

전문가 코칭

대·중소기업·농어업협력재단 조 금 제 부장

포용적 성장

윤리 연구소

포용과 성장, 인텔

상대방의 이익도 고려하라,
개성상인의 상도

성장의 새로운 모델, 포용적 성장

기업윤리 브리프스

포용적 성장



국내 유일의 기업윤리 월간지
2018
6



국민권익위원회

☎ 110

정부민원안내
부패·공익신고

▶ 국민권익위원회 홈페이지에서 자세한 내용을 보실 수 있습니다.

www.acrc.go.kr ▶ 기업윤리 브리프스

발행일 2018년 6월 1일 (매월발행, 통권66호, 비매품) 발행인 박은정

발행처 국민권익위원회 구독 신청 044-200-7166

주소 30102 세종특별자치시 도움5로 20 정부세종청사 7동 민간협력담당관실



조금제 부장
대·중소기업·농어업협력재단

Q1. 포용적 성장은 무엇이며, 포용적 성장과 기업의 관계는 무엇인가요?

2000년대 초반 거론되기 시작해 2008년 글로벌 금융위기로 논의가 확산된 포용적 성장(Inclusive growth)은 경제성장에 따른 기회가 국민의 모든 계층에게 주어지고 늘어난 부(富)가 다시 사회 전반에 걸쳐 공정하게 분배되는 것을 의미합니다. 핵심은 저소득층이 생산과정에 참여할 수 있도록 만드는 것으로, 종전의 성장방식이 중산층 이상만이 참여하는 배타적 성장(Exclusive growth)에 머물렀기에 나온 것으로 해석할 수 있습니다.

최근 세계경제는 다양한 도전과제에 직면해 있습니다. 경제적 불평등 심화, 성장 동력 약화, 4차 산업혁명에 따른 기술변화와 기후변화로 인한 자연재해 증가뿐만 아니라 새롭게 등장한 보호무역주의와 금융 리스크에 이르기까지 많은 국가들은 난제를 극복하고 새로운 성장 동력 확보를 위해 노력하는 가운데 있습니다.

한 국가의 경제적 불평등과 양극화 심화는 개별 국가만의 문제가 아닌 국가 간 개발격차에 따른 세계 공동의 문제가 되고 있습니다. 이 때문에 OECD, 세계은행 등 국제기구뿐만 아니라 다보스 포럼 등에서 '포용적 성장'을 주요 의제로 논의하고 있는 상황입니다. 경제 성장의 성과를 폭넓게 공유하고, 모든 국민이 최소한의 복지혜택을 받음으로써 노동자들이 실질적 자유를 누리게 하는 것이 포용적 성장의 필수적인 요소로 볼 수 있습니다.

포용적 성장이란 시장의 기본적 역할에 충실하면서, 성장의 과실을 함께 나누면서도 지속적으로도 성장하자는 패러다임입니다. 따라서 종전 대기업 중심의 성장이 아니라 협력 중소기업 및 독립적 소상공인들도 함께 협력하며 성장을 추구하자는 것입니다. 이렇듯 포용적 성장은 모든 기업이 성장의 주체가 된다는 특징이 있습니다. 낙수효과(Trickle-down effect)가 아니라 중소기업의 성장이 대기업의 성장을 촉진한다는 분수효과(Trickle-up)에 기초를 두고 있기 때문입니다.

Q2. 포용적 성장을 인정하는 조직문화 형성을 위해 우리 기업이 해야 할 일은 무엇인가요?

우리나라는 OECD 회원국 가운데 두 번째로 사회적 갈등이 높은 나라로 조사되었습니다. 하지만 이를 해소하기 위한 사회적 갈등 관리는 바닥권입니다. 이러한 때에 포용적 성장이야말로 다양한 갈등 관리를 위한 주요 수단이 될 수 있음을 인식해야 합니다. 이러한 추세를 반영하듯 국제적으로도 포용적 성장에 대한 논의가 활발합니다. OECD는 2012년 각료이사회에서 포용적 성장 이슈를 본격적으로 다루며, 경제성장을 보여주는 GDP지표의 한계를 인식하고 웰빙, 소득분배, 산업구조조정까지 고려할 수 있는 방안을 연구하고 있습니다. 세계은행은 포용적 성장 보고서(2012)를 통해 혁신, 지역균형발전, 금융규제개혁 등의 분야별 정책 견해를 제시했습니다. 또한 2017년에는 포용적 성장 촉진을 위한 정책 프레임워크를 발표하여, △사회적 약자를 위한 양질의 일자리 창출, △효율적인 재분배와 사회 안전망 강화를 위한 조세보조금 제도개선 등 정책 우선순위에 대해 제언하였습니다.

이러한 국제적인 흐름에 따라 우리 기업이 해야 하는 일은 시장의 기본적 역할에 충실하면서, 성장의 과실을 함께 나누고 지속성장하는 패러다임으로의 전환으로 요약될 수 있습니다. 즉 협력 중소기업과 소상공인의 성장 없이는 지속성장이 불가능하다는 것을 인식해야 하는 것입니다. 현재의 위기에서 탈출하고 재도약하기 위해서는 기업 간 상생협력을 통한 진정성 있는 동반성장 패러다임을 구축해야 합니다. 동반성장이야말로 포용적 성장의 한국형 모델이라고 강조하고 싶습니다.

기업은 기존의 저진로 전략에서 품질경쟁에 나서는 고진로 전략(High road strategy)으로 바꾸어야 할 때입니다. 대기업은 글로벌 리더로서의 역할을 담당하고 협력기업은 스마트한 파트너로 자리매김하는 기술기반형 경제체제로 바뀌어야 한다는 것입니다. 예를 들면 해외시장 진출에서 대기업과 중소기업간 역할 분담에 초점을 맞춰, 대기업이 신기술을 개발하고 해외시장 개척을 맡아 '판'을 깔 뒤에는 중소기업들의 몫이 되는 것입니다. 이제 우리 기업들은 골목상권에 기웃거리거나 제 살 깎아먹는 경쟁을 지양하고, 글로벌 무대에서 통할 기술경쟁에 나서야 할 때인 것입니다.



부패방지경영시스템이 계획되었다면 이제는 조직의 내·외부 관계자들이 시스템에 따라 비즈니스 활동을 수행할 수 있도록 필요한 사항을 지원해야 한다.

Q. 한국상사 OO실장은 또 다른 궁금증이 생겼습니다.

“시스템의 성공적인 실행을 위해서는 관계자들의 실천이 중요하다고 생각합니다. 이를 위해 조직이 지원해야 하는 것에는 어떠한 것들이 있을까요?”

