經濟開發에 따른 流通近代化 促進에 關한 硏究

-都小賣機構를 中心으로-

玄 鶴 淳

I

生產과 消費를 連結하는 流通部門은 物資需給의 圓滑化는 물론 國民들의 消費生活을 合理化시키기 위해 그 近代化가 切實히 要請되는 部門이다. 오늘날과 같이 大量生產에 따른 大量消費를 合理的으로 實現시키도록 하는 流通機構의 大型化와 組織化는 우리 나라 流通業界의 當面課題로 登場하였고, 流通段階의 單純化와 合理化를 통한 流通費用의 節減은 結果的으로 物價安定에도 寄與할 수 있는 것인 바 이는 經濟政策의 重要한 目標이기도 한 것이다.

오늘날의 先進國들은 東西洋을 莫論하고 그 나라의 經濟發展過程을 段階的으로 考察해 보면 財貨의 生產과 流通의 比重關係라는 側面에서는 첫째로 農產物을 中心으로 한 1次產業인 抽出產業의 生產에 偏重했던 時代, 둘째로 2次產業인 工業生產에 力點을 두었던 時代, 그리고 세째로는 各種 財貨의 生產, 流通, 消費라는 社會的 流通問題를 重要視하는 時代로 發展하여 왔는데 現代의 經濟社會는 말할 것 없이 세째번의 時代에 處해 있으며 先進國의 經濟政策도 流通部門에 대해 大体로 自由放任으로 부터 法制的 統制와 巨額의 投融資를 통한 助成政策을 推進해서 流通近代化를 이룩하고 있는 것이다.

그런데 우리 나라는 그 동안 經濟開發計劃의 成功的인 推進으로 高度成長을 이룩하여 工業生產力은 飛躍的인 發展을 招來한데 비해 流通機構는 아직도 規模의 零細性과 低生產性 및 家族中心의 非能率的인 經營方式을 脫皮하지 못하고 있어서 近代的인 生產樣式과 前近代的인 流通機構가 無秩序하게 混存하고 있는 實情인데 이는 그동안 만성적인 超過需要를 克服하는 데만 급급해서 生產--邊倒의 政策基調를 지속해 온 데 基因한다고 指摘할 수 있을 것이다.

이 때문에 우리 나라의 流通部門은 經濟의 暗黑大陸으로 남아 工業生產의 擴大를 沮害하는 隘路要因으로 作用하고 있을 뿐만 아니라 物價上昇과 消費者負担의 加重化를 招來케 하고 있어 이에 대한 是正策을 講究해 보기 위해 本 硏究는 經濟開發에 따른 流通近代化 促進方案을 提示

해 보려고 試圖하는 것이다. 그리고 硏究方法은 第2 資料에 의한 文獻的 硏究方法을 擇하였고 이에 應用한 統計數値는 大部分 1976年末을, 그리고 一部는 1977年 6月末 現在를 基準으로 했으며, 硏究範圍는 尨大한 流通部門 중에서 國內市場에 대한 都小賣機構의 流通近代化 方案에 限定하였다. 한편 論述의 順序는 Ⅰ章 序論에서는 問題의 提起와 硏究目的을 提示하였고 硏究方法과 硏究範圍 및 論述의 順序를 說明하였고, Ⅱ章에서는 急速한 工業化過程을 통한 經濟開發 努力에 있어서 流通部門의 相對的 落後性을 脫皮해야 하는 流通近代化의 必要性을 强調하였으며, Ⅲ章에서는 우리 나라 流通産業의 現況과 問題點을 살펴보기 위해 流通産業의 比重을 國民經濟的 側面에서 檢討하는 同時에 都賣機構와 小賣機構로 兩分하여 兩者의 現況을 考察하는 한편 在來市場의 問題點을 살펴 보았다. Ⅳ章에서는 都小賣機構의 流通近代化 方案으로 1 流通關係基本法의 制定과 政府支援의 擴大, 2 都賣센터의 設立, 3 小賣商의 自由連鎖店化 組織强化, 4 百貨店과 商街 및 수퍼·마켓의 育成 등을 提示 했으며, Ⅴ章에서는 本硏究의 要約으로 結論을 맺었다.

Ⅱ

1960年代 以前까지만 해도 우리 나라의 經濟는 供給 不足狀態下에 있었기 때문에 流通構造를 改善하는 問題보다 不足한 財貨의 供給量을 確保하는 것이 더 急했던 實情이다. 그러나 1960年代 初부터 지금까지 繼續하고 있는 經濟開發計劃의 成功的인 推進은 그 동안 年平均 10%程度의 高度成長으로 눈부신 經濟成長을 이룩하여 1960年代 以前과는 隔世之感을 意識케 하고 있는 것이다. 이와 같은 高度成長의 主導的 役割은 工業化의 물결을 타고 製造業体가 担當해 왔는데 이를 可能케 했던 理由로서는 工業生産力과 經營構造의 發展에 基因한다고 要約할 수 있을 것이다. 왜냐 하면 生産技術面에서는 先進國의 技術導入에 의한 機械化와 自動化로서 生産性을 크게 向上시켰고, 企業金融面에 있어서는 外資導入과 企業公開를 통한 資本調達이 過去의 私債市場 依存形態를 代置시켰을 뿐 만 아니라, 人事 및 勞務管理面에서는 熟練技術者와 技能工을 大量으로 養成하는 등 大量生産体制가 確立되었기 때문인 것이다. 그런데 高度成長에 의해 經濟規模가 擴大된 것은 事實이지만 그 동안의 經濟政策이 工業部門의 生産力 擴大에 力點을 두어왔기 때문에 過去와 같은 供給不足現象은 어느 정도 벗어난 셈이지만 生産과 消費를 連結하는 流通部門은 前近代的인 狀態를 脫皮하지 못해 "經濟의 暗黑大陸"으로 남아 있는 實情이다. 이러한 狀態를 招來하게 된 原因은 政策當局이 그 동안 工業開發을 서두르면서 輸出增大를 위해 海外市場의 開拓에는 많은 努力을 기울였지만 國內市場의 整備 乃至 開發問題에는 等閑視해 왔기 때문이라고 要約할 수 있는데 이로 말미아마 우리 나라는 近代的인 生産樣式과 前近代的인 流通構造가 無秩序하게 混在하고 있는 狀態인 것이다.

流通産業이 國民經濟上에 占有하는 比重이 製造業 다음가는 重要한 位置를 차지하고 있다는 事實을 勘案할 때 그동안 政府의 經濟政策에서 流通部門에 대해 오래동안 等閑視했었다는 것은 遺感스러운 일이라 하겠으며, 이로 인해 生産 流通 消費로 이어지는 國民經濟의 循環過程에서 流通部門은 近代化되지 못한 채 工業生産部門만이 相對的으로 偏重 成長하여 生産과 流通間의 不均衡이 露呈되었을 뿐만 아니라, 流通費用의 增大는 物價의 上昇化로 消費生活의 壓迫을 招來하고 있으며 이것이 더 深化되면 國民經濟의 發展을 阻害시킬 隘路要因으로 作用할 憂慮마저 있는 것이다. 즉 流通産業은 生産活動의 促進과 消費生活의 圓滑을 助成하는 媒介的 機能을 遂行함으로서 國民經濟를 持續的으로 成長 發展시키는 重要한 役割을 担當할 수 있는 것이기 때문에 經濟開發에 따른 流通近代化의 必要性을 不可避하게 要求되는 것이다.

流通産業이 高度로 發達한 先進國의 경우를 보면 流通機構가 特化(specialization)와 統合(intergration)으로 發展하여 能率的이며 組織的인 마아케팅活動을 遂行함으로서 流通産業이 國民經濟의 發展에 크게 寄與하고 있는데 비해, 우리 나라에 있어서는 都賣機構는 混屯 乃至 不在狀態에 있고 小賣機構는 零細性, 過多性, 低生産性, 家族中心의 非能率的 經營方式 등을 脫皮하지 못하는 特質을 지닌 채 前近代的 狀態를 벗어나지 못하고 있어서 流通經路는 先進國에 비해 가늘고 긴 편이며 또한 流通段階의 機能은 混合되고 未分化된 狀態로 말미아마 迂廻的이고 交錯的이며 或은 逆行的인 流通現象으로 物的 流通上의 浪費를 招來하고 있어서 工業化의 促進에 相對的이고 均衡的이며 秩序있는 流通部門의 開發이 切實히 要請되고 있는 것인바 이러한 課題를 解決하기 위해서는 우리 나라의 與件으로 보아 政府의 果敢한 施策에 期待하지 않을 수 없는 것이다.

