

物價調査 및 物價指數

— 物價統計改善을 爲한 세미나 자료 —

1971. 5.

001252

目 次

1. 物価統計의 改善 ————— 3
경제기획원 조사통계국
사무관 주 태 섭

2. 農村物価指數 編製에 있어서 季節的인
商品の 취급 ————— 107
농업협동조합중앙회 조사부 통계조사과
조사역 이 재 등

3. 價格形成의 특징과 物價調査 ————— 213
대한상공회의소 조사부 물가통계과
과 장 윤 기 중

4. 中小製造業製品 生産者 販賣價格 調査의
概要 및 問題點 ————— 161
중소기업은행 조사부 통계과
조사역 이 상 혁

5. 都売物価指数 編製에 따른 諸問題點 ——— 335

한국은행 조사제2부 물가조사과

행 원 장 우 식

1. 物價統計의 改善

目 次

1. 物価指數의 性格	7
2. 基準時	12
3. 指數分類	21
4. 加重値	21
가. 加重母集團	21
나. 品目 代表度	27
다. 加重値의 算定	33
디. 内部加重値	37
디. 實質加重値	38
5. 品目 및 品質規格	40
가. 抽出誤差의 同質性誤差	42
나. 品目 및 品質規格의 代替	44
6. 價格調査	51
가. 價格調査의 困難性	51

1. 調査方法	54
1. 調査品目 及 品質規格	58
1. 調査対象地	64
1. 調査価格	69
1. 調査時点 及 頻度	78
2. 季節品目 及 価格の 特殊処理	92
1. 品目の 除去	93
1. 季節加重値の 適用	93
1. 価格面から 調整する 方法	95
3. 物価指数 計算	96
1. 單純平均方法	97
1. 加重平均方法	98

1. 物価指數의 性格

우리가 어떠한 일을 遂行하여 나설때에 뚜렷한 目的과 目標를 가지고 움직여야 되는 것과 마찬가지로 物價指數를 設計함에 있어서도 具體的인 作業의 遂行以前에 그 目的의 性格을 明確히 해야 될 것이다

왜냐하면 指數設計의 具體的인 모든 作業이 처음부터 끝까지 그 目的의 性格에 따라 一定한 方針을 취하게 되기 때문이다. 一般的으로 指數의 性格은 加重母集團의 性格에 따라 例를 들어 消費者 物價指數의 경우를 생각해 보면 “工場労働者消費者物價指數”라 할 때에는 工場労働者の 家計支出費를 加重母集團으로 하여야 될 것이며 調査地域 및 対象처도 그들의 大衆去來에 該当되는 地域 및 対象처로 定하여야 됨은 勿論이다

아직까지의 物価指數는 前報的인 物価動向
景氣變動等を 包括적으로 나타내는 一般目的指
數에 不置하였지만 實質-數量測定을 위한
「디플레이터」로 많이 利用되는 가운데 産業
聯関分析等 特殊目的에도 適合되는 物価指數가
要請되고 있으며 이 問題에 對하여는 數年
前부터 UN統計委員會에서도 正式으로 論議가
되어 왔고 現在 몇나라에서는 一般目的과
特殊目的을 同時に 滿足시키는 含蓄性 있는
指數를 算出하고 있다

1970年 6月中旬에 開催되었던 ECAFE
지역 “물가 및 物量統計세미나” 에서도
物価指數의 傳統的인 目的以外에 國民所得測定
에 있어서 알맞는 “디플레이터” 提供을 目
적으로 하는 物価統計의 作成方案에 對하여
建議한바 있다.

우리나라 都元物価指數는 傳統的인 都元物価指數理論에 立脚하여 企業間의 大量去表에 適用되는 物価水準의 變動을 測定하고 商品의 全般的인 需給動向을 把握하기 爲하여 作成되는 一般目的 指數 (General purpose Index) 이다.

最近 西歐諸國에서는 이와 같은 性格의 一般目的 指數에 對하여 그 가치를 疑心하는 움직임이 抬頭되고 있는데 即 通貨의 購買力은 特定의 目的意識을 前提로 하지 않는 限 成立되지 않는 概念이며 그 目的意識을 달리함에 따라 몇 個의 通貨購買力이 立存한다고 보는 立場에서 一定한 去表內容이 存在하는 部門에 對해서만 그 去表에 있어서의 商品價格을 綜合한 指數를 作成할 수 있다고 보는 見解이다.

이것을 所謂 部門別 接近方法 (Sector approach) 이라 하며 英國, 아일랜드, 独逸, 和蘭等 數個國에 서는 現在 部門別指數를 作成하고 있고 日本에 서도 傳統的인 都売物価指數와 並行하여 이指數를 編制하고 있다.

그러나 大多數國家에서는 一般 目的 指數로서 의 性格을 그대로 維持해가고 있는데 그 理由로는 무엇보다도 指數의 長期間에 걸친 比較可 能性을 確保하기 위하여 그 性格을 一時에 急 變시키지 않으려는 것과 商品需給에 指標로서 或은 景氣變動의 指標로서는 傳統的인 一般目的 指數만으로도 充分하다는 것이다.

그러나 傳統的인 都売物価 指數가 위의 같이 制限된 概念으로 通用되고 있는 故에서 우리나라

라도 1970年 改編指數에서는 部門別指數의 依
成을 試圖하여야 할 것이다.

한편 우리나라 消費者 物價指數는 全都市家口
를 代表하는 것이다. 그러나 尹密한 意味에서는
平均 支出 패턴에 따라 加重됨으로 이것은 平均
的으로 消費者 物價의 變動을 나타내는 것이며
모든 層의 家口를 代表할 수는 없다. 이러한
規處에서 階層別物價指數의 必要性이 抬頭되며
이것은 흔히 所得階層別 또는 支出 階層別로
複合指數의 形態로 依成된다.

日本에서는 5分位階層別物價指數를 依成하고
있으며 뉴지랜드에서도 平均指數와 아울러 低所得
層을 代表하는 消費者 物價指數를 依成하고
있다. 이밖에도 特定層에 屬하는 家口(人口)
集團의 消費者物價指數가 있는데 工場 勞動者의

消費者 物価指數가 그 一例이다.

ECAFFE 地域 物価 및 物量統計세미나에서도 所得 및 支出分布의 分析에 必要한 階層別 指數와 地域別 指數를 消費者 物価指數의 體系에 包含하도록 建議한바 있다. 그러나 所得 및 支出階層別物価指數는 所得分布의 不均衡狀態가 甚할 수록 階層間의 指數가 유리되므로 그 程度가 甚할 때에는 政治社會的인 問題로 번질 憂도 없지않다.

2. 基準時 (base period)

指數는 어느 一定한 基準이 되는 때를 100으로 놓고 比較하여 나타내는 數値이므로 指數를 作成하기 爲하여서는 우선 基準時를 選定하여야 한다.

物価指數는 항상 比較時의 調査價格을 基準時의

價格과 比較하고 基準時의 階級에 따라 加重平均하여 作成되는 것이므로 올바른 指數의 水準과 趨勢를 나타내지던 安定的 基準時를 잡아야 될 것이다.

基準時 選定에 있어서 첫째 要件은 經濟階級이 正常的인 때이어야 한다는 것이다. 即 都府物價指數에서는 去來構造 消費者 物價指數에서는 消費支出構造가 正常的인 때이어야 한다.

그 다음에는 각종 國際比較가 容易하도록 諸經濟指數의 基準時를 一致시키는 問題도 考慮하게 된다.

正常的인 그리고 安定的 階級の 期間을 基準時로 잡으면 一般的으로 基準 期間이 길어야 된다. 그러나 最少限 5年 乃至 10年에 한번씩 指數를 改編하고 따라서 基準時가 變更되

고 있는데 지나치게 긴 期間을 基準으로 잡는다면 오히려 指數의 銳敏性을 欠하게 될 憂慮가 있다. 한편 너무 짧게 잡으면 가중퍼센트가 不安定하고 또한 1주일, 1個月, 3個月等 1年中の 一部期間은 계절성을 內含하고 있으므로 指數의 基準時로는 適合하지 않다.

物價指數의 基準時는 흔히 1年平均으로 잡고 있다. 基準期間이 1年보다 짧은 것을 협소 기준 (Narrowed base) 이라고 2年, 3年等 긴 것을 廣소 기준 (Broadened base) 이라 한다.

우리나라에서는 現行都売物價指數, 消費者物價指數를 비롯하여 모든 經濟指數의 基準時를 1年 期間으로 잡고 있으며 第2次 經濟開發 5個年計劃의 基準年度인 1965年으로 統一하고 있으며

다시 1970年으로 統一하여 指數改編作業을 遂行하고 있는 것이다.

基準時는 比較基準時 (Comparison base) 와 加重值基準時 (Weight base) 로 나누어진다. 比較基準時는 指數를 100으로 놓을 때 即 實務的으로는 比較되는 基準價格이 算出된 期間이다. 加重值基準時는 加重值이 算出된 對象 期間이다.

物價指數의 比較基準時와 加重值基準時는 可能한 限 一致시키는 것이 좋다.

單純히 傳統的인 物價指數의 目的으로 全般的인 物價動向이나 景氣變動等を 測定함에 있어서는 特定指數의 比較 및 加重值 基準時가 相異해도 別問題가 없겠지만 所得 및 支出分析을 하기 爲한 디플레이터로 利用될 때에는 이의

一致가 切實히 要請된다.

왜냐하면 國民所得計定에서 固定市場價格으로 推定할 때에 比較基準時와 加重値基準時가 相異한 指數는 디플레이터로 直接 利用할 수 없는 바 國民所得計定은 金額으로 評価되는 것이므로 어느 時點에 있어서나 指數와 加重値를 利用하여 實際金額을 誘導할 수 없게 되어 있는 指數는 디플레이터로서 適當한 것이 못되기 때문이다.

이 問題에 對하여는 지난번 物価 및 物量統計 세미나에서도 強調되고 유엔 統計委員會에 建議한바 있다.

우리나라 都府 및 消費者物價指數의 基準時는 比較 및 加重 基準時가 모두 1965年으로 一致하고 있다.

指數의 基準時는 오랜 期間을 一定하게 固定시키고 있는 境遇와 連鎖的으로 繼續 變更시키는 境遇가 있는데 前者의 方法을 固定基準法(Fixed base system)이라 하고 後者の 것을 連鎖基準法(Chain base system)이라 부르며 이러한 方法으로 作成되는 指數를 各各 固定基準指數(Fixed base index), 連鎖基準指數(chain base index)라고 한다.

위의 두가지 方法은 各各 長短점을 갖고 있는데 特殊한 境遇를 除外하고는 一般的으로 實務의 便宜上 固定基準方法을 採択하고 있다.

固定基準法은 一定하게 基準을 固定하여 놓고 長期間 比較하게 되므로 業務의 煩雜을 避할 수 있다는 長점이 있는 反面에 繼續 變化하고 있는 「패턴」을 銳敏하게 反映할 수 없다는 短점이

있다. 한편 連鎖基準法은 反對로 變化 되고 있는 「퍼턴」이 繼續的인 指數의 改編으로 品目同의 相對的인 比重이 달라지고 노후하여 시장에서 없어지는 旧品目 및 品質規格을 除去하고 새로이 出現하는 新品目 및 品質規格이 그때 그때 指數에 反映됨으로서 現實을 銳敏하게 反映하는 指數를 算出할 수 있다는 長處이 있는 反面 繼續的으로 指數改編을 하여야 되므로 事務量이 莫大하다는 短點이 있다.

連鎖基準法으로 指數를 算出하고 있는 例로는 英國의 小売物価指數를 들 수 있다. 그 指數는 年度別로 改編하고 있는데 年初指數를 그 當時 発表할 수 있도록 하기 爲하여 加重値의 對象 期間을 前年 6月까지의 3年間을 잡고 12月中까지 改編作業을 完了함으로써 年初부터 새로운

指數를 作成할 수 있는 것이 特色이다. 그러니까 1969年基準으로 70年指數를 作成하는 連鎖基準指數에서 加重期間은 1966年 7月부터 1969年 6월까지의 3年期間이 된다.

固定加重基準法으로 指數를 算出하는 境遇에도 「패턴」의 變化에 따라 必要할 때에는 現狀을 反映할 수 있도록 指數를 改編하여야 한다. 改編間隔은 一定한 것은 아니지만 經濟構造의 變化가 頻한 나라에는 比較的 자주하게 되며 構造의 變化가 별로 없는 美國이나 英國과 같은 나라에서는 10年 또는 그 以上の 期間을 維持하고 있다.

物価指數의 基準時는 普通 빠르면 5年 늦어도 10年間隔으로 變更하는 것으로 알려져 있다. 우리나라 物価指數의 基準時는 1955年 以前에는

不規則한 間隔으로 變更되었으나 그 以後에는 規則적으로 5年間隔의 基準時 變更이 있었으며 現行 1965年 基準指數를 1970年基準으로 變更하게 되면 다시 5年 間隔의 改編이 되는 것이다.

우리나라 都小売物価指數의 아직까지의 基準時는 아래와 같다.

	1910	1936	1947	1955	1960	1965	1970
都売物価指數	○	○	○	○	○	○	△
消費者物価指數		○	○	(1)○	○	○	△

但 ○票는 改編이 있었음을 表示함

△票는 改編 予定

(1) 부터 消費者物価指數, 그 以前은 小売物価指數임.

3. 指數 分類

指數의 分類은 國內 諸 經濟 統計의 比較 및 利用의 便利性 또한 國際 統計의 相互 比較에 便利하도록 하는 것이 좋다.

生産者 販賣 物價 指數나 都誌 物價 指數에서는 經濟 機能 別로 基本 分類을 取하게 되며 消費者 物價 指數에서는 最終 消費 支出의 對象이나 目的에 따라 分類한다.

U.N 統計에서 國際 標準 産業 分類 (ISIC)과 連結하여 國際 標準 商品 分類 (ISCC) 表를 마련하였는데 그것은 商品 分類面과 아울러 SNA 巢에 適用되도록 마련한 것이다.

4. 加重值 (Weight)

物價 指數는 品目別 重要度 (Importance) 에

따라 주어진 加重值 (weight) 로서 指數가 加重 된다.

対象으로 하는 各々の 品目は 加重対象이 되는 金額이 서로 다르기 때문에 그 比重에 따라 加重值 (重要度) 를 附與하게 된다.

單純平均 (算術, 幾何 및 調和) 方法으로 指數를 産出할 때에는 加重值가 必要하지 않다.

그러나 이것은 対象으로 하는 모든 品目の 比重을 度外視한 것. 이므로 이러한 方法으로 産出하는 指數는 物價動向의 方向을 漠然하게 提示할 수 있어도 量的 分析에는 適合하지 못하므로 經濟 分析用 指數로 利用하기에는 不適當하다.

加重值는 品目間의 相對的 比重이므로 그것이 큰 品目の 價格이 變動하면 總指數에 미치는 영향이 크다. 京都物價指數에서는 京都府 短縮額

의 變動이 크고, 消費者物價指數에서는 消費支出
額, 消費者負擔에 變動이 크다는 의미가 된다.
예를 들어 消費者物價에서 쌀, 쇠고기, 무, 배추
라든가 煉炭, 담배 등 비중이 큰 品目的 價格
이 오르면 그만큼 支出比重이 크기 때문에 정상
적인 家計生活을 營爲하기 爲한 支出負擔이
커지게 되며 이러한 關係로 重要生活必需品의
價格이 조금만 올라도 深刻한 問題로 대두되고
있는 것이다.

物價指數는 大概 基準時에 고정된 加重值를 適
用하는 「라스파이레스」 形式으로 作成이 되고 있다.
여기에서는 基準時에 주어진 加重值 即 기준시
의 때린과 현재도 같다는 前提下에 指數가 作成
되는바 事實上 品目的 比重은 계속 변하고 있다.
所得水準의 變動에 따른 支出構造의 變化, 새로운

商品의 出現에 따른 變化, 價格의 變動이 甚할 때 需要의 價格彈力性에 따른 支出構造의 變化 등 계속 支出패턴은 달라지지만 指數작성에 있어서는 實際의 便宜上 基準時固定加重 平均方法을 使用하고 있다.

그러므로 「라스파이레스」 산식으로 作成되는 指數는 「파셰검정」 (paasche check) 을 자주 하여야 한다. 「파셰검정」은 基準時의 固定加重值를 適用하여 作成한 指數와 比較時의 加重值를 適用하여 作成한 指數의 유리상태를 보아서 加重值의 오류상태를 檢定하는 것으로서 計算式은 파셰산식이나 그것이 「라스파이레스」 산식의 指數를 反轉性格을 지닌 「파셰」 산식으로 檢査하여 加重值 改編의 必要性을 檢定하는 目的으로 이루어 지기 때문에 「파셰검정」 (paasche

check) 이라 부른다.

「과세검정」 결과 指數의 升降되는 度나 再度가 實際 때에는 現狀을 올바르게 反映하는 指數를 作成하기 위하여 比率를 改定하여야 한다.

우리나라와 같이 急速한 經濟成長을 보이는 나라에서는 經濟發展의 變化가 顯저히 크므로 이러한 경우에는 「과세검정」도 최소한 1년간격으로 하여 加重發展의 變化狀態를 파악하여야 할 것이며 必要하다면 指數를 改定하여야 할 것이다.

가. 加重母集團 (weight universe)

指數를 設計하자면 우선 加重母集團의 範圍를 規定하여야 한다.

加重值算定資料는 金額資料이며 따라서 母集團도 金額으로 나타내게 된다.

一般的으로 都廳物価指數에서는 國內總生産額

消費物指數에서는 家計消費支出 總額이 된다.

우리나라 都売物指數 加重母集團의 범위는 1965年中에 國內市場에 投入된 商品 및 電力의 總評價額으로 하였으며 原則的으로

「(國內生産額 - 生産者의 自家消費額 및 直接輸出額) + (輸入額 - 實需要者 輸入額)」으로 하였다.

生産者의 自家消費 및 直接輸出額과 實需要者 輸入額은 加重值의 母集團에 包含되지 않았는데 그것은 國內에서의 財貨의 흐름은 수반하지 않았으므로 國內의 市場經濟와 직접적인 관련이 없기 때문이다. 또한 季節品目으로 去來量 및 品質의 變化가 극한하게 심한 야채와 鮮魚 介類 그리고 刊行物, 不動産, 藝術品, 家庭用 電力 등의 去來는 기술적 또는 개념적으로 과학

하기 곤란하고 比較性 있는 價格資料의 蒐集이 어렵기 때문에 加重值의 母集團에 包含시키지 않았다.

우리나라 消費者物價指數에서 加重值算定의 母集團은 基準時의 家計消費支出 總額이다. 消費者物價指數는 全都市指數와 아울러 都市別(10大都市)指數가 作成되므로 全都市의 母集團은 全都市 家計調査表-상의 消費支出額이며 都市別 母集團은 都市別 消費支出 總額이다. 여기에서도 現金支出을 수반하지 않는 住宅所有 家口의 「支拂 집세」 自家評価額과 現物支出은 加重母集團에서 除外하였다.

4. 品目代表圖 (Item coverage)

物價指數 品目도 標本으로 選定하게 된다. 數千 數萬가 지나 되는 品目を 全數로 調査한다

는 것은 實務的으로 不可能한 일이며 또 그
필 必要도 없는 것이다

一般的으로 物價指數 品目은 各品目の 比重
이 다르므로 有意標本方法 (purposive sampling
method) 인 切捨法 (cut off meth-
od) 으로 比重이 輕重하게 큰 品目만을 対象
品目으로 抽出한다. 加重母集團에 包含된 全品
目を 該當金額의 크기순으로 羅列하여 놓고 加
重母集團金額에 對한 品目金額의 構成比가
미리 定한 一定한 比率이 되는 點에서 切捨하
여 이 切捨點 (cut off point) 以上の 品目
은 原則的으로 指數品目이 되고 그 以下の 것
은 切捨시키는 方法이다.

品目카바레지랑 加重母集團에 對한 指數에 包
含하는 品目の 該當金額 比率을 말한다.

즉 예를 들어서 加重母集團金額이 10,000,000
원인데 指數에 包含시킬 品目의 金額이
8,500,000 원이라면 이 指數의 品目 카바레지
는 85%가 되는 것이다.

品目 카바레지는 指數品目數를 많이 할수록 늘
어 난다. 그러나 重要度가 큰 品目부터 차차
작은 品目으로 내려 가면서 一定한 기준선에서
절사 된다면 比較的 적은 品目數로도 카바레지는
현저히 높게 될 수 있다. 그러므로 카바레지의
價格 調査 業務量을 何時에 고려하여 切捨基
準을 定하게 되는 것이다.

各 品目이 차지하고 있는 重要度의 一定基準
에서 指數品目を 決定한다. 치더라도 物價指數의
種類에 따라서 또한 경제구조가 다른 國家間
에는 品目數에 있어서 差異가 크다. 一般的으로

産業이 發達하고 所得水準이 높은 國民經濟에서는 大體로 하는 品目數가 많고 反對의 경우는 比較的 對象으로 하는 品目數가 적으므로 前者의 경우에는 加重値가 比較的 많은 品目に 散布되고 后者의 경우는 少數品目に 집중되어 있는 것이다

이와 같은 예로 우리나라 全國 都売와 全都市 消費者 物価指數에 있어서 똑같이 品目別 構成比 1/萬분의 1로 切捨하였는데 前者의 品目數는 471이었고 后者의 것은 231品目이었으며 日本의 都売物価指數 806 品目, 消費者物價指數에서는 364 品目이면서도 品目카바레지는 品目數가 적은 우리나라의 경우에 더 높은 것을 들 수 있다.

參者로 우리나라 全國 都売와 서울 消費者

物価指數의 品目數과 加重値 分布狀態를 살펴
보기로 한다.

消費者에 比하여 都廳는 対象分野가 넓기 때문
에 品目數가 많은 反面 大概 加重値의 散布
區는 작다.

現 指數品目の 加重値 構成比는 가장 작은 것
이 0.01% 인바 5%, 1%, 0.5% 의 큰 重要
度를 가진 品目數와 加重値의 크기를 보면
아래表와 같다.

都廳 및 消費者物價指數品目の加重値分布

		加重値 5%以上	加重値 1%以上	加重値 0.5%以上	加重値 0.1%以上
全 國 都廳物價 指數	品目數	1	12	27	433
	加重値의 합	10.50	19.07	19.31	51.12
	加重値累積	10.50	29.57	48.88	100.00
서울 消費者 物價指數	品目數	1	20	20	250
	加重値의 합	13.86	37.87	14.14	34.13
	加重値累積	13.86	51.73	65.87	100.00

위의 表에서 보면 加重値 5% 以上の 品目は 都庁物価指數에서나 消費者物価指數에서나 다 같이 1 品目인데 그것은 우리나라의 主食이 되고 있는 쌀로서 그 加重値는 10% 를 넘고 있으며 또한 全品目數의 10 分の 1 도 못되는 品目이 차지하고 있는 比重이 50% 를 超過하고 있다.

즉 都庁物価指數에서는 加重値가 큰 43 品目이 50% 의 重要度를 차지하고 있으며 이를 消費者物価指數에서는 20 品目에서 50% 를 넘고 있다. 그리니까 全体 加重値의 50% 를 넘는 品目數의 比率은 都庁에서는 9.1% ... 消費者에서는 6.9% 가 된다.

다. 加重値의 算定

加重値編制作業은 物價指數改編의 主軸이 되는 作業이다. 그것은 加重値算定과 아울러 指數品目, 対象地域의 比重等 全般的인 指數의 틀이 決定되며 價格調査의 方向까지 提示되기 때문이다. 物價指數改編作業에서는 基準時의 價格과 加重値 資料가 있어야 하므로 恒常指數의 基準이 되는 期間이 지난 다음에 이루어 지게 된다. 따라서 1970年基準 改編指數는 벨라도 1971年 上半期에 設計된다.

이제 指數算出에 適用되는 加重値 다이어그램 (weighting diagram) 이 確定되기 까지의 作業節次의 方法을 段階別로 說明하기로 한다.

첫째 加重値를 算定하기 爲한 基礎資料를 蒐集하여 品目分類한다.

加重値의 基礎資料는 指數의 種類에 따라 各各 다르나 단지 어느 資料이건 金額資料인 것만은 共通的인 點이다. 都賣物價指數의 加重値資料는 去來額이나 資料가 不備할 때는 흔히 出荷額으로 代用하고 消費者物價指數에서는 家計調査의 消費支出額資料를 利用하게 된다

둘째, 蒐集된 基礎資料를 整理하고 加重母集團을 決定한다. 一次的으로 指數의 対象이 되지 않는 品目は 除去하고 指數의 対象이 되는 部門中 基礎資料에 漏落된 品目이 있으면 補完시켜 二次的으로는 價格調査面에서 比較性 있는 價格系列惹의 可能性을 檢討하여 不可能한 品目は 除去시킨다. 例로서 都賣物價指數에서 兪行物 藝術品 極端한 季節品目等을 除去시킨 것은 비록 그들 品目이 都賣物價指數의 対象이 되며 重要

度도 相當하지만 指數算出을 爲한 基礎資料로 比較性 있는 價格의 蒐集이 거의 不可能하기 때 문에 加重母集團에서 除去시킨다

예제 加重母集團이 確定되면 切捨點을 決定한 다. 이 問題는 다른 指數와 關聯하여 事前에 基準을 固定시켜 놓는 境遇도 있고 그렇지 않 은 境遇에는 指數의 代表性 面에서 品目카바레 지 (分類別로도 考慮한다) 價格調査業務量面에서 指數에 包含될 品目數等を 考慮하여 決定한다. 절사基準을 낮출수록 品目카바레지는 커지나 절 사基準以下에 屬하는 品目の 比重은 아주 작으 므로 品目카바레지를 조금 크게 하려면 莫大한 숫자의 品目を 더 包含하여야 된다

예제 절사基準이 決定되면 全品目に 對한 構 成比를 計算한다. 이때 計算單位는 計算中에 殘

생하는 오차를 작게하기 위하여 加重値의 單位보다 最少限 한자리 程度 더 잡는 편이 좋다 다섯째 切捨基準 以下로서 指數계산에서 除外될 品目이 차지하고 있는 固有加重値 (earned weight)를 採用品目에 假屈 (Imputation)시킨다. 이것이 加重値算定作業中 가장 複雜하고 根據資料의 蒐集 및 分析等 時間과 努力을 要하는 過程이다 흔히 除外될 品目の 固有加重値는 採用品目中 同種 또는 類似品目에 附加시킨다든가 或은 該當 小分類에 그것이 適合치 않을 때에는 中分類 또는 大分類 品目に 比例 配分시킨다

여섯째 除外品目の 固有加重値 假屈作業이 끝나면 分類別 品目別로 計算中 發生한 單數整理 誤差 (Rounding error)를 調整하여 加重値를

整理하고 縱橫으로 內容과 計 또는 平均을
檢査한 다음 指數의 計算을 하게 된다

라. 内部加重值 (Internal Weight)

앞節에서는 外部로 주어지는 加重值의 算定에
關하여 살펴 보았으나 指數의 計算에서 나타
나는 加重效果는 品目별로 주어진 加重值 以
외에도 價格의 合成過程에서도 나타난다 品目
별로 調査地域 및 調査對象處 數의 價格의
合成方法率을 定함에 따라서 自動加重 (self
weighting) 의 效果가 나온다

地域別指數의 綜合指數가 作成되는 指數體系
에서 1次的으로 地域別指數가 算出되고 다시
地域加重值로서 加重平均하여 綜合指數가 誘導
되는 境遇는 別問題이나 全體調査價格系列로서
單純平均하거나 地域別價格으로 平均하는 境遇

에는 地域別價格數나 地域別로 該當品目調査의 適否가 考慮되어야 한다 卽 特定品目の 價格이 A都市에서는 4個對象處에서 調査되고 B都市에서는 2個 對象處에서만 蒐集된다면 全体調査價格으로 單純平均하는 境遇 A都市는 B都市보다 2倍의 地域加重値가 作用된 效果가 된다

나. 實質加重値 (relative importance)

品目別로 附與하는 加重値와 内部的으로 作用하는 加重値는 指數의 基準設定時에 固定되는 것이나 卽便 橫的으로 時間이 흐름에 따라 各品目間에 物價騰貴率의 差가 생기면 騰貴率이 큰 品目の 價格指數 (Price relative) 는 相對的으로 높게되고 그것이 平均水準보다 높게되면 該當品目の 騰貴가 該當分類 또는 總指數 (物價) 面에 미치는 影響이 주어진 加重値보다 큰 效果로

나타나게 된다.

이와 같이 個別品目指數 水準의 差에 따라

나타나는 基準時의 固定 加重值와는 다른 內
部的인 加重值를 實質加重值라고 하며 아래의
식으로 計算된다

$$RI_i = \frac{P_i w_i}{I} = \frac{P_i w_i}{\frac{\sum P_i w_i}{\sum w_i}}$$

但, RI_i ; i 品目の 實質加重值

P_i ; i 品目の 價格指數

I ; 總指數

w_i ; i 品目の 加重值

物價指數의 實質加重值는 該當加重때런이 變化
되어가는 狀態의 對照檢査하기 爲하여 最少限
年度別로 繼續整理하여야 하며 「피외검정」과

~ 40 ~

아울러 指數의 妥當性이나 改編의 必要性을 檢
定하는 資料로서 利用한다

5. 品目 및 品質規格 (item and specification)

加重值算定作業이 끝나면 指數에서 對象으로 할
品目이 確定된다. 그러나 品目名稱만으로는 繼續
적으로 比較性있는 價格資料를 蒐集할수 없다

그러므로 品目を 品種, 品質, 무게, 크기, 性能等
價格決定要因이 될 수 있는 모든 要素로 細分
하고 明示하여 品質規格을 定해야 한다.

物價指數는 物價의 變動을 測定하려는 것이다
그러므로 純粹한 價格變動이 아닌 品質規格의
變化에 依한 價格差가 생기면 안된다

例로서 고무신이 指數對象品目으로 包含되어 價
格調査를 할때에 漠然히 고무신의 價格이라던
時点間에 比較性있는 價格이 蒐集될수 없다.

한 時分에서는 男子고무신을 調査하고 다른 時分에서는 女子고무신을 또 다른 사이즈. 다른 색깔等으로 고무신價格을 調査한다면 그 價格系列에서는 價格의 變動을 測定할수 없다
 그러므로 고무신, 男子用, 255mm, 王子標 검은색等 價格이 變動할 수 있는 모든 要因을 細密히 調査하여 놓고 一定한 品質規格에서 比較性있는 價格의 蒐集을 圖謀하여야 한다

指數에 入될 品目的 選定基準은 첫째, 전자 平均集團에 對하여 該는 品目的 重要도가 큰 것

둘째, 價格變動의 樣相에 代表性이 있는 品目이며 品質規格은 첫째 同一品目內의 여러 品質規格中에 比重이 크고 價格의 흐름이 類

似하여 品目全體를 代表할 수 있어야 하며
 들며 價格調査의 繼續可能性等を 考慮하여 選定
 하여야 한다. 우리나라의 物價指數에서 大概 一
 品目 一品質規格으로 價格調査를 하고 있으므로
 物價의 變動狀態를 잘 反映시키려면 品質規格의
 選定에 있어 特別히 위의 原理에 符合되도록 하
 였어야 될 것이다.

物價調査에서 가장 큰 誤差를 發生시킬수 있
 는 部分이 品目과 品質規格이다. 그러므로 이와
 關聯된 抽出誤差 (sampling error)와 同質性
 誤差 (Homogeneity error) 에 對하여 살펴
 보기로 한다.

가. 抽出誤差 (sampling error)와 同質性誤差
 (Homogeneity error)

物價指數에는 算式誤差와 함께 抽出誤差와 同

質性誤差가 있다

算式誤差는 物價指數計算式에 있어서 完全한 算式이 없는 限 不得已 內涵되는 誤差이며 選定誤差는 生産 流通 消費되는 商品과 用役 全體의 價格을 取扱하지 않고 一部代表的인 品目만을 指數의 對象으로 하는 한 不得已 發生하는 誤差이다 그리고 同質性誤差는 價格 調査의 繼續이 不可能할때 同種 또는 類似品 目이나 品質規格으로 代替하게 됨으로써 發生 하는 誤差인바 物價指數의 誤差中 가장 問題 視되는 것이 바로 이 同質性誤差인것이다

基準時現在로 定하여 놓은 品目이나 品質規 格에 變動이 없으면 同質性誤差는 發生하지 않는다

그러나 産業이 成長하고 發達됨에 따라

~44~

또한 最終消費者의 기호에 따라 商品의 品質이나 形態 등이 頻繁히 變化되어 가고 있으며 對象으로 하고 있는 品目이나 品質規格이 市場에서 退場되고 새로운 品目 品質規格이 出現하였을 때에는 不可避하게 品目 및 品質規格의 代替作業이 이루어진다. 이것은 旧品目이나 品質規格이 市場에서 完全히 退場되지 않았을지라도 새로운 品目이나 品質規格이 出現하여 大衆性을 갖고 있을 때에도 問題가 된다.

나. 品目 및 品質規格의 代替

위에서 說明한바와 같이 不得已한 事由로 品目 및 品質規格을 代替하여야 할 때에는 適當한 期間동안 旧品目(品質規格)과 新品目(品質規格)과의 價格水準과 價格動態를 比較하여 旧價格과 新價格을 連結하게 된다. 即 品目(品質規格)을

代替함으로써 價格은 連續이되지 않으나 指數를 連結시키는 作業이 必要하게 된다. 品目 및 品質規格의 代替作業에는 大概 아래의 같은 方法이 利用된다.

(1) 直接代替法 (Direct substitution)

商品의 包裝方法이나 外觀상의 若干의 變化等 品目の 些少한 經濟的인 特徵의 變化는 本質的인 價格決定要素에는 거의 영향을 주지 않는다고 生覺할수 있다. 卽 점이 빨간색 종이로 包裝되었던 것이 노란색 종이로 바뀌었다던가 品質에는 別差 없이 商標가 달라졌다던가 하는 變化를 말한다. 이와같은 境遇에는 特別한 修正을 加하지 않고 새로운 品目 (品質規格) 으로 代替함으로써 두 品目の 價格差 全部가 物價指

數에 反映되도록 處理하는 方法이다

(2) 接續法 (splicing)

接續法 (splicing) 은 直接代答를 할 수 없
는 實質的인 品質變化가 일어났을 때의 解決
方法이다 卽 新旧 두 品種이 同時에 한
市場에서 去來되며 또한 充分히 競爭的일 때
쓰인다. 이 方法은 接續할 時點에 있어서
市場에서 成立된 新品種의 價格 (P_{bt}) 과
舊品種의 價格 (P_{at}) 의 比較로 舊品種의
基準時價格 (P_{a0}) 을 調整하여 新品種의
假想基準時價格 (P_{b0}) 을 計算한다

$$P_{b0} = P_{a0} \times \frac{P_{bt}}{P_{at}}$$

實際로는 한 商品이 여러가지 品種中에서
指數의 代表系列로 選擇된 品種이 漸次로

市場에서 重要性을 喪失하고 競爭的인 다른
 品種에 依하여 代替되는 境遇가 많아 이
 方法이 흔히 利用되고 있으며 지난번 ECAFA
 및 UN 統計處에서 主催한 物價 및 物量統
 計세미나에서도 品質規格代替의 處理方法에
 있어서는 이 方法이 가장 實用的이고 또
 簡單한 方法임으로 ECAFA 地域國家에서는
 주로 이 方法에 따르기로 合意한바 있다

(3) 生産費接近法 (Production cost approach)

接續法은 新舊兩品種이 同時에 한 市場에서
 充份히 競爭的이어야 한다는 前提條件에 合
 當할때 쓸수 있는 方法이다 그러나 때로는
 競爭的이 아닌 條件下에서 一齊히 新品種으
 로 代替될 때가 있다 實例로는 1963年
 初에 政府의 指示에 따라 全國의 淸酒酒造

業者가 特級酒(純穀酒) 一級酒(70% 穀酒 30% 合成酒) 二級酒(純合成酒)의 等級을 버리고 穀酒 50%와 合成酒 50%를 混合한 單一酒制度를 實施했을 때를 들수 있다.

이러한 때에는 品質의 差가 生産費의 差에 比例하는 것으로 生覺해서 新品種의 生産費(c_{bt})와 旧品種의 生産費(c_{at})의 比例($\frac{c_{bt}}{c_{at}}$)로 旧品種의 基準時價格(P_{a0})을 調整함으로써 解決할수 있다.

(4) 等價指數 (Hedonic index)

等價指數 (Hedonic index)란 品質變化가 일어난 品目の 新旧 두品種(即 品質變化前에 指數에서 對象으로 한 品種과 變化되어 새로운 出現한 品種)에 關하여 各各測定할수 있는 重要特定值 (characteristics)

를 評價함으로써 얻어지는 品質變化를 調整하기 爲
 한 要因의 特性值이다 이 指數는 品質變化前後의
 두 品種間의 測定 可能한 重要特性上의 差 即
 乘用車의 境遇를 例로 들면 新旧車의 모타 (Motor)
 의 馬力, 무게, 構造, 性能, 사용원材料의 性質等의
 差異에 起因한 價格差를 決定하여 주는 것이다

이때 檢討의 対象이 되는 各 特性值는 그 商品
 의 市場價格을 各屬性의 함수로

나타내는 方程式에서 計算되며 이 함수 관계는 두
 品種이 同時에 그리고 同一市場에서 賣買될때 各品
 種의 市場價格과 그것이 가지고있는 屬性의 크기에
 關한 資料에서 誘導된다

「시카고」 대학의 Zvi Griliches教授가 乘用車에 對하
 여 市산한 價格과 特性值間의 相関關係는 아래와
 같은 方程式으로 表示되어 있다

$$\log P = 0.365 H + 0.111 W + 0.192 L - 0.054 V - K$$

~50~

단 : P ; 정가 (List price)

H ; 제등마력 (100HP 단위)

W ; 적재중량 (1,000lb 단위)

L ; 길이 (10inch 단위)

V ; 응변수 (Dummy Variable)로서 엔진이 V 형

8기통 일때는 $V=1$. 6기통 일때는 $V=0$

K ; 상수

이 방법은 新旧 品種의 價格差를 여러가지 面에서 分析하여 綜合的으로 나타낸 品質變化의 經濟的價値 (9) 로서 一次的인 調整을 한 다음 接續方法으로 新旧 品種을 連結하는 方法인바 理論的으로는 妥當하나 複雜한 分析과 이에 다른 資料蒐集等 業務의 繁雜으로 別로 實用性은 없으며 우리나라에서는 아직까지 이 方法을 應用한 例가 없다. ECA/E 세미나에서도 品質變化 處理方法에서 이러한 方法은 實用性이 없는것이라고 指摘한바 있다

6. 價格調査

가. 價格調査의 困難性

物價指數를 作成하는데 使用되는 基礎資料는 바로 品目別 價格이다.

價格의 움직임을 綜合하여 나타낸 것이 物價指數이므로 올바른 物價指數를 算出하자면 무엇보다도 價格이 正確하게 捕捉되어야 한다.

그리므로 正確한 物價統計를 作成하기 위하여

1. 基本的인 資料를 蒐集하는 價格調査面에 努力을 擧重하게 된다.

物價調査라 할지라도 單純히 品目別로 價格의 움직임을 본다던가 內容品質에 구애됨이 없이 單價 (unit cost) 를 調査한다면 殊로 問題가 되지 않겠지만 物價指數 算出의 基礎資料로서 價格을 提供할 때에는 品質의 變化에

따른 價格變動要因이 尙술하지 않은 純粹한
가치의 움직임을 捕捉하여야 하며 其他 物
價指數에서 必要로 하는 形式의 價格을 提供
하여야 되기 때문에 細密하게 調査指數를 定
하여야 될 것이며, 調査業務와 指數算出業務와
는 有機的인 連結과 協助가 되어 있어야
한다.

무엇보다 重要한 것은 時點間에 比較性 있는
價格系列이 蒐集되어야 하며 이를 爲하여 細
密하고 嚴格한 調査要領이 定해지게 마련이다.
品目, 品質規格, 調査地域, 調査對象處, 調査時矣
等을 嚴格히 定하여 놓은 것도 窮極的으로는
物價指數에서 必要로 하는 比較性 있는 價格을
蒐集하기 爲하여서이다.

價格資料의 蒐集은 金額이나 物量資料보다는

蒐集하기 容易하다고 본다.

그것은 價格은 販賣하기 爲하여 露出시키는 것이기 때문에 販賣金額이나 販賣量資料보다는 答弁을 求하기 쉬운 것이다. 그러나 單價調査가 아닌 品質規格調査方法 (specification pricing method) 에서는 조금씩 달라지는 品質의 變化는 價格調査員은 勿論 그것을 取扱하는 商人도 모르는 수가 많으며 또 안다고 할지라도 品質이 低下되었을 때에는 正確한 答弁이나 說明을 求할 수 없다는 全般的인 困難性이 있다.

이제 위에 말한 바와 같이 指數目的에 맞는 價格資料를 提供하기 爲하여 取扱되는 調査方法 調査價格의 性質, 品目 및 品質規格 対象處 調査時點 및 頻度 外 季節品의 特

殊處理方法, 價格의 合成方法等 具體的으로 살펴 보기로 한다.

나. 調査方法

指數를 算出하기 爲하여 必妥로 하는 品目別 價格資料는 正確하게 迅速하게, 正確하게, 그리고 連續的으로 蒐集되어야 한다.

그러한 點을 考慮하여 調査方法이 定해져야 될 것이다.

여기에서 論議될 수 있는 것은 價格調査를 家計式으로 할 것인가 店計式으로 할 것인가 또는 郵便調査方法을 取할 것인가 面接式으로 할 것인가 등이다.

家計式으로 調査를 하면 價格調査 對象處에서 時點別로 品目別價格을 記入하게 됨으로써 調査機關에서는 人力, 予算을 節約할 수 있다.

그러나 모든 價格報告者가 品質規格에 對한 明確한 認識이 되어 있는가 그리고 되어 있다 할지라도 정의 있는 正確한 記入을 期待할 수 있는가 하는 問題點이 있다.

또한 面接調査로 할 것인가 郵便調査로 할 것인가 하는 問題에 對해서 面接調査를 하자면 家계식이 되고 郵便調査를 하자면 家계식이 되므로 家계식 調査와 面接調査, 家계식 調査와 郵便調査는 같은 性質의 것으로 보아도 無妨하나 嚴密하게 区分하여 보면 家계식으로 調査表가 記入되었다 할지라도 調査機關에서 調査表를 蒐集하는 境遇와 價格報告者 스스로가 郵便方法으로 調査表를 수발하는 경우와는 調査의 效果面에서 差異가 많을 것이므로 區別하여 生覺하여야 한다.

郵便調査方法에 依할 때에 가장 問題가 되는 것은 調査表의 回收率이다.

調査表가 回收되지 않으므로서 全品目의 價格이 整備되지 않고 또한 品目別 價格이 整備되어 있다 할지라도 各品目價格의 合成(平均) 內容이 다른 때에는 앞에 말한 内部加重值 (Internal weight)의 作用이 時點間에 다르기 때문에 指數目的에서 各다른 價格의 움직임을 나타내지 못하게 되는 것이다.

또한 回收되지 않은 調査表를 回收하여 平均價格을 整備할 수도 있겠지만 그리하면 時間과 많은 努力을 要하게 되어 迅速하게 指數를 作成할 수 없는 短점이 있으며 그러면서도 調査時點이 經過한 以後의 質疑懇會 廻及調査等に 尙 信憑性은 一時에 調査되어

나오는 편보다 資料의 信憑性이 작은 것이
다.

그러나 品質規格이 단조롭고 變化가 없어서
價格調査가 比較的 쉬운 品目에 對하여는 統
計에 對한 國民의 認識度가 높은 나라에서는
가계식이나 郵便調査 또는 電話調査에 의하는
境況도 흔히 있으며 우리나라의 物價調査에서
도 1970年 基準改編指數에서는 이 方法을
折衷하여 價格調査의 效果와 努力의 切實을
期할 予定이다.

經濟企劃院 調査統計局에서는 消費物價指數作成을
爲한 全國小売物價調査에서 各 都市別로 正規
職 統計調査員을 配置하고 該當品目を 取扱하
는 対象處를 訪問 面接 가계식 方法으로 價格
을 蒐集하고 있다.

다. 調査品目 및 品質規格

價格調査에서는 모든 品目, 品質規格을 總網羅하여 取扱할 수 없기 때문에 標本調査方法을 取한다.

物價調査에서는 標本을 크게 3가지로 区分하여 볼 수가 있는데 그것은 品目 및 品質規格의 標本 (sampling of item and specification) 調査地域 및 對象處標本 (sampling of region and reporter) 그리고 調査時點 (sampling of time) 의 標本이 있다.

全體 品目에 對하여 指數에서 對象으로 하는 品目の 比率를 "品目카마레지" 라고 하는바 이것은 即 品目の 標本比率이 되지만 特定品目に 있어서도 全品質規格을 取扱하기

困難하므로 代表品質規格을 定하여 놓고 該當
品質規格의 價格의 움직임을 指數에 反映시
키게 됨으로 事實上 品目自体의 카바레지(代
表度) 보다는 代表品質 規格이 어느 程度
그 品目を 代表하느냐 하는 問題가 더 重要
할 것이다.

一般적으로 品質規格은 代表성과 持續성의
면에 基準을 두고 設定하게 된다.

