

流通構造의 國際比較

—流通迂迴比率을 중심으로—

金 元 銖

《目 次》

1. 序 言	(1) 比較次元의 選定과 그 이유 (2) 計測指標의 選定 (3) W/R比率의 意義와 選定의 이유
(1) 流通의 役割과 流通시스템評價의 必要性	(2) 比較流通研究의 展開 (3) 比較流通研究의 意義와 課題 (4) 比較流通研究상의 方法論的 問題
2. 流通의 國際比較를 위한 研究構想 과 그範圍	3. 流通迂迴度의 國際比較 (1) 比較評價實體로서의 韓國流通 構造의 動態的 推移—概觀 (2) 流通过廻度의 比較
	4. 結 言

1. 序 言

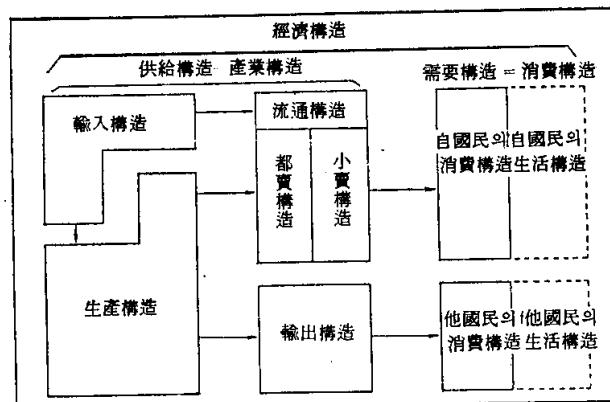
(1) 流通의 役割과 流通시스템 評價의 必要性

一國의 經濟의 全體循環構造는 크게 국민의 생활에 필요한 재화나 서비스를 생산하는 供給構造와 이를 구매·사용·소비함으로써 삶을 이어가는 국민의 消費生活構造인 需要構造로 구성되고 있다. 이 중 전자는 바로 產業構造로서 이는 다시 <그림 1>에서 보듯이 협의의 生產構造와 流通構造로 나누어지며 경제의 海外依存度가 높은 경우에는 海外部門인 貿易構造에 속하는 輸入構造와 輸出構造가 이에 附加된다.

이 중 流通構造는 기본적으로 오늘날 經濟의 分離에 의해 分化된 生產 및 消費 양구조 사이에서 양자간의 차이를 조정·통합시켜주는 架橋的 役割을 수행함으로써 결과적으로 流通흐름을 발생시켜 양부문의 원활한 循環 내지 運行에 이바지하는 역할을 수행한다. 다시 말하면 유통은 <그림 2>에서 보듯이 生산부문과 소비부문을 이어주는 실과 같은 역할을 수행하여 경제구조 전체를 하나의 네트워크(network)로 통합시켜주는 것이다.

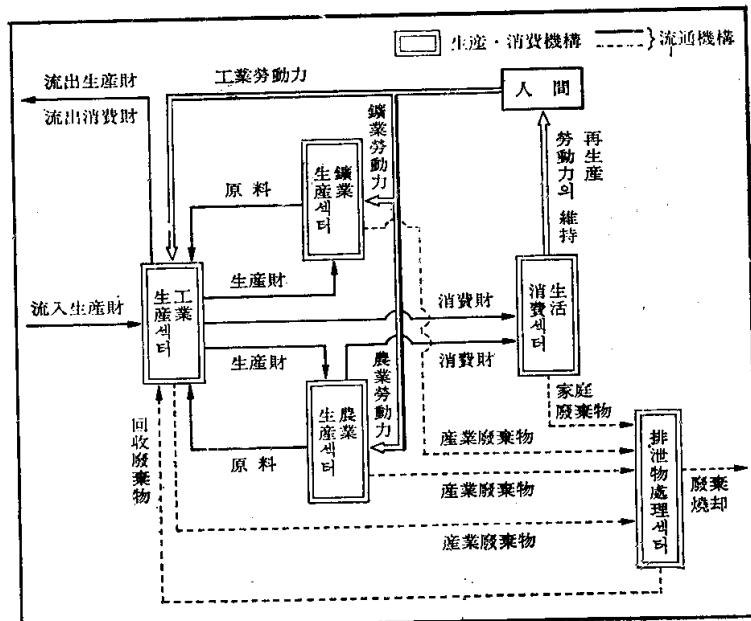
筆者：서울大學校 經營大學 教授

* 본고는 修岩獎學文化財團의 支援에 의한 研究成果임



〈그림 1〉 經濟의 構造

資料 : [3] p. 230.



〈그림 2〉 經濟의 循環過程

자료 : [4] p. 75.

〈그림 2〉의 實線 및 點線으로 나타낸 부분이 바로 유통부문인데 이는 원료, 산업용품 소비용품 및 廢棄財의 사회적이전 즉 유통과정전반과 관련을 맺고 있다. 따라서 농업 및 공업생산부문과 유통과의 관련을 통해 볼때 이는 다음과 같은 두가지 역할을 수행한다([25] p. 39).

첫째, 공업생산부문의 성장은 원료로서의 농산품이 유통부문을 통해 농업생산부문으로부터 대량으로 또한 안정적으로 공급되는데 의존하고 있다.

둘째, 농업생산부문의 성장은 비료나 농기구 등과 같은 공업생산물로서의 산업용품이 유통부문을 통해 공업생산부문으로부터 대량으로 또한 안정적으로 공급되는 것이 전제조건이 되고 있다.

이렇게 볼때 유통부문은 경제순환과정상 再生產循環의 담당부문으로서 비단 생산과 소비 사이의 분리를 조정 연결하는 역할만이 아니라 각 단계에서의 再生產活動을 촉진하여 경제의 순환을 조성하고 이의 발전을 뒷받침하는 連結機構로서의 구실을 수행하는 것이다. 이와 같은 생산과 소비 사이의 分離를 메우기 위한 역할은 흔히 流通의 課業으로 불리워지듯 이 경제가 유통에 부과하고 있는 가장 기본적인 社會經濟的 役割로서 이를 위해 유통기능이 여러 유통기관에 의해 수행되는 것이다. 이처럼 유통의 매개에 의해 需給이 낭비 없이 조절되어 자원의 最適配分이 이루어지게 됨으로써 經濟的 均衡이 이룩되게 되는 것이다.

다음 소비생활면과 관련하여 볼때 유통이 수행하는 역할은 “生活水準의 配達·내지 提供(delivery)”([58] p. 1)이라는 한마디로 그친다. 왜냐하면 국민(peoples)의 생활수준이란 바로 유통경로를 통해 획득·이용 가능한 재화와 서비스의 사용으로 구성되는 것이며 생활수준의 향상은 사회적으로 볼때 국민의 一般福祉의 원천이며 경제적으로 볼때 그와 같은 복지를 보장하여 주는 繁榮의 지속을 보장하여 주는 요인이다(cf. ditto).

오늘날 우리들 소비자의 생활은 “流通없이 生活없다”라는 말로 비유될 수 있듯이 양자는 밀접한 관련을 가지고 있다. 사실상 소비자는 要求充足을 위해 필요한 生活資源으로서의 要求充足手段을 유통을 통하여 않고서는 거의 얻을 수 없다.

소비자는 그들의 생활수준이 가능하면 보다 풍요롭고 충족된 높은 수준에서 유지되기를 바라며 나아가서는 이의 향상을 希求한다. 따라서 그들은 多面化된 생활에 대응할 수 있는 생활자원인 여러가지 종류의 상품이나 서비스를 가능한 한 낮은 코스트로서 또한 충분한 서비스도 亨有하면서 구매·사용·소비하려 한다. 따라서 유통이 제대로 이루어져서 소비자가 원하는 적절한 상품이나 서비스를 원하는 시기에, 원하는 곳에서, 적절한 가격으로 적절한 양만큼 구매·사용·소비할 수 있다면 소비자는 최대의 만족을 얻게 될 것이며 나아가서 적절한 생활수준이 유지 향상될 수 있는 것이다.

그런데 이러한 생활수준의 향상은 기본적으로 소비생활의 圓滑化, 充實化, 合理化 및 高度化에 의해 이룩될 수 있는 것이므로 이를 뒷받침하기 위해 流通은 마땅히 국민생활에 필요한 생활자원으로서의 상품이나 서비스를 가능한 한 자체하지 않고 소요량만큼 원활하게 공급하되 流通效率이 가장 높게끔 그 과업이 수행되어야만 한다. 이러한 경우 유통효율이 높다고 하는 것은 삶의 質(quality of life)을 고려한 생활수준의 향상이 이루어질 수 있게

하여 주는 질적 수준이 높은 상품의 具色(assortment)이 제공되어야 함은 물론 상품이나 서비스의 맛가인 가격이 저렴함과 아울러 소비자가 부담하는 교통비, 시간코스트 및 보관코스트 등과 같은 購買所要코스트를 포함하는 총 유통코스트가 낮은 방식으로 유통이 이루어져야 할 것을 요구하는 것이다(cf. [39] pp. 7-10).

이에서 한걸음 더 나아가 유통은 다음과 같은 文化的 役割도 수행한다. 유통의 객체인 상품이나 서비스는 종래 경제적 욕구의 충족수단으로서만 인식되어 왔고 그것이 가지는 生活文化의 구성요소로서의 특질은 무시되어 왔다. 모든 상품은 저마다 형태 및 기능과 아울러 상징적인 의미도 가지고 있다. 이러한 특성을 가지는 상품을 우리들 소비자는 역시 상징적인 의미를 가지는 일정한 시간과 공간안에서 일정한 의미를 가지는 行動을 하면서 사용·소비한다([22] p. 27). 그런데 이러한 생활문화의 패턴은 그들이 가진 특정의 생활스타일 내지 생활양식에 반영되는데 이는 그들이 사용하는 상품의 종류와 그 具色을 뜻하는 생활스타일패키지⁽¹⁾(life style package)에 구체적·상징적으로 나타나게 된다. 이러한 면에서 볼때 유통업을 통해 제공되는 商品具色은 문화의 傳播役割을 수행하는 것으로서 이를 통해 生活文化의 同質化 내지 변혁이 이루어질 수 있게 되는 것이다. 뿐만 아니라 商品化機能의 충실화에 의해 오늘날의 시민생활에 어울리는 새로운 生活스타일이 창출되고 이에 대응하는 상품구색을 제공함으로써 유통은 生活文化의 創造者 내지 企劃者로서의 역할도 수행하고 있는데 이는 어느 의미에서 유통의 文化創造(culture development)의 역할이라 할 수 있는 것이다(ibid., p. 26). 이러한 역할을 통해 유통업은 새롭고 보다 알찬 生活提案을 할 수 있는 것이다.

이에서 보듯이 국민경제상 수행하는 유통부문의 역할은 아주 크다. 그러나 일반적으로 유통은 그 중심이 되는 物的 流通과 관련하여 비교적 발달되었다고 하는 미국의 경우에도 “經濟의 暗黑大陸”([57] p. 103)이니 또는 “코스트節約을 위한 마지막 挑戰領域”([56] p. 15)으로 평가되었듯이 일반적으로 非效率率의 임이 지적되어 왔었다. 일반적으로 볼때 流通의 非效率性을 반영하는 指標要因으로는 <표 1>에서 보는 것과 같은 것이 있다.

그리하여 앞서 본 바와 같은 문제점이 내포된 현재의 유통시스템은 낙후성 내지 후진성을 통해 인식되는 전근대성 내지 비합리성이 있다고 평가되어 이의 效率을 높이기 위해서는 유통의 전근대성을 배제하기 위한 流通近代化 내지 流通合理化가 필요하다고 인식하게 된다. 경제가 어느 정도 발전하여 국민생활에 대한 관심이 높아지면 자연히 물가문제와의 관련하에 유통근대화논의가 일지 않을 수 없게 되는 것이다.

(1) 標準패키지 (standard package)라고도 한다(cf. [3] p. 79).

〈표 1〉 流通의 非效率性指標要因

1. 流通效率的 次元	經路
① 物價引上	① 產業化・企業化的 未實現(生業・家業性)
② 높은 流通コスト(流通利幅)	② 革新(競爭)意識의 缺如
2. 流通構造次元	③ 經營倫理意識의 缺如(買賣誠信)
① 유통기관의 영세성(파소규모성)	④ 經營體質의 弱體性
② 유통기관의 過多性(過剩性)	⑤ 經營力不足: 無計劃性
③ 유통기관의 規模隔差문제: 大・中小企業問題	⑥ 資本力 및 資本調達力의 弱體性
④ 유통기관의 低生產性・低能率性・低效率性	⑦ 勞動集約性: 失業의 緩衝的 役割
⑤ 競爭風土의 缺如	⑧ 競爭力의 弱化
⑥ 競爭沮害傾向: 流通系列化	5. 流通機能次元
⑦ 過當競爭傾向: 치나친 同質的 競争	① 需給調整機能의 未洽(品貴와 過剩生產의 交互發生)
3. 流通路次元	② 去來慣行의 非合理性(因襲性)
① 流通經路의 長型性	③ 流通機能의 前近代性・非合理性
② 流通經路의 多段階性	④ 去來活動의 勞動集約性
③ 流通經路의 多段階의 交錯性	⑤ 去來條件의 前近代性
④ 流通經路의 複雜性(多樣性): 二重・三重의	

자료: [4] pp. 443-444에 의한.

그렇다면 현재의 한국의 流通시스템의 位相은 어떠하며 그것은 과연 어떻게 評價될 수 있는 것일까?

한국에서 流通實態의 해명을 위해 필요한 기초자료에 대한 인식이 이루어져 이에 대한 수집이 정부당국에 의해 처음으로 시도된 해는 1968년이었으며 유통부문의 낙후성이 경제 발전의 애로부분으로 인식된 것은 1970년대 이후이었다.

回顧컨대 1960년대의 유통산업에 대한 인식은 學界나 業界 및 官界에서도 거의 이루어지지 않았었다. 왜냐하면 “마아케팅教科의 개설초기에 도입되었던 流通論의研究成果는 종래의 상학통론 내지 상업학의 단순한 연장형태로 잘못 인식됨으로써 종래 상업학에 대해 가졌었던 先入觀에 따른 輕視를 면할 수 없었으며 더구나 마아케팅管理論을 중심으로 마아케팅教科가 운영되고 대학에서 商學科가 廢科되자 상학 내지 상업학의 근대적 발전형태인 유통론에 대한 관심도 낮아지고 학문적인 차원에서의 연구도 상대적으로 경제됨으로써 流通論의 知識이 通俗化되었다 해도 과언은 아니기 때문이다”([4] p. iii 서문).

一國의 경제성장은 경제시스템의 3대부문인 生産・유통・소비의 균형적인 발전의 바탕위에서 이룩되는 것이다. 그런데 1950년대 이래로 外需依存의 증산, 수출, 전설을 중심으로 하는 개발정책을 펴지 않을 수 없었던 우리의 현실적 여건하에서는 生產重視의 풍조가 지배적이 되지 않을 수 없어서 유통 특히 内需중심의 국내유통은 경시되기 마련이었다. 더구

나 뿐리깊게 남아 있는 士農工商적인 가치관과 舊來의 賤民資本主義的인 영세상업자의 没倫理的인 買占・賣借・暴利慣行과 非效率性은 상업에 대해 蔑視의 눈길을 돌리지 않을 수 없게 하였으며 급기야는 商業學을 營利學 또는 暴利學으로 誤認케 하여 대학에서의 商學科의 폐과까지 자초하게 되었던 것이다. 따라서 상업학의 단순한 연장형태로 인식된 유통론에 대해서도 동일한 눈길이 돌려지게 되었고 이에 따른 유통에 대한 學問的研究도 중단 내지 停滯되지 않을 수 없었던 것이다([4], pp. iii-iv 서문).

따라서 1970년대에 접어들어 유통부문의 낙후성이 경제발전의 애로부문으로 인식되고 이에 대한 관심이 높아져서 流通近代化論議가 활발화되어 정부가 流通行政의 차원에서 流通近代化計劃을 마련하여 유통구조개선에 나섰으나 이를 위해 필요한 流通論의 知識을 마아케팅學界가 제대로 제공하지는 못하였다. 왜냐하면 流通現實의 설명, 예측 및 제어를 뒷받침하여 줄 유통에 대한 연구가 제대로 이루어지지 않았었기 때문이다([4] p. iv 서문).

그리하여 1980년에 이르러서야 流通產業近代化促進法 및 그 시행령이 제정되고 이듬해인 1981년에 舊來의 市場法 및 동시행령이 개정됨으로써 비로소 유통부문에 대한 근대화작업이 본격적으로 추진되게 되었던 것이다.

그렇다면 1968년에 처음으로 實態解明의 整地作業으로서의 의의를 가지는 도소매업센서스의 자료가 공개된 이후 오늘에 이르기까지 한국의 流通構造는 어떻게 발전하여 왔으며 그 位相은 어떻게 評價될 수 있는 것일까? ⁽²⁾ 68~89년간의 도소매업센서스 자료를 기준으로 할 때 총 점포수는 27만 7,290점에서 약 2.9배로 늘어난 77만 6,513점, 총 종업원수는 51만 2,267명에서 약 3.4배로 늘어난 171만 6,533명, 經常으로 본 연간 판매액은 4,273억 6백만원에서 176.5배로 늘어난 75조 4,339억 3천 8백만원, 實質(85=100)로 본 연간 판매액은 3조 4,829억 1천 9백만원에서 19.5배로 늘어난 67조 7,411억 8천만원으로 크게 그 규모가 확대되고 있다.

1968년(경상 1조 6,529억원)에 대비한 국민 총생산의 규모가 1988년에 經常으로 74.8배(123조 5,792억원)로 늘어났음에 대비해 볼 때 流通部門의 增加趨勢가 현저함을 알 수 있는 데 사실상 1968년의 국민 총생산에 대비한 流通去來額의 占有比重은 26%에 지나지 않았으나 88년에는 51%를 점하고 있는 것이다. 유통부문은 앞으로 內需伸長에 대응하여 크게 성장이 예상되는 경제부문이나 1993년에는 經濟自由化에 따른 市場開放이라는 환경변화를 겪을 宿命하에 놓여 있다. 그렇다면 앞서 본 바와 같은 성장을 이룩한 한국의 유통구조의

(2) 이와 관련하여서는 3 이후에서 살펴볼 예정이다. 89년의 자료는 속보에 의한 것이다.

位相은 어떻게 평가될 수 있는 것일까?

本稿는 위에서 살펴본 바와 같은 視角에 따라 1968년 이후 1989년에 이르는 기간동안 성장·발전하여 온 오늘의 유통부문의 位相을 평가 파악하고 이를 전제로 한 앞으로의 環境變化에 대비하여 流通效率화의 방향을 모색하여 보고자 하는 것이다.

이의 올바른 평가를 위해서는 自國만을 전제로 하는 閉鎖的인 視角에서 단독적으로 분석 평가하기보다 이를 比較流通論의 方法論에 입각하여 특히 國際比較를 시도하는 것이 바람직하다 하겠다. 왜냐하면 一國의 유통구조는 歷史的으로 형성·발전되어 獨自性 내지 特殊性을 가지는 것으로 주장되고 있음과 아울러 이는 현대에 이르러 貿易非關稅障壁의 한 요인으로서 소위 構造調整의 論爭點의 하나가 되고 있기 때문이다.

예컨대 美日構造協議⁽³⁾상 미국측이 제기한 일본과의 구조조정문제로는 다음과 같은 6項目이 있다([7] p. 29).

