

流通近代化 그 概念的 問題

— 특히 類似概念과 關聯하여 —

金 元 銖

《目 次》

- | | |
|--------------------|--------------------|
| I. 序 言 | II. 諸概念間의 意味關聯의 檢討 |
| II. 類似概念의 使用例와 定義例 | IV. 結言—하나의 試圖 |

I. 序 言

1960年代 末頃부터 우리나라에서도 流通近代化에 대한 論議가 활발히 舉論되기 시작하였다. 이와 같은 論議는 급기야 1970년대에 접어들면서 부터 종래 生產·輸出 중심의 經濟政策을 펴나가던 行政當局으로 하여금 流通問題에 대한 關心을 크게 일깨워 주었고 그 결과 第3次經濟開發計劃의 一環으로 流通近代化 計劃이 처음으로 마련되게 되었다([1] p. 69). 그 이후 이에 따라 여러가지의 流通政策이 立案·實施되어 流通近代化 作業이 추진되어 오고 있다. 그런데 그 동안에 立案·實施되어 온 여러가지 流通政策은 그 内容이 아주 多樣하고 紹羅의어서 모두 流通近代化의 課題과 合致되는 方向에서 立案된 것으로 評價되고 있다 ([2] p. 12).

그리하여 오늘날 우리의 周邊에서는 이와 같은 流通近代化는 當爲의 課題로서 인식되고 있고 또한 流通近代化라고 하는 用語로 아무런 疑問 없이 그대로 定着·慣用되고 있는 듯하다.

사실상 드러커(Drucker P.F.)가 일반적으로 流通先進國으로 인식되고 있는 美國의 流通部門을 “經濟의 暗黑大陸”(The Economy's Dark Continent) ([3] p. 103)으로 인식하였으니, 미국에 뒤지고 있는 우리의 경우 流通의 落後性 내지 前近代性을 전제로 하여 이의 拂拭을 위한 近代化가 필요하다고 하는 論據를 바탕으로 한 流通近代化 論議는 당연할 수 밖에 없으며, 또한 이는 經濟近代化의 一環으로서 당연히 追求되어야만 하는 課題이기도 하였다.

그런데 流通近代化를 이처럼 流通上의 前近代性이 배제되어 그것이 近代的인 것으로 變

筆者：서울大學校 經營大學 經營研究所 研究員，서울大學校 經營大學 教授

本 論文은 文教部 海外派遣研究助成費에 의한 연구임。

換되는 당연한 過程으로 이해한다고 하더라도 사실상 前近代性을 어떻게 이해하느냐에 따라 구체적인 流通近代化 論議는 그 展開가 달라질 수 있는 것이다. 다시 말한다면 流通上의 前近代性이 배제되어 流通이 近代의인 것으로 變革되어 가는 過程으로서의 近代化를 어떻게 인식하느냐에 따라 流通近代化는 概念的으로 저마다 다른 次元에서 인식될 수도 있는 것이다. 왜냐하면 近代化라고 하는 概念은 예컨대 西歐化와 同一視되거나 또는 封建制를 前近代性으로 보아 近代化를 封建的인 犬伴의 斷絕로 이해하는 경우도 있고, 혹은 產業化(工業化)나 合理化 또는 效率化로 인식되기도 하여 그 의미가 명확하지 못한 경우도 많기 때문이다. 이 때문에 日本에서는 流通近代化 概念과 類似概念인 流通革命 論議가 여러 갈래로 엇갈리게 展開되어 混亂을 가져오게 되었다고 지적되고 있는 것이다([4] p. 106).

또한 流通近代化 論議上으로도 流通의 落後性을 前(非)近代性으로 인식하는 경우 그 落後性은 다음과 같은 세 가지 次元에서 다르게 인식될 수도 있어서 이에 따라 近代化의 必然性 조차도 엇갈리게 주장되고 있는 것이다([5] pp. 1~2).

첫째는 歐美諸國의 流通機構에 對比하여 自國의 그것이 落後의이고 前近代의이라고 인식하여 이들 歐美先進諸國의 현재의 多元的인 流通機構를 모델(model)로 삼아 이에 캐치·업(catch up)하는 과정을 近代化로 보는 發展段階論의 입장에서의 주장이 있다.

둘째는 流通(產)業은 製造業 등에 對比하여 落後되어 있고 또한 前近代의이라고 하는 입장에서 製造(產)業 즉 工業이 大量生產方式을 도입하여 급속히 工業化(二產業化)過程을 밟아 近代化되었다고 보아 流通의 產(工)業화가 필요하다고 하는 주장이 있다.

셋째는 物價問題와의 관련 아래 物價上昇上의 流通마아진의 高率性이 流通機構의 落後性 즉 前近代性에 起因하는 것으로 보고 그 바탕은 바로 流通機構의 複雜·非合理性, 流通의 低效率性, 나아가서는 流通企業의 低生產性에 있다고 하여 流通cost 내지 마아진 節減을 통한 生產性 向上을 近代化로 인식하는 주장이 있다.

이 이외에도 여러가지의 다른 次元에서 인식된 流通近代化論이 저마다 엇갈리게 전개되고 있기 때문에 현실적으로 東洋의 마아케팅關係 文獻上으로는 流通近代化와 동일한 問題意識을 가졌음에도 流通近代化라고 하는 用語 대신에 이와 類似概念인 다른 用語가 다음에서 보듯이 아주 多樣하게 쓰여지고 있어 混亂이 빚어지고 있다고 해도 過言은 아니다. 사실상 西歐의 마아케팅關聯 文獻上으로는 流通革新(marketing innovation)이나 流通革命(marketing revolution)이라는 用語는 이따금 쓰여지기는 하나 東洋의 경우와는 달리 슘페터(Schumpeter J.A)가 제시한 古典的인 革新의 개념을 그대로 따르고 있는듯 하여 概念上의 混亂이 거의 없다. 그러나 東洋文獻의 경우에는 아주 多樣한 用語가 論者마다 엇갈

리게 사용되고 있어 概念上의 混亂이 加重되고 있음은 앞으로의 流通近代化의 論議를 展開하는데 있어 하나의 制約條件이 될다고 아니할 수 없다.

이와 같은 관점에서 本稿에서는 東洋의 마아케팅 文獻上 流通近代化 概念과 代替的으로 사용되고 있는 類似概念으로는 어떠한 것이 있으며, 또한 이들 類似概念은 流通近代化 概念과 어떠한 表味關係을 가지는 것인지 검토하여 之으로서 流通近代化概念의 明確化에 이바지 하고자 하는 것이다.

II. 類似概念의 使用例와 定義例

(1) 類似概念의 使用例

流通近代化와 代替的으로 사용되고 있는 類似概念 내지 用語에는 <表 1>에서 보듯이 여러가지가 있다. 그런데 「流通近代化」라는 用語는 「流通」이라고 하는 近代化 對象 내지 範疇를 나타내는 用語와 「近代化」라고 하는 特定의 變化(革)의 過程을 나타내는 用語가 합成된複合語인데 이와 類似한 概念은 모두 對象領域이나 혹은 變化過程의 어느 하나를 다르게 인식하거나, 혹은 둘 다 다르게 인식하고 있으므로 이에 따르면 이들 類似理念 내지 用語는 다음과 같은 三群으로 나누어 살펴볼 수 있다.

