농산물 및 농식품 수출 확대를 위한 방안 연구

강 창 원*

국문초록

본 연구는 농산물 및 농식품 수출 확대를 위한 애로요인과 문제점, 개선 방안을 조사·연구하여 향후 우리나라 농산물 및 농식품의 세계화를 위한 기초 자료를 제공하는데 연구의 목적을 두고 실행하였다. 농산물 및 농식품 수출 문제점은 전반적으로 모두 높다고 인식하였고, 신규 바이어 발굴 및 해외시장 개척과 마케팅 전문인력 부족이 가장 큰 원인으로 조사되었다. 농산물 수출 지원제도의 문제점은 인지도는 상당히 높지만 절차가 까다롭고 지원에 있어 업체의 선정수가 적어 알고는 있으나 혜택을 받지 못한다는 문제점이 지적되었다. 이를 위해서는 수출 지원제도에 대한 홍보와 교육이 필요하고, 더불어 수출 지원제도의 확대와 제도의 개선이 필요하다는 것을 알 수 있었다. 마지막으로 수출 증대 방안과 관련하여 농산물 수출 증대 저해 요인으로 경영규모 및 생산기반 취약과 수출 마인드 및 전문 인력 미비가 가장 높게 나타난 관계로, 농산물 수출업체들이 대부분 중소기업이라는 점을 감안할 때 해외시장 개척과 마케팅활동의 역량이 부족하다는 것을 예측하고, 이들의 문제점을 해결하기 위한 정부차원의 해외시장 개척과 마케팅 협조 방안이 필요한 실정으로 분석되었다.

주제어 : 농산물, 농식품, 수출전략, 농산물 수출, 농식품 수출

Ⅰ. 서 론

UR협상 이후 국제통상환경은 WTO 출범과 도하개발회의(DDA), FTA 협상 등이 진행됨으로써 글로벌화와 지역주의의 심화현상이 가속되고 있으며, 그 결과 전 세계는 하나의 시장으로 통합, 확대되어 가고 있다. 이에 따라 세계 무역규모는 지난 2000년 수출 6,385,770백만 달러, 수입 6,591,400백만 달러를 보였으나 2009년에는 수출 11,948,200백만 달러, 수입 12,367,600백만 달러를 보임으로써 약 2배 가까운 증가치를 보이며 지속적으로 확대되는 추세다.

이제 세계 시장경제는 단일시장으로 통합됨에 따라 전 세계인이 경쟁해야만 하는 글로벌시대다. 특히 공업과 서비스 분야에 비해 경쟁력이 약한 농업분야가 어려울 것으로 예상되어 농업인들은 장래에 대한 불안감을 감추지 못하고 있다. 더구나 세계 최대 농산물 수출국인 미국과의 자유무역협정으로 우리나라 농업은 경쟁력을 갖추지 않으면 더욱 어려울 것임은 자명한 사실이다. 세계무역기구(WTO) 출범 이전 우리나라는 농산물 수입 개방의 저지에 정책이 집중되었다. 그런 결과 농업생산기반 확충, 농가소득의 증대, 농산물 경쟁력 제고방안, 수출지원제도 개선 등 국제경쟁력을 키우기 위한 노력이 부족하였다. 세계화·개방화시대인 현 시점에도 품질로 경쟁력을 갖기 위한 노력보다 일시적인 회피로 대처하고 있는 현실이다. 개방화로 인해 일부 농산물의 수입 증가가 불가피하게 됨으로써 농가소득 감소가 예상되므로 국제경쟁력을 갖추기 위한 노력이 절실하다. 수입 농산물 증가와 더불어 상대국가의 시장 역시 개방되어 우리 농산물의 수출이 추진되어 왔고, 그에 따라 일정부분 성과를 올린 것은 사실이다. 그러나 농업의 경쟁력을 단순히 농지의 규모와 연결시켰을 뿐이다. 상품 차별화 현상이 보편화 되었음에도 품질 경쟁력보다는 가격 경쟁력만 중점을 두어 수출농업으로 진보를 위한 보다 적극적이고 획기적인 수출 확대를 위한 노력이 부족하였다. 이러한 농업의 환경 속에서 우리 농촌이 자생적인 역량을 키우고 시장 개방화에 능동적으로 대응하기 위해서 수출농업은 무엇보다 중요하다. 본 연구는 농산물 및 농식품 수출 확대를 위한 애로요인과 문제점, 개선방안을 조사·연구함으로써 향후 정책 수립 시 활용할 수 있도록 하는데 목적이 있다.

Ⅱ. 이론적 고찰

1. 농산물의 특성

농산물 및 농식품은 영농활동을 통해 생산된 재화로 일반 공산품과는 달리 토지, 기후 등 자연적 조건에 많은 영향을 받는다. 농산물은 계절적 편재성, 부피와 중량성, 부패성, 질과 양의 불균일성, 용도의 다양성, 수요와 공급의 비탄력성이라는 특성을 갖는다. 첫째, 계절적 편재성으로 농산물은 생산과 수확시기가 일정하기 때문에 생산자재의 공급·인력 공급의 편재・시장 출하의 계절성이 일어난다. 수확기에는 홍수출하가 이루어져 가격이 하락하게 되고, 비수확기에는 농산물 가격이 상승하게 된다. 둘째, 부피와 중량 면에서 농산물은 가치에 비해 부피가 크고 무거워서 수송·저장·보관에 따른 물류비용이 많이 소요되는 특성이 있다. 셋째, 질과 양의 불균일성으로 농산물은 동일한 품종이라 하더라도 생산 장소·토양·생산자의 생산 기술·생산 방법에 따라 생산량과 품질이 균일하지 못하여 표준화 및 등급화가 어렵고 유기물로서 비농산물과 비교하여 내구성이 약하며 수분이 많아 부패 가능성이 높다. 넷째, 용도의 다양성이다. 농산물은 식품이나 공업원료 혹은 식품원료 등 다양하게 활용 가능하다. 쌀은 주로 주식으로 소비되지만, 이 외에도 화장품이나 공예용품 등의 재료로도 사용될 수 있으며, 콩은 육류 고기 등 대체식품으로 사용되기도 한다. 다섯째, 수급의 비탄력성으로서 농산물은 수요와 공급이 비탄력적이어서 가격변화에 비해 수요나 공급의 변화가 적다는 특성이 있다. 농산물 수요와 공급은 대체적으로 일정하게 정해져 있어 일정량에서 약간의 과부족만 생

* 장안대학 겸임교수, E-mail: kangfn@hanmail.net

기면 가격이 크게 변동한다. 또한, 농산물은 필수품으로 소비자 소득에 상관없이 수요와 공급이 크게 변화하지 않는다.

2. 국제 농산물시장의 불확실성

모든 상품과 서비스의 국제교역은 비교 생산비에 따른 비교우위(comparative advantage)에 따라 이루어지고 있다. 세계 각국은 자국의 비교우위 상품과 서비스를 수출하고 비교열위 상품과 서비스를 수입함으로써, 오늘과 같이 국제무역 규모가 확대되고 있다. 국제 농산물 교역도 공산품에 비하여 비록 증가율은 낮은 편이지만 그동안 지속적으로 증가 추세를 보여 왔다. 그러나 농산물의 수출입은 농산물의 특성과 국제 농산물시장이 지니고 있는 몇 가지 중요한 특징으로 인하여 지난 수십 년 동안 매우 불확실한 양상을 보여 왔다. 국제 농산물교역이 이와 같이 불확실한 면을 보여 온 원인은 다음과 같은 요인들이 작용해 왔기 때문이다.

