

호도의 流通體系에 關한 研究¹
-天原郡의 事例調査를 中心으로-
全相敦²·趙應赫²

A Study on the Marketing System of Walnut¹
-With Special Reference to the Case Survey in
Cheonwongun Districts-
Sang-Don Jeon² and Eung-Hyounk Cho²

要 約

天原郡地域의 特産物인 호도를 對象으로 流通過程에서 發生하는 各種 流通構造 및 價格形成過程을 分析해 본 結果는 다음과 같다.

1. 產地에서의 販賣方法은 個別販賣가 89.58%, 山林組合 등을 통한 系統出荷가 10.42%이며, 個別出荷의 農家收取率은 54.93%, 系統出荷의 農家收取率은 84.58%로 系統出荷로의 誘導가 必要하다.
2. 蒐集·委託商의 上位 3系所 集中率指數(CR3)는 0.8626으로 寡占形態의 市場構造를 나타내고 있어, 共同販賣 등을 통하여 市場交涉力을 增大시킬機構가 必要하다.
3. 호도의 主流流通經路는 農家-蒐集 委託商-都賣商-小賣商-消費者로 全體生産量의 49.63%가 이 經路로 販賣되었다. 따라서 生産者와 消費者를 爲한 流通構造로의 改善이 必要하다.
4. 蒐集·委託商을 販賣處로 選擇한 動機中 便利함이 45.00%로 가장 많고, 다음이 生産量이 적어서 20.00%로 나타난 것으로 보아 山林組合, 農協 등에 依한 收買節次의 簡素化, 收買時期, 收買物量基準 등을 緩和시킬 必要가 있다.
5. 農家收取率과 流通마진은 各各 54.93%, 45.07%로 農家收取率은 다른 商品에 비해 多少 높은편이나 流通마진 45.07%中 36.70%가 小賣段階에 集中되어 있고, 商品의 標準化, 規格化가 要求된다.
6. 生産農家의 窮之販賣 및 洪水出荷로 季節指數는 4月이 115.74로 가장 높으며, 11月이 83.63으로 가장 낮아 系統組織 등을 통한 先貸購買, 貯藏 등을 통한 價格安定對策이 必要하다.

ABSTRACT

The following conclusions have been obtained with special reference to the walnut marketing system in Cheonwongun districts

1. The marketing channel of walnut in the producing areas was mainly depended on the individual selling by 89.58%, and sale through farmer's coops and forest owner's association by 10.42%, and share of walnut through farmer's coops was 84.58%.
2. The market structure in assembling stage of walnut can be represented as oligopoly considering the market share of 86.26% derived by CR3 method.
3. Direct selling from producers to consumers would be recommendable to reduce marketing margin considering the 77.20% of sale's dependancy on assembler-commissioner.

¹ 接受 1990年 3月 24日 Recieved on March 24, 1990

² 忠南大學校 農科大學, College of Agriculture, Chungnam National University, Daejeon, Korea

4. Two major reasons to follow the marketing channel of assembler-commissioner were the convenience (45.00%) and dealing with small quantity of walnut (20.00%).

Let the walnut producers follow the institutional marketing channels such as farmer's coops and forest owner's association, special actions including better convenience, smaller quantity and the procedures should be improved.

5. Farmer's share of walnut was estimated as 54.93% and total marketing margin was 45.07% of which 36.70% destined to the retail stage.
6. The price index in November was the lowest(83.63) due to the flood and hunger sale and the index in April was the highest(115.74).

To cope with the severe price fluctuation and to stabilize seasonal walnut price, sale's in advance, credit supply and provision of storage facilities must be considered in policy-making decision for forest farmers.

Key words : marketing channel ; market structure ; oligopoly ; farmer's share ; marketing margin ; price index .

緒 論

우리 나라는 1962년부터 시작된 經濟開發5個年計劃의 成功的 推進으로 高度의 經濟成長을 하였으며 産業構造, 人口構造 및 雇傭構造에 있어서도 많은 變化를 가져왔다. 1988年現在 總 GNP는 經常市場價格으로 12,357,920億圓으로, 이 중 農林水産業이 차지하는 比率은 10.98%인 135,767億圓에 該當하는데 이 중 林業部門 生産額은 6,527億圓이며 農林部門 生産額의 4.8%에 達하고 있다.

