현대·기아차, 세제혜택 수익 사회 환원해야

2009.12.22 | 이상동_새사연 경제연구센터장 | sdlee@saesayon.org

목 차

들어가며
잠정합의안에서 눈길을 끄는 대목, 사회공헌기금 40억 원
현대차의 눈부신 실적 뒤에 있는 명백한 사실 세 가지
대기업은 올해 순이익의 일정 비율을 사회에 환원해야

새로운 사회를 여는 연구원

http://saesayon.org

들어가며

"현대·기아차 세제 지원했더니 성과급 잔치냐"

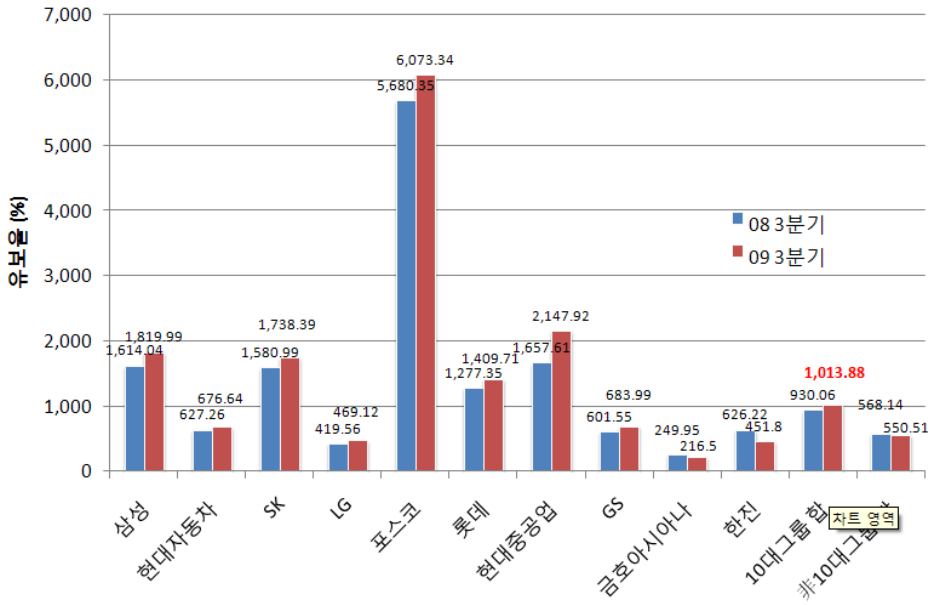
오늘 (22일) 오전 8개월간의 교섭 끝에 현대자동차 노사가 임금 및 단체협상이 잠정 타결되었다. 위 문장은 바로 그 하루 전에 작성된 모 경제지의 기사 제목이다. 결렬 시에 노동조합이 적법한(!) 파업을 예고한 것에 대해 언론이 노동조합을 압박하고자 다분히 의도적이고 선정적으로 제목을 뽑은 것이다. 하지만 사실관계로만 놓고 보았을 때 틀렸다고만 할 수 없는 것도 사실이다. 지난해부터 이어진 세계적 경제위기 이후 내수침체를 막기 위해 각 국 정부는 자동차 세제지원을 경쟁적으로 펼쳐 왔고 우리나라에서 그 열매의 상당부분은 현대·기아차가 가져간 것이 사실이기 때문이다. 그렇다면 임단협 협상이 마무리된 것과는 별개로 이 문제에 대한 논의가 있어야 하고 현대자동차 노사 양측이 사회적으로 책임져야 할 것은 아직 남아 있다고 할 것이다.

잠정합의안에서 눈길을 끄는 대목, 사회공헌기금 40억 원

노사의 교섭대표가 합의한 잠정합의안에는 기본급을 동결하고 성과급으로 돌린 문제, 노동시간 단축을 위해 추진되어 왔던 주간2교대 논의가 유예된 문제, 고용보장 확약서가 얼마나 실효적으로 준수되며 어느 노동자까지 적용되는지의 문제 등 다양한 쟁점과 평가 과제가 존재한다. 노동계와 언론들은 지금까지 우리 사회가 부여해 온 현대자동차 노사관계의 높은 상징성에 비추어 하나하나가 모두 대단히 중요한 함의를 가지는 것으로 다루고 있다. 하지만 잠정합의안의 주요 내용 중 하나를 담당하고 있는 사회공헌기금 40억 원에 대한 관심은 한켠에 제쳐둔 듯하다.

