

# 수산물 산지 중도매인 기능 변화에 관한 연구

장 영 수\*

## A Study of Middleman's Functions in Fisheries Port Market

Jang, Young Soo\*

### < 목 차 >

I. 문제제기	IV. 실증분석
II. 연구고찰	1. 연구방법
1. 수산물산지시장	2. 표본특성
2. 산지중도매인	3. 연구분석
3. 대형할인마트의 수산물유통	4. 가설검정
III. 연구변수 및 가설	V. 결론 및 시사점
1. 기능변수	참고문헌
2. 성과변수	Abstract

### I. 문제제기

유통부문에 있어 대형할인점의 성장에 따른 시장점유율은 우리가 예상하였던 수준을 훨씬 초월하여 발전하고 있다. 특히 식품부문을 중심으로 하는 전국 체인화를 진행하고 있는 대형할인마트<sup>1)</sup>의 경영 행동은 기존의 도매시장 중심 유통체제와는 또 다른

접수 : 2007년 10월 29일      게재확정 : 2007년 12월 26일

\*부경대학교 해양산업경영학부 교수 (Corresponding author : 051-620-6517, ysjang@pknu.ac.kr)

1) 소매점은 다양한 형태로서 존재하고 있다. 예를 들면, General Merchandise Retailers에는 Discount store, Specialty store, Category specialists, Department store, Off-price stores 등이 있으며, Food Retailers에는 Conventional supermarket, Supercenters, Hypermarkets, Warehouse club, Convenience store 등이 있다. 우리나라에도 이상과 같은 형태의 경계가 분명한 것은 아니지만 다양한 상품구색, 관리기법, 경영전략 등을 복합적으로 도입하면서 여러 형태의 대형소매점이 발전하고 있다. 일반적으로 전자랜드, 하이마트와 같은 전자제품 할인점 등이 아닌 특히 E-Mart, 홈에버, 롯데마트, 하나로마트, 메가마트, 그 외 대형 슈퍼마켓 체인점과 같은 식료품과 생필품을 중심으로 하는 소매점 등이 가장 일반적인 식료품 대형소매점이라 할 수 있다. 본 논문은 이러한 식료품을 판매하고 있는 대형소매점을 통상적으로 사용하고 있는 대형할인마트라는 용어로 통일하여 서술하기로 한다.

주요 유통 경로로서 구조화되어 가고 있다. 이들의 식품 구매는 소비지도매시장보다는 산지 직거래 또는 생산자 직거래라는 이름으로 생산부문과 직접 접촉하고 있으며, 이러한 구매경로 자체가 가격과 선도 경쟁력 우위를 점할 수 있는 전략 수단으로 확대되고 있다.

한편 농산물과는 달리 전국에 분포하고 있는 산지어시장을 가지고 있는 수산물유통에 있어서는 직접적인 생산자보다는 산지어시장과의 접촉이 일반적으로 이루어지고 있고, 특히 그곳에서 활동하고 있는 산지중도매인과의 거래가 구조적으로 이루어지고 있다. 예를 들면 부산에서 고등어, 삼치 구매, 제주도에서 갈치, 전북 구매, 울릉도, 속초에서 오징어 구매, 완도에서 김 구매 등 전국 산지에서 직접 구매된 다양한 수산물이 소비지 대형할인마트 수산물코너에 진열되어 판매되고 있다.

이처럼 수산물유통에 있어 대형할인마트의 행동은 직접적으로 산지시장에 영향을 미치면서 과거와는 다른 다양한 변화가 산지에서 일어나고 있다. 예를 들면, 산지의 브랜드화, 물류, 가공 시설의 보완 및 개선, 산지가격의 상승, 대형할인마트로부터 선택된 산지시장의 활성화 등이 대표적인 변화라고 할 수 있다.

본 연구는 수산물 산지시장의 변화를 직접적이면서 실질적으로 영향을 받고 있는 산지중도매인의 변화를 규명하는데 목적이 있다. 구체적인 연구과제로는 과연 대형할인마트의 산지 거래는 산지중도매인에게 어떠한 변화를 초래하였는지를 규명함에 있어 산지 중도매인의 기능 변화를 연구하였다. 그리고 이를 통해 전통적인 수산물산지중도매인과는 달리 앞으로 산지중도매인의 마케팅을 위해서는 어떠한 기능이 새롭게 요구되는지를 도출하고자 한다.

## II. 연구 고찰

### 1. 수산물산지시장

수산물산지시장은 소비지도매시장을 규정하고 있는 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률과 같이 구체적인 목적, 형태, 기능, 운영 방법 등에 의해 규정되고 있지는 않다. 하지만 동법 제49조 산지판매제도의 확립에서 농림수협 등 또는 공익법인은 생산지에서 출하되는 주요품목의 농수산물에 대하여 산지경매제를 실시하거나 계통출하를 확대하는 등 생산자보호를 위한 판매대책 및 선별·포장·저장시설의 확충 등 산지유통대책을 수립·시행하여야 한다고 하고 있다. 그리고 동법 제50조 농수산물집하장의 설치·운영에 농림수협 등은 농수산물을 대량소비지에 직접 출하할 수 있는 유통체계를 확립하기 위하여 필요한 때에는 농수산물집하장을 설치 운영할 수 있다고 하고 있다.

산지시장이 개설 운영되고 있는 법적 근거는 수산업협동조합법 제65조 사업의 종류 2. 경제사업에서는 구매사업, 보관·판매 및 검사 사업, 이용·제조·가공 사업, 수산물 유통조절 및 비축사업, 조합원의 사업 또는 생활에 필요한 공동시설의 운영 및 기자의 임대사업을 할 수 있도록 하고 있고, 동법 시행령 제36조 판매사업 규정에 의해 실질적인 수산물판매사업을 할 수 있도록 하고 있다<sup>2)</sup>. 하지만 여기에서 수산물산지시장에 대한 정의는 내리고 있지 않다.

한편 수산물유통에 있어 산지시장에 관한 연구가 시작된 것은 1950년대 후반이라고 해도 과언이 아닐 것이다. 당시 수산물유통문제의 관심은 어민의 주체성 회복이라는 시점에서 어민과 전기적상업자본의 관계규명 그리고 이 같은 시점의 연장선에서 어업협동조합<sup>3)</sup>의 공판론(共販論)에 관한 연구가 주류를 이루면서 산지시장 문제를 다루기 시작하였다. 특히 岡本清造(1952)는 산지에 존재하고 있는 상업자본의 전기성(수탈적 상업자본)에 연구의 중점을 두었고, 黒澤一清(1958)은 소생산어민의 경제적인 지위상승의 일환으로 어업협동조합이 어업권 관리기능에서 공동판매운동을 주로하는 경제사업에 전개 변용해 가는 과정을 규명하고 있다. 여기에서는 당시 산지에 있어 어획물의 판매과정 대부분이 도매시장제도를 통해 거래되게 되었고, 특히 어업협동조합의 산지어시장이 지배적으로 됨에 따라 전기적상업자본이 어업자를 부당히 수탈하는 현상은 현저히 줄어들게 되었다고 설명하고 있다.

어업협동조합의 공동판매 형태는 주로 근대적 유통기구 정비에 따른 산지어시장의 위탁판매가 중심적이었다. 여기에서는 산지시장에 대한 정의를 내리고 있지는 않지만 관념적으로는 산지에 위치하고 있는 도매시장 그리고 어업협동조합이 어업생산자의 위탁판매를 중심으로 하고 있는 시장이라는 점을 확인할 수 있다.

이러한 초기적 연구 이후에는 산지도매시장의 전개 과정이나 산지직판유통기구에 관한 연구 등 다양한 연구들이 진행되면서 근년에 와서는 Lou Xiaobo(1994)의 수산물산지유통의 경쟁구조에 관한 연구에서 산지시장 문제를 정리하고 있다. 그는 수산물유통환경의 변화 특히 도매시장유통과 도매시장외유통의 기능 분화에 따른 수산물산지유통구조변화 즉 동태적 메카니즘을 경쟁과 교섭의 시점에서 규명하였다. 여기에서

2) 동법시행령 제36조 판매사업 규정에는 다음과 같은 규정을 두고 있어 ① 조합 및 중앙회(법 제65조 제10항의 규정에 의한 공동사업체를 포함한다. 이하 제4항에서 같다)는 수산물 위탁판매사업을 할 수 있다. ② 법 제 65조 제10항의 규정에 의하여 지구별 조합 및 업종별조합이 공동사업의 승인을 얻고자 할 때에는 그 신청서에 정관·사업계획서 및 수지에산서를 첨부하여 해양수산부장관에게 제출하여야 한다. ③ 제2항의 규정에 의한 공동사업에 관하여는 해양수산부장관이 이를 감독하며, 그 감독에 관하여는 법 제44조 제2항 및 법 제6장(제151조 내지 제163조 2)의 규정을 준용한다. ④ 제1항의 규정에 의하여 위탁판매사업을 행하는 조합 및 중앙회는 정관이 정하는바에 의하여 위탁자가 소속한 조합에 위탁판매수수료 중 일부를 위탁판매조성금으로 지급하여야 한다.