그 동안 政府當局이 推進해 온 流通近代化施策을 살펴보면 3次經濟開發 5個年計劃 期間부터 流通近代化 施策을 漸進的으로 實施하고 있는데, 첫째로는 物的 流通施設의 擴充을 위해 鐵道, 空路, 海運 등의 輸送能力 强化와 港灣荷役施設을 近代化하는 한편 保管 및 貯藏施設을 擴充하기 위해 冷凍 冷藏을 包含한 各種 倉庫建設의 擴充과 더불어 包裝資材의 生産力 增强에 힘쓰고 있으며, 둘째로는 都賣機構의 近代化를 위해 主要都市에 農水産物都賣市場의 近代化 作業과 더불어 農水産物의 系通出荷를 위한 体系整備 및 高速道路邊의 農産物集荷場을 擴大하고 있고, 세째로는 小賣機構의 規模化와 組織化를 위해 大型 小賣機構로서의 수퍼·체인과 中小商業人 組織의 特別連鎖化事業이 推進되고 있는 것이다. 그러나 工産品에 대한 都賣業의 特化나 專門化는 遙遠한 實情이며 零細한 小賣業이 生業으로부터 脫皮하여 企業化가 되고 協業化와 連鎖化되어 流通部門이 近代化되기에는 아직도 많은 問題點을 內包하고 있는 實情이다.

그런데 流通近代化란 流通合理化를 뜻하는 것으로서 流通活動이 보다 効率的으로 遂行되도록 流通過程에 있어서 最少의 投入으로 最大의 産出을 獲得하는 것을 意味하는 것인데, 여기서 말하는 投入이란 流通過程에서 所要되는 諸費用 즉 勞動 및 資本 등을 가리키며 産出은 最終消費

者가 財貨 및 用役을 購買함으로서 얻을 수 있는 效用 또는 滿足度를 말하는 것이다. 그러므로 最少限의 流通費用으로서 最大의 消費者效用을 얻을 때 流通效率(marketing efficieney)이 높다고 할 수 있는 것이다. 따라서 流通效率의 增進은 投入費用이 產出에 비해 相對的으로 減少됨에 의하여 達成되어 지는 것인 바 流通近代化란 이와 같이 流通費用을 節減할 수 있는 方向으로 改善해 나가는 것이라 할 수 있다.

그러나 이러한 流通近代化는 諸般與件을 助成할 수 있는 社會經濟体制가 갖추어 져야만 보다 圓滑하게 遂行될 수 있는 것이기 때문에 이를 위해서는 不得已 政府의 主導的 役割을 要求하게 되는 것이다. 主要 先進國家들의 流通產業 管理에 대한 共通的 特徵을 檢討해 보면 大体로 自由放任的인 政策으로부터 法制的인 統制 乃至 助成支援活動으로 變遷해 온 것이 一般的 傾向이기 때문에 우리 나라에 있어서도 法制的 統制는 勿論이고 果敢한 支援策을 遂行할 수 있도록 現行 市場法 등 關係法律을 現在 및 앞으로의 實情에 알맞게 整備하여 流通近代化를 促進시킬 수 있게 하는 것이 時急히 要請되고 있는 것이다.

Ⅱ

1. 一般的 槪況

經濟開發計劃의 持續的인 推進에 의해 工業生產力이 伸張되고 經濟規模가 擴大됨에 따라 우리 나라에 있어서도 國民總生產에 대한 流通產業의 比重이 높은 實情인데 <表1>에서 보는 바와 같이 '76年度의 國民總生產額 중에서 '70年度의 不變市場價格에 의한 農林漁業의 比重은 20.4%이고, 製造業이 35.1%인데 비해 流通產業은 23.8%를 차지하고 있어서 製造業 다음으로 높은 比重을 占하고 있으며, 특히 流通產業의 大宗을 이루고 있는 都小賣業의 附加價値가 GNP에서 차지하는 比重이 17.1%나 되어 이는 農林漁業 중 漁業部分을 뺀 農林業의 附加價値 比重인 17.3%와 거이 맞먹는 數値로서 이는 우리 나라의 都小賣業이 國民經濟에 큰 比重이 있음을 立證해 주고 있는 것이다.

그런데 國民總生產에 대한 流通部門의 比重을 年度別로 살펴 보면 <表2>에서 보는 바와 같이 1969年의 21.2%에서 1970年에는 22.4%로, 1971年에는 23.5%, 1972年에는 24.4%, 1973年에 이르러서는 35.3%의 比重을 보여 가장 높은 水準에 이르렀다가 1974年에는 24.8%, 1975年에는 24.4%, 그리고 1976年度에는 23.8%로 比率面에 있어서는 漸進的인 下落勢를 보이고 있으나 이는 製造業 生產力의 相對的인 增大에 基因된다고 要約할 수 있다. 그리고 3次產業에 대한 都小賣業의 附加價値 構成比는 1969年의 32.2%에서 1976年에는 39.1%로 높아졌으며, 한편 都小賣業의 就業狀況을 살펴보면 <表3>에서 보는 바와 같이 1970年의 就業者數가 119萬9千名이던 것이 1972年에는 122萬8千名으로, 그리고 1975年에는 152萬5千名으로 늘어나 年平均 5%

以上의 增加率을 나타내고 있는데 이러한 增加率은 1970年度 以後 全体産業 就業者의 平均增加率 인 3.9% 보다 1.2%나 높은 경향을 보이고 있으며 이에 따라 全体産業就業者 및 3次産業就業에 대한 都小賣業就業者의比重 도 점차 높아가고 있어 過多就業에 따른 僞裝失業의 溫床이 되고 있는 實情이다.

2. 都賣機構

우리 나라의 流通産業 중에서 제일 比重이 큰 都小賣機構는 아직도 그 機能이 完全히 分化되지 못한 경우가 많을 뿐만 아니라 農水産物은 非組織化된 類似都賣機構를 통해 流通되고 있는 實情이다. 都賣機構에는 農水産物都賣市場과 工産品都賣市場으로 大別할 수 있으며 以下에서는 이를 區分하여 都賣機構의 現況을 檢討해 보고저 한다.

가. 農水産物都賣市場 : 農水産物都賣市場은 一般的으로 靑果物都賣市場과 水産物都賣市場 및 畜産物都賣市場으로 區分되어 우리 나라의 主要都市에 位置하고 있는데, 이 農水産物都賣市場은 1973年 2月 6日 法律 2,483號로 農水産物 都賣市場法이 公布됨에 따라 改編된 都賣機構인 것이다.

이 法律이 施行됨에 따라 全國의 主要都市에 散在해 있던 中央都賣市場은 그 大部分이 農水産物 都賣市場으로 改編되었으며, 開設現況은 <表4>에서 보는 바와 같이 서울 釜山 大邱 등 大都市를 비롯한 全國의 20個 主要都市에 24個의 分市場 등 모두 60個의 市場이 開設되어 있으며, 한편 農水産物 都賣市場의 類型別 開設現況을 살펴 보면 <表5>에서 보는 바와 같이 靑果物 都賣市場은 本市場 18個所와 分市場 21個所 등 39個所의 市場이 開設되어 있고, 水産物都賣市場은 14個所의 本市場과 2個所의 分市場을 합쳐 16個所의 市場이 開設되어 있으며, 畜産物都賣市場은 4個所의 本市場과 1個所의 分市場을 합쳐 5個의 市場이 開設되어 있다.

그런데 農水産部가 調査한 바에 의하면[1] 1976年度의 경우 農畜産物의 總生産額은 28,350億원이며 이 중에서 60.8%에 해당하는 18,347億원 어치가 商品化 되었는데, 이 중 3.1%에 해당하는 531億원 어치가 農協의 共販場을 통해 系通出荷가 되었고, 3.9%에 해당하는 682億원 어치가 一般都賣市場을 통해 出荷되었으며, 나머지 93%에 해당하는 16,144億원 어치는 類似都賣市場을 통해 出荷되고 있는 것으로 밝혀졌다. 또한 水産物의 경우에 있어서도 遠洋漁業 生産額을 除外한 沿近海漁業 總生産額 중에서 商品化된 金額은 2,248億원인데 이 중에서 2%에 해당하는 46億원 어치가 水協의 共販場을 통해 出荷되었고, 12.9%에 해당하는 289億원 어치가 一般都賣市場을 통해 出荷 되었으며, 나머지 85.1%에 해당하는 1,913億원 어치가 類似都賣市場을 통해 流通된 것으로 나타나고 있다.