代表성에 있어서는 比重自体의 代表성과 價
格變動의 代表성으로 나누어 볼수 있는데 比
重의 代表성은 特定品目に 있어서 該當 品質
規格의 比重이 커야 된다는 것이며 價格變動
의 代表성은 比重이 큰 該當品質規格의 價格
變動이 該當되지 않는 品質規格의 價格變動
까지 代表함으로서 特定品目の 價格動向을 代

表하여야 된다는 것이다.

이러한 관점에서 모든 품目の 正確한 代表 品質規格이 選定되었다면 品目카바레지 自体의 信憑度는 完璧하다고 말할 수 있을 것이다.

비록 品目全体에 占하는 比重은 작아서 調査上 品質規格으로 選定되지는 않았다 할지라도 價格變動의 樣相이 代表品質規格과는 다른 境遇에 그 品目の 價格을 代表시키자면 두 品質規格에 對한 商品을 對象으로 하여야 될 것이다.

다음 持續性을 考慮하여야 한다. 物價指數는 어느 特定時點의 物價水準만을 提示하려는 것이 아니고 時點間 物價의 變動狀態를 보여 주는 데 큰 意義가 있으므로 아무리 比重이나 價格變動의 樣相에 있어서 特定品目を 代表한

다 할지라도 價格의 斷續이 甚하며 올바른 物價水準의 變動狀態를 나타내기 힘들다.

그러므로 代表品質規格을 選定함에 있어서는 代表성과 아울러 持續性을 選定基準으로 삼아야 된다.

위와 같은 基準으로 選定된 品質規格의 價格은 該當品目の 價格變動을 代表하여 指數에 反映된다.

그러나 生産양태나 製造技術의 向上 消費者 好惡의 變化 등으로 商品의 品質이나 規格은 不단히 變化되어 가고 있다.

특히 우리나라와 같이 産業이 急激히 發達되는 發展途上國家에서는 더욱 그러한 現象이 많이 일어 나게 됨으로 基準時에 아무리 理想的으로 品目과 品質規格을 設定하여 놓았다.

할지라도 "패턴"의 變化에 따라 內容이 달라지게 마련이며 不得단 指數에서는 品目이나 品質規格의 代替가 이루어 지게 된다.

指數品目이나 品質規格의 代替方法은 "物價指數 作成" 項에서 詳細히 說明한바와 같이 가장 實用的으로 使用하는 方法은 接續法 (splicing) 이다.

한편 接續方法으로 新旧品目이나 品質規格을 連結할 때에는 連結時點에서 新旧 두品目이나 品質規格의 價格이 同時에 蒐集되어야 한다.

그러나 接續法을 使用하기 爲한 兩價格의 同時蒐集은 價格을 蒐集하는 業務自體보다도 그 時點에 있어서 新旧兩品目이나 品質規格이 完全 競爭狀態에 있어야 된다는 問題이다.

舊品目이나 品質規格이 거의 市場에서 退場

될 때 不得은 新品目이나 品質規格의 價格을
二重으로 捕捉하여 連結한다면 그것은 形式的
인 連結일 뿐이며 該當指數系列은 不當하게 높
아진다던가 낮아지는 結果를 招來하게 되며
이것은 우리가 予想하고 있는 同質性誤差
(Homogeneity error) 를 훨씬 크게 하
는 것이다.

新旧品目이나 品質規格을 連結시킬 때 한
時點의 價格比較만으로 作業을 한다는 것은
危險한 일이며 一定期間內에서 兩系列의 價格
의 움직임을 充分히 檢討한 다음에 連結하여
야 할 것이다.

指數의 代表期間이 月刊이라면 該當月內에서
兩價格 系列의 움직임을 充分히 檢討하여야
한다.

先進國의 物價統計 担当機關에서는 品質 및 品質規格의 管理 維持問題를 專担하는 中央職員을 保有하고 物價調査에서 가장 可多롭고 重要한 品質規格變動問題를 綜合管理하고 있다.

라. 調査對象處

價格調査를 하자면 그 對象事業체가 있어야 한다.

特定品目에 대한 價格을 一定한 對象處에서 蒐集하여야 하며, 万若 같은 品目이라 할지라도 對象事業체를 달리하면 不連續價格이 나오게 된다. 이 問題는 技術的으로는 品質規格의 代替와 같은 方法으로 處理하게 된다.

調査對象處의 選定基準은 첫째 大衆性, 둘째 持續性으로 一部の 標本으로 全體의 動向을 把握한다는 點에서 品質規格의 選定基準과 같

다고 볼 수 있다.

大衆性은 去來의 代表性을 말하는 것
이므로 特定品目을 取扱하는 여러 店
鋪中에서 가장 代表的으로 去來가 이
루어지는 店鋪를 選定함을 말한다.

그러나 大衆性이 있는 店鋪라 할 지라도
持續性이 없으면 價格調査의 對象處가
될 수 없다.

一定한 建物에 屬한 店鋪인지 아닌 露店이
나 行商을 對象處로 選定하지 않는 것은
바로 이 持續性이 欠如되었기 때문이다.

우리 나라의 物價調査에서는 對象處를
有意標本方法으로 選定한다.

特定品目を取扱하는 店舗나 事業체가 많이
있을 것이다.

各 店舗의 規模, 商品의 眞備狀態等 店舗
가 오랫동안 持續되리라고 보여지는 狀態等
여러가지 條件으로 보아 그 중에서 가장
大衆性이 있고 持續性이 있어 보이는 店舗를
有意的으로 判斷하여 選定하게 되는 것
이다.

高級商品을取扱하는 百貨店을 調査對象處에
서 除外하는 것은 大衆性의 결여라는 判斷에
서 취해지는 措置일 것이다.

美國과 같이 市場規模가 크고 店舗의 規模
가 標準化되어 있는 連鎖商 (chain store)

들이 많은 輿件下에 사는 対象處의 選定을
任意 標本方法 (Random sampling
method)에 依하고 있다.

그러나 아직도 우리나라를 비롯하여
의 모든 나라에서 対象處의 選定은 有意標
本의 抽出方法에 依하고 있다.

指數의 内部加重值 (Internal weight)
의 役割을 하도록 対象處數를 決定할
수 있다.

即 地域別加重值의 比와 같이 地域
別 対象處數를 定하여 全対象處 極格을
單純平均함으로써 自動加重시키는 方法 (self
weighting system)도 있다.

우리 나라 物價調査對象處는 우선 各 都
市의 價格을 代表하도록 選定되었으며 都
市別 對象處數에對 全國에 對하여 加重效果는
나타나지 않는다.

即 都市內에 對하여는 特定品目의 對象處數가 몇
個가 되던 일대 都市別 平均價格(指數)
이 算出되고 다시 全國에 對하여 加重平均
된다.

우리 나라 都売物極의 對象處는 約 1,000
個, 事業體, 消費者 物極는 約 6,000 個
店舖 및 營業所에서 價格을 蒐集하고
있다.

다. 調査價格

이節에서는 指數를 作成하기 위하여 蒐集할 價格의 性格에 對하여 整理하여 보기로 한다

物價指數作成에 使用될 價格은 正確한 水準과 正確한 흐름을 나타내 주어야 한다

物價指數 作成機關에서는 價格을 指數로 바꾸어 나타내는 作業을 할과 同時에 부수적으로 品目別 價格自体를 発表하여 利用者에게 提供한다

한편 指數는 價格의 水準이 아닌 價格의 흐름을 나타내주는 것이므로 계속적인 價格의 動向이 바르게 把握됨으로써 바른 指數가 算出된다

그러므로 物價指數作成을 위한 價格資料는 正確한 水準과 正確한 흐름을 보이는 것이면 理想的인 資料라고 할 수 있다

그러나 價格의 水準과 흐름이 주는 두가지 點을 相對

的으로 볼때 物價指數 目的으로 絶對 必要한 것
은 後者이며 價格의 水準이 平均的인 것이 아닐지
라도 흐름만 을 따르게 나타내주면 된다는 것이다
왜냐하면 物價指數는 價格의 흐름을 統合해서 나타
내 주는 것이기 때문이다

위의 原理에 立脚한 指數目的의 價格을 蒐集하기
위하여 具體的인 調査要領이 定해진다.

調査價格의 性格을 一定하게 하기 위하여 品名規格,
單位, 調査對象處 등을 固定시켜 놓는 것이며
이것은 尤로 價格의 흐름의 性格을 固定시킨 것
이지만 이것만으로는 不充足하며 좀 더 具體的으로
흐름과 아울러 平均水準의 捕捉을 꾀하는 方向으로
여러가지 條件을 区分하여 明確히 하고 있다.
우리나라 都小売物價 調査에서는 다음과 같은 處
에서 價格의 性格을 規定하고 있다.

셋째 去來段階

都老物價는 一次市場 (生産者 販賣價格) 의 販賣價格에 重負를 두고 그것이 不可能 할 때는 一次市場에 가장 가까운 去來段階의 價格을 잡고 있으며, 小老는 小老販賣, 서비스 品目에 對하여는 營業者에서 蒐集한다.

둘째. 稅金의 包含與否

生産者 販賣價格의 蒐集에 主力을 두고 있으며 그것이 生産額의 '디프레이터'로 利用하는 目的으로 볼 때에는 原則적으로 間接稅를 除外한 價格이라야 하지만 便宜上 前轉되는 間接稅를 包含하고 있으며 小老物價에서는 그것이 消費者의 負擔을 測定하려는 것이기 때문에 當然히 包含하고 있다.

셋째. 引渡條件

輸送費의 淸은 다른 要素가 商賣의 價格에 包含되
지 않도록 都老에서는 工場引渡價格으로 規定하고
있다.

네째. 容器 또는 包裝 關係

容器에 들어 있거나 包裝을 하여 販賣되는 商
品은 去來習性에 따라 容器代 또는 包裝料를 已
含한 價格으로 調査하며, 용기에 들어있지 않거나
包裝이되지 않은 淸로 販賣되는 商品은 그것을
單純하지 않은 價格으로 調査한다.

다섯째. 答辨者

調査對象處가 固定되어 있어도 一定한 間隔으로
商品의 價格을 알려주는 答辨자가 달리짐으로
서 價格이 不連續狀態가 일어날 憂慮가 많다.
그러므로 都老價格調査에서는 事業體에서 指定한
一定한 答辨者를 通하여 價格을 蒐集하고, 小老에서는

當舖主를 담보자로 두고 있다

여섯째. 二重價格

商品에 따라서 公正價格 또는 協定價格과 市場의 實際價格이 서로 다른 이중가격이 形成될 경우에는 事實上 表表에 適用된 價格을 使用함을 原則으로 하고 있음.

일곱째. 現金價格

호가와 실제 表表價格과는 差가 있을 경우가 많으므로 前者 應證 表表가 될 경우에는 "어느, 後의 實際 表表價格을 調査하게 되어 있으며, 前者 表表인 경우에는 흔히 商品價格이 아닌 財政 서비스에 對한 代가가 隱蔽되게 마련이므로 現金表表한 價格을 調査하게 되어있다

여덟째. 月賦價格

차상 表表에서도 隱蔽될 可能性이 많은 金제가 隱蔽

~74~

되어 있는 價格이므로 우리나라에서는 對象으로 하지 않는다

그러나 特定商品에 대한 去來가 전적으로 月賦로만 去來될 때에는 金利를 除外한 商品의 價格만을 反映한다던가 그것도 困難할 때에는 月賦價格을 指數에 反映할 수도 있다

아 흠째 特売價格,

災害로 인한 異常가격, 罷業으로 인한 在庫整理廉売 또는 宣傳販売等 特殊價格은 調査하지 않고, 調査對象에서 正當적으로 販売하고 있는 正常價格을 對象으로 한다

參考로 라틴아메리카 諸國의 消費者 物價指數設計時에 規定한 調査價格의 性質에 對하여 살펴보면 다음과 같다

蒐集될 價格은 消費者가 實際로 支拂한 現金價格이어

야 하며 特定時點에 該當하는 價格이어야 한다.
모든 消費者에게 혜택이 가는 割引價格은 指數에 反映한다.

物物交換은 對象으로 하지 않는다

다나마市에서는 家具에 對해서는 '클럽' (club) 價格을 使用한다

왜냐하면 家計調査結果 거의 모든 家口에서 家具는 月賦로 購入하고 있음이 나타났기 때문이다.

特売價格 (sales prices)은 該當 商品이 調査日을 包含하여 最少한 4.5日前부터 特売되고 있는 것이 아니면 物價指數에 反映하지 않는다 (가게에서 그 特売에 對한 혜택을 받는 期間을 어느 程度 두기 위하여 小規模의 店舖에서 계속적으로 特売를 하는 境遇에는 該當 店舖의 該當 商品이 色, 사이즈, 크기 고 스탁일등 充分하게 在庫를 갖추고 特売 될 때에

-76-

반 價格을 調査 하도록 現存하였다)

物價指數 依成에 있어서 暗市場價格의 處理問題는 世界 第2次 大戰中에는 매우 重要한 것으로 取扱 되었다.

戰후에도 食糧 調節의 目的으로 當分間 存続되었으나 지금은 全般적으로 살아졌다

과큰아메리카 諸國에도 現在는 暗市場이 있다 理論적으로서는 暗市場價格이 實際去來를 代表한 것이므로 消費者物價에 包含되어야 한다.

그러나 實務的인 面에서 블레 價格을 正確하게 포착 할 수 없었기 때문에 指數에 反映하지 못하였었다

反面에 價格이 統制되고 있는 경우의 不法價格 那 最高統制價格보다 높은 價格은 市場上의 流通가 있을 때에는 指數에 反映된다

과큰아메리카 諸國의 價格 調査에서 惹起되는 은 다른

問題는 警覺 未及 實施되지 않은 店舖問題이다
이러한 店舖에서는 去來가 個別的인 行情으로 이루어
진다.

實際 去來된 價格은 商人이 販賣 處分하려는 意欲에
따라서 行情의 必要性이나 相場方에서 얼마정도는
별것이다 하는 推測에 따라서 그리고 아직 去來와
저녁 去來에 따라서도 달피 될것이다.

그러므로 實際 去來된 모든 價格을 正確하게
알수는 없다.

그러나 店舖의 販賣人은 正常價格, 最高好價,
最下 販賣價格 그리고 價格 調査日의 最終 去來價
格 등을 알수 있다.

行情 價格이 아니고 行情가격을 指數에 反映함으로써
서 일어나는 不正確度를 감안하여 「키토」市에서는

~78~

去來가 이루어진 最下價格을 調査하고 있으며 그러나
市에서는 大部分의 消費者가 支拂한 一般적인 價格
을 調査한다.

따. 調査時點 및 빈도

대개 物價指數는 月別로 作成하고 있다 그러나 月
間을 代表하는 指數라고 해서 月間 전기간을 通
하여 계속적으로 價格調査를 할 수는 없다.

그러므로 月中에서 一定時點을 標本으로 잡아서
月을 代表하는 價格으로 調査하는 것이다.

경우에 따라서는 1회의 價格으로 月을 代表할
수도 있고 2회, 3회 또는 그 以上 回數의 價格
으로 代表할 수도 있다.

調査하는 날자, 曜日, 時間, 等を 調査時點이라
稱하고 對象期間中의 調査回數를 調査頻度
라고 부른다.

우리나라 都売物価 調査의 調査時點은 5日, 15日, 25日로 調査頻度는 月 3회가 된다

小売物価 調査에서는 品目別 價格變動性에 따라變動이 큰 581個 品目(주로 食料品)은 月 3회 調査하며 그외 品目は 月 1회 또는 分週에 1회 式 價格을 蒐集하고 있다.

調査時點은 特定期間의 全体 去來價格에 對한 代表性이 있어야 한다.

은히 特別한 事情이 없는 限 對象期間의 中位數 (median)에 該當하는 時點을 선정하게 되는데 美國, 日本 等에서는 주일중 正常的인 去來가 이루어지는 曜日까지 考慮함으로써 이중 효과를 피하고 있다.

日本 消費者 物價의 調査時點은 每月 12日을 包含하는 주일의 水曜日이나 木曜日 또는 金曜日이며 특히 價格變動이 심한 生鮮과 菜蔬品目은

연 3회 調査하되 水.木.金曜日中 어느날에
끝나도록 定하고 있다

또본 理論에 立脚하여 물대에는 一般的으로 調査
頻度는 高수록 좋다

그러나 調査回數를 1회만 늘여도 그 만큼
莫大한 作業量이 생기며 각각의 計算이 隨伴되
어야 하는 問題이기 때문에 調査頻度の 調整은
特定期間의 價格의 水準과 흐름을 代表할 수 있
는 範圍內에서 理論적인 노력과 經驗적인 根
拠를 가지고 調整하게 된다

이를 위하여 우선 過去의 調査 가격系列을 主體로 分析
하여 불 必要가 있다

우리나라 都老物價 品目을 對象으로 1968年, 1969
年과 20年 동안 品目別價格變動回數를 調査하여 其
結果는 아래表와 같다

価格変動回数別品目数

価格変動回数		品目数
2年間価格変動回数	年平均価格変動回数	
總指数品目		473
0	0	61
1~12	1~6	314
13~24	7~12	44
25~36	13~18	14
37~48	19~24	16
49~60	25~30	14
61~72	31~36	10

위 表에서 보여주는 바와같이 2年間 한번도 價格이
 變하지 않고 있는 品目이 473 個 指數品目中 61品
 目이나 되며 36 日의 調査中 1~6 번 變換 것이
 最頻數로 314 品目이다.

이들 品目은 平均 3個月에 한번정도 가격 變動이 생기는 幅이다.

反面에 調査時마다 계속 變하다시피 한 品目은 約 24個 品目으로 이들은 주로 消費財 其中에서도 穀物이 大多數인 것을 알수 있다.

年 36日의 調査中 25日 以上 價格이 變하였던 品目은 쌀, 보리쌀, 밀, 수수쌀, 팥, 누두, 부어, 멸치, 참기름, 깨, 좁쌀, 콩, 감자, 닭, 달걀, 오징어, 김, 콩기름, 천일염, 고추, 면사, (23S) 면사(30S) 나이론사, 솔, 등 24個 品目이다.

의表를 整理하여 보면 다음과 같은 結論을 얻을 수 있을 것이다.

첫째 一般적으로 消費財는 生産財보다 價格의 變動性이 크다

둘째 全体 品目的 價格 調査 빈도를 같게 할

必要는 없다.

앞에서는 品目별로 價格變動回數를 檢査하여 보았으나 한편 量的인 面에서 分析하여 볼 必要가 있다.

이 作業은 가격의 變動回數가 가장 많았던 쌀, 보, 쇠쌀, 밀, 좁쌀, 딸, 녹두, 부어, 밀키, 오징어, 개 등 10個 品目을 對象으로 1968年中 月間 3日 調査하여 平均한 價格(指數)과 월양점인 15日의 가격(指數)을 月間代表價格(指數)으로 查察하여 量的인 差를 比較하였으며 그 結果는 다음의 表과 같다.

다음 表에서 가장 變動回數가 많았던 쌀과 좁쌀의 年평균 價格은 月間 3회씩 36회 조사한 價格의 평균과 月間 1회씩 12회 조사한 價格의 평균이 정확히 일치하고 있으며 그 外 品目은

~84~

폭여가 1.1% (point) 의 最大편차를 보였을
뿐 보크살이 0.2% (point) 밑 0.1% (point)
밑, 0.6% (point) 즉 두 0.2% (point) 밑치
0.3% (point), 조징어 0.1% (point) 개 0.2
% (point) 의 경미한 차가 있을 뿐이다

다음 表에서 우리는 月中의 가격動向을 파악할 特別한 理由가 없고 月間을 基準으로 하여 年間 또는 長期間의 交動狀況을 파악하는 것이 目的이라 면 尙望접인 15日의 1日 調査로도 만족할 수 있 다는 結論을 낼 수 있다.

이러한 量的인 分析은 全品目의 調査빈도가 같은 경우보다 우리나라의 小売物價調査와 같이 品目別 調査빈도를 달리하는 경우에 그 妥當性を 窺覽침하 는 經驗的인 根拠를 세우기 위하여 더욱 必要가 있다.

가격변동성이심한품목의적용시

1968년

품목	가치	적용시점	1월	2	3	4	5	6
쌀	105.0	순기평균	118.7	129.5	126.1	129.3	131.2	131.6
		15일 차	116.8	128.6	125.5	126.7	131.9	131.5
		(% point)	-1.9	1.1	-0.6	-0.6	0.7	-0.1
보리쌀	16.9	순기평균	123.5	124.7	124.8	121.1	116.3	114.2
		15일 차	123.2	125.0	124.8	122.3	115.9	113.4
		(% point)	-0.3	0.3	0	1.2	-0.4	-0.8
밀	25	순기평균	112.1	116.3	118.7	116.2	116.9	122.6
		15일 차	111.4	116.4	119.2	116.3	115.6	129.2
		(% point)	-0.7	0.1	0.5	0.1	-1.3	4.6
좁쌀	1.1	순기평균	125.6	128.6	130.9	129.9	124.3	128.2
		15일 차	125.5	129.8	131.0	128.9	123.7	128.2
		(% point)	-0.1	-0.8	0.1	1.0	-0.6	0

점어머른면동량부서포

7	8	9	10	11	12	년평균	연평균가격	비교
131.4	130.8	130.5	143.3	153.6	144.4	133.0	4,287.92	
131.4	130.8	130.3	148.2	153.6	140.9	133.0	4,287.92	
0	0	-0.2	4.9	0	-3.5	0	0	1.1
111.1	110.0	110.8	114.1	127.8	130.4	119.6	2,525.95	
113.0	117.0	110.5	113.2	129.7	129.5	119.8	2,530.18	
1.9	0	-0.3	-0.9	1.9	-3.9	0.2	4.23	0.7
105.1	106.3	107.0	114.1	126.7	127.9	115.8	1,940.81	
104.2	105.0	106.9	114.7	126.3	127.7	115.9	1,942.48	
-0.7	-1.3	-0.1	0.6	0.5	-0.2	0.1	1.67	0.9
132.0	135.0	138.4	137.3	132.1	131.0	130.9	2,710.94	
132.0	135.0	138.6	137.1	131.2	131.9	130.9	2,710.94	
0	0	0.2	-0.2	-0.9	0.9	0	0	0.4

품목	가중치	좌용시점	1월	2	3	4	5	6
쌀	0.4	순기평균	111.5	119.1	125.0	126.0	125.4	138.5
		15일차	111.2	120.6	125.9	126.0	125.3	140.1
		(% point)	-0.3	1.5	0.9	0	-0.1	1.6
두루	0.1	순기평균	171.8	180.3	179.2	177.6	177.5	170.8
		15일차	172.5	180.2	180.2	177.0	177.4	187.8
		(% point)	0.7	-0.1	1.0	-0.6	-0.1	-3.0
복어	0.7	순기평균	183.7	169.7	173.9	176.1	177.5	181.8
		15일차	184.8	169.7	176.4	175.3	177.2	182.6
		(% point)	1.1	1.0	2.5	-0.8	-0.3	0.8
편지	1.5	순기평균	146.8	150.2	156.6	160.6	163.2	171.0
		15일차	146.0	150.4	156.7	159.8	164.2	169.4
		(% point)	-0.8	0.2	0.1	-0.8	1.0	-1.6

7	8	9	10	11	12	연평균	연평균기	비교
154.4	145.1	133.1	103.7	94.0	92.8	122.4	5,342.76	
156.0	145.8	135.4	103.4	94.1	92.7	123.0	5,368.95	
1.6	0.7	2.3	-0.3	0.6	0.1	0.6	26.19	0.8
211.0	170.9	135.6	114.3	111.9	111.4	121.0	8,215.83	
211.4	167.9	137.2	114.1	111.8	111.3	120.7	8,200.52	
0.4	-3.0	1.1	-0.2	-0.1	-0.1	-0.3	-15.31	0.9
179.4	182.3	203.5	200.3	177.4	129.0	177.8	23,210.01	
179.8	191.7	203.3	202.1	187.8	126.1	178.9	23,353.01	
0.4	-0.6	-0.2	1.8	10.4	-2.7	1.1	143.00	1.9
164.8	156.8	156.2	166.6	166.5	165.8	160.4	5,901.12	
162.1	157.7	155.0	166.9	166.7	166.0	160.1	5,870.08	
-2.7	0.9	-1.2	0.3	0.2	0.2	-0.3	-11.04	0.8

~90~

품목	계치	적용시점	1월	2	3	4	5	6
오징어	1.0	순기평균	231.7	225.5	223.7	220.8	220.2	231.6
		15일 차	232.2	226.2	223.7	221.5	221.4	231.4
		(% point)	0.5	0.7	0	0.7	1.2	-0.2
개	0.5	순기평균	91.1	93.6	91.1	89.5	90.0	94.0
		15일 차	91.1	93.1	91.5	89.2	89.2	94.5
		(% point)	0	-0.5	0.4	-0.3	-0.8	0.5

28/11

7	8	9	10	11	12	연평균	연평균	비교
232.7	197.4	195.2	180.8	184.3	169.0	207.7	26.91868	
232.7	195.2	195.2	180.2	185.7	166.0	207.6	26.90090	
0	-2.2	0	-0.6	1.4	-3.0	-0.1	17.78	0.9
96.5	95.1	91.4	87.2	98.7	111.6	94.1	8.45394	
96.6	95.5	92.6	87.3	99.5	111.6	94.3	8.49191	
0.1	0.4	1.2	0.1	0.8	0	0.2	17.97	0.4

7. 季節品目 및 價格의 特殊處理

物價統計를 作成하는 課程에서 特別히 處理하여
야 될 問題로 季節性이 甚한 品目과 價格의
取扱問題가 있다.

一般적으로 指數의 品目別 加重値는 年平均
該品金額의 構成比로 策定되는데 季節性이 甚할
수록 年中의 月別平均價는 크기 따르며,
다른 말로 해서 季節性이 強한 品目은 需要의
價格 彈力性이 크다.

季節性은 1年을 週期로 하여 變動하므로 年平均
으로 가루면 加重値는 年中에 變動하는 季
節패턴을 反映하여 주지 못하므로 該品目 및
價格의 取扱問題가 發生한다.

万若 배추, 무라든가 生鮮등 季節性이 強하고
극심한 價格變動을 보이는 品目の 價格에 一定

같은 加重値를 適用하면 指數全體에 不當한 요동
을 가져오게 되며 正當的인 物價變動의 흐름을
나타내 주지 못하게 된다.

그러므로 이러한 問題를 解決하기 위하여 구
분한 季節品目은 相當한 比重을 가지고 있거
랄지라도 指數에 包含하지 않는 다른 季節加重
値를 適用하든가 또는 價格을 反映하는 面에
서 調整하고 있는데 現在로는 大概의 境遇 價
格反映面에서 季節性을 調整하고 있다.

가. 品目的 除去

구분한 季節品目은 各種 募集團에 包含하지 않는
다. 우리나라 都府物價指數에서 치즈, 선어게
品目을 包含하고 있지 않은 것이 그 예이다.

나. 季節加重値의 適用

年中の 季節퍼턴에 따라 變動하는 加重値를

適用하고 그 平均이 年平均水準과 같도록 細
分된 加重値를 適用하는 方法이다.

이것은 全物品目을 対象으로 할 수도 있으나
日本消費者 物價指數의 경우에는 同類視되고
있는 季節品目에 限하여 적용하고 있다.

即 채소류, 선어개류, 과일류등의 分類加重値
는 月別로 固定시켜 놓고 内部 品目만 月別
로 다른 加重値를 使用한다.

뉴질랜드의 消費者物價指數에서는 月別加重値는
使用하지 않으나 正常季節패턴 (Normal
seasonal pattern)에 따른 價格을 適用
함으로써 같은 效果를 내고 있다.

우리나라 消費者物價指數에서도 1970年
基準指數에서는 季節加重値를 適用할 計劃
이다.

4. 價格面에서 調整하는 方法

(1) 品切期間中 保合處理

市場出廻가 되지 않는 品目, 出廻가 되어도 極少量이 되어 品切로 看做되는 品目은 再出廻될 때까지 最終價格을 繼續 維持시키는 方法으로 現在 우리나라의 消費者物價指數에서는 이 方法에 따르고 있다.

이 方法을 採用하는 경우에는 品切期間中 保合價格을 維持시킴으로써 年平均 價格은 直接 利用하기 困難하나 年間 比較性을 갖도록 基準時부터 一定하게 實施價格을 反映하는 期間과 保合處理하는 期間을 適切하게 하여 준다.

(2) 指數計算에서 除去하는 方法

이것은 品切期間中 같은 小分類內의 他品目과

같은 比率로 價格이 움직인다고 假定하여 處理하는 方法이다

이 方法을 採用하는 경우에는 年平均價格이나 年間 變動率은 앞의 方法보다 銳敏하게 나타내 주겠지만 該當品目을 指數計算에서 除外할 때와 除外하였던 品目을 다시 包含할 時點에서 指數上에 罅 (gap) 이 생긴다

8 物價指數 計算

物價指數의 計算에는 大概 基準時 固定加重算術 平均法인 「라스파이레스」 (Laspeyres) 算式이 使用되고 있다.

왜냐하면 加重值를 適用하여 指數를 算出하는

加重算式中에서는 이 「라스파이레스」 算式만이 가

장 적은 범위의 資料로서 簡便하게 計算할 수

있기 때문이다.

지극히 ECAFE 주관 物価 및 物量統計세미나에서
 도 物価指數 計算式에 對하여 國民所得 統計의
 「디플레이터」(deflator)로 採用되는 物価指
 數는 原則적으로 「파쉬指數」(Paasche index)
 이어야 됨은 確認하였으나 實務面에서 볼때
 「피셔지수」의 連續적인 作成은 不可能하므로
 우선 「라스파이레스」算式을 採用하기로 合意
 하였나

이제 物価指數의 作成에 採用되는 計算式을
 차례로 살펴 보기로 한다

가. 單純平均法 (Simple average method)

加重權을 적용하지 않는 單純平均方法이다

여기에는 單純算術平均, 單純기하平均, 單純調和
 平均方法이 있다

物価指數의 対象品目은 各기 査定하고 있는

重要度가 甚저히 다르므로 全品目の 比重을 同等視하는 이 方法은 甚히 拙이지 않고 있
다.

우리나라에서는 始初指數인 1910年 基準都売物 價指數에서 單純算術平均法을 使用하였고 1936 年 基準 都売 및 小売物價指數에서 單純기
하平均方法을 使用하였으나 1947年 基準指數 부터는 繼續 加重値를 부여하고 加重平均法
을 適用하고 있다

4. 加重平均法 (Weighted average method)

加重平均法에도 加重算出平均法, 加重기하平均 加重調和平均法 등이 있으나 實務에서는 全般的으로 計算
이 가장 간편한 加重算術平均法을 使用하고
있다

(1) 「라스피이레스」算式 (Laspeyres formula)

19世紀 獨逸의 經濟學者인 「라스파이레스」
(Laspeyres)가 만든 算式으로서 이 算式
은 基準時同定加重算術平均法이라고도 말하며
全世界적으로 가장 보편적으로 사용되고 있
는 算式이다.

이 指數의 特色으로는 첫째 基準時의 同
定된 加重值를 使用한다는 것, 둘째 指數計算
을 위하여 繼續 蒐集할 資料는 比較時의
物價 資料 뿐이라는 것, 셋째, 따라서 指
數計算이 간편하다는 것, 넷째, 그러나 上偏
성향기 (upper bias)를 갖고 있다는 것
을 들 수 있다.

算式의 偏기성은 完全한 物價指數가 없는 한
이 算式에서만 發生하는 것은 아니며 모든
公式이 內包하고 있는 公式誤差 (Formula

~100~

error) 인 것이다

$$IL = \frac{\sum_i p_{t,i} q_{0,i}}{\sum_i p_{0,i} q_{0,i}} \times 100 = \frac{\sum_i \frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} \cdot p_{0,i} q_{0,i}}{\sum_i p_{0,i} q_{0,i}} \times 100 =$$

(a) (b)

$$\frac{\sum_i \frac{p_{t,i}}{p_{0,i}} w_{0,i}}{\sum w_{0,i}} \times 100$$

단, IL : 「라스파이레스」算式으로 計算된 指數

$p_{t,i}$: i 品目의 t 時點 價格

$p_{0,i}$: i 品目의 基準時 價格

$q_{0,i}$: i 品目의 基準時 物量

$w_{0,i}$: i 品目의 基準時 加重值 $w_{0,i} = p_{0,i} \cdot q_{0,i}$

의 算式에서 (a) 式을 「라스파이레스」의 加重

總和法算式 (weighted aggregate method)

(b) 式을 加重相對法算式 (weighted relative method)

라고 부른다.

實務에서는 흔히 計算에 簡便을 相對法算式을 採用한다. 뉴질랜드의 消費者物價指數의 各品 目別, 買目別, 算出額을 비교 검토하여 指數를 作成하는 體制에서는 加權總和法算式을 使用하게 된다.

(2) 피셔算式 (Paasche formula)

19세기 獨逸의 經濟學者인 피셔 (paasche) 에 의하여 作成된 算式으로서 「릭스파이레스」 算式에 基準時 固定加權值가 適用되는 反面에 比較時의 패턴에 의한 各品 다른 加權值가 適用되며 또한 「릭스파이레스」 算式에 依한 指數는 上向性편기 (upper bias) 를 갖는 反面 여기에서는 下向性편기 (downward bias) 를 內涵하고 있으므로 「릭스파이레스」

算式과는 反對의 性格을 가지고 있는 算式이
다.

그러나 「파워」 算式에서는 比較時의 價格資
料 뿐만 아니라 物量資料까지 要求하기 때문에
實務에서는 흔히 使用되지 않고 「릭스파이레스」
算式으로 作成되는 指數를 換定하기 爲한
「파워」 換定의 道具로 使用된다.

$$IP = \frac{\sum p_{t,i} q_{t,i}}{\sum p_{0,i} q_{t,i}} \times 100 = \frac{\sum p_{t,i} \cdot q_{t,i} \cdot \frac{p_{t,i}}{p_{0,i}}}{\sum p_{t,i} \cdot q_{t,i}} \times 100$$

$$\frac{\sum w_{t,i} \frac{p_{t,i}}{p_{0,i}}}{\sum w_{t,i}} \times 100$$

但, IP : 「파셰」算式으로 計算된 指數

q_{ti} : i 品目の t 時莫物量

w_{ti} : t 時莫의 加重値 $p_{ti} q_{ti} = w_{ti}$

變形시킨 양상대법算式을 보면 「릭스파이레스」算式은 基準時와 比較時의 價格比率 (price relative) 의 加重算術平均이고 「파셰」算式은 加重調和平均算式임을 알 수 있다.

③) 에머슨算式 (Emerson's formula)

에머슨 (Edgeworth Marshal Emerson)

에 의하여 考案된 算式으로서 「릭스파이레스」算式에 上向性 편기와 「파셰」算式에 下向性 편기가 있으므로 이것을 基準時와 比較時의 物量을 平均하여 代數함으로써 편기를 除去하여 試圖한 算式이다.

算式上으로는 우수하나 資料蒐集의 困難性 計算의 複雜性으로 實務에서는 흔히 使用하지 않으며 研究目的으로 利用되고 있다.

$$I_E = \frac{\sum_i p_{t_i} q_{0i} + q_{t_i}}{\sum_i p_{0i} (q_{0i} + q_{t_i})} \times 100$$

(4) 「유티셔」의 이상식 (Fishers ideal formula)

物價指數의 算式에는 完全한 것이 없고 各 品 價格을 內包하고 있는바 「릭스파이레스」算式은 上向性변기, 「파셰」算式은 下向性변기를 지니고 있다.

이 變기를 除去하려는 의도에서 基準時의 比較時의 物量을 算術平均하여 적용하는 「에머슨」算式이 登場하였다.

회계算式은 「라스파이레스」指數와 「피셔」
 지수를 기하平均하는 것으로서 各種 指
 數算式의 테스트에 即 循環 테스트
 (Circular test), 時矣 轉逆 테스트
 (time reversal test), 요소전역 테스트
 (Factor reversal test) 등 모든 테스트
 에 適合하는 算式으로써 아직까지 등장된 算式
 中에 가장 우수하고 理想式이라 하여 「회계」의
 理想式이라고 부른다.

그러나 理想式이라는 表現을 가지고 事實과 무
 렻하는 정확한 指數가 算出되는 算式이라고
 생각하여서는 안된다

r-10b~

$$IF = \sqrt{\frac{\sum_i p_{ti} q_{ti}}{\sum_i p_{oi} q_{oi}} \times \frac{\sum_i p_{ti} q_{ti}}{\sum_i p_{oi} q_{ti}}} \times 100 = \sqrt{I_L \times I_P}$$

이것은 가장 우수한 算式 이기는 하나 요구되는

資料의 範圍의 計算의 複雜性으로 實務에서는

흔히 使用하지 않고 指數개변에 따른 過去

系列의 連結作業이나 特殊研究目的으로 흔히

使用된다.

<자 료>

농촌물가지수 편제에 있어서
계절적인 상품의 취급

농협중앙회 조사부 통계조사과

이 재 등

차 례

1. 머리말	111
2. 현재의 저수작성요령	116
3. 계절적인 상층의 최급	124
가. 출회기간이 짧은 상층의 최급	124
나. 저층량의 계절적인 변동이 심한 상층의 최급	137
4. 맺는 말	154

시 며 렷 말

일반적으로 物價指數는 各 去來 단계 (生産 단계, 도매 단계, 및 소매 단계) 에 대응해서 물가수준의 변동을 測定할 目的으로 依成 되고 있다.

그런데 農村 物價 調査에 있어서의 農民이 生産者 이면서 한편으로는 消費者이기 때문에 農民이 생산한 농산물을 販賣하는 농가수취가격 (농가판매가격) 과 農民이 생활과 영농을 위하여 구입하는 가계용품과 농업용품의 농가지불가격 (농가구입가격) 의 두가지 가격 계열을 조사하게 된다.

즉 농가수취 가격은 농가가 농산물을 최초로 판매하게 되는 生産 단계에 있어서의 가격을 의미하고 농가지불 가격은 농가가 최종적으로 소비하는 농업용품과 가계용품에 대한 소매 단계 (소비 단계) 의 가격을

~12~

의미한다.

두가지 가격계열을 조사하는 것은 두가지 價格계열의 변동상황을 比較해 봄으로써 農家의 交易조건의 변화 (이른바 . . .) 를 測定해보자는 데 目的이 있다. 現在 農協에서 「농촌 물가 및 임료금 조사」란 이름으로 農村物價를 講査하고 있는데 농가구입품중 농업용품에 영농을 위하여 고용한 勞動者의 賃金과 농업용 임료가 포함될 수도 있으나 일반상등과 다른 특성 때문에 별도로 구분하여 가격지수를 작성하고 있다.

그래서 농협의 農村물가지수에는 농가판매가격지수와 農業用品, 가계용품 및 임료금을 총합한 농가구입가격지수를 작성하고 있다.

어느 물가지수에서나 지수 작성 과정에

문제되는 점이 없지 않으나 특히 農村物價 지수를
 作成하는데 있어서 문제되는 것은 계절적인 농산물의
 취급 방법이 어려운 問題로 제기되고 있다.

첫째로 부패성이 심한 農産物은 1년중 收穫期間이
 數個月 不過하여 商品의 生産이 없는 기간의 물가
 지수를 어떻게 作成할 것인가 하는 점과 둘째로,
 商品의 生産이 1年間 계속된다 하더라도 그 收穫量
 에 季節적으로 큰 변동이 있는 品目에 대한 價格지
 수를 어떻게 作成하는가는 것이다.

現在 韓國銀行에서 작성하고 있는 全國 都市物價 지
 수에서는 季節성이 심한 商品을 당초부터 가격조사
 불목에서 제외하고 있으며, 經濟企劃院의 소비자물가
 지수에서는 그러한 계절상품의 수가 많지 않기 때문에

~114~

季節商品으로 인한 큰 問題는 일어나지 않을 것이다.
본고에서는 農村物價指數作成에 있어서 그러한 계절적
인 상품의 採集方法에 관하여 논의하고자 한다.

季節的인 상품은 농가가 구입하는 농업용품 및 기계
용품에도 一部 포함되어 있으나 그 비중이 크지 않
아 문제되는 점이 적겠으나 농가가 판매하는 농산물
은 대부분이 계절적으로 價格 및 販賣量에 큰 變動
을 보이고 있기 때문에 그 採集방법이 重要視된다.
특히 물가지수의 기준년도 變更作業이 進行되고 있는
現 時點에서는 이러한 季節商品의 採集方法을 檢討
해 봄으로써 종래의 지수를 改善할 수 있는 기회
가 되기도 한다.

~//5~

그러나 필자는 物価調査에 관한 지식이 적기
때문에 이에 관한 충분한 檢討이 되지 않으리라는
점을 사전에 말씀드린다.

~116~

2. 現在의 指數作成要領

가. 目的

農村物價指數를 작성하는 目的은 농촌 地域의 物價水準을 測定하는 데 있으나 具體的으로는 農家의 교역 조건을 파악하는 데 있다.

따라서 이 지수는 정부의 농산물가격을 수립하는 데 가장 많이 이용되고 있다.

즉 농가의 生産한 農産物의 價格水準의 변동과 농가의 生活 및 營農을 위하여 구입하는 농가구입품의 價格수준의 變動을 비교함으로써, 농. 공산물간의 均衡적인 價格을 산출하는 데 基礎資料가 된다.

그 밖에도 농가판매가격지수는 농산물가격의 계절적인 변동 및 연차별 변동 상황을 분석하는 데 이용될 뿐만

~117~

아니라 農業收入의 實質的인 變動을 보기 위한
디플레이터 (deflator) 로 이용되며, 농가구입품 중
가계용품 가격지수는 농가소득과 가계비의 디플레이
터로 이용된다.

나. 價格調査要領

農村物價에 관한 調査는 1956년 農業은행에서 실
시한 「地方物價調査」로 부터 시작되었다.

이 地方物價調査는 15개 농촌지역에서 65개의 농
산물의 가격을 조사했으나 1958년 8월부터

「農村物價調査」란 이름으로 바뀌면서 調査地域을
25개로 擴大하고 調査品目數도 153개로 擴大
하였다.

그러나 위의 價格調査에서는 物價指數를 作成하지

~118~

안했다.

1959년에 역시 調査品目수를 농산물과 농가구입품
및 임료금까지 포함해서 249개로 擴大하며 36개지역
에서 가격을 調査하며 1958년8월 ~ 1959년 7월
까지의 농가경제조사 자료로부터 品目別 가중치를
산출하여 1961년부터 지수를 작성하게 되었다.

이때부터 그 명칭도 「농촌물가 및 임료금조사」로
변경하였으며 농업은행이 농협으로 개편된 이후에도
이를 계승하여 農村物價 지수를 작성해 왔다.

그 동안에 기준년도를 1960년과 1965년으로 두
차례 변경한바 있으며 조사지역 및 調査品目數에 약간
의 변동이 있었다.

현재 농협에서 가격을 조사하고 있는 품목수는 239개

이나 이가운데에는 농림의 事業에 必要한 價格資料
를 얻기 위하여 調査하는 項目이 포함되어 있으며
지수작성에 利用되는 項目數는 農家 販賣品 39種과
농가 구입품 139개 합계 178개 項目이다.

價格調査地域은 서울 特別市 釜山直轄市 및 道庁과
시청소재지 그리고 읍鎭을 제외한 全國 137개군에
서 쌀, 대맥, 라맥, 콩, 고구마, 한우, 우돈등의 主
要農産物의 項目別 生産量의 80% 이상을 카마하도
록 69개군을 선정하였다.

價格調査項目에 대한 全國 대표치를 選출하기 위하여는
각 項目別로 生産의 분포상황을 고려해야 할 것이
나 조사 項目수가 많기 때문에 이를 일일이 고려
하게 되면 조사지역수가 너무 많게되며 項目別로

調査地域을 달리해야 하는 복잡성이 있게 된다.

또한 농촌을 거는 농산물가격만이 아니고 농가구입물
이 통솔되기 때문에 구입물가격의 근사지역을 별순
로 선정해야하는 문제도 있을 수 있으나 농가의 생장
형태나 營農方式이 地域別로 큰 차이는 없을 것으로
고려된다.

따라서 主要農産物을 中心으로 69개 지역을 선정하
여 그 地域에서 조사된 價格을 品目別로 단순 산출
명준하는 方法을 택하였다.

그리고 調査對象地域은 선정된 郡內에서 농산물의
거래량이 많고 農民이 주로 去來하는 5日間격으로
形成되는 農村市場으로 결정하였다.

가격조사는 매월 15일을 전후한 개시일(開市日)에
농협(군조합)직원인 하도록 하였다.

다. 지수작성요령

현재 1965년을 基準年度로 하여 편제하고 있는 농가
 販売價格指數의 加重値는 1965년중에 農家가 生産한
 모든 農産物을 販売하여 얻은 現金收入總額을 모집단
 으로 하였으며 농가구입가격 지수에서는 農家の 영농
 과 생계에 필요한 농업용품, 가계용품 및 농업노동을
 구입하기 위하여 지급한 現金支給總액 (입료금은 현물
 지급액포함)을 가중치의 모집단으로 하였다.
 지수 項目의 選定은 別項 項目의 수입 또는 지출이
 외의 농가총수입액 또는 지급총액 가운데 차지하는
 비율이 1,000 분의 1 이상되는 項目을 採擇하는 것을
 원칙으로 하였다.

現在 지수 項目數는 농가 판매가격지수에서 39 개

~122~

물품이 채택되었고, 농가구입가격지수물품은 총 139
개 항목이 선정되었는데 이는 다시 농업용품 39개
항목, 기계용품 91개항목; 농촌 임노동 9개 항목으로
분류된다.