첫째, 정책적인 이유로서 세계 각국은 교역상대국의 보조금 지급 또는 덤핑 행위에 대한 무역 구제조치, 각국 농업 프로그램의 보호, 식량의 자급자족, 고용·물가안정, 안정적인 경제성장률의 유지 등의 국가경제 운용, 특정산업 육성을 위한 무역장벽의 유지 및 유치산업의 보호를 위하여 관세장벽 또는 다양한 비관세장벽을 유지해 왔다는 점이다. 이러한 각 국의 정책적 측면은 매년 일관성 있게 추진되는 것이 아니라 자국의 국내 사정 또는 국제 환경에 따라 수시로 변동되기 때문에 세계 농산물시장의 교역 규모는 자주 변동될 수밖에 없다. 둘째, 농산물의 국제 교역 규모는 본래 생산규모가 큰 국가의 특정년도의 수확량 여하에 따라 크게 달라지며, 가격 수준 역시 큰 폭으로 흔들리기 마련이다. 셋째, 국제 농산물시장은 장기적으로 인구 및 소득의 증가, 비교우위의 점진적 변화, 비용과 생산규모에 큰 영향을 주는 기술진보에 의해서도 변화하게 된다. 지난 20여 년 동안 개발도상국의 소득증가에 따라 식량 수요가 증가하거나 농업기술 발달로 인하여 인도·중국 등의 식량자급이 이루어짐으로써 수요구조가 크게 변화하였다. 넷째, 국제 농산물시장은 국제 정치적인 이유로 여건이 변동되기도 한다. 즉 농산물의 경우 일국이 적대국에 제재를 가하기 위하여 수출입을 금지하거나 우방국에 비하여 크게 불리한 관세 및 비관세 장벽을 쌓아놓은 경우가 많다. 1980년 미국은 경제적 측면에서 손해를 무릅쓰고 정치적인 이유로 대 소련 곡물 수출을 제한한 바 있다.

3. 시장개방과 한국농업

1993년 우루과이 라운드(UR) 타결 이후, 농산물시장 개방이 본격화되면서 한국 농촌경제의 어려움이 가중되고 있다. 경상 GDP에서 차지하는 농업생산(부가가치기준)이 1995년 5.5%에서 2006년에는 절반수준인 2.6%로 크게 축소되고 농가의 소득증가율 둔화로 도·농간 소득격차도 확대되었다. 가구당 농가부채는 지난 10년간 3배 이상 확대되었고, 농촌인구의 유출현상이 심화되고 생산인력도 고령화되었다(민승규, 2007). 특히 2007년 4월 한미 FTA가 타결되면서 농업인들의 위기의식이 확산되고 있고, 향후 15년간 국내 농산물 생산액은 연평균 6,698억 원씩 감소할 전망이다(한국농촌경제연구원, 2007). 농업인들은 벼랑 끝에 몰렸다는 위기의식과 정부정책에 대한 불신을 극단적인 시위로 표출하고 농민단체들은 한미 FTA 국회비준을 저지하기 위해 지역구 국회의원을 대상으로 반대 서명운동을 적극 전개했다. 우리 농산물은 조만간 100% 개방시대에 진입하게 될 것이다. 향후 DDA 협상이 재개되면 쌀을 포함한 전 농산물이 완전 개방될 전망이며 EU, 중국 등으로 FTA 체결이 확대되면서 어떤 형태로든 농산물시장의 개방속도는 더욱 빨라질 전망이다. 대부분 품목의 관세가 낮아질 것이고, 일부 민감한 품목에 대해서도 의무수입량이 점차 확대될 것이다. 특히 향후 DDA 협상이 재개되거나 쌀 관세화 유예조치가 끝나는 2014년 이후에는 쌀 시장의 완전개방이 불가피하다(민승규, 2007).

1998년 이후, 정부의 농업정책은 중소농 보호 방향으로 선회하였다. 현재 한국 농업환경의 개선은 미미하고 경쟁력도 제자리걸음이라는 것이 일반적인 평가다. 정부의 대규모 투·융자 예산 집행으로 유통환경 개선이나 경지정리 등 일부 생산기반은 개선되었으나 농민들의 근본적인 소득여건은 개선되지 못했다.

현 상황이 지속될 경우 10년 후 한국농업은 산업으로서의 위상이 크게 위축될 것으로 예상된다. 경상 GDP에서 농업생산(부가가치기준)의 비중이 2006년 2.6%에서 2017년에는 1.2%로 축소되고 경지면적도 2006년 181만ha에서 2017년에는 161만ha로 연평균 1.1% 감소될 것으로 예상된다. 농가인구의 감소로 농업의 공동화 현상이 발생하고 생산인구의 고령화도 가속될 가능성이 크다. 2017년 농가인구는 160만 명으로 2006년(339만 명)의 60% 수준으로 급감하고, 농촌의 고령화 비율은 2006년 31.9%에서 2017년 63.0%로 급등하게 될 것이다(민승규, 2007).

개방화 및 고령화 속도가 빨라지는 상황에서 농업부문의 구조조정이 부진할 경우, 강력한 보호의 틀 속에 안주했던 한국농업은 더 이상 지속적으로 성장하기가 불가능하다. 반면 기존의 영세농, 고령농에서 농기업, 농산업으로 전환이 이루어질 경우 경쟁력 확보가 가능하다. 산업으로서 한국농업의 경쟁력 확보는 '농업경영'의 확산을 통해서 가능하다. 향후 한국농업은 보호 및 토지 집약적 생산방식에서 기술・자본적 생산방식으로 변화하고 시장원리와 기업가적 경영마인드를 중시할 필요가 있다(민승규, 2007).

4. 우리나라의 FTA 체결 현황과 농산물 관련 협정

1) 한・칠레 FTA

2004년 4월 발효된 한・칠레 FTA는 1,432개 농산물 중 224개(15.6%)품목에 대한 관세는 즉시 철폐하고 고사리, 아몬드 등 545개(38.1%)품목에 대한 관세는 5년에 걸쳐 철폐하는데 합의하였다. 과실주스, 가금류육 등 40개(2.8%)품목은 7년간 관세를 철폐하고, 9년에 걸쳐 관세를 철폐하는 품목은 기타 과일주스 1개 품목이다. 또한 10년간 관세를 철폐하는 품목은 토마토, 돼지고기, 오이, 키위 등 197개 품목이다. 포도는 5월부터 10월까지는 현행 최혜국 대우관세가 적용되고 11월부터 4월까지만 10년에 걸쳐 관세를 철폐하는 계절관세방식을 채택하였다. 조제분유와 혼합주스 등 12개 품목에 대해서는 협상 이행 5년 후 협상을 개시하여 1년 내 종결짓고 최장 10년에 걸쳐 관세를 철폐하기로 하였다. 한편, 쇠고기, 닭고기, 만다린 등 10개(1.26%)품목은 TRQ를 제공하고 DDA 이후 논의하기로 하였다. 이밖에 마늘, 양파, 고추, 낙농제품 등 373개(26%)품목은 DDA 이후 다시 논의하는데 합의하였다. 관세철폐 예외품목으로는 쌀, 사과, 배 등이 선택되었다. 한・칠레 FTA를 계기로 'FTA 체결에 따른 농어업인 등의 지원에 관한 특별법'이 제정되었으며, FTA 협정 이행시 피해를 입거나 피해가 예상되는 농어업인의 경쟁력제고와 생활안정 등을 위한 기금 총 1조 2,000억 원이 조성되어 집행 중에 있다(김윤식, 서진석, 2008).

2) 한・싱가포르 FTA

싱가포르와의 FTA협상은 2006년 3월 발효되면서 우리나라는 쌀, 사과, 배, 고추, 마늘, 양파, 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 분유, 양란 등 대부분의 민간품목에 대해서는 현행 관세율을 유지하기로 협의하였다.

3) 한・EFTA FTA[1)]

한・EU FTA는 4차례 협상을 통해 2006년 9월 발효되었다. 양측 모두 농산물 순수입국이고 농업의 다원적 기능을 중요시하는 국가이기 때문에 협상이 순조롭게 진행되었다. 그러나 EU국가가 지리적으로 멀어 농산물 교역 규모가 작고 양허수준 또한 낮아 한・EU FTA가 농업부문에 미치는 영향은 미미할 것으로 전망된다.

