

## 유통산업의 경쟁촉진을 위한 규제개혁 방안

김성철\*

### 목 차

- I. 문제의 제기
- II. 유통환경의 변화와 유통구조
- III. 유통산업의 규제개혁과 경쟁구조
- IV. 유통산업의 규제개혁 방향
- V. 결론

### I. 문제의 제기

최근 몇 년간 유통산업은 규제개혁과 시장개방의 영향으로 커다란 변화를 겪게 되었다. 규제개혁은 그동안의 불필요하고 비합리적인 정부개입을 줄이거나 진입장벽을 제거하여 경쟁을 촉진시키고, 영업활동의 장애요인이 되었던 법·제도를 개선시키는 계기가 되었다. 유통시장의 완전개방은 국내외 대형 유통업체의 시장진입을 확대하여 품질·가격, 점포시설, 서비스 등의 경쟁을 촉진시키는 전환점이 되었다.

그러나 비교열위에 있어 가격이나 부대시설, 서비스면에서 경쟁을 할 수 없는 중소 유통업체들은 상권축소는 물론 존폐까지도 위협 당하게 되었다. 또한 자금력이 풍부한 유통업체는 업태내 및 업태간의 동적인 경쟁과정에서 독과점적 시장지배력을 활용하여 가격담합을 하거나 타업체의 영업부문을 흡수하는 등 지역과점의 폐해를 유발시키고 있다.

이제 이러한 부작용을 최소화하고 공정한 경쟁분위기를 조성하기 위해서는 유

\* 충남산업대 교수

통업체의 자구노력도 중요하지만 그동안의 규제개혁을 총체적으로 검토하는 것이 매우 중요하다. 유통업체간의 형평성을 고려한 규제개혁, 공급자보다는 소비자 위주의 규제개혁, 과당경쟁보다는 유효경쟁(김성철, 1995) 차원의 규제개혁, 외국 유통제도와 조화를 이루는 규제개혁 등이 제대로 진전되고 있는지를 검토할 필요가 있다. 또한 규제개혁시대에 유통업체가 스스로 고비용·저효율의 유통구조를 개선하기 위해선 어떠한 전략이 필요한지를 살펴보도록 하자.

따라서 본 연구에서는 유통시장이 완전 개방되고 규제개혁이 본격화되는 시대를 맞이하여 유통산업이 처한 환경과 그동안에 시행된 규제개혁의 실상을 살펴본 다음 이에 따른 시사점, 규제개혁의 방향, 유통업체의 자구전략 등을 하나 하나 제시해 보고자 한다.

## II. 유통환경의 변화와 유통구조

### 1. 유통환경의 변화

최근 들어 유통환경은 크게 변화되고 있다. 유통업체들은 규제개혁의 진전, 유통시장의 완전개방, 유통정보화의 진전, 소비자중심사회의 도래, 소비패턴의 변화, 글로벌시장의 출현 등으로 치열한 경쟁환경에 직면하게 되었다.

첫째, 유통산업에 대한 정부규제는 불필요한 행정비용을 증대시키고 자원배분을 왜곡시켰을 뿐만 아니라 유통업체의 효율성과 생산성을 떨어뜨려 왔다. 그래서 유통활동에 대한 영업규제·개설규제·입지규제·조세규제·금융규제 등이 완화되고, 제조업에 대한 차별조치가 철폐되고 있다.

둘째, 1989년부터 시작된 유통시장의 단계적 개방은 1996년 1월에 마무리되었다. 그 결과 외국인 투자의 허용범위가 확대되거나 점포수 및 점포당 매장면적 제한이 완전철폐 되었다. 1989년 이전에는 기술도입 및 도매업 투자폭 확대, 외국지사예 대한 점포수 및 매장면적 제한 완화 등의 조치가 일부 시행된 바 있었다.

셋째, 유통정보망의 확대에 따른 유통정보화의 진전은 서류거래의 필요성을 약화시켰다. 유통정보화의 진전은 수발주업무나 거래처 관리, 재고과약 및 주문처리 등의 효율성을 높이는데 큰 기여를 하게 되었다. 이미 실용화단계에 있는 유통정보화의 수단(田鳥義博, 1994)으로는 POS, EDI, CALS, EOS 등을 들 수 있다.

넷째, 소비자중심사회가 도래하면서 소비자의 권익이나 선택권이 보호되는

유통전략이 더욱 중요시 되고 있다. 그동안의 공급자위주의 유통전략은 소비자의 권익향상이나 후생수준을 높이지 못하여 소비자를 구매력의 평가도구로만 이용하여 왔다. 그러나 이제 소비자들은 각종 의사결정에 직접 참여하게 되었고, 결집된 힘을 이용하여 가격, 안전성, 품질 등에 대한 대항력을 키워나가고 있다.

다섯째, 총체적 편의성을 추구하는 소비자가 늘어나고 있다. 이는 소비패턴의 다양화, PC통신이나 인터넷을 통한 통신판매, 자동차 보급증대에 따른 원거리 쇼핑 등에 힘입은 것이다. 과거처럼 찾아오는 고객만을 상대하던 수동적인 유통전략보다 공격적인 마케팅전략이 더 중요해지고 있다.

여섯째, WTO의 출범에 따른 경제적 국경의 철폐화로 글로벌시장이 출현하면서 국가간을 전산시스템으로 연결하는 국제유통시스템이 발전되고 있다. 국제유통시스템의 구축은 글로벌 정보통신네트워크의 구축, 현지화전략 및 현지광고, 글로벌마케팅의 확대와 같은 글로벌경영전략을 더욱 강화시키는 계기가 되었다.

일곱째, IMF구제금융시대가 되고 일부 유통업체들의 자금조달이 어려워지면서 영업활동이 크게 위축되고 있다. 자기자본 없이 신용대출에 의존하여 영업활동을 해오던 일부 유통업체들은 부도나 도산 위험에 직면하게 되었다.

## 2. 유통산업의 구조

우리 나라의 유통산업은 총 GDP의 11.2%(1996년), 고용인구의 25.2%를 점유하고 있다. GDP에서 차지하는 제조업 및 농림수산업 비중이 줄어들고, 도·소매업 비중은 늘어나는 추세를 감안하면 경제발전에서 유통산업의 중요성은 더욱 커지고 있음을 알 수 있다. 유통산업은 전통적으로 비숙련 노동력이나 여성인력과 같은 가족노동력이 파트타임이나 교대제로 근무할 수 있는 가정친화적인 산업이었으나 지금은 전문인력 없이는 성장할 수 없는 산업이 되고 있다. <표 1>을 보면 유통산업이 GDP에서 차지하는 비중(1993)은 선진국에 비해 낮지만 총고용에 대한 비중은 매우 높고, 종업원당 매출액은 미, 독 등 선진국에 비해 낮다. 따라서 종업원당 매출액이나 GDP에 대한 비중면에서는 발전 가능성이 높은 산업이라 할 수 있다.

