

농산물도매시장 출하관리 개선방안

권 원 달 (충북대 농업경제학과 교수)

권 승 구 (한국농축산업유통연구원 연구위원)

김 현 정 (충북대학교 농업경제학과 대학원)

차 은 경 (충북대학교 농업경제학과 대학원)

김 혜 진 (충북대학교 농업경제학과 대학원)

2001. 1.

충북대학교 농업과학기술연구소

제 출 문

농림부장관 귀하

본 보고서를 귀 농림부와 충북대학교 농업과학기술연구소 간에 체결된 「농산물도매시장 출하관리 개선방안」 연구용역사업의 최종보고서로 제출합니다.

2001. 1.

연구책임자 : 권원달 (충북대 농업경제학과 교수)

공동연구자 : 권승구 (한국농축산업유통연구원 연구위원)

연구보조원 : 김현정 (충북대학교 농업경제학과 대학원)

차은경 (충북대학교 농업경제학과 대학원)

김혜진 (충북대학교 농업경제학과 대학원)

요 약 문

I. 제 목

농산물도매시장 출하관리 개선방안

II. 연구개발의 목적 및 중요성

- 농산물도매시장 출하관리가 출하규모의 영세성 때문에 효율화되지 않고 있으나 출하조직과 기능의 미비, 농가의 무계획적인 출하와 공동출하의 부진, 무분별한 출하관행 때문에 결과적으로 시장기능이 활성화되지 못하고 있으며 소비자가 원하지 않는 형태의 상품출하와 표준규격화의 미비로 유통효율은 높지 않음.
- 도매시장 유통담당자인 도매시장법인, 공판장의 산지관리가 부진함. 농산물 집하가 광역화되고 있으나 집하기능이 취약하고 분산이 확대되고 있으나 분산기능이 미흡함. 도매시장 출하가 서울중심이기 때문에 지방도매시장이 취약하여 전송형태가 확산되고 있음. 특히 도매시장이 산지출하조직과 기능을 관리하지 못하여 계획적 출하가 되지 않고 있음.
- 따라서 본 연구는 도매시장의 농산물 출하관리 실태를 조사분석하고 개선점을 제시하여 도매시장 출하관리의 효율성을 높이고 경쟁력을 갖게하여 시장관리를 안정화하고 출하관리를 개선하여 유통정책을 활성화하는데 기본목적이 있음.

Ⅲ. 연구개발 내용 및 범위

- 농산물 유통환경 변화와 도매시장역할(산지변화, 소비형태, 유통경로 다원화), 도매시장기구(도매시장법인, 공판장)의 출하관리 실태파악
- 산지출하조직의 실태파악(협동출하반, 작목반, 농협, 영농조합법인의 조직 유형, 조직배경, 조직관리)
- 출하자 등록제 및 불량출하자 제재 방안
- EDI시스템과 농산물 출하관리
- 우수출하조직의 조직과 운영실태 : 조직과 운영실태, 경영과 관리, 성공요인, 시장과의 관계
- 선진국의 도매시장 출하관리 실태 : 일본, 대만, 프랑스, 미국
- 출하관리와 제도개선

Ⅳ. 연구개발 결과 및 활용

1. 농산물 유통환경변화와 도매시장

- 도매시장기능이 유통환경변화에 적극적으로 대응하기 위해서는 도매시장 입지의 재편과 정비, 도매시장 관계자의 과감한 구조개혁의 추진, 공개적이고 투명한 가격형성과 예약상대 거래 등 다양한 거래방식 채택, 노동환경개선과 노동장비개선, 전체적으로 시장의 고용구조개선, 그리고 전산화와 상 활동 정착 등 획기적인 경영개선이 이루어져서 경쟁력을 가져야 할 것임.

2. 도매시장기구의 출하관리 실태

- 도매시장 출하상품이 우수하고 풍부한 물량이 확보되어야 함. 따라서 상품성이 높고 품질우수상품을 유치하도록 출하조직 육성과 기능정립이 되어야 함.
- 집하권의 광역화를 위한 대규모 산지개발과 상품개발이 되도록 출하조직의 지도교육이 요구됨.
- 도매시장 분산권 확대를 위해 예약상대거래의 적극 허용, 중도매인의 서비스부담 감소를 위한 세제 및 금융지원이 요구됨.
- 출하자 등록제는 찬성하고 있으나, 그 전제로 표준출하규격의 일반화, 공동출하 비율이 높고 정보체계가 일반화될 때 실시하는 것이 실현성이 높음.
- 산지육성과 상품개발은 시장기구와 전속지역을 대상으로 품목별로 확산하고, 순회교육을 통한 장기계획이 수립되어야 함.
- 산지마케팅 기능강화는 현지 농업기술센터, 지방자치단체, 농협 등 연관기관과 체계적인 기능분담을 통해 추진되어야 시너지효과가 있음.

3. 산지출하조직의 출하실태와 우수출하조직의 조직과 기능

- 우수출하조직의 기능을 일반조직에 파급하여 출하조직을 활성화하고 일반화하는 시책추진이 필요함.
 - 출하조직이 공동출하기능을 확대하도록 공동선별, 공동수송, 공동계산방식으로 체계화하는 단계적 조치가 요구됨.
- 전국 공영도매시장건설이 완공되는 시점을 목표로 공영도매시장 출하상품

은 표준규격화된 상품으로 제한하며, 출하자 등록제도 이 시점을 기준으로 실시하여 불량출하자에 대한 제재를 강화하는 시책예고제가 바람직함.

- 출하규모를 확대하여 거래교섭력을 높일 수 있도록 작목반의 규모화와 작목반간의 연계화, 영농조합법인의 규모화가 필요하며 궁극적으로 협동조합 단위로 확대되도록 조직과 기능이 정착되어야 할 것임.
- 출하조직이 유통환경변화에 적응하도록 정부, 시장기구, 농민단체의 역할분담이 정립되어 시너지효과를 높일 수 있어야 함.
 - 공동출하에 대한 출하자 인식전환, 농협의 조직과 기능이 공동출하비용을 활성화하도록 목표설정 추진, 농업기술센터의 생산과정 적극지도, 농관원의 품질개선, 자치단체의 시책지원을 통한 생산·출하계획 추진, 정부의 농업관측사업시행과 수급조절예고 등 적극적 시책추진이 바람직함.

4. 출하자 등록제의 효율적인 운영방안

- 출하자 등록제는 우리의 현실적인 여건의 미비를 고려할 때 단기간 내에 정책추진상의 목적을 달성하거나 원활한 시행을 기대할 수 있는 성격의 것은 아니라고 판단됨. 따라서 장·단기로 나누어 추진계획을 수립하고, 단계별로 실행계획을 수립해 나가야 할 것임.
- 단기적인 추진계획 및 실행계획은 현실적인 여건의 미비를 고려하여 반드시 생산자 및 생산자단체의 자발적인 참여를 유도하는 방향에서 시행해야 할 것이며, 불량출하자 등 정책 기준을 위반하는 출하자에 대한 구체적인 규제는 단기적인 사업 시행의 성과분석을 바탕으로 하여 현실적인 대안을 제시하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.

- 거대 규모로 재 출범한 농협의 경제사업을 강화해야 할 것임. 우리나라의 경우 전국적으로 가장 조직이 잘 된 생산자단체로는 농협이 있으며, 농협이 산지에서의 역할을 얼마만큼 잘 수행해 나갈 수 있느냐가 출하자 등록제 성패의 관건이 된다고 볼 수 있음. 따라서 농협이 지역에서 실질적인 의미에서의 조직화와 공동사업을 원활히 진행시켜 나갈 수 있는 여건을 조성하는 것이 무엇보다도 시급한 문제일 것으로 보임.
- 출하자 등록제 실시의 구체적 대상은 생산자단체를 중심으로 하는 것이 출하자 등록제의 시행을 효율적으로 할 수 있게 만들 것으로 보임. 또한 출하자 등록 대상 기관은 관리공사 또는 관리사무소로 하는 것이 바람직할 것으로 보이며, 출하등록자에 대한 관리는 각 도매시장법인별로 고객관리 차원에서 이루어지는 것이 바람직할 것임.
- 향후 출하자 등록제의 본격적인 시행에 있어서는 출하약정을 어기고 타시장에 출하한다든지 출하약정의무를 제대로 이행하지 않을 경우에 대비해 출하품 처리 순서 지연, 출하등록 취소 및 취소 후 일정 기간이 경과한 후에 재등록 가능, 출하정지, 무신고 출하시 벌금 부과, 도매시장 출입제한 등의 제재방안이 필요함.

5. EDI(전자문서교환)시스템과 출하체계 발전방안

- 산지농협이 주체가 되는 산지정보화를 추진할 필요가 있음. 산지정보화를 촉진하기 위한 산지농협의 적극적인 노력과 산지 정보 수집, 생산자와의 정보 공유 및 공급 능력 제고와 실질적인 공동출하의 개념으로 생산에서부터 정산까지 농협의 적극적인 개입이 필요함.

- 코드번호(도매시장법인별, 농협별, 품목별), 문서서식(송품장, 낙찰명세서, 정산서) 등의 통일된 규정이 필요함.
- 증권회사와 같이 다양하고 수많은 자료를 가공할 수 있는 능력이 부족하여 생산된 자료를 제대로 이용하지 못하는 경우가 많음. 따라서 농협이나 농수산물유통공사 및 농림수산정보센터의 활용 및 도매시장 자료 가공 능력을 제고시킬 필요가 있음.
- 현실적으로 실시가능한 방안으로서 업무의 능률화, 신속화를 위한 구체적인 방안을 채택하여 실시할 필요가 있음(예 : 출하신고용 개인단말기를 통한 물량 및 등급 신고).

6. 선진국의 도매시장 출하관리 실태

- 선진국 도매시장 출하관리는 생산자조직이 활성화되어 공동출하비율이 높고, 출하단계에서 상품성이 높으며, 품질이 보증된 상품을 자체적으로 책임지고 출하함. 공동출하상품에 대한 경제적 인센티브와 제도적 장치로 보호되고 있음.
- 일본의 청과물출하는 도매시장 출하비율이 80% 정도이고, 농협 등 집출하단체의 산지출하비율이 70% 정도로 공동출하를 주도하고 있음.
 - 청과물출하는 계통출하에 대한 우선권 특혜인정으로 계통출하비율이 높고, 조합을 통한 출하신고제 시행.
 - 표준규격화 등 상품성 제고와 품질관리는 출하단계에서 자체 조절되고 있음.
- 대만의 청과물 출하관리는 공동출하·계통출하체계가 발달되어 있으며, 도

매시장을 통한 경매원칙으로 강제 상장되고 있음.

- 출하단계에서 출하자 등록을 하고 있으며, 표준출하규격이 엄격하게 지켜지며 위반품은 제재를 가함.

○ 프랑스의 청과물 출하관리는 산지에서 협동조합, 생산자단체에 의해 표준규격화되어 출하되고 있음.

- 협동조합이 발달되어 있어 출하단계에서 표준규격출하와 품질검사를 자체적으로 실시하고 있으며, 시장에 반입된 상품에 분쟁이 있으면 분쟁조정자인 감정사에 의해 조정됨.

○ 미국의 청과물 유통체계는 생산규모화, 대량거래, 유통경로의 단순화, 유통정보의 발달로 효율성이 높음.

- 산지유통단계는 공동출하가 일반적이며, 산지포장센터가 물류기능과 판매기능을 수행.

- 유통명령제와 판매협정을 통해 시장교섭력을 높이고 있으며, 거래상품에 대한 시장규제를 통해 공정거래 유도, 농산물 신용거래가 확립된 제도적 장치로 철저한 검사제도와 송장제도 그리고 신용평가서의 발행이 실시됨.

○ 선진국의 도매시장 출하관리방식이 우리에게 시사하는 점은 농협 등 생산자조직이 활성화되어 공동출하를 주도하고 있으며, 산지에서 상품성 제고와 품질관리가 자체적으로 이루어지고 있음.

○ 우리나라도 일본, 대만, 프랑스처럼 소농체제에서 이루어지고 있는 협동조합을 통한 공동출하방식을 적극적으로 채택하여 출하과정에 거래교섭력을 높이고, 안정된 생산물을 자체적으로 책임질 수 있게 관리되어야 할 것임.

