

研究報告 112
1985. 12

協同組合流通事業의 發展方向

許 吉 行 (責任研究員)
金 鎮 碩 (研究員)
金 柄 鎬 (首席研究員)

韓國農村經濟研究院

빈 면

머 리 말

현재 協同組合은 農水産物流通상 매우 증대한 역할을 수행하고 있으며, 流通改善에 선도적인 機能을 수행해 오고 있다.

그러나 農水産物流通상 協同組合이 수행하고 있는 중요한 機能에도 불구하고 일부에서는 그에 대한 批判이 있으며, 問題點도 상당히 있는 것으로 지적되고 있다. 또한 農民組合員들의 호응도 부족한 것으로 評價되고 있다. 이에 協同組合 流通事業의 現況과 問題點을 파악하고 새로운 發展方向을 제시코자 했다.

協同組合의 流通問題는 그 범위가 매우 광범위한 課題이며, 協同組合을 보는 관점에 따라서 그 接近方法도 많은 차이가 있다. 그래서 協同組合論을 순수科學으로 보지않고 社會哲學的 관점에서 보는 경우도 있다. 다만, 본 研究에서는 協同組合의 本質에 충실하면서 組合員이 필요로 하는 事業을 중심으로 發展方向을 제시코자 하였으며, 전체적인 流通改善의 관점도 次善의 目標로서 많은 고려를 하였다.

따라서 本研究에서 제시된 모든 問題와 方向이 절대적일 수는 없음을 밝혀두며, 앞으로 協同組合의 流通問題를 다루는 사람들에게 하나의 代案으로서 좋은 參考가 되길 기대한다.

끝으로 本研究를 맡아준 農業流通室 研究陣과 資料에 協助해 주신 각 協同組合 職員들에게 감사하며, 本研究는 當研究院의 公式見解가 절대 아님을 밝혀둔다.

1985 . 12 .

目 次

第1章 序 論

- 1. 研究의 目的 1
- 2. 研究의 方法과 範圍 3

第2章 協同組合의 流通事業現況

- 1. 基本概要 6
- 2. 產地流通活動 10
- 3. 消費地流通活動 25
- 4. 流通助成 및 價格安定活動 31

第3章 農民의 認識과 參與度

- 1. 組合員 參與度の 重要性 39
- 2. 調査概要 40
- 3. 協同組合에 대한 認識 42
- 4. 農産物 販賣實態 45
- 5. 共同出荷組織에 대한 參與와 認識 50
- 6. 協同組合 販賣支援活動과 協同組合 忌避理由 55
- 7. 協同組合 流通助成活動의 利用 56
- 8. 農民希望 協同組合 流通事業 60

第4章 協同組合의 原則과 方向設定 基本前提

- 1. 協同組合의 本質과 特性 63

2. 協同組合의 經濟理論	72
3. 協同組合의 問題點	77
4. 流通事業의 當面課題	85
5. 方向設定을 위한 基本的 前提	91
第5章 協同組合 流通事業의 發展方向	
1. 產地流通	95
2. 消費地流通	112
3. 流通助成事業	121
第6章 要約 및 結論	123

表 目 次

第 1 章

表 1 - 1 現地訪問 調査處一覽 4

第 2 章

表 2 - 1 畜・水産物 共同出荷現況, 1984 12

表 2 - 2 서울시 流通經路別 米穀搬入量 13

表 2 - 3 日本 青果物中央都賣市場의 集荷先別 比重, 1981 13

表 2 - 4 協同組合 主要下部(販賣)組織數 15

表 2 - 5 協同出荷班 및 作目班 現況, 1984.9 末 現在 16

表 2 - 6 競賣式集荷場의 種類別 特性 19

表 2 - 7 競賣式集荷場의 運營現況 20

表 2 - 8 運營主體別 水産物委・共販場 現況, 1984 23

表 2 - 9 年度別 家畜市場數 24

表 2 - 10 產地屠畜場現況, 1984 25

表 2 - 11 都賣市場 類型別 市場數, 1983 26

表 2 - 12 都賣市場類型別 去來物量比重 27

表 2 - 13 組合別 共販場 所有現況, 1983 28

表 2 - 14 共販場施設 및 販賣實績現況, 1984 28

表 2 - 15 畜産物販賣店現況, 1984 30

表 2 - 16 流通情報內容別 調査機關 32

表 2 - 17 規格出荷 支援現況 35

第3章

表 3 - 1	調查農民 人的事項	41
表 3 - 2	調查農家の 營農概況	42
表 3 - 3	協同組合에 대한 農民의 認識	43
表 3 - 4	協同組合의 必要性에 대한 認識	44
表 3 - 5	協同組合의 販賣事業에 대한 認識	45
表 3 - 6	主要品目の 販賣處別 販賣量 比重	46
表 3 - 7	販賣方法別 販賣量比重	48
表 3 - 8	協同組合을 통한 共同出荷 또는 系統出荷 經驗	48
表 3 - 9	單協과의 距離別 共同 및 系統出荷經驗	49
表 3 - 10	販賣處 및 販賣方法 選擇動機	49
表 3 - 11	共同出荷組織運營實態	50
表 3 - 12	營農形態別 協同組合 共同販賣에 대한 認識	51
表 3 - 13	單協間 距離別 共同販賣에 대한 認識	51
表 3 - 14	共同出荷 成功要因別 比重	53
表 3 - 15	共同出荷가 잘 안되는 原因別 比重	53
表 3 - 16	共同出荷關聯組織에 대한 認識	54
表 3 - 17	共同出荷關聯組織을 알게된 動機	54
表 3 - 18	協同組合의 販賣支援活動受惠率	55
表 3 - 19	農協販賣 忌避原因別 比重	56
表 3 - 20	協同組合 流通情報에 대한 満足度	57
表 3 - 21	農民의 流通情報獲得源	58
表 3 - 22	包裝 및 等級化에 대한 受惠農家比率	58
表 3 - 23	包裝受惠農家の 受惠內容別 比重	59
表 3 - 24	包裝 및 等級化를 하지 않는 理由別 比重	59
表 3 - 25	協同組合流通活動別 必要性 認識度	61
表 3 - 26	平均認識指數別 流通事業分類表	61

第4章

表 4 - 1	株式會社와 協同組合의 運營方式 對比表	68
表 4 - 2	單位農協의 年度別 事業實績	83
表 4 - 3	單位農協 事業部門別 粗收益率, 1984	84
表 4 - 4	販賣事業 取扱規模別 組合分布, 1983	87
表 4 - 5	單位組合의 品目別, 類型別 販賣事業實績, 1984	87
表 4 - 6	販賣擔當職員의 販賣擔當 經歷別 分布	90

第5章

表 5 - 1	共販場의 青果 및 糧穀販賣實績	114
表 5 - 2	農協共販場 概略收支分析表, 1983	114
表 5 - 3	農協수퍼마켓 施設 및 人力現況, 1985	118
表 5 - 4	農協수퍼마켓 運營實績, 1984	119
表 5 - 5	農協수퍼마켓의 商品類別 購入處, 1984	120

圖 目 次

第 2 章

- 圖 2-1 農協經濟事業體系圖 9
- 圖 2-2 農水產物流通情報 綜合體系圖 33

第 4 章

- 圖 4-1 協同組合과 一般企業의 均衡比較 73
- 圖 4-2 販賣協同組合의 均衡 75

第 5 章

- 圖 5-1 協同組合 販賣事業 成長체인 105
- 圖 5-2 共同出荷事業의 段階的 推進 107
- 圖 5-3 產地競賣와 大都市 共同出荷間의 流通經路比較 108

附 錄 目 次

- 附錄 1 協同組合 流通事業에 관한 農家調查表 128
- 附錄 2 單協의 販賣指導事項(例) 134
- 附錄 3 營農計劃 및 作目班 管理카드樣式(例) 136

빈 면

第 1 章

序 論

1. 研究의 目的

協同組合은 우리나라 農漁業分野의 가장 방대한 民間組織으로서 모든分野에 걸쳐 우리나라 農漁業發展에 지대한 공헌을 하여 왔다. 특히 農水產物 流通分野에 있어서는 協同組合이 產地流通段階로부터 消費地 小賣段階에 이르기까지 매우 다양한 分野에 참여하고 있으며, 農水產物 流通상 이들의 機能과 役割은 매우 중요하다. 또한 앞으로도 協同組合의 流通상의 機能은 더욱 증대될 것으로 기대된다. 따라서 이와같이 流通상에 중요한 기능을 수행하는 協同組合이 얼마나 流通事業을 능률적으로 수행하는가 하는 것은 우리나라 全體 流通의 能率化와 직결되는 중요문제이다.

현재 協同組合은 많은 부분에서 政府流通事業을 代行하는 施行主體로서 우리나라 流通發展의 선도적인 역할을 수행해야 하는 한편, 小規模生産者인 農漁民의 利益 代辯者로서 農漁民의 경제적 利益增進을 위한 經濟組織으로서의 役割이 요구되고 있다. 또한 하나의 財團法人으로서 協同組合 자체의 收益性 增進이라는 중요한 經營的 요구가 있다. 이들 三者間의 利害는 상호 보완적이기도 하지만 事業에 따라서는 상충되는 경우가 많다.

協同組合 流通事業이 지나치게 政府의 政策開發 目的에 치중되거나 構成員인 組合員의 利益과 상관없이 組合收益增大에 치중하게 될 때, 協同組合에 대한 農漁民 組合員의 參與意識이 약화됨으로써 事業 자체의 성취도를 저하시키며 궁극적으로는 協同組合 流通事業의 合目的性에 관한 문제가 야기될 수 있다.

協同組合의 流通事業은 다른 어떠한 事業보다도 組合員의 利益과 직결되는 事業으로서 組合員의 협조없이 是 성공할 수 없는 事業이다. 또한 小規模 生産體制하에서 의 農村協同組合¹⁾의 경우, 組合員의 적극적인 호응과 참여를 유도하고 協同組合이 성공적이기 위해서는 流通事業의 정착이 필수적이다. 즉 우리나라와 같은 여건하에서 協同組合이 성공하기 위해서는 協同組合 流通事業의 정착이 필수적이라고 할 수 있겠다.

그러나 協同組合이 지나치게 流通事業에 광범위하게 참여할 때에는 協同組合에 의한 市場의 獨寡占과 流通能率의 저하를 가져올 우려가 있다. 또한 協同組合이 政府가 추진하는 모든 事業에 參與(또는 代行)하게 될 때, 一般 또는 組合員에게 政府의 機能과 協同組合의 機能을 구분치 못하고 혼돈하도록 함으로써 協同組合이 政府機關의 일부라는 오해를 줄 우려가 있다. 이러한 점에서 協同組合의 流通事業은 참여분야 및 市場占有率의 적정수준에 대한 검토가 필요한 것으로 지적되기도 한다.

이러한 점들을 고려할때 協同組合 流通事業의 합리적인 方向設定은 協同組合의 건전한 發展과 農水産物 流通의 効率化를 위한 중요한 研究課題가 되리라고 믿는다.

1) 여기에서 農村協同組合은 廣意의 農業協同組合(Agricultural Cooperative)로서 農村組織機構상의 農·水·畜協을 모두 포함하는 概念으로 使用함. 현재 규모나 조직면에서 水·畜協에 비해 農協이 매우 방대하기 때문에 農協이라는 用語가 水·畜協을 포함하는 概念으로도 사용되기도 하나 本 研究에서는 混同을 피하고자 農村協同組合이란 用語를 사용코자함.

2. 研究의 方法과 範圍

가. 研究方法

本 研究를 수행함에 있어서 기본적으로는 既存 業務 및 研究資料와 協同組合 특히 農業協同組合에 관한 基本 理論書를 활용했으며, 當研究院의 現地通信員을 이용하여 農漁民의 協同組合 流通事業에 대한 인식과 參與도에 관하여 調査表에 의한 郵便調査를 실시했다. 또한 協同組合의 流通事業 추진상황과 추진상의 문제점을 파악하고 현지 專門家들과 協同組合 流通事業의 發展展望에 관한 토의를 위해서 産地의 優秀組合과 共販場의 訪問調査를 並行했다.

現地通信員에 대한 郵便調査는 총 2,206名의 通信員중 通信員番號에 의한 4 倍數 任意抽出法에 의해 抽出된 552名에게 調査表(附錄 1)를 發送했다. 이중 약 64%에 해당하는 352個가 회수되었으며, 회수된 調査表중 記載內容이 불실한 31個를 제외한 321個를 分析하여 研究에 活用했다.

現地調査는 서울과의 距離를 고려하여 京畿, 忠南, 全南地域의 비교적 販賣事業에 성공한 組合을 다양하게 選定했으며, 調査對象處는 〈表 1-1〉과 같다.

研究方法으로서는 기존 資料의 收集·分析을 통해 協同組合의 流通事業 現況을 파악하고, 現地通信員을 통한 調査結果에 의해 農漁民의 協同組合 및 協同組合 流通事業에 대한 認識과 參與現況을 파악하였다. 또한 協同組合의 發展方向 設定을 위해서는 協同組合의 基本理論書를 기초로하여, 현실적인 協同組合 流通事業의 문제점과 관련하여 志向目標을 假說로서 수립한후, 假說에 따른 각종 流通事業의 合目的性和 發展方向을 제시코자 하였다.

나. 研究範圍

協同組合은 農村과 都市의 모든 分野에 걸쳐서 매우 다양한 形態를 갖고

表 1 - 1 現地訪問 調査處一覽

調 査 處		特 徴
京 畿	抱川郡 抱川單協	郡單位 販賣場運營 優秀組合
	〃 抱川畜協	優秀畜協
	連川郡 青山單協	計劃生産에 의한 販賣事業成功 單協
	楊州郡 東豆川單協	產地共販場運營 優秀組合
	安城郡 薇陽單協	紙袋米 및 청과물 共同出荷 優秀組合
〃 孔道單協	消費地 直去來실시 優秀組合	
忠 南	公州郡 公州單協	邑 販賣場運營 優秀單協
	燕岐郡 錦南單協	作目班 중심 共同出荷 優秀單協
	天原郡 成歡單協	農協, 園協, 酪協 競合地域, 共同出荷 優秀組合
全 南	務安郡 海際單協	委託販賣員制 도입에 의한 販賣事業 優秀組合
	寶城郡 筏橋單協	딸기, 오이의 協同出荷 優秀組合
	木浦市 新安水協	養殖業 중심의 水協, 未受債權과다, 적자누적에 의한 中央會 관리조합
	光州市 園協共販場	大都市級 共販場運營 優秀 特殊組合
	〃 農協共販場	農協中央會 運營 大都市 共販場

있다. 다만, 본 研究에서는 研究의 範圍를 農村에서 주로 農漁民을 組合員으로 하고 있는 農·水·畜協을 포함하는 農村協同組合(Agricultural Cooperatives)만을 研究對象으로 했다.

우리나라의 農村協同組合은 대개 綜合協同組合(Multi-purpose Cooperatives)으로서 協同組合의 事業은 대개 信用事業, 經濟事業 및 指導事業으로 大別되며, 이들 事業은 상호 깊은 연관성을 갖고 있다. 協同組合의 流通事業은 일반적으로 販賣事業을 지칭하지만 廣意로서는 經濟事業 모두를 포함한다고 하겠다. 經濟事業은 購買事業, 販賣事業 및 利用加工事業으로 區分되며, 本研究에서는 農漁民의 生産物販賣와 직접적인 관련이 있는 販賣事業 및 그와 관련된 機能만을 研究對象으로 하였다.²⁾ 또한 販賣事業은 政

2) 協同組合은 事業類型에 따라 販賣協同組合(Marketing Cooperatives), 購買協同組合, 서어비스協同組合 및 加工協同組合으로 區分하며 [Kohls, R. L., et al., *Marketing of Agricultural Products* 5th ed., Macwillan Publishing Co., Inc., New York, 1980. pp. 273-76] 여기에서 協同組合 流通事業(Cooperative Marketing)은 販賣協同組合의 機能을 고려한 것임.

策販賣事業과 自體販賣事業으로 區分될 수 있는데, 政策販賣事業은 政府糧穀販賣, 輸入農水産物の 販賣, 備蓄農水産物の 收買, 加工原料 및 嵩工品 販賣, 軍納 등과 같은 事業으로 事業物量, 價格, 流通費用, 去來時期, 去來節次 등 事業과 관련된 제반사항이 대부분 政府政策과 관련되어 協同組合 外部에서 外生的으로 결정되기 때문에 研究의 重點은 自體販賣事業에 주어졌다.

農村協同組合은 주로 農水産物을 생산하는 農漁民을 대상으로 하는 協同體이므로 그 流通事業은 자연히 産地流通에 주어지고 있다. 그러나 현재 水産物の 경우는 強制上場制 실시에 따라 80% 정도가 産地委販場을 통해 거래되며 畜産物도 비교적 系統出荷의 比重이 높으나 農産物の 組織出荷比重은 매우 낮다. 또한 農産物이 農村經濟에서 차지하는 비중은 他品目에 비해 매우 막중하며, 流通상의 문제점도 많은 것으로 알려져 있다. 따라서 본 研究에서는 品目に 있어서 農産物에 특히 重點을 두었다.

당초 研究計劃樹立 당시에는 研究範圍에 協同組合 流通事業의 成果를 分析하고자 했으나 資料利用의 제약과 研究상의 限界性 때문에 본 研究에서는 제외했으며, 協同組合의 기본적인 理念과 流通合理化의 觀點에서 流通事業 發展方向 設定에 研究의 重點을 두었다.

第 2 章

協同組合의 流通事業現況

1. 基本概要

가. 概念의 定義

協同組合流通事業(Cooperative marketing)은 一般的으로 協同組合의 販賣事業을 의미하며, 많은 경우 이들을 混用하고 있다. 그러나 協同組合流通事業이란 단순한 販賣事業을 의미하기 보다는 共同販賣, 標準化, 貯藏·加工, 金融, 市場情報 등과 같은 각종 流通機能을 生産者들이 共同으로 수행해 나가는 體制를 말한다.¹⁾ 따라서 協同組合 流通事業은 販賣事業뿐만 아니라 組合員의 生産物을 보다 有利한 條件으로 販賣해 주기 위한 協同組合의 각종 流通活動을 의미한다고 하겠다. 다만, 이러한 모든 流通活動의 기본적인 成果는 대부분 販賣事業으로 귀착되고 있다. 따라서 본 研究에서도 두 概念을 명확히 區分하지 않고 混用했다.

나. 協同組合流通事業의 重要性

소규모 生産者인 農漁民은 生産物을 보통 고도로 組織化된 商人이나 加

1) Digby, Margaret & R.H. Gretton, *Agricultural Cooperative Marketing*,
FAO, Rome, 1955, p. 8.

工工場에 販賣하게 되며, 이들 商人이나 加工企業은 專門家와 資本으로 결합되어 있기 때문에 市場交渉力에 있어서 農漁民은 항상 불리한 입장에 있다. 따라서 동등한 입장에서의 去來를 위해서는 農漁民은 자신들의 組織的 流通機構를 설립해야 한다.²⁾ 이러한 필요성에서 설립된 것이 販賣協同組合(Marketing Cooperatives)이며, 販賣協同組合은 農村協同組合의 핵심을 이루고 있다.

協同組合 流通事業의 기본적인 目的은 農水産物의 販賣過程에 있어서 規模의 經濟(Economy of scale)를 도모함으로써 農漁民들의 市場交渉力을 높이며 生産者 農漁民에게 필요한 모든 서비스를 효과적으로 제공함으로써 그들의 사회적, 경제적 地位向上을 위한 農家所得増大에 기여함은 물론 商業營農을 촉진한다는 의미에서도 매우 중요한 意義를 갖는다.³⁾ 또한 協同組合 流通事業은 大量去來에 의한 流通體系의 合理化를 통해 불필요한 流通費用과 流通過程을 단축시키며, 消費者 支拂額에 대한 生産者受取比率을 높이는 데 주요 목표가 있다.⁴⁾

따라서 協同組合 流通事業은 小規模 生産者인 農漁民을 결합하여 農水産物 流通에 있어서 規模의 經濟를 실현함으로써 流通體系의 合理化를 통한 流通改善과 生産者 組合員의 經濟的 社會的 地位를 향상시킨다는 데에서 協同組合의 가장 중요한 基本的인 事業이라 할 수 있겠다.

특히 우리나라 農業은 小農經營을 特性으로 하고 있는데다가 經濟發展과 都市化의 진전에 따라 營農形態가 商業農化되어 가고 있기 때문에 生産物의 효율적인 販賣에 관한 農民들의 관심은 매우 높아 가고 있다. 이러한 現實的인 여건을 고려할 때 販賣事業의 확대를 통한 協同組合의 流通機能 강화가 절실히 요망되고 있다.

2) Branson, Robert E & D. G. Norvell, *Introduction to Agricultural Marketing*, McGraw-Hill Book Co., 1983, p. 250.

3) 朴鍾洙, 「單位農業協同組合의 農産物販賣事業에 관한 實證的 研究」, 建國大大學院, 1985, pp. 18~19.

4) Digby, Margaret & R. H. Gretton, *Agricultural Cooperative Marketing*, FAO, Rome, 1955, p. 8.

그러나 協同組合 流通事業은 生産者의 필요에 의해서만 추진될 수 있으며, 生産者인 組合員의 적극적인 參與가 없이는 성공할 수 없으며, 풍부한 경험 및 組織과 資本을 가진 商人들과의 市場競爭에서 이겨내야 한다는 어려움 때문에 소기의 성과를 거두기 어렵다. 그래서 協同組合 流通事業의 중요성에도 불구하고 우리나라 農村協同組合은 販賣事業이 미약한 듯하다. 따라서 販賣事業에서 성공하는 組合은 반드시 성공한다는 말이 널리 알려져 있으며 販賣事業의 어려움과 중요성이 동시에 강조되고 있다.

우리나라의 農村協同組合의 특징은 販賣・購買事業과 함께 信用, 保險(共濟) 등 각종 서어비스事業과 生産支援事業도 함께 수행하는 綜合協同組合으로서 經濟事業보다는 信用事業과 같은 서어비스事業을 주축으로 하는데 있다. 그러나 協同組合 設立의 기본적 目的이 자주적 協同組織을 통하여 小規模 生産者인 農漁民 組合員의 경제적 사회적 地位를 향상시키는데 있으며, 農村協同組合이 生産者의 協同體라는 점을 고려할 때 協同組合 流通事業의 중요성은 더욱 강조될 필요가 있다.

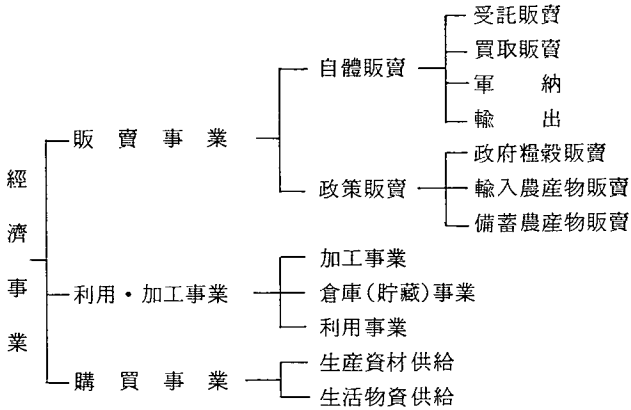
다. 協同組合 流通事業의 分類

協同組合 流通事業의 分類는 그 사용목적에 따라 다양하게 分類될 수 있다. 현재 協同組合 流通事業은 事業의 성격에 따라 信用, 經濟, 指導事業으로 分類되며 業務擔當組織에 따라 中央會事業과 會員組合事業으로 分類된다. 經濟事業은 購買, 販賣 및 加工・利用事業으로 區分되며, 일반적으로 流通事業은 販賣事業과 加工・利用事業을 포함한다. 이들 經濟事業은 事業推進方式에 따라 〈圖 2-1〉과 같이 分類할 수 있다.

이 중 協同組合 流通事業에서 중요시 되는 것은 販賣事業이며, 販賣事業은 自體販賣事業과 政策販賣事業으로 區分되는데,⁵⁾ 그중에서도 특히 중요

5) 販賣事業은 事業推進方式에 따라 共同販賣(廣意)와 政策販賣로 區分하며, 共同販賣는 다시 共同販賣(狹意)와 委囑販賣로 區分하기도 하는데, 軍納을 포함한 委囑販賣는 價格決定方式, 事業量 決定要因 등에서 政策販賣事業으로 고려되고 있다 (高永坤, “農協販賣事業 機能強化를 위한 課題”, 「農協調査月報」 第 26 卷 7 號, 1981. 7, pp. 5 ~ 6.).

圖 2 - 1 農協經濟事業體系圖



시 되는 것은 自體販賣事業이다.

현재 利用・加工事業은 중요함에도 불구하고 제기능을 발휘치 못하고 있다. 事業內容에 있어서 대부분 組合員의 生産物販賣와 거의 관련이 없거나 政府計劃에 의한 政策事業이며, 事業實績도 높지 않다.

또한 販賣事業중 政策販賣事業은 協同組合이 商品을 취급하는 과정에서 價格이나 流通費用이 결정되지 않고, 政府計劃에 의해 事業量과 價格이 결정되며 販賣가 統制 調整된다는 점에서 協同組合 流通事業으로서의 중요성이 크지 않다. 이러한 점에 비추어 볼 때 政策販賣事業을 수행하는 과정에서 協同組合의 機能은 手數料를 받고 政府事業을 代行하는데 지나지 않으며 진정한 의미의 協同組合 流通機能이라고 하기 어렵다.

한편 自體販賣事業이란 協同組合이 政府와 관계없이 組合員의 生産物을 收集・販賣하는 것을 말한다. 따라서 協同組合 流通事業의 중점은 당연히 自體販賣事業을 확대하여 生産者組合員과 組合의 收入을 增大시키는데 주어져야 할 것이다. 따라서 본 研究에서도 연구의 主안점을 自體販賣事業에 두고자 한다.

自體販賣事業은 事業方式에 따라서 受託販賣와 買取販賣로 區分된다.⁶⁾ 前者는 生産者인 農漁民의 販賣요청에 의해 일정한 手數料나 費用만을 받고 協同組合이 生産物의 販賣를 代行해 주는 販賣方式이며, 後者는 協同組合이 自己計算下에 自體資金으로 農漁民으로부터 生産物을 買入한 후 販賣하는 方式이다. 前者에 비해 後者는 사업수행에 따른 損失危險이 있는 반면, 貯藏·加工에 의한 販賣時期의 조정 등을 통해 보다 적극적으로 市場與件變化에 대응할 수 있는 長點이 있다.

또한 協同組合 流通事業은 수행하는 流通機能에 따라 產地流通活動, 消費地流通活動 및 流通助成活動으로 分類할 수 있으며 본 研究에서는 流通機能面에서 分析 接近하고자 이와 같은 分類方法을 채택하였다.

2. 產地流通活動

가. 共同出荷와 下部組織育成

[1] 共同出荷의 意義

營農形態가 자금자족적 形態에서 商業的 營農으로 전환되어 감에 따라 生産物 販賣機能의 重要性은 더욱 크게 인식되어지고 있다. 農水産物生産의 기본적 目的은 農民의 所得增大에 있으며 商業農시대에 있어서 農家所得은 農水産物의 販賣에 의해 이루어지므로 不完全한 市場構造下에서 유리한 商品販賣는 生産者에게 가장 큰 관심사이다.

특히, 우리나라는 小農이 지배적이며 商品生産의 專門化와 地域的 特化가 低位에 머무르고 있기 때문에 個別農家가 消費地市場에 직접 판매하는 것은 費用이나 市場交涉力面에서 매우 불리하다. 따라서 農民의 商品販賣는 주로 產地收集商에 의존해 왔으며, 前近代의 去來方法에 의존함으로써

6) 單協의 경우 中央會의 委囑에 의해 胡椒, 醬飴, 유채, 맥주맥, 옥수수 등으로 加工原料를 生産者로부터 購入하는 中央會 系統事業으로서 委囑販賣事業이 있으나 이는 買取販賣의 일종이지만 價格 및 收買量이 대부분 政府에 의해 결정된다는 점에서 政策事業의 범주로 볼 수 있다.

市場的 地位가 약한 農民은 항상 不利한 立場에서 去來가 이루어진다. 이에 따라 農水産物 販賣에 있어서 農家의 不利性을 극복하기 위한 手段으로서 農民의 共同對處가 필요하게 되었으며, 協同組織을 통하여 共同出荷를 모색하게 되었다.

共同出荷는 본래 영세한 다수의 農民이 販賣하고자 하는 小量의 商品들을 大量化함으로써 規模의 經濟를 실현하는데 있다. 즉, 組合員인 農民이 자기가 생산한 農水産物을 共同으로 選別・包裝・加工하여 販賣함으로써 商品性的 提高와 單位當 流通費用의 節減을 도모하고, 商人과의 去來에서 보다 유리한 市場地位를 확보하여 農水産物의 販賣面에서 所得을 增大시키고자 하는 것이다.

한편, 協同組合의 基本目的은 協同組織을 통해 構成員인 組合員의 經濟的 社會的 地位를 향상시키는데 있음에 비추어 볼 때 共同出荷事業은 協同組合의 어떠한 事業보다도 協同組合의 基本目的과 합치하는 사업이다. 특히, 農水産物 流通側面에서도 農民의 出荷는 流通의 出發點이며, 그 販賣價格은 農家의 所得과 直結된다는 점에서 중요성이 매우 크다. 따라서 이 段階에서의 効率化는 流通全段階에서 미치는 영향이 매우 크기 때문에 전체적인 農水産物의 流通効率化라는 의미에서도 매우 중요한 의미를 갖는다. 이에 이 단계에서의 協同組織을 통한 商品의 大量化와 規格化를 통한 商品性 提高가 流通能率化를 위해 크게 요망된다.

② 共同出荷의 現況

共同出荷의 擴大가 갖는 중요성에도 불구하고 현재 農水産物 販賣에 있어서 共同出荷는 매우 미흡한 실정이다. 水産物의 경우는 水産資源保護令에 의한 販賣處의 指定에 따른 制度的 장치에 의해 沿近海生産 水産物의 約 80%가 水協의 流通組織인 產地委販場을 통해 販賣되지만 <表 2-1>, 農産物은 青果物의 경우 流通量의 10.2%,⁷⁾ 米穀은 서울시의 경우 搬入量

7) 成培永外, 「全國圈 農水産物 流通改善 基本計劃 研究」(NMMPS 綜合報告), 韓國農村經濟研究院, 1984. 12, p. 31.

表 2 - 1 畜·水産物 共同出荷現況, 1984

出荷量		總出荷量 ¹⁾	共同出荷	個別農家	商人	其他 ²⁾
品目						
畜産物 (頭)	소	186,640 (100.0)	106,775 (57.2)	31,574 (16.9)	47,076 (25.2)	1,215 (0.7)
	돼지	2,147,968 (100.0)	844,120 (39.3)	651,957 (30.4)	592,894 (27.6)	58,997 (2.7)
水産物 (千kg)	魚類	1,194 (100.0)	1,127 (94.4)			67 (5.6)
	海藻類	431 (100.0)	231 (53.6)			200 (46.4)
	其他	573 (100.0)	437 (72.3)			136 (23.7)
	計	2,201 (100.0)	1,795 (81.6)			406 (18.4)

1) 畜産物은 全國 都賣市場 總出荷頭數이며, 水産物은 總流通量임.

2) 水産物은 個別漁家 및 商人을 포함.

資料 : 畜産物 ; 畜協中央會, 「畜産物價格 및 流通動向」, 1984.1 ~ 12 月分 資料를 이용함.

水産物 ; 水協中央會, 「1984 년도 연차보고서」, 1985, p. 43.

의 6.7%만이 農協을 통해 系統販賣되고 있는 것으로 추정되고 있다 <表 2-2>. 또한 畜産物은 總出荷頭數에 대해 소는 57.2%, 돼지는 39.3%⁸⁾가 協同組合을 통해 共同出荷되고 있다 <表 2-1>. 특히 우리나라와 農業與件이 유사한 日本의 경우 中央都賣市場에 出荷되는 青果物의 65~70%가 農協系統이나 生産者任意組合을 통해 共同出荷되고 있음을 비추볼 때 <表 2-3>, 우리나라 協同組合의 産地 青果物流通機能은 매우 미흡하다고 하겠다.

8) 都賣市場 出荷頭數만을 고려한 것이며, 전체 屠畜頭數(소 457,509 頭, 돼지 5,070,679 頭)를 고려하면 共同出荷 比率은 훨씬 낮음.

表 2 - 2 서울시流通經路別 米穀搬入量

單位：千%

年度別	總所要量	政府放出量	農協系統出荷	都賣市場經由	直搬入量
1975	827 (100.0)	276 (33.4)	50 (6.0)	195 (23.5)	306 (37.1)
1980	1,050 (100.0)	684 (65.1)	25 (2.4)	28 (2.7)	313 (29.8)
1981	1,091 (100.0)	507 (46.5)	19 (1.7)	47 (4.3)	518 (47.5)
1982	1,086 (100.0)	251 (23.1)	29 (2.7)	101 (9.3)	705 (64.9)
1983	1,105 (100.0)	320 (30.0)	30 (2.7)	81 (7.3)	674 (61.0)
1984	1,156 (100.0)	270 (23.4)	78 (6.7)	96 (8.3)	712 (61.6)

資料：林鍾壘，“우리나라의 米穀流通現況과 當面課題”，「米穀 流通現況과 改善方向」，韓國科學技術院, 한독세미나 資料, 1985.4, p.14.

表 2 - 3 日本 青果物中央都賣市場의 集荷先別 比重, 1981

單位：%

集荷先 品目	生産者 個人	生産者 任意組合	農 協	産地出荷 業者會社	仲買人	其 他	計
菜 蔬	13.0	10.4	58.2	12.9	3.3	2.2	100.0
果 實	6.1	5.8	60.6	21.0	5.1	1.4	100.0
水産物	7.8	1.4	6.3	62.4	5.0	17.1	100.0

資料：農林水産省 食品流通局 市場課, 「卸賣市場の現狀と課題」, 東京, 1983.9.

③ 農村下部組織의 現況

協同組合의 事業은 組合員을 利用者로 하기 때문에 組合員의 積極的인 參與와 利用에 의해서만 그 擴大가 가능하다. 특히, 販賣事業은 組合員의 積極的인 參與가 중요하므로 協同組合은 組合員의 組合事業에 대한 積極的인 參與를 誘導하고 指導해야 한다.

그러나 현재의 組合規模는 組合이 모든 組合員을 個別的으로 직접 접촉

하기에는 組織이 너무 방대하다. 따라서 事業을 효율적으로 추진하기 위해서는 組合과 組合員을 연결해주는 連繫組織이 반드시 필요하다. 이와 같은 連繫組織은 대부분 部落 등을 중심으로 組織된 農民의 協同組織으로서 協同組合事業 수행에 중대한 역할을 한다.

또한 商業營農이 진전됨에 따라 小農經營體制下的 農民은 資本主義的 經營規模의 不利性을 극복하기 위해서 근대적 共同體制의 도입이 불가피하게 된다. 즉 市場販賣을 위한 商業農的 生産體制를 효율적으로 전개하기 위하여서는 地域的으로 同種生産者끼리 生産活動의 協同과 共同購買, 共同出荷가 훨씬 유리함을 인식하게 되었다.⁹⁾

우리나라 農村에는 傳統的으로 農村의 自生組織인 契 두레 등의 協同組織이 있어 왔지만 近代의 의미의 協同營農이 정착된 것은 農村指導機關이 部落單位의 農民을 農事改良俱樂部라는 이름으로 組織化하면서 부터이다.¹⁰⁾

農協은 1970 年代初에 單位組合이 邑面單位로 統合되면서 組合과 組合員의 밀착화를 위해 마을單位 組織이 필요했으며, 地域化作目的 增産을 效率的으로 도모하고 共同出荷의 利點을 십분 살리기 위해 同種作物의 栽培農家를 대상으로 生産組織으로서 作目班을 組織・育成하기 시작했다.¹¹⁾

作目班은 自然部落單位 또는 耕地集團別로 同一作目を 栽培 또는 飼育하는 20 ~ 50 戶의 農家を 組織化하여 技術協同, 共同作業, 共同購入, 共同利用, 共同販賣 등을 통한 營農의 科學化, 經營費 節減, 流通改善으로

9) 金成勳, 「産地協同流通의 事例研究」, 「아시아地域의 農産物流通」, 農協中央會 調査部, 1983. 6, p. 150.

10) 金成勳, 「새마을 協同營農의 改善方案」, 農村振興廳, 1979, pp. 12 ~ 13.

11) 徐箕源外, 「農産物의 産地流通과 農協販賣事業 強化研究」, 韓國農村經濟研究院・農協中央會 調査部, 1984, p. 62 및 金成勳, 上掲書, p. 13. 한편, 農協中央會 調査部, 「農産物 流通改善政策의 現況과 課題」, 1981, pp. 14 ~ 15에서는 年度別 價格振幅이 큰 農産物을 대상으로 主産地 造成을 통한 計劃生産과 共同出荷를 위해 農協 下部組織으로 政府가 育成토록 한 것으로 지적되고 있음.

高所得・高能率의 農業經營을 실현하는데 그 目的을 두고 있다.¹²⁾ 이러한 作目班은 商業營農의 進進과 함께 1970年代初 이후 매년 상당한 增減을 보이면서 1984年末에는 17,416 個에 이르게 되었다.

이러한 過程에서 최근 政府는 商業營農의 進進에 대응하기 위하여 產地流通 改善施策의 일환으로 일부 作目班을 개편하여 產地의 靑果物을 중심으로 한 協同出荷班을 組織하기 시작하여 1983년에는 全國적으로 4,500 個를 조직하였고, 매년 2,500 個씩을 組織하여 1986년까지는 12,000 個를 育成할 計劃이다¹³⁾(表 2-4).