4) 한・ASEAN FTA[2)]

한・ASEAN FTA는 2005년 2월 개시되어 기본협정, 분쟁 해결 절차, 상품 협정문 등을 타결하였고, 2006년 10월 15차 협상에서는 한-ASEAN간 서비스 무역과 투자 교류가 대폭 확대될 수 있는 수준의 서비스 및 투자 자유화를 목표로 한다는 점을 재확인했다. 태국을 제외한 아세안회원국들은 관세인하 계획을 합의하였는데, 양측 간 합의된 상품 협정 관세인하 계획을 보면 90%에 해당하는 품목에 대한 관세를 2010년까지 철폐하고 7%에 해당하는 품목에 대한 관세는 2016년까지 5%까지 감축하도록 되어 있다. 우리나라는 아세안측으로부터 HS6단위 기준40개 품목에 대해 현행 관세를 그대로 유지하는 것을 인정받아 쌀 등 중요 민간품목을 양허 대상에서 제외시킬 수 있게 되었다.

5) 한・미 FTA

2003년 중장기적 과제로 미국 등 거대 경제권과의 FTA 추진을 계획하였고, 2004년 11월 APEC통상장관회의에서 FTA 추진 가능성 점검을 위한 사전 실무점검회의 개최를 합의하였다. FTA 추진 절차 및 경제적 타당성과 상품분야 시장접근, 농업, 섬유, 원산지 규정 등 FTA 협정문의 분야별 주요 내용 및 정책관련 논의 등이 총 3차례 사전 실무점검회의에서 논의되었으며, 이후 6차례 통상장관회담 개최를 통해 한·미 FTA 출범 가능성을 모색하였다.

결국, 한·미 FTA는 2007년 1월부터 세 차례의 공식협상이 진행되고 2007년 3월 고위급 협상과 통상장관회의 개최를 통해 2007년 4월 타결되었으며, 6월 30일 양국은 협정문에 서명하였다. 주요 타결내용을 살펴보면, 우선 한·미 FTA는 우리나라가 체결한 FTA 가운데 가장 폭넓고 개방 수준이 크다. 곧바로 관세를 없애기로 한 품목이 578개로 ASEAN 보다 많고 양허제외 품목 수는 16개로 칠레보다 작다(임송수, 2008).

5. 우리 농산물 수출 현황과 문제점

1990년대 초반 이후, 정부의 적극적인 수출농업 추진으로 2004년 농림축산물 수출액이 20억$를 초과하였으며, 농림업 GDP 대비 수출비중이 1995년 6.5%에서 2004년 10% 이상으로 높아졌다. 또한 대일 수출 의존도가 1999년 56%에서 2004년 35%로 줄어들어 수출시장이 다변화 되었으며, 수출시장이 152개국으로 늘어나고 수출품목도 1997년 764개에서 2004년 900여개로 늘어나는 등 다양화되었다. 그러나 농림축산물 수출구조를 구체적으로 살펴보면 채소, 과일, 화훼 등 신선농산물의 수출 비중이 줄어들고 수출국이 일본에 집중되어 있으며, 수출시장에서 경쟁이 심해 수출증대에 심각한 장애가 발생하고 있어, 향후 수출농업 추진에 큰 어려움이 예상되고 있다. 현재의 수출구조를 면밀히 검토한 결과 문제점들을 정리해보면 다음과 같다. 농림축산물 수출액이 외양적으로 늘어나고 있음에도 불구하고 전체 농림축산물 수출액 중에서 주류, 면류, 당류, 과자류 등 가공완제품의 수출은 크게 늘어났으나, 채소, 과일, 화훼 등 신선농산물의 수출비중은 상대적으로 낮아져 수출 농산물 생산농가의 소득에 직결된 수출증대는 한계가 있는 것으로 판단된다. 또한 농림축산물 전체로 볼 때, 일본 중심의 수출에서 미국, 중국, 러시아 등 수출국이 다변화되고 있으나, 이는 주로 가공품 위주의 수출국 다변화라 할 수 있다. 채소류 수출은 늘어났으나 일본시장에 집중되고 있어 일본시장에서 중국 등 다른 수출국들과 경쟁이 심화되고 있어 수출을 늘리는 데 한계가 있다. 과실류는 대만을 비롯해 일본, 미국, 캐나다 등 다양한 국가에 수출되고 있으며, 특히 배, 감귤, 단감의 수출이 증가하고 있다. 그러나 수출 주력 품목인 사과, 배는 수출시장에서의 경쟁여건이 불리하여 수출확대에 어려움을 겪고 있다. 주로 대만, 미국으로 수출되는 배는 2004년 수출이 전년 대비 13% 증가하였으나, 최근에는 미국, 중국, 칠레 등에서 신고, 20세기 등 동양배 묘목을 도입하여 대량 생산함으로써 우리 배의 경쟁력 약화가 불가피할 것으로 전망된다. 화훼류는 주로 일본에 수출되고 있다. 일본시장에서 인도, 말레시아, 중국 등과의 경쟁이 심화되고 수출가격이 낮아짐에도 불구하고 한국산에 대한 인지도가 높아 장미, 국화, 백합 등 절화는 그동안 일본 수입시장에서 높은 점유율을 차지해 왔다. 그러나 최근에 절화류의 일본시장 점유율은 말레시아, 인도 등의 수출 급증으로 인해 계속 줄어드는 추세다. 신선농산물의 수출이 최근 증가세를 보이고는 있으나 해외시장의 일시적인 요인, 높은 일본시장 의존도, 소수 품목 의존적 수출, 국내가격에 민감한 생산자 인식 등으로 인해 아직 수출기반이 취약하다고 할 수 있다. 이상 자료를 토대로 우리 농산물 수출의 문제점을 몇 가지 정리하면 다음과 같다. 첫째, 생산단계에서 아직까지 고품질 농산물 생산이 다소 미흡하다. 해외시장 수요에 적합한 품종 개발 및 보급이 미흡한 실정이며, 개별조합 단위의 수출로 인한 브랜드 난립과 균일한 품질의 물량확보 미흡으로 한국산 농산물에 대한 긍정적 이미지 정착에 어려움이 따른다. 둘째, 유통단계에서 수확 후 관리기술의 낙후로 품질저하가 초래되고 있다. 수확용기, 큐어링, 예냉·예건·예조, 저온저장, 선별, 포장, 수송 등 유통 전 단계에 걸쳐 인식부족과 관리기술이 낙후하여 고품질이 제대로 평가받지 못하고 있다. 또한 공항·항만의 훈증 및 저온저장시설 미흡 및 화물적체 등으로 인한 과다한 물류비용의 발생도 문제점으로 지적된다. 셋째, 수출부문에서 영세한 수출업체의 난립으로 과다비용이 발생하고 시장개척이 부진하다. 수출대상국과 품목의 다양성 부족은 수출활로를 찾지 못하는 문제점으로 지적되고 있다. 또한 농업무역관 등 해외 전진기지의 지역적 편중과 인원 부족은 수출에 대한 제대로 된 정보제공과 지원 부족을 초래하고 있다.

1) 유럽자유무역연합(European Free Trade Association: EFTA) : 스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인으로 구성된 유럽자유무역연합체임. 서유럽국가 중 EU에 참가하지 않은 국가들로서 인구규모는 작지만 세계 최고수준의 1인당 국민소득을 자랑하는 전형적인 강소국들의 자유무역연합체임

2) ASEAN 회원 10개국 현황 : 브루나이, 캄보디아, 라오스, 미얀마, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구의 주된 목적은 농산물 수출 활성화를 위한 다각적인 방안을 마련하는데 있으며, 이를 위해 농산물 수출의 문제점을 분석하고 이를 해결하기 위한 방안을 제시하고자 한다. 먼저 우리나라 농산물 수출 애로요인 및 문제점을 파악하기 위해 현재 수출을 하고 있거나 계획 중에 있는 농산물 수출 관련 업체의 담당 실무자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구를 위해 현장을 직접 방문하거나 이메일을 이용하여 설문지 내용과 목적을 상세하게 설명한 뒤 설문에 응하게 하였으며, 설문내용에 대해 응답자 스스로가 설문지를 작성하는 자기평가기입법(self-administration method)으로 응답하도록 한 후 설문지를 회수하였다. 설문지를 통한 조사시기는 2009년 6월 1일부터 8월 31일까지 3개월 간 이루어졌다.

