

農水産物 流通마진 調查方法의 體系化

許 吉 行

責任研究員, 農業流通室

- I. 序 言
- Ⅱ. 流通마진 變動의 經濟的 效果
- Ⅲ. 流通마진의 構成과 特性
- Ⅳ. 流通마진 調查 및 分析方法
- V. 流通마진 調查分析의 問題點
- Ⅵ. 主要國의 流通마진 調查分析
- Ⅶ. 流通마진 調查方法 改善

I. 序 言

流通마진이란 일반적으로 최종적 消費者의 商品購入價格과 그 商品 相當量에 대한 生産者 受取價格間의 差를 말한다. 따라서 流通마진은 商品(農水産物)의 流通에 사용된 加工, 貯藏 및 각종 流通서비스에 대해 支拂된 價格이라고 할 수 있으며(OECD 1981, p. 5), 또한 각종 流通參加者의 商品效用 増大를 위한 각종 活動과 機能에 대한 代價라고 할 수 있다. 이러한 農家-消費者間의 전체 마진은 貯藏, 加工, 都賣, 小賣 등과 같이 제공된 각종 서비스 및 機能과 流通段階에 따라 분류할 수 있다.

이와 같은 流通마진은 流通費用과 流通參加者

의 利潤으로 구성되어 있으며, 流通마진의 증가는 消費者 支拂價格을 높임으로써 物價上昇에 영향을 주거나 生産者 受取價格을 낮춤으로써 生産者 農漁民의 所得低下와 生産意欲 감퇴를 초래한다.

經濟가 發展함에 따라 流通서비스에 대한 需要는 증가하는 경향이 있다. 消費者 支拂額에 대한 農家 受取價格의 비율이 農民厚生을 표시하는 척도가 될 수는 없지만,¹ 流通마진은 市場活動과 市場費用 변동의 指標가 되며, 市場機能 수행의 효율성을 부분적으로 測定하는 데 이용된다(成培永 1982, p. 115). 따라서 流通마진이 크다고 해서 非效率的 流通體系라고는 단정할 수 없지만 流通마진이 크다면 그 原因을 分析 究明해야 할 필요성이 강조된다.

流通마진의 절감은 流通效率性을 높이하고자 하는 모든 流通改善施策의 기본된 목표라고 할 수 있으며 流通體系에 대한 成果는 일반적으로 流通마진에 의해 測定된다(Purcell 1979, p. 354).

¹ 일반적으로 消費者 支拂額 중 農家 受取額의 비율이 낮아지면 農民의 所得이 감소되는 것으로 인식되고 있으나 貯藏, 加工 등에 의한 마진率의 증가가 오히려 農家 受取額을 높일 수 있다.

따라서 流通改善의 成果는 궁극적으로 流通서비스의 質을 저하시키지 않으면서 流通마진을 절감하는 데에 있다고 할 수 있겠다.

農水産物の 流通마진을 절감하기 위해서는 무엇보다도 流通마진의 구성 내용과 그 變動要因에 대한 정확한 진단이 필요하다.² 결국 流通마진의 節減은 農水産物 流通改善의 基本적 과제라고 할 수 있으며, 이를 위한 적절한 對應戰略을 모색하기 위해 流通마진에 대한 體系的인 調査를 통한 정확한 진단이 요망된다.

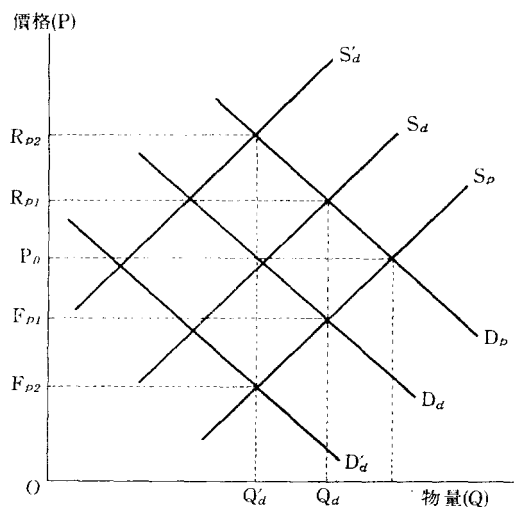
따라서 本研究에서는 流通마진 調査에 대한 理論的 考察과 外國의 調査事例를 검토하고 우리 나라 여건을 고려한 효율적인 流通마진 調査 體系를 제시함으로써 효과적인 市場對應을 통한 流通마진의 節減方案을 통해 農水産物 流通改善에 기여토록 하는 데 研究目的을 두고자 한다.

