

# 권역별 어촌의 수산물 유통



최 정 윤 / 부경대학교 교수

---

수산물의 유통경로는 수산물이 갖고 있는 자체적인 상품특성에 의해서 특히 많은 영향을 받고 있다. 수산물의 유통은 일반 공산품과는 달리 특수성을 지닌다.

---

## 수산물 유통의 특징

유통경로란 상품을 유통시키기 위한 사회적·공간적·시간적 거리를 말하며, 이러한 거리들이 효과적으로 결합되지 않으면 국민경제나 생활에 큰 낭비요인이 있게 된다. 그것은 거의 모든 생산자가 유통경로를 통해 생산물을 판매하고 비용을 회수함과 동시에 이익을 창출해 재생산 활동을 수행하기 때문이다.

일반적으로 산업의 구조는 생산·유통·소비의 세 가지로 구성되어 있다. 따라서 수산업도 이 세 가지 구성요소에 의하여 상호 보완적이고 유기적인 관련을 맺으면서 하나의 산업으로 유지되고 발전되어 간다.

수산물 유통은 생산과 소비

의 중간 단계로서 수요와 공급을 안정적으로 조절하여 전 과정을 통해서 생산자인 어민에게는 최대한 소득을 창출하고, 최종 소비자에게는 가계에 최소한의 지출을 하도록 한다. 그러나 수산물 유통은 수산물 자체가 지니고 있는 상품의 특성과 거래관행, 사회관습 등의 장애요인을 안고 있으며 특히 최근에는 수산물 수입자유화나 자유판매제와 같은 시대적인 요구에 직면함으로써 그 중요성은 한층 심화되고 있다.

수산물의 유통체계는 국민들의 소비행태, 생산방식, 국민경제성장, 도시화, 사회적 제도 등 여러 가지 요인으로부터 영향을 받는다. 그 중에서도 수산물의 유통경로는 수산물이 갖고 있는 자체적인 상품특성에

의해서 특히 많은 영향을 받고 있다. 수산물의 유통은 일반 공산품과는 달리 다음 네 가지 측면에서 특수성을 지닌다.

## 공급면

### 1) 불확실성 및 중단성

수산물 생산은 높은 불확실성과 생산활동의 중단성 때문에 그 공급이 불규칙하다. 따라서 원활한 유통을 유지하기 위해서는 저장시설이 필요하다. 그러나 수산물은 선도가 상품가치를 좌우하는 요소이기 때문에 시간의 경과나 저장을 가능한 한 피해야 하는 이론상의 모순에 빠지게 되는 특성을 갖게 된다.

### 2) 이동성 및 원격성

수산물 생산 작업장의 높은 이동성과 연근해 수산자원의 고갈에 따른 어획활동의 원격화로 수산물의 공급 예측은 불확실하게 된다.

## 소비면

### 1) 구매의 다양화

과거에는 수산물의 구매를 신선도에 의존하는 바가 컸으나, 최근에는 가공식품의 선호도 증대와 소비자의 미각·기호가 고급화됨에 따라 이들 요인이 하급어종의 유통이나 생산에 미치는 영향이 점차 증대하고 있다.

### 2) 소량구매

수산물의 구매 주체는 대부분 주부들이고 또 필요시 필요한 만큼의 양만 소량 구매하는 특성을 지니고 있다. 이러한 특징으로 말미암아 하부 유통기관은 점포시설 개선 동기가 낮아지게 되고, 또 비위생적인 거래 환경을 갖게 되어 결과적으로 유통기관의 영세성을 탈피하지 못하는 악순환에 빠지게 된다.

## 상품면

### 1) 부패성

수산물은 부패성이 강하고 생산과 소비가 전국적으로 확산되어 있는 상품이기 때문에 유통구조를 형성하는 유통기관의 규모가 영세해질 수밖에 없는 특성을 갖게 된다. 특히 유통의 말단 부분에 내려갈수록 더욱 그렇다.

