

# 농수산물 유통마진 조사의 체계화 연구

성 배 영(수석연구위원)  
한 상 립(책임연구원)

빈 면

## 머 리 말

유통마진은 경제발전에 중요한 영향을 미치므로 그 변화요인을 밝히고 유통마진을 감소시킬 수 있는 보다 효율적인 시장조직과 방법을 고안하고 연구할 필요가 있다. 유통마진을 절감하기 위해서는 유통마진의 구성내용과 그 변동요인에 대한 정확한 진단이 필요하며, 유통마진 절감대책을 모색하기 위해서는 유통마진의 체계적인 조사를 통한 분석이 요망된다.

그동안 국민경제 전체에서 차지하는 농수산물 유통의 비중은 계속 높아져 왔으나, 유통개선 시책의 입안 등을 위한 기초 통계자료로서 유통마진 조사는 체계적으로 이루어지지 않고 있다. 지금까지의 유통마진 조사가 서로 비교가 곤란한 특정 시점의 특정 유통경로에 대한 추적조사가 대부분이어서 대표성이나 객관성 등이 결여되어 유통구조의 변화를 과학적으로 파악하기가 어려웠다.

이 연구는 농수산물의 세부적 유통마진에 대한 통계적 조사방법을 연구하는 데 초점을 맞추고 유통마진을 체계적으로 조사할 수 있도록 도모하기 위한 유통마진 조사체계의 전환을 시도한 것이다. 또한 시험연구를 통해 조사체계를 사전에 시험함으로써 통계당국이 시계열적으로 유통마진 통계를 작성할 수 있도록 노력하였다.

끝으로 이 연구를 수행하는 과정에서 현지조사 및 자료수집에 직접 참여한 고려대학교 대학원 학생들, 연구에 협조하여 주신 관계기관 및 생산자, 상인 등 모든 분들께 감사를 드린다.

1990. 12.

院 長 許 信 行

빈 면

# 목 차

## 제 1 장 서 론

1. 연구목적 .....	1
2. 유통마진 통계 작성의 필요성 .....	2
3. 연구방법 .....	4
4. 연구범위 .....	4

## 제 2 장 농수산물의 유통마진

1. 유통마진의 성질 .....	6
2. 유통마진과 가격분산차 .....	8
3. 유통마진의 변동과 그 경제적 효과 .....	12
4. 농수산식품 마케팅 빌 .....	15
5. 품목별 유통마진 .....	16

## 제 3 장 주요국의 유통마진 통계 조사체계

1. 미국 .....	18
2. 일본 .....	20

## 제 4 장 유통마진 통계 조사와 집계방안

1. 조사체계 .....	22
2. 표본추출 .....	30
3. 조사내용과 조사표 양식 .....	36
4. 집계와 製表 방법 .....	38
5. 사업추진 비용 .....	44

## 제 5 장 1989년도 유통마진 조사 시험연구

1. 시험연구 대상품목 .....	51
2. 표본추출과 조사방법 .....	52
3. 조사대상별 표본수와 조사시기 .....	53
4. 1989년도 품목별 유통마진 시험연구 집계 .....	56

## 제 6 장 결론 및 정책건의

부록 I 1989년도 품목별 유통마진 시험연구 집계결과 .....	63
부록 II 조사표 양식 .....	90

## 表 目 次

### 第 4 章

表 4- 1 유통마진 통계조사 담당 대안 .....	29
表 4- 2 생산자 표본추출 .....	32
表 4- 3 수집상 표본추출 .....	33
表 4- 4 도매상 표본추출 .....	34
表 4- 5 소매상 표본추출 .....	35
表 4- 6 유통업체 표본추출 .....	36
表 4- 7 유통단계별 유통마진 세부내역 .....	39
表 4- 8 품목별 유통마진을 .....	40
表 4- 9 품목별·유통단계별·유통기능별 유통마진: 금액 기준 .....	41
表 4-10 품목별·유통단계별·유통기능별 유통마진: % 기준 .....	41
表 4-11 유통마진 지수의 연도별 변화: 유통단계별 .....	43
表 4-12 유통마진 지수의 연도별 변화: 유통기능별 .....	43
表 4-13 조사대상별 표본수와 추정 조사원수 .....	45
表 4-14 조사비용과 집계비용 추정: 1990년 가격 기준 .....	47

### 第 5 章

表 5- 1 시험연구 표본추출 및 조사방법 .....	52
表 5- 2 시험연구 표본수 및 조사시기: 생산자 .....	53
表 5- 3 시험연구 표본수 및 조사시기: 상인 .....	54
表 5- 4 시험연구 표본수 및 조사시기: 유통업체 .....	55

附表 1 유통단계별 유통마진 세부내역: 쌀, 1989 .....	64
-------------------------------------	----

附表 2	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(보리) .....	65
附表 3	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(콩) .....	66
附表 4	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(배추) .....	67
附表 5	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(고구마) .....	68
附表 6	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(양파) .....	69
附表 7	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(고추) .....	70
附表 8	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(마늘) .....	71
附表 9	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(사과) .....	72
附表 10	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(참깨) .....	73
附表 11	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(쇠고기) .....	74
附表 12	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(돼지고기) .....	75
附表 13	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(계란) .....	76
附表 14	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(갈치) .....	77
附表 15	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(명태) .....	78
附表 16	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(조기) .....	79
附表 17	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(고등어) .....	80
附表 18	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(물오징어) .....	81
附表 19	유통단계별 유통마진 세부내역, 1989(김) .....	82
附表 20	품목별 유통마진을, 1989 .....	83
附表 21	품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역, 1989 .....	84
附表 22	품목별 · 유통단계별 · 유통기능별 유통마진, 금액기준 1989 .....	86
附表 23	품목별 · 유통단계별 · 유통기능별 유통마진, % 기준 1989 .....	87
附表 24	품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역, 1989 .....	88
附表 25	생산자 조사표 .....	91
附表 26	상인 조사표 .....	93
附表 27	유통업체 조사표 .....	102

# 目 次

## 第 2 章

圖 2-1 소매가격 및 생산자 가격의 변화 .....	14
-------------------------------	----

## 第 4 章

圖 4-1 유통경로의 유형 .....	23
圖 4-2 품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역 .....	40
圖 4-3 품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역 .....	42
圖 4-4 품목별 총유통마진의 전년대비 증감 .....	42

附圖 1 품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역, 1989 .....	85
---------------------------------------	----

附圖 2 품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역, 1989 .....	89
---------------------------------------	----

빈 면

# 제 1 장

## 서 론

### 1. 연구목적

경제발전에 따라 유통서비스에 대한 수요는 증가하게 마련이어서 유통마진도 커질 수밖에 없다. 특히, 농수산물은 부피는 큰데 비하여 가치는 작아 판매단위당 제반비용 및 상업이윤의 비중이 클 수밖에 없을 뿐만 아니라 판매시간 경과에 따른 신선도 저하 및 감도가 커서 신선한 농수산물에 이윤을 많이 붙여야 하는 등으로 다른 상품에 비해 유통마진이 큰 것이 특징이다. 더욱이 급상승 추세를 보이고 있는 인건비와 임차료, 포장 및 품질개선 경향, 상인이윤 증대 등으로 유통마진은 앞으로도 계속 더욱 증대될 전망이다.

유통마진이 크다고 해서 비효율적인 유통체계라고 단정할 수는 없으

---

\* 이 연구의 구상·진행 및 내용전반에 걸쳐 當院의 허길행·김명환 두 부연구위원의 도움이 컸다. 결정적 조언을 많이 준 이분들에게 보고서의 서두에서 고마움을 표한다.

며, 또한 소비자 지불액에 대한 생산자 수취가격 비율이 생산자 후생을 표시하는 척도가 될 수는 없지만(허길행 1985, p.113), 유통마진이 크다면 그 원인을 분석·규명해야 할 필요가 있다. 유통마진의 절감은 유통 효율성을 높이하고자 하는 모든 유통개선 시책의 기본된 목표라고 할 수 있으며 유통체계에 대한 성과는 일반적으로 유통마진에 의해서 측정됨(Purcell 1979, p.354)은 물론, 유통마진은 시장활동과 시장비용 변동의 지표가 되고 있고 시장기능 수행의 효율성을 측정하는 데 부분적으로 이용되고(성배영 1982, p.115)있기 때문이다.

최근들어 농수산물 값이 큰 폭으로 상승하면서 농수산물의 높은 유통마진 문제가 매스컴에 자주 오르내리고 있고 유통마진 절감대책이 농정의 주요 과제의 하나가 되고 있다. 그런데 유통마진을 절감하기 위해서는 무엇보다도 유통마진의 구성내용과 그 변동요인에 대한 정확한 진단이 필요하다(허길행 1985, p.113). 유통마진 절감대책을 모색하기 위해서는 유통마진에 대한 체계적인 조사를 통한 정확한 진단이 요망되는 것이다.

이에 즈음하여 본연구는 농수산물의 세부적 유통마진에 대한 통계적 조사방법을 연구하고, 이를 시험연구를 통해 先시험(pre-test) 함으로써, 체계적인 유통마진 조사방법을 강구해 보고자 한다. 즉, 유통마진 통계의 조사 및 집계방법 제시를 통해 표본설계·조사체계·조사비용 등을 검토함으로써 체계적인 유통마진 조사를 위한 선택의 기회를 제시코자 한다. 이렇게 함으로써 시계열적으로 유통마진 통계를 작성할 수 있는 기초를 마련할 수 있음은 물론 이를 토대로 효과적인 시장대응을 통해 유통개선을 기할 수 있을 것이다.

## 2. 유통마진 통계 작성의 필요성

경제가 발전하면 유통마진이 총비용뿐 아니라 市販量 단위당에 있

어서 증가하는 경향이 있다. 도시가 발달하면 농산물의 공급선이 연장되고 보다 복잡한 공급조직이 필요하게 되며 소득이 증가하여 신선한 과채류와 가공음식에 대한 수요가 증가됨으로써 시장비용은 증가하게 된다.

농수산물 유통마진은 경제발전에 중요한 영향을 미치므로 이들 비용의 변화요인을 밝히고, 유통비용을 감소시킬 수 있는 보다 효율적인 시장조직과 방법을 고안하고 연구할 필요성이 있다(성배영 1982, p. 112). 앞서서도 언급한 것처럼 유통마진을 절감하기 위해서는 유통마진의 구성내용과 그 변동요인에 대한 정확한 진단이 무엇보다도 필요한 것이며, 유통마진 절감대책을 모색하기 위해서는 유통마진에 대한 체계적인 조사를 통한 분석이 요망된다.

그동안 농수산물유통이 국민경제 전체에서 차지하는 비중은 계속 높아져 왔으나, 유통개전시책의 입안 등을 위한 기초통계자료로서 유통마진 조사가 체계적으로 이루어지지 않고 있다. 그리고 지금까지의 유통마진 조사는 서로 비교가 곤란한 특정 시점의 특정 유통경로에 대한 추적조사가 대부분이어서, 유통구조의 변화를 과학적으로 파악하는 것이 사실상 불가능한 실정이다.

표본이론에 입각한 유통마진 통계조사는 1979~80년에 농수산부 통계관실에서 통계사무소 조직을 이용하여 시험적으로 시도된 바 있으나 결과가 공표되지 않고 있으며, 그외의 유통마진조사들은 대부분이 생산자 단체에 의하여 이루어진 일회적인 추적조사들로서 대표성·객관성 등이 결여되어 유통구조의 변화를 과학적으로 분석하지 못하고 있다. 대부분의 유통마진 조사가 현실적으로 당면한 문제점 파악 또는 정책자료 제공을 위한 추적조사이거나 시점조사이었으며, 이를 체계화시키거나 종합적 분석방법을 도입하여 일반화시키고자 하는 노력은 크게 부족하였다(허길행 1985, p. 118).

이러한 점에서 전체적인 유통마진을 파악할 수 있는 정확한 표본조사를 통해 매년 일관성 있는 자료를 조사·집계함으로써 유통마진 통계

자료로서의 일반성 및 지속성을 유지하도록 함은 물론, 매년 품목별·요인별 유통마진 변화요인을 비교 평가할 수 있도록 하기 위한 유통마진 통계작성이 절실하다. 유통마진의 정확한 진단과 그 변동요인의 파악은 유통마진 감소를 위한 기본적 전제이며, 유통마진이 정확히 파악되어야만 유통마진 감소대책을 마련할 수 있을 것이다.

### 3. 연구방법

기존문헌 및 관련기관 조사를 통해 기초자료를 수집하였고, 1989년도의 유통마진에 대한 시험연구를 위해 우편조사 및 현지조사를 실시하였다. 기존 문헌 및 통계자료를 통한 국내외 유통마진 조사체계 정리와 아울러 조사, 수집자료의 품목별·유통경로별 집계 및 비교검토를 병행하였다. 그리고 표본설계에 관한 분석은 통계학적 표본이론을 응용하였다.

### 4. 연구범위

#### 가. 대상 품목

국내산으로서 비가공 또는 단순가공형태로 유통되는 농수축산물중 한국은행의 도매물가 가중치 1.0 이상인 23개 품목을 대상품목으로 선정하였는데 구체적으로는 다음과 같다. 유통마진 조사는 특히 정확한 가격 및 비용자료가 중요하므로 이를 위해 각 품목의 품종·등급을 더욱 세분하였다.

- 양곡 : 쌀(일반미:중품) · 보리(대맥:중품) · 콩(백태:상품)
- 채소 : 배추(가을배추:중품) · 무우(가을무우:중품) · 고구마(중

품) · 감자(중품) · 양파(중품)

- 양념 : 고추(국산재래종:건고추:중품) · 마늘(중품)
- 과일 : 사과(부사:상품) · 감귤(만생종:상품)
- 특작 : 참깨(국산:중품)
- 축산 : 쇠고기(한우) · 돼지고기(비육돈) · 닭고기 · 계란(흰색; 대란)
- 수산 : 갈치(중출) · 명태(생태:중품) · 조기(참조기:중품) · 고등어(중품) · 물오징어(중품) · 김(재래종:중품)

#### 나. 연구 범위

유통마진에 대한 검토에 있어서는 국민경제적 관점에서 전체 농수산물식품의 총체적 유통마진을 다루는 마케팅 빌(Marketing Bill) 추정이 있어야 한다. 마케팅 빌은 유통에 투입되는 요소들의 가격과 생산성, 독점의 정도, 인구와 그 분포, 소득 수준과 분포, 소비자 기호 등 식품유통 서비스의 공급에 영향을 미치는 요인들, 그리고 유통되는 상품의 종류와 수량에 따라 결정된다. 이에 따라 마케팅 빌을 분석하기 위해서는 관련 자료가 충분하여야 하고 기존 통계자료를 원활히 이용할 수 있어야 한다.

그러나 우리 나라의 경우 마케팅 빌 추정에 필요한 기존 통계자료가 부족할 뿐만 아니라, 통계자료 자체도 마진분석을 목적으로 조사된 것이 아니기 때문에 신뢰도 및 유용성이 떨어지는 점 등으로 마케팅 빌 분석은 어려움이 많다. 따라서 본 연구는 농수산물 전체품목의 마케팅 빌 분석보다는 마케팅 빌 추정을 실용화하기 위한 前단계로서 우선 개별품목들의 유통마진에 대한 체계적·종합적 조사체계 수립과, 개별품목들의 마진 분석에 연구의 초점을 두었다.

## 제 2 장

# 농수산물의 유통마진<sup>\*</sup>

### 1. 유통마진의 성질

농수산물시장은 농수산업과 타부문을 연결시킴으로써 타부문에서 생산된 농수산업투입물을 농어민에게 공급하고, 타 부문에 원료와 식량을 제공하는 역할을 한다. 그런데 높은 유통마진은 농수산업과 타산업의 발달을 저해하게 된다. 농수산업의 측면에서 높은 시장비용은 농어민으로 하여금 비싼 가격으로 투입물을 구입하게 하고 그들이 생산한 농수산물을 낮은 가격으로 판매하게 함으로써 생산의 현대화와 확대를 저해하게 한다. 타산업의 측면에서는 원료의 값이 비싸고 도시 식량가격이 비싸서 산업확대에 악영향을 미치게 된다.

유통마진이란 유통활동에 사용된 자원비용으로 구성되는데, 이것을 측정하기는 대단히 힘들다. 그 중요한 항목은 유통활동에 투하된 노동에 대한 비용이다. 많은 유통활동은 주로 가족노동에 의하여 이루어지

---

\* 이 장의 이론 전개는 「농수산물 유통경제」(성배영 著)를 따랐음을 밝혀둔다(성배영 1982, pp. 112-145).

고 있으며, 그중에서 많은 부분이 여가비용으로 행해지므로 농수산물 시장에 투하된 노동자의 수나 노동시간을 계산하기에는 대단히 어려운 점이 많다. 그리고 가끔 가다 유통행위를 하고 나머지는 다른 업에 종사하는 사람도 많은데, 이 경우에도 유통행위에 소비한 노동시간을 측정하기는 힘들다.

생산에서와 마찬가지로 시장활동에도 많은 실업이 존재한다. 실제로 일을 하기 보다는 일을 기다리고 있는 사람은 여기에 속한다. 그리고 시장활동에 직접적으로 고용되어 있는 노동자 외에도 생산자는 그들의 생산물을 판매하기 위하여, 그리고 소비자는 그들이 필요한 농산물을 구매하기 위하여 많은 시간을 소비하게 된다.

농수산물시장 발전의 한 면은 생산자와 소비자에게 보다 쉽고 편리한 시장으로 만들어서 그들의 시간과 정력을 다른 활동에 쓸 수 있게끔 하는 것이다. 또 다른 한면은 생산자와 소비자가 수행하는 활동을 상업화하는 것이다. 양곡을 생산자가 직접 저장하던 것을 상업적으로 하는 것과 통조림 공업의 발전이 그러한 예이다. 시장이 발전함에 따라 증가된 시장비용의 일부분은 경제활동의 타부문에서의 비용절감으로 대체된다고 볼 수 있다.

농수산물시장에 투하된 자본의 양을 측정하기란 더욱 힘든 일이다. 시장경로를 통하는 상품에 투입되는 운전자본만 하더라도 다액이 필요하다. 가족노동과 마찬가지로 소액의 자기자본이 투입될 뿐만 아니라 철도 및 다른 용역에 투입된 자본의 일부는 농수산물시장에 이용되며, 경제 하부구조의 일부와 상당한 토지가 농수산물 시장활동에 이용되고 있다. 농수산물의 가공이나 시장활동에 소요되는 자본의 양은 다른 산업에 비하여 노동만큼 큰 비중을 차지하지 않을지 모르나, 주요 농수산물의 저장 기간을 감안한다면 상당히 많은 자본이 농수산물 시장활동에 투입되고 있다고 할 수 있다.

일반적으로 개발도상국에서는 생산에 있어서와 마찬가지로 시장활동에 있어서 노동은 풍부하고 싸지만, 자본은 희소하고 값비싼 것이 통

레이다. 이러한 환경에서는 정태적 경제분석으로 자본과 노동의 대체를 정당화시킬 수는 없다. 경제발전에 맞추어 국민소득이 증가되려면 노동생산성이 향상되어야 하는데, 이것은 기술적·조직적 및 경영적 개선을 비롯하여 자본의 증설로 보다 좋은 시설과 장비를 가지고 노동할 수 있어야만 성취될 수 있는 것이다.

## 2. 유통마진과 가격분산차

유통마진 연구에 있어서 많은 학자들이 이용하고 있는 방법은 가격분산차(price spread) 또는 유통마진의 측정이다. 생산자 수취가격과 소비자 지불가격의 차이 또는 분산차는 상품의 단위량당 시장활동에 지불된 총액이 된다.

유사한 개념으로 시장경로에 있어서 계속되는 두 단계간의 가격분산차는 그 시장과정에서 수행된 시장기능에 지불된 비용으로 볼 수 있다. 그래서 총가격분산차는 각 시장과정과 단계에서 지불된 항목으로 분리할 수 있으며, 상품이 매매될 때마다 가격분산차를 계산할 수 있는 것이다.

가격분산차는 일반 기업에 있어서 투입요소의 비용과 최종생산물의 가치와의 차이로 표시되는 부가가치와 같은 개념인데 그 구분은 오직 이념적이다. 일반기업에서는 부가가치를 제조업의 생산성의 결과라고 보는데 비해 농산물 시장에 있어서 가격분산차가 큰 것은 생산자 후생 측면에서 볼 때 생산자와 소비자가 중간상인에게 착취당하기 때문이라고 보아왔다. 그러나 요즘 와서 가격분산차의 분석은 일반기업의 관점으로 전환되고 있다. 시장기능의 수행으로 시장활동에 많은 비용이 투입되어서 농산물의 효용가치가 증가되어 가격분산차가 크다는 사실이 가격분산차에 관한 여러 연구에서 밝혀졌다.

총가격분산차와 관련된 것으로 생산자분(farmer's share)이 있는데,

이것은 소매가격에 대한 생산자가격의 비율을 말한다. 또한 소비자지불액에서 생산자수취액을 뺀 것을 마케팅 빌이라고 한다. 마케팅 빌은 총가격분산차에 유통량을 곱한 것이 된다.

#### 가. 유통마진과 생산자 후생

가격분산차나 생산자분은 생산자후생을 표시하는 척도가 될 수가 없다. 가령 가공식품의 경우 생산자분은 적고 가격분산차는 크게 마련이다. 그렇다고 하여 가공하지 않는다고 생산자 후생이 증가되는 것은 아니다. 그리고 농민이 직접 소비자에게 그들의 생산물을 판매한다면 생산자분은 100%가 될 것이다. 그렇지만 호남의 농민이 자기가 생산한 쌀을 서울에 가져와서 소비자에게 직접 판매한다고 해서 농민이 부자가 된다고 할 수 없는 것이다. 경제가 발전할수록 생산자분은 점점 감소하는 경향이 있다.

소매가격중 생산자분은 상품에 따라 차이가 있다. 생산자분은 가공을 적게 요하는 농산물에 있어서 많고, 가공을 많이 요하는 농산물에 있어서 적게 마련이다. 그러나 이런 사실로 생산자가 쌀만 생산하고 우유나 돼지를 생산하지 않음으로써 생산자 후생이 증가하는 것은 아니다. 생산자가 관심을 갖는 것은 소매가격에 대한 그들 수취분의 다소가 아니라 생산비에 대한 생산자가격의 관계이다.

대부분의 시장활동에 대한 비용은 상대적으로 안정되어 있다. 가격이 변동하는 경우 생산자판매가격과 소비자가격이 변동하지만 유통마진의 변동효과는 아주 적든가 지연되어 나타난다. 그래서 생산자분의 변동은 가격변동에 따라 변동하는데 이것은 가격안정성에 의한 것이지 유통비용의 변이에 의한 것은 아니다.

그러나 유통마진은 시장활동과 시장비용의 변동의 지표가 되며, 시장기능 수행의 효율성을 부분적으로 측정하는데 이용된다. 유통마진이 커질 때는 그 원인을 연구할 필요성이 있으며, 유사한 기능에 대한 마진의 시장간 차이는 부분적 효율성에 대한 평가 기준이 된다. 마진을

분석함으로써 유통활동을 보다 잘 이해하게 되고 시장의 문제점을 파악하여 시장을 개선하려는 연구의 길잡이가 될 수 있는 것이다.

#### 나. 유통마진 측정

이론적으로 유통마진은 유통경로에 있어서 두 단계간의 동일한 상품량에 대한 가격의 차이를 말하는데, 이상적인 측정방법은 일정한 상품이 시장경로를 통하는 과정을 따라가면서 거래가 일어날 때마다 그 값을 기입하는 것이다. 이러한 실험이 실제로 수행된 적도 있지만 이렇게 하기에는 많은 애로점과 비용이 수반되게 마련이다. 그러나 이러한 방법은 유통마진에 대한 자료외에도 취급 방식이나 거래방법, 그리고 각 서비스에 대한 비용정보를 수집할 수 있는 이점이 있다.

유통마진은 이러한 방법 외에도 여러 시장에서 기록된 기존의 가격 자료를 바탕으로 단순히 계산할 수도 있다. 위에서 언급한 실험적 방법으로 유통마진 계산에 있어서 예상되는 문제점을 파악할 수 있는 것이다.

#### 다. 유통마진 계산상의 문제점

유통마진을 계산할 때 첫째 문제점은 시간적 차이이다. 동일한 시점에 있어서 가격간의 차이는 시간에 관련된 비용을 반영할 수가 없다. 만약에 A 지점에서 B 지점까지 수송하는데 3일이 소요되었다면 정확히 B 지점의 오늘의 가격과 A 지점의 3일 전의 가격을 비교해야 할 것이다.

