

규제연구 제21권 제1호 2012년 6월

# 계열사 간의 거래에 있어서 시장상황을 반영한 합리적 거래조건의 결정

권남훈\* · 김종민\*\* · 전성훈\*\*\* 정진화\*\*\*\*

계열사 사이의 거래는 일종의 “포획시장(captive market)” 거래로서 거래 자체는 기업집단 차원에서 어느 정도 명령적으로 결정되는 측면이 있지만, 거래조건의 결정은 시장상황을 반영해야 한다는 양면성을 지니고 있다. 공정거래법과 세법의 집행기관은 계열사 사이의 거래 조건의 자의적인 결정이 불공정거래의 수단 혹은 조세회피 목적으로 악용될 가능성이 있음에 항시 주목하고 있다. 본 논문에서는 공정거래법이나 조세법상 요구되는 독립거래의 원칙(arm's length principle)과 이에 부합되는 경제학적 모형을 살펴보고 이를 실제 거래조건 결정과정에 적용할 수 있는 현실적인 방안을 검토한다.

핵심용어: 내부거래, 독립거래의 원칙, 거래조건

JEL 분류기호: L2, L4, M2

\* 제1저자, 건국대학교 경제학과 부교수, 서울시 광진구 화양동 1번지(namhoon@konkuk.ac.kr)

\*\* 공동저자, 국민대학교 경제학과 교수, 서울시 성북구 정릉동 861-1(ec-cmkim@kookmin.ac.kr)

\*\*\* 공동저자, 서강대학교 경제학부 교수, 서울시 마포구 신수동 1번지(jeonsh@sogang.ac.kr)

\*\*\*\* 공동저자, 서강대학교 시장경제연구소 연구원, 서울시 마포구 신수동 1번지(jhchung76@sogang.ac.kr)

\*\*\*\*\* 이 논문은 2010년도 정부재원(교육과학기술부 인문사회연구역량강화사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2010-330-B00091).

접수일: 4/25, 게재확정일: 5/31

## I. 서론

노벨경제학상 수상자인 Coase(1937)의 선도적인 연구 이래로 경제학에서는 시장과 기업을 거래가 이루어지는 두 가지의 선택적 대안으로 인식하였고, 각 거래방식의 장단점에 대한 연구가 활발하게 이루어져 왔다. 시장에서의 거래는 독립된 두 기업이 시장상황과 교섭력을 전제로 각자 자신의 거래이익을 최대화하려는 과정에서 그 조건이 결정되지만, 기업내부의 거래는 최고 경영자의 명령에 따라서 수행되고 그 조건은 구성원 사이의 적절한 성과배분 및 유인 제공을 위해서 설계된다. 한편 시장거래와 기업내부거래의 중간적 영역에 속한다고 할 수 있는 계열사 사이의 거래는 일종의 “포획시장(captive market)” 거래로서 거래 자체는 기업집단 차원에서 어느 정도 명령적으로 결정되는 측면이 있지만, 거래조건의 결정은 시장상황을 반영해야 한다는 양면성을 지니고 있다고 할 수 있다.

특히 개개의 계열사는 동일 기업집단에 속한다고 할지라도 각각은 법적으로 독립된 주체이고, 또한 기업집단과 이해를 달리하는 제3의 이해당사자(stakeholder)가 존재한다. 이들 제3의 이해당사자들은 자신의 이익을 결정하는 계열사 간의 거래조건의 결정방식에 대하여 첨예한 관심을 기울이고 있다. 더욱이 공정거래법과 세법의 집행기관은 계열사 사이의 거래조건의 자의적인 결정이 불공정거래의 수단 혹은 조세회피 목적으로 악용될 가능성이 있음을 항상 주목하고 있다. 계열사 간의 거래가 시장상황을 반영하여 합리적으로 결정되어야 함은 바로 이러한 이유에서이다.

공정거래법은 “부당하게 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 가지급금·대여금·인력·부동산·유가증권·상품·용역·무체재산권 등을 제공하거나 현저히 유리한 조건으로 거래하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위”를 “부당지원행위”로 금지하고 있다(공정거래법 제23조 제1항 7호). 부당지원행위가 성립하기 위해서는 ① 지원행위성, ② 지원행위의

현저성, ③ 부당성이 인정되어야 하며, 물품거래의 경우 이는 지원주체와 지원객체 간 거래 가격과 정상가격의 차이로 판단된다. 여기서 “정상가격”이란 “지원주체와 지원객체 간에 이루어진 경제적 급부와 동일한 경제적 급부가 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 유사한 상황에서 당해 지원객체와 그와 특수관계가 없는 독립된 자 간에 지원주체의 지원 없이 이루어졌다면 적용되었을 거래가격”을 의미한다(공정위 「부당한 지원행위의 심사지침」).

한편 법인세법은 “특수관계자 사이의 거래로서 경제적 합리성을 결여한 거래형식 등을 취하여 법인의 조세부담을 부당하게 감소시킨 경우”를 “부당행위계산”이라고 하여, 과세관청으로 하여금 그 법인의 각 사업연도 소득금액을 정당한 거래형식 등을 기준으로 다시 계산하도록 하고 있다(법인세법 제52조 제1항). 일반적으로 거래 등에 있어서 경제적 합리성은 시기와 특수관계 간의 거래를 비교하여 판단하게 되는데, “시기”란 “사회통념 및 상거래 관행과 특수관계자가 아닌 자 간의 정상적인 거래에서 적용되거나 적용될 것으로 판단되는 가격”을 의미한다(법인세법 제 52조 제2항). 이러한 점에서 세법상의 시기는 공정거래법상의 정상가격과 개념적으로 거의 동일하다고 할 수 있다. 또한 기업집단과 무관한 제3의 이해관계자 역시 이러한 “시기”나 “정상가격”으로 거래가 이루어질 경우 이의를 제기할 수 없을 것이다.

본 연구의 목적은 제3의 이해관계자, 공정거래위원회 및 과세관청의 우려를 불식시킬 수 있는 시장상황에 따른 계열사 간의 합리적 거래조건 결정방식을 검토하고, 이를 기초로 실제 거래조건 결정과정에 적용할 수 있는 현실적인 방안을 검토하는 것이다. 계열사 간의 거래조건이 합리적이기 위해서는 독립거래의 원칙(*arm's length principle*), 즉 독립적 경제주체 간의 거래에서 적용되는 원칙에 부합해야 한다. 특수관계자 간의 거래라 할지라도 제3의 이해관계자가 이의를 제기하지 않고, 공정거래법이나 조세법상의 문제를 야기하지 않기 위해서는, 결국 독립거래의 원칙에 따라야 할 것이다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. II장에서는 판매자와 구매자가 동일 기업집단에 속하는 특수관계자가 아닌 독립적인 경제주체인 경우의 거래방식에 대한 경제학적 모형을 검토함으로써 독립거래의 원칙의 기본을 제시한다. III장에서는 독립거래의 원칙에 부합하는 거래조건을 찾아내는 실무적인 방법으로 알려진 이전가격 결정방법(*transfer pricing method*)을 검토한다. 이전가격 결정방법은 주로 국제적 조세분쟁을 방지하기 위해서 개발된 것인데 본 논문에서는 현재 국제적으로 인정되는 표준적인 이전가격 결정방법들을 살펴보고 이를 II장에서 제시한 독립적 거래의 경제학적 모형의 틀 안에서 재해석한다. IV장에서는 2000년 이후 공

정거래위원회의 부당내부지원행위에 관한 심결 중 독립적 거래원칙에 위반되어 부당성이 인정되었다고 판단되는 대표적인 심결을 대상으로 표준적인 이전가격의 결정방법들이 어떻게 적용되었는지 살펴보게 될 것이다. V장에서는 가상의 예를 바탕으로 하여 II장과 III장의 방법론을 단계별로 적용함으로써 독립거래의 원칙에 부합하는 거래조건을 도출하여 본다. VI장은 결론이다.

## II. 독립적 거래의 경제학적 모형

본 장에서는 판매자와 구매자가 동일 기업집단에 속하는 특수관계자가 아닌 독립적인 경제주체인 경우 성립하는 거래에 대한 경제학적 모형을 검토함으로써 독립거래 원칙의 기본을 이해하고자 한다. 이러한 경우를 다루는 경제학적 모형은 다수 존재하지만 여기서는 그 중에서도 가장 기본적인 Nash(1953)의 협상해(Nash bargaining solution)를 중심으로 논의를 진행한다.

### 1. 내쉬 협상해를 이용한 접근의 적절성

독립적 경제주체 간 거래에 대한 경제학적 모형들을 심층적으로 평가하는 것은 본 논문의 목적과는 부합하지 않는다. 하지만 협상이론의 다양한 모형들 중에서도 내쉬 협상해를 특히 본 연구의 준거 틀로 채택한 이유에 대해서는 간단히 언급할 필요가 있을 것이다. 잘 알려져 있는 것처럼 내쉬 협상해는 몇 가지 바람직한 공준으로부터 도출되는 규범적 성격의 공준적 협상해(axiomatic bargaining solutions)의 하나인데, 경제학에서는 다른 대안적인 규범적 협상해가 제시되었을 뿐만 아니라, 비협조적 게임이론의 발전에 따라서 구체적인 협상모형을 전제로 한 다양한 전략적인 협상해(strategic bargaining solutions)도 도출되고 있기 때문이다.

하지만 내쉬 협상해는 규범적 협상해로서 바람직한 성질을 갖추고 있을 뿐 아니라 본 논문이 관심을 두고 있는 계열사 간 거래의 특성에도 부합한다. 예를 들어 내쉬 협상해의 대안적인 다른 규범적인 협상해로서는 매우 간단한 평등(egalitarian), 공리주의(utilitarian) 해 외에도 Kalai and Smorodinsky(1975)가 제시한 상당히 정치한 형태의 해 등이 존재한다. 하지만 이들

중에서도 내쉬 협상해는 바람직한 몇 가지 공준들, 즉 파레토 효율성, 대칭성, 효용함수의 양의 선형변환에 대한 독립성, 무관한 대안으로부터의 독립성 등 네 가지 공준을 충족하는 유일한 규범적 협상해로 알려져 있다.<sup>1)</sup> 또한, 계열사 간의 거래에서 각 계열기업의 효용은 개인의 경우와는 달리 화폐단위로 표현 가능한 이전가능 효용(transferable utility)으로 간주할 수 있을 것이다. 그런데 이 경우 평등 해 및 Kalai and Smorodinsky 해는 내쉬 협상해와 일치하고, 공리주의 해 역시 내쉬 협상해를 포함한다. 한편, 협조적 게임이론에서의 Shapley(1953)의 결과 역시 검토대상이 될 수 있다. Shapley value는 부분 연합체(partial coalitions)의 형성이 가능한 경우의 협조적 협상해로서 내쉬 협상해를 발전시킨 것이라고 볼 수 있다. 그런데 본 연구에서 살펴보는 두 계열사 간의 거래조건의 협상의 상황에서는 부분 연합체가 사실상 양자 간 거래의 결렬에 해당하기 때문에 Shapley value는 내쉬 협상해와 같게 된다. 따라서 본 연구의 대상이 되는 계열사 간 합리적 거래조건을 추론하는 데 있어서 바람직한 공준들로부터 도출되는 규범적 협상해를 준거의 틀로 삼는다면 내쉬 협상해를 채택하는 것에 큰 무리가 없다고 할 수 있을 것이다.

그런가 하면, 계열사 간의 협상 상황을 구체적으로 상징할 경우 내쉬 협상해와 같은 규범적 접근보다는 비협조적 게임이론을 응용한 전략적 접근이 좀 더 현실적이지 않느냐는 의문이 제기될 수도 있다. 하지만 공정거래법과 조세법 등이 요구하는 독립적 거래원칙을 적용함에 있어서 규범적 접근에서 고려되는 대칭성 및 효율성을 넘어서는 완전한 비협조적 전략적 접근에 기초하는 것이 적절할지는 의문이다. 더욱이 Rubinstein, Safra, and Thompson(1992)의 분석에 따르면 이론적으로도 내쉬 협상해가 현실적인 순차적 협상모형의 결과로도 나타나고 있음을 보여주고 있다. 이미 언급한 대로 내쉬 협상해는 의미 있는 협상해라면 충족시켜야 하는 혹은 크게 차이가 나서는 안 되는 필요조건적인 성격을 지니고 있고, Bolton(1991) 등 많은 논문들은 실제 현실에서 내쉬 협상해가 상당히 많은 경우 선택되고 있음을 보고하고 있다. 또한 III장에서 살펴보겠지만 다국적 기업에 대한 국제조세 실무상 목적으로 개발되어 적용되고 있는 다양한 이전가격 결정방법들 역시 내쉬 협상해에 기초하여 도출한 외부대안을 포함한 독립적 거래모형과 일관되게 해석될 수 있다.

1) 평등 해 및 공리주의 해는 효용함수의 양의 선형변환에 대해 독립적이지 않고, Kalai and Smorodinsky 해는 무관한 대안으로부터 독립적이지 않다. 이러한 다양한 공준적 협상해의 성격에 대해서는 Mas-Colell, Whinston, and Green(1995, pp.838-849)를 참조할 수 있다.

이상과 같은 점들을 감안할 때 본 논문에서 내쉬 협상해를 기본적 준거들로 삼아서 독립 거래의 경제학적 모형을 제시한 것은 정당화될 수 있을 것이다.

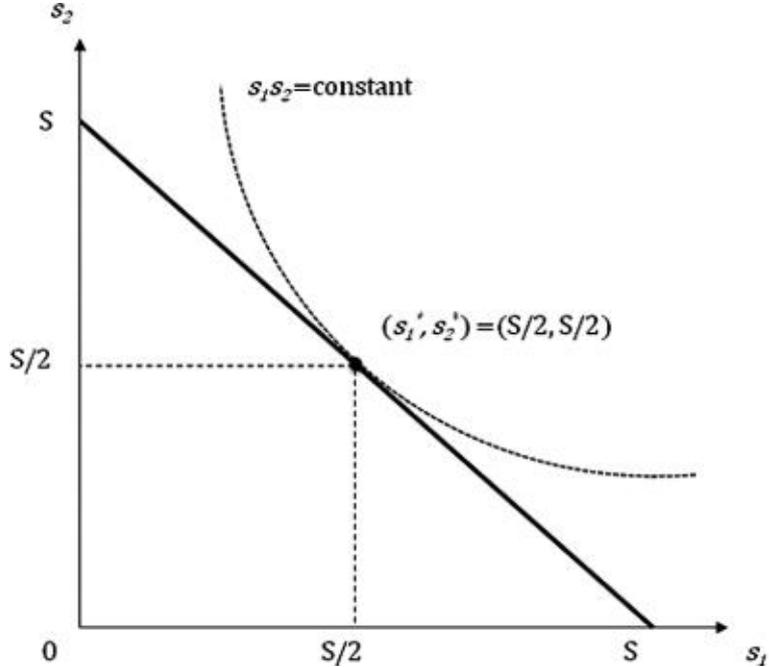
## 2. 외부대안이 없는 경우의 독립적 거래모형

먼저 단순화를 위해서 독립적인 판매자와 구매자에게 외부대안(outside option)이 없는 경우를 상정하여, 이들 사이의 성립할 거래조건의 결정을 살펴보기로 한다. 예컨대 사업자1과 사업자2가 독립적으로 중간재 1단위를 거래한다고 가정해 보자. 판매자로서 사업자1이 최소한 받아야 하는 유보가격(reservation price)을  $c_1$  이라고 하고, 구매자로서 사업자2가 최대한 지불하고자 하는 유보가격을  $v_2$  라고 가정한다. 판매자인 사업자1은  $c_1$  이상을 받으려고 하고, 구매자인 사업자2는  $v_2$  이하를 지불하려고 할 것이다. 이때 거래가 이루어지면 일단  $c_1 < v_2$  여야 할 것이고, 거래가격  $p^*$  는  $c_1 \leq p^* \leq v_2$  의 범위 내에서 양측의 상대적 협상력에 의해서 결정될 것이다. 즉 판매자의 협상력이 상대적으로 강한 경우라면 가격은  $v_2$  에 가까워지고 반대로 구매자의 협상력이 상대적으로 강한 경우라면 가격은  $c_1$  에 가까워지게 될 것이다.

