

농수산물 유통개선과 우리가 할 일

1984. 6.

한국농촌경제연구원

빈 면

〈 목 차 〉

1. 농수산물 유통이란?	1
2. 농업유통여건의 변화	2
3. 농수산물 유통의 특성과 문제점	4
4. 유통개선의 기본방향	6
5. 농수산물 유통, 그 주인은 누구인가?	9
6. 유통개선을 위한 정부의 노력	11
가. 유통기능상 정부의 역할	12
나. 주요 유통개선 시책	13
(1) 공동출하조직의 육성	14
(2) 도매시장 시설확충 및 운영현대화	16
(3) 산지 직거래 확대를 통한 유통단계의 축소	19
(4) 표준거래 단위의 정착	20
(5) 유통정보의 내실화	22
(6) 저장 가공기술의 확충	25
(7) 농수산물 수매비축을 통한 가격안정	27
다. 기타 정부기능	29

7. 협동조합과 농어촌개발공사의 역할	30
가. 농어촌개발공사	31
나. 협동조합의 유통개선업무	35
(1) 농업협동조합의 유통사업	35
(2) 수산업협동조합의 유통사업	37
(3) 축산업협동조합의 유통사업	38
8. 유통개선을 위한 농어민의 노력	40
9. 산지유통 성공사례	43
가. 공동출하와 포장개선으로 판매가격을 높인 사례	43
나. 유통정보를 활용하여 출하계획을 짜는 사과작목반	46
다. 자매결연을 통한 산지직거래 성공사례	49

빈 면

1. 농수산물 유통이란?

농수산물 유통이란 농어민에 의해 생산된 농수산물이 생산자의 손을 떠나 소비자에 이르는 모든 과정을 말한다. 따라서 유통이란 생산자로부터 소비자에게로 농수산물의 흐름을 유도하는 경제활동으로서 유통상에 문제가 생기면 식품수급의 불균형과 가격의 불안정 등 문제가 발생한다.

농어민에 의해 생산되어 판매된 농수산물은 여러 단계의 시장과 상인을 거쳐 소비자의 손에 이르게 되는데 이러한 유통과정 중에는 각종의 상인과 저장 가공 및 수송업자가 개입하게 되며 이들은 시장에서 각종 서비스를 제공한 후 그 대가를 받는다. 시장은 이들 각종 유통 참가자들의 생활의 터전이며 그들이 받는 대가는 유통마진으로 나타난다.

농어민이 생산물을 판매하고 받는 가격은 농가소득과 직결되며 소비자가 식품을 구입하기 위해 지불하는 가격은 소비자 가격과 직결된다.

따라서 농수산물 유통은 유통 참가자들에게 생활의 터전을 제공하며 생산자에게는 소득을, 소비자에게는 가격을 결정해 준다는 점에서 중요성을 갖는다.

2. 농업유통여건의 변화

과거 우리나라 농업문제는 주로 생산의 문제였다. 농업정책의 과제는 주로 어떻게 증산하여 부족한 식량(농수산물)을 충당하느냐에 관심이 집중되었으며 주곡 중심의 자급자족적 영농이었다.

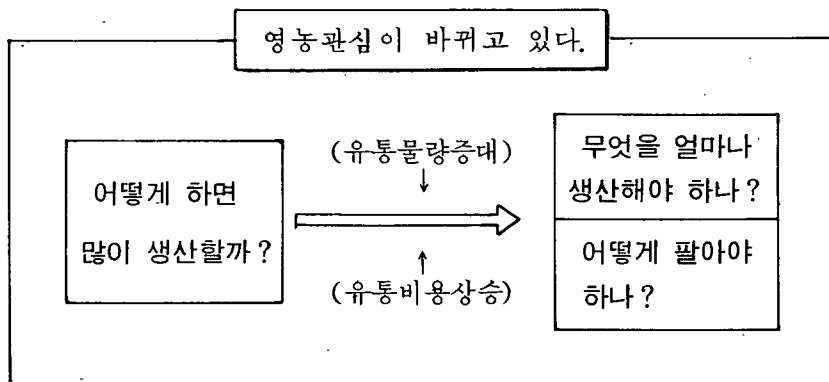
그러나 60년대 이후 국민소득이 늘어나고 도시 인구가 급격히 증가하여 농수산물에 대한 소비형태도 크게 바뀌었다. 즉 쌀, 보리 등 곡물의 소비는 별로 늘지 않은데 비해 청과물이나 축산물·수산물 등 신선도를 요구하는 소위 고급식품에 대한 소비가 증가하게 되었으며, 유통물량은 과거와는 비교가 안될 정도로 급격히 증가했다.

과거 서울에서 소비되던 채소는 거의 대부분 인근 경기도 지역에서 생산된 것으로 충당되던 것이 이제는 경상도, 전라도는 물론 제주도에서까지 올라오는 등 농수산물 유통이 전국적으로 광역화 되고 있다.

또한 농수산물은 계절적으로 생산되고 수요의 가격변동에 대한 반응이 적으며, 쉽게 부패하는 등 상품자체의 특성 때

문에 기후가 조금만 좋아도 농수산물이 남아돌아 가격이 폭락하게 되고 조금만 흉작이 들어도 가격이 폭등하는 등 대량유통에 따른 생산조정에 어려움이 있다.

이와 같은 여건의 변화에 따라 농수산물 유통이 더욱 중요한 문제로 대두되고 있는 것이다. 농어민은 농수산물을 어떻게 해야 보다 많이 생산할 수 있는가 하는 문제와 함께 생산한 농수산물을 어떻게 해야 제값을 받고 팔 수 있을 것인가에 큰 관심을 갖게 되었으며 정부는 어떻게 하면 불필요한 유통마진을 줄이고 가격을 안정시켜 생산자와 소비자를 동시에 보호할 수 있을 것인가에 큰 관심을 집중하게 되었다.



3. 농수산물 유통의 특성과 문제점

최근 농수산물 유통에 관심이 고조되면서 농수산물 유통상의 많은 문제점들이 지적되고 있다.

그러나 농수산물의 특성을 이해하지 못하고 단순히 공산품 등과 비교하여 농수산물 유통상의 문제점을 지적한다면 근본적인 문제점 해결에 큰 도움이 되지 못한다.

농수산물 유통의 문제는 농수산물의 상품적 특성과 관련하여 이해되어야 한다.

첫째, 농수산물은 대개 가격에 비해 부피가 크며 생물이기 때문에 부패성이 강하여 유통 중 감도가 많이 발생한다. 따라서 농수산물은 유통 중 많은 비용이 발생하며 유통마진이 높아지게 된다.

둘째, 농수산물은 분산되어 있는 다수의 소규모 생산자에 의해 생산되어 다수의 소비자에 의해 소규모로 소비된다. 소수의 대규모 생산자에 의해 생산이 이루어지는 공산품 유통은 생산자로부터 소비자에게 분배하는 분배기능만을 갖고 있는데 반해 농수산물은 소규모 생산자에 의해 생산된 것을 일

단 도매시장 등에 집산한 후 다시 소비자에게 소규모로 분배해야 하므로 농수산물 유통에서는 분배기능과 함께 수집기능이 수행되어야 한다. 따라서 농수산물의 유통단계는 복잡하고 많다.

세째, 생산은 일정한 기간에만 이루어지는데 소비는 연중을 통해 꾸준히 이루어지며, 부패성이 강하고 부피가 크기 때문에 저장하기가 어렵고 비용도 많이 든다. 또한 생산량은 풍흉에 따라 변동이 심하지만 소비자의 소비는 한정되어 있기 때문에 생산량이 늘어난다거나 가격이 떨어지더라도 소비자가 원하는 소비량은 크게 변하지 않는다. 이러한 여러 가지 이유 때문에 농수산물은 가격변동이 심하고 수요와 공급을 조절하기 어렵다.

이와 같은 농수산물 유통문제는 농수산물 자체가 갖고 있는 특성과 관련되어 있으며 거래관행 등이 전래적 사회관습과 결부되어 있기 때문에 개선에 많은 어려움이 있다.

4. 유통개선 의 기본방향

우리는 ‘유통개선’이란 말을 자주 사용한다. 상인들을 만나면 상인 나름대로, 농어민은 농어민 나름대로, 정부관료는 정부관료 나름대로 농수산물 유통에 관한 일가견을 갖고 있다. 그러나 많은 경우 자기와 직접 관계되는 일부 문제만 지적할 뿐 기본적으로 어떠한 방향으로 가는 것이 유통개선이며 어떻게 해야 하는 것인지에 대해서는 인식이 부족한 경우가 많다.

여기에서는 유통개선의 기본방향을 다음 세 가지로 요약코자 한다.

유통개선의 기본목표

1. 불요불급한 유통비용의 절감
2. 공 정 한 가 격 의 형 성
3. 가 격 의 안 정

첫째, 불요불급한 유통비용을 절감시키는 것이다. 유통비용의 증가는 유통마진을 증가시킴으로써 소비자의 식품구입가격을 상승시키며 생산자의 판매가격을 하락시키는 작용을 한다. 불필요한 유통비용의 증가는 전혀 사회적 기여를 못하고 생산자와 소비자 모두에게 부담만 가중시킬 뿐이다. 유통비용을 절감시키기 위해서는 유통과정 중에 존재하고 있는 비효율적인 요인을 찾아내고 개선함으로써 유통효율을 증진시키지 않으면 안된다. 유통효율을 증진시키는 방법으로는 거래상의 독점력을 배제하여 자율경쟁을 촉진시킬 수 있는 여건을 마련한다든가 거래규모를 대형화하여 소위 「규모의 경제」에 의한 단위당 비용을 절감시키는 방법 및 불필요한 유통단계나 상인을 배제하는 방법 등이 있다.

그러나 단순히 어떠한 유통단계나 상인을 배제하는 것이 유통개선이라는 오해는 없어야 할 것이다. 유통과정에 참가하고 있는 모든 상인은 반드시 어떠한 기능을 수행하고 있는 것이며, 이러한 기능이 필요없는 기능이거나 다른 것과 통합하여 비용을 절감할 수 있는 경우에만 유통과정에서 상인을 배제할 수 있는 것이지 그렇지 않은 경우에는 유통상에 문제를 일으키거나 오히려 유통비용을 증가시킬 수도 있다.

