

농수산물 도매시장의 전망과 발전과제

김 동 환(안양대학교 무역유통학과)

〈목 차〉

- I. 머리말
- II. 도매시장을 둘러싼 유통환경의 변화 추이
- III. 도매시장 현황과 전망
- IV. 농수산물 도매시장의 발전 과제
- V. 맺음말

I. 머리말

우리 나라에서 농수산물 도매시장은 영세한 생산 및 소매구조 하에서 농산물의 수집과 분산 기능을 효율적으로 수행하고 있으며, 대규모 물량을 신속하게 유통시키는데 기여할뿐더러 수요·공급에 의한 가격 발견(price discovery), 유통정보 제공 등에 있어서도 중요한 기능을 수행하고 있다. 특히 도매시장은 표준·규격화되지 않은 농수산물을 경매과정을 통해 신속하게 가치를 평가하고 분산하는데 큰 역할을 수행해 오고 있다.

정부도 과거 위탁상 위주의 도매 구조를 개혁하기 위해 공영도매시장의 확충과 운영개선을 농산물 유통개혁대책의 핵심적인 과제로 삼고 있다. 정부는 2001년까지 공영도매시장 32개소 건립을 목표로 하고 있으며, 공영도매시장의

외형적 확대뿐 아니라 시장도매인(도매상)제도를 도입하여 현행의 경매제도와 더불어 농민의 출하선택권을 확대하고, 전자경매제도의 도입, 도매시장 평가 및 감독강화 등을 추진하고 있다.

이러한 정책적 관심에도 불구하고 도매시장 운영은 여전히 비효율적이고 변화하는 유통환경에의 적응성이 취약하다는 비판이 지속적으로 제기되고 있다. 도매시장은 관리사무소, 도매시장법인, 중도매인 등으로 운영주체가 중층화되고 하역의 기계화 미비로 유통비용이 높게 발생하고 있으며, 아울러 최근 발전하고 있는 대형유통업체 등의 요구사항에 적극 대응하지 못하여 일부 대형업체는 도매시장 이용을 기피하고 있는 실정이다. 대형유통업체들은 유통비용 절감과 상품차별화를 위해 산지 직구입을 확대하고 있다.

미국, 유럽 등 선진국도 대형유통업체가 성장하고 청과물수입이 증가하면서 도매시장의 비중이 감소되고 있으며, 일본도 기본적으로 이러한 추세에서 예외는 아니다. 미국의 경우 청과물 유통물량중 도매시장 점유율은 30%에 지나지 않고 유럽도 40~50%에 불과하다(Cook, 1993). 일본은 이들 국가보다는 도매시장의 비중이 크지만, 현재는 도매시장 점유율이 채소 83%, 과일 63% 수준 정도이다(秋谷重男, 1999).

우리도 최근 대형유통업체 및 전자상거래 등이 급속히 성장하고 있는 상황에서 농수산물 도매시장의 미래에 대한 관심이 높아지고 있다. 우리의 경우 유통여건이 구미와 다르기 때문에 앞으로도 도매시장의 역할과 비중이 절대적으로 클 것이라는 견해에서부터, 최근 급격히 확대되고 있는 할인점 등 대형소매점의 발달에 의해 도매시장의 위치가 급속히 흔들릴 것이라는 견해에 이르기까지 도매시장 전망과 관련하여 다양한 의견이 개진되고 있는 실정이다. 이러한 상황에서 앞으로 농수산물 도매시장이 어떠한 위치를 갖게 될 것인지를 전망해 보고, 그 전망을 기초로 대응과제를 논의하는 것은 매우 의의가 클 것으로 생각된다.

이러한 상황에서 이 논문은 청과물을 중심으로 유통환경 변화에 따른 농수산물 도매시장의 위상변화를 전망하고 그에 따른 발전과제를 정리해 보고자 한다. 본 논문의 구성은 머리말에 이어 제2절에서 도매시장을 둘러싼 유통환경의 변화추이를 정리하고, 제3절에서 농수산물 도매시장의 현황을 살펴본 후 장기적인 전망을 시도하고 있다. 이어 제4절에서는 이러한 상황변화에 대응하여 농수산물 도매시장이 개선해야 할 과제를 정리하고 있다.

Ⅱ. 도매시장을 둘러싼 유통환경의 변화 추이

1. 농산물 생산 및 출하 구조의 변화

농업생산이 미약하나마 주산지를 중심으로 전문화 및 규모화 되고 있으며, 농업인들도 작목반, 영농조합법인 등으로 조직화되고 있다. 우리 나라의 호당 경지면적은 1982년의 1.0 ha에서 1999년에는 1.4ha로 증가하였으며, 농협의 경우 작목반 수는 1991년의 1만3천여개소에서 1999년에는 2만여개로 증가하였다(농협중앙회, 2000).

농협과 같은 생산자조직도 과거 공동수송에 불과한 유통형태에서 벗어나, 표적시장과 표적고객을 전제로 한 제품개발, 수확후 포장, 예냉, 가공처리, 자체 브랜드 개발 등 마케팅 활동을 적극적으로 수행하는 산지 농협, 영농조합법인, 작목반 등이 출현하고 있다. 생산자조직의 유통활동이 강화되면서 주산단지별 생산자조직에 의한 출하 집중도가 높아지고 있으며, 앞으로 이러한 추세가 더욱 가속화될 전망이다.

농산물은 특성상 품질의 규격화가 어렵고, 품질규격의 미비 및 생산자의 개별선별 선호 등으로 엄격한 품질규격화가 되지 않고 있으나, 최근 공동선별, 공동계산 조직이 증가하면서 품질규격화 수준이 높아지고 있다. 농협의 경우 공동계산 시범조직은 '99년 301, 2000년 407개 등으로 지속적 증가하고 있다(농협중앙회, 2000).

최근 정부는 유통개선대책의 일환으로 주산지를 중심으로 산지유통센터를 확대하고 있다. "산지유통센터"는 단순한 선별·포장 기능은 물론 공동계산, 브랜드화, 계약재배, 마케팅, 유통정보 수집·전파, 물류 개선 등을 수행하는 산지유통의 핵심주체이다. 정부는 산지유통센터 건설 목표를 당초 2004년까지 160개소에서 220개소로 확대하였으며, 2000년말 현재 총 149개소가 설치되어 운영되고 있다. 산지유통센터의 규격출하비율은 80.5%로 농산물의 평균적인 규격출하율 10%보다 월등히 높아 표준·규격화를 선도하고 있으며, 산지유통센터를 기반으로 다수의 생산자조직들이 상품개발, 브랜드화, 판촉, 대형유통업체와의 직거래 추진, 회원제에 의한 생산자 계열화 등 다양한 마케팅 활동을

수행하고 있어 유통근대화에 기여하고 있다. 물류 측면에서도 포장규격화를 기초로 파렛타이징에 의한 일관수송체계와 예냉 등에 의한 저온유통체계 구축에 기여하고 있다.

