



품목별 농산물 포장화 문제점과 대응책 배추포장화 활성화에 대한 제언

전국산지유통인중앙연합회
부회장 최병선

(목)	(차)
1. 농산물 포장화의 당위성	
2. 포장배추 시범사업이 미진했던 요인분석	
3. 배추포장 활성화에 대한 제언	
4. 장·단기 추진과제	

1. 농산물 포장화의 당위성

오늘날 우리 농산물 생산은 시장판매를 목표로하는 상업적 영농구조로 전환되면서 집중화, 전문화, 규모화되고 있다. 생산과 소비의 연결고리는 바로 유통부문이다. 그러나 우리나라의 현 농산물 유통구조에서는 물류비용이 너무 과다하게 소요된다. 따라서 과다한 물류비용을 개선해야 하며, 이는 포장을 통한 상·하차 하역 기계화가 필수적이고 제품의 표준화, 규격화가 전제되어야 한다. 또한 도매시장의 농산물 쓰레기 처리 문제에 있어서도 농산물 포장화는 필수적이다. 공영도매시장에서 발생하는 쓰레기는 그 처리비용이 유통 비용을 가중시키는 주요 요인으로 작용하며, 여름철에는 쓰레기의 부패로 인한 악취등 유해환경을 조성하고 있어 깨끗한 시장환경을 조성하기 위해서라도 포장화

는 반드시 이루어져야 한다. 농산물 전품목의 포장화가 조기에 정착되어야 하는 이유를 구체적으로 들어보면

첫째, 물류체계 개선을 위해서이다.

○ 물류체계 개선을 위해서는 상품의 규격화 및 표준화가 선행되어야 하며, 파렛트를 이용한 상·하차 하역 기계화가 되면 도매시장내의 차상경매가 없어지고 수송차량의 회전율이 높아져 운임이 절감되어, 고비용 유통구조를 개선할 수 있다.

둘째, 투명한 거래를 위해서이다.

○ 산물(BULK)상태로의 출하는 산지에서 수량을 정확히 계수하여 적재(상차)하기가 어렵고, 도매시장내에서도 차량단위로 경매되기 때문에 정확한 수량을 파악하기가 힘들고 농가의 수취가격을 보장할 수 없다.

○ 산물로 경매된 배추는 중도매인의 다듬기 또는 포장화 등 재작업 과정을 거쳐 고가의 상품으로 둔갑하여 소비자에게 경매가의 적정 이윤보다 엄청난 폭리를 취하게 된다.

셋째, 깨끗한 환경을 위해서이다.

○ 한마디로 도매시장은 쓰레기의 대란이다. 예를 들면 서울 가락시장의 쓰레기중 60% 이상이 배추에서 발생되며 여름철에는 발생된 쓰레기의 부패로 악취가 나서 항상 인근 주민들의 민원의 대상이 된다.

○ 배추 쓰레기는 생산지에서는 퇴비로 이용 가능하나,

〈 표-1〉 청과도매시장 법인별 쓰레기량(1996)

(단위 : 톤)

구분	계	서울	농협(공)	중앙	동화	한국	대아	
쓰레기 발생량	110,007	14,179	8,647	7,455	12,185	23,290	44,251	
배추 쓰레기	발생량	84,337	11,907	4,377	2,577	7,172	15,312	42,992
	일평균	253	36	13	13	22	46	129
	점유율(%)	77	84	51	51	59	66	91

자료 : 서울특별시 농수산물도매시장 관리공사

도시에서는 처치 곤란한 공해의 요인이 된다.

넷째, 신선하고 깨끗한 상품의 보존을 위해서이다.

○ 포장 배추는 산지에서 다듬기 작업을 하는데 배추의 겉잎을 2 ~ 3장 제거한후 포장 출하하기 때문에 선도가 유지되지만, 산물(BULK)은 흠먼지가 있는 상태로 싣고 오기 때문에 상품성이 저하되고 이를 보완하기 위해 도매시장에서 다듬기 작업을 행하게 된다.

○ 산지에서 도매시장으로 배추를 수송하는 과정에서 BULK 상태는 상품의 부패 및 변질이 심하여 상품 감모율이 크다.

○ 경매가 된 물건을 속박이 및 썩었다는 이유를 들어 중도매인의 가격조정 요청이 오면 가격이 재조정되는 경우가 많다.