### 2) 현물거래

타상품의 거래는 선물거래가 가능하다고 볼 수 있으나 수산물은 특히 선도가 가격결정에 가장 큰 영향을 미치므로 매매 당사자가 직접 거래에 출두해야 한다. 따라서 견본에 의한 선물거래와 신용거래가 활발하지 못하고 현금결제에 의한 거래를 원칙으로 하는 것이 수산물 유통의 한 특성이 되고 있다.

### 3) 표준화 곤란

수산물은 같은 상품은 물론

다른 어종과도 선도, 규격, 어획량 등이 불규칙하기 때문에 포장 및 규격생산을 위한 표준화가 곤란하다. 이같은 상품적 특성으로 인해 물적유통 관리가 어렵고 이에 따라 상품화를 위한 전략 도입이나 가격체계의 확립이 어렵다.

## 제도면

수산물 유통은 1994년까지 수산자원보호령 제19조 및 제21조에 의해 수산청장이 지정하는 연안수협 위판장이나 부산공동어시장에서만 매매토록 하는 계통판매, 소위 판매장소 지정제로 되어 있어 일반상품과는 특이한 유통구조를 지니고 있었다.

이와 같은 판매장소지정제도는 양륙어획물에 대한 적정가격 형성을 통해서 생산어민을 보호하고 양륙지를 제한함으로써 불법어업을 방지하는 등의 장점을 갖고 있었으나 산지 위판을 거친 수산물이 내륙지 도매시장에 와서 다시 상장되므로 도매가격의 이중 형성 및 마진폭의 확대, 유통시간의 지연에 따른 상품가치 저하 등 유통상의 효율을 떨어뜨리는 단점을 갖고 있다.

따라서 수산물은 위와 같은 공급면, 소비면, 상품면, 제도면에서 공산품과는 다른 특별

한 유통경로를 요구하고 있다.

### 권역별 어촌의 수산물 유통 실태

#### 수산물의 일반적 유통경로

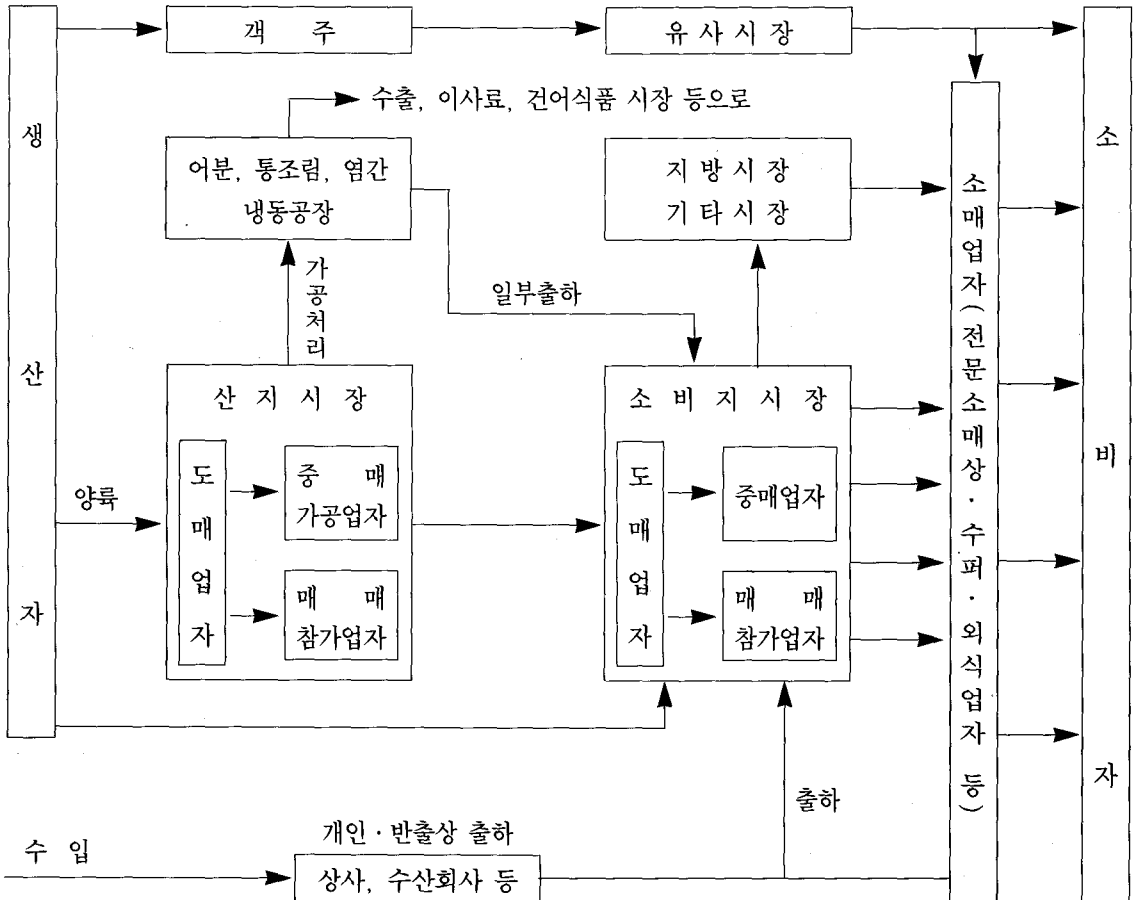
수산물의 생산은 전국 해안선에 거주하는 수많은 소규모 어가어업자가 주생산자이고 소비자는 대도시를 포함한 전국

