先進國 農產物 流通制度의 比較考察

成 培 永
首席硏究員, Ph.D.(農業 및 應用經濟學), 農業流通硏究室

Ⅰ. 流通制度의 課題
Ⅱ. 先進諸國 流通制度의 特徵
Ⅲ. 流通部門의 政策的 介入의 限界
Ⅳ. 맺는 말

Ⅰ. 流通制度의 課題

國家의 制度나 政策이 추구하는 목표는 개별 經濟人의 慾求를 만족시키거나 이를 조장할 뿐만 아니라, 개별적으로 수행하기 어려운 業務를 수행하거나 수행할 수 있게 함으로써 사회 전체적인 厚生을 極大化내지 증진시키는 데 있다.

流通政策도 예외일 수는 없다. 流通制度나 政策이 해결해야 하는 과제는 국가마다 다소의 차이가 있을 수 있으나, 근본적으로는 대동소이하다.

첫째로 生產者가 생산한 商品을, 소비하는 단체나 개인에게 연결하는 모든 流通機能의 能率을 향상시키는 것이 중요한 과제가 되고 있다.

流通의 機能은 요구되는 場所에 위치하게 하는 輸送活動으로부터 필요로 하는 시기에 소비할 수 있게 하는 貯藏活動, 消費者가 원하는 형태의 상품을 공급하는 加工活動, 그리고 이러한 機能을 가능하게 하는 物理的 取扱活動과 그것을 뒷받침하는 補助機能을 포함한다. 이러한 補助機能에는 生產에서 소비에 이르는 동안에 발생하는 物理的 損失과 經濟的 損失을 부담하는 危險負擔機能을 비롯하여 生產者가 受取하는 價格額과 消費者가 지불하는 價額間의 시간적, 공간적 차이를 감당해야 하는 財政負擔의 機能 외에도 市場情報의 蒐集, 傳達 등이 포함된다.

이러한 市場機能은 어떠한 經濟體制下에서나 어떠한 經濟發展 段階 하에서도 반드시 수행되어야 하는 것이며, 이러한 機能의 遂行 主體가 누구인가보다는 어떻게 낮은 비용으로 수행할 수 있는가가 流通效率에 관한 과제가 된다. 주어진 機能을 낮은 비용으로 수행하는 것이 능률의 증진이고, 市場機能의 能率向上은 주로 시장의 完全競爭力 유지와 大規模의 有利性을 최대로 이용하는 것이 短期的 手段이 되나, 完全競爭力의 발휘와 대규모의 有利性은 서로 상충될 수도 있다. 그러나 農水產物의 流通機能의 경우 대규모의 有利性에는 한계가 있으며, 大規模 企業의 發展은 市場獨占力行事의 가능성이 크다고 할 수 있다. 따라서 市場에서 完全競爭力을 유지할 수 있는 범위 안에서 大規模의 有利性을 추구해야 한다.

完全競爭力을 유지하는 適正 大規模의 추구도 市場과 經濟與件이 변동하면 달라질 수 있으며, 끊임없이 변동하는 市場與件에 쉽게 적응할 수 있는 市場組織은 중요한 의의를 갖는다. 그리고 生產이 消費를 창조하게 하고, 消費가 生產을 유도하도록 하는 機能을 市場이 담당해야 하는 한, 經濟의 量的, 質的 발전에 기여할 수 있게끔 市場組織이 편성, 운영되어야 한다.

市場能率의 增進은 생산자의 基礎供給 SS에 流通마진을 합한 파생공급 S'S'을 S''S''로 감소시키는 결과가 되며, 消費者價格은 OP_p에서 OP'_p로 상승하게 된다. 또한 市場의 供給量이 QQ'만큼 증가함으로써 社會厚生의 전체적인 增加는 ▷EABE'로 표시되는 면적만큼 증가하게 된다〈圖 1〉.