- ① 저축·투자패턴
- ② 토지이용
- ③ 유통제도
- ④ 排他的 去來慣行
- ⑤ 金融 등 系列關係

이와 같은 構造協議의 결과 일본은 市場開放壓力이 가중된다는 영향을 받게 되는데(ibid., p. 28) 왜냐하면 일본의 流通시스템에 대해 外國인이 설정한 모델은 <그림 3>에서 보는 것과 같은 3가지의 下位시스템에 관한 특징을 전제로 하는 것이기 때문이다.

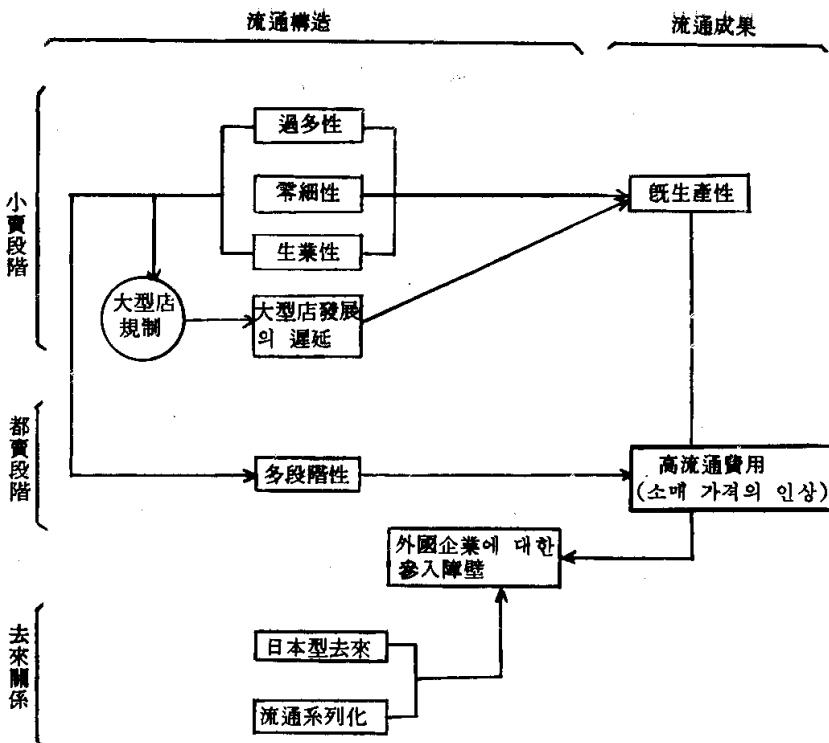
① 小賣段階의 特質

외국인의 눈에 비친 일본의 小賣商業構造의 特質은 다음과 같다([13] p. 7). 즉 일본에는 영세한 소매점포가 많이 있다. 더구나 그 經營體質은 生業의이다. 그 결과 소매점포의 생산성은 낮아진다. 그뿐만 아니라 生業의이고 영세한 다수의 점포는 정치적으로 結集하여 정부에 영향을 미쳐 大型店의 발전을 억제하는 법률을 시행해 하였다. 이러한 정치운동에 의해 대형점의 발달이 뒤늦어져서 流通의 균대화와 생산성 향상이 저해되고 있다.

② 都賣段階의 特質

이는 전자와 밀접한 관련을 가지는데 왜냐하면 도매상의 존립기반은 영세적인 다수의 소매상에 상품을 공급할 수 있기 때문이다. 따라서 일본의 도매구조의 특질은 도매단계의 多段階性 다시 말하면 긴 유통경로는 일본에 있어서의 유통코스트를 높여 결과적으로 소매

(3) 영어로는 構造障壁이니시어티브(SII. Structural Impediment Initiative)라 한다([7] p. 29).



〈그림 3〉 日本流通시스템의 外國모델

자료 : [13] p.5.

가격을 높이는 主因으로 看做되고 있고 이는 日本型流通시스템에 대한 비판의 中核이 되고 있다([13] p. 8).

그런데 도매단계의 다단계성은 도매상의 수가 많다는 사실과 관련이 있다. 도매상이 많다는 사실은 유통경로의 段階構造라는 면에서 보면 이는 바로 도매단계가 다단계적으로 형성되고 있음을 뜻한다. 따라서 도매상의 과다성과 도매단계의 다단계성은 대다수의 경우 동일한 사실의 表裏인 경우가 많다.

또한 도매단계의 다단계성은 유통시스템의 전체적 특질로서의 유통경로의 길이와도 밀접한 관련을 가지고 있다. 소매라는 개념이 최종소비자의 판매로 定義되는 한 소매단계는 항상 1단계이며 다단계가 되지는 않는다. 따라서 유통경로의 길이는 항상 도매단계수의 다소에 의해 一義的으로 정해진다. 이는 곧 도매단계가 多段階化하면 거기엔 긴 유통경로가 형성되게 됨을 뜻한다.

③ 去來關係의 特質

외국인이 볼 때 일본의 去來關係의 特수성으로는 다음과 같은 두 가지가 있다고 한다([13]

p. 9-10).

첫째는 유통경로상의 支配力(power)關係와 관련되는 특질인데 흔히 지적되는 내용은 제조기업 또는 도매상에 의한 通流支配의 문제이다. 전기기구, 의약품, 화장품유통상의 流通系列化의 실태가 지적되어 이들 제품의 유통경로가 저마다 商標를 가진 제조기업이나 그 산하의 도매상에 의해 소매단계까지 지배되어 排他的 性格을 가지고 있어 이것이 침입장벽을 형성하고 있다고 지적된다.

둘째는 日本型去來形態와 다양한 去來條件인데 日本型去來形態란 擬似組織的 去來關係를 기초로 하는 多元的인 거래조건을 가지는 개별유형이다. 의리, 개인적 신뢰관계, 親面關係와 같은 특질은 이러한 거래에서 파생되는 요인이다. 외국기업의 대다수는 품질, 가격, 수량 등의 경제적 조건을 주된 거래조건으로 하는 단기적인 시장거래를 지향한다. 이러한 거래경향을 가지는 외국기업에게 있어 日本型去來는 輸入障壁을 구축하고 있다고 비판을 하게 되는 것이다.

이상에서 살펴 본 바를 따를 때 일본의 유통시스템은 그 특성으로 말미암아 미국, 영국, 프랑스, 독일 등 歐美先進諸國으로부터 製品輸出의 장벽이 되고 있다는 國際的 批判을 크게 받고 있는데 그 비판의 초점은 크게 나누어 다음과 같은 두가지이다([13] p. 1).

- ① 유통시스템의 非效率性
- ② 유통시스템상의 獨占의 폐해

이것이 바로 일본의 유통시스템의 시장으로서의 폐쇄성과 관련하여 무역마찰의 쟁점으로서 제기되고 있는 내용인데 일본을 중심으로 하여 전개되는 구조조정상의 流通制度에 관한 논란의 초점은 바로 유통시스템의 非效率性을 반영하는 도매단계의 다단계성에 있다.

이와 같은 관점에서 本稿는 韓國의 流通構造 내지 制度의 評價를 하기 위해 流通시스템의 非效率性을 반영하는 것으로 인식되는 도매단계수를 기준으로 하여 流通迂迴度의 국제 비교를 하여 보고자 하는 것이다.

따라서 먼저 比較流通論의 視角에서의 比較研究의 의의나 필요성 및 方法論的 問題를 살펴본 다음 比較基準이 되는 測定指標와 관련된 문제를 고찰한 다음 이를 바탕으로 實證研究를 함으로써 韓國型流通시스템의 性格究明에 一助가 되는 부분연구를 하여 보고자 한다.

(2) 比較流通研究의 전개

그렇다면 韓國의 流通시스템의 評價와 이를 통한 性格究明을 위해 왜 比較研究가 필요한 것일까? 이하에서는 問題提起와 관련하여 比較流通論의 研究展開의 의의와 필요성을 먼저 살펴보기로 한다.

상업을 포함하는 마아케팅 내지 流通⁽⁴⁾研究의 역사는 수세기에 걸치나 최근의 수십년을 전제로 하면 그 연구의 先導性은 미국이 주고 있었다. 그런데 미국의 유통연구는 그 연구 대상을 주로 自國內의 유통현상으로 한정하여 理論化하여 왔다. 그러나 이미 20여년내 그 이론체계내에서 의문이 생기게 되었는데 그것은 곧 미국마아케팅이 國際比較論의 관점에서 보면 세계의 모든 나라에서 볼 수 있고 또한 보급될 수 있는 것이 아니라 미국에서만 볼 수 있는 특수한 유통양식을 다분히 내포하고 있는게 아닌가 하는 의문이었다. 이러한 의문은 쿡스([51] pp. 143-162)와 샤퍼로([50] pp. 396-429) 등에 의해 表明된 이래 比較마아케팅論이라는 분야를 형성하게 되었는데(cf. [14] pp. 61-79) 그 중심적인 연구주제는 유통시스템의 국제비교이다([13] p. 12).

그러면 국제비교를 포함하는 比較研究方法(comparative approach)이란 어떠한 것인가? 보드윈은 비교연구방법을 “복수의 현상사이의 類似性과 相異性을 발견·식별·측정·설명하는 체계적인 방법인데 이 방법을 적용할 때에는 比較對象(compared what), 比較基準(compared as to what) 및 比較目的(compared for what)을 충분히 고려하여야 한다고 지적한 다음 이를 다음과 같은 3가지의 방법으로 나누고 있다([47] pp. 261-267, cf. [15] pp. 257-258).

- ① 時間比較(temporal comparison)
- ② 空間比較(spatial comparison)
- ③ 部門比較(sectoral comparison)

따라서 국제비교란 空間比較에 속하는 하나의 비교유형으로서 文化橫斷的 또는 交錯文化的(cross cultural)인 성격을 내포하는 것이다.

일반적으로 비교란 보편적인 것으로 보이나 반면 특정적인 현상을 근거로 暗默的 또는 공개적으로 분류·인식하는 것이다([28] p. 106). 사실상 비교연구 과정에서는 현상을 보편적인 것(universal), 관련적인 것(related) 및 독자적인 것(unique)의 세 가지의 범주로 差別化(differentiate)하여 인식을 하게 된다([54] p. 10). 따라서 비교란 바로 차별화이며, 이는 同種的인 것으로 판찰되기 쉬운 여러 현상 중에서 “보편적 요소”, “한정적인 보편적 요소” 및 “特殊差異的 요소”로, 또는 각국에 공통적으로 볼 수 있는 “同種類範疇”와 一國의

(4) 미국에 있어서의 마아케팅의 개념은 多義的의어서 단지 제조기업의 유통활동뿐만 아니라 도매상이나 소매상의 활동 즉 상업도 포함하고 있다. 따라서 독일이나 영국 및 일본 등에서처럼 마아케팅과 상업이 이론적으로 구별되어 이해되지는 않는다. 또한 미국의 경우 마아케팅이라는 개념은 미시적인 기업활동만을 뜻하는 것이 아니라 사회적인 유통과정이나 유통시스템 전체를 나타내기 위해서도 사용된다. 단 이때에는 마아케팅 過程 및 마아케팅시스템이라는 용어가 주로 사용된다([13] p. 12 註 (20)).

역사적, 환경적 상황에 귀속되는 “特殊性範疇”로 분류하는 것이라 할 수 있다([28] p. 107).

그러므로 비교는 분석과 밀접한 관련을 가지는데, 비교는 분석을, 반면에 分析은 비교를 서로 필요로 한다. 그런데 오늘날 近代科學의 특징적 방법인 분석이 아무리 중요하다고 하더라도 분석은 비교를 통하여 종합에 이를 수 있어야만 그 의미가 있는 것이다([29] p. 242). 왜냐하면 分類란 바로 여러 대상의 분석된 諸屬性의 유사성(동일성)의 측면을 중심으로 비교·검토하여 분류체계상의 어떤 위치(範疇)를 모색하는 일종의 分析的 作業이기 때문이다 ([1] p. 259).

이처럼 比較는 연구대상에 관한 분류이며 差別化인데, 이것이 이루어 지려면 다음과 같은 과정을 밟아 인식이 이루어져야만 한다([28] p. 107).

- ① 개념적 틀(conceptual frame-work)의 확정
- ② 작업변수(operating variables)의 측정
- ③ 분류·유형화(classification and typologies)의 실시

그런데 비교연구를 하는 데에는 두 가지의 입장이 있다(cf. [15] pp. 3-8). 예컨대 研究對象인 여러 현상 사이의 공통성 내지 보편성을 밝히려는 경우에는 연구대상을 처음부터 비교적 유사성이 있다고 생각되는 여러 現象에 한정하고 이를 전제로 이들 유사한 여러 현상에 공통적으로 존재하는 普遍性, 나아가서 그와 같은 보편성, 공통성이 있음에도 불구하고 여러 현상 사이에 존재하는 미묘한 차이점을 밝히려는 데 주력하는 입장이다. 이러한 유형의 비교연구는 이론적 연구 또는 計量的 實證研究를 하는 사람들이 즐겨 쓰는 방법이다. 이처럼 처음부터 어느 정도 유사성을 가진 것으로 생각되는 여러 현상을 연구대상으로 삼아 이들 제현상에 공통적인 普遍性, 規則性, 法則性을 밝히려는 입장에서 하는 비교연구가 협의의 比較研究(comparative study)이다.

이에 대해 처음부터 현저히 다르다고 생각되는 複數의 현상을 연구대상으로 하여 이들 여러 현상을 서로 비교·대조함으로써 오히려 개개의 현상이 가지는 현저한 個性, 그 특질을 부각시키려는 입장이 있는데, 이는 사회적 제현상이 가지는 歷史的 個性의 추구를 지향하는 歷史學 등의 입장이다. 따라서 이 입장에서는 처음부터 명확히 다르게 보이는 여러 현상을 연구대상으로 하여 이들을 서로 비교·대조함으로써 개개의 현상이 가지는 개성 내지 特質을 확인하려는 것으로서 이는 對比(비교대조)研究(contrasting study)이다.

그렇다면 비교연구와 比較對照研究는 구체적으로 어떻게 다를까? 예컨대 A와 B를 비교한다고 할 때 이에는 다음과 같은 두 가지 경우가 있을 수 있다(cf. [16] pp. 56-58).

- ① 比較～compare A with B

② 對比(비교대조)~contrast A with B

그런데 첫째의 의미의 비교는 A/B(比), A-B(較)와 같이 A와 B를 量定하는 것이다. 이 때에는 差를 구하든지 比를 구하든지 B를 尺度(=분모)로 하여 A를 측정하는 것이므로 항상 동일한 척도에 입각하여 A와 B를 비교하는 것이다. 따라서 이는 복수의 事象을 數量化하거나 順序化하여 파악하는 행위이다.

이에 대해 후자, 즉 對比는 A와 B를 질적으로 비교하는 것으로서 동일한 척도에 입각하여 비교하는 것이 아니다.

따라서 전자는 A와 B의 長短이나 우열을 밝히려는 목적을 가지는 데 대해 후자는 A와 B의 차이를 연구자 자신이 理解(understand)하려는 것이 목적이 되므로 양자간에는 큰 차이가 있다. 그러므로 비교의 경우에는 A, B, C와 같은 세 가지(또는 그 이상)의 것을 동일한 尺度를 기준으로 서로 비교할 수 있고, 또한 그것이 의미가 있으나 對比의 경우에는 일반적 으로 그것이 불가능하다. 왜냐하면 이 때에는 A:B, A:C, B:C의 대비가 쓰이는 각각의 兩極尺度軸은 저마다 다를 수밖에 없으며, 만약 A:B의 대비를 가능하게 하는 척도축에 C를 추가하여 고찰할 수 있으려면 반드시 C가 A 또는 B와 대체로 동질적인 경우에 한 한다.

이와 같이 볼 때 비교란 同質性의 차이의 비교로 볼 수 있으며 대비란 異質性의 차이의 비교, 즉 개성적 특징과 그 원인의 탐색으로 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 比較와 對比의 두가지 방법론이 아울러 쓰여질 예정이다.

그러면 왜 流通의 國際比較에 대한 관심이 높아지게 되었던 것일까? 그 배경에는 다음과 같은 研究要請이 있었기 때문이다([14] pp. 1-2).

① 세계무역의 확대에 따라 수출대상국의 유통기구, 상거래관습 등에 관한 정보가 필요해졌다.

② 완성소비재의 수출시에는 최종사용자까지의 全去來過程을 장악·조작하는 것이 수출 확대를 위해 필요하게 되었다.

③ 국제기업이나 다국제기업에게 있어 단순한 수출이 아니라 해외에 영업소, 지점, 공장 등을 설치하여 해외시장에서의 流通活動에 종사하려면 進出對象國의 유통기구나 거래관습에 관한 정보가 필요하게 되었다.

④ 해외에 있어서의 流通技術革新을 자국내의 사회경제적 제조건에 적응하는 형식으로 도입하려면 유통기술혁신에 관한 정보자체는 물론 각국의 사회경제적 제조건이나 유통사정에 대한 이해가 필요하였다.

⑤ 유통에 관한 行政的 requirement가 확대되고 있는데 이에 부응하려면 다른 나라의 行政施策에

관한 정보나 流通比較資料가 필요하게 되었다.

(3) 比較流通研究의 意義와 課題

比較流通論의 創始者인 바텔즈는 다음과 같이 比較流通論(comparative marketing)을 定義하고 있다([43] p. 136-137).

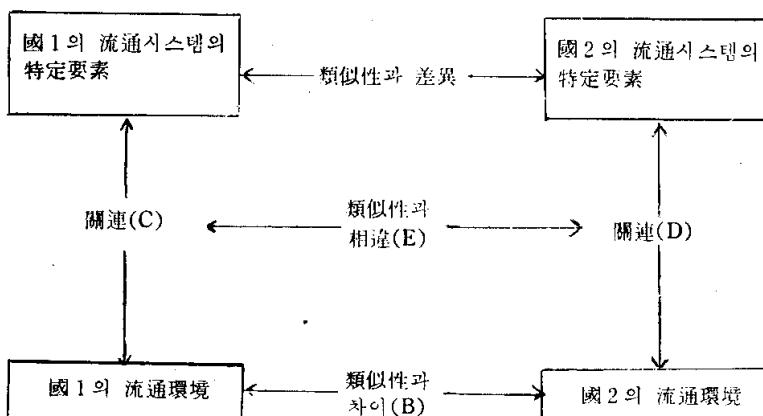
“인류의 상이한 流通시스템과 관련된 것으로서 相異하나 비교가능한 요소의 해석을 하려는 것이다. 따라서 이는 유통현상의 기초를 탐구하며 다른 모든 분야의 과학적 연구가原理나 法則에 관심을 가지듯이 이도 보편성에 관련되는 것이다. 따라서 이 연구는 각국의 환경여건하에서 이루어지는 마아케팅實踐 내지 활동의 차이에서 비롯하되 궁극적인 관심은 각 활동이 단순히 차이가 있다는 것이 아니라 이와 관련이 있는 특징을 밝히려는데 있다. 인도와 인디애너에서의 판매전술이 다르다는 것을 관찰하는 것은 흥미로운 일이지만 다른 판매전술에 공통적으로 존재하는 原因概念을 발견하는 것은 단순히 흥미있는 것으로 그치는 것은 아닌데 그것을 이해하여야만 두 곳에서 효과적으로 활동할 수 있는 기초를 제공할 수 있는 것이다. 그러므로 비교유통연구는 皮相的인 현상과 관련되는 것은 아닌 것이다.”

