

농식품 수출조직화 방안에 대한 수출업체 의식 연구

김경필^{1*} · 안광환²

¹한국농촌경제연구원, ²단감연구소

The exporter's attitude on the coordination of agro-food export in Korea

Kyung-Phil Kim^{1*}, Kwang-Hwan An²

¹Center for Agro-Food Policy Research, Korea Rural Economic Institute, Seoul 130-710, Korea

²Sweet Persimmon Research Institute, Jinyoung 621-802, Korea

Received on 23 May 2012, revised on 12 June 2012, accepted on 14 June 2012

Abstract : The purpose of this study is to provide basic information on exporter's coordination methods from the attitude of agro-food exporters. The implications are; Firstly, most of exporters believe that the agro-food export raises farmer's competitiveness rather than it does the farmhouse's income increase. Secondly, The stabilization of the farm-gain income by exporting agricultural products are most important in order to reinforce the cohesion between farmers and exporters. Thirdly, the exporters intend to participate in establishing and operating a large-scale producers' organization and marketing company under export polices. So, it is necessary that the government drive to coordinate the exporters and producers.

Key words : Coordination of agro-food exporters, Stabilization of the farm-gain income, organization

I. 서론

한국의 농식품 수출액은 2011년에 77억 달러를 달성함으로써 2008년에 수립한 2012년 수출목표 100억 달러 성공 가능성을 높여주고 있다. 하지만 수출액에서 신선포 농식품이 차지하는 비중은 13.2%로 높은 편이 아닌데 이것은 수출 공급물량 부족, 수출물량의 안정적 확보, 체계적인 품질관리 여건이 좋지 않기 때문이다. 수출활동에 있어서 수출물량의 안정적 확보와 체계적인 품질관리 시스템을 구축하기 위해서는 수출농가와 수출업체의 연계성을 높이는 방법이 주요 해결책 중의 하나일 것이다.

하지만 우리나라는 외국의 농식품 수출 강대국들과는 달리 국내 생산농가와 수출업체의 경영규모가 영세하기 때문에 수출농가와 수출업체 간에 공고하고 규모화 된 조직화를 이루기 쉽지 않다. 이러한 어려움을 극복하기 위해서 정부는 수출선도조직 사업과 원예전문생산단지 사업 등을 지원함으로써 조직화와 규모화를 유도하고 있다. 또한 정부

는 산지공급 구조를 개선하면서 수출목표를 달성하기 위해 2012년 수출정책의 4대 핵심 추진과제 중에 “수출업체·생산자 자생력 제고”를 포함하고 있다.

농식품을 수출하는 과정에서 가장 중요한 역할을 수행하는 주체는 생산자와 수출업체이다. 그 중 수출업체는 수출물량을 확보하고 상품화하는 등 수출을 주도하는 경우가 많다. 수출농가는 주로 농산물 생산을 주도하고 있으며 수출시장의 유통채널과 바이어, 마케팅 전략 수립을 위한 정보가 부족하기 때문에 직접 수출하기보다는 주로 수출업체가 제시하는 규격으로 물량을 공급하는 경우가 많다. 따라서 수출 참여자들 간의 조직화를 유도 및 강화하기 위해서는 우선 수출업체들의 의식을 조사하여 조직화 추진방향에 반영할 필요가 있다.

농식품 수출조직화와 관련된 선행연구로 김병률 등(2005)은 수출단지를 개선하기 위해서 생산농가 및 단지 규모화 유도, 수출단지 생산시설 및 내부장치에 대한 개보수 지원, 수출전문단지의 수출용 농산물 계약재배 확대, 수출단지 생산물의 전문화 유도, 수출단지의 APC 설치 확대와 공동선별, 규격선별 수준 향상이 필요하다고 주장했다. 또한 단