둘째로 流通活動의 能率增進과 함께 이와 관련되는 사람들(生產者, 消費者, 流通參加者)에게 최종적인 所得의 配分과 能率增進效果의 歸着이 어떻게 상대적으로 均衡을 이룰 수 있느냐가 중요한 政策 課題이다. 이를 위해서는 각 부문간의 平均所得 수준에 따른 租稅와 補助手段에 의해 所得의 再分配가 가능하며, 여기에는 이 手段을 運營하는 政府에 있어서 정확한 所得資料와 충분한 사전지식을 갖추고 면밀한 計劃이 필요하며, 政府介入에 의한 社會厚生의 減少를 면치 못한다. 또한 部門 내부에 있어서 所得均衡의 課題가 완전히 해결되는 것은 아니다.

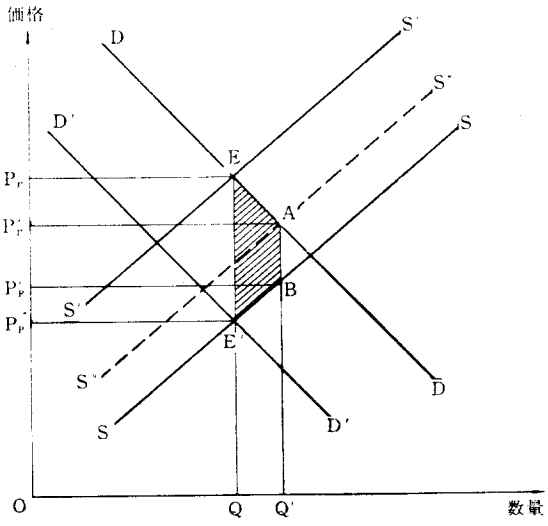
所得配分을 조정하는 다른 방법은 외부의 要件에 의해 價格을 差別化하는 것이다. 이러한 價格差別化는 생산자 가격과 소비자 가격을 差別統制함으로써 가능하나, 價格統制가 完全競爭에 가까운 農產物市場에서 長期的 資源配分에 미치는 악영향은 막대한 것이다.

다음으로 所得配分은 여기에 관련되는 사람들이 相互協商함으로써 이루어질 수 있다. 이 경우 각 部門間의 去來力의 강약에 따라 所得配分이 달라질 수 있고, 사회전체 福祉增大에 역효과를 가져올 가능성도 있다.

市場能率 向上의 效果歸着을 厚生的인 면에서 보면 消費者 厚生의 增大는 $\square P_rEAP'_r$이며, 生產者의 厚生增大는 $\square P'_pBE'P_p$이고, 流通參加者의 收入은 $\square P_rEE'P_p$에서 $\square P_r'ABP'_p$로 변동하여 收入의 增減을 사전에 評價할 수 없다. 그러나 市場效率이 향상되기 전이나 후나 다같이 正常利潤을 포함한 收入이었다면, 厚生의 增大는 기대할 수 없겠지만 事業의 확장은 기대할 수 있다. 따라서 사회 전체적인 厚生增大는 □EABE'로 표시된다〈圖 1〉.

세째로 流通政策의 課題로서 중요한 것은 價格의 安定이다. 農產物의 需要는 안정된 상태에 있는데 비해——예외는 있을 수 있으나, 生產과 供給을 供給主體가 制御할 수 없다는 要因이 크게 작용할 뿐만 아니라 供給調整의 時差性 때문에 안정된 공급에 차질이 생기고, 이것은 또한 價格의 不安定을 초래한다. 농산물 가격의 年次的

圖 1 流通効率과 所得配分



變動, 季節的 變動, 週期的 變動, 그리고 불규칙 변동이 그 종류이며, 이의 안정을 위한 對策으로 생산된 商品의 市場出荷를 조정하든가 아니면 生產 자체를 조정하는 방법이 있다. 생산된 상품의 市場出荷를 조정하는 데는 商品의 貯藏性에 따라 成果가 좌우된다.

