

農水產物 市場構造와 流通費用分析

成 培 永*

- I. 序言
- II. 食品消費構造分析
- III. 農水產食品 마케팅 빌
- IV. 商品別 流通費用과 마진
- V. 市場構造分析
 - 1. 市場構造의 特徵
 - 2. 農產物價格 變動要因
- VI. 結論——流通費用의 節減餘地

I. 序 言

農水產物食品이 生產基點에서 消費基點까지 통과하는 동안 발생하는 모든 費用은 流通되는 商品의 種類와 數量, 流通서비스의 種類와 價格, 市場構造와 市場人의 行爲, 技術水準과 流通下部構造 등에 의하여 결정된다.

流通되는 商品의 종류와 수량은 食品에 대한 需要와 供給構造를 반영하는 것이고, 流通서비스의 種類와 價格은 그것에 대한 消費者의 需要와 이를 제공하는 市場人의 能力에 의해 결정된다.

市場構造와 市場人의 行爲는 市場에 있어서 獨寡占力 행사의 여지와 정도를 의미하고, 技術水準과 流通下部構造에는 流通機能遂行의 効率과 그 効率을 뒷받침하는 市場情報, 標準化, 物의 流通施設, 政府의 市場助成機能 등이 포함될 것이다.

주어진 技術水準下에서 소정의 流通機能을 最少費用으로 수행한다는 것은 流通効率의 極大化를 뜻하게 되고 流通費用의 절감은 상대적으로 効率增進의 結果가 되며, 이것은 消費者價格의 下落, 生產者價格의 上昇 또는 市場人の 利潤增進의 결과가 되어 全體 經濟的 利益이 될 것이다.

流通費用을 결정하는 要因 중에서 食品構造가 어떻게 變動했으며, 앞으로 어떻게 변할 것인가를 보고 그것에 따른 食品流通 全體附加價值(marketing bill)의 정도를 분석한다. 各 農水產物의 流通費用 内容을 분석하고 市場構造를 분석함으로써 流通費用을 절감할 수 있는 여지와 가능성을 檢討할 수 있고 나아가서 流通改善을 위한 노력의 方向을 모색하고자 한다.

II. 食品消費構造 分析

지난 10年 동안 食品消費構造는 급격히 变動했다. 1970年에 糧穀消費量이 1人當 213.4kg 이던 것이 1977年에는 209.5kg 으로 減少한 반면 青果類消費는 같은 기간 동안에 94kg에서 104kg 으로, 肉類는 5.2kg에서 8.2kg 으로, 乳卵은 5.6kg에서 12.3kg 으로, 그리고 水產物은 24.1kg에

* 韓國農村經濟研究院 首席研究員,
農業流通研究室, 農業經濟學博士(美國 미네소타大)

서 36.3kg 으로 증가했다.

이러한 消費構造의 變化는 經濟成長에 따른 年間國民所得이 약 11% 증가한데 주요한 원인이 있으며, 이러한 所得도 均衡成長했다. 1978年 戶當 農家所得은 년 1,884千원로, 都市勤勞者 家口所得은 1,916千원으로 집계되었다. 한편 工業化와 都市化의 急進으로 都農間 人口의 비율은 크게 달라졌으며 1970年에 50:50인 都農人口의 比率이 1977年에 64:36으로 되었으며 이러한 趨勢는 加速될 것으로 전망된다.

經濟成長과 都市化의 進展은 단순한 食品消費量의 變화보다는 質的인 需要의 變化를 초래할 것이며, 이는 보다 欲비싼 流通서비스를 요구하게 될 것이다. 食品의 加工 및 貯藏은 消費의 季節性을 완화시킬 것이며, 便宜食品에 대한 수요증가는 消費過程의 활동을 流通過程으로 이관시키게 된다. 또한 商品質에 따른 需要의 變동은 流通活動間에 代替를 야기시키고 따라서 셔비스별 費用의 增減을 초래하게 된다. 결국 어떤 流通서비스의 費用은 증가하는 반면 다른 셔비스에 대한 費用은 감소하게 되고, 經濟發展에 따라 消費나 生產活動이 流通活動으로 흡수됨으로써 流通費用이 增加될 수도 있다. 이러한結果는 그려한 活動에 流通費用을 支拂하고자 하는 消費者的 의도에 따른 歸趣라고 하겠다.

商品別 消費支出은 商品自體에 대한 支出과 商品에 附帶된 流通서비스에 대한 支出의 結合이라고 볼 수 있다.

都市家計의 食品類別 消費支出의 比重을 보면 糧穀의 경우 1965年에 60%에서 1977年에 42.2%로 減少하였으며, 그 중 穀은 50%에서 39%로 감소했다. 같은 기간에 果實에 대한 消費支出은 1.9%에서 4.2%로, 肉類는 5.6%에서 8.3%로, 乳卵의 그것은 1.5%에서 3.7%로, 그리고 其他

表 1 都市家口의 月平均 食料品消費支出額 中 主要食品이 차지하는 比重

品 目	1965			1977	
	%	%	%	원	
穀 物	59.6	46.3	42.2	16,931	
稻	49.8	41.8	39.0	15,496	
高粱	.3	.5	.5	188	
果 實	1.9	3.8	4.2	1,691	
桃	.9	1.3	1.5	616	
菜 菜	10.8	10.3	11.1	4,466	
白菜	3.0	3.2	3.8	1,519	
肉 類	5.6	7.5	8.3	3,338	
牛 肉	3.7	4.3	4.5	1,814	
猪 肉	.2	.8	1.2	488	
生 鮮	6.9	6.2	6.8	2,735	
生鮮	—	.7	.7	273	
乳 卵	1.5	3.0	3.7	1,492	
牛奶	1.3	1.9	1.9	781	
其 他	13.6	22.8	23.6	9,485	
飲食料品費	100(57.0)	100(43.6)	100(42.1)	40,138	
消 費 支 出	(100.0)	(100.0)	(100.0)	95,409	

資料：經濟企劃院, 「都市家計年報」, 1965—1977.

