

농산물유통의 기능과 역할

이동혁 (농수산물유통공사 시장조사부장)

1. 농산물유통의 기능 및 특성

가. 농산물유통의 기능

유통기능(marketing function)이란 재화가 생산자로부터 소비자에게 이전되어가는 과정에서 수행되는 특화된 활동을 말하는 것으로서 재화가 생산자로부터 소비자에게로 이전되는 동안에 단 한번 수행되는 경우도 있으나 경우에 따라서는 여러번 반복 수행되기도 한다.

이와 같은 유통기능은 중간상은 물론 생산자나 소비자가 수행하는 경우도 있다. 그러나 일반적으로 고도로 전문화된 중간상에 의하여 수행되는 것이 능률적이며 그들은 대개 분업에 의해서 특화된 약간의 기능만을 수행하는 것이 보통이다.

일반적인 유통기능에 대한 분류는 다음과 같다.

① 상적유통기능(소유권이전기능, 교환기능)

1)구매 2)판매

② 물적유통기능

1)저장 2)가공 3)수송

③ 조성기능

1)표준화 2)금융 3)위험부담 4)시장정보

나. 농산물유통의 특성

농산물은 농업생산이 지니는 특성으로인해 그 생산물인 농산물도 공산품에 비해 다른 상품적 특성을 가지고 있다.

- 1) 농산물은 일반적으로 그 가치에 비하여 용적과 중량이 크다. 이와 같은 특성으로 인해 운송과 보관이 곤란하며 비용이 많이 든다.(중고성)
- 2) 농산물은 그 수확시기가 대개 일정하기 때문에 판매,보관,운송,금융상 계절성을 갖게 된다.(계절적 편재성)
- 3) 농산물은 주로 식품이기 때문에 내구성이 약하고 부패,손상하기 쉽다. 저장 및 수송방법이 개선됨에 따라 먼거리나 계절에 관계없이 공급이 가능해지고 있지만 이 경우 추가적 비용이 수반된다.(부패성)
- 4) 농산물은 같은 품종이라 하더라도 생산량과 품질이 같지 않고 품질이 불균일 하기 때문에 표준화 및 등급화가 어렵다.(질과 양의 불균일)
- 5) 농산물은 용도가 다양할 뿐만 아니라 농산물간에는 대체 이용이 가능한 품목이 많

다. 이렇게 대체성이 크기 때문에 품목간에 거래량을 예측하기 곤란하고 시장가격을 예측하기 어렵다.(용도의 다양성)

- 6) 소득이 증대되어감에 따라 농산물 수요는 상대적으로 감소되고 열등재에서 우등재로 이전되며, 공급면에서는 생산이 자연에 의해 제약받기 때문에 가격이 유리하더라도 생산적응은 일정한 시간적 지체가 필요하다(수요와 공급의 비탄력성)

이러한 농산물의 상품적특성으로 농산물유통은 공산품에 비해 어려움이 따르고 많은 비용이 수반될 수밖에 없는 특성을 가지고 있다.

농산물유통의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 농산물은 다수의 소규모 생산자로부터 다수의 소량 소비자까지 전달해야하기 때문에 수집과 분산과정이 길고 복잡하다.

둘째, 농산물은 부패, 변질하기쉬워 유통과정에서 감모나 폐기가 많이 발생하고 부피가 크고 무거워 수송, 보관, 하역등에 비용이 많이 소요되며 표준화, 기계화가 어렵다.

셋째, 농산물은 생산면적, 자연조건 등으로 생산량의 변화가 심한데 비해 소비는 년중 고르게 이루어져 수급안정에 어려움이 있다.

넷째, 농산물은 유통과정상 직, 간접비용이 발생하여 유통마진이 공산품에 비해 상대적으로 높다.

다섯째, 농산물유통은 높은 임대료, 인건비, 감모 때문에 유통마진의 절반이상이 출하, 도매단계보다 소매단계에서 발생한다. 이러한 요인으로 산지가격이 하락한 만큼 소비자가격이 하락하지 않는 요인이 된다.

