체의 역할이 무엇이나에 따라 다양한 형태가 있을 수 있다. 첫째, 대형유통점과 중소기업이 필요에 의해 스스로 협력하는 형태이다. 이 때 정부는 상생협력을 위한 환경을 마련하고 필요한 경우, 인센티브를 제공하여 상생을 유도한다. 둘째, 정부가 중소기업의 보호를 목적으로 시장에 개입하여 강제적인 상생의

환경을 만드는 형태이다. 이 경우는 주로 대형유통점의 영업행위를 정부와 지자체가 직접적으로 규제하여 상생하도록 하는 형태가 된다. 그렇다면 이들 방안은 무엇이 있으며 또한 방안별 평가에 대해서도 알아보도록 하겠다.

가 - 1 정부 및 지자체의 대형유통점-중소유통점간 협력유도

정부와 지자체가 캠페인이나 이벤트지원을 통해 대형유통점과 중소기업간의 협력을 유도하는 방안이다. 대형유통점과 중소기업간의 인력교환, 점포 운영 및 마케팅 기법 전수, 공동구매, 공동물류센터 운영 등을 통해 중소기업의 경영효율성을 제고하는 방향으로 전개되고 있다. 소비촉진, 해외시장진출을 위한 공동이벤트도 조성도 계획 중이다. 대구백화점의 경우는 지역 재래시장 및 중소기업과 상품권의 제휴와 영업공간 임대를 통해 상생협력을 하고 있다.

일본의 대형유통체인 이온은 상점이 재생사업 참가를 검토하고 있다. 지역상공회의소와 지자체 등과 손잡고 테넌트 유치나 판매촉진책 입안을 책정해 놓고 있다. 고객감소로 고민하는 중소시가지지를 활성화하기 위해 인재를 파견, 쇼핑센터 운영에서의 노하우를 전수할 방침이다. 시가지와 교외 영역의 양립화도 모색하고 있다.

그러나 지금까지 거론되고 있는 국내 상생협력 방안은 실효성이 낮은 것으로 보인다. 가치사슬로 연계된 수직적 거래(예: 제조업체-소매상, 도매상-소매상)에 있어서는 자발적 협력에 의한 상생이 보다 용이하다. 왜냐하면, 상생을 통한 가치의 창출과 증대가 가능하기 때문이다. 그러나 수평적 경쟁(예: 제조업체-제조업체, 소매업체-소매업체)에 있어 상생은 극히 예외적으로 가능할 수 있을 것이다.

경쟁업체간의 상생이 가능하기 위해서는 경쟁구조가 제로섬 구조가 아니어야 하며, 상생 노력의 결과, 비용수익측면에서의 시너지가 발생하여야 한다. 다시 말해 비용이 절감되거나 수익이 증가할 수 있어야만 지속가능한 것이다.

동일가격에 의한 제품공급 등 유통업체간 담합을 조성하는 방향으로 협력이 이루어져서는 안 될 것이다. 담합에 따른 피해는 고스란히 소비자 혹은 제조업체에게 돌아가며 불공정거래행위로 처벌대상이 될 수 있다.

무엇보다도 중요한 것은 대형유통점과 중소기업의 의식전환이 선행되어야 한다는 것이다. 상생의 필요성에 대한 인식이 분명하지 않은 경우 효과가 일시적이거나 전지적으로 발생을 끝낼 수 있다는 사실을 유의해야 할 것이다.

현실적이고 보다 효과적인 상생을 위해서 본고에서 제안할 수 있는 것은 대학생 유통인턴제 도입을 통한 중소기업에 대한 인력지원에서의 상생협력이다. 중소기업의 경쟁력 저하 원인 중 가장 중요한 것이 단품관리 능력의 취약이다. 기업형 편의점이 가맹점에서 직영점으로 전환되는 매장의 경우, 매출이 약 10% 증가하고 있는 것으로 조사되었다. 직영점에 비해 가맹점이 매출이 낮았던 주된 이유는 단품관리가 잘 이루어지지 못하여 결품이 발생하였기 때문인 것으로 파악된다. 이는 인력부족과 관리능력의 미약 등이 원인이라 하겠다. 일반적으로 영세소매점은 주로 부부가 운영하며 늘 인력이 부족하고 전문성이 부족한 어려움에 처해 있다. 이 때 정부의 지원과 대형유통점의 협력으로 인력을 지원할 수 있다면 중소기업의 경쟁력 향상에 큰 도움이 될 것이다.

