

한농연농업정책연구소 농정이슈 보고서

11-02 2011/04/08

산지 조직화·규모화와 연계한 공영도매시장의 발전방안 마련을 위한 설문조사 분석 결과

목 차

- I. 조사 개요
- II. 응답자의 기본 현황
- III. 도매시장법인과 중도매인 응답 결과 분석
- IV. 산지 출하자와 산지유통조직 응답 결과 분석
- V. 주관식 질문 응답 결과
- VI. 시사점 및 함의
- VII. (부록) 설문조사 질의 내용

한농연농업정책연구소 연구분과

- ※ 이 설문조사는 (사)한국농수산물도매시장법인협회와 (사)한국농업경영인중앙연합회가 공동으로 실시중인 “산지 조직화·규모화와 연계한 공영도매시장의 발전방안” 연구용역 사업의 일환으로 진행되었습니다.
- ※ 본 보고서의 내용을 인용·보도하시기를 원하시거나 문의사항이 있으실 경우, 한농연농업정책연구소 한민수 연구팀장(070-7165-0017, minsuaerd@gmail.com)에 게 반드시 연락해 주시기 바랍니다.

I. 조사 개요

1. 설문조사의 개요

- 설문조사명 : 산지 조직화·규모화와 연계한 공영도매시장의 발전방안 마련을 위한 설문조사
- 설문조사 시기 : 2011년 1월 17일(월)~2월 11일(금)
- 조사 대상 응답자 : 총 1,736명(회사)
 - 산지 출하자 : 2008년, 2009년 우수농업경영인 추가지원 대상자 중 과일·채소 부문 한농연 회원(1,000명)
 - 산지유통조직 : 2010년 2010년 농식품부 선정 공동마케팅조직, 산지유통전문·일반조직 전체(500개 조직)
 - 도매법인 : (사)한국농수산물도매법인시장협회 가맹 도매법인 전체(36개 회사)
 - 중도매인 : 가락시장 및 중앙·지방도매시장 내 중도매인(200명)
- 회수·분석한 답안지 : 총 388부
 - 산지 출하자 : 106부
 - 산지유통조직 : 83부
 - 도매법인 : 40부(도매법인회사 24부, 개별 경매사 16부)
 - 중도매인 : 159부
- 조사 방법
 - 산지 출하자, 산지유통조직 : 우편 설문조사 실시
 - 도매법인, 중도매인 : (사)한국농수산물도매시장법인협회 및 가맹 도매법인의 협조를 통하여, 도매법인 관계자 및 개별 중도매인에게 설문용지를 배포하여 응답된 설문지를 일괄 회수
- 분석 방법 : 별도 작성한 엑셀 프로그램에 입력하여 전산 분석

2. 설문조사의 취지

- 정부의 지속적인 산지 조직 육성정책으로 인해 미약하나마 조직화·규모화·전문화의 길로 들어서고 있는 상황에서, 그간 산지유통 부문의 혁신·발전을 일정 부분 견인해 온 공영도매시장의 기능 변화와 역할 강화가 요구되고 있다.
- 특히 산지의 조직적 규모화를 유도하기 위한 공영도매시장의 적극적인 대응이 요구되고 있으며, 이들 산지조직과 공영도매시장과의 협력체계 구축을 위해 도매시장의 새로운 도약이 기회로 삼아야 할 것이다.
- 이를 위해 산지의 조직화·규모화의 현주소를 정확히 파악하고, 이들 산지조직이 선호하는 유통경로와 그 요인을 파악하여, 도매시장이 주도하는 산지조직화의 방향을 모색해야 한다.
 - 동시에 산지조직이 지향하는 새로운 유통에 대한 도매시장의 대응방안을 모색하는 것이 현재의 공영도매시장에 주어진 시급한 과제이다.
 - 2007년 농안법 개정으로 한정적인 수준이기는 하지만 정가·수의매매가 허용되었고, 향후에는 정가·수의매매가 거래원칙으로 편입될 가능성이 높아지고 있다. 이에 사전 수급조절을 위한 계약적인 요소를 가미한 거래 방식이 확대될 것으로 예상된다.

3. 설문조사의 목적

- 위와 같은 문제의식을 바탕으로, 이번 설문조사에서는 아래의 과제에 대한 도매시장 내외부 이해 당사자들의 현황 파악 및 정책 개선 과제 도출에 목적을 두었다.
 - 첫째, 산지 생산자(조직)의 농산물 출하 현황과 출하 경로의 선택 요인을 파악한다.
 - 둘째, 각각의 농산물 출하 경로에 대한 산지 생산자(조직)의 평가 내용을 확인한다.
 - 셋째, 각각의 출하 경로 중에서 공영도매시장으로 출하하는 유통 경로 상에서 발생하는 문제점과 개선 방안을 산지 생산자(조직)과 공영도매시장간의 파트너십 강화라는 관점에서 파악한다.

- 넷째, 도매시장 유통의 효율화라는 관점에서 바라본 산지 조직화의 방향을 모색한다.
- 다섯째, 산지 생산자조직과 공영도매시장의 연계 강화 방안을 모색한다.

II. 응답자의 기본 현황

1. 개별 출하자

○ 지역별 구분

경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
7	4	7	12	6	13	25	26	0
서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	무응답	계
0	1	0	0	1	1	2	1	106

○ 연령대 : 평균 49.3세

연령대	30대	40대	50대	계
응답자	3	45	58	106
비율(%)	2.83%	42.45%	54.72%	100.00%

○ 주생산품목

구분	과일류	과채류	엽채류	근채류 및 기타 품목	무응답
응답자	38	43	10	21	100
비율(%)	17.92%	20.28%	4.72%	19.61%	47.17%

○ 농산물의 판매 방식(중복응답 허용)

구분	작목반	영농법인	개인출하	농협	기타	무응답
응답자	31	15	36	33	8	89
비율(%)	14.62%	7.08%	16.98%	15.57%	3.77%	41.98%

2. 산지유통조직(응답수 총 83개)

○ 산지유통조직의 소재지

경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
7	6	6	6	10	13	19	10	3
서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	무응답	계
0	1	0	0	2	0	0	0	83

○ 산지유통조직의 형태별 분류

구분	공동마케팅조직	산지유통 전문조직	산지유통 일반조직	해당사항 없음	계
개별 농협(지역농협, 전문농협)	1	46	14	3	64
조합공동사업법인	2	2	0	0	4
농협연합사업단	0	0	0	1	1
농업법인 (영농조합법인, 농업회사법인)	2	9	3	0	14
기타	0	0	0	0	0
계	5	57	17	4	83

○ 산지유통조직의 판매처별 매출 비중

- 물량 기준

구분 (단위:%)	도매시장	대형마트 (백화점포함)	농협계열 종합유통센터	가공,급식 외식업체	소비자직거래
평균	54.09	22.79	22.75	27.67	13.09

- 금액 기준

구분 (단위:%)	도매시장	대형마트 (백화점포함)	농협계열 종합유통센터	가공,급식 외식업체	소비자직거래
평균	53.33	24.04	21.95	29.88	14.75

3. 도매시장법인

○ 응답 도매시장법인들의 도매시장별 분포

특광역시, 시도 구분	시장 구분	응답자(명)	비중(%)
서울	가락	20	50.00%
부산	엄궁	2	5.00%
	반여	1	2.50%
대구	북부	1	2.50%
	중앙	1	2.50%
인천	삼산	2	5.00%
	구월	1	2.50%
광주	각화	2	5.00%
대전	노은	1	2.50%
	오정	1	2.50%
경기	구리	2	5.00%
	수원	1	2.50%
강원	원주	1	2.50%
충북	청주	1	2.50%
충남	천안	1	2.50%
전북	전주	1	2.50%
경남	창원	1	2.50%
계		40	100.00%

○ 공영도매시장의 형태별 분류

구분	중앙도매시장	지방도매시장	무응답	계
응답자(명)	30	10	0	40

○ 도매시장법인별 총 매출액 및 품목별 매출 비중

	구분	총 매출액	채소류	과일류
평균	금액(억원)	1,568.56	706.44	860.85
	비율(%)	-	49.65	50.35
최고	금액(억원)	6,112.56	3,125.37	5,098.00
	비율(%)	-	76.50	86.00
최저	금액(억원)	93.00	37.00	56.00
	비율(%)	-	14.00	23.50
중간값	금액(억원)	934.00	459.00	444.00
	비율(%)	-	51.00	49.00

○ 매입처별 거래 금액 비율과 거래 형태

- 과일류

금액비율(%)	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계열	도매법인
평균	23.07	12.19	9.49	4.56	52.70	5.18
최고	56.00	45.00	22.00	16.20	69.00	14.00
최저	5.00	1.00	1.00	0.02	20.00	0.90
중간값	23.20	8.40	7.20	1.85	55.20	2.00

- 채소류

금액비율(%)	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계열	도매법인
평균	34.40	8.82	6.17	8.87	41.85	7.06
최고	81.00	40.00	13.50	30.00	76.00	25.00
최저	7.40	0.30	1.40	0.60	10.00	0.20
중간값	31.60	6.00	5.50	4.55	42.90	5.00

4. 중도매인

○ 응답자의 도매시장별 분포

특광역시, 시도 구분	시장 구분	응답자(명)	비율(%)
서울	가락	76	47.80%
부산	엄궁	10	6.29%
대구	북부	10	6.29%
인천	삼산	10	6.29%
	구월	10	6.29%
대전	노은	10	6.29%
	오정	10	6.29%
경기	구리	9	5.66%
강원	원주	5	3.14%
충북	청주	4	2.52%
충남	천안	5	3.14%
무응답		0	0.00%
계		159	100.00%

○ 중도매인이 속한 공영도매시장의 형태별 분류

구분	중앙도매시장	지방도매시장	무응답	계
응답자(명)	134	25	0	159

○ 중도매인별 총 매출액 및 품목별 매출 비중

	구분	총 매출액	채소류	과일류
평균	금액(억원)	26.85	23.22	26.63
	비율(%)	-	95.87	88.36
최고	금액(억원)	150.00	90.00	80.00
	비율(%)	-	100.00	100.00
최저	금액(억원)	1.06	0.75	0.30
	비율(%)	-	60.00	29.00
중간값	금액(억원)	20.00	20.00	20.00
	비율(%)	-	100.00	100.00

○ 매입처별 거래 금액 비율과 거래 형태

- 과일류

금액비율(%)	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계열	도매법인
평균	23.44	12.19	14.67	6.92	37.69	96.13
최고	40.00	60.00	60.00	40.00	45.00	100.00
최저	5.00	2.00	7.00	2.00	10.00	30.00
중간값	26.00	2.00	7.00	2.00	45.00	100.00

- 채소류

금액비율(%)	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계열	도매법인
평균	26.89	13.75	16.18	21.84	30.45	94.74
최고	60.00	40.00	70.00	100.00	50.00	100.00
최저	1.00	10.00	5.00	5.00	1.00	30.00
중간값	35.00	11.00	9.00	8.00	30.00	100.00

Ⅲ. 도매시장법인과 중도매인 응답 결과 분석

1. 현재의 사업 여건에 대한 평가

구분		도매시장법인		중도매인		계
		가락시장	가락시장외	가락시장	가락시장외	
매우 나쁘다	응답자수	2	0	1	5	8
	비율(%)	10.00%	0.00%	1.32%	6.02%	4.02%
나쁘다	응답자수	6	5	22	20	53
	비율(%)	30.00%	25.00%	28.95%	24.10%	26.63%
그저 그렇다	응답자수	8	8	38	43	97
	비율(%)	40.00%	40.00%	50.00%	51.81%	48.74%
좋아졌다	응답자수	4	7	14	14	39
	비율(%)	20.00%	35.00%	18.42%	16.87%	19.60%
매우 좋다	응답자수	0	0	1	1	2
	비율(%)	0.00%	0.00%	1.32%	1.20%	1.01%
합계	응답자수	20	20	76	83	199
	비율(%)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
평점		2.70	3.10	2.89	2.83	-

- 이 설문은 5점 척도 방식으로 설계되었다. 최저 점수는 1점, 최고 점수는 5점이며, 중간 점수는 3점이다. 그러므로 3점 이상이면 긍정적인 시각이 많다는 뜻이고, 반대의 경우 부정적인 시각이 많다는 뜻이다.
- 가락시장 내 도매법인들이 평점 2.70점으로 가장 낮게 나온 반면, 가락시장 이외 도매법인들이 3.10점으로 나와 비교적 긍정적으로 진단한 것으로 나타났다.

