

## 한국에서의 유통학문 연구 방법론에 대한 소고

### A Study on the Methodology of Distribution Study in Korea -basis on empirical analysis-

윤 명 길(Youn, Myoung-kil)\* · 김 유 오(Kim, Yoo-oh)\*\*

—〈차 례〉—

- I. 서론
- II. 연구방법의 개요
- III. 연구방법론 비교 분석
- IV. 결론

### 【국문 초록】

본 연구는 유통학문분야의 연구방법론에 대한 단초를 제공하기 위하여 본 연구가 시작된 것이다. 더 나아가서 유통학문의 정립을 확고히 할 수 있는 촉진제가 되고자 한다. 이를 통하여 국내 유통산업의 발전과 더불어 유통학문의 발전을 기대한다. 더욱이 본 연구가 일부 유통 연구자들이 연구방법론의 문제점을 지적하고 활발한 논의와 접근을 시도하고 있는 점을 감안하여 고무적이라고 판단하고 있다. 따라서 본 연구 이후에 지속적으로 폭과 깊이를 더하여 연구가 확산되어지기를 여망해 본다.

주제어 : 유통연구, 방법론, 규범적 연구, 실증적 연구, 경험적 분석기법, 통계적 분석 기법

\* 을지대학교 유통경영과 교수

\*\* 시장경영지원센터 상권연구실 선임연구원

## I. 서론

유통학문에 대한 연구방법론은 여러 가지가 있다. 일반적이고 중요한 몇 가지 사항에 대하여 논의하여 본다. 여기에는 연구방법론에 관한 여러 견해 중에 아직까지도 어느 것이 옳다고 단정 지어서 말하기 어렵다. 하지만, 경제학과 경영학의 연구방법론이 다르듯이 이러한 학문에서 발전한 유통학문도 여러 가지 방법론이 존재한다. 학문적으로 어느 것이 유효한 것인가라는 논의도 지속되는 이유도 여기에 있다. 따라서 과학철학의 신규 견해의 분수령에 서있다 할 수 있는 Karl R. Popper의 견해<sup>1)</sup>를 접목하여 유통학문에 알맞게 재정리하여 논의하고자 한다.

유통학문은 상기에서도 논의한 바와 같이 관점에 따라 다소 차이가 있을 뿐만 아니라 마케팅과는 엄연한 차이가 있다. 특히, 유통학문은 경제학뿐만 아니라, 경영학이 복합된 복합 학문적 성격을 띠고 있다. 여기에 더불어 사회학, 식품학, 소비자학, 가정학, 법학, 의상학, 부동산학, 건축학, 지리학, 도시공학 등 무수히 많은 학문과 학제간의 연구가 이루어져야 보다 더 완성도를 높일 수 있는 학문이 유통학문이다. 따라서 본고에서는 현재 유통학문이 직면한 문제점을 도출하고, 학문적 측면에서 전개방향을 모색해야 한다고 본다.

상기에서도 밝혔듯이 아직 국내에 유통학문이 명확하게 정립되어 있지 아니하였다. 또한, 이에 대한 연구가 윤명길·김유오·남궁석(2004), 윤명길·김유오(2005) 연구 이외에는 제대로 된 유통학문에 대한 정의조차

도 없는 실정이다. 그래서 결국 본고에서는 이러한 분야의 보다 깊이 있는 연구가 될 수 있도록 윤명길 외(2005) 연구에서 제기한 문제점 해결과 연구의 진전을 위하여 유통이론의 학문적 체계를 세워 보고자 하였다.

## II. 연구방법론에 대한 개요

우리나라 사회과학계에서도 방법론의 제문제와 보편성-특수성의 쟁점을 다루기 시작한지가 10여 년은 충분히 경과한 셈이다. 그것은 바로 우리나라 사회과학의 역사적 전개 의 한 경험으로 이루어지고 있는 것이다.

우선 “사회과학”이라는 용어와 그것이 표상하는 학문이 원래 우리의 문화적 전통으로서 오늘 우리에게 주어진 것이 아니라는 사실을 주목할 필요가 있다. 따라서 우리는 처음부터 일단 외래 요소의 수용이라는 기울어진 문화접변의 경험에 역사적으로 밀려든 것이다. 그것이 식민지 아래에서였건, 일방적 미국문화 유입의 과정에서였건 간에, 우리에게 일차적으로 많은 쟁점의 소지를 갖게 하였던 것은 우리의 전통적 요소로서의 “사회과학”을 지니지 않았다는 점이다. 거기에는 변증법적 긴장을 기대하기 어려운 것이다.

“방법론”이란 뜻이 애매한 용어이다. 즉, 방법론이란 용어는 어떤 분야의 기술적 절차를 의미하며, 방법이란 말과 동의어로 그러나 단지 좀 더 근사하게 들리도록 쓰는 말이기도 하다. 그러나 보다 흔히 쓰이기는 어떤 분야의 개념, 이론 및 기본 사고 원리를 연구하는 것을 말한다. Nagel(1961)는 “과학은 체계적이고 사실적 증거로 제약되는 설명을 하고자 하는 욕구에서 출발 한다”라

1) Karl R Popper(1961), The Logic of Scientific. New York: Science Editions, inc.

고 했다.