이러한 문제점은 장기간 저장되는 상품에 있어서는 더 심각하다. 예를 들어 6월에 판매된 호남미의 생산자 수준과 소매수준의 가격분산차를 계산할 때 지난 12월에 농민이 판매한 쌀과 3월에 판매한 쌀 또는 최근에 판매한 쌀에 대해 동일한 방법을 적용할 수는 없다. 따라서 가격분산차를 말할 때는 어떤 쌀에 대해서 정의해야 하는가를 분명히 할 필요성이 있다.

더욱이 두 시점간의 가격분산차는 단순히 상품을 그 기간동안 보유

하고 있는데 드는 비용만이 반영되는 것이 아니고 공급과 수요 조건의 변화에 의한 효과도 반영된다. 단기의 가격변동은 생산자 수준에서의 수요·공급의 변화에 의한 것이 아니라 소매 수준에서의 수요·공급의 단기변동에 의해 야기될 수도 있으므로, 유통마진의 결정 요인으로서의 정상 시장비용을 초과하는 가격변동에 주의하여 가격분산차가 설명되어야 한다.

유통마진을 계산할 때에 두번째 문제점은 상품량과 질의 동일성이다. 생산자가 판매한 상품이 소비자의 수중에 들어올 때까지의 취급과정에 있어서 물량적인 손실이 생기게 된다. 이러한 손실에 대한 조정이 이루어지지 않는다면 실제로 나타난 가격분산차는 진정한 의미의 유통마진을 과대평가하는 결과가 될 것이다.

유통량의 변화외에도 상품의 질의 변화가 있을 수 있다. 장기간 저장되는 상품이나 부패성이 높은 상품의 경우, 생산자 수준에서 1등급으로 판매된 것이 소매 수준에서는 2등급 또는 3등급으로 판매되기도 한다. 이 경우 두 시장간의 1등급의 가격의 차이는 진정한 의미의 유통마진을 과대평가하게 된다. 그러나 사회적인 측면에서 볼 때 상품의 질적·양적 손실은 시장비용으로 간주되므로 가격분산차가 시장비용에 의해 결정된다면 두 시장간의 동일한 양과 질에 대한 가격의 차이는 이러한 유통과정에 있어서 상품의 질과 양의 변화에 대한 비용을 포함하게 된다.

상품의 동일성에 관한 문제로서 가공상품의 경우 가공되기 전의 상품을 가공된 후의 상품에 기준하여 가격을 계산한다면 가공과정에서 생기는 부산물의 가치를 조정해 주어야 한다. 예를 들면 쌀 한 가마에 해당하는 벼의 양이 1.3가마라면 벼 1.3가마에 해당하는 생산자가격과 쌀 한 가마의 소매가격의 차이를 생산자 소매가격 분산차로 계산하게 하기 위하여서는 벼 1.3가마를 정미하여 생기는 쌀겨의 가치만큼 빼주어야 한다는 것이다.

세번째로, 가격분산차에 관련된 기술적인 문제점은 가격이 형성되는

기점과 조건이 동일해야 한다는 것이다. 생산자 수준에서 생산자가 상인에게 까지 상품을 배달해 줄 수도 있고 현장에서 직접 판매할 수도 있으며, 외상판매도 할 수 있다. 이러한 사정은 다른 시장 수준에서도 마찬가지다. 그러므로 유통경로의 각 수준에 있어서 가격을 비교할 때는 가격결정의 기준이 일정해야 한다. 수확전에 판매하는 발때기의 경우 수확은 생산에 속하는 것이 아니라 유통기능에 속하게 된다.

### 3. 유통마진의 변동과 그 경제적 효과

단위유통량에 대한 유통마진은 소매수준의 가격과 생산자수준의 가격의 차이로 정의되었다. 소매수준의 가격은 소매수준의 수요곡선인 기본수요곡선(primary demand)과 공급곡선인 파생공급곡선(derived supply)에 의해 결정되며, 생산자 수준의 가격은 기본 수요곡선에서 파생된 파생수요곡선과 생산자수준의 공급곡선인 기본공급곡선에 의하여 결정된다.

이러한 기본 및 파생수요와 공급의 관계는 유통 마진에 의해 분리되며, 따라서 마진은 이러한 수요공급곡선의 이동에 의하여 변동한다. 그러면 어떤 함수가 이동하며, 왜 이동하는가 하는 것이 기본 문제가 된다.

파생수요곡선과 파생공급곡선은 기존 유통 서비스를 제공하는 필요한 비용이 변동하면 이동하게 된다. 다시 말하면 유통투입요소(marketing inputs)의 공급함수가 변동하면 파생수요곡선과 파생공급곡선이 이동하게 된다. 유통비용의 변동은 시장활동에 있어서 기술의 진보로도 가능해 진다. 결과적으로 유통마진의 변동은 유통투입요소 가격의 변동, 유통능률의 변화 및 최종소비자에 구상화된 서비스의 차이에 의해 변하게 되는데, 장기적으로 보아서 유통비용의 변동과 평행하게 변동하는 경향이 있으며, 단기적으로는 기본수요나 공급의 변동에

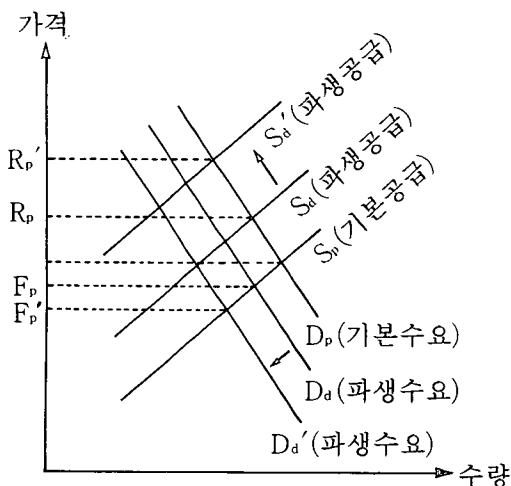
대한 반응에 시차가 시장체계내에 존재함으로써 일시적인 유통마진의 변동이 있을 수 있다. 예를 들면 생산자수준의 공급의 증가는 생산자 가격을 하락시키나, 당분간 소매가격에 영향을 주지 않으므로 유통마진이 일시적으로 상승하나 결국에 가서는 다시 하락하게 된다.

생산자가격의 변동에 대한 소매가격의 반응이 둔하다는 가정에 대한 설명은 여러가지가 있다. 그중 하나는 유통체계의 관성에 의해 생산자가격변동을 전달하는데 지연이 있을 수 있다는 것이다. 만약에 소매상의 정상거래량에 비해 판매량을 늘리든 줄이든 평균단위비용이 크게 상승하게 되면 소매상으로 보아서는 일정한 거래량에 안정시킴으로써 이익이 될 수 있다. 그리고 개인 소매상이 직면하는 수요가 가격이 낮을 때보다 가격이 높을 때 더 탄력적이라면 소매상은 어떤 가격수준에서 하락하는 것을 싫어하게 마련이다. 그러므로 가격과 거래량에 있어서 안정성을 갖겠다는 욕망은 생산자가격의 변동이 소매가격에 전파되는 것을 연기시키게 된다.

유통마진이 변동했을 때 소비자가격과 생산자가격에 어떤 결과를 가져오느냐는 크게 두 가지로 나누어 생각할 수 있는데, 하나는 새로운 유통서비스의 도입에 있어서 마진이 변동했을 때와 기존 서비스에 관련된 변화에 의한 마진의 변동의 결과이다. 다른 조건이 일정할 때 새로운 시장 서비스의 도입으로 유통마진은 커질 것이며, 이것은 주로 소매가격을 상승시키는 결과를 가져올 것이다. 반면 기존서비스의 비용이 변동한다면 일반적으로 소매 및 생산자가격을 변동시키게 된다.

이와 같은 유통마진의 변동은 파생수요와 파생공급의 이동을 야기시키며, 마진이 증가하면 파생수요는 감소하고 파생공급은 증가하므로 결과적으로 소매가격은 상승하고 생산자 가격은 하락하게 된다. 그림에서 보면 소매가격은 기본수요곡선  $D_p$ 와 파생공급곡선인  $S_d$ 와 만나는 점인  $R_p$ 에서, 생산자 가격은 생산자 수준의 공급곡선인 기본공급곡선  $S_p$ 와 기본 수요에서 파생된 파생수요곡선  $D_d$ 가 만나는 점인  $F_p$ 에서 결정된다(圖2-1).

圖 2-1 소매가격 및 생산자가격의 변화



조건이 변하여 유통마진이 더욱 증가한다면 파생수요는  $D_a$ 에서  $D_a'$ 로 더욱 감소하게 되어 생산자 가격은  $F_p'$ 에서 형성된다. 그리고 파생공급은 마진의 증가에 따라 늘어나게 되어  $S_a'$ 로 변화하게 되므로 새로운 소매가격은  $D_b$ 와  $S_a'$ 의 교차점  $R_p'$ 에서 결정된다. 마진의 증가에 따라 소매가격이 더욱 상승하고 생산자가격은 하락한 것이다.<sup>1</sup>

결국 유통비용의 증가는 유통마진을 증대시키며, 수요량을 감소시키는 결과를 가져온다. 반대로 유통마진의 감소는 수요를 증대시키며 생산자 수취가격의 상승과 소매가격의 하락을 통해 국민경제에 기여하게 된다.

유통의 능률화를 통하여 유통마진이 절감되는 경우 그 혜택은 생산자와 소비자에게 분배된다. 유통비용의 절감이 소매가격과 생산자가격 중 어느 쪽에 더 많은 영향을 미치는지, 또는 누가 더 많은 혜택을 받

<sup>1</sup> 그림에서는 설명의 편의상 수요와 공급곡선의 기울기(절대치)가 엇비슷하게 되어 있을 뿐만 아니라, 마진의 변동에 따른 이동폭도 알기 쉽게 일정한 폭으로 나타나 있지만, 이들 기울기 및 이동폭은 가격탄력성이나 기타 국민경제조건에 따라 달라지게 될 것이다.

게 되는지는 해당 농수산물의 가격에 대한 수요와 공급탄력성에 달려 있다. 즉 수요가 완전비탄력적이거나 공급이 완전 탄력적이면 모든 혜택이 소비자에게 귀속되며, 공급이 완전 비탄력적이거나 수요가 완전 탄력적이면 모든 혜택은 생산자에게 돌아간다. 현실적으로 수요나 공급이 완전 탄력적이거나 완전 비탄력적인 경우는 거의 없으므로 유통효율의 증진에 따른 혜택은 생산자와 소비자 모두에게 돌아간다. 다만 어느 쪽이 더 많은 혜택을 받는지는 일률적으로 말할 수 없고 농수산물의 종류에 따라 다를 것이다.

#### 4. 농수산식품 마케팅 빌

전체 농수산 식품에 대한 총소비지출액 중에서 생산자 수취액을 제외한 부분이 마케팅 빌이며 이는 전체 식품유통부문의 부가가치로 표시될 수 있다. 마케팅 빌의 규모와 그 구성은 농수산 식품 유통부문의 중요성을 이해하는 지표가 될 수 있고, 유통개선에 따른 경제적 편익의 규모를 파악할 수 있다.

식품에 대한 최종소비지출액 중에서 생산자 수취분과 마케팅 빌이 차지하는 상대적인 비중은, 유통 서비스와 생산단계에 있어서 농산물에 대한 수요를 비교해 볼 때 소득탄력성이 유통 서비스가 더 큰 것이 보통이므로 경제성장에 대한 마케팅 빌의 비중은 커지게 마련이다. 이들의 상대적 비중의 변화만을 가지고서 생산자의 상대적 후생의 정도를 설명하기는 어려운데 생산과 유통에 있어서 효율의 변동을 충분히 감안했다고 볼 수 없기 때문이다. 그러나 단기적으로 생산자수취분의 비중은 생산자의 경제적 위치를 표시한 것이 된다. 외국에서는 마케팅 빌에 대한 통계가 별도의 조사에 의해 측정되고 있으나 우리의 경우에는 이러한 노력이 결여되어 있다.

## 5. 품목별 유통마진

품목별 유통마진을 추정하는 방법은 여러 가지가 있다. 유통경로별로 생산자에서 소비자에게 이르기까지 동일한 상품에 대해 추적조사하는 방법이 있다. 이는 유통과정에서 발생하는 실제비용을 각 유통활동별로 상세히 조사할 수 있고, 유통과정에서의 손실이나 초과이윤을 파악할 수 있는 이점이 있으나 일반성이 결여될 우려가 있다. 즉 유통경로에 따라 비용이 달라질 수 있으며, 생산지점과 소비지점에 차이가 있을 수 있을 뿐만 아니라 생산시점과 소비 또는 유통시점이 다를 수도 있다. 따라서 이 방법은 사례조사로서는 충분한 의의가 있겠지만 일반적으로 유통마진의 지표로는 실용성이 적다. 유통되는 개별상품의 1회 유통분에 대해 모든 지점과 시점을 고려하여 측정한다는 것은 현실적이 될 수 없을 것이다. 그리고 유통이 시작되는 시점과 끝나는 시점에 있어 수급조건의 변동에 따른 마진의 변동은 비용과는 상관없이 계산될 수도 있다.

한편 동일한 시점에서 각 유통단계별 가격차이와 예상되는 유통서비스에 대한 비용을 계산하여 일반적인 비용과 마진을 측정할 수도 있다. 그리고 일정기간 동안 생산되어 소비된 상품의 최종소비지출액에서 생산액을 제외하여 이것을 유통물량으로 나누면 단위당 유통마진을 얻을 수 있고, 그것이 유통되는 동안의 비용을 항목별로 측정할 수 있는 것이라면 비용과 마진에 대한 가장 일반성을 갖는 측정방법이 될 수도 있다. 그러나 경우에는 상품 자체가 동일하지 않으며 저장비용을 정확히 측정하기 어렵다는 단점이 있다.

어떠한 방법을 채택할 것인가는 모든 방법이 장단점을 갖고 있기 때문에 사용하고자 하는 목적에 따라 다르겠지만, 계속적인 통계자료로

서의 가치는 후자의 두 가지 방법이 타당성을 갖는다고 하겠다.

유통비용을 절감할 수 있는 방안을 모색하기 위해서는 유통량이 가장 많은 경로를 통해 가장 보편적인 질의 상품이 주산지에서 주소비지로 이동하는 경우를 선택하여 가장 많이 시장화되는 시기에 동시에 조사하는 것이 바람직하다. 이럴 경우 유통비용을 절감할 수 있는 여지가 가장 많을 뿐만 아니라 비용이 절감될 수 있는 부문을 비교평가하기 용이하기 때문이다.

## 제 3 장

## 주요국의 유통마진 통계 조사체계\*

## 1. 미 국

미국정부는 1921년 이후 생산자수취가격과 식품소매가격의 차이와 그 원인을 조사해 오고 있다. 농업공황중 생산자수취가격 하락에 비해 소매가격은 적게 하락함에 비추어 유통마진의 중요성을 새삼 인식하고 농업경제국은 주요 10개 품목에 대한 마진통계를 발행해 온 바 있으며, 1941년 12월 이후 정기적으로 65개 소비자 구입식품(market basket)에 대하여 품목별·월별 소비자 구입가격, 생산자 수취가격 및 가격분산과 그 구성, 이들의 연도별 종합적 지수편제를 조사·발표하는 마켓 바스켓 통계(Market Basket Statistics)<sup>1</sup>를 발간해 오고 있다.

---

\* 이 장은 허길행, 「농수산물 유통마진 조사방법의 체계화」의 내용 중 관련된 부분을 대부분 그대로 인용하였음을 밝힌다(허길행 1985, pp119~120).

그리고 1945년부터는 전체 음식료품에 대한 소비자구입액과 생산자수취액, 그 차액인 마케팅 빌, 그리고 유통기능별 구성을 분석하여 연도별로 발표해 오고 있다. 소비자 구입식품 통계가 일정량에 대한 가격과 유통비용의 변화를 보는데 비하여 마케팅 빌 통계는 해마다 변하는 유통물량을 기준으로 한 통계치이다.

1950년대 중반 이후 美 의회는 유통마진에 대한 정보의 추정·연구·발간을 위해 자금의 일정 부분을 배정토록 지시한 바 있으며, 이에 따라 미농무성은 마켓 바스켓 및 마케팅 빌 통계와 분석자료를 매년 정기적으로 발간해 오고 있다(USDA 1967, pp. 1-4). 이들 자료들은 기능별·상품류별 주요 품목별 유통마진의 크기와 변화추세 및 그 변동원인을 분석·설명하고 있으며, 가격분산, 식품업의 수익성 및 생산성, 마케팅 빌의 구성 등을 분석·해설하고 있다.

자료의 조사분석방법은 정확성을 높이기 위해 매년 수정보완되고 있는데 최근에는 자금과 농수산물 유통 투입재에 대한 가격변화를 분석·감시하고자 유통비용지수(Marketing Cost Index : MCI)를 개발, 포함시켰다(USDA 1981, pp. 11-12). 이 지수는 중간재화 및 용역의 투입비용에 대한 보다 정확한 정보를 제공코자 하는 것으로서 건물과 장비의 감가상각, 장기채 이자, 이윤 등을 제외한 유통과정에 투입된 모든 비농업 재화와 서비스의 가격변화를 추정하는 것이다. 따라서 농수산물 자체뿐만 아니라 임금 및 수송비를 포함한 비농업부문까지도 분석함으로써 유통마진의 증가원인을 보다 정확히 진단할 수 있으며, 식품가격 상승에 보다 적절히 대응할 수 있게 되었다. 또한 최근에는 각종 유통참가업체에 대한 통계제출 의무의 법령화 문제가 제기되고 있다.

미국에서의 마케팅 빌의 추정은 대부분 기존 자료를 이용하고 있다.

---

1 마켓 바스켓은 외식분을 제외한, 소비자가 식품점에서 구입한 일정량의 국내산 식품으로 구성되며, 마켓 바스켓의 변화는 식품비가 가계에 미치는 영향을 나타내는 주요 지표가 된다.

전국적 조직망을 갖고 매일 발간되는 약 1,000종의 농무성 시장뉴스와 연간 약 650종에 달하는 각종 통계정보(Kohls et al. 1972, pp. 324-335), 상무성 및 노동성의 각종 통계 및 개인 연구결과가 폭넓게 활용됨으로써 분석결과의 정확도를 높여 주고 있다.

## 2. 일 본

일본 역시 유통마진 조사를 위해 많은 노력을 하고 있다. 청과물의 경우 1973년 부터 12개 채소, 7개 과일에 대한 산지에서 도매시장까지의 항목별 집출하비용 조사를 해오고 있으며 그 결과를 정리한 『청과물 유통경비 조사보고』를 농림수산성 통계정보부에서 매년 발간하고 있다. 보고서의 내용은 품목별 집출하 경비와 도소매경비의 구체적인 내용을 분석하여 작성, 전년과 대비하여 유통마진의 변화 요인을 개략적으로 설명하는 것이 주를 이루고 있다. 영업특성상 비용구분이 품목별로 어려운 도매업소와 소매점포에 대하여는 점포운영비를 비용항목별로 조사한다.

자료는 공동출하조직, 중매인점포, 소매점포를 대상으로 표본을 추출. 회계장부를 열람하여 연간의 경비에 관한 사항을 조사하여 수집하며 미흡한 것은 청취조사를 통해 보완한다. 공동출하조직의 조사대상은 조사품목별로 대도시출하가 많은 전국 주산지에 소재한 출하단체를 조사대상으로 선정하고, 생산비 조사결과를 종합·이용할 수 있도록 원칙적으로 동일품목은 동일지역에서 조사토록 하고 있다. 1987년 조사품목은 채소 12개, 과일 7개 품목이며 품목별로 계절과 품종을 구분하여 조사하고 있다.

중매인은 중앙도매시장에서 영업중인 중매인 점포 중 채소와 과일 점포 몇 개씩을 선정하며, 소매점포는 도매시장에서 청과물을 구입하는 평균적 소매점포 중 도시규모에 따라 3~5개를 선정, 조사하고 있

다. 1987년 조사된 표본수는 중매인점포 58개, 소매인점포 91개이며, 공동출하조직은 품목에 따라 10~30개 정도를 조사하고 있다.

일본의 유통마진조사 특징은 별도의 조사경로를 갖고 주산지 및 도매시장을 중심으로 표본조사를 함으로써 다양하고 정밀한 마진자료를 도출하는 데 있다. 미국의 유통비용 통계가 기존 통계치를 많이 가공하여 발표하는데 비하여 일본은 조사항목별로 전국과 지역별 평균치를 구하여 발표하는 점이 대비된다. 다시 말하면 미국의 유통마진 조사체계가 유통참가자의 보고자료 및 수많은 기존자료들이 근간을 이루는 반면에, 일본의 경우는 표본조사가 추가되고 있다는 것이 특징이다.

## 제 4 장

# 유통마진 통계 조사와 집계방안

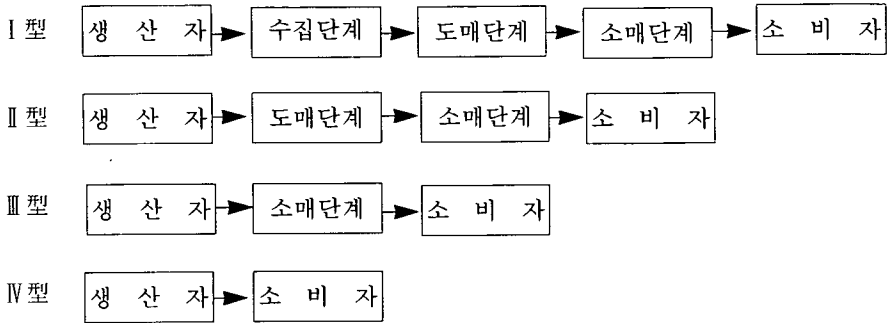
본 장에서는 앞서 “연구범위”에서 밝힌 바 있는 연구대상 품목들을 중심으로 개별품목들의 세부적 유통마진에 대한 통계적 조사체계를 검토하여, 체계적인 유통마진 조사방법을 제시하고 아울러서 이를 효과적으로 정리할 수 있는 집계방안을 마련하고자 한다. 이 장에서의 연구를 토대로 하여 다음 장에서는 실제로 1989년도의 유통마진에 대한 先시험적(pre-test)인 시험연구를 실시하게 된다.

## 1. 조사체계

### 가. 조사 유통경로

농수산물은 수많은 생산자들에 의해서 소규모, 분산적으로 생산되기 때문에 이의 거래를 위한 수집과정이 있으며, 수집된 상품을 소비지역으로 신속하게 대량 중계하는 중계과정이 있고, 최종소비자들에게 분산시켜 주는 분산과정이 있게 된다. 또한 시장은 산지시장과 소비지시장으로 크게 구분할 수 있으며, 소비지시장은 중계기능을 수행하는 도

圖 4-1 유통경로의 유형



매시장과, 최종소비자에게 분산시켜 주는 소매시장으로 나눌 수 있다. 이와같은 시장조직하에서 농수산물의 유통경로는 시기별·지역별·품목별로 매우 다양하지만 유통단계 측면에서 4가지 형식의 유통경로로 요약할 수 있다(圖 4-1).

I 형은 산지에서 주로 수집상들에 의해서 수집단계를 거쳐 도매시장 및 소매단계를 경유하여 최종소비자에게 이르는 시장조직의 전체 유통단계를 모두 거치는 유통경로이다. II 형은 I 형에서 수집단계가 생략된 것으로서 생산자나 생산자단체들에 의한 도매시장 직출하 경로이다. III 형은 산지에서 대도시의 대형 소매기구(수퍼 또는 연쇄점·백화점 등) 등으로 직접 출하하는 유형이며, IV 형의 경로는 생산자나 소비자가 직접 연결되는 소위 직거래 유통경로이다.

이상의 유통경로 중에서 농수산물의 주 유통경로는 수집상을 통해 도매시장을 경유하는 I 형의 유형이 이에 해당된다. 그런데 유통마진을 절감할 수 있는 방안을 모색하기 위해서는 유통량이 가장 많은 경로를 통해 조사하는 것이 바람직하다. 이럴 경우 유통마진을 절감시킬 수 있는 여지가 가장 많을 뿐만 아니라 비용이 절감될 수 있는 부분을 비교·평가하기가 용이하기 때문이다.

따라서 본 연구에서는 4가지 형태의 유통경로 중에서 모든 유통경로

가 포함되고 유통량도 가장 많은, 가장 일반적인 유통경로라고 할 수 있는 I 형의 유통경로를 조사 유통경로로서 채택하였다. 그외의 유통 경로에 관한 조사는 필요시 사례조사 형식으로 그때 그때 실시할 수 있을 것이다.