II. 流通마진 變動의 經濟的 效果

流通費用은 流通마진으로 반영되며 流通마진의 증가는 農家受取價格을 압박함으로써 農業生産의 위축과 農家所得의 감소를 초래하며, 食品小賣價格을 상승시킴으로써 家計를 압박하고 農産物에 대한 需要를 감축시킨다.³

〈그림1〉에서 中間商人 또는 流通業者가 없이 消費者와 生産者가 직접 賣買하는 경우 均衡價格은 基本供給曲線(primary supply curve) S_p

그림 1 流通마진의 변동에 따른 효과



와 基本需要曲線(primary demand curve) D_p 가 교차하는 P_0 에서 결정되며 이때의 需要・供給량은 Q_0 가 된다.

그러나 社會構造가 발전됨에 따라 生産者와 消費者의 직접 거래는 적어졌으며 農漁民은 中間流通業者인 中間商人이나 貯藏・加工業者와 거래하게 된다. 따라서 農漁民의 販賣價格은 그들의 供給曲線과 中間流通業者의 需要曲線이 만나는 점에서 결정된다. 이때 中間流通業者는 流通費用을 감안하여 최종 需要者인 消費者가 支拂코자 하는 價格보다 낮은 價格을 支拂코자 하므로 中間流通業者의 需要曲線은 左下方으로 이동하게 되며, 均衡價格은 S_p 曲線과 派生需要曲線 D_d 가 만나는 F_{p1} 에서 결정된다. 또한 需要・供給량은 Q_0 에서 Q_d 로 감소된다.

한편 小賣價格은 中間流通業者의 派生供給曲線 S_d 와 消費者 基本需要曲線 D_p 가 만나는 점 R_{p1} 에서 결정된다. 이때의 流通마진은 $F_{p1}R_{p1}$ 이 된다.

그러나 流通費用이 이보다 더욱 增大되었을 때 派生需要曲線은 더욱 左下方으로 이동하여

² 食品에 대한 流通마진 資料는 流通마진 節減뿐만 아니라 流通改善對策, 食品供給對策, 物價安定政策, 貿易政策 등에 광범위하게 활용될 수 있다(OECD 1981, pp. 6~9).

³ 農水産物은 비교적 需要彈力性이 낮기 때문에 食品價格上昇이 食品消費의 절대량을 줄이는 효과는 크지 않다. 그러나 食品價格의 상승은 消費者로 하여금 高級食品을 低級食品으로 대체토록 강요함으로써 전체적인 農水産物 需要를 감축시키는 효과가 클 것으로 판단된다.

D_d' 가 되며 派生供給曲線은 더욱 右上方으로 이동하여 S_d' 가 된다. 이때 生産者 受取價格은 S_p 曲線과 D_d' 曲線이 만나는 F_{p2} 에서 결정되며 小賣價格은 S_d' 曲線과 D_p 曲線이 만나는 R_{p2} 에서 결정된다. 이때 流通마진은 $F_{p2}R_{p2}$ 가 되며 需要・供給量은 Q_d' 가 된다.

결국 流通費用의 증가는 流通마진을 $F_{p1}R_{p1}$ 에서 $F_{p2}R_{p2}$ 로 증대시켰으며, 需要量을 OQ_d 에서 OQ_d' 로 감소시키는 결과를 가져온다. 반대로 流通費用 및 流通마진의 감소는 農水產物의 需要를 증대시키며 生産者 受取價格의 증대와 小賣價格의 하락을 통해 國民經濟에 기여하게 된다. 流通方法的 능률화를 통하여 流通마진이 절감되는 경우 그 혜택은 生産者와 消費者에게 분배된다.

流通費用의 절감이 小賣價格과 生産者價格 중 어느 쪽에 더 많은 영향을 미치는지, 또는 누가 더 많은 혜택을 받게 되는지는 해당 農水產物의 價格에 대한 需要와 供給彈力性에 달려 있다. 즉 需要가 完全非彈力的이거나 供給이 完全彈力的이면 모든 혜택이 消費者에게 귀속되며, 供給이 完全非彈力的이거나 需要가 完全彈力的이면 모든 혜택은 生産者에게 돌아간다.