각지에 산재해 있는 전국민이다. 이 밖에도 수산물의 상품적 특성은 생산의 장소, 시기, 생산량과 품질이 자연환경에 좌우되는 자연의존성, 강부패성, 생산자들의 시장정보 부족, 가격의 선도 비례 또는 불안정성, 상품의 다종다양성 등과 같은 특성을 지니고 있다.

이러한 수산물의 일반적인

유통경로는 <그림 1>과 같다.

<그림 1>에서 나타난 수산물의 유통구조는 크게 구분하여 첫째, 산지 위판장을 경유하지 않고 판매하는 형태, 둘째, 산지 위판장이나 소비자 도매시장을 경유하여 판매하는 형태, 셋째, 객주를 경유하여 판매하는 형태로 구분할 수 있으며, 그 각각의 세부 경로는 다음과 같다.



<그림 1> 수산물의 일반적인 유통경로

첫째, 산지 위판장을 경유하지 않는 판매형태

- ① 생산자→소비자
- ② 생산자→소매상→소비자
- ③ 생산자→도매상→소매상→소비자

여기에서 ①의 경우는 연안의 소생산자가 소량의 어획물을 생산지 주민이나 인근 시장에 가서 소비자에게 직접 판매하는 형태이다. 반면에 ②, ③의 판매경로에서는 도·소매상인이 생산지를 찾아와서 생산물을 구입하는 경우가 많다. 이 경우 생산지는 비교적 교통이 불편하거나 인근 소비지로부터 먼 곳에 위치한 경우이다.

둘째, 산지 위판장이나 소비지 도매시장을 경유하는 판매형태

- ④ 생산자→산지 위판장→소비자(수집업자, 제조업자, 무역상 포함)
- ⑤ 생산자→산지 위판장→소비지 도매시장→도매상→소매상→소비자
- ⑥ 생산자→산지 위판장→도매상→소비지 도매시장→도(소)매상→소비자
- ⑦ 생산자→산지 위판장→도(소)매상→소비자

위의 각 경로에서는 생산지에 소재하는 생산자들의 공동판매장인 수산업협동조합 위판장을

경유하거나 소비지에 소재하는 도매시장을 경유하여 소비자에게 전달되는 형태이다.