3) 일본의 어업협동조합이라함은 우리나라 수산업협동조합과 동일한 개념이다.

수산물유통단계상의 생산·출하단계, 산지시장단계, 산지출하단계의 범위를 산지유통단계로 규정하고 있고, 이 중 산지시장단계에서의 산지시장은 어획물을 도매하는 시장 업무를 수행하는 과정으로 법적형태로는 지방도매시장, 공동판매장, 어획물처리장으로서 제시하고 있다.

申 屠裕(1996)는 수산물시장을 수산물상품의 거래 및 수급 총체로서 상품 소재의 장르에 따라 생선식용(生鮮食用)을 위한 생선시장(生鮮市場)<sup>4)</sup>, 가공품을 위한 가공품 시장, 양식·어업 사료용을 위한 사료 시장과 같은 3가지 시장으로 구성되어 있다고 정리하고 있다. 여기에 생선시장은 다시 생식용시장, 반찬·부식시장, 활어시장의 3가지 상업재료시장으로 구성되어 있고, 가공품시장은 반찬·부식용 제품시장, 외식업무용 제품시장, 선물용 제품시장, 가공용 반제품시장, 기타 제품시장으로 분류하고 있으며, 사료시장은 생선사료시장, 동결사료시장, 배합사료시장으로 분류하고 있다. 이처럼 그는 산지시장을 단지 수산물상품의 거래 및 수급 총체로 정의하고 상품의 특성에 따라 체계를 분류하고 있으나 산지도매시장 또는 산지어시장으로서의 구체적인 형태를 갖춘 산지시장으로 정의하고 있지는 않다.

국내에서 장영수(1997)는 수산물산지시장에 대한 정의를 다음과 같이 정리하고 있다. 산지시장이란 어업생산의 기점으로 어선이 접안할 수 있는 어항시설이 갖추어져 있고 어획물의 양륙과 1차적인 가격형성이 이루어지면서 유통 배분되는 시장을 말한다. 산지시장은 그 대부분이 수산업협동조합이 개설 운영하는 산지위판장으로 현재 우리나라에는 200여개소가 있다. 이 곳에서는 어업생산자, 시장도매업자(수협), 중도매인, 매매참가인들 사이에서 거래가 형성되면서 시장의 기능과 역할이 수행되고 있다. 이처럼 산지시장은 수산물 생산지에 위치하여 생산자들이 생산물을 판매할 수 있는 시장으로 정의하고 있다. 또한 산지시장은 다음과 같은 역할과 기능을 수행하는 것으로 정리하고 있다.

#### (1) 산지시장의 역할

현재 우리나라에서는 연근해 어획물의 약 60% 전후가 양륙 어항에 위치하고 있는 산지시장에서 가격을 형성하여 출하되고 있는 실정이다. 이와 같이 수산물의 대부분이 일단 산지시장을 경유하는 이유는 다음과 같은 사정이 있기 때문이다.

##### ① 산지시장이 어장에 근접한 연안에 위치하고 있다.

수산물 공급의 주력은 어선어업으로 한정된 규모의 어선으로는 정해진 성어기에 어장과 어항 간을 신속히 이동함으로써 그 왕복 횟수가 곧 어획량의 다수를 결정하기 때문이다. 다시 말해, 어장과 어항이 너무 멀리 떨어져 있다든지, 소비지에 직접 판매한

4) 생선시장(生鮮市場)이란 활어, 신선, 냉장 수산물 시장을 의미.

다면 이동시간이나 판매 소요 시간이 길어지게 되어 그만큼 정해진 여기에 조업할 수 있는 기회가 줄어드는 결과를 초래하게 된다.

② 산지도매시장의 신속한 판매 및 대금결제 기능은 곧 어업생산 증대에 직결된다.

‘어장 조업 → 어획 → 귀항 → 산지도매시장에 양륙 → 판매 → 대금결제 → 연료 · 어구 · 이료 · 선원 식료 보급 · 선원임금 지불 → 재출항 → 조업’이라는 어업 생산 사이클의 시간단축은 곧 조업횟수의 증가로 어업생산 증대에 직결된다고 할 수 있는데 여기에서 어획물의 신속한 판매와 대금결제는 없어서는 안 되는 필수과정이다.

③ 어획물의 다양한 형태의 이용 배분이 가능하다.

양륙된 어획물의 대부분이 선어 · 냉동 등의 형태로 소비지에 출하되는 것은 아니다. 어획물은 어종에 따라, 크기에 따라 대 · 중 · 소 등으로 분류되어 일부는 사료와 같은 비식용 용도로 이용되며, 또 한편으로는 가공원료 내지는 수출용으로 이용된다. 산지에는 이 같은 가공 공장이나 다수의 가공업자가 모여 있으며, 이들 업자는 소비재로서가 아닌 원자재로서 어획물을 산지시장에서 구입하고 있다.

## (2) 산지시장의 기능

산지시장은 주로 연안에 위치하고 있고, 어업생산자는 어획물의 판매를 시장도매업자 역할을 수행하고 있는 수협에 위탁 판매하는데 생산자를 대신하여 수협은 일정한 자격을 갖춘 수요자의 대표로서 등록된 중도매인들과 경매 및 입찰에 의해 가격을 결정한다. 이 때 어업생산자가 수협에 판매를 위탁할 때는 무조건 위탁 판매조건(또는 최저가격 제시)이 일반적이며, 수협과 중도매인들에 의한 가격결정 방법은 경매를 원칙으로 하고 있다.

어획물을 구입한 중도매인은 구입대금을 수협에 납입하고, 이 때 납입 기일 조건은 즉일 납입을 원칙으로 하고 있는데 수협은 중도매인으로부터 판매대금을 받아 그 중에서 수협에서 정한 일정한 판매수수료를 공제한 후 어업생산자에게 지불한다.

이상에 살펴본 바와 같이 산지시장 보다 구체적으로는 수협의 산지위판장은 어업생산을 위한 전초 기지적 역할을 수행하는 것을 기본으로 하면서 ① 생산지 어획물의 양륙과 진열기능, ② 거래형성기능, ③ 대금결제기능, ④ 판매기능 등을 수행하여 왔고, 이러한 산지시장의 실질적인 거래기능은 산지중도매인에 의해 수행되고 있다. 한편 지금까지 산지시장의 구조는 지역생산규모에 따라 규정되면서 대규모 어업 생산물과 소규모 어업 생산물의 양륙과 이용 · 배분에 맞는 산지중도매인의 기능과 역할이 수행되어 왔다.

## 2. 산지중도매인

농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률에서 중도매인은 제1장 총칙제2조 정의에서

농수산물도매시장, 농수산물공판장 또는 민영농수산물도매시장의 개설자의 허가 또는 지정을 받아 영업하는 자로 규정하고 있다. 그리고 여기에는 중도매인의 거래를 도매시장에 상장된 농수산물을 매취하여 도매하거나 도매를 중개하는 영업 그리고 비장장 농수산물을 매취 또는 위탁받아 도매하거나 매매를 중개하는 영업으로 규정하고 있다. 그러나 산지시장 즉 수협에서 개설하고 있는 위판장에 소속되어 있는 중도매인에 대해서는 별도의 규정이 있지는 않지만 상기 법률에 의해 동일하게 정의될 수 있다. 하지만 산지시장의 특성상 소비지중도매인과는 다른 기능을 수행하여 왔다는 점에 주목할 필요가 있다<sup>5)</sup>.

장영수(1997)는 산지중도매인은 일차적으로 지역산지시장에 양륙·진열된 수산물에 대해 종류, 크기, 용도별로 선별·판매를 위한 사용·효용가치를 찾아내는 선별기능과 경매나 입찰 등을 통해 가격을 결정하는 평가기능을 수행하고 있다고 정의하고 있다. 이러한 선별기능과 평가기능은 크게 두 가지 목적으로 이루어져 왔는데 첫째는 소비지상인이나 소매업자들의 위탁을 받아 대신 구입 중개를 위한 것이고, 둘째는 자기 책임 하에 매취하여 도매 거래하기 위함이다. 이처럼 산지시장의 중도매인은 시장 내에 양륙된 어획물의 즉각적인 가치 평가와 판매를 수행 즉 산지수산물의 흐름(flow)을 본원적인 기능으로 하면서 마케팅을 전개하여 왔다. 물론 산지시장 수협에 대금을 지불하는 금융결제기능도 빠뜨릴 수 없는 중요한 기능을 수행하고 있다.

그러나 구입한 수산물을 소비지시장에 판매 내지는 소매업자들에게 유통하기 위하여 냉동 보관(stock)과 포장·가공 처리(processing) 등과 같은 보관·가공 기능은 어디까지나 향상적 기능이 아닌 일시적이면서 앞서 설명한 본원적 기능의 보완적 성격을 가지고 있었다고 할 수 있다.