*Corresponding author: Tel: +82-2-3299-4312

E-mail address: kphil@krei.re.kr

위조합 수출업체는 수출업체와 계약에 의한 계열화 체제를 구축하고, 영농법인 수출업체는 생산공급 계약에 의한 계열화된 직수출 모델을 육성해야 한다고 제안했다. 이정환(2009)은 농식품 수출증대를 농가경제 문제 해결의 중요한 전략으로 오인하여 농정의 중요 목표로 추진하기보다 시장의 경쟁과 선택을 통해 수출이 결정되어야 한다고 주장했다. 김경필 등(2010)은 원예전문생산단지의 수출기능을 강화하기 위해서 수출교육과 수출참여자들 간의 운영협의회 강화, 품질관리매뉴얼의 활용도를 높여야 한다고 제안했다. 또한, 수출선도조직 운영을 활성화시키기 위해서는 수출업체가 중심이 된 품종개발과 물류시설 확보로 강력한 계열화 수단을 확보하는 것이 필요하다고 주장하였다. 이원기 등(2011)은 수출확대를 위한 과제로 개별업체에 대한 지원보다 수출선도조직, 수출협의회, 클러스터 등 규모화, 조직화를 유도할 수 있는 수출조직 중심으로 지원을 확대해야 한다고 주장했다. 이들 선행연구들은 수출조직을 강화하는 방법들을 제시하고 있으나 수출전문조직 참여주체나 조직화 방법들에 대한 수출업체 의식을 고려한 방안들은 제시하지 않았다.

본 연구는 농식품 수출조직을 강화하는 방법과 대규모 수출전문조직 구성 및 운영에 대한 수출업체의 의식을 제시하는 데 차별성이 있다. 본 연구의 목적은 수출업체 의식을 통하여 농식품 수출전문조직 결성과 운영방안에 대한 기초자료를 제공하는 것이다.

II. 분석 자료

본 연구의 분석자료는 농식품 수출업체들을 대상으로 한 설문조사 결과이며, 조사기간은 2011년 6~8월까지이다. 수출업체 조사는 리서치 전문기관에 의뢰하여 면접조사, FAX, e-mail 조사를 병행하여 실시하였다. 표본은 농식품 수출지원사업 지원혜택을 받은 660개 업체 리스트에서 난수에 의한 정렬 후 체계적 계통추출(systematic sampling) 방법을 이용해 추출하였으며, 조사에 응답한 수출업체 수는 107개이다¹⁾. 수출업체들에 대한 주요 조사내용은 크게 농식품 수출에 대한 기본의식, 수출기반 강화방법, 수출 조직화에 관한 의식 등으로 구분된다.

1) 본 연구에서 조사 표본을 수출 국가별, 품목별, 수출회사 형태별, 수출규모별로 수출업체를 계통적으로 추출하였으나 표본 수가 충분하지는 못한 한계가 있음.

Table 1. Overview samples for survey. (EA, %)

	Classification	Respondents	Percentage
Export nation	Japan	32	29.9
	China	17	15.9
	North America	20	18.7
	Southeast Asia	28	26.2
	et cetera	10	9.3
Export item	Vegetable	19	17.8
	Fruit	19	17.8
	Flower	8	7.5
	Ginseng	14	13.1
	Processed Food	39	36.4
	et cetera	8	7.5
Firm type	Agricultural Cooperative	23	21.5
	Specialized export firm	43	40.2
	Agricultural export firm	21	19.6
	et cetera	20	18.7
Exports	Lower than one million dollars	45	42.1
	One million~five million dollars	41	38.3
	Higher than five million dollars	21	19.6
	Total	107	100.0

조사에 응답한 수출업체들을 특성별로 구분하면, 수출 국가별로 일본이 29.9%, 동남아시아 26.2%, 북미 18.7%, 중국 15.9%이다. 응답 수출업체들의 주 수출 품목은 가공식품이 36.4%, 채소류와 과일류가 각각 17.8%, 인삼류 13.1%, 화훼류 7.5%이다. 수출회사 형태는 전문수출회사가 40.2%로 가장 많았으며, 지역농협과 품목농협, 영농조합이 21.5%, 농업수출회사법인은 19.6%이다. 수출업체의 수출규모는 1백만 달러 미만인 42.1%, 1~5백만 달러가 38.3%, 5백만 달러 이상이 19.6%이다. 조사 응답업체들의 비중이 높은 업체들의 특징은 가공식품을 일본에 주로 수출하는 전문 수출회사로 연간 1백~5백만 달러 규모로 수출하는 업체로 요약할 수 있다.