④의 경우는 생산자의 어획물이 산지 위판장에 실제 상장되어 수집업자, 제조업자, 무역상 등이 직접 중매인과 함께 경매 혹은 입찰에 참가하여 그들이 낙찰함으로써 어획물을 구매하는 수도 있으며, 때로는 동일한 무역업자, 제조업자들이 어획물을 전년도에 거래된 어종의 품질과 사이즈를 기준으로 하여 수협과 단가 및 물량을 수의계약하거나 단가만을 경매, 입찰을 통하여 계약하고 차후 생산이 개시되었을 때 계약자는 어장에 상고선을 보내 어선으로부터 직접 어획물을 인수하고 생산자에게 인수증을 발급하며 생산자는 인수증에 기재된 어종, 등급, 수량의 내용대로 당일 혹은 익일에 수협을 통하여 어대금을 수령함으로써 거래가 완료된다. 이때 계약자는 사전에 계약된 내용에 따라 충분한 어대금을 수협에 예치하거나 담보를 제공함으로써 어획물의 인수에 따른 어민들의 결체에 대한 위험을 방지할 수 있다.

어획물의 인수장소는 해상이 아닌 양륙항의 특정 장소에서도 가능하다. 통상 무역업자는 해상이나 양륙항의 부둣가를

---

판매장소지정제도는 양륙어획물에 대한 적정가격 형성을 통해서 생산어민을 보호하고 양륙지를 제한함으로써 불법어업을 방지하는 등의 장점을 갖고 있었으나 산지위판을 거친 수산물이 내륙지 도매시장에 와서 다시 상장되므로 도매가격의 이중 형성 및 마진폭의 확대, 유통시간의 지연에 따른 상품가치 저하 등 유통상의 효율을 떨어뜨리는 단점을 갖고 있다.

---

선호하며, 제조업자는 양륙항의 부둣가나 제조업자의 제조공장을 선호하게 되는데 이는 고품질의 유지, 수송비의 절감 효과를 얻을 수 있기 때문이다.

⑤, ⑥, ⑦의 경우는 생산지 위판장을 경유한 어획물이 중매인을 통하여 직접 소비지 도매시장, 산지 도매상인, 소비지 도매상인에게 판매되는 경우이다. ⑥의 경우가 전형적인 수협 계통출하 경로로서 연안의 생산자로부터 도시 소비자에게 어획물이 전달되는 형태이다.

⑥의 경우를 좀 더 구체적으로 알아보면, 우선 생산된 어획물이 양륙항에 하역되면 위판장 구내까지 운송, 규격 및 등급별 선별, 위판장에서의 진열, 경매(입찰), 중매인 낙찰, 중매인이 생산자 도매인이나 소매인에게 판매하면 그들은 소비지 혹은 생산지에 판매할 것인가를 결정하여 재선별 작업을 한다. 소비지의 도매시장에서 위탁판매하기로 결정하면 운송차량을 수배하여 상차 작업후 소비지의 도매시장에 근거를 두고 있는 위탁중매인 앞으로 탁송한다. 소비지에 도착된 어획물은 다시 하역을 거쳐 도매시장의 경매, 도매, 소매, 소비자의 수중으로 이동하게 되는 것이다.

이와 같은 경로를 거침으로써 위판수수료를 포함한 각종 유통비용이 과다하게 발생하고 유통과정에 참가하는 사람마다 유통마진을 얻고자 노력하므로 소비자 가격이 높아진다는 비난을 받기도 하는 경로 형태이다.

셋째, 객주를 경유하는 판매 형태

⑧ 생산자→객주→소비자(대형 소비업자, 무역업자 포함)

⑨ 생산자→객주→도·소매인→소비자

〈표 1〉 산지 도매시장(수협위판장)의 위판량 및 유통량

(단위: 톤, 억원)

연도별	연근해생산		산지위판	위판율(%)
	물량	금액	물량	물량
1990	1,542,013	14,959	1,305,358	84.6528
1991	1,303,913	17,285	1,081,848	82.9693
1992	1,295,396	18,632	1,082,054	82.9851
1993	1,526,136	22,835	1,236,805	81.0416
1994	1,486,357	25,206	1,238,701	83.3381

⑩ 생산자→객주→산지 위판장(소비지 도매시장 포함)→도·소매인→소비자 위의 각 경로에서는 객주가 반드시 유통에 개입하고 있는 형태이다. 객주는 위탁판매를 본업으로 하면서 부수적으로 숙박, 금융, 도매, 창고, 운송 등의 제 업무를 수행한다. 어업자가 객주에게 수산물의 판매를 위탁하는 것은 객주로부터 어업자금을 대부받는 조건으로 그 생산물의 판매권을 객주에게 양도하였기 때문이다. 그러므로 객주는 자금대부에서 오는 이자수입과 수수료 수입을 취득할 수 있다. 이런 이유로 객주는 유통경로에 개입하여 생산자의 이익을 착취하는 존재로 비난을 받고 있으나, 만일 객주들이 그들의 주 업무인 위탁판매업무에 충실할 경우에는 유통경로에서 유익한 기능을 발휘할 수 있을 것이다.

