

연구 노트

농산물 유통환경 변화에 따른 도매시장 경쟁력 강화방안

전 창 곤*

1. 도매시장 위기론과 문제제기
2. 도매시장의 중요성과 유통실태 및 성과
3. 도매시장 발전의 위협적 요인
4. 도매시장 경쟁력 강화방안

1. 도매시장 위기론과 문제제기

우리나라의 농산물 법정도매시장은 1920년대부터 시작되어 약 70년 이상의 역사를 가지고 나름대로 발전해 왔다. 그러나 실질적으로 법정도매시장이 농산물유통의 중심적인 유통기구로 자리매김하게 된 것은 공영도매시장이 속속 건설·개장되기 시작한 1990년대 이후라고 할 수 있다. 따라서 1980년대 중반까지의 우리나라 농산물 도매유통은 영세한 민간 법정도매시장과 유사도매시장에 의해 그 기능이 수행되어 왔다.

이 시기의 농산물 도매유통의 특성은 한마디로 거래자 쌍방간의 시장교섭력의 불균형에 따른 거래의 불공정성, 복잡다단계적인 유통구조에 기인한 과도한 유통비용과 고비용

구조적인 유통체계, 가격형성의 비공개성과 기준가격의 부재, 유통정보 수집·이용의 제한성과 폐쇄성 등을 들 수 있다. 그리고 유통 참여자는 산지단계의 수집·반출상, 도매단계의 영세규모 위탁상, 소매단계의 영세소매점 등이다. 그 결과 개별 영세생산자는 항상 가격수취자의 입장을 취할 수밖에 없었으며, 소비자 역시 지불가격에 대한 협상력이 미약하여 제시하는 가격을 그대로 지불할 수밖에 없었다.

이러한 상태에서 1980년대 이후 상업화 영농 및 도시화의 급진전 등으로 농산물 공영도매시장에 대한 수요가 급증하게 되어 1985년 가락동 도매시장이 공영으로 최초로 개장되고, 기타 도시에 공영도매시장이 속속 개장되면서 1990년대 이후 농산물 도매유통의 중추적 유통기구로 되었다. 그리고 전국의 거점도시에 중앙 및 지방 공영도매시장망을 형성함으로써 고질적인 농산물유통의 병폐를 없애고 효율적인 유통체계를 구축하려고 하였다.

* 부연구위원

그러나 정부의 공영도매시장 정책이 완료되기도 전에 전환기적인 내외부적 환경변화에 직면함으로써 도매시장의 존립에까지 영향을 미치는 요인으로 작용하게 되었다. 실제로 유통시장 개방과 유통체계의 급변으로 다양한 도매유통기구가 출현하기 시작함으로써 도매시장이 농산물의 중추적 유통기구라는 관점에서 병행적 또는 보조적 유통기구라는 관점의 위험한 인식전환이 진행되고 있는 것이 사실이다. 특히 최근 급진전되고 있는 민간 또는 생산자단체의 물류센터 건설의 확산과 운영으로 도매시장이 비효율적인 유통기구로 낙인찍히고 있으며, 심지어는 도매시장 무용론이라는 주장들이 제기되고 있는 실정이다. 그 결과 도매시장의 발전과 존립을 위한 기초조건이 크게 변화하고 있으며, 도매시장의 기능에 대한 논란이 제기되고 있다.

농산물이 가지는 상품자체의 특성이나 영세분산적인 생산 및 소비구조하에서는 시장유통 경로에 비해 시장의거래의 증가는 한계가 있을 것으로 판단되지만, 최근 농산물의 다양한 유통경로와 거래형태가 개발되고 있어 도매시장 중심의 시장유통체계가 크게 도전을 받고 있다. 이러한 상황에서 도매시장이 능동적으로 대응하지 못하면 도매시장의 좌표는 빠르게 좌하향으로 이동할 수밖에 없을 것이다. 선진국의 경우 장기적인 유통환경의 변화에 적응함으로써 도매시장의 기능이 분명하고 존립가치가 확고하게 인식되어 있으나, 우리 나라의 유통환경 변화는 짧은 기간 동안에 압축되어 나타나고 있어 적절히 대응하지 못하면 좌표의 이동이 선진국과는 다르게 나타날 수 있는 것이다.

따라서 현시점에서 도매시장의 좌표를 재인식하고, 이에 대응한 발전방향을 모색하는 것이 21세기 새로운 도매시장 및 도매시장법인의 생존전략을 위해 무엇보다도 시급하다.

2. 도매시장의 중요성과 유통실태 및 성과

2.1. 도매시장의 기능과 중요성

농수산물 도매시장은 유통과정에서 중계기능은 물론 집하와 분산기능을 동시에 수행함으로써 다양한 유통기구중 중추적인 기능을 수행한다. 유통과정중 도매시장에서 수행되는 유통기능에는 크게 상적기능, 물류기능, 정보수집·전파기능, 수급조절 및 시장활동의 선행지표 기능 등이 있다. 도매시장이 이러한 기능을 효율적으로 수행하지 못하면 도매시장 무용론이 나타나고, 존립자체에 크게 영향을 받을 수 있다.

일반적으로 선진국의 경우 경제가 고도로 발전하고 경제규모가 커지면서 산지와 소매기구와의 직접적인 거래가 증가하거나 다양한 유통기구의 출현으로 도매시장의 기능이 지속적으로 감소되는 경향을 보이고 있다. 그러나 이것은 도매시장의 기능이 다른 유통구에 흡수되어 도매시장 자체가 소멸한다거나 무용지물이 된다는 것은 아니다. 또한 이 같은 현상은 유통환경의 충분한 여건변화를 전제조건으로 하고 있다. 산지의 경우 생산의 전문화·규모화, 생산자의 조직화, 완벽한 표준규격화가 이루어져야 하며, 소매단계의 경

우 고도로 조직화·체인화된 유통기구가 소매거래의 대부분을 담당하는 유통주체가 되는 것이다.

우리 나라의 경우 현재 서구 선진국에서 진행되어 온 산지와 소비지의 유통여건 변화가 1990년대 이후 짧은 기간 동안에 압축되어 나타나고 있으나, 아직까지는 도매시장의 기능을 대신할 수 있을 정도의 조직화와 체인화가 이루어지지 못하고 있을 뿐만 아니라, 단기간내 이루어지는 것에는 많은 제약요인이 따를 것으로 예상된다. 특히 산지단계의 규모화, 조직화, 표준규격화를 통한 시장교섭력의 증대가 현재 빠르게 진행되고 있으나 일부 품목 중심으로 이루어지고 있는 실정이다.

따라서 우리 나라의 경우 농업생산 및 유통여건이 서구와는 다르기 때문에 앞으로 도매시장의 기능과 중요성은 여전히 유지될 것으로 전망된다. 특히 도매시장별 입지여건이나 운영방법 등에 따라 시장별로 다소의 차이는 있을 수 있으나 건설중인 14개 공영도매시장의 개장이 완료되면 공영도매시장 경유물량 비중은 크게 증가하게 될 것이다. 이에 따라 산지 출하자와 소비자 영세 소매상의 도매시장 의존율도 일정기간 현상태 수준으로 지속될 전망이다.