2. 측정도구

본 연구에서 사용된 설문지는 설문의 내용과 성격에 따라 단순기재항목, 리커트 5점 척도 등을 적절히 혼합하여 구성하였다.

3. 분석방법

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS 12.0 for Windows 통계패키지프로그램을 활용하여 다음과 같은 방법으로 분석하였다.

첫째, 표본의 일반적 특성 및 인식을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고 평균과 표준편차의 기술통계량을 산출하였다.

둘째, 수출 방식과 수출 경력에 따른 인식차이를 파악하고자 교차검정(χ^2 검정)과 분산분석(One-Way ANOVA)을 실시하였다. 분산분석 후 유의한 차이가 있는 경우는 Duncan의 사후검정을 사용하여 집단 간 차이를 규명하였다.

Ⅳ. 분석 결과

1. 업체의 일반적 사항

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 105업체가 분석에 사용되었다. 업체 형태를 살펴보면, 수출업체가 41.9%, 영농조합 법인이 37.1%, 기타가 15.2%로 조사되었다. 수출방식으로는 직접수출+로컬수출이 51.4%로 가장 많았고 직접수출이 33.3%, 로컬수출이 15.2%로 나타났다. 수출경력은 5~10년 미만이 35.2%로 가장 많았고 10년 이상이 27.6%, 1년 미만이 17.1% 등이었다. 주요 수출품목으로는 가공식품류가 51.3%, 신선농산물이 43.6%였다. 수출 대상국은 일본이 39.4%, 동남아가 35.9%, 북미지역이 17.6%등이었다. 2008년 대비 2009년 수출실적은 매출이 증대된 경우가 47.6%, 비슷한 경우가 42.9%, 매출이 감소한 경우는 9.5%에 불과하였다. 수출현황은 비슷하다가 47.6%, 점점 나아지고 있다가 35.2%, 점점 나빠지고 있다가 17.1%로 수출현황도 좋은 것으로 나타났다. 호전된 경우, 그 이유로는 현지 마케팅활동 강화가 67.6%였으며, 약화된 경우 그 이유는 경쟁관계 심화가 55.6%, 시장여건 약화가 44.4%로 나타났다.

<표 1> 업체의 일반적 사항

N=105

구	분	빈도(명)	백분율(%)
업체 형태	영농조합법인	39	37.1
	농 협	3	2.9
	작 목 반	3	2.9
	수출업체	44	41.9
	기 타	16	15.2
	소 계	105	100.0
수출 방식	직 접 수 출	35	33.3
	직접수출+로컬수출	54	51.4
	로 컬 수 출	16	15.2
수출 경력	1 년 미 만	18	17.1
	2~3년 미만	12	11.4
	3~5년 미만	9	8.6
	5~10년 미만	37	35.2
	1 0 년 이 상	29	27.6
	소 계	105	100.0
주요 수출품목※	신선농산물	51	43.6
	가공식품류	60	51.3
	축 산 물	2	1.7
	임 산 물	4	3.4
	소 계	117	100.0
수출 대상국※	북미지역	25	17.6
	일 본	56	39.4
	중 국	10	7.0
	동 남 아	51	35.9
	소 계	142	100.0
08년 대비 09년 실적	매출이 증대되었다	50	47.6
	비슷하다	45	42.9
	매출이 감소하였다	10	9.5
수출 현황	점점 나아지고 있다	37	35.2
	비슷하다	50	47.6
	점점 나빠지고 있다	18	17.1
	소 계	105	100.0
호전 이유	현지 마케팅활동 강화	25	67.6
	수출제품의 가격 경쟁력 회복	10	27.0
	기 타	2	5.4
	소 계	37	100.0
약화 이유	시장여건 약화	8	44.4
	경쟁관계 심화	10	55.6
	소 계	18	100.0

※ 다중응답 분석

2. 농산물 수출 문제점

농산물수출의 문제점에 대하여 살펴보면, '농산물 수출 재배를 위한 인력 및 노동력 확보가 어렵다'가 3.84점으로 가장 높았다. 그 다음으로, '수출을 위한 운영자금이 부족하다'(M=3.654), '농산물 수출업체 간 가격경쟁이 너무 심하다'(M=3.65), '수출품의 포장기술 및 포장재 비용이 크다'(M=3.63) 등으로 나타났다. '수출품의 운송방법 및 체계의 구축이 힘들다'에 대한 인식수준이 3,12점으로 가장 낮았으나 전반적으로 모두 평균 3점대를 보이고 있어 농산물 수출로 인한 문제가 전반적으로 많음을 알 수 있었다.

<표 2> 농산물 수출의 문제점 인식

구 분	M	(SD)
신규바이어 발굴 및 해외시장 개척에 문제가 있다.	3.31	(.93)
농산물 수출을 위한 마케팅 전문 인력이 부족하다.	3.54	(.95)
수출 시장 및 상품정보가 부족하다.	3.34	(1.01)
수출을 위한 운영자금이 부족하다.	3.65	(.85)
수출을 위한 기술정보가 부족하다.	3.17	(.93)
수출품목(품종)의 선택과 신규품목의 개발이 부족하다.	3.16	(.86)
수출품의 재배 및 생산기술이 미흡하다.	3.32	(.77)
생산·재배시절의 유지 및 신·개축이 어렵다.	3.54	(.69)
농산물수출 재배를 위한 인력 및 노동력 확보가 어렵다.	3.84	(.74)
수출품의 포장기술 및 포장재 비용이 크다	3.63	(.76)
수출품의 운송방법 및 체계의 구축이 힘들다.	3.12	(1.04)
농산물 수출품의 검역 및 통관이 힘들다.	3.30	(1.06)
농산물 수출업체 간 가격경쟁이 너무 심하다.	3.65	(.91)

수출방식에 따른 농산물 수출 문제점에 대한 인식차이 결과, '신규바이어 발굴 및 해외시장 개척에 문제가 있다'에 대한 인식 수준은 직접수출+로컬수출(M=2.94)일 때 가장 낮았고, 그 다음으로 직접수출(M=3.49)일 때 높았으며, 로컬수출(M=4.19)일 때 가장 높게 나타났다(p<.001).

'농산물 수출을 위한 마케팅 전문인력이 부족하다'(p<.01), '수출 시장 및 상품정보가 부족하다'(p<.001), '수출을 위한 기술정보가 부족하다'(p<.001), '농산물 수출재배를 위한 인력 및 노동력 확보가 어렵다'(p<.01), '수출품의 포장기술 및 포장재 비용이 크다'(p<.001), '수출품의 운송방법 및 체계의 구축이 힘들다'는 모두 직접 수출과 직접수출+로컬수출에 비하여 로컬수출을 하는 경우 높게 나타났다. '수출품의 재배 및 생산기술이 미흡하다'는 직접수출+로컬수출(M=3.06)에 비하여 직접수출(M=3.60)과 로컬수출(M=3.63)일 때 높게 나타났다.

'농산물 수출품의 검역 및 통관이 힘들다'는 직접수출(M=2.77)일 때 가장 낮았고 그 다음으로, 직접수출+로컬수출(M=3.35)일 때 높았으며, 로컬수출(M=4.31)일 때 가장 높았다(p<.001).

