



성주군 선남농업협동조합
전무이사 이원석

나의 包裝觀

농산물포장은 지금까지 수집, 운반의 단순한 포장의 기능에서 소비자들이 알맞은 양을 쉽게 측정하고, 내용물을 시각, 후각, 미각으로 느낄수 있도록 개봉이 용이하거나 개봉없이 품종 및 품질의 특성을 보고 구매하려는 욕구를 충족시켜 주는 포장이 필요하며, 포장업계는 농민·유통·소비자를 만족할수 있는 신 포장 개발이 기대된다.

1.머릿말

포장의 기능은 물품을 수송, 보관함에 있어서 그 가치및 상태를 보호하기 위하여 적절한 재료나, 용기등을 물품에 시장(施裝)하는 기술 및 상대로서 보호성, 상품성, 편리성 및 배송성(配送性)을 들수 있다.

종전의 보호성 기능에서 확대되어 점차 판매 촉진의 기능에 역점을 두면서 하나의 상품이 포장의 과정을 거쳐 상품화(商品化)가 되어, 그 가치를 높여 가기 때문에 농업분야에 종사하고 있는 필자로서는 농산물 포장의 특성에 대하여 알아보고 또 앞으로 나아갈 방향을 찾아 보고져 한다.

사회가 급격히 공업화, 상업화로 바뀌어 감에 따라 농업도 이제 자급자족의 소극적 경영에서 상업농으로 발전되어 많은량의 농산물이 상품화되어 포장의 필요성이 요구되고 있다.

일부 과수농을 제외한 경종농은 가족 소비량을 충족시킨 잔여량을 미포

장 상태로 시장에 내다팔던 농업에서 계절에 관계없이 출하시기와 양을 조절 할수 있는 시설 농업으로 발전함과 때를 같이하여 소득수준이 점차 높아진 도시인의 과채류 수요가 급격히 늘어나, 좋은 품질을 신속히 공급하기 위한 포장의 필요성이 점차 높아짐으로서 일부 채소류를 제외한 농산물에 있어, 포장의 역할과 가치가 크게 제고 되기에 이르고있다.

그러나 포장재의 개발, 생산은 전적으로 공업분야에서 구입해야 하는 상황에서 다행히 농산물 포장재의 대부분을 차지하고 있는 골판지 상자업계가 이를 맡아 그간 끊임없는 연구와 노력으로 품질 향상은 물론, 대량 생산 공급으로 농산물 유통에 많은 기여를 해주고 있다.

2. 농산물 포장의 특성

농산물 포장은 공산품과 달리 여러 측면에서 농산물만이 가지는 특성 때

문에 여러가지 문제점 들이 많다.

첫째 : 규격화가 되어 있지 않다. 농산물은 종자의 차이, 재배과정, 산지의 토질, 기후등 여러가지 요인에 의해 똑같은 형태나 크기로 생산되는 것은 불가능 하다.

특히 골판지 포장을 요하는 과채류에는 더 더욱 이런 현상이 크다. 이런 비 규격화된 내용물을 일정한 규격속에 담아 포장하고 손상없이 운반해야 하는 어려움이 있다.

둘째 : 농산물은 그 생명력이 짧아 살아 숨쉬는 그 상태로의 선도를 유지하면서 신속하게 최종소비자에게 전달해야 한다. 곡류를 제외한 모든 농산물은 물성자체가 연약하고, 많은 수분을 함유하고 있어 쉽게 변질 부패하는 특성 때문에 이를 극소화 할수 있는 포장재가 요구되고 있다. 이런 취약성을 지니고 있으면서도 수집, 포장, 운반, 판매과정도 아주 열악하고 복잡하게 이루어지고 있다.

지정된 장소에서 규격화된 제품을

알맞은 용기에 담아 포장되는 공산품과는 달리, 넓은 농장에서 하나 하나 수확된 농산물을 포장, 생산자 또는 산지, 수집상을 통해 일차 집하장으로 운반, 운송업자, 소비지 공판장, 중·도매인, 소매인, 슈퍼, 백화점등 여러 차례의 유통 경로를 거치면서 상,하차 작업, 내용물 확인을 위한 개봉(開封) 등으로 포장의 기능을 떨어지게 한다.