이상의 세 가지 課題에 대해 각국이 어떻게 대처하고 있으며, 그 類型에 어떤 것이 있는가를 살펴보고, 그 결과를 평가함으로써 효과적인 方案을 모색할 수 있을 것이다.

Ⅱ. 先進諸國 流通制度의 特徵

1. 農水產物 流通組織에 영향을 미치는 要因

流通制度의 課題를 해결하려는 각국의 對策은 다를 수 있는데, 이는 現在의 農水產物 流通組織이 어떠한 위치에 있는가에 따라 결정될 것이다. 이는 또 流通組織에 미치는 社會, 經濟的 要因의 차이로도 구분할 수 있다. 이러한 要因으로는 經濟發展의 정도, 食生活樣式과 消費者 需要의 질적 양적 차이, 생산 방식과 계절성, 상품의 종류와 성질(부피, 저장성, 가공 정도 등), 상품의 標準化와 包裝 정도, 輸送 貯藏施設 등의 社會間接資本과 기술의 발달 정도, 市場情報業務와 通信施設의 이용가능성 정도, 國內自給度 수준, 社會文化와 慣習의 차이 등이 포함된다. 대부분의 要因들이 經濟發展의 정도와 밀접한 관계가 있지만 社會慣習 특히 商慣習은 쉽게 적응될 수 없는 복잡한 要素들이 작용하고 있으며, 이는 商去來의 근간을 이루고 있다. 經濟發展의 정도와 流通與件의 발전에 따라 都賣機能의 중요성에 차이가 있다고 보고 있으나, 靑果物과 같이 부패성이 높은 商品에 있어서 도매기능은 그 중요성이 여전히 인정되고 있다.

2. 流通制度의 類型

각국 經濟가 직면하고 있는 社會, 經濟的 流通與件을 감안하여 流通制度가 해결해야 하는 課題를 효과적으로 대처하는 데 있어서 정부역할, 개별기업의 商活動의 助長 및 시장여건의 造成 등의 측면에서 다음 4가지 類型으로 크게 나눌 수 있다.

가. 美國 영향권(民間主導型)

시장시설의 投資에서 商去來에 이르기까지 民間企業이 할 수 있는 활동을 최대한 보장하고 政府나 團體의 개입을 최소화함으로써 自由競爭에 의한 效率의 極大化를 기하고 있다. 시장 여건의 변화에 따라 競爭에 의해 流通組織이 편성운영되고 있으며, 企業 자체의 이윤추구에 의해 市場機能의 長期效率을 찾고 있다고 하겠다. 이것은 미국 경제 자체가 갖는 市場이 광범위하고 生產에 있어서도 完全競爭을 추구할 수 있을 만큼 충분한 要素를 갖고 있다는 점도 있지만 市場效率을 증진시키는 데 있어서 個別企業이 할 수 없는 事業에 대해서 政府의 적극적인 추진이 뒷받침하고 있다. 交通, 通信手段 등 流通產業의 간접자본이 충분히 발달하였고, 等級化와 標準化가 발달하여 일반에게 보급되었다. 특히 市場情報事業이 활발히 추진되어 長短期 觀測事業을 비롯하여 流通情報의 보급이 다른 나라의 추종을 불허할 정도로 발달하였고, 政府에서 계속 연구 개발시키고 있다.

그 반면 二重價格制나 生產價格保障 등으로 생산자에게는 높은 가격을, 소비자에게는 낮은 가격을, 流通參加者에게는 正常利潤을 보장하고 있다. 이것은 어디까지나 政府의 支拂能力이 충분하고, 政策 판단에 쓰이는 통계자료가 정확하

며, 관측자료의 충분한 뒷받침이 있기 때문이라고 할 수 있다.