表 2-4 協同組合 主要下部(販賣)組織數

單位：個

組織別	組織名	組織數	
		1983	1984
農協	作目班*	11,058	17,416
	協同出荷班	(4,500)	(7,700)
畜協	畜産契	1,060	1,213
	養豚協同出荷班	153	156
水協	漁村契(法人)	36	33
	漁村契(非法人)	1,427	1,465

* 協同出荷班 包含.

資料：農協；年次報告書 및 業務資料.

畜協；年次報告書 및 畜協調査季報.

水協；年次報告書, 漁村契名簿 및 法人 漁村契 現況.

12) 金鍾煥, “作目班의 運營實態와 課題”, 「農協調査月報」 제 28 권 11 호, 1983. 11, pp. 1 ~ 2.

13) 協同出荷班은 政府가 주요 農産物을 대상으로 기존 組織들을 흡수 또는 신규로 조직하여 農民의 자율적인 내부규정에 따라 運營하되 單協의 책임하에 支援・管理토록 하고 있으며, 既存 作目班과 機能, 組織構成 등에 유사점이 많기 때문에 본 研究에서는 作目班과 같은 개념으로 사용코자 함.

한편 農協調査에 의하면 1984年 9月末 현재 作目班은 9,884개, 協同出荷班은 7,361개로 나타났으며 班員數는 班當 協同出荷班이 22.5人, 作目班이 20.3人으로 비교적 많지 않은 편이다. 協同出荷班은 주로 靑果物農家를 중심으로 조직되었으며 1984年중 9개월간 取扱額이 총 2,365억원으로서 班當 平均 32백만원에 해당된다. 또한 作目班은 주로 食糧作物農家와 養畜農家를 중심으로 조직되었으며 총 654억원을 취급함으로써 班當 平均 6.6백만원을 취급하였다. 取扱實績面에서 볼 때, 전반적으로는 비교적 낮은 수준이지만, 果實類出荷班이 가장 양호하며, 菜蔬類와 畜產物出荷班은 비교적 편찮으나 나머지는 실적이 아주 미약한 것으로 나타났다(表2-5).

表2-5 協同出荷班 및 作目班 現況, 1984. 9月末 現在

單位：百萬圓

組織別	品目別	班數	班員數 ¹⁾	出 荷 實 績 ²⁾			班 當 出荷實績
				農協出荷	市場出荷	計	
協 同 出 荷 班	果實類	1,246	29,442 (23.6)	37,936 (47.3)	42,184 (52.7)	80,120 (100.0)	64.3
	菜蔬類	5,196	119,149 (22.9)	55,241 (35.8)	99,099 (64.2)	154,340 (100.0)	29.7
	特作類	919	16,775 (18.3)	704 (33.8)	1,378 (66.2)	2,082 (100.0)	2.3
	小計	7,361	165,366 (22.5)	93,881 (39.7)	142,661 (60.3)	236,542 (100.0)	32.1
作 目 班	畜產	1,271	22,059 (17.4)	23,378 (50.9)	22,520 (49.1)	45,898 (100.0)	36.1
	食糧	7,737	151,854 (19.6)	1,472 (41.2)	2,102 (58.8)	3,574 (100.0)	0.5
	特作·其他	876	26,612 (30.4)	8,565 (53.9)	7,320 (46.1)	15,885 (100.0)	18.1
	小計	9,884	200,525 (20.3)	33,415 (51.1)	31,942 (48.9)	65,357 (100.0)	6.6
合 計	17,245	365,891 (21.2)	127,296 (42.2)	174,603 (57.8)	301,899 (100.0)	17.5	

1) ()内는 班當 班員數.

2) ()内는 出荷比率.

資料：農協中央會 調査部, 「共同出荷組織 運營事例 調査結果」, 1984.

한편, 畜協은 農村下部組織으로서 畜産契 組織의 확대를 꾀하면서 産地 養畜家の 個別的이고 分散的인 生産 및 出荷方式을 協同生産과 協同出荷 方式으로 유도키 위해 産地에 養豚協同出荷班을 組織・育成하고 있으며, 水協은 漁村契의 건전한 育成에 주력하고 있다(表 2-4).

下部組織의 育成은 組合成長과 販賣事業의 基礎가 되기 때문에 모든 農村協同組合은 政府의 積極적인 支援하에 下部組織擴充을 위해 積極적인 노력을 하고 있다. 이를 위하여 최근 農村協同組合은 農水産物 産地流通改善策의 일환으로 政府와 함께 作目班의 건실한 育成을 위하여 資金의 支援, 包裝資材支援, 營農 및 出荷指導, 流通情報의 제공, 商品販賣 支援 등의 支援을 하고 있다.

1985 年중 政府는 協同出荷班을 支援・育成하기 위해 農協中央會를 통해 協同出荷班 育成資金 300 억원, 出荷調整資金 190 억원, 生産獎勵金 160 억원 등을 農安基金에서 支援할 계획이며,¹⁴⁾ 優秀單協에 대해서는 共同出荷의 촉진을 위해 輸送車輛購入費의 50%를 國庫支援해 주고 있다. 또한 共同出荷의 확대를 위해 共同出荷시 上場手數料중 1%를 出荷單協에 還元해 주며, 이중 일부는 건전한 作目班 育成을 위해 出荷作目班에 再還元되기도 한다.

나. 産地 集荷場運營

① 集荷場の 役割과 類型

産地集荷場이란 農産物의 生産地인 農村地域에서 農産物을 收集, 集荷, 販賣할 수 있는 施設이다. 최근 農産物 流通量의 增加에 따라 産地集荷場의 운영과 作目班의 育成은 産地農協의 핵심적 流通事業으로 등장하고 있다.

産地集荷場은 그 機能에 따라 일반集荷場과 競賣式集荷場으로 區分되며, 競賣式集荷場은 다시 立地에 따라 産地型和 消費地型으로 區分된다.¹⁵⁾

14) 농수산부, 「농수산물 유통개선 사업지침」, 1985.2.

15) 이들 用語는 현재 公式化되어 있지 않으며 農協내부에서도 混用되는 경우가 상당히 있으나 여기에서는 研究형편상 機能에 따라 區分했음.

일반集荷場은 消費地에 出荷 또는 販賣을 위해 그 地方에서 生産된 農産物을 收集하고, 共同으로 選別, 包裝 등의 作業을 할 수 있는 장소로서 出荷調整을 위한 임시보관倉庫의 機能도 한다. 다만, 一般集荷場이 競賣式集荷場과 다른 것은 商品의 去來機能을 갖고 있지 않다는 점이다. 競賣式集荷場은 一般集荷場과 같이 農産物의 收集, 選別, 包裝 및 保管 등의 機能을 갖고 있는 데다가 消費地에 出荷치 않고 集荷場에서 직접 競賣에 의해 商品을 販賣하는 去來機能도 갖고 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때, 産地競賣式集荷場은 立地만 다를 뿐 流通機能面에서 消費地의 共販場과 크게 다를 바가 없다.

원래 農協은 1970年代初 農産物의 販賣處理機能 強化를 農協運營基本方針의 하나로 정하고 販賣事業에 주력하면서 農産物共販場을 開設・運營하기 시작하였다. 그러나 1976年 12月 31日 農水産物流通 및 價格安定에 관한 法律의 제정으로 市 以外の 地域에서 共販場을 운영할 수 없게 되었다. 이에 따라 産地農協이 市 以外の 地域에서 운영하던 共販場은 競賣式集荷場으로 명칭이 변경되었다.

그런데 競賣式集荷場은 그 位置, 取扱品目, 運營期間, 仲買人性格 및 流通機能 등을 고려해 볼 때, 消費地 都賣市場機能을 수행하는 消費地型 競賣式集荷場과 産地都賣市場機能을 수행하는 産地型 競賣式集荷場으로 區分될 수 있다. 前者는 邑所在地에 위치하여 共販場과 같이 靑果類 全品目を 취급할 뿐만 아니라 年中 共販을 실시한다. 이에 반해 後者는 主産地 또는 集産地에 位置하여 主産品目만을 취급함으로써 그 運營期間도 主産品目的 盛出荷期로 제한된 季節共販을 실시한다(表 2-6)¹⁶⁾

② 運營現況

현재 一般集荷場은 대부분 商品流通의 大量化를 위한 集荷機能만을 갖고 있으며, 商品의 選別, 包裝 및 保管機能은 갖고 있지 않다.

1984년 현재 農産物 一般集荷場은 25個所가 있으며 약 270억원의 農

16) 徐箕源外, 前掲書, pp. 104 ~ 105.

表 2 - 6 競賣式 集荷場의 種類別 特性

區 分	產 地 型	消 費 地 型
位 置	特定品目的 主產地・集產地	消費地인 邑
去 來 品 目	主產品目	果・菜類 全般
運 營 期 間	盛出荷期中心 季節共販	年中共販
仲 買 人 의 性 格	產地 收集商 또는 搬出商	都賣商 또는 小賣商
出 荷 主	現地 生産農家	遠隔生産地 農家(農協) 및 近郊生産農家
流 通 機 能	產地 都賣市場	消費地 都賣市場

資料：徐箕源外, 「農産物의 產地流通과 農協販賣事業 強化 研究」, 韓國農村經濟研究院・農協中央會 調查部, 1984.12.

産物을 취급했다. 금년에는 이를 30 個所 增設할 계획이며, 長期的으로는 이를 350 個所까지 擴大해 나갈 計劃이다.¹⁷⁾ 그러나 현재 集荷場이 수행하는 機能은 단순한 商品의 集荷機能 뿐이며, 대개 일정한 空地만 있을 뿐 필요한 施設을 갖추지 못하고 있기 때문에 集荷場의 機能을 충분히 하지 못하는 것으로 생각된다.

競賣式集荷場은 최근 그 數가 크게 늘어나고 있으며 事業實績도 급속히 伸張하고 있다. 즉 競賣式集荷場數는 1980 年 16 個에서 1984 年 40 개로 늘어났지만 앞으로도 계속해서 郡單位의 1 個所 정도까지는 增大시켜 나갈 計劃인 것으로 알려져 있다. 또한 取扱實績도 1980 年 30 億원에서 1984 년에는 270 億원으로 約 9 倍가 되었다(表 2-7).

한편, 1983 년도 運營實績이 있는 29 個 競賣式集荷場을 分類해 보면, 消費地型이 전체의 37.9%인 11 個이고, 產地型이 전체의 62.1%인 18 個이다. 消費地型 競賣式集荷場은 전부 邑所在地에 위치하고 있는데 이중 73%인 8 個가 人口 3 萬名 以上인 邑所在地에 위치하고 있다. 이에 비해 產地型 競賣式集荷場은 邑所在地에 13 個가 위치하고, 나머지 5 개는 面所在地에 있다.¹⁸⁾

17) 農水産部, 「全國圈 農水産物 流通基本計劃(案)」, 1985.

18) 徐箕源外, 前掲書, pp. 105 ~ 106.

表 2 - 7 競賣式集荷場の 運營現況

區 分	組 合 (個 所)	競賣式集荷場 (個 所)	事 業 實 績 (百萬元)	
			總 實 績	場 當 平 均
1980	16	16	3,086	193
1981	20	20	7,767	388
1982	21	21	14,296	681
1983	30	30	17,445	582
1984	40	40	27,056	676

資料：農協中央會 流通部.

다. 產地 直去來

產地直去來는 원래 生産者와 消費者가 中間商을 거치지 않고 農水産物을 直接 去來하는 去來方式이다. 그러나 실제로 生産者와 消費者가 直接 直去來하는 것은 거의 없으며 일반적으로 農水産物都賣市場을 거치지 않는 流通方法을 產地直去來라는 概念으로 받아 드리고 있다.

都賣市場去來는 일반적으로 大量流通과 價格形成效率面에서 有利한 것으로 알려져 있지만, 流通段階가 많고 物量이 大都市에 集中됨으로써 商品의 逆流現象을 초래하며 去來方式이 지나치게 機械的이라는 短點이 있다. 이에 대응하여 流通段階를 축소시켜 流通마진을 절감함으로써 生産者와 消費者 모두에게 利益을 주고자 새로운 流通經路의 하나로서 產地直去來方式이 提示되게 되었다.

따라서 產地直去來類型은 去來方法에 있어서 어떠한 定形的 方式이 있는 것이 아니며, 推進主體나 運營方式에 따라 매우 多樣한 形態를 갖고 있으며 地方都市에서는 生産者가 消費者에게 農水産物을 일정한 場所에서 直接販賣하는 새벽市場이 오래 전부터 있어 왔다. 그러나 일반적으로 產地直去來는 去來方式에 따라

- ① 生産者組織과 大量需要處와의 直去來
- ② 直賣場을 통한 直去來
- ③ 集配센터를 통한 直去來

등으로 區分될 수 있다. 또한 최근에는 특수지역에 한정되지만 새로운 農産物 販賣方式으로 觀光農業이 普及되고 있다.

이와 같은 產地直去來를 위해서는 生産者和 消費者를 仲介・斡旋機能이 있어야 하며, 일부 大量生産者를 제외하고는 個別農民이 都市 消費者와 直去來를 한다는 것은 거의 不可能한 것이다. 또한 個別農民이 直出荷를 한다고 하더라도 이는 前近代的인 流通方法의 하나일 뿐 流通改善에는 전혀 기여할 수 없는 것이다. 따라서 產地直去來 역시 去來物量을 大量化하고 去來方法을 組織化하여 流通의 効率性を 높임으로서만 가능한 것이며, 產地에서 이와 같은 組織的 出荷機能을 수행하는 것은 주로 單位 協同組合이다.

協同組合은 直去來의 확대를 위해서 都市의 아파트團地, 수퍼마켓, 團體 給食所, 食堂, 加工工場 등과 같은 大量需要處와 直接去來를 하기도 하며, 產地 또한 消費地에서 직접 直販場을 運營하기도 하며, 集配센터를 直接運營하거나 수퍼체인本부의 集配센터 등에 직접 商品을 供給하기도 한다. 이와 같은 直去來方法은 都賣市場에 대해 競爭的 流通經路로서 市場의 競爭性を 높일 수 있다는 長點이 있다.

그러나 產地直去來는 일종의 豫約去來로서

- ① 去來價格의 決定
- ② 한정된 供給者가 需要者의 다양한 요구에 부응하기 어려움에 따른 需給의 調整問題
- ③ 代金の 決劑方法의 問題
- ④ 固定去來先의 確保

등 많은 어려움이 있다. 따라서 產地直去來를 大量去來를 위한 주된 去來(流通)方式으로 개발할 수는 없다. 그래서 產地直去來는 年中 消費物量이 많은 일부 大衆品目이나 貯藏성이 큰 일부 品目に 한정되고 있다. 따라서 組合員의 一般的인 포괄적 參與를 기대할 수는 없다.

또한 產地直去來는 去來當事者間에 상당한 정도의 人間的인 理解를 바탕으로 하는 것이기 때문에 協同組合과 같은 仲介・斡旋機構는 많은 努力이 필요하며, 노력에 비해서 組合員에게 전반적으로 미치는 効果는 크지

않은 경향이 있다.

이러한 점을 고려할 때, 協同組合은 組合員을 위한 產地直去來 事業을 적극적으로 전개하되, 產地直去來가 農水産物의 일반적인 流通經路가 될 수 없음을 인식할 필요가 있다. 따라서 協同組合은 한정된 品目에 대한 產地直去來보다는 組合員이 生産한 모든 農水産物을 적극적으로 販賣해 줄 수 있는 効率的인 共同出荷方法 開發에 보다 노력해야 할 것이다.

라. 其他 產地 流通活動

이상에서는 주로 農産物을 중심으로 한 農村協同組合의 共通的인 問題를 다루었다. 그러나 水協과 畜協은 水産物과 畜産物의 流通圓滑化를 위해 다양한 流通施設을 運營하는 등 產地流通의 핵심적 機能을 담당하고 있다.

① 水産物 委販場 運營

水協은 모든 水産物揚陸地에서 委販場을 운영하고 있다. 이들 揚陸地委販場은 水協組合員들이 생산한 水産物이 揚陸되어 곧 바로 販賣될 수 있도록 水協이 운영하는 일종의 產地都賣市場으로서 水産物의 收集, 選別, 包裝, 去來 및 分散의 機能을 담당한다.¹⁹⁾

水産物은 水産資源保護令 第 19 條 및 第 21 條 등에 의해 內陸地 水協共販場으로 直出荷하는 경우와 극히 일부의 예외를 제외한 모든 沿近海 漁獲物을 지정된 販賣·交換場所인 水協委販場에서만 販賣토록 되어 있다. 따라서 水協委販場은 法律上 유일한 水産物產地市場이며 전체 漁獲物의 약 80%가 이 委販場을 통해 去來되고 있다.

1984 年末 현재 水協은 171 個所の 產地委販場을 갖고 있다. 이중 2 個所는 仁川과 麗水에 위치하고 있는 水協中央會 直營의 揚陸地 共販場이며, 나머지는 單位組合 委販場이다(表 2-8). 또한 이밖에도 水産廳에서 직

19) 消費都市에 立地한 揚陸地 委販場은 產地市場의 機能과 함께 消費地 都賣市場의 機能도 함께 갖고 있음.

表 2 - 8 運營主體別 水產物 委·共販場 現況, 1984

單位：個所

區 分	中 央 會	組 合	計
產 地 委 販 場	2	170	172
內 陸 地 共 販 場	8	1	9
計	10	171	181

資料：水協中央會，「1984 년도 年次報告書」，1985，p. 48.

접 管轄하는 釜山共同魚市場이 있으며, 이는 5個의 業種別組合이 共同出資하여 運營하는 우리나라에서 가장 큰 產地都賣市場이다. 이외에도 水協은 產地市場으로서 水資源保護令 第21條 規定에 의해 養殖物 등의 계절적 販賣場所로 指定된 615個所(1982年末)의 販賣場을 갖고 있다.²⁰⁾

이렇게 볼 때, 水協의 產地流通은 委販場運營을 중심으로 한 共販活動 위주로 되어 있다. 현재 水協은 대부분 郡單位 以上の 行政區域을 事業管轄地域으로 하며 많은 島嶼地域을 포함하고 있는 데다가 下部組織 역시 빈약하기 때문에 직접적인 產地流通活動을 하는데에는 많은 制約이 따르고 있다.

② 家畜市場 및 屠畜場 運營

畜協은 產地에서 共同出荷, 家畜市場運營, 屠畜場運營 등 다양하게 畜產物流通分野에 참여하고 있다.

家畜市場은 畜產法에 의하여 開設者는 市長·郡守, 許可權者는 道知事로 되어 있으며, 市場管理는 市郡畜協이 맡고 있다. 家畜市場은 家畜買賣手數料를 징수하여 家畜市場管理 特別會計(還特會計)로써 運營하며, 還特會計에 대해서는 전적으로 道知事の 승인과 감독을 받고 있다.

현재 家畜市場이 안고 있는 중요한 問題點은 市場規模의 零細性和 施設의 未備, 家畜去來制度의 前近代性이라고 할 수 있다.

20) 成培永·金鎮碩, 「水產物 流通改善 研究」, 韓國農村經濟研究院, 1984.12, p. 58.

1982年 현재 전체 家畜市場의 66%에 해당하는 265個 市場이 1日平均 50頭이하의 소를 去來하는 극히 영세한 市場이며, 全國 平均 1日去來 頭數도 54頭에 불과하다. 이와 같이 영세한 去來規模는 家畜市場의 정상적인 운영에 장애가 되고 있다.

또한 家畜市場의 去來는 전통적으로 仲介人에 의한 相對賣買(흥정)로 이루어져 왔다. 이와 같이 仲介人에 의한 去來는 仲介人의 농간에 의한 많은 市場不條理를 유발하며, 市場交渉力이 약한 生産者 農民에게 不利益을 주고 있는 것으로 지적되고 있다.

이와 같은 점을 고려하여 畜協에서는 產地家畜市場의 改善方案으로서 영세한 家畜市場의 統·廢合, 市場施設의 改善, 公正한 價格形成機能을 정착시키기 위한 家畜競賣制度의 導入 등에 역점을 두고 있다. 이에 따라 家畜市場은 1964年 667個에서 1984年 347個로 統·廢合되었으며 <表2-9> 이 중 28個所의 家畜市場에서만 현재 競賣去來를 실시하고 있다.

表 2 - 9 年度別 家畜市場數

年 度	1964	1974	1980	1984
市 場 數	667	571	463	347

資料：畜協中央會.

屠畜場은 1984年 현재 전국적으로 206個所가 있다. 이 중 113個는 地方政府, 73個는 民間所有로 되어 있으나 政府所有도 대부분 民間이 運營하고 있으며, 畜協은 약 10%에 해당하는 20個 屠畜場을 管理 運營하고 있다. 또한 屠鷄場은 57個所중 3個만이 畜協所有로 되어 있다(表2-10)

屠畜場 역시 施設規模가 需細하고 老朽화된 것으로 알려지고 있다. 1981年 全國的으로 354個의 屠畜場이 있으며, 이 중 70%에 해당하는 屠畜場이 年間 500頭 미만의 소를 屠畜하는 영세한 屠畜場으로 나타났으며, 施

表 2 - 10 産地屠畜場 現況. 1984

區 分	政 府	畜 協	民 間	計
屠畜場所有(個所)	113 (54.9)	20 (9.7)	73 (35.4)	206 (100.0)
屠鷄場所有(個所)	-	3 (5.3)	54 (94.7)	57 (100.0)
屠畜物量(頭)				
소	-	45,546 (14.3)	271,866 (85.7)	317,412 (100.0)
돼 지	-	457,589 (12.4)	3,225,742 (87.6)	3,683,331 (100.0)

()內는 構成比(%)임.

資料: 畜協中央會.

設能力에 비해 稼動率도 낮은 것으로 나타났다.²¹⁾ 따라서 政府에서는 장차 屠畜場을 産地圈域別로 統廢合하여 施設의 近代化를 推進해 나갈 計劃이다.

이와 같이 畜協의 産地流通活動은 주로 流通施設의 近代化에 중점이 주어지고 있다. 畜産物의 流通改善이라는 측면에서 畜産振興의 機能까지도 함께 수행하고 있는 畜協의 機能은 매우 중요하다.

3. 消費地流通活動

가. 共販場 運營

協同組合은 産地로부터 系統出荷體制를 확립하고 消費地市場의 公正去來 風土造成을 위해 消費都市에서 共販場을 개설 運營하고 있다. 이러한 共販場은 첫째, 販路를 보장해 주며, 둘째, 公正去來를 통한 商人牽制로

21) 韓國農村經濟研究院, 「全國圈 農水産物 流通改善 基本計劃 補完研究」, 1985, p. 97 및 79.

農民 受取價格을 提高시키며, 세재, 流通情報의 蒐集과 分散, 標準規格出荷 誘導, 出荷先渡金の 支給 등의 流通助成機能을 수행함으로써 農民의 市場競爭力 強化와 流通改善의 先導的 役割을 하며, 네재, 政府糧穀放出, 備蓄 및 輸入農水産物의 販賣 등을 통한 農水産物價格安定 등의 중요한 기능을 하고 있다. 특히, 1960 年代初 民間의 都賣市場機能이 취약할 때 協同組合 共販場은 처음으로 競賣制度를 導入함으로써 우리나라 農水産物 都賣市場 發展에 선도적인 역할을 했다.

1983 年 現在 우리나라에는 全國的으로 類似都賣市場을 포함하여 總 280 個所의 農水産物都賣市場이 있다. 이 중 約 44%에 해당하는 123 個所가 協同組合에서 運營하는 共販場으로 數的인 面에서 共販場이 가장 많다 (表 2-11).

한편, 都賣市場의 類型別로 去來物量의 比重을 살펴 보면, 전체 流通物量 중 青果物은 11.6%, 畜産物인 소와 돼지는 각각 20.7%와 16.6%, 水産物은 62.7%만이 協同組合의 委·共販場을 거쳐 流通되고 있는 것으로 나타났다. 특히, 青果物은 類似都賣市場, 畜産物은 法定都賣市場의 比重이 높다(表 2-12). 協同組合의 委·共販場이 市場數面에서는 가장 많은 데 비해 去來物量의 比重面에서는 높지 못한 점을 고려할 때 委·共販場은 法定都賣市場이나 類似都賣市場에 비해 規模가 영세하다고 할 수 있다. 共販場의 立地別 分布를 보면, 青果物共販場은 人口 100 萬名 이상인 大

表 2-11 都賣市場類型別 市場數, 1983

單位：個所

區 分	都 賣 市 場 類 型			
	共 販 場	法 定	類 似	計
青 果 ¹⁾	69	43	74	186
水 産 ²⁾	53	12	22	87
畜 産	1	6	-	7
計	123	61	96	280

註：1) 糧穀專門共販場(서울, 仁川) 2 個所 包含.

2) 市級以上에 위치한 揚陸地 委販場 包含.

表 2 - 12 都賣市場類型別 去來物量 比重

單位 : %

部 類 別*	委・共販場	法 定	類 似	計
青 果	11.6	25.8	62.6	100.0
水 産 物	62.7	17.0	20.3	100.0
畜 産				
소	20.7	79.3	?	100.0
돼 지	16.6	83.4	?	100.0

* 青果・水産은 1982年 當 研究院 調査 10大都市 平均이며, 畜産物은 1984年 畜協中央會 業務資料임.

都市에 20個所, 人口 50~100萬名인 中都市에 11個所, 人口 30萬名 미만의 小都市에 38個所가 位置하고 있다. 한편, 水産物 委・共販場은 消費地 大都市에 4個所, 消費地 中小都市에 8個所가 위치하고 있으며, 나머지는 揚陸地 大都市에 8個所, 揚陸地 中小都市에 33個所가 위치하고 있다. 즉 青果物共販場은 市場數에 있어서 55%가 小都市, 水産物은 62.3%가 中小都市 委販場으로서 大都市 共販場의 比重이 높지 못한 편이다. 또한, 畜産物은 共販場을 비롯한 모든 都賣市場이 大都市에 立地하고 있다.²²⁾

또한, 共販場의 協同組合中央會와 會員組合間의 所有現況을 보면, 會員組合이 95個所, 中央會가 28個所로서 共販場數에 있어서 會員組合의 비중이 월등히 높다(表 2-13). 그러나 取扱金額이나 物量에 있어서는 農協의 경우 1984年 中央會가 562,967百萬元, 會員組合이 89,949百萬元를 취급함으로써 中央會의 비중이 훨씬 높다. 이는 中央會의 共販場은 대부분 大都市에 立地하고 規模도 큰데 비해, 會員組合의 共販場은 많은 數가 中小都市에 立地한 零細한 共販場이기 때문으로 판단된다(表 2-14).

22) 韓國食品流通學會, 「農水産物都賣市場 運營改善을 위한 調査研究」, 1984, pp. 121 ~ 123.

表 2 - 13 組合別 共販場 所有現況, 1983

單位：個所

組 合 別	中 央 會	會 員 組 合	計
農 協	17	52	69
水 協			
揚 陸 地	2	42	44
消 費 地	8	1	9
畜 協	1	-	1
計	28	95	123

資料：農·水·畜協中央會.

表 2 - 14 共販場 施設 및 販賣實績現況, 1984

	共販場數 (個所)	施 設 現 況		販 賣 實 績		
		堡 地 (坪)	建 坪 (坪)	物 量 (千噸)	金 額 (百萬元)	共販場當 販賣金額 (百萬元)
中 央 會	18*	30,554	26,974	1,327.8	562,967	31,276
會 員 組 合	51	37,857	18,392	415.6	89,949	1,764
計	69	68,411	45,366	1,743.4	652,916	9,463

* 신촌수퍼마켓 포함.

資料：農協中央會.

나. 小 賣 活 動

우리나라 小賣市場은 대부분 극히 영세한 生計維持的 多數의 商人으로 이루어져 있다. 이들 零細商人들은 取扱物量이 적고 生産性이 낮은 것으로 나타났다. 1960年代 이후 급속한 經濟成長에 따른 消費者 嗜好 및 각종 社會的 要因의 변화에 따라 1960年代 末부터 수퍼마켓을 중심으로 한 現代의인 大型小賣機構가 등장하기 시작했다. 그 후 수퍼마켓은 급격히 증가하여 小賣流通機構 近代化에 새로운 轉換點을 마련하고 있다.

수퍼마켓은 본래 食料品을 중심으로 셀프서비스에 의한 現金販賣方

式을 도입하여 大規模 經營方式에 의한 流通마진의 절감으로 廉價販賣가 가능한 것으로 인식되고 있다. 그러나 農水産物의 경우 부패성이 강하며, 부피와 무게에 비해 價格이 낮기 때문에 利潤率이 낮은 관제로 일반수퍼마켓의 農水産物 取扱比重이 낮은 것으로 나타나 있다.²³⁾

이에 農水産物의 產地直去來를 확대하고 消費地 小賣市場의 改善을 위해 小賣段階 販賣示範事業으로 農協 등에서는 수퍼마켓을 운영하고 있다. 즉, 農協은 수퍼마켓의 運營을 통해 ① 수퍼마켓 본래의 特徵과 長點을 살리는 農水産物 中心의 示範의 運營으로 小賣段階의 流通改善에 대한 波及 효과를 期하며, ② 產地와의 直去來 擴大에 의한 農産物의 販路擴大와 流通効率의 增大, ③ 農産物의 정확한 重量・等級去來로 消費者의 信賴를 회복하고, ④ 다양한 農産物에 대한 消費者 嗜好變動을 파악하여 農協의 生産指導機能을 지원하는 효과를 얻을 수 있다.²⁴⁾

현재 農協中央會는 서울地域에 5 個所의 農産物 수퍼마켓을 運營하고 있으며, 곧 2 個所를 개설할 예정이다. 또한 農協은 長期的으로 이를 더욱 擴大하고 현재 全國 邑面地域에 분포한 工産品 위주로 運營되고 있는 單協連鎖店을 農産物까지 취급하는 수퍼마켓으로 발전시켜서, 1991 年에는 中央會 農水産物수퍼마켓 32 個所, 會員組合 수퍼마켓 229 個所로 확대해 나갈 計劃이다.²⁵⁾

또한 協同組合의 小賣組織으로서는 農協指定 糧穀販賣店 및 農産物直販場, 畜協의 畜産物直販場, 水協의 水産物直販場 및 指定 民間直販場이 있다.

農協指定 糧穀販賣店은 政府備蓄糧穀을 消費者에게 효율적으로 販賣하기 위한 小賣組織으로서 1983 年 현재 中央會共販場 傘下 販賣店 1,384 個所, 單協傘下 販賣店 1,161 個所가 있으며, 이는 1982 年에 비해 417 個所가 감소한 것이다. 한편 農産物直販場은 單協이 生産者組合員과 消費者間

23) 農漁村開發公社, 「大型小賣機構의 農水産物 取扱實態」, 1984.

24) 徐箕源外, 「農水産物의 產地流通과 農協販賣事業 強化 研究」, 韓國農村經濟研究院・農協中央會 調查部, 1984.12, p. 152.

25) 農水産部, 「全國圈 農水産物 流通基本計劃(案)」, 1985.

의 直去來를 통해 流通마진을 절감하고 生産者의 受取價格을 높이며, 消費者 支拂價格을 낮추어 流通改善에 기여코자 하는 것으로서 일부 單協에서 시도하고 있으나 定着되지 못하고 있다.

畜協의 畜産物直賣場은 일반적으로 輸入肉을 販賣하고 産地直去來體系의 확립과 肉類需給 및 價格安定을 위한 對策으로 서울市內 1個 行政洞當 1個所를 原則으로 指定하고 있으며, 地方都市에서는 會員組合이 直賣場을 設置・運營하고 있다.

또한 이들 畜産物直賣場이 주로 牛・豚肉만 販賣하고 있는 점을 고려하여 이를 綜合販賣店으로 育成코자 1984年 以後에는 豚精肉, 副産物, 鷄肉 등 供給品目を 다양화하고 輸入肉 放出中斷에 따른 直販場收支改善을 위한 支援과 直去來 擴大에 노력하고 있다. 1984年末 현재 서울에는 中央會直販場 340個所, 地方에는 會員組合直販場 21個가 있으며, 이는 전체 畜産物販賣場(精肉店)의 約 2%에 해당되는 것이다(表 2-15).

表 2-15 畜産物 販賣店 現況, 1984

單位：個所

區 分	畜協直賣場	民 間	計
서울(中央會)	340 (7)	4,354 (93)	4,694 (100.0)
地方(會員組合)	21 (0.1)	18,197 (99.9)	18,220 (100.0)
計	361 (2)	22,553 (98)	22,914 (100.0)

()內는 構成比(%)

資料：畜協中央會.

水協 역시 産地・消費地直去來로 流通마진의 縮小를 期하고자 既存 서울 共販場內의 中央會直營販賣店 이외에 大邱, 大田, 全州, 晉州 등 4個地域에 直營示範直販場을 開設・運營하고, 指定民間直賣場 33個所를 運營함으로써 1984年 1.674%의 物量을 취급하였다.

4. 流通助成 및 價格安定活動

가. 流通情報

農水産物은 다수의 영세한 農民에 의해 生産되어지며, 다수의 消費者에 의해 소량으로 消費되어진다. 따라서 農水産物이 生産者로부터 消費者에게 도달되기까지는 많은 流通段階를 필요로 하며 商品의 賣買가 이루어진다.

商品을 賣買하는데 있어서 流通情報는 去來者에게 去來量, 去來價格, 去來場所 및 去來時點을 결정하는데 매우 중요한 역할을 한다. 따라서 정확한 流通情報는 去來에 따르는 不確實性和 危險負擔을 감소시켜 주며, 공정한 競爭의 유발을 통한 流通效率을 증진시켜 줌으로써 流通改善에 기여하게 된다. 또한 정확한 流通情報는 價格 및 物量變動과 地域間의 需給不均衡을 신속히 生産者和 消費者에게 알려줌으로써 市場機構에 의한 需給調整을 통한 價格安定에 기여한다.

그러나 流通情報의 접근이 去來當事者중 어느 한쪽에만 치우쳐 있거나 去來當事者間에 流通情報 利用能力에 현격한 차이가 있을때, 流通情報가 相對的으로 부족한 한쪽은 去來關係에 있어서 不利한 立場에 놓이게 되며 損失을 보게 된다.

현재 農水産物流通에 있어서 生産者나 消費者는 商人에 비해 去來規模가 영세하고 流通情報에 어둡기 때문에 商品去來에 있어서 市場交涉력이 약하며, 商人으로부터 不利益을 당할 우려가 있다. 특히, 流通情報가 주로 非公式的 經路를 통해서 전달될 때 情報를 소유하고 있는 것은 대부분 商人階層이기 때문에 生産者나 消費者가 情報에 접근하는 것은 매우 어려운 상태이다.

따라서 政府는 農水産物市場의 競爭을 촉진시켜 市場의 不完全성에 따른 不公正去來와 이에 따른 生産者 및 消費者의 不利益을 제거하고 市場의 自律調整機能을 통한 需給均衡을 촉진시키기 위해서는 公式的 流通情

報를 需要者에게 보급해 줄 의무가 있다. 또한 協同組合 역시 生産者인 組合員이 市場交渉力에 있어서 低位에 있음을 고려하여 生産者가 필요로 하는 情報를 신속히 蒐集하여 보급해 줄 필요가 있다.

우리나라의 農水産物流通體系는 1963年 農協中央會에서 처음 시작되었으며, 그 후 1970年代에 들어와 政府의 적극적인 지원아래 1975年 農産物 流通情報센터가 설치되면서 운영이 본격화 되었다. 한편 水協은 1976年 11月 流通情報센터를 설치하고, 1982年 8月 流通情報狀況室을 설치함으로써 본격적으로 流通情報의 蒐集과 分散에 들어갔다.

그러나 본격적인 農水産物 流通情報活動은 1983年 3月 農水産部가 農·水·畜協 및 農開公과 農水産部가 自體의 部分的으로 실시하던 流通情報事業을 統合·調整한 후 시작되었다고 할 수 있다.

農水産物 流通情報를 目的으로 價格을 調査하고 있는 機關은 農水産部, 農·水·畜協 및 農開公 등 5個機關이며, 大韓商工會議所와 일부 農水産物 流通關聯機關도 그 機能을 수행하고 있다. 특히 協同組合과 産地市場과 消費地共販場에서 去來價格 및 出荷物量의 調査機能을 주로 담당하고 있으며〈表 2-16〉, 蒐集分析된 情報를 分散시키는데 중추적인 역할을 담당하고 있다〈圖 2-2〉.