지수작성산식은 基準時 기준산출 평균법인 Laspeyres
식을 사용하고 있다.

기준가격은 1965년 1월 월별가격 (1-12월)을 단순산
출 평균한 연평균 가격으로 하였으며 11개 항목의
월차지수는 해당 평균 가격에 의하여 작성되고 이에 소
정의 기준치를 適用하여 우별 및 총합지수의 월차지수
를 산출하고 있다.

연차지수는 월차지수를 단순산출평균에 의하여 산출되
고 있다.

이와같이 依成한 물가지수는 月別로나 年次別로 固定된 기준치를 使用하고 있어서 모든 지수品目の 去來量이 계절적으로 차이가 없으며 年次別로도 變動이 없다는 것을 가정하는 것이다

그리고 品目の 출회기간이 수개월에 한정되어 있는 계절적인 상품의 비출회기간에 대한 가격은 출회기간의 최종월의 가격이 다음에 출회가 始依되는 月까지 계속 (보합) 되는 것으로 가정하여 지수를 작성하고 있다.

~124~

3. 계절적인 상품의 취급

가, 출회기간이 짧은 상품의 취급

저수작성에 포함되는 대부분의 품目は 月別로 가격을 수집할 수 있다.

그러나 品目에 대하여는 출회가 수개월에 그치지 때문에 출회되지 않은 기간에 있어서는 가격을 수집할 수 없는 것이 있다.

특히 농촌물가조사에서 농산물의 경우에는 이러한 品目이 많이 있다.

예를 들면 椀麵초, 삼전, 리마로, 참외, 수박, 포도 및 감류이다.

이러한 品目이 農家판매가격지수에서 차지하는 비중도 상당히 크기 때문에 한은의 전국도매물

가 조사에서와 같이 지수작성품목으로 부러 제외할 수도 없다.

그래서 이러한 문제에 대한 가격처리문제가 농산물 가조사에서는 어려운 문제로 되고 있다.

이 問題는 지수작성의 技術的인 문제가 될뿐만 아니라 其次別 가격 변동 및 月次別 가격변동을 측정하는 지수의 性格을 고려해야 하는 점을 내포하고 있다.

이러한 계절적인 상품에 대한 取扱方法에 관하여는 아직까지 아주 만족스러운 방법이 없고 다만 가능한 그런 문제를 해결하려는 의도에서 몇가지 방법이 제시되고 있다.

우선 비출회기간의 가격처리의 방법에 관한 몇가지

방법을 소개하면 다음과 같다.

첫째: 대체동목을 준비해서 비출회기간의 價格을 이
품目の 가격으로 대체하는 方法

둘째: 비출회기간에 대하여는 해당品目を 子數 계산
으로 부터 제외하는 方法

셋째: 비출회기간의 價格은 다른 同種商品, 또는 該種
品目이 속하는 상품군(群) 혹은 소수별 子數의
變動 추세에 따라 대응시키는 方法

넷째: 해당 品目이 속하는 商品군(群) 또는 소수별
의 基準치는 일정하게 하나 비출회 기간의 每
月未額에 따라 各 品目의 基準치를 定하는
方法

다섯째: 비출회기간의 일정기간은 다음과 같은 價格

으로 보합시키는 方法

① 출회시의 종월의 가격을 다음 출회기까지 보합시키는 方法

② 출회기간의 평균가격을 다음 출회기까지 보합시키는 方法

③ 출회기의 최초월의 가격으로 보합시키는 方法

여섯째: 비출회기간의 가격변동률(즉 출회기 말부터 다음 출회기 초까지의 가격변동률)을 과거 수년간 資料로 算出해서 그 평균월별 등커율을 적용해서 비출회기간의 가격을 決定하는 方法

위의 方法中에서 첫째의 方法은 該品 品目이 屬하는 상품군에 季節的인 상품이 많기 때문에, (예, 파채류) 該品 品目を 定하기 어렵고 또한

~128~

대체 항목이 전연없는 경우 (예, 잠겨)가 있기 때문에 실제로 그 방법을 적용하는데 困難한 점이 있다. 둘째 방법은 지수계산으로 부터 제외되기 때문에 해당 항목이 속하는 商品群 또는 소분류의 가중치가 변동하게 되며 이에 따라 총지수의 가중치도 變動하게 된다.

따라서 이 방법은 가중치가 다른 月別 지수로서 가격 변동을 추측하는 모순을 내포하고 있다.

세째 방법은 비출회 기간의 가격이 該項 항목이 속하는 상품군 또는 소분류 지수의 가격변동 추세와 똑 같이 변동한 것으로 간주하는 방법으로서 그 지수계산으로는 소분류지수계산으로부터 제외됨목의 가중치를 제외하며 지수를 계산하되 대부분류 지수를 계산할때

소분류의 가중치는 변동시키지 않는다

그런데 이 방법에도 계절적인 상품의 價格이 무
조건 해당 商品群의 가격과 같이 變動한다고 가정
하는 약점이 있다.

비례 방법은 시제 방법과는 약간 달리 출회기간
의 가중치를 매월의 거래액을 기준으로 月別로 조
정하는 것으로서 시제 방법보다는 약간 개선된 것
이나 지수작성상에 부족한 점이 있다.

다섯째 방법에 있어서는 출회기의 기초가격, 기말
가격, 또는 평균가격을 비출회기간에 적용하는 방
법이며 다음과 같은 문제가 있다.

출회기의 최초월가격이나 출회기의 平均價格을 使
用할 경우에는 출회기로부터 비출회기로 이동하는

단계와 비출회기로 부터 출회기로 이동하는 단계의 두시점에 가격의 단층(斷層)이 생기게 되며 출회기의 최종월가격을 사용할 경우에는 비출회기로 부터 출회기로 移動하는 단계에서만 단층이 생기게 된다. 따라서 ②와 ③의 방법보다는 ①의 방법이 좋으며 계산하는 데도 용이한 점이 있다.

여섯째의 방법은 過去의 價格資料에 의해서 출회기말에서 다음 출회기초까지의 價格變動率을 推定하여 該項상품의 비출회 기간의 月別價格을 推算하는 것으로서 출회기말과 다음 출회기초의 단층을 없애는 방법이나 실제 가격변동의 과거의 價格變動率과 일치하지 않을 경우에는 여전히 단층이 생기는 약점을 가지고 있다.

이상과 같은 총괄적인 商品에 對한 여섯가지 試點
方法을 檢討해 보았는데 그 중에서 어느 方法이나
일장일단이 있다

現在 農協에서 작성하고 있는 농촌물가 지수에서는
다섯개의 方法中 ①에 따르고 있다

美國과 日本의 경우에도 농가판매가격지수계산에서 이
方法을 使用하고 있다

그런데 우리나라에 있어서도 경제기획원의 소비자 물
가지수 작성에 있어서는 세계 方法을 채택하고
있다

美國과 日本에서도 계절적인 商品의 비출회기간의
가격을 출회기의 최종월의 價格으로 대응하고 있는
것은 다음의 출회가 시작되는 시점에서만 조정이 이루어

된다는 점과 계산하기가 쉽다는 이유 때문이다.

새책의 방법도 어느정도 타당한 것이라 할 수 있
나 우리나라의 농가 販賣價格지수에서는 사용할 수
없는 경우가 있다.

예를 들면 잠전 (누에 고치)은 단일품목으로 하나의
소분류를 이루고 있으며 대부분류로는 추잠류(추산물
과 잠전)이 속하고 있으므로 잠전의 비출회기간에
대하여는 추산물가격으로 대응할 수 밖에 없는 결과
가 된다.

이와 같은 방법은 잠전과 추산물의 실질적인 편을
동질화하게 되어 모순을 범하게 되는 것이다.

따라서 현재 사용하고 있는 다섯째의 ①의 방법
이 무난하다고 생각한다.

그런데 또한 하나의 어려운 문제는 상품의 출회기간을 어떻게 결정하느냐 하는 점이다.

농산물의 경우에는 조생종 또는 만생종등의 여러가지 품종이 있으므로 출회기간이 다르며 또 한편으로 지역별로 출회기간이 다르기 때문에 출회기간을 일괄하게 결정하기란 극히 어렵다.

특히 최근에는 우리나라에서도 「비닐 하우스」를 이용하며 과채류의 조기재배가 성행하며 예전과는 달리 시장이 일찍 출회되고 있다.

그리고 大畵畵 출회기준과 출회기말의 價格이 비교적 높게 형성되고 있다.

따라서 출회기의 최종출의 價格을 비출회기간에 적용할때에 최종출회기를 언저까지로 보느냐에 따라

~134~

지수에 큰 변동을 가져온다.

이러한 복잡한 점을 시정하기 위하여 다음과 같은 원칙을 배세울 수 있다.

첫째로, 출회기간 (지수채용기간)을 그 항목의 年間 總販売量의 적어도 80%로 카바 하는 기간으로 定하는 方法이다.

둘째로, 調査對象地域의 2/3 이상이 결품되었을 때 (價格調査가 不可能할때)에 그 항목의 출회가 없는 것으로 간주하는 方法이다.

그런데 첫 次의 方法에서는 계절상품의 月別販売量

에 관한 調査値가 있어야 하는 곤란한 점이 있다.

이에 관한 자료는 부분적으로는 얻을 수도 있

으며 基準年度의 加重値를 산출할때에 月別 販売額

을 산출함으로써 얻을 수 있다.

그러나 이 기간을 일정하게 결정하게 되면 屢次別로 출회기간이 달라지는 경우에는 현실과 모순되는 점이 생기게 된다.

첫째의 방법은 一般農家에서 채택하고 있는 작물에는 적용될 수 있으나 생산의 分布가 地域別로 偏重되어 있는 경우에는 이 방법을 적용할 수 없다.

따라서 출회기간을 결정하는 문제는 첫째의 방법을 원칙적으로 채택하고 경우에 따라 약간의 변경을 할 수 밖에 없다.

현재 농협에서 적용하고 있는 몇개의 季節品目의 출회기간은 다음과 같다.

<표 1>

季節的인 農産物

작	물	가	중	치	출회기간
염	년	초	27.51		9~12 월
유		채	2.30		6~12 "
간		견	8.57		6, 9
무		우	6.61		9~2
배		추	8.99		9~2
리	파	도	2.95		6~8
찰		외	1.80		7~8
수		박	1.38		7~9
포		도	1.63		8~9
	감		3.28		9~12

나. 去來量의 季節的인 交動이 심한 商品의 取扱
 앞에서는 商品의 出回가 數回月에 合當되는 境
 遇 非出回期間의 指數작성요령에 關하여 論議하
 였는데 이는 主로 月別 價格變動을 測定하기
 爲한 월차指數(月次指數)의 作成에 關한 것
 이 였다.

또 한가지 問題되는 것은 商品의 出回가 年
 中 繼續된다. 할지라도 그 去來量이 季節的으로
 큰 差異가 있는 品目에 對한 指數를 어떻게
 作成하여야 할 것인가 하는 點이다.

즉 月別로 去來量이 다르기 때문에 月次指數를
 作成할 때에 月別로 다른 基準치(거래량기준)
 를 使用할 수 있지 않느냐 하는 點, 그렇지
 않으면 그러한 季節性이 있는 品目에 對한 年
 次指數 만은 月別去來量에 의한 基準치로 月차

지수를 加重平均하여 計算하여야 되지 않겠느냐 하는 問題이다.

그런데 月次指數作成에 있어서는 季節적으로 去來量의 差異가 있다라도 月間의 價格變動을 比較하기 위해서는 고정된 基準치를 사용해야함이 불가피하다.

왜냐 하면 基準치를 매월 變動시킴으로써 본래 物價變動을 보기 위한 物價指數의 變動이 基準치의 變動과 혼합해서 나타나게 되어 指數의 性格을 애매하게 만들기 때문이다.

즉 두 시점의 物價를 比較하기 爲하여는 그 指數計算에 使用한 基準치가 同一하여야만이 價格變動을 明確히 나타낼 수 있다는 것이다. 그래서 結果적으로 月別去來量이 꼭 같다는 것을 前提하게 된다.

그러나 年次指數를 作成하는데 있어서, 各 商品의 去來量이 季節적으로 큰 差異가 있는 境遇에 此와 같이 作成한 月次指數를 단순히 산술 平均하여 年次指數를 算出하게 되면 總去來額을 總去來量으로 なる 平均價格의 개념과는 일치하지 않게 된다.

따라서 年次指數를 年中去來量이 똑 같다는 전제하에서 단순 산술평균으로 산출할 것인가 또는 平均價格의 개념에 따라 月別去來量을 고려한 加權산술평균으로 作成할 것인가 하는 問題가 생긴다.

이러한 問題는 前절에서 說明한 출회기간이 數個月에 한정되는 品目과 年中 繼續 출회된다 할지라도 月別로 去來量이 다른 品目に 해당된다.

<표 2>

主要農産物의 荷品化率(1968年産)

단위: %

구	분	엿살	보리살	콩	고구마	감자	
1968.	6	-	1.61	-	-	2.65	
	7	-	7.10	-	-	3.34	
	8	-	3.64	-	-	4.32	
	9	-	2.77	-	-	0.45	
	10	3.97	1.79	3.87	3.42	0.25	
	11	5.70	1.09	7.59	11.17	0.10	
	12	10.42	0.91	8.43	3.12	0.07	
	1969.	1	4.08	0.36	6.85	0.77	1.38
		2	3.18	0.76	2.97	1.16	0.03
		3	3.69	1.02	3.54	1.79	2.36
		4	2.45	0.68	4.29	2.60	5.67
		5	3.46	1.51	4.51	1.43	1.39
6		2.81	-	2.10	0.19	-	
7		1.77	-	2.77	0.28	-	
8		1.67	-	1.22	0.78	-	
9		1.97	-	2.15	3.37	-	
합		45.77	23.04	50.29	30.08	21.81	

資料: 農林部

대부분의 農産物은 1년에 한번씩 生産되며 부
패성이 크기때문에 수확기의 最盛出廻期에는 市
場出廻量이 많으나 단정기에는 未收量이 극히
적다

또한 農家에서 購入하는 農業用品中에서 肥料
農藥等은 농번기에 未收가 集中되고 있으며 가
세用品의 해조어류 및 채소류등에도 그러한 季
節的인 淸목이 包含되어 있다 <表2参照>

따라서 農村物價調査에서는 어떠한 方法으로
指數를 作成하는나가 重要な 問題이며 特히 農
家の 교역조건을 精確히 파악하는 면에서 중요
한 의미를 갖게 된다.

농민의 立場에서는 그들이 生産한 農産물을 가
장 많이 판매하는 수확기의 가격에 관심이 있
으며 단정기의 가격은 아무리 높더라도 그들의

수입에는 큰 영향을 주지 않기 때문이다.

현재 농협에서 편제하고 있는 농촌 물가 지수에서는 농산물의 농가 판매가격 지수나 농가구입가격 지수의 경우 모두 月次指數를 단순 平均하여 年次指數를 算出하여 基準價格도 月別價格을 단순 平均한 年平均가격을 使用하고 있다.

이러한 方法을 使用하게 된것은 첫째 月次指數가 月別去來量이 같다는 가정(고정된 기준치)에 의하여 作成되고 있는 만큼 年次指數에 있어서도 同一한 가정에 입각함으로써 일관성 있는 指數를 作成하는 것과 둘째로, 계절적인 差를 考慮하자면 우선 그에 관한 基準資料가 있어야 하는데 모든 指數品目에 充分한 資料를 얻기 어려웠고, 셋째로 指數作成方法이 간편하다는 이유가 있다.

이 방식은 1并稱을 통하여 月別去來量이
되-하-다는 가정 밑에서 月次指數와 并次
指數가 作成되고 있으므로 이들의 指數
를 서로 직접 비교 할 수 있는 이점이 있
으며 연차지수를 간단히 算出하게 되는 편리한
점이 있다.

한편 年次指數에 季節的인 去來量의 變動을
고려치 못하게 되는데 다음과 같은 이유가
있다.

최근 數年前 부터는 農林部에서 主要農産物의
商品化率에 관한 調査를 繼續해 오고 있
으나 1965年 以前에는 農協에서 調査했던
米, 麥에 대한 商品化率밖에 없었다.

그리고 現指數의 加重置를 1965年의 農家經
濟調査資料로 부터 算出할 때에 月別去來額에

관한 資料를 얻을 수는 있었으나 1年間の 資料로서 모든 項目에 對한 月別가중치를 採集願을 基準으로 確立하기는 곤란한 점이 있었다.

現在 美國의 農家수취가격지수와 農家支拂價格指數는 基準價格 (1910 ~ 14) 과 가중치의 基準年度가 달라 우리나라 農村物價指數와는 그 作成 체계가 다르기는 하지 마는 月次指數로 부터 年次指數를 算出하는 方法은 똑 같다.

즉 美國에서도 月次指數를 單순 산출 평균하여 모든 年次指數를 計算하고 있다.

그러나 現在 使用하고 있는 指數作成 方法이 가장 이상적인 것이 되지 못함은 이미 지적한 바 있다.

農家가 購入하는 農業用品과 家計用品中에서는 그러한 季節的인 商品의 比重이 크지

않기 때문에 그렇게 큰 問題가 되지 않겠으나
農家가 販賣하는 農産物의 境遇는 大部分 季
節的인 性質을 지니고 있으므로 月別去來量을
考慮해야 할 것이다.

現在 日本에서는, 農業用岳과 家計用岳
은 去來量이나 價格의 季節的인 變動이 심
하지 않으나 農産物은 特定期間만 販賣되거
나 年中 販賣된다 하더라도, 그 販賣量
및 價格이 月別로 變動이 심하기 때문
에, 農業用岳 및 家計用岳의 年次指數는
月次指數를 단순算術平均法으로 月平均指
數를 算出하여 使用하고 있으며 農産物
의 年次指數는 加重平均法을 使用하고
있다.

주 農産物의 年次指數는 個別 農産物의

月別價格을 月別販賣量을 加重値로 해서 加重平均하여 年平均價格을 算出한 다음 이의 基準價格 (같은 要領으로 計算한 年平均價格)에 對한 比率로서 各別 農産物의 年次指數를 만들며, 이들 各別價格指數에 所定의 加重値를 곱해서 類別 및 總合指數를 別個로 作成하고 있다.

그대서 農産物의 境遇에는 年次指數의 年間累積을 12 個月로 나눈 年次指數와는 一致하지 않는다.

따라서 指數를 利用할 때에, 年度別 比較는 年次指數를 利用하고 月次指數는 前月 對比, 前年同月對比等을 보는 境遇에 利用하게 된다.

우리나라에 있어서도 農家의 交易조건을 보

다 正確히 파악하기 위하여는 日本의 境遇처럼 農産物의 農家販賣價格指數만이라도 季節的인 去來量을 고려해서 年次指數를 作成하는 것이 妥當하다고 生覺한다.

보다 이상적인 것으로 하자면 農家が 購入하는 農業用品 및 家計用品에 까지 이 方法을 適用해야 하겠지만 우선 農家の 購入量에 對한 月別資料가 乏하며, 또한 季節的인 商品の 比重이 크지 않아서 복잡한 計算方法을 採択한다 하더라도 總래의 結果와 큰 差異가 없을 것으로 생각되므로 農家購入品에 까지 擴大하지 안해도 좋을 것이다.

農産物의 農家販賣價格指數에 加重平均法을 적용하자면 우선 農家の 月別販賣量에 對한 資料가 있어야 한다.

그리고 年次指數의 동질성을 유지하기 위해서는 基準年度의 月別販賣량을 基準해서 月別加重値를 確立하여야 할 것이다.

그러나 農林部에서 現在調査하는 主要農産物의 商品化率は 食糧作物에 한해서만 調査되고 있을뿐, 畜産物, 青果物 및 特用作物 등의 販賣에 對한 物量的統計는 作成되지 않고 있다.

따라서 食糧作物을 除外한 農産物의 月別販賣량에 關한 資料는 얻을 수 없다. 그러나 農家經濟調査(農林部)의 基本調査表(家計簿)를 細分化하여 집계하면 一般農家が 生産하여 販賣한 모든 農産物의 月別販賣額에 關한 資料는 얻을 수 있다. 未來 年次指數의 算出에 要求되는 것은 月別販賣量이기는 하나 物量統

회를 얻을 수 없는 항목에 대하여는 販賣額을
基準한 月別加重値를 使用하여도 無방하리라
생각한다.

販賣額을 基準하게 되면 一般的으로 季節的인
去來量의 變動을 販賣量을 基準한 것 보다
완화시킬 것이다.

왜냐 하면 農産物의 出廻量이 많을 때는
대개 價格이 작고 消費량이 적을 때는 價格
이 비싼 것이 一般的인 現象이기 때문이다.
그러나 이러한 去來額에 의한 加重値를 적용
하여 年次指數를 算出하는 것이 月別去來
量의 變動을 直接 고려치 않은 年次指數
보다 農産物 價格水準을 더 正確히 나타낼
것이다.

그리고 販賣額에 의한 月別加重値는 個別項目

이 처한 價格의 季節變動指數로서 測定될 수도 있다.

그러면 別으로 단순평균법에 의한 年次指數와 加重平均법에 의한 年次指數를 1969年의 米穀價格을 가지고 比較해보고자 한다.

現在 사용하고 있는 米穀價格의 1969年의 年次指數는 169.3 (1965=100) 으로서 1969年 1月부터 12月까지의 指數를 단순평균한 것 이며 月別指數는 1965年의 年平均價格 (단순평균) 3,210 원을 基準으로 作成 되었다.

그런데 (表3) 에서 보는 바와 같이 米穀의 商品化率 (1965) 은 年間 44.16% 이나 단 경기 (7~9월)와 수확기 (11~1월) 간에 는 상당한 차이가 있다.

즉 12月의 商品化率은 11.44% 로서 8月의

<表 3>

米穀의 農家販賣價格指數

1965 = 100

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	平均
< 單純平均 >													
基準年指數(1965)	97.9	75.3	50.7	77.7	99.6	106.8	108.6	107.8	106.9	103.9	93.9	91.0	100.0
基準價格 (元)	3,412	3,058	2,913	3,137	3,176	3,427	3,487	3,461	3,483	3,336	3,013	2,922	3,210
1969年指數	163.4	164.7	157.5	158.0	164.1	175.7	175.6	180.4	180.6	177.5	161.5	168.5	169.3
1969年價格(元)	5,246	5,293	5,056	5,073	5,269	5,641	5,766	5,790	5,798	5,697	5,183	5,469	5,435
< 加重平均 >													
商品化率(%)	4.24	3.35	4.34	2.98	2.24	2.47	1.66	1.53	1.77	3.5	5.19	11.44	4.16
基準年指數(1965)	101.1	98.4	93.7	100.9	102.8	110.2	112.2	111.3	110.4	107.3	96.9	94.0	100.0
基準價格 (元)	3,112	3,058	2,913	3,137	3,176	3,427	3,487	3,461	3,433	3,336	3,013	2,922	3,109
1969年指數	168.7	170.2	162.6	163.2	167.5	181.4	185.5	188.2	186.5	183.3	166.7	174.0	172.8
1969年價格(元)	5,246	5,293	5,056	5,073	5,269	5,641	5,766	5,790	5,798	5,697	5,183	5,469	5,371

註: 商品化率은 1964年産에 대한 것임.

1.53% 보다 2.5 배나 높다.

이러한 商品化率을 加重値로 해서 1965年의 月別價格을 加重平均한 年平均價格은 3,109 원으로 단순 평균한 3,210 원보다 11 원이 낮다. 한편 1969年의 月次指數는 基準價格 3,109 원을 基準하여 作成하고 이들 月次指數를 加重平均하여 年次指數를 計算하면 122.8 이 된다. 單純平均했을 때 169.3 이 었던 1969年의 年次指數가 加重平均함으로써 122.8 로 增加하게 되었다.

이것은 1965年에는 季節的인 價格變動이 심하여 低성出週期 價格이 많이 낮았으나 1969年에는 1965年에 比하여 低성出週期 價格이 相對的으로 높았다는 것을 의미하고 있다.

單純平均法에 의한 年次指數와 加重平均法

에 의한 境遇의 差違는 먼저 基準仕格부터 다르기 되며 이에 따라 比較時의 月次指數도 다르게 된다.

그리고 두 方法에 의한 比較時의 月次指數中 이 무엇이 높은가는 實證적으로 알 할 수 없고 境遇에 따라 다르다. 어쨌든 加重平均法에 의한 月次指數가 보다 正當한 仕格水準을 表現함을 들림 있다.

이 밖에도 季節的인 商品의 指數作成에 있어서 加重值의 基準年度를 1年間을 選擇할 것이나, 2-3年의 平均法을 使用할 것인가의 問題가 發起된다.

農産物은 特別히 自然條件의 影響을 많이 받아 波動이 심하기 때문이다.

4. 맺는 말

이제까지 季節的인 商品에 對한 指數作成方法을 月次指數와 年次指數의 境遇로 나누어 論說해 보았다.

出廻期間이 數個月에 한정되는 商品에 있어서 非出廻期間은 實際價格이 形成되지 않으므로 이 期間에 對한 月次指數를 作成하는 困難한 問題가 생기며 또한 年中 繼續 出廻된다 하더라도 그 出廻量에 季節的으로 큰 差異가 있는 境遇의 月次指數作成에 있어서도 出廻量의 變動을 고려해야 하지 않겠느냐의 問題가 있다.

月次指數가 月別 物価水準 및 그 變動을 測定할 目的으로 作成되고 있으므로 季節的인 商品의 境遇 月別 物価水準을 正確히 測

뜻하자면 實際로 形成되지 않는 價格을 指數에 包含시켜서는 아니되며 또한 未來量을 고려해야 할 것이다.

한편 物價水準의 變動을 測定하자면 指數 作成에 使用되는 加重値가 變動해서는 아니 되는 서로 相半되는 뜻이 있다.

그러나 月次指數를 作成하는데 있어서는 앞에서 설명한 바와 같이 物價水準의 變動을 月別로 比較하는데 重點을 두어 固定된 加重値를 使用하는 方를 外國에서나 우리나라에서 採択하고 있다.

그래서 商品이 出廻되지 않는 期間의 價格處理에 關하여는 여러가지 方를 大두되고 있다. 그 중에서도 出廻期의 最終月의 價格이 다음 出廻期까지 包含되는

것으로 가정해서 指數를 作成하는 方法
이 一般的으로 採択되고 있으며 農作物
物指數에서 이 方法을 使用하고 있다.

다음으로 季節商品의 年次指數를 作成
하는데 있어서 月次指數作成에서 固定된
加重値를 使用하는 것과 마찬가지로 年次別
로도 同一한 加重値를 使用하는 것은 당
연 하겠으나 年度別 價格은 月別價格을 平
均한 것이므로 이 年平均價格을 어떻게
算出하는나에 問題가 생긴다.

現 農協이나 美國에서 農作物物指數를
作成하는 데는 年次指數를 1~12 月의 月
次指數를 單純算出平均하여 算出하고
있다.

이 方法은 計算이 간단하고 月次指數와

年次指數의 比較가 가능한 이점이 있기는 하나 季節商品의 境遇에는 正確한 年平均物價格의 개념이 될 수 없는 약점이 있다.

그래서 본고에서는 農産物의 境遇 別 品目의 月別 販賣量을 加重値로 해서 月次指數를 加重平均 하여 年次指數를 作成하는 方法을 提示 하였다.

이 方法은 月次指數와 年次指數를 直接比較할 수 있는 性質을 가지고 있지 않으나 年次指數의 比較 (與 年度別 物價水準의 比較) 에는 보다 正確한 物價水準을 測定하는 것이 된다.

現在 日本에서도 農産物價格指數 란은 이 方法을 使用하고 있다.

農産物의 年次指數를 종전과 달리 加重平

均法를 使用하여 算出하자면 첫째 品目別 月別 販賣量에 관한 充分한 資料가 要求되는 데 이에 關한 資料를 구하는데 難點이 있으며 또한 總進의 指數를 전면적으로 改定해야 하는 어려움이 있다.

그러나 現 時點에서는 이에 關한 資料는 얻을 수 있을 것으로 생각되므로 보다 正確한 物價指數의 作成 및 農家의 교역 조건을 파악하기 위하여는 약간의 어려움이 있더라도 이 方法을 採択하는 것이 妥當하다고 본다.

이번의 物價指數의 基準年度 變更計劃에서 經濟企劃院의 消費者物價指數는 앞으로 季節商品에 對한 月別加重值를 적용할 計劃으로 있으나 農村物價指數에서는 아직 이에 對한 方針이 確定되지 않고 있다.

이에 關於하는 點으로 研究檢討하여 關係者와 協談해서 決定될 向類이며 다만 여기에서는 하나의 研究課類로 提示하는 點에서 論說를 마치려 한다.

— 중소기업제품 생산자판매가격
조사의 개요 및 문제점 —

중소기업은행조사부 통계과

이 상 혁

차 례

1. 머리말 ————— 165

2.沿革 ————— 166

3. 調査概要 ————— 169

 가. 調査対象範圍 ————— 169

 나. 調査対象品目の 選定 ————— 170

 다. 調査対象業体の 選定 ————— 172

 라. 調査方法 ————— 172

 마. 가중치 및 가중치 기준値 ————— 173

 바. 價格資料의 구득 ————— 175

 사. 調査要領 ————— 177

 아. 산 식 ————— 179

 자. 지수편제 ————— 179

 차. 價格調査의 代表 品目 및 加重値 — 180

 카. 價格調査에 있어서의 問題點 ————— 187

가. 調査対象業体 選定上の 問題	187
나. 調査方法上の 問題	192
다. 基準年度の 策定	199
라. 調査対象業体 및 品目の 代替	200
(1) 調査対象業体 의 代替	200
(2) 品目 의 代替	202
마. 指数編制上の 問題	205

1. 머리말

當行에서 中小製造業製品 生産者 販売 價格調査 (以下 價格調査라 한다)를 實施하게 된 것은 1964年 11月부터였다.

當行이 實施하고 있는 價格調査는 다른 調査인 中小企業動向調査의 「테프레이티」로 사용하기 위해서 本 調査業務를 實施하고 있는 것이다. 즉 中小企業動向調査는 經常價格으로 調査됨으로 이의 不變價格으로의 修正과 中小企業 生産指數 編제에 필요한 「테프레이티」 자료를 마련하여 中小企業生産活動의 實質的인 變動推移를 正確히 파악하고자 本價格調査를 實施하게 된 것이다.

따라서 本 調査는 中小企業動向調査의 일환으로서 실시되는 것이라고 理解함이 妥當하다.

2. 沿 革

本 価格調査의 変遷過程을 略記하면 다음과 같다.

(1) 1964. 11 ~ 1966. 12

이 期間 동안에는 전국에 公하여 中小企業체에서 生産되는 品目中 174 個를 代表品目으로 선정하여 調査対象 品目으로 하였으며 이의 選定基準은 品目別 出荷額으로 하였고 価格資料는 1 個品目당 3 個業체를 中小企業動向調査業体中에서 健全한 業체를 유의로 선정하였으며 中小企業動向調査 業体中 代表品目を 生産하는 業체가 없는 경우에는 他業体에서 유의로 選定하여 調査対象業体로 하였다.

그리고 指수의 기준년은 1963年 指수의 산식은 「라스파이레스」 산식을 적용하였다.

(2) 1967. 1 ~ 1969. 2

이 期間 동안에는 工業의 地方分散化라는 時代的 要請에 反應하고자 中小企業動向調査가 地域別 統計를 연계됨 改編됨에 따라 地域別 (道別) 生産指數를 編制하는 目的에 알맞도록 本 價格調査도 地域別로 拡大調整作業이 불가피하게 되었다.

따라서 本 價格調査에 있어서도 指數의 編制 範圍는

(가) 道別 産業中分類指數

(나) 道別 總合指數

(다) 全國 産業中分類指數

(라) 全國 總合指數

以上 네가지로 拡大되었으며 각종 경제指數의 基準年度가 第2次經濟開發 5年度 計劃의 基準

年度인 1965年度로 移動됨에 따라 本 價格調查의 基準年度 역시 1963年에서 1965年으로 이동시켰으며 加重價의 수정도 불가피하여 1963年의 鉉工業 「센시스」의 生産額을 基準으로 하되 1965年 當行 中小企業動向調查의 資料에 의하여 部分的으로 수정하였다.

代表品目에 있어서도 從前의 174個에서 270個로 大幅 拡大 하였으며 其他는 前의 調査와 같은 要領으로 하였다.

(3) 1969. 3 ~ 現行

現在 實施되고 있는 本 價格調査는 中小企業動向調査가 종전의 地域別 調査에서 다시 全國 調査로 擴充되자 本價格調査도 中小企業動向調査와 같이 全面的으로 改編하였다.

이는 中小企業動向調査가 개편됨에 따라 부득

이 본 價格調査도 中小企業動向調査의 本末의 의도에 따라 改編되어야 한다는 점도 있었으나 그동안 경제개발계획의 수행등으로 모든 경제 部門이 急速하게 成長하고 그 구조도 漸次로 變동되어 본 가격조사에서 사용되고 있는 加重 値가 현실과 乖離되고 있다는 점 그리고 新規 製品이 많이 출현하여 代表品目的 補完이 不可 避하게 된 점등으로 본 價格調査의 改竊이 불가 피하게 要請되었다.

이하 본 價格調査의 改竊된 內容을 包含한 調査概要를 紹介하여 보겠다.

3. 調査概要

가. 調査対象範圍

本 價格調査의 調査対象範圍는 그 規模에 있 어 従業員수 5인~199인의 中小製造業체에서

生産되는 製品 全体로 한다.

여기에서 製造業이라 함은 유기 또는 무기질에 機械的 또는 化學的 作用을 가함으로써 그것을 새로운 生産品으로 전환시키는 産業活動을 말 한다.

따라서 現行 中小企業銀行法과 同法 施行令에 서 規定하고 있는 中小企業의 범주에서 鉱業과 運輸業은 제외되었으며 제조업중에서도 中小製造業의 製品이 아닌 담배제조업 (신산업종분류 3/ 중 담배 製造業)은 본 지수의 対象範圍에서 제외되었다.

나. 調査対象品目的 選定

中小製造業체에서 생산되는 製品 전체를 調査 対象範圍로 하되 全製品에 대하여 全數調査를 한다는 것은 精確한 「데이터」를 얻는데 있어

서는 가장 소망스러운 方法이라 할 수 있겠지
 만 現實的으로는 그 實施에 있어 所要되는
 時間과 經費面等에서 制約을 받기 때문에 매우
 곤란한 處이 있다. 그리고 價格調査의 資料利
 用度가 制限되어 있음으로 방대한 人員과 時間
 및 經費가 所要되는 全수 조사는 본 價格調査에
 関한 한 不必要한 浪費라고 할 수 있음으로
 따라서 本調査에 있어서는 全國 各業種別 內에
 서 生産額이 크고 價格變動 測定上 相當한 比
 重을 가진 品目을 선정하여 該產品의 價格變動
 의 推移를 測定하는 現實的인 方法을 採하였다.
 即, 1966年度 鉉工業 「센서스」 資料의 各業種
 別 個別 品目別 生産額 中에서 中小企業部門의
 生産額을 品目選定의 尺度로 하여 選定된 品目の
 生産額 合計가 各業種別 總生産額의 70%

以上이 되도록 生産額의 크기 順位에 따라 各
業種별로 品目を 選定하였다

이 결과 總 146 個 品目이 代表品目으로 選
定되었다.

다. 調査対象業体の 選定

本 価格調査의 被調査者는 現在 当行이 實施
하고 있는 中小企業動向調査의 標本業体中에서
生産額이 많고 調査에 對한 協助度等を 勘案하
여 健全한 業体를 尤위로 選定하였으며 同標本
事業体中에 該當品目を 生産하는 業体가 없는
경우에는 非標本事業体中에서 選定하였다.

이 결과 總 435 개의 企業체가 調査対象業体
로 選定되었다.

라. 調査方法

当行이 本 価格調査의 實施 以後 지금까지

라계식 면접조사의 方法으로 실시하던것을 이번 개편을 통하여 자계식 우송조사법으로 전환하였다.

나. 加重値 및 加重値基準年

指數의 基準年은 舊 指數에서와 같이 1965年으로 하고 加重値의 基準年은 1963年에서 1966年으로 移動시켰다.

加重値의 基準年을 移動시킨 것은 現在 指數편 제 방식으로 채택하고 있는 基準時點 가중 산술평 균법은 經濟구조가 변천됨에 따라서 가중치가 현실로부터 괴리현상을 초래하게 됨으로 경제현상을 指數에 精確히 반영시키기 위해서는 相當 期間이 經過되면 그것을 다시 策定할 필요가 있는 것이다.

따라서 加重値의 基準年을 改編當時의 最近年

度인 1966年으로 移動시켰던 것이다.

(1) 加重値策定의 基準資料

加重値策定의 基準資料로는 1966年度 鉦工業[센서스]의 中小製造業部門의 總生産額으로 하였다.

總生産額을 加重値의 基準資料로 한 것은 本 價格調査의 指數가 生産指數編制에 使用되는 「디플레이터」 자료이며 中小企業動向調査가 總生産額으로 調査되기 때문이다.

(2) 加重値의 分類 및 算定方法

(a) 全國業種別 加重値

全國 中小製造業 總生産額에 對한 各業種別 千分比로 算定하였다.

(b) 個別 品目別 加重値

非 代表品目の 生産額을 算출하여 各業種

별로 全品目의 總生産額에 대한 構成比로 算出
되는 複式 加重值形式을 採하여 各各算定하였다.

바. 價格資料의 取得

價格指數를 編制하는데 있어 正確한 價格系列을
얻어야 한다는 것은 가장 重要な 任務의 하나로서
주지되고 있는 事實이다.

現行 價格調査의 改編으로 因한 代表 品目中에는
新旧 品目이 서로 一致하는 品目과 新規로 追加된
品目이 있는 바 變動이 되지않은 品目에 對하여는
舊價格系列을 그대로 利用하였으므로 問題점이 없었
으나 新規品目に 對하여는 一部 소급조사가 不可避
한 品目이 있었다.

即 新規로 選定된 代表品目中 價格系列을 얻는데
필요한 資料가 있는 品目에 對하여는 利用할 수

있는 모든 資料를 통하여 容易하게 價格系列을 얻을 수 있었으나 資料마저 없는 一部の 品目에 對하여는 1965年부터 小企業調査가 不可避하게 되었다. 事實上 小企業調査는 調査時點과 實査時點과의 時間의 間隔이 크면 클 수록 調査內容의 正確性을 期하기가 매우 困難할 뿐만 아니라 現在 우리나라 中小企業中에서 帳簿에 의한 會計制度를 채택하고 있는 企業體는 限定되어 있으므로 調査의 精度(精度)를 고려할 때 小企業調査에 의하여 價格系列을 얻었음은 약간 無理한 점이 있었다고 할 수 있다.

그러나 小企業調査가 不可避하였던 品目は 극히 除限된 少数의 品目이었으므로 全體的인 價格系列에는 影響을 미치지 않았다고 할 수 있다.

價格資料는 時點間의 價格差가 순수한 價格變

2111~
動단이 반영되도록 잘 관리된 狀態에서 얻어져야 함으로 一定한 品質規格 (選定된 品目中에서 가장 비중이 크고 生産額이 크며 그 品目の 價格變動에 先導的인 役割을 하는) 과 去來條件下에서 成立되는 價格을 調査하였으며 價格資料의 신뢰도를 높이기 위하여 原則적으로 1個 品目당 3個 調査對象農体の 價格을 調査하였으며 價格調査의 日도는 每月 5日, 15日, 25日의 價格을 調査하고 3個時點의 平均價格을 그달의 代表價格으로 하였다.

사. 調査要領

價格調査의 要領은 從前과 같은 다음의 要領으로 實施하고 있다.

(1) 工場引渡價格으로 한다.

(2) 都散賣를 檢할 경우에는 多量去來되는 都賣

~178~

價格을 기준으로 한다.

(3) 용기 및 包裝을 必要로 하는 製品은 이를
포함한 價格으로 한다.

(4) 物品稅 및 酒稅 등의 課稅對象 品目은 이를
포함한 價格으로 한다.

(5) 月平均 價格의 算出은 5일, 15일, 25일의
價格을 단순 平均하여 얻는다.

(6) 價格騰落이 10% 以上の 경우에는 그 原因
을 기입한다. 그 原因으로서는

(가) 原材料

(나) 人件費

(다) 經費

(라) 生産設備

(마) 販 売

(바) 製品事情의 變化

(사) 季節性

(아) 其他로 区分하였다.

(자) 실사는 每分期별로 3個月마다 實施한다.

나. 算 式

指數算式은 基準時矣 加重算術平均法인 「리스
파이레스」 式을 使用하였다.

자. 指數編制

價格調査의 新指數에서는 다음 3가지로 分類
하여 編制하고 있다.

(1) 個別 品目別 指數

(2) 全國業種別 指數

(3) 全國 總合指數

여기서 中小企業動向調査의 生産指數編制市에
실제 「테프레이터」 로 使用되는 것은 (2)의 全
國業種別指數인 것이다.

차. 價格調査의 代表品目 및 加重値 本. 價格調査

의 代表品目인 146個는 다음과 같다. (註)

괄호내서는 加重値)

(1) 食料品 (115.7)

소세이지 (3.8) 콩치통조림 (4.8), 조미오
 징어 (2.8) 백미도정료 (22.4) 밀가루 (30.0)
 식빵 (2.5), 사탕과자 (3.2), 간장 (3.8) 된장
 (2.6) 인조빙 (4.1) 국수 (4.8), 전분 (6.1)
 두부 (4.0), 콩나물 (2.2), 옛 (7.3), 한천
 (4.6), 마아가린 (2.7) 배합사료 (4.0) 이상
 18개 품목

(2) 음료품 (84.8)

주정 (17.3), 소주 (16.2), 탁주 (32.8),
 약주 (4.1), 청주 (5.0), 누룩 (1.7), 맥아
 (6.7) 사이다 (2.5), 플라 (2.5) 以上 9개 품

목

(3) 纖維製品 (162.7)

솜 (2.6), 면사 (6.2), 나이론사 (5.2), 생사 (2.6), 어망사 (2.2), 방모사 (4.8), 광목 (4.8), 포푸리 (7.5), 골덴 (4.2), 소창지 (9.2), 분견직물 (8.3), 人絹織物 (20.8), 冬服地 (9.2), 夏服地 (4.5), 나이론 타후타 (22.4), 양말 (5.1), 메리야스冬內衣 (10.2), 메리야스夏內衣 (8.6), 쇠타 (6.2), 타올 (4.2), 로프 (4.4), 어망 (4.5), 갈포벽지 (2.7)

以上 23 個品目

(4) 화류 및 衣服類 (63.6)

남자구두 (5.6), 여자구두 (3.0), 冬洋服 (19.3), 夏洋服 (10.1), 여자洋服 (8.9), 남자외투 (6.8), 여자외투 (3.8), 兒童服 (4.1)

와이사쓰 (22) 이상 9個品目

(5) 製材 및 木材品 (50.0)

角材 (29.6), 板材 (20.4) 以上 2個品目

(6) 家具 및 장식품 (15.9)

장승 (7.0), 冊床 (3.9), 의자 (2.8), 鉄材

카비넷 (2.2) 以上 4個品目

(7) 紙類 및 紙類製品 (39.0)

모조지 (4.7), 크라프트紙 (8.8), 판지 (4.4)

박엽지 (3.5), 선화지 (4.6), 창호지 (2.9)

장판지 (2.1), 치마 (4.8), 남보루상차 (3.2)

以上 9個品目

(8) 印刷 및 出版 (31.0)

日尙新聞 (6.5), 一般印刷物 (13.5), 教科書

(7.5) 노트 (3.5) 以上 4個品目

(9) 皮革 및 皮革製品 (6.3)

牛갑피 (6.3) 以上 1개品目

(10) 고무신제품 (9.0)

고무신 (9.0) 이상 1個 品目

(11) 化学製品 (71.9)

카바이트 (6.5), 압축산소 (54), 미장유 (48)

페인트 (6.1), 비타민제 (5.7), 크림 (3.8)

살충제 (11.2), 세탁비누 (16.9), 성냥 (5.9)

감광지 (5.6) 이상 10個 品目

(12) 石油 및 석탄 (72.6)

윤활유 (6.3), 연탄 (71.3) 이상 2個 品目

(13) 土石 및 유리 (47.0)

적벽돌 (3.1), 토기 (4.9), 유리병 (5.8)

시멘부력 (9.4), 시멘기와 (6.6), 도자쇠기

(5.2), 콘크리트 전주 (3.2), 토관 (3.3)

시멘벽돌 (5.5) 이상 9個 品目

(4) 第1次 金屬製品 (50.0)

鐵筋 (7.9), 環강 (8.4), 평강 (4.2),

와이어로드 (4.3), 주철관 (4.9), 주철솔,

(3.3), 알루미늄솔 (5.4), 鐵線 (3.5), 알미

늄판 (4.1), 주물 (4.0) 以上 10個 品目

(5) 金屬製品 (45.2)

통조림관 (4.4), 알미늄프레스식기 (8.4)

스텐레스 스틸식기 (6.8), 삽 (4.9), 방열

기 (2.1), 샷추 (3.1), 메리야스 칩 (3.8)

볼트 및 너트 (5.2), 와이어로프 (6.5)

以上 9個 品目

(16) 機械 (33.2)

工業用 보일러 (7.3), 動力 펌프 (5.1),

發動機 (4.5), 선반 (4.3), 編織機

(3.1), 분무기 (2.7), 탈곡기 (3.4)

재봉틀 (2.8), 以上 8個 品目

(17) 電氣機器 (25.0)

變壓器 (6.0), 電動機 (5.7), 絶緣電線

(4.5), 백열전구 (4.3), 축전기 (4.5),

以上 5個 品目

(18) 輸送用 機器 (35.0)

소구발동기 (8.0), 木造渡船 (8.9),

버스 (6.8) 기아크랭크 (4.2), 自轉車

~286~

핸들 (4.5), 리아카 (2.6) 以上 6個品目

(19) 其他 (33.1)

포리에치렌 필름 (6.6), 시계밴드 (3.0),

정돈모 (6.9), 가발 (8.6), 안경테

(2.1), 볼펜 (2.5), 피아노 (3.4) 以上

7個品目

4. 價格調査에 있어서의 문제점

가. 조사대상업체 선정상의 문제

앞에서도 말한 바와 같이 본 價格調査에 있어서의 피조사업체는 1개 품목당 3개 業체를 선정하여 代表價格을 산정하고 있는 바 동일품목이라 할지라도 各 地域별로 가격차가 심한 境遇(예컨대 地産持産物等) 동일지역에 所在하는 3개 業체를 調査對象으로 하는 경우와 서로 상이한 他地域에서 3개 業체를 선정 調査하는 경우와는 상당한 差異가 있을 수 있다 殊 地域別 價格差에서 오는 傾向성을 如何히 除去해야 하는나 하는 것이 問題인 것이다.