또한 유통비용의 절감이 유통 서어비스의 질을 저하시키는 것이라면 실질적으로 유통개선이 아닌 퇴보이다. 따라서 유통비용을 절감하고자 할 때에는 반드시 유통 서어비스의 질이

고려되어야 하며 비용의 절감만이 단순한 목표가 되어서는 안 된다.

둘째, 농수산물 거래에 있어서 공정한 가격이 형성될 수 있도록 하는 것이다. 가격형성이 공정치 못할 때에는 자원 배분의 왜곡을 가져와서 불필요한 부문이 과대하게 성장하게 되어 국민경제 성장을 저해하게 된다. 따라서 유통여건이나 제도개선을 통해 거래상 불리한 입장에 있는 농어민이나 소비자의 시장 교섭력을 높여주고 상인들의 부당한 이윤 취득이 없도록 해야 할 것이다. 이를 위해서는 협동조합을 통한 공동출하, 도매시장 거래제도의 개선, 거래단위의 통일, 유통정보의 효율화, 소비자 보호운동 등과 같은 방법 등을 통해 시장 독점력을 배제하고 자율경쟁적 시장 체계를 촉진시켜야 할 것이다.

셋째, 농수산물 가격의 안정이다. 농수산물 가격의 등락이 심할 때 농어민은 소득이 불안정하게 되며 소비자 역시 소비지출의 불안정으로 가계가 불안해진다.

또한 과잉생산에 의한 가격폭락은 생산자에게 큰 손실을 가져오며 이는 생산자 뿐만 아니라 국가 경제적으로도 큰 손실이다. 따라서 가격안정은 생산자·소비자 모두를 보호하는 수단으로서 이를 위해서는 저장 가공시설의 확대, 수매 비축사업의 강화, 가격손실 보전제도 및 가격예시제의 도입 등과 같은 방법들이 있다.

5. 농수산물 유통, 그 주인은 누구인가?

우리는 농수산물 유통개선을 정부가 해주어야 되는 것처럼 생각하는 사람들을 가끔 만나게 된다. 자기 자신은 어떻게 해야겠다는 생각은 갖지 않고 있으면서 정부에서만 어떤 것을 해주길 바란다. 그러나 정부는 유통개선을 위한 방향제시와 보조적인 조성기능을 수행하고 실질적으로 유통개선을 해야 할 사람은 유통에 직접 참가하여 활동하고 있는 상인과 농어민 및 소비자들이며 이들의 노력과 인식없이 유통개선은 불가능할 것이다.

농수산물 유통의 출발점은 생산자가 상품을 판매함으로써 시작된다. 따라서 농수산물 유통의 초기단계를 담당하는 것은 농어민이며 상품을 처음 출하할 때 어떻게 출하하느냐에 따라 거래방법이 달라질 수 있고 농어민이 수취하는 가격도 달라질 수 있다. 이러한 점에서 농수산물 유통상 생산자인 농어민의 역할은 매우 중요하며, 자급자족 생산에서 시장 판매를 목적으로 하는 상품생산적 경영으로 탈바꿈한 오늘의 농어민은 과거와 같은 생산자로서의 역할과 함께 판매인으로서의 역

할도 중요하게 되었음을 인식해야 할 것이다.

상인은 항상 자기가 수행하고 있는 상행위에서 문제점을 찾아내고 개선함으로써 유통마진을 줄이도록 노력하며, 일시적 속임수나 부당행위로 폭리를 취하기보다는 항상 자기가 한 일에 대한 정당한 대가만 받도록 노력해야 할 것이다. 유통량이 증가하고 사회가 발달함에 따라 새로운 유통업자가 출현하게 되며 상인간의 경쟁은 날로 치열하게 된다. 이러한 때에 문제점을 찾아내고 개선하고자 하는 노력없이 구태의연한 자세만을 고집할 때 그 상인은 필연적으로 도태되어 유통업계에서 살아남을 수 없게 되며, 유통개선을 통해 유통마진을 줄인 상인만이 다른 상인에 비해 보다 많은 이윤을 얻을 수 있으며, 살아남을 수 있게 된다. 또한 속임수나 부당행위는 상인에게 일시적인 이윤을 안겨 줄 수 있지만, 장기적으로 볼 때 그 상인은 주위의 불신을 받게 되어 결국 몰락하게 된다. 실증적인 예로서 우리 주위의 성공한 대부분의 상인들이 신용과 성실을 바탕으로 꾸준히 노력한 사람들임을 알 수 있다.

소비자는 어디에서 언제, 얼마만큼 상품을 구입함으로써 소비지출을 줄일 수 있는가를 항상 생각해야 한다. 단체구입, 정확한 정보의 입수, 불공정거래의 퇴치, 합리적인 구입행위 등이 유통개선을 위한 주체의 하나로 소비자가 해야 할 일들이다.

6. 유통개선을 위한

정부의 노력

농수산물 유통상의 문제점을 개선하고 해결하고자 정부로서는 많은 노력을 기울이고 있다. 과거의 농업정책은 주로 생산량 증가에 치중했으나 1970년대 후반부터 농수산물 유통

연차별 농업부문 중장기 기금 투융자 내역

단위 : 백만원

구 분		1974	1975	1976	1977	1978
유통가격	투 자	19	8	10	2,888	2,700
	융 자	316	8,859	9,980	18,661	34,697
	계	335 (0.3)	8,867 (4.5)	9,990 (3.7)	21,549 (7.3)	37,397 (8.0)
농업전체	투 자	70,649	126,525	171,335	187,898	236,818
	융 자	45,004	69,402	100,130	107,277	228,934
	계	115,653	195,927	271,465	295,175	465,752
구 분		1979	1980	1981	1982	1983
유통가격	투 자	7,210	18,893	13,617	21,094	29,374
	융 자	42,205	38,642	43,579	74,853	72,030
	계	49,415 (7.5)	57,535 (8.7)	57,196 (5.6)	95,947 (9.2)	101,404 (6.5)
농업전체	투 자	327,198	344,646	570,585	548,448	959,916
	융 자	330,419	315,997	449,435	492,252	588,257
	계	657,617	660,643	1,020,020	1,040,700	1,548,173

註 : ()은 비중(%)

개선에 많은 관심을 갖게 되었다. 1974 년 이전 정부가 가격 및 유통분야에 사용한 투융자 금액은 미미했으며 특히 투자는 거의 없는 상태였다. 또한 농수산물 유통 및 가격분야에 본격적으로 정부투자가 이루어지기 시작한 것은 1977 년 이후이며 그 금액은 앞으로도 계속 늘어날 전망이다.

또한 정부로서는 필요한 경우 예산을 조정해서라도 획기적으로 농수산물 유통을 개선하고자 강력한 의지를 보이고 있다. 이 장에서는 농수산물 유통개선에 대한 정부기능과 주요 사업별 시책을 설명코자 한다.

가. 유통기능상 정부의 역할

앞에서도 지적한 바와 같이 농수산물 유통의 주체는 농어민, 소비자, 상인 및 각종 유통 참가자이며 정부는 유통개선을 위한 기본적 방향 제시와 보조적 조성기능만을 수행하게 된다.

시장경제체제하에서는 유통업무는 가능한 한 민간의 자율적 기능에 맡기는 것이 가장 효율적이며 정부가 담당해야 할 분야는 다음에 국한된다.

- ① 공익성이 강하고 투자규모가 방대하여 민간부문 투자로서는 불가능한 분야(예 : 도매시장 건설)
- ② 결과에 대한 이용자가 한정되어 있지 않기 때문에 개인

의 투자를 기대할 수 없는 분야(예 : 유통정보, 연구조사개발사업, 교육사업)

- ③ 유통개선을 위해서는 반드시 필요하나 사업 수익성이 낮거나 인식부족으로 낙후된 분야(예 : 저장·가공시설 설치, 규격 포장 용기의 보급, 현대적 수송시설 보급, 시범점포의 운영)

- ④ 공권력이 반드시 필요한 분야(예 : 법률의 제정, 제도의 개선)

이 중에는 직접적인 투자가 필요한 분야도 있으며 융자만이 필요한 분야, 홍보 및 제도개선만으로 가능한 분야도 있다.

나. 주요 유통개선 시책

현재 정부에서 추진하고 있는 주요사업 유통시책은 다음과 같다.

- ① 협동생산·공동출하를 위한 출하조직 운영
- ② 대량유통 실현을 위한 도매시장 시설확충 및 운영의 현대화
- ③ 산지 직거래 확대를 통한 유통단계 축소
- ④ 농수산물의 표준거래단위 정착과 유통정보의 내실화
- ⑤ 저장·가공시설의 확충
- ⑥ 농수산물 수매비축 확대를 통한 가격안정

(1) 공동출하조직의 육성

대부분의 생산자 농어민은 경영규모가 영세하고 유통정보에 대한 지식이 상인에 비하여 부족하기 때문에 상인과의 거래상 불이익을 받는 경우가 많다. 따라서 공동출하조직의 육성목적은 소규모 생산자를 함께 묶어 거래규모를 크게 함으로써 유통비용을 감소시키며 상대적으로 시장 교섭력이 약한 생산자가 제값을 받고 상품을 판매할 수 있도록 하여 주는데 있다. 정부는 매년 2,500 개씩의 협동출하반을 육성하여 1986년에는 12,000 개의 협동출하조직이 조직될 수 있도록 지원할 계획이다. 이에 따라 협동출하반은 산지 농수산물 유통의 핵심적 역할을 맡게 된다. 이때 전체 출하량의 20% 수준에 머무르고 있는 공동출하가 1986년에는 약 60%에 이를 것이다. 산지에서 수집상이나 중간상의 기능은 축소되며 농어민이 직접 도매시장에 출하하게 됨으로써 유통단제가 축소되고 중간상인의 이윤을 배제할 수 있는 계기가 될 것이다.

기 본 전 략

1983	1984	1985	1986	계
조직 4,500	2,500	2,500	2,500	12,000

- 산지 유통기능의 핵심적 추진체로 육성
- 공동출하비율의 점진적 증대 : (1986년) 60%
- 중간상인과의 경쟁력 제고

협동출하반은 가격변동이 심하고 비중이 큰 24개 품목을 대상으로 하여 주산단지 또는 마을 중심으로 일정한 출하규모가 되도록 조직하며, 기존의 작목반 등 우수한 자생조직 중 협동출하반 육성 취지에 동의하는 조직을 우선적으로 흡수할 것이다.

