

韓國 中小企業의 流通構造 改善에 관한 一考察

宋 鍾 克*

I. 序 言

II. 韓國의 中小企業

1. 中小企業의 經營의 特性
2. 韓國의 中小企業問題
3. 韓國의 中小企業과 流通構造

III. 韓國의 流通構造

1. 流通構造와 流通近代化
2. 韓國의 流通構造
3. 韓國의 流通秩序와 中小企業

IV. 中小企業製品的의 實態調査分析

1. 大邱地域 中小 纖維工業의 流通實態와 問題點
2. 全國 主要 生産企業體의 販買管理 隘路要因 分析

V. 韓國 中小企業製品的의 流通構造 改善方案

VI. 結 言

I. 序 言

第1·2次에 걸친 經濟開發의 努力으로 우리나라의 經濟는 生産力의 비약적인 增大를 惹起시키어 製造業部門에 있어서는 大量生産體制를 確立시키기도 하였다.

그러나 이러한 高度經濟成長에 따른 經濟規模의 物量的 擴大는 質的인 面에서 構造의 虛構, 副作用, 隘路點을 수반하면서 우리나라 經濟에 異質的인 斷面을 또한 露出시키기도 한다.

여기에 工業과 農業部門間의 不均衡成長 그리고 이에 따른 地域間의 所得格差의 深化, 浮動人口의 그다지 産業化를 수반하지 않은 都市로의 過密集中現象, 開發인프레의 顯在化, 海外依存度の 過重과 企業經營의 不實化問題, 緊縮政策의 強行과 企業의 資金梗塞 加重 등이 바로 그러한 것이나 특히 大量生産된 財貨의 流通을 담당하는 流通部門은 前近代的인 零細性,

*法經大學 經營學科 教授

過多性, 低生産性으로 말미암아 韓國經濟의 均衡있는 發展을 저해하는 否定的 要因으로 크로즈업 되고 있다.

이러한 諸問題는 우리 經濟政策의 質的인 轉換을 絶실하게 要請하고 있으나 流通構造의 不合理는 國民經濟的으로는 生産과 消費를 적절히 連結시키지 못하고 物價上昇이나 販賣隘路의 要因을 形成하여서 점차 生産經濟의 沮害要因으로 작용하게 되었다.

우리나라의 市場構造는 從來의 慢性的인 超過需要狀態에서 其間 賣主市場을 形成하면서 異常肥大와 亂脈을 거듭하여 왔다. 經濟成長에 따른 生産의 擴大와 所得水準의 向上에 따른 消費構造의 變化가 수반하고 있으나 流通部門은 그대로 停滯되어서 落後性을 면치 못하고 있다.

이와 같은 流通構造의 不合理와 跋行的인 成長에서 惹起된 主要問題는 流通經路의 迂廻長型化와 流通秩序의 亂脈, 流通機關의 零細性和 流通機能의 混沌, 流通段階間的 販賣機能의 混合未分化, 去來條件과 商習慣의 後進性, 流通造成機能의 未成熟, 流通政策과 마케팅活動의 不在 그리고 流通法規의 未備點 등으로 集約되고 있다.

이와 같은 問題를 解決하기 위하여서는 巨視的으로는 國民經濟的인 政策當局의 效率的인 流通合理化 내지 近代化政策의 果敢한 樹立과 執行이 이루어짐과 동시에 微視的으로는 個別的으로 各企業의 流通部門管理의 合理化 내지 近代化運動의 활발한 展開가 아울러 要請되는 것이다.

拙稿에서는 이러한 問題를 解決하려면 무엇보다도 量産體制에 副應할 大量流通體制의 確立에 基盤을 둔 새로운 流通革新政策의 樹立이 先決되어야 할것을 強調하였으며 특히 中小企業의 流通構造에 대하여서는 全國的인 企業經營體를 大企業과 對比하면서 그 隘路點을, 그리고 地域的으로는 中小企業의 典型的인 大邱地域의 中小纖維工業의 企業體를 對象으로 그 問題點을 實證的, 計數的으로 把握 分析하고 現段階의 不況의 打開와 支援對策 및 企業體質의 恒久的인 近代化實現을 위한 施策方案으로서 中小企業의 組織化, 協業化, 計劃化를 促進시키는 동시에 新製品開發을 통하여 새로운 需要變動에 對應함은 勿調, 獨寡占 大規模製造業體에 대한 對抗勢力(Counterveiling power)으로서 구실을 다할 수 있는 中小企業協同組合 및 그 共販事業의 育成發展에 力點을 두었다.

II. 韓國의 中小企業

1. 中小企業의 經營的 特性

需要와 供給의 條件이 時間的, 場所的으로 限定되거나 또는 不規則的인 경우에는 비교적 小規模工業이 어떠한 나라에서도 成立하는 것이며 특히 中小企業을 云爲할 필요는 없는 것이다.

中小企業을 특히 구분하여 그 性質을 밝히려는 것은 그것이 본래 國民經濟的으로 資本制社會 生産의 모순에서 초래되는 것이기 때문이다. 여기에 資本制大工業의 展開로 말미암아 종래 존재하였던 手工業이나 家內工業의 小生産者가 競爭淘汰되어온 데에서 大工業에 대한 小工業의 問題가 발단된 것이다.

그러나 현재의 中小企業은 이러한 도태되어 가는 手工業, 家內工業만의 단순한 問題가 아니라 工場制工業의 형태까지 지니면서 그 本質에 있어서 問題性을 내포하며 獨寡占을 頂點으로 하는 資本과 生産의 集中渦中에 있는 雜產業群인 것이다.

中小規模工業의 存立條件에는 經營內的 條件, 需要 및 供給의 條件, 歷史的 條件 등이 있거니와 이러한 條件下에서는 大工業은 그 部門産業으로서는 오히려 成立하지 못하는 것이나 이러한 中小企業의 存立條件이라는 것은 經營의 不安定이나 個人性, 技術組織의 低位, 金融力의 不足, 勞動組織의 親權主義的 傾向 등을 포함하며 이러한 것들은 어느 것이나 大工業에 비하여 中小工業이 의거하여 立脚하는 기반이 본래 모순에 차있다는 것을 말하는 것이다.

近代國民經濟의 構造變動은 産業革命 以來 資本制 經濟의 形成과 高度化에 의한 변동을 의미하거니와 이 大規模化 原則의 展開로 말미암아 生産力의 構造의 高度化로 한편에 大工業이 成立한데 대하여 다른 편에 종래의 小生産者가 몰락하게 됨으로써 中小工業問題가 야기된 것이다.

그런데 資本制社會에서는 生産된 것은 購買되어야만 하므로 資本制의 適度規模를 위하여 企業은 生産的 競爭力 外에 流通的 競爭力도 아울러 갖추어져 있어야 한다. 小規模生産者가 이러한 商業的, 市場的, 競爭力에 低劣하다는 것은 부득이한 것이다. 이러한 不利한 點은 大規模利益의 追求가 資本의 蓄積에서 集中으로 그리고 더 나아가서 獨占化하는데 이르러 더욱 強化된다. 오늘날의 大規模化原則은 이러한 獨占資本形態에까지 高度化되어 있으므로 여기에 도달하지 못한 中小規模의 生産者는 거의 資本制 企業의 外形을 지닌다 하여도 獨占競爭社會에 있어서의 適正規模條件을 상실하고 中小企業의 地位에 놓이게 되는 것이다.

그런데 後進諸國에 있어서는 國際的으로 産業資本의 形成蓄積이 뒤떨어져 있어서 舊來의 小生産形態가 殘存하고 더우기 先進國 工業化의 경우와 상이하여 機械나 動力機 등의 生産設備가 小規模 小資本으로도 入手하기가 용이하게 되었으므로 말미암아 대개 工場工業의 外形을 가지고 殘存의 여지가 擴大되는 것이다. 그러나 이러한 後進諸國들은 先進國과의 競爭에 있어서 駭리는 産業資本形成力으로 工業化를 서둘러 필요상 資本制裝備가 가능한 産業部門은 일부 基礎産業만에 한정되어서 借款 및 國家財政投融資로 급속하게 獨占資本化하는데 대하여 대부분의 産業部門은 中小工業의 條件下에 殘存하게 되는 것이다. 이러한 大企業과 中小企業과의 關係는 경우에 따라서는 國民經濟 構造的으로 相互制約依存關係에 立脚할 뿐만 아니라 工業化, 高度化를 不足한 産業資本力으로 遂行하기 위하여서는 이 資本力의 不足을 補完하기 위

한 大工業에의 隸屬形態로서 系列化된 下請工業과 같은 새로운 中小企業이 이루어지기도 한다.

以上에서 말한 바 諸條件에 의하여 中小工業은 組織合理性을 缺如하고 直接 또는 間接으로 商業資本, 産業資本에 隸屬하여서 國民經濟社會를 構成하는 單位經營體로서 合理的 展開를 遂行하지 못한 國民經濟構造의 矛盾이 되며 以上 諸條件이 結合하는 경우에는 量的으로도 그 國民經濟의 중요한 비율을 차지하여서 問題로서의 重要性을 더욱 深化시키는 것이다.

2. 韓國의 中小企業問題

經營規模가 작은 中小企業은 大企業에 비하여 일반적으로 競爭에서 뒤떨어지며 따라서 부단히 大企業의 壓力에 의하여 구축되어 가는 것이 資本主義發展의 過程임은 이미 말한 바이다. 그러나 오늘날의 韓國經濟는 先進資本主義諸國에서 경험한 바의 순조로운 産業革命을 경과하지 못한 채 早期的으로 獨占資本이 國內市場을 獨占함으로써 中小企業問題가 야기되고 있다는 점에서 이러한 狀態로 中小企業은 早晚間 衰退한다는 運命에 방치할 수 없는 理由가 있는 것이다. 여기에 우리나라의 中小企業問題는 資本主義經濟의 自然的인 發展過程에서 발생한 競爭에서의 中小企業의 몰락에서 야기된 것이 아니라 國民經濟의 전반에 걸치어 뿌리박고 있는 中小企業群 위에 새로운 獨占企業들 즉 政府의 支援, 外資의 導入 등 外部的 條件에 의하여 移植된 大企業이 君臨함으로써 中小企業의 전반적인 成長基盤을 파괴하고 있다는 데에서 야기된 것이다.

그러므로 獨占的 大企業들이 中小企業을 기반으로 한 自然的 過程에서 성장한 것이 아니기에 大企業은 先進資本主義諸國에서 보는 바와 같이 生産財工業을 主軸으로 성장하지 못하고 中小企業과 직접 競爭關係에 놓인 消費財工業部門에서 獨占을 형성하고 그 자체는 外國 生産財工業의 下請的 性格을 가지게 된다. 따라서 일반적으로 大企業은 生産財工業, 中小工業은 消費財工業이라는 分業關係가 형성되지 못할 뿐만 아니라 大企業에 의한 中小企業의 系列化라는 中小企業의 存立條件마저 침식하고 있는 것이다.