2. 유통환경 변화에 대해 도매시장의 여건(경쟁력)은 어떠한가?

구분		도매시장법인		중도매인		계
		가락시장	가락시장외	가락시장	가락시장외	
매우 나쁘다	응답자수	0	1	6	8	15
	비율(%)	0.00%	5.00%	7.89%	9.64%	7.54%
나쁘다	응답자수	8	6	30	32	76
	비율(%)	40.00%	30.00%	39.47%	38.55%	38.19%
그저 그렇다	응답자수	8	6	30	33	77
	비율(%)	40.00%	30.00%	39.47%	39.76%	38.69%
좋아졌다	응답자수	4	7	10	9	30
	비율(%)	20.00%	35.00%	13.16%	10.84%	15.08%
매우 좋다	응답자수	0	0	0	1	1
	비율(%)	0.00%	0.00%	0.00%	1.20%	0.50%
합계	응답자수	20	20	76	83	199
	비율(%)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
평점		2.80	2.95	2.58	2.55	-

- 소비지 유통환경 변화에 대해 도매시장이 경쟁력을 갖추고 있는지, 유통 부문 여타 경쟁업체(대형유통업체, SSM 등)와 비교하여 도매시장의 여건이 어떠한지에 대한 의견을 물었다.
- 가락시장 이외 도매법인들은 평점 2.95점으로 가장 높게 나온 반면, 가락시장 이외 중도매인들은 2.55점으로 나타났다. 전반적으로 도매법인보다 중도매인 쪽에서, 특히 가락시장 이외 중도매인들이 공영도매시장의 경쟁력에 대해 부정적으로 평가하였음을 살필 수 있다.

3. 향후 공영도매시장의 전망은?

구분		도매시장법인		중도매인		계
		가락시장	가락시장외	가락시장	가락시장외	
매우 나쁘다	응답자수	1	1	2	2	6
	비율(%)	5.00%	5.00%	2.63%	2.41%	3.02%
나쁘다	응답자수	5	6	18	30	59
	비율(%)	25.00%	30.00%	23.68%	36.14%	29.65%
그저 그렇다	응답자수	6	7	34	36	83
	비율(%)	30.00%	35.00%	44.74%	43.37%	41.71%
좋아졌다	응답자수	8	6	18	11	43
	비율(%)	40.00%	30.00%	23.68%	13.25%	21.61%
매우 좋다	응답자수	0	0	4	4	8
	비율(%)	0.00%	0.00%	5.26%	4.82%	4.02%
합계	응답자수	20	20	76	83	199
	비율(%)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
평점		3.05	2.90	3.05	2.81	-

- 가락시장 내 도매법인과 중도매인의 평점이 3.05점으로 비교적 긍정적인 전망을 하는 것으로 나타난 반면, 가락시장 이외 도매법인은 2.90, 가락시장 이외 중도매인은 2.81점으로 낮게 나타났다.

4. 매출액 및 취급물량의 변화 추이

- 전년도 대비 매출액 변화

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)	합계
감소하였다	0	0	25	13	38
비슷한 수준이다	1	0	30	38	69
증가하였다	19	20	21	32	92
무응답	0	0	0	0	0
계	20	20	76	83	199

- 도매법인은 “증가하였다”는 응답이 압도적으로 많은 반면, 중도매인은 “감소하였다(합계 38명)”와 “증가하였다(합계 55명)”로 뚜렷이 구분되는 양상을 보여주었다.
- 이는 작년 가을 ‘배추파동’ 등과 같은 농산물값 급등으로 도매법인들의 경락가격 상승으로 인한 매출액 증가가 뚜렷이 나타나는 반면, 영업력 수준에 따른 중도매인들의 양극화 현상을 살필 수 있다.

○ 전년도 대비 취급 물량 변화

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)	합계
감소하였다	13	12	27	23	75
비슷한 수준이다	4	6	35	39	84
증가하였다	2	2	13	21	38
무응답	1	0	1	0	2
계	20	20	76	83	199

- 도매법인과 중도매인 모두 전년도 대비 취급 물량이 “감소하였다”는 응답이 많았다. 그러나 중도매인의 응답 분석 결과 “감소하였다”는 응답과 “증가하였다”는 응답이 뚜렷이 분화되는 양상을 보여 중도매인간 양극화의 모습을 보여주고 있다.

○ 동종 업체간 비교시 매출액 및 취급 물량 변화

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)	합계
감소하였다	3	3	19	18	43
비슷한 수준이다	6	6	46	42	100
증가하였다	11	11	11	23	56
무응답	0	0	0	0	0
계	20	20	76	83	199

- 도매법인은 동종 업체간 경쟁에서 매출액 및 취급 물량이 “증가하였다”는 응답이 많은 반면, 중도매인은 “비슷한 수준이다”라는 응답이 절반 정도를 차지하고 있음을 알 수 있다.
- 특히 중도매인의 경우 “감소하였다”와 “증가하였다”의 응답이 분화되는 양상을 보여, 중도매인간 양극화 현상을 살펴볼 수 있다.

○ 대형유통업체 등 대량 수요처와의 거래 금액 및 취급 물량 변화

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)	합계
감소하였다	6	1	33	46	86
비슷한 수준이다	10	12	35	24	81
증가하였다	4	7	6	11	28
무응답	0	0	2	2	4
계	20	20	76	83	199

- 가락시장 이외 도매법인을 제외하고 대체로 “감소하였다”는 응답이 많았다. 대형유통업체들이 산지 장악력을 높여 자체적인 원물 조달 시스템을 강화해 나가는 상황에서, 상대적으로 경쟁력이 뒤처질 수밖에

에 없는 공영도매시장 내 유통 주체들의 위기감을 엿볼 수 있다.

5. 중도매인의 판매처별 매출 비중(추정치)

- 이 설문은 개별 응답자들의 주관적인 추정치를 자유롭게 적도록 하였다. 이를 통해 도매시장법인이 생각하는 중도매인의 판매처별 매출 비중과, 실제 중도매인이 대략적으로 응답한 수치를 비교하고자 하였다.
- 아래 표와 같이 도매법인들은 대체로 “대형유통업체”와 “타 도매시장 전송” 비중이 높다고 응답하였다. 그러나 중도매인들의 평균치를 측정한 결과, “대형유통업체”나 “타 도매시장 전송”의 비중이 도매법인들의 예상보다 훨씬 높은 것으로 나타났다.
- 아울러 중도매인의 응답을 분석한 결과 예상 외로 “대형가공·외식업체”, “채소, 과일 전문점”, “차량상인”, “소형슈퍼” 등으로 비교적 골고루 분산시키고 있는 것으로 판단된다.

- 도매법인

구분	가락시장 내 평균(%)	가락시장 이외 평균(%)
대형유통업체(이마트 등)	18.00	12.82
타 도매시장	15.00	14.25
대형가공, 외식업체	8.50	9.22
채소, 과일 전문점	4.30	4.15
차량상인	4.75	4.70
소형슈퍼	4.30	4.20
기타	2.83	2.61

- 중도매인

구분	가락시장 내 평균(%)	가락시장 이외 평균(%)
대형유통업체(이마트 등)	29.51	35.29
타 도매시장	23.00	16.05
대형가공, 외식업체	22.47	26.58
채소, 과일 전문점	26.81	32.00
차량상인	19.58	20.55
소형슈퍼	20.08	25.08
기타	13.76	18.47

6. 도매시장 거래제도 측면에서 가장 큰 어려움(문제점)은?

○ 도매시장법인

구분	가락시장 내 응답자(명)	가락시장 외 응답자(명)	합계
현재의 경매방식으로는 대형 소매점이 요구하는 가격을 맞추기 곤란하다	8	4	12
현재의 경매방식으로는 소매점에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다	0	5	5
현재의 중도매인간 거래 금지로는 소매점 등에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다	2	6	8
현재의 시설로는 대형 소매점 대응을 위한 품질 관리가 곤란하다	3	0	3
기타	5	5	10
무응답	2	0	2
계	20	20	40

○ 중도매인

구분	가락시장 내 응답자(명)	가락시장 외 응답자(명)	합계
현재의 경매방식으로는 대형 소매점이 요구하는 가격을 맞추기 곤란하다	29	6	35
현재의 경매방식으로는 소매점에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다	7	5	12
중도매인간 거래를 금지하고 있어 소매점 등에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다	9	2	11
현재의 시설로는 대형 소매점 대응을 위한 품질 관리가 곤란하다	26	0	26
기타	0	5	5
무응답	5	2	7
계	76	20	96

○ 도매법인과 중도매인 모두 “대형 소매점이 요구하는 가격을 맞추기 곤란하다”는 응답이 제일 많았다. 반면 “중도매인간 거래 금지로 인해 곤란하다”는 응답은 중도매인들에서조차 소수에 그쳤다.

○ 특히 중도매인들이 “현재의 시설로는 대형 소매점 대응을 위한 품질 관리가 곤란하다”는 응답이 많음에 주목해야 한다. 공영도매시장 시설 낙후 문제에 대한 중도매인들의 위기감이 뚜렷이 드러나고 있다.

7. 정가수의 거래를 적극적으로 추진할 방침인가?

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)	합계
적극 추진할 계획	14	6	9	3	32
가급적 추진할 계획	6	11	22	29	68
모르겠다	0	0	29	18	47
경매를 유지하겠다	0	3	15	26	44
무응답	0	0	1	6	7
계	20	20	76	82	198

- 응답자들의 과반수가 “추진할 계획”이라고 답변했지만, “가락시장 내 도매법인>가락시장 이외 도매법인>가락시장 내 중도매인>가락시장 이외 중도매인” 순으로 응답자의 적극성이 저하되는 것으로 나타났다.
- 가락시장 내 중도매인 중 29명이 “모르겠다”는 유보 입장을 밝혔다. 아울러가락시장 이외 중도매인 26명이 “경매를 유지하겠다”는 입장을 밝혀 “적극·가급적 추진할 계획”이라고 밝힌 32명과 비슷한 수준인 것으로 나타났다.

7-1. 정가수의 거래를 망설이는 이유(복수응답 허용)

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)
정가수의 거래 방법을 잘 몰라서	1	0	12	6
비용이 많이 들어가서 수익성이 낮기 때문	1	1	5	3
정가수의 거래가 가능한 경우가 한정적	12	9	25	30
출하자가 경매를 더 선호해서	3	1	2	4
도매시장법인이 경매를 더 선호해서	4	6	2	4
도매시장법인 주도로 거래가 될 것 같아서	-	-	10	14
기타	2	1	1	0
무응답	97	102	88	101
계	120	120	145	162

- “정가수의 거래가 가능한 경우가 한정적이어서”라는 응답이 제일 많이 나왔는데, 도매법인보다 중도매인 쪽에서 해당 항목을 지정한 경우가 많았다.
- 중도매인의 응답을 분석한 결과 “정가수의 거래 방법을 잘 몰라서”와

“도매시장법인 주도로 거래가 될 것 같아서”라는 응답이 많았는데, 향후 정가수의 거래제도 도입을 대비하여 이해주체간 충분한 논의와 교육 등 준비과정을 거쳐 추진해야 할 필요성이 높다고 판단된다.

8. 산지의 규모화·조직화와 연계한 도매시장법인의 역할(2개 응답)

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 이외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 이외 중도매인(명)
시장정보 제공, 상품화 지도 강화	8	13	30	41
수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성	16	15	32	48
산지 출하규모에 비례한 출하장려금 차등 지급	1	1	15	9
소비자 실수요자에 대한 직배송 등 상물분리를 통한 물류체계 개선 노력	9	5	22	12
기타	0	0	0	1
무응답	6	6	53	55
계	40	40	152	166

- 도매법인 및 중도매인 모두 “수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성”과 “시장정보 제공, 상품화 지도 강화”를 가장 중요한 역할로 꼽고 있다.
- “소비자 실수요자에 대한 직배송 등 상물분리를 통한 물류체계 개선 노력”이 필요하다는 중도매인의 주문이 많았다. 아울러 중도매인 응답자 중에서 “산지 출하규모에 비례한 출하장려금 차등 지급”을 지적한 경우도 상당수 나타났다는 점에도 주목할 필요가 있다.

9. 파렛트 출하가 물류비용 절감에 기여하고 있는가?

