

농산물직거래 활성화를 통한 농민의 소득증대 방안

김남선 * · 이창수 * *

* 대구대 지역사회개발학과 · **충남전문대 지역사회개발학과

A Study on Increasing Farmers' Income through Direct Trade of Agricultural Products between Urban and Rural

Kim Nam Shun * · Lee Chang Soo * *

* Dept. of Community Development, Taegu University

** Dept. of Community Development, Chungnam Junior College

ABSTRACT

The objectives of this study are to 1)research the importance of direct trade of agricultural products between farmers and consumers, 2)invest the trade process of agricultural products, 3)survey the patterns of direct trade of agricultural products, 4)find out the situations of direct trade of agricultural products, 5)suggest the directions to improve the direct trade of agricultural products.

The data were collected from Taegu city, Taechun city and Kyungsang poog do for this study.

The major findings of this study to improve the direct trade of agricultural products between urban and rural are as follows:

First, it is very important that producers and consumers have common sense to the direct trade between urban and rural. Second, local government related the trade of agricultural products should positively take parts in the direct trade of agricultural products between producers and consumers in administration and finance. Thirth, non-profit organizations above other organizations in urban and rural must lead the direct trade of agricultural products between urban and rural. Fourth, the markets for direct trade of agricultural products are to be opened according to basing on consumers' needs to agricultural products. Fifth, the engaged farmings between producers and consumers are to be more positive by significant relationship(promised brothers and sisters) between rural and urban. Sixth, people who moved to urban from rural should be finded out in each community(in rural), they can buy the agricultural products in the community that they were born. Seventh, The communities in rural must produce the specific agricultural products in each community.

I. 서론

개방화시대를 맞이하여 우리나라 농촌사회는 급격히 변하고 있으며 또한 변화를 강요받고 있다. 전통적으로 농촌은 국민의 식량인 농산물 종산에 가장 관심을 두게 되었으며 농업정책도 농민으로 하여금 식량증산에 모든 노력을 기울리도록 하는 것이었다.

그러한 정책은 60년대, 70년대를 통하여 꾸준히 전개되었다. 그러나 80년대부터 우리사회는 먹는 것에서부터 삶을 즐기는 즉 여가를 선용하는 시대로 접어들게 되어 국민의 의식구조도 자연히 삶의 질적 개선에 관심을 가지게 되었다.

그러나 아직까지 우리나라 농업정책은 농촌을 농산물의 생산기지로만 인식하고 있기 때문에 전체사회 변화와는 매우 격리된 정책이 농촌현장에서 이루어지고 있다. 그것은 곧 농산물과잉 생산으로 농산물 가격폭락과 아울러 이농현상을 촉진시켜 농촌을 더욱 황폐화시키고 있다.

특히 농촌문제는 농촌 자체만의 문제가 아니라 전체 사회의 문제이기 때문에 도시 문제와 항상 결부되어 나타난다고 볼 수 있다. 그러므로 이제 농촌을 농산물 생산증대에만 관심을 두는 사회로 보는 시대는 지나가고 저공해 및 질 좋은 농산물 공급을 요구하고 있으며 아울러 그것은 도시주민들의 관심과 참여가 적극적으로 일어날 때 더욱 가능할 것이다.

그러므로 최근 민간조직 또는 각종 종교단체가 중심이 되어 농민들로 하여금 저공해 농산물을 재배하게 하여 도시 주민들과 직접 거래하게 함으로서 중간상인들의 부당한 이익을 없애고 생산자와 소비자 모두에게 이익이 되는 농산물 거래 운동이 활발하게 일어나는 것은 농민 소득향상과에 크게 기여하고 있으며, 또한 각종 농촌문제를 조금이나마 덜어주는 바람직한 활동이라고 볼 수 있다.

그러나 그러한 농산물 거래 활동은 아직까지 체계적으로 일어나지 못하고 일정한 단체(예, 종교단체)에 의해 부분적으로 전개되고 있기 때문에 그 효과를 제대로 못 거두고 있는 실정이다.

따라서 농산물직거래에 대한 실태와 그 문제점을 파악하여 그 개선방향을 제시하게 되면 우리 농민뿐만 아니라 도시주민들의 소득증대에도 기여하고 도·농협동체계를 이룩하는데도 많은 도움을 줄 것이다. 특히 농산물 직거래 활동은 오래전부터 도처에서 전개되고 있지만 이에 대한 연

구가 거의 없기 때문에 본 연구의 중요성이 대두되고 있다.

본 연구의 중요대상은 대구광역시, 대전광역시 및 경상북도 지역이며 연구대상 지역의 농산물직거래 실태를 체계적으로 분석하여 그 활성화 방안을 제시하였다.

II. 농산물직거래의 의의

도·농간의 농산물 직거래는 농산물에 대한 생산자와 소비자간의 유통경로를 단축시켜 줌으로서 생산자와 소비자의 비용부담을 최소화 시켜 쌍방의 경제적 이익 뿐만 아니라 상호 이해의 폭을 넓힘으로서 도·농간의 공동체의식을 함양시키게 된다. 이와같은 기본적인 농산물 직거래의 의미를 배경으로 하여 좀더 구체적인 도농간의 농산물직거래 관련 내용을 살펴보면 다음과 같다.

1. 농산물직거래의 필요성

도·농간의 농산물 직거래는 농촌지역에서 생산된 농산물을 도매시장을 거치지 않고 생산자와 소비자가 직접 거래를 하는 경제활동이라고 할 수 있다(권원달, 1991:13). 그러한 농산물 직거래는 유통경비를 절약하는 경제적 특성과 아울러 이해 당사자들이 상품거래 활동에 직접 참여함으로서 사회적 통합을 실현하는 등 사회적 중요성도 지니고 있다.

1) 농산물 직거래의 경제적 필요성

도·농간의 농산물 직거래를 시행함으로써 나타나는 경제적 중요성을 보면

첫째, 유통경비를 절감할 수 있다. 농산물직거래는 생산자와 소비자간의 직접적 결합이기 때문에 도매시장 거래 과정에서 나타나는 유통경비 또는 각종 수수료를 절약할 수 있으며 그렇게 절약된 경비는 생산자와 소비자 모두에게 경제적 혜택이 돌아 갈 수 있게 된다(유병서 외 1인, 1991:79).

둘째, 상품의 가격결정에 모두 참여 할 수 있다. 농산물의 가격은 시장경제 원리에 의한 수요·공급과정에서 나타나기 때문에 생산자의 입장에서 보면 매우 불리한 입장이다. 왜냐하면 농산물은 공산품과는 다른 상품의 특성을 지니고 있다. 즉 상품의 신선도가 가격에 절대적으로 영향을 미치고 있기 때문에 시간이 흐름에 따라 신선도는 떨어져 농

산물 가격은 폭락되는 경우가 허다하다. 그러나 직거래를 하게 되면 대부분 사전에 계약을 통한 재배와 가격으로 인해 생산자의 가격결정 참여가 적극적으로 일어나게 됨으로써 생산자의 가격불안 심리를 해소할 수 있다. 그리고 소비자 입장에서 보면 일반 시장에서 유통되는 농산물 가격과 충분히 비교할 수 있는 기회를 사전에 가질 수 있고 또한 사전에 가격문제에 대해 생산자와 협의하게 됨으로써 각자의 가격 형편에 따라 소비활동을 바람직하게 할 수 있다. 따라서 생산자와 소비자간에 일어날 수 있는 경제적 갈등의 여지를 사전에 방지할수 있게 된다(박성복, 1992:135).

셋째, 포장의 간소화를 통해 경비를 절약할 수 있다. 오늘날 대부분의 상품은 소비자의 구매욕구를 중대시키기 위해 상품자체보다 포장에 더 관심을 두는 경향이 있다. 그러한 결과 소비자 가격은 본래의 소비욕구와는 거리가 멀게 나타나는 경향이 있다. 그러나 생산자와 소비자간의 직거래가 일어나게 하면 당사자들이 직접 현장에서 상품에 대한 평가 할 수 있는 기회를 가지게 됨으로써 비용부담이 되고 있는 과대 포장을 할 필요가 없다.

2) 농산물 직거래의 사회적 필요성

농산물 직거래는 단순히 생산자와 소비자간의 경제적 측면만을 강조하는 것은 아니다. 사회적 측면에서의 농산물 직거래의 필요성은 여러가지 각도에서 접근해 볼 수 있다.

첫째, 생산자와 소비자간의 이해를 증진시킬 수 있다.

농산물직거래는 생산자와 소비자간의 직접적인 거래 활동을 의미하기 때문에 자연히 당사자의 사회적 접촉기회가 많아진다. 그러한 접촉을 통해 생산자는 소비자의 욕구를 직접적으로 접할 수 있기 때문에 소비자의 소비 행태나 어려움을 긍정적으로 이해하게 된다. 대부분의 거래 행위에서 보면 거래 당사자간에는 부정적인 선입견으로 인해 상호간의 불신이 깊어 지는 것이 통례로 되어 있는 현실을 볼 때, 특히 농산물의 경우에는 생산자인 농민은 소비자인 도시인들에 대해 부정적 특성을 지니고 있는 경향이 강하기 때문에 사회적 문제로 등장하고 있다.

소비자의 입장에서 보면 농산물의 생산과정에 대해 부정적 특성을 지니고 있는 것이 사실이다. 즉 농산물의 품질, 공해정도 및 가격등에 대해 매우 민감하게 반응하고 있다. 따라서 직거래를 통해 소비자가 직접 농산물 생산현장을 경험하게 함으로써 생산과정에서 생산자가 어떠한 과정을 통해 농산물을 생산하는가에 대해 인간적으로 이해할 수

있게 된다.