이러한 問題는 지역별 지수를 편제하는 地域別 조사에서는 별로 問題되는 것은 아니지만 전국지수 편제를 위한 各種 價格調査에서는 問題點으로 除起 되는 것이다.

그러나 본 價格調査는 시계열 조사인만큼 同一 地域에서의 同一 製品의 가격 추이는, 동일제품에 관한 한 타지역에서의 가격추이와 비슷한 움직임을 나타낸다고 一般的으로 말할 수 있으므로 主眼한 問題點이라고 볼 수는 없다.

다만 본 價格調査가 代表品目 그 自体의 調査에 의의가 있는 것이 아니라 價格의 추이를 조사하는 것이 本表의 의도인 만큼 調査対象業체를 逐次 변경하는 境遇에는 終前의 기준년도시에 연

있던 價格係數이 이하로 떨어진 것인가 즉 同
 一地域의 調査對象業體에서 떨어진 것인가 또는
 다른 方法으로 떨어진 것인가를 파악하여 同- 한
 方法으로 가격계열을 만들어야 한다는 것이 重要한
 것이다.

그리고 最初에 調査對象業體를 선정함에 있어서
 는 조사대상품목에 대한 地域別 生産額을 考慮하
 여 決定하는 것이 이상적이라 할 수 있다. 왜냐
 하면 예컨대 A品目に 대한 "갑" 지에서의 生産
 額이 同品目の 總生産額中 70%를 차지하고
 있는 경우에는 "갑" 지에서는 2개 업체 其他
 地域에서 1개 業體를 選定하는 것이 소망스런
 일이나 만일 기타지역에서 調査對象業體를 2

~190~

개 내지 全體를 선정하는 것은 지역별 價格差가 존재하는 한 調査의 결과치가 진정한 의미의 그 品目에 대한 가격이라고 할 수는 없기 때문이다. 그러므로 본 가격조사의 대상업체 선정은 지역별 조사가 아닌 한 위에서 말한 地域別 生産額을 감안하여 지역별로 調査對象業體를 안배해야 하는 것이다.

다음 公産物價格과 農産物價格간에 「차이」 현상이 存在하는 것과 마찬가지로 공산물 價格間에도 地域別로 差異가 있을뿐만 아니라 企業規模에 따라 차이가 있을 수 있다.

원론적인 이야기를 빌리자면 완전경쟁하에서는 同-市場에서는 同-製品에 관한 한 同-한 가격

이 형성되는 이른바 일물일가의 法則이 適用되지
만 現在 우리나라의 경우 大企業의 製品은 특정
비치는 과정가격이 형성되어 있는 경우를 除外
할 수 있으므로 위와 같은 異論이 現時에 符合
되지는 않은 것이다.

더욱 나아가 中小企業間에도 小規模와 中規模企
業의 製品은 生産比에 格차가 존재하는 한 同一
製品에 對하여도 특수 價格이 형성될 可能性은
있는 것이다.

따라서 現行 價格調査에서의 調査對象業體를 單
純히 규모가 比較的 큰 靑島한 業體만을 선정함
으로써 나타나는 差수가 과연 中小製造業을 代表
할 수 있는 것인가 의문시 된다.

그러므로 現在와 같은 피조사업체의 先定方法을
지양하고 다른 방법인 증화수출법 등으로 개편함으
로써 이와 같은 問題를 解決할 수 있겠으나 이
것도 장기적인 안목으로 볼 때에는 規模의 變動
에 따르는 調査對象業體의 며체 보완의 變質성 등
實務적으로 많은 어려움을 내포하고 있는 것이다.
나. 調査方法상의 問題

여기서 말하는 調査方法이란 현지조사를 여하한
방법으로 遂行하는가의 실사 방법을 말하는 것이
다.

終前까지 당황에서 처력하였던 타계식 面接調査
의 方法을 持揚하고 介編된 現行의 價格調査에
있어서는 자계식 우송조사방법을 처력 실시하고

있다는 것은 앞에서 말한 바 있다.

주 자계식 우송조사란 調査表를 피조사자에게
우송하고 피조사자로 하여금 직접 調査表를 기입
하게 한 후 이를 다시 우편에 의하여 回收하는
방법이라 할 수 있겠는데 본 價格調査의 조사물
가 매우 단순하여 피조사자로 하여금 조사표를
直接 輸入하게 하는데 있어서 심적으로 많은 부
담을 주지도 않을 뿐만 아니라 時間도 많이 所
要되지 않으므로 본 가격조사의 手續에 있어서
우송조사법을 채택 實施하고 있는 것이다.

勿論 우송조사법의 단점으로서 調査表의 回收率
이 매우 낮아 그외 回수에 많은 時間과 努力이
所要된다는 점을 지적할 수 있으나 이의 보완책

~194~

으로 인사장의 활용 사례 등의 증정 등의 공약을
사용하는 외에 調査対象業体の 관내(管内) 당
該支店の 調査担当職員으로 하여금 조사대상업체
를 수시로 심방토록하여 調査表記入要令의 지도
조사포기입누락의 보완 및 直接回収等 積極的인
活動을 함으로써 높은 회수율을 나타내고 있는
것이다.

따라서 面接調査공약의 결합이라고 할 수 있
는 의사전달자의 전달능력의 한계점을 극복하고
調査員의 주관이나 그로 인한 편기등을 排除함
으로써 正確한 資料를 얻게 된 것이다.

調査공약으로서의 앞에서 말한 면접조사법과
우송조사법以外에 다음과 같은 공약을 채택

할 수 있는 바 이를 現行價格調査에 採擇할 수

있는가의 여부 可能性等を 考證하여 考證

(1) 郵便調査法

이 方法은 調査者에게 調査表를 郵便하고 日
定期間 經過後 回收하는 方法이다.

이 方法은 우송조사법에 比하여 調査표의 回收率
이 比較的 높으나 우송조사법과 같이 기업으령의
미숙으로 인한 부정확성 비용 조작 기업누락 등의 可
能性을 이 方法에서도 배제할 수 있으며 오히려
努力 및 비용을 極 많이 들여야 된다는 점에서
우송조사법이 이 方法보다 優다고 할 수 있겠다.

(2) 集會調査法

이 方法은 調査者가 社員을 一定한 場所에 集

~196~

습시켜 調査하는 方法이다.

이 方法은 피조사자가 용이하게 一定的 場所에 集合될 수 있는 성격의 집단이라면 가장 理想的인 調査方法이라고 할 수 있겠지만 本 厝格調査에서는 이 方法을 採択할 수 있는 實現可能性이 매우 희박하다고 할 수 있겠다.

一般적으로 이 方法의 결함은 出席率의 불충 차제식 조사에 있어서의 결함의 불면(不免) 피조사자를 同等한 自格으로 더함으로써 그 調査資料의 精度(精度)의 不浪 出席者에 대한 補用의 支出로 오히려 비용이 많이 所要된다는 점을 지적할 수 있다.

(3) 電話調査法

이 방법은 電話를 利用하여 調査하는 方法이다.
 이 방법은 補用도 적게 들며, 迅速하게 調査할
 수 있는 이점이 있으나 피조사자가 電話를 가지고
 있지 않은 境遇에는 이 방법은 不可能하다는 結論
 이 있다 따라서 본 가격조사에 있어서는 조사
 대상업체가 全國에 分布되어 있을 뿐만 아니라 전화
 를 가지고 있지 않은 業체가 많이 있으므로 이
 방법을 일률적으로 適用한다는 것도 사실상 不可能
 하다고 하겠다.

이상에서 간략히 조사방법을 개관해 보았는데
 본 가격조사에서 採択하고 있는 方法으로서 자계식
 에 의한 우송조사법을 원칙적으로 채택하고 이 方
 法의 일반적 結論인 기업의 不正確性 內察調依

기업누락, 회수부진 등에 대해서는 만반의 대책을 마련하여 최소의 비용으로 소기의 성과를 얻고 있는 것이다.

여기서 한가지 생각할 수 있는 것은 調査對象 業體를上記 조사방법중 본 가격조사에서 가능한 面接調査法, 우송조사법 및 電話조사법에 의하여 조사할 수 있도록 몇개의 集團으로 分類하여 同 調査方法을 혼합적응할 수 있다는 점이다.

즉 조사대상업체중 電話를 가지고 있는 집단에 대해서는 원칙적으로 電話조사법에 의하여 조사하고 잔여조사대상업체중 우송조사가 용이하지 않은

業體는 面접 조사를 실시하는 등 混合調査方法을 채택할 수 있다는 것이다.

다, 基準年度의 策定

一般的으로 지수의 基準年度의 策定에 있어서는
제반 經濟現象이 정상적인 시점을 택하는 것이
合理的이다.

즉 生産活動이 매우 부진하였거나 이례적으로
신장되었던 年度를 基準年度로 처정하는 것은 하
편기 또는 상편기 현상을 조파하게 되어 정상적
인 經濟活動을 반영시키지 못하게 되는 것이다.

특히 農業統計에 있어서 심한 흉년 또는 풍년
을 기준년도로 策定함으로써 야기되는 모순을 회
피하고자 比較的 正常的인 年도를 中心으로 前後
의 3개년을 기준으로 하여 얻어지는 수치를
기준년도의 수치로 하고 있는 것이다.

~200~

製造業部川에 있어서도 예컨대 대공황이 세계를 휩쓸었던 1930년이나 6.25 동란으로 支那의 生産施設이 파괴되었던 1950년을 기준년도로 한다면 제반 경제현황의 正確한 반영을 期待할 수 있는 것이다

라, 調査対象事業체 및 品目的 代替

(1) 조상머상업체의 대체

中小製造業의 보다 正確한 生産者販賣價格을 調査하기 爲해서는 조사머상업체가 순수한 中小製造業이어야 한다는 것은 상식에 속하는 것이다.

現行의 當行去과 同施行令에 規定하고 있는 바와 같이 製造業의 境邊 1의 양적인 規模에 있어 従業員 5인 이상 200인 未滿이거나 또는

總資産 3千萬원미만의 業체를 中小製造業으로 지정
화하고 있는 바 이에 따라 調査対象業体中 従業員
200인 以上の 規模로 成長하거나 總資産 3千萬
원 이상으로 성장하는 業체는 当然히 조사대상에서
除사되어야 하는 것이다

本 價格調査에 있어 당초 조사대상업체의 선정이
中小企業同向調査業体中 견실한 업체를 우의로 선정
하게 되어 있으므로 經濟發展이 急速度로 進行되고
산업구조가 高度화되는 際 經濟現象에서는 中小製造
業이 大企業으로 成長 發展하는 경우가 尙저희 나
타나고 있다

따라서 이 경우 調査対象業체가 基準年度에 있어서
中小企業体라고 해서 계속 조사대상업체로 包含시켜

~202~

中小製造業의 생산자 판매가격 지수를 편제 한다는 것
은 동지수가 순수한 中小製造業의 지수가 될 수는
없는 것이므로 조사대상업체를 면제 採管해야 할 必
要性이 있는 것이다.

大企業으로 전환되었을 뿐만 아니라 調査対象業体
가 폐업 이전으로 인한 주소불명, 장기휴업의 境況
에 있어서도 조사대상업체를 면제해야 하는 것이다.

(2) 品目の 代替

価格調査의 対象이 되는 品目の 新規品의 出
現으로 価格變動의 代表性을 상실할 경우에는 品目
을 代替할 必要가 있다.

뿐만 아니라 同一 品目이라 하더라도 가격조사
에 있어서도 동일한 素材條件과 同一 品質, 規格

單位下에서 調査가 進行되어야만 시계열 조사의
 본래의 의도를 만족시키는 것이므로 品質, 性能, 規
 格 등에 變動이 있어 價格에 변동이 생겼을 場合에
 는 그 要素를 除去한 순수한 가격변동분만을 지수
 에 반영시켜야만 되는 것이다.

첫째 : 新規品目이 출현한 場合

이 경우는 品質, 規格의 差異에서 오는 價格의
 變動이 生産地의 변동분과 比較하는 것으로 比較
 다음과 같이 算할 수 있다.

$$P_{b1} = P_{b0} \times \frac{C_{a1}}{C_{b1}}$$

여기에서 P_{b0} : 기준시점가격

P_{b1} : 비교시점가격

C_{a1} : 신규품목의 생산비

~204~

C_{b1} : 기존품목의 생산비

둘째 : 品質規格에 變動이 있는 경우

이 境遇에는 新品目과 기존품목이 同種에 去
來되며, 新品目の 市場占去率이 基存品目の 그것에
比하여 尙머적으로 尠고, 기존품목이 가격의 代表
性을 상실할 것이 豫상됨으로써 調査対象 品質의
머체가 不可피하게 되고, 그 品質의 品目에 對한
基準年變의 價格이 조사되지도 않고 또 기준년도
以後에 출현한 關係로 기준년도의 價格을 알 수
없을 때에는 다음과 같은 方法으로 價格을 接續
시킬 수 있다.

$$P_{ax} = P_{bx} \times \frac{P_{aI}}{P_{bI}}$$

여기에서

P_{ax} : 임의시점의 신상품 예상가격

P_{bx} : 임의시점의 기존상품 실제가격

P_{aI} : I시점의 신상품 실제가격

P_{bI} : I시점의 기존상품 실제가격

따라서 신상품의 기준시점 가상가격은 다음과 같
이 얻을 수 있다.

$$P_{a0} = P_{b0} \times \frac{P_{aI}}{P_{bI}}$$

여기에서

P_{a0} : 기준시점의 신상품 가상가격

P_{b0} : 기준시점의 기존상품 실제가격

P_{aI} 와 P_{bI} 는 위와 같음.

마, 지수편제상의 問題

本 價格調査에서는 基準時점 가중산술 平均法에

~206~

依하여 지수를 編制하고 있는바 이와 각종 지수 산식을 개관해 보고 어떠한 공법이 가장 理想的인 算式인가를 살펴보고자 한다.

(1) 「라스파이레스」 산식

이 算式은 基準時點을 고정시켜 놓고 加重値도 기준시점의 것으로 정하여 表示하는 지수산식이다.

이 공식은
$$I_{0I} = \frac{\sum P_1 Q_0}{\sum P_0 Q_0} = \frac{\sum \frac{P_1}{P_0} (P_0 Q_0)}{\sum P_0 Q_0} = \frac{\sum \frac{P_1}{P_0} W_0}{\sum W_0}$$

表示된다.

여기에서 P : 가격

Q : 생산량

0 : 기준시점

I : 비교시점

W : 기준시점 가중치

이 算式은 基準時點과 比較時點 사이에 産業構造
 上의 變化가 거의 없다는 것을 전제로 하고 있다.

그러나 現實的으로는 經濟成長의 「템포」가 빠르
 고 産業構造의 高度化가 이루어지는 현상에서는 時
 間이 経過되면 基準時點과 比較時點간의 經濟구조에
 상당한 差異點이 개저되어 현실과 乖離되는 가중치
 를 適用하는 경우가 있을 수 있다.

예컨대, 基準時點에서는 生産額이 전혀 없었던 製
 品이 比較時點에서는 상당히 큰 비중을 차지하는
 境遇 1 製品에 대한 加중치는 基年年度에는 「제로」
 였지만 比較시점에서는 應分の 加중치를 부여해야
 함에도 不拘하고 比較시점의 加중치도 역시 「제로」
 로 나타냄으로써 正確한 현실반영이 不可能하게

~208~

되는 것이다.

따라서 이와 같은 모순을 除去하고 基準時點과 比較時點間의 經濟構造의 格差는 최소 量으로 축소 시키기 爲해서 是 一定 期間이 經過 되면 경 과 될 때 마 다 基準 年 度를 比較 年 度에 接 近 시켜야 만 하는 變 質 性이 要 求 되어 現 實 的 으로 많은 不 便이 따 른 게 된 다.

(2) 파세지수산식

이 算式은 加重值를 比較時點의 것으로 使用하 는 算式이다.

이 공식은
$$I_{0,1} = \frac{\sum P_1 Q_1}{\sum P_0 Q_1} = \frac{\sum P_1 Q_1}{\sum P_1 \frac{P_0}{P_1} Q_1} = \frac{\sum \omega}{\sum \frac{P_0 \omega}{P_1}}$$
로 表示 된다.

이 算式은 比較年 度를 가중치로 하고 있음으로

現在와 같이 經濟構造가 急速度로 變化 되고 있는
 現象하에서는 正確한 현실 반영을 위해서 이상적인
 算式이라고 할 수 있겠으나 이 算式을 본 가격조
 사의 指數算式으로 채택한다는 것은 매 比較年度
 마다 加重值를 變更해야하기 때문에 오히려 「라스파
 이레스」 산식 보다도 더 不便한 뿐만 아니라 比較
 년도의 가중치를 얻는다는 것이 現實적으로 不可能
 하기 때문에 不適當하다고 하겠다.

(3) 피셔의 이상식

이 算式은 앞에서 말한 「라스파이레스」 산식과
 「파세」 산식의 尙指數를 합하여 기하평균한 指數
 산식을 말한다.

이 공식은
$$I_{0.1} = \sqrt{\frac{\sum P_1 Q_0}{\sum P_0 Q_0} \cdot \frac{\sum P_1 Q_1}{\sum P_0 Q_1}}$$
 으로 표시된다.

이 算式에 比하여 「라스파이레스」산식은 尙편기 「파세」산식은 尙편기의 現象이 있으며 数学적 또는 統計적으로 指數산식으로서는 尙理想적인 算式이라 하여 「피셔」의 理想식이라고는 하지만 實際에 있어서는 基準年度로 부터 比較年度까지의 가중치를 計算하여야 할 뿐만 아니라 다시 이를 기하평균하여야 하므로 以上의 두 산식보다도 오히려 複雑性만 나타내므로 본 價格調査의 指數산식으로서도 不適當하다고 하겠다.

(4) 「엡지워즈」 指數산식

이 산식은 基準時點과 比較時點의 加중치를 算術平均하여 加중치로 하는 比較的 理想적인 指數산식이라고 할 수 있다.

~211~

이 공식은 $I_{01} = \frac{\sum P_1 (P_0 + P_1)}{\sum P_0 (P_0 + P_1)}$ 으로 表示된다,

지금까지 본 價格調査의 加重値는 經濟企圖院의 採工業「센서스」資料를 基礎로 작성하였는 바 同 資料를 利用하여 比較時點의 가중치를 逐시에 연는 다는 것은 不可能하고 또 比較時點의 加중치를 算 定하는데 必要한 資料의 구득이 不可能하므로 比較 的 이상적이라 할 수 없는 이 산식의 適用도 事實上 不可能하다고 하겠다.

이상에서 간략히 각종 지수산식을 개관해 보고 이의 적용여부를 살펴 보았으나 현자 편제하고 있는 方法이 「라스파이레스」 산식은 앞에서 말한 바와 같은 不便한 점이 있기는 하지만 실용면에서 큰 무리는 없는 것 같으며 世界 各國에서도 이 方法을 많이 使用하고 있는 것이다.

價格形成의 特徵斗 物價調査

大韓商工會議所 調査部

統計課長 尹 己 重

目次

1. 問題の提起 ————— 217
2. 流通構造の複雑性と価格の多様性 ————— 220
3. 租税の転嫁負担と価格決定基準 ————— 297
4. 物価の規制と暗市場価格問題 ————— 325

1. 問題의 提起

말할 必要도 없이 國民經濟의 「바로메터」라고 할 수 있는 物價指數는 客觀性, 公正性 및 比較性을 維持시켜 나아가면서 現狀에 接近하는 指標가 되어야 하는 것이다.

그러나 우리가 현재 있는 現狀情下에서 人의 苦感을 가질 수 있는 物價指數編制의 容易한 일이 아니고 또한 價格調査段階에서 適正價格모착이 큰 더욱 어려운 일이기도 하다.

一物一價가 存在하고 經濟의 變化가 없는 상태 이라면 現在의 大多數의 問題가 提起되지도 않을 것이지만 經濟는 꾸준히 때로는 顯著하게 變貌해 가고 있는 것이 現狀이고 또한 一物一價의 원칙

보다는 一物多價의 現狀이 尹存하고 있는 실정
임으로 調査企圖者나 資料蒐集者 乃至는 資料配
理者는 現狀의 變化過程을 注視할 필요가 있게
된다

經濟의 發展이나 技術의 向上으로 新商品의
開發이 적극적으로 이루어 진다는가 商品의 質
이 向上되는 과정에서 修正價格調査란 單純한
것이 아니며 流通段階의 複雜性으로 流通近代化
의 必要性이 證明되고 流通過程의 短縮이 實現
되고 있는 현실에서 圓一性 있는 價格調査가
어려운 實情에 있다

이 자에는 需要의 過剩膨脹이라든가 供給의
過多로 알미암아 「메이커」 層의 販流戰略이 變化

되면서 市中の 商品去來條件이 多變化 되고 있
 으며 새로운 稅法으로 말미암아 流通段階에서
 形成되는 價格體系가 異質的으로 變化되고 있는
 것등 從前에는 볼수 없었던 새로운 問題가
 漸増하고 있는 것이다.

그리고 또한 物價에 대한 行政力規制가 強化
 되면 될 수록 價格의 二元化現象이 두드
 러지게 나타나게 되어 物價調査上에 또한
 考察對象이 되고 있음으로 本稿에서는 이들 諸
 特性에 대한 現狀性 分析과 實觀的인 物價調査
 를 위한 要領을 提議하는 바이며 本稿에서는
 이중에서 특히 考慮되어야 할 流通構造上의 價
 格의 多樣性 租稅負擔에서 야기되는 價格의 生

態 및 物價規制와 二重價格形成問題를 物價調査
上에서 어떻게 處理할 것인가에 대하여 考察하
려는 것이다.

2. 流通構造의 複雜性과 價格의 多樣性

우리나라의 流通組織과 流通段階는 必要이상으로
複雜, 多段하고 零細하기 때문에 追溯性을 不充
하고 있으며 市場 內에서 의 紊亂으로 都小
賣段階의 区分이 어렵게 되어 物價調査에 混亂
을 誘發시킨다.

특히 同種業체間의 過當競爭이 敎化인 경우에
는 市中價格의 體系가 더욱 紊亂하여 「메이커」
의 工場出荷價格보다는 都元高에서 提示하는 販
売價格이 싼것이고 또한 小売商에서 提示된

는 價格은 都売價格보다도 저렴한 價格으로 또
 査될 場合に 適正價格의 逆戻이란 去來條件이거
 販売戰略 또한 價格形成의 生態를 이해함이 없
 이는 어렵게 된다.

왜냐하면 流通過程의 「마-진」을 勘案한 市
 中價格을 두말할 필요도 없이 生産者 出荷價格
 보다는 市中都売價格이, 市中都売價格보다는 小
 売價格이 미싸카 幅에도 불구하고 이와는 正反
 對의 價格構造가 一般原則에 相反되기 때문에 調査
 된 價格을 十分 弄正하고 記錄하고 이해할수가 없는것이

이와같은 現象은 「메이커」 同의 投売에서도 同
 樣 것이고 被應答者의 無責任한 答辨에서도
 유래되고 있으므로 이를 全的으로 否定할 수

도 없는 것이며 그렇다고 이를 願望 그대로 받아
드릴 수도 더욱 없는 노릇이다

이 問題를 解決하기 위하여는 于先 商品別 流通
構造의 現況을 파악할 必要가 있고 物價調査
의 目的에 附合되는 對象을 選定하지 않으면
아니된다.

다음은 主要品 目에 대한 流通構造의 現況 및
특징을 概觀키로 한다.

가. 農産物

農業의 産業的 屬性이 他産業과는 判異하기

때문에 農産物의 流通構造는 他産業의 生産品과

比較할 때 특이한 성격을 지니고 있다.

農業은 生産單位의 土地, 生産時期, 生産量 및

品質等 供給面에 있어서 自然制約을 많이 받고
 있음으로 生産量이 自然條件에 크게 左右되며
 供給이 季節的인 反回 需要는 年中 거의 平準
 化 되어 있으며 商品化에 따른 消費는 都市에
 集中되고 있다.

또한 農産物은 腐敗性, 變質性, 大容量性 등의
 特性이 있기 때문에 輸送, 貯藏, 加工, 包裝,
 等級化等 流通過程에 있어서의 追加的인 効用增
 大過程을 要求하고 있다.

이와같은 理由로 해서 農産物의 流通構造는
 蒐集, 仲經, 分散過程에서 한층 段階가 복잡하
 長情이다.

農産物의 流通은 米麥을 總로로 하여 大都市

의 都売商 와 小売商을 거치는 集中的인 經路를 形成 한다

이에 따라 莊來市場을 中心으로 農村의 薈集 市場과 消費都市의 小売市場이 飛達하고 있으며 薈集 및 分散過程에서 多數의 中間商人이 介入하여 流通機能이 重複되고 流通경로가 긴편이다. 따라서 流通經路의 複雜多岐化, 부경거래의 성행 價格變動幅의 深化 不當한 流通經費의 加重等 價格安定政策의 賤路部門을 이루고 있는 것이다.

그리고 流通機關의 零細性, 非組織性 (非系列性)은 農産物流通에 있어서 追加的인 技術部門인 規格化, 包裝加工機能의 飛達을 저해하고 있는 직접적인 원인이 되기도 한다.

① 糧穀의 流通構造

우리나라 農家收入의 80% 以上이 糧穀販売에 依할 것이며 糧穀中에서도 米麥類가 차지하는 比重은 90% 이상이다

따라서 우리나라 農産物流通構造는 米麥의 流通이 根幹을 形成하고 있는 것이며 또 支配的인 市場力을 가지고 있는 것이다.

糧穀의 需給을 調節하고 價格安定을 위한 糧穀管理法 등의 流通關係法規로 인하여 우리나라 糧穀市場은 一面統制의 一面自由販売制度下에서 政府糧穀分散經路, 自由市場販売經路, 農協共販經路 등의 3種類型으로 大別할 수 있는 것이다.

그리고 特殊한 경우를 제외하고는 通常 流通
糧穀의 80%가 自由市場販賣經路로 15%는
政府管經路로, 나머지 5% 정도는 農協天販經路
를 通하여 流通된다는 것이요.

商人組織에 의한 自由市場販賣經路는 우리
나라의 傳統的인 流通經路로서 糧穀市場을 크게
左右하여 왔는데 서울을 中心으로 觀察해 보
면 湖南米와 京畿米로 나누어 생각할 수 있
다.

湖南米는 約 70%가 搗精業者, 30%는 移
出濟에 의하여 流通되고 있으며 搗精業者는
蒐集, 加工仲繼의 重要한 機能을 担当하고 있
다.

京畿米는 大部分이 蒐集商 - 移出商 - 委託都統
 商 (今言 中央市場) - 小売商 - 消費者의 經路로
 流通되고 있는데 移出商에서 直接 小売商으로
 流通되는 경우도 全体の 約 40%가 된다는
 것이다

그런데 政府管理經路는 政府가 一般買入 糶肥
 交換, 現物農地稅 및 外穀導入 등으로 確保된
 糧穀을 使用目的에 따라 一部는 官需하고 一
 部는 糧穀市場組合을 通하여 放出한 例가 있
 으며 最近에는 農協共販場을 通하여 共販을
 하기도 한다

세제, 農協共販經路를 보면 서울, 釜山, 大邱
 光州, 大田의 5個都市의 農協共販場을 主軸으로

~228~

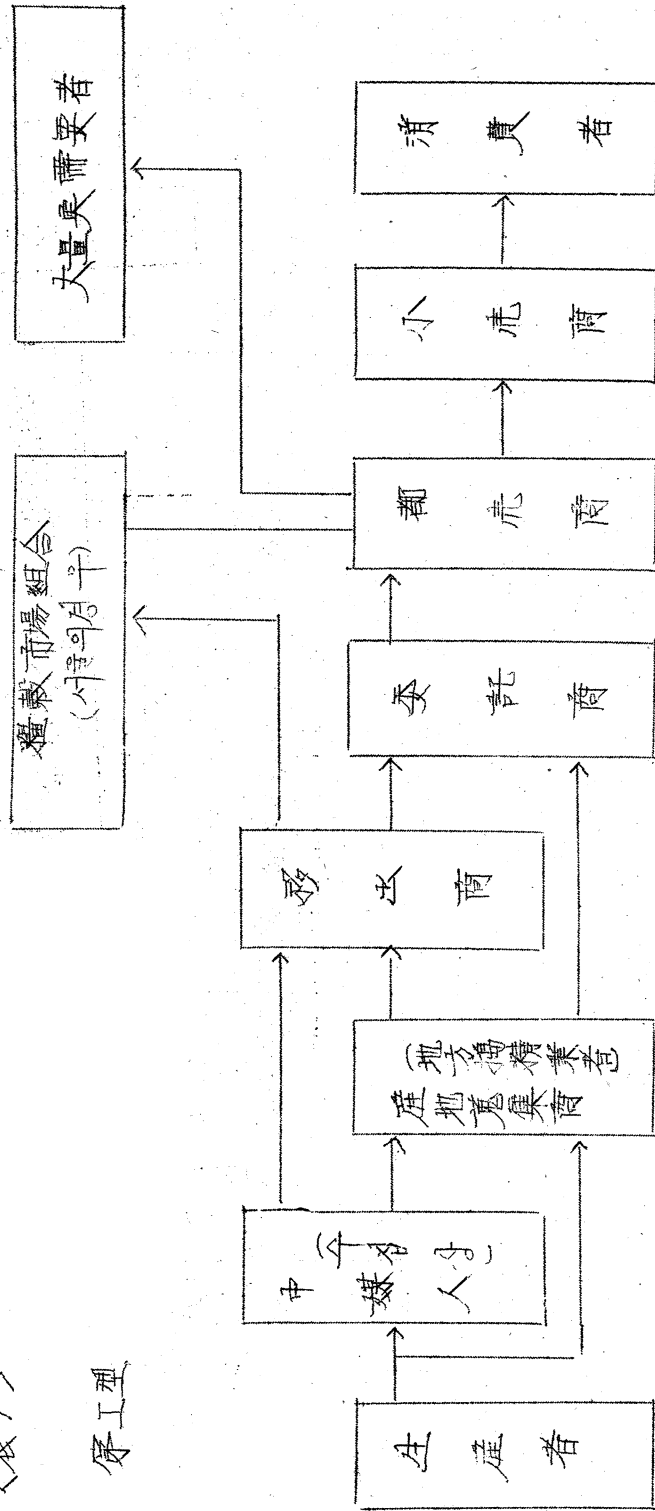
하여 里洞組合 郡組合에서 集荷된 糧穀이 指定
去來人을 經由 小流通 혹은 消費者에게 販売되
고 있다.

같은 米穀의 流通 「마-진」을 보면 自由市
場經路가 農協經路보다 全体 「마-진」率이 높고
京畿米보다는 湖南米의 流通 「마-진」이 다음
表에서 보는 바와 같이 크게 差를 알 수
있다.

〈糧穀流通構造〉

〈表1〉

第I型



~230~

表2-1

第II型

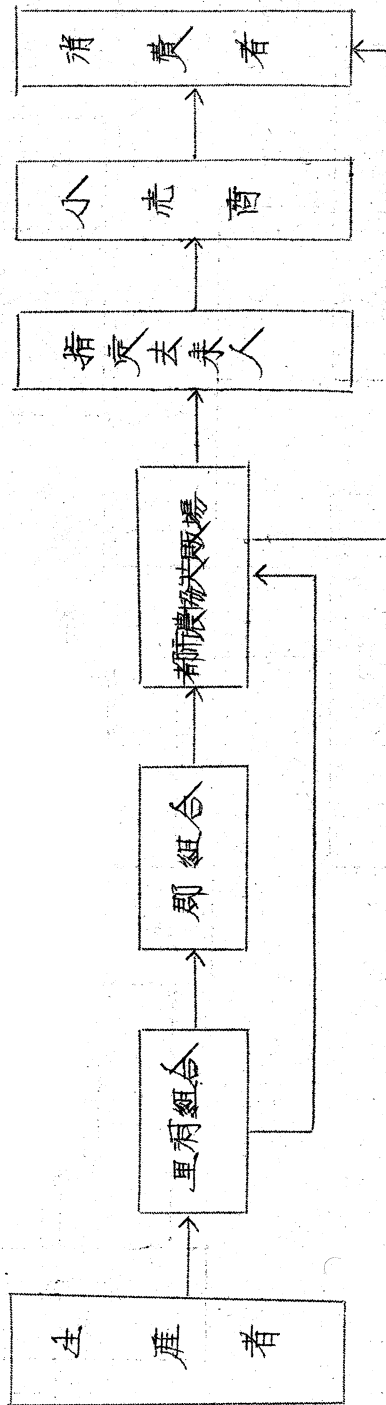
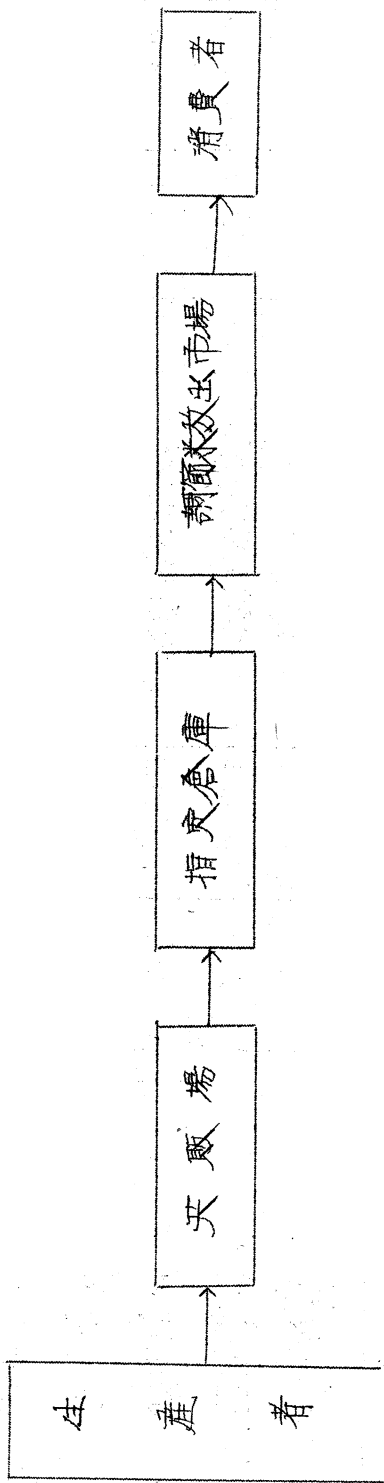


表3 >

第五型



資料：農協中央会

~23/2

米穀の流通戸別比較

表4

自由市場	経路		農協		経路	
	価格構成	兩米	京畿米	価格構成	兩米	京畿米
農家受取価格	85.6	87.6	農家受取価格	90.0	90.1	
蒐集商戸別	1.0	1.3	組合出荷費用	2.5	2.4	
移出商戸別	4.1	3.3	販売取扱場戸別	0.9	0.9	
委託商戸別	0.9	1.8	指戻支求人戸別	0.7	0.7	
都売商戸別	2.3					
小売商戸別	6.9	6.0	小売商戸別	5.9	5.9	
小売価格	100.0	100.0	小売価格	100.0	100.0	

資料：農協中央会

(2) 青果物의 流通構造

青果物은 品種과 産地에 따라 多樣하고 相異
한 流通구조를 나타내고 있으나 이것을 品目
별로 詳실히 例示할 수는 없고 여기에서는
青果物中 代表品目인 사과의 流通 경로에 대해
서만 살펴보기로 한다

우리나라에서 生産되고 있는 사과는 全体の
98% 가 青果自体로서 最終적으로 소비자에
게 購入되고 있다.

生果 또는 青果로 流通될 사과는 産地委託
商과 産地 農協 등의 蒐集過程을 거쳐 大量
消費都市로 流通되는 経路와 生産地로 부터
大都市의 都売市場 (서울, 釜山, 大田, 光州 등)에

이르는 二大流通体系를 形成하고 있다

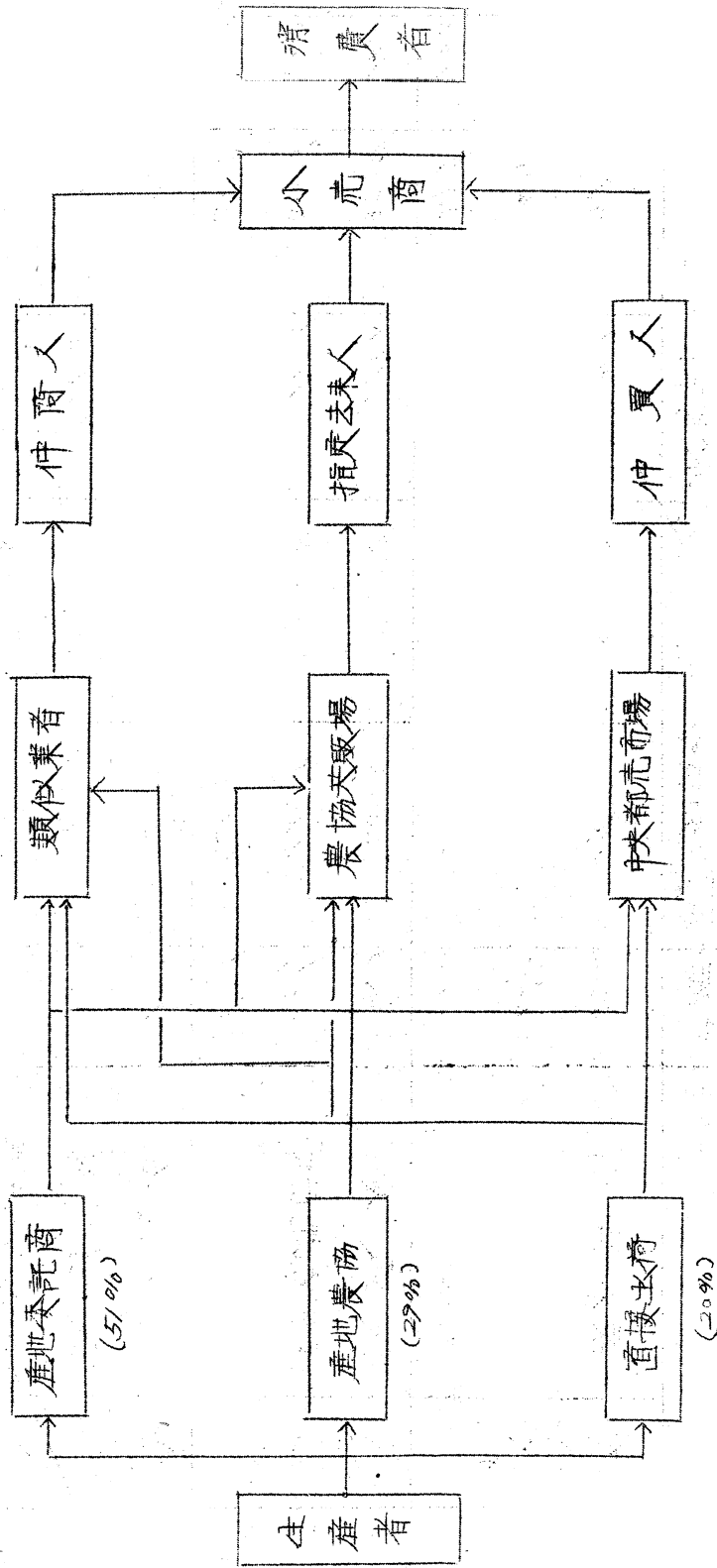
이중 産地 委託商을 通한 流通量은 全体の 51%로써 過半이며 産地農協은 29% 直接出荷는 20%를 占하고 있다

消費地 市場에 搬入된 사파는 大規模의 仲繼市場의 集荷段階를 거쳐 (中央都庁市場, 農協共販場, 類似業者로 구성됨) 이들과 專販去來를 맺고 있는 仲買人 指定去來人 및 仲商人들에 의하여 都庁 및 小売商으로 分散되고 다시 最終消費者에 이르는 流通経路를 보이고 있다 그러나 사파는 流通과정에서 解度가 유지되고 大量으로 集荷, 仲繼, 分散되어야 하기 때문에 大都庁市場이 流通의 中枢的 역할을 담당하고 있다

即 大都市의 都庁價格을 中心으로 生産者 受取價格과 消費者 支拂價格이 決定되고 있는 情狀이다

农产品流通线路

表5



() 内为 数字 去来比重

資料：農協中央会

农产品流通過程別 叶-込率

<表8>

	生産者受取価	流 通			叶 込		小売価
		生産者負担費用	中間商叶込	小売商叶込	合 計		
直接出荷	類似業者	19.4	3.8	11.6	34.8	100	
	共 販 場	18.6	3.8	11.6	34.0	100	
	中央都庁市場	19.3	3.8	11.6	32.7	100	
産地農協	共 販 場	20.3	3.8	11.6	35.7	100	
	中央都庁市場	19.0	3.8	11.6	34.6	100	
	類似業者	21.1	3.8	11.6	36.5	100	
産地委託商	類似業者	22.0	3.8	11.6	37.4	100	
	共 販 場	21.1	3.8	11.6	36.5	100	
	中央都庁市場	19.8	3.8	11.6	35.2	100	

資料：農協中央会

(3) 畜産物の 流通構造

우리나라의 主要 畜産物은 소, 돼지, 닭 등으로 볼 수 있고 이 중에서도 소가 重要한 地位를 차지하고 있기 때문에 여기에서는 쇠고기의 流通過程에 대하여만 考察 記를 한다.

소의 流通經路는 役牛 혹은 飼育牛의 売買가 主가 되는 地方畜産市場 中心의 地方 流通經路와 食肉用으로 地方家畜市場으로 부터 大都市 家畜市場에 搬出되는 경우로 区分되고 있다.

地方流通經路는 地方小家畜市場으로 모인 役牛는 仲介人의 介入으로 大部分이 다른 農民에게 販賣되고 있으며 一部는 中都市家畜市場으로 搬出되고 있다. 地方中都市家畜市場의

경우는 小家畜市場의 경우와 같이 大部分의 役牛가 仲介入의 介入으로 農民間 販賣되고 있으며 이 市場이 肉牛의 大都市搬出據點이 되고 있다.

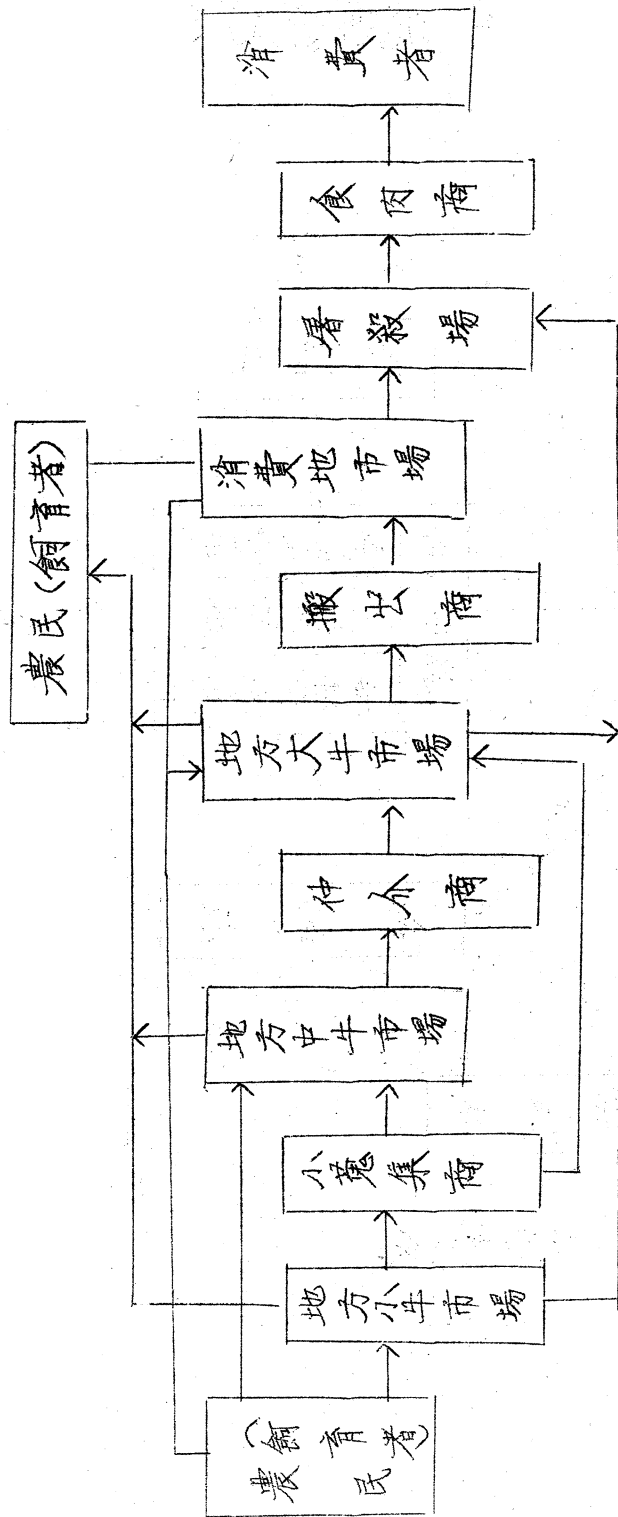
그런데 肉牛가 大都市의 消費家畜市場에 이르기까지는 2乃至 3段階의 中間商이 개재되고 있다.