2. 포장배추 시범사업이 미진했던 요인분석

포장배추 시범사업이 미진했던 부분은 여러가지 상황이 겹쳐 있지만, 주요인은 정책을 입안하였으면 강력한 시행이 뒤따라야 함에도 불구하고 실행 의지가 부족하여 호지부지했던 것이다. 그러나 가장 주된 요인을 살펴보면 가격지지도 문제가 제기되면서 산물과 대비하여 큰 가격차이를 극복하지 못했다는 점이다. 현 상태의 유통체계로는 배추포장에 대한 유통인들의 인지가 부족하고 시장내 포장화된 농산물의 물류체계 시설이 마련되지 못해 제 부분에 대한 정비와 여건 조성이 긴급하다. 포장배추 시범사업이 미진했던 주요 요인을 분석하면 아래와 같이 정리된다.

첫째, 가격 지지도 문제

○ 포장배추의 가격 형성이 안되는 주요인은 거래의 투명성으로 인하여 산물보다 마진율이 현저히 떨어지기 때문이다.

○ 슈퍼마켓이나 소형 유통점이 배추를 구매 할 때는 경매 과정을 참관후 배추를 구입하는 경우가 대부분이다.

포장 배추는 한 차가 경매될시 박스단위로 경매되며, 산물은 차단위로 경매가 이루어 진다.

이때 포장배추는 박스당 가격이 드러나 있기 때문에 무리한 마진을 취할 수 없게된다.

둘째, 손실 보전금 문제

○ 포장배추의 경매가격이 산물보다 떨어질 때는 그 손실비용을 정부가 주도하여 법인 또는 협회에서 포장화가 정착될 때 까지는 보전 처리 해 주어야 한다.

셋째, 박스 자부담 및 홍보부족 문제

○ '97년 7월 15일 이후 출하하는 포장배추는 모두 자부담금이 발생되어 출하주의 부담으로 전가되나

○ 포장배추가 소비자에게 어필할 수 있는 홍보가 미흡하고 "포장배추 홍보를 위한 대내외 프로그램"이 부족하다.

○ 포장배추는 가락동 도매시장의 하역업무 개선 시작의 첫발이므로 소비자들뿐만 아니라 생산자, 시장내 유통인들에 대한 홍보 또한 필요하다.

따라서 각 대상층에 맞는 단발성 이벤트와 지속적인 캠페인 전개를 결합시켜 방송사와 언론사의 적극적인 협조를 얻

포장배추/산물배추 일 시세표
(97년 4월 21일 ~ 97년 4월 29일)

(단위 : 원)

날짜	배추	포장배추 (10kg)			물배추 (600)
		수량	단가	금액	금액
97-04-21		3,300	700	2,310,000	2,500,000
97-04-22		2,500	680	1,700,000	2,500,000
97-04-23		2,800	670	1,675,000	2,250,000
97-04-24		2,500	670	1,675,000	2,200,000
97-04-25		2,200	700	1,540,000	2,350,000
97-04-28		2,000	720	1,440,000	2,050,000
97-04-29		2,150	553	1,188,950	2,250,000
평 균		2,493	672	1,679,707	2,300,000

자료 : 서울청과, 대아청과 (최고가격 기준임)

어 배추포장화 중요성을 홍보해야 한다.

3. 배추포장 활성화에 대한 제언

배추포장화의 활성화를 위해서는 물류체계 개선으로 유통 비용 절감 등을 통해 우리 농산물의 가격 경쟁력을 확보하기 위한 농민, 유통인, 소비자들의 인식 전환이 전제되어야 하며 이러한 의지를 뒷받침하고 선도할 수 있는 정책 지원 등이 요구된다.

첫째, 산물 도매시장 반입금지

○ 벌크(산물)상대인 배추는 공영 도매시장내에 반입을 금지하는 강제조항을 적용하여야만 포장배추가 활성화될 수 있을 것으로 기대된다.

포장 출하가 되면 가격지지가 가능 할 것이며, 투명한 거래가 될 것이다. 또한 도매시장내 쓰레기가 감소하여 청결한 시장 환경이 조성 될 것이다.

둘째, 공 박스 관리창고 신설

○ 산지별로 박스 관리창고를 신설하여 회원이 작업할 수 만큼 인출하여 사용할 수 있도록 해야하며, 창고를 건축하는데 소요되는 비용은 정부에서 최대한 지원하거나 저리로 용자 해줘야 한다.

○ 포장 배추를 조기에 정착시키고 활성화하려면 출하주 및 농민에게 포장재 비용을 확대 지원하여야 한다.

