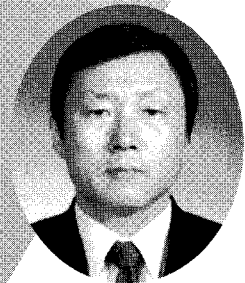




농산물 유통구조 개선과 직거래

경제효과外 생산·소비자간 이해 신뢰효과 커
지자체협조·생산단체 참여下 체계적 추진해야



여길행
한국농촌경제연구원 연구위원

농

산물 유통구조개선은 1960년대이후 농정의 주요 관심사가 되어왔다. 농산물 유통문제가 많은 사람들의 관심의 대상이 되는 것은 국민생활과 직접적인 관련이 많고 문제가 많다고 보기 때문이다. 새로 출범한 국민정부에서도 농산물 유통개선에 특별한 관심을 나타내고 있다. 국정 100대 과제중에도 농산물 유통개혁을 포함하고 있어 농산물 유통개선의 강한 의지를 보이고 있다. 특히 새정부 출범이전부터 농산물 유통구조를 직거래중심으로 개혁할 것을 제시하면서 농산물 직거래의 확대는 농정의 가장 중요한 핵심과제로 등장했다. 농산물 직거래와 관련한 추진실태 및 문제점, 농산물 유통개선을 위한 발전방향에 대해 알아본다.

가격인상 견제역할로 소비자 물가안정 기여

농산물 유통은 원래 직거래로 이루어졌다. 원시사회에서는 물물교환이 중심이었고, 그 후는 정기시장을 중심으로 생산자와 소비자가 직접 만남은 것은 팔고 모자라는 것을 구입하는 형태였다. 그러나 산업화가 진전되고 유통범위가 전국적으로 확대되어 광역화(廣域化)됨으로써 거래물량이 대량화됨에 따라 자연히 중간상인이 필요하게 되었고 유통단계와 유통경로가 복잡하게 되었다. 또한 유통경로가 복잡해짐에 따라 유통마진이 증가하고 많은 문제가 발생하게 되었다. 이 때문에 아이러니하게도 선진

국일수록 유통서비스의 질은 좋아지지만 유통비용은 증가하는 경향이 있다.

국민정부에서 직거래의 확대를 강조한 배경에는 농산물을 싸게 공급함으로써 IMF(국제통화기금) 이후 환율상승에 따른 물가상승과 실직 및 임금 삭감으로 가중되고 있는 국민들의 어려움을 덜어주고자 하는 의지가 담겨 있다고 본다. 또한 보다 본질적으로는 도매시장을 중심으로한 현재의 유통체계에 대한 비능률과 불신에서 비롯되었다. 즉 현재 농산물 유통은 지나치게 유통단계가 많고, 유통 마진이 높다는 것이다. 그래서 농가가 판매하는 가격은 매우 낮는데 비해 소비자가 지불해야하는 가격은 지나치게 높기 때문에 생산자와 소비자 모두 손해를 보고있는 것이다. 따라서 직거래를 확대하여 유통단계와 유통마진을 획기적으로 줄임으로써 생산자는 보다 높은 가격을 받고 소비자는 보다 낮은 가격으로 원하는 농산물을 구입할 수 있도록 하자는 것이다.

그간 정부에서는 직거래의 활성화를 위해 지방자치단체가 유통지나 공공기관 등에서 정례적인 직거래장터를 개장하고 농협과 아파트 부녀회간에 자매결연을 맺어 직거래를 확대해 나가도록 하고, 농수축 임협 등 생산자단체로 하여금 직거래장터의 개설, 금융점포내에 직판코너 설치, 아파트단지를 중심으로한 차량 순회판매, 소비자 직판장 운영 등 다양한 직거래사업을 전개하여 직거래를 확대해 나가도록 했다.

그 결과 상당한 직거래 성과를 거두었다. 쌀의 경우 유통마진율이 유통경로에 따라 차이가 있지만 19.9~25.6%에서 14.3%로 5.6~11.3%가 절감되었다. 고냉지 배추의 경우 소비자 지불가격에 대한 농가수취율이 도매시장 거래시 18.5%에 불과하던 것이 직거래시 46.4%로 2.5배나 되는 것으로 평가되고 있다. 또한 직거래를 확대함으로써 일반 소매상의 가격인상을 견제하는 역할을 하여 소비자 물



직거래는 어디까지나 현재 도매시장중심으로 되어 있는 유통체계를 다원화하여 유통경로간에 경쟁을 유발함으로써 도매시장을 견제하고 유통의 전반적인 효율성을 높이고자 하는데 목적을 두어야 한다. 따라서 직거래 자체로 유통문제를 해결하는 데에는 한계가 있음을 인식할 필요가 있다.