인력지원은 **대학생 유통인턴제** 시행을 통해서 이루어질 수 있을 것이다. 유통관련 전공 혹은 학과 대학생의 중소기업 인턴제를 실시하도록 하는 것이다. 먼저 1-2학기동안 대형유통점에서 학점을 인정받는 인턴으로 근무하게 하고 다시 인턴경력 대학생이 학점 인정을 받으면서 중소기업에 인턴으로 근무하도록 하는 것이다. 인턴제 실시에 따른 소정의 급여는 정부에서 지원하고 필요에 따라 유통관리사 2급 인정 및 유통관리사 1급 가산점 제공의 인센티브를 제공할 수 있을 것이다.

이러한 인턴제의 기대효과는, 먼저 유통전문인력의 양성이 될 것이다. 그리고, 중소기업의 경쟁력 제고와 대형유통점과 중소기업점 상생을 만들어 내는 효과를 얻을 수 있을 것으로 기대된다.

나 - 2 정부 및 지자체 개입에 의한 상생

1) 대형유통점의 불공정거래 행위에 대한 처벌 강화, 자율규제 유도

정부와 지자체가 대형유통점의 불공정거래행위에 대한 감시감독을 강화하고 위반 시 처벌을 강화하여 공급업체를 보호하고 궁극적으로 중소기업점을 보호하는 방안이 있을 수 있다. 경쟁소매점에 납품하는 공급업체에 대한 부당한 압력, 부당한 거래거절 등이 대표적인 불공정거래행위에 해당한다. 중소기업협동조합중앙회(2005)의 “대형유통점 거래 실태 파악을 위한 조사” 결과에 의하면, 대형유통점에 납품하는 중소기업업체의 74.2%가 부당거래행위를 경험한 것으로 나타났다. 대표적인 불공정거래행위의 유형에는 납품단가 인하요구, 부당반품 등 부당거래조건 (63.1%), 관촉비, 광고비, 입점비 등 비용전가행위 (16.3%), 관촉사원파견, 특별판매행사 참여 등 이벤트 강요행위 (14.1%)가 포함되었다.

대형유통점이 공급업체를 착취한다는 주장에 대해서는 논란이 있다. 공급업체는 자신의 선택에 의해 대형유통점과의 거래를 중단할 수 있고, 공급업체는 대형유통점과의 거래를 통해 잃는 것도 많지만 얻는 것도 많기 때문이다. Bloom and Perry (2001)에 의하면, Wal-Mart를 주 고객으로 하는 공급업체 중 시장점유율이 낮은 공급업체는 재무성적이 상대적으로 낮은 반면, Wal-Mart를 주 고객으로 하면서 시장점유율이 높은 공급업체는 Wal-Mart가 아닌 소매상을 주 고객으로 하는 공급업체에 비해 재무성적이 좋은 것으로 나타났다. Wal-Mart의 광범위한 시장에 접근하고자 하는 공급업체는 Wal-Mart와의 거래를 통해 시장에서의 위상을 높일 수 있다면 자신의 수익을 올릴 수 있음을 보여준 것이라 하겠다. 그러나 이를 성취할 수 없는 공급업체의 경우에는 Wal-Mart보다는 여타 소매상을 활용하는 것이 보다 나을 수 있을 것이다.