1. 對象領域을 다르게 인식한 경우

- ① 流通
- ② 流通機構
- ③ 流通組織
- ④ 流通產業

2. 變化過程을 다르게 인식하는 경우

- ① 近代化
- ② 現近代
- ③ 產業化
- ④ 再編成
- ⑤ 合理化
- ⑥ 效率化
- ⑦ 시스템화
- ⑧ 革命

(9) 革新

(10) 改善

3. 對象領域 및 變化過程을 모두 다르게 인식하는 경우

- ① 流通產業革命
- ② 流通產業現代化
- ③ 流通產業再編成
- ④ 流通產業效率化
- ⑤ 流通產業革新
- ⑥ 流通機構改善
- ⑦ 流通機構合理化
- ⑧ 流通組織革新

〈表 1〉 流產近代化關聯 類似用語의 使用例

變革過程의 認識	對象領域 내지 範疇		流 通	流 通 機 構	流 通 組 織	流 通 產 業
	近 現	代 代	化 化	○	○	—
產	業	業	化	—	—	—
再	編	編	成	○	—	—
合	理	理	化	○	○	—
能	率	率	化	○	—	—
시	革	革	命	○	—	—
革	革	革	新	○	—	○
改	改	改	善	○	○	—

註: ○표는 使用例가 있음을 나타내는 것임

이에서 볼 때 對象領域을 流通으로 보는 경우가 가장 일반적이며 流通機構라는 範疇는 合理化 및 改善이라는 變革過程과 관련되어서만 주로 사용될 따름이고, 流通組織의 範疇는 革新과만 관련되어 사용될 따름이고, 流通產業의 範疇는 現代化, 再編成, 效率化, 革命 및 革新과 관련지워 사용되고 있음을 알 수 있다. 이하에서는 範疇의 차이는 일단 제외하고 變革의 과정만을 중심으로 고찰하기로 한다.

(2) 定義例와 그 味

그렇다면 앞서 본 바와 같은 變革過程에 관한 代替的인 類似用語는 어떻게 定義되고 있는가? 먼저 각 類似概念의 定義를 살펴보기로 한다.



1. 現代化(modernization)

現代化란 「한편에서는 前近代化에 回歸하려는 움직임을 否定하면서 다른 한편에서는 近代至上主義를 아울러 克服하는(過程)」([6] p.72)으로 보는 경우가 있는데, 이는 近代化思想이 前近代의 것과의 戰爭의 武器로서 一定한 役割을 수행한 다음 產業社會가 高度化된 단계에 相應하는 變革過程으로 인식하는 것이다([4] p.95). 따라서 이 概念은 產業社會에 對應하는 現代化 概念의 發展形態로 보는 것이기는 하나(ibid p.94) 그 變化는 現代化合理化, 標準化, 大規模化 등을 追求하면서, 다른 한편으로는 多樣化에의 對應도 追求하여가는 움직임으로 이해하고 단순한 近代에서 現代로의 歷史的 發展段階를 뜻하는 것은 아닌 것으로 보고 있다(ibid p.344).

이에서 미루어 볼 때 만약 이와 같은 現代化 概念이 타당하다면 이는 本稿의 主題인 現代化를 內包하는 보다 高度의 包括的인 變革過程으로 이해할 수 있다. 그러나 英語의 경우 modernization은 흔히 現代化 및 現代化로도 번역되고 있음으로 만약 西歐文獻上의 用例에 따를 때 概念上의 혼란이 생길 수 있다.

2. 產業化(industrialization)

產業化는 產業革命을 거쳐 어떤 對象이 產業으로서의 基盤을 확립하여 가는 過程을 뜻하는데 흔히 “產(工)業資本과 동일한 運動法則이 流通業에 貫徹되어 大規模 流通業이 전개되는 過程”([7] p.230)으로 보아 資本論理의 貫徹을 전제로 하여 이해하는 입장이 있는가 하면, 반면 “流通業 중에서 革新者(innovator)가 생겨나 그것이 流通을 變화시켜가는 方向”([8] p.12)으로 보고 이를 流通業의 成長과 參入의 과정으로 이해하는 견해가 엇갈리고 있다.

그런데 前者の 理解方法은 일반적으로 現代化를 產業化와 同一視하여 產業資本이 工業化過程을 밟아 產業基盤을 형성하여가는 과정을 經濟發展段論에 입각하여 資本主義化로 인식하는 입장([4] p.80)에서 이해하고 있는 것이며, 후자는 이를 流通革新過程으로 보는 見解이다.

그런데 전자의 見解에 따르면 流通產業化는 流通業이 資本의 論理에 支配되어 마치 生產部門이 產業革命을 거쳐 資本主義의 生產樣式을 도입함으로서 近代의大量生產體制를 확립하게 되었듯이 流通部門에서도 이에 對應하는 大量流通體制가 확립되어가는 과정으로 이해됨이一般的이다. 그 결과 이는 規模의 利益의 實現을 가능하게 하는 流通業의 大規模화로 이해되기도 한다.

3. 再編成(reorganization)

流通再編成은 “流通業界의 勢力版圖가 企業間의 提携나 合併에 의해 變化되어 가는 것” ([8] p. 16)으로 이해되고 있는데 이는 곧 產業組織論의 觀點에서 流通產業構造의 變化過程을 특히 資本의 論理를 전제로 流通支配와 관련시켜 파악하고 있는 것이라 할 수 있다. 그런데 流通產業構造는 반드시 이를 구성하고 있는 流通企業의 資本的側面에서의 提携·合併에 의해서만 變化되는 것이 아니라 業態革新이나 經營方式의 革新 등에 의해서도 變화될 수 있는 것이다. 그러므로 流通再編成은 어떠한 動因에 의해서건 流通產業構造가 變革되어 새로운 編成으로 바뀌는 것으로 이해하는 것이 바람직하다. 왜냐하면 流通再編成에 대한 要請은 원래 社會의 性格을 가지고 있는 流通이나 이의 機構 또는 시스템이 獨寡占의 企業이 獨寡占競爭의 수단으로 流通主導權을 쥐고자 流通系列化를 통해 流通支配를 하게 된다. 그 결과 個別의 企業集團에 의해 分斷化되어支配되는 流通產業構造가 형성되어 流通의 社會的 目的 내지 役割이 제대로 달성되지 못하므로 巨視마아케팅管理, 즉 流通管理의 입장에서 流通產業의 再編成이 요청된다고 지적되고 있기 때문이다 ([9] pp. 76~77).

4. 合理化(rationalization)

流通合理化는 論者에 따라 流通近代化의 實體로 인식되어 “流通活動이 合理的인 것으로 바뀌어져 가는 모습으로서 예컨대 非合理的인 商慣習 등이 사라져가는 것” ([12] p. 8), 또는 端的으로 流通面에 있어서의 “經濟合理性의 追求” ([10] p. 216)로 이해되거나, 혹은 “流通이 構造的 또는 行動的 變革에 의해 國民經濟의 進步·發展에 이바지하는 것” ([11] p. 108)과 같이 變革의 手段的側面이 강조되는 경우도 있다.

流通合理化가 하나의 變革過程으로서 그 變革의 바탕이 合理性의 追求에 있다는 점에서 일단 餘他의 變革過程의 개념과 구별될 수 있는 것이므로 이 또한 流通變革의 어떤 한 特殊形態를 指稱하는 것이라 할 수 있다.