食品과 飲料의 그 것은 13.6%에서 23.6%로 增加했다. 그대신 菜蔬類에 대한 消費支出은 11% 水準에, 水產物에 대한 消費는 6~7%로 安定되어 있다. 전체 食品에 대한 消費支出의 構成比는 1965年에 57%, 1975年에 44% 그리고 1977年에 42%로 減少하는 趨勢를 보였다(表 1)。

한편 이러한 消費支出의 構成이 所得水準과의相互關聯性을 보면 所得水準이 높아질수록 糧穀에 대한 消費支出의 比重이 점점 작아지는 반면, 肉類, 乳卵, 果實에 대한 그 것은 減少하는 결과를 보였다(表 2). 그리고 채소류에 대한 소비지출의 比重은 所得水準과는 뚜렷한 關係를 보이지 않고一定하였다. 특히 糧穀에 대한 消費支出의 比重은 最低所得 水準에 있어서는 58%인데 비해 最高所得 水準에서는 26%에 지나지 않았다.

食品의 消費와 販賣에 있어서 季節性은 流通費用을 결정하는 重要한 要因중의 하나이다. 生產에 있어서 季節性과 貯藏性의 정도가 消費의

表 2 所得階層別 都市家口의 食料品 購入行態(1977)

月 平 均 所得階層	月 平 均 飲食料品 消費支出	飲食料品消費支出에 대한 比重					
		穀物	肉魚介	乳卵	菜蔬乳 蜜	果實	其他
30 千 원 미 달	18,140	57.6	9.4	2.4	10.4	2.2	18.0
30~50	22,800	55.3	9.9	2.5	11.6	2.3	18.4
50~70	29,250	50.4	11.9	2.8	12.1	3.0	19.8
70~90	34,810	46.0	13.2	3.3	12.6	3.5	21.4
90~110	40,550	42.8	14.4	3.7	12.9	3.8	22.4
110~130	45,190	40.2	15.4	4.1	13.1	4.2	23.0
130~150	47,810	39.2	16.1	4.2	13.2	4.3	23.0
150~170	51,870	38.2	16.7	4.1	13.1	4.7	23.2
170~190	54,970	35.4	17.0	4.8	12.2	5.2	25.4
190~210	61,040	34.8	18.3	4.9	12.6	5.1	24.3
210~230	62,100	33.3	18.7	4.7	12.3	5.8	25.2
230~250	63,420	35.8	17.8	4.7	13.3	6.0	22.4
250~300	65,000	30.4	19.6	5.2	12.7	6.4	25.7
300~350	69,720	30.3	20.9	5.9	11.5	6.3	25.1
350~400	79,930	35.2	18.4	4.4	12.0	5.7	24.3
400 千 원 이상	91,190	25.9	21.4	5.3	11.1	6.6	29.7

資料：經濟企劃院，「都市家計年報」，1977。

계절성을 誘發하는 要因이 될 수 있으며, 또한 生產에 季節性이 없는 식품의 경우에는 消費에 있어서의 季節性 때문에 판매의 계절성을 초래한다. 商品의 販賣時點에서부터 流通費用이 發生하므로 판매시기가 보다 중요한 의미를 갖게 될 것이며, 판매시기는 個別商品의 生產과 貯藏力의 정도에 따라 다르다. 즉 쌀, 사과, 배추, 오이 등은 생산시기에 판매가 가장 많은 品目이며 쇠고기와 닭고기 등은 名節 때의 需要에 따라 販賣時期가 決定되는 商品이다(表 3)。

表 3 主要 農水產物의 月別 商品化率(1975)

單位 : %

品目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	計
쌀	5.4	4.4	7.6	6.3	7.1	4.9	3.3	5.9	8.5	5.4	29.0	12.2	100.0
콩	9.5	7.2	8.8	7.8	10.1	5.6	4.0	5.1	4.7	7.7	14.2	15.3	100.0
사과	6.1	4.7	12.7	3.6	1.5	—	—	—	18.1	22.6	20.1	10.6	100.0
배추	0.1	1.1	3.1	0.9	7.6	7.2	1.9	2.5	4.8	32.5	27.8	10.5	100.0
쇠고기*	7.7	11.7	6.5	5.4	7.1	5.7	5.3	7.0	11.5	14.6	7.5	10.0	100.0
닭	4.5	12.9	9.3	17.9	7.6	4.1	3.8	19.5	2.9	3.5	7.2	6.8	100.0
달걀	5.1	7.3	5.9	7.4	9.0	9.8	8.6	9.8	8.9	8.9	12.2	7.1	100.0
고등어	6.9	5.9	5.4	5.5	6.5	7.2	7.0	6.8	14.4	8.9	15.4	10.1	100.0

* 都市家口의 消費의 Seasonality 임.

資料：農協中央會調查部, 水協中央會。

III. 農水產食品 마케팅 빌

全體 農水產食品에 대한 民間消費支出額中에서 農漁家受取額을 제외한 부분이 마케팅 빌이며 이는 全食品流通部門의 附加價值로 표시될 수 있다. 마케팅 빌의 規模와 그構成은 農水產食品流通部門의 重要性을 이해하는데 指標가 될 수 있고 流通改善에 따른 經濟的 便益의 規模를 파악할 수 있다. 食品에 대한 最終消費支出額中에 農家受取分과 마케팅 빌의 相對的 比重은 流通서비스와 生產段階에 있어서 農產物에 대한 需要의 所得彈力성이 前者에 있어서 더 큰 것이 보통이므로 經濟成長에 대한 마케팅 빌의 비중이 커지게 마련이다. 이들의 상대적 比重의 변화는 生產者의 相對的 厚生의 정도를 설명하기는 힘들며, 이는 生產과 流通에 있어서 効率의 变동을 전적으로 감안했다고 볼 수 없기 때문이다. 그러나 단기적으로 農家受取分의 比重은 농가의 經濟의 위치를 표시한 것이다.

마케팅 빌은 流通에 投入되는 要素들의 價格과 生產性, 獨占의 정도, 인구와 이의 分布, 所得水準과 분포, 소비자기호 등 食品流通 서비스의 公급에 영향을 미치는 요인들, 그리고 流通되는 상품의 種類와 數量에 따라 결정되는 것이

다.

