

- 濟州地域 生産物을 中心으로 -

姜 景 璠

濟州大學校 農科大學

The Marketing Problems of Fruits and Vegetables,  
and Reform Measures against them

- With priority given to farm products in Cheju-Do -

Kyung-Sun Kang

College of Agriculture, Cheju National University

Summary

Through this study, I researched on the actual condition of agricultural product distribution attaching importance to fruits and vegetables in Cheju region, and tried to find solutions to urgent questions.

Since the beginning of the 1960s, main agricultural complexes have been formed in Cheju-do and the agricultural management for the purpose of trade has been quickening up. Commercial farm-management conducted by petty farmers needs main agricultural complexes in the productive aspect, but need a joint sale method in the marketing of farm products.

Nevertheless, the real situation is that though the foundation of main agricultural complexes in the productive aspect has been formed, the marketing of farm products plays into the hands of some wicked merchants, not conducted by means of a joint sale method. Therefore, this study showed concrete measures of a joint sale through an agricultural cooperative association.

Now, some kinds of fruits and vegetables, which present such an extraordinary phenomenon as overproduction, are studied from a view point of adjustment of demand and supply. I investigated the actual conditions of wholesale markets for fruits and vegetables which are limited to Cheju area, and tried to find substantial and salutary improvement measures in the present condition. But more extensive investigation and study must be made in the future.

## I. 序

本 研究은 濟州地域生産의 靑果物을 中心으로 한 流通實態와 그 改善點에 대하여 몇가지 方向을 摸索하여 보았다. 濟州地域은 60年代에 들어서면서 主産團地 形成에 따라 商業的 營農의 발달을 보이기 시작하여 이제 本格化 段階에 들어서고 있다. 大體的으로 小農下의 商業的 營農은 生産面에서는 主產地 形成으로, 流通面에서는 共同販賣라는 次元이 必要하게 된다. 그런데 現段階에서 볼때 主產地形成이라는 生産面에서의 基盤은 形成되고 있지만 이와 함께 連動되어야 할 流通의 問題는 古典性을 면치 못하여 團典去來 또는 商人販賣에 依存하고 있는 實情이다. 그래서 본 소론은 團典去來등의 狀態 解明과 함께 農協에 의한 共同販賣의 具體的인 方法論을 試論的으로 接近해 본 것이다. 現在 農産物 流通問題에 대하여 많은 論議가 활발히 進行되고 있지만 產地段階의 즉 蒐集·出荷段階의 共同販賣가 우선 하지 않은 한 어려움이 많다고 생각된다.

이와 함께 과잉극면을 보여주고 있는 一部 菜蔬類 生産調整의 問題를 需給調整이라는 包括的인 側面에서 그 Process를 檢討해 봄으로서 生産調整의 現實的 推進의 方向을 定立해 보았다.

마지막으로 濟州地域에 限定하여 靑果物 都賣市場의 實態와 改善點을 整理해 보았지만 앞으로 繼續해서 調査, 研究가 進行되어야 할 것이다.

## II. 農業生産의 地域特化動向

### 1. 農業生産構造의 變化

1960年以後 農業生産面에서는 商業的 營農이 뚜렷하게 나타나면서 從來의 米麥에 依存하였던 農家所得의 主원천이 이른바 成長財農産物인 畜産物, 果實 및 菜蔬등 新鮮農産物로 履行되고 있음을 엿볼수 있다. 즉 農家の 粗收入 構成面에서 보면 食糧作物은 '65年 80%에서 '80년에는 60%로 크게 저하되었고 반면 같은 期間에 家畜 및 畜産物은 3%에서 12%로 菜蔬와 果實도 各各 5%→16%, 0.6%→5.2%로 3倍以上으로 增加되었다. (表II-1)

〈表II-1〉

成長財農産物生産推移

年 度	果菜類	葉菜類	果 實	乳 牛 飼育頭數	肉 牛 飼育頭數	雜 飼 頭 數
	千%	千%	千%	千頭	千頭	千首
1 9 6 4	283	522	228	5	1	10,281
1 9 6 9	476	973	416	19	4	22,651
1 9 7 4	640	990	582	73	7	18,814
1 9 7 9	826	3,658	856	163	36	41,120
1 9 8 0	780	3,239	833	194	29	39,231

資料： 農水産部

靑果物이 約 22%의 比重을 점하게 되었는데 이러한 新鮮農産物의 生産增加는 流通問題에 새로운 對應을 必要로 하게 되었음을 알려주고 있다.

또한 地域的 特化現象이 두드러지게 나타나고 있는데 그 內容을 作目別로 간추려보면 다음과 같다<sup>1)</sup>.

① '64년까지는 全國에 分散되었던 麥類와 薯類生産이 '80년에는 全南, 慶南, 濟州에 集中되고 있으며,

② 菜蔬類는 近郊農業의 利點이 컸던 경기의 比重이 줄고 慶南 및 忠南北에의 比重이 增大하였고 사과의 主産地였던 慶北의 比重이 減少된 반면 忠南北의 比重이 크게 伸張되었다.

③ '70年代에 들어 換金作物로 脚光을 받기 시작한 것이 고추와 마늘인데 고추는 忠北, 慶北이 모두 26.8%로 主産地가 되었고, 마늘은 忠南(21.8%), 全南(20.3%), 慶北(21.2%)에 特化되고 있으며 경기는 '64년에 17% 위치에서 1.7%로 크게 退化하였다.

④ 또한 油菜는 濟州와 全南에 特化되고 있으며 특히 濟州는 柑橘의 主産地로 變貌되었다.

以上과 같이 小農下에서의 商業的 營農의 展開는 地域特化-主産地形成이라는 農業生産의 水平的 分化(Horizontal Differentiation) 또는 地域的 分化로 나타나고 있다.

## 2. 濟州地域의 特化現象

濟州地域의 農業도 '60年代를 起點으로 하여 生産構造의 變化를 크게 보여주는데 植付面積 推移에서 보면, 食糧作物이 '57年 98%에서 '80년에는 그 比重이 54%로 격감되고 있다. 이러한 減少現狀의 主要作物은 雜穀과 麥類인데 雜穀이 32%에서 2%로 麥類가 48%에서 22%로의 減少이다. 좀더 生産構造의 變化를 整理하여 보면 다음과 같다.

① 衰退作物로서 上記한 바와 같이 오랫동안 濟州地域 農業을 支配하여 왔던(島嶼의 自己完結性이란 自給의 原則에 따라) 麥類, 雜穀이 顯著한 減少로서 食糧作物 植付面積은 54%이나 여기서 加工原料 農産物인 麥酒麥, 고구마 面積을 빼 버리면 30% 水準이 된것이다. 그러므로 自給的인 食糧作物 對 商業的 經營形態인 柑橘 등 經濟作物 및 菜蔬類는 30對70의 比率이 될 것이다.

② 반면 特用作物이 '57年 0.4%서 '80年 20.2%, 菜蔬類 2.9%에서 6.1% 柑橘 0.3%에서 20%로 急增하여 選擇的 擴大가 進行되었다.

한편 農業粗所得 構成面에서 보면 食糧作物 比重은 '70年 60.1%에서 '80년에는 33% 절반 水準으로 減少되는 반면 柑橘은 17%에서 45% 菜蔬類는 12.9%에서 13.4%로 增加를 보이고 있다. 特用作物은 주로 油菜와 참깨인데 '70年 9.7%에서 '80年 8.3%로 경제현상을 보이고 있다고 생각된다.

이상의 植付面積, 生産額構成의 變化와 연관하여 濟州地域에서 主要特化現象을 整理하여보면 대략 다음과 같다.

### (1) 加工原料農産物

原料作物인 고구마, 麥酒麥, 油菜는 '80年現在 全國生産量의 各各 20.6%, 25.8%, 68.9%

1) 農協中央會 調査部: 農産物流通의 現況과 課題 1981. p 12

의 比重을 점하는 主産地의 位置를 차지하고 있다. (表II-2) 이들 作物은 酒精原料, 麥酒原料, 食用油등의 수입 代替에 國民經濟的으로도 크게 기여하고 있는 作物들이다. 그런데 油菜는 우리나라에서 1960年(353 ha, 151%) 처음 栽培되기 시작하여 '74年 13,485 ha (30,618%)를 정점으로 점차 生産量이 줄어들고 있는데 大豆輸入과 關聯하여 收買價格의 停滯-所得低下에서 비롯되고 있다.<sup>2)</sup> 그러나 油菜는 濟州地域의 觀光地域化에는 重要한 觀光資源의 一翼을 擔當하고 있을 뿐만 아니라 꿀벌의 密源으로서도 重要視되는 作物임을 명심할 必要가 있다.

한편 이들 作物은 政策的 收買價格에 의해서 基準價가 決定되고 있으므로 實質價格을 어떻게 지지해 주느냐가 核心課題이고 流通上의 問題는 別個의 對象이 되고 있다.

〈表II-2〉 地域別加工原料農産物生産比重(1980)

	全 國 (%)	濟州 (%)	%	慶南 (%)	%	全南 (%)	%
고 구 마	1,103,090	227,684	20.6	437,357	39.6	205,950	18.6
麥 酒 麥	87,205	22,520	25.8	24,740	28.3	39,945	45.8
油 菜	28,674	19,745	68.9	-	-	7,526	26.2

資料: 農水産部「農林統計年報」1981

※ %는 全國生産量에 對한 比重임.

## (2) 柑 橘

濟州의 柑橘栽培面積은 '61年 232 ha이었던 것이 '80년에는 12,205 ha로서 20年間に 約 53倍로 急増하였다. 最近의 動向을 보면 '75年以後 栽培面積은 平均 4.4%로 增加하였고 生産量은 栽培面積 및 段收의 増大<sup>3)</sup>에 힘입어 持續的인 成長을 거듭하고 있다. (表II-3) 周知되는 바와 같이 柑橘은 亞熱帶植物로서 우리나라의 境遇 濟州와 全南, 慶南의 南海岸地域에서 栽培되고 있으며 濟州가 全體의 99.8%로서 거의 全量을 生産하고 있다. (또한 南濟州郡의 生産量이 濟州道 全體의 80%를 차지하고 있음) (表II-4) 柑橘은 濟州農業粗所得의 45% 比重을 차지하고 있어 사실 濟州農業所得의 健인차 역할을 하고 있는 重要作物으로서 그 生産量이 自然的 獨立性에 힘입어 비약적인 成長을 거듭하고 있지만 그 流通上 또 는 加工등에 많은 問題點을 갖고 있다<sup>4)</sup>.

2) 姜景瑞, 宋昌吉: 濟州道 겨울作物의 流通 및 對日 輸出増大에 對한 研究, 濟州大學 論文集 15, 社會科學編 參照.

3) 10a當 收量을 보면 '75年 728 kg에서 '80年 1,323 kg으로 年平均 27%의 增加를 보여주고 있으나 日本의 절반 수준에 머물고 있어 品種改良 및 技術의 高度化가 要求되고 있다.

4) ① '80年 柑橘加工率은 사과의 0.9%에 비하여 높은 편이나 포도의 32.2%에는 크게 떨어지며 日本의 '77年度 柑橘加工率 27.4%에 비하면 차이가 크다.

② 또한 外國産 濃縮液의 輸入量은 '80年의 境遇 2,449 t으로 前年對比 87.1% 增加 하였는데, 生果로 환산해 보면 (濃縮收率: 9.5~11.6%) 이는 國內 加工實績 ('80年 加工量 27,342 t임)과 맞먹는 量이다. 農協中央會 調查部: 系統出荷農産物流通實態 調查報告書 1981. p 73

## (3) 菜蔬類

'80年全國의 農産物別 農業粗收入 構成에서 菜蔬類의 比重을 보면 16.2%로서 '65年의 4.6%에 비해 4배로 증대되어 쌀 다음의 위치를 점하고 있다. 또한 濟州는 그 比重이 13.4%로서 柑橘을 除外하면 食糧作物 다음의 比重으로서 그 重要性이 證明되고 있다. 특히 最近

〈表Ⅱ-3〉 年度別 柑橘 生産 動向

區分	年度	'75	'76	'77	'78	'79	'80	年平均 增加率
栽培面積 (ha)		9,258	9,902	10,388	10,321	10,967	12,205	4.4
10a當面積 (kg)		728	436	980	1,042	1,326	1,323	26.9
生産量 (%)		67,392	43,136	101,816	107,536	145,457	161,434	32.4
生産指數		100.0	64.0	101.1	159.0	215.8	239.5	

資料：農水産部「農林統計年報」1981

〈表Ⅱ-4〉 主産地別 柑橘 生産 動向

區分	主産地	栽培面積	10a當收量	生産量	占有率
濟州道	南濟州, 北濟州	12,123 ha	1,329 kg	161,117 %	99.8 %
慶南	거제, 통영, 남해	56	512	287	0.2
全南	고흥, 진도, 완도	21	50	12	-
全國	合計	12,205	1,323	161,434	100.0

資料：農水産部「農林統計年報」1981

은 自家消費 보다도 大部分이 販賣를 목적으로 生産되는 商業的 品目들이고 副業的 作目段階에서 專業的 作目-主作目化하고 있으며 地域外 搬出을 전제로 한 生産量이 늘어나고 있다. 그렇기 때문에 이들의 價格安定은 農家收入面에서 重要한 意義를 갖고 있다.

地域的 特化를 보여주고 있는 作目は (表Ⅱ-5)와 같으며 특히 당근의 경우는 '80年 강원도가 706 ha - 13,218 % 제주가 491 ha - 11,698 % 이던것이 '81年에 와서는 濟州가 1,168 ha - 22,262 %, 강원도가 491 ha - 9,182 %으로 逆轉되어 第1位의 主産地로 浮刻되고 있다.

그런데 濟州는 우리나라 有一의 溫暖性地域 (年平均氣溫은 서울 보다 3℃, 最寒月 (1月) 平均氣溫은 8℃가 높음)으로서 露地에서의 越冬菜蔬類 生産이 主産地化 되고 있다. 더욱이 交通 및 交通手段의 發達은 多樣한 作物들의 立地를 促求하게 될 것이며 이에따라 商業的 營農은 加速化 될 展望이기도 하다. 이에따라 100~120日間の 消費를 貯藏하는 生産-販

〈表II-5〉

## 채蔬類 特化 現況 (1981)

品目	栽培面積	生産量	備	考
당근	1,168 ha	22,262t	全國生産量(3,952 ha, 69,821 t)의 32%로 第1位의 主産地가 되고 있으며 第2位는 江原道(491 ha, 91,282 t)가 11.7%이다. 그러므로 당근의 主産地는 濟州地으로 移動되었다.	
조생양파	289	9,508	早生은 全國生産量(600 ha, 16,800 t)의 56%를 濟州地域이 차지하고 있다.	
양배추	315	14,545	모든 作型을 包含한 우리나라 生産量(1,961 ha, 58,597 t)의 24.8%를 점하고 있어 第1位의 主産地가 되고 있으며 다음이 江原道(12,522 t 生産, 21.4%)이다.	
잎마늘	745	6,734	一般用 마늘까지를 합친 生産量이나 이중에서 잎마늘 出荷 動向을 보면 '79年 7,034 t의 23%인 1,604 t, '80年 6,031t의 38.4%인 2,318t '81年 6,734t의 59.7%인 4,017t이 잎마늘로 出荷되었는데, 그 出荷比率이 높아 가고 있다.	

資料: 姜景璠, 宋昌吉: 濟州道 겨울작물의 流通 및 對日 輸出增大에 대한 研究

〈表II-6〉

## 農業生産上 投入·産出에너지

區分 年度	쌀			채蔬			酪農		
	投入	産出	比	投入	産出	比	投入	産出	比
1960	3,944	13,138	3.3	7,070	6,120	0.9	2,456	1,351	0.6
1965	6,270	12,885	2.1	14,380	6,410	0.4	2,832	1,474	0.5
1970	10,234	14,673	1.4	25,180	7,480	0.3	3,402	1,557	0.4
1975	10,967	16,099	1.5	43,290	8,470	0.2	2,982	1,638	0.4
1975/1960	2.8	1.2	0.4	6.1	2.8	0.2	1.6	1.2	0.7

資料: 農林水産省大臣官房監修: 明日의 農業技術 1980

※ ① 쌀 = 103 K Cal/ha, 채蔬 = 左同, 酪農 = 103 K Cal/頭

② 固定費 形成에 들어간 에너지는 計算에서 除外되었음.

賣 전략이 地域政策에서 절실히 요구되고 있다. 溫暖性이라는 自然立地の 活用은 資源節約이라는 國民經濟的 次元에서도 重要하며 太陽의 光과 熱을 利用하는, 土壤生態系를 잘 活用하는 農業地域의 形成이라는 觀點에서도 그 重要性이 높히 評價되어야 할 것이다.