2. 소비구조의 변화

소득이 증가하면서 농수산물 소비형태도 신선식품 위주에서 가공식품 및 외식 형태의 소비가 증가하고 있다. 가공식품 소비지출 비중은 1970년의 18%에서 1999년에는 23%로 증가하였으며, 외식지출 비중은 1970년의 1.9%에서 1999년에는 35.5%로 대폭 증가하였다(통계청, 2000).

품질적인 측면에서도 유기농산물 등 고품질 상품과 안전한 농산물에 대한 선호도가 높아지고 있으며, 농산물도 유통과정에서 다양한 가공처리를 요구하고 있다. 이에 따라 농가에서 생산되는 농산물(agricultural commodity)은 제2의 생산과정인 수집, 선별, 등급, 가공처리 등의 과정을 거치면서 고객을 위한 제품(agricultural product) 형태인 농식품(agro-food)으로 전환되고 있다.

3. 소매업 구조의 변화

농산물은 전통적으로 쌀가게, 과일가게, 채소가게와 같은 구멍가게 및 재래시장, 행상 등에 의해 주로 판매되었으나 최근 소매업이 대형화되면서 수퍼마켓, 백화점, 할인점 등 근대화된 소매기구에서 판매되는 물량이 증가되고 있다. 우리나라의 농산물관련 소매업은 규모가 영세하고 전근대적 경영형태를 보이고 있는데, 점포당 평균 종사인원은 1.8명에 불과하고 평균 매장면적 48㎡, 평균판매액은 9천3백만원에 불과한 실정이다. 그러나 최근 최근 서구형 수퍼마켓과 대형 할인점이 확산되면서 '97년의 점포당 평균규모는 '81년에 비해 2.4배로 확대되었다(통계청, 1998).

유통업 전반에서 대형화, 체인화 추세가 확산되는 가운데, 식품 소매업에서도 대형점의 비중이 급속히 커지는 반면 재래식 시장 및 구멍가게의 비중이 빠르게 감소되고 있다. 백화점, 수퍼마켓, 할인점 등 대형점이 식품소매업에서 차지하는 비중은 2000년의 34%에서 2005년에는 48%로 대폭 상승하는 반면, 구멍가게 및 재래시장의 비중은 동기간 66%에서 52%로 감소할 전망이다(표 1).

〈표 1〉 업체별 식품 판매액 추정치

(단위: 조원, %)

업체	2000	2003	2005
식품소매매출 총액	37.2 (100.0)	49.8 (100.0)	60.3 (100.0)
백화점	3.1 (8.3)	4.1 (8.2)	5.0 (8.2)
수퍼마켓	3.8 (10.2)	5.0 (10.0)	6.0 (9.9)
할인점	5.7 (15.3)	12.7 (25.5)	18.2 (30.1)
구멍가게 및 재래 시장	24.6 (66.1)	28.0 (56.2)	31.1 (51.6)

자료: 김동환, 1997.

소매업의 대형화, 체인화는 농산물 유통체계 전반에 영향을 미치고 있다. 특히 소매업이 대형화, 체인화됨에 따라 농산물의 산지직구입이 활성화되고 있다. 대형유통업체의 산지직거래는 농산물 구매를 도매시장에 의존하지 않고 자체에서 산지와 직접 연결하는 도매기능을 활성화시키는 것이다. 농산물에 있어서 대형소매업체에 의한 산지직구입 확대는 공산품에 있어서 유통경로 합리화에 의한 유통개선과 동일한 의미를 가진다. 공산품의 경우 할인점이 발달하면서 제조업체와 유통업체간의 직거래가 활성화되었으며, 이에 따라 가격과 과 현상이 나타났다. 농산물의 경우도 대형소매업체에 의한 산지직거래는 도매시장 경로에 비해 유통단계 축소 등으로 효율성 높은 유통경로이며 절감된 마진을 생산자와 소비자에게 되돌려주는 등 유통개선 효과를 보이고 있다.

대형유통업체의 구매처는 품목별로 상이하지만 곡물류, 축산물은 산지구입의 비중이 높고, 과일, 채소 등 청과물은 도매시장 구입의 비중이 크나 최근 청과물의 경우도 대형유통업체를 중심으로 산지 직구입 비율이 증가하고 있다. 김동환·황수철(2000)의 1999년도 조사결과에 의하면, 대형유통업체의 산지직구입 비중은 쌀의 경우 90% 이상, 쇠고기·돼지고기 77%, 채소 17%, 과일 29%인 것으로 나타났다¹⁾. 청과물의 경우 대형할인점 및 수퍼마켓 업체들이

1) 대형유통업체의 구입경로 조사가 반복적으로 수행되지 않아 구입경로의 변화를 정확히 파악하기 어려우나 최근 대형유통업체들이 산지직구입의 중요성을 강조하여 이를 증가시키고 있는 것으로 추정된다.

과일, 업체류, 과채류 등 계절적이고 유통물량이 큰 품목의 산지직구입을 대폭적으로 확대하고 있다. LG유통, 한화유통, E-Mart 등은 산지개발 확대에 청과물 산지직구입의 비중이 50%를 상회하고 있으며, 앞으로 이들 업체에서의 산지직구입 비중은 더욱 커질 것으로 예상된다.

대형유통업체는 매출규모가 클수록 산지직구입의 비중이 커지고 있는데 그 이유는 산지에서 구매금액이 클수록 구매 비용이 절감되고 차량단위 수송으로 물류비를 절감하기 때문이다. 또한 대형체인들은 구입물량이 크기 때문에 도매시장가격에 영향을 미치고 있으며, 이들 업체들은 산지직구입을 통해 구입처를 다변화함으로써 도매시장 중도매인에 대한 과도한 의존도를 줄이려고 하고 있다.

4. 종합유통센터(물류센터) 확충

정부는 유통의 효율성을 높이고 유통경로의 다원화를 기할 목적으로 대도시 지역에 농수산물종합유통센터(물류센터)를 건립하고 있다. 종합유통센터는 기존 도매시장과는 다른 새로운 물류체계를 구축하여 소비지 유통경로 다원화, 유통단계 단축 및 비용절감을 위하여 추진되고 있으며, 산지 생산자조직과 소비지 판매망을 경매가 아닌 예약거래방식으로 직접 연결하고 배송 및 보관, 소포장, 가공, 현장판매 기능까지 수행하는 도·소매 종합유통시설이다. 종합유통센터는 2001년 현재 9개소(양재, 창동, 청주, 부산, 천안, 전주, 성남, 군위, 고양)이 개장되어 있으며, 6개소(대전, 대구, 목포, 수원, 김해, 금산)가 건설중이거나 추진중에 있다.

2000년도 종합유통센터의 총매출액은 1조 6,129억원이었으며, 이중 도매매출액은 8,401억원으로 전체 매출액의 52%를 차지하고 있다. 종합유통센터에서 취급하는 농산물 대부분은 산지에서 직접 구매하고 있으나, 특수한 가공을 요하는 구색상품, 수요자의 긴급발주 및 소량으로 인한 물류비용이 큰 극히 일부 품목을 도매시장에서 조달하고 있다.