韓國에 있어서의 中小企業의 諸問題는 한국의 中小企業이 지니고 있는 극히 단순한 몇가지 特質로 부터 派生된 것이다. 이러한 특질은 두 가지 側面에서 考察되거니와 하나는 現時點에서 본 中小企業의 特質이며 다른 하나는 이러한 특질이 형성된 過程이다⁽¹⁾.

現時點에서 본 韓國 中小企業의 特質은 기본적으로 두 가지로 요약할 수 있다. 하나는 前近代的인 家內手工業 내지 Manufacture 段階의 生産形態에서 별로 벗어나지 못하고 있다는 점이며 또 하나는 經營形態面에서 그 規模가 극히 영세하다는 점이다.

韓國의 中小企業이 前近代的이며 手工業的 生産形態의 範疇를 크게 脫皮하지 못하고 있다

(1) 中小企業銀行 企劃調査部, 韓國中小企業의 構造와 政策, 1965, p.218.

는 사실은 組織形態와 施設만을 보더라도 명백히 나타나고 있다.

一般的으로 한 나라의 經濟發展水準이 높아짐에 따라 企業의 分布는 점차로 個人企業에서 法人企業의 比重이 높아 가거니와 資本主義經濟의 屬性이라고 할 수 있는 可變資本에 대한 不變資本의 相對的 增大現象은 巨大資本을 前提로 하는 것이며 이것은 株式會社를 중심으로 한 法人組織에 의하여서만 가능하기 때문이다. 그러므로 資本主義의 發展度가 높으면 높을수록 組織形態에서는 法人企業의 比重이 높아짐과 아울러 生産手段의 高度化의 尺度인 一人當 資本裝備率이 높아질 것이고 이것은 다시 經濟發展에 대한 하나의 尺度로 사용할 수 있다.

韓國의 中小企業을 組織形態面에서 보면 이러한 사실은 틀림없이 全體企業中 個人企業의 形態가 86.8%란 압도적 比重을 차지하고 있다. 이것은 先進諸國에 비하여 落後되어 있음은 말할 나위도 없거니와 우리나라의 大企業에 있어서 個人企業이 겨우 23.1%에 지나지 않는다는 點과도 극히 대조적으로 나타나고 있다⁽²⁾.

다음으로 生産手段의 近代化의 尺度가 될 수 있는 一人當 資本裝備率을 보면 가장 높은 水準을 보이고 있는 50~100人規模가 58.1千원에 불과하며 가장 낮은 5~9人規模에 이르러서는 겨우 35.3千원이란 극히 낮은 수준을 보여준다. 韓國中小企業의 一人當 資本裝備率이 어느 정도로 低水準에 놓여있는가는 機械工業에서 가장 기본적인 裝備인 旋盤 一臺에 500千원~45千원, 絹織機 一臺에 100千원~65千원, 壓縮機, 印刷機에 이르러서는 700千원을 超過함으로써 이러한 경우 從業員 10名에 機械 一臺의 比率이 되는 것이다⁽³⁾. 이것으로 보아서 韓國의 中小企業은 아직도 家內手工業의 범주를 크게 벗어나지 못하고 있음을 알 수 있다.

韓國 中小企業의 또 하나의 특징인 企業規模의 零細性은 產業銀行의 標本調査에 의하면 1966년에 있어서의 規模別 企業體數는 小規模(5~29人) 84.6%, 中規模(30~99人) 11.2%로서 中小企業이 95.8%이고 大企業(100~)은 4.2%에 불과하다. 한편 生産額이 차지하는 比重은 中小企業이 1960년에는 57.4%, 1963년에는 51.9%, 1966년에는 41.3%로 줄어들고 大企業은 42.6%, 48.2%, 58.7%로 늘어나고 있다. 이것은 우리나라의 工業도 점차로 規模가 커지고 集中化 되어가고 있음을 보여준다.

앞서 말한 바 韓國 中小企業은 그 存立形態에 있어서 여전히 前近代의 後進性을 脫皮하지 못하고 있거니와 그 原因을 韓國의 人口壓力에서 파악하려고도 하며 혹은 技術水準의 低位에서 규명하려고도 한다. 그러나 韓國 中小企業의 特質을 規制하게 된 本質的 原因은 韓國經濟가 發展하여 온 歷史的 過程 즉 跛行的이며 非自立的인 性格에 있는 것이다.

첫째로 韓國은 英國에서 이미 16세기에 볼 수 있었던 自營農民과 같이 近代化를 담당할 民族資本의 형성도 없었으며 進步的 意識을 가지고 있었던 階層도 성립되어 있지 않았다.

(2) 中小企業銀行 調査月報 14號.

(3) 中小企業銀行 鑑定課, 動産時價調査表.

規 模 別 構 成 比 趨 勢

(單位 : %)

			1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966
事業體類	小	規模	889	879	899	880	878	865	846
	中	規模	87	92	80	92	95	95	112
	大	規模	24	29	21	28	27	39	42
從業員數	小	規模	452	458	406	378	379	290	265
	中	規模	224	214	228	208	239	220	226
	大	規模	324	328	366	414	382	490	513
生産額	小	規模	369	351	299	303	279	250	228
	中	規模	205	184	216	216	188	182	185
	大	規模	426	465	485	482	533	563	587
附加價值	小	規模	361	366	320	285	286	237	228
	中	規模	205	217	201	206	169	177	186
	大	規模	434	464	479	509	545	587	503
出荷額	小	規模	371	351	292	304	285	254	228
	中	規模	205	184	217	216	189	180	186
	大	規模	424	465	491	480	526	566	586

資料 : 産業銀行 鑛工業標本調査報告書 1966

注 : 小規模(5~29人) 中規模(30~99人) 大規模(100人~)

둘째로 韓國의 近代化는 日帝의 植民地의 資本力에 의하여 이루어짐으로써 近代化의 시초부터 외곡되고 非正常的인 過程을 더듬지 않을 수 없었다⁽⁴⁾.

셋째로 日帝의 植民地의 資本力에 의하여 이루어진 약간의 工業施設도 8.15解放과 더불어 國土分斷으로 또다시 跛行化가 이루어졌다.

넷째로 6.25動亂으로 인하여 産業施設이 완전히 파괴되었다.

다섯째로 6.25動亂以後의 産業施設復舊 및 産業化過程도 外援 및 借款과 結付됨으로써 또 한번 非自立的으로 이루어지지 않을 수 없게 되었다는 事實들이다.

3. 韓國의 中小企業과 流通構造

企業의 流通體系는 市場活動體系로서 市場活動은 購買와 販賣라는 서로 상반된 方向을 가진 活動體系를 내포하며 生産活動을 매개로 하나의 有機的 循環體系를 이룬다.

歴史的으로 古典學派의 販路法則이 成立하던 資本主義初期의 無限한 販賣者市場이 生産力이 비약적 발전을 거치어 制限된 購買者市場으로 轉換됨에 따라서 生産問題보다도 販賣問題가 關鍵이 되고 더욱 流通機能은 實物資本과 貨幣資本의 단순한 交換이 아닌 去來條件規制機能을 가지며 流通革命을 야기시키기에 이르렀다.

供給彈力性이 缺如된 後進國經濟도 援助經濟에 의한 加工産業의 亂立, 原料産業의 未發達과 輸入原料調達의 隘路 등으로 말미암아 購買와 販賣 兩面에서 流通問題가 提起될 素地를 가지며 大企業과의 競爭渦中에 놓여 있는 中小企業에 있어서는 말할 나위도 없는 것이다.

(4) 李滿基, 韓國經濟論, 日新社, 1972, pp.66~67.

韓國에 있어서도 中小企業의 存立에 必要한 基盤은 市場規模의 狹少라고 하겠거니와 일반적으로 資本과 市場 등의 制約이 없다면 大規模生産이 有利한 것이다. 그것은 A. Marshall 이 말한 바와 같이 大規模生産은 勞動 및 資本의 生産性を 다같이 높일 수 있고 製品의 適格性, 劃一性を 도모할 수 있다. 그러나 이러한 大規模生産의 利益에 따른 平均生産費의 切下는 生産技術, 原料購入, 製品販賣, 財政金融 등에 의하여 광범하게 制約을 받는다고 하였는바 이것은 곧 資本과 技術과 市場規模에 의한 制約을 의미하는 것이다. E.A.G. Robinson도 生産規模擴大의 限界를 인정하고 一定限界를 지나면 生産面에서의 절약이 内部統制 또는 對外市場開拓을 위한 費用增加로 상쇄될 뿐만 아니라 오히려 生産費가 噌증한다는 U字型 平均企業曲線에 근거를 둔 最適經營規模論을 주장하였다. 여기에서 最適規模의 限界를 결정하는 諸要因이 低水準에 있을 수록 企業規模는 작아질 수 밖에 없으며 技術, 資本, 市場의 모든 면에서 先進國에 뒤떨어지는 後進國의 企業規模는 상대적으로 小規模를 면하기 어려운 것이다⁽⁵⁾.

특히 業種別로 볼 때에 中小企業의 存立이 불가피하게 요청되는 分野가 많으며 이것은 비교적 장기간에 있어서 필요한 것이다. E. Schumalenbach, F. Lehmann, J. Robinson 등⁽⁶⁾은 企業의 最適規模에 대하여 市場을 고려하지 않고 生産條件만 고려한 絶對的 最適規模와 市場規模를 고려한 相對的 最適規模를 구별하였다. 일반적으로 絶對的 最適規模는 一定한 技術條件下에서의 平均費用의 最少를 규정하는 것으로서 大量生産의 利益이 적용되어 大規模가 되기 쉬우나 相對的 最適規模는 小規模가 요청되는 경우가 많다. 여기에 J.C. Ingram은 後進國에 있어서는 國內의 市場規模가 狹少하기 때문에 輸入代替工業을 발전시킬 수 없다고指摘하였거니와 絶對的 最適規模가 大規模를 요청하는데 대하여 相對的 最適規模는 小規模라야 한다면 그 企業은 存立하기 어렵고 따라서 後者の 制約條件을 해결할 때까지는 이것은 海外에서 수입할 수 밖에 없는 것이다. 그리고 兩者가 다같이 小規模일 때는 中小企業이 存立되며 大規模일 때에만 다른 制約條件이 없다면 大企業이 유리하므로 大規模化가 가능한 것이다⁽⁷⁾.

그런데 中小企業에 있어서 購買와 販賣 兩面에서 성립되는 流通構造는 流通經路, 流通規模 그리고 去來條件의 三者를 流通條件으로 하며 流通構造의 問題意識은 이와 같은 流通條件을 適正, 圓滑하게 유지하고자 하는데 있다.

즉 企業에 있어서는 生産要素 특히 原料, 施設의 購買와 生産給付 즉 製品의 販賣를 가장 유리한 流通經路, 流通規模, 去來條件 그리고 가장 유리한 時期와 場所에서 행하고자 하는 것

(5) 李萬基, 韓國經濟論, 日新社, 1972. p. 178.