## 나. 조사대상 · 조사시기 · 조사방법

### ① 조사대상

조사유통경로로서 채택한 I 형의 유통경로를 따라 유통마진을 조사하기 위해 조사대상을 생산자와 수집상 · 도매상 및 소매상으로 결정하였다. 소매단계 및 소비자 경로에서는 소매상만을 조사하여도 소매단계 · 소비자 경로에서 조사되어야 할 자료를 모두 수집할 수 있을 것이다. 도매단계의 조사는 도매회사를 상대로 하는 방안도 있을 수 있으나, 이는 충분한 표본수를 면접하는 데 제약이 있을 뿐더러 도매단계 일반의 비용자료 수집이 용이하지 않은 면이 있다.

본 연구에서 연구범위로 설정하고 있는 품목별 유통마진 추정을 위해서는 생산자와 수집상 · 도매상 · 소매상 등 상인만을 조사대상으로 하여도 충분하다. 그러나 유통마진통계 작성이 시작되면 이를 토대로 마케팅 빌 작성도 구상할 수 있어야 한다. 따라서 장차 마케팅 빌 작성에 대비하고 또한 자료보완의 차원에서 조사대상에 유통업체(저장 · 건조 · 가공 · 수송 · 도매회사 등)를 포함시켜 자료를 수집해 둘 필요가 있을 것이다.

### ② 조사시기

유통마진을 파악하는 데 있어서 조사시기는 중요한 의미를 지닌다. 하나의 방법으로서 유통경로별로 생산자에서 소비자에 이르기까지 동일한 상품에 대해 추적조사하는 방법으로 조사시기를 특정시점에 국한하지 않은 방식이 있다. 이는 유통과정에서 발생하는 실제 비용을 각

유통활동별로 상세히 조사할 수 있고, 유통과정에서의 손실이나 초과이윤을 파악할 수 있는 이점이 있으나 일반성이 결여될 우려가 있다. 즉 유통경로에 따라 비용이 달라질 수 있으며, 생산시점과 소비지점에 차이가 있을 수 있고, 생산시점과 소비 또는 유통시점이 다를 수도 있다. 따라서 이 방법은 사례조사로서는 충분한 의의가 있겠지만 일반적인 유통마진의 지표로는 실용성이 적다. 유통되는 개별 상품의 1회 유통분에 대해 모든 지점과 시점을 고려하여 측정한다는 것은 현실적이 될 수 없을 것이다. 그리고 유통이 시작되는 시점과 끝나는 시점에 있어 수급조건의 변동에 따른 마진의 변동은 비용과는 상관없이 계산될 수 있다.

한편 동일한 시점에서 각 유통단계별 가격차이와 예상되는 유통서비스에 대한 비용을 계산하여 일반적인 마진을 측정할 수도 있다. 이 경우에는 상품 자체가 동일하지 않으며 저장, 건조, 가공 등의 비용을 정확히 측정하기 어렵다는 난점이 있다. 그렇지만 일정기간 동안 생산되어 소비된 상품의 최종소비 지출액에서 생산액을 제외하여 이것을 유통물량으로 나누면 단위당 유통마진을 얻을 수 있고, 그것이 유통되는 동안의 비용을 항목별로 측정할 수 있는 것이라면 마진에 대한 가장 일반성을 갖는 측정방법이 될 수도 있다.

어떠한 방법을 채택할 것인가는 두 가지 방법이 모두 장단점을 갖고 있기 때문에 사용하고자 하는 목적에 따라 달라질 수 있다. 그러나 계속적인 통계자료의 가치는 후자의 방법이 더 타당성을 갖는다고 하겠다.

유통마진을 절감할 수 있는 방안을 모색하기 위해서는 유통량이 가장 많이 시장화되는 시기에 동시에 조사하는 것이 바람직하다. 앞서도 언급한 바와 같이 이럴 경우 유통비용을 절감할 수 있는 여지가 가장 많을 뿐만 아니라 비용이 절감될 수 있는 부문을 찾아내기 용이하다.

이러한 점들을 고려하여 본 연구에서는 조사시기를 매년 연말경 일

정시점으로 하기로 하였다. 조사대상 품목수도 적지 않지만 추적조사를 통한 사례조사보다는 계속적인 통계자료로서의 중요성도 고려하였기 때문이다. 그리고 농수산물의 경우 품목에 따라 차이가 있겠지만 일반적으로 연년말경이 성출하기에 해당되는 품목이 많을 뿐만 아니라 이 시기는 결산기에 속하므로 보다 더 생생한 자료를 입수하기 쉬운 편이다.

매년년말 일정시점으로 하였지만 바로 세밑인 12월말은 여러 가지로 바쁜 시기이므로 조사대상의 면접이 오히려 어려울 수도 있다. 따라서 조사시기를 매년 11월말 내지는 12월초로 하는 것일 바람직할 것이다.

### ③ 조사방법

조사방법으로 고려될 수 있는 것으로서는 질문서(questionnaire)에 의하는 방식 및 면접조사 등이 있다. 질문서는 응답자 자신이 답을 기입하도록 되어 있는 일련의 질문을 말한다. 이 질문서의 방식은 질문서를 피조사자에게 우송해서 기입케 하고 다시 회수하는 우편조사 방식과, 우송하지 않고 피조사자에게 질문서를 교부해서 스스로 시간을 두고서 기입하게 하는 기장조사의 방식으로 나눌 수 있다(이만갑 1979, p. 143).

면접조사는 여러가지 용도로 흔히 사용되고 있는 조사방식으로서 연구활동에서 사용될 수 있는 일반적인 도구이다. 또한 연구과정에 있어서 자료수집의 주된 방식일 뿐만 아니라, 면접은 다른 방법으로 수집한 자료들을 명백히 하는 데 사용된다. 우편조사나 기장조사에 비해 볼 때 면접조사는 더 공정한 표본을 얻을 수 있다는 점이 특징인데, 우편조사나 기장조사는 회수율이 낮고 회수된 것은 대개 유식한 사람, 그 문제에 특히 관심을 갖고 있는 사람들의 것이기가 쉽기 때문에 회수된 자료를 가지고 모집단의 특성을 제대로 추측하기가 어려워진다(이만갑 1979, pp. 161-163).

이상의 여러가지를 고려하여 본 연구에서는 조사의 정확 및 빠른 조

사진행 등을 도모하기 위해 면접조사 방식을 채택하기로 하였다. 현실적으로 당 연구원에서 실시한 바 있는 여러가지 조사방식을 검토해 볼 때, 질문서에 의한 우편조사 또는 기장조사들은 회수율도 낮았지만, 집계하기까지 많은 시일이 걸렸던 것이 보통이었다.

## 다. 조사담당 주체

유통마진 통계조사는 일관되게 계속적으로 수행되어야 할 뿐만 아니라, 이를 진행시키는 데에는 다음에서 밝혀지겠지만 많은 비용이 소요되는 것이므로 이를 담당하여 추진할 기관이 정해져야 한다. 현재의 농수산통계 수집체계를 고려해 볼 때 두 가지 방안을 생각해 볼 수 있다.

### ① 조사담당 방안

- 제1안 : 현지조사시 조사의 신속 및 원활 등을 기하기 위해 현재의 농림수산부 통계관실에 유통마진조사 전담 통계정보조직을 두어 여기서 쏙단계를 조사하는 방안이다. 모든 품목의 조사와 집계를 일관되게 농림수산부에서 수행한다.
- 제2안 : 현재의 유통정보수집 관련기관들을 활용하여 분담하게 하되, 농림수산부에서 이를 총괄하도록 한다. 유통정보수집 관련기관들에는 농수축협 등 협동조합과 농수산물유통공사가 있는데 그 활동분야를 종합해보면 협동조합은 산지에서, 유통공사는 도소매단계인 소비지에서의 역할이 대개 큰 것이 특징이다. 이를 고려하여 출하 및 수집단계는 협동조합이, 도소매단계는 유통공사가 맡도록 하는 것이 타당할 것이다.

산지에서 농수축협의 역할 분담은 관련되는 품목을 근거로 하여 농협은 쌀·보리·콩·배추·무우·고구마·감

자·양파·고추·마늘·사과·감귤·참깨 등 농산물 13개 품목을 맡도록 하고, 수협은 갈치·명태·조기·고등어·물오징어·김 등 6개 수산물을 축협은 쇠고기·돼지고기·닭고기·계란 등 4개 축산물에 대한 유통마진 통계조사를 수행하도록 한다. 물론 유통공사는 도소매 단계에서 23개 모든 품목에 대한 조사를 수행한다.

한편, 조사·수집된 자료의 집계·정리는 농림수산부에서 총괄적으로 맡아, 분산되어 수집된 통계자료의 통일된 처리 및 신속한 집계·발표를 기하도록 한다(表 4-1).

## ② 대안별 비교분석

조사체계의 대안은 조사담당 주체에 따라 농림수산부 통계관실 담당방안(제1안), 유통정보수집 관련기관 담당방안(제2안)으로 구분되었다. 이들 대안은 조사진행의 신속·용이성, 조사비용 측면, 표본오차 및 비표본오차, 통계적 유의성 등의 관점에서 비교, 대비된다.

### 1) 농림수산부 통계관실 담당방안

현재의 농림수산부 통계관실에 유통마진조사 전담 통계정보조직을 두어 여기서 모든 단계를 조사하는 방안으로서 도·시·군 통계사무소 조직 등을 활용하여 조사원 채용 및 실제조사, 집계 등의 면에서 신속한 진행을 기할 수 있고 정부기관인 점에서 조사의 원활을 도모할 수 있다. 뿐만 아니라 통계담당관실에서 일관되게 유통마진 통계조사를 추진할 수 있으므로, 담당기관이 분산되는 제2안에 비해서 표본추출, 조사원에 대한 교육, 집계 등 조사·집계 쉼과정에 걸쳐 정확·철저를 기할 수 있을 것이다. 따라서 제2안에 비해 표본오차, 비표본오차 등을 줄일 수 있을 것이며 통계적 유의성도 높일 수 있는 등의 장점이 있다.

## 2) 유통정보 수집 관련기관 담당 방안

현재의 유통정보수집 관련기관들을 활용하여 출하 및 수집단계는 농수축협, 도소매단계는 유통공사 등의 형식으로 조사의 진행을 분담하여 실시하고 농림수산부에서 이를 총괄하여 집계하도록 한다. 그런데 농수축협은 산지, 유통공사는 소비지에서 유통경로·지역특성 및 품목별 특징 등을 잘 파악할 수 있어서 개별조사의 정확도를 높일 수 있는 장점이 있다. 그리고 특정분야를 분담하여 조사하는 것일 뿐만 아니라 각 기관별 기존의 조사경로를 활용할 수 있을 것이므로 제1안에 비해 조사비용의 절감을 기할 수 있다.

그러나 정부기관이 조사하는 것에 비해 조사진행의 용이성이 저하될 것이 예상될 뿐만 아니라, 조사기관이 분산되어 있음으로써 조사·집계의 신속성이 제1안에 비해 상대적으로 낮을 것이 우려된다. 또한 일관된 조사·집계를 수행하는 제1안에 비해 표본추출·실제조사 등에서 오차 발생의 소지가 더 많아, 표본오차·비표본오차 등이 상대적으로

表 4-1 유통마진 통계조사 담당 대안

대 안	담당기관	담당범위	조사품목
제1안	농림수산부	전단계	전품목
제2안	협동조합	출 하 및 수 집 단 계	농협 : 쌀·보리·콩·배추· 무우·고구마·감 자·양파·고추·마 늘·사과·감귤· 참깨 수협 : 갈치·명태·조기· 고등어·물오징어· 김 축협 : 쇠고기·돼지고기· 닭고기·계란
	유통공사	도소매단계	전품목
	농림수산부	집계 및 총괄	전품목

크게 될 가능성이 높으며 통계적 유의성도 낮아질 것이다.

## 2. 표본추출

### 가. 표본선정 방법

모집단 전체를 조사하는 全數조사는 여러 가지 한계상 생각할 수 없는 것이므로 모집단 가운데서 어떤 집단을 선택해서 자료수집에 이용할 것인가 하는 표본선정 과정이 필요하다. 이 과정에서는 주어진 비용을 가지고 최대의 精度를 얻을 수 있도록, 또는 최소의 비용으로 주어진 精度의 결과가 나오도록 표본을 선정하는 것이 중요하다(강오전 1979, p. 214). 표본선정 방법으로는 무작위 추출(random sampling), 계통적 추출(systematic sampling), 층화추출(stratified sampling), 집락추출(cluster sampling) 등 여러가지가 있다. 본 연구에서는 통계이론상 표본의 모집단 대표성의 정확성이 어느 정도인가가 이론적으로 계산될 뿐만 아니라 추측통계학에서 모집단에서 추출된 표본을 무작위 표본으로 생각하는 등의 특성을 지니고 있는 무작위추출 방식을 표본선정의 원칙으로 정하였다.

### 나. 표본수 산정

표본추출 과정에서 반드시 결정되어야 하는 것은 표본수를 얼마로 할 것인가이다. 표본에서 가장 중요한 문제는 대표성이지만, 또 하나의 문제는 표본의 적절성인 것이다. 그런데 표본의 적절성이란 결국 크기의 문제에 해당된다(이만갑 1979, p. 126).

본 연구에서는 모집단의 수가 충분히 큰 생산자와 도소매상 등에 대해서는 표본수의 결정을 아래의 식을 사용하여 계산하였다. 수집상이나 유통업체의 경우 모집단이 불분명하거나 그 수가 크지 않으므로 별도의 방법으로 표본수를 정하였다.

○ 표본수 산정공식<sup>1</sup>

$$n = \frac{z^2 s^2}{e^2}$$

여기서, n : 표본수

z : 정규분포의 z값

s : 기존조사표본의 표준편차

e : 허용오차

## 다. 조사지역

표본추출에 있어서 그 방법과 표본수가 결정되었으므로 이제는 표본을 어느 지역에서 추출할 것인가를 결정하여야 한다. 표본추출방법의 원칙으로서 전국적인 단순임의 추출방법을 택하였으나 연구대상 품목들이 제각기 주산지가 있는 농수산물이라는 점을 고려해 보면, 출하 및 수집단계는 주산지 중심으로 표본을 추출하는 것이 표본의 대표성을 살리는, 조금이라도 표본의 대표성을 더 지니는 표본을 추출하는데 근접할 것이다. 본 연구에서 대상으로 하고 있는 품목들을 살펴보면 대부분 주산지가 뚜렷한 것들이다.

도소매단계는 서울·부산을 비롯한 6대 도시를 조사지역으로 하였다. 6대도시가 우리나라 소비지역의 절대다수를 점하고 있음을 고려해 보면 이들 지역만을 조사하여도 표본의 대표성에 별 무리가 없을 것으로 판단된다. 유통업체는 그들의 소재지가 산지 및 소비지에 분산되어 있는 것을 고려하여 6대도시 및 주산지로 혼합하였다.

지금까지 검토한 표본추출 결과를 조사대상별로 정리하면〈表 4-2~4-6〉과 같다.

<sup>1</sup>  $(x-m) \sqrt{n}/s$  는 표준정규분포를 하므로 이를 n에 관해서 정리하면 위 식을 구할 수 있다(단, x는 관측치, m은 평균값,  $x-m$  은 허용오차로서 e에 해당).

表 4-2 생산자 표본추출

품목	모집단 <sup>1)</sup>	표본수 <sup>2)</sup>	조 사 지 역 <sup>3)</sup>	표본선정방법
쌀	1,645,632	30	옥구, 철원, 평택, 담양, 김제, 익산, 서천 등	무작위추출
보 리	517,996	30	의령, 합천, 달성, 청도, 고령, 창녕, 월성 등	
콩	1,214,073	30	북제주, 정선, 삼척, 양구, 고흥, 봉화, 가평 등	
배 추	895,600	92	남양주, 양주, 영천, 삼척, 당진, 홍성 등	
무 우	800,262	100	광산, 나주, 영암, 고창, 당진, 양주, 연천 등	
고구마	699,719	100	여천, 통영, 완도, 북제주, 남해, 무안, 거제 등	
감 자	503,477	77	울릉, 인제, 평창, 영주, 양양, 삼척, 봉화 등	
양 파	53,698	100	무안, 창녕, 함평, 영천, 의령, 북제주 등	
고 추	1,269,922	53	영양, 청송, 음성, 중원, 제원, 단양, 괴산 등	
마 늘	708,813	100	남해, 울릉, 서산, 단양, 통영, 삼척, 무안 등	
사 파	57,745	100	영풍, 군위, 경산, 영천, 안동, 청도, 봉화 등	
감 굴	20,817	30	남제주, 북제주	
참 깨	1,028,799	79	신안, 북제주, 진도, 해남, 완도, 무안, 군위 등	
소	1,047,573	92	울릉, 인제, 양구, 춘성, 홍천, 고성, 화천 등	
돼 지	251,196	100	김해, 포천, 고양, 남양주, 양주, 용인 등	
닭	302,775	30	광주, 양주, 남양주, 포천, 고성, 경산 등	
계 란	302,775	30	"	
갈 치	255,162	35	목포, 인천	
명 태	255,162	35	거진, 속초, 주문진, 울진	
조 기	255,162	35	목포, 영광, 부산	
고등어	255,162	35	부산, 주문진, 거진, 속초, 울진	
물오징어	255,162	35	울진, 속초, 주문진, 거진	
김	255,162	35	서산, 완도	
계		1,383		

- 1) 농업센서스(1985) 및 농림수산물통계연보.
- 2) NMMPs(한국농촌경제연구원에서 1984년에 완료한 “전국권 농수산물 기본계획 연구”를 지칭) 조사결과와 생산자수취가격 기준으로 0.1의 變異係數와 95% 信賴區間을 적용하되 최소표본수 30, 최대표본수 100으로 조정.
- 3) 농산물 및 축산물은 강봉순 외 「주요 생산조정 지향작목의 지역특화에 관한 연구」, 한국농촌경제연구원, 1984. pp. 16~29 참조. 수산물은 「농림수산물통계연보」 참고.

表 4-3 수집상 표본추출

품목 <sup>1)</sup>	모집단 <sup>2)</sup>	표본수 <sup>2)</sup>	조사지역	표본선정방법
쌀		30	생산자	무작위 추출
보리		30	조사지역과 동일	
콩		30		
배추		30		
무우		30		
고구마		30		
감자		30		
양파		30		
고추		30		
마늘		30		
사과		30		
감귤		30		
참깨		30		
소		30		
돼지		30		
닭		30		
계란		30		
계		510		

- 1) 수산물은 산지에서 강제상장되어 위판되므로 수집상의 활동이 거의 없는 실정임을 고려, 대상에서 제외
- 2) 수집상은 모집단이 불분명할 뿐만 아니라 조사대상을 만나기가 쉽지 않음. 따라서 면접이 용이하지 않으므로 표본수를 최소규모라 할 수 있는 30으로 통일.

表 4-4 도매상 표본추출

품 목	모집단 <sup>1)</sup>	표본수 <sup>2)</sup>	조사지역	표본선정방법
쌀	807	40	서울, 부산	무작위추출
보 리	807	40	대구, 인천,	
콩	807	40	광주, 대전	
배 추	2,660	50	6대도시	
무 우	2,660	50	위주	
고 구 마	2,660	50		
감 자	2,660	50		
양 파	2,660	50		
고 추	2,660	50		
마 늘	2,660	50		
사 과	2,660	50		
감 굴	2,660	50		
참 깨	807	40		
쇠 고 기	560	30		
돼지고기	560	30		
닭 고 기	560	30		
계 란	560	30		
갈 치	1,297	50		
명 태	1,297	50		
조 기	1,297	50		
고 등 어	1,297	50		
물오징어	1,297	50		
김	1,297	50		
계		1,030		

1) EPB, 총사업체 통계조사보고서(1986)

2) NMPS 조사결과 중 점포운영비용 기준으로 0.2의 변이계수와 90% 신뢰 구간을 적용하되 최소표본수 30, 최대표본수 50으로 함(\* 변이계수 =  $s/m$ , 단  $m$ : 평균치,  $s$ : 표준편차)

表 4-5 소매상 표본추출

품 목	모집단 <sup>1)</sup>	표본수 <sup>2)</sup>	조사지역	표본선정방법
쌀	32,106	50	서울, 부산	무작위추출
보 리	32,106	50	대구, 인천,	
콩	32,106	50	광주, 대전	
배 추	21,899	50	6대도시	
무 우	21,899	50	위주	
고 구 마	21,899	50		
감 자	21,899	50		
양 파	21,899	50		
고 추	21,899	50		
마 늘	21,899	50		
사 파	10,924	50		
감 굴	10,924	50		
참 깨	32,106	50		
쇠 고 기	26,231	37		
돼지고기	26,231	37		
닭 고 기	26,231	37		
계 란	26,231	37		
갈 치	21,778	50		
명 태	21,778	50		
조 기	21,778	50		
고 등 어	21,778	50		
물오징어	21,778	50		
김	21,778	50		
계		1,098		

1) EPB, 총사업체 통계조사보고서(1986)

2) NMMPS 조사결과중 점포운영비용 기준으로 0.2의 변이계수와 90% 신뢰구간을 적용하되 최소표본수 30, 최대표본수 50으로 함.

表 4-6 유통업체 표본추출

		모집단 <sup>1)</sup>	표본수 <sup>2)</sup>	조사지역	표본선정 방법
저 장 회 사	냉 동	427	40	6대도시 및 주산지 위주	무작위 추출
	저 온	186	30		
	양 곡	7,091	70		
건 조 업 체			30		
가 공 회 사	도 정	8,012	80		
	도 축	181	30		
수 송 회 사		1,063	50		
도매회사·공판장		191	30		
위판장(수산)		175	30		
계			390		

1) 농림수산부 자료(1989년 기준).

2) 유통업체의 운영비용에 관한 기존자료가 미미하고, 모집단이 크지 않으므로 표본수를 모집단의 1~10%로 하되, 최소 표본수를 30으로 조정.

### 3. 조사내용과 조사표 양식

품목별 유통마진 측정과 관련하여 조사내용에는 유통마진을 파악할 수 있기 위한 사항들이 모두 포함되어야 한다. 조사대상별로 조사되어야 할 사항들을 정리하면 다음과 같다.

#### ○ 조사내용

##### - 생산자

- 품목별 판매량 및 판매시기
- 품목별 판매처, 판매방법 및 판매가격
- 판매 단위당 출하비용 내역 등

- 상 인

- 구입처 · 구입량 · 구입가격 · 구입방법
- 판매처 · 판매량 · 판매가격 · 판매방법
- 거래단위당 거래소요비용 내역
- 운영비용 자료
- 비용항목 보완자료 등

- 유통업체

- 취급규모(물량 · 價額)
- 유통서비스 요금책정 자료
- 운영비용 내역
- 비용항목 보완자료 등

조사표는 위에서 열거한 조사내용들을 조사하기 쉽고 상호연관이 되도록 문항을 짜서 작성하면 된다. 유통마진 관련 조사표를 짤 때 유의해야 할 점은 유통종사자, 특히 상인들은 자신들의 영업관련 자료의 공개를 대부분 극히 꺼린다는 것을 염두에 두어야 한다는 점이다. 이들 자료의 공개로 행여 세금 등에 악영향을 미치지 않을까 하는 걱정을 하기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 면접조사자가 피조사자에게 보다 더 쉽게 접근하여 보다 더 정확한 자료들을 용이하게 수집할 수 있도록 조사표의 맨 앞장에서 “대외비” 및 “무기명” 조사라는 점을 강조하였다.

전체 조사대상은 생산자 · 수집상 · 도매상 · 소매상 및 유통업체 등 5개이지만, 수집상 · 도매상 및 소매상은 상인으로 통합시켜 조사표는 모두 3가지 양식을 작성하였다(부록 Ⅱ 참조).

#### 4. 집계와 製表 방법

조사의 최종단계는 이를 집계하는 것이다. 물론 여기에는 관련자료들을 정리하여 表나 圖로 작성하는 製表가 포함된다.

아무리 훌륭한 가설과 표본설계 밑에 놀랄 만한 결과가 나왔더라도, 그것을 필요한 사람들에게 효과적으로 전달하지 못한다면 아무 소용이 없는 것이다. 집계 및 제표는 대상이 되는 독자에 따라 그 양식이 얼마든지 달라질 수 있겠지만, 근본적으로 필요한 자료를 효과적으로 전달할 수 있으면 되는 것이다.