外國에 있어서 마케팅 빌에 대한 통계는 별도 조사에 의해 测定되고 있으나 우리의 경우에는 이러한 努力가 결여되어 있다. 그래서 하나의 試案으로서 國民所得計定, 農家經濟調查報告, 產業聯關分析結果 등을 利用하여 마케팅 빌을 推算

表 4 食品의 마케팅빌과 그 構成(1975)

內	譯	金額 (10억원)	比 重
民間部門食品消費支出(A)		3,059	
政府의 食品流通部門補助額(B)		94	
輸出食品流通部門附加價值(C)		91	
食品輸入額(D)		397	
國內生產食品最終價額(E=A+B+C-D)		2,847	
當年消費分 食品生產額(F)		2,280	
農家食品消費額(H)		668	
農家外 食品消費支出(I=E-H)		2,179	100.0
農家食品販賣額(J=I-G)		1,613	74.0
마케팅 빌(G=E-F)		566	26.0
食品製造業附加價值		213	37.6
食品都小賣業附加價值 ¹⁾		177	31.3
飲食店業 附加價值 ²⁾		112	19.7
食品保管業 附加價值		1	.3
食品輸送 및 駐屯荷役費 ³⁾		25	4.5
其 他 ⁴⁾		38	6.7
計		566	100.0

註 : (B) 糜穀特別會計赤字부.

(C) 一次商品은 FOB價格과 生產者價格과의 차이를, 製造食品은 그 附加價值를 計算.

(D) 最終消費商品의 輸入額을 CIF價格으로 算定.

(F) 食糧作物, 青果物, 特作, 畜產物, 水產物의 總生產額中에 在庫, 種子, 酿造用, 非食用 등을 제외하고, 食品이 아닌 담배, 인삼, 박하 등을 제외됨.

(H) 農家戶當 食品消費支出額을 農家數를 곱하여 算定.

(J) 구해진 마케팅 빌을 이용하여 農家食品販賣額을 算出.

1) 糜穀特別會計赤字부 包含됨.

2) 飲食店業 總附加價值中에 酒店分을 除外함.

3) 食品의 철도, 도로, 해운, 항공수송과 하역운수 관리 서비스비용.

4) 資本消耗充當金과 統計的 誤差 포함.

資料 : 韓國銀行, 「1975年 產業聯關分析」, 1978.

「國民所得計定」, 1976.

農水產部, 「農林統計年報」, 1976.

「農家經濟調查結果報告」, 1976.

經濟企劃院, 「鐵工業統計調查報告書」, 1976.

「都小賣業及服務報告書」, 1976.

水產廳, 「水產統計年報」, 1976.

關稅廳, 「貿易統計年報」, 1975.

해 보았다(表 4). 여기서는 食料品에 대한 마케팅 빌만을 計算했으며 飲料品, 담배, 섬유部分은 제외되었다. 1975년도 農漁家消費分을 제외한 全體 食品消費支出은 21,790億원으로서 그 중에 農家受取分은 74%이었고 마케팅 빌은 5,660億원으로 26%이었다. 마케팅 빌 중에 食品製造業部門 附加價值가 38%, 食品都小賣業附加價值가 31%, 食堂業附加價值가 20%, 輸送 및 關聯서비스費가 5%, 其他 7%로 構成되어 있다. 그리고 食品生產額에 대한 販賣額의 比率인 食品商品化率(J/F)은 70.7%로 推定되었다.

IV. 商品別 流通費用과 마진

商品別 流通費用과 마진을 测定하는데는 여러 가지 方法이 있다. 流通經路別로 生產者에서 消費者에 이르기까지 동일상품에 대해 追跡調查하는 方法이 있다. 이는 流通過程에 있어서 발생하는 實際費用을 各 流通活動別로 상세히 조사할 수 있고 유통과정에 있어서 損失이나 超過利潤을 파악할 수 있는 利點이 있으나 一般性이 결여될 우려가 있다. 즉 流通經路에 따라 費用이 달라질 수 있으며, 生產地點과 消費地點에 차이가 있을 수 있고, 生產時點과 消費 또는 流通時點이 다를 수도 있다. 이 方法은 事例調查로서는 충분한 의의가 있을 수 있으나 일반적인 流通費用의 지표로서 實用性이 적다. 流通되는 개별상품의 1회 流通分에 대해 모든 地點과 時點을 고려하여 测定한다는 것은 調查費用이 實現的이 될 수 없을 것이다. 그리고 流通이 시작되는 시점과 끝나는 시점에 있어 需給條件의 变동에 따른 마진의 变동은 費用과는 상관없이 計算될 수도 있다.

한편 동일한 時點에 있어서 各 流通段階別 價格差異와 예상되는 流通서비스에 대한 費用을 計

算하여 일반적인 費用과 마진을 측정할 수도 있다. 이 경우에는 商品自體가 동일하지 않으며 貯藏費用에 대한 정확한 측정이 어렵다. 그리고 일정기간 동안 生產되어 消費된商品의 最終消費支出額에서 生產額을 제외하여 이것을 流通物量으로 나누면 單位當流通마진을 얻을 수 있고 그것이 유통되는 동안 費用의 項目別測定이 가능하다면 費用과 마진에 대한 가장 일반성을 갖는 测定方法일 수도 있다.

어떠한 方法을 채택할 것인가는 모든 방법이長短點을 갖고 있기 때문에 사용하고자 하는 목적에 따라 달라질 수 있으며 계속적인 統計資料로서의 가치는 후자의 두 가지 방법이 타당성을 갖는다고 하겠다.

流通費用을 節減할 수 있는 方案을 摸索하는데 있어서는 가장 流通量이 많은 經路를 통해 가장 보편적인 질의 상품이 主產地에서 主消費地로 移動하는 경우를 선택하여 가장 많이 市場化되는 시기에 동시에 調査되는 것이 바람직하다. 이럴 경우 流通費用을 절감할 수 있는 餘地가장 많을 뿐만 아니라 費用이 節減될 수 있는 部門을 比較評價하기 용이하다.

農水產物 가운데 가장 대표적인商品의 流通費用과 마진을 主產地에서 서울까지 流通되는 주된 經路를 통해 調査한 것을 보기로 하자.