이상과 같이 중도매인은 ① 산지시장에 양륙된 수산물의 선별과 평가기능, ② 소비지 실구매자의 주문에 대응하는 중개를 중심으로 하는 유통기능, ④ 실구매자를 대항하는 금융결제기능을 본원적 기능으로 하여 왔다. 하지만 산지중도매인의 적극적인 마케팅 전개를 위한 저장, 가공, 상품기획 등 머천다이징과 같은 활동은 적극적인 상적 기능 제한에 따른 2차적이면서도 보완적인 역할에 지나지 않았다. 다시 말해 지금까지 이러한 2차적 보완적인 기능은 산지중도매인 마케팅의 중심에 있지는 않았다는 점에 주목할 필요가 있다.

5) 수산물의 경우는 산지와 소비지 양쪽 다 중도매인이 존재하고 있다. 이는 생산물의 선별과 평가 및 이용배분이 산지와 소비지에 있어 차이가 있기 때문이다. 예를 들어 산지에 있어 중도매인은 식용이외에도 가공용, 사료용, 냉동용 등 다양한 형태의 이용배분을 위한 선별과 평가를 1차적으로 수행하는 것이 중심적이라면, 소비지에서의 중도매인은 산지와는 달리 기본적으로 도시소비자를 위한 식용수산물을 취급하고 있다. 따라서 식용수산물의 품질, 규격 등에 따른 선별·평가·분하 기능 등을 중심으로 하고 있다.

### 3. 대형할인마트의 수산물유통

현재 대형할인마트는 약 270여개 점포의 약 30조 가까운 매출액을 올리고 있다. 일반적으로 대형할인마트는 공산 50-60%, 농산 20% 전후, 축산 10-15%, 수산 5-8%의 매출구성비를 형성하고 있다. 매출액의 약 5%를 수산물 매출액으로 가정하면 1.5조 정도의 시장 규모를 점하고 있다고 할 수 있다. 이들이 취급하는 수산물 종류는 약 200여 전후 아이템으로 다양한 상품 구색을 가지고 있다.

〈표1〉은 대형할인마트의 수산물 상품구색 범위를 나타내고 있는데, 우선 가장 일반적인 소비가 일어나는 대중선어, 바로 먹을 수 있는 생선회, 간편조리생선 그리고 고급선어가 상품 관리 분류되고, 나머지는 해물 연체류와 냉동 반건조 수산물 등 크게 3가지 대분류를 하고 있다. 물론 대형할인마트마다 각각 상이한 분류를 가지고 있지만 200여개 전후의 다양한 상품구색을 맞추기 위해 완전 오픈 유통경로를 통한 수많은 거래선 확보 시스템이 아닌 제한적인 벤더를 지정 등록하여 납품 받는 구조화된 전속적 유통경로를 가지고 있는 것이 일반적이다.

〈표 1〉 일반 마트 수산물 SKU의 구성

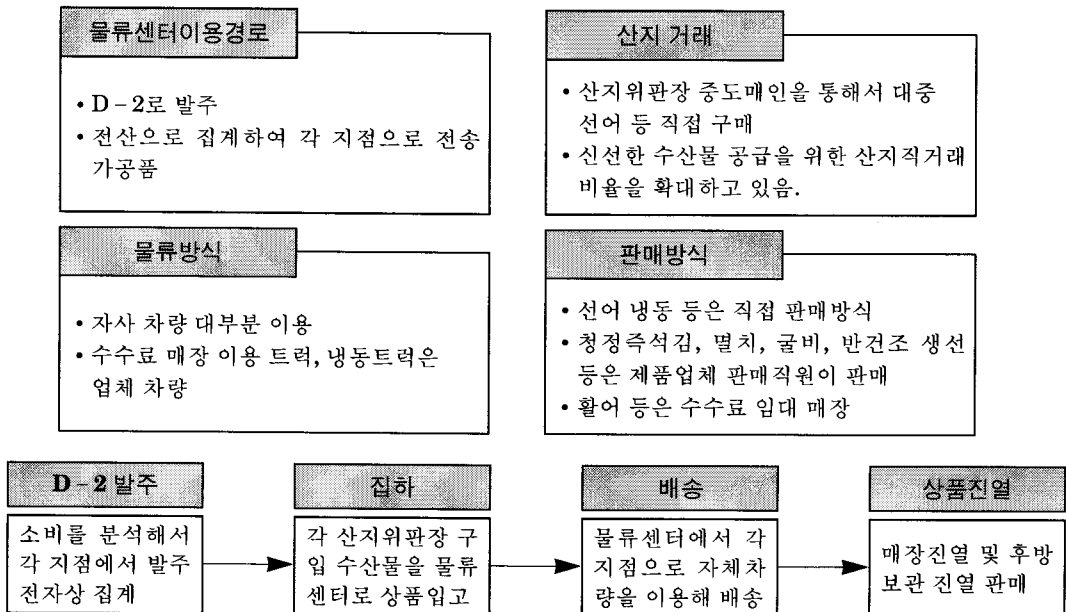
SKU의 종류	범위		어종 및 상태
대중선어(73)	소비자들이 선호하는 대중적인 어종		고등어, 갈치, 삼치, 오징어, 생태 등과 같이 조림, 구이 탕류용으로 식단에 자주 오르는 어종
생선회(16), 고급선어(11), 간편조리생선(6)	생선회	포장용 생선회, 초밥	모듬회, 활전복, 롤초밥, 광어초밥
	고급선어	선어 중에서도 고가의 고급선어	민어조기, 연어-특히 부위별로 판매
	간편조리생선	국, 탕, 찌개, 등을 위해 손질된 생선과 재첩국과 같이 데워서 바로 먹을 수 있는 Prepared food	재첩국, 울갱이국, 대구탕, 해물탕 등 조리가 간편한 제품을 지칭
해물연체류, 냉동반건(90)	해물연체류	해조류, 패류, 갑각류, 연체류 등에서 소비자들이 선호하는 어종들을 소비자 기호에 따라 손질 상품 또는 전처리 상태로 판매	미역, 다시마, 새우, 오징어, 낙지, 굴, 조개류 등을 지칭
	냉동반건	소비자들이 선호하는 어종을 냉동/반건 상태에서 판매하는 제품	코다리, 동태, 굴비 등

주 : SKU(Stock Keeping Unit) - 상품 분류단위 재고단위, 개수별순위, 현재 200여개 전후의 수산물 SKU를 가지고 있음.

한편 대형할인마트의 수산물 유통과정은 〈그림 1〉과 같다. 일반 마트는 하루 전(D-2)에 판매, 소비 동향을 분석해서 각 지점 발주를 전자상 집계하여 물량을 확보한다. D-2 발주가 끝나면 각 산지 위판장에서 물류센타로 상품을 입고하는 방식이 있

고, 구색상품 내지는 소량구매는 대형마트 바이어들이 소비지도매시장을 통해서 물량을 직접 구입하거나 납품 벤더에게 요청하여 구매하는 방식을 취하고 있다. 이때 주력 수산물인 냉장·냉동의 경우는 산지중도매인이나 수산물전문업체에 위탁하여 구입하고, 가공품 같은 경우는 특정업체를 선정하여 수수료 20% 정도를 받고 위탁 판매하는 형식으로 하고 있다. 상품진열은 수수료 코너별, 납품 브랜드에 따라서 진열하거나 매장 후방이나 창고에 보관하였다 보충 진열 판매하는 방식이다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 대형할인마트의 수산물 구입은 산지와 소비지도매시장의 구입비율이 산지가 80-90%, 소비지도매시장 구입비율이 10-20% 정도로 거의 대부분을 산지에서 구입하고 있다. 대형할인점 마다 산지와 소비지도매시장의 구입비율은 다소 차이가 나지만 전반적으로 산지 구매가 60%이상으로 소비지도매시장에서의 구입보다 높은 비중을 차지하고 있다. 이처럼 산지에서의 수산물 구매는 실질적으로 산지위판장을 통해 이루어지고 있고 이를 직접 담당하는 상업자본은 산지중도매인들이다. 산지중도매인은 지역양륙수산물뿐만 아니라 다양한 수산물의 상품 구색을 요구받고 있는데, 이들은 구색적으로 요구받고 있는 장외수산물(예를 들면 수입수산물, 1차 가공 수산물, 냉동수산물 등)에 대한 보관, 가공, 대금결제, 배송 등 다양한 기능을 수행하고 있다. 이처럼 대형할인마트와 산지중도매인간은 단순히 지역양륙수산물이 있을 경우 거래하는 단속적 거래가 아니라 지속적 거래가 이루어지면서 상당히 구조화된 거래 관계를 형성하고 있다.