현대자동차는 올해 상반기 매출 14조 1119억 원, 경상이익 1조 2897억 원 등 눈부신 실적을 거두었고 3분기에도 사상 최대의 기록을 이어가고 있는 중이다. 이 기간 동안 현대차는 10조 1626억 원의 현금성 자산을 사내에 유보금으로 쌓아두게 되었고(삼성의 13조 5654억 원에 이은 2위) **10대 그룹 상장 계열사들의 유보율은 9월 말 현재 1000퍼센트를 돌파하게 되었다. 이상의 규모로 볼 때 사회공헌기금 40억 원은 그야말로 '껌 값'이다.**

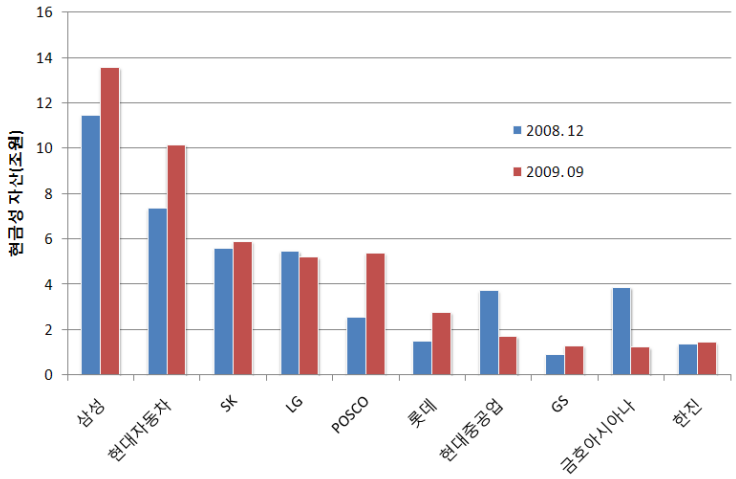
그림 1. 10대 그룹 상장계열사의 사내 유보율 현황(퍼센트)



* 주: 유보율 (퍼센트) = 이익잉여금을 자본금으로 나눈 비율

** 자료: 한국거래소, 한국상장회사협의회

그림 2. 10대 그룹 현금성 자산 증가 (조 원)



* 자료: 한국거래소, 한국상장회사협의회

현대차 눈부신 실적 뒤에 있는 명백한 사실 세 가지

사회공헌기금의 규모를 문제삼는 것은 현대차의 실적이 한국 사회의 지원과 희생을 토대로 한 것이기 때문이다. 2008년에 국세청에 등록된 법인 중 매출액이 0원 이상인 30만 개의 법인 기업의 전체 이윤 대비 30대 재벌기업의 순이윤은 60퍼센트

이상, 매출액은 40퍼센트(GDP의 100퍼센트 수준)에 이르고 있다. 이들 대기업들은 스스로의 노력으로 이윤을 얻었다고 생각할지 모르나 어떠한 상품도 '사회적으로 생산'되지 않는 것은 없다. 예컨대, 비정규직 사용과 중소기업의 납품단가 인하 없이 현대자동차의 이윤도 없는 것이다.

지금 한국 경제의 활력 저하와 고용의 압박은 대기업의 이윤이 사회적으로 환수되지도 않고 더 이상 재투자도 되지 않는 데(1,000퍼센트에 달하는 유보율)에 문제의 발단이 있다. **공동체에서 뽑아 낸 이윤을 다시 나눔으로써 공동체를 더욱 발전시켜야 하고 대기업 노조가 이러한 공동체의 요구를 대변해야 하지만 그렇지 못하다는 데에 비극이 존재한다.**

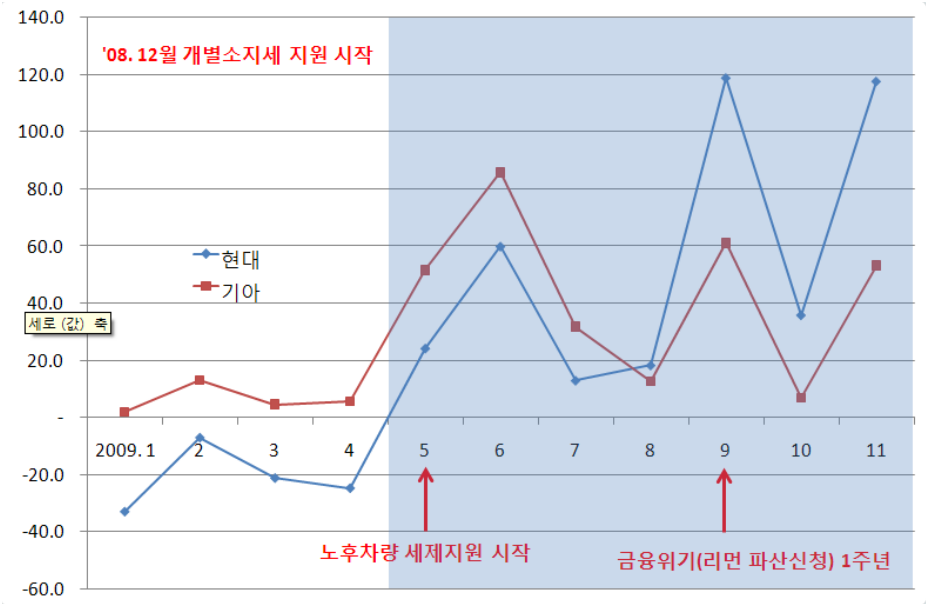
경기회복에도 불구하고 고용위기가 가시지 않고 있는 올해에는 특히 이러한 요구가 더욱 강화되어야 한다. 그 이유는 **첫째, 글머리에서 언급한 바와 같이 막대한 자동차 세제지원이 있었기 때문이다.** 경제위기 상황에서 자동차 산업을 활성화하기 위해 실시한 각종 세제지원 조치로 2009년도에 예상되는 세수 감소는 개별소비세와 교육세 등 국세 약 3,303억 원, 취득세. 등록세 등 지방세 약 3,195억 원 등 총 6,298억 원이다(이상 박선숙 의원실 보도자료).