2. 농산물유통기구

가. 유통기구의 개념 및 특징

어떤 상품이나 서비스가 생산자에게서 소비자에게로 유통되어가는 현상이 나타나는 것은 그 사회에 있어서 상품의 유통을 담당하는 유통기구가 존재하기 때문이다. 유통기구는 각 유통기관이 그 사회내에서 연관성을 가지고 활동하는 전체 조직이기 때문에 각 유통기관은 하나의 연결을 가지고 유통기능을 수행하고 있는데 이러한 시장활동의 계열을 유통경로라고 한다.

따라서 유통경로상에 개제할 수 있는 모든 유통기관이 유통기구 또는 조직을 구성하고 있기 때문에 이 기구는 사회경제적 제도로써 국가마다 구조가 다르다. 자급자족적인 경제활동에서 고도의 상품생산으로 이행하게 되면서 유통조직도 복잡하게 발달하였다. 유통기능을 생산자나 소비자가 직접 수행하는 경우에는 유통기관의 전부 또는 일부가 배제되어 직접유통이 이루어질수 있다.

그러나 많은 경우에 전문적인 유통기관이 개제하게되고 이러한 시장활동을 간접유통이라고 한다. 간접유통은 유통기구를 복잡하게하며 조직적으로 유통기관이 단계별로 계열화 되어 있다.

농산물은 공산품과 달라서 생산자와 소비자사이에는 많은 단계의 유통경로가 있고 이러한 복잡한 유통경로 때문에 각 경로 마다 유통기관이 개제되어있고, 따라서 유통기구 또는 조직은 복잡한 구조를 지니고 있다.

유통기구는 사회경제적 여건에 따라 계속적으로 변하는 것으로 일정불변한 것이 아니다. 예를들면 유통기관으로서 중간상이 담당하던 유통기능이 보다 전문화 되기도 하고 어떤 경우에는 전문화 되었던 기능이 생산자나 소비자 또는 중간상에 의하여 통합되기도 한다.

직접유통은 유통기능이 생산자나 소비자에 의하여 수행되는 경우로 유통기능을 전담하는 유통기관이 가능한 배제되면서 유통되는 것을 말하는데 생산자나 소비자를 직접하는 협동조합운동이나 산지직거래 방식은 직접유통의 대표적인 예이다. 간접유통은 유통기능이 분업적으로 특화된 유통기관 즉 중간상에 의해 수행되는 경우를 말하며 간접유통은 중간상을 통한 분업의 이점을 누릴수 있을 뿐만아니라 생산자와 소비자가 직접거래하여야 할 때 많아지는 거래의 총수를 줄여주는 효과가 있다.

간접유통은 다음과 같은 경우에 잇점이 있다.

첫째, 생산이 분산,소규모적이고 시장이 분산되어 있는 경우 중간상을 통하는 것이 유리하며

둘째, 유통기능을 특화시켜 유통능율을 향상시키수 있으며

셋째, 유통과정에서 생기는 위험을 중간상이 부담하게 되어 생산자나 소비자의 위험이 분산될수 있다.

그러나 직접유통도 점차 그 필요성이 증대되어 유통과정을 단축하는 수단으로 활용하고 있다. 예를들어 생산자는 도매시장거래에서의 가격결정참여불가 등 도매시장에 대한 불만을 해소하기 위해 직접유통에 참여하려고 한다.

나. 농산물유통기구의 분류

- 1) 수집기구 : 산지수집상, 산지위탁상, 중계시장상인의 대리인, 협동조합 등
- 2) 중계기구 : 도매상, 객주(commission men), 거간(broker) 등
- 3) 분산기구 : 소매상 등

3. 농산물유통경로 및 마진

가. 농산물유통경로

유통경로는 배급경로라고도 하며 생산자로부터 소비자에게 상품이 유통되어 가는 경로로써 시장활동을 가능케하는 중간상으로 구성되며, 유통경로는 생산자로부터 소비자까지의 재화의 형태를 실질적으로 변화시키는 하나의 거리이다.