그런데 만일 두 사업자의 협상력이 대등한 경우라면 가격은 어떻게 될 것인가? 이를 분석하기 위해 우선 두 사업자 간 거래잉여(trade surplus)를  $S \equiv v_2 - c_1$  으로 정의한다. 이때 두 사업자 간의 협상은 거래잉여  $S$  를 어떻게 나누는가에 대한 합의가 된다. 거래잉여의 배분은 양측의 협상력에 의존하게 되지만, 외부대안(outside option)이 없다면 이 거래는 파국에 이르게 될 것이다. 이 경우 각 사업자는 각각 0을 얻게 된다고 가정하기로 한다.

이러한 상황에서 대등한 협상력을 비롯한 몇 가지 바람직한 조건이 충족될 때 Nash(1953)가 제시한 협상의 결과는  $s_1 + s_2 = S$ ,  $s_1 \geq 0$ ,  $s_2 \geq 0$  를 만족하면서,  $s_1 \times s_2$  를 가장 크게 만드는  $s_1$ ,  $s_2$  로서 아래 <그림 1>에서 보듯이  $s_1^* = s_2^* = S/2$  가 된다. 단  $s_1$  과  $s_2$  는 거래의 총잉여  $S$  중 사업자 1과 2가 각각 차지하는 몫을 나타낸다. 이러한 결과를 낳는 협상 가격은  $p^* = \frac{c_1 + v_2}{2}$  가 될 것이다.

〈그림 1〉 외부대안이 없는 경우 내쉬 협상해

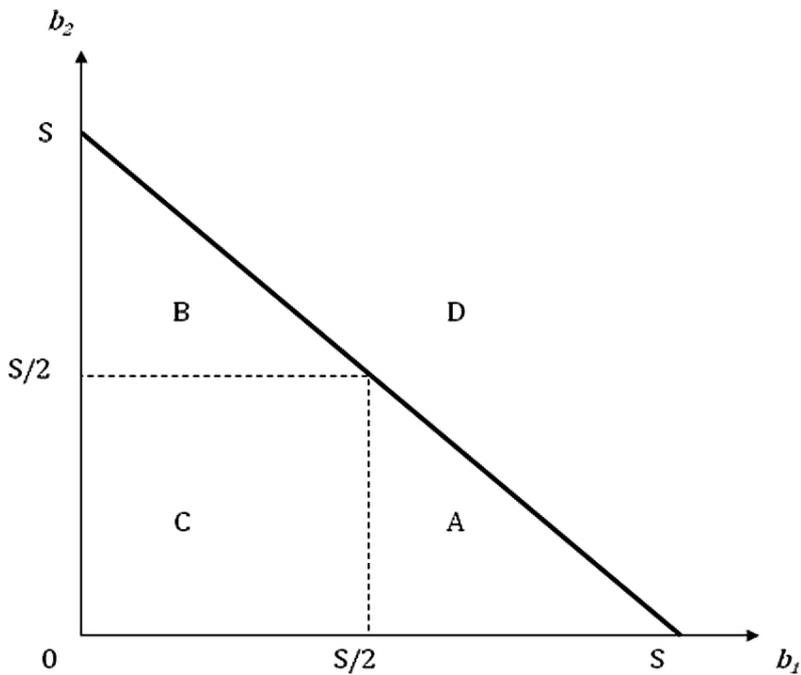


### 3. 외부대안이 있는 경우 독립적 거래모형

만일 두 사업자의 협상력이 대등하지 않은 경우는 어떻게 될 것인가? 이에 대한 답은 협상력을 무엇으로 보는가에 따라 달라질 수 있다. 일반적으로 협상력은 다양한 요인에 의해 영향을 받지만, 많은 경우 협상력은 거래 당사자가 지니고 있는 외부대안(outside option)이 가장 중요하다. 예를 들어 사업자1이 사업자2가 아닌 다른 사업자에게 중간재를 판매할 수 있으며, 그 경우 단위당 가격을  $p_1$ 으로 받을 수 있다고 하자. 그러면 사업자1은 사업자2와의 거래에서 결코  $p_1$  이하로 판매하지 않으려고 할 것이다. 마찬가지로 사업자2가 사업자1이 아닌 다른 사업자로부터 중간재를 구매할 수 있으며, 그 경우 단위당 구매가격이  $p_2$ 라고 하자. 그러면 사업자2는 사업자1과의 거래에서 결코  $p_2$  이상을 지불하지 않으려고 할 것이다. 외부대안이 존재하는 경우 독립적 거래모형의 주요 결정변수인  $c_1, v_2, p_1, p_2$  사이에는  $c_1 < p_1 < p_2 < v_2$ 의 관계가 성립한다고 가정해도 무방하다.<sup>2)</sup>

이러한 외부대안은 거래에서 협상력의 강화를 가져오게 됨은 자명하다. Binmore, Rubinstein and Wolinsky(1986)에 의하면 외부대안이 주어진 경우의 협상해는 다음과 같이 구해진다. 우선  $b_1 \equiv p_1 - c_1$  이라고 하고,  $b_2 \equiv v_2 - p_2$  라고 하자. 즉  $b_1$ 은 사업자1이 외부대안을 선택한 경우의 거래이득이고,  $b_2$ 는 사업자2가 외부대안을 선택하였을 경우의 거래이득이다. 외부대안이 있을 경우의 독립적 거래의 결과는 두 사업자의 거래이득과 거래의 총 잉여  $S$ 의 상대적 크기에 따라서 달라진다. <그림 2>는 두 사업자의 외부거래이득 ( $b_1, b_2$ )의 영역을 양자거래의 총잉여  $S$ 와 비교하여, 네 영역으로 구분하여 나타낸 것이다.

<그림 2> 두 사업자의 거래이득의 영역구분



2) 우선 양자 간의 거래잉여가 존재하려면  $c_1 < v_2$  이어야 한다. 그리고 판매자에게 외부대안이 의미 있는 것이기 위해서는  $c_1 < p_1$  이어야 하고, 당해 구매자와의 거래가 성립하려면  $p_1 < v_2$  이어야 할 것이다. 또한 대칭적으로 구매자에게 외부대안이 의미 있는 것이기 위해서는  $p_2 < v_2$  이어야 하고, 당해 판매자와의 거래가 성립하려면  $c_1 < p_2$  이어야 할 것이다. 마지막으로 만약  $p_1 < p_2$  이면 양측이 외부대안을 선호하게 되어서 거래가 결렬될 것이다.

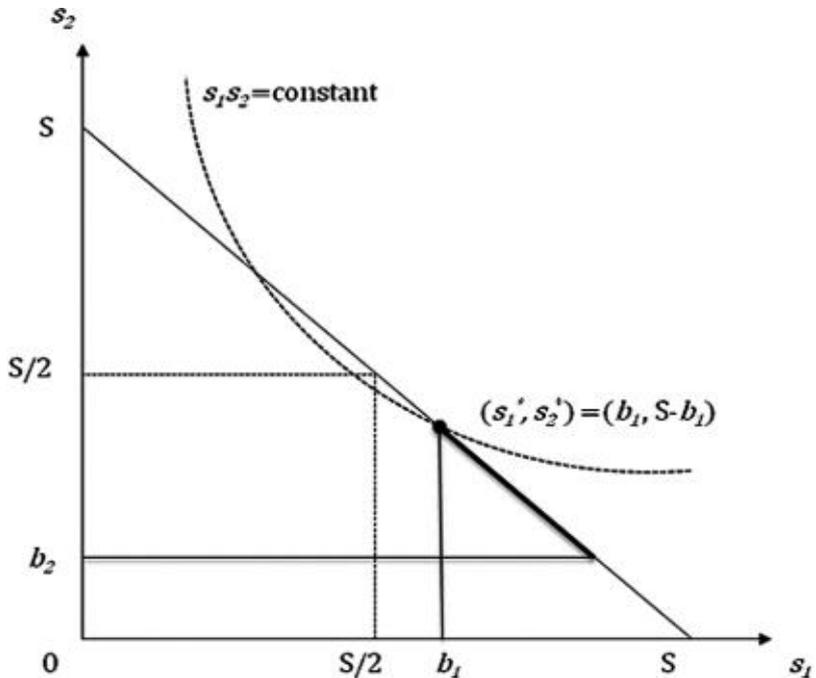
이때, 두 사업자의 거래이득이 위 그래프상의 어디에 존재하느냐에 따라서 독립적인 사업자 간의 거래협상의 결과로 나타나는 거래잉여의 분할은 다음과 같을 것이다:

$$(s_1^*, s_2^*) = \begin{cases} (b_1, S - b_1) & \text{if } (b_1, b_2) \in A \\ (S - b_2, b_2) & \text{if } (b_1, b_2) \in B \\ (\frac{S}{2}, \frac{S}{2}) & \text{if } (b_1, b_2) \in C \end{cases} \quad (1)$$

단,  $(b_1, b_2) \in D$ 인 경우는 협상은 결렬되고, 두 사업자는 외부대안을 선택하여 각각  $b_1$ ,  $b_2$ 의 외부거래이익을 얻게 된다.

(1) Case A (판매자 우위의 시장): 판매자의 외부대안 편익이 크고, 구매자의 외부대안 편익은 작은 경우

〈그림 3〉 판매자 우위의 시장에서 독립적 거래 결과

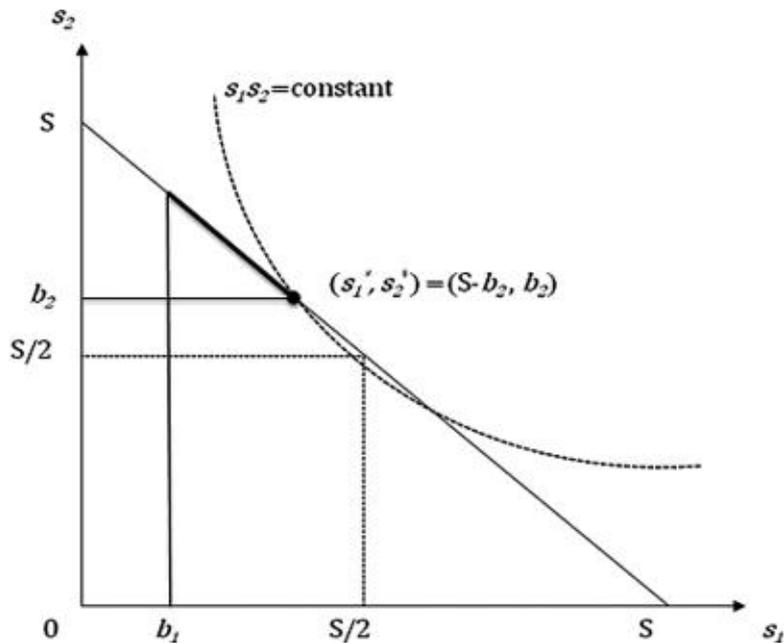


먼저 Case A는  $(b_1, b_2) \in A$ , 즉  $b_1 > \frac{S}{2}$ 와  $b_2 < \frac{S}{2}$ 가 성립하는 경우이다. 판매자의 입장에서 외부대안을 선택하는 것이 외부대안이 없는 경우의 내쉬 협상해보다 우월한 결과를 가져오고, 구매자의 입장에서 그렇지 않은 판매자 우위의 시장(seller's market)이라고 할 수 있다. 이 경우 내쉬 협상해의 취지에 부합하는 협상의 결과는  $s_1 + s_2 = S$ ,  $s_1 \geq b_1, s_2 \geq b_2$ 를 만족하면서,  $s_1 \times s_2$ 를 가장 크게 만드는  $s_1, s_2$ 로서 <그림 3>에서 보듯이  $s_1^* = b_1, s_2^* = S - b_1$ 이 된다.

이러한 결과를 가져오는 독립적 거래가격은  $p^* = p_1$ 이 된다. 즉 판매자 우위의 시장에서는 비록 계열사 상이의 양자거래라 할지라도 독립거래의 원칙(arm's length principle)에 부합하기 위해서는 판매자가 외부대안에서 얻을 수 있는 이익을 보장해 주어야 하므로, 독립적 거래가격은 외부판매 대안가격이 되는 것이다.

(2) Case B(구매자 우위의 시장): 판매자의 외부대안 편익은 작고, 구매자의 외부대안 편익은 큰 경우

<그림 4> 구매자 우위의 시장에서 독립적 거래 결과

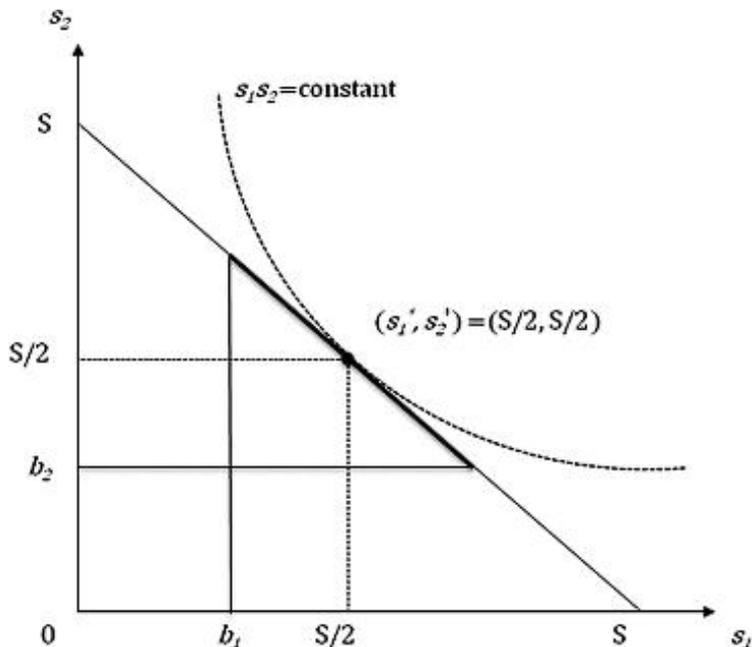


다음으로 Case B는 Case A와 반대의 경우로서,  $(b_1, b_2) \in B$ , 즉  $b_1 < \frac{S}{2}$ 와  $b_2 > \frac{S}{2}$ 가 성립하는 경우이다. 구매자의 입장에서는 외부대안을 선택하는 것이 외부대안이 없는 경우의 내쉬 협상해보다 우월한 결과를 가져오고, 판매자의 입장에서는 그렇지 않은 판매자 우위의 시장(buyer's market)이라고 할 수 있다. 이 경우 내쉬 협상해의 취지에 부합하는 협상의 결과는 <그림 4>에서 보듯이  $s_1^* = S - b_2$ ,  $s_2^* = b_2$ 가 된다. 이러한 결과를 가져오는 독립적 거래가격은  $p^* = p_2$ 가 된다. 즉 구매자 우위의 시장에서는 비록 계열사 상이의 양자거래라 할지라도 독립거래의 원칙(arm's length principle)에 부합하기 위해서는 구매자가 외부대안에서 얻을 수 있는 이익을 보장해 주어야 하므로, 독립적 거래가격은 외부구매 대안가격이 되는 것이다.