둘째, 도·농간의 공동체를 이루게 된다.

농산물직거래는 도시와 농촌간의 교류의 장이라고 볼 수 있다. 도시와 농촌으로 사회를 양분화 시키는 것은 사회 발전을 위해 매우 바람직하지 않지만 우리나라는 현실적으로 이분법적으로 사회를 양분하고 있다. 그것은 사회계층화를 가중시켜 사회갈등을 증폭시키게 되며 사회통합에 큰 장애요인으로 등장하고 있다. 따라서 도·농간의 농산물직거래를 장려하게 되면 도·농간의 교류가 활발하게 이루어지게 됨으로 사회통합의 계기를 마련할 수 있게 된다.

셋째, 자녀들의 사회학습기회를 증진시킬 수 있게 된다. 농산물직거래를 위해 생산자와 소비자는 상호교류를 하게 되는 경우가 많다. 소비자는 생산과정을 보기 위해 생산현장을 방문하게 되며 생산자는 농산물 직거래를 위해 소비현장을 방문하게 된다. 특히 농산물직거래는 소비자가 살고 있는 아파트나 주택가에서 이루어 지는 경우가 많다. 그러한 상호방문 기회에 소비자와 생산자가 자녀를 동반 함으로써 자녀들의 사회적 경험을 증대 시키게 되어 사회관을 바르게 심어 줄 수 있는 기회가 된다.

III. 일반 농산물 유통과정

1. 농산물 유통구조의 발전 모형

경제발전의 일반적인 현상으로 나타나는 구매력증대 및 공업화, 도시화는 필연적으로 유통구조의 채널을 통하여 국민의 의·식·주 구조에 질적·양적변화를 초래한다. 특히 식생활 패턴에 미치는 영향은 다음과 같이 식료품생산 및 소비구조의 변동과 긴밀한 관계를 맺는다.

첫째, 경제발전으로 인한 소득증대에 따른 생활수준의 향상은 무엇보다도 건강상태의 향상을 전제로 하기 때문에 식단에 있어서 우유 및 유제품, 육, 뗏, 채소, 과실 등 고위 보전식품(Highly protective food)의 소비비율이 점차 증가하는 반면, 곡류와 서류등 저위보전식품(Non-protective food)의 비율은 감소한다(김성훈, 1980:160-165).

둘째, 공업화와 인구집중에 따른 급속한 진전은 전래의 식품생활관습을 타파하거나 패턴을 변화시키는 직접적인 요인을 형성한다. 이와 같은 식생활패턴의 변화는 경제발전의 소산이기는 하지마는 다시 생산 및 유통구조의 변화를 유발 촉진시킨다. 그리하여 경제발전의 단계에 상응한 소

비생산, 유통구조의 다양한 형태를 생성하는 것이다. 국가 발전에 따른 농산물 유통구조의 변화과정을 3단계로 제시해 보면 다음과 같다(김성훈, 1979:31).

첫째, 제1단계, 경제발전이 농업을 위주로 저위수준에 정체되고 도시소비자 1인당 소득이 미화 \$500 이하인 저개발국에 공통된 현상이다. 일방적으로 엠겔계수는 60% 이상의 높은 수준을 나타내고 임금수준은 일당 미화 \$1.25미만에 실업이 만연한 상태를 상정할 수 있다. 이 단계에 일반 국민의 식생활 영위는 굶주림으로 부터의 탈출이 최선의 목표가 된다. 소비구조는 생명유지에 필요한 최저량의 식료품 즉 생산, 저장이 용이한 곡물, 서류등 저위보전식품이 주축을 이루고 사회적으로는 만성적인 공급부족현상이 특징이다. 한편 식생활환경은 전통적 조리방법과 저장방법이 지배적이며 쇼핑에 따른 교통수단은 미발달 내지는 불편함을 면치 못한다. 생산구조는 주곡위주로서 작황은 기상조건에 따라 풍흉의 변동이 심하고 기타 식료품생산은 소규모단위의 자급자족적인 상품의 공급체계를 이룬다.

이에따라 유통상태는 자급하고 남는 상품 비정규적 소량출하가 대인 직접 현물거래로 행해지며 군소 영세소매상의 난립이 형성된다. 그리하여 유통구조를 보면 곡물을 제외한 여타 식품의 중앙도매시장은 발달이 더디고 도소매기능은 미분화 되어 있으며 소매거래는 소규모점포 또는 다수의 노점 및 행상과 정부 또는 공공기관이 설립된 소규모점포 또는 다수의 노점 및 행상과 정부 또는 공공기관이 설립된 공설시장에 의해서 이루어 진다.

이 단계에서의 유통정책은 중산위주정책이기 때문에 그 비중이 상대적으로 적고 주곡유통중심과 공설시장 지배형이 된다.

신선식품을 취급하는 중앙도매시장은 더욱 많은 수의 유사도매 시장에 압도되어 물동량이 부족해 그 명맥을 유지할 뿐이다.

둘째, 제2단계, 공업화와 도시화가 진전되고 경제력은 중위수준의 소득에 엠겔계수는 40-50%, 그리고 임금수준도 생활수준에 미치는 중진국에 나타나는 형이다. 이 단계에서는 곡물류의 공급이 증대되어 카로리 수요는 총량적인 면에서 충족되나 식단에 고위영양소가 부족되고 영양의 균형유지가 중시된다.

즉 일상생활에 있어 단백질과 비타민, 미네랄 등이 풍부한 고위보전식품과 신선식료품(Fresh produce)의 수요가 증대되고 이를 성장식품들로 부터의 에너르기 보급을 다투어

충족한다. 그리하여 육, 어, 란, 채소, 과일 등 점차 가전제품이 보급되며 일부 마이카족과 더불어 대중교통수단이 발달된다. 이 단계의 농업생산은 안정기조를 이루며 주곡은 자급단계에 그리고 신선식품의 콜목할만한 생산 확대를 이룬다.

생산 및 소비구조변화에 대응하여 유통조직은 대형화, 원거리, 광역화 그리고 경로단축내지는 가속화 하며 대량거래가 시작된다. 신선식품의 중앙도매시장은 주택 점포 및 슈퍼, 연쇄점등의 출현으로 점차 약화된다. 바야흐로 새로운 유통시스템이 대두되고 유통의 수평적 통합이 전개되는 단계에 들어선 것이다. 유통정책은 우선 생산자 조직을 육성하고 중앙도매시장을 정비 및 확충하며 유통환경개선과 마케팅기반을 조성하는 한편 유사유통행위의 통제 및 규제조치를 강화하게 된다.

셋째, 제 3단계, 고소득, 생활임금보장, 여가선용이 지배하는 대중 대량소비단계의 선진국형에 해당하며 흔히 영양식품의 과잉섭취가 문제되는 단계이다. 식료품지출액중 고위보전식품비가 50% 이상을 차지하는 사실이 말해주듯 고단백질 식품의 과다소비와 식품첨가물의 과용, 그리고 식품의 오염 및 보전등이 국민건강의 차원에서 큰 문제가 된다. 식품의 가공 및 보전방식이 중시되는 이 단계의 식생활환경에서는 안전성, 효률성, 쾌적성이 강화되고 가전제품은 보편화되며 조리방식은 기계화와 지역특화, 대량생산 체제 현상이 두드러지고 농산품의 표준화는 일반화되며 성장식품과 가공식품의 생산이 지배적인 위치를 차지한다.

유통상태도 가공기술의 고도화에 따른 편의주의, 인스턴트화 해진다. 교통은 잘 발달되고 마이카 시대에 접어든 것이다. 농업생산은 기계화와 지역특화, 대량생산체제현상이 두드러지고 농산품의 표준화는 일반화되며 성장식품과 가공식품의 생산이 지배적인 위치를 차지한다.

유통양태도 기공기술의 고도화에 따른 편의주의가 보편화되고 신선식품의 유통전반에 있어 식품유통의 저온연쇄체계(Cold chain system)가 강화되고 대량거래와 선물거래가 중심이 된다. 유통구조에 있어서도 통합연쇄점의 대형화와 생산지 직접구입 현상이 두드러지고 대가공업자와 저장산업의 유통참여가 활발하여짐에 따라 중앙도매시장의 중요도는 감소하고 소매단계에 있어선 공설시장과 소점포의 기능이 약화되는 한편 상술한 통합연쇄점과 대형수퍼마켓이 번창하고 도소매 또는 생산기능간에 수직적으로 통합되는 경향을 나타낸다. 이 단계의 유통정책은 생산자와 소비자 단체의 직결을 권장할 뿐만 아니라 소매상의 대형화와 수

직적 류합의 촉구 그리고 시장정보, 금융, 검사, 표준화등 정부의 유통정책은 촉지조치를 주축으로 유통기능의 조성과 공정거래 확립을 목표로 한다.

그런데 현실적인 생산 및 유통발전 단계가 상술한 바와 같이 반듯이 명확하게 구분되는 것은 아니며 어느 기능은 단계간 중복 또는 상황이 바뀐다. 다만 생산, 소비, 유통구조는 성장발전의 정도와 긴밀히 맺으며 서로 함께 변화하면서 상호간의 변화에 영향을 주고 있다는 명제만은 분명히 설명되어 진다.