그런데 현실적으로는 需要나 供給이 完全彈力的이거나 完全非彈力的인 경우는 거의 없으므로 流通效率의 증진에 따른 혜택은 生産者와 消費者 모두에게 돌아간다. 다만 어느 쪽이 더 많은 혜택을 받는지는 일률적으로 말할 수 없고 農水產物의 종류에 따라 다를 것이다. 다만, 한가지 말할 수 있다면 장기적으로는 農水產物 供給이 需要에 비하여 彈力的이라 볼 수 있으므로 流通費用의 절감에서 오는 혜택은 消費者에게 더 많이 돌아가는 경향이 있다고 하겠다(文八龍外 1980, pp. 38-39).

Ⅲ. 流通마진의 構成과 特性

流通마진의 節減이 流通改善政策상 갖는 중요성에도 불구하고 流通마진은 流通構造 자체뿐만 아니라 商去來慣習 및 그 社會의 經濟的・文化的 여건과 밀접한 관련을 갖고 있기 때문에 그 절감에 커다란 어려움이 있다.

특히 農水產物은 有機的 商品이기 때문에 부패성이 강하고 商品의 價格에 비해 부패가 크며 심한 價格變動에 따른 商去來상의 위험부담이 크다는 商品의 特性 때문에 工產品 등에 비해 流通마진이 큰 편이다.

農水產物은 商品의 特性상 당연히 流通마진이 높을 수밖에 없음에도 불구하고 종종 「高率의 流通마진」이 農水產物 流通의 문제점으로 잘못 인식되고 있다. 그러나 流通마진이 갖는 문제점은 流通마진이 높다는 사실 자체보다는 마진이 과연 부당하게 높은가의 여부와 그 원인에서 찾아야 할 것이다.

또한 經濟가 발전할수록 流通需要는 증대되며 先進國일수록 流通마진이 높다는 점을 인식할 필요가 있다. 따라서 流通마진은 단순히 마진率의 크기만으로 적정여부를 판단할 수는 없다.

農產物의 流通마진은 農產物의 價格 變化, 流通機能을 수행하는 流通技術의 변화, 그밖에 流通外的 요인에 의해서 변한다. 流通外的 요인이라 함은 직접적인 流通政策을 통해서는 조정될 수 없는 것으로서 生産 및 消費構造, 生産要素 및 그 價格, 交通, 通信 등 社會間接資本의 정도, 商品의 特性 등을 들 수 있다(許信行外 1984, p. 79). 이들 流通與件은 農水產物 流通改善政策에서 반드시 고려되어야 한다. 즉 農水產物 流通

表 1 食品 消費者支拂額중 流通마진 構成比의 變化推移 (美國)

單位: 10억 달러 (%)

區分 \ 年度	1929	1939	1947	1958	1963	1972	1975	1980
消費者支拂額	18.0(100.0)	15.3(100.0)	41.9(100.0)	61.0(100.0)	71.5(100.0)	122.2(100.0)	169.0(100.0)	269.0(100.0)
農家受取額	7.5(41.7)	5.4(35.3)	19.3(46.0)	21.4(35.1)	22.6(31.6)	39.8(32.6)	55.6(32.9)	86.0(32.0)
流通마진	10.5(58.3)	9.9(64.7)	22.6(54.0)	39.6(64.9)	48.9(68.4)	82.4(67.4)	113.4(67.1)	183.0(68.0)

()內는 構成比임.

資料: ① 1929~1963년: USDA, *The Farm Food Marketing Bill and its Components*, 1967.② 1972~1980년: OECD, *Food Margins Analysis; Aims, Methods and Uses*, 1981.

마진은 農漁業 및 農水産物 市場構造뿐만 아니라 外的要因인 非農業部門으로부터 많은 영향을 받기 때문에 流通마진을 節減하는 데에는 外的要因을 충분히 고려해야 하는 어려움이 있다. 또한 일정한 流通與件下에서는 거기에 걸맞는 流通構造가 정착되기 마련이며, 어느 國家나 社會의 流通構造는 그 나름대로 合理性이나 必然性이 존재하기 때문에 많은 경우 流通마진 節減에는 限界가 있다. 더우기 流通마진의 節減이 流通서비스의 質的低下를 가져온다면 이는 오히려 流通效率의 低下를 의미할 수도 있으므로 流通마진의 節減은 流通서비스의 質을 低下시키지 않으면서 성취되어야만 流通改善에 기여할 수 있는 것이다.