유통경로는 상품의 종류나 성질에 따라서 긴 과정을 거치는 경우도 있으나 단순한 경로를 거칠 수도 있다. 일반적으로 산업용품은 경로가 단순한데 반하여 소비용품은 경로가 복잡하고 길다.

농산물의 유통경로는 품목, 지역 등에 따라 다르고 경로별 비중도 상이하다.

고랭지배추의 유통경로를 살펴보면 생산자 → 수집상 → 도매상 → 소매상 → 소비자의 4단계가 주류를 이루고 있다.

산지수집상은 포전매취한 배추를 수확과 동시에 대부분 도매시장에 출하하는데 평창과 정선지역의 경우 서울로 70 - 80%, 부산, 대구, 대전, 수원, 인천 등 기타도시에 20 -

30% 출하하는 것으로 추정되고 있다.

생산자의 유통경로별 비중은 평창의 경우 수집상 77 - 87%, 원예조합 등 산지조합을 통한 계통출하 10 - 20%, 생산자 직출하가 5% 이며, 정선은 수집상 80 - 90% 산지조합을 통한 계통출하 5 - 15%, 생산자 직출하가 5% 정도이다.

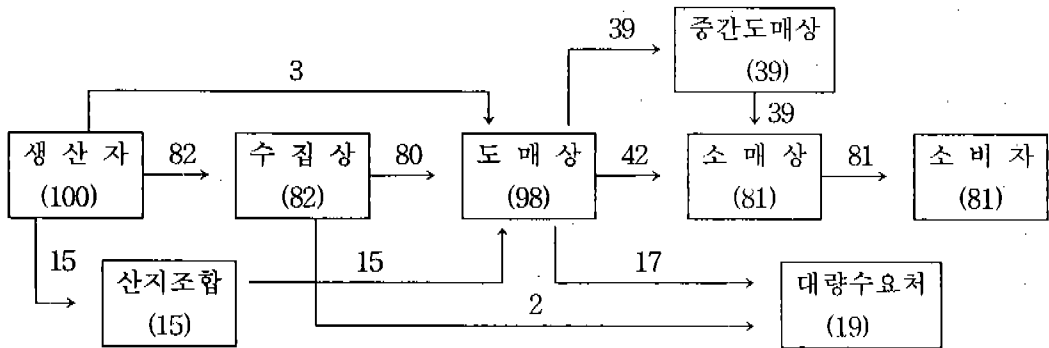
소비지도매시장에 반입된 물량은 경매를 거쳐 중도매인에게 판매되며 중도매인은 경락 물량의 50 - 60% 정도를 경매현장에서 판매하고 나머지 물량은 선별·포장작업을 거쳐 판매하게 된다.

중도매인의 주요 거래대상은 트럭행상, 채소소매상, 유통업체 및 요식업소 등이며, 대량수요처는 병원, 호텔, 기숙사, 기업체의 식자재 및 김치공장 등이 있다

【 고랭지배추 유통경로 】

평창 → 서울(97.9.)

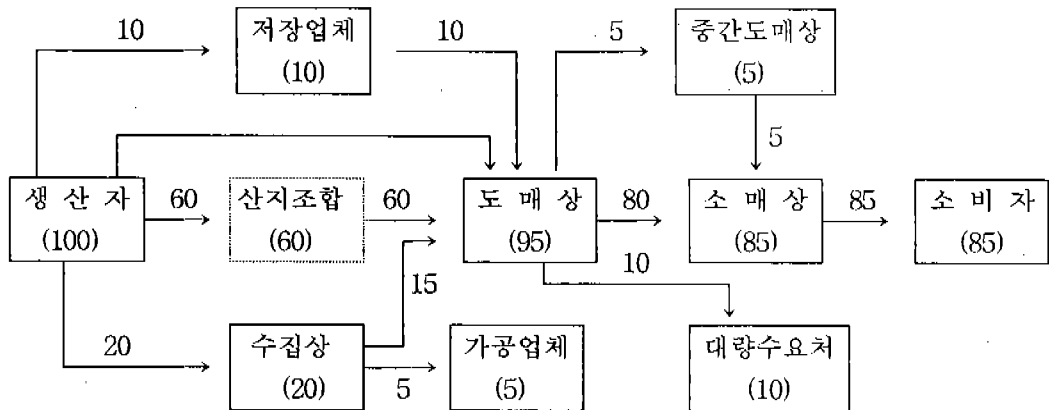
(단위 : %)



【 사과 유통경로 】

영주 → 서울(97.11.)