2. 농산물유통의 체계와 경로

1) 농산물의 유통조직

유통체계는 생산자와 소비자 사이에서 이루어지는 직접 유통과 중간에 중개업자가 개입하여 매개하는 간접유통으로 나누어진다(권원달 1987:25). 농산물의 경우 생산자와 소비자를 직결하는 협동조합 마아케팅이나 산지직거래방식의 직접유통도 있고 농산물의 특성상 간접적 특성을 지니는 경우가 많다. 농산물 유통체계는 유통경로상에 개재하는 개별주체의 수에 따라 구성되는데 이러한 각 단계의 유통기관이 사회적으로 수행하는 유통기능의 특성에 따라 수집유통기구, 중계유통기구, 분상유통기구로 나누어진다. 농산물의 유통체계는 대체로 수집유통체계와 중계유통체계로 구분할 수 있다. 수집유통체계는 생산은 소규모로 분산적으로 이루어지는데 대해 소비가 대량으로 이루어지는 경우로서 농산원료품이 이 경우에 속한다. 중계유통체계는 상품의 수량적 대응 관계상 소량으로 생산되어 소량으로 소비되는 경우로서 농산 식료품이 여기에 속한다(권원달,1987:25).

그리고 농산물 유통단계는 산지 출하단계, 도매단계 및 소매단계로 구분하여 접근해 볼 수 있는데 이에 대한 대략적인 과정과 그 내용을 품목별로 좀더 자세히 살펴보면 다음과 같다(한국개발연구원,1979:125).

(1) 산지출하단계

가. 무우·배추

유통주체는 산지수집상과 대도시 위탁상 및 농협이 되며 첫째, 산지수집상은 주로 포전매취로 물량을 확보하여 가격상승이 예상될 때에는 생장기에 조기매취하고 작황이 좋아 가격이 낮아질 것 같으면 출하기에 임박해서야 낮은 가격으로 매입한다.

둘째, 대도시 위탁상은 위탁한 대도시 도매업체의 현지 주재원으로서 생산이 시작되면 직접 산지를 순회하면서 산지수집상 또는 생산농민에게 선도금을 배포하면서 판매물량을 확보하고 일부는 산지에 주재하면서 매매하고 일부는 수송 및 출하를 담당한다.

셋째, 농협은 생산농가와 계약재배 체결후 선도자금을 응자로 계통출하를 유도하고 있으나 상인조직에 비해 생산자들의 이용도가 월등히 낮다.

나. 고추

유통주체는 주로 산지수집상, 산지위탁상, 반출상, 산지농협이 활동하는데 산지에서 수집하는 영세수집상은 생산농가를 방문하거나 5일시장에 출하되는 물량을 수집하여 대량수집상은 소량씩 수집된 물량을 한곳에 대량 수집하여 보통 상·중·하 품으로 구분하여 60kg 내외의 단위로 포장하여 집산지 위탁상에 반출을 위탁하거나 소비지 위탁도매상 및 소매상 등에 판매한다(농어촌개발공사,1981:308). 일정한 사업장을 보유한 산지위탁상은 수집상으로부터 물건을 위탁하여 소비지 위탁도매상이나 반출상에게 판매하여 반출상은 이를 다시 소비자로 반출하는데 물량은 총물량의 60%정도에 달한다. 한편 생산농가의 판매대상별로는 농협출하 및 소비지 직접출하는 극히 미미한 실정이며 대부분 물량을 산지수집상에게 판매하고 있어 생산자와 소비자 모두에게 불리한 현실이다.

다. 마늘

산지시장 수집기능을 담당하는 주체는 다양하나 수집반출상, 산지위탁상 및 산지저장업체, 농협 등을 들 수 있다. 수집반출상은 5-6월경에 가격 및 물량마진의 이득을 위해 투기적인 포전매취등으로 물량을 확보하고 대도시의 위탁상과 가격정보를 교환하여 판매하고 주산지의 위탁상은 농가출하분에 대하여 판매금액의 2-3% 수수료를 위탁판매행위를 하면서 수집반출상과 같이 수집도 겸하고 있다.

또한 계절별로 가격변동을 고려하여 장기저장을 목적으로 하는 산지저장 업체는 가격이 비쌀 때인 3-5월경에 대도시 위탁상에게 판매하거나 저장시설이 많지 않아 적다.

(2) 도매단계

무우, 배추의 경우 유통주체는 청과도매시장인 법정도매시장과 유사도매시장의 대위탁상, 농협공판장으로 대별되

며 채소관련 위탁상이 거느리는 중간도매상과 법정도매시장이나 농협의 중매인이 중심이 되어 유통되고 있다.

고추의 경우도 법정도매시장 및 농협공판장의 중매인과 유사도매시장의 위탁도매상으로 구분할 수 있는데 유통물량의 대부분분이 산지로 부터 물건을 위탁받아 위탁판매 수수료를 받고 영업하는 위탁도매상을 통해 거래되고 있다.

마늘도 고추와 마찬가지로 대별할 수 있으나 취급되는 물량이 유사도매장을 통해 근간을 이루고 있어 법정도매시장이나 농협의 역할이 극히 미약한 편으로 여기에 문제점이 내포되어 있다.

(3) 소매단계

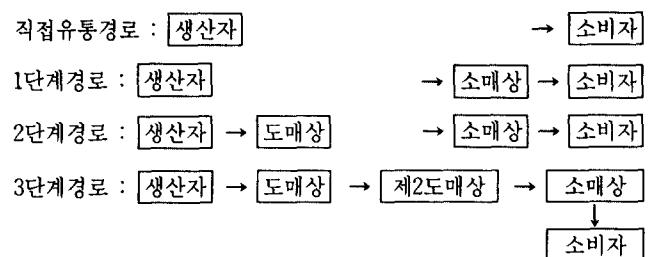
무우나 배추의 경우 소매체계는 상설시장의 채소류 전문소매상을 비롯하여 슈퍼마켓, 연쇄점, 일반소매상과 농협판매를 들 수 있는데 대부분이 엽·근채류 등을 혼합취급 한다. 전문소매상 다음으로 큰 비중을 차지하는 것은 소형트럭, 리어카행상이 크게 성행되고 있다.

고추의 유통주체는 도매시장내의 도산매상, 도매시장의 고추 전문소매상, 주택가 소매상, 슈퍼마켓 및 행상으로 구분할 수 있는데 주택가 소매점이나 슈퍼마켓은 취급량이나 상회수도 많지 않으며 소매시장의 고추 전문취급상의 취급량이 절대적이다. 소형차량을 이용하여 주택가에 판매하는 취급량도 비교적 많아지고 있는데 이는 특히 가격이 저렴하고 매기 부진할 때 행상이 판매 처분함으로써 고추 매기를 유지 내지 회복시키는 경우가 있다(농어촌진흥공사, 1981:22). 마늘의 경우에는 도·소매시장내 전문소매상 농산물 취급 일반상회, 슈퍼마켓, 행상등으로 구분되나 성출하기나 김장철 수요기에는 소형트럭 및 리아카 행상이 아파트 및 주택가에 직접 파고들어 판매하기 때문에 그 판매량이 전문소매상보다 많으나 평상시에는 시장소매상의 판매비중이 훨씬 높다.

2) 농산물의 유통경로

유통경로(Distribution channel)에 대한 정의는 학자마다 다르나 기본적인 개념상의 흐름 즉 생산자로 부터 최종소비자에게 재화가 이동하는 과정이라는 의미에서 공통적으로 적용되고 있다(김원주, 1981:150-167). 유통경로는 개개 생산자가 자기의 상품을 소비자에게 공급하기 위해 사용하는 경로라는 점에서 모든 생산자가 이용할 수 있는 개별 마아케팅 경로의 총합체이며 사회적으로 상품을 유통시키는 여

전인 마아케팅 기구와 구별되는 것이다. 한편 농산물의 유통은 농가에서 생산된 농산물이 소비자에게 돌아가기까지의 농산물의 흐름에 관련된 일절의 경제활동과 서비스라고 할 수 있다. 농산물의 유통경로는 그림으로 살펴보면 다음 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 농산물의 유통경로

그림에서 보는바와 같이 전형적인 유통단계별 농산물 유통경로를 보면 농민이 노점이나 도시의 시장에서 농산물을 소비자에게 직접 판매하는 경우나 호별순회를 하면서 판매하거나 생산자단체와 소비자단체간에 직접거래를 하는 경우를 직접유통경로라 할 수 있고, 1단계유통경로는 부패성이 강한 농산식료품이나 과실등이 이 단계에 많다. 특히 선진국에서는 슈퍼마켓이나 연쇄점등과 같은 대형 소매상이 산지생산자로 부터 농산물을 직접 대량구입하고 있어 이런 유통경로가 형성되고 있다. 2단계 유통경로는 전통적 또는 관례적 유통경로로 알려져 있는데 농산소비용품은 대부분 이 형태를 취하고 있다.

일반적으로 농산물은 분산적 소량구매가 이루어지고 있으므로 생산자는 수많은 소매상과 직접 거래를 할 수 없기 때문에 유통상을 통하여 판매하게 된다.

3단계 유통경로는 유통과정에서 도·소매상 이외에 경매회사등 제3의 중간상인이 포함되는 경로로서 농산물의 생산량이 소량이어서 직접거래를 할 수 없거나 생산이 계절적이어서 독립된 판매부분을 가질 수 없는 경우에 흔히 이용된다.