- 파렛트 출하를 통한 물류비용 절감 효과에 대하여 가락시장 내 도매시장법인보다(평균점 3.25점) 가락시장 이외 도매시장법인들은 부정적인 의견(평균점 2.90점)이 많았다. 파렛트 출하를 통한 물류비용 절감 효과에 대하여 중도매인의 평균점이 높았으며, 특히 가락시장 이외 시장에서 더욱 높다는 점을 살필 수 있었다는 점은 의외의 결과이다(가락시장 내 3.28점, 가락시장 이외 3.37점).

구분		도매시장법인		중도매인		계
		가락시장	가락시장외	가락시장	가락시장외	
전혀 그렇지 않다	응답자수	1	0	2	4	7
	비율(%)	5.00%	0.00%	2.63%	4.82%	3.52%
그렇지 않다	응답자수	7	10	17	12	46
	비율(%)	35.00%	50.00%	22.37%	14.46%	23.12%
모르겠다	응답자수	0	3	21	18	42
	비율(%)	0.00%	15.00%	27.63%	21.69%	21.11%
그렇다	응답자수	10	6	26	41	83
	비율(%)	50.00%	30.00%	34.21%	49.40%	41.71%
매우 그렇다	응답자수	2	1	8	4	15
	비율(%)	10.00%	5.00%	10.53%	4.82%	7.54%
무응답	응답자수	-	-	2	4	6
	비율(%)	-	-	2.63%	4.82%	3.02%
합계	응답자수	20	20	76	83	199
	비율(%)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
평점		3.25	2.90	3.28	3.37	-

○ 파렛트 출하를 통한 물류비용 절감 효과를 부정적으로 평가한 이유에 대해서는(중복응답 허용), “개인출하가 많아 파렛트 출하가 어렵기 때문에(파렛트 출하후 경매장에서 다시 재분류)” 및 “파렛트 단위의 거래가 산지 출하 단위나 중도매인 구매 단위 면에서 비현실적이기 때문에”라는 응답이 주를 이루고 있다.

구분	가락시장 내 도매법인(명)	가락시장 외 도매법인(명)	가락시장 내 중도매인(명)	가락시장 외 중도매인(명)	합계
개인출하가 많아 파렛트 출하가 어렵기 때문에(파렛트 출하후 경매장에서 다시 재분류)	4	9	15	8	36
중도매인이 파렛트 단위로 구매하기에는 양이 너무 많기 때문에	2	2	5	7	16
파렛트 단위의 거래가 산지 출하 단위나 중도매인 구매 단위 면에서 비현실적이기 때문에	7	2	9	10	28
기타	0	0	1	0	1
무응답	47	47	46	58	198
계	60	60	76	83	279

10. 유통 주체들이 생각하는 공영도매시장의 문제점

○ 도매법인에게 공영도매시장이 당면한 가장 큰 문제점이 무엇인지 5점 척도 방식으로 질의한 결과, “시설 낙후 및 시설 협소 문제”를 가장 큰 문제점으로 들었다.

- 가락시장 내 도매법인

구분	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요	무응답	계	평점
(1) 거래제도 문제	0	0	2	10	8	0	20	4.3
(2) 시설 낙후 및 시설 협소 문제	0	0	0	5	15	0	20	4.75
(3) 개설자의 도매시장 관리 전문성 문제	0	0	2	10	8	0	20	4.3

- 가락시장 이외 도매법인

구분	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요	무응답	계	평점
(1) 거래제도 문제	0	0	3	11	6	0	20	4.15
(2) 시설 낙후 및 시설 협소 문제	0	0	1	4	15	0	20	4.7
(3) 개설자의 도매시장 관리 전문성 문제	0	0	2	12	6	0	20	4.2

○ 이는 도매법인을 대상으로 한 시설 측면의 문제점에 대한 설문에서 보다 확연하게 나타났는데, “저온저장시설 부족”, “보유시설 협소로 인한 소포장 시설 확보 곤란”, “규모의 영세성으로 인한 대량 수요처 개척 관리에 한계” 등의 응답이 주를 이루고 있음을 알 수 있다.

구분	가락시장 내 도매법인(개)	가락시장 이외 도매법인(개)	합계(명)
저온저장시설이 부족하여 농산물 선도관리와 상품화가 곤란하다	6	4	10
점포 등 보유시설이 협소하여 소포장 시설을 확보하기 곤란하다	4	5	9
규모의 영세성으로 인한 대량 수요처 개척 관리에 한계가 있다	6	6	12
배송 시설이 부족하여 거래처에 원활한 배송 이 곤란하다	0	0	0
기타	3	5	8
무응답	1	0	1
계	20	20	40

- 위와 비슷한 질문을 중도매인에게 물어본 결과, “시장 내 시설 노후화, 점포 면적 부족 등으로 인한 문제가 많다”, “시장 및 경기 침체로 매출액과 취급 물량이 정체·감소하고 있다”는 응답 순이었다.

구분	가락시장 내 중도매인(개)	가락시장 이외 중도매인(개)	합계(명)
대형유통업체와의 경쟁 속에서 고품질 상품 확보가 어렵다	11	4	15
도매시장 채편에 대응하기 어렵다(거래처의 정체, 감소 등)	7	9	16
시장 및 경기 침체로 매출액과 취급 물량이 정체, 감소하고 있다	26	25	51
시장 내 시설 노후화, 점포 면적 부족 등으로 인한 문제가 많다	21	40	61
규모의 영세성으로 인한 대량 수요처 개척, 관리에 한계가 있다	9	4	13
기타	2	1	3
무응답	0	0	0
계	76	83	159

IV. 산지 출하자와 산지유통조직 응답 결과 분석

- 산지의 규모화·조직화를 통한 생산자단체의 거래 교섭력(시장 대응력) 강화는, 공영도매시장을 포함한 산지·소비지 농산물 유통 혁신을 위한 핵심 과제이다.
 - 하지만 지역·품목(군)별 특성, 농가의 연령대별 차이, 수직·수평계열화 등 산업화 수준이 천차만별이기 때문에 산지의 규모화·조직화의 현실 여건 및 향후 발전 방향에 대한 선호도는 달라질 수밖에 없다.
- 이 때문에 본 설문조사에서는 산지의 규모화·조직화에 관한 응답자 집단의 선호도가 어떠한지 다양한 단순·교차분석 방법을 활용하여 분석을 시도하였다.
 - 특히 기존의 연구 성과와의 비교·평가를 통하여, 보다 현실화된 산지의 규모화·조직화 방안을 도출할 수 있을 것이다.

1. 개별 출하자와 산지유통조직 대상 교차분석 결과

○ 개별 출하자의 연령대별로 현재의 규모화·조직화 형태 및 희망하는 규모화·조직화 형태를 조사한 결과, “10~20 농가 미만”과 “40 농가 이상”의 집단으로 양극화되는 현상이 나타났다.

- 현재의 조직화 형태

연령대 \ 조직화 규모	0~10	10~20	20~30	30~40	40 이상	무응답	계
30대	1	1	0	0	1	0	3
40대	5	17	8	2	12	1	45
50대	8	15	9	11	13	2	58
계	14	33	17	13	26	3	106

- 향후 희망하는 조직화 형태

연령대 \ 조직화 규모	0~10	10~20	20~30	30~40	40 이상	무응답	계
30대	0	1	0	0	2	0	3
40대	3	12	8	6	16	0	45
50대	4	14	14	6	19	1	58
계	7	27	22	12	37	1	106

○ 그런데 산지유통조직 대상 설문 결과, 현재의 규모화·조직화 형태와 향후 희망하는 규모화·조직화 형태 모두 “40농가 이상”에 집중돼 있는 것으로 나타나 강력한 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

희망규모 \ 현재규모	0~10 농가 미만	10~20 농가 미만	20~30 농가 미만	30~40 농가 미만	40농가 이상	무응답	계
0~10 농가 미만	0	2	1	1	2	0	6
10~20 농가 미만	0	2	1	0	2	0	5
20~30 농가 미만	0	0	4	1	6	0	11
30~40 농가 미만	0	0	2	0	4	0	6
40 농가 이상	0	0	6	3	45	1	55
계	0	4	14	5	59	1	83

○ 특히 대규모화된 형태인 “공동마케팅조직”은 물론, 그 보다 상대적으로 소규모의 조직인 “산지유통전문조직”과 “산지유통일반조직”의 현재

규모화 형태를 분석한 결과 “40농가 이상”인 형태가 다수로 나타났으며(아래 표 참조), 향후 희망하는 조직화·규모화 형태도 마찬가지로 “40농가 이상”인 것으로 나타났다.

조직화 규모 유통조직 형태	0~10 농가 미만	10~20 농가 미만	20~30 농가 미만	30~40 농가 미만	40 농가 이상	무응답	계
공동마케팅조직	1	0	0	0	4	0	5
산지유통전문조직	4	2	7	3	41	0	57
산지유통일반조직	1	3	3	2	8	0	17
해당사항 없음	0	0	1	1	2	0	4
계	6	5	11	6	55	0	83

○ 위의 설문 결과는 농가의 기초적인 조직화·규모화 형태가 다양한 단계를 이루며 상향식으로 이뤄지는 게 바람직하다는 학계의 기존 연구결과와 맥을 같이 하는 것으로 분석된다.

- 개별 농가가 최초로 대면하여 강력한 친밀감·소속감을 느낄 수 있는 규모는 10 농가 내외 수준의 작은 조직 형태에 집중돼 있다. 이들 10 농가 내외 수준의 작은 조직은 ‘부(副)리더’를 중심으로 뭉치는 형태가 대부분이다.
- 그런데 이들 기초 조직이 4~5개 모인 형태는, 2009년 이후 농협중앙회가 적극 육성에 나서고 있는 ‘공선출하회(40~50 농가 수준)’ 형태로 연결된다. 이들 ‘공선출하회’를 이끄는 리더는 강력한 리더십과 정치적 조정·타협 능력이 요구되며, 이들의 능력은 상위의 시군 브랜드(농협연합사업단, 조합공동사업법인 등)를 중심으로 한 상품화(브랜드화)에 핵심 역량으로 작용한다.
- 이들 시군 브랜드는 품목(군)별로 권역·광역화된 브랜드로 연결되어, 결국 전국 단위의 마케팅보드(Marketing Board)로 귀결되는 “지역과 품목의 정반합(正反合)”의 중층적 형태의 발전 경로를 따를 것으로 전망된다.

2. 산지 조직화를 위한 리더의 역할, 저해 요인의 해결 방안

○ 우선 산지 조직화를 저해하는 요인이 무엇인지, 개별 출하자와 산지유통조직 등 응답자에게 중요한 순서대로 나열해 줄 것을 요청하였다.

- 개별 출하자

구분	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위	합계	비율(%)
참여농가의 조직 내 무임승차	12	14	8	15	16	35	100	16.95%
참여농가간의 이해대립 등 갈등	28	18	18	14	17	7	102	17.29%
조직화를 위한 구심점 부재	14	27	27	19	9	4	100	16.95%
조직화에 대한 인식 부재	19	17	23	22	12	4	97	16.44%
중앙정부와 지자체의 정책불일치	20	11	12	19	22	12	96	16.27%
실질적인 수취가격 감소	9	14	12	8	20	32	95	16.10%
합계	102	101	100	97	96	94	590	100.00%
비율(%)	17.29%	17.12%	16.95%	16.44%	16.27%	15.93%	100.00%	-

- 산지유통조직

구분	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위	합계	비율(%)
참여농가의 조직 내 무임승차	15	15	11	12	11	13	77	17.04%
참여농가간의 이해대립 등 갈등	20	21	21	10	5	2	79	17.48%
조직화를 위한 구심점 부재	2	17	15	22	17	3	76	16.81%
조직화에 대한 인식 부재	26	14	14	13	4	6	77	17.04%
중앙정부와 지자체의 정책불일치	4	4	7	11	23	21	70	15.49%
실질적인 수취가격 감소	13	8	9	6	12	25	73	16.15%
합계	80	79	77	74	72	70	452	100.00%
비율(%)	17.70%	17.48%	17.04%	16.37%	15.93%	15.49%	100.00%	-

○ 개별 출하자는 1순위로 “참여농가간의 이해대립 등 갈등”을 주된 원인으로 뽑은 반면, 산지유통조직은 1순위로 “조직화에 대한 인식 부재”를 꼽았다. 이를 통해 개별 출하자와 산지유통조직간의 인식 격차가 뚜렷하게 나타나고 있음을 살필 수 있다.