협동출하반조직 대상품목(1984 ~ 86).

- 엽근채류(7) : 김장배추·무우, 고냉지배추·무우,
양배추, 당근, 시설택소
- 과 채 류(6) : 오이, 호박, 수박, 참외, 토마토, 딸기
- 조미채류(4) : 고추, 마늘, 양파, 파
- 과 수 류(5) : 사과, 배, 복숭아, 포도, 감귤
- 특 작 류(2) : 참깨, 땅콩

< 총 24개 품목 >

협동출하반의 운영은 농어민의 자율적 운영조직이 되도록 할 것이다. 읍면에는 단위조합 조합장을 중심으로 하는 읍면 유통개선 협의회를 두어 단협 책임하에 협동출하반을 지원 관리토록 할 것이다. 또한 단협은 생산계획의 수립, 영농자재의 구입·알선, 출하시 수송차량의 지원 등 생산에서 판매까지의 전과정을 지도하게 될 것이다.

협동출하반의 육성을 위해 정부는 금년에 767억원을 지원할 계획이며 이밖에도 도매시장 및 공판장의 상장수수료를

개 별 출 하 와 공 동 출 하 비 교

개 별 출 하	공 동 출 하
○ 판매하는데 많은 노력이 필요	○ 판매는 전문적인 판매자에게 위탁하고 농어민은 생산에만 전력
○ 수송비가 높음	○ 대량수송으로 수송비 절감 가능
○ 중간상인의 개입에 의한 불이익을 배제키 어려움	○ 상인의 농산을 배제할 수 있으며 공정한 가격을 받을 수 있음

1% 인하시켜 주며 정기적으로 유통정보를 제공해주고 정부 및 민간수매시 우선권을 부여하는 등 각종 지원을 할 것이다.

(2) 도매시장 시설확충 및 운영 현대화

농수산물 유통상 도매시장의 기능은 매우 중요하다. 농수산물의 수집과 분산의 교량적 역할을 하며 가격형성과 유통정보의 중심이 되고 있다. 농어민에게는 가장 중요한 생산물의 판매처가 되며 도매시장에서 형성된 가격은 소비자의 가격에 직접 영향을 주며 많은 상인과 관련업자들이 활동하는 터전이다. 또한 도매시장에는 일시에 많은 물량과 인원이 집중되고 신속한 거래와 가격이 이루어져야 하기 때문에 넓은 장소와 시설이 필요하다. 이러한 점에서 농수산물 도매시장은 공익성이 매우 크며 다액의 투자가 소요되기 때문에 민간

투자에 의한 시설확충을 기대하기 어렵다.

우리나라의 농수산물 도매시장은 농수축협공판장, 민간인이 운영하는 법정도매시장, 소매시장으로 허가를 받고 도매행위를 하는 위탁상(유사도매시장이라 함)등으로 구성되어 있다. 이들 시장은 규모가 적고 시설이 낡아 많은 물량을 신속히 거래하는데 커다란 지장을 주고 있으며 혼잡에 따른 유통의 비능률이 막심한 형편이다. 특히 청과물은 서울의 경우 70% 이상이 유사시장의 위탁상에 의해 거래되며 지방의 도시들도 비슷한 실정이다. 이들은 대개 흥정에 의한 상대매매를 하는데 공정한 가격형성을 기대하기 어려운 형편이다. 실제 위탁상의 경우 첫 출하기에는 공판장이나 법정시장에 비해 높은 가격을 주나 일단 물건이 많이 들어오기 시작하면 가격을 낮게 하여 농민에게 불이익을 주는 경우가 많다는 것이 유통업체에 종사하는 많은 사람들의 의견이다.

이상과 같은 점에 비추어 농수산물 도매시장은 정부에 의해 시급히 시설이 확충되고 개선되어야 할 분야이며, 경영방식 역시 개인 중심의 경영체제를 벗어나 현대적 회사중심의 경영체제로 전환되어야 할 것이다. 공정하고 신속한 거래를 위해서는 지금과 같이 소규모 상대매매의 방식을 탈피하고 대량경매제에 의한 공개적인 가격형성을 유도해야 할 것이다. 또한 도매시장은 명실상부한 유통의 중심체가 되도록 저장 가공시설 등의 부대시설을 설치하여 유통의 종합적 기능을 수

도매시장 개선의 기본방향

- 공공투자에 의한 시설의 확충 및 개선
- 회사 중심의 현대적 경영체제 도입
- 공정한 가격형성과 신속한 거래를 위한 경매제도 도입
- 저장·가공시설 등 부대시설 설치로 종합적 유통센터로 육성
- 공적인 유통정보의 중심체

행토록하며 공적인 유통정보의 수집 분산기능을 담당할 수 있는 시설을 갖추어야 할 것이다.

금년에는 서울의 가락동에 대지 16만평에 달하는 종합도매시장이 완공되며 1986년까지는 연차적으로 부산, 대구, 인천, 광주, 대전 등 지방 주요도시에도 종합도매시장을 건설해 나갈 계획이다. 이와같이 종합도매시장의 운영을 현대화하면 생산 농어민에게는 다음과 같은 이익이 기대된다.

- ① 생산자가 생산물을 안정적으로 판매할 수 있는 장소 제공.
- ② 다수의 생산자와 다수의 상인이 모여 공개 경쟁에 의한 거래를 함으로써 공정가격 형성 가능.
- ③ 많은 물량을 신속하고 효율적으로 처리해 줌으로써 유통비용과 유통 중 감모를 줄임.
- ④ 공영 종합도매시장을 통한 거래량을 증대함으로써 수급 조절을 용이하게 하며 유통정보의 중추적 기능을 부여.

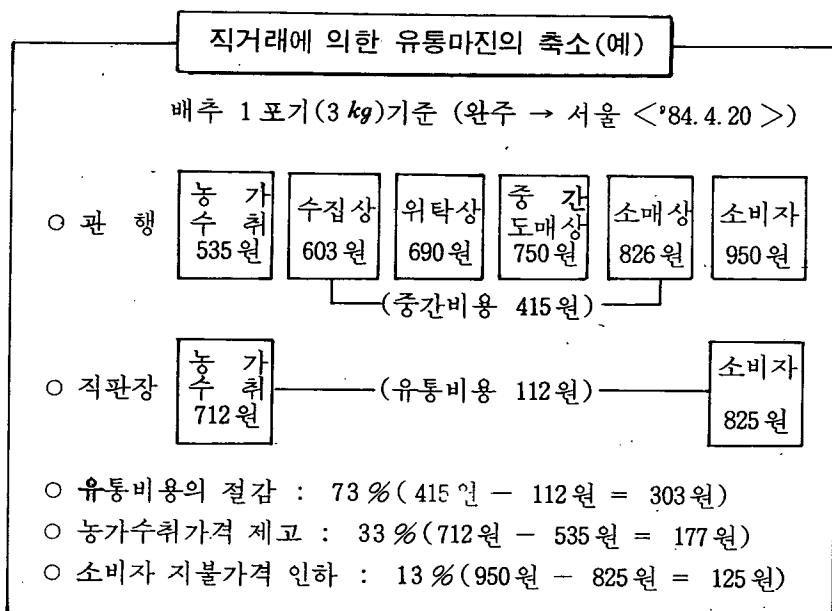
- ⑤ 저장·가공시설 등 부대시설을 갖추도록 함으로써 일시적
홍수출하에 의한 가격폭락을 방지.

농수산물 유통상 도매시장 기능의 중요성에 비추어 볼 때
다소 늦은 감이 없지 않으나 정부에서 이 분야에 과감한 투
자를 계획하게 된 것은 획기적인 일이라 하지 않을 수 없다.

(3) 산지 직거래 확대를 통한 유통단계의 축소

유통단계의 축소는 유통마진을 줄이기 위한 중요한 수단
의 하나다. 정부에서는 산지의 협동출하반과 소비도시의 아파트
단지, 부녀회, 슈퍼마켓 등 대량소비처와 연결시켜 생산자와
소비자가 직접 거래할 수 있도록 추진하고 있다. 또한 농수협
이나 농개공을 통해 직매장을 설치하여 농어민이 복잡한 유통
단계를 거치지 않고 직접 거래할 수 있도록 하고 있다. 직거
래는 유통마진을 줄일 수 있으며 유통마진의 축소에 따른 이
익은 농가수취 가격을 제고시키고 소비자 지불가격을 인하시
킴으로써 생산자와 소비자 모두에게 이익을 준다. 그러나 대
량거래가 힘들고 한정된 품목에 적용된다는 불리한 점도 있다

물론 앞으로도 도매시장을 통한 유통경로가 농수산물 유통
의 주류를 점하겠으나 정부에서 직거래를 확대하고자 하는 것
은 모든 농수산물의 유통을 직거래에 의해 거래하고자 한다가
보다는 생산자 농어민에게 보다 다양한 유통경로를 개발해
주고 다양한 유통경로간에 경쟁을 촉진시키는데 있다.



※ 자료 : 농어촌개발공사 종합직매장

(4) 표준거래단위의 정착

농수산물 거래단위와 등급이 일정하게 규격화 되면 농수산물 유통의 능률이 향상되고 상품성 증대로 농어민 수취가격이 제고될 수 있다. 현재와 같이 거래단위와 등급이 일정치 않고 복잡한 상태에서는 도매시장에서 경매에 의한 신속한 거래가 이루어지기 어려우며 농수산물 거래량이나 가격에 대한 유통정보가 정확할 수 없다.

농수산물은 품질이 다양하므로 그 거래물량이나 가격을 신속히 조사하여 발표한다 하더라도 뚜렷한 기준이 없다면 그 자

료는 실효성이 거의 없게 된다. 그러나 규격에 맞추어 포장
 잘되고 등급화가 잘되어 있을 때 농어민은 보다 나은 가격을
 받을 수 있게 되며 유통 중의 감모를 줄일 수 있고 취급이 용
 이하게 된다.

거래단위와 등급제도의 규격화가 유통능률과 농산물 상품
 성 제고에 중요하다는 점을 감안하여 정부에서도 그동안 표
 준거래단위의 정착화를 위해 많은 연구와 검토를 한 바 있다.