(단위 : %)



※ 자료 : 농수산물유통공사, 주요농산물 유통실태, 1997.12

나. 유통비용 및 마진

어떤 상품이 생산자로부터 소비자에 이르는 과정에서 재화의 소유권을 이전시키고 그 실제적 배급기능을 가능하게 하는 모든 경제활동에 소요되는 비용을 유통비용이라고 한다. 따라서 유통비용이란 최초의 생산자 수취가격에서 최종의 소비장 지불가격과의 차액을 말하며 이 중에는 순수한 유통비용 또는 배급비용과 상업이윤을 포함시키고 있다.

그러나 학자에 따라서는 유통비용과 상업이윤을 분리해서 정의하기도 하는데 상업이윤이 제외된 경우, 이를 좁은 의미의 유통비용이라고 하고 상업이윤이 포함된 것을 넓은 의미의 유통비용이라고 한다. 상업이윤이 제외된 순수 유통비용에는 수송비, 저장비, 포장재비, 금융비 등 실제 비용이 포함된다.

한편 유통마진은 생산자가격과 소비자가격간의 총금액 차액을 말하는데 일반적으로 농산물의 유통마진은 농가판매가격과 소비자지불가격과의 차액으로서 총차액은 유통단계별 가격차액으로 표시된다. 각 단계별 유통마진은 유통업자의 구입가격과 판매가격과의 차액으로 구성된다.

농수산물유통공사에서 조사한 고랭지배추의 마진내역을 살펴보면 '97년 9월초 평창 → 서울(가락동도매시장)유통경로의 총유통마진은 81.5%이고 그중 수확상차비, 운송비, 선별작업비 등 직접비용이 31.6%이며, 점포유지관리비, 차입금이자, 제세공과 등 간접비용과 상인이윤이 49.9%를 점유하고 있다.

유통마진중 직접비용 31.6%의 내역을 살펴보면 운송비 8.2%, 감모 6.8%, 수확상차비 6.5%, 선별작업비 3.7%, 상장수수료 1.9%, 청소비 1.5%, 포장재비 0.9%, 하역비 0.8%, 잡비 0.7%, 쓰레기유발부담금 0.6%로서 운송비의 비중이 가장 높은 것으로 조사되었다.

간접비와 이윤이 차지하는 비중(49.9%)을 유통단계별로 구분하면 수집상이 4.8%, 도매상이 9.7%, 소매상이 35.4%로 소매상의 비중이 가장 높다.

【 고랭지배추 유통마진 내역 】

'97. 9.

(단위 : %)

구 분		(1) 평창 → 서울	(2) 정선 → 서울	(3) 평창 → 서울
농가수취율		18.5	18.5	46.4
유통마진		81.5	81.5	53.6
마진 내용	직접비용	31.6	32.0	33.9
	간접비및이윤	49.9	49.5	19.7
단계별 마진	출하단계	20.4	20.4	35.7
	도매단계	19.4	19.4	-
	소매단계	41.7	41.7	17.9
소비자가격 (원/포기)		(2,000)	(2,000)	(1,400)

주) 경로(3)의 농협 하나로클럽을 통한 배추는 포장품임.