그러나 장기적으로는 현재 우리 나라의 산지와 소비자 유통여건이 급변하고 있기 때문에 도매시장 유통의 상대적 중요성이 점감할 것으로 전망된다. 선진국 도매시장의 예를 감안하면 산지와 소비자 유통여건의 변화에도 불구하고 도매시장이 가지는 기능과 중요성은 소멸되지 않고 다만 그 비중이 점감할 것으로 예상되며, 일정한 수준에서 도매시장의

비중은 타 유통기구와 균형을 유지할 것으로 전망된다. 이것은 도매시장의 이용자가 물류센터나 전문 도매물류회사와는 다르기 때문이다. 즉 유통환경이 변화하여도 도매시장을 필요로 하는 출하자와 소매기구는 계속 존속한다는 것이다.

2.2. 도매시장 유통실태 및 성과

우리 나라 농수산물 도매시장은 1985년 가락동 도매시장이 개장된 후 사실상 농수산물 도매유통의 중추적 기구로 자리매김되었다. 농수산물 도매시장은 일반적으로 공영도매시장, 일반법정도매시장, 공판장, 유사도매시장 형태로 구분되고 있다. 1998년말 현재 우리나라의 농수산물 도매시장은 공영도매시장 18개소, 일반법정도매시장 31개소, 유사도매시장 38개소, 공판장 102개소가 있다. 그리고 도매시장의 운영주체인 도매법인수는 공영 74개, 일반 32개이다. 1998년말 현재 법정도매시장의 총거래물량은 5,605천톤이며, 거래금액은 58,649억원이다. 법정도매시장 총거래물량중 공영도매시장의 거래비중이 89.4%이다. 1998년도의 거래물량은 1997년대비 9.5% 감소한 수준이다. 시장별 동향을 보면 공영도매시장이 0.2%, 일반법정도매시장이 49.3% 감소하였다.

공영도매시장의 거래량은 증가추세에 있지만 법인별 거래물량은 1998년의 경우 약 67,740톤으로 점차 감소추세에 있다. 공영도매시장의 도매법인별 거래규모는 1998년의 경우 연간거래액이 최저 6억원에서 최고 3,727억원으로 매우 큰 차이가 나고 있으며, 법인별 평균 거래액은 539억원으로 1일 평균

표 1 도매시장 종사자 및 거래실적

단위: 천톤, 억원, %

구 분	거 래 실 적							
	1995		1996		1997		1998	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
공 영	4,461	35,352	4,540	40,762	5,024	45,751	5,013	46,116
일반법정	966	15,953	932	16,571	1,168	14,409	592	12,533
계	5,427	51,305	5,472	57,333	6,191	60,160	5,605	58,649
법인당	81.1	642.8	74.4	668.2	70.8	644.4	67.7	623.2
거래실적	26.8	443.1	25.9	460.3	32.4	400.2	18.5	391.7

* 공영 18개소와 일반 31개소의 거래실적이며, 도매시장내 공판장 실적이 포함됨.

자료: 농림부, 「농수산물도매시장통계연보」, 1999.9

약 1억5천만원 정도로 매우 영세한 수준이다 (표 1).

도매시장의 종사자는 18개 공영도매시장에 도매법인 종사자 2,390명, 중도매인 6,381명, 매매참가인 292명이 있다. 공영도매시장의 종사자별 연간 거래규모는 중도매인의 경우 1인당 786톤이며, 1일 약 2.2톤 정도로 매우 영세한 수준이다. 법정도매시장의 1998년도 부류별 거래실적을 보면 청과물이 전체 거래량의 85.6%를 차지하고 있으며, 수산물과 축산물은 각각 8.0%, 5.0%를 차지하고 있다(표 2).

우리 나라에서 가장 먼저 개장되었고 거래 규모가 가장 많은 가락동 도매시장의 경우

거래량은 개장연도 다음인 1986년도 1,251천톤에서 매년 거래규모가 지속적으로 증가하여 1995년에 2,537천톤으로 가장 많은 양이 거래되었다. 그러나 1995년 이후 거래량은 감소추세를 나타내고 있다. 청과물의 경우 1986년 1,109천톤에서 매년 증가하여 1995년 2,242천톤으로 가장 많았으며, 1998년도 거래량은 2,070천톤으로 1995년대비 6.5%가 감소하였다. 전체 공영도매시장에서 차지하는 가락동시장의 점유율은 물량기준으로 1991년 82.2%에서 1997년 46.4%로 감소하였다(표 3).

현재 청과물의 법정도매시장 거래비중과 유사도매시장의 거래비중은 약 40% 수준으

표 2 농수산물 도매시장 종사자 및 거래실적, 1998

구 분		시장수	시 장 종 사 자			거래실적(1997)	
			도매법인	중도매인	매참인	물량(톤)	금액(억)
시장 형태	공영도매	18	2,390	6,381	292	5,012,775	46,116
	일반법정	31	1,152	1,091	264	592,040	12,533
부류 구분	청과		2,067	5,774	207	4,796,196	37,901
	수산		571	1,277	81	446,652	9,006
	축산		862	256	85	280,743	9,807
	양곡		28	126	183	85,610	1,899
	기타		14	39	-	614	36
계		49	3,542	7,472	556	5,604,815	58,649

자료: 농림부, 「농수산물도매시장통계연보」, 1999.9

표 3 가락동 도매시장의 거래실적 및 점유율 추이

단위: 천톤, %

구 분	1985	1991	1993	1994	1995	1996	1997	1998	
청과물	422	2,048	2,167	1,995	2,242	2,239	2,199	2,070	
청과, 수산, 축산	476	2,306	2,446	2,285	2,537	2,532	2,483	2,325	
가락시장 점유율	물량	100.0	82.2	74.0	76.0	58.0	56.9	55.8	46.4
	금액	100.0	82.1	80.3	77.6	66.1	65.6	63.4	53.3

자료: 농림부, 「농수산물도매시장통계연보」, 1999.9

로 비슷하게 나타나고 있다. 이 중 공영도매시장과 일반법정도매시장의 비중은 각각 약 36%와 4% 수준이다. 그러나 32개소의 공영도매시장이 개장이 완료되는 2003년의 경우 공영도매시장 거래비중은 현재의 약 36%에서 47% 수준으로 증가될 것으로 예상된다(표 4).

공영도매시장의 전국적인 확대 건설·개장으로 우리 나라의 농산물 유통체계는 거래의 공정성, 시장내 고비용구조, 적정 거래방법의 채택 등에서 몇 가지 논란의 대상이 나타나고 있지만, 과거 위탁상제도하의 고질적인 유통 문제를 많이 해결할 수 있는 계기를 마련하였다. 즉 공영도매시장에 채택하고 있는 거래방법, 거래시스템 등에서 나타나는 몇 가지 문제점에도 불구하고 그동안 위탁상제도하의 도매거래에서 나타난 거래의 투명성 및 공정성 등에 대한 많은 문제점을 해결할 수 있었다.