둘째, 현대와 기아차는 세수감소의 혜택을 소비자에게로 돌리지 않았고 오히려 가격인상을 통해 자신의 이익을 극대화하는 수단으로 활용하였다. 지난해 말부터 올해 6월까지 실시된 개별소비세 30퍼센트 인하 조치, 올해 5월부터 12월까지 실시중인 노후차량 취등록세 인하 조치는 소형차 75만 원에서 대형차 250만 원 수준까지의 가격인하 요인을 발생시킨 바 있다. 그러나 이 기간 동안 현대차 등은 신차 출고를 이유로 최다 판매차종인 소나타의 7퍼센트 인상을 비롯해 베르나의 경우 최고 13.9퍼센트까지 가격인상을 단행한 것이다.

셋째, 현대.기아차는 쌍용차와 지엠대우의 유동성 위기 와중에서 국내 자동차산업의 독점구조를 더욱 강화하였다. 쌍용차와 지엠대우는 지난해부터 해외자본의 유동성 위기가 본격화되었고 여전히 위기가 완전히 해소되지 않은 상태에 놓여 있다. 대주주의 유동성 위기는 국내 산업에도 막대한 타격을 가하면서 생산라인이 멈추어 섰고 결과적으로 세제지원 기간 동안 혜택을 받을 수 없었다. **쌍용차의 노동자들이 옥쇄파업을 하고 하청기업 노동자들이 생산을 멈춰선 그 시간에도 현대.기아차의 노동자들은 할당된 물량을 생산하느라 동종 산업 노동자들의 투쟁에 연대하지 않았**

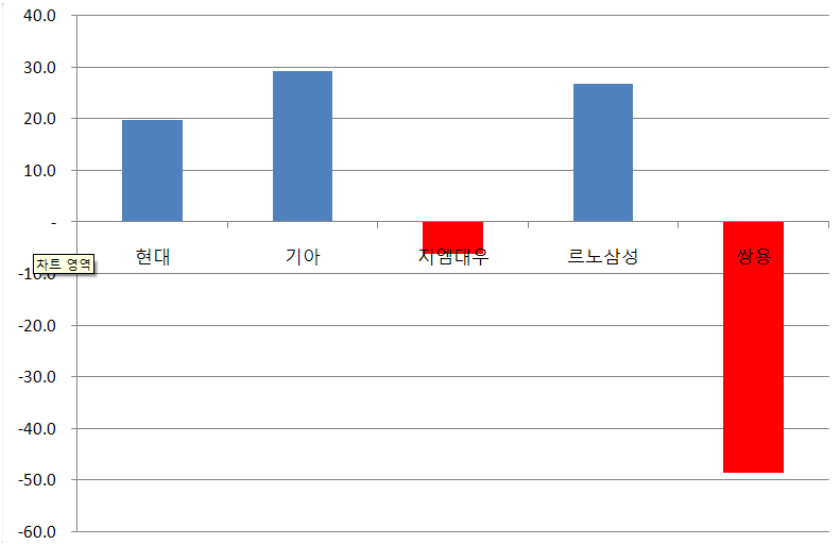
다.

그림 3. 현대기아차의 승용차(내수) 판매증가율(퍼센트)



* 자료: 한국자동차공업협회

그림 4. 2009년 완성차 5사 승용차(내수) 판매증가율(퍼센트)



* 자료: 한국자동차공업협회

대기업은 올해 순이익의 일정 비율을 사회에 환원해야

외환위기 이후 신자유주의적 구조개혁이 진행되고 운영원리가 확립되면서 기업의 주인은 주주라는 인식이 광범위하게 퍼져 있다. 그러나 기업은 '주주의 조직'이 아니라 '사회적 조직'이다. 기업의 임무를 막대한 이익을 얻어 주주에게 배당되는 것으로만 한정되어서는 안 된다는 뜻이다. 기업은 공동체의 삶을 안정시키고 생산력을 높이는 데 기여해야 하는 사회적 책임을 가진 조직이며 이미 그 구성이 사회적으로 형성되어 있는 조직이다.