수출경력에 따른 농산물 수출 문제점에 대한 인식차이 결과, '신규바이어 발굴 및 해외시장 개척에 문제가 있다'(p<.001), 수출 시장 및 상품정보가 부족하다(p<.001), '수출을 위한 기술정보가 부족하다'(p<.001), '수출품목(품종)의 선택과 신규품목의 개발이 부족하다'(p<.01), '수출품의 운송방법 및 체계의 구축이 힘들다'(p<.001), '농산물 수출품의 검역 및 통관이 힘들다'(p<.001)는 수출 경력이 5년 이상인 경우에 비하여 5년 미만일 때 높게 인식하였다. '농산물 수출을 위한 마케팅 전문인력이 부족하다'(p<.001)와 '수출을 위한 운영자금이 부족하다'(p<.001)는 '수출농산물 재배를 위한 인력 및 노동력 확보가 어렵다' (p<.001)는 수출 경력이 10년 이상인

<표 3> 수출방식에 따른 농산물 수출의 문제점 인식 차이

구 분	직접수출 a		직접수출+로컬수출 b		로컬수출 c		F	사후검정
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)		
신규바이어 발굴/시장 개척 문제	3.49	(.82)	2.94	(.86)	4.19	(.75)	15.016***	b<a<c
마케팅 전문 인력이 부족	3.49	(1.07)	3.35	(.83)	4.31	(.70)	7.148**	a=b<c
수출 시장/상품 정보가 부족	3.20	(.87)	3.15	(1.04)	4.31	(.60)	10.336***	a=b<c
운영자금이 부족	3.71	(1.10)	3.54	(.77)	3.88	(.34)	1.128	
기술정보가 부족	2.86	(.91)	3.07	(.84)	4.19	(.54)	14.836***	a=b<c
품목(품종)의 선택/신규품목 개발 부족	2.97	(.98)	3.20	(.83)	3.44	(.51)	1.786	
수출품의 재배 및 생산기술 미흡	3.60	(.77)	3.06	(.74)	3.63	(.50)	7.7078**	b<a=c
시설의 유지 및 신·개축이 어려움	3.66	(.68)	3.41	(.63)	3.75	(.86)	2.271	
재배를 위한 인력/노동력 확보 어려움	3.89	(.63)	3.67	(.75)	4.31	(.70)	5.269**	a=b<c
포장기술/포장재 비용	3.71	(.75)	3.37	(.68)	4.31	(.60)	11.763***	a=b<c
수출품의 운송 방법/체계 구축 어려움	2.83	(1.32)	2.94	(.63)	4.38	(.50)	18.211***	a=b<c
농산물 수출품의 검역/통관의 힘듦	2.77	(1.11)	3.35	(.89)	4.31	(.60)	14.930***	a<b<c
농산물 수출업체 간 가격경쟁이 심함	3.37	(1.35)	3.78	(.57)	3.81	(.40)	2.502	

**p<.01, ***p<.001

<표 4> 수출경력에 따른 농산물 수출의 문제점 인식 차이

구 분	5년 미만 a		5~10년 미만 b		10년 이상 c		F	사후검정
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)		
신규바이어 발굴/시장개척 문제	3.87	(.89)	2.89	(.66)	3.10	(.94)	14.453***	b=c<a
마케팅 전문인력이 부족	3.92	(.66)	3.57	(1.07)	3.00	(.89)	9.074***	c<a=b
수출 시장/상품정보가 부족	4.00	(.86)	3.08	(.83)	2.79	(.94)	18.515***	b=c<a
운영자금이 부족	3.82	(.82)	4.03	(.60)	2.93	(.75)	19.981***	c<a=b
기술정보가 부족	3.95	(.72)	2.68	(.67)	2.76	(.79)	35.965***	b=c<a
품목(품종)의 선택/신규품목 개발 부족	3.54	(.88)	3.05	(.70)	2.79	(.82)	7.614**	b=c<a
수출품의 재배 및 생산기술 미흡	3.38	(.49)	3.35	(.86)	3.21	(.94)	.480	
시설의 유지 및 신·개축이 어려움	3.49	(.68)	3.68	(.47)	3.45	(.91)	1.075	
재배를 위한 인력/노동력 확보 어려움	3.95	(.65)	4.14	(.63)	3.31	(.71)	13.567***	c<a=b
포장기술/포장재 비용	3.85	(.67)	3.62	(.72)	3.34	(.86)	3.787*	c<b<a
수출품의 운송방법/체계 구축 어려움	3.79	(.77)	2.76	(.55)	2.69	(1.37)	16.734***	b=c<a
농산물 수출품의 검역/통관의 힘듬	3.82	(.91)	2.81	(.91)	3.24	(1.12)	10.291***	b=c<a
농산물 수출업체 간 가격경쟁이 심함	3.59	(.55)	3.54	(1.17)	3.86	(.92)	1.146	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

경우에 비하여 10년 이하일 때 어려움이 높은 것으로 나타났다. '수출품의 포장기술 및 포장재 비용이 크다'는 수출경력이 짧을수록 비용 부담이 큰 것으로 나타났다(p<.05).

<표 5> 경영상 가장 큰 어려움

구 분	빈 도(명)	백분율(%)
신규바이어 발굴 및 해외시장 개척	26	24.8
마케팅 전문 인력 부족	26	24.8
시장 및 상품정보 부족	11	10.5
운영자금 부족	23	21.9
기술정보 부족	7	6.7
기 타	12	11.4
합 계	105	100.0

경영상 가장 큰 어려움으로는 신규바이어 발굴 및 해외시장 개척과 마케팅 전문 인력 부족이 각 24.8%로 가장 높았다. 그 다음으로 운영자금 부족이 21.9%, 시장 및 상품 정보 부족이 10.5%등으로 나타났다.

<표 6> 실무상 가장 큰 어려움

구 분	빈 도(명)	백분율(%)
수출품목(품종)의 선택과 신규 품목의 개발	40	38.1
수출품의 재배·생산기술의 향상	15	14.3
생산재배시설의 유지 및 신, 개축	7	6.7
인력 및 노동력 확보	6	5.7
수출품의 운송방법 및 체계	1	1.0
수출품의 검역 및 통관	15	14.3
수출업체간 가격경쟁	21	20.0
합 계	105	100.0

실무상 가장 큰 어려움은 수출품목(품종)의 선택과 신규 품목의 개발이 38.1%로 가장 많았고 그 다음으로 수출업체간 가격경쟁이 20.0%, 수출품의 재배·생산기술의 향상과 수출품의 검역 및 통관이 각 14.3%로 나타났다.

3. 농산물 수출 지원제도 문제점 및 개선방안

<표 7> 수출 지원제도 인지도

구 분		알고 있다		몰랐다		합계		χ^2
		N	(%)	N	(%)	N	(%)	
수출방식	직접수출	29	(82.9)	6	(17.1)	35	(100.0)	40.295***
	직접수출+로컬수출	48	(88.9)	6	(11.1)	54	(100.0)	
	로컬수출	2	(12.5)	14	(87.5)	16	(100.0)	
수출경력	1년 미만	25	(64.1)	14	(35.9)	39	(100.0)	4.304
	5~10년 미만	31	(83.8)	6	(16.2)	37	(100.0)	
	10년 이상	23	(79.3)	6	(20.7)	29	(100.0)	
합 계		79	(75.2)	26	(24.8)	105	(100.0)	

***p<.001

수출지원제도 인지도에 대하여 살펴보면 알고 있는 경우가 75.2%로 인지도는 높았다. 이를 일반적 사항에 따라 차이 분석한 결과 수출방식에 따라 차이를 보였다. 즉, 직접수출(82.9%)과 직접수출+로컬수출(88.9%)을 하고 있는 업체의 수출지원 제도 인지도는 높았으나, 로컬수출을 하는 업체의 경우는 수출지원제도 인지도가 12.5%에 불과하여 차이를 보였다(p<.001).