(6) F. Lehmann, Rechtsformen und Wirtschaftstypen der privaten Unternehmung, Berl. 1925.

E. Schmalenbach, Der Kontenrahmen, 4 neubear, Aufl. Leipzig, 1935.

J. Robinson, The Rate of Interest and Other Essays, 1952, idem.

(7) 李滿基, 中小企業의 經營合理化方向, 企業經營, 1956 12月號. p. 102.

이며 國民經濟的 次元에 있어서는 內生部門과 外生部門에 걸친 物資需給秩序一般을 經濟安定, 競爭秩序의 유지라는 巨視的 合理化基準에 접근시키고자 하는 것이다.

原則적으로 資本主義經濟의 秩序는 市場價格機構를 中心으로 성립되며 그것은 企業의 外部條件을 의미하거나와 오늘날에 있어서는 이미 市場秩序에 영향을 줄 수 있는 市場諸勢力의 출현으로 古典的인 市場均衡과 競爭秩序는 붕괴되었으며 이러한 狀況에서는 中小企業의 外部條件은 상대적으로 不利하여질 수 밖에 없는 것이다. 여기에 中小企業問題를 資本主義 經濟展開의 產物로 보고자 하는 것이나 生産者組合의 하나로서 中小企業 組織化가 當爲性을 갖는 것도 그러한 理解를 전제로 한다고 보아야 할 것이다⁽⁸⁾.

요컨대 中小企業의 流通問題 내지 流通構造 整備問題의 本質은 中小企業이 規制받는 外部條件의 不利를 中小企業 組織力과 國家政策에 의하여 지양하고자 하는데 있으며 그것은 發展的 革新導入을 肯定하는 限 타당한 政策理念으로 받아 들여진다는 것이다.

다만 여기에서 考察하고자 하는 範圍의 中小企業 流通問題에 있어서는 販賣問題와 더불어 購買面의 問題性이 크게 제기되어야 한다는 것과 流通條件의 質的側面 즉 去來條件(價格)보다 量的 側面 즉 需給機構(購買 및 販賣市場規模)가 더욱 問題視되어야 한다는데 그 特殊性이 있는 것으로 그것은 中小企業의 生産性 向上, 地位 向上이라는 限界의 問題에 앞서서 中小企業의 存立 그 자체를 뒷받침하는 근본적인 問題로 의식되어야 하겠다.

Ⅲ. 韓國의 流通構造

1. 流通構造와 流通近代化

流通構造는 生産된 商品이나 서비스가 生産者로부터 中間商(middlemen)에 의하여 형성되는 流通經路를 거치어 最終消費者 또는 使用者에게로 流通되어 가는 모든 過程에 포함되는 流通機關으로 구성된 것이다.

이것을 社會經濟的 立場에서 본다면 有形 無形의 商品을 社會的으로 원활하게 流通시키기 위하여 流通에 필요한 기능을 수행하고 있는 一種의 流通 파이프라인과 같은 流通經路에서 각종 流通機能 擔當者 들로써 구성된 社會經濟的 機構라고 할 수 있다.

다시 이것을 마켓팅 活動을 수행하는 企業의 立場에서 볼때 일정한 經濟 시스템 속에서 企業이 현실적으로 이용할 수 있는 販賣經路를 구성하여 주는 것이다. 그러므로 이는 곧 販賣者 즉 製造業者, 都賣業者 또는 小賣業者가 商品을 最終消費者에게로 실제적으로 流通될 수

(8) 中小企業銀行 企劃調査部, 韓國中小企業의 構造와 政策, 1965. p. 292.

있게 함과 동시에 이러한 流通이 이루어 지도록 하여 주는 去來가 행하여지는 代替可能한 通路(alternative route)를 의미하는 것이다⁽⁹⁾.

流通構造와 관련되는 諸要素 즉 製造業者, 都賣商, 小賣商 및 消費者 내지 使用者와 이들 사이의 관계는 각각 製造段階, 都賣段階, 小賣段階 및 消費段階로 구성되어 있으며 各段階는 그 機能을 담당하는 企業의 數와 立地를 가지고 있다. 여기에 製造段階와 都賣段階사이를 연결하고 있는 것은 어떤 특정한 製造業者는 약간의 都賣商에게만 또한 이와 마찬가지로 특정한 都賣商은 약간의 小賣商에게만 販賣할 수 있는 流通經路이며 또한 都賣商은 여러 製造業者로부터 製品을 구매함으로써 蒐集機能을 수행하는 동시에 이를 類別하고 具色을 갖추어 小賣商에 販賣함으로써 分散機能도 수행하거나와 이러한 機能은 小賣段階에서도 동일하게 수행된다.

그러므로 流通構造는 본질적으로 商品이 生産者로부터 最終消費者에게 流通되어가는 과정에서 買賣 내지 仲介 또는 기타 助成機能 등을 수행함으로써 巨視적으로 流通이 이루어 지도록 하는 모든 流通機關(marketing functionary)으로 구성되며 또한 이들 각 기관은 크게 나누어 都賣構造와 小賣構造로 불리워지는 각 段階에 介在하여서 서로 일정한 관련을 가지고 生産者와 消費者 사이에서 商品이 流通되도록 하여주는 經路(marketing channel)를 형성하거나와 이러한 流通構造는 다음과 같은 屬性을 지니고 있다⁽¹⁰⁾.

- ① 相異한 各段階에 立地하고 있는 각 經濟單位 즉 流通機關 사이에는 商品의 유통이 이루어지며
- ② 일정한 단계에 立地하고 있는 각 經營單位 사이에서는 競爭이 이루어지고 있으며
- ③ 각단계에 立地하고 있는 각 經營單位 사이에서는 去來가 이루어지고 있다.

이와 같은 流通構造는 需要의 水平的 내지 空間的 側面에서 본 特性이 어떠한 것인가에 따라서 特定市場에 있어서의 類型이 저마다 달라질 수 있는데 예를 들면 需要가 희소한 地域의 流通構造는 中間商을 통한 間접적 유통구조가 되기 쉬우며 이러한 需要의 水平的 側面에서의 변화는 유통구조의 변혁을 초래하게 된다⁽¹¹⁾.

그러므로 流通構造의 現況과 이의 變革을 올바르게 파악하지 않는다면 合理的인 流通經路의 선정과 이를 통한 成功的인 市場開拓은 불가능할 것이다⁽¹²⁾.

그런데 流通構造는 經濟의 成長發展에 따라서 또한 人口의 增加, 技術의 向上 그리고 이밖에도 流通法規나 消費者 嗜好의 變化 등으로 인하여 여러모로 構造的 變革을 서서히 일으키거나와 이것은 곧 生産構造와 消費構造의 變革의 程度에 따라서 그 영향으로 말미암은 變革인

(9) J.A. Howard, Marketing Management, Analysis and Planning, re. V. ed., 1973. pp.6~7.

(10) Cf. ibid., pp.209~211.

(11) ibid., p. 111.

(12) 金元鍊, 마케팅管理論, 法文社, 1973. p. 129.

것이다.

그러나 일반적으로 보아서 流通部門은 生産部門에 비하여 資本의 集中度가 낮은 반면, 勞動力 依存도가 높기에 技術革新의 성과를 통한 機械化나 能率的 管理方法 등의 導入이 쉽게 이루어지기 어려움으로 인하여 低生産성이 溫存됨으로써 항상 生産革命 및 消費革命의 진행에 수반하는 合理的 流通體制로 조속히 전환되지 못하는 것이다. 그리하여 先進國의 경우에도 流通部門은 經濟의 暗黑大陸(economy's dark continent)⁽¹³⁾이라고 지칭되어 流通構造의 非能率性 내지 低生産성이 지적되고 있으며 이로 말미암아 國民經濟上 여러가지의 問題가 야기되어서 流通의 合理化 내지 近代化가 운의되는 동시에 더 나아가서 流通部門의 급격한 변혁이 이루어져야만 한다는 견지에서 流通革命(marketing revolution)이 필연적으로 전개되어야 한다는 것이다.

이와같은 流通革命은 단지 앞서 말한 바 流通構造上的 非合理性 때문에만 요청되는 것은 아니며 오히려 이러한 것으로 말미암은 國民經濟上的 다음과 같은 問題가 야기되는 까닭으로 促求되기도 하는 것이다.

첫째로 生活水準과 밀접한 관련을 가지는 消費者物價上 차지하는 流通費 및 販賣利幅(margin)의 비중이 流通構造의 非合理性으로 인하여 높아짐으로써 부단히 등귀하게 되어서 物價政策 내지 消費者保護의 立場에서 流通의 革新 내지 合理化가 요청되지 않을 수 없다.

둘째로 經濟의 高度成長으로 인하여 求職者數를 下廻하게 되어 勞動力 不足現象이 생기게 되고 이에 따라서 賃金의 上昇이 原價에 압박을 가하게 되면 潛在失業者의 貯水池와 같이 剩餘勞働人口가 介在하고 있는 流通構造의 合理化가 불필요한 人力을 배제하고 原價節減을 위하여 또한 요청되지 않을 수 없는 것이다⁽¹⁴⁾.

이와 같이 流通過程에 있어서의 前近代性 내지 非合理性을 의식적으로 또한 政策的으로 배제하여서 近代的 내지 能率的인 流通 시스템이 확립되어 가는 過程 아니 革新的인 轉換期야말로 流通革命의 段階라고 하겠다.

2. 韓國의 流通構造

韓國에 있어서는 人口의 過多, 資本의 不足, 技術水準의 低位로 基因되는 生産力의 不足으로 말미암아 國民總生産이 國民總需要에 비하여 항상 부족한 현상을 나타내고 있다. 이와 같이 財貨의 生産과 供給이 근본적으로 부족한 까닭으로 인하여 우선 商品市場에 있어서 근본적 不均衡과 超過需要로 인한 構造的 인플레이現象에 허덕이고 있으며 더우기 資本財 및 一般財의 生産不足으로 인하여 對外貿易에 있어서도 輸出入 및 國際資本移動에 있어서도 長期的

(13) cf. P.F. Drucker, The Economy's Dark Continent, Fortune, April, 1962, p. 103.

(14) 金元鈔, 마케팅管理論, 法文社, 1973, pp. 145~146.

不均衡 그리고 이것으로 말미암은 對外依存的 經濟構造를 면치 못하고 있다.

원래 古典派에 의한 均衡理論은 모든 市場構造에 있어서 需要와 供給의 쌍방이 그 媒介體인 價格機構에 의하여 충분히 調節될 수 있는 경우 즉 需要와 供給의 價格 彈力性이 충분한 경우에 성립되는 것이나 오늘날의 經濟現實에 있어서는 先進國은 過剩生産構造로 인하여 需要가 價格에 대하여 일방적으로 非彈力的인 경향을 이룸으로써 價格機構에 의한 需要供給의 自動的 調節이 불가능하게 된 것이다.