과학철학은 예상과는 달리 과학적 가설의 발견을 복돋우고 돕는 심리학적·사회학적 요인의 연구도 아니고 과학이론을 도출하는데 관련된 철학적 세계관을 검토하는 것도 아니다. 그렇다고, 과학철학은 가장 일반적인 수준에서 첨단과학 업적을 설명해 줌으로서 자연과학이나 사회과학의 원리, 방법, 결과를 보여 주는 것도 아니다. 오히려 과학철학은 과학적 이론의 형식적 구조를 순수이론으로 분석하는 것처럼 보이며, 실제로 과학이 될 수 있는 자격이 무엇인지를 설명해 주기보다는 적절한 실천 방법을 처방하는 것에 더 큰 관심을 가지고 있는 듯하다.

과학철학은 세계대전 전후 논리적 실증주의의 영향을 받아 1세대와 Popper, Polanyi, Hanson, Toulmin, Kuhn, Lakatos, Feyerabend 등 몇몇 선도적 학자들의 업적으로 1세대의 영향을 벗어난 듯싶지만, 이들 또한 일반적인 개념을 정립하지는 못하였다. 따라서 과학적 연구방법론을 간단히 설명하기가 어렵고 Popper, Kuhn 등 선도적 학자들의 업적을 과학철학의 신규 견해를 가름하는 분수령으로 삼아 진행하고자 한다.

## 1. 연구 범위 정리

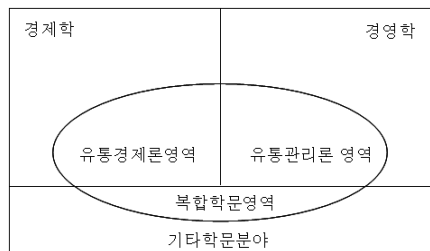
윤명길 외(2004)는 유통이란, 개념적인 측면에서 볼 때, “재화와 서비스를 생산자로부터 소비자까지 이전하는 경제적 활동으로, 국민 경제적 그리고, 개별 경제적 process로서 경제적 가치의 이동현상이다”라고 정리하였다. 관점차이에서 본다면, 국민경제적인 관점이나 아니면, 개별경제적인 관점이나의 차이를 의미한다.

따라서 먼저, 국민경제적인 관점에서 볼

때, 유통은 각 단계별 유통활동을 통합 서비스 산업으로 이론적 규명하는 유통경제이론이다. 반면에, 개별경제적인 관점에서 본다면, 유통은 메이커와 도·소매업체의 유통활동을 경영학적으로 규명하는 유통관리이론이다. 한편, 유통학문은 상기에서도 논의한 바와 같이 관점에 따라 다소 차이가 있을 뿐만 아니라 마케팅과도 엄연한 차이가 있다. 특히, 유통이론은 경제학뿐만 아니라, 경영학이 복합한 실사구시(實事求是)의 실용학문이다.

여기에 더불어 사회학, 식품학, 소비자학, 가정학, 법학, 의상학, 부동산학, 건축학, 지리학, 도시공학 등 무수히 많은 학문과 학제간의 연구가 이루어져야 보다 더 완성도를 높일 수 있는 학문인 것이다. 한편, 유통의 개념이 최근에는 가상공간(cyber space)으로 확대 되고 있으며, 가상공간에서의 유통이 유통전반에서 매우 중요한 역할을 수행할 수 있다는 점에서 이를 어떻게 학문적으로 포함할 것인지 여부가 중요시 되고 있다. 더 나아가서 경제학의 이론이 기술경제와 정보경제로 파생되고 있고, 경영학 이론 분야에서도 기술경영과 경영정보 영역으로서 국민경제 입장과 개별경제 입장 도입되고 있는 등 연구의 범위를 설정하는 데 어려운 분야가 많아지고 있다. 유통경제나 유통관리 또한 마찬가지이다.

〈그림 1〉 유통학문의 연구범위



## 2. 유통학문의 연구 대상

### 1) 유통학문의 대상

유통학문의 연구 대상(subject matter)에 대한 범위(Scope of Study)는 상기에서 설명한 바와 같이 다음과 같이 설명할 수 있다. 즉, 유통학문을 학문적으로 체계화한다면, 국민경제적인 측면과 개별경제적인 측면으로 대별 할 수 있다. 먼저, 하위개념으로 국민 경제적 측면의 유통경제의 연구 분야를 정리한다면, 유통경제론을 비롯하여 유통정책론, 유통산업 및 업체발전론, 유통기구론, 유통정보론, 유통사 등이 포함되어야 할 것이다. 특히, 유통정보론은 지식정보사회에서 상품에 대한 정보를 포함한 다양한 시장 정보가 거시적인 차원에서 유통산업 발전에 필수적인 요소가 되었기 때문에, 유통정보의 경우 이에 포함된다.

또한, 개별 경제적 측면의 유통관리 연구 분야를 정리한다면, 유통관리론을 비롯하여 하위개념으로 입지 및 상권분석론, 점포개발론, 소매마케팅, 머천다이징(MD), 소매계수 관리 등을 들 수 있다. 여기에 더 나아가서 복합 학문적인 측면인 점을 고려하여야 한다. 즉, 연구의 대상 범위를 유통경제론과 유통관리론에 국한해서는 유통학문을 논의한다는 것은 거의 불가능하다고 볼 수 있다. 따라서 상기 한바와 같이 사회학, 식품학, 소비자학, 가정학, 법학, 의상학, 부동산학, 건축학, 지리학, 도시공학 등이 포함되어야 한다. 즉, 무수히 많은 학문과 학제간의 연구가 이루어져야 할 것이다. 그리고 이를 통하여 보다 더 완성도를 높일 수 있는 학문이 될 것이다.