(3) Case C: 판매자와 구매자 모두 외부대안의 편익이 그리 크지 않은 경우

Case C는  $(b_1, b_2) \in C$ , 즉  $b_1 \leq \frac{S}{2}$ 와  $b_2 \leq \frac{S}{2}$ 가 성립하는 경우로서, 판매자와 구매자 모두 외부대안을 선택하는 것이 외부대안이 없는 경우의 내쉬 협상해보다 우월하지 않은 상

<그림 5> 양측 모두 외부대안의 편익이 그리 크지 않은 경우



황이다. 판매자, 구매자 어느 측도 우위에 있지 않은 이러한 경우 내쉬 협상해의 취지에 부합하는 협상의 결과는  $s_1 + s_2 = S$ ,  $s_1 \geq b_1$ ,  $s_2 \geq b_2$ 를 만족하면서,  $s_1 \times s_2$ 를 가장 크게 만드는  $s_1, s_2$ 로서 <그림 5>에서 보듯이  $s_1^* = b_1$ ,  $s_1^* = s_2^* = \frac{S}{2}$ 가 된다. 이 경우는 양측의 외부대안 가격이 협상결과에 영향을 미치지 않을 것이므로, 독립거래의 원칙에 부합하는 가격은 외부대안이 없는 경우의 내쉬 협상해와 같이  $p^* = \frac{c_1 + v_2}{2}$  수준에서 결정된다.

#### (4) Case D: 구매자와 판매자 양측 혹은 어느 한편이 외부대안을 선택하여 협상이 결렬되는 경우

마지막으로 Case D는,  $(b_1, b_2) \in D$ , 즉  $b_1 + b_2 > S$ 가 성립하여, 양측의 외부대안 편익의 합이 양자 간 거래의 총잉여보다 큰 경우이다. 이 경우는 판매자, 구매자 양측 모두 외부대안을 선택하는 것이 더 나아서 양자 간 거래가 결렬된다. 예컨대 사업자1 외부판매 대안 가격은  $p_1 = 87$ 이고, 사업자2의 외부구매 대안가격은  $p_2 = 83$ 인 상황이다. 이 경우  $b_1 = b_2 = 7 > \frac{S}{2} = 5$ 이어서  $b_1 + b_2 > S = 10$ 이 된다. 양측 모두 양자 사이의 거래보다 외부대안을 더 선호하여 거래가 결렬된다. 사업자1은 87 이하로 판매하지 않을 것이고, 사업자2는 83 이상으로 구매하지 않으려 할 것이기 때문이다. 이 수치 예는 좀 더 일반적인  $p_1 > p_2$ 의 한 예로서, 이러한 경우는  $b_1 + b_2 = (p_1 - c_1) + (v_2 - p_2) > S$ 가 되는 것이다. 앞에서  $p_1 > p_2$ 가 성립하는 경우 양자 간 거래가 결렬된다고 한 이유가 바로 여기에 있다.

그러나 사업자1이 직면하는 중간재의 수요시장 가격과 사업자2가 직면하는 중간재 공급시장 가격이 다르지 않다면, 이러한 상황은 발생하기 어렵다. 즉 일반적으로  $p_1$ 과  $p_2$ 는 큰 차이가 없고, 대개의 경우  $p_1 < p_2$ 가 성립한다. 예컨대 외부대안이 수출과 수입이라고 한다면, 사업자1의 수출가격이 사업자2의 수입가격보다 약간 낮은 것이 일반적이다. 따라서 위의 수치 예는 비현실적이라 할 수 있다. 간단한 계산을 해보면,  $p_1 = p_2$ 인 경우는  $b_1 + b_2 = S$ 이고,  $p_1 < p_2$ 인 경우는  $b_1 + b_2 < S$ 가 된다. 따라서  $(b_1, b_2)$ 가 D의 영역에 속하는 경우는 현실적이지 않다.

그러나 협상이 결렬되는 매우 중요한 현실적인 상황이 존재한다. 이는  $b_1 > S$ 이거나

$b_2 > S$ 인 경우이다. 전자는 매우 강한 판매자 우위의 시장(strong seller's market)이든지 혹은 매우 비효율적 구매자이든지 둘 다여서 판매자는 양자 간의 거래의 총잉여 전부를 얻는 것보다 외부판매 대안을 선택하는 것이 나은 경우이다. 한편 후자는 거꾸로 매우 강한 구매자 우위의 시장(strong buyer's market)이든지 혹은 매우 비효율적 구매자이든지 둘 다여서 구매자는 양자 간의 거래의 총잉여 전부를 얻는 것보다 외부구매 대안을 선택하는 것이 나은 경우이다. 후자의 예를 들면, 앞의 수치 예에서 사업자2의 외부구매 대안가격이  $p_2 = 75$ 인 경우  $b_2 = v_2 - p_2 = 15$ 가 되어 사업자1과의 거래 자체를 포기하게 될 것이다. 이러한 상황은 중간재 시장상황이 강한 구매자 우위이고 사업자1의 생산이 비효율적일 때 발생할 수 있다.

따라서 판매자와 구매자의 거래가 성사되는 것 자체가 독립거래의 원칙(arm's length principle)에 부합하기 위해서는 그 전제조건으로서  $b_1 \geq S$ 와  $b_2 \geq S$  두 조건 모두가 충족되어야 한다. 만약 이 중 어느 한 조건이라도 충족되지 않는다면, 양자 간 거래 자체가 독립거래의 원칙에 부합하지 않게 된다.

#### 4. 독립적 거래조건의 결정요인

이상의 논의를 통해서 독립적 거래조건의 주 결정요인이 다음의 네 가지 파라미터임을 알 수 있다. 무엇보다도 판매자와 구매자의 유보가격인  $c_1$ 과  $v_2$ 가 중요하다. 예컨대 사업자1의 경우 최소한 받아야 하는 중간재 가격을 나타내는  $c_1$ 은 생산비용을 포함한 다양한 변수에 의해 영향을 받게 될 것이다. 한편 사업자2의 경우 중간재 구매에 지불할 용의가 있는 최대가격을 나타내는  $v_2$ 는 사업자1로부터 중간재를 구매하여 최종재로 전환하여 판매할 수 있는 가격에 의존하고 이는 향후 시장 전망 등에 시장의 수급 여건에 의해 영향을 받을 것이다.

다음으로 외부판매 및 구매 대안가격  $p_1$ 과  $p_2$ 가 중요하다. 사업자1과 사업자2의 외부 대안가격은 중간재의 국제가격 및 국내 경쟁사업자 가격 등에 영향을 받을 것이다. 단 외부 대안가격은 양자의 거래관계의 특수성을 반영하여 조정될 필요가 있다. 사업자1과 사업자2와 같은 계열사 간의 일종의 포획시장거래(captive market transaction)에서는 안정적 거래선 확보에 대한 적절한 가치평가가 있어야 할 것이다. 스팟(spot) 거래 혹은 단기 거래에 의하면 좀 더 나은 거래조건을 찾을 가능성이 있지만 장기적 안정성을 확보하기 위해서 이러한 대

안을 포기할 수도 있기 때문이다. 또한 양자 간 거래규모에 따른 수량할인도 고려되어야 한다. 수량할인(volume discount)은 크든 작든 모든 시장에 있는 것이지만, 중간재 시장에서는 특히 두드러진 현상이다. 이 역시 시장의 수급상황에 따라서 영향을 받는 것으로서, 예컨대 공급과잉의 구매자 우위의 시장인 경우는 수량할인의 크기가 더 커질 것이다.

### III. 이전가격 결정방법의 재해석

계열사 간의 거래조건이 독립거래의 원칙에 부합하는지를 검증하는 기존의 방법으로는 소위 이전가격 결정방법(transfer pricing method)이 있다. 이는 본래 다국적 기업이 서로 다른 국가에서 사업을 하는 계열사 간의 이전가격을 정상적으로 책정하는가를 검증하는 방법으로서 주로 국제적 조세분쟁을 방지하기 위해서 개발된 것이다. 본 장에서는 OECD(2010)에 제시된 이전가격결정법을 정리하고, 이 방법들을 II장에서 제시한 독립적 거래의 경제학적 모형의 틀 안에서 재해석해 본다.<sup>3)</sup>

#### 1. 이전가격 결정의 접근방법

국제적으로 인정되는 표준적인 이전가격 결정방법으로는 다음 다섯 가지가 있다:

- ① 시장가격 비교법(Comparable Uncontrolled Price(CUP) Method)<sup>4)</sup>
- ② 원가 가산법(Cost Plus Method)
- ③ 재판매가격 사용법(Resale Price Method)
- ④ 영업이익의 사용법(Transactional Net Margins Method)
- ⑤ 거래이익 분할법(Transactional Profit Split Method)

OECD(2010)는 이 중 앞의 세 가지 방법 - ① 시장가격 비교법, ② 원가 가산법, ③ 재판매 가격 사용법 - 을 “전통적 거래 접근법(traditional transactional method)”으로 분류하고, 나머지 두

3) 이전가격 결정법에 대한 추가적 논의는 예를 들어 Feinschreiber(1998)를 참조할 것.

4) CUP 방법은 조세 관련 문헌들에서는 “비교 가능 제3자법”이라고 하기도 한다.

가지 방법-④ 영업이익 사용법, ⑤ 거래이익 분할법-을 “거래이익 접근법(transactional profits method)”으로 분류한다. 이러한 구분은 독립적 거래조건 추정을 양자 간의 거래조건에서 출발하느냐 아니면 거래이익에서 출발하느냐에 따른 것으로서 실용적 관점에서 유용한 범주화(categorization)라고 할 수 있다.

그러나 이론적으로 좀 더 의미 있는 구분은 일방향 접근법(one-sided method)과 양방향 접근법(two-sided method)의 범주화이다. 처음 네 가지 방법 ①, ②, ③, ④는 모두 판매자나 구매자가 독립적이라면 어느 한 측이 받아야 할 가격을 추정한다는 점에서 일방향 접근법이라 할 수 있다. 비교 가능한 시장가격이 존재하면 이를 이용하거나, 그것이 여의치 않은 경우 이를 근사적으로 추정하는 방법이라고 할 수 있다. 한편, 다섯 번째 ⑤ 거래이익 분할법은 거래에서 발생하는 총이익을 구매자와 판매자 양측이 어떻게 나누어 가지는 것이 적절한가를 분석함으로써 독립적 가격을 추정한다는 점에서 양방향 접근법이라 할 수 있다.

## 2. 일방향 접근을 통한 이전가격 결정방법

일방향 접근법을 사용한 이전가격 결정방법에는 시장가격 비교법(CUP), 재판매가격 사용법, 원가 가산법 및 영업이익 사용법 등이 있다. 이들은 모두 계열사 간 거래 주체들 중 하나를 출발점으로 하여 이로부터 얻어진 자료들과 그에 상응하는 독립적 거래에서 얻어지는 비교 자료를 바탕으로 이전가격을 결정한다.

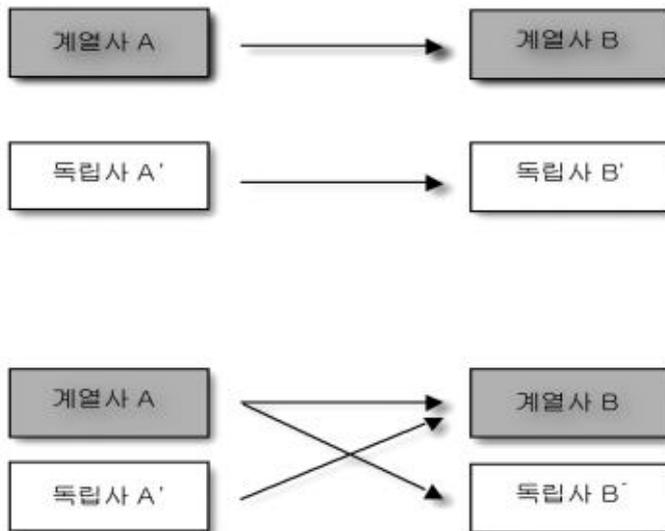
### (1) 시장가격 비교법

시장가격 비교법(Comparable Uncontrolled Price Method: CUP 방법)은 계열사 간 거래와 비교 가능한 제3의 시장거래 가격을 바탕으로 이전가격을 평가하는 방법이다. 이러한 방법은 실제 시장가격을 사용하는 것이므로 독립거래의 원칙(arm's length principle)을 적용할 수 있는 가장 직접적이고도 신뢰할 수 있는 방법이다. 문제는 모든 경우에 이러한 방법을 적용할 수 있는 것은 아니라는 점이다. 시장가격 비교법을 사용할 수 있으려면 계열사 간 거래와 공개 시장에서의 거래 간 특성의 차이가 크지 않거나, 적어도 이러한 차이를 합리적인 수준으로 해소할 수 있는 조정방법이 존재하여야 한다. 시장가격 비교법에는 이전가격 평가대상인 사업체들과 무관한 제3의 독립주체들 간의 거래가격을 사용하는 외부 시장가격 비교법(External

CUP Method)과, 계열사들이 외부 사업체들로부터도 구매를 하거나 외부 사업체에게 판매하는 경우 책정되는 가격을 비교하는 내부 시장가격 비교법(Internal CUP Method)이 있다.

<그림 6>은 시장가격 비교법의 적용 예를 보여주고 있다. 외부 시장가격 비교법의 경우 계열사 A가 계열사 B에 공급하는 이전가격을 책정하기 위한 비교 기준으로 계열사 A와 동일산업 내의 독립기업 A'이 역시 계열사 B와 동일산업 내의 독립기업인 B'에 판매하는 시장가격을 사용한다. 이에 비해 내부 시장가격 비교법은 계열사 A가 독립기업 B'에게 판매하는 시장가격을 비교 기준으로 삼거나, 계열사 B가 독립기업 A'으로부터 구매하는 시장가격을 비교 기준으로 삼아 이전가격을 책정한다.