표준거래단위의 정착화를 위해 금년에는 거래량이 많고 국
 민경제상 비교적 중요한 위치를 차지하고 있는 농수산물 중
 실현 가능성이 높은 37개 품목에 대해 거래단위 표준을 설정
 하여 확대 보급해 나가고 있으며 이를 점진적으로 발전시켜
 1986년에는 국정규격(KAS: 한국농수산물 표준규격)을 제
 정하여 농수산물의 규격거래를 정착화 시키고자 한다.

준비단계로서 규격제정이 용이한 품목부터 현거래실태를
 감안, 실용성 있는 표준규격을 연차적으로 설정해 나가고 있
 다. 또한 설정된 표준규격의 신뢰도를 높이기 위해 농·축·
 수협에 규격제정위원회를 구성하여 자체 검사제도를 확립해
 나가고 있다.

표준거래단위의 보급을 확대하기 위해 정부는 포장자재비
 국고보조와 규격출하 선도금을 융자하여 주고 있는데 이는
 규격포장의 보급을 촉진하며, 규격화에 의한 유통비용 절감
 효과를 전체 국민에게 귀속시키기 위함이다. 현재 표준거래단

규격출하에 대한 지원

(단위 : 백만원)

구 분		대상품목수	출하계획	지원금액
포장자재비국고보조		5	414	42
규격출하 선도금융자	농협	8	3,076	1,000
	수협	2	4,503	500
	계	10	7,579	1,500

위가 설정된 농산물 중 포장자재비가 비교적 많이 드는 복숭아, 오이, 딸기, 참외, 토마토 등 5개 품목을 대상으로 농협을 통해 대상조합을 선정 지급하고 있다. 금년에는 40개 조합을 선정하여 4,200 만원의 포장자재비를 보조할 계획이다. 또한 포도, 풋고추, 건멸치 등 포장비가 비교적 적게 드는 품목에 대해서는 농수산물 가격안정기금 중에서 규격출하 선도금을 융자해 주어 규격출하를 유도할 계획이다. 금년에는 농협과 수협을 통해 1,500백만원의 선도금을 융자해 줌으로써 12,854 톤이 규격포장에 의해 출하되도록 할 계획이다.

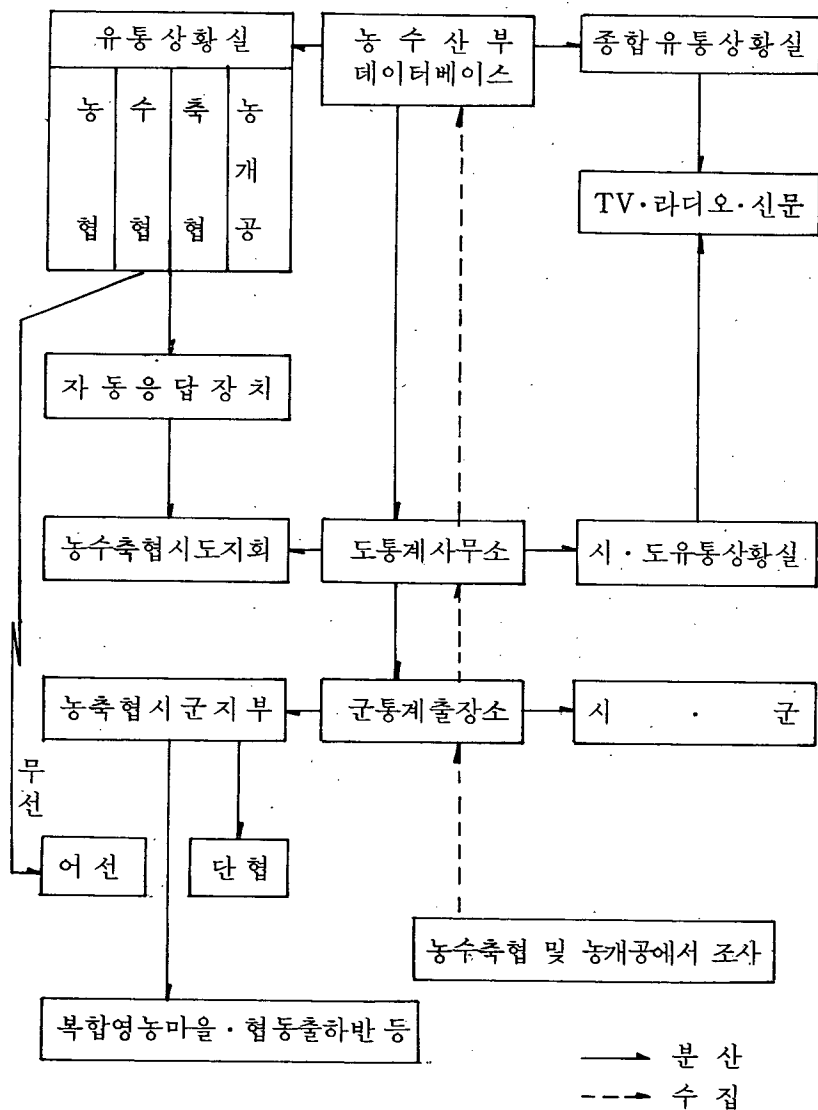
(5) 유통정보의 내실화

유통정보란 상품의 거래에 필요한 생산, 거래물량, 가격 등에 관한 각종 정보를 말한다. 유통정보는 생산자인 농어민과 수집반출상 등 각종 중간상인에게 가장 높은 가격을 받고 팔

수 있는 장소를 가르쳐주고 소비자에게는 가장 유리하게 살 수 있는 장소를 알려준다. 또한 유통정보는 생산자가 생산계획을 세우고 상품의 출하시기와 출하장소를 결정하는데 매우 중요한 역할을 한다. 모든 사람들이 유통정보를 정확하게 알고 있을 때 유통에 따르는 불확실성이 제거되어 위험부담을 감소시켜 주며 공정한 경쟁의 유발과 유통효율의 증진 등으로 유통비용을 절감시킬 수 있게 된다. 또한 농민의 입장에서 정확한 유통정보를 갖고 있을 때 상인과의 거래에서 제값을 받을 수 있게 되며 보다 유리한 시장에 판매할 수 있게 된다. 정부는 유통정보의 내실화와 신속화를 위해 지금까지 농·수·축협에서 분산적으로 수행해 오던 유통정보망을 종합하여 종합적 농수산물 유통체계를 구축하였다.

농수산부의 최신 전산시스템을 중심으로 자료의 수집 및 분산 기능을 수행하되 자료의 수집은 농·수·축협 및 농개공의 교육 받은 전문요원에 의해 수집하도록 하며 농수축협의 군지부를 지역유통정보센터화하여 단협 및 협동출하 조직에 대한 유통정보의 분산기능을 담당토록 했다. 유통정보에 대한 농어민의 활용도를 높이고자 조사대상 시장 및 품목을 확대 조정했으며, 앞으로도 유통정보의 질을 개선하고 신속한 수집 및 분산을 위해 계속적인 시설의 보완과 함께 노후시설을 교체해 나가는 등 노력을 경주하고자 한다.

유통정보의 수집분산체계



또한 정부에서는 생산계획 단계에서부터 농민에게 도움을 주고자 농수산물 유통예고제를 실시하고 있다. 유통예고제는 농민에게 미리 식부예정면적, 생산예정량 등을 알려주어 생산 및 출하조정을 하도록 유도하며 주요 도매시장의 거래물량과 거래가격을 신문, 방송 등을 통해 신속히 알려주어 농민이 판매시기, 출하시장 등을 결정하는데 도움을 주고자 마련된 제도이다.

(6) 저장·가공시설의 확충

국민의 소득의 증대로 유통물량이 급격히 증대되고 식품수요가 고급화, 다양화 됨에 따라 농수산물의 저장 및 가공시설의 수요도 급격히 증대하게 된다. 1983년 현재 전국적으로 저온저장고 5만 3천평과 냉장능력 27만 2천톤의 냉장고를 보유하고 있다. 현재 저장시설은 전체적인 규모 면에서는 남아도는 상태이다. 그러나 저온저장시설의 경우 60%가 대구, 창녕, 무안지역에 집중되어 있고 냉동시설은 47%가 부산지역에 편중되어 있어 지역적으로 과부족 현상이 나타나고 있다. 또한 전체시설의 31%가 10년 이상된 노후시설로서 저장능률이 낮을 뿐 아니라 규모가 영세하여 신속한 대체가 필요한 실정이다. 따라서 저장시설 개선을 위한 자금지원은 지역여건을 고려한 후 노후시설 교체 위주로 선별 지원할 것이다. 또한 저장기술에 대한 교육과 기술지원을 강화하고 에

너지 절약형 저온저장시설의 연구개발에 노력할 것이다.

농수산물의 가공비율은 1983년 현재 청과류 5.3%, 육류 1.7%로서 일본의 22%와 16%에 비해 매우 낮은 실정이나 가공식품의 수요는 소득증가와 더불어 계속 증가할 전망이다. 그러나 가공업체의 88%가 종업원 50인 이하의 영세업체이며 생산성이 낮고 대부분의 가공업체가 도시지역에 위치하고 있어 농가소득과 연결되지 못하고 있는 실정이다.

가공시설은 가능한 한 주산단지 인근의 농수산물 집산지에 설치토록 하여 농어촌의 농외소득 증대에 기여토록 하며 가공공장의 연중 가동률을 높이기 위해 복합가공형 공장을 우선적으로 지원할 계획이다. 또한 계약재배 장려를 위해 가공업체에 원료수매자금을 지원하고 있으며 생산성 향상을 위해 농어촌개발공사를 통해 새로운 가공기술의 개발과 보급, 가공업체에 대한 교육과 현장기술지도를 하고 있다.

연도별 가공시설 지원 계획

(단위 : 억원)

구 분	1984	1985	1986
개 소 수	10	10	10
사 업 비	30	47	47
지 원 금 액	21	33	33

※ 1985~86년 포도주 가공공장 1개소(20억) 포함.