- 반면 “중앙정부와 지자체의 정책불일치”나 “실질적인 수취가격 감소”는 5~6순위로 밀려, 응답자들은 산지 조직화의 저해 요인을 외부에서 찾기보다는 주로 내부에 있다고 판단하는 것으로 나타났다.

○ 산지 조직화의 저해 요인 중 일부 농업인의 무임승차를 방지하기 위해서는, 개별 출하자 및 산지유통조직 모두 “품질 수준에 맞춘 차별화된 보상”을 요구하는 응답이 과반수를 차지하고 있었다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직(개소)	합계
공동선별	29	19	48
농가 단위 선별을 거쳐 검품 강화	13	11	24
선별기준을 시장지향적으로 객관화	5	5	10
품질 수준에 맞춘 차별화된 보상	53	46	99
기타	2	0	2
무응답	4	2	6
계	106	83	189

- 참여 농가간의 갈등을 최소화하기 위해서는 “재배 및 수확후 상품화 방법의 통일”을 가장 많이 지적하였지만, “회원 모두가 참여하는 의사 결정”, “강력한 리더십 발휘로 조직 내의 중재 역할 강화”를 지적한 응답자 수도 많았다. 기술적인 해법만큼, 조직 내 대화와 타협을 통한 해결 방법의 중요성이 매우 크다는 점을 잘 보여주고 있다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직(개소)	합계
회원 모두가 참여하는 의사 결정	27	17	44
공동이용시설 이용 조건상의 공평성 확보	14	7	21
강력한 리더십 발휘로 조직 내의 중재 역할 강화	22	20	42
참여농가의 무임승차를 방지할 수 있는 장치 마련	8	21	29
재배 및 수확후 상품화 방법의 통일	33	17	50
기타	1	1	2
무응답	1	0	1
계	106	83	189

- 조직화의 구심점은 어떤 것이어야 하는지에 대해 질문하였다. 그 결과 “동일한 목적을 가진 농가 중심의 조직화”라는 응답이 제일 많았다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직(개소)	합계
조직 내의 강력한 리더	13	28	41
조직 내의 핵심적·차별화 상품	15	12	27
동일한 목적을 가진 농가 중심의 조직화	76	43	119
기타	1	0	1
무응답	1	0	1
계	106	83	189

- 정부의 산지조직 육성 정책의 가장 큰 문제점에 대해서는, “품목별, 지역적 특성을 고려하지 않은 획일적인 정책 추진”이 문제라는 지적이

대다수를 차지하고 있다. 반면 “일부 선도농가 중심의 산지유통 정책”이나 “무리한 산지 직거래 유도 정책”을 원인으로 지적하는 응답은 상대적으로 소수에 그쳤다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
품목별 특성을 고려하지 않은 획일적인 정책 추진	35	27	62
지역적 특성을 고려하지 않은 획일적인 정책 추진	36	29	65
일부 선도농가 중심의 산지유통 정책 추진으로, 비선도 농가와의 격차 확대	23	16	39
무리한 산지 직거래 유도 정책으로 산지 피해의 가능성이 높아짐	9	6	15
무응답	3	5	8
계	106	83	189

○ 공동판매시 농가수취 가격 하락의 주된 요인이 무엇인지를 물었다. 이는 위의 “일부 농업인의 무임승차 방지 대책”과도 일정 부분 연결되는 질문이다.

- 개별 출하자들은 “산지마케팅 조직의 마케팅 능력 부족으로 개인 출하시보다 판매 가격이 낮음”을 주된 요인으로 든 반면, 산지유통조직들은 “품질의 하향 평준화 경향이 심화”됐기 때문이라는 지적이 가장 많았다.
- 이는 “일부 농업인의 무임승차 방지 대책”으로 개별 출하자들이 지적한 “품질 수준에 맞춘 차별화된 보상”과 연관성이 높아 보인다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
산지마케팅 조직의 마케팅 능력 부족으로 개인 출하시보다 판매 가격이 낮음	51	20	71
품질의 하향 평준화 경향이 심화	29	31	60
공동육묘, 공동선별 등 작업의 공동화로 인한 비용 증가	21	15	36
물류비용 증가	3	8	11
기타	1	9	10
무응답	1	0	1
계	106	83	189

3. 공영도매시장에 대한 입장 및 견해

- 청과물의 출하처를 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 무엇인지 질문하였다. 그 결과 개별 출하자 및 산지유통조직 모두 “연중 지속적이며 안정적으로 출하할 수 있는 곳”을 제일 중요시하였고, 그 다음으로 “타 출하처보다 높은 가격을 받을 수 있는 곳”을 지적하였다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
타 출하처보다 높은 가격을 받을 수 있는 곳이어야 한다	19	25	44
연중 지속적이며 안정적으로 출하할 수 있는 곳이어야 한다	58	46	104
판매 대금을 떼이지 않고 제때 제값에 받을 수 있어야 한다	8	8	16
선별이나 출하 방법이 생산자(출하자) 입장에서 편리해야 한다	6	0	6
기타	15	4	19
무응답	0	0	0
계	106	83	189

- 청과물 출하처에 대한 가장 큰 불만사항은 “가격이 불안정”하다는 응답이 개별 출하자와 산지유통조직 모두 약 절반을 차지할 정도로 압도적이었다. “거래처의 일방적인 불공정 거래행위(감액, 감량, 반품 등)”와 “일정 품위만 요구하여 하품처리가 어려움”이 뒤를 이었다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
검수가 까다롭고 평가기준도 비객관적	7	6	13
판매대금의 지급 또는 회수에 어려움	0	1	1
거래처의 일방적인 불공정 거래행위 (감액, 감량, 반품 등)	24	13	37
가격이 불안정	51	39	90
일정 품위만 요구하여 하품처리가 어려움	13	14	27
낮은 판매가격	6	6	12
기타	2	2	4
무응답	3	2	5
계	106	83	189

- 공영도매시장으로 청과물을 출하하는 데 만족하는지를 5점 척도 형식으로 질문한 결과, 개별 출하자는 평균 2.87점, 산지유통조직은 평균 3.13점으로 나타났다. 개별 출하자의 불만이 많음을 알 수 있다.

- 개별 출하자

구분	전혀 아니다	아니다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다	무응답	총계
개수	9	18	55	22	0	2	106
비율(%)	8.49%	16.98%	51.89%	20.75%	0.00%	1.89%	100.00%

- 산지유통조직

구분	전혀 아니다	아니다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다	총계
개수	2	12	44	23	2	83
비율(%)	2.41%	14.46%	53.01%	27.71%	2.41%	100.00%

○ 위의 5점 척도 설문 결과가 나온 이유를 알려면, 공영도매시장을 이용하는 데 있어서 이점과 문제점이 무엇인지 조사해야 한다.

- 공영도매시장의 이용시 이점에 대해서는 개별 출하자와 산지유통조직 모두 “어떤 품질의 농산물이던 판매가 용이”하며 “출하 대금을 즉시 지급”하기 때문이라는 응답이 3/4 정도를 차지했다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직(개소)	합계
출하 대금을 즉시 지급	23	24	47
거래 과정이 공정하고 투명	4	9	13
유용한 유통정보를 제공	1	2	3
적정한 가격을 형성	11	6	17
출하장려금을 지급	6	1	7
선도금을 지급	1	1	2
어떤 품질의 농산물이던 판매가 용이	55	36	91
기타	4	3	7
무응답	1	1	2
계	106	83	189

- 반면 공영도매시장의 이용시 문제점에 대해서는 “가격 진폭이 너무 큼”, “적정한 가격이 형성되지 않음을 들었다.
- 이를 통하여 개별 출하자와 산지출하조직들의 공영도매시장에 대한 인식 및 대응 방식이 어떠한지를 살펴볼 수 있다. 즉, 상대적으로 품질이 좋은 물건은 대형유통업체 등으로 납품하는 반면, 대형유통업체에서 처리하기 힘든 중하품을 위주로 도매시장에 출하하는 경향이 심화되고 있다.
- 이 속에서 생산·출하량이 과잉될 경우 가락시장 등 일부 중앙도매시장으로 물량이 쏠릴 수밖에 없어 가격 진폭이 커지며, 생산비·경영비 등을 반영하는 적정한 가격이 형성되지 않는 문제점이 발생하는 것이다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
적정한 가격이 형성되지 않음	26	18	44
가격 진폭이 너무 큼	59	43	102
시설 노후화로 시장에서 품질 유지 곤란	4	3	7
시장수수료율이 너무 높음	8	5	13
정보제공, 상품화 지도가 부진	5	5	10
거래가 너무 경직적으로 운영됨	3	7	10
기타	0	0	0
무응답	1	2	3
계	106	83	189

○ 그렇다면 도매시장 종사자에 대해 개별 출하자와 산지유통조직이 가지는 불만사항은 무엇인가?

- 자금력과 정보력이 부족한 개별 출하자들은 “사전에 판매가격을 알지 못하고 출하해야 한다는 점”을 제일 큰 문제점으로 든 반면, 산지유통조직들은 “차별화된 농산물(친환경농산물 등)에 대해 적정한 가격이 형성되지 못한다는 점”을 가장 큰 불만사항으로 들었다.
- 이 설문결과는 중요한 시사점을 제공하고 있는데, “상품화 방향에 대한 지도가 없음”이나 “소비자 관련 정보가 제대로 제공되지 않음” 등의 응답이 상당수 도출된 점에 주목해야 한다. 이는 공영도매시장(도매시장법인)이 표방해 온 산지 출하자에 대한 정보 제공기능이 제대로 발휘되지 못함을 뜻하는 것이어서, 이의 개선책이 요구된다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
사전에 판매가격을 알지 못하고 출하해야 한다는 점	41	13	54
도매시장에 출하할 경우 직거래보다 비용이 많이 발생한다는 점	10	10	20
차별화된 농산물(친환경농산물 등)에 대해 적정한 가격이 형성되지 못한다는 점	36	42	78
상품화 방향(포장 단위, 포장재, 재배 방식 등)에 대한 지도가 없음	3	7	10
소비자 관련 정보(소비자 선호 추세, 출하량과 구매량 등)가 제대로 제공되지 않음	13	9	22
기타	2	0	2
무응답	1	2	3
계	106	83	189

4. 수탁판매 및 정가수의 거래에 대한 견해

○ 도매시장에서 사전에 가격을 제시하여 수탁판매를 한다면 참여할지의 여부를 질의하였다.

- 그 결과 “조건만 맞는다면 반드시 참여하겠다”가 전체 응답자의 약 4/5를 차지하였으며, “경매에 참여하여 높은 가격을 받을 수 있도록 그때그때 판단하여 대응하겠다”는 응답도 31명이 도출되어, 응답자들은 수탁판매를 긍정적으로 보고 있는 것으로 나타났다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
조건만 맞는다면 반드시 참여하겠다	87	61	148
경매에 참여하여 높은 가격을 받을 수 있도록 그때그때 판단하여 대응하겠다	12	19	31
매수를 하여 준다면 참여할 의사가 전혀 없다	3	2	5
기타	2	0	2
무응답	2	1	3
계	106	83	189

○ 정가수의 거래 방식에 대한 선호도에 대해 질의하였다. 이는 중도매인 및 도매시장법인에게 질의한 것과 똑같은 방식으로 질문한 것이다.

- 산지유통조직들은 “수취가격만 제고되면 참여할 의사가 있다”는 응답이 61%를 넘어 적극적인 것으로 나타난 반면, 개별 출하자들은 48명에 그쳐 과반을 넘지 못했다.
- 더욱이 개별 출하자들은 “거래가 불투명하기 때문에 정가수의 거래는 희망하지 않는다”, “사전에 포장 단위나 포장 방법 등을 알고 대응할 수 있는 방식이라면 적극 참여하겠다”는 응답이 많아 신중론에 가까운 것으로 파악되었다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
수취가격만 제고되면 참여할 의사가 있다	48	51	99
거래가 불투명하기 때문에 정가수의거래는 희망하지 않는다	23	7	30
사전에 포장 단위나 포장 방법 등을 알고 대응할 수 있는 방식이라면 적극 참여하겠다	30	23	53
기타	0	0	0
무응답	5	2	7
계	106	83	189

- 도매시장의 시설 문제에 대해서는, “하역장비 및 시설(도크시설)” 및 “저온경매시설”이 개선되어야 한다는 응답이 압도적으로 많았다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
하역장비 및 시설(도크시설)	45	42	87
저온경매시설	39	32	71
기타	11	4	15
무응답	11	5	16
계	106	83	189

- 산지의 규모화, 조직화와 연계하여 도매시장법인이 강화해야 할 역할 중 가장 중요한 것이 무엇인지 중복 응답토록 질문하였다.