<그림 6> 시장가격 비교법의 적용 예



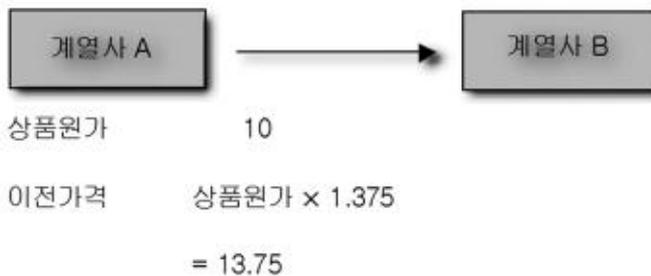
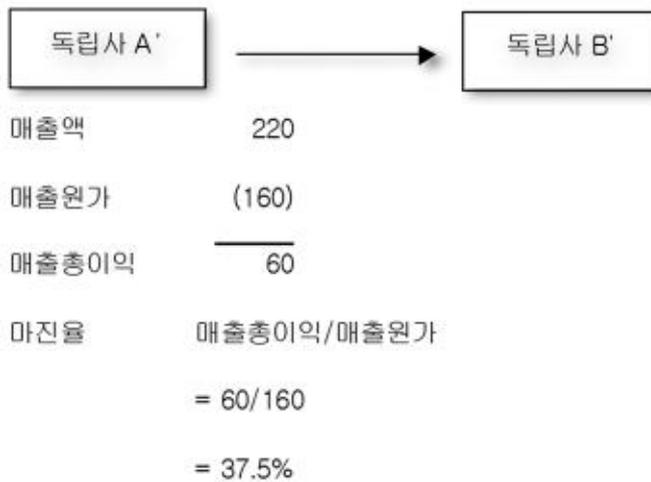
## (2) 원가 가산법

원가 가산법은 계열사 간 거래 당사자 중 공급자의 비용을 평가하고, 거기에 적당한 마진을 가산하여 이전가격을 결정하는 방법이다. 이때 마진은 비교 가능한 대상으로부터 추정하게 되는데, 공급자가 외부에 판매한 중간재로부터 얻는 마진을 이용하는 내부 비교법(Internal Comparable Method)과 비교 가능한 제3의 독립회사들이 얻는 마진을 이용하는 외부 비교법

(External Comparable Method)이 있다. 원가 가산법을 적용하기 위해서는 계열사 간 거래와 공개 시장 거래에 대한 적정 공급마진의 차이가 크지 않거나, 적어도 이러한 차이의 원인이 분명하여 이를 반영한 합리적 조정이 가능하여야 한다. 이 경우 원가 가산법이 시장가격 비교법보다 거래되는 재화의 특성의 차이에 덜 민감하다는 장점이 있다.

그러나 원가 가산법이 내포하는 문제점은 가격에 영향을 미치는 비용의 정확한 산정이 쉽지 않은 경우가 많다는 것이다. 예를 들어 새로운 기술개발로 제품의 품질이 크게 향상된 경우 비용의 변화는 별로 없으면서도 가격상승은 크게 나타날 수도 있다. 이 경우 비용과 이전가격 간의 관계는 안정적이지 않을 것이다. 또한 원가 가산법에 의해 이전가격을 구할

〈그림 7〉 원가 가산법의 적용 예



때에는 원가에 원가와 적정 마진율을 곱한 것을 더하여 주기 때문에 실제로는 기업들 간에 마진율뿐만 아니라 비용수준 자체도 서로 유사해야 한다. 그러나 실제 기업들이 처한 비용 여건은 상당히 다를 수 있다.

<그림 7>은 원가 가산법의 적용 예를 보여주고 있다. 독립 공급업체 A'이 독립업체 B'과의 거래에서 얻는 매출액은 220이고, 이때의 제품원가는 160이라고 해보자. 이 경우 매출총이익(gross margin)은  $220-160=60$ 이고, 원가 대비 마진율은  $60/160=37.5\%$ 가 된다. 이제 계열사 관계에 있는 A와 B의 거래에서 A의 제품원가가 10이라고 해보자. 원가 가산법을 적용하여 얻어지는 이전가격은 원가 대비 마진율을 가산한 13.75가 된다.

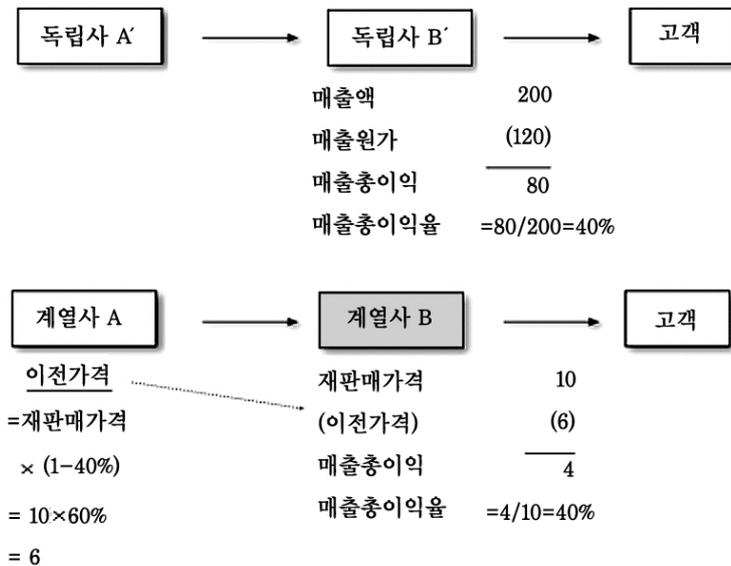
### (3) 재판매가격 사용법

재판매가격 사용법(Resale Price Method)은 원가 가산법과는 반대로 재판매가격에서 출발한다. 재판매가격이란, 계열사 간 거래를 통해 중간재를 구입한 업체가 제품을 만들어서 독립적 사업체 또는 최종 소비자에게 다시 판매하는 가격을 말한다. 재판매가격으로부터 적절한 수준의 재판매마진(resale price margin 또는 gross margin)을 제하면 제품원가가 구해진다. 이렇게 구해진 제품원가에서 다른 원료비 등의 생산비용을 추가로 제하고 나면 중간재의 구입가격이 추정되고, 이를 독립거래의 원칙에 부합하는 이전가격의 결정에 이용하는 것이다. 이때 이전가격을 구하기 위한 재판매 마진의 수준은 비교 가능한 대상(comparables)으로부터 추정하게 되는데, 동일 사업체가 외부로부터 중간재를 구매하는 경우의 재판매마진을 적용하는 내부 비교법(Internal Comparable Method)과 비교 가능한 제3의 독립업체들의 재판매마진을 적용하는 외부 비교법(External Comparable Method)이 있다.

재판매가격 사용법을 적용하려면, 계열사 간 거래와 공개시장 거래 사이에 적정 재판매마진의 차이가 크지 않거나, 적어도 이러한 차이의 원인이 분명하여 이를 반영한 합리적 조정이 가능하여야 한다. 예를 들어 제품 자체에는 차이가 있지만 그 외의 특성들은 유사한 거래들을 비교하는 상황에는 시장가격 비교법보다는 재판매가격 사용법이 좀 더 적절할 수 있다. 반면, 계열사와 독립사업체 간에 사업을 수행하는 방식이나 기능에 실질적 차이가 존재하는 경우에는 재판매가격 사용법을 적용하는 데 문제가 있을 수 있다. 이러한 이유 때문에 재판매가격 사용법의 적용이 용이한 상황은 중간재를 구매하는 업체가 추가적으로 창출하는 부가가치가 크지 않거나, 추가 공정이 단순하고 짧은 경우이다.

<그림 8>은 재판매가격 사용법의 적용 예를 보여주고 있다. 편의상 독립사 A'가 독립사 B'에 중간재를 판매하고, B'은 이를 단순 재판매하는 경우를 상정해 보자. 독립사 B'의 매출액은 200이고, 이 중 원가를 제외한 매출총이익(gross margin)은 80이라고 해보자. 이 경우 재판매마진의 비율은  $80/200=40\%$ 가 된다. 이제, 이 비율을 계열사 관계인 A와 B 간의 거래에 적용해 보자. 계열사 A가 판매한 중간재를 계열사 B가 재판매하고, 그 가격이 10일 때 앞의 재판매마진율을 적용하면  $10 \times (1-0.4)=6$ 이 재판매 계열사 B의 매출원가가 된다. 다른 생산비용이 없다면 이 원가는 계열사 A가 계열사 B에 공급하는 중간재의 적정 이전가격이 된다.

<그림 8> 재판매가격 사용법의 적용 예\*



주: \* 독립사 간의 거래에 대한 공급마진을 적용한 외부 비교법(External Comparable Method)을 보여 주고 있지만, 계열사가 독립사에게 판매한 경우의 공급마진을 적용하는 내부 비교법(Internal Comparable Method)도 크게 다르지 않다.

#### (4) 영업이익 사용법

영업이익 사용법(Transactional Net Margin Method)은 원가 가산법이나 재판매가격 사용법에서 매출총이익을 사용하여 이전가격을 결정하는 것과 달리 영업이익을 바탕으로 이전가격을 추정하는 방식이다. 구체적으로, 회계적 관계에 따르면 영업이익(net margin)은 매출총이익

(gross margin)에서 일반관리비와 같은 영업비용(operating expense)을 차감한 것으로 정의된다. 다른 이전가격 결정방법에서와 마찬가지로 영업이익 사용법을 적용하기 위해서는 적정 영업이익을 추정하기 위해 비교 가능한 대상을 찾아야 한다. 계열사 간 거래의 당사자들이 외부사업자들과도 거래를 하고, 이로부터 얻어지는 영업이익을 이용하는 경우는 내부 비교법(Internal Comparable Method)이 될 것이고, 독립적인 제3자들의 거래로부터 영업이익 정보를 얻어 이용하는 경우는 외부 비교법(External Comparable Method)이 될 것이다.

영업이익 사용법의 활용이 적절한 경우는 이전가격을 도출하기 위한 비교지표를 찾는 과정에서 영업이익이 다른 지표에 비하여 신뢰성이 있고 안정적이라고 판단되는 상황이다. 영업이익 지표가 이런 요건에 좀 더 부합할 가능성이 있는 이유는 다음과 같다. 첫째, 많은 경우 매출총이익보다는 영업이익 쪽이 비교 가능성과 신뢰성이 높은 자료를 공개적으로 얻을 수 있다. 둘째, 영업이익은 시장가격과는 달리 개별 거래의 특성적 차이에 별로 영향을 받지 않는다. 셋째, 개별업체가 수행하는 기능의 차이 역시 영업이익에는 비교적 적게 영향을 미친다. 이러한 기능의 차이가 영업비용으로 반영되는 경우가 많기 때문이다.

반면, 영업이익 사용법이 적절하지 않은 경우도 많이 있다. 첫째, 개별기업의 영업이익에 영향을 미치는 요소들이 가격이나 매출총이익에는 영향을 미치지 않을 수 있다. 둘째, 비교 가능한 독립기업들의 영업이익 수준을 비교가 필요한 시점까지 도출하는 것이 현실적으로 쉽지 않다. 셋째, 영업이익의 수준은 해당 기업의 경쟁력 등에 의해 영향을 받는데 이러한 부분을 조정하는 것이 가격을 직접 비교하는 방법에 비하여 상대적으로 어려울 수 있다. 넷째, 영업이익은 산업의 경쟁상황이나 개별기업의 효율성, 투자설비의 감가상각 정도 등에 따라서도 커다란 영향을 받지만, 이러한 차이를 반영한 조정 역시 상대적으로 어렵다.

<그림 9>는 영업이익 사용법을 원가에 적용한 예를 보여주고 있다. 앞의 <그림 7>과 마찬가지로 독립기업 A'이 독립기업 B'과의 거래에서 얻는 매출액은 220, 매출원가는 160, 영업비용은 40이라고 해보자.

이 경우 영업이익이 20이므로, 매출원가 대비 영업이익률은  $20/160=12.5\%$ 가 된다. 이제 계열사 관계에 있는 A와 B의 거래에서 A의 단위당 상품원가를 10, 영업비용을 3이라고 해보자. 이 경우 원가에 영업이익 사용법을 적용하여 얻어지는 이전가격은, 단위당 총비용 13에 앞에서 구한 매출원가 대비 영업이익마진에 해당하는  $10 \times 0.125=1.25$ 를 더한 14.25로 결정된다.

<그림 9> 영업이익의 사용법을 원가에 적용한 예

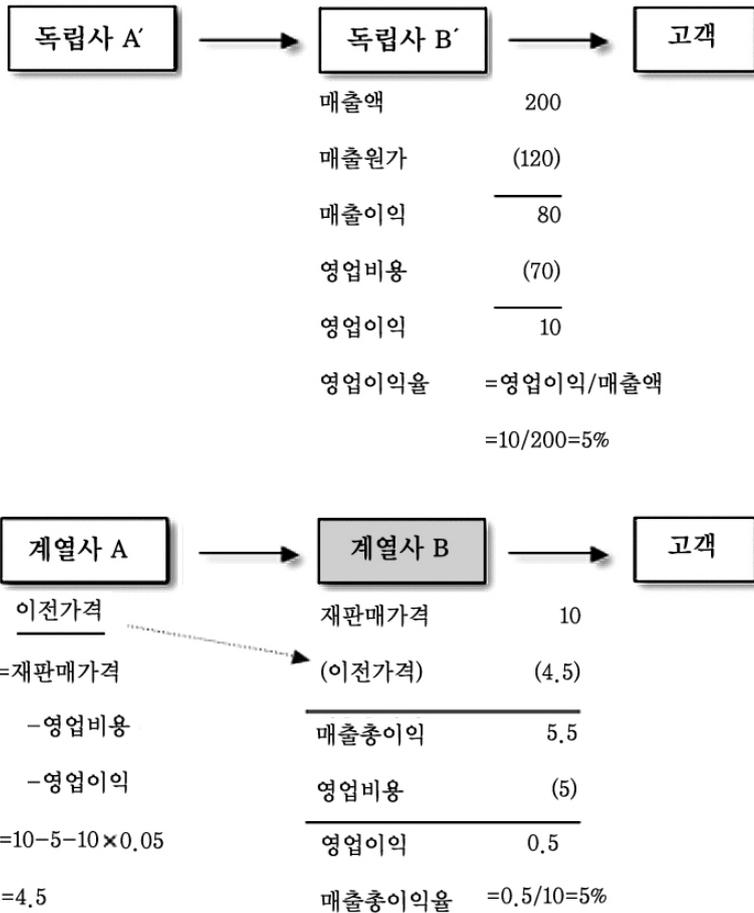
독립사 A' → 독립사 B'	
매출액	220
매출원가	(160)
매출총이익	60
영업비용	(40)
영업이익	20
마진율	영업이익/매출원가
	= 20/160
	= 12.5%

계열사 A → 계열사 B	
상품원가	10
영업비용	3
<u>이전가격</u>	(상품원가 × 1.125) + 영업비용
	= 14.25

<그림 10>은 영업이익의 사용법을 재판매가격에 적용한 예를 보여주고 있다. 앞에서 고려한 예와 마찬가지로, 독립기업 A'가 독립기업 B'에 중간재를 판매하고, B'은 이를 이용하여 최종재를 생산해서 재판매하는 경우를 고려해 보자. 기업 B'의 매출액은 200이고, 이 중 원가를 제외한 매출총이익은 80, 영업비용 70을 제외한 영업이익은 10이라고 해보자. 이 경우 매출액 대비 영업이익률은  $10/200=5\%$ 이다. 이러한 영업이익률을 비교대상 지표로 삼아서 이를 계열사 관계인 A와 B 간의 거래에 적용하는 것이 영업이익 사용법이다. 이때 계열사 B가 재판매가격을 10이라고 하고, 매출단위당 영업비용이 5라고 하면 영업이익률 5%를 적용한 매출단위당 영업이익은 0.5가 된다. 이 경우 중간재의 이전가격을 평가하기 위한 원가

는  $10-5-0.5=4.5$ 가 되고, 이것이 바로 이전가격이 된다.