한편, 1988年現在 總國土面積은 9,924千ha이며 이 중 林野面積은 6,492千ha로 全體面積의 65.4%에 達하고 있다. 그리고 同年度의 總農家戶數는 1,826千戶이며 戶當 平均農家所得 4,912千圓중 林産物所得이 차지하는 比率은 0.15%로 7,610圓에 該當된다.¹⁴⁾ 오늘날 農林水産物의 開放壓力에 따른 農林漁家の 經濟는 더욱 惡化될 實情에 놓이게 될 것으로 생각되기 때문에 山林資源의 高度利用과 所得原化는 國際的인 開放經濟下에서 우리가 採擇할 수 있는 重要한 돌파구라 생각된다.

治山綠化計劃政策, 特히 第2次治山綠化 10個年計劃¹⁶⁾으로 有實樹造林이 勸獎되어져, 1976年 밤, 호도, 잣, 은행, 도토리, 落葉松 等の 種實生産額은 7,859,794千圓이며, 1987년에는 105,191,802千圓으로 13.4배가 增加하였다. 이러한 林産物이 生産者로부터 여러 段階의 流通過程을 通하여 消費者에게 이르는 동안 空間的, 時間的, 形態的 效用

을 創造하는데 있어 생기는 流通構造의 改善問題點들은 流通部門의 發展如何에 크게 差異가 생기고 있다.¹²⁾

流通效率問題에는 價格效率에 關한 問題와 經營效率에 關한 問題로 區別할 수 있는데, 價格效率에 關한 問題는 어떻게 하면 生産者가 適正水準에서 價格을 決定할 수 있는가의 問題, 즉 生産品의 精選, 等級化에 依한 消費促進과 제값받기를 말하고, 經營效率問題는 規模의 經濟 및 技術革新을 通하여 낮은 費用으로 良質의 貯藏, 輸送, 加工, 서비스를 어떻게 改善할 것인가의 問題이다.¹³⁾ 그 밖에 流通效率問題에는 마케팅機能의 하나인 助成機能으로써, 市場情報, 金融, 保險에서도 다루어 볼 수 있다.

一般的으로 經濟가 發展할수록 流通마진은 增加하는데¹³⁾ 그 理由는 消費者의 嗜好와 選好에 부응하기 爲한 加工品의 開發, 새로운 需要의 創造 및 2,3次産業에로의 波及效果 등으로 白²⁾의 研究에서도 增加하는 것으로 나타나 있다.

林産物은 工産品과는 달리 多數의 零細農家로 因하여 獨占力을 나타내지 못하고, 價格彈力性이 非彈力的이기^{15,19)} 때문에 生産量 즉 供給量이 價格變動에 큰 影響을 미치고 있으며, 完全自由競爭의 市場의 性格을 갖고 있어 林業經營者는 價格決定者(price maker)가 아닌 價格順應者(price taker)¹⁾로서의 役割을 遂行할 따름이다.

또한 林産物은 流通構造가 複雜하고 中間商人들의 流通過程에 對한 參與가 많아 林産物 生産農家

의 收取率은 적게 되며, 流通情報의 蒐集이 뒤떨어지고 있고 去來單位 및 品質規格도 매우 複雜하게 되어 있으며 收穫과 販賣가 一定時期에 集中되어 있어 林産物 生産農家は 經濟的으로 不利한 立場이다.

따라서 本 研究의 目的은 1)호도의 生産現況을 살펴보고, 2)市場形態, 流通構造, 市場集中率을 究明하는 同時에, 3)流通經路別 販賣選擇의 動機를 究明하며, 4)流通段階別 마진을 究明하여 農家 收取率의 提高策을 提示코자 하며, 5)價格 등을 分析함으로써, 價格 및 經營效率를 提高할 수 있는 基礎를 마련하는데 있다.

研究資料 및 分析方法

1. 研究資料

가. 調査對象

忠南 天原郡 廣德面地域의 호도 生産農家와 天安市地域의 蒐集, 委託商, 서울의 京東市場, 靑果市場, 中部市場의 都·小賣商을 對象으로 調査한 資料와 山林廳, 山林組合中央會에서 調査한 都賣價格¹⁷⁾의 資料를 利用하여 分析하였다.

나. 調査方法 및 期間

廣德面 호도 生産農家 350여 家口中 62家口를 任意抽出하여 個別 聽取調査를 實施하였으며, 應答한 農家中 資料로 利用可能한 59家口의 資料를 本 研究에 使用하였다.

蒐集·委託商은 流通經路를 따라 12業所를 追跡 調査¹⁸⁾하였고 서울地域의 都·小賣商들은 蒐集·委託商들이 答辯한 販賣地域別로 都賣商 13業所와 小賣商 20業所를 設問調査하였다. 調査期間은 1988

年 9月부터 1989年 3月까지이다.