韓國에 있어서도 過少生産構造와 低所得, 低購買力으로 인하여 需要와 供給의 兩面이 모두 價格機構에 대하여 非彈力的인 것이다. 이와같은 市場의 不均衡은 그것이 媒介體에 대한 불만에 기인되는 것이 아니기에 韓國은 그 經濟構造를 근본적으로 改善하지 않고서는 均衡을 유지할 수 없는 構造的 不均衡狀態에 있다고 하겠다.

韓國은 兩次に 걸친 強力한 開發計劃으로 그동안(1962~70) 國民經濟는 供給面에서 괄목할 만한 物量擴大를 달성한 동시에 需要面에서 所得水準의 向上과 消費構造의 變化를 수반하여 왔으나 生産과 消費를 連結하는 流通部門 또한 落後되어 國民經濟의 均衡있는 成長을 저해하고 있다.

그런데 우리나라의 流通産業은 國民經濟에 있어서 막중한 比重을 차지하고 있다. 都小賣業을 위시하여 運輸, 保管, 包裝등 流通産業이 GNP에 있어서 차지하는 비율은 22.3% (69년 기준)에 달하고 있으며 雇傭面에서는 總就業者數의 15.6%를 차지하고 있다.

그러나 그간의 經濟政策은 慢性的인 超過需要를 극복하기 위하여 生産一邊倒의 政策基調를 지속하여 왔으므로 流通部門은 政策에서 疎外된채 [歪曲과 異常肥大를 거듭하여 最近에 이르러는 流通隘路가 生産經濟의 否定的 要因으로 시급한 先決問題가 아닐 수 없게 되었다. 복잡 협소한 流通經路, 僞裝失業과 生業的인 처지를 벗어나지 못하고 있는 流通機關의 零細性, 不合理한 去來條件과 商慣習, 物的 流通施設과 造成機能(金融, 法規 등)의 不備, 그리고 流通構造의 不合理와 이에 따르는 物價上昇 등을 포함하는 絶실한 流通問題를 이 나라에 던지고 있는 것이다.

이제 韓國經濟에 있어서 流通部門의 比重과 그 落後性を 살펴보면 이에 속하는 産業은 都賣業, 小賣業, 運輸業, 保管業 및 通信業 등으로서 이들 産業이 韓國經濟에서 차지하는 比重은 流通經路部門이 國民總生産에서 차지하는 比重이 1953년의 13.6%에서 10년 뒤인 1963년에는 19.7%로 증가하여 6.1%의 成長을 보여 주다가 1970년에 와서는 23.5%까지 增加하여 1953년에 비하면 거의 10%의 成長率을 보여주고 있다. 이를 業種別로 보면 運輸, 保管業, 通信業, 都小賣業 등이 모두 계속 成長하여 오고 있으나 특히 都小賣業의 增加가 현저하다. 그리하여 流通部門은 1970년 현재 第2次 産業部門 27.7%, 第1次 産業部門 24.6%에 거의 비슷한 水準까지 올라왔으나 이를 製造業의 成長速度에 비하면 1953~65년까지만 하여도 그 比重

이 製造業의 그것을 증가하고 있음에도 불구하고 1970년에 와서는 오히려 製造業에 비하여 4.2%나 뒤지고 있어 相對的인 落後性을 면치 못하고 있다.

國民總生産에 대한 流通部門의 比重(國民總生産에 대한 構成比)
(1965년도 不變市場價格)

區 分	1 9 5 3	1 9 5 7	1 9 6 1	1 9 6 5	1 9 7 0
流 通 部 門	%	%	%	%	%
運輸·保管業	1.4	2.2	2.5	3.4	4.6
通 信 業	0.1	0.2	0.4	0.6	0.8
都·小 賣 業	12.1	14.4	15.2	14.8	18.1
小 計	13.1	16.8	17.1	18.8	23.5
第一次産業部門	48.2	44.1	43.8	38.7	26.4
第二次産業部門	8.8	13.2	14.9	19.5	27.7

資料：韓銀刊 經濟統計年報, 1971, pp 14~15.

註：1970년의 構成比는 暫定值임.

다음으로 流通部門의 比較生産性을 보면 農林業에 대한 流通部門의 比較生産性은 2.37(1963~68)로서 매우 높지만 製造業에 대하여서는 0.78로서 流通部門의 低生産性을 端的으로 드러내고 있다. 그리고 流通部門의 生産性은 農林業部門에 비하여서는 1966년 이후 높아지고 있지만 製造業에 비하여서는 1963년 이래 상대적으로 落後되고 있음을 알 수 있다. 또한 流通部門의 内部에 있어서도 運輸, 保管, 通信業의 相對的 所得 1.98에 비하여 商去來 流通部門의 그것은 1.39로서 同部門의 低生産性은 더욱 극심한 바 있다.

流通部門의 相對的所得 및 比較生産性推移

區 分 年 度	相 對 所 得					比 較 生 産 性		
	農 林 業 A	製 造 業 M	流 通 部 門 D	運 輸 保 管 通 信 業 P	都 小 賣 業 C	D/A	D/M	C/P
1963	0.62	2.04	1.73	2.27	1.65	2.79	0.85	0.73
1964	0.67	1.93	1.46	1.80	1.39	2.18	0.75	0.77
1965	0.66	1.88	1.35	1.67	1.29	2.95	0.72	0.77
1966	0.65	1.83	1.45	1.95	1.35	2.23	0.79	0.69
1967	0.59	1.76	1.47	2.19	1.35	2.49	0.83	0.62
1968	0.54	1.82	1.41	2.04	1.29	2.61	0.77	0.63
平 均	0.62	1.88	1.47	1.98	1.39	2.37	0.78	0.70

資料：韓國經濟研究센터刊, 消費構造의 變化와 流通經濟, p. 57.

한편 就業構造別로 본 流通部門의 比重을 農林業, 製造業 등 主要産業과 비교하여 보면 1963년에 11.3%였던 것이 1970년 9월말에는 14.8%로 늘어나서 農林業의 60%(1963), 53.2%(1970년 9월말 현재)에는 훨씬 미달되지만 製造業의 7.5%(1963), 11.9%(1970년 9월말 현재)보다는 훨씬 上廻하는 높은 構成比를 보여주고 있다.

다음으로 流通活動의 前近代性 내지 非合理性을 들수 있다. 우리나라의 流通部門은 대체로 流通經路가 길고 迂廻性이 높아서 生産者 利益의 減少, 中間商人 利幅의 擴大, 消費者 負擔의 過重이라는 矛盾을 드러내고 있다. 또한 각 流通機構의 規模가 零細하여 企業으로서의 採算性 내지 企業性이 희박한 동시에 都小賣業兼營이 많기에 機能上의 未分化, 前近代的인 家計經營式 經營方法 및 物的 流通施設의 未備 등 허다한 問題點을 안고 있다. 이 밖에도 流通마 아진에 관련된 問題點으로서 마아진率이 전반적으로 높을 뿐만 아니라 品目別, 期間別, 場所別로 극히 不安定한 상태를 보여주어서 消費者 負擔을 加重시켜 주고⁽¹⁵⁾ 있거니와 이와 같은 事情은 生産 및 消費構造 등 諸環境要因의 變化에 伸縮性있게 適應하지 못하고 있어서 이로 말미암은 流通部門에서의 隘路現象을 더욱 露呈시키고 있다.

3. 韓國의 流通秩序와 中小企業

國民經濟에 있어서의 流通秩序를 獨占的 大企業, 中小企業 그리고 農業의 相互關聯에서 中小企業의 一般的 流通條件을 살펴보면 첫째 中小企業은 農業과 더불어 獨占的 大企業과의 不平等交換 즉 去來條件 Schere라는 質的 流通條件의 不利를 規制받을 可能性이 크며 둘째, 中小企業은 農業과 달리 그 事業分野에서 獨占的 大企業이 競爭的, 代表的, 支配的으로 君臨하는 경우 즉 補完產業體制로 결속되지 못하는 경우 그 市場的 存立의 위협이란 量的 流通條件의 支配를 規制받을 가능성도 큼으로써 二重的 制約을 감수하는 市場的 位置에 놓여 있다는 것이다.

이와 같이 獨占的 大企業이 中小企業의 購買와 販賣體系를 量的, 質的 側面에서 壓迫, 排除한다는 것 이외에도 貿易資本 其他 商業資本의 投機活動, 農業部門의 購買와 販賣體系의 全面的 協同組織化 그리고 公企業政策 등이 中小企業 流通體系에 대하여 또한 막대한 영향을 미치고 있다.

여기에 中小企業의 外部 需給系列로서 中小企業에 영향을 미치는 이들 각 要因들에 대하여 고찰한다면 첫째로 獨占의 存在에 대한 評價 認識方法에는 古典學派 이래의 否定的 立場과 이를 修正하는 肯定的 立場이 對立한다.

그런데 우리나라에 있어서 보면 獨占的 大企業의 歷史的 生成過程으로부터 胚胎된 特유의 生理에서 否定的 側面만이 크게 露呈되고 있음을 보게 된다.

歷史的으로 우리나라의 獨占的 大企業은 競爭과 革新을 통한 產業資本主義的 資本蓄積過程이나 적정한 投資統制에 의하지 않은 채 6.25動亂후의 經濟安定이란 至上課題를 수행키 위한 美國 經濟援助를 바탕으로 하여 金融, 稅制, 外換, 外資 등 諸般特惠와 對外依存의 先取特權 속에 溫存함으로써 消費性 輸入原料 加工產業으로 급속히 自己完了的 生産體制로 건설되어서

(15) 金東基, 現代流通機構論, 博英社, 1974, pp. 38~41.

既存産業分野와 生産, 流通面의 効率의 補完實務를 맺지 못함은 말할 나위도 없거니와 狹富的 企業家精神으로 生産性 革新이란 근본적 出口를 마련하지 못하면서 質的, 量的 流通條件의 強化를 主된 經營戰略으로 삼게 됨으로써 國民經濟的 流通秩序에 많은 피해를 초래하였던 것이다.

그러므로 質的 流通條件에서 볼때 獨占商品의 價格은 sellers market 操作을 中心으로 原始的 資本蓄積을 뒷받침하였으며 이에 動員된 政策系列은 各業形成, 價格協定, 操業短縮, 販賣系列化, 暗去來操作 등으로 政府의 直接的 價格統制手段인 告示價格制度가 無用의 長物로 되었던 것이다.

그러므로 自간의 安定政策이 中小企業과 農業의 寸寸的 役割에 크게 지탱되어 왔음은 부인하기 어려운 동시에 그와 같은 獨占的 大企業의 인플레이的 資本蓄積分이 基幹産業 建設에 동원되지 못한 것도 또한 사실이다.