〈그림 10〉 영업이익의 사용법을 재판매 가격에 적용한 예



### 3. 양방향 접근을 통한 이전가격 결정방법 - 거래이익 분할법

거래이익 분할법 역시 독립적 경제주체 간의 거래에서 나타날 것으로 예상되는 이익배분을 특수관계인 간의 거래에 적용하는 것이므로, 독립거래의 원칙을 기본으로 한다. 이 방법을 적용하기 위해서는 우선 결합이익(combined profit)을 추정하고, 다음으로 독립거래의 원칙

에 부합하는 분할기준(division rule)을 적용하는 두 단계를 거치게 된다. 첫 단계에서 추정하게 되는 결합이익은 계열사 간의 거래로 인하여 발생하는 총이익으로, 주로 영업이익(operating profit) 개념이 사용되지만 경우에 따라서는 매출총이익(gross profit)이 사용되기도 한다. 두 번째 단계에서 적용한 분할규칙에는 다음을 비롯한 다양한 방식이 제시되고 있다:<sup>5)</sup>

- ① 이익분할 비교법(Comparable Profit Split Method)
- ② 기여분 분석법(Contribution Analysis)
- ③ 잔여분 분석법(Residual Analysis)

### (1) 이익분할 비교법

이익분할 비교법은 독립적인 기업 사이에 유사한 혹은 비교 가능한(comparable) 거래가 발생하였을 시 거래이익을 어떻게 나누는지를 특수관계인 사이의 거래에 적용하여 이전가격을 결정하는 것이다. 따라서 이 방법은 비교 가능한 거래에 관한 자료가 충분히 확보되지 않으면 적용하기 어려운 방법이라고 할 수 있다. 그러나 만일 그러한 자료가 충분히 확보될 수 있다면, 이 방법은 독립거래의 원칙에 충실한 이전가격 결정방법이 될 것이다.

### (2) 기여분 분석법

기여분 분석법이란 특수관계 거래의 당사자가 해당 거래로 인하여 실현한 영업이익의 합계, 즉 결합이익(combined profit)을 거래당사자 각각의 상대적 공헌도에 따라 배부한 결과를 토대로 산출된 가격을 정상가격으로 보는 방법이라고 할 수 있다. 이러한 이익배분 방식은 독립적인 거래에서 발생할 것으로 예상되는 배분기준(division rule)에 근거하여 적용되어야 하며, 그러한 배분기준은 가능한 한 비교 가능한 자료에 의해 지지되어야 한다. 다만 그러한 자료의 획득이 어려울 경우 거래당사자의 상대적 공헌도는 당해 거래와 관련하여 발생한 비용, 활용된 자산가액, 수행한 기능 및 부담한 위험 등을 고려하여 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립적 사업자 사이의 거래에서 일반적으로 인정되는 공헌도에 의거하여 측정하여야 한다.

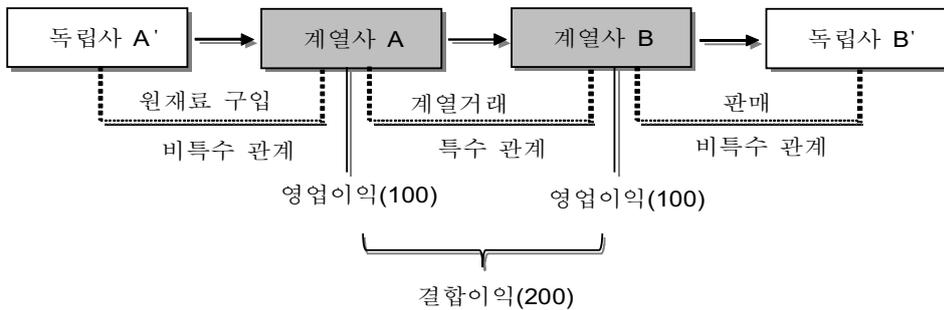
이러한 공헌도의 측정은 쉬운 일이 아니기 때문에 대부분의 경우 정해진 배분지침에 따

5) OECD(2010)는 기여분 분석법과 잔여분 분석법을 주로 언급하고 있다. 미국의 경우는 이와 더불어 이익분할 비교법도 논의된다.

라서 이익의 배분비율을 정하게 된다. 예를 들면 비교 가능한 독립 사업자 간의 거래에서 이익 배분이 3 : 7로 이루어지고 있다면, 그러한 비율을 배분지침으로 사용할 수 있다. 배분지침은 투입자산이나 투입비용의 비율에 의존할 수도 있고, 경우에 따라서는 투자비율 등 다양한 지표를 적절히 활용할 수 있다. 물론 이익의 배분에 여러 배분지침이 함께 사용될 수도 있으며, 이 경우 각 배분지침이 나타내는 기여분의 상대적 중요도에 따라 가중치를 부여하는 방식으로 적용될 수도 있다.

<그림 11>의 경우를 예로 기여분 분석법을 설명해 보자. 계열사 A는 독립사업자 A'으로부터 원재료를 구입하여 총비용 50을 지출하였고, 계열사 B는 이를 구입하여 추가적인 비용 10을 지출하여 최종 생산물을 독립사업자인 B'에게 판매하고 있다. 이러한 거래로부터 계열사 A와 B는 각각 100의 영업이익을 얻어서 총 200의 결합이익(combined profit)을 창출하고 있다.

<그림 11> 기여분 분석법의 적용 예



이 경우 지출비용 및 투입자산 비율을 배분지침으로 활용하는 기여분 분석법을 이용하여 결합이익을 배분하고, 이에 상응하는 이전가격을 결정하는 방법은 다음과 같다. 우선 비용에 근거한 배분지침은 계열사 A와 B 사이에  $50 : 10 = 10 : 2$ 가 된다. 비용의 배분지침과 동일한 비율로 결합이익을 배분한다면, A와 B의 영업이익은 각각 167과 33이 되고, 이러한 배분 결과를 가져다주는 거래가격을 이전가격으로 설정한다. 한편 계열사 A와 B의 투입자산이 각각 200, 100인 경우라면, 투입자산에 근거한 배분지침 비율은  $200 : 100 = 10 : 5$ 가 되고, 이 비율을 적용하여 결합이익을 나눌 수도 있다. 총비용과 투입자산 중 어느 것을 배분지침으로 활용하는 것이 더 적절한지는 두 기업이 창출하는 부가가치가 지출비용과 투입자

산 중 어느 편과 더 밀접한 상관관계를 가지느냐에 달려 있다고 할 수 있다.

### (3) 잔여분 분석법

#### 1) 통상적 루틴(Routine)에 따른 분석법

잔여분 분석법은 일반적으로 2단계로 구성된다. 첫 단계에서는 비교 가능한 자료에 근거하여 제조 및 유통과 같은 기능의 통상적인 수익률에 따라 결합이익을 배분한다. 이 경우 배분의 대상이 되는 기능은 거래에 있어서 매우 중요하거나 혹은 특수한 비유형자산이 거래에서 차지하는 기능은 제외된다. 또한 통상적인 수익의 계산에 있어서는 전통적 거래방법(Traditional Transaction Method)을 사용하는 것이 바람직하지만, 경우에 따라서는 영업이익 비교법(Transaction Net Margin Method)을 사용할 수도 있다. 다음 단계에서는 첫 단계의 수익배분 후의 잔여분—이는 이익이 될 수도 있고 손실이 될 수도 있다—을 기여분 분석법에 의거하여 배분하게 된다.

잔여분 분석법이 어떻게 적용되는지 예를 통해 살펴보기로 하자. 계열사 A와 B는 전자

〈그림 12〉 잔여분 분석법의 적용 전

	계열사 A	계열사 B
매출	50	100
구입비용	(10)	(50)
<u>제조비용</u>	<u>(15)</u>	<u>(20)</u>
매출총이익	25	30
R&D	(15)	(10)
<u>기타 영업비용</u>	<u>(10)</u>	<u>(10)</u>
영업이익	0	10

제품을 협력하여 생산하여 판매하는 특수관계에 있는 사업자이다. A가 부분적으로 제조된 제품을 B에 넘기면, B는 이를 최종적으로 완성하여 다른 독립적 사업자에게 판매한다. <그림 12>는 잔여분 분석법을 적용하여 이전가격을 결정하여 조정하기 전의 두 기업의 손익계산서를 요약·정리한 것이다.

(i) 제1단계: 통상적인 이익의 배분

이 단계에서는 생산기능 중 특유의 혁신적인 비유형자산의 기여는 제외하고, 통상적인 수익률을 계산하여 결합이익- 위 예에서는 10-에서 차감하게 된다. 예컨대 생산비용에 통상적인 수익률을 적용하여 통상적 이익(routine profit)을 배분한다고 해보자. 만일 비교 가능한 다른 사업자들의 비용대비 수익률이 10%라고 하면, A의 경우 비용 15에 대한 통상적 수익은 1.5가 되고, B의 경우 비용 20에 대한 통상적 수익은 2가 된다. 따라서 잔여이익(residual profit)은  $10 - 3.5 = 6.5$ 가 된다.

(ii) 제2단계: 잔여이익의 배분

첫 단계에서 배분된 이익은 각 사업자의 생산기능에 대한 기여를 가치로 환산하여 배분한 것이며, R&D 등과 같이 비유형자산의 기능에 대한 가치를 평가한 것은 아니다. 제2단계에서는 이러한 기능의 기여분에 따라 잔여이익(residual profit)을 배분하게 된다. 즉 잔여이익의 배분지침을 R&D 지출의 상대적 크기를 활용하게 됨을 의미한다. 이에 따른 A와 B 사이의 잔여이익의 배분비율은  $15 : 10 = 3 : 2$ 가 되어, 잔여이익 10에 대한 A의 몫과 B의 몫은 다음과 같이 결정된다.

$$\text{A의 몫 } 6.5 \times \frac{3}{5} = 3.9, \quad \text{B의 몫 } 6.5 \times \frac{2}{5} = 2.6$$

따라서 잔여이익 분석법에 따르면, A의 영업이익은 5.4로, B의 영업이익은 4.6으로 조정되어야 한다. 그리고 이러한 조정을 달성해 주는 가격이 독립거래의 원칙을 충족하는 이전가격이 된다. 아래 <그림 13>은 이러한 조정 후의 계열사 A, B의 손익계산서를 요약·정리한 것이다.

〈그림 13〉 잔여분 분석법의 적용 후

	계열사 A	계열사 B
매출	55.4	100
구입비용	(10)	(55.4)
제조비용	(15)	(20)
매출총이익	30.4	24.6
R&D	(15)	(10)
기타 영업비용	(10)	(10)
영업이익	5.4	4.6

2) 협상절차(Bargaining Procedure)에 따른 분석법

이 방법은 비교 가능한 자료에 에 근거하여 계산된 통상적인 수준의 이익(routine profit)을 결합이익(combined profit)에서 차감하여 잔여이익(residual profit)을 계산하는 방식 대신에 일반적인 협상절차에서 거래에서 발생하는 이득을 계산하는 방식을 잔여분 분석의 제1단계에 사용하는 방식이다. 이 방식에서는 앞의 예에서 계열사 A가 최소한 받아야 하는 금액을  $c_1$  이라고 하고, 계열사 B가 최대한 지불하고자 하는 금액을  $v_2$  라고 하면 이를 제1단계에서 계산하게 된다. 통상의 협상절차에서 거래잉여(trade surplus)로 정의되는  $S \equiv v_2 - c_1$  이 배분되어야 하는 잔여이익이 된다. 제2단계에서는 이 잔여이익을 독립적 사업자 간의 거래에서 배분될 것으로 추정되는 비율에 따라 배분하면 된다.

4. 이전가격 결정방법의 재해석과 시사점

이전가격 결정방법 중에서 최선의 방법은 시장가격 비교법(CUP method)이라고 할 수 있다. 이는 공정위의 부당내부거래 판단기준이 되는 정상가격 산정의 지침과도 부합하는 것이다. 즉 공정위의 “부당한 지원행위의 심사지침”에서도 정상가격을 “원칙적으로 거래 당시에 특

수관계가 없는 독립된 자 간에 형성될 시가에” 의하는 것으로 하고, 시가 산정에 있어서 “지원객체가 지원받은 방법과 동일한 수단을 통해 동일한 시점에 독립적인 방법으로” 산정된 가격을 우선적으로 고려하도록 권고하고 있는데, 이는 다름 아닌 CUP 방법이다. 전 장에서 설명한 경제학적 모형에서도 독립적 거래의 가장 중요한 결정요인은 판매자 측의 외부시장 대안가격  $p_1$  과 구매자 측의 외부시장 대안가격  $p_2$  이다. 이는 결국 시장가격 비교법의 CUP에 해당하는 것으로서, 심사대상기업(tested party)이 판매자인 경우의 CUP이  $p_1$  이고, 구매자인 경우의 CUP이  $p_2$  가 될 것이다.

시장가격 비교법, 원가 가산법, 재판매가격 사용법, 그리고 영업이익의 사용법은 모두 외부시장 대안가격  $p_1$  이나  $p_2$  를 직접 구하거나, 그것이 여의치 않은 경우 이를 근사적으로 추정하는 방법이다. 이들은 모두 판매자나 구매자의 한 측이 받아야 할 정상가격을 추정한다는 점에서 단측 혹은 일방향 접근방법(one-sided approach)이라고 할 수 있다. 경제학적 모형에서는 시장의 수급상황을 반영하여 판매자 우위의 시장(seller's market)인 경우는  $p_1$  이, 구매자 우위의 시장(buyer's market)인 경우는  $p_2$  가 독립적 거래조건을 결정하게 될 것을 예측한다. 그러나 대개의 경우  $p_1$  과  $p_2$  의 차이가 현격하지 않고, 그 경우에는 어느 가격을 택해도 독립거래의 원칙과 크게 어긋나지 않을 것이다.