차 례

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구내용 및 방법	3
II. 농산물 유통환경변화와 도매시장	5
1. 유통환경변화와 농산물유통 전망	5
2. 유통환경 변화와 농산물유통 발전전망	7
3. 도매시장유통의 새로운 관점과 발전과제	9
4. 도매시장기구의 경영실태	12
5. 도매시장의 구조와 기능변화	17
III. 도매시장기구의 출하관리 실태	21
1. 출하실태	21
2. 도매시장기구의 기능	23
3. 출하관리실태	29
4. 우수도매시장기구의 조직과 기능	34

IV. 산지출하조직 출하실태와 우수출하조직의 조직과 기능	37
1. 출하차별 출하실태	37
2. 출하방식	44
3. 출하기능	47
4. 출하관리실태	51
5. 우수출하조직의 조직과 기능	55
V. 출하자등록제의 효율적인 운영방안	61
1. 실시배경과 필요성	61
2. 현 황	62
3. 실시내용	63
4. 출하자 등록제의 효과	74
5. 출하자 등록제의 문제점	75
6. 출하자 등록제에 대한 정책제언	78
VI. EDI시스템과 출하체계 발전방안	83
1. 농산물 EDI(전자문서교환)시스템의 필요성	83
2. EDI시스템 구축을 위한 전제조건	85
3. EDI시스템의 모형설정	88
4. EDI시스템의 기대효과	95
5. EDI시스템의 지원방안	98
6. EDI시스템과 도매시장 유통정보화	103
7. EDI시스템과 농산물 출하관리	111

VII. 선진국의 도매시장 출하관리 실태	117
1. 일 본	117
2. 대 만	125
3. 프랑스	130
4. 미 국	134
VIII. 도매시장 출하관리의 정책과제와 개선방향	139
1. 출하자 등록제의 효율적인 운영방안	139
2. EDI시스템과 출하체계의 발전방안	144
참고문헌	149
<부록 1> 도매시장기구 출하관리 실태조사표	151
<부록 2> 산지출하조직 출하실태조사표	155

표 목 차

<표 III- 1>	도매시장기구로의 출하량 실태	21
<표 III- 2>	도매시장기구로의 출하량 감소의 이유	22
<표 III- 3>	도매시장 기능 변화의 원인	23
<표 III- 4>	도매시장 집하구조의 변화 양상	24
<표 III- 5>	소매·소비의 변화에 대한 도매시장의 기능 변화 방향	25
<표 III- 6>	도매시장 기능변화의 특징	25
<표 III- 7>	도매시장 거래방법의 특징	26
<표 III- 8>	경매거래의 변화 양상	27
<표 III- 9>	향후 거래방법의 개정 과제의 방향	27
<표 III-10>	도매시장의 정비 방향	28
<표 III-11>	우수출하조직의 관리 형태	29
<표 III-12>	출하자 등록제에 대한 견해	30
<표 III-13>	불량출하자 제재 방법에 대한 견해	30
<표 III-14>	상품개발과 산지육성 방안	31
<표 III-15>	산지마케팅 기능 강화 방안	32
<표 III-16>	농협의 산지출하방식에 대한 견해	33
<표 III-17>	정부의 시장기구 출하관리 시책에 대한 견해	34
<표 IV- 1>	도매시장 거래의 장점	37
<표 IV- 2>	도매시장 거래의 단점	38

<표 IV- 3> 공판장 거래의 장점	39
<표 IV- 4> 공판장 거래의 단점	39
<표 IV- 5> 산지유통인 거래의 장점	40
<표 IV- 6> 산지유통인 거래의 단점	41
<표 IV- 7> 농협 종합유통센터 거래의 장점	41
<표 IV- 8> 농협 종합유통센터 거래의 단점	42
<표 IV- 9> 대형소매유통업체 거래의 장점	43
<표 IV-10> 대형소매유통업체 거래의 단점	43
<표 IV-11> 출하방식 현황	44
<표 IV-12> 출하권 현황	45
<표 IV-13> 출하상품 선별형태	45
<표 IV-14> 등급규격 분류 현황	46
<표 IV-15> 단골출하시장의 선정기준	46
<표 IV-16> 공동출하조직의 기능	47
<표 IV-17> 공동출하조직의 판매기능	48
<표 IV-18> 공동출하조직과 타기관과의 관계	48
<표 IV-19> 대금결제기구와 방식	49
<표 IV-20> 공동선별방식	49
<표 IV-21> 공동출하시 선별 방법	50
<표 IV-22> 산지출하조직의 도매시장법인 출하형태	50
<표 IV-23> 우수출하조직의 조직과 운영	51
<표 IV-24> 출하자 등록제에 대한 견해	52
<표 IV-25> 불량출하자 제재방안에 대한 견해	52
<표 IV-26> 공동출하의 성공 요인	53

<표 IV-27>	도매시장법인의 출하조직 지원 형태	53
<표 IV-28>	정부의 산지출하정책에 대한 견해	54
<표 VI- 1>	송 품 장	90
<표 VI- 2>	낙찰명세서	92
<표 VI- 3>	정 산 서	94
<표 VI- 4>	출하예약시스템의 분류별 기능	107
<표 VI- 5>	전자식 경매시스템의 분류별 기능	109

그림 목 차

<그림 VI-1> EDI시스템 체계도	88
<그림 VI-2> 도매시장 유통정보화를 위한 정보구성도	104
<그림 VI-3> 출하예약체계도	105

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

가. 연구의 필요성

- 농산물 도매시장은 농산물의 수급조절, 가격형성, 집하와 분산, 대금결제, 유통경비 절감 등의 본래의 기능을 착실하게 수행하여 농산물 시장유통량의 절반 이상을 유통시키고 있으며 기간적인 유통시스템으로 정착되고 있음.
- 그러나 최근 유통환경변화와 도매시장 발전의 전망, 즉 정보시스템화의 급격한 발전, 거래방법의 변화전망, 생산자조직의 활성화, 유통경로의 다원화 등을 수행하는 데는 제한성이 많음.
- 그 동안 정부의 공영도매시장개혁과 산지유통혁신 등 유통개혁시책 추진으로 도매시장 거래활성화와 공정상거래가 정착되고 있으나 도매시장 유통량은 정체되고 있음. 정부는 도매시장 시설계획 완료와 전자경매 실시 등 거래방법 개선, 산지관리 등 적극적 시책개발을 추진하고 있으나 아직도 도매시장 출하관리가 관행적이고 체계화되지 못하여 효율적인 농산물 출하관리가 되지 않고 있음.
- 농산물 도매시장 출하관리가 출하규모의 영세성 때문에 효율화되지 않고

있으나 출하조직과 기능의 미비, 농가의 무계획적인 출하와 공동출하의 부진, 무분별한 출하관행 때문에 결과적으로 시장기능이 활성화되지 못하고 있으며 소비자가 원하지 않는 형태의 상품출하와 표준규격화의 미비로 유통효율은 높지 않음. 특히 농협, 작목반 등 출하조직의 기능미흡으로 출하관리가 부진.

- 도매시장 유통담당자인 도매시장법인, 공판장의 산지관리가 부진함. 농산물 집하가 광역화되고 있으나 집하기능이 취약하고 분산이 확대되고 있으나 분산기능이 미흡함. 도매시장 출하가 서울중심이기 때문에 지방도매시장이 취약하여 전송형태가 확산되고 있음. 특히 도매시장이 산지출하조직과 기능을 관리하지 못하여 계획적 출하가 되지 않고 있음. 이러한 중요성에서 출하관리에 대한 체계적인 조사가 필요함.

나. 연구의 목적

- 본 연구의 목적은 도매시장 농산물 출하관리 실태를 조사분석하여 개선점을 제시하는데 있음. 보다 구체적인 목적은 농산물 생산자와 생산자단체가 도매시장에 농산물을 출하하는 실태와 시장기구의 출하유치 방법을 조사분석하고 그 개선점을 제시하여 도매시장 출하관리의 효율성을 높이고 경쟁력을 갖게 하여 시장의 관리운영을 안정화하고 출하관리를 개선하여 유통정책 수행에 필요한 자료를 제시하는데 있음.

2. 연구내용 및 방법

가. 연구내용

- 농산물 유통환경 변화에 따른 도매시장의 역할, 도매시장의 구조와 기능변화, 도매시장 청과물 출하실태 조사분석
- 도매시장기구(도매시장법인, 공판장)의 출하조직, 출하기능 그리고 출하유치 관리실태, 우수도매시장기구의 조직과 기능에 대한 사례조사
- 산지출하조직의 조직, 출하기능 그리고 출하관리실태, 우수산지출하조직의 조직과 기능에 대한 사례조사
- 출하자 등록제의 효율적인 운영방안, 지자체, 도매시장법인, 출하자의 역할 분담과 불량출하자의 효과적인 제재방안
- 도매시장 정보체계화. 특히 전자문서교환(EDI)체계의 발전방안
- 선진국의 도매시장 출하관리 비교분석. 일본, 대만, 프랑스, 미국의 출하관리
- 도매시장의 효율적인 출하촉진을 위한 정부, 관련기관의 바람직한 역할과 정책대안 제시

나. 연구방법

- 기존자료의 활용
- 현지조사 결과분석
- 조사대상 : 100개소
 - 농산물도매시장법인 15개소, 공판장 15개소, 농가 및 출하조직 70개소(단위조합, 작목반, 영농조합법인, 개인농가)
 - 조사방법 : 조사표에 의한 청취조사
 - 조사대상부류 : 채소류, 과실류

II. 농산물 유통환경변화와 도매시장

1. 유통환경변화와 농산물유통 전망

- WTO출범에 따른 유통시장개방으로 국내시장의 구조와 기능이 전례없이 급속하게 변화되고 있으며 그 파장은 도매, 소매, 산지에 이르기까지 급격하게 변화되고 있음.
- 첫째, 산지에서 생산과 출하방식이 변화되고 있음. 부분적으로 나타나는 현상이지만 생산이 전문화, 주산지화 되면서 출하규모가 확대되고 있으며 표준규격화를 통한 출하증대로 시장에서 거래교섭력이 높아지고 있음.
 - 종래의 산지수집체계는 산지유통인에 의존되거나 투기형태가 많았으며 선별·포장 등 상품성을 높이는 방식이 제약되었던 것임. 산지유통인의 기능은 무한하게 광범위하였으며 산지유통인의 역할은 수집에서 시장에 출하되거나 장외거래를 통해 거래질서를 문란하게까지 했던 것임.
 - 그러나 최근에는 산지에 포장센터 등 산지유통시설이 점차 확충되면서 생산자단체에 의한 체계적인 기능이 확산되어 협동생산과 공동판매의 체계가 확산되고 있음.
 - 농가의 출하형태도 기존의 농가간의 경쟁방식에서 조직간의 경쟁방식으로 전환되고 있음.
 - 상품의 출하방식이 경쟁에서 이기기 위해서는 지역 또는 조직의 특성

이 나타나야하며 이를 위해 선별, 표준규격화, 포장 등 상품성을 높이고 품질적 차별화를 위한 품질경쟁을 할 수 있는 집단활동이 늘어나고 있음.

- 현재의 추세로 보면 농산물생산은 농가가 전념하고 출하과정은 농민조직 즉 작목반·협동조합·영농조합법인에 의해 기능적으로 분화될 것으로 전망되며 이러한 과정에서 품질개선과 상품성제고가 나타날 것이며 시너지 효과를 기대할 수 있음.
- 둘째, 유통서비스시장의 개방으로 국내유통업계는 구조개혁이 진행되고 있음. 외국의 대형유통업체들이 국내에 진출하면서 소매시장구조와 기능을 크게 변혁시키고 있음.
 - 외국유통업체들은 풍부한 경험과 노하우를 축적하고 있으며, 국내 제휴기업들의 합작투자로 규모가 거대화되고 있음. 이들 유통업체들은 주로 소매시장에 진출하면서 소매시장의 대형화와 체인화를 통해 규모화하고 있으며 소비자보호에 적합한 상행위를 주도하고 있음.
 - '90년대 이후 유통시장이 개방되면서 할인점, 슈퍼센터, 하이퍼마켓, 회원제 클럽 등 신유통업체가 많이 들어와서 새로운 기법으로 소매시장을 운영하면서 연쇄적으로 도매시장과 산지시장구조에도 파급효과를 미치고 있음.
- 셋째, 정보체제화가 급격하게 확산됨으로써 유통기능을 크게 변화시키고 있음. 앞으로 유통혁명을 주도하는 것은 정보혁명이다. 컴퓨터 통신기술을 바탕으로 한 정보통신기술의 발전은 유통조직과 기능에 획기적인 변화를 가져왔으며, 정보통신기술은 유통조직을 망으로 긴밀하게 연결함으로써 유통혁명을 초래하고 있음.
- 넷째, 소비자측면도 급격하게 변화되고 있음. 국민소득이 증가되면서 소

비자의 소비성향과 구매패턴이 급격하게 변화되고 있음. 우선 식품소비 형태는 품목이 다양화되고 고급화되고 있으며 식품소비가 단순히 영양공급이 목적이 아니라 식사를 통해 맛·멋·오감에 의한 소비욕구를 충족시키려는 단계에 이른 것임.

- 다섯째, 유통기구도 구조조정이 진행되고 있음. 생업적인 재래소매기구들은 도태되고 있으며 전문화나 차별화를 통해 새로운 활로를 모색하고 있음. 도매시장도 시장간 경쟁이 치열해지면서 새로운 경영개선방안을 정립하고 있음. 특히 종합유통센터의 개설에 따라 도매시장과의 경쟁관계로 정립되면서 도매시장유통이 새로운 국면에 진입하게 되었음.

2. 유통환경 변화와 농산물유통 발전전망

○ 농수산물 유통환경은 대내외적으로 급격하게 변화되고 있으며 그 결과 농수산물유통도 파급효과가 클 것으로 전망됨.

- 첫째, 우선 유통기관들간에 구조적 조정이 이루어질 것임. 1996년부터 외국인투자 소매점포수와 매장면적에 대한 규제가 철폐되면서 외국의 신유통업체의 국내진출이 크게 확산되면서 규모화·연쇄화의 형태로 전환되고 있음.

- 이미 매장규모화로 단위당 유통마진을 줄임으로써 상품회전률을 극대화하고 서비스보다 가격을 낮춤으로써 소비자를 적극적으로 유치하고 있음. 이와 같은 소매업태의 경영혁신은 산지와 수집시장 그리고 도매시장 구조와 기능을 크게 변화시키고 있음.

- 신유통업태의 규모화 체인화는 농산물 수집과정도 대량구입이 가능하

기 때문에 출하자는 이들 소매업태의 구입전략에 적극적으로 관심을 갖게 될 것이며 따라서 가격형성에 구매자의 영향력이 커지게 될 것임. 이들 신유통업태들은 산지 관리를 철저하게 할 것이며, 전문화·주산지화된 지역농가나 출하조직과 기능적인 연계를 하게 될 것임.