특히 流通費用은 商品의 價格變化에 따라 조정되지 못하고 價格變化와 상관없이 固定性을 갖고 있기 때문에 過剩生産에 의해 價格이 下落하는 경우에는 마진率이 매우 높아지는 경향이 있으며, 國民所得의 증가에 따라 消費者의 流通서비스에 대한 요구(需要)가 증가하여 流通마진은 일반적으로 國民所得의 증가와 함께 증가하는 경향이 있다(表 1).

流通마진은 商品取扱量の 변화, 商品單位當 流通서비스의 변화, 流通서비스 價格의 변화, 流通서비스의 質과 量이 상이한 商品間의 商品構成 변화 등에 의해 변화한다(USDA 1967, p. 7). 특히 國民所得이 높아지고 都市化가 진전됨

에 따라 流通量이 증가하고, 消費者의 食品需要가 高級化, 多樣化됨에 따라 包裝・選別・加工・貯藏・輸送 등 流通서비스의 質과 量이 증대됨으로써 流通技術의 발달과 流通改善을 위한 많은 노력에도 불구하고 流通마진은 더욱 증대될 전망이다. 더우기 農水産物의 流通機能은 勞動集約의인테다가 機械化가 곤란하고 人件費는 꾸준히 상승하는 경향이 있다.

IV. 流通마진 調査 및 分析方法

1. 調査方法

이론적으로 流通마진은 市場經濟에 있어서 二段階間의 동일한 商品量에 대한 價格의 차이를 말하는데, 이상적인 測定方法은 일정한 商品이 市場經路를 통하는 과정을 따라 가면서 去來가 일어날 때마다 그 값을 記入하는 것이다(成培永 1982, p. 116).

이와 같은 追跡調査方法은 우리 나라에서 일반적으로 가장 많이 사용되었다. 이 調査方法은 流通過程에서의 費用이나 損失과 超過利潤을 정확히 파악할 수 있으며 流通마진에 대한 資料 이외에도 취급방법이나 去來方法 및 각종 서비스에 대한 費用에 관한 정보를 수집할 수 있다는 利點이 있다. 그러나 調査費用이 비교적 많이

들며 流通經路, 生産地點과 消費地點, 生産・消費 및 流通時點 등의 차이에 따라 流通마진의 정도가 크게 달라질 수 있다는 점에서 一般性이 결여되어 事例調査로서는 충분한 意義가 있겠지 만 일반적인 流通費用의 指標로서는 부적합하다는 단점이 있다. 流通되는 個別商品의 마진을 몇 회 流通分の 調査로서 대치할 수는 없다.

한편 이러한 方法 이외에 流通마진 調査를 동일한 시점에서 市場에 비치된 기존 資料를 이용하여 각 流通段階別 價格差異와 예상되는 流通서비스에 대한 費用을 계산하거나 중요 流通段階에서 去來商人을 대상으로 價格을 調査하여 일반적인 流通마진을 추정하는 時點調査方法이 있다. 이 方法은 流通段階別 調査商品이 동일하지 않으며 貯藏費用을 정확히 측정하기 어렵다는 단점이 있으나 비교적 調査가 용이하고 기존 資料를 폭넓게 이용할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 分析은 農家受取價格, 小賣價格 등 價格資料를 이용하여 流通段階別 마진을 구할 수 있으나(文八龍外 1980, pp.200-201 및 300-304), 資料 자체가 마진分析을 위한 것이 아니기 때문에 流通費用의 구성 내용을 파악할 수 없는 단점이 있다.

2. 分析方法

流通마진은 分析 및 提示方法에 따라 동일한 資料를 이용하더라도 利用者가 느끼는 감각과 利用도가 달라질 수 있다.

流通마진을 分析하는 가장 간단한 方法은 追跡調査의 결과를 단순히 集計 分析하는 것으로서 이때에는 반드시 調査時期, 產地 및 消費地 商品의 品質과 等級 등이 명시되어야 한다. 그러나 이 方法은 앞서서도 지적했듯이 一般性和 客觀性이 결여되어 있기 때문에 一般資料로 활용

용하기에는 한계가 있다.