2. 分析方法

蒐集·委託商과 都賣商에 對한 市場構造分析은 集中指數²⁰⁾를 利用하여 市場構造와 市場規模의 分布에 對하여 살펴보았다.

流通經路, 流通마진, 流通物量은 事例調査를 實施하여 流通段階別, 販賣處別로 分析하였다.

蒐集된 資料中 各種費用은 自家勞動을 包含하지 않은 經營費用으로 分析하였으며, 1989年 4月을 基準하여 年 10%의 復利利率을 加算適用하였다.

都賣價格¹⁷⁾은 算術平均으로 分析하고 月別指數는 蒐集된 都·小賣價格의 時係列資料를 利用하여 移動平均法²⁰⁾에 依한 價格指數를 算出하였다.

結果 및 考察

1. 호도의 生産現況

全國의 호도 生産量은 Table 1에서 보는 바와 같이 1982년에 以해 1987년에는 2.4倍가 增加해 年平均 19.6%의 成長率을 보이고 있으나, 天原郡의 호도 生産量은 1982년에 76,082kg, 1984년에 90,893kg으로 最高值에 到達하였다가 1987년에 67,372kg으로 減少하여 이 期間中 -2.4%의 成長率을 보이고 있다.

忠南地域의 成長率도 9.4%로 높은 편이나 이러한 生産量의 增加는 價格에 相當한 影響을 미치는 要因으로, 現在까지는 生産된 호도의 大部分이 國內自給되었으나, 앞으로 生産量 增加와 輸入은 호도의 價格下落과 林業農家の 所得原에 큰 影響을

Table 1. Walnut production by year.

Classification	1982	1983	1984	1985	1986	1987	Growth rate
Whole country (A)	396,417 (100)	444,786 (112)	650,258 (164)	705,898 (178)	879,225 (222)	972,430 (245)	19.6
Chungnam (B)	149,624 (100)	172,868 (116)	236,188 (158)	230,668 (154)	172,236 (115)	234,173 (157)	9.4
Cheonwongun (C)	76,082 (100)	72,833 (96)	90,893 (119)	85,552 (112)	64,747 (85)	67,372 (89)	-2.4
C/A (%)	19.19	16.37	13.98	12.12	7.36	6.93	-
C/B (%)	50.85	42.13	38.48	37.09	37.59	28.77	-

Unit : Kg

資料 : 農林水産 統計年報 1988
 忠清南道 統計年報 1988
 註 : ()은 1982年 生産量 基準

Table 2. Farm income ratio of forest products in main producing regions.

Classification	Chestnut		Walnut		Jujube		Pine nut		Pine mushroom	Oak mushroom
	Kongju	Kwangyang	Cheonwon	Kongju	Yeongweol	Kyeongsan	Kapyeong	Pocheon	Ponghwa	Sangju
Region Ratio	38.0	40.0	35.7	28.7	21.3	68.0	28.8	55.7	18.6	67.0

資料 : 韓國農村經濟研究院 研究報告 184, 1988

미칠 것으로 생각된다.

天原郡地域의 林産物 所得比重은 Table 2에서 알 수 있는 것과 같이 35.7%로, 本 研究의 29.3%보다 높게 나타나 있다.

林産物의 主産團地는 大都市에서 比較的 먼 地域들로서, 輸送上의 問題로 因해 中間商人들의 參與로 生産者의 位置가 惡化됨으로서 價格決定에 不利한 立場이 된다.

따라서 生産者와 消費者를 爲한 常設都賣市場의 設立과 山林組合 等 系統組織의 流通參與가 必要하다.

2. 市場形態 및 市場構造

가. 市場形態

市場은 產地市場, 蒐集·分散市場, 消費市場으로 區別할 수 있는데 產地市場의 販賣方法은 Table 3에서 보는 바와 같이 個別出荷가 89.58%이고 山林組合과 農協을 통한 系統出荷가 10.42%로 나타났다. 또한 個別出荷中 庭田販賣가 77.20%로 나타나고 市場販賣가 12.38%로 차지하고 있으며 共同出荷나 契約出荷는 없는 것으로 나타났다.

蒐集商들은 庭田販賣에서 蒐集된 호도를 都·小賣商들에게 搬出하는 分散(Dispersion)機能을 擔當하며 또한 價格下落의 危險負擔(Risk-bearing)者이며, 호도 生産農家에 對한 市場情報(Market-ing-information) 提供者로서의 役割도 遂行하고 있다.