<표 8> 수출지원제도 이용 경험

구 분		있다		없다		합계		χ^2
		N	(%)	N	(%)	N	(%)	
수출방식	직접수출	29	(82.9)	6	(17.1)	35	(100.0)	39.296***
	직접수출+로컬수출	45	(83.3)	9	(16.7)	54	(100.0)	
	로컬수출	1	(6.3)	15	(93.8)	16	(100.0)	
수출경력	1년 미만	19	(48.7)	20	(51.3)	39	(100.0)	16.458***
	5~10년 미만	33	(89.2)	4	(10.8)	37	(100.0)	
	10년 이상	23	(79.3)	6	(20.7)	29	(100.0)	
합 계		75	(71.4)	30	(28.6)	105	(100.0)	

***p<.001

수출 지원제도를 이용한 경험이 있는 경우가 71.4%로 많았다. 이를 일반적 사항에 따라 차이 분석한 결과, 수출방식과 수출경력에 따라 차이를 보였다. 수출방식에 따라서는 직접수출(82.9%)과 직접수출+로컬수출(83.3%)을 하고 있는 업체의 이용 경험율은 높았으나, 로컬수출을 하는 업체의 경우는 이용 경험율이 6.3%에 불과하여 차이를 보였다(p<.001). 수출경력에 따라서는 1년 미만(48.7%)에 비하여 5~10년 미만(89.2%)과 10년 이상(79.3%)인 경우 수출지원제도 이용 경험율이 높았다(p<.001).

<표 9> 수출 지원제도를 이용하지 않는 이유

구 분	빈도(명)	백분율(%)
인지하지 못해서	18	60.0
참여절차가 까다로워서	9	30.0
실용성 없을 것 같아서	3	10.0
합 계	30	100.0

수출 지원제도를 이용하지 않는 30명을 대상으로 그 이유에 대하여 분석한 결과, 인지하지 못해서 이용하지 않았다는 경우가 60.0%였고 참여절차가 까다로워서 이용하지 못한 경우가 30.0%였다.

<표 10> 수출지원제도 만족

구 분	M	(SD)
수출지원제도 만족	3.30	(.66)
수출 지원제도의 내용 파악 수준	3.21	(.87)
수출 지원제도를 이용하기 위한 관계 당국과의 연계 원활	3.02	(.66)
수출 지원제도를 이용하기 위한 절차용이	2.90	(.75)
수출 지원제도의 선정과 지원방법 적정	3.19	(.68)

수출지원제도 만족도에 대하여 살펴보면, 수출 지원제도에 대한 만족도가 3.30점으로 보통수준이었으며, 수출지원제도의 내용파악(M=3.21)과 수출지원제도의 선정과 지원방법 적정(M=3.19), 수출지원제도를 이용하기 위한 관계당국과의 연계 원활(M=3.02) 수준은 모두 보통수준이었다. 그러나 수출 지원제도를 이용하기 위한 절차 용이에 대하여는 2.90점으로 낮은 것으로 나타나 절차를 간편화할 필요가 있는 것으로 나타났다.

<표 11> 수출방식에 따른 수출지원제도 만족 차이

구 분	직접수출		직접수출+로컬수출		로컬수출		F
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)	
수출지원제도 만족	3.11	(.68)	3.33	(.67)	3.56	(.51)	2.777
수출지원제도 내용 파악 수준	3.34	(.80)	3.26	(.91)	2.75	(.77)	2.802
제도 이용 위한 당국과의 연계 원활	3.00	(.73)	3.09	(.56)	2.81	(.83)	1.120
제도 이용 위한 절차가 용이	2.80	(.72)	3.06	(.79)	2.63	(.62)	2.600
수출지원제도의 선정과 지원방법 적정	3.29	(.79)	3.11	(.66)	3.25	(.45)	.767

<표 12> 수출경력에 따른 수출지원제도 만족 차이

구 분	5년 미만 a		5~10년 미만 b		10년 이상 c		F	사후검정
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)		
수출지원제도 만족	3.49	(.51)	3.32	(.75)	3.00	(.65)	4.869*	c<a=b
수출 지원제도 내용파악 수준	2.87	(.89)	3.59	(.80)	3.17	(.76)	7.328**	a=c<b
제도 이용 위한 당국과의 연계 원활	2.79	(.61)	2.92	(.43)	3.45	(.78)	10.221***	a=b<c
제도 이용 위한 절차가 용이	2.85	(.59)	2.97	(.80)	2.90	(.90)	.267	
수출지원제도의 선정과 지원방법 적정	3.21	(.70)	3.14	(.59)	3.24	(.79)	.209	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 13> 수출지원제도 중 선호하는 지원 사업

구 분		수출물류비 지원		생산유통시설지원		해외마케팅 지원		합 계		χ^2
		N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
수출 방식	직접수출	15	(42.9)	9	(25.7)	11	(31.4)	35	(100.0)	
	직접수출+로컬수출	13	(24.1)	31	(57.4)	10	(18.5)	54	(100.0)	18.913**
	로컬수출			7	(43.8)	9	(56.3)	16	(100.0)	
수출 경력	1년 미만			16	(41.0)	23	(59.0)	39	(100.0)	
	5~10년 미만	17	(45.9)	19	(51.4)	1	(2.7)	37	(100.0)	39.406***
	10년 이상	11	(37.9)	12	(41.4)	6	(20.7)	29	(100.0)	
합 계		28	(26.7)	47	(44.8)	30	(28.6)	105	(100.0)	

**p<.01, ***p<.001

수출방식에 따른 수출지원제도 만족 차이분석 결과 유의하지 않아 수출방식에 따른 수출지원제도 만족 차이는 없었다.

수출경력에 따른 수출지원제도 만족 차이에 대한 분석결과, 수출지원제도 만족도는 수출경력이 10년 이상(M=3.00)에 비하여 5년 미만(M=3.49)과 5~10년 미만(M=3.32)일 때 높았다(p<.05). 수출지원제도 내용파악 수준은 수출경력이 5~10년 미만(M=3.59)일 때 가장 높았고(p<.01), 수출지원제도를 이용하기 위한 관계당국과의 연계 원활정도는 수출경력이 10년 이상(M=3.45)일 때 높았다(p<.001).

수출지원제도 중 선호하는 지원 사업으로는 생산유통시설지원이 44.8%로 가장 많았고 해외마케팅지원이 28.6%, 수출물류비지원이 26.7%로 나타났다. 이를 일반적 사항에 따라 차이 분석한 결과 수출방식과 수출경력에 따라 차이를 보였다. 수출방식에 따라서는 직접수출은 수출물류비지원(42.9%)이라는 응답이 많았으나 직접수출+로컬수출(57.4%)은 생산유통시설지원, 로컬수출은 해외마케팅지원(56.3%) 사업을 선호하는 것으로 나타나 차이를 보였다(p<.01). 수출경력에 따라서는 1년 미만은 해외마케팅지원(59.0%)을, 5~10년 미만(51.4%)과 10년 이상(41.4%)은 생산유통시설지원을 선호하는 것으로 나타나 차이를 보였다(p<.001).

<표 14> 수출지원제도의 문제점

구 분	빈 도(명)	백분율(%)
참여절차가 까다롭다	19	18.1
실용성이 없다	11	10.5
자기부담비용이 크다	26	24.8
선정되기 어렵다	28	26.7
혜택이 미비하다	20	19.0
기 타	1	1.0
합 계	105	100.0

수출지원제도의 문제점으로는 선정되기 어렵다는 응답이 26.7%, 자기부담비용이 크다는 응답이 24.8%, 혜택이 미비하다, 19.0%, 참여절차가 까다롭다, 18.1% 등으로 조사되었다.

4. 수출증대 방안

<표 15> 농산물 수출 증대 저해요인

구 분	빈 도(명)	백분율(%)
경영규모 및 생산기반 취약	28	26.7
지자체의 지원제도 미약	11	10.5
수출품목 가격 경쟁력 약화	16	15.2
수출품목 품질 경쟁력 약화	15	14.3
해외시장 정보부족 및 어려움	13	12.4
수출 마인드 및 전문인력 미비	18	17.1
기 타	4	3.8
합 계	105	100.0

농산물 수출증대 저해요인으로는 경영규모 및 생산기반 취약이 26.7%, 수출마인드 및 전문 인력 미비가 17.1%, 수출품목 가격경쟁력약화가 15.2%, 해외시장 정보 부족 및 어려움이 12.4% 등으로 조사되었다.