參考로 日本의 에너지收支 (칼로리 換算 投入과 產出의 比) 를 (表II-6)에서 보면<sup>5)</sup>

水稻作의 에너지 收支는 '60年 3.3 이었다. 즉 에너지 1單位를 投入하면 3.3배의 產出이 있었지만 15年後의 '75年에는 1.5 까지 떨어졌다. 產出比는 6割이나 떨어져 에너지 投入이 2.8倍한데 비하여 產出은 1.2배에 머물고 있다.<sup>6)</sup> 우리의 관심사인 菜蔬類는 '60年 段階에 이미 1이하로 떨어진 產出比(0.9)가 15年後에는 겨우 0.2 - 8割이 감소한 셈이고 15年間に 에너지 投入을 6.1倍化 하였는데도 불구하고 產出은 2.8倍밖에 늘어나지 않고 있다. 이와 같이 菜蔬類에서 顯著한 것은 施設栽培에 의한 에너지의 過多投入에서 비롯되고 있는 것이다.<sup>7)</sup>

### III. 青果物 流通實態와 問題點

#### 1. 柑 橘

##### (1) 流通經路

農產物의 流通經路는 農產物의 種別, 特性和 流通地域에 따라 각기 相異하나 一般的으로 流通過程은 產地蒐集段階에서 都賣市場의 中繼段階를 거쳐 消費者에게 分散되는 3段階로 大別할 수 있는데 다음과 같다.

- ① 生産者→產地蒐集搬出商→中央都賣市場→仲買人→小賣商→消費者
- ② 生産者→產地蒐集搬出商→類似都賣市場→委託商→小賣商→消費者
- ③ 生産者→產地農協→農協共販場→指定去來人→小賣商→消費者

이상과 같은 經路를 產地蒐集, 出荷過程을 中心으로 보면 商人經路와 農協經路로 나눌수도 있으며 현단계에서 볼때 濟州産 青果物 뿐만 아니라 全般的으로 商人經路-②의 經路에 크게 의존하고 있음을 보고 있다. 그렇기 때문에 流通改善의 問題를 流通擔當主體面에서 볼때 商人經路를 排除 혹은 합리화에서 生産者에 의한 共同販賣-農協活動의 強化와 연관되는 과제들이라 하겠다.

本 小論은 產地市場 卽 蒐集·出荷段階를 中心으로 한 實態 및 問題點을 把握하는데 目的이 있는 것이며 都賣市場의 分散段階까지는 檢討對象에서 除外되고 있음을 우선 밝혀둔다. 사실 農產物은 零細, 分散, 多數의 生産者에 의해 生産되어 遠隔消費者에의 손에 들어가기 위해서는 우선 產地市場의 蒐集機能이 一次的으로 遂行되어야 한다. 이 段階에서의 價格形成過程은 現代 交換經濟社會에 있어서 生産者 農民의 所得決定에 가장 直接的인 影響을 미치고 나아가서는 生産者의 營農意思決定 및 販賣行態에 影響을 미치므로서 次期生産量(供給量)의 增減

5) 安達先恒: 日本農業の選擇 1983. P 28.

6) 또 한 例를 보면(農林水産省 農業技術研究所의 吉田武彦計算)살인 境遇 '75年까지 20年間に 單位收量은 약 50% 늘어났지만 그동안 農業投入量은 31배, 석유연료는 21배, 기계는 12배, 화학비료는 4배나 사용되었다. 그래서 에너지 收支는 同期間中 2에서 0.7로 떨어지고 말았다.

7) 日本의 菜蔬類 施設化 現況은 姜景禧, 宋昌吉 前掲書 P.218에서 참고할 것.

을 左右하는 要因이 된다. 또한 產地市場에서의 選別, 包裝, 等級化 등 流通機能은 該當 農產物이 最終消費者에게 들어가기 까지의 流通能率을 決定하는데 重要한 要因이 되기도 한다. 그러므로 蒐集, 出荷段階는 農產物 流通過程의 出發點으로서 그 主體가 누구에 의해 擔當되어 지고 있는냐에 따라 流通經路가 달라진다. 그래서 流通經路의 把握은 流通에 影響을 미치는 基本要因과 이들간의 단계를 분석하는데 도움이 되며, 流通產業의 經濟的 構造를 把握할 수 있으며, 복잡한 相互關係를 이해하는데 도움을 줄 수 있는 것이다.<sup>8)</sup>

그러면 이상과 같은 觀點에서 濟州產 靑果物의 流通實態를 整理해 보기로 한다.

### (2) 生産農家の 販賣處別 販賣比重

農家の 販賣方法에는 產地蒐集商에 販賣하는 非包裝 庭前 販賣와 產地農協 共販場에 販賣하는 自家選別 包裝販賣 두가지로 大別할 수 있다.

產地蒐集商에의 販賣는 農家가 庭前에서 裸果狀態로 販賣하는 것을 일컫는데 이 경우 통상농가는 等級區分을 하지 않는것이 常例이며 이러한 方法으로 販賣되는 比重이 南濟州의 경우 60.3%, 北濟州 50.9%이고 (表Ⅲ-1), 農協共販場에의 販賣는 主로 農協選果場에서 選別, 包裝되어 農協의 委囑檢査를 필한 후에 주요소비지 농협공판장에 위탁판매되고 있으며 一部는 消費地委託商(類似都賣市場)에 販賣되기도 한다. 이러한 產地農協을 통한 販賣는 南濟州의 경우 전체의 30%를 北濟州는 42.4%를 점하고 있다.<sup>9)</sup>

이상 보는 바와 같이 產地蒐集搬出商에의 販賣比率와 產地農協(共販)에의 販賣比率는 57% : 34.4%로서, 특히 生産中心地인 南濟州가 商人販賣依存率이 60.3%는 流通經路中 「Ⅲ의 1-(1)-②」에 크게 依存하고 있음을 엿볼 수 있다.

### (3) 中間商의 marketing 實態

柑橘의 產地蒐集商이란 蒐集搬出의 機能을 擔當하는 商人으로 柑橘蒐集方法은 農家를 巡廻하여 農家庭前에서 貫當 價格으로 裸果를 購入하여 自己 所有選別場이나 柑協選別場에서 選果機에 의해 選別한후 15kg 木箱子에 包裝, 육지로 搬出한다.

〈表Ⅲ-1〉

販賣處別 販賣比重

(單位: %)

地域	販賣方法 販賣處	非包裝庭前販賣		自家選別包裝販賣	加工工場	計
		產地 募集商	產地	農協		
南濟州		60.3		30.0	9.7	100
北濟州		50.9		42.4	6.7	100
平均		57.0		34.4	8.6	100

資料: 農協中央會: 계통출하 농산물 유통실태 조사보고(1981)

8) 成培永: 農協產物 流通經濟, 韓國農村經濟研究院 1982, p 149.

9) 農協中央會 調査部: 系統出荷農產物 流通實態調査報告 1981, p 82. (柑橘의 流通實態는 本 實態調査 報告에 크게 依存하였음)



大都市로 搬出하는 경우 이들 商人의 大部分은 消費地 委託商과 連繫되어 있어 委託時勢를 통보해 오면 산지상인은 가격이 합당하다고 판단될 때 물량을 반출하게 된다. (이때 一部 消費地 委託商은 時勢보다 낮은 精算書를 郵送하고 自己가 實際로 買取 販賣하는 경우도 종종 있다. 또한 委託商은 初出荷期の 損失負擔을 감수하며 集荷商品 確保를 위해 노력하기도 한다)

① 去來處別 賣買比重: 產地蒐集商의 去來處別 賣買比重을 보면 取扱物量中 全體의 74.1%가 消費地 委託商에 販賣되고 12.6%가 消費地 中都賣商에 販賣된다. 그리고 消費地 農協共販場에 4.8%, 加工工場에 8.5%가 出荷되고 있다. (表Ⅲ-2)

② 販賣時 再等級數 및 再等級理由: 보통 선과기에 의한 等級 分類는 크기별로 9~11 等級으로 分類되나 實際 販賣에 있어서는 3 等級으로 分類 販賣되고 있다. 이 경우 再等級의 理由로서는 “等級區分에 따른 利益이 크기 때문”이 35% “消費者가 원하므로”가 65%를 차지하고 있으며<sup>10)</sup> 이렇게 再等級된 柑橘은 生産者(農家) 브랜드가 아닌 商人自身の 商標名으로 消費地에 搬出된다

〈表Ⅲ-2〉

產地蒐集商의 去來處別 賣買比重

(單位: %)

區分	地 域	南 濟 州		北 濟 州		平 均	
		募集商	販賣處	募集商	販賣處	募集商	販賣處
農 家		100	-	100	-	100	-
消費地委託商		-	64.8	-	83.5	-	74.1
消費地農協共販場		-	6.2	-	3.3	-	4.8
消費地中都賣商		-	18.6	-	6.6	-	12.6
加工工場		-	10.4	-	6.6	-	8.5
計		100	100	100	100	100	100

資料: 農協中央會 上揭書

③ 流通經路: 流統經路는 앞서 販賣處別 販賣比率(產地蒐集商 57.0%: 產地農協 34.4%)을 본바 있지만 이를 農開公이 調査한 資料('81.10 南濟州-서울)를 利用하면 다음과 같다. (表Ⅲ-3, Ⅲ-4) 農開公이 調査에서는 產地蒐集商 70% 生産者 直接出荷 6% 農協 11%, 加工業體 13%로 나타나고 있고 農協의 調査('80.12.20: 西歸浦-서울)에서는 南濟州의 경우 產地蒐集商 60.3% 產地農協 30.0%, 加工工場 9.7%(生産者 直接出荷는 나타나지 않고 있음)로 나타나고 있어 流通主體別에 따라 차이점을 보여주고 있는 것은 조사시점, 조사방법등의 差에 기인되는 것으로 相互比較는 큰 의미가 있을 수 없다. 다만, 大體的인 把握은 商人販賣 對 農協販賣 比重이 70%(60%): 30%(40%) 水準이며 이속에서 生産者의 獨自的인 個人出荷가 6%정도이나 去來處는 消費地 委託商(類似都賣市地)이 되

10) 再等級, 再包裝 過程에서 差別價格化 - 等級margin 및 物量 margin이 형성될 수 있다.

〈表Ⅲ-3〉

## 流通經路別 物量占有率

( '81.10 南濟州 - 서울 )

No	區分	生産者	募集 搬出商	農協	加工 業體	委託商	中間 都買商	仲買人	小買商	消費者	計
募集商經由		○	○	—	—	○	○	—	○	○	54.7%
		○	○	—	—	○	○	—	—	○	9.7
		○	○	—	—	—	○	—	○	○	4.8
		○	○	—	—	—	○	—	—	○	0.8
生産者直出荷		○	—	—	—	○	○	—	○	○	5.0
		○	—	—	—	○	○	—	—	○	1.0
農協經由		○	—	○	—	○	—	○	○	○	9.9
		○	—	○	—	—	—	○	—	○	1.1
加工業體直去來		○	—	—	○	—	—	—	—	—	13.0 (100.0)

資料：農漁村開發公社

“○”表示는 流通經路에 該當함을 意味함.

고 있음을 알 수 있다. 이와 對比하여 流通經路上 사과의 것을 보면 (경산·영천-서울) 產地蒐集商 29.2% 外地蒐集商 20% 計蒐集商 49.2%, 農協共販場 16.5%, 產地市場 2.2% 生産農家の 直接出荷 (消費地 委託商에의) 15.6%로 構成되고 있어 產地蒐集商 比率이 저하 되면서 個人直接出荷가 높게 나타나는 傾向성을 찾아 볼 수 있다.

流通margin 관계는 本小論에서는 檢討對象外로 하고 있지만 參考로 農家受取率을 보면 商人經路 64.9% 農協經路 67.1%로서 農協經路가 높은데 그 요인은 輸送費와 手數料가 商人經路에 比해 절감되고 있음에서이다.<sup>11)</sup>

## 2. 菜蔬類 - 당근, 양배추, 잎마늘

## (1) 販賣方法

濟州의 당근, 양배추, 잎마늘의 主販賣方法은 圃田去來 (밭때기)인데 당근은 93.3%로 거의 全部이며 양배추, 잎마늘은 60%이다.<sup>12)</sup> (表Ⅲ-5) 양배추, 잎마늘의 圃田販賣 比率이 낮은 것은 調查對象地域 (涯月邑 涯月里, 郭支里)이 이들 作物에 대한 栽培經歷을 오랫동안 갖고 있어 그 나름의 流通處理에 發展的인 適應力이 形成되었음을 뜻한다. (당근 調查地域인 구좌읍 평대리는 최근 3~4년 사이에 산지형성이 이루어진 곳임) 또한 양배추, 잎마늘은 上記 밭때기 외에 收穫時期에 販賣委託 (產地委託商에의)이 20%, 生産者의 直接

11) 農協中央會 調査部：主要農産物の 流通經路 및 마진조사보고 1979.

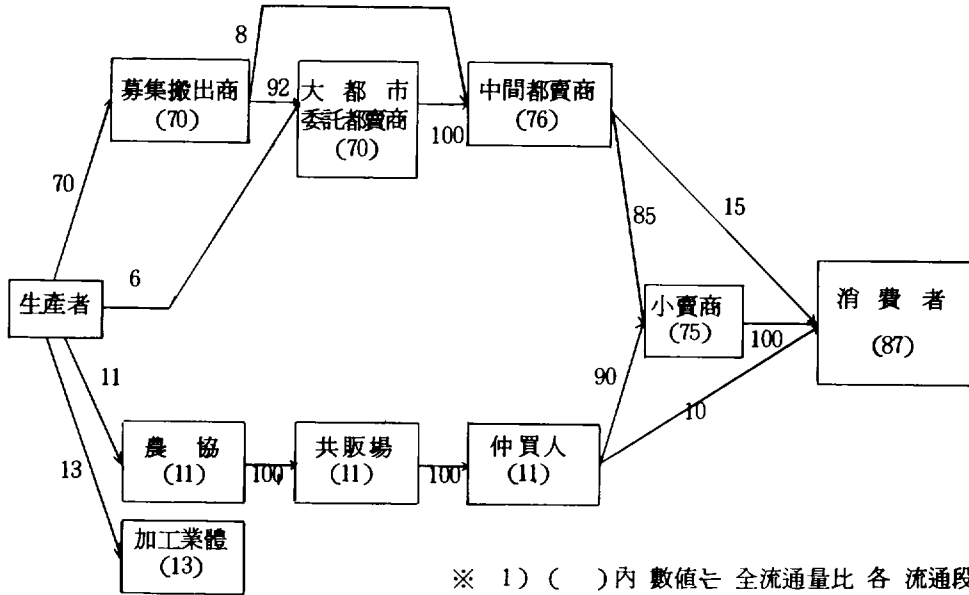
12) 강원도의 高冷地 무우, 배추의 圃田販賣率은 각각 48.0%, 42.5%로 나타나고 있으며 마늘은 보통 40~50%의 比率(農協中央會：農産物流通實態 調査報告)로서 이들에 비하면 濟州 越冬菜蔬類의 60~90%는 너무나 前近代的인 販賣方式에 의존하고 있다.

〈表Ⅲ-4〉

流 通 經 路 圖

( '81.10 南濟州-서울 )

( 單位 : % )



※ 1) ( ) 內 數値는 全流通量比 各 流通段階別 占有物量 比率임.

2) 流通經路上 數値는 各 流通段階에서 다음 段階로 分散하는 物量比率임.