< 그림 1 > 대형할인마트의 수산물 유통경로 및 판매방식



### III. 연구변수 및 가설

산지시장의 궁극적 목적은 생산된 어획물의 1차적 이용 배분을 위한 것으로 이 같은 목적을 실질적으로 수행하고 있는 것이 산지중도매인이다. 따라서 지금까지 산지중도매인의 역할과 기능 다시 말해 이들의 마케팅 활동은 산지시장내의 정해진 범위 내에 규정되어 왔다. 그리고 대형할인마트의 발전과 확대가 계속되면서 이들의 산지와외 거래 비중이 높아짐에 따라 산지에 상당한 영향과 변화를 초래하고 있다. 이미 앞에서 언급한 바와 같이 보관 기능, 수배송 기능, 산지시장 외로 부더의 수산물 수집 기능, 가격 등락이 매일 다른 경매와는 달리 일정 가격대를 유지할 수 있는 마진 관리 기능, 비축 수산물, 수입 수산물 등과 같이 일정 수준의 재고를 유지하기 위한 금융 신용 능력 등 이전에는 중도매인에게 요구되지 않았던 기능이 새롭게 나타나고 있어 이들 기능에 대한 평가가 요구되고 있다.

따라서 본 연구에서는 이상과 같은 기존 산지중도매인의 기능과 변화하고 있는 상황적 인식을 바탕으로 산지중도매인의 새로운 마케팅 기능이 무엇인지를 분석하고 이러한 중도매인들의 기능들과 경영성과에 미치는 변수 관계로써 규명하는 것을 연구가설로 설정하였다. 물론 본 연구에 있어 연구변수의 연구적 타당성 확보를 위해 기존 연구들에서 사용 검증된 변수와 새로운 변수를 사용할 수 있으면 연구사적 의미와 함께 보다 객관적인 연구가 될 수 있겠지만, 현재로서는 중도매인 기능에 대한 기존 연구는 없다. 일례로 유사 연구 분야인 농산물마케팅의 경우는 산지시장이 존재하고 있지 않아 산지중도매인에 관한 연구가 없는 것이 현실이다. 따라서 본 연구에서는 농안법에서 제시하고 있는 중도매인의 기본적 기능과 산지중도매인의 기능이 현실적으로 동일하여 기본기능변수는 이를 활용하기로 하였다. 이와 함께 지금까지의 본 연구자의 실태조사연구에서 확인된 산지중도매인의 새로운 기능 활동들을 새로운 기능 변수로 사용하기로 한다.

#### 1. 기능 변수

##### (1) 선별기능

산지중도매인의 선별기능은 다양한 측면에서 요구되고 있다. 다시 말해 어종 식별, 중량/크기 식별, 선도 식별, 원산지 식별 등에 대한 능력이 어느 정도냐에 따라 구매자의 거래신뢰도가 높아짐은 물론이고 중도매인으로서의 기본적 기능이다. 따라서 이러한 선별기능은 산지중도매인의 중요한 기능으로 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있다.

(2) 평가기능

산지중도매인의 평가기능이라 함은 경매나 입찰을 통해 실질적인 가격을 평가 결정하는 것으로 잘못된 평가 및 가격결정은 거래상대에 대해 직접적인 손실로 나타난다. 따라서 이러한 평가기능 즉 가격결정기능은 산지중도매인의 중요한 기능으로 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있다.

(3) 유통기능

산지중도매인의 유통기능은 경매로 낙찰 받은 수산물을 이용·판매하고자 하는 수요처로 분산시키거나, 수요자의 요구에 맞게 수산물을 선별하거나 상자 등에 재포장하는 유통가공기능을 수행하는 것이다. 따라서 이 같은 유통 및 유통가공 기능은 산지중도매인의 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있다.

(4) 금융결제기능

산지중도매인의 금융결제기능은 어떻게 보면 상당히 중요한 요소라고도 할 수 있다. 다시 말해, 실수요자를 대신하여 산지시장에 수산물 낙찰 대금을 결제하여야 할 의무가 있으며, 시장은 중도매인에 대해 경매 후 즉일 혹은 익일 결제를 원칙으로 하고 있어 금융결제기능은 중도매인의 신뢰성과도 직결된다고 할 수 있다. 따라서 산지중도매인의 금융결제기능은 산지중도매인의 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있다.

(5) 물류기능

산지중도매인의 물류기능은 과거에는 그리 중요하지 않았으며, 실수요자가 직접 시장 내에 트럭 등을 가지고 오던지 아니면 필요시에는 시장 주변에 있는 전문 운송업자에게 위탁하였다. 그러나 대형할인마트와의 거래가 확대되면서 정기적이면서 정시적인 수배송이 요구되면서 운송기능이 상당히 중요한 요인으로 나타나고 있다. 또한 비축이나 연중 판매 등을 위한 수산물은 계절성, 일시성 등을 극복하여 납품하기 위해 일정 수준의 재고를 유지하여야 한다. 따라서 보관 기능도 상당히 중요한 기능으로 요구되고 있다. 이러한 물류기능은 산지중도매인의 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있다.

(6) 마케팅기능

산지중도매인은 실질적으로 위판장 양륙 수산물뿐만 아니라 냉동, 수입 수산물을 포함한 장외 수산물의 구매 기능까지 수행하고 있고 이들 수산물에 대한 선대금결제와 함께 구입 단가 및 마진까지 결정하고 있다. 또한 대형할인마트의 요구에 따라 가공기능도 수행하고 일정 거래 단위 이상 구매에 따른 로스 부분의 판매까지도 책임져야 하는 시장 개발 및 판매 기능까지 담당하여야 한다. 이러한 마케팅기능은 산지중도매인의 경영성과에 영향을 미친다고 할 수 있다.

## 2. 성과변수

### (1) 경영성과

산지중도매인은 기본적으로 수요자(구매위탁자)로부터 위탁받은 수산물을 대신 구매하여 전달하는 수수료 상업자본으로 이들 경영성과는 수수료 수입의 증대이다. 하지만 단순한 위탁 구매에 따른 수수료 수익이외에도 대형할인마트에 납품을 위한 재고 확보 측면에서 자신의 책임하에 위험을 부담하는 직접 구매 - 납품에 따른 매매차익 상업자본으로서의 역할도 수행하고 있다. 따라서 매매차익의 증대 역시 경영성과로 평가될 수 있다. 그 외에 가공이나 물류(포장, 라벨링 등) 기능 수행에 따른 부가수익이 발생하여 새로운 경영성과로서 나타나고 있다.

## IV. 실증분석

### 1. 연구방법

본 연구를 위해 산지시장 중에서 우리나라 최대 산지어시장으로 위치하고 있는 부산의 공동어시장과 부산시수협공판장 소속 중도매인을 대상으로 설문조사를 통한 실증분석을 실시하였다. 설문은 직접방문과 우편을 통하여 총 250부의 설문을 배포하였으며, 회수된 설문지 중 결측치가 많은 설문을 제외하고 총 127부를 사용하여 분석하였다<sup>6)</sup>. 연구분석은 전체변수들에 대해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)를 실시하여 측정 항목의 타당성을 측정하고 크론바하 알파(Cronbach  $\alpha$ )값을 이용하여 연구에 사용된 변수들을 구성하는 각 항목간의 내적일관성을 확인하였다.

### 2. 표본특성

연구분석을 위한 표본은 총 127개로 이들의 일반적인 특성은 <표2>와 같다. 설문에 응답한 사람 성별은 남자 101명의 79.5%, 여자 26명의 20.5%로 구성되고 있고, 이들 응답자의 연령 분포는 <표3>과 같다. 가장 많은 연령대는 30대로 37.8%를 차지하고 있고, 다음으로 40대가 34명의 26.8%, 50대가 25명의 19.7% 순으로 나타나고

<표 2> 응답자 성별

응답자 성별	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
남	101	79.5	79.5	79.5
여	26	20.5	20.5	100.0
합계	127	100.0	100.0	

6) 조사일시는 2006년 11월 - 12월 동안 해당 중도매인을 대상으로 실시하였다.

〈표 3〉 응답자 연령

응답자 연령	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
20대	12	9.4	9.4	9.4
30대	48	37.8	37.8	47.2
40대	34	26.8	26.8	74.0
50대	25	19.7	19.7	93.7
60대	8	6.3	6.3	100.0
합계	127	100.0	100.0	

있어 이 분야에서는 아직 고령화 현상보다는 신규 진입이 비교적 활발히 진행되어 왔음을 알 수 있다<sup>7)</sup>.

응답자의 사업종사 년수는 〈표 4〉에서 확인할 수 있듯이 10 - 19년이 38명으로 29.9%를 차지하고 있고, 5년 미만인 34명의 26.8%, 20년 이상이 28명의 22.0%, 5 - 9년이 26명의 20.5%로 구성되어 있어 앞에서 설명한 바와 같이 신규 진입에 따른 비교적 다양한 사업 경력을 나타내고 있다.