공영도매시장을 통한 농산물 거래확대의 성과로 볼 수 있는 것은 첫째, 공개적인 가격

형성으로 다양한 농산물 거래의 기준가격을 제시함으로써 대인적 관계에 의해 형성되는 폐쇄적인 위탁상제도를 견제하는 효과를 거두고 있다. 둘째, 그동안 유사도매시장의 위탁상에게 전적으로 의존해 왔던 생산자의 출하처 선택권을 확대함으로써 시장교섭력을 증대시키는 결과를 가져왔다. 셋째, 생산 및 출하물량이 소규모인 영세농가의 출하처를 확대시킴과 동시에 가격형성 과정을 공개시킴으로써 영세농의 출하처 및 출하시기를 결정하는데 도움이 되고, 가격형성에 대한 불신감을 해소시키는 효과를 가져왔다. 넷째, 공영도매시장의 거래방법으로 채택하고 있는 경매의 경우 등급이나 품질에 따라 가격차이가 형성됨으로써 산지의 등급 및 포장규격화를 촉진시키는 결과를 가져왔으며, 생산자들에게 상품성 향상을 위한 유인요소가 되었다. 경매제도의 효율성, 공정성, 비용성 등에 대한 지속적인 논란에도 불구하고 상대적으로 과거의 위탁상 중심의 수의매매제도가 지니

표 4 청과물의 도매기구 거래비중 및 전망

구 분	유통량 (천톤)	공영도 매시장	일반도 매시장	공판장	물류 센터	직거래	유사도 매시장	기타	계
1997	12,500	36.0	4.0	6.0	-	9.0	40.0	5.0	100.0
2003	16,000	47.0	1.0	3.0	15.0	5.0	22.0	7.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 「21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책연구」, 1997.6

는 많은 문제점을 해결할 수 있었다. 다섯째, 신속한 정산제도와 출하에 대한 인센티브제를 운영함으로써 생산자단체의 공동출하나 계통출하를 확대시키는 효과를 가져왔으며, 그 결과 산지조직화를 유도하였다.

3. 도매시장 발전의 위협적 요인

3.1. 외부적 요인

3.1.1. 유통시장 개방과 소비자 유통 환경의 급변

우리나라 유통시장은 1996년부터 완전개방되면서 다국적 외국유통업체가 신업태를 중심으로 활발하게 국내 유통시장에 진입하고 있다. 이들 신업태가 대부분 전략적으로 농산물을 전략적으로 취급하고 있어 농산물유통에서 차지하는 비중이 증가하고 있다. 신유통업체의 신선농수산물 취급 비중은 업태별로 약간의 차이는 있으나 대체로 20~25%의 높은 비중을 차지하고 있다. 농산물을 취급하는 신업태의 종류에는 할인점, 회원제클럽, 하이퍼마켓, 슈퍼센터 등 다양하게 나타나고 있다. 이들 신업태의 특성은 매장면적과 거래량

의 대규모화, 거래가격의 저렴성(상시저가판매전략), 거래품목의 다양화와 글로벌 소싱에 있다.

신유통업체가 전국적으로 확산되고 있으나 초기단계에서의 농산물 구매전략은 국산농산물에 대한 소비자의 인식과 물류기반의 미비로 산지직구매 또는 도매시장을 통한 로컬소싱 위주가 될 것이다. 대부분의 농산물에 대한 산지직구입은 유통비용을 증가시키기 때문에 일정 기간 도매시장을 통한 구매 비중이 높을 것으로 예상된다. 그러나 점차 다점포화가 진행되면서 비용절감을 위해 산지직구입의 비중을 증가시킬 것으로 예상되며, 산지직구입의 형태는 초기에는 구매팀이 산지 순회형식으로 구입하다가 점차 계약재배 또는 농산물종합처리장이나 포장센터와 같은 산지 유통기구와의 전략적 제휴도 모색할 것으로 전망된다. 현재 신유통업체는 전국에 약 200개소 이상의 점포가 있으며, 대규모 점포의 경우 1998년말 기준 약 100개소가 운영중이며, 국내외업체를 막론하고 다점포화와 조직화를 가속화시키고 있다.

신유통업체의 매출액은 1994년 1,200억원 수준에서 2000년에는 8조원 규모의 매출액이 예상되고 있으며, 이 중 1차 상품은 약 2조원 정도의 매출규모가 예상되고 있다. 신유통업

표 5 신업태의 상품구성 비중

구 분		1996	1997
식 품	신선농산물	23.4	22.9
	가공식품	26.2	25.5
	패스트푸드	1.3	1.6
	기타 식품	3.4	2.8
비 식 품		45.7	47.2

자료: 대한상공회의소, 「소매업경영동태 조사보고」, 1998.7

표 6 국내 농산물취급 주요 신업체 현황, 1999.11

구 분	업 체 명	점 포 명	점 포 수	점포수 계획
국내기업	신세계백화점	E 마트	18	32개(2000) 60개(2002)
	뉴코아백화점	김스클럽	23	
	LG 상사	LG마트	3	
	그랜드백화점	그랜드마트	4	
	농협유통	하나로클럽	4	
	한화유통	한화마트	2	
	농심 가	메가마트	2	
	롯데백화점	마그넷	8	22개(2000년)
	삼성물산	홈플러스	1	
	농협유통	하나로클럽	3	
서원유통	탑스토아	8		
외국기업	한국까르푸	까르푸	11	20(2000)
	한국월마트	월마트	5	10(2000)
	코스코코리아	코스트코홀세일	3	
	테스코 (삼성물산합작)	홈플러스	2	

체의 매장구성은 신선농산물의 취급 비중이 전체의 20~25%의 높은 비중을 차지하고 있기 때문에 자체적인 물류센타를 통해 직접 조달할 경우 도매시장에 대해 막대한 영향을 미칠 것이다.

신유통업체가 생식품의 매장구성 비율을 높여감에 따라 도매시장의 주요 고객인 영세

하고 비조직화된 재래시장의 소매상과 소형 식료품점, 이동상, 자영수퍼업자들의 탈락을 가속화시켜 결국 도매시장 수요감소로 연결 될 것이다. 이와 함께 이들 영세 소매업체들은 물류체계 및 구매방법의 개선으로 유통비용을 절감할 수 있는 구매체계를 모색함으로써 물류센타나 전문 도매배송업체에 대한 수

표 7 업체별 농산물 구입처 비중, 1999

구 분	산지구입	도매시장	벤더업체	계	
곡 물 류	백 화 점	35	13	52	100
	할 인 점	40	8	52	100
	수퍼마켓	28	21	51	100
채 소 류	백 화 점	30	57	3	100
	할 인 점	33	52	15	100
	수퍼마켓	34	59	7	100
과 실 류	백 화 점	36	52	12	100
	할 인 점	32	51	16	100
	수퍼마켓	33	62	5	100
축 산 물	백 화 점	44	12	44	100
	할 인 점	36	10	53	100
	수퍼마켓	41	12	47	100

자료: 전창곤 외, 「농축산물 도매상업의 효과적 진입방안」, 한국농촌경제연구원, 1999.5.

표 8 업체별 들류전문 도매회사의 필요성(지수)

	전 체	백 화 점	할 인 점	수퍼마켓
곡 물 류	0.71	0.34	0.59	1.00
채 소 류	0.70	0.67	0.59	0.85
과 실 류	0.71	0.67	0.55	0.90
축 산 물	0.57	0.46	0.62	0.40

* 가중평균은 꼭 필요함 2, 필요한 것 같음 1, 필요없음 -1.5, 모르겠음 0을 부여하고 백분율을 가중치로 계산하여 지수화 하였음.

자료: 전창곤 외, 「농축산물 도매상업의 효과적 진입방안」, 한국농촌경제연구원, 1999.5.

요증가로 나타날 것이다. 이것은 결국 도매시장의 수요감소로 귀결될 것이다.