부패방지를 위한 체계가 정립되었다면, 조직은 이제 부패 리스크 예방을 위해 지원해야 하는 사항에 대해 알아야 합니다. ISO 37001은 [DO, 실행단계]를 통해 체계화된 시스템이 성공적으로 정착될 수 있도록 조직이 내·외부 관련자들에게 지원해야 하는 사항들을 제시하고 있습니다. 이번 호에서는 실행단계 중 ‘지원’에 해당되는 ‘인식과 교육훈련’, ‘의사소통’, ‘문서화된 정보’에서 요구하는 사항들을 살펴 보겠습니다.

P

PLAN
4~6장

D

DO
7-8장

7장 지원

- ① 자원
- ② 역량/적격성
- ③ 인식과 교육훈련
- ④ 의사소통
- ⑤ 문서화된 정보

8장 운용

C

CHECK
9장

A

ACT
10장

[DO 7장. 지원]

ISO 37001의 ‘지원’이 요구하는 사항은 부패방지경영시스템 실행을 위해 조직이 지원해야 하는 것들은 무엇인지 대해 설명하고 있습니다.

③ 인식과 교육훈련

조직은 직원들에게 부패에 대한 인식을 제고하고 부패방지경영시스템을 준수할 수 있도록 최신화된 교육을 정기적으로 제공해야 합니다. 또한 부패 리스크의 발생 가능성이 중간 이상인 비즈니스 관련자(예, 아웃소싱, 거래관계기업)에게도 동일한 교육훈련을 제공해야 합니다. 이러한 교육훈련에는 조직의 부패방지 방침, 부패로 인해 초래되는 피해, 부패가 발생할 수 있는 상황과 그 상황을 인식하는 방법, 뇌물 및 청탁에 대응하는 방법, 우려사항을 보고할 수 있는 방법 등이 포함되어야 합니다.

Tip. 본사 소속이 아닌 비즈니스 관련자를 대상으로 부패에 대한 인식을 고취시키고 교육훈련을 진행하는 것은 어려운 일입니다. 이에 ISO 37001은, 이러한 교육훈련은 비즈니스 관련자가 자체적으로 수행하거나 또는 여타 교육기관에 의해 수행될 수 있다고 말하고 있습니다.

④ 의사소통

부패방지경영시스템에 따라 비즈니스를 수행하기 위해서는 다음의 내용을 포함하여 시스템의 절차 및 범위 등이 대내외적으로 잘 전달될 수 있어야 합니다. 또한 부패방지 방침은 모든 내·외부 이해관계자들이 열람할 수 있어야 하며 중간이상의 부패 리스크가 있는 인원 및 관련자에게는 직접 전달되어야 합니다.

✓ 내 용	✓ 대 상	✓ 담 당 자	✓ 시 기	✓ 방 법	✓ 언 어 (본사 및 활동지역)
-------	-------	---------	-------	-------	-------------------

⑤ 문서화된 정보

조직은 부패방지경영시스템과 관련된 필요한 정보가 적절한 시기 및 장소에서 사용될 수 있도록 관련 정보를 문서화하여 보유해야 합니다. 이를 위해 진행해야 할 사항들은 다음과 같습니다. 먼저, 문서화된 정보를 작성하거나 기존 정보를 갱신하게 될 경우 문서번호, 작성자, 내용, 형식 등이 적절함을 보장할 수 있도록 검토 및 승인절차를 진행해야 합니다. 또한 기밀이 유출되거나 내용의 훼손 및 오용으로 부터 문서를 충분히 보호하기 위해 절차에 따른 관리를 진행해야 합니다(열람, 수정, 보유 및 폐기에 대한 절차 등). 단, 문서로 관리해야 할 정보의 범위는 조직마다 다를 수 있습니다. 예를 들어 조직의 규모, 사업활동, 산업유형, 인원의 역량 등에 따라 각 조직의 문서화된 정보의 정도는 차이가 있을 수 있습니다.

Tip 문서화 된 정보는 부패방지경영시스템 하에서 별도로 관리될 수 있지만, 또 다른 경영시스템(예, 준수(Compliance), 재무, 상업(Commercial) 등)의 일부로 보유할 수 있습니다.

위와 같이 ISO 37001의 DO 단계 중, 7장 ‘지원’의 요구사항에 대해 살펴보았습니다. 다음 ‘ISO 37001 Study’에서는 ISO 37001의 DO 단계 중, 8장 ‘운용’에서 요구하는 사항에 대해 알아보겠습니다.



한 골목에 두 곳의 빵집이 있다고 해보자. 최근에 생긴 B빵집은 인테리어도 세련되고 매장 규모도 크다. 이벤트라며 무료로 빵을 나눠주기도 한다. 오래된 A빵집 또한 시식 서비스를 시작하고 쿠폰도 나눠주지만 공격적으로 물량 공세를 펼치는 B빵집을 당해낼 자간은 없다. 골목 주민들은 비슷한 가격에 무료 서비스까지 주는 B빵집으로 몰렸다. 결국 A빵집은 폐업했다. 그리고 얼마 지나지 않아 B빵집은 가격을 올렸다. 그동안 뿌린 비용을 회수하기 위해서였다. 경쟁자가 없어지자 빵의 품질도 점점 떨어졌다. 결국 주민들은 비싼 값에 맛있는 빵을 먹게 된 것이다.



만일 두 곳의 빵집이 서로 공존하며 포용적 성장을 꾀했다면 어떻게 됐을까? A빵집은 식사대용 빵에 집중하고 B빵집은 케이크 같은 디저트를 전문으로 했다면? 두 곳 모두 각자의 시장을 확보하고 주민 선택의 폭도 넓어졌을 것이다. 이처럼 포용적 성장은 양보가 아니라 공생의 문제다. 누군가의 일방적인 희생이 아니라 구성원 전체의 이득이라는 것이다.

이번 사례 돋보기에서는 포용적 성장의 성공 사례와 관련 정책에 대해 살펴보았다.

포용적 성장, 국가 경쟁력을 견인하다

독일은 유럽 최고 수준의 고용률과 세계 1위의 경상수지를 자랑하는 명실상부한 선진국이다. 인구 8천만 명의 크지 않은 나라가 이토록 견고한 경제 구조를 구축할 수 있었던 이유는 무엇일까? 이를 지멘스와 같은 대기업의 공으로 보기는 어렵다. 포춘지 선정 500대 기업 리스트에서 독일 대기업들의 성과는 미국이나 일본에 비해 평균 이하를 기록하고 있기 때문이다. 프랑스, 영국, 중국보다 대기업 숫자도 적다. 그럼에도 독일은 재정위기에 빠

진 유럽연합의 유일한 구원투수다. 이러한 독일경제의 초석에는 히든 챔피언이라 불리는 강소기업이 있었다.