(7) 농수산물 수매비축을 통한 가격안정

1982년 농가소득 중 농산물이 차지하는 비중은 약 68%나 되고 도시근로자 가계비 중에서 40% 정도가 식료품비로 지출되고 있다. 전체 소비자물가에서 식료품이 차지하는 비중은 약 41% 정도된다. 그러므로 농산물의 수급과 가격이 불안정하게 되면 농업생산이 불안정하게 되어 농업생산 기반이 흔들리게 되는 등 우리 농촌경제가 매우 어려워질 뿐만 아니라 소비자 가계가 어렵게 되고 물가안정 기반이 흔들리게 된다. 그리고 물가가 불안정해지면 경제발전이 어렵게 되고 농업생산자원이 효율적으로 활용되지 못함으로써 자원의 낭비를 초래하게 되며, 가격변동에 따른 위험부담을 증대시켜 유통비용의 증가를 가져오게 된다.

따라서 농산물가격의 안정은 농민, 기업, 근로자 모두를 위하는 길이며 국민전체의 발전을 위해서 꼭 달성되어야 할 당면과제이다.

정부는 농수산물 가격이 적정수준을 유지하며 농어가소득이 보장될 수 있도록 하기 위해 농수산물 가격안정기금 1,843억원, 축산진흥기금 203억원, 농수협자금 3,946억원 등 총 5,992억원을 지원하여 전년보다 42% 증가한 443만톤의 농수산물에 대하여 수매비축, 출하조정사업 등을 추진해 나갈 방침이다.

가격안정사업이 성공을 거두기 위해서는 많은 정부재정이 필요하며 생산자의 협조 없이는 성공을 거두기 어렵다. 만약 어느 품목(예 : 배추)이 과잉생산 되었음에도 정부의 수매사업으로 인해 안정된 가격을 유지할 수 있었다면 다음 해에도 배추의 생산은 더욱 과잉될 것이다. 이러한 이유 때문에 선진 외국에서도 농수산물 가격안정정책이 정부의 많은 노력에도 불구하고 성공한 예는 극히 드물다. 따라서 농수산물의 가격안정은 정부의 수매비축사업만으로 성공할 수 없으며 생산자 농어민은 수요에 맞추어 생산을 하도록 노력하고, 국내

1984년 수매비축 출하조정계획

	1983		1984		증 감	
	물량	지원액	물량	지원액	물량	지원액
계	천톤 3,111	억원 4,155	천톤 4,430	억원 5,992	천톤 1,319	억원 1,837
○ 정 부 비 축	44	485	35	787	△ 9	302
농산물(참깨, 땅콩, 고추)	42	472	22	478	△ 20	6
수산물(김, 염장미역 등 5개품목)	2	12	3	106	1	94
축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기)	0.2	1	10	203	10	202
○ 민간비축(맥주맥, 유채, 과일 등 22개품목)	1,212	1,633	1,050	2,050	386	417
○ 출 하 조 정	1,855	2,037	2,797	3,155	942	1,118

생산이 부족할 때 소비자는 소비를 억제하거나 다른 농산물로 대체하고자 노력할 때에 성공을 거둘 수 있음을 인식해야 한다.

다. 기타 정부기능

정부는 이밖에도 유통개선을 위해 재래소매시장의 개선, 직거래소매망 확충을 위한 농수산물 집배센터 및 종합식품 연쇄점 설치, 소매기구의 대형화, 농수산물 유통훈련원 설치에 의한 유통 종사자의 교육강화, 지방행정기관의 유통행정 강화, 유통개선을 위한 각종 조사연구, 각종 법률 및 제도의 개선 등 다양한 사업을 추진하고 있다.

이와같은 많은 정부의 노력에도 불구하고 농수산물의 유통개선은 단시일내에 이루어지기는 어려운 것이다. 농수산물 유통문제는 경제적, 사회적인 여러가지 문제가 복합적으로 얽혀 있다는 데에 해결의 어려움이 있으며, 개선을 위해서는 농어민, 협동조합, 유통인 모두의 노력이 절실히 필요하다.

7. 협동조합과

농어촌개발공사의 역할

농수산물 유통개선에 참여하고 있는 기관으로는 농수산부를 비롯한 중앙정부, 시·도 등 지방행정기관, 농협·수협·축협 등 협동조합 및 농어촌개발공사가 있다. 정부는 농수산물 유통개선을 위한 기본계획의 수립과 필요한 재원 및 행정적 지원을 하며, 실질적인 유통개선 업무를 수행하는 것은 농수축협, 농어촌개발공사 및 농어민과 민간유통업자 등이다. 특히 농수축협과 농어촌개발공사는 그 역할이 막중하다.

농어촌개발공사는 정부업무를 대행하는 기관이란 점에서 소규모 생산자의 이익을 증진시키기 위한 농수축협과 다른 성격을 갖는다. 농수축협 유통사업의 주안점이 조합원 생산자의 이익 증진에 있다면 농어촌개발공사의 유통사업은 생산자와 소비자를 위한 정부의 유통개선 정책에 부응하는데 있다.

이들 기관들은 대부분 정부의 기본계획에 의해 유통개선 사업을 추진하고 있으며 품목별로 전문화되어 있다.

가. 농어촌개발공사

농어촌개발공사의 임무는 농수산물의 유통구조를 개선하고 농수산물의 저장·처리 및 가공업을 개발 육성하며, 농수산물의 수급조절 및 가격안정을 도모하고, 식품가공에 관한 연구개발과 기술을 지원하는데 있다. 따라서 농어촌개발공사는 농수산물 가격안정사업과 유통개선사업 추진을 위한 정부기능의 대행기관이라고 할 수 있다. 정부가 직접 유통개선사업을 추진하는 데에는 한계가 있으며 이를 대행해줄 공적기관이 필요한 것이다.

농어촌개발공사의 사업은 가격안정사업과 유통개선 사업으로 대별되며 그 구체적인 내용을 요약하면 다음표와 같다.

정부에서 수행하고 있는 농수산물 가격안정사업은 쌀, 보리 등 주곡을 대상으로 하는 정부양곡관리사업, 농수산물 가격안정기금을 재원으로 하여 여타 주요 농수산물을 대상으로 하는 가격안정사업, 축산진흥기금을 재원으로 하는 축산물과 사료의 가격안정사업이 있으며, 농수산물 가격안정기금의 관리 책임을 맡고 있는 농어촌개발공사는 가격안정기금에 의한 가격안정사업을 담당하고 있다.

농어촌개발공사는 농수산물 가격안정기금에 의해 양곡과 축산물을 제외한 농수산물을 대상으로 가격안정사업을 수행하

고 있다. 사업을 수행하는 방법으로 수매비축사업(1984년도 비축물량 46,107톤), 민간인 수매비축사업에 대한 재정지원(1984년도 356억원), 농수협 및 도매시장을 통한 출하조정사업(1984년도 55억원)등을 하고 있다. 특히, 수매비축사업은 정부계획에 따라 농수협과 함께 과잉생산으로 인해 가

농어촌개발공사의 유통사업

가격 안정 사업	수매비축사업 민간가격안정사업지원 출하촉진 자금지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수매, 수입, 비축관리, 판매 ○ 비축가공용 수매자금 지원 ○ 도매시장 협동출하 촉진자금지원
유통 개선 사업	유통개선 시범사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 농산물 종합직판장 운영 ○ 시범집배센터 운영 ○ 저장가공회사의 운영 ○ 규격출하 시범사업 ○ 계란선별 포장센터 운영 ○ 우수포장자재 및 규격용기 개발 촉진사업
	유통시설에 대한 지원 과 기술지도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도매시장 및 연쇄점의 건설 및 시설개선 지원 ○ 저장, 가공, 포장시설 개선지원 ○ 직거래 소매망 확충지원 ○ 저장가공시설 지도
	공익적 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유통정보 및 조사사업 ○ 교육훈련사업 ○ 새로운 식품 및 저장유통기술의 연구개발

격하락이 예상되는 품목을 직접 구매하거나 생산부족이 예상되는 품목은 해외에서 수입하여 자체 소유창고 등에 보관했다가 가격안정을 위해 적절한 시기에 판매하고 있다.

유통개선사업은 유통개선을 위한 시범사업, 유통시설개선을 위한 지원사업 및 공익적 성격의 사업으로 대별된다.

유통개선 시범사업은 유통개선을 위해 새로운 사업을 확대, 보급하거나 민간의 투자 유치를 위해 정부의 지원 하에 시범적으로 시행하는 사업이다. 농어촌개발공사는 현재 산지 직거래의 확대를 위해서 서울 노량진에 803㎡규모의 농산물 시범직매장을 운영하고 있으며, 농수축협이 운영하는 농수산물 직매장과 3개소의 집배센터 운영사업을 위해 농수산물 가격안정기금에서 지원(1988년 54억원)하고 있다.

또한 저장가공사업의 촉진을 위해 단독 또는 합작 투자에 의해 27개의 저장가공회사를 설립했었다. 그러나 저장가공산업이 어느 정도 정상 궤도에 오른 현재에는 한국냉장, 한국물산, 매일유업, 주식회사 코텍 등 4개 회사를 제외하고는 모두 민영화하고 있다. 한국냉장은 주로 정부 구매비축 농수산물의 저온 보관을 위한 것이며, 한국물산은 일본의 농수산물 수출시장을 개척하고 농수산물 상품개발을 위한 해외기술 및 자본도입을 알선하기 위해 설립한 회사이다. 매일유업은 우리나라 낙농기반을 조성하고 우수 유제품을 개발하여 제조 판매하기 위해 1969년에 설립했으며 현재 총 자본금의 40%

만을 소유하고 있다. 주식회사 코텍은 엽연초 가공기술의 도입과 엽연초 해외시장 개척을 위해 1968년에 설립했으며 현재 총 자본금의 41%를 소유하고 있다.

이밖에도 농어촌개발공사는 규격포장의 보급과 포장개선을 위한 규격출하 시범사업 지원, 계란선별 포장센터 설치운영, 우수포장 자재 및 규격용기 개발 촉진을 위한 지원사업을 하고 있다.

유통시설에 대한 지원사업은 노후화된 유통시설을 개체 보수하여 유통의 효율성을 높이기 위한 것이다. 현재 유통시설 개선을 위해 농어촌개발공사에서 지원하고 있는 분야는 주로 도매시장의 신규건설과 시설개선, 저온저장시설 및 냉동시설의 노후시설 대체, 농수산물 가공공장의 건설, 소매체계 대형화를 위한 농수산물 연쇄점 개설 등에 지원하고 있다. 이와 아울러 새로운 저장가공시설의 기술지도와 보급을 위해 민간기업에 대한 기술지원과 기술교육(1983년 130명, 1984년 200명)을 실시하고 있다.