消費市場의 都賣商과 小賣商은 販賣(Selling)와 貯藏(Storage) 機能을 擔當하고 있다.

나. 市場構造

市場構造는 企業體數와 規模에 따라 完全競爭市場, 獨占市場, 獨占的 競爭市場, 寡占市場 等이 있으며⁹⁾ 規模와 構造를 測定하는 數量的 指數로는 GR3(上位 3企業 集中率指數), HI(Herfindahl Index), EI(Entropy Index), REI(Relative Entrophy Index), GI(Gini Index)²⁰⁾ 等의 方法이 있고 그 公式은 다음과 같다.

- 1) CR3(上位 3企業 集中率指數)

$$CR3 = \sum_{i=1}^3 S_i$$

단, CR3 : 集中率 Si : 占有率

- 2) HI(Herfindahl Index)

$$HI = \sum_{i=1}^n (S_i)^2 \quad \text{단, } 1/N \leq H < 1$$

- 3) EI(Entropy Index)

$$EI = \sum_{i=1}^n S_i \log^{51}$$

단, $0 < E < \log_2^n$

- 4) REI(Relative Entropy Index)

$$REI = E / \log_2^n \quad \text{단, } 0 < RE < 1$$

- 5) GI(Gini Index) $GI = [1/2(1+n) - \sum i \cdot si] / (n/2)$

단, $0 < G < 1$

위와 같은 方法으로 各 指數를 求한 結果는

Table 3. Selling method

Unit : Kg

Total	Individual selling			Institutional selling		
	Subtotal	At home	To market	Subtotal	Forest owner association	Agri cooperation
26,100	23,380	20,149	3,231	2,720	806	1,914
(100)	(89.58)	(77.20)	(12.38)	(10.42)	(3.09)	(7.33)

資料 : 現地調査, 1988, 9-1989, 3

註 : ()은 %임

Table 4. Cocentration indexes of assembler-commissioners and wholesalers.

Classification	CR3	HI	EI	REI	GI
Assembler-commissioners	0.8626	0.3902	1.7717	0.4942	0.5287
Wholesalers	0.4213	0.0994	3.4846	0.9417	0.0292

資料: 現地調査 1988, 9- 1989, 3

Table 4와 같다.

市場構造는 上位 1個業所의 占有率 즉 CR₁이 0.8보다 크면 獨占市場, CR₂>0.8이면 復占市場, CR₃>0.6이면 寡占市場으로 區分하고 그 以下이면 競爭的 市場構造라 할 수 있는데, 蒐集·委託商의 경우에는 寡占形態의 市場構造라 할 수 있고 都賣商의 指數는 0.4보다 작아 競爭的 市場構造라 할 수 있다.

또한 HI는 各業所 占有率의 加重平均値로 上位業所의 占有率 比重을 더욱 強調한 것으로 經濟學的으로 매우 重要한 意味를 가지는데, 蒐集·委託商은 指數가 1/12(0.0833)보다 매우 큰 0.3902로 市場의 構造가 均等치 못함을 나타내고 있고, 都賣商은 1/13(0.0769)와 비슷한 0.0994로 市場의 分布가 均等함을 보여주고 있다. EI는 各業體間 競爭度를 測定하려는 것으로 蒐集·委託商은 指數가 1.7717로 獨占도가 매우 높으며 都賣商의 指數

는 3.4846으로 獨占도가 낮은 完全競爭的 市場構造를 나타내고 있다. REI도 EI와 같은 意味를 가지는 것으로 解析上 指數가 1이 넘는 경우의 어려움을 解消하기 爲하여 使用된다. GI는 所得分配의 不均等도를 測定하려는 Lorenz曲線에서 導出하여 그 指數가 1이면 完全均等임을 나타낸다.

各 指數에서 蒐集·委託商의 市場占有率이 매우 높고 市場構造에서도 不均等함을 나타내고 있다.

3. 流通經路 및 販賣處 選擇動機

가. 流通經路

호도의 主流通經路는 Fig.1에서 보는 바와 같이 蒐集商(77.2)→販賣商(73.92)→小賣商(57.34)→消費者(96.91)로 나타났으며 5日市場이나 山林組合, 農協 等の 系統出荷率이 낮게 나타났다.