- 이에 응답자들은 “수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성”, “소비자 실수요자에 대한 직배송 등 상품분리를 통한 물류체계 개선 노력”, “시장 정보 제공 강화” 등을 주문하였다.

구분	개별 출하자(명)	산지유통조직 (개소)	합계
시장 정보 제공 강화	34	23	57
수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성	58	55	113
산지출하 규모에 비례한 출하장려금 차등 지급	13	9	22
상품화 지도 강화	17	12	29
소비자 실수요자에 대한 직배송 등 상품분리를 통한 물류체계 개선 노력	41	25	66
기타	4	0	4
합계	167	124	291

V. 주관식 질문 응답 결과

- 산지의 규모화·조직화와 연계한 공영도매시장의 발전을 위한 의견을 자유롭게 서술해 줄 것을 요청하였다. 아래는 그 결과를 정리한 것이다. 모든 주관식 응답을 반영하여, 독자들의 이해를 돕고자 한다.

1. 개별 출하자

산지의 규모화와 조직화를 위해서는 우선시 되는 것이 운영자금 마련이 반드시 필요하고, 운영에 필요한 기본 시설들이 처음부터 관리 비용이 많이 들어가는 형태의 것이 아니라, 규모에 따라 점차 확대되어 가는 것이 무엇보다 중요할 것이다.
모든 작업시 상인 위주로 행동되어가니 생산자는 항상 불이익을 받는 느낌이 너무 많아요
복잡한 유통단계를 축소하는 것. 예를 들자면 농협이 참여하여 생산자와 소비자가 연계될 수 있도록 농협이 대형유통단지를 추가 건설하길 바랍니다.
중도매인에 수수료를 법적 수수료로 밝혀라
산지유통센터가 있는데, 이것을 잘 활용만 하면 경쟁력을 갖출 수가 있는데, 현재는 산지에서 개인 장사꾼보다 가격을 맞출 수가 없어서 일부 농가에서 유통센터에 출하하지 않고 개인 장사꾼이나 직접 판매를 한다. 좋은 물건은 개인적으로 팔고 품질이 저하되는 상품만 유통센터로 판매를 한다. 이런 점을 개선해야 산지유통센터의 발전을 기대할 수가 있다.
현재의 공영도매시장은 소비자에게까지 거치는 단계가 너무 많다. 산지 규모 조직화에서 소비자 온라인 판매를 활발히시키고 공영도매시장에서는 대규모 거래처에 납품할 수 있다면 좋겠다
산지의 조직화와 규모화가 활성화되었으면 합니다
박스 작업 품목에 대해서 하주들이 직접 하역작업을 하도록 하여 하역작업비를 절감할 수 있도록 하고, 물량이 많아 하역을 의뢰하여 하역비용을 부담하도록 하였으면 합니다.
산지수집 집하장 난립과 현장 순회수집(도매시장 차량), 지역별 품목별 주산단지화 중심 각종 정책적 지원 강화
어떤 상품이든 브랜드를 무시할 순 없지만 양심적으로 농사를 지어서 최고의 상품을 만들지만, 이름이 없는 개인으로만 취급해서 저농약 고당도 상품을 만들지만, 브랜드에 밀리는 것을 바로 잡아줬으면 합니다
현재 농촌 인력 부족이 점점 심해짐에 따라, 인건비 상승이 주 요인이 되므로, 가격인상을 현실에 맞게 실시해야 합니다. 전문적 생산 시설을 농가 법인체를 구성하여 장기적 생산을 소비자, 생산농가, 장기 정책이 필요
농산물 가격을 높였으면 좋겠습니다. 그리고 고품질 농산물 생산을 위해 노력하겠습니다
생산자와 소비자의 가격격차가 너무 심하다는 생각이 들고, 이부분에 가격차를 줄일 수 있는 방법을 연구했으면 합니다.
경영인 조직이 갈수록 약화되고 있다. 조직의 결속을 위해서 시군 단위에 농산물 직판장 설치(우수농업인 해외 연수로 일본에 갔었는데, 일본 정도 규모화된 직판장-농산물, 공산품 같이 판매. 옆에 식당도 있고-, 50~100명 정도 같은 금액 출자로 농민이 번갈아가며 직접 운영). 기존의 직판장은 아니고 중소형 할인마트 수준의 크기와 다양한 상품(농산물이 주류, 공산품은 편의점 수준). 공영도매시장은 소비자가 다가가기가 힘들고, 유통 판매 등에서 많은

<p>농민들이 불신. 농촌 지역 주민들의 먹거리, 농민들의 먹거리를 우선 공급하는 게 중요하다고 봄. 공영시장이 수도권에 많이 몰려 있어 유통비용도 많이 듦. 출하박스 재활용도 잘 안되고 지역 작목반간 경쟁만 유도. 공영도매시장만큼이나 큰 농산물 직판장 설치(예 : 일본은 건평 500평, 주차장 1천평 정도 직판장 많음)</p>
<p>1. 공판장 시설 확충 / 2. 크기별 가격차 2~3천원으로 조정 / 3. 최하위품 생산비 보장(5천원 미만) / 4. 농산물 차량 면세유 지급</p>
<p>시장은 소비 수요 계층이나 계절에 따른 수요 변화 등에 의하여 가격이 형성되는 과정을 상세하게 생산자에게 알려주어야 한다. 생산자가 수요 변화에 대응한 수량의 조절이 가능하도록 시장은 정보를 제공하여야 한다.</p>
<p>농산물의 포장 단위와 규격을 단순화 / 특히 딸기같은 농산물은 벌크방식으로 규격별 포장으로 개선</p>
<p>산지와↔공영도매시장→조직적으로 현대화 사업 추진 예) 예냉시설, 벌크가 아닌 파렛트 시설 확대. 물류이동→일반화물이 아닌 예냉시설을 갖춘 탑차량 가능 등... 개선해야 될 것 같음. 산지의 노령화가 심하여 기계화로 개선되어야 함(작목별, 영농조합별로)</p>
<p>규모화 조직화와 연계한 공영도매시장의 발전은 단어만 좋은 글이다. 현지에서 농업에 종사하는 농업인과 중개인 중에서 누가 더 많이 공영도매시장에 참가하는가? 농업인은 어쩌다 한번, 중개인은 연중 거래한다. 도매시장은 누구를 견제하겠는가? 하나하나한 이야기들 왜 쓸데없는 시간을 낭비하는지?</p>
<p>전남 담양 봉산농협 한마음작목반 수박 공판장에서 생협으로 유통하고 있습니다. 공영시장이 활성화된다면 한마음 작목반 공선회에 연락주시기 바랍니다.</p>
<p>지역별, 품목별 특성을 고려하여 유통시설의 지원 및 제도적 차별화가 필요 / 직거래시 발생하는 높은 물류비에 대한 지원이 필요</p>
<p>마을별로 수확한 과채류를 당일 신고 가야 하나 물량이 많으며 익일 가져감. 또한 수량이 많으면 값이 반값. 그 다음 날에 수량이 적으면 높게 형성. 값의 차등 요소와 출하자의 불만임</p>
<p>수박농사를 20년 넘게 짓다가 2010년도에 작물을 전환하여 고추 농사를 짓는데, 공동선별장이 없어 선별에 어려운 점이 많습니다. 창녕 남지는 고추, 오이 농사가 유명할 걸로 알고 막상 와 보니 옛날 방식대로 하고 있고, 고추에 대한 교육도 전혀 없고, 이런 점은 반드시 개선되어야 한다고 생각합니다.</p>
<p>우리 지역은 수출단지로 돼 있어서 90% 이상을 수출하고 있어서 도매시장으로 출하를 거의 하지 않습니다. 그래서 도매시장에 대하여 잘 알지 못합니다.</p>
<p>공영도매시장의 발전도 중요하지만, 청량리, 영등포의 위탁상인들의 가격 농간이 심하다(2중 전표 발행)</p>
<p>산지생산조직이 도매시장에 제대로 출하할 수 있도록 하기 위해서는, 품질관리와 자금지원, 물량조절, 계약재배, 최저가(협정가격) 보장이 필요하다</p>
<p>농민을 열심히 농사만 짓고 판매는 정부든 도매시장이든 적절한 가격에 판매, 고민이나 불만이 없으면 그것만으로 만족한다</p>
<p>산지의 규모화가 공영도매시장을 잠식한다고 알고 있습니다. 도매시장과 산지규모화가 공생할 수 있는 장치가 필요하다고 생각합니다.</p>
<p>물류비용을 최대한 절감할 수 있도록 산지 순회하면서 신선한 농산물이 유지될 수 있도록 하였으면 한다</p>

연구소 농정이슈 보고서 (11-02호)

1. 직거래 형성 / 2. 경매사의 농간 / 3. 각 군마다 브랜드 상품화 / 4. 농어민 연금제도 실시 / 5. 농협 현실제도 개선
직거래도 아닌 모든 농산물 유통은 도매시장 경매에 의해서 출하하되 수취금액의 일부 세금으로 징수하는 것이 좋겠다. 당국에서 도매시장을 지었으나 일관성 있게 활성화함이 옳을듯 합니다. (직거래, 유통업체와의 납품 등등은 옳은 것이 못된다 생각됨)

2. 산지유통조직

공영도매시장의 우선적인 것은 투명성의 확보라고 생각합니다
주문품 상품 출하처 개척
정산 규격 통일 및 단순화(특히 포장규격 : 특, 1등, ...) 예 : 현재는 포도(거봉) 상자 2kg 특(1등)없음으로 표시, 농가 이해 부족. 품목(포도), 품종(거봉), 포장규격(2kg), 등급(특), 수량(10), 단가(10,000), 금액(20,000), 친환경여부(부), GAP 여부(여), 상표로 표시
소포장 농산물 취급 확대, 상품화된 농산물 가격 차별화, 하역시설 현대화 등
공영도매시장은 중도매인들이 취급하는 양이 적어 공동선별한 많은 거래량(팻 단위)을 취급하는 사람이 적음. 상대적으로 같은 품위라 하더라도 소규모로 출하하는 개인 생산자보다 불이익을 당하는 경우가 많음.
생산자 위주의 정책 및 사업에서 탈피하여 소비자, 소비자 등에 필요로 하는 신뢰할 수 있는 농산물 유통 터미널화가 되었으면 합니다. 기존 사업 방식에서 완전히 탈피한 농산물 대외 마케팅 기능으로 전환
산지조직의 규모화는 대체적으로 참여하는 농가들의 이해 부족이 가장 큰 문제이다. 첫 번째로 대금 정산이 일반 도매시장보다 느리고, 가격의 진폭을 견디지 못한다는 것이 가장 큰 문제인 것 같다. 하지만 그것을 해결할 방안은 따로 있다고 생각이 든다
사전 수취가격 예정제 도입. 경매
대규모 산지에 배송차량 지원
물류비용과 상품화단계의 비용, 수수료 등이 너무 과다함. 거래물량에 따라 수수료 차등 적용
물량이 한쪽으로 치우치는 현상을 사전에 조절. 한쪽 청과가 높은 가격을 유지하면 다음 날 한 청과로 물량이 쏠려 가격폭락이 됨
규모화는 반드시 필요하다. 다만 생산자간의 유통경로 및 정책적 설명과 교육이 절실히 필요하다고 본다
종사원들의 경직되고 보수적인 의식을 타파해야 함 / 중도매인들에게 일반시장에 비해 의존도가 너무 높음
농산물의 유통마진은 대부분 중간상인의 몫이 되는 유통구조의 시발점이 도매시장이 아닐까 생각합니다. 인터넷을 활용한 사전가격 제시 등을 통한 경매참여 대상자를 대형 소비처까지 확대하여 유통마진을 줄이고 가격경쟁을 강화하였으면 합니다.