전경련은 최근 "폭 넓은 사회공헌활동은 비용이 아니라 기업의 미래를 위한 투자이자 기업에 대한 사회적 이미지 제고를 위한 최상의 무기"라고 강조하고 있다(전경련 외, 2006, "2006년도 투명사회협약 경제계 실천계획"). 급속히 유행하고 있는 이른바 기업의 사회적 책임(Corporate social responsibility, CSR)을 이야기하면서 사회공헌활동과 사회공헌기금을 조성하는 차원인 셈이다. 그러나 전경련과 대기업은 그들 스스로 말하는 것처럼 CSR을 기업의 이미지 극대화를 위한 수단으로써 활용하고 있을 뿐이다.

단적으로 기부금 규모가 이를 말해주고 있다. 올해 3분기까지 대기업들의 기부금은 지난해보다 40퍼센트 가까이 줄어든 4439억 원이며 순이익 대비 1.6퍼센트에 불과하다(재벌닷컴 발표를 인용한 프레시안 2009년 12월 11일자 보도 재인용). 현대차와 정몽구 회장의 경우에는 기부금을 올해 상당 부분 늘렸다고는 하나 고운 시선을 주기 어렵다. 정몽구 회장은 현대기아차그룹의 3세 승계 등을 위해 2000억 원을 횡령하거나 배임한 혐의로 유죄판결을 받았고 2007년 집행유예를 받아 풀려나기 전에 1조 원의 사재출연을 이미 약속한 바 있기 때문이다. 올해 현대자동차와 정몽구 회장의 기부금은 각각 수백억 원에 불과하다.

사실 개별 기업이 얼마나 기부했느냐 하는 것은 중요하지 않다. 더 중요한 것은 사회적 재분배를 어떻게 제도화할 것이냐 하는 것이다. 사회적 재분배를 극대화하기 위해서는 기업의 선심이 아니라 적절한 조세정책을 통해 초과 이익을 국가로 환수하고 국가가 사회적 투자에 나서도록 하는 것이 중요하다. 한편 기업의 이익은 그것이 가능하도록 만들어 준 노동자들과 하청기업, 그리고 하청기업의 노동자들에게 갈 수 있도록 하는 것이 되어야 한다.

이미 오래전부터 이런 취지에 따라 대기업들의 사내 유보금을 사회적 기금으로 만들어야 한다는 요구가 있어 왔다. **올해에도 사내 유보금은 계속 늘어 연말까지 10대 그룹이 약 50조 원에 달하는 현금성 자산을 보유할 전망이다.** 경총 등 사용자단체는 이런 요구에 대해 반대하고 있다. 사내 유보금 처리는 주주의 권리이며, 고정자산 형태가 많아 처분이 용이하지 않고 아직도 국내 기업의 사내 유보금은 다른 나라 대기업에 비해 적은 수준이라는 것이다(KEF리포트, "금속노조의 기업 이익잉여금 사회기금 출연요구의 문제점", 경영계 2009년 6월호).

경영계는 사내 유보금의 사회적 기금화에 대해 그 필요성을 반박하고 있지는 않다. 다만 갖가지 제도적 문제를 들거나 글로벌 경쟁을 위해서는 어쩔 수 없다는 식이다. 백보 양보한다 하더라도 사회의 이익이 대기업들에 집중되고 있는 현 상황에서, 고용과 투자의 여력이 대기업들에만 있는 상황에서 **대기업들은 최소한 사내 유보금의 내역과 현금성 자산의 상세한 내역에 대해서 공개해야 한다.** 쌓여 있는 이익은 그들만이 잘해서 만들어진 것이 아닌 만큼 이해관계자들이 내역을 알도록 하는 것이 당연하다.

또한 경제위기를 맞아 국민경제 전체가 위기에 빠진 상황에서 **국가의 세제혜택으로 상당부분 이익실현을 했다면 최소한 올해 순이익의 일정 비율은 사회기금으로 내어놓는 행동을 해야 할 것이다.** 지금까지 현대자동차의 사례를 보았듯이 올해 이익은 분명히 사회 구성원들의 특별한 지원과 희생으로 이루어진 것이지 않은가?

마지막으로 노동조합에도 당부한다. **노동조합은 현대.기아차 경영진에게 보다 강력하게 이를 촉구해야 하며, 동시에 성과급의 일부를 출연해 스스로도 성의를 보이는 것이 대기업 노동자로서의 사회적 책임이 될 것이다.**