【 사과 유통마진 내역 】

'97. 11

(단위 : %)

구 분		영주 → 서울		상주 → 서울	
		A경로(1)	B경로(2)	A경로(3)	B경로(4)
농가수취율		50.0	60.5	52.5	63.8
유통마진		50.0	39.5	47.5	36.2
마진 내용	직접비	18.5	14.5	18.7	14.7
	간접비및이윤	31.5	25.0	28.8	21.5
단계별 마진	출하단계	20.0	9.5	20.8	9.5
	도매단계	6.7	6.7	6.7	6.7
	소매단계	23.3	23.3	20.0	20.0
소비자가격 (kg/원)		(2,000)		(2,000)	

주) A 경로 : 생산자 → 수집상 → 도매상 → 소매상 → 소비자

B 경로 : 생산자 → 도매상 → 소매상 → 소비자

※ 자료 : 농수산물유통공사, 주요농산물유통실태, 1997.12

4. 농산물유통현황

가. 산지유통

산지유통은 농가의 농산물 판매행위를 포함하여, 출하된 농산물이 소비지 도매시장에 도달하기까지의 유통과정에서 수행되는 모든 유통기능이라고 할 수 있다.

농산물의 산지시장에는 유통기능을 담당하는 유통주체로서 생산물을 시장에 판매하는 생산농민, 각종 산지중간상인, 협동조합과 출하조직이 있으며, 농산물의 상거래가 이루어지는 구체적 시장으로는 농촌정기시장과 농협의 경매식집하장(공판장)등이 있다.

1) 산지유통조직

산지유통의 핵심적인 기능을 담당하는 생산자조직은 농협을 중심으로한 조직과 비농협계통조직으로 구분할 수 있다.

가) 농협계통생산자조직

- 작목반 : 생산자조직의 최소단위로 자연부락 또는 경지집단별로 동종작물의 재배농가를 중심으로 조직된 생산자조직
- 작목회 : 동종 또는 유사작목의 작목반의 연합조직
- 지역농협 : 지역농업협동조합을 말하며, 그 명칭중에 지역명을 붙인 조합의 명칭을 사용하는 농협중앙회의 회원조직
- 전문농협 : 전문농업협동조합을 말하며 그 지역명과 품목 또는 업종명을 붙인 조합의 명칭을 사용하는 농협중앙회의 회원조직

- 품목별전국협의회 : 품목별(17개)로 생산자조직을 회원으로 각각 전국적 또는 지역적 수급조정(생산조정, 출하조정)과 가격안정 및 소비촉진기능을 수행하기 위한 품목별 전국조직

나) 비농협계통생산자조직

- 영농조합법인 : 농어촌발전특별조치법에 의해 설립된 농민조직의 법인으로 단위농협 조합원이면서 영농조합을 설립한 경우가 대부분임
- 농업회사법인 : 사업으로서 농업을 하는 법인으로 영농 및 그에 부대하는 사업을 경영하는 법인
- 품목별전문조합 : 농협의 회원조합이 아닌 별도의 품목전문조합으로서 자생적으로 발생하여 수백명의 조합원을 가지고 있는 조직

다) 수집상

농산물유통부분에서 수집상의 기능을 인정하고 공정성과 투명성을 확보하여 농산물의 출하조절과 가격안정에 기여토록하고 정부의 지도와 지원을 통한 수집상의 역할과 기능의 발전을 도모키위해 수집상등록제가 시행되고 있다.

'96년말 현재 전국의 도매시장 및 공판장에는 14,261명의 수집상이 등록되어있으며 부류별로는 청과 12,063명, 수산 1,955명, 축산 243명이다.

2)산지유통시설

산지유통시설은 농산물의 수확, 선별, 포장, 가공, 수송 등 유통기능을 보다 효율적으로 수행하게 해 줌으로써 유통비용의 절감 및 물적유통의 효율화를 기하는데 의의가 있다.

산지유통시설은 간이집하장('97:3290개소), 포장센터(78개소), 청과물종합처리장(3개소), 청과물종합유통시설(25개소), 저온저장고, 미곡종합처리장(253개소), 축산물종합처리장(2개소) 등이있으며 농협, 작목반, 영농회 등 생산자단체에서 주로 운영하고 있으며 저온저장고의 경우는 대부분 민간이 보유하고 있다.

