

協同組合流通事業에 대한 農民의 認識調查研究*

許 吉 行

責任研究員, 農業流通室

金 鎮 碩

研究員, 農業流通室

- I. 序 論
- II. 調査概要
- III. 協同組合에 대한 認識
- IV. 農産物 販賣實態
- V. 共同出荷에 대한 認識
- VI. 協同組合 販賣支援活動에 대한 參與
- VII. 農民希望 協同組合 流通事業
- VIII. 結 論

I. 序 論

協同組合流通事業(cooperative marketing)은 일반적으로 協同組合의 販賣事業을 의미하며, 많은 경우 이들을 혼용하고 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 공동으로 수행해 나가는 체제를 말한다(Digby

1955, 8). 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 유리한 조건으로 판매해 주기 위한 協同組合의 각종 流通活動을 의미한다고 하겠다. 다만, 이러한 모든 流通活動의 기본적인 성과는 대부분 販賣事業으로 귀착되고 있다.

현재 協同組合은 農水産物 流通分野에 있어서 産地로부터 消費地에 이르기까지 매우 다양한 분야에 참여하고 있으며, 農水産物 流通상 이들의 機能과 役割은 매우 중요하다. 또한 앞으로도 協同組合의 農水産物 流通상의 機能은 더욱 증대될 것으로 기대된다. 따라서 協同組合流通事業의 效率化는 우리 나라 전체의 流通能率化와 직결되는 중요한 문제이다.

소규모 生産者인 農漁民은 生産物을 보통 고도로 組織化된 商人이나 加工工場에 판매하게 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 입장에서 거래를 위해서는 農漁民은 자

*이 論文은 許吉行外 「協同組合流通事業의 發展方向研究」(韓國農村經濟研究院, 1985)의 일부를 보완한 것임.

신들의 組織的 流通機構를 설립해야 한다(Branson 1983, 250). 따라서 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(朴鍾洙 1985, 18-19). 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를 높이는 데 주요 목표가 있다(Digby 1955, 8).

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 設立目的에 부응하는 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 높아지고 있다. 이러한 現實的인 여건을 고려할 때 協同組合의 流通機能 強化가 절실히 요망되고 있다.

農協中央會에서 調查研究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 나

타나 있다(金敎殷 1983, 309).

그런데 流通事業의 效率性を 좌우하는 가장 중요한 요인은 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 실현하는 데 있으므로 어느 정도 수준 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(高永坤 1981, 7). 왜냐하면 單位組合 管内 農民組合員의 農業總生産量이나 商品化量이 短期的으로 일정하다고 할 때 組合의 事業物量은 組合員의 參與도에 의해 결정된다고 볼 수 있으며, 農民組合員의 參與 없는 農協의 販賣事業이란 존재할 수도 없는 것이기 때문이다(朴鍾洙 1980, 70). 또한 組合員의 자발적인 참여를 유도하기 위해서는 組合員들 사이에 자기가 생산한 農水産物을 보다 유리하게 판매하기 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 측정해 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 요인이 되고 있다는 것을 알 수 있다(金敎殷 1983, 307).

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도는 流通事業은 물론 協同組合事業 전반의 成敗에 매우 중

요한 요인이 되고 있다.

Ⅱ. 調査概要

1. 調査方法

調査對象은 農民輿論調査를 위한 農村經濟研究院의 現地通信員으로 한정하였으며, 豫算과 時間을 고려하여 총 2,206명의 通信員 중 552명만을 標本抽出에 의해 調査했다. 調査方法은 郵便調査를 하였으며, 調査對象者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. 調査對象者 552명 중 약 64%인 352명이 調査表를 회송했으며, 이중 記載內容이 부실하다고 판단되는 31명을 제외한 321명에 대해서만 分析을 했다.

2. 調査農民 概要

調査對象으로 한 現地通信員은 農村의 輿論을 조사하기 위해 이미 선정해 놓은 農民들이다. 따라서 이들은 대부분 農村의 輿論先導者 그룹에 속한다고 할 수 있으며, 學歷水準이나 營農規模가 비교적 높다. 따라서 여기에 제시된 調査結

果는 農民全體의 見解라기보다는 대체로 農村의 指導的 階層의 協同組合 특히 農協에 대한 認識이라고 볼 수 있다.