調査된 資料는 農水産部の 메인컴퓨터에 貯藏·處理된 후 一般需要者에게 分散되거나 매스컴이나 協同組合에 설치된 自動應答裝置를 통해 需

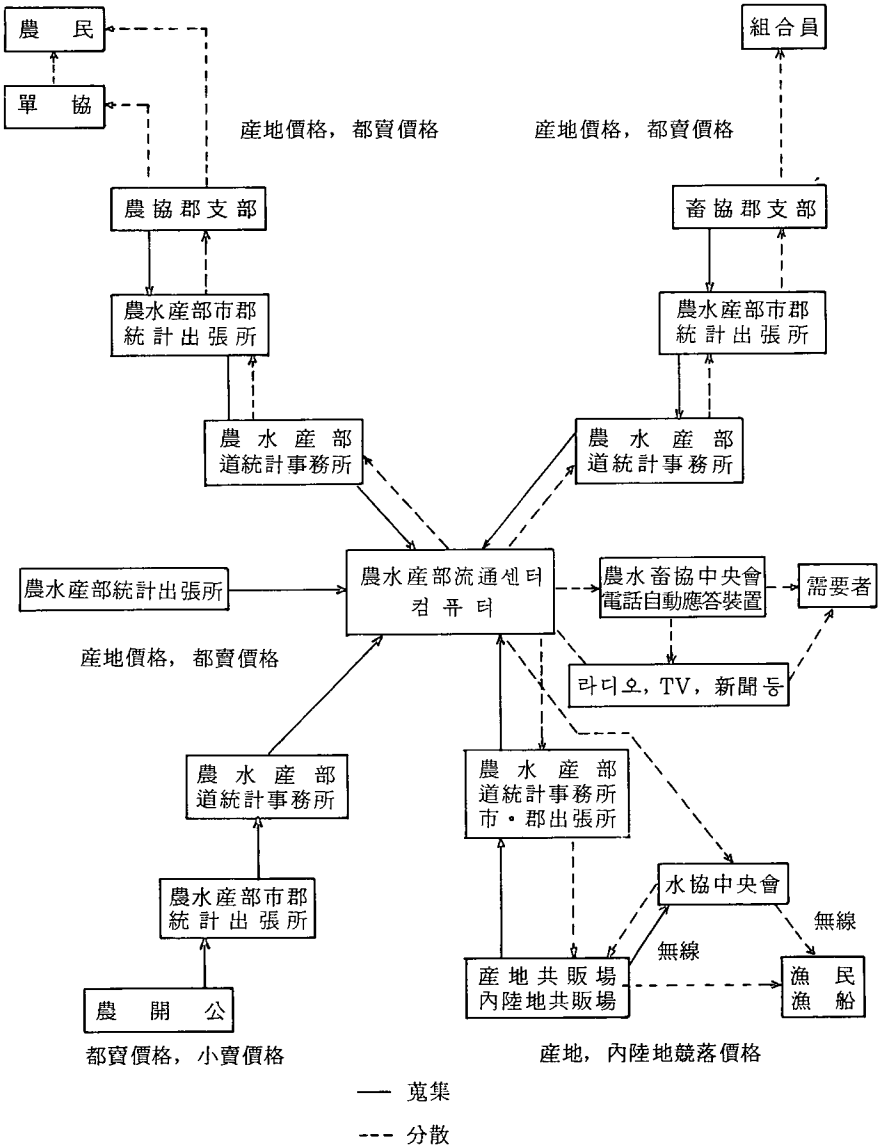
表 2-16 流通情報 內容別 調査機關

部 類 別	産地市場	都 賣 市 場		小 賣 市 場
		共 販 場	民間都賣市場	
農 産 物*	農 協 (19)	農 協 (41)	農開公 (24)	農開公 (15)
水 産 物	水 協 (27)	水 協 (27)	農開公 (12)	農開公 (9)
畜 産 物	畜 協 (11)	畜 協 (4)	畜 協 (4)	農開公 (4)

* 主要 政策品目(9個)의 産地市場 및 民間都賣市場 調査는 農水産部가 중복 조사하며, 農協은 産地에서 80個 品目에 대한 農家 受取價格과 消費地에서 199個 品目에 대한 農家 購入價格도 수집하고 있음.

()內는 調査品目數임.

圖 2 - 2 農水產物流通情報 綜合體系圖



要者에게 전달된다. 水協이 담당하고 있는 水產物流通情報도 農畜產物과 비슷한 과정을 거치게 되어 있으나 다만 漁業의 特性으로 인해 無線施設을 이용한 蒐集·分散이 병행되고 있다.

나. 等級化 및 包裝改善

農水產物의 等級化와 包裝改善을 통한 去來規模의 통일은 商品의 輸送, 取扱 및 去來를 편리하게 함으로써 流通效率을 높여 주고 商品性を 提高시켜 農民의 受取價格을 높여 주며, 流通情報의 效率性を 높여 줌으로써 市場競爭力을 증진시킴과 동시에 公正去來를 유도하여 준다. 최근에는 生産者, 消費者 모두 等級化와 包裝改善의 필요성에 대한 인식이 높아가고 있으며, 값싸고 우수한 包裝材가 다량 보급됨으로써 等級化와 包裝改善이 상당히 진전되고 있다.

1960年代까지 우리나라의 農水產物 檢査 및 包裝改善事業은 穀物과 輸出用 農水產物 등 政府收買 農水產物 중심의 國定檢査였으며, 국내 流通 農水產物에 대해서는 거의 選別과 檢査를 실시하지 않았다. 1974년 이후 農協은 사과, 배, 단감, 감귤 등 政府가 위촉한 4個品目에 대한 위촉검사 업무를 실시하였으며, 1976년에는 14個品目を 추가로 지정하여 일반 市場流通 農產物 및 政府收買商品에 대한 검사업무를 실시해 오고 있다.

그러나 政府收買의 義務檢査品目은 별 문제가 없으나 生産農民 및 取扱商人의 檢査申請에 따라 위촉검사를 실시하는 任意檢査品目은 受檢時 諸造作費 등 費用의 추가부담과 번잡으로 受檢을 기피하는 현상이 나타나고 있다.

또한 農協은 去來基準의 標準化를 통해 流通能率을 높이하고자 1981년 복숭아, 포도 등 20個 農產物의 出荷規格을 制定하여 보급한 바 있으며, 1982년에 사과, 배 등 5個品目에 대한 出荷規格을 추가로 제정하여 普及한 바 있다. 아울러 政府는 協同組合을 통하여 1984년에는 農產物 23個品目, 水產物 10個品目, 畜產物 4個品目 등 去來物량이 많고 標準化가 비교적 용이한 것으로 평가되는 農水產物 37個品目에 대해 去來單位標準을 設定하여 擴大 普及하여 나가고 있으며, 이를 점진적으로 발전시켜

表 2 - 17 規格出荷 支援 現況

單位：百萬元

區 分	1984	1985 計 劃	支 援 品 目
包裝資材國庫補助*			
農 協	42	220	복숭아 등 5개
水 協	-	70	-
計	42	290	
規格出荷先渡金融資			
農 協	1,000	1,800	팥고추 등 6개
水 協	500	500	진멸치 등 2개
計	1,500	2,300	
出 荷 物 量 (%)			
農 産 物	3,490	30,928	
水 産 物	4,503	2,377	

* 包裝資材費의 30%.

資料：農協 및 水協中央會.

1986년에는 國定規格(KAS：韓國農水産物 標準規格)을 制定하여 農水産物의 規格去來를 定着化시켜 나갈 計劃이다.

等級化와 包裝改善을 위해 政府는 包裝資材費의 國庫補助와 規格出荷 先渡金の 용자를 하여 주고 있으며(表 2-17), 自體檢査要員의 확보, 교육 홍보 등을 강화해 나가고 있다. 또한 일부 組合에서는 직접 包裝資材工場을 운영하기도 하며, 畜協中央會에서는 包裝肉 加工工場을 운영하고 있다.

다. 貯藏·加工事業

農水産物의 貯藏은 時間的 効用을 증진시킴으로써 商品의 價値를 높이며, 加工은 形態的 効用을 증진시켜 商品의 價値를 높여 준다. 한편 加工은 形態的 効用을 증대시켜 商品의 價値를 높여 주며 製品의 다양화를 통한 需要擴大와 長期保管을 가능케 하여 준다. 農水産物은 生産이 季節的인데 비하여, 消費는 年中 平準化되어 있어 季節的 需給不均衡으로 收穫期에는 洪水出荷로 價格이 폭락하며 生産者가 不利益을 받는 사례가 많다. 또한 農水産物은 商品의 특성상 부패성이 강하여 長期保管이 어려운데 반

하여, 國民所得의 증가로 食品需要가 고급화·다양화되고 新鮮食品에 대한 需要가 年中 平準化되는 경향이 있어 貯藏·加工施設에 대한 需要는 급격히 증대되고 있다. 이러한 점을 고려할 때, 協同組合은 生産者의 所得增進과 農水産物의 價格安定을 위해 貯藏加工事業에 적극 介入할 필요가 있다.

① 貯藏事業

農協은 政府糧穀을 비롯한 農産物 및 農用資材의 효율적인 保管을 통하여 農産物販賣 및 營農을 지원하고자 倉庫를 보유하고 있다. 1984年末 農協이 보유하고 있는 倉庫는 總 11,625 棟으로 面積 873 千坪에 3,987 千%의 保管能力을 갖고 있다. 同年 이들 農協倉庫의 利用實績은 總 3,205 千% 중 糧穀 2,083 千%, 肥料 1,055 千%, 其他 67 千%으로 대부분 政府糧穀과 肥料를 保管하는데 사용되고 있다.

한편 현대적 貯藏施設로서 總 保管能力 6,246 千%인 12 棟의 會員組合 所有 低温貯藏倉庫가 있으며, 이들 倉庫는 양파, 마늘, 고추 등 주로 備蓄 農産物의 自體收買保管에 이용되고 있으나 價格保障策의 미비 등으로 1984년에는 總 117 百萬원의 赤字運營을 했다.

水協은 漁獲物의 鮮度維持로 商品性 提高를 위한 水産用 얼음의 원활한 供給과 水産物의 加工·貯藏에 의한 需給調整으로 魚價를 안정시키기 위해 委·共販場의 附帶施設로서 製氷·冷蔵·冷凍施設을 운영하고 있다. 이를 위해 1984年 水協은 47,079 千%의 얼음을 공급하였으며, 冷蔵을 104,304 千%, 冷凍을 378 千% 함으로써 魚價安定에 기여했다. 畜協은 서울, 仁川, 釜山에 總 3,300 坪의 備蓄專用 冷凍倉庫를 보유하고 있다.

② 加工事業

加工工場에 있어서 1984年 農協 單位組合은 173 棟의 加工工場을 갖고 있으며 이 중 144 個棟은 搗精工場으로²⁶⁾ 農協의 農産物加工事業은 주로

26) 전체 加工工場數는 單協經營係數요람, 搗精工場數는 1984年度 年次報告書 資料임.

糧穀의 單純加工에 의존하고 있다. 畜協은 畜産物流通改善의 일환으로 1984年 우리나라 최초로 包裝肉加工事業을 착수하여 1984年 輸入쇠고기 包裝肉 1,995 ㎏, 돼지고기 包裝肉 514 ㎏을 供給한 바 있으며, 畜産物肉加工品 開發普及을 위하여 돼지고기 장조림 237 ㎏을 공급하였다.

라. 收買備蓄과 價格安定事業

農水産物の 需給과 價格이 不安定하면 農家經濟와 都市家計가 불안정하게 되며, 去來上 위험부담 증가에 따라 流通마진이 증가한다. 따라서 農産物價格의 安定은 國民經濟의 안정적 발전을 위해 매우 중요하다.

이러한 점에 비추어 政府는 農水産物價格安定基金(農安基金) 등을 통하여 農水産物價格安定에 적극 노력하고 있다. 또한 協同組合은 農安基金을 지원받아 政府를 대신하여 農水産物 收買備蓄事業을 수행하며, 收買備蓄을 위해 自體資金을 사용하기도 한다. 農水産物 收穫期의 洪水出荷는 生産者에게 價格暴落에 의한 불이익을 줄 우려가 있으므로 農民의 利益保護와 價格安定을 위해 協同組合의 市場介入은 매우 중요하다.

따라서 協同組合이 수행하고 있는 收買備蓄 및 價格安定事業은 일종의 協同組合에 의한 市場介入으로서 그 종류는 農安基金 등 政府資金의 지원을 받는 政府收買備蓄, 民間企業을 대신한 加工原料收買 및 出荷調整事業이 있으며, 自體事業으로서는 自體收買와 海外輸出事業이 있다.

1984年 農協은 政府支援事業 收買備蓄事業으로 참깨·땅콩 등 2個品目에 62億원을 지원하여 1,769 ㎏을 收買하였으며, 118億원의 出荷先渡金을 지원하여 김장채소 등 7個品目 187,490 ㎏에 대한 出荷調整事業을 실시하였으며, 農家所得增大와 輸入原料의 대체에 의한 外貨節約을 목적으로 1,356億원을 지원하여 맥주맥, 절간고구마, 잠견, 과일류 등 541千㎏의 農産物을 收買했다.

水協은 政府收買備蓄事業으로 863億원을 지원하여 김·염장미역 등 5個品目 2,242 ㎏을 收買했으며, 生産者團體出荷調整을 위해 104億을 지원하여 12千㎏을 收買했으며, 民間出荷調整을 위해 718億원을 지원하여 164千㎏을 수매토록 했다. 결국 水協은 1984年에 水産物價格安定을 위해

12 個分野에 農安基金 및 自體資金 863 億원을 지원하여 178 千%의 수매
 • 조작함으로써 盛出荷期の 生産漁民의 受取價格提高, 加工原料의 安定的
 供給, 輸出增大 및 消費者保護에 기여하였다.

畜協은 畜産物의 過剩生産으로 인한 價格下落時 生産費를 보장할 수 있
 는 適正價格으로 畜産物을 收買하여 生産者를 보호하고, 價格上昇時에 備
 蓄된 畜産物을 방출하여 消費者를 보호하기 위해 1984年 222 億원을 支援
 하여 소 10,744 頭, 돼지 105,264 頭, 닭 97.4 千首를 收買備蓄하여 畜産物
 價格安定에 기여하였다.

마. 其他事業

이밖에도 協同組合은 農水産物의 軍納, 貿易, 生産者 및 商人에 대한 教
 育訓練, 輸送, 流通金融支援, 消費促進을 위한 弘報, 調査・研究事業 등
 農水産物流通과 관련된 다양한 分野에 참여하고 있다.

第 3 章

農民의 認識과 參與度

1. 組合員 參與度の 重要性

農協中央會에서 調査研究한 결과에 의하면 組合員의 組合利用量이 부족하고 그에 따라 單位組合의 事業規模가 영세하게 되는 要因중의 하나가 販賣事業의 부진에서 기인하는 것으로 나타나 있다.¹⁾

그런데 流通事業의 効率성을 좌우하는 가장 중요한 要因은 事業物量이다. 즉 協同組合 流通事業의 基本的인 目的은 영세한 生産者가 생산한 農水産物을 大量化함으로써 流通상의 規模의 經濟를 실현하는데 있으므로 어느정도 水準이상의 物量을 확보하지 못하면 事業이 성공할 수 없다.

流通事業에 있어서 事業物量은 組合員數, 組合員當 商品化量 그리고 組合員의 參與度(事業利用率)에 의해 결정되며 여기서 가장 중요한 것이 組合員의 參與度이다.²⁾ 왜냐하면 單位組合 管内 農民組合員의 農業總生産量이나 商品化량이 短期的으로 일정하다고 할때 組合의 事業物量은 組合員의 參與도에 의해 결정된다고 볼수 있으며, 農民組合員의 參與없는 農協의 販

1) 金教殷, “單位組合의 適正規模와 育成方向”, 「韓國農業의 諸問題」, 第3輯, 農協中央會, 1983, p.309.

2) 高永坤, “農協販賣事業 機能強化를 위한 課題”, 「농협조사월보」, 제26권 제7호, 農協中央會, 1981.7.p.7.

賣事業이란 존재할 수도 없는 것이기 때문이다.³⁾ 또한 組合員의 자발적인 참여를 유도하기 위해서는 組合員들 사이에 자기가 生産한 農水産物을 보다 유리하게 販賣하기 위한 共同努力이 필요하다는 認識과 組合事業에 대한 理解가 필요하다.

특히, 農民組合員들의 組合事業에 대한 參與意識과 利用量을 組合員의 出資金과 利用高로 測定해 본 결과, 組合에 대한 認識水準이 높은 組合員일수록 組合員의 出資金과 利用高도 높은 것으로 나타났다. 또한 農民들의 農協에 대한 認識水準의 低位가 農民들의 農協에 대한 參與와 利用을 저해하는 要因이 되고 있다는 것을 알 수 있다.⁴⁾

이러한 점에서 볼 때, 農民組合員의 協同組合에 대한 認識은 組合員의 協同組合事業 參與에 중대한 영향을 주며, 組合員의 參與度는 流通事業은 물론 協同組合事業 전반에 걸쳐 事業量增大에 매우 중요한 要因이 되고 있다.

2. 調查概要

가. 調查方法

協同組合 流通事業의 성공에 있어서 農民의 認識과 參與도가 갖는 중요성에 비추어, 본 研究에서는 農民의 協同組合事業에 대한 認識 및 參與도를 調查하였다.

調查對象은 업무형편상 農民與論調查를 위한 當研究院의 現地通信員으로 한정하였으며, 豫算과 時間을 고려하여 총 2,206名の 通信員중 552名만을 標本抽出에 의해 調查했다. 調查方法은 郵便調查를 하였으며, 調查對象者의 標本抽出은 이미 부여된 通信員番號에 의한 4倍數 任意抽出法에 의존했다. 調查對象者 552名중 약 64%인 352名이 調查表를 회송했으며, 이중

3) 朴鍾守, “農業協同組合의 農産物流通事業에 관한 研究”, 「韓國協同組合研究」 第1輯, 韓國協同組合學會, 1980.7. p.70.

4) 金教股, 前掲書, p.307.

記載內容이 불실하다고 판단되는 31名을 제외한 321名에 대해서만 分析을 했다.

나. 調查農民 概要

여기에서 調查對象으로 한 現地通信員은 當研究院에서 農村의 輿論을 調查하기 위해 이미 선정해 놓은 農民들이다. 따라서 이들은 대부분 農村의 輿論先導者그룹에 속한다고 할 수 있으며, 學力水準이나 營農規模가 전체 平均보다 높다. 따라서 여기에 제시된 調查結果는 農民全體의 見解라기 보다는 비교적 農村의 指導的 階層의 協同組合 특히 農協에 대한 認識이라고 볼수 있다.

分析을 위해 農家の 主栽培作物 및 出荷品目を 基準으로 調查農家を 營農形態別로 分類했다. 여기에서 特作農은 油脂作物과 양념류 채소재배를 주로하는 農家이며, 養畜農家は 소를 5頭이상 飼育하고 있거나 畜産의 比重이 높은 農家이다. 調查農家の 營農形態別 構成을 보면, 전체 321 農家中 45.5%에 해당하는 146戶가 米作農으로 가장 많고, 菜蔬農이 34戶로 가장 적으며, 나머지 果樹, 特作 및 養畜農은 46~48戶로 비슷한 수준이다(表 3-1).

表 3-1 調查農民 人的事項

區 分	調 查 農家數(戶)	연 령 구 성 (%)					학 력 구 성 (%)				
		30세 미만	30~ 40	40~ 50	50세 이상	계	국졸 이하	중졸	고졸	대졸 이상	계
米 作 農	146 (45.5)	49.3	39.6	7.6	3.5	100.0	21.3	37.5	36.9	4.3	100.0
果 樹 農	46 (14.3)	33.3	42.2	24.5	-	100.0	9.8	34.1	46.3	9.8	100.0
菜 蔬 農	34 (10.6)	39.4	39.4	15.2	6.1	100.0	24.2	39.4	36.4	-	100.0
特 作 農	47 (14.6)	36.2	44.7	19.1	-	100.0	13.6	43.2	38.6	4.5	100.0
養 畜 農	48 (15.0)	31.2	29.2	29.2	10.4	100.0	15.6	24.4	53.3	6.9	100.0
計또는平均	321 (100.0)	41.2	39.1	15.8	3.9	100.0	18.1	36.2	40.8	4.9	100.0

() 內는 構成比(%)임.

調査農民의 人的構成을 보면, 年齡面에서 30才미만이 41.2%로 가장 많으며, 40才미만이 80.3%이고 50才이상은 3.9%로서 비교적 젊은層으로 構成되어 있다. 또한 學歷面에서는 高卒이상이 45.7%이고 大卒이상도 18.1%나 되며 國卒이하는 불과 18.1%로서 비교적 學歷水準이 높다(表3-1)

調査農家の 戸當 平均耕地面積은 草地를 제외하고 5,367坪으로서 全國 平均 1.09ha보다 0.7ha나 높게 나타났으며, 家畜도 상당수 飼育하고 있는 것으로 나타났다(表 3-2).

表 3-2 調査農家の 營農概況

區 分	조 사 농가수 (호)	경 지 면 적 (평)						가 축 현 황 (두)				
		논	밭	과수원	초지	비 닐 하 우 스	計 *	소	돼지	젓소	닭	기타
米 作 農	146	3,469	1,481	207	24.7	27	5,157	1.8	1.2	0.2	2.7	0.8
果 樹 農	46	1,911	1,588	2,607	108.7	750	6,106	1.8	2.0	-	2.1	0.5
菜 蔬 農	34	2,288	2,375	62.5	88.2	665	4,726	1.5	0.1	0.1	2.6	2.7
特 作 農	47	1,922	2,576	157	76.6	143	4,655	1.9	0.2	0.2	3.7	0.7
養 畜 農	48	3,436	2,526	408	1,354	28	6,370	9.7	12.5	4.3	127.0	0.7
計 또는 平均	321	2,902	1,907	558	250	218	5,367	3.0	2.8	0.8	21.3	0.9

* 비닐하우스 및 草地面積은 제외함.

3. 協同組合에 대한 認識

가. 協同組合觀

우리나라의 協同組合은 協同의 필요성을 깨달은 農民들의 同志的 結合을 통하여 스스로 만든 것이 아니고, 政策的 필요성에 의해 下向式으로 組織되었다. 이와같이 協同組織이 자주적으로 組織되지 못하고 外部의 필요성에 의해 下向式으로 組織되었을 때에는 組合員이 組合活動에 호감을 갖고 적극적으로 참여치 않는 短點이 있다.

또한, 協同組合이 政府에 의해 下向式으로 組織된데다가 事業을 수행해 오는 과정에서 政策事業에 많은 비중이 주어져 왔기 때문에 많은 農

민들이 자신들의 協同組合에 대해 잘못된 認識을 갖고 있는 것으로 알려져 있다. 또한 協同組合事業의 利用者인 農民의 協同組合에 대한 잘못된 認識은 協同組合 發展에 중대한 障礙요인이기 때문에 이에 대한 調査가 많이 있어 왔다.

이번 調査에서도 農民의 協同組合에 대한 認識이 協同組合 流通事業에 미치는 영향이 지대함을 고려하여 農民의 協同組合觀에 대한 調査를 했다.

調査結果, 調査農民이 대부분 學力水準이 높은 農村의 지도적인 輿論先導그룹임에도 불구하고 應答者의 1/3水準인 33.1%만이 協同組合이 農漁民을 위한 組織이라고 올바르게 認識하고 있는 것으로 나타났다. 또한 應答者의 39.9%는 農漁民상대 金融機關, 19.4%는 政府傘下機關, 7.5%는 農漁民 指導監督機關으로 잘못 認識하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 農家營農形態別로 볼때에는 菜蔬農과 養畜農의 정확한 認識水準이 비교적 낮은 것으로 나타났다(表 3-3).

表 3-3 協同組合에 대한 農民의 認識

單位: 名(%)

認識機關 \ 農家形態	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全體
정 부 산 하 기 관	39(16.7)	18(23.1)	16(25.0)	16(19.5)	19(23.8)	108(19.4)
농어민을지도감독하는기관	17(7.3)	4(5.1)	6(9.4)	6(7.4)	5(6.3)	38(7.5)
농어민상대의 금융기관	104(44.6)	27(34.6)	26(40.6)	32(39.0)	35(43.7)	224(39.9)
농어민을위한농어민의조직	72(30.9)	29(37.2)	16(25.0)	28(34.1)	21(26.2)	166(33.1)
잘 모 르 겠 다	1(0.5)					1(0.1)
계*	233(100.0)	78(100.0)	64(100.0)	82(100.0)	80(100.0)	537(100.0)

* 應答人員數가 調査農民보다 많은 것은 二重應答者가 있기 때문이다.

이러한 점을 고려할때, 우리나라 農民의 協同組合에 대한 認識에는 아직도 많은 問題가 남아 있는 것으로 생각되며, 協同組合의 發展을 위해서는 農民의 協同組合觀 改善을 위한 많은 노력이 필요할 것으로 판단된다.

나. 協同組合의 必要性에 관한 認識

한편 協同組合의 必要性에 대해서는 전체 應答者의 94.0%가 필요하다

고 대답했지만, 52.5%가 필요하긴 하지만 問題點이 너무 많다고 지적한 점에 비추어 볼 때(表 3-4), 앞으로 協同組合의 건전한 發展을 위해서는 改善해야 할 점들이 많은 것으로 판단된다.

특히 協同組合의 필요성에 관한 認識은 비교적 米作農과 養畜農이 낮고 菜蔬農과 果實農이 높게 나타났다. 또한 協同組合의 必要性에도 불구하고 協同組合에 대한 認識이 잘못되고 있는 것은 協同組合이 갖고 있는 問題點과 깊은 관련이 있는 것으로 보아야 할 것이다. 農民의 불만은 대개 協同組合이 農民의 經濟的 社會的 利益에 충분히 기여치 못하는데 있는듯 하다.

表 3 - 4 協同組合의 必要性에 대한 認識

單位：名(%)

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
농민을 위해 반드시 필요하다	61(39.6)	21(46.7)	21(51.2)	22(45.8)	15(31.9)	140(41.5)
필요하긴 하지만 문제점이 너무 많다	82(53.2)	24(53.3)	17(41.6)	22(45.8)	32(68.1)	177(52.5)
별로 필요성을 느끼지 않는다	10(6.5)		1(2.4)	4(8.4)		15(5.0)
오히려 귀찮다	1(0.6)		1(2.4)			2(0.6)
모르겠다			1(2.4)			1(0.4)
계	154(100.0)	45(100.0)	41(100.0)	48(100.0)	47(100.0)	335(100.0)

註：應答人員數가 調査農民數보다 많은 것은 二重應答者가 있기 때문임.

다. 販賣事業에 대한 認識

地域協同組合이 農水産物을 제값받고 팔 수 있도록 도와주고 있는지에 대한 질문에 대해서는 應答者의 17.9%가 적극적으로 도와주고 있다고 대답했고, 22.1%가 그런대로 잘한다고 응답함으로써 40.0%가 肯定的인 반응을 보였다. 반면, 30.5%는 農民을 위한다기 보다는 組合自體의 收益만을 위한다고 응답했고, 28.3%는 信用事業과 政策事業에만 치중하며 販賣事業에는 매우 소극적이라고 응답함으로써 전체 應答者의 58.8%가 否定的인 반응을 보였다. 특히 전체의 1.1%는 오히려 不利益을 준다고 응답함으로써 거부반응을 보였는데, 養畜家의 拒否率이 3.6%로 높았다. 또

한 營農形態別로는 菜蔬農과 米作農이 비교적 肯定的인 反應을 보였다(表 3-5).

表 3-5 協同組合 販賣事業에 대한 認識

單位：名(%)

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
적극도와 주고 있음	29 (18.1)	9 (16.4)	9 (26.5)	9 (17.0)	8 (14.5)	64 (17.9)
그런대로 잘함	43 (26.9)	8 (14.5)	6 (17.6)	9 (17.0)	13 (23.6)	79 (22.1)
農民을 위한다기 보다는 組合 자체의 수익만을 위함	41 (25.6)	28 (50.9)	5 (14.7)	19 (35.8)	16 (29.1)	109 (30.5)
信用事業과 政策事業에 次중하여 販賣事業은 매우 소극적임	45 (28.1)	10 (18.2)	14 (41.2)	16 (30.2)	16 (29.1)	101 (28.3)
도움은 커녕 不利益을 주고 있음	2 (1.3)				2 (3.6)	4 (1.1)
計	160 (100.0)	55 (100.0)	34 (100.0)	53 (100.0)	55 (100.0)	357 (100.0)

4. 農産物 販賣實態

가. 販 賣 處

農産物の 販賣處는 과거의 商去來慣行, 商品의 特性, 1회의 出荷量등에 따라서 많은 차이가 있다.

穀物인 쌀과 보리의 경우 많은 量이 政府收買로 販賣되고, 나머지는 產地收集商과 5日市場 販賣比重이 비교적 높으며, 상당부분이 大都市都賣市場으로 直出荷되고 있다. 果實類는 대부분이 大都市都賣市場에 直接出荷되거나 產地收集商에게 販賣되며, 배와 사과는 상당량이 地方都市에 出荷되고 있다. 果菜類인 참외, 수박, 오이는 大都市都賣市場, 收集商, 5日市場, 產地市場등에 골고루 販賣되지만, 그중 大都市都賣市場과 5日市場의 比重이 높다. 다만, 수박은 產地收集商에게 販賣하는 比重이 32.6%로서 매우 높다. 한편 같은 果菜類이지만 딸기는 不패성이 강하기 때문에

대부분 大都市나 地方都市都賣市場으로 直接出荷된다.

一般菜蔬인 무우, 배추 역시 大都市都賣市場에 直接出荷하는 비중이 가장 높으나 產地收集商 및 5日市場에 販賣하는 비중도 他品目에 비해 비교적 높으며, 部落內에서 판매되는 量도 7~8%정도된다. 양파, 고추, 마늘등 양념菜蔬는 80%정도가 產地收集商이나 5日市場에 販賣되며, 他品目에 비해서 大都市에 直接出荷되는 比重이 매우 낮다.

畜産物인 소, 돼지 역시 產地收集商 또는 5日市場(家畜市場)에 판매하는 비중이 높으며 大都市 또는 地方都賣市場에 直接販賣하는 비중은 農産物에 비해 비교적 낮다. 또한 소는 家畜市場 販賣가 61.0%로서 가장 높은데 비해, 돼지는 產地收集商販賣가 49.3%로서 가장 높게 나타났다(表3-6).

表3-6 主要品目の 販賣處別 販賣量 比重*

單位：%

品目 \ 販賣處	收集商	5日市場	地方都市	大都市都賣市場	部落內	其他	計
쌀	22.8	13.2	4.2	10.7	3.6	45.4	100.0
보리	10.5	11.8		13.8	1.3	62.5	100.0
사과	32.5	2.2	24.8	38.6	1.9		100.0
배	4.6	7.7	29.2	58.5			100.0
감귤	53.3			46.7			100.0
수박	32.6	29.2	13.5	25.7			100.0
참외	1.4	28.6	14.3	37.7			100.0
오이	14.3	17.1	18.6	48.6	1.4		100.0
딸기		1.3	30.1	68.6			100.0
무우	13.8	17.4	11.6	46.3	8.7	2.2	100.0
배추	32.9	13.4	10.1	34.8	7.4	1.4	100.0
양파	63.3	13.3	3.3	19.4	0.7		100.0
고추	28.2	53.8	10.3	4.2	2.8	0.7	100.0
마늘	51.0	28.6	6.7	11.9	0.7	1.1	100.0
소	24.8	61.0	6.9	7.3			100.0
돼지	49.3	24.3	12.9	4.9	4.3	4.3	100.0

* 農家別 販賣量을 고려치 않은 算術平均인.

나. 販 賣 方 法

農民이 生産物을 販賣하는 方法 역시 매우 다양하며, 販賣方法 또한 과거의 商去來慣行, 商品의 特性, 1회의 出荷量등에 따라 많은 차이가 있다.

穀物인 쌀과 보리는 政府收買를 제외하고는 個別出荷의 비중이 가장 높으며 共同出荷 및 系統出荷는 쌀 6.4%, 보리 4.9%에 불과하다.

果實類는 비교적 他品目에 비해 共同出荷나 系統出荷의 비중이 높으나 사과와 배의 경우 個別出荷比重이 각각 51.4%와 40.0%로서 아직도 높은 편이다. 감귤은 약 3/4인 74.3%가 系統出荷되고 있으며, 25.7%는 庭前販賣이다. 특히 감귤의 系統販賣가 잘되는 것은 産地가 주로 濟州道라는 消費地와 고립된 地域에 集中되어 있기 때문으로 판단된다. 果菜類에 있어서 참외와 수박은 個別出荷의 비중이 비교적 높는데 비해 오이와 딸기는 共同出荷의 比重이 비교적 높게 나타났다. 이는 최근 오이와 딸기가 主産地중심의 생산이 이루어지고 있으며, 1回出荷량이 비교적 적은데 기인되는 것으로 판단된다.

무우, 배추 등 一般菜蔬는 圃田賣買와 個別出荷의 비중이 비교적 높게 나타났으며, 고추, 마늘, 양파등 양념類 菜蔬는 個別出荷와 庭前販賣의 비중이 높은 반면, 共同出荷나 系統出荷가 낮게 나타났다. 다만 양파는 圃田賣買가 38.5%로 높다.

소, 돼지는 대부분 個別出荷에 의하며, 農家販賣와 系統出荷의 比重도 각각 10%정도 된다(表 3-7).

한편, 協同組合을 통한 共同出荷 또는 系統出荷를 한 經驗이 있는 農家は 調査農家中 50.9%이며, 34.3%는 자신은 물론 周圍에서 조차도 보지 못한것으로 응답하고 있다. 특히 米作農은 共同出荷 또는 系統出荷에 대한 認識이나 經驗이 낮은 것으로 나타났다(表 3-8).

또한 農家の 單協과의 距離別로 共同 및 系統出荷의 經驗을 보면, 2-4 km범위에 居住하는 農民의 共同 및 系統出荷比重이 가장높고, 다음은 1~2 km이며, 4 km이상에 居住하는 農民은 共同 및 系統出荷 經驗이 비교적 적은 것으로 나타났다(表3-9).

表 3 - 7 販賣方法別 販賣量 比重*

單位：%

판매방법 품목	포전매매	정전매매	개별출하	공동출하	계통출하	정부또는 농협수매	기 타	계
쌀	1.9	13.2	32.3	1.8	4.6	46.2		100.0
보리	4.9	3.3	23.3	4.9		63.6		100.0
사과		19.5	51.4	2.3	26.8			100.0
배			40.0	38.0	22.0			100.0
감		25.7			74.3			100.0
수박	15.0	29.0	40.0		16.0			100.0
참외		0.2	50.0	10.0	38.0			100.0
오이		20.0	16.0	44.0	20.0			100.0
딸기			31.1	68.9				100.0
무	28.6	4.8	38.1	19.0	9.5			100.0
배추	48.7	11.7	27.6	23.5	23.5			100.0
양파	38.5	23.1	30.8		6.9		7.7	100.0
고추	1.3	29.5	67.0	0.9	1.1		0.2	100.0
마늘	8.3	20.1	61.4	2.8	3.9	2.9	0.7	100.0
소		10.7	78.3	1.1	9.9			100.0
돼지		9.5	76.6		9.1		4.8	100.0

* 農家別 販賣量을 고려치 않은 算術平均임.

表 3 - 8 協同組합을 통한 共同出荷 또는 系統出荷 經驗

單位：名(%)

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
있 다	59 (43.7)	29 (64.4)	20 (64.5)	22 (52.4)	25 (55.6)	155 (50.9)
부락에서 다른 사람들은 하고 있으나 자신은 한적이 없다	20 (14.8)	2 (4.4)	6 (19.4)	6 (14.3)	12 (26.7)	46 (14.8)
자신은 물론 주위에서도 하지 않고 있다	56 (41.5)	14 (31.1)	5 (16.1)	14 (33.3)	8 (17.8)	97 (34.3)
계	135 (100.0)	45 (100.0)	31 (100.0)	42 (100.0)	45 (100.0)	298 (100.0)

이러한 점을 고려할때, 共同出荷를 확대하기 위해서는 무엇보다도 協同組合은 農民이 보다 높은 가격을 받을 수 있고, 出荷 및 代金決濟가 편리하도록 최대한의 노력을 경주해야 할 것이다.

5. 共同出荷組織에 대한 參與와 認識

가. 共同出荷組織의 運營實態

部落內 共同出荷組織과 관련된 질문에 대해 調査農家の 15.9%인 51명만 응답했다. 따라서 調査農民이 거주하는 약 16%정도의 部落에만 共同出荷組織이 있으며 出荷組織의 組織比率이 매우 낮은 것으로 판단된다. 共同出荷組織의 평균 會員數는 29명이며, 共同出荷組織의 78%가 1981年이후에 設立되었다. 組織當 年間平均出荷實績은 90,913천원으로 응답자의 部落內 總出荷量의 58.5%가 共同出荷되는 것으로 나타났다. 調査應答者의 年間 共同出荷回數는 平均 21.5회로서 農家當平均 7,082천원을 共同出荷한 것으로 응답했다(表3-11).

表 3-11 共同出荷組織 運營實態

區 分	조사응답 농가수 (%) *	평 均 회원수 (명)	부락내 공동출하조직 운영					年間 組織當 平均出荷實績 (천원)	부락내총 출하량중 비중(%)	년간공동 출하회수 (회)	1人當共同 出荷實績 (천원)
			설립시기 70년 이전	71~ 75	76~ 80	81년 이후	계				
米作農	13 (8.9)	28.9	7.7	15.4	15.4	61.5	100.0	110,717	72.8	48.0	6,758
果樹農	15 (32.6)	32.9			13.3	86.7	100.0	61,033	49.2	14.5	11,816
菜蔬農	8 (23.5)	32.9		14.3		85.7	100.0	20,600	53.6	18.8	4,846
特作農	6 (12.8)	31.3			16.7	83.3	100.0	283,700	43.0	6.8	3,067
養畜農	9 (18.8)	18.8			22.2	77.7	100.0	46,083	67.9	7.3	4,325
計또는 平 均	51 (15.9)	28.8	2.0	6.0	14.0	78.0	100.0	90,913	58.5	21.5	7,082

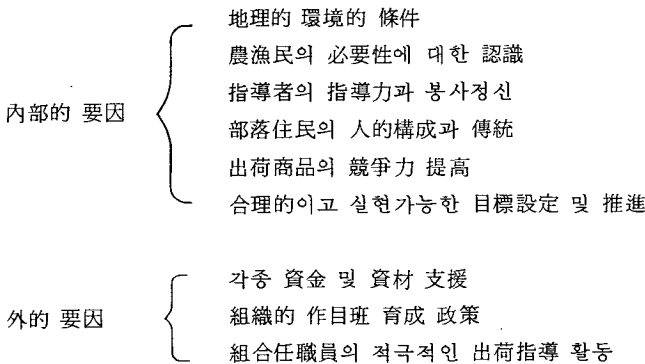
* 農家形態別 및 全體調査農家에 대한 응답자 비율임.