- 현제도매시장 중심의 농산물유통체계는 최근 정부의 유통다원화정책에 의해서 유통경로가 다원화되고 있음. 현재 농산물유통에서 주도적인 역할을 하고 있는 농수산물도매시장 유통경로는 종합유통센터의 개설로 소비자유통경로가 다원화되어 유통주체간에 경쟁과 보완관계를 동시에 수행하게 될 것임.
- 둘째, 정보혁명은 유통혁명을 일으킬 것임. 정보통신기술의 발전은 유통환경변화에 신속하게 대응할 수 있는 유통혁명을 급격하게 추진할 것임. 정보통신기술은 유통조직망으로 연결함으로써 유통혁명을 주도하게 될 것임. 정보통신망은 생산·수집·도매·소매기구를 연결하여 유통효율을 극대화하게 될 것임.
- 셋째, 생산자조직의 활성화가 이루어지고 있음. 소농체제하에서 출하규모의 영세성에서 오는 취약점을 공동화함으로써 거래규모를 확대하고 상품성을 높일 수 있어 거래교섭력이 점차 높아지고 있음.
 - 생산자 조직은 작목반, 작목회, 협동조합, 영농조합법인 등 다양한 형태로 조직되어 있으나 기능면에서 활성화되지 못하였던 것임. 그러나, 이들 조직이 유통환경변화에 능동적으로 적응하기 위해서는 자체적으로 생산의 협동화, 판매의 공동화로 개별 농민이 얻지 못하던 한계를 시너지 효과로 규모화할 수 있게 되었음.
- 넷째, 농산물 거래방법을 변화시키고 있음. 실물거래가 주종을 이루고 있지만 시간·장소·물류비 등을 고려하여 표준규격화 된 농산물거래는 견본거래 또는 통명거래가 확산될 것임.

3. 도매시장유통의 새로운 관점과 발전과제

가. 도매시장유통의 새로운 관점

- 그 동안 우리 나라 농수산물 도매시장은 개설된 이래 사회적으로 그 기능을 다양하게 수행해왔으나 앞으로의 잠재성도 큼. 도매시장도 단순한 시장 기능 뿐만 아니라 유통산업자체가 서비스를 극대화하고 생산성을 높이는 것이 긴급한 과제로 제기되고 있음.
- 앞으로 상당한 기간동안 도매시장구조는 중요한 사회경제적 시스템으로 새로운 유통여건하에서도 계속 공적관계를 유지하면서 생산자, 소비자 그리고 국민경제적 측면에서 도매시장 시스템을 활용하는 것이 사회적으로 장점이 될 수 있을 것임.
- 그 동안 계속된 투자와 개발된 노하우가 상당한 정도로 누적되어 있음. 현재 건설중인 공영도매시장은 물론 민간도매시장에 대한 정부와 민간의 투자액이 어떤 부문보다 누적되어 있으며 상업활동이 집적되어 방대한 공간으로 정착되고 있음.
- 도매시장은 효율적인 유통개선에 기여하게 될 것임. 신선농산물 유통에 있어서 양끝에 있는 생산자와 소비자를 연계하는 기능이 유통효율을 극대화할 것임.
- 유통과정에 안전성을 보장하게 될 것임. 신선농산물은 국민식생활의 기초적 물자이기 때문에 유통경로가 다원화되더라도 건강·안전·위생처리가 가능한 도매시장은 공적 감독하에 있기 때문에 사회적 수요를 충족시키게 될 것임.

나. 도매시장유통의 발전과제

- 신선농산물 유통을 위한 도매시장기능은 유통환경변화로 다양한 과제를 안고 있음. 전체적으로 보면 신선농산물 수요는 수급상에 문제가 있음. 그것은 생산환경이 점차 어려운 여건인데도 수요는 다양화되어 다품목 소량체제가 불가피하게 되고 있음.
- 도매시장이 해결해야할 새로운 과제는 농산물의 수급동향, 가격형성, 거래방법, 정보기능의 확충 등 다양한 기능을 요구하고 있음.
- 도매시장 관련기관의 기능도 시장간, 기관간에 격차가 크게 발생하여 각 시장형태의 실정에 맞는 중점적 대응이 필요하게 되었음. 특히 유통환경변화를 적절하게 예측하여 유통개선의 본질과 유통행정의 과제를 명확하게 현실에 맞게 미시적으로나 거시적으로 적절하게 대응할 수 있는 방법을 준비하고 도매시장유통의 성과가 최대가 되도록 노력해야 할 것임.
- 도매시장 물류체계면에서 수송과 배송 등의 변화로 집하와 분산면에서 중요한 영향을 미치게 될 것임. 특히 도로망의 정비, 수송기술의 발달, 수송수단의 다양화로 수송요건이 크게 변화될 것이며 출하되는 상품형태의 변화가 도매시장의 집하와 분산면에 영향을 미치게 될 것임.
- 장래에 도매시장유통에 대한 과제는 신선농산물 유통여건의 변화에 계속적으로 대응할 수 있는 장단기적 과제에 대응해야 할 것임.
 - 첫째, 공정하고 효율적인 도매시장유통에 대한 재편과 정비가 추진되어야 할 것임. 전국에 32개의 공영도매시장이 건설되면 광역유통의 관점에서 기존유통권을 과감하게 재편성하여야 할 것임.

- 신선농산물의 생산·소비·수입에 있어서 국내외유통에 적절하게 대응할 수 있는 정보수집, 분산기지로서의 기능을 담당할 수 있는 중점거점도매시장과 그 시장과 연계를 하면서 지역유통사정에 적절하게 대응할 수 있는 도매시장을 재편성하여 균형된 시장권이 형성되게 해야 할 것임.
- 둘째, 도매시장 관계자의 과감한 구조개혁이 추진되어야 할 것임.
 - 현행 제도상 도매시장 관련업자의 경영은 도매시장 제도 내에서 영위되어 있음. 따라서 제도에 과도하게 의존하고 있는 경우도 있으나 일반적으로 제도개혁을 통한 새로운 위상정립을 노리고 있는 경우가 많음. 그 동안 우리의 농안법은 12차례에 걸쳐 개정되었으며 새로운 개정마저 논의되고 있는 실정임. 따라서 제도 자체에 적응하려 하지 않는 것이 큰 문제로 지적되고 있음.
- 셋째, 도매시장 유통구조가 합리적으로 개선되어야 할 것임. 일반적으로 도매시장은 사회적 조직이기 때문에 조직을 규제하는 조건이 변화되면 조직 그 자체도 변화되어야 함. 이 때 변화를 소홀하게 생각하면 조직의 기능발휘가 잘 되지 않는 것임.
- 넷째, 가격형성기능을 확충해야 할 것임. 만약 도매시장에서 가격형성이 공개적이고 투명하게 이루어지지 않는다면 출하자나 소비자는 물론 시장외거래에 적용될 수 있는 기준가격을 제시하지 못하게 되며 결과적으로 시장외거래도 공정성을 찾지 못하게 될 것임.
- 다섯째, 도매시장 노동환경개선과 노동장비율이 개선되어야 할 것임. 도매시장노동환경은 타직종에 비해 열악하고 특히 일상적인 작업이 낮과 밤이 바뀐 상태에서 이루어지기 때문에 상대적으로 어려운 실정임.
- 여섯째, 도매시장의 고비용구조를 개선해야 할 것임. 도매시장내의 유통비

용은 ^{7%}상장수수료, ^x상·하역비, 중도매인 거래수수료, 기타 도매시장 개보수비, 물류체화에 따른 감모비용 등 다양함.

- 도매시장 시스템이 사회적인 장점을 갖고 있지만 비용절감이 되지 않는 한 존립의 타당성은 없게 되는 것임. 더욱이 유통환경변화에 적극적으로 대응하고 비용절감을 통한 타당성과 공익성이 유지되지 않는다면 정부지원이나 시책지원이 의미를 잃게 될 것임.

4. 도매시장기구의 경영실태

가. 도매시장의 경영실태

1) 도매시장의 현황

- 농수산물도매시장은 제도권시장으로서 공영도매시장, 공판장이 있으며 비제도권 시장으로서 유사도매시장이 있음.
- 공영도매시장은 정부투자에 의해 건설 운영되는 시장이며 전국에 32개 시장을 건설할 계획이며 이미 개설된 시장이 22개소 있음. 일반 법정도매시장은 민간에 의해 건설되었으며 개설자의 허가를 받아 운영되고 있으며 28개소가 개설되고 있음. 공판장은 협동조합이나 공공기관에 의해 개설된 시장이며 전국에 97개소가 개설되어 있음.
- 유사도매시장은 위탁상으로 소매업허가를 받아 도매업을 하는 시장으로 전국에 19개소 개설되어 있음. 전국농수산물 도매시장수는 143개소임.

- 농수산물도매시장 종사자수는 정확하게 파악되지 않고 있으나 제도권시장에 종사하는 사람은 1999년말 현재 도매시장법인 3,231인, 중도매인 7,451인, 매참인 700인이며 이들이 40개 시장에 분포되고 있음. 도매시장법인에 소속된 경매사는 788명이며 수집상 9,651인, 하역인 4,041인이 분포되어 있음.
- 도매시장 거래실적은 99년말 현재 물량으로 5,798천톤, 금액으로 63,005억원임. 이중 청과류는 5,042천톤, 금액으로는 41,199억원이며 공영도매시장거래 비율이 금액으로 96.5%임.

2) 도매시장법인의 운영실태

가) 조직과 운영

(1) 자본금 규모

- 도매시장법인은 농수산물의 집하와 운영에 필요한 자금이 필요함. 전국평균 도매시장법인의 자본금 규모를 보면 1999년말 현재 도매시장법인당 평균 자본금은 16억2천만원이고 부류별로는 청과 14억7천만원, 수산 11억2천만원, 축산 39억4천만원으로 조사됨. 자본금 규모별로 보면 1억원이하가 전체에서 13개소이고, 10~30억원이 14개소, 30억원 이상이 15개소임.
- 전체적으로 보아 도매시장 거래물량에 비하면 자본금 규모가 너무 영세하기 때문에 집하기능을 제대로 못하고 있음.

(2) 집하실태

- 도매시장법인의 주기능은 집하기능임. 도매시장법인은 수수료 서비스업이기 때문에 수수료 수입을 높이기 위해서는 총거래 수익을 극대화해야 함. 이를 위해서는 우선적으로 집하물량을 안정적으로 증대시켜야 함.

- 집하기능을 강화하는 것은 도매시장기능을 정상화하는 기본적인 일이지만 현실적으로 도매시장법인의 역할상으로는 제약점이 많음. 그것은 ① 우리나라 농업경영규모가 소규모 영세하기 때문에 집하가 규모화 되지 못하고, ② 지정도매법인이 자금 및 경영제약으로 산지개발기능을 수행하지 못하고 있으며, ③ 중도매인의 산지개발과 위탁판매가 성행하고 있으며, ④ 전통적인 상관습으로 경매가 일반화되지 못하며 대부분의 도매시장법인이 전문인에 의한 근대적인 경영방법을 도입하지 못하고 있기 때문임.
- 도매시장법인이 산지로부터 농산물을 수집하는 방법은 다양하지만 도매시장기능이 정상화되지 않았기 때문에 산지의 생산자나 출하자들과의 긴밀한 인간관계를 통해 물량이 입하되고 있음.

(3) 경영실태

- 도매시장의 경영은 일반 기업과는 다름. 도매시장법인의 경영은 공공시설을 이용하여 위탁집하된 농수산물의 경매판매를 원칙으로 하고 있기 때문에 이에 대응한 경영방법이 채택되고 있음.

(4) 인력현황

- 도매시장법인은 일종의 서비스업이기 때문에 노동집약적 산업이라 할 수 있다. 도매시장 관계종사자를 보면 대체로 거래규모에 비해 임직원 수가 많음을 볼 수 있음.
- 청과의 경우 회사 당 임직원 수는 23명인데 비해, 수산은 38명 그리고 축산은 147명으로 되어 있었으나 최근 구조조정으로 줄어들고 있음.

나) 상거래활동

(1) 제도시장 경유량

- 도매시장법인의 거래물량은 점차 증가되고 있음. 그것은 생산량이 증가됨에 따라 유통량도 증가되기 때문임.
- 청과물의 전체 도시지역 소비량중 도매시장법인과 농협공판장, 즉 제도시장 경유량은 지역에 따라 차이가 큼.

(2) 출하형태

- 도매시장법인의 출하형태를 보면 부류별로 차이가 있음. 청과의 경우 출하형태는 99년 말 현재 거래 금액별로 산지유통인출하가 전체의 17%, 개별출하가 29%, 계통조합출하가 50%, 그리고 공동출하반이 11%로 되어 있음.

(3) 집하형태

- 집하형태는 농안법에 규정된 대로 특수한 경우가 아니면 수탁받게 되어 있으며 매매의 경우는 특수한 경우임. 부류별로 집하형태에 대한 정확한 통계가 없어서 자세하게 알 수는 없으나, 대부분 수탁형태로 집하되고 있음.

나. 공판장의 경영실태

1) 공판장 개황

- 1961년 부산공판장 설립을 시작으로 1962년에 전국 5대 도시에 6개소 공판장을 개설한 이래 1999년말 현재 중앙회 공판장 13개, 회원조합 공판장 84개소로 전국에 97개소가 산재되어 있음.

- 농협의 농산물 공판장은 조합원인 농민이 출하한 농산물을 대량으로 판매 처리 하는 도매단계 유통조직으로 농산물의 판매처리능력을 강화하고 공정 거래에 의한 수급조절, 가격형성, 집하와 분산, 위험전가 등 도매기능을 수행함으로써 농산물 유통개선에 기여해 왔음.
- '99년말 현재 사업실적은 중앙회 공판장 9,321억원, 회원 농협공판장 10,368 억원으로 19,694억원의 경영실적을 올렸으며 816명의 직원과 3,369명의 중도매인이 있음.
- 공판장 취급부류는 대부분 과실류와 채소류가 주종을 이루고 있으며 특히 과실류를 많이 취급하고 있음.