종합유통센터는 기존 도매시장 유통의 관리사무소, 도매법인, 중도매인의 역할을 통합함으로써 유통경로를 단축시키고 유통비용을 절감하는 등 물적효율(physical efficiency) 제고에 크게 기여하고 있다. 13개 품목에 대한 도매시장 경유시와 종합유통센터 경유시 유통마진률을 비교하면, 단감 한 품목만 빼고 종합유통센터를 경유할 때 유통마진률이 절감되는 것으로 나타났다. 유통

마진을 절감효과는 작게는 5%포인트(딸기)부터 38.7%포인트(봄배추)까지 다양한 분포를 보이고 있다(표 2)²⁾.

〈표 2〉 도매시장 경로와 종합유통센터 경로간 유통마진률 차이

(단위 : %)

품목	조사지역	도매시장 경유시 유통마진률(A)	종합유통센터 경유시 유통마진률(B)	A-B
봄배추	나주	78.3	39.6	38.7
고랭지배추	평창	84.4	61.4	23.0
봄무	고창	70.8	48.1	22.7
수박	함안	50.0	22.7	27.3
참외	성주	39.2	28.6	10.6
방울토마토	부여	46.2	20.7	25.5
딸기	담양	30.4	25.4	5.0
건고추	안동	26.8	13.9	12.9
한지형마늘	의성	43.0	25.9	17.1
단감	창원	44.9	54.4	△9.5
포도	영천	57.7	35.2	22.5
감귤	서귀포	47.0	33.1	13.9
복숭아	음성	32.6	24.2	8.4

자료 : 농수산물유통공사, 「주요농산물유통실태」, 2000.

물류비용의 경우도 종합유통센터에서는 파렛트에 의한 일관수송체계가 구축되어 하역비 절감에 의한 물류비 절감효과를 보이고 있다. 유통비용 절감과 더불어 산지유통조직들은 신개발 상품 및 브랜드품을 직접 소비자들에게 판매함으로써 소비자 기호 변화를 생산에 즉각적으로 반영하고 있으며, 소비자들을 대상으로 한 홍보, 판촉을 수행함으로써 브랜드 이미지를 강화하는 등 마케팅

- 2) 종합유통센터는 일반적으로 도매시장보다 질이 좋은 상품을 요구하고 선별 및 포장에 대한 요구사항도 까다로운 편이다. 이 때문에 유통마진률의 비교에 한계가 있으며, 표 2에서 제시한 유통마진률 절감효과가 100% 실현되는 것은 아니라는 점을 주의해야 한다.

팅활동의 공간으로 종합유통센터를 활용하고 있다. 도매시장에서는 표준규격품이 오히려 저평가되는 경향이 있으며, 직접 소비자를 대상으로 한 판촉효과를 얻기 어려운 구조이다.

5. 전자상거래 발전

국내 B2C 시장은 1천5백억원 정도로 아직 미약한 실정이나 급속한 속도로 확대되고 있다. 농산물 분야에서도 농협, 농림수산정보센터(AFFIS) 등에서 통합쇼핑몰을 운영중이다. 농산물을 취급하는 사이트는 개인 사이트를 포함하여 600여개 정도이며, 전체 전자상거래 매출 중 약 6% 정도를 차지하고 있다(김경덕·이동필, 2001). 전자상거래 취급품목은 건강식품(31%), 가공식품(20%), 수산물(13%), 곡류(8%), 과일(7%), 채소(6%) 등으로 가공식품의 비중이 높고 일반 청과물은 낮은 편이다.

농산물의 경우 B2C 형태보다 B2B 형태의 중요성이 클 것으로 전문가들이 예측하고 있으며, 인터넷상의 화상을 통해 상품을 확인한 후 실수요자 혹은 중도매인들이 경매에 참여하는 “농산물 전자도매시장(e-marketplace)”의 발전 가능성이 큰 것으로 전망된다. 현재 농축산물의 경우 5개의 e-marketplace가 구축되어 있으며, 식자재의 경우 LG유통, Foodmerce, 양곡의 경우 농협, 축산물의 경우 DreamXfarm, Meatmartauction, iDeli(수입육을 인터넷경매로 판매) 등이 B2B 전자상거래를 적극적으로 추진하고 있다. 정부에서도 농산물 e-Marketplace 구축사업을 지원하여 2003년까지 전체농산물 거래의 5% 달성을 목표로 하고 있다. 정부의 B2B 목표 물량은 2003년 농산물 총 거래량을 16백만톤으로 추정할 때 약 80만톤이 되며, 이는 가락동 도매시장 거래물량의 약 30%에 해당한다.

Ⅲ. 도매시장 현황과 전망

1. 현 황

1999년말 현재 전국적으로 공영도매시장 21개소, 법정도매시장 28개소, 유

사도매시장 19개소가 운영 중에 있다<표 3>. 정부 투자에 의해 건설되는 공영도매시장은 2001년 4월말 현재 23개소가 운영되고 있으며, 9개소가 건설중이다3). 공영도매시장이 확대됨에 따라 공영도매시장의 거래물량 및 금액이 증가하는 반면 일반법정도매시장의 거래 물량 및 금액은 감소하고 있다<표 4>. 청과물의 경우 공영도매시장 거래물량은 86년의 1.1백만톤에서 99년에는 4.9백만톤으로 4.5배 증가한 반면, 법정도매시장 거래물량은 87년의 0.5백만톤에서 99년 0.2백만톤으로 감소하였다. 전체적으로 공영도매시장의 확대로 공영 및 법정도매시장, 공판장 경유율이 '97년의 47%에서 2000년에는 50%로 증가하였

<표 3> 전국 도매시장 현황

구 분	공영도매시장			일반법정도매시장			유사도매시장
	시장수 (개소)	'99 거래실적		시장수 (개소)	'99년 거래실적		시장수 (개 소)
		물 량	금 액		물 량	금 액	
계	21	5,239,477	50,130	28	559,287	12,875	19
서 울	1	2,370,181	26,432	5	250,481	6,696	5
부 산	1	372,784	2,776	6	47,804	1,186	2
대 구	1	440,012	2,953	2	28,575	1,038	3
인 천	1	270,659	2,103	1	41,904	851	2
광 주	1	336,460	2,767	1	8,841	255	-
대 전	1	270,993	1,976	1	9,293	492	1
울 산	1	101,379	892	-	-	-	1
경 기	4	604,776	6,178	-	-	-	1
강 원	2	15,798	163	1	14,511	123	-
충 북	2	104,832	920	-	-	-	1
충 남	1	71,179	549	-	-	-	-
전 북	2	163,559	1,431	1	26,400	107	-
전 남	-	-	-	2	44,718	344	3
경 북	1	45,851	421	6	28,727	382	-
경 남	2	71,014	569	2	58,033	1,401	-
제 주	-	-	-	-	-	-	-

자료 : 도매시장통계연보, 2000.