이와 같은 問題點을 보완하기 위한 시도로서 제시된 分析方法으로 마케팅 빌(marketing bill)이 있다. 마케팅 빌이란 일정한 期間(보통 1년) 중 전체 農水産食品에 대한 總消費支出額 중 農家受取額을 제외한 부분으로서 流通마진을 國民經濟的 입장에서 총체적으로 본 分析方法이다. 따라서 마케팅 빌은 당해 연도의 전체적인 流通마진을 나타낸다.

마케팅 빌을 分析하는 方法에는 部門의 接近, 機能別 接近, 商品別 接近 등 3가지가 있다(OECD 1981, pp.19-20).

部門의 接近이란 産業聯關分析表와 같은 기존 統計資料를 이용하여 國民經濟의 한 部門으로서 食品部門의 전체적 기여를 分析, 推定하는 것으로서 産業聯關表와 같은 資料가 있을 때에는 용이하게 推定을 할 수가 있다. 이 方法은 産業聯關分析表 자체가 고정된 投入・產出係數를 사용하기 때문에 비현실적이며 分析內容이 구체적이지 못하기 때문에 食品流通에 대한 개략적인 추세밖에 제공할 수 없다는 短點을 내포하고 있으나, 流通마진에 대한 종합적이고 일반적인 내용을 모두 포함한다는 점에서 매우 유용하다.

機能別 接近은 流通活動에 참여하는 각종 형태의 會社 및 機構를 대상으로 수행하는 機能別 流通마진을 分析하는 方法이며, 商品別 接近은 商品別로 流通段階別 마진을 分析하는 方法이다.

이들 方法 중 어느 分析方法이 가장 적합하다고는 할 수 없다. 이것들은 相互補完的인 機能을 갖고 있으며 國家마다 分析 및 提示方法에 상당한 차이가 있다.

分析結果의 提示方法으로서로는 일반적으로 流通마진率이 사용된다. 流通마진率이란 小賣價格에 대한 流通마진의 比率로서 각 流通段階別 流

通마진의 합이 전체 마진率이 되며 다음 式에 의해서 구한다. 즉

$$\text{전체流通마진率} = \frac{\text{小賣價格} - \text{農家受取價格}}{\text{小賣價格}} \times 100$$

流通마진率과 비슷한 개념으로서 마크·업(Mark-up)이 사용되며, 이는 流通段階別로 추가된 流通마진額으로서 販賣價格과 購入價格의 차이이다. 마크·업率은 購入價格에 대한 마크·업의 비율로서 일반적으로 마진率보다 높게 나타난다.

또한 價格 스프레드가 사용되기도 하는데, 이는 流通마진을 보통 指數에 의해 표현하므로 流通서비스에 대한 價格指數라고 볼 수 있다. 따라서 이것은 流通마진의 변화추세를 나타내는 좋은 指標이며, 商品別 또는 機能別 流通마진의 변화분석에 많이 사용된다.

마케팅 빌을 계산하는 데에는 보통 國內產 農水產物중 食品小賣店을 통해 販賣되는 家庭消費用만을 포함하나 때에 따라서는 外食用 消費 등도 포함하는 경우도 있으므로 資料의 이용시에는 商品構成의 변화 등에 특히 주의를 요한다.

V. 流通마진 調査分析의 問題點

流通마진은 많은 사람들의 중요 관심사가 되어 왔기 때문에 우리 나라에서도 많은 調査가 이루어졌다. 그러나 대부분의 流通마진 調査가 현실적으로 당면한 問題點 파악이나 政策資料 제공을 위한 追跡調査이거나 時點調査였으며 이를 體系化시키거나 綜合的 分析方法을 導入하여 一般化하고자 하는 노력은 크게 부족하였다.

表 2 전체식품의 마케팅 빌 構成

단위: 백만원

	1970년 (A)	1975년 (B)	B/A
가 공	73,658.5	518,008.8	2.98
내 부 수 수 료	38,194.6	175,649.7	4.60
집산지윤수보관	10,375.8	28,417.1	2.74
운 수 마 진	21,198.4	62,850.6	2.97
상 업 마 진	158,325.5	498,366.3	3.15
計	401,732.8	1,283,441.5	3.20

資料: 白宗熙, "農水産食品의 마케팅 빌 推定," 「農村經濟」, 第3卷 第3號, 韓國農村經濟研究院, 1980. 9, p. 75.

