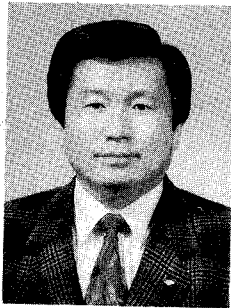


# 논 단

## 상품(商品)과 상행위(商行為)



노 연 구  
한진엔지니어링 대표

### 1. 의 의

상품(商品: commodity)이란 경제학에서 볼 때는 인간의 욕망을 충족시켜주는 재화(財貨)로서 인간의 경제행위(經濟行爲: economic behavior)의 대상이 되며 일물(一物)의 유용성은 그 물건의 사용가치를 나타낸다. 이러한 사용가치(使用價值: use value/value in use)의 물건은 어떤 다른 종류의 사용가치의 일정수와 교환될 수 있어서 그러한 경우에는 교환가치(交換價值: exchange value/value in exchange)를 나타낸다. 이와같이 사용가치와 교환가치를 다 같이 지닐 수 있는 물건이 경제사회에 있어서 시장의 교환을 목적으로 하여 생산되고 그 생산된 재(財)가 배급기구(配給機構)를 통하여 최종소비자의 손에 들어갈 때까지의 과정에 있는 재화이다.

### 2. 개 념

상품이라는 한자가 갖는 원래의 뜻은 글자그대로 상(商)과 품(品)이라는 두 어휘가 합쳐진 복합어가 <商品>이기 때문에 <商>은 매매나 거래(去

來)를 위해서 쓰여지며, <品>은 물건이나 물품으로 간주되어 <商品>이라는 한자 개념과 함께 상업의 객체(客體)로 표현되기 마련이다. 그런데 <品>은 물건이건 물품이건 혹은 그와 유사한 어떠한 어휘로 표현되던지 간에, 상품은 경제재화의 일종으로 보는 것이 타당할 것이므로 결국 상품은 <상업의 객체인 경제재화의 일종>이라 정의해둬야 옳다. 그렇다고 경제재화가 모두 상품이라는 뜻을 지니고 있다는 것은 아니다. 다만 <品>이라는 한자가 품은 원래의 뜻이 육안(肉眼)으로 확인되는 유형물만을 가리킨다고 본다면 상품의 개념은 결국 <상업의 객체인 실체적(實體的)이며 유형적(有形的)인 경제재화>라는 표현이 부각될 것이다.

### 3. 생산형태

실체적인 경제재화를 생산형태의 구별에 따라 자연생산물과 기술생산품이라는 용어로 대별한다면 대략 다음과 같은 상품개념이 형성되기 마련이다. 즉 상품이란 <자연생산물과 개소생산품과 같은 실체적이며 이동적인 경제재화이자 상업의 객체>라고 할 수 있겠다. 자연생산물이란 자연의 힘에 의하여 생산되는 경제재화를 말하는데, 여기에는 농산물·수산물·임산물·광산물·축산물이 이에 속한다. 그리고 이러한 자연생산물을 원료나 재료로 하여 인간의 힘에 의해 재생산(再生産: reproduction) 즉 가공생산(加工生産: processing production)되는 경제재화를 기술생산품이라고 한다. 물론 자연생산물도 경제적으로는 인간의 힘에 의해서 생산되고 있다. 그러나 자연생산물 자체는 무엇보다 자연의 제약(制約)을 받고 있는 경제재화이기 때문에, 인간의 힘에 의해서라기 보다는 자연의 힘에 의해서 생성된다고 간주함이

옳을 것이다. 만약 자연 생산물이 자연의 힘에 의해서가 아니라 완전히 인간의 힘에 의해서 재생산되고 있다면 우리는 이것을 기술생산품이라고 한다. 예를 들면 자연생산물인 농산물을 재증(裁增)하거나 수산물을 어획(漁獲)하는 것과 같은 그러한 초보적이고 원시적인 생산기술 즉 원시기술(原始技術)이 아니라 화학적이거나 물리적 내지 기계적인 변화를 수반시킬 수 있는 고도의 생산기술을 투여하여 얻어지는 모든 재생산재화가 바로 기술생산품인 것이다. 흔히 우리가 말하는 공산품이 바로 기술생산품이며, 그런 기술적 상품의 원료나 재료자체가 곧 자연생산물이다. 가령 석탄이나 석유라는 이름의 광산물은 자연생산물인데, 그러한 자연생산물인 석탄이나 석유에 고도의 기술투여, 즉 화학적 변화를 일으키는 과정을 거쳐 나일론사(nylon絲)나 플라스틱을 생산했다면 그것은 곧 기술생산품으로 통한다. 따라서 자연생산물과 기술생산품의 개념은 완전히 다르며 또 생산물이나 생산품이라 한다 해도 벌써 그 개념 자체는 판이하다. 가령 자연생산물과 기술생산품이라는 표현에서 생산물의 <물>과 생산품의 <품>을 합해 <물품>이라는 복합명사를 들추어 낸다면 물품의 <물>은 곧 생산물이며 <품>은 곧 생산품을 의미한다. 이러한 물품자체가 바로 경제재화이기 때문에 그러한 물품이 상업의 객체가 될 때 비로소 <상품>이 된다는 이론이 수립된다. 그런데 상품의 품은 생산물의 <물>이 아닌 생산품의 <품>으로 표기되기 때문에 상품이라는 표현은 다만, 기술생산품이 상업의 객체가 될 때의 표현이라는 역설이 타당하지 않은 것은 아니다. 요는 물품이라는 표현을 자연생산물과 기술생산품이라는 표현이 줄어든 복합어로 해석해서 생산물과 생산품의 구별을 엄격히 준수하는 것만이 타당하다. 단적인 예를 들어 농산물이라