이와같이 농산물의 유통경로는 다단계이며 공산품에 비하여 복잡하다. 또한 농산물은 그 종류에 따라 유통경로가 다르다. 그러나 최근 복잡하고 다단계로 나타나는 유통과정에서 나타나는 시간, 경비 등의 문제점으로 인해 농산물직거래에 대한 욕구가 점차 높아지고 있다.

3) 농산물의 유통마진 및 개선

유통마진(Marketing margin)은 유통체계상의 각각 상이한 수준에서의 가격간의 차이로서 생산자 가격과 소비자 가격간의 차이로서 생산자 가격과 소비자 가격간의 총금액 차이(Absolute margin)를 의미한다(권원달,1987:120). 농산물의 유통마아진은 농가판매가격과 최종 소비자 지불가격과의 차액으로서 유통단계별로 상품단위당 가격차액으로 표시된다. 이것은 농산물 유통에 소요된 제 유통서비스에 대한 가격이라고 정의된다(W.G.Tomak & K.L.Robinson,1973:112). 마아케팅 과정에서 유통서비스의 질과 량이 일정하다면 유통 마아진의 크기는 유통효률을 나타내는 지표가 될 수 있다. 농산물유통에 관련된 용어를 살펴보면 다음과 같다.

(1) 금액 마아진(Absolute margin)

일반적으로 유통마아진을 말하는 것으로 농산물의 유통 단계를 수집단계, 도매단계, 소매단계로 구분하고 각 단계마다 농가수취가격(Pf), 도매시장 경락가격(PA), 도매가격(Pw), 소비자가격(Pr)이 형성된다.

$$\text{수집단계마아진}(MA) = PA - Pf$$

$$\text{도매단계마아진}(Mw) = Pw - PA$$

$$\text{소매단계마아진}(Mr) = Pr - Pw$$

$$\text{총 마아진}(Mr) = Pr - Pf = MA + Mw + Mr$$

이 되며 단순히 유통마아진이라 하면 일반적으로 총 마아진을 뜻한다.

(2) 마아진율(Percent margin)

각 단계별 금액마아진의 해당단계별 판매가격에 대한 비율을 말하며, 각 단계별로 표시 하면

$$\text{수집단계마아진율}(MA) = \frac{PA - Pf}{PA} \times 100 = \frac{MA}{PA} \times 100$$

$$\text{도매단계마아진율}(Mw) = \frac{Pw - PA}{Pw} \times 100 = \frac{Mw}{Pw} \times 100$$

$$\text{소매마아진율}(Mr) = \frac{Pr - Pw}{Pr} \times 100 = \frac{Mr}{Pr} \times 100$$

$$\text{총마아진율}(Mr) = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100 = \frac{Mr}{Pr} \times 100$$

이 되며 각 단계별 마아진율은 언제나 100%를 초과할 수 없다. 특히 농산물유통비용은 공산품에 비하여 특수한 경향이 있다(권원달,1987:124).

첫째, 농산물의 유통비용은 상대적으로 고정성을 지니고 있다.

둘째, 농산물의 유통마아진 변동폭은 소비자 가격의 변동폭보다 작은 경향을 갖는다.

셋째, 유통마아진의 변동율은 소비자 가격변동율보다 작은 경향을 갖는다.

한편 농산물 가격형성과 유통마아진 발생관계를 보면, 농산물이 다단계 유통경로를 거치는 동안 농산물의 가치, 즉 효용이 증대되는 것이 사실이나 반면 유통비용이 부과되고 있다. 물적이동과 함께 여러 가지 기능이 수행되며 이를 위한 비용과 위험부담에 대한 보상이 주어져야 하기 때문이다(박보희,1984:79).

농산물의 유통마아진은 품목, 출하장소, 시기와 풍.흉년에 따른 농산물가격의 고저에 따라 현저한 차이가 있으나 대부분의 농산물이 생산자인 농가가 수취하는 부분보다 유통과정중에 부과되는 비용의 비중이 더 커지고 있다(노환상,1982:104-107). 유통단계별 마아진도 품목, 출하시기, 출하장소등에 따라 각기 다르게 나타난다.

일반적으로 출하단계의 마아진은 17.6%-18.5%, 도매단계 7.6%-23.8%, 소매단계 58.6%-73.9%로서 소매단계의 마아진이 가장 높게 나타나고 있다. 이것을 한국과학기술원의 자료에 따라 대표적인 농산물품목 몇 가지의 유통마아진을 제시해 보면 다음과 같다.

가. 무우·배추의 유통마아진율

무우 1kg당 유통단계별 마아진은 소매가격을 100으로 했을 경우 농가수취 가격은 31.5%이고 나머지 68.5%정도가 유통마아진이다. 이 마아진 68.5%를 단계별로 보면 수집위탁 단계에서의 마아진 16%와 도매단계에서의 마아진율은 15.1%, 소매단계에서의 마아진율은 34.4%였다.

나. 고추의 유통마아진

고추의 600g당 유통단계별 마아진은 소매가격을 100으로 했을 경우 농가수취율은 66.7%이고 나머지 33.3%가 유통마아진이다. 이 마아진 33.3%를 단계별로 보면 산지수집 단계에서의 마아진 3.7%, 집산지위탁판매단계에서 3.3%, 반출단계에서 2.5%, 도매단계에서 3.0%, 소매단계에서 20.8%

의 마아진으로 구성되어 있다.

다. 마늘의 유통마아진

마늘의 유통마아진은 1점당 유통단계별 마아진은 소매가격을 100으로 했을 때 농가수취율은 약 64.5%이다. 이것은 산지에서의 마아진 4.3%, 위탁도매단계에서의 마아진 5.6%, 중간도매단계에서의 마아진 6.4%, 소매단계에서의 마아진 14.0%로 구성되어 있다.

(3) 유통마아진의 개선방안

농산물은 그 자체가 지니는 특성으로 인하여 유통경로가 다단계적이고 이에 따라 유통마아진이 증가하고 가격상승의 주요인이 되고 있음은 사실이다. 현실적으로 유통마아진이 높은 이유를 몇가지 요약하면 다음과 같다.

첫째, 손실량이 너무 많기 때문이다. 우리나라 낡은 유통시설은 농산물의 손실률을 증가시키고 있으며 특히 유통과정중의 손실은 농산물가격을 하락시키고 있다. 유통과정 중에 손실되는 비중을 보면 배추의 경우 약 20%, 무우의 경우 18%정도로 나타나고 있다. 특히 채소류는 타품목보다 손실량이 높은 농산물인데 이는 채소가 부패성이 높기 때문이다.

둘째, 상업이윤이 높기 때문이다. 농산물의 상업이윤은 상업자본 대가 이상으로 높은데 이는 가격변동, 상품취급상의 위험부담, 전대금에 대한 금융이자등이 높기 때문이다. 질서있는 유통을 통한 영업 총수익이 보장되지 않기 때문에 상인 이익이 상대적으로 높게 되며 특히 소규모 소매상은 생업형태이기 때문에 판매과정에서 당면하는 위험부담을 가격 폭을 넓힘으로서 가격변동도 심하고 유통마아진도 높인다.

셋째, 대량소매기관이 적기 때문이다. 이는 소수의 대규모 슈퍼마켓이나 농협직판장으로는 규모경제를 통한 대량소매기관의 기능을 수행하지 못하고 있다. 따라서 영세상인은 농산물의 재선별, 또는 재포장과 같은 과정을 통해 비용부담을 늘리는 경향이 있다.

위와 같은 다단계 유통경로와 높은 마아진의 절감 및 개선방향을 제시하면 다음과 같다.

가. 농산물직거래의 활성화가 요구된다(한국농촌경제연구원, 1986:58-59).

현재의 유통여건의 제요인, 즉 대형소기구의 발달, 농산물가공업의 발달, 농업생산의 지역특화진전, 등급가격의 표

준화, 교통수단의 발달등은 도매시장을 경유하지 않는 산지직접유통을 촉진시키고 있다. 그러나 채소는 품종, 등급의 다양성, 저장가능성 문제, 가격결정문제등에 기인하여 많은 제약을 가지고 있으나 그러한 제약조건을 극복할 수 있는 범위내에서 점진적으로 확대하여야 한다. 효과적인 농산물직거래를 위해서는

첫째, 생산자 단체와 소비자 단체를 직결시키는 방법이다. 이는 소비는 장기간 지속되나 소비자의 1회 구매량은 크고 다수 소비자의 구매행위가 특정간에 집중되는 김장채소등이 그 가능성이 크다. 이를 위해서는 생산자 단체와 소비자 단체의 육성이 필요하며 소비자 단체내에 임시 직판장개설 등을 지원할 필요가 있다.

둘째, 생산자단체 또는 소비자단체에 의한 상설점포 운영방식이다. 이를 위해서는 고도의 경영기술과 함께 짐배센터를 통한 대량공급체제가 필요하다.

셋째, 대형소매업체나 가공업체 등에 의한 산지직거래 방식이 있다. 이 경우 농민의 시장교섭력 제고를 위한 생산자단체의 역할이 중요하게 된다.

나. 협업을 발전시켜나가야 한다(최창호, 1982:368).

우리나라 농업구조의 비합리성을 극복하기 위해서는 협업농업으로 생산의 전문화를 이루어야 한다. 그러므로 협업농업으로 생산의 전문화와 효률성을 기하여 공동생산, 공동출하함으로써 생산의 합리성과 상품성을 높이고 소매점의 전문화를 동시에 기할 수 있어 마아진의 폭을 줄일 수 있다.

다. 유통마아진의 효률적 절감 방안을 강구하여야 한다.