가안정에 기여한 것으로 평가된다.

한편 농산물 직거래는 이러한 직접적인 경제적 효과 이외에도 생산자와 소비자가 직접 만남으로써 서로 상대방의 입장을 이해하면서, 소비자는 보다 신선하고 안심할 수 있는 농산물을 구입할 수 있고 생산자는 어느 정도 생산비를 보장받는 유리성을 갖고 있다.

통일개념 없어 혼란·지나친 강조로 과도한 기대감 형성

이러한 직거래 성과에도 불구하고 직거래를 추진함에 있어서 문제점도 있다. 첫째 농산물 직거래에 대한 정부 의지가 강하고 국민적 관심이 높은데도 직거래 개념에 대한 통일된 견해가 아직 없어 정책수행상 혼란의 여지가 남아 있다. 원래 직거래란 생산자(또는 생산자단체)와 소비자(또는 소비자단체)가 중간상인을 거치지 않고 거래하는 것이다. 즉 중간상인이 개입되지 않고 생산자로부터 소비자에게 까지 유통이 이루어지는 것을 직거래로 보아야 할

것이다.

그러나 최근에는 범위를 넓혀 생산자단체인 농협이 운영하는 물류센터와 일종의 생산자단체가 운영하는 소비지 소매점인 “하나로 마트”나 “하나로 클럽”을 통해 유통되는 것도 “물류센터를 통한 직거래”로 보고 있다. 또 생산자나 생산자단체가 대형 유통업체나 대량소매처에 직접 판매하는 것도 직거래로 보는 경향이 있다. 이때에는 선진국에서 흔히 보듯 대형 슈퍼마켓이나 슈퍼체인이 물류센터의 구매본부를 통해 산지에서 직접 구입하는 것도 직거래로 보아야 할 것이다. 이렇게 될 때에는 도매시장을 경유하지 않는 모든 유통, 즉 일본에서 소위 장외유통이라고 하는 것을 직거래라고 할 수 있으며, 이때 직거래의 정책범위는 매우 넓어진다.

둘째 직거래를 지나치게 강조하다 보니 직거래에 대한 과도한 기대감이 형성되어 있다. 마치 직거래를 통해 농산물의 유통혁신이 이루어져 유통단계와 유통마진이 크게 줄어들 것으로 일부에서 기대하고 있다. 그러나 직거래는 어디까지나 현재 도매시장중심으로 되어 있는 유통체계를 다원화하여 유통경로간에 경쟁을 유발함으로써 도매시장을 견제하고 유통의 전반적인 효율성을 높이고자 하는데 목적을 두어야 한다. 따라서 직거래 자체로 유통문제를 해결하는데에는 한계가 있음을 인식할 필요가 있다. 외국에서도 물류센터를 통한 직거래를 제외하면 직거래의 비중이 크게 높지 못하다.

따라서 효율성을 고려하지 않고 무계획적으로 성급하게 직거래확대를 추진할 경우에는 오히려 사회적 유통비용을 증가시키거나 장기적으로 유통의 후퇴를 초래할 우려마저도 있다. 그래서 직거래사업의 추진은 보다 계획적 선별적으로 추진되어야 하며 이를 위한 위한 준비기간도 필요하다.

장기적 발전가능성 유무로 육성·지원

농산물 직거래를 활성화하기 위해서는 무엇보다

도 체계적이고 계획적으로 직거래를 추진할 필요가 있다. 농산물 유통에 있어 직거래는 유통단계를 축소한다는 측면에서는 효율적일 수 있으나 유통량을 대량화하기 어렵고 적당한 구매자를 찾는 데 시간과 비용이 많이 소요되는 단점도 있다. 그래서 직거래가 오히려 비싼 경우도 자주 있다. 따라서 직거래가 성공하기 위해서는 직거래를 체계화함으로써 유통물량을 대량화하고 물류비용을 줄여 유통비용을 낮추도록 노력하지 않으면 안 된다.

또한 직거래의 유형이 매우 다양함을 고려할 때 다양한 활성화 대책이 필요하다. 또한 직거래의 개념이 정립되지 못한 것은 직거래의 종류가 매우 다양하기 때문이다.