본연구에서는 연구목적이 유통마진통계와 관련되는 점을 감안, 특별히 유통마진 통계조사의 유용성을 강조·부각시키는데에 집계의 주안점을 두었다. 이를 위해 먼저 품목별로 세부적인 유통마진 구성내역을 유통단계별로 자세히 분석한 다음, 품목별 유통마진율을 정리하고 유통마진의 유통단계별 및 유통기능별 구성내역을 다각적으로 종합 검토한 후, 유통마진 및 그 지수의 연도별 변화를 파악하여 유통마진의 증감 요인을 매년 비교·평가할 수 있도록 하기 위한 집계표 구상에 초점을 맞추었다. 이들 집계표의 양식은 〈表 4-7 ~ 4-12〉 및 〈圖 4-2 ~ 4-4〉와 같다.

表 4-7 유통단계별 유통마진 세부내역, 19××년도

품목 : \_\_\_\_\_

단위 : 원/kg, (%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유 통 비 용	임 차 료					
	인건비(고정)					
	수도·광열비					
	우편·통신료					
	청 소 비					
	수 선 비					
	상 하 차 비					
	제 재 료 비					
	선별·포장·수확비					
	여비·접대비					
	저 장 비					
	건 조 비					
	가 공 비					
	수 송 비					
	차 량 유 지 비					
	광 고 비					
	지 급 수 수 료					
	기 타 관 리 비					
	차 입 금 이 자					
	감 가 상 각					
	제 세 공 과					
	보 험 료					
	기 타 비 용					
유 통 비 용 계						
상 업 이 윤						
유 통 마 진 합 계						
표 본 수						

\* 조사대상 품목이 23개이므로 실제의 집계에서는 이와 같은 表가 23개가 작성 되는 것임. 기록의 기준 단위가 원/kg과 %로 되어 있으나 %까지 表 하나에 표시하게 되어 복잡하게 되면, 단위 기준으로 원/kg 表와 %表를 따로 따로 작성, 분리할 수도 있을 것임.

表 4-8 품목별 유통마진율, 19××년도

단위 : 원/kg, %

품 목	생산자 수취가격	소비자 지불가격	유통 마 진 <sup>1)</sup>		유통 마 진 율 <sup>2)</sup>	
			유통비용	상업이윤	유통 비용율 <sup>3)</sup>	상업 이윤율 <sup>4)</sup>
쌀						
보리						
콩						
.						
.						
.						
.						

- 1) 유통마진 = 소비자지불가격 - 생산자수취가격 = 유통비용 + 상업이윤
- 2) 유통비용율 = (유통비용/소비자지불가격) × 100
- 3) 상업이윤율 = (상업이윤/소비자지불가격) × 100
- 4) 유통마진율 = (유통마진/소비자지불가격) × 100

圖 4-2 품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역, 19××년도

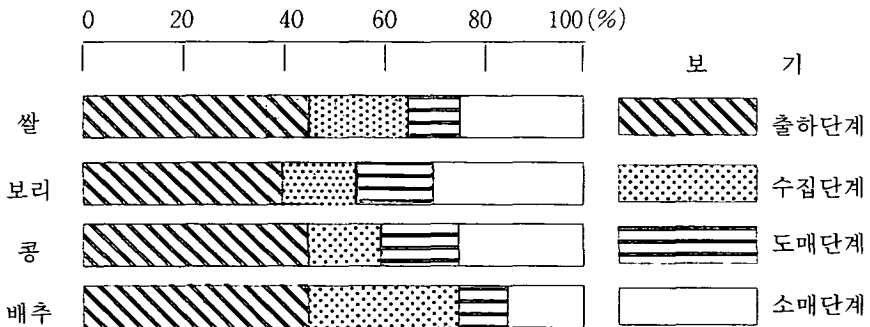




圖 4-3 품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역, 19××년도

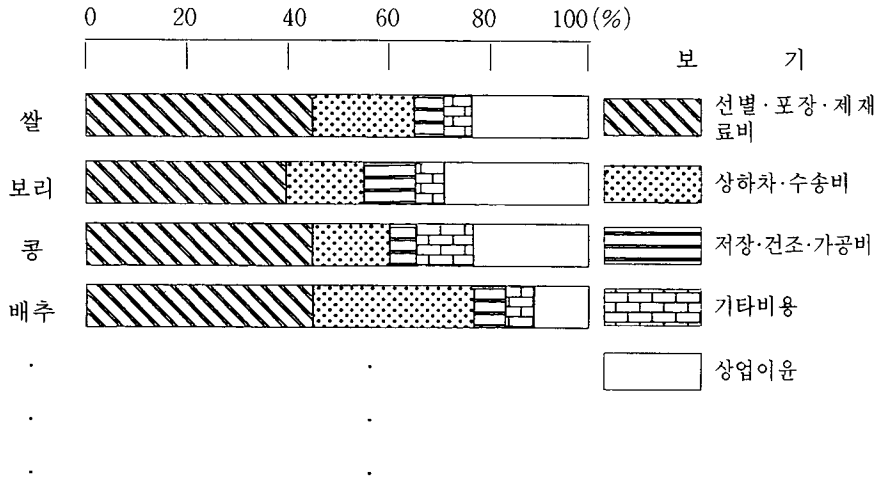


圖 4-4 품목별 총유통마진의 전년대비 증감, 19××년도

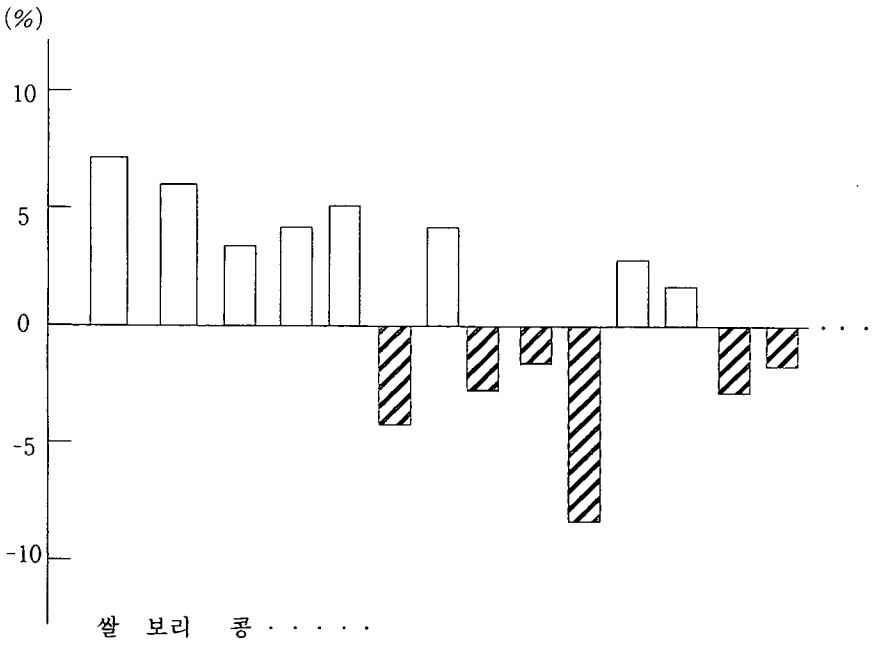


表 4-11 유통마진 지수의 연도별 변화 : 유통단계별

품목 : \_\_\_\_\_

	1991	1992	. . . . .
소 비 자 지 불 가 격 지 수	100.0	. . . .	
생 산 자 수 취 가 격 지 수	100.0	. . . .	
가 격 차 지 수	100.0	. . . .	
출 하 비 용 지 수	100.0	. . . .	
수 집 비 용 지 수	100.0	. . . .	
도 매 비 지 수	100.0	. . . .	
소 매 비 용 지 수	100.0	. . . .	

表 4-12 유통마진 지수의 연도별 변화 : 유통기능별

품목 : \_\_\_\_\_

	1991	1992	. . . . .
소 비 자 지 불 가 격 지 수	100.0	. . . .	
생 산 자 수 취 가 격 지 수	100.0	. . . .	
가 격 차 지 수	100.0	. . . .	
선별·포장·제재료비 지수	100.0	. . . .	
상 하 차·수 송 비 지 수	100.0	. . . .	
전장·건조·가공비 지수	100.0	. . . .	
기 타 비 용 지 수	100.0	. . . .	
상 업 이 윤 지 수	100.0	. . . .	

## 5. 사업추진 비용

조사연구사업에는 일반적으로 적지 않은 사업추진 비용이 소요되기 마련이다. 본연구의 유통마진통계조사에도 이를 수행하기 위해서는 자료수집을 위한 조사를 실시하는데에 조사비용이 들어가게 되고, 조사된 자료를 집계하기 위한 집계비용도 필요로 하게 된다.

본 절에서는 이러한 비용을 추정하기 위해 먼저 조사원수를 가늠해 보고, 이를 토대로 조사비용과 집계비용을 계산한 다음, 마지막으로 소요비용의 확보방안에 대해서 언급하고자 한다.

### 가. 조사원수 추정

생산자·수집상·도매상·소매상 및 유통업체 등 전체 조사대상에 대한 표본수는 총 4,411개로서 생산자 1,383개, 수집상 510개, 도매상 1,030개, 소매상 1,098개 그리고 유통업체가 390개로 되어 있다. 이들을 면접조사하기 위한 조사원수는 조사원 1인당 10일간씩 채용하는 것으로 조사 기간을 설정할 경우, 생산자에 58인, 수집상에 32인, 도매상 및 소매상에 각각 43인, 46인 그리고 유통업체를 조사하는 데에 24인이 필요할 것으로 보여 총조사원수는 203인으로 추정할 수 있다<表 4-13>.

추정기준에서 설명하였지만 조사원 1인당 10일간의 조사기간 안에는 2일간의 이동일자가 포함되었으며, 따라서 실제 조사기간은 8일 정도이다. 조사원 1인당 1일 2~3개 정도의 표본을 면접하는 것으로 가정하였는데, 유통마진 조사의 까다로운 성격상 하루에 이 보다 더 많은 표본의 면접은 그동안 당 연구원에서의 조사경험에 비추어 볼 때 무리가 뒤따른다.

## 나. 사업비용 추정

앞에서 잠깐 언급하였지만 유통마진통계 조사사업 추진비용으로서는 조사비용과 집계비용이 소요되게 된다. 먼저 조사비용으로서는 조사원의 여비 및 수당이 있으며, 조사사례품 구입비, 조사표 인쇄비, 조사원 교육비 등이 필요한 항목이고, 조사원들의 조사과정을 지도·감독·책임맡아 조사현지에 출장나가야 하는 직원들에 대한 여비가 계상되어야 한다.

한편, 집계비용에는 조사표를 정리·집계하기 위해 채용하는 집계요원의

表 4-13 조사대상별 표본수와 추정 조사원수

- 조사기간 : 10일간 가정 -

조 사 대 상	표 본 수	조 사 원 수 <sup>1)</sup>
생 산 자	1,383	58 <sup>2)</sup>
수 집 상	510	32 <sup>3)</sup>
도 매 상	1,030	43 <sup>4)</sup>
소 매 상	1,098	46 <sup>5)</sup>
유통업체	390	24 <sup>6)</sup>
계	4,411개	203인

### 1) 추정기준

○ 조사대상별 조사소요일수 산정.

- 생산자 및 도소매상: 1인 1일 3개 조사
- 생산자 및 도소매상: 1인 1일 3개 조사
- 수집상 및 유통업체: 1인 1일 2개 조사

○ 조사기간 10일간 중 2일은 이동하는데 소요하는 것으로 계상하여 조사원 1인당 실제 조사기간을 8일로 가정.

2)  $1,383\text{개} \div 3\text{개} (1\text{인}1\text{일}) \div 8\text{일} (조사원1\text{인당}) \approx 58\text{인}$

3)  $510\text{개} \div 2\text{개} \div 8\text{일} \approx 32\text{인}$

4)  $1,030\text{개} \div 3\text{개} \div 8\text{일} \approx 43\text{인}$

5)  $1,098\text{개} \div 3\text{개} \div 8\text{일} \approx 46\text{인}$

6)  $390\text{개} \div 2\text{개} \div 8\text{일} \approx 24\text{인}$

인건비로 지출되는 조사표 집계비가 있고, 집계된 자료들을 컴퓨터처리하기 위한 전산처리비, 마진조사결과를 공표할 보고서의 인쇄비 등이 있다.

이들 제반비용들을 추산해본 결과 1990년 가격기준으로 조사비용 80,706천원, 집계비용 5,068천원 등 총 85,774천원으로 계산되어, 유통마진통계조사 사업비용 총소요액은 연간 대략 8,600만원 정도가 될 것으로 추정된다〈表 4-14〉.

조사원 채용은 6대도시 및 각 도별 중심으로 현지에서 하는 것으로 생각하면 서울에서 현지까지의 철도임은 배제하여도 되므로, 조사원여비로는 현지교통비 및 식대와 숙박비가 지출되게 되어 53,795천원에 달할 것으로 계산된다. 그리고 이들 조사원을 대학 재학중에 있는 아르바이트 학생들을 중심으로 쓰게 된다고 생각할 경우 조사원 수당으로서 12,789천원이 필요할 것이다.

조사준비물로서 면접조사시 조사진행의 용이함을 도모하기 위해서, 그리고 보다 정확한 자료 내지 답변을 유도하기 위해서는 피조사자에게 제공할 사례품이 포함되면 좋다. 이와 같은 사례품 구입비로서 6,617천원이 소요될 것으로 예상되며, 조사표 인쇄비용으로 1,575천원이 추가될 것으로 보인다.

조사원수도 많을 뿐만 아니라 조사내용도 그 성격상 까다로운 것이 많아 조사원 자기 힘만으로 피조사자에게 쉽게 접근하기 어려운 경우가 많다. 그리고 조사기간도 10일간으로 짧지 않은 기간이므로, 여러 가지 의미에서 조사원들의 조사기간동안 관계 직원들이 그들을 지도·감독해 줌으로써 조사의 효율을 배가시킬 수 있다.

이러한 직원의 숫자는 많을수록 바람직하겠지만 조사비용 문제상 그럴 수도 없을 것이다. 여기에서는 조사지역이 6대도시 및 전국 주요產地임을 고려하여, 6대도시와 경기·강원·충북·충남·전북·전남·경북·경남·제주 등 총 15개 지역에 직원이 1인씩 현지에 나가 조사지도하는 것으로 가정하여 직원들의 여비 정도를 추산하였다. 그 결과 직원여비로서는 4,830천원이 소요되는 것으로 나타났다.

表 4-14 조사비용과 집계비용 추정: 1990년 가격 기준

항 목	금 액 ( 천 원 )
조 사 비 용	
조 사 원 여 비	53,795
조 사 원 수 당	12,789
조 사 사 례 품 구 입 비	6,617
조 사 표 인 쇄 비	1,575
조 사 원 교 육 비	1,100
직 원 여 비	4,830
계	80,706
집 계 비 용	
조 사 표 집 계 비	2,993
전 산 처 리 비	770
보 고 서 인 쇄 비	1,305
계	5,068
총 계	85,774

## 〈추정내역〉

## ○ 조사비용 80,706,000원

- 조사원여비 : 13,000원 (현지교통비 및 식대) × 10일 × 203인 + 15,000원 (숙박비) × 9일 × 203인 = 53,795,000원
- 조사원수당 : 6,300원 × 203인 × 10일 = 12,789,000원
- 조사사례품 구입비 : 1,500원 × 4,411개 ≒ 6,617,000원
- 조사표 인쇄비 : 350원 × 4,500부 = 1,575,000원
- 조사원 교육비 : 5,000원 (식대 및 음료) × 203인 = 1,100,000원
- 직원여비 : 13,000원 (현지교통비 및 식대) × 10일 × 15인 + 19,000원 (숙박비) × 9일 × 15인 + 10,500원\* (철도임) × 15인 × 2회 = 4,830,000원
- \* 서울↔동대구 철도 편도요금 적용

## ○ 집계비용 5,068,000원

- 조사표 집계비 : 13,300원<sup>1)</sup> × 15일<sup>2)</sup> × 15인<sup>2)</sup> ≒ 2,993,000원
  - 1) 집계원 1인1일 수당 6,300원, 식대 3,000원 및 교통비 4,000원
  - 2) 집계원 1인1일 조사표 20개 집계, 15일간 고용 가정 (4,411개 ÷ 20개 ÷ 15일 ≒ 15인)
- 전산처리비 : 33원 (카드1매당 편치료) × 20,000매 + 110원 (1초당 컴퓨터사용료) × 1,000초 = 770,000원
- 보고서 인쇄비 : 4,350원 × 300부 = 1,305,000원

한편, 조사결과를 집계하는데 추가되는 비용은 집계원 1인이 하루 20개의 조사표를 집계할 수 있다고 볼 때, 또한 이들을 15일간 고용한다고 가정한 결과 2,993천원이 계산된다. 그리고 컴퓨터 사용료 및 카드 펀치료를 합한 전산처리비가 770천원, 보고서를 작성·배포한다고 생각했을 때 보고서 인쇄비 명목으로 1,305천원이 소요될 것으로 보인다.

유통마진통계조사 사업추진을 위한 추정 소요액 8,600만원은 여러가지 가정하에서 주어진 조사대상 표본들을 최소의 비용으로 가장 효율성있게 그리고 계획대로 조사를 진행한다는 전제아래 계산된 규모이다. 만일 그 밑에 깔려 있는 여러가지 가정들이나 전제가 변동된다면 그 액수는 달라지게 될 것이다. 조사원을 중앙에서 일괄하여 뽑아 교육시켜 쓰게 된다면, 조사원수가 많으므로 조사를 지도할 직원들의 수를 더 늘릴 수밖에 없다든지 또는 집계의 속도를 늦춰야 하는 등의 식으로 조사·집계의 진행에 비용증가 요인이 발생하게 된다면 사업비용은 늘어나게 된다.

#### 다. 비용 확보 방안

유통마진 통계작성을 위한 비용은 연간 8,600만원 정도로서 적지 않은 규모이다. 더우기 유통마진 통계의 일반성 및 지속성을 유지시키고 유통마진의 증감요인을 매년 비교·평가할 수 있도록 하기 위해서 유통마진조사는 매년 계속 수행되어야 하는 점을 감안한다면, 이러한 비용지출은 매년 계속되어야 하므로 계속비용의 성격을 갖는다. 따라서 이에 대비한 비용의 조달방안이 강구되어야 한다.

비용 확보방안의 하나로서, 유통구조개선에 있어서 유통마진 절감이 그 기본 과제임에 입각, 農安基金을 활용하는 방안을 모색해 볼 수 있다. 農安法 제47조 ②항 및 그 시행령 제23조의 3에 따르면 농수산물의 유통구조 개선사업에 관련된 조사·연구 및 교육·훈련 등의 사업에 농안기금을 지출할 수 있도록 되어 있는데 이들 법령에서 그 타당

성을 발견할 수 있다.

한편, 기금의 지출 용도는 많은데 비해 기금 규모는 제한적인 농안 기금을 사용하기 보다는, 정부재정중 일반회계에서 그 재원을 찾는 것이 타당하다는 견해도 있을 수 있다. 통계법 제16조에 의하면, 통계조사·통계분석 등의 사업에 경제기획원 장관이 매년 예산범위 안에서 보조금을 지급할 수 있다는 조항이 있다. 이를 근거로 농안기금이 아닌 일반 회계에서도 유통마진통계 사업추진비용의 각출을 고려해 볼 수 있다.

## 제 5 장

### 1989년도 유통마진 조사 시험연구

본 장은 앞서 제4장에서 제시한 유통마진조사 및 집계방안을 적용하여 실제로 1989년도분 품목별 유통마진조사를 先시험적으로 실시, 정리한 결과로 구성된다. 시험연구이므로 여기에서는 당연히 제4장에서 제시한 조사체계, 표본추출, 조사내용 및 집계양식 등등을 그대로 적용하여 시험하는 것이 타당하다.

그러나 이미 살펴 본 바와 같이 유통마진 통계조사는 표본수가 적지 않은 규모인 관계로 이를 제대로 그대로 수행하려면 많은 수의 조사원 및 직원을 동원해야 할 뿐만 아니라, 조사 및 집계 전과정에 소요되는 조사연구 수행비용도 적지 않은 수준이다. 따라서 한정된 연구진 및 연구사업비 등 여건하에서 시험연구의 의미대로 제4장에서 제시한 조사 및 집계 방안을 그대로 테스트해 본다는 것은 무리일 수밖에 없다.

이 연구에서는 이와 같은 제약을 고려하여, 차선의 대책으로서 조사비용을 일부 줄여가는 방안을 적용, 시험연구를 수행하였다. 이에 따라 조사대상 표본수를 크게 줄일 수밖에 없었으며 품목도 축소하지 않을 수 없었을 뿐만 아니라 또한 일부 조사대상은 우편조사하는 방식을 택하였다. 그리고 조사지역도 몇몇 지역으로 제한할 수 밖에 없었는데, 결과적으로 이러한 차선택들은 본 장의 시험연구가 여러가지 면에

서 시험연구를 제대로 시험하지 못한 한계를 내포하고 있음을 암시하는 것이다.

본 장은 앞의 3절에서 대상품목, 표본추출 및 조사방법, 조사대상별 표본수 및 조사시기 등을 차례로 설명함으로써 제4장에서와는 다르게 수행하게 된 조사과정을 설명하게 된다. 여기에서 언급하지 않는 여타의 조사진행은 제4장에서와 동일하게 시험연구되었다. 마지막으로 제4절은 시험연구결과를 집계·정리하는 것으로구성된다.

## 1. 시험연구 대상품목

제1장의 연구범위에서 밝힌 연구대상 품목중에서, 성격이 유사한 품목과 지역적으로 너무 원거리에 있는 품목 등을 고려하여 4가지 품목을 제외시켰다. 채소류에서 배추와 성격이 유사한 무우를 제외하였고 같은 의미에서 감자 및 축산물의 닭고기를 제외시켰다. 감귤은 제주도가 산지인 점을 고려, 조사비용 측면에서 제외할 수밖에 없었다. 양곡과 양념 및 특작 그리고 수산물은 연구대상품목 모두를 시험연구하였다.

그 결과, 시험연구 대상품목은 총 19개 품목으로 축소·조정되었는데 구체적으로는 다음과 같다. 품목별 세부적인 품종·등급의 선정은 제1장에서와 같다.

### ● 시험연구 대상품목

- 양 곡 : 쌀 · 보리 · 콩
- 채 소 : 배추 · 고구마 · 양파
- 양 념 : 고추 · 마늘
- 과 일 : 사과
- 특 작 : 참깨
- 축 산 : 쇠고기 · 돼지고기 · 계란

- 수 산 : 갈치 · 명태 · 조기 · 고등어 · 물오징어 · 김

## 2. 표본추출과 조사방법

먼저 표본수 선정에 있어서 생산자와 도소매상 및 유통업체는 생산 규모나 영업규모 등을 참조하여 표본을 결정하였다. 수집상은 무작위 추출하는 방식으로 선정하였다<表 5-1>.

조사방법은 생산자의 경우 조사대상표본이 전국적으로 산재해 있고 그 수도 많은 점에 입각하여 조사비용도 줄여가면서 조사 표본수도 충분히 확보할 수 있도록 당연구원의 현지통신원을 대상으로 우편조사하는 방식을 취하였다.

생산자를 제외한 여타의 조사대상은 현지에 직접 출장하여 면접조사를 하였다. 이때 조사원은 당 연구진과 대학원 재학생으로 구성하여 조사 과정에서의 통계오차를 줄일 수 있도록 배려하였다.

한편 조사지역은 생산자 및 수집상은 품목별 주산지를 위주로 하였고, 도소매상은 서울·대구·광주의 대도시 3개지역에서 진행하였다. 원래는 부산·인천·대전에서도 조사할 계획이었으나, 사정상 지역을

表 5-1 시험연구 표본추출 및 조사방법

대상	선정방법	조사방법	조사지역
생 산 자	생산규모별로 표본선정	우편조사 (當院현지통신원이용)	현지통신원의 생산품목 고려하되 주산지 위주
상 인			
수 집 상	무작위 추출	면 접 조 사	주산지
도 매 상	영업규모 고려	"	서울·대구·광주 등 대도시
소 매 상	"	"	"
유통업체	경영규모 고려	"	대도시 및 주산지 위주

축소할 수밖에 없었다. 유통업체에 대한 조사는 생산자 및 상인 조사 지역에서 병행하여 조사비용의 절감을 꾀하였다.