分析을 위해 農家の 主栽培作物 및 出荷品目을 基準으로 調査農家を 營農形態別로 분류했다. 여기에서 特作農은 油脂作物과 양념류채소 재배를 주로 하는 農家이며, 養畜農家は 소를 5두 이상 飼育하고 있거나 畜産의 비중이 높은 農家이다. 調査農家の 營農形態別 構成을 보면, 전체 321農家 중 45.5%에 해당하는 146호가 米作農으로 가장 많고, 菜蔬農이 34호로 가장 적으며, 나머지 果樹, 特作 및 養畜農은 46~48호로 비슷한 수준이다<表 1>.

調査農民의 人的構成을 보면, 年齡面에서 30세 미만이 41.2%로 가장 많고, 40세 미만이 80.3%이고 50세 이상은 3.9%로서 비교적 젊은 층으로 구성되어 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%이다<表 1>.

調査農家の 호당 平均耕地面積은 草地를 제외하고 5,367평으로서 全國平均 1.09ha보다 0.7ha나 높게 나타났으며, 家畜도 상당수 飼育하고 있는 것으로 나타났다<表 2>.

表1 調査農民 人的 事項

區 分	調 査 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.

表2 調査農家の 營農概況

區 分	조 농가수 (호)	경 지 면 적(평)							가 축 현 황(두)				
		논	밭	과수원	초지	비 닐 하우스	計*		소	돼지	젖소	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.

Ⅲ. 協同組合에 대한 認識

1. 協同組合觀

우리 나라의 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. 이와 같은 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 農民들이 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(成培永外 1981, 391-392).

本調査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 學歷水準이 높은 農村의 지도적인 輿論先導그룹임에도 불구하고 應答者の 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 應答者の 39.9%는

表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
경 부 산 하 기 관		39(16.7)	18(23.1)	16(25.0)	16(19.5)	19(23.8)	108(19.4)
농 어 민 을 지도 감독 하는 기 관		17(7.3)	4(5.1)	6(9.4)	6(7.4)	5(6.3)	38(7.5)
농 어 민 상 대 의 금 융 기 관		104(44.6)	27(34.6)	26(40.6)	32(39.0)	35(43.7)	224(39.9)
농 어 민 을 위한 농 어 민 의 조 직		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)

* 應答人數가 調査農民數보다 많은 것은 二重應答者가 있기 때문이다.

表 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: 應答人數가 調査農民數보다 많은 것은 二重應答者가 있기 때문이다.

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 볼 때에는 菜蔬農과 養畜農의 精確한 認識水準이 비교적 낮은 것으로 나타났다<表 3>.

이러한 점을 고려할 때, 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.

2. 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 필요하다고 대답했지만, 52.5%가 필요하긴 하지만 問題點이 너무 많다고 지적한 점에 비추어 볼 때 <表 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 果樹農이 높게 나타났다. 또한 協同組合의 필요성에도 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 못하는 데 있는 듯하다.

3. 販賣事業에 대한 認識

地域協同組合이 農水産物을 제값받고 팔 수 있도록 도와 주고 있는지에 대한 질문에 대해서는 應答者의 17.9%가 적극적으로 도와 주고 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 거부 반응을 보였는데, 養畜家의 拒否率이 3.6%로 높았다. 또한 營農形態別로는 菜蔬農과 米作農이 비교적 肯定的인 반응을 보였다<表 5>.

Ⅳ. 農産物 販賣實態

1. 販賣處

農産物의 賣買處는 과거의 商去來慣行, 商品의 特性, 1회의 出荷量 등에 따라서 많은 차이

表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 치중하여 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)

가 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 5일市場 판매 비중이 비교적 높으며, 상당부분이 大都市都賣市場으로 直接出荷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 판매되며, 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, 5일市場, 產地市場 등에 골고루 販賣되지만, 그중 大都市都賣市場과 5일市場의 比重이 높다. 다만 수박을 產地收集商에게 販賣하는 比重이 32.6%로서 매우 높다. 한편 같은 果菜類이지만 딸기는 부패성이 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 5일市場에 販賣하는 비중도 他品目에 비해 비교적 높으며, 部落內에서 販賣되는 量도 7~8% 정도된다. 양파, 고추, 마늘 등 양념菜蔬는 80% 정도가 產地收集商이나 5일市場에 販賣되며, 他品目에 비해서 大都市에 直接出荷되는 비중이 매우 낮다.