과에 비추어 볼때, 共同出荷의 開發은 單協과 거리가 비교적 먼곳에 거주하는 農民에게 보다 중점이 주어져야할 것으로 판단된다.

다. 共同出荷의 成功 및 沮害要因

共同出荷組織의 成功은 여러가지 成功要因이 갖추어졌을때 가능하다. 成功要因에 관해서는 여러가지 側面에서 많은 提示가 있으나⁵⁾ 이들 成功要因은 다음과 같이 內部的 條件과 外部的 條件으로 分類될 수 있다.

○ 共同出荷組織 成功要因



共同出荷가 成功하기 위해서는 이들 모든 條件이 갖추어질때 매우 效果적이 된다. 그러나 共同出荷가 잘되는 경우 共同出荷가 잘되는 原因으로서 가장 중요한 것은 組合과 農漁民의 必要性 認識과 組合任職員의 열의도 중요한 것으로 지적되고 있다(表3-14).

한편, 共同出荷가 잘 안되는 경우 그 原因으로서는 主産地形成의 미흡과 小規模生産이 가장 큰 原因으로 나타났다. 또한 地理的與件이나 組合 또는 農漁民의 소극적 태도도 共同出荷擴大에 장애요인이 되는 것으로 나타났다(表3-15). 이러한 점을 고려할때 共同出荷를 확대하기 위해서는 作

5) 徐箕源外, 「農水産物 産地流通과 農協販賣事業強化研究」,1984.pp.76~77, 沈永根,“産地共同出荷組織의 農産物마케팅”,「아시아地域의 農産物 産地流通」,農協中央會 調査部, 1983.pp.141-148, 및 金成勳·金致泳,“産地協同流通의 展開方向에 관한 研究”「食品流通研究」創刊號, 韓國食品流通學會, 1984.

表 3 - 14 共同出荷 成功 要因別 比重

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
지리적 여건의 적합성	28.3	16.0	13.4	28.6	22.7	23.3
조합임직원의 열의	26.1	32.0	33.3	23.8	45.5	31.0
주민의 필요성 인식과 지도자증심의 단결	10.9	16.0	20.0	14.3	9.2	13.2
조합과 농어민 모두의 필요성인식	34.7	36.0	33.3	33.3	22.7	32.3
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

表 3 - 15 共同出荷가 잘 안되는 原因別 比重

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
지리적 여건의 부적합성	13.6	26.1	7.9	6.7	12.9	13.4
주산지형성 미흡과 소규모생산	40.3	21.7	28.9	45.0	32.3	36.4
조합의 소극적 판매활동	19.9	19.6	21.1	18.3	17.7	19.4
농민의 소극적 태도	10.9	13.0	26.3	8.3	19.4	13.6
농민과 조합 모두의 필요성 인식부족과 소극적 태도	15.3	19.6	15.8	21.7	17.7	17.3
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

目班의 조직적인 育成을 통해 生産을 主産地化하고 共同出荷商品의 競争力을 제고시킴으로써 農民이 共同出荷의 必要性을 인식하도록 하는 協同組合 任職員의 적극적인 努力이 필요할 것이다.

라. 共同出荷 關聯組織에 대한 認識

農協은 販賣事業의 擴大를 위해 共同出荷班, 出荷相談室, 出荷協議會등을 설치 運營하고 있으며, 委囑檢査員, 委囑販賣員등과 같은 制度를 갖고 있다. 이와같은 共同出荷關聯組織에 대한 農民의 認識을 조사한 결과, 應答者의 45.5%만이 잘알고 있다고 했으며, 39.8%는 잘 알지를 못하고, 14.6%는 전혀 모른다고 대답했다(表3-16).

또한 이들 共同出荷關聯 組織에 대한 知識은 應答者의 대다수인 63.1%가 農協職員으로부터 들어서 알고 있는 것으로 나타났으며, 新聞·放送등 매스컴도 매우 중요한 役割을 하고 있는 것으로 나타났다(表3-17).

表 3 - 16 共同出荷關聯組織에 대한 認識

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
잘 알고 있다	41.5	47.7	50.0	52.1	45.7	45.5
잘 알지 못한다	38.0	43.2	35.3	35.4	50.0	39.8
전혀 모른다	20.5	9.1	14.7	12.5	4.3	14.6
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

表 3 - 17 共同出荷 關聯組織을 알게된 動機

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
신문·방송등 매스컴	40.9	34.6	17.4	52.0	26.9	32.1
농 협 직 원	54.5	57.7	69.6	40.0	69.2	63.1
이 웃 농 가	4.5	7.7	13.0	8.0	3.8	4.8
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

이러한 점을 고려할때, 共同出荷組織에 대한 農民의 認識과 理解를 높이기 위해서는 協同組合 職員의 적극적인 노력이 절실히 요망되며, 이를 위해서는 指導事業과 販賣事業의 강화가 요망되며, 新聞·放送등도 보조적 수단으로서 적극 활용되어야 할 것이다.

6. 協同組合 販賣支援活動과 協同組合 忌避理由

協同組合은 農民이 生産物을 効率的으로 販賣할 수 있도록 다양한 產地流通活動을 수행하고 있다. 또한 이들 販賣支援活動은 共同出荷의 확대와 產地流通의 효율화를 위해 協同組合이 반드시 수행해야 할 役割이다.

그러나 <表3-17>에서 보듯 協同組合의 販賣活動 支援實態는 매우 저조한 편이다. 즉, 비교적 應答率이 높은 包裝資材供給도 調査農家の 22.6%만이 協同組合에서 支援을 받고 있다고 했으며, 輸送車輛 提供, 出荷先渡金 提供, 價格과 情報處에 대한 情報提供등의 서어비스 支援도 調査農

表 3 - 19 農協販賣 忌避原因別 比重

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
대금정산의 지연	3.7	7.5	19.0	-	3.9	5.5
판매물량의 소규모	34.3	25.0	26.2	41.6	28.8	32.3
판매절차의 복잡	16.6	12.5	9.5	6.3	19.2	14.2
가격면에서의 불리	19.0	27.5	19.0	22.9	19.2	20.8
거래관행 및 상인과의 친분	5.5	12.5	2.5	6.3	5.8	6.1
농협판매사업 미실시	20.9	15.0	23.8	22.9	23.1	21.1
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

을 적극 育成해야 할 것이며, 組織的이고 効率的인 販賣活動을 통해서 農民이 商人에게 판매하는 경우보다 유리한 價格을 受取할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

7. 協同組合 流通助成活動의 利用

가. 流通情報

流通情報는 農民이 販賣處, 販賣量, 販賣時期 및 販賣方法을 결정하는데 매우 중요하다. 또한 農民은 商人에 비해 市場情報 收集能力이 뒤떨어지기 때문에 生産物을 販賣하는 과정에서 손실을 볼 우려가 있다. 따라서 農民이 生産物을 제값에 販賣하기 위해서는 市場交渉力의 增進이 필요하다. 市場交渉力을 增進시키기 위해서는 販賣條件을 결정하는데 필요한 精確한 流通情報의 공급이 필요하다.

이러한 점을 고려하여 協同組合에서는 1963年 이후부터 農水産物 流通情報의 적절한 蒐集과 分散에 노력하여 왔다. 그러나 현재의 流通情報는 農民의 요구에 크게 부응하지 못하기 때문에 協同組合 流通情報에 대한 農民利用度가 낮은 것으로 알려져 있다.

協同組合에서 제공하는 流通情報에 대한 農民의 満足度를 調査한 결과 전체적으로 불만스러운 것으로 나타났다. 즉, 任意指數構成法(Arbitrary

表 3 - 18 協同組合의 販賣支援活動 受惠率

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
포장자재 공급	25.4	19.0	24.4	21.2	19.5	22.6
가격과 판매처에 대한 정보제공	11.7	8.5	12.2	14.1	12.8	11.7
출하증만 발급	4.7	4.2	3.3	8.1	6.8	5.2
수송차량제공	17.4	14.1	14.4	11.1	14.3	15.1
출하지도	6.7	7.7	8.9	11.1	12.8	8.8
등급화 및 포장	1.8	1.4	1.2	1.2	1.0	1.3
조합직원책임 판매	9.7	9.2	11.1	7.1	9.0	9.4
저장창고 제공	1.8	2.8	1.2	4.0	1.0	2.0
공동계산	7.7	10.6	4.4	5.1	6.8	7.3
판매장운영	3.0	6.3		5.1	1.7	3.3
출하선도금제공	10.1	16.2	18.9	12.1	14.3	13.3
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

家の 15.1 ~ 11.7%만이 지원을 받고 있다고 應答했다. 또한 나머지는 모두 受惠率이 10%미만이다(表3-18).

이와같이 調查農民이 協同組合의 販賣支援活動 受惠率이 낮은 상태에서 單協이 共同出荷나 販賣事業을 확대하는 데에는 많은 제한이 따를 것으로 판단되며, 이와같은 販賣支援活動의 부진은 農民이 協同組合에 대해서 갖고 있는 認識이나 事業參與와도 직접 관련이 있는 것으로 판단된다.

한편 農民이 農協을 통해 生産物을 販賣치 않는 理由로서는 調查農家の 32.3%가 販賣物量이 小規模이기 때문인 것으로 應答했으며, 20.8%는 價格面에서 農協을 통한 販賣가 불리한 것으로 지적하고 있다. 한편, 調查農家の 14.2%는 農協을 통한 販賣의 販賣節次가 복잡한 것을 지적하고 있으며, 21.1%는 자신의 農協에서 販賣事業을 실시하지 않고 있는 것으로 지적하고 있다. 또한 販賣代金 精算의 지연이나 과거부터의 去來慣行이나 商人과의 親分關係는 農協을 통한 販賣忌避에 크게 작용치 않는 것으로 調查되었다(表3-19).

이러한 점에서 볼때, 協同組合이 共同出荷와 流通事業에 성공하기 위해서는 무엇보다도 地域特性에 맞추어 農業生産을 主産團地化하도록 作目班

Index Construction)에 의해 산정된 스케일링指數는 전체平均 -0.45點으로 流通情報 전체內容에 대해 不滿스러운 것으로 나타났다.⁶⁾ 內容別로 보면, 流通情報의 活用도와 取扱品目の 多様性 및 資料傳達의 신속성에 대한 만족도가 낮으며, 資料의 정확성은 비교적 양호한 것으로 나타났다(表3-20). 그결과 農民이 情報를 利用하는 出處는 産地商人, 매스컴, 이웃이나 친지, 전화를 이용한 大都市 都賣商등 非公式(informal)資料이며, 協同組合이나 組合刊行物을 利用한다고 應答한 사람은 겨우 調查農民의 12.5%에 불과했다.

表 3 - 20 協同組合 流通情報에 대한 滿足度

單位：名(%)

區 分	극히만족	만 족	보 통	불 만	매우불만	스케일링 指 數*	平均指數
자료의 정확성	7 (2.3)	32 (9.9)	157 (48.9)	105 (32.8)	20 (6.1)	- 99	- 0.31
자료전달의 신속성	4 (1.2)	34 (10.5)	125 (39.0)	124 (38.8)	34 (10.5)	- 160	- 0.50
내용의 포괄성	3 (0.8)	17 (5.4)	169 (52.5)	111 (34.7)	21 (6.6)	- 130	- 0.40
취급품목의 다양성	4 (1.3)	20 (6.3)	132 (41.0)	135 (42.2)	30 (9.2)	- 167	- 0.52
유통정보의 활용도	6 (2.0)	21 (6.4)	116 (36.0)	137 (42.8)	41 (12.8)	- 186	- 0.58
平 均	5 (1.5)	25 (7.7)	139 (43.5)	123 (38.3)	29 (9.0)	- 146	- 0.45

* 任意指數 構成法(Arbitrary Index Construction)에 의한 點數로서 응답자 1人當 극히만족 2點, 만족 1點, 보통 0點, 불만 -1點, 매우불만 -2點을 부여하여 合算함(321名기준).

특히, 菜蔬와 같이 價格變動이 심한 作物을 栽培하는 農家の 경우 協同組合 流通情報利用率이 낮고, 大都市 都賣商人이나 産地商人에게 의존하는 比重이 높게 나타났다(表3-21).

6) 스케일링指數는 滿足도에 따라 극히만족 2點, 만족 1點, 보통 0點, 不滿 -1點, 매우不滿 -2點을 부여 함으로써 -0.45는 보통(0點)이하의 상당히 불만스러운을 나타냄.

또한 包裝 및 等級化에 대한 單協의 受惠를 받은 農家가 지원을 받은 內容은 包裝資材의 葉加공급의 비중이 가장 높게 나타났다(表3-23).

表3-23 包裝 受惠農家の 受惠內容別 比重

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
包裝方法 指導	27.9	26.4	25.0	26.0	24.0	26.5
包裝資材 葉加공급	54.3	58.5	58.3	62.0	58.0	57.0
包裝費用 支援	17.9	15.1	16.7	12.0	18.0	16.5
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

包裝 및 等級化를 하지 않는 理由를 보면, 包裝・規格販賣를 해도 價格을 더 받지 못하는 경우가 많으며 收穫期에 일손이 부족한 것이 주요원인으로 지적되고 있다. 또한 包裝・等級化의 필요성에 대한 認識의 不足도 중요한 理由의 하나로 나타났다(表3-24).

表3-24 包裝 및 等級化를 하지 않는 理由別 比重

單位：%

區 分	米作農	果樹農	菜蔬農	特作農	養畜農	全 體
일 손 부족	34.5	31.3	23.2	37.1	33.4	31.7
수익에 비한포장비용과다	10.3	13.4	19.7	8.1	11.1	12.7
가격보장유인 미흡	20.7	38.8	39.2	35.5	44.4	34.2
필요성 결여	34.5	16.4	17.9	19.4	11.1	21.4
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

包裝・等級化가 성공하기 위해서는 무엇보다도 그 施行者인 農民이 市場에서 包裝・等級化를 수행하는데 소요되는 費用과 努力의 代價를 충분히 補償받을 수 있어야 하며, 이를 위해서는 商人 등 農水産物 購買者의 包裝・等級化 商品에 대한 認識이 改善되어야 할 것이다. 또한 農民은 購買者의 選好도에 맞추어 包裝 및 等級化를 시행해야 하며, 지나친 包裝과 等級化가 流通費用의 상승을 초래하거나 費用을 보상받지 못하는 事例가 없도록 조심해야 할 것이다.

8. 農民希望 協同組合 流通事業

協同組合은 農水産物流通의 다양한 分野에서 活動하고 있다. 이들 事業들은 組合員인 農民의 必要性에 의한 것도 있으며, 協同組合 자체의 經營的 必要性에 의한 것도 있으리라 판단된다.

그러나 協同組合은 어디까지나 基本的으로 生産者 組合員을 위해 設立되었으므로 事業 또한 農民組合員이 필요로 하는 事業을 우선적으로 수행해야 할 것이다. 이러한 事業은 農民의 관심과 참여의식을 높여 주는 결과가 되며, 결과적으로 協同組合의 事業을 효율적으로 수행하도록 할 것이다. 또한 앞에서 共同出荷組織의 成功要因에서도 지적한 바와같이 農民의 必要性 認識은 事業成功에 매우 중요하다.

따라서, 協同組合의 각종 流通活動別 農民의 必要性 認識度の 差는 事業의 優先順位를 결정하는데 매우 중요한 要因의 하나가 될수 있으며, 協同組合流通事業의 發展方向을 設定하는 데에도 매우 중요하다.

農漁民을 위해 協同組合이 반드시 수행해야 한다고 생각되는 事業에 대한 질문에 대해서, 農水産物輸入만을 제외하고 현재 協同組合에서 수행하고 있는 모든 流通事業에 대해서 대다수의 農民이 반드시 해야한다고 응답했다. 그러나 事業의 種類에 따라서 肯定的인 대답을 한 農民과 否定的인 대답을 한 農民의 分布는 현격한 차이가 있는 것으로 나타났다.

그래서 事業間 必要性에 대한 認識度を 상호 비교하기 위해서 任意指數構成法(Arbitrary Index Coustruction)에 의한 必要性 認識指數 및 平均認識指數를 산출하였으며〈表3-25〉, 그 結果를 이용하여 平均認識指數別로 協同組合의 流通事業을 分類했다〈表3-26〉.

스케일링指數⁷⁾상 平均認識指數가 1.00 以下인 事業에 대해서는 農民이

7) 스케일링指數는 必要性 認識도에 따라 반드시 해야한다 2點, 해도되고 안해도 된다 1點, 모르겠다 0點, 할필요가 없다 -1點, 해서는 안된다 -2點 등을 부여함.

表 3 - 25 協同組合流通活動別 必要性 認識度

單位：%

區 分	반드시 해야한다	해도되고 안해도된다	모르겠다	할필요가 없다	해서는 안된다	認識指數*	平均 認識指數	
産地 流通	生産計劃의 수립 및 지도	69.8	21.1	5.4	3.7	-	498.5 點	1.55 點
	出荷指導	85.4	13.0	1.3	0.3	-	585.8	1.82
	共同出荷 및 販賣알선	84.2	10.4	2.7	2.7	-	565.3	1.76
	産地共販場運營	56.3	28.5	5.8	9.4	-	434.3	1.35
消費地 流通	共販場運營	62.9	26.6	5.0	4.8	0.7	468.7	1.46
	大都市 수퍼마켓운영	42.5	26.0	17.7	9.8	4.0	273.8	0.85
流通 助成 機能	貯藏倉庫運營	55.0	30.0	8.5	5.8	0.7	417.6	1.30
	加工工場運營	67.0	22.7	3.5	5.7	1.1	484.7	1.51
	流通情報의 수집및전달	89.5	8.1	1.4	1.0	-	596.1	1.86
	包裝資材의 供給	77.4	17.3	3.0	2.3	-	542.8	1.69
	規格包裝의 施行	70.0	21.7	4.5	3.8	-	504.6	1.57
輸 入 出 入	農水産物 輸入	10.9	8.8	24.7	5.4	50.2	-303.3	-0.94
	農水産物 輸出	69.9	23.0	2.5	4.9	0.7	510.1	1.59

* 任意指數 構成法에 의한 點數로서 應答者 1人當 반드시 해야한다 2點, 해도되고 안 해도 된다 1點, 모르겠다 0點, 할 필요가 없다 -1點, 해서는 안된다 -2點을 부여 한후 合算平均함(321명기준).

表 3 - 26 平均認識指數別 流通事業分類表

流通活動	平均 認識 指數		
	1.00 以下	1.00 ~ 1.50	1.50 以上
産地 流通		産地 共販場*	生産計劃의 수집 및 지도 出荷指導 共同出荷 및 판매알선
消費地 流通	大都市수퍼마켓운영	共販場運營	
流通助成機能		貯藏倉庫運營	加工工場運營 流通情報의 수집 및 전달 包裝資材의 공급 規格包裝의 시행
貿易事業	農水産物 輸入		農水産物 輸出

* 産地集荷物, 競賣式集荷場, 水産物 委販場포함.

必要性을 거의 느끼지 못하거나 拒否感을 갖고 있다고 할 수 있다. 따라서 大都市의 수퍼마켓運營에 대해서는 農民이 必要性을 거의 느끼지 못하고 있으며, 平均認識指數가 負(-)인 農水産物輸入에 대해서는 拒否感을 갖고 있다고 할 수 있다. 또한 平均認識指數가 1.00~1.50인 事業에 대해서는 “반드시 해야된다” 보다는 “해도 되고 안해도 된다”는 比重이 높은 事業으로서 農民이 필요성은 인정하나 그 심도가 약한 事業이라고 할 수 있다. 이 범주에 속하는 事業중에는 産地集荷場, 競賣式集荷場 및 水産物委販場의 운영과 共販場運營, 貯藏倉庫運營등이 있다.

平均認識指數가 1.50以上인 事業은 農民의 절대 다수가 반드시 필요하다고 認識하고 있는 事業들로서 産地流通活動과 流通助成機能 대부분과 農水産物 輸出事業이 이 範疇에 속한다.

따라서 協同組合의 事業을 農民의 必要性 위주로 유도하고자 한다면, 協同組合의 事業은 産地流通과 流通助成機能 分野의 事業에 중점이 주어져야 할 것으로 생각된다. 다만, 流通助成事業중 貯藏倉庫事業의 認識指數가 낮은것은 현재 單協의 倉庫事業이 政府糧穀이나 肥料保管에 주로 사용되기 때문에 農民에게 직접적인 혜택을 주지 못하기 때문인 것으로 판단되며, 産地共販場 또한 農民에게 주는 직접적인 혜택이 적은 것으로 판단된다.

第 4 章

協同組合의 原則과 方向設定 基本前提

1. 協同組合의 本質과 特性

가. 協同組合의 目的

農村協同組合의 設立目的은 經濟的 弱者인 農漁民이 自主的 協同組合을 통하여 生産力을 증진시키며, 組合員인 農漁民의 經濟的·社會的 地位를 향상시킴으로써 國民經濟의 均衡있는 발전을 도모하는데 있다. 따라서 協同組合의 基本的인 目的은 經濟的 弱者인 農漁民의 利益 도모에 있으며, 國民經濟의 均衡있는 發展은 부수적인 目的이라 할 수 있다.

또한, 協同組合은 엄연히 公共機關이나 政府機關이 아니며 經濟的 弱者인 農漁民의 利益을 추구하는 民間組織이다. 다만, 우리나라의 경우 農村協同組合이 自生的으로 성립되지 못하고 政府에 의해 下向式으로 組織되었으며, 成長過程에서도 政府의 政策事業에 지나치게 의존해 왔기 때문에 이를 公共機關으로 혼동하는 경우가 많다.

그러므로 農村協同組合은 消費者(消費者가 組合員일 때에는 별문제이지만)를 보호한다든가 國家經濟에 기여한다든가 하는 것은 어디까지나 부수적인 目的은 될 수 있지만 本質的인 協同組合의 目的은 될 수 없는 것이다.

協同組合論에서 자신이나 同僚의 利益만을 위하여 몇 사람이 協同하는

것은 集團利己心の 포로가 되기 마련이며, 이것을 「閉鎖된 協同」 또는 「利己的 協同」이라고 표현하고, 반면 他人을 위한 協同을 人類가 도달할 수 있는 高度段階의 協同으로서 이 段階를 「開放된 協同」 또는 「利他的 協同」이라 하며 協同組合運動이 지향하는 協同은 開放된 協同이 되어야 할 것으로 보고 있다.”

물론 協同組合이 추구해야 할 目的은 견해에 따라 많은 차이가 있을 수 있다. 그러나 協同組合의 設立의 本質的 目的과 農村協同組合이 經濟的 弱者인 農民의 經濟的 民間組織이란 점을 고려할 때 開放된 協同組織이란 추구되어야 할 理想에 불과하며, 결국 協同組合은 閉鎖的 組織이 될 수 밖에 없는 것으로 판단된다.” 더욱이 事業의 성격이 “Positive-sum”의 성격을 가질 때에는 문제가 다를 수 있으나 “Zero-sum”일 때에는 利己主義의 이 될 수 밖에 없는 것이다.

결국, 協同組合이 設立目的에 충실할 때 利己的 閉鎖的 協同組織이 될 수 밖에 없는 것이며, 組合員의 利益과 직결되지 않는 한 協同組合의 건전한 發展을 기대하기는 어려운 것으로 생각된다.

나. 協同組合의 基本原則

① 原則을 찾는 理由

協同組合의 原則이란 協同組合의 本質을 바탕으로 한 組合의 組織·運營 및 管理에 관한 基本적 方針과 실천적 規準을 뜻한다.³⁾ 協同組合의 原則은 실천적 經驗의 으로 실증된 產物이기 때문에 原則의 준수여부에 따라 協同組合의 成敗가 左右된다. 따라서 어느 나라에서도 이들 原則을 協同組合法에 規定하여 실천에 충실코자 하는 것이다. 그런데 問題는 同 原則의

-
- 1) 陳興福·金聖基, 「最新農業協同組合論」, 先進文化社, 1977, p.22.
 - 2) 본 연구에서는 現實性에 중점을 두어, 組合員의 經濟生活을 向上시킨다는 것은 協同組合運動의 目的이 아니고 手段이라고 하는 協同組合運動家의 目的은 기본적으로 배제함.
 - 3) 陳興福·金聖基, 前掲書, p.68.

實現이 外部的 與件 즉, 政府의 태도에 따라 制約될 수 있다는 점이다.⁴⁾

또한, 協同組合은 資本主義의 產物이며 그 運動法則에 따르지 않으면 存續・發展할 수 없다는 이유로 協同組合을 하나의 企業으로 보려는 견해가 적지 않다. 그 뿐만 아니라, 현대 協同組合의 經營實態를 유심히 살펴보면, 協同組合의 基本的 前提가 되는 原理原則은 상징이나 표방으로 끝나고 組合事業 중심의 利潤追求에 몰달음치고 있어 企業經營과 組合經營을 구분할 수 없는 실정에 있다.

組合員은 단순히 組合事業의 利用者에 불과하고 組合에 대한 參與度를 組合事業의 利用度만으로 측정하려 하는 경향이 농후하여 가며, 組合이 組合員의 人間組織이라는 특성은 거의 말살되어 가고 있다. 協同組合은 組合員의 필요를 충족시키는 것보다는 收益性이 높은 事業을 選擇的으로 경영하며, 組合員은 組合을 통하여 편의를 받는 것 이상으로 우리 組合이라는 意識이 점점 희박하여 가고 있다. 協同組合과 組合員 사이의 乖離는 때때로 組合經營은 收支가 맞는데 組合員은 損失을 보는 결과를 빚어낸다. 協同組合이 組合員의 組織體라면 이와 같은 일이 발생할 까닭이 없다. 이와 같은 일련의 사실은 본래의 協同組合으로부터 현저하게 이탈된 것이며, 지나치게 本質을 歪曲시켜 놓은 것이다.⁵⁾ 그러나 協同組合이 發展하기 위해서는 보다 原則이 준수되어야 할 것이며, 協同組合의 本質마저 歪曲될 때 協同組合은 존립의 필요성마저 상실케 될 것이다.

② 協同組合의 原則

協同組合의 原則이 갖는 중요성에도 불구하고 協同組合 運營原則이 絕對不變의 指針일 수는 없다. 물론 協同組合이 發生 당시에 가지고 있던 理念, 目標, 基本原理 등은 어떤 일관된 脈을 유지하겠지만, 그 運營原則은 時代 및 地域與件에 따라 다소 融通性을 가지게 된다. 그것은 經濟與件이 늘 고정적인 것도 아니며, 劃一的으로 똑같은 原則을 適用할 만큼 地域與

4) 張原碩, “協同組合의 原則과 適用상의 問題點,” 「韓國協同組合研究」第1輯, 韓國協同組合學會, 1983, p.91.

5) 陳興福・金聖基, 前揭書, pp.60 ~ 61.

件이 동일할 수 없기 때문이다. 따라서 組合의 運營原則을 정의하고 나열한다는 것은 매우 어려운 일이다.⁶⁾

協同組合의 原則은 로지데일(Rochdale) 이래로 많은 協同組合 運動家에 의해 수정되어 왔으며, 1930年 비엔나 ICA(國際協同組合聯盟) 總會에서 協同組合原則에 관한 特別委員會가 설치되어 論爭을 거듭한 후, 현재의 協同組合原則이 1966年 비엔나에서 정식으로 採擇되었다. 즉,

- ① 組合의 公開
- ② 民主的 運營
- ③ 剩餘金の 利用高配當
- ④ 出資에 대한 資本利子 制限
- ⑤ 教育의 促進
- ⑥ 國內外 協同組合間의 協同

그러나 이들 6個原則은 현행 實踐事項을 그대로 계승하였으며, 消費者 協同組合에 기초를 두고 제정되었다는 결함이 있다. 따라서 ILO가 1976年 發表한 Maurice Colombain의 5大協同組合原則은 새로운 試圖로서 간주되고 있다. 동 5大原則은 다음과 같다.

- ① 結束과 相互連帶責任의 原則
- ② 平等과 民主主義의 原則
- ③ 非營利經營의 原則
- ④ 公正·正當·衡平의 原則
- ⑤ 協同組合教育의 原則

協同組合은 장차 어느 곳에서나 필요하며 原則은 조정될 필요가 있다. 또한 다른 經濟體制와 관련하여 協同組合은 장차 시련의 시기를 맞을 것이 분명하며 協同組合이 담고 있는 理念을 포기해서는 안될 것이다.⁷⁾ 다

6) 鄭燦吉, 「韓國協同組合의 發展」, 韓國農村經濟研究院, 研究叢書 12, 1983, pp.47 ~ 48.
 7) Laidlaw, A.F., *Cooperatives in the Year 2000 ; Agenda and Report ICA 27th Congress, Moscow*, International Cooperative Alliance, 1980, pp. 131 ~ 132.

만 이들 運營原則의 구체적인 說明은 생략하고, 다음 節에서는 주로 經濟的 觀點에서 協同組合의 特質을 고찰코자 한다.

최근 協同組合 運營者들 사이에는 協同組合의 理論이나 理念을 기피하는 경향이 있다. 그러나 모든 組織이나 機構는 무엇보다도 사람들이 믿고 바라는 理想에 기초하여 設立된 것이기 때문에 이러한 태도는 잘못된 것이다. 따라서 協同組合은 原則的인 基本思想에서 이해되어야 한다.⁸⁾

다. 協同組合의 本質

協同組合은 經濟的 弱者들이 資本의 압박으로부터 자신을 보호하기 위해서 組織하는 것이며, 相扶相助를 原則으로 하고 資本의 結合體가 아니라 人間的 結合體인 것이다.⁹⁾ 따라서 協同組合은 다음과 같은 特徵을 갖고 있다.

- ① 經濟的 弱者의 團體
- ② 經濟的인 獨立者에 의해 구성되는 團體
- ③ 非營利經濟團體
- ④ 特定人格의 地緣的 目的團體
- ⑤ 構成員 直接利用團體
- ⑥ 繼續的 團體
- ⑦ 獨占的 商業資本에 共同對處하기 위한 團體

그 밖에도 協同組合은 自由平等, 相互扶助, 自主自助의 民主團體라는 運營面에서의 特徵을 갖고 있다.¹⁰⁾

라. 協同組合의 主要特性

㉠ 協同組合과 株式會社의 差異

株式會社란 資本主義 社會의 전형적인 企業이며, 企業이란 利潤追求를 目的으로 하는 生産經濟의 單位이다. 協同組合 역시 組合員의 利益追求를

8) Laidlaw, A.F., Ibid., p.130.

9) 徐箕源·李桓奎, 「新協同組合論」, 協同研究社, 1982, p.54.

10) 이들 特性의 문제는 原理的 性格이 강하므로 상세한 說明은 생략함.

目的으로 하는 私企業의 하나이며 生産經濟單位라는 점에서 企業의 일종으로 해석된다. 그러나 協同組合은 형태면으로 보면 多數共同所有 企業이라는 면에서 마치 株式會社와 비슷하면서도 본질적인 차이점이 있으며, 여기에 協同組合의 存在價値가 있다고 할 수 있다. 즉, 協同組合은 株式會社와 運營方式面에서 <表 4-1>에서 보듯 많은 差異가 있다.

表 4 - 1 株式會社와 協同組合의 運營方式 對比表

比較項目	株式會社	協同組合
① 서비스 利用者	보통 社外顧客	주로 組合員
② 所有者	株主	組合員
③ 議決權者	보통 株式所有者	組合員
④ 議決方法	一般株式持分에 比例	보통 一人一票
⑤ 運營方針樹立者	株主와 重役	組合員과 理事
⑥ 資本調達	株主	주로 組合員
⑦ 資本에 대한 利子配當 制限	없다	있다
⑧ 經營成果의 取得者	株式持分에 比例하여 株主	利用高에 比例하여 組合員 利用者

資料 : 陳興福·金聖基, 「最新農業協同組合論」, 先進文化社, 1977, p.89.

② 企業의 所有者와 서어비스利用者の 一致性

協同組合에서 組合員은 出資를 하여 資本을 형성한 組合의 所有者인 동시에 組合이 제공한 서어비스의 利用者라는 점에서 株式會社등 다른 企業과 다르다. 즉, 다른 企業은 企業이 제공하는 서어비스의 利用者는 不特定 大衆으로 所有者와 利用者가 다른데 반해, 協同組合에서는 組合員이 所有者와 利用者の 지위를 아울러 갖고 있다.

따라서 協同組合은 所有者 자신이 利用者이므로 經營의 基本的인 目的은 利潤의 最大化에 있는 것이 아니고 組合員에게 가능한 한 最小의 費用으로 奉仕하는 데 있다. 그러므로 組合員의 관심은 生産物販賣의 利益을 最大化하거나 商品의 購入費를 最少化하는데 있다.¹¹⁾

그러나 協同組合의 非組合員 利用이 상당부분을 차지할 때 所有者와 利

用者は 반드시 일치하지 않으며, 協同組合事業에 대한 非組合員의 利用問題는 많은 논란의 대상이 되어 왔다. 非組合員의 組合利用은 組合이 收益性を 높여 줄 수 있다는 점에서 바람직한 것으로 받아들여지고 있다. 그러나 協同組合의 非組合員 利用은 組合員의 參與意識을 저상시키며, 세계적으로 消費者協同組合이 부진한 이유가 여기에 있는 것으로 지적되고 있다. 따라서 非組合員의 組合事業利用 증대는 消費協同組合을 오히려 약화시키는 것이다. 그래서 대부분의 消費協同組合은 資金不足으로 애로에 직면하고 있으며, 높은 利子를 부담하고 있기 때문에 發展에 制約을 받고 있는 것으로 지적되고 있다.¹²⁾ 따라서 非組合員이 出資를 하지 않고 組合事業을 利用하는 것은 어떤 면에서 組合員이 이루어 놓은 成果에 非組合員이 노력없이 便乘하는 결과가 될 수도 있다.

이와 같은 문제는 消費協同組合에만 국한되는 것이 아니며 정도의 차이는 있지만 모든 協同組合과 관련된다. 그래서 非組合員을 組合員과 區分해야 한다는 주장이 나오고 있다. 그래서 우리나라 農協法 第59條1項 및 單位農協定款 69條에서도 非組合員의 事業利用 制限規定을 두고 있다.¹³⁾ 또한 協同組合은 非組合員의 事業利用量이 總事業量의 50%를 초과하여서는 안되며, 稅金을 면제받기 위해서는 15%를 초과해서는 안되는 것으로 지적되고 있다.¹⁴⁾

따라서, 현실적으로 非組合員의 組合事業利用을 제한하는 데에는 많은 제약이 있으므로 事業利用이 組合員의 參與意識에 미치는 영향을 고려하여 組合員의 利用率과 必要性이 높을 것으로 기대되는 事業에 우선순위를 두도록 함으로써 組合員의 利用率을 높여야 할 것이다.

11) Clark, Eugene, "Farmer Cooperatives and Economic Welfare," *Journal of Farm Economics*, Vol. 34, Feb. 1952, pp.35 ~ 36.

12) Laidlaw, A.F., *Ibid.*, pp.143 ~ 144. & p.156.

13) 單位農協定款 69條2項에서 각 事業別 非組合員(販賣事業의 경우는 非農民을 말함)의 事業利用量이 당해 會計年度 事業量의 3분의1을 초과 못한다고 規定하고 있다(일부 政策事業 除外).

14) Branson, R.E. and D.G. Norvell, *Introduction to Agricultural Marketing*, McGraw-Hill Book Company, 1983, p.251.

③ 非營利性和 利潤排除

企業經營의 기본적인 目的은 投資者(所有者)의 利益을 最大化하기 위한 利潤의 取得에 있다. 이에 반해 協同組合은 經濟的으로 弱者인 生産者 또는 消費者가 協同하는 힘으로서 그 經濟的 機能을 강화하고 利潤의 배제와 절감을 목표로 하는 相互扶助의 團體¹⁵⁾라는 면에서 利潤을 배제하고 原價(所要費用)를 기준으로 奉仕한다는데 特性이 있다.

協同組合이 利潤을 排除한다는 것은 현재의 經濟社會에서 利潤을 추구하는 企業行爲 全體를 배제한다는 뜻은 아니다. 오히려 協同組合 經濟를 통해서 스스로의 利潤을 배제하고 배양된 실력으로 선의의 競爭을 통해 有利한 立場을 확보하여 점진적으로 經濟社會 일반의 産業利潤을 배제해 나가는 것이 協同組合이 지닌 社會的 使命이라고 생각된다. 이와 같은 「꿈」이 있었기에 協同組合은 一般企業과 다른 原理原則을 내세우게 되었다.¹⁶⁾

또한 이와 같은 利潤排除의 原則은 組合員이 經營者(所有者)이고 顧客인 경우 組合이 組合員에게 販賣하여 利潤을 얻었다고 하더라도 이것은 組合員이 자기 자신을 착취하는 結果가 되므로 理論上 利潤이 존재할 수 없다¹⁷⁾는 점에 바탕을 두고 있다. 따라서 費用 이상의 利益이 발생할 경우, 企業은 이를 所有者에게 投資額에 따라 分배하거나 적당한 곳에 사용하지 만 協同組合은 事業利用者에게 均등하게 利用高配當을 하는 것을 原則으로 하고 있다.¹⁸⁾ 그러나 여기에서 利潤排除原則은 協同組合이 資本利子와 같은 正常利潤까지 排除하는 것은 아니며 獨占利潤과 超過利潤을 부정한다고 보아야 할 것이다. 이는 協同組合의 原則 속에 資本利子 制限原則이 있는 것을 보아도 알 수 있다.¹⁹⁾

理論的으로 協同組合의 經濟事業은 原價主義에 입각하여 실시하여야 하

15) 陳興福·金聖基, 前揭書, p.90.