3. 중도매인

주차공간 확보
출하자의 정직한 생물 분리작업 및 정확한 수량이 이루어져야 합니다.
법인은 좀더 나은 물품을 경매시장 내에 출하하는 데 좀더 힘쓰시고, 중도매인 개개인은 판로 개척이 원활하게 이루어져야 된다는 생각
1. 공영도매시장법인의 산지 작목반, 생산자와의 지원 및 주기적인 좌담회 / 2. 공영도매시장

연구소 농정이슈 보고서 (11-02호)

법인의 산지 생산자에 대한 판매장려금 및 영농자금 지원
공영도매시장 발전을 위해서 유사시장 관리를 철저히 하여야 된다고 본다(공정성)
현재의 농안법 상으로는 우리나라 유통발전이 저해되고 있고 잘못된 농안법이 너무 많다. 시급히 재개정되어야 한다.
대형유통업체에서 산지 구매가 많아지면서 시장 중도매인 발주량이 감소. 직거래로 물류비용 절감하면 가격이라도 싸야 하는데 그렇지 않음. 소매시장 시세 그대로 받음.
시설 현대화로 냉장 유통 및 경매진행 요망.
품질을 높여 농민들도 제가격을 받으면서 농민과 중도매인간에 믿음이 생겨 서로 믿고 거래할 수 있는 여건이 되었으면 한다
불량물품과상한물품을섞어서보내는경우가혹있으므로판매처와의거래에지장이많으므로물품관리를잘해서포장하여야한다고생각합니다.
품질의 고급화, 박스의 소량화(20kg에서 10kg로)
출하품 규격 및 소포장화, 물품 선별 구체화
무점포로 인한 시설 취약, 흑한기와 흑서기시 물품관리 엉망
도매시장 시설 현대화 : 농산물의 신선도 유지 및 청결유지에 필수 / 매장 내 사용면적 협소 : 점포도 없이 자리만 3~4평 되는 곳에서 영업을 하는 것은 결과적으로 산지 및 도매법인, 중도매인 모두에게 악조건이 됨
산지에서의 박스 포장 단위를 소포장으로 권장. 설문이 아닌 공청회나 만남을 통하여 토론하였으면 합니다. 감사합니다
산지 조직이 농산물 출하를 여러 개의 도매시장에 출하하여 가격 경쟁을 유도하여 출하 가격 왜곡 현상이 나타나, 유통종사자와 소비자들이 불이익을 당하는 사례가 많음
1. 산지수집상을 전면 금지 / 2. 대형유통업체 공영도매시장에서 구입 / 3. 산지 농산물 재배량을 분산하여 재배 / 4. 영농조합법인 및 작목반별로 출하 유도 / 5. 물류 현대화(파렛트) / 6. 공동선별 / 7. 소포장 작업 유도 / 8. 정산회사를 소매상까지 포함
규모화, 조직화하려면 상품의 품질과 효율성을 높이기 위해 선별 및 등급을 철저히 하고, 스마트폰과(스마트폰 경매와 같은 튼튼한 전자거래 등) 전자거래 등에 대비해서 불량 농산물이 퇴출되어야 한다.
상품 출하와 도매시장법인간의 좀더 유대적인 관계에 의해서, 중도매인도 생산자를 존중하게끔 서로의 이해와 상호 생존의식을 갖고 열심히 하게끔 뒤에서 조정하였음 좋겠습니다.
주차비를 무료화했으면 좋겠습니다.
차별화된 서비스, 즉 주차공간 확보, 개폐(출입구) 병목 방지 대책 강구, 환경 변화로 공중 화장실 청결, 조명 다수 설치로 밝은 환경 조성과 조경 사업으로 자연친화적 주변 경관
주차공간 확보 및 조경사업으로 주변 환경 개선
공영도매시장의 저온시설 부족과 지게차 및 중도매인의 잔품 면적이 부족함
매장 리모델링, 과일의 신선도를 유지할 수 있도록
선별교육 강화
숙박이 근절로 안정적인 생산물량 출하 꼭 부탁하고요. 생산자, 소비자 직결 리콜토록 조치할 수 있도록
친환경 전문매장을 활성화하여 고품질의 물량을 많이 유치하여, 급식납품을 할 수 있는 여건을 마련해 주면 고맙겠습니다
납품(급식)을 얻을 수 있는 시설 등이 상당히 부족한 형편이다보니 소포장할 수 있는 전처리 시설 등이 필요한 사항
SSM 같은 곳과 대응할 수 있는 도매시장 활성화를 시켜줬으면 좋겠습니다
산지의 규모화 조직화가 될 인구, 즉 농업생산 인구가 절대 부족하다. 농업인구를 늘릴 방안을

모색, 국내 농업 자급률을 높여야 한다. 인구도 없는 농촌에 노인들을 모시고 조직화 규모화 외치는 건 우스운 일이다. 그 다음 품질의 차등화, 규격화, 표준화가 되어야 한다고 본다.

4. 도매시장법인

<p>규모화 조직화된 산지(작목반)의 경우, 최상위 등급을 대형유통업체 위주로 거래하고 그 차상 위급이나 중하품을 도매시장으로 출하하여 소비자로 하여금 도매시장 거래품의 품위가 상대적으로 낮게 평가되게끔 하고 있다. 도매시장의 발전을 위해 대형유통업체 거래품과 동일한 품질과 포장으로 지속적인 출하가 전제되어야 할 것이다</p>
<p>도매시장(내) 물류효율화를 위해 파렛트 출하 유도만큼, 수박의 포장재 개발과 출하방법을 개선하여야 될 것 같습니다. 무, 배추의 산물 출하를 어느 순간 포장재로 개선했듯이, 수박의 선별 및 포장재 개선이 시급한 과제로, 이로 인한 과도한 하역 인원과 파렛트 출하를 유도하지 못하는 면도 있습니다(여름 3개월 때문에 하역 기계화를 못하며, 실제 대도시의 파렛트 수박 출하는 면적(경매장)의 효율성 면에서 상당히 떨어지는 것도 사실임)</p>
<p>산지의 규모화 조직화는 바람직하지만, 좋은 고품질의 상품들이 대형유통업체에 반입되고 도매시장에는 품질이 낮은 상품이 반입되다 보면 경매 수취가격이 낮아지고, 이는 대형유통업체들이 가격을 결정할 때 도매시장 수취가격을 기준으로 하고 있기 때문에 농민이 피해를 보는 상황이 발생함. 또한 현 물량의 60% 이상을 도매시장이 점유하고 10% 내외를 대형유통업체가 차지하는 구조이니 마치 대형유통업체에서 전체적인 유통을 이끌고 나가는 것 같은 어이 없는 상황이 발생하고, 위와 같은 경우 그 피해는 고스란히 농민들에게 돌아가므로, 산지 및 각 기관의 책임자들은 산지의 규모화 조직화에 앞서 공영도매시장에 반입되는 상품의 고품질화를 통하여 수취가격을 높이고 대형유통업체의 횡포에서 벗어나야 할 것임.</p>
<p>파렛트 단위 출하를 위하여 산지 출하시설 활용하여 품목별, 등급별 파렛트 단위 출하 / 파렛트 단위 출하 가능 품목을 정부에서 자금(유통비용 등)을 지원하여 파렛트 출하 활성화</p>
<p>산지의 규모화 조직화된 단체는 대부분 농산물의 상, 중품 이상은 대형 할인점에 납품을 하고, 할인점에서 클레임된 상품, 또는 중하품을 출하하여 도매시장 수취가격이 낮다는 민원과, 도매시장이 가격이 낮다는 이유로 도매시장별로 출하지를 변경하여서 농산물 거래질서를 문란하게 하는 경우를 개선하여야 하며, 안정적 거래 질서를 유지하기 위하여는 정가 수의매매 방법에 의한 지속적인 계통출하 형태가 유지되어야 서로의 윈윈이 될 것이라고 생각됨</p>
<p>지역 내 대형유통업체의 지역 도매시장 구매 비율을 시 조례 등 법률상 명문화하고 규모화된 산지 조직의 도매시장 경유율을 높일 수 있도록 도매시장 시설, 환경을 개선하는 것이 중요하며, 또한 중도매인 자체 경쟁력 강화를 위한 영업 활동을 배가하는 것이 전제되어야 함</p>
<p>도매시장의 유통환경 변화에 따라 기존 과일 경매시간 02:30분을 00:00 야간에 조기 경매를 통해 중앙도매시장 활성화와 대형유통업체 배송시간 단축, 과일 야채(채소)구매를 원활히 할 수 있도록 조치 바랍니다</p>
<p>산지의 규모화 조직화도 매우 중요하지만 이에 대응한 소비자 물류도 개선되어야 한다. 현재 대형유통업체 산지 직거래, 문제점을 비롯한 산지 물류 부분도 개선이 되어야 하겠지만 소비자 유통 부문에서 도매시장 중도매인에 대한 부실 중도매인 정리와 우수 중도매인을 집중 육성해야 한다</p>
<p>도매시장 활성화를 위해 경매시간을 22시~24시 사이로 조기 경매를 할 수 있도록 해 주시면, 유통업체의 배송시간을 단축(대형유통업체의 시장구매 원활)하여 과일 야채구매를 동시에 구매할 수 있는 조건을 만들어 주시기 바랍니다</p>
<p>산지거래 활성화, 파렛트 정착</p>

VI. 시사점 및 함의

- 이번 설문조사는 (사)한국농업경영인중앙연합회가 1996년 참여했던 “농수산물유통구조 개선을 위한 공동대책위원회” 활동 이후 15년만에 전면적으로 실시한 설문조사로서 의의가 있다.
 - 특히 개별 출하자인 한농연 회원(과일, 채소, 과채 등)과, 정부 산지유통 활성화 자금 지원 대상인 산지유통조직은 물론,
 - 공영도매시장의 핵심 유통주체인 도매시장법인(회사, 개별 경매사) 및 중도매인이 대거 참여하여 설문조사의 객관성 및 공신력을 높일 수 있었다.
 - 이를 통해 한농연의 주도 하에 농산물 산지·소비지 유통의 핵심을 이루는 4주체가 농업계에서 가장 첨예한 쟁점인 농산물 유통구조 개선(농안법 개정 포함)과 관련한 논의의 장을 마련함으로써, 민관 협력(거버넌스) 방식의 문제 해결의 실마리를 잡을 수 있을지 주목된다.

- 이번 설문조사를 통해서 분명하게 나타난 공영도매시장 내 유통주체들의 경향은 다음과 같이 정리할 수 있다.
 - 도매시장법인과 중도매인 등 유통주체들의 양극화 현상이 심화되고 있다. 특히 가락시장 내 유통주체와 가락시장 이외 유통주체간 격차가 매우 큰 것으로 나타나고 있다. 나아가 향후 시장 전망에 대해서도 가락시장 이외의 유통주체는 부정적인 시각이 많았다.
 - 더욱이 대형유통업체 등과의 경쟁에 있어 공영도매시장 내 유통주체들은 자신감을 갖고 있지 못했으며, 정가수의 거래에 대해서도 유보적인 입장을 보이는 응답도 많았다.

- 아울러 개별 출하자와 산지유통주체들의 응답 경향을 분석한 결과는 다음과 같다.
 - 농가의 기초적인 조직화·규모화 방식은 다양한 단계를 이루며 상향식으로 이뤄져야 한다. 즉, △10 농가 내외 수준의 작은 조직 형태가 모여 △40~50 농가 정도의 공선출하회 방식의 조직화를 거쳐 △상위의 시군 혹은 권역별(품목군별) 브랜드까지 연결되는 중층적 방식을 따라야 할 것이다.
 - 개별 출하자들이 “참여농가간의 이해대립 등 갈등”을 해결하기 위해

“(지도자)의 강력한 리더십 발휘”와 “품질 수준에 맞춘 차별화된 보상”을 요구한 반면, 산지유통조직은 “조직화에 대한 인식 부재”나 “품질의 하향 평준화 경향” 등을 문제점으로 꼽았다. 결국 산지의 규모화·조직화를 저해하는 것은 금전적·기술적인 문제보다 ‘신뢰의 부족·부재’ 때문인 것으로 나타났다.

- 공영도매시장은 국내 농축수산물 유통의 핵심으로 자리잡고 있음에도, 내외부 유통주체들은 보다 근본적인 혁신이 필요하다는 입장을 제시하였다.
 - 특히 다양한 객관식·주관식 응답을 살펴보면 “주차시설 부족”, “하역 장비 및 시설 부족”, “저온경매시설 낙후” 등의 문제점을 집중 지적하고 있다. 이 때문에 대형유통업체의 납품 요구에 적극 대처할 수 없는 시스템상 한계점이 크다는 지적이 많았다.
 - 공영도매시장 특히 도매시장법인이 수행해야 할 정보의 유통 기능에 있어서도 원활하게 진행되지 못한다는 지적이 많았다. 향후 대형유통업체들의 공급망관리시스템(SCM) 강화 등에 적극 대처하기 위해서라도 공영도매시장 스스로의 혁신 노력은 물론, 중앙정부와 지자체의 체계적인 시설·인프라 투자가 이뤄져야 함을 알 수 있었다.