1) 農水産部, 農畜水産物流通現況, 1977. 12. 29. 參照

<표1> 産 業 別 國 民

<經常市場價格>

區分 \ 年度	1974		1975		1976		增加率	
	附加價值	構成比	附加價值	構成比	附加價值	構成比	1975	1976
農業, 林業 및 漁業	1,686.76	25.0	2,302.85	25.4	3,014.44	24.8	36.5	30.9
(漁 業)	(126.18)	(1.9)	(197.00)	(2.2)	(260.43)	(2.1)	(56.1)	(32.2)
鑛業 및 採石業	71.19	1.1	116.54	1.3	123.78	1.0	63.7	6.2
製 造 業	1,891.59	28.0	2,580.59	28.4	3,643.63	30.0	36.4	41.2
建 設 業	303.37	4.5	416.00	4.6	555.64	4.6	37.1	33.6
電氣水道 및 衛生事業	75.68	1.1	122.58	1.3	176.57	1.5	62.0	44.0
(電氣 가스 事業)	(55.81)	(0.8)	(100.38)	(1.1)	(147.89)	(1.2)	(79.9)	(46.3)
運輸保管 및 通信業	390.27	5.8	511.43	5.6	673.50	5.5	31.0	31.7
(運 輸 保 管 業)	(321.46)	(4.8)	(404.51)	(4.5)	(514.65)	(4.2)	(25.8)	(27.2)
都賣 및 小賣 業	1,256.96	18.6	1,636.35	18.0	1,930.17	15.9	30.2	18.0
金融, 保險 및 不動產業	164.77	2.4	224.83	2.5	286.59	2.4	36.5	27.5
住 宅 所 有	125.85	1.9	164.20	1.8	204.07	1.7	30.5	24.3
公共行政 및 國防	289.36	4.3	396.45	4.4	586.90	4.8	37.0	48.0
서 어 비 스 業	556.90	8.3	767.36	8.4	1,083.54	8.9	37.8	41.2
(敎育 서어비스)	(200.66)	(3.0)	(297.85)	(3.3)	(515.58)	(4.2)	(48.4)	(73.1)
海 外 部 門	−65.63	−1.0	−158.85	−1.7	−135.47	−1.1	—	—
國 民 總 生 產	6,747.07	100.0	9,080.33	100.0	2,143.36	100.0	34.6	33.7
非 農 林 漁 業	5,064.31	75.0	6,777.48	74.6	9,128.92	75.2	33.9	34.7
鑛 工 業	1,962.78	29.1	2,697.13	29.7	3,767.41	31.0	37.4	39.7
社會間接資本 및 其他 서어비스	3,097.53	45.9	4,080.35	44.9	5,361.51	44.2	31.7	31.4

資料 : 韓國銀行 1976年 國民總生產推計

<표2> 國民總生產에 대한 流通部門의 比重

(1970年不變市場價格) (單位 : 10억 원)

年度 \ 區分	GNP		流通產業		都小賣業		運輸·保管및通信	
	金 額	構成比	金 額	構成比	金 額	構成比	金 額	構成比
1969	2,400.49	100.0	509.56	21.2	376.81	15.7	132.75	5.5
1970	2,589.26	100.0	578.27	22.4	428.61	16.6	149.66	5.8
1971	2,826.82	100.0	663.08	23.5	497.87	17.6	165.21	5.9
1972	3,023.63	100.0	735.28	24.4	552.00	18.3	183.28	6.1
1973	3,507.45	100.0	889.34	25.3	657.32	18.7	232.02	6.6
1974	3,811.27	100.0	942.88	24.8	695.61	18.3	247.27	6.5
1975	4,129.32	100.0	1,007.71	24.4	731.14	17.7	276.57	6.7
1976	4,767.90	100.0	1,134.56	23.8	813.73	17.1	320.83	6.7

資料 : 韓國銀行

總 生 産

<1970年不變市場價格> (單位 : 10억원)

1974		1975		1976		增 加 率		데 플 레 이 터		
附加價値	構成比	附加價値	構成比	附加價値	構成比	1975	1976	1975	1976	1976 增加率
833.91	21.9	893.14	21.6	973.05	20.4	7.1	8.9	257.8	309.8	20.2
(115.52)	(3.0)	(124.97)	(3.0)	(149.63)	(3.1)	(7.8)	(20.1)	(158.1)	(174.0)	(10.1)
38.97	1.0	43.27	1.0	44.42	0.9	11.0	2.7	269.3	278.7	3.5
1,173.12	30.8	1,324.66	32.1	1,670.74	35.1	12.9	26.1	194.8	218.1	12.0
182.27	4.8	201.58	4.9	224.06	4.7	10.6	11.2	206.4	248.0	20.2
79.87	2.1	93.54	2.3	08.74	2.3	17.1	16.2	131.0	162.4	24.0
(72.54)	(1.9)	(85.92)	(2.1)	(100.14)	(2.1)	(18.4)	(16.6)	(116.8)	(147.7)	(26.5)
247.27	6.5	276.57	6.7	320.83	6.7	11.8	16.0	184.9	209.9	13.5
(197.15)	(5.2)	(218.99)	(5.3)	(254.19)	(5.3)	(11.1)	(16.1)	(184.7)	(202.5)	(9.6)
695.61	18.3	731.14	17.7	813.73	17.1	5.1	11.3	223.8	237.2	6.0
77.43	2.0	84.86	2.1	97.43	2.0	9.6	14.8	264.9	294.1	11.0
79.92	2.1	88.14	2.1	94.83	2.0	10.3	2.6	186.3	215.2	15.5
146.02	3.8	148.68	3.6	152.82	3.2	1.8	2.8	266.6	384.0	44.0
289.68	7.6	297.53	7.2	308.75	6.5	2.7	3.8	257.9	350.9	36.1
(96.38)	(2.5)	(100.03)	(2.4)	(103.68)	(2.2)	(3.8)	(3.6)	(297.8)	(497.3)	(67.0)
−32.80	−0.9	−53.79	−1.3	−41.50	−0.9	—	—	—	—	—
3,811.27	100.8	4,129.32	100.0	4,767.90	100.0	8.3	15.5	219.9	254.7	15.8
2,977.36	78.1	3,236.18	78.4	3,794.85	79.6	8.7	17.3	209.4	240.6	14.9
1,212.09	31.8	1,367.93	33.1	1,715.16	36.0	12.9	25.4	197.2	219.7	11.4
1,765.27	46.3	1,868.25	45.3	2,079.69	43.6	5.8	11.3	218.4	257.8	18.0

<표3> 全産業就業者 및 3次産業就業者에 대한 都小賣業就業者比重

단위 : 1000名

		1970	1971	1972	1973	1974	1975
全産業就業者 (A)		9,745	10,066	10,559	11,139	11,586	11,830
3次 産業 就業者 (B)		3,434	3,762	3,714	3,749	3,940	4,140
都小賣業就業者 (C)		1,199	1,285	1,228	1,345	1,459	1,525
構成比	C/A	12.3	12.8	11.6	12.1	12.6	12.9
	C/B	34.9	34.2	33.1	35.9	37.0	36.8

資料 : 經濟企劃院

<표4> 市道別 農水產物都賣市場現況

(1976年6月末現在)

市 道 別	開設市場	分場	代行者數
서 울	8	5	6
釜 山	16	15	1
京 畿 道	1	—	1
忠 南	2	—	1
忠 北	4	—	3
全 南	4	—	4
全 北	7	—	7
慶 南	7	2	—
慶 北	10	2	8
江 原 道	1	—	—
濟 州 道	—	—	—
計	60	24	31

資料 : 農水產部

<표5> 類型別 農水產物都賣市場

(1976年 6月末現在)

市 道 別	靑果物市場	水產物市場	畜產物市場	計
서 울	3(2)	3(2)	2(1)	8(5)
釜 山	16(15)	—	—	16(15)
仁 川	1	—	—	1
其他 17개 都市	19(4)	13(—)	3(—)	35(4)
計	39(21)	16(2)	5(1)	60(24)

資料 : 農水產部, ※ ( )안은 分場數임

以上에서 檢討해 본 바와 같이 우리 나라 農水產物의 都賣市場은 施設이 貧弱하고 流通秩序가 잡히지 않은 類似都賣市場이 支配하고 있기 때문에 流通生產性이 提高되지 않아 流通마아진이 平均 40%程度에 이르러 消費者負担을 加重시키는 結果를 招來하고 있는 實情이다.

나. 工產品 都賣市場 : 우리 나라에서 工產品의 都賣市場이라 하면 一般的으로 代理店과 特約店 및 一般都小賣를 겸하고 있는 都賣商을 일컫는데 이 중에서 가장 代表的인 都賣市場機能을 遂行하고 있는 것이 代理店이기 때문에 여기서는 代理店에 限定해서 檢討해 보려고 한다.

지난 1976年度에 大韓商工會議所가 調査한 바에 의하면[2] 業種別에 따라 多少의 差異는 있으나 全体業種을 平均하여 보면 <表6>에서 보는 바와 같이 代理店의 營業性格은 專門都賣業이

2) 大韓商工會議所, 工產品의 代理店現況과 改善方案에 관한 調査, 1976. 參照

42.5%, 都小賣兼業이 34.4%, 小賣業이 22.3%, 其他가 0.8%의 比率分布를 보이고 있으며, 業種別로는 酒類, 紙類, 食料品, 建築資材類 등이 50%以上의 專門都賣業 代理店을 갖고 있을 뿐이고 耐久性消費材에 대해서는 專門都賣業을 하는 代理店이 全無한 實情이다.