수산물의 상품별 유통경로  
수산물의 상품별 유통경로에는 대중선어류, 냉동어류, 활어류 이외에도 패류, 해조류, 건어류 등의 유통경로도 포함되어야 하지만 이들은 상대적으로 생산량이 소규모이고, 위에서 언급한 유통경로와 유사성이 많기 때문에 여기에서는 생략하기로 한다.

1) 대중 선어류

대중 선어류는 약 70% 이상이 생산자→산지 도매시장→도매상→소비지 도매시장→도·소매상→소비자의 경로로 유통되고 있다.

대중 선어류의 생산은 전적으로 연근해 어장에 의존하고 있고, 이들 생산물은 1995년까지 수산자원보호령에 의해 양륙항에 존재하는 산지 수협공판장에 강제위판되고 있는 이유로 인하여 수협계통 출하량이 높기도 하지만 산지위판장 상장이라는 제도적 강제성

이 없다 할지라도 개별 생산자들의 내륙지 도매시장 판매능력이 미약하여 산지 도매시장 비율이 높음은 일본의 예에서도 입증되고 있다.

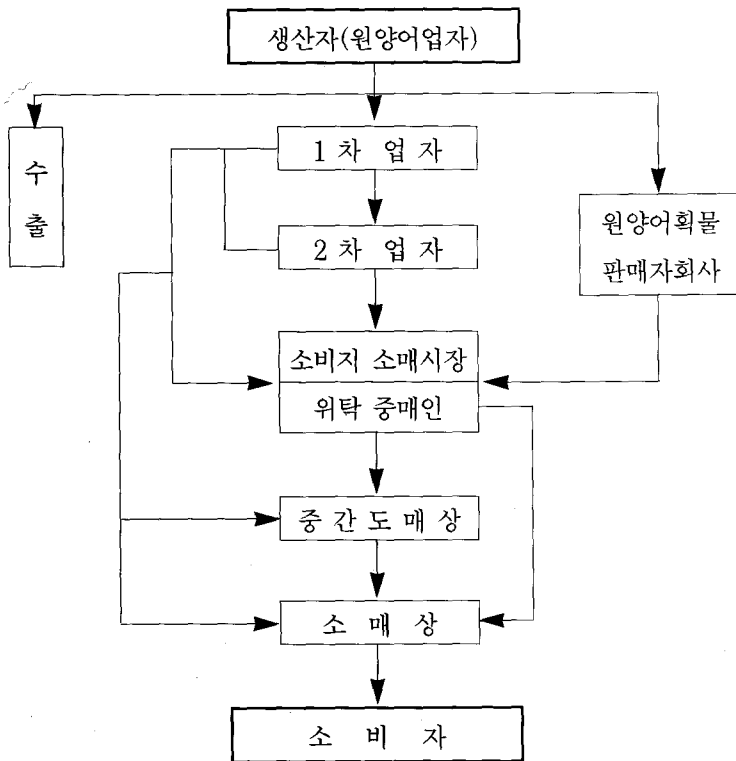
수산업의 경영활동중 생산활동 공간은 해상, 생산지원 및 판매활동은 육상으로 이분화되어 있어서 다종다양한 어획물을 신선도를 유지하면서 어가가 양호한 내륙 소비자까지 수송판매해야 하는 복잡한 육상활동을 수행하기에는 인적

자원, 시장정보 수집력, 자금력 등 마케팅기능 수행 능력이 부족하므로 생산자들은 주로 해상 생산활동에 주력하고 판매활동에는 주력하지 않았다. 따라서 생산자 수취가격은 결과적으로 산지 도매시장의 경매가격에 의하여 결정되고 있다.