히든챔피언의 중요성

히든챔피언은 세계시장 점유율 1~3위 또는 대륙에서 1위를 차지하는 기업이면서 매출액이 40억 달러 이하인 우량기업을 말한다. 주로 기계, 전자, 화학 등 제조업 종에 분포되어 있으며 핵심적인 원천기술을 보유하고 있다. 때문에 대기업 등의 원청업체에 정당한 납품단가를 요구하고 협상할 수 있다. 언제 공급선이 잘릴지 몰라 찢찢 매는 일반 납품업체와는 전혀 다른 입장인 것이다.

히든챔피언처럼 규모는 크지 않지만 안정적인 매출이 확보되었다면 종업원의 임금과 복지 수준도 높아질 수 있다. 이러한 조건이라면 구직자들도 대기업 입사만을 고집할 이유가 없어진다. 자연스럽게 양극화와 실업 문제가 해소될 수 있는 것이다. 우수한 인재 유입은 기업 경쟁력 고취로 이어지고 이것은 다시 성장의 발판이 된다. 자연스럽게 선순환 구조가 만들어지는 것이다.

강소기업의 가치는 경제위기에서 더 빛난다. 전 세계 히든챔피언의 47.8%를 보유한 독일경제의 안정성이 이를 증명한다. 실제로 2008년 글로벌 외환위기를 가장 빨리 극복한 독일은, 지금도 흔들리는 유럽 경제를 홀로 견인하고 있다. 소수의 대기업이 중심이 된 국가에서는 어렵없는 일이다. 대기업의 주요 비즈니스가 위태로우면 국가 전체가 흔들려버리기 때문이다. 대기업이 무너지면 납품업체들까지 연쇄 도산하며 지역경제가 통으로 마비되기도 한다. 히든챔피언 양성의 중요성이 바로 여기에 있다. 작지만 강한 강소기업들이야말로 경제의 버팀목이자 반석인 것이다.

히든챔피언의 양성비결

독일이 이토록 많은 강소기업을 배출할 수 있었던 배경에는 포용적 성장에 대한 사회 전반적인 합의가 있었다. 2009년 추진한 '숏타임 레이보' 프로그램이 좋은 예다. 당시 전 세계는 미국 발 경제위기가 휘몰아치고 있었다. 독일이라고 예외는 아니었다. 독일은 대량 해고를 막기 위해 노동시간을 단축했다. 이로 인해 감축된 임금은 정부가 보상했다. 막대한 예산이 투입됐지만 6천 여 기업들의 회생을 돕고 수많은 노동자들의 일자리를 지키는데 성공했다. 기업인, 근로자, 정치인 등 이해관계자들의 빠른 합의가 없이는 불가능한 프로그램이었다. 덕분에 독일은 유럽의 그 어떤 국가들보다 빠르게 경제위기를 극복할 수 있었던 것이다.



또 다른 히든챔피언 양성비결은 '평생학습 지원제도'다. 독일에서는 대학에 가지 않아도 얼마든지 공부를 계속할 수 있다. 독일의 기업은 1년에 최소 1주 이상을 학습을 위해 쓸 수 있도록 보장하는데, 비용은 정부에서 지원하고 있다. 한 번의 시험 성적이나 어린 시절의 선택으로 인생 전체가 결정되는 것이 아니라 다양한 경험을 통해 자신만의 적성을 찾아갈 수 있는 사회적 인프라가 구축돼 있는 것이다. 여기서 히든챔피언들의 역할이 또 한번 빛난다. 히든챔피언들은 대부분 가족 기업으로, 지역사회에 오랜 역사를 가지고 있다. 이들은 지역사회와 협력해 산학연계 직업훈련 체계를 구축, 지역 일자리 창출에도 적극 공헌하고 있다. 독일경제의 견고함은 하루아침에 만들어진 것이 아니라 사회, 정부, 기업이 협력한 포용적 성장 활동의 결과물인 것이다.

협력을 통한 포용적 성장

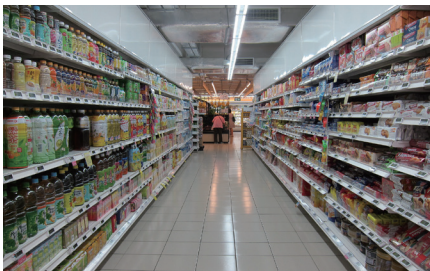
포용적 성장은 대기업의 일방적인 양보가 아니다. 지속가능한 경제 생태계를 위해 협력 관계를 구축하는 일이다. 대기업 또한 협력사의 경쟁력이 떨어지면 양질의 품질을 생산하기 어렵다. 중소기업과의 상생은 대기업의 장기 성장 전략에도 필수적인 것이다.

최근 우리나라에도 포용적 성장에 대한 필요성이 대두되고 있다. 한국형 포용적 성장 전략은 동반 성장이라고 불리며, 보통 '판로 구축, 기술력 강화, 인력 양성' 차원으로 구분되어 진다.

판로 구축

노란색 포장이 인상적인 T사의 PB(Private Brand, 자체브랜드)는 상당수의 충성 고객을 가지고 있다. 상품의 디자인, 판매, 마케팅은 T사가 책임지고 중소기업은 상품 생산에만 집중하는 시스템이다. 즉, T사의 플랫폼 파워와 중소기업의 기술 경쟁력이 결합된 형태라고 할 수 있다. T사의 PB 매출은 2015년 230억 원, 2016년 1900억 원, 2017년 2900억으로 가파른 성장세를 보이고 있다. 소비자들 입장에서 T사라는 거대유통사가 보장하는 고품질의 저렴한 상품들을 구매하지 않을 이유가 없다.

T사는 PB에 참여하는 중소기업의 해외 판로 지원에도 박차를 가할 예정이다. 2016년 중국, 베트남, 몽골 등 총 8개 국가에 43억 원 규모의 PB 상품을 수출한 T사는 동남아 지역을 중심으로 수출 국가를 적극 확대하고 있다.



소비자들이 T사를 찾는 이유는, 원하는 상품이 있기 때문이다. 따라서 좋은 상품을 제공하는 생산업체 없이는 T사의 성장도 지속가능할 수 없다. T사 PB의 성장은 포용적 성장이 중소기업과 유통사와의 오랜 갈등을 해결할 솔루션이라는 것을 보여주고 있다.