<표6> 代理店의 營業性格

(단위 : %) (1976年5月末現在)

	전문도매업	도·소매업 겸업	소매업	기타
食料品	60.3	38.6	1.1	—
酒類	80.9	19.1	—	—
纖維類	46.3	4.5	49.1	—
化學製品類	44.9	42.6	5.7	6.8
建築資材類	51.0	48.3	—	0.7
機械類	19.0	42.0	39.0	—
紙類	62.5	18.7	18.8	—
耐久消費財	—	44.8	55.2	—
燃料類	14.3	35.7	50.0	—
其他	45.4	50.1	4.5	—
全業種	42.5	34.4	22.3	0.8

資料 : 大韓商工會議所

한편 代理店의 資本規模를 살펴 보면 <表7>의 品目別 代理店의 資本規模에서 보는 바와 같이 라면 간장, 연탄 등은 300萬원 未滿이고, 설탕 化粧紙 타이어 電線 自轉車 등은 300~500萬원이며, 粉乳 燒酒 비누 化粧品 紙類 時計 피아노 페인트 合板類가 500~1,000萬원이고, 麥酒 衣類 家電機器 建築資材가 1,000~5,000萬원이며, 5,000萬원 以上의 業種은 服地와 石油類 등인데, 이들 代理店의 財務構造를 보면 自己資本 對 他人資本 比率이 83% 對 17%로서 製造業部門에 比하면 自己資本 比率이 매우 높게 나타나고 있다.

<표7> 品目別代理店의 資本規模

資本規模	品目
300萬원 未滿	라면, 간장, 연탄
300萬원~500萬원	설탕, 화장지, 타이어, 전선, 자전거
500萬원~1,000萬원	분유, 소주, 비누, 화장품, 갱지, 시계, 모조지, 피아노 페인트, 합판, 축전지
1,000萬원~5,000萬원	맥주, 기성복, 신발류, TV, 냉장고, 가구, 시멘트, 판유리, 철강재, 타일, 재봉기
54000萬원 이상	복지, 석유류

資料 : 大韓商工會議所

한편 이들 代理店의 月平均賣出額을 살펴 보면 <表 8>에서 보는 바와 같이 燃料類가 제일 높고 다음이 建築資材類이며 그리고 세번째가 食料品類의 順位를 나타내고 있다.

<표8> 代理店의 月間平均賣出額

(단위 : 1만원)

品目 \ 區分	盛需期	非需期
食料品	3,297.2	1,729
酒類	2,869	1,842
繊維類	4,035	1,096
化學製品類	980.1	391.7
建築資材類	4,352.8	2,261.1
機械類	498.2	176.1
紙類	1,013.7	523.7
耐久消費財	1,390.8	846.1
燃料類	32,774.3	20,081.5
其他	1,662	694
全業種平均	5,287.3	2,964.1

資料 : 大韓商工會議所

3. 小賣機構

우리 나라의 小賣機構는 一般的으로 在來市場과 百貨店 및 수퍼·마켓 그리고 連鎖店과 生必品指定販賣所 등으로 大別할 수 있는데 小賣機關의 總去來額 중 70%程度가 在來市場을 통해 去來되고 있는 것으로 推定되고 있어서 大部分의 消費者들은 아직도 前近代性을 脫皮하지 못하고 있는 在來市場에서 購買活動이 이루어지고 있는 實情이다.

政府에서는 그동안 在來市場을 中心으로 하는 小賣市場의 前近代性을 打開하고 流通革新을 불러일으키기 위하여 漸進的인 流通改善施策을 推進해 오고 있으며, 1960年代末부터 流通近代化 作業의 一環으로서 小賣機構의 大型化와 旣存市場의 体質改善을 指導하여 온 結果 수퍼·마켓의 登場과 最近에는 中小小賣商의 協業組織化 運動의 一環인 自由連鎖店 組織이 全國的으로 普及되고 있는 實情인데 여기서는 在來市場과 百貨店 및 商街 그리고 수퍼·체인과 中小商人 連鎖店에 限定해서 檢討해 보고저 한다.

가. **在來市場** : 在來市場이라고 함은 中小都市 以上의 都市에 開設되고 있는 常設市場과 農漁村에서 定期的으로 開設되는 5日市場 등을 일컬으는데, 우리 나라의 在來市場은 <表 9>에서 보는 바와 같이 1976年末 現在 1,646個所에 達하며 이 중에서 常設市場이 640個所이고 定期市場이 1,006個所나 된다. 그리고 常設市場 中 公設市場이 108個所이며 私設市場이 532個所나 되는데 無許可市場까지 합치면 常設市場의 實際數는 더 많아 질 것으로 推定된다. 한편 定期市場까지 包含한 在來市場에 入住해 있는 店舖數는 158,800餘個所나 되는데 地域別로는 서울이 38,453個로서 제일 많고 다음이 慶北 慶南 釜山市 등의 順位이며 濟州道는 1,974個로서 最下位를 나타내고 있다.

<표9> 全國一般市場 現況

(1976. 12. 31 現在)

市道別	常設市場		計	定期市場	總計	店舖數	百貨店	商街	計
	公設	私設							
서울	—	252	252	—	—	38,453	10	27	37
부산	5	65	70	—	70	13,150	4	5	9
경기	6	63	69	94	163	12,223	3	5	8
강원	22	6	28	83	111	5,993	—	—	—
충북	9	1	10	68	78	6,301	—	—	—
충남	3	26	29	106	135	12,826	1	6	7
전북	8	2	10	70	80	8,109	—	—	—
전남	18	19	37	148	185	9,764	—	3	3
경북	17	80	97	230	327	30,953	9	3	12
경남	14	12	26	184	210	19,095	2	—	2
제주	6	6	12	23	35	1,974	—	—	—
計	108	532	640	1,006	1,646	158,841	29	49	78

資料：商工部

나. **百貨店 및 商街**：1976年末 現在 우리 나라의 百貨店數는 <表 9>에서 본 바와 같이 29個에 達하고 있는데 地域別 分布狀況을 살펴 보면 서울이 10個所이고, 慶北이 9個所이며, 釜山市가 4個所이고, 京畿道가 3個所이며, 慶南이 2個所이고, 忠南이 1個所가 된다. 우리 나라의 百貨店은 1930年에 日本의 三越가 現在 新世界百貨店의 位置에 開店한 것이 最初의 일이고, 그 이듬해인 1931年에 和信百貨店과 丁字屋(現在의 美都波百貨店)이 開店 되었으며 그후 三中共과 平田이 開店 되었으나 8.15解放과 더불어 閉鎖되고 말았다.[3] 그런데 우리 나라에는 아직도 單一經營体에 의한 百貨店다운 百貨店은 몇개에 不過한 편이고 大部分이 店舖賃貸爲主의 消極的 經營方式을 벗어나지 못하고 있는 實情이다.

한편 우리 나라에는 百貨店과 비슷한 計劃的인 商街가 1976年末 現在 49個所나 있으며 이들 商街는 서울이 27個所, 忠南이 6個所, 釜山市와 京畿道가 各 5個所, 全南과 慶北이 各 3個所式 分布되어 있다. 그런데 서울의 世運商街와 같이 計劃的으로 開發된 商街도 있으나 自然發生的으로 零細한 規模의 小店舖가 特定地域에 密集해서 形成된 商街가 많아 歐美諸國의 쇼핑센터에 비해서는 商街施設의 落後性을 脫皮하지 못하고 있는 實情이다.

다. **수퍼·체인**：우리 나라에서 수퍼·체인이 登場한 것은 1971年 6月, 8個의 店舖를 가지고 任意連鎖店인 새마을 수퍼·체인이 開店한 것이 嚆矢라고 할 수 있는데, 이 새마을 수퍼·체인은 처음부터 加盟店인 會員間의 意見不一致로 商品同共購買가 始作年度의 53.1%에서 해를 거듭할수록 25.4%로 떨어졌고, 심지어는 會員店舖들이 수퍼·체인 本部에 내야 할 各種 分担金의 未納이

3) 韓國마케팅開發센터, 流通近代化 5個年計劃作成을 위한 綜合的 調査硏究報告書, 1970. p.p. 246~247參照

累積되어 체인本部의 運營惡化를 加速化시켜[4] 마침내 1974年에 이르러 倒産의 悲運을 겪게 되자, 이와 같은 試行錯誤를 되풀이 하지 않게 하기 위해 1974年 2月 大統領 指示에 의하여[5] 商工部는 流通近代化 作業에 拍車를 가하기에 이르렀다.

商工部는 이 指示에 依據 資本 및 經營能力이 있는 適格者를 골라 大型小賣機構를 開發키로 決定하고, 서울·釜山·大邱·光州·仁川 등 5個都市에는 商工部長官이 指定하는 수퍼·체인會社를 設立키로 하는 同時에 其他 道廳所在地에는 地方長官이 指定하는 수퍼·체인會社를 設立키로 하는 同時에 其他 道廳所在地에는 地方長官이 指定하는 수퍼·체인會社를 設立케 하였으며, 한편 앞으로 수퍼·체인店舖로 代替가 可能한 程度의 規模와 設備를 갖춘 店舖는 地方長官이 生必品 販賣所로 指定하다는 세가지 方針아래 수퍼·체인을 통한 小賣機構의 大型化를 推進해 온 結果 지난 1977年 6月末 現在 政府指定 수퍼·체인의 會員店舖數는 491個所에 이르고 있는데 우리 나라의 수퍼·체인의 特徵을 살펴 보면 다음과 같다. 첫째 政府指定 수퍼·체인일 境遇 直營店舖는 65個所인데 비해 加盟店舖는 426個所에 이르러 加盟店舖數가 월등히 많아 franchised chain store system[6]에 의한 수퍼·체인化 趨勢가 支配的인 實情이다. 둘째 수퍼·체인會社는 加盟店舖의 量的擴大에 置重한 나머지 經營指導의 不振으로 過度한 缺損을 본 店舖들이 續出하여 1976年 한 해동안에도 27個店舖가 廢店하는 事態를 招來하고 있는 實情이다. 세째 수퍼·인체 會社들은 規模의 經濟性을 實現하기 위해 加盟店의 擴充에는 힘쓰면서도 既存 加盟店에 대한 支援은 相對的으로 미흡한 實情이고 또한 政府에 의한 金融 및 稅制面에서의 支援이 不足한 實情이다.