畜産物인 소, 돼지 역시 產地收集商 또는 5일

表6 主要品目の 販賣處別 販賣量 比重*

單位：%

販賣處 品目	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
보 리	10.5	11.8		13.8	1.3	62.5	100.0
사 과	32.5	2.2	24.8	38.6	1.9		100.0
배	4.6	7.7	29.2	58.5			100.0
감 굴	53.3			46.7			100.0
수 박	32.6	29.2	13.5	25.7			100.0
참 외	1.4	28.6	14.3	37.7			100.0
오 이	14.3	17.1	18.6	48.6	1.4		100.0
딸 기		1.3	30.1	68.6			100.0
무 우	13.8	17.4	11.6	46.3	8.7	2.2	100.0
배 추	32.9	13.4	10.1	34.8	7.4	1.4	100.0
양 파	63.3	13.3	3.3	19.4	0.7		100.0
고 추	28.2	53.8	10.3	4.2	2.8	0.7	100.0
마 늘	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
돼 지	49.3	24.3	12.9	4.9	4.3		100.0

* 農家別 販賣量을 고려치 않은 算術平均임.

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. 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 6>.

2. 販賣方法

農民이 生産物을 販賣하는 方法 역시 매우 다

表 7 販賣方法別 販賣量 比重*

單位: %

품목	판매방법	포전매매	정전매매	개별출하	공동출하	계통출하	정부또는 농협수매	기타	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	우	28.6	4.8	38.1	19.0	9.5			100.0
배추	추	48.7	11.7	27.6	23.5	23.5			100.0
양파	파	38.5	23.1	30.8		6.9		7.7	100.0
고추	추	1.3	29.5	67.0	0.9	1.1		0.2	100.0
마늘	늘	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.

양하며, 販賣方法 또한 과거의 商去來慣行, 商品의 特性, 1 회 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 產地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 비중이 비교적 높게 나타났다. 이는 최근 오이와 딸기가 主產地 중심의 생산이 이루어지고 있으며, 1 회 出荷량이 비교

적 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, 양파 등 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.

스, 돼지는 대부분 個別出荷에 의하여, 農家販賣와 系統出荷의 비중도 각각 10% 정도 된다 <表 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중 50.9%이며, 34.3%는 자신은 물론 주위에서조차도 보지를 못한 것으로 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 8>.

또한 農家の 單協과의 距離別로 共同 및 系統出荷의 經驗을 보면, 2~4km 범위에 거주하는

表8 協同組合을 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 한 적이 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)

農民의 共同 및 系統出荷 비중이 가장 높고, 다음은 1~2km이며, 4km 이상에 거주하는 農民은 共同 및 系統出荷 經驗이 비교적 적은 것으로 나타났다<表 9>.

이상에서 살펴본 바와같이 調査對象 農民이 대부분 農村의 先導的 階層임에도 불구하고, 共同出荷나 系統出荷의 比重이나 經驗이 높지 않으며, 品目간에 많은 격차가 있음을 고려할 때 協同組合의 共同出荷 擴大를 위한 노력은 더욱 증대되어야 할 것으로 판단된다.

V. 共同出荷에 대한 認識

1. 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 15명만 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 組織率이 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 1981년 이후에 설립되었다. 組織當 연간 平均出荷實績은 90, 913천 원으로 응답자의 部落內 總出荷量의 58.5%가 共同出荷되는 것으로 나타났다. 調査應答者の 연간 共同出荷回數는 평균 21.5회로서 농가당 평균 7,082천 원을 共同出荷한 것으로 응답했다<表 10>.

2. 共同販賣事業에 대한 認識

거주하고 있는 地域에서 協同組合을 통한 共同販賣가 잘되고 있는지에 대한 質問에 대해 應答者の 19.9%만 잘 되고 있다고 대답했으며, 47%는 잘 안되고 있다고 대답했다<表 11>. 이러한 점에 비추어 볼때, 農民의 대다수는 協同組合을 통한 共同販賣가 잘 안되고 있는 것으로 인식하고 있음을 알수 있다.

한편, 農民의 거주지와 單協간의 거리별 共同

表9 單協과의 距離別 共同 및 系統出荷 經驗

單位：%

區	分	1km 미만	1~2km	2~4km	4~8km	8km 이상	全體
있	다	51.5	53.9	56.0	44.0	41.7	50.9
	부락에서 다른 사람들은 하고 있으나 자신은 한적이 없다	13.7	11.8	17.3	16.0	16.6	14.8
	자신은 물론 주위에서도 하지 않고 있다	34.8	34.2	26.7	40.0	41.7	34.3
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

表 10 共同出荷組織 運營實態

區 分	조사응답 농가수 (%)*	부락내 공동출하조직 운영							조사응답농가의 참여실적		
		평균 회원수 (명)	설립시기별 출하조직구성(%)					年間 組織當 平均出荷實績 (천원)	부락내총 출하당중 비중(%)	연간공동 출하회수 (회)	1人當共 同出荷實 績(천원)
			70년이전	71~75	76~80	81년이후	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.