물류센터를 통한 직거래를 제외한 유형을 살펴보면 ▲ 도로변 또는 농장 직판 ▲ 소비자가 관광농원과 같은 농장을 방문하여 직접 수확하는 유피크(U-pick) ▲ 자매결연 또는 계약재배를 통한 생산자단체와 소비자단체간의 직거래 ▲ 생산자단체의 직판장 판매 ▲ 생산자(생산자단체)의 차량 이동판매 ▲ 주말 직거래장터를 통한 판매 ▲ 직판행사 ▲ 컴퓨터를 이용한 전자상거래 ▲ 우편판매 등 매우 다양하다. 또 생산자단체의 직판장이나 주말장터만해도 그 위치가 어디냐에 따라 명칭과 특성이 매우 다르다. 따라서 직거래 활성화를 위해서는 직거래의 종류에 따라 각기 다른 활성화 대책이 요망된다고 하겠다.

그리고 효율성 면에서 장기적으로 발전 가능성이 높은 것을 선별적으로 육성 지원할 필요가 있다. 즉 효율성이 낮아 장기적으로 성공 가능성이 낮은 것은 육성대상에서 제외시켜 선별적으로 육성해 나가는 방안을 모색할 필요가 있다. 직거래가 중요하다고 해서 무조건 육성해서는 안 된다. 시장에서 일반적으로 적용되는 경제적 논리는 효율성이며, 효율적인 유통경로는 차츰 활성화되지만 비효율적인 유통경로는 결국 쇠퇴하기 때문이다.

따라서 직거래가 아무리 필요하다고 하더라도 다

직거래를 활성화하기
 위해서는 지방자치단체의
 적극적인 협조와 생산자 또는
 단위농협과 같은 생산자단체의 적극적인
 참여가 필요하며 이를 유도해야 한다.
 소비자인 지역주민에게 농산물을 싸값으로
 공급하는 것은 지방자치단체의 의무이기도 하다.



른 유통경로에 비해 효율적이지 못하면 유통경로로
 서 정착될 수 없다.

생산자·소비자 만나는 진정한 장터돼야

또한 직거래를 활성화하기 위해서는 지방자치단체
 의 적극적인 협조와 생산자 또는 단위농협과 같은 생
 산자단체의 적극적인 참여가 필요하며 이를 유도해
 야 한다. 소비자인 지역주민에게 농산물을 싸값으로
 공급하는 것은 지방자치단체의 의무이기도 하다. 그
 러나 현재 대부분의 지방자치단체에서 농산물 직거
 래에 대해 적극적이지 못한 것으로 알려져 있다.

특히 주말장터의 개설과 같은 것은 지방자치단체
 에서 거래할 수 있는 장소를 마련해 주지 않으면 시
 행하기 어렵다. 또한 주말장터가 성공하기 위해서는
 지역주민이 장터개설 일자과 시장판매 상품의 종류
 를 알고 시장에 많이 나와야 한다. 그러기 위해서는
 지방자치단체의 지속적이고 폭넓은 홍보와 협조가
 필요하다.

마지막으로 각종 정책에도 불구하고 농산물을 팔
 아야 하는 농업인이 직거래의 필요를 느끼고 적극적
 으로 참여하여 지속적으로 값싸고 품질 좋은 농산물
 을 공급하지 않으면 소비자를 끌어들이 수 없고 직거
 래사업은 성공하기 어렵다. 따라서 협동조합을 통해
 생산자가 직접 직거래에 참여할 수 있는 기회를 확대

해야 할 것이다. 많은 경우 직거래장터가 잡상인의
 집합처가 되기도 한다. 이들을 배제하여 본래의 농민
 과 소비자가 만나는 장터가 되도록 해야 할 것이다.

활성화·체계화로 유통혁신 도모해야

한편 정부에서는 농산물 직거래가 보다 체계적으
 로 이루어질 수 있도록 하기 위하여 [소비자 생활협
 동조합법]의 제정을 추진하고 있다. 그간 생산자 협
 동조합은 정부의 지원에 힘입어 농협, 축협 등 전국
 적 조직망을 형성하고 있다. 그러나 소비자협동조합
 은 법적 뒷받침이 없어 크게 발전하지 못했기 때문에
 농산물 직거래에 활용되지 못했으며, 유기농산물이
 나 쌀, 고추, 마늘과 같은 저장성 있는 일부 품목을
 중심으로 직거래가 이루어져 왔다. 또한 정부에서는
 직거래를 보다 체계적이고 효율적으로 지원하기 위
 하여 [농산물직거래법]과 같은 제도적 장치 마련을
 검토하고 있는 것으로 알려져 있다. 아울러 농림부에
 [농산물유통개혁위원회]를 설치하고 직거래를 포함
 하여 농산물 전반에 걸친 획기적인 개선대책을 준비
 하고 있다.

직거래를 지원할 수 있는 제도와 정책이 마련되고,
 효율적인 추진대책이 마련되어 직거래가 보다 활성
 화되고 체계화 됨으로써 농산물 유통혁신에 기여할
 수 있는 계기가 되기를 기대한다. **농약정보**