사실상 流通合理化란 思考 및 實踐의 바탕을 理性에 구하는 合理主義를 經濟의 하나의 섹터(sector)인 流通部門에 貫徹시키는 것으로 이해할 때 이는 經濟的 合理性의 實현으로 이해되게 된다. 그런데 經濟的 合理性은 최소의 희생을 통해 최대의 效果를 달성하고자 하는 經濟性原則이 그 바탕이 되며, 이는 구체적으로 生產性意識이나 原價節減意識으로 이해되고 실천되므로 流通合理化 論議는 流通生產性 또는 流通能率向上이나 流通コスト節減으로 이해되어 下述하는 流通效率化와 같은 次元에서 인식되는 경우가 많다. 예컨대 合理性尺度로서 流通效率을 사용하는 경우가 있다 ([13] p. 75).

5. 效率化

流通效率化라는 用語는 사용은 많이 하되 이에 대해 직접적인 定義를 내리려는 試圖는

거의 이루어지지 않고 있다. 그러나 流通의 效率性 내지 流通效率에 대한 定義는 이루어지고 있는데 이에는 두 가지의 엇갈린 見解가 있다.

하나는 效率을 일반적으로 經濟學에서 사용하는 生產性 概念과 同意語로 보아 資源의 最適利用의 의미로서 投入과 產出의 對比로 파악하는 경우가 일반적이다([9] p. 488, [14] p. 338, [15] pp. 674~675).

그런데 종래 마아케팅論上으로는 efficiency를 能率로譯하여 왔었고([16] p. 296 [17] p. 151, [18] p. 261) 아직도 그대로 사용되는 경우도 있으나([19] p. 373, [20] p. 258) 日本의 최근의 대다수의 文獻에서는 流通效率이라는 用語가 주로 쓰이는 傾向이 있다. 그러나 流通能率을 그대로 쓰되 이를 流通效率과 구별하여 후자를 “流通시스템이 社會에 의해 期待되는 目的을 追求하고 있는가 아닌가와 관련되는 것”으로 이해하여 이를 流通시스템에 있어서의 目的 그 자체의 妥當性을 따지는 것”([20] p. 258)으로 인식하는 경우로 있다. 그런데 이러한 입장은 바로 마아케팅의 社會的 價值를 論함에 있어 efficiency와 utility를 구별하여 流通能率은 일정한 目的을 달성하는데 쓰인 資源의 節約과 관련되는 것이며, 流通效用(utility)은 目的 그 자체의 心理的 内지 倫理的 評價로 보는 立場과 같은 것이다([21] p. 652).

이러한 流通效用의 개념은 오늘날 流通效果性 또는 流通有效性(marketing effectiveness)으로 인식되기도 하여 예컨대 “投入成果基準이나 產出成果基準이 달성된 정도를 나타내는 것”([22] p. 773)으로 인식되기도 하나 이러한 입장과는 달리 “商業活動의 결과 이룩된 產出이 바람직한가 아닌가, 要求 内지 必要를 어느 정도로 充足하고 있는가 하는 것과 관련되는 것”([23] pp. 223~224)으로 보아 產出基準과만 관련시켜 이해하는 입장이 있는가 하면, 이를 投入基準과만 관련시켜 예컨대 “資金이 어느 정도 效果的으로 活用되었는가 하는 것을 나타내는 것으로서 概念上으로는 資金을 가장 效果的으로 사용할 수 있는 方法을 想定할 수 있을 때에 사용되는데 가장 효과적으로 사용될 경우 이는 [1](unity)로 표현된다” ([24] p. 268)고 定義되고 있다.

종래부터 마아케팅面에서는 生產性이라고 하는 概念도 널리 사용되어 왔다. 그런데 이 개념을 efficiency 개념으로 定義를 내리는 것은 典型的으로 工科系의 사람들인데, 經濟學者들은 工科系의 사람들이 사용하는 efficiency와 同意語로서 生產性 概念을 사용하고 있기는 하나 經濟學者가 efficiency라고 할 때 이에는 生產性과 投入要素價格의 양쪽이 포함되는 것으로 이해되고 있는 것이다([14] p. 338). 그런데 마아케팅의 경우 生產性 概念을 쓴다고 할 때 投入과 產出이 同質의 것이 아니어서 合理的이 아니므로 流通生產性이라는 用語를 사용하지 않고 流通效率 内지 配給能率이라는 呼稱을 사용한다고 하는 주장도 있다([9] p. 488)

~489).

이에서 볼 때 流通效率 概念에는 세 가지의 理解方向이 있음을 알 수 있다.

첫째, 投入產出比率인 流通能率과 同意語로서 이를 代替的으로 이해하는 경우가 있다.

둘째, 成果 즉 產出基準과 관련시켜 이와 流通의 效果性 또는 有效性으로 보는 경우가 있다.

세째, 投入基準과 관련시켜 投入節約度로 이해하는 경우가 있다.

따라서 流通效率을 어떻게 이해하느냐에 따라 流通效率化의 意味內容도 달라지므로 流通效率化라는 개념을 사용할 때에는 이에 대한 명확한 定義를 내리지 않으면 안된다. 일반적으론 投入產出比率로서 이해하는 경우가 많다.

6. 시스템화

流通시스템化는 “流通機能의 高度化와 生産性 向上을 달성하기 위해……生産에서 消費에 이르는 全流通過程이 하나의 시스템으로서 구성되어야만 하는 것인데도 그것이 적절히 구성되지 않았거나 또한 적절히 連動하지 않는 要素(기업, 사업소, 部門 등의 활동)을 시스템으로 構成하는 것”([25] p.10)으로 인식되고 있는데, 이는 곧 流通의 各 構成要素의 統合的・體系的 連動化를 전제로 流通效率 向上을 위한 手段的 側面의 構成的 變革過程으로 이해하는 것이다. 이의 개념에 대해서는 대체로 合意가 이루어지고 있다.

7. 革命(revolution)

流通革命이란 보통 “生産面에 있어서의 大量生産革命(오토메이션의 대규모적인 導入 및 製品의 規格化 포함)과 消費面에 있어서의 消費革命에 對應하는 商品의 流通面에서의 大量流通體制가 必然的으로 進行되는 事實을 말한다. 이것이 流通革命으로 불리워질 수 있는 까닭은 舊來로부터 전통적으로 存續하여 온 低生產的인 수많은 配給機構의 單位인 生產의 零細商業者, 劍立의 소규모의 都賣商(問屋) 등이 國民經濟의 으로 그 存立理由를大幅으로 잃게 되거나, 혹은 經營上으로 그 存立이 否定되지는 않는다 하더라도 그 社會的 役割이 광범히 壓縮되는 것과 같은 事態가 생기게 되리라고 생각되기 때문”([26] p.30)이라 하고 있다.

이러한 입장에서의 流通革命의 인식은 결과적으로 ① 小賣業界에 있어서의 量販店勢力의 擡頭 및 ② 都賣業界에 있어서의 都賣商(問屋) 排除論(소위 問屋無用論)의 등장 즉 經路短縮論으로만 이해되게 되었었다([27] p.59). 그런데 이러한 입장에서 流通革命을 理解하는 것은 “流通變革過程上 중요하기는 하나 局部的인 現象에 지나지 않는 새로운 變化를 過大評價하고 一般化하여 순전히 그와 같은 現象의 擴大를 進步로 보는 것이고, 그와 같은 評價

의 결과 合理的인 存立根據를 가지고 있는 既存의 流通機構까지 非難·否定하게 되었다”고 하고, 나아가서 “消費者의 要求가 있으므로 다수의 中小零細企業이 存續하고 있는 것이다”라고 하는 비판을 받고 있다.