2) 공판장 운영성과

- 그 동안 농협공판장은 시설확충과 공영도매시장에 참여 등을 통해 도매시장 상인견제와 도매시장기능정착에 기여해 왔음. 중앙회 공판장은 경영효율화를 위해 꾸준한 조정과 경영합리화를 추구해왔으며 특히 도매시장 공정거래정착에 선도적 역할을 담당해 왔음.
 - 첫째, 농산물 유통개선을 주도해 왔음. '61년 부산공판장 설립이래 97개의 공판장을 운영하면서 민간도매시장과의 선의의 경쟁을 유지하면서 상장경매추진 등 공정거래정착에 기여했음.
 - 특히 공영도매시장에 입주하면서 일반도매시장법인과 견제를 통해 상장경매제의 조기정착, 판매대금의 신속한 정산 등 도매시장의 공정거래와 투명성 유도에 앞장섰던 것임.
 - 둘째, 지역유형별 도매거래정착에 기여했음. 소비지 공판장이 도매시장 기능정립에 선도적 역할을 하여 거래방법을 정착시킴. 산지공판장이 확

- 대 설치되면서 농가편의제공과 상품성제고에 기여했음.
- 셋째, 공판장 운영제도 개선으로 도매시장 제도개선에 기여했음. 공판장이 농가에 대한 출하선도금 지원, 손실보전제도 실시, 장려금제도 실시, 상장경매제 적극 실시, 판매장려금제 개선, 중도매인 지원강화 등 도매시장 운영제도개선에 선도적 역할을 하여 공익성을 주지시켰음.
 - 넷째, 산지출하조직을 관리하면서 출하유치와 거래교섭력을 높이게 되었음. 영세농중심의 영세 분산된 농가를 출하조직혁신으로 유리하게 판매할 수 있는 여건을 조성했음.

5. 도매시장의 구조와 기능변화

가. 도매시장 집하구조의 변화

- 99년말 현재 청과물 도매시장 거래량은 5,043천톤에 41,199억원에 이룸. 시장별로 보면 공영도매시장 거래비율은 96.5%이고 일반법정도매시장 거래비율은 3.5%임. 년도별 거래량은 청과의 경우 90년의 1,946천톤에 6,038억원이었으나 99년에는 4,867천톤에 39,729억원으로 물량은 250%, 금액은 657%늘어났음.
- 시장별로는 서울이 2,134천톤에 18,558억원으로 전국 물량의 43.8%로 그 외에 대구, 부산, 광주, 인천, 대전에 집중거래되었으며 5대도시 합계가 서울지역 거래량의 78.4%이며 서울을 비롯한 6대도시 거래량은 전국거래량의 78.2%임.
- 도매시장 청과물 거래량중 수입청과물은 99년말 현재 107천톤에 1,340억

원으로 비율은 물량면에서 2.2%, 금액면에서 3.4%임.

- 도매시장 출하선별로 청과물 거래동향은 물량면에서 계통출하 42.7%, 개인출하 33.6%, 공동출하 9.4%, 수집상출하 12.6%, 기타 1.7%로 공동출하 비율이 낮고 계통출하비율이 늘어나고 있음. 최근 작목반, 농협등의 출하 조직이 강화되면서 단체출하가 늘어나고 있음.

○ 도매시장의 집하구조는 가락동 도매시장 집중도가 높고 5대도시에 집중되고 있음. 일반법정도매시장 비율은 지극히 낮고 시장규모가 영세함. 도매시장법인의 시장점유율은 가락동 입주법인은 비슷하며 지방시장법인의 경우 영세한 편임.

- 출하산지 구성을 보면 채소, 과일 모두 근교지역 공급력이 감소하고 도로교통망의 정비, 수송기술, 선도유지기술이 발달하여 원격지 공급량이 늘어나서 광역화되고 있음. 도매시장법인에 의한 순회집하 비율이 늘어나고 있으며 고가품 중심으로 집하권이 광역화되고 있음. 특히 일부 지방도매시장도 산지관리를 통해 집하권이 광역화되고 있음. 특히 신유통업체, 백화점 공급을 위한 고가품 수집이 늘어나고 있음.

○ 지방도매시장 출하량이 늘어나지 않고 있으며 서울중심으로 집하가 광역화되어 수급상의 문제가 발생하여 다시 지방도시로 전송되는 물량이 늘어나고 있음. 결과적으로 지방도시 시장권이 형성되지 못하고 있음.

나. 도매시장의 분산구조 변화

○ 도매시장법인의 거래선별 분산실태를 보면 99년 청과물의 경우 중도매인 분산비중이 96.9%, 매매참가인 3.3%, 기타 0.1%임. 시장별로는 중도매인 비

중이 공영도매시장 96.3%, 일반법정도매시장 92.1%였으며 매매참가인 비중은 공영도매시장 4.6%, 일반법정도매시장 7.9%로 중도매인 비중이 높음.

- 최근 신유통업태의 확산, 슈퍼의 체인화와 대형화로 소매시장 구조가 변화되면서 도매시장이 소매기관에 대한 판매대응을 강화하고 있음. 도매시장 중도매인의 영업영역이 확대되어 포장, 배송등 서비스 부담이 증가하고 있으며 거래면에서 대형소매기관 판매를 위해 선취, 예약상대거래가 증가되고 있음. 결과적으로 중앙도매시장의 분산권이 확대되어 개설구역을 초과하여 영업활동이 강화되고 있음.
- 대형화된 신유통업태들은 상품구입시 중도매인에게 과도한 저가납품, 저마진, 배송서비스, 가공대응 등을 요구하여 중도매인의 경영을 압박하는 요인이 되고 있음. 따라서 대규모 중도매인의 다각적 경영을 추진하는 형태도 있음.
- 지방도매시장의 중도매인에 의해 그 고장 생산물의 분산기능을 확산하는 경향이 있음. 이들 중도매인은 지방의 대형소매기관의 시장점유율 확대에 따라 수익성을 저하시키면서 수송, 가공, 보관 등의 유통과정에 연장된 생산과정을 충실히 하는 경영노력을 하고 있으며 결과적으로 시장기능 활성화에 기여하고 있음.
 - 대형소매기구에 대한 중도매인의 판매전략은 대형수퍼체인에 대한 그 고장 신선농산물에 대한 차별화판매를 하거나 증견 체인점을 대상으로 유리한 판매, 즉 배달시간단축, 특매상품개발 등 다양한 방법개발.

다. 도매시장 기능과 거래방법의 변화

- 도매시장 집하구조가 중앙도매시장이나 지방도매시장 모두 광역화 되고 대규모산지 비중이 높아지고 있음. 대규모 산지가 출하시장에 분산시키고 있으나 가락동시장에 집중되고 있어 수급불안정에 따라 가격진폭이 큼. 서울 지역에 집중출하 되었다가 다시 지방시장으로 전송되고 있음.
 - 도매시장 수입청과물이 계속 증가되고 있으며 열대과일과 건조채소류가 증가되고 있음. 건조채소류는 대부분 상장예외품목으로 거래되고 있어 경매방식을 저해하고 있음.
- 도매시장 분산권이 확대되고 있으며 중도매인이 수퍼, 신유통업체에 대한 판로확대를 위해 포장, 배송등 서비스 기능을 강화하고 있음.
- 도매시장 상장경매 방식이 정착되고 있으나 새로운 거래방식을 도입해야 한다는 필요성이 증대되고 있음. 즉 신유통업체, 수퍼등에 필요한 상품을 확보하기 위해 예약상대거래나 선취방식이 늘어나고 있음. 그러나 경매거래방식은 정부의 적극적 지도와 중도매인의 필요에 의해 지속되고 있음. 즉 중도매인이 대량소매기관의 낮은 가격요구에 대한 회피수단, 도매시장 법인의 출하주의 높은 가격요구에 대한 회피수단, 중도매인의 영세성 때문에 지속적으로 유지되고 있음.

Ⅲ. 도매시장기구의 출하관리 실태

1. 출하실태

- 도매시장기구로의 출하는 전체의 53.5%가 증가하고 있다고 응답하고 있으나, 감소하고 있다는 비중도 28.5%에 달하고 있어 시장외유통의 비중이 증가함을 알 수 있음.
- 시장외유통의 많은 부분은 종합유통센터나 할인점과 같은 대형소매업체로 출하선을 변경하고 있는 것으로 생각됨.
- 공판장에 비해 도매시장법인의 물량증가비중은 낮게 나오고 있음. 그러나 지속적으로 도매시장에 출하하고 있는 28.8%의 비중을 고려한다면 도매시장법인으로의 비중은 약 80% 정도로 증가하고 있음을 알 수 있음.
- 물량감소비중은 도매시장법인에 비해 공판장의 비중이 크게 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-1> 도매시장기구로의 출하량 실태

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
늘어나고 있다	9	50	6	60	15	53.5
감소하고 있다	4	22.2	4	40	8	28.5
변동이 없다	5	28.8	0	0	5	18
합 계	18	100	10	100	28	100

- 도매시장기구로의 출하량이 감소하는 가장 큰 이유는 시장외유통의 증가를 들고 있음(42.8%). 시장외유통의 대부분은 할인점으로서의 출하물량일 것이라고 판단됨.
 - 도매시장법인의 경우에는 시장외유통의 증가가 55.5%로 나타나고 있으나, 공판장의 경우에는 시장외유통의 증가와 중앙도매시장의 유통량 감소가 비슷한 비중을 차지하고 있음.
 - 그러나 중앙도매시장의 유통량 감소의 원인이 지방도매시장의 활성화라는 측면 보다는 대형소매점의 활성화에 기인하고 있다는 측면에서 역시 시장외유통의 증가가 가장 큰 이유가 된다고 보는 것이 타당할 것으로 보임.

〈표 Ⅲ-2〉 도매시장기구로의 출하량 감소의 이유

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
시장외 유통의 증가	10	55.5	2	20	12	42.8
시장유통의 감소	1	5.5	0	0	1	3.5
중앙도매시장의 유통량 감소	0	0	2	20	2	7.1
지방도매시장의 유통량 감소	0	0	1	10	1	3.5
기 타	1	5.5	2	20	3	10.6
무 응 답	6	33.5	3	30	9	32.5
합 계	18	100	10	100	28	100

2. 도매시장기구의 기능

- 도매시장 기능변화의 원인에 대한 설문에서도 역시 대형소매유통업체의 증가가 가장 큰 요인이 되고 있다는 응답이 전체의 57.6%를 차지하고 있음. 이는 앞의 표에서 나타나고 있는 바와 같이 대형소매유통업체의 활성화로 인해 도매시장기구로의 출하물량이 감소하고 있는 것으로 나타나고 있고, 이는 산지시장을 중심으로 경쟁이 심화되어 나갈 것임을 예상할 수 있음.
- 그 외 소수의 요인으로서 산지의 원격화·대규모화와 수입증대를 들고 있음. 다만 도매시장법인의 경우에는 수입증대의 비중이, 공판장의 경우에는 산지의 원격화·대규모화의 비중이 높게 나타나고 있음.

〈표 Ⅲ-3〉 도매시장 기능 변화의 원인

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
국내생산의 감소	0	0	0	0	0	0
산지의 원격화·대규모화	1	5.5	1	10	2	7.1
대규모산지의 출하품목수 감소	0	0	0	0	0	0
대형소매유통업체의 증가	10	55.8	6	60	16	57.6
수입증대	2	11.1	0	0	2	7.1
종합유통센터의 증가	0	0	1	10	1	3.5
기타(복수응답)	5	27.6	2	20	7	24.7
합 계	18	100	10	100	28	100

- 도매시장 집하구조의 변화양상은 집하권의 광역화로 대규모 원격 산지 비중이 높아질 것이라는 응답이 전체의 53.5%로 가장 높게 나타나고 있고, 이어서 집하권의 외연적 확대가 진행될 것이라는 응답이 전체의 25.0%를

차지하여, 전체의 약 80% 정도가 집하권의 확대를 변화의 양상으로 지적하고 있다.

<표 III-4> 도매시장 집하구조의 변화 양상

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
집하권의 광역화에 의해 원격 대규모 산지의 비중이 높아짐	10	55.5	5	50	15	53.5
지역내의 생산감소를 커버하기 위해 집하권의 외연적 확대 진행	4	22.2	3	30	7	25
수입상품의 증가로 도매업자의 수입상사로서의 기능 증가	0	0	0	0	0	0
기 타	3	16.8	2	20	5	18
무 응 답	1	5.5	0	0	1	3.5
합 계	18	100	10	100	28	100

- 소비지시장의 급격한 유통환경변화에 대응한 도매시장의 기능변화 내용으로서는 대형소매유통업체에 대한 판매 강화 42.8%, 예약상대거래의 활성화 17.8%, 중도매인의 판매력 강화 등의 순으로 나타나고 있음.
 - 예약상대거래의 활성화 역시 대형소매업체의 개장시간에 맞춘 원활한 농산물의 공급이라는 측면에서 제기되고 있는 문제라고 보면, 대형유통업체에 대한 판매력 강화는 약 60% 정도의 비중을 차지하게 됨.
 - 대형소매유통업체에 대한 판매력 강화는 도매시장과 대형소매업체와의 관계를 단순한 경쟁적 관계보다는 상호보완적인 관계로 이끌어 나가는 것이 보다 바람직할 것임을 보여 주고 있음.

<표 Ⅲ-5> 소매·소비의 변화에 대한 도매시장의 기능 변화 방향

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
대형소매유통업체에 대한 판매 강화	6	33.3	6	60	12	42.8
수퍼판매를 위한 중도매인의 포장·배송기능의 강화를 통한 대응	3	16.8	1	10	4	14.2
거래면에서 예약상대거래의 활성화	3	16.8	2	20	5	17.8
중도매인의 영업영역의 다원화	2	11.1	1	10	3	11.2
기타(복수응답)	4	22.0	0	0	4	14.0
합 계	18	100	10	100	28	100

- 도매시장 기능 변화의 내용을 구체적으로 살펴보면, 도매시장법인·중도매인의 서비스부담 증대 32.1%, 경매거래의 약화가 21.8% 등으로 나타나고 있음.
- 대형유통업체의 활성화는 결국 도매시장기구와 한편으로 출하물량의 감소, 경매거래의 약화등 경쟁적인 관계를 가질 수밖에 없고, 이러한 점이 산지에서는 한편으로 서비스의 증가를 가져오는 긍정적인 역할을 할 수도 있음.