資料 : 農漁村開發公社

出荷(消費地委託商) 16~20% 水準으로서 委託商依存率(產地市場에서의)은 80%로 보아야 될 것이다.<sup>13)</sup>

양배추, 잎마늘의 中間商人은 주로 產地委託商(地域商人)으로서 生産者로부터 販賣委託을 받거나 혹은 자신이 直接 買取(밭매기등 包含), 蒐集하여 中繼市場(主로 消費地 類似都賣市場-委託商)에 委託販賣하는 機能을 遂行하고 있다. 한편 당근의 경우는 產地蒐集商(主로 外地蒐集商)으로서 이들은 靑果物產地를 巡廻하면서 自己責任下에 靑果物을 蒐集(당근은 주로 밭매기 買取), 大規模化하여 消費地의 都賣市場(委託商)에 搬出한다. (이들은 產地에 일정한 施設을 갖고 있지 않고 靑果物 生産 收穫時期에 따라 移動한다. 당근의 경우를 보면 터널재배지역 5~6月→春播栽培地域 7~8月→夏播栽培地域 11~12月-越冬栽培地域인 濟州에는 11~1월에 移動해 온다-去來순환임) 또한 당근의 경우 圃田賣買에 의한 買集에는 產地蒐集商과 大都市委託商이 直接 參與하고 있으며 大商人 경우에는 現地 駐在員과 車輛을 派遣하고 있으며 買集된 物量(圃田)은 12月~4月까지 消費地 市場의 사정에 따라 탄력성

13) 姜景燾, 宋昌吉: 濟州道 겨울作物의 流通 및 對日輸出 增大에 대한 연구 1982. (菜蔬類 流通實態는 여기에 크게 의존하고 있음)

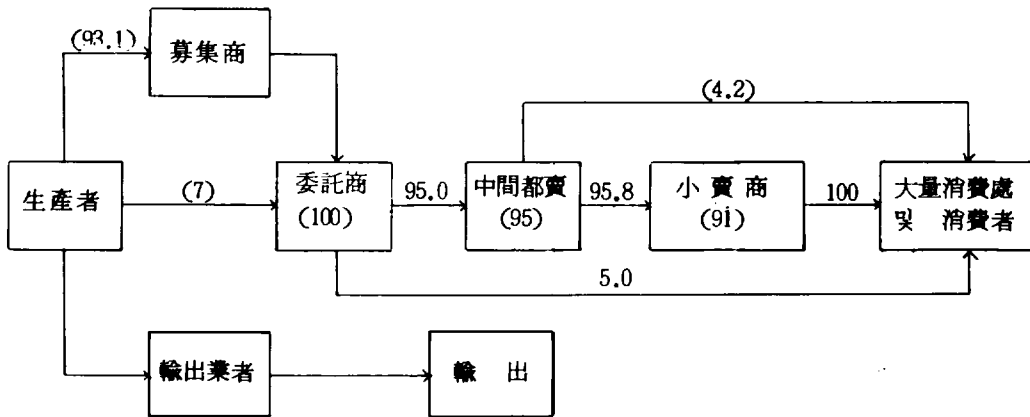
〈表Ⅲ-5〉 販 賣 方 法 (單位：%)

區 分	당 근	양 배 추	앞 마 늘	平 均
圃 田 賣 買	93.3	60	64.3	72.5
直 接 出 荷	6.7	40	35.7	27.5
計	100	100	100	100

註：生産農家の 直接出荷에는 消費地委託商에의 直接出荷와 産地委託商에의 販賣를 包含하고 있는 것임.

資料：姜景璿前掲書

〈表Ⅲ-6〉 當 근 流 通 經 路 ('82.2 濟州-서울)



- 註：①( )內數値는 全流通量比 즉, 各 流通段階別 占有物量 比率임.  
 ② 流通經路상의 數値는 各 流通段階에서 다음段階로 分散되는 物量比임.  
 ③ 委託商 以後의 分配過程 및 數値는 農漁村開發公社：農産物의 流通實態와 當面果題에서 參考한 것임.

있게 조정, 출하하며 이중 30%内外는 저온 저장하였다가 단경기인 5월에 市場出荷 하고 있다. (圃田去來過程 및 問題點등 자세한 것은 姜景璿 前掲書 參考)

(2) 流通經路

(여기서는 주로 당근의 流通經路만을 要約하기로 한다.)

당근, 양배추, 앞마늘등의 去來方法이 前近代性(商業資本支配)이라 할 수 있는 圃田去來가 支配的인 流通經路 또한 固定性과 廢續性이 中心을 이룬다. (表Ⅲ-6) 즉 集荷過程에서의 과정성과 中계시장에서의 類似都賣市場-委託商으로 이어지는 連續거래로서 고정성과 폐쇄성을 그 特徵으로 하고 있다. (既存 蒐集商들은 委託商과의 人的紐帶가 두텁고 수요정보, 先渡金등을 支援받기도 한다.)

그래서 당근의 流通經路는 生産者—仲介人=地域 broker<sup>14)</sup> → 蒐集商 → 類似都賣市場, 委託商→中間都賣商→小賣商→消費者의 經路가 支配的이다.<sup>15)</sup>

#### IV. 靑果物流通改善의 一般論

##### 1. 靑果物 마케팅의 特徵

農產物은 商品으로써의 性格(저장성이 낮은 점, 운반성능의 저하성, 등급화, 규격화의 곤란성 등 物理的 性格)의 特殊性和 生産構造의 特質(零細分散性, 生産量 調整의 困難性, 自然條件의 制約等) 및 消費構造의 特質(消費規模의 零細, 分散性, 日常性等)에 의하여 流通過程上 制約點이 많다. 좀더 農產物의 商品的 性格과 流通上의 特質을 整理해 보면 다음과 같다.<sup>16)</sup>

① 生鮮腐敗性的 商品的 性格: 有機的 生産物로서 鮮도가 商品價値를 規定하기 때문에 場所的, 時間的 連結機能 및 Control 機能이 高度로 加해져야 한다.

② 生産의 季節性和 需給의 不均衡: 生産은 季節性이나 消費는 周年性을 갖기 때문에 需給調整에는 保管등에 따라 費用投下-價格上昇등을 不可避하게 한다.

③ 品質의 不統一性和 標準化 費用: 全般的으로 農產物은 工業製品과 같이 統一된 規格과 品質을 繼續的으로 再生産하는 것은 不可能하다. 그러므로 生産된후 規格-等級化가 必要하고 여기에는 費用이 追加된다.

④ 零細分散的 生産과 小單位 流通: 小量, 小規模의 生産과 消費는, 또한 모두가 分散的이기 때문에 이를 연결하는 流通擔當者도 零細商人이 많아서 流通市場은 더욱 복잡화 하는 요인이 된다. (流通費의 提高)

⑤ 價格彈力性的 低位와 供給變動: 農產物은 彈力性이 1以下가 많아 조금만 過剩生産되어도 價格下落을 免치 못한다.

이상과 같은 特性에서 中間商등의 流通擔當者가 必要하게 되고, 이들에 의한 일방적인 去來支配가 盛行될 수도 있게 된다. 그런데 中間商人(商業資本)의 支配下에 個別分散的인 孤立的 販賣가 一部 解消되기는 하나 近代的인 完全競爭市場의 合理的인 去來에까지는 미치지 못한다. 勿論 生産者 스스로 流通擔當者가 될 수 있으나 市場活動에 經驗이 적고, 市場情報에 어둡고, 出荷에 따른 危險과 不確實性이 常存하기 때문에 生産者 個別的으로는 어렵게 된다. 그러므로 生産者 組織인 農協이 必要하게 마련이다. 生産段階에서는 零細, 分散, 小規模이지만 農協이란 하나의 組織에 이를 모이게 되면 規模의 經濟性을 實現할 수 있을 뿐만 아니라 앞서의 不確實性등을 解消할 수 있는 流通機能의 專門性이 나타나게 된다. 또한 中間商에 의한 不當한 商業利潤(價格變動, 價格差의 讓渡利潤)을 排除 또는 合理化 시키는데도 作用하

14) 仲介人은 居間(broker)이라고도 하며 商業知識이 밝아 市場情報機能을 遂行하기도 한다. 이들은 賣方 中間에 介在하여 去來를 알선해 주고 주로 買方으로부터 一定한 口錢(brokerage)을 받고 있는데 당근의 경우는 조사 당시('82.2) 소개료로 坪當 50원에서 300원을 받는다. 또한 이들은 수확 포장등 出荷業務를 補助하는 下手人 役割도 擔當한다.

15) 당근의 流通은 他作物에 비하여 出荷經路가 單純하고(고정성과 폐쇄성에서) 小數 商人에 의하여 物量流通이 左右되기 쉽다. 또한 中間都賣段階에서 세척, 재선별 소포장하여 분산되기 때문에 品質差別 등에 의한 追可 margin의 소지가 높다.

16) 官崎宏: 「農產物 價格形成と 市場構造」 『農業經濟概論』 全國農業協同組合中央會 1981. PP 113~114.

게 될 수 있다. 그래서 農產物流通 全般에는 公共主體에 의한 農產物流通市場에의 介入과 價格形成에의 直接的 또는 間接의 干섭을 不可避하게 된다.

## 2. 產地形成과 共販의 關係

우리는 '80年代에 들어서면서 「商業農化時代」라 大部分 일컬어지고 있다.<sup>17)</sup> 그러나 이의 起點은 다음과 같은 지적에서 볼 수 있듯이 '60年代末에 商業的 營農에 進入하고 있음을 간과해서는 안될 것이다. 즉 第1.2次 農漁民所得增大 特別事業('68~'71年, '72~'76年)의 促進되면서 果樹, 園藝, 畜產, 特作, 農水產物 加工分野의 全 經濟作物 開發인 것이다. 여기에 投入된 資金은 1,275億원에 達했고, 이 事業에 參與한 農家도 무려 115만이 상에 달했다. 農家가 돈벌이할 수 있는 모든 分野에 資金이 支援되었고 全國 各處에 여러가지 形態의 主產團地가 形成되었다. ……農業의 全體的인 흐름에서 볼 때 韓國農業이 米麥爲 主의 自給自足的인 狀態에서 벗어나, 收支 맞추기 위한 商業的인 多角經營으로 轉換시킨 分岐點은 農特事業에서 그의 歷史的인 契機를 찾지않을 수 없다.<sup>18)</sup>

이상의 指摘에서 보는 바와 같이 經濟의 高度成長期 農業의 市場對應은 農產物의 商品化 構造로서 (또한 所得向上策의 일환으로서) 適應하러한 것이다. 이에따라 農業의 地域分化

〈表N-1〉

榮蔬類 主產團地 現況 (1981)

道別 品目	京畿	江原	忠北	忠南	全北	全南	慶北	慶南	濟州	計
가을무우										
가을배추	134	33	29	32	74	117	52	51	-	522
고추	36	33	70	34	39	22	79	28	-	341
마늘	-	25	21	98	10	131	49	41	1	376
양파	-	-	-	-	4	59	49	51	8	171
計	170	91	120	164	127	329	229	171	9	410

資料：韓國農村經濟研究院：價格維持와 生産調整 1982

17) 商業的 農業에 의한 商品化는 自營農民에 의한 農產物의 商品化이며(단계론에서 볼때) 商品生産으로서 農民相互間 社會的 分業關係에 들어가 市場을 통한 賣買와 함께 生産者 相互間的 賣買가 이루어짐을 뜻한다. 이를 發展形態로 보면 農業資本家에 의한 商品化(우리의 例 畜產, 果樹등에서의 一部經營)가 豫想될 수 있으나 小農下의 日本은 兼業農民에 의한 商品化로 移行되고 있음을 볼 수 있다. 商業的 農業의 問題는 別途로 檢討가 되어야 하겠지만 우리는 現在 農產物의 商品化率이 50~70% 水準이며 生産要素의 購入費(農業經營費중 現金支出 比率)가 1965年 59.2%에서 1981年 72.0%의 指標를 보여 주고 있다. (韓國農村經濟研究院：農水產物 關稅政策의 調整方向) 그리고 商品生産의 發展은 單一作目에의 專門化 또는 複合作目에의 專門化(自給自足的 多作目 經營에서)의 形態로 適地適作-專門化의 傾向을 보여 주며 그 地域的 形態가 農業의 地域的 分化의 集中表現으로서 生産地形成인 것이다.

18) 韓國農村經濟研究院：價格維持와 生産調整 1982. P. 8~9

(水平的 分業方向의 經營專門化)는 適地適作物에 收斂하면서 主產地가 形成되어 나갔다.<sup>19)</sup>

한 經營의 專門化가 進行되어 地域相互間 또는 生産農家間 競爭이 不可避하게 되고 基幹作物의 生産規模 擴大 또한 進行되어 生産物의 販賣量은 增大하게 마련이다. 한편 整理된 作物에 대해서는 自給에서 購入으로 轉化하게 되어 販賣와 購入 兩面에 걸쳐 市場依存度는 높아간다. 여기에는 必須的으로 販賣를 위한 農產物 marketing이 제기된다. (勿論 自給部分의 축소는 生活에 必要한 購入은 勿論 生産資料의 購入 問題도 市場에 依存하게 되 市場問題가 제기된다) 이와같이 商品生産의 農業은 生産構造 變化로서의 地域的 專門化-主產地 形成(主產團地의 例를 菜蔬에서 보면 表IV-1과 같다)으로 그 기반을 착실히 쌓아 왔지만 이따른 商品의 大量生産의 販賣問題는 어떻게 對應해 왔는가 즉 流通過程의 對應은 어떠한가이다. 一部 先導農家를 中心한 地域 또는 生産品目에 따라 自生出荷組織 또는 協同組合의 共同販賣로 對應했지만 여기에는 상당히 中間商에 依存하는 形態를 즉 自給自足下의 商品化 段階에서 벗어나지 못하였다. 다시 말해서 商業的 農業의 生産農家 內部化는 主產地 形成이라는 方向에서 對應하여 大量商品 生産-地域的 規模의 形成이 進行되었지만 이에 相應하는 價値의 實現過程-流通過程은 團地의 對應(共同販賣)에까지는 미치지 못하여 中間商人(商業資本) 依存이라는 販賣過程의 外部化를 持續하고 있는 것이다.

실인즉은 主產地形成과 農協등의 生産者 組織에 의한 共同販賣는 어디까지나 自動車의 양쪽 바퀴와 같이 連動할 때 비로소 商業的 農業의 成長이 기대됨을 재인식 해야만 할 것이다.

그러면 共同販賣의 論理는 어떠한 것인가를 다음과 같이 要約해 보기로 한다.

〈表IV-2〉

主要農產物의 流通마진 對比表

品目別 區分	米 穀 (85 kg)		사 과 (15 kg)		오 이 (75 kg)		소 (350 kg)	
調 查 地 域	金堤→서울		永川→서울		順天→서울		全州→서울	
調 查 日	'77. 2.17		'77. 2. 7		'77. 2		'76. 8	
經 路 別	農 協 商 人		農 協 商 人		農 協 商 人		農 協 商 人	
農家受取率	92.8%	85.8%	67.9%	63.8%	43.6%	33.8%	91.0%	76.6%
總 마 진	7.2	14.2	32.1	36.2	56.4	66.2	9.0	23.4
(費 用)	(3.5)	(3.9)	(8.4)	(10.9)	(7.9)	(8.0)	(5.4)	(15.3)
(利 潤)	(3.7)	(10.3)	(23.7)	(25.3)	(48.5)	(58.2)	(3.6)	(8.1)
消費者價格	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料：農協中央會 調查部

19) 主產地 形成은 自然條件에 規制된 生産地帶나 企業의 立地論에 입각한 經濟立地는 아니다. 商業的 營農의 展開에서 市場對應을 하기 위해 타협적으로 택할 수 밖에 없었던 生産構造上 規模의 經濟性 追求의 한 形態이기도 한 것이다.

### 3. 共同販賣에 대한 一般理論

#### (1) 共同販賣의 必要性

生産者 農民의 農産物 共同販賣은 經濟의 발전에 따라 生産農家나 消費者 모두에 必要한 것으로서 (國民經濟의 側面에서 不完全競爭條件의 改善으로) 그 發展을 보게 된다. 그 原理的 目的은 ① 中間商業資本의 排除, 代替와 中間經費, 流通經費의 節減, 節約된 流通費(利潤) 部分을 生産者에 환원될 수 있다는 점 (表Ⅳ-2에서 流通margin 關係를 參考할 것) ② 大量集積에 의한 去來力=價格形成力의 強化와 小農生産物의 有利한 價値實現 ③ 大量集積에 의한 販賣調整(流通調整)에 의한 價格의 平準化, 安定化 등으로 要約될 수 있는 것이다. 이를 좀더 要約 그 본래의 의미를 살펴보기로 한다.<sup>20)</sup>

① 流通費=中間經費의 節減과 이에 따른 生産者에의 환원. 즉 自主的인 共同結束에 의해 商業資本(中間商人)을 排除, 代替하여, 또한 大量集積을 통하여 포장, 보관, 운반등 유통제경비를 절감, 生産者에 환원, 결국은 農家受取價格을 높일 수 있다. (表Ⅳ-2 參照)

② 大量集積에 의한 品質, 規格의 統一 그에 의한 價値增高: 品質統一化와 分類, 規格化에 의해 價値를 높여 그만큼 市場價格總額을 크게 한다.