### 3. 조사대상별 표본수와 조사시기

생산자의 경우 앞절에서 밝힌 바와 같이 당 연구원의 현지통신원을 대상으로 우편조사하게 되었다. 그런데, 그동안의 우편조사 결과에 따르면 현지통신원의 우편조사에 대한 회신율이 50%~60% 수준이었다. 이를 감안하여 품목별 표본수를 각기 60개로 결정하였는데, 이는 시험연구 분석에 필요한 최소표본수를 30개씩으로 설정하고 현지통신원 회신율을 참조하여 결정한 크기이다. 우편조사는 1990년 2월에 실시하였다(表 5-2). 수산물은 산지위판장에 강제상장하도록 되어 있다. 따라서 수산물 개별 품목들에 대한 필요한 자료는 수산위판장에서 수집하였다.

表 5-2 시험연구 표본수 및 조사시기: 생산자

품 목 <sup>1)</sup>	모 집 단 <sup>2)</sup>	표 본 수 <sup>3)</sup>	조 사 시 기
쌀	1,645,632	60	1990. 2
보 리	517,996	60	"
콩	1,214,073	60	"
배 추	895,600	60	"
고 구 마	699,719	60	"
양 파	53,698	60	"
고 추	1,269,922	60	"
마 늘	708,813	60	"
사 과	57,745	60	"
참 깨	1,028,799	60	"
소	1,047,573	60	"
돼 지	251,196	60	"
계 란	302,775	60	"

- 1) 수산물은 强制上場되는 점을 고려하여 수산위판장에서 직접조사함
- 2) 농업센서스(1985) 기준
- 3) 시험연구분석에 필요한 최소표본수를 30으로 설정하고, 當院 현지통신원 응답률이 50~60%인 것을 감안하여 60으로 산정

수집상·도소매상 등 상인은 원래의 조사설계시에는 품목별로 조사하는 것으로 계획되었으나 여러 가지 사정상 부류별로 묶어서 각각 15개씩으로 표본수를 대폭 축소하였다(表 5-3). 통계학적인 관점에서 이 정도의 표본수에 표본조사의 의미를 부여하기는 무리가 없지 않겠지만, 제반 여건상 조정이 불가피하였다.

표본수가 대폭 축소되는 사실을 축산물을 예로 들어 설명해보면, 도매상의 경우 원래의 표본설계(제4장 참조)에서는 쇠고기·돼지고기 및

表 5-3 시험연구 표본수 및 조사시기: 상인

부 류 <sup>1)</sup>			모집단 <sup>2)</sup>	표본수	조사시기
수 집 상	양	곡 <sup>3)</sup>		15	1990. 2~ 90. 3
	채	소		15	"
	양	념		15	"
	과	일		15	"
	축	산		15	"
	수	산		15	"
도 매 상	양	곡 <sup>3)</sup>	807	15	"
	채	소	}	15	"
	양	념		15	"
	과	일		15	"
	축	산	560	15	"
	수	산	1, 297	15	"
소 매 상	양	곡 <sup>3)</sup>	32, 106	15	"
	채	소	}	15	"
	양	념		15	"
	과	일		15	"
	축	산	10, 924	15	"
	수	산	26, 231	15	"
			21, 778	15	"

- 1) 원래는 품목별로 조사할 계획이었으나 여러가지 사정상 표본수를 줄이기 위해 부류별로 조사하였음.
- 2) EPB, 총사업체 통계조사보고서(1986)
- 3) 특작(참깨)을 양곡상에서 조사

계란의 각 품목별로 30개씩을 조사하여 총 90개를 조사하는 것으로 되어 있다. 그러나 여기에서는 품목별로가 아니라 부류 즉, 축산으로 묶어서 15개만을 조사하는 것이므로, 한 품목 당 결과적으로 5개 정도의 표본수가 배정되는 것이다.

이들 상인에 대한 조사는 1990년 2월~3월에 걸쳐 실시하였다.

한편, 유통업체의 표본수도 유통업체별 일률적으로 15개씩으로 조정하였다<表 5-4>. 조사는 상인과 같은 시기에 실시하여 조사기간의 단축과 비용의 절감을 도모하였다.

表 5-4 시험연구 표본수 및 조사시기: 유통업체

	모 집 단*	표 본 수	조사시기
저 장 회 사			
냉 동	427	15	1990.2 ~ 90.3
저 온	186	15	"
양 곡	7,091	15	"
건 조 장			
수 산 건 조		15	"
가 공 회 사			
도 정	8,012	15	"
도 축	181	15	"
수 송 회 사	1,063	15	"
도매회사·공판장	191	15	"
위 판 장 (수 산)	175	15	"

\* 농림수산부 자료(1989년 기준).

## 4. 1989년도 품목별 유통마진 시험연구 집계

### 가. 집계 내용

이 절에서는 지금까지 제시한 표본설계·표본추출 등의 방식을 적용하여 실제로 1989년도의 품목별 유통마진에 대해 시험조사한 결과를, 제4장에서 설명한 바 있는 집계 및 製表 양식에 따라 정리하게 된다. 정리의 관점은 시험연구 결과에서의 유통마진 변화요인을 품목별·유통단계별·유통기능별 등으로 여러 가지 각도에서 요약·집계함으로써 유통마진 통계조사의 유용성을 부각시키는 데에 중점을 두었다. 앞으로 유통마진조사를 시행하게 된다면, 본 시험연구 집계방식을 표본으로 삼아 다양하게 분석·정리함으로써 통계자료로서의 활용가치를 높이도록 할 수 있을 것이다.

제4장에서 제시한 집계 양식들 중에서 시험연구에서 시험할 수 없었던 것들이 몇개가 있다. 원래의 조사설계시에는 시험연구를 2개년도(1989년 및 1990년)에 걸쳐 실시하는 것으로 되어 있었으나, 사정상 1989년도분에 대한 것만 조사하게 되었다. 이에 따라 1개 년도에 대한 조사분만을 가지고서는 유통마진의 前년대비 증감이라든지, 연도별 유통마진 지수의 변화를 파악할 길이 없게 되었으며, 그 결과 이와 관련된 집계·정리는 생략되게 된 것이 그것이다.

이 시험연구 결과를 해석하는 데에는 특별한 주의를 요한다. 지금까지의 설명에서 여러번 되풀이 나왔지만 여기에서의 시험연구는 여러가지 제약상 제4장에서 제시한 표본설계를 일부 수정하여 수행할 수밖에 없었으며, 그에 따라 표본수가 과소하게 되었고 우편조사한 분야도 있으며, 또한 조사지역이 몇몇 지역으로 제한되었다. 따라서 이와 같은

표본설계 및 조사과정을 거쳐 정리된 시험연구 결과의 여러 통계자료들은 통계자료로서 대표성, 유의성 및 객관성 등 제반 통계가치 측면에서 제약이 많을 수밖에 없을 것이다.

#### 나. 시험연구 집계결과(부록 I 참조)

집계의 순서는 앞 부분에 시험연구 대상품목인 19개 품목의 유통마진 세부내역을 유통단계별로 구분하여 정리한 “유통단계별 유통마진 세부내역”에 관한 表들을 배치하였다.<sup>1</sup> 따라서 表 양식은 동일하면서 품목이 차례로 나오게 되는 19개의 表가 이어진다.

이어서 유통마진율을 종합적으로 정리한 “품목별 유통마진율” 表를 준비하였고, 유통마진 세부내역을 분석하여 이를 유통단계별로 재구성·정리한 “품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역” 表 및 圖를 보게 된다.

최초 생산자의 손을 떠나 최종적으로 소비자에 이르기까지의 각 유통단계 및 각 유통기능 세부적으로 얼마만한 유통마진이 첨가되어 최종 소비자가격이 형성되는가를 자세히 살펴보기 위해 “품목별·유통단계별·유통기능별 유통마진” 表를 작성하였다. 여기에는 같은 내용을 정리 단위만 달리하여 집계한 表 두가지를 제시하였는데, 특히 “%”를 단위로 한 表는 소비자 지불가격을 기준으로 한 생산자 수취가격 및 각 단계 유통기능들의 유통활동 비중을 볼 수 있도록 구성한 것이다.

시험연구결과 집계는 “품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역” 제목의 表 및 圖가 마지막에 위치한다. 이들은 개별품목들의 유통마진 자료로 부터 선별·포장·수송 등 유통기능별로 자료를 취합·정리하여 이를 백분비로 나타낸 것들이다.

<sup>1</sup> 표준적인 통계자료들은 종합적인 表를 앞 부분에, 세부적인 表는 뒷 부분에 배치하고 있으나, 이 연구에서는 개별품목들의 유통마진을 강조함과 동시에 조사표본수를 먼저 알 수 있도록 하기 위해서 집계순서를 달리하였음.

원래 연구 구상시에는 시험연구결과를 집계하여 통계자료로 만든 후, 이들에 대한 설명·해석 및 그들이 뜻하는 함축성 등을 음미·분석할 계획으로 되어 있었다. 그러나 시험연구 과정의 제반 사정으로 시험연구결과의 이들 통계자료들이 통계가치로서의 가치에 제약이 있음을 앞에서 설명한 바 있다. 따라서 이와 같은 점을 고려하여 여기에서는 단순히 시험연구결과 통계자료 제시로서만 그치고자 한다. 이들 자료들은 시험연구로서 유통마진 통계작성을 위한 기초가 되는 先시험적 역할에 그 의의를 가진다고 할 수 있을 것이다.

## 제 6 장

### 결론 및 정책건의

유통마진의 절감은 유통효율성을 높이고자 하는 모든 유통개선시책의 기본된 목표라고 할 수 있으며, 유통마진의 절감은 유통개선의 기본과제에 해당한다. 그런데 유통마진을 절감하기 위해서는 무엇보다도 유통마진의 구성내용과 그 변동요인에 대한 정확한 진단이 요망되며, 유통마진 절감대책을 모색하기 위해서는 유통마진에 대한 체계적인 조사를 통한 정확한 진단이 필요하다.

그동안 국민경제 전체에서 차지하는 농수산물유통의 비중은 계속 높아져 왔으나, 유통개선시책의 입안 등을 위한 기초통계자료로서 유통마진조사가 체계적으로 이루어지지 않고 있다. 그리고 지금까지의 유통마진 조사는 서로 비교가 곤란한 특정 시점의 특정 유통경로에 대한 추적조사가 대부분이어서, 대표성 및 객관성 등이 결여되어 유통구조의 변화를 과학적으로 파악하는 것이 사실상 불가능한 실정이다.

표본이론에 입각한 유통마진 통계조사는 1979~80년에 농수산부 통계관실에서 통계사무소 조직을 이용해 시험적으로 시도된 바 있으나 결과가 공표되지 않았으며, 그 외의 유통마진조사들은 대개가 생산자 단체에 의하여 이루어진 일회적인 추적조사들로서 대표성, 객관성 등이 결여되어 유통구조의 변화를 과학적으로 분석하지 못하고 있다. 대

부분의 유통마진조사가 현실적으로 당면한 문제점 파악 또는 정책자료 제공을 위한 추적조사이거나 時點조사이었으며, 이를 체계화시키거나 일반화시키고자 하는 노력은 크게 부족하였다.

이러한 점에서 전체적인 유통마진을 파악할 수 있는 정확한 표본조사를 통해 일관성 있는 자료를 조사, 집계함으로써 유통마진 통계자료로서의 일반성 및 지속성을 유지하도록 함은 물론 매년 품목별·요인별 유통마진 변화요인을 비교·평가할 수 있도록 하기 위한 유통마진 통계작성이 절실하다. 또한 유통마진의 정확한 진단과 그 변동요인의 파악은 유통마진 감소를 위한 기본적 전제이며, 유통마진이 정확히 파악되어야만 그 감소대책을 마련할 수 있을 것이다. 이상의 여러가지를 고려해 볼 때 유통마진을 체계적으로 조사할 수 있도록 도모하기 위한 유통마진 조사체계의 전환이 시급하다.

일관성·객관성 및 대표성을 갖춘 유통마진 통계작성과 더 나아가 마케팅 별 작성을 실용화할 수 있게 하기 위해서 본 연구에서 제시한 개별품목 유통마진 조사체계의 적극적 활용이 요청된다. 따라서 현재의 농수산통계 수집체계에 본 연구에서의 유통마진 조사체계를 가미하여, 농수산통계 수집체계를 유통마진 분석에 적합하도록 조정할 필요가 있다. 유통마진 조사결과의 집계는 이 연구에서 제시한 제표의 형식을 중심으로 다양하게 분석·정리함으로써 통계자료로서의 활용가치를 제고시키도록 한다. 그리고 이들 자료들은 작성한 후 신속히 공표하여 정보자료로서의 유용성도 도모하도록 한다.

유통마진 조사체계 연구에 참조할 목적으로 미국과 일본의 경우를 살펴본 결과, 미국의 유통마진 통계는 기존의 통계치들을 많이 가공하여 발표하는 것이 특징으로 분석되었다. 이에 비해서 일본은 조사 항목별로 전국과 지역별 평균치를 구하여 발표하는 점이 서로 대비된다. 미국의 유통마진 조사체계가 유통참가자들의 보고자료 및 수많은 기존 자료들이 근간을 이루는 반면에, 일본의 경우는 표본조사가 주가 되고 있다는 것이 특징이다.

조사연구 사업에는 그에 따른 사업추진비용이 소요되기 마련인데, 유통마진 통계작성을 위한 비용은 1990년 가격기준으로 연간 8,600만원 정도로서 적지 않은 규모이다. 더욱이 유통마진통계의 일반성 및 지속성을 유지시키고, 또한 유통마진의 증감요인을 매년 비교·평가할 수 있도록 하기 위해서 유통마진조사는 매년 계속 수행되어야 하는 점을 감안한다면, 이러한 비용지출은 매년 계속되어야 함으로 이 비용은 계속비용의 성격을 갖는다. 따라서 이에 대한 비용조달 방안이 강구되어야 한다.

비용확보 방안의 하나로서, 유통구조 개선에 있어서 유통마진 절감이 그 기본과제임에 입각하여 농안법에 근거, 농안기금의 활용을 건의할 수 있다. 농안법에 따르면 유통구조개선 사업과 관련된 조사·연구 및 교육·훈련 등의 사업에 농안기금을 지출할 수 있다는 조항들이 있다.

한편 통계법에 의하면 통계조사·통계분석 등의 사업에 경제기획원 장관이 예산범위내에서 매년 보조금을 지급할 수 있도록 되어 있으므로, 이를 근거로 농안기금이 아닌 일반회계에서 유통마진통계 사업추진비용의 조달을 고려해 볼 수 있다. 기금의 지출용도는 많은데 비해 기금규모가 제한적인 농안기금을 사용하기보다는, 정부재정중 일반회계에서 그 재원을 모색해 보는 것도 타당할 것이다.

유통마진 통계조사는 이처럼 많은 비용이 소요될 뿐만 아니라, 이는 일관되게 계속적으로 수행되어야 하므로 이를 담당하여 추진할 기관이 정해져야 한다. 현재의 농수산통계 수집체계를 고려하여 두가지 방안을 생각해 볼 수 있다.

제1안은 현지조사사의 조사의 신속 및 원활 등을 기하기 위해 지금의 농림수산부 통계관실에 유통마진조사 전담 통계정보 조직을 두어 여기서 쉰단계를 조사하는 방안이다. 모든 품목의 조사·집계를 일관되게 농림수산부에서 수행한다. 제2안은 현재의 유통정보수집 관련기관들을 활용하여 분담하게 하되, 농림수산부에서 이를 총괄하는 방안

으로서 출하 및 수집단계는 농수축협이, 도소매단계는 유통공사가 맡는 대안이다.

이들 대안은 조사진행의 신속성·용이성, 조사비용 측면, 표본오차 및 비표본오차, 통계적 유의성 등의 관점에서 비교·대비할 수 있다. 조사비용면에서는 제2안이 유리하지만, 제1안은 일관된 조사·집계 등을 통해 신속·원활을 추구할 수 있을 뿐만 아니라 오차의 발생을 줄일 수 있고 유의성에 있어서도 상대적으로 양호한 면을 지니고 있다.

유통마진 조사담당 주체가 어느기관이 되더라도 유통마진조사에는 조사 자체에 어려움이 많다. 왜냐 하면 유통마진조사는 조사내용 성격상 피조사자들이 자료의 공개를 기피하는 경향이 많을 뿐만 아니라 답변을 제대로 하는 경우가 드물기 때문이다. 이러한 점에서 조사의 원활 및 정확을 기하기 위해 통계법에 근거하여 유통마진조사를 “지정통계”로 하는 것이 바람직하다.

“지정통계”는 경제기획원 장관이 지정하여 고시하는 조사통계와 보고통계를 말하는 것으로서, 조사기관의 장은 지정통계 작성을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 개인 또는 법인이나 단체에 대하여 통계자료에 관한 신고를 명할 수 있도록 되어 있을 뿐만 아니라 이에 불응시 또는 불성실한 자료 제공시에는 징역 또는 벌금에 처할 수 있도록 되어 있다.

부록 I

1989년도 품목별 유통마진 시험연구  
집계결과

附表 1 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 쌀

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	1.39(2.31)	0.86(7.12)	0.94(1.26)	3.19(1.62)
	인 건 비 (고정)	0	3.79(6.29)	0	0.14(0.19)	3.93(1.99)
	수도·광열·우편·통신료	0	1.28(2.12)	0.41(3.39)	1.11(1.49)	2.80(1.42)
	선별·포장·수확비	1.28(2.54)	0.02(0.03)	0	0.03(0.04)	1.33(0.67)
통	상 하 차 비	1.24(2.45)	4.91(8.15)	1.63(13.49)	0.13(0.18)	7.91(4.01)
	제 재 료 비	0	0.83(1.38)	0.03(0.25)	0.01(0.01)	0.87(0.44)
	여 비 · 접 대 비	1.28(2.54)	1.57(2.61)	0.26(2.15)	0.08(0.11)	3.19(1.62)
	저 장 비	0.86(1.70)	0	0	0	0.86(0.44)
비	건 조 비	4.29(8.49)	0	0	0	4.29(2.17)
	가 공 비	30.45(60.28)	7.01(11.63)	0	0	37.46(18.99)
	수 송 비	3.48(6.89)	6.04(10.02)	0	1.30(1.75)	10.82(5.48)
	지 급 수 수 료	2.43(4.81)	0	1.13(9.35)	0	3.56(1.80)
용	차 입 금 이 자	1.97(3.90)	1.20(1.99)	0.96(7.95)	0.03(0.04)	4.16(2.11)
	감 가 상 각	0	0	0.01(0.08)	0	0.01(0.01)
	제세공과·보험료	0	0.90(1.49)	0.56(4.64)	0.49(0.66)	1.95(0.99)
	감 모	2.34(4.63)	0	0.29(2.40)	0.01(0.01)	2.64(1.34)
기 타 비 용 <sup>1</sup>		0.90(1.78)	7.16(11.88)	0.28(2.32)	0.13(0.18)	8.47(4.29)
유 통 비 용 계		50.52(100.0)	36.10(59.90)	6.42(53.14)	4.40(5.92)	97.44(49.39)
상 업 이 윤		0(0)	24.17(40.10)	5.66(46.86)	70.01(94.08)	99.84(50.61)
유 통 마 진 합 계		50.52(100.00)	60.27(100.00)	12.08(100.00)	74.41(100.00)	197.28(100.00)
표본수		22	12	7	11	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 2 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 보리

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	0	0.15 (1.03)	0.32 (0.28)	0.47 (0.27)
	인 건 비 (고정)	0	0.57 (2.21)	0.17 (1.16)	0	0.74 (0.42)
	수도·광열·우편·통신료	0	0.85 (3.29)	0.30 (2.05)	0.25 (0.22)	1.40 (0.80)
	선별·포장·수확비	4.61 (22.19)	0	0	0.19 (0.17)	4.80 (2.75)
통	상 하 차 비	0.56 (2.70)	4.29 (16.61)	1.52 (10.38)	0.08 (0.07)	6.45 (3.70)
	제 재 료 비	0	0.11 (0.42)	0	0.01 (0.01)	0.12 (0.07)
	여 비 · 접 대 비	0.57 (2.74)	1.19 (4.61)	0.17 (1.16)	0.13 (0.11)	2.06 (1.18)
	저 장 비	0	0	0.08 (0.55)	0	0.08 (0.05)
비	건 조 비	0.56 (2.70)	0	0	0	0.56 (0.32)
	가 공 비	0	0	0	0	0
	수 송 비	12.47 (60.04)	2.69 (10.41)	0	0.07 (0.06)	15.23 (8.72)
	지 급 수 수 료	0	0	0.96 (6.56)	0	0.96 (0.55)
용	차 입 금 이 자	0.38 (1.83)	0.88 (3.41)	0.39 (2.66)	0.04 (0.04)	1.69 (0.97)
	감 가 상 각	0	0	0.07 (0.48)	0	0.07 (0.04)
	제세공과·보험료	0	0.42 (1.62)	0.18 (1.23)	0.04 (0.04)	0.64 (0.37)
	감 모	1.29 (6.21)	0	0	0.09 (0.08)	1.38 (0.79)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0.33 (1.59)	2.99 (11.58)	0.11 (0.75)	0.03 (0.03)	3.46 (1.98)
유통비용계		20.77 (100.0)	13.99 (54.16)	4.10 (28.01)	1.25 (1.11)	40.11 (22.98)
상업이윤		0 (0)	11.84 (45.84)	10.54 (71.99)	112.08 (98.89)	134.46 (77.02)
유통마진 합계		20.77 (100.0)	25.83 (100.00)	14.64 (100.00)	113.33 (100.00)	174.57 (100.00)
표본수		9	6	4	5	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 3 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 콩

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	2.43(1.57)	0.48(0.48)	3.41(1.72)	6.32(1.31)
	인 건 비 (고정)	0	1.11(0.72)	0.44(0.44)	0	1.55(0.32)
	수도·광열·우편·통신료	0	0.83(0.54)	0.94(0.94)	1.34(0.68)	3.11(0.65)
	선별·포장·수확비	4.30(14.41)	2.72(1.76)	0	0	7.02(1.46)
통	상 하 차 비	0.32(1.07)	2.08(1.35)	3.45(3.45)	1.04(0.53)	6.89(1.43)
	제 재 료 비	0	0.54(0.35)	0.19(0.19)	0.16(0.08)	0.89(0.18)
	여 비 · 접 대 비	14.01(46.95)	1.00(0.65)	0.21(0.21)	0.14(0.07)	15.36(3.19)
	저 장 비	0	0	0.04(0.04)	0	0.04(0.01)
비	건 조 비	2.89(9.69)	0	0	0	2.89(0.60)
	가 공 비	0.06(0.20)	0	0	0	0.06(0.01)
	수 송 비	5.02(16.82)	2.74(1.78)	0.05(0.05)	0.81(0.41)	8.62(1.79)
	지 급 수 수 료	0.98(3.28)	0	0	0	0.98(0.20)
용	차 입 금 이 자	0.95(3.18)	1.36(0.88)	0.51(0.51)	0	2.82(0.58)
	감 가 상 각	0	0	0.09(0.09)	0	0.09(0.02)
	제세공과·보험료	0	0.26(0.17)	0.51(0.51)	0.63(0.32)	1.40(0.29)
	감 모	0.93(3.12)	0	0	0	0.93(0.19)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0.38(1.27)	2.60(1.68)	0.82(0.82)	0.20(0.10)	4.00(0.83)
유 통 비 용 계		29.84(100.0)	17.67(11.45)	7.73(7.73)	7.73(3.91)	62.97(13.06)
상 업 이 윤		0(0)	136.69(88.55)	92.27(92.27)	190.19(96.09)	419.15(86.94)
유 통 마 진 합 계		29.84(100.0)	154.36(100.00)	100.00(100.00)	197.92(100.00)	482.12(100.00)
표본수		29	9	4	5	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 4 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 배추