<표 Ⅲ-6> 도매시장 기능변화의 특징

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
중앙도매시장의 분산권 확대	5	27.7	0	0	5	17.8
경매거래의 약화	2	11.4	4	40	6	21.8
도매시장법인, 중도매인의 서비스부담 증대	8	44.4	1	10	9	32.1
도매시장법인, 중도매인 기능의 유동화	1	5.5	4	40	5	17.8
기타(복수응답)	2	11.0	1	10	3	10.5
합 계	18	100	10	100	28	100

- 도매시장 거래방법의 특징으로서는 예약상대거래의 증가가 32.1%, 상장예외품목의 증가가 17.8%의 순으로 나타나고 있음.
- 공판장의 경우에는 예약상대거래 이외에 경매의 감소라는 응답이 30.0%로 높은 비중을 차지하고 있음.

〈표 Ⅲ-7〉 도매시장 거래방법의 특징

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
경매의 감소	0	0	3	30	3	10.7
예약상대거래 증가	6	33.3	3	30	9	32.1
선취·전송·잔품의 증가	1	5.5	1	10	2	7.7
상대거래 증가	2	11.1	1	10	3	10.7
상장예외품목 증가	3	17.1	2	20	5	17.8
기타(복수응답)	5	27.5	0	0	5	17.5
무 응 답	1	5.5	0	0	1	3.5
합 계	18	100	10	100	28	100

- 경매거래는 감소하고 있다는 응답이 36.0%로 가장 높게 나타나고 있고, 이는 도매시장법인이나 공판장 모두가 공통적으로 느끼고 있음. 다만 경매의 저하를 단순히 도매시장의 역할 감소라는 측면으로 이해하기 보다는 대형 유통업체에 대한 판매력 강화의 일환으로서 예약상대거래와 같은 경매이외 거래의 대두 및 증가가 경매의 감소를 초래하고 있다고 보는 것이 타당할 것임.

<표 Ⅲ-8> 경매거래의 변화 양상

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
증가하고 있다	5	27.7	3	30	8	28.5
감소하고 있다	6	33.4	4	40	10	36
변동이 없다	6	33.4	2	20	8	28.5
기 타	0	0	1	10	1	3.5
무 응 답	1	5.5	0	0	1	3.5
합 계	18	100	10	100	28	100

○ 향후의 거래방법의 과제로는 예약상대거래 및 전자상거래의 활성화가 각각 32.1%로 가장 높은 비중을 보이고 있음.

- 다만 도매시장법인과 공판장으로 나누어 살펴보면, 도매시장법인은 전자상거래에, 공판장은 예약상대거래에 상대적으로 높은 비중을 두고 있음을 알 수 있음.

<표 Ⅲ-9> 향후 거래방법의 개정 과제의 방향

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
예약상대거래의 활성화	4	22.2	5	50	9	32.1
경매거래 방식의 유지	3	16.7	2	20	5	17.9
전자상거래의 활성화	6	33.3	3	30	9	32.1
기 타	4	22.2	0	0	4	14.3
무 응 답	1	5.6	0	0	1	3.6
합 계	18	100	10	100	28	100

- 도매시장의 정비방향에 대해서는 시장의 시설정비가 28.6%, 시장관계자의 경영근대화와 합리화 추진 17.8%로 나타나고 있음. 그 외에 정보화시대의 적응이 14.3%, 거래방식 개선 10.7% 등이 있음.
- 경영근대화와 정보화는 일맥 상통하는 측면이 있음. 따라서 이 두 부분을 합하면 32% 정도의 비중으로 가장 높은 수치를 나타내게 되는데 이는 급격한 유통환경변화에 대응하기 위한 시장의 정비방향이 어떤 방향이든지 이루어져야 할 것이고 그러기 위해서는 새로운 제도와 의식을 신속히 받아들이고 시행할 수 있는 경영주체들의 노력이 시급하다는 측면을 반영하고 있다고 판단됨.

〈표 Ⅲ-10〉 도매시장의 정비 방향

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
도매시장의 적절한 배치와 시장시설의 정비	5	27.7	3	30	8	28.6
거래방식개선	0	0	3	30	3	10.7
정보화시대 적응	3	16.7	1	10	4	14.3
수입품증가와 다양화에 적극 대처	0	0	1	10	1	3.6
시장관계자의 경영근대화 합리화 추진	3	16.7	2	20	5	17.8
기타(복수응답)	7	38.9	0	0	7	25.0
합 계	18	100	10	100	28	100

3. 출하관리실태

- 우수출하조직의 관리방법으로서는, 상품성 제고 21.4%, 조직관리 및 자금 지원이 17.9%를 나타내고 있음. 다만 도매시장법인의 경우에는 자금지원 보다는 품질관리에, 공판장의 경우에는 자금지원에 보다 높은 비중을 두고 있는 것으로 나타남.

〈표 Ⅲ-11〉 우수출하조직의 관리 형태

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
조직관리	3	16.7	2	20	5	17.9
자금지원	1	5.6	4	40	5	17.9
상품성제고	4	22.2	2	20	6	21.4
품질관리	3	16.6	0	0	3	10.7
기타(복수응답)	7	38.9	2	20	9	32.1
합 계	18	100	10	100	28	100

- 출하자 등록제에 대해서는 찬성한다가 60.7%로 절반 이상의 생산자 또는 생산자단체가 찬성의 입장을 나타내고 있음. 도매시장기구별로는 공판장이 70%로, 도매시장법인의 55.5%보다 높게 나타나고 있음.
 - 그 외 현행대로가 35.7%이고, 반대한다가 3.6%로 나타나 약 40%의 응답자들은 출하자 등록제에 대해 크게 지지 하고 있지 않음. 그러나 반대의 경우가 3.6%로 나타나나 적극적인 반대의사는 가지고 있지 않다고 보아야 할 것이며, 현행대로와 같은 소극적인 반대의사는 새로운 제도의 시행시에 나타나는 막연한 불안감이나 우려등의 소극적인 반응을 가져오는 주요인이라고 본다면, 적극적인 반대의사를 가지고 있는 경우는 드물다고 보아도 무방할 것임.

〈표 Ⅲ-12〉 출하자 등록제에 대한 견해

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
찬성한다	10	55.5	7	70	17	60.7
반대한다	0	0	1	10	1	3.6
현행대로	8	45.5	2	20	10	35.7
합 계	18	100	10	100	28	100

- 불량출하자 제재방법에 대해서도 역시 전체의 82.1%가 찬성을 하고 있고, 현행대로가 10.7%, 반대한다가 7.2%임.
- 이 부분 역시 전체의 거의 대부분이 찬성을 하고 있는 가운데, 적극적인 반대 의사를 가지고 있는 출하자는 극히 일부분에 불과하고, 나머지 소수 또한 소극적인 의사표사에 그치고 있음.

〈표 Ⅲ-13〉 불량출하자 제재 방법에 대한 견해

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
찬성한다	13	72.2	10	100	23	82.1
반대한다	2	11.2	0	0	2	7.2
현행대로	3	16.6	0	0	3	10.7
합 계	18	100	10	100	28	100

- 상품개발과 산지육성을 위한 방안으로서는 표준규격품의 출하가 46.4%, 브랜드 상품개발이 35.7%를 차지하고 있음.
- 이는 표준화된 상품의 출하는 도매시장내 특정 출하주의 상품성 제고를 통한 수취가격 상승은 물론이고 생산자-상인-소비자간의 신뢰도 형성이

라는 측면에서 중요한 역할을 하고 있다고 볼 수 있음.

- 브랜드상품의 개발도 위와 같이 가격이라는 측면만이 아니고 신뢰도라는 측면에서 중요한 역할을 하고 있다고 보임.
- 결국 향후 산지육성방안은 생산자-상인-소비자로 이어주는 각 유통주체들간의 신뢰도 형성(82% 정도)이라는 측면으로 지적해 볼 수 있을 것임.

〈표 Ⅲ-14〉 상품개발과 산지육성 방안

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
브랜드상품 개발	4	22.3	6	60	10	35.7
안전농산물 개발	0	0	0	0	0	0
물류합리화	2	11.1	1	10	3	10.7
표준규격품 출하	10	55.5	3	30	13	46.4
기타(복수응답)	2	11.1	0	0	2	7.2
합 계	18	100	10	100	28	100

- 산지마케팅의 기능을 강화하기 위한 방안으로서는 전속출하 산지육성이 35.7%로 가장 높게 나타나고 있고, 상품성 제고와 품질개선 등 상품의 품질을 증가시켜야 된다는 내용이 각각 17.8%를 차지하고 있음.
- 전속출하 산지육성은 등록된 출하자가 고정적으로 도매시장기구와 장기간 지속적으로 거래관계를 유지하는 것이라고 볼 수 있음.
- 전속출하 또는 특정 생산자단체가 장기적, 지속적으로 특정 도매시장과 거래관계를 유지하기 위해서는 도매시장기구의 산지서비스 강화, 도매시장기구의 경영혁신을 통한 산지의 변화와 유통환경의 변화에 대한 능동적 수용 등이 전제가 되어야 할 것임.
- 영세한 다수의 소규모 농가가 고립 분산적으로 생산하고 있는 경우가 거

의 대부분인 우리나라의 현실에서는 농협을 중심으로 하는 산지의 조직화가 산지 마케팅의 활성화라는 측면에서 가장 중요한 전제조건이 될 수 있음.

<표 Ⅲ-15> 산지마케팅 기능 강화 방안

구 분	도매시장 법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
상품성 제고	2	11.5	3	30	5	17.8
품질개선	4	22.2	1	10	5	17.8
상품구색	0	0	0	0	0	0
전속출하 산지육성	6	33.3	4	40	10	35.7
출하지도	1	5.5	2	20	3	11.2
기타(복수응답)	5	27.5	0	0	5	17.5
합 계	18	100	10	100	28	100

○ 산지출하방식에 대해 농협에 대한 견해는 농협의 기능강화가 25.0%로 가장 높은 비중을 나타내고 있고, 산지기능강화 17.8%, 물류효율화 10.7% 등의 순으로 나타나고 있음.

- 농협에 대한 위의 세가지 중요한 견해는 결국 농협의 산지출하관리에 대한 기능 저하를 비판하고 있다고 보아도 무방할 것이며, 중요한 기능을 가지고 중요한 역할을 해야 함에도 불구하고 제대로 하지 못하고 있음을 나타냄.

- 즉 농협의 경우 현실적으로 산지출하관리를 효율적으로 수행해 나가기 위해서 가장 필수적인 기관 요인이 될 수밖에 없다는 점의 반증임.

<표 Ⅲ-16> 농협의 산지출하방식에 대한 견해

구 분	도매시장법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
물류효율화	0	0	3	30	3	10.7
농협의 기능강화	5	27.7	2	20	7	25
정책의 일관성 유지	0	0	1	10	1	3.5
농민의견존중	2	11.3	0	0	2	7.5
계층출하 기능강화	0	0	1	10	1	3.5
소매유통거래 활성화	0	0	1	10	1	3.5
산지기능강화	4	22.2	1	10	5	17.8
무 응 답	7	38.8	1	10	8	28.5
합 계	18	100	10	100	28	100

○ 정부의 출하관리정책에 대한 견해에 대해서는 도매시장에 힘을 실어주어야
가 17.9%가 가장 높은 비중을 나타내고 있고, 이어서 유통과정 너무 다변
화와 농가수취가격제고가 각각 7.4%, 기타 요인들이 각각 3.5%의 비중을
차지하고 있음.

- 도매시장에 힘을 실어주었으면 좋겠다라는 응답이 가장 높은 비중을 나
타내는 것은 최근의 유통환경의 변화속도가 도매시장내의 유통주체들이
따라가기 힘들만큼 급격한 변화양상을 나타내고 있고, 또한 최근 1~2년
간 도매시장을 둘러싼 논란과 시비 등의 문제로 도매시장이 심리적으로
상당히 위축되어 있음을 반영하고 있다고 보임.