우리 나라의 유통산업 특징은 과밀성 및 영세성, 저생산성 및 비효율성, 선진국에 비해 짧은 유통경로, 무자료 거래관행 등으로 설명되었다. 그래서 고비용·저효율의 유통구조를 보여 주었으나 신업체 및 대형업체가 등장하면서 양극화현상을 보여주게 되었다. 신업체들은 단일 점포형태에서 다수의 점포망을 갖는 대규모 체인형태나 가전취급점과 같은 전문판매점으로 확대되면서 영업성과가 크게 개선되는 등 양극화현상이 더욱 뚜렷해지고 있다. 최근에 나타나는 몇 가지 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 영업환경면에서 본다면 유통업체들은 낙후된 시설, 정보네트워크화 및 물류인프라의 미비, 무계획적인 입지, 전문인력 부족 등으로 열악한 환경 하에 있었다. 유통구조면에서 보면 전근대성(생계유지형), 영세성(종업원 규모), 과다성(인구비례에 따른 도·소매점 밀집도) 및 복잡성 등의 특징을 보여 주었다. 시장행동 면에서 본다면 대기업에 의한 수직적 유통지배 및 유통계열화(전매점, 대리점, 불입제, 리베이트제, 재판매가격유지), 조직화 및 협업화의 부진, 무자료 거래관행 등의 성격을 보여 주었다. 그래서 대부분의 유통업체들은 유통성과 면에서 고비용, 저효율, 저생산성, 과당경쟁의 특징을 보여 주었다.

<표 1>주요국의 유통산업 현황

항목 국가명	GDP 비중(1993)	총고용에 대한비중 (1993)	총고용의 소매업 비중(1990)	인구만명당 소매점수 (1990)	소매점당 고용인수 (1993)	종업원당 매출액 (미국=100)
미국	15.7	15.5	11.4	79	6.6	100.0
일본	12.5	18.4	10.4	132	4.2	70.7
독일	7.8	11.3	8.3	85	4.4	100.7
프랑스	12.2	13.8	9.3	97	3.8	94.8
이탈리아	15.3	19.3	10.3	171	2.4	72.3
영국	12.8	17.1	11.3	81	6.5	77.6
캐나다	10.0	16.4	12.4	80	7.1	66.7
호주	17.9	20.8	13.1	90	6.7	60.1
덴마크	10.7	10.8	7.8	100	3.9	68.6
그리스	9.6	15.5	9.3	184	1.8	62.2
한국	11.7	22.0	-	166	2.0	68.1
포르투갈	14.1	13.2	9.8	192	2.0	52.8
스위스	14.7	13.9	10.6	83	6.8	78.8

자료 : OECD, The Eco-Wide Effects of The Regulatory Reform, 1997

둘째, 유통활동 성과는 대형업체와 중소기업체별로 큰 차이를 보여 주었다. 이는 대형 유통업체들이 넓은 매장 및 다양한 상품진열로 소비자를 점포 내로 유인할 수 있는 공간을 확보하거나 셔틀버스를 운행하여 상권을 확보하는데 반해, 중소기업체는 주차시설 및 편의시설 부족 등으로 고객을 유치하지 못하기 때문이다. 그리고 중소 유통업체는 유통전문가의 부족, 생계유지형 소규모점포의 난립, 비효율적인 재래시장 운영(시설낙후, 영세운영) 등으로 생산성이나 존립기반이 매우 취약한 실정이었다. 또한 중소 유통업체는 이미 보편화되고 있는 POS, UPC(universal product code) 등 유통정보망 구축이 미흡할 뿐만 아니라 유통정보의 이동이나 상호공유시스템이 안되어 생산성 향상에 장애요인이 되고 있다. 일부 중소 유통업체인 경우 건전한 소매활동보다는 부동산투자·유희 부

도산 활용과 같은 목적으로 유통업체를 운영하고 있어 생산성이나 경영효율을 낮추는 요인이 되고 있다.

셋째, 업태별 성장세를 보면(전원재, 1996) 전통적인 유통업체들은 정부의 조직화지원에도 불구하고 불황이 지속되어 퇴출율이 높아지고 있는 실정이다. 재래시장은 도시개발 및 유통근대화에 따라 퇴출하거나 타업종·타업태로 전환되는 중이고, 슈퍼마켓은 소형점포는 쇠퇴하고 대형점포는 현상을 유지하는 정도이다. 백화점은 할인업태와의 경쟁심화에 따라 일부매장은 쇠퇴기에 진입하거나 구조조정을 준비하고 있고, 할인점은 종합할인점 및 전문할인점으로 성장하고 있다. 대형전문점과 고급전문점은 성장추세에 있으며, 편의점은 업종별 전문화 및 세분화(일반점·사무점으로 분화 및 차별화)로 외형적인 확대보다 수익성을 높이는데 주력하고 있다. 할인신업태는 제조업체 중심의 유통구조, 부지확보의 제약, 운영시스템의 미비 등에도 불구하고 저가격·고회전전략으로 빠른 성장률을 나타내고 있다. 무점포판매는 편의성·입지성·다양성 등의 장점을 활용하여 다소 호조를 보이고 있다.

넷째, 규모의 경제측면에서는 중소 유통업체가 연쇄화사업 지정요건이 완화되었음에도 불구하고 조직화·협업화가 부진하여 공동구매·공동창고·공동머천다이징·공동점포 운영과 같은 대규모 거래의 경제성을 살리지 못하고 있다. 중소유통업체가 규모의 경제나 범위의 경제, 또는 주위의 영업여건을 활용하는 외부경제효과를 증대시키려면 연쇄화·조직화가 잘 되어야 하나 당사자간의 이해대립으로 진전이 안되고 있다. 또한 신속한 배달, 고품질 및 저렴한 가격, 최소구매단위(lot size) 및 다양한 상품구색, 주문 후 대기시간 단축과 같은 전략들이 전문인력 부족 및 자금애로요인으로 인해 신속히 구축되지 못하고 있다.

다섯째, 제조업체가 배타적, 차별적 거래를 통해 유통업체를 지배하는 경우가 있다(오세조, 1997). 일부 제조업체는 유통업체에 대해 우월적 지위남용과 같은 불공정거래행위를 자행하거나 일정 지역 내에서 신규 유통업체의 진입을 제한하고 있어 제조업체와 유통업체간에 수직적인 공존공생관계를 구축하지 못하고 있다.

여섯째, 일부 유통업체의 무자료 거래관행은 POS시스템의 구축에도 불구하고 여전히 근절되지 않고 있다. 무자료 거래관행은 소규모 신용거래 및 낙후된 영업관행, 납세의무를 소홀히 하는 유통업체의 관습 등 제반요인이 복합적으로 작용하여 발생되고 있다. 무자료 거래관행은 세수를 감소시켜 유통산업에 대한 불신감을 조장하는 한편, 유통질서를 왜곡시켜 유통산업의 발전을 저해하는 요인으로 작용하기 때문에 근절되어야 한다.