기술력 강화

S기업은 우리나라를 대표하는 철강기업이다. 1968년 설립된 이후 고도 성장기 한국 경제의 대표 주자였던 기업이기도 하다. 그만큼 많은 협력사들과 파트너십을 맺고 있는 S기업은 협력사들과 동반성장을 위해 기술을 지원하고 있다. S기업의 테크노파트너십 프로그램에 참여한 한 협력사는 S기업으로부터 조업 데이터와 시험장비를 제공받아 지속적으로 품질을 개선하여 업계 최고 수준으로 성장했다. 덕분에 일본의 선진 철강사에까지 제품을 공급할 수 있게 되었다. 임원동반성장지원단 프로그램을 통해 S기업 그룹 임원들의 업무경험과 전문지식을 활용하는 협력사도 있다. 이 회사는 S기업으로부터 연구개발과 재료시험을 지원받았고, 신규 발주처와 최종 수요자에 대한 프로모션도 공동으로 전개했다. 그 결과 콘크리트를 대체할 정도로 강력한 파형강판을 개발하는데 성공, 국내외 각종 건설 프로젝트에 납품하게 되었다.



기업은 제품 경쟁력이 있어야 살아남는다. 제조기업에 있어 경쟁력은 곧 기술력을 말한다. S기업은 기술 경쟁력 고취를 위한 각종 지원 프로그램을 제공해 협력사들의 성장을 도왔다. 이는 S기업의 성장에도 긍정적인 일이다. 협력사들의 수준은 곧 S기업의 수준을 가늠하는 지표가 되기 때문이다.

인력 양성

기업은 전 세계 소프트웨어 산업을 주도하는 기업이다. 지금도 대부분의 사람들이 윈도우라고 불리는 해당 기업의 운영체제를 사용하고 있다. 기업은 이러한 자사의 소프트웨어 생태계를 확장하기 위해 다양한 노력을 하고 있다. 중소기업 인력의 교

육, 연수, 훈련 등의 역량 강화를 지원하는 'MS 파트너 네트워크(MPN)' 구축이 그 중 하나다. 기업은 협력사들에게 기술 교육 뿐 아니라 비즈니스 네트워크 및 협력 체계 구축, 업계 주요 정보 교류 등 다각도에서 실질적인 도움을 받을 수 있도록 돕고 있다. 기업이 협력사들의 경쟁력 강화에 힘쓰는 것은 그것이 결국 자사의 매출 확대로 이어지기 때문이다. 기업에서 제공하는 비즈니스 네트워크를 경험한 기업들은 앞으로도 지속해서 기업의 제품을 구입할 것이다. 결국 기업의 MS파트너 교육은 자사의 제품을 쓰는 협력사들과 함께 성장하기 위한 포용적 성장의 일환인 것이다.



협력의 가치

포용적 성장은 협력하여 함께 발전하는 것을 목표로 한다. 소수의 기업에 기회를 몰아준 후 관련된 중소기업들에게도 성과가 흘러가기를 기대하는 낙수효과와는 본질부터 다르다. 국내 전체 사업체 가운데 중소기업이 차지하는 비중은 99%에 이른다. 이것은 내수시장 소비자 대부분이 중소기업 재직자라는 것을 의미한다. 아무리 잘 나가는 대기업이라 해도 소비자 없이는 버틸 수 없다. 해외시장 역시 본국의 소비자가 외면하는 기업의 제품을 언제까지나 사주지 않는다. 이것이 포용적 성장으로 나아가야 하는 절실하고도 근본적인 이유다. 강점을 살리고 약점을 보완하는 포용적 성장만이 모두가 공존할 수 있는 해결책인 것이다.





'땡- 땡땡땡'. 누구나 한 번 들으면 고개를 끄덕이는 인텔 특유의 징글(Jingle, 사운드 로고, 상업적으로 사용되는 짧은 길이의 멜로디)이다. B2B기업인 인텔은 자사의 CPU칩을 내장한 기업의 제품 광고 말미에 자사의 로고를 보여주는 대중광고를 했다. 물론 공짜로 한 것은 아니다. 광고를 붙이도록 허락해주는 기업에는 자사의 CPU 납품원가를 할인해줬다. 부품을 생산하는 B2B기업이 일반 대중 마케팅에 막대한 비용을 쏟아 부었던 것이다.

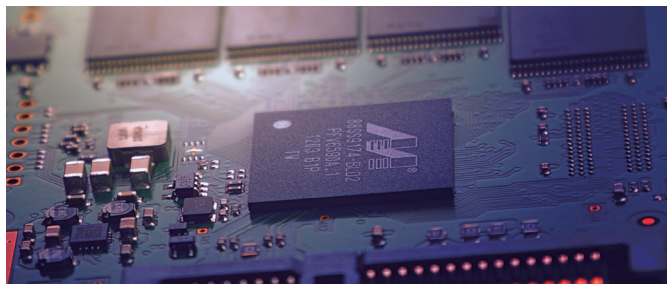
B2B기업은 광고를 해 봤자 돈 낭비라는 기존 인식과 달리, 막대한 비용을 TV광고에 투자한 인텔. 인텔이 이토록 남다른 결정을 한 배경은 무엇일까?



인텔, 자신만의 생태계를 만들다

기술이 발전하면서 점차 CPU 품질은 평준화되기 시작했다. 인텔이 공들여 성능 개선을 해 놓으면 경쟁업체들은 순식간에 그것을 모방해 버렸다. 가격 경쟁력에서 밀리고 있던 인텔은 자사의 CPU인 286(i80286), 386 (i80386), 486(i80486)을 브랜드화하기 위해 상표 등록을 추진했다. 하지만 법원은 문자가 아닌 숫자와 영문 이니셜의 조합은 상표로 인정해줄 수 없다며 불허했다. 인텔은 생존을 위해 정식으로 브랜드를 만들 필요가 생긴 것이다. 그리고 1991년 봄, 1억 달러를 투자해 “인텔 인사이드” 브랜드 개발에 착수했다.

인텔은 협력사들의 광고에 자사의 광고를 삽입하는 식으로 브랜드를 알리기 시작했다. 광고 삽입의 대가는 CPU 납품단가 6% 할인이라는 파격적인 조건이었다. 협력사들이 응하지 않을 이유가 없었다. 그 유명한 인텔의 ‘땡- 땡땡땡’이라는 징글(Jingle)은 협력사들의 제품 광고 말미에 삽입되면서 강렬한 인상을 남겼다. 독자적인 광고였다면 이만큼의 파급력은 일어나지 않았을 지도 모른다. 일반 소비자들은 인텔이 생산하는 제품, CPU가 무엇인지 알고 싶지도, 알 필요도 없기 때문이다. 제품에 대한 설명 없이 그저 협력사 완제품과 함께 인텔 인사이드라는 브랜드를 알리는 것이면 충분했다. 그리고 이것은 인텔과 인텔의 부품을 납품받는 컴퓨터회사 양측이 모두 소비자의 신뢰를 얻는 결과를 낳았다.