III. 수출업체 의식

1. 수출목표 달성방법

농식품 수출업체들이 생각하는 수출의 중요성은 Table

Table 2. The important reasons on Agro-food export activities. (%)

Classification	counter measure	competitiveness	supply and demand	awareness·preference	farm income	
Total	32.7	20.6	19.6	16.8	10.3	
Export nation	Japan	21.9	31.3	3.1	28.1	15.6
	China	29.4	17.6	23.5	23.5	5.9
	North America	35.0	25.0	20.0	20.0	0.0
	Southeast Asia	46.4	14.3	32.1	3.6	3.6
	et cetera	30.0	0.0	30.0	0.0	40.0
Export item	Vegetable	31.6	15.8	15.8	26.3	10.5
	Fruit	10.5	31.6	47.4	5.3	5.3
	Flower	25.0	25.0	12.5	0.0	37.5
	Ginseng	57.1	14.3	21.4	7.1	0.0
	Processed food	28.2	20.5	10.3	28.2	12.8
et cetera	75.0	12.5	12.5	0.0	0.0	
Firm type	Agricultural Cooperative	26.1	34.8	17.4	8.7	13.0
	Specialized export firm	34.9	20.9	20.9	16.3	7.0
	Agricultural export firm	23.8	19.0	23.8	19.0	14.3
	et cetera	45.0	5.0	15.0	25.0	10.0
Exports	Lower than one million dollars	37.8	20.0	11.1	17.8	13.3
	One million~five million dollars	31.7	14.6	24.4	22.0	7.3
	Higher than five million dollars	23.8	33.3	28.6	4.8	9.5

주) counter measure is to prepare counter measure, competitiveness is to increase competitiveness, supply and demand is to control supply and demand, preference is to improve awareness·preference, farm income is to increase farm income.

2와 같이 나타났다. 수출이 필요한 가장 중요한 이유는 'FTA 등 시장개방 확대 및 수입 농식품에 적극적으로 대응하기 위해서'가 32.7%로 가장 높게 나타났다. 반면, 수출하는 이유가 '국내시장에 출하하는 것보다 농가소득을 제고시킬 수 있기 때문에'라는 응답 비율은 10.3%로 낮게 나타났다.

농식품 수출이 필요한 이유는 응답자 특성별로 다르게 나타났다. 주 수출국이 일본인 경우는 '수출활동이 국내 농식품의 품질 및 가격 경쟁력을 높이는 수단으로 활용할 수 있어서'라는 이유가(31.3%), 주 수출품목이 과실류인 업체와 수출회사형태가 농업수출회사인 경우에는 '국내 농식품 시장의 수급조절 수단으로 활용할 수 있기 때문에'라는 이유가(47.4%) 가장 높다.

Table 3. The method for the attainment of Agro-food export goal. (%)

Classification	competitiveness's improvement	export promoting's improvement	export quantity's securement	Organization and scale-up	export price's increase-ment	
Total	40.2	24.3	17.8	13.1	4.7	
Export nation	Japan	46.9	12.5	21.9	15.6	3.1
	China	35.3	41.2	17.6	5.9	0.0
	North America	45.0	40.0	5.0	5.0	5.0
	Southeast Asia	39.3	21.4	17.9	17.9	3.6
	et cetera	20.0	10.0	30.0	20.0	20.0
Export item	Vegetable	36.8	21.1	26.3	10.5	5.3
	Fruit	52.6	21.1	15.8	0.0	10.5
	Flower	75.0	12.5	12.5	0.0	0.0
	Ginseng	57.1	14.3	21.4	7.1	0.0
	Processed food	23.1	33.3	17.9	20.5	5.1
et cetera	37.5	25.0	0.0	37.5	0.0	
Firm type	Agricultural Cooperative	26.1	26.1	13.0	26.1	8.7
	Specialized export firm	51.2	20.9	14.0	9.3	4.7
	Agricultural export firm	42.9	19.0	33.3	4.8	0.0
	et cetera	30.0	35.0	15.0	15.0	5.0
Exports	Lower than one million dollars	24.4	24.4	17.8	26.7	6.7
	One million~five million dollars	58.5	19.5	17.1	4.9	0.0
	Higher than five million dollars	38.1	33.3	19.0	0.0	9.5