大都市에 搬入된 소는 小売食肉商들이 直接 家畜市場에서 肉牛로 購入 屠殺하여 自己店舖에 運搬 消費者에게 販賣하게 된다.

大都市中 釜山の 경우는 枝肉을 都売하는 家畜商이 介入하는 것이 特徵이라고 할 수 있는 것이다.

生牛與牛肉之流通經路

表 7



237

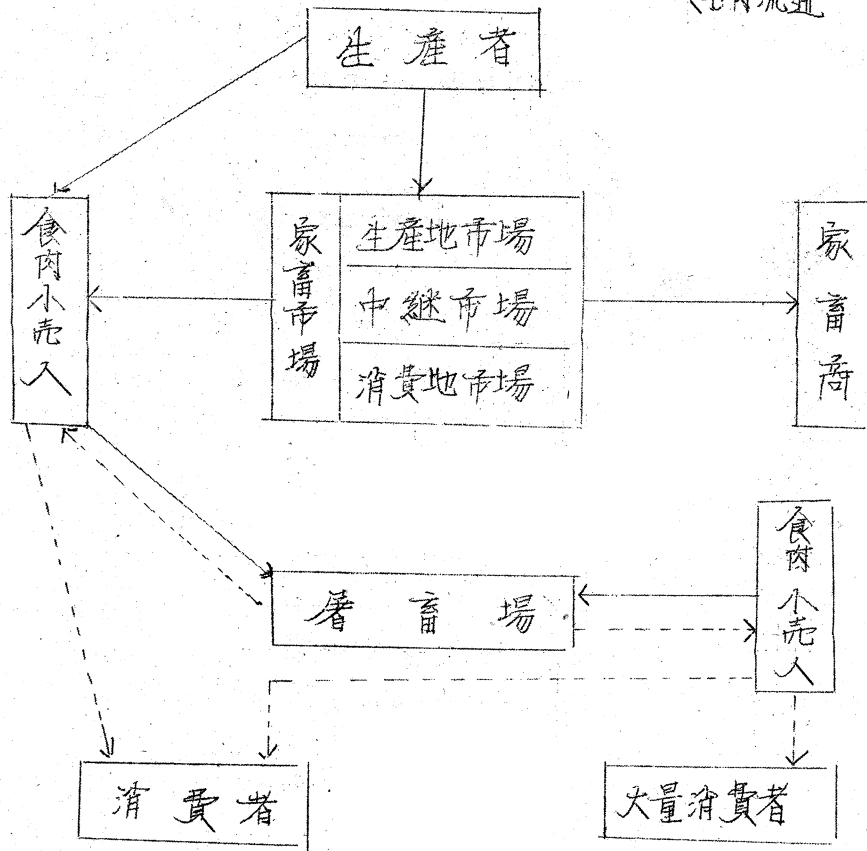
~240~

<表 8> 食肉の流通経路(서울 中小都市)

(中小都市)

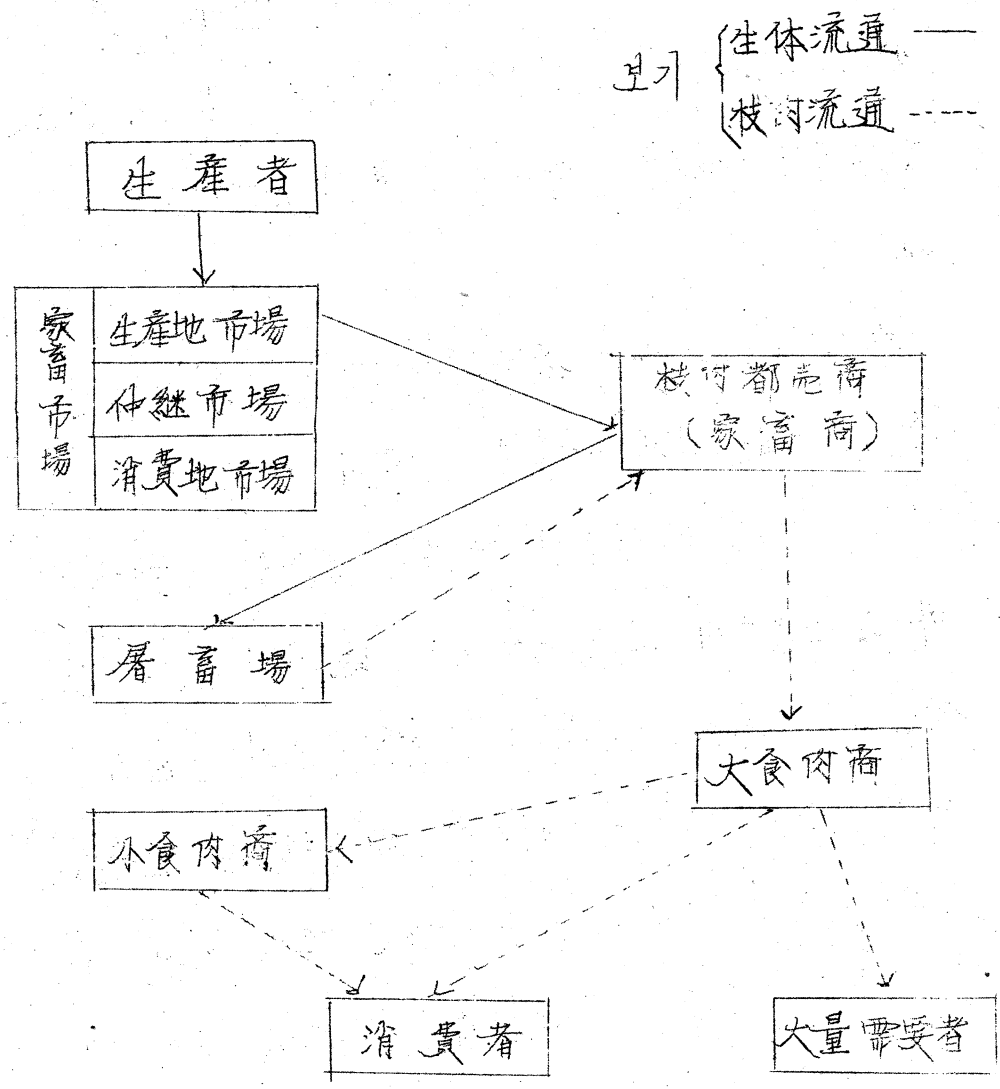
(서울地方)

且つ { 生体流通 ———
 (生肉流通) - - - - -



資料：農協中央会

<表 9> 食肉の流通経路(釜山)



資料：農協中央会

나. 水産物

水産物은 商品自体의 脆弱性과 生産의 非連續性, 季節性, 一時收穫性 등으로 因하여 流通過程이나 價格形成面에서 特異한 性格을 나타내고 있다.

水産物の 保管上 腐敗性과 變質性은 迅速한 分散이 隨伴되기 때문에 市場이 組織化되지 못함은 우리나라의 경우에 流通의 分段化, 迂迴化가 不可避하며 貯藏 및 加工製造率이 甚아 眞價의 不安定 및 不適切한 價格形成의 要因이 되고 있다. 이에 따라 水産物市場은 流通棧構가 大端히 複雜하고 異狀的인 肥大現象이 두드러질 때 이를 棧能面에서 概觀하면 여러 다음과 같다.

<流通機能面>

- (1) 産地市場에서의 蒐集
- (2) 産地市場에서의 競売 (交換 및 評價機能)
- (3) 消費市場에서의 搬出
- (4) 消費市場에서의 集荷
- (5) 再競売 (消費地 1次分散)
- (6) 都売市場(" 2次 ")
- (7) 小売市場(" 3次 ")

<販売機能面>

- (1) 産地市場 委託販売
- (2) 消費 " 競争
- (3) 都売 " 分散去來
- (4) 小売 " "

이런 水産物의 物的流通과 去來機能을 살펴 보면
 漁民에 의하여 漁獲된 水産物의 約 70%는 直接

후는 间接으로 永産業協同組合 委販場에 揚陸
出荷 되고 있으며 나머지는 客主 또는 蒐集商
의 民間 「루트」에 出荷 되고 있다.

委販場에 出荷된 永産物은 仲買人에 의하여
競売된 후 이 중 約 30% 程度가 產地 후는
隣近地域의 消費市場으로 分散되고 70%는
大量消費市場인 大都市 및 中小都市로 搬出되고
있다. 여기서 委販場과 仲買人에 의한 競売
는 仁仁漢民의 分散적인 販賣에서 發生하는 不
當 價格의 形成을 止揚하고 流通經路를 短縮
하며 이에 따른 中間流通費用의 節減 및 販賣
代金의 迅速한 回收等 諸機能을 發揮하고 있다.

따라서 永協共販場은 漢民의 受取價格保障,
商品規格의 統一과 鮮度維持, 流通市場에
서의 價格安定, 販路의 開拓과 確保, 流通經路

의 短縮과 流通費 節減에 크게 功績하고 있다.

仲売人이 産地市場에서 수집한 水産物을 中継商인 搬出商에 넘기면 搬出商은 이 役分의 大部分(約 60%)을 大都市의 國民顧客에 搬出하고 나머지 40%를 時勢에 따라 內陸地域의 消費市場으로 分散시키고 있다.

大都市 消費市場에 入荷된 水産物은 約 25%가 中央都庁市場을, 그리고 35%는 一般都庁市場을 通하여 小売市場에 이르고 있다.

中央都庁市場을 통한 流通이 從來에는 主流를 形成하였으나 現在에는 上記를 바라 弱이 弱化되었다고 볼 수 있는데 그 理由로는 水協系統의 委託과 競売制度의 機能이 本軌道에 오름에 따라 中央都庁市場의 機能이 再分散機能担

當棧構로 轉發된데 基因되고 있는 것이다.

그러나 中央都売市場의 比重이 아직도 分散過程에 相當히 큰 比重을 占하고 있어 水産物市場은 水協販売系列과 中央都売市場系統으로 二元化 되어 있는 實情이다.

한편 生産者로 부터 直接 客主나 商人을 通하여 去來 되는 流通量도 無視할 수 없다고 할 수 있다.

이로 말미암아 水産物의 大部分은 流通經路의 多段階性, 迂迴性 때문에 過度한 流通費用이 賦課되고 있으며 價格形成面에서는 商品의 特殊性으로 因하여 販売價格이 「生産價格 + 利潤」이란 均衡原理와는 거리가 먼 一方的인 供給側事情에 의하여 決定되고 있기 때문에 價格振幅이 他商品에 比하여 極甚한 편이며 따라서

同一한 流通段階에서도 橫的으로 價格의 相異性이 甚한 實情이다.

다. 工産品의 流通構造

(1) 工産品一般

工産品의 流通構造는 和別商品에 여러 相異한 樣相을 보여주고 있으나 여기서는 代表的인 特性만을 살피기로 한다.

우리나라의 工産品市場構造는 慢性的인 超過需要로 因하여 「seller's Market」를 形成하여 왔으나 部門的인 「automation」과 生産技術의 革新에 힘입어 漸次 「buyer's Market」으로 轉換하고 있다.

이제 轉換期에 入한 우리나라 工産品市場의 構造的인 後進性을 추려 보면

첫째, 流通經路가 길고 複雜多端하여 流通

秩序가 紊亂하다는 뜻이다.

둘째, 各流通段階의 마케팅 機能이 混合未分化 되어 있다. 流通担当 棧構로서의 都売商은 一部の 代理店과 特約店을 除外하고는 小売를 兼하고 있다.

또한 一部 메이커는 都売商과 小売商에 同一價格으로 共히 製品을 出荷하고 있다.

이와 같이 都売와 小売의 機能未分化와 配給秩序의 紊亂은 流通構造를 歪曲시키는 原因이 되고 있다.

셋째, 流通棧関의 規模가 零細하다는 뜻이다.

네째, 後進적인 去來條件과 去來慣習의 不合理

우리나라 工業品은 標準化와 規格化率이 낮고

品貨條件이 不均等하며 正札制가 履行되지 못하여 消費者를 爲한 合理的인 送料基準과 製品購買動機를 賦與하지 못하고 있다. 去來條件에 있어서는 外上去來依存率이 높으며 外上代金決済期間이 普通 60日로 長期化함에 따라 外上販賣價格의 比重이 著히 크며 一部 製品의 下部流通棧間에서는 早期現金化를 爲하여 購入價 以下로 販賣하는 亂賣現狀도 나타나고 있다.

다섯째 流通의 二重構造

地域間 所得階層間의 市場隔差가 深刻하여 二重構造를 形成하고 있다.

우리나라 市場棧構의 中核인 一般市場이 서울과 釜山 등의 大都市에 偏重되어 있고 全額 大商과 小商의 45.0%와 39.4%가 서울

과 산지에 集中되어 있다.

그런데 地域別 或은 店鋪形態別로 商品의 價格, 品質面에서 市場隔差가 顯著하게 나타내고 있다.

이와 같이 우리나라 工業品 市場構造는 流通 經路가 甚고 複雜多段하며 流通機關이 零細하고 去來條件과 商慣習이 落後되어 있으며 價格과 品質 및 消費形態에 있어서도 二重構造를 나타내고 있어 流通의 生産性, 效率性を 아주 낮게 하고 있다.

(2) 生産財의 流通構造

生産財는 大体로 ① 生産者 → 産業使用者

② 生産者 → 産業都売商 → 産業使用者

③ 生産者 → 代理中間商 → 産業使用者의 經路

를 通하여 商品이 流通하게 되므로 消費財

이 比較하여 流通經路가 짧고 直接販賣가 大部分인 特徵을 가지고 있는 것이 一般的이다.

우리나라의 生産財流通은 外國의 경우와 같이 流通經路가 直線的이며 中間流通段階가 大部分 排除되어 流通構造가 比較的 單純하다. 大量需要者는 메이커와 直結되고 있으며 中小需要者만이 都売商이나 小売商의 流通經路를 거쳐 購入하고 있으나 그 比重은 아주 작은 편이다. 이제 鉄板과 電線 및 쿠일의 경우를 들어 우리나라 生産財의 流通構造 現況을 살피기로 한다.

鉄板의 流通構造는 「메이커」 → 購買者의 直接經路 또는 메이커 → 中間商 (代理店, 都売商, 小売商) → 購買者 (工場購買者, 小量

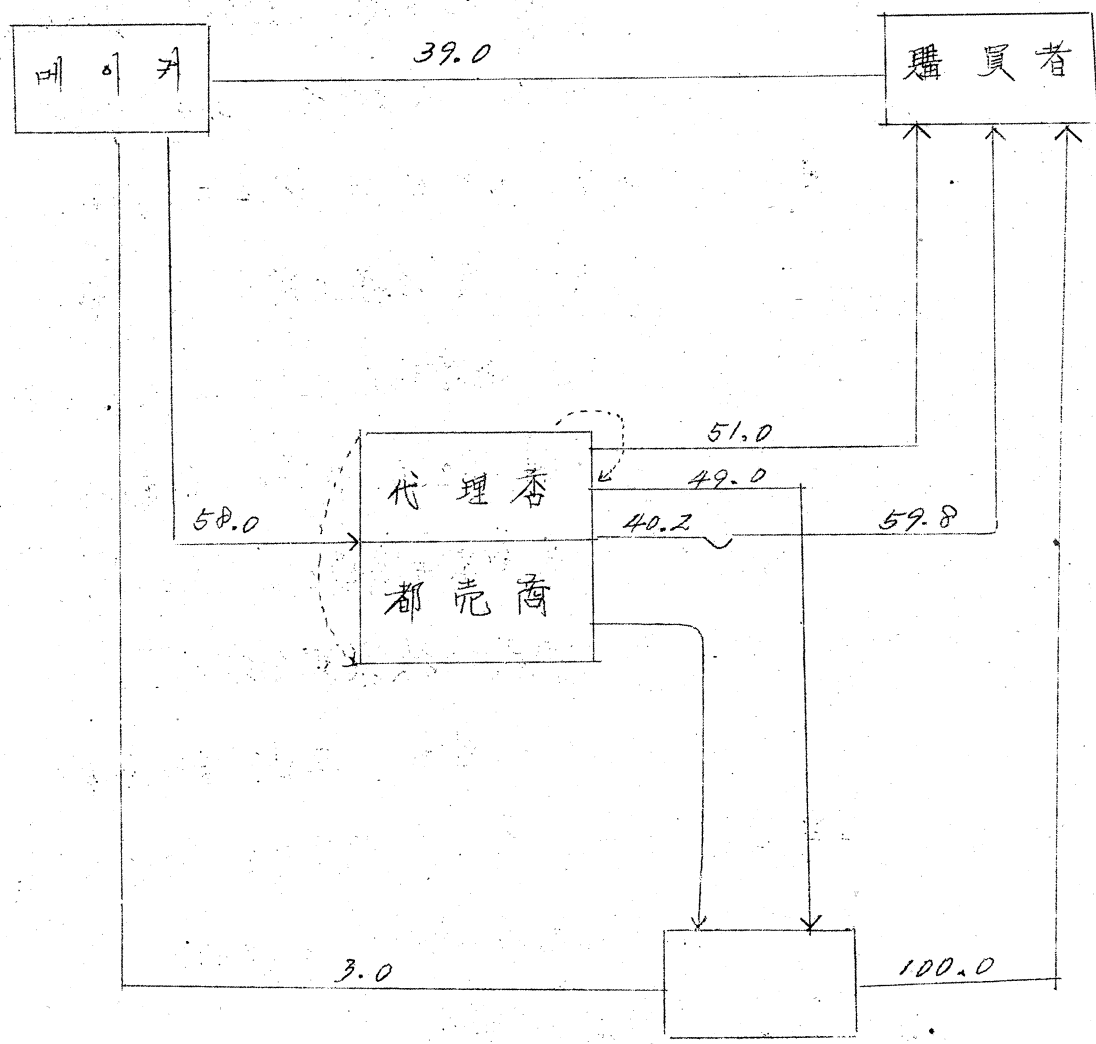
購買者)의 間接經路로 区分되고 있다.

間接經路中 메이커 → 代理店 → 購者의 流通經路가 鐵板流通의 主軸을 形成하고 있으며 代理店이 流通上 中心的인 役割을 担当하고 있다.

다음 表에서 보는 바와 같이 購買者는 全流通量의 39.0 %를 메이커로 부터 直接購買하고 나머지 61.0 %를 中間商人을 거쳐 購買하고 있는데 이중 代理店을 通하는 경우가 35.0 %나 되고 있다.

<表 10>

鉄板の流通経路の流通量比重



資料：大韓商談工業品市場調査報告

하루 流通段階別 流通마진을 보면 亜鉛鍍鐵板의 경우 메이커 → 代理店 → 購買者의 流通 경로에 있어서 代理店の 獲得마진은 8.7%이고 메이커 → 都売商 → 購買者 경로에 있어서는 都売마진 2.4% 小売마진 3.4%로 流通마진은 都合 10.8%에 이르고 있다.

建設品과 機械 및 金屬工業의 急激한 成長으로 鐵板需要는 漸增하고 있으나 生産施設, 技術 및 原料事情 등으로 供給이 需要에 未及하여 우리나라의 鐵板市場構造는 T.seller's Market 상. 形成하여 獨寡占市場의 性格이 뚜렷하게 나타나고 있다. 또한 國內需要의 相當量이 아직도 輸入에 依存하고 있으며.

- ① 品質의 高級化와 規格의 多樣化
- ② 地方販賣組織의 充實

③ 共同販賣制度의 導入

④ 原料需要의 平滑化와 徵稅方法의 改善 등이

時急한 是正課題로 指摘되고 있다.

電線의 流通經路를 보면 ㉑ 메이커 → 大量購買者, ㉒ 메이커 → 代理店 → 購買者, ㉓ 메이커 → 都小販商 → 購買者, ㉔ 메이커 → 代理店 → 都小販商 → 購買者의 4가지 形態로 区分할 수 있다 (表 11) 直接去來方式의 第1類型을 通한 流通量은 全體의 70~80%로서 電線流通의 主流을 이루고 있다.

電線의 大量需要者는 韓電, 遞信部, 調達庁, 交通部, 鐵道庁等 政府 或은 政府投資機關과 大建設業者가 이에 屬하고 있다.

大量需要者에 對한 直接去來에는 入札方式에 利用되며 價格이 一般去來에서 보다 低廉하여

二重価格이 形成되고 있다.

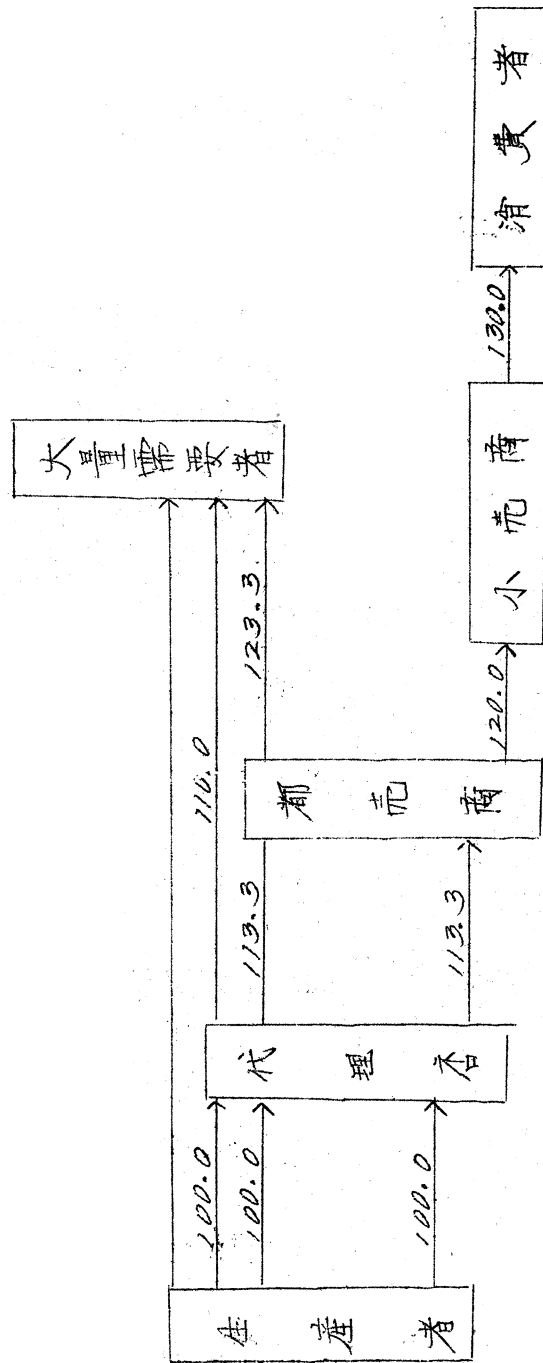
第2經路를 통한 出荷量은 10~15% 이며 第3經路의 경우는 5~10%로 推定되고 있다. 第4型을 통한 流通量은 아주 僅少한 實情이다. 電線의 流通은 段階別로 都売와 小売 機能이 明確히 区分되지 않고 있다.

企業規模別로는 大企業은 直接去來가 大部分이며 去來가 契約方式에 依하고 있어 流通經路가 比較的 單純하고 去來가 安定한 反面 中小企業은 契約關係가 없는 流通的인 一般商人과 販賣關係를 맺고 있기 때문에 流通經路가 大體로 複雜하고 市場도 不安定한 狀態에 놓여 있다.

流通마진은 大體로 代理店 마진이 10.2% 都売商 마진이 5.1% 그리고 小売商 마진이 7.7%로 全體 流通마진은 23%로 나타내고 있다.

表 11 >

電線斗流通経路斗價格指數



電線市場은 2大 메이커를 中心으로 하여 寡占市場을 形成하고 있기 때문에 메이커의 尙販支援(Dealer Helps)과 管理가 소홀히 되고 있다. 이 밖에도 電線流通上의 主要問題로는 ① 尙販의 높은 私債依存度, ② 品質의 粗惡과 製品規格化의 未及, ③ 地域別 價格 및 尺寸隔差의 尙深化, ④ 中小企業製品의 品質 등이 指摘되고 있다.

따라서 메이커와 尙販의 協助強化, 價格均衡과 流通마치의 平準化, 委託尙販+長期信用去來에 依한 資金難解消 및 去來와 市場의 安定化가 問題解決의 要諦가 될 것이다.

차원의 流通經路를 보면 ① 메이커 → 代理店 → 小尙販 → 購買者, ② 메이커 → 代理店 → 購買者, ③ 메이커 → 小尙販 → 購買者의

3가지 類型으로 区分할 수 있겠다. ①은 大企業과 一部의 中小企業에 依하여 採扶되고 있는 流通體系이며 ②는 大量購買 ③은 中小企業에 依하여 利用되고 있는 流通 經路 이다.

그러나 實際의 仕列去來에 있어서는 이같은 流通秩序가 遵守되지 못하고 複雜多岐한 流通 樣相을 露呈함으로써 非正常價格의 形成과 粗 製品의 出現을 방조하고 있다. 위의 流通經路中 ①의 3段階流通經路가 가장 一般化된 形態이며 代理店은 여러 메이커와 複數契約를 맺고 相當額의 保證金을 메이커에 先給함으로써 本廠의 生産, 販賣에 있어서 中樞的인 役割을 担当하고 있다.

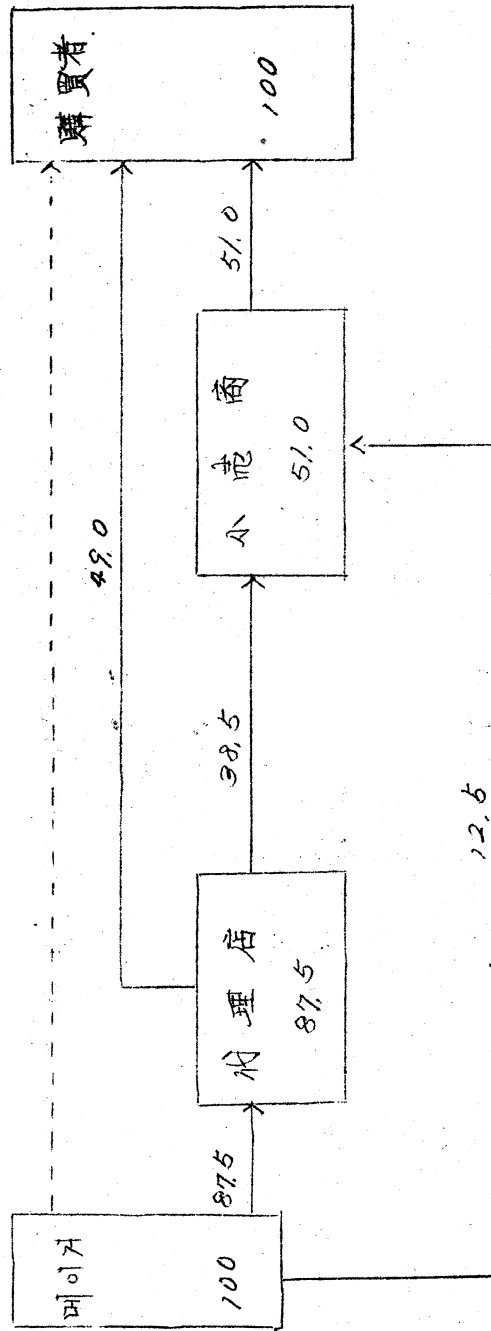
各 流通經路의 段階別 流通量을 보면

<表 12>에서 보는 바와 같이 全流通量の
87.5%가 代理店으로 出荷되고 나머지
12.5%는 小売商으로 販売되고 있다.
代理店은 메이커로 부터 購入한 仕入れ中
38.5%는 小売商에 그리고 49.0%는
購買者에게 直接 販売하고 있으며 小売商은
메이커로 부터 購入한 12.5%의 製品과 代
理店에서의 購入量 38.5% 都合 51.0%의
仕入れ를 少量 購買者에게 再販売하고 있다.

단계별의 流通段階別 流通量比

(單位: %)

<表 12>



註……… 七少數의 간헐적인 來來임.

流通마진은 全國的으로 볼때 遞이커로 부터 最終購買者에 이르기 까지 總體的인 流通마진은 15.4%이며 이중 8.0%는 代理店의 都尙마진이고 나머지 7.4%가 小尙商의 小尙마진으로 나타나고 있다.

都尙마진이 小尙마진 보다 높은것은 卽시 流通에 있어서의 代理店의 支配力을 反映하는 것이며 小尙經路의 地域別 隔差와 더불어 流通構造의 後進性을 말해주고 있다.

卽시 市場을 全般的으로 볼때

- ① 流通秩序의 紊亂과 販尙機能의 未分化
- ② 代理店 市場支配力의 異狀肥大
- ③ 마진體系의 後進性 등이 主要問題로 登場하고 있는 바 流通構造를 合理化하기 爲해서 直接 마아케팅 制度를 導入하여 組

織的인 마아케팅 活動을 強化 하여야 할 것 이 다.

(3) 消費財의 流通構造

消費財 (農水産物 除자) 는 最終 消費單 位가 작고 需要가 全國化 되어 있기 때문에 中繼 分配過程이 길고 복잡한 것이 一般的 이다.

우리나라의 消費財 流通過程에서 나타나는 特徵을 보면

- ① 流通終路가 길고 복잡 多岐하여
- ② 小売商 終路이 生業的 境界를 벗어나지 못 하고 극히 零碎하여 小売마진이 비교적 높고
- ③ 市場構造가 「Buyer's Market」을 形成 하여 販賣競爭이 치열하여

④ 单位流通規模의 零細性으로 因循物的
流通의 非經濟

⑤ 一部品目에서는 直接 마아케팅 體制가 出現
하고 있으나 아직도 專門化, 組織化, 大型化
의는 遼遠하다는 點 등을 들 수 있겠다.

이제 여러 消費財中 抗生素, 와이샤쓰 服地
의 경우를 들어 消費財의 流通構造를 살펴
기로 한다.

抗生素의 流通終致는

① 메이커 → 都売商 → 小売商 → 消費者

② 메이커 → 小売商 → 消費者

③ 메이커 → 大量需要者의 3가지 類型으

로 分類할 수 있는데 이중 第一型이 抗

生素流通의 主流를 이루고 있다.

(表 13) 메이커의 總販売量中 55%는

都売商을 29%는 直接 小売商을 通하여
流通되고 있으며 나머지 18%는 病医院과
直接去來가 이루어지고 있다

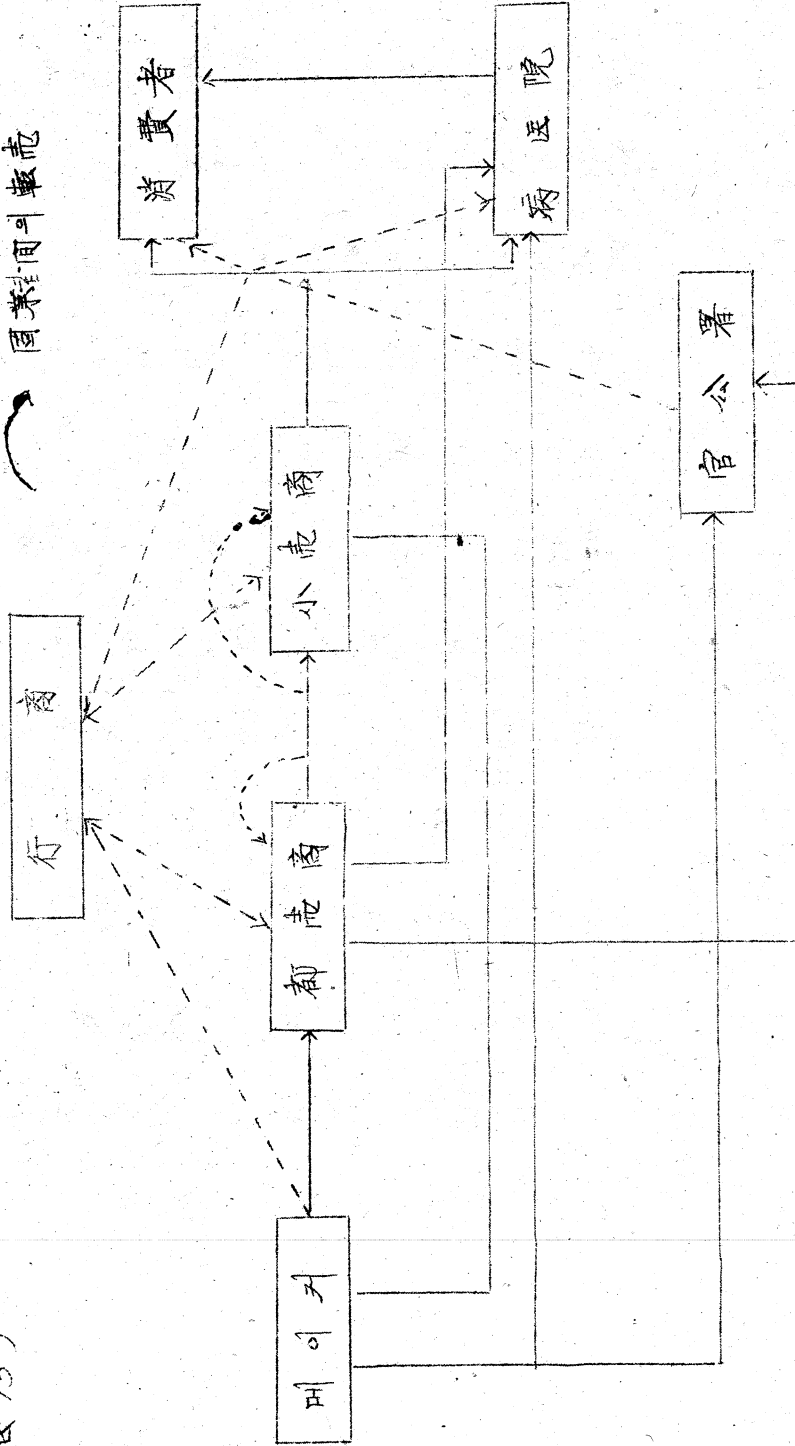
都売商의 販売額中 35.8%는 小売商에,
11.0%는 病医院에 그리고 5.5%는 一般
消費者에 販売되고 있어 小売商이 都売商
의 主 購入처가 되고 있으나 一般消費者나
病医院에 對한 直接去來比率이 比較的 높
아 都売商의 小売機能이 強하게 나타나고
있는데 이 現象은 小売商의 對 메이커
直接去來 및 行商의 無分의 한 去來와 함
께 医薬品 流通을 歪曲시키는 原因이
되고 있다 (表 14 參照)

~266~

抗生剂の流通経路

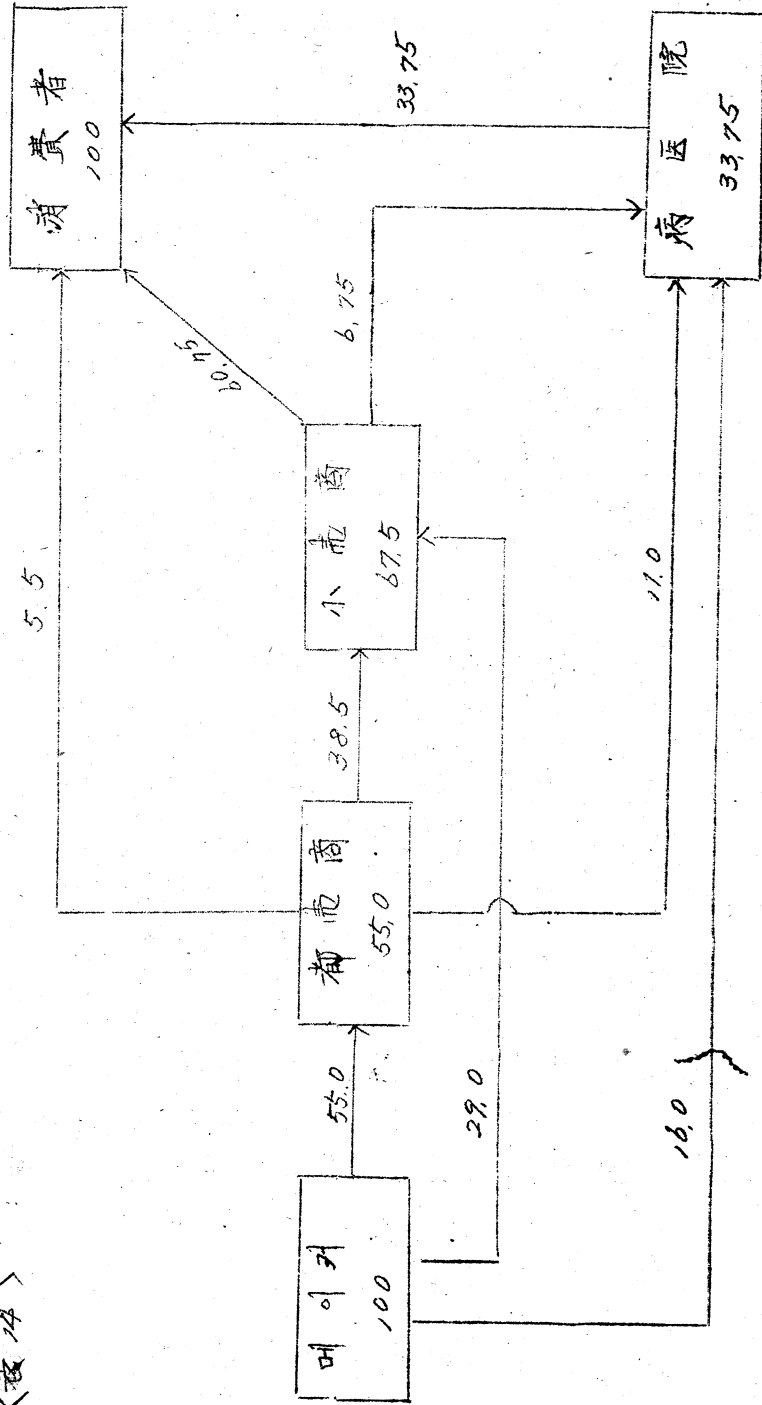
行商の流通経路
国産品の出産地

(表13)



抗生素的流通阶段别流通量比

<表 14 >



한편 流通마진을 보면 都尙商 및 小尙商을
 거치는 三流 流通形態에 있어서 都尙商의 마
 진이 8% 小尙商 마진 23.7% 로 總流通
 마진은 31.7% 에 達하고 있다

小尙商 마진이 위의 같이 高率로 나타나고
 있으며 메이커 出荷價格中 広告費의 比重이
 높은것은 医薬品 流通마진의 특징이라 하
 겠다.

이와 같이 抗生劑의 流通構造는 流通終
 路의 多岐化, 流通系列化 를 阻害하는 流通
 段階間의 無秩序한 價格構造, 尙來規模의
 零細性, 行商에 依한 變則尙來의 盛行 등으
 로 終路의 迂迴化와 歪曲化가 不可避하게
 反復되고 있다.

流通上の 諸問題는 根本的인 原因이 藥品

의 過剩生産과 流通單位의 零細性에 있으므로 流通構造를 改善하고 流通 bodies 의 機能을 正常化 하기 爲해서는 量産에 對應한 量流體制의 確立이 時急하고 이를 爲한 具體的 方案으로 流通 bodies 間의 水平的인 連鎖協同體의 構成이 可望스럽게 여겨지고 있다.

의 이사쓰의 流通終路는

- ① 메이커 → 直売店 → 消費者
- ② 메이커 → 都売商 → 小売商 → 消費者
- ③ 메이커 → 小売商 → 消費者
- ④ 메이커 → 代理店 → 小売商 → 消費者의

4가지 類形으로 区分할 수 있겠다 (表15)에서 보는바와 같이 全流通量의 5.1%는 直売店을 통하여 出荷되고 있으며 32.7%는

~200~

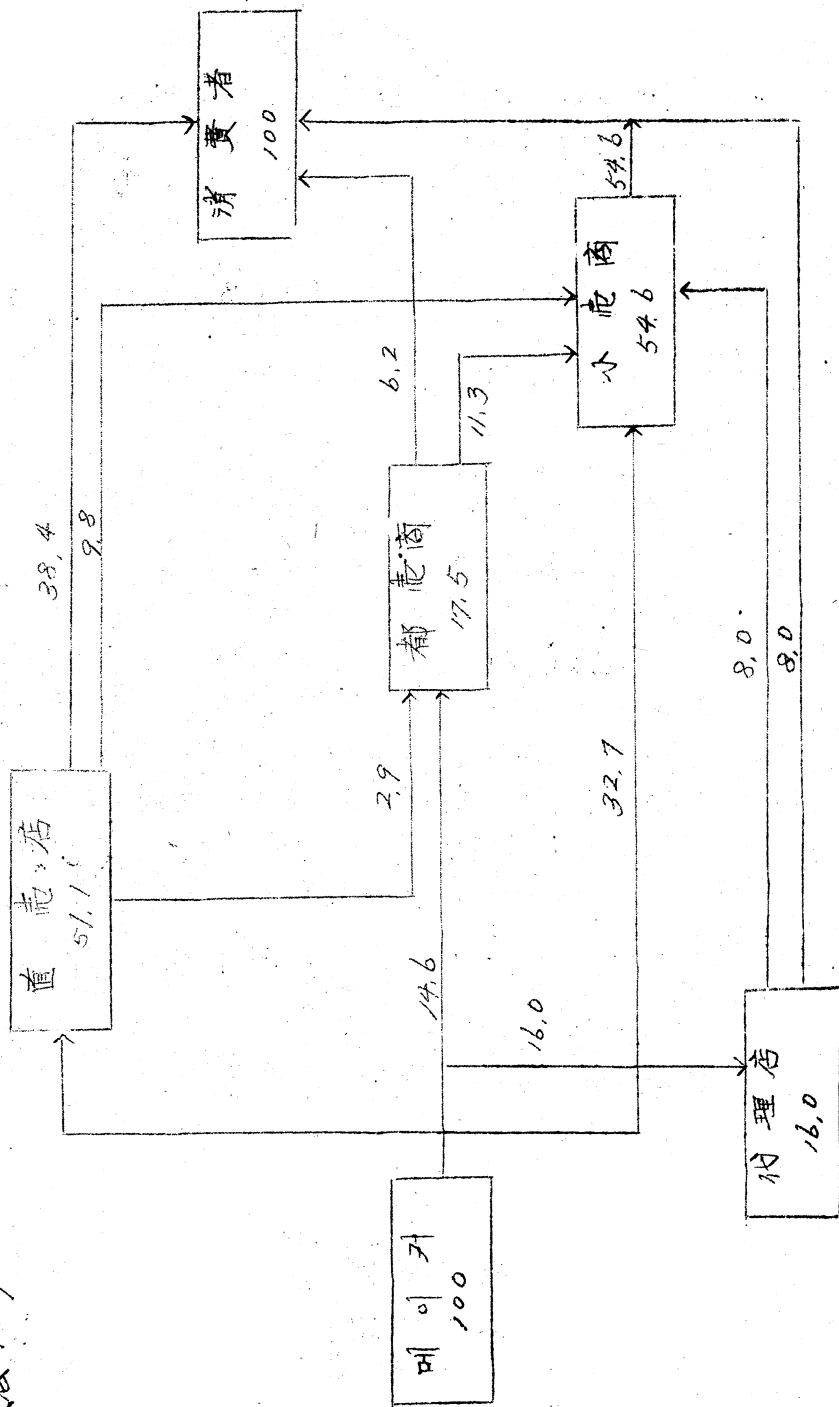
小売商에 直接 그리고 14.6%는 都売商 1.6%는 代理店을 通하여 流通되고 있어 直売店과 小売商이 互い々 流通의 中核的 機能을 担当하고 있다.

各 메이커는 中間商의 介入을 排除하기 爲하여 都売機能을 兼備한 直売店을 直接 經營하거나 小売商에 直接 出荷하는 經路政策을 採択하고 있으나 이것이 消費者 支給 価格의 低下 效果를 가져오지는 못하고 있다.

3
反

外資系の流通経路と流通量比

表 15



流通段階별 마진은 각 流通形態에 따라 流通主体의 獲得 마진이 相異하나 上述한 第2 流通形態의 경우 都売商 마진은 6.5%, 小売商 마진은 12.5% 로 全体 流通 마진은 19.0% 를 示顯하고 있다.