일곱째, 유통경로 또는 유통우회도( $W/R = (Y_{ww} + Y_{wp} + Y_{wr} + Y_{wc} + Y_{wf})/Y_{rc}$ ,  $Y_{ww}$  : 도-도매 판매액,  $Y_{wp}$  : 도-제조업 판매액,  $Y_{wr}$  : 도-소매 판매액,  $Y_{wc}$  : 도-소비자 판매액,  $Y_{wf}$  : 도-해외 판매액)는 미국이나 일본에 비

해 짧은(1994년 기준의 W/R은 한국 1.14 : 1, 일본 3.59 : 1, 미국 2.03 : 1)것으로 나타났다(田村正紀, 1986; 風呂勉, 1972; 鈴木安昭·關根孝, 1994). 유통경로는 소매단계를 1단계로 가정하면 도매단계의 수에 의해 결정되고, 도매거래는 유통경로에 따라 수직적으로 여러번 발생할 수 있다. 우리 나라의 유통경로가 짧은 것은 전문도매점 역할이 미흡할 뿐만 아니라 제조업체 주도형의 유통구조를 반영하기 때문이라고 할 수 있다. 일본은 폐쇄적인 상관습으로 인해 유통경로의 우회도가 길어서 수입장벽이나 외국 유통업체의 진입을 막는 진입장벽으로 작용한다는 비판을 받고 있다.

### III. 유통산업의 규제개혁과 경쟁구조

#### 1. 유통 규제개혁의 이론적 배경

유통산업에서 규제개혁의 필요성은 공적규제의 비효율성(Bailey, 1981; Brock, 1983; Demsetz, 1971; Shepherd, 1984)과 관련된다. 공적규제에는 효율지향형 규제(경제적 규제)와 가치실현지향형 규제(사회적 규제)로 나눌 수 있다. 효율지향형 규제는 시장실패를 보완하여 경제적 효율성을 높이는 규제로 진입규제, 가격규제 등을 말한다. 진입규제와 가격규제(奥野正寛·小野善慶, 1989)는 시장기능에 의해서는 상품 및 서비스의 원활한 공급이나 적절한 가격수준이 확보되지 못할 경우 특정산업을 보호·육성하거나 중소기업을 보호하기 위해 행하는 규제이다. 가치실현 지향형 규제는 사회적 가치를 실현하기 위한 규제로 국민의 생명이나 건강을 보호할 뿐만 아니라 환경을 보호하여 공해 및 재해를 방지하고, 사회적인 약자를 보호하거나 공정성을 실현할 목적으로 강화되고 있는 규제이다. 여기에는 설비의 안전성이나 상품의 품질확보를 위한 기준 등도 포함된다.

가치실현 지향형 규제(速水保·山野邊義方, 1992)는 그 필요성이 점점 커지고 있지만 경제적 규제는 행정비용이나 규제의 비효율성이 많기 때문에 철폐해야 한다는 의견이 많았다. 다시 말해 경제적 규제는 시장기능의 불완전성을 보완하기 위해 개입한다는 전통적인 개념으로는 더 이상 설득력이 없어졌고, 그 효율성도 의문시되었다. 그래서 정부는 개입실패(鈴木良男, 1995)를 최소화하고 불필요한 행정비용을 줄이기 위해 경제적 규제 가운데 비효율적인 규제조치들을 완화하거나 개혁, 철폐하는데 노력을 기울여 왔다.

우리 나라에서는 효율지향형 규제수단으로 진입규제, 가격·물량규제, 영업규제, 입지·점포규제 등이 활용되었다. 예컨대 경쟁조정 및 수급조정을 위한 진입규제, 영업시간·휴일을 포함한 영업규제, 설비규제, 가격규제, 품질·안전규제 등이 있다. 법체계로는 도·소매의 영업활동과 관련된 법규, 공정거래에 관한 법

규, 특정 사업분야에 관한 법규, 중소기업에 관련된 법규, 유통시설의 건축에 관련된 법규, 환경보호에 관련된 법규 등이 있다. 항목별로는 대규모 소매점포에 관한 규제, 식품위생에 관한 규제, 주류판매에 관한 규제, 의약품 판매에 관한 규제, 도시계획에 관한 규제, 건축·소방에 관한 규제 등이 있다. 이러한 규제가운데는 최근 몇 년간 더욱 강화된 것도 있으나 규제완화, 규제철폐의 형태로 없어지는 것도 많았다.

선진국에서는 효율지향형 규제부문에서 많은 개혁이 이뤄졌으나(Pilat & Dirk, 1997; OECD, 1997; 柳孝一, 1992), 다음과 같은 것들은 오히려 강화되고 있다. i) 소비자 중심사회의 도래로 공급자 효율보다는 소비자후생이 우선시되고 있다. ii) 도시내의 대형점 출점은 도시교통 체증, 대기오염, 환경파괴 등의 문제를 야기하였다. 그래서 도시내입지나 교외입지나하는 문제가 발생했을 경우에는 환경보호나 도시계획법이 우선시 되었다. iii) 업체규모별 균형발전을 위해서는 형평성과 공존공영의 원칙을 반영하려 하고 있다. iv) 불공정행위나 지역과점의 폐해에 대해서는 공정거래질서를 확립하고 폐해를 최소화하는 방향으로 규제개혁이 이뤄지고 있다. 예컨대 부당광고, 부당 할인판매, 부당 고객유인행위 등 시장질서를 어지럽히는 시장행동과 소비자물가를 상승시키는 지역과점의 폐해(石原武政, 1994)에 대해서는 이를 철저히 제거하는 방향으로 규제개혁이 이뤄지고 있다.

&lt;표2&gt;주요국의 대형점출점규제 현황

	규제목적	규제대상	규제방법
미국	- 주민의 안전·건강·윤리·복지(환경·교통·경관)	- 대규모 소매시설은 허가된 지역에서만 개발이 가능 - 일반적인 지역규제와 개발행위의 허가	- 지역조례에 의한 토지용도 규제
영국	- 비계획화의 방지 - 중심상가의 쇠퇴 방지	- 건물의 용도를 변경하는 등의 개발 행위 - 교외형 대형점(정부의 방침에 따른 지자체의 지도)	- 도시계획에 의한 입지 제한
프랑스	- 중소소매상의 보호 - 업태간 경쟁촉진 - 도시계획과의 조화	- 점포의 신설 · 인구 4만명 이상의 시읍연면적 3,000m <sup>2</sup> 초과, 매장면적 1,500m <sup>2</sup> 초과 · 4만명 미만의 시읍 연면적 2,000m <sup>2</sup> 초과 또는 매장면적 1,000m <sup>2</sup> 초과 - 점포의 증축 : 200m <sup>2</sup> 이상 - 점포의 개축	- 건축허가 - 현지사에게 건축허가 신청
벨기에	- 대형점 규제 - 도시계획과의 조화	- 점포의 신설 · 인구밀집지역 : 연면적 3,000m <sup>2</sup> 초과 또는 매장면적 1,500m <sup>2</sup> 초과 · 기타지역 연면적 1,000m <sup>2</sup> 초과 또는 매장면적 750m <sup>2</sup> 초과 · 점포의 증개축	- 건축허가
독일	- 도시계획과의 조화 - 중소소매상 보호는 포함되지 않음	- 소매점포 신설 건설연면적 1,200m <sup>2</sup> 이상, 매장면적 800m <sup>2</sup> 이상 - 현금거래 도매업점포(소비자 판매비율 10% 이상)	- 출점지구의 허가는 중심지구와 쇼핑센터 및 대형점지구 에 한함