〈표 4〉 응답자 사업종사년수

사업종사년수	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
5년 미만	34	26.8	26.8	26.8
5 - 9년	26	20.5	20.5	47.2
10 - 19년	38	29.9	29.9	77.2
20 - 29년	28	22.0	22.0	99.2
30년 이상	1	0.8	0.8	100.0
합계	127	100.0	100.0	

### 3. 연구분석

요인분석에 대한 결과는 〈표 5〉 산지중도매인 기능의 요인분석과 〈표 6〉 신뢰성 분석에 나타나고 있다. 탐색적 요인분석 결과 산지중도매인의 기능은 16개의 변수가 3가지 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO(Kaiser - Meyer - Okin measure of sampling adequacy)는 0.954로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 2358.654, 유의확률 0.000으로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 요인분석의 결과 모든 항목이 요인적재량 0.5 이상으로 나타나고 있다.

7) 물론 산지중도매인의 신규진입이 모든 산지에서 일어나고 있다고 할 수는 없다. 부산과 같은 대도시 산지시장의 경우는 신규진입이 생겨나고 있음을 실태조사에서도 확인할 수 있으나 조건 불리 산지위판장이나 소규모 산지위판장의 경우는 고령화가 진행 중이다.

요인 1의 경우는 어종 식별, 원산지 식별, 중량/크기 식별, 선도 식별, 거래처와의 신뢰성, 경매가격결정, 대금결제, 유통가공의 8개 변수가 요약되었다. 요인 2의 경우는 도매시장외 수집, 판매시장개발, 판매시장판단, 금융권 신용, 마진/판매가격 결정, 가공의 6개 변수가 요약되었다. 하지만 신뢰성 분석에서 판매시장 판단 변수를 제거함으로써 신뢰값이 좀 더 높게 나타날 수 있어 이를 제거하였다. 하지만 이 변수를 제거하지 않아도 신뢰도는 충분히 높아 중요 변수가 아닌 것은 아니나, 다음의 회귀분석을 위해 우선 제거하기로 한다. 요인 3은 보관 기능, 수배송 기능의 2가지 변수가 요약되었다. 하지만 두 변수의 아이겐값이 0.6으로 1보다 낮게 나타나고 있어 설명력이 미약하지만 실질적 물류 기능을 수행하고 있기에 설명 요인으로 사용하기로 한다. 이상과 같이 추출된 요인명으로 요인 1은 산지중도매인의 본원적 기능, 요인 2는 산지중도매인의 마케팅 기능, 요인 3은 산지중도매인의 물류 기능으로 표현하였다.

이미 앞에서 정리하였듯이 선별기능과 가격결정과 같은 평가기능은 산지중도매인의 본원적 기능으로, 여기에서의 선별기능은 요인 1(본원적 기능)에서의 어종 식별, 원산지 식별, 중량/크기 식별, 선도 식별에 해당하는 것으로 볼 수 있으며, 평가기능은 경매가격결정이 해당한다. 그리고 대금결제, 선별/재포장과 같은 유통가공, 거래처와의 신뢰성 역시 산지중도매인이 수행하여 온 본원적인 기능이라고 할 수 있다.

요인 2(마케팅 기능)는 지금까지와는 다른 산지중도매인의 기능으로 즉 오늘날 요구되는 산지중도매인의 마케팅 기능이라고 할 수 있다. 산지시장에서 제한적이면서도 수동적인 어종구색 범위 내에서 구매 기능을 수행하여 온 산지중도매인에게 도매시장외 수집력이라는 확대적이고 능동적인 머천다이징이 강조된다는 것은 상당히 흥미로운 일이라 할 수 있다. 또한 이로 인해 파생되는 기존의 시장관련업자(예를 들면 수산물도매상, 중개인, 소매상 등)를 넘어선 판매시장 다시 말해 대형할인마트, 식자재도매상, 이들과 거래를 가지고 있는 수산물가공업자 등 다양한 새로운 시장 개발이 요구되고 있다. 그리고 이들 시장 개발과 함께 거래에 대한 비전 등의 판단이 요구되고 있다.

한편 지금까지와 같이 즉일대금결제원칙 하에서 자금이 빠르게 회전되어 온 어시장내의 대금결제시스템과는 달리 대형할인마트와의 거래와 같이 보름, 한달 또는 그 이상의 장기간 요구되는 대금결제시스템과 납품 원료의 비축과 같은 재고 부담 비용에 대응하여야 한다. 이를 위해 장단기 자금 대출과 같은 금융권과의 거래 관계가 필수적인 요소로 강조되면서 금융권의 신용이라는 중요한 새로운 능력이 요구되고 있다.

산지시장에서의 경매가격과 같이 가격 변동을 수반하는 가격 결정 시스템과 달리 대형할인마트는 가격 변동성의 최소화를 추구하고 있고 포장가공품, 가공품, 냉동품과 같은 수산물은 대형할인마트와 일정 기간 계약적 마진/판매가격 결정에 따라 거래

되고 있다. 따라서 산지중도매인의 마진/판매가격 결정 능력은 상업이윤과 직결되는 것으로 대단히 중요하다고 할 수 있다. 그 외에도 수산물소비의 변화 즉 단순한 원어 중심의 소비에서 가공수산물로 전환되고 있는 유통 환경의 변화에 대응하기 위한 수산물가공기능도 새롭게 요구되고 있다고 할 수 있다.

요인 3(물류기능)의 보관기능과 수배송기능 역시 과거 산지중도매인에게는 요구되지 않았던 기능으로 다양한 상품구색과 안정적인 수산물 납품을 원칙으로 하는 대형 할인마트와의 거래를 위해서 수산물의 비축과 같은 일정 수준의 재고 기능이 요구되고 있으며, 다빈도 물류를 위한 수배송기능 역시 새롭게 강조되고 있다.

〈표 5〉 산지중도매인 기능의 요인분석

측정개념	변수명	요인1	요인2	요인3
본원적 기능	어종 식별	.817	.340	.294
	원산지 식별	.797	.291	.331
	중량/크기 식별	.722	.516	.260
	선도 식별	.671	.639	.183
	거래처와의 신뢰성	.639	.608	.313
	경매가격결정	.625	.261	.565
	대금결제	.584	.518	.368
	유통가공(선별/재포장 등)	.581	.366	.527
마케팅 기능	도매시장외 수집	.176	.803	.381
	판매시장개발	.432	.790	.268
	판매시장판단	.480	.710	.314
	금융권 신용	.618	.663	.191
	마진/판매가격 결정	.614	.646	.266
물류기능	가공	.436	.582	.470
	보관기능	.195	.271	.874
	수배송기능	.302	.257	.874
Eigen Value		11.651	1.061	0.652
분산비		72.816	6.633	4.077

KMO : 0.954, Battlett 구형성 검정 : 2358.654, 유의확률 : 0.000

〈표 6〉 신뢰성 분석 결과

요인별	요인명	변수수	제거변수	신뢰계수( $\alpha$ )
제1요인	본원적 기능	8	-	.9620
제2요인	마케팅 기능	6	1(판매시장 판단)	.9515
제3요인	물류기능	2	-	.8814

#### 4. 가설검정

본 연구에서 제시하고 있는 연구가설의 검정은 회귀분석 결과로 평가하였다. <표 7>에서 확인할 수 있듯이 본 연구에서 제시하고 있는 연구가설은 대부분 채택되고 있다. 특히 산지중도매인의 어종식별 능력, 원산지식별 능력, 중량/크기식별 능력, 선도식별 능력, 가격결정, 대금결제 등과 같은 본원적 기능은 경영성과에 경로계수 **0.762**로 유의적 영향을 미치고 있음을 확인하여 준다. 또한 도매시장 외 수집 등 다양한 상품구색, 다양한 시장 개발, 금융기능, 판매가격결정, 가공 능력으로 대표되고 있는 마케팅기능 역시 경로계수 **0.801**로 높게 나타나고 있어 유의적 영향을 미치고 있다.