농식품 수출목표를 달성하는 방법에 대한 수출업체 의식은 Table 3과 같다. 농식품 수출목표 달성을 위해 필요한 방법은 '수출시장에서 품질 및 가격 경쟁력을 확보해야 한다'가 40.2%, '정부의 농식품 수출지원제도 및 지원 사업이 크게 개선되어야 한다'가 24.3%로 높게 나타났다²⁾. 반면, '농식품 수출 판매가격이 국내시장 출하가격보다 높아야 한다'는 응답률은 4.7%로 낮다. 상대적으로 수출물량의 안정적인 확보나 수출가격의 상승 등은 수출시장에서의 경쟁력 확보보다 중요도가 낮음을 보여준다. 수출목표 달성을 위해 가장 중요한 사항도 응답자 특성별로 다르게 나타나는데, 주 수출국이 중국인 수출업체와 수출대표 품목이 가공식품인 경우는 '정부의 수출지원제도 및 지원 사업이 크

2) 농림수산물부(이하 농식품부)는 농식품 수출목표를 2012년 100억 달러, 2017년 200억 달러를 달성하는 것으로 설정함.

게 개선되어야 한다'라는 응답비율이 가장 높다.

2. 수출기반 강화 방법

국내 농식품 수출의 체질 및 기반을 강화시키는 방법에 대한 응답결과는 Table 4와 같다. 농식품 수출체질 및 수출기반을 강화하기 위해서는 '정부의 수출지원제도 및 지원사업이 크게 개선되어야 한다'는 응답율이 27.1%로 높고, '수출용 농식품 판매가격이 국내시장 출하가격보다 높아야 한다'는 응답율은 6.5%로 낮게 나타났다.

농식품 수출체질 및 수출기반을 강화시키는 방법도 수출업체 특성별로 다르게 나타나고 있다. 주 수출국이 일본인 수출업체(28.1%)와 대표 수출품목이 채소류인 수출업체(31.6%), 그리고 수출회사 형태가 전문수출회사인 경우는

(25.6%) '농식품 수출업체 및 수출조직을 규모화하고 조직화시켜야 한다'는 응답 비율이 가장 높다. 반면, 주 수출국이 중국인 수출업체(35.3%)와 대표 수출품목이 화훼류와 인삼류인 수출업체(50.0%, 35.7%), 수출주체가 영농조합법인인 경우(34.8%), 수출규모가 1백만 달러 미만인 업체는(33.3%) '수출시장에서 품질 및 가격 경쟁력을 확보해야 한다'는 응답 비율이 가장 높다.

농식품 수출주체가 갖추어야 할 가장 중요한 요건은 Table 5와 같이 나타나고 있으며, '수출국가에 안정적인 유통채널 및 바이어를 확보해야 한다'는 응답률이 40.2%로 가장 높다. 다음으로 '해외시장 마케팅 활동능력과 수출전문 인력이 있어야 한다(24.3%)'와 '수출물량 확보기반과 확보능력이 있어야 한다(21.5%)'는 응답자가 많다. 응답자 특성별로 주로 북미로 수출하는 업체는(45.0%) '해외시장 마케팅

Table 4. The method for the reinforcement of Agro-food export's foundation.