3) 건설이 완료된 공영도매시장은 서울 가락동, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 수원, 청주, 전주, 울산, 천안, 창원, 충주, 춘천, 구리, 안양, 안산, 익산, 강릉, 안동, 진주, 정읍, 순천 등이며, 건설이 추진중인 공영도매시장은 서울 서남, 부산 동부, 광주 제2, 인천 삼산, 대전 노은, 원주, 포항, 구미, 마산 등이다.

으나, 동기간 유사도매시장 경유율은 46%에서 37%로 감소하였다.

최근 공영도매시장이 확대 건설되었으나 일부 시장의 경우 운영이 활성화되지 못하는 문제점을 보이고 있다. 특히 가락동시장 영향에 있는 수도권 도매시장들(안양, 수원, 안산 등)과 일부 지방중소도시 도매시장(춘천, 충주, 창원, 익산 등)들의 경우 위치의 부적절성과 유통주체들의 운영능력 부족으로 정상적인 도매시장으로서의 기능이 발휘되지 못하고 있다. 가락동 도매시장의 평당 거래금액을 100으로 할 때, 인천, 광주, 대전, 수원이 65% 이상으로 그나마 정상적으로 운영되고 있으나 나머지 도매시장들은 40% 미만으로 운영이 활성화되어 있지 않고 있다. 단위면적당 거래금액이 가락동대비 30% 미만으로 운영이 극도로 부진한 도매시장은 구리, 안산, 춘천, 충주, 익산, 창원 등이다.

〈표 4〉 도매시장 거래물량 및 금액 추이

연 도	공 영		법 정	
	물 량	금 액	물 량	금 액
'86	1,109	2,227	n.a.	n.a.
'87	1,146	2,731	457	1,250
'88	1,318	3,398	479	1,274
'89	1,610	4,264	528	1,517
'90	1,946	6,038	620	2,194
'91	2,544	10,227	487	2,758
'92	3,007	12,855	522	2,634
'93	3,261	16,265	493	2,464
'94	3,597	24,814	495	2,458
'95	4,119	26,187	456	2,260
'96	4,188	31,315	427	2,379
'97	4,646	36,001	235	1,958
'98	4,607	36,308	184	1,593
'99	4,867	39,729	176	1,470

자료 : 도매시장통계연보, 2000

2. 도매시장의 경쟁력 및 운영상 문제점

1) 타유통경로 대비 경쟁력

공영도매시장은 거래과정의 투명화, 정산의 안정성제고, 유통정보 제공, 가격형성(price discovery) 등의 기능을 수행하여 과거 유사도매시장 체계하에서의 불공정성 문제를 어느 정도 해결하고 있으나 유통환경변화에 대한 대응력이 취약한 문제점이 있다. 종합유통센터, 대형유통업체의 산지직거래, 전자상거래 등 대안적 유통경로에 대비한 도매시장의 강약점을 분석하면, 유통업체 등 구매자에 대해서는 풍부한 상품구색, 구매의 용이성 등에 있어서는 장점을 가지고 있지만, 수수료, 하역비, 중도매인 마진 등에 의한 높은 가격, 시간 지체 등의 약점이 있다. 생산자 등 출하자에 대해서는 비규격품 판매의 용이성, 대금결제의 신속성 등 강점이 있는 반면 지나친 가격변동, 높은 수수료율, 표준규격품에 대한 저평가 등의 문제가 있다<표 5>.

<표 5> 도매시장의 강점 및 약점

	강 점	약 점
대 구매자	<ul style="list-style-type: none"> ○ 풍부한 상품구색 ○ 구매의 신속성, 편리성 ○ 바겐세일 등 행사대응 용이 ○ 시차구매 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수수료 및 하역비에 의한 높은 가격 ○ 심한 가격 변동 ○ 선도 저하 ○ 경매로 배송시간 지체 ○ 대량으로 매입시 가격상승 ○ 균질상품의 대량 확보 곤란
대 출하자	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대금결제의 신속성, 용이성 ○ 비규격품 거래의 용이성 ○ 물량처리의 용이성 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 심한 가격변동 ○ 수작업 하역에 의한 높은 하역비 ○ 중도매인의 불공정 거래(후려치기 등 담합행위) ○ 규격품, 브랜드품에 대한 저평가

2) 운영상 문제점

농수산물 도매시장의 운영상 문제점을 정리하면, 먼저 산지와의 이해가 상충되는 점을 지적할 수 있다. 도매시장의 실질적인 주체가 영세한 중도매인들

이며, 이들의 전근대적인 상행위로 인해 산지의 표준규격화, 물류개선 등 유통 개혁노력이 수용되지 않고 있다. 중도매인들은 선별 및 상품화 등 주요 유통기능을 지금까지 독점해 왔으며, 도매시장 내에서 재선별을 통해 이윤을 확보하고 있다. 이 때문에 산지에서 출하된 규격품과 소포장품을 경매과정에서 저평가하는 문제점을 보이고 있다.

또한 여러 가지 제도개혁에도 불구하고 여전히 도매시장 운영이 개선되지 않고 있으며, 비효율 고비용 구조를 타파하지 못해 물적 효율성이 저하되는 문제점이 있다. 아직도 시장질서 확립이 어려운 실정이며, 기록상장 등 불법행위가 여전히 계속되고 있다⁴⁾.

시설과 설비 측면에서는 도매시장 시설과 장비가 물류표준화와 저온유통체계를 고려하지 않고 도입되어 산지의 예냉, 물류개선 등의 노력을 저해하고 있다. 가락동도매시장과 양재동종합유통센터의 하역효율을 비교하면, 가락동이 약 40%정도 낮은 것으로 분석된다<표 6>.

<표 6> 가락동도매시장과 양재동 종합유통센터의 하역효율 비교('99)

구분	청과물 취급액(억원)	하역인원	하역인원 1인당 취급액(억원)
양재종합유통센터	1,176	65	18.1
가락동도매시장	18,558	1,449	12.8

제도적으로는 '99년에 개정된 농안법에서 시장도매인제도(도매상제도)가 도입되었으나 준비태세 부족과 엄격한 자격요건 때문에 현실적 도입이 제약되고 있다. 특히 거래제도와 관련되어서는 아직도 학자, 정책담당자들간에 합의점을 찾지 못하고 논란을 계속 벌이고 있는 실정이다.

도매시장의 핵심 주체 중 하나인 중도매인의 규모가 영세하여 물류개선을 저해하고 있으며, 규모의 경제에 따른 이득을 실현하지 못하는 문제점이 심각하다. 아직도 많은 수의 영세규모 중도매인들은 경영합리화를 통하기 보다 물량마진, 후려치기, 재선별 등 불공정행위를 통해 이윤을 확보하려고 있다. 청

4) 도매시장에서는 원칙적으로 상장, 경매를 기본적인 거래방식으로 하고 있으나, 일부 품목의 경우 중도매인들이 서류상으로만 상장한 것으로 하고 실질적으로는 위탁 거래 형식을 취하는 경우가 있다. 이를 편의상 기록상장이라 한다.

과물 경우 연간취급규모가 5억원 이하인 중도매인의 비율이 55%로 전체의 절반을 상회하며, 연간취급액이 30억을 넘는 대형중도매인은 전체의 2.4%에 불과한 실정이다(표 7).