表 11 營農形態別 協同組合 共同販賣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
잘 되고 있다.	29 (22.1)	9 (21.4)	6 (18.8)	3 (7.7)	10 (23.3)	57 (19.9)
그저 그렇다.	31 (23.7)	16 (38.1)	15 (46.8)	17 (43.6)	16 (37.2)	95 (33.1)
잘 안되고 있다.	71 (54.2)	17 (40.5)	11 (34.4)	19 (48.7)	17 (39.5)	135 (47.0)
計	131 (100.0)	42 (100.0)	32 (100.0)	39 (100.0)	43 (100.0)	287 (100.0)

表 12 單協間 距離別 共同販賣에 대한 認識

單位: %

區 分	1km 미만	1~2 km	2~4 km	4~8 km	8km 이상	全 體
잘 되고 있다.	18.0	15.7	15.7	23.9	8.3	19.9
그저 그렇다.	31.3	32.4	42.9	40.3	25.0	33.1
잘 안되고 있다.	50.7	51.9	41.4	35.8	66.7	47.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

販賣에 대한 認識은 4~8km 거리에 거주하는 農民의 認識이 비교적 가장 양호하며, 8km 이상의 거리에 거주하는 住民이 가장 불량한 것으로 나타났다(表 12). 이를 앞의 <表 9>와 비교해 볼 때, 共同出荷의 經驗은 2~4km 거리에 거주하는 農民이 가장 많이 갖고 있는데 비해, 共同出荷가 잘되고 있다는 認識은 4~8km에 거주하는 農民이 가장 良好함을 나타내는 것으로서 共同出荷에 대한 經驗과 認識 사이에는 상당한 괴리가

있는 것으로 판단된다. 또한 이러한 결과에 비추어 볼 때, 共同出荷의 開發은 單協과 거리가 비교적 먼 곳에 거주하는 農民에게 보다 중점이 주어져야 할 것으로 판단된다.

3. 共同出荷의 成功要因

共同出荷組織의 成功은 여러가지 成功 요인이 갖추어졌을 때 가능하다. 成功 요인에 관해서는 여러가지 측면에서 많은 提示가 있으나(徐箕源

表 13 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 지도자중심의 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 14 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

外 1984, 76-77; 沈永根 1983 141-148; 金成勳 外 1984, 57-60) 이들 성공 요인은 다음과 같이 内部的 條件과 外部的 條件으로 분류될 수 있다.

〈共同出荷組織 成功要因〉

内部的 要因	地理的 環境의 條件
	農漁民의 必要性에 대한 認識
	指導者의 指導力과 봉사정신
	部落住民의 人的構成과 傳統
	出荷商品의 競爭力 提高
外部的 要因	合理的이고 실현가능한 目標設定 및 推進
	각종 資金 및 資材支援
	組織的 作目班 育成政策
	組合任職員の 積極적인 出荷指導 活動

共同出荷가 성공하기 위해서는 이들 모든 條件이 갖추어 질 때 매우 효과적이 된다. 그러나

共同出荷가 잘 되는 경우 그 원인으로서는 가장 중요한 것은 組合과 農漁民의 必要性 認識과 組合任職員の 열의도 중요한 것으로 지적되고 있다(表 13).

한편, 共同出荷가 잘 안되는 경우 그 원인으로서는 主產地形成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 14). 이러한 점을 고려할 때 共同出荷를 확대하기 위해서는 作目班의 조직적인 育成을 통해 生産을 主產地化하고 共同出荷商品의 競爭力을 제고시킴으로써 農民의 共同出荷의 必要性을 인식하도록 하는 協同組合 任職員の 積極적인 努力이 필요할 것이다.

4. 共同出荷 關聯組織에 대한 認識

農協은 販賣事業의 擴大을 위해 共同出荷班, 出荷相談室, 出荷協議會 등을 설치 運營하고 있

으며, 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 잘 알고 있다고 했으며, 39.8%는 잘 알지를 못하고, 14.6%는 전혀 모른다고 대답했다 <表 15>.

이러한 점을 고려할 때, 共同出荷組織에 대한 農民의 認識과 理解를 높이기 위해서는 指導事業과 販賣事業의 강화를 통한 協同組合 職員의 적극적인 노력이 요망된다.