공익적 성격의 사업은 공공적 성격이 크기 때문에 모든 사람이 필요성을 느끼고 있으나 그 이익이 어느 특정 집단이나 개인에 귀착되지 않기 때문에 투자를 꺼리는 분야로서 정부의 지원이 반드시 필요한 분야이다. 농어촌개발공사가 수행하고 있는 사업은 유통정보의 수집과 각종 유통관련 조사연구사업, 유통훈련원 설치와 유통종사자에 대한 교육훈련사업,

식품연구소에 의한 새로운 식품 및 저장 유통기술의 개발과 보급 등이 있다.

나. 협동조합의 유통개선 업무

농수축협외의 주목적은 농어민 조합원의 경제적 이익 증진을 위해 설립되었으나 정부의 유통개선 기능과 협동조합의 유통개선 기능을 명확히 구분하기는 어렵다. 또한 정부나 농어촌개발공사로서는 농수산물 유통개선사업을 능률적으로 수행할 수 있는 하부조직을 갖고 있지 못하기 때문에 많은 경우 정부의 실질적인 유통개선 업무를 수행하는 것은 이들 협동조합이다.

현재 협동조합이 수행하고 있는 주요 유통사업은 다음과 같다.

- ① 산지 공동판매 기능 강화
- ② 공판장(도축장포함) 운영
- ③ 산지 직거래 확대를 위한 종합 직판장 운영
- ④ 가격안정사업
- ⑤ 유통정보, 거래단위 규격화 및 포장개선 등 각종 유통조성 기능

(1) 농업협동조합의 유통사업

농협은 농산물의 공동출하를 확대하여 농협의 산지유통 기

능을 강화하고 농민의 시장 교섭력을 제고시켜 주기 위해 금년도 공동출하 목표를 1983 년보다 29 %가 많은 8,000억원으로 설정하고 적극적인 공동출하 확대 노력을 하고 있다. 이를 위해 400 억원의 협동출하 선도금 지급 등을 통해 금년 3월 말 현재 4,830 개인 협동출하조직을 연말까지는 7,000개로 확대할 계획이며, 1983 년 현재 30 개인 산지집하장을 1986 년까지는 129 개로 확대할 계획인데 금년에는 이미 3 개의 산지 집하장이 새로이 개장되었다.

농협은 개인도매업자의 전제 기능의 하나로 도시지역에 이미 70 개의 공판장을 운영하고 있는바, 금년에는 이를 더욱 강화하기 위해 강릉, 서귀포, 제주에 새로운 공판장 설치를 추진하고 있다. 또한 농산물의 산지 직거래 확대를 위해 현재 운영하고 있는 2 개의 슈퍼마켓을 1986 년까지는 15 개로 늘려 농협의 농산물 판매기능을 확대하며 농산물 소비지의 유통능률을 향상시키고자 하고 있다. 또한 농협은 산지 직거래 확대를 위해 주산단지 협동출하반과 소비지의 슈퍼체인본부, 학교, 광산촌 등 대량 수요처와의 직거래를 알선, 연결시켜 주고 있다.

농협은 농산물 가격안정을 위한 각종 사업에 직접 참여하고 있다. 농협은 1984 년 중 맥주맥·감귤·사과 등 가공원료 수매 60 만톤, 고추·참깨·땅콩 등 비축 농산물 수매 1만5천톤 고냉지 채소·김장채소·봄채소·마늘 등의 출하조정을 위한 선

도자금지원 22만6천톤등 모두 84만1천톤 2,467억원의 가격안정사업을 계획하고 있다. 또한 농협은 쌀값 안정을 위해 자체수매곡 13만석, 정부인수곡 40만석, 계통출하곡 11만석 등 총 64만석을 단경기인 4~8월에 방출하여 곡가 안정에 기여할 계획이다.

이밖에도 농협은 농산물 유통정보의 수집과 분산기능, 임직원 및 농민에 대한 유통교육을 실시하고 있으며 농산물의 상품성제고를 위해 포장규격 시범사업, 포장자재비 지원사업을 하고 있다.

(2) 수산업 협동조합의 유통산업

수협은 수산자원의 보호와 산지 공동판매 기능을 강화하여 어민 생산자가 보다 나은 가격을 받을 수 있도록 하기 위해 산지 위판장을 운영하고 있으며 소비지 대도시에는 도매시장의 기능을 하는 공판장을 운영하고 있다. 수협은 유통개선의 일환으로 산지 공판기능을 강화하여 1983년 81%인 연근해 수산물 공동판매비율을 금년에는 88%까지 끌어 올릴 계획이며, 계통출하를 확대하여 유통단계를 줄이기 위해 계통출하 촉진자금의 지원(1983년 180억원, 1984년 220억원), 공판장 운영의 활성화, 계통출하 결손보전기금의 조성(1984년 1억5천만원)등을 위해 노력하고 있다. 또한 산지 직거래의 확대를 위해 현재 서울 청량리에 산지직판장을 운영하고 있으

며 금년에는 주요 도시에 5개소를 더 설치하여 산지 직거래 기능을 확대코자 계획하고 있다.

수산물 가격의 안정을 위해 김·염장미역·전오징어 등에 대한 장기 비축저장사업(1984년 2,650톤)과 선어류 출하 조절용 수매비축 사업을 조기·갈치 등 물가 주도 품목을 중심으로 수행하고 있으며(1984년 10만6천톤), 성수기별로 가격 안정 특별대책을 강력히 추진하고 있다.

이밖에도 수협 역시 수산물 유통정보 수집 분산기능, 상품성 제고를 위한 규격출하 촉진사업, 임직원 및 어민에 대한 교육 홍보사업 등을 추진하고 있다.

(3) 축산업 협동조합의 유통사업

축협은 가축 산지유통을 위해 가축시장을 운영하고 있다. 1983년 현재 전국적으로 364개의 가축시장이 있으나 시장 규모가 매우 영세하여 이중 67%가 출장 두수 50두에도 못 미치는 실정이다. 이러한 점을 감안하여 영세한 가축시장을 계속 통폐합시켜 나갈 계획이며 1986년에는 136개만이 남아 있도록 조정할 계획이다. 또한 과거 대부분의 가축시장이 중개인에 의한 중개거래에 의존했기 때문에 중개인의 담합과 과도한 수수료 징수 및 목축에 의한 거래 등으로 농민이 불이익을 받는 경우가 많았다. 이와 같은 가축시장에서의 비합리성을 배제코자 축협에서는 가축거래의 경매제도 도입, 우형기

설치, 계류장시설 개선 등을 통해 생축거래를 근대화해 나가고 있다. 또한 1983년 현재 간이도축장을 포함하여 208개의 도축장이 있는데 이중 20개가 축협이 운영하는 도축장이다. 현재 도축장 시설 역시 매우 영세하고 노후화되어 있기 때문에 도축행위가 비위생적으로 이루어지고 부정육 거래의 우려가 크다. 이를 개선하기 위해 1986년까지는 도축장을 100개로 정비해 나갈 계획이다. 현재 축협은 서울과 전주에 식육도매시장의 기능을 하는 공판장을 운영하고 있으며 생산자 단체 중심의 도매시장 운영으로 공정거래를 유도하기 위해 소비자 공판기능을 확대하고자 하고 있다. 또한 소비자 유통개선을 위해 축산물 직거래의 확대를 위해 시범적으로 종합 축산물 슈퍼를 1개소 운영을 계획하고 있으며, 서울에 357개소의 축협직매장과 도청 소재지에 조합직영 직매점 8개를 설치 운영하고 축산물의 수급과 가격안정을 위해 쇠고기의 수입과 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 등의 비축사업을 하고 있다. 1984년도에는 쇠고기 7천톤, 돼지고기 3천톤, 닭고기 3천톤을 상시 비축하여 육류의 가격안정을 기하고자 하고 있다.

이밖에도 축협은 수입 쇠고기의 판매와 포장, 포장육 유통의 확대, 축산물 유통 및 관측사업, 우유·돼지고기 등 축산물의 가공 등 축산물 전반에 걸친 사업을 수행하고 있다.

8. 유통개선을 위한 농어민의 노력

농수산물의 유통개선은 정부의 시책이나 협동조합의 활동에 의해서 이루어지는 것은 아니며, 상인이 개선시켜 주는 것도 아니다. 자신의 이익을 침해받지 않고자 하는 소비자와 생산자 농어민의 적극적인 노력에 의해서만 이루어질 수 있는 것이다.

상인은 거래를 통해 이윤을 취득하고자 하는데 목적을 두고 있다. 상인은 거래과정에서 보다 많은 이윤을 취득하기 위해 노력할 것이며 이들은 유통개선을 통해 비용을 줄이어 자신의 이윤을 증대시키고 타상인과의 경쟁에서 유리한 고지를 차지하고자 한다. 그 결과 유통비용을 줄여서 생산자와 소비자에게 이익을 주게 된다. 여기에 생산자는 생산자 나름대로 소비자는 소비자 나름대로 자신의 이익증진을 위해 부단한 노력을 한다면 그 효과는 배가될 것이다.

농어민의 유통개선 활동은 생산물을 제값받고 팔기 위한 활동이라고 할 수도 있다. 농어민이 땀흘려 생산한 귀중한 농수산물을 제값에 팔기 위해서는 무엇보다도 수요에 맞는 적

당한 양을 생산하여 출하해야 한다. 생산이 지나치게 과잉되면 가격은 폭락하게 되며 이것은 어느 누구도 막을 수 없는 것이다. 따라서 과잉생산을 방지하기 위해서는 농민 스스로가 정부의 유통예고 등에 항상 관심을 가지고 적정한 생산계획을 수립하여 대응해 나가야 할 것이다. 또한 출하량이 일시적으로 몰려 가격이 계절적으로 폭락하는 경우가 종종 있는데 이것 역시 정부 등에서 발표하는 농수산물 유통정보에 항상 관심을 가지고 출하량을 적절히 조정해 나가야 가격폭락을 다소나마 완화시킬 수 있다. 농어민 스스로가 출하시기와 출하물량을 슬기롭게 결정하여 높은 가격을 받을 수 있을 때 수지맞는 농사가 될 것이다.