- 정부가 최근 추진중인 농안법 개정과 관련해서도, 공영도매시장의 정체성은 물론 향후 국내 농축수산물 유통의 발전과의 상관관계 등을 폭넓게 감안하여 신중하게 추진되어야 할 것이다.
 - 1994년 ‘농안법 파동’에서 보았듯이, 350만 농업인의 이해를 최우선으로 하면서 현실적인 유통 관행 및 역관계 등을 충분히 감안한 유통 혁신정책이 마련되지 못할 경우, 시장 내 극심한 혼란과 갈등만을 부추기며 국민경제 전체에 악영향만 끼칠 수 있음을 알 수 있었다.
 - 한농연은 국회 농식품위 강석호 의원과 함께 △도매시장법인의 지정권자를 도매시장의 개설자인 지방자치단체의 장에서 농림수산물식품부장관으로 변경하고 △도매시장법인의 공공성을 제고하도록 하여 생산자와 소비자의 이익을 보호하는 것을 골자로 한 농안법 개정안을 국회에 제출할 방침이다.
 - 아울러 3월 11일 이뤄진 농협법 개정안에 의하면, △개정 농협법 발효(2012년 3월 2일) 3년 후 농협중앙회의 판매사업 전체를 경제지

주회사에 이관하고 △5년 후(2017년)까지 모든 경제사업을 이관한다는 방침이다.

- 이렇게 다양한 변수와 연관관계를 감안하여 농안법 개정 및 공영도매시장 혁신 방안이 신중하게 검토·추진되어야 할 것이다. 특히 공영도매시장은 물론 농축수산물 유통 전반에 관련된 다양한 주체들이 개입할 수밖에 없는 상황을 감안, 깊이 있는 대화와 토론을 통한 대안 마련 및 합의 도출을 위한 내실 있는 협치농정(거버넌스)의 기초를 유지·발전시키려는 노력이 절실히 요구되는 시점이다.

VII. (부록) 설문조사 질의 내용

설문조사표 I : 개별 생산(출하)자용

산지 조직화·규모화와 연계한 공영도매시장의 발전방안 마련을 위한 설문조사

(사)한국농업경영인증양연합회는, 급변하는 산지와 소비지 농산물 시장 여건에 대응하여, 산지의 조직화·규모화를 촉진하고 산지와 도매시장간의 협력 강화를 통해 공영도매시장 내 유통의 효율화·활성화를 도모하고자 『산지 조직화·규모화와 연계한 공영도매시장의 발전방안 연구』 용역사업을 실시하고 있습니다.

응답자 여러분께서 답변해 주신 자료 하나하나가, 공영도매시장을 통한 국내 농산물 유통의 선진화를 위한 제도 및 관행의 개선을 위해 소중한 자료가 될 것입니다. 바쁘시더라도 시간을 내 주시어 본 설문조사에 적극 답변해 주실 것을 정중히 요청드립니다.

(사)한국농업경영인증양연합회는 응답자 여러분의 개인정보와 응답 결과를 오직 연구 목적을 위해서만 활용할 것이며, 어떠한 경우에도 다른 용도로 활용하거나 유출시키지 않을 것을 약속드립니다.

담당자 : 한농연농업정책연구소 한민수 연구팀장

전화 : 070-7165-0017

팩스 : 02-3401-6539

메일 : kwak121@chol.com

2011년 1월

(사)한국농업경영인증양연합회 (부설 농업정책연구소)

1. 주소지

- ① 경기 ② 강원 ③ 충북 ④ 충남 ⑤ 전북 ⑥ 전남 ⑦ 경북 ⑧ 경남 ⑨ 제주
⑩ 서울 ⑪ 부산 ⑫ 대구 ⑬ 인천 ⑭ 광주 ⑮ 대전 ⑯ 울산

2. 연령 : ()세

3. 귀하가 주로 생산하는 품목은 무엇입니까?

- ① 과일류 ② 과채류 ③ 엽채류 ④ 근채류 및 기타채소(세부 품목 :)

4. 귀하는 어떤 방식으로 농산물을 판매하고 계십니까?

- ① 작목반 ② 영농조합법인 ③ 개인출하 ④ 농협 ⑤ 기타 ()

5. 귀하께서 속한 조직에 참여하는 농가 수는 몇 농가입니까?

- ① 0~10농가 미만 ② 10~20농가 미만 ③ 20~30농가 미만 ④ 30~40농가 미만
⑤ 40농가 이상

6. 귀하는 시장 대응 측면에서 몇 농가가 참여하는 것이 적당하다고 생각하십니까?

- ① 0~10농가 미만 ② 10~20농가 미만 ③ 20~30농가 미만 ④ 30~40농가 미만
- ⑤ 40농가 이상

7. 아래의 보기 중 산지의 조직화를 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?

(중요한 순서대로 번호를 기입해 주시기 바랍니다)

(1순위 : , 2순위 : , 3순위 : , 4순위 : , 5순위 : , 6순위 :)

- ① 참여농가의 조직 내 무임승차 ② 참여농가간의 이해대립 등 갈등
- ③ 조직화를 위한 구심점 부재 ④ 조직화에 대한 인식부재
- ⑤ 중앙정부와 지방정부의 정책불일치 ⑥ 실질적인 수취가격 감소

8. 일부 농업인의 무임승차를 방지하기 위해서는 어떤 방법이 가장 효과적이라고 생각하십니까?

- ① 공동선별 ② 농가 단위 선별을 거쳐 검품 강화
- ③ 선별기준을 시장지향적으로 객관화 ④ 품질수준에 맞춘 차별화 된 보상
- ⑤ 기타()

9. 참여 농가간의 갈등을 최소화하기 위한 가장 효과적인 방법은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 회원 모두가 참여하는 의사결정 ② 공동이용시설 이용 조건상의 공평성 확보
- ③ 강력한 리더쉽 발휘로 조직 내의 중재 역할 강화
- ④ 참여농가의 무임승차를 방지할 수 있는 장치 마련
- ⑤ 재배 및 수확후 상품화 방법의 통일 ⑥ 기타 ()

10. 조직화의 구심점으로는 무엇이 가장 효과적이라고 생각하십니까?

- ① 조직 내의 강력한 리더 ② 조직 내의 핵심적 차별화 상품
- ③ 동일한 목적을 가진 농가중심의 조직화 ④ 기타 ()

11. 정부 산지조직육성 정책의 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 품목별 특성을 고려하지 않은 획일적인 정책 추진
- ② 지역적 특성을 고려하지 않은 획일적인 정책 추진
- ③ 일부 선도 농가 중심의 산지유통 정책 추진으로, 비선도 농가와의 격차 확대
- ④ 무리한 산지 직거래 유도 정책으로 산지 피해의 가능성이 높아짐

12. 공동판매시 농가수취 가격이 하락하는 주된 요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 산지마케팅조직의 마케팅 능력 부족으로 개인 출하시보다 판매 가격이 낮음
- ② 품질의 하향 평준화 경향이 심화
- ③ 공동육묘, 공동선별 등 작업의 공동화로 인한 비용 증가 ④ 물류비용 증가
- ⑤ 기타()

13. 청과물의 출하처를 선택하실 때 가장 중요하게 생각하시는 요소는 무엇인지 하나만 선택해 주십시오.

- ① 타 출하처보다 높은 가격을 받을 수 있는 곳이어야 한다.
- ② 연중 지속적이며 안정적으로 출하할 수 있는 곳이어야 한다.
- ③ 판매 대금을 떼이지 않고 제때 제값에 받을 수 있어야 한다.

연구소 농정이슈 보고서 (11-02호)

- ④ 선별이나 출하 방법이 생산자(출하자) 입장에서 편리해야 한다.
- ⑤ 비용절감이나 고단가 실현에 도움이 되는 구체적인 정보가 제공되어야 한다
- ⑥ 기타 ()

14. 청과물의 출하처에 대하여 생각하시는 가장 큰 불만사항은 무엇입니까? 하나만 선택해 주십시오.

- ① 검수가 까다롭고 평가기준도 비객관적 ② 판매대금의 지급 또는 회수에 어려움
- ③ 거래처의 일방적인 불공정거래행위(감액, 감량, 반품 등) ④ 가격이 불안정
- ⑤ 일정 품위만 요구하여 하품처리가 어려움 ⑥ 낮은 판매가격
- ⑦ 기타 ()

15. 공영도매시장으로 청과물을 출하하시는 데 대해 만족하십니까?

- ① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 그저 그렇다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

16. 공영도매시장을 이용하는 이점은 무엇입니까? 하나만 선택해 주십시오.

- ① 출하 대금을 즉시 지급 ② 거래과정이 공정하고 투명
- ③ 유용한 유통정보를 제공 ④ 적절한 가격을 형성
- ⑤ 출하장려금을 지급 ⑥ 선도금을 지급
- ⑦ 어떤 품질의 농산물이던 판매가 용이 ⑧ 기타 ()

17. 공영도매시장을 이용하는데 문제점은 무엇입니까? 하나만 선택해 주십시오.

- ① 적절한 가격이 형성되지 않음 ② 가격 진폭이 너무 큼
- ③ 시설 노후화로 시장에서 품질 유지 곤란 ④ 시장수수료율이 너무 높음
- ⑤ 정보제공, 상품화지도가 부진 ⑥ 거래가 너무 경직적으로 운영됨
- ⑦ 기타 ()

18. 도매시장 종사자에 대해 가진 가장 큰 불만이 무엇입니까?

- ① 사전에 판매가격을 알지 못하고 출하해야 한다는 점
- ② 도매시장에 출하할 경우 직거래보다 비용이 많이 발생한다는 점
- ③ 차별화된 농산물(친환경농산물 등)에 대해 적절한 가격이 형성되지 못한다는 점
- ④ 상품화방향(포장단위, 포장재, 재배방식 등)에 대한 지도가 없음
- ⑤ 소비자관련 정보(소비자 선호추세, 출하량과 구매량 등)가 제대로 제공되지 않음
- ⑤ 기타()

19. 도매시장에서 사전에 가격을 제시하여 수탁판매를 한다면 참여하시겠습니까?

- ① 조건만 맞는다면 반드시 참여하겠다
- ② 경매에 참여하여 높은 가격을 받을 수 있도록 그때 그때 판단하여 대응하겠다
- ③ 매수를 하여 준다면 참여할 의사가 전혀 없다
- ④ 기타()

20. 도매시장에서 경매가 아닌 정가수의 거래를 하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 수취가격만 제고된다면 참여할 의사가 있다
- ② 거래가 불투명하기 때문에 정가수의거래는 희망하지 않는다

연구소 농정이슈 보고서 (11-02호)

- ③ 사전에 포장단위나 포장방법 등을 알고 대응할 수 있는 방식이라면 적극 참여하겠다
- ④ 기타()

21. 도매시장의 시설문제에 대해 무엇이 시급하게 개선되어야 한다고 생각하십니까?

- ① 하역장비 및 시설(도크시설) ② 저온경매시설 ③ 기타()

22. 도매시장법인은 생산자(출하자)가 위탁한 농산물을 상장하여 중도매인(매매참가인)에게 판매하는 역할을 수행하고 있습니다. 산지의 규모화·조직화와 연계하여 도매시장법인이 강화해야 할 역할 중 가장 중요하다고 생각하시는 항목을 두 가지만 선택해 주십시오.

- ① 시장정보 제공 강화 ② 수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성
- ③ 산지출하 규모에 비례한 출하장려금 차등 지급 ④ 상품화 지도 강화
- ⑤ 소비자 실수요자에 대한 직배송 등 상물분리를 통한 물류 체계 개선 노력
- ⑥ 기타 ()

23. 그 외에 산지의 규모화·조직화와 연계한 공영도매시장의 발전을 위한 의견이 있으시다면 자유롭게 적어 주십시오.

* 장시간 설문에 응해 주시느라 수고가 많으셨습니다.