〈표 III-17〉 정부의 시장기구 출하관리 시책에 대한 견해

구 분	도매시장법인		공 판 장		합 계	
	수	%	수	%	수	%
산지서부터 출하시 모든 조건을 갖춰야함	1	5.5	0	0	1	3.5
유통과정 너무 다변화	2	11.3	0	0	2	7.4
도매시장에 힘을 실어주어야	4	22.2	1	10	5	17.9
개정농안법 도매상제도 중단	0	0	1	10	1	3.5
농가수취가격제고	1	5.5	1	10	2	7.4
다양한 시장별 출하유도	0	0	1	10	1	3.5
의식전환할 수 있는 보장제도 시급	0	0	1	10	1	3.5
농협의 역할 확대	0	0	1	10	1	3.5
산지유통의 효율적인 전산화	1	5.5	0	0	1	3.5
기 타	0	0	1	10	1	3.5
무 응 답	9	50	3	30	12	42.8
합 계	18	100	10	100	28	100

4. 우수도매시장기구의 조직과 기능

가. 도매시장법인

- 도매시장법인의 산지출하관리는 법인별, 지역별로 차이가 있으나, 대체로 관리가 잘 되고 있음.
 - 도매시장법인은 품질이 좋고 상품성이 높은 우수상품을 유치하기 위해 평소 주산지나 특산품 생산자조직과 전업농을 상대로 전속출하관계를 유지하고 있음. 또한 법인별로 우수작목반, 단위조합, 영농조합법인과 출하관계를 유지하고 있음.
 - 예컨대 가락동 S청과의 경우, 제주감귤조합, 충주 소태농협의 사과, 평택

- 이화회 영농조합법인의 배, 신북농협의 토마토·오이, 감곡단위조합의 복숭아 출하 등 지속적인 출하관계를 유지하고 있음.
- 광주 K청과의 경우, 제주 상록감귤작목반, 임실 삼계의 복숭아작목반, 담양 시목단감작목반, 춘향골포도작목반등 작목반조직과 출하관계를 유지하고 있음.
- 출하관리의 내용은 출하선도자금지원, 영농기술교육, 상품성 제고 방법 등에 대해 순회교육을 실시하고 있음.
- 순회교육은 회사 판매부를 중심으로 경매사와 팀을 형성하여 시기별·품목별로 전문교육 실시.
 - 각종 소비지정보를 출하조직에 전달하여 가격, 출하형태, 소비자 기호, 소비지 유통실태 등을 전달.
 - 출하선도금은 일부 우수농산물의 물량확보를 위해 단위농협을 통해 개별 농민이나 작목반에 알선. 금액은 20~30억 정도로 지원됨.
 - 광주지방 도매시장의 경우 출하작목반과 자매결연형태로 1년에 1번 선진지 견학, 총회 참석, 순회교육을 실시함.
 - 교육내용은 영농지도, 품질관리, 상품성 제고, 출하일정계획등 체계적 교육 실시.
 - 수집방법은 회사차량으로 수송하며 개인선별, 집하장 수집, 회사차량 순회 수집, 일부 품목은 저온저장으로 출하조절 특히 경매사에 의한 선별·포장, 품질관리 교육실시로 출하자와 깊은 관계 유지.
- 전체 도매시장 출하량은 늘어나고 있으나 시장의 유통량 증가 특히 종합유통센터 유통량 증가로 우수상품출하가 줄어들고 있음.
- 대형소매유통업체의 증가로 도매시장의 기능변화를 바라고 있으며, 집하권의 광역화와 분산권의 확산에 대비하고 있음.

- 도매시장법인의 정보화는 크게 개선되고 있으며, 전자경매방식이 확산되면서 표준규격화, 사무자동화를 촉진시키고 있음.
 - 또한 물류비절감을 위한 물류시설확충에 역점을 두고 있음.
- 일반적으로 도매시장법인의 출하관리가 활성화되려면 최고경영자의 경영방침에 크게 영향을 받고 있으며, 의지에 따라 크게 혁신되고 있음.

나. 농협공판장

- 농협공판장의 산지출하관리는 공판장별로 차이가 있으나 농협의 종합사업 즉 신용, 구매, 판매, 지도사업이 지역농업발전과 연계되어 관리되고 있음.
- 지역단위조합, 작목반과의 계통출하로 조합원의 실익을 증대한다는 목표 하에 지역별, 품목별로 관리되고 있음.
- 출하관리의 내용은 출하선도자금지원, 영농지도사업, 품질개선, 상품성 제고, 각종 정보제공과 서비스 증대를 제공하고 있음.
- 출하선도자금은 공판장에 따라 30억~80억을 지원하고 있으며 출하자금의 대출규모에 따라 출하량을 계통출하하고 있음.
 - 예컨대 3개월인 경우 출하선도금의 2배, 4개월 2.5배, 5개월은 3배의 물량을 출하하여 계통출하를 늘리고 있음.
 - 영농지도사업교육은 조합원 농업기술지도, 농업경영, 각종 영농기술 및 정보교육, 품목별 전문지도체제로 운영됨.
 - 출하상품의 상품성 제고는 작목반, 조합단위로 품목별로 선별, 포장, 파레트 이용, 공동수송을 순회 지도하고 있으며, 경매사 중심으로 팀별로 지도하고 있음. 특히 작목반을 연계하여 조합단위출하를 유도하여 출하규모를 늘리고 있으며, 각종 영농자재 지원사업과 연계하여 관리하고 있음.

Ⅳ. 산지출하조직 출하실태와 우수출하조직의 조직과 기능

1. 출하차별 출하실태

가. 도매시장

- 도매시장거래의 장점으로서는 대체로 많은 물량을 소화하고 있다는 점(26.2%)과 가격변동이 적다는 점(10.7%)을 들고 있음.
- 도매시장의 가장 큰 장점으로서는 다양한 상품을 대량으로 취급 거래할 수 있다는 점이라는 것을 알 수 있음. 이러한 응답에서도 잘 나타나듯이 도매시장의 향후 경쟁력 강화에서 가장 중요한 부분은 바로 이러한 부분 들일 것이라고 생각됨.

<표 N-1> 도매시장 거래의 장점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
많은 물량소화	4	16.1	3	38	6	35	4	25	17	26.2
가격변동 적음	4	16.1	1	12	2	12	0	0	7	10.7
대금결제보장, 용이	2	8.6	1	12	1	6	0	0	4	6.2
등급별가격차별	2	8.6	0	0	1	6	0	0	3	4.6
무 응 답	10	42	3	38	6	35	12	75	31	47.7
기 타	2	8.6	0	0	1	6	0	0	3	4.6
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 도매시장의 단점으로는 홍수출하시 가격폭락 등의 가격불안정성(36.9%), 경매 조작 가능성(7.7%) 등을 들고 있음.

- 현재 우리 도매시장에서는 출하예약 또는 출하신고의 개념이 거의 없음. 따라서 정부가 실시하고자 하는 출하주 등록제가 효과적으로 시행된다면 홍수출하로 인한 피해는 상당히 줄어들 것으로 보임. 그러나 최근의 농산물 가격폭락 사태에서도 잘 나타나고 있듯이 유통시장의 개방으로 인한 외국 농산물의 무분별한 수입으로 인해 가격불안정성이 더욱 심화되고 있다는데 문제의 핵심이 있음.

〈표 N-2〉 도매시장 거래의 단점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
홍수출하시 가격폭락 (가격불안정)	8	33	4	50	8	47	4	25	24	36.9
경매인 조작 가능성	0	0	1	12.5	0	0	4	25	5	7.7
등급별 가격차 적음	2	8	0	0	2	11.5	0	0	4	6.2
대금정산 늦음	0	0	0	0	2	11.5	0	0	2	3.1
무 응 답	6	25	3	37.5	4	24	8	50	21	32.2
물류비 많이 듦	4	17	0	0	0	0	0	0	4	6.2
기 타	4	17	0	0	1	6	0	0	5	7.7
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

나. 공판장

○ 공판장의 장점은 대량물량 소화가능(17.0%), 품질별 가격보장(13.8%), 대금 결제 신속(12.3%)를 들고 있음.

- 다만 영농조합법인의 경우에는 대금결제에 대한 응답이, 생산자의 경우

에는 대량물량소화 가능이라는 응답이 전혀 나타나지 않고 있는데, 큰 의미는 없다고 보아야 할 것임.

<표 N-3> 공판장 거래의 장점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
대량물량소화 가능	6	25.0	1	12.5	4	23.6	0	0	11	17.0
대금정산 신속	2	8.3	0	0	4	23.6	2	12.5	8	12.3
품질별 가격보장	2	8.3	1	12.5	4	23.6	2	12.5	9	13.8
운반비 비중 적음	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
기 타	2	8.3	0	0	0	0	0	0	2	3.1
무 응 답	12	50.0	6	75	5	29.2	12	75	35	53.8
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 공판장의 단점으로는 가격등락폭이 큼(16.9%), 물량흡수에 한계(10.8%) 등을 들고 있고, 기타 소수의 의견으로 운송상의 어려움과 품질파악이 제대로 안된다는 응답등을 하고 있음.

<표 N-4> 공판장 거래의 단점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
중매인 담합 우려	0	0	1	12.5	1	6.1	0	0	2	3.1
가격등락폭이 큼	4	17.1	1	12.5	6	35	0	0	11	16.9
물량 흡수에 한계	2	8.3	0	0	3	17.7	2	12.5	7	10.8
품질파악 제대로 안됨	2	8.3	0	0	1	6.1	0	0	3	4.6
운송상 어려움	2	8.3	0	0	0	0	2	12.5	4	6.2
무 응 답	14	58	6	75	5	29	12	75	37	56.9
가격차별미흡	0	0	0	0	1	6.1	0	0	1	1.5
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 영농조합법인의 경우에는 중매인 담합 우려, 생산자의 경우에는 운송상의 어려움이 두 번째로 문제가 되고 있는 단점이라고 나타내고 있음.

다. 산지유통인

○ 산지유통인의 장점은 출하시간과 비용의 절약(16.9%)을 들고 있고, 그 외에는 소수의 의견을 나타내고 있음.

<표 IV-5> 산지유통인 거래의 장점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
출하시간, 비용 절약	6	25	2	25	1	6.1	2	12.5	11	16.9
품질에 따라 가격보장	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
가격등락폭 적음	0	0	0	0	1	6.1	0	0	1	1.5
작업의 단순화	0	0	0	0	0	0	2	12.5	2	3.1
수수료 없음	0	0	0	0	2	11.7	0	0	2	3.1
무 응 답	16	67	5	62.5	12	7.0	12	75	45	69.3
기 타	2	8	0	0	1	6.1	0	0	3	4.6
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 산지유통인의 단점으로는 낮은 가격(17.0%), 대금정산 불안(12.3%) 등을 주로 들고 있고, 그 외 지속적인 거래의 어려움 등이 있음.

<표 N-6> 산지유통인 거래의 단점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
낮은 가격	4	16.6	2	25	1	6.1	4	25	11	17.0
대금정산 불안	4	16.6	2	25	2	11.7	0	0	8	12.3
계속적인 거래 어려움	0	0	0	0	1	6.1	0	0	1	1.5
기 타	0	0	0	0	1	6.1	0	0	1	1.5
무 응 답	16	66.8	4	50	12	70	12	75	44	67.7
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

라. 농협 종합유통센터

- 농협 종합유통센터의 장점은 가격안정(15.4%), 소비자와의 직거래(6.2%), 판매용이(4.6%) 등을 들고 있음.
- 종합유통센터의 설문에 대해 무응답이 상대적으로 높게 나타나고 있는 것은 산지에서의 출하물량 또는 빈도가 도매시장기구보다 적게 나타나고 있기 때문으로 생각됨.

<표 N-7> 농협 종합유통센터 거래의 장점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
가격안정(보장)	2	8.3	1	12.5	7		0	0	10	15.4
판매용이	0	0	2	25	1		0	0	3	4.6
소비자와의 직거래	2	8.3	0	0	2		0	0	4	6.2
유통비용절약	2	8.3	0	0	1		0	0	3	4.5
기 타	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
무 응 답	18	75.1	5	62.5	6		16	100	45	69.3
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 종합유통센터의 단점으로는 물량소화의 한계(21.5%), 가격불안정 및 품질별 가격차 적음이 각각 4.6%를 차지하고 있음.

〈표 IV-8〉 농협 종합유통센터 거래의 단점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
물량소화의 한계	4	16.6	2	25	8	47	0	0	14	21.5
품질별 가격차 적음	0	0	2	25	1	6.3	0	0	3	4.6
가격 불안정	2	8.3	1	12.5	0	0	0	0	3	4.6
고급품 선호	0	0	0	0	2	11.7	0	0	2	3.1
시세와 차이 많음	0	0	0	0	0	0	2	12.5	2	3.1
개별농가는 기피	0	0	0	0	0	0	2	12.5	2	3.1
기 타	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
무 응 답	18	75.1	2	25	6	35	12	75	38	58.5
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

다. 대형소매업체

- 대형소매업체 거래의 장점으로 들고 있는 것을 순서상으로 보면 고가 판매(10.8%), 유통비용 절약(7.7%)
 - 대형소매유통업체의 산지 개발 초기 시점에서 나타나고 있는 생산자들의 반응이라는 점에서, 대형소매유통업체의 초기 산지개발전략이라고 볼 수도 있을 것임.
 - 대형소매업체 역시 설문에 대해 무응답이 상대적으로 높게 나타나고 있는 것은 산지에서의 출하물량 또는 빈도가 도매시장기구보다 적게 나타나고 있기 때문으로 생각됨.
 - 개별 생산자의 경우 대형유통업체와의 거래시 100%가 무응답으로 일관

하고 있는데, 이것은 소규모 영세생산자의 경우 대형소매유통업체들이 요구하는 수준의 물량을 공급하기 어려워 사실상 거래관계 자체가 성립되기 어려웠을 것으로 생각됨.

- 영농조합법인의 경우에는 품질에 따른 가격 차이를 가장 중요한 장점으로 들고 있음.

<표 N-9> 대형소매유통업체 거래의 장점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
유통비용 절약	4	17	0	0	1	6	0	0	5	7.7
고가 판매	4	17	0	0	3	17.6	0	0	7	10.8
품질에 따른 가격차이	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
기 타	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
무 응 답	16	66	7	87.5	13	76.4	16	100	52	80.0
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 대형소매유통업체 거래의 단점은 대금결제 불안(10.8%), 물량제한(6.2%), 까다로운 선별 기준(4.6%) 등의 순으로 나타나고 있음.

<표 N-10> 대형소매유통업체 거래의 단점

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
대금결제불안	4	16	1	12.5	2	11.8	0	0	7	10.8
물량제한	2	9	0	0	2	11.8	0	0	4	6.2
까다로운 선별 기준	0	0	0	0	1	5.8	0	0	1	1.5
기 타	2	9	0	0	1	5.8	0	0	3	4.6
무 응 답	16	66	7	87.5	11	64.8	16	100	50	76.9
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

2. 출하방식

- 출하방식에 대해서는 전반적으로 공동(44.7%)과 개별(43.1%)출하가 거의 비슷한 양상을 나타내고 있음. 그러나 현재의 공동출하라는 것이 주로 공동수송의 수준에 머무르고 있는 것이 거의 대부분이라는 사실을 고려한다면 실질적으로는 거의 대부분이 개별출하방식을 취하고 있다고 보는 것이 타당할 것임.