농어민들은 생산한 농수산물을 판매하는 데에도 많은 불이익을 겪어 왔으며 항상 피해의식 속에 있는 듯하다. 생산규모가 적어 판매량 역시 적고 시장정보에 대한 지식이 부족한 상태에서는 농어민이 상인에게 속거나 불리한 가격을 받는 경우가 많았으며 이는 어쩌면 불가피한 일인지도 모른다.

따라서 농어민 스스로의 협동 출하조직 등을 통한 공동노력이 필요하다. 농어민이 협동으로 대처할 때 농어민의 시장교섭력은 증대되며 중간상인들의 농간을 배제하고 생산한 상품을 제값에 판매할 수 있게 되는 것이다. 그리고 생산된 상품에 대해 선별과 포장을 잘하여 상품성을 높여 좋은 값을 받을 수 있도록 하고 포장상품의 품질을 균일하게 유지하여 구

매자의 신뢰를 얻는 것도 상품을 제값을 받고 파는 길이며 이것이 곧 유통개선의 길인 것이다.

결론적으로 농어민이 농수산물을 제값받고 팔기 위해서는 정부가 건설, 제공하는 도매시장이나 유통정보 등을 최대한으로 활용하면서 농어민의 단체인 농수축협이나 자생적인 조직을 중심으로 농어민 스스로 협력하여 생산량과 출하량을 조정하면서 공동노력할 때 우리나라의 유통문제는 하나씩 하나씩 해결되어 나갈 것이다.

9. 산지유통 성공사례

가. 공동출하와 포장개선으로 판매가격을 높인 사례

(충남 천원군 입장단협)

입장조합 관내에서는 과거부터 포도를 재배해 오고 있으며 그 면적은 72 ha로 생산량은 약 2,000 톤에 이르고 있다. 특히 이곳에서 생산되는 포도는 감미와 과육이 풍부한 신품종 포도인 거봉의 재배면적이 43%에 달하고 있어 비교적 품질이 우수한 편이다.

그러나 농가 각자가 생산된 농산물을 개별적으로 판매함으로써 가격 면에 불리하였고, 수송 또한 어려움이 많았다. 이러한 어려움을 극복하고 공동출하에 의한 시장교섭력 강화를 위하여 52명의 회원으로 구성된 포도작목반에 2개의 협동출하반을 조직하게 되었다.

이 지방에서 생산되는 포도는 8월 중순경부터 9월말까지

출하되고 있는데, 1983년 관내에서 생산된 1,710톤 중 15%에 해당되는 256톤을 공동출하하였다. 금년에는 관내 총생산량의 60% 이상을 공동출하할 계획이다.

소비자로부터 「입장포도」 품질에 대한 신뢰를 받아 판로를 점진적으로 확대하고, 포장개선에 의한 상품성제고로 보다 높은 가격을 받기 위해 4kg들이 골판지 상자 55,000개를 공동구매하여 공급하였다. 엄격히 선별된 포도를 규격포장하여 출하함으로써 소비자로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

또한 1983년에도 포도생산을 위한 각종 생산자재 및 포장자재 6,433만 7천원 상당을 공동구매하여 생산농가에 공급함으로써 농가에 많은 도움을 주었다.

이밖에도 협동출하반에서는 포도의 증산과 품질 좋은 상품을 생산하기 위해 수시로 재배기술 교육을 실시하며, 출하협의회를 통하여 포도의 규격포장에 의한 공동출하를 적극 유도하고 있다. 협동출하반의 효과적인 운영을 위하여 포도 판매대금의 1.2%를 기금으로 적립하고 있으며, 이 기금은 출하조직의 육성기금으로 활용하고 있다.

생산농가는 수확한 포도를 상, 중, 하로 선별하여 4kg들이 골판지 상자에 포장하고, 포장상자에는 생산지명, 생산자성명, 품명, 등급, 중량 등을 표시하여 차량통행이 가능한 일정한 장소에 집하한다.

단위조합에서는 부락단위의 출하조정을 통하여 당일의 출하

물량을 파악해서 수송계획을 수립하고, 단위조합 차량으로 순회, 수집하여 농협중앙회 유통정보센터에서 제공하는 소비지시세, 출하동향을 분석하여 그 결과에 따라 가장 유리한 농협공판장이나 도매시장에 출하하고 있다.

공동출하한 판매대금은 농가별 정산서에 의거하여 예금구좌를 통하여 개인별로 지급하고 있다.

농가가 개별적으로 시장에 출하할 때는 시장교섭력이 미약하여 가격 면에서 크게 불리했을 뿐만 아니라 수송상의 어려움이 많았다. 그러나 농협에서 작목반을 순회하면서 농산물을 수집하여 이를 공동출하하여 판매해 줌으로써 생산농가는 인력과 시간낭비를 줄일 수 있게 되었으며, 수송비도 10% 이상 절감될 수 있었다.

또한 규격포장을 적극 추진하고 포장에는 산지, 등급, 무게 등을 정확히 밝히줌으로써 입장포도에 대한 소비자의 신뢰와 명성을 얻게 됨으로써 보다 높은 가격을 받을 수 있게 됨은 물론 판로확장에도 크게 도움을 받아 농가소득증대에 크게 기여하고 있다.

단협 역시 출하농민의 판매대금이 단협은행으로 예치되는 등 농민의 조합이용이 증대되고 조합에 대한 인식이 높아짐으로써 단협사업이 모든 부문에 걸쳐 급격히 성장하게 되었다.

나. 유통정보를 활용하여 출하계획을 짜는 사과작목반

(경북 영천군 화북단협의 오산동 사과작목반)

오산동 사과작목반은 1976년 5월 16일 경북능금협동조합과 마을의 영농지도자 조직제씨에 의해 반원 16명으로 출발하였다. 1983년 현재 작목반원은 40명으로 늘어났다. 작목반은 연 4회 조합의 기술교육을 받으며 연 7~8회의 회의를 개최하여 농약·농기구 등 자재공동 구입, 출하계획, 재배방법을 협의 결정한다.

1974년 이전까지만 해도 이 마을에 사과수확기만 되면 대구, 영천 등지에서 몰려든 중간상인에게 발매기, 더미 또는 목상자 단위로 팔아 넘겼으며 이러한 방법이 가장 편리한 방법으로 인식되었다.

그러나 1975년부터 출하방법을 개선하기 위해 경북능금조합은 포장자재의 일부를 무이자로 공급해 주고, 개별농가를 방문하여 선별 및 포장방법을 지도하였으며, 이렇게 해서 선별 포장된 사과의 일부를 능금조합을 통해 계통출하를 시도해 보았다. 그 결과 생산자들은 종전보다 좋은 가격을 받을 수 있다는 인식을 갖게 됐으며, 1976년 사과 작목반 조직과 더불어 사과의 공동출하가 본격적으로 시작되었다.

능금조합은 작목반별, 출하처별, 시기별 출하계획을 수립한 다음 매일의 소비지 가격동향, 경락가격상황 등의 정보를 전화나 전일의 대금정산서 등을 통해 수집하고, 이를 면밀히 분석한 후 명일 출하계획을 수립, 결정한다.

출하계획이 결정되면 즉시 작목반장에게 전화로 통보한다. 작목반장은 새벽에 마을 앰프를 통하여 작목반원들에게 당일의 출하처, 출하량, 유의사항 등을 통보하며, 반원들은 아침 9시까지 작목반장에게 당일 출하희망수량을 보고한다. 작목반장은 출하물량을 확인 후 12시까지 능금조합에 수송차량을 신청한다.

조합에서는 오후 1시까지 오산작목반 담당직원과 농산물 위축검사원을 차량과 함께 작목반에 보내고, 현지에서 도착한 직원이 반원별로 순회하며 위축검사와 동시에 차량에 적재한다. 차량적재가 완료되는 일몰경, 담당직원이 차량과 함께 출하처로 출발하고 익일 경락 후 대금정산서 및 공판장 전금전표를 지참하여 조합에 도착하면 반원별로 운임 수탁판매 수수료 등을 계산하며 판매대금을 정산한다. 이상과 같이 작목반은 출하에 대해서는 전적으로 조합에 위탁하며 조합은 판매대금의 2%에 해당하는 수탁판매 수수료를 받고 있다.

1983년 오산동 사과작목반원 소유 사과밭 41ha에서 생산된 총생산량은 770톤이며, 이중 약 95%에 해당하는 735톤(4만9천 상자)이 공동출하에 의해 능협계통조직에 판매되

었다. 공동출하물량 중 약 90%는 조합을 통하여 서울로 출하되었으며 하품 10% 정도가 능금조합 영천공판장에 출하되었다.

공동출하를 함으로써 판매는 완전히 능금조합 전담직원이 담당하며 작목반원들은 생산에만 전념할 수 있게 되어 판매활동에 소요되는 많은 시간을 절약하게 되었으며, 보다 높은 가격을 받을 수 있게 됨으로써 소득의 증대를 가져왔다.

특히, 오산작목반의 출하품은 사과육질이 우수하고 한결 같은 선별포장과 품질검사로 품질을 인정받아 주출하처인 용산공판장에서는 다른 출하품에 우선하여 판매해 주며, 경락가격도 비교적 높게 나타나고 있다.

이제 철저한 선별과 규격포장을 통한 상품성 제고로 좋은 가격을 받을 수 있다는 것을 작목반원들은 인식하게 되었으며 작목반원 상호간에 선의의 경쟁을 통해 상품성 제고를 위해 노력하므로 전체 출하품이 규격화되었다.

이와 같이 협동출하가 성공하게 된 것은 조합의 꾸준한 작목반 지도와 작목반원들의 조합직원에 대한 깊은 신뢰에 의한 것이라 할 수 있다.

조합원의 신뢰없는 공동출하란 존재하기 어렵다고 생각된다.

다. 자매결연을 통한 산지직거래 성공사례

(영월군 — 서울 강남구 아파트단지)

이 조사사례는 도시와 농촌의 자매결연을 통하여 농산물의 직거래를 추진하는 사례로서 지방에서는 행정기관인 군청이, 소비지에서는 소비자의 대표단체가 상호 적극적인 중개기능을 수행함으로써 단순히 생산자와 소비자가 직접 연결되는데 따른 제반 문제점을 보완해 주고, 문제점 발견시 신속하게 개선 발전시켜 직거래가 지속적으로 추진될 수 있는 발판을 구축하게 된 특징을 가지고 있다는 점에서, 여타의 자매결연에 의한 직거래와는 차이가 있다고 보아 우수사례로 발굴 조사하게 된 것이다.