인텔의 포용적 성장 전략은 기술 분야로도 이어졌다. 세계적인 IT 기업인 인텔은 생각보다 기초 연구에 많은 투자를 하지 않는다. 그럼에도 전 세계 최고의 프로세서 기업으로 발돋움했다. 수많은 중소 벤처기업에 투자하고 그들의 기술을 안정적으로 공급받았기 때문이다.

1991년 만들어진 인텔캐피털은 유망한 중소기업을 발굴하고 투자하는 인텔의 자체 투자조직이다. 제품 생산에 필요한 소프트웨어, 부품, 코드 등을 연구하기 위한 시행착오 비용은 줄이고 투자 수익까지 확보하는 전략이었다. 인텔의 투자 덕분에 해당 중소기업은 안정적으로 성장하며 인텔에 고품질의 제품을 제공했고, 인텔은 경쟁사보다 빠르게 우수한 CPU칩을 생산, 공급할 수 있었다.

인텔캐피털은 단순 투자에서 나아가 중소기업의 동반자 역할을 지향하고 있다. 정기적으로 업체를 방문하고 수시로 소통하며 애로사항을 듣고 개선방안을 함께 고민한다. 투자한 벤처의 경영 자율성도 존중해준다. 투자한 기업이 반드시 인텔과 독점계약을 해야 한다는 조건도 없다. 그들을 착취하는 것이 아니라 함께 성장하는 것이 인텔캐피털의 목적이기 때문이다.

시장을 독점하는 것이 아니라 유망한 중소기업을 키워주고 그들의 부품을 공급받으며, 인텔 인사이드라는 브랜드로 고객사와 함께 마케팅을 전개한 인텔. 함께 공존하고자 건설한 인텔 생태계가 오늘날의 인텔을 만든 핵심 동력인 것이다.

인텔, 혁신을 낳는 기업문화를 만들다

대중을 상대로 한 마케팅은 굉장히 고난도의 영역이다. TV 광고는 엄청나게 비싸고 시장 분석 및 소비자 심리 파악도 굉장히 까다롭기 때문이다. 기업에 납품을 하는 B2B 제조업체 입장에서는 일반 대중을 상대로 제품의 기능을 설명할 이유도, 투자로 얻을 당장의 이득도 없다. 하지만 인텔은 그것을 했고, 세계적인 성공 사례가 됐다. 이러한 발상이 가능했던 이유는 인텔 특유의 기업문화 때문이다.

첫째, 인텔은 자신의 생각을 자유롭게 개진할 수 있는 환경이 조성되어있다. 어떤 이슈가 있다면 동료나 직속상사는 물론, 중간관리자, CEO에 이르기까지 직접 이슈를 논의할 수 있다. 토론이 됐든, 논쟁이 됐든 갈등이 수면 위로 올라온다는 것은 문제를 해결할 수 있는 힘이 살아있다는 것을 방증한다.

둘째, 인텔은 서열보다 개인의 전문성이 중요한 회사다. 해당 분야의 전문가이거나 새로운 아이디어가 있다면 직급에 상관없이 누구나 존중받는다. CEO라고 해서 따로 주차 편의를 받지도 않는다. 늦게 오면 뒤에 주차를 하고 일찍 오면 앞자리에 주차한다.

셋째, 모든 사람들은 회사의 규정을 지켜야 하며 모든 공정에는 한 치의 실수도 없어야 한다. 이것은 제품 양산 과정에도 적용되어 엄격한 품질관리로도 이어진다.

즉, 인텔은 수평적이면서도 규율을 지키며 새로운 아이디어를 환영하는 문화를 만들어왔다. 이러한 기업문화가 인텔을 B2B기업 특유의 안일주의에 빠뜨리지 않고 계속해서 새로운 정책과 전략을 내놓게 한 것이다.



인텔, 세계 위에 우뚝 서다

인텔은 1968년에 설립된 세계 최대의 반도체 회사다. 컴퓨터의 두뇌, CPU인 마이크로프로세서를 개발한 최초의 기업이기도 하다. 컴퓨터의 역사를 쓴다면 개국 공신인 셈이다. 현재 가지고 있는 타이틀도 눈부시다. 2016년 세계 브랜드 14위, 2017년 포춘지 선정 세계에서 가장 존경받는 기업 46위, 2017년 레퓨테이션 인스티튜드 선정 글로벌 평판 순위 8위, 반도체 시장 24년간 1위 기업이 인텔이다.

올해로 창립 50주년을 맞이한 인텔의 도전은 지금도 현재 진행형이다. 최근 인공지능 생태계 구축 가속화, 인지 플랫폼을 통한 제조업과 항공 우주산업 공략, 양자컴퓨터용 중앙처리장치 개발 등

인텔은 분명히 다음 시대를 향해 나아가고 있다. 앞으로의 데이터 폭증 시대에서는 데이터의 생산 및 보관이 아니라 고성능의 프로세싱 기술이 필요하다. 그리고 프로세싱은 지난 반세기 동안 인텔이 가장 잘해왔던 분야다.

혼자 성장하는 것보다 각자가 잘 할 수 있는 영역에 충실하고 전문성을 길러 협업하는 방식을 택했던 인텔. 50년 동안 인텔이 세계 최고의 자리를 지킬 수 있었던 배경에는 이러한 포용적 성장이 있다. 협력사의 납품단가를 낮춰 가격 경쟁력을 확보하거나, 자본력으로 밀어붙여 시장을 독점한다면 잠깐의 성과는 몰라도 지속 가능한 성장은 어렵다. 협력사의 경쟁력이 떨어지면 질 낮은 부품을 사용해야 될 테고 자연히 품질은 떨어질 것이기 때문이다. 또한 특정 기업이 시장을 독점하고 있다면 다양한 고객의 목소리에 기민하게 대응하는 것도 어려워진다. 100년 기업을 꿈꾸는 경영자라면 오랜 시간 세계 최고의 자리를 지켜온 인텔의 포용적 성장 전략을 복기해봐야 할 것이다.