〈표 N-11〉 출하방식 현황

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
개 별	8	33.3	4	50	4	24	12	75	28	43.1
공동(선별,수송,계산)	14	58.3	4	50	9	53	2	12.5	29	44.7
기 타	0	0	0	0	1	5.6	0	0	1	1.5
무 응 답	2	8.4	0	0	2	11.8	2	12.5	6	9.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 생산자들의 출하권은 여전히 시장유통(56.9%)에 의존하는 바가 절반 이상의 높은 비중을 차지하고 있고, 종합유통센터나 직거래와 같은 시장외유통의 경우도 21.6%로 높은 비중을 나타내고 있음. 다만 시장외유통중 대형소매유통업체의 거래는 의외로 1건의 거래도 성립되지 않고 있음 .

<표 N-12> 출하권 현황

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
시장유통 (도매시장, 공판장)	14	68.4	5	62.5	8	47	10	62.5	37	56.9
시장외유통(종합 유통센터, 직거래)	6	25	2	25	2	11.7	4	25	14	21.6
대형소매유통업체	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
기 타	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
무 응 답	2	8.3	0	0	2	11.7	2	12.5	6	9.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	45	100

- 출하상품 선별형은 개별선별이 이루어지는 것이 73.8%로 거의 대부분을 차지하고 있고, 공동선별의 경우에는 18.5%의 수준에 그치고 있음.
- 개별선별의 경우에는 개인적인 기준에 의해 선별이 이루어지기 때문에 시장출하시 등급 및 가격문제로 분쟁이 발생할 소지가 큼.

<표 N-13> 출하상품 선별형태

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
개별선별	20	83.3	5	62.5	11	64.7	12	75	48	73.8
공동선별	4	16.7	3	37.5	3	17.6	2	12.5	12	18.5
기 타	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
무 응 답	0	0	0	0	1	6	2	12.5	3	4.6
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 등급규격 분류 현황을 보면, 표준출하규격이 78.5%로 거의 대부분을 차지하고 있고, 임의규격은 10.7%에 지나지 않음.

- 표준출하규격품의 출하의 경우에는 단위조합의 비중이 가장 높게 나타나고 있음.

<표 IV-14> 등급규격 분류 현황

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
표준출하규격	18	75.1	6	75	15	88	12	75	51	78.5
임의규격	2	8.3	2	25	1	6	2	12.5	7	10.7
기 타	2	8.3	0	0	0	0	0	0	2	3.1
무 응 답	0	0	0	0	1	6	2	12.5	3	4.6
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 단골출하시장의 선정기준으로는 안정된 상장경매 24.5%, 상대적으로 고가의 경락가 15.3%, 이전부터 거래가 있다(10.7%) 등의 순으로 나타나고 있음. 내용상으로 본다면 도매시장에 출하하는 경우가 거의 대부분인 것을 알 수 있음.

<표 IV-15> 단골출하시장의 선정기준

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
시장까지의 교통편	2	8.3	0	0	0	0	0	0	2	3.1
상대적으로 고가의 경락가격	6	25.3	1	12.5	1	6	2	12.5	10	15.3
안정된 상장경매	2	8.3	3	37.5	5	29	6	37.5	16	24.5
타시장에 대한 가격영향력	2	8.3	0	0	0	0	2	12.5	4	6.2
출하장려금의 효율이 높다	2	8.3	0	0	0	0	2	12.5	4	6.2
이전부터 거래가 있다	4	16.6	2	25	1	6	0	0	7	10.7
무 응 답	0	0	0	0	2	11.6	2	12.5	4	6.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

3. 출하기능

- 공동출하조직의 기능은 규격통일(24.6%), 출하조정(18.5%), 시장개발(10.8%)의 순으로 나타나고 있음.

<표 N-16> 공동출하조직의 기능

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
생산진흥	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
기술개발	0	0	1	12.5	1	6.3	0	0	2	3.1
규격통일	8	33.4	0	0	4	23	4	25.0	16	24.6
출하조정	6	25	1	12.5	3	17	2	12.5	12	18.5
시장개발	0	0	0	0	1	6.3	6	37.5	7	10.8
정보활동	2	8.4	0	0	1	6.3	0	0	3	4.6
무 응 답	0	0	0	0	2	11	2	12.5	4	6.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 영농조합법인의 경우 규격통일 이외에 생산진흥과 기술개발의 기능을 제고되어야 함을 지적하고 있다. 이는 우수영농조합법인의 경우 회원들에 대한 생산 및 품질 상승 관련 기술지도가 상대적으로 활발히 이루어지고 있어 기술개발과 이를 통한 생산진흥의 기능에 대한 중요성이 부각되고 있음.

- 공동선별, 공동수송, 공동계산 35.5%, 출하단위의 규모화 20.0%

〈표 IV-17〉 공동출하조직의 판매기능

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
출하단위의 규모화	6	25	0	0	3	17.6	4	25	13	20.0
시장별 출하 조절	2	8.4	1	12.5	3	17.6	0	0	6	9.2
표준출하 규격준수	4	16.4	0	0	2	11.8	4	25	10	15.4
공동선별, 공동수송, 공동계산	6	25	4	50	7	41.2	6	37.5	23	35.5
무 응 답	0	0	0	0	1	5.9	2	12.5	3	4.6
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 공동출하조직과 타조직과의 관계를 보면, 시장조직과의 협의가 60.0%, 농업기술센터와의 협의가 9.3%로 나타나 거의 대부분 시장기구와의 판매관련협의를 한다.

〈표 IV-18〉 공동출하조직과 타기관과의 관계

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
지방자치단체와 협의	0	0	0	0	3	17.6	0	0	3	4.6
농업기술센터와 협의	2	8.4	0	0	0	0	4	25	6	9.3
시장조직과의 협의	16	66.6	6	75	7	41.1	10	62.5	39	60.0
기 타	4	16.6	0	0	4	23.5	0	0	8	12.3
무 응 답	2	8.4	2	25	2	11.7	2	12.5	8	12.3
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 대금결제는 농협을 통한 결제가 81.6%로 거의 대부분을 차지하고 있으며, 개별결제의 경우는 4.6%에 불과한 실정임.

<표 N-19> 대금결제기구와 방식

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
개 별 결 제	0	0	0	0	1	5.9	2	12.5	3	4.6
농협을 통한결제	20	83.4	6	75	15	88.2	12	75	53	81.6
무 응 답	2	8.3	1	12.5	1	5.9	2	12.5	6	9.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 공동선별방식은 농가선별 36.9%, 선과장 18.5%, 개별선과 10.8%의 순으로 나타나고 있음.

- 작목반과 개별생산자의 경우는 농가선별이 높게 나타나고 있고, 영농조합법인과 단위조합의 경우에는 선과장 이용 비중이 높게 나타나고 있음.

<표 N-20> 공동선별방식

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
선 과 장	0	0	4	50.0	6	35.3	2	12.5	12	18.5
농가선별	10	41.7	0	0	4	23.5	10	62.5	24	36.9
집하장 집하	2	8.3	0	0	0	0	0	0	2	3.1
개별선과	6	25	1	12.5	0	0	2	12.5	7	10.8
무 응 답	4	16.7	2	25.0	2	11.8	2	12.5	10	15.4
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

○ 공동출하시 선별은 자체선과 52.3%, 농협직원 9.2%, 고용직원 6.2%의 순으로 나타나고 있음.

- 자체선과 방식의 공동출하는 품질의 등급문제로 분쟁의 소지가 많음.

〈표 N-21〉 공동출하시 선별 방법

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
상근검사원에 의해	2	8.3	0	0	0	0	0	0	2	3.1
농협직원에 의해	2	8.3	0	0	4	23.5	0	0	6	9.2
출하조합의 임원에 의해	0	0	0	0	1	5.9	2	12.5	3	4.6
고용인원에 의해	0	0	1	12.5	3	17.6	0	0	4	6.2
자체선과에 의해	14	58.5	4	50.0	4	23.5	12	75.0	34	52.3
기 타	2	8.3	0	0	2	11.8	0	0	4	6.2
무 응 답	2	8.3	2	25.0	2	11.8	2	12.5	8	12.3
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 산지출하조직의 도매시장법인 출하형태는 도매시장법인·공판장 번갈아 출하하는 경우가 40.0%, 1개회사에 계속 출하하는 경우가 24.6%로 나타남.

〈표 N-22〉 산지출하조직의 도매시장법인 출하형태

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
1개회사에 계속출하	6	25.0	2	25.0	4	23.5	4	25.0	16	24.6
도매시장법인, 공판장 번갈아 출하	12	50.0	2	25.0	4	23.5	8	50.0	26	40.0
유사시장	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
종합유통센터	2	8.3	2	25.0	2	11.8	0	0	6	9.2
기 타	0	0	0	0	2	11.8	0	0	2	3.1
무 응 답	2	8.3	0	0	3	17.6	4	25.0	9	13.9
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

기타 : 여러개의 회사와 계약하여 출하, 법정도매시장과 개인상회로 반반씩 출하.

4. 출하관리실태

- 우수출하조직의 조직과 운영에 대해서 필요하다고 생각되는 점을 살펴보면, 공동선별·공동출하 13.8%, 우수출하조직 적극지원 9.2%으로 나타나고 있음.

〈표 N-23〉 우수출하조직의 조직과 운영

구 분		작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
		수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
필 요	우수출하조직 적극지원	2	8.3	1	12.5	3	17.6	0	0	6	9.2
	공동선별, 공동출하	2	8.3	1	12.5	4	23.5	2	12.5	9	13.8
	단위조합공동구매	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
	벤치마킹을 통한 자발적 운영	2	8.3	0	0	0	0	0	0	2	3.1
	농협과 연계	0	0	0	0	2	11.8	0	0	2	3.1
	기 타	10	41.8	3	37.5	5	29.4	4	25.0	22	33.9
	합 계	16	66.7	6	75.0	14	82.3	6	37.5	42	64.6
필요하지 않다	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
무 응 답	8	33.3	2	25.0	3	17.7	10	62.5	23	35.4	
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100	

- 출하자 등록제에 대해서는 전체의 55.4%가 찬성이고, 현행대로 18.5%, 반대는 전무함. 이는 우수출하조직을 중심으로 조사가 이루어졌다는 점도 있지만 생산자들이 어느 정도 이해를 하고 있다는 것을 알 수 있음. 실제로 찬성하지만 현재로서는 어렵다는 응답이 13.8%를 차지하고 있어 소극적인 찬성자까지 포함하면 전체의 약 70%가 찬성을 하고 있다고 볼 수 있음

〈표 IV-24〉 출하자 등록제에 대한 견해

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
찬성한다	12	50.0	5	62.5	5	29.4	14	87.5	36	55.4
반대한다	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
현행대로가 좋다	4	16.7	1	12.5	7	41.2	0	0	12	18.5
찬성하지만 현재로선 어렵다	4	16.7	1	12.5	4	23.5	0	0	9	13.8
무 응 답	2	8.3	1	12.5	1	5.9	2	12.5	6	9.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 불량출하자 제재 방안에 대해서는 찬성 52.3%, 찬성하지만 현재로선 어렵다 30.8%로 전체의 약 83% 정도가 찬성을 하고 있고, 반대의 경우는 4.6%에 불과함.

〈표 IV-25〉 불량출하자 제재방안에 대한 견해

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
찬성한다	12	50.0	5	62.5	9	52.9	8	50.0	34	52.3
반대한다	0	0	1	12.5	0	0	2	12.5	3	4.6
현행대로가 좋다	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
찬성하지만 현재로선 어렵다	8	33.4	1	12.5	7	41.2	4	25.0	20	30.8
무 응 답	2	8.3	1	12.5	1	5.9	2	12.5	6	9.2
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 공동출하를 성공적으로 수행할수 있는 요인은 정부의 정책 지원이 47.6%, 헌신적인 지도자 15.4% 등으로 나타남. 이 두 요인중 자금 지원의 문제 보

다도 중요한 것은 헌신적인 지도자에 의해 조직이 얼마만큼 체계적으로 조직화되고 사업을 진행시켜 나가느냐에 달려 있다고 생각됨.

<표 N-26> 공동출하의 성공 요인

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
헌신적인 지도자	4	16.7	3	37.5	3	17.5	0	0	10	15.4
자금지원	2	8.3	0	0	2	11.8	0	0	4	6.2
정부의 정책지원	8	33.4	3	37.5	6	35.3	14	87.5	31	47.6
시장회사 지원	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기 타	4	16.7	0	0	1	5.9	0	0	5	7.7
무 응 답	2	8.3	1	12.5	2	11.8	2	12.5	7	10.8
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 도매시장법인의 출하조직 지원형태는 찬성 35.4%, 현행대로가 좋다 16.9%, 찬성하지만 현재로선 어렵다 16.9%등으로 나타나고 있음.

<표 N-27> 도매시장법인의 출하조직 지원 형태

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
찬성한다	10	41.7	3	37.5	6	35.3	4	25.0	23	35.4
반대한다	2	8.3	1	12.5	2	11.8	2	12.5	7	10.8
현행대로가 좋다	4	16.7	1	12.5	4	23.5	2	12.5	11	16.9
찬성하지만 현재로선 어렵다	2	8.3	2	25.0	3	17.6	4	25.0	11	16.9
무 응 답	4	16.7	1	12.5	2	11.8	4	25.0	11	16.9
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

- 정부의 산지출하정책에 대한 견해에 관해서는 정부 정책의 필요 13.9%, 농촌현실에 맞는 정책수립 필요 7.7%, 생산·출하조절정책 4.6% 등의 순으로 나타나고 있음.