이는 경쟁력 없는 중소기업체가 대형유통점을 통해 거래를 한다고 해서 수익성이 좋아지는 것은 아닐 수 있음을 암시하고 있다. 대형유통점이 경쟁력 없는 중소기업체의 제품을 취급하면서 이들에 대해 가격양보를 요구하는 경우 중소기업체의 수익성은 악화된다. 역으로 경쟁력 없는 중소기업체의 판로로 대형유통점이 활용되면서 대형유통점으로부터 가격양보 요구를 받고 있지 않다면 이는 일종의 시혜로 볼 수 있다.

Dukes, Gal-Or, and Srinivasan (2006)은 Wal-Mart, 홈데포와 같은 대형유통업체 때문에 소비자 제조업체의 수익성이 낮아진다는 불평이 타당하지 않은 것으로 보고 있다. 저자들은

경쟁제조업체와 경쟁소매상이 포함된 분석적 모형(analytical model)을 통해 특정소매상이 경쟁소매상에 비해 외부비용우위를 확보하는 경우 제조업체가 실제로 이익이 증가하고 있음을 보여주고 있다. 쌍방협상에 의한 유통경로 내 거래가 보다 효율적인 소매상의 시장점유율이 증가함으로써 제조업체의 이익이 증가하고 있음을 보여주고 있다.

Wal-Mart와 공급업체간의 관계

Wal-Mart는 항시저가(EDLP)를 경쟁우위로 삼고 있다. 그 결과 Wal-Mart와 거래하고 있는 21,000개 공급업체는 가격인하 압력을 계속 받고 있으며 이에 대해 Wal-Mart는 싫으면 그만두라(take-it-or-leave-it)는 입장을 취해왔다. Wal-Mart의 저가전략은 공급업체에게는 부담스러운 것이지만 이들 기업이 Wal-Mart에 의해 잃는 것도 많으나 얻는 것도 많다는 것이다. 예를 들어 Wal-Mart는 입점비(slotting fees)를 요구하지 않고 있다. 비록 Wal-Mart가 공급업체에게 요구하는 것이 크기는 하지만 Wal-Mart의 구매력으로 인해 공급업체는 여타 소매상과의 거래보다 많은 이익을 보고 있는 것이다.

Dial의 경우 자사 매출의 28%를 Wal-Mart에 의존하고 있다. Dial이 Wal-Mart를 포기할 경우 Dial은 이를 만회하기 위해 나머지 9개사의 매출을 두 배로 늘려야만 한다. 또한 Wal-Mart는 대체로 공급업체와 거래할 때 성실하다는 평을 듣고 있다. 속이지 않고 약속을 지키며 적시에 대금을 지불한다는 것이다(Fishman 2003). 결국, Wal-Mart와 거래할 것인가 말 것인가의 문제는 공급업체가 선택할 문제이지 Wal-Mart가 강요한 것은 아니라는 주장이 제기되고 있는 것이다.

공정거래위원회의 상생방안은 수평적 관계가 아닌 수직적 관계에서의 불공정거래에 초점을 두고 있다. 대형유통점과 중소기업간의 갈등에 대해서는 신중한 입장을 취하고 있다. 공정위의 정책방향은 대중소기업이 상생할 수 있는 환경조성과 대형유통업체로 인한 중소기업자의 피해예방을 위한 제도개선과 엄정한 법 집행을 골격으로 하고 있다. 이를 위해 기업협력단을 발족하여 기업의 협력과 자율준수를 강조하고 있는 실정이다. 공정위의 2006년 시책방향을 보면, 첫째 공정거래자율준수프로그램(CP: Compliance Program) 운영사업자 지속 확대 추진(2003년 12월, 11개사에서 200년 12월 현재 31개사로 확대), 둘째 대형유통업거래서면실태조사 도입 (납품업체 대상 실태조사 실시, 2006년 상반기), 셋째 납품업체 의견수렴 및 정보제공 활성화, 넷째 사이버 신고센터 운영, 다섯째 상습반복 위법 업체에 대한 제재 강화가 있다.

대형할인점이 공급업체를 착취한다는 주장에 논란이 있어 왔다. 그럼에도 불구하고, 불공정거래행위에 대한 감시감독은 강화할 필요가 있다. 그러나 불공정거래행위에 대한 감시감독기능은 일차적으로 공정거래위원회에 있으며 지자체가 나설 수 있는 사안이 못되는 것으로 보인다.