< 표 2 >에서 주요국의 대형점 규제를 보면 미국, 독일 등은 주민의 안전과 환경보호, 교통질서 확립 등을 우선시하고 있고, 프랑스는 업태간 경쟁촉진과 중소 유통업체의 보호가 우선시되고 있다. 미국과 영국은 매장규모에 대해 상한선 규제가 있으나 이는 독점규제에 목적이 있는 것이 아니고 도시계획이나 자연녹지를 활용하기 위한 차원에서 시행되고 있다(Muller-Hagedorn, 1995). < 표 3 >의 주요국 경품제한 규정을 보면 일본은 일정총액 이내에만 허용하고 있고, 미국은 아무런 제한이 없음을 알 수 있다. < 표 4 >의 개점시간 규제를 보면 미국, 그리스는 규제가 없는 반면, 독일, 이탈리아는 규제가 있으며, 일본, 영국 등은 부분규제가 있음을 알 수 있다. 다만 선진국들은 개점시간이나 경품제공 규



제 등을 불공정행위 근절이나 공정경쟁 촉진차원에서 강화하고 있고, 동 규제는 통상 법률에 근거를 두고 있지만 행정지도나 시행령을 통해 이뤄지는 경우도 많다.

<표 3> 주요국의 경품제한 현황

		일본	미국	프랑스	독일
현상	공개	상금액 제한	제한 없음	제한 없음	제한 없음
	폐쇄	일정액 이내 허용	금지	금지	금지
총액		일정액 이내 허용	제한 없음	소액 허용	소액의 선전 상품 제외한 금지
사업자에 대해		제공방법·대상품목 에 의해 제한	제한 없음	제한 없음	원칙금지

자료 : 일본 공정거래위원회회사무국(1996), 독점금지간담회자료집에서 수정

<표 4> 주요국의 개점시간 규제현황

국별	개점시간 규제 형태	지역규제	주간(8 am~24 pm) 개점시간(1990)
미국	UNR	PAR	112
일본	PAR	REG	-
독일	REG	REG	68
프랑스	PAR	PAR	-
이탈리아	REG	REG	66
영국	PAR	PAR	67
벨기에	PAR	PAR	73
핀란드	REG	REG	80
덴마크	REG	REG	63.5
그리스	UNR	UNR	112
네덜란드	PAR	REG	84

자료 : OECD(1997). 여기서 UNR는 unregulated, PAR는 partly regulated, REG는 regulated임.

## 2. 유통 규제개혁의 평가와 경쟁구조

### 2.1 규제개혁의 평가

1993년부터 1997년 6월까지 시행된 유통 규제개혁의 건수는 119건 가운데 28건이고, 6건은 협의 중에 있으며 수용이 안된 과제는 85건이다(전경련, 1997). 경쟁촉진과 관련해서는 특수매장에 대한 부가세면세 폐지, 도·소매업의 진입규제 완화, 대형점·도매센터 개설허가, 구비서류의 간소화, 할인특매기간과 특매품목의 확대 등이 완화되었다. 그러나 < 표 5 >를 보면 대규모 소매점 개설 인허가절차 및 활동제한, 준공업지역내 판매시설 규제, 입지에 대한 토지관련법 규제 등은 여전히 개선이 안되고 있다. 또한 제조업 위주의 성장정책에 밀려서 차별을 받아 왔던 상업차관·외화대출규제, 전기료 차등적용 등은 여전히 철폐가 안되고 있다.

규제개혁은 시장개설허가의 완화, 점포수 및 매장면적 제한의 철폐 등을 중심으로 진전되어 진입규제가 완전히 철폐된 것이라고는 볼 수 없다. 특히 시장실패가 존재하거나 시장메커니즘이 활성화되지 못한 상태에서 규제개혁이 이뤄지다 보니 시장지배력을 갖고 있거나 자금력이 풍부한 유통업체 중심으로 거래질서가 형성되게 되었다. 특히 지역과점에 의한 거래질서의 형성, 영세업체의 난립과 과당경쟁, 불공정 거래관행의 심화, 유통질서의 혼란과 같은 부작용이 나타나게 되었다. 이는 규제개혁조치들이 체계적인 이론분석이나 실증적인 검토 없이 로비력이 강한 업체의 애로요인을 해소한다는 수준에서 단기간에 급속하게 이뤄진 데 따른 것이다. 따라서 이에 대한 몇 가지 문제점을 살펴보고 그 해결책을 제시해 보고자 한다.

첫째, 일부 대형 소매상들은 수직적인 통합과 인수합병으로 시장점유율이 높아지면서 지역과점 문제가 새로운 쟁점으로 등장하고 있다. 그래서 전통적인 생계형 점포의 생존은 불가능해지는 반면, 과점형 신업태는 상권을 급속하게 확대시키게 되었다. 따라서 무분별한 인수합병에 따른 과점형 유통업체의 시장지배력을 근거로 한 불공정경쟁이나 경쟁 제한적인 행위를 근절시키는 방안을 마련해야 한다.

둘째, 유통업체간의 수평·수직거래과정에서는 우월적 지위 남용과 같은 불공정거래행위를 근절시키는 방안이 마련되어야 한다. 불공정거래행위는 거래당사자간에 유통비용을 전가시키는, 다시 말해 시장메커니즘에 의해서 결정된 가격이나 유통비용의 분담관계를 유통지배력으로 수정하려는 행위이다. 유통업체가 유통경로의 각 단계에서 유통지배력을 행사하여 비용부담을 전가시키려는 것을 유통경로상의 불공정거래행위라고 할 수 있으므로 이에 대한 저지방안이 보강되어야 한다.