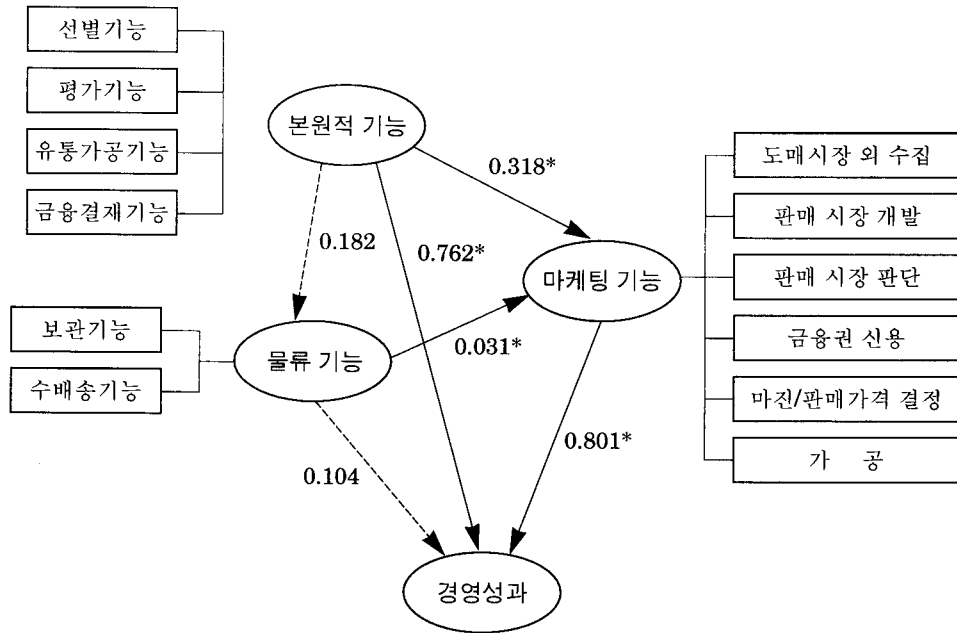
한편 새롭게 강조 요구되고 있는 물류기능으로서 요약되고 있는 보관기능과 수·배송기능은 아직 경영성과와 직접적인 양적 선형관계를 가지고 있지는 못한 것으로 나타났다. 이는 앞의 요인분석에서 확인할 수 있듯이 물류기능 요인의 아이겐값이 **0.6** 수준으로 나타나 요인 설명력이 아주 약한 것에 기인한다고 할 수 있다. 또한 현실적으로도 물류기능은 상거래 이후에 발생하는 부가가적인 서비스 수준에서 이루어지고 있고 아직은 이것이 산지중도매인의 경영수익원으로서가 아닌 경영비용으로 발생하는 경우가 대부분이다. 산지중도매인의 물류기능이 물류업 경영 수준으로 나타나기에는 보다 규모화, 시스템화가 이루어져야 할 것이다. 본원적 기능이 물류기능에 미치는 영향도 유의적이지 못하게 나타났다. 이 역시 앞의 물류기능에 대한 분석적/실태적 한계를 반영한 결과이다.

하지만 본원적 기능과 물류기능은 마케팅 기능에 유의적 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있어 이들 두요인은 마케팅기능을 매개로 경영성과에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다.

이상에서 살펴 본바와 같이 산지중도매인의 본원적 기능으로서의 선별기능, 평가기능, 유통기능, 금융결제기능은 여전히 중요한 필수적 기능으로 강조되고 있음을 알 수 있다. 또한 오늘날 대형할인마트와의 거래에 있어 새롭게 강조되면서 성공요인으로 요약되고 있는 마케팅 기능(도매시장 외에서의 상품 수집력(머천다이징), 시장개발력,

<표 7> 연구가설 검정 결과

가설	내용	경로계수	p	채택여부
가설 1	본원적 기능은 경영성과에 영향을 미친다.	.762	.000	채택
가설 2	마케팅 기능은 경영성과에 영향을 미친다.	.801	.000	채택
가설 3	물류 기능은 경영성과에 영향을 미친다.	.104	.210	기각
가설 4	본원적 기능은 물류기능에 영향을 미친다.	.182	.160	기각
가설 5	본원적 기능은 마케팅 기능에 영향을 미친다.	.318	.000	채택
가설 6	물류 기능은 마케팅 기능에 영향을 미친다.	.031	.000	채택



주 : \* =  $p < 0.05$ , 채택  $\longrightarrow$ , 기각  $\dashrightarrow$

<그림 2> 산지중도매인 기능과 경영성과 모형

판매가격 결정력, 가공 기능 등)은 경영성과에 직접적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다. 또한 기존에는 요구되지 않았던 보관기능과 수배송기능이 산지중도매인의 마케팅 기능에 영향을 미치는 새로운 기능으로 부각되고 있음을 알 수 있다. 이상과 같은 연구 결과를 그림으로 나타내고 있는 것이 <그림 2>이다.

## V. 결론 및 시사점

본 연구는 수산물유통을 둘러싼 유통환경변화 특히 10년 이상 진행되어 온 대형할인마트의 확대에 따른 산지시장의 대응과 변화에 대해 산지중도매인의 기능 변화를 통해 조명하여 보았다. 1900년대 초 일본의 수산물시장개설을 시작으로 각 포구마다 만들어진 산지시장 즉 산지위판장은 해방 후 어업인의 주체성 회복 및 전기적 상업자본으로부터의 해방 그리고 협동조합의 공판론 논리 속에서 지역 생산물의 양륙 및 유통 이용 배분 기능을 수행하여 왔다. 이러한 생산자 이념의 실현이라는 연장선상에서 실질적인 가치 평가 및 유통 기능을 수행하여 온 산지중도매인은 농안법의 중도매인 규정에 준한 제도적 역할과 기능을 수행해 왔다고 평가할 수 있다.



이같은 산지중도매인은 생산지 어획물의 양륙 진열된 수산물의 거래 형성, 판매 및 대도시 소비지도매시장으로의 출하 기능을 수행함에 있어 능동적인 수산물 상품기획, 상품구색, 판매가격결정, 기타 부대사업 등에는 제한적일 수밖에 없었던 것이 사실이다. 하지만 산지중도매인을 둘러싸고 있는 환경은 공급 측면에서는 지역 생산물의 감소, 강제상장제 폐지에 따른 산지 위판 물량의 이탈 감소, 저인망 어업을 중심으로 하는 저서어종의 다양성 축소 등과 같은 변화가 진행되어 왔다. 반면 수요 측면에서는 소매점의 대형화, 시스템화에 따른 정시(定時), 정량(定量), 정가(定價) 논리의 일반화, 다양한 아이템을 기반으로 하는 풍부한 상품구색, 산지직송과 같은 신선도 및 저가격 저마진 강조, 납품 수산물의 규모화 및 규격화 요구 등과 같은 변화가 급속히 확대되어 왔다.

산지중도매인은 양륙물의 경매, 유통 등 제한적 수동적 역할과 기능으로는 이러한 환경 변화에 대응하기 어렵게 되면서 비상장 양륙 수산물의 구매(타지역 수산물 및 수입 수산물 취급), 사전 비축적 수산물 구매 및 보관, 다양한 수산물의 상품구색, 가공(재입상, 재포장, 저차가공 등), 수수료 수익에서 매매차익 수익 추구 등 새로운 기능과 역할을 수행하게 되었다. 실제 본 연구의 실증분석에서도 이러한 현상을 반영한 결과가 도출되면서 산지중도매인의 선별, 평가, 유통가공, 대금결제와 같은 본원적 기능 이외에 도매시장 외 수집, 판매시장개발, 마진/판매가격 결정, 가공 등과 같은 마케팅 기능과 보관, 수배송 기능과 같은 물류기능이 상호 작용을 하면서 경영성과에 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상과 같은 연구결과는 다음과 같은 시각에서 시사하는 바가 있을 것이다. 우선, 산지중도매인의 법적 지위에 관한 문제이다. 현재 산지시장으로 대표되는 산지위판장의 법적 지위는 단순히 수협의 경제사업장으로서 위치하고 있고 이곳에서 상거래 행위를 하고 있는 중도매인에 대한 제도적 규정은 마련되어 있지 않다. 그럼에도 불구하고 농안법에 준한 제도적 기능과 역할을 강요받고 있어 향후 산지중도매인의 경영다각화를 위한 경영활동은 법 시각 지대에 놓이게 될 것이라는 점이다. 둘째로 본 연구에서 도출한 신유통시대에 대응하기 위한 산지중도매인의 새로운 기능, 역할과 산지위판장의 어업생산자 공판장 기능, 역할 사이의 상호 모순적 논리에 대한 조정 문제이다. 이미 앞에서 언급한 바와 같이 생산자 공판장으로서의 산지위판장과 실질적인 상기능을 수행하여 온 산지중도매인의 시장 지향적 움직임 사이에 양자의 장점만을 강요하는 대형할인마트들의 요구를 어떻게 수용하면서 조정할 것인가 하는 문제이다. 현실적으로 지금과 같은 공급측 사정 하에서 지나친 공판 사업 수행 의무만이 강조되면 산지중도매인의 이탈 및 붕괴는 계속될 것이고 이들 신기능을 전면 수용하고자 한다면 산지위판장의 지역도매시장화 요구가 커지면서 생산자 시장의 붕괴가 진행될 우려가 내재하

는 이중적 측면이 있다.