韓國農村經濟研究院은 1980년 처음으로 각종 文獻資料를 이용하여 全體食品에 대한 1975년도 마케팅 빌을 추정한 바 있으며(成培永 1980, p.122), 1970년 및 1975년도 産業聯關表 등에 의해 食品類別, 機能別 마케팅 빌을 推定한 바 있다(白宗熙 1980, pp.71-78). 또한 同年 文獻資料와 現地調査資料를 중심으로 주요 원예작물에 대한 品目別 마케팅 빌을 推定하였다(金明煥外, 1980). 産業聯關表에 의한 推定結果 1970~75년 기간중 流通마진 증가에 가장 큰 기능을 한 것은 內部 手數料로 나타났다(表 2).

그러나 우리 나라에서 기존 統計資料를 이용하여 마케팅 빌을 推定하는 데에는 資料의 부족에 따른 많은 어려움이 따르며, 分析方法 자체가 정착되지 못하고 있다. 또한 産業聯關分析表 등 각종 기존 統計資料를 사용하여 마케팅 빌을 推定한다 하더라도 統計 자체가 마진 分析을 목적으로 調査된 것이 아니기 때문에 신뢰도가 약하며 유용하게 활용되기 어렵다.

하나의 예로서 産業聯關表에 의해 分析한 우리 나라의 마케팅 빌은 1970년 31.36%, 1975년 33.82%로서(白宗熙 1980, pp.73-74), 1975년도 美國의 66.5%, 日本의 67.4%에 훨씬 못미치는 水準이다. 이는 所得水準의 차이에 따른 流通서비스의 차이가 크기 때문이기도 하겠지만 보다 근본적으로는 統計 및 分析方法상에 問題

가 있었을 것으로 추측된다.

따라서 지금까지의 마케팅 빌의 分析은 分析方法의 開發을 위한 하나의 시도로서 평가되어야 하며, 이를 실용화하기 위해서는 정확한 流通마진 調査의 중요성에 비추어 農水產 統計收集體制를 流通마진 分析에 적합하도록 조정해야 할 것이며, 流通마진의 體系的·綜合的 調査分析方法의 개발에 보다 관심을 두어야 할 것이다.

Ⅵ. 主要國의 流通마진 調査分析

1. 美 國

美國政府는 1921년 이후 農家受取價格과 食品小賣價格의 차이와 그 원인을 조사해 오고 있다. 農業恐慌중 農家受取價格 하락에 비해 小賣價格은 적게 하락함에 비추어 流通마진의 중요성을 새삼 인식하고 農業經濟局은 주요 10개 品目에 대한 마진統計를 발행해 온 바 있으며 1941년 12월 이후 정기적으로 마켓 바스켓 統計(Market Basket Statistics)⁴를 발간해 오고 있다.

또한 1950년대 중반 이후 美議會는 流通마진에 대한 情報의 推定, 研究, 發刊을 위해 資金의 一部分을 배정토록 지시한 바 있으며, 이에 따라 美農務省은 마켓 바스켓 및 마케팅 빌 統計와 分析資料를 매년 定期的으로 發刊해 오고 있다(USDA 1967, pp.1-4).

이들 資料들은 機能別, 商品類別, 主要 品目別 流通마진의 크기와 변화추세 및 그 변동원인을 分析·說明하고 있으며, 價格 스프레드(price sp-

read), 食品業體의 收益性 및 生産性, 마케팅 빌의 構成 등을 分析·解説하고 있다. 이들 資料의 調査分析方法은 정확성을 높이기 위해 매년 修正補完하고 있으며, 최근에는 賃金과 農水產物 流通 投入財에 대한 價格變化를 분석 감사하고 流通費用指數(Marketing Cost Index;MCI)를 開發, 포함시켰다(USDA 1981, pp.11-12). 이 指數는 中間財貨 및 用役의 投入費用에 대한 보다 정확한 情報를 제공코자 하는 것으로서 建物과 裝備의 감가상각, 長期債利子, 利潤 등을 제외한 流通過程에 投入된 모든 非農業 財貨와 서비스의 價格變化를 추정하는 것이다. 따라서 農水產物 자체 뿐만 아니라 賃金 및 輸送費를 포함한 非農業部門까지도 分析함으로써 流通마진의 증가 원인을 보다 精確히 진단할 수 있으며 食品價格上昇에 보다 적절히 대응할 수 있게 되었다. 또한 최근에는 각종 流通參加業體에 대한 統計提出 의무의 法令化 문제가 제기되고 있다.