Ⅶ. 協同組合 販賣支援活動에 대한 參與

1. 販賣支援活動에 대한 認識

協同組合은 農民이 生産物을 效率의으로 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 수행해야 할 役割이다.

그러나 協同組合의 販賣活動 支援活動은 매우 저조한 편이다. 즉, 비교적 應答率이 높은 包裝資材供給도 調査農家의 22.6%만이 協同組合에서 支援을 받고 있다고 했으며, 輸送車輛 提供,

表 15 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 16 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
출하선도급제공	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

表 17 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
농협판매 사업 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

出荷先渡金 提供, 價格과 販賣處에 대한 情報提供 등의 서비스 支援도 調査農家の 15.1~11.7%만이 지원을 받고 있다고 응답했다. 또한 나머지는 모두 受惠率이 10% 미만이다<表 16>.

이와같이 調査農민이 協同組合의 販賣支援活動 受惠率이 낮은 것은 單協의 產地流通機能이 미약하거나 農민이 支援을 받고도 그에 대한 認識을 못하고 있는 것으로 생각된다. 따라서 이러한 要因들이 單協이 共同出荷나 販賣事業을 확대하는 데에는 많은 制約이 될 것으로 판단되며, 農민이 協同組合에 대해서 갖고 있는 認識이나 事業參與와도 직접 관련이 있는 것으로 판단된다.

2. 協同組合 利用의 忌避理由

農민이 農協을 통해 生産物을 販賣치 않는 理由로서는 調査農家の 32.3%가 販賣物量이 小規模이기 때문인 것으로 응답했으며, 20.8%는 價格面에서 農協을 통한 販賣가 불리한 것으로 지적하고 있다. 한편, 調査農家の 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 調査되었다<表 17>.

이러한 점에서 볼 때, 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 主産園地化하도록 作目班을 적극 육성해야 할 것이며, 組織의이고 效率의인 販賣活動을 통해서 農민이 商人에게 판매하는 경우보다 유리한 價格을 受取할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

3. 流通情報에 대한 満足度

流通情報은 農민이 적절한 販賣處, 販賣量, 販賣時期 및 販賣方法을 결정하는데 매우 중요하다. 또한 農민은 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민이 生産物을 제값에 販賣하기 위해서는 市場交渉力の 増進이 필요하다. 市場交渉力を 増進시키기 위해서는 販賣條件을 결정하는데 필요한 정확한 流通情報의 供給이 필요하다. 協同組合에서는 1963년 이후부터 農水産物 流通情報의 적절한 蒐集과 分散에 노력하여 왔다.

協同組合에서 제공하는 流通情報에 대한 農民의 満足度を 조사한 결과 전체적으로 불만스러운 것으로 나타났다. 즉, 任意指數構成法(Arbi-

表 18 協同組合 流通情報에 대한 滿足度

單位: 名(%)

區 分	극히 만족	만 족	보 통	불 만	매 우 불 만	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 극히 만족 2點, 만족 1點, 보통 0點, 불만 -1點, 매우 불만 -2點을 부여하여 合算함(321名기준).

rary Index Construction)에 의해 산정된 스케일링指數는 전체 平均 -0.45점으로 流通情報 전체 내용에 대해 불만스러운 것으로 나타났다¹. 內容別로 보면, 流通情報의 活用度와 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 18>. 그결과 農民이 情報를 이용하는 出處는 產地商人, 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 이용한다고 응답한 사람은 겨우 調査農民의 2.5%에 불과했다.

Ⅶ. 農民希望 協同組合 流通事業

協同組合은 農水産物流通상 다양한 分野에서 활동하고 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의 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 설립되었으므로 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 성공 요인에서도 지적한 바와 같이 農民의 必要性 認識은 事業成功에 매우 중요하다. 따라서, 協同組合의 각종 流通事業別 農民의 必要性 認識度의 差는 事業의 優先順位를 결정하는데 매우 중요한 요인의 하나가 될 수 있으며, 協同組合 流通事業의 發展方向을 설정하는 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 해야 한다고 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를 상호비교하기 위해서 任意指數構成法(Arbitrary Index Construction)에 의한 必要性 認識指數 및 平均 認識指數를 산출하였으며 <表 19>, 그 結果를 이용하여 平均認識指數別로 協同組合의 流通事業

¹ 스케일링指數는 滿足度에 따라 극히 만족 2點, 만족 1點, 보통 0點, 不滿 -1點, 매우 不滿 -2點을 부여함으로써 -0.45는 보통(0點) 이하의 상당히 불만스러움을 나타냄.