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	3.03 (5.13)	4.21 (4.75)	7.44 (9.09)	14.68 (6.21)
	인 건 비 (고정)	0	0.64 (1.08)	2.69 (3.03)	0.58 (0.71)	3.91 (1.65)
	수도·광열·우편·통신료	0	3.25 (5.50)	0.97 (1.09)	3.14 (3.84)	7.36 (3.11)
	선별·포장·수확비	0.09 (1.32)	6.37 (10.78)	2.82 (3.18)	0	9.28 (3.92)
통	상 하 차 비	0.07 (1.02)	0.98 (1.66)	1.31 (1.48)	1.45 (1.77)	3.81 (1.61)
	제 재 료 비	0	0.37 (0.63)	0.07 (0.08)	1.48 (1.81)	1.92 (0.81)
	여 비 · 접 대 비	0.28 (4.09)	2.76 (4.67)	4.59 (5.17)	0.19 (0.23)	7.82 (3.31)
	저 장 비	0	0	2.01 (2.27)	1.86 (2.27)	3.87 (1.64)
비	건 조 비	0	0	0	0	0
	가 공 비	0	0	0.02 (0.02)	0	0.02 (0.01)
	수 송 비	2.14 (31.29)	11.47 (19.41)	1.25 (1.41)	1.61 (1.97)	16.47 (6.96)
	지 급 수 수 료	0.21 (3.07)	3.38 (5.72)	0	0	3.59 (1.52)
용	차 입 금 이 자	0.07 (1.02)	0.66 (1.12)	0	0	0.73 (0.31)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	2.17 (3.67)	0.62 (0.70)	0.40 (0.49)	3.19 (1.35)
	감 모	3.96 (57.90)	0	3.20 (3.61)	2.62 (3.20)	9.78 (4.14)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0.02 (0.29)	1.01 (1.71)	0.71 (0.80)	1.05 (1.28)	2.79 (1.18)
유 통 비 용 계		6.84 (100.0)	36.09 (61.08)	24.47 (27.59)	21.82 (26.66)	89.22 (37.73)
상 업 이 윤		0 (0)	23.00 (38.92)	64.25 (72.41)	60.00 (73.34)	147.25 (62.27)
유 통 마 진 합 계		6.84 (100.0)	59.09 (100.00)	88.72 (100.00)	81.82 (100.00)	236.47 (100.00)
표본수		21	9	8	7	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 5 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 고구마

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유통비	임 차 료	0	0	4.84(6.48)	23.68(19.21)	28.52(6.67)
	인 건 비 (고정)	0	24.02(13.10)	5.24(7.01)	0	29.26(6.84)
	수도·광열·우편·통신료	0	1.17(0.64)	0.58(0.78)	8.02(6.51)	9.77(2.28)
	선별·포장·수확비	0.88(1.90)	30.74(16.77)	0.78(1.04)	0	32.40(7.58)
	상 하 차 비	3.62(7.80)	2.36(1.29)	1.22(1.63)	0	7.20(1.68)
	제 재 료 비	0	4.12(2.25)	0.21(0.28)	1.47(1.19)	5.80(1.36)
	여 비 · 접 대 비	0.09(0.19)	2.97(1.62)	2.86(3.83)	0.03(0.02)	5.95(1.39)
	저 장 비	0	1.37(0.75)	0.58(0.78)	0	1.95(0.46)
	건 조 비	0.05(0.11)	0	0	0	0.05(0.01)
	가 공 비	0	0	0	0	0
	수 송 비	9.97(21.50)	8.08(4.41)	3.84(5.14)	3.61(2.93)	25.50(5.96)
	지 급 수 수 료	11.78(25.40)	9.07(4.95)	0	0	20.85(4.88)
	차 입 금 이 자	0	4.95(2.70)	0.36(0.48)	0	5.31(1.24)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	1.32(0.72)	1.09(1.46)	0.69(0.56)	3.10(0.73)
용	감 모	19.99(43.10)	8.83(4.82)	1.16(1.55)	0	29.98(7.01)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0	0	0.80(1.07)	1.35(1.10)	2.15(0.50)
	유통비용계	46.38(100.00)	99.00(54.02)	23.56(31.53)	38.85(31.52)	207.79(48.59)
상 업 이 윤		0(0)	84.30(45.98)	51.18(68.47)	84.40(68.48)	219.88(51.41)
유통마진 합계		46.38(100.00)	183.30(100.00)	74.74(100.00)	123.25(100.00)	427.67(100.00)
표본수		17	10	5	3	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 6 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 양과

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	0	0.99(4.21)	10.58(8.05)	11.57(3.31)
	인 건 비 (고정)	0	19.16(12.15)	0.73(3.11)	0	19.89(5.68)
	수도·광열·우편·통신료	0	6.68(4.24)	0.55(2.34)	8.47(6.44)	15.70(4.49)
통	선별·포장·수확비	13.75(36.96)	21.40(13.57)	0.89(3.79)	9.08(6.91)	45.12(12.90)
	상 하 차 비	2.54(6.83)	4.99(3.16)	0.28(1.19)	0.93(0.71)	8.74(2.50)
	제 재 료 비	1.82(4.89)	2.82(1.79)	0.65(2.77)	4.50(3.42)	9.79(2.80)
비	여 비 · 접 대 비	0.32(0.86)	4.17(2.64)	0.02(0.08)	0.36(0.27)	4.87(1.39)
	저 장 비	0	43.02(27.27)	0	0	43.02(12.29)
	건 조 비	0	0	0	0	0
비	가 공 비	0	0	0	0	0
	수 송 비	7.57(20.35)	11.53(7.31)	0.70(2.98)	3.02(2.30)	22.82(6.52)
	지 급 수 수 료	0	11.08(7.02)	0	0	11.08(3.17)
용	차 입 금 이 자	0.32(0.86)	16.28(10.32)	0.04(0.17)	0	16.64(4.76)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	2.69(1.71)	0.29(1.23)	0.32(0.24)	3.30(0.94)
용	감 모	9.17(24.65)	14.28(9.05)	1.32(5.62)	10.21(7.77)	34.98(10.00)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	1.71(4.60)	2.91(1.84)	0.10(0.42)	1.35(1.03)	6.07(1.73)
유통비용계		37.20(100.00)	161.01(102.07)	6.56(27.91)	48.82(37.14)	253.59(72.48)
상업이윤		0(24.39)	△3.27(△2.07)	16.94(72.09)	82.63(62.86)	96.30(27.52)
유통마진 합계		37.20(100.00)	157.74(100.00)	23.50(100.00)	131.45(100.00)	349.89(100.00)
표본수		8	8	7	7	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 7 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 고추

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	5.65 (2.60)	2.56 (3.30)	8.04 (1.34)	28.38 (4.49)	44.63 (2.92)
	인 건 비 (고정)	0	3.30 (4.25)	10.51 (1.75)	2.24 (0.35)	16.05 (1.05)
	수도·광열·우편·통신료	0	2.95 (3.80)	4.04 (0.67)	7.71 (1.22)	14.70 (0.96)
	선별·포장·수확비	20.94 (9.64)	3.92 (5.05)	19.88 (3.31)	0	44.74 (2.93)
통	상 하 차 비	9.93 (4.57)	3.33 (4.29)	4.41 (0.73)	9.36 (1.48)	27.03 (1.77)
	제 재 료 비	0.11 (0.05)	2.05 (2.64)	0.05 (0.01)	1.21 (0.19)	3.42 (0.22)
	여 비 · 접 대 비	6.84 (3.15)	3.12 (4.02)	3.08 (0.51)	0.93 (0.15)	13.97 (0.91)
	저 장 비	6.04 (2.78)	0.90 (1.16)	0	0.13 (0.02)	7.07 (0.46)
비	건 조 비	114.78 (52.83)	0.18 (0.23)	0	0	114.96 (7.53)
	가 공 비	0	0	1.98 (0.33)	1.37 (0.22)	3.35 (0.22)
	수 송 비	11.88 (5.47)	3.72 (4.79)	11.26 (1.88)	10.11 (1.60)	36.97 (2.42)
	지 급 수 수 료	12.08 (5.56)	0	0	0	12.08 (0.79)
용	차 입 금 이 자	0	3.13 (4.03)	1.32 (0.22)	0	4.45 (0.29)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	0.50 (0.64)	1.87 (0.31)	4.52 (0.72)	6.89 (0.45)
	감 모	27.40 (12.61)	0.68 (0.87)	0	0	28.08 (1.84)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	1.61 (0.74)	1.06 (1.37)	1.14 (0.19)	9.10 (1.44)	12.91 (0.85)
	유 통 비 용 계	217.26 (100.0)	31.40 (40.44)	67.58 (11.25)	75.06 (11.88)	391.30 (25.61)
상 업 이 윤		0 (0)	46.24 (59.56)	533.12 (88.75)	557.05 (88.12)	1,136.41 (74.39)
유통마진 합 계		217.26 (100.0)	77.64 (100.0)	600.70 (100.0)	632.11 (100.0)	1,527.71 (100.00)
표본수		23	8	7	7	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 8 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 마늘

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	7.69(2.61)	47.17(4.73)	140.01(7.67)	194.87(6.16)
	인 건 비 (고정)	0	12.69(4.31)	93.80(9.41)	0	106.49(3.37)
	수도·광열·우편·통신료	0	3.88(1.32)	27.02(2.71)	28.07(1.54)	58.97(1.86)
통	선별·포장·수확비	20.27(43.77)	32.86(11.16)	126.10(12.66)	61.96(3.40)	241.19(7.63)
	상 하 차 비	1.88(4.07)	5.93(2.01)	45.59(4.58)	47.07(2.58)	100.47(3.18)
	제 재 료 비	0.04(0.08)	4.46(1.51)	0.54(0.05)	4.03(0.22)	9.07(0.28)
비	여 비 · 접 대 비	0.23(0.49)	7.58(2.57)	3.56(0.36)	38.23(2.09)	49.60(1.57)
	저 장 비	1.93(4.16)	13.27(4.51)	4.05(0.41)	0	19.25(0.61)
	건 조 비	3.81(8.23)	0	0	0	3.81(0.12)
용	가 공 비	0	0	68.61(6.89)	0	68.61(2.17)
	수 송 비	4.98(10.75)	9.50(3.23)	10.27(1.03)	59.07(3.24)	83.82(2.65)
	지 급 수 수 료	5.88(12.69)	29.44(9.99)	0	0	35.32(1.12)
용	차 입 금 이 자	0	10.10(3.43)	0	0	10.10(0.32)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	2.26(0.77)	15.71(1.58)	11.69(0.64)	29.66(0.94)
용	감 모	6.10(13.17)	0	32.65(3.28)	0	38.75(1.22)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	1.20(2.59)	11.08(3.76)	18.87(1.89)	47.82(2.62)	78.97(2.50)
유통비용계		46.32(100.0)	150.74(51.18)	493.94(49.58)	437.95(24.00)	1,128.95(35.70)
상업이윤		0(0)	143.81(48.82)	502.25(50.42)	1,386.88(76.00)	2,032.94(64.30)
유통마진합계		46.32(100.0)	294.55(100.0)	996.19(100.0)	1,824.83(100.0)	3,161.89(100.00)
표본수		24	8	7	5	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 9 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 사과

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	6.17(3.54)	2.26(4.01)	2.94(1.72)	11.37(2.38)
	인 건 비 (고정)	0	14.51(8.33)	4.62(8.19)	0	19.13(4.00)
	수도·광열·우편·통신료	0	4.20(2.41)	1.20(2.13)	0.67(0.39)	6.07(1.27)
통	선별·포장·수확비	31.28(40.85)	13.76(7.90)	2.09(3.70)	0.22(0.13)	47.35(9.90)
	상 하 차 비	3.71(4.85)	2.25(1.29)	3.33(5.90)	0.09(0.05)	9.38(1.96)
	제 재 료 비	0.43(0.56)	11.43(6.57)	0	0.07(0.04)	11.93(2.50)
비	여 비 · 접 대 비	0.08(0.10)	6.14(3.53)	1.43(2.53)	0.05(0.03)	7.70(1.61)
	저 장 비	5.87(7.67)	3.14(1.80)	2.80(4.96)	0	11.81(2.47)
	건 조 비	0	0	0	0	0
용	가 공 비	0.22(0.29)	0	0	0	0.22(0.05)
	수 송 비	9.29(12.13)	8.04(4.62)	2.11(3.74)	3.09(1.81)	22.53(4.71)
	지 급 수 수 료	10.47(13.67)	16.72(9.60)	0	0	27.19(5.69)
용	차 입 금 이 자	0.67(0.88)	2.19(1.26)	0.31(0.55)	0.17(0.10)	3.34(0.70)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	1.34(0.77)	1.87(3.31)	0.15(0.09)	3.36(0.70)
용	감 모	13.45(17.57)	9.67(5.55)	1.14(2.02)	0.32(0.19)	24.58(5.14)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	1.10(1.44)	7.36(4.23)	1.04(1.84)	0.18(0.10)	9.68(2.03)
유통비용계		76.57(100.00)	106.92(61.40)	24.20(42.88)	7.95(4.65)	215.64(45.11)
상업이익		0(0)	67.22(38.60)	32.23(57.12)	162.99(95.35)	262.44(54.89)
유통마진합계		76.57(100.00)	174.14(100.00)	56.43(100.00)	170.94(100.00)	478.08(100.00)
표본수		20	15	15	14	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 10 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 참깨

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유통비	임 차 료	0	9.75 (1.76)	4.35 (5.95)	22.06 (2.09)	36.16 (2.09)
	인 건 비 (고정)	0	4.58 (0.82)	0	0	4.58 (0.26)
	수도·광열·우편·통신료	0	4.81 (0.87)	3.61 (4.94)	25.33 (2.40)	33.75 (1.95)
	선별·포장·수확비	20.99 (45.41)	7.58 (1.37)	0	0	28.57 (1.65)
	상 하 차 비	0	20.23 (3.65)	7.05 (9.65)	6.22 (0.59)	33.50 (1.94)
	제 재 료 비	0	4.81 (0.87)	0.22 (0.30)	1.73 (0.16)	6.76 (0.39)
	여 비 · 접 대 비	5.83 (12.61)	10.79 (1.95)	1.70 (2.33)	11.03 (1.04)	29.35 (1.70)
	저 장 비	1.53 (3.31)	0.12 (0.02)	0	0	1.65 (0.10)
	건 조 비	2.31 (5.00)	0	0	0	2.31 (0.13)
	가 공 비	0	0.98 (0.18)	0	0	0.98 (0.06)
용	수 송 비					
	지 급 수 수 료					
	차 입 금 이 자	11.56 (25.01)	15.19 (2.74)	0.26 (0.36)	2.64 (0.25)	29.65 (1.71)
	감 가 상 각	0.69 (1.49)	0	0	0	0.69 (0.04)
	제세공과·보험료	0	11.23 (2.03)	0.21 (0.29)	0	11.44 (0.66)
	감 모	0	0	0	0	0
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0	4.11 (0.74)	2.99 (4.09)	40.33 (3.82)	47.43 (2.74)
유통비용계		3.24 (7.01)	0	0	0	3.24 (0.19)
상 업 이 윤		0.07 (0.15)	5.81 (1.05)	3.70 (5.06)	0.33 (0.03)	9.91 (0.57)
유통마진 합계		46.22 (100.0)	99.99 (18.05)	24.09 (32.97)	109.67 (10.38)	279.97 (16.18)
표본수		0 (0)	454.08 (81.95)	49.00 (67.03)	947.40 (89.62)	1,450.48 (83.82)

\* 이 통계를 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 11 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 쇠고기

단위: 원/kg(정육기준), (%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유통	임 차 료	0	0	0	107.43(5.97)	107.43(1.88)
	인 건 비 (고정)	0	0	104.54(19.92)	6.65(0.37)	111.19(1.94)
	수도·광열·우편·통신료	0	59.84(1.79)	13.90(2.65)	90.81(5.05)	164.55(2.87)
	선별·포장·수확비	0	0	39.51(7.53)	96.55(5.37)	136.06(2.38)
	상 하 차 비	0	0	1.11(0.21)	10.76(0.60)	11.87(0.21)
	제 재 료 비	0	0	3.04(0.58)	10.21(0.57)	13.25(0.23)
	여 비 · 접 대 비	0.62(1.12)	168.44(5.03)	62.26(11.86)	12.57(0.70)	243.89(4.26)
	저 장 비	0	0	0	57.04(3.17)	57.04(1.00)
	건 조 비	0	0	0	0	0
	가 공 비	0	0	0	0	0
비 용	수 송 비	32.70(59.20)	360.11(10.76)	8.53(1.62)	60.36(3.35)	461.70(8.06)
	지 급 수 수 료	20.05(36.31)	23.53(0.70)	21.72(4.14)	49.67(2.76)	114.97(2.01)
	차 입 금 이 자	0	73.83(2.21)	45.59(8.68)	19.82(1.10)	139.24(2.43)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	41.08(1.23)	26.61(5.07)	43.75(2.43)	111.44(1.95)
	감 모	0	2,289.81(68.44)	0	0	2,289.81(39.99)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	1.86(3.37)	52.60(1.57)	43.77(8.34)	38.55(2.14)	136.78(2.39)
	유통비용계	55.23(100.00)	3,069.24(91.74)	370.58(70.60)	604.17(33.58)	4,099.22(71.60)
	상 업 이 윤	0(0)	276.28(8.26)	154.29(29.40)	1,195.25(66.42)	1,625.82(28.40)
	유통마진 합계	55.23(100.00)	3,345.52(100.00)	524.87(100.00)	1,799.42(100.00)	5,725.04(100.00)
표본수		23	5	8	10	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 12 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 돼지고기

단위: 원/kg(정육기준), (%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	2.80 (0.51)	0	84.74 (10.47)	87.54 (5.62)
	인 건 비 (고정)	0	8.70 (1.57)	51.74 (26.83)	2.85 (0.35)	63.29 (4.07)
	수도·광열·우편·통신료	0	4.36 (0.79)	7.06 (3.66)	63.59 (7.85)	75.01 (4.82)
	선별·포장·수확비	0	0	0	12.15 (1.50)	12.15 (0.78)
통	상 하 차 비	0	7.59 (1.37)	0	2.69 (0.33)	10.28 (0.66)
	제 재 료 비	0	0.32 (0.06)	1.68 (0.87)	8.95 (1.11)	10.95 (0.70)
	여 비 · 접 대 비	0	4.45 (0.80)	32.83 (17.02)	4.29 (0.53)	41.57 (2.67)
	저 장 비	0	0	0	32.20 (3.98)	32.20 (2.07)
비	건 조 비	0	0	0	0	0
	가 공 비	0	0	0	4.61 (0.57)	4.61 (0.30)
	수 송 비	0	21.27 (3.84)	0	5.56 (0.69)	26.83 (1.72)
	지 급 수 수 료	0	8.80 (1.59)	0	0	8.80 (0.56)
용	차 입 금 이 자	0	9.29 (1.68)	40.45 (20.97)	8.46 (1.05)	58.20 (3.74)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	1.04 (0.19)	12.04 (6.24)	16.47 (2.03)	29.55 (1.90)
	감 모	0	440.00 (79.40)	1.33 (0.69)	1.79 (0.22)	443.12 (28.47)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0	4.45 (0.80)	15.63 (8.10)	22.92 (2.83)	43.00 (2.76)
유통비용계		0	513.07 (92.59)	162.76 (84.38)	271.27 (33.51)	947.10 (60.84)
상업이윤		0	41.07 (7.41)	30.12 (15.62)	538.31 (66.49)	609.50 (39.16)
유통마진 합계		0	554.14 (100.00)	192.88 (100.00)	809.58 (100.00)	1,556.60 (100.00)
표본수		5	10	6	8	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 13 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 계란

단위: 원/개(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유통비	임 차 료	0	0.26(2.06)	0.42(5.81)	1.00(13.35)	1.68(6.15)
	인 건 비 (고정)	0	0.62(4.92)	0	0	0.62(2.27)
	수도·광열·우편·통신료	0	0.42(3.33)	0.08(1.11)	0.22(2.94)	0.72(2.64)
	선별·포장·수확비	0	0.82(6.50)	0.07(0.97)	0.86(11.48)	1.75(6.40)
	상 하 차 비	0	0	0.02(0.28)	0.30(4.01)	0.32(1.17)
	제 재 료 비	0	0.01(0.08)	0.23(3.18)	0.13(1.74)	0.37(1.35)
	여 비 · 접 대 비	0	1.24(9.84)	0.01(0.14)	0.10(1.33)	1.35(4.94)
	저 장 비	0	0	0	0	0
	건 조 비	0	0	0	0	0
	가 공 비	0	0	0	0	0
	수 송 비	0	0	0.11(1.52)	0.15(2.00)	0.26(0.95)
	지 급 수 수 료	0	0	0	0	0
용	차 입 금 이 자	0	0	0.04(0.55)	0.11(1.47)	0.15(0.55)
	감 가 상 각	0	0.11(0.89)	0	0	0.11(0.40)
	제세공과·보험료	0	0.13(1.03)	0.03(0.41)	0.04(0.53)	0.20(0.73)
	감 모	0	0	0.04(0.55)	0.66(8.81)	0.70(2.56)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0	1.53(12.13)	0.02(0.28)	0.47(6.28)	2.02(7.39)
유통비용계		0	5.14(40.76)	1.07(14.80)	4.04(53.94)	10.25(37.50)
상업이윤		0	7.47(59.24)	6.16(85.20)	3.45(46.06)	17.08(62.50)
유통마진합계		0	12.61(100.00)	7.23(100.00)	7.49(100.00)	27.33(100.00)
표본수		6	10	9	8	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 14 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 감치

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유통비	임 차 료	0		36.89 (2.90)	38.51 (8.25)	75.40 (4.18)
	인 건 비 (고정)	0		92.29 (7.27)	0	92.29 (5.11)
	수도·광열·우편·통신료	0		40.13 (3.16)	30.72 (6.58)	70.85 (3.93)
	선별·포장·수확비	18.00 (26.28)		9.05 (0.71)	0	27.05 (1.50)
	상 하 차 비	0		24.48 (1.93)	0	24.48 (1.36)
	제 재 료 비	0		13.23 (1.04)	13.68 (2.93)	26.91 (1.49)
	여 비 · 접 대 비	0		3.36 (0.27)	0	3.36 (0.19)
	저 장 비	0		53.60 (4.22)	55.83 (11.97)	109.43 (6.06)
	건 조 비	0		0	0	0
	가 공 비	0		9.13 (0.72)	0	9.13 (0.51)
	수 송 비	0		40.56 (3.20)	51.34 (11.00)	91.90 (5.09)
	지 급 수 수 료	50.50 (73.72)		11.71 (0.92)	0	62.21 (3.45)
	차 입 금 이 자	0		1.91 (0.15)	0	1.91 (0.10)
	감 가 상 각	0		0	0	0
	제세공과·보험료	0		36.42 (2.87)	6.42 (1.38)	42.84 (2.37)
용	감 모	0		9.05 (0.71)	6.94 (1.49)	15.99 (0.89)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0		8.59 (0.68)	6.99 (1.50)	15.58 (0.86)
	유통비용계	68.50 (100.00)		390.40 (30.75)	210.43 (45.10)	669.33 (37.09)
상 업 이 윤		0 (0)		879.23 (69.25)	256.10 (54.90)	1,135.33 (62.91)
유통마진 합계		68.50 (100.00)		1,269.63 (100.00)	466.53 (100.00)	1,804.66 (100.00)
표본수		3		6	5	

\* 이 통계를 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 15 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 명태

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0		61.23(13.74)	30.54(8.23)	91.77(10.18)
	인 건 비 (고정)	0		40.34(9.05)	0	40.34(4.48)
	수도·광열·우편·통신료	0		17.31(3.89)	14.02(3.78)	31.33(3.48)
	선별·포장·수확비	0		20.80(4.67)	0	20.80(2.31)
통	상 하 차 비	13.51(16.02)		11.02(2.47)	4.13(1.11)	28.66(3.18)
	제 재 료 비	17.99(21.34)		31.69(7.11)	1.72(0.46)	51.40(5.70)
	여 비 · 접 대 비	0		3.27(0.73)	0	3.27(0.36)
	저 장 비	0		43.05(9.66)	31.30(8.43)	74.35(8.25)
비	건 조 비	0		0	0	0
	가 공 비	0		0	0	0
	수 송 비	20.04(23.77)		27.55(6.18)	7.67(2.07)	55.26(6.13)
	지 급 수 수 료	32.77(38.87)		35.77(8.03)	0	68.54(7.61)
용	차 입 금 이 자	0		1.81(0.41)	0	1.81(0.20)
	감 가 상 각	0		0	0	0
	제세공과·보험료	0		3.36(0.75)	3.25(0.87)	6.61(0.73)
	감 모	0		0	23.37(6.29)	23.37(2.59)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0		14.10(3.16)	2.25(0.61)	16.35(1.82)
	유 통 비 용 계	84.31(100.00)		311.30(69.85)	118.25(31.85)	513.86(57.02)
상 업 이 윤		0(0)		134.35(30.15)	253.00(68.15)	387.35(42.98)
유 통 마 진 합 계		84.31(100.00)		445.65(100.00)	371.25(100.00)	901.21(100.00)
표본수		3		6	6	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 16 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 조기