한편, 사회과학분야의 연구방법론에 대한 논의는 현대에 와서도 꾸준히 논쟁이 진행

되고 있다. 어느 것이 옳다는 문제는 학문적인 관점에 따라서 차이가 있다. 과학적 연구 방법론에 대한 견해도 너무나 많다. 더 나아가서 유통학문은 어느 연구방법론을 채택하느냐가 중요한 것이 아니라 어떻게 객관성을 부여하고, 현상을 이해하는 과학적인 연구를 진행했느냐가 중요하다. 특히, 연구 분야가 광범위하므로 연구방법론도 여러 가지 특성에 따른 연구방법론이 적용되어야 할 것이다.

### 2) 연구 방법론의 종류

유통경제 현상을 올바르게 인식하는데 사용될 수 있는 여러 가지 방법론을 살펴보고, 각각의 방법론이 지닌 한계를 지적함으로써 한국에서의 유통학 연구가 지향해야 할 방향을 모색할 필요가 있다.

비록 피상적일지는 모르나 필자의 관찰로는 오늘날 경제·경영학 연구는 미국에서 행해지고 있는 경제·경영학이 주류를 형성하고 있으며, 한국에서의 경제·경영학 연구는 미국 경제·경영학의 아류라는 성격을 띠고 있다. 지난 10여 년간 미국에서 교육받은 경제·경영학자들이 대학, 연구소 및 정부에 대거 진출하면서 매우 정치한 수리적 기법과 가설 검정의 통계적 기법에 크게 의존하여 현상을 분석한다. 특히, 정운찬(2002)은 경제현상을 분석하는데 있어 경제외적 여건으로서의 제도, 문화, 역사적 배경 등에 대한 고려를 등한시할 뿐만 아니라, 국민경제의 평가 기준으로서 지나칠 만큼 좁은 의미의 효율성에만 의존함으로써 형평성 및 자주성에 대한 배려를 결여하고 있다는 비판을 받고 있다<sup>2)</sup>고 주장한다.

2) 정운찬(2002) "한국 사회과학 방법론의 탐색 : 한국에서의 경제학 연구에 관하여", 한국

유통학문의 연구방법론을 보면 크게 두 가지로 설명 할 수 있다. 즉, 규범적 연구(normative study)방법론과 실증적 연구(positive study)방법론이다. 이를 설명하면 다음과 같다. 먼저, 규범적 연구(normative study) 방법론은 문헌연구(literature study) 등을 포함한 유통이론의 가치판단과 효용평가를 중시하는 연구이다. 특히, 연역적 연구 방법으로 3단 논법에 의존하는 경우가 많다.

두 번째로, 실증적 연구(positive study) 방법론은 두 가지로 나뉘어서 설명할 수 있다. 즉, 통계적 분석 기법(statistic study)과 경험적 분석기법(empirical study)이다.

먼저, 통계적 분석 기법<sup>3)</sup>은 통계적인 도구를 활용한 가설검증을 중시하는 방법이 있다. 이러한 방법론은 다양한 연구에 접목시키는데 취약성이 있다.

둘째, 경험적 분석 기법이다. 즉, 유통현장의 사례를 중심으로 연구하는 방식으로, 규범적 연구를 한 차원 끌어 올려 객관적으로 유통의 현상을 객관적으로 검증하여 분석하는 기법의 연구이다. 여기에는 실제적인 현상을 검증할 수 있는 사례연구(case study), 현장연구(field study) 등을 포함한다. 이와 같은 실증적 연구 방법론을 별칭으로 과학적인 연구방법론이라고도 한다.

### 3) 연구방법론의 기능적 측면에 의한 구분

연구 방법론적인 관점에서 유통학문의 분야를 살펴보면 다음과 같다.<sup>4)</sup> 먼저 기능적

인 측면에 따라 교환기능(구매, 판매), 물류기능(수송, 보관, 유통가공), 보조기능(금융, 리스크, 시장정보, 표준화 등)의 관점에서 볼 수 있다.

둘째, 유통기관별로 구분할 수 있다. 즉, 소매업자, 도매업자, 대리상 및 중개상과 보조적 기관으로 수송, 금융, 시장조사, 정보처리 등으로 나눌 수 있다.

셋째, 상품별 구분 방법도 있다. 즉, 농산물, 공산물, 축산물, 광산물 등으로 나누고, 이를 세분하여 그 세부적인 상품으로도 나눌 수 있다.

마지막으로 시스템적인 관점에서 볼 수 있다. 즉, 투입 산출시스템, 유통정보시스템, 유통경로시스템, 환경경응시스템 등이다. 이외에 시장성과 평가 외에 여러 분야로 나눌 수도 있을 것이다.

### 4) 통계적 분석기법의 한계

현재 유통학문에 있어서 통계적 분석 기법의 문제점을 들자면, 유통현상이 복잡하고 미묘하다는 점에서 출발한다. 유통학문은 실용학문으로서 특징을 갖고 있다. 그러나 통계적 분석 기법의 한계는 표본의 선정, 외적 변수 통제, 변수의 대표성 문제 등 여러 가지 문제점을 간과하고, 일정한 틀을 만들어서 규정화된 그 틀 안에 넣어서 계량화를 시도하고자 함에서 찾을 수 있다.

이들은 분석대상의 범위를 합리적 경제주체의 경제행위에 한정짓고, 시장에서 발생하는 유통경제현상을 설명하는데 주력했다. 이들은 유통경제 외적인 요인을 이른바 센터리스 패러부스(centeris paribus) 조항에 포함된 주어진 제약조건으로서만 파악하였다.

학술정보, pp.90~91.