價格安定面에 있어서, 價格에 직접 개입하는 것을 회피하고, 物量調節에 그 주안점을 두고 있다. 물량 조절에는, 생산된 후 出荷物量의 조절을 위한 수매 비축의 방법이나 植付面積의 억제 등 生產量을 조절하는 방법이 있다. 商品信用公社(C.C.C)를 통해 잉여농산물을 수매함으로써 價格을 支持 또는 안정시키고자 하였으나, 數量이 증가하여 실제의 효과를 거두지 못했다. 自由競爭에 의한 계절적, 주기적 변동 등의 價格變動의 안정을 거둘 수 있는 범위는 한정되어 있다는 敎訓을 남겼다고 하겠다.

나. 英國 영향권(마케팅 보드型)

주로 英聯邦國家(호주, 뉴질랜드, 말레이지아, 인도, 카나다 등지)에서 행해지고 있는 流通組織의 형태이다. 국가에 따라 다소의 차이는 있으나, 모든 農產物流通을 마케팅 보드에 의해 운영되고 있다. 농산물의 需給均衡 유지, 價格의 안정, 販路의 공동개척 등을 목적으로 조직된 마케팅 보드는 協同組合과는 달리 聯邦政府의 法 또는 州政府의 法에 강제가입의 규정이 명시되어 강제로 조직되고 있다. 호주의 경우 聯邦 政府法에 의해 聯邦 사과·배公司, 聯邦 大麥보드, 聯邦 羊毛公司 등 각 상품별로 11개 이상의 마케팅 보드가 조직되고 있으며, 州政府마다 특성에 따라 마케팅 보드와 協同組合이 무수히 조직되어 있다. 등급, 수송, 가공, 저장에 이르기까지 마케팅 보드에 의하여 지도 감독하고 있으며, 價格形成에서는 全面統制 또는 自由競爭——面統制의 형식을 취하고 있다. 大麥과 小麥의 가격형성은 전자의 경우이며, 家畜과 肉類는 후자에 속한다고 하겠다. 생산자의 利益保護나 消費者의 價格保護는 각 상품에 대해 주어진 마케팅 보드의 政策으로 결정되며, 가격안정, 또한 별 문제가 없다고 하겠다. 豊凶과 週期性으로 가격의 진폭이 발생할 수 있으나, 보드의 資金으로 그 진폭을 완화시키고 있는 것이다. 이러한 보드의 형태에 대해 최근에 와서 그 效率性과 이익 보장면에서 많은 의문을 남기고 있고, 그 존재에 대한 硏究도 활발히 진행되고 있다. 組合의 價格支持效果가 조합원과 비조합원(주로 대규모 生產者)에 대해 配分되는 결과를 보면, 組合의 價格支持 노력이 非組合員에게 상대적으로 많은 利益을 초래하는 결과가 된다는 것이다.

다. 日本 영향권(政府主導型)

市場施設의 投資에서 流通組織이나 活動에 이르기까지 中央政府나 地方政府가 직접 개입하고 있는 형태로서, 다소 변형은 되었으나 日本을 비롯하여 東南亞國家들에서 찾아 볼 수 있다. 각종 都賣施設은 정부의 전액 投資로 설치되었으며, 이의 管理는 정부의 관료에 의해 행해진다. 물론 商去來 자체는 일반상인이나 상인조직에 의해 수행되나, 去來의 감독이나 통계의 수집, 정리는 정부에서 하고, 포장과 규격에 대한 엄중한 검사가 행해지고 있다. 生產者 協同組合에 의한 商品의 공동출하를 적극 권장하고 있으며 이들로 하여금 생산자의 이익옹호를 대행하도록 하는 대신, 市場에 있어서 價格安定은 消費者 위주로 행해지고 있다고 할 수 있다. 물론 여기에는 생산자의 所得保障을 무시하는 것은 아니므로 정부에서 막대한 資金을 투입하여 가격안정을 도모하고 있는 실정이다. 따라서 정부가 流通組織을 의도하는 방향으로 유도하려고 직접, 간접으로 流通에 介入하고 있으므로 市場助成機能은 특별히 강화되고 있다고 하겠다. 流通統計의 정확한 蒐集과 分散이 가능하고, 이것을 토대로 하는 市場情報의 電算化에도 막대한