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유 통 비	임 차 료	0		24.16(1.57)	0	24.16(1.13)
	인 건 비 (고정)	0		71.10(4.62)	0	71.10(3.31)
	수도·광열·우편·통신료	0		33.99(2.21)	113.08(25.48)	147.07(6.85)
	선별·포장·수확비	45.00(27.52)		5.14(0.34)	0	50.14(2.34)
	상 하 차 비	0		41.36(2.69)	0	41.36(1.93)
	제 재 료 비	0		11.22(0.73)	30.86(6.96)	42.08(1.96)
	여 비 · 접 대 비	0		5.87(0.38)	0	5.87(0.27)
	저 장 비	0		86.13(5.60)	0	86.13(4.01)
	건 조 비	0		0	0	0
	가 공 비	0		0	0	0
용 비	수 송 비	0		5.08(0.33)	0	5.08(0.24)
	지 급 수 수 료	118.50(72.48)		13.41(0.87)	0	131.91(6.15)
	차 입 금 이 자	0		12.81(0.83)	0	12.81(0.60)
	감 가 상 각	0		0	0	0
	제세공과·보험료	0		3.49(0.23)	18.49(4.17)	21.98(1.03)
	감 모	0		0	0	0
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0		18.16(1.18)	30.84(6.95)	49.00(2.28)
	유 통 비 용 계	163.50(100.00)		331.92(21.58)	193.27(43.56)	688.69(32.10)
	상 업 이 윤	0(0)		1,206.49(78.42)	250.47(56.44)	1,456.96(67.90)
	유통마진 합 계	163.50(100.00)		1,538.41(100.00)	443.74(100.00)	2,145.65(100.00)
표본수		3		6	4	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 17 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 고등어

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0		5.95 (8.54)	17.13 (4.58)	23.08 (5.03)
	인 건 비 (고정)	0		5.84 (8.38)	0.17 (0.04)	6.01 (1.31)
	수도·광열·우편·통신료	0		4.66 (6.69)	11.81 (3.15)	16.47 (3.59)
	선별·포장·수확비	4.11 (27.24)		5.40 (7.75)	11.04 (2.95)	20.55 (4.48)
통	상 하 차 비	0		1.35 (1.94)	6.85 (1.83)	8.20 (1.79)
	제 재 료 비	0		1.25 (1.79)	2.28 (0.61)	3.53 (0.77)
	여 비 · 접 대 비	0		0.84 (1.20)	0.55 (0.15)	1.39 (0.30)
	저 장 비	0		0.26 (0.37)	16.38 (4.38)	16.64 (3.62)
비	건 조 비	0		0	0	0
	가 공 비	0		0	0	0
	수 송 비	0		2.63 (3.78)	13.23 (3.53)	15.86 (3.45)
	지 급 수 수 료	10.98 (72.76)		3.23 (4.64)	0	14.21 (3.09)
용	차 입 금 이 자	0		0.41 (0.59)	0	0.41 (0.09)
	감 가 상 각	0		0	0	0
	제세공과·보험료	0		3.91 (5.61)	1.68 (0.45)	5.59 (1.22)
	감 모	0		7.07 (10.15)	21.62 (5.78)	28.69 (6.25)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0		2.04 (2.93)	3.72 (0.99)	5.76 (1.25)
유통비용계		15.09 (100.00)		44.84 (64.36)	106.46 (28.44)	166.39 (36.24)
상업이윤		0 (0)		24.83 (35.64)	267.86 (71.56)	292.69 (63.76)
유통마진 합계		15.09 (100.00)		69.67 (100.00)	374.32 (100.00)	459.08 (100.00)
표본수		3		8	7	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 18 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 물오징어

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0		17.35 (4.65)	21.68 (6.45)	39.03 (4.51)
	인 건 비 (고정)	0		25.13 (6.73)	0	25.13 (2.91)
	수도·광열·우편·통신료	0		26.91 (7.21)	15.41 (4.58)	42.32 (4.89)
통	선별·포장·수확비	27.50 (17.71)		18.64 (4.99)	0	46.14 (5.33)
	상 하 차 비	13.50 (8.69)		1.87 (0.50)	0.46 (0.14)	15.83 (1.83)
	제 재 료 비	18.00 (11.59)		3.76 (1.01)	6.77 (2.01)	28.53 (3.30)
비	여 비 · 접 대 비	0		3.09 (0.83)	0	3.09 (0.36)
	저 장 비	0		13.32 (3.57)	13.54 (4.03)	26.86 (3.11)
	건 조 비	0		0	0	0
비	가 공 비	0		0	0	0
	수 송 비	20.00 (12.88)		9.90 (2.65)	18.26 (5.43)	48.16 (5.57)
	지 급 수 수 료	76.30 (49.13)		11.54 (3.09)	0	87.84 (10.16)
용	차 입 금 이 자	0		0.73 (0.19)	0	0.73 (0.08)
	감 가 상 각	0		0	0	0
	제세공과·보험료	0		8.32 (2.23)	3.96 (1.18)	12.28 (1.42)
용	감 모	0		12.37 (3.31)	7.20 (2.14)	19.57 (2.26)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0		5.81 (1.56)	8.09 (2.41)	13.90 (1.61)
유통비용계		155.30 (100.00)		158.74 (42.52)	95.37 (28.37)	409.41 (47.34)
상업이윤		0 (0)		214.59 (57.48)	240.75 (71.63)	455.34 (52.66)
유통마진 합계		155.30 (100.00)		373.33 (100.00)	336.12 (100.00)	864.75 (100.00)
표본수		4		10	8	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 19 유통단계별 유통마진 세부내역, 1989

품목: 김

단위: 원/kg(%)

유통마진/유통단계		출 하	수 집	도 매	소 매	계
유	임 차 료	0	19.18(2.43)	67.19(4.34)	220.80(17.66)	307.17(4.43)
	인 건 비 (고정)	0	43.87(5.57)	119.69(7.72)	0	163.56(2.36)
	수도·광열·우편·통신료	0	14.17(1.80)	16.17(1.04)	77.00(6.16)	107.34(1.55)
	선별·포장·수확비	43.30(1.30)	3.52(0.45)	181.48(11.71)	0	228.30(3.29)
통	상 하 차 비	33.30(1.00)	5.64(0.72)	40.55(2.62)	35.86(2.87)	115.35(1.66)
	제 재 료 비	0	21.67(2.75)	40.86(2.64)	11.96(0.96)	74.49(1.08)
	여 비 · 접 대 비	0	18.31(2.32)	40.55(2.62)	67.30(5.38)	126.16(1.82)
	저 장 비	0	25.35(3.22)	23.83(1.54)	0	49.18(0.71)
비	건 조 비	2,833.30(84.75)	0	18.75(1.21)	0	2,852.05(41.15)
	가 공 비	100.00(2.99)	7.94(1.01)	8.12(0.52)	0	116.06(1.68)
	수 송 비	333.30(9.97)	27.99(3.55)	44.84(2.89)	32.06(2.56)	438.19(6.32)
	지 급 수 수 료	0	30.05(3.82)	67.58(4.36)	0	97.63(1.41)
용	차 입 금 이 자	0	19.74(2.51)	0	0	19.74(0.29)
	감 가 상 각	0	0	0	0	0
	제세공과·보험료	0	31.01(3.94)	6.02(0.39)	1.87(0.15)	38.84(0.56)
	감 모	0	17.91(2.27)	75.39(4.86)	14.76(1.18)	108.06(1.56)
	기 타 비 용 <sup>1</sup>	0	25.01(3.18)	30.23(1.95)	38.45(3.08)	93.69(1.35)
유 통 비 용 계		3,343.20(100.0)	311.36(39.54)	781.25(50.40)	500.00(40.00)	4,935.81(71.22)
상 업 이 윤		0(0)	476.14(60.46)	768.75(49.60)	750.00(60.00)	1,994.89(28.78)
유 통 마 진 합 계		3,343.20(100.00)	787.50(100.00)	1,550.00(100.00)	1,250.00(100.00)	6,930.70(100.00)
표본수		3	11	8	7	

\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

<sup>1</sup> 청소비·수선비·차량유지비·광고비·기타 관리비 등임.

附表 20 품목별 유통마진율, 1989

단위: 원/kg, %

품 목	생 산 자 수취가격	소 비 자 지불가격	유 통 마 진 <sup>1)</sup>			유 통 마 진 율 <sup>2)</sup>		
			유 통 비 용	상 업 이 윤		유 통 <sup>3)</sup> 비용율	상 업 <sup>3)</sup> 이윤율	
쌀	1,008.0	1,205.28	97.44	99.84	197.28	8.08	8.28	16.36
보 리	489.93	664.50	40.11	134.46	174.57	6.04	20.23	26.27
콩	1,248.30	1,730.42	62.97	419.15	482.12	3.64	24.22	27.86
배 추	120.30	356.77	89.22	147.25	236.47	25.01	41.27	66.28
고 구 마	117.70	545.37	207.79	219.88	427.67	38.10	40.32	78.42
양 파	128.30	478.19	253.59	96.30	349.89	53.03	20.14	73.17
고 추	2,496.10	4,023.81	391.30	1,136.41	1,527.71	9.72	28.24	37.96
마 늘	1,250.30	4,412.19	1,128.95	2,032.94	3,161.89	25.59	46.07	71.66
사 과	578.70	1,056.78	215.64	262.44	478.08	20.41	24.83	45.24
참 깨	4,820.00	6,550.45	279.97	1,450.48	1,730.45	4.27	22.14	26.41
쇠 고 기	5,285.36	11,010.40	4,099.22	1,625.82	5,725.04	37.23	14.77	52.00
돼지고기	2,023.96	3,580.56	947.10	609.50	1,556.60	26.45	17.02	43.47
계 란 <sup>4)</sup>	46.00	73.33	10.25	17.08	27.33	13.98	23.29	37.27
갈 치	2,384.97	4,189.63	669.33	1,135.33	1,804.66	15.98	27.10	43.08
명 태	598.79	1,500.00	513.86	387.35	901.21	34.26	25.82	60.08
조 기	22,363.09	24,508.74	688.69	1,456.96	2,145.65	2.81	5.94	8.75
고 등 어	433.60	892.68	166.39	292.69	459.08	18.64	32.79	51.43
물오징어	1,120.57	1,985.32	409.41	455.34	864.75	20.62	22.94	43.56
김	3,625.80	10,556.50	4,935.81	1,994.89	6,930.70	46.76	18.90	65.66

- 1) 유통마진 = 소비자지불가격 - 생산자수취가격 = 유통비용 + 상업이윤
- 2) 유통비용율 = (유통비용/소비자 지불가격) × 100
- 3) 상업이윤율 = (상업이윤/ " ) × 100
- 4) 유통마진율 = (유통마진/ " ) × 100
- 5) 금액단위가 원/개임
- 6) 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

附表 21 품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역, 1989

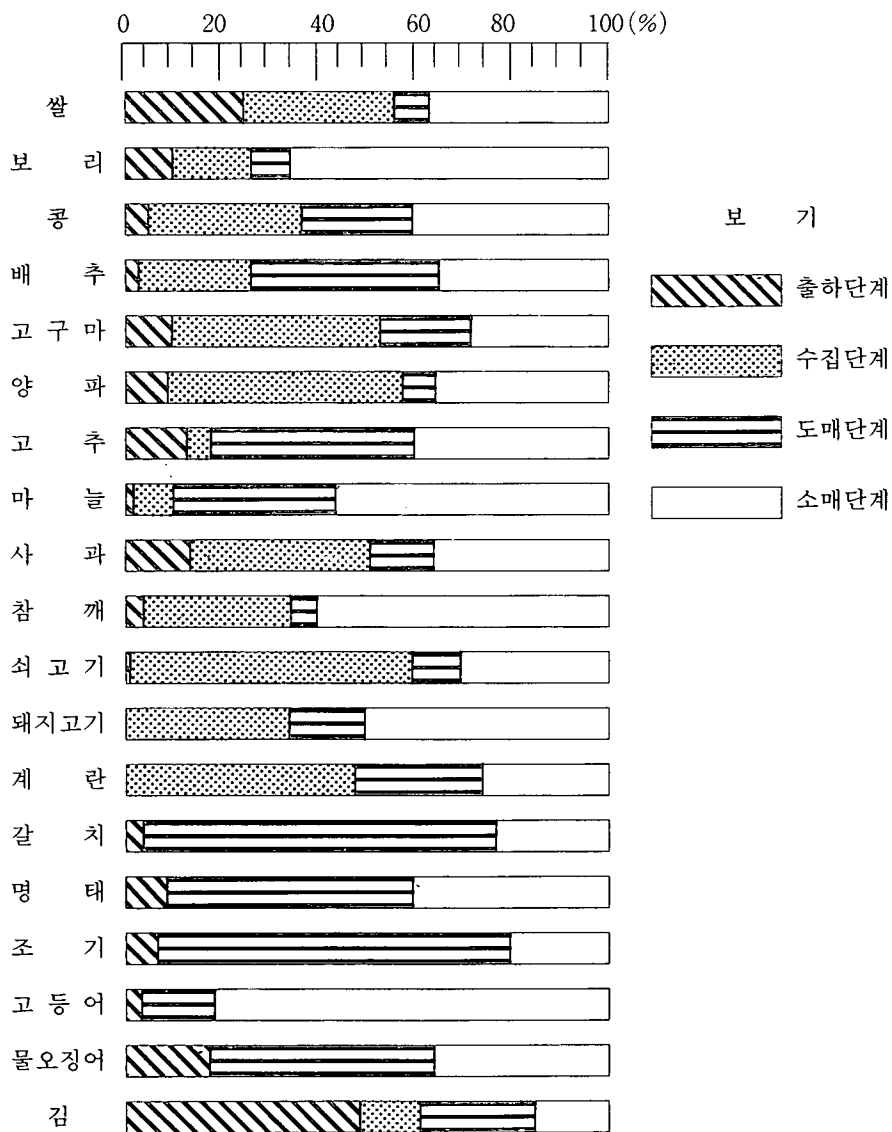
단위: 원/kg, (%)

품 목	출 하	수 집	도 매	소 매	계
쌀	50.52(25.61)	60.27(30.55)	12.08(6.12)	74.41(37.72)	197.28 (100.00)
보 리	20.77(11.90)	25.83(14.79)	14.64(8.39)	113.33(64.92)	174.57(100.00)
콩	29.84(6.19)	154.36(32.02)	100.00(20.74)	197.92(41.05)	482.12(100.00)
배 추	6.84(2.89)	59.09(24.99)	88.72(37.52)	81.82(34.60)	236.47(100.00)
고 구 마	46.38(10.84)	183.30(42.86)	74.74(17.48)	123.25(28.82)	427.67(100.00)
양 파	37.20(10.63)	157.74(45.08)	23.50(6.72)	131.45(37.57)	349.89(100.00)
고 추	217.26(14.22)	77.64(5.08)	600.70(39.32)	632.11(41.38)	1,527.71(100.00)
마 늘	46.32(1.46)	294.55(9.32)	996.19(31.51)	1,824.83(57.71)	3,161.89(100.00)
사 과	76.57(16.02)	174.14(36.42)	56.43(11.80)	170.94(35.76)	478.08(100.00)
참 깨	46.22(2.67)	554.07(32.02)	73.09(4.22)	1,057.07(61.09)	1,730.45(100.00)
쇠 고 기	55.23(0.96)	3,345.52(58.44)	524.87(9.17)	1,799.42(31.43)	5,725.04(100.00)
돼지고기	0	4,554.14(53.60)	192.88(12.39)	809.58(52.01)	1,556.60(100.00)
계 란 <sup>1)</sup>	0	12.61(46.14)	7.23(26.45)	7.49(27.41)	27.33 (100.00)
갈 치	68.50(3.80)	0	1,269.63(70.35)	466.53(25.85)	1,804.66(100.00)
명 태	84.31(9.36)	0	445.65(49.45)	371.25(41.19)	901.21(100.00)
조 기	163.50(7.62)	0	1,538.41(71.70)	443.74(20.68)	2,145.65(100.00)
고 등 어	15.09(3.29)	0	69.67(15.17)	374.32(81.54)	459.08(100.00)
물오징어	155.30(17.96)	0	373.33(43.17)	336.12(38.87)	864.75 (100.00)
김	3,343.20(48.24)	787.50 (11.36)	1,550.00(22.36)	1,250.00(18.04)	6,930.70(100.00)

1) 금액단위가 원/개임.

2) 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

附圖 1 품목별 유통마진의 유통단계별 구성내역, 1989



\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

附表 22 품목별 · 유통단계별 · 유통기능별 유통마진, 1989

단위: 원/kg

품 목	生産者 受 取 價 格	出 荷 段 階				蒐 集 段 階				都 賣 段 階				小 賣 段 階					消費者 支 拂 價 格		
		선평재료 별장비	상수 하 송	저건가 장조공	기 타	선평재료 별장비	상수 하 송	저건가 장조공	기 타	商 利 業 潤	선평재료 별장비	상수 하 송	저건가 장조공	기 타	商 利 業 潤	선평재료 별장비	상수 하 송	저건가 장조공		기 타	商 利 業 潤
쌀	1,008.00	1.28	4.72	35.60	8.92	0.85	10.95	7.01	17.29	24.17	0.03	1.63	0	4.76	5.66	0.04	1.43	0	2.93	70.01	1,205.28
보 리	489.93	4.61	13.03	0.56	2.57	0.11	6.98	0	6.90	11.81	0	1.52	0.08	2.50	10.54	0.20	0.15	0	0.90	112.08	664.50
콩	1,248.30	4.30	5.34	2.95	17.25	3.26	4.82	0	9.59	136.69	0.19	3.50	0.04	4.00	92.27	0.16	1.85	0	5.72	190.19	1,730.42
배 추	120.30	0.09	2.21	0	4.54	6.74	12.45	0	16.90	23.00	2.89	2.56	2.03	16.99	64.25	1.48	3.06	1.86	15.42	60.00	356.77
고 구 마	117.70	0.88	13.59	0.05	31.86	34.86	10.44	1.37	52.33	84.30	0.99	5.06	0.58	16.93	51.18	1.47	3.61	0	33.77	84.40	545.37
양 파	128.30	15.57	10.11	0	11.52	24.22	16.52	43.02	77.25	△3.27	1.54	0.98	0	4.04	16.94	13.58	3.95	0	31.29	82.63	478.19
고 추	2,496.10	21.05	21.81	120.82	53.58	5.97	7.05	1.08	17.30	46.24	19.93	15.67	1.98	30.00	533.12	1.21	19.47	1.50	52.88	557.05	4,023.81
마 늘	1,250.30	20.31	6.86	5.74	13.41	37.32	15.43	13.27	82.72	148.74	126.64	55.86	72.66	238.78	502.25	65.99	106.14	0	265.82	1,386.88	4,412.19
사 과	578.70	31.71	13.00	6.09	25.77	25.19	10.29	3.14	68.30	67.22	2.09	5.44	2.80	13.87	32.23	0.29	3.18	0	4.48	162.99	1,056.78
참 개	4,820.00	20.99	11.56	3.84	9.83	12.39	35.42	1.10	51.08	454.08	0.22	7.31	0	16.56	49.00	1.73	8.86	0	99.08	947.40	6,550.45
쇠 고 기	5,285.36	0	32.70	0	22.53	0	360.11	0	2,709.13	276.28	42.55	9.64	0	318.39	154.29	106.76	71.12	57.04	369.25	1,195.25	11,000.40
돼지고기	2,023.96	0	0	0	0	0.32	28.86	0	483.89	41.07	1.68	0	0	161.08	30.12	21.10	8.25	36.81	205.11	538.31	3,580.56
계 란	46.00	0	0	0	0	0.83	0	0	4.31	7.47	0.30	0.13	0	0.64	6.16	0.99	0.45	0	2.60	3.45	73.33
갈 치	2,384.97	18.00	0	0	50.50						22.28	65.04	62.73	240.35	879.23	13.68	51.34	55.83	89.58	256.10	4,189.63
명 태	598.79	17.99	33.55	0	32.77						52.49	38.57	43.05	177.19	134.35	1.72	11.80	31.30	73.43	253.00	1,500.00
조 기	22,363.09	45.00	0	0	118.50						16.36	46.44	86.13	182.99	1,206.49	30.86	0	0	162.41	250.47	24,587.41
고 등 어	433.60	4.11	0	0	10.98						6.65	3.98	0.26	33.95	24.83	13.32	20.08	16.38	56.68	267.86	892.68
물요징어	1,120.57	45.50	33.50	0	76.30						22.40	11.77	13.32	111.25	214.59	6.77	18.72	13.54	56.34	240.75	1,985.32
김	3,625.80	43.30	366.6	2,983.30	0	25.19	33.63	33.29	219.25	476.14	222.34	85.39	50.70	422.82	768.75	11.96	67.92	0	420.12	750.00	10,556.50

1) 단위가 원/개임.

2) 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 파소한 것이므로, 자료의 해석 · 인용에는 특별한 주의를 요함.

附表 23 품목별 · 유통단계별 · 유통기능별 유통마진, 1989

단위: %

품 목	生産者 受 取 價 格	出 荷 段 階				蒐 集 段 階					都 賣 段 階					小 賣 段 階					消費者 支 拂 價 格
		선포채 료 별장비	상수 하 차 송	저건가 장조공	기 타	선포채 료 별장비	상수 하 차 송	저건가 장조공	기 타	商 利 業 潤	선포채 료 별장비	상수 하 차 송	저건가 장조공	기 타	商 利 業 潤	선포채 료 별장비	상수 하 차 송	저건가 장조공	기 타	商 利 業 潤	
쌀	83.63	0.11	0.39	2.95	0.74	0.07	0.91	0.58	1.43	2.01	0	0.14	0	0.39	0.47	0	0.12	0	0.24	5.81	100.00
보 리	73.73	0.69	1.96	0.08	0.39	0.02	1.05	0	1.04	1.78	0	0.23	0.01	0.38	1.59	0.03	0.02	0	0.14	16.86	100.00
콩	72.14	0.25	0.31	0.17	1.00	0.19	0.28	0	0.55	7.90	0.01	0.20	0	0.23	5.33	0.01	0.11	0	0.33	10.99	100.00
배 추	33.72	0.03	0.62	0	1.27	1.89	3.49	0	4.74	6.45	0.81	0.72	0.57	4.76	18.01	0.41	0.86	0.52	4.32	16.82	100.00
고 구 마	21.58	0.16	2.49	0.01	5.84	6.39	1.91	0.25	9.60	15.46	0.18	0.93	0.11	3.10	9.38	0.27	0.66	0	6.19	15.48	100.00
양 파	26.83	3.26	2.11	0	2.41	5.06	3.45	9.00	16.15	△0.68	0.32	0.20	0	0.84	3.54	2.84	8.30	0	6.54	17.28	100.00
고 추	62.03	0.52	0.54	3.00	1.33	0.15	0.18	0.03	0.43	1.15	0.50	0.39	0.05	0.75	13.25	0.03	0.48	0.04	1.31	13.84	100.00
마 늘	28.34	0.46	0.16	0.13	0.30	0.85	0.35	0.30	1.87	3.37	2.87	1.27	1.65	5.41	11.38	1.50	2.41	0	6.02	31.43	100.00
사 과	54.76	3.00	1.23	0.58	2.44	2.38	0.97	0.30	6.46	6.36	0.20	0.51	0.26	1.31	3.05	0.03	0.30	0	0.42	15.42	100.00
참 개	73.58	0.32	0.18	0.06	0.15	0.19	0.54	0.02	0.78	6.93	0	0.11	0	0.25	0.75	0.03	0.14	0	1.51	14.46	100.00
쇠 고 기	48.00	0	0.30	0	0.20	0	3.27	0	24.61	2.51	0.39	0.09	0	2.89	1.40	0.97	0.65	0.52	3.35	10.86	100.00
돼지고기	56.53	0	0	0	0	0.01	0.81	0	13.51	1.15	0.05	0	0	4.50	0.84	0.59	0.23	1.03	5.73	15.03	100.00
계 란	62.73	0	0	0	0	1.13	0	0	5.88	10.19	0.41	0.18	0	0.87	8.40	1.35	0.61	0	3.55	4.70	100.00
갈 치	56.93	0.43	0	0	1.21						0.53	1.55	1.50	5.74	20.99	0.33	1.23	1.33	2.14	6.11	100.00
명 태	39.92	1.20	2.24	0	2.18						3.50	2.57	2.87	11.81	8.96	0.11	0.79	2.09	4.89	16.87	100.00
조 기	91.25	0.18	0	0	0.48						0.07	0.19	0.35	0.75	4.92	0.13	0	0	0.66	1.02	100.00
고 등 어	48.57	0.46	0	0	1.23						0.74	0.45	0.03	3.80	2.78	1.49	2.25	1.84	6.35	30.01	100.00
물요징어	56.44	2.29	1.69	0	3.84						1.13	0.59	0.67	5.61	10.81	0.34	0.94	0.68	2.84	12.13	100.00
김	34.35	0.41	3.47	27.79	0	0.24	0.32	0.32	2.08	4.51	2.11	0.81	0.48	4.00	7.28	0.11	0.64	0	3.98	7.10	100.00

\* 품목별 소비자 지불가격에 대한 비중임.