### 2) 냉동어류

냉동어류는 연근해에서 어획하여 선상냉동한 수산물, 선어를 양륙한 후 육상냉동한 수산

수산물 유통경로에 나타나는 특성의 주된 원인은 유통경로에 경매와 입찰에 의하여 수산물을 수집, 평가, 분산하는 도매시장이 존재하고 있다는 것이다. 그러므로 수산물 유통경로를 보다 정확히 이해하기 위해서는 도매시장의 구조와 내용 등을 고찰해야 한다.



〈그림 2〉 원양어획물 유통경로

물 및 원양어선에서 어획한 냉동물로 구분할 수 있다. 연근해 수산물의 대부분은 일반 대중선어류와 마찬가지로 산지 위판장의 위판과정을 거쳐 소비지로 유통되지만 원양수산물은 산지 위판장에서 위판과정을 거치지 않고 다른 경로를 이용하여 소비지에 수송·유통시키고 있다.

원양 냉동어획물도 현재에는 수산자원보호령에 의한 판매장소 지정에 제약을 받지 않으므로 양륙량의 신고, 검사만으로 국내에 반입이 가능하다. <그림 2>는 원양어획물의 유통경로이다.

그림에서 알 수 있는 바와 같이 국내에 반입된 수산물은 원양어선의 선상에서 대부분 1차업자(대형 유통도매업자)에게 1척분 전량판매(배뺨기)되고, 이것은 다시 선박 입항 후 3~4일 이내에 다시 2차업자(도매상)에게 분할매매된 다음에 선박으로부터 2차업자에게 직접 상품이 인도됨으로써 양륙이 완료된다. 1차업자는 원양어선이 국내 입항하기 전에 국내 수급 및 가격동향을 고려하여 선물거래를 하며, 2차업자와의 거래도 선물거래가 일반적이다.

원양회사는 자사 어획물에 대한 판매활동을 전담하는 자회사를 직접 설립하여 2차업자에게 판매하거나 소비지도매시장에 출하하는 경우도 있다. 가격은 각 거래 당사자간에 합의에 의하여 결정되는 상대거래가 주축을 이루게 된다.

### 3) 활어류

활어류는 가두리 양식이나 내수면 양식, 육상수조 양식

등에서 생산되는 양식활어와 연안 소형어선과 정치망 등에서 생산되는 해상 어획 활어로 구분할 수 있으나, 여기서는 해상 어획 활어를 대상으로 유통경로를 살펴보고자 한다.

활어는 생산지에서 횃감으로 산지 횃집에 판매되는 등 주로 산지거래에 의존하는 한정된 유통경로에 의존하였다. 그러나 산지와 소비지에 이르는 도로망의 발달, 교통수단의 발달, 활어의 수송기술의 발달은 소비자들의 소득수준의 향상과 더불어 소비자의 기호가 고급화됨에 따라 활어의 수요는 급속히 대도시 소비지역까지 확대되고 있는 추세로서 유통경로도 다양한 형태를 나타내고 있다.

활어류는 단위당 가격이 선어, 냉동어에 비교할 수 없을 만큼 높은 수준을 유지하기 때문에 생산자들은 가능한 한 활어상태로 판매하고자 한다. 이와 같은 수요증대 추세와 고부가가치라는 장점에 영향을 받아 1일 조업으로 귀항하는 연안어선 이외에도 조업일수가 1일 이상 소요되는 근해어선에서까지 어창을 활어창으로 개조하여 활어판매를 도모하는 선박의 수가 증가하고 있다.

활어류의 유통경로를 분류하면 다음과 같다.