美國에서의 마케팅 빌의 推定은 대부분 기존 資料(secondary data)를 이용하고 있으며, 전국적 組織網을 갖고 매일 발간되는 약 1,000種의 農務省 市場뉴스와 연간 약 650種에 달하는 각종 統計情報(Kohls et al. 1972, pp.334-335), 商務省 및 勞動省의 각종 統計 및 個人 研究結果가 폭넓게 活用됨으로써 分析結果의 正確度를 높여 주고 있다.

2. 日 本

日本 역시 流通마진 調査推定을 위해 많은 노력을 하고 있으며, 靑果物의 경우 매년 「靑果物 流通經費 調査報告」를 農林水產省 統計情報部에서 발간하고 있다. 報告書의 주요 내용은 주로 品目別 集出荷經費와 都小賣經費의 구체적 내용

⁴ 마켓바스켓은 外食分을 제외한, 消費者가 食品店에서 구입한 일정량의 國內產 食品으로구성되며, 마켓바스켓의 변화는 食品費가 家計에 미치는 영향을 나타내는 주요 지표가 된다.

을 分析하여 작성, 前年과 대비하여 流通마진의 변화요인을 개략적으로 설명하고 있다.

資料의 調査方法은 共同出荷組織, 仲買人店舖, 小賣店舖를 대상으로 標本을 抽出, 회계장부를 열람하여 年間の 經費에 관한 事項을 調査하며, 미흡한 것은 청취조사를 통해 보완한다.

共同出荷組織의 調査對象은 調査品目別로 大都市出荷가 많은 전국 主産地에 소재한 出荷團體를 調査客體로 하여 선정하며, 生産費 調査結果를 종합 이용할 수 있도록 원칙적으로 同一品目は 同一地域에서 調査토록 하고 있다. 1983년 調査品目は 채소 12개, 과일 7개 品目이며 品目별로 계절과 品種을 구분하여 調査하고 있다.

仲買人은 中央都賣市場에서 영업중인 仲買人店舖 중 채소와 과일 店舖 몇 개씩을 선정하며, 小賣店舖는 都賣市場에서 靑果物을 구입하는 平均的 小賣店舖 중 都市規模에 따라 3~5개를 選定調査하고 있다. 1983년 調査된 標本數는 채소 仲買人店舖 50개, 小賣人店舖 142개이며, 共同出荷組織은 品目에 따라 10~30개 정도를 조사하고 있다.

日本 流通마진 調査의 특징은 별도의 調査채널을 갖고 主産地 및 都賣市場을 중심으로 標本調査를 함으로써 다양하고 정밀한 마진資料를 도출하는 데 있다.

VII. 流通마진 調査方法 改善

農水産物流通에 대한 관심이 증대됨에 따라 食品流通마진에 대한 政府 및 一般의 관심은 매우 높다. 또한 農水産物의 높은 流通마진이 중요한 문제점으로 제기되고 있으며, 農水産物 流通마진이 터무니없이 높다거나 취급상인이 폭리

를 취하고 있다는 잠재적인 의식을 많은 사람들이 갖고 있다. 따라서 流通마진의 節減은 農水産物 流通分野의 중요 政策課題가 아닐 수 없다.

그러나 農水産物의 流通마진이 어느 部門에서 어느정도 높으며, 왜 높으며, 中間商人이 폭리를 취하고 있다면 과연 어느 정도 폭리를 취하고 있는지에 대한 일반적인 資料는 전혀 없는 상태이다. 또한 流通마진이 매년 증대되고 있음에도 불구하고 年次的으로 어느 정도 上昇(또는 下落)하는지, 上昇하는 요인이 무엇이며, 어떻게 대처해야 할 것인지에 대한 代案 역시 없다.

이와 같은 問題點은 流通마진에 대한 調査와 分析方法의 改善에 대한 이해와 노력이 부족했기 때문이며, 流通마진에 대한 調査를 했다 하더라도 일시적인 필요에 의한 追跡調査였기 때문에 資料의 일반성과 지속성이 결여되어 추후에는 거의 이용할 수 없는 상태이다.