다음 量的 流通條件에서 볼때 獨占商品의 市場政策이 發展的 市場創造에 있었다기 보다는 既存市場의 침식에 의하여 第1次的 對商品 需要보다는 第2次的 對企業 需要에, 消費者 保護的 市場政策보다는 消費者 犧牲的 市場政策에 치중되고 이에 동원된 政策系列은 一貫生産化, 兼營, 多角經營, 不動産投資, 原料獨占, 人的 機構的 販賣促進強化로서 既存中小企業의 購販體系를 직접적으로 위협하고 中小企業에 輸出 아니면 到産이란 出口를 擇一하도록 압박하기에 이르렀다.

둘째로는 우리 나라에 있어서 流通秩序에 영향을 미치는 流通資本의 投機資本的 生理¹⁶⁾를 指摘하거나와 先進經濟에 있어서는 經濟活動의 主舞臺가 生産活動, 技術革新, 競爭에 있다고 한다면 後進經濟에 유착된 근본적 病理는 經濟活動의 主舞臺가 所得再分配 즉 原始的 資本蓄積을 目的으로 하는 投機的 商業活動에 있다는 事實이며 流通資本과 生産企業 資本까지 大勢的으로 投機的 保藏性向에 흘러 惡性인플레이의 收束은 지난한 과제로 되고 있다. 이러한 投機活動은 不動産投機에서 證券投機로 또는 在庫投機로 多樣하게 전개됨에 있어 최근에 특히 問題가 되는 것은 外援政策變動 내지 外換保有高 減小에서 야기되는 輸入原料나 이것을 加工한 第2次的 國産原料의 需給經路에서 초래되는 投機問題와 中小企業과의 關聯이라고 하겠다.

셋째로 中小企業製品의 國內最大의 民間消費市場이며 農機具, 農藥 등의 中間需要部門인 農家, 農業部門의 購販體系 組織化가 中小企業協同組合과의 團體契約制度로 發展되어야 한다는 問題이며 團體契約의 경우 中小企業製品의 適正利潤 기타 流通條件을 農協側이 公正하게 다루어야 한다는 것이 現段階의 또 하나의 큰 問題이다.

넷째로는 政府 部門과의 團體契約問題는 여기에서는 考察하지 않겠으나 公企業의 設立에 있

(16) 中小企業銀行 企劃調查部, 韓國 中小企業의 構造와 政策, 1965. pp. 297~299.

어서는 既存 中小企業과의 迂回的 生産補完關係가 고려되어야 할 것이며 公企業의 民營化政策은 단순히 經營合理化, 財源調達이란 問題에 앞서 公共性的 限界가 보장되어야 하며 公共料金, 燃料動力 내지 輸送料金政策에 있어서도 原價主義 思考方式에서 전진하여 中小企業 全體의 부담을 政策的으로 고려하는 方向으로 나아가야 할 것이다.

끝으로는 中小企業의 自己責任原則에 입각하여 中小企業 流通體系整備를 위한 中小企業協同 組織化와 中小企業 事業調整制度에 대하여 言及하면 특히 實需要者(契約)制의 補完, 實施로 中小企業 共同事業의 危機를 타개하는 한편 그 責任있는 遂行으로 所期の 效果를 거두도록 하여야 할 것이며 單一流動換率制度下에서 輸出産業 育成으로 政策當局이나 業界가 必死的 努力을 경주하여야 하겠다.

또한 中小企業 共同購販體系 특히 販賣市場體系의 整備, 強化를 위하여는 大企業의 中小企業 事業分野로의 進出도 적정하게 규제되어야 함과 동시에 中小企業 相互間의 過當競爭도 지양되어야 하는바 中小企業 事業調整制度 내지 調整組合 機能은 이러한 의미에서도 큰 意義를 갖고 있으며 이러한 整備와 組織化 및 調整을 통하여 中小企業經營基盤의 安定을 圖謀하여야 하겠다.

Ⅳ. 中小企業製品의 實態調査分析

1. 大邱地域 中小 纖維工業의 流通實態와 問題點

本調査는 1970과 71년 1월~6월 30일까지 1년 6개월간 大邱市와 그 隣近地域에서 綿織工業, 絹織工業(合織物物包含), 메리야스工業(양말, 장갑包含) 및 染色工業을 영위하고 있는 纖維業體中 中小企業 協同組合에 加入되어 있는 業體만을 對象으로 以上業體를 管轄하는 4개의 工業協同組合이 調査를 主管하고 韓國産業開發研究所가 調査를 擔當하여 實施한 것중에서 流通實態에 관한 것을 引用한 것이며 調査對象 및 調査完了業體는 다음 表와 같다.

業種別 調査對象 및 調査完了 事業體數

(單位: 業體)

區 分	業種別		絹 織		綿 織		메 리 야 스		染 色		合 計	
	事業體數	構成比	事業體數	構成比	事業體數	構成比	事業體數	構成比	事業體數	構成比	事業體數	構成比
調査對象 業體數	328	100.0	225	100.0	95	100.0	76	100.0	724	100.0		
廢 業	52	15.9	24	10.7	6	6.3	17	22.4	99	13.7		
休 業	16	4.9	10	4.4	2	2.1	1	1.3	29	4.0		
調査不應 및 住所不明	30	9.1	28	12.4	16	16.8	22	28.9	96	13.3		
調査完了 業體數	230	70.1 (100.0)	163	72.5 (100.0)	71	74.8 (100.0)	36	47.4 (100.0)	500	69.0 (100.0)		

여기에 大邱地方 中小 纖維工業의 原料 및 製品의 流通實態를 分析하기에 앞서 製品의 輸出 및 在庫實態를 보면 지난 70년에 비하여 전반적으로 不振한 現狀을 보여주고 있다. 業種別로 絹織의 경우 輸出比率은 70년의 26%에서 23.3%로 낮아져 出庫實績은 다소 前年보다 好轉된 것 같다. 絹織物의 輸出比重은 다른 業種보다 크게 나타나고 있으며 上半期의 輸出은 季節的인 要因때문에 부진하였다고 하겠으나 보다 큰 要因은 수시로 변동하는 海外의 注文에 응할 수 있는 施設의 未備點이 큰 問題點으로 나타나고 있다.

年度別 需給實績과 製品在庫

(單位 : 1, 000嗎)

年別	業種別	生産量 (A)	販賣量			在庫量 (B)	A/B
			國內	輸出	合計		
1970	絹織	157,845	80,916	35,846	116,762	41,083	26.0
	綿織	59,228	44,163	2,339	46,502	12,726	21.5
	메리야스	10,676	7,900	441	8,341	2,335	21.9
	染色	113,415	76,344	35,479	111,823	1,592	1.4
1971	絹織	75,479	39,124	18,734	57,858	17,621	23.3
	綿織	29,172	18,123	1,302	19,425	9,747	33.4
	메리야스	4,426	2,778	264	3,042	1,384	31.3
	染色	59,845	39,331	19,511	58,842	1,003	1.7

다음 綿織物의 경우 輸出比率은 70년의 5.0%에서 4.4%로 낮아지고 있으며 在庫率에 있어서도 21.5%에서 33.4%로 늘어나고 있어 海外販賣實績이 극히 부진한 상태이다. 絹織의 海外需要는 特定商品에 限定되어 있는 관계로 그렇다고 하더라도 國內販賣마저 沈滯되어 70년의 78.5%에서 66.6%로 떨어져가고 있으며 在庫率도 21.5%에서 33.4%로 높아지고 있어 國內외의 販賣不振에다 滯貨(在庫) 現狀까지 겹치고 있어 다른 業種보다 심각한 문제점을 낳고 있다.

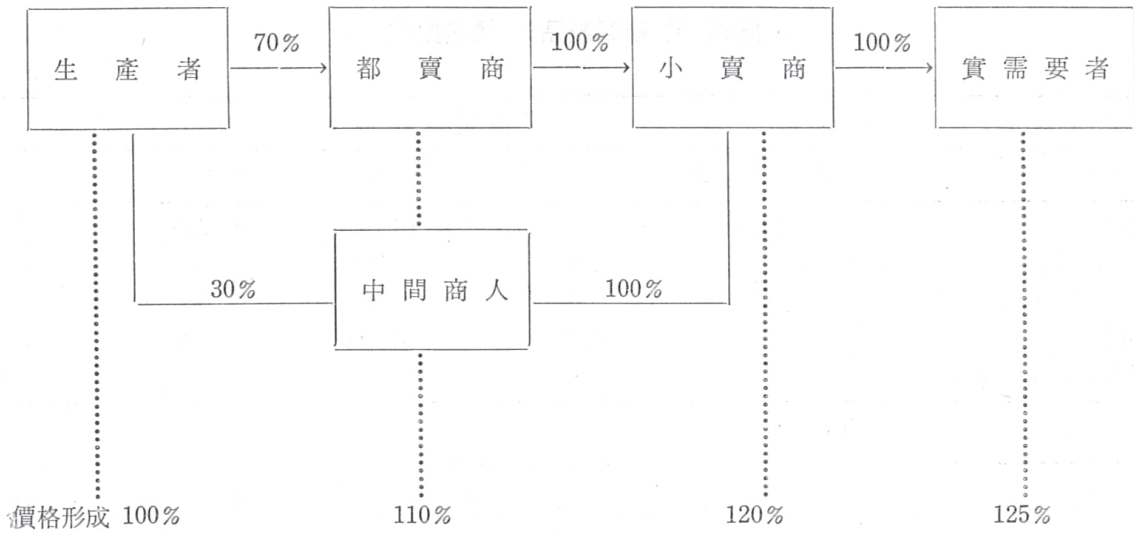
메리야스의 경우 輸出比率은 3.5%에서 4.8%로 늘어나고 있는 반면 在庫率은 21.9%에서 31.3%로 오히려 늘어나는 상태에 있다. 메리야스의 輸出增大는 縫製品의 海外需要가 늘어나고 있기 때문이며 현재로서는 縫裁用 裁縫機의 改替問題만 解決되면 더 늘어날 가망이 있다. 그러나 國內販賣는 다소 부진한 상태이며 메리야스의 小規模 未登錄業體가 날로 늘어나 中小企業의 領域을 침식하고 있는 위에 大企業製品이 또한 市場을 獨占하고 있어 二重으로 압박을 받고 있는 것이 販賣沈滯의 要因으로 나타나고 있다.