와이셔츠 流通에 있어서는 購入자의 多元化 流通規模의 지나친 零細性 中小메이커의 販賣 組織 결속의 저서비스 不足 및 流通業者와 메이커간의 協助不足 등이 問題視 되고 있는데 이를 打開하기 爲해서는 共同購買制度의 採択, 中小메이커의 協同마케팅 組合 結成과 契約 메이스에 의한 去來慣習이 造成되어야 할 것이다.

服地の 流通經路를 보면 大메이커와 中小메이커가 相異한 經路를 採択하고 있으나

大體로 다음의 3類型으로 分類할 수 있겠다.

① 메이커 → 特約店 → 都売商 → 小売商 →

消費者.

② 메이커 → 都売商 → 小売商 → 消費者

③ 메이커 → 特約店 → 都売商 → 消費者

①型은 大메이커와 一部の 中小메이커가 採択하고 있는 流通總路이며 ②型은 中小메이커가 利用하는 流通體系 그리고 ③型은 販地 流通總路의 特性 (기 편이므로 短縮이 要請 됨) 에 따른 派生的 流通體系이다.

이중 ①型이 가장 典型的이고 一般화된

流通總路이다.

메이커로 부터 出荷된 製品은 82.5%

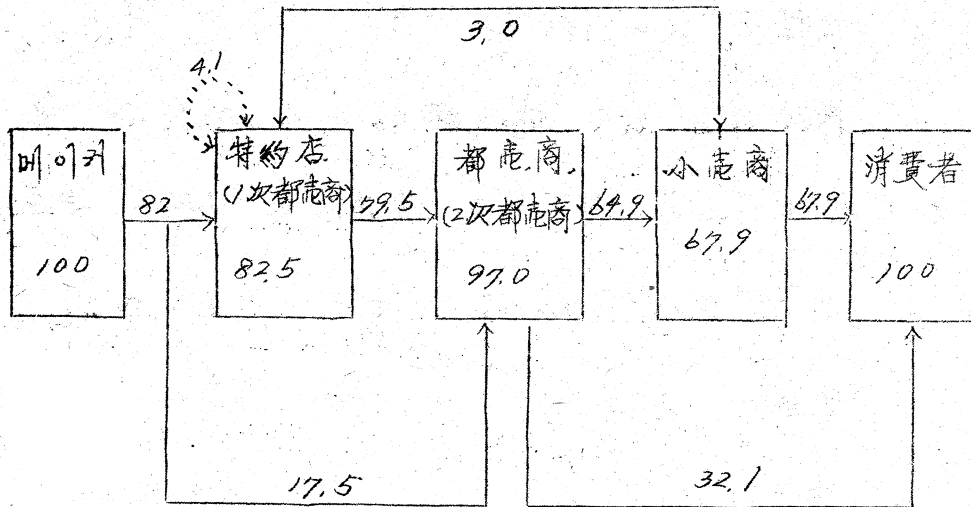
가 特約店에 나머지 17.5%가 都売商에

52740

이르고 있으며 特約店은 79.5%를 專門都
 売商에 販売하고 나머지 3.0%를 小売商에
 直接 販売하고 있다. (表16 参照)

服地の流通経路と流通量比

<表16>



註: 1. 点線은 同業者間의 販売임

2. 小売商은 洋服店과 洋裝店임

特約店은 販地의 流通, 販賣에 있어서 中核的인 機能을 担当하고 있는데 大 메이커와 1次都売 棧肉으로서 購入契約을 締結하여 메이커의 販 売危險, 保証金 先給을 통한 運轉資金 支援 市場調査 등의 強力한 마케팅 機能을 遂行하고 있다.

都売商은 特定市場地域에 集中한 販地專門店 으로 都小売 比率이 67%와 33%를 나타내 고 있다. 小売商은 洋服店과 洋裝店을 指稱 하는 專門販地 取扱商이다.

販地의 總流通 率은 57.5%의 高率인 바 이 중 1次都売 率인 特約店 率은 16.7% 2次都売 率인 都売商 率은 10.8% 小売 率은 15.9%로 全体都売 率이 27.5%인데 비하여 小売 率은 15.9%로 都売 率이 小売

~276~

마진을 상승하고 있다.

以上の 販地 流通 過程에서 派生되는 流通上의 主要問題를 보면

① 流通 経路가 一般消費財의 경우보다 都売 段階가 1 段階 追加 (都売 段階가 1 次 都 売 및 2 次 都 売로 分化되고 있음) 됨으로 此 流通費用을 増大시키고 있으며

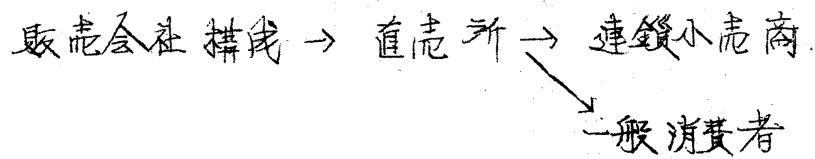
② 広範한 마아케팅 活動으로 特約店이 異狀肥大해 있고

③ 過重한 流通仲体の 資本費用으로 流通마 진이 他品目보다 高率을 나타내고 마진體 系가 后進的이며

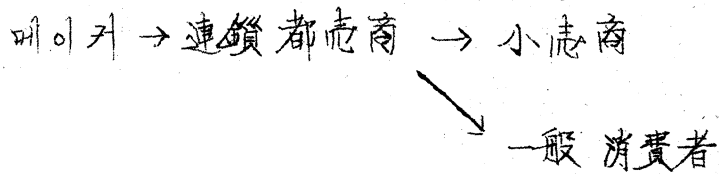
④ 外上 去來 依存度가 높다는 點等이 指摘되 고 있다. 따라서 이를 解決하기 爲해서 는 流通経路의 整備과 組織化가 不可避

한바 다음 2가지의 販賣商 組織化 方案이 模
索되어야 할 것이다.

(第1案)

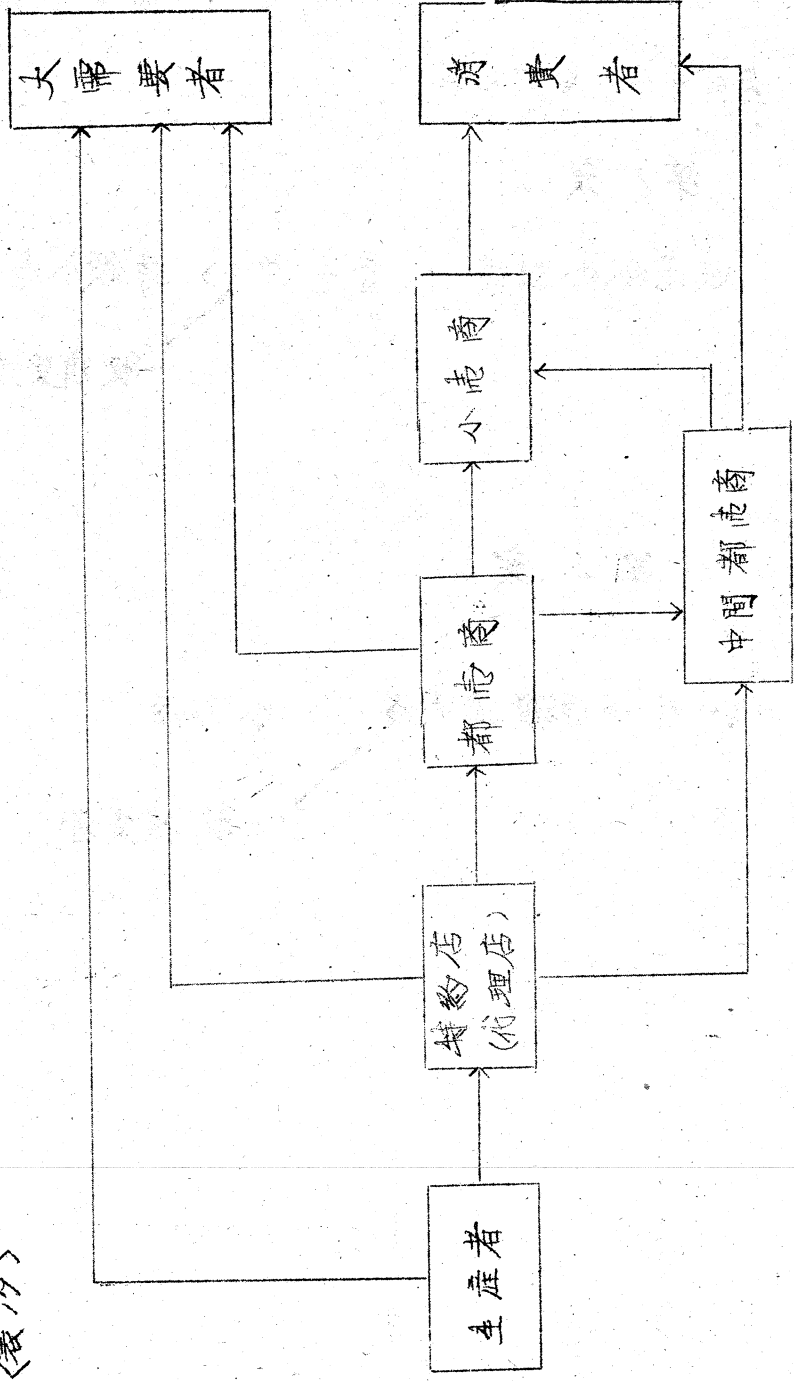


(第2案)



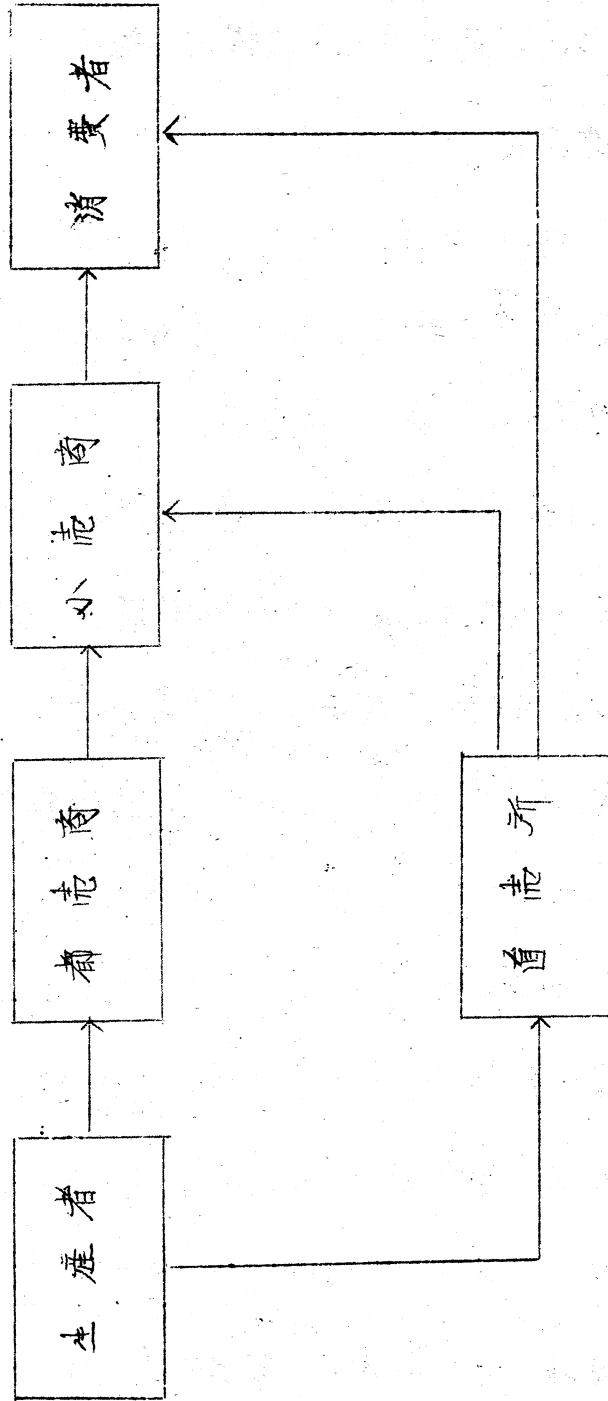
流通経路のシナリオ

<表17>



유통망의 흐름

〈表 18〉



~279~

2) 輸入原資材의 流通構造 概況

(1) 原資材의 流通組織

一般的으로 우리나라 主要商品의 流通終路는 生産者로 부터 最終消費에 이르기까지 매우 길고 복잡하다.

그러나 商品의 流通終路의 길이 짧음은 그 商品의 屬性과 需要構造 등에 의하여 決定되는데 大體로 消費材의 流通終路는 길고 복잡하며 生産材의 流通終路는 消費材의 경우 보다는 짧고 간단하다.

즉 당해 상품에 수요구조에 따라 결정되는 消費材의 경우를 본다면 다수의 零細한 需要者가 地域的으로 広範圍하게 散在하고 있으며 生産財는 消費財의 경우보다는 比較的規模가 큰 少數의 需要者로 구성되어 몇개 地

域에 密集되어 있다

이와 같은 一般的인 商品의 属性과 需要構造에 따라 商品의 流通經路가 決定된다는 原理는 生産財中 本調査研究의 対象인 輸入 原資材에서도 適用되고 있다.

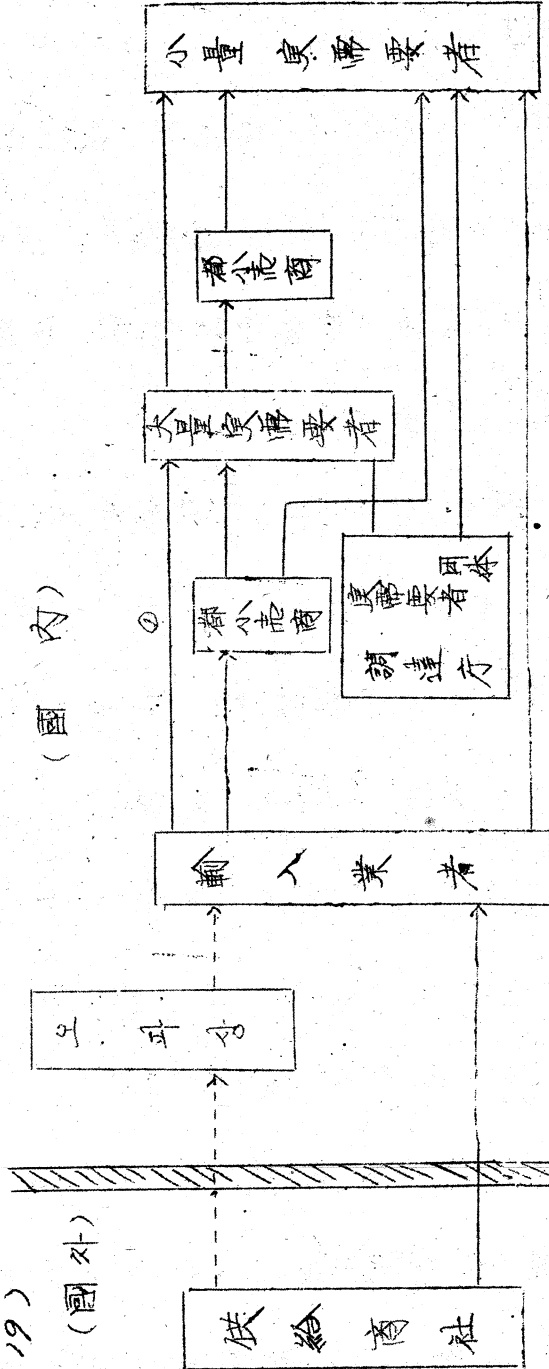
즉 原糖과 같이 그 實需要者가 50社에 局限되어 있고 그 規模가 크다는 特徵을 지닌 原資材는 流通構造가 單純하지만 그 實需要者가 多數이며 그 規模로 大企業에서 中小企業에 이르기 까지 多樣한 古鉄 및 生 고무의 같은 原資材는 그 構造가 多少 복잡함을 면치 못하고 있다.

一般적으로 輸入 原資材의 流通經路는 當該 原資材의 輸入政策에 따라서 規制받고 있는 것이 普通이며 原資材의 國內流通經路

是綜合的으로 圖示部時 (表19) 斗 卷斗

輸入原資材의 流通構造

(表19)



註: ① 代行輸入 自社用輸入 一般販売用輸入

(表19) 에서 보는바와 같이 輸入原資材의 流通 通路는 輸入業者가 外國의 供給商社로부터 原資材를 輸入할 때 때때로 「오파」商을 經由하는 경우가 있으며 輸入業者가 輸入한 原資材는 實需要者의 依賴에 의하여 代行輸入하는 경우와 輸入業者가 곧 實需要者인 경우에는 自社用으로 輸入을 하기도 하며 余히 드문 예이나 一般 販賣用으로 輸入 하기도 한다.

따라서 大量 實需要者 即 大企業인 경우에는 大體로 輸入資格이 있으므로 自社가 必要로 하는 量을 直接 輸入하고 있다.

그러나 小量 實需要者인 中小企業의 경우에는 大部分 實需要者 同體인 關聯組合에서 當該 原資材를 輸入業者를 通하여 代行輸

入 調達하고 있으며 이를 다시 組合員인 小
量 實需要者에게 配當하고 있다.

이와 아울러 調達되어서도 國內 原資材
의 平滑한 供給과 價格安定을 위하여 輸
入 備蓄하였다가 適期에 大量 및 小量 實
需要者에게 供給하고 있다

이 밖에 輸入業者 또는 大量 實需要者로
부터 原資材의 一部가 市中都小売商으로 흘러
나오고 이것이 小量 實需要者에게 供給되는
경우도 없지 않다.

또한 輸出入規則 公令에서 一定 原資材의
輸入은 實需要者에게만 輸入 할 수 있도록(대
개 이 경우의 輸入制限措置는 "實需要者 団
體의 輸入推薦分에 限함, 으로 되어 있다)
規制하기로 하였으며 이 경우에는 實需要者에

게 들어간 原資材가 市中 都小売商으로 流出될수 있는것이 있다.

따라서 輸入原資材의 流通経路는 大体로 大量 実需要者에게 流入되는 경우에는 單純 하지만 少量 実需要者에게 流入되는 原資材의 流通経路는 복잡함을 알수 있다.

그러면 以上에서 分析한 原資材의 流通経路를 諸型態別로 区分하면 다음과 같다.

流通組織의 類型

(1) 輸入業者 → 実需要者

※ (1) - ① 輸入業者가 곧 実需要인 경우

(1) - ② 実需要가 代行輸入을 依頼하는 경우

(1) - ③ 輸入業者가 実需要者에게 取扱用으로 輸入하는 경우

(2) 中間商 → 輸入業者 → 実需要者

(3) 輸入業者 → 都小売商 → 実需要者

(4) 請達庁 → 実需要者

(5) 輸入業者 → 実需要者 団体 → 実需要者

(6) 輸入業者 → 大量実需要者 → (都小売商) →
少量 実需要者

(1) 類型은 輸入業者로 부터 직접 実需要者

에게 原資材가 流入하는 型態인데 이중

(1)-① 과 (1)-② 의 実需要者 들은 大量

需要者 들이며 가장 單純하고 普備的인

流通型態이다.

그러나 (1)-③ 의 類型은 그 原資材의

輸入이 自動承認品目에 한하여 크히 드

문 형태이다.

(2) 類型은 輸入業者가 原資材를 輸入할대

오파商을 經由하는 경우로 主要原資의

경우에는 별로 많지 않는 형태이다.

(3) 類型은 ①-③ 類型的의 變型된 것으로

輸入業者가 販賣를 目的으로 輸入한 原資材가 實需要者에 流入되기 前에 都小売商을 거치는 것으로 이 경우의 實需要者는 大體로 少量 實需要者이며 地方에 分散된 零細業體의 경우가 많다.

(4) 類型은 調整中에서 供給 및 價格調整用으로 輸入 原資材를 備蓄하였다가 이를 適時에 實需要者에게만 供給하는 型態로 多分히 物資供給政策的 意圖下에서 나타나는 流通 経路이다.

(5) 類型은 生産者 組合 등 實需要者 團體에서 原資材를 代行 輸入시켜 少量 實需

要者인 組合員에게 配當하는 경우로 少量實
需要者에게 流入되는 大部分의 原資材가 이
流通經路를 거치고 있다.

(b) 類型은 非組合員인 零細地方實需要者가
大量 實需要者로 부터 或은 市中에 流出된
都小産商으로 부터 購入하는 경우로 그 例
는 극히 적다.

以上과 같이 輸入 原資材의 流通經路를
6種 類型으로 大畵하여 보는데 이中 (1)
- ①, (1)-③, (4), (5) 類型이 典型的인
流通經路이며 原資材의 流通經路가 一般

商品의 그것보다 매우 單純하고 짧지만 少量
實需要者의 경우는 그 經路가 길고 복잡함

을 알 수 있다.

(2) 右鉄의 流通構造

1. 流通組織

輸入原資材의 流通経路는 当該原資材의 輸入政策에 의해 決定된다.

右鉄의 경우 그 輸入政策은 stainless steel scrap 及び 나이프, 스푼, 포크 등의 輸出 및 單納実績의 150% 限度内에서 輸入할 수 있도록 許可化 시켰으며 余地の 右鉄은 輸入自動承認品目으로 되어 있다.

따라서 右鉄의 流通構造는 <表 20> 에서 보는바와 같이 輸入資格이 있는 实际需要者가 直接 輸入하는 경우가 있고 輸入資格이 없는

실 필요자는 輸入代行者를 依頼하거나 혹은 輸入

業者가 輸入한 古鉄을 買入하는 例가 있다.

또한 實需要者 団体에서 輸入代行者를 依頼하여

輸入한 古鉄을 會員(組合員)에게 配當하는

경우가 있다.

이들 流通経路를 다시 区分하면 다음 4가지 類型으로 나타낼 수 있다.

古鉄의 流通経路의 諸類型

① 國外供給商社 → 輸入業者 (大量實需要者)

② 國外供給商社 → 輸入業者 → 實需要者

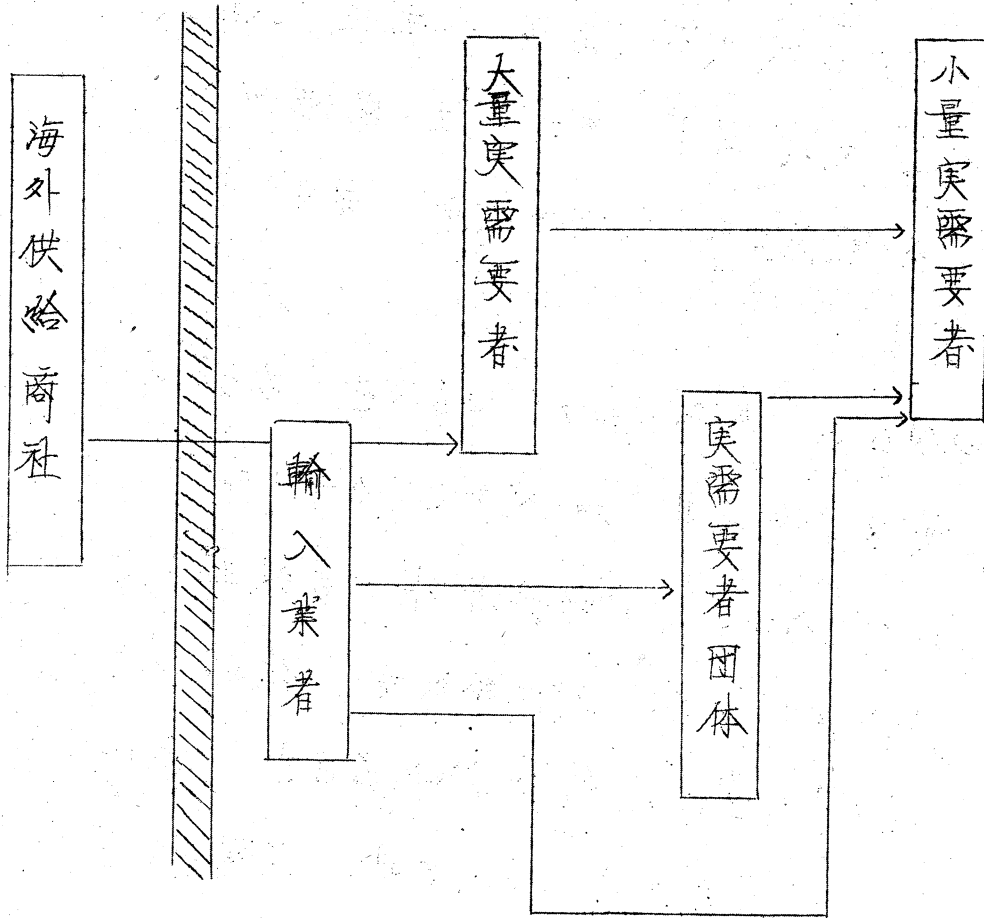
③ " " → " " → 實需要者 団体
→ 實需要者

④ 國外供給商社 → 輸入業者 (大量實需要者)

→ 少量實需要者

古鉄の流通構造

<表 20 >



第①類型은 輸入資格이 있는 實需要者가

古鉄을 輸入하는 類型으로써 가장 簡單한 流通經路이다.

主要古鉄 實需要者들은, 주로 大企業체로 構成되어 있어 그 需要量도 國內總需要量의 過半數를 차지하고 있다.

第②類型은 輸入業者가 輸入한 古鉄이 實需要者에게 流入하는 경우이다.

이 경우는 實需要者가 古鉄輸入을 輸入業者에게 代行輸入을 依頼하는 경우와 自動承認輸入品目인 古鉄을 輸入業者가 輸入하여 實需要者에게 販賣하는 경우가 이에 屬한다.

第③類型은 輸入業者와 實需要者의 사

이에 実需要者 団体が 介入 하는 경우 이다.

実需要者 団体が 古鉄을 購入 할 때에는 輸入業者에게 代行輸入을 依頼 하는 경우와 販売用으로 輸入된 古鉄을 輸入業者로부터 買入 하는 경우의 두가지 형태가 있다.

또한 여기의 実需要者 들은 그 團體의 會員으로서 會員의 出資比率에 따라 古鉄을 配當하고 있는데 여기에 屬하는 実需要者 들은 大部分이 零細規模의 業체 들이다.

为④ 類型은 为① 類型을 거친 古鉄이 다시 少量 实需要者에게 販売 하는 極히 例外的인 型態이다. 即 輸入資格이

있는 实际需要者가 輸入한 古鉄을 自己
会社製品 生産原資材로 쓰고 그 一部를
다른 实际需要者에게 販賣하는 경우이다.

以上에서 古鉄의 流通經路를 볼때
大量 实际需要者들은 自己가 必要한 量
을 直接 輸入하고 있으며 小量 实际需要
者들은 輸入代行依頼, 实际需要者团体 그
리고 大量 实际需要者로 부터 購入하고
있다.

또한 古鉄은 商品으로서의 特殊屬性
即 그 重量品이라는 理由로 輸入業者의
实际需要業者의 中間에 位置하는 都小
売商은 存在하지 않으며 다만 实际需要者
团体가 輸入業者와 实际需要業者와의 사이에
서 一括購買의 配當을 하고 있으나

이를 中間商人 이라고 볼 수는 없다.

이와 같은 流通經路의 複雜性으로 말미암아 價格의 形成을 去來段階마다 相異하게 나타나는 實情이며 去來條件에 따라 서로 價格이 多兀化 되기 때문에 代表性이 높은 價格을 포착하기 위하여는 商品別 流通經路를 正確하게 파악할 必要가 있으며 또한 流通經路別 商品의 流通比重을 파악하여 去來比重이 큰 去來段階를 選定 하여야 한다. 어느 경우에든 一般市中の 市場去來보다는 生産者 - 實際需要者 向의 去來比重이 絶對的인 경우에도 있을 것이며 어떤 商品은 生産者 - 小売商과의 直接으로 中間都 売過程을 찾아 볼 수 없는 品目도

-296-

있는 것이다.

適正價格의 개념이란 價格의 代表性과 밀접한 관계가 있다고 보아 代表價格의 개념과도 相通하고 있으므로 物價調査에서의 適正價格 決定은 尙히 重要な 位置를 占하게 된다.

3. 租稅의 轉嫁 負擔과 價格選定基準

價格資料의 蒐集過程에서 우리는 往々 各種稅額의 包含否로 適正 가격 조사가 一貫性을 喪失하게 되는 경우를 予想 할수 있게 한다 當然히 價格에 包含되어 지는 物品稅 酒稅 油類稅等의 間接稅는 本稿에서 專이 論考할 必要가 없으나 直接稅形態의 所得稅等이 價格面에 轉嫁되려는 現實에서 此 注意를 기을리 하게 되면 價格에 直接稅가 포함되어 調査되기 쉬운 것 이다.

租稅의 轉嫁는 여러가지 形態로 나타나기 때문에 外形的인 面에서는 이 區分하기가 어렵게 된다. 따라서 여기에<

二 租稅의 諸轉嫁形態를 概觀하고 現
實적으로 惹起되기 쉬운 向題를 重實的
으로 다루고져 한다.

말할 必要도 없이 資本主義社會에서는
稅法上 租稅義務者 일지라도 去來過程
을 通하여 그 負擔을 免할 自由를 가
지고 있는 것이며 實際上으로도 商品의
流通過程中에서 租稅의 轉嫁形態가 各
樣各色으로 나타나기 때문에 消費者立場
에서 본다면 實質的인 商品의 價格外에
各種租稅의 負擔으로 支出負擔이 늘
어나게 된다.

이때 租稅의 轉態는 狹義의 租稅
轉嫁過程만도

뿐만 租稅負擔이 他者에 移轉되어 가는

過程인 轉轉 (Shifting) 과
 들때로 移轉의 結果인 負擔의 散着
 (incidence) 의 들로 大別 할수 있다.
 이를 다시 細分 하면

가. 流通過程에서 發生하는 것으로서
 前轉 (forward shifting) 은 去來
 去來에 있어서 前位者 (生産者, 販賣者)
 인 納稅者로 부터 租稅負擔이 後位
 者. (購買者) 移轉되는 現象을 말하며
 前轉은 商品生産數量의 制限, 價格
 格以上 등으로서 實現시킬수 있으며

後轉 (backward shifting) 은 去
 來過程에서 後位者 (購買者, 需要者)
 인 納稅者로 부터 前位者인
 供給者로 租稅負擔이 移轉하는

~300-

것이며 生産品價格이 低下 되었을 때
納稅者는 그 負擔을 前者인 原料
供給者, 勞働者에게로 原價나 勞賃
을 低下 해서 轉嫁 시키는가 前轉을
予想하여 課稅한 것이 商品價格 低落 으
로 前轉이 不可能할 때이며 移轉
의 경우는 生産 減縮을 가져오는 경우
가 많다.

또한 更轉 (Omnward Shifting) 은
前轉이나 後轉 된 租稅가 다시 前
轉이나 後轉 되는 때를 말하게 되는데
이를 識別하기란 무척 어려운 일이다.
나) 生産過程에서 發生하는 排轉은 經
營態本의 向上 合理化 등으로 課稅額
만큼 商品價格이 低下 되어 租稅負擔하는

者가 減低 되는 때이며 이를 租稅의 變質이라고도 한다.

4) 消却 (還元償却) (Capitalization

taxation) 은 流通過程에서 課稅物件의 價格이 賦課된 稅額의 資本還元額 만큼 低落되는 때를 들고 있으나 여기에서는 詳論을 避하고 다만 우리 現實에서 빈번히 찾아 볼수 있는 前轉이나 後轉에 대하여만 詳述코자 한다.

財政論上에서 租稅의 轉嫁有否에 따라 直接稅와 間接稅를 區分하고 있는데 實際로는 어느稅種이 直接稅이고 어느稅種이 間接稅인가 하는 데에 대해서는 學者에 따라 또는 國家에 따라

分類基準이 相異하게 나라 난다. 따라서 分類學說에 의하는 것보다는 慣習적인 面에서 分類을 보는 것이 용이한 것이며 이에 의한다면 立法當時에 轉嫁될 것을 前提로 했거나 轉嫁될 것을 予想한 立法은 間接稅로 看做하려는 傾向이 두드러졌고 그렇지 않은 것을 直接稅로 보는 側이 顯著해 졌다.

● 實行上 우리나라의 경우에는 國稅中에서 所得稅, 法人稅, 相續稅, 再評價稅 등은 直接稅로 看做되어 租稅의 轉嫁가 이루어 지지 않는다고 보아지며 酒稅, 物品稅, 油類稅, 入場稅, 通行稅, 電氣가스稅, 関稅, 臨時特別関稅는 間接稅로 分類되어 租稅의 轉嫁가 이루어 지며 價格百

에서 轉嫁가 이루어지고 있는 것이다.

그러나 營業稅가 直接稅이나 間接稅이나 하는 問題에 대해서 論者間에 異見이 없는 것도 아니라 原則的인 面에서는 直接稅의 性格을 띠었다고 하더라도 分類上으로는 間接稅에 包含시키고 있는 것이다.

以上으로 考察하는 바와 같이 分類기준이 明確하고 實行上으로도 劃一的으로 区分이 가능한 直接稅는 價格에 轉嫁되는 것이 아니므로 실질 그 것이 어떠한 形態로든지 事實上 價格에 轉嫁 된다는가 需要者나 消費者의 負擔이 結果적으로 늘어나게 된다 하더라도 價格과는 区分이

되어야 함에도 불구하고 現實的으로
는 이를 混雜하여 去來商 自信이 直接
稅의 一部가 包含된 價格으로 提報 하고
있으므로 物價調査當時 이를 区分하여
調査確認하지 않는 限 往往 都尙 價格에
直接稅의 一部가 包含되었다고
보아야 한다.

이에 對한 實例은 源泉徵收 追程에서
흔히 찾아 볼수 있게 된다.

即 源泉徵收의 內容을 보면 實貨的으로
는 所得稅와 營業稅의 性格으로 따
우고 있는 것으로서 價格과는 尸然히
区分 되어야 하는 것이다. 本租稅의 負
担者는 實貨的으로 物品의 需要者가 되어
어떤 意味에서는 價格에로의 轉嫁形態로

看倣 될 수도 있겠으나 이의 特徵은
租稅負擔의 轉嫁라고 보기 보다는 需要
者가 納付 하여야 될 所得金額에 對
한 所定 稅額을 支給이나 領收하는 者
가 直接徵收하여 國庫에 拂入하는 것
임으로 商去表의 形成과는 密接한 關
聯이 있을 망정 商去表上 다시 말하면
支給의 交叉點에서 形成되는 價格과
는 좀 기리가 있는 것이라고 하겠다.
源泉徵收는 稅源의 捕捉이 比較的
正確하고 徵收費가 節約되며 租
稅의 早期徵收를 期할 수 있다는데 그
目的이 있는 것이며 需要者가 누구냐에
따라서도 適用되는 稅率이 다르므로 價格
에 包含시킨다. 此도 何題는 恒常 古來

되는 것이다.

源泉徵收制度는 配當利子所得에서 勤勞所得과 같이 源泉徵收로 租稅의 納稅義務가 終了되는 完納的 源泉徵收로 不勤勞所得이다. 事業所得에 대한 源泉徵收의 끝이 調査決定時 控除 받는 豫納的 源泉徵收로 区分할 수 있는데 完納的 源泉徵收는 여기에서 言及 하고자 하는 物價 調査上의 問題는 없는 것이며 다만 後者인 豫納的 源泉徵收에서 考慮되어야 하는 것이다.

따라서 所得稅法上 一般源泉徵收義務者에 賦課 되는 所得稅 即 甲種配當利子所得, 丙種配當利子所得, 甲種勤勞所得, 및 其他所得 등에 대한 源泉徵收는 本稿에서 詳述의 必要가 없다.

하겠으나 法定源泉徵收의 指定源泉徵收의 代納的 形態가 惹起 됨으로서 租稅負擔의 轉嫁와 混用 됨으로 해서 物價調査上에 問題를 提起 시켜주는 것이다.

于先 源泉徵收와 実物去來價格과의 混用을 막기 위하여 稅法上에 揭記된 源泉徵收對 對象種을 보면 指定源泉徵收로 다음 物品을 製造하는 者, 그 物品의 販賣를 代理하는 者 및 그 製造業者와 去來하는 一二次 販賣業者로서 地方國稅 庁長이 指定하는 者 다만 代金을 領收하는 것에 限定하고 있으므로 小売商을 對象으로 商品을 購入할 時는 小売物價 調査上에 源泉徵收問題가 論議의 對象이

~308-

될 必要가 設지만 上記한 製造業者
代理店 또는 第一次 都売商을 対象
으로 調査되는 都売物価調査에서는 指
定品目이 적어도 源泉徵收 対象品目인
이상 坑口 価格과 稅額과의 區分이
必要 하게 된다

源泉徵收 対象業種을 보면

- (1) 罐頭類, 同罐類, 麥粉, 蔗糖,
調味料 (구루타민 酸소다를 主成分
으로 한것)
- (2) 酒類 (濁酒와 藥酒를 除外), 酒
精, 清涼飲料, 嗜好飲料,
- (3) 紡績, 紡織, 糸類 (메리야스系,
手編毛系와 化學纖維系를 包含)
- (4) 靴類 (洋靴를 除外)

- (5) 合板
- (6) 紙類
- (7) 皮革
- (8) 고무製品 (타이어, 자루, 벨트 및
호스에 限함)
- (9) 酸素, 카바이트, 火藥, 肥料, 石炭
차약, 製菓, 塗料
- (10) 시멘트, 유리, 타일, 陶磁器,
- (11) 亜鉛鍍鐵板, 棒鋼, 鋼線, 鋼管,
鉄線, 銅線, 洋釘, 鉄製家具,
- (12) 미싱
- (13) 自動車 (三輪自動車과 自動自転車를
포함)의 自転車
- (14) 合成樹脂製品
- (15) 鉍産物 (鉍産業의 경우에 限함)

(16) 出版物 (製造業의 경우에 限함)
그리고 第一次 都売業者라 함은 營業
稅法上 都売業으로 課稅되는 者中에서
製造業者가 製造한 物品을 그 製造業
者로 부터 直接 買入하는 者와 그
製造業者의 物品販賣代理者 또는 周
旋業者, 仲介業者, 또는 物產容主業者를
通하여 買入하는 者를 말하며 또한 地
方國稅庁長이 源泉徵收義務者를 指定한
때에는 이를 그 指定源泉徵收義務者에
게 通知 하여야 하며 通知를 받은 者는
그 通知를 받은 날로부터 七日이 경과
하면 源泉徵收할 義務가 있다.

또한 稅法上에 明記된 法定源泉徵
收者는 國家 地方 自治團體와 다음에

揭記 하는 者가 그 去來者의 不動產
所得이나 事業所得에 대하여 營業稅
課稅標準이 되는 金額이나 이에 準하는
金額을 支給 또는 領收하거나 物品을
引渡할 때에는 그 金額에 대하여 100에
相當하는 金額을 所得者에 對한 所得
稅로서 徵收하도록 規定 짓고 있다. 그
리고 輸入業者가 輸入한 物品의 代金
을 領收하거나 그 物品을 引渡할 때
에도 法定源泉徵收에 準用해서 所得稅
를 源泉徵收하여야 한다. 여기에서 말
하는 法定源泉徵收義務者는 다음과 같다.

- (1) 地方自治法の 規定에 의하여 設
한 市·郡組合、
- (2) 農業協同組合法의 規定에 의하여

~3/2~

設立한 組合法 同聯合體

(3) 水産業協同組合法의 規定에 의하여

設立한 組合法 同聯合體

(4) 中小企業協同組合法의 規定에 의하여

設立한 組合法 同聯合體

(5) 土地改良事業法의 規定에 의하여 設

立한 組合法 同聯合體

(6) 韓國海運組合法의 規定에 의하여

設立한 韓國海運組合

(7) 自動車運輸事業法의 規定에 의하여 設

立한 組合法 同聯合體

(8) 輸出組合法의 規定에 의하여 設

立한 輸出組合

(9) 勞動組合法의 規定에 의하여 設立

한 組合法 同聯合體

- (10) 葉煙草生産組合法의 規定에 의하여 設立한 組合法 同聯合體.
- (11) 紅蔘專賣法의 規定에 의하여 設立한 組合
- (12) 山林法의 規定에 의하여 設立한 契 組合法 同聯合體.
- (13) 酒稅法의 規定에 의하여 設立한 酒類業團體.
- (14) 商工會設所法의 規定에 의하여 設 立한 商工會設所와 大韓商工會設所
- (15) 大韓赤十字社組織法의 規定에 의하 여 設立한 大韓赤十字社.
- (16) 韓國科學技術研究所育成法의 規定에 의하여 設立한 韓國科學技術研究所
- (17) 建設業法의 規定에 의하여 設立한

建設業會

(18) 辯護士法의 規定에 의하여 設立한

辯護士會

(19) 公認會計士法의 規定에 의하여 設

立한 公認會計士會

(20) 稅務士法의 規定에 의하여 設立한

稅務士會

(21) 辦理士法의 規定에 의하여 設立한

辦理士會

(22) 韓國馬事會法의 規定에 의하여 設立

한 韓國馬事會

(23) 更生保護法의 規定에 의하여 設

立한 私設放送局

(24) 韓國銀行, 韓國產業銀行, 中小企業銀

行, 國民銀行, 韓國外換銀行 및 銀行法의

規定에 의하여 設立한 國內 銀行과
國內에 設置한 外國 銀行의 支店 또는
代理店

(25) 信託業法의 適用을 받는 法人

(26) 保險法의 適用을 받는 法人

(27) 證券去來法의 規定에 의하여 設立한
韓國證券去來所 證券業會 및 證券
金融會社.

(28) 中央都売市場法의 規定에 의하여
設立한 都売業務를 代行하는 法人

(29) 私立學校法의 規定에 의하여 設立
한 學校法人과 各級學校 育成會 後援
會 또는 이에 類似한 團體

(30) 大韓住宅公社, 大韓石炭公社, 大韓海
運公社, 大韓貿易振興公社, 大韓航空公

社，大韓石油公社，韓國造幣公社，韓國鉍業
製鍊公社，國際觀光公社，成業公社，大韓
損害再保險公社，大韓鉍業振興公社，韓國
水產研究公社，農溪村研究公社，大韓浚渫
公社，韓國水資源研究公社，韓國住宅銀行，
大韓重石鉍業株式會社，韓國電力株式會社
韓國機械工業株式會社，國定教科書株式會社
湖南肥料株式會社，大韓監業株式會社，嶺南化
學株式會社，鎮海化學株式會社，韓國肥料工
業株式會社，韓國投資研究公社，大韓造船公社，
浦項綜合製鐵株式會社。

(31) 朝鮮銀行，朝鮮殖產銀行，韓國鉍業振興
株式會社，農協金融組合，大韓金融組合聯
合會，農業銀行，朝鮮農地研究當團 等
各清算委員會。

(32) 民法 第 32 條의 規定에 依하여 設
立한 法人

(33) 前 各 號 外에 特別法에 依하여 設
立한 法人

따라서 源泉稅 對象 業種을 中心으로
한 製造者, 販賣代理店, 第一次 都稅商
等은 源泉徵收의 指定義務者가 되
는 셈이며 後述한 法定指定義務者는
同種物品을 購入할 時에 購入先
으로 부터 源泉徵收을 하여 國庫에 納
入해야 되기 때문에 同種物品의 購入者
나 販賣者는 物品의 去來와 同時에 實
質的인 源泉稅의 負擔이 加重됨으
로 해서 物品의 價格과 同은 하게
된다.

~318-

實例를 들어 보면 A라는 販賣代理店이 源泉徵收対象品目인 鉄筋을 1/7 당 45,000 원에 B에게 10%를 販賣하였을 경우에 A라는 販賣代理店은 物品의 代錢을 領收함과 동시에 轉讓관계에 대한 源泉徵收를 하여야 한다. 이때의 원천징수세율은 B라는 需要者의 特性에 따라 相異하게 나타날 수 있는데 B가 一般需要者라 할 경우에 去來額의 $\frac{19.4}{1000}\%$ 에 相当하는 金額을 A가 B로부터 追徵하여 國庫에 納入하게 된다.

源泉稅率이 通常 $\frac{19.4}{1000}$ 로 通用되는데 理由는 源泉徵收의 內容이 所得稅와 營業稅로 区分이 되고 이때의 所得稅率은 그 指定種目에 대한 去來者의 營業稅 課稅

標準이 되는 金額이나 이에 準하는 金額을 支給 또는 領收하거나 物품을 消費할 때에는 그 金額의 $\frac{1}{100}$ 에 相當하는 金額을 所得者에 對한 所得稅로서 徵收하여야 하기 때문에 本所得稅率인 $\frac{1}{100}$ 과 所得稅에 對한 附加稅는 所得稅의 $\frac{1}{100}$ 이기 때문에 事實上 $\frac{1}{1000}$ 의 附加稅의 總額 $\frac{11}{1000}$ 이 所得稅 및 同附加稅로 徵收되는 것이다 營業稅의 경우는 營業課稅標準의 金額中 營業稅로 $\frac{7}{1000}$ 이 賦課 되어 營業稅의 附加稅로 營業稅額의 $\frac{20}{100}$ 이 賦課 되기 때문에 이를 合하면 $\frac{8.4}{1000}$ 가 되는 것이다 따라서 所得稅와 營業稅率의 總合率인 $\frac{19.4}{1000}$ 는 源泉稅로 徵收되는 것이다 이는 어느

가치나 直接稅로 認定되는 所得稅나

營業稅인 것이지 價格에 轉嫁되는 間接

稅인 物品稅나 酒稅等과는 尸然히 다른

것이라고 할수 있다. 따라서 앞에서 例示

한 A라는 販賣代理店은 鉄筋의 販賣代錢

450.000 원을 B로 부터 領收함과 同時

에 B가 支拂 하여야 할 源泉稅

$450.000 \text{ 원} \times \frac{19.4}{1000} = 8.730 \text{ 원}$ 을 A가 追徵

하여야 됨으로 B側으로 본다면 鉄筋의

1/1 당 購入價格인 45.000 원 以外에 873

원이 源泉稅로 追徵당하는 셈이므로 事

實上의 支出負擔은 1/1 당 45.873 원인 셈이

다. 이와 같은 事實으로 연가해서 購入者

는 支出負擔自體가 價格額이 되었건

源泉徵收負擔이 되었건 價格의 變動이

有限 鉄筋의 購入價格은 源泉稅가
 包含된 1/7 당 45.873 원으로 認識하게
 되고 販賣者인 A도 鉄筋의 販賣價格
 은 源泉稅까지 領收하여야 한다는 관
 념아래 1/7 당 45.873 원으로 認識을 하고
 있기 때문에 이에 대한 区分을 要求하는 例
 이 있는 경우라면 價格이 別途로 区分
 되어 提示되고 있으나 鉄筋時勢만을
 照會할 경우에는 源泉稅를 包含시킨 價
 格으로 提示되는 경우가 許多하다.