이와 비슷한 입장에서 다음과 같이 定義되기도 한다([14] p. 2).

“상이한 국가의 유통을 비교함으로써 유통기구, 유통기관, 유통제도, 유통활동 등에 있어서 국가간의 異同을 발견하고 그와 같은 異同이 어떠한 사회경제적 환경하에서 발생하는가 밝히려는 것.”

비교유통론의 研究課題는 다음과 같다([13] p. 13).

“一組의 국가를 비교대상으로 선정하여 그 국가들의 유통시스템을 비교하여 그 사이의



〈그림 4〉 比較流通研究의 概念圖式

자료 : [13] p. 14.

相異性과 類似性을 밝히는 데 있다.”

바렐즈는 비교유통연구의 概念的 圖式을 <그림 4>와 같이 제시하였다(cf. [13] p. 14).

바렐즈의 비교유통연구를 위한 개념도식은 둘 이상의 나라의 유통시스템과 그 환경의 관련의 비교를 중심으로 하여야 하며 각국에 있어서의 환경의 異質性이 그 관련의 결정요인이 된다고 보았었다([13] p. 14). 그러나 이에 대해 보드윈은 다른 주장을 하였다([48] pp. 149-153). 즉 그는 환경조건보다 유통시스템 그 자체에 비교의 중점을 두어야 한다고 하고 이때 비교의 주요 차원은 환경과 아울러 유통시스템의 機能, 構造, 過程 및 行爲者로 보았다. 그리하여 그는 이러한 5가지 차원중 어느 것이건, 그것들 사이의 定常的 關聯, 또는 이들 차원과 그 관련의 時間的 變化를 비교의 대상으로 할수도 있다고 주장하였다.

이와는 달리 쿠스([51]) 및 자페([44])는 흐름接近法(flow approach)을 제안하였는데 그들은 유통과정과 이를 구성하는 여러가지 흐름(商流, 物流, 情報流 등)이 비교의 초점이 되어야 한다고 주장하였는데 왜냐하면 流通흐름은 모든 유통시스템의 本質的 部分이기 때문이다. 또한 피스크는 一般시스템接近法을 주장하여 목표, 조직, 생산성 및 조직체에 정치·경제형태의 차이에 의해 課해지는 制約이 비교의 중점이 될 수 있음을 示唆하였다([46]).

이러한 여러 개념도식이 비교유통연구의 진전에 따라 제안되어 왔으나, 무엇을 비교의 중점으로 하여야하는가에 관해 합의가 이루어지지는 않았으나 비교의 중점이 환경조건뿐만 아니라 유통시스템 그 자체에 두지 않으면 안된다는 일반적인 인식이 이루어지게 되었다([34] pp. 52-58). 이는 곧 비교유통연구자들의 관심이 상이한 국가의 전체적인 유통시스템을 비교할 수 있는 一般的 틀(general framework)의 탐구에 쏠리게 되었음을 뜻한다. 이는 곧 여러 나라의 유통시스템을 공통적으로 분석할 수 있는 流通시스템모델의 구축을 하려는 것이다([13] p. 15).

이에서 보듯이 종래 여러 학자들에 의해 제안된 개념도식이 一般的 分析틀을 제공하지 못하였음은 그것이 최근에 이르기까지 비교유통의 實證分析에 거의 이용되지 않았음에 미루어 짐작할 수 있다. 그뿐만 아니라 이러한 일반적 분석틀의 구축·개발이 어렵지 않은가 하는 의문도 제기되고 있다([33] pp. 59-61). 이러한 의문은 수많이 쌓인 비교유통의 실증연구의 결과에 입각하는 것인데 이는 곧 비교유통론과 관련되는 方法論的 問題가 제기되고 있음을 示唆하여 주는 것이다.

(4) 比較流通研究상의 方法論的 問題

그렇다면 國際流通比較研究를 어느 정도로 정확하게 實證的으로 전개할 수 있는 것일까?

이는 곧 비교의 대상국으로서 선정된 諸國 및 이들 각국의 資料의 비교작업이 이론적으로有意義한가 하는 것과 관련되는 문제이다. 다시 말하면 이는 상이한 諸國의 유통시스템의 差異 정도를 어떻게 識別하는가 하는 것과 밀접한 관련이 있다. 앞서 본 바와 같이 比較流通論은 中心概念인 「差異性」과 類似性 등의 개념은 이와 관련이 있다.

차이의 정도를 실제로 識別하려면 특정의 자료수집방법을 통해 상이한 국가의 유통시스템의 屬性을 측정하여 자료를 수집하고 그것을 분석하지 않으면 안된다. 그런데 이러한 資料의 비교가능성과 관련하여 문제가 있다.

예컨대 유통과 관련하여 각국정부가 발표하고 있는 통계를 이용할 때, 조사시점, 統計카테고리, 질문항목의 표현(wording)의 차이뿐만 아니라 특정 항목자료의 이용가능성 등의 문제가 생긴다(cf. [13] pp. 16-17).

비교가능성과 관련되는 문제는 비교유통연구의 연구목적과도 밀접한 관련을 가진다. 비교유통연구는 상이한 국가의 유통시스템간에 차이가 왜 생기는가 설명하여야만 한다. 따라서 비교가능성의 문제는 단순히 비교의 기초(base)가 공통적인 자료를 이용할 수 있는 여러 나라를 선택한다는 문제뿐만 아니라 유통시스템상으로 식별된 차이를 설명할 수 있는 諸國을 선택한다는 문제와도 관련된다. 이와 같은 후자와 관련되는 문제는 다음과 같은 두 가지 요인 때문에 생긴다(cf. [13] pp. 17-21).

첫째 비교대상으로 선정된 諸國間의 流通시스템상의 차이가 여러가지 요인에 의해 생겼다고 판단되는 경우에는 그중 어떤 요인이 그와 같은 차이를 생기게 하였는가 통계적으로 설명하는 것은 표본수의 부족때문에 불가능하다.

둘째 概念圖式上 일반적으로 환경요인으로 불리는 諸要因이 크게 다른 여러 나라를 비교하면 유통시스템의 다양한 次元상 큰 차이가 발생하게 된다.

그러므로 비교가능성을 확보하기 위해서는 각국의 유통시스템을 그 同質性에 입각하여 보다 적은 카테고리에 분류해 넣을 수 있는 分類시스템을 고안하는 것이다. 이를 위해서는 다음과 같은 절차를 밟아야 한다([13] p. 18).

- ① 대상의 속성을 특징지우는 하나 이상의 分類軸을 설정한다.
- ② 그 분류축상에(혹은 보다 엄밀히 수학적으로 말하면 그 분류축에 의해 정의되는 屬性空間상에) 각 분석대상을 定位化한다.
- ③ 분류축상의 각 대상간의 거리에 의해 서로 가까운 것끼리 같은 카테고리에 분류해 넣는다.

비교유통론상 제안된 이러한 분류시스템에는 다음과 같은 두가지가 있다(cf. [13] pp.

18-20).

하나는 단순한 一元的 經濟發展假說에 입각하는 것으로서 각국은 저마다의 경제발전단계에 따라 經濟發展度라는 一元的 分類軸상에 분류된다. 발전도상국의 유통시스템의 특징은 발전국의 早期의 그것과 비슷하다는 것이 이 가설의 주장이다([52] pp. 59-63, [30] pp. 74-82). 따라서 경제발전도에 의해 설명되지 않는 차이는 각국의 특수한 制度的・文化的 要因에 의한 것으로 간주되어 2次的 요인으로 취급되거나 경제발전도의 영향에 대한 교란요인으로 취급된다.

이러한 가설에 대해 다음과 같은 異說 및 반론이 제기되고(cf. [13] p. 19) 또한 실증연구에 입각하는 反證도 제시되었다. 예컨대 더그러스女史는 경제발전도와 유통시스템의 구조사이에는 기업규모와 조직, 경영자의 태도 등과 같은 媒介變數가 介在해 있음을 밝혔었고([41] pp. 38-48) 세티는 91개국에 관해 29종의 환경변수를 사용하여 분석한 결과 각국을 경제발전이라는 一元的인 연속척도상에 定位化할 수 없음을 밝혔었다([40] pp. 348-354).

다른 하나는 유통시스템의 환경조건의 包括的인 분석에 의한 분류시스템이다. 리안더 등은 각국의 이용가능한 다수의 변수를 사용하여 각국을 분석하기 위해 集群分析을 하였는데 이때 사용된 변수는 다음과 같은 34개 변수이었다([36], [13] p. 20).

- ① 人口要因(7變數)
- ② 社會要因(4變數)
- ③ 經濟要因(8變數)
- ④ 健康衛生要因(3變數)
- ⑤ 教育水準要因(4變數)
- ⑥ 커뮤니케이션要因(4變數)
- ⑦ 輸送要因(4變數)

바네스는 이러한 종류의 分類시스템에 포함되는 暗默的인 假定을 비판하였고([37] pp. 90-136) 集群分析에 의한 분류시스템의 구축과 관련된 논쟁의 결과 다음과 같은 점이 밝혀졌다([13] pp. 20-21).

첫째 환경조건을 나타내는데엔 경제발전도 이외에 수많은 차원이 있다. 그러므로 각국은 多元的인 分類軸에 의해 분류되어야만 한다.

둘째 유통시스템의 각 차원은 동일한 일조의 環境次元에 의해 영향을 받지 않는다. 따라서 유통시스템의 次元이 다르면 이에 영향을 미치는 환경차원도 달라질 가능성이 있다.

위에서 고찰한 바와 같은 國際流通比較研究의 연구성과를 전제로 할 때 이는 “디лем마에

함몰하고 있다”([13] p. 21)고 지적되거나 바네스가 지적하듯 “이상할 정도로 내용이 없다”(cf. [37])고 비판을 반듯이 기존의 비교유통연구의 성과는 대체로 다음과 같은 두 가지 유형중의 하나이었다([13] p. 21).

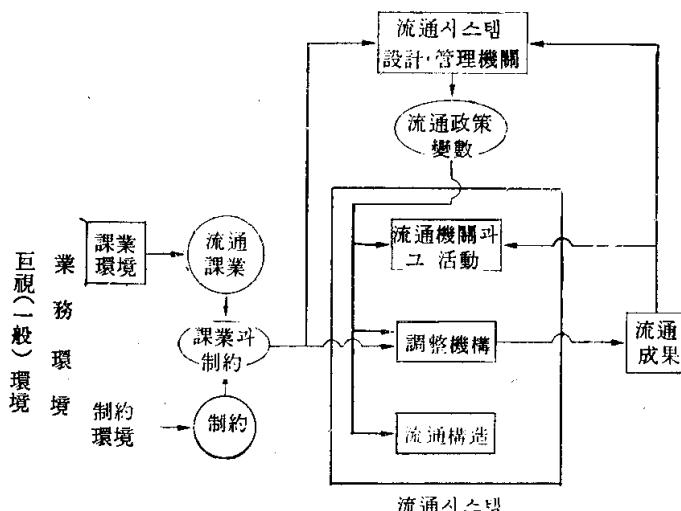
- ① 實證研究에 아무런 指針도 주지 못하는 誇大理論으로서의 概念圖式의 構築作業
- ② 각국의 유통시스템의 차이를 설명하는 대신에 단지 記述에만 시종하는 單發的인 實證研究

따라서 이러한 現狀評價를 전제로 할때 비교유통연구의 비교의 초점은 유통시스템이이지만 일반모델은 아직껏 구축되지 않고 있다고 보아 日本流通시스템의 특수성을 國際比較論的 視座에서 實證的으로 識別・說明하기 위해 中範圍理論構築을 지향하는 연구구상이 提案되고 있다([13] p. 22). 이 제안은 分析의 틀로서 比較動學分析(cf. ibid, pp. 24-27)을 지향하되 전체의 분석인 一般比較分析이 아닌 部分比較分析을 하여야 한다고 示唆하는 것이다 (ibid, pp. 27-28).

2. 流通의 國際比較를 위한 研究構想과 그 範圍

(1) 比較次元의 선정과 그 이유

위에서 살펴본 바 우리나라의 流通시스템의 位相의 해명을 위해서는 보다 장기적으로 <그림 5>에서 보는 것과 같은 流通시스템의 모든 차원에 걸친 또한 <표 1>에서 보는 것과



<그림 5> 流通시스템모델

〈玆 1〉 流通시스템次元과 그 變數例—靜態的側面—

次元	變數例
1. 構造, 垂直的 水平的 機關	經路構造 都賣構造, 小賣構造 直・傍系流通機關, 業態
2. 機能	流通活動, 流通慣行, 去來類型, 流通政策, 經營者의 理念과 行動
3. 成果	投入(コスト), 마아진, 產出(便宜性), 生產性, 效率
4. 環境, 巨視 課業 制約	經濟體制, 經濟的, 人口動態的, 社會・文化的, 技術的 등 供給構造(生產, 輸入), 需要構造(消費, 輸出) 流通制度, 流通規制(出店規制, 免許許可制), 稅制, 助成制度

같은 모든 變數에 관한 計測・比較를 통한 전체 유통시스템의 國際比較가 요청되나 앞서 본 바와 같은 연구전개의 제약에 비추어 본 연구에서는 비교의 차원을 流通構造 특히 垂直的 流通構造의 都賣段階에 한정하는 部分分析에 치중하고자 한다. 그 이유는 다음과 같다.

첫째 이웃나라 일본의 流通시스템은 종래 다음과 같은 면에서 외국으로부터 비판을 받아 왔었다([13] p. 3).

- ① “非效率的이고 복잡” 월스트리저널, 1972. 3. 2.
- ② “言語道斷이라 할 수 있는 가장 타락한 유통제도”, Business Week, 1977. 12. 5.
- ③ “일본의 비잔틴風의 유통시스템” Newsweek, 1979. 5. 14.
- ④ “迷宮과 같은 유통기구”, 아서·D·리틀社, 일본의 무역비판세장벽에 관한 미국인의 견해, 1979.
- ⑤ “일본의 유통기구의 대다수는 여전히 복잡하기 짹이 없고 우리의 기준에서 본다면 시대에 뒤떨어진 것은 분명하다”, 제 2 차존즈보고서, 미국의회의 對日貿易分析, 1980. 9. 5.
- ⑥ “일본의 나선형의 유통시스템”, “일본의 非效率的인 유통시스템”, Economist, 1981. 9. 19.
- ⑦ “세계에서 가장 복잡하고 또한迂回의인 것이다”, Business America, 1982. 3. 22.

사실 고도경제성장을 이룩한 일본의 유통시스템이 자유무역을 표방하는 기타의 선진국의 입장에서 볼때 비효율성이 있고 그 비효율성은 바로 유통 특히 도매의 다단계성 즉迂回化에 있어서 그 결과 유통경로가 길어진다는 것이 지적되고 있는데 이는 바로 유통코스트를 증대시켜 소매가격을 인상시키는 主因으로 주장되고 있는 것이다([13] p. 103). 이와 같은 사실은 1963년에 국제비교적인 문제의식에서 일본의 유통경로의 長型性에 대해 이루어진 다음과 같은 비판에서도 살펴볼 수 있다([55] p. 161ff). 이에 의하면 “도매상의 놀라울 정도의 중복이 있고……일본에서 깊은 유통경로의 이용은 산업용품과 소비용품의 양면에서 혼

히 있는 일이며 3단계 이상의 도매상의 연결은 이상한 일이 아니며 또한 영세한 기업에 한정된 것도 아니다.”

이와 같은 일본의 유통경로의 長型性에 대한 기본요인으로는 다음과 같은 사항이 지적되었었다([55], pp. 163-164).

- ① 일본의 地理的 形狀이 가늘고 길므로 전국 시장은 장거리에 걸쳐 있다.
- ② 소비자수는 많으나 개인소득이 낮으므로 넓지만 얕은 시장밖에 존재하지 않는다.
- ③ 소비자의 구매빈도가 높으므로 小賣店鋪密度가 높아진다.
- ④ 생산자, 도매상, 소매상의 대부분은 규모가 영세하므로 유통경로상에서 諸機能을 수행하는 기업은 餘分의 去來連結을 이용하지 않으면 안된다.
- ⑤ 만성적인 실업이 개인영업을 선호하는 文化패턴과 결부되어 대규모적인 사업체의 성장을 저해하고 있다.
- ⑥ 생산자는 흔히 마아케팅활동을 거의 수행하지 않으며 대다수의 업무를 중간업자에게 맡기고 있다.

이러한 긴 유통경로에 대한 비판에 대응하여 일본의 연구자들은 여러 재화의 유통경로에 관해 국제비교를 하거나 또는 유통경로의 길이를 통계적으로 측정하여 봄으로써 일본의 유통경로는 외국의 학자들이 비판하는 정도로 길지 않다는 것을 實證하려고 노력하여 왔었던 것이다⁽⁵⁾ ([13] p. 105).

둘째 이와 같은 유통경로의 長型性 즉 도매단계의 다단계성이 입각하는 유통의 비효율성은 가격을 인상시키는 무역상의 비관세장벽으로 인식되어 구조협의의 대상이 되고 있음에 미루어 조만간 우리나라에도 닥쳐올 市場開放壓力에 대응하기 위해서는 우리나라의 유통경로의 상대적인 長型性 여부를 파악할 필요가 있다.

따라서 本稿에서는 유통시스템의 構造次元중 특히 垂直的 構造實態의 比較分析에 중점을 두어 진행하기로 한다. 여기서 말하는 垂直的 構造만 垂直的 市場構造(vertical market structure)로서 이는 多段階構造(multi-stages structure)라는 특징을 가지고 있다⁽⁶⁾ ([10] p. 27). 사실 대다수의 편의품은 여러 차례의 交換去來段階를 거쳐 유통되는 것이다. 그런데 종래의 전통적 경제학상으로는 판매자와 구매자간의 관계로 한정하여 수직적구조를 一段階로 보기 마련이어서 이와 같은 多段階構造에 대한 分析視點이 缺落되기 마련이었다(cf. ibid, pp. 19-20). 이는 곧 “생산자가 바로 최종판매자이며 생산자와 소비자 사이의 매

(5) 이러한 노력의 事例로는 [20] pp. 60-70, [19] pp. 72-79, [14] pp. 106-133 등을 들 수 있다.

(6) 이 이외에 協同과 총돌, 多品種市場, 動態(dynamic)性 및 생산과 소비의 분리 등의 특징을 들 수 있다([10] pp. 24-341).

매에 介在하는 媒介的 經濟過程은 捨棄되거나 혹은 暗室(black box)로서 다루어졌음”([31] p. 18)을 뜻한다. 이처럼 一般經濟理論은 제조업자는 직접 소비자에 판매하는 것을 假定하므로 거기서는 중간업자가 개입하는 마아케팅經路와 같은 중간단계(level)가 描出되지 않는다는 경향이 있다”([45] p. 10, [42] p. 12)⁽⁷⁾고 지적되고 있듯이 海通構造의 多段階的 構造特性은 마아케팅論의 관점이 아니면 인식하기 어려운 것이다. 사실상 바일 및 그레더 등이 일찌기 지적한 바와 같이 시장의 垂直的 多段階構造야말로 마아케팅固有의 인식대상이 되는 것이다([59] part1, [10] p. 41 註 (44)).