투자를 하고 있다. 그리고 包裝과 規格化가 필요 이상으로 철저하다는 감을 줄 정도이고, 去來方法도 競賣制度로 일관함으로써 公正價格形成에 이바지하려고 노력하고 있다. 土地資源이 부족한 국가에서는 流通施設의 投資가 流通費用을 감소시킬 수 있는 방안의 하나가 될 수 있으나, 자칫 잘못하면 流通產業의 競爭力을 낮추어 장기적인 資源의 효율적인 配分에 역행할 우려도 없지 않다. 그리고 市場助成機能强化는 적극적으로 권장할 사항이나 시설투자에 따른 정부의 지나친 流通活動의 介入은 부분적으로 供給過剩이나 수요의 고질적인 수요부족 등을 가져와 需給에 차질을 빚을 가능성이 많다고 하겠다.

라. 歐洲型(混合型)

이상에서 언급한 自由放任型, 團體主導型 및 政府主導型이 混合된 型態로서 EC 각국에서 행하고 있다. 이러한 混合型은 국가에 따라 차이가 있는데, 그 대표적인 예를 보면 政府施設投資에 마케팅 보드 형태를 가미한 英國의 流通組織의 경우는 자유경쟁을 도입함으로써 시장의 商去來는 民間企業이 주도하고 있다. 이는 60~70%의 농산물을 외국에서 輸入하는 英國으로서는 불가피한 형태인 것으로 보인다.

둘째로 모든 流通組織이 組合의 형태를 취함으로써 생산자조합이 生產物 都賣市場 및 屠畜施設을 개설 운영하고 각 상인 조직이나 소비자조합이 상품의 도매 가공 및 소매활동을 담당하고 있는 덴마크의 경우는, 정부의 직접적인 개입은 미약한 상태이다. 단 한번의 去來로도 소비자가 수퍼마켙 조직의 組合員이 되어 연말 利用高에 配當의 권리를 누릴 수 있는 조합의 발달은 福祉國家의 특성이기도 하지만 租稅의 二重構造[1]도 크게 작용하고 있다고 보인다.

세째로 정부가 시장 부지와 시설을 제공하되 이용자인 流通業者에게 시설유지 보수와 商行爲의 자율화를 보장하면서 都賣商人數의 제한과 仲買人의 허가 등 간접적 정부개입이 행해지는 독일의 경우는 政府主導型과 民間主導型이 혼합된 형태라고 할 수 있겠다.

한편 프랑스는 都賣市場 施設投資에는 官民의 合作형태를 취하여 정부측이 50%, 민간측이 50%를 占有하고 있으며, 個人商活動의 자유를 보장하고 있다. 전국 도매시장은 청과류, 축산물, 유제품, 수산물, 화예, 잡화 등 모든 농수산물을 포함한 대규모 綜合都賣市場으로 설립하고 그 관리는 民間組合의 형태를 택해 이들 조합의 全國 組織을 형성하고 있다. 小賣組織에 있어서는 전문소매점, 종합소매점 및 체인化의 3大分類가 중요한 소매조직이며, 전문소매점과 종합식료품점의 위치가 점점 감퇴하고 있다.

EC에서는 어떠한 형태이든 정부가 적극 지원하는 것을 볼 수 있다. 이는 流通施設을 社會間接資本으로 인식하고 있다는 것도 중요한 이유가 되겠으나, 重商主義思想의 일면을 나타내는 것이라고 하겠다. 그리고 個別企業의 自由競爭은 EC가 형성되고 外國貿易量이 증가하여 초래된 결과라고 할 수 있겠다. 그리고 歐洲市場에서는 輸送, 包裝, 貯藏, 保管, 加工 등 物理的 유통시설이 완비되어 있고, 특히 保管施設이 產地에 설치되어 있는 것이 보통이다. 規格化, 等級化가 잘되어 있을 뿐 아니라 정부가 衛生檢査를 철저히 실시하고, 농협 등 단체가 자체 品質檢査를 실시하고 있다.