라. 中小商人 연쇄점 : 商工部가 수퍼·체인會社의 開設을 통해 小賣機構의 大型化를 推進하는 한편 既存 在來市場에 散在해 있는 中小商人의 協業化와 組織化 없이는 우리 나라의 都小賣機關에 대한 流通近代化는 成功하기 어려울 것으로 判斷하고 지난 1975年 2月 4日 中小商人組織의 特別連鎖化 事業에 關한 基準을 確定 公布하여 中小商人 들의 連鎖化組織을 推進하여 왔는데, 그 結果 中小商人의 特別連鎖化事業은 <表10>에서 보는 바와 같이 지난 1976年末 現在 全國的으로 16個의 連鎖店會社가 設立되었으며 그 傘下에 18,483個의 店舖가 加盟되어 있고 地域別 分布狀況은 16個 連鎖店會社 중에서 11個의 會社가 서울에 所在하고 나머지는 忠南에 2個會社, 忠北 全北 濟州에 各 1個會社가 所在하고 있으며, 加盟店舖數가 제일 많기로는 4,827個의 加盟店을 갖고 있는 서울所在 내쇼날連鎖店이고 제일 적은 것은 80個의 加盟店 밖에 갖고 있지 못하는 濟州所在 南洋連鎖店으로 나타나고 있다.

4) 韓國카아케팅開發센터, 새마을수퍼·체인經營診斷 및 우리 나라 수퍼·체인 開發方案 1972. p. 32 參照

5) 大統領秘書室, 流通構造改善對策指示文, 大秘經 1311 16-23(1974. 2. 21.)參照

6) franchiser가 地域別로 franchisee 즉 販賣店을 組織하고 계약을 바탕으로 商品 商標 및 管理시스템을 提供하여 營業을 하도록하는 任意連鎖店의 한 種類이다.

이들 業体別 資本規模는 2,000~5,000萬원이 보통이고 1億원이 넘는 業体도 3個나 있으며, 店舖의 加盟條件은 一般的으로 加入金과 保證金 및 商品購買時에 一定한 手數料를 納付하고 있을 뿐만 아니라 月會費로 每月 一定額을 納付케 하는 會社도 있는 實情이다. 그리고 서울과 地方間에 多少의 差異는 있으나 一般的으로 加盟店舖의 加入金은 2萬원에서 10萬원 水準이고 保證金은 5萬원에서 20萬원 程度이며 手數料는 商品代金의 3%가 普通이다.

4. 在來市場의 實態와 問題点

非統合小賣商의 集合体라 할 수 있는 우리 나라의 在來市場은 앞서 言及한 바와 같이 常設市場 640個所와 定期市場 1,006個所 등 모두 1,646個所나 되는데 이에 대한 問題點을 檢討해 보면 다음과 같이 要約할 수 있다.

가. **規模의 零細性** 規模面에서 본 在來市場은 한마디로 表現하여 零細性을 면치 못하고 있는 實情이다. 大韓商工會議所가 調査한 바에 의하면 서울의 경우 在來市場의 垈地面積이 235,000坪이고 建物面積이 223,000坪이며 여기에 入住된 店舖數는 34,913個나 되어 1個店舖當 平均建物面積은 6.38坪 程度이고 投資規模는 633億원에 不過하여 서울의 경우에 있어서도 規模의 零細性을 면치못하고 있어서 地方의 在來市場에 대해서는 말할 必要조차 없는 實情이다. 그런데 이 在來市場은 都心地에 過多한 乱立으로 異常肥大와 交通混乱이 加速化 되는데 반해 都市의 변두리와 農漁村의 在來市場은 相對的으로 貧弱性을 면치 못하고 있고, 한편 店舖當 平均包容家口數는 서울이 35家口이고 濟州道가 49家口 程度에 不過하여 마아케팅能率의 低位性과 僞裝失業의 溫床이 되고 있는 實情이다.

나. **組織과 運營의 多元化性** 在來市場의 代表格이라 할 수 있는 常設市場에 있어서는 運營体制의 多元化性을 脫皮하지 못하고 있는 事例가 許多한 實情인 것이다. 例를 들면 土地主 建物主 市場開設者 또한 店舖占有商人이 各各인 경우가 많아 市場의 運營主体가 不分明할 뿐만 아니라 建物主는 賃貸爲主의 消極的 經營을 하는가 하면 店舖를 運營하는 商人들은 大部分 經營能力이 不足한 實情이고, 常設市場의 주변에는 露店과 雜商人들이 늘어나고 있는데 이와 같이 運營体制의 多元化는 市場經營의 效率性을 提高시키지 못하고 있을 뿐 만 아니라 各 利害當事者間의 利害相反으로 各種 分爭이 끊이지 않고 있는 實情이다. 이로인해 大部分의 私設 常設市場은 市場經營에 대한 主体勢力의 不在狀態이고 公益性의 追求가 未洽하며 市場開設者와 店舖占有商人間의 權利義務關係가 複雜하여 分爭發生이 빈번할 뿐만 아니라 統一된 經營方針의 不在와 經營改善을 위한 努力이 貧弱함에 따라 流通經路의 多段階化로 流通費用이 相對的으로 增大하고 있는 것이다.

<표10> 中 小 商 業 人

番號	會 社 名	電 話	指定日字	代表者	住 所
1	(株)近代化 連鎖店 全國總本部	(30)9031—2 (33)3028 4891 (34)5647	1975. 2. 4	金承鎬	서울西大門區延禧洞86—15
2	(株)生協連鎖店 中央會	(53)1840 (52)4962 3089 0412	1975. 5.29	李在中	서울東大門區崇仁洞234—83
3	(株)내쇼날連鎖店	(54)0911 (53)6788	1975. 5.29	劉翼鉉	서울東大門區新設洞103—13
4	(株)現代化連鎖店本部	(38)5654	1975. 5.29	尹和重	서울西大門區북번洞82—41
5	(株)忠南連鎖店		1975. 5.29	姜夕河	忠南大田市仁洞 86
6	三養食品체인(株)	(75)8951—9 6461—5 7841—5	1975. 8. 2	全仲潤	서울鐘路區수송동 31—1
7	(株)東亞連鎖店本部	(34)5551 0771	1975. 8. 2	梁三龍	麻浦區용강동 49—60
8	(株)世原協同連鎖店	(43)1952 (42)6621	1975. 8. 2	姜聲仁	서울漢江路3街 40—130
9	(株)忠北近代化連鎖店		1975. 8. 2	金德秀	忠北淸州市남주동 537—6
10	(株)南洋連鎖店	제주 (2) 3600		박윤규	淸州市一徒一洞 1430
11	(株)東洋체인	(43)2060	1975. 9. 8	南明涉	서울龍山區漢江路3街 40—427
12	(株)알뜰消費者센터	(63)2659 7142	1975. 9. 8	金完基	서울永登浦區永登浦洞 29—69
13	(株)흥흥商社	(2) 1568 6707 4290	1975. 9. 8	郭龍哲	忠南大田市은행동 78—8
14	럭키체인스토어(株)	(24)1771—9	1975. 9.26	洪性彦	서울中區도동1가 3—106
15	(株)全北近代化連鎖店		1975.10.20	송정섭	全北全州市교동1가 65—5
16	(株)消費者의집		1975.10.20	김효일	서울中區東子洞 41
	計				

資料：韓國마아케팅開發센터

連 鎖 店 現 況

(1976. 12. 31. 現在)

資本金	沿革	設立目的	開店 實績	開店 計劃	負擔金關係 加入金	負擔金關係 保證金	備考
500萬원	1970.10 發足	中小食品小賣業의 協業化	1,126		10萬원	20萬원	<서울>
	1973.3設立登記	消費者負擔輕減大規模小賣商과의경쟁			3萬원	7萬원	<지방>
1,000萬원	1966.6生協創立	中小商人協業化	997		5萬원	10萬원	<서울>
	1975.1設立登記	加盟店保護			2萬원	3萬원	<지방>
1억원			4,827		2萬원 2萬원	5萬원 4萬원	<서울> <지방>
2,200萬원	1972.2發足 1973.4設立登記	流通業의 組織化 流通經費節減 消費者負擔輕減	2,661		10萬원 5萬원	20萬원 3萬원	<서울> <지방>
2阡萬원	1972.12 親睦契組織		350		1.5萬원	5萬원	<충남 지역>
1억원			2,120		10萬원	10萬원	
1,500萬원			440		5萬원	10萬원	
1,000萬원			315			20萬원	
500萬원			231		1.5萬원	10萬원	
500萬원			80		5萬원	15萬원	
5,000萬원			173		5萬원	10萬원	
2,000萬원			246		5萬원	10萬원	
5,000萬원			856		5萬원	5萬원	
1억원			2,841			7萬원	
2阡萬원			357				
2阡萬원			850				
			18,483				