한편 染色에 있어서는 70년에 生産量의 98.6%를 收賣하였고 輸出品染色은 15.3%에 在庫率은 1.4%이던 것이 70년에 이르러서 98.3%의 販賣(委任染色)에 이중 輸出品染色이 13.2%, 在庫率은 1.7%로 나타나고 있다. 특히 染色의 경우는 委任染色加工을 대부분 하고있는 관계

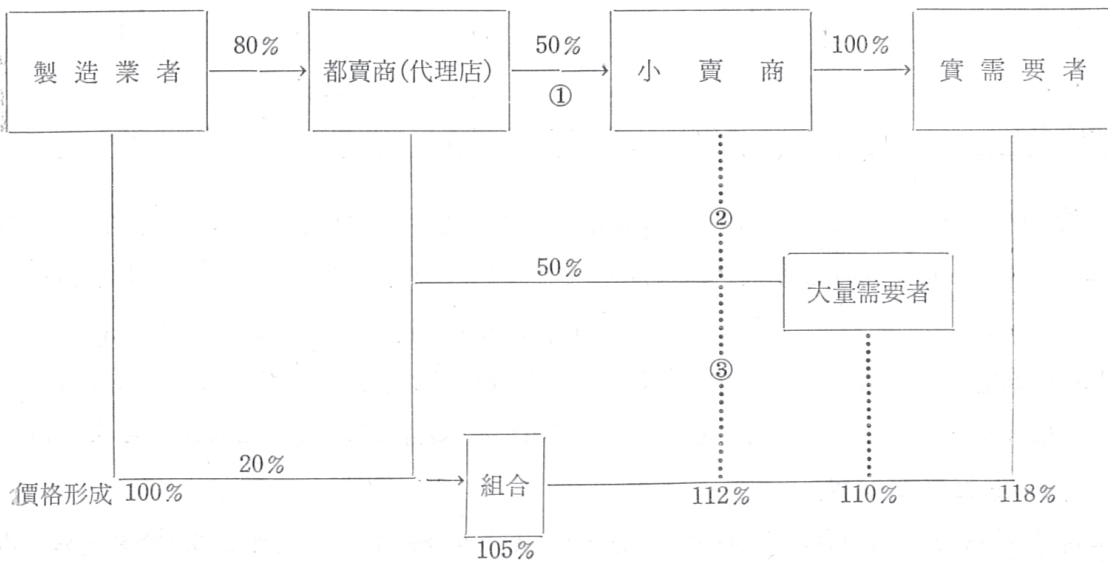
로 製品의 在庫率이 다른 業種과 比할 수 없을만큼 극히 낮은 것이 특징이다.

이상과 같이 販賣 및 在庫의 實態를 土臺로 하여 이들의 原料 및 製品의 流通實態를 流通 經路와 價格形成의 兩面으로 分析하여 原系의 경우 製造業者(綿糸工場 또는 Nylon糸工場)로 부터 都賣商(代理店)에 80%, 組合에 20%의 비율로 供給(流通 또는 配定)되고 이때 100%에서 105%의 마진으로 價格이 형성되어 都賣商(代理店)에서는 小賣業者에게 50%, 大量需要者에게 50%씩 각각 供給하고 이때의 價格은 小賣業者에게 112%, 大量需要者에게 110%의 margin 으로 형성되며 小賣業者는 實需要에게 100% 供給하고 이때의 價格形成은 118%의 마진을 두고 있다.

製品의 流通經路 및 價格形成



製品(原系)의 流通經路와 價格構成



한편 製品流通의 경우 生産者인 纖維工場으로부터 都賣商에 70%, 中間商人에게 30%씩 각각 공급하고 이때의 價格形成은 工場渡의 100에서부터 110%의 마아진을 두며 다음 都賣商이나 中間商人은 100%를 小賣者에게 供給하고 價格은 120%의 마아진을 두며 小賣商은 實需要者인 消費者에게 25%의 마아진으로 공급하고 있는 것이 이 地域의 流通實態라고 볼 수 있다.

한편 業種別 原糸와 이를 原料로 하여 製造(加工 또는 染色)된 關聯製品의 價格動向을 보면 絹糸(23手)는 相當 지난 70년에 57,103원이던 것이 71년에 와서는 무려 40.7%나 양등한 80,500원으로 去來되고 있음에 반하여 이의 關聯製品인 玉洋木(23手)은 丌當 지난 70년에 2,600원이던 것이 1년이 지난 71년에도 그대로의 保合狀態를 이루고 있어 流通面에서 큰 問題點으로 되고 있다.

原料 및 關聯製品의 價格動向

(單位 : 원)

原糸 및 染料	原糸 및 染料 價格動向				
	規 格	單 位	1970	1971	上 昇 率
綿糸	23手	梱	57,103	80,500	40.9
나이론糸	70D	LB	406	420	3.4
포리에스텔糸	75D	LB	590	580	1.7
染料	2 G	Kg當	1,496	2,128	42.2
(酸性 light yellow)	—	—	—	—	—

關 聯 製 品	關 聯 製 品 價 格 動 向				
	規 格	單 位	1970	1971	上 昇 率
玉洋木	23手	丌	2,600	2,600	—
다후다	70D	嗎	60	61	1.6
스카이롱	75D	嗎	260	262	0.7
나이롱다후다	16匆	丌	240	240	—
(染色料)	—	—	—	—	—

또한 나이론糸(70D)는 지난 70년에 LB當 460원이던 것이 71년에는 3.4%가 상승된 420원으로 去來되고 이의 關聯製品인 나이롱다후다(70D)는 70년에 60원이던 것이 71년에는 61원으로 去來되고 있어 나이론은 原糸에서나 製品에 있어 價格의 변동이 없는 편이다.

포리에스텔糸(75D)는 70년에 LB當 590원이던 것이 71년에는 오히려 580원으로 價格이 1.7%나 떨어지고 있으며 關聯製品인 스카이론(75D)은 嗎當 260원에서 262원으로 0.7%의 미세한 변동폭을 보이고 있다.

그러나 染料는 酸性 Light Yellow의 경우 Kg當 1,496원에서 71년에는 2,128원으로 42.2%

나 대폭적으로 引上되었는데 關聯製品인 나이론다후다의 染色料는 正當 240원으로 保合狀態를 이루고 있어 이 경우도 하나의 問題가 되고 있다.

다음 原糸 및 織物의 代金決濟狀況을 보면 織物販賣代金은 現金 10.3%, 外上 89.7%로 구성되고 있음에 반하여 原糸購入代金決濟는 現金 62.6%, 外上 38.4%로 구성되고 있어 織造業者들이 支拂하는 原糸購入代金の 現金比重이 높아지고 있음에 반하여 織造業者가 領收하는 織造販賣代金은 現金比重이 낮아지고 있어 織造業者의 資金負擔을 加重시키고 있다.

原糸 및 織物 代金決濟狀況(決濟方法 및 期間)

(單位: 日)

區 分 度 別	織物販賣代金(%)			原糸購入代金(%)			받을어음決濟期間		
	現 金	外 上	計	現 金	外 上	計	期 間	指 數	實 延 長 日
1 9 6 9	22.5	77.5	100.0	65.6	43.5	100.0	29.7(日)	100.0	—
1 9 7 0	12.9	87.1	100.0	62.4	37.6	100.0	80(日)	269.4	450.3(日)
1 9 7 1	10.3	89.7	100.0	62.6	38.4	100.0	113(日)	380.8	33.1(日)
(1—6)	—	—	—	—	—	—	—	—	—

여기에 雪霜加霜으로 外上時 받을 어음의 決濟期間은 지난해 80일로 결재되던 것이 올해에 와서는 113.1일로 33.1일이나 延長되고 있어서 資金循環이 원활치 못한 製造業者들에게 큰 문제점으로 나타나고 있다.

앞에서 檢討한 運營實態의 分析過程에서 나타난 不況과 運營難의 基本要因을 要約하면 다음과 같다.

A. 大邱地方 中小 纖維工業 不況의 基本要因

- ① 國內外 織物需要 沈滯와 施設能力의 過剩
- ② 2次計劃期間中(67~70년) 輸出 및 輸入代替 纖維大企業의 一時的 擴大에서 온 波及
- ③ 大邱中小企業의 施設, 技術老朽化에 따른 新製品 開發能力의 缺如
- ④ 大邱地方 企業人의 特性에 따른 開放態勢의 未洽
- ⑤ 高速道路 開通에 따른 首都圈 纖維業體의 浸透(織物, 染色 등)
- ⑥ 70년 이후의 金融緊縮과 徵稅活動의 強化

B. 生産稼動面

- ① 生産減退
- ② 稼動率低下
- ③ 休, 廢業과 適正操業 不能

C. 原料 및 製品流通面

- ① 原糸價格 引上和 製品價格 沈滯

綿糸값은 1970년 7월 말에 대비하 여40%가 등귀한데 비하여 製品값은 沈滯 또는 下落하고 있음.

② 代金決濟期間 延長

1970년의 85일에서 71년에는 113.1일로 延長되었음.

③ 過當競爭과 덤핑盛行

價格割引率이 1970년에는 10% 내외이던 것이 71년에는 15% 내외로 확대되었음.

D. 生産基盤 및 施設投資面

① 施設規模의 零細性

② 施設의 老朽化

③ 過多한 施設投資

④ 他人資本에 의한 施設投資

E. 金利, 租稅負擔 및 經營收益面

① 金利負擔過重 및 增大

② 租稅負擔過重 및 增大

③ 經營收益 惡化

F. 協同組合의 機能과 運營面

① 過當競爭 防止 및 操業短縮 등 組合員의 調整能力 不足

② 自體資金 不足 및 源泉徵收義務로 인한 共同事業 不振

③ 政府支援 不足 및 政府施策과 協力體制의 缺如

以上에서 大邱地方 中小 纖維工業의 不況要因을 그 運營實態의 分析過程에서 指摘하였거니와 原料 및 製品의 流通面 뿐만 아니라 그와 關聯된 事項까지도 삽입한 것은 그것들이 깊히 緊密하게 相互關聯되어 있기 때문이다.

2. 全國 主要 生産企業體의 販賣管理 隘路要因 分析

本調査는 1971년 1월부터 12월 사이의 1년간을 期間으로한 大韓商工會議所의 1972년 12월 刊行 企業經營 隘路要因 調査報告에서 拔萃引用한 것이다. 調査對象은 國內에서 生産되는 重要品目 330개 品目を 產出하는 事業體中 從業員數가 20人 이상인 3,835개 事業體로 하였고 標本抽出方法에 의하였다. 標本の 狀況 및 回收率은 標本の 크기 654개, 回收된 調査票 476票, 回收率은 71.7%이며 企業形態別로 본 標本構成은 法人 268개 (56.3%), 個人 179개 (37.6%), 無應答 29개 (6.1%), 計 476개 (100%)로서 業種別 調査는 다음과 같다.

그런데 지난해 企業經營中 各 部門別의 隘路順位는 販賣管理가 가장 큰 隘路率을 보이고 있거니와 이것은 前年の 不況으로 인한 各企業의 販賣事情이 惡化된 것이기 때문이다.

全國 企業體 業種別 調查 票數

業 種 別	總 業 體	回收된 調查票	回 收 率
○ 鑛 業	29	12	41.4%
○ 飲食料品 製造業	105	79	75.2
○ 纖維, 衣服 및 가죽工業	148	104	70.2
○ 製材 나무製品, 家具業	46	30	65.2
○ 종이 및 印刷出版業	27	20	74.1
化學, 石油, 石炭雜製品, 고무, 플라스틱	91	75	80.2
○ 非金屬鑛物製造業	32	22	68.7
○ 第一次金屬製造業	49	27	55.1
金屬製品, 機械 및 裝備製造業	94	74	78.7
其他製造業	43	35	81.4
計	664	476	71.7

(業種分類方法은 産業分類의 中分類까지 함)

經 營 管 理 의 隘 路 順 位

	全 業 體	大 企 業	中 小 企 業
人 事 管 理	22.4%	20.5%	23.1%
販 賣 管 理	27.1	29.0	26.2
生 產 管 理	25.5	24.0	25.7
財 務 管 理	25.0	26.5	25.0
計	100.0	100.0	100.0

다음 製造業의 經營에서 가장 중요한 것이 精確한 市場情報에 따른 需要豫測이라면 이것이 신빙성이 있어야 生産計劃과 販賣計劃을 세움으로써 資本의 循環을 원활하게 할 수 있는 것이다.