역사속의 사례

[상대방의 이익도 고려하라, 개성상인의 상도]

“상대방의 이익까지 고려하라.” 자신의 이익만을 생각하는 사람은 상인으로서의 자격이 없다는 개성상인의 신조다. 실제로 개성상인은 다른 상인들과 경쟁하면서도 한편으로는 각자의 강점을 존중하고 협력해 모두가 이문을 볼 수 있게 했다. 오늘날의 포용적 성장 철학이 저 유명한 개성상인의 뛰어난 상술과 상업 경영의 토대였던 것이다.

각자의 장기를 살려 협력하다

조선 후기, 개성상인은 국내 상권의 중심지인 서울 이외에도 청나라와의 교역에 집중하면서 의주 상인인 만상과 긴밀한 협력 관계를 이루고 있었다. 의주는 조선 사행(使行)이 본국을 떠나는 곳이자 중국 사신이 들어오던 관문으로서 대청무역이 고도로 발달해 있던 곳이었다. 특히 만상은 홍삼의 공식 수출을 관장하는 포삼별장을 맡고 있었는데, 홍삼을 제조하는 증포소는 포삼별장의 허가가 있어야만 운영이 가능했다. 그리고 만상은 개성상인에게 증포소 운영을 허가해주었다. 이는 홍삼의 생산, 유통, 판매의 전 과정에 참여하고 있었던 개성상인의 경쟁력을 십분 활용한 것이었다. 즉, 대청무역에 있어서 만상은 유통을, 개성상인은 생산을 담당했던 셈이다.



개성상인의 이야기를 그린 최인호의 소설 <상도>는 드라마로도 제작되며 큰 인기를 끌었다. 상생하기보다는 자본력으로 굴복시키고 정당한 대가 없이 영세기업의 아이디어를 빼앗는 것은 결국 시장의 생태계를 무너뜨리는 결과를 낳는다. 각자의 강점을 십분 활용하여 발전을 꾀했던 개성상인. 상대도 이문이 남아야 한다는 개성상인의 상도는 경제성장률 둔화, 불평등 심화와 같은 오늘날 한국경제의 난관을 어떻게 풀어나가야 하는지 실마리를 던져주고 있다.



이론과 실무는 함께 성장해왔지만 무엇이 더 중요한지에 대해서는 가끔 의견이 분분하다. 실무를 더 중시하는 집단이 이론을 경시하는 이유는 이론이 현실세계에서 과연 실효성이 있는지, 특히 일반화된 이론이 내가 처한 환경 역시 반영한 것인지에 대해서 고민하게 만들기 때문일 것이다.

이번 보고서 리뷰에서는 한국경영과학학회지에 2015년 게재된 ‘협력은 항상 옳은가? 거래 의존성과 비선형 관계를 고려한 공급사슬 협력에 대한 재고찰’을 통해 국내 일반적인 기업 간 거래유형의 환경에서도 포용적 성장 이론이 적용될 수 있는지 면밀히 검토해보고자 한다.

포용적 성장과 협력

물이 넘쳐 아래로 흐르는 것처럼 대기업 성장이 중소기업 성장으로 이어진다는 낙수효과는 대기업 중심의 정부정책들에 대한 정당성을 부여해왔다. 그러나 현실은 골목상권의 위축, 대기업의 일감 몰아주기 등 중소기업과 대기업 간 경제양극화로부터 발생하는 문제들이 점점 심화되는 양상을 보이고 있다. 2015년 IMF는 ‘소득불균형의 원인과 결과’ 보고서에서 상위계층의 소득증가가 이후 5년간의 경제성장을 저해시킨다는 결과를 발표하며 낙수효과를 정면으로 반박하는 주장을 펼쳤다. IMF는 이러한 결과와 더불어 하위계층의 소득증가가 향후 경제성장에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 보고하며 중소기업의 성장이야말로 경제성장을 위한 방향임을 암시하였다. 즉, 저성장이 고착화 되어가고 있는 지금, 우리가 취할 수 있는 전략은 포용적 성장인 것으로 해석할 수 있다.

이러한 포용적 성장의 핵심 키워드로 대중소기업 간 협력을 들 수 있다. 특히 참여해져 가는 경쟁사회는 단순 기업 간 경쟁뿐만 아니라 공급사슬 간 경쟁으로 심화되고 있다. 즉, 공급사슬 안에서의 협력이 포용적 성장의 주요 활동이 되는 것이다. 포용적 성장은 결과와 동시에 과정이다. 협력이라는 과정을 거쳐 함께 성장이라는 결실을 맺는 것이다.

국내 기업환경에 적합한 차별적 접근의 필요성

공급사슬 안에서 협력이 품질, 원가, 납기일, 유연성 등의 세부적인 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 선행 연구들은 다수 존재하고 있으나 구체적으로 협력과 기업의 성과 간 직접적인, 일관된 관계는 모호한 실정이다. 각 성과 요소에 포용적 성장 활동이 미치는 영향도 연구마다 차등적이기도 하다. 또한 이러한 연구들 대부분은 기업 간 동등한 관계를 가정한 뒤 진행되었다는 한계점이 있다. 그러나 국내 기업환경의 경우 원청

업체와 하청업체의 관계에서 동등한 관계란 존재하기 어렵다. 물품을 공급하는 하청업체는 매출의 상당부분을 원청업체에 의존하지만 원청업체는 그에 비해 의존도가 적다. 즉, 구매우위의 거래관계가 대기업과 중소기업 간 대부분의 관계에 해당되는 것이다. 따라서, 국내 기업들의 포용적 성장에 대한 동의를 구하기 위해서는 국내 거래관계 유형에 적합한 협력의 효과를 면밀히 살펴 보아야 할 것이다.

| 상호의존도에 따른 거래관계 유형 |

구매자 의존도 (구매자의 공급자에 대한 의존도)	낮음	상호 독립 (Independence)	구매자 우위 (Buyer Advantage)
	높음	공급자 우위 (Supplier Advantage)	상호 의존 (Interdependence)
		낮음	높음
		공급자 의존도 (공급자의 구매자에 대한 의존도)	

포용적 성장활동을 통한 국내 기업의 성과

그렇다면, 구매우위의 거래관계에서 포용적 성장활동이 진행된다면 그 관계는 어떤 결과를 나타낼까? 이번 보고서리뷰에서 선정한 연구에서는 국내 주요 4대 제조업(자동차, 일반기계, 조선, 통신기기)을 대상으로 설문조사를 진행하였고, 최종 599개의 표본을 선정하여 연구를 진행하였다. 협력과 성과의 관계를 보다 구체적으로 살펴보기 위해 본 연구는 협력을 세 가지로, 성과를 네 가지로 구분하여 연구를 진행하였다.

| 협력의 정의 |

협력의 구분		
관계적 협력	운영적 협력	지원적 협력
상호존중 및 파트너십 문화	운영 및 계획의 공유	기술 협력 및 교육 협력

협력은 항상 옳은가?