세계 종래의 유통의 국제비교시에는 각국의 상업구조의 비교에 중점이 두어져 왔었는데 이러한 연구에 의해 귀중한 사실이 밝혀지기는 하였다.⁽⁸⁾ 그러나 각국의 상업구조는 그 국가나름대로의 상업활동의 결과로서 나타난 것이다. 그러므로 상업활동 즉 유통부문을 중심으로 한 垂直的 去來關係의 비교 검토 없이는 각국의 상업구조의 참된 비교 연구는 어려운 일이다. 또한 이러한 수직적 거래관계의 비교연구를 통해서만 우리는 각국의 유통활동의 성과에 다소나마 어떠한 차이가 있을 것인가 예상할 수 있기 때문이다([9] p. 69).

(2) 計測指標의 選定

그리면 이와 같은 流通 즉 도매의 多段階性은 어떠한 測定尺度(測度)에 의해 측정이 가능한 것일까?

앞에서도 보았듯이 流通의 垂直的 構造의 多段階性은 바로 都賣構造의 다단계성인데 그렇다면 都賣構造는 어떻게 定義될 수 있는 것일까?

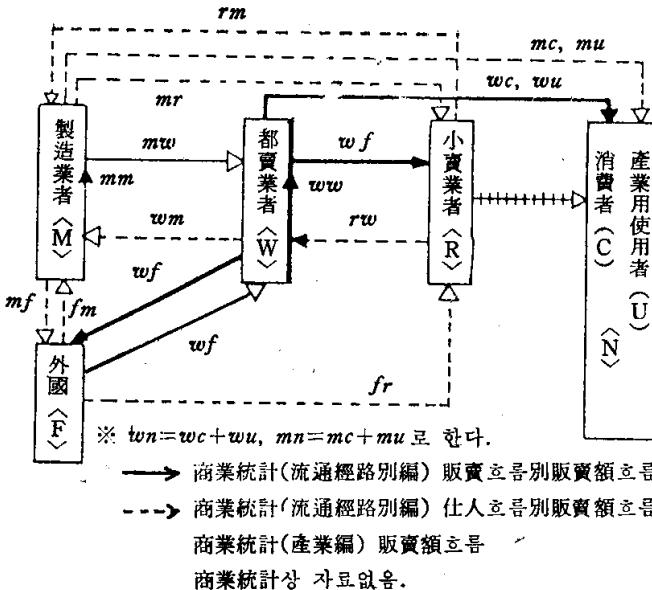
“도매(상업)구조란 도매(상업)단계수(stages, levels)와 그 제단계 간을 이어주는 도매경로의 굽기와의 관계상의 組合의 폐턴”으로 定義되고 있고 이를 측정하는 모델 내지 測度式으로는 크게 나누어 다음과 같은 5가지가 있다(cf. [10] pp. 403-424).

- ① 投入基準・產出基準
- ② W/R 比率
- ③ ww/R 비율 및 $(ww+wr)/R$ 비율
- ④ W/\bar{W} 비율
- ⑤ ww/W 비율 또는 w/W 비율

그리면 이러한 여러 測度指標중 어느 것이 도매유통의 다단계성 즉 流通迂迴度를 정확히

(7) 경제학의 한 分科學인 產業組織論의 경우에도 비록 現實에 보다 첨근한 형태로서 시장을 분석하려 하고는 있으나, 역시 판매자나 구매자간의 관계는 1단계로 취급되는 경향이 강하다([45] p. 41. 註 (47)).

(8) 대표적이고 개척적인 연구성과로는 [14]가 있다.



〈그림 6〉 全流通흐름

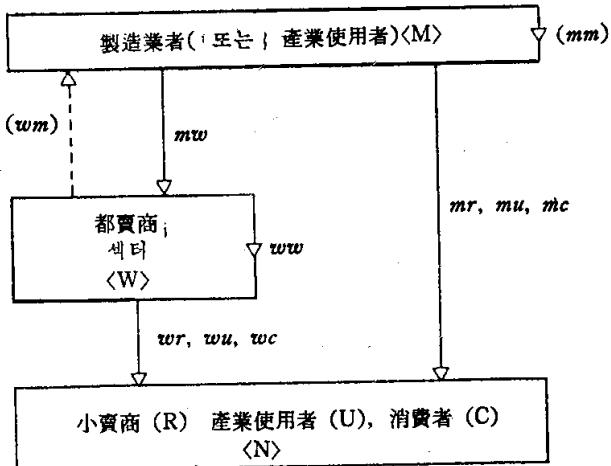
자료: [10] p. 420.

게 나타내는 것일까? 〈그림 6〉에서 보면 굵은 實線은 일본의 商業統計表⁽⁹⁾상의 「販賣處別흐름」을 나타내며 한편 가는 화살표로 된 實線은 「購入處別흐름」을 나타내는 것이다. 이에 비추어 볼때 현실의 제품유통흐름(특히 도매流通흐름)을 나타내는데 있어 현재의 상업센서스자료만으로는 극히 부족하다고 하지 않을 수 없다고 지적되고 있다. 왜냐하면 그 자료에는 다음에서 보듯이 여러가지 한계가 있기 때문이다([10] p. 425).

이처럼 流通迂廻度의 측정을 위해 이용 가능한 자료에는 질·량 양면에서 한계가 있다는 점에 미루어 도매유통과 도매상업을 명확히 구분하지 않는 한 기본적인 오해가 생기기 쉽다. 어떻든 상업센서스의 자료가 처음부터 도매유통 전체를 카버하는 것이 아닌 이상 어떠한理論的 測度指標로도 실제의 도매단계를 측정하기는 어렵다고 지적되고 있다([10] p. 425).

그렇다면 어느 지표이건 도매의 단계성 내지 유통우회율을 計測하기 위해 쓰일수 있는 가능성은 없는 것일까? 〈그림 7〉은 〈그림 6〉의 W를 중심으로 M과 N간의 흐름을 간단하게 다시 표현한 것이다. 참된 의미에서의 도매유통에는 도매업자를 전연 통하지 않는 제품유통흐름과 도매업자를 통하는 흐름이 마련이다. 일상적으로 우리는 도매유통이라 하면 후자만을 생각하기 마련이어서 경제가 발전함에 따라 산업제도매, 수출, 최종소비자와의 직거래 등이 증대한다면 전자의 흐름의 비중이 높아지기 마련인 것이다.

(9) 우리나라의 都小賣業센서스에 해당한다.



단. $mn = mr + mu(mm) + mc$,
 $wn = wr + wu(wm) + wc$ 로 함

〈그림 7〉 M-N간의 흐름

자료 : [10] p. 426.

〈그림 7〉에서 볼때 도매업자를 경유하지 않는 도매유통의 규모는 $(mm + mr + mu + mc)$ 인데 이중 mm 은 바로 $M \rightarrow M$ 흐름 또는 $M \rightarrow U$ 흐름을 뜻한다. 따라서 도매업을 거치지 않는 도매유통의 규모는 $mn = mr + mu + mc$ 가 된다(cf. [10] p. 426).

한편 도매부문을 통해 유통되는 도매유통의 규모는 mw 또는 $wn = (wr + wu + wc)$ 가 된다. 물론 일반적으로는

$$mw \leq wn$$

이 된다. 그 이유는 가령 도매부문내에서 중간 1단계의 흐름이 이루어진다고 할때 적어도 1회의 중간마진이附加되기 때문이다. 그러므로 도매유통의 총액 \bar{W} 는 다음과 같이 된다 ([10] p. 427).

$$\bar{W} = mn + wn$$

또는

$$M = mn + mw$$

반면 도매(상)업자의 총판매액 W 는 다음과 같이 된다.

$$W = wn + ww$$

그러므로 유통전체의 우회도지표를 u 라 하면 이는 다음과 같이 된다.

$$u = \frac{W}{\bar{W}} \text{ 또는 } u = \frac{W}{M}$$

그런데 이의 실체는 다음의 식과 같아진다([10] pp. 427-428).

$$v = \frac{wn + ww}{mn + wn} \text{ 또는 } v = \frac{wn + ww}{mn + mw}$$

그러므로 유통전체의迂回比率은 다음과 같이 된다(ibid, p. 428).

$$\text{流通迂回比率} = \frac{\text{도매업자에 의한 } R \cdot U \cdot C_{\text{의}} \text{ 판매액} + \text{도매업자간거래액}}{\text{都賣流通額} (= \text{製造業者의 販賣額})}$$

그런데 이는 다음과 같이 표현할 수 있다([10] p. 428).

$$\begin{aligned} u &= \frac{wn + ww}{W} = \frac{wn}{W} + \frac{ww}{W} \\ &= \frac{wn}{W} \left[1 + \frac{ww}{wn} \right] \text{ 또는 } \frac{mw}{W} \left[1 + \frac{ww}{mw} \right] \end{aligned}$$

개념상으로 볼때 wn/W (또는 mw/W)란 도매유통 전체중에서 도매업자부문으로부터 產出된 흐름이 어느 정도인가 또는 그것은 실질적으로 媒介經路와 非媒介經路와의 대비 즉 양경로의 산출을對比한 것이다. 반면 ww/W 는 도매업자 부문내에서 어느 정도로迂回 또는 동업자간에業者間來去가 이루어지고 있는가를 나타낸다.

이에서 볼때 현실적인 u 價의 변화는 ww 와 mn 의 양요소를 중심으로 고찰하여야 함을 알 수 있다. 그것은 곧媒介流通상의多段階性을 생기게 하는 ww 와, 도매상을 거치지 않는 mn 의 두가지를 알아야 함을 뜻한다. 그런데 ww 는 원래 도매상 부문에서의 제품유통흐름을 나타내는 것이므로 이 부문을解明할 수 있느냐 없느냐 하는 것이多段階構造說明의 중요한 관건이 된다. 특히 mn 의 자료를 얻기 어려운 경우에는 더욱 그러하다([10] p. 429).

이상에서 살펴 본 바를 전제로 하여 앞서 본 각 測度概念과 指標를 관련지워 보면 다음과 같다(ibid, pp. 430-433).

〈표 2〉에서 보는 것과 같은 4가지의 測度指標는 〈그림 8〉에서 보듯이 경제의 각 부문 (M, W, R)간에서 바로一巡하는 형식이 되고 있다.

〈표 2〉 測度指標의 種類와 定義

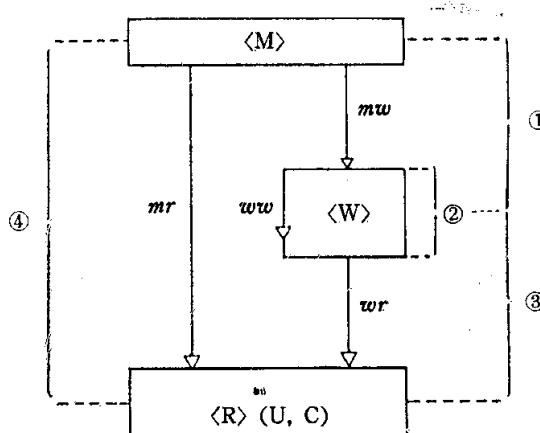
$$\textcircled{1} W/M비율} = \frac{wr + ww}{mr + mw}$$

$$\textcircled{2} ww/W비율} = \frac{ww}{wr + ww}$$

$$\textcircled{3} W/R비율} = \frac{wr + ww}{R} \text{ 또는 } (R/ww \text{ 또는 } R/W) = \frac{R}{ww} \text{ 또는 } \frac{R}{wr + ww}$$

$$\textcircled{4} M/R비율} = \frac{mr + mw}{R}$$

자료 : [10] p. 430에 의함.



단 U, C는 R에 포함되는 것으로 한다.

〈그림 8〉 理論상의 각 都賣流通迂迴比率

자료 : [10], p.431.

보통 특정부문의 특징을 알려면 다른 부문과의 비교를 통해 분석하는 것이 가장 간단한 방법이다. 그러므로 〈그림 8〉에서 보는 것과 같은 3부문간의 특징, 특히 M과 R부문 사이에 있는 W자체 및 그周邊部의 특징을 이해하기 위해서는 위의 모든 지표의 측정이 가능해야만 한다. 그래야만 정확한 도매유통의迂迴度의 관정이 가능해지는 것이다.

그런데 〈표 2〉의 定義에서 보면 ①式과 ④式에 있어서의 mw 와 W부문으로 부터의 흐름 wr 의 차이는 中間마진이 附加된 것인가 아닌가 하는데 연유하는 것으로서 개념상으로는 같은 것이다. 그러므로 도매유통의 우회의 정도는 ①, ② 및 ③의 3式 또는 ②, ③ 및 ④의 3式의 組合을 통해 파악할 수 있다. 그런데 이들 測度式群에 포함되는 各測度는 어느 의미에서 도매유통의迂迴現象의 일부를 측정하려는 것으로서 저마다 다음과 같은 의의를 가지는 것이다([10] p. 431).

- ① M/M 비율~ $M-W$ 사이의 시장의 베커니즘을 알고자 하는 것이다.
- ② ww/W 비율~바로 도매부문내의 구조 즉 평균하여 몇 단계의 도매업자가 介在하고 있는가 나타내려는 것이다.
- ③ $W/R(R/ww$ 또는 R/w)비율~도매업부문 내에서의 다단계성을 생기게 하는 것이 소매업자의 판매액과의 관련하에 어떻게 되어 있는가. 즉 $W-R$ 간의 시장구조를 밝히려는 것으로서 이에 의하면 당연히 mr 유통흐름이 배제되게 된다.
- ④ M/R 비율~ $M-R$ 간의 시장구조를 밝히려는 것이나 도매부문의 구조는 무시된다.

위의 4式의 관계는 다음과 같다([10] p. 432).

$$\frac{M}{W} = \frac{mr + mw^{(10)}}{wr + ww}$$

위의 논의를 전제로 할 때 도매유통흐름 중 특히 ww 의 량과 그 변화를 파악하는 것이 중요하다. 물론 이에는 無媒介흐름 mr 가 무시되고 있다는 한계는 있으나 도매(상)업상의 도매단계수의 측정척도로서는 충분한 이용가치가 있는 지표일 수 있다. 그러므로 보다 정확한 유통의 迂回度를 측정하기 위해서는 ww/W 비율의 이용이 바람직한 것이다(ibid, p. 433).

(3) W/R 比率의 意義와 選定의 이유

위에서 살펴 본 바 4가지 測度중 본 연구에서는 W/R 비율을 선정이용하기로 하였다. 그 이유는 다음과 같다.

첫째 構造協議의 대상국으로서의 일본의 유통경로의 長型性이나 都賣의 多段階性과 관련하여 비판의 근거가 되는 統計的 證據는 다음과 같이 定義되는 W/R 비율⁽¹⁰⁾이기 때문이다 ([13] pp. 110-111).

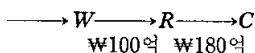
$$W/R\text{비율} = \text{도매판매액} \div \text{소매판매액}$$

이는 과거에 流通迂廻의 상태를 측정하는 척도 즉 流通迂廻比率의 가장 대표적인 것으로서 活用되어 왔었는데 ([10] p. 412, [19] p. 73) 이 척도에 의한 測定例를 假說的으로 제시하면 〈표 3〉과 같다.

앞에서도 보았듯이 소매유통단계는, 소매거래의 定義를 따를 때 항상 1단계이다. 그러나 도매유통단계는 앞에서 보았듯이 多段階化될 가능성은 있다. 餘他의 사정을 일정하다고 할 때 특정국의 도매가 다단계화하면 그 나라의 W/R 비율은 그렇지 않은 나라에 비해 보다 높아질 것이다. 종래 W/R 비율이 한 나라의 유통경로의 평균적인 질이를 반영하는 것으로

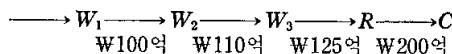
〈표 3〉 유통우회비율에 관한 假說例

상태 1. 짧은 경로의 경우



$$(W/R\text{비율} = \frac{W}{R} = \frac{100}{180} = 0.56)$$

상태 2. 긴 경로의 경우

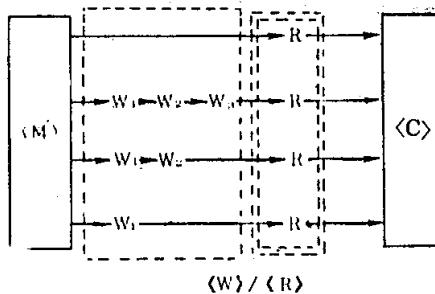


$$(W/R\text{비율} = \frac{W_1 + W_2 + W_3}{R} = \frac{335}{200} = 1.68)$$

자료 : [10] p. 412.

(10) 이의 誘導式은 다음과 같다([10] p. 432).

$$\begin{aligned} \frac{1}{u} &= ① \times ② \times ③ \times ④ \text{식} \\ &= \frac{ww}{wr + ww} \times \frac{R}{ww} \times \frac{mr \times mw}{R} = \frac{mr + mw}{mr + w/w} \end{aligned}$$



〈그림 9〉 W/R 과 관련된 流通흐름

자료 : [10] p. 416.

서 다루어져 온 것은 이러한 推論에 입각하는 것이다.

이처럼 일본의 유통경로가 길고 복잡하다는 상대적인 評價의 근거는 바로 W/R 비율의 국제비교에 있었다([18] p. 8).

따라서 본 연구의 시간, 코스트 및 작업범위상의 제약때문에 기존연구와의 연계상 이 指標를 택하지 않을 수 없었다.

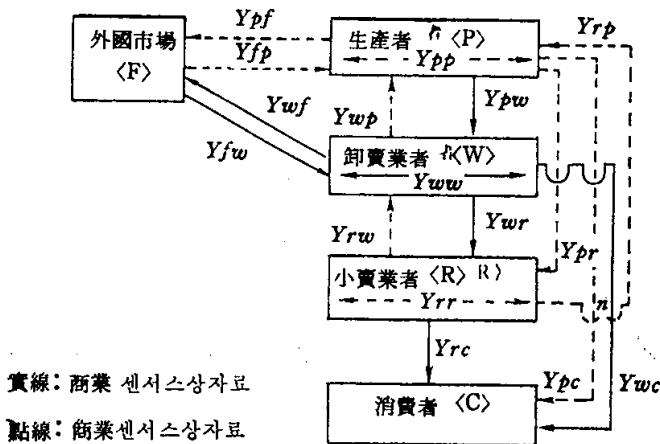
둘째 비교적 손쉽게 자료를入手할 수 있다는 이점이 있기 때문이다([24] p. 18). 왜냐하면 대다수의 국가에서는 商業센서스가 이루어져 유통에 관한 통계가 공식적으로 수집되고 있어서 이의 이용가능성이 높기 때문이다. 물론 다음에 보듯이 이 指標의 이용상 제약이 없는 것은 아니다([10] pp. 415-417).

첫째 W/R 비율은 기본적으로는 〈그림 9〉에서 보듯이 도매 전체(W)와 소매(R)의 두 경제부문의 관계를 통해 유통우회율을 파악하려는 것이므로 당연히 도매(상업)유통의 내부구조([])의 내부측면은 충분히 파악될 수 없다. 그러므로 이러한 도매(상업)유통의 내부구조를 파악하기 위해서는 다른 測度指標를 사용하여야 한다.

둘째 만약 W/R 비율만으로 計測을 할 때에는 그것은 〈그림 9〉의 實線으로 나타낸 흐름의 부분에서만 有效하여 點線으로 나타낸 흐름을 밝혀주지는 못하는데 그 원인은 「센서스 資料가 限定的이기 때문이다.