3) 학자들간에는 통계적 분석 기법과 계량적 분석 기법이라는 용어로 혼용하는데, 본 연구에서는 경험적 분석 기법과 대별하는 차원에서 동일하여 통계적 분석 기법으로 사용한다.

4) 윤명길·김유오(2005) "유통연구에 대한 학문적 연구(II)", 한국유통과학회, 유통과학

즉 여건의 변화는 비교정학적(比較靜學) 분석의 틀 안에서 인식될 뿐이며, 경제외적 여건의 변화가 경제현상의 변화에 미치는 영향에 분석은 매우 한정적이었다. 또한 이들의 가치 기준을 효율성에 둬으로써 형평성, 자주성은 고려하지 않게 되었으며, 그 후로 현재에 이르기까지 가치중립적인 방법론이 기본축척이 되었다. 이들의 논리구조는 가설의 형태로 정립되어 조건부분과 결론부분으로 나누어지며, 이러한 가설은 “일정한 조건”하에서 논리적 일관성을 유지하면서 결론으로 이끌어지게 된다. 다만 현실적 유의성(有意性)은 유통경제현상 중에서 수집 가능한 자료에 의하여 통계학적 방법에 입각한 검증의 방법으로 평가되어질 뿐이다. 이들 사회과학 방법론의 특징은 이론의 전개 및 구성에 있어서 형식논리학에 입각하여 내적 정합성을 요구하며, 가설의 실증에 있어서는 통계학적 적합성을 요구한다.

따라서 이로 인하여 유통학문의 특성을 간과한 결과 시간, 비용, 노력의 낭비, 척도의 신뢰성, 타당성확보, 질적 변수의 문제 등 여러 가지 오류의 문제가 발생한다. 특히, 모든 유통현상을 하나의 표준화된 도구를 사용하여 그 틀 안에 맞춰 넣음으로서 유통현상의 다양함을 축소시킬 우려가 있다. 따라서 많은 통계적 분석 기법을 채택한 학자들이 많은 오류와 비현실적인 연구의 미궁에서 허덕이는 경우가 많다.

즉, 유통현상을 제대로 보지 못하는 경우가 많이 있다. 이것은 다양한 학문의 발전을 저해 할 수도 있다. 일례로 현재 국내의 유통학문분야에 있어서 유학이론의 정립이나, 법, 제도 등을 통계적 분석 기법으로 연구할 수 없다는 점에서 찾을 수 있다.

## 5) 연구방법론의 개선점

결국 유통학문에 대한 연구방법론의 개선점을 찾는다면 다음과 같은 점을 보완할 필요가 있다. 먼저, 연구자가 현장을 이해하기 위해서 연구대상자들의 현장을 직접 체험하면서 구조화되지 않은 비조직적 관찰에 의한 참여관찰 방법론이 필요하다. 현장을 이해하지 않고 연구하는 논문은 살아있는 논문이 될 수 없다는 점이다.

둘째, 구조화된 조사표에 의한 오류의 문제점을 줄이기 위해서 비 표준화되고, 비조직적인 면접에 의한 대화를 통하여 심층면접 방법론을 행한다. 계량화를 통한 연구 방법을 보완하거나 규범적 연구방법을 보완하기 위한 방법으로 매우 유효하다.

셋째, 현장의 경험과 그러한 경험을 스스로 해석하는 상황구정을 그들의 입장에서 연구하는 생활상 연구방법론이 필요하다. 유통현장에서 직접 경험을 통한 유통현상을 이해하는 폭이 커질 수 있다. 유통학문은 다양한 변수와 복잡한 체계를 갖고 있다. 이를 알기 위해서는 현장을 이해하는 것이 가장 중요하다. 유통현장을 모르고 유통을 연구한다면 죽은 연구나 다름이 없다.

넷째, 연구대상자들의 일상적인 삶의 세계를 직·간접적으로 관찰하여 그 속에 살아가는 사람들이 스스로 사회라는 것을 꾸며가는 방법들을 찾아내어 이를 체계화하는 방법으로 민속방법론(ethnomethodology)이라는 방법이 있다. 객관적인 입장에서 바라볼 수 있기 때문에 이러한 방법이 필요하다.

다섯째, 연구대상자 자신이 연구대상자임을 알지 못하게 하여 불필요한 반작용을 일으키지 않게 하는 방법으로 물리적 자취나 기록보존자료 분석이나 단순관찰법 등으로 불개입 무반응법(unobtrusive, non-reactive

method)을 사용할 수 있다. 중요한 기법 중에 하나로 이를 통하여 보다 깊이 있는 연구가 가능하다. 더욱이, 연구대상이 알아차리지 않은 상태에서 보다 정확한 연구가 가능하다. 유통업체 등에서 상품 구매고객의 행태를 분석하는데 매우 유용하다.

여섯째, 한 가지 주제를 다루는 대상에 접근하고자 할 때, 한 가지 이상의 방법을 이용하는 것으로 주제의 다양성을 확보해서 오류를 줄이기 위한 노력을 극대화하는 다원적방법론이 있다. 특히, 통계적인 방법에 집착하다 보면 규정된 틀 안에서 빠져나올 수 없는 탁상공론의 함정에 빠질 가능성이 내포되어 있다.

이상과 같이, 다양한 연구방법론을 보완하여 사용함으로써 논문을 위한 논문이 될 가능성을 어느 정도 배제할 수 있을 것이다. 따라서 이상과 같이 다양한 연구방법론을 수용함으로써 유통학문의 다양한 연구방법론을 통하여 학문의 폭을 넓힐 수 있는 것이다.