는 표현은 어디까지나 자연생산물 속의 생산물이지만 만약 농산품이라고 표현될 때는 이미 자연생산물의 범주(範疇)를 떠난 기술생산품이지 농산물은 이미 아니다. 가령 쌀은 농산물이지만, 쌀을 재료로 만든 막걸리나 청주(淸酒)는 농산품이며 훌륭한 기술생산품이다. 다시 말해서 어획된 고등어나 갈치는 수산물이지만 고등어 통조림이나 갈치통조림은 수산물, 나아가 기술생산품이라는 뜻이다. 그런데 생산이라는 개념과 비슷한 것에 제조와 제작이라는 개념이 있다. 이 제조나 제작이라는 말은 자연생산물의 생산개념과는 전혀 적용되지 않는다. 이를테면 농산물이나 수산물에는 생산이라는 표현이 타당하지만 농산물을 제조하거나 수산물, 구체적으로 말해서 바다의 고기를 제작했다는 표현은 맞지 않는 말이다. 따라서 제조나 제작은 기술생산품에 대한 생산개념일 뿐 자연생산물의 것은 아니다. 즉 기술생산품의 경우 광의의 생산이라는 표현 이외에 제조와 제작이라는 독특한 표현이 병용(並用)된다. 그러므로 제조되거나 제작된 생산품은 제조품이나 제작품으로 표현해야 논리적이 된다.

#### 4. 제조와 제작

여기서 제조와 제작자체의 개념차이에 대해 간단히 기술하고자 한다. 제조와 제작이라는 표현은 우리의 고유의 표현이 아니라 독일어의 표현에서 의역(意譯)된 것이라고 한다. 즉 제조(製造)에 해당되는 독일어 표현은 <헤르시텔룽(Herstellung)>이다. 실은 독일어 표현인 <헤르시텔룽>에 해당되는 것이 바로 <제조>라는 우리의 표현이기도 하다. 그리고 제작(製作)의 그것은 <페르티궁(Fertigung)>이라고 알려짐이 보통이다. <헤르시텔룽>이라는 표현에는 다분히 기계로 만

들어 낸다는 냄새가 풍기고 있으며, 기계로 만들어 내기 때문에 대량생산이나 시장생산이라는 뜻이 포함된다면 우리가 말하는 제조라는 표현은 기계생산품이나 대량생산품의 생산의 경우만을 뜻한다고 해야 할 것이다. 그런데 <페르티궁>이라는 표현에는 무엇보다 손(手)으로 만들어 낸다는 뜻이 포함되고 있으며, 손으로 혹은 기계가 아닌 도구로 만들어내기 때문에 소량생산량이나 주문생산이라는 냄새가 풍기고 있다고 간주된다면 우리가 말하는 제작이라는 표현은 수공업생산품이나 소량생산품의 생산의 경우만을 뜻한다고 보아야 할 것이다. 무엇보다 상품을 그 연구대상으로하는 상품학에 있어서 만든 그렇게 해석해둬야 상례(常例)이어야 할 것은 지극히 당연한 일이다. 이에 상응하여 제조·제작하여 만든 제조품과 제작품을 통틀어 우리는 흔히 제품(製品)이라고 약칭해서 부르고 있다. 다시 말해서 제품이 제조품의 중간어인 조(造)자와 제작품의 중간어인 작(作)자가 생략된 제조품과 제작품의 공동용어라고 해석한다면 틀림없이 제품이라는 표현은 기술생산품만을 가리키는 대명사 일뿐 자연생산물을 가리키는 대용어는 아니다. 따라서 제품은 기술생산품에 한해서만 사용되어야 할 표현이며, 마치 제품만이 상품이라는 표현 즉 제품 = 상품이나 제품이 자연생산품과 기술생산품에 똑같이 적용되는 공통어로 해석함은 잘못 받아들인 해석이다.