③ 大量化에 의한 供給의 安定化와 價格의 平準化, 安定化: 大量集積에 의해 計劃出荷 및 出荷調整에 따라 供給의 安定化, 恒常化가 可能하고 또한 時間的, 場所的인 利幅의 減少로 商業資本의 投機利潤의 制約

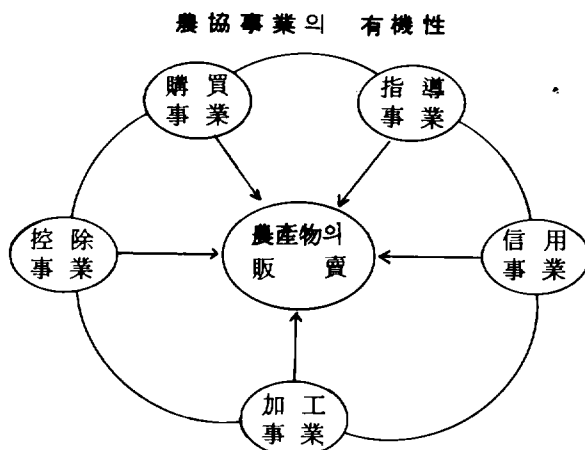
④ 去來力=價格形成力의 強化와 그에 의한 小農生産物의 有利한 價格實現

⑤ 專門販賣擔當者에 의한 市場에의 適應, 去來迅速化, 市場開拓

⑥ 資金回收의 확실화, 共濟機能, 金融의 提供

⑦ 生産過程과 結合된 流通(販賣)의 高度化: 技術指導, 技術統一과 有機的으로 連

(圖Ⅳ-1)



農協中央會調查部: 農協販賣事業에 관한 調査. 1980

20) 御園喜博: 農産物市場論 1966. P 21~22.



繫된 共販體制를 形成하여 生産-販賣를 一貫한 高度의 體系로 生産性を 높일 수 있다.

⑧ 市場의 擴大, 統一, 安定化와 價格形成의 合理化는 勿論 生産者 自身の 直接的인 流通에의 進出

이상 ①~④가 基本的인 것이고 ⑤이하는 副次的인 것으로 要는 商業資本(특히 前期的 商業資本)의 市場分斷, 支配와 이에 따른 前期的 讓渡利潤을 排除(또는 合理化)하여 이에 代身 市場擴大, 統一, 安定化 하면서 價格形成을 合理化(有利化)할 수 있을 것이다.<sup>21)</sup>

### (2) 農協機能의 有機的 一貫化

農協의 販賣事業(共同販賣)은 이것 하나만으로 그 의의가 強調되어지는 것이 아니라 農協의 各種事業과 有機的인 一貫성을 가지면서 相互發展을 하는 것이다. 그러므로 販賣를 中心으로 各種事業(구매, 지도, 공제, 이용가공, 신용-圖Ⅳ-1)과 結合 相互關聯, 一選性에서 그 의의를 確立해 나가야 된다. 農協의 各種事業은 궁극적으로 農家所得 增大에 그 目標가 있는 것이며 農家所得은 最終的으로 農產物의 販賣過程에서 決定되게 마련이다.

### (3) 共同販賣의 諸類型

① 共同輸送: 單純한 共同輸送으로 輸送費 節減 및 危險을 分散시킬 수 있다.

② 個選共販: 選別 包裝은 各 個人別로 하고 販賣만 共同하는 것(여기에는 個人別 計算과 共同의 Pool 計算으로 나누어진다)

③ 共選共販: 共同出役으로 共同選別, 包裝作業을 하고 i) 個人別 計算 ii) 共同의 時期別 Pool 計算 iii) 全期的 共同 Pool 計算 등으로 區別된다.

④ 共販事業에 信用, 購買事業 및 共同防除 등까지 同伴하는 경우도 있다.

이상을 다른 각도에서 보면

① 單純販賣 斡旋: 上記의 ① 및 ②의 一部가 여기에 속한다.

② 單純共同販賣: ② 내지 ③의 一部로서 共同計算을 하지 않은 경우

③ 共計, 共販: 共同의 Pool 計算을 행하는 共同販賣

이와같이 諸形態를 區分할 수 있으나 出荷組織의 規模, 發展水準에 따라 각기 달라지게 된다.

### (4) 共同販賣의 限界性

共販事業에 대하여 上記한 바와 같은 여러가지 理想點이 있지만 現實的으로 그 推進에 어려움도 없지 않고 설사 共販이 進行되어도 좋은 結果를 가져오지 못하는 例도 있게 마련임을 주의할 必要가 있다.<sup>22)</sup> 農協共販事業 自體의 本來的 弱體性을 整理하여 보면

① 農協이라는 組織體로서의 本性에서 商業去來上 充分한 적격체가 아닌 점이다.

즉 商業上의 去來競爭 및 顧客의 確保, 販賣政策, 市況利用 등 商業資本과 같이 機敏하게 活動하기 어렵다. 이것은 實費手數料에 依存하여 事業을 해야하는 制限때문에 전문的 敏腕한 擔當者를 두기 어려움에서 이다.

② ①과 聯關되는 것이지만 現在 農協經營上 主로 公共機關의 性格, 金融機關의 性格

21) 加工原料農產物인 고구, 麥酒麥, 油菜, 잠전 등은 全國的인 價格統一, 中間段階의 배제 등 共販機能이 政策的으로 확대되어 왔다.

22) 商人과 流通過程에 대한 不當한 편견 또는 協同組合 販賣事業의 有利性에 대한 誇張된 기대(Windy promises)를 바탕으로 한 販賣事業은 대부분 실패로 돌아간다: F.L. Thomsen의 경고에 敬청할 必要가 있다.

으로부터 胚態된 것으로 經營의 안전성, 보수성, 公共性, 엄밀성, 비신축성, 관료성등으로 要約될 수 있다. 그런데 販賣事業은 基本的으로 高度의 伸縮의 經營方式을 요하며 높은 危險負擔을 수반한다.

③ 集荷過程에서 一定의 組織, 規模下에 集荷하는 限定때문에 좀더 必要한 大量集荷力이 弱하고 量的으로 硬直的이어서 商業資本과 같이 彈力的이 못되어 이러한 점에서 對應이 不利하다.

④ 農協은 集荷=蒐集過程에서만 進出(主로)하여 中繼, 分散過程까지 미치지 못하고 있으며 直·間接的 投機的 要素가 殘存하고 있다.

그러므로 上記한 限界性 내지 制約性을 充分히 認識하여 生産者와 農協間의 理解가 增進되어야 할 것이다. 즉 農協이 갖고 있는 硬直性을 보다 克服되어야 할 것이고 生産者는 스스로의 能動的 共同勞力을 통해서만이 有利한 販賣가 實現될 수 있다는 점에 명심되어야 할 것이다. 共同販賣는 農民들이 市場에 對應하기 위한 하나의 수단이지만 小農下의 零細性을 克服하여 大量去來의 有利性(規模의 經濟)을 얻기 위해서는 또한 現實的으로 必要 불가결한 것이다.<sup>23)</sup>

보다 具體的인 改善의 方向은 農協의 販賣事業을 章을 달리하여 살피는 과정에서 整理해 나가기로 한다.

## V. 農協의 販賣事業

### 1. 概況

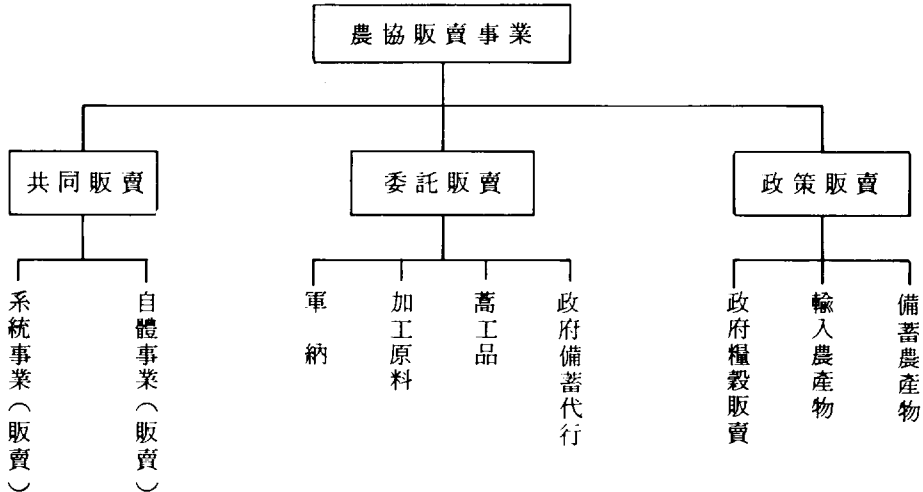
農協의 販賣事業은 農民이 生産한 農產物을 共同으로 蒐集, 運搬, 保管, 販賣하며 그 過程에서 出荷量, 出荷時期, 出荷場所를 調整하여 全國的인 수요와 공급을 조정하며 農產物流通段階의 短縮과 農產物 價格安定을 기하고자 하는데 참뵈이 있다. 이러한 販賣事業을 效率的으로 遂行하기 위하여 農協은 產地共同出荷機能 強化와 消費地 共販場 育成이 促進되고 있다. 특히 農協은 '70年代에 들어와서부터 本格的인 共販事業 促進을 爲한 共販體制의 整備, 強化에 努力을 기울이고 있으며, 특히 產地水準에서의 共販事業을 改善, 強化하기 위하여 「農產物 生産과 販賣의 一貫體制 確立」이란 基本方針아래 각 作目班과 營農團地를 意欲的으로 組織하였고, 農協取扱 農產物에 對한 等級化와 產地包裝을 實施하고 情報機能을 強化하고 있다.

또한 1981년에는 畜協中央會가 設立되면서 農協의 畜產部門 流通機能이 移管되었고 系統組織의 2段階化에 따라 販賣事業 推進에 있어 그 內容面이나 與件이 크게 바뀌었다. 즉 農協의 改編에 따라 會員組合이던 郡組合이 脫法人化 되면서 畜產系 特殊組合은 畜協中央會 會員이 되었고 農協中央會의 會員組合은 園藝特殊組合과 單位農協이 되었다. 이에 따라 종래 郡組合이 取扱하던 農產物 流通機能의 大部分이 單位組合에 移管되어 遂行하고 있다.

23) 共販은 일종의 複數의 販賣意思를 통일한 것이기 때문에 實際로 規模擴大를 통한 規模의 經濟를 實現하는 것이라고 말할 수 있다: Kohls. R.L.: Marketing of Agricultural products: macmillan New York 1972. P 207.

〈表 V - 1〉

## 農協販賣事業의 類型分類



農協中央會 調査部：農協販賣事業에 관한 調査

## 2. 販賣事業의 類型

農協의 販賣事業은 事業의 一次的인 目的, 價格決定方法, 市場競爭, 取扱對象品目, 事業量과 事業時期의 決定要因등의 要素를 綜合的으로 考慮하여 分類하면 (表 V - 1) 農協 固有의 事業인 共同販賣事業(廣義: 生産農家→農協經路→消費者)과 政府가 委囑한 政策事業(政府(機關)→農協經路→消費者)의 2가지로 나눌수 있다.<sup>24)</sup> 또한 廣義의 共同販賣事業(組合員이 生産한 農產物이 組合員으로 부터 農協經路를 거쳐 販賣되는 것)은 狹義의 共同販賣(自由市場 價格에 의해 販賣事業 推進)와 委囑販賣(政府의 政策價格-全國統一價格에 의해 販賣事業 推進-수요 또는 공급 독점적)로<sup>25)</sup> 구분될 수 있다.(表 V-2) 또한 政策販賣事業(政府代行販賣)은 組合員이 生産하지 않은 農產物(例 輸入農產物) 또는 組合員이 生産했다고 하더라도 일단 組合員의 販賣가 完了되어 生産者의 손을 떠난 農產物(例 政府糧穀)이 農協經路를 통해 流通되는 것을 말한다.<sup>26)</sup>

한편 農協의 販賣事業은 事業方式에 따라 買取事業方式, 受託事業方式<sup>27)</sup> 및 斡旋販賣方

24) 農協中央會調査部：農協販賣事業에 관한 調査 1980. PP 15~18.

25) 委囑販賣事業은 商人과 農協과의 競爭力에 의해 決定된다기 보다는 政府의 政策(農家所得面, 資金面)에 크게 依存한다는 점에서 狹義의 共同販賣와 다르다고 할 수 있다. 그런데 上記의 生産品은 주로 加工原料 農產物들로서 加工資本과 연결되어 中間段階의 流通過程을 단축시켜 直接 加工業者에 販賣되도록 하는 중계역할인 것이다. 즉 中間商業資本(中間商人)의 排除와 그에 따른 流通機構의 短縮, 合理化되어 全國統一化, 體系化된다. 그렇지만 한편으로는 下請集荷業의 販賣事業의 태두리를 크게 벗어나지 못하는 점도 간과되어서는 안될 것이다.

26) 政府糧穀의 販賣業務등 政府代行業業은 物價安定, 需給調節 및 消費者 家計保護등에 一次的인 目的을 두어 왔고 共同販賣事業(廣義)은 農家所得 增大에 一次的인 目的을 두고 있다.

27) 組合員으로 부터 實際로 農產物을 팔아달라고 委託를 받아 處理해 주는 方法인데 無條件 受託方式과 販賣條件(價格, 時機등)을 提示하는 條件의 受託方式이 있다.

〈表V-2〉

## 農協販賣事業의 類型

區 分	共 同 販 賣 (廣義)		政 策 販 賣
	共同販賣(狹義)	委 囑 販 賣	
1. 事業의 基本目的	農家保護: 農家受取 價格提高	農家保護+其他 政策 目標	消費者保護: 價格安定
2. 價格決定 基準	自由市場原理, 地域別 價格差, 價格의 隨時變動	政策價格(告示價格), 全國同一價格, 價格變動: 時價變動과 別個	政策價格, 全國同一價格 價格變動: 時價와 別個
· 市場價格	自由競爭의 性格	需要獨占의 性格	供給 獨占의 性格
4. 事業量 決定要因	農協의 對商人 競爭力, 組合員의 農協利用率	政府의 政策 (收買價格, 收買量)	政府의 政策(輸入量, 放出量, 放出價格등)
5. 取扱農産物의 出處	組 合 員	組 合 員	政府(機構)등 非組合員
6. 基本流通 機能	蒐集販賣機能	蒐集販賣機能	分散機能 (消費地 都·小賣)
7. 事業推進 擔當者로써 農協의 機能	事業의 主體	事業의 代行者	事業者의 代行者
8. 農協機能面에서 農協의 性格	生産者 組合	生産者 組合	消費者 組合
9. 取扱對象 品目	農産物 全般	加工原料 中心	家計 必須品 (양곡, 조미채소등)
10. 流通經路	複雜, 零細, 多岐	單純, 大量	單純, 零細
11. 主要去來 對象者	都小賣商등 中間商人	加工業者·保管業者 등 大企業	一般 消費者

農協中央會 調查部: 「農協販賣事業에 관한 調査」 및 慮換相: 「農産物 流通」에서 引用 式<sup>28)</sup>으로 나눌 수 있고, 또한 流通段階別 機能에 따라 產地蒐集機能, 都賣(市場)機能, 小賣

28) 農協의 販賣事業 規定이 全面 改定됨에 따라 追加된 것으로서(農民新聞 '83.8.6) 農協이 直接 販賣에 參與하지 않고 販賣場이나 販賣情報등을 提供하는 斡旋販賣은 특히 大量需要處를 積極 開發, 圓滑한 販賣을 돕기 위한 것이다. 販賣斡旋이 形態로써 여기에는 去來相對(例 大量需要處)의 信用調査, 代金決裁關係, 市況調査通信, 販賣改善 指導등이 따라야 할 것이며 生産者 團體(單位農協 또는 特殊組合)의 共販 = 共同出荷가 一層 促進될 수 있도록 되어야 할 것이다.

機能으로 구분될 수 있다.

〈表V-3〉

## 農産物 類型別 共同販賣 推移

(單位:百萬元)

種 別	'65		'70		'75		'80		'81	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
穀 類	4,518	31.2	8,128	23.1	109,141	36.5	127,849	15.8	112,793	21.4
果 實 類	1,620	11.2	3,575	10.1	25,215	8.4	83,541	12.0	93,296	17.7
菜 蔬 類	1,582	10.9	3,902	11.1	29,314	9.8	112,505	16.2	127,724	24.2
畜 産 物	817	5.7	1,272	3.6	46,951	15.7	175,150	25.3	-	-
特作, 其他	5,911	40.9	18,363	52.1	88,572	29.6	193,695	28.0	193,615	36.7
計	14,448	100.0	35,240	100.0	299,193	100.0	692,740	100.0	527,428	100.0

資料: 農協中央會調查部: 農産物 流通政策의 現況과 課題 및 農協年監 (1982)

그리고 共同販賣는 流通經路(販賣對象處)에 따라 系統事業(中央會 또는 共販場 經路를 통한 販賣 또는 出荷인데 組合員→産地農協(特殊組合)→中央會 및 農協共販場 經路로서 순수한 의미의 계통출하이다)과 自體事業(組合員→産地農協(또는 特殊組合)→一般商人 經路임)으로 구분되기도 한다. 또한 共同販賣는 그 蒐集段階의 主體에 따라 作目班(出荷班)→産地農協(特殊組合)과 自生組織→直接 消費地 市場에의 出荷(販賣)가 있다.