〈표 7〉 청과물 중도매인의 규모별 분포('99)

연간취급규모	중도매인수	비율(%)
1억원 미만	630	11.8
1~3억원	1,261	23.7
3~5억원	1,023	19.2
5~10억원	1,233	23.1
10~20억원	817	15.3
20~30억원	234	4.4
30억원 이상	130	2.4
계	5,328	100.0

주 : 공영도매시장 중도매인 기준

자료 : 도매시장통계연보, 2000

마지막으로 도매시장 개설자인 지자체는 관리자로서 전문성이 떨어지고 시장질서 확립 등 시장의 관리, 감독을 철저히 하지 않는 문제점이 있다. 현재 농산물 도매시장내에 허가받지 않은 노점상들이 도로를 점거하여 교통혼잡을 유발하는 등 시장질서를 어지럽히고 있다. 특히 가락동 도매시장의 경우 농산물 유통개혁대책의 수립과 시행에도 불구하고 시장질서가 오히려 더 문란해졌다는 평가도 있다.

3. 전망

1) 시장발전단계와 도매시장의 위상

Blattberg 교수가 제시한 시장발전단계에 따르면, 현재의 농산물유통은 5단계중 제3단계인 “차별화되지 않은 제품/집중된 시장”단계에 있으나 유통환경의 변화에 따라 점차적으로 제4단계인 “차별화된 제품/집중된시장”으로 진화 중인 것으로 평가된다(표 8). 농산물도 수확후관리기술이 발달하고 브랜드화

등이 진척됨에 따라 차별화된 하나의 제품으로서 성격을 갖기 시작하였으며, 이들 차별화 제품은 특정의 표적 소비자를 대상으로 한 표적마케팅 활동을 수행하고, 소매업체에 직접 납품하는 등 유통경로의 차별화를 모색하고 있다. 제3단계에서는 비차별품을 대량으로 신속하게 유통시키는데 있어 도매시장의 역할과 기능이 지대하였으나, 제4단계에서는 표적시장을 위한 마케팅 활동이 수행되므로 불특정다수를 위한 도매시장의 역할과 기능이 저하되며 유통업체와의 직거래가 확대된다.

최근 전자상거래의 발전으로 농산물에 있어서도 제5단계인 “차별화된 제품/분산된 시장”으로의 진화가 미약하나마 진행중이다. IT의 발전으로 소비자들은 개별적으로 그들의 욕구와 선호를 표시할 수 있고 생산자는 그들에게 적합한 제품을 개발하여 제공하는 것이 가능해 졌다. 농산물 전자상거래(B2C)에 있어서도 효율성보다는 소비자와 생산자간의 커뮤니케이션이 보다 중요한 성공요인이 되며, 실제로도 저렴한 가격보다 소비자와의 관계 혹은 유대감 형성이 보다 중요한 성공요인으로 대두되고 있다.

결국 시장 발전단계로 볼 때, 농산물 유통도 집중화된 시장으로부터 점차 차별화되고 분산화되는 방향으로 전환되고 있으며, 이에 따라 효율성을 위주한 도매시장의 역할과 기능에 한계가 발생할 것으로 예측된다.

〈표 8〉 시장발전단계별 시장형태

시장단계	주요 시장형태
전시장단계	자급자족
차별화되지 않은 제품/분산된 시장	지방시장(5일장)
차별화되지 않은 제품/집중된 시장	대도시지역 도매시장
차별화된 제품/집중된 시장	대형유통업체(할인점, 백화점, 슈퍼마켓)의 산지직거래
차별화된 제품/분산된 시장	전자상거래, 홈쇼핑 등을 통한 분산된 거래

유통단계간 수직적조정(Vertical Coordination) 관점에서 보면 전통적인 현물시장(spot market) 위주의 거래가 점차 계약거래(contracts), 수직적 통합

(vertical integration) 등으로 전환되고 있는 추세이다. 예를 들어 대형유통업체들은 도매시장에서의 거래 위주에서 도매단계의 통합을 통한 산지 직구입을 증가시키고 있으며, 축산물, 유기농산물 등 산지 확인이 필요한 품목은 시장구입보다 계약생산 등을 선호하고 있다. 계약거래, 수직적통합 등은 일회성의 현물시장 거래보다 인근 유통단계를 보다 효율적으로 조정, 통제할 수 있는 장점이 있다. 미국의 경우 육계, 우유, 계란, 가공용 채소, 일반 채소류, 오렌지류 등은 계약거래, 수직적 통합의 비율이 전체 유통량의 50%를 상회한 것으로 조사되고 있다(Henderson, 1994).

수직적 조정의 관점에서 볼 때도 소비지 대량 수요처가 산지와의 계약을 통한 직거래, 계약생산, 생산단계의 통합 등을 통한 거래 물량을 증가시킴에 따라 도매시장의 비중과 위상이 저하될 전망이다. 결국 우리 나라도 서구에서의와

〈표 9〉 농수산물 도매시장의 위협요인

요 인	내 용
대형유통업체 발달	○ 2000년말 현재 수도권에 백화점 55점, 대형할인점 73점이 개설되었으며 할인점의 경우 향후 100개점 이상으로 확대 전망 - 대형유통업체에 의한 산지직거래 확대
종합유통센터 확대	○ 기존 양재, 창동, 성남 이외에 고양(2001), 수원(2002), 서울 등에 추가 건설 - 종합유통센터는 판매물량의 90% 이상을 산지에서 직접 조달
B2B 전자상거래	○ 장기적으로 산지생산자조직과 소비지 대형수요처간의 B2B 전자상거래 발달 전망 - 가락동도매시장을 거치지 않고 산지에서 대형수요처 물류센터로 직납되는 물량 증가
가공식품 소비확대	○ 가공식품 및 조리식품(prepared food) 소비 확대 - 가공업체 및 전문처리업체에 의한 산지직구입 확대
식재가공업체 발달	○ 외식산업의 확대에 의한 식재 수요 확대 및 식재전문가공·납품 업체 발달 - 식재가공업체가 대형화됨에 따라 산지직구입 물량 확대
청과물 수입증가	○ 오렌지 등 수입과일은 물론 마늘 등 채소류의 수입이 확대됨에 따라 도매시장 경유물량 감소

같이 농수산물 도매시장이 과거 위상에 비해 점차 그 중요성이 감소할 전망이다. 농산물 유통이 과거 집중화된 현물시장(도매시장)에서 분산화되고 통제가능한 시장(산지직거래, 계약생산, 수직적통합)으로 전환될 것으로 보인다.

2) 도매시장 경유 물량 전망

앞으로의 도매시장 경유물량 추이를 전망해 보면, 대형유통업체의 산지직구입 확대, 종합유통센터 거래물량 확대, 가공 및 처리업체 발달, 청과물 수입 증가 등으로 시장의 유통물량이 커짐에 따라 거래물량이 차츰 감소할 전망이다 <표 9>.