또한 源泉稅는 指定品目の 購入者가
 누구냐에 따라서 非營利 機關이나 國家
 機關의 경우에는 適用되는 稅本이 事實上
 낮을수 있다든가 또는 實需要者인 경우
 에는 一般買入者 (小賣商이나 個人) 인 경우

보다도 稅率이 높게 나타남을 發見 할 수 있는데 一例를 든다면 鉄筋의 実需要者가 建設業者인 경우에는 源泉稅率이 $\frac{23}{100}$ 으로 適用되고 있는 것을 보아도 源泉稅率이 一定한 것만은 아니므로 都売價格 調査에서 源泉稅를 包含시킨다 할 때에도 去來相對者에 따라 多様하게 나타나는 稅率中 어느 것을 採해야 하는가 하는 問題가 殘存 하게 된다.

따라서 源泉稅는 結果的으로 指定商品의 最終消費者가 負擔 한다는 意味에서는 間接稅의 類似한 것이지만 都売過程까지는 價格에 轉嫁되는 것이 아니고 需要者가 別途로 同稅額을 別途로 支拂 한다는 것과 또한 가지는 當初의 立法 취지가 價格에

轉嫁시키려는 것이 아님으로 間接稅와는
 區別 되어야 한다는 것이다 다만 한가지
 附言코자 하는 것은 小売段階에서 消費者로
 指定品目이 去來될 때는 源泉徵收의 義務
 規定이 없으므로 小売商이 指定品目을 購
 入할 當時에 都売商에 支拂한 源泉稅를
 消費者에게 価格으로 轉嫁 시킴으로 小売價
 格에서의 源泉稅 区分은 어렵게 되고 따라서
 小売價格 中에는 源泉稅가 包含되었다고 看
 做해야 되며 또 價格調査도 이것이 包含된 價
 格으로 포착되는 것이다.

이 외에도 源泉徵收의 運用實態를 보면 指定
 品目の 売渡者 (指定源泉徵收義務者) 가
 恒常 買入者에게 源泉徵收를 하고 있는 것
 만도 아니다. 물론 稅法上으로는 買入者로부터
 源泉稅를 徵收하도록 規定되어 있으나.

~324~

이는 大部分의 경우 盛需期나 供給量이 不足한
상태에서 施行되고 있으며 非需要期로 指定
된 品目의 販売가 不振하고 商品滯貨가 過多하게
될 경우에는 「메이커」 向의 販売競争이 치열
하게 되고 代理店이나 都売商에서 去來되는
商品의 時勢는 市場의 價格調節機能에 의하
여 下落하기 마련이고 이때의 源泉稅負擔은 購入
者負擔이 아니고 代理店이나 都売商의 自家負
担으로 去來條件이 바뀌고 있음은 販売競争에서
惹起되고 있는 所産으로서 看做되는 것이다.
따라서 實質的인 商品의 價格騰落幅은
外形的으로 把握된 價格의 騰落幅보다도 크
다고 보아야 하며 그리하여 現實에 接近
된 價格調査는 源泉稅를 除外한 實物
去來價格으로 調査되어야 한다는 또 하
나의 理由가 있는 것이다.

4. 物価의 規制와 暗市場價格問題 從前에도 物價安
 定을 위한 行政力의 發動이 全혀 無었던 것은
 아니지만 物價에 對한 行政規制가 法的根據下에서
 制度化 되기 始依한 것은 60年代 初부터라고 할수
 있다.

即. 1961 年 11 月 9 日에 公表된 「物價調節
 에 關한 臨時措置法」은 重要物資의 最高價格의
 指定을 비롯하여 物價調節의 範圍와 販賣의 強制
 를 規定하여 商去來의 紊亂을 막는데 크게 도움
 이 되었지만 다른 한편으로는 價格의 自由 경쟁적
 自動調節機能을 阻害시킨 點도 無지 無았으며 充分
 한 物量의 確保가 이루어 지지 않은채의 價格統
 制로 往々 協定價格 乃至 告示價格과 暗去來價格의

~326~

二重価格이 形成되기도 하였다 따라서 表面上의 物價變動은 없었다고 하더라도 去來가 順調롭지 못한 兪情下에서 暗去來가 形成되고 暗去來價格은 上昇一路에 놓였을 경우에 實質的인 消費者負擔은 增加하게 마련이었으므로 때로는 公式적으로 表示되는 物價上昇과 消費者가 느끼고 있는 物價高尙의 乖離現象을 否認할수 없게 된다.

이와 같은 問題는 管理價格의 性格을 더은 協定價格과 告示價格 等에서 더욱 顯著하게 나타날수 있는 것으로서 때로는 協定價格이나 告示價格에 의한 去來比重보다도 不正去來比重이 오히려 크게 나타나 象視的인 適正價格調査에 判斷을 흐리게 하는 때 도 있다.

萬一 拂度價格이 준수되지 않고 拂度價格의 履行
 의 제재로 되지 않을 경우 去來比重이 낮은 拂度
 價格이나 拂度價格을 調査하여 物價指數作成에 援用
 한다면 物價指數는 現狀과 差離된 結果를 去來
 기 拂度이 得림 이다.

그런데 또한가치 어려운 問題는 暗去來나 不正去
 來의 比重을 어떻게 隨時로 把握하는가에 있다.

正當去來量과 暗去來量 내지 不正去來量의 正確한
 調査가 先行되는 境遇에만 現狀에 맞는 物價指數算
 定이 可能하다고 보며 現狀에 보다 接近된 物價
 指數를 編製하기 위하여는 統制價格과 暗市場價格
 및 自由市場價格에 대한 特性의 研究가 必要하다
 고 보며 이에 適切한 方案이 樹立되어야 하는
 것이다.

다음은 이 問題解決을 爲한 參考로서 暗市場價格

에 대한 理論的 背景을 紹介 하기로 한다.

現實的인 面에서 價格統制와 配給制가 存在 하는 必然的인 齟齬으로 所謂 「暗市場」 即 法定價格을 上廻하는 價格으로 去來되는 不法市場이 發露한다 는 것이다.

왜냐하면 價格의 統制나 配給制의 必要性은 供給이 需要를 따르지 못하는 狀態下에서 供給不均 衡에서 연유되는 價格의 上昇을 防止하려는데 있으므로 價格統制나 配給制를 實施한다고 하더라도 供給不足의 持續은 마찬가지가 되며 이 制度는 卽ち 「페이커」의 一方的인 價格上向 造作이나 流通過程에서의 價格의 暴騰을 防止하려는 것이기 때문에 去來의 自由化를 規制하려는 것이다.

下記 圖表는 이러한 前提下에서 自由市場價格과 統制價格 및 暗市場價格尙의 關係를 說明하여

주는 需要供給曲線分析으로서 U 와 B 는 統制
가 없을 때의 正常 需要供給 曲線이다.

그런데 價格統制가 加하여져 OR 이 法定最高價格
이라고 假定한다면 이 價格水準 에서는 R_T 만큼만
이 供給될 것이다.

그런데 購買者가 이 價格에서 아무 制約없이 商
品을 自由로이 購買할수 있다면 需要를 充足시킬수
있는 R_U 만큼 購買할 것임으로 供給能力이 不足
한 狀態에서는 R_T 以上 購買하지 못하도록 하는
諸條件과 規制가 先行 되어야만 한다.

이것이 即 供給不足狀態下의 配給制度의 發生이며
統制價格의 必然的 存在이다.

그런데 이때 供給의 未洽에서 發由되는 需要의
不足化가 結果적으로 暗市場을 發生케 한다고 假定한
다면 暗市場에서의 需要의 不足量은 TD_6 만큼으로 予想
할수 있다.

~ 330 ~

이때 暗市場供給曲線인 SIT 는 自由市場供給曲線인 SS 의 左側에 位置한다고 前提할 수 있으며 또 暗市場去來에서는 自由市場去來에서 보다 確定的인 費用과 危險性이 더 함으로 暗市場去來價格線에서는 供給者는 自由市場에 供給할 수 있는 數量보다도 적은 數量을 供給하려 할 것이다.

다시 말하면 暗市場에서는 自由市場에서 보다 去來에 隨伴되는 費用이 크기 때문에 暗市場에서는 自由市場에서 보다 一定量을 誘引하는데 더 높은 價格을 提供하여야 할 것이라는 것이다.

暗市場에서의 去來費用이 많이 들면 들수록 SIT 의 傾斜度는 커지게 될 것이다.

여기에서 다시 생각할 수 있는 것은 暗市場에서의 需要曲線 DP 를 想定할 수 있는 事實으로 暗市場에서의 去來價格은 結局 暗市場의 供給需要曲線이

交叉되는 p 點에서 決定된다고 보아야 할 것이다.
 다시 말하면 配給制 市場의 法定最高價格 OK
 線에서도 潜在的인 購買者가 全部 暗市場에서 商品
 을 購入하려 들지는 않을 것이고 一部가 暗市場에서
 購入하려고 하게 되어 事實上 暗市場에서의 需要不足
 量은 自由市場의 需要不足量인 GI 만큼이 아니고 이
 보다 적은 GI_0 라고 假想할 수 있으며 暗市場에
 서의 形成價格이 비싸면 비쌀수록 暗市場에서 需
 要되는 數量은 적어질 것임에 틀림없다.

다만 여기에서 假想할 수 있는 暗市場의 價格과
 需要量과의 變化度는 다른 條件이 同一하다는 假定
 下에서라하면 그 商品의 價格에 대한 需要의 彈力性
 即 日常生活의 必要度에 따라 달라질 것임으로 價
 格에 대한 需要의 彈力性이 적은 生活必需品는

~232~

暗市場에서의 價格上昇에 대한 需要減少量 趨勢가
緩慢하게 나타날 것이고 奢侈品의 境遇는 顯著하게
나타날 것이라는 予想을 할 수 있다. 따라서 이
와 같은 特性을 觀察한다면 暗市場價格이 統制價格
보다 越等히 높은 경우라면 購買者는 구체이 暗
市場에서의 商品購入을 하지 않게 될것임으로 暗市
場에서의 去來는 尠無하게 될 것이다. 이경우가
OR'의 경우로서 價格統制市場에의 去來만이 存在
하게 된다.

이러한 事實에 根據하여 下記圖表에서 提示되는
特徵은 暗市場이 存在할 경우 $P, N,$ 는 暗市場
에서 形成되는 價格으로서 法定最高價格인 OR水準 보다는
 $K, P,$ 만큼 비싼 것이며 統制價格下의 法定市場價格에서
去來되는 數量이 P, T 임.

에 비추어 暗市場價格에 의한 暗去來量은 TK 일
 으로 公定市場과 暗市場이 結合하여 提供하는
 去來總量은 RK 일을 알 수 있다.

그리하여 여기에서 予想할 수 있는 結論은 暗市場
 價格이 統制價格보다는 恒常 높은 것이지만 需要事
 情이 同一하다는 前提아래의 自由市場價格보다는 높
 을 수도 있는 反面 完全한 自由市場에서 形成될價格
 보다는 낮을 수도 있다는 點 (自由市場의 價格 p ,
 暗市場의 價格 p_1 또는 p_2 를 比較해 볼) 과
 法定價格과 暗市場價格의 平均價格은 自由市場의 「正
 常」價格 보다는 낮을 것이라는 點等에서 價格統制의
 結果로 暗市場이 發生한다 하더라도 價格의 統制本
 制下에서는 暗市場價格과 統制價格의 平均價格

~334~

이 完全한 自由市場價格보다 낮게 됨으로 적어도 低物價政策으로서는 價格統制의 實効가 있는 것이지만 다른 한편으로는 商去米의 萎縮이라든가 需給의 自動調節機能에 의한 市場價格의 形成은 期待할수 없게 됨으로 自由로운 市場機能을 喪失하게 된다.

統制價格의 經濟的 副作用은 論外로하고 다만 여기에서는 暗市場價格變動의 特徵的 傾向을 外部的인 作用과 相關시켜 보다 具體化 하면 다음과 같을 것이라고 하겠다.

첫째로는 暗市場에서 購買하는데 加하는 法律的 道德的인 如何한 罰則도 存在하지 않는 것이라면 暗市場의 需要曲線은 正常 需要曲線과 同一한 DP_2 일 것이고 販賣者에게는 極甚한 罰은

加하여 暗市場의 供給曲線이 TS' 라고 假定한다면
 暗市場價格은 正常價格인 P 보다도 높은 P_2 일 것
 이라는 뜻이며

둘째로는 이와 正反對의 境遇로서 供給者는 如何
 한 干渉을 當하지 않고 購買者에게만 罰則을 適用
 한다면 暗市場의 供給曲線은 正常供給曲線인 ST 와
 同一하게 되지만 需要曲線은 購買의 萎縮으로 $T'D_2$
 로 移動되었으면 暗市場價格은 正常價格보다 낮은
 P_3 가 될 것이다.

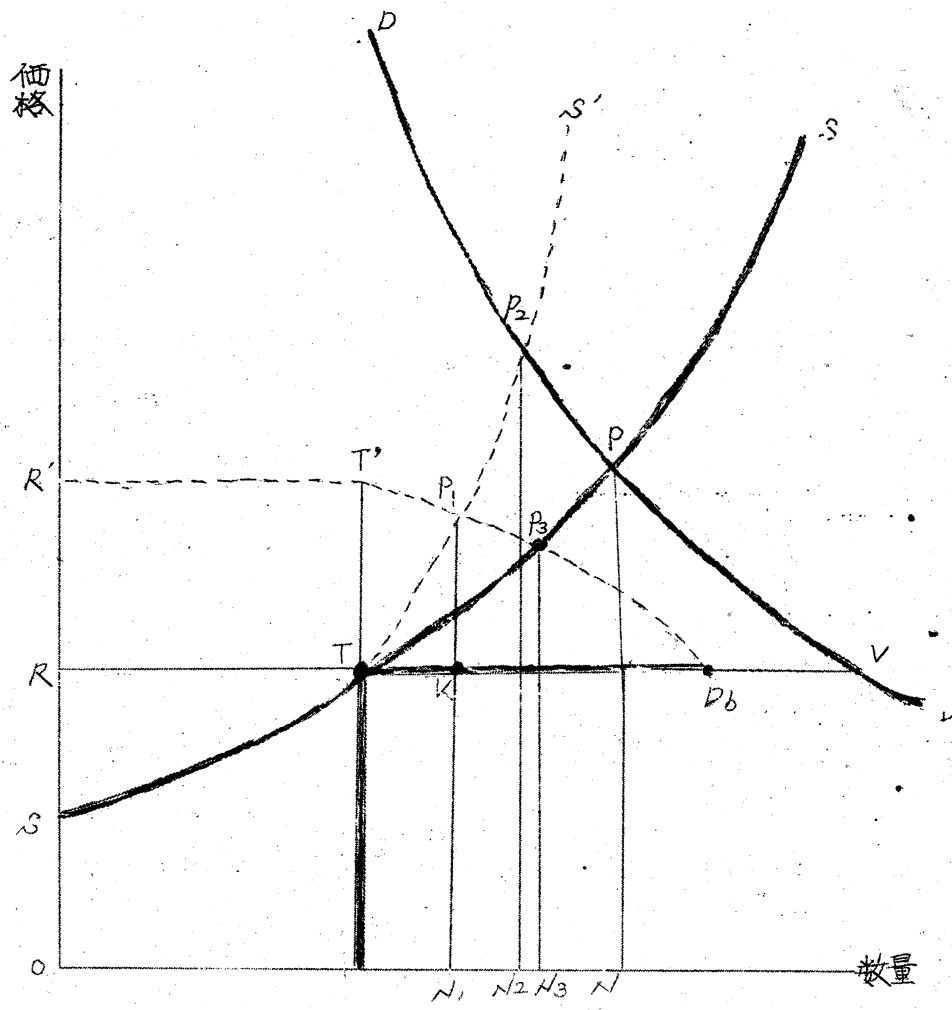
세째로 暗市場에서의 購買者나 販賣者에게 다
 같이 罰을 加하게 될 경우에는 暗市場의 供給曲線
 은 TS' , 需要曲線은 $T'D_2$ 로서 暗市場 價格은 P_1 에
 서 決定된다고 보아 總으로서 '다른 事情이 同一한

~336~

限' 暗市場에서는 販賣者보다도 購買者側을 罰하는 것이 옳다는 結論을 얻게 된다.

그러나 여기에서 다른 事情이 同-하다는 假定은 現實에 附合되지 않게 된다. 例컨대 法의 衡平의 原理에서 不正去來를 遂行하는 販賣者에게도 罰이 加하여 져야 하지만은 不法購入을 하게 되는 購買者에게도 適用 되어야 함은 勿論이다. 方- 上記한 뜻에 의하여 購買者에게만 罰則이 加하여 진다고 할때 法의 存在價值를 따지기 以前에 經濟秩序의 紊亂이 予想되는 것이며 現實的으로는 購買者를 罰하기 보다는 販賣者를 罰하기가 容易한 것이고 販賣者를 罰하는 것이 政治的 利得層에서 經濟的 損失을 補償하고 도 남음이 있을지 모르는 것이다.

<自由市場價格・統制價格，暗市場價格間の關係圖>



- S: 自由市場供給曲線
- D: " 需要曲線
- N/P: " 價格
- OR: 價格統制下の最高價格

~338~

RT: 價格統制下의 供給量

TDb: 暗市場 需要曲線

S'T: " 供給曲線

P_{N1}: 暗市場 價格

P_{N2}: 購買者에게 벌칙을 加하지 않고 販賣者에게
加할때의 價格

P_{N3}: 販賣者에게 벌칙을 加하지 않고 購買者에게
加할때의 價格

Tk: 暗市場의 去來量

지금까지 考察해 본 바로 暗市場價格은 自由市場價格보다는 낮지 만 統制價格보다는 높다는 結論을 誘導할 수 있으며 統制價格과 暗市場價格의 平均價格은 自由市場價格보다 낮것이라는 推論도 可能하게 한다.

이에 미루어 보아 統制價格下에서 暗市場이 存在하고 또 그 暗市場의 去來比重을 無視할수 없을 境遇에는 現貨에 接近되고 消費者에게 苦感을 갖게 하는 物價調査에서 暗市場價格의 處理가 完全히 度外視 될수 없는 것이라고 보며 物價指數編纂上에서도 暗市場去來比重에 依據 暗市場價格 動向이 反映되어야 할것이다.

이와 類似한 問題의 提起는 비단 暗市場價格에서 뿐만이 아니고 管理價格의 범주에 속하는 一連의 價格群에서도 찾아 볼수 있는 것이다.

예컨대 生産者出荷價格을 集中的으로 調査하고 있는 都売物價調査의 경우에 管理價格의 處理가 問題되지 않을가 보는 것이다. 管理價格의 定義自体가 問題 될것으로 予見되어 이에 대한 理論的 背景은 後述하기로 하고 우선 여기에서는 物價調査

~ 340 ~

過程上에서 야기 될수 있는 難點만을 提起시켜보
고자 한다.

都売物価指數를 編纂함에 있어 事實上 生産者出荷
價格比重이 큰 價格系列에서 生産者出荷價格動
向과 二次都売價格의 動向間에 乖離現象이 나타날
경우에 이를 어떻게 處理할 것이냐 하는 問題이다

다시 말하면 生産者出荷價格은 「메이커」 間의 協定
으로 上限價格에서 硬直되어 있다 하더라도 都小
売段階에서는 價格競争이나 非帶期的 去來不振을 投
賣로 補填하려는 傾向이 濃厚할때 市中去來價格은
往々 生産者出荷協定價格線 以下로 形成될 경
우에 生産者가 提示하는 出荷協定價格은 市中 都散売
價格보다도 높을 것이기 때문에 生産出荷協定價格
基準의 物価指數는 事實上 市中物價動向을 正確하
게 反映하는 것이 되지 못할 것이다.

이와 반대로 最高價格을 指定하는 告示價格制度下에
 서도 同様の 問題莫이 惹起 될수 있는바 供給의
 絶對量이 不足한데다 盪滯期를 갖아 需要가 急激
 히 增加되는 때에는 告示價格의 이행이나 遵
 守가 제대로 아니되고 實사 告示價格으로 去來된
 다 할찌라도 品質畧에서 從前과 同과 相異한
 低質의 商品으로 去來 될때 物價調査上의 適正한
 價格포착을 하려면 低質品去來上에 形成된 告示價格
 과 不正去來라고 看做 될 경우의 等質品 價格에
 서 指數編制 를 위한 中間價格을 適切히 誘導해 내
 야 할것이다.

이때 勿論 不正去來比重이 微々하여 全体 帶受
 者나 消費者에게 큰 영향이 미치지 않는 것이 라면
 問題 삼을 것도 없겠지만 從前과 同의 等質品 去來가
 割目할만 한 경우에는 告示價格 單을 포착하는 것

~342~

도 物價의 現實接近이라는 뜻에서는 妥當하지 못하다고 看做되는 것이다.

이와 같은 問題의 提起와 物價調査의 適切한 調和는 보다 具體的으로 論議되어야 할 必要가 있다고 보아 이에 問題提起의 素地가 많은 管理價格問題를 論據기로 한다.

管理價格이라고 하면 先後進國을 莫論하고 下方硬直의 特性 때문에 또는 物價上昇의 先道的 영향 때문에 일찍부터 論考의 對象이 되어 왔다.

管理價格에 대한 개념은 여러 學者에 의해서 考察되어 왔지만 1935년에 美國의 「민스」(G. Means)博士에 의해서 처음으로 導入되었고 민스博士에 의한 管理價格의 定義는 대략 다음과 같이 要略되고 있다.

첫째, 管理價格은 個人, 会社 또는 集團에 의해
 設定되어 一定期間 維持되는 모든 價格群을 말하
 며 이는 價格支配 또는 價格決定力을 背景으로 하
 는 個人会社 및 集團에 의한 價格政策의 反映이기
 는 하지만 반드시 独占을 前提로 하는 것은 아니다.

둘째, 管理價格을 供給變化에 따라 伸縮的으로
 變化하여 市場均衡을 찾아 오게끔 調整的으로 機能
 하는 市場과는 달리 供給變化에 처해서는 非伸縮
 的이며 市場供給을 均衡시키는 市場機能을 하지
 않는다.

供給均衡이 一定의 限度를 超過하지 않는 限
 價格은 變動되지 않으며 直接的으로 生産이나 販
 売量을 増減시킴으로서 供給의 調整이 이루어진다.

셋째 管理價格 그 自体는 非難 받아야 할 價
 格 政策의 方式은 아니다.

~344~

管理價格制度는 大量生産, 大量販賣, 大量消費로 特徵지어 지는 現代 經濟社會下에서는 能率的인 運轉을 위한 本質的인 機構이며 또한 普遍的이라 는 뜻에 있는 것이 아니라 價格이 어떠한 水準에서 決定되느냐 하는 뜻에 있으며 어떤 水準의 價格이 正常이며 어떠한 水準에서 設定되느냐 하는 뜻에 있으며 어떤 水準의 價格이 正常이며 또한 正常하다고 보는 基準은 무엇이냐 하는 것이다.

배재 管理價格은 古典 經濟理論의 範圍 밖 에 있으며 따라서 管理價格을 다루기 위해서는 새로 은 經濟理論의 形成이 必要하다.

「민식의 定義를 要約하면 管理價格이란 「生産者 또는 販賣者에 의해 決定되는 價格이며 相當期間 一定水準에서 變化하지 않으며 또한 需要의 變化는 價格보다도 生産과 販賣變化에 反映되는 特質을 가진 價格」이라는 것이다.

이에 대해 市場價格이란 「需要와 供給의 關係로 變動하는 價格」이라 定義되고 있다.

이와 같이 單純히 定義된바에 따르면 管理價格은 現代經濟社會 全体에 널리 퍼져 있는 하나의 制度라고 할수 있으며 大量生産과 大量販賣로 特徵지어지는 現代經濟의 生産과 流通의 必然的인 局面이라고도 할수 있다.

그러나 「빈스」 教授가 指摘하듯이 上記한 「빈스」의 定義만으로서는 管理價格의 行態나 管理價格이 提起하는 諸問題를 理解함에 있어서는 별로 큰 實質的인 도움을 주지 못한다.

이 뜻에 있어서 管理價格의 主唱者인 「빈스」 教授의 主張은 實質적으로 支持하고 있는 「에드윈, 노스」 (E. W. Nourse) 教授와 「존, 갈 부래이스」 (J. G. Braith) 教授의 定義에 注目할

~346~

必要가 있다고 생각한다.

「노스」教授에 의하면 「管理價格이 行使되는 狀態下에서의 独特한 特徴은 價格이 自由市場下에서 의 供給諸 要因의 相互作用에 의해 自動적으로 表示되는 代身에 資本資源面 또는 勞動資源面에 對한 支配를 通해서 決定된 그 價格을 施行할수 있는 相當한 힘을 가지고 있다는 點이며 價格은 經營政策 또는 經濟計劃의 問題로서 企業이나 勞動組合의 幹部들에 의해 執行部에서 形成 策定된다는데 있다」

「노스」教授가 말하고 있는 意義의 意義는 企業만이 아니라 勞動組合도 管理價格을 採用하고 있음을 認定한데 있으며 管理價格은 經營政策 또는

經濟計劃上の問題라는 뜻과 價格을 管理하는 事는 市場에서 그 價格을 實現 할수 있는 能力을 가지고 있다는 事 가지의 極히 重要한 管理價格의 側面을 識別해주고 있는 것 이 다 .

다음은 「갈부레이즈」教授의 定議로서 그는 다음과 같이 말하고 있다 即 「價格에 대한 極 度 相當한 範圍內에서 價格을 設定할수 있는 絶對的인 極은 넓은 範圍의 生産企業 體에서 찾아 볼수있다. 그 極의 根源은 複雜하지만 그 本質은 明白하며 이 方向의 研究者間에는 相當한 意見의 一致를 보이고 있다 .

特定市場에 있어서의 企業者가 극히 少数인 경우 또는 한두 개의 企業이 그 市場에서 큰 占據率을 가지고 있어 他企業이 追隨하게 되는 強力한

1348~

價格主導力 (price leadership) 을 行使할수 있는
경우에는 그 生産企業은 어떠한 形態로든 그 價格에
대해 相當한 自由裁量의 余地를 갖는 것이 라고 할
수 있다.

이러한 管理價格의 定義中 특히 「민스」의 定義
에 나타난 價格의 硬直性에 대해 「킨트너」 (A. W.
Kintner) 와 「스티그러」 (G. J. Stigler) 教授
는 다음과 같은 銳利한 批判을 加하고 있는 것
이다.

「킨트너」教授는 管理價格理論을 究明하기 위한
有益한 出發點은 諸定義에서 求할 수 있으나 이
제 까지 나타난 諸定義는 아직도 많은 未回答의 問
題點을 지니고 있다고 보고 있는 것이다.

특히 「민스」의 定義는 어느 價格을 「管理 된 것」
으로서 分類할수 있으려면 얼마 만큼의 期間을

또한 얼마만큼의 去來를 必要로 하는 것인가 하는 뜻이 明白해야 하지만 이 뜻에 대해서는 아무 것도 說明된 바 없다는 것이다.

또한 「민스」의 意義는 어느 價格을 「管理된 것」이라는 範圍에 넣기 위해서는 그것이 어느 程度로 市場의 諸要因에서 유리되어 있어야 하는 뜻을 表示하여야 할 것이므로 이 뜻에 대해서도 아무런 言及이 없다고 「민스」의 意義에 曖昧性이 있다고 政患하고 있는 것이다.

「스티그러」教授는 이미 20年前에 있어 첫으리
 과 생각되는 異端說 (管理價格說을 포함) 이 現在에도 우리 同邊에 存在하고 있으며 그 異端說의 元祖(민스 教授를 指稱)는 지금도 「管理價格」이라 불리어 지는 重要한 現象이 있으며 그러한 價格이 存在한다면 「인프레손」과 반드시 어떠한

~350~

關係를 가지고 있을 것이다」라는 잘못된 信條
流布하고 있다는 뜻을 들어 날카로운 批判을
고 있는 것이다.

특히 그는 價格의 硬直性, 測定問題에 批判
重함을 두고 있다.

주. 都市物價의 變動頻度에 의해 價格의 硬
直性を 認識하고 있는 「민스」教授의 測定方法을 들
고 方法의 弱點으로서 다음과 같은 뜻을 指摘하고
있다.

첫째 都市物價指數에 대해서는 報告者의 數
와 價格變動回數와의 相關關係가 극히 顯著
하다는 研究가 있으며 價格變動 回數의 差異
를 産業의 特質에 두지 않고 주로 報告者의
數에 故着시킬수가 있다는 뜻이다.

둘째 公家價格과 實際의 去來價格과는

乖離되어 있다는 뜻을 들어 비판하고 있다.

「스튜그러」教授는 測定方法에 대한 異意를 提起할 뿐만 아니라 管理價格의 存在 그 自体에 대하여 全的인 否定論을 主張하고 있다.

그의 反論의 主要點은

- ① 管理價格을 定義한다는 것은 至極히 困難한 일이다.
 - ② 萬一 存在한다고 할 경우 그러한 價格의 特徵은 非彈力性에 있다.
 - ③ 그러나 이러한 非彈力性은 公表(衆望의) 價格에만 있는 것이며 去來價格에는 없다.
 - ④ 따라서 現貨의 價格은 彈力的 성에 틀림이 없으므로 管理價格은 眞際로는 「粗雜한 統計的 造作」 또는 「奇怪한 統計的 遊戲」의 所産이다.
- 管理價格은 하나의 造作이므로 그것은 存在하지 않으며

~352~
따라서 「인플레이션」에 대해서는 責任이 있을수 없
는 것이다.

또하나의 肯定的見解는 「에델만」(M. A. Ad-
elman)에 의한 見解로서 「管理價格이라는 개념
은 現解하기 쉽고 그것에 의해 모든 것이 解決될
것처럼 보이면서도 其外 아무것도 說明하지 못함
으로 그 만큼 우리가 무엇을 배우려고 하는데에
妨礙이 되고 있다」고 強力히 反對하고 있다.

또한 「보몰」(M. J. Bodmol)教授처럼 管理價格
의 개념을 導入하지 않고 寡占體制만을 認定
하여 現代經濟의 特徵의 하나인 徐行性 「인플레이
」(Creeping Inflation)의 過程을 說明하려
는 試圖도 있다.

이와 같이 管理價格自体에 대한 疑念이 라든가
否定的인 理論的 眞證的研究가 多少 있기는 하나

이들 議論도 市場支配力의 機能 및 體制의 存在에 대해서는 否認하지 않고 있다

反面에 巨大企業의 價格設定에 관한 實態調査와 諸理論模型을 管理價格이 尹然히 作用하고 있음을 明示하고 있으며 또한 勞組의 賃金管理은 企業의 商品價格管理과 더불어 徐行性 「인플레이」 進行의 有力한 原因論을 形成하고 있는 것이다

따라서 方一 市場價格과의 움직임과는 그 樣相을 明白히 差別하는 管理價格이 存在한다면 또한 이것이 1950年代 後半期以後에 일어나고 있는 「인플레이」의 主要한 原因을 形成한다면 適切한 公衆政策의 樹立과 執行을 위해 管理價格의 特性을 明白히 할 必要가 있다고 본다

以上の 意義에서 나타난 管理價格의 主要特性을 要約하면 대략 다음과 같은 것들이라고 할 수

있다.

가. 管理價格은 經營政策 또는 經濟 副
上의 問題로서 企業 및 勞動組合의 役員에 의해
管理的으로 決定 된다는 것

나. 價格 管理者는 價格을 設定할수 있는 自由 裁量 領域
주 「권」이 말하는 冷感帶를 享有하고 있으며 設定된 價
格을 執行할수 있는 實力을 가지고 있다는 것

다. 管理價格은 相當期間 變化하지 않는다는 것

라. 價格이 需要變化에 따라 變動 되지 않고
生産이나 販賣變化에 의해 처분된다는 것

마. 管理價格은 企業間의 生産 「코스트」와 削
減의 差가 있다 해도 主要 生産者間에는 均等
化 되는 傾向을 갖고 있다는 것

바. 管理價格은 「코스트」變化 특히 下向變化
에 反應하기 않는다는 것

사. 어느 產業에 있어서의 管理價格은 「코스트」
競爭의 壓力을 與해주는 特性을 가지고 있다는
것 등이다.

都売物價指數編制에 따른
諸 問 題 點

韓國銀行 調査第二部 物價調査課

경 우 식

目 次

1	序 言	359
2	指數改編の頻度	361
3	加重値の決定	365
4	品目と選定	373
5	品目の分類	378
6	新製品と品目の代替	398
7	品質規格	402
8	價格資料	406
9	品質変化の處理	415
10	季節変動	424
11	結 言	430

序 言

物價의 變動이라는 抽象的인 概念을 具體化
 시키기 위하여 考案된 物價指數의 歴史는 周知
 하는 바와 같이 19世紀에 起하여 올라 간다.
 그후 特定한 目的에 따라 分化 發展된 수 많
 은 物價指數의 大原으로서 都貨物價指數는 大量
 으로 去來되는 商品만을 對象으로 去來額을
 勘案하여 物價水準의 變動을 測定하므로써 商品
 의 全般的인 需給動向을 把握 하며 나아가서는
 景氣動向을 判斷하기 위한 資料를 提供해주는
 것을 그 目的으로 하고 있는 重要한 經濟指標
 이다. 즉 都貨物價指數는 貨幣購買力의 尺度로
 서, 景氣動向指標로서 그리고 GNP 「데플레이터」
 로서의 機能을 가지고 있는 이른바 一般目的指
 數 (GENERAL PURPOSE INDEX) 인 것이다.

우리나라의 經濟統計로서 가장 오랜 傳統을 가지고 있는 時系列의 하나인 當行의 全國都賣物 物指數는 1910年부터 編制發表되어 왔으며 지금까지 5회에 걸쳐 改編으로 長足の 發展을 거듭하여 各種 經濟分析 및 政策樹立의 基礎資料로서 重要한 役割을 하여 왔다.

이제 1965年 基準의 現行都賣物價指數를 1910年 基準 指數로 改編하게 되었는데 承稿는 이에 따른 諸般 問題點을 檢討함과 아울러 物價統計 全般에 걸쳐 一般的인 改善方案에 對해서 檢討하고자 한다.

2. 指數改編의 頻度

Laspeyres 指數算出方式에 依據하지 않는 指數 (例: 美國의 輸出入物價指數나 建築業 指數) 에서는 別로 問題가 없으나 우리나라의 都尙物價指數나 消費者物價指數처럼 固定된 基準加重值方式 즉 Laspeyres 式을 採択하고 있는 大部分의 物價指數의 境遇에는 이제 그 基準加重值을 改編해야 할 것이나 하는 것이 根本的인 問題점으로 등장하게 된다.

一般적으로 都尙物價指數의 경우에는 가장 最近의 鉉工業「센서스」에 그 根據를 두고 改編하게 된다. 現行的 1965年 基準 都尙物價指數는 1965年에 鉉工業「센서스」가 實施되지 않았던 關係로 國民所得 推計資料를 基礎로 輸出入統計 및 其他 各種 生産統計로 補充하였다.

固定된 基準加重値를 採擇하는 Laspeyres 方式
은 加重値를 決定하는 것이 精巧한 生産額 請
査나 出荷額 請査가 行해질 것을 要求하지만
paasche 方式에 比하여 훨씬 簡便하다는 利莫
을 차지 反面에 加重値 改編의 頻度를 決定해
야 한다는 短莫이 있다.

改編時期에 関한 一般原則은 상향 편차를 갖는
Laspeyres 指數와 하향 편차를 갖는 paasche 指
數의 차이가 5% 以上을 초과할 때 이 때 이
때는 基準치 구조가 基準년에 비해 상당한 편
차를 갖게 된다는 것이다. ($|\frac{L-P}{L}| > 0.05$)

물론 安定的인 經濟社會體制下에 서는 改編의
頻度가 낮을 것이 予想되지만 우리나라처럼 經
濟開發計劃을 中心으로 하여 急激한 變遷을 거
듭하는 經濟에 있어서도 5년에 한번

程度의 改編이 必要하다고 4N 통계위원회는 認
고하고 있다.

1950年 以前에는 產物產末가 거의 없었고
경제구조의 변화가 급격하지 않았을 뿐만 아니
라 計數方法이 주로 單平均法이었으므로
비변한 計數개편이 필요치 않았으나 1960年
代에 들어와서 經濟開發이 活氣를 띠어 生産方
式과 流通構造가 近代化 되고 新製品의 出現이
비변해 왔고 基準年度의 品目別 加重値를 두
고 指數를 算出하므로 일정가격으로 改編할 必
要件이 增大되었다.

비록 計算面에서의 制約과 統計技術의 不備가
비변한 改編을 막는 要素가 될 경우이라도 急
進적으로 發展하는 産業部門에 對한 中分類의
部分的인 修正이 보다 現實에 接近하는 正確한

指數를 算出하게 된다.

따라서 一般적으로 적어도 10년에 한번程度는 指數全般에 걸친 週期的이고 包括적인 改編이 있어야 한다고 보며 더욱이 우리나라와 같이 急變하는 經濟社會에서는 每5年마다 改編의 必要性이 있다고 생각 된다.

現在 進行中인 1970年 基準의 都府物價指數 改編作業도 以上에 근거를 두고 있는 바 이를 具體적으로 列举해 보면 다음과 같다.

가. 1972年부터 第3次 經濟開發 5個年計劃이

시작되며 1차의 各 經濟部門의 急激한 成長으로 經濟構造上의 劇烈한 變化에 따라 指數를 이에 充實히 反映시키기 위해서는 基準時를 1970年으로 變更해야 할 必要가 있다

나. 第3次 5個年計劃을 分析·評價하고 遂行하는

이 보다 有効한 指標로서의 役割을 相當하도록
1. 基準年을 可能한 限 最近年으로 移動시
킬 必要性이 있다. 그리고
2.

다. 全國 및 서울 消費者物價指數, 農家販賣 및
購入價格指數 등 各種經濟指標의 相互比較의
便宜를 圖謀할 必要가 있다.

3. 加重値의 決定

個別價格의 單價指數가 아닌 加重指數의 使用이
普通化될 오늘날 品目別 加重値를 如何히 決定
하느냐에 따라 正確한 物價水準의 變動을 表示
하게 되며 個個의 指數編制目的에 따라 加重値
決定하는 母集團이 서로 다르다. 즉 指數의 目
的이 農家의 貨幣收入變動을 測定하는데 있다. 이
農家의 生産品에 局限되어 個別 農産品의 農家

全体貨幣所得의 比率에 따라 加重値가 決定될 것이며 指數目的이 生計費의 變動測定에 있을 경우에는 家計支出調査에 依한 代表的 消費品目的 家計의 購入額比重에 따라 加重値가 策定된다.

그러나 一般目的인 都府物價指數 作成에 있어서는 加重値를 決定한다는 것이 그리 簡單하지가 아니다. 즉 이 都府加重値를 經濟社會全體의 總支出 構成에 따라서 決定해야 한다는 주장이 있는 반면에 總生産과 總支出中 보다 큰 것에 依해서 決定하자는 주장도 있다. 이에 對해서 IRVING FISHER는 物價指數의 加重値는 該指數가 測定하려고 하는 段階에서 去來되는 一年間의 總去來額에 따라 決定되어야 한다고 주장한다. 그러나 이 方法에 依한 加重値決定은

如何히 이 去來額을 捕捉해야 하나 하는 問題點을 提起한다.

위의 主張들을 生産量의 大部分이 수출되는 生産物의 경우를 例로 들어, 比較하면 生産基準에 依한 加重値는 去來額 基準에 依한 加重値 보 다도 훨씬 크게 나타날 것이며 輸入이 많은 原木의 경우는 그 反對가 될 것이다.

이러한 問題點에도 重複計算의 問題點이 있다 이것은 어떠한 加重値決定方法에도 共通되는 것이 인데 木의 경우를 例를 들어 본다. 一次的으로 木은 生産되거나 去來될 때 그 生産額이나 去來額으로 捕捉되며 이 木이 철이 되고 철이 原木으로, 原木이 衣服으로 될 때마다 二重, 三 重으로 重複되어 다시 捕捉되기 때문에 그만큼 加重値가 커지게 되는 結果를 가져온다는 것이다.

따라서 問題는 各 段階에서의 價格變動要因이 累積적으로 漸增 或은 漸減되어 指數에 차차하여 上昇效果를 誘發한다는 것이며 어떻게 眞正한 價格變動을 区分 파악할 수 있으나 같은 것이 다. 그러나 지금까지는 一般적으로 法來回数나 原料로서의 投入回数에 不拘하고 捕捉되는 商品의 量이 一般目的指數를 作成하는데 있어서 各 合理的인 加重值 決定方法 이라는데 歸着되고 있다.

加重值 決定問題의 또 하나는 加重值가 個個 商品의 重要도에 依하여 決定되어야 하느냐 아니면 價格變動樣態에 따라 抽出된 代表商品의 重要도에 依하여 決定되어야 하느냐 하는 것이다.

原材料와 完製品의 價格變動樣態은 서로 判異하게 差異를 보일 것은 分明하며 完製品들도

서로 1 樣態를 달리 할 것이다. 이를 變動樣相을 무시하고 個個 品目단의 重要性에 依해서 物價水準을 測定하는 것이 真正한 指數가 될 수 있을까 하는 것은 커다란 의문점인 것이다.

이러한 問題를 解決하는 方案은 價格變動 樣相別로 全商品을 分類한 다음, 이들 分類의 相對的 重要度에 따라서 各 分類內의 該當 品目別 加重値를 決定하는 것이다. 아직 1 具體化된 實用方案을 위해서는 더 研究할 必要가 있을 것이다. 한편 加重値 基準年을 一年으로 할 것이냐 數個年의 平均으로 할 것이냐 하는 것을 결정해야 한다. 대체로 基準年은 比較의 基準이라는 觀點에서 安定된 해를 잡아야 하는데 이 경우 의 문제는 이른바 廣基法이나 短基法이나 하는 것이 된다.

~370~

短鎖法은 價格及動樣相이 一定한 景況을 나라
별 때 이는 一年을 基準年으로 잡아 加重値를
決定하는 것이고, 廣鎖法은 價格들이 單純한
起伏만을 보일 때 2~3年을 平均하여 加重値
의 基準年으로 삼는 方法이다. 短鎖法에 依한
경우에는 一定한 景況하에서 이므로 時間의 經
過에 따라 加重値의 老朽化가 빠르기는 하나
基準時點과 比較時點의 사이에 價格變動率의
偏倚를 縮少시키는 利點이 있다. 이 方法은
大部分의 나라에서 採擇되고 있다.

反面에 廣鎖法은 基準時와 比較時 사이의 乖
離이 감소되어 비교적 長期間 使用할 수 있으며 美國
의 都價物價指數가 利用하고 있는 方法이다.

(1957~1959 基準)

以上에서 簡略하게 加重値 決定에 따른 것

371
가지 問題點을 提起했으나 이는 統計學 및
統計技術의 発達과 더불어 解決되어야 할 것
이다.

現在 當行 都先物價指數에서 採択하고 있는
加重值 決定方法은 이상의 問題點에 結付된 缺
點을 現實적으로 可能な 限 補充하는 方向에서
다음과 같은 方式을 基準으로 하고 있다.

加重值基準年은 短縮法에 依하여 1965年
으로 하고 加重值母集團은 1965年 中에 國
內 市場에 投入된 商品 및 電力의 總評價額을
原則으로 하여

$(\text{國內生産額} - \text{生産者의 自家消費額 및 直接輸
出額}) + (\text{輸入額} - \text{實需要者 輸入額})$ 으로 計
算하였다. 이 中 生産者의 自家消費額 또는 直
接輸出額 및 實需要者 輸入額이 별로 3차

많은 品目에 對해서도 事實上 必要한 資料를 蒐集할 수 없는 경우가 많으므로 이를 控除하지 않더라도 指數에 크게 影響을 미치지 않을 것이라는 點을 觀察하여 그 部分이 顯著한 變動을 考慮하고 있다. 또한 野菜 및 鮮魚介類 (去來量 및 品質의 極端한 變動) 와 刊行物, 不動産 및 藝術品 (比較可憐한 價格資料의 蒐集 困難) 그리고 家計에서 需用하는 家庭用 電力 및 「서비스」 等の 去來는 技術的으로 또는 概念的으로 把握하기 어렵기 때문에 指數對象品目에서 除外하였다.