쌀의 경우 전체 유통과정을 통해 세번의 價格이 形成되는데, 農家販賣價格, 都賣價格, 消費者價格으로서 전체 마진율은 17.5%로서 小賣마진율이 9.3%, 都賣마진율 8.2%였다. 機能別로 보면 수집상과 소매상의 機會費用(利潤+勞力費)이 9.5%로 가장 많고 도정료가 3.3%, 輸送費가 1.5%, 포장비가 0.9%, 도매시장 수수료가 0.7%, 손실비가 0.6% 등으로 되어 있다(表5).

쌀 유통에 있어서 현재의 流通行爲로 보아서

表 5 粳의 流通費用 및 마진(1977. 2. 상인경로)

	單位	費用(원)	比重(%)
農家受取價格(粗穀)	1.39kg	268	82.5
+包裝費		3	.9
+運賃		1	.2
農家販賣價格(粗穀)	1.39kg	272	83.7
+搗精料		11	3.3
+上車費		1	.2
+運賃(320km)*		3	.9
+委託手數料		4	1.2
+稅金		1	.3
+利潤		3	.9
都賣價格(精穀)	1kg	295	90.7
+檢斤上車費		4	.1
+運賃		1	.4
+減耗		2	.6
+利潤		27	8.2
小賣價格(精穀)	1kg	325	100.0

* 김제→서울

는 費用이 낮은 편이며, 이것은 政府操作米가 많은 부분을 차지하고 있으므로 競爭의 여지가 많은 것이 그 주요인이 되고 있다.

그러나 粳의 等級化와 包裝化가 잘 施行된다면 現物去來에서 標本去來로 전환될 가능성은 크며 이 경우에는 輸送費, 上下車荷役費 및 中間商人の 労力費를 절감할 수 있고 가능성이 있다고 보여진다.

배추의 流通費用은 農家—產地蒐集商—委託商—小賣商—消費者의 경로에서 측정되었는데 이러한 流通經路는 農協經路이든 法定都賣市場經路이든 유사하다. 農協共販場이나 都賣市場에서 競落된 배추는 仲介人(중간도매상)이 賣取하여 다시 小賣商에 販賣하기 때문이다.

賣參人으로서 競賣에 參加했을 경우에는 中間都賣商이 필요없게 된다. 배추의 總流通마진율은 55.0%로서 農水產物中에서 가장 마진율이 높은 상품중의 하나이며 가을배추보다는 여름배추가 더 높다. 農家—委託都賣商간의 마진율은 15.0%이고, 委託都賣商—小賣商 마진율은 13.9%이며, 小賣商—消費者 마진율은 26.1%

이었다. 마진중에서 莊集商, 委託都賣商, 小賣商 등 중간상인의 利潤率이 28.8%로서 소매상(19.4%), 위탁도매상(6.8%), 수집상(2.6%)의 순서로 되어 있는데 여기에는 배추의 新鮮度低下에 의한 商品質의 마진이 포함되어 있기 때문이다.

物量損失費의 比重은 9.1%로서 상당히 높고 輸送費의 比重이 7.9%이며, 上下役費用의 그 것은 3.7% 그리고 都賣市場上場手數料의 比重은 4.1% 등으로 構成되어 있다(表 6)。

배추의 流通費用 중에 절감의 가능성 있는 부분은 商品質의 마진과 物量損失費用이 가장 크다. 物量損失을 막고 新鮮度를 유지할 수 있는 包裝化가 가능해진다면 배추의 流通費用 節減에 크게 기여하리라고 보인다. 물론 이러한 포장화를 포함한 新鮮度維持나 物量減少를 위한 流通서비스에 대한 소비자의 支拂意思가 뒷받침되어야 한다. 특히 物量減少에 대한 費用은 消費者에게 轉稼되는 것이므로 그 費用을 流通過程에

表 6 배추의 流通費用 및 마진(1978.8, 상인경로)

	單位	費用用(원)	比 重(%)
農家受取價格	1kg	100	45.0
+收獲及上車費		6	2.6
+運賃(180km)*		10	4.6
+諸雜費		2	1.1
+委託手數料		9	4.1
+利潤		6	2.6
搬出商販賣價格	1kg	133	60.0
+下車費		1	.4
+清掃費		1	.4
+減耗		14	6.3
+利潤		15	6.8
委託都賣商價格	1kg	164	73.9
+上車費		1	.4
+運賃		7	3.3
+通信料		1	.2
+減耗		6	2.8
+利潤		43	19.4
小賣價格	1kg	222	100.0

* 평창→서울

서 負擔하는 경우에는 동일한 費用으로 消費者의 追加效用創造와 그 機能을 擔當하는 사람의所得增加의 二重效果를 얻을 수 있는 것이다.

대부분의 青果物의 流通費用은 다소 정도의 차이는 있으나 배추의 경우와 類似하다.

畜產物의 大宗을 이루고 있는 쇠고기의 流通費用은 生體가 서울에 있는 都賣市場에 輸送되어 屠畜分配되는 經路에서 計算되었다.

生體重量 400kg의 소 1두가 屠畜되어 精肉으로서 消費者에 판매되는 경우 전체 流通마진율은 22.2%로서 生體가 枝肉化되는 過程의 마진율은 11.9%이고 枝肉이 精肉化되어 消費者에 이

表 7 쇠고기의 流通費用 및 마진(1978.3, 상인경로)

	單位	費用用(원)	比 重(%)
農家受取價格(生體)	400kg	551,300	77.8
+輸送費		500	.07
+入場料		200	.03
+仲介手數料		3,500	.5
搬出商價格(生體)	400kg	555,500	78.4
+飼料		1,250	.2
+運賃(340km) ¹⁾		5,000	.7
+重量減少		28,000	4.0
+委託手數料		15,875	2.2
+屠畜料		2,000	.3
+検査料		200	.03
+利潤		27,675	3.9
都賣價格(枝肉)	200kg	635,500 ²⁾	89.7
+畜產獎勵金		7,000	1.0
+仲介手數料 (부가가치세포함)		4,400	.6
+精肉店組合費		8,500	1.2
+運賃		2,000	.3
+重量減少		14,560	2.1
+精肉化費用		3,000	.4
+利潤		33,540	4.7
小賣價格(精肉)	160kg	708,500 ³⁾	100.0