우리 나라의 製造業들이 市場調査를 제일 많이 얻는 곳은 都賣商(27.7%)이며 다음이 直賣店, 代理店, 自意判斷, 販賣員 등의 順位를 차지하고 있다. 이를 規模別로 보면 大企業은 直賣店, 代理店(29.7%), 販賣員, 自意判斷, 都賣商의 順位로 市場情報를 얻고 있으며 中小企業은 都賣商(33.8%), 自意判斷, 直賣店, 代理店의 順序로 얻고 이어 大企業의 경우 直賣店이나 代理店은 販賣促進策의 一環으로도 活用하고 있지만 여기서 重要한 市場情報를 入手하기도 한다.

이를 業種別로 分析하여 보면 都賣商에서 主로 市場情報를 얻는 業種은 纖維, 衣服, 가죽工業中 42.4%, 飲食料品 製造業中 32.9%, 化學, 石油, 고무, 플라스틱 部門中 30.2% 등이 며 製材, 나무家具 製造業中 40%는 直賣店, 代理店에서 그리고 종이製品, 印刷, 出版業中 40%는 自意判斷에 의하여 市場情報를 얻는 것으로 밝혀졌다.

市場情報를 얻는 곳

設	問	計	大 企 業	中 小 企 業	無 應 策
都	賣 商	132(27.7%)	20 (14.5)	103 (33.8)	9 (27.2)
小	賣 業	23 (4.8%)	5 (3.6)	16 (5.2)	2 (6.1)
直 賣 店,	代 理 店	98(20.5%)	41 (29.7)	49 (16.1)	8 (24.2)
販 賣	員 斷	59(12.3%)	21 (15.2)	36 (11.8)	2 (6.1)
自 意 判	所	77(16.1%)	21 (15.2)	53 (17.4)	3 (9.1)
興 信	他	1 (0.2%)	0 (0)	1 (0.3)	0 (0)
其		54(11.3%)	17 (12.3)	34 (11.1)	3 (9.1)
無 應 答		32 (6.7%)	13 (9.5)	13 (4.3)	6 (18.2)
計		476(100.0%)	138(100.0)	305(100.0)	33(100.0)

끝으로 販賣 管理上의 隘路點은 販賣競爭의 弛열(30.0%)과 原價의 上昇(26.4%)이 全體應答 企業의 過半數를 넘었으며 外上去來와 貸損(11.2%), 國內市場의 협소(8.7%), 新需要開發의 不振(8.5%)도 상당한 數를 차지하고 있다.

이와 같은 현상은 前年의 製品出荷指數나 賣出額으로 보아서는 약간의 증가가 있었지만 이것이 資本規模의 擴張勢에 미치지 못하였으며 아울러 不景氣로 인한 消費需要의 減退가 크게 作用하였기 때문에 보여진다.

販賣管理上의 隘路

	計	大 企 業	中 小 企 業
販賣競爭의 弛열	30.0%	25.9%	31.5%
新需要開發의 부진	8.5	8.8	28.
製品 品質의 불량	1.5	0.0	26.0
價格의 상승	26.4	23.1	24.6
廣告, 宣傳費의 부족	3.1	2.5	3.1
販賣豫測의 착오	2.5	3.1	2.1
販賣 經路上의 문제점	5.2	7.1	4.7
外國商品의 범람	1.4	1.0	1.2
國內市場의 협소	8.7	13.6	7.1
外上去來와 貸損	11.2	7.2	12.5
其 他	1.5	1.0	2.2
計	100.0	100.0	100.0

이와같이 販賣競爭은 弛열하고 企業은 國內市場이 협소한 것을 절감하고 있어 앞으로 海外의 市場開拓에 倍前의 노력을 기울여야 하겠으며 農村의 購買力을 培養시키어 폭넓은 需要開發을 하지 않으면 안된다는 것을 立證한 것이라 하겠다.

또 物價의 양등으로 말미암은 原價上昇이 販賣管理에 큰 隘路가 됨을 지적하지 않을 수 없다. 外上去來와 貸損이 큰 比重(11.2%)을 차지하고 있는 것은 계속된 緊縮政策의 여파라고

풀이되며 販賣 經路上의 問題點(5.2%)과 外國商品의 범람(1.4%)은 속히 是正되어야 할 問題點들이다.

中小企業의 販賣管理의 隘路를 大企業과의 對比에서 보면 販賣競爭의 치열은 中小企業이 大企業보다 5.6% 높으며 原價上昇으로 인한 隘路는 大企業이 3.2% 높았는데 이는 大企業은 原資材의 對外 依存度가 높기 때문이라고 하겠다.

販 賣 管 理 의 隘 路

	광업	음식료품제조업	섬의복의가공업	유목, 밧농업	제재, 제가조제품, 가구업	종이제품 및 출판업	화학, 석유, 고무, 플라스틱, 프라스틱업	비금속광물제품업	제1차제품업	금속제품, 기계, 비업	속제, 기계, 비업	기타제조업
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
판매경쟁의 치열	21.7	27.8	28.1	33.6	37.9	36.1	29.6	28.6	28.0	31.6		
신수요개발의 부진	1.5	10.9	9.3	6.1	10.8	5.5	7.5	5.6	9.6	11.6		
제품의 품질 불량	5.8	0.2	0.2	4.5	4.5	0.9	1.5	3.5	2.1	5.2		
원가의 상승	21.7	28.7	32.4	25.2	17.1	25.4	24.3	27.2	24.5	22.6		
광고·선전의 부족	4.4	3.6	1.5	5.6	0	5.2	4.5	1.4	23.0	0		
판매예측의 착오	2.9	2.9	1.7	0	0	0.7	1.5	4.8	3.0	7.7		
판매 경로상의 문제점	10.1	8.6	4.0	1.1	2.7	3.5	7.6	4.3	4.7	5.8		
외국상품의 범람	4.4	1.8	2.5	0	1.8	0.9	0	0.8	2.1	0		
국내시장의 협소	2.9	5.2	7.8	11.7	8.1	9.0	9.8	13.9	10.5	3.9		
外上去來와 貨損	18.8	10.1	11.2	10.6	13.5	12.4	12.2	9.8	11.6	7.1		
기 타	5.8	9.2	1.3	1.6	3.6	0.4	1.5	0	1.6	4.5		
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

國內市場의 협소를 隘路點으로 든 企業은 大企業이 6.5%나 많았으며 外上去來와 貨損을 애로로 지적한 中小企業이 5.3% 높았는데 이는 大企業 등의 量産體制와 中小企業의 資金事情 惡化가 각각 원인이었다고 풀이할 수 있다.

販賣管理의 隘路를 業種別로 分析하면 販賣競爭의 치열은 종이製品 및 印刷出版業(37.9%) 化學, 石油, 고무, 프라스틱(36.1%), 製材業, 나무家具 製造業(33.6%)의 順位이며 新需要 開發의 不振으로 높은 隘路를 보인 業種은 飲食料品 製造業中 10.9%, 종이製品, 印刷, 出版業中 10.8%, 金屬, 機械 및 裝備 製造業中 9.6%, 纖維, 衣服, 가죽工業中 9.3% 등이었다.

原價의 上昇을 큰 隘路로 지적한 業種은 纖維, 衣服 가죽工業中 32.4%, 飲食料品 製造業中 28.7%, 第一次 金屬製品 製造業中 27.2%, 化學, 石油, 고무, 프라스틱 製造業中 25.4% 이고 國內市場의 狹少는 製材業, 나무家具 製造業中 11.7%, 第一次 金屬製品 製造業中 13.9%, 金屬製品, 機械, 裝備 製造業中 10.5% 등이며 外上去來와 貨損이 높은 比率을 차지한 業種은 鑛業中 18.8%, 종이製品, 印刷 出版業中 13.5%, 化學石油, 고무, 프라스틱 製造業

中 12.4% 등 이었다.

그러나 모든 業種의 企業이 거의 販賣競爭의 弛열과 原價上昇을 가장 큰 販賣部門의 隘路로 지적하고 있는 것은 注目하여야 한다.

V. 韓國의 中小企業製品의 流通構造 改善方案

앞서 大邱地方 中小 纖維工業의 流通實態 分析에서 본 바와 같이 그 經營難 특히 流通部門의 隘路에는 여러가지 原因이 있음을 指摘하였거니와 그러나 가장 基本的인 原因은 組合員 相互間의 過當競爭으로 인한 出血販賣와 市場秩序의 攪亂 및 中小企業業體보다 資本力이 강한 中間都賣商의 橫暴라고 하겠다.

여기에 이러한 問題點을 解決하기 위하여서는 우선 다음과 같이 組合의 共販事業을 育成하여 製品의 流通構造 改善과 市場秩序를 確立하는 方途를 강구하여야 한다⁽¹⁷⁾.

① 組合의 共同事業의 一環으로 組合員 製品의 共販場을 設置하여 都賣機能을 갖도록 運營하여 既存 中間都賣商의 橫暴로부터 中小 纖維業者를 保護토록 한다.

② 政府는 組合의 共販場이 組合員의 國內市場 出荷量의 50%를 장악 販賣할 수 있는 事業資金을 支援토록 한다.

③ 協同組合 共販場은 다음과 같은 業務를 담당하여 組合員【相互間의 過當競爭 防止와 價格의 適正化, 一元化, 安定化를 實現토록 한다.

㉠ 組合員 製品의 委託販賣

㉡ 販賣價格 決定

㉢ 團體注文, 團體契約

㉣ 組合員 製品의 輸出代行

㉤ 共販場에 出荷되는 組合員 製品의 檢査基準 作成

㉥ 製品의 廣告, 宣傳

㉦ 不良商品 摘發, 報告 및 市場調查

㉧ 原料供給 調節

㉨ 地方長官에 月間 運營實績 報告

④ 地方長官은 共販場 運營規定을 作成하여 組合에 示達하고 이 規定에 의거하여 組合의 共販場 運營을 管理 監督한다.

⑤ 組合은 共販場運營에 있어서 다음 事項을 遵守하여야 한다.

(17) 韓國産業開發研究所, 大邱地域 中小纖維工業의 運營實態, 1971. 10. pp. 80~89.