16) 陳興福·金聖基, 前揭書, p.91.

17) 李載騰, “協同組合의 非營利性和 實費經營,” 「協同組合研究」第6輯, 農協專門大學 農協問題研究所, 1984.2, p.31.

18) Kohls, Richard L. and Joseph N. Uhl, *Marketing of Agricultural Products*, 5th ed., Macmillan Publishing Co., Inc., 1980, p.272.

19) 李載騰, 前揭書, p.35.

나 原價를 정확히 추정하기 어려울 뿐 아니라 商人과의 競爭에서 原價主義를 고수하는 데에는 어려움이 있다. 그래서 協同組合은 時價로 供給하고 그 결과로 발생한 剩餘金은 組合員에게 利用高에 비례해서 환원함으로써 사후적으로 原價奉仕를 실현할 수 있다. 그러나 事後的으로 利用高配當에 의해 原價奉仕를 하거나, 利用時點에서 原價奉仕가 이루어지거나 組合員間에 利害對立을 일으키는 것은 아니나, 前者보다 後者가 더 積極인 方法이다. 協同組合은 原價主義나 低價主義를 採擇하여 獨寡占 企業의 活動에 對항할 수 있으며, 또한 組合員의 利用率을 높일 수 있다.²⁰⁾

그러나 이와 같은 協同組合 利潤排除論은 현실적으로 크게 制約을 받고 있다. 組合의 규모가 성장함에 따라 經營者와 利用者(所有者)의 추구하는 目標은 반드시 일치하지 않으며, 個別組合員은 經濟的 獨立體이므로 組合全體의 目標과 個別組合員의 目標가 다를 수도 있다.²¹⁾

더우기 協同組合이 우리나라와 같이 綜合協同組合(Multi-purpose Cooperatives)으로 事業內容이 다양하고 組合員의 1回當 利用量이 매우 영세할 때는 利益을 事後的으로 利用高에 따라 配當하는 데에는 많은 制約이 따른다. 따라서 協同組合이 組合員에게 販賣하여 利潤을 얻었다고 하더라도 이것은 組合員이 자기 자신을 착취하는 결과가 되므로 理論上 協同組合에는 利潤이 발생할 수 없다는 論理는 현실적으로 距離感이 있다고 보아야 할 것이다. 더우기 非組合員의 利用이 상당한 부분을 차지할 경우 非組合員에 대한 利用高配當分은 실질적으로 組合의 利潤이 될 수 있다. 그러나 현실적으로 協同組合의 利潤排除論이 비록 크게 制約을 받고 있다손 치더라도 協同組合運動에 있어서 그 妥當性은 충분히 認定되고도 남음이 있다.²²⁾

20) 李載曆, 前掲書, pp.38 ~ 39.

21) Bateman, D.I. et als, "Agricultural Cooperatives and the Theory of the Firm," *Economic Theory of Cooperative Enterprises*, Edited by Kennedy, Liam, The Plunkett Foundation for Cooperative Studies, Oxford, 1983, p.80.

22) 陳興福·金聖基, 前掲書, p.91.

2. 協同組合의 經濟理論

協同組合의 行動樣式은 販賣協同組合 (Marketing Cooperatives)과 購買協同組合 (Requisite Cooperatives)에 따라 달라지며, 市場條件과 協同組合이 지향하는 目標에 따라 달라진다. 따라서 이를 구체적으로 제시하는데에는 많은 努力이 필요하므로 여기에서는 販賣協同組合을 중심으로 協同組合이 지향하는 目標에 따른 協同組合 行動樣式的 變化를 살펴 보고자 한다.²³⁾

가. 協同組合과 一般企業의 均衡比較

利潤極大化를 추구하는 企業의 利潤函數와 協同組合의 剩餘函數는 각각 다음의 (1)과 (2)式으로 나타낼 수 있다. 즉,

$$(1) \pi = \bar{P}_y Y - \sum \bar{P}_i X_i - \bar{P}_m M - F$$

$$(2) P_m M = \bar{P}_y Y - \sum \bar{P}_i X_i - F$$

여기에서, Y ; 生産量

X_i ; i 번째 生産 서어비스의 投入量²⁴⁾

F ; 固定費用

M ; 組合員의 出荷量(原料 農水産物)

\bar{P} ; 각각의 不變價格

P_m ; 組合員의 수취가격

23) 여기에서는 Bateman, D.I. et al, Ibid., pp.77 ~ 86 을 주로 引用했으며, 購買協同組合에 관한 것은 同一文獻 pp.87 ~ 91, 市場構造變化에 관한 것은 Helmsberger, Peter G., "Cooperative Enterprise as a Structural Dimension of Farm Markets," *Journal of Farm Economics* Vol.46, No.3, Aug. 1964 및 Eugene Clark, "Farmer Cooperatives and Economic Welfare," *Journal of Farm Economics* Vol. 34, Feb. 1952를 參照바람.

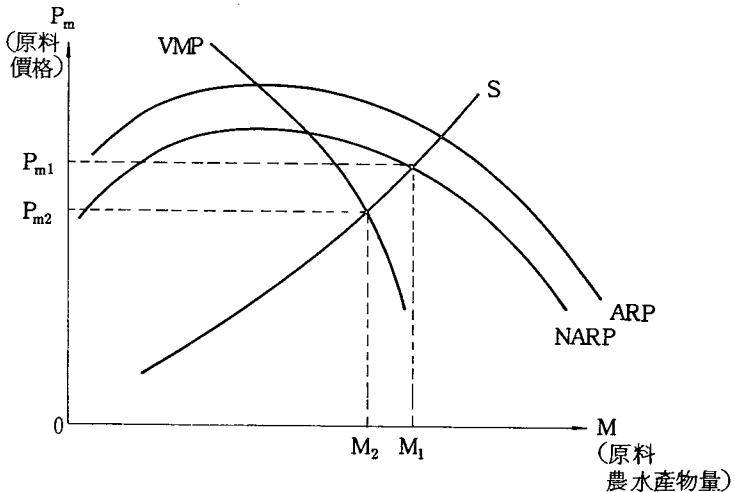
24) 여기에서의 例는 주로 組合員으로부터 原料(農水産物)을 購入·加工하여 販賣하는 加工形態의 協同組合을 상정하고 있으나 手數料 또는 마진을 받고 流通活動을 하는 경우에는 P_i, X_i 를 i 번째 流通 서어비스량의 價格(手數料 또는 마진)과 投入量으로 생각할 수 있음.

一般企業은 利潤最大化를 추구하는 반면에 協同組合은 組合員의 出荷量 M 의 一定量에 대해 協同組合 剩餘를 最大化하는 데 목적이 있다. 또한 一般企業은 M 의 價格 P_m 이 不變價格인 것으로 보는데 반해서 協同組合은 결정되어져야 할 可變의인 것으로 취급한다.

ARP를 平均收益曲線, NARP를 平均純收益曲線, VMP를 限界生産曲線이라 하면 Y 의 價格이 주어졌을 때, ARP曲線 아래부분의 VMP曲線은 利潤最大化 企業의 M 에 대한 短期需要曲線이 된다(圖 4-1). 原料農水産物의 供給曲線이 S 로 주어졌을 때 利潤最大化를 추구하는 企業의 均衡投入量과 均衡價格은 VMP와 S 가 만나는 M_2 와 P_{m2} 에서 결정된다.

그러나 協同組合理論에서는 VMP 대신 NARP가 需要曲線의 역할을 한다. 즉, 組合員數가 한정되어 있고 組合員 각자가 生産量を 결정할 때, NARP曲線은 일정한 條件下에서²⁵⁾ 組合員이 생산한 原料農水産物 M 에

圖 4 - 1 協同組合과 一般企業의 均衡比較



25) 이러한 條件은 市場構造가 競爭의이며, 組合員 加入이 자유롭고 經營目標을 組合員이 생산한 모든 生産物을 최대한 取扱하는데 들 때에 成立한다. 또한 協同組合의 經營목표가 組合員의 利益보다는 組合의 利潤最大化에 있을 때에는 均衡點이 一般企業과 同一하게 된다. 따라서 協同組合의 經營目標에 의해서 均衡條件은 달라질 수 있으며 더욱 구체적인 것은 뒤에서 言及함.

대해 協同組合이 最大의 收益을 보장할 수 있는 原料 價格水準(P_m)이다. 따라서 協同組合의 均衡投入量 및 均衡價格은 原料농수산물 供給曲線 S와 NARP가 만나는 점에서 결정되며 <圖 4-1>에서는 각각 M_1 과 P_{m1} 이 이에 해당된다.

나. 販賣協同組合 모델의 特性

購買協同組合에서는 農民이 出資 이외에는 投入(input)을 하지 않고 協同組合을 통해 구입하는데 비해서 販賣協同組合에서의 農民의 收益은 個別農民이 組合에 조달하는 出荷量(농수산물)과 직결된다. 따라서 購買協同組合은 X軸이 生産品(output)이 되는데 비해 販賣協同組合의 경우에는 投入物(原料農水產物)이 된다. 그러므로 販賣協同組合에서는 組合全體收益에 差가 있을지라도 個別組合員이나 組合經營者가 특정 原料農水產物로부터 기대되는 收益을 최대화하도록 해야 한다.

販賣協同組合 모델에서 중요한 문제는 供給曲線을 설명하는 것인데, 개략적으로 假定하여 供給에 맞추어 生産이 스스로 조정되는 것으로 하고 있다. 이는 利用高 配當이 組合員의 供給曲線에 영향을 주지 않는다는 것을 의미하며 결국 組合員과 非組合員의 供給曲線은 동일하게 된다.

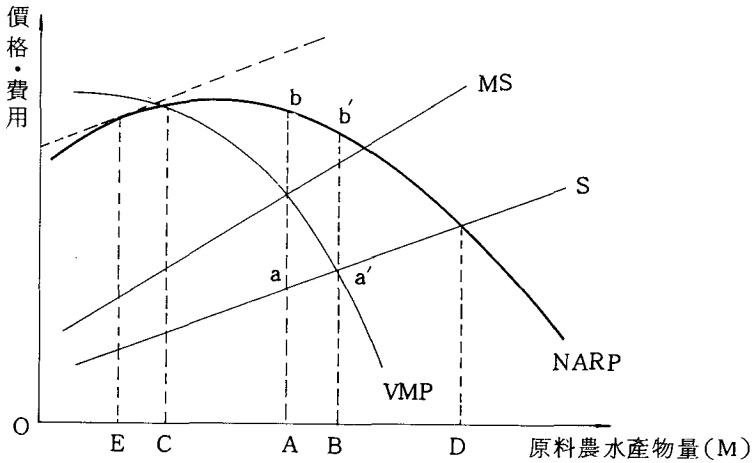
다. 協同組合의 目標와 均衡

① 組合利潤 最大化

<圖 4-2>에서 MS를 組合員으로부터 原料農水產物을 구입하는데 소요되는 協同組合의 限界費用, VMP를 原料農水產物 投入에 의해 발생하는 協同組合의 純限界收益이라고 할 때, MS와 VMP가 만나는 점에서 결정된 OA가 組合의 利潤을 最大化하여 주는 原料農水產物 出荷量이다. 이때 Aa는 投入된 原料農水產物에 支拂되는 單價이며, ab는 組合에 保留되거나 組合員에게 分배될 單位當 剩餘이다. 이 점에서는 單位當 剩餘는 最大가 아니지만 全體剩餘의 最大化가 달성된다.

利潤(剩餘) 最大化는 組合運營者의 合理的 目標이다. 왜냐하면 이것이 單位當 剩餘가 最大化되기를 바라는 組合員의 利益과는 반드시 일치하지

圖 4-2 販賣協同組合의 均衡



는 않지만, 組合運營者의 經營成果는 會計上의 利潤에 의해 판단되며, 理事會가 利潤最大化 目標을 지지할 수 있기 때문이다. 따라서 이때의 均衡點은 一般企業과 동일하다.

〔2〕 組合 및 組合員의 結合利潤 最大化

앞에서 설명한 組合利潤 最大化 目標은 原料農水產物 生産 組合員의 利潤을 무시하는 것이다. 組合員들은 原料農水產物 生産者로서 자신의 利益을 위해 協同組合을 설립한 것이므로 組合의 利潤은 자신들의 利益과는 無關한 것으로 생각한다.

따라서 組合員은 자신이 生産한 原料農水產物 販賣收益과 組合收益 모두를 함께 추구한다고 보는 것이 보다 현실적이다. 組合利潤은 組合員의 原料農水產物 販賣收益과 組合收益을 합한 것으로서 農水產物 出荷量 OB에서 最大가 되며 이때의 單位當 利潤은 $a'b'$ 이다(圖 4-2).

協同組合은 所有者와 利用者인 原料農水產物 供給者가 동일하기 때문에 利害調整이 자동적으로 될 듯하다. 그러나 一般企業은 利害當事者가 經營者와 理事會임에 비해, 協同組合은 運營者, 組合員, 理事會 등의 셋이기 때문에 利害調整이 더욱 어렵다. 따라서 結合利潤을 最大化하는 것이 이

론적으로는 資本形成에 유리할지 모르지만, 실질적으로 剩餘가 組合員에게 分配되어 組合內 留保가 적어지기 때문에 組合運營者는 利潤最大化 目標을 선호하게 된다. 한편 일반조합원은 組合利潤 最大化 目標을 바라며, 正常利潤 이상의 配分을 원한다. 또한 理事는 組合員 입장에서 利潤의 配分을 선호하지만 理事의 입장에서는 組合內 留保를 선호할 수 있다. 利潤의 留保는 組合의 安定 뿐만 아니라 成長 및 發展을 위해서도 필요하다.

③ 農水産物 取扱量の 最大化

協同組合의 運營者나 담당자는 取扱量の 最大化가 많은 사람의 慾求를 충족시켜 주며, 組合의 收益을 가져올 수 있다고 생각한다. 따라서 正常利潤을 얻을 수 있는 한 取扱量の 最大化는 販賣協同組合의 합리적 目標가 된다. 이때에 均衡點은 組合員의 供給曲線 S와 平均純收益曲線 NARP에 의해 결정되며, 原料農水産物 取扱量은 <圖 4-2>에서 OD가 된다.

組合員은 規模에 의해 協同組合의 成功 여부를 판단하고자 하며, 組合이 取扱量を 最大化할 때 組合員은 生産量を 制約하지 않고 보다 나은 價格을 받을 수 있다. 또한 理事會나 組合運營者가 取扱量を 最大化하려고 하는 것은 地域內에 獨占力을 형성하여 市場交渉力을 높이거나 商標 이미지를 부각시키고자 하는데 目的이 있다.

④ 組合員數의 最大化

協同組合의 지도자들이 組合員 加入의 自由原則을 받아 들인다면, 가능한 한 많은 原料農水産物 供給量を 확보한다는 의미에서 組合員數의 증대는 고려될 수 있는 經營目標의 하나이다. 이때 신규가입자를 포함한 모든 組合員을 동일하게 취급한다면, 均衡點은 앞서의 取扱量最大化 目標과 같은 $S = NARP$ 인 點에서 이루어지게 된다.

⑤ 生産者 剩餘 및 利潤 最大化

이 經營目標은 組合事業을 農民組合員事業의 일부로 생각하고 組合員의 收益을 最大化하는데 目的이 있다. 따라서 이 經營目標은 理論적으로 用

語는 다르나 基本的으로 ②에서 言及한 結合利潤最大化 目標와 같다. <圖 4-2>에서 生産者 限界剩餘(Marginal Producer Surplus)는 $(MS-S)$ 인데 비해, 限界利潤은 $(VMP-MS)$ 가 된다. 農水産物 生産量이 증가됨에 따라 $S = VMP$ 가 될 때까지 限界利潤은 감소하는 반면에 生産者 限界剩餘는 증가한다. 또한 不完全 競争市場에서도 協同組合은 農水産物量(S)과 純限界收益(VMP)이 같게 되는 水準까지 購入한다. 결국 이 經營目標는 組合의 利潤이나 購入량을 最大化하지는 않지만 組合員에게 최대의 서 어비스를 제공한다.

⑥ 單位當 利用高配當 最大化

이 經營目標에서는 供給曲線과 平行하는 線이 NARP曲線과 接하는 點이 均衡點이 되며, 原料農水産物 供給曲線이 水平이거나 右下方으로 기울지 않으면 NARP의 最大點 左側에 위치한다. 이때 原料農水産物 購入량은 <圖 4-2>에서 OE가 된다.

이러한 經營目標는 組合員 生産物의 單位當 剩餘가 最大가 된다는 點에서 바람직할지 모르나 組合員의 出荷량을 제한해야 하므로 物量配當이나 組合員加入을 제한해야 하는 문제가 발생한다.

⑦ 單位當 純收益 最大化

이 經營目標는 <圖 4-2>에서 原料購入량이 OC일때 이루어진다. 이 經營目標는 費用이나 生産者剩餘는 고려치 않고 供給價와 配當의 合을 最大化하고자 하는 근시안적 農民에 의해서 採擇되는 것으로서 協同組合의 많은 農民들은 純受取價格(net price)에 대한 그들이 다른 곳에서 받을 수 있는 全體價格(gross price)과 비교한다.

3. 協同組合의 問題點

協同組合은 각 國家마다 주어진 여건에 적응하면서 다양한 形態로 발전

되어 왔다. 이러한 協同組合은 發展過程을 통하여 原則의 적용문제를 비롯하여 많은 問題點을 안고 있으며 내부적 또는 외부적으로 많은 도전을 받고 있고, 장래에도 그 成長이 순탄치만은 않을 것으로 생각되어 진다.

현재 協同組合은 成長에 필요한 財政問題, 유능한 經營人力 확보문제, 組合員의 參與意識문제, 理事會와 執行部門의 不和問題, 對外與件과 組合自律性의 問題, 協同組合과 가난한 者의 關係, 從事者 처우문제, 協同組合間의 협조문제, 協同組合과 組合員關係, 協同組合과 일반 非組合員 關係 등 무수한 문제들을 안고 있다.²⁶⁾ 이들 問題들중 流通事業과 관련이 깊다고 판단되는 몇 가지를 설명코자 한다.

가. 組合員의 參與意識 缺如

원래 協同組合이란 協同의 必要性을 깨달은 自然人들이 同志의 結合을 통하여 자기네가 필요한 사업을 하기 위해 스스로 만든 經濟團體이다. 또한 農村協同組合은 영세한 農水產物 生産者인 農漁民들이 獨占的 商業 및 產業資本에 共同의 힘으로 대처해 나가기 위해 協同의 必要性을 느끼고 있는 農民들에 의해 스스로 組織되어야 할 것이다.

그러나 後進國의 경우 資本主義經濟 성숙에 따른 자주적 農民組織의 확산을 기대할 수 없어 行政力에 의해 下向式으로 組織을 전국에 확산하는 경우가 보통이다. 우리나라의 농협도 이와 같이 行政力에 의해 下向式으로 조직되었다. 이와 같은 下向式 農協組織은 전국에 걸쳐 地域的으로 편리한 單位의 組合을 조직하여, 영농자금·생산자재 및 生産物의 效率的인 供給과 行政管理에 도움을 얻어 農村開發에 活用코자 하는데 주요한 目的을 두고 있다.

協同組織이 자주적으로 組織되지 못하고 下向式으로 외부의 필요에 의해 조직될 때에는 필연적으로 몇 가지 問題點이 따르게 되는데 그중 가장 중요한 문제는 組合의 주인격인 組合員이 組合活動에 호감을 갖고 적극적

26) Laidlaw, A.F., Ibid., pp.143 ~ 151 및 Kohls, R.L. et als., Ibid., pp. 284 ~ 288 參照.

으로 참여하지 않고 消極的이란 점이다. 더우기 이와 같이 下向式으로 조직된 組合이 組合員들에게 적절한 利益을 제공하지 못했을 때 組合員들로부터 더욱 도외시 되는 것이다.

우리나라의 農村協同組合은 農業과 農民 全體의 利益을 위해 行政機關에 의해 下向式으로 조직된 데다가 事業遂行 과정에서 政策事業에 많은 비중이 주어져 왔기 때문에 많은 農民들로부터 올바른 認識을 받지 못하고 있다〈表 3-3〉. 또한 非組合員인 일반인이나 政府官僚들도 協同組合이 農民의 自律組織이라는 인식이 부족한 것으로 판단된다.

組合員 및 一般의 協同組合에 대한 소극적인 태도와 인식부족은 協同組合發展의 장애가 된다. 組合員의 參與意識이 協同組合發展의 기초가 되며, 流通事業의 경우 組合員의 적극적인 참여 없이는 성공할 수 없다는 점을 고려할 때 組合員에 대한 參與意識 고취는 매우 중요한 의미를 갖는다. 따라서 協同組合은 組合과 組合員의 관계개선을 통해 農民組合員의 적극적인 參與를 유도해야 한다. 또한 組合員의 적극적인 참여유도를 위해서는 組合의 각종 活動에 대한 組合員의 인식개선이 중요하며 이를 위해서는 組合의 事業이 가능한 한 組合員의 收益을 증대시키는 측면에서 組合員이 필요로 하는 事業 중심으로 추진되어야 한다. 그래서 協同組合과 組合員이 共同的 利益을 추구토록 하여야 할 것이며 乖離가 발생하거나 연계성이 약화되어서는 안될 것이다.

또한 協同組合이 組合員의 利益을 소홀히 하고 단지 組合 자체의 成長만을 추구해서는 안된다. 組合經營者들은 組合規模의 증대에 따른 組合員의 소외감을 경계해야 한다.²⁷⁾

C.C. Homans는 人間이 集團에 참여하게 되는 것은 ①集團目標를 달성함으로써 얻는 外的 報酬와 ②集團目標의 달성과정에서 集團力의 他人과의 진정한 交友關係에서 얻는 內的인 報酬를 얻기 위한 것이라고 설명하고 있다. 外的인 報酬란 集團의 目的과 活動 자체가 보장하는 物質的 條件의 만족을 말하고, 內的 報酬란 集團內部에 존재하는 人間關係나 羈團

27) Laidlaw, A.F., Ibid., p.133.

氣 자체가 주는 정서적 만족을 말한다. 결국 人間은 그러한 外的報酬와 內的報酬를 얻기 위해 集團에 참여하게 되며, 集團 構成員의 參與動機에 의해 集團의 能率이 左右된다고 지적하고 있다. 그러나 우리나라 單位農協의 경우에 있어서는 그러한 성질의 內的報酬와 外的報酬가 제공되지 못하고 있는 것으로 지적되고 있다.²⁸⁾

外的報酬가 제공되지 못한다는 것은 協同組合의 事業이 組合員의 收益과 직결되지 못하고 있음을 의미하며, 內的報酬가 제공되지 못하고 있다는 것은 組合組織이 비대화됨에 따라 人格的 交流가 결여되고 官僚化되고 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

나. 對外與件과 協同組合

協同組合은 경제적 弱者들이 자신의 利益을 보호하기 위하여 자주적으로 運營되는 私經濟組織이라는 특성이 있다. 그럼에도 불구하고 대부분의 後進國에서는 協同組合이 私經濟組織으로서의 역할 뿐만 아니라 公經濟組織으로서의 역할도 수행하고 있다. 즉 後進國에 있어서 協同組合은 農民의 教育과 새로운 영농기술 보급, 農村의 政府 資材供給 및 收買代行, 農村開發行政의 수행 등 廣範圍한 기능을 수행하고 있다.

또한 協同組合은 단순한 事業이 아닌 經濟的 社會的 機能도 동시에 수행해야 한다는 것이 協同組合 哲學의 지주가 되고 있다. 그러나 協同組合이 經濟的 및 社會的 두가지 기능을 지니고 있다고는 하지만 基本的으로 經濟性을 띤 組織이며, 經濟事業이 성공을 거두어야만 社會的 機能의 수행이 가능한 것이다.²⁹⁾

協同組合과 經濟發展機能 및 政府의 관계는 20세기초 이후 論爭의 對象이 되어 왔다. 이 문제는 최근에 와서 더욱 複雜해지고 있으며, 協同組合問題를 다루는데 있어서 가장 어려운 과제의 하나로 지적되고 있다.³⁰⁾

28) 金教殷, “單位組合의 適正規模와 育成方向,” 「韓國農業의 諸問諸」 第3輯, 農協中央會, 1983, p.307.

29) Laidlaw, A.F., Ibid., p.136.

30) Laidlaw, A.F., Ibid., p.137.

또한 政府의 協同組合에 대한 관여는 國家나 地域에 따라 천차만별이다.

政府는 國家經濟의 開發主體로서 農村經濟開發의 임무를 맡고 있으며, 이를 위해 農村의 內部組織인 協同組合을 利用코자 하며, 이에 따라 協同組合事業에 관여코자 한다. 또한 國家에 따라서는 協同組合을 政治的 目的에 이용코자 하기도 한다. 이에 반해 協同組合은 組合員의 自主·自助組織으로서 組合員의 利益을 보호해야 할 임무가 있다. 이때에 政策 遂行者와 協同組合間에 마찰이 발생하는 경우가 있으며, 이를 조정하기는 매우 어렵다.

政府와 協同組合간의 협력관계에서 빚어지는 마찰 가운데 한 가지는 協同組合經濟의 共益性을 公益性으로 혼동함으로써 이를 빙자하여 國營企業이나 公企業이 도모해야 할 公益性을 協同組合에게까지 強要, 協同組合의 收支를 고려치 않고 協同組合이 갖는 私 經濟的 屬性을 完全히 무시해 버리는데 있다고 지적하고 있다.³¹⁾ 協同組合도 國家經濟 테두리 내에서의 組織이므로 經濟問題에 있어서 절대적으로 自由일 수는 없으며, 國家經濟의 管理를 맡고 있는 政府의 統制下에서만 자주적이고 자조적일 수 밖에 없다.³²⁾ 그러나 協同組合의 본질을 고려해 본다면, 協同組合이란 엄연히 組合員이 참가되는 私經濟組織인데, 公經濟組織 운운하는 발상은 일부 政治的 및 行政的 利害 또는 經營者的 안이성에서 오는 것이라고 볼 수 있다.³³⁾ 따라서 協同組合을 公經濟組織으로 보고 이의 운영이나 事業活動에 政府가 지나치게 관여하는 것은 協同組合의 效率性을 저해하는 根本原因이 되고 있으며, 組合員의 組合員意識을 손상시킴으로써 協同組合의 사양화를 초래한다.

결국, 政府와 協同組合이 갖는 속성상의 차이에도 불구하고 協同組合을 國家의 行政 또는 行政的 性격을 가진 事業을 담당하는 補助·代行機關으로 코거나, 組合員에 대한 奉仕機關으로서의 協同組合성격규정을 汎國民

31) 陳興福, “國家와 協同組合間 協力關係의 範圍와 限界,” 『韓國協同組合研究』第2輯 1卷, 韓國協同組合學會, 1984, p.7.

32) Laidlaw, A.F., Ibid., p.138.

33) 張原碩, “協同組合의 原則과 適用上의 問題點 考察,” 『韓國協同組合研究』第1輯, 韓國協同組合學會, 1983.7, p.93.

에 대한 奉仕機關으로 擴大·비약시킨다면 이는 協同組合에 대한 이해부족에서 오는 결과라고 하겠다.³⁴⁾

따라서 政府와 協同組合의 협조관계는, 政府는 協同組合이 獨占資本에 대항하기 위한 經濟的 弱者의 團體라는 입장에서 각종 지원을 제공하되 運營과 事業遂行에 대한 干涉을 최대한 배제하여 協同組合이 자율적으로 운영되도록 해야 하며, 協同組合은 補完關係와 補充關係의 범위에 한정하여 政府와의 協力關係를 유지토록 노력해야 할 것이다.

그러나 協同組合은 國家에 대해서는 私經濟의 발란싱 섹터(Balancing Sector)의 役割도 해야 한다.³⁵⁾

다. 協同組合에 대한 認識改善

協同組合이 성장·발전하기 위해서는 組合員은 물론 政府, 官僚, 一般人 등 外部의 協同組合에 대한 인식이 매우 중요하다. 즉 協同組合에 대한 잘못된 인식은 協同組合의 成長·發展에 장애가 된다.

協同組合은 國家經濟的 필요성에 의해서 지금까지 대부분의 國家에서 육성·발전되어 왔으며 커다란 성장을 이루었다. 그러나 최근 일부 先進國에서 지금까지 면제되어 왔던 協同組合의 租稅問題나 獨占規制法의 적용 문제를 고려하고 있는 점을 염두에 둘 필요가 있다.³⁶⁾ 더우기 協同組合이 지나치게 組合員 중심으로 內部志向의일 때에는 協同組合에 대한 일반의 오해를 가져올 수 있다. 따라서 協同組合은 協同組合의 目的과 事業에 대한 꾸준한 弘報를 통해 一般의 「이미지」를 刷新해야 한다.

라. 信用事業 위주의 事業構成

우리나라의 農村協同組合은 綜合協同組合(Multi-purpose Cooperatives)이며, 地域中心의 農水產物 生産者의 團體라는 特性이 있다. 대개 生産者 중심의 協同組合은 事業의 構成이 販賣事業 중심으로 운영되며 消費者 중

34) 陳興福, 前掲書, p.10.

35) 陳興福·金聖基, 前掲書, p.119.

36) Kohls, R.L. et als, Ibid., p.288.

심의 協同組合은 購買事業(특히 生活物資) 중심으로 운영되는 경향이 있다.

그러나 우리나라 農村協同組合은 販賣事業보다는 信用事業 중심의 운영을 벗어나지 못하고 있다. 그 결과 많은 農民들로부터 協同組合이 農民을 위한 組織이 아니고 農民 상대의 金融機關으로 認識되고 있는 듯하다.

우리나라 農村의 대표적인 協同組織인 單位農協의 경우 1984년 전체 事業量の 약 80%가 信用事業이었다. 이에 반해 販賣事業은 8.9%에 불과했으며, 加工·利用·輸送 및 倉庫事業은 극히 미미했다. 더욱이 1980年度 事業實績과 비교해 볼때 信用事業의 비중은 점점 증가해 온 반면, 販賣事業을 비롯한 모든 經濟事業은 감소하는 경향을 보였다 <表 4-2>. 이와 같은 사실은 農村協同組合이 生産者의 協同組合으로서의 機能이 약화되고 있으며, 農村金融機關化하고 있다는 일부의 주장을 뒷받침하는 것이다.

協同組合의 信用事業은 農村의 지배적인 金融調達機關으로서 農家經濟에 중요한 역할을 하고 있다. 그러나 協同組合의 信用事業은 非組合員도 계약없이 이용할 수 있기 때문에 組合員의 입장에서는 필요성을 적게 느

表 4-2 單位農協의 年度別 事業實績

單位 : 百萬元

年度別 事業別	1980	1981	1982	1983	1984
信用事業	2,457,495 (70.6)	3,352,538 (72.9)	4,375,244 (78.0)	5,161,887 (78.9)	6,110,808 (78.7)
購買事業	562,100 (16.2)	740,048 (16.1)	722,492 (12.9)	820,386 (12.5)	910,883 (11.7)
販賣事業	426,418 (12.3)	468,700 (10.2)	462,560 (8.2)	502,937 (7.8)	694,490 (8.9)
加工事業	1,788 (0.1)	1,949 (0.04)	1,727 (0.03)	1,458 (0.02)	1,507 (0.02)
其他*	29,469 (0.8)	38,320 (0.8)	49,980 (0.9)	53,587 (0.8)	51,519 (0.7)
計	3,477,272 (100.0)	4,601,556 (100.0)	5,612,002 (100.0)	6,540,255 (100.0)	7,769,207 (100.0)

* 其他에는 倉庫, 利用, 運送事業이 包含됨.

資料 : 農協中央會, 단위조합경영계수요람, 1985.

기는 事業이 될 수 있다. 또한 資本에 대한 利子所得을 목적으로 運營되는 事業이기 때문에 組合員들에게 좋은 인식을 주기 어렵다.

農村協同組合이 信用事業 위주로 운영되는 주요 원인은 信用事業이 갖는 事業의 安定性과 사업추진의 容易性에 있다고 볼 수 있다. 또한 信用事業은 상당 기간 農村地域에서 獨占의 地位를 누려 왔기 때문에 커다란 競爭 없이 成長할 수 있었는지도 모른다.

한편, 販賣事業은 農民의 생산기반이 취약하여 生産規模가 영세하고 主産地가 이루어지지 않아 取扱物量의 확대가 어려운 데다가 事業量 확보를 위해서는 商人과 치열한 競爭을 하여야 하는 어려움이 있다. 더우기 이러한 어려움과 商品取扱 및 價格變動에 따른 危險이 있음에도 불구하고 事業收益率은 모든 事業部門 중에서 현저히 낮기 때문에 組合運營者나 職員은 販賣事業擴大를 기피하는 경향이 있다〈表 4-3〉.

또한 販賣事業은 組合員의 적극적인 참여없이 성공할 수 없으며 현재와 같은 組合員의 協同組合에 대한 認識은 販賣事業의 확대를 어렵게 할 것으로 판단된다.

表 4-3 單位農協 事業部門別 粗收益率, 1984

單位：百萬원

사업부문별	취 급 액* (A)	수 익	비 용	조 수 익	
				금 액 (B)	조수익율 (B/A) (%)
예 수 금	1,934,164	254,832	142,782	112,050	5.79
구 매	197,010	18,312	2,986	15,326	7.78
비 료	334,883	8,441	411	8,030	2.40
농 약	58,089	3,468	1,237	2,232	3.84
생 활 물 자	320,901	21,749	4,132	17,617	5.49
관 매	694,490	16,320	4,467	11,853	1.71
창 고	39,707	39,707	15,880	23,827	60.01
운 송	10,387	10,387	7,777	2,610	25.12
공 제	17,676	17,676	8,832	8,843	50.03

* 취급액중 예수금은 평잔, 창고, 운송, 공제는 수익기준임.

資料：농협중앙회, 단위조합경영계수요람, 1984.

따라서 農村協同組合이 農水產物 生産者의 協同組織으로서 건전한 발전을 하기 위해서는 協同組合의 事業이 信用事業 등에 안주할 것이 아니라 組合員이 生産物을 제값에 팔므로써 組合員의 收益增大에 직접 기여할 수 있는 販賣事業 확대에 보다 노력해야 할 당위성이 있다.

4. 流通事業의 當面課題

가. 事業種類的 多樣性

第3章의 協同組合 流通事業 現況에서 검토하였듯이 協同組合은 産地와 消費地는 물론 流通助成機能을 포함하는 거의 모든 流通關聯分野에 참여하고 있다. 이러한 廣範圍한 참여는 協同組合의 收益增大 및 成長과 流通改善에는 크게 기여했을지 모르나 農民들의 協同組合에 대한 參與意識을 弱化시키는 중요 要因이 되었을 것으로 판단된다. 왜냐하면, 協同組合이 지나치게 다양한 流通分野의 事業에 관여하면 政府가 추진하는 流通事業과 協同組合이 추진하는 流通事業의 구분이 불분명해진다. 특히, 이러한 현상은 協同組合이 政府에 의해 組織되고 事業의 많은 부분이 政策事業일 때 더욱 두드러지며, 農民組合員은 協同組合을 政府機構의 일부로 생각하게 된다. 결국 組合員은 協同組合의 必要性을 부정하거나 인식치 못하게 된다.

여러 學者들은 어떠한 集團이 그 機能을 보다 能率的으로 發揮하고 集團의 目標을 보다 效率的으로 달성하기 위해서는 무엇보다도 構成員들에게 集團의 目標과 目標達成을 위한 手段을 명확히 지적해 주는 데 있다고 지적하고 있다. 또한 이때에 構成員들은 集團의 目標과 과업에 대해 강하게 집착하게 되며, 歸屬意識이 고조되고 集團構成員들에게 미치는 集團의 영향력이 강화되며, 集團의 能率과 生産性이 제고된다고 지적하고 있다.³⁷⁾

그런데 事業이 지나치게 다양할 때, 構成員인 組合員에게 組合의 目標과

37) 金教股, 前掲書, p.306.

手段을 명확하게 인식시켜 주기는 어렵다. 왜냐하면 事業에 따라 目標과 目標 達成을 위한 手段이 달라지며, 어떤 事業은 組合員의 參與와 직접적인 관련이 없이 주로 非組合員을 상대로 事業을 수행해 나가기 때문이다.

결국, 協同組合이 事業을 組合員 收益의 立場에서 선별적으로 도입하지 않고 組合成長 위주로 무차별하게 도입했을 때, 協同組合은 組合員에게 組合의 目標과 목표달성을 위한 手段을 명확히 인식시키기 어려우며, 組合員의 參與意識을 저하시키는 결과를 초래할 수 있다.

따라서 현재의 農村協同組合은 農民의 收益과 직결될 수 있는 事業을 중심으로 選別하여 重點 추진하고 農民에게 직접적인 經濟的 도움을 줌으로써 協同組合의 필요성과 지향하는 目標을 뚜렷이 부각토록 해야 할 것이다.

나. 共同販賣事業의 不振

앞에서 살펴 보았듯이 販賣事業이 農村協同組合에 있어서 매우 중요함에도 그 實績은 매우 부진하다. 1984年 전체 單位農協의 事業實績 중에서 販賣事業이 차지하는 比重은 8.9%인 69,490百萬원에 불과하다. 이는 單位組合當 平均 473百萬원으로서 共通管理費등 間接費用을 고려할때 組合當 762千원의 損失을 가져 왔다. 또한 販賣事業은 損益分岐點 518백만 원으로서 組合別로 볼때, 전체 1,468個 組合중 70.8%인 1,039個組合이 損益分岐點에 미달하는 組合이었다.³⁸⁾ 한편 販賣事業 取扱規模別 組合分布를 보면, 1983年 약 60%에 해당하는 893個 單協이 年間 3億원미만을 취급하였다 <表 4-4>.