系統出荷比는 金¹⁰⁾의 研究에 依하면 1973년에 18.0%, 1975년에 20.6%, 1978년에 24.8%로 增加趨勢를 보였으나, 호도의 系統出荷比는 10.42%로 낮은 편이고 蒐集商 販賣에 對한 比率 77.2%는 趙³⁾의 研究中 포도(53.6%)와 마늘(45.1%)보다도 높은 편이고 5日市場의 利用은 大部分의 食糧作物類가 25%에서 60%로 호도의 1.75%보다 매우 높은 편이다. 따라서 金⁹⁾의 研究과 本 研究

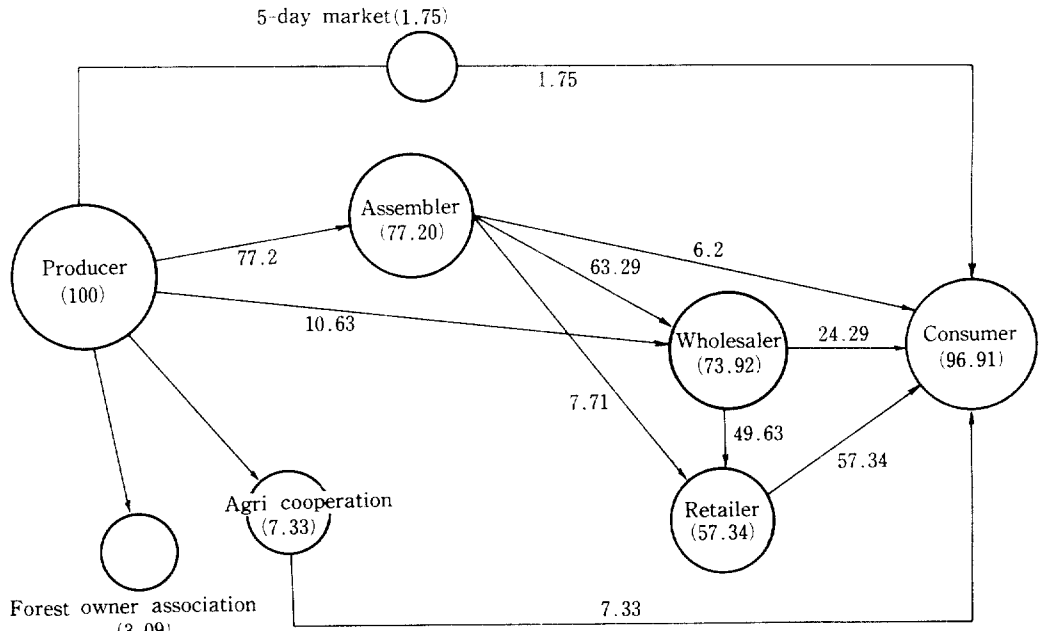


Fig. 1. Marketing channel of walnut.

資料: 現地調査 1988, 9-1989, 3

註: () 내는 流通經路別 比重(%)임

Table 5. Outlets and choice incentives of walnut production farmers

Unit : Household

Outlets	Incentives Higher price	Reducing risk	Convenience	custom	Small quantities	Following neighbors	Others	Total
Commissioner-assemblers(%)	1	3	18	6	8	4	0	40
5-Day-market (%)	2.50	7.50	15.00	15.00	20.00	10.00	0	100
Agri cooperation (%)	2	1	1	0	0	1	0	5
Forest owner association (%)	40.00	20.00	20.00	0	0	20.00	0	100
Wholesalers (%)	2	0	2	0	0	0	2	6
Average (%)	33.33	0	33.33	0	0	0	33.33	100
	1	2	2	0	0	0	0	5
	20.00	40.00	40.00	0	0	0	0	100
	3	0	0	0	0	0	0	3
	100.00	0	0	0	0	0	0	100
	9	6	23	6	5	2	2	59
	15.25	10.17	38.99	10.17	8.47	3.39	3.39	100

資料 : 現地調査 1988, 9-1989, 3

의 流通마진 調査에서와 같이 流通段階를 縮小하는 것이 바람직할 것이다.

나. 販賣處 選擇動機

全體 59農家中 蒐集·委託商, 5日市場, 農協, 山林組合, 都賣商을 販賣處로 選擇한 農家가 各各 40戶, 5戶, 6戶, 5戶, 3戶로 나타났다.

또한 全體農家の 販賣處 選擇動機中 便利함이 38.99%로 가장 많고, 낮은 價格이 15.25%, 적은 物量이 13.56%로 나타났다. 蒐集·委託商을 選擇한 動機는 便利함이 45.00%로 가장 많고 적은 物量이 20%를 차지하고 있으나 높은 價格은 全體平均 15.25%보다 낮은 2.50%로 蒐集·委託商을 販賣處로 選擇하면 비록 價格은 낮게 되지만 庭田販賣의 이로움이 作用하기 때문이라고 생각한다.