		(%)				
Classification	export promoting's improvement	competitiveness's improvement	Organization and scale-up	export quantity's securement	export price's increase-ment	
Total	27.1	25.2	21.5	19.6	6.5	
Export nation	Japan	21.9	25.0	28.1	18.8	6.3
	China	29.4	35.3	23.5	11.8	0.0
	North America	25.0	35.0	15.0	15.0	10.0
	Southeast Asia	35.7	17.9	17.9	25.0	3.6
	et cetera	20.0	10.0	20.0	30.0	20.0
Export item	Vegetable	26.3	21.1	31.6	5.3	15.8
	Fruit	15.8	21.1	26.3	31.6	5.3
	Flower	12.5	50.0	12.5	25.0	0.0
	Ginseng	28.6	35.7	28.6	7.1	0.0
	Processed food	30.8	23.1	15.4	25.6	5.1
	et cetera	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5
Firm type	Agricultural Cooperative	17.4	34.8	17.4	13.0	17.4
	Specialized export firm	23.3	20.9	25.6	25.6	4.7
	Agricultural export firm	42.9	28.6	14.3	9.5	4.8
	et cetera	30.0	20.0	25.0	25.0	0.0
Exports	Lower than one million dollars	26.7	33.3	17.8	13.3	8.9
	One million~five million dollars	26.8	14.6	31.7	26.8	0.0
	Higher than five million dollars	28.6	28.6	9.5	19.0	14.3

Table 5. The most requisite for Agro-food exporters.

		(%)				
Classification	marketing channel's securement	securement of specialized-export manpower	export quantity's stable securement	control-quality base's securement	distribution facilities's securement	
Total	40.2	24.3	21.5	12.1	1.9	
Export nation	Japan	40.6	15.6	28.1	15.6	0.0
	China	29.4	29.4	17.6	17.6	5.9
	North America	35.0	45.0	5.0	10.0	5.0
	Southeast Asia	42.9	17.9	28.6	10.7	0.0
	et cetera	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0
Export item	Vegetable	31.6	10.5	52.6	5.3	0.0
	Fruit	36.8	26.3	26.3	10.5	0.0
	Flower	62.5	12.5	12.5	12.5	0.0
	Ginseng	50.0	21.4	7.1	21.4	0.0
	Processed food	38.5	33.3	10.3	12.8	5.1
	et cetera	37.5	25.0	25.0	12.5	0.0
Firm type	Agricultural Cooperative	17.4	26.1	39.1	17.4	0.0
	Specialized export firm	46.5	30.2	16.3	4.7	2.3
	Agricultural export firm	28.6	14.3	28.6	28.6	0.0
	et cetera	65.0	20.0	5.0	5.0	5.0
Exports	Lower than one million dollars	44.4	26.7	22.2	4.4	2.2
	One million~five million dollars	39.0	19.5	17.1	22.0	2.4
	Higher than five million dollars	33.3	28.6	28.6	9.5	0.0

활동능력과 수출전문인력을 보유해야 한다'는 응답 비율이 가장 높으며, 대표 수출품목이 채소류인 수출업체(52.6%)와 수출회사형태가 영농조합법인인 경우는(39.1%) '수출 물량 확보 기반 및 능력이 있어야 한다'는 응답 비율이 가장 높다.

3. 수출주체 조직화 방법

농식품 수출물량의 안정적 확보를 위한 방법에 대한 응답결과는 Fig. 1과 같다. 농식품 수출물량을 안정적으로 확보하기 위해서 가장 중요한 사항은 '품목별 전문생산단지 및 수출 전문조직이 육성되어야 한다'가 61.7%로 가장 높게 나타났다. 반면, '수출업체나 수출농가가 수출계약을 위반할 경우 강력히 제재해야 한다(6.5%)'와 '수출가격이 내수가격보다 낮아도 수출업체가 계약물량을 전부 구입해야 한다(4.7%)'는 낮게 나타났다.

생산자와 수출업체간 결속력을 강화시키는 방법에 대한 응답결과는 Fig. 2와 같다. 농식품 공급자와 수출업체 간 조직력 및 결속력을 강화시키기 위해서 가장 중요한 사항은 '수출업체나 농가 수출소득의 일정부분을 적립하여 수출손실이 발생할 경우 보존함으로써 수출농가의 소득이 안정적이어야 한다'가 34.6%로 가장 높게 나타났다. 반면, '농가들에게 농식품 종자나 농자재를 보급하고 기술지도와

교육을 실시한다(12.1%)'와 '지역의 대형 산지유통센터 이용하여 출하한다(9.3%)'는 상대적으로 낮게 나타났다.