한편, 品目別 取扱實績을 보면, 穀物과 靑果物이 각각 전체 取扱量의 25.9%를 차지하고 있으며 畜產物이 20.1%로서 비교적 높은 편이다. 또한 販賣類型別로 보면, 주로 政策事業으로서 추진되고 있는 買取 및 委囑販賣가 약 50%, 受託販賣가 약 50%를 차지하고 있다 <表 4-5>.

특히, 穀物과 其他 食糧作物, 特用作物 및 其他品目은 買取 및 委囑販賣가 대부분이며 受託販賣의 비중이 낮는데, 이것은 이들 品目の 協同組

38) 農協中央會, 「單位組合經營係數 要覽(1984)」, 1985.

表 4 - 4 販賣事業 取扱規模別 組合分布, 1983.

取扱規模	組合數(個所)	比率(%)	累積比率(%)
1億원 미만	170	11.6	11.6
1 ~ 3億	723	49.2	60.8
3 ~ 5億	329	22.4	83.2
5 ~ 10億	189	12.8	96.0
10億원 이상	59	4.0	100.0
計	1,469	100.0	100.0

資料: 朴鍾洙, 「單位農業協同組合의 農産物販賣事業에 관한 實證의 研究」, 建國大 大學院, 1985.

表 4 - 5 單位組合의 品目別 類型別 販賣事業實績, 1984

單位: 百萬元(%)

區分	買取	委囑	受託	計
穀類	96,166 (13.8)	59,582 (8.6)	24,278 (3.5)	180,026 (25.9)
其他食糧作物 ¹⁾	-	54,549 (7.9)	-	54,549 (7.9)
菜蔬 ²⁾	11,346 (1.6)	-	83,638 (12.0)	94,984 (13.7)
果實	9,025 (1.3)	-	75,982 (10.9)	85,008 (12.2)
畜産物	1,816 (0.3)	-	137,437 (19.8)	139,253 (20.1)
特用作物 ³⁾	10,390 (1.5)	53,948 (7.8)	1,458 (0.2)	65,796 (9.5)
其他	13,062 (1.9)	40,241 (5.8)	21,571 (3.1)	74,874 (10.8)
計	141,806 (20.4)	208,320 (30.0)	344,364 (49.6)	694,490 (100.0)

1) 고구마, 옥수수, 대두 등 포함.

2) 고추, 마늘 포함.

3) 땅콩, 참깨, 유채, 맥주맥 포함.

資料: 農協中央會, 「單位組合 經營係數 要覽」, 1985.

合販賣가 거의 政府依存的임을 의미하는 것이다. 따라서 현재 協同組合의 販賣事業은 그나마도 많은 부분을 政府政策에 依存하고 있으며, 自體事業

은 靑果物과 畜產物을 중심으로 일부 추진되고 있다고 하겠다.

그러나 현재 靑果物은 流通量의 10.2%, 米穀은 6.7%, 畜產物은 소 57.2%, 돼지 39.3%만이 共同出荷되고 있음을 고려할 때³⁹⁾, 共同出荷의 확대를 위한 노력이 절실히 필요하다고 하겠다.

이와 같이 販賣事業이 부진한 것은 協同組合 經營組織上的 문제, 流通 專門人力의 不足, 낮은 粗收益率과 事業수행에 따른 危險負擔, 農民의 參與動機不足 등 많은 要因이 있다. 그러나 많은 부분이 앞에서 다루어졌으므로 중복을 피하기 위해 다음 몇 가지만 별도의 項에서 다루고자 한다.

다. 協同組合 經營體系의 不適合性

우리나라의 協同組合은 역사적으로 信用事業을 중심으로 성장해 왔으며 政府主導下에 창설되어 다양한 政策事業機能을 수행하는 과정에서 육성되었다고 볼 수 있겠다. 따라서 協同組合의 현재의 經營管理方式은 주로 金融機關의 성격과 公共機關의 성격으로부터 배태된 것으로 經營의 安定性·保守性·公共性·緻密性·硬直性·官僚性·劃一性 등을 중요시하는 特性을 갖고 있다. 이는 組織構造를 비롯하여 會計制度, 書式, 業務節次 및 任職員의 經營意識에도 중요한 영향을 미치고 있다.

그러나 販賣事業은 기본적으로 高度의 伸縮的인 經營管理方式을 必須條件으로 하며 높은 危險負擔을 수반한다. 특히 標準化·規格化의 미비, 價格의 급격한 변동 등 流通構造가 취약한 상태에서 販賣事業을 전개해 나가는 데 있어서는 무엇보다 전통적인 協同組合 經營管理方式과 販賣事業의 특성을 조화시킨 販賣經營管理方式의 開發이 시급한 課題로 지적되고 있다. 또한 販賣事業部門에서의 劃一性を 脫皮하기 위해서는 販賣事業 類型別 特性에 따라 共同販賣와 관련된 각종 규정과 要領을 재검토할 필요가 있는 것으로 지적되고 있다.⁴⁰⁾

또한 販賣事業의 추진체계에 있어서도 販賣事業이 갖는 業務特性을 고

39) 第3章 共同出荷現況 參照.

40) 高永坤, 前掲書, p.228.

려하여 伸縮的으로 대응토록 하며 事業計劃의 목표나 추진 방식이 구체적이고 達成 가능해야 할 것이다.

현재 單位協同組合의 事業目標設定은 주로 中央會의 指針에 의해 결정되는 것으로 알려져 있다. 이와 같은 中央集權的 사업추진체계는 販賣事業의 目標가 供給調整에 의한 價格水準의 제고에 있거나 加工用 農水産物에서와 같이 需要가 獨占的인 상태에서는 상대적으로 有利할지 모른다.

그러나 販賣事業의 目標가 부분적이고 散發的이며, 獨占利潤의 견제 또는 流通效率化에 의한 費用節減에 있다면 事業推進體系를 分權化하는 것이 바람직한 것으로 지적되고 있다.⁴¹⁾ 왜냐하면, 각 組合은 人的資源, 經濟的 社會的 與件, 農水産物 流通과 관련된 市場의 競爭構造가 상이하기 때문에 販賣方法이나 品目, 計劃樹立方法이 달라져야 하기 때문이다.

더우기 事業推進體系가 分權的일 때에는 事業計劃樹立 단계에서부터 農民의 참여를 유도함으로써 事業의 效率性を 높일 수 있으며, 각 組合은 여건에 맞는 독특한 運營方式을 創造的으로 개발할 수 있게 된다. 事業推進體系의 分權化를 위해서는 權限의 하부이양과 分權的 經營能力 배양에 지속적인 노력을 기울여야 할 것이다.

라. 流通專門人力の 不足

販賣事業이 성공하기 위해서는 組合經營者와 農民組合員의 필요성에 대한 인식과 참여가 가장 필수적이지만, <表 3-14>에서 보듯 組合任職員의 역할 또한 중요하다.

물론 事業을 效率的으로 추진하기 위해서는 모든 事業에 있어서 人的資源이 매우 중요하지만, 販賣事業에 있어서는 專門人力이 더욱 중요시된다. 왜냐하면 販賣事業은 事業을 추진하는 과정에서 事業의 特性上 무수한 새로운 局面을 당하게 되므로 경우에 따라 伸縮性있게 臨機應變으로 대처해야 하며, 商人과의 市場競爭을 극복하고, 農民組合員에게 보다 유리한 價格을 제공하지 않으면 成功할 수 없는 어려운 여건에 있기 때문이다. 더우

41) 高永坤, 前掲書, p.224.

기 事業推進上의 여러가지 問題點을 해결하기 위해서는 專門인 知識과 經驗이 필요할 뿐만 아니라 權限과 責任, 勤勞條件과 報酬라는 측면에서 단순한 俸給生活者 이상의 정신적인 要素가 요청되는 예가 많다.

따라서 協同組合의 販賣事業이 성공하기 위해서는 組合經營者의 지도력 및 販賣事業의 중요성 인식과 함께 農水產物 流通 및 販賣事業에 관한 知識 및 經驗과 意慾인 使命感을 가진 人的資源의 확보가 중요하다.

그럼에도 불구하고 單位農協의 販賣事業 專門人力은 크게 부족한 것으로 나타났다. 1984年 農協의 「農協係數要覽」에 의하면, 單位組合當 平均 職員 19.5人중 販賣事業 從事者는 0.9人에 불과하다.

또한 1984年 農協調查部에서 99個 單協을 선정하여 調查한 바에 의하면⁴²⁾ 單位組合의 販賣事業 담당자는 비교적 販賣事業 擔當經歷이 적고 <表 4-6>, 약 70%의 組合에서 他業務를 兼職하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 販賣事業 擔當職員중 4年以下의 販賣擔當 經歷을 가진 職員이 75.8%이며, 이중 44.5%는 2年の 경력에도 못미치고 있다.

이에 반하여 產地農協의 販賣事業과 直·間接적으로 競爭關係에 있는 產地中間商은 약 60%가 10年 이상의 商活動 經歷을 갖고 있는 것으로 나타났다. 이렇게 볼 때 商活動 經驗과 專門知識이 중요시되는 農水產物 販賣事業에 있어서 產地協同組合 직원은 產地中間商에 비하여 불리한 위치에 있다고 할 수 있다.

表 4 - 6 販賣擔當職員의 販賣擔當經歷別 分布

販賣經歷 區 分	1年未滿	1~2年	2~4年	4年以上	計
職員 數 (名)	9	35	31	24	99
構 成 比 (%)	9.1	35.4	31.3	24.2	100.0

資料 : 徐箕源外, 「農水產物의 產地流通과 農協販賣事業強化 研究」, 韓國農村經濟研究院·農協中央會 調查部, 1984, p.81.

42) 徐箕源 外, 前掲書, pp.80~82.

單位協同組合에서 流通事業 專門人力의 양성이 제대로 안되고 있는 원인은 單協에서 流通事業에 관심을 갖기 시작한 기간이 일천하거나 아직 도 크게 관심을 두지 않기 때문인 것으로 판단되며, 또 다른 원인은 ① 擔當者 또는 責任者의 頻繁한 人事移動 ② 單協職員의 流通業務 기피현상인 것으로 보인다.

組合職員의 單協間 또는 部署間 頻繁한 人事移動은 流通事業의 지속적이고 長期的인 개발을 불가능하게 하며, 職員의 責任感 결여와 안일한 勤務態度를 가져올 우려가 있다. 특히 流通事業은 地域事情을 잘 알아야 하고 초기단계에서는 出荷農民과의 人間的 接觸이 중요하며 流通事業의 개발을 위해서는 새로운 作目的 入殖에서부터 長期的인 計劃을 세워서 꾸준히 추진해야 한다는 점을 충분히 고려해야 할 것이다.

또한 流通事業은 다른 事業部門에 비해 業務의 困難性과 業務條件의 불리성이 있는 데다가 擔當職員은 근무여건상 試驗 등에 의한 昇進의 기회가 상대적으로 적기 때문에 職員間에 流通業務를 기피하는 현상이 있는 것으로 지적되고 있다. 이러한 現象은 流通業務의 能率을 저하시키는 아주 중요한 要因이므로 장차 協同組合이 流通事業의 적극적인 확대를 꾀하고자 한다면 流通擔當職員에 대한 昇進優待措置도 고려해야 할 것이다.

5. 方向設定을 위한 基本的 前提

協同組合論은 純粹科學으로서의 사실의 이해나 설명보다는 그 사실을 판단하는 社會哲學的인 사고를 필요로 하는 경우가 적지 않다.⁴³⁾ 따라서 協同組合의 문제를 다루는데 있어서는 協同組合을 어떻게 보느냐에 따라서 달라질 수 있으며, 절대적인 基準을 제시하기는 매우 어렵다. 그러므로 協同組合의 方向을 설정하는데에는 반드시 기본적인 前提條件이 필요하다.

또한 協同組合이 많은 問題點을 안고 있다고 지적하지만, 이것을 모두 현실적 與件으로서 받아 들인다면 問題는 아무것도 없으며 肯定的으로 받

43) 陳興福·金聖基, 前揭書, p.82.

아들여질 수도 있다. 그러나 協同組合은 장기간에 걸쳐서 실천적 경험적으로 실증된 기본적인 原則을 갖고 있으며, 이와 같은 原則들이 전적으로 무시될 때에는 協同組合은 存在價値마저도 잃게 된다.

따라서 본 研究에서는 協同組合이 당면하고 있는 여러가지 어려운 現實的 與件에도 불구하고 앞에서 言及한 基本的인 原則과 問題點을 고려하여 協同組合의 流通事業 發展方向 設定을 위한 前提條件을 제시코자 한다.

가. 周邊與件과 協同組合의 理想

協同組合의 原則과 運營은 정치적 사회적 문화적 여건에 의해 많은 도전을 받아 오고 있다. 특히 後進國의 경우 協同組合을 農村 또는 農業開發의 도구로서 活用코자 하는 政府의 요구는 協同組合에 대한 政府의 干涉을 증대시킴으로써 協同組合을 公經濟組織으로서 간주하려는 경향이 있다. 이에 따라 協同組合이 組合員의 利益을 위한 自主・自助團體라는 기본적인 理想마저 도전을 받고 있다.

한편, 協同組合 經營者는 協同組合을 본래의 目的대로 組合員에 대한 奉仕機關으로 남아 있기를 원한다. 앞으로도 協同組合과 政府의 接觸은 더욱 증대될 것으로 기대되며, 두 機關이 갖는 근본적인 屬性의 차이나 事業遂行上 마찰이 증대될 수 있으며, 합리적인 調整이 필요하다.

그러나 본 研究에서는 農村發展이라는 政策的 目標, 協同組合에 대한 政府의 立場에서의 干涉의 필요성등 현실적인 與件에도 불구하고 協同組合과 政府의 協力關係는 協同組合의 基本적 目的을 준수한다는 입장에서 協同組合이 補完 또는 補充的 關係의 범위에 한정하여 政府와 協力關係를 유지하는 방향에서 發展方向을 設定코자 했다. 이것은 두 마리의 토끼를 함께 잡을 수 없듯이, 流通事業이 본질적으로 消費者와 生産者를 동시에 보호하기 어려우며, 協同組合은 組合員의 積極적인 參與에 의해서만 발전할 수 있다는 데에 근거를 두고 있다고 보아야 할 것이다.

나. 組合成長과 組合員의 收益

일반적으로 協同組合은 非營利團體이며, 組合員은 協同組合의 所有者인

동시에 利用者이기 때문에 協同組合과 組合員은 同一體로 인식되고 있다. 따라서 이때에 組合과 組合員의 乖離는 발생하지 않으며 協同組合은 단순한 組合員에 대한 非營利·奉仕團體로 存在한다.

그러나 協同組合의 非營利性은 組合剩餘金の 精確한 利用高配當을 전제로 한 것으로서 利用高配當이 제대로 안될 때에는 組合員 전체의 입장에서는 費用基準에 의한 奉仕가 되나 個別農民의 입장에서는 이 原理가 적용되지 않는다. 또한 剩餘金の 일부가 協同組合에 유보될 때에는 아주 장기적인 관점에서는 組合의 留保剩餘金이 組合員에게 歸屬되나 短期的인 입장에서는 組合員의 收益과 무관한 것으로 組合員은 생각한다. 이러한 점에서 協同組合과 組合員의 收益은 반드시 일치하지 않을 수 있다.

더우기 최근에는 協同組合의 성장을 추구하는 協同組合 運營者들에 의해 協同組合의 奉仕組織으로서의 機能이 무시된 채 協同組合의 企業化 경향이 두드러지게 나타나고 있다.

따라서 本 研究에서는 協同組合이 本質적으로 組合員에 대한 奉仕機關이라는 점을 고려하여, 協同組合의 成長보다는 組合員이 직접 이용할 수 있는 事業에 優先順位를 두는 方向에서 發展方向을 設定코자 한다.

다. 組合員의 便益과 非組合員의 利用

非組合員의 協同組合事業 利用은 일반적으로 받아 들여지고 있으며, 非組合員의 利用이 協同組合의 收益增大에 기여하는 것으로 알려져 있다. 그러나 協同組合事業의 非組合員 利用은 組合員의 參與意識을 약화시킴으로써 組合의 成長을 저해하는 要因이 되고 있음을 주목할 필요가 있다.

더우기 協同組合의 成長追求를 위해 組合員 利用도가 낮은 事業에 까지 廣範圍하게 協同組合이 참여하게 될 때에는 協同組合의 目標와 목표달성을 위한 手段을 不明確하게 함으로써 전체적인 事業效率을 떨어뜨릴 우려가 있다.

이러한 점을 고려하여, 本 研究에서는 組合員의 利用率이 낮은 事業은 抑制하며, 組合의 收益은 낮더라도 組合員의 便益增進에 기여할 수 있는 事業에 역점을 두는 方向에서 發展方向을 설정했다.

다만, 여기에서 組合員이라 함은, 좀 지나친 감이 있기는 하지만, 概念을 명확히 하기 위해, 해당조합(單位組合)에 出資를 하고 있는 地域內 組合員만을 의미하며, 他組合의 組合員은 非組合員으로 보아야 할 것이다.⁴⁴⁾

라. 大量生産者와 小規模 生産者

協同組合은 경제적 弱者들이 協同組織을 통하여 經濟的 社會的 地位를 향상시키고자 하는데 목적이 있다. 따라서 協同組合의 주요 目的의 하나는 가난한 사람을 지원함으로써 貧富의 격차를 감소시키는데 있으며, 後進國에서 協同組合을 지원하는 중요한 이유가 여기에 있다. 그래서 최근 가난한 사람과 관련된 協同組合 問題가 많은 주목을 받고 있다. 그 중요한 이유는 協同組合이 協同組合內의 가난한 사람들 보다는 富者들에게 많은 惠澤을 줌으로써 貧富의 격차를 심화시키며, 政府의 協同組合에 대한 支援이 富者에게만 돌아간다는 것이다. 또한 協同組合은 大農을 선호하며, 가난한 사람에게는 擔保能力이 없다는 이유로 資金貸出을 제한하거나 組合加入을 위한 出資金을 터무니없이 높임으로써 가난한 사람의 組合加入을 制限하는 등 經濟的 弱者에게 不利益을 주고 있다는 것이다.⁴⁵⁾

따라서, 본 研究에서는 組合事業이 大量生産者 또는 적극적인 事業參與者에게만 지나치게 依存할 경우 協同組合의 收益은 증대되나 組合員간의 貧富隔差가 증대되어 組合員 疏外階層이 발생할 우려가 있다는 점을 고려하여, 모든 生産者가 參與利用할 수 있는 事業을 적극 추진하는 方向에서 發展方向을 설정했다.

44) 單位農業協同組合定款(例) 第69條3項에서는 “다른 組合의 組合員은 아를 본 組合의 組合員으로 본다”고 規定하고 있으나 이는 農協中央會의 觀點에서 설정된 規定이라고 볼 수 있으며, 嚴密한 의미에서 組合員으로 볼 수 없다.

45) Laidlaw, A.F., Ibid., pp.147 ~ 148. 이 問題에 대한 상세한 內容은 Muncker, Hans H., “Cooperative for the Rich or for Poor,” *Asian Economics* No.17, Research Institute of Asian Economics, Seoul, June, 1976 또는 ICA, *Cooperatives and the Poor*, 1977를 參照할 것.

第 5 章

協同組合 流通事業의 發展方向

1. 產地流通

가. 基本方向

共同出荷는 協同組合의 설립목적과 가장 부합되는 事業이므로 이를 가능한한 적극 추진토록 할 것이 요망된다. 단기적으로는 地域內 모든 組合員이 生産한 모든 農産物을 적극 취급해 주도록 하며, 長期的으로는 새로운 作物을 導入하여 主産地化 함으로써 안정된 共同出荷 기반을 구축토록 해야 한다. 이를 위해 長期的인 側面에서 販賣指導뿐만 아니라 經營指導와 出荷組織育成을 적극적으로 함으로써 農民의 參與意識을 높이며 事業의 效率性을 높이도록 해야 할 것이다.

產地 一般集荷場은 장기적으로 農産物의 集荷, 選別, 包裝, 貯藏, 出荷機能을 함께 수행하는 地域流通센터로 개발하며 去來, 分配, 價格形成과 같은 都賣市場機能은 가급적 제한토록 유도해야 할 것이다.

產地型 競賣式 集荷場은 一般集荷場化하며, 消費地型 競賣式 集荷場은 그 設置·運營을 전적으로 產地組合의 자율에 맡기며, 設置시는 그 필요성과 收益性을 면밀히 검토하도록 해야 할 것이다. 또한 市場機能이 地域 消費者를 주대상으로 할 때에는 필요성이 있으나 中繼市場의 機能에

의존한다면 流通改善의 측면에서 크게 바람직하지 못한 것으로 판단된다.

產地 直去來 事業은 필요한 事業이기는 하나 流通事業의 중점 사업이 되어서는 안되며 地域與件을 고려하여 單協自律에 맡기는 것이 바람직하다.

나. 共同出荷의 擴大

① 擴大의 必要性和 重要性

共同出荷란 農民이 생산한 農水産物을 協同組合을 통하여 販賣하는 事業으로 農民組合員의 便益과 직결되는 事業이다.

특히 우리나라의 農業은 小農經濟體制이기 때문에 個別農家의 商品化量이 매우 적기 때문에 個別農民이 大都市 都賣市場에 직접 판매하기는 어려운 실정이다. 이러한 與件은 農水産物 販賣過程에서 產地中間商의 개입을 불가피하게 하며, 市場情報에 어둡고 販賣量이 적은 農民은 商人과의 去來에서 不利益을 보기 쉽다. 이러한 점에서 共同出荷는 組合員의 正當한 生産物 販賣를 지원하고 農家受取價格을 높여 줌으로써 農民組合員의 收益을 증대시켜 준다는 입장에서 協同組合이 반드시 적극적으로 추진하여야 할 事業이다.

그러나 앞에서 살펴보았듯이 販賣事業이 갖는 여러가지 어려움 때문에 共同販賣事業의 추진실적은 매우 부진한 상태이다.

그렇지만 共同出荷事業은 組合員의 利益과 직결될뿐만 아니라 장차 農村 協同組合이 事業을 확장해 나갈 수 있는 무한한 寶庫라는 점에서 共同出荷事業 확대의 중요성은 아무리 강조해도 부족함이 있는 事業이다.

즉, 1984年 農家戶當 農家所得 5,549 천원중 農業所得은 66.7%에 해당하는 3,699 천원이었으며, 戶當 農業粗收益은 5,277 천원(農家所得의 95%)이었다.¹⁾ 이와같이 農産物이 農家經濟에서 가장 중요한 商品임에도 불구하고 靑果物은 10%, 米穀은 서울 搬入量중 6.7%만 協同組合을 통하여 共同出荷되었다는 것은 農産物 共同出荷 확대가능성이 거의 무한하다고 볼 수 있다.

1) 農水産部, 「農政 主要 指標」, 1985.

더우기 販賣事業의 확대는 農民의 協同組合에 대한 참여동기를 부여해 주며, 다른 事業部門에 대한 利用擴大 効果를 가져올 수 있다.

따라서 協同組合의 流通事業은 기본적으로 共同販賣의 확대에 가장 중점을 두어야 할 事業部門이다.

② 共同出荷方式

協同組合의 販賣事業方式은 受託販賣, 買取販賣, 委囑販賣등 3 가지가 있으나 委囑販賣는 政策販賣事業에 속하며, 單協 자체의 능력으로서 확대 가능한 것은 自體事業인 受託販賣와 買取販賣가 있다.

買取販賣는 協同組合이 자기계산하에 자체자금으로 農産物을 農漁民으로부터 매입한후 販賣하는 것으로서, 協同組合이 市場에 개입하여 價格과 物량을 조정하는 적극적인 方法이라는 점에서 바람직하나 制限된 資本으로서는 많은 物량을 취급할 수 없으며, 價格變動에 따른 組合損失發生의 위험이 따른다는 短點이 있다.

이에 반해 受託販賣는 일정한 手數料나 費用만 받고 協同組合이 生産物의 販賣를 代行해 주는 販賣方式으로서 적극적인 市場介入은 불가능하나 費用이 적게들기 때문에 광범위한 生産者를 중심으로 事業을 확대해 나갈 수 있으며, 事業수행에 따른 위험부담이 적다는 장점이 있다.

따라서 組合與件에 따라서 약간의 차이는 있겠지만, 販賣事業의 초기단계에서는 受託販賣方式 중심으로 事業을 추진하되, 일정한 水準 이상으로 自體能力이 진전되고 組合員의 理解가 증진되었을 때에 買取販賣方式을 도입하는 것이 바람직할 것이다.

다만 本研究에서는 대부분의 組合이 販賣事業基盤이 취약하고 初期開發段階이며 販賣事業중 受託販賣의 비중이 가장 높다는 점에서 受託販賣方式 중심으로 開發戰略을 전개코자 한다.

③ 共同出荷事業 開發戰略

共同出荷事業 開發戰略은 出荷基盤擴充方案과 事業推進方案으로 구분될 수 있다. 이제까지의 共同出荷 추진방안은 대개 後者에만 중점이 주어졌

감이 있다. 그러나 共同販賣를 위해서는 長期的인 안목에서 出荷基盤을 우선적으로 확충해야 할 것이다. 出荷基盤이 없는 상태에서 단편적으로 販賣事業 實績 증대를 위해 販賣事業을 적극 추진할 경우, 일시적인 事業 實績增大의 효과는 있을지 모르나 오히려 農民組合員의 거부감을 유발시켜 事業效率을 떨어뜨릴 우려마저 있다.

또한 소위 “農民은 生産에만 전념하고 販賣는 協同組合이 전담해 주는 體制”는 出荷基盤이 어느정도 擴充된 상태에서 가능한 것이지 일시에 되는 것은 아님을 명심할 필요가 있다.

가) 共同出荷 基盤의 擴充

(1) 協同組合 指導事業의 改善

協同組合은 다양한 분야에서 農村指導事業을 전개하여 왔다. 그러나 協同組合은 指導事業의 목표를 뚜렷이 설정치 못한채, 協同組合의 설립목표나 事業과는 거리가 있는 方向에서 시행된 감이 있다.²⁾

그 이유는, 현재 協同組合이 추진하고 있는 指導事業은 政府 農政施策의 受容推進과 農協 자체 指導事業 두가지가 있는데, 協同組合의 指導事業이 後者는 소홀히 한채 前者에만 중점이 주어지는데 原因이 있다고 하겠다. 農政施策 受容을 위한 指導事業은 食糧增産독려, 新品種의 보급등과 같은 增産위주의 시책으로 農民은 協同組合이 자신들을 도와주고 있다는 생각을 갖지 않게 되며 추진과정에서 農民의 의사를 충분히 수렴치 못하는 事例가 있기 때문에 農民의 거부감을 유발하기도 한다.

이와같이 協同組合의 指導事業이 農政의 推進이라는 政府의 農村指導機能 중심으로 이행되고 있는 것은 協同組合의 自意에 의한 것이라기 보다는 協同組合을 公共機關으로 생각하는 데서 발생한 行政的 편의를 위한 것이 라고 볼 수 있다.

따라서 協同組合은 현재의 指導方式을 탈피하여, 營農技術의 보급 및 增産施策의 추진과 같은 政策推進的 指導業務는 政府(農村指導所)에 일임

2) 朴吉淳, “農協營農指導의 概況과 評價 및 그 改善方案”, 「協同組合研究」, 第3輯, 農協專門大 農協問題研究所, 1981.1. p.2.

하고, 組合員의 所得增大와 協同組合事業 活性化를 위한 指導業務에 충실토록 指導事業의 方向을 설정해야 할 것이다.

특히, 協同組合의 指導事業이 組合員의 관심과 거리가 있을 때에는 農民 組合員의 指導事業 受容태도가 소홀해지며, 協同組合 事業活性化가 연계되지 않을 때에는 組合運營者는 指導事業을 非收益事業으로 판단하여 가능한 事業量을 축소코자 할 것이다. 이러한 점에서 과거의 協同組合 指導事業은 그 內容을 再評價해 볼 필요가 있다고 생각된다.

協同組合의 指導業務는 內容에 따라 다음과 같이 分類할 수 있다.

農協指導業務의 內容別 分類

(1) 營農指導

- 營農技術의 보급
- 新品種 및 장려품종의 보급
- 病蟲害 防除 독려
- 地力 增進

(2) 農家所得 및 生活改善

- 綜合開發事業 추진
- 새마을事業 추진
- 副業 指導
- 生活環境 改善

(3) 經營 및 流通指導

- 經營指導
- 販賣指導
- 出荷組織 育成

이중 協同組合 流通事業과 직접 관련된分野는 經營 및 流通分野 指導로 이를 세분하면 다음과 같다.

農協의 經營 및 流通指導 內容分類

(1) 經營指導

- 營農計劃 樹立
- 作目 및 品種選擇
- 農家所得 分析 및 評價

(2) 販賣指導

- 共同出荷 指導 및 支援

- 流通情報 제공
 - 等級化 및 包裝改善 指導
- (3) 出荷組織 育成
- 資金 支援
 - 業務·運營指導

이들 指導業務의 內容은 상호 有機的 關係를 갖고 있으며, 綜合的으로 상호연계를 갖고 시기적절하게 추진될때 共同出荷는 성공을 거둘 수 있는 것이다 <附錄 2 ; 月別 販賣指導事項(例) 參照>. 그럼에도 여태까지 대부분의 조합에서는 販賣指導에만 집착하고 經營指導나 出荷組織 育成은 소홀히 함으로써 短期的으로는 다소의 事業實績을 얻을 수 있었으나 農民組合員의 호응을 받지 못했기 때문에 장기적으로 정착되지 못하는 경향이 많았다.

따라서 앞으로의 協同組合의 指導事業은 經營指導와 出荷組織에 보다 중점을 두며, 이를 販賣事業과 연결되도록 노력해야 할 것이다.

(2) 經營指導의 강화와 새로운 作目的 導入

經營指導는 營農計劃樹立, 作目 및 品種의 選擇, 作目別 農家所得의 分析 및 評價등 農民이 作目別 栽培面積이나 收穫시기를 결정하는데 필요한 각종 支援活動이다. 이와같은 經營指導活動은 協同組合이 組合員에게 營農計劃書 作成方法을 지도해 주고, 組合員으로부터 營農計劃書 <附錄 3 - 1 ; 組合員 營農計劃書(例) 參照>를 받음으로써 시작된다. 組合員의 營農計劃書는 차후 組合員의 영농지도 및 販賣指導를 위해서 반드시 필요할 뿐만 아니라 協同組合의 각종 事業計劃을 수립하는데 유용한 자료로서 활용될 수 있다.

이와같이 組合職員은 組合員에게 營農計劃書를 作成할 때부터 유리한 作目を 선택할 수 있도록 각종 정보를 이용하여 도움을 주고, 계속적으로 組合員과 유대關係를 유지할때 收穫期에 組合員은 組合을 신뢰하고 무조건 자신이 생산한 農水産物의 販賣를 組合에 맡길 수 있는 것이다. 만약, 이러한 事前接觸이 없이 수확기에 販賣만을 하여 주겠다고 組合이 나설때에는 組合員은 이를 기피하게 되는 것이 보통이다.

農民組合員이 營農計劃을 수립할때 收益性이 높은 作物 및 品種을 選擇하여 주는 것은 매우 중요하며, 이를 위해서는 組合에서 관심있는 品目에 대해서 市場情報, 主產地農民의 栽培意向등과 같은 精確한 정보를 現地調査등을 통해 미리 충분히 調査해 놓아야 한다.

組合員에게 권장하는 作物에 대해서는 地域與件을 고려하여 그 지역에 적합한 品目を 選擇하여 그 品目이 地域 主產品이 되도록 유도하되, 이때에는 그 品目에 대한 全國적인 需給 및 栽培動向과 價格變動을 충분히 검토한 후에 신중히 결정해야 할 것이다. 왜냐하면 收益性 있는 作物의 選擇은 協同組合을 신뢰하게 되고 主產地를 형성할 수 있는 중요한 열쇠가 되기 때문이다. 특히 우리나라와 같이 販賣目的의 農產物 生産量이 적은 지역에서는 協同流通이 매우 어려우므로 農家 또는 地域單位에서 生産規模의 大量化와 專門化가 協同流通을 위해 매우 유리한 것으로 지적되고 있다.³⁾ 따라서 새로운 作物의 도입을 통한 主產地의 形成은 販賣事業 擴大를 위해 必須的인 것이다.

또한 組合員이 제출한 營農計劃書는 사후적으로 반드시 사후평가가 필요하다. 이 評價資料는 農民組合員에게 ① 자신의 生産物에 대한 原價意識을 갖게 하며, ② 자신의 所得을 알 수 있게 하고, ③ 個別出荷와 비교함으로써 共同出荷의 유리성과 協同組合의 필요성을 인식케 한다. 또한 組合에 대해서는 익년도의 營農計劃 지도를 위한 귀중한 資料가 된다.

이와 함께 協同組合의 營農指導活動은 이들 組合育成作物을 중심으로 중점추진할 때 실효성을 높일 수 있다. 다만, 栽培技術支援은 組合職員이 직접 담당하기에는 상당한 한계가 있을 것으로 판단되므로 農村指導所, 外部專門家나 冊字 普及을 통한 間接的 指導에 의존하는 것이 바람직한 것으로 판단된다. 이와같이 販賣事業확대를 위해 반드시 수행되었어야 할 經營指導活動이 대부분의 協同組合에서 여태까지 소홀했다는 것은 다시 한번 검토되어야 할 중요한 과제이다.

3) Kohls, R.L., et als, Ibid, p.282.

(3) 出荷組織의 育成과 組合員 管理

비교적 방대한 組織을 가진 協同組合은 個別組合員과 긴밀한 접촉을 가질 수 없다. 이에 따라 組合의 결속력이 약화될 가능성이 있다. 이와같은 문제점을 해결하기 위해서는 個別組合員과 協同組合을 연결시켜주는 中間組織이 필요하며 이러한 組織이 協同組合의 下部組織이다.

單位農協의 대표적인 下部組織으로는 作目班이 있다. 作目班은 20 ~ 50 戶의 동일 作目を 재배하는 農民들의 共同營農 販賣組織으로서 農協은 대부분 이들 作目班을 중심으로 共同出荷事業을 전개해 나가고 있다.

따라서 作目班의 건전한 育成은 共同出荷를 위한 발판이 되며, 作目班과 같은 下部組織이 없이 單協이 共同出荷에 성공한다는 것은 거의 불가능하다.

1984年 현재 農村에는 약 17,000 個의 作目班이 있다. 이들의 數字는 매년 증가하고 있으나 이중 상당한 組織이 有名無實한 것으로 알려져 있다. 作目班의 건전한 育成을 위해서는 각종 資金의 支援과 제도적 우대조치가 필요하며, 무엇보다도 組織構成員의 協同心과 參與度를 높이고 專業農을 핵심으로 組織을 육성해야 할 것이다.⁴⁾

따라서 單協은 農家生產品目이 專門化 되고 主產地가 형성될 수 있도록 뒷받침해 주어야 하며, 作目班이 人的·自主組織인 점을 감안하여 部落單位로 조직되도록 하는 것이 바람직한 것이다. 또한 組織育成을 위한 資金과 制度的 支援도 아끼지 말아야 할 것이다.

다만, 作目班에 대한 지나친 지원에 따른 基金造成 확대는 作目班을 任意組織化함으로써 協同組合利用을 기피하는 사례가 상당히 있음을 볼때 作目班의 지원과 基金은 運營에 필요한 수준이상이 되지 않도록 고려되어져야 할 필요가 있을 것으로 판단된다.⁵⁾

4) 金鍾煥, “作目班의 運營實態와 課題”, 「農協調查月報」第28卷第11號, 農協中央會, 1983.11.

5) 이 문제는 協同組合의 側面에서의 견해이며, 任意組織이 오히려 農民에게 필요하고 效率의일 때에는 반드시 억제할 필요는 없을 것이다.

組織된 作目班을 효율적으로 管理하기 위해서는 作目班의 任員은 물론 作目班員과도 가능한한 수시로 접촉토록 하며 作目班과 作目班員에 대한 管理카드〈附錄 3-3 및 3-4 ; 作目班 및 作目班員 管理카드(例) 參照〉를 비치하여 항상 動態를 파악하고 체계적으로 指導하는 것이 經營 및 販賣指導를 위해 반드시 필요할 것으로 판단된다.

그러나 무엇보다도 作目班의 成敗는 生産된 農産物을 제 값에 販賣할 수 있는지에 달려 있으므로 單協은 運營의 効率化를 통해 流通費用을 최대한으로 감소시키도록 하며, 유리한 販賣處 확보에 끈질기게 노력하고 政府에서는 農産物價格安定을 도모해야 할 것이다.

또한 일부 單協에서는 個別出荷나 自生組織을 통한 共同出荷는 稅源이 노출되지 않으나 單協을 통한 共同出荷는 稅源이 노출되기 때문에 일부 農民들이 組合利用을 회피하는 경향이 있다고 지적하고 있다. 이와같은 不公正성과 制度的 모순도 반드시 수정되어야 할 주요 과제이다.

(4) 產地協同組合의 計劃樹立能力 強化

產地農協의 販賣事業機能은 1970年代이후 크게 강화되어 왔다. 그러나 현실적으로 販賣事業 推進을 위한 制반여건이 成熟되지 않은채 推進實績이 지나치게 강조됨으로써 나타난 副作用이나 資源의 낭비 또한 적지 않았다고 보여진다.⁶⁾

이와같은 問題는 주로 產地農協의 販賣事業計劃이 대개 前年度의 實績등에 의해 中央會에서 부과되며 產地農協의 事業計劃樹立 機能이 없었기 때문인 것으로 지적되고 있다. 中央會에서 下向式으로 결정된 目標는 현지 農民의 計劃이라기 보다는 政府施策을 위한 計劃이 되는 예가 많았다. 따라서 農民의 호응도가 부족하여 일괄적인 事業計劃遂行에 차질을 유발하는 문제가 있다.⁷⁾

6) 高永坤, 前掲書, p. 228.