### 3. 유통학문에 대한 접근방법

이제는 유통학문에 대한 접근방법에 대하여 논의하여 보자. 즉, 유통학문에 대한 접근방법은 네 가지 방법으로 나누어 설명할 수 있다. 이를 자세히 살펴보면 아집(tenacity)적 방법, 권위(authority)적인 접근에 의한 방법, 직관(intuition)에 의한 방법, 과학적(scientific) 접근방법이 있다 이를 자세하게 설명하면 다음과 같다.

먼저, 아집(tenacity)적 방법이 있다. 이것은 관습적(tradition) 접근에 의한 해결과 전통적 신념, 믿음에 의한 해결방법이 있다.

둘째, 권위(authority)적인 접근에 의한 방법이 있다. 이것은 권위자의 의견에 근거

하거나, 기존 기득권자의 이익을 대변하는 태도 등이 있다.

셋째, 직관(intuition)에 의한 방법이 있다. 즉, 선천적 직관, 후천적 학습 등이 여기에 해당된다.

마지막으로, 과학적(scientific) 접근방법이 있다. 즉, 연구의 대상이 되는 현상을 체계적이고 정확하게 관찰하는 방법을 사용한다. 주로 측정을 통한 방법이 많이 이용된다. 유통현상을 파악할 때 가장 좋은 방법이다.

여기에서, 과학적 연구 방법이란 실증적 연구방법론을 의미한다. 실증적 연구방법론은 상기한 바대로 두 가지가 있다. 이러한 연구방법론은 자연과학이나 사회과학이 모두 동일한 방법론이다. 한편, 정치 문화 경제 유통 등의 학문 분야는 사회적 현상을 수량화하여 분석하는 것은 분석결과가 왜곡될 수도 있다는 입장이다.

즉, 실증적 연구 방법론중의 통계적 분석 기법이 연구방법론에서 중요도가 저하되는 경향이 있다. 21세기 들어서서 유통학문에서 특히 그러한 문제가 제기되고 있고, 과학적 방법인 실증적 연구방법론 중 통계적 분석 기법에 대한 한계를 인정하는 분위기로 전환되고 있다. 따라서 통계적 접근 방식은 일부 마케팅 내지는 소비자 관련 학문분야에 국한 될 수밖에 없는 것이다. 특히, 유통학문에 있어서는 논문을 위한 논문, 이론을 위한 이론이 양산될 우려를 불식시키기 위해서 중요하다.

그러나 실증적 연구 방법에 대한 오해도 있다. 즉, 규범적 연구방법론의 반대 개념으로 실증적 연구방법론을 착각해서 본질을 오해하게 할 수도 있다. 그래서 통계적 분석 방법인 통계 등을 이용한 연구로만 국한시키는 오류를 범하기도 한다. 그리고 계량화

된 연구만을 실증적이고, 과학적 연구로 오해하기도 한다.

참고로, 유통학문의 대상은 유통현상의 자체에서 찾아야 한다. 따라서 유통현장을 인식하고 이를 이론화해야 한다는 점이 중요하다. 결국, 유통학문의 목표는 유통현상에 대한 기술이 되어야 한다는 점이다. 둘째, 유통현상에 대한 설명이 가능해야 한다. 셋째, 유통현상에 대한 예측이 가능해야 한다. 마지막으로, 유통현상에 대한 통제가 가능해야 한다. 보다 과학적인 연구방법으로 재생가능하고 경험적이고, 객관성이 있어야 한다.

결국, 이러한 결과에 대한 산출물 즉, 유통학문의 산물이 발생한다. 이러한 유통학문의 산물은 두 가지로 나뉘어 생각할 수 있다. 즉, 유통현상에 대한 지식체계(body of knowledge)와 유통 이론(theory of distribution)이다.

#### 4. 연구방법론의 발전 추세

##### 1) 규범적 연구 방법론

연역적 방법은 어떤 현상이 확립된 일반법칙으로부터 도출될 수 있다는 것을 보여줌으로써 유통현상을 설명하는 것이다. 연역적 방법의 형식적 구조는 설명하고자 하는 특정 유통현상을 묘사하는 진술과 그러한 사전에 선행하는 조건의 진술, 그리고 선행조건이 발생할 때마다 그러한 사건이 발생한다는 내용의 일반 법칙적인 진술 등이다. 다시 말해, 3단 논법식 추론인데, 가설적 3단 논법이라고 할 수 있다.

외국의 경우 연역적 방법론을 주장한 대표적인 학자는 험펠과 오펜하임이 있다. 즉, 설명이라는 조작은 예측이라는 조작과 똑같은 논리적 추론방법에 따르며, 간단히 말해

서 설명이란 과거에 대한 예측일 뿐이다. 이처럼 설명과 예측은 본질적으로 대칭성을 갖는다하여 대칭성의 명제라고 부른다. 이 명제는 과학적 설명의 가설 혹은 포괄법칙 모형의 중심개념이다. 이 모형은 연역법칙 이외의 어떤 다른 논리적 추론을 사용하지 않는다는 점이 특징이다.

##### 2) 실증적 연구 방법론

실증적 연구방법론은 통계적 분석기법에서 출발한다. 그러나 1990년대 말부터 국내 유통학계에는 통계적 분석 기법에 의하여 진행되면서 유통이론, 유통산업, 유통정책 및 제도 등을 소홀히 다루어진다는 문제가 제기되기 시작하였다. 유통학문의 다양한 현상을 제대로 이해하지 못하고, 연구가 진행되어서 학문과 유통현상의 괴리감이 커졌다. 따라서 이를 극복하고자 학계에서 문제를 제기하고 새로운 연구 방법론에 의한 연구가 진행되기 시작했다.