< 표 5 > 잔존 규제의 문제점

규제수단	규제항목	규제내용 → 개선방안(경쟁촉진차원)
진입규제	· 대규모소매점 개설 인·허가절차	· 교통영향평가·수도권정비심의위원회의 심의로 지연 → 도시계획과 조화를 이루나 심의기간 단축해야 · 개별법으로 인허가기간 및 법정소요시간 지연(제출서류 204건, 44개법률, 소요시간 700여일) → 행정비용 제거차원에서 시간 및 제출서류를 단축해야
영업규제	· 대규모소매점 활동제한 · 상품권 판매제한 (백화점 상품권에 대한 위탁판매 금지) · 주류의 이동판매요건 · 단순의약품 판매금지 · 무료셔틀버스 운행제한 · 일반주거지역내 판매시설 면적제한, 주차장 설치기준	· 인근업체의 이익 침해시 지자체장이 휴일, 영업시간, 쇼핑버스 운행 등에 대해 제한 → 자율화 필요 · 소비자가 해당업체의 본·지점까지 직접 방문 → 소비자후생 우선 → 판매제한 불필요 · 영업활동 위축, 물류비 증가 → 요건 완화해야 · 일용의약품의 편의점, 슈퍼의 판매금지 → 단순의약품은 판매 허용해야 · 도심교통 체증유발, 주민불편 → 운행제한 불필요 · 1,000m <sup>2</sup> 의 면적제한, 중소기업의 경쟁력 약화요인 → 도시계획과 조화가 필요하나 면적제한 무의미
입지·점포규제	· 자연녹지내 대형할인점 출점시 규제 · 준공업지역내 판매시설 규제(품목 및 용도제한) · 체인사업자의 토지확보 제한 · POS도입장에 대한 부가가치세 공제 미비 · 기술개발지원 미비 · 납세의무자의 감사 테이프 보존의무	· 토지형질 변경 및 건폐율 규제, 인근지역 도·소매업자의 동의기준을 받아야 → 진입장벽이므로 제거해야 · 주거기능 강화로 비효율적인 공업기능 → 진입제한 불필요 · 유통산업발전법으로 배송차량의 주차장과 상하차용토지의 택지취득 허가대상에서 제외 → 개선 필요 · 부가세신고액에 대한 세제혜택 없고, 오히려 세제상 불이익 → 유통산업근대화 촉진차원에서 세제혜택 · 기술개발준비금 적립대상에서 제외 · POS시스템으로 자료보관은 이중비용 → 정보화시대에 이중보관은 불필요
차별대우	· 상업차관, 외화대출규제 · 비업무용 토지유예기간 · 물류센터 건립시 세제감면 제외 · 전기료 차등적용	· 상업차관이나 외화대출 용자가 제조업체 위주로 허용 · 대규모소매점 개설허가시 비업무용토지유예기간 제한, 실질적인 심의기간보다 짧아→심의기간 현실화해야 · 배송단지시설, 화물터미널 용도로 농업진흥지역 이외의 농지를 전용할 경우 감면되나 물류단지는 제외 · 전력사용량이 많은 식품매장의 전력사용 혜택 없음 → 차별조항은 경쟁촉진 차원에서 철폐 바람직

셋째, 제조업체가 유통업체에 대해 행하는 유통계열화의 정도에 대한 가이드라인이 제시되질 못했다. 제조업체는 도매점에 대해 수직통합을 행하거나 도매

계열화를 추진하였고, 소매업체에 대해서는 수직통합보다 대리점제, 위탁판매, 리베이트제와 같은 차별적인 역학(differential power dynamics)으로 지배하려 하였다(Posner, 1975). 이러한 유통계열화가 효율적으로 시행되면 사회적 분업에 의한 이익의 증진, 유통경로의 정비·단축화, 대량수송의 가능, 재고관리의 합리화 등에 의해 유통비용을 절감할 수 있다. 그리고 상품정보, 소비자기호의 변화 등에 대한 정보가 효율적으로 전달되어 계획생산·판매의 확대, 유통전문인력에 의한 판매, 충실한 AS나 품질관리 등이 가능하다. 반면 유통계열화는 소비자의 정보취득 기회를 제한함으로써 소비자의 다양한 선택기회를 줄이게 된다. 또한 판매업자간의 경쟁제한에 의해 가격이 경직화되거나 과도한 판매촉진비가 소요된다. 따라서 제조업체의 유통업체를 상대로 하는 유통계열화의 문제에 대해 손익을 분석할 수 있고 경쟁을 촉진할 수 있는 효율적인 가이드라인을 설정할 필요가 있다.

넷째, 유통산업은 그동안 과소비의 원인 가운데 하나로 인식되어 금융·조세 면에서 제조업체에 비해 불리한 대우를 받아왔다. 그러나 이제 유통산업은 산업 발전에서 중요한 역할을 하게 되었으므로 자금조달이나 토지판정, 전기료 등의 차별적인 조치는 철폐해야 한다.

## 2.2 유통산업의 경쟁구조

규제개혁과 시장개방의 영향으로 나타나는 유통산업의 경쟁구조는 다음과 같다. 이를 보면 부정적인 면도 나타나고 있으므로 규제개혁의 방향과 가이드라인을 정확히 제시할 필요가 있다.

첫째, 동일형태의 업체내 경쟁(intra-type competition)보다 상이한 형태의 업체간 경쟁(inter-type competition)이 더욱 치열해지고 있다. 유통산업은 타업종과 달리 진입장벽과 퇴출장벽이 낮다고 할 수 있다. 그래서 국내외 대형 유통업체들이 막강한 자본력과 정보력, 경영기법을 바탕으로 자유롭게 시장에 진입하고 있다. 이러한 업체들은 도시근교 공간의 변형 및 상권의 재편성에 능동적으로 대처함은 물론 유지 가능한 경쟁우위를 확보하기 위해 다점포 경영이나 인수합병(M&A)을 추진하고 있어 대형업체간의 경쟁도 가속화하고 있다.

둘째, 소비자의 구매력 확보, 시장정보의 교환 등이 경쟁우위의 원천이 되면서 전방통합보다는 후방통합이 증가하게 되었다. 제조업체가 유통업체를 통합하는 전방통합보다는 도·소매상이 제조업자의 활동을 직접 통제하거나 계열화하는 후방통합이 두드러지고 있다. 유통 고유의 전통적 거래단계인 중층적 거래구조(제조업자와 도·소매상의 거래, 도·소매상간의 거래, 도·소매상과 소비자간의 거래와 같은 다단계 거래)가 무너지고 대형 유통업체가 소비자를 직접 상대하는 경우가 많아지고 있다.

셋째, 유통시장 내에 선발자의 우위성이 줄어들고 새로운 마케팅전략으로 무장한 신입태의 우위성이 증대되면서 기존 상권이 신입태를 중심으로 재편성되고 있다. 전통적인 유통업체의 부가가치 창출기능은 상품의 효율적 진열, 상품선택의 폭, 시간·장소의 편의성, 고객센터 등이었다. 그러나 고객센터, 상품폭 등이 멀티미디어, PC통신, 유선방송(CATV), CD-ROM 등의 보급과 무점포 소매점의 확대로 더욱 중요해지고 있다.

넷째, 유통경로에서는 소매기능의 강화와 중간상인의 과다에 따른 비효율성 증대로 제조업자나 소매상이 도매상을 배제하려는 경향이 강해졌다. 이는 도매상보다도 소매상기능이 더욱 고도화되고 다양화되는 데 따른 것이지만 외부환경면에서도 소비자 욕구 및 수요가 다양화·고도화되고 있을 뿐만 아니라 산업구조가 고도화되고, 정보화 및 하이테크화, 고부가가치화가 진행되는 데 따른 것이다. 특히 소매상은 가격결정권을 위임받는 오픈가격제(open price system)로 판매에 능동적으로 대처할 수 있게 되었고, 금융위험 대처기능인 위험풀링(risk-pooling), 위험분산(risk-spreading), 위험분담(risk-sharing)기능을 스스로 강화시키면서 도매상 의존체질에서 벗어나고 있다.

다섯째, 일정 지역 내에서는 소매업체간의 상호경쟁이 치열해지면서 그에 따라 과당경쟁이나 중복투자와 같은 부작용도 많이 나타나고 있다. 일부 지역내에서는 소매업체가 밀집되고 고객확보를 위한 치열한 경쟁이 이뤄지면서 점포시설, 진열품목, 서비스 등에서 개선이 되고 있지만, 과당경쟁 및 과당광고 등 부정적인 요인도 많아지고 있다. 또한 부당세일 및 보복적인 가격인하, 경품이나 초대권 남발 등 유통질서를 어지럽히는 현상도 나타나고 있다.