한편 양방향 접근법(two-sided approach)을 취하는 거래이익 분할법(Transactional Profit Method)은 II장에서 소개한 독립적 거래의 경제학적 모형과 상통하는 것으로 이론적 모형을 현실적으로 실행하는 방법으로 볼 수 있다. 앞에서 설명한 외부대안이 있는 협상모형에 의하면 두 사업자가 거래로 발생하는 결합이익을 나누는 경우, 이들이 다른 외부의 사업자와 거래를 하는 경우 얻을 수 있는 이득보다 낮은 이득이 발생하는 협상의 해는 결정되지 않는다. 즉 최소한 독립적인 관계에 있는 사업자와의 거래에서 얻을 수 있는 결합이익의 몫(share)보다 낮게 거래가 이루어지지 않는다는 점에서 이익분할 비교법(Comparable Profit Split Method)은 외부대안이 있는 협상모형의 결과와 매우 유사한 결과를 낼 수밖에 없다. 단지 차이점은 이익 분할 비교법은 제3의 독립적 사업자 간의 유사한 거래에서 발생하는 이익의 분배 비율을 참고로 하는 반면, 외부대안이 있는 협상모형은 거래당사자와 다른 외부 사업자 간의 거래에서 발생하는 이익의 분배비율을 참고로 한다는 점이다.

기여분 분석법에 따른 거래이익 분배 방식의 경제 이론적 근거는 Shapley(1953)가 제시한 분배하는 방식-Shapley Value라고 함-에서 찾을 수 있다. Shapley value는 공동의 노력으

로 발생한 이득은 각자의 기여도에 따라 배분되는 몫을 의미하는 것으로서 생산의 단계에서 기여한 기능의 시장가치에 따라 이익을 배분하는 것으로 주요 내용으로 삼고 있는 기여분 분석법(contribution analysis)과 일맥상통한다. 또한 Shapley value는 매우 바람직한 성질들을 가지고 있음이 잘 알려져 있으며, 그중 하나는 최소한 독립적인 거래를 통해 얻을 수 있는 이득을 보장한다는 것이다.<sup>6)</sup> 즉 적어도 외부대안에서 누릴 수 있는 몫은 보장하게 됨을 의미하며, 이런 점에서 독립적 거래의 원칙을 충족한다고 볼 수 있다.

특히 잔여분 분석법(Residual Analysis)은 주어진 유보가격하의 경제학적 협상해를 구하는 것으로 해석 가능하다. 외부대안이 존재하지 않거나 그 가격을 구하기 어려울 때, 혹은 외부대안이 양측 모두에게 큰 편익을 제공하지 않을 경우에 해당한다. 이 경우는 양측이 전략적으로 협상을 한다면  $c_1$ 과  $v_2$  사이의 어느 가격도 독립적 거래의 결과로 나타날 수 있겠지만, 계열사 간의 거래조건이 전략적으로 결정된다고 보기보다 양측이 대등한 상황에서 공정성을 추구한다고 본다면 정상가격은 그 중간으로 잡는 것이 무난할 것이다. 이 방식은 협상 모형과 정확하게 일치하며, 외부대안이 존재한다면 이를 외부대안을 고려한 협상모형의 해가 될 것이다.

이상과 같은 결과를 고려할 때, 계열사 사이의 독립거래의 원칙에 부합하는 가장 바람직한 거래조건 결정방식은 일단 시장가격 비교법이 될 것이다. 즉 중간재 시장에서 사업자1의 외부판매 대안가격  $p_1$ 과 사업자2의 외부구매 대안가격  $p_2$ 가 일차적인 결정요인이 될 것이다. 이전가격 결정방법에서는  $p_1$ 과  $p_2$ 에 대한 정확한 자료가 입수 가능하다면, 양자 모두 독립거래의 원칙에 부합하는지의 여부를 평가할 수 있을 것이다. 한편 경제학적 모형에서는 중간재 시장의 수급조건에 따라서, 판매자 우위의 시장이라면 가격  $p_1$ 이, 구매자 우위의 시장이라면  $p_2$ 가 좀 더 독립거래의 원칙에 부합하는 비교대상으로 판단될 수도 있다.

하지만 외부 시장거래의 내용 중에서는 계열사 간의 거래와 상대적으로 유사한 것들도 있고, 그렇지 않은 것도 있기 때문에 추가적 검토가 필요하다. 즉 제품의 특성, 구매자와 판매자 간 조정의 중요성, 안정적 보급 확보의 필요성 등 특수한 고려요소들을 다수 가지고 있으며, 시장에서 관찰되는 가격이 이러한 정보를 충분히 반영하고 있다고 볼 수도 없다. 따라서 이처럼 유사성이 비교적 낮은 경우 비교대상이 되는 시장거래와 계열사 사이의 내부

6) 이를 개별적 공정성(Individual Fairness) 조건이라고 한다.

거래 사이의 주요한 특성차이를 감안하여, 외부대안 가격  $p_1$  과  $p_2$  에 대한 조정 및 이를 반영한 독립거래 가격의 평가가 필요하다. 이 경우 일방향 접근법을 적용하여 원가 가산법이나 이를 변형하는 영업이익 사용법을 통해서  $c_1$  에 적정한 마진을 더하거나, 재판매가격 사용법이나 이를 변형한 영업이익 사용법을 통해서  $v_2$  에서 적정 마진을 제하는 방식으로 독립적 거래가격을 근사적으로 구할 수 있을 것이다. 또한, 내쉬 협상해를 구하는 방식을 직접적으로 적용해 볼 수도 있는데, 이는 양방향 접근법과 부합하는 도출방법이 될 것이다. 뒤의 V장에서는 가상의 예를 통해 이러한 접근방법들을 적용해 볼 것이다.

## IV. 공정위 심결례의 검토

<표 1>은 2000년대 이후 공정거래법상의 부당내부지원행위로 인정되어 과태료 혹은 시정조치가 부과된 심결례 중에서 본 논문에서 설명하고 있는 독립적 거래원칙과 관련된다고 판단되는 대표적인 심결을 요약하고 있다.

공정거래법 제23조 제1항 7호의 부당지원행위가 성립하기 위해서는 ① 지원행위성, ② 지원행위의 현저성, ③ 부당성이 인정되어야 하며, 부당성은 거래된 물품의 지원주체와 지원객체 간 거래가격과 정상가격의 차이로 판단됨은 이미 설명한 바와 같다. 특히 “정상가격”이란 “지원주체와 지원객체 간에 이루어진 경제적 급부와 동일한 경제적 급부가 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 유사한 상황에서 당해 지원객체와 그와 특수관계가 없는 독립된 자 간에 지원주체의 지원 없이 이루어졌다면 적용되었을 거래가격”을 의미한다고 심사 지침은 설명하고 있으며, 이러한 심사기준은 3장에서 설명하고 있는 독립적 거래가격의 여부를 판단하는 데 가장 일반적으로 사용되는 국제적인 기준인 시장가격 비교법, 원가 가산법, 재판매가격 사용법, 영업이익 사용법, 거래이익 분할법 중 시장가격 비교법에 의존하고 있는 심사지침이라고 할 수 있다.

이미 자세히 설명한 바와 같이 계열사 사이의 독립거래의 원칙에 부합하는 가장 바람직한 거래조건 결정방식은 시장가격 비교법이라고 할 수 있으며, 이런 점에서 공정위의 심사기준은 보편타당성을 지니고 있다고 할 수 있다. 다만 이 기준을 적용하는 경우 비교대상이 되는 시장거래의 내용 중에서는 계열사 간의 거래와 상대적으로 유사한 것들도 있고, 그렇

지 않은 것도 있을 수 있다는 점에 유의하여야 한다. 충분한 고려 없이 단순히 시장가격을 정상가격으로 비교하는 경우, 제품의 특성, 구매자와 판매자 간 조정의 중요성, 안정적 보급 확보의 필요성 등 특수한 고려요소들이 누락될 우려가 있다.

〈표 1〉 독립거래원칙을 위반한 부당내부지원 사례

연도	사건명	개요
2000	제일제당(주)의 (주)뮤직네트워스에 대한 부당지원	제일제당(주)는 계열사인 (주)뮤직네트워스에 광고를 의뢰하면서 광고비를 과다지급하는 방법으로 과다한 경제상의 이익을 제공함
2001	한국전기통신공사의 한국통신산업개발(주), 한국공중전화(주), 한국통신진흥(주)에 대한 부당지원	건물관리, 공중전화유지 및 보수, 케이블티비 전송망 유지 및 보수 등의 용역을 계열사인 한국통신산업개발(주), 한국공중전화(주), 한국통신진흥(주)에 위탁하면서 1인당 월직접노무비를 과다지급한 사례
	포항종합제철(주)의 (주)포스에너지에 대한 부당지원	포항종합제철은 (주)포스에너지에 자가발전 및 산소 설비운영을 위탁함에 있어 위탁운영용역비를 과다지급함
	현대자동차(주), 현대전자(주)의 문화일보에 대한 부당지원	현대자동차(주), 현대전자(주) 등은 문화일보에 고가의 광고단가를 기준으로 하여 광고비를 지급하는 방식으로 과도한 경제상의 이익을 제공한 사례
	(주)문화방송의 (주)엠비씨프로덕션에 대한 부당지원	문화방송은 계열사인 (주)엠비씨프로덕션에 방송프로그램 총제작비를 과다지급함
	(주)조선일보의 조광출판사(주)에 대한 부당지원	조선일보사 및 스포츠조선은 계열사인 조광출판사(주)에 대해 인쇄비 단가를 높게 책정
	국민일보(주)의 넥스트미디어신문(주)에 대한 부당지원	국민일보(주)가 관계사인 넥스트미디어(주)로부터 용역수수료를 과소수령하고 광고비를 과다지급하였음
	(주)SBS의 SBS골프채널(주) 및 SBS스포츠채널(주)에 대한 부당지원	(주)SBS는 계열사인 SBS골프채널(주) 및 SBS스포츠채널(주)에 대해 광고대행수수료를 과소수령함
2003	현대자동차 기업집단의 해비치리조트(주)에 대한 부당지원	계열사 해비치리조트(주)의 콘도회원권을 고가로 매입하는 방법으로 과다한 경제상의 이익을 제공한 사례
	삼성증권의 삼성SDS에 대한 부당지원	삼성증권이 삼성SDS에게 전산개발용역을 위탁하면서 그 용역비를 정통부 고시 단가보다 15% 높게 지급한 사안
2007	현대자동차 기업집단의 하이스코에 대한 부당지원	현대하이스코로부터 자동차용 강판을 고가로 매입하였음

자료: 공정거래위원회 홈페이지

따라서 거래 당사자 간의 특수성을 감안할 필요가 있는 경우 이러한 특성 차이를 감안하여, 외부대안 가격의 조정이 필요하다고 할 수 있으나, <표 1>의 심결례들은 이러한 고려가 상대적으로 부족하다고 판단된다. 심결의 주요 내용을 파악해 보면 공정위의 심결은 시장가격 비교법 중에서 특히 내부시장가격 비교법에 의존하는 경향이 상대적으로 높다. <표 2>는 위에서 제시된 사건들의 심결에 나타난 부당성 입증의 주요 판단으로 사용된 정상 가격에 대한 판단을 정리하고 있다.

<표 2>에서 보면 11건의 심결례 중 ‘한국전기통신공사의 한국통신산업개발(주), 한국공중전화(주), 한국통신진흥(주)에 대한 부당지원사례’와 ‘삼성증권의 삼성SDS에 대한 부당지원’을 제외하면 대부분의 건에서 평가대상 기업들이 외부 사업체들로부터도 구매를 하거나 평가대상 기업들이 외부 사업체에 판매하는 경우 책정되는 가격을 비교하는 내부 시장가격 비교법(Internal CUP Method)이 정상가격의 판단근거로 사용되었음을 확인할 수 있다.

‘한국전기통신공사의 한국통신산업개발(주), 한국공중전화(주), 한국통신진흥(주)에 대한 부당지원사례’와 ‘삼성증권의 삼성SDS에 대한 부당지원’ 사건에서는 KT가 다른 거래자와 계약할 때 사용하는 단가기준 및 용역업체가 유사한 규모의 제3자 계약 시 적용하는 노임단가 등을 고려함으로써 내부시장가격 비교법을 사용하고 있지만 동시에 제3의 업체가 제3의 용역업체와 계약하는 노임단가 모두가 고려됨으로써 외부시장가격 비교법도 정상가격의 판단에 사용된 사례로 볼 수 있다. ‘삼성증권의 삼성SDS에 대한 부당지원’의 경우도 정상가격을 판단함에 있어서 제3의 비계열사인 한국씨엔에이 등 5개 업체가 제3의 발주처에서 수행한 용역과 비교하여 용역 내용 및 난이도 등에 큰 차이가 없었고, 삼성SDS를 비롯한 대부분의 업체가 정통부 단가기준을 적용하고 있다는 점에서 외부시장가격 비교법을 적용한 사례라는 점에서 다른 심결과의 차이를 보이고 있다.

그러나 제시된 심결에서 평가대상 기업들의 특수성이 얼마나 심도 있게 논의되었는지를 판단하기는 쉽지 않다. 다만 ‘현대자동차 기업집단의 하이스코에 대한 부당지원 사건’의 경우 철강산업의 특성상 수급처 변경이 용이하지 않고 대신 강판의 원재료 수급구조가 상이한 상황에서 다른 업체와의 거래에서 사용된 가격이 모든 사업체에게 적용될 수 있다는 가정하에 정상가격으로 산정하여 독립거래의 원칙에 위배하는지의 여부를 판단하는 것은 논란이 있을 수 있다. 이러한 점을 고려하여 고등법원은 판결[2007누30903]을 통해 원재료의 80% 이상을 해외에서 수입하는 하이스코의 특수성과 해당시기가 원재료 공급부족으로 수입가격이

〈표 2〉 정상 가격의 판단 개요

연도	사건명	정상 가격 개요
2000	제일제당(주)의 (주)뮤직네트워에 대한 부당지원	(주)뮤직네트워에 광고를 의뢰했던 비계열 광고주들에 대한 할인율
2001	한국전기통신공사의 한국통신산업개발(주), 한국공중전화(주), 한국통신진흥(주)에 대한 부당지원	1) KT가 다른 거래자와 계약할 때 사용하는 단가 기준, 2) 용역업체가 유사한 규모의 제3자 계약 시 적용하는 노임단가, 3) 제3의 업체가 제3의 용역업체와 계약하는 노임단가 모두가 고려됨
	포항종합제철(주)의 (주)포스에너지에 대한 부당지원	포항제철이 증유를 직접구매할 경우의 증유의 구입 및 관리 소요비용
	현대자동차(주), 현대전자(주)의 문화일보에 대한 부당지원	다른 신문사에게 지급한 광고비
	(주)문화방송의 (주)엠비씨프로덕션에 대한 부당지원	(주)문화방송이 계열사 외의 제3의 외주 제작사와 거래하면서 적용한 이윤율
	(주)조선일보의 조광출판사(주)에 대한 부당지원	조광출판인쇄(주)가 비계열 신문사에 책정했던 단가 및 (주)조선일보사와 (주)스포츠조선이 조광출판인쇄(주) 외의 다른 인쇄업체와 거래했던 경우의 단가
	국민일보(주)의 넥스트미디어신문(주)에 대한 부당지원	국민일보(주)가 과거 넥스트미디어(주)에 위탁했던 수수료가 정상가격으로 사용되었으며 광고비의 경우 넥스트미디어(주)가 수탁받은 다른 회사의 동일 규격 광고의 거래단가
	(주)SBS의 SBS골프채널(주) 및 SBS스포츠채널(주)에 대한 부당지원	SBS골프채널(주) 및 SBS스포츠채널(주)가 비계열 대행사에게 지불하는 시장 수수료를
2003	현대자동차 기업집단의 해비치리조트(주)에 대한 부당지원	해비치리조트(주)의 제주다이너스티 휴양콘도미니엄을 분양받은 비계열사의 1구자 입회금
	삼성증권의 삼성SDS에 대한 부당지원	제3의 비계열사인 한국씨엔에이 등 5개 업체가 제3의 발주처에서 수행한 용역과 비교하고, 대부분의 업체가 채택하는 정통부 고시 단가를 기준으로 사용
2007	현대자동차 기업집단의 하이스코에 대한 부당지원	동부제강의 냉연가격을 정상가격으로 삼아 지원금액을 산정, 즉 현대자동차 그룹이 거래하는 제3의 업체의 구입가격을 비교 기준

자료: 공정거래위원회 홈페이지

폭등한 상황임을 일부 인정하여 공정위가 심결을 통해 부과한 과징금을 감면한 바 있다. 이러한 점은 향후 정상가격의 산정이 필요한 경우 거래 당사자 간의 특수성을 충분히 고려하여 판단하여야 함을 보여주고 있다고 판단된다. 이에 제V장에서는 경제학적 독립적 거래가격 결정에 부합하는 합리적 판단을 제시하고자 한다.