한 조사결과(한국농촌경제연구원)에 의하면 소매업체의 농산물 구입처는 부류별로 차이가 크게 나타나고 있으나, 대체로 곡물류와 축산물은 벤더업체, 산지직구입 순으로 구입 비중이 높고, 채소류와 과실류는 도매시장, 산지직구입 순으로 나타나고 있다.

소매유통업체들의 산지 직구입 비중이 낮고 도매시장을 통한 구매 비중이 높은 것은 현재의 소매유통체계하에서 산지직거래의 경제성이 낮기 때문이다. 그러나 대규모 유통업체의 체인화와 규모화가 계속되면 그만큼 도매시장으로부터의 구입 비중은 낮아질 것이다. 동일한 조사결과에 의하면 소매업체들이 물류비용 등 구매비용을 절감하기 위해 도매물류회사에 대해서 필요성을 인정하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 수퍼마켓의 경우 청과류에 대해 높은 필요성을 나타내고 있다.

3.1.2. 소비자 수요여건의 변화

수요측면에서 농수산물 유통환경의 변화는 소비자의 농산물 소비성향 및 구매형태 변화를 들 수 있다. 소득수준의 향상에 따라 식품 소비형태는 일반적으로 소비의 양적인 측면

에서 소비의 질적인 측면으로 변화되고 있다. 특히 도시화, 복지수준의 향상, 인구의 연령별 구조변화, 여성의 취업기회 확대 등으로 식생활 패턴이 고급화, 다양화, 개성화, 편의화, 위생·안정성 중시 및 신선식품 수요증대 등 식품선호가 빠르게 변화하고 있다. 이같은 변화에 따라 식품의 구매행위가 크게 변화하고 있다. 소비자의 구매형태가 질과 서비스를 중시하는 그룹, 가격을 중시하는 그룹 등 다양한 형태로 나타나고 있다. 또한 소비행위의 세가지 축으로서 시간의식(time conscious), 가격의식(cost conscious), 가치의식(value conscious)이 빠르게 자리잡고 있다. 즉 소비에서 시간의식의 증대에 따라 일괄구매(one-stop shopping)와 편의식품의 소비가 증대되고 있으며, 가격의식의 증대에 따라 할인업체가 확산되고 있으며, 가치의식의 증대에 따라 가치의 구매행위로 건전소비행동이 이루어지고 있다. 이에 따라 이들 소비자들의 욕구를 충족시켜 주기 위해서 다양한 유통업체가 특히 소매단계에서 빠른 속도로 분화되고 있으며, 소비자들은 그들이 원하는 업체에서 구매행위를 한다.

이같은 소비자 욕구의 빠른 변화와 농산물을 취급하는 업체의 다양화는 도매시장발전

에 직접적인 영향을 미치게 될 것이다. 즉 변화하는 소비자의 욕구와 유통업체 또는 다양한 업체의 농산물 구매욕구를 도매시장이 충족시켜 주지 못하면 농산물의 구매처로서 도매시장이 매력을 잃게 되는 것이다. 따라서 도매시장의 발전과 관련하여 도매시장의 기능전환을 위한 중요한 시사점이 되고 있다.

3.1.3. 농산물 공급여건의 급변

소비지단계 유통 환경의 급변과 동시에 산지단계 역시 빠르게 변화하고 있으며, 이러한 변화는 도매시장 거래량 감소에 영향을 미치는 요인으로 작용하고 있다. 생산공급면에서 생산이 규모화, 전문화, 단지화되고, 출하방식이 조직화, 공동화되면서 기존의 도매시장 출하의존형에서 직거래나 물류센타 등 다양한 유통경로에 적응가능한 형태로 변화되고 있는 것이다. 즉 기존의 분산된 영세소농 구조하에서 개별농가 중심의 소량출하형태는 도매시장에 가장 적합한 형태였다. 그러나 산지

의 조직화 등으로 출하량이 규모화되면서 도매시장의 유통경로를 통한 비중이 크게 증가되고 있는 것이다.

이러한 현상은 유통시장의 개방화로 소비지 유통환경이 급변하게 되면서 산지가 민감하게 대응하고 있다는 것을 의미한다. 즉 소비지 소매업체나 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 산지의 유통기능이 크게 변화하고 있는 것이다. 생산의 전문화·규모화와 함께 산지유통기능이 단순한 생산과 산물출하기능에서 생산, 수집, 선별, 포장, 저장, 가공, 판매 등 상류와 물류기능이 종합적으로 이루어지고 있다. 이와 같이 산지단계에서 유통주체의 조직화와 규모화가 빠르게 이루어지고, 표준규격화와 브랜드화가 진전되면서 산지의 시장교섭력은 증대되고 있으며, 그 결과 도매시장의 다양한 유통경로를 통해 소비지와 직접 연결하는 경향이 커지고 있다.

산지의 유통기능을 종합화하고, 시장교섭력을 높이게 된 것은 1992년부터 추진된 청

표 9 운영주체별 산지유통시설 설치 및 운영현황

단위: 개소

시 설 명	유통시설 운영주체											평균 규모 (평)	평균 활용 일수
	작목 반	영농 조합	영농 회	농협	수협	영농 회사	저장 업체	가공 업체	개인	기타	계		
간이집하장	1,272	342	699	654	38	9	-	-	-	31	3,045	77	158
집 하 장	438	82	149	222	-	1	4	3	47	21	967	84	156
경매식집하장	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	75	181	181
저온저장고	291	277	71	245	2	4	258	35	1,801	92	3,076	70	175
개량저장고	-	-	-	179	-	-	-	-	-	-	179	103	208
예냉시설	6	97	1	4	-	4	1	-	2	6	121	53	207
선 과 장	351	39	2	54	-	-	3	-	8	194	651	101	124
포장센타	-	33	-	12	-	-	-	-	-	3	48	345	163
청과물종합처리장	-	-	-	2	-	-	-	-	-	1	3	1,953	-
청과물유통시설	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	25	632	91
계	2,358	870	922	1,472	40	18	266	38	1,858	348	8,190	82	164

자료: 농림부·농수산물유통공사, 「농산물 산지유통시설 실태조사 결과」, 1998.2.

과물 종합유통시설 사업이다. 이것은 산지단계에서 청과물의 수집, 선별, 포장, 저장, 가공 등 종합적인 물류기능을 수행함으로써 농산물의 부가가치를 높이고 소비지 수요를 충족시키기 위한 유통시설 설치사업이다. 이 사업은 1994년부터 포장센타사업과 청과물종합처리장 사업으로 분리되었으며, 현재는 산지유통센타사업으로 통합되었다. 현재 포장센타, 청과물유통시설, 청과물종합처리장은 모두 약 80여개소가 있다.

정부가 추진하는 중점사업은 산지농협을 합병하여 산지 유통사업의 규모화·전문화를 앞당기려고 하고 있으며, 이를 위해 포장센타를 산지에서 계약재배·선별·포장·직거래·수출 등의 기능을 종합적으로 수행하는 농산물 산지유통센타로 육성하는 것이다. 농산물 산지유통센타의 건설목표를 220개소로 하고, 소매유통업체, 수집상, 도매시장법인에게도 산지유통센타 건설을 지원하여 유통경로의 다양화를 적극 추진하고 있다.