## (3) 農協販賣事業의 推移

農協의 販賣事業 取扱量은 農産物 流通量, 農協의 能力, 政府의 支援등 크게 3가지 要素에 의해서 決定된다고 볼 수 있다.<sup>29)</sup> 우리經濟의 都市化와 工業化의 속도가 빨라지고 生産性이 向上됨에 따라 전통적인 農村經濟는 市場經濟로 변화되고 이에 따라 農産物의 商品化量은 增加해 왔다. 農協도 組織, 資金, 經營能力, 組合員의 協同意識등 農協의 販賣事業能力이 향상되어 왔고(表V-3) 政府도 農協의 流通活動에 크게 支援, 育成하는데 努力하고 있다.

(表V-3)에서 보는 바와 같이 '81年 共同販賣(廣義) 實績은 '70年까지만 하더라도 352億원에 불과하였으나 '80年에는 6,927億원으로 10年동안 약 20배의 성장을 보였다. 그런데 '81年에는 '80보다 오히려 1,653億원이나 감소한 5,274億원이 된것은 畜産物 共同販賣分이 畜協으로 移管된데 기인된다. 또한 競爭市場 生産品인 靑果物(과실류+채소류) 共同販賣 實績이 '70年 21.2%에서 '81年에는 43.9%(取扱物量增)로 그 比重이 크게 增加되고 있음을 엿볼 수 있다.

農協 販賣事業의 歷史는 1961年 現在의 綜合農協이 發足된 이래의 約 20年으로 볼 수 있는데 그 成長過程을 보면 대략 다음과 같다.

29) 盧煥相: 農産物 流通 1982. P534.

〈表V-4〉

## 經路別 共同販賣事實績 推移

(單位：百萬元)

區 分	1965		1970		1975		1980						
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%					
系(中 統央 事會 業)	農產物共販場	4,509	31.2	45.8	9,092	25.8	34.3	41,156	13.8	29.1	67,079	9.7	24.1
	畜產物共販場	-			-			11,487	3.8	8.1	41,847	6.0	15.0
	加工原料 및 고 공 품	1,784	12.3	18.1	14,103	40.0	53.3	74,471	24.9	52.6	125,626	18.1	45.2
	軍 納	537	3.7	5.5	2,042	5.9	7.7	7,015	2.3	5.0	40,306	5.8	14.5
	輸 出, 其他	470	3.2	4.8	1,220	3.5	4.6	7,290	2.4	5.1	3,252	0.5	1.2
	小 計	9,850	68.2	100.0	26,457	75.0	100.0	141,419	47.3	100.0	278,110	40.1	100.0
自(會 體員 事組 業合)	市 郡 組 合	2,088	14.4	45.4	5,310	15.0	60.4	43,703	14.6	27.7	36,834	5.3	8.8
	特 殊 組 合	2,224	15.3	48.3	3,028	8.5	34.4	41,823	14.0	26.5	179,791	26.0	43.4
	單 位 組 合	386	2.6	8.4	445	1.3	5.1	72,248	24.1	45.8	198,005	28.6	47.8
	小 計	4,598	31.8	100.0	8,783	24.9	100.0	157,774	52.7	100.0	414,630	59.9	100.0
	合 計	14,448	100.0		35,240	100.0		299,193	100.0		692,740	100.0	

資料：農協中央會調查部：農產物流通政策의 現況과 課題 (1981)

① 60年代：60年代는 產地組合의 機能미약으로 中央會 中心(大都市 共販場 事業 및 加工原料 收買事業)으로 販賣事業이 展開되었다. 즉 中央會와 市郡組合 中心의 大都市 共販事業 및 高구마, 油菜, 麥酒麥, 醬飪등의 加工原料 收買事業—委囑販賣事業이 中心이었다. '65年의 경우를 보면(表V-4) 共同販賣實績 145億원중 單位組合이 3% 特殊組合이 15%를 擔當하고 나머지 82%는 中央會에서 처리하였다. '65~'70年期間의 共同販賣事業 年平均 增加率을 보아도 單位組合이 0.7%라는 극히 不進된 것이었지만 中央會 43.7%, 市郡組合 27.7%의 成長率을 보여주었다. (表V-5)

② '70年代 前期：'72년까지 單位組合이 1,560個 組合으로(1962年의 경우 2,500여개조합) 面單位 中心의 統合이 이루어졌다. 이에 따라 單位農協에 의한 產地出荷基盤이

〈表V-5〉

## 農協販賣事業 成長 推移

區 分	販賣事業實績 (百萬元)				年平均增加率 (%)		
	1965	1970	1975	1980	65~70	70~75	75~80
單位(里洞)組合	7,683	7,928	181,316	426,418	0.7	87.0	18.7
特 殊 組 合	2,545	3,465	56,473	138,435	6.4	74.8	19.6
市 郡 組 合	8,560	29,116	209,896	488,379	27.7	48.4	18.4
中 央 會	13,633	83,592	421,503	935,977	43.7	38.2	17.3

資料：農協中央會 前揭書

形成되면서 穀類, 靑果物 등에 對한 共同販賣事業의 급격한 成長을 보여준다. 여기에 農協은 '72년부터 「農産物 生産, 販賣處理機能 強化」를 農協運營의 3大基本方針의 하나로 設定하

〈表V-6〉 農協의 農産物 流通施設 推移

區 分	1965	1970	1975	1978	1980
貨物自動車(台)	27	79	716	1,355	1,258
搗精工場(棟)	53	217	816	449	293
倉庫(千坪)	116	118	613	803	828
產地集荷場(個所)	-	-	1,733	1,770	1,510
高速道路集荷場(〃)	-	-	-	11	-
全員組合共販場(〃)	-	-	-	39	49
中央會共販場(〃)	11	15	17	18	20
畜産物共販場(〃)	-	-	1	2	2
糧穀販賣店(〃)	60	200	1,240	3,570	2,980
畜産物販賣店(〃)	-	-	17	548	-
綜合販賣店(〃)	-	-	-	1,102	793
슈퍼마켓(〃)	-	-	2	15	16

資料: 農協中央會: 前掲書

여 生産·販賣一貫體制로 共同販賣를 擴大하였다. ('73년에는 相互金融이 定着하기 시작하여 資金의 規模가 커졌고 한편 生活物資事業이 導入되고 해서 全般的인 經營能力도 向上되었다) 그러한 結果 '70~'75年동안 年平均 販賣事業 伸張率(表V-5)은 中央會와 市郡組合이 各各 38.2%, 48.4% 였으나 單位組合과 特殊組合의 경우에는 87.0%, 74.8%라는 急成長을 보여준다.<sup>30)</sup>

③ '70年代 後期: '75年 共同販賣中 單位農協 24%, 特殊組合 14%이던것이 '80년에는 더욱 增大되어 共同販賣 7,000億원중 產地組合(單位農協 29%, 特殊組合 26%)이 55%를 차지하고 있다. (表V-4) 반면 '70年代 後半은 消費地 marketing의 強化 및 流通機能의 多樣化가 促進되어 슈퍼마켓, 糧穀販賣店, 綜合販賣場등의 소매기구 擴充에 重點이 두어져 消費地經濟安定을 위한 政策事業 機能도 활발하였다. (表V-6) 그리고 市場情報센터의 設置 및 商品性改善, 포장改善 事業도 이때부터 本格的으로 推進되었다.<sup>31)</sup> 消費地 marketing 擴充도 重要하지만 보다 이에 앞서 產地農協의 共同販賣機能 擴充에 더욱 노력이

30) 農協中央會 調査部: 農産物 流通政策의 現況과 課題 1981. P 251

31) 上掲書 P 247.

〈表V-7〉

## 農産物系統出荷動向

(單位: 億圓, %)

區分	年度	'73	'74	'75	'76	'77	'78	'79	'80	'81(計)
	穀物		365	551	1,091	1,154	1,458	1,218	1,142	1,278
果實		158	215	252	304	489	613	803	835	984
菜蔬		147	207	293	403	576	854	852	1,125	1,287
畜産物		79	291	470	574	791	1,032	1,549	1,751	1,110
特用作物, 其他		551	815	886	1,284	1,327	1,380	1,649	1,937	1,227
合計		1,300	2,079	2,992	3,719	4,641	5,097	5,995	6,926	6,080
市場占有率		18.0	19.5	20.6	20.7	22.4	20.7	21.1	15.9	-

資料: 農協中央會; 우리나라의 農業政策 概觀

기울어져야 한다. 왜냐하면 農協은 組合員이 生産한 農産物을 보다 유리하게 販賣하여 農家所得을 增大시키는데 第1次的인 目標가 두어져야 하기 때문이다.

그리고 農産物流通上 農協의 位置를 나타내는 指標의 하나인 農協의 市場占有率을 보면 '60年代엔 10%미만, '70年代 前半期는 平均 14%, '70年代 後半期에는 平均 21%線('80年 16%)을 유지하고 있으나(表V-7)이 水準은 先進國의 그것보다 낮은 水準이다.<sup>32)</sup>

이러한 農産物 總流通量의 농정도로는 (농가 商人販賣依存) 流通調整, 價格安定化 등에 기여하는 바는 미미할 수 밖에 없을 것이다.<sup>33)</sup>

참고로 日本農協의 市場占有率(Share)을 主要品目만을 보면 다음(表V-8)과 같은데 單位農協 段階의 Share는 채소류 41% 果實 36%로 나타나고 있다.

## (4) 濟州地域 農協의 販賣活動

우선 우리나라 全體·產地農協의 販賣事業을 1973~1979年사이 他事業部門과의 成長關係를 보면(表V-9) 預受金, 購買(一般), 生活物資등이 12~19배의 成長을 보인데 비해 販賣事業은 肥料와 함께 5배정도의 成長으로서 끌리고 있다. 單位組合이 1,545個로 統合된 1973年以來(1979년까지) 單位農協의 販賣産業實績은 經常價格을 基準으로 636億圓에서 3,485億圓으로 5.5배의 성장이다. 이는 總農産物 生産額 增加率 4.7배('73年 14,120億圓 → '79年 66,680億圓)보다도 높은 편이다. 따라서 單協의 販賣事業量이 總農産物 生産額에 차지하는 比重은 '73년의 4.5%에서 '79년에는 5.3%로 높아지고 있다.<sup>34)</sup>

道別販賣事業實績(表V-10)에서 濟州地域의 販賣活動을 보면 '77年對比 '79年 實績이 7배이상인 10.2배(경남 7.8, 전남 7.3배)의 가장 높은 成長을 보여주고 있다. 또한 事業

32) 盧煥相: 前掲書 P537

33) 農協의 市場占有率이 相對的·安定占有率인 40%線 以上을 차지할 수 있도록 노력이 集注되어갈 必要가 있다: 세원文化社: 단체스타 入門. P13

34) 農協中央會 調査部: 農協販賣事業에 관한 調査 1980. P25



類型別 實績을 全體的인 면에서 볼 때 總販賣實績 3,485 億원 중 狹義의 共同販賣가 68.2 %인

〈表V-8〉 主要品目の 系統 各段階의 取扱市場 占有率 (1975) (單位: %)

品 目	段階別				
	農	協	縣	連	全 農
政 府 米	95		94		94
販 自 主 流 通 米	95		95		95
野 菜	41		36		15
果 實	36		24		9
賣 肉 件	41		30		11
肉 豚	34		27		10
肥 料	89		81		70
購 農 藥	75		56		50
農 機	44		35		26
賣 飼 料	46		42		39
石 ( 農 村 需 要 ) 油	47		39		36

資料: 農林省, 全農資料 등에서 推定된것임.

〈表V-9〉 販 賣 事 業 의 比 較 (單位: 百萬元) (經常)

年度別 區分	1973 (A)	1974	1975	1976	1977	1978	1979 (B)	B/A (倍)
預 受 金	30,258	59,733	89,758	155,894	290,839	440,734	590,200	19.5 (64.1%)
購 買 ( 一 般 )	14,143	30,647	49,805	77,315	106,080	128,796	185,771	13.1 (53.5%)
生 活 物 資	5,883	9,588	17,573	25,629	41,160	54,494	74,109	12.6 (52.5%)
肥 料	36,364	59,901	105,742	137,912	159,968	187,074	186,865	5.1 (31.2%)
販 賣	63,615	121,888	181,316	228,181	280,798	276,302	348,531	5.4 (32.5%)

註: ( )內는 年平均 成長率임.

資料: 農協中央會: 農協販賣事業에 關한 調査

2,378 億원인데 委囑販賣가 1,108 億원 ( 31.8 % )이다. (表V-11) 그런데 濟州는 이와 반대로 委囑販賣의 비중이 76.4 %로 가장 높고 그 나머지가 共同販賣部分이 되고 있음을 볼 때 濟州主產物인 고구마, 油菜, 麥酒麥의 加工原料農產物 販賣에 依存하고 있음을 뜻하고 있다.

〈表V-10〉

道別・年度別 單位組合 販賣事業實績 推移

(單位：百萬圓)

年度別 道別		1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1979/ 1973 (倍)	實績構成比(%)	
										1973	1979
京	畿	5,736	12,451	15,720	18,043	22,846	23,287	33,205	5.8	9.0	9.5
忠	北	8,403	11,824	14,471	18,652	17,609	22,449	22,438	2.6	13.2	6.4
忠	南	7,496	14,197	18,389	25,205	27,043	27,258	30,748	4.1	11.7	8.8
全	北	8,959	14,496	22,691	21,470	22,951	19,613	25,629	2.8	14.1	7.4
全	南	7,722	15,877	32,838	44,951	65,094	41,780	56,295	7.3	12.1	16.2
慶	北	13,612	27,988	38,891	52,330	60,476	65,772	84,451	6.2	21.3	24.2
慶	南	5,632	12,826	21,997	28,768	35,847	38,781	43,849	7.8	8.9	12.6
江	原	4,280	8,660	9,057	10,864	16,949	19,351	28,319	6.6	6.7	8.1
濟	州	1,744	3,429	6,365	6,885	10,665	15,425	17,813	10.2	2.7	5.0
서	울	30	119	668	788	1,035	2,309	4,065	140.2	-	1.2
釜	山	-	20	229	225	290	485	1,721	-	-	0.5
計		63,415	121,887	181,316	228,181	280,798	276,302	348,531	5.5	100.0	100.0

資料：農協中央會：農協販賣事業에 관한 調査 1980

〈表V-11〉

事業類型別 實績

(單位：百萬圓)

區分		共同販賣			委囑販賣 (D)	合計 (E)	構成比(%)			
		買取販賣(A)	受託販賣(B)	計(C)			D/E	C/E	A/C	B/C
京	畿	8,220	21,827	30,047	3,158	33,205	9.5	90.5	27.4	72.6
忠	北	6,782	7,903	14,685	7,751	22,436	34.6	65.4	46.2	53.8
忠	南	11,648	14,953	26,601	4,148	30,749	13.5	86.5	43.8	56.2
全	北	8,819	4,603	13,422	12,207	25,629	47.6	52.4	65.7	34.3
全	南	13,716	19,690	33,406	22,888	56,294	40.6	59.4	41.1	58.9
慶	北	13,776	54,526	68,302	16,149	84,451	19.1	80.9	20.2	79.8
慶	南	10,787	16,545	27,332	16,517	43,849	37.7	62.3	39.5	60.5
江	原	2,482	11,507	13,989	14,330	28,319	50.6	49.4	21.6	78.4
濟	州	218	3,995	4,213	13,600	17,813	76.4	23.6	5.2	94.8
서	울	417	3,648	4,065	-	4,065	-	100.0	10.3	89.7
釜	山	318	1,401	1,719	2	1,721	0.1	99.9	18.5	81.5
計		77,182	160,598	237,780	110,751	348,531	31.8	68.2	32.5	67.5

資料：農協中央會：上掲書

다시 말해서 廣義의 共同販賣中 委囑販賣(政府의 政策價格에 의한 單純, 大量中心의 中繼役割)에 크게 依存하고 있음을 알려주고 있다. 그리고 共同販賣部分인 33%도 加工用 柑橘收買 中繼등이 中心이고 菜蔬類는 아직 활발치 못하다.