\*\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석 · 인용에는 특별한 주의를 요함.

附表 24 품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역, 1989

단위: 원/kg, (%)

품 목	선별·포장 제 재료비	상하차· 수송비	저장·건조 가공비	기타 비용	상업이윤	유통마진 계
쌀	2.20(1.12)	18.73(9.49)	42.61(21.60)	33.90(17.18)	99.84(50.61)	197.28(100.00)
보 리	4.92(2.82)	21.68(12.42)	0.64(0.37)	12.87(7.37)	134.46(77.02)	174.57(100.00)
콩	7.91(1.64)	15.51(3.22)	2.99(0.62)	36.56(7.58)	419.15(86.94)	482.12(100.00)
배 추	11.20(4.74)	20.28(8.58)	3.89(1.64)	53.85(22.77)	147.25(62.27)	236.47(100.00)
고 구 마	38.20(8.93)	32.70(7.65)	2.00(0.47)	134.89(31.54)	219.88(51.41)	427.67(100.00)
양 파	54.91(15.69)	31.56(9.02)	43.02(12.30)	124.10(35.47)	96.30(27.52)	349.89(100.00)
고 추	48.16(3.15)	64.00(4.19)	125.38(8.21)	153.76(10.06)	1,136.41(74.39)	1,527.71(100.00)
마 늘	250.26(7.91)	184.29(5.83)	91.67(2.90)	602.73(19.06)	2,032.94(64.30)	3,161.89(100.00)
사 과	59.28(12.40)	31.91(6.67)	12.03(2.52)	112.42(23.52)	262.44(54.89)	478.08(100.00)
참 깨	35.33(2.04)	63.15(3.65)	4.94(0.29)	176.55(10.20)	1,450.48(83.82)	1,730.45(100.00)
쇠 고 기	149.31(2.61)	473.57(8.27)	57.04(1.00)	3,419.30(59.72)	1,625.82(28.40)	5,725.04(100.00)
돼지고기	23.10(1.48)	37.11(2.38)	36.81(2.37)	850.08(54.61)	609.50(39.16)	1,556.60(100.00)
계 란 <sup>1)</sup>	2.12(7.76)	0.58(2.12)	0(0)	7.55(27.62)	17.08(62.50)	27.33(100.00)
갈 치	53.96(2.99)	116.38(6.45)	118.56(6.57)	380.43(21.08)	1,135.33(62.91)	1,804.66(100.00)
명 태	72.20(8.01)	83.92(9.31)	74.35(8.25)	283.39(31.45)	387.35(42.98)	901.21(100.00)
조 기	92.22(4.30)	46.44(2.17)	86.13(4.01)	463.90(21.62)	1,456.96(67.90)	2,145.65(100.00)
고 등 어	24.08(5.25)	24.06(5.24)	16.64(3.62)	101.61(22.13)	292.69(63.76)	459.08(100.00)
물오징어	74.67(8.63)	63.99(7.40)	26.86(3.11)	243.89(28.20)	455.34(52.66)	864.75(100.00)
김	302.79(4.37)	553.54(7.99)	3,017.29(43.53)	1,062.19(15.33)	1,994.89(28.78)	6,930.70(100.00)

1) 금액단위가 원/개임.

2) 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로,  
자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

附圖 2 품목별 유통마진의 유통기능별 구성내역, 1989



\* 이 통계는 그 근간을 이루는 조사표본수가 지극히 과소한 것이므로, 자료의 해석·인용에는 특별한 주의를 요함.

부 록 Ⅱ

조 사 표 양 식

附表 25 생산자 조사표 (시험연구 우편조사용)

통신원 여러분 안녕하십니까? 바쁘신 중에서도 저희 연구원(研究院)의 업무에 매번 협조해 주시는데 대하여 깊이 감사드립니다. 이번의 설문조사는 “유통마진 연구”와 관련하여 판매실태 자료수집에 목적이 있습니다. 여러분이 작년(1989년;양력 기준)에 판매하신 것에 대해서, 아래의 기재요령을 참고하여 기록해 주십시오. (참고로 이 조사는 연구자료 수집만을 위한 것이며, 개별내용을 대외에 공개하지 않는 것임을 알려드립니다.)

## 제 목 : 판매현황 설문조사

(1989년도에 판매하신 농산물 중에서 다음 품목에 대해서만 응답해 주십시오.)

품 목	판 매 시 기 (월)	판매처	판 매 방 법	판 매 량		판매단위 판매가격 (원)	판 매 단 위 당 출 하 비 용 (원)										기 타
				판 매 단 위	판매량		선별, 포장	상하차	운송비	저 장	건 조	가 공	여 비	제 수 료	감 모 (폐기)		
쌀 (일반미: 中品)																	
보 리 (대 맥: 中品)																	
콩 (백태: 上品)																	
배 추 (가 을 배 추: 中品)																	
고 구 마 (中品)																	
양 파 (中品)																	
고 추 (국산재: 건고추: 中品)						-											

附表 25 (계속)

품 목	판매 시기 (월)	판매처	판매 방법	판매량 단위	판매량 단위	판매단위 판매가격 (원)	판매단위당 출하비용 (원)									
							선별, 포장	상하차	운송비	저장	건조	가공	여비	제수 수료	감모 (폐기)	기타
마늘 (中品)																
사과 (부사: 上品)																
참깨 (국산: 中品)																
소 (한우: 400kg 내외)																
돼지 (비육돈: 90kg 내외)																
계란 (흰색: 대란)																

※ 기재요령 설명

- 품 목 : ( )안의 품종, 등급을 기준으로 기록하시되 같은 품목이라도 판매시기, 판매처, 판매 방법, 판매단위 등이 다르면 줄(線)을 바꿔서 써주십시오.
- 판매시기 : 1~12월 중에서 해당 월을 기입하십시오.
- 판매처 : 5일시장(정기시장), 수집상, 위탁상, 협동조합(농협, 원협, 수협, 축협 등), 공(위)관장, 도매시장, 유통공사, 저장회사, 가공회사, 수출업자, 대도시 소비자(또는 단체), 기타 등에서 해당되는 것을 골라서 기록하십시오.
- 판매방법 : 발매기, 개별판매, 협동조합출하(농협, 원협, 수협, 축협 등), 생산자 공동출하, 계약 거래, 직거래, 기타 등으로 구분하십시오.
- 판매량에서 "판매단위" : 가마, 상자(박스), 포대(마대), 말, 되, kg 등으로 구분하여 적어 주십시오.
- 판매량에서 "판매량" : 판매단위에 맞추어서 기록하십시오.
- 판매단위당 판매가격 : 판매량을 정리할 때 기록한 단위를 기준으로 정리하십시오(보기 : 판매량 기록시 "가마"를 단위로 쓰셨으면 가마당 판매가격을 적으시면 됨).
- 판매단위당 출하비용 : 수확한 후부터 판매처에 판매완료하실 때까지의 판매과정에서 소요되었던 판매비용을 판매량 단위를 기준으로, 비용의 종류별로 나누어서 기재하십시오(보기 : 판매량 기록시에 "가마"를 판매단위로 쓰셨으면, 가마당 판매비용을 비용의 종류별로 적으시면 됨). 비용 중에서는 자기부담(自己負擔)인 것만 적으시고, 상인 등이 부담한 것은 제외하여 주십시오.

설문조사에 응해주셔서 대단히 고맙습니다.  
조사표는 곧 반송해 주십시오.

통신원 번호 :	_____
주 소 :	_____도, _____시(군)
성 명 :	_____

附表 26 商人調査表(시험연구용)

분류번호	
------	--

대외비

이 조사는 연구자료 수집만을 위한 것이며, 무기명  
(無記名)으로 작성되고 대외에 공개하지 않습니다

상 활동 : 수집, 도매, 소매취급부류 : 양곡, 채소, 양념, 과일, 축산, 수산

조사지역 : \_\_\_\_\_

조사자 : \_\_\_\_\_

조사일자 : \_\_\_\_\_ 년      월      일

附表 26 (계속)

## 1. 구입·판매 및 비용자료(1989년도분)

(품목·구입처·판매처·거래단위·가격 등에 따라 表 늘어남)

품 목<sup>1</sup> : \_\_\_\_\_

구   입	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	구입량 <sup>3</sup>													
	구입액													

판   매	판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	판매량 <sup>3</sup>													
	판매가액													

소 요 비 용	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____														
	價格(단위: )		所 要 費 用 (단위: )												
	구입	판매	수확	선택·포장	재료비	저장	건조	가공	수송	상하차	여비 <sup>4</sup>	제수료	감모	기타	이윤

- 1 쌀(일반미:中品), 보리(대맥:中品), 콩(백태:上品), 참깨(국산:中品), 배추(가을배추:中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종:건고추:中品), 마늘(中品), 사과(부사:上品), 소(한우:400kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈:90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색:大卵), 갈치(中品), 조기(참조기:中品), 고등어(中品), 명태(생태:中品), 물오징어(中品), 김(재래종:中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사
- 2 생산자, 5일시장(정기시장), 수집상, 위탁상, 협동조합(농협·원협·수협·축협 등), 공(위)판장, 도매시장, 유통공사, 저장회사, 가공회사, 수출입업자, 도매상, 소매상, 개별 소비자, 소비자 단체, 軍納, 기타 등으로 구분.
- 3 단위를 kg으로 환산할 수 있도록 여백에 설명要.
- 4 접대비 포함.

附表 26 (계속)

품 목<sup>1</sup> : \_\_\_\_\_

구   입	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	구입량 <sup>3</sup>													
	구입액													

판   매	판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	판매량 <sup>3</sup>													
	판매가액													

소 요 비 용	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____														
	價格(단위: )		所 要 費 用 (단위: )												
	구입	판매	수확	선별포장	재료비	저장	건조	가공	수송	상하차	여비 <sup>1</sup>	제수료	감모	기타	이윤

- 1 쌀(일반미:中品), 보리(대맥:中品), 콩(백태:上品), 참깨(국산:中品), 배추(가을배추:中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종:건고추:中品), 마늘(中品), 사과(부사:上品), 소(한우:400kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈:90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색:大卵), 갈치(中品), 조기(참조기:中品), 고등어(中品), 명태(생태:中品), 물오징어(中品), 김(재래종:中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사
- 2 생산자, 5일시장(정기시장), 수집상, 위탁상, 협동조합(농협·원협·수협·축협 등), 공(위)판장, 도매시장, 유통공사, 저장회사, 가공회사, 수출입업자, 도매상, 소매상, 개별 소비자, 소비자 단체, 軍納, 기타 등으로 구분.
- 3 단위를 kg으로 환산할 수 있도록 여백에 설명ать.
- 4 접대비 포함.

附表 26 (계속)

품 목<sup>1</sup> : \_\_\_\_\_

구   입	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	구입량 <sup>3</sup>													
	구입액													

판   매	판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	판매량 <sup>3</sup>													
	판매액													

소 요 비 용	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____														
	價格(단위: )		所 要 費 用 (단위: )												
	구입	판매	수확	선별·포장	재료비	저장	건조	가공	수송	상하차	여비 <sup>4</sup>	계수수료	감모	기타	이윤

- 1 쌀(일반미:中品), 보리(대맥:中品), 콩(백태:上品), 참깨(국산:中品), 배추(가을배추:中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종:건고추:中品), 마늘(中品), 사과(부사:上品), 소(한우:400 kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈:90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색:大卵), 갈치(中品), 조기(참조기:中品), 고등어(中品), 명태(생태:中品), 물오징어(中品), 김(재래종:中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사
- 2 생산자, 5일시장(정기시장), 수집상, 위탁상, 협동조합(농협·원협·수협·축협 등), 공(위)판장, 도매시장, 유통공사, 저장회사, 가공회사, 수출입업자, 도매상, 소매상, 개별 소비자, 소비자 단체, 軍納, 기타 등으로 구분.
- 3 단위를 kg으로 환산할 수 있도록 여백에 설명요.
- 4 접대비 포함.

附表 26 (계속)

품 목<sup>1</sup> : \_\_\_\_\_

구   입	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	구입량 <sup>3</sup>													
	구입액													

관   매	판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	판매량 <sup>3</sup>													
	판매가액													

소 요 비 용	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____													
	價格(단위: )		所 要 費 用 (단위: )											
	구입	판매	수확	선별포장	재료비	저장	건조	가공	수송	상하차	여비 <sup>4</sup>	제수료	감모	기타 이윤

- 1 쌀(일반미:中品), 보리(대맥:中品), 콩(백태:上品), 참깨(국산:中品), 배추(가을배추:中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종:건고추:中品), 마늘(中品), 사과(부사:上品), 소(한우:400kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈:90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색:大卵), 갈치(中品), 조기(참조기:中品), 고등어(中品), 명태(생태:中品), 물오징어(中品), 김(재래종:中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사
- 2 생산자, 5일시장(정기시장), 수집상, 위탁상, 협동조합(농협·원협·수협·축협 등), 공(위)판장, 도매시장, 유통공사, 저장회사, 가공회사, 수출입업자, 도매상, 소매상, 개별 소비자, 소비자 단체, 軍納, 기타 등으로 구분.
- 3 단위를 kg으로 환산할 수 있도록 여백에 설명요.
- 4 접대비 포함.

附表 26 (계속)

품 목 : \_\_\_\_\_

구   입	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	구입량 <sup>3</sup>													
	구입액													

판   매	판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____ 금액단위 : _____													
		1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
	단 가													
	판매량 <sup>3</sup>													
	판매가액													

소 요 비 용	구 입 처 <sup>2</sup> : _____ 판 매 처 <sup>2</sup> : _____ 거래단위 <sup>3</sup> : _____														
	價格(단위: )		所 要 費 用 (단위: )												
	구입	판매	수확	선별·포장	재료비	저장	건조	가공	수송	상하차	여비 <sup>4</sup>	계수수료	감모	기타	이윤

- 1 쌀(일반미:中品), 보리(대맥:中品), 콩(백태:上品), 참깨(국산:中品), 배추(가을배추:中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종:건고추:中品), 마늘(中品), 사과(부사:上品), 소(한우:400kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈:90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색:大卵), 갈치(中品), 조기(참조기:中品), 고등어(中品), 명태(생태:中品), 물오징어(中品), 김(재래종:中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사
- 2 생산자, 5일시장(정기시장), 수집상, 위탁상, 협동조합(농협·원협·수협·축협 등), 공(위)판장, 도매시장, 유통공사, 저장회사, 가공회사, 수출입업자, 도매상, 소매상, 개별 소비자, 소비자 단체, 軍納, 기타 등으로 구분.
- 3 단위를 kg으로 환산할 수 있도록 여백에 설명필.
- 4 접대비 포함.

附表 26 (계속)

## 2. 운영비용(1989년도 월평균)

(단위: )

項 目	金 額	項 目	金 額
임 차 료		건 조 비	
인 건 비(고 정) <sup>1</sup>		가 공 비	
인건비(일시및日雇합계) <sup>2</sup>		수 송 비	
수 도 · 광 열 비		차 량 유 지 비	
전 기 료		기 타 관 리 비	
우 편 · 통 신 료		차 입 금 이 자	
청 소 비		감 가 상 각 비	
상 하 차 비 <sup>3</sup>		제 세 공 과 금 <sup>4</sup>	
제 재 료 비		보 험 료	
수 리 비		퇴 직 충 당 금	
여 비		지 급 수 수 료	
접 대 비		기 타	
저 장 비		합 계	

1 정규의 고정인력에 대한 인건비(자가노동 제외)

2 선별·포장 또는 상하차 등을 위해 고용하는 인력에 대한 인건비 지출

3 상하차비 명목으로 타인(또는 업체)에 지불한 비용

4 소득세·법인세·지방세·협회비 등의 합계

附表 26 (계속)

3. 비용항목 보완자료

- 상황동 형태 : 수집·도매·중매·위탁·하매·소매·행상
- 조사대상 품목이 전체 외형거래액에서 차지하는 비중은?

품목 <sup>1</sup>	비중(%)	품목 <sup>1</sup>	비중(%)

- 점포 소유구분

- ① 유(     ),                      ② 무(     )
- ①의 경우

면적(평)	소유형태 <sup>2</sup>	임차의경우			
		전세금(    천원)	월세금(    천원)	보증금(    천원)	기타(    )(    천원)

- 수송수단 보유현황(보유대수 파악)

- ① \_\_\_\_\_      ② \_\_\_\_\_      ③ \_\_\_\_\_      ④ \_\_\_\_\_
- ⑤ \_\_\_\_\_

1 쌀(일반미:中品), 보리(대맥:中品), 콩(백태:上品), 참깨(국산:中品), 배추(가을배추:中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종:건고추:中品), 마늘(中品), 사과(부사:上品), 소(한우:400kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈:90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색:大卵), 갈치(中品), 조기(참조기:中品), 고등어(中品), 명태(생태:中品), 물오징어(中品), 김(재래종:中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사

2 自家·賃借 등의 구분

附表 26 (계속)

## ○ 주요시설 현황

시설명	소유구분	임차의 경우 임차료	시설 년도	설치당시 설치비용	시 설 규 모 (또는 보유대수)	시설능력	현평가액	내용년수

## ○ 영업인력 현황

	종 사 자 수 (명)		비 고
	남	여	
상 시 고 용			
임 시 고 용			(1989 년간 延人員)
가족 中 종사자			(경영주 포함)

○ 자본금 규모 : \_\_\_\_\_ 천원

○ 부채총액 : \_\_\_\_\_ 천원

○ 부채중 사채비율 : \_\_\_\_\_ %

附表 27 유통업체조사표 (시험연구용)

분류번호	
------	--

대외비

이 조사는 연구자료 수집만을 위한 것이며, 무기명  
(無記名)으로 작성되고 대외에 공개하지 않습니다

업체구분 : 저장, 건조(덕장), 가공(도정, 도축), 수송, 도매회사,  
공(위) 판장

소재지 : \_\_\_\_\_ (市·郡까지만 기록)

조사자 : \_\_\_\_\_

조사일자 : \_\_\_\_\_ 년                  월                  일





附表27 (계속)

## 3. 운영비용(1989년도 월평균)

(단위 : )

項 目	金 額	項 目	金 額
임 차 료		수 송 비	
인건비(고정) <sup>1</sup>		차 량 유 지 비	
인건비(일시 및 日雇합계) <sup>2</sup>		기 타 관 리 비	
수 도 · 광 열 비		차 입 금 이 자	
전 기 료		감 가 상 각 비	
우 편 · 통 신 료		제 세 공 과 금 <sup>4</sup>	
청 소 비		보 험 료	
상 하 차 비 <sup>3</sup>		퇴 직 충 당 금	
제 재 료 비		지 급 수 수 료	
수 리 비		기 타	
여 비			
접 대 비		합 계	

1 정규의 고정인력에 대한 인건비(자가노동 제외)

2 선별·포장 또는 상하차 등을 위해 고용하는 인력에 대한 인건비 지출

3 상하차비 명목으로 타인(또는 업체)에 지불한 비용

4 소득세·법인세·지방세·협회비 등의 합계

附表27 (계속)

## 4. 비용항목 보완자료(1989년도)

○ 조사대상 품목이 전체 사업규모(취급액 기준)에서 차지하는 비중은?

품 목 <sup>1</sup>	비 중 (%)	품 목 <sup>1</sup>	비 중 (%)

○ 주요시설 현황

시설명	소유구분	임차의 경우 임 차 료	시 설 년 도	설치당시 설치비용	시 설 규 모 (또는 보유대수)	시설능력	현평가액	내용년수
대 지								
건 물								

1 쌀(일반미: 中品), 보리(대맥: 中品), 콩(백태: 上品), 참깨(국산: 中品), 배추(가을배추: 中品), 고구마(中品), 양파(中品), 고추(國產재래종: 건고추: 中品), 마늘(中品), 사과(부사: 上品), 소(한우: 400kg내외) 또는 쇠고기(한우), 돼지(비육돈: 90kg내외) 또는 돼지고기, 계란(흰색: 大卵), 갈치(中品), 조기(참조기: 中品), 고등어(中品), 명태(생태: 中品), 물오징어(中品), 김(재래종: 中品) 등에 해당하는 品目·品種만 조사

附表27 (계속)

○ 수송수단 보유현황(보유대수 파악)

① \_\_\_\_\_ ② \_\_\_\_\_ ③ \_\_\_\_\_

④ \_\_\_\_\_ ⑤ \_\_\_\_\_

○ 영업인력 현황

	종 사 자 수(명)		비 고
	남	여	
상 시 고 용			
임 시 고 용			(1989년간 延人員)
가족 中 종사자			(경영주 포함)

○ 자본금 규모 : \_\_\_\_\_ 천원

○ 부 채 총 액 : \_\_\_\_\_ 천원

○ 부채中 사채비율 : \_\_\_\_\_ %

○ 평 당 地 價 : \_\_\_\_\_ 천원

## 참고문헌 및 자료

- 강봉순 외, 「주요 생산조정 지향작목의 지역특화에 관한 연구」, 연구  
보고 76, 한국농촌경제연구원, 1984. 12.
- 강오전, 「통계학」, 박영사, 1979. 1.
- 농림수산부, 「농림수산통계연보」, 각연도.
- \_\_\_\_\_, 「농산물 저온저장고 시설현황」, 1989. 7.
- \_\_\_\_\_, 「1989년 농가경제 통계연보」1990. 9.
- \_\_\_\_\_, 「'88과실 및 채소류 가공현황」, 1989. 7.
- 농수산물유통공사, 「유통조사월보」, 각월분.
- 성배영, 「농수산물 유통경제」, 연구총서 7, 한국농촌경제연구원,  
1982. 1.
- \_\_\_\_\_, 「농수산물시장분석」, 연구총서 16, 한국농촌경제연구원,  
1985. 11.
- \_\_\_\_\_, 「시장개발과 유통근대화」, 연구총서 18, 한국농촌경제연구원,  
1987. 5.
- 수협중앙회, 「1989년도 수산물유통경로 조사결과보고」, 1990.
- 윤기중, 「통계학」, 법문사, 1981. 3.
- 이만갑, 「사회조사방법론」, 진명출판사, 1979. 9.
- 임경민, “배추 한포기, 산지에서 소비지까지”, 「新東亞」, 1990. 10.  
pp. 530-545.
- 한국농촌경제연구원, 「우리경제의 실상과 농정현안과제」, 1990. 6.
- 한국도매시장협회, 「농수산물유통 및 가격안정에 관한 법령집」, 1990. 1.
- 한국은행, 「경제통계연보」, 각연도.

\_\_\_\_\_, 「물가총람」, 각연도.

\_\_\_\_\_, 「1985 산업연관표」, 1988.

허길행, “농수산물 유통마진 조사방법의 체계화”, 「농촌경제」 8-4,  
한국농촌경제연구원, 1985. 12, pp.113-121.

허길행 외, 「농수산물 유통정보체계 개선방안 연구」, 연구보고 132,  
한국농촌경제연구원, 1986. 12.

日本農林水産省統計情報部, 「青果物流通経費調査報告」, 각연도.

Beals, R. E., *Statistics for Economists*, Rand McNally, 1972.

Buzzell, R. D., *Marketing Research and Information Systems*, McGraw  
Hill, 1969.

Dunne, P. M., and H. L. Work, “Marketing Cost Analysis” *Jour. of  
Marketing*, July 1977, pp.83~94.

Kohls, R. L. and J. N. Uhl, *Marketing of Agricultural Products*,  
MacMillan, 1980.

OECD, *Food Margins Analysis*, Paris, 1981.

Purcell, W., *Agricultural Marketing ; Systems, Coordination, Cash and  
Futures Prices*, Reston, 1979.

USDA, *Development in Farm to Retail Price Spreads for Food Products in  
1980*, 1981.

\_\_\_\_\_, *The Farm Food Marketing Bill and Its Components*,  
A. E. R. Report No.105, 1967. 1.

빈 면

연구보고 219

## 농수산물 유통마진 조사의 체계화 연구

---

찍은날 1990. 12.                      펴낸날 1990. 12.

발행인 허 신 행

펴낸곳 한국농촌경제연구원 (962-7311~5)

1130-050 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

등 록 제5-10호 (1979. 5. 25)

찍은곳 (주)문 원 사 739-3911~4

---

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유로이 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.