이와 같이 산지의 조직화와 규모화가 빠르게 진행되고, 산지유통시설의 기능이 종합화되고 유통경로가 다양화되면 도매시장 출하물량이 상대적으로 감소할 가능성이 높아진다. 뿐만 아니라 표준규격화가 완벽하게 이루어진 고품질 농산물의 경우, 소비지 물류센타나 도매물류 전문회사에 공급되고 도매시장 출하상품은 상대적으로 저급한 농산물이 출하될 가능성이 높아진다.

3.1.4. 경쟁적 유통기구의 확산과 거래형태의 다양화

산지와 소비지의 유통환경이 바르게 변화

되면서 가장 뚜렷하게 나타나고 있는 현상은 농산물 도매시장과 경쟁적인 유통기구가 출현하게 되어 산지와외 직거래 형태로 거래량을 크게 증가시키고 있으며, 생산자의 출하처를 확대시키고 유통경로의 다양화를 주도하고 있는 것이다. 이러한 유통기구의 가장 대표적인 것이 생산자단체가 운영주체가 되고 있는 농협의 농산물 물류센타이다. 물류센타는 도매시장과 거래방법과 기능이 달라 도매시장과는 경쟁관계에 없을 것으로 생각될 수도 있으나, 도매시장을 경유하지 않는 일종의 광범위한 직거래형태로 거래되고 있기 때문에 거래물량이 지속적으로 증가하고 있다. 또한 우리 나라의 경우 주요 기능이 도매배송 기능 뿐만 아니라 소매기능까지 복합적으로 이루어지고 있기 때문에 앞으로 물류센타의 건설확대와 함께 거래량이 크게 증가될 것으로 예상된다. 따라서 전체 농산물 유통체계에서 보면 도매시장과 함께 도매유통체계의 중심축을 이루거나 도매시장유통의 보완적인 유통으로 생각할 수 있으나, 도매시장의 입장에서 보면 거래량 확보를 위해서는 치열한 경쟁관계가 되지 않을 수 없다. 물류센타는 상적기능과 분리되어 상품의 수송, 보관, 포장, 분류, 가공, 정보처리 등과 같은 종합적인 물류기능을 수행하는 배송중심 기능의 유통시설이다. 그러나 우리 나라 물류센타의 경우 정부지원에 의해 건설되었으며, 민간업체의 도매업 참여가 이루어지지 않은 상태에서 생산자단체가 운영주체가 되어 집배송, 현장판매 및 소매기능을 통합한 변형된 물류센타이다. 물류센타는 1994년 농안법파동을 계기로 농산물유통개혁대책이 수립되면서 1995년부

터 2004년까지 농특세 재원으로 대도시에 16개의 물류센타 건설계획을 수립하였으며, 현재 14개 물류센타 건설을 추진하여 현재까지 4개소의 물류센타가 준공되고 10개소가 건설이 추진되고 있다.

한편 생산자단체 중심의 물류센타와는 별도로 민간유통업체의 산지직거래가 증가하고 있는 추세이다. 직거래 형태는 단위농협을 통한 직거래, 농가직구입, 지정농장을 통한 직거래, 산지수집상과의 거래, 포장센타 등과의 직거래 등이 있다. 이들 중 가장 일반적인 것은 구매비중은 비록 낮으나 상품의 차별화를 위한 지정농장제와 계약재배 등이다. 현재 청과물의 직거래 비중은 품목에 따라 10~20% 선에 불과한 것으로 나타나고 있다. 그러나 유통업체들은 향후 산지와의 직거래 비중을 증가시킬 것으로 예상되어 도매시장 물량확보에 큰 변수로 작용할 것으로 전망된다.

물류센타나 직거래와 함께 최근 농산물의 거래는 사이버마켓, 우편주문판매, 전자상거래 등 무점포방식의 직거래가 활성화되고 있다. 생산자단체가 농산물 전문쇼핑몰을 개설하고 민간업체의 쇼핑몰과 연계하고 있으며, 우편판매나 택배 등을 통한 거래가 증가하는 추세에 있어 역시 도매시장과 거래물량 확보에서 경쟁적일 수밖에 없다.

3.2. 내부적 요인

3.2.1. 도매시장 고비용구조에 대한 인식

도매시장은 농수산물이 상장되어 경매를 통하여 분산되기까지 시장내 물류비용이 추가적으로 발생하고, 유통참여자가 적정이윤

뿐만 아니라 시장사용과 관리를 위한 비용이 소요되기 때문에 비용발생 및 부담구조가 복잡하다. 현실적으로 도매시장의 각종 효율에 대한 지불자와 수취자간에 효율조정과 적정 효율 수준에 대한 상반된 요구가 계속되고 있다. 그러므로 시장내 제효율수준의 조정은 지불자와 수취자간에 서로 이해관계가 상반되기 때문에 효율체계에 대한 정확한 분석이 이루어지지 않고는 정책적 결정을 내릴 수 없는 실정이다.

도매시장의 고비용구조에 대한 논의는 비용의 부담수준, 부담주체 등에서 항상 논란의 대상이 되고 있다. 특히 도매시장내 비용구조에 대한 논란은 거래방법에 대한 논쟁으로까지 연결되기도 한다. 그러나 한 가지 분명한 사실은 도매시장과 경쟁관계에 있는 유통경로를 통한 거래시 발생하는 비용과 도매시장 출하시 발생하는 비용의 부담정도는 출하자들이 출하처를 선택하는데 큰 요인이 된다는 것이다. 예를 들면 물류센타 출하시 도매시장 이용시보다 부담비용이 훨씬 낮다면, 출하자는 만약 가격수준이 비슷하다고 할 때 물류센타에 출하하는 것을 더 선호하게 될 것이다.

도매시장내 비용구조 문제의 또 다른 측면은 현재 도매시장의 핵심적 운영주체인 도매시장법인이 그들이 수행하는 역할에 비해 수취하는 수수료 수준이 높다는 인식이다. 이러한 인식 역시 도매시장법인이 수행하는 기능에 대한 정확한 분석이 이루어지지 않은 상태에서 주관적인 판단으로 인식되고 있다. 그러나 이러한 인식이 비록 주관적인 판단이라 도매시장에 대한 신뢰성과 궁극적으로는 출하량에 크게 영향을 미칠 수 있다는 것

이다.

현재 출하자가 도매시장내 비용이 고비용 구조라고 인식하고 있는 근본적인 원인은 각종 비용중 출하자의 부담률이 가장 높다는데 있다. 따라서 장기적으로 도매시장의 경쟁력을 높이기 위해서는 현재 인식되고 있는 비효율적 고비용구조를 도매시장 이용자로 하여금 효율적 저비용구조로 인식케 하는 것이 가장 중요하다.

3.2.2. 거래방법에 대한 인식

도매시장에서 거래방법에 대한 인식은 도매시장 비용구조에 대한 인식과 함께 도매시장의 경쟁력제고와 물량확보에 크게 영향을 미치는 요인이 되고 있다. 도매시장의 거래방법은 본질적으로 시장에서 가격을 발견하는 하나의 수단으로서 상품의 가치를 실현하는 역할을 한다. 도매시장의 거래방법에 대해서는 오래 전부터 논란의 대상이 되어 왔다.