<표 16> 농산물 수출증대를 위한 중요성 정도

구 분	M	(SD)
경영규모의 지속적인 확대	3.99	(.66)
생산기반 확충	4.21	(.60)
가격 및 품질경쟁력 향상	4.24	(.47)
해외시장 정보수집 및 활용	4.33	(.55)
해외시장 개척 및 마케팅활동 강화	4.69	(.51)
수출마인드 제고	4.56	(.60)
수출 전문인력 투입	4.32	(.58)
국가 이미지 제고	4.30	(.54)
국내업체간 협력관계 조성	4.08	(.58)

농산물 수출증대를 위한 중요성 정도에 대하여 살펴보면, 해외시장 개척 및 마케팅활동 강화가 4.69점으로 가장 높았고, 그 다음으로 수출마인드 제고가 4.56점으로 나타났다. 경영규모의 지속적인 확대가 3.99점으로 가장 낮았으나 전체적으로 평균 4점을 넘고 있어 농산물 수출증대를 위한 중요성을 각 항목별로 모두 높게 인식하고 있음을 알 수 있었다.

수출방식에 따른 농산물 수출 증대를 위한 중요성 정도 차이분석 결과, 경영규모의 지속적인 확대 중요도는 직접수출(M=3.69)일 때 가장 낮았고 직접수출+로컬수출(M=4.04)일 때 높았으며, 로컬수출(M=4.50)일 때 가장 높았다(p<.001). 해외시장 정보수집 및 활용 중요도(p<.001)와 국가 이미지 제고 중요도(p<.01)는 직접수출과 직접수출+로컬수출에 비하여 로컬수출일 때 가장 높았다. 해외시장 개척 및 마케팅활동 강화 중요도 인식은 직접수출+로컬수출(M=4.54)에 비하여 직접수출(M=4.83)과 로컬수출(M=4.88)일 때 높았다(p<.01). '수출 마인드 제고 중요도 인식(p<.05)과 국내업체 간 협력관계 조성(p<.05)은 직접수출+로컬수출일 때 가장 낮았고 그 다음으로 직접수출일 때 높았으며 로컬수출일 때 가장 높았다.

수출경력에 따른 농산물 수출증대를 위한 중요성 정도 차이분석 결과, 해외시장정보 수집 및 활용 중요도는 수출경력이 5년 미만(M=4.62)일 때 높았다(p<.001). 수출마인드 제고(p<.01)와 수출전문인력 투입(p<.01) 중요도 인식 수준은 수출경력이 10년 이상일 때 높았다. 국가 이미지 제고(p<.05)와 국내업체 간 협력관계 조성(p<.05)은 수출경력이 5~10년 미만일 때 가장 낮았고, 그 다음으로 10년 이상일 때 높았으며, 수출경력이 5년 미만일 때 중요도를 가장 높게 인식하였다.

<표 17> 수출방식에 따른 농산물 수출증대를 위한 중요성 정도 차이

구 분	직접수출 a		직접수출+로컬수출 b		로컬수출 c		F	사후검정
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)		
경영규모의 지속적인 확대	3.69	(.83)	4.04	(.43)	4.50	(.52)	10.238***	a<b<c
생산기반 확충	4.09	(.66)	4.22	(.57)	4.44	(.51)	1.950	
가격 및 품질경쟁력 향상	4.26	(.44)	4.22	(.50)	4.25	(.45)	.063	
해외시장정보 수집 및 활용	4.40	(.50)	4.15	(.53)	4.81	(.40)	11.295***	a=b<c
해외시장 개척 및 마케팅활동 강화	4.83	(.38)	4.54	(.57)	4.88	(.34)	5.240**	b<a=c
수출마인드 제고	4.66	(.68)	4.43	(.57)	4.81	(.40)	3.331*	b<a<c
수출 전문인력 투입	4.29	(.71)	4.33	(.51)	4.38	(.50)	.143	
국가 이미지 제고	4.37	(.49)	4.15	(.53)	4.69	(.48)	7.380**	a=b<c
국내업체간 협력관계 조성	4.17	(.51)	3.93	(.61)	4.38	(.50)	4.664*	b<a<c

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 18> 수출경력에 따른 농산물 수출 증대를 위한 중요성 정도 차이

구 분	5년 미만 a		5~10년 미만 b		10년 이상 c		F	사후검정
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)		
경영규모의 지속적인 확대	4.13	(.73)	3.97	(.55)	3.83	(.66)	1.784	
생산기반 확충	4.15	(.74)	4.16	(.50)	4.34	(.48)	1.022	
가격 및 품질경쟁력 향상	4.21	(.52)	4.22	(.42)	4.31	(.47)	.472	
해외시장정보 수집 및 활용	4.62	(.54)	4.24	(.43)	4.07	(.53)	10.690***	b=c<a
해외시장 개척 및 마케팅활동 강화	4.79	(.41)	4.62	(.59)	4.62	(.49)	1.456	
수출마인드 제고	4.67	(.48)	4.70	(.57)	4.24	(.69)	6.265**	a=b<c
수출전문 인력 투입	4.46	(.51)	4.43	(.55)	4.00	(.60)	6.989**	a=b<c
국가 이미지 제고	4.46	(.51)	4.16	(.37)	4.28	(.70)	3.104*	b<c<a
국내업체간 협력관계 조성	4.28	(.51)	3.89	(.57)	4.03	(.63)	4.655*	b<c<a

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 19> 수출증대를 위해 우선시되어야 하는 수출증대 방안

구 분	빈 도(명)	백분율(%)
경영규모의 지속적인 확대	16	11.9
생산기반 확충	23	17.0
가격 및 품질경쟁력 향상	26	19.3
해외시장정보 수집 및 활용	11	8.1
해외시장 개척 및 마케팅활동 강화	43	31.9
수출 마인드 제고	1	.7
수출 전문 인력 투입	9	6.7
국내업체간 협력관계 조성	6	4.4
합 계	135	100.0

수출증대를 위해 우선시되어야 하는 수출증대방안으로는 해외시장 개척 및 마케팅활동 강화가 31.9%로 가장 많았고 그 다음으로 가격 및 품질경쟁력 향상이 19.3%, 생산기반 확충이 17.0%로 조사되었다.

<표 20> 해외마케팅 활동 중 가장 선호하는 전략

구 분	빈도(명)	백분율(%)
신 시장 개척	31	29.5
자기상표 수출	37	35.2
해외영업망 확충	12	11.4
해외홍보활동 강화	25	23.8
합 계	105	100.0

해외마케팅활동 중 가장 선호하는 전략으로는 자기상표 수출이 35.2%, 신 시장 개척이 29.5%, 해외홍보활동 강화가 23.8%, 해외영업망 확충이 11.4% 등으로 나타났다.

해외 판매망 확보 방법으로는 해외바이어를 통한 유통이 46.8%로 가장 높았고 국가차원의 지원이 23.4%, 국내기업의 해외 판매망 이용이 11.7% 등이었다.

<표 21> 해외 판매망 확보 방법

구 분	빈도(명)	백분율(%)
현지 직매장 설립	8	7.2
국가 차원의 지원	26	23.4
해외 대리점 개설	8	7.2
국내기업의 해외 판매망이용	13	11.7
해외 백화점 등에 거래	4	3.6
해외바이어를 통한 유통	52	46.8
합 계	111	100.0