<표 10> 가락동 도매시장 거래 물량 및 금액

(천톤, 억원)

연도	청과		수산		축산		합계	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
'85	422	799	54	818	-	-	476	1,617
'86	1,109	2,227	124	1,871	18	598	1,250	4,696
'87	1,113	2,639	124	1,838	46	1,320	1,283	5,797
'88	1,194	3,045	138	1,867	59	1,904	1,391	6,816
'89	1,426	3,755	149	2,095	102	2,984	1,678	8,834
'90	1,704	4,934	155	2,490	94	3,295	1,954	10,719
'91	2,037	7,531	170	3,017	88	3,521	2,295	14,069
'92	2,175	9,291	196	3,314	87	3,706	2,458	16,311
'93	2,167	11,113	191	3,581	88	3,563	2,446	18,257
'94	1,995	14,241	187	3,922	103	4,431	2,285	22,594
'95	2,242	14,846	193	4,107	103	4,227	2,537	23,179
'96	2,239	17,387	185	3,955	108	4,659	2,532	26,001
'97	2,199	18,124	184	3,779	100	4,068	2,483	25,971
'98	2,070	17,252	163	3,585	92	3,727	2,325	24,563
'99	2,134	18,558	148	3,476	88	4,398	2,370	26,432

자료 : 도매시장통계연보, 2000.

우리 나라의 중심 시장인 가락동도매시장도 이와 같은 유통환경 변화에 따라 경유물량이 감소될 것으로 예상된다. 가락동 도매시장의 취급물량은 개장

이후 지속적으로 증가하다가 90년대 중반이후 약간의 감소세를 보이고 있다 <표 10>. 청과물의 경우 99년 취급물량은 2.1백만톤으로 물량이 최고조에 달했던 '95년에 비해 5% 감소하였으며, 수산물은 '99년 15만톤으로 '92년에 비해 25%, 축산물은 '99년 9만톤으로 '96년에 비해 19% 감소하였다. 이처럼 가락동도매시장은 전체 공영도매시장 거래물량의 약 50% 가량을 점유해 왔으나 최근 유통환경의 변화에 따라 거래 물량이 감소 추세를 보이고 있다.

가락동도매시장의 물량을 계량적으로 전망해 보면, 1999년 대비 2003년의 물량감소율은 선형을 가정할 경우 -6.1%, 2차식을 가정할 경우 -34.6%에 달할 것으로 보인다<표 11>. 품목별로는 청과물이 -4.7%~-31.8%로 3개 품목군 중에서 감소추이가 가장 완만할 것으로 예측되고, 수산은 청과물보다 감소폭이 커 -15.1%~-54.78%의 감소율을 보일 것으로 예상된다. 물량감소율이 가장 클 것으로 예상되는 품목은 축산물로서 -23.9%~-70.5%의 범위를 보일 것으로 전망된다⁵⁾. 이러한 예측결과를 종합할 때, 가락동도매시장의 경우 정확한 물량감소율을 예측하기는 어렵지만 향후 거래물량이 지속적으로 감소할 것이 확실하다.

<표 11> 가락동도매시장 거래물량 예측치

(단위 : 천톤)

연도	청과		수산		축산		합계	
	A	B	A	B	A	B	A	B
2001	2,083	1,820	136	116	77	59	2,296	1,995
2002	2,058	1,653	131	93	72	43	2,261	1,789
2003	2,033	1,456	126	67	67	26	2,226	1,549
감소율	△4.7%	△31.8%	△15.1%	△54.7	△23.9%	△70.5%	△6.1%	△34.6%

주 1 : 감소율은 1999년 대비 2003년 물량의 감소율임.

주 2 : A방법은 물량이 최고에 달했던 연도로부터 '99년까지의 연평균 감소율을 적용하여 거래 물량예측(연평균 감소율은 청과물 △1.2%, 수산물 △4.0%, 축산물 △6.6%였음).

주 3 : B방법은 과거 물량의 변화를 시간에 대한 2차 함수식으로 추정하여 예측치를 구한 것임. 각 함수의 추정식은 다음과 같음.

5) 가락동도매시장 경유물량 예측은 과거 추이를 이용하여 추정하였으나 도매시장 경유물량은 구조변화를 수반하기 때문에 단순히 과거자료를 가지고 미래를 예측하는 것은 한계를 가질 수밖에 없다. 따라서 이 논문에서의 예측결과는 이러한 한계성을 인식하고 해석되어야 할 것이다.

청과물 추정식 $R^2 = 0.95, F = 113.1$
 $P = 215.7 + 342.2T - 14.6T^2$
 (1.8) (9.8) (-6.9) ()는 t치.

수산물 추정식 $R^2 = 0.92, F = 70.6$
 $F = 44.0 + 29.6T - 1.56T^2$
 (4.3) (10.1) (-8.4) ()는 t치.

축산물 추정식 $R^2 = 0.90, F = 52.6$
 $M = -15.8 + 23.2T - 1.1T^2$
 (-1.6) (8.0) (-6.2) ()는 t치.

3) 도매시장의 기능 전망

증장기적으로 경유 물량의 감소로 도매시장의 위상은 점차 위축될 것으로 보이나 앞으로 상당기간 농산물유통에 있어서 중추적인 기능은 지속적으로 수행할 것으로 전망된다<표 12>. 농산물의 수집·분산, 가격결정, 상품구색, 비규격품 처리, 시장정보 등에 있어서는 도매시장이 여전히 중요한 기능을 수행할 전망이다. 물류개선, 대형유통업체 물류대행, 전자상거래 대응, 소매상 지원 기능은 여전히 미진할 것으로 예상된다.

<표 12> 도매시장 기능별 위상 변화 전망

기능	변화 방향
수집·분산	○ 효율적이고 대체적인 유통경로가 발전함에 따라 도매시장의 중요성이 저하되나 대규모 물량의 분산에 있어서는 여전히 중요성이 클 것으로 전망
가격형성	○ 도매시장의 비중저하에도 불구하고 공개적인 가격형성 기능은 앞으로도 중요하나 thin market의 문제 발생 가능 ※ thin market이란 거래 물량이 적어 시장에서 수급에 의해 결정된 가격이 실제의 수급을 반영하지 못하여 가격을 왜곡시키는 문제점
상품구색기능	○ 다른 어떤 경로보다도 상품구색 기능의 강점은 유지되며, 구색상품에 있어서 도매시장의 중요성 유지
시장정보기능	○ 대형유통업체 거래가 폐쇄적인 속성을 가지고 있어 도매시장의 공개적인 가격은 시장정보로서 중요성 유지

기능	변화 방향
비규격품 처리기능	○경매과정을 통한 비규격품 판매 기능은 다른 어떤 경로보다도 강하게 유지
물류개선	○높은 물류비, 하역체계 불합리 등으로 물류개선 기능이 취약하고, 단시일내에 해결될 전망 희박
대형유통업체 물류기지 기능	○물류의 비효율성, 대형유통업체의 산지개발 강화로 대형유통업체 물류기지 기능은 취약
전자상거래 물류기지 기능	○B2C에 있어서 물류기지 기능을 도매시장이 수행할 수는 있으나 물량이 제한적일 전망이고, 물량이 클 것으로 예상되는 B2B에 있어서 물류기지 역할은 한계
소매상 지원기능	○도매시장은 단순한 상품판매 기능에 그치고 있어 소매상에 대한 경영지도 등 소매지원 기능 취약