세계 각국의 도매시장은 각기 나름대로의 거래방법을 채택하고 있다. 예를 들면 네덜란드나 덴마크 산지 도매시장의 경우 대부분 경매를 원칙으로 하고 있으나, 프랑스 도매시장의 경우 대부분 수의매매로 거래되고 있다. 이에 비해 독일의 경우 대부분의 도매시장이 개장초기에는 경매제를 채택하였으나 1970년대 이후 대부분의 도매시장에서 수의매매 방법으로 전환되었다. 미국의 경우 대부분의 도매시장에서 수의매매로 거래되고 있다. 그리고 일본의 경우 대부분의 도매시장에서 경매를 원칙으로 하고 있으나, 규모가 큰 중앙도매시장의 경우 경매와 함께 예외적으로 상대매매가 동시에 이루어져, 1996년 청과물의 경

매·입찰 비중이 52%까지 하락하였다고 한다. 이에 따라 거래방법에 있어서 상대거래를 경매·입찰과 함께 거래방법의 원칙으로 채택하는 도매시장법 개정추진작업에 들어간 상태이다. 이것은 산지 및 소비지의 유통환경 여건이 변화함에 따라 경매외의 거래가 증가하고 있기 때문에 이를 현실적인 거래방식으로 인정한다는 것이다. 따라서 도매시장의 거래방법은 각국의 유통환경, 생산 및 소비구조 등의 차이에 관계없이 일반화될 수 있는 것은 아니며, 유통환경의 여건이나 도매시장의 발전과정에 따라 다르게 나타나고 있다는 것을 의미한다.

최근 농안법 개정안의 주요 내용인 수의매매원칙의 도매상제도 도입을 주장하는 측은 현재 도매시장법인의 수집기능을 중도매인이 상당부분 대행하고 있고, 출하자의 출하선택권을 확대하고, 도매상제도가 도입되면 유통단계가 축소되어 결국 유통비용이 절감될 수 있고, 시장관리비용을 절감할 수 있기 때문이라고 주장한다. 그러나 도매상제 도입을 반대하는 주장은 도매상제도의 도입은 거래의 투명성이 없을 뿐만 아니라 영세한 생산·분산구조하에서 오히려 유통단계를 늘려 유통비용을 증가시키는 요인이 되며, 도매상의 성격이 선진거래기법으로 규모화된 선진국형태의 도매상이 아닌 이전의 위탁상에 불과할 것이며, 생산자와 위탁상간 거래교섭력이 불균형을 이루어 결국 생산자와 소비자만 손해를 본다는 것이다.

그러나 분명한 것은 특정 거래제도는 제도경제학적인 관점에서 일종의 제도로 인식되어 내생변수로 취급되고 있기 때문에 새로운

거래제도의 도입은 유통환경의 변화에 의해 생산자, 소비자, 상인 등 이해당사자가 스스로 도입의 필요성을 인식하여 자연스럽게 전환되는 것이 가장 바람직한 것이다. 예를 들면 유럽 선진국 대부분의 도매시장 거래제도가 처음의 경매제에서 수의매매제로 변화된 것은 이러한 순기능이 작용한 것이다. 따라서 새로운 거래제도의 도입은 효율성, 공정성, 투명성, 형평성, 거래비용, 안정성 등에서 사전 충분한 검토와 검증을 거치는 것이 바람직하다. 그리고 선진국의 예를 고려하면 성공적인 거래제도의 전환이 되기 위해서 몇 가지 기본적인 조건과 제도적 장치가 필요하다. 기본적인 조건은 농가의 출하규모 증가와 시장교섭력의 확대, 공동출하의 확대, 저온유통체계의 확립, 산지의 완벽한 표준규격화제도, 유통참여자의 신용평가제의 확립, 유통정보의 신뢰성 확립 등이다.

실제로 미국이나 선진제국에서의 도매상제도의 특징은 철저한 송장제도, 검사제도의 확립, 신뢰성 있는 평가제도를 바탕으로 이루어지고 있다. 송장제도에 의한 거래의 투명성이 확보되고, 산지와 도매시장에서의 철저한 검사제도에 의한 분쟁감소, 유통참여자에 대한 신뢰성 있는 평가제도에 의한 합리적인 판매 및 구매처의 선택은 도매상제도의 기본요건이라고 할 수 있다.

그러나 우리 나라의 도매시장을 둘러싼 농산물 유통 환경은 서구의 예처럼 모든 유통기구나 유통주체가 여건 변화에 적응할 수 있는 충분한 준비기간을 가지면서 수십년간에 걸쳐 서서히 변화된 것이 아니다. 서구에서 나타난 수십년간의 변화가 1990년대 중반

이후 불과 5~6년간에 압축되어 나타나고 있는 것이다. 따라서 급변하는 유통환경의 변화에 적응하기 위해서는 대응방법도 달라져야 할 것이다. 즉 현재의 도매시장 거래제도가 많은 논란의 대상이 되고 있다면 새로운 제도의 도입도 적극 검토되어야 할 것이다.

한편 도매시장의 경쟁력 제고와 거래량확보 등 장기적인 도매시장 발전과 관련된 내부적 요인으로는 도매시장의 시설확충 및 보완을 통한 도매시장 본연의 기능강화와 비용절감, 도매시장의 물류혁신과 정보화추진을 통한 고비용구조의 개선, 도매시장 부조리근절을 통한 본연의 공정성·투명성에 대한 인식제고 등 많은 요인들이 산재해 있는 것이 사실이다.

4. 도매시장 경쟁력 강화방안

4.1. 외부요인에 대한 대응전략

도매시장의 존립에 영향을 미칠 수 있는 환경변화에 잘 대응하지 못하면 도매시장의 시장점유율하락, 경쟁력저하, 시장이용자의 불신누적 등으로 도매시장 무용론이 제기될 수 있을 것이며, 장기적으로는 도매시장이 하나의 보완적인 유통기구로 전락할 가능성마저 배제할 수 없을 것이다. 따라서 도매시장의 장기적인 발전전략 목표는 경쟁적 유통구에 대해 경쟁력의 우위를 확보하는 것이다.

선진국의 예에서 보면 경제발전이 고도성숙단계에 진입하고, 소비자의 욕구와 산지 및 소비지의 유통여건이 끊임없이 변화되어 왔

지만 도매시장은 여전히 농산물유통의 중추적인 유통기구로 자리매김되고 있다는데서 대응에 대한 안이함과 필요성을 실감하지 못할 경우가 발생할 수도 있을 것이다. 그러나 이같은 사고는 매우 위험한 발상이다. 왜냐하면 유럽이나 미국과 같은 선진국의 경우 오늘날 도매시장의 현상을 유지할 수 있었던 것은 지난 30~40년간 경제발전과 함께 농산물 유통환경변화에 대해 지속적으로 대응해왔기 때문이다. 즉 유통환경의 변화에 따라 도매시장 운영자나 이용자들의 공동적인 합의에 의해 제도나 방법이 자연스럽게 전환되어왔던 것이다.

이러한 상황에서 장기적인 도매시장의 경쟁력 제고를 위해서는 먼저 도매시장의 기능에 대한 새로운 인식과 역할이 수행되어야 될 것이다. 지금까지 도매시장의 기능은 주로 농산물유통의 중계기구로서 주로 상적기능이 중심이 되고 다양한 물류기능은 부차적인 기능이었다. 그러나 현재 진행되고 있는 소비자 소매유통업체의 구매패턴 및 소비자 소비패턴 변화 등을 감안하면 앞으로의 도매시장 기능은 소매업체 다빈도소량 구매에 대응하여 상품구색기능을 강화하고, 장기적으로는 소분포장, 저장기능, 가공기능, 배송기능 등을 활성화시켜 상류 및 물류기능을 종합적으로 수행하는 종합도매센타로서의 역할이 이루어져야 될 것이다.