4. 流通마진

流通마진이라 함은 消費者 支拂價格과 農家收取價格과의 差額을 말하는데 本 調査에서는 事例調

査⁷⁾를 實施하여 流通마진을 計算한 結果는 Table 6과 같다.

Table 6에서 蒐集·委託商經路의 農家收取率은 54.93%(140,680/256,120원)이며 農協經路의 農家收取率은 84.58%(152,500/180,300원)으로 農協經路의 農家收取率이 蒐集·委託商經路의 受取率보다 매우 높다. 그 原因은 兩經路間의 農家販賣價格의 差異보다 消費者支拂價格의 差異가 더욱 크게 나타나기 때문이다. 農家收取率은 許⁷⁾가 究명한 食品의 農家收取率 32.0%보다 매우 높게 나타나 있는데, 이는 호도가 一般 食品類에 비해 貯藏性이 높고 減耗率이 낮기 때문이라고 생각된다.

또한 蒐集·委託商經路의 全體마진율은 45.07%로 이중 蒐集·委託商 5.58%, 都賣商 2.79%, 小賣商 36.7%로 各各 나타나, 小賣段階의 流通마진이 매우 높은 것을 알 수 있으며 主要 樹實 및 果實의 流通마진을 보면 Table 7과 같다.

Table 6과 Table 7에서 호도의 蒐集段階마진은

Table 6. Marketing margin of walnut

Unit : Won, %

Classification	Cost	Profit	Sale price	Margin	Margin rate
Walnut producer ¹⁾	55,710	84,970	140,680	-	-
Assembler-commissioners	9,800	4,490	154,960	14,290	5.58
Wholesalers	1,660	5,500	162,120	7,160	2.79
Retailer	2,540	91,460	256,120	94,000	36.70
Walnut producer ²⁾	54,610	97,890	152,500	-	-
Agri cooperation	8,300	20,000	180,300	20,000	11.09

資料 : 現地調査 1988, 9-1989, 3

註 : 1) ¹⁾은 蒐集·委託商 經路

²⁾은 農協經路

2) 費用, 利益, 販賣價는 알호도 45Kg당

3) 蒐集, 委託商, 都賣商, 小賣商의 마진율은 全體마진을 45.07%에 대한 構成比

Table 7. Marketing margin of major nuts and fruits.

Unit : %					
Classification	Chestnut	Jujube	Pine nuts	Apple	Pear
Farmer's share	64.1	62.3	59.3	69.9	52.5
Margin ratio	35.9	37.7	40.7	30.1	47.5
Assemble stage	6.0	6.7	12.9	17.3	14.2
Wholesale stage	7.1	11.1	7.1	2.0	3.3
Retail stage	22.8	19.9	20.7	10.8	30.0

資料 : 韓國農村經濟研究院, 研究報告 184, 1988
 農協中央會 調查資料 79-第12輯, 1979

5.58%, 사과 17.3%, 배 14.2% 보다는 매우 낮고 都賣商 2.79%는 사과 2.0% 배 3.3%와 비슷하고 대추 11.1%보다 낮으나全體마진 45.07%는 배 30.0%보다 매우 높은 實情이다.

5. 流通助成機能

流通情報은 身體의 神經組織과 比較될 수 있는 重要한 要因으로 農家의 市場交涉力을 增大시키고, 市場費用을 引下시킬 수 있는 要因이지만 林産物의 流通情報을 취급하는 專門機關도 不足하고 資料도 貧弱한 實情이다.

Table 8에서 農家의 流通情報의 蒐集處는 이웃이 57.7%로 가장 많고 蒐集·委託商이 30.5%, 經驗 및 判斷이 10.1%로 나타나 組合刊行物, 放送媒體, 新聞 등에 依한 流通情報의 蒐集이 없고 流通情報의 內容도 產地價格 66.2%, 都賣價格 16.9%, 前日價格 16.9%로 日氣豫報, 小賣價格, 植栽面積 및 生産量 등에 對한 內容이 없는 것으로 나타났다. 特히 小賣價格에 對한 情報의 不足으로 販賣價格에 不利하며, 小賣價格은 알고 있더라도 生産規模가 작고 消費市場까지의 거리가 멀고 輸送手段이 貧弱하여 消費者에게 直接販賣가 어렵다.

去來單位와 品質規格도 매우 複雜하고 地域間의 單位表示도 다르게 되어 있어 流通效率을 提高시키기 爲하여서는 이러한 單位의 公示化가 必要하다.

Table 8. Sources of marketing information.