기능별 위상 변화에 따른 도매시장의 위상을 종합적으로 정리하면, 도매시장은 우리의 농산물 생산·출하여건과 소매상 구조가 단시일 내에 변하지 않을 것으로 전망되기 때문에 앞으로도 상당기간 그 중요성이 유지될 것으로 예상되나 대규모 규격출하 여건이 갖추어진 산지와 대형수요처간의 직거래 물량이 증가할 전망이다. 파렛트 출하품과 표준규격 상품의 도매시장 이탈이 가속화되고, 중장기적으로 도매시장은 비규격품 위주로 도시지역 영세 소매상(외식업체 포함)을 주요 고객으로 하는 것으로 재편될 전망이다.

IV. 농수산물 도매시장의 발전과제

대형유통업체 및 종합유통센터의 성장 등 소비지 유통여건의 변화와 산지유통센터 확충 등 산지유통여건 변화에 대응하여 도매시장의 기능 확대와 경쟁력 강화방안이 시급히 모색되어야 할 시점이다. 도매시장도 유통환경 변화에 대응하기 위해 고객만족을 추구하는 등 마케팅 개념을 도입해야 하며 제반 제도적 개혁과 시설보완이 수반되어야 할 것이다.

도매시장의 경쟁력을 강화하기 위해서는 탄력적인 거래제도의 도입과 물류

기능 강화가 필요하며, 도매시장 법인과 중도매인의 규모화를 통한 효율성 향상 등이 필요하다. 이들 도매시장 경쟁력 강화방안을 상세히 설명하면 다음과 같다.

1. 탄력적인 거래제도 도입

대형유통업체의 성장 및 산지의 브랜드화에 대응하여 신속적인 거래방식의 도입이 필요하다. 대형유통업체가 도매시장을 이용할 때 느끼는 애로사항은 높은 유통비용과 더불어 경매 등으로 시간이 지체되는 점이며, 대형유통업체들은 지정된 산지와 규격품을 요구하나 경매를 통해서는 그러한 물품을 확보한다는 보장이 없어 도매시장 거래를 회피하고 있다. 산지 입장에서조차 경매는 자기 농산물에 대한 의사표시를 할 수 없다는 점에서 선진화된 산지는 도매시장 출하를 기피하고 있다.

일본 도매시장에서는 이러한 환경변화에 대응하여 일찍부터 선취매를 대거 도입하였다⁶⁾. 더욱이 새로 개정된 일본 “도매시장법”에서는 정보공개를 전제로 하면서 한층 자유로운 거래방식을 법적으로 허용하고 있다. 기존의 경매 방식 이외에 선취매, 상대거래, 예약상대거래 등을 광범위하게 허용하고 있다. 우리도 산지 및 소비자 유통의 변화에 대응하여 기존의 경매 방식 뿐 아니라 선취매, 예약상대거래 등을 도입할 필요가 있다. 이미 상장예외품목 지정을 통해 상대매매는 허용하고 있으나 상장품목에 대해서도 보다 다양한 거래 제도의 도입을 허용해야 할 것이다.

2. 실효성있는 시장도매인(도매상)제도 도입

개정 “농안법”에는 시장도매인제도 도입을 법적으로 허용하고 있으나 시장도매인의 기준이 지나치게 엄격하여 현실적으로 시장도매인 제도 도입이 불가능한 실정이다. 시장도매인에 대한 합리적인 선정기준 설정이 필요하고 지방도매시장에 대해서는 탄력적인 기준을 적용하여 시장도매인제도가 현실적으로 가능하도록 조치할 필요가 있다. 그러나 철저한 준비없이 도매상 제도를 도

6) 선취매는 표준, 규격화된 상품을 미리 정해진 가격에 경매 없이 도매시장법인을 통하여 대형유통업체에 분산시키는 거래 방식으로, 가격은 대부분 그 날의 최고 경락가를 적용한다

입하면 출하자들이 손해를 볼 우려가 있어 시장도매인 제도 도입에 따른 철저한 준비가 필요하다. 대금정산의 안전성 및 신속성, 유통정보 제공 등에서 확실한 담보 장치와 거래 분쟁 발생시 출하자 보호장치 등을 확실하게 마련해야 할 것이다.

시장도매인제도의 선행조건은 도매상들의 경쟁구조 확립과 효율성 확보이며, 이를 위해서는 도매상들의 규모화인, 품목별로 적정수의 시장도매인 선정이 필요하다.

3. 도매시장법인 및 중도매인의 구조조정

농산물 도매시장의 양대 주체인 도매시장 법인과 중도매인의 운영효율성 제고가 필요하다. 도매시장법인은 경영분석을 통해 불필요한 비용을 절감하는 등 비용절감을 유도해야 하며, 부실 법인의 퇴출 등 구조조정이 강력히 시행되어야 한다. 중도매인은 최저거래금액 상향조정 및 필요 자본금 규모 확대로 규모화를 유도해야 한다. 중도매인의 규모화는 생산성 향상에 의한 효율 향상 뿐 아니라 파렛트 단위 구입을 가능하게 하는 등 매우 중요한 과제이다.

4. 물류기능 강화

농산물 도매시장의 가장 큰 걸림돌의 하나는 물류체계 미비인데 이에 대한 개선대책이 시급하다. 특히 소비구조의 변화에 대응한 콜드체인시스템과 소분포장, 유통가공 등 상품성 향상 기능의 확대에 대처한 유통체계 구축이 필요하다. 물류체계 측면에서는 수배송 동선 합리화 및 시장내 수송흐름의 원활화에 의한 수송비 절감 방안과 하역기계화를 통한 하역비 절감이 적극적으로 추진되어야 한다.

이를 위해서는 먼저 도매시장의 시설과 장비가 개선되어야 한다. 저온저장고, 하역데크, 지게차, 전동차 등 물류개선 시설과 장비가 확보되고, 기존 경매장 위주의 시설을 시장도매인제도 도입에 따라 도매상점포 위주로 변경해야 할 것이다.

제도적인 측면에서는 산지에서의 품질규격화, 물류표준화를 촉진하기 위해 표준규격품과 파렛트 출하품에 대해 상장수수료를 경감시키거나 우선 경매를 실시하는 등 지원 대책을 강구해야 한다. 구체적으로 비규격품에 대한 쓰레기

유발부담금을 대폭 인상시키거나 제도개선 실적을 도매시장법인 평가시 반영하는 것을 고려해 볼 수 있다.

하역기계화의 최대 장애요인인 하역노조원의 전직을 촉진시키기 위해서는 전업비 지원 방안을 검토해야 할 것이다. 아울러 도매시장법인 평가시에도 파렛트 출하율 등을 반영하여 파렛트 출하품 취급에 대한 인센티브를 부여해야 한다.