유통마아진의 절감은 유통과정의 단축이나 상인이익의 감축만으로 가능하지 않다. 이는 농산물의 상품적 특성에도 기인하며, 소비자의 기호와 관습의 다양성으로 이를 충족시키려면 보다 높은 비용이 추가되고 있다. 따라서 이를 개선하기 위하여는 소매시장을 대형화하고 유통시설을 확충하는 등 농산물 유통에 합리적인 대안을 강구하여야 한다.

앞의 내용에서 볼 수 있듯이 농산물이 지니고 있는 여러 가지 특성과 유통과정의 복잡성으로 인해 생산자와 소비자 모두가 경제적 손실을 입고 있음을 알 수 있다. 따라서 여기서는 여러 가지 제약점이 있지만 그러한 유통과정을 단축하고 생산자와 소비자 직접 거래하여 그들의 경제적 이익을 취득하기 위해 도농간의 농산물 직거래 실태를 파악해보고 보다 합리적으로 농산물직거래를 활성화 시킬 수 있는 방안을 제시함으로써 생산자인 농민의 소득을 향

상시킬 수 있는 방안을 모색해 보겠다.

IV. 농산물직거래의 유형

농산물직거래의 유형은 접근 하고자 하는 기준에 따라 주체별 유형과 거래형태별 유형으로 대별할 수 있다.

1. 주체별 유형

1) 공공조직을 통한 농산물직거래

공공조직을 통한 농산물의 직거래는 일정한 자치단체 또는 공공기관이 중심이 되어 생산자와 소비자간의 가교 역할을 하는 것을 의미한다. 즉 생산지역인 농촌의 행정기관인 면사무소나 농촌지도소등과 같은 행정기관이 중심이 되어 그 지역에서 생산되는 각종 농산물을 도시의 일정한 지역이나 도시의 행정기관과 자매결연 형식으로 하여 생산자와 소비자간의 직접거래를 할 수 있는 형태이다. 여기에는 생산자와 소비자가 행정기관과 협력관계가 원활하게 유지될 때 그 가능성이 높아진다.

2) 민간조직을 통한 농산물직거래

민간조직을 통한 농산물의 직거래는 오늘날 매우 활발하게 전개되고 있다. 특히 사회가 다양해지면서 민간조직의 역할이 커지고 있으며 지역사회에 있는 각종 민간조직은 지역사회 주민들의 욕구를 충족시키기 위해 각종 프로그램을 제공하고 있다. 그러한 프로그램중의 하나가 농산물직거래를 통해 생산자와 소비자간의 교류를 증대시키고 아울러 양자의 경제적 이익을 증대시키는 프로그램을 다양하게 전개하고 있다. 그러한 민간조직의 대표적인 단체가 새마을운동에 관련된 각종 민간조직(새마을운동중앙협의회 경상북도 지부, 1997)이 있으며 그외에 부녀회, 협동조합등과 같은 민간조직이 도농간의 농산물직거래 사업을 적극추진하고 있다. 그러므로 앞으로 민간조직이 중심이 되어 농산물직거래 활동을 체계적으로 전개하여 생산자와 소비자가 동시에 이익을 얻을 수 있는 프로그램이 많이 전개되어야 한다.

3) 종교단체를 통한 농산물직거래

최근 각종 종교단체는 사회운동을 활발히 전개하고 있다. 특히 신도를 중심으로 도농간의 교류를 화발히 전개하고 있으며 여기에는 농산물직거래 활동도 포함되어 있다.

각종 종교단체(예, YMCA, 대구크리스찬아카데미등)를 통한 농산물직거래 유형에는 여러 가지가 있으나 대체로 일정한 농촌지역에 있는 농촌교회와 도시교회간의 교류형식으로 도농간의 농산물직거래가 성행되고 있다.

2. 거래형태별 농산물직거래 유형

1) 계약재배형 농산물 직거래

계약재배를 통한 농산물직거래는 매우 활발하게 전개되고 있다. 여기에는 민간조직을 통한 계약재배, 도시 상인과 농민간의 계약재배, 도농주민개별적 계약재배등 그 유형은 매우 다양하게 나타난다. 직거래를 위한 계약재배는 보통 저공해 농산물 재배에 중심을 두고 있으며 그것의 재배과정에 소비자의 현장 시찰 또는 재배과정에의 참여등 저공해에 대한 관심의 증대로 계약형 무공해 농산물 직거래가 성행하고 있다(대구크리스찬아카데미 자료 참조).

2) 협동조합형 농산물 직거래

협동조합형의 농산물직거래는 생산자 집단과 소비자 집단이 각종 협동조합(생산자협동조합, 소비자협동조합)을 결성하여 개별적으로 접근하기 어려운 농산물직거래를 집단적 유형으로 접근해 가는 유형이다. 이것은 기존의 협동조합과는 다른 특성을 지니고 있다. 기존의 협동조합(예, 농업협동조합, 축산업협동조합등)은 전국적으로 매우 방대한 조직을 지니고 있으나 생산자협동조합과 소비자협동조합은 특정한 지역 또는 품목별로 각 개인의 힘으로는 처리하기 힘든 문제를 몇사람이 힘을 합쳐 해결해 나가는 소규모 단체를 구성하고 있는 것이 그 특성이다. 예를들면 대구크리스찬 소비자협동조합은 여성들이 농산물직거래를 위해 소비자들이 협동조합을 결성하여 전국의 특정한 농촌지역과 계약재배를 실시하여 생산자와 소비자의 이익을 동시에 가져올 수 있도록 하고 있다.

3) 집단접촉형 농산물직거래

집단접촉형 농산물직거래는 생산자가 소비자가 있는 도시의 일정한지역에서 다수의 소비자를 대상으로 농산물을 판매하는 것을 의미한다. 여기에는 농산물직거래 장터개장, 아파트 단지에서의 농산물직거래 유형과 같은 것이 있으며 그것은 사전에 소비자 집단과 협의가 있어야 한다. 예를들면 농산물직거래 장터를 마련하기 위해서는 도시지역의 관

계기관 또는 지역사회조직과 유기적인 협력관계가 있어야 한다. 그리고 많이 성행하고 있는 아파트단지내의 농산물직거래도 사전에 아파트 부녀회와 같은 조직체와 유기적인 협조관계가 있어야 하며 농산물직거래 공판장의 설치도 역시 관계당국과 지역사회 주민들의 협조가 있어야 한다.

4) 개별접촉형 농산물직거래

개별접촉형은 생산자와 소비자가 개별적으로 직접 접촉하여 농산물을 거래하는 상행위를 의미한다. 즉 생산자와 소비자가 사전의 계약에 따라 특정 농산물을 재배하거나 생산자가 생산한 상품을 소비자 가구를 직접 방문하여 그들의 식품을 판매하는 등 생산자와 소비자 당사자의 직접거래를 하게 되는 경우가 많다. 그것은 대중적인 농산물보다 특수한 품목에 한정되는 경우가 있다.

V. 농산물직거래의 실태

연구대상 지역별(대구광역시, 대전광역시, 경상북도) 농산물직거래 실태를 추진주체, 직거래형태 및 직거래 규모 등을 살펴보면 다음과 같다.

1. 대구광역시

대구광역시 새마을운동협의회 대구시 협의회에서 주관하여 “농어촌 살리기” 운동의 하나로 추진한 농산물직거래 활동을 살펴보면 다음과 같다(새마을운동협의회 대구시지부, 1995).

1) 추진단위

농산물직거래 추진단위는 대구시 광역시 기초지방자치단체인 구 단위와 경상북도 기초자치단체인 군 단위의 새마을운동협의회가 주체가 되어 도농간의 농산물직거래를 전개하였다.

2) 직거래형태 및 실적

가. 농산물 큰장터 개장

농산물직거래 형태는 “농산물 큰장터”를 대구광역시 수성구민운동장에서 1995년 1월 9-10일까지 전개하였으며 여기에는 경상북도 13개군의 다양한 농산물이 판매되었다. 판매실적은 64,598천원 정도였다.

나. 쌀팔아주기

경상북도 농민들의 “쌀 팔아주기” 운동은 대구광역시 새마을운동 동협의회가 주관하여 1995년 11월 10일부터 20일까지 각동별로 전개되었다. 경상북도 13군에서 공급된 쌀을 소비자인 대구시민에게 직접 판매하는 형식이었으며 시 중가격보다 10% 할인하여 거래 되었다. 판매실적은 70,514kg으로 판매 대금은 123,400천원으로 농민들의 소득증대에 크게 기여하였다.

다. 김장채소 팔아주기

“김장채소 팔아주기” 운동은 대구시 광역시 28개동 새마을동협의회가 주관이 되어 1995년 11월 20일부터 12월 10일 까지 각 동별로 전개하였다. 김장채소는 경상북도 13개군에서 재배한 것으로 판매량은 73,940kg으로 판매금액은 13,105천원정도였다.

라. 농산물상설 직매장 운영

농산물 상설직매장은 대구광역시 동구, 서구, 남구, 북구 및 수성구등에서 1995년에 일정한 기간별로 설치하여 많은 농산물직거래가 형성되었다. 농산물 품목은 다양하게 공급되었으며 판매금액을 보면 동구 28,568천원, 서구 21,523천원, 남구 5,806천원, 북구 44,610천원, 수성구 2,028천원등으로 나타났다.