또한 共同販賣의 實績을 買取와 受託으로 나누어 살펴보면(表V-11) 경기, 경북, 제주, 서울, 부산등을 受託의 비중의 70% 이상이며 충남북 및 전남북에서는 買取比重이 相對的으로 높다.

이상의 要約에서 볼 때 이제부터는 委囑販賣라는 中繼的인 單純形態에서 복잡, 영세, 多岐의 流通經路-自由競爭의 性格을 갖은 靑果物 共同販賣에 全力을 기울이어야만 될 것이다. 왜냐하면 앞에서도 누누히 살핀바와 같이 靑果物은 이제 副業段階를 지나 專業的 大量生産段階에 들어가 있기 때문이다. 그러므로 商業的 營農의 問題는 生産-販賣의 既存觀念에서 販賣-生産이라는 次元으로, 어떻게 팔 것이냐는 次元에서 生産의 調整-販賣가 一貫되도록 하는데 產地農協이 先導役割을 하여야만 될 것이다.

## VI. 共販과 需給調整의 方法

### 1. 需給調整

#### (1) 必要性

특히 채소원예의 經營展開는 生産기술의 蓄積이나 土地利用의 高度化라는 個別經營의 內部條件뿐만 아니라 安定된 市場案件이 따르지 않으면 안된다. 競爭經濟下에 있어서는 市場이 不安定하게 마련이지만 安定채소의 선택이나 市場對應에 의해(生産은 消費에서 出發하는 marketing 戰略)經營의 外部經濟를 內部化할 수 있기도 한다. 經營이 外部經濟를 內部化하는 데에는(競爭市場에서)生産性を 높이는 것이 基本이지만 이와 병행하여 經營이 安定되기 위한 市場確保 또한 중요하다. 또한 지나친 競爭下에서는 農協이라는 公共機關이 市場에의 出荷를 統制하여 競爭을 조정할 수 밖에 없을 것이며 더욱 나아가서는 生産의 調整도 불가피하게 된다.

그런데 채소원예의 경우 主産園地造成<sup>35)</sup>의 적극 장려에 따라 '70年代 후반에 이르러 일부 品目은 生産과잉으로 出荷調整 또는 收買備蓄을 위하여 農安基金(表VI-1, VI-2)의 受配對象이 되고 있기도하다. (生産資金의 支援對象에서의 變質) 특히 최근은 과잉생산으로 가격이 폭락, 수확하는데 소요되는 人件費도 견지지 못한 事例가 속출하고 있다. 배추농사가 그러했고, 제주의 당근, 남부지방의 봄무우, '82年의 마늘농사, 그리고 2年째 양파농사등의 代表的이다<sup>36)</sup> 어떻게 出荷調整 또는 備蓄을 하게 될 정도로 產地形成이 進行되어 그린데로 영농단지 시책은 성공을 거둔셈이 된다. 가격-생산농가의 價値實現이 문제이지만 또한

35) '80年 現在 채소류 231個所, 과실류 147個所, 合計 378個所의 主産園地 指定을 보고 있으며, 全國生産量에 대한 主産園地 生産物量의 比率는 가을채소 17.8% 고냉지채소 64.0%, 고추 27.2%, 마늘 13.3%, 양파 44.1%의 높은 비중을 보여주고 있다.

36) 金成勲: 「商業農時代의 農民, 農政, 農協」 『週間 農産物 流通情報』 1983. 4.13.

(表Ⅵ-1, Ⅵ-2)에서 보는바와 같이 農安基金에 의한 가격지지는 자금의 절대부족 등에서 한계가 있게 마련으로서 1979年부터는 「적정생산」으로 수급균형과 가격안정을 기하기위해서 「생산조정의 제도화」가 요청되기에 이르렀다.

〈表Ⅵ-1〉

## 年次別 農安基金 造成現況

(單位:百萬元)

年 度	'68	'69	'70	'75	'80	'81(計劃)
金 額	5,106	10,639	14,156	17,422	55,200	59,600

資料: 「農業動向에 관한 年次報告書」農水產部

主産團地制度는 農協이 主管하고 作目班에 의해 또는 政府서 營農特化團地 造成事業이나 農漁民所得増大事業에 의해 추진되어 왔고 1976, 12. 「農水産物 流通 및 價格安定에 관한 法律」을 제정하여 본격적인 추진을 하게 되었다 즉 同法 第6, 7條에 의하면 農水産部長官은 農水産物의 需給調節을 위하여 그 生産 및 出荷를 促進 또는 調節할 必要가 있다고 인정할 때에는 品目, 生産團地, 生産者를 指定하여 生産자금의 融資와 기술지도등 必要한 支援을 할 수 있도록 되어있다. 따라서 農水産부는 每年 채소, 과수, 特用作物별도 營農計劃指針을 樹立하여 관련행정기관(道, 郡, 面), 농협, 농어촌개발공사(農安事業團)에 시달함으로써 主産地 制度를 出荷調整事業 및 備蓄事業과 연결 추진하고 있다. 37) 그러므로 同法에 依해 主

〈表Ⅵ-2〉

## 農安基金 運用實績

(單位:百萬元)

區分	年度	'75	'78	'79	'80	'81(計劃)
備蓄事業		1,997	17,796	30,627	38,006	39,305
出荷調整		-	1,357	11,930	10,444	13,330
一般收買		9,462	18,058	21,089	38,063	47,000
輸出準備		9,774	5,835	455	1,093	500
出荷促進		-	8,900	9,750	8,000	6,000
其他		149	5,585	3,317	3,374	4,865
計		21,382	57,531	77,168	99,000	111,000

資料: 農水産部 農業經濟局

37) 農協中央會 調査部: 農産物 流通政策의 現況과 課題 1981. PP 150~151

산지 조성 - 생산조정 - 출하조정 - 계약생산 - 비축사업이 가능토록 制度的인 裝置는 마련되어 있는 것이다.

## (2) 需給調整 機能

일반적으로 構造的인 供給過剩 基調下에서는 농산물가격이 下落傾向으로 나타나는데 <sup>38)</sup> 이에 대한 對策에는 다음과 같은 2가지 방향이 있다. 첫째는 政策主體인 국가가 직접 價格形成(市場介入에 의해)에 또는 間接(市場介入에 의하지 않은 가격 보상제등인것)으로 간섭하는 價格政策的 對應이고 둘째는 需給調整에 의한 對應이다(本來의 需給調整機能은 이것으로서 供給調整과 함께 需要創造를 동반하는 대응이다. - 농협주도형)

여기에서의 需給調整機能이란 特定作目을 대상으로 할때 農協이 主體가 되어(국가의 정책적 支援下에) 그 手段으로는 供給調整과 需要創造를 상정하기로 한다. 供給調整에는 生産調整과 出荷調整 및 調整保管과 加工이 포함되고, 판매促進, 새로운 流通經路의 開拓등이 포함된다. 이와 같이 살펴 볼 때 需給調整 機能이란 marketing 戰略과 거의 같은 의미로 보아도 될 것이다.

그러므로 채소류의 일부 品目에서 당면하고 있는것은 供給調整과 병행하여 需要創造로 대응하는 方向인 것이다. 채소류는 一般的으로 貯藏性이 없고 收穫後 반드시 짧은 時間內에 販賣를 끝내지 않으면 안되기 때문에 결국 收穫量의 총체(勿論 一部는 加工이 이루어지지만)가 그대로 供給量으로서 市場에 나가게 마련이다 또한 收穫時期가 한정되어 있고 부패성이 강하다는 特徵과 결부되어 收穫을 끝마친 후에는 需給調整이 不可能하기 때문에(出荷調整으로 일부 폐기處分 또는 時期, 市場分散등으로 調整이 可能하나 한계적임) 生産-作付面積 調整에서부터 調整이 不可避하다. <sup>39)</sup> 바로 이것은 需要에 알맞는 生産으로, 生産을 消費 側面에서 보는 marketing 戰略이 必要한것이며 이에 따라 生産, 流通體制 即 產地組織의 構築이 바라는 것이다. 그러면 다음에서 農協을 主體로 하는(여기에 대해서는 別途로 說明할것임) 需給調整中 特히 生産調整-出荷調整의 方法을 하나의 試論으로서 整理해 보기로한다.

## (3) 生産·出荷調整의 方法

(例: 濟州의 당근): 全國的인 生産量指標(1年基準)가 農業觀測등을 통하여 주어진 것을 일단 전제로 하여 이러한 生産量 指標가 地域單位에 配分될 때 어떻게 目標値에 접근시키거나갈 것인가하는 調整의 方法이다.

첫째, 濟州產 당근(주로 12月~4月 供給)에 대하여 어느市場에서 얼마만큼의 需要가 있는가(需要量情報), 이에 따라 언제 얼마만큼 出荷할 수 있는가 하는 出荷量(生産量)을 確定하는 것이며

둘째, 이들 情報를 中心으로 더욱 나아가 月別, 旬別로 道內 產地別 出荷豫定數量을 各 市場別로 配分하는 것이다. 여기에는 出荷量에 對應한 「集荷와 分荷權」은 農協이 갖고있어야 한

38) T.W. Shultz는 過剩農產物 問題를 先進國段階의 農業問題로 지적한바 있지만 우리의 過剩問題는 그 성질을 달리하여 원예작물의 일부 過剩問題라는 한정적인 것이다.

39) 生産調整이란 채소류의 生産量 變動要因중에서 약 70%안팎의 比重을 차지하고 있는 植付面積을 制度的으로 일정한 수준에 유지시킴으로서 식부면적에 의한 生産量 變化를 제거시킨 다음에 單位收量에 의해 나타나는 生産量 變化를 農安基金으로 收買調節하여 價格을 適正線에 유지시키려는 제도적 장치가 있다: 農村經濟研究院: 價格維持와 生産調整 1982.와 같이 生産調整 하나만을 단순히 설명하고 있으나 보다 需給調整이라는 次元에서 生産調整의 問題를 보는것도 必要한 것이다.

다 이상의 生産-出荷計劃의 구체적 實現의 方法을 찾아보기로 한다.

우선 중요한것은 需要情報(또는 生産量指標)에 입각한 目標 生産量=作付面積을 각 主產地別(單位農協-作目班)調整의 問題이다. 또한 여기에는 目標價格이 設定되어 여기에 알맞는 生産收量策政이 必要함은 物論이다. 그리고 計劃의 process는 上向體系와 下向體系가 協議 되는 過程에서 最終 計劃이 決定되는 方法을 택한다.

①目標價格(販賣價格)을 設定하여 當근 栽培基本 計劃을 道單位(主體-農協)에서 마련하여 關係機關-행정, 指導등이 모이는 生産-出荷計劃 道協議會에서 檢討한다.

②單位農協은 農家(作目班)의 作付計劃을 集計하여 檢討한다음 單位農協 中心의 生産計劃을 策政하여 生産者 代表, 行政, 指導所등이 모이는 地域單位 生産-出荷協議會에서 檢討한다.

③道單位에서 道單位的 當근 栽培基本計劃과 單位農協의 生産計劃을 檢討 調整하여 綜合된 하나의 施行 基本計劃을 策定한다.

④이상의 施行 基本計劃을 再次 單位農協과 生産農家(作目班)에 알려 作付面積에 異論이 없는가. 計劃의 適合성은 어떤한가등을 再檢討한後 最終計劃을 策定한다.

이렇게 되면 下向體系인 道單位計劃과 上向體系인 生産農家(作目班)-單位農協의 計劃이 相互 調整되면서 最終案이 마련되기 때문에 그 具體的인 實現에는 큰 問題點이 있을 수 없을 것이다.

그런데 現實的으로 몇가지 問題點이 있음을 觀察해서는 안될것이다. 그것은

①供給調整 특히 生産-出荷調整을 強力하게 推進되기 위해서는 農協에 의한 對 組合員, 自主 統制力이 必要한데 현단계 單位農協으로서는 弱하다는 點이다. 그러므로 基本單位인 單位農協-作目班의 育成이 主要 施策이 되어야 할것이다.

②供給調整을 計劃的으로 實施하기 위한 流通情報의 蒐集, 分析, 傳達等 情報機能이 아직 未弱한 點인데 이를 강화함에 따라 目標價格 生産量指標가 마련되고 또한 時期別, 市場別 分割 販賣가 이루어질 수 있다. 그러므로 情報蒐集 分析機能이 具體的으로 進行되어야 할것임은 勿論이다. 또한 이상과 같은 어려운 點이 克服되면서 마련된 計劃이 有効性을 갖기 위해서는 다음과 같은 점들이 지켜져야만 할것이다.

①全國段階에서 該當 作物에 대한 生産目標과 生産, 販賣計劃이 마련되어야할 것이며 이를 實現시켜 나갈 主體가 있어야 한다.

②全國段階에서 調整된 計劃은 반드시 지켜져야만 한다 예를 들어 보면 當근의 경우 作型에 따른 生産-出荷計劃이 세워지게 마련이고 이에따라 月別, 旬別 市場別 出荷計劃이 세워지면 現實性이 있어야한다.

春播栽培-3~4月 播種-7~8月 生産出荷

高冷地栽培-6月 播種-9~10月 生産出荷

여름播種栽培-7~8月播種-11月~12月 生産出荷

하우스 터널栽培-5月 生産出荷

露地 越冬栽培-7~8月 播種-12~4月 生産出荷

만약 濟州의 生産-出荷計劃이 지켜지지 않으면(과부족) 하우스 및 터널栽培分의 價格에 影響을 미치게 될 것이고 여름播種栽培가 지켜지지 않으면 貯藏量이 많아짐에 따라 濟州의 越

冬栽培의 價格에 影響을 미치는 連鎖反應이 나타나게 되므로 全國의 당근 生産農家は 相互間에 設定한 目標價格을 實現하기 위해서는 目標生産量이 달성되도록 하는 노력이 있어야만 한다.

③重復되는 이야기지만 計劃生産이 이루어짐과 동시에 出荷過程에 計劃出荷가 지켜져야 한다. 왜냐하면 市場出荷에는 다음과 같은 여러形態의 販賣르-트가 있기 때문이다.

i) 個人出荷와 商人出荷 ii) 共同出荷가 아직 만족할만큼 높지 못하고 iii) 共同出荷中에서도 農協을 거치지 않는 自生組織의 出荷가 있고 iv) 農協에 의한 共同出荷도 特殊組合, 農協르-트가 있다 이와같이 多元的인 출하체제를 좁혀서 우선 商人出荷를 除外하여 生産者의 共同出荷만이라도 一元화된 統一意見下에 공동보조가 취해져야한다 그러므로 農協에 의한 集荷와 分荷權-市場 指定등이 強力하게 統制 執行되어야 그나마 有効성이 있게 될것이다. 물론 이 보다 더 중요한것은 市場安定條件에 달할 수 있는 農協의 市場占有率 40%線까지 共同出荷가 되도록 하여 「프라이스, 리더」가 바라진다. 柑橘에서 보는바와 같이 설사 共同出荷가 이루어진다 해도 農協과 柑橘이 서로 競爭的으로 그것도 同一 消費市場에 같은 시기에 出荷를 거듭할때 市場要求 需要量은 초과하게 마련이고 이에따라 價格下落은 必然的인 것으로서 共同出荷의 의의는 없어지고 마는 事例를 보고 있기도하다.

#### (4) 作目班-單位農協의 育成強化

農協은 產地農協의 出荷體制와 關聯하여 營農會, 作目班등의 內部組織을 꾸준히 育成해 왔고(零細分散 錯圖制下에서 技術發展段階에 따라 혹은 共同販賣등의 流通過程의 發展에 따라 農家間에 共同協力關係의 組織化-作目別 生産者組織은 必要 불가결하다) '76년부터는 이들 生産組織의 共同出荷活動을 強化하기 위해 系統出荷班을 育成하고있다. 이러한 作目班의 組織狀況을 보면(表VI-3)全國에 畜産, 果樹, 채소, 特用作物 그리고 食糧作物을 비롯하여 總 6,178 個의 農協作目班과 392 個의 自生組織의 散在하여 生産活動과 出荷活動을 펼치고 있다.

한편 濟州地域의 作目班 現況은(表VI-4)와 같으며 '81 年의 統計로는 당근, 양배추의 作目班이 없는 것으로 나타나고 있으며 自生組織도 파인애플, 柑橘에 各 1 個所에 不遇한 實情이다.