향후 산지위판장, 산지중도매인 문제는 이러한 시각에서 조명되면서 중간적 성격으로서 새로운 모습을 찾아가는 노력이 필요할 것이다. 이를테면 산지위판장에 있어 가격 결정, 상거래 기능을 제외한 외부 수산물의 상품구색기능, 유통 가공 기능, 수배송 기능 등 물류적 기능을 산지중도매인에게 허용하는 것도 하나의 대안이 될 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 강연실, “수산물마케팅경로에 관한 연구”, 「수산경영론집」, 제23권, 제2호, 1992
- 김병률·이철현·김윤식, 「농축산물 유통경로간 효율성 비교연구」, 연구보고 R411, 한국농촌경제연구원, 1999.12
- 김수관·강연실, “한국수산물시장이 나아갈 방향”, 「수산경영론집」, 제30권, 제1호, 1999.6
- 유충렬, “수산물 유통개선을 위한 과제”, 농촌경제, 1982.12
- 이강우, 수산물의 유통구조 개선에 관한 연구, 「수산경영론집」, 제31권, 제1호, 2000.6
- 장영수 『수산물유통론』부경대학교 수산기업연구소, 1997.9
- 장영수, “대형할인점의 수산물유통효율성에 관한 연구”, 수산경영론집, 제35권 제1호, 2004.6.
- 장영수, “수산물도매시장의 유통정보화가 도매법인과 중도매인 간의 신뢰에 미치는 영향 연구”, 수산경영론집, 제36권 제2호, 2005.9.
- 전창근, “수산물의 유통경로 및 유통마진 조사분석”, 식품유통연구 제15권 제2호, 1998
- 전창근·김동환, 「신유통업태의 농산물 취급실태와 유통체계 변화」, 농촌경제 제19권, 제4호, 1996
- 조용훈, 수협의 수산물직거래사업 추진방안, 수산경제연구원, 1998.12
- 주우진·조규식, 「농산물 유통단계 축소에 관한 연구」, 유통연구, 1996
- 岡本清造 『水産物流通機構の問題』, 水産研究會, 1952
- 黑澤一清 「現段階における漁業協同組合共販運動の一斷面」, 『商品流通と協同組合機能』, お茶の水書房, 1958.4
- 中居裕 『水産物市場と産地の機能展開』, 成山堂書店, 1996.2
- Lou Xiaobo 『水産物産地流通の經濟學』, 學陽書房, 1994.8
- Gabarro, “The Development of Working Relation Ships,” in Handbook of Organizational Behavior, Jay Lorsch, ed. Englewood cliffs, NJ Prentice - Hall, 1987, pp.172 - 189
- Ganesan, Shanker, “Determinants of Long - term orientation in Buy - seller relationships”, Journal of Marketing, Vol.58, 1994, pp.1 - 9
- Hunt Shelby D, “General theories and The Fundamental Explanation of Marketing,” Journal of Marketing, Fall, Vol.47, 1983, pp.9 - 17
- Kotler P., “Marketing Management : Analysis, Planning and Control” 4th ed., Prentice - Hall, 1980

Michman R, D, & S. D. Silbley, "Marketing Channels and Strategies," 2nd ed., Grid Publishing

Rosenbloom, "Marketing Channels : A Management View," 4th ed., The Dryden Press.

Swan John. E., Fredrick Trawick J., David R. & Jenny J. Roberts, "Measuring Dimensions of Puchaser Trust of Industrial Sales people, "Journal of Personal Selling & Sales Management, May, Vol.8, 1988, pp.1 - 9

## **A Study of Middleman's Functions in Fisheries Port Market**

Jang, Young Soo

### **Abstract**

The purpose of the study are summarized as follows :

First, it has researched the new functions of middleman in Fisheries Port Market.

Second, the new functions which middleman have to perform in Fisheries Port Market consist of the origin function, marketing function, logistics function. The origin function consists of the discrimination of fish species and freshness, making the price by auction, financing, etc. Marketing function consists of various species assortment from not only fisheries port market but also non - fisheries port market as frozen and import fish markets, finding the new selling markets as not broker but wholesaler, making the price and margin non through the action, processing, etc. Logistics function consist of fish stock, delivery service.

Third, it has recognized the upcoming important problems by building up the new functions as middleman in Fisheries port Market.

This study has used a questionnaire to verify 3 hypotheses. Research model, factor analysis, regression analysis.

The result of this study are summarized as follows : The origin function influences positively on the effectiveness of middleman's performance in Fisheries port Market. Marketing function influences positively on the effectiveness of middleman's performance. However, logistics function did not directly influences on the effectiveness of middleman's performance.

key words : Middleman's Function, the origin function, marketing function, logistics function
---

〈 부록 〉 키워드 리스트(1990년~2006년)

○ 해당키워드의 논문 항목의 번호는 권(2자리), 호(1자리), 게재순서(1자리)로 구성되어 있음. 예) 3521 - 35권 2호 1번째 논문

키워드	논 문
Accepters ' Attitudes	3521
Adoption	3623
Agreement :	
FTA(Free Trade ~) / Fishery(s) ~ / Korea-Japan Fisheries ~	3125 3315 3524 3525 3734
AHP(Analytic Hierarchy Process)	3215 3429 3734
Angling :	
Squid ~	3223 3525
Annual Average Fishing Hours	3635
Aquaculture :	
Fish ~ / Korean ~ / Marine Fish ~	3224 3423 3424 3612 3617 3622 3724 3731
Aquacultural Flatfish	3724
Environmentally Sound ~	3612
Freshwater ~ in Korea	3731
Sea Mustard ~	3224
Area:	
~ based Management / ~ and Time Restriction	3527 3723
Auditors	3325
Average Yield Rate	3712
Bargaining Power	3117
BCC Model	3426
Bioeconomic(s) :	
~ Models / ~ Equilibrium	3311 3324 3511 3723
Board System :	
Single ~ / Small ~ / Plural ~	3521
Brand Image Differentiation	3425
Business :	
Grocery ~ / Enterprise-type ~	3617 3716
Buy-back Program	3314
Category	3422
CCR Model	3426
Charging Fisheries	3323
Chartered Fishery	3128
China/Chinese :	
~ Marine Capture Fisheries / ~ Fisheries / Consumers in ~	3123 3225 3736
Circulation	3327
Coast/Coastal :	
~ Fisheries / ~ Reclamation / West ~	3122 3222 3516
Cold Storage Warehouse	3726
Collecting Fishing Data	3635
Colonial Period	3516
Common Property :	
~ Fisheries	3411 3416
Communication	3613
Community(s) :	
Fishing ~ / ~ Based Fisheries Management	3514 3618 3622

키워드	비 문
Company/Corporation : Fishery(s)~	3412 3615
Compensation : ~ for Damages /~ for Fisheries Damages / Fishery~/Post Factum~/ Distribution of~Alternative Cost /Act on the Acquisition of Land for the Public Undertakings and ~	3122 3128 3411 3735
Competitive : ~Power /~ Advantage / Revealed Comparative Advantage	3116 3424 3428 3613 3617
Conflict	3613
Conservation and Management	3417
Consumer Purchasing Decision Process	3513
Consumption : Amount of~/~of Fish / Sea Food /~Style / Distribution and~ Structure / Hoe ~ Culture	3423 3427 3724 3736
COOL(Country of Origin Labeling)	3713
Cooperation	3613
Cooperative Fishing	3525
Cost : Agency~/ Fisheries Management ~/ Avoidance~/Common~/~ Recovery	3322 3323 3326 3419 3631
Critical Variation of Environmental Factor	3515
Culture : Sashimi or Sushi~/ Seafood ~	3724 3736
CVP Analysis	3128
Data Envelopment Analysis	3711
Data Warehouse	3127
DEA	3426
Decision Making : Group~/ Collective ~	3215 3429 3731
Decreasing Rate	3618
Demand Function for Fish	3423
Derivation of the Quantity Amount of Critical Variation of Environmental Factor	3714
Determinant(s) : ~ Factor /~ of Export Pattern	3412 3625
Development Process	3424 3617
Direct Payment	3422
Director(s) : Board of~/ Outside~/ Interlocking~	3325 3419 3521 3633
Discount Store Channels	3517
Distribution : ~of Fishes / Fisheries ~~/~Channel/~ Function/~ Margin / Fishery Physical~	3113 3615 3726
DMU	3426
Double Hurdle Model	3427
E128 °	3525
Economic(s) : ~ Effect(s) /~ Crisis /~ Exploitation / Non ~ Aspects	3112 3221 3616 3636 3734
EEZ : ~System	3123 3124 3223 3414
Effectiveness Observer Program	3311
Electronic : ~ Commerce /~ Trade / Fisheries ~ Catalog	3214 3312 3513 3623 3716
B2B	3623
Dot.Com Market	3716