## V. 독립적 거래가격의 추정: 가상적 사례 분석

본 장에서는 앞에서 살펴본 경제학적 모형 및 이전가격 결정방법을 바탕으로 독립거래의 원칙에 입각한 거래조건의 도출 방법을 예시해 보고자 한다. 이를 위해 계열사 관계에 있는 두 제조업체인 상류기업(U)과 하류기업(D)이 중간재를 거래하는 상황을 가정하고, 이들의 거래조건이 독립거래의 원칙에 부합하는지 여부를 살펴보기 위한 조건들을 단계별로 제시할 것이다.

### 1. 추정순서

예를 들어 다음과 같은 가상적 상황을 생각해 보자. 기업 D가 계열사 U로부터 상품생산을 위한 중간재를 1단위당 385원의 조건으로 구매하고 있다고 하자. 제3자의 입장에서 공개된 자료만을 바탕으로 이러한 거래조건이 독립거래의 원칙에 부합되는지의 여부를 검증할 수 있겠는가? 이 경우 경제학적 모형이든 이전가격 결정방법이든 제1단계로 추정해야 할 요소는 U의 유보가격  $c_1$  과 D의 유보가격  $v_2$ 가 될 것이다. 다음으로 제2단계에서 구해야 할 가격은 외부대안가격인  $p_1$  과  $p_2$  인데, 이는 양사가 직면한 상황을 충분히 고려함으로써 얻어질 수 있다. 그리고 내쉬 협상해 등을 이용하여 경제학적 모형을 적용한 독립적 거래조건을 추정하는 것이 마지막 제3단계가 된다. 한편, III장에서 살펴본 바와 같이 내쉬 협상해는 양방향 접근법으로 해석 가능하다. 이의 대안으로서 일방향 접근법을 이용하여 U의 유보가격에 원가 가산법, 또는 영업이익 사용법 등을 적용하여 적절한 마진을 더해주는 방식, 또는 D의 유보가격에 재판매가격 사용법 등을 적용하여 적절한 마진을 제하는 방식으로 독립적 거래조건을 추정해 볼 수도 있는데, 여기에서는 이를 각각  $\hat{c}_1, \hat{v}_2$ 로 지칭할 것이다.

### 2. 제1단계: 유보가격의 추정

#### (1) 상류기업(U)의 유보가격 추정

상류기업 U의 유보가격  $c_1$ 은 이 기업이 중간재 판매 협상과정에서 최소한 받아야 할 것으로 생각하는 가격을 의미한다. 이러한 유보가격을 추정함에 있어서 먼저 생각해 볼 수 있

는 것은 상류기업의 입장에서 적어도 생산을 지속함으로써 손해를 보는 수준의 가격이 받아들이기 어려울 것이라는 점이다. 즉 영업이익이 0이 되는 가격이 U의 유보가격이 될 가능성이 크다고 볼 수 있다. 물론 경제학적인 측면에서 볼 때에는 적어도 일정 기간 동안에는 비록 영업 손해가 발생한다고 하더라도 생산 및 판매를 지속시켜야 하는 상황이 있을 수 있다.

예를 들어 이미 설비투자가 끝난 상태에서 비용의 상당부분은 매몰(sunk) 비용, 즉 생산을 중단한다고 하더라도 다시 회수할 수 없는 비용일 것이다. 설비투자비용은 감가상각비의 형태로 비용의 일부분을 구성하기 때문에 영업이익을 계산할 때에는 포함된다. 하지만 이 중 상당부분이 매몰비용이라면 생산 및 판매를 중단한다고 하더라도 회수할 방법이 없기 때문에 그만큼의 손해는 계속될 것이다. 이 경우 만일 영업 손해를 보는 수준의 가격이라고 하더라도 적어도 매몰비용의 일부는 회수할 수 있는 상황이라면 생산 및 판매를 지속할 유인이 있다. 또한, 생산설비의 특성에 따라서는 철강이나 석유정제 설비와 같이 한 번 가동이 중단될 경우 이를 재가동하기가 어렵거나 상당한 비용이 들 수 있다. 그러한 경우라면 어느 정도 영업 손해가 발생하더라도 낮은 가격의 판매를 감수할 것이다.

이상의 고려에도 불구하고, 계열사 간의 거래에서는 상류기업 U의 유보가격을 영업이익이 0이 되는 수준에서 크게 벗어나지 않는다고 가정하는 것이 적절할 것으로 판단된다. 특수관계에 있는 양사 간의 협상이라는 현실적 제약을 고려하지 않을 수 없기 때문이다. 만일 전혀 무관한 사업체들 간의 협상이라면 상대방이 영업 손해를 겪는 상황이 되더라도 이에 전혀 구애받지 않을 수도 있겠지만 계열사 간의 협상에서 이를 기대하기란 현실적으로 어렵다. 본 논문에서 독립적 거래가격의 조건을 구하는 목적은 계열사 간 가격 결정의 방식을 자유협상으로 변경시켰을 경우의 결과를 예상해 보기 위한 것이지, 계열사 관계라는 틀을 완전히 벗어나서까지 이를 접근해야 할 필요가 있는 것은 아니다. 경쟁법이나 세법 적용의 관점에서 보더라도 이는 지나치게 엄격한 요구가 될 것이다. 물론 산업의 특성에 따라 감가상각비의 일부나 설비 유지를 위한 최소한의 비용 등을 반영할 여지는 있을 수 있지만, 객관적 검증이 어렵다는 측면도 감안해야 한다. 아무튼 상류기업 U의 유보가격은 U가 D와의 협상 과정에서 최소한 받아야 한다고 생각하는 가격이면서, 동시에 D가 그러한 사실을 인지하고 받아들이는 가격이어야 한다. 계열사 간의 거래에 있어 U의 영업이익을 0으로 만드는 가격은 이 두 조건을 어느 정도 만족한다고 볼 수 있다.

U의 영업이익을 0으로 만드는 가격은 재무제표 상의 “단위당 제조원가+단위당 판매관리

비”를 이용해 계산할 수 있다. 하지만 현실적으로는 재무제표를 이용함에 있어서는 여전히 많은 애로점들이 존재하는데, 예를 들면 다음과 같은 것들이다. 첫째, 제조원가는 전체 비용만 제공되기 때문에 U가 다상품(multi-product) 생산기업인 경우 해당 중간재에만 적용되는 제조원가를 분리해 내기가 쉽지 않다. 물론 생산 공정에 대한 인력투입 비중 등 대리 변수를 사용하여 추정하는 것이 어느 정도는 대안이 될 수는 있을 것이다. 둘째, 재무제표상에 나와 있는 과거자료를 이용할 경우 생산방식의 변화나 신규 설비투자 등이 있었다면 이를 어떻게 반영할 것인지가 문제가 될 수 있다. 셋째, 규모의 경제, 학습효과, 원료비상승 등의 효과를 반영해야 하는 문제가 있다. 예를 들어 제조경비 및 노무비의 경우 원료 및 임금 인상으로 인한 상승 부분과 생산 효율화 노력 등으로 인한 하락 부분이 공존할 텐데, 이를 어떻게 적절히 반영할 수 있는지의 문제가 있다. 한편, 그 밖에도 재무제표상의 비용은 현실적으로는 재고조정이나 단기적인 경영방침 변화 등으로 인해 상당한 영향을 받을 수 있다는 점을 고려해야 한다.

<표 3>은 상류기업 U의 유보가격 도출사례를 제시하고 있다. 사업보고서에서는 주요 원료매입비와 제조경비, 노무비 등의 항목을 얻을 수 있으며, 위에서 언급한 주의점들을 감안하여 해당 중간재에 대한 비용을 분리해 낸 수치들(A와 B)을 구하여 이를 합하면 해당 제품의 제조원가(C)를 구할 수 있다. 이를 해당 제품의 생산량(D)으로 나누면 단위당 제조원가(E)가 구해진다. 판매관리비의 비율(F)이 각 제품마다 일정하다는 가정하에 이를 계산하여 적용하면 최종적으로 유보가격(G)을 얻을 수 있다. 제시된 사례의 경우 U의 중간재 유보가격은 개당 315원으로 계산되었다.

<표 3> 상류기업 유보가격 도출의 예

원료매입비 (A)	1,800,000 원
제조경비+노무비 (B)	900,000 원
제조원가 (C=A+B)	2,700,000 원
생산량 (D)	9,000 개
단위당 제조원가 (E=C/D)	300원/개
판매관리비 비율 (F)	5%
유보가격 (G=E×(1+F))	315원/개

## (2) 하류기업(D)의 유보가격 추정

다음으로, 하류기업 D의 유보가격을 추정해 보기로 한다. 이 경우에도 역시 상류기업과 마찬가지로 유보가격은 D가 영업 손해를 보지 않고 중간재를 구매할 수 있는 최대가격으로 간주 가능하다. 즉 중간재를 이용하여 생산한 최종제품의 매출가격으로부터 출발하여 판매 관리비와 기타의 제조비용 등을 차감하고 남는 부분을 모두 중간재의 구매비용으로 지불하였을 경우의 단가가 D가 지불할 수 있는 최고 가격이 될 것으로 예상 가능하다. 실제로는 하류기업 역시 매물 고정비용 등으로 인하여 단기적으로 손해를 보는 수준까지도 중간재 가격을 지불할 용의가 있을 수 있으나 상류기업의 경우에 지적했던 것과 마찬가지로의 이유로 인하여 계열사 간의 거래에서 이러한 수준의 가격을 유보가격으로 삼는 것은 현실적이라고 볼 수 없다.

한편, 하류기업의 경우에 있어서도 재무제표로부터 고려 대상이 되는 중간재와 관련이 있는 부분만을 분리하는 데 있어 다양한 애로점이 있을 수 있다. 물론 하류기업이 다상품 생산 기업일 경우의 문제점은 상류기업의 경우보다는 다소 덜하다고 볼 수는 있다. 하류기업의 경우에는 중간재가 투입되어 생산되는 제품이 비록 여럿이라 하더라도 개별 제품별로 매출액이나 제조경비를 분리하여야 할 필요는 없기 때문이다. 결국은 중간재에 지출할 수 있는 최대 금액을 계산해 내는 것이 목적이므로, 중간재가 투입된 모든 제품의 매출액이나 제조경비의 총합만을 구해내면 된다. 그렇다 하더라도 만일 해당 중간재가 투입되지 않은 제품도 다양하게 생산하는 경우라면 분리의 애로점이 여전히 존재할 수 있다. 생산방식의 변화, 신규설비투자, 규모의 경제, 학습효과, 투입비 상승, 재고조정, 경영방침 변화 등도 역시 하류기업에 대한 정확한 유보가격 추정을 어렵게 하는 요인임은 마찬가지이다. 다만, 생산비용에 대한 정보를 처음부터 모두 구축해야 하는 상류기업과는 달리 하류기업의 경우 최종생산품의 최근 시장 판매가격을 준거로 활용할 수 있다는 점에서 상대적으로 유보가격을 추정하기에 용이한 측면은 있을 것이다.

<표 4>는 하류기업에 대한 유보가격 도출과정의 예이다. 우선 최종제품 매출액(A)에서 출발하여 판매관리비(B), 제조경비 및 노무비(C), 기타 원료비(D) 등을 차감하면 손해를 보지 않고 중간재에 지출할 수 있는 총 경비액수가 도출된다. 이를 중간재 구매량(E)으로 나누면 하류기업의 유보가격(F)이 도출된다. 제시된 예에서 이 가격은 400원과 같다.

〈표 4〉 하류기업 유보가격 도출의 예

최종제품 매출액 (A)	5,000,000 원
판매관리비 (B)	200,000 원
제조경비+노무비 (C)	600,000 원
해당 중간재를 제외한 원료비 (D)	200,000 원
중간재 구매량 (E)	10,000 개
유보가격 (F = (A-B-C-D)/E)	400 원

### 3. 제2단계: 외부 대안가격의 추정

#### (1) 상류기업(U)의 외부대안가격 추정

상류기업의 외부대안 가격  $p_1$ 은 기업 U가 중간재를 계열사 하류기업 D가 아닌 제3자와 거래하는 경우에 받을 수 있는 가격이다. 이를 추정하는 가장 좋은 방법은 현재 이루어지고 있는 독립 제3업체들과의 거래조건을 이용하는 것이 될 것이다. 예를 들어서 U가 D에 판매한 물량과 외부 국내 기업들에 대한 판매량, 수출물량이 각각 1 : 1 : 1이라고 가정해 보자. 이때 U가 계열사 내부 물량을 모두 국내의 다른 하류기업 또는 해외의 대안 거래처로 전환할 때 받을 수 있는 가격이 바로  $p_1$ 이 된다. 하지만 이러한 기업 U의 외부대안 판매가격은 현재의 국내 타 거래처에 대한 판매가격이나 해외 수출가격과는 다를 가능성이 크다. 일단 내부거래 물량을 모두 외부의 다른 거래처로 전환할 경우 일부만 판매하고 있던 상황에서의 실거래 가격을 그대로 받을 수 있을 것이라고 기대하기 어렵기 때문이다. 물론 제품의 수급 상황이 상당한 공급부족 상태에 있었다면 이러한 물량전환이 특별히 가격하락으로 이어지지 않을 수도 있다. 하지만 대부분의 경우에는 많은 물량을 전환하기란 매우 어렵고, 전환이 가능하더라도 상당한 가격하락을 감수해야 한다고 보는 것이 합리적이다. 한편, 또 한 가지 고려할 사항은 거래의 안정성을 고려할 때 설령 일부 거래처로의 집중적인 전환을 통해 비교적 높은 가격을 받을 수 있다고 하더라도 그러한 전환은 바람직하지 않을 수 있다는 것이다. 만일 그러한 전환에 문제가 없었다면 거래 전환 이전에 이미 판매비율의 조정이 이루어졌을 것으로 생각하는 것도 가능하다. 따라서 내부거래 물량의 외부 전환 시에 있어서도 어느 정도 거래처를 분산하여야 할 가능성이 큼을 유의해야 한다.