1983년 2월 20일 영월군과 서울 강남구 아파트 대표자 연합회가 도시농촌 자매결연식을 거행했다. 이 자리에서 두 자매는 영원한 자매가 될 것을 약속하면서 영월군의 각 마을과 강남구 아파트 간의 결연을 확대추진함으로써 도시인에게는 농촌의 고향을 갖게 하고 영월군의 지역특산물인 고추, 마늘, 옥수수, 대추 등 농산물의 직거래로 상호 경제적 이익을 도모함은 물론 도시와 농촌간의 위화감 해소로 국민화합 분위기를 조성할 것을 결의했다.

이어 영월군청과 서울 강남구 아파트 대표자 연합회의 적극

적 추진으로 영월군내 부락과 강남구내 아파트가 자매결연을 맺기 시작했는데, 1983년 9월 현재 영월군 4개의 부락과 강남구의 4개 아파트가 자매결연을 맺고 농산물의 직거래도 실시하고 있으며 앞으로도 계속 확대시킬 계획에 있다.

자매결연 추진방법은 강남구 아파트 대표자 연합회에서 결연대상 부락(영월군내 모든 부락)의 가구수 및 농작물의 생산규모 등을 고려하여 적합한 아파트 단지를 선정, 추진하게 되면, 추천받은 아파트에서는 단지 입주자 총회를 열어 결연의사 결정을 하게 되며 영월군청과 아파트 대표자 연합회는 상호 긴밀한 협조로 결연을 추진하게 된다.

직거래 대상품목은 영월군 지역특산물로서 1983년에는 고추, 마늘, 옥수수, 무우, 배추 등 5개 품목이고, 1984년에는 땅콩, 참깨, 들깨, 포도, 대추, 감자 등 6개 품목을 추가하여 총 11개 품목이 되었다. 1985년 이후에는 산머루, 토종 및 양봉꿀, 더덕, 도라지, 산채 등 5개 품목을 추가할 계획이다.

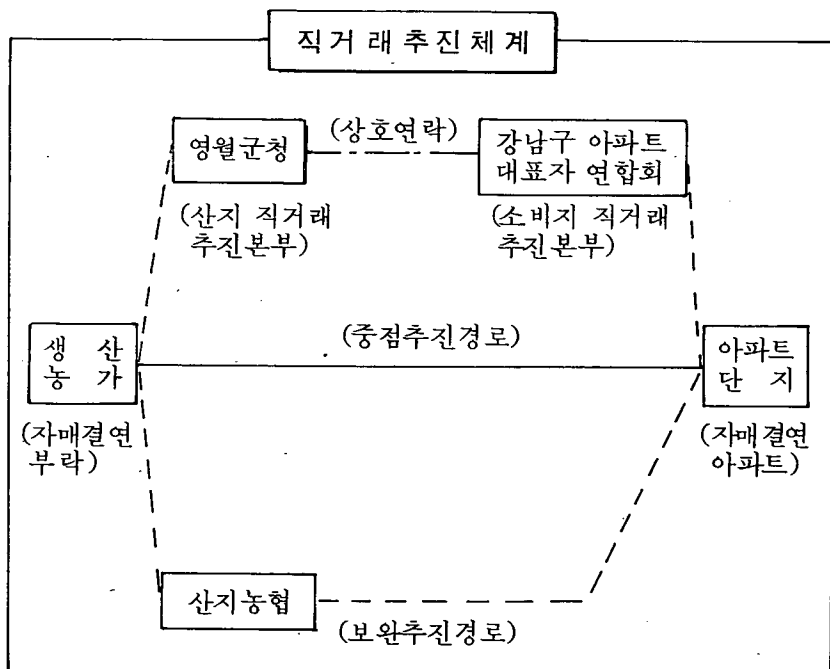
직거래 추진방법은 산지에서는 영월군청 농산과에, 소비지에서는 강남구 아파트 대표자연합회 사무실에 추진본부를 설치하고 추진본부 간의 수시 긴밀한 전화연락에 의해 직거래 계약을 체결하여 성실히 이행하고 있다.

영월군청은 강남구 아파트 대표자 연합회로부터 구입신청을 접수하게 되면 자매결연 부락에 출하를 권유하며, 출하에 따

른 각종 행정지도와 검수 및 출하증을 발급한 후 출하하게 한다.

한편, 강남구 아파트 대표자 연합회에서는 수시 아파트 단지를 대상으로 직거래품 구입을 권유하여 아파트 단지로부터 구입희망량을 신청받으며 영월군청에 구입신청을 하여 직거래를 추진시키며 상품이 아파트에 도착하면 원활하게 판매될 수 있도록 한다.

아파트 단지 또한 자체적으로 부녀회와 관리사무소 간의 협조로 직거래가 성공적으로 이루어질 수 있도록 노력한다.



그런데 자매결연 부락의 물량이 거래처의 주문을 충족시키지 못하거나 기타 여러가지 사정으로 인하여 생산농가가 직접 아파트 단지와 연결되지 못하는 경우에는 물량확보 능력이 있는 농협으로 하여금 아파트 단지와 직거래토록 대체시킴으로써 직거래가 원활히 지속될 수 있도록 하고 있다.

산지농협은 결연 대상부락 이외의 농산물도 수매하여 충당시키게 되며 이때 산지농협에서는 직거래 취급수수료로 3%를 수취하게 된다. 그 외에도 평소 자체 경제사업으로 이미 수매 비축해 놓은 양을 직거래시키기도 한다.

이 외에도 산지단협은 이 직거래와 관련하여 평소에 출하지도, 포장재지원, 차량지원, 품질 검수원 등 여러 측면에서 직거래 추진 여건조성에 힘써 행정당국인 영월군청과 산지농협 및 생산자가 삼위일체로 직거래 추진의 성과를 높이고 있다.

직거래 품의 선별 포장규격화는 거래처인 소비자의 요구 및 기호에 적합토록 시행하며 군청의 검수과정을 거치게 된다. 품질은 중품 이상의 것으로 국한하여 단일 등급으로 선별 포장하게 된다.

포장단위도 소비자의 요구에 따르는데 고추를 예로 들면 보통 6kg과 9kg으로 포장한다. 포장재 내부에는 소비자가 볼 수 있도록 품종, 생산부락 및 농가, 포장단량 등이 명기된 표찰을 부착하여 신용 거래기반을 조성한다.

거래가격은 군청과 아파트 대표자 연합회가 직거래 추진협

의 및 전화 계약시 합의 결정되는데 그 결정기준은 서울지역 상품(上品) 기준의 도매가격 수준으로 한다.

대금은 현금판매 및 판매직후 대농가 정산을 원칙으로 하고 있으나 상호합의하에 무이자 조건으로 1개월내의 정산기간 연장도 가능하다. 생산농가가 직접 출하시에는 출하농가 중 대표자가 수송차량에 동승하여 판매 후 대금정산업무까지 수행한다.

1983년 8월 30일 직거래를 시작으로 1983년 10월 1일 현재 총 4회 7백만원 상당의 거래실적을 올렸다.

조사시점인 1983년 9월 30일을 기준하여 고추를 예로하여 직거래시와 일반산지 수집상에 판매시의 농가 수취가격을 비교해 본 결과 판매가격에서 출하 제비용을 감한 600g당 농가

고추 출하형태별 농가수취가격 비교

(1983. 9. 30. 재래종, 상품, 원/600g)

출하형태별	구분	판매가격	출하제 비용	실농가 수취가	비 교
1) 직거래					
○ 생산자 - 아파트	1,400 원	50원(운임 30, 포 장비 7, 기타 13)	1,350원	113.1 %	
○ 생산자 - 산지농 협 - 아파트	1,400	49 원(농협수수 료 42, 포장비 7)	1,351	113.1	
2) 산지수집상에 판매	1,200	6원(포장비 6)	1,194	100.0	

수취가격이 소비자 직거래시 1,350 원이고, 수집 상에 판매시 1,194 원으로서 약 160 원의 차액이 발생하여 농가수취가를 약 13.1 % 제고시켰다.

직거래에 의해 유통마진이 대폭 절감됨에 따라 소비자 구입가가 저렴하면서 가계부담을 크게 경감시킨 효과를 갖는다. 고추를 예로 들면 1983년 9월 30일 재래종 일반상품을 기준하여 600 g 당 서울지역 소매시장의 소매가격이 1,800 원으로 조사된데 비해 직거래에 의한 소비자 구입가격은 1,400 원으로 가계비가 600 g 당 400 원 즉, 20%가 경감되는 결과를 가져왔다.

고추의 경우 일반시중 유통경로는 6~7 단계이나 직거래는 1~2 단계에 그쳐 4~5 단계를 축소시킨 것이며, 동시에 유통마진을 조사시점의 가격을 기준하여 일반 시중 유통시 약 35%이던 것을 4% 수준으로 대폭 절감하였다.

그 외에도 상자 포장규격화 출하에 따른 상품성 제고, 감모율의 극소화, 안정적 계획적 생산기반 조성, 도농간의 위화감 해소와 국민화합 분위기 조성 등의 효과를 가져왔다.

그러나 직거래를 추진하는 과정에서 일부 생산농가가 규격미달품을 포장 출하함으로써 소비자로부터 빈축을 사는 사례가 있으며 기호가 다양한 소비자층에서도 일부 소비자는 직거래 사업에 협조하지 않은 경우가 있어 직거래 사업 추진에 상당한 애로가 있었다. 직거래 사업이 궁극적으로 생산자와

소비자 모두에게 유익하다는 사실을 인식하고 때때로 추진과정상 어려움이 발생하더라도 문제점을 보완해 가면서 지속하는 끈기로 추진해 나가야 할 것이다.

빈 면

농수산물 유통개선과 우리가 할 일

1984년 6월 9일 발행

발행인 김 영 진

발행처 한국농촌경제연구원

☐☐☐ 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

등록 1979년 5월 25일 제 5-10호

전화 962 - 7312 ~ 5

인쇄처 東洋文化印刷株式會社

<비 매 품>