이러한 면에서 종래 이 測度指標를 국제비교에 이용할 때에는 다음과 같은 점에 주의를 기울일 필요가 있다고 지적되고 있는 것이다([21] pp. 198-199).

- ① 一國의 經濟의 開放度(GNP상 점하는 수출입비율)
- ② 원료수입·완제품수출형인가? 完成品輸入·原料輸出型인가?
- ③ 산업구조(비소비 부문이 경제상 점하는 비중)
- ④ 경제 발전단계



〈그림 10〉 流通흐름

자료 : [10] p. 416.

또한 W/R 비율만으로 미국과 일본간의 국제비교를 하는 경우에 생기는 문제점 내지 留意點으로는 다음과 같은 요인이 제시되고 있다([32] pp. 28~39).

① 〈그림 10〉에서 보는 것과 같은 생산부문과 관련되는 Y_{pw} , Y_{pr} , Y_{pp} , Y_{pf} , Y_{pc} 의 각 흐름은 상업통계(상업센서스)상의 도매판매액에서 제외된다.

② W/R 비율의 二國間의 較差는 도매총판매액상 접하는 Y_{ww} , Y_{wp} 및 Y_{wf} 의 비율과 그 비율의 변화에 의존한다.

③ W/R 비율을 충분히 좌우할 수 있는 제품유통은, 미국의 경우에는 產業財都賣흐름에 있으나 일본의 경우에는 도매부문내의 제품유통(Y_{ww})에 있다.

④迂迴流通이라 하더라도 同位迂迴나 垂直的迂迴나 그 형태에 따라 그것이 가지는 의미는 다르며 오히려 각 형태의 要素的迂迴流通이 전체의 Y_{ww} 상 차지하는 비중의 구성여하가 유통우회의 구조에 실질적 의미를 주는 것으로서 상업통계에서 파악되는 Y_{ww} 의 수치 그 자체가 직접 유의의한 것은 아니다.

⑤ 일본의 W/R 비율이 국제적으로 보아 높은 것은 유통의 다단계성 때문이라 한다. 흔히 주장되고 있는 이러한 論調도 그 한 측면을 지적하는 설명으로서 틀린 것은 아니다. 특히 상업부문에 투입되는 제품이 급격히 증대하는 경우 유통의 多段階構造가 그 다단계성 때문에 제품판매액의 증대에 대해 乘數的 effect를 미칠수 있으리란 점은 충분히 예상할 수 있다.

⑥ W/R 비율의 미국과 일본의 較差는迂迴流通의 業種別構成에 상당히 의존하리라 생각된다.

- ⑦ 일본의 경우 소비재보다도 오히려 산업재의 유통우회도가 미국보다 현저하게 높다.
- ⑧ 미국과 일본 양국의 W/R 비율의 較差를 설명하여주는 또 하나의 요인은 미국의 경우 판매액 비중이 높은 업종의 Y_{ws} 가 상대적으로 낮기 때문이다.
- ⑨ 商業セン서스定義에 따른 W/R 비율 분석에 한정하는 경우라 하더라도 Y_{wp} 나 Y_{wf} 의 제품흐름의 변화가 도매우회유통에 미치는 영향을 고려하지 않으면 안되며 생산기업에 의한 소매부문이나 외국시장에의 직접판매(Y_{pr} , Y_{ps})가 도매부문내부의 제품흐름에 미치는 영향도 무시할 수는 없다. 이들 요인은 W/R 비율의 繼通時의 變化를 분석할 때 결정적인 의미를 가질 것이다. 이러한 의미에서 볼때 W/R 비율 및 그 변화를 결정하는 요인은 <그림 10>에서 보듯이 아주 多元的인 것이다.

위에서 보았듯이 이 測度가 반드시 정확한 것은 아니나 流通迂迴度를 측정하는 代用物이 될수는 있으며([24] p. 18) 또한 아주 限定的인 범위내에서라면 각국의 소비재유통의 도매단계수를 일종의 평균개념으로서 제시할 수는 있는 것이다(cf. [14] p. 132).

3. 流通迂迴度의 國際比較

(1) 比較評價實體로서의 韓國流通構造의 動態的 推移—概觀

앞에서도 보았듯이 오늘의 韓國의 유통구조의 實態는 都小賣業센서스에 의해 제공되는 자료에 의존하여 評價되지 않을 수 없으므로 센서스가 처음 비롯된 1968년 이후 오늘에 이르기까지 한국의 유통구조가 어떠한 動態的 내지 經時的 變化를 하여왔나 이해하는 것이 國際比較를 위한 基盤의 作業이 된다.

이와 같은 의미에서 流通迂迴比率에 의한 流通構造의 部分分析을 試圖하기에 앞서 한국 유통구조의 動態的 推移를 概觀하기로 한다.⁽¹¹⁾

(가) 店舗數의 推移

1988年の 都小賣業의 總店舗數는 753,237店으로서 이는 1968년의 277,293店에 비하여 약 2.7배가 늘어난 것이다. 점포구성비는 소매업의 비중이 높으나(소매업 89.4%, 도매업 10.6%) 68년에 대비할 때 그 증가율은 도매업이 6.5배로서 소매업의 2.5배보다 훨씬 높다. 68~88년에 걸친 店舗增加寄與率은 소매업이 86.0%로 압도적이나 그 推移는 점차 감소추세에 있다.

(11) 본 분석이 진행되는 동안 89년의 도소매업센서스의 상세한 자료가 공개되지 않았으므로 부득이 분석은 68~88년의 기간으로 한정되지 않을 수 있었다.

企業形態別 店舗比重을 보면 도매업의 경우 法人企業이 9.1%, 소매업은 0.9%로서 法人化率이 낮은 수준에 머무르고 있다.

소매업을 전제로 국토면적 1,000km²당 소매점 数는 6430.9店으로서 68년 대비 약 2.4배의 증가를 보이고 있으며 인구 1만명당 점포수는 157.8店으로서 68년 대비 약 1.7배의 증가를 나타내고 있다.

1988년의 都賣業의 地域別 店舗比重을 보면 서울이 가장 높고(51.0%) 다음으로 부산(10.6%), 대구(6.3%)의 순이며, 小賣業의 경우는 서울(26.0%), 경기(11.1%), 부산(9.2%)의 순이다. 68~76년에 대비하여 79~88년 간의 占有比率이 가장 증대된 市道는 서울로서 도매업의 대도시 집중현상을 보이고 있으며, 소매업의 경우는 상대적으로 안정적인 推移를 나타내고 있다.

1986년의 50大都市의 都賣店舗占有比率은 90.9%, 小賣店舗占有比率은 70.9%로서 都市化의 推移를 반영하고 있는데, 店舗占有比率이 높은 都市는 도매업, 소매업 모두 서울, 부산, 대구의 순으로 나타나고 있다. 86년의 都賣販賣額/小賣販賣額 比率에 의해 50大都市의 성격을 보면 상대적으로 都賣機能의 比重이 높은 商業都市는 원주, 부산, 전주, 마산 등이며, 消費 내지 生活都市性이 강한 도시는 남원, 광명, 연천, 속초 등이다.

88년의 從事者規模別 店舗比重을 보면 都賣業, 小賣業 모두 1~2人 규모가 가장 많으나 都賣業의 경우 1~2人 규모가 35.8%인데 반해 小賣業의 경우 90.5%에 이른다. 68~86년 간의 점포증가기여율을 볼 때 소매업은 1~2人 규모가 92.3%로서 1~2人 규모의 零細店에 의해 점포수의 증가가 이루어져 왔음을 알 수 있다.

1986년 業種別 店舗比重을 보면 都賣業의 경우 농산물 및 음식료품(24.1%), 섬유 및 의류(21.4%), 기계 및 장비(9.8%) 등의 순이며, 小賣業의 경우는 음식료품·담배 소매업(47.7%), 섬유, 의복, 신발 및 의복악세서리(16.1%), 가구, 철물 및 가정용품(7.6%) 등의 순이다. 68~86년 간의 점포증가 기여율이 가장 높은 업종은 도매업의 경우 섬유 및 의류(22.0%), 소매업의 경우 음식료품·담배(46.9%)이다.

(나) 從事者數의 推移

1988年の 都小賣業의 總從事者數는 1,716,533명으로서 이중 도매업에 429,112명(25.0%), 소매업에 1,287,421명(75.0%)이 종사하고 있다. 1店當 從事者數는 도매업이 5.4人, 소매업이 1.9人으로 소매업의 경우 68년이래 거의 변동이 없는 것으로 나타나고 있다.

從事者를 性別로 보면 도매업의 경우 남자(68.2%)가 여자(31.8%)보다 많은데 비하여 소매업의 경우 남자(48.8%)보다 여자(51.2%)의 취업비중이 높게 나타나고 있다. 68~88

년에 걸쳐 여성의 취업비중은 도매, 소매 양업종에서 점차 늘어나는 추이를 보인다. 就業形態面에서는 88년 都賣業의 경우 自營業主가 20.6%, 常時從業員이 67.9%인데 반하여 小賣業은 自營業主가 81.6%로서 家族勞動에 의존하는 自營店舗의 比重이 높음을 반영하고 있다.

(다) 年間 販賣額의 推移

經常價格으로 본 88년의 都小賣業의 總年間 販賣額은 63兆 2,451億 3百萬원으로서 이중

〈표 4〉 都小賣構造의 推移(68~88)

(가) 총 점포수의 추이

(단위 : 점)

연 도	계	도 매 업	소 매 업	도 매 업(%)	소 매 업(%)
1968	277,293	13,193	264,100	4.8%	95.2%
1971	336,900	16,429	320,471	4.9%	95.1%
1976	413,911	20,260	393,651	4.9%	95.1%
1979	445,847	23,835	422,012	5.3%	94.7%
1982	588,026	45,568	542,458	7.7%	92.3%
1986	706,522	68,760	637,762	9.7%	90.3%
1988	753,237	79,685	673,552	10.6%	89.4%
88/68	2.72	6.04	2.55		

(나) 총 종사자 수의 추이

(단위 : 명)

연 도	계	도 매 업	소 매 업	도 매 업(%)	소 매 업(%)
1968	542,666	60,394	482,272	11.1%	88.9%
1971	642,523	61,349	581,174	9.5%	90.5%
1976	787,138	93,679	693,459	11.9%	88.1%
1979	881,789	116,609	765,180	13.2%	86.8%
1982	1,118,934	173,156	945,778	15.5%	84.5%
1986	1,563,811	342,522	1,221,289	21.9%	78.1%
1988	1,716,533	429,112	1,287,421	25.0%	75.0%
88/68	3.16	7.11	2.67		

(다) 연간 판매액의 추이

(단위 : 백만원)

연 도	계	도 매 업	소 매 업	도 매 업(%)	소 매 업(%)
1968	427,306	183,902	243,404	43.0%	57.0%
1971	1,025,948	417,990	607,958	40.7%	59.3%
1976	5,758,917	2,448,662	3,310,255	42.5%	57.5%
1979	11,038,393	3,851,343	7,187,050	34.9%	65.1%
1982	19,741,521	7,086,050	12,655,471	35.9%	64.1%
1986	43,517,772	21,843,942	21,673,830	50.2%	49.8%
1988	63,245,103	34,208,617	29,036,486	54.1%	45.9%

자료 : [6] 각년판에 의함.

도매거래액이 54.1%, 소매거래액이 45.9%를 점하고 있다. 經常으로 볼 때 68년에 대비하여 도매거래액은 186.0배, 소매거래액은 119.3배가 늘어난 것이다, 85年을 기준으로 한 實質價格으로는 각각 22.8배, 12.7배가 늘어난 것이다.

88년의 經常으로 본 流通迂迴比率(都賣/小賣販賣額比率)은 1.18로서 이의 推移를 보면 68년의 0.76에서 79년에 0.54로 감소하였다가 계속 증대하고 있다.

地域別 販賣額을 보면 도매업의 경우 서울(42.1%), 부산(16.4%), 대구(8.8%)의 순이며, 소매업의 경우 서울(37.3%), 경기(10.0%), 부산(8.3%) 등의 순이다.

86년의 業種別 販賣額比重을 보면 도매업의 경우 농산물 및 음식료품이 28.8%로 가장 높고 소매업의 경우 음식료품·담배가 28.2%로 가장 높다. 68년에 대비할 때 도매업은 의약품 및 화학제품, 소매업은 개인운수장비 및 주유소업의 비중증대가 크며, 소매업에서 섬유 및 의복의 비중감소가 현저하다. 종업원 규모별 판매액을 보면 도매업에서는 10人 이상이 57.0%, 소매업에서는 1~2人 규모가 48.6%로 가장 높은 비중을 보인다.

(라) 販賣效率의 推移

經常으로 본 88년의 1店當 販賣額은 도매업이 4억 2천 9백만원, 소매업이 4천 3백만원으로서 68년에 대비할 때 도매업은 30.8배, 소매업은 46.8배 늘어난 것인데, 85년을 기준으로 한 實質로는 각각 3.8배, 5.0배 늘어난 것이다.

經常으로 본 88년의 1人當 販賣額은 도매업이 7천 9백만원, 소매업이 2천 2백만원으로 68년 대비 각각 29.2배, 44.7배가 늘어났는데, 85년 기준의 實質로는 각각 3.2배, 4.8배가 늘어난 것이다.

(2) 流通迂迴度의 比較

(가) 全般動向의 比較

본 연구에서는 〈附表 1〉에서 보는 바와 같은 각종의 자료원에서 수집한 자료 및 직접 試算한 자료를 바탕으로 〈表 5〉와 같이 최종적인 W/R 比率의 국제비교를 위한 자료를 확정하였다. 그 까닭은 동일한 연도의 자료에도 자료원에 따라 차이가 있으므로 가능한 한 변동이 심하지 않고 또한 集計상의 수준과 기준이 비슷하여 經時比較가 가능하다고 판단되는 안정적인 수치의 확보가 필요하였기 때문이다.

〈표 5〉에서 보면 적어도 4개국 이상의 共時比較가 가능한 연도는 72년, 74년, 75년, 76년, 79년 및 82년의 6개 연차이다. 각 연차별로 W/R 비율이 상대적으로 가장 높은 나라를 기준으로 한 隔差를 시산해 보면 〈표 5〉의 ()내의 수치와 같다. 이에서 보면 資料의 計測이 이루어지지 않은 75년을 제외한 전년차에 걸쳐 일본의 이 비율이 가장 높다. 75년은

〈表 5〉 省廳의 W/RH|율

注:()는 최고치를 기준으로 한 절차비율입니다.
자료:<부표 1>의 참.

〈表 6〉 W/R비율의 經時的 資料(韓·美·日)

국명 \ 년도	29	38	48	54	58	60	62	63	64	66	67	68	70	71	72
미국	1.44	1.34	1.43	1.38	1.39	—	—	1.47	—	—	1.41	—	—	—	1.48
일본	—	—	—	—	3.94	4.28	4.47	—	4.65	4.87	—	3.49	4.55	—	4.33
한국	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.76	—	0.69	—	—
국명 \ 년도	73	74	75	76	77	78	79	81	82	83	85	86	87	88	89
미국	—	—	0.8	—	1.75	—	—	—	1.9	—	—	—	1.66	—	—
일본	—	4.30	—	4	—	—	5.22	—	4.24	—	4.21	—	—	3.89	—
한국	—	—	—	0.74	—	—	0.54	—	0.56	—	—	1	—	1.18	1.21

자료 : 〈表 5〉에 의함.

싱가풀이 가장 높다. 따라서 餘他의 조건이 일정하다 할 때 일본의 W/R비율이 共時의 관점에서 가장 높다고 할 수 있다.

그런데 미국 및 일본을 제외한 餘他國의 경우에는 안정적인 經時的 比較를 가능하게 하

〈表 7〉 W/R비율의 隔差(한·미·일)

년도	58	63	68	72	76	79	82	88
(한국기준=1)								
미국	—	—	1.85	1.91	1.08	—	3.39	1.40
일본	—	—	4.59	6.27	5.40	9.66	7.57	3.29
(미국기준=1)								
일본	2.83	3.03	2.47	2.92	5	—	2.23	2.34
한국	—	—	0.53	0.46	0.92	—	0.29	0.71
(일본기준=1)								
미국	0.35	0.32	0.40	0.34	0.2	—	0.44	0.42
한국	—	—	0.21	0.15	0.18	—	0.13	0.30

자료 : 〈表 6〉에 의함.

비율 : 1) 72년의 경우 한국의 그것은 71년을 적용하였음.

2) 67년의 경우 한국의 그것은 66년을 적용하였음.

(한국기준) : (1) 미국의 그것은 67년 대비임.

(2) 72년의 경우 한국은 71년 자료를 이용하였음.

(3) 76년의 미국분은 75년을 적용.

(4) 88년의 미국분은 87년을 적용.

(미국기준) : (1) 63년 일본분은 62년을 적용.

(2) 68년 일본분은 67년을 적용.

(3) 72년 한국분은 71년을 적용.

(일본기준) : (1) 63년 일본분은 62년 수치임.

(2) 72년 한국분은 71년 수치임.

(3) 76년 미국분은 75년 수치임.

〈표 8〉 W/R비율의 推移(韓·美·日)

미국(29=100)	29	38	48	54	58	63	67	72	75	77	82	87				
	1	0.93	0.99	0.95	0.96	1.02	0.97	1.02	0.55	1.21	1.31	1.15				
일본(58=100)					58	60	62	64	66	68	70	72	74	77	81	83
					1	1.08	1.13	1.17	1.23	0.88	1.15	1.09	1.08	1.01	1.32	1.07
한국(68=100)										68	71	76	79	82	86	88
										1	0.90	0.97	0.71	0.73	1.31	1.55
																1.59

자료 : 〈표 6〉에 의 함.

여 줄 정도로 이 비율에 대한 計測이 이루어지지 않고 있으므로 이하의 분석에서는 한국을 기준으로 미국과 일본을 중심으로 분석하기로 한다.

韓·美·日의 3國의 W/R비율의 隔差를 나타내는 배율을 비교하여 보면 〈표 7〉과 같으며 W/R比率의 經時的推移를 보면 〈表 8〉과 같다. 먼저 한국을 기준으로 한 경우 68년에 미국은 약 85%정도로 迂迴水準이 높으나 일본의 경우에는 무려 4.6배나 된다. 따라서 이 연도에 있어서 한국유통의 迂迴수준은 미국의 약 40%수준, 일본의 21%의 수준에 지나지 않는다. 이에서 미루어 한국에서의 流通構造상 W/R비율에 입각하는 한 상대적으로 流通迂迴率이 낮다고 할 수 있다.

그런데 3國의 W/R비율에 의한 流通의 迂迴化傾向을 살펴보면 〈표 8〉에서 보듯이 미국의 경우 75년을 제외하고는 비교적 안정적인 推移를 보여주고 있으며 특히 70년대 후반 이후부터는 점차 그 비율이 높아지는 경향이 있음을 보여주고 있는데 이는 미국의 流通迂迴度가 상대적으로 고도화되고 있음을 示唆하는 것이라 할 수 있다. 일본의 경우 68년과 81년의 異常率을 제외할 때 60년대의 중반 이후까지는 漸增傾向을 나타내다가 70년대부터는 減傾向을 나타내며 80년대에 접어들어서도 역시 감소경향을 나타내고 있다.