1) 남원→서울

2) 枝肉(200Kg) : 560,000

내장(30Kg) : 36,200

머리(25Kg) : 22,300

피혁 : 17,000

3) 精肉(160Kg) : 613,000

뼈(40Kg) : 20,000

내장 : 75,500

르는 과정에서의 마진율은 10.3%였다. 費用의 내용을 보면 中間商人의 勞力費와 利潤을 포함한 商行爲의 機會費用이 8.6%이었으며, 유통과정에 있어서 生體와 枝肉의 物量損失費用이 6.1%이었다. 그리고 쇠고기流通의 경우에는 手數料와 公課金이 상당히 높은 比重을 차지하여 5.5%인데 이 중에는 家畜市場入場稅, 仲介手數料와 都賣市場 上場手數料, 屠畜稅, 檢查料 및 축진진홍기금 그리고 축산기업조합비 등이 포함된다(表 7)。

이러한 手數料率의 적정성 여부가 의문시되고 있으며 價格의 謄落과 物量의 많고 적음에 관계없이一定하다는 것은 現實的이 못된다고 하겠다. 이러한 手數料率의 適正水準에 관한 문제는 다른 商品이나 다른 料率에 관해서도 檢討되어야 할 課題이다.

쇠고기 流通費用에서 生體輸送에 따른 體重의 損失과 不可食分 輸送費用은 生產地에서 屠畜되어 枝肉으로 運搬된다면 節減될 수 있다. 枝肉運搬을 위해서 冷凍輸送手段의 普及이 先決되어야 하며 냉동차량의 도입은 충분한 경제적妥當性을 갖는다고 본다. 生體運搬에 필요한 輸送施設面積과 枝肉輸送施設面積의 차이만으로 쇠고기 單位重量當 수송비에 있어서 冷凍車輛이 一般車輛에 비해廉價일 수 있다. 그 외에 產地에 이미 시설된 屠畜設備의 遊休施設을 利用할 수 있으며 都市에 집중되는 公害를 防止할 수 있는 가능성이 있다. 현재 慣行되고 있는 密屠殺肉을 위생적인 시설과 公正去來部門으로 誘導할 수 있는 契機도 될 수 있다. 地域間 屠畜費用이나 公課金의 차이를 利得으로 얻고자 하는 密屠殺行為의 存在理由가 없어지기 때문이다.

우리 食品에서 중요한 위치를 차지하고 있는 水產物은 종류와 商品의 形態에 있어서 多樣하다.

水產物中에 流通費用이 높고 新鮮度가 관심의 대상이 되는 生鮮의 하나인 고등어 경우를 보았다.

生鮮은 揚陸地 委販場에서 반드시 競賣되어야 하며 다시 大都市 都賣市場에 上場되는 것이 보통이다. 都賣市場에는 仲介人이 우선 買取하여 下買人에게 그리고 小賣商(行商포함)으로 所有權이 移轉되는 경우가 主宗을 이루고 있으므로 價格이 여러 段階에 걸쳐 形成되고 있는 實情이다. 고등어의 전체 流通마진은 47.2%이었는데 대부분이 消費地市場에서 發生하고 있으며, 특히 小賣商의 마진이 20%로서 상당히 높다(表 8). 新鮮度에 따른 商品質의 마진이 높은데 이는 小賣商의 販賣施設이 生鮮類에 적당치 못한데 기인하며 취급에 있어서 냄새에 의해 獨立性이 요구되는 상품이므로 소규모 취급에 따른 費用이 높을 수 밖에 없는 것이다. 小賣費用을 節減할 수 있는 方案의 摸索이 生鮮流通에 있어서 중

表 8 고등어의 流通費用 및 마진(1977.5. 상인경로)

	單位	費用(원)	比重(%)
生産者受取價格	1kg	176	52.8
+上場手數料		7	2.2
+稅金		2	.6
+其他費用		2	.4
生産者販賣價格	1kg	187	56.0
+包裝		5	1.3
+運賃(450km)*		5	1.6
+上下車費		1	.3
+委託手數料		13	3.9
+기타費用		4	1.2
+稅金		3	1.0
+利潤		2	.7
都賣價格	1kg	220	66.0
+仲介手數料		9	2.6
+利潤		18	5.4
仲買人引渡價格	1kg	247	74.0
+運賃		2	.6
+稅金		7	2.0
+利潤		11	3.3
仲販販賣價格	1kg	267	80.0
+利潤		66	20.0
小賣價格	1kg	333	100.0

* 부산→서울

요한 課題이며, 新鮮度를 유지하면서 大量去來(판매자측에서)할 수 있는 方案으로서는 車輛을 동원한 行商(移動巡迴販賣)을 생각할 수 있다. 1979年 4月 現在 차량을 이용한 行商이 서울 水產物都賣市場을 중심으로 약 20餘台가 있으며 水協共販場을 중심으로 다소 運行되고 있는 실정이다. 이러한 活動은 流通過程에 있어서 新鮮度維持를 위한 貯藏行爲를 消費者が 代行하는 結果이며 消費者の 購買時期를 一定時間에 限定시키는 결과로서 費用節減策이 될 수 있으나 長期的으로 여기에 대한 消費者の 支拂意思와 能力이 發生하는 경우 流通過程에서 吸收해야 할 것이다.

V. 市場構造分析

1. 市場構造의 特徵

農水產物 市場構造가 다른 商品市場에 비해 상대적으로 完全競爭의 性格을 갖고 있다는 사실은 많이 논의되어 왔다.

그러나 農產物中에 商品의 種類와 市場段階間に 따라 完全競爭의 정도가 다른 것이다. 우선 이러한 市場構造의 完全競爭性은 農家販賣價格變動이 都賣價格이나 小賣價格에, 都賣價格變動이 小賣價格에 동일한 영향을 미치느냐 않느냐의 價格傳導性에 의해 판단될 수 있다. 특히 流通過程의 公급이 장기적으로 完全價格彈力性에 가깝다면 價格傳導性의 정도는 높게 나타날 수 있다. 市場活動이 勞動集約의이고 貯藏과 기타 활동이 專門化가 되지 않았기 때문에 規模經濟성이 나타날 가능성성이 적은 경우 시장활동의 限界費用은 水平의이 될 것이다.