Classification	Neighbor	Experience & judgment	Assembler & commissioners	Others
Reply number	34	6	18	1
%	57.7	10.1	30.5	1.7

資料 : 現地調査 1988, 9-1989, 3

去來單位도 부피單位가 37.6%로 가장 많이 쓰이고 重量單位가 33.6%, 數量單位 27.3%, 金額單位 1.6%로 나타나 있고 부피單位에서도 가마니, 말, 되, 包裝 등의 使用이 있으며 重量單位에서는 貫, 斤, kg, 數量單位는 疋, 個로 使用되며 이러한 細部內容中 個單位가 27.3%이며 되가 23.6% 斤이 20.4%의 順으로 되어 있다.

또한 kg의 말에 對한 基準도 4.2kg, 4.5kg, 3.75kg(1貫) 등 生産者로부터 消費者에게 이르는 동안 相當한 差異를 보이고 있어 統一된 去來單位의 使用이 必要하다.

6. 流通物量

販賣時期는 農家收取價格을 決定하게 되므로 매우 重要한 要因이라 할 수 있으며 Table 9에서 보는 바와 같이 農家は 10月, 11月, 12月, 1月, 2월에 經濟의 事情으로 因한 窮乏販賣로 洪水出荷되어 Fig. 2에서 보는 바와 같이 10月-2월에 價格이 下落되고 3月, 4月, 5월의 價格이 上昇되고 있다.

蒐集·委託商, 都賣商, 小賣商도 上位 3個月의 購買率은 各各 77.81%, 74.28%, 68.85%이며 販賣率은 各各 65.80%, 67.20%, 54.09%로 매우 높게 나타나 있고 3月現在까지의 販賣率은 農家 99.80%, 蒐集·委託商 83.43%, 都賣商 90.56%, 小賣商 72.42%로 호도의 貯藏性에 比해 流通期間은 짧은 것으로 나타났으며 호도는 季節的인 商品이라 할 수 있으므로 價格分析과 關聯하여 다시 살펴보기로 한다.

7. 價格分析

價格分析은 첫째, 商品의 品質에 따른 價格差異를 究明하는 側面, 둘째 空間的 價格關係의 分析,

Table 9. Ratio of walnut purchase and sales by month

Year	Month	Producer		Assembler-commissioner		Wholesaler		Retailer	
		Selling ratio	Purchase ratio	Selling ratio	Purchase ratio	Selling ratio	Purchase ratio	Selling ratio	Purchase ratio
1988	9	0.58 (0.58)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
1988	10	6.40 (6.41)	5.21 (6.75)	4.32 (5.5)	4.40 (5.95)	4.36 (5.90)	4.50 (7.85)	3.72 (6.49)	
1988	11	12.83 (12.86)	9.44 (12.23)	8.40 (11.46)	8.47 (11.46)	8.35 (11.30)	8.63 (15.05)	6.28 (10.95)	
1988	12	44.38 (44.47)	35.03 (45.37)	19.84 (25.70)	13.06 (17.67)	13.11 (17.74)	9.21 (16.06)	7.65 (13.34)	
1989	1	18.42 (18.46)	13.87 (17.97)	22.56 (29.22)	29.07 (39.32)	15.32 (20.73)	12.77 (22.27)	8.40 (14.65)	
1989	2	14.09 (14.12)	11.17 (14.47)	7.04 (9.12)	12.78 (17.29)	21.24 (28.73)	17.50 (30.52)	9.23 (26.10)	
1989	3	3.10 (3.10)	2.48 (3.01)	2.32 (3.01)	6.14 (8.31)	4.55 (6.16)	4.73 (8.25)	3.62 (6.31)	
Total		99.80 (100)	77.20 (100)	64.48 (83.43)	73.92 (100)	66.93 (90.56)	57.34 (100)	38.90 (72.42)	

資料 : 現地調査 1988, 9-1989, 3

註1) 販賣率은 全體購買率에 對한 各月의 販賣率임.

()안의 販賣比率은 1988年 9月-1989年 3月의 全體購買比率에 對한 各月의 購買 및 販賣比率임

2) 各月에서 購買量보다 販賣量이 많은 것은 前月에서 移越된 것임

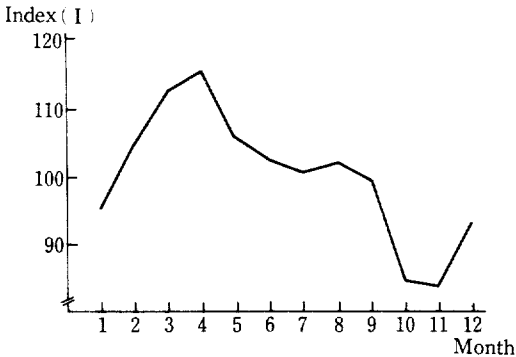


Fig. 2. Seasonal variable index of walnut wholesale price.