이에 대해 한국의 경우에는 60년대 말부터 70년대 말까지 감소경향을 보이다가 80년대 이후로는 급증하는 경향을 보이고 있는데 이는 한국의 유통구조가 경제성장에 뒷받침되어 이의 성장의 한 경향으로서 迂迴化가 고도화하고 있음을 示唆하는 것이 아닐까 한다.

이러한 三國間比較에서 파악할 수 있는 사실은 미국과 일본의 유통우회율에 큰 차이가 있는데 특히 일본의 그것이 미국보다는 현저히 높다는 점이다. 그러면 이 비율이 상대적으로 높다는 것은 과연 일본의 유통구조가 多段階의이며 이것이 非關稅輸入障壁化하고 있다는 비난의 근거가 될 수 있는 것일까?

상업센서스에 의해 측정되는 W/R비율에 영향을 미치는 요인엔 다음과 같은 것이 있다 ([17] pp. 36-37).

첫째 여타의 조건이 같은 경우 수출이 많으면 많을수록 小賣는 이루어지지 않으므로

W/R 비율은 높아진다.

둘째 여타의 조건이 같다면 商品利幅率의 차이도 W/R 비율에 영향을 미친다. 都賣利幅率이 높을수록 도매판매액은 많아져 W/R 비율은 높아지며 小賣利幅率이 높으면 높을수록 소매판매액이 많아져 W/R 비율은 낮아진다.

세째 도매업을 경유하지 않는 생산자의 소매업자에의 直接販賣의 비중이 영향을 미친다. 왜냐하면 직접판매액은 소매판매액엔 計上되나 도매판매액엔 計上되지 않으므로 이 비중이 높으면 높을수록 W/R 비율은 낮아진다.

네째 도매판매액엔 소매를 수반하지 않는 생산재의 판매액이 포함되어 있으므로 생산재 유통의 비율이 높으면 높을수록 W/R 비율은 높아진다.

위와 같은 점을 고려할때 상업센서스에 의한 W/R 비율의 高低로서 유통경로의 장단을 판단하기는 어려운 것이다. 이와 같은 입장에서 일본의 W/R 비율이 높은데 대해 다음과 같은 해석이 이루어지고 있다([14] pp. 128-129).

“일본경제는 원재료를 수입·가공·수출하는 패턴을 가지고 있어서 가공상품중 어떤 것은 국내에서 유통·소비되나 어떤 것은 總合商社⁽¹²⁾ 등을 통해 대량으로 해외에 수출된다. 따라서 이와 같은 原材料輸入·完製品輸出型의 산업구조하에서는 도매(W)의 의형상의 크기에 대해 소매(R)는 균형을 잊어 파소하게 되기 쉽다. 전형적인 事例로서 예전대 섬유관계에서는 수입원재료가 제품으로 가공되어 총합상사를 통해 수출되는 경우를 많이 볼수 있다. 또한 국내에서 생산된 雜貨나 전기제품의 다수는 국내에서는 유통되지 않고 그대로 총합상사를 통해 해외에 수출되는 경우가 흔히 있는 것이다.

그러나 이와 같은 주장은 결과적으로 다음과 같은 문제점을 승인하게 되는 것이라 한다 ([14] p. 129).

“이는 곧 일본의 무역이 원재료의 수입과 완제품의 수출에 치우쳐 있다는 사실을 인정하는 셈이며 나아가서는 流通非關稅障壁論을 보강하게 된다는 것이다. 왜냐하면 경제구조 그 자체의 변경과 관련되는 문제는 그대로 두더라도 일본의 慣行이 문제해결을 지연시키는 것 인지도 모른다는 疑心을 떠오르게 하기 때문이다. 무역마찰에 관한 지배적인 견해를 따르면 일본에서 수입품이 팔리지 않는 것은 비록 품질면에서 경쟁력이 있다 하더라도 가격경쟁력이 없기 때문이다. 그것은 수입품이 특별한 상품으로서 차별화되어 국내제품과는 다른 유통경로를 통해 유통되고 있기 때문이다. 또는 기업집단에 의해 系列化된 유통경로에서 수입품이 배척되고 있기 때문이다. 뿐라서 수입품의 취급에 대한公正性이 확보되어야 한

(12) 우리나라의 総合商社와는 성격이 다른 多機能的 企業組織體이다.

다는 결론이 유효하게 되는 것이다.”

이와 같은 일본의 W/R 비율에 의한 高迂回性 내지 多段階性에 대한 비판은 계속 반복되고 있는데 이는 일본의 유통구조가 가진 特異性이 국제정치경제의 흥정거리가 되고 있다는 사실뿐만 아니라 그것이 각국 공통의 틀에 의해 아직 충분히 解析되지 못한데에도 원인이 있다고 지적되고 있다.

사실 후자와 관련하여 技術的으로 볼 때 미국과 일본의 W/R 비율을 대비할 때에는 다음과 같은 점에 주의할 필요가 있다고 한다([11] p. 54).

첫째 일본의 상업통계에서는 수출액은 도매업자가 직접 통관한 것에 한정되나, 미국에서는 국내에 있는 외국도매업자에 대한 판매도 포함한다.

둘째 양국의 산업분류상 일치하지 않는 부분이 있다. 예컨대 일본의 통계상으로는 도매업으로 분류되는 것이 미국의 상업센서스상으로는 소매업으로 분류되고 있다.

첫째와 관련하여 볼 때 일본의 도매업자가 수출상품을 국내에 있는 외국도매업자에게 판매하면 그 외국업자가 통관하는 수출액도 도매판매액에 계상되므로 그만큼 일본의 도매판매액은 많아진다. 또한 둘째와 관련하여 볼 때 미국의 도매판매액을 상대적으로 과소평가되게 되는 반면 일본의 그것은 과대평가시키는 셈이 된다.

이와 같이 일본의 W/R 比率은 국제적으로 보아 이상하리 만큼 높다. 이러한 特質은 고도 경제성장이 달성되기 이전의 시기에도 지적된 바 있었고 그 과정에서도 강화되었었다고 지적되고 있다([13] p. 111).

그런데 이러한 지적은 도매가 多段階化되면 될수록 W/R 비율은 높아질 것이라는 推論과 결합되어 전개된 것이나 이의 論議와 관련하여서는 반드시 그렇지는 않다. 분명히 여타의 조건이 일정하다면 도매가 다단계화하면 할수록 그만큼 W/R 비율은 높아진다. 그러나 W/R 비율이 높아지는 것은 도매의 다단계성 때문만은 아니다. 센서스 資料에 입각하여 한 나라와 관련하여 計測되는 W/R 비율은 도매다단계성 이외의 요인에 의해서도 변동한다. 그 이유는 센서스상의 도매업의 정의와 밀접한 관련이 있다. 예컨대 일본의 상업통계에서 말하는 「도매업」은 日本標準產業分類에 입각하는 것인데 이에 의하면 도매업은 주로 다음과 같은 업무를 수행하는 사업소를 말한다([13] pp. 112-113).

- ① 소매업 또는 다른 도매업에 상품을 판매하는 것.
- ② 광공업, 건설업, 운수·통신업, 서비스업, 관공서 또는 기타 산업 사용자에게 상품을 대량 또는 단액으로 판매하는 것.
- ③ 업무용으로 주로 사용되는 상품을 판매하는 것.

- ④ 광공업회사가 별도의 장소에서 경영하고 있는 자기제품의 도매사업소.
⑤ 타인 또는 다른 사업소를 위한 상품매매의 대리행위를 하고 또한 중개인으로서 상품의 매매를 알선하는 것.

이 정의에 미루어 도매판매액 중에는 산업용 및 업무용 사용자에 대한 판매액, 동일기업내의 本支店間去來, 그리고 수출도 포함되고 있는 것이다. 원래 W/R 비율을 통해 한 나라의 유통경로의 길이를 集計的・平均的으로 파악하려는 發想은 默示的으로 소비재의 국내유통을 念頭에 두는 것이다. 그러나 적어도 一國 전체에 관해 계산되는 W/R 비율은 그 도매판매액내에 소비재의 국내유통과는 관련이 없는 산업재거래, 수출, 본지점간거래 등도 포함되고 있기 때문에 一國의 유통경로의 장단의 測度로서는 적절하지 못한 것이다. 그러므로 一國에 관해 計測된 集計的인 W/R 비율은 그 나라의 도매나 단계성뿐만 아니라 산업구조 그 자체에 의해서도 영향을 받는 것이다. 특히 일본과 같이 원재료수입・완제품수출형의 산업구조를 가진 나라에서는 統計的 定義에 따른 도매판매액은 그렇지 않은 나라보다 커질 경향이 있을 것이다. 그러나 비록 그렇다 하더라도 일본의 W/R 비율이 그 도매단계성을 상당한 정도로 반영하고 있을지도 모를 蓋然性을 부정할 수는 없다. 일본의 W/R 비율이 이상하리만큼 높다는 것은 이를 충분히 示唆해주기 때문이다.

그러면 82년을 기준으로 할 때 한국의 流通迂迴比率은 미국의 29%의 수준이며 일본의 13%의 수준에 지나지 않는데 이는 도매발전의 낙후성을 반영하는 것일까? 아니면 資料集計상의 차이때문에 생겨난 것일까? 이에 대한 評價를 위해서는 보다 면밀한 三國間의 流通構造의 比較分析와 資料蒐集過程에 대한 검토와 평가가 뒤따라야 할 것이다. ⁽¹³⁾

(나) 財別比較

다음 각국의 W/R 비율은 傾向的으로 볼 때 점차 증가하는 추세에 있는데 대해 일본은 하강하고 있다는 특징이 있다. 이는 과연 일본의 유통경로의 단축화가 진행되고 있음을 示唆하는 것일까?

이를 위해서는 W/R 비율을 다음과 같이 새로이 해석할 필요가 있다고 한다([14] pp. 130-131).

도매판매액의 관계식은 다음과 같이 定義된다.

$$W = Y_{ww} + Y_{wr} + Y_{wp} + Y_{wc} + Y_{wf}$$

(단 : Y_{ww} : 도매업의 도매업에의 판매액

Y_{wr} : 도매업의 소매업에의 판매액

(13) 時間과 비용의 제약으로 이는 후일의 流通構造의 國際比較分析시에 試圖하고자 한다.

Y_{wp} : 도매업의 제조업자에의 판매액

Y_{wc} : 도매업의 소비자에의 판매액

Y_{wf} : 도매업의 외국에의 수출액)

이 식은 다음과 같이 變形할 수 있다.

$$W - (Y_{wp} + Y_{wf}) = Y_{ww} + Y_{wr} + Y_{wc}$$

左欄을 W_1 으로 하면 소비재유통에 관한 도매판매액은 다음과 같이 定義된다.

$$W_1 = Y_{ww} + Y_{wr} + Y_{wc}$$

이에서 국내 도매단계 유통액은 다음과 같이 定義될 수 있다.

$$Y_{ww} = W_1 - (Y_{wr} - Y_{wc})$$

양변을 W_1 으로 나누면 다음과 같이 된다.

$$\begin{aligned} Y_{ww}/W_1 &= 1 - (Y_{wr} - Y_{wc})/W_1 \\ &= 1 - 1/\{W_1/(Y_{wr} + Y_{wc})\} \end{aligned}$$

여기서 Y_{ww} 를 W 로 置換하면 소비재에 관한 w/W 비율은 다음과 같이 나타낼 수 있다.

$$w/W_1 \leq 1 - 1/\{W_1/(Y_{wr} + Y_{wc})\} \quad (\text{단 : } W/Y_{ww})$$

한편 m 을 平均 小賣마진率이라 하면 소매판매액은 다음과 같이 된다.

$$R = (1+m)(Y_{wr} + Y_{pr})$$

만약 $Y_{pr} \geq Y_{wc}$ 라면 이는 다음과 같이 된다.

$$R/(1+m) \geq Y_{wr} + Y_{wc}$$

$$R \geq Y_{wr} + Y_{wc}$$

그리므로 消費財(1)의 W/R 비율은 다음과 같이 추정될 수 있다.

$$W_1/R \leq W_1(Y_{wr} + Y_{wc})$$

$$1 - 1/(W_1/R) \leq 1 - 1/\{W_1/(Y_{wr} + Y_{wc})\}$$

따라서 소비재(1)의 W/R 비율은 대체로 다음과 같이 추정된다.

$$w/W_1 \sim 1 - 1/(W_1/R)$$

이제 w/W_1 을 μ 로 대치하면 다음과 같이 된다.

$$\mu = 1 - 1/(W_1/R)$$

이에 따라 도매단계수는 대체로 소비재(1)의 W/R 비율에서 추정될 수 있게 된다. 이와 같이 하여 추정된 도매단계수는 가능한 범위내에서 수정이 가해진 것이긴 하나 標準的 經路에 입각하고 있는 것이다. 이 비율에 의하면 모든 나라의 유통경로의 길이를 통일적인 기준에 따라 직접 비교할 수 있게 된다.

〈表 9〉 W/R比率(消費財(1) 및 (2))

소비재(1)

년도	66	67	68	71	72	76	77	79	82	85	86
미국	—	0.96	—	—	0.95	—	1	—	1.09(1)	—	—
일본	2.36	—	—	—	2.87	3.01	—	2.7	3.19(2.9)(1)	3.26	—
한국	—	—	0.33	0.45	—	0.49	—	0.36	0.42(0.4)(0.1)	—	0.49

()는 미국 및 일본에 대비한 격차비율임.

소비재(2)

년도	66	67	68	71	72	76	77	79	82	85	86
미국	—	0.9	—	—	0.9	—	0.95	—	1 (1)	—	—
일본	2.31	—	—	—	1.9	2.01	—	2.02	2.13(2.13)(1)	2.21	—
한국	—	—	0.67	0.58	—	0.55	—	0.44	0.59(0.59)(0.28)	—	1.37

()는 미국 및 일본에 대비한 격차비율임.

〈表 9〉를 통해 消費財(1) 및 消費財(2)에 의한 W/R비율을 82년을 기준으로 비교하여 보면 한국은 消費財(1)의 경우에는 미국의 40%수준, 일본의 10%수준이며 消費財(2)의 경우에는 미국의 59%수준, 일본의 28%의 수준이어서 양국에 대비할 때 유통의 迂廻度는 상대적으로 낮은 셈이다.

〈表 10〉 W/R比率, 業種別 隔差

	68	71	76	82	(일본기준)	68	71	76	82
(미국기준)					(일본기준)				
철물	0.05	0.04	0.07	—	철물	0.11	0.08	0.13	—
전기제품	0.19	0.03	0.16	—	전기제품	0.24	0.11	0.40	—
가구·건구	0.32	1.08	0.16	0.01	가구·건구	0.19	0.59	0.10	0.01
적물, 의복, 장신품	—	0.71	0.62	0.61	적물, 의복, 신장품	0.10	0.20	0.17	0.16
구두·신발	—	—	1.18	—	구두·신발	—	—	0.45	—
식품(계)	1.76	0.63	0.95	0.35	식품(계)	0.89	0.31	0.43	0.15
식육	0.13	0.01	0.01	—	식육	1.19	0.04	0.04	—
생선어패류	—	—	—	—	생선어패류	—	0.06	0.33	—
야채·과일	0.35	0.03	0.05	—	야채·과일	1.55	0.11	0.17	—
파자·빵	—	—	0.74	—	파자·빵	—	—	0.98	—
음료	0.67	0.90	1.30	—	음료	0.83	1.10	1.35	—
기타 식음료	—	—	—	—	기타 식음료	—	0.39	0.13	0.12
의약, 화장품	1.07	0.77	0.61	0.59	의약, 화장품	0.23	0.16	0.12	0.11

1) 68년 미국분은 67년, 일본분은 66년임.

2) 72년 한국분은 71년임.

3) 76년 미국분은 77년임.

자료 : 〈附表 2〉에 의함.

(다) 業種別 比較

다음 業種別로 볼때 미국과 비슷한 週迴度를 가진 업종은 구두·신발(76년), 음료(76년) 의약·화장품(68년)이며 가구·전구는 1%(82년)의 수준으로 가장 낮다. 일본을 기준으로 하여 볼때 식육(68년), 야채·과일(68년), 음료(71년 및 76년) 등이 일본과 비슷한 流通週迴水準을 가지고 있으며 상대적으로 가장 낮은 업종은 1% 수준(82년)의 가구·전구이다.

4. 結 言

이상에서 流通週迴比率測度의 하나인 W/R 비율에 의해 한·미·일을 중심으로 유통구조의 국제비교를 시도하여 보았다. 그 결과 한국의 流通週迴度는 미·일보다 현저히 낮음이 밝혀졌다. 즉 82년을 기준으로 할때 한국의 유통우회율은 0.56으로서 이는 미국의 약 29%, 일본의 약 13%의 수준에 지나지 않는다.

그러면 한국의 流通週迴度가 낮음은 무엇을 뜻하는 것이며 이에서 어떤 의의를 찾을 수 있는 것일까?

첫째 이는 한국의 流通의 發展정도가 상대적으로 낮음을 示唆해 준다. 다시 말하자면 한국의 유통구조는 상대적으로 다른 나라에 대비할 때 效率化되지 못해 落後되고 있음을 반영하여 주는 것이다.

그러면 이러한 事實을 우리는 일본 이외의 외국으로부터 構造協議對象國으로서 받게 될 市場開放이라는 外壓에 대응하기 위한 根據資料로 제시할 수 있는 것일까?

앞에서 살펴 본 바와 같이 본 연구에서 채택한 流通週迴度의 測定指標의 하나인 W/R 비율 그 자체가 가지는 測度로서의 妥當性과 이에 입각하는 流通週迴度의 計測과 分析 그 자체의 정확성과 정밀성에 대한 論難이 있음에 미루어 본 연구의 결과로서 파악된 流通週迴度가 낮다는 사실은 어느 의미에서 본 연구의 實效性에 대한 의문을 제시할 수 있는 연구의 限界性을 示唆해주는 것이라 할 수 있다. 그런데 외국인이 비판하고 있는 일본의 流通시스템의 特質은 다음과 같이 지적되고 있다([13] p. 1 서문).

첫째 소매상업에 있어서의 영세성, 過多性, 生業性 및 都賣多段階性과 日本型去來이다.

둘째 일본의 유통시스템상의 경쟁은 여러가지 獨占的 要素에 의해 저해되고 있다. 그 대표적인 것은 寡占的 製造企業에 의한 流通系列化이다.

세째 위의 두가지 요인은 그 자체로서 參入障壁으로서의 기능을 수행하거나 혹은 유통비용을 증대시켜 小賣物價를 引上시키고 있다.

이러한 特質을 가진 일본의 유통시스템에 대한 외국인의 비판에 대응하기 위하여 일본의 학자들은 특수한 반응을 보여 왔었다고 생각된다는 지적이 있는데 그것은 곧 일본의 유통경로가 외국인이 비판을 가한 정도로 길지는 않다는 것을 實證하려고 하는 것이라 한다. 그리하여 그들은 다음과 같은 방향으로 노력을 기우려 왔다고 한다([13] p. 105).

① 여러 재화의 유통경로에 관하여 국제비교를 한다.

② 일본의 유통경로의 길이를 統計的으로 측정하여 그것이 길지 않음을 밝히려 한다.

이러한 노력의 一環으로서 본고에서 채택한 W/R 비율을 포함하는 여러 종류의 流通迂迴度測定指標에 따른 實證的 計測努力이 이루어져 왔었는데 이러한 연구노력의 성과도 상당히 축적되고 있다(cf. [19] pp. 60-70, [20] pp. 72-79 및 [14]).