市場價格의 段階別 傳導의 程度를 分析하기 위해서 流通過程別 價格間에 單純回歸線을 推定하

었다. 推定된 回歸線의 기울기를 표시하는 推定係數가 1.0과 유의적으로 다른지 또는 同一한지에 따라 價格傳導性의 정도를 판단할 수 있으며, 다른 경우에 1.0보다 큰지, 작은지에 따라 意味를 달리 한다. 만약 1.0과 같으면 農家販賣價格의 1원 上昇은 都賣價格이나 小賣價格의 1원 上昇을 의미하며 流通過程에 供給은 完全彈力의임을 表示하고 價格傳導性이 完全함을 표시한다. 이 경우에 市場의 競爭力이 높다고 할 수 있을 것이다. 市場의 競爭力은 政府나 當局의 市場介入策이 完全競爭의 性格을 띠 경우에는 증가될 수 있다. 그러므로 完全競爭性은 市場價格에 영향을 미치지 못할 정도의 多數賣買者的 構成要素가 필요한 것이다. 推定係數가 1.0보다 클 경우에 農家販賣價格의 1원 상승은 都賣價格을 1원 이상 상승시키는 결과가 되어 農가판매가격 상승에 따른 流通過程의 제공자가 小賣價格에 영향을 미칠 가능성이 있음을 보여 준다. 1.0보다 작을 경우에는 農家販賣價格의 上昇은 流通過程의 감소로서 가능해지며, 이 경우 상품에 대한 需要의 彈力性이 完全彈力性에 가까운 경우가 될 수 있다. 1970—77년간의 時系列資料를 이용하여 年平均價格과 最盛出荷期 月平均價格을 구분하여 都賣—農家價格, 小賣—都賣價格 그리고 小賣—農家價格間의 單純一次回歸函數를 推定하였다(表 9).

쌀, 사과, 배, 무우, 배추, 고추, 마늘, 쇠고기, 돼지고기, 달걀, 김, 풍치를 對象品目으로 했는데 이 중에서 마늘과 김을 제외한 다른 품목에 있어서는 小賣段階보다는 都賣段階에 있어서 推定係數가 보다 1.0에 가까웠다. 이것은 小賣市場에 비해 都賣市場이 完全競爭의 정도가 높고 價格傳導性이 完全에 가깝다고 할 수 있다. 그러나 마늘과 김에 있어서 小賣市場이 보다 競爭的

表 9 소매가격, 도매가격 및 농가판매가격간의 1차 합수관계의 추정결과, 1970~77의 년평균가격과 최성우하기
월평균 가격(괄호내의 數値은 T值임)

품목별	시기별	관계	常數	기울기 係數	R ²
쌀	년평균	도매—농가	-380.23 (-9.3)	1.0100 (38.86)	0.996
		소매—도매	167.59 (0.47)	1.0682 (46.39)	0.997
		소매—농가	-243.69 (-0.45)	1.0793 (36.69)	0.995
	출하기 (11월)	도매—농가	99.86 (0.15)	0.9897 (25.81)	0.992
		소매—도매	85.64 (0.17)	1.0712 (35.42)	0.996
		소매—농가	205.96 (0.22)	1.0594 (19.45)	0.986
	사과	도매—농가	193.62 (0.64)	1.2065 (9.10)	0.943
		소매—도매	90.25 (0.29)	1.6214 (15.14)	0.978
		소매—농가	446.86 (0.70)	1.9356 (6.84)	0.903
	출하기 (11월)	도매—농가	211.18 (1.62)	1.0028 (17.10)	0.983
		소매—도매	523.66 (0.79)	1.4181 (5.23)	0.845
		소매—농가	821.73 (1.29)	1.4229 (4.98)	0.832
	배	도매—농가	376.66 (1.50)	0.9449 (7.80)	0.924
		소매—도매	-257.24 (-0.41)	1.6159 (6.03)	0.879
		소매—농가	405.53 (0.55)	1.4989 (4.25)	0.783
	출하기 (10월)	도매—농가	173.69 (0.63)	0.9946 (7.58)	0.920
		소매—도매	-563.58 (-1.28)	1.4703 (7.53)	0.919
		소매—농가	-309.34 (-0.53)	1.4631 (5.24)	0.919
	무우	도매—농가	40.06 (2.07)	0.8806 (5.97)	0.855
		소매—도매	7.22 (0.29)	1.4367 (9.00)	0.931
		소매—농가	51.51 (3.01)	1.3807 (10.58)	0.949
	출하기 (11월)	도매—농가	19.36 (1.93)	0.6506 (8.51)	0.923
		소매—도매	15.34 (0.96)	1.5219 (9.83)	0.941
		소매—농가	40.22 (2.99)	1.0318 (10.06)	0.944
	배추	도매—농가	56.92 (2.60)	0.9175 (6.03)	0.858
		소매—도매	7.86 (0.30)	1.4223 (9.93)	0.942
		소매—농가	77.85 (3.25)	1.3900 (8.36)	0.921