즉, 새로운 연구 방법론이란, 경험적 분석기법을 말한다. 이러한 연구방법론은 정치문화 및 경제학 등에서 중심으로 규범적 연구방법론의 한계를 극복하고자 주류의 연구방법론으로 정착해 가고 있다. 특히, 이들 학문분야는 통계적 분석방법의 한계로 연구를 수행할 수 없기 때문이기도 하다. 유통학문분야의 실증적 연구 방법론 중 새로운 연구방법론으로 정착된 경험적 분석기법이 등장하였다. 이러한 다양한 연구 방법에 대한 설명은 다음 장에서 자세히 설명한다.



### Ⅲ. 연구방법에 대한 비교 분석

전 장의 논의와 같이, 유통 분야의 연구에 대한 설명에 관련한 보편적인 법칙은 개개의 사건을 귀납적 일반화에 의해서 도출되는 것이 아니다. 왜냐하면, 학문이란 포괄적으로 수용할 수 있으면서, 유통현장의 현상을 이론화 할 수 있는 연구방법론이 개발되어야 하기 때문이다. 그것이 결국 규범적 연구방법론이든지 실증적 연구 방법론이든지 유통학문이 발전할 수 있는 연구방법론이라면 모두 수용되어야 한다는 점이다. 이를 통하여 진정한 유통학문이 성립될 것이다.

다시 말해, 다양한 연구 방법에 의한, 보다 더 진전된 유통 현상을 여러 차례 반복에 의한 현장 내지는 실제적인 검증이 이루어

질 수 있는 연구 체계를 갖춘다면, 오히려 통계적 분석 기법의 한계를 극복할 수 있는 대안이 될 것이다. 그것이 경험적 분석 기법이다. 이를 통하여 유통 학문의 진전이 이루어지게 될 것으로 여겨진다. 따라서 본 장에서는 연구방법론에 대한 심도 있는 논의 및 비교 분석을 통한 국내 유통학문의 정립에 이바지 하고자 한다.

#### 1. 연구방법론의 비교

1980년대 이전에는 국내 유통이론이 학문적으로 독립되어 있지 않고 경영학이나 경제학의 일부분으로 간주되었다. 이 당시에는 규범적 연구 방법론이 주류를 이루었다. 규범적 연구 방법론은 일반적으로 연역적 방법을 사용한다. 대표적인 학자로는 옥선종 교수와 상무달 교수이다. 이를 자세히 살펴보면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구방법론의 비교

구분	규범적 연구 방법론	실증적 연구 방법론	
		통계적 분석 기법	경험적 분석 기법
국내 도입시기	- 1980년대 이전 유행	- 1980년-1990년대말 유행	- 1990년대말부터 현재
대표적인 학자	- 옥선종, 상무달	- 오세조, 임영균, 임채운	- 윤명길, 김유오
개 요	- 연역적 연구 방법론으로 역사적, 제도적, 법적측면의 연구에 중점	- 통계적인 분석 기법에 의한 방법으로 인간의 소비 행태적 측면에 중점	- 연역적 연구방법론을 경험적 분석기법으로 실증하는 분석기법에 중점

실증적 연구방법론은 통계적 분석기법에서 출발한다. 1980년대 들어서면서 근대화된 유통산업이 발전하면서 유통학문도 서서히 발전해 나갔다. 그 중에 두드러진 발전은 통계적인 방법에 의존하는 마케팅 분야 학자들을 중심으로 하는 연구가 대표적이다. 대

표적인 학자는 오세조교수, 임영균 교수, 임채운 교수 등을 들 수 있다. 한편, 국내 유통 분야는 많이 뒤쳐진 상태이지만, 특히, 통계적 분석 방법은 국내외의 사회과학분야 중에서 마케팅 및 소비자학 분야에서의 연구 방법론으로 크게 성장했다.

한편, 1990년대 말부터 국내 유통학계에는 통계적 분석 기법에 의하여 진행되면서 유통이론, 유통산업, 유통정책 및 제도 등을 소홀히 다루어진다는 문제가 제기되기 시작하였다. 유통학문의 다양한 현상을 제대로 이해하지 못하고, 연구가 진행되어서 학문과 유통현상의 괴리감이 커졌다. 따라서 이를 극복하고자 학계에서 문제를 제기하고 새로운 연구 방법론에 의한 연구가 진행되기 시작했다.

즉, 새로운 연구 방법론이란, 경험적 분석 기법을 말한다. 이러한 연구방법론은 정치문화 및 경제학 등에서 중심으로 규범적 연구방법론의 한계를 극복하고자 주류의 연구 방법론으로 정착해 가고 있다. 특히, 이들 학문분야는 통계적 분석방법의 한계로 연구를 수행할 수 없기 때문이기도 하다.

유통학문분야의 실증적 연구 방법론 중 새로운 연구방법론으로 정착된 경험적 분석 기법은 윤명길 교수와 김유오 박사가 대표적인 학자이다. 이들은 유통학문의 정립을 위하여 새로운 연구방법론의 체계를 수립하고자 노력하였다. 즉, 이들의 연구방법론은 몰가치적이고 편견 없는 사실의 관찰로부터 귀납적 추론으로 이들 사실에 대한 일반적 법칙을 도출하는 것이다. 더 나아가서 다양한 기법을 도입하여 유통현상을 파악하여 분석한다는 점이 중요하다. 종전의 계량 분석 기법에만 의존하는 방식보다 한 차원 학문적 가치를 높이는 계기가 되었다.