키워드	부	분
Online Grocery Shopping	3716	
Webvan	3716	
Enforcement : ~ Cost / ~ Zone / Law ~	3322 3326 3735	
Enlargement of Scale	3622	
Environment/-al : Sea ~ / the Same Oceanic ~ / ~ Restoration	3418 3611 3722	
Error Correction Model	3211	
EU	3717	
EVSL	3112	
Exchange : ~ Rate / ~ Risk	3721	
Exclusive Management	3622	
Explanatory Variables	3427	
Factor Analysis	3312	
Feature Analysis	3312	
FFG(Fish Friends Group)	3422	
Financial Policy in Fisheries Sector	3221	
Financing	3412	
Fish Feed Release	3616	
Fishery(s) : Coastal ~ / Deep-sea ~	3122 3116 3524 3634	
Fishery(s) Closures	3723	
Fishery(s) Cooperative(s) : Dual Characteristics of ~ / Efficiency of ~ / Regional ~ Management	3118 3125 3315 3325 3419 3426 3521 3633 3731	
~ System	3125 3315	
Fishery(s) Damage(s) : Compensation for ~ / Expost Cumulative ~ / ~ Caused by Warm Water / Range and Degree of ~ / ~ Rate / Compensation for ~ / Indirect ~ Area / Oil Spill ~	3122 3128 3222 3418 3515 3712 3714	
Fishery(s) Education	3115	
Fishery(s) Finance	3221	
Fishery(s) Household Population	3618	
Fishery(s) Industry : ~ Structure	3115 3733	
Fishery(s) Logistics	3217 3726	
Fishery(s) Management : the Same ~	3114 3118 3124 3311 3322 3326 3421 3514 3526 3611 3636 3711 3723	
~ Instrument	3322 3326	
~ System	3421	
Fishery(s) Co-Management	3514	
Imperfect ~	3526	
Fishery(s) Policy(s) : Common ~ / Structural ~	3511 3634 3717	
Fishery(s) Products	3428	
Fishery(s) Promotion	3516	
Fishery(s) Reorganization	3123 3223	
Fishery(s) Sector	3634	
Fishery(s) Subsidies : Impacts of ~	3313 3422 3526	
Fishery(s) Wholesaler	3623	
Fishing Capacity	3711	
Fishing Right	3125	
Fishing Village Amenity	3523	

키워드	회차
Fresh Fish	3327
Frozen Shrimp Spot and Futures	3715
Governance : Cooperative~/Corporate~/Ownership and~Structure	3325 3419 3633
Government Financial Transfers	3321
Granger Causality Test	3715
Gunsan	3615
Heuristic Algorithm	3722
implementation	3124
Import : ~View /~of Korea's Fisheries /~Influence by~er Partner/ Outcomes of~er	3327 3613 3721
Impulse Response Analysis	3715
Income Capitalization Method	3712
Independent Division System	3521
Influential Factor	3623
Information : Asymmetric~/~Requirements /~Strategy Planning	3127 3513 3713
Information System : ~Distribution / Fisheries Policy~/Fishery~/Public~	3114 3127 3215 3621
Decision Support System	3215
Inland Brokers	3615
Institutional : ~Management /~Provisions	3214 3417
Intermediary Wholesaler	3621
International Disputes	3414
Investment	3412
Ito Processes	3211
Japan/-ese : ~Fish Market / Korea~Fisheries Agreement	3525 3615
Key Success Factors	3114 3116
Labor : ~Cost /~Index /~Supply	3115 3226 3618 3625
Fishery Manpower	3115
Foreign Crew	3115
License : Fishing~System / Fixed~Number /~System / Market-based~System	3314 3417 3624
LISREL	3321
Live Fish	3327
Loans : Public~Programs / Fisheries Performing~	3321 3733
Low Input	3612
Management Armoury	3723
Management Indicator	3226
Manufactures of Meat and Fish Products	3625
Maritime Delimitation	3125
Market : Contestable~	3211 3421 3427 3428 3713 3725
Constant~Share Analysis	3428
Lemon~	3713
Oyster Producing~	3211
Participating in the~	3427
Relative~Intensity	3428



키워드	페이지
World Pollack ~	3725
Marketing :	
Fisheries~/Seafood~/~Management Effectiveness	3214 3516 3517 3726
Mathematical Model	3722
Maximum Likelihood Estimation	3632
Measure(s) :	
Administrative~for Fisheries /~of Fisheries Management / Technical Conservation~	3122 3526 3723
Merchandising	3425
MEY	3324
MSY	3324
Multi Annual Guidance Programmes	3717
Multi-participatory	3525
Multispecies Fishery	3511
Naturalization	3713
Negative Binomial :	
~Model /~Regression Model	3614 3626
Neighboring Fisheries	3611
New Fishery Order	3123 3223
NFFC (National Federation of Fisheries Cooperatives)	3419
Non-fishing Income	3522
Northeast Asia	3115
NRDA	3418
Offshore Fishery :	
~Trawl	3212 3512
Oil :	
Crude~Price/~Cost/~Supply Policy /Storage Facilities for~	3117 3212 3313
Optimal Redistribution	3512
Ordered Probit Model	3632
Overdispersion	3614
Over-fishing	3417
Participatory Self-management System	3624
Partnership :	
Model of Working~	3613 3621
Peak to Peak Analysis	3711
Peripheral Participants	3111
Photocatalyst Production Planning	3722
Physical Capital Index	3625
Poisson :	
~Model /~Regression Model	3614 3626
Policy Effectiveness and Social Justice	3321
Political :	
~Preference Function /~Behavior of Provincial Governments	3111 3732
Polluter Pays Principle	3416
Population Balancing Equation	3618
Positioning	3425
Price :	
Fish~/~and Trading Volume /~Support Program	3211 3224 3516
Private Sector Approach	3737
Product Characteristics	3424
Production Adjustment	3224
Production Function	3222

키워드	IF	HP
Productivity : ~ of Intertidal-mudflat / the Same ~ of Fisherman	3611	3732
Profit(s)/-ability : Management ~	3212	3412
Project : Public ~ / ~ Management /	3128	3429
HABs Research Project	3429	
Public : ~ Choice / ~ Project / ~ Benefits	3111	3128 3523
Qualification-based Management System	3624	
Quality : ~ Certificated / Seafood ~ Improvement / ~ Oriented Pattern	3427	3516 3736
Quota : ITQ(Individual Transferable ~) / ~ based Management / Cooperative-based ~ Management System	3216	3225 3421 3636
Rate Payment System	3631	
Ratio of Released Fish in the Landing	3616	
RCA	3725	
Recapture Rate	3616	
Recreation/Recreational Fishing : ~ Frequency Function / ~ License System / ~ Promotion & Encouragement / Enjoyable Fishery	3416	3417 3523 3614 3624 3626 3737
Red Crab Trap Fishery	3636	
Reform Proposals for the Management Policy	3732	
Relative Dependence	3613	
Reported Handicraft Fisheries	3732	
Resource(s) : ~ Management / Fisheries ~ / ~ Enhancement / ~ Allocation / ~ Conservation / ~ Sustainability	3111	3123 3315 3323 3612 3616 3634 3636
RM	3725	
Role of Cooperatives	3216	
Sanitary and Phytosanitary	3713	
Satisfaction(s) : Consumer ~	3517	3613
Seafood Development Background	3736	
Seafood Productions	3517	
Sedentary Fisheries	3222	
Self-regulation/regulatory : ~ Management / ~ based Management System / Market-oriented ~	3314	3421 3624
Sensitivity	3734	
Singapore	3524	
Small Firm	3623	
Spillover Effects Model	3212	
Spontaneous Order	3631	
Squid : ~ Angling Fisheries	3223	3525
Standard : ~ Model / ~ Tonnage Boats	3312	3413 3714
Statistical Approach	3515	
Stock Biomass	3526	
Stow Nets	3413	
Structural : ~ Adjustment / ~ Change / ~ Reformation	3221	3226 3634

키워드	번호
Supply Criteria	3635
Sustainable Fisheries :	
~ Development / ~ Development Reference Systems / Optimum ~ Yield	3118 3612 3324
System	3124
System Analysis	3114
Systematic Organization	3521
TAC(Total Allowable Catches) :	3124 3216 3225 3311 3315 3511 3525
Cooperative-based ~ System / Precautionary ~ System	3631
Tariff Elimination	3112
Taxe(s) :	
~ Exempt Fishery Oil / ~ Exempted Vessel Fuel / ~ Free Oil	3117 3313 3321 3635
Technical Efficiency	3413
Tongyoung Marine Ranching	3425
Tourism :	
Blue ~ / Coastal ~ / Coastal ~ Policy / Regional ~ / ~ Value Chain / ~ in Villages / Taxonomy of Blue ~ Resources	3415 3513 3522 3523 3632 3737
Trade :	
~ Market	3217 3327 3613
Fishery(s) Free ~ Area	3217
International Fishery(s) ~	3217
Trans-boundary Fish Stocks	3315
Travel Cost Method	3626
Trawl :	
Offshore ~ Fishery / Institutional Segmentation of the ~ Fishery	3226 3512
Trip Limit	3511
Trust	3613 3621
TSI	3725
UNCLOS	3414
Urban Residents' Preference	3632
Value Chain	3116
Value-added :	
~ Weight	3522 3634
VECM	3715
Virtual Population(s) :	
~ Units	3527
Wholesale Market Company	3621
WTO(World Trade Organization) :	
~ DDA / International Organizations Including the ~	3313 3524 3734 3725
WWF (World Wildlife Fund)	3422