또한 流通活動의 經濟性을 전제로 하는 앞서와 같은 流通革命論은 이의 實現을 위한 大型化論으로 傾斜하게 되었는데 이러한 規模의 經濟性의 實현을 위한 大型化는 두 가지의 假定을 그 바탕으로 하고 있는 것이다. 첫째의 그것은 大型化는 바로 經濟效率의 向上에 이어지고 그것은 또한 바로 消費者利益의 증대에 이어지는 것으로 보는 것이고, 둘째의 그것은 大量生產體制의 一般化의 假定인 것이다. 그러나 實際상 流通이 大型化한다고 해서 반드시 소비자이익이 증대되는 것은 아니며, 또한 產業에 따라서는 특히 1次產品의 경우에는 大量生產體制가 확립될 수 없다는 의미에서 앞서와 같이 流通革命을 이해하는 입장은 批判을 받지 않을 수 없게 되는 것이다([27] pp. 61~62).

이와 같이 볼 때 流通革命은 단순한 量販店의 증대와 經路短縮에 의해 이룩되는 大量流通體制의 형성과 같은 現象만을 指稱하는 것이 아니라 궁극적으로는 綜合的 流通시스템의 形成과 같은 方向으로 이해하는 것이 바람직하다고 보는 견해도 있다([27] p. 59). 따라서 流通革命은 기본적으로 그 變革過程의 激發性과 그것이 미치는 社會的 影響이 크고 또한 그 속도가 빠르다는 면에서, 다시 말한다면 變革의 幅과 速度와 社會的 影響의 측면에서 빼어도 하나의 새로운 時代를 劉할 수 있을 정도의 (epoch making) 급격한 斷絕的 變革이 이루어지는 過程으로 이해함이 합리적일 것 같다.

8. 革新(innovation)

流通革新이라는 用語도 널리 사용되고 있으나 사실상 명확한 概念을 定立을 한 文獻은 거의 없다. 古典의 定義인 숨페터의 生產要素의 新結合으로 이해되는 것이 普遍化되어 있기 때문인지도 모른다. 革新에 대해 내려진 어떤 定義는 이를 “소비자(사용자)에 의해 새로운 것으로 知覺된 어떤 아이디어, 實踐方法 또는 製品(서비스 포함)” ([28] p. 601)으로 보는 경우도 있는데 이는 革新이라고 하는 새로운 어떤 것이 變革創出되는 過程보다는 그 결과를 指稱하는 것이다.

그러나 近代化와 관련하여서는 이를 既存의 流通方式이나 機構 또는 經路 등이 보다 새로운 것, 즉 보다 낳은 것으로 變革되어가는 過程으로 이해함이 합리적일 것 같다.

9. 改善(improvement)

改善이라는 用語는 그다지 빈번하게 사용되지는 않으나 이에 대해서도 역시 명확한 概念定立이 이루어지지 않고 있다. 그러나 일반적으로 改善이란 보다 낳은 것으로 만들거나,

보다 質的으로 낳은 것이 되거나 보다 낳은 狀況에 이르는 것 등으로 이해할 수 있으므로 流通改善이란 일단 보다 合理的인 것, 效率의인 것, 近代의인 것으로의 變革過程을一般的 抽象的으로 指稱하는 用語로 사용되고 있는 것 같다.

III. 諸概念間의 意味關聯의 檢討

이상 각 類似概念에 대한 理解內容을 살펴보았다. 그렇다면 이를 用語와 混用되고 있는 流通近代化는 어떻게 概念화되고 있으며 이는 또한 앞서 본 類似概念과 어떠한 意味關聯을 가지는 것으로 理解되고 있는 것일까?

앞에서도 보았듯이 流通近代化라는 用語는 다른 用語와 代替的으로 濫・混用되어 있어서 統一的인 理解가 이루어지지 못하고 있다. 따라서 이를 概念화하는데 있어서도 여려모로 차이가 있다.

먼저 流通近代化에 대한 약간의 定義例를 살펴보기로 한다.

① 流通 특히 商業에 있어서 生產性이 向上되고 近代의인 流通機能이 갖추어져 오늘날의 經濟社會에 適合한 流通活動이 수행되게 되는 것([12] p. 2)으로 보는 見解와 앞서 보았듯이 流通近代化의 實體를 바로 流通의 合理化를 보는 解釋가 있다(ibid p. 8). 또한 이러한 定義와 같은 입장에서 “流通機構의 近代化가 流通部門에 있어서의 기업의健全한 發展을 도모하면서 流通機能을 充實化하여 社會的 流通cost를 引下하는 것이라 한다면 이는 基本的으로 流通部門에 있어서의 生產性의 向上이 되리라”([29] p. 4)고 보는 見解가 있는데 이 또한 前者와 같이 流通合理化로 이해하는 것으로 볼 수 있다. 왜냐하면 앞에서 보았듯이 生產性이란 效率과 同意語이며 이러한 流通efficiency은 合理性의 尺度로 選定・利用되기 때문이다([13] p. 75).

② “國民經濟全體의 商品流通과 그 組織의 再編成”([9] p. 77)으로 보는 定義도 있는데 이와 비슷한 입장에서 微視的으로 “활발한 設備投資를 基軸으로 하는 擴大되는 市場의 占有擴大에 적합한 流通再編成”([30] p. 48)으로 이해하는 解釋도 있다.

③ “現在의 生產 및 消費의 機構에 대해 流通이 충분히 對應하지 못할 때에는 이를 改善하기 위해 현재보다도 더 效率의인 流通을 指向하여 流通의 近代化가 이루어져야 함”([31] p. 25)과 같이 定義되는 경우도 있는데, 이는 流通近代化를 流通efficiency로 이해하고 이를 指向하기 위한 近代化 過程을 改善過程으로, 또한 近代化 對象을 流通機構로 인식하고 있는 것이다.

이상에서 본 바와 같은 諸定義를 통해 流通近代化는 바로 流通合理化, 流通效率化 및 流通改善과 同意로 이해되고 있음을 알 수 있다. 그런데 대다수의 文獻에서는 流通近代化에 대한 직접적인 定義없이 이를 다른 類似用語와 同意視하여 混用하는 事例가 많은데 예컨대 流通近代化를 流通產業化로 보는 경우([5] p. 8), 流通革新과 같이 보는 경우([30] p. 49) 등 여러가지가 있고, 또한 流通革命을 流通革新과 같게 보거나([32] p. 20), 流通效率化를 流通 시스템化의 追求([33] p. 97)로 보거나, 流通革命을 流通시스템으로 보는 것([27] p. 59)과 같은 여러가지 見解가 엇갈리고 있다. 이러한 用例를 모두 그대로 따른다면 결과적으로는 <表 1>上의 모든 用語는 同意語視되어 互換的으로 필요에 따라 사용할 수 있고 또한 실제로 사용되고 있음을 알 수 있다. 그리하여 예컨대 “經濟의 效率化를 座標軸으로 하여 流通의 機能・組織을 合理化하고, 近代化하고, 產業化하려고 하는 것……”([34] p. 10)과 같이 사용되기도 하는 것이다.

이상에서 본 바에 따를 때 사실상 오늘날 流通業界가 당면한 流通近代化의 問題意識을 올바르게 認識・理解하고 이를 전체로 한 流通近代化 課題를 模索하는 과정에서 전개되는 流通近代化 論議에는 混亂이 있을 수 밖에 없음을 是認하지 않을 수 없는 것이다.