국내 농식품 수출업체들의 규모화에 대한 필요성, 대규모 조직 운영 가능성, 대규모 수출전문조직 설립시 참여의향, 바람직한 수출전문조직 육성 유형 등에 대한 의식은 Table 6과 같이 나타났다. 국내 수출업체들은 우리나라에서 뉴질랜드 제스프리나 미국의 썬키스트처럼 대규모 생산자조직 및 마케팅회사를 만들고 운영할 필요성에 대해 '필요하다'고 응답한 비율이 79.4%로 나타나 수출 조직화의 필요성을 강하게 느끼고 있다. 또한, 우리나라에서 제스프리나 썬키스트처럼 대규모 생산자조직 및 마케팅회사를 만들어 운영할 수 있는 가능성에 대해서도 '가능하다(66.6%)'가 '불가능하다(33.6%)'보다 두 배 정도 높게 나타났다. 또한, 우리나라 수출업체들은 대규모 생산자조직 및 마케팅회사를 설립할 경우 주주로서 참여할 의향이 있는지에 대해 '참여할 의향이 있다(61.7%)'로 응답한 비율이 '참여할 의향이 없다(38.3%)'보다 훨씬 높게 나타났다. 국내 농식품 수출업체들의 조직을 강화하고 규모를 확대하기 위해 강력하고 효과가 클 것으로 예상되는 수출전문조직 육성 유형은 전체 응답자 중 70% 이상이 '수출업체 중심으로 조직화하고, 생산자는 공급업무를 한다(71.0%)'의 조직 유형을 선택하였다.

4. 분석결과의 정책적 시사점

농식품 수출업체들의 의식을 분석한 결과 나타난 주요

Table 6. The exporters' attitude on organization and exporters' large scale-up.

		Total (%)	
The need of export participants' organization	Total	need	not need
		79.4	20.6
The possibility of establishment and manage of large-scale export organization	Total	have possibility	not have possibility
		66.4	33.6
The participation intention in large-scale export organization	Total	have	not have
		61.7	38.3
The type of promote of large-scale export organization	Total	must be organized with producers	must be organized with exporters
		29.0	71.0

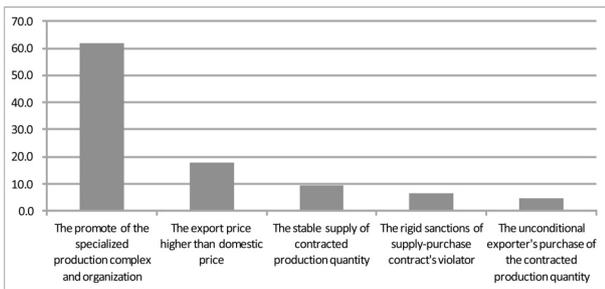


Fig. 1. The method for reserving export commodities.

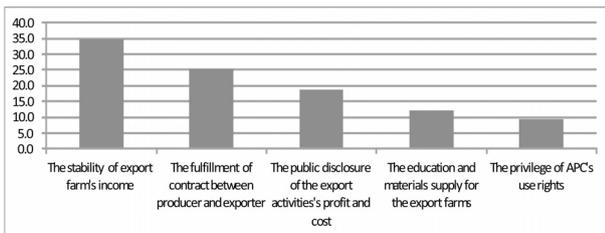


Fig. 2. The method for the consolidation between agricultural producer and exporter.

시사점은 첫째, 농식품 수출업체들의 수출의 주요 이유는 농가소득을 증대시키기보다는 시장개방 확대에 대응하고 경쟁력을 제고시키는 목적이 더 강하다. 이는 농식품 수출을 시장개방화 확대에 대응하는 중장기적인 대응전략으로 삼는 점에서 바람직한 것으로 판단된다. 하지만, 농식품 수출이 농가소득 및 수익을 발생시키는 구조로 전환되어야 수출산업을 지속적으로 성장시킬 수 있을 것으로 판단되므로 수출확대가 농가소득 증대로 연계성이 강화되어야 할 것이다.