셋째 時間的 價格變動을 다루는 側面, 넷째 價格差別化의 價格動向分析 等의 네가지가 있고, 前者의 세가지 方法은 完全競爭市場을 設定하여 同一한 商品에 對하여 分析하는 것이고 넷째의 方法은 不完全競爭市場에서 價格이 形成되는 側面을 다루는 것이다.¹⁹⁾

Fig. 2에서 都賣價格 時系列 資料¹⁷⁾를 利用하여 12個月 移動平均法⁴⁾으로 價格指數를 計算한 結果, 호도가 生産되어 主로 販賣되는 10月, 11月, 12月, 1月이 比較的 낮고, 2月, 3月, 4月, 5月이 높게 나타났으며 9月과 10月의 差異가 큰 것을 알 수 있다.

이는 一般 農産物의 價格變動패턴인 收穫時期 直前に 가장 높게 나타나는 것과는 相異하게 나타났다.

最高價格 形式期는 4月로 指數는 115.74이며 最低價格은 11월로 指數는 83.63으로 11月과 4月의 價格振幅은 32.11로 이는 金¹¹⁾의 畜産物 價格振幅 中 소 13.1, 돼지 9.7보다 높은 편이나 사과, 굴 및 야채류 價格振幅 30~60보다는 比較的 낮게 나타났다.

Table 9과 Fig. 2에서 出荷가 거의 끝난 4月의 價格變動指數가 가장 높게 나타나는 것은 經濟的 事情에 依한 11月, 12月, 1月의 洪水出荷와 窮乏 販賣라고 할 수 있으며, 이를 解消하기 爲하여 先 貸資金을 支拂하거나 貯藏 等を 通하여 4月 以後에 販賣로 誘導하여 價格의 安定과 農家收取率을 提高할 수 있는 方法의 摸索이 必要하다.

引用 文 獻

1. Allen, G.R. 1959. Agricultural Marketing Polices Oxford Basil Blackwell. :109.
2. 白宗熙. 1980. 農水産 食品의 마케팅 빌 測定 農村經濟. 第3卷 第3號. :73-74.
3. 趙炳贊. 1981. 主要農産物의 產地市場構造에

- 關於 研究 東國大學校 經營管理研究所, 經營經濟 論叢, :165.
4. 崔鐘碩外 4人, 1986. 統計學 概論, 正益社, :488.
 5. 大韓商工會議所, 1987. 主要生必品の 去來單位 實態報告.
 6. 韓國農村經濟研究院, 1988. 林產物 流通改善 및 價格安定에 關於 研究 研究報告 184 : 1-64.
 7. 許吉行, 1985. 農水產物 流通마진 調查方法의 體系化 農村經濟, 第8卷 第4號, :113-116.
 8. 丁炳然, 1981. 現代 微視 經濟學 博英社.
 9. 金喆鎬, 1984. 農產物 流通體系의 改善方向, 農業政策研究 11卷 1號, :73.
 10. 金福守, 1979. 農產物流通 構造에 關於 考察 釜山大學校 論集 第41輯, :40.
 11. _____, 1980. 農產物流通 構造에 關於 考察 (其二) 釜山大學校 論集, 第42輯, :115.
 12. _____, 1984. 農產物 流通마진에 關於 小考 釜山大學校 產業 開發 研究所, 第3卷 1號, : 27.
 13. Kohls, R.L. 1961. Toward a more meaningful concept of marketing efficiency Jour of Farm Econ. fed. :8-9.
 14. 農林水產部, 1988. 調查結果報告, 農家經濟主要指標, :74-82.
 15. 山本修, 1974. 農產物 流通의 近代化と 消費者 現代農產物 流通論, 第6卷, :239.
 16. 山林廳, 1978(1979-1988). 第2次 治山綠化 10 個年 計劃要約.
 17. 山林組合中央會, 1985. 7-1989. 6. 산림, 樹實 및 버섯의 價格動向.
 18. 成培永, 1979. 經濟成長과 農產物 流通 改善 農村經濟, 第1卷 第23號, : p.6.
 19. 成培永, 1982. 農產物 流通經濟, 韓國農村經濟研究院, :84-111.
 20. 尹暢皓·李奎億, 1985. 產業 組織論, 法文社.