- ㉓ 組合은 共販場에서 組合員 製品의 販賣代行 또는 購買代행을 제외한 여타의 販賣行爲를 할 수 없다.
- ㉔ 共販場의 運營은 手數料 收入에 의한 獨立採算制를 原則으로 한다.
- ㉕ 組合은 製品別, 規格別 販賣目標와 販賣計劃을 作成하여 理事會의 決議와 地方長官의 承認을 받아야 한다.
- ㉖ 組合은 上記 販賣計劃에 의거하여 組合員 企業의 出荷實績의 50% 限度內에서 製品目 및 規格과 購入코저하는 數量을 事前에 通報하여야 한다.
- ㉗ 組合은 品目別 出荷比重, 品目別, 業體別 出荷額 比重을 기준으로 共販事業資金을 配分, 公平하게 운영하여야 한다.
- ㉘ 組合은 共販場에 出荷된 組合員 製品의 引受를 정당한 理由없이 2日以上 거부하여서 는 안된다.
- ㉙ 共販場은 組合員 製品을 引受한 날로부터 3日以內에 製品價格의 70%를 支給하여야 하며 나머지 殘額은 製品을 판매하여 지불하되 販賣한 날로부터 3日以內에 지불하여야 한다.
- ㉚ 組合은 政府가 지원하는 共販事業 資金은 組合이 여타 共同事業에 轉用할 수 없다.
- ㉛ 政府는 組合의 共販事業을 육성하기 위하여 組合의 源泉徵收業務의 완화를 가능한 한 모든 租稅上의 特典策으로 마련하여야 한다.
- ㉜ 上記와 같은 補完對策과 관련하여 原料의 組合直配制를 검토한다.
- ㉝ 共販資金(政府周旋)은 현재 共販場을 운영하고 있는 組合과 共販事業을 착수한 組合에 대하여 必要한 資金을 支援한다.
- ㉞ 組合員의 景氣回復과 生産增加를 年 20%로 보고 이에 소요되는 事業資金(우선 2억원으로 假定)中 50%만을 政府가 支援하고 나머지 50%는 自體資金으로 조달하는 것이 소망스럽다.

以上과 같이 中小企業 協同組合의 機能을 強化하고 運營體制를 整備한 다음 育成施策을 協同組合을 中心으로 共販事業을 推進시킴으로써 中小企業 製品의 流通構造를 改善할 수 있겠다. 끝으로 國民所得이 增大됨에 따라서 消費者의 變化가 加速化되고 있어 國內市場의 需要패턴이 새로운 製品을 요구하고 있을 뿐만 아니라 최근 체결된 韓美纖維類協定에 의하면 限定된 코터內에서 보다 外貨를 많이 획득할 수 있는 高級製品의 開發이 어느때 보다도 시급히 要請되고 있다.

이와 같이 國內外 商品需要構造와 製品 및 高級化에 적응하기 위하여서는 新製品 開發센터와 같은 것을 設置하여 國內外 市場情報과 技術情報를 수집하여 綜合적으로 分析하고 見本을 제작하여 業界에 配分함과 동시에 技能工을 養成하여 業界에 普及시킴으로써 그 先導的 役割

을 담당시켜야 하겠다.

Ⅳ. 結 言

우리 나라의 경우 流通構造上의 問題點은 첫째로 流通經路에 영세적인 小規模業者가 多段階的으로 개입하여 이를 長型迂廻化시키고 있고 이러한 多段階의 流通經路는 필연적으로 流通利幅의 확대를 초래하고 있으며 뿐만 아니라 不完全就業의 温床이 되어 低生産性的의 바탕이 됨과 동시에 消費者價格을 앙등시키는 요인이 되고 있다.

둘째로 同一한 商品이 同一한 生産者에 의하여 同一한 工場에서 出荷되는 경우에도 流通經路의 시스템이 정비되지 않아서 다양하고 복잡한 流通經路가 混在하여 流通經路마다 상이한 價格이 형성됨으로써 價格上昇의 一因이 되고 있다.

셋째로 최근에 이르러서 流通經路에의 生産者의 개입이 현저히 나타나고 있거니와 이는 大企業이 강력한 資本力을 바탕으로 直賣, 生産者組合을 통한 委託販賣, 特約店 및 代理店을 통한 系列化의 形式으로 進展되고 있다. 그런데 이러한 生産者의 流過程에의 介入은 先進國의 경우에는 經路의 短縮과 流通效率의 提高로 流通利幅을 축소시켜 消費者에게 혜택을 주었으나 우리나라의 경우에는 流通마아진의 감축을 통한 消費者價格의 引下에는 거의 寄與하지 않고 있다⁽¹⁸⁾.

넷째로 流通經路上의 諸段階中 어떤 段階가 생략되는 경우가 있기는 하나 이는 流通利幅의 축소에는 기여하지 않고 市場支配力이 강한 特定段階의 流通業者의 利幅을 확대시켜 주는 데 그치고 있다.

그렇다면 流通近代化는 어떠한 方向으로 진전되어야 할 것인가. 약 100년전에 있어서의 第一의 産業革命은 즉 生産革命에 있어서는 工場工業이 발흥하여 中小工業이 억압되었으며 오늘날 先進國에서 진행되고 있는 第二의 産業革命 즉 流通革命에 있어서는 商業의 大經營機關이 발호하여서 中小商業이 압박되고 있다.

오늘날이야말로 中小商店, 獨立小賣店은 同業者가 過多하게 競合하며 經營이 合理化되어 있지 않을 뿐만 아니라 金融이 원활치도 않다는 內部的 原因 및 産業組合이 發達하고 公私設市場이 續出하며 百貨店, 連鎖店이 들고 일어나는 동시에 生産者의 直賣店이 現出하는 등 外部的 原因들로 말미암아 困境에 빠져 있다.

여기에 이러한 小賣商만 하더라도 그 更生策을 강구하여야 하겠거니와 그것은 經濟政策的인 立場과 經營政策的인 立場 兩面에서 考察되어야 하겠다.

(18) 金元鍊, 마아케팅管理論, 法文社, 1973. p. 146.

그러나 하여간 그 基本的인 方向은 다음과 같은 原則이 關連되는 路線이라야만 한다⁽¹⁹⁾.

우선 規模의 經濟의 原則이 실현되는 方向으로 추진되어야 하겠다. 즉 流通産業 내지 流通企業은 大規模化함으로써 原價의 節減과 價格引下가 이루어져 物價上昇要因이 排除되도록 하여야 하며 獨과점적인 生産者와 대등한 立場에서 去來를 할 수 있어야 하겠다. 그렇지 않아서 약소한 流通企業이 亂立하고 있는 경우에는 大規模 生産者에 의하여 流通企業이 系列化되기 쉬우며 이는 流通投資를 통하여 製造業者의 營業비의 增大를 가져오고 마침내는 消費者價格을 昂등시키게 마련이다.

다음에는 流通機能의 自立의 原則이 實現되는 方向으로 추진되어야 한다. 이는 곧 生産과 流通사이의 分業體制가 確立되어야 함을 의미하거나와 이로 말미암아 專門化의 利益이 생기며 나아가서는 流通費用의 절감을 초래할 것이다.

세계로는 流通企業의 原則이 실현되는 方向으로 또한 추진되어야 한다. 예컨대 슈퍼마켓트와 같은 低價의 大量販賣方式의 大規模 小賣商과 小量生産的인 專門品 내지 高級品 등을 판매하는 專門店 또는 百貨店은 商品의 選別化를 통하여 前者는 낮은 利幅으로 셀프서어비스方式 내지 薄利多賣方式으로 經營되어야 하고 後者는 높은 利幅으로 많은 서어비스를 提供하는 方式으로 經營되어야만 한다. 이러한 流通事業이 이루어지지 않으면 모든 商品을 동일한 條件으로 販賣하게 되어서 결과적으로 無差別의이며 無意味한 市場開拓 活動에 그치게 되기 때문이다.

끝으로는 眞正한 價格競爭을 통하여 商品流通 合理化의 契機가 되어야 하겠다. 여기에 合理的인 價格競爭은 그 結果가 大局的으로 보아서 당해 産業을 強化시키며 生産性 向上에 기여하는 것을 의미하며 合理的 廉價販賣는 企業의 生産性, 流通性이 向上됨으로 말미암아 초래되는 것이다. 原料費 低下, 技術 向上, 로스 減少, 機械化 등으로 인하여 單價가 低下되거나 數量이 增大되는 경우에 이루어짐으로 生産性이 오르지 않는 業者는 整理되며 消滅되어가 기 마련이다. 그러므로 價格이 下落되는 結果 消費者에게도 크게 公헌하게 된다. 따라서 적극적으로 장려할 필요가 있거나와 이 경우에 産業間의 秩序를 바로 잡기 위한 각종 政策이 並行的으로 實施되어야 그 效果를 거둘 수 있는 것이다.

以上과 같은 原則에 立脚하여 流通構造는 大型化, 專門化, 綜合化함으로써 그 體質을 強化하고 合理化를 도모하여야 하거나와 中小企業의 流通構造가 獨寡占 大企業의 壓迫, 浸蝕과 業者間의 過當競爭으로 難澁을 거듭하고 있는 狀況下에서 以上과 같은 原則을 適用한다는 것은 一見 矛盾된것 같은 感이 있으나 實은 中小企業의 選別化, 系列化, 技術化를 추진하는 동시에 組織化, 協業化, 計劃化로 말미암은 協同組合을 통한 共販事業을 강력히 수행함으로써 止揚시킬 수 있는 것이다.

(19) 林 周二, 流通革命新論, 中公新書, 1970. pp. 179~197.

A Study on the Small Industry Marketing Structure in Korea

Song, Chong-keuk

Summary

In Korea, small-scale businesses or industries owned and operated by relatively few persons have a relatively small-scale revenue, and possess relatively little capital. The Department of Commerce and industry, The Republic of Korea defines a small scale business or industry as including any manufacturing plant which employs 200 persons or less, capital or wholesale organization with annual sales of less than ₩ 30, 000, 000.

Much has been done to help the development of small businesses or industries. In 1953 the small scale businesses and industry cooperations were established as the first independent agency of the government, the Republic of Korea, charged with a mission to promote the interests of small scale business and industries.

In order to achieve a modernized marketing channel management of small-scale business and industries in Korea, the first step to consider is to study the anti-monopoly law and to research the up-to-date institutional method and marketing channel structure by introducing proper enterprise activities.

The study of establishing policy on marketing channels should be based on the circulation activities, the enlargement of supporting policy by the government, the small-scale business and industry cooperations, the activation of consumers movement, and the systematization of small and medium enterprises.

As to the problem of marketing channels, especially in our country, the above fact is important not only to each individual enterprise but to the general benefit of the social economy. In view of the present circulation order compared with that of past days, I consider that it should be based on the general development in that it is subject to detrimental factors in its functioning.

For further information of the marketing of small-scale businesses and industries in Korea, See *The Survey of Business Administration in Korea*, published by Seoul Chamber of Commerce and Industry Press in December, 1972 and *The Survey of Taigu Area Small Scale Textile Industry in Korea* published by The Institute of Korea Industrial Development Press in October, 1971.