품목별	시기별	관계	常數	기울기 係數	R ²
배추	출하기 (11월)	도매—농가	3.79 (0.36)	0.8291 (11.04)	0.953
		소매—도매	20.22 (1.14)	1.4527 (9.88)	0.942
		소매—농가	22.28 (1.27)	1.2336 (9.87)	0.942
고추	년평균	도매—농가	30.98 (-.68)	0.8653 (10.26)	0.946
		소매—농가	109.57 (3.23)	0.9560 (15.13)	0.974
		도매—농가	224.07 (1.58)	1.4188 (18.7)	0.983
마늘	년평균	소매—도매	61.09 (0.36)	0.7743 (12.99)	0.965
		소매—농가	213.91 (1.61)	1.1139 (15.60)	0.975
		도매—농가	213.56 (1.16)	1.2741 (12.79)	0.964
쇠고기	출하기 (7월)	소매—도매	-203.35 (-0.98)	0.9990 (12.20)	0.961
		소매—농가	11.26 (0.04)	1.2720 (8.65)	0.925
		도매—농가	57.06 (2.29)	1.0828 (35.80)	0.995
돼지고기	년평균	소매—도매	65.20 (3.99)	0.9824 (56.78)	0.998
		소매—농가	122.00 (3.71)	1.0592 (26.73)	0.992
		도매—농가	10.08 (0.43)	1.0523 (22.43)	0.988
달걀	년평균	소매—도매	2.18 (0.09)	1.0775 (23.63)	0.989
		소매—농가	8.33 (0.59)	1.2250 (40.25)	0.996
		도매—농가	23.83 (4.82)	0.8189 (35.09)	0.995
김	년평균	소매—도매	-2.16 (-0.24)	1.2402 (27.75)	0.992
		소매—농가	26.71 (3.96)	1.0191 (32.07)	0.994
		도매—생산자	-429.5 (-1.79)	4.26 (4.52)	0.773
출하기	(1월)	소매—도매	51.42 (0.88)	1.3135 (15.4)	0.975
		소매—생산자	-476.13 (-1.33)	5.4511 (3.88)	0.715
		도매—생산자	-0.0031 (-0.00)	2.3087 (3.40)	0.658
꽁치	년평균	소매—도매	105.44 (2.46)	1.1676 (15.49)	0.975
		소매—생산자	69.5 (0.39)	2.8526 (3.92)	0.719
		소매—생산자	-0.48 (-0.01)	1.5147 (5.60)	0.840

이라고 할 수 있었다. 그리고 年平均價格間의 관계와 最盛出荷期 月平均價格間의 관계와는 특별한 차이점을 찾을 수가 없었다.

商品別로 價格傳導의 정도를 보면 쌀, 쇠고기, 돼지고기, 고추 등에는 도매—農家, 소매—도매, 소매—농가 價格關係에 있어서 기울기를 표시하는 계수가 1.0과 유의적으로 다르지 않으며 이는 都賣市場과 小賣市場에 있어 完全 競爭性이 높다고 할 수 있다. 정부의 價格 및 物量調節이 높은 것도 하나의 이유가 될 수 있으나 이것도 市場競爭力を 높이는데 크게 기여하고 있는 것이다.

그러나 그러한介入이 市場競爭力 向上 이상의 영향을 미칠 경우에 장기적으로 자원배분을 歪曲시키는 결과가 된다. 사과, 배, 무우, 배추 등의 青果類와 달걀에 있어서 都賣—農家價格間의 단계에서 기울기계수가 1.0에 가깝고 小賣—都賣 가격관계에 있어서 그것은 1.0보다 유의적으로 크다고 할 수 있었다. 生產地에서 都賣市場에 이르는 都賣段階에 있어서 가격전도성은 높으나 小賣段階의 非競爭的要素가 많고 獨寡占의 정도가 높다고 할 수 있다. 특히 김과 풍차 같은 水產物의 경우에는 獨寡占의 정도가 비교적 높다고 할 수 있는 결과를 얻었다.

이상에서 水產物과 青果物의 市場競爭性에는 다소의 不完全要素가 있으며 특히 小賣段階에서 그 정도가 높다고 볼 수 있다. 市場競爭力 증진을 위한 노력을 市場效率을 높이는데 중요한 部門으로 流通改善을 위한 對策이 水產物과 青果物 그리고 小賣段階에서 보다 시급함을 알 수 있다.

2. 農產物價格 變動要因

所得增大에 따른 需要增大와 農村勞賃上昇 등 生產要素價格의 상승으로 生產費가 增大함으로

써 農產物價格이 上昇趨勢를 보였다. 그러한 價格上昇의 要因을 안고 있으면서도 實質價格의 謄落은 상품에 따라 달랐다. 특히 70年에 비해 菜蔬類의 價格은 GNP 디플레이트보다 낮은 수준으로 상승했으며, 그외 商品은 실질가격의 상승을 보였다. 生產費의 上昇에 流通마진의 상승을 고려한다면 小賣價格의 상승은 보다 높게 나타날 가능성이 있는데, 이러한 小賣價格의 上昇은 流通마진의 상승에 의한 것인가 農家販賣價格의 상승에 의한 것인가에 따라 전체 物價安定을 위

表 10 主要食品 小賣價格 變動要因

單位 : %

		75/76	76/77	77/78	平均
쌀	소매 가격 상승률	21.9	13.0	15.5	16.8
	농가판매가격 기여분	18.4	9.4	15.0	14.3
	유통마진 기여분	3.5	3.6	4.4	2.5
사과	소매 가격 상승률	10.8	47.9	37.1	31.9
	농가판매가격 기여분	6.4	7.3	5.0	6.2
	유통마진 기여분	4.4	40.6	32.1	25.7
배	소매 가격 상승률	15.9	53.3	6.7	25.3
	농가판매가격 기여분	5.5	9.8	13.2	9.5
	유통마진 기여분	10.5	43.5	△6.5	15.8
무우	소매 가격 상승률	0.0	91.0	23.9	38.3
	농가판매가격 기여분	△5.9	53.8	△5.9	14.0
	유통마진 기여분	5.9	37.1	29.9	24.3
배추	소매 가격 상승률	13.0	56.1	46.0	38.4
	농가판매가격 기여분	△8.9	46.2	9.5	15.6
	유통마진 기여분	21.9	9.8	36.6	22.8
김장배추	소매 가격 상승률	△30.8	80.4	△9.8	13.3
	농가판매가격 기여분	△10.8	77.9	△26.6	13.5
	유통마진 기여분	△20.0	2.5	16.8	△0.2
마늘	소매 가격 상승률	120.1	1.1	54.0	58.4
	농가판매가격 기여분	82.5	5.5	18.8	35.6
	유통마진 기여분	37.6	△4.5	35.2	22.8
쇠고기	소매 가격 상승률	51.5	33.0	20.4	35.0
	농가판매가격 기여분	48.4	27.8	35.3	37.2
	유통마진 기여분	3.0	5.3	△14.9	△2.2
돼지고기	소매 가격 상승률	11.3	5.9	47.5	21.6
	농가판매가격 기여분	27.1	1.9	52.6	27.2
	유통마진 기여분	△15.8	4.1	△5.0	△5.6
달걀	소매 가격 상승률	7.6	4.0	21.9	11.2
	농가판매가격 기여분	9.3	5.8	11.2	8.8
	유통마진 기여분	△1.7	△1.8	10.7	2.4

해 필요한 政策의 方向이 決定될 것이다.