- ① 생산자→산지위판장→수집반출상→소비지 도매시장→중간도매상→소매상→소비자
  - ② 생산자→수집상→산지위판장→소비지 도매시장→소매상→소비자
  - ③ 생산자→수집상→소비지 도매시장→중간도매상→소매상→소비자
  - ④ 생산자→산지위판장→소비지 도매시장→중간도매상→소매상→소비자
  - ⑤ 생산자→산지수집상→소비지 소매상→소비자
  - ⑥ 생산자→소매상→소비자
- 위에서 열거한 제 형태의 유통경로는 수산물의 일반적인 유통경로와 유사하다.

대중선어류의 유통경로는 위와 같은 수산물의 일반적인 유통경로를 이용한다 할지라도 생산량의 80% 이상이 산지위판장을 경유하여 유통되고, 원양냉동어류의 유통에는 양륙지 위판장을 경유하지 않고 대형 도매업자에게 1차로 위판되는 점에서 각각 특징이 있다고 한다면 활어류는 여러 가지 유통경로를 다양하게 이용하고 있다는 점이 특징이라 할 수 있다.

활어류를 거래하기 위해서는

〈표 2〉 권역별 주요 수산물의 생산 및 주요 유통경로

다음과 같다.

구분	동 해 안	서 해 안	남 해 안
양식물	㉠가리비, 우렁쟁이	㉡바지락, 대하	㉢넙치, 미역, 김, 피조개, 굴
자연물	㉣노가리, 오징어, 청어, 꽁치, 양미리	㉤꽃게, 대하, 홍어, 굴, 동죽, 맛류, 젓새우	㉥가자미, 전갱이류, 멸치류, 정어리, 고등어류, 갈치
가공품	㉦건오징어, 황태	㉧새우젓	㉨마른김, 건미역, 마른멸치

### 수산물 유통경로상의 문제점

위에서 살펴본 바와 같이 수산물 유통경로의 수는 유통에 참가하는 주체마다 그 결합방법을 어떻게 하느냐에 따라 다양하게 변형될 수 있고, 다종 다양한 상품의 특성에 따라서

생산자는 물론 거래기관이나 거래자가 모두 활어를 일시 보관하기 위한 저장조를 설치하거나 특수한 수송시설을 보유하여야 함에도 불구하고 일부 지역의 산지 위판장에서는 아직 활어를 위판할 물적 시설이 미비되어 있고, 또한 생산자와 산지수집상, 횃집들과의 오랜 거래관행 등에 의해 대중선어류만큼 산지 위판장 거래비율은 높지 못하다.

### 권역별 주요 수산물의 종류 및 그의 유통경로

현재 우리나라에서 권역별로 대표적으로 생산되는 수산물의 종류는 다음과 같다.