4-2. 채소류

항목	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계통	타 도매시장	합계
금액비율	%	%	%	%	%	%	100%

II. 공영도매시장 내 여건의 진단과 전망

5. 귀 회사는 현재의 사업 여건이 어떻다고 보십니까?

- ① 매우 나빠졌다 ② 나빠졌다 ③ 보통 ④ 좋아졌다 ⑤ 매우 좋아졌다

6. 귀 회사는 소비자유통환경변화에 대해 도매시장이 경쟁력을 갖추고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

7. 귀 회사는 향후 공영도매시장의 전망에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 나쁘다 ② 나쁘다 ③ 그저 그렇다 ④ 좋아졌다 ⑤ 매우 좋다

8. 귀 회사의 주거래 중도매인의 판매처별 매출 비중은 어떻다고 생각하십니까(금액 비중)?

대형소매점(슈퍼포함)	가공·외식업체	채소·과일전문점	차량상인	납품업자	기타	계
%	%	%	%	%	%	100%

9. 귀 회사는 공영도매시장이 당면한 가장 큰 문제점이 무엇인지 아래의 5지선다형의 빈 칸에 O 표로 체크해 주시기 바랍니다.

구분	① 전혀 중요하지 않음	② 중요하지 않음	③ 보통	④ 중요	⑤ 매우 중요
(1) 거래제도 문제					
(2) 시설 낙후 및 시설 협소 문제					
(3) 개설자의 도매시장 관리 전문성 문제					

10. 현재 귀 회사는 도매시장의 거래제도 측면에서 가장 큰 어려움 혹은 문제점이 무엇이라 생각하십니까? 아래 항목에서 한 가지만 골라 주십시오.

- ① 현재의 경매방식으로는 대형 소매점에 요구하는 가격을 맞추기 곤란하다.
 ② 현재의 경매방식으로는 소매점에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다.
 ③ 현재의 중도매인간 거래금지로는 소매점에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다.
 ④ 현재의 위탁수수료율로는 대형 소매점 대응을 위한 영업 방식 개선이 곤란하다.
 ⑤ 기타 ()

연구소 농정이슈 보고서 (11-02호)

11. 현재 귀 회사는 도매시장의 시설 측면에서 가장 큰 어려움 혹은 문제점이 무엇이라 생각하십니까? 아래 항목에서 한 가지만 골라주십시오.

- ① 저온저장시설이 부족하여 농산물 선도관리가 상품화가 곤란하다.
- ② 점포 등 보유시설이 협소하여 소포장 시설을 확보하기 곤란하다
- ③ 규모의 영세성으로 인한 대량 수요처 개척·관리에 한계가 있다.
- ④ 배송 시설이 부족하여 거래처에 원활한 배송이 곤란하다.
- ⑤ 기타 ()

12. 귀 회사는 정가수의 거래를 적극적으로 추진할 계획에 있습니까?

- ① 적극 추진할 계획 ② 가급적 추진할 계획 ③ 모르겠다 ④ 경매를 유지하겠다

13. 상기 12번 문항에서 정가수의 거래 추진을 망설이는 이유는 무엇입니까? (복수 응답)

- ① 정가수의 거래 방법을 잘 몰라서 ② 비용이 많이 들어가서 수익성이 낮기 때문
- ③ 정가수의 거래가 가능한 경우가 한정적이어서 ④ 출하자가 경매를 더 선호해서
- ⑤ 중도매인 등이 경매를 더 선호해서
- ⑥ 기타()

14. 2010년도 귀 회사의 매출액은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까?

- ① 감소하였다. ② 비슷한 수준이다. ③ 증가하였다.

15. 2010년도 귀 회사의 취급 물량은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까?

- ① 감소하였다. ② 비슷한 수준이다. ③ 증가하였다.

16. 2010년도 귀 회사의 매출액 및 취급 물량은 타 도매법인에 비하여 전년도에 비해 어떻게 변했다고 생각하십니까?

- ① 감소하였다. ② 비슷한 수준이다. ③ 증가하였다.

17. 2010년도 귀 회사의 소비지 대형유통업체 등 대량 수요처와의 거래 금액 및 취급 물량은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까?

- ① 감소하였다. ② 비슷한 수준이다. ③ 증가하였다.

18. 산지의 규모화·조직화와 연계하여 도매시장법인(농협공판장)이 수행해야 할 역할 중 가장 중요하다고 생각하시는 항목을 두 가지 선택해 주십시오.

- ① 시장정보 제공, 상품화 지도 강화 ② 수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성
- ③ 산지출하 규모에 비례한 출하장려금 차등 지급
- ④ 소비지 실수요자에 대한 직배송 등 상물분리를 통한 물류체계 개선노력
- ⑤ 기타 ()

19. 현재 정부는 물류 효율화를 위해 파렛트 출하를 유도하고 있습니다. 현재의 출하 단위와 구매 단위를 고려할 경우, 파렛트 출하가 물류비용 절감에 기여한다고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 모르겠다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

20. (19번 문항에서 ① 혹은 ②를 선택한 경우에만 답변해 주십시오) 파렛트 출하가 물류비용 절감에 별 도움이 되지 않는다고 생각하시는 분은 그 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 개인 출하가 많아 파렛트로 출하가 어렵기 때문에(파렛트 출하후 경매장에서 다시 재분류)
- ② 중도매인이 파렛트 단위로 구매하기에는 양이 너무 많기 때문에
- ③ 파렛트 단위의 거래가 산지출하 단위나 중도매인 구매 단위 면에서 비현실적이기 때문에
- ④ 기타()

21. 산지의 규모화·조직화와 연계한 공영도매시장의 발전을 위한 의견이 있으시다면 자유롭게 적어 주십시오.

* 장시간 설문에 응해 주시느라 수고가 많으셨습니다.

4. 매입처별 거래 금액 비율과 거래 형태를 표시해 주십시오.

4-1. 과일류

항목	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계열	도매법인	계
금액비율	%	%	%	%	%	%	100%

4-2. 채소류

항목	개별농가	작목반	영농조합법인	산지유통인	농협계열	도매법인	계
금액비율	%	%	%	%	%	%	100%

II. 공영도매시장 내 여건의 진단과 전망

5. 귀사가 느끼시기에 현재의 사업 여건이 어떻다고 보십니까?

- ① 매우 나쁘다 ② 나쁘다 ③ 그저 그렇다 ④ 좋아졌다 ⑤ 매우 좋다

6. 귀사께서는 유통 부문 여타 경쟁업체(대형유통업체, SSM 등)와 비교하여 공영도매시장의 여건이 어떻다고 생각하십니까?

- ① 매우 나쁘다 ② 나쁘다 ③ 그저 그렇다 ④ 좋아졌다 ⑤ 매우 좋다

7. 귀사께서는 향후 공영도매시장의 전망에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 나쁘다 ② 나쁘다 ③ 그저 그렇다 ④ 좋아졌다 ⑤ 매우 좋다

8. 현재 귀사가 직면한 가장 큰 어려움은 무엇입니까? 한 가지만 선택해 주십시오.

- ① 현재의 경매방식으로는 대형 소매점에 요구하는 가격을 맞추기 곤란하다.
 ② 현재의 경매방식으로는 소매점에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다.
 ③ 중도매인간 거래를 금지하고 있어 소매점 등에 안정적인 농산물 공급이 곤란하다.
 ④ 현재의 시설로는 대형 소매점 대응을 위한 품질 관리가 곤란하다.
 ⑤ 기타 ()

9. 2010년도 귀사의 소비지 대형유통업체 등 대량 수요처와의 거래 금액 및 취급 물량은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까? (한 가지 선택)

- ① 증가하였다. ② 비슷한 수준이다. ③ 감소하였다.

10. 금액기준으로 귀사의 판매처별 매출 비중은 어떻습니까?

대형유통업체 (이마트 등)	타 도매시장	대형가공·외식업체	채소·과일 전문점	차량상인	소형슈퍼	기타	계
%	%	%	%	%	%	%	100%

연구소 농정이슈 보고서 (11-02호)

11. 현재 귀사가 직면한 가장 큰 어려움 혹은 문제점은 무엇입니까?(한 가지 선택)

- ① 대형유통업체와의 경쟁 속에서 고품질 상품 확보가 어렵다.
- ② 소매시장 재편에 대응하기 어렵다(거래처의 정체·감소 등)
- ③ 시장 및 경기 침체로 매출액과 취급 물량이 정체·감소하고 있다.
- ④ 시장 내 시설 노후화, 점포 면적 부족 등으로 인한 문제가 많다.
- ⑤ 규모의 영세성으로 인한 대량 수요처 개척·관리에 한계가 있다.
- ⑥ 기타 ()

12. 2010년도 귀사의 매출액은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까? (한 가지 선택)

- ① 감소하였다 ② 비슷한 수준이다 ③ 증가하였다.

13. 2010년도 귀하사의 취급 물량은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까?

- ① 감소하였다 ② 비슷한 수준이다 ③ 증가하였다.

14. 2010년도 귀사의 매출액 및 취급 물량은 타 중도매인에 비해 전년도에 비해 어떻게 변했다고 생각하십니까?

- ① 감소하였다 ② 비슷한 수준이다 ③ 증가하였다.

15. 2010년도 귀사의 소비지 대형유통업체 등 대량수요처와의 거래 금액 및 취급 물량은 전년도에 비해 어떻게 변화하였습니까?

- ① 감소하였다 ② 비슷한 수준이다 ③ 증가하였다.

Ⅲ. 산지 생산자(출하자)와 공영도매시장간의 연계를 통한 상생 발전 방안

16. 귀하는 대형마트나 대기업주도의 슈퍼마켓에 안정적으로 물량을 공급하기 위해서는 도매시장에 출하하고 있는 산지의 규모가 어느 정도면 충분하다고 생각하십니까? 공동출하하는 생산자의 평균 경지면적을 1.5ha(4,500평)으로 고려하였을 때를 기준으로 응답해 주시기 바랍니다.

16-1. 노지채소

- ① 1~10명 ② 11~20명 ③ 21~30명 ④ 31~40명 ⑤ 40명 이상 ⑥ 기타

16-2. 시설채소

- ① 1~10명 ② 11~20명 ③ 21~30명 ④ 31~40명 ⑤ 40명 이상 ⑥ 기타

16-3. 시설과일

- ① 1~10명 ② 11~20명 ③ 21~30명 ④ 31~40명 ⑤ 40명 이상 ⑥ 기타

16-4. 노지과일

- ① 1~10명 ② 11~20명 ③ 21~30명 ④ 31~40명 ⑤ 40명 이상 ⑥ 기타

19. 도매시장에서 사전에 가격을 제시하여 수탁판매를 한다면 참여하시겠습니까?

- ① 조건만 맞는다면 반드시 참여하겠다
- ② 경매에 참여하여 높은 가격을 받을 수 있도록 그때 그때 판단하여 대응하겠다
- ③ 매수를 하여 준다면 참여할 의사가 전혀 없다
- ④ 기타()

20. 도매시장에서 경매가 아닌 정가수의거래를 하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 수취가격만 제고된다면 참여할 의사가 있다
- ② 거래가 불투명하기 때문에 정가수의거래는 희망하지 않는다
- ③ 사전에 포장단위나 포장방법 등을 알고 대응할 수 있는 방식이라면 적극 참여하겠다
- ④ 기타()

21. 도매시장의 시설문제에 대해 무엇이 시급하게 개선되어야 한다고 생각하십니까?

- ① 하역장비 및 시설(도크시설) ② 저온경매시설 ③ 기타()

22. 도매시장법인은 생산자(출하자)가 위탁한 농산물을 상장하여 중도매인(매매참가인)에게 판매하는 역할을 수행하고 있습니다. 산지의 규모화·조직화와 연계하여 도매시장법인이 강화해야 할 역할 중 가장 중요하다고 생각하시는 항목을 두 가지만 선택해 주십시오.

- ① 시장정보 제공 강화 ② 수요처 개발과 이에 대응한 산지조직의 육성
- ③ 산지출하 규모에 비례한 출하장려금 차등 지급 ④ 상품화 지도 강화
- ⑤ 소비지 실수요자에 대한 직배송 등 상물분리를 통한 물류 체계 개선 노력
- ⑥ 기타 ()

23. 그 외에 산지의 규모화·조직화와 연계한 공영도매시장의 발전을 위한 의견이 있으시다면 자유롭게 적어 주십시오.

* 장시간 설문에 응해 주시느라 수고가 많으셨습니다.