도매시장의 기능이 현재와 같이 단순히 상장된 농산물을 신속하게 원형 그대로 분산시키는 것에 국한된다면 산지에서의 치열한 구매경쟁과 소비지에서의 분산경쟁에서 모두 경쟁력을 잃게 될 것이다. 즉 중계기능도 중

요하지만 구매자나 소비자의 수요변화를 반영하여 원형농산물의 신속분산과 함께 가공, 포장, 저장 등 새로운 형태의 부가가치를 창출할 수 있는 기능이 필요할 것이다. 그런데 현재의 도매시장 시설에서 추가적인 다양한 물류기능을 수행하기 위해서는 기존의 시설을 개조·확장하거나 신설이 필요하다. 따라서 도매시장의 기능전환과 관련된 신규투자 및 시설개조 등의 효율적인 추진은 모든 도매시장에 대해 일시적으로 실시하는 것이 아니라 대도시 소비지 중앙도매시장을 중심으로 유통환경의 변화 여건을 고려하여 순차적·점진적으로 이루어지는 것이 바람직할 것이다. 이와 함께 도매시장 장기발전전략을 마련하여 기존 도매시장의 개보수 또는 시설 확충 차원에서 투자가 이루어져야 할 것이다.

그리고 도매시장의 기능과 관련하여 도매시장이 단순히 농산물이 경유되는 도매기구로서의 역할수행보다는 도매시장을 통해 거래뿐만 아니라 가공, 국제무역 등의 종합적인 기능이 이루어지는 것이 바람직하다. 이를 위해서는 도매시장의 운영주체가 현재의 도매시장법인, 중도매인에서, 가공업자, 무역업자, 저장업자 등 각종 기능업자도 포함되어야 한다.

둘째, 도매시장의 정체성을 뚜렷이 부각시키고, 도매시장의 순기능에 대한 정확하고 지속적인 홍보가 필요하다. 도매시장에 영향을 미치는 유통환경 변화중 가장 중요한 것은 도매시장과 경쟁적인 유통기구가 출현하여 유통경로의 다원화를 주도하고 있는 것이다. 일반적으로 도매기능을 수행하는 유통기구로는 도매시장외에 물류기능 중심의 물류센타,

물류와 상류기능을 종합적으로 수행하는 전문도매회사(도매배송업체, 벤더)가 있다. 그러나 이들 도매기구들은 운영주체, 통합방향, 운영목적, 수집 및 판매형태, 수집 및 판매대상이 뚜렷이 구별되고 있다. 특히 도매시장은 설립목적면에서 공공성이 강한 유통기구이다. 또한 수집 및 판매대상은 불특정 다수의 생산자와 소비자이다. 그리고 판매상품의 특성은 다양한 종류의 상품구색과 다양한 등급 및 신선도유지이다. 따라서 도매시장의 이용자와 일반소비자를 대상으로 도매시장만이 갖는 경제성과 공공성에 대해 지속적인 홍보 활동을 함으로써 도매시장의 순기능에 대한 인식을 제고시켜야 한다. 특히 물류센타나 전문도매회사가 적시배송, 가격경쟁력면에서 우위가 있다면 도매시장은 품목별, 등급별 다양한 구색, 공정한 가격형성, 신선식품공급 등에 특성화해야 될 것이다.

셋째, 도매시장의 존재논리는 적정한 가격으로 대량신속한 거래에 있기 때문에 경쟁력 강화요건은 물량확보 및 판매력을 대폭 강화시켜야 한다. 앞으로 산지에서의 물량확보는 다른 유통기구와의 치열한 경쟁관계가 형성될 것이며, 이와 함께 산지의 조직화가 급속히 진행됨으로써 산지의 시장교섭력이 높아질 전망이다. 따라서 품질면이나 품목면에서 다양한 구색을 갖춘 상품을 확보하기 위해서는 도매시장이 생산자조직과의 전략적 제휴나 지정산지개발 등 적극적인 물량확보 및 산지개발이 이루어져야 될 것이다.

한편 물량확보의 경쟁력 제고와 함께 판매·분산력도 강화하여야 한다. 향후 도매시장의 물류기능이 확충되고, 소매기구 및 소비자

의 구매패턴이 변화되면 이에 부응하기 위하여 지금과 같은 산물형태의 분산시스템으로는 한계가 있을 것이다. 따라서 산지조직과의 제휴를 통한 다양한 구색 갖추기와 함께 영세소매업체의 조직본부나 대형 유통업체 등을 대상으로 공급계약을 맺을 수도 있을 것이다.

넷째, 물류효율화 기반조성이 강화되어야 한다. 도매시장과 경쟁적인 유통기구라고 할 수 있는 체인본부의 물류센타나 전문도매물류회사 등이 도매시장에 대해 가지고 있는 상대적인 강점이 물류효율화와 정보화이다. 물류효율화는 도매시장 고비용구조를 저비용구조로 전환시키는 것과 연관된다. 현재 대량집하·분산의 특성을 갖고 있는 도매시장의 물류체계가 출하단위, 수송단위, 판매단위간에 표준화가 미흡하여 물류비가 과다하게 소요됨으로써 도매시장 고비용구조의 주요 요인이 되고 있다. 따라서 반입상품의 지속적인 포장규격화, 단위하물적재시스템, 일관운송체계구축, 저온유통체계구축 등이 지속적으로 이루어져야 한다. 특히 도매시장의 기능확대와 관련하여 도매시장법인이 운영주체가 되는 예냉시설, 저온저장시설, 가공시설은 필수적으로 구비되어야 될 것이다. 현재의 여건으로는 단기간에 이루어지기는 어려운 실정이나 장기적으로 경쟁력 제고를 위해 반드시 구축되어야 될 것이다.

다섯째, 다양한 농산물 도매유통기구들 중에서 출하자, 소비자 및 일반국민들의 도매시장에 대한 신뢰성의 확보가 무엇보다도 중요하다. 유통시장개방으로 새로운 유통기구가 출현하면서 일반소비자들의 도매시장에 대한

인식이 왜곡되고, 도매시장의 중요성과 공공성에 대한 인식이 흐려지고 있다. 따라서 이용자나 국민들이 도매시장은 꼭 필요한 공공시설이라는 것과 그 역할 및 중요성을 인식케 하는 것이 무엇보다도 중요하다. 도매시장의 신뢰성 확보를 위해서는 우선 거래부조리가 근절되어 출하자나 이용자들이 도매시장의 공정성과 투명성을 인정해야 되며, 도매시장에서 거래되는 상품에 대한 품질과 안전성에 대한 검사제도가 확립되어 소비자들이 도매시장에서 거래된 농산물에 대한 신뢰가 있어야 된다. 이와 함께 도매시장에 참여하는 운영 및 관리주체들에 대한 철저한 신용평가가 이루어져 출하자나 구매자가 신용에 의해 도매시장을 이용하도록 해야 한다. 그리고 시장이용자에 대한 서비스를 최대화하며, 다른 유통기구에 안락한 구매환경을 조성하여야 된다.