이러한 점들을 감안하여 상류기업 U의 대안을 고려해 보자. U가 국내의 다른 하류기업들에 중간재를 판매하려면 이들 하류기업들이 가지고 있던 국내 또는 국외 구매선을 대체하여야 할 것이다. 이때 U의 국내 외부대안가격을  $p_1^D$ 라고 하면 이는 다른 독립 하류기업의 국내 대체가격 및 수입 대체가격의 최저치와 최고치(각각  $p_1^L$ 과  $p_1^H$ 라고 하자) 사이의 값이 될 것으로 예상 가능하다. 따라서 이들 사이에는 다음의 관계가 성립한다.

$$p_1^D = \alpha p_1^L + (1 - \alpha) p_1^H \quad (2)$$

이때  $\alpha$ 의 값은 대체물량의 크기에 영향을 받을 것이다. 대체물량이 많지 않다면 비교적 높은 가격을 받을 수 있지만 많은 양을 외부로 전환하는 경우 최저가격에 근접할 것으로 볼 수 있다. 한편, 해외수출 시장에서의 외부 대안가격을  $p_1^F$ 라고 하면, 이는 대개 국제 현물시장 가격의 수준이 될 가능성이 크다. 물론 대체물량의 크기나 물량 소화에 드는 시간적 여유 등에 따라서는 현물시장 가격보다 더 높거나 낮을 수도 있지만, 국제시장의 크기가 국내에 비해서는 클 것이라는 점을 감안하면 가격수용자로 행동하게 될 가능성이 크다.

결국, 상류기업의 외부 대안가격은 국내 판매비율을  $\gamma$ 라고 하면 다음과 같이 결정될 것으로 예상 가능하다.

$$p_1 = \gamma p_1^D + (1 - \gamma) p_1^F \quad (3)$$

이제, 예를 들어  $p_1^L = 310$ ,  $p_1^H = 400$ ,  $p_1^F = 340$ 이라고 해보자. 앞서 가정한 바와 같이 외부 판매량 중 국내 판매와 해외 수출의 비중이 1 : 1이라고 하면  $\gamma$ 의 값은 0.5가 될 것이다. 이때  $p_1$ 의 값은  $\alpha$ 의 크기에 따라 최저 325( $\alpha = 1$ 인 경우)에서부터 최고 370( $\alpha = 0$ 인 경우)까지의 값을 갖게 된다. 적절한  $\alpha$ 의 값은 앞에서 언급한 바와 같이 얼마나 많은 물량을 외부 판매로 소화하여야 하는가에 달려 있으며, 시장의 수급상황과도 밀접한 관련이 있다. 여기에서는 일단 중립적으로 보아  $\alpha = 0.5$ 로 가정하면  $p_1 = 348$ 과 같이 구해진다.

## (2) 하류기업(D)의 외부대안가격 추정

하류기업의 외부대안 가격은 다른 거래처로부터 상류기업으로부터 구입하던 제품을 대체

구입할 수 있는지의 여부에 달려 있다. 이때 기존의 구매처가 있을 경우에는 상류기업을 제외하고 타 기업으로부터의 구매 내용이 참고자료로 활용될 수 있을 것이다. 상류기업의 경우와 마찬가지로 하류기업 역시 구매전환이 용이한지의 여부가 외부대안 가격을 결정짓는 요소가 될 것이다. 만일 구매 전환에 아무런 제약이 없다면 외부대안 가격  $p_2$ 는 독립거래가 중 가장 낮은 가격이 될 것이다. 하지만 많은 기업들은 위험 분산 등의 이유로 구매처를 다양화하고 있으며, 내부거래에만 의존하지 않고 타 거래처로부터도 중간재를 구매하고 있었다면 그 사실 자체가 구매선 다변화의 필요성을 시사하는 것이라고 볼 수 있다. 따라서 하류기업 역시 외부대안을 추구하는 과정에서 기존의 독립거래 시 각 구매처당 비율을 유지하려고 노력할 가능성이 높다. 예를 들어 U 이외의 주요 구입처가 A와 B의 2개이고, 이들의 비중이 4 : 6이었다면, D의 외부대안 가격은 다음과 같이 구해질 것으로 예상 가능하다.

$$p_2 = 0.4p_2^A + 0.6p_2^B$$

예를 들어  $p_2^A=360$ ,  $p_2^B=395$ 인 상황이었다면  $p_2=381$ 이 될 것이다. 물론 실제 계산 과정에서는 이 밖에 시장수급상황과 물량할인 등의 요소가 존재할 경우 이를 추가로 반영할 필요가 있다.

#### 4. 제3단계: 독립거래가격의 추정

##### (1) 경제학적 방법론을 이용한 독립거래 가격 추정

지금까지 도출한 상류기업과 하류기업의 유보가격과 외부대안 가격을 바탕으로 경제학적 방법론을 이용한 독립거래 가격을 추정해 보자. U의 유보가격과 외부대안 가격은 각각 315원과 348원이었고, D의 유보가격과 외부대안 가격은 각각 400원과 381원이었다. 이를 이용하면 우선 거래로부터 발생하는 잉여는  $S = v_2 - c_1 = 85$ 원이고,  $S/2 = 42.5$ 원이다. 이를 II장의 방법론에 적용해 보면  $b_1 = p_1 - c_1 = 32.5$ 이고,  $b_2 = v_2 - p_2 = 19$ 이므로 외부대안의 혜택이 내부거래의 이익을 반분하는 것보다 크지 않다. 따라서 양자 간 교섭의 해는 내쉬 협상해가 될 것으로 판단 가능하다. 다만, 하류기업의 외부거래의 이익이 상류기업의 이익보다 작으므로 U가 좀 더 나은 외부대안을 가지고 있다고 평가 가능하다. 아무튼, 내쉬 협상

해는  $p^* = (c_1 + v_2)/2 = 357.5$  원이므로 이 가격이 결국 경제학적 방법론을 바탕으로 도출된 독립거래 원칙에 입각한 거래가격이 된다. 이 가격을 실제 내부거래 가격 385원과 비교하면 D사는 현재 독립거래의 원칙에 따른 가격보다는 약 27.5원, 외부대안가격보다는 4원 높은 액수를 지불하고 있음을 알 수 있다.

이와 같은 결과를 어떻게 평가하여야 할 것인가? D사의 입장에서는 비교적 높은 가격을 지불하고 있기 때문에 양사 간의 거래에서 조정이 필요하다고 판단할 수도 있다. 하지만 독립거래의 원칙에 따른 가격의 추정치는 점추정값(point estimate)에 불과하므로 이와 차이가 난다고 해서 잘못된 가격결정 방법이 적용되었다고 볼 수는 없다. 두 업체의 내부거래 잉여의 합이 외부거래의 이익보다 많기 때문에 내부거래를 하는 것 자체는 충분히 정당화가 가능하다. 다만 D가 외부대안 가격보다도 4원 높은 가격을 지불하고 있다는 사실은 내부거래 가격이 다소 지나치게 높은 것으로 평가하는 것이 가능할 수도 있다.

## (2) 이전가격 방법을 이용한 추정 및 비교

경제학적 방법론을 적용하는 대신에 이전가격 결정방법을 응용하여 독립거래 가격을 추정할 수도 있다. 상류기업과 하류기업의 유보가격에 적정 마진을 더하는 방식이 그것이다. 예를 들어 상류기업 U의 경우 해당 산업의 매출액 대비 ‘통상적인’ 영업이익률이 8%라고 한다면 유보가격 315원에 이를 적용하여  $\hat{c}_1 = 315 \times (1 + 0.08) = 340$ 과 같이 독립거래 가격을 구할 수 있다. 마찬가지로, 하류기업 D의 적정 영업이익률이 5% 정도라고 한다면 해당 매출액이 500원이었던 것을 감안하여  $\hat{v}_2 = 400 - 25 = 375$  원으로 도출된다. 이렇게 해서 도출된 가격을 바탕으로 비교하더라도 D가 현재 지불하고 있는 385원은 다소 지나치게 높은 가격이라는 평가도 가능할 수 있을 것이다. 물론, 해당 산업이나 업종에서 ‘통상적’이거나 ‘적정’ 영업이익률이 어느 정도 수준인지, 또 그러한 이익률을 해당 기업에 적용하는 것이 적합한지를 판단하기는 쉽지 않다는 점을 고려해야 할 것이다.

## VI. 결 론

본 논문에서는 독립적 거래의 경제학적 모형과 이전가격 결정의 실무적 방법론 등을 살펴보고, 이를 바탕으로 하여 계열사 간 내부거래의 합리적 가격 결정방식을 검토하였다. 이를 위해 먼저 계열사 간의 거래는 거래 자체는 기업집단 차원의 시너지 등을 고려하여 어느 정도 내부적 명령에 의해 결정되는 측면은 있다고 하더라도 그러한 거래조건의 결정은 독립 거래의 원칙에 부합하여야 한다는 점을 지적하였다. 경제학에서 독립적 경제주체 사이의 거래는 자발적인 협상에 의해 그 조건이 결정되는 것으로 파악되며, II장에서 살펴본 바와 같이 이때의 거래조건을 결정하는 가장 주요한 요인은 양자의 유보가격과 외부대안 가격이 된다. 한편, 실무적으로 사용되는 조세 결정 목적의 이전가격 결정방법 역시 살펴보았는데, 그 결과 이 역시 독립거래의 원칙을 기본으로 도출된 것이어서 근본적으로는 독립적 거래의 경제학적 모형이 제시하는 거래조건과 유사함을 알 수 있었다. IV장에서는 2000년 이후 공정위의 부당내부지원과 관련된 심결 중 독립적 거래원칙에 위반되어 부당성이 인정된 심결을 바탕으로 공정위가 정상가격의 판단에 어떠한 기준을 주로 사용해 왔는지 살펴보았다. 공정위는 대부분 시장가격 비교법을 단순 적용하여 왔음을 알 수 있으며, 이러한 판단이 지닐 수 있는 한계점을 ‘현대자동차 기업집단의 하이스코에 대한 부당지원 사건’의 고등법원 판단에서 나타났음을 보았다. V장에서는 좀 더 경제학적 판단에 부합하는 독립거래가격의 합리적 판단을 제시하고자, 실제로 제3자적 관점에서 독립거래 원칙에 부합하는 조건을 구하여 이를 실제 거래조건과 비교하는 사례를 제시하여 보았다.

한편, 본 논문의 내용은 공정거래법상 계열사 간 부당거래 여부의 검토과정 등에도 일부 참조될 수도 있을 것이나 V장의 내용에서 알 수 있듯이 이의 한계점 역시 명확하다고 볼 수 있다. 일단 계열사 간의 부당거래에 대한 처벌이 과연 경쟁법의 취지에 부합하는지의 여부에 대해서 많은 논란이 있다.<sup>7)</sup> 하지만 이를 논외로 하더라도 본 연구에서 추정한 유보가격, 외부대안가격 등은 매우 간단한 사례임에도 불구하고 제3자가 객관적으로 추정하기에는 분명한 자료상의 한계가 존재하기 때문이다. 특히, 업체들이 속해 있는 산업이나 경쟁상황, 상장 여부 등 여러 가지 여건에 따라 적용가능성이 크게 달라지는데, 예를 들어 MRO 등

7) 예를 들어 이에 대한 비판 논리로는 이승훈(2005)을 참조할 것.

단순 물품거래 등을 제외하면 객관적 비교가 가능한 제3자 거래가 아예 존재하지 않는 경우도 많으며, 특히 계열사 간의 시너지라는 요소는 외부에서 측정하기가 거의 불가능하다고 볼 수 있다. 또한 현실적으로 시장상황에 따라 물량 할인, 리베이트, 비가격 거래조건의 변화 등이 다양하게 나타나기 때문에 이들을 모두 감안하여 객관적 평가를 하기란 거의 불가능할 수도 있다.

이러한 한계점들에도 불구하고, 본 연구의 결과는 특히 기업들이 스스로 내부 계열사 간의 거래조건을 정하는 과정이라면 벤치마크로서 활용하는 데 도움을 줄 것으로 판단된다. 이를 통해 계열사 간의 불필요한 신경전을 피할 수 있으며, 서론에서도 밝힌 바와 같이 주주나 이해관계자, 세무 및 공정거래 당국에 대해서도 거래조건에 대한 설득력을 확보할 수 있을 것이기 때문이다. 또한 향후 연구에서는 본 논문에서 살펴본 방식을 다양한 산업 및 제품 특성에 따라 주의할 요소들을 감안하여 확장함으로써 이러한 유용성이 더욱 커질 수 있을 것으로 기대된다.

## 참고문헌

이승훈, 「재벌체제와 다국적 기업」, 『서울대학교 한국학 연구총서 10』, 서울대 출판부, 2005.

Binmore, K., A. Rubinstein, and A. Wolinsky, “The Nash Bargaining Solution in Economic Modelling,” *Rand Journal of Economics* Vol.17(2), 1986, pp.176-188.

Coase, R. H., “The Nature of Firm,” *Economica, New Series* Vol.4(16), 1937, pp.386-405.

Feinschreiber, R., *Transfer Pricing Handbook*, 2nd Edition, John Wiley & Song INC, 1998.

Kalai, E., and M. Smorodinsky, “Other Solutions to Nash’s Bargaining Problem,” *Econometrica* Vol.43, 1975, pp.513-518.

Mas-Colell, A., M. Whinston, and J. R. Green, *Microeconomic Theory*, Oxford University Press, 1995.

Nash, J., “Two-Person Cooperative Games,” *Econometrica* Vol.21(1), 1953, pp.128-140.

OECD, *Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations*, 22 July 2010.

Rubinstein, A., Z. Safra, and W. Thompson, “On the Interpretation of the Nash Bargaining Solution and Its Extension to Non-expected Utility Preferences,” *Econometrica*, Vol. 60(5), 1992, pp. 1171-86.

Shapley, Lloyd S., “A Value for n-person Games,” In H.W. Kuhn and A.W. Tucker (eds.), *Contributions to the Theory of Games* Vol.II, *Annals of Mathematical Studies* Vol.28, Princeton University Press, 1953, pp.307 - 317.

Journal of Regulation Studies Vol.21 No.1 June 2012

## Determination of Reasonable Intra-company Transaction Terms Using Market Based Approaches

Namhoon Kwon, Chongmin Kim, Seonghoon Jeon, and Jinhwa Chung

Intra-company transactions have two rather conflicting characteristics; Trade decisions are made by fiat in a ‘captive market’ among a group of related parties, while the terms of trade must reflect actual market situations. On the other hand, antitrust regulators and tax authorities are closely monitoring these transactions to prevent possible ‘unfair’ trading and/or tax evasions. In this paper, we explore an economic model to determine intra-company trade terms based on the arm’s length principle. Then, we evaluate several methods that can be used to apply such economic model to actual intra-company transactions.

Key words: Intra-Company Transactions, Arm’s Length Principle, Trade Terms

JEL Classification: L2, L4, M2