7) 金成勳, “產地協同流通의 事例分析”, 「아시아地域의 農産物 產地 流通」, 農協調査部, 1983.p.172.

이러한 점을 고려할때, 產地農協의 事業計劃樹立 能力을 강화토록 제도적으로 되어야 할 것이다. 특히 販賣事業은 農民의 적극적인 호응과 參與가 필요하며, 地域與件이 충분히 고려되어야 한다는 점에서 더욱 그러하다.

產地農協이 販賣事業計劃을 수립하는데 있어서는 地域與件과 農民들로부터 징구된 營農計劃書를 기초로 하여 農民의 의견을 최대한 반영토록 하고, 가능하면 農民을 事業計劃樹立 과정에 참여시킬때 그 실효성은 더욱 증대될 것으로 생각된다. 또한 事業計劃 樹立을 위한 擔當職員의 教育 및 能力養成이 요망된다.

(5) 流通專門人力의 확보

協同組合의 流通事業을 추진하는 것은 결국 組合長이나 組合職員이다. 그럼에도 불구하고 農協에는 流通分野에 종사하는 職員數나 經驗있는 職員이 크게 부족하며, 業務의 곤란성과 不規則性 때문에 직원간에 流通業務를 기피하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 따라서 協同組合이 共同出荷를 비롯한 流通事業에 성공하기 위해서는 유능한 專門人力의 확보가 절실히 필요하다.

그 확보방안으로서는 ①單協職員을 事業別로 職種分類를 하여 流通職을 설치하며, ②流通分野 責任者에 대해서는 동일 單協 長期勤續制를 도입하여 그 지역의 專門家가 될 수 있도록 하며, ③昇進, 報酬 등에서 優待制를 도입하여 직무간의 不平이나 기피현상을 최소화시키며, ④流通業務가 주로 對農民業務이며 특별히 奉仕精神이 필요한 점을 고려하여 가능한한 연고지 배치를 하도록 고려해야 할 것이다. 또한 短期的인 대책으로서는 地域內 收集商을 販賣員으로 고용하는 委囑販賣員制度의 도입도 확대할 필요가 있다.

나) 共同出荷 推進方案

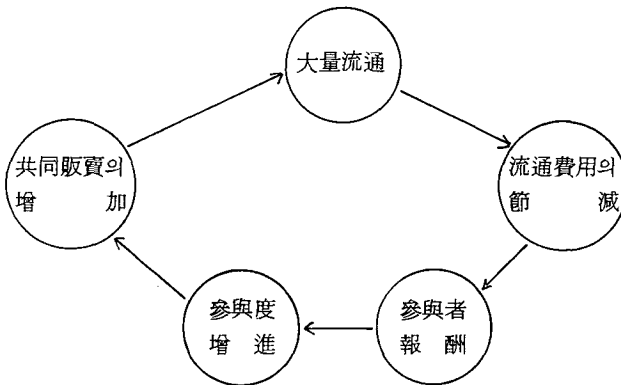
(1) 組合員 參與動機 부여

協同出荷의 成功은 앞에서 설명한 基盤造成과 함께 組合員을 어떻게 參與시키느냐가 중요하다.

協同組合 販賣事業이 성장하지 못하는 것은 協同組合 販賣事業이 參與者에게 報酬(收益)을 제공치 못하므로 組合員의 參與度가 낮아지며, 組合

員의 參與가 낮기 때문에 共同販賣가 增加하지 못하며, 共同販賣量이 적기 때문에 大量流通의 利點을 살리지 못하여 流通効率化에 의한 費用節減이 불가능해지며, 결국 參與者에게 報酬를 제공치 못하는 不振의 惡循環을 거듭하게 된다〈圖 5 - 1〉.

圖 5 - 1 協同組合 販賣事業 成長제인



물론, 協同組合 販賣事業이 정착되기 위해서는 무엇보다도 流通効率化에 의한 流通費用의 절감을 통해 販賣事業 參加者에게 합당한 報酬를 주어야 한다. 그러나 事業의 初期段階에서는 物量확보가 어렵기 때문에 大量流通의 실현이 어렵고, 協同組合의 販賣活動에 대한 경험이 없기 때문에 參與者에게 합당한 報酬를 준다는 것은 매우 어려운 일이다.

따라서 販賣事業 추진의 초기단계에서는 組合員의 參與를 유도할 수 있는 특별한 誘因(incentive)이 필요하다. 이와같은 誘因으로서는 出荷에 따른 이익과 관계없이 參與者에게 별도의 報酬를 주는 것으로서, 그 方法으로서는 出荷先渡金 등의 특별지원, 包裝資材·生産資材 등의 支援, 組合利用高配當시의 특별한 배려등과 같은 方法들을 고려해 볼 수 있다. 이러한 誘因을 통해서 不振의 惡循環을 成功제인으로 바꾸어 놓는 계기를 마련해야 할 것이다.

(2) 단계적 持續的인 推進

共同出荷는 共同輸送, 共同選別, 共同計算의 3가지 段階로 나누어 생각할 수 있다.

共同輸送은 輸送費用의 절감을 위해 다수 農家가 商品의 出荷時에 出荷對象處와 輸送方法을 통일·조정한후 함께 出荷하는 것을 말한다. 이것은 商品輸送을 위한 車輛만 공동으로 利用할뿐 모든것을 個人的 責任下에 수행한다는 점에서 가장 단순하고 初期的 共同出荷方法이다. 따라서 이 방법은 같은 等級의 商品이더라도 生産者에 따라 受取價格이 달라질 수 있고, 物量이 많지않기 때문에 選別이 제대로 안되며 競賣등 去來效率을 떨어뜨린다는 단점이 있다.

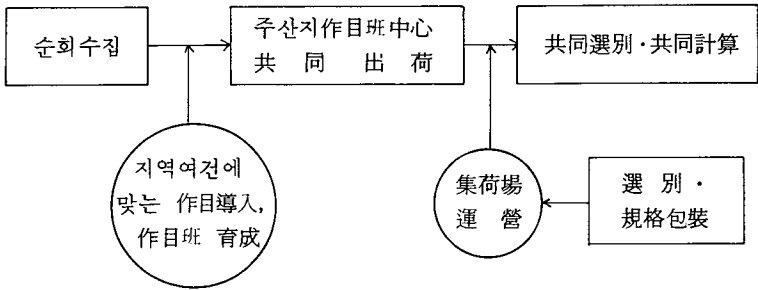
한편 共同選別은 選別作業의 共同化뿐만 아니라 통일된 等級基準과 包裝方法을 적용하는 것이며, 共同計算은 流通機能 수행과정에서 農家別 區分이 없이 商品의 品質과 等級別로 費用과 代金を 計算하는 것을 의미한다. 따라서 이들은 共同輸送보다 한걸음 진전된 輸送方法이라고 할 수 있다.

共同出荷가 產地에서 단순히 農產物을 한테모아 輸送單位를 크게 하는 것만으로는 지극히 제한된 效果밖에 거둘 수 없으며, 특히 都賣市場의 競賣去來制度가 정착되고 流通效率을 높이기 위해서는 共同選別·共同計算制의 導入이 필수적이다.⁸⁾ 따라서 單位組合販賣事業規定(例)에서도 共同計算을 원칙으로 정하고 있다.

그러나 共同計算을 위해서는 出荷者간에 상당한 결속력과 신뢰가 있고, 出荷基盤이 정착되어야 한다는데 전제가 있다. 따라서 共同出荷는 초기단계에서 너무 지나치게 共同計算을 강조하기 보다는 우선 현실여건에 따라 巡回收集을 통한 共同輸送에서부터 出發하여, 새로운 作目の 導入에 의한 主產地作目 中心의 共同出荷로 發展시키며, 중국적인 단계에서 共同選別·共同計算까지 할 수 있도록 段階的으로 추진토록 계도해야 할 것이다 <圖 5-2>.

8) 徐箕源外, 前掲書, p.184.

圖 5 - 2 共同出荷事業의 段階的 推進



또한 共同選別·共同計算을 위해서는 共同選別·規格包裝을 위한 作業場이 필요하며 이는 현재의 產地集荷場을 發展시키도록 해야 할 것이다. 그리고 共同出荷가 정착된 후에는 共同選別이나 共同出荷作業을 生産者들이 자주적으로 운영토록 해야 組合과의 마찰이나 組合員間的 마찰을 최소화함으로써 事業效率을 높일 수 있을 것이다.

다. 一般集荷場

현재의 產地集荷場은 商品의 去來, 分散, 價格形成 등 都賣市場機能을 억제하며, 共同出荷의 전초기로서 商品의 集荷, 選別, 等級評價, 規格包裝 등을 수행하는 地域流通센터로 발전시키도록 하는 것이 바람직할 것이다.

이의 시설은 協同組合에서 설치하되, 運營은 組合員이 스스로 하도록 하는 것이 바람직하다. 共同出荷, 選別, 包裝 등의 作業을 자신들의 유희 노동력을 최대한 이용하여 運營토록 함으로써 능률이 향상되고 費用의 절감이 가능해진다. 또한 商品의 公正한 等級區分은 生産物에 대한 公正한 價格支拂을 위해 매우 중요하며, 出荷者間에 利害가 상충될 소지가 많다. 따라서 出荷者 자신들이 評價委員 등을 선정하여 等級評價의 業務를 맡을 때 말썽의 소지는 내부에서 자연스럽게 소멸된다.

이들 產地集荷場은 長期的으로 地域與件을 고려하여 選別·包裝機와 함께 貯藏·加工施設을 갖추으로써 農産物의 出荷調整을 통한 價格安定의 機

能도 함께 담당하도록 발전시키는 것이 바람직할 것이다.

라. 競賣式 集荷場

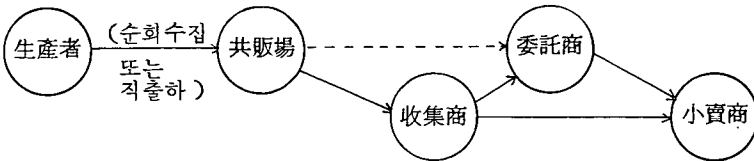
① 機能과 問題點

地方小都邑에 위치한 競賣式集荷場은 ①產地에서 都賣市場의 구실을 함으로써 產地市場에서의 去來를 위한 基準價格을 제공하고 있으며, ②農家에게 價格面에서 有利性을 제공하고, ③農家에게 필요한 產地流通情報를 제공하여 農家の 市場交渉力을 증진시키며, ④農產物商品性 提高를 위한 標準規格化를 촉진시키고 있다. 그러나 競賣式集荷場은 몇가지 問題點을 안고 있다.

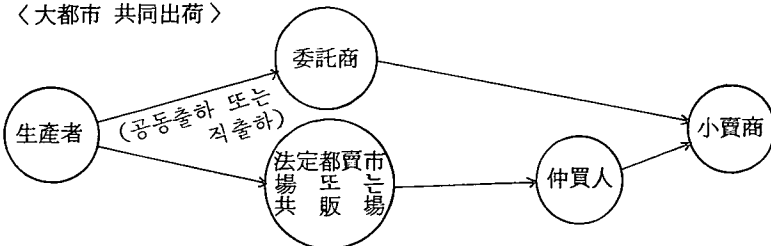
첫째, 競賣式集荷場에서 商品을 구입하는 것은 일부 小都邑을 제외하고는 대부분 大都市의 收集商이나 委託商들로서 이는 共同出荷나 大都市 直出荷의 경우보다 오히려 流通段階를 확대시키는 원인이 될 수 있다 <圖 5-3>. 물론 일부 小都邑에서는 地域消費者를 위한 地域都賣市場의 구실

圖 5 - 3 產地競賣와 大都市 共同出荷間의 流通經路比較

< 產地競賣 >



< 大都市 共同出荷 >



도 하며, 이들이 地域流通의 改善을 위해 매우 중요한 구실을 하고 있다.

둘째, 小都邑의 商人은 대부분 規模가 영세하기 때문에 地域內 消費者의 需要를 위한 都賣機能을 할 수 있는 仲買人을 확보하기가 어렵다. 따라서 大都市 商人을 대상으로 하지 않을 때에는 競賣에 의한 公正한 價格形成을 기대하기 어려울뿐만 아니라 대부분의 거래가 영세 小賣商을 상대로 한 相對賣買에 의해 이루어지고 있다.

세째, 協同組合은 組合員이 생산한 모든 農産物을 제값을 받고 편리하게 팔 수 있도록 도와주어야 한다. 그럼에도 產地 單位協同組合이 競賣式 集荷場을 운영할 경우에는 組合運營者의 대부분이 集荷場 또는 共販場 運營收入의 증대에만 치중하여 集荷場 去來物量 확보에만 급급하게 되므로 集荷場에 販賣하지 않는 組合員 生産物의 出荷에는 크게 신경을 쓰지 않게 되는 경향이 있다. 또한 長期的인 안목에서 地域內 組合員의 收益増大를 위한 새로운 作目の 入殖, 經營指導, 作目班의 育成 등을 소홀히 하게 될 우려가 있다.

네째, <表 3 - 25>에서 보았듯이, 產地 共販場은 農民의 필요성 認識度가 비교적 낮다. 또한 消費地型 競賣式集荷場의 出荷者는 많은 部分이 地域內 組合員이 아닌 他地域 組合員으로서 이들은 產地 單協의 입장에서는 엄밀히 非組合員이며, 組合流通施設 利用者의 대부분이 非組合員이라는 점에서 產地單協이 단독으로 運營하기에는 적합한 事業이라고 보기 어렵다.

다섯째, 產地單協에 의한 競賣式集荷場 운영이 어느정도 정착되기 까지 초기단계에서는 運營赤字에 따라 單協收支에 지대한 부담을 줄 가능성이 높다.

② 發展方向

產地型 競賣式集荷場은 장차 都賣市場의 機能이 약화될 것을 고려하여 主産地를 중심으로 集荷, 選別, 等級評價, 規格包裝, 共同出荷, 貯藏, 加工 등의 產地綜合流通센터의 구실을 할 수 있는 產地集荷場으로 育成 發展시키며, 消費地型 競賣式集荷場은 앞에서 지적한 여러가지 問題點들을

고려하여 그 設置에 신중을 기하되 그 결정은 地域 產地單協의 자율에 전적으로 위임하도록 해야 할 것이다.

특히, 產地 競賣式集荷場의 設置는 商品의 購入者가 주로 그 地域의 商人이나 消費者일 때 設置하도록 하며 商品의 主購入者가 大都市 商人일 때에는 설치를 제한하되, 設置에 필요한 모든 支援은 共販場 또는 都賣市場에 準하도록 해야 할 것이다.

마. 水産物 委販場

水協이 產地에서 운영하는 委販場은 產地單協의 競賣式集荷場과 機能面에서 동일하다. 다만 委販場은 水産資源保護令에 따른 强制上場제에 의해 水産物 產地市場에서 거의 獨占的인 지위를 갖고 있다.

市場의 獨占構造가 갖는 經濟的 非能率性和 문제점은 일반적으로 널리 알려져 있다. 특히 제도적 장치에 의해 獨占的 지위가 보장될 때, 經營者는 制度改善이나 業務의 能率化를 통해서 費用을 절감코자 하는 노력을 소홀히 하게 되며, 주어진 상태에서 안주하는 경향이 있다. 즉, 地域水協 역시 產地農協과 마찬가지로 漁民의 生産 및 販賣指導에 충실하지 못하며 經營의 중점이 委販物量의 확보에만 주어지는 경향이 있다. 더욱이 지도 사업을 충실히 이행하지 않는다고 하더라도 制度的 장치에 의해 委販物量을 확보하는 데에는 큰 어려움이 없기 때문에 지도사업의 중요성에 대한 認識이 낮을 수 있다.

또한 水協運營이 委販場에 집착하게 될 때, 水協은 漁民을 위한 새로운 流通經路의 개발에 소홀하게 된다. 하나의 예로서, 漁民이 委販場을 통하여 漁獲物을 販賣하는 것만이 최선의 방법은 아니며 영세한 漁民이 자신들의 공동노력이나 水協을 통해 消費地市場에 共同出荷하는 方法을 개발하는 것도 水産物 流通改善을 위한 효율적인 方法의 하나가 될 수 있다. 共同出荷를 통한 消費地市場 直出荷는 현재의 복잡한 流通段階를 단축시키고, 出荷漁民의 판매대금을 水協의 창구를 통해 수령토록 할 때 信用事業 등 水協의 다른 事業도 활성화시킬 수 있는 방안의 하나가 될 수 있다.

또한 水協委販場이 生産者의 受取價格을 높여 준다고 하지만, 農水産物

의 경우 産地의 價格은 消費地價格 또는 都賣價格에 영향을 받는다는 것이 일반적인 이론이다. 특히 養殖水産物은 서울의 中部市場(현재 都賣市場 圈이 可樂洞 綜合都賣市場으로 이전되고 있음)이나 대구의 西門市場과 같은 대도시 類似都賣市場의 商人들에 의해서 가격이 결정된다. 따라서 産地委販場의 仲買人들은 大都市 都賣時勢 변동추이에 따라 競賣에 임하게 되므로 産地價格이 都賣市場에 영향을 준다고 보기는 어렵다. 그럼에도 불구하고 水協이 産地에서의 委販場 운영을 통한 流通活動만으로 漁民의 水産物 수취가격을 높여 주고 있다고 생각하기는 어렵다. 따라서 水協은 産地에서 안주하기 보다는 漁獲物을 직접 消費地市場에 共同出荷하면서, 商人과의 경쟁을 통해 높은 價格을 받아 줄 수 있도록 노력해야 할 것이다. 물론 이것은 水協이 內陸地 共販場事業을 확대해야 한다는 말은 아니다.

또한 우리는 強制上場에 따른 二重競賣에 의한 市場構造의 불합리성, 流通段階와 流通費用의 확대문제도 신중히 고려해야 할 것이다. 물론 이것은 産地委販場이 불필요하다는 것은 결코 아니며, 반드시 필요한 곳에는 存置되도록 해야 할 것이다. 다만 市場競爭原理나 能率을 고려하지 않고 무조건 法律的으로 보호하고자 하는 것은 재고되어야 할 것이다. 強制上場제에 의한 委販場의 獨占的 地位는 再考되어야 하며, 任意上場제가 委販場을 없애는 것으로 오해되어서는 안될 것이다.

바. 産地直去來

加工業體, 수퍼마켓 등 農水産物 大量需要處가 증가됨에 따라 이들과 産地農協의 直去來比重도 증가될 展望이다. 또한 이러한 與件變化에 발맞추어 協同組合의 直去來機能도 強化되어야 할 것이다. 그러나 協同組合의 直去來機能은 直去來가 갖고 있는 많은 문제점 때문에 이것이 流通事業의 重點事業이 될 수 없는데 제약이 있다.

産地直去來는 協同組合이 直接市場에 참여하는 방식과 단순히 중계알선의 機能만을 담당하는 방식이 있다. 그러나 産地直去來에 協同組合이 직접 참여하는 것은 協同組合에 여러가지 위험부담과 價格, 去來條件등의 면에서 生産者와의 마찰을 초래할 우려도 있다. 따라서 協同組合의 입장에

서는 產地組合이 단지 중계·알선기능만을 담당하는 것이 바람직하다.

이와같이 產地協同組合의 市場交渉機能은 協同組合의 物量取扱에 따르는 위험, 資金 및 人力問題를 극복하게 할 수 있으며 組合員과 大量需要處 쌍방에게도 편익을 제공할 수 있을 것이다. 그러나 直去來擴大를 위해서는 產地協同組合의 市場交渉力の 강화가 무엇보다도 필요하며, 去來에 따른 문제점은 去來當事者인 組合員과 大量需要者가 자체적으로 해결하며 協同組合은 中間調整者의 機能을 충실히 수행토록 해야 할 것이다.

그런데 產地農協의 市場交渉機能은 일반적으로 이미 생산된 農產物에 대하여 組合員과 大量需要處간의 거래를 단순히 알선해 주는 것으로 이해되기 쉬우나, 실제적으로는 多數 組合員들이 生産段階부터 자발적으로 참여하고 團體交渉力을 발휘하여 共同利益을 증대하는 것이다. 즉, 多數 組合員들이 組合을 구심점으로 한 生産出荷契約을 통하여 사전적으로 많은 物량을 확보함으로써 大量需要處와의 교섭에 있어 規模의 經濟를 실현함은 물론 市場交渉力을 제고하고 개별적인 거래에서 발생할 수 있는 불리한 契約條件을 극복하는 데에 그 의의가 있다.⁹⁾

2. 消費地流通

가. 基本方向

協同組合의 消費地共販場은 都賣市場이 없는 中小都市와 극히 필요하다고 생각되는 地域을 제외하고는 그 擴大를 지양토록 하며 運營의 效率性を 높이기 위해서는 中央會 共販場을 單協 共同出資에 의한 별도 法人化方案의 검토가 요망된다. 消費地の 수퍼마켓 및 直販場의 운영등 小賣機能은 가능한한 個人에게 위임토록 하는 방안을 고려해야 할 것이다.

9) 張鍾千, “產地農協의 販賣事業과 斡旋仲介機能”, 「農協調查月報」, 農協中央會, 1985.7. pp.10-11.

나. 共販場 運營

① 共販場的 運營과 問題點

協同組合共販場은 1960年代이후 우리나라 都賣市場 발전에 지대한 공헌을 하여왔다. 특히, 共販場은 ①競賣式 去來方法의 도입을 통한 價格形成機能, ②流通情報의 創出 및 情報機能, ③商人에 대한 價格건제기능, ④規格出荷등 流通改善의 선도적 기능등 委託商 중심의 무질서한 都賣市場의 去來秩序속에서 매우 중요한 機能을 수행해 왔다.

그러나 현재 農水産物 都賣市場은 公營都賣市場體制로의 전환이 시도되고 있으며, 民間人에 의해 운영되는 法定都賣市場도 상당히 정착되어 가고 있다. 이에 따라 共販場이 갖는 流通상의 중요성은 과거에 비해 감소되어 가고 있는 실정이다. 한편, 共販場은 民間都賣市場등에 비해 運營效率이 일반적으로 떨어지고 있는 것으로 지적되고 있으며 政府糧穀에 대한 의존율이 높은 것으로 나타났다.

1984年 共販場的 전체 取扱額이 4,487억원중 糧穀이 차지하는 比重이 82.7%이며, 이중 전체의 75.3%는 政府糧穀이다. 이에반해, 共販場이 商人과의 競爭을 통해 物量을 확보해야 할 靑果物의 取扱은 279천%, 252억원으로 金額面에서 전체의 17.3%에 불과하다(表 5-1). 따라서 이것은 農協共販場的 市場競爭面에서의 취약성을 나타내는 것이며, 共販場的 效率性 증대에 의한 경쟁력제고가 절실한 과제라고 하겠다.

한편 1983年 農協共販場的 收支를 보면, 事業收益 128억원중 각종 費用을 제외하고 388백만원의 純收益을 올렸다. 費用중 1,925백만원은 借入金利子로 이중 대부분이 農協信用部門에서의 借入金으로서 共販場的 獨立採算制에 따른 農協計定상의 費用이며 결국 農協의 수익의 성격을 갖는 것이다. 따라서 共販場的 農協收益에 대한 기여는 이보다도 크리라고 생각된다(表 5-2).

그러나 共販場事業의 政策糧穀 依存度가 75.3%나 되는것을 감안할때 農協共販場이 政府糧穀의 分配機能을 제외한 실질적인 共販事業을 통하여 農民組合員과 農協收入에 얼마나 기여할 수 있는지는 의문이다. 따라서

表 5 - 1 共販場의 青果 및 糧穀販賣實績*

區分 \ 年度		1980		1981		1982		1983		1984	
		數量	金額	數量	金額	數量	金額	數量	金額	數量	金額
青果	果實	138	259	148	354	149	463	187	509	147	524 (11.7)
	菜蔬	129	118	121	170	126	180	118	213	132	252 (5.6)
	計	267	377	269	524	275	643	305	722	279	776 (17.3)
糧穀	政府糧穀	16,795	5,201	12,089	4,676	6,563	2,709	8,290	3,867	6,843	3,379 (75.3)
	系統糧穀	526	238	436	255	538	310	593	357	546	332 (7.4)
	計	17,321	5,439	12,525	4,931	7,101	3,019	8,883	4,224	7,389	3,711 (82.7)
合計			5,816		5,455		3,662		4,946		4,487 (100.0)

* 수퍼마켓 제외, () 內는 構成比(%)임.

資料 : 農協中央會.

表 5 - 2 農協共販場 概略收支分析表,* 1983

收 益		費 用	
項 目	金 額	項 目	金 額
1. 事業收益	12,811	1. 事業費用	6,410
(販賣收益)	11,901	(販賣費用)	5,985
(運送收益)	323	(運送費用)	168
(倉庫收益)	587	(倉庫費用)	257
2. 事業外特別收益	481	2. 事業管理費	4,463
(收入利子)	265	(人件費)	2,996
(其他)	216	(經費其他)	1,467
		3. 事業外費用	2,031
		(借入金利子)	1,925
		(其他)	106
		<當期純利益>	388
合計	13,292	合計	13,292

* 수퍼마켓을 除外한 全體共販場의 實績임.
資料 : 徐箕源外, 前掲書, p.128.

協同組合共販場은 能率改善을 통한 市場競爭力 提高에 많은 노력을 해야 할 것으로 판단된다.

② 發展方向

公營 및 民間都賣市場의 기능확대에 따라 協同組合 共販場의 중요성은 감소되고 있으며, 協同組合의 大型化에 따른 組織의 硬直性和 共販場 管理 非專門化에 따라 共販場의 業務能率が 떨어지고 있다. 또한 共販場 運營에 대한 農民들의 필요성 認識度도 상당히 낮게 나타나고 있다 <表2-25>. 따라서 共販場은 都賣市場이 없는 중소도시나 극히 필요한 지역을 제외하고는 그 擴大를 제한하며, 기존 共販場의 운영효율화에 중점이 두어져야 할 것이다.

共販場의 能率提高를 위해서는 ① 經營者 및 管理者의 專門職化, ② 職員에 대한 自律性 및 報酬·昇進등의 인센티브 확대, ③ 유능한 仲買人의 確保對策이 강구되어야 할 것이다.

專門職化를 위해서는 協同組合 職員에 대한 職種の 分類, 빈번한 人事移動의 止揚등이 필요하다. 특히, 共販場의 經營責任者는 共販場을 효율적으로 운영하여 都賣市場 또는 商人과의 경쟁을 극복하여야 하는 막중한 위치에 있다. 따라서 共販場 場長과 職員은 共販場 자체의 業務는 물론 共販場과 관련된 市場의 市場組織 및 商人, 商品의 出荷處, 仲買人의 行動樣式 및 動態, 그 地域의 農水産物 流通構造등을 광범위하게 알아야 하는 극히 專門을 요하며 責任感과 使命感이 필요한 職位이다. 그럼에도 불구하고 이들을 人事移動에 의해 자주 교체할때, 그 책임자는 業務에 대한 책임감과 專門性을 상실하게 된다.

또한 共販場은 勤務條件이 다른 部署에 비해 매우 나쁜점을 고려하여 報酬나 昇進상 특별한 배려를 해줌으로써 勤務者들의 사기나 근무의욕을 북돋아 주어야 할 것이다. 共販場業務는 특히 自律的인 判斷이 많이 요구되므로 勤務職員의 근무태도는 업무능력에 막중한 영향을 준다. 또한 勤務職員에 대한 自律性 확대도 共販場 業務能率 증대를 위해 중요한 要因이 될 것으로 지적되고 있다.

현재 대부분의 共販場이 적면하고 있는 가장 큰 問題는 販賣物量이 아니라 확보된 物量을 얼마나 제값에 팔아줄 수 있는나하는 商品의 처리능력의 문제이다. 결국 共販場에서 商品을 판매해 주는것은 仲買人이므로 仲買人의 商品處理能力 증대는 共販場 取扱物量 확대에 가장 중요한 關鍵이 되고 있다.

현재, 仲買人의 취급물량을 제약하는 것은 保證金에 의한 外上去來限度이며 仲買人의 처리능력이다. 또한 유능한 商人이 共販場의 仲買人이 되기를 꺼려하는 이유로서는 仲買人의 商品去來에 따른 稅源노출 및 그에 따른 稅制상 불합리성, 그리고 경직된 仲買人의 관리등으로 지적되고 있다. 따라서 稅制상의 不合理性등 이의 改善을 위한 노력이 요망된다.

또한 현재 協同組合中央會가 運營하는 共販場은 비슷한 條件의 會員組合 共販場에 비해 業務能率이 낮은 것으로 評價되고 있다. 그 중요한 理由로는 ①組織의 肥大化에 따른 硬直化, 官僚化와 從事者의 非專門化, ②單協과의 연대관계 부족으로 인한 系統出荷의 積極성 결여, ③中央會 職員과 單協職員間 組織상 수직성에서 오는 業務推進상의 理解不足등을 들 수 있다.

이러한 問題點을 해결하기 위해서는 出荷組織인 單協과 商品委託販賣組織인 共販場의 組織關係를 현재의 수직적 관계에서 水平的인 관계로 바꾸어 놓을 필요가 있으며 이때에 出荷者와 委託者의 理解가 증진되고 연계성이 강화될 수 있다.

따라서 현재의 協同組合中央會에서 운영하고 있는 共販場은 다수의 出荷單協에 의한 별도의 法人으로 만들어 그 職員을 專門職化하고 運營의 硬直化現象을 탈피할 수 있는 方案을 면밀히 검토해볼 필요가 있다.

또한 公營都賣市場에서의 協同組合의 役割은 指定都賣人으로서 都賣市場의 運營에 직접 참여하여 外部에서 市場競爭을 통해 商人을 견제하기 보다는 都賣會社(指定都賣人)의 株主로서 經營內部에 참여하여 商人의 不公正行爲와 가능할지도 모르는 都賣會社와 仲買人間의 結탁, 仲買人相互間的 結탁 등을 견제하도록 해야 할 것이다. 이를 위해서는 현재 서울시 農水産物綜合都賣市場의 경우 商人(과거의 委託商) 중심으로 이루어진 都賣會社는 株式公開를 통해 協同組合이 株主로서 참여토록 하여, 法律로써 일

정한 比率이상의 株式을 單協에서 所有하도록 制度化해야 할 것이다. 왜냐하면, 현재와 같이 都賣市場의 株主가 仲買人 또는 과거의 商人 중심으로 되어 있을때, 都賣會社는 出荷者 農民과 仲買人의 中間에서 公正한 去來를 유도치 못하고 仲買人의 편에서 去來를 유도할 우려가 있으며, 지나친 利潤追求에 따라 원래의 設立目的인 公益性을 상실할 우려가 있기 때문이다.

현재 園協에서 운영하고 있는 共販場은 비교적 能率的으로 잘 운영되고 있는 것으로 알려져 있다. 그러나 園藝作物의 栽培가 일반화되어가고 있으며, 都市化의 擴大에 따라 도시주변 組合員의 非農民化 傾向이 두드러지게 나타나고 있다. 또한 都市共販場의 利用者인 出荷者는 組合員이 아닌 不特定 農民으로 되어 있다. 이러한 傾向은 共販場의 協同組合事業으로서의 의미를 상실하고 長期的으로는 組合員이 없는 組合 또는 실질상의 株式會社化할 가능성이 있다. 따라서 園協의 長期的 發展을 위해서는 이러한 點이 충분히 고려되어야 할 것이다.

다. 슈퍼마켓 및 直販場

㉠ 슈퍼마켓 및 直販場 運營現況

農協은 農産物을 消費者에게 효율적으로 전달하고 商品의 生産에서 消費까지의 組織的인 연결로 全體的 流通改善을 위한 대책의 一環으로서의 小賣段階 販賣示範事業으로 슈퍼마켓을 운영하고 있다. 農協 슈퍼마켓 運營은 ① 슈퍼마켓 本來의 特徵과 長點을 살리는 시범적 運營으로 小賣段階의 流通改善에 대한 波及效果를 기하며, ② 產地와의 直去來 擴大에 의한 農産物의 販路擴大과 流通效率의 增大를 기하고, ③ 農産物의 정확한 重量, 等級去來로 消費者의 신뢰를 회복하고, ④ 農産物에 대한 다양한 消費者의 기호변동을 파악하여 農協의 生産指導 機能을 支援하는 效果를 얻고자 하는데 있다.¹⁰⁾

10) 徐箕源外, 前掲書, p.152.

현재 農協은 최근에 開場한 2個 수퍼마켓을 비롯하여 서울에서 7個의 수퍼마켓을 운영하고 있다. 여기에는 總 41억원이 投資되었다. 또한 賣場面積은 總 2,347 坪으로 수퍼마켓당 335 坪이며, 日備職을 포함하여 總 169人, 수퍼마켓당 24.1人이 종사하고 있다〈表 5-3〉.

表 5-3 農協 수퍼마켓施設 및 人力現況, 1985

區分 店舖別	開場日字	施 設 規 模				從 事 人 員		
		店舖 面積	市 場 面積	輸 送 車 輛	總 投 資 額	事 務 管理職	日備職	計
		坪	坪	臺	百萬元	名	名	名
新 村	1976. 10	311	134	3	512	8	16	24
遁 村	1980. 8	334	209	2	454	10	16	26
盤 浦	1984. 1	244	192	1	502	8	15	23
高 德	1984. 6	225	180	1	552	7	14	21
開 浦	1984. 7	357	265	2	878	7	18	25
倉 洞	1985. 12	475	260	2	664	9	16	25
華 陽	1985. 12	401	253	2	582	9	16	25
計 (平均)		2,347 (335)	1,493 (213)	13 (1.9)	4,144 (592)	58 (8)	111 (15.9)	169 (24.1)

資料：農協中央會.

1984年에 運營實績이 있는 5個 수퍼마켓은 總 12,012백만원 상당의 販賣實績을 올려 956백만원의 賣出利益을 시현하였다. 그러나 各種費用을 고려한 純收益은 162백만원의 赤字를 나타내고 있다. 이러한 현상은 수퍼마켓 運營經驗이 부족한 운영초기에는 불가피한 현상으로서 收益面에서는 노력만 하면 改善의 여지가 많다고 하겠다〈表 5-4〉.

그러나 問題는 이와 같은 수퍼마켓들이 組合員인 農民의 利益과는 큰 관련이 없이 消費者價格安定을 위주로 운영되고 있다는 비판이다. 1984年 7月 農協資料에 의하면, 農協수퍼는 穀物과 鷄產物 일부를 제외하고는 대부분 都賣市場에서 購入하고 있다〈表 5-5〉. 따라서 農協수퍼에 대한 商品供給者는 대부분 中間商人이며 農民이나 單協이 아니라고 볼 수 있다.

表 5 - 4 農協 수퍼마켓 運營實績, 1984

單位：百萬韓元，%

區分 수퍼마켓	賣出額	賣出利益		粗收益		純收益		在庫資產 減耗額	內部資金 利子	營業日數 (日)
		實績	收益率	實績	收益率	實績	收益率			
新村	3,995	281	7.0	168	4.2	11	0.3	16	41	317
盤浦	2,526	211	8.4	159	6.3	△ 4	-	11	-	318
遁村	3,079	270	8.8	148	4.8	△ 46	-	10	51	331
高德	1,185	77	6.5	23	1.9	△ 83	-	5	11	195
開浦	1,227	118	9.6	54	4.4	△ 40	-	6	22	148
合計	12,012	956	8.0	553	4.6	△ 162	-	48	125	1,309

資料：農協中央會。

表 5 - 5 農協 수퍼마켓의 商品類別 購入處, 1984

類 別	主 購 入 處
穀 類	共販場, 單位組合 出荷
青 果 類	共販場, 都賣市場
特 用 作 物	單協出荷
水 產 物	水協共販場, 納品業者
精 肉	畜產物 共販場
鷄 肉 · 鷄 卵	單協出荷, 納品業者
加 工 食 品	農協生活物資部, 製造業體
非 食 品	//

또한 農協수퍼가 產地單協과 直去來를 통해 農民의 受取價格을 높여 준다거나 流通改善에 기여한다는 것은 실효를 거두기 어려운 듯하다. 특히, 單協과 農協中央會의 수퍼가 직접 去來를 하는 데에는 組織이 갖는 特性上의 어려움도 있는 것으로 알려져 있다.

또한 수퍼마켓의 商品購入者는 거의 모두 大都市 消費者이다. 따라서 消費地의 수퍼마켓 운영은 組合員 農民과 利用面에서 거의 연관성이 없는 것으로 판단된다. 그래서 農協의 수퍼마켓에 대한 農民의 必要性 認識도 부정적으로 나타나고 있는 듯하다 <表 3 - 25 >.

② 수퍼마켓 및 直販場의 發展方向

앞에서 살펴본 바와 같이 農協수퍼마켓은 農民組合員과 직접적인 관련성이 극히 희박하며, 消費者 指向的인 사업이다. 따라서 農民의 必要性 認識도 부정적으로 나타나고 있다. 결국 農民의 판단이 항상 正確하다고는 할 수 없으나 農協의 수퍼마켓은 協同組合으로서 필요한 事業이라고는 판단되지 않는다.