IV. 結言—하나의 試圖

그렇다면 流通近代化 論議가 보다 명확하게 활발히 전개되고 또한 이를 바탕으로 한 流通近代化 作業이 올바르게 展開될 수 있으려면, 무엇보다 먼저 앞서 본 바와 같은 混亂의 極에 달하고 있는 流通近代化 概念과 이의 類似概念間의 概念的 明確化와 이들 各 概念相互間의 意味關聯의 明確化가 體系的・統一的으로 이루어지지 않으면 안되는 것이다.

이하 이와 같은 問題意識에서 앞서 살펴 본 諸概念相互間의 意味關聯의 體系化를 試論的으로 模索해 보고자 한다.

일반적으로 볼 때 近代化란 요컨대 좋은 것이며 그것은 落後된 것에 대한 것이며 낡은 것에 대한 批判이며 또한 理想으로 하고 있는 未來에의 前進으로 이해되고 있다. 그러므로 비단 流通뿐만 아니라 中小企業, 農業, 勞使關係, 政府도 앞으로 近代化하지 않으면 안된다고 하게 되는 것이다([35] pp. 30~31). 이와 같은 一般的이고 抽象的인 見解를 具體화한다면 近代化라고 하는 變革過程은 궁극적이고 또한 完結的인 變革過程으로 이해할 수 있다. 만약 그리하다면 現代化라고 하는 變革過程을 인식할 수는 없게 된다. 그러므로 現代化라고 하는 變革過程은 일단 近代化가 이룩되었다고 하더라도 거기엔 未洽한 것 혹은 잘

못된 것이 있어서 이의 補完 또는 匡正을 위한 새로운 變革段階가 필요하다고 하는 經時的
내지 發展段階的 發想이 있을 때에 비로소 인식될 수 있는 개념이다.

그런데 事實로서의 近代化와 要求로서의 近代化를 구별한다고 할 때 ([35] p. 28) 實績으
로서의 近代化를 前段階의 近代化로 인식하고 이에 대해 要求로서의 近代化를 現代化 段
階로서 인식할 수는 있다. 예컨대 事實로서의 近代化를 量販店의 撞頭와 經路短縮이라는
측면에서 流通革命이 이루어진다고 할 때 이와 같은 規模利益의 실현에 의한 大型化는 바로
近代化의 受惠者이어야 할 消費者의 利益의 向上에 바로 이어지는 것이 아니라 할 수 있
다. 이러한 批判은 앞으로의 流通近代化는 消費者利益의 증대의 방향에서 追求되어야만 한
다는 結論을 導出할 수 있게 하고, 이러한 입장에서 후자의 近代化를 現代化로 인식할 수
도 있는 것이다. 또한 近代化를 合理化로 보고 이의 바탕을 資本效率의 관점에서 追求함으
로서 近代社會에서 派生되고 있는 人間性 疎外의 문제는 人間福祉의 向上이라는 관점에서
볼 때 그것은 資本側面에서의 合理化 즉 近代化이었기 때문에 人間性 回復을 전제로 하는
合理化·近代化의 追求를 現代化로 이해할 수도 있게 되는 것이다.

이와 같이 近代化過程을 하나의 變革段階로 인식할 때에는 이에 後續되는 次善의 變革段
階로서의 現代化過程을 概念화할 수도 있다. 그러나 近代化를 하나의 궁극적인 完了段階로
인식한다면 現代化는 近代化의 補完의 變革過程으로 이해할 수 있을 것이다. 사실 英語의
경우 modernization은 近代化·現代化 어느 譯語에도 對應되는 것이며 토인비 (Toynbee A.)
가 지적하였듯이 近代化를 “傳統的인 社會가 工業化라고 하는 새로운 挑戰을 받아 이에 對
應한 過程의 記錄” ([35] p. 41)으로 본다면 現代化近程을 인식할 수는 없는 것이다. 그러나
이를 工(產)業化에 對應하는 變革過程으로 본다면 產業社會와는 다른 論理에 의해 進展되
는 脫工業化(post-industrialization) 社會에 對應하는 變革過程으로서의 現代化를 인식할 수
도 있으며 이는 要求로서의 近代化의 性格을 가지는 것이라 할 수 있다.

이러한 경우 어디에서 어디까지가 近代이고 어디에서 어디까지가 現代인지 그 時期를 劃
하는 것이 아주 중요하다. 오늘날 不連續 또는 斷絕의 時代 (The Age of Discontinuity)라고
하는 表現에 內包될 수 있는 그러한 變革, 즉 그 激發性과 包括性과 影響의 多面性과 아울
러 深度가 깊은 變革의 과정을 現代化過程으로 이해할 수 있을지도 모르겠다.

여하튼 本稿에서는 暫定的으로 近代化를 要求로서의 近代化도 포함하는 自己完了的인 개
념으로 이해하고 推論키로 한다.

다음 產業化는 앞에서도 보았듯이 資本主義化와 革新으로 보는 두 가지 見解가 있는데 전
자는 바로 資本의 論理가 貫徹되어가는 過程을 의미하는 것이다. 그런데 資本의 論理는 구

체적으로 合理主義의 貫徹을 전제로 하므로 이는 바로 合理化와 같이 인식할 수 있고 合理化는 바로 效率化에 의해 測定되므로 이를 效率化로 이해할 수 있다. 이렇게 본다면 產業化=資本主義化=合理化=效率化로 이해할 수 있게 하는데 이는 모두 變革의 質的 內容을 의미하는 것이다.

다만 이러한 경우 效率化의 尺度로서의 效率性을 어떻게 理解하느냐가 중요한 課題가 된다. 즉 效率性을 產出 및 投入 양면과 관련시켜 이를 目標達成度와 手段 즉 投入節約度를 포함하는 것으로 이해 할 것인가, 아니면 產出과만 관련시켜 이를 目標達成度 즉 有效性 내지 效果性으로 보거나, 혹은 投入과만 관련시켜 手段節約度로 이해 할 것인가 하는 문제가 해결되어야만 한다. 이와 관련하여서는 여러모로 見解가 엇갈리고 있으나 流通近代化가 현재의 流通시스템의 評價를 전제로 거기에서 발견되는 非效率的 要因을 배제하여 이의 效率化를 意圖하는 것으로 보는 이상 이는 마땅히 產出 즉 目標와 投入 (手段) 양면에서의 效率 즉 總體的・綜合的 效率로 인식함이 옳을 것 같다. 종래에는 이를 流通能率로 보아 왔었고 또한 그렇게 불리워져 왔었다. 그러나 이는 流通コスト와 같은 投入要素만을 이해하는 것과는 다르다.

그런데 流通效率을 流通效用과 같이 보는 見解도 있었는데 이는 流通의 倫理的 評價와 관련되므로 이를 流通效率로 인식하는 경우에는 앞서의 流通效率 概念과 混亂이 생긴다. 그러므로 流通效用이라는 用語는 流通產出과 관련시켜 이해함이 합리적이다. 따라서 效率概念은 近代化의 變革의 程度를 成果 즉 產出 및 投入과 관련시켜 파악한 개념으로 이해하기로 한다.

다음 再編成 내지 再編制란 현재의 流通(產業)의 構造 즉 流通시스템의 構成要素와 이들의 構成關係나 패턴의 變革을 뜻하는 것으로서 이는 構成要素 그 자체와 이의 集合關係나 패턴의 變革을 나타내는 것이므로 產業組織的 觀點에서의 構成變化의 개념과 같게 보기로 한다. 사실상 產業化가 추진되어 合理的으로 운영되는 量販店이 많이 생겨나면 이는 流通產業構成에 변화를 가져오게 하므로 產業再編成이 이루어졌다고 할 수 있는 것이다. 이러한 면에서 볼 때 이 개념은 變革의 外形的 要因의 변화에 視角을 두는 개념으로 이해할 수 있다.