예를 들어서 유통 분야의 학문은 통계적인 연구방법으로 해결할 수 없었던 연구 즉, 유통이론, 유통산업, 유통정책 등 다양한 분야의 학문을 연구할 수 있게 되었다. 이로 인하여 국내 유통학문이 새롭게 발전할 수 있을 것으로 보인다.

## 2. 연구방법론의 적용 가능성 비교

유통 연구 분야를 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 규범적 연구 방법론은 연역적인 경험에 의존하는 유통법, 제도, 유통사 등의 분야이다. 실증적 연구 방법론으로 통계적 분석 기법은 유통분야 중 소비자 및 유통 마케팅 학문분야, 실증적 연구 방법론으로 경험적 분석 기법은 전반 유통 분야의 통계적 연구가 불가능하거나 오류 발생 가능성 내재 분야 등이다.

이론적 방법을 살펴보면 다음과 같다. 규범적 연구 방법론은 연역법을 사용하고 자료 내용을 수량적인 것을 중시한다. 실증적 연구 방법론으로 통계적 분석기법은 통계적인 귀납법을 사용하고, 어떤 사실에 대한 수집·분석하여 계량분석에 의존한다. 더 나아가서 모형정립 가능한지를 중시한다. 실증적 연구 방법론으로 경험적 분석 기법은 경험적 귀납법과 연역법을 사용한다. 현상에 대한 내용과 자료와 수집분석을 통한 실증분석을 중시한다.

기술적 방법을 살펴보면 다음과 같다. 규범적 연구 방법론은 유통 사례조사에 의한 분석으로 제도적 기능 분석, 법적 연구 비교한다. 실증적 연구 방법론으로 통계적 분석 기법은 면접 설문 및 이론정립여부 검토 및 컴퓨터, 가상 시뮬레이션 활용, 통계학을 통한 계량화를 추구한다. 실증적 연구 방법론으로 경험적 분석 기법은 유통사례조사 분석 중시하고, 현장이해를 통한 심층면접 및 참여관찰법 등 경험적 방법을 통한 현실적 시뮬레이션 도출을 추구한다.

〈표 2〉 연구방법론의 적용 가능성 비교

구분	규범적 연구 방법론	실증적 연구 방법론	
		통계적 분석 기법	경험적 분석 기법
연구 분야	- 연역적인 경험에 의존하는 유통법, 제도, 유통사 등의 분야	- 유통분야 중 소비자 및 유통 마케팅 학문분야	- 전반 유통 분야의 통계적 연구가 불가능하거나 오류 발생 가능성 내재 분야
이론적 방법	- 연역법사용 - 자료 내용을 수량적인 것 중시	- 통계적인 귀납법사용 - 어떤 사실에 대한 수집·분석하여 계량분석에 의존 모형정립 가능한지를 중시	- 경험적 귀납법과 연역법사용 - 현상에 대한 내용과 자료 수집 분석을 통한 실증분석을 중시
기술적 방법	- 유통 사례조사에 의한 분석 - 제도적 기능 분석 - 법적 연구 비교	- 면접 설문 및 이론정립여부 검토 및 컴퓨터, 가상 시뮬레이션 활용 - 통계학을 통한 계량화함	- 유통사례조사 분석 중시 - 현상이해를 통한 심층면접 및 참여관찰법 등 경험적 방법을 통한 현실적 시뮬레이션 도출

### 3. 연구방법론의 장단점 비교

연구방법론의 장단점을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 단점을 살펴보면, 규범적 연구 방법론은 과학적인 분석 기법 미비가 있다. 실증적 연구 방법론으로 통계적 분석기법은 연구특성과 상관없이 규정화된 표준화로 단순한 통계에만 의존하므로 오류 가능성 내포하고 있다. 더 나아가서 학문적 다양성 미흡하다. 실증적 연구 방법론으로 경험적 분

석 기법은 유통 현장에 대한 연구의 현실성 증시로 규범적인 연구로 흐를 가능성을 내포한다.

다음으로 장점을 살펴보면 다음과 같다. 규범적 연구 방법론은 다양한 유통학문 등과 같이 현장 분석 및 적용이 유리하다. 실증적 연구 방법론으로 통계적 분석기법은 과학적인 분석기법이다. 실증적 연구 방법론으로 경험적 분석 기법은 유통 현장점목에 유리하고, 학문의 다양성이 존중되고, 연구 특성에 따른 다양한 분석기법 활용이 가능하다.

〈표 3〉 연구방법론의 장단점 비교

구분	규범적 연구 방법론	실증적 연구 방법론	
		통계적 분석 기법	경험적 분석 기법
단점	- 과학적인 분석 기법 미비	- 연구특성과 상관없이 규정화된 표준화로 단순한 통계에만 의존하므로 오류 가능성 내포 - 학문적 다양성 미흡	- 유통 현장에 대한 연구의 현실성 증시로 규범적인 연구로 흐를 가능성 내포
장점	- 다양한 유통학문 등과 같이 현장 분석 및 적용 유리	- 과학적인 분석기법	- 유통 현장점목에 유리 - 학문의 다양성 존중 - 연구 특성에 따른 다양한 분석기법 활용 가능

## IV. 결론

본 연구가 국내 유통 학문분야의 연구 방법론으로 국한하여 검토하였고, 이를 통하여 본 연구가 유통학문 정립에 이바지 할 수 있는 밑거름이 되었으면 하는 기대를 해본다. 그렇다 하더라도 국내 실정상 유통분야 연구 자료가 다양하지 않고, 또한 많지 않다는 점이 걸림돌로 작용했다. 그래서 결국 표본의 부족으로 단기간에 걸친 연구를 검토하여 연구방법론을 정리했기 했기 때문에 장기적으로 지속적인 보다 더 깊이 있는 연구가 이루어져야 할 것이다.