2) 대형유통점에 대한 규제강화

대형유통점에 대한 정부 혹은 지자체의 규제강화는 적극적인 시장개입으로 상생환경을 조

성하는 방안이다. 대부분의 선진국에서는 중앙정부차원에서 규제를 정책대안으로 삼고 있지 않고 있다. 단지 미국 등 일부 국가에서 지자체 차원의 규제를 강화하는 추세이다.

미국의 경우 대형유통점, 소위 Big Box Retailer/Super Stores¹⁾에 의한 부정적 영향을 우려하여 많은 지자체에서 조례로 대형유통점의 확산을 규제하여야 한다는 의견이 확대되고 있는 실정이다.

<미국의 대형유통점 규제에 대한 의견 사례>

Rodino Associates(2003)의 보고서에서는 Los Angeles 시당국에 대형유통점을 포함한 Big Box Retailers에 대한 조례에 의한 규제가능성을 검토하고 있다. 동 보고서의 주요 내용을 보면 다음과 같다.

- 특정한 소매업태의 존재에 의해 역내 소매 판매규모가 결정되는 것이 아니라 소비자의 소득과 소비패턴에 의해 결정됨.
- Big Box Retailer가 역내 소매노동시장에 부정적 영향을 미치는 것으로 보임. 고용규모가 작고 임금수준이 낮음. 노조가 결성된 소매점에 비해 임금이 시간당 8달러까지 차이가 남.
- 의료보험이 제공되지 않는 Big Box Retailer의 종업원 때문에 지자체의 공공의료비 부담이 증가하고 있으며 의료혜택을 받지 못하는 종업원이 증가하고 있음.
- Big Box Retailer에 의해 경쟁소매상이 폐점함으로써 소비자선택이 감소할 수 있음. 월가의 투자금융가들은 Wal-Mart와 경쟁하는 소매상에 대한 투자를 기피하고 있어 이들 소매상의 재원조달능력을 감소시키고 있음.
- Big Box Retailer에 의해 시당국의 재정이 감소할 수 있음. 미국의 경우 소비세가 재정수입의 원천이기 때문에 Big Box Retailer의 저가전략에 의해 세수가 감소할 수 있음. 또한 중소소매상이 폐점함으로써 판매세와 재산세가 감소함.
- LA 시당국은 incentive zone의 사업 및 소매 개발에 4천3백만달러가 넘는 투자를 하였음. 그러나 Big Box Retailer의 부정적 영향에 의해 시당국이 곤경에 처할 수도 있음.
- Big Box Retailer가 폐점하는 경우 주변 부동산가격이 폭락하여 장기적으로 주변 지역이 고사할 지경에 이를 수 있음.
- 도시의 미관을 해칠 수 있으며 지역주민의 도시에 대한 프라이드를 상하게 할 수 있음.

우리나라의 경우 규제개혁위원회를 중심으로 대형유통점에 대한 규제강화보다는 규제완화 정책 (규제개혁위원회)이 논의된 바 있다. 대규모 유통점포 신설 및 영업활동 규제에 대한 개선방안으로 입지규제완화, 교통영향심의제도 개선, 인허가절차 간소화, 영업활동 규제완화 등이 검토되었다. 당분간 지역경제보호 차원에서 논의가 유보되고 있는 상황이다.