다 **財務構造의 脆弱性**. 在來市場에 있는 經營体들의 財務構造에 대한 一般的 動向을 살펴보면, 市場開設者는 他人資本 依存度가 매우 높아 建物建築은 賃貸保證金에 依存하는 比率이 높고 市場運營費는 賃貸 및 私債에 依存하는 前近代的 財務管理方法을 因習化하는 傾向이 大部分이고, 한편 在來市場內에 入住해 있는 商人들의 運營資金 調達源을 分析해 보면 月邊以上의 私債가 25%, 日收私債가 50%, 外上이 13%, 金融機關으로부터의 借入이 12%程度로 構成되어 있으며, 이들 商人들의 店舖占有形態를 分析해 보면 專貰가 44.7%, 月貰가 28.4%, 自家가 26.9% 程度로서 在來市場內의 經營体들은 大部分 財務構造의 脆弱性을 면치 못하고 있다. 따라서 이러한 要因들은 市場開設者들이 流通近代化를 促進하기 위한 投資餘力의 不足으로 因하여 不動產賃貸業으로 轉落되어 있고 小賣商의 企業化 促進을 沮害시키고 있는 問題點을 안고 있는 것이다.

라 **施設 및 環境의 前近代性** 在來市場의 店舖施設과 周圍環境 등은 우리 나라의 流通機構 중에서도 가장 落後되어 있는 實情이며 在來市場의 內部를 觀察해 보면 業種別에 따른 店舖配列이 無計劃的이고 狹少한 店舖當 賣場面積으로 인하여 商品陳列이 無秩序하며 冷暖房施設이 거이 없는 狀態이고 倉庫와 運搬手段 및 駐車場 休憩所 案內所 등의 共同施設이 殆無한 實情이며 市場內部의 狹少한 道路 및 換氣裝置와 汚物處理施設의 未備 그리고 市場周邊의 露店 범람과 같은 環境不備 등으로 因하여 消費者들이 商品選擇과 識別의 困難을 느끼게 하고 市場內部의 탁한 空氣와 악취 등으로 市場公害를 誘發케 하며 空間利用의 極大化를 沮害시켜 內部道路 및 市場周邊의 消防道路는 그 機能이 마비되고 있는 實情이다.

Ⅳ

1. 流通關係基本法의 制定과 政府支援의 擴大

1961年 8月 31日 法律 704號로서 公布 施行되고 있는 現行 市場法은 經濟開發計劃이 推進된 지 16年이 經過한 오늘날의 國民經濟 實情에 適合치 않은 여러가지 問題點을 안고 있어서 이에 대한 全面的인 改正이 要望되고 있는데 流通部門의 近代化를 促進하기 위해서는 이를 制度的으로 뒷받침 할 수 있도록 流通關係基本法의 制定이 先行되어야 하겠다.

現行 市場法의 矛盾點을 檢討해 보면 市場의 槪念에 있어서도 在來市場인 常設市場과 農漁村의 5日市場인 定期市場만을 市場으로 規定하고 있을 뿐만 아니라 市場開設許可를 받은자만이 市場法의 까다로운 規制를 받을 뿐이고 金融面이나 稅制上의 惠澤은 全無한데 비해, 常設市場의 隣接商店들은 市場法의 規制를 받는 制約이 없이 市場의 모든 惠澤을 누리고 있는 實情이다. 또한 過去의 常設市場 開設許可가 便宜主義에 의한 節次가 一般的 傾向이었기 때문에 市場內에는 零細地主 建物主 市場開設者가 各其 다른 事例가 많아 常設市場의 管理運營上 權利義務가 複雜한 實情이며, 한편 常設市場 周邊에 乱立하는 類似市場이 許多하나 이들은 市場法의 規

制範圍에서 벗어나 있으므로 오히려 許可된 常設市場이 萎縮되는 現象마저 보이고 있는 實情이다.[7]

돌이켜 보면 現行 市場法은 國民所得의 低位性으로 인한 低購買力, 工業生産力의 未發達, 商人資本의 零細性, 都市化의 遲延, 社會間接資本의 落後性, 在來市場의 多目的性 등 8.15解放以前의 經濟實情을 考慮하여 日本人이 만든 市場規則을 踏襲하여 制定한 것이기 때문에 이러한 現行 市場法의 体制下에서는 市場內의 靜潔한 市場育成을 위한 環境改善, 消費者保護, 定札制實施, 稅源確保, 商道義昂揚 등 商去來秩序의 近代化目標를 達成하기 困難하므로 이를 根本的으로 是正할 수 있는 流通關係基本法의 制定이 要望되고 있는 것이다.

새로 制定되어야 할 流通關係基本法에서는 첫째로 現行 市場法 처럼 規制나 罰則만을 强化할 것이 아니라 政府가 稅制나 金融面에서 果敢하게 支援해줄 수 있는 制度的基盤을 마련하여 在來市場을 비롯한 各種市場을 育成할 수 있게 해야 한다. 둘째로는 大韓商工會議所나 特定 硏究機關의 傘下에 販賣士를 養成하는 常設敎育機關을 各 市道單位로 設置하여 販賣士를 養成하는 한편 一定水準 以上의 商店에서는 반드시 이 販賣士의 雇傭을 義務化시켜 顧客에 대한 써어비스를 向上시키도록 해야 하며, 세째로는 現在 都小賣機能이 합쳐진 狀態에서 빚어지는 規模의 零細性과 한꺼번에 높은 利潤을 追求하려는 弊習을 막기 위해 主要 地域에 도매센터를 設置토록 하여 總去來數最少의 原理 (principle of minimum total transactions)와 集中貯藏의 原理 (principle of messed reserve)[8]에 立脚한 流通費用이 節減되도록 해야 하고, 네째로 都市計劃法이나 建築法 및 道路法 등과 더불어 새로 制定되어야 할 流通關係基本法은 運營上의 劃一性이 保障되도록 해야 하며, 끝으로 市場開設者는 市場內 商人들의 商道義紊乱行爲를 規制할 수 있도록 統制權을 發揮할 수 있게 해야 한다.

한편 이와 같은 流通關係基本法의 制定과 더불어 앞서 指摘하였듯이 政府는 流通近代化 促進事業을 遂行하는 市場開設者 또는 規模의 都小賣業을 經營하는 자에게는 一定期間 租稅의 減免 등 稅制上의 優待措置를 함과 더불어 私債依存에 따른 金融費用의 負担을 줄이고 그로 인해 消費者負担까지도 節減할 수 있도록 長期低利融資金의 財源을 確保하기 위하여 流通近代化 促進振興基金을 設置하여 이를 活用할 수 있도록 果敢한 支援이 있어야 할 것이다.

2. 都賣센터의 設立

우리 나라의 都賣去來는 앞서 指摘 하였듯이 農水産物은 類似都賣市場을, 그리고 工産品은 非專門都賣機構를 통해 이루어지는 比重이 매우 높은 實情으로서 많은 問題點을 안고있기 때문에 財貨의 流通過程에서 物量的인 需要供給의 容易한 結合과 調節로서 流通能率의 向上과 公正한 價格形成으로 特化와 統合이 된 都賣센터를 서울과 釜山 등 大都市에 設立돼야 할 것이다.

7) 韓國마아케팅 開發센터, 前揭書, p.p416~418參照
8) cf. Margares Hall, Distributive Trading An Econom ic Analysis, 1949. p.p. 80~82

왜냐하면 서울과 부산은 地理的으로 南北에 位置하여 人口의 集中과 商品의 集散이 顯著한 곳이며 中小都市의 商人이 集結되는 中心地이기 때문이다. 이와 같은 大都市에 都賣센터의 設置는 迅速 正確하고 公正한 去來를 可能케 함으로써 生産者와 中間商人은 물론 한거름 더 나아가서는 最終消費者에 이르기까지 有利한 結果를 招來케 할 수 있는 것이다. 그것은 즉 도매센터를 中心으로 財貨의 集中的인 去來가 流通費用을 節減시켜 줄 뿐만 아니라 去來秩序의 確立으로 公正한 價格形成을 圖謀함으로서 結果的으로는 低廉한 商品을 消費者에게 供給할 수 있기 때문에 이는 個別企業의 立場에서 뿐만 아니라 國民經濟的 見地에서도 有利한 것이다.