최근 3年間에 있어서 小賣價格의 上昇率에 대 한流通마진과 農家販賣價格의 기여율을 보면 쌀, 김장배추, 쇠고기, 돼지고기, 달걀 등 貯藏性이 높은商品은 流通마진의 기여율이 낮은데 비해 사과, 배, 무우, 배추 등은 流通마진의 기여분이 農家販賣價格 기여분에 비해 높다(表 10)。 특히 小賣價格 決定에 정부가 직접, 간접으로 참여하고 있는商品의 경우는 마진의 上昇이 小賣價格 上昇에 미치는 영향이 상대적으로 적으며, 腐敗性이 높은 菜蔬類와 果實類 경우는 流通마진이 主要因이 되고 있다。

VI. 結言——流通費用의 節減 餘地

商品의 種類와 質, 流通서비스의 效率, 市場構造와 市場人의 行爲, 技術水準과 流通下部構造 등에 의해 決定되는 流通費用을 節減할 수 있는 可能性을 分析하기 위해 食品構造의 變化, 流通費用과 마케팅 빌을 算出하고 市場構造側面에서 流通段階別 獨寡占의 程度와 價格傳導性의 程度를 살펴 보았다.

農水產食品 流通費用을 節減하고 流通에 있어서 價格效率을 提高할 수 있는 가능성을 제시해 보면, 첫째로 農水產物 流通에 있어서 市場競爭力を 提高시키는 努力은 가장 重要한 意義를 갖는다고 보겠다. 특히 小賣市場에 있어서 競爭力向上은 무엇보다 중요하다고 하겠다. 정확한 市場情報의 審集分散體制를 확립하고 短期觀測業務과 정확한 統計業務을 整備하여 大規模에 의한 市場獨寡占力行事를 最小화할 수 있어야 한다.

둘째, 等級化와 包裝을 철저히 하여 去來에 따른 費用을 節減하고 貯藏性 강한 農水產物부터

標本에 의한 去來를 示圖함으로써 去來費, 輸送費, 上下荷役費 및 中間商人의 勞力費를 節減할 수 있다. 等級化와 包裝化 및 標準化는 과학적인 근거에서 實用性을 감안하여 점진적으로 施行해야 할 것이다.

세째로 青果物에 있어서는 流通過程에 있어서 新鮮度의 維持와 物量減耗를 防止할 수 있는 方案이 流通過程에서 摸索된다면 消費者的追加效用創造와 그 機能遂行者の所得增加의 二重效果를 얻을 수 있다. 消費者的支拂意思와 能力이 뒷받침된다면 青果物의 包裝과 貯藏의 技術開發과 設備投資를 적극 推進하여 青果物의 流通費用의 빛은 部分을 節減할 수 있다.

네째로 農產物의 경우에는 冷凍車輛의 導入으로 輸送費用을 節減할 수 있는 가능성이 크다. 生體運搬에 따른 輸送設施面積과 不可食分 輸送費用을 절감할 수 있는 동시에 위생적流通을 가능하게 하고 產地에 위치한 屠畜設施을 完全稼動할 수 있는 效果도 있다. 農產物의 包裝이 완전해지고 消費者的購買行爲가健全해지는 경우 精肉店만이 肉類를 販賣할 수 있다는 规定은 필요성이 적어지고, 冷藏設施 등 必要設施만 있는 경우 어떤 食品販賣店에서도 取扱할 수 있을 것이며, 이럴 경우 市場競爭力向上이 가능해진다. 그리고 大規模의 有利性이 食肉販賣에 適用될 수 있다고 보기 힘들다.

마섯째 水產物流通에 있어서 揭陸地와 消費地 市場의 二重競賣가 꼭 필요한가는 檢討되어야 하며, 車輛을 동원한 行商이 단기적으로 有利할 수 있으나 長期의으로 현재 消費者가 담당하는 新鮮度維持와 貯藏行爲는 流通部門으로 吸收될 성질의 것이다.

마지막으로 都市市場과 貯藏, 加工分野에서 관습적으로 적용되고 있는 각종 料率과 手數料率

을 商品의 種類와 時期別, 地域別 特性을 감안하여 적정수준으로 調整하는 研究가 필요하다. 費用의 節減만이 流通效率을 증가시키는 方案이 아니므로 주어진 機能의 遂行效率과 價格傳導性提高를 고려한 方案이 消費者의 支拂意思와 能力의 範圍內에서 摸索되어야 한다.

〈参考文獻〉

- 農水產部：「農林統計年報」，1976—78。
——，「農家經濟調查結果報告」，1976—78。
韓國銀行：「1975 產業聯關分析」，1978。
——，「國民所得計定」，1976—78。
經濟企劃院：「礦工業統計調查報告書」，1976。
——，都小賣業현서스報告書，1976。
——，都市家計年報，1965—78。
關稅廳：「貿易統計年報」，1975。

水產廳，「水產統計年報」，1976—78。

W.W. Mueller, "Some Market Structure Consideration in Economic Development", *Journal of Farm Economics*, Vol. 41, No. 2, May 1959.

V.W. Ruttan, "Agricultural Product and Factor Markets," *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 17, No. 4.

R.L. Kohls, "Toward a More Meaningful Concept of Marketing Efficiency", *Journal of Farm Economics*, Vol. 38, No. 1, Feb. 1956.

G.S. Shepherd and G.A. Futrell, *Marketing Farm Products Economic Analysis*, fifth ed. Iowa State University Press, 1969.

J. Hammond *et al.*, "Why the Growing Farm-Retail Price Spread?" *Minnesota Farm Business Notes*, Oct. 1967.

D.C. Dohl and J.W. Hommond, *Market and Price Analysis: The Agricultural Industries*, McGraw-Hill Book Co. 1977.