이에 대해서 시스템化的 개념은 構成要素間의 關係를 중심으로 인식하는 視角으로서 近代化 즉 效率化를 하려면 그 對象領域의 諸要素의 機能 내지 活動의 體系的・統合的 運動化를 통한 시너지效果를 얻어야만 한다. 따라서 시스템化的 概念은 近代화의 手段的 側面을 중심으로 하는 視角에서 인식된 개념이라 할 수 있다.

革命이라는 概念은 變革의 質的·量的 特性이 前段階와 對照的인 차이가 있어서 그것이 斷絕的 内지 不連續的인 變革으로 인식되는 경우에 형성되는 개념이다. 그러므로 이는 近代化와 現代化를 구별하는 경우와 같이 經時的인 視角에서 이루어지는 變革의 過程을 말하나 앞서 본 바와 같이 變革의 速度가 빠르고 激發性이 있고 영향의 深度가 깊고 또한 그것이 包括的 多面의이라는 데에서 그 특징을 찾아야 할 것 같다. 이와 같은 면에서 流通革命은 流通全領域에 걸쳐 영향을 미치는 어떤 變革이 급격히 종래의 것과는 다른 次元에서 展開·波及되는 것으로 이해하기로 한다. 따라서 이는 近代化라고 하는 變革過程을 漸進的 變革(gradual change)과 急進的 變革(radical change)으로 나눌 때, 후자와 관련되는 개념으로 이해할 수 있으며 이는 近代化의 급격한 進展期의 初期에 人爲的으로 이루어지는 變革過程으로 概念화할 수 있다.

革新개념은 變化(change)의 質的 內容을 나타내는 개념이라 할 수 있는데 이것은 곧 既存의 非合理的, 非能率的, 非產業的인 舊來의 것이 새로움(newness)을 가진 것으로 變換되거나 代替되는 過程이다. 그러나 흔히는 製品革新처럼 그 結果로 인식되기도 하나 近代化나 ‘產業化, 合理化 또는 效率化가 既存의 것과는 다른 새로운 것으로 바꾸어지는 過程을 가리켜 革新이라 할 수도 있다. 또한 革新을 다만 새로운 것으로의 變革으로 이해하지 않고 이를 革命과 관련지워 그 의미를 더욱 限定하여 同意視하는 경우도 있다. 그러나 이는 어 디까지나 質的 次元에서의 개념이므로 이를 時間的 次元과 관련시키는 것은 合理的이라 할 수 없다.

끝으로 改善이란 보다 次善의 것으로 어떤 對象領域이 更改되는 것 이므로 이는 價值判斷을 전제로 하는 變革의 內容으로 이해할 수 있다. 사실상 일반적으로 近代化가 暗默的으로 善視되고 있다는 점을勘案할 때 流通改善이라는 用語를 近代化와 同意語로 사용하여도 無妨하나 이는 理想으로서의 다음 段階가 구체화되어 있지 않다는 점에 차이가 있다.

이에서 볼 때 앞서 본 여러 가지의 類似概念 중 現代化와 革命은 時間的 次元을 전제로 하여 인식된 개념이며, 產業化·合理化·效率化·革新 및 改善은 變革의 質的 內容을 중심으로 인식된 개념이고, 再編成은 構成關係라는 外形的側面, 시스템化는 手段的側面은 중심으로 인식되는 개념이라 할 수 있다.

이와 같이 各 類似概念을 理解한다고 할 때 流通近代化는 구체적으로 어떻게 인식되어야만 할 것인가?

流通近代化란 결국 產業化, 合理化, 效率化를 革新을 통해 이룩하여야만 하며 그 결과로서 流通產業이 합리적 근대적인 것으로 再編成되어야만 하는데, 開發途上國의 경우 漸進的

인 變革에 의해 이를 期待하기는 어려우므로 人爲的으로 流通革命의 과정을 거쳐 그것이 이룩되도록 하지 않으면 안된다. 그러기 위해서는 流通의 시스템화가 이루어져야만 하며 그 결과 流通시스템의 改善이 이루어지고 流通效率이 向上될 수 있게 되는 것이다.

그렇다면 이러한 流通近代化 즉 流通變革은 어떻게 評價할 수 있을 것인가?

종래 日本에서 流通革命을 중심으로 하여 전개된 流通近代化論은 앞에서도 보았듯이 量販店의 擡頭成長과 經路短縮을 중심으로 인식되었는데 그것은 通俗的으로 「수퍼絕對論」이나 「都賣商(問屋) 無用論」으로 이해되어 왔었다 한다([36] p. 13). 이는 곧 近代化=美國化=大型化=시스템화의 圖式을 따르는 것으로서 巨視마아케팅管理의 主體로서의 政策當局도 이에 따라 流通政策의 中心을 都小賣業의 大型化·協同(業)化와 物의流通의 시스템화에 두었었고, 製造業者는 大量生產·大量販賣를 가능하게 하는 方法으로서 小賣店의 系列化를 추진하게 되었고, 한편 流通業은 미국型의 수퍼·마아케트(supermarket)라는 새로운 業態를導入하게 되었다고 한다([37] p. 58). 그러나 上述한 바와 같은 圖式에 따른 流通近代化의 展開는 오늘날 “壁”에 부딪쳤다고 지적되고 있는데 그 까닭은 政策當局은 都小賣業의 協同化에 오히려 當惑하고 있으며, 製造業者는 스스로 형성한 系列店에 負擔을 느끼게 되고, 수퍼·마아케트는 大量購買·大量販賣에 따른 低價格政策을 변경하여 商品具色을 중심으로 하는 百貨店과 비슷한 店舗로 전개하게 되었기 때문이다 한다.

뿐만 아니라 이와 같은 圖式은 實質적으로 消費者의 要求가 있기 때문에 存續하고 있음과 아울러 增大傾向을 가지고 있는 다수의 中小零細企業의 存在를 전적으로 否定하는 형식으로 전개되었으므로 大型化만을 善으로 보아 그것만이 追求되었고, 따라서 流通生產性 즉 流通效率도 從業員 1人當 또는 賣場面積當販賣額을 중심으로 이를 提高하려 하게 되었다고 지적되고 있는 것이다. 그런데 이러한 경우 그와 같은 生產性 내지 效率의 提高가 소비자에게 어떠한 意味가 있는 것인지 전연 검토되지는 않았었고([27] p. 61), 따라서 그것은 販賣者를 위한 流通革命이 아니었는가 하는 疑問을 가지게끔 한다고 비판되고 있는 것이다 (ibid, p. 62).

사실상 종래 사용되어 온 流通效率尺度는 流通關與者中 生產者나 流通業者의 입장에서 測定하려는 微視的인 流通經營效率 즉 販賣效率이 그 중심이 되었었다([14] p. 338). 그런데 販賣의 擴大가 바로 流通의 窮極의 目標인 消費者福祉의 증대에 이어지는 것은 아닌 것이다. 이러한 입장에서 올더슨(Alderson, W.)은 流通效率 測定에 消費者的立場을 反映할 필요가 있음을 示唆하였는데 ([38] pp. 442~444) 이는 곧 巨視的 마아케팅效率과 관련되는 것이다.