先進國에서는 이미 오래전에 도매센터가 設置되었는데 美國의 事例를 檢討해보면 merchandise mart라고 呼稱되는 商品都賣센터를 設置하고 있어서 外觀上으로 볼 때는 마치 常時 開設된 工産品 中心의 商品見本市場과도 같지만 內容的으로는 流通業者間에 去來의 便宜를 圖謀케 하는 곳이기 때문에 都賣商이 集結된 센터인 것이다. 이 都賣센터는 各種 商品을 展示하는 都賣百貨店과 같은 機能을 組織的으로 發揮케 함으로서 迅速한 去來를 促進하는 現代的인 流通機構의 하나이다. 이러한 都賣센터인 merchandise mart는 1930年代에 當時 美國의 代表的 商業都市인 Chicago에 設立됨으로서 始作되었는데 都心地에 가까운 Chicago 江邊에 地上 24層과 總面積 38萬㎡나 되는 大規模의 施設을 갖추고 있었으며 이 都賣센터에는 1,000여개의 도매점포가 자리잡고 各地로부터 每日 2~3萬名에 達하는 人波가 몰려 들어 活發한 去來가 이루어 지고 있는 것이다.

한편 日本에서도 1967年 7月 大阪市에서 敷地面積 20,142㎡와 總建物面積 131,396㎡에 達하는 地下 4層 地上 22層의 現代式施設을 갖춘 Osaka Merchandise Mart가 開場되었다. 이 Osaka Merchandise Mart는 各地의 商業關係者가 集結하여 開場以來로 活發한 去來를 하고 있으며 이곳은 日本 國內市場에 販賣되는 纖維製品의 44% 程度를, 그리고 日本 都賣去來額의 約 22%程度가 去來되고 있는 實情인 것이다. 大阪市와 財界에서 共同으로 建立한 이 都賣센터인 殿堂은 地下에 商品下陸場, 倉庫, 駐車場, 輸送센터, 郵便局 등이 있고 1層에는 銀行을 비롯하여 交通會社 등 各種 써어비스業種이 들어서서 名實相符한 流通센터로서의 機能을 發揮하고 있는 것이다. 또한 日本에서는 1970年 2月 大阪市에 이어 東京市에서도 地下 3層 地上 13層에 總面積 175,000餘㎡의 大規模 東京都賣센터를 開場하였다. 이 東京都賣센터에도 各種 都賣商들이 자리잡고 商品展示場을 비롯하여 各種 써어비스機關을 갖추어 있고 共同廣告 共同展示 共同配達 共同計算 등 都賣活動에서 協業化의 長點을 利用하여 流通合理化를 促進하고 있는 것이다.

이와 같이 先進國의 都賣센터가 流通合理化에 寄與하고 있는 事實을 敎訓삼아 우리 나라에서도 大都市에 都賣센터를 設立함으로서 one stop buying에 의한 小賣商의 購買費用을 節減시킬 수 있게 할 뿐만 아니라 無秩序하게 散在하고 있는 都賣商들을 計劃的으로 集團收容케 함으로서 統合的 組織을 통해 都賣機能의 能率化를 期할 수 있게 해야 한다. 한편 이와 같은 工産品

에 대한 都賣센터의 設立과 併行하여 서울과 같은 大都市에는 20萬坪 內外 규모의 市場面積을 가진 農水產物綜合都賣센터를 設立하여 農協 및 水協의 共販場을 이 곳으로 統合시킴과 同時에 生產者와 小賣商 및 消費者들 까지도 이곳에서 自由로운 賣買去來를 할 수 있게 함으로서 多段階의 中間都賣去來段階를 排除시켜 流通經路를 單純化시키는 한편 이 農水產物綜合都賣센터에서는 價格安定의 先導를 위해 指定된 區域에서 小賣活動까지도 하게 함으로써 農水產物의 價格安定 및 流通構造를 改善시킬 수 있을 것이다.

3. 小賣商의 自由連鎖店化 組織의 强化

1975年 2月 4日 商工部가 中小商業人組織의 特別連鎖化事業에 關한 基準을 確定 公布한 以來 中小商業人 連鎖店 組織現況은 앞서 <表10>에서 1976年末 現在 18,483個의 店舖가 加盟되어 自由連鎖店形態의 性格을 띠고 있으나 加盟店舖 들의 經營規模가 매우 零細하고 店舖主人들의 經營能力이 貧弱하여 出發當時 商工部가 意圖했던 成果를 보이지 않고 있을 뿐만 아니라 加盟店들이 初期에는 價格管理面에서 非加盟店에 비해 一定率의 割引을 하였으나 時日이 經過함에 따라 非加盟店舖와 다를 바 없는 狀態로 轉落해가는 傾向을 보이고 있는 實情이다. 이와 같은 結果를 招來하게 된 原因을 要約해 보면 加盟店主人들이 自由連鎖店에 대한 理解가 不足한 狀態에서 無條件 加盟만을 서둘렀고 加盟에 따른 一定한 資格要件에 대한 基準이 없거나 또는 基準이 있드라도 너무 貧弱한 內容이며, 그리고 加盟後에는 經營指導나 經營敎育이 제대로 實施되지 않아 經營管理의 貧弱 등 諸要因에 의한 結果라고 指摘할 수 있다.

自由連鎖店 (voluntay chains)이란 一名 任意連鎖店이라고도 하는데 會社連鎖店 (corporate chains)과는 달리 加盟店舖들의 獨立性을 維持하면서 一般的으로 獨立小賣商이 共同利益을 增進하기 위해 協業化에 의해 共同으로 購入 廣告宣傳 貯藏 기타 販賣管理의 指導 등 會社連鎖店이 지니는 經營上의 利益을 얻기 위하여 自發的으로 協同組織하는 都賣機能兼担의 칼텔的인 形態[9]라 할 수 있다. 즉 自由連鎖店이란 協同主義原理를 組織에 具体化하여 規模의 利益을 追求하는 獨立小賣商의 結合体로서 協業과 分業으로 共同事業을 통하여 生產性을 높일 수 있는 것이다.

先進國에서 實施하는 自由連鎖店의 共同事業은 主로 市場調査와 情報交換 및 店舖改裝 商品陣列 共同購入 共同廣告 同時販賣 共同配送 連鎖商標로 販賣管理를 함은 물론 한편으로 從業員의 共同敎育과 訓練 稅務關係 및 資金調達 등 對外活動에 있어서도 共同步調를 展開하여 經營活動 全般에 걸쳐 相扶相助의 事業을 推進하고 있는 것이다. 이와 같이 先進國에서는 小規模 小賣商들이 協業化를 위해 自由連鎖店을 組織함으로서 大量購入을 통해 購入價格을 節減시키고 共同輸送 共同廣告 同時販賣 등 統一的 經營管理로 會社連鎖店과 競爭하면서 成長하고 있는데

9) 深見義一, 「ブオランタリ・チエイン」, 日本商學會編, 現代商業論, 1952. p. 130 參照

특히 食料品小賣業界에서 自由連鎖店이 차지하는 比重은 매우 높은 實情이다.

예컨데 美國에서는 年間賣上高 15萬弗 以上의 食料品小賣店 중 85%가, 그리고 全体 食料品店舖數의 84%가 自由連鎖店의 加盟店舖들이며, 西獨에서는 4萬의 食料品小賣店이 加入한 EDEKA와 같은 自由連鎖店도 있는가 하면, 한편 西獨內 175,000餘의 食料品小賣店 중 70% 程度인 120,000餘 店舖가 自由連鎖店에 加盟하여 있고, 食料品小賣總額의 66% 程度가 이 自由連鎖店이 차지하고 있다. 또한 英國에서는 1955年 以來 自由連鎖店運動이 뒤늦게 展開되었으나 現在는 이 自由連鎖店들이 英國의 獨立小賣店 賣上高의 67%를 占有하고 있는 實情이다.[10]

이와 같이 先進國에 있어서는 自由連鎖店運動을 통해 流通近代化를 이룩하고 있음을 理解할 수 있는데, 우리 나라와 같이 小賣業의 零細性 過多性 低生產性이라는 共通的 特徵을 지니고 있는 實情에서 合理的 經營과 流通近代化를 促進하기 위해서는 小賣店의 自由連鎖店化 組織을 强化시켜 나가야 할 것이다.

우리 나라에서 自由連鎖店 組織을 强化하기 위해서는 現在와 같은 微溫的인 施策을 果敢하게 是正하기 위해 商業組合法과 같은 基本法을 制定하고 加盟店의 資格要件을 强化하는 한편 一般商店主人 들에게 自由連鎖店에 대해 충분한 理解가 되도록 事前敎育이 있어야 하며 自由連鎖店本部는 加盟店에 대한 經營指導를 할 部署를 두어 不振한 加盟店에 대해서는 經營指導를 徹底히 하고 一般加盟店舖에 대한 巡廻指導를 定期的으로 實施함과 同時에 業績分析 및 問題點에 대한 改善方向을 提示해 주고 價格管理에 共同步調를 마추게 하는 한편 加盟店의 經營者에 대한 敎育을 强化하여 非加盟店舖에 비해 월등한 格差가 나타나겠끔 經營管理가 效率的으로 이루어 지도록 해야 流通近代化의 促進에 寄與하게 될 것이다.

5. 百貨店과 商街 및 수퍼·마켓의 育成

우리 나라의 百貨店은 1976年末 現在 29個所가 있으나 全國的으로 몇個所를 除外하고는 大部分의 百貨店들이 單一經營体로서의 大規模 統合小賣商이라기 보다는 店舖貸貸式 經營을 하고 있어서 事實上 우리 나라에는 純粹한 意味의 百貨店은 극히 적은 實情이기 때문에 이들 類似百貨店들을 直營制 百貨店으로 育成해야 할 것이다.