#### 5. 상품계정, 관리 및 원장

상품의 구입과 판매를 처리하는 계정을 상품계정(商品計定)이라 한다. 상품매매의 회계처리와 회계절차(會計節次: accounting procedure)를 시행하는 방법으로서는 순수한 상품계정·혼합(混合)

계정·분할(分割)계정 등이 있다. 한국에서는 <재무제표(諸表)계정>에 의하여 분할·회계처리하도록 손익계산서 양식을 제정하고 있다.

상점등의 경영에서 상품구입으로 부터 판매까지의 과정에 걸쳐, 상품의 종류마다 구입·재고·진열·판매의 실태를 수량적으로 파악하는 것이 상품관리(商品管理)이다. 마케팅(marketing)의 시점이 필요하게 되고 적절한 상품분류와 상품종별의 적정재고 확보에 의하여, 상품회전률(商品回轉率: merchandise turnover)을 높이는 역할을 한다.

상품원장(商品元帳)은 상품의 품종별 계정을 설정하고, 그 수량·단가(單價)·금액별로 기록하는 장부이다. 상품의 감소에 대하여서는, 개별법(個別法)·구입순법(購入順法)·평균원가법·소매가격법 등 원가산정법에 의하여 그 원가를 기입하여야 한다. 이것은 상품의 시재잔고(時在殘高: vault cash)를 언제든지 알아보는데 쓰인다.

## 6. 상품거래소와 상품금융공사

상품거래소(商品去來所; commodity exchange)는 특정한 상품을 상장물건(上場物件: listed non-personnel)으로 하는 거래소이다. 상품거래소의 특색은 상장상품에 관한 선물거래(先物去來: future transaction/forward business)의 시장이라는 점이다. 장차 생산할 상품 또는 먼곳에 있는 상품에 대해서 일정한 기일에 양도하기로 매매계약하는 것이 선물거래이다. 이 선물거래가 원활히 이루어지기 위하여서는 견본(見本)거래·표준물(標準物)거래의 방법이 발달하여 왔다. 그런데 이 거래방법이 왕성하게 활성화되기 위하여서는 거래사회에 있어서 일반적으로 인정되는 전형적인 거래조건이 성립되어야 한다. 이것이 조직적 시장인 상품거래소가 형성된 중요한 동인(動因)이다.

상품금융공사(商品金融公社: The Commodity Credit Corporation)는 1933년 미국정부의 전액출자로 설립된 금융기관이다. 약칭은 C. C. C. 로서 1932년에 설립되었다. 1930년대의 대불황(大不況)으로 하락된 농산물가격의 유지를 목적으로 하여, 2개년 기한으로 발족했으나, 연장되어 오고 있다. 농산물을 담보로 하여 농민에게 융자하지만, 실질적으로는 잉여농산물(剩餘農產物: farm surpluses/surplus agricultural produce)을 사들이는 역할을 하고 있다.

## 7. 상품권과 상품광고

상인이 발행하는 일람출급무기명유가증권(一覽出給無記名有價證券)이 상품권(商品券)이다. 그 상인이 취급하는 상품 또는 직무(役務)의 급부청구권(給付請求權)을 표창(表彰)한 증권이다. 혹은 상품수표(手票)라고도 한다. 그 중 상품의 급부청구권을 표창하는 것에는 물건의 급부를 목적으로 하는 유가증권으로 수표(手票)같은 즉시취득 제권(除權)판결과 같은 증권상실 경우의 조치가 인정되며, 기타의 상품권은 동산(動産)거래와 동일한 보호를 받는다.

상품광고(商品廣告: product advertising)는 기업 광고에 상대되는 광고의 구분으로, 상품 또는 서비스를 직접 소비자에게 구입토록 하려는 의도가 들어있는 광고를 말한다. 한국에서는 과대광고등을 금지하는 규정이 있으나, 이 상품광고에 있어서 광고메시지라든가 원고(copy)는 상품의 판매에 직접 소용되도록 구성된다. 상품의 특징이나 성질을 알려주거나 상표(brand)명을 기억하기 쉽도록 하기도 하며, 가격이나 소재를 명시함으로써 상품을 구입하도록 하려는 것이다. 그러나 기업의 이미지 형성에도 연결되는 만큼 기업광고

와 연동(連動)되지 않는 한, 원활한 광고활동은 기대할 수 없다.

### 8. 상품단위량과 상품테스트

교환목적 및 사용가치 실현목적을 위해서 규정된 상품의 일정한 양이 상품단위량(商品單位量)이다. 상품은 포장방법, 계량(計量)의 편의, 수송의 용이, 가격 및 관습등에 따라 단위가 결정된다. 그러나 근래에는 구미각국에서는 소비자의 기호·편의등을 시장조사하여 포장단위를 결정하는 경향이 있다.