둘째, 농식품 수출업체들은 수출목표를 달성하기 위해서 수출지원제도 개선보다는 수출시장에서의 품질 및 가격 경쟁력 향상을 더 중요한 것으로 평가하고 있다. 정부는 수출목표 달성을 위해서는 수출 농식품의 품질 및 가격 경쟁력을 높이는 데 우선적으로 노력을 투입해야 할 것이다.

셋째, 국내 수출업체들은 농식품 수출체질과 수출기반을 강화하기 위해서 정부의 수출지원제도 개선이 가장 중요한 것으로 평가하고 있다. 따라서 정부는 중장기적으로 국내 농식품 수출의 기반을 강화할 수 있는 개선방안을 마련해야 한다.

넷째, 농식품 수출업체들은 수출주체로서의 요건을 수출시장 유통채널의 안정적 확보와 마케팅활동을 위한 수출전문인력을 확보하고 있는 지가 가장 중요한 것으로 평가하고 있다. 농식품 수출활동을 주도적으로 수행하기 위해서는 유통채널의 확보와 전문인력 양성이 중요함을 보여준다. 수출업체들의 효율적인 수출활동 지원을 위해서는 수출대상 국가나 수출 품목별로 지원을 차별화시킬 수 있다. 주로 북미 수출업체들에게는 마케팅활동 능력을 갖춘 수출전문인력 양성에, 채소류 수출업체들에게는 수출물량 공급 기반 확보를 위한 지원에 더 중점을 두어야 한다.

다섯째, 수출업체들은 수출물량을 안정적으로 확보하기 위해서 품목별 전문생산단지 조성 및 수출전문조직 육성을 가장 중요하게 평가한다. 반면, 생산계약 물량을 의무적으로 출하해야 한다거나 수출계약 위반 농가를 제재하는 등의 계약 이행상의 절차와 제재조치들은 좋은 방법이 아닌 것으로 나타났다. 수출물량의 안정적인 공급과 수출목표 달성을 위해서는 품목별 수출전문단지 조성 및 수출전문조직 육성이 효과적임을 시사한다.

여섯째, 수출업체들은 수출농가와 수출업체들의 결속력을 높이기 위한 방법으로 기술지도나 교육, 지역의 대형산지 유통센터를 통한 출하 등의 방식보다는 수출농가들의 소

득을 안정화시키는 방법이 가장 타당한 것으로 평가했다. 수출농가의 소득을 안정화시키기 위해서 수출수익의 일정 부분을 적립하고 손실이 발생할 경우 보존해주는 방식을 선택할 수 있다. 생산자와 수출업체들의 조직화를 위해서는 수출농가와 수출업체의 수출 수익 및 손실을 공동으로 부담할 수 있는 '공동조직체' 육성방안을 검토할 수 있다.

일곱째, 국내 농식품 수출업체들은 제스프리나 썬키스트 조직처럼 우리나라도 대규모 생산자조직 및 마케팅회사를 설립하고 운영할 필요성을 강하게 느끼고 있으며, 운영이 성공할 가능성도 높은 것으로 보고 있다. 또한 대규모 생산자 및 마케팅 조직을 설립할 경우 주주로 참여할 의향도 높은 편이다. 따라서 정책적으로 대규모 수출전문조직을 설립하는 방안도 적극적으로 검토할 수 있다. 다만, 수출농가들까지 수출전문조직에 참여시키는 방안도 함께 고려해야 생산 및 수출농가 부문과의 연계성을 높일 수 있을 것이다.

IV. 요약 및 결론

우리나라의 농식품 수출주체를 조직화하고 전문화하는데 있어서 생산자와 수출업체 운영규모의 영세성은 중요한 제약요인으로 작용하고 있다. 정부는 수출업체들의 조직화를 확대함으로써 수출과정에 발생하는 주요 제약요인을 극복할 수 있도록 품목별 선도조직 육성사업과 원예전문생산단지 사업을 지원하고 있다. 이 연구의 목적은 수출전문조직 육성에 대한 수출업체 의식을 분석하여 수출조직 결속과 강화방안에 대한 기초 정보를 제공하는 것이다.