또 이들 수산물이 소비자에게 도달하기 위해 주로 이용하고 있는 유통경로를 살펴보면

㉠㉡

생산자 → 도매시장 → 소비자

생산자 → 산지 위판장 → 중매인 → 내륙지 도매시장 → 소매상 → 소비자  
 → 산지소비시장 → 소비자

㉢

생산자 → 내륙지 도매시장 → 소매상 → 소비자

→ 현지 도 · 소매상 → 소비자

생산자 → 산지 위판장 → 중매인 → 대도시 도매(40%) → 소매상 → 소비자

→ 도소매(40%) → 소비자

→ 대기업납품(10%) → 도매상 → 소매상 → 소비자

→ 현지소매상(10%) → 소비자

㉣

생산자 → 산지 위판장 → 소비지 도매시장 → 도매상 → 소매상 → 소비자

㉤

생산자 → 객주 → 대도시도매상 → 소매상 → 소비자

→ 중간도매상 → 소매상 → 소비자

→ 대도시도매상 → 중간도매상 → 소매상 → 소비자

→ 소매상 → 소비자

생산자 → 산지 위판장 → 중매인 → 소비자

→ 내륙지 도매시장 → 중매인

→ 중간도매상 → 소매상 → 소비자

→ 소매상 → 소비자

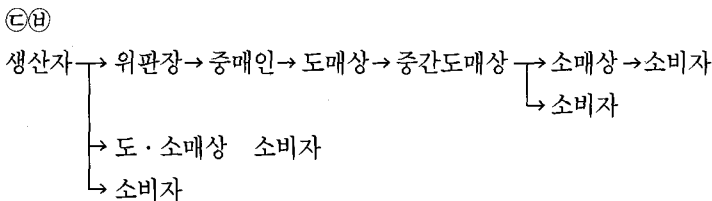
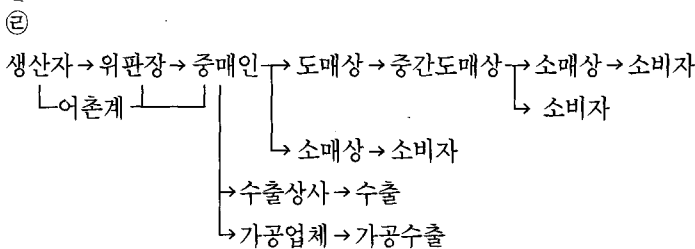
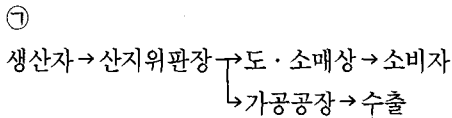
→ 내륙지 도매상 → 소매상 → 소비자

→ 소매상 → 소비자

→ 1차가공공장 → 2차가공공장 → 도 · 소매인 → 소비자

→ 도매상 → 소매상 → 소비자





유통경로를 달리할 수 있다. 일반공산품의 경우 산업용품은 그 경로가 단순한 데 비해 소비용품은 그 경로가 복잡하고 길다. 그 중에서 농수산물은 공산품에 비하여 길고 복잡한 특성을 지니고 있다.

수산물에 있어서 대표적인 유통경로는 다양한 어획물중 주종을 이루는 대중소비용 선어의 유통경로라고 볼 수 있고, 그 유통경로를 다시 한번 설명하면 다음과 같다.

생산자→산지 도매시장(위판장)→도매상→소비자 도매시장→도·소매상→소비자

위에서 보는 바와 같이 수산물의 유통구조는 1차적으로 생산지에서 수집기능을 수행하는 산지도매시장(수협공판

장)을 경유하고 소비지에서는 수집 및 분산의 기능을 수행하는 소비지도매시장을 경유하고 있다. 그 이유는 수산물이 지니는 상품적 특성 때문이다. 즉 수산물은 부패성이 강하고, 저장하기 곤란하며, 계절적으로 집중출하되고, 신선도에 비례하여 가격이 결정되고, 영세한 다수의 생산자들이 지역적으로 산재하여 생산하고 있기 때문에 시장기구가 가져야 할 유통기능을 신속하고 효율적으로 수행할 기구가 필요하다.

현재 우리나라의 수산물 유통에 있어서 두 가지 형태의 도매시장이 유통경로에 개입함으로써 나타나는 특징은 다음과 같다.

첫째, 생산자 단체와 지방 정부가 시장경로의 주체로서 참여한다. 이는 수산업과 수산물의 국민경제적 중요성과 그 공정한 가격실현을 위하여 산지 시장에서는 생산자 단체가, 소비지 시장에서는 지방 정부가 시장의 주체로서 참여하고 있다.

둘째, 일반 공산품의 가격결정은 생산자가 시장과 소비자의 동향을 파악하여 판매가격을 결정하지만 수산물은 그 도매기구에서 무조건 위탁판매를 원칙으로 하고 있기 때문에 판매가격, 판매처, 판매지역 등에 조건을 부여할 수 없는 특성이 있다. 즉 생산자의 의사는 가격결정에 반영되지 않는다.

셋째, 유통경로가 길고 복잡하다. 유통경로의 기점과 종점 지역에 각각 도매시장이 존재함으로써 일반공산품의 유통경로와 비교하여 길고 복잡한 특색이 있다.

수산물 유통경로에 나타나는 특성의 주된 원인은 유통경로에 경매와 입찰에 의하여 수산물을 수집, 평가, 분산하는 도매시장이 존재하고 있다는 것이다. 그러므로 수산물 유통경로를 보다 정확히 이해하기 위해서는 도매시장의 구조와 내용 등을 고찰해야 한다. ㉤