상품테스트(商品 test)는 상품의 질적 가치의 시험을 말한다. 소비자가 상품에 대한 정확한 지식을 얻으려면, 과학적이고도 양심적으로 행해진 검사의 공표(公表)가 필요하다. 미국이나 유럽 여러나라, 특히 대만 등과 같은 경제적 분위기가 자유로운 곳에서는 상품검사를 마친후 반드시 기관지에 발표하여 소비자에게 알린다.

상품테스트에는

- 1) 물리적 시험
- 2) 화학적 시험
- 3) 생물적 시험
- 4) 사용시험(생활시험)
- 5) 생리적 시험
- 6) 경제적 조사 등이다.

테스트는 생산, 판매측에서 행하지만 제조업체나 상표에 구매받지 않고 자유로운 입장에서 시험하는 것이 신뢰도가 높다. 이를 증명하기 위하여 딱지나 표찰(label)을 붙여지는 것도 있다.

### 9. 상품학과 상품화폐

상품을 연구대상으로 하는 학문의 상품학(商品

學: commodities, science of merchandise)이다. 상품학은 상품의 생산·배급·소비에 이르는 각 사항을 경제적 및 기술적 입장에서 연구한다. 그런데 상품의 원료·제조법·성질·용도·품위(品位)결정·저장·운반·생산액 등 연구할 대상이 매우 광범위하기 때문에 상품학은 경제학·상학(商學)뿐 아니라, 물리학 등의 기초과학 및 공학·농학 등의 응용과학의 지식이 필요하다.

화폐중 그 자신이 상품이고 소재가치(素材價值)를 가지고 있는 것을 상품화폐(商品貨幣: Commodity money)라고 한다. 물품화폐·화물화폐·자연화폐라고도 한다. 신용화폐(信用貨幣; 表券貨幣: Credit money)의 대(對)이다. 화폐 생성의 문제에 있어 자연경제에서 화폐경제의 추이(推移)의 과정을 합리적으로 보는 입장은 쌍방적 유통(雙方的流通; 物物交換)의 불편을 완화하기 위하여 발생하였다고 본다. 이 통설에 대하여 화폐의 기원을 권력자에 대한 희생, 공권과 같은 일방적 유통에서 구하여 화폐는 교환에 앞서서 존재하였다고 보는 입장도 있다. 케인즈(J. M. Keynes)에 의하면 이것은 <자유로이 획득할 수 있는 비독점적인 1의 특수한 화물의 현실적 단위로 구성되어 그 화물은 우연히 화폐의 보통의 목적 때문에 선정된 것이나 그 공급은 희소성(稀少性: scarcity)과 생산비에 따라 지배되는 것>이다. 이와 같은 화폐가 될 화물은 사정에 따라 다르며 식량품·피복품·장식품·가축 등이다.

### 10. 상행위의 뜻

거래행위 중 영리성(營利性: profitability)이 있으며 신속성·비개인성·집단성이 요구되는 행위를 상행위(商行爲) 혹은 상활동(商活動: commercial activity)라 한다.

상법상으로는 다음 세가지로 나눈다.

첫째, 영리적인 동산(動産)·부동산·유가증권의 매매, 거래소의 거래, 어음행위 등 객관적으로 위의 여러 성질을 명백히 구비한 절대적 상행위,

둘째, 거래행위중에서 영업으로서 이루어지는 경우에 상행위가 되는 영업적 상행위,

셋째, 상인이 그 영업을 위하여 하는 부수 및

부속적 상행위.

상행위의 대리위임 계약의 성립, 다수의 채무자가 있는 경우 상사보증인(商事保證人)의 상(商)책임, 이자, 법정이율, 상사시효(時效), 상사유치권(留置權)·유가증권 등에 관하여는 민법의 규정외에 상법의 특별 규정이 있다. **전안**

### 전기용품 표시에 관한 규정 안내

전기용품안전관리법 시행규칙 제18조에 의한 1종 및 2종 전기용품 제조 및 수입판매업자는 전기용품의 표시에 관한 규정(공업진흥청고시 제92-254호, 개정 '92. 6. 4)에 의하여 표시사항을 제품에 표시하도록 되어 있습니다.

그러나 전기용품 사후관리시 일부 전기용품의 표시사항이 동 규정에 부적합한 사례가 발생되어 소비자의 불만을 야기 시키고 있습니다.

따라서 전기용품 제조 및 수입판매업체에서는 전기용품안전관리법에 의한 표시사항을 준수하여 불이익을 당하지 않도록 업무에 참고하시기 바랍니다.

#### 〈주요표시위반사례〉

- 제조년월 미표시
- 정격소비전력 미표시
- 상 미표시(정격전압 110V 초과제품)
- 옥내용 구분 표시
- 한글 미표기
- 어스용의 뜻 미표시 등