1) Big Box Retailers: 미국의 도시마다 상이하게 정의하고 있음. 일반적으로 6만평방피트(약 5,574㎡)에서 13만평방피트(약 12,077㎡)까지의 규모를 지닌 점포를 말함. 캘리포니아주의 경우, 7만5천평방피트(약 6,967㎡). (예: Wal-Mart, Target, Costco, Home Depot)
Superstores: 식품판매가 최소 25%에서 35%까지 차지하는 Big Box Discount Stores를 말함. (예: Wal-Mart Super Store, Target Super Store)

한편, 대형유통점 규제에 대한 최근 일부 국회의원에 의해 5건의 규제입법발의가 이루어져 있는 상태이다. (안상수, 주성영, 이상민, 이화영, 심상정 의원 등). 또한, 일부 지자체(부천, 대전, 영주, 제천, 청주, 대전(남구청), 대전 등)의 경우, 대형유통점의 입점제한 조례에 의해 규제가 이루어지고 있다(<표2> 참조). 중소유통업 단체를 중심으로도 조례제정을 통한 대형유통점의 규제요구가 거세어지고 있다. 지역상권의 활성화를 위해 대형유통점과 중소유통점이 공존, 공영할 수 있는 환경을 조성하는 방향으로 법적 근거를 마련할 것을 요구하고 있는 실정이다.

<표 2> 지자체의 대형유통점 입점제한 조례

지자체	대형유통점규제 주요 내용
부천	일반 주거지역의 판매: 영업시설(바닥면적 허가기준): 2천㎡에서 1천㎡로 조정
대전	준주거지역 3천㎡ 이상 매장 건축 불허
영주	상업지역외 3천㎡ 이상 매장 건축 불허
제천	일반주거·준주거지역 대형점 불허
청주	인구 15만명당 점포 1개로 입점제한 추진
대전(남구청)	3천㎡ 이상인 대규모 점포 영업은 인구 15만명 1개로 규정 (남구의 인구는 18만명으로 신규 등록 불가능)
대전	<ul style="list-style-type: none"> • 도시계획조례 조정 • 준주거지역: 3천㎡ 이상 대형할인점 입점 제한 • 상업지역: 사업포기 권유(대형할인점 용역 결과 근거)

자료: 마켓월드 2006. 2. p.24

4. 결론

대형유통점과 중소유통점간의 자발적 협력에 의한 실효성 있는 상생은 사실 기대하기 어렵다. 그렇다고 정부에 의한 강제적인 상생은 시장경제의 원리나 자유경쟁의 원리에 어긋나기 때문에 경제적 효율성을 저해할 수 있는 문제가 있다. 따라서 정부나 지자체의 개입은 정당한 사유가 주어질 때까지 신중해야 할 것이다.

한편, 대형유통점에 대한 규제가 필요한 지역사회가 있을 수 있다. 이미 일부 지자체의 경우에는 대형유통점의 피해를 우려하여 조례로 대형유통점의 출점을 제한하고 있다. 국회에는 중소유통점 보호를 위한 특별법안이 발의되어 계류되어 있는 상태이다.

상생협력방안은 그 주체가 누구이고 정부와 지자체의 역할이 무엇이냐에 따라 다양한 형태가 있을 수 있다. 먼저, 대형유통점과 중소유통점이 필요에 의해 스스로 협력하는 형태가 있을 수 있다. 이 때 정부는 상생협력을 위한 환경을 마련하고 필요한 경우, 인센티브를 제공하여 상생을 유도해야 할 것이다. 그리고, 정부가 중소유통점의 보호를 목적으로 시장에 개입하여 강제적인 상생의 환경을 만드는 형태가 있다. 이 경우는 주로 대형유통점의 영업

행위를 정부와 지자체가 직접적으로 규제하여 상생하도록 하는 형태가 된다. 그러나 바람직한 형태는 전자의 형태이다. 정부는 가능하면 시장이 긍정적으로 움직일 수 있도록 환경을 조성해 주어야 할 것이다. 시장 스스로 상생과 협력이 이루어지지 못한다면 강제적인 규제보다는 인센티브 제공 등을 통해 상생과 협력을 유도하는 것이 바람직하다.