百貨店의 育成策으로 直營制인 單一經營体를 提案하는 것은 첫째로 大量購入에 따른 原價節下를 招來할 수 있고, 둘째는 貸貸經營에 따른 店員過剩과 在庫過剩을 節減할 수 있으며, 세째로 同一品種에 대한 賣場重復을 整理할 수 있어서 生產性을 向上시킬 수 있고, 네째로 統一된 經營管理로 顧客에 대한 써어비스의 改善이 可能하며, 다섯째로 商品生產者를 刺戟할 수 있는 것 등 有利한 점을 들 수 있기 때문이다. 그러므로 現在의 類似百貨店들을 純粹한 直營百貨店으로 育成하려면 먼저 百貨店의 最高經營層에 대한 百貨店經營에 대한 敎育이 先行되어야 하고

10) 韓國마아케팅 開發센터, 前揭書, p. 245 參照

直營制를 위한 法的 뒷받침이 뒤따라야 하며 아울러 百貨店 開設者에게는 産業合理化 資金과 같은 低利의 金融支援이 뒷따라야 合理的인 育成策이 될 것이다.

한편 商街로서는 1968年에 서울市의 都市近代化를 위한 開發計劃에 따라 政府施策下에 建立된 商街아파트인 세운商街가 그 事例인 것이다. 이 세운商街아파트는 地下와 地上 1~4層까지는 商店이고 地上 5~15層까지는 住民아파트로 되어 있는데 이와 같은 計劃的인 商街造成은 都市의 人口集中 現象에 따른 住宅難과 小賣店舖의 近代化課題를 同時에 解決하려는 것인데, 그 이후 民間計劃에 의한 商街아파트가 設立되고 있는데 이에 대한 어떤 規制를 하지않고 自然發生的으로 放任할 것이 아니라 이를 人口分布와 都市計劃에 알맞게 計劃的인 商街아파트를 育成해 나갈 수 있도록 해야 할 것이다. 이렇게 함으로서 모든 都市의 全域에 散在해 있는 各種 消費財市場인 즉 自然發生的인 零細한 商街를 計劃的 商街로 育成시켜 外國의 都市에서 볼 수 있는 쇼핑센터와 같은 機能을 發揮하게 해야 할 것이다.

그리고 이와 같은 計劃的商街의 開發과 併行하여 수퍼·마켓 (super markets)을 開發하고 育成해야 한다. 이 수퍼·마켓은 1930年代 美國의 不景氣 속에 現金主義와 自己써어비스制의 販賣方式을 취하여 廉價로 食料品을 위주로 商品販賣를 한 데서 由來 하는데, 이 수퍼·마켓은 百貨店의 大量購買 및 部門別陣列의 利點과 連鎖店의 現金主義 및 無配達制를 채택하여 連鎖店 進出에 대한 自己防衛的 對抗策으로 廉價訴求에 重點을 둔 經營方式으로 自己써어비스制를 實施하는 大規模 小賣店으로 發達하여 왔으며, 先進國에서는 이러한 經營理念에 立脚한 수퍼·마켓이 널리 普及되고 發達해가고 있는 實情이다.

우리 나라에서도 1968年 서울에서 수퍼·마켓이 開設 되었으나 出發當時 期待했던 成果를 거두지 못하고 있는 實情인데, 이는 수퍼·마켓의 經營特徵인 大規模經營과 部門制經營 및 壓倒的 廉價販賣와 自己써어비스制 등을 合理的으로 實施하고 있는 外國의 수퍼·마켓과 비교해 볼 때 무엇보다 規模의 零細性과 廉價販賣를 實施하지 못하는데 그 原因이 있다고 指摘할 수 있을 것이다. 우리 나라의 消費者들이 所得水準과 生活慣習 및 購買習性 등이 外國과는 큰 差異가 있으므로 一時에 外國과 같은 結果를 招來하리라 期待하기는 어려운 問題이나 우리 나라에서도 앞으로 이 수퍼·마켓이 普及될 것으로 期待하는 바이므로 人口가 많은 大都市에서는 計劃的인 育成이 必要한 것이다.

V

우리 나라는 生産部門의 開發速度에 비해 流通部門은 相對的으로 落後되어 있어서 前近代性을 그대로 露呈하는 結果를 招來하여 工業生産의 擴大를 沮害하는 隘路要因으로 作用할 憂慮마저 豫測되는 實情으로서 流通近代化 政策이 時急히 要請되고 있는 것이다.

世界의 主要 先進國들이 流通產業의 管理에 대한 共通的인 特徵을 考察해 보면 大体로 自由放任的인 政策으로부터 法制的인 統制를 實施함과 同時에 巨額의 投融資 등 金融的支援에 의한 助成政策을 통해 流通近代化를 이룩해 왔음을 理解할 수 있는데, 우리 나라도 政府當局이 流通部門에 대한 微溫的인 施策만으로는 流通近代化를 促進시킬 수 없는 것이기 때문에 이에 대한 果敢한 是正策이 要望되고 있는 것이다.

經濟開發計劃의 持續的 推進에 따른 工業化와 產業生產의 擴大는 大量生產体制를 隨伴하게 되었고 國民所得水準의 向上과 더불어 消費構造의 多樣化를 促進시키게 되었다. 그러나 이러한 量產体制의 擴大와 多樣한 消費構造는 어디까지나 合理的인 流通部門의 近代化가 뒤따르지 않고서는 그 持續이 어려운 것이다. 왜냐 하면 生產部門의 매스프로덕션(mass production)에 對應하는 流通部門의 매스디스트리뷰션 (mass distribution)이 絕對 必要한 것이며 만일 이 兩部門間에 齟齬가 發生하고 또한 그것이 深化될 境遇 大量生產의 擴大를 抑制할 뿐만 아니라 한거름 더 나아가서는 國民經濟의 全般的 能率을 低位狀態로 묶어 두게 되는 結果를 招來하기 때문이다.

韓國經濟가 指向하는 安定基調위의 高度成長을 持續시키고 近代化 合理化로 標榜되는 經濟的 能率性을 確保하려면 生產部門의 近代化에 못지 않게 流通部門에 대한 政策的 配慮로 流通近代化를 促進시키는 方案에는 여러가지 側面에서 檢討될 수 있겠으나 本 硏究의 範圍인 都小賣機構에 限定해 볼 때 무엇보다도 流通近代化를 推進해 나 갈 수 있는 制度的 밑바침을 위해 流通關係法의 果敢한 改正이나 補完 및 새로운 制定이 先行 되어야 하고, 또한 流通經路를 合理化시킬 뿐만 아니라 最初段階부터 大量流通体制를 確立하고 物價安定의 先導的 役割을 할 수 있는 都賣센터 (merchandise mart)를 設立해야 하며, 零細性과 過多性 및 低生產으로 特徵지울 수 있는 우리 나라의 小賣商들을 協業化로 連鎖組織을 强化하여 統一的 經營管理로 마아케팅能率을 向上시키고, 百貨店과 商街 그리고 수퍼·체인 및 수퍼·마켓은 大規模 統合小賣商으로서의 有機的 機能을 發揮할 수 있도록 育成시키는 것이 切實히 要望되는 것이다. 한편 이러한 施策과 併行하여 政府는 物的流通 (physical distribution)施設의 擴充을 推進해야 하며 또한 消費者保護에 關한 基本法이 制定되어 消費者의 權利를 主張하는 運動을 展開할 수 있게 함으로써 流通業界의 橫暴에 制動을 걸 수 있게 함과 同時에 先進國의 事例에서 볼 수 있는 바와 같이 流通分野에 대한 巨額의 投融資를 통한 助成政策 등이 推進될 때 復合的인 要因의 作用으로 流通近代化가 促進되어 經濟開發에 寄與하게 될 것이다.

—Summary—

A Study on The Modernization of Distribution Structure in Proportion to Economic Growth

Hyun Hak-soon

Distribution sector which connects production and distribution directly calls for an effort to reform in order to rationalize a national consumer's life as well as smooth supply and demand of goods.

Since Korea has achieved the rapid industrilization under the economic development plan but distribution section is still in primitive stage comparing with productien sector, it is essential for us to have to modernize the distribution structure.

In Korea distribution sector forms 23.8% of G NP in 1976, have high rank next to the manufacturing industry. However, distribution system in Korea is a state of small scale business, variety of the organization, low productivity, irrational marketing management and the functions of distribution stage are intermixed and not specialized so that consequently distribution cost is high.

A schem to facilitate of distribution structure are as follows;

1) Revising the unrealistic laws realted to distribution channels in solving a marketing law.

2) Increasing marketing efficiency of merchandise mart.

3) Strengthening the organization of voluntary chains in order to inprove retaling methods.

4) Cultivating direct operated departments, shopping center for the apartments and super markets.

In the development countries, most common features of managment to distribution structure have run par? lel with legal control and support policy from the laissez-fair policy.

we have endeavor to improve the pre-modern distibution structure with support in finance, law and tazation and legal control as well as expansion in physical distribution.