## IV. 유통산업의 규제개혁 방향

### 1. 유통 규제개혁의 방향

유통 규제개혁의 목적은 유통활동 고유의 애로요인을 제거하여 재화 및 서비스의 이전과정에서 부가가치를 높이는 것이지만, 무엇보다 유통업체간의 경쟁을 촉진시켜 수요자 후생을 증대시키는 것이 필요하다. 그러므로 유통 규제개혁은 개입실패의 최소화, 진입제한 철폐, 자연독점 및 독과점 방지(Panzar, 1977), 외부경제효과의 극대화, 생산성·효율성 경쟁 등 경쟁원리를 극대화하는 차원에서 시행되어야 한다.

만약 유통업체가 경쟁 제한적인 지역과점이나 우월적 지위에 있어 소비자의 후생을 증대시키지 못하고 시장 내에서도 경쟁 제한적인 행위를 한다면 진입확대를 통해 경쟁을 촉진시켜야 한다. 다만 시장메커니즘에만 의존하는 진입촉진 정책은 시장실패로 인해 기존업체의 기득권만을 보호해 줄 수 있으므로 피해업체의 상대적 불이익을 제거해 주는 방향으로 진입확대가 이뤄져야 한다.

그동안에 진입규제의 철폐가 논란이 많았던 것은 기존업체와 진입하려는 업체간에 이해관계가 상충되었기 때문이다. 기존업체들은 과당경쟁과 중복투자의 논리를 들었고, 진입하려는 업체들은 공정경쟁의 원리를 내세웠다. 과당경쟁의 논리로 진입규제를 유지해야 한다는 업체들은 시장규모가 크지 않은 상황에서 영세기업들이 과다하게 존재하게 된다면 과다시설뿐만 아니라 공급과잉으로 도산하는 등 사회경제적으로 피해를 주게 되어 경쟁으로부터 얻는 이익보다 경쟁으로 인해 발생하는 손실이 더 커지게 된다고 하였다. 반면, 진입규제를 완화해야 한다는 업체들은 우리 나라의 경우 진입규제가 많기 때문에 신규사업을 할 때 불필요한 행정비용이나 시간 및 인력낭비가 많고 업체간 경쟁이나 신규업체와의 경쟁을 촉진시키지 못하게 되어 결과적으로는 소비자의 후생을 떨어뜨릴 수 있기 때문이라고 한다. 그러나 진입규제로 기존업체들이 경쟁의 압력으로부터 보호되어 독과점적 이익을 누려왔다는 평가가 있을 때는 이러한 논리가 설득력을 잃게 된다. 소비자 중심사회에서는 과당경쟁이나 중복투자의 논리가 소비자후생을 증대시키는 경쟁촉진의 논리보다 앞설 수 없다. 경쟁촉진여건으로 유통업체의 자율성이 보장되는 대신 업체간의 자율경쟁에 따른 결과는 승복해야 한다. 다시 말해 진입규제의 철폐에 따른 경쟁촉진이 효율적인 업체에게는 성장의 기회를 비효율적인 업체에게는 도태의 기회가 되지만 장기적으로는 유통산업의 구조개선 및 경쟁력 증대, 소비자후생의 증대 등 긍정적인 이점이 있음을 인식할 필요가 있다. 따라서 다음과 같은 규제개혁이 필요하다.

첫째, 유통 규제개혁의 성과를 평가하려면 종합적인 분석이 이뤄져야 한다. 시장구조면에서는 독과점형인가, 경쟁형인가를 파악한 다음 마케팅 및 광고와 같은 유통행동에서 불공정행위 여부를 파악하고 유통능률과 유통생산성으로 표현되는 유통성과와 소비자후생 등을 분석해야 한다. 규제개혁의 목적도 소비자우선이나, 공급자의 효율 우선이나에 따라 달라질 수 있으므로 규제개혁의 방향과 목적의식을 명확히 할 필요가 있다.

둘째, 유통활동의 경쟁을 제한하는 법·제도는 경쟁촉진이라는 관점에서 개선할 필요가 있다. 규제개혁이 유통 자체에 국한하는 것보다는 유통산업을 둘러싸고 있는 제반 법규정, 예컨대 건설도시계획법, 소비자보호법, 공정거래법 등 관련 법규정에서의 규제개혁도 함께 이뤄져야 한다. 또한 환경보호나 도시계획에 저촉되지 않는 개설규제(개설절차·영업허가)나 입지규제(토지·건축) 등은 공정경쟁의 촉진차원에서 철폐하고, 제조업 위주의 성장정책에 밀려서 겪는 차

별적인 규제(토지, 건축, 세제, 영업 등에서)나 상업차관 및 외화대출 규제와 같은 금융규제는 철폐되어야 한다.

셋째, 규제개혁은 로비력이 강한 대형업체 중심으로 이뤄지기보다 형평성·공평성의 원칙에 입각하여 중소 유통업체도 함께 발전할 수 있는 차원에서 이뤄져야 한다. 중소 유통업체에 대해서는 자생력이나 경쟁력을 강화시켜 경쟁기반을 마련해 준다는 차원에서 점포시설, 조직화·공동화·협업화, 공동창고, 유통정보화, 노동환경 정비 등에 대한 지원을 지속해 나가야 한다. 다양한 유통업체의 출점을 제한하는 토지나 건축관련 규제는 공정경쟁을 촉진한다는 입장에서 도시계획에 저촉되지 않는 한 철폐되어야 한다.

넷째, 유통시설을 건립하거나 건물을 임대할 경우 복잡한 인·허가절차, 관련서류의 과다 등은 유통산업의 발전을 저해하고 있으므로 관련서류의 제출을 더욱 간소화해야 한다. 행정기관은 민원인의 입장에서 심의절차를 간소화하고, 불필요한 인·허가절차를 철폐해야 한다. 다만 모든 것을 한꺼번에 폐지하는 것보다는 허가에서 등록으로, 승인에서 신고의 과정을 거친 다음 경쟁촉진 분위기가 형성되면 등록·신고로 폐지해야 한다.

다섯째, 지방자치단체는 재래시장의 재개발사업을 용이하게 추진하기 위해 재개발 조합을 설립하여 운영하고, 조합원의 이해관계, 임차상인의 대책, 효율적인 자금지원시책 등에 대한 방안을 강구해야 한다. 지방자치단체는 노후화된 시장의 재개발이나 재건축을 위한 자금지원과 장기적인 비전을 제시할 필요가 있다. 전통적인 유통업체들의 시설현대화를 위해서는 이들에 대한 판매시설 면적 제한이 완화되어야 한다.

여섯째, 경제적 국경이 없어지고 국제 유통활동이 중요해지면서 현지 소비자의 수요 및 시장동향을 신속하게 파악하고 국제협력사업을 추진할 수 있는 현지제도에 대한 연구와 국내제도의 개선이 필요하다. 이를 위해서는 해외진출에 장애요인이 되는 국내제도를 개선하고 진출 대상국의 법령·제도·정책에 대한 연구를 강화해야 한다.