거래 의존성과 비선형 관계를 고려한 공급사들 협력에 대한 재고찰

| 성과의 정의 |

성과의 구분	
품질 성과	원가 성과
불량률 및 반품률	제조원가율 및 구성요소
납기 성과	유연성 성과
납기준수 및 재고회전을	주문환경 변화에 대한 대응

| 협력이 성과에 미치는 영향 분석 |

관계적 협력	▶	품질 성과(+)
		유연성 성과(+)
운영적 협력	▶	유연성 성과(+)
		공급사 기회주의(-)
지원적 협력	▶	품질 성과(U*)
		공급사 기회주의(-)

*감소 후 증가의 비선형 관계

협력과 성과의 관계를 살펴본 본 연구의 결과는 다음과 같다. 구매 우위의 거래관계를 가진 기업들에게서 대부분의 협력활동이 품질 성과와 유연성 성과를 증가시키는 것을 관찰할 수 있었다. 구체적으로, 품질 성과는 관계적 협력과 지원적 협력이 강해질수록 증가하는 관계를 보여 거래관계에 상호존중의 문화가 자리 잡거나 기술 및 교육 협력이 증가할수록 불량률 및 반품률이 낮아지는 것으로 나타났고, 유연성 성과는 관계적 협력과 운영적 협력이 강해질수록 증가하는 양(+)의 관계를 보여 상호존중의 문화가 자리 잡거나 운영 계획 등이 공유될 경우 시장환경 변화에 대응할 수 있는 능력이 높아지는 것으로 나타났다.

이와 더불어 협력은 공급사의 기회주의적 성향을 감소시키는 것으로 나타났다. 공급사의 기회주의적 성향이 만연한 환경에서 원청업체는 보험을 설정하거나 하청업체를 감시 하는 등의 소모적인 비용을 들이게 된다. 즉, 투명한 상황이라면 발생하지 않을 사회적 비용이 발생하게 되는 것이다. 이렇듯 협력은 기회주의적 성향으로 인해 발생하는 보험 및 감시비용을 줄여 사회적 비용 또한 감소시키는 역할을 수행하고 있음을 보여주고 있다.

이렇듯 포용적 성장 활동을 통한 성과는 존재한다. 비록 하나의 연구로 현상을 일반화할 수는 없지만, 본 연구는 2000년대 초반부터 지지되어온 포용적 성장의 이론적 배경과 함께 성과와의 관계에 대한 비가시성을 일부 걷어내는데 기여한 것으로 보인다. 또한 애플, 마이크로소프트, 인텔과 같이 협력을 통해 경쟁사 대비 우위에 있는 기업들 역시 포용적 성장의 성과를 보여주고 있다. 저 성장이 고착화되고 있는 지금, 내가 속한 기업과 나를 둘러싼 기업이 함께 성장할 수 있도록 우리의 DNA속에 포용적 성장을 각 인시켜야 하는 것이다.



▶ 국내동향

해외동향 ◀

① 국민권익위원회, 공공기관 해외출장 부당지원 전수조사

국민권익위원회는 5월부터 7월까지 중앙부처, 지방자치단체, 공직유관단체 등 청탁금지법과 공무원 행동강령의 적용을 받는 공공기관에 대해 전수점검을 통해 해외출장 부당지원 사례를 조사할 것을 밝혔다. 국민권익위원회는 국회의원 시절 외유성 출장의혹으로 낙마한 김기식 전 금융감독원장의 사례에 대해 “국회의원이 피감기관의 지원을 받아 출장을 가는 것은 청탁금지법 위반”이라는 입장을 표명하며, 전수점검 결과를 바탕으로 피감기관의 지원으로 해외출장을 가는 것을 원칙적으로 금지하고, 신고 및 결과 공개 시스템 개선 등 종합 대책을 마련하여 7월 중순으로 발표할 예정임을 밝혔다.

*참고 - 법률신문, 05.01.

<https://www.lawtimes.co.kr/Legal-News/Legal-News-View?serial=142656>

② 국민권익위원회, 15개국 공무원 대상 청렴교육과정 운영

지난 5월, 15개국의 외국 공무원들이 한국의 주요 반부패정책 연수를 목적으로 방한하였다. 국민권익위원회가 운영하는 청렴교육과정은 한국의 반부패 정책 소개 및 효과적인 시스템 구축을 위한 역량 강화를 목적으로 2013년부터 매년 세계 각국의 연수생을 모집해 진행되어 왔다. 15개국 16명이 참여한 이번 과정은 5월 7일에서 16일까지 열흘간 진행되었다. 교육내용에는 유엔 반부패협약 2주기 이행점검(2016년~2020년) 분야인 ‘부패 예방’, ‘부패수익 환수’와 더불어 국제 사회로부터 우수성을 인정받은 한국의 ‘청렴도 측정’, ‘부패방지정책 평가’, ‘신고자보호제도’ 등 주요 반부패 정책이 포함되었다. 아울러 세계적으로 높은 평가를 받고 있는 ‘청탁금지법’과 부패방지 경영시스템 가이드라인인 ‘ISO 37001’ 등의 내용도 함께 편성되었다.

*참고 - 이뉴스투데이, 05.08.

<http://www.ewestoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=1187500>

③ 블루홀, “성장은 함께 나눈다” 인당 최대 50억 인센티브

온라인게임 개발업체 블루홀은 자회사 펍지의 ‘배틀그라운드’ 게임개발 프로젝트에 참여한 구성원들에게 최대 50억 원의 인센티브를 지급했다. 초기 개발단계의 구성원에게는 10억에서 50억 원, 이후 합류한 구성원에게는 3천만 원을 차등 지급한 것이다. ‘배틀그라운드’는 서버 이별 슈팅게임으로, 글로벌 시장에 진출한 이후 13주 만에 매출 1억 달러를 기록, 4천만 장이 넘는 누적판매고를 올리는 상당한 성과를 거두고 있다. 이번 보상은 프로젝트의 설계단계에서부터 약속되었던 것으로, 한국 게임업계의 위상을 올린 성과에 맞게 책정된 것으로 알려져 있다. 김창한 펍지 대표는 회사가 지속적으로 성장해 간다면 직원들과 성과를 공유하는 철학을 계속 이어나갈 예정이라고 밝혔다.

*참고 - 동아일보, 05.01.