예를 들면, **대학생 유통인턴제 도입을 통한 중소기업에 대한 인력지원에서의 상생협력**이다. 인력부족과 매장 관리능력이 미약하여 경쟁력을 잃고 있는 중소기업을 위해, 정부의 지원과 대형유통점의 협력으로 인력을 지원할 수 있다면 중소기업의 경쟁력 향상에 큰 도움이 될 것이다. 인력지원은 **대학생 유통인턴제** 시행을 통해서 이루어질 수 있을 것이다. 이러한 인턴제의 기대효과는, 먼저 유통전문인력의 양성이 될 것이다. 그리고, 중소기업의 경쟁력 제고와 대형유통점과 중소기업업점 상생을 만들어 내는 효과를 얻을 수 있을 것으로 기대된다.

유통시장이 개방된 지 10년이 지난 지금의 시점에서 대형유통점이 지역사회에 미친 영향을 체계적으로 분석하여 규제나 지원의 근거를 확보하여야 할 것이다. 특히, 규제여부에 대한 판단을 위해서는 대형유통점이 지역사회에 미치는 영향을 지자체가 나서서 조사하여야 할 것이다. 단기효과뿐만 아니라 장기효과에 대한 분석이 필요하다. 예로서, 출점전-출점후 비교와 고용창출, 조세수입, 소비자후생, 여타산업에 미치는 영향을 장기간에 걸쳐 분석할 필요가 있다.

<참고문헌>

- 대한상공회의소 (2005), 통계로 본 유통개방 10년.
- 마켓월드 (2006), "대형유통점 확산의 폐해", 2월호. pp.22-29.
- 산업자원부, 한국유통물류진흥원, 대한상공회의소 (2005), 중소기업 유통업 발전을 위한 연구 - 중소기업 유통업 · 무점포 편
- 안승호, 이동수, 윤기창, 전일명(2006), "대형할인점이 지역경제에 미치는 영향: 경제모형을 중심으로", 발표논문집, 한국유통학회 춘계학술대회, pp.23-33.
- 중소기업협동조합중앙회(2005), 대형유통점 거래 실태 파악을 위한 조사.
- Anderson, H. (2004), "Analysis: Wal-Mart's Effects Not All Bad," *Washington Times*, Jan. 27.
- Barnes, Nara Ganim, Allison Connell, Lisa Hemenegildo, and Lucinda Mattson (1996), "Regional Differences in the Economic Impact of Wal-Mart," *Business Horizons*, (July-August), pp.21-25.
- Basker, E. (2005), "Job Creation or Destruction? Labor-Market Effects of Wal-Mart Expansion," *Review of Economics and Statistics*, 87(1), pp.174-183.
- Bianco, A. and W. Zellner(2003), "Is Wal-Mart Too Powerful?," *Business Week*, (Oct. 6), pp.100-104, 106, 108, 110.
- Bloom, Paul N. and Vanessa G. Perry (2001), "Retailer Power and Supplier Welfare: The Case of Wal-Mart," *Journal of Retailing*, 77, 379-396.
- Dube, Arindrajit and Ken Jacobs(2004), "Hidden Cost of Wal-Mart Jobs: Response to Wal-Mart's Statement," *Briefing Paper Series*, August 3. UC Berkeley Labor Center.
- Dukes, Anthony J., Esther Gal-Or, and Kannan Srinivasan (2006), "Channel Bargaining with Retail Asymmetry," *Journal of Marketing Research*, 46(Feb.), 84-97.
- Goetz, Stephan J. and Hema Swaminathan (2004), *Wal-Mart and County-wide Poverty*, AERS Staff Paper, No.371.
- Hemphill, Thomas A. (2005), "Rejuvenating Wal-Mart's Reputation," *Business Horizons*, 48, 11-21.
- Rodino Associates (2003), Final Report on Research for Big Box Retail/ Superstore Ordinance, Prepared for Industrial and Commercial Development Division, Community Development Department, City of Los Angeles.
- Sanchez, R. (2004), "Los Angeles to Wal-Mart: Bigger's Not Always Better," *Washington Post*, Feb. 3, A3.
- Stone, Kenneth E. (1997), "Impact of the Wal-Mart Phenomenon on Rural Communities," *Proceedings*, Increasing Understanding of Public Problems and Policies - 1997, Farm Foundation, Chicago, Illinois.