그런데 그 活動動向을 보면(表VI-5) 調査對象 作目班中 活發한 作目班이 38.5% 自生組

〈表VI-3〉 作目班 組織 現況

(單位: 個所)

作目別 區分	菜蔬園藝	果樹園藝	畜 産	特 作	食糧作物	其 他	計
作 目 班	3,094	320	1,584	452	556	165	6,178
自 生 組 織	201	37	72	5	8	67	392
計	3,295	357	1,656	457	564	232	6,570

資料: 農協中央會 새마을指導部; 1982 全國 作目班 自生組織 一覽表. 左同: 「作目班 運營實態에 關한 調査」에서 引用.

織이 39.1% 水準으로서 (單協 任職員의 評價로는 活發 29.2%, 普通 47.3% 부진 23.5%) 普通이 支配的인것 같다. 組織의 展開는 70%정도가 '78年 이후에 組織되었고 1個 또는 2個部落 대상이 75.5% 반원수는 22.4名에서 33.6名으로 增加되고 있다. 또한 作目班 活動의 力點部門을 보면 “새로운 營農技術의 導入”이 50.4%로 가장 많고 그 다음으로는 “農産物의 共同販賣 49.6%, “生産資材의 共同購入” 32.3% “營農資金의 圓滑한 調達” 25.9%의 順으로 되고있다. 이를 作目班別로 보면 채소, 果樹등은 새로운 技術導入 및 農産物의 共同販賣에 重點을 두고 있으나 畜産 및 特作 作目班은 이외에 “營農資金의 圓滑한 調達” 에도

<表VI-4>

濟州의 作目班 現況

(1981.12.31 現在)

區 分	作 目	作目班	區 分	作 目	作目班
채 소 류	고 추	1	과 수	감 귤	32
	마 늘	4		과 인 애플	7
	양 파	22		計	39
	무 우, 배 추	2	화 화	화 화	1
	참 외	1		計	1
	토 마 토	2		육 우	15
	오 이	1	육 성 우	1	
	기 타	7	낙 농	1	
計	40	양 돈	2		
식 용 작 물	감 자	7	양 계	1	
	고 구 마	23	計	11	
	계	30	農 産 物 總 計	155	
특 용 작 물	땅 콩	2		감 귤 감 귤	118
麥 酒 麥	12				
計	14				

資料: 農漁村開發公社; 農産物流通改善 優秀事例 1982에서 作成

<表VI-5>

作目班 運營實態

	全 體	菜 蔬	果 樹	畜 産	特 作	食糧作物	作目班	自生組織
	%	%	%	%	%	%	%	%
活 潑:	38.5	35.2	46.4	40.6	27.3	33.3	38.5	39.1
普 通:	34.5	35.6	26.8	37.7	36.4	27.8	33.2	43.5
不 振:	27.0	29.2	26.8	21.7	30.4	38.9	28.3	17.4

※ 單協任職員의 評價: 活發 29.2%, 普通 47.3%, 不振 23.5%

資料: 農協中央會: 作目班 運營實態에 관한調查 1982.



重點을 두고 있다. 그리고 組織形態別 重點部門은 自生組織, 優秀作目班은 ①生産物의 共同販賣 ②새로운 技術導入 ③生産資材의 共同購入이었고 一般作目班은 ①새로운 技術導入 ②農産物의 共同販賣 ③生産資材의 共同購入 順이다. 이렇게 볼때 優秀作目班은 生産段階에서 販賣段階로 卽 流通處理를 어떻게 할것이나 共同出荷에 重點을 두고 있고, 普通作目班은 아직도 生産段階-技術導入 水準에 있는것으로 보아진다.

반면 作目班의 成敗要因中 班員의 協同心 32.2% 農協의 支援 26.1%, 作目の 選擇 20.1% 指導者 11.2%順으로 나타나고 있다. 그러므로 作目班이 成敗要因은 무엇보다 協同心이 一여 하나에 달려있다고 생각된다. 協同心은 그 누구에 의해서 주어지는 것이 아니라 構成員 스스로의 努力에 의해 卽 主體的인 발전의 目標을 가지고 부단히 努力할 때 형성되는 것이지만 또 한 이를 支援 育成하는 單位農協등의 活動여하에도 달려있는 複合的인 것이다.

作目別 生産者組織(作目班)은 「同一의 作目, 部門을 經營하는 地域內的의 複數農家가 그 作目, 部門의 直接 生産過程의 完結 혹은 發展을 도모하는데 必要한 生産, 販賣, 購買, 技術向上 등의 일부 또는 전부를 共同, 協力하는 組織」인것이며 現在의 流通體制에 對應하기 위해 形成된것이다. 그러므로 主産團地의 計劃生産-出荷의 基本單位가 作目班이라는 點에서 이 基礎單位를 얼마만큼 잘 育成, 發展시켜 나가느냐는 바로 生産의 問題, 流通의 問題를 合理化시켜나가는 것과 直結된다. 例를들어 生産-出荷計劃이 아무리 잘 만들어져도 이를 實現하는 基本單位인 作目班 組織이 活發치 못하면 그 實現性은 반감되고 말것이다. 이러한 作目班은 單位農協에 集結하여 여기에서 補完되고 더욱 指導援助되어 육성강화되어 나가는것인데 農協의 內部組織으로서 絶대 필요한 것이다. 왜냐하면 農協은 組合員의 經營發展에 寄與하는것이 그 目標이 기때문이며 農協經營面에서도 必要함은 물론이다. 그래서 農協은 여러 作目別 組織의 集合體가되어 그의 補完組織으로 役割을 하게된다. 單位農協의 발전은 그 內部를 構成하는 作目班 組織의 發展여하에 달려있다고 해도 과언은 아닐것이다.

이상과 같이 볼때 作目班은 하나의 엄연한 小農下에서 生産 및 流通上的의 계문제를 處理하기 위한 協同的인 組織體이다 그러므로 이러한 組織體가 존속 發展을 하기 위해서는 組織의 原理가 존중되어야 한다. 卽 貢獻과 誘因(貢獻 $\leq$ 誘因)이라는 組織內 均衡이 무엇보다 중요하다. 貢獻(Contribution)은 組織의 目的達成에 構成員이 組織에 提供하는 負擔을 뜻하며 誘因(Inducement)이란 組織이 個人을 끌어들이는 힘이며 個人에게 주어지는 效用을 의미한다. (個人的 動機나 目標을 만족시키는 經濟的 및 非經濟的 效用을 뜻함) 그러므로 誘因은 協同意欲이 源泉이 되는 것이며 誘因과 貢獻間에는 서로 對應하는 關係가 成立한다. 만약 誘因은 준비되어 있어도 貢獻이 없으면 組織은 존속될 수 없는것이고 誘因이 없는 貢獻은 個人으로서 오래 持續될 수 없다. 그러므로 組織의 존속과 成長은 個人으로 부터 貢獻 계속이 必要하며 그러기 위해서는 그에 對應하는 誘因이 提供되지 않으면 안된다<sup>41)</sup>

이상의 組織均衡의 一般論을 볼때 作目班 組織의 活性化-發展의 문제는 그 실마리가 풀리는듯 싶다. 勿論 貢獻, 誘因中 어느것이 먼저냐는 답과 계란中 어느것이 먼저냐와 같은 것으로서 論議될 性質이 못된다. 그러므로 單位農協活動이 더욱 活性-發展되어 生産農家에의 誘因이 주어져야할 것이며 生産農家 또한 自給農이 아닌 商業的 營農이라는 意識變革이 要求된다.

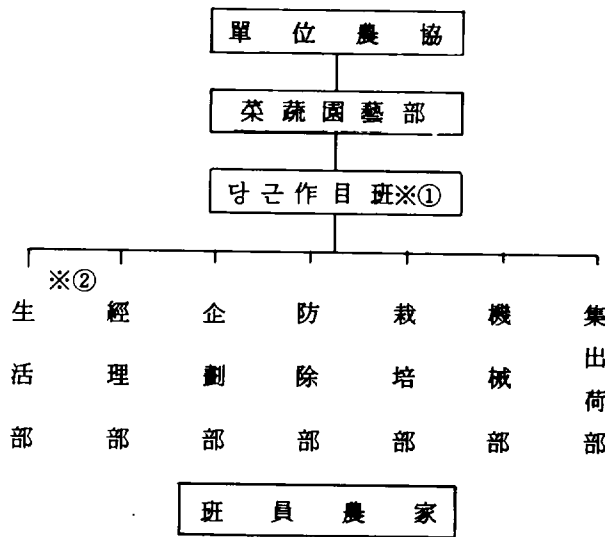
41) 姜景瑞: 「農業生産組織에 대한 研究」 『濟州大學論文集』 1980에서 자세한 것은 參考할것.

지금까지 생각해 온, 어떤든 生産해 놓으면 팔리거나 팔리도록 해주겠지 하는 의존적 사고를 하루속히 불식하여 現在 生産하는 農産物이 바로 자기와 家族生活의 원천이라는 自己化(主體化)하는 자기革新이 있어야 될 것이다.

하나의 例로서 流通上 技術分野인 즉 流通過程에 연장된 生産過程-生産的 流通活動인 選別, 規格化, 檢査, 包裝, 保管, 運搬, 加工(例: 당근의 세척) 등을 生産者에 의해 內部化하여 商品性 提高-부가가치의 창출을 스스로 해야만 할 것이다. 그런데 濟州의 당근은(大部分

(圖VI-1)

農協 - 作目班 組織體系(例)



※ ① 生産地域의 立地에 따라 ○○作目班 XX作目班등 重層的인 組織이 되어 單位農協에 集合된다.

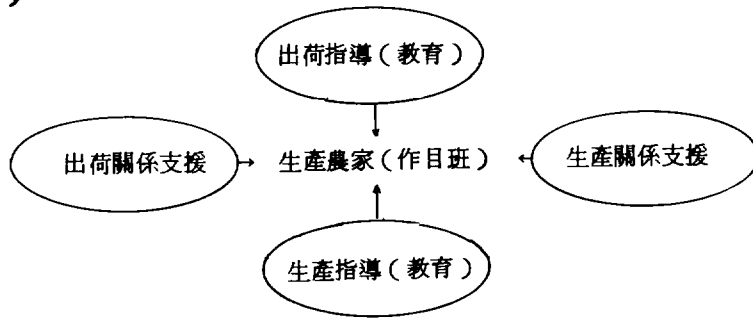
※ ② 生活部의 活動은 必須的인 것으로서 組織體의 協同活動의 強化는 生活過程에서 비롯되어 生産活動으로 연계될 필요가 있다.

의 청과물도 그러하지만) 以上の 生産的 流通活動을 전부 商人에 떠맡겨 外部化하고 있는 것이다. 生産農家의 브랜드가 아닌 商人의 그것이 붙여져 팔리는 한 流通體系의 確立은 요원하다 하지 않을 수 없다. 問題는 上記 過程이 生産과 별개의 것이 아니라 流通過程에 延長된 生産過程이라는, 즉 生産過程의 일부임을 알아야 된다는 것이다. 그러므로서만이 자기 生産品이 消費地에서 어떠한 評價를 받고 있기 때문에 次期의 生産에서 品種의 選擇, 生産技術의 高度化, 包裝技術, 輸送方法등을 어떻게 해야 하겠다는 改善點이 發見될 것이며 이러한 과정에서만이 生産의 高度化가 진척될 수 있음은 물론이다. 그런데 流通技術의 生産者에의 內部化에는 個別 農家 單位으로서의 達成하기 어렵기 때문에 바로 여기에 共同出荷의 組織이 必要하게 되는 것이며 이를 촉진할 수 있는 곳이 바로 單位農協이 되고 있는 것이다.

이상을 整理해 보면 流通過程에 延長된 生産過程의 內部化 ↔ 作目班 組織의 活性化 → 共同出荷 ↔ 單位農協의 共販機能擴大 및 教育活動強化 ↔ 農協의 農業, 農民 內部化 ↔ 市場安

정의 内部化 ← 計劃生産 出荷의 體系化라는 農業與件의 農業内部化가 同時적으로 推進될 때 生産-出荷의 基礎單位인 作目班-單位農協의 同時的 發展이 될수 있을 것이다. 또한 組織體系에서 우선 單位農協은 共同出荷體制를 強化하기 위하여 ①内部經營 組織을 作目班 中心의 作目別 垂直分割組織을 생각해볼 수 있고 ②作目班 内部組織을 보다 專門化된 經營體(機能組織化)로 深化시킬 필요가 있을것이다 그러므로서 農協과 作目班의 機能分擔이 확실해질것이며 綜合農協속에서 專門農協(特殊農協)의 機能을 살려나갈 수 있게된다. 이러한 組織體系는 垂

(圖VI-2)



直的 水平的 組織의 統合으로 十字의 組織으로서 農協이 生産農家와 終·橫的 組織을 바탕으로 發展하는 組織의 심화이다(圖VI-1)

이상의 垂直的 水平的 組織의 深化로 作目班이 基本的인 生産-出荷의 機能 組織體가 되고 流通問題는 대개 廣域化가 不可避하므로 郡單位-道單位의 例-당근生産 協議體가 必要하게 될 것이며 더욱 나아가서는 全國 당근 生産-出荷協議體가 형성될 수도 있을 것이다(V-3)生産-出荷調整의 方法과 연관된다)

그리고 作目班 中心의 上記(圖VI-2)와 같은 複合的인 指導體系와 教育活動이 併行되어야 必要가 있다.

#### (5) 共同販賣의 展開

共同販賣하면 이의 3原則인 農協의 系統利用을 前提로 한 無條件 委託, 平均販賣, 그리고 共同計算을 前提하기 쉬운데 꼭 3原則을 한꺼번에 처음서부터 고집할 必要는 없을 것이다 現段階는 初步段階에 있는 作目班(=共同出荷班)이 많고, 技術水準이 각기 다른 狀態에 있어 점진적으로 技術水準의 高度 平準化되면 共同計算(pool)등을 施行나갈 必要가 있다. 형편에 따라 각기 多樣한 共同販賣活動을 展開하는 過程에서 一元化의 體系를 생각해야 될것이다. 즉

- ①個人販賣에서 自生組織에 의한 共同販賣로
- ②自生組織의 共同販賣에서 正規作目班 組織의 共同販賣로
- ③單位組合-作目班 段階에서 主產地 地域 共同販賣로
- ④單獨共同販賣(農協經路 이외의 판매 대상처와의 거래)에서 系統販賣로
- ⑤일부 市場 集中段階서 全國段階로
- ⑥單位農協 共販의 集中 作目에서 多樣化 段階로
- ⑦加工 可能品目은 原料販賣에서 加工 販賣로

⑧市場外 販賣 즉 直販體系의 擴大段階로 등 多様な 共同販賣를 推進시켜 나가면서 生産者들이 販賣技術을 習得해 나갈때 보다 바람직한 共同販賣의 水準으로 向上되어질 것이다.

⑨濟州地域은 消費地와의 거리-輸送問題가 어떠한 가장 重要한 課題가 되고 있으므로 輸送 共同販賣 → 選別共同販賣 → 販賣共同段階로 參與農家の 利益이 發生하는 部分부터 實現시켜 나갈 必要가 있다

## VII. 濟州地域內 流 통과 都賣市場

### 1. 都賣市場의 必要性

大部分 農産物은 中繼市場組織<sup>42)</sup> 을 통하여 最終 消費者에게 流通된다. 中繼市場 組織은 蒐集市場에서 蒐集된 農産物을 大量으로 保管(一時)하고 價格安定을 圖謀하며, 나아가서 需給不均衡을 調節한다. 農産物 都賣市場組織은 小規模 分散的인 生産과 消費間 農産物의 質的, 量的 모순을 調節하고 大量去來에 의해 流通費用을 節減할 수 있다는 점에서 그 存在

〈表VII-1〉

全國 農水産物 都賣市場 開設現況

(1981. 3.31 現在)

(單位: 個所)

區分 市道別	法定都賣市場				農·水·畜協共販場				類似都賣市場 <sup>1)</sup>			總 計			
	青果	水産	畜産	小計	青果	水産	畜産	小計	青果	水産	小計	青果	水産	畜産	小計
서울	5	2	2	9	7	1	1	9	10	6	16	22	9	3	34
釜山	15	-	-	15	5	-	-	5	10	6	16	30	6	-	36
京畿	2	-	-	2	1	-	-	1	3	-	3	6	-	-	6
江原	-	-	-	-	-	1	-	1	2	-	2	2	1	-	3
忠北	1	2	1	4	-	1	-	1	5	2	7	6	5	1	12
忠南	2	1	-	3	1	1	-	2	2	-	2	5	2	-	7
全北	1	2	-	3	-	1	1	2	2	-	2	3	3	1	7
全南	4	3	1	8	3	1	-	4	4	1	5	11	5	1	17
慶北	4	3	1	8	3	1	-	4	8	1	9	15	5	1	21
慶南	4	2	-	6	-	1	-	1	2	-	2	6	3	-	9
濟州	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	1	2	-	-	2
合計	39	15	5	59	20	8	2	30	49	16	65	108	39	7	154

註: 1) 1979. 6.30 現在

資料: 農水産部 農業經濟局

42) 中繼市場組織(都賣市場)이란 수집시장과 분산시장의 中間形態의 市場으로서 우리 나라에서는 法定都賣市場인 中央都賣市場과 農協共販場, 類似都賣市場으로 三元化되어 있으며 이들을 都賣市場이라 하고 있다.