사실상 流通效率 즉 마아케팅의 社會的 내지 巨視的 生產性은 기본적으로 消費된 投入코스
트와 이를 통해 얻어진 消費者滿足과의 관계에 의해 測定([39] p. 693)되어야만 하는 것
이다. 그러나 產出로서의 消費者滿足 즉 欲求充足의 程度는 主觀的인 문제로서 이를 客觀
의로 測定하는 것이 어려웠으므로 실제상으로는 目標達成度와 관련되는 消費者滿足은 일
정하다고 보아 마아케팅評價면에서는 社會的・巨視的 投入으로서의 社會的 마아케팅・코스
트의 測定만을 중심으로 하여 評價되어 왔었던 것이다([30] p. 23)

따라서 流通近代化를 流通合理化로 보고 이의 尺度를 流通效率에 두는 경우 앞서 본 바
와 같은 微視的 流通效率 즉 販賣效率의 測定이나 또는 消費者滿足을 一定하다고 보는 입장
에서 流通投入效率만으로 測定되는 流通效率 즉 流通能率로서 流通近代化를 評價하기는
어렵다. 그렇다면 流通近代化를 流通效率化로 보는 경우 이는 어떠한 流通效率尺度에 의해
測定되어야만 할 것인가?

流通近代化는 다음과 같은 네 가지 觀點에서 이를 인식할 수 있다([41] p. 86).

- ① 製造業者(maker)의 觀點(生產部門)
- ② 顧客의 觀點(消費部門)
- ③ 中間流通業者의 觀點(流通部門)
- ④ 總體的 觀點(社會經濟的 觀點, 全體시스템的 觀點)

이러한 네 가지 觀點中 流通近代化는 당연히 總體的 觀點 즉 社會・經濟的 觀點에서 이를
다루어야만 하는 것이다. 그런데도 앞서 본 바와 같은 流通革命을 중심으로 하여 전개된
流通近代化는 製造業者 특히 耐久消費財 중심의 寡占的 製造業者の 觀點이나, 또는 流通業
者の 입장에서만 이를 인식하였었기 때문에 애덤·스미드 以來로 經濟의 目的으로 인식하고
있는 消費의 主體인 消費者의 立場에서의 그것은 인식되지 못하였다고 批判을 받게 되었
던 것이다. 따라서 오늘날 消費者主權 내지 消費者中心主義(consumerism)의 摧毀와 함께
종래 機能的 相互依存性, 즉 分業性, 平等性 및 自主性을 바탕으로 형성되었어야만 할 生產
・流通・消費라는 三部門의 協同關係가 不平等하게 歪曲・屈折되었음으로 해서 이에 대한
反動으로서 오늘날 消費者指向性(consumer orientation)이 특히 강조되어 流通近代化가 消
費者의 觀點에서 이룩되어야만 한다는 批判과 主張은 당연히 首肯이 가는 것이다.

그런데 ① ② 및 ③과 같은 세 가지의 觀點에서의 流通近代化는 모두 “나무는 보고 숲은
보지 않는다”는 말의 含蓄처럼 그것은 一面의 流通近代化를 인식하는 것이라 할 수 있다. 왜
냐하면 종래의 製造業者 내지 流通業者側面에서의 流通近代化는 “消費者的 負擔으로 達成
된 流通革命”([27] p. 60)으로 지적 이해되고 있듯이 消費者觀點에서만의 流通近代化는 자

첫하면 企業(生產 및 流通)側의 魚擔에 의해 達成되게끔 하여 주는 것이 되기도 쉽기 때문이다. 이처럼 一面的 流通近代化는 二律背反的인(trade-off) 관계가 있어서 어떤 部門의 流通近代化의 追求는 다른 部門의 그것과 相殺되어 總體的 效率은 오히려 낮아질 수도 있는 것이다.

사실상 消費者中心主義의 澄湃를 暗默的으로 消費者的 無限大한 欲求充足과 慷憲性 내지 放縱性을 전제로 하는 選擇自由度의 伸長으로 보고 이를 바탕으로 消費者滿足의 極大化를追求하기 위한 流通近代化는 追求될 수는 없고 또한 追求되어서는 안되는 一面的 流通近代化인 것이다. 왜냐하면 “미국의 消費者中心主義는 消費者的 權利는 강조하나 반면 消費者の 責任은 無視하고 있다”([42] p. 174)고 지적되고 있듯이 消費者만을 위한 一面的 流通近代化는 있을 수 없기 때문이다. 사실상 종래 消費者는 經濟的 弱者이고 獨寡占的 企業에 의해 牺牲만 強要되어 왔었다는 同情論의觀點에서 이들의 觀點에서의 流通近代化를 무턱대고 主張하는 것은 결코 참된 의미에서의 總體的 流通近代化로 이어지는 것은 아닌 것이다. 이와 같은 입장에서 “資源不足과 人口增加”로 인해 당면하고 있는 “生態的 緊要性”(ecological imperatives) 내지 “生態的 制裁”(ecological sanction)와의 관係하에 人類의 生存을 전제로 節度있는 消費를 중심으로 先進國은 個別的 消費 내지 私的 消費의 制限을 하여야 한다고 주장하고 있는 “責任있는 消費(responsible consumption)”論이 擡頭되고 있는데 (ibid, pp. 173~174), 이러한 主張은 오늘날 生產 내지 流通業界 중심의 一面的 流通近代化의 要請에 대한 批判으로서의 消費者至上主義의 내지 同情論의 消費者的 觀點에서의 流通近代化의 一面性을 示唆하여 주는 것이라 않을 수 없다.

이러한 면에서 流通近代化는 당연히 總體的 내지 社會·經濟的 觀點에서 追求되고 評價되어야만 하며 그 尺度는 社會的·總體的·巨觀的 流通能率이 되어야만 할 것이다.

그렇다면 이러한 입장에서는 流通效率은 어떻게 測定되어야만 할 것인가? 이때의 產出尺度는 당연히 消費者滿足 즉 消費者福祉가 되어야만 하고 投入尺度는 社會的 流通cost가 되어야만 한다. 그런데 流通cost와 관係하여서도 測定上의 문제가 있으나 이는 일단 論外로 하고 이하에서는 產出尺度인 消費者滿足 즉 消費者福祉를 중심으로 이의 測定可能性을 살펴보기로 한다.

消費者의 滿足 즉 欲求充足度는 質的인 消費者的 生活福祉度라 할 수 있는데 이러한 福祉度는 다음과 같이 規定되고 있다([43] p. 65).

$$\text{福祉度} = \frac{\text{達成能力 (power of attainment)}}{\text{欲望의 範圍 (range of desire)}}$$

그런데 이러한 福祉度를 生活快適(amenity)度로 볼 때 欲望의 範圍를 希求 내지 期待水準(aspiration level)), 達成能力을 所得으로 보면 그것은 다음과 같은 尺度로 代置될 수 있다고 한다(ibid, p. 67).

$$\text{生活快適度} = \frac{\text{所得}}{\text{希求(期待)水準}}$$

그런데 이러한 生活快適性는 일정한 希求水準을 전제로 할 때 어느 정도의 범위의 欲求가 充足될 수 있는가 하는 것을 나타내는 것인데, 사실상 이것이 제대로 測定될 수 있으려면 希求水準이 所得과 同質概念으로 單一化되어 表현되지 않으면 안된다. 따라서 希求水準이 單一量化되어 計測되지 않는다면 이 指數를 產出尺度로 하기는 어렵다

왜냐하면 이와 같은 希求水準이란 單一의 財貨에 대한 것이 아니며 소비자가 生活者로서 가지는 生活構造上의 標準패키지(standard package)로서의 生活資源의 具色(life resource assortment)과 이의 品質水準을 전제로 하여 형성되는 것이며, 이의 充足은 產業構造와 이의 技術水準 및 價格水準 등에 의해서도 영향을 받기 마련이므로 流通效率의 產出尺度는 前者와 오늘날 慣用되고 있는 生活水準指數를 結合하는 것이 보다合理的일 것 같다.