<http://news.donga.com/3/all/20180430/89876026/1>

① 브라질, 해외 부패행위의 근절을 위해 국제공조망 구축

브라질은 대형기업과 정부간 꾸준히 이어져온 뇌물사건 등으로 부패가 만연한 국가로 알려져 있다. 그러나 뇌물스캔들이 드러난 이후, 권력형 부패를 향한 사회적 분위기가 변하고 있다. 지난 3월 설문조사에 따르면, 부패수사를 계속해야 한다는 의견은 95%로, 부패수사를 중단해야 한다는 4%를 압도하며, ‘세차 작전’ 등과 같은 권력형 부패수사에 대해 사회전반에 공감대가 형성되어 있는 것을 보여주었다. 또한 콜롬비아 등 일부 중남미 국가 간 부패의혹에 대한 정보공유 등의 협력 방안이 모색되고 있는 것으로도 알려져, 브라질의 부패행위 근절을 위한 노력은 앞으로도 지속될 것으로 보인다.

*참고 - SBS 뉴스, 05.09.

https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1004748903

② 중국, 뇌물혐의로 기소된 전 총칭 당서기에 종신형 선고

중국의 유력한 차기 지도자들 중 한 명인 쑨정차이 전 중국 총칭의 서기가 280억 원 대의 뇌물수수죄로 종신형을 선고받았다. 검찰은 쑨정차이가 15년 간 다양한 공직에 머무르며 기업과 개인으로부터 뇌물을 받았다고 언급하였다. 일각에서는 시진핑 주석의 정적인 보 시라이 잔재 청산 등 숙청의 단계로 바라보는 시선도 있지만, 총칭 기율검사위는 이는 시진핑 주석의 강도 높은 반부패 운동의 일환으로, 앞으로 나아가기 위한 가장 중요하고 긴박한 정치 임무임을 강조했다. 쑨정차이는 종신형을 선고받았고, 동시에 정치적 권리 박탈과 더불어 개인재산을 모두 몰수당하는 처분을 받았다.

*참고 - 연합뉴스, 05.08.

<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2018/05/08/0200000000AKR20180508103600009.HTML>

③ 미국, 마이크로소프트 CEO의 AI개발과 윤리의식

사티야 나델라 마이크로소프트 대표는 5월 7일 컨퍼런스 기조연설에서 ‘기술의 발전은 개발자들에게 엄청난 기회를 제공하는 것과 동시에 그 만큼의 책임도 요구하고 있다’며, IT기업개발자들의 책임과 윤리의식의 중요성을 언급했다. 이는 페이스북 사용자 정보의 대량유출 사건을 염두에 둔 발언으로 해석된다. 특히 EU의 ‘일반 데이터 보호 규약(GDPR)’에 대해 “좋은 규제”라고 말하며 대다수의 실리콘밸리 기업들과는 다른 반응을 보인 것과 함께 마이크로소프트야말로 개인 사생활보호의 마지막 보루임을 강조했다. 나델라 CEO의 이러한 발언은 향후 클라우드 컴퓨팅 시장의 치열한 경쟁을 예측할 수 있는 대목으로 해석된다.

*참고 - 디지털타임스, 05.08.

http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2018050902102069607001



국내·외 행사 소식

▶ 국내행사

해외행사 ◀

① 한국윤리경영학회 춘계학술대회

기업윤리에 대한 논의 및 시대의 변화를 반영한 다양한 사례 공유

주최 한국윤리경영학회

일시 2018년 6월 2일

장소 서울, 건국대학교

② 2018 세계 탄소제로 엑스포

탄소제로를 위한 새로운 비즈니스 소개와 네트워크 구축

주최 세계탄소제로엑스포 조직위원회

일시 2018년 6월 14일 ~ 6월 16일

장소 경기도, KINTEX

① Responsible Business Forum on Sustainable Development 2018

포용적 성장, 혁신 등 17가지의 SDGs를 통합한 성공적 사례 공유

주최 Global Initiatives

일시 2018년 6월 25일 ~ 6월 27일

장소 Johannesburg, South Africa

② 1st Joint IMF-OECD-World Bank Conference on Structural Reforms

시장의 변화와 포용적 성장의 극대화 방안 등에 대한 논의 및 교류

주최 IMF, OECD, World Bank

일시 2018년 6월 11일

장소 Paris, France

✓ 청탁금지법 Check!

<사례소개>

검찰, 국립대 소속 전현직 교수 18명 청탁금지법 위반 혐의 인정

2017년 2월 퇴임 예정이었던 국립대 교수에게 후배교수 17명이 2016년 12월 고가의 골프채 세트를 선물한 사실이 밝혀져 청탁금지법 위반 혐의가 인정되었다. 본 사건은 후배 교수 17명이 “정년퇴임하는 사람에게 무슨 대가를 기대하겠나” 라며 퇴임 예정인 교수를 설득하여 760만 원 상당의 고가의 골프채 세트를 선물한 경우이다. 그러나 퇴임을 두 달 앞둔 상황이라도 교수는 청탁금지법 상 공직자 등에 해당하므로, 직무관련성과 상관없이 1회 100만원이 넘는 선물을 받는 것이 금지된다. 검찰은 청탁금지법 혐의가 인정되지만, 과거 관행에 따라 퇴임선물을 받은 점과 이후 선물에 상응하는 금액을 돌려줬다는 점을 감안하여 외국에 있는 후배 교수 1명에게는 기소중지 처분을, 나머지 17인에게는 기소유예 처분을 내렸다.

<변화하는 대한민국>

제약사들의 접대비 감소

청탁금지법은 영업특성 상 접대비 비중이 높은 제약산업의 비용 지출에 상당한 영향을 미친 것으로 나타났다. 2017년 56개 제약, 바이오 상장기업을 대상으로 감사보고서를 분석한 결과, 접대비 지출액은 2016년 대비 총 8.8% 감소한 것으로 집계되었고, 매출액 대비 접대비의 비중 또한 0.06% 감소한 것으로 나타났다. 특히 청탁금지법의 시행일인 2016년 9월 28일을 중심으로 살펴보면 더욱 의미 있는 시사점을 발견할 수 있다. 2015년 동 기간 대비 2016년 상반기에는 기업 당 약 2천만 원에 가까운 접대비가 추가적으로 지출되었지만 연간 총 접대비는 약 9% 감소된 것으로 보고되었다. 이는 그 해 시행된 청탁금지법이 산업 내 분위기에 영향을 미쳐 연간 접대비를 감소시킨 것으로 해석된다. 제약업계뿐만 아니라 청탁금지법 시행 이후 10대 그룹 상장사의 평균 접대비 역시 18% 감소했다는 보고도 있다. 청탁금지법의 영향은 단순한 법의 준수를 넘어 사회를 변화시켜가고 있는 것이다.