한편 본 연구는 규범적 연구 방법론과 실증적 연구방법론을 중심으로 비교 분석하였다. 그 중에도 새롭게 국내 유통학문의 정립을 하는 연구방법론으로 실증적 연구방법론으로 규범적 연구 방법론의 단점과 실증적 방법론 중 통계적 분석기법의 단점을 보완한 경험적 분석기법을 중심으로 논의하였다.

결론적으로 본 연구는 유통학문분야의 연구방법론에 대한 단초를 제공하기 위함에 본 연구가 시작된 것이다. 더 나아가서 유통학문의 정립을 확고히 할 수 있는 촉진제가 되고자 한다. 이를 통하여 국내 유통산업의 발전과 더불어 유통학문의 발전을 기대한다. 더욱이 본 연구가 일부 유통연구자들이 연구방법론의 문제점을 지적하고 활발한 논의와 접근을 시도하고 있는 점을 감안하여 고무적이라고 판단하고 있다. 따라서 본 연구 이후에 지속적으로 폭과 깊이를 더하여 연구가 확산되어지기를 여망해 본다.

## 참고문헌

- 김경동·안청시(2002), 『한국 사회과학 방법론의 탐색』, 한국학술정보(주).
- 윤명길(1995), 『유통개방시대의 소매유통 어떻게 할 것인가』, 도서출판 동인.
- 윤명길·고창룡(2003), 『할인점 경영과 실무』, 도서출판 두남.
- 윤명길·김유오·남궁석(2004), “유통이론에 대한 학문적 개념연구”, 한국유통과학회 유통과학연구 제2권 제 1호.
- 윤명길·김유오(2005), “유통이론에 대한 학문적 연구(Ⅱ)”, 한국유통과학회, 유통과학연구 제3권 제 1호.
- 조용현(1992), 『칼 포퍼의 과학철학』, 서광서.
- 林周二(1968), 『流通經濟의 課題』, 日本生産性本部.
- \_\_\_\_\_(1975), 『流通研究入門』, 日本經濟新聞社.
- \_\_\_\_\_(1999), 『現代の商學』有輩閣.
- 森下二次也(1997), 『現代商業經濟論』, 有輩閣 books, pp.1~16.
- \_\_\_\_\_(1997) 『現代の流通構造』世界思想社, pp.1~6.
- 北島忠南·大野勝也·江田三喜男(1976), 『流通論』, 白挑書房, pp.24~41.
- 谷口吉彦, 『配給通論』, 千倉書房, 1959.
- 速水保·山野邊義方(1993), 『流通經濟の理論と實際』, 成山堂書店.
- 日本商學會 用語定義委員會(1971), 『商業用語定義』, 日本商學會
- 黃山保(1981), 『物流システムと意思決定』, 中央經濟社, p.4.
- 西村 林(1993), 『現代流通論』, 中央經濟社, pp.17~20.
- 西村 林·金子泰雄 宇野政雄(1992), 『現代商業·流通辭典』, 中央經濟社.
- 石原武政(1988), 『マーケティング競争の構

- 造』, 千倉書房, pp.3~6.
- 白石善章(1992), 『流通構造と小賣行動』, 千倉書房, pp.1~10.
- 片岡一郎(1957) 譯, 『商業の經濟理論-商業の經濟學的分析』, 東洋經濟新聞社
- 荒川祐吉(1988), 『流通研究の潮流』, 千倉書房, pp.142~158.
- 田村正紀・石原武政(1984), 『日本流通研究の展望』, 千倉書房.
- A. W. Shaw(1915), "Some Problems in Marketing Distribution, p.76
- F. E. Clark(1922) 『Principles of Marketing』, pp.10~11.
- A. M. Findlay and Leigh Sparks(2002), 『Retailing Critical Concepts』, Vol I. The Evolution and Development of Retailing, Routledge , pp.1 ~15.
- John Benson and Gareth Shaw, 『The Retailing Industry -Perspectives and the Early Modern Period 』 Volume I. I.B Tauris Publishers,
- Dikinson, R. A(1978) "The future of Retail Education: Four-Year collages, Journal of Retailing, Vol. 54. No. 3(Fall) pp.87~93,
- Swerdlow, Robert A(1978), "Retail Education in Four-Year Institutions: What Does the future Hold?", Journal of retailing, Vol. 54. No 3(Fall). pp.37~44.
- Karl R Popper(1961), *The Logic of Scientific*. New York: Science Editions, inc.

## Abstract

### A Study on the Methodology of Distribution Study in Korea -basis on empirical analysis-

Youn, Myoung-kil\* · Kim, Yoo-oh\*\*

The purpose of this dissertation is to provide foundation for methodology of distribution study. Furthermore, this study attempts to stimulate firm establishment of distribution study. Through this, development of domestic distribution industry could be expected alongside with distribution study. This dissertation designates problems of methodology that applied by some researchers then, attempts to discuss and approach with efforts. By this point, this research could be considering as inspirational, Thus further study required expanding its boundary depth in continuation.

Keywords : distribution study, methodology, normative study, positive study, empirical study, statistic study

---

\* Professor, Eulji University  
\*\* Researcher, Market Management Support Center