生活水準尺度는 종래 所得과 物價의 관계로서만 파악되어 왔었다. 그러나 이것은 量的生活水準을 나타내는 것이어서 生活의 質을 반영하여 주지는 않으며 또한 이는 品質인一定 내지 不變이라는 假定에 입각하는 것이다([44] pp. 46~51). 다시 말한다면 이는 質的生活水準을 반영하는 것이 아니라 모든 製品의 質은 같다는 전제하에 計測되는 것이므로 이를 消費滿足度 내지 消費者 生活福祉度로 보기는 어렵다.

그런데 生活의 量과 質을 아울러 반영하는 生活水準은 品質의 變動을 전제로 測定할 필요가 있는데 이는 다음과 같이 表현될 수 있다.

$$\text{生活水準} = \frac{\text{所得} \times \text{品質水準}}{\text{物價}}$$

그런데 앞에서 보았듯이 品質水準은 消費者의 希求水準과의 관계하에 결정되는 것이며 균원적으로는 產業構造와 技術水準 등에 의해 결정되는 것으로 보다 엄밀하게는 이러한 要因도 고려되어야 한다. 그러나 일단 消費者의 希求水準만을 고려한다면 앞의 式은 다음과 같이 나타낼 수 있을 것이다.

$$\text{生活水準} = \frac{\text{所得} \times \frac{\text{品質}}{\text{希求水準}}}{\text{物價}}$$

이처럼 生活水準을 이해된다면 流通效率은 暫定的으로 다음과 같은 效率式에 의해 測定할 수 있지 않을까 한다.

$$\text{流通效率} = \frac{\text{生活水準}}{\text{流通コスト}} = \frac{\frac{\text{所得} \times \frac{\text{品質}}{\text{希求水準}}}{\text{物價}}}{\text{流通コスト}}$$
$$= [\text{〔所得} \times (\text{品質} \div \text{希求水準})] \div \text{物價}] \div \text{流通コスト}$$

(附言: 그런데 여기서 留意해야 할 點은 希求水準과 관련되는 문제이다. 예컨대 그것은 責任있는 消費와 같이 規範的으로 設定되는 것일 수도 있고, 또는 歸納的으로 파악된 현실의 것일 수도 있다는 點이다. 이 문제에 대해서는 後日 다시 다루어보기로 한다)

参考文献

- [1] 大韓商工會議所 韓國經濟研究센터, 「流通近代化의 推進方向」, 1978.
- [2] 韓國開發研究院, 流通組織의 改善(產業組織 및 流通部門資料 3), 1977. 12.
- [3] Drucker, P.F. "The Economy's Dark Continent", *Fortune*, Apr. 1962,
- [4] 提清二「變革の 透視圖一流通産業の 観點から」, 1979.
- [5] 鶴田俊正, 世界と 日本の 流通政策, 1980.
- [6] 提清二 “流通革命を 疑う”, 季刊中央公論—經營問題 秋季增刊號, 1979.
- [7] 合力榮 基本商業學, 1973.
- [8] 日本經濟新聞社編, 流通100問 100答, 1977.
- [9] 久保村隆祐, 荒川祐吉, 商業學—現代流通の 理論と 政策, 1974.
- [10] 流通問題研究協會, 流通業の brand 戰略, 1979.
- [11] 荒川祐吉, 流通政策への 視角, 1973,
- [12] 清水晶, 流通近代化と 經營の 方向, 1973.
- [13] 田島義博「流通近代化と 流通費用研究」日本商業學會編, 流通近代化と 商業學の 本質 1971.
- [14] Narver, J.C. & Savitt, R. *The Marketing Economy: An Analytical Approach*, 1971, 同日譯書.
- [15] Douglas E, *Economics of Marketing*, 1975.
- [16] 吳相洛, 마아케팅原論—初版, 1963.

- [17] 久保村隆祐, 「米穀配給能率に 開する 一考察」日本商業學會編, 現代商業の 基礎理論, 1953.
- [18] 荒川祐吉, 現代配給理論 1960.
- [19] 吳相洛, 마아케팅原論, 全訂版, 1980.
- [20] 田村正紀, 現代の 流通 Systemと 消費者行動, 1976.
- [21] Vaile, R.S. E.T. Grether, & R. Cox., *Marketing in the American Economy*, 1952.
- [22] Lipson, H.A. & J.R. Darling, *Introduction to Marketing, An Administrative Approach*, 1971.
- [23] 鈴木安昭, 田村正紀, 商業論, 1980.
- [24] Kotler, P. *Marketing Management, Analysis, Planning and Control*, 3rd. ed. 1967.
- [25] 林周二, 田島義博論, 流通 System, 第2版, 1976.
- [26] 林周二, 流通革命新論, 1964.
- [27] 清成忠男, 日本流通產業の 革新, 1975.
- [28] Britt, S.H. *Marketing Managers Handbook*, 1973.
- [29] 通商產業省企業局編, 産業構造審議會流通部會中間報告集, 1968.
- [30] 梅津和郎, “流通近代化の 國際比較”, 日本商業學會編, 流通近代化と 商業學の 本質, 1971.
- [31] 伊藤文雄 他, 現代商業學, 1980.
- [32] 三上富三郎, 「流通革命と 販賣革命」, 販賣革新, 1963, 8月號.
- [33] 池本正義, America의 消費と 流通革新, 1980.
- [34] 流通產業研究所編, 80年代の 流通產業, 1979.
- [35] 中山伊知郎, 日本の 近代化, 1965.
- [36] 船井幸雄, 流通革命の ウソ, 1978.
- [37] 鳥居直隆, 大歳良充, 流通機構の 謎, 1978.
- [38] 그는 다음과 같은 尺度를 例示하고 있다.

$$\textcircled{1} \text{ 行動單位의 購買時間當 販賣數} = \frac{\text{마아케팅 行動單位의 販賣數}}{\text{購買時間數}}$$

$$\textcircled{2} \text{ 勞動人時相當量} = \frac{\text{總마아케팅支出}}{\text{平均時間當賃金}}$$

$$\textcircled{3} \text{ 生產性} = \frac{\text{行動單位의 購買時間當販賣數의 指數}}{\text{勞動人時相當量의 指數}}$$

(cf. Alderson, W., "A Formula for Marketing Productivity in Distribution", *Journal of Marketing*, Vol. XII (Apr. 1948),

[39] Maynard, H.H. & T.N. Beckman, *Principles of Marketing*, 4th ed., 1946.

[40] 拙稿 “마아케팅生產性 測定에 관한 研究” 서울大學校 商科大學 韓國經營研究所, 經營論集, 第 8 卷, 第 4 號 1974, 12.

[41] 三上富三郎, 宇野政雄編, 流通近代化 Handbook, 1970.

[42] Fisk, G. "Criteria for a Theory of Responsible Consumption", in Westing, J.H. & G. Albaum, *Modern Marketing Thought*, 3rd. ed., 1975.

[43] 村田昭治編著, Social Marketing の 構圖, 1976.

[44] 拙稿 “生活의 質과 巨視的마아케팅의 社會的 役割”, 서울大學校 經營大學 經營研究所, 經營實務, 第10卷 第4號, 冬季號, 1976.