이러한 맥락에서 앞으로 流通迂迴度의 보다 정밀한 計測·分析比較를 위한 노력이 이루어져야 한다. 이를 위해서는 測定指標 자체에 대한 理論的 檢討와 아울러 이에 입각한 實證的 分析을 위한 計測이 이루어져야 할 것이다.

둘째로는 構造協議의 조건으로서 지적·비판되는 流通의 高迂迴性 내지 都賣의 다단계성이라는 流通의 構造的 特性과 관련하여 理論的 檢討를 가해볼 필요가 있다. 그것은 곧 流通의迂回化 내지 도매의 다단계화가 과연 바람직하지 못한 것일까? 하는 것과 관련되는 문제이다. 개념상 소매를 최종 소비자에의 판매로 定義하는 한 小賣段階는 1단계가 될 수 밖에 없으며 따라서 流通의 多段階化는 결국 도매의 다단계화를 뜻한다.

都賣의 多段階性의 문제는 바로 유통경로의 길이의 문제이며 이는 종래 暗默的으로 유통코스트가 높아진다는 假定을 전제로 하는 견해에 뒷받침되어 문제시되어 왔다. 그러나 엄밀한 의미에서 볼 때 유통경로가 길다는 것이 바로 유통코스트를 높여준다는 短絡的인 發想을 성립시켜 주지는 않는데 왜냐하면 유통경로의 길이 그 자체는 유통코스트에 대해 중립적이며 또한 유통코스트를 저하시키는 유통경로의 길이는 유통시스템의 課業環境의 상태가 어찌나에 따라 달라지기 때문이다(cf. [13] p. 105 註 2). <표 11>은 과업환경의 차이가 어찌나에 따라 긴 유통경로가 코스트節約의 되기도 하며 반대로 짧은 유통경로가 코스트절약적이 될 수 있는 조건을 나타낸 것이다. 이에서 볼 때 최적유통경로의 길이를 결정지워주는 것은 제품, 수요, 공급의 특징 및 유통코스트構造이며 유통코스트구조는 다시 노동이나 차본(토지, 건물, 설비)의 가격 및 유통기술의 상태에 의해 규정된다는 것을 示唆해 주고 있다.

이러한 理論的 含蓄을 전제로 할 때 유통경로의 길이만을 전제로 하여 논의를 하는 것은 무의미한 것이다. 왜냐하면 설명 그것이 길다 하더라도 中間商의 유통과정에의介入이 競

〈표 11〉 製品流通經路의 길이의 規定要因

	課業環境	課業環境의 狀態	
		긴 流通經路	짧은 流通經路
製品의 特徵	製品差別性	同質的	異質的
	重量	가볍다	무겁다
	크기	작다	크다
	破損性	無	有
	技術的複雜性	單純	複雜
需要의 特徵	購買吳트 크기	작다	크다
	購買頻度	높고, 規則的	낮고, 不規則的
	顧客數	多數	少數
	顧客의 立地	分散	集中
	消費者知識	많고, 널리 分散	적고, 集中
供給의 特徵	生產者數	多數	少數
	生產者의 規模	小	大
	參入・退出條件	自由	制限的
	生產立地	分散	集中
流通費用構造	長期平均費用	一定 또는 遞增	規模의 經濟에 의해 遞減

자료 : [38] p. 223의 표를 수정함.

合型이 아니라 專門化에 입각하는 機能型에 의한 것이라면 效率的일 수 있기 때문이다.

그러면 왜 이와 같은 流通의迂迴化가 이루어져 流通의 多段階의 垂直構造가 형성되게 되는 것일까? 이하 流通迂迴化의 의의와 菲연성을 結言에 대신하여 간략히 살펴보기로 한다.

역사적으로 볼 때 자급자족 경제 하에서는 유통기능이 성립될 수 없다. 그러나 他人欲求充足을 위한 分業經濟體制 하에서 생산과 소비 사이의 經濟的 分離가 형성되면 누구이건 流通機能을 수행하여야만 한다. 초기에는 생산자가 직접 모든 유통기능을 담당하는 原始的인 直接流通시스템이 형성되나 점차 경제가 발달하게 되면 생산자는 그들이 수행하던 유통기능을 완전히 상인에게 委讓하게 되고 이에 따라 전문적인 유통기관인 中間商이 매개하는 間接流通시스템이 성립하게 된다. 이는 곧 제조업과 상인과의 垂直的 分業에 의해 상업이 상대적으로 自立化 함으로써 형성되는 것이다([26] p. 11).

그런데 경제가 더욱 발전하여 거래량이 많아지면 流通量의 조절을 위해 도매기능과 소매기능이 分化되어 도매상과 소매상이 이를 각각 전담하여 垂直的으로 분화하게 되는데 이에 따라 유통과정은迂迴化되어 길어지게 된다. 이러한 현상이 곧 商人 또는 中間商中介人倾向이다. 생산량이 확대되고 이에 따라 유통량이 더욱 늘어나면 유통과정상의 상인이 機能的

專門化를 이룩하여 機能中間商이 형성되고 나아가 이들은 다시 委託商, 代理商 및 仲介商과 같은 유통기관(도매업으로 분류됨)으로 분화하게 되는 것이다.

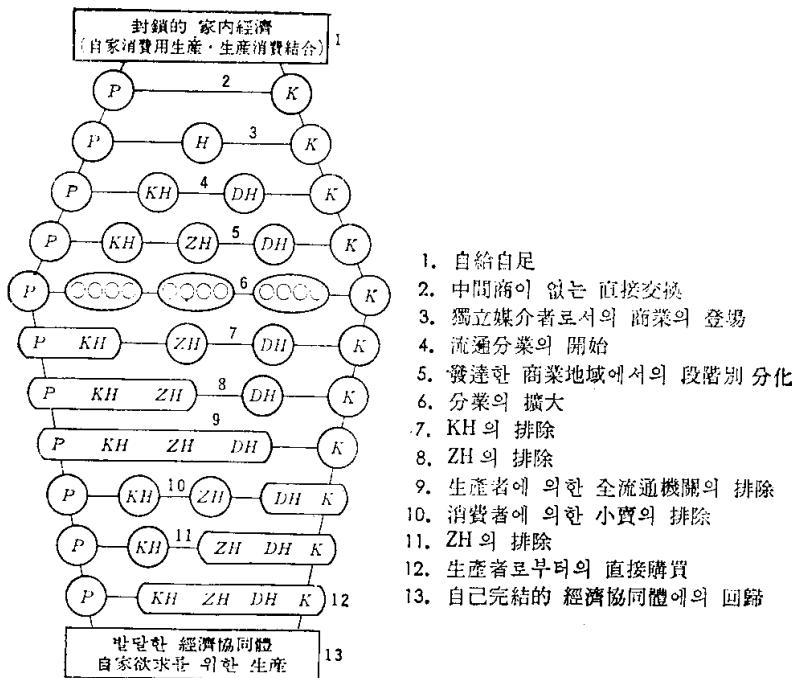
이와 같은 유통기능의 專門的 分化가 고도로 발달되면 直系流通機關인 상인의 유통활동은 질적으로 단순화·합리화하게 된다. 그러면 市場支配力を 가지게 된 상인과 이해관계상 대립의식을 가지는 생산자와 소비자가 유통과정에 개입하여 유통기관을 직접 경영하거나 또는 국가나 공공단체도 사회정책적 또는 재정상의 이유때문에 公營流通機關을 설립 운영하게 된다. 그 결과 오늘날의 유통시스템에는 商人流通機關, 生產者 직영의 유통기관, 생산자 및 소비자의 協同組合流通機關 및 國公營流通機關 등 여러가지가 복잡하게 얹혀 서로 경쟁을 하거나 보완하면서 유통기능을 수행하고 있는데 이는 곧 유통기능이 분산·이전되어 생산 및 소비시스템에서는 이를 수행하고 있음을 나타내는 것이다.

이에서 보듯이 流通시스템의 動態性을 전제로 할때 오늘의 현 시점에서 우리가 평가하고자 計測·比較하려는 유통시스템은 그것이 생성·발전하여오는 과정에는 流通機能의 專門의分化 즉 專門化와 組織化 내지 統合化하는 高度化의 결과 형성·발전 변화하여 온 것임을 알수 있다. 즉 가장 원시적인 유통시스템에서는 모든 流通機能이 생산자의 直接販賣活動에 統合되어 그것은 단순한 交換行爲로 인식되게 된다. 그러나 間接流通시스템의 경우에는 流通活動의 專門化를 통해 성립한 專門流通機關인 商人⁽¹⁴⁾에 의해 組織的으로 統合되고 있다. 이와 같은 流通機能이 오늘날에는 더욱 專門的으로分化되어 物的 流通機關이나 機能中間商도 형성되고 있다. 그러나 반면 이렇게分化된 流通機能의 일부 또는 全部가 다른 유통기관에 의해 統合되는 경우도 있으며 혹은 生產 또는 消費機能과 垂直的으로 統合되는 경우도 있는 것이다(ibid, p. 200).

이와 같은 면에서 볼때 流通의 成立·發展의 과정에서 流通機能의 規模擴大와 이의 質的·量的인 分化에 대응하여 제조업자가 수행하던 流通機能이 이를 전담하는 유통기관에 이전·수행되게 됨으로써 流通의迂迴化가 이루어지게 됨을 알 수 있는 것이다.

독일의 商業學者 쇠어(Schär, J.F.)는 일찌기 이와 같은 流通의 發展과 展開過程을 “商業介入·排除傾向”으로 定式化하여 <그림 11>과 같이 나타내었었다. 이에서 보면 처음에는 점차 유통기관인 商人이 機能的 專門化, 즉 特化 내지 分化를 통해 介入하는 경향을 가지게 되는데 너무 지나친 개입이 이루어져 流通의迂迴化·交錯化·逆行化 現象이 생기면 機能의 統合이 이루어져 生產者로부터의 直接購買를 거쳐 마침내는 自己完結的 經濟協同體로 回歸하리라고 전망하였다(cf. [8] pp. 166-167, [4] p. 363).

(14) 土農工商的인 전통적인 관념을 벗어나기 위해서는 流通人이 적합한 용어일 수 있다.



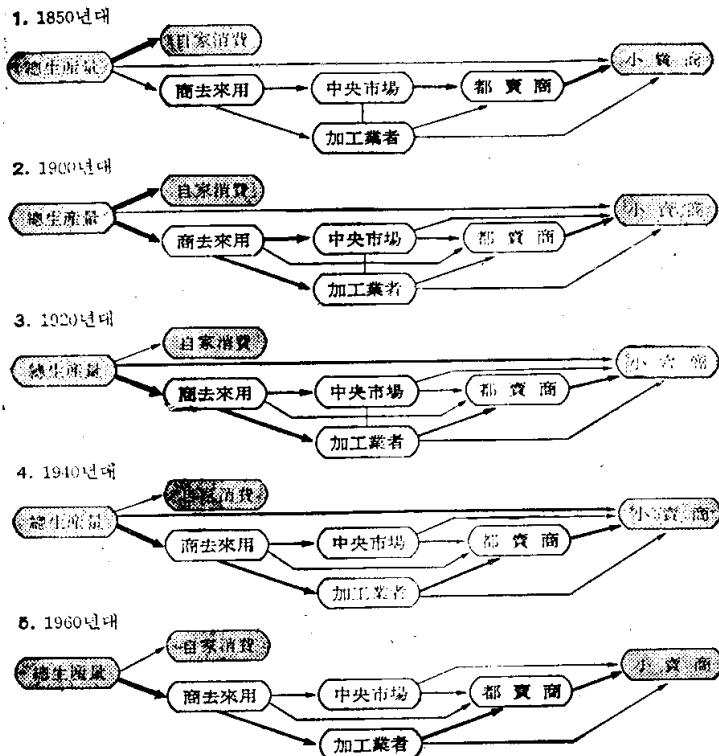
자료 : [4] p. 362.

〈그림 11〉 商業의 介入·排除傾向

〈그림 12〉는 미국의 食品流通시스템의 經時的 變化를 나타낸 것인데 그 變化·發展은 아주 현저하다. 즉 自家消費가 많은 옛날에는 流通시스템을 거치는 食品流通의 비중은 아주 낮았었다. 그러나 소비자가 식품을 스스로 생산하지 않고 다른 사람들로부터 구매하게 되자 처음에는 市場을 거치는 未加工食品의 유통비중도 상당히 높았었다. 그러나 加工食品의 流通이 증대되어 오늘날에는 食品流通의主流는 生產者—都賣業者—小賣業者—消費者에 이르는 加工食品의 유통경로가 형성되어 流通의迂迴化가 크게 이루어지고 있는 것이다(cf. [53] pp. 6-11).

이에서 볼 때 流通의迂迴化란 分業의 원리에 따른 流通의 專門化를 뜻하며 이는 당연히 流通效率을 높여주며⁽¹⁵⁾ 결과적으로 유통과정에介入한 중간상에 의해 유통과정이 多段階化하게 되는 것이다.

(15) 이를 뒷받침하는 원리가 바로 總去來數最少의 원리(principles of total minimum transaction)와 集中貯藏의 원리(principles of massed reserve) 또는 不確實性 풀의 원리(principles of pooling uncertainties)이다.



자료 : [4] p.364.

〈그림 12〉 食品流通의 歷史的 變化(미국)

그러면 先發國인 미·일에 비해 현저히 流通迂迴度가 낮은 우리나라의 流通構造는 어떻게 評價하여야 할 것인가?

이를 단순히 우리에게 닥아올지도 모를 構造協議의 방패로 삼아야만 할 것인가? 아니면 남의 약점을 이용한 우리의 利益追求의 방편으로 삼아야 할 것인가? 아니면 市場開放의 시기를 몇년간 끌기 위한 口實로 삼아야 할 것인가?

기본적인 문제는 한국의 유통구조가 오랜 기간을 거쳐 성장·발전하여 왔지만 아직껏 그것이 流通本然의 役割과 機能에 부응하는 시스템으로서 效率化되지 못하였기 때문에 前近代의이고 落後된 流通시스템이 형성하고 있다고 評價하는 것이 타당하지 않을까? 이를 위해서는 流通시스템의 實態의 상대적인 해명을 위해 構造·機能全般에 대한 比較研究가 더深度있게 전개되어야만 할 것이다.

이와 같은 韓國流通시스템의 評價의 결과 오늘의 우리에게 요구되는 것은 바로 流通시스

템이 流通의 本然의 역할을 맡아 올바르게 그 기능을 수행하는 바람직한 시스템이 되도록 이를 效率化하는 것이 急先務임을 알수 있게 된다. 이것 없이는 開放外壓下에서 제대로 성장·발전하기를 기대할 수는 없을 것이다. 그러기 위하여는 다음과 같은 원리가 관찰되는 流通效率化가 추진되어야만 할 것이다.

- ① 流通專門化의 원칙
- ② 流通自立化의 원칙
- ③ 流通分業化의 원칙

参考文獻

- [1] 金元鉢, 經營學研究方法論, 1989.
- [2] 金元鉢, “比較經營學에 관한 小考”, 金元鉢, 經營學論考, 1989.
- [3] 金元鉢, 入門經營學原論, 1987.
- [4] 金元鉢, 巨視마아케팅論, 1981.
- [5] 大韓商工會議所 韓國經濟研究센터, 流通近代化의 추진 방향, 1978.
- [6] 經濟企劃院, 都小賣業센서스보고서, 각년판.
- [7] 栗田康雄,” 日米構造協議の 展開に 見る 内外價格差の 意味と 獨禁法への 期待”, 流通政策研究所, 流通政策, No. 39, 1990. 1.
- [8] 流通經濟研究所, 流通統計資料集, 1989年版, 1989.
- [9] 産業研究所, 流通業の 國際比較に 關する調査研究—流通成果の 比較と わが國流通の 方向一, 1989. 5.
- [10] 西村文孝, 流通經濟論, 三訂版, 1989.
- [11] 産業研究所, 流通業の 國際比較に 關する 調査研究, 1988. 6.
- [12] 流通經濟研究所, 環太平洋流通實態に 關する 基礎研究報告書, 1988. 6.
- [13] 田村正紀, 日本型流通システム, 1986.
- [14] 田島義博, 宮下正房 編, 流通の 國際比較, 1985.
- [15] 坂本賢三, 分けることとわかること, 1982.
- [16] 林周二, “Marketingにおける 比較について”, 流通政策研究所, 流通政策, No. 4, 1982.
- [17] “流通構造に 關する 國際比較”, 流通政策研究所, 流通政策, No. 8, 1981. 10.
- [18] 住谷宏, “卸賣・小賣販賣額比率の 日米比較”, RIDI流通產業, 1980. 10.

- [19] 江尻弘, “わが國の 流通経路は 本當に 長いか(上)”, 消費流通, Vol. 4, No. 3, 1980.
- [20] 江尻弘, “わが國の 流通経路は 本當に 長いか(下)”, 消費流通, Vol. 4, No. 4, 1980.
- [21] 鈴木安昭, 田村正紀, 商業論, 1980.
- [22] 中央公論社, 中央公論, 秋季増刊號, 1979.
- [23] 流通 system開発 center編, 日本の 流通統計, 1979年版, 1979.
- [24] 今村達生, “戰後わが國卸賣流通における 變化(1)”, 廣島修道大學商經學會, 修道商學, 19卷 2號, 1979. 3.
- [25] 江尻弘, 流通論, 1979.
- [26] 田村正紀, 現代の 流通 Systemと 消費者行動, 1976.
- [27] 清成忠男, 日本流通產業の 革新, 1975.
- [28] 村山元英, 國際經營比較論, 1975.
- [29] 山本安次郎, 經營學研究方法論, 1975.
- [30] 久保村隆祐, 荒川祐吉 編, 商業學—現代流通の 理論と 政策一, 1974.
- [31] 風呂勉, Marketing Channel行動論, 1970.
- [32] 風呂勉, “流通迂迴分析の 課題”, 神戶商科大學, 商大論集, 24卷, 2號, 1965. 11.
- [33] El-Ansary, A.I. & M.L. Liebrenz, “A Multistage Approach to Comparative Marketing Analysis,” Journal of Macro Marketing, Vol. 2, No. 3, 1982.
- [34] Barksdale, H.C. & L.M. Anderson, “Comparative Marketing; A Program for the Future,” Journal of Macro Marketing, Vol. 2, No. 3, 1982.
- [35] Boddewyn, J.J. “Comparative Marketing; The First Twenty-five Years” Journal of International Business Studies, Spring/Summer, 1981.
- [36] Liander, B. et al., Comparative Analysis for International Marketing, 1967.
- [37] Barnes, W.N., “International Marketing Indicators,” European Journal of Marketing, Vol. 20, No. 2, 1980.
- [38] Douglas, E., Economics of Marketing, 1975.
- [39] Bucklin, L.P., Competition and Evolution in the Distributive Trades, 1972.
- [40] Sethi, S.P., “Comparative Cluster Anlaysis in World Markets,” Journal of Marketing Research, Vol. 8, No. 3, 1971.
- [41] Douglas, S.P., “Patterns and Pararells of Marketing Structure in Seven Countries,” MSU Business Topics, Vol. 19, No. 2, 1971.