2. 대전광역시

대전광역시의 농산물직거래 활동내용은 주로 민간조직인 동별 새마을운동 협의회가 주관하여 자매결연 형식으로 전개하여 생산자와 소비자의 경제적 이익을 증대시키고 있다. 대전광역시에서 전개된 1995년의 농산물직거래 내용을 영역별로 살펴보면 다음과 같다.

대전광역시 월평동과 충남 청양군 청남면과의 직거래는 년 10회 119,950천원, 갈마동과 충남 부여군 군남면 17회 143,905천원, 가장동과 전북 장수군 청천면 1회 6,600천원, 삼천동과 충남 부여군 정안면 12회 48,630천원, 탄방동과 충남 부여군 석성면 7회 17,775천원, 정림동과 전북 무주군 안천면 12회 50,580천원 그리고 둔산동과 충남 논산군 연산면 8회 212,400천원의 농산물직거래가 이루어 졌다.

3. 경상북도

경상북도의 농산물직거래는 다른 지역보다 활발하게 전

개되고 있다. 농산물직거래의 유형에 따른 '95년,'96년의 내용을 분석해 보면 다음과 같다(새마을지도자경상북도협의회자료).

1) 농산물직거래 현황

(1) 자매결연형 직거래

'95년도 자매결연을 통한 농산물직거래 실적은 총 172,740천원으로 결연지역별로 보면 서울시 2,112천원, 부산시 8,020천원 및 대구시 68,834천원이며 시도관내에서는 93,774천원으로 나타났다.

생산자 지역별로 판매실적을 좀더 자세히 살펴보면 경주시 1,188천원, 군위군 6,650천원, 의성군 39,770천원, 영양군 8,020천원, 청도군 2,540천원, 칠곡군 24,714천원, 예천군 1,000천원 그리고 울릉군 88,860천원으로 나타났다.

'96년도 자매결연을 통한 농산물직거래 실적을 보면 총 2027,124천원으로 '95년도보다 10.7% 증가되었다. 소비지역인 결연지역별로 농산물직거래 실적을 보면 타시도는 총 1,863,295천원으로서 서울시 1,044,555천원, 부산시 85,000천원, 대구시 492,900천원, 대전시 240,000천원 그리고 전남 840천원이며 관내에는 163,829천원으로 나타났다. 생산지역별로 농산물직거래 판매실적을 보면 경주시 500천원, 구미시 3,375천원, 영주시 29,000천원, 영천시 216,500천원, 군위군 35,000천원, 의성군 528,000천원, 청송군 1,080,000천원, 영양군 22,480천원, 청도군 17,929천원, 칠곡군 16,320천원, 봉화군 9,920천원 그리고 울릉군 68,100천원으로 나타났다.

(2) 농산물 큰장터 개장을 통한 직거래

농산물 큰장터 개장을 통한 농산물직거래 실적을 보면 '95년도의 경우 경주시에서 '95년 3월 17일 경주시 10개 읍·면지역에서 생산한 쌀, 참기름, 멸치젓, 미역등 49종의 농산물이 거래되어 1,200천원 거래실적을 보였으며 청도군의 경우 '95년 5월 21일 청도군 9개 읍·면지역에서 생산한 농산물 한재미나리, 뜯고추, 수박, 재활용품등 16종이 거래되어 2,540천원의 거래실적을 보였다.

'96년도의 경루를 보면 포항시에서 '96년 11월 20일부터 30일까지 농산물 큰장터를 개장하여 관내농촌지역에서 생산된 농산물을 판매하여 10,000천원의 판매실적을 올렸다.

(3) 쌀 팔아주기 운동을 통한 직거래

고향 쌀팔아주기는 주문판매, 자매결연 그리고 상설시장의 개장등과 같은 방법으로 전개하였으며 연도별로 살펴보면 다음과 같다.

'95년도의 경우 쌀 팔아주기운동을 통한 농산물직거래 실적은 총 23,285천원으로 나타났으며 여기에는 경주시 10,885천원, 구미시 400천원 그리고 예천군 12,000천원으로 나타났다. '96년도의 경우를 보면 총 205,068천원으로 '95년도보다 무려 780% 증가한 실적을 보이고 있다. 지역별로 보면 포항시 9,300천원, 영주시 12,000천원, 영천시 24,700천원, 문경시 7,400천원, 군위군 7,668천원 그리고 의성군 144,000천원의 판매실적을 보였다.

(4) 기타 농산물직거래

위에 제시한외의 농산물직거래 유형에는김장채소 팔아주기, 농산물 계약재배 및 주말농장 운영등과 같은 것이 있다. 김장채소 팔아주기를 통한 농산물직거래의 '96년도의 현황 및 실적을 보면 포항시 1,750천원, 구미시 3,375천원, 영주시 1,500천원, 영천시 6,000천원, 문경시 7,000천원, 의성군 2,200천원 그리고 청도군은 1,250천원의 실적을 올려 총 23,075천원의 거래실적을 나타냈다. 김장채소 팔아주기의 장소는 관내 도시 지역 또는 대구시의 일정한 지역에서 전개되었다.

농산물 계약재배는 '95년도에는 생산지인 예천군과 소비지인 서울강남구 논현 2동과 마늘 5,000접을 계약재배하여 계약량 전량을 구입하였으며 '96년에는 농산물계약재배의 실적이 없다.

주말농장을 통한 농산물직거래 실적을 보면 '95년의 경우 도시인 127가구가 경주시 760평, 칠곡군 2,000평을 10평당 30,000원씩 분양하여 상치, 쑥갓, 케일, 고추 및 옥수수 등을 재배하였으며 '96년에는 그 실적이 없다.

VI. 농산물직거래 활성화방안

위에서 살펴본 바와같이 생산자와 소비자간의 상호 이익을 추구하기 위해 전개되고 있는 농산물직거래는 최근 매우 성행하고 있으며 그 거래실적도 급속하게 증가하고 있다. 그러나 농산물직거래는 생산자와 소비자간의 관계가 체계적인 유통경로를 통한 거래가 아니고 생산자와 소비자 직접 거래를 하는 형태이기 때문에 시장경제 특성과는 독특한 현상을 보이고 있다. 따라서 농산물직거래는 여러 가

지 문제를 지니고 있으며 아울러 그러한 문제점을 보완하면서 그 활성화 방안을 제시해 보면 다음과 같다.

가. 농산물직거래에 당사자간의 공동체의식의 강화이다.

직거래는 생산자와 소비자간의 상호이해를 통한 공동체의식의 발로에서 출발한다. 단순히 농산물직거래가 생산자와 소비자간의 직접 교류라는 단순한 의식으로는 농산물직거래의 활성화가 이루어 지지 않는다. 그것은 도시와 농촌이 함께사는 공생관계이며 그러한 농산물직거래를 통해 도·농지역주민간의 사회적 이해를 가져올 수 있다는 의식이 선행되어야 한다.

그러한 공동체의식을 함양시키기 위해서는 도·농간의 방문프로그램을 활성화 시켜 상호간의 이해의 폭을 넓하게 한다.

나. 농산물직거래 관련 행정기관의 적극적인 협조이다.

지방자치시대에서는 지방자치단체의 역할이 크게 증대되고 있으며 그것은 지역주민들의 욕구에 바탕을 두고 있어야 한다. 지역주민들의 여러가지 욕구 가운데 최근 농산물직거래를 통한 생산자와 소비자간의 상호이익을 추구하려는 욕구가 매우 강하게 대두고 있다. 그러므로 지방자치단체를 중심으로 한 관련행정기관은 그들의 사회적 욕구가 실현될 수 있도록 행·재정적인 협조를 아끼지 말아야 한다. 특히 관련행정기관은 일반 주민들보다 농산물에 관련된 각종 중요한 정보를 가지고 있으므로 행정기관은 농촌과 도시 일정한 행정구역 주민간의 유기적인 자매결연을 지속적으로 추진해 나가야 하며, 도시의 특정한 지역에 큰 장터를 설치하여 농산물 직거래가 활성화 되도록 해야한다. 또한 행정기관은 출향민들의 명단을 체계적으로 파악하여 해당지역 농산물을 출향민들이 적극적으로 참여할 수 있도록 홍보해 나가야 할 것이다. 특히 행정기관은 각종 민간조직에서 전개하고 있는 민간조직의 농산물직거래 활동에 대해 행·재정적분야의 적극적인 지원을 해야한다.

다. 관련 민간조직의 적극적인 참여이다.

이미 앞에서 살펴 본 바와같이 지역사회에 있는 각종 민간조직이 농산물직거래에 중심적 역할을 하고 있다는 사실을 알 수 있었다. 특 새마을에 관련된 각종조직이 농산물직거래의 활성화를 위해 매우 활동하고 있음을 살펴보았다. 그러므로 민간조직을 통한 농산물직거래는 매우 성공적으로 수행되고 있으며 앞으로 민간조직의 활동이 더욱 요청될 경향이다. 사회가 발전되고 다양화 될 수록 민간조직의 역할은 증대되고 있음을 많은 자료를 통해 알 수 있다. 특

히 농산물직거래를 할 수 있는 민간조직은 새마을운동 관련조직, 새마을금고, 신용협동조합, 각종 부녀회, 각종 봉사조직, YMCA, YWCA 그리고 각종 종교기관등 매우 광범위하다. 이들의 민간조직은 전국적으로 조직되어 있기 때문에 농산물직거래에 관련된 정보를 다양하게 교환할 수 있으며 또한 이들 조직은 비영리 민간조직이기 때문에 주민들로부터 신뢰와 호응을 받을 수 있는 입장에 있다. 그러므로 앞으로 농산물직거래는 민간조직이 중심이 되어 전개하는 것이 바람직하며 행정기관은 행·재정적으로 지원하는 입장에서 전개하는 것이 바람직하다.