나. 도매시장

농수산물도매시장은 양곡, 청과, 축산, 수산, 화훼, 약용작물류 등을 도매거래하기 위해 도시지역에 개설하는 시장이라고 법(농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률, 약칭하여 농안법이라고 함)으로 규정하고 있다.

1) 도매시장 유통관련자

- 가) 개설자 : 특별시, 광역시, 시
- 나) 도매시장법인
- 다) 중도매인
- 라) 매매참가인
- 마) 경매사

2) 도매시장 거래원칙

가) 수탁판매의 원칙

도매시장법인의 거래는 수탁판매의 방법으로 하여야 함

나) 수탁판매의 거부금지 및 부당한 차별대우 금지

도매시장법인은 정당한 사유없이 입화된 농수산물의 수탁 또는 수탁받은 농수산물의 판매를 거부 또는 기피할 수 없으며, 거래관계인에게 부당한 차별대우를 하지 않아야 함

다) 중도매인 직접 수탁의 금지

중도매인은 상장된 농수산물외의 농수산물 거래를 할수 없음

라) 판매상대의 제한

도매시장법인은 중도매인 또는 매매참가인외의 자에게 판매할수 없음

마) 경매(입찰)의 원칙

도매시장법인은 상장된 농수산물을 경매 또는 입찰의 방법으로 판매하여야 하며 경매 또는 입찰의 방법은 전자식, 거수수지식, 기록식, 서면입찰식으로 함

바) 즉시 대금결제

도매시장법인은 수탁한 농수산물이 매매된 때에는 그 대금의 전부를 즉시 결제하여야 함

사) 수수료의 징수제한

- 위탁상장수수료 : 도매시장법인이 출하자로부터 징수(부류별로 최고한도 제시)
 - 양곡부류 : 거래금액의 2%
 - 청과부류 : 거래금액의 7%
 - 수산부류 : 거래금액의 6%
 - 축산부류 : 거래금액의 2%
 - 화훼부류 : 거래금액의 7%
 - 약용작물부류 : 거래금액의 5%
- 중개수수료 : 중도매인이 매수를 중개한 경우 매수한 자로부터 징수하며 최고한도는 거래금액의 4%
- 도매시장사용료 : 개설자가 도매시장법인으로부터 도매시장의 유지·관리에 필요한 최소한의 비용으로서 징수
- 시설사용료 : 개설자가 중도매인점포 등에 대하여 사용자로부터 징수
- 쓰레기유발부담금 : 개설자가 도매시장의 쓰레기발생 억제를 위해 출하자, 도매시장법인, 중도매인, 매매참가인으로 부터 징수

3) 도매시장 개설·운영 현황

'98년 8월 현재 전국에는 50개소의 도매시장이 개설·운영중에 있으며 이중 공영도매시장이 18개소, 일반법정도매시장이 32개소이다

공영도매시장은 서울(청과,수산,축산부류), 부산(청과), 대구(청과,수산), 인천(청과), 광주

(청과), 대전(청과,수산), 울산(청과,수산), 수원(청과,수산), 구리(청과,수산), 안양(청과,수산), 안산(청과,수산), 춘천(청과), 청주(청과,수산), 충주(청과,수산), 천안(청과), 전주(청과,수산), 익산(청과,수산), 창원(청과)에 개설·운영되고 있다.

이들 시장들은 청과,수산,축산부류를 종합적으로 취급하는 서울의 가락동도매시장을 제외하면 대부분 청과,수산부류를 취급하며 일부시장은 청과부류만 취급하고 있다.

32개소의 일반법정도매시장은 전국의 중소도시에 개설되어 운영되고 있으며 부류별로는 청과물도매시장 18개소, 수산물도매시장 4개소, 축산물도매시장 8개소, 양곡도매시장 1개소, 한약재도매시장 1개소 등이다

'97년도 연간 도매시장의 거래물량은 총 6,191,439톤으로 공영도매시장이 5,023,557톤, 일반법정도매시장이 1,167,882톤이었다. 부류별로는 청과 4,852,929톤, 수산 447,245톤, 축산 794,299톤, 양곡 96,291톤, 한약재 675톤이었다.