- [42] Neart, P.A., Mathematical Models of Vertical Market Structures, Unpublished Ph.D., Dissertation, Cornell Univ., 1970.
- [43] Bartels, R., "A Methodological Framework for Comparative Marketing Study," in Bodewyn, J.J. ed., Comparative Management and Marketing, Text and Readings, 1969.
- [44] Jaffe, E.D., "A Flow Approach to the Comparative Study of Marketing Systems," in Bodewyn, J.J. ed., Comparative Management and Marketing, 1969.
- [45] Hawkins, E.R., "Vertical Price Relationship," in Mallen, B.E.(ed.), The Marketing Channel: A Conceptual Viepoint, 1967.
- [46] Fisk, G. Marketing Systems, an Introductory Analysis, 1967.
- [47] Bodewyn, J.J., "Comparative Approach to the Study of Business Administration," in Prasad, S.B. ed., Management in International Perspective, 1967.
- [48] Bodewyn, J.J., "A Construct for Comparative Marketing Research," Journal of Marketing Research, Vol. 3 (May. 1966).
- [49] Wactinambiaratchi, G., "Channels of Distribution in Developing Economies," Business Quarterly, Winter, 1965.
- [50] Shapiro, S.J., "Comparative Marketing and Economic Development" in Schwartz, G., ed., Science in Marketing, 1965.
- [51] Cox, R., "The Search for Universals in Comparative Studies of Domestic Marketing Systems," in Bennet, P.D., ed., AMA Proceedings, 1965.
- [52] Cundiff, E.W., "Concepts in Comparative Retailing," Journal of Marketing, Vol. 29, No. 1, 1965.
- [53] Hampe, E.C. & M. Wittenberg, The Lifeline of America, Development of the Food Industry, 1964(同日譯書).
- [54] Kerr, C. et al., "Industrialism and Industrial Man: The Problems of Labor and Management," in Oxford Univ. ed., Economic Growth, 1964.
- [55] Elgass, G.A. & P. Doud, "Wholesaling in Japan," in Bartels, R. ed., Comparative Marketing, Wholesaling in Fifteen Countries, 1963.
- [56] Parker, D.P., "Improved Efficiency and Reduced Cost in Marketing," Journal of Marketing, Apr., 1962.

- [57] Drucker, P.F., "The Economy's Dark Continent", Fortune, Apr., 1962.
- [58] Mazur, P.M., "Does Distribution Cost Enough?", in Westing, J.H.(ed.), Readings in Marketing, 1953.
- [59] Vaile, R.S., E.T. & R. Cox., Marketing in American Economy, 1953.
- [60] Schär, J.F., Allgemeine Handelsbetriebslehre, 1911.
- [61] U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, Census of Wholesale Trade, 각년판.
- [62] U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, Revised Monthly Retail Sales and Inventories, 각년판.

〈부표 1〉 WR비율, 각국

국	가	注	記	년	도	비	율	SRC
일	본			58		3.94		[60] p.1에 의해 시산
일	본			60		4.28		[60] p.1에 의해 시산
일	본			62		4.47		[60] p.1에 의해 시산
일	본			64		4.65		[60] p.1에 의해 시산
일	본			66		4.87		[60] p.1에 의해 시산
일	본			68		3.81		[60] p.1에 의해 시산
일	본			70		4.06		[60] p.1에 의해 시산
일	본			72		3.77		[60] p.1에 의해 시산
일	본			74		4.30		[60] p.1에 의해 시산
일	본			76		3.97		[60] p.1에 의해 시산
일	본			79		3.73		[60] p.1에 의해 시산
일	본			82		4.24		[60] p.1에 의해 시산
일	본			85		4.21		[60] p.1에 의해 시산
일	한			88		3.89		[60] p.1에 의해 시산
한	한			68		0.76		[63]에 의해 시산
한	한			71		0.69		[63]에 의해 시산
한	한			76		0.74		[63]에 의해 시산
한	한			79		0.54		[63]에 의해 시산
한	한			82		0.56		[63]에 의해 시산
한	한			86		1		[63]에 의해 시산
한	한			88		1.18		[63]에 의해 시산
한	한			89		1.21		[63]에 의해 시산
한	한			72		1.48		[12] p.183
한	미			72		3.77		[12] p.183
미	일			76		3.97		[12] p.183
일	미			77		1.75		[12] p.183
미	태			78		3.41		[12] p.183
태	태			80		5.5		[12] p.183
태	일			81		3.05		[12] p.183
일	미			82		4.24		[12] p.183
미	태			82		1.9		[12] p.183
태	일			83		4.08		[12] p.183
일	대			85		4.21		[12] p.183
대	한			71		0.85		[12] p.182
한	성			71		0.69		[12] p.182
성	성			73		3.5		[12] p.182
대	대			75		4.82		[12] p.182
한	한			76		0.64		[12] p.182
홍	홍			76		0.74		[12] p.182
한	한			77		4.85		[12] p.182
홍	홍			77		0.98		[12] p.182
한	한	가		79		0.54		[12] p.182
		가	1)					

국 가	注 記	년 도	비 율	SRC
대 한	만 국	81	0.41	[12] p. 182
홍 성	콩 풀	82	0.56	[12] p. 182
홍	콩	83	4.82	[12] p. 182
가	1)	83	6.4	[12] p. 182
카	나	83	0.8	[12] p. 182
미	다	68	1.49	[11] p. 52
프	국	72	1.03	[11] p. 52
서	스	72	1.48	[11] p. 52
일	독	72	1.36	[11] p. 52
세	본	72	1.72	[11] p. 52
일	독	72	3.77	[11] p. 52
영	본	76	1.84	[11] p. 52
프	국	76	3.97	[11] p. 52
미	스	76	2.13	[11] p. 52
서	국	77	1.24	[11] p. 52
일	독	77	1.75	[11] p. 52
프	본	79	1.67	[11] p. 52
미	스	82	4.24	[11] p. 52
서	국	82	1.57	[11] p. 52
일	독	82	1.9	[11] p. 52
프	본	85	1.8	[11] p. 52
미	스	85	4.21	[11] p. 52
서	국	76	3.98	[17] p. 37
일	독	76	1.84	[17] p. 37
프	본	77	1.24	[17] p. 37
미	스	77	1.75	[17] p. 37
프	국	66	1.1	[23] p. 18
미	스	74	2.1	[23] p. 18
프	크	75	1.3	[23] p. 18
미	텐	75	1.7	[23] p. 18
스	독	75	1.3	[23] p. 18
서	阿	75	1.7	[23] p. 18
남	트 리	75	1	[23] p. 18
오	리 아	75	1.8	[23] p. 17
유고	스라 비아	63	0.7	[23] p. 17
알	젠 텐	71	0	[23] p. 17
한	국	74	1.1	[23] p. 17
칠	레	75	0.9	[23] p. 17
필	리 펀	75	0.8	[23] p. 17
카	나	75	0.8	[23] p. 17
소	련	76	4	[23] p. 17
미	국	29	1.44	[10] p. 412, [39] p. 206
일	국	39	1.34	[10] p. 412, [39] p. 206
미	국			
미				

국	가	注	記	년	도	비	율	SRC
미	국		8)		48	1.43		[10] p. 412, [39] p. 206
미	국		8)		58	1.43		[10] p. 412, [39] p. 206
미	국		8)		67	1.55		[10] p. 412, [39] p. 206
일	본		9)		60	2.64		[10] p. 412, [26] p. 194
일	본		9)		62	3.07		[10] p. 412, [26] p. 194
일	본		9)		64	3.42		[10] p. 412, [26] p. 194
일	본		9)		66	3.84		[10] p. 412, [26] p. 194
일	본		9)		68	3.49		[10] p. 412, [26] p. 194
일	본		9)		70	4.55		[10] p. 412, [26] p. 194
일	본		9)		72	4.63		[10] p. 412, [26] p. 194
영	국				76	3.98		[14] p. 127
서	독		2)		76	2.13		[14] p. 127
프	스				76	1.84		[14] p. 127
미	국				77	1.24		[14] p. 127
서	독				77	1.75		[14] p. 127
일	본				79	1.67		[14] p. 127
일	본				79	3.71		[14] p. 127
영	국				66	4.87		[14] p. 126
프	국				66	1.29		[14] p. 126
미	독				66	1		[14] p. 126
서	본				67	1.41		[14] p. 126
일	본				68	1.49		[14] p. 126
영	국				72	1.48		[14] p. 126
프	국				72	1.36		[14] p. 126
미	스				72	3.78		[14] p. 126
서	본				72	1.72		[14] p. 126
일	독		4)		72	1.64		[13] p. 112
서	국		7)		72	1.53		[13] p. 112
일	독		3)		72	4.33		[13] p. 112
영	본		7)		74	1.58		[13] p. 112
프	독		6)		74	1.07		[13] p. 112
미	스		3)		74	4.94		[13] p. 112
서	본		5)		74	1.52		[13] p. 112
일	독		4)		77	1.73		[13] p. 112
영	국		7)		78	1.45		[13] p. 112
프	국		3)		79	5.22		[13] p. 112
미	국		6)		79	1.28		[13] p. 112
서	국				48	1.4		[61] 및 [62]에 의해 시산
일	국				54	1.38		[61] 및 [62]에 의해 시산
영	국				58	1.39		[61] 및 [62]에 의해 시산
프	국				63	1.47		[61] 및 [62]에 의해 시산
미	국				67	1.55		[61] 및 [62]에 의해 시산
미	국				72	1.52		[61] 및 [62]에 의해 시산

국 가	注 記	년 도	비 율	SRC
미 국		77	1.74	[61] 및 [62]에 의해 시산
미 국		82	1.87	[61] 및 [62]에 의해 시산
미 국		87	1.66	[61] 및 [62]에 의해 시산

- (1) 홍콩 : 도매, 수출입업의 판매액 합계를 전제로 한 것임([12] p.182).
- (2) 1974년의 도매업의 자료를 도매물가지수로 조정하여 1976년價를 추정하고 1976년 소매판매액으로 나눈 것임.
- (3) 자료는 商業統計表에 의하였으며 도소매판매액은 각각 1970년=100으로 한 소비자물가지수와 도매물가지수로서 수정하였음. 소매판매액에서는 「자동차소매업」 및 「연료소매업」을 제외하고 도매판매액에서는 「자동차도매업」 및 「석유소매업」을 제외함([13] p.112).
- (4) 자료=Statistical Abstract of the U.S., 도소매판매액은 각각 소비자물가지수와 도매물가지수로 조정, 소매판매액에서 「휘발유·연료·열음판매액」, 「음식점판매액」을 제외하고 도매판매액에서 「석유판매액」을 제외함(ditto).
- (5) (자료) Business statistics offices, Wholesaling and Dealing, 1974. 1974년의 소매판매액을 1971년의 소매판매액과 1974년의 「價額 및 數量指數」로서 추정하고, 그것을 소비자물가지수로 1970년 가격으로 조정하였으며 도매판매액은 1970=100으로 하는 도매물가지수로 조정(ditto).
- (6) (자료) Ministere du Commerce et de L'Artisan, La France des Commerces, 1982. 도소매판매액은 각각 1970=100으로 하는 소매물가지수와 도매물가지수로 조정함(ditto).
- (7) Statistische Jahrbuch für Bundesrepublk Deutschland, 도매소매판매액은 각각 1970=100으로 하는 소매물가지수 및 도매물가지수로서 조정함, 소매판매액에서 「휘발유·연료판매액」, 「음식점 판매액」, 도매판매액에서 「휘발유·연료판매액」 제외함(ditto).
- (8) 자료: [39] p.206, [10] p.412.
- (9) 자료: [26] p.194, [10] p.412.
- (10) 자료: [23] pp.17-18.
- (11) 자료: [17] p.37.
- (12) 자료: [11] p.52.
- (13) 서독 : 檢數임.
영국 : 1976년의 수치는 1974년의 도매업의 자료를 도매물가지수로 조정하여 추정한 다음 소매판매액으로 나눈 것임.

〈부표 2〉 WR비율—임종률

국 가	注記	년도	전체	소비 액 (1)	소비 액 (2)	월 풀 제품	전기 제품	가구 전 제품	주물 구두 신발	식품 (제)	식 육	생 식 용 기 기	야채 과 일	과자 류	음료	기 기 식 음 료 의 약 제 (3)	차 료 약 제	약 제	
미 국	8) 67	1.41	-0.96	0.93	7.4	4.72	0.99	n.a	1.02	7.54	-	11.22	0.99	2.08	n.a	0.8	[14] p.126		
미 국	7) 72	1.48	-0.95	0.94	0.6	5.12	0.97	0.89	0.45	1.02	7.75	-	9.88	0.92	1.98	n.a	0.77	[11] p.52	
미 국	8) 72	1.48	-0.95	0.94	0.6	5.12	0.97	0.89	0.45	1.02	7.75	-	9.88	0.92	1.98	n.a	0.77	[14] p.126	
미 국	7) 72	1.481.23	-	-4.06	5.12	0.97	0.83	-	1.02	-	-	-	-	-	-	-	0.77	[12] p.183	
미 국	8) 77	1.75	-	10.95	4.24	4.49	1.28	0.83	0.51	1.12	8.74	-	10.86	1.66	2.04	n.a	0.8	[14] p.127	
미 국	7) 77	1.75	-	10.95	4.24	4.49	1.28	0.88	0.51	1.12	8.74	-	10.86	1.66	2.04	n.a	0.8	[11] p.52	
미 국	5) 77	1.75	-	10.95	4.24	4.49	1.28	0.83	0.51	1.12	8.74	-	10.86	1.66	2.04	-	0.8	[17] p.37	
미 국	7) 77	1.751.28	-	-4.24	4.49	1.28	0.78	-	1.12	-	-	-	-	-	-	-	0.8	[12] p.183	
미 국	82	1.9	-1.09	14.22	4.98	1.51	0.72	0.51	1.12	8.72	-	11.91	1.92	2.27	n.a	0.89	[11] p.52		
미 국	82	1.91.29	-	-4.22	4.98	1.51	0.68	-	1.12	-	-	-	-	-	-	-	0.89	[12] p.183	
영	76	2.13	-1.231.05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
성가풀	73	3.52.58	-	-	2.26	1.83	6.85	-	2.94	-	-	-	-	-	-	-	-	[14] p.127	
성가풀	75	4.822.77	-	-1.68	2.36	3.2	4.24	-	2.46	-	-	-	-	-	-	-	2.42	[12] p.182	
성가풀	83	6.44.65	-	5.2	5.09	2.47	5.9	-	4	-	-	-	-	-	-	-	3.5	[12] p.182	
서	68	1.49	-0.840.85	2.71	1.29	0.51	0.26	0.18	1.26	11.25	3.59	7.19	1.37	3.28	0.97	0.79	[14] p.126		
서	68	1.49	-0.840.85	2.71	1.29	0.51	0.26	0.18	1.38	11.25	3.59	7.19	1.37	3.28	0.97	0.79	[11] p.52		
서	77	76	1.84	-1.02	1.29	1.96	0.48	0.39	0.28	1.68	n.a	3.4	5.36	n.a	5.63	1.23	0.81	[11] p.52	
서	76	1.84	-1.02	1.29	1.96	0.48	0.39	0.28	1.59	-	3.4	5.36	-	5.63	1.23	0.81	[17] p.37		
서	76	1.84	-1.02	1.29	1.96	0.48	0.39	0.28	1.59	n.a	3.4	5.36	n.a	5.63	1.23	0.81	[12] p.182		
서	76	1.84	-1.02	1.29	1.96	0.48	0.39	0.28	1.59	n.a	3.4	5.36	n.a	5.63	1.23	0.81	[12] p.182		
서	77	79	1.67	-0.89	0.94.66	1.89	0.55	0.31	0.29	1.34	6.35	4	7.87	1.33	3.11	0.93	0.85	[11] p.52	
서	79	1.67	-0.89	0.94.66	1.89	0.55	0.31	0.29	1.34	6.35	4	7.87	1.33	3.11	0.93	0.85	[14] p.127		
내	7) 85	1.8	-0.9	0.94.92	2.44	0.6	0.34	0.33	1.12	6.33	3.9	8.12	2.6	2.84	0.76	0.88	[11] p.52		
내	76	0.640.72	-	-0.55	0.35	0.27	0.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.62	[12] p.182	
내	81	0.41	0.4	-0.57	0.27	0.26	0.72	-	0.34	-	-	-	-	-	-	-	0.48	[12] p.182	
내	77	4.85	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[12] p.182	
내	77	0.980.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[12] p.182	
내	4) 83	4.821.69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[12] p.182	

국 가	注記	년도	전체	소비 소비 소비 소비 소비	(1)	(2)	제품 철물 철물 철물 철물 철물	전기 전기 전기 전기 전기	가구 가구 가구 가구 가구	의류 의류 의류 의류 의류	구두 구두 구두 구두 구두	신제품 신제품 신제품 신제품 신제품	별별별별별별	제품 제품 제품 제품 제품	(제)	식육 식육 식육 식육 식육	생 약재 약재 약재 약재 약재	차자 차자 차자 차자 차자	밀밀밀밀밀	식음료 식음료 식음료 식음료 식음료	기타기타기타기타기타	의약 의약 의약 의약 의약	화장품 화장품 화장품 화장품 화장품	차 차 차 차 차	로로로로로	원원원원원	
일 본	7)	76	3.97	-3.01	2.01	2.17	1.81	2.13	2.96	1.34	2.48	2.39	6.31	3.56	1.25	1.9	2.28	4.11	[11] p.52								
일 본	7)	79	3.71	-	2.72	0.24	1.99	2.25	2.72	1.41	2.55	-	-	-	-	-	-	-	-	4.56	[14] p.127						
일 본	7)	82	4.24	2.68	-	-2.02	2.84	2.5	2.6	-	2.56	-	-	-	-	-	-	-	-	4.97	[12] p.183						
일 본	7)	82	4.24	-	3.19	2.13	0.02	2.84	2.5	2.7	1.52	2.56	3.21	8.08	5.05	1.27	2.19	2.05	4.97	[11] p.52							
일 본	7)	85	4.21	-	3.26	2.21	1.93	3.52	2.62	2.8	1.41	2.59	4.1	9.15	5.84	1.42	2.24	1.35	4.91	[11] p.52							
일 본	7)	85	4.21	2.78	-	-1.93	3.52	2.62	2.69	-	2.59	-	-	-	-	-	-	-	-	4.91	[12] p.183						

(1) 消費財(1)의 계산식은 다음과 같다([17] p.37).
W판매액 합계-(월로농산물W+석유·석유제품W+철물·금속·금속연료제품W+목재·전설체로W+기계기구W+자동차·자전거W)

(2) 소비재(2)의 계산식은 다음과 같다(ditto).
철물W+전기제품W+가구·전구W+포목·철물·의복·철신품W+선발·구두W+식품W(합계)+의약·화장품W

(3) 기타 식료·음료의 계산식은 다음과 같다(ditto).

기타 식료·음료W

위 업종의 소매+각종 식료품소매+우유·유제품소매

(4) 도매·수출입 합계의 판매액을 기준으로 한 수치임([12] p.182).

(5) 식육의 수치는 식육 및 생선어류 합계임.

(6) 포목·철물·의복·장신구 수치에는 신발·구두 포함.

(7) 이 계산에서는統一業種分類에 따라 범한 수치를 사용했다([11] p.52).

(8) 식육에는 생선어류 포함.

(9) 철물에는 전기제품 포함.

(10) 포목·철물·의복·장신구에는 신발·구두 포함.

소매판매액 합계-(자동차·자전거소매-주요소)

철물W+전기제품W+가구·전구W+포목·철물·의복·철신품W+선발·구두W+식품W(합계)+의약·화장품W