流通情報機能은 각국의 시설을 EC본부에 연결, 電算化함으로써 공동체의 價格政策에 크게 이바지하고 있다.

Ⅲ. 流通部門의 政策的 介入의 限界

市場價格이 資源配分의 중요한 척도로서 그 기능을 담당하는 한, 農產物과 같이 생산과 소비에 있어서 完全競爭性이 유지되는 시장에 있어서는, 流通活動의 능률을 높이고 資源配分의 효율성을 위해서는 政府의 직접적인 간섭을 최소한으로 줄이고 流通을 담당하는 사람들의 機能을 助成할 수 있는 범위 안에서 그 役割을 다해야 할 것이다. 그러나 社會厚生을 위한 所得分配 政策面에서는 정부의 간섭이 불가피한 것으로 알려져 있다.

先進諸國 政府의 流通部門 介入의 정도와 방법이 우리와 어떻게 다른가를 살펴봄으로써 우리나라 流通改善을 위한 정부의 노력에 대한 정책적 암시를 제시하고자 한다.

첫째, 農水產物 流通部門의 下部構造 開發에 모든 국가가 적극 참여하여 유통활동의 能率을 높이고 있다. 都賣市場의 施設開發을 위해 政府가 직접 간접으로 참여하고 있으며, 輸送, 貯藏, 加工面에서 民間이 할 수 없는 部門의 투자도 적극 추진하여 근대화된 수준으로 올려 놓고 있다. 都賣市場의 建物, 進入路 등에 정부의 융자가 거의 없는 우리의 실정과는 대조적이라고 하겠다.

둘째, 公正去來와 衛生施設에 대한 검사와 감독이 철저하다. 상호신뢰하는 분위기가 잘 조성되어 있는 先進諸國의 사회이지만, 公共의 안녕을 위해서는 위생시설과 公正去來面에서 철저한 지도감독을 하고 있다. 가격 단속이나 指導價格 위반을 단속하기 보다는 위생 점검, 공정거래에 대한 지도감독이 우선적으로 행해져야 할 것이다.

세째, 個別企業이나 商人이 제공할 수 없는 유통 서비스는 정부의 당연한 의무로 생각하고 우선적으로 수행하고 있다. 전국적인 규모로 동일하게 수행되어야 하는 상품의 標準化와 規格化, 流通統計를 비롯한 연구와 자문 및 流通關聯者의 교육훈련 등이 그것이다. 특히 市場情報事業에 있어서는 생산자와 소비자 보호 및 정책결정을 위해 필요불가결하므로, 많은 投資를 하여 그 社會가 요구하는 신속 정확하고 완전한 시장정보를 제공하고자 최신기계와 장비를 갖추고 훈련된 人的構成을 겸비하고 있다.

우리는 장단기 農業觀測事業의 계속적인 실시와 동시에 市場情報業務의 완전한 보급을 위해 대대적인 사업전개가 요망된다고 하겠다.

네째, 商人의 자유로운 상활동과 創意를 助長할 수 있는 사회, 경제적 분위기 조성이 잘되어 있다. 重商主義 후예들에 대한 사회적 인식으로 말미암아 상인 자체의 商去來에 대한 의욕과 사회적 위치 유지 노력에 덧붙여 이들 단체에 대한 外的 支援이 가능하며, 그들의 역할을 충분히 평가하고 있다. 따라서 市場活動에 대한 창의를 발휘할 수 있는 분위기가 造成되어 있다고 할 수 있다. 이에 비해 士農工商의 인식이 가장 많이 남아 있는 우리의 農水產物 流通部門은 상인자체의 경건한 노력도 요구되지만, 그들의 사기를 진작시킬 수 있는 制度的 노력도 요구된다고 하겠다.