4.2. 내부 요인에 대한 대응전략

도매시장의 경쟁력 제고를 위해서는 외부의 도전적 요인에 대한 적절한 대응도 중요하지만, 도매시장 내부의 구조적인 요인들에 대한 문제해결도 매우 중요하다. 도매시장 내부의 구조적인 문제점으로는 고비용구조, 거래방법, 시설의 확충·보완과 합리적 배치, 신뢰성 회복, 운영주체의 활성화 등이 있다.

첫째, 도매시장 고비용구조는 경쟁력 제고를 위한 가장 우선적인 해결과제이다. 도매시장의 고비용구조는 도매시장 거래량, 효율수준의 적정성, 효율 및 비용의 부담 및 수취주체, 운영주체의 경영실태, 시장내 물류시스템의 효율성 등 종합적인 관계에 의해 나타난

다. 그러나 현재 시장이용자 특히 출하자가 다른 유통경로에 비해 비용부담이 높은 것으로 인식하고 있기 때문에 저비용구조로의 전환이 시장활성화를 위한 우선적인 과제이다. 도매시장의 비용구조가 복합적인 요인에 의해 결정되기 때문에 단편적이고 일방적인 해결방안의 제시는 또 다른 문제를 제기할 가능성이 있다. 그러나 거래량 확보를 통한 적정 수수료율의 재조정과 운영주체별 경영합리화, 하역체계 개선, 하역요금 조정, 하역비 부담주체의 전환 등을 통해 출하자로 하여금 상대적 저비용구조로 인식케 하는 노력이 지속되어야 된다.

둘째, 거래방법의 적정화 문제이다. 경매제와 수의매매제에 대한 양측의 주장은 모두 합리적인 근거가 있다. 그러나 새로운 제도의 도입은 효율성, 투명성, 형평성, 거래비용, 안정성 등 유통효율성 지표에 의해 결정되어야 된다. 그리고 새로운 제도의 도입에는 시장참여자 모두의 합의에 의하여 필요성이 인정될 수 있는 여건이 조성되어야 되지만, 현재 진행되고 있는 도입에 대한 논쟁은 도입여건의 충족성 여부에 대한 논쟁에 불과하기 때문에 도입을 위한 유통참여자의 합의와 필요성이 일치되지 않았다는 것은 사실이다. 그러나 현재 급속하게 변화하고 있는 유통환경에 적절히 대응하기 위해서는 경매제원칙의 예외규정으로서 선취매매, 예약상대거래 등 다양한 거래제도의 도입을 시장별, 품목별로 신축적으로 검토할 필요가 있다. 그리고 새로운 거래제도의 완벽한 검증에는 많은 시간이 소요되기 때문에 제도의 검증차원에서 지방도매시장이나 시설도매시장을 대상으로 시범 실시

하는 것도 하나의 방법이 될 것이다.

셋째, 도매시장의 이용자 및 일반국민에 대한 신뢰성의 확보가 중요하다. 유통시장개방으로 소비지에 신유통업체가 급속히 확산되면서 도매시장에 대한 인식이 왜곡되고, 그 중요성과 공공성에 대한 인식이 흐려지고 있다. 따라서 도매시장의 공공성과 그 역할 및 중요성을 인식케 하는 것이 무엇보다도 중요하다. 도매시장에 대한 이용자들의 신뢰성 확보를 위해서는 우선 도매시장내 거래의 부조리가 근절되어 출하자나 이용자들이 도매시장의 공정성과 투명성을 인정해야 된다. 다음으로 도매시장에서 거래되는 상품에 대한 품질과 안전성에 대한 검사제도가 확립되어 소비자들이 도매시장에서 거래된 농산물에 대한 신뢰가 있어야 된다. 이와 함께 도매시장에 참여하는 운영 및 관리주체들에 대한 철저한 신용평가가 이루어져 출하자나 구매자가 신용에 의해 도매시장을 이용하도록 해야 한다.

넷째, 운영주체의 경영효율화와 활성화가 동시에 이루어져야 된다. 현재 도매시장 문제만 거론되면 가장 먼저 등장하는 것이 도매시장법인이다. 즉 도매시장법인이 수행하는 역할에 비해 법인의 수입이 맞지 않는다는 것이다. 이것은 법인에 대한 정확한 진단이 이루어지지 않은 주관적인 판단이지만 도매시장의 신뢰성에 큰 영향을 미치는 것이 사실이다. 그러므로 도매시장법인의 기능과 역할이 뚜렷이 부각되어야 한다. 이를 위해 도매시장법인은 경영에 대한 철저하고도 지속적인 경영진단을 통해 추가적인 비용절감을 위한 과감한 구조조정 노력이 필요하며, 절감

된 비용은 출하자 및 구매자 서비스비용으로 충당하여 고객을 확보하도록 해야 된다. 이와 함께 도매법인간의 통합 등을 통한 규모화로 경쟁력을 확보하는 경영체질의 강화방안을 강구하여야 될 것이다. 그리고 중도매인 역시 규모화와 전문화를 통해 분산능력과 경영능력이 향상되어야 할 것이다.

마지막으로 도매시장내 비용절감과 효율화를 위해 시설보완과 확충이 지속적으로 이루어져야 되며, 장기적으로는 합리적 배치가 재검토되어야 할 것이다. 현재 개장이 오래 전에 이루어진 도매시장의 경우 시설노후화, 취급물량 과다와 시설부족 등으로 도매시장 본래의 기능이 저하되고 있으며, 이는 도매시장 고비용구조 및 도매시장 출하기피의 요인이 되고 있다. 따라서 도매시장의 노후시설 보완과 새로운 시설의 확충은 신규도매시장 건설 못지 않게 중요한 사업이기 때문에 지속적인 투자가 이루어져야 한다.

참 고 문 헌

- 권원달. 1998.11. 「유통환경 변화와 농수산물도매시장」.
- 김동환, 전창근. 1995. 「유통서비스 시장개방에 따른 농산물 유통체계의 변화와 대응방안」, 연구보고 R333, 한국농촌경제연구원.
- _____, 1994. 「농산물 유통 관련 서비스 시장개방과 대응방안」, 연구보고 R307, 한국농촌경제연구원.
- 김성훈 외. 1992. 「농수산물유통연구논총」, 한국농수산물도매시장협회.
- 농수산물유통공사. 1998. 「농산물도매시장 상장수수료 적정성 분석」.
- 대한상공회의소. 1997. 「21세기 환경변화와 유통업의 미래」.

- 성배영, 김정기, 전창곤. 1993. 「농산물 도매시장의 효율적 거래방식과 적정요율체계에 관한 연구」, 한국농촌경제연구원.
- 성배영 외. 1992. 「주요 청과물의 시장유통체계 개선방향」, 한국농촌경제연구원.
- 허길행, 전창곤, 이용선. 1998. 「21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책 연구-주요 외국의 농산물유통」, 한국농촌경제연구원.
- 허길행 외. 1997. 「21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책 연구-종합보고서」, 한국농촌경제연구원.
- 小林康平 外. 1995. 「變貌する農産物流通 システム」, 農山漁村文化協會.
- McLaughlin, E.W. and K. Park. 1997. *The Fresh Produce Wholesaling System: Trends, Challenges, and Opportunities.*