일곱째, 유통업체의 자구력을 높이기 위해서는 제조업체가 유통업체를 지배하는 제조업 중심의 유통구조에서 탈피해야 한다. 제조업체가 유통업체나 유통구조를 지배하는 것은 가격안정을 이루고 판매처를 지속적으로 확보하기 위한 차원에서 이뤄지고 있으나 제조업체들의 불공정 거래행위가 빈번하고, 제조업체가 이를 악용하는 경우도 많으므로 유통업체가 제조업체에 지배당하지 않도록 제도차원의 규제개혁이 필요하다.

여덟째, 유통전문인력에 대한 수요가 급증함에 따라 이들에 대한 양성프로그램 개발이 시급하다. 단기적으로는 저렴한 비용으로 유통 실무교육을 받을 수 있도록 유통연수원 등을 활용하고 중장기적으로는 대학의 관련학과를 설립하여 이를 통해 양성하는 것이 필요하다.

아홉째, 경쟁 제한적인 지역과점의 폐해를 제거할 수 있는 피해방지 가이드라인이 필요하다. 이를 위해선 경쟁 제한적인 지역과점에 해당하는 시장점유율, 업태구분, 해당점포의 입지조건, 상업집적의 정도, 광고선전의 범위 등에 대한 기준을 마련해야 한다. 또한 지리적 범위, 취급상품, 지역시장의 범위에 대한 정의를 정확히 내려야 한다. 일반 소매점의 흡인력은 해당 점포만이 아니라 상업집적의 흡인력에도 의존하기 때문이다. 더욱이 신업태인 경우 고립하여 입지하는 경우가 적고, 상점가를 형성하거나 쇼핑센터에 참가하는 형태가 많으므로 대규모단지 차원의 경쟁제한 효과를 분석해야 한다.

이밖에 지방화시대를 맞이하여 중앙정부와 지방자치단체간에 유통업체의 육성과 관련하여 역할분담을 하고 유통 구조개선자금이나 경영기반 강화사업에 적극 협력하여 균형적인 발전을 이루도록 해야 한다.

## 2. 유통거래의 공정화 방향

공정경쟁을 촉진하고 건전한 유통질서를 확립하기 위해서는 유통 거래관행이 개선되어야 한다. 유통 거래관행의 개선은 규제를 강화하는 것이 아니라 공정경쟁의 틀을 보호한다는데 의미를 두어야 하므로 다음과 같은 방향이 되어야 한다.

첫째, 우월적 지위를 갖는 업체의 불공정거래행위를 방지해야 한다. 예컨대 우월적 업체가 거래업체(점포임차인, 납품업체 등)에 대해 시장 지배적 지위의 남용, 배타적 조건부거래, 차별취급과 같은 불공정거래행위를 못하도록 해야 한다. 또한 정당한 이유 없이 자기와 경쟁관계에 있는 사업자나 대리점에 대해 거래를 거절하거나 거래상품, 영업량 등을 제한하지 못하도록 행동지침을 마련해야 한다.

둘째, 제조업체의 강제적인 유통계열화는 유통시장의 자유롭고 공정한 경쟁질서를 저해할 수 있다. 유통계열화는 진입장벽으로 작용하거나 신규 진입업체 및 중소 유통업체의 영업활동에 장애가 될 수 있다(丸山雅祥, 1991). 그리고 유통계열화는 판매업자의 자립성을 약화시켜 경영의 합리화를 저해하고, 제조업자와 판매업자간에 지배·종속관계를 발생시키므로 경쟁을 저해하게 되므로 유통계열화가 건전화하도록 제도적 장치를 마련해야 한다.

셋째, 경품제도는 폐해를 방지하는 차원에서 시행되어야 한다. 경품판매에 대해서 미국은 관용적인 입장을, 유럽제국은 엄격한 입장을, 일본은 중간적인 폐해규제의 입장을 취하는 등 국가마다 다르다고 할 수 있다. 우리 나라의 경우 판촉수단인 경품제공이 부당한 고객유인의 효과를 발생시키지 않는 범위 내에서 시행되도록 경품표시법 등의 해석을 보다 명확하게 함으로써 공정한 경쟁분위기를 성숙화시켜야 한다.



넷째, 비교광고는 정확하고 진실해지도록 해야 한다. 일반 소비자는 비교광고가 제대로 안되면 유통되는 상품의 내용이나 특징을 정확히 알 수 없으므로 비교광고에 관한 가이드라인을 작성하여 공포할 필요가 있다. 적절한 비교광고가 되기 위해서는 주장 내용의 객관화, 수치나 사실의 정확한 인용, 공정한 비교방법 등이 지켜져야 한다. 예컨대 광고실증화, 대항광고, 정정광고 등이 활성화되어서 광고에 대한 신뢰도를 높여 나가야 한다.

다섯째, 경쟁정책의 관점에서 병행수입(鈴木良男, 1995)이 원활하게 이뤄질 수 있도록 유통환경을 조성하는 것이 중요하다. 병행수입은 유통채널을 복수화하여 수입대리점의 가격형성에 대해 경쟁압력을 행사할 수 있으므로 소비자들은 다양한 가격대의 상품을 접할 수 있게 되는 등 후생이 증대할 것이다. 따라서 병행수입의 경쟁촉진효과에 대한 분석과 활용화 방안을 마련해야 한다.

여섯째, 유통산업의 정보네트워크화에 대한 진전은 유통업체의 경영합리화에 도움이 되고 있다. 그래서 유통업체는 판매활동이나 소비자관리를 효율적으로 하게 되었다. 그러나 일부 유통업체들은 이를 악용하여 기존 거래관계를 보다 고착화·폐쇄화하려는 경우도 있으므로 이러한 행위에 대한 근절방안을 마련해야 한다.

이밖에 불공정한 경쟁여건의 철폐를 위해서는 유통 독점권과 특허를 특정업체에 부여하는 경우나 세금을 감면받는 특수매장을 허락하여 불공정한 경쟁여건을 조성하는 일이 없어야 하겠다. 그리고 반품관행의 존재는 수입품의 국내시장 판매시 진입규제효과를 갖게 되므로 부당한 반품을 미연에 방지하고 진입규제의 철폐의미를 갖기 위해서는 반품가이드라인을 작성하여 시행할 필요가 있다

## V. 결 론

유통산업의 규제개혁은 유통활동의 자율적 기능을 제고하여 생산자와 소비자의 후생을 증대시킬 수 있다는 점에서 그 어느 분야의 규제개혁보다도 중요하다. 유통 규제개혁은 시장원리와 경쟁원리의 회복을 통하여 건전한 유통활동을 촉진시키고, 최종적으로는 소비자 선택의 폭을 넓히면서 소비자 후생을 증진시키는 데 주목적을 두어야 한다. 그러나 제도개혁만으로는 유통업체의 성장발전을 기대할 수 없다. 규제개혁시대하에서 유통업체가 스스로 경쟁력을 확보하여 성장발전하기 위해선 다음과 같은 유통업체의 자구노력이 무엇보다 중요하다.