수출업체들은 농식품 수출의 주요 이유를 시장개방에 대응하여 경쟁력을 향상시키는 데 두고 있다. 수출 농식품의 품질 및 가격 경쟁력 향상은 수출목표를 달성하기 위해서도 가장 중요하다고 평가했다.

수출업체들은 우리나라도 농산물 수출강대국의 수출전문조직인 제스프리나 썬키스트처럼 대규모 수출전문조직을 육성이 필요하다고 평가하고 있다. 또한 우리나라에서 이러한 수출전문조직 구성과 운영 가능성이 높은 것으로 평가하고 있으므로 수출 정책에서 대규모 수출선도조직 육성방안을 적극적으로 추진할 수 있을 것이다.

한편, 농식품 수출을 주도적으로 수행하기 위해서는 수출물량 공급능력보다는 수출시장 마케팅 능력과 전문인력을 보유하고 있어야 한다고 평가하고 있다. 수출물량을 안

정적으로 확보하기 위해서는 수출전문단지 육성과 수출전문조직 육성이 중요한 것으로 보고 있다.

결론적으로 수출규모가 영세한 우리나라에서 수출주체가 분산되고 수출창구가 일원화되지 않아 수출과정에 과당경쟁이 발생하는 등 수출지원정책이 효과적이지 못한 측면이 있다. 수출주체를 일원화하고 수출규모를 확대하기 위해서 수출을 전문적으로 수행하는 '수출조직 법인' 육성을 고려할 수 있는데 수출업체들이 이러한 수출조직 법인 구성과 운영 가능성을 높게 평가하고 있다. 따라서 정부에서는 외국의 수출전문조직들처럼 전문화되고 규모화된 수출조직을 적극적으로 육성할 필요가 있다.

수출업체와 수출농가가 참여하는 수출전문조직 법인에 정부가 수출전문조직 지분을 공유할 수 있으며, 수출전문조직 중심으로 수출지원 창구를 일원화시킬 경우 우리나라의 농식품 수출체계가 전문화되고 안정화되는 효과를 기대할 수 있을 것이다.

본 연구는 제한된 수의 농식품 수출업체들만을 대상으로 하였기 때문에 분석결과가 일반적이지 못할 가능성이 있으며, 수출농가들의 의식은 반영하지 못한 한계가 있다.

추후 연구에서 조사대상 수출업체 수를 확대하고 생산농가를 포함하는 한편, 경영규모별 조직화 참여의향과 지원

사항 등을 분석할 경우 보다 객관적이고 합리적인 조직화 방안을 도출할 수 있을 것이다.

참고 문헌

- Kim BR, Park S.J. 2005. *The Study about Exporting Organizations and Programs for the Promotion of Agro-food Exportation*. pp 3-7. Korea Rural Economic Institute. [in Korean]
- Kim KP, Han HS. 2010. *The export Promotion Policy for Fruits and Specialty Crops*. pp 39-56. Korea Rural Economic Institute. [in Korean]
- Kim KP, Kim, S.H. 2011. The survey analysis on the recognition of agro-food exporter to promote exportation in Korea. *CNU JOAS Vol38(3)*. pp559-569. Institute of Agricultural Science. [in Korean]
- Kim K.P. Moon, H.P. Han, J.H. 2011. *A Study for improving export promotion programs*. pp 85-105. Korea Rural Economic Institute. [in Korean]
- Lee JH. 2009. *The ideals and reality on the insistency of food-self and export agriculture*. GSnJ. The eyes focus. Vol.(80): pp1-8.
- Lee WG, Jang, J.H. Kim., J.H. 2011. The success instance and Increase strategies of Agro-food export in Korea. Korea Rural Economic Institute. *Agriculture outlook 2011*: 441-470.
- MIFAFF. 2012. *The strategy for achieving 10 billion US\$ in Agro-food export in 2012*.