라. 농산물 장터의 다양화가 요구된다.

농산물장터를 설치하여 농산물직거래가 전개되고 있는데 대부분의 농산물 장터에 출품되는 농산물이 매우 제한적이며 전국 어디에나 거의 유사한 몇가지 농산품만이 거래되고 있는 실정이다. 그러므로 농산물 장터의 개장은 그 지역의 실정 맞게끔 전개되어야 한다. 즉 소비자의 기호에 따라 농산물이 출품되어야 하는데 그러기 위해서는 사전에 소비지역 주민들의 농산물에 대한 욕구를 파악할 필요가 있다. 또한 소비자들이 쉽게 접할수 있도록 농산물장터를 여러곳에 설치하는 것이 바람직하다.

마. 자매결연 강화를 통한 계약재배를 활성화 시켜야 한다.

농산물의 중요한 특징은 가격보장이 안되며 판매에 대한 불확실성이다. 그러므로 많은 농민들은 풍년이 되면 더 옥 경제적 손실을 입게 되는 것이 현재의 상황이다. 그러한 문제를 해결해 나가기 위해서는 사전에 도시와 농촌지역간에 자매결연을 통한 계약재배를 하는 것이다. 생산자와 소비자를 보호할 수 있게 된다. 특히 생산자 입장에서는 안정적으로 농산물을 재배할 수 있어 그들의 경제활동 대한 예측을 가능하게 해줌으로써 원만한 농업활동을 할 수 있게 된다. 소비자의 입장에서 보면 사전에 구입할 농산물을 선정함으로써 자신들이 구입할 농산물 생산과정을 지켜 볼 수 있 됨으로써 양질의 농산물을 소비할 수 있게 된다. 그러한 계약재배는 경상북도의 경우 가까운 도시인 대구시의 일정한 지역에 거의 한정되는 경우가 많은데 이것을 더욱 광역화 시켜 전국적으로 전개하는 것이 바람직 하다.

바. 출향인사를 통해 농산물 직거래를 활성화 시켜야 한다.

도시의 대부분의 사람들은 농촌지역과 연결되어 있다. 특히 우리나라 국민들은 자신들의 출생지역에 대한 애향심이 어느나라 국민들보다 강하다. 그러므로 그들은 고향에서 생산되는 각종 농산물에 대하여 관심이 많다. 그러나 자리

적으로 또는 고향에 대한 각종 정보의 부재등으로 인해 그들의 욕구를 충족시키지 못하고 있다. 그러므로 관계기관이나 각종 민간조직은 출향인사들의 인적파악을 체계적으로 실시하여 생산자와 소비자의 경제적 사회적 이익을 추구해 나갈 수 있도록 해야한다. 이것은 농촌지역의 일정한 민간 단체가 중심이 되어 행정기관의 도움을 얻게 되면 그리 어려운 것은 아니다. 그리고 그 민간조직은 정기적으로 출향 민들에게 고향에 관련된 각종 정보를 제공해 주거나 정기적인 모임을 주선함으로써 그들의 애향심을 고취시켜 나가는 것이 필요하다.

사. 지역별 농산물 특성화를 가속화 시켜야 한다.

농산물은 그것의 생산지역에 따라 품질과 맛이 매우 차이가 난다. 그러므로 지역별로 농산물의 특성화를 가속화시켜 생산자는 보다 전문적인 정보와 지식을 가지고 농산물의 품질을 높이도록 해야한다. 특히 최근 소비자는 고급화된 농산물에 대한 선호도가 높아지고 있으므로 그러한 소비자의 기호에 맞추는 것이 농가소득을 향상시키는데 중요한 전략이 되고 있다. 그러므로 생산자는 그 지역의 농산물 특성화를 가속화시키고 한편으로는 저공해 농산물을 재배하여 소비자의 기호에 적합하도록 해야한다. 그것은 계약재배를 활성화 시킬 수 있는 방안이 되기도 한다.

VII. 결론

본 연구는 농산물의 유통과정의 복잡성으로 인해 생산자와 소비자 모두가 손해를 보는 문제점을 극복하기 위하여 농산물직거래를 통한 생산자인 농민들의 소득을 증가시키는 방안을 제시하는데 중요한 목적을 두고 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 연구된 내용을 보면 우선 농산물직거래의 필요성을 제기하고 그러한 농산물 직거래의 동향을 보다 체계적으로 알아보기 위해 농산산물 유통과정에 대한 이론적 탐색을 실시하였다. 그러한 내용을 중심으로 본 연구의 주요한 대상인 대구광역시, 대전광역시 그리고 경상북도의 농산물직거래 실태를 구체적으로 분석하고 그 활성화 방안을 제시하였다.

본 연구에서 살펴본 바와같이 농산물직거래는 주로 민간단체가 중심이 되어 추진하고 있었으며 농산물직거래 유형에는 자매결연을 통한 농산물직거래, 농산물 큰장터 개장을 통한 직거래, 계약재배를 통한 직거래, 고향 쌀 팔아주기 운동을 통한 직거래, 상설매장을 통한 직거래 및 주말농장

을 통한 농산물직거래가 전개되고 있었다.

그러한 농산물직거래를 보다 활성화 시켜 농민들의 소득을 증대시키기 위한 방안의 중요한 내용을 보면 다음과 같다.

첫째, 생산자와 소비자의 공동체의식의 함양이 선행되어야 한다.

농산물직거래는 생산자와 소비자간의 상호이해를 통한 공동체의식의 발로에서 출발한다. 농산물직거래가 생산자와 소비자간의 직접 교류라는 단순한 의식으로는 농산물직거래의 활성화가 이루어 지지 않는다. 그것은 도시와 농촌이 함께사는 공생관계이며 그러한 농산물직거래를 통해 도·농지역주민간의 공동이익을 가져올 수 있다는 의식이 선행되어야 한다.

그러한 공동체의식을 함양시키기 위해서는 도·농간의 방문프로그램을 활성화 시켜 상호간의 이해의 폭을 넓혀야 한다.

둘째, 관련 행정기관의 적극적인 지원이 있어야 한다.

지방화 시대에서는 지방자치단체의 역할이 크게 증대되고 있으며 그것은 지역주민들의 욕구에 바탕을 두고 있어야 한다. 지역주민들의 여러 가지 욕구 가운데 최근 농산물직거래를 통한 생산자와 소비자간의 상호이익을 추구하는 욕구가 매우 강하게 대두되고 있다. 그러므로 지방자치단체를 중심으로 한 관련 행정기관은 지역주민들의 사회적·경제적 욕구가 실현될 수 있도록 행·재정적인 협조를 아끼지 말아야 한다. 특히 관련 행정기관은 일반 주민들보다 농산물에 관련된 각종 중요한 정보를 많이 가지고 있으므로 행정기관은 농촌과 도시 일정한 행정구역 주민간의 유기적인 자매결연을 지속적으로 추진해 나가야 하며, 도시의 특정한 지역에 큰 장터를 설치하여 농산물 직거래가 활성화 되도록 해야한다. 특히 행정기관은 각종 민간조직에서 전개하고 있는 민간조직의 농산물직거래 활동에 대해 행·재정적분야의 적극적인 지원을 해야한다.

셋째, 지역사회 민간조직의 적극적인 참여이다.

지역사회에 있는 각종 민간조직이 농산물직거래에 중심적 역할을 하고 있다. 민간조직을 통한 농산물직거래는 매우 성공적으로 수행되고 있으며 앞으로 민간조직의 활동이 더욱 요청될 경향이다. 사회가 발전되고 다양화 될 수록 민간조직의 역할은 증대되고 있음을 많은 자료를 통해 알 수 있다. 특히 농산물직거래를 할 수 있는 민간조직은 새마을운동 관련조직, 새마을금고, 신용협동조합, 각종 부녀회, 각

종 봉사조직, YMCA, YWCA 그리고 각종 종교기관등 매우 광범위하다. 이들의 민간조직은 전국적으로 조직되어 있기 때문에 농산물직거래에 관련된 정보를 다양하게 교환할 수 있으며, 또한 이들 조직은 비영리 민간조직이기 때문에 주민들로부터 신뢰와 호응을 받을 수 있는 입장에 있다. 그러므로 앞으로 농산물직거래는 민간조직이 중심이 되어 전개하는 것이 바람직하며 행정기관은 행·재정적으로 지원하는 입장에서 전개하는 전략이 매우 바람직하다.

넷째, 소비자의 욕구에 바탕을 둔 농산물 장터의 개장이 요청된다.

소비자가 있는 도시지역에 농산물장터를 설치하여 농산물직거래가 전개되고 있는데 대부분의 농산물 장터에 출품되는 농산물이 매우 제한적이며 전국 어디에나 거의 유사한 몇가지 농산품만이 거래되고 있는 실정이다. 그러므로 농산물 장터의 개장 그 지역의 실정 맞게끔 전개되어야 한다. 즉 소비자의 기호에 따라 농산물이 출품되어야 하는데 그러기 위해서는 사전에 소비지역 주민들의 농산물에 대한 욕구를 파악할 필요가 있다. 또한 소비자들이 쉽게 접할수 있도록 농산물 장터를 여러곳에 설치하는 것이 바람직하다.

다섯째, 광역적인 자매결연을 통한 계약재배를 활성화 시켜야 한다.