※ 다중응답 분석

V. 결론

본 연구는 농산물 및 농식품 수출확대를 위한 애로요인과 문제점, 개선방안을 조사·연구하여 향후 우리나라 농산물 및 농식품의 세계화를 위한 기초자료를 제공하는데 연구의 목적을 두고 실행하였다. 연구를 위해 우리나라 농산물 수출 애로요인 및 문제점을 파악하기 위해 현재 수출을 하고 있거나 계획 중에 있는 농산물 수출관련 업체의 담당 실무자 105명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 12.0 for Windows 통계패키지프로그램을 활용하여 분석하였다. 분석결과는 다음과 같다. 먼저, 업체의 일반적 사항은 수출업체가 41.9%, 수출방식으로는 직접수출+로컬수출이 51.4%로 가장 많았고, 수출경력은 5~10년 미만이 35.2%로 가장 높게 조사되었다. 주요 수출품목으로는 가공식품류가 51.3%, 수출 대상국은 일본이 39.4%로 가장 높은 비율을 차지했고, 2007년 대비 2008년 수출 실적은 매출이 증대된 경우가 47.6%, 수출현황은 비슷하다가 47.6%, 점점 나아지고 있다가 35.2%로 전반적으로 수출현황이 좋은 것으로 나타났다. 호전된 경우 그 이유로는 현지 마케팅활동 강화가 67.6%였으며, 약화된 경우 그 이유는 경쟁관계 심화가 55.6%, 시장여건 약화가 44.4%로 나타났다. 이를 통해 농산물 및 농식품 업체들의 적극적인 마케팅 활동으로 인해 수출현황이 점차로 증대되고 있다는 것을 알 수 있었고, 가까운 일본지역이 그 주요 대상국으로 나타나 마케팅전략에 있어 일본문화와 경제 환경을 파악하여 진행한다면 보다 좋은 성과를 올릴 것으로 전망한다. 둘째, 농산물 수출의 문제점에 대하여 살펴보면, '수출 농산물 재배를 위한 인력 및 노동력 확보가 어렵다'가 가장 높았고, 다음으로, '수출을 위한 운영자금이 부족하다' 등의 순으로 나타났으며, 전반적으로 모두 평균 3점대를 보이고 있어 농산물 수출로 인한 문제가 전반적으로 많음을 알 수 있었다. 경영상 가장 큰 어려움으로는 신규바이어 발굴 및 해외시장 개척과 마케팅 전문 인력 부족이 가장 높았고, 실무상 가장 큰 어려움은 수출품목(품종)의 선택과 신규품목의 개발이 가장 높은 응답률을 나타냈다. 이를 통해 농산물 수출을 위해서는 수출농산물 재배, 해외시장 개척과 마케팅 전문 인력 등 수출을 위한 전문 인력의 확보가 시급한 과제라는 것을 알 수 있었다. 따라서 우리나라 농산물 및 농식품의 세계 경쟁력을 위해서는 농산물 관련 수출 전문가를 양성해야 할 필요가 있고, 이는 개인이나 회사차원에서는 한계가 있는 관계로 정부나 지방자치단체의 주도로 이루어져야 할 것이다.

셋째, 농산물 수출지원제도 문제점 및 개선방안에 대한 분석결과는 다음과 같다. 먼저, 수출지원제도 인지도에 대하여 살펴보면 알고 있는 경우가 75.2%로 나타나 인지도는 상당히 높다는 것을 알 수 있다. 수출 지원제도를 이용한 경험이 있는 경우는 71.4%로 이용경험이 많았고, 수출 지원제도를 이용하지 않는 30명을 대상으로 그 이유에 대하여 분석한 결과, 인지하지 못해서 이용하지 않았다는 경우가 60.0% 그리고 절차가 까다롭다가 30%로 나타나 수출 지원제도에 대한 홍보와 교육이 필요하다는 것을 알 수 있었다. 수출지원제도 만족도에 대하여 살펴보면, 수출 지원제도에 대한 만족도가 보통수준이었으며, 그러나, 수출 지원제도를 이용하기 위한 절차 용이에 대하여는 낮은 것으로 나타나 절차를 간편화할 필요가 있는 것으로 나타났다. 수출지원제도 중 선호하는 지원 사업으로는 생산유통시설 지원이 가장 많았고, 수출지원제도의 문제점으로는 선정되기 어렵다와 자기부담비용이 크다는 응답이 가장 높은 응답률을 나타내 수출지원제도의 확대와 제도개선이 필요하다는 것을 알 수 있었다. 즉, 수출 지원제도는 있으나 많은 업체가 선정되지 못하고 지원은 받되 적은 지원으로 인해 유명무실한 제도라는 것이다.

따라서 이를 해결하기 위해서는 수출현장에 적합한 제도적인 장치 마련과 보완을 통해 농산물 업체들이 각 회사의 특징과 농산물 특성을 살려서 성장할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 넷째, 수출 증대 방안에 대한 분석 결과, 농산물 수출 증대 저해 요인으로는 경영규모 및 생산기반 취약과 수출마인드 및 전문 인력 미비가 가장 높은 응답률로 나타났다. 따라서 수출지원제도의 개선과 적극적인 지원체제 구축을 통해 수출업체의 수출마인드를 향상시키고, 전문 인력을 보강할 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다. 농산물 수출 증대를 위한 중요성 정도에 대하여 살펴보면, 해외시장 개척 및 마케팅활동 강화가 가장 높았고, 수출증대를 위해 우선시되어야 하는 수출증대 방안으로는 해외시장 개척 및 마케팅활동 강화가 가장 높았다. 해외마케팅 활동 중 가장 선호하는 전략으로는 자기상표 수출이 가장 높게 조사되었고, 해외 판매망 확보 방법으로는 해외바이어를 통한 유통이 가장 많았다. 따라서 농산물 수출업체들이 대부분 중소기업이라는 점을 감안할 때 해외시장 개척과 마케팅활동의 역량이 부족하다는 것을 예측하고, 이들의 문제점을 해결하기 위한 정부 차원의 해외시장 개척과 마케팅 협조 방안이 필요한 실정으로 분석되었다. 즉, 대기업의 경우는 현지 지점이나 자회사 설립으로 해외시장 개척을 위한 준비를 갖추고 있으나 중소기업은 현지 지점설립이나 자회사 설립에 따른 비용 투자가 적지 않은 경제적 위협으로 다가올 수 있다. 따라서 이러한 문제점을 보완한다면 우리나라 농산물 및 농식품의 경쟁력이 세계시장에서 갖출 수 있을 것이라 전망해 본다.

논문접수: 2009. 10.25
수정보완: 2009. 11.18
게재확정: 2009. 12.06

참고문헌

김윤식, 서진석(2008) “한·칠레 FTA와 과수산업의 경험”, *농업전망*, 제37권, 109-130.
민승규(2007), “**개방시대 한국농업의 선택**”, CEO Information 제604호, 삼성경제연구소, 35-37
임송수(2008), “FTA·DDA 추진 동향과 전망”, 한국농촌경제연구원, *농업전망*, 59-79.
전태갑(2005), **농산물 유통론**, 전남대학교 출판부, 46.
한국농촌경제연구원(2007), **국내농산물정보,** 39-44

농림수산식품부, http://www.mifaff.go.kr/
외교통상부 대외통상연구원, http://www.fta.go.kr/pds/fta_korea/
외교통상부 자유무역협정, http://www.fta.go.kr/user/index.asp,
통계청, http://www.kostat.go.kr/

Abstract

A study on a plan to increase produce and agricultural foods export

Kang, Chang-Won*

In the performance of this research we aimed at surveying·studying the trouble factors, problems and improvement plans to extend agricultural products and agro-food and providing basic data for the globalization of Korean agricultural products and agricultural foods in future. All the respondents highly recognized, in general, the problems in exporting agricultural products and agro-food, and it was surveyed that the biggest reason lay in the insufficiency of the scout for new buyers and the lack in opening overseas market and marketing specialists. As for the problems of the supporting system of the export of agricultural products, it was pointed out that the level of recognition was fairly high, but the procedures were difficult, and they indicated the problems of non-benefits in spite of the recognition of the selection. For the purpose, it could be known that it required the publicity and education as to export supporting system, and also required the extension of export supporting system and the improvement of the system. Finally, in relation with the export promotion plan, the factors blocking the export promotion of agricultural products marked the highest in the weak management size and production foundation and the lack in export mind and special workforce. Therefore, considering that most of exporters of agricultural products are small/medium sized businesses, we foresaw that we lack in the opening of overseas market and the capacity of marketing activities, and analyzed that it was necessary to open an overseas market in the dimension of the government and cooperate with the marketing to solve the problems.

Key words : Export of Agricultural Products, Export of Agro-Food, Agricultural, Agro-Food, Export strategy

* Adjunct Professor, Jang-An University