첫째, 유통업체가 다면적인 경쟁우위를 확보하기 위해선 규제개혁에 대한 능동적으로 대처하고 유통정책 및 도시계획법, 환경관련 법규 등을 준수하여 이들 법규와 조화를 이뤄 나가야 한다. 거래처와는 건전한 관계를 유지하고, 거래처

상호간에는 긴밀한 정보네트워크를 구축해 나가야 한다.

둘째, 유통업체는 소비자가 원하는 상품의 양을 필요한 시점과 구매하기 편리한 위치에서 적당한 구색을 갖추어 판매(소비자의 시간·비용·가치효용을 높여주는)해야 한다. 기업내부 운영면에서는 효율적인 상품진열(sorting, assembling, assorting, dividing), 중간상표(PB) 및 가격대별 상품관리, 대기시간 및 배달시간의 단축 등에 주력해야 한다. 그리고 유명상표를 선호하는 소비자와 가격을 선호하는 소비자를 구별하여 판매하고, 저마진·고회전전략이나, 고마진·저회전전략이나를 명확히 구분하여 각각의 경우에 대응하는 전략을 구사해야 한다.

셋째, 유통업체는 변동비의 비중이 크므로 무조건 규모의 경제를 추구하는 것보다는 적절한 규모로 역할을 분담하는 것이 비용면에서 유리할 수 있다. 또한 손익분기점의 인하에 의한 가격대항력의 강화가 중요하므로 비용곡선을 하방으로 이동시키는 기술혁신과 업무개혁, 저비용구조가 필요하다. 현재와 같은 주먹구구식의 가격할인은 더 이상 유통업체의 성장을 촉진할 수 없기 때문에 가격결정에 대한 이론과 실무의 개발이 필요하다.

넷째, 소매업인 경우 단순히 물품을 도매업체로부터 구입하여 판매하는 것보다는 상품조달전략의 다양화, 예컨대 개발수입·병행수입·역수입 등 다양한 상품조달전략을 개발할 필요가 있다. 또한 규모의 경제효과를 높이기 위해서는 소매업체간의 인수합병 및 조직화를 추진하거나 제조업체·종합상사 등과의 전략적 제휴나 동맹도 필요하다. 중소 유통업체는 스스로 공동구매, 공동마케팅을 도모하여 규모의 경제효과를 높일 수 있도록 조직화·협업화를 이뤄나가야 한다.

다섯째, 유통업체는 효율적인 마케팅과 영업활동을 위해서 POS, EOS, CALS 등 유통정보시스템을 신속히 구축해야 한다. 업체간에 전략적 정보시스템(Strategic Information System)을 구축하여 정보시스템의 전략적 활용에 의한 경쟁을 촉진해야 한다. 그리고 영업활동에 대한 효과측정이나 정확한 의사결정을 위한 소프트개발도 주력해야 한다.

여섯째, 조달물류로부터 판매물류까지 전 물류과정을 단순히 비용을 절감한다는 차원보다 고객만족의 서비스수준과 물류비용 최소화 점과의 교차점을 이루는 최적물류시스템(optimal logistic system)의 개발이 필요하다.

## 참 고 문 헌

- 김성철(1995), "유효경쟁 촉진에 관한 연구", 경제학연구, 한국경제학회.
- 오세조(1997), 유통관리, 박영사.
- 전원재(1996), 유통시장 개방에 따른 신규소매업태 설정방향과 대응전략, 대한상공회의소.
- 전경련(1997), 유통부문 규제완화과제.
- Bailey, E.(1981)., "Contestability and the Design of Regulatory and Antitrust Policy," *American Economic Review*.
- Brock, W. A(1983)., "Contestable Markets and the Theory of Industry Structure : A Review Article," *Journal of Political Economy*.
- Demsetz, H(1971)., "On the Regulation of Industry : A Reply", *Journal of Political Economy*.
- Muller-Hagedorn, Lothar(1995)., "The Variety of Distribution Systems," *Journal of Institutional and Theoretical Economics*.
- OECD(1997), The Eco-Wide Effects of The Regulatory Reform.
- Panzar, J. C., and R. D. Willig(1977)., "Free Entry and the Sustainability of Natural Monopoly," *Bell Journal of Economics*
- Pilat, Dirk(1997), Regulation and Performance in the Distribution Sector, OECD Working Paper.
- Posner, R. A(1975)., "The Social Costs of Monopoly and Regulation," *Journal of Political Economy*.
- Shepherd, W. G(1984)., "Contestability vs. Competition", *American Economic Review*.
- 奥野正寛・小野善慶(1989), 規模の經濟性と料金・參入規制, 日本經濟新聞社.
- 鈴木良男(1995), 規制緩和は何故できないのか.
- 風呂勉(1972), 流通迂廻分析の課題, 神戸大商大論文集
- 石原武政(1994), 小賣業における調整政策, 千倉書房.
- 速水保・山野邊義方(1992), 流通經濟の理論と實際, 成山堂書店.
- 丸山雅祥(1991), 流通の經濟分析, 創文社.
- 田鳥義博(1994), 規制緩和-流通改革ビジョン, 日本放送出版協會.
- 日本 公正去來委員會事務局(1996), 獨占禁止懇談會資料集 X IV.
- 田村正紀(1986), 日本型流通システム, 千倉書房.
- 柳孝一(1992), 流通産業革命の構圖, 東洋經濟新報社.
- 鈴木安昭・關根孝(1994), マテリアル流通と商業, 有斐閣

## Abstract

The distribution sector is affected by a wide range of regulations. Many of these are related to health and safety, others are related to urban planning and environmental issues, whereas some mainly have an economic basis. But, regulations may be unduly restrictive, in which case they can drive up costs and ultimately prices, or they may, in some cases, reduce consumer choice. Unduly restrictive regulations could also increase costs indirectly, by reducing competition and thus lead to lower productivity growth.

In the past few years, distribution sector has gone through drastic changes due to deregulation and market opening. Implementation of regulatory reforms served as an opportunity to change laws and systems which had been an obstacle to development of distribution sector. Market opening of distribution sector became a turning point to promote competition among domestic and foreign firms. However, for small and medium scale of the typical retail enterprises which were in no position to compete in terms of prices, additional facilities, and services, faced a threat of diminished trading area, and even of their existence. Because, large firms may have greater market power than small firms, as they can more easily extract favorable terms when procuring goods, and may also be able to deter entry by advertising outlays or access to the best sites. In addition, larger chain stores armed with sufficient capital dominated trading area and reduced customer's welfare by abusing their monopoly power when competing with other shops, and are often cited as an example of adverse effects of local monopoly.

In order to minimize such adverse effects and to foster competition, regulatory reforms in distribution sector should set its goal to promote sound and stable distribution activities through market principle and restoring competition principle, and ultimately to boost customer's welfare. Therefore, deregulation in distribution sector should be implemented in a way to promote customer's welfare, eliminate entry barriers, and expand competition principle such as productivity and efficiency competition. However, it should be also recognized that deregulation of system alone is not enough to develop the distribution sector. To compete in an increasingly concentrated industry, small enterprises increasingly engage in co-operative arrangements, such as buying groups, strategic alliances or franchise agreements.