농산물계약재배는 생산자와 소비자를 동시에 보호할 수 있게 된다. 특히 생산자 입장에서는 안정적으로 농산물을 재배할 수 있어 그들의 경제활동에 대한 예측을 가능하게 해줌으로써 원만한 농업활동을 할 수 있게 된다. 소비자의 입장에서 보면 사전에 구입할 농산물을 선정함으로써 자신들이 구입할 농산물을 생산과정을 지켜 볼 수 있게 됨으로써 양질의 농산물을 소비할 수 있게 된다. 그러한 계약재배는 경상북도의 경우 가까운 도시인 대구시의 일정한 지역에 거의 한정되는 경우가 많은데 이것을 더욱 광역화 시켜 전국적으로 전개하는 것이 바람직 하다.

여섯째, 체계적인 출향인사 파악이 요청된다.

우리나라 국민들은 자신들의 출생지역에 대한 애향심이 어느나라 국민들 보다 강하다. 그러므로 그들은 고향에서 생산되는 각종 농산물에 대하여 관심이 많다. 그러나 지리

적으로 또는 고향에 대한 각종 정보의 부재등으로 인해 그들의 욕구를 충족시키지 못하고 있다. 그러므로 관계기관이나 각종 민간조직은 출향인사들의 인적파악을 체계적으로 실시하여 생산자와 소비자의 경제적 사회적 이익을 추구해 나갈 수 있도록 해야한다. 이것은 농촌지역의 일정한 민간 단체가 중심이 되어 행정기관의 도움을 얻게 되면 그리 어려운 것은 아니다. 그리고 그 민간조직은 정기적으로 출향민들에게 고향에 관련된 각종 정보를 제공해 주거나 정기적인 모임을 주선함으로써 그들의 애향심을 고취시켜 나가는 것이 필요하다.

일곱째, 농산물 특성화를 지역별로 가속화 시켜야 한다.

농산물은 그것의 생산지역에 따라 품질과 맛이 매우 차이가 난다. 그러므로 지역별로 농산물의 특성화를 가속화시켜 생산자는 보다 전문적인 정보와 지식을 가지고 농산물의 품질을 높이도록 해야한다. 특히 최근 소비자는 고급화된 농산물에 대한 선호도가 높아지고 있으므로 그러한 소비자의 기호에 맞추는 것이 농가소득을 향상시키는데 중요한 전략이 되고 있다. 그러므로 생산자는 그 지역의 농산물 특성화를 가속화시키고 한편으로는 저공해 농산물을 재배하여 소비자의 기호에 적합하도록 해야한다.

이와같이 농산물직거래는 생산과 소비자의 공동이익을 실현하며 특히 생산자의 생산의욕을 향상시키게 되어 농민들의 삶의 질을 높이게 된다. 그러한 농산물직거래에 대한 욕구는 사회가 발전 할수록 더욱 높아질 것이기 때문에 이에 대한 대비를 해나가야 한다. 그것을 위해서는 보다 체계적인 연구가 선행되어야 한다. 본 연구는 지금까지 우리나라에 농산물 유통에 대한 연구는 많이 수행되었지만 농산물직거래 대한 연구는 매우 부족하였기 때문에 그 의미가 다소 있다고 본다. 그러나 본 연구는 대구광역시, 대전광역시 및 경상북도 지역의 농산물직거래 현상을 파악하는데 중심을 두고 있으며 그러한 실태를 통해 농산물직거래 활성화 방안을 모색하였기에 많은 제한 점을 지니고 있다. 따라서 생산자와 소비자의 공동이익을 실현할 수 있는 농산물직거래 활성화 방안에 대해 지역사회개발 차원에서 보다 적극적으로 연구되어야 할 것이다.

參 考 文 獻

1. 권원달, 「농산물유통론」, 선진문화사, 1987.
2. 김남선, 「농업발전과 농산물 유통정책의 과제」, 농업정책연구, 한국농업정책학회, 1984.
3. 김남선, 「지역사회개발학 개론」, 형설출판사, 1991.
4. 김남선, 「지역사회개발학 개발론」, 형설출판사, 1987.
5. 김남선, 「협동조합을 통한 흑염소사육농가 소득향상방안에 관한 연구」, 지역사회개발학술지 제3집, 한국지역사회개발협회, 1993.
6. 김남선, 「농촌자생조직 변화과정 관련변인에 관한 연구」, 지역사회개발연구 제18집 2호, 한국지역사회개발학회, 1993.
7. 김성수, 「거시마아케팅론」, 경문사, 1981.
8. 김성수, 「농촌개발커뮤니케이션에 관한 연구」, 서울대 농학연구, 1984.6
9. 김성훈, 「농산물유통근대화의 전개방안」, 대한상공회의소, 1979.
10. 김동훈 외 7인, 「전환기의 한국농업」, 한국농촌경제연구원.
11. 김운태, 「조직론」, 박영사, 1984.
12. 김준현 외, 「최신협동조합론」, 박영사, 1984.
13. 노환상, 「농산물유통」, 협동연구사, 1982.
14. 농어촌개발공사, 「농산물유통실태와 당면과제」, 농어촌개발공사, 1981.
15. 농협중앙회, 「농산물 유통개선의 과제와 방향」, 농협중앙회, 1984.
16. 농협중앙회, 「농산물 유통정책의 현황과 과제」, 농업중앙회, 1981.
17. 문병집, 「지역사회개발론」, 법문사, 1990.
18. 문팔용, 유병서, 「농산물가격분석론」, 한국개발연구원, 1975.
19. 박보희, 「우리나라 농산물유통에 관한 실증적 연구」, 석사학위논문, 청주대학교, 1984.
20. 박성복, 「정치경제론」, 법문사, 1992.
21. 송보경 외 역, 「협동조합론」, 금박, 1982.
22. 새마을운동중앙협의회경상북도지부, '94년도 농·수산물 직거래 추진실적, 1994.
23. 새마을운동중앙협의회대구광역시지부, '95년도 농어촌살리기 새마을운동 추진실적, 1995.
24. 새마을지도자경상북도협의회, '97년 기본사업계획서', 새마을지도자경상북도협의회, 1997.
25. 새마을지도자경상북도협의회, "농산물직거래 활성화 방안", 새마을지도자경상북도협의회, 1997.
26. 새마을지도자경상북도협의회, '96 농어촌살리기 새마을운동 추진실적, 새마을지도자경상북도협의회, 1996.
27. 서기원, "한국농협의 발전방향에 관한 실증적연구", 중앙대학교대학원 박사학위논문, 1987.
28. 오상락, 「마아케팅원론」, 박영사, 1986.
29. 유병서 외1인, 「농산물가격분석론」, 한국개발연구원, 1991.
30. 유제연, "농산물 유통에 관한 경제분석", 석사학위논문, 조선대학교, 1985.
31. 이종운, "농협공판사업의 개선방향에 관한 연구", 석사학위논문, 연세대학교, 1985.
32. 이창수, "도·농지역사회단위 교류활성화 방안에 관한 연구", 대구대학교대학원 박사학위논문, 1995.
33. 정지웅 외, 농업, "농촌의 발전을 위한 농민교육의 방향", 한국농업교육학회지, 1990.3.
34. 조병찬, "한국농산물의 유통구조에 관한 연구", 박사학위논문, 동국대학교, 1981.
35. 최창호, 「지역사회개발행정론」, 삼영사, 1982.
36. 최민호, 강재태, 「농촌지도론」, 서울대학교출판부, 1985.
37. 최민호 외, 「종합농촌개발론」, 서울대출판부, 1989.
38. 최민호 외, "종합농촌개발을 위한 기본욕구 분석", 한국농업교육학회지, 1988.
39. 최민호 외, "농촌지도사업의 현황과 발전방향", 한국농업교육학회지, 1989.
40. 한국개발연구원, 「유통구조개선 기본대책방안 조사 연구」, 한국개발연구원, 1979.
41. 한국농촌경제연구원, "농수산물 유통정보체계 개선 방안 연구", 연구보고서, 1986.
42. 허신행, 「농업협동조합운동」, 부민문화사, 1983.
43. Allen,G.R, 「Agricultural Marketing Policies」, 1959.
44. Banard,Chester I, 「The Function of the Executive」, Harvard Univ.Press, 1983.
45. Bidwell,Charles E and John D.Kansadra, 「The Organixation and Its Ecosystem: A Theory of Structuring in Organixation」, JAL Press INC, 1985.

46. Buzzel,R.D, 「Mathematical Models and Marketing Management」, 1964.
47. James,R.V, 「The Agricultural Marketing Systems」, 1978.
48. Phillips,G.F & Duncan,D.J, 「Marketing Principles and Methods」, 1956.
49. Reimann,Bernard C,"Organizational Effectiveness and Management's Public Value", 「Academy of Management Journal,Vol」, 1975.
50. Robbins,Stephen D, 「Organizational Theory」, Prentice-Hall Inc, 1983.
51. Tomek,W.G,& Kenneth,L.Robinson, 「Agricultural Product Price」, Cornell University Press, 1973.
52. UNDP,ed., 「Agricultural Extension-Programme Advisory Note」, United Nations Development Programme, 1991.
53. Wood,D., 「Continuing Education in Polytechnics and Colleges」, Department of Adult Education, University of Nottingham, 1982.
54. World Bank,ed., 「Agricultural Extension-The Next Step, Agricultural Production and Services Division」, Agricultural and Rural Development Department,World Bank, 1990.