다섯째, 農水產物 流通에 관련되는 사람들간의 所得 均等分配 문제는 여러 가지 형태로 정부가 介入하고 있다.

같은 利益團體간에 組合을 형성하여 상호 견제하는 형태를 취하는가 하면, 동일 상품 생산자 利益保障을 위한 마케팅 보드를 형성하는 경우도 있으며, 가격의 支持 및 補助 등 二重價格制

를 채택하는 경우도 있다. 이러한 문제는 當該國家의 經濟的 결정사항이라기보다는 政治, 社會的인 요소가 크게 작용하고 있다. 마지막으로 정부의 價格安定事業面에서 市場出荷量의 調節이나 생산량의 조절 등을 통하거나 價格統制 등으로 꾸준한 노력을 하고 있는데, 여기에는 많은 資金이 所要되나, 이들 자금의 조달이 가능하다는 사실이 先進國들의 事例이다.

Ⅳ. 맺는 말

선진제국의 流通與件과 우리의 그것 간에는 많은 차이가 있다. 이러한 여건의 차이는 유통조직과 제도에 있어서 차이를 초래할 수 밖에 없는 것이다. 쉽게 좁혀질 수 없는 차이로서 經濟構造와 發展의 정도, 消費者의 유통 서비스에 대한 支拂能力, 그리고 상거래 관습의 차이 등이 그것이다. 상거래의 관습과 같이 어떤 사회가 갖는 人的 要素의 특수성이 존재하는 경우에는 선진 기술의 도입, 보급에는 큰 어려움이 없으나, 去來方法의 직접적인 수입은 불가능하다. 市場에서 基本價格이 형성되는 主力市場의 去來方法이 競賣냐 相對賣買方法이냐에 따라서 市場組織이 달라질 수 있다.

商去來의 원활을 기할 수 있는 市場施設의 不足이 심한 우리의 경우는 이에 대한 投資의 기회를 늘릴 필요성이 우선적으로 고려되어야 하겠지만, 우리가 현재 갖고 있는 사회적 관습이나 상거래의 습관을 공정거래와 경쟁가격 형성을 위해 서서히 고치기 위한 인간교육이나 사회훈련이 요망된다. 그리고 이러한 인간요소에 적합한 유통시설이나 기술을 개발하거나 도입하여 보급함으로써 유통의 근대화가 장기적으로 가능하게 될 것으로 믿는다.

그리고 協同組合이나 기타 團體에 의한 共同流通은 특수한 경제체제를 제외하고는 市場去來分의 확장이나 유통활동의 전담보다는 모범거래에 대한 전시효과를 발휘한다거나 새로운 유통기술의 보급을 위한 매개체의 役割이 점점 중요한 것 같으며 우리의 경우에는 더욱 절실한 요구일 것이다.

유통시설에 대한 정부의 투융자는 대규모의 시설에만 국한하여 적극 실시함으로써 유통고정비용의 적정선 유지에 기여하되 장기적인 보조의 형태를 취하여 경쟁력의 弱化를 초래해서는 안된다.

정확하고 시기에 맞는 완전한 유통정보의 수집 보급은 정부가 주도하여 유통 관련자의 적극적인 協助를 誘導함으로써 가능해지며 이것이 모든 유통 관련자에게 주는 장단기 효과를 계몽할 필요가 있다. 유통산업은 계속해서 발전하고 이를 둘러싼 여건 또한 계속해서 변동함으로써 비능률과 문제점이 수시로 露出되게 된다. 이러한 비능률과 문제점을 그때 그때 發見, 分析하고 解決의 方案을 모색하기 위해서는 硏究와 調査事實에 대한 뒷받침과 노력이 필요하다.

註 1. 組合의 이윤에 대한 세율은 평균 9%인데 비해, 個別企業의 이윤에 대한 세율은 40% 이상임.