따라서 장차 流通마진의 調査는 전체적인 流通마진을 파악할 수 있는 정확한 標本調査를 통해 매년 일관성있는 자료를 조사함으로써 資料의 일반성과 지속성을 유지하도록 해야 할 것이며, 매년 品目別・要因別 流通마진의 増減要因을 비교 평가할 수 있도록 해야 할 것이다. 정확한 流通마진의 진단과 그 變動要因의 파악은 流通마진 減少를 위한 기본적 전제이며, 流通마진이 정확히 파악되어야만 流通마진을 감소시킬 대책을 마련할 수 있을 것이다. 따라서 流通統計 및 마진의 調査方法과 分析方法의 體系化가 절실히 요망되며 資料의 신뢰성을 높이도록 해야 할 것이다. 즉 流通마진의 調査目的은 기본적으로 流通마진의 절감에 있기 때문에 단순한 流通마진의 상대적 크기는 의미가 없으며, 流通參加者の 成果, 市場構造, 마진발생 및 증가의 원인, 마진의 과다 발생요인 등을 비교 평가할

수 있어야 한다.

앞에서 제시된 美國의 流通情報 蒐集體系는 流通參加業體의 報告資料와 무수한 기존 자료가 근간을 이루는 반면에 日本의 경우는 標本調査에 의존하고 있다. 현실적으로 우리 나라의 여건으로 보아 流通參加業體의 報告資料는 신빙도가 문제될 것으로 판단되며, 統計資料의 부족으로 기존 자료만을 이용한 流通마진의 分析은 신뢰성에 한계가 있으므로 日本과 같은 標本調査方法에 대한 구체적인 研究가 필요할 것이다.

標本設計에 의한 流通마진의 調査에는 많은 人力과 費用이 소요된다. 따라서 별도의 調査體系를 갖기에는 어려움이 있다. 그러므로 流通마진의 調査體系는 현재 각 機關에서 수행되고 있는 農業統計 및 流通情報 調査要員을 최대한 活用할 수 있도록 設計되어야 할 것이며, 중복된 調査를 피하고 費用의 최소화와 資料의 정확성을 높일 수 있는 標本設計가 이루어져야 할 것이다.

특히, 우리 나라는 類似都賣市場의 市場占有率 이 높고 共同出荷의 비중이 높지 못함을 고려할 때 다소 標本設計에 어려움이 있을 것으로 생각되며, 被調査者의 폭넓은 협조를 얻을 수 있는 기반이 마련되도록 해야 할 것이다.

결국 農水産物 流通改善을 위한 우리의 시급한 과제의 하나는 流通마진에 대한 체계적인 調査分析方法을 도입하여 流通마진의 구성과 변

화에 대한 정확한 진단을 함으로써 합리적인 대처방안의 모색을 통해 流通마진을 감소시키는 한편, 流通마진에 대한 많은 사람들의 오해를 해소시키는 것이라고 생각된다.

參 考 文 獻

- 金明煥, 許吉行, 「主要園藝作物의 流通마진 分析」, 韓國農村經濟研究院, 1980.
- 文八龍, 柳炳瑞, 「農産物價格分析論」, 研究叢書 5, 韓國開發研究院 1980.
- 朴感春, “Marketing Margin 理論,” 「市場調査報」, 第2卷第2號, 農漁村開發公社, 1980.
- 白宗熙, “農水産食品의 마케팅 比 測定,” 「農村經濟」, 第3卷第3號, 韓國農村經濟研究院, 1980. 9.
- 成培永, 「農水産物 流通經濟」, 研究叢書 7, 韓國農村經濟研究院, 1982.
- 李東熙, “流通마진節減을 위한 接近方案檢討,” 「市場調査報」, 第3卷第4號, 農漁村開發公社, 1981.
- 許信行 外, 「農水産物價格安定政策開發을 위한 調査研究」, 韓國農村經濟研究院, 1984.
- 農協中央會, “農産物 流通마진에 관한 考察,” 「農協調査月報」, 제25권 제8호, 1980. 8.
- 農林水産省 統計情報部, 「青果物 流通經費調査報告」, 東京, 1982, 및 1983.
- Kohls, R. L. and J. N. Uhl, *Marketing of Agricultural Products*, 5th ed. MacMillan Publishing Co., Inc., New York, 1980.
- OECD, *Food Margins Analysis: Aims, Methods and Uses*, Paris, 1981.
- Purcell, Wayne, *Agricultural Marketing System: Coordination, Cash and Futures Prices*. Reston Publishing Co., Inc., 1979.
- USDA, *Development in Farm to Retail Price Spreads for Food Products in 1980*, 1981.
- USDA, *The Farm Food Marketing Bill and Its Components*, 1967.