셋째, 출하 실명제 시행

○ 현재 도매법인은 별도 출하약정을 맺지않은 출하주에 대하여는 관리가 이루어지지 않고 있는데 약정을 체결하지 않더라도 출하주가 누구인지 (수집상, 농민, 기타) 명확히 구분하여 관리될 필요가 있으며 이로인해 발생하는 모든 실적 및 세금이 투명해질 수 있도록 해야한다.

넷째, 포장배추 우수 출하자에게 우대혜택

○ 포장출하 실적에따라 유통공사 또는 법인에서 취급하는 출하장려금 및 선도 자금을 우선적으로 지원해 주어야 한다.

다섯째, 출하 예약제 실시

○ 도매시장의 가격형성은 그날의 물동량이 좌우한다고 표현해도 과언이 아닐만큼 물동량이 변화한다. 도매법인은 출하 예약제를 실시하여 적정 물동량으로 농가 수취가격을 보장 해 주어야 한다.

여섯째, 가격산정 위원회를 두어 손실보전금 지원

○ 포장배추는 수량 및 마진율이 뺏히기 때문에 중도매인의 가격지지도가 미약하고 담합 경매가 이루어질 수 있기 때문에 관련기관과 협의하여 가격산정 위원회를 두어 이를 방지하여야 한다.

○ 포장배추의 경매가격이 산물보다 떨어질 때는 그 손실 비용을 정부가 주도하여 법인 또는 협회에서 포장화가 정착 될 때 까지는 보전 처리 해 주어야 한다.

일곱째, 도매시장 관리공사의 관리강화

○ 포장화를 정착시키기 위해서는 (그동안 실행이 제대로 이루어지지 못했던 도매시장내에서 다듬기 금지 및 쓰레기 종량 제도) 입안된 정책을 일관성있고 강력하게 시행해야 한다.

4. 장 · 단기 추진과제

배추 비포장등 포장화를 비롯한 농산물 유통체계의 발전을 위해서는 장 · 단기적인 계획 수립 및 이의 실천이 매우 중요하다.

첫째, 전국 공영 도매시장의 현대화

○ 도매시장의 콜드체인(Cold Chain) 및 비가림 시설 등을 확충 하여야 한다.

○ 신속 정확한 유통 정보망의 확보로 예약출하 제도를 도입하여 수급 안정을 도모해야 한다.

○ 대량 출하품 및 규격출하품에 대한 우대제도를 도입하여 대량출하와 표준규격 출하를 유도하며

○ 타 지역 도매법인간 전송제도를 허용해야 한다.

○ 포장화 시행에 따라 하차 및 상차에 대한 부분도 기계화를 병행하여 추진하고 하차 경매를 실시 하여야 한다.

○ 일부 도매법인은 아직도 포장 배추에 대해서도 경매시 차단위로 하고 있는데 이는 상자 단위 경매로(상자당 가격 결정) 전환되어야 한다.

○ 거래 형태의 전환에 따른 유통주체간에 적극적인 동참과 수행 태세 완비요구와 이에 대한 적극적인 홍보가 필요하며

특히, 관리공사에서의 시장내 유통주체들간의 업무 조정과 콜드체인 업체와의 협조가 필요하다.

둘째, 전산화

○ 산지에서부터 단말기(수송 차량에 부착)를 이용하여 송장을 입력하고 송장은 도매법인 전산실과 연결하여 경매 시까지 모두 전산으로 처리될 수 있도록 하므로써, 거래의 투명성 및 정보구축을 통해 가격안정화를 도모한다.

셋째, 채소류 전문 포장센터 설립

○ 채소류 전문 포장센터를 설립하여 향후 배추의 등급별 포장화를 통한 상품성 제고 및 공동출하를 통한 브랜드화로 경쟁력을 제고 시킨다.

○ 전문 포장센터는 상품 출하 조절이 가능하며 물류체계 개선과

○ 유통 과정에서의 상품 보전이 용이하여 상품 감모율 저하 및 수취가격 향상, 가격 안정과 상품성 제고를 통한 소비자보호가 가능할 것이다.

本誌『골板紙包裝·物流』5대 캠페인

- ① 일등국민 덕목함양운동
- ② 포장·물류산업 세계화 운동
- ③ 좌측통행 준법운동
- ④ 농촌 되살리기 운동
- ⑤ 나무·물·공기 청정화 운동