또한 小賣活動은 高度의 自律性과 市場適應性을 요구하는 事業이며, 현재의 경직된 協同組合의 운영체제로서는 극심한 民間企業과의 競爭에서 成果를 거두기 어렵고, 流通改善의 効果도 크게 높다고 하기는 어렵다. 따라서 수퍼마켓을 비롯한 農水產物의 小賣活動은 가능한 한 民間機構에 맡기는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

3. 流通助成事業

가. 流通助成 機能

流通助成事業은 農民의 流通能率을 향상시키기 위하여 政府 또는 協同組合이 반드시 수행해야 할 分野이다. 현재 流通助成機能은 많은 機能을 協同組合에서 수행하고 있으나, 이는 대부분 施行者에게 직접적 利益이 적고 오히려 社會的 便益에 기여하는 것이므로 流通改善의 측면에서 政府가 적극 지원해 주어야 할 주요 機能이다. 특히 協同組合의 流通情報는 國民全體에 의해 이용되며 包裝 및 規格出荷는 전반적인 流通効率에 기여한다.

協同組合의 流通情報事業은 그 改善을 위한 많은 努力에도 불구하고 農民들의 利用率이 낮은 편이다. 그 중요한 理由는 流通情報體系가 지나치게 中央集中的 綜合情報로 되어 있기 때문에 地域實情이나 個別農民의 需要欲求에 맞지 않기 때문인 것으로 지적되고 있다. 따라서 協同組合의 流通體制는 單協을 중심으로 한 地域流通情報體系의 合理的 補強方案이 모색되어야 하며, 이를 위한 지원이 강구되어야 할 것이다.

또한 協同組合은 장차 農水產物을 原料로 하는 貯藏, 加工事業 分野에 적극 진출함으로써, 農水產物 價格安定을 통한 農家所得 增大에 기여토록 해야 할 것이다. 다만 貯藏, 加工事業은 많은 技術을 요하며, 組織的인 企業들과 경쟁을 하여야 하고 비교적 投資資金이 많이 소요된다는 점에서 投資時에는 신중한 妥當性 檢討가 필요할 것으로 생각된다.

等級·包裝改善은 農水產物의 商品性을 제고시키며, 流通情報와 流通効率을 높여준다는 점에서 반드시 추진되어야 할 과제이다. 그러나 費用을 고려치 않고 지나친 政府補助에 의한 事業推進은 전체적인 流通費用을 상승시킬 우려가 있음을 고려할 필요가 있다. 따라서 等級·包裝改善은 가능한한 農民이 자발적으로 推進토록 하되, 制度的으로 等級·包裝改善에 의한 流通効率化의 効果가 그 施行者인 農民에게 귀착되도록 유도해야 할 것이다.

나. 價格安定事業

農水産物の 價格安定은 農家所得과 經營의 안정을 위하여 協同組合이 반드시 수행해야 할 중요한 事業이다. 특히 農水産物の 價格安定을 위해서는 協同組合이 經營指導를 통해 適正生産을 유도토록 지도해야 하며, 洪水出荷期の 價格暴落의 방지를 위한 出荷調整 및 收買備蓄을 통한 적극적인 市場介入이 요망된다. 또한, 政府도 國民經濟의 安定을 위해서는 반드시 農水産物 價格安定을 위해 적극 노력해야 한다.

따라서 農水産物價格을 안정시켜야 한다는 입장에서는 政府와 協同組合이 동일하다. 그러나 公益機關으로서의 政府는 基本的으로 生産者와 消費者를 동시에 보호한다는 입장에서 農水産物市場에 개입하게 되는데 반해, 公益機關으로서의 協同組合은 農民의 收益을 保護하고 安定시키는데 市場介入의 基本目的이 있다는 점에서 입장을 달리하고 있다. 따라서 協同組合의 價格安定事業이 지나치게 政府依存的이거나 消費者價格安定 지향적일 때에는 生産者 組合員들의 호응을 받기 어렵다.

이러한 점에 비추어볼때 政府는 農水産物價格安定을 위해 協同組合을 적극 지원하되 協同組合의 市場活動에 대한 자율성은 최대한 보장되어야 할 것이다. 한편, 協同組合은 價格安定事業의 目標을 物量目標보다는 價格目標에 두고, 消費者의 價格安定보다는 生産者에게 有利한 價格을 보장하는 입장에서 價格安定事業에 임해야 할 것이며, 生産者의 의사를 최대한 존중하도록 해야 할 것이다. 하나의 예로서 農水産物 價格安定事業에 있어서 農民이 協同組合에 대해 가장 不信하는 것은 產地價格은 현재 協同組合에서 收買하는 價格보다 높거나 높아질 展望인데, 協同組合은 物量の 目標達成을 위해 生産者에게 이미 결정되어진 價格에 販賣토록 권유하거나 生産者가 마지못해 收買에 응하도록 함으로써 生産者의 불만을 초래하는 일이다. 따라서 協同組合의 市場活動은 農水産物市場의 특성상 가능한한 자기책임하에서 市場의 價格이나 物量變動을 고려하여 자율적으로 결정할 수 있도록 최대한 보장되어야 할 것이다. 또한 市場介入은 價格安定帶와 같은 價格基準과 農民 및 組合의 收益性 基準에 의해 실시되어야 할 것이다.

第 6 章

要約 및 結論

현재 農村協同組合은 農水産物流通상 매우 다양한 分野에서 中대한 役割을 수행하고 있으며, 流通改善의 先導的 機能을 수행해 오고 있다. 그러나 農水産物流通상 協同組合이 수행하고 있는 중요한 機能에도 불구하고 일부에서는 그에 대한 批判이 있으며, 問題點도 상당히 있는 것으로 지적되고 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때 協同組合 流通活動의 改善과 이를 위해 합리적인 方向의 定立은 우리나라의 전체적인 農水産物 流通改善에 중요한 課題의 하나가 될 것이다.

이와같은 課題를 해결하기 위해서, 本 研究에서는 研究方法으로서 기존 資料의 收集分析을 통해 協同組合의 流通事業現況을 파악하고, 現地通信員을 통한 調査結果에 의해 農漁村의 協同組合 및 協同組合 流通事業에 대한 認識과 參與現況을 파악하였다. 또한 協同組合의 發展方向 設定을 위해서는 協同組合의 基本理論書를 기초로 하여, 현실적인 協同組合 流通事業의 문제점과 관련하여 志向目標을 假設로서 수립한 후, 假設에 따라 각종 流通事業의 合目的性과 發展方向을 제시코자 하였다.

協同組合의 流通問題는 그 범위가 매우 광범위한 課題이며, 協同組合을 보는 관점에 따라서 그 接近方法도 많은 차이가 있다. 그래서 協同組合論을 순수科學으로 보지않고 社會哲學的 관점에서 보는 경우도 있다. 다만, 本 研究에서는 協同組合의 本質에 충실하면서 組合員이 필요로 하는 事業

을 중심으로 發展方向을 제시코자 하였으며, 전체적인 流通改善의 觀點도 次善의 目標로서 많은 고려를 하였다.

協同組合은 產地市場에서부터 小賣市場, 그리고 流通助成事業까지 광범위한 分野에서 다양하게 流通事業에 참여하고 있다. 그러나 生産者 協同組合인 農村協同組合의 基本目的상 가장 필요한 共同出荷事業은 비교적 부진하여, 強制上場制가 실시되고 있는 水産物을 제외하고는 靑果物은 流通量의 10.2%, 米穀은 서울의 경우 總搬入量의 6.7%가 系統出荷되고 있으며, 畜産物은 都賣市場 總出荷頭數에 대해 소는 57.2%, 돼지는 39.3%만 協同組合을 통해 共同出荷되고 있다.

이와 같이 共同出荷 實績이 부진한 중요한 理由는 農民의 協同組合 流通事業에 대한 認識不足에 기인하는 것으로 評價된다. 당 研究院의 現地 通信員을 통해 調査한 바에 의하면, 이들이 農村與論先導階層임에도 불구하고 地域協同組合이 農水産物을 제값받고 팔 수 있도록 도와주고 있는지에 대한 질문에서 17.9%만이 적극적으로 도와주고 있다고 대답했고 22.1%가 그런대로 잘하고 있다는 肯定的인 反應을 보인데 반해, 나머지는 비교적 否定的인 反應을 나타냈다. 또한 協同組合 共同販賣活動에 대해 應答者의 19.9%가 잘되고 있다고 응답한데 반해 47%는 잘안되고 있다고 하는 否定的인 反應을 보였다. 協同組合 流通事業에 대한 農民의 認識不足은 事業에 대한 參與意識 결여와 事業의 不振을 결과한다.

協同組合 流通事業에 대한 農民의 認識이 부족한 重要 理由는 첫째, 協同組合運營의 基本的인 原則이 지나치게 무시되고, 組合의 事業이 組合員의 利用이나 利益을 중요시 하지 않은채, 組合收益增大위주로 지향되고 있는데 있으며, 둘째, 協同組合이 지나치게 다양한 分野에서 政府政策과 관련한 事業에 참여함으로써 組合員에게 協同組合의 필요성과 政府와 다른 機能상의 認識을 충분히 심어주지 못한데 있으며, 셋째, 協同組合의 비대화와 組織의 경직성 및 運營의 安穩성에서 事業이 信用事業위주로 되고 있는데 기인된다고 하겠다.

한편, 協同組合의 流通事業이 不振한 要因은 基本的으로 協同組合에 대한 組合員의 認識不足에 기인된다고 할 수 있으나,

첫째, 協同組合의 流通事業이 지나치게 다양하여 協同組合 流通事業이 지향하고자 하는 目標과 手段을 組合員에게 뚜렷이 부각시키지 못함으로써 組合員의 參與意識과 결속력을 약화시키며,

둘째, 組合員의 收益과 직결되고 農村協同組合 活性化에 필수적인 自體 共同販賣事業이 부진하며,

셋째, 經營의 安定性, 保守性, 劃一性을 중요시하는 協同組合의 經營體系가 多樣성과 進取性을 요구하는 流通事業에 부적합하며,

넷째, 流通事業의 專門人力이 부족한데다가 流通事業이 갖는 業務의 곤란성, 勤務條件의 不利性으로 組合職員間에 流通業務를 기피하는 경향이 있으며,

다섯째, 流通事業이 어려움에도 불구하고 收益性은 다른 事業에 비해 가장 낮기 때문에 經營者가 적극적으로 응하려 하지 않는다는 점등 많은 문제점을 안고 있다.

이와같은 問題點들을 해결하기 위해서는 協同組合 流通事業의 추진 方向을 근본적으로 協同組合 基本原則에 충실토록 하며, 다양한 協同組合 流通事業을 組合員이 원하며 組合員의 收益과 직결되는 事業 위주로 事業을 選別하여 적극 추진해 나가야 할 것이다.

한편, 現地通信員 調査에 의하면 協同組合 流通事業別 事業의 必要性에 대한 農民의 認識水準은 〈表 6-1〉과 같다.

이상에서 살펴본 바를 綜合적으로 고려할 때

(1) 協同組合의 流通事業은 共同出荷事業을 중점적으로 적극 추진하되, 단기적 입장에서의 실적위주의 推進을 지양하고 長期的인 입장에서의 營農 및 經營指導, 出荷組織의 育成, 새로운 作目的 入殖과 主産團地의 조성 과 같은 事業을 함께 推進해야 할 것이다.

(2) 共同出荷의 추진을 위해서는 共同出荷事業의 效率性 增進과 專門人力의 확보가 필수적이며, 초기단계에서는 組合員에게 參與動機를 부여할 수 있는 특별한 조치가 필요하며, 事業을 단계적으로 推進할 것이 요망된다.

表 6 - 1 協同組合 流通事業別 必要性에 대한 平均認識指數別 流通事業分類表

流通活動	平均認識指數 ²⁾		
	1.00 以下	1.00 ~ 1.50	1.50 以上
産地流通		産地共販場 ¹⁾	生産計劃의 樹立 및 指導 出荷指導 共同出荷 및 販賣斡旋
消費地流通	大都市수퍼마켓運營	共販場運營	
流通助成機能		貯藏倉庫運營	加工工場運營 流通情報의 蒐集 및 傳達 包裝資材의 공급 規格包裝의 施行
貿易事業	農水産物 輸入		農水産物 輸出

註：1) 産地集荷場, 競賣式集荷場, 水産物委販場 포함.

2) 認識指數에 대한 구체적인 說明은 〈表 3 - 25〉參照.

(3) 産地の 一般集荷場과 産地型 競賣式 集荷場은 共同出荷의 先초기 지로서 商品의 集荷, 選別, 等級評價, 規格包裝, 貯藏, 加工 등을 綜合的으로 수행하는 地域流通센터로 發展시키며, 去來 등 都賣市場機能은 배제토록 할 것이 요망된다.

(4) 競賣式集荷場은 地域消費者를 대상으로 하는 消費地型에 한해서만 地域都賣市場으로서 育成하되, 競賣式集荷場이 갖는 여러가지 문제점을 감안하여 그 設置는 신중을 기하되 産地單協의 自律性과 의사에 완전히 일임토록 할 것이 요망된다.

(5) 水産物の 強制上場制를 가능한 한 조속히 폐지하며, 水協의 流通事業 역시 産地委販場 중심체제에서 벗어나 共同出荷를 통한 消費地都賣市場에서의 商人과의 경쟁을 통해 魚價의 유지와 漁家受取價格 상승을 기하도록 하는 것이 바람직할 것이다.

(6) 産地直去來는 앞으로 單協의 그 機能이 확대될 것이나 協同組合 流通事業의 重點事業이 될 수는 없으며, 그 擴大를 위해서는 産地仲介·알선 기능을 강화해야 할 것이다.

(7) 協同組合의 消費地共販場은 都賣市場이 없는 中小都市와 極히 필요하다고 생각되는 地域을 제외하고는 그 擴大를 止양토록 하며, 既存 共販場에 대해서는 運營의 效率性을 높이는데 重點을 두어야 할 것이다. 또한 運營의 效率化를 위한 方案의 하나로서 中央會共販場을 單協 共同出資에 의한 別도 法人化方案을 검토해 볼 필요가 있다.

(8) 公營都賣市場에 協同組合의 역할은 都賣市場을 직접 運營하기 보다는 民間人 都賣會社의 出資 株主로서 參與하여 都賣市場의 不公正行爲를 農民便에서 감시토록 하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

(9) 協同組合이 運營하는 수퍼마켓이나 直販場은 組合員 農民의 利益 및 利用과 직접적인 關聯이 적고, 協同組合의 組織性格상 運營에 어려움이 많을 것으로 판단되므로 가능한 한 民間機構에 맡기는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

(10) 流通助成事業에 대해서는 政府의 적극적인 支援과 協同組合의 적극적인 參與가 요망된다. 특히 流通情報에 대해서는 農民의 活用度가 낮음을 고려하여 全國적인 綜合流通體系의 정비와 아울러 單協중심의 地域特性을 고려한 地域流通體系 樹立方案이 고려되어야 한다.

(11) 價格安定事業 역시 政府의 적극적인 지원이 필요하며, 施行上 單協의 自律性이 최대한 보장되도록 하여야 할 것이다. 특히, 協同組合의 價格安定事業은 지나친 政府 依存이나 消費者價格 安定 지향적 입장을 벗어나야 할 것이다.

附錄 1 協同組合 流通事業에 관한 農家調査表

통신원번호 :
 주 소 : _____ 도 _____ (시군) _____ (읍면) _____ (동리) _____ 번지
 성 명 : _____

1. 개 황

가. 인적사항

연 령 _____ 학 력 _____

가족수 _____ (현거주자)

나. 경지 및 가축현황

구 분	면 적	구 분	사 육 두 수
전		소	
답		돼 지	
과 수 원		젖 소	
초 지		닭	
비닐하우스		기 타	

* 비닐하우스는 참고사항으로 별도 기재바라며, 논이나 밭면적에서 제외하지 말 것
 다. 집에서 단협까지의 거리는?

- 1킬로미만 () ○ 1~2킬로미만 ()
- 2~4킬로미만 () ○ 4~8킬로미만 ()
- 8킬로이상 ()

가. 품목별 생산 및 판매량

품 목 별	재배면적(평)	생산량(kg)	판매량(kg)	판 매 처 비 중 (%)								
				수집상	5일 시장	지방 도시	산지 공판장	대도시도매시장	법 정 공판장	위탁상	부락내	기타 ()

- * 축산물은 판매량(마리)과 판매처만 기입하시고 어가의 경우는 수산물을 기입 할 것.
- * 판매처 중 기타의 경우 빈칸에 그 내용을 기재할 것
- * 판매처별 비중의 합계는 가능한 한 100%가 되어야 함.
- * 대도시 도매시장이란 도청소재지 이상 도시이며, 지방도시는 읍단위 등 인근 도시를 말함.

2. 판매방법

가. 판매방법별 판매량 비중

품 목 별	판 매 방 법 별 비 중						
	포전판매	정전판매	개별출하	공동출하	계통출하	정부또는 농협수매	기타()

- * 포전판매는 수확전 상인(수집상)에서 판매하는 것이며, 정전판매는 수확후 상인에게 농장 또는 농가에서 판매하는 것.
- * 개별출하는 개인적으로 5일시장 또는 도시도매시장에 출하하여 판매하는 것. 공동출하는 부락내 작목반, 이웃 등이 함께 도매시장에 출하하여 판매하는 것이며, 계통출하는 농협 등 협동조합을 통해 공판장 또는 도매시장에 공동출하하여 판매하는 것.

나. 판매처나 판매방법을 선택할 때 가장 중요시 하는 것은?

(가장 중요한 것 2개만 표 하십시오)

- 높은 가격 ()
- 가격변동에 따른 위험부담이 적은 것 ()
- 출하가 간편한 것 ()
- 과거부터 해온 방법대로 ()
- 출하조직 또는 이웃이 하는대로 따라서 ()
- 주위의 권고에 따라서
- 선대자금을 빌려준, 또는 과거부터 아는 사람 ()
- 물량이 너무 적어 대도시에 출하할 수 없음 ()
- 기 타 _____ (내용 기재)

다. 판매처에 따라 받으시는 가격에 차이가 있나?

있다면 어느 정도이며 그 이유는 무엇이라고 생각하는가? _____

라. 협동조합을 통한 공동출하 또는 계통출하를 한 경험이 있는가?

- 있다 ()
- 부락에서 다른 사람들은 하고 있으나 자신은 한적이 없다 ()
- 자신은 물론 주위에서도 하지 않고 있다 ()

3. 협동조합의 판매활동

- 가. 귀하가 계시는 지역에서는 협동조합을 통한 공동판매가 잘 되고 있는가?
- 잘되고 있다 ()
 - 그저 그렇다 ()
 - 잘 안되고 있다 ()
- 나. 잘 되고 있다면, 그 원인은 무엇이라고 보는가? (여러개가 해당될 때는 순서대로 번호를 기재해 주십시오)
- 지리적 여건이 공동출하에 적합하기 때문 ()
 - 조합장 및 조합 임직원이 열심히 하기 때문 ()
 - 마을 또는 지도자를 중심으로 주민들이 필요성을 인식하고 열심히 하기 때문 ()
 - 누가 열심히 한다기 보다는 조합농어민 모두가 필요성을 인식하고 있기 때문 ()
 - 기타 _____ (내용을 기재바람)
- 다. 잘 안되고 있다면, 그 원인은 무엇이라고 보는가? (여러개가 해당될 때는 순서대로 번호를 기재해 주십시오)
- 지리적 여건상 공동출하가 부적합하기 때문 ()
(이유: _____)
 - 생산품이 소규모로 주산지가 형성되어 있지 않기 때문 ()
 - 농어민은 공동출하의 필요성을 인식하고 있으나 조합에서 소극적이기 때문 ()
 - 조합에서는 적극적이거나 농어민이 소극적이기 때문 ()
 - 농어민, 조합 모두 소극적이고 필요성을 인식치 못하고 있음 ()
 - 기타 _____ (내용을 기재바람)
- 라. 농협판매사업을 위해 설치된 「공동출하반」, 「출하상담실」, 「출하협의회」, 「위촉검사원」 등에 관해 알고 있는가?
- 잘 알고 있다 ()
 - 전혀 모른다 ()
 - 잘 알지 못한다 ()
- 마. 알고 있다면 어떻게 알게 되었는가?
- 신문, 방송 등 매스컴을 통해 ()
 - 농협직원에게 들어서 ()
 - 이웃농가에게 들어서 ()
 - 기타 _____ (내용을 기재바람)
- 바. 귀 지역의 협동조합은 농어민이 농산물을 제값받고 판매할 수 있도록 적극 도와주고 있는가?
- 적극 도와주고 있다 ()
 - 농민을 위한다기 보다는 조합자체의 수익만을 위한다 ()
 - 그런대로 잘한다 ()

- 신용사업과 정책사업에 치중하며 판매사업은 매우 소극적이다 ()
 - 도움은 커녕 불이익을 주고 있다 ()
- 사. 귀 지역의 협동조합은 농수산물 판매를 위해 어떤 일을 도와주고 있나?
(해당란에 모두 ○표를 하십시오)
- 포장자재를 구입하여 공급해 준다 ()
 - 가격과 판매처에 대한 정보를 공급해 준다 ()
 - 실질적으로는 개별출하나 다름없으며, 조합에서는 출하증만을 발급해 준다 ()
 - 수송편의를 위해 차량편의를 제공해 준다 ()
 - 유리하게 판매할 수 있도록 출하지도를 하여 준다 ()
 - 출하상품을 등급별로 정선하여 포장해 준다 ()
 - 조합에 위탁하던 조합직원이 모든 책임을 지고 판매하여 준다 ()
 - 농수산물 저장을 위해 창고를 제공해 준다 ()
 - 판매는 물론 판매대금도 공동계산에 의해 정산해 준다 ()
 - 판매장(경매식 집하장, 공판장 등 포함)을 운영하여 편리하게 판매할 수 있게 해준다 ()
 - 출하선도금을 제공하여 준다 ()
- 아. 농산물을 판매할 때 농협을 통해서 판매를 하지 않는 그 이유는 무엇인가?
- 대금정산이 늦기 때문에 ()
 - 판매할 물량이 적어서 ()
 - 판매절차가 번거로워서 ()
 - 상인 또는 다른 시장판매가 가격면에서 유리해서 ()
 - 지금까지 거래해 온 관행과 상인과의 친분때문에 ()
 - 농협판매사업을 하지 않으니깐 ()
 - 기타 _____ (내용을 기재바람)
- 자. 다음 사업들은 농어민을 위하여 협동조합이 반드시 수행해야 한다고 생각하
나? (해당란에 ○표를 해주십시오)

사 업 내 용	반드시 해야한다	해도되고 안해도된다	할 필요가 없다	해서는 안된다	모르겠다
○ 농수산물 생산계획의 수립 및 지도					
○ 농수산물 출하지도					
○ 유통정보의 수집, 전달					
○ 포장자재의 공급					
○ 규격포장의 시행					
○ 산지집하장, 경매식 집하장, 수산물위판장의 운영					
○ 저장창고 운영					
○ 공동출하 및 판매알선					
○ 공판장의 운영					
○ 대도시 수퍼마켓 운영					
○ 농수산물 수입					
○ 농수산물 수출					
○ 농수산물 가공공장의 운영					

4. 유통조성기능

가. 농수산물을 판매할 때 가격 등 유통정보는 주로 어디에 알아보나? (중요한 것 몇 개만 순위를 기재해 주십시오)

- 산지상인 ()
- 신문, TV, 라디오 등 매스컴 ()
- 조합이나 조합간행물 ()
- 이웃이나 친지 ()
- 전화를 통해 대도시 도매상 ()
- 자기 판단 ()
- 기타 _____ (내용을 기재바람)

나. 조합에서 제공하는 유통정보에 문제점이 있다면 무엇인가?

(해당란에 ○표를 하십시오)

구 분	극히만족	만 족	보 통	불 만	매우불만
자료의 정확성					
자료전달의 신속성					
내용의 포괄성					
취급품목의 다양성					
유통정보의 활용도					

장차 개선되어야 할 점은? _____

다. 공동출하할 때 조합으로부터 포장 및 등급에 대한 지도나 지원을 해 준 적이 있는가?

- 있다 ()
- 없다 ()

라. 포장 및 등급화를 위해 농협에서 어떠한 지원이 있어야 한다고 생각하는가?

- 포장방법지도 ()
- 포장재료 염가공급 ()
- 포장비용 지원 ()
- 기타 _____ (내용을 기재바람)

마. 귀 농가에서 포장 및 등급화를 하지 않는 이유는 무엇인가?

- 일손이 부족해서 ()
- 수익보다 포장비용이 많이 들어서 ()
- 포장해서 규격판매를 해도 가격을 더 받지 못하는 경우가 많으므로 ()
- 필요성을 크게 느끼지 않아서 ()
- 기타 _____ (내용을 기재바람)

5. 공동출하조직

가. 부락내의 공동출하조직(명칭을 있는대로 써주십시오)

_____ , _____ , _____

나. 가입여부

○ 가입 : _____ 년, 미가입 _____

다. 공동출하조직 운영실태

○ 회원수 : _____ 명, 설립시기 : _____ 년

○ 활동사항 : 연간공동출하실적 : _____ 원

부락내총출하량중비중 : _____ %

라. 귀 농가의 참여실적

○ 연간공동출하회수 : _____ 회

○ 총공동출하량 : _____ , 금액 : _____ 원

마. 공동출하에 대한 의견

○ 유리한 점 : _____

○ 불리한 점 : _____

○ 개선해야 할 점 : _____

6. 협동조합에 대한 일반의식

가. 협동조합(농·수·축협)은 어떠한 기관인가? (2개 이내에서 해당란에

○표를 하십시오)

○ 정부산하기관 ()

○ 농민을 지도감독하는 기관 ()

○ 농어민 상대의 금융기관 ()

○ 농민을 위한 농민의 조직 ()

○ 기타 _____ (내용을 기재바람)

○ 잘 모르겠다 ()

나. 협동조합에 대해 어떻게 생각하나?

○ 농민을 위해 반드시 필요하다 ()

○ 필요하긴 하지만 문제점이 너무 많다 ()

○ 별로 필요성을 느끼지 않는다 ()

○ 오히려 귀찮다 ()

○ 모르겠다 ()

다. 문제점이 있다면 (내용을 간단히 기재해 주십시오)

附錄 2 單協의 月別 販賣指導事項(例)

月 別	推 進 內 容	細 部 事 項
1 月	單位組合組織指導 推進計劃確定	<ul style="list-style-type: none"> ○ 營農計劃書에 따른 分野・地域別 流通擔當者 결정 ○ 事業計劃樹立 <ul style="list-style-type: none"> - 資金支援計劃 - 農用資材 需給支援 - 農産物 出荷計劃 ○ 農家別 農業收益計算
2 月	協同出荷班(作目班) 組織整備 및 總會開催	<ul style="list-style-type: none"> ○ 任員의 改善 및 前年度 業績評價 <ul style="list-style-type: none"> - 班長, 總務, 出荷擔當者 業績評價結果 交替 ○ 事業計劃의 事前協議 <ul style="list-style-type: none"> - 資金 및 農用資材需給에 따른 對策 - 組合員別 計劃에 의한 作目入殖計劃 變動有無確認 - 外部講師초빙 栽培技術教育實施
2・3 月	資金 및 資材支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 組合員 營農計劃에 의한 資金支援 ○ 時期別 農用資材 支援計劃에 의한 資材供給
4 月	技術情報提供 및 指導	<ul style="list-style-type: none"> ○ 農科系 專門研究機關에 의뢰 技術情報 입수에 의한 지도 ○ 班員組織間 情報交換指導 強化 ○ 各 組織長(作目班내)간 栽培技術交流 및 習得誘導
5 月	出荷準備支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 各 出荷班 組織長 現地市場調査 <ul style="list-style-type: none"> - 市場性動向把握 - 販場業務現況見學 ○ 各 出荷班 出荷協議會 開催 <ul style="list-style-type: none"> - 輸送料確定 - 包裝方法 ○ 車輛委託輸送 契約締結 ○ 班員別 作目入殖에 따른 包裝資材支援
6 月	農産物出荷支援	<ul style="list-style-type: none"> ○ 物量需給調節 ○ 市場別 時價情報에 의한 計劃出荷 ○ 現地確認販賣 ○ 包裝・選別 現地指導 ○ 病蟲害 情報傳達

7 月	전 所得作物 出荷 業務展開	<ul style="list-style-type: none"> ○ 販賣代金 精算 ○ 出荷支援 ○ 青果・蔬菜 市場別 出荷計劃에 의한 需給調節
8 月	가을 菜蔬 作目入殖 計劃樹立	<ul style="list-style-type: none"> ○ 肥料供給計劃樹立 ○ 種子 共同購買 誘導指導 ○ 品目別 出荷終了에 따른 個人別 所得計算 ○ 各種 債務回收 着手
9 月	出荷班 業績評價	<ul style="list-style-type: none"> ○ 前年對比 事業年度 實績比較 ○ 익년도 事業計劃樹立을 위한 당해년도 事業評價 ○ 優秀出荷班 및 成長作目班 시상 ○ 가을 菜蔬 栽培教育 實施
10 月	農産物 出荷終了에 따른 事業評價	<ul style="list-style-type: none"> ○ 組合員 所得評價 (營農計劃書와의 達成比較 조수의 確認) ○ 組合員 事業支援의 內容評價
11 月	組合員 營農計劃書 徵求	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전 組合員 익년도 營農計劃書 徵求 ○ 營農計劃書 徵求에 따른 單協事業計劃 檢討
12 月	組合員 營農計劃書 檢討分析	<ul style="list-style-type: none"> ○ 組合員 營農能力對比 營農計劃書 評價 ○ 入殖作目 經營規模調節

* 連川郡 青山單協의 事例를 중심으로 일부 修正한 것임.

附錄 3 營農計劃 및 作目班 管理카드樣式(例)

1. 組合員營農計劃書(例)

귀하

안녕하십니까?

본단협에서는 자금수수(공급) 및 농용자재 수급계획등 단위조합사업계획의 일환으로 귀하의 차년도()년의 농사계획을 파악코져 하오니 귀하의 농사계획을 다음 서식에 의거 상세한 계획을 년 월 일까지 송부하여 주시기 바랍니다.

다 음

영 농 계 획 서				주소		
				성명	①인	
작 목 명	면 적	명 세	수량	단가	금 액	비고
		인 건 비				
		지 주				
		P/E				규격
		비 료				
		농 약				
		계				
		인 건 비				
		지 주				
		P/E				규격
		비 료				
		농 약				
		계				
구 입 회 망 농 기 구						
합 계						

3. 協同出荷班 指導管理카드(例)

_____년 협동출하반	
지 도 관 리 카 드	

(198 년 조직)

품 명	
지역명	

○ ○ 단 위 농 업 협 동 조 합

6. 주요 농산물 재배현황

양파	마늘	미곡	맥류	유채	서류			

7. 협동출하반 재배면적

품명	재배면적

8. 출하약정 및 이행사항

가. 지원내역

월. 일	금액	상환일	상환내역	비고

나. 약정사항

수량	금액	비고

다. 출하내역

월. 일	수량	금액	비고	확인인

9. 관리내역(점검내역)

월. 일							
점검자							
점검내역							

※ 務安郡 海際單協의 事例임.

參 考 文 獻

- 高永坤, “農協販賣事業強化를 위한 課題,” 「韓國農業의 諸問題」, 第3輯, 農協中央會, 1983.
- 金光弘, “農產物流通情報의 現況과 課題,” 「農產物 流通改善의 課題와 方向」, 農協中央會, 1984.
- 金成勳, 「農產物流通길잡이」, 農村振興廳, 1981.
- _____, “產地協同流通의 事例研究,” 「아시아地域의 農產物流通」, 農協中央會 調查部, 1983.6.
- _____, 「새마을 協同營農의 改善方案」, 農村振興廳, 1979.
- 金成勳, 金致泳, “產地協同流通의 展開方向에 관한 研究,” 「食品流通研究」 創刊號, 韓國食品流通學會, 1984.6.
- 金榮喆, “協同組合 組合員의 民主的 參與도에 관한 研究,” 「韓國協同組合 研究」, 第1輯 1卷, 韓國協同組合學會, 1983.7.
- 金鍾煥, “作目班의 運營實態와 課題,” 「農協調查月報」, 第28卷 11號, 農協中央會, 1983.11.
- 農水產部, 「農水產物 流通改善事業指針」, 1985. 2.
- _____, 「全國圈農水產物流通基本計劃(案)」, 1985.
- _____, 「農政主要指標」, 1985.
- 農漁村開發公社, 「大型小賣機構의 農水產物取扱實態」, 1984.
- 農協中央會, 「共同出荷組織運營事例調查結果」, 1984.
- _____, 「單位農業協同組合規定例集」, 1980.
- _____, “農協販賣事業의 方向,” 「韓國農業의 諸問題」, 第2輯, 1969.
- _____, 「單位組合經營係數要覽」, 1985.
- 農協中央會 調查部, 「農產物流通改善政策의 現況과 課題」, 1981.

- 農協中央會 調查部, 「農協販賣事業에 관한 調査」, 1980.
- 農協初級大農協問題研究所, 「農民的 農協現況 및 營農態度에 관한 調査研究」, 1977.
- 朴吉淳, “農協營農指導의 概況과 評價 및 그 改善方案,” 「協同組合研究」, 第3輯, 農協專門大 農協問題研究所, 1981.1.
- 朴鍾洙, “産業協同組合의 農産物流通事業에 관한 研究,” 「韓國協同組合研究」, 第1輯, 韓國協同組合學會, 1980.7.
- _____, 「單位農業協同組合의 農産物販賣事業에 관한 實證的研究」, 建國大 大學院, 1985.
- 徐箕源·李桓奎, 「新協同組合論」, 協同研究社, 1982.
- 徐箕源外, 「農産物の 産地流通과 農協販賣事業強化研究」, 韓國農村經濟研究院·農協中央會 調查部, 1984.12.
- 徐承九, “協同出荷班 成功事例,” 「農産物流通改善심포지움 發表主題」, 農協中央會, 1984.
- 薛仁坡, “農産物流通改善을 위한 農協의 役割,” 「農村經濟」, 第1卷第3號, 韓國農村經濟研究院, 1978.12.
- 成培永·金鎮碩, 「水産物流通改善研究」, 韓國農村經濟研究院, 1984.12.
- 成培永外, 「農業協同組合의 組織과 機能診斷」, 韓國農村經濟研究院, 1981
- _____, 「全國圈農水産物流通改善基本計劃研究」(NMMPS綜合報告), 韓國農村經濟研究院, 1984.12.
- _____, 「全國圈農水産物流通改善基本計劃補完研究」, 韓國農村經濟研究院, 1985.7.
- 沈永根, “産地共同出荷組織의 農産物마아케팅,” 「아시아地域의 農産物流通」, 農協中央會 調查部, 1983.6.
- 李來秀, “産地流通改善을 위한 農協의 役割,” 「農産物流通改善심포지움 發表主題」, 農協中央會, 1984.
- 李載騰, “協同組合의 非營理性和 實費經營,” 「協同組合研究」, 第6輯, 農協專門大學 農協問題研究所, 1984.2.
- 林鍾壘, “우리나라의 米穀流通現況과 當面課題,” 「米穀流通現況과 改善

- 方向」, 韓國科學技術院, 한독세미나資料, 1985.4.
- 張原碩, “協同組合의 原則과 適用상의 問題點,” 「韓國協同組合研究」, 第1輯, 韓國協同組合學會, 1983.
- 鄭燦吉, 「韓國協同組合의 發展」, 韓國農村經濟研究院, 研究叢書 12, 1983.
- 陳興福, “國家와 協同組合間 協力關係의 範圍와 限界,” 「韓國協同組合研究」, 第2輯 1卷, 韓國協同組合學會, 1984.
- 陳興福, 金聖基, 「最新農業協同組合論」, 先進文化社, 1977.
- 畜協中央會, 「畜產物價格 및 流通動向」, 1984.1~12.
- 韓國食品流通學會, 「農水產物都賣市場 運營改善을 위한 調查研究」, 1984.
- Abrahamsen, Martin A., *Cooperative Business Enterprise*, McGraw-Hill Book Company, 1976.
- Bateman, D. I. et als, “Agricultural Cooperatives and the Theory of the Firm,” *Economic Theory of Cooperative Enterprises*, Edited by Kennedy, Liam, The Plunkett Foundation for Cooperative Studies, Oxford, 1983.
- Branson, Robert. E. & D. G. Norvell, *Introduction to Agricultural Marketing*, McGraw-Hill Book Co., 1983.
- Clark, Eugene, “Farmer Cooperatives and Economic Welfare,” *Journal of Farm Economics*, Vol. 34, Feb. 1952.
- Digby, Margaret & R. H. Gretton, *Agricultural Cooperative Marketing*, FAO, Rome, 1955.
- Dulfer, Eberhard, *Operational Efficiency of Agricultural Cooperatives in Developing Countries*, FAO, 1974.
- Helmberger, Peter G., “Cooperative Enterprise as a Structural Demension of Farm Market,” *Journal of Farm Economics*, Vol. 46, No. 3. Aug. 1964.
- ICA, *Cooperatives and the Poor*, 1977.
- Kennedy, Lian, *Economic Theory of Cooperative Enterprises*, The Plunbett Foundation, 1983.

Kohls, R.L, et, al., *Marketing of Agricultural Products*, 5ts ed.,
Macmillan Publishing Co., Ine., New York, 1980.

Laidlaw, A.F., *Cooperatives in the Year 2000; Agenda and Report .*
ICA 27th Congress, Moscow, , International Cooperative
Alliance, 1980.

Münker, Hans H., “Cooperative for the Rich or for the poor;”
Asian Economics, No.17. Research Institute of Asian
Economics, Seoul, June, 1976.

農林水産省 食品流通局 市場課, 「卸賣市場の現状と課題」, 東京, 1983.9.

빈 면

研究報告 112

協同組合流通事業의 發展方向

1985年 12월

發行人 金 榮 鎮

發行處 韓國農村經濟研究院

☐☐☐ 서울특별시동대문구회기동 4 - 102

登錄 1979年 5月 25日 第 5 - 10號

電話 962 - 7312 ~ 5

印刷 (株) 文 苑 社

無斷 複製나 轉載를 嚴禁함