表 19 協同組合流通事業別 必要性 認識度

單位：%

區 分		반 드 시 해야한다	해 도 되 고 안해 도 된다	모 르 겠 다	할 필 요 가 없 다	해 서 는 안 된 다	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 수퍼마켓 운영	42.5	26.0	17.7	9.8	4.0	273.8	0.85
流 通 助 成 機 能	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 수집 및 전달	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 輸 出	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, 해 도 되 고 안해 도 된다 1點, 모 르 겠 다 0點, 할 필 요 가 없 다 -1點, 해 서 는 안 된 다 -2點을 부여한후 合算平均(321명기준).

表 20 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 수립 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 시행
貿 易 事 業	農 水 産 物 輸 入		農水産物 輸出

* 産地集荷場, 競賣式集荷場, 水産物 委販場포함.

을 分類했다(表 20).

스케일링指數²상 平均認識指數가 1.00 이하인 事業에 대해서는 農民이 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 해야 된다” 보다는 “해 도 되 고 안해 도 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

² 스케일링指數는 必要性 認識度에 따라 반드시 해야한다 2점, 해 도 되 고 안해 도 된다 1점, 모 르 겠 다 0점, 할 필 요 가 없 다 -1점, 해 서 는 안 된 다 -2점 등을 부여함.

集荷場 및 水産物委販場의 運營과 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 產地流通活動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 產地流通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 낮은 것은 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, 產地共販場 또한 農民에게 주는 직접적인 혜택이 적은 것으로 판단된다.

VIII. 結 論

流通事業은 協同組合이 반드시 수행해야 할 核心的인 事業임에도 生産者 組合員의 적극적인 參與와 호응이 없이는 成功할 수 없는 事業이다. 또한 協同組合 事業에 대한 生産者의 認識이 올바른 때에만 生産者의 적극적인 參與와 호응을 기대할 수 있다. 그래서 協同組合에 대한 農民의 認識改善은 協同組合流通事業이 성공하기 위한 필수적인 요인의 하나이다. 또한 流通事業은 組合員 農民을 組合內部로 誘因할 수 있는 중요한 事業이기도 하다.

이와 같은 중요성을 고려하여, 協同組合 流通事業에 대한 農民의 認識을 調査했다. 그 결과, 調査對象者가 비교적 農村의 指導의 階層임에도 協同組合 流通事業에 대한 參與와 認識水準이 상

당히 낮은 편이었다. 따라서 協同組合이 流通事業을 보다 成功的으로 수행할 수 있기 위해서는 農民의 利益增進이라는 입장에서 보다 적극적으로 事業을 전개해 나감으로써 農民의 認識을 改善토록 해야 할 것이다.

특히, 組合員의 認識改善을 위해서는 組合任 職員의 적극적인 對應과 더불어 事業內容이 生産者의 利益과 직결되며, 流通能率化를 통해 組合員의 農産物 受取價格을 높이고자 해야 한다. 따라서 協同組合의 流通事業은 農民의 必要度가 높은 事業에 우선적 중점이 두어져야 할 것이다.

調査結果 協同組合 流通事業別 農民의 必要性 認識度는 產地流通活動과 流通助成機能事業이 높으며, 大都市의 수곡運營과 農水産物輸入事業은 낮으며, 產地 및 消費地 共販場 運營 및 貯藏倉庫의 運營事業은 그 中間이었다. 따라서 協同組合이 流通事業에 대한 優先順位를 決定할 때에는 이러한 農民의 認識도가 충분히 반영되도록 해야 할 것이다.

參 考 文 獻

- 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 第7號, 農協中央會, 1981. 7.
- 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.
- 金成勲·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.
- 朴鍾洙, “產地協同組合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」, 建國大學院, 1985.
- 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·農協中央會調査部, 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.
- 沈永根, “產地共同出荷組織의 農産物 마아케팅,” 「아

- 시아地域의 農產物流通」, 農協中央會 調查部, 1983. 6.
- 陳興福・金聖基, 「最新農業協同組合論」, 先進文化社, 1977.
- 許吉行外, 「協同組合流通事業의 發展方向」, 韓國農村經濟研究院, 1985.
- Abrahamsen, Martin A., *Cooperative Business Enterprises*, McGraw-Hill Book Company, 1976.
- Branson, Robert. E, & D.G. Norvell, *Introduction to Agricultural Marketing*, McGraw-Hill Book co., 1983.
- Digby, Margaret & R.H. Gretton, *Agricultural Cooperative Marketing*, FAO, Rome, 1955.