價値를 社會的으로 인정하고 있다<sup>43)</sup> 都賣市場組織의 根本的인 意識는 社會的 流通費의 節減에 있고, 이러한 流通費用 節減의 可能性은 다음 2가지 原理에서 可能하다. 즉 去來總數 最少化의 原理와 大量準備의 原理인 것이다.

都賣市場의 必要性은 다음 3가지 點으로 要約될 수 있을 것이다.

① 農產物 生産은 原子的인 것이며 또한 消費도 零細分産的이므로 生産者와 消費者의 中間에 需給의 適切한 結合 商品의 配給, 販賣代金의 迅速한 決裁等 專門的인 商業機能을 遂行할 수 있음에서

② 生鮮食料品은 鮮度의 變化가 심하고 標準化가 困難한 商品의 性格을 갖고 있기 때문에 大量의 現物을 特定場所에 集荷하여 集中去來하므로써 價格形成과 能率的인 分散을 할 必要가 있고.

③ 賣買쌍방이 納得할만한 適正價格을 形成하고 能率的인 集荷, 分散을 하며 迅速, 確實한 代金 決裁가 必要하기 때문에 都賣市場組織은 必要한 것이다.

生鮮食料品은 一般 商品과 달리 즉 商品價値가 저하하기 쉽고 長期間 貯藏이 困難하며 需要의 變化는 大略 一定한데 供給-生産量의 變動은 아주 크다. 그러므로 賣買去來를 방임하면 無益한 競爭, 不當, 不合理한 去來가 이루어져서 消費者는 勿論 生産者는 不利益을 받기 쉽게 마련이다. 또한 不安全한 設備下에서 非衛生的으로 取扱될 우려가 있다. 바로 여기에 法定都賣市場으로서 中央都賣市場의 必要性은 크게 強調된다.

## 2. 濟州의 都賣市場 現況

農水產物 都賣市場은 「農產物 流通 및 價格安定에 관한 法律」에 의해 地方自治團體의 長이 開設하여 指定 都賣人으로 하여금 運營케 하는 法定都賣市場과 農水協이 開設 運營하는 共販場이 있고 그의 都賣市場으로 許可를 얻지 않고 小賣市場의 許可를 받거나 아무런 許可없이 都賣機能을 遂行하고 있는 個人이나 個人들의 集團인 類似都賣市場이 있다(表Ⅶ-1) 法定市場은 主로 競賣에 의해 去來하며 稅務上 誠實申告의 義務를 遂行해야 한다. 類似市場은 去來者間의 흥정(相對去來)에 의해 去來된다.

濟州地域에는 濟州市에 法定都賣市場, 類似都賣市場이 各各 1個所가 있으며 農協共販場은 아직 없다 그러면 이들에 대한 概說만을 要約 살펴보기로 한다.

### (1) 法定都賣市場

① 1967年 濟州靑果株式會社 設立

② 1978年 濟州市는 靑果都賣市場(法定都賣市場)을 濟州靑果株式會社로 하여금 代行케 指定함(指定都賣人으로 指定됨)

③ 市所有 替費地 1,293 坪에 民間資本(濟州 靑果株式會社) 1億 1千 6百萬원 및 市費 5千 1百萬원을 投入하여 建坪 489 坪의 都賣市場 規模를 갖추(濟州靑果株式會社는 建物을 完工하여 市에 寄附滯納하여 20年間 賃貸 利用키로 되어있음)

④ 1980年 4月 開場

⑤ 去來實績

43) 都賣市場의 主要 機能은 價格形成 機能과 需給調節機能, 配給機能인 것이며 公益성을 띠고 있다.

'80年(4~12月) 166%

'81年(1~12月) 105%

'82年(1~6月) 139%

※ 이상은 地域內 去來量이나 道外搬出-마늘, 고사리등은 그런데로 活發히 이루어지고 있음.

⑥仲買人: 17名, 競賣士 2名(補助 2名)

⑦內 譯: 店舖當 平均 面積 8坪 仲買人 1人當 去來保證金 100~250萬원

仲買人 1人當 固定資本 및 運營資金은 平均 300~500萬원으로 극히 零細的임.

## (2) 類似都賣市場

小賣市場의 許可를 받은 綜合市場에서 60餘坪(露天)을 賃貸하여 33名이 菜蔬類(무우, 배추 중심) 小賣商들이 都賣行爲를 하는 즉 類似都賣商店인 小賣商이 있으며 國民銀行 옆 개천 覆蓋地에 노천에서 果菜蔬 都賣行爲가 成行되고 있다.

이상 法定都賣 市場은 開店休業 狀態이고 類似都賣市場은 市場다운 規模를 갖추지 못한채 都賣인지 小賣인지를 區分하지 않은채 去來가 成行되고있어 濟州地域에는 都賣市場 機能이 극히 不備되어 있는 狀態로 보아야 될것이다. 그러므로 都賣市場 機能을 確立하여 地域內 消費 農產物의 公開的인 均衡價格(公正去來 促進)의 결정과 需給調節이 圓滑히 이루어지도록 해야 할것이며 또한 市場情報 機能을 提供하여 道外搬出 農產物의 去來力을 向上시키는 것이 重要課題가 되고있다.

## 3. 濟州青果物 都賣市場의 沈滯要因

①農產物 流通近代化의 必須條件은 流通의 能率性을 높이는데 있다. 그런데 流通의 能率性은 商的 流通, 物的 流通과 助成機能의 複合的인 成果의 크기에 달려있다. 濟州의 경우를 보면 物的 流通機能의 하나로 市場條件(法定 都賣市場)은 그런데로 갖추어져 있고 代行業者가 指定되어 있지만 商的 機能을 圓滑히 定着할 수 있도록 하는 造成機能이 未弱했다고 보아진다. 特히 流通慣行에 대한 統制가 不足하였다. 例를들어 交通法規違反은 道路交通法만으로 가만히 앉아서 지켜지기를 바라서는 지켜지기 어려운것처럼 法은 지켜지도록 부단한 努力이 傾注되어야 한다. 農產物流通에 있어서는 都賣市場機能을 명세한 「農產物 流通 및 價格安定法」이 있다. 이를 効率的으로 지켜지도록 하는 努力이 不足했던 것이다. 44

②結果, 都賣市場機能이 制度的 定着化가 이루어지지 못하고 類似都賣行爲의 盛行이 있을 뿐이며, 이러한 現象은 公正去來 秩序確立에 하나의 阻害要因이 되고 있다. 法定都賣市場이 主要 機能의 하나는 公共性的 性格을 띠면서 公正價格形成, 價格安定등인데, 機能의 弱화는 濟州의 青果物價格形成(特히 菜蔬類)에 오로지 쇄쇄的인 類似都商들에 의해 遂行되고 있을 뿐이다.

③都賣市場이 '80年 開設되면서 既存의 小賣商으로서의 類似都賣人들을 仲買人으로 혹은

44) 農產物 流通政策의 目的은 ①農產物 價格變動을 緩和하고 ②農產物 價格水準을 適正化하여 生産者 受取價格이 보장되고 消費者 支拂價格이 큰 負擔이 없어야 하며 ③農產物의 需要와 供給을 適切히 調節하여 不均衡을 시정하고 ④農產物의 流通効率化와 去來의 公正化를 促進시키는 것으로 集約할 수 있다. 이러한 內容들이 地域流通施策에서 推進되었지는 검토를 요한다.

都賣人으로서 靑果物市場內로 흡수되었어야 하는데 그렇지 못했다. 卽 濟州市內에서 그런데로 流通에 經驗이 있는 이들을 흡수하지 못하므로서 都賣市場과는 別個의 既存 商業活動을 持續할 수 밖에 없었고, 그래서 이들을 中心으로 하는 流通 channel은 그대로 존속될 수 밖에 없었다.

④ 都賣市場 代行業體인 濟州靑果物株式會社는 市場管理만 하고 具體的인 販賣活動에 參與하지 않고 있으며(陸地部도 대개 이러한 形態임) 參與하고 있는 仲買人들의 商의 能力이나 資本力(극히 零細의임)에는 檢討를 要한다. 또한 都賣市場이 처음 開設되었기 때문에 都賣業에 대한 經驗, 情報가 不足하였고 積極的인 物件(靑果物)誘致 活動이 없었다.

⑤ 陸地部 都賣市場에서 보여주는 바와같이 市場內에 中間都賣商, 小賣商의 下部 販賣組織을 市場內에 갖추고 있는데 濟州는 오직 市場外 販賣만을 하여 去來處 確保가 不振했으며 이것또한 物量確保를 어렵게 하고있는 條件의 하나이다<sup>45)</sup>.

⑥ 產地市場 즉 生産者들은 共同出荷 組織등을 形成하지 못하여 個別的으로 濟州市에 과거부터 안면이 있는 類似都賣商에 直接 出荷하거나, 대개는 蒐集商 또는 類似都賣商들에게 庭前販賣를 해버리거나 圃田販賣에 의존하고 있는 실정이다. 그러므로 生産者들이 生産된 農產物(靑果物)이 法定都賣市場으로 흘러들어오는 경우는 극히 制限의 일 수 밖에 없다. 類似都賣商들은 積極的으로 商活動을 벌여 발매기등으로 物件을 確保하고 있어 가만히 앉아서 委託만을 받고 있지 않다. (豊作일 때는 委託販賣만하고 凶作-價格등락이 심할때는 直接購入에 나선다)

⑦ 類似都賣業者들은 附加價值稅 納付의 의무가 없고 또한 稅務資料의 보고義務가 없어 法定都賣市場-仲買人에 비하여 有利한 입장에 있어 商活動을 都賣와 小賣를 未分化된채 날로 번창하고 있는 것이다. 都賣市場은 과표提出 義務가 있기 때문에 賣方과 買方이 共히 稅源이 노출되어 生産者(乙類農地稅)나 小賣商은 이를 꺼려할것은 뻔한 일이다.

生産者들은 아직도 自給自足的인 狀況을 完全히 脫避치못하여 販賣活動에 어둡고 그럼에 따라 販賣戰略이 없이 生産에는 치중하나 販賣에는 안이하게 個別的인 對應을 계속하고 있다.

#### (4) 改善方向

① 農產物 流通에 있어서(앞에서도 지적한바 있지만) 中繼市場機構는 蒐集市場에서 蒐集된 農產物을 分散市場에 中繼시켜준다는 點에서 流通過程上 重要한 市場이다. 中繼市場을 機能面에서 보면 農產物의 需給調整機能과 價格形成 機能인데 여기서 形成된 價格은 生産者 受取價格을 決定하고 나아가서 消費者 支拂價格 水準을 決定한다는 點에서도 重要한 機能을 擔當하고 있는것이다. 濟州에는 類似都賣業者들이 壓倒하고있어 上記 機能 모두를 여기에 맡겨지고 있음은 生産者, 消費者 모두에게 問題가 될 수 있다. 特히 濟州의 類似都賣行爲는 都賣人和 買收人이 분명하게 區別되지 않고 境遇에 따라 都賣人이 買收人이 되기도한다(未分化가 支配的의임)이러한 境遇 價格形成에 있어서 人爲的 要素가 作用할 可能性이 있게 마련으로서 不正 去來가 形成될 수 있다. 바로 이러한 點 하나만 보더라도 公共性을 띤 法定都賣市場은 育成되어야만 한다.

② 또한 短期的인 方向에서 技資를 하지 않고서도 고칠 수 있는 課題부터 고쳐나가는것도 重要하다. 그런데로의 法定都賣市場이 垆地 1,293 坪, 健坪 449 坪이 기왕에 設立되어 있다.

45) 서울의 靑果物 都賣市場의 販賣處別 販賣量을 보면(1978) 市場內 販賣量 40% 市場外 販賣量 60%로서 都賣市場內의 中間都賣商(앞자리商) 小賣商, 座商, 行商, 리어카配등이 있어 이들은 處理物量의 40%를 차지하고 있다.

이를 遊休化하여 放置할 必要는 없다. 이 市場이 定着化할 수 있는 software-運營改善 및 支援體系가 세워지면 充分히 發展될 수 있는 可能性을 갖고 있다.

③現在 商的 機能의 中心地인 東門市場 周邊은 都市構造上 (交通混雜性, 非衛生的인 條件 등) 하나의 Bottle neck로 나타나고 있어 農産物의 都賣機能은 外廓地帶로 分散이 不可避하고 있는 實情이다. 東門市場 周邊의 市場形成은 濟州市의 發展 過程에서 불매 山地 부두와 隣接하여 있다는 點, 特히 菜蔬類는 東部地域에 集産地를 이루고 있었다는 點, 觀德停- 東門로 타리 中心의 單核都市였다는 點에서 商機能의 집중되었지만 현재, 또는 미래는 既存市街와 新濟州, 三陽圈이라는 多核都市圈, 發展이 進行되고 있으며 菜蔬類등이 東部圈 못지않게 西部圈에서 團地形成-大量生産이 이루어져 市場進入에 어려움을 겪고 있다는 點등에서도 農産物 都賣市場은 外廓地帶로의 分散이 不可避하고 있다.

①市場에 대한 指導, 監督義務를 갖는 地方自治團體의 市場業務-거래秩序, 公正去來의 確立, 施設에 대한 투자義務등을 보다 積極化 하여 都賣市場이 건전하게 運營될 수 있도록 支援이 必要하며

②現在 類似都賣行爲를 하고있는 都賣業者들을 法定都賣市場으로 仲買人 또는 都賣人으로 흡수시키고 綜合市場이나 其他 市場은 오로지 小賣行爲로 한정시켜야 한다.

③都賣市場內의 下部組織으로서 中間都賣商, 小賣商을 가능케 하여 物量確保와 販賣網形成에 一助가 되게 한다.

④濟州에서 生産되는 雜穀類, 花卉類등의 去來를 中心으로 穀類都賣, 꽃都賣 市場機能을 併行시킬 必要도 있을 것이다.

⑤現在의 仲買人등에 대하여 商의能力 등에 대한 檢討는 勿論 流通人들에 대한 教育, 先進市場 視察등 專門人을 育成시키는데도 努力이 기울어져야 한다.

⑥濟州의 靑果物 生産은 이제 大量生産段階에 들어서고 있어 이에 따른 流通處理에 대한 基本方向 設定에대한 조사분석이 바라지고 있다.

## VIII. 結 論

生産調整의 問題를 需給調整이라는 포괄적인 측면에서 볼 때 供給調整과 需給創造로 大別될 수 있다. 즉 供給調整에는 生産調整과 出荷調整 및 調整保管과 加工問題가 包含될 것이고 需要創造란 새로운 商品開發, 廣告, 販賣促進, 새로운 流通經路의 開拓등이 그 內容이 되고 있다. 이러한 觀點에서 濟州의 靑果物의 問題를 약간 整理해보면 다음과 같다.

우선 柑橘의 問題인데 現在 溫州類 中心의 生産을 하고 있는데 보다 多樣한 品種 構成으로 나가야될 것이며 加工率을 더욱 높여야 할것이다.

그리고 菜蔬類 特히 당근등은 消費擴大策-販賣促進, 商品의 高度化, 加工, 새로운 流通經路開拓이 要求되고 있다. 特히 加工問題는 健康食品으로서 外國에서는 당근잠이 開發 普及되고 있음을 보고 있다. 그러므로 濟州地域에서도 加工品을 開發하여 健康食品化할때 觀光客등에 좋은 선물용 商品이 될 수 있는 것이다.



새로운 流通經路의 開拓으로서 市場販賣의 合理化(共同販賣)뿐만 아니라 서울등의 大量消費處-슈퍼마켓등에 直接出荷販賣하는 르-트가 開發되어야 한다. 現在 消費地 都賣市場에서 中間都賣上에 의해 세척되어 再包裝 販賣되고 있는 過程을 生産地에서 세척 包裝하여 消費市場에서는 直接 購入할 수 있도록 販賣過程이 또한 改善될 必要가 있다. 세척, 包裝하여 슈퍼마켓등에 直接出荷할 수 있을것이다.

당근등은 生産-販賣의 接近이라 아니라 販賣-生産이라는 需要側에 입각한 生産-商品화가 바라지고 있음을 자각할 必要가 있다.