마지막으로 도매시장의 배송기능을 강화시키기 위해서는 점포별 배송 공간을 확보하여 배송시간을 단축하고 배송비 절감을 유도해야 하며, 소량·다빈도 배송 체계를 확립해야 한다.

5. 정보화 대응체계 구축

정보화시대를 맞이하여 도매시장은 장기적으로 상·물 분리에 의한 정보 발신기지로 기능하는 것이 바람직하다. 도매시장에서의 상·물 분리는 상품에 대한 정보(품명, 산지, 규격 등) 제공 및 거래는 인터넷 전자상거래를 통해 수행하고, 상품의 물리적인 이동은 시장을 통하지 않고 산지에서 소비지로 직접 이동하는 형태이다. 이는 장기적으로 도매시장이 물리적인 상품의 거래 공간이 아니라 가상 공간상에서 판매자와 구매자를 연결시켜 주는 사이버도매시장으로 기능이 전환됨을 의미한다. 이를 위해서는 도매시장의 정보화가 필요하며, 현재 추진중인 전자경매와 더불어 출하요청서, 송품장, 정산서 등을 표준 문서화하여 전자화합(EDI)으로써 서류를 절감하고 운영효율성을 제고시켜야 할 것이다.

전자상거래 추진주체로서 도매시장법인은 산지 생산자조직과 중도매인간의 거래를 사이버경매로 유도하여 상장수수료 및 물류비를 절감하는 방안을 적극적으로 추진해야 한다. 이를 위해서는 도매시장법인의 정보화 마인드 제고가 필요하고 농안법등의 법률적 제한사항 개정 필요하다. 현행 농안법에서는 도매시장법인 및 중도매인이 시장내에서만 영업하도록 규정하고 있으나 전자상거래 등 앞으로는 변화를 감안할 때 이러한 규제의 완화가 필요하다.

6. 시장 개설자에 대한 감독 강화

시장개설자인 지방자치단체장들은 선거를 의식하여 도매시장의 질서확립

등을 강력히 추진하지 못하고 있는바, 농림부는 시장개설자에 대한 지도, 감독을 철저히 수행해야 한다. 도매시장 운영평가를 지방교부세 지원에 반영하는 문제를 행정자치부와 협의하여 검토해야 한다.

7. 농산물 안전성 검사 및 위생 기능 강화

현재 형식적으로 수행되고 있는 잔류농약검사 등을 확대하여 도매시장 반입 물량의 안전성을 제고시켜, 고객으로부터의 신뢰성을 높여야 한다. 출하농산물에 대한 안전성 검사와 더불어 시장내 청결도를 높여 위생 수준을 높이는 것도 시급한 과제이다.

V. 맺음말

이 논문에서는 유통환경 변화에 따른 농수산물 도매시장의 전망과 문제점을 살펴보고, 향후의 발전과제를 모색해 보았다. 도매시장은 지금까지 영세한 출하자와 소매상을 효율적으로 연결해 주고 다양한 상품구색을 제공하며 가격을 발견하는 등 여러 가지 유통기능을 효율적으로 수행해왔으나, 복잡한 유통단계, 물류체계 미비, 경직된 거래제도 등의 요인으로 물적 효율성이 낮은 것으로 지적되어 왔다. 최근 대형유통업체 확산, 산지의 브랜드화 농산물 생산 증가, 전자상거래 확대 등과 같은 유통환경의 변화로 도매시장의 위치와 비중이 앞으로 점차 감소할 것으로 전망되고 있다.

농수산물 도매시장은 이러한 전환기적 상황에 직면하여 물류합리화를 위한 시설 및 장비 확충, 탄력적인 거래제도 도입, 시장질서의 확립, 도매법인 및 중도매인의 규모확대에 의한 효율성 향상, 정보화시스템 구축, 농산물 안전성 조사 강화 등의 기능 보완을 시급히 추진해야 할 것이다. 지금부터라도 도매시장이 이러한 개혁을 적극적으로 추진하지 않는다면 경쟁력을 더욱 상실하여 장기적으로는 서구 제국에서 보는 바와 같이 도매시장의 비중과 역할이 급속히 위축될 것이다. 특히 중소도시의 도매시장과 일부 수도권 도매시장은 시장운영이 활성화되지 않은 상태에서 환경변화로 물량부족이 심화될 것으로 전망되어 이들 시장에서의 구조개혁과 운영개선이 시급히 추진되어야 할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

- 김경덕·이동필, “농업정보화와 전자상거래의 동향과 전망,” 『농업전망 2001』, 한국농촌경제연구원, 2001.
- 김동환·전창근, “소비지시장의 변화와 도매시장 기능 강화 방안,” 『식품유통연구』 제13권 제1호, 1996.
- 김동환, “식품소매업태의 변화에 관한 연구,” 『식품유통연구』 제14권 제1호, 1997.
- 김동환·황수철, “대형소매업체의 농산물 조달실태와 대응과제,” 『식품유통연구』 제17권 제4호, 2000.
- 농림부, “농산물유통개혁 세부실천계획,” 1999.
- 농림부, 「도매시장 통계연보」, 2000.
- 농수산물유통공사, 「주요 농산물 유통실태」, 1999.
- 농협중앙회, 농협연감 2000, 2000.
- 최양부의, 「유통환경 변화에 대응한 농식품 신유통정책의 방향과 과제」, 농식품신유통연구회, 2001.
- 최양부의, 「농산물 신유통시스템 정립과 물류센터 발전방향」, 농식품신유통연구회, 1998.
- 최영찬, “농산물 B2B 전자상거래의 추진전략,” 농식품신유통연구회 제20차 신유통토론회 자료집, 2001.
- 통계청, 「도시가계연보」, 각년도
- 통계청, 1997년 기준 도소매업 통계조사보고서, 1998.
- 통계청, “민간기업 전자상거래 실태조사,” 2001.
- 허길행외, 「21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책 연구」, 한국농촌경제연구원, 1997.
- 秋谷重男, 『御賣市場に未來はあるか』, 日本經濟新聞社, 1996.
- 秋谷重男, “御賣市場の再編と法改正のするもの,” 『農業と經濟』: 56-63, 1999. 7.
- Blattberg, Robert C., Rashi Glazer, and John D. C. Little(주우진외 역), The Marketing Information Revolution, Harvard Business School Press,

1996.

Cook, Roberta, "The Dynamic U.S. Fresh Produce Industry: An Overview,"
Post Harvest Technology of Horticultural Crops, University of
California, Division of Agricultural and Natural Resources Publication
3311, 1993.

Henderson, Dennis R., "Measuring and Assessing Vertical Ties in the
Agro-food System, Canadian Journal of Agricultural Economics 42 :
549-560.

Marion, Bruce W. and NC117 Committee, The Organization and
Performance of the U.S. Food System, Lexington Books, 1986.

Rhodes, V. James and Jan L. Dauve, Agricultural Marketing System,
Holcomb Hathaway, 1998.