1. 品目の選定

理想的인 指數算出을 위해서는 加重值 母集團을 構成하고 있는 모든 商品을 總網羅하여야 하겠으나 實際的으로는 經費와 時間의 制約으로 標本品目を 選定하여 이들이 餘他 全体商品을 代表한다고 보는 것이 常例이다.

現行指數에서는 이러한 標本品目を 選定하는 基準으로서 選定된 品目이 總去來類(加重值 母集團)의 $\frac{1}{10,000}$ 以上の 比重을 가져야 하며 貯藏 可能하고 市場出廻의 季節的 變動이 심하지 않으며 價格變動의 代表性을 가져야 한다. 그러나 이렇게 選定된 品目으로 이루어진 指數가 一部 商品價格만을 包含함으로써 생기는 偏倚를 最少限度로 줄이기 위해 品目選定에서 除外된 品目の 加重值는 可能한 限 價格變動이 類似한

他商品の加重値에 合算하는 方法을 取하였다.

은전 指數內的 品目數는 基準時의 經濟構造와 變遷의 關係를 明瞭 하는데 當行 都賣物價指數의 5회에 걸쳐 改編時 送定의 品目數와 算式을 보면 다음 表와 같다 (表 / 参照)

品目 送定問題와 결부되어 最近에 提起되기 始作한 確率論的 物價指數理論이 있다. 物價指數는 1 指數 算出을 위한 基礎資料로서 品目, 價格蒐集地域 實際價格報告等에 依한 左右되며 이 基礎資料 送定의 標本이 다르면 結果的인 指數도 서로 相異하게 나타날 것이 分明하다. 이 경우에 어떠한 標本에 依한 指數가 가장 合理的이나 하는 것을 確率的으로 決定하여 가장 誤差가 적은 것을 採해야 한다는 것이 그 理論의 論旨이다.

表 1. 指数品目数の変遷

	品目数	算 式
1910年7月基準指数	30	単純算術平均
1936年 基準指数	80	単純幾何平均
1947年 "	15	加重總和法
1955年 "	199	基準時加重算術平均法
1960年 ,		
1960	339	
1961	340	
1962	348	
1963	360	
1965	413	
1966	412	
1965年基準指数	411	
1965	417	
1969	473	

(註) '68年刊' 物価總覧

이 概念에 依據한 標本物價指數가 理論적으로 合當하다고 해도 現實적으로 다음과 같은 問題 點이 있다.

가 大部分의 物價指數의 模型이 되고 있는

Laspeyres 式 指數 算出方式에서는 該 商 品의 價格을 繼續하여 調査하도록 되어 있으며 이들 商品의 品質規格 變化나 品目 代替가 可 能한 限 短時日 內에 指數에 反映될 것이 要 求되고 있다. 그러나 現在로서는 이에 對해 가 장 合理的인 方法이 없기 때문에 品目 選定에 對한 標本上의 誤謬보다는 指數 作成節次上의 誤謬가 더 問題視되어 標本 誤謬의 크기를 推 定한다는 것은 必要하지도 않으며 效率적인 方 法도 아니라는 것이다.

나 定해진 商品의 價格들을 繼續하여 調査하기

위해서는 複雜한 過程과 修正節次가 必要하기
때문에 本來의 標本商品 送尺에서 油來하는 指
數의 標本 誤差를 測定하거나 規定하는 것은
事實上 不可能하다.

다. 또 하나의 問題點은 指數 算出을 위한 標
本商品 全体를 確率 標本方法에 依해서 여러
가지로 区分하고 이에 따른 正確한 確率 標本
誤差의 가장 合理的인 指數를 計算할 수 있
다고 해도 이러한 實驗計劃의 複雜性和 資料
蒐集의 龐大한 作業等의 問題로 現實적으로
는 不可可能하다.

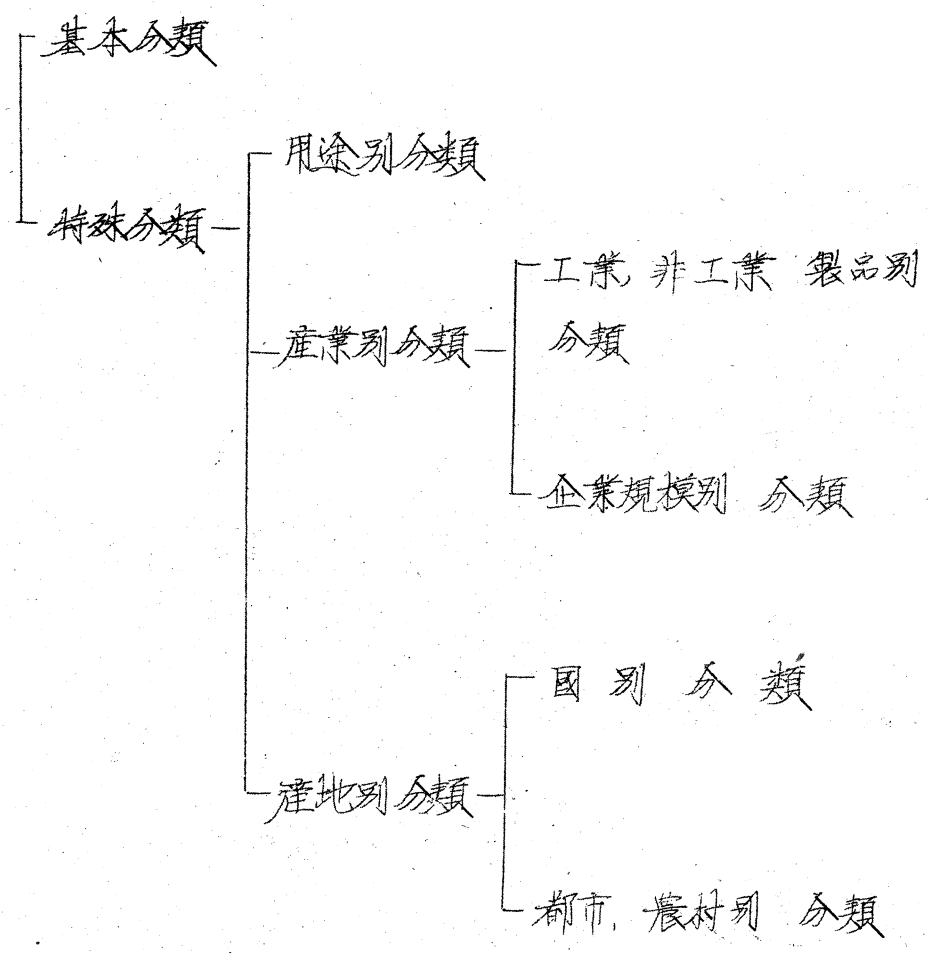
라. 物價指數 固有의 目的이 短期的인 價格變動
을 測定하려는 것이 아니기 때문에 原來의
標本 誤差는 長期的 側面에서 볼 때 커다란
問題點이 되지 못할 것이다.

以上에서 確率論的 物價指數를 適用하기 困難을 考證했지만 그렇다고 現行 指數方法이 더 合當하다는 것은 아니며 앞으로 慎重한 研究의 檢討가 이루어져야 할 것이다.

5. 品目の 分類

都尙物價總指數가 가지는 意味와는 別途로 經濟의 各部門에서 생기는 固有한 要因으로 말미암은 價格變動을 把握하기 위해서 指數內的 品目을 一定한 基準에 따라 分類하여 하나의 分類體系를 構成하는 것이 普通이다 (表 2 参照)

(表 2) 指數分類體系



가. 基本分類

基本分類는 分類体系의 中心을 이루고 있는 것으로서 消費者物價指數의 경우에는 家計實支出內容의 類似性에 依하여 그 指數品目을 分類하나 都市物價指數는 商品의 屬性이나 産業部門과 業種別等を 그 分類 基準으로 삼고 있는 것이 普通이며 都市物價의 重要性으로 因하여 各國은 自國의 經濟的 特殊性을 分類基準에 反映시키고 있다 (表3 参照)

이러한 基本分類는 總指數 變動의 內譯을 보다 正確히 表示하도록 構成되어야 하고 그 分類內容에 明瞭하여 一般大衆에게 親切성을 일으키지 않도록 해야 하며 類別指數 自体도 時系列로서 比較 可能해야 할 것이다.

최근 編制되고 있는 都市物價指數의 基本分

(表 3)

各國의 指數分類形態

類型	分類基準	國名
第一類型	國際標準貿易商品分類	폴리핀, 印度 노르웨이
第二類型	商品의 屬性	日本, 韓國, 美國, 벨기에, 스위스, 프랑스,
第三類型	都 貢 系 種	西 獨
	産 業 分 類	英國, 伊太利

類는 479個의 指數品目을 12個項目的 大分類과 52個項目的 中分類로 構成하고 있으며 各商品의 屬性을 1分類의 基準으로 하고 여기에 韓國標準商品分類를 加味한 것이다.

商品의 屬性을 分類基準으로 擇하고 있는 分類方式은 1方法과 表現이 簡單하며 一般的 普遍性을 갖는다는 長處이 있지만 다음과 같은 短處도 있다.

(1) 總指數의 變動原因을 經濟活動面에서 究明 把握하기 어렵다. 이것은 工業이 発達할 수록 産業間의 景氣變動趨勢가 複雜性을 띄기 때문이다.

(2) 分類內容이 複雜하기 때문에 各分類가 갖 고 있는 品目數의 差異가 심하다 現行 大

分類中の 食料品과 木材가 尙學的인 善은
例이며 雜品 또한 屬性이 分明치 않거나
品目數가 적은 商品을 一括的으로 包含하고
있어 內容이 不明確하다.

(3) 分類別 加重值가 偏在되어 있어 不均衡
하다.

따라서 指數를 改編하게 될 경우에 이러
한 短處를 補充하고 經濟發展과 經濟構造의
改善을 勘察하여 다음과 같은 方向으로 基
本分類를 調整 하여 改編할 必要가 있다.

첫째, 産業構造와 相關性을 갖도록 한다.
둘째, 加重值가 偏重되는 分類를 再分類
한다.

셋째, 經濟分析에 에서 多樣한 資料를 提供
토록 한다.

내재, 分類內容이 明確토록 해야 한다.

다섯째, 可能한 範圍內에서 新分類와 舊分類가 比較될 수 있도록 한다.

이러한 方向에 따라 다음과 같은 두가지 分類模型을 設定할 수 있는데, 하나는 現行分類를 改善 整備하는 것이고, 다른 하나는 産業分類 標準에 依援하여 새로 編制하는 것이다. 前者는 現行分類中의 品目을 再分類 統合하는데, 不過하나 産業分類를 中心으로 한 分類는 分析的 側面에서 一次와 二次商品이 区分된다. 더우기 이 分類는 雜品 項目을 大幅 縮小시켜 分類를 明確히 하고 産業分類에 準하는 各種統計와 連結되어 보다 많은 分析資料를 얻을 수 있다. (表4 参照)

(表 4) 基本分類 模型

現行分類	現行分類 是 改善 是 分類	產業分類 是 依據 是 分類
01. 食料品	01. 農水產食品	01. 農林水產物
011 農產食品	011. 農產食品	011 農產品
012 水產食品	012. 水產食品	012. 水產品
012 料食品		013 林產品
02. 飲料及煙草	02. 加工食品	02. 鑛產物
021. 酒類	021 食料品	021 石炭類
022 清涼飲料	022. 飲料品	022. 金屬鉍石
023 煙草		023 非金屬鉍石
		024. 其他(塩業)
03. 纖維及同製品	03. 纖維及同製品	03. 食料品
031 素材	031. 素材	031 肉類
032. 織糸	032. 織糸	032. 粉類

現行分類	現行分類を改善す分類	産業分類の改善分類
033 織物	033 織物	033 菓子類
034 繊維製品	034 織糸製品	034 調味料
035 其他纤维製品	035 織物製品	035 食用油類 036 其他
04 木材	04. 木材及同製品	04. 飲料及煙草
041 素材	041. 素材	041 酒類
042. 製材	042 製材	042. 清凉飲料
043 其他	043. 木製品	043 煙草
05. 紙類	05. 紙類及同製品	05. 纖維及同製品
051. PULP及紙屑	051. 素材	051. 織糸
052. 印刷用紙	052 紙類	052 織物
053 其他紙類	053. 紙類製品	053 繊維製品
054 紙類製品		054 衣類 055 其他纤维製品

現行分類	現行分類改訂分類	産業分類改訂分類
06. 木材製品	06. 木材製品	06. 木材類
061 木材	061 木材	061 製材
062. 木製品類	062. 木製品類	062. 木製品
063 TIRE & TUBE	063 TIRE & TUBE	07. 紙類
064 其他木材製品	064. 其他木材製品	071. PULP 或紙屑
07. 化學製品	07. 化學製品	072 印刷用紙
071. 化學肥料	071. 基礎化學製品	073 其他紙類
072 工業藥品	072. 染料與塗料	074 紙類製品
073 醫藥品	073. 化學肥料	08. 皮革類
074. 農藥品	074 農藥品	081 製革
075 染料與塗料	075 醫藥品	082. 革製品
076. 油 脂	076 印片與化粧品	09. 其他木材製品
077 其他化學製品	077. 合成樹脂製品	091 木材
	078. 其他化學製品	092. 木製品類

現行分類	現行分類を改善す分類	産業分類에의對し分類
10. 機械具同部分品	10. 機械具同部分品	12. 9업 및 CEMENT 製品
101. 一般用機械	101. 一般用機械器具	121. 粘土製品
102. 輸送用機械器具	102. 電氣用	122. 原料同製品
103. 電氣用機械器具	103. 輸送用	123. CEMENT 具
104. 其他機械器具	104. 其他	124. 其他
11. 燃料具電力	11. 燃料具電力	13. 金屬具同製品
111. 石炭類	111. 石炭類	131. 素 材
112. 石油類	112. 石油類	132. 鉄鋼半製品
113. 長研具木炭	113. 長研具木炭	133. 鉄鋼一次製品
114. 電 力	114. 電 力	134. 鉄鋼二次製品
12. 雜 品	12. 雜 品	135. 非鉄金屬
121. 銻產品	121. 銻產品	136. 金屬製品

現行分類	現行分類を改善す分類	産業分類에 의지한分類
122. 皮革類	122. 皮革類	14. 機械及同部品
123. 家具類	123. 煙草	141. 一般用 機械
124. 合成樹脂製品	124. 其他	142. 輸送用機械器具
125. 其他		143. 電氣用 144. 其他 15. 雜品
大分類項目 12	12	15
中分類項目 52	48	59

4. 特殊分類

基本分類가 表示하지 못하는 特殊한 經濟的 側面에서의 物價動向 分析을 可能하게 하고 指數의 用途를 넓히기 위하여 考案된 特殊分類는 一般目的指數의 補完이라는 點에서 그 重要度가 크다. 물론 特殊分類도 總指數編制의 範圍內에서 作成 되는 것이기 때문에 包括範圍에 限界가 있겠으나 財貨의 用途別, 源泉別, 目的別 等 特殊性이 反映된 特定部門의 物價水準의 變動 및 그 要因을 分析하는 用具가 된다. 는데 그 意義가 있는 것이다.

現行指數上의 特殊分類로는 穀物 및 穀物 以外의 商品, 食料品 以外의 商品, 生産財(原料, 建築材料, 其他) 및 消費財(耐久消費財 及 非耐久消費財) 等 10 項의 指數가 算出

되고 있으나, 工間の 産業構造 및 輸出入規模의 顯著한 變化 그리고 製造業生産의 多樣化 등으로

(1) 一次産業部門(農水産部門)과 二次産業部門

(鑛工業部門)의 物價面에서의 比較分析이 現行特殊分類만으로는 不充分하며,

(2) 原材料의 海外依存度가 큰 狀態에서 特殊分類로서의 輸入物價에 對한 分類의 缺如로 輸入原資材價格變動의 把握 및 그 波及效果의 分析이 困難하며,

(3) 原料價格動向과 製品價格動向間의 關係도 分析할 수 없는 點이

(4) 現在의 消費財分類에는 穀物等 飮食品도 包含되어 純粹한 製造業界商品만의 耐久消費財 및 非耐久消費財間의 比較가 不可能 하고, 또한

(5) 大企業製品과 中小企業製品의 價格變動의 比較가 不可能하다는 缺點을 가지고 있다.

따라서 이러한 特殊分類를 改善補完하는 方向으로 다음을 提示할 수 있을 것이다.

(1) 農水産品과 鉅工業製品의 二大分類

이 分類는 工産品의 需裕이 주로 景好 特히 金融財政政策에 敏感하나 農水産品의 경우는 需要가 價格에 非彈力的이고 供給이 自然條件에 制約되어 있는 바 이러한 工産品과 農水産品의 相反된 經濟的 性格 때문에 總指數나 基本分類의 類別指數만으로는 經濟變動의 要因을 效果的으로 把握할 수 없기 때문에 必要하다.

(2) 鉅工業製品의 原材料와 完成財의 分類

數年來 鉅工業은 高度成長의 主軸이 되어

1965年 以後 平均 16.4%의 成長을 實現함에 따라 GNP에 對한 構成比도 크게 높아졌고 이에 따라 製造業의 原材料消費規模도 큰 增加를 보임으로써 原材料와 完製品의 價格變動을 區別할 必要性이 增加하였다. 原材料와 完製品의 区分은 加工段階에 다른 分類인 ため 이로서 物價變動의 要因 및 工要因의 波及過程追跡이 可能하게 될 것이다.

(3) 商品의 源泉別 分類의 設定

現在 우리 經濟構造는 높은 輸入依存度로 因해서 海外要因의 物價에 미치는 影響이 매우 크다. 特히 現行 都売物價調査対象品目에 包含된 大部分의 輸入商品은 生産財 特히 原材料이므로 輸入原材料의 特殊分類를 新設한다면 都売物價에 對한 輸入物價影響력의 分析이 容易

하게 된다.

(4) 完成財의 用途別分類

完成財는 資本財, 建築資材 및 消費財로 再分類될 수 있는데 비체로 原材料의 價格變動에는 企業의 短期經濟政策이 또한 資本財에는 長期政策이 反映되는 反面 工業品消費財에는 消費者의 消費性向과 購買力이 反映되므로 이들 指數의 變動에서 物價變動의 要因이 分析될 수 있다. 그리고 建築材料는 包括範圍가 커 物價變動의 主要因이 될 수 있으므로 獨立된 單一類別指數로 編制하는 것도 좋을 것이다.

(5) 製造業製品을 勞動集約的製品과 資本集約的製品으로 二大分類하면 서로 다른 價格變動樣相을 把握할 수 있으며 이를 貨金面에서의

「cost push」의 物價上昇要因과 結合시켜 分析用具로 利用할 수 있는 것이다.

(6) 商品全體를 市場形態別로 競爭商品과 非競爭商品으로 区分하여 分析하는 것도 考慮할 수 있다.

以上の 方向에 着眼點을 두고 다음과 같은 特殊分類模型을 例示한다.

表 5

特殊分類模型

食料品以外の全商品	競争的商品	非競争的商品	農産品	工業製品	製造業製品
	平均	平均	平均	平均	平均
	穀物	其他	原材料	完成財	資本集約的
			平均	資本財	労働集約的
			輸入原材料	消費財	
			平均	平均	
				耐久	
				非耐久	
				建築材料	

397

6. 新製品과 品目の 代替

新製品은 技術革新과 技術의 導入, 消費者의 嗜好變化 그리고 所得增大 등의 結果로 連續적으로 市場에 登場하고 있다. 이들 新製品中에서 消費者들로부터 認定을 받게 되는 成功的인 製品은 大部分의 市場領域을 占有하거나 類似한 用途의 旧製品을 市場으로부터 完全히 驅逐하는 것이 보통이다. TV나 合成纖維 등이 이 代表的인 例이다.

이러한 新製品의 處理는 如何한 物價指數에서도 重要な 問題點을 提議하고 있다. 新製品이 市場에 登場함과 同時에 이를 指數에 導入하려고 하면 旧製品을 그대로 保持하는 것에 比하여 指數自体를 適度하게 複雜化할 것이며 反面에 旧製品이 市場으로부터 完全히 排除된 가에야 新製品을

이에 代替시키려고 한다는 것은 指數가 現實에 너무 뒤지게 되어 大量去來의 物價動靜을 迅速히 反映하지 못할 것이다.

新製品을 잘못 處理하게 될 경우에는 指數上에 組織的인 偏重을 加하게 된다.

이것은 指數內의 商品이 市場內에서의 典型的인 價格系列을 構成하고 있기 때문이다. 즉 新商品은 처음 販賣되기 시작할 때 比較的 高價를 매가 많으며 時間이 經過함에 따라 大規模經濟化나 他類似商品과의 競爭으로 또 技術改善等으로 점차 價格의 下落을 가져온다.

한편 市場內에서 歴史가 오랜 商品은 商品으로서의 全期間에 걸쳐 가장 低廉한 價格일 때가 많기 때문에 性急한 品目代替는 指數上에 誤謬을 犯하게 된다는 것이다. 따라서 新商品

을 過大表示하는 指數는 下向偏倚를 띄우며 過少表示하는 指數는 上向偏倚를 갖는다.

위와 같은 뜻에서 보면 新製품을 어떻게 取扱하는 誤謬를 犯할 可能性이 있다고 생각된다. 實際로는 新製품을 너무 늦게 指數에 導入시키며 旧品目を 너무 오래 保存하고 있다는 것이다. 그 代表的인 例가 TV로서 이미 普及化가 되어 있음에도 不拘하고 現行 1965年 基 準都 売物價指數에는 包含되어 있지 않다.

이렇게 指數가 市場內의 變化에 后行하는 理由는 다음의 事實에 基因한다.

Laspeyres 指數算出方式에 依하면 主改竄 사이에 品目の 代替나 追加에 對하여 지나치게 慎重을 期하고 있는데 合理的인 指數算出을 위해서 商品의 出現과 退去를 고려하여 品目を

追加 또는 削除 하고 加重值도 調整해야 한다.
指數依成者는 恒常 이 못에 有意해야 하지만
同時에 指數利用者에게도 이러한 사실을 周知시
킬 必要가 있다.

그러나 보다 重要한 遲延의 根源은 市場內의
商品의 登場과 消滅에 對한 仔細한 情報에 鈍
感하다는 것이다. 즉 指數依成者는 어떤 商品
의 旧型이 大部分의 販路에 消滅했기 때문에
그 商品의 價格이 捕捉되지 않을 때에 이르러
서야 비로서 新製品을 導入할 必要性을 느끼다
는 것이다.

以上에서 新品目이 指數에 包含되어야 하는
必要性과 아울러 代替가 遲延되는 理由를 說明
하였는데 價格調査를 書面에 依해 施行하지 않
는 現在로서는 調査對象과 密接한 關係를 맺

는 한편 市場狀況에 對한 定期的인 觀察報告를
함으로서 이에 對해하여 할 것이다. . 現行指數
作成에서 採擇하고 있는 方法은 品質變化와 더
불어 위에 論하기로 한다.

7. 品質規格

價格의 時系列을 얻기 위해 指數品目的 品質規
格을 定하는 方法에는 單一規格明示法과 平均
單價法이 있고 平均單價法에 類似한 것으로
複數規格明示法이 있다. 實例를 들어 說明하면
價格調査地域全體에 걸쳐 男子用 와이셔츠의 價
格을 嚴格하게 規定된 單一規格(크기 23, 白色,
×× 商標, 포리에스텔 50% 混合)으로
調査하는 것은 前者에 該當하며 이에 對해 男
子用 와이셔츠의 各種品質規格의 價格을 規格別

로 綜合 平均 하여 指數를 算出 하면 后者인 單
價平均法이 된다.

原則的으로 物價指數에는 單一規格 明示法이
適合한 方法이라고 생각된다 被服類의 같이
많은 商品分化를 이루고 있는 商品에 對해
單價平均法을 使用하게 될 때는 低價質의
各種規格 全體의 價格變化를 表現할 수 있
다는 長處가 있으며 이는 單一規格 明示法에 의
해서는 不可能하다.

그러나 單價平均法과 單一規格 明示法의 差異는
質的이라기보다는 程度의 差異인 것이며 어느
한쪽편의 極端的인 使用보다는 品目의 別別的
特性에 따라 適切한 混合使用을 取하는 것이
合理的인 것으로 思料된다.

물론 單一規格 明示法에 의하면 價格들을 比較

하기 쉽고 純粹한 價格變化를 더 잘 測定할 수 있다는 것이 사실이다 다음과 같은 점에서 그 不適合性을 갖는다.

가. 어느 한 地域에서 独占的인 地位를 차지하고 있는 商品이 다른 地域에서는 劣等的인 수가 있다.

나. 万一 品質變化와 品目代替를 迅速히 處理해야 할 경우에는 多岐한 品質規格의 變更을 爲해 複雜한 過程과 事後處理이 있어야 하며 商品專門家의 知識도 動員해야 할 것이다.

다. 严密한 單一規格表示法下에서는 價格資料의 蒐集이 困難할 때가 많으며 万一 이를 防止하기 위하여 概括的인 單一規格을 適用한다면 間或 規格이 약간 다른 商品의 價格을 調査

하여 眞實한 價格系列에 破損을 가져올 염려도 없지 않다.

結局 市場內에서 商品의 심한 規格變化가 있고 流行에 따라 型의 變化가 繼續될 때에는 嚴格한 單-規格의 商品價格을 連續된 時刻에 걸쳐 同一場所에서 調査할 수 없게 되며 指數는 充實한 物價推移를 提示하지 못한다.

앞에서 이미 言及한 바와 같이 이러한 缺點 때문에 單-規格明示法을 排擊해야 하는 것은 아니고 좀더 現實에 接近하는 方向으로 再編成하자는 것이며 이는 보다 概括的인 意味의 眞實한 指數作成을 위해 要求되는 것이다.

8. 價格資料

가. 調查段階價格

都売物價指數編制에 使用되는 商品價格은 적이
도 小売商과 消費者間 그리고 小売商과 工
米스 業者間의 去來에서 適用되는 價格은 除外
하는 것을 一般原則으로 하고 있다.

그러므로 都売價格은 文字 그대로의 都売商販賣價
格이라기보다는 生産者나 輸入業者 그리고 都売
業者의 販賣價格 중 捕捉 가능한 一次去來段階에
서 實現된 價格이다. 国内去來의 第一段階價格
을 採択함으로서 얻는 利便으로서는

첫째, 消費者價格 또는 小売價格과 比較함으로
서 流通過程에서 發生된 附加價値의 크기를 把
握할 수 있고

둘째, 生産者販賣價格 또는 輸入業者販賣價格은

一般的으로 價格先導性이 있어 商品帶絡狀態의 變化를 把握하는데 便利하며,

세째 第一段階의 價格은 傳統的인 一般目的 指數에 對한 反省으로서 撞頭된 都売物價指數의 새로운 體系인 部門別 接近法에 따른 指數編制에 있어서도 必須的이라 하는 것 등을 들 수 있다.

現行 都売物價에서는 廠類나 群小生産者 製品과 같이 大量去來를 爲해서 蒐集商의 손을 거치는 商品은 都売商販賣價格으로 調査하고 大量生産되는 製造業製品은 生産者販賣價格으로 하고 輸入原材料等은 輸入商販賣價格으로 調査토록 하고 있다.

4. 價格調査回数

現在로서는 每月 5日 15日 25日의 價格

을 調査하고 이 3日時點의 平均價格을 同日의 代表價格으로 하고 있다.

價格調査日이 休市日이던가 公休日이던 그 前日을 調査日로 하며 前日도 休市日이던가 公休日이던 元來의 調査日에 가장 가까운 日字를 採한다.

每月 各 調査日에 調査된 價格을 가지고 旬間指數를 作成할 수는 있으나 이 指數는 一時的인 不規則的 價格變動에 따라 左右되는 傾向이 많으므로 月間指數作成을 爲해 使用하고 公報하지는 않도록 하는 것이 좋다. 그러나 日常生活에 必要한 重要物資에 對해서는 週間 或은 旬間都府物價指數를 作成·發表하는 것도 좋을 것이며 이 制度는 美國에서 採하고 있다.

다. 間接稅와 價格資料

현행 都売物價格指數에서는 間接稅를 包含한 價格을 調査價格으로 하고 있으나 나라에 따라 價格形成 과정, 流通構造, 稅制等이 다르기 때문에 都売價格에 間接稅를 包含해야 하는가의 當否는 一律的으로 断定할 수 없다.

歐美 各國에서는 間接稅를 包含하지 않은 價格을 使用하여 都売物價格指數를 編制하고 있으나 우리나라를 비롯한 아시아 各國에서는 間接稅를 包含한 價格으로 하고 있다.

一般적으로 各種 物價指數에의 稅金包含 當否는 指數編制 價格이 調査段階以後의 流通過程에서 生産, 營業 및 消費活動에서 費用化하여 稅金이 價格形成要因인 때는 稅金을 包含시키고 間接稅等이 最終消費段階에 一定額 單純移轉되어

~410~

稅金이 價格形成 要因이 되지 않을 경우에는
指數編制價格에서 稅金を 控除하는 것이
妥當하다. 따라서 消費者物價指數에서는
各國이 거의 모두 間接稅 및 消費行為稅一
體를 指數編制價格에 包含시키고 있다.

그런데 우리나라의 경우 現狀況下에서
間接稅를 都稅價格으로 全部 控除하여 指數를
編制한다는 것은 非現實的이라고 생각되는 바
그 理由는 다음과 같다.

(1) 租稅行政이 發達된 歐美諸國은 間接稅인
物品稅를 消費行為稅 (Sales Tax) 인 消費
稅처럼 주로 小売段階에서 消費者에게 移轉
賦課하고, 例外的으로 生産者에게 賦課되는

1. 間接稅도 一定額이 다음 流通段階에 單純移轉되고 있으나 우리나라와 日本等에서는 間接稅를 都売價格調査段階인 生産者에게 거의 賦課하고 있어 流通過程을 거치는 동안 이 間接稅가 價格形成의 한 要素로서 累積的인 作用을 하고 있다.

(2) 歐美諸國이나 日本의 都売價格 捕捉段階는 會計節次가 잘 整備된 大規模生産業者이고 價格捕捉方法도 月間販売額에 對한 販売量의 單價를 書面에 依據 報告 받음으로서 間接稅額의 把握도 매우 容易하다. 우리나라는 價格捕捉段階가 生産業者뿐 아니라 大都売商도 包含하며 價格捕捉方法도 月中 特定日에 現金으로

~4/2~

去來되는 販売單價만을 問訊하는 方式으로 把握하므로 大部分의 商品에 對한 間接稅額把握은 困難하다

(2) 現行 指數品目中 間接稅額이 뚜렷하여 把握이 可能한 220品目を 除外하고 間接稅가 賦課되는 307品目에 對해서는 稅率을 參酌하여 稅額을 逆算 推計하고 이를 控除함에 依해서 間接稅控除의 都売物價指數를 作成해야 하는데 이 경우 價格調查段階과 間接稅賦課對象段階과 一致하고 있는 生産業者 出荷價格인 때에는 推計에 큰 難點이 없으나 中小企業製品等 正確한 價格水準의 把握이 困難하거나 虛偽提報等으로 現實反映이 어렵기 때문에 大

都売降価格を調査하고 있는 品目に 대해서
間接稅를 推計한다는 것은 充分히 恣意的인
뿐 아니라 指數水準의 歪曲에 대한 우려마저
있다.

위에서 본 바와 같이 間接稅를 控除한 都
売物價指數編制의 必然性은 우선, 間接稅가
流通過程에서 費用化하지 않고 賦課稅額이 消
費者에게 單純移轉되는 流通過程을 갖게 될
때일 것이며 지금처럼 稅賦課額이 다음 流通
過程에서 原價 費用으로 要素化되어 있을 경
우에는 間接稅額을 價格構成의 單純移轉要素로
보기는 어렵기 때문에 間接稅額控除의 指數編
制은 現實과 遊離된 경향을 보이게 될 것이다.

以上에서 指数編制을 爲한 價格資料에
대하여 몇 가지 중요한 點을 略述하였
는데 그밖에 價格調査實施의 統一性을 期하
기 위하여 採択하고 있는 原則들로서는 다음
과 같은 것이 있다

- (1) 現物 및 現金價格으로 한다
- (2) 別途로 明示하지 않는 限 普通의 包裝 또
는 用器를 包含한 價格으로 한다
- (3) 大量으로 去來되는 '商品은 大量去來에서 成
호된 價格으로 한다.
- (4) 一般的인 경우 配達費를 包含하지 않은 價
格으로 한다.

9. 品質變化의 處理

各種 物價指數가 가지고 있는 第一 重大한 缺欠中의 하나는 指數가 品質變化와 純粹한 價格變動과를 正確히 區別 表現치 못한다는 것인데 品質變化의 合理的 處理는 指數 担当者가 解決하여야 할 重要한 當面問題이다.

品質變化가 問題되는 大部分의 경우는 品質向上인데 보통 價格上昇을 同伴하기 때문에 兩者를 區別하지 못하게 되면 物價指數의 組織的인 上向偏重傾向을 招來하게 되어 眞正한 指數로서의 機能을 發揮하지 못하게 된다. 더우기 이 問題는 消費者의 嗜好에 따른 既存商品의 大幅的인 改良을 品質變化로 볼 것인지 新製品으로 볼 것인지를 選擇問題

와 結合될 때 더 複雜한 問題로 發展된다.

끊임없는 醫學知識의 發達에 따른 藥品의 改良이나 新型車 등이 品質變化 問題의 典型的인 예들이며 現在로서는 이들 問題를 解決하기 위한 實質적이고 合理的인 方法이 講究되어 있지 않으나 다음과 같은 몇 가지 策들은 비록 完全하지는 않으나 하나의 特殊한 解決方向을 提示해 주는 것이다

가. 自動車나 冷藏庫 등의 商品은 어떤 一時刻에서 各樣한 模型을 갖고 있는데 自動車의 경우 무게·馬力·燃料消費量 등의 各要素가 自動車 價格에 미치는 영향을 調查하여 이들 要素에 依하여 決定되는 自動車 價格을 算出할 수 있을 것이다. 이제 萬一 그 다음해에 馬力の 增加나 燃料消

費量の 減少와 함께 價格上昇이 있었다
면 上記의 方式에 의하여 馬力增加나 燃料
消費量에 따른 價格變動率을 計算하여 이를
品質變化에 依한 價格變動으로 보고 實際
의 價格變動으로 부터 分離시키는 方法이 그
하나의 解決策이다

아래의 方法은 아직 實貨的인 適用段階에까
지 普遍化 돼 있지 못하지만 「시카고」大學
의 Griliches 教授는 等價指數 (Hedonic
price index) 라는 題名下에 1950年
度 乘用車에 関해서 計算한 價格과 特性要素
間의 相關關係를 다음과 같이 表示하고 있다.

$$\log P = 0.365H + 0.111W + 0.192L - 0.054V - C$$

p = 定價 (List price)

H = 制動馬力 (單位: 100 馬力)

~41P~

W = 積載重量 (單位: 1000 파운드)

L = 全長 (單位: 10 인치)

V 는 擬變數 (Dummy Variable) 로서
엔진이 V 형 8氣筒일 때는 $V=1$, 6氣筒
일 때는 $V=0$ 이다

K = 常數

이러한 方式을 1950년부터 1952년까지의
美國消費者物價中의 乘用車 價格에 適用하면
18% 上昇으로 나뉘는데 適用치 않았을
때의 31%와 比較하면 相當한 差異가 發
生한다고 考하고 있다.

이러한 方式으로 品質變化와 單純한 價
格變動을 區別하는 것은 앞으로 右範疇
側面에서의 研究의 檢討를 必要로 할
것이다.

나. 製品의 技術的 特性은 品質變化를 測定하는
두번째 方法이 된다. 대체로 技術的 特性
은 多樣하기 때문에 集約하기 困難하나 이
런 경우에는 間或 唯一한 特性이 購買者에게
特別한 重要性을 가질 때가 있다.

品質測定으로서 이러한 支配的 特性을 利用한
다는 것이 完全하지는 못할지라도 品質變化
를 전혀 考慮치 않는 것보다는 適當한 例
로서 女子用「스카킹」을 한달 平均 10
회程度 使用하던 것이 7회使用하게 되었다면
이는 實質的인 品質向上으로 看做하여 그
간의 價格上昇에서 3% 만큼의 가격을 差減하
여야 할 것이며 이 反例의 경우도 同一하다.

다. 態度調査法에 依하여 相對的 品質에 關한 購
買者 評價를 蒐集 分析하고 이를 品質變化

現定資料로 利用하는 方式도 研究해 볼 必要가 있다. 以上에서 一般的인 接進方法에 對하여 概括的인 說明을 하였는데 現行 指數編制에서는 新品目的 處理問題와 함께 다음과 같은 方法을 原則的으로 採擇하고 있다.

(1) 直接代替法 (Substitution)

이 方法은 商品의 包裝方法이나 外觀상의 若干의 變化等 品目的 些少한 附隨的인 特徵의 變化는 本質的인 價格決定要素에는 거의 影響을 주지 않는다고 보는 것으로서 이런 境遇에는 特別한 修正을 加하지 않고 새로운 品目으로 代替함으로서 두 品目的 價格差 全部가 物價指數에 그대로 反映되도록 하는 것이다.

(2) 接統法 (Splicing)

實質的인 品質變化가 일어났을 때 直接代替가 困難한 경우 이 方法을 適用한다

즉, 新舊品種이 同時에 한 市場에서 充分히 競爭的일 때 쓰인다.

이 方法은 接統할 時點에 있어서 市場에서 成立된 新 品種의 價格(p_{a1})과 舊 品種의 價格(p_{b1})의 比較로 基準時價格(p_{b0})을 調整하여 假想的인 基準時價格(p_{a0})을 計算하는 것이다.

$$p_{a0} = p_{b0} \times \frac{p_{a1}}{p_{b1}}$$

實際로는 한 商品의 여러가지 品種中에서 指數의 代表系로 選定된 品種이, 점차로 市場에서 重要性을 喪失하고, 경쟁적인 他 品種에 依히 代替되는 경우가 많다.

이 방법이 흔히 이용되고 있다.

結局, 接統法은 品質變化를 測定하여 價格
變動으로부터 이를 分離區別하는 것이 다
나라이. 單純한 新舊品種의 代替로서 이를 代
身하려는 簡便法에 不遜한 것이다.

(3) 生産費接統法 (production cost approach)

接統法은 新舊品種이 同時에 充分히 竞争的
을 때 쓸 수 있는 方法이지만 代로는
두 品種이 非竞争的인 條件下에서 一齊히
新品種으로 代替될 때가 있다.

이런 경우에는 品質의 差가 生産費差에 比
例하는 것으로 看做하여 新品種의 生産費
(cal) 와 舊品種의 生産費(cbl) 의
比價 (cal/cbl) 로 舊品種의 基準時價

格 (pbo) 를 調整함으로써 解決하는
것인데 實際적인 內容은 (2)의 方法과 同
一하다.

以上の 方法 외에도 生産財의 品質變化를
處理하는 方法으로 生産能力 接近法 (pro-
duction capacity approach) 를 생
각할 수 있다.

이것은 例를 들어 機械 한 台에 처한
生産量 一單位當 運營費를 生産의 倚与能
力으로 보고 同一 運營費는 同一 品質이라고
하는 것이며 原料의 경우에는 最終 生産物
一單位當 所要되는 同一 量을 同一 品質로 看
做하는 品質變化의 判定方法으로서 品質交
化를 新 項目代替化하는 식의 세가지 方法이
비하면 훨씬 合理的이라고 생각된다.

10. 季節變動

都府物價指數는 물론 各種 物價指數 全體가 價格과 數量에서 相當한 季節的 波動을 받는 品目을 指數內에 包含하고 있다.

이中 數量보다는 價格의 季節變化가 보다 重要視된다.

經濟統計의 時系列에는 一般적으로 趨勢變動 循環變動, 季節變動 및 不規則變動이 包含되어 있는데 特別히 短期分析을 위해서는 季節變動의 要因을 除去할 必要가 있다.

季節變動은 一年을 單位로 每年 週期的으로 反復되는 變動인데 物價에 季節變動을 주는 要因은 生産과 消費面에서 오는 要因과 自然的 社會的 要因等이 있다.

生産과 消費面에서 오는 要因의 例로서는 穀

物의 收穫期나 衣類, 扇風機, 冷蔵庫等의 消費
 가 어느 한 季節에 集中됨으로서 생기는 것이
 며 自然的 社會的 要因의 例로서는 年末年
 始, 入学期, 秋夕, 「크리스마스」等を 들 수
 있다.

個別品目の 價格指數는 이러한 各種要因의 影
 향을 받아 各各 特色있는 季節變動을 보여 주지
 만 이들 品目を 綜合한 類別指數 및 總指數에
 있어서는 個別的 季節變動이 서로 相殺 또는
 加重된 結果로 나타나기 때문에 그 變動要因이
 明確하다고 말할 수 없다.

그러나 이 總指數나 類別指數의 季節變動은 物
 價의 季節變動形態를 把握하고 原系列에서 이를
 除去함으로서 季節性의 緩和를 위한 諸般 政策
 樹立에 도움을 줄 수 있다는 點에서 그 重

要性を 찾는다

季節變動形態를 表現하는 方法에는 季節典型值
季節變動數, 季節指數等 세가지가 있다

이 중에서 가장 널리 使用되는 것이 季節指數
인데 그 理由는 大部分의 季節變動이 循環變動
의 경우의 마찬가지로 趨勢變動의 높이에 依
서 變動의 幅이 變化되는 것이므로 絕對數의
形態로 表示되는 季節典型值나 季節變動數는 이
에 適合치 않다는 것이다.

한편 季節指數도 固定季節指數와 移動季節指數의
두 概念이 依り 相異하게 計算되는데 季節變動
樣相이 時間의 經過에 따라 變動한다는 것을
前提로 한 移動季節指數가 固定季節指數보다 合
理的인 것으로 생각된다.

現在 編制되고 있는 都売物價의 季節變

動指數는 固定季節指數에 依한 것으로 以上에서
말한 移動季節指數方法의 轉換이 勸奨된다.

季節調整指數의 作成問題의 結果되어 考慮할
또 다른 問題는 그 公表에 關한 것이다.

現在로서는 調整되지 않은 指數를 公表하고
있으나 調整된 指數도 定期的으로 發表하여 指
數를 利用하는 一般大衆이나 團體의 多角的 目
的에 符合되도록 하는 것이 좋을 것이다.

그러나 長期的인 現狀에서 볼 때 이 問題는
別로 큰 問題가 되지 못하는데 이는 指數가
月間보다는 年間의 加重值를 사용하여 作成되기
때문에 季節적으로 調整된 月間加重值를 使用하여
計算된 指數가 보통指數의 대체로 一致할 다는데
基因한다.

以上の 季節指數와는 다른 側面에서 提起되

는 또 하나의 問題는 右列의 月間指數에 季節商品의 價格指數를 如何히 處理해야 하는 가 이다.

一年中에 어느 달에는 팔리지 않거나 사실상 去來가 成호한다고 하여도 價格을 蒐集할 수 없는 一時的 退去商品의 時勢는 盛滯期가 지난 동안에는 最終的으로 調査된 時勢로 一定하다고 保存化하던가 이와 類似한 他商品의 指數變動率에 準하여 最終 時勢로부터 外挿하는가 한다. 이 方法에 依하는 그 商品이 市場에 再出現하게 되면 實際價格이 蒐集되고 價格指數는 이에 따라 自然히 急激한 起伏을 나타내게 된다. 물론 前者의 경우가 더 善하다.

따라서 季節性이 極甚한 商品은 처음부터 指

數品目에서 除外되지만 包含된 主要季節商品의 問題는 季節調整을 한다고 해서 解決되는 것이 아니다.

그러나 現行指數가 採択하고 있는 保合化方法보다는 外挿方法이 훨씬 合理的인 時系列로서의 物價指數에 副應하는 것이 될 것이다.

한편 數量의 季節性問題를 取扱하는데에는 現在로서는 아무런 理想的 方法이 없으나 各季節(或은 各月)마다 同一한 數量이 去來된다고 假定하는 現行指數의 方法이 最善의 것은 아니다.

이에 代한 한 方便으로 季節加重值를 適用시켜 指數를 算出하는 方法이 있으나 이를 現行指數에 導入한다는 것은 過度한 複雜性을 隨伴한다는 短處가 있다.

11. 結 言

以上에서 都府物價指數編制에 따른 諸般 問題點에 關하여 檢討하였다.

그러나 實際의 指數作成者로서 當面하는 問題點은 해아할 수 없이 많으며 이러한 細密한 部分까지 論하지 못하는 것을 遺憾으로 생각한다. 사실 基準時價格을 어느 時點에서 調整해야 하며 調査對象의 答辨을 어느 程度의 信憑性을 갖고 認定해야 할 것이냐 등은 오랜 經驗과 實務者相互間의 意見交換 그리고 相互協助로 해결해야 하는 代表的인 例들이다. 또한 지금까지는 우리가 Laspeyres算式을 採択하고 있으며 이것이 가장 合理的이라는 前提下에서 여러가지 問題點을 檢討하였으므로 指數算出方式에 對한 理論的 檢討은 다음

기회를 利用코자 한다.

결론으로 全般의 指数改竄에서는 以上の 問題點을 現實的으로 解決可能한 範圍内에서 考慮해야 할 것이며 現實的으로 不可能하더라도 앞으로의 統計改善에 도움을 줄 수 있는 方向에서 研究檢討 해야 할 것으로 믿는다.