셋째 : 농산물 포장은 아주 단기간에 그 역할과 기능을 끝내 버린다. 농산물의 생명이 짧은 것과 같이 포장재의 생명도 짧아, 짧게는 몇시간, 길어도 몇일에 끝나면서 재사용이 거의 안되고 있다.

포장재로서의 생명이 길고, 재사용이 가능하다면 농산물 포장의 취약성을 보완할 수 있는 포장재로서 개발할 수 있지만, 현실적으로 상당한 문제점들이 있다.

포장제품의 질을 높이다 보면 포장재 가격이 농산물 가격에 영향을 주며, 수요 또한 계절적, 지역적으로 단기간에 많은 양을 필요로 하여 생산면에서도 많은 어려움이 따르고 있다.

3. 농산물 포장이 나아 가야 할 방향

포장 기능이 점차 판매촉진을 기하기 위한 방향으로 흘러가고 있으므로 농산물 포장도 이런점에 초점을 맞추어 개선, 발전되어야 함은 재론할 필요도 없다.

그러나, 1차산업 특히 농업에 종사하고 있는 농민들 스스로가 포장재 개발에 힘쓸 여력도 없거나와 현실적으로 거의 불가능한 것으로 생각됨으로 대신 포장 관계에 계시는 분들이 힘을

모아 생산, 유통, 소비자들이 함께 만족할수 있는 방향으로 개선 함으로서 농민과 포장업체가 함께 발전되길 기대한다.

또한 개선 방향은 농산물 특성에서 언급한 문제점들을 참고하여 이를 해소 내지 보완할 수 있도록 노력하면 좋을것 같다. 따라서 농산물도 이제 중요한 상품이므로 최종 소비자의 구매형태를 배려하여 소비자의 입장에서 농산물의 상품화, 포장화 조건을 검토해야 할것이다.

농산물은 각 품종별로 그들 나름대로의 특성을 구매 하고져 하는 욕구를 충족시켜 주기 위해 쉽게 측정, 판단할수 있도록 포장해 주어야 한다.

즉, 내용물을 직접 확인하면서, 시각(視覺), 후각(嗅覺), 미각(味覺)으로 판단하는 소비자, 소비자의 중간단계인 중·도·소매인들을 위한 판매촉진 방법의 하나로 쉽게 내용물을 확인할수 있는 포장재로서, 편리성도 중요시 되므로 개봉(開封)이 용이하거나 개봉없이 판단이 가능한 쪽으로 개선되어야 하고, 지금까지 수집, 운반의 단순한 포장기능에서 소비자들이 알맞은 양을 쉽게 구입할수 있는 1회용 소포장과 외장에 중점을 두어 포장을 보고도 상품의 특성을 알아볼수 있도록 함은 물론, 구매를 촉진 시킬 수 있도록 아름답게 장식을 할 필요성도 있다.

결론적으로는 생산자 측면에서 볼때 농산물이란 특수성때문에 포장에 신속, 완벽을 기하다 보면 포장재의 가격이 높아지고, 소비측면에서는 최단기간에 끝나는 소모성 제품으로 가격은 낮추어야 하는 상반된 문제점들을

잘 조정하여 이에 적합한 제품을 생산 공급하겠다는 직업관과 국민 식생활과 건강을 위한다는 높은 사명감을 가지고 접근 해가야 할줄 안다.

4. 맺 음 말

끝으로 농업이 무너지면 나라가 무너진다는 평범한 진리속에 우리나라 농민들도 W.T.O체제가 출범하면서 비록 경작규모 및 유통단계등 농업 경영 조건이 열악하지만, 외국농산물에 대한 품질등에있어 국제 경쟁력을 제고 시키고, 우리 식탁엔 우리 농산물로 해결함은 물론, 한걸음 나아가 외국으로 수출할수 있는 세계의 농업인으로서 위치를 확고히 다지고 있는 이때, 포장산업에 종사하시는 모든 분들께서도 중요한 유통의 첫단계인 농산물 포장재 개발에 지대한 관심을 가지고 참여해주시길 간망하는 바이다.