<표 IV-28> 정부의 산지출하정책에 대한 견해

구 분	작 목 반		영농조합법인		단위조합		생 산 자		합 계	
	수	%	수	%	수	%	수	%	수	%
유통구조개선위한 정부정책필요	4	16.7	1	12.5	4	23.5	0	0	9	13.9
우수출하조직 지원	0	0	0	0	1	5.9	0	0	1	1.5
생산·출하조절정책	2	8.3	0	0	1	5.9	0	0	3	4.6
농촌현실에 맞는 정책수립 필요	2	8.3	0	0	1	5.9	2	12.5	5	7.7
지역별 도매시장 제도적 지원	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
전자상거래, 직거래 활성화	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1.5
농민보호, 보상정책(가격 폭락시 보상, 보험 등)	0	0	0	0	1	5.9	0	0	1	1.5
기 타	0	0	1	12.5	0	0	0	0	1	1.5
무 응 답	16	66.7	4	50.0	9	52.9	14	87.5	43	66.3
합 계	24	100	8	100	17	100	16	100	65	100

5. 우수출하조직의 조직과 기능

가. 작목반

- 작목반은 기초단위 출하조직으로 99년말 현재 전국에 20,602개 있으며, 그 중 채소 8,545개, 과실 5,196개로 전체 출하조직의 66.7%에 이룸.
 - 작목반원 수는 518천명이 가입되어 있으며, 전국 작목반의 공동시설 보유현황은 간이집하장 1,272개, 집하장 438개, 저온저장고 291개, 선과장 351개, 예냉시설 6개소임.
 - 작목반당 공동기금 조성액은 5,691천원이며, 5백만원 이하가 74%임.
 - 작목반의 신규등록 및 평가절차는 농협에서 관리하고 있으며, 작목반 규약에 따라 관리 운영됨.
- 작목반은 거주지역 또는 경지집단별로 동일 작목을 재배하는 농가들이 모여 협동을 통한 생산성 증대를 목적으로 활동하는 생산 및 산지유통의 핵심조직으로 농민 자율조직임.
- 작목반은 협동생산, 공동생산을 목적으로 다양하게 추진되고 있으며, 그 과정은 생산공동작업 → 수확·수집 → 선별·포장 → 출하 → 대금정산의 과정을 거치고 있으며, 작목반에 따라 상당한 차이가 있음.
- 우수작목반의 공동출하 운영과정을 보면, 재배 → 수확 → 선별·포장 → 품질관리 → 수송·출하 → 대금정산과정을 거침.
 - 재배과정은 농업자재 공동구입, 품종통일, 재배기술, 정보교환, 개별작업과 공동작업을 병행하여 재배기술 평준화로 동일상품 생산을 하고 있음.
 - 수확과정은 수확시기를 조절하여 개별수확과 공동수확하고 집하장에 집

하함.

- 선별·포장은 딸기·포도 등은 개별선별하되 상호책임을 지며, 과실류, 열매채소류는 공동선별함. 선별은 선과기로 하며, 선별기준은 3~4등급으로 등급기준에 따라 선별하고 소·대포장으로 포장을 다양화함.
 - 품질관리는 선별인부를 고용하여 객관성을 유지하고, 농산물 품질평가원의 품질검사를 받으며, 포장이용관리를 철저히 하고 브랜드부착으로 출하조직이 책임을 짐.
 - 수송·출하과정은 농협의 순회수집, 공동수송을 농협에 위임하며, 출하시기·출하처 결정도 농협에 위임.
 - 대금정산은 공동계산으로 판매대금은 농협에 입금하고 즉시 정산하거나 일정기간을 정하여 정산함. 정산방법은 농협 전산프로그램을 이용하여 비용 공제후 개별구좌에 입금됨.
- 작목반은 점차 통폐합되어 규모화되고 있으며, 작목반간 연계를 통해 규모화되고 있음. 작목반의 출하상품은 시장출하와 시장외출하로 조절되고 있으며, 시장출하는 도매시장, 공판장으로 시장의 출하는 종합유통센터, 대형소매기관, 현지판매 등 다원화되고 있음.
- 작목반의 출하관리는 헌신적인 지도자의 노력과 그를 보좌하는 소수인의 협력에 따라 발전되고 있으며, 지도자의 희생이 발전을 좌우하고 있음.

나. 단위조합

- 단위조합의 경제사업중 판매사업은 점차 확산되고 있으며, 조합원의 생산물 판매과정에 거래교섭력을 높이고 높은 가격을 받아 경제적 실익을 증대한다는 측면에서 중요시되고 있음. 단위조합의 합병으로 규모화되고 있음.

며, 작목반을 연계하여 조합을 통한 규모화가 확산되고 있음.

- 조합의 판매사업 활성화를 위해 영농자재 등 구매사업이 연계되고 있으며, 영농활동 등 지도사업을 통해 판매사업이 보편화되고 있음. 조합의 판매사업은 작목반 등 소조직이 갖는 기능한계를 극복하고 출하규모를 확대하여 적극적으로 시장교섭력을 높이기 위해 필요성이 확산되고 있음.

- 단위조합의 판매사업은 조합원과 작목반을 출하조직에 영농자금과 출하자금을 대출하고, 각종 영농자재 보급과 농산물 출하를 연계시키고 있음. 조합원의 영농지도와 생산물의 품질개선, 공동유통시설의 확충, 상품성 제고 방식이 체계적으로 이루어져서 계통출하가 늘어나고 있음.

○ 조합의 협동생산, 공동판매는 다양하게 추진되고 있음.

- 우수출하조합의 경우, 산지유통센터, 집하장 등 각종 유통시설의 확충, 표준출하규격사업의 전개, 표준규격 출하농민의 공동참여 지도, 포장규격의 다양화, 도매시장출하의 적극 대응, 종합유통센터, 백화점등 시장의 유통의 개척 등 총체적 방법으로 접근.

○ 공동판매를 활성화하도록 단계적 대응. 예컨대 재배과정에서 자재공동구입, 종자공동구입, 영농기술지도를 통한 품목별, 작목반별 기술수준의 평준화를 적극적으로 추진하고 있음.

- 농업자재의 공동구입을 통한 비용절감과 품종통일, 작목반별 작업의 공동화 추진.

- 선별·포장과정은 적극적으로 개입함. 장비준비 및 포장단위 계산준비 회의 진행, 등급설정시 개별등급을 하지 않고, 판매처 문제는 농협과 긴밀한 협의, 선별시 객관적인 선별을 위해 상용 선별인부 고용. 거래처도 공판장, 도매시장 이외에도 종합유통센터, 백화점 등 다원적인 개발.

- 상품성 제고를 위해 공동선별을 원칙으로 하고, 수확시기 조절, 포장 다양화, 브랜드개발, 출하자 사후책임 등 상호신뢰로 작업함.
 - 수송체계는 단위조합과 운송회사와의 전속 거래계약에 의해 일괄수송원칙. 조합원이 생산에만 전념할 수 있게 즉 생산은 조합원이, 판매는 잘 팔릴 수 있는 상품을 농협이 책임지는 기능분화가 정착됨.
 - 특히 조합원간에, 조합과 조합원간에 상호이해를 전제로 적극적인 추진을 함. 하자 있는 상품의 공동책임, 철저한 선별로 공동책임, 선별업무의 객관성 유지, 리더의 강한 의지, 회의를 통한 의견 수립, 행동화하는 적극성 등이 지켜지고 있음.
 - 품질관리는 농산물 품질관리원 또는 자체 검사, 브랜드 개발에 의한 조합의 책임을 지고 있음.
 - 대금정산은 공동계산을 원칙으로 판매대금의 일괄 농협 입금, 즉시 정산 또는 일정 기간 정산을 원칙으로 하고, 농협 전산프로그램을 이용해서 정산후 개별구좌에 입금.
- 농협의 출하관리는 조합장의 의지와 판매관계 직원의 노력과 열의에 의해 발전됨.

다. 영농조합법인

- 영농조합법인은 1989년 농업구조개선을 위한 농어촌발전종합대책을 발표하면서 소농의 협업체로서 육성되었으며, 1990년 4월 농어촌발전특별조치법에 의해 만들어졌음. 영농조합법인은 협업적 농업경영을 통하여 생산성 향상, 농산물의 유통출하 및 가공, 수출 등으로 소득향상을 위해 만들어진 조합형 농업법인임.

- 영농조합법인은 99년말 현재 전국에 5,000여개가 있으며, 품목별로는 채소와 과실조합이 32%임. 현재 운영상태는 정상운영이 40% 정도이며, 활발하게 운영되지 못하고 있음. 그 이유는 설립시 정책사업을 기대하고 확산되었으나 인식부족, 능력부족, 사업자본부족으로 부실경영이 많음. 특히 작목반과 농협과의 갈등, 판매사업수행에 따른 기능 중복 등 운영상의 문제가 많음.
- 영농조합법인의 판매활동은 적극적으로 추진되고 있으며, 품목별로 전문화되어 있어 조직규모가 적고 결속력이 강하며 전문화되고 있음.
- 우수영농조합의 기능은 영농기술지도, 품질개선, 상품성 제고등 생산에서 판매까지 다양한 기능을 수행.
 - 재배과정은 자재의 공동구입, 영농장좌를 통한 기술지도와 정보교환으로 기술수준을 평준화함.
 - 수확과정에서 시장출하조절을 위한 시기조절, 공동수확을 통해 작업능률 제고와 물량조절을 함.
 - 선별·포장방식은 선별작업인원으로 선별하며, 저장을 통해 출하조절함.
 - 품질관리는 농산물 품질관리원 또는 자체 검사를 통해 철저히 관리함.
 - 수송·출하방법은 출하처 결정으로 자체보유 차량으로 수송하고, 특히 사전출하계획과 출하조절로 실명제를 시행함.
 - 특히 이화회 영농조합법인은 비파괴 당도측정기를 설치하여 선과과정에 크기, 색깔, 당도 등을 자동측정하여 철저한 출하관리를 함. 또한 저온저장고를 통한 출하조절.
 - 이화회의 사업은 각종 영농자재의 공동구매, 배 판매의 출하조절, 전회원 순회교육을 통한 영농기술지도, 연 1회 이상 선진지 견학, 전문가 초빙교육 등을 수행함.

빈 면

V. 출하자등록제의 효율적인 운영방안

1. 실시배경과 필요성

- 출하자가 농수산물을 믿고 맡길 수 있는 도매시장 육성
 - 도매시장 거래가격의 기준가격 형성
 - 산지유통인의 등록과 함께 농산물을 출하하는 생산자 및 생산자단체를 등록관리하여 안정적인 출하관리
 - 출하자관리의 효율화와 예약출하 촉진으로 거래질서의 확립
 - 홍수출하 방지 등 수급안정에 기여
 - 소비지에서 허위등급표시 출하품에 대하여 검사를 강화하여 규격·포장 출하 촉진

- 소비자가 믿고 찾을 수 있는 도매시장 육성
 - 속박이 검사 등을 강화하여 도매시장 거래농산물에 대한 불신분위기 개선
 - 도매시장거래 농산물의 품질검사를 강화하여 소비자 신뢰도제고
 - 원산지 표시단속 및 홍보강화
 - 농산물안전성검사 실시로 안전식품공급
 - 출하자 등록과 농산물 등급표시제도의 정착으로 견본거래, 통명거래, 전자거래 등 선진거래방법 도입기반구축

2. 현 황

가. 출하등록제의 현황

- 도매시장의 개설자는 농수산물의 거래질서의 확립과 수급안정을 위하여 당해 도매시장에 농수산물을 출하하는 생산자 및 생산자단체 등을 등록하게 할 수 있음(농안법 제30조).
 - 의무 등록이 아닌 임의규정으로 개설자 선택
 - ※ 농수산물을 수집하여 도매시장에 출하하고자 하는 자(산지유통인)는 부류별로 도매시장의 개설자에게 등록하여야 함(농안법 제29조).

나. 등급표시검사제도의 현황

- 출하실태
 - 출하상품에 대한 등급표시검사가 이루어지지 않아 규격, 등급, 중량 등의 허위표시나 속박이 등이 성행.
 - 형식적인 육안검사로는 개선이 어렵고 분쟁이 자주 발생됨.
 - 소비자가 허위표시품 구입시 도매시장에 대한 신뢰 저하.
 - 속박이 출하로 인해 판매원표 정정의 사유가 되는 등 도매시장업무를 가중시키고 특히 전자경매 도입에 장애가 됨.
- 중량·등급표시 검사실태
 - 농산물도매시장의 경우 대부분 경매전에 경매사와 중도매인이 경매단위별로 1~2상자를 개봉하여 품질이나 등급을 육안으로만 확인
 - 가락시장에서는 '98. 2월부터 등급표시 검사 실시

- 검사의 효율화를 위해 등급표준화 검사반, 품질분쟁 조정반, 등급표준화 심의위원회 병행 운영

○ 가락시장의 등급표준화 검사현황

- 검사내용 : 출하농산물의 중량, 수량, 부패변질, 속박이 등 검사
- 검사방법 : 경매전에 진열된 상품에 대하여 중량검사, 내용물의 상품성 확인
- 검사자 : 관리공사, 도매시장법인, 중도매인 합동실시
- 대상품목 및 시행일

구분	대상 품목	시행일	출하자 조치
과실류	과실류 전품목	'98. 2.16	'98. 5. 1부터
채소류	4개 품목 (고추, 오이, 감자, 고구마)	'98.10.19	'99. 1. 1부터

3. 실시내용

가. 기본방향

- 산지유통인과 출하자 등록을 통한 안정적인 출하관리
- 등급표시검사 등으로 도매시장 농산물 품질강화 관리
- 출하자 등록과 출하품 검사 등을 통해 불량출하자 3진아웃제 도입
- 출하유통혁신으로 공정거래질서 확립에 기여

나. 추진방안 및 과정

1) 출하자등록

- 대 상 : 전국공영도매시장
- 추진근거
 - 농안법 : 제30조, 제74조
- 도매시장에 농수산물을 출하하고자 하는 생산자 및 생산자단체는 도매시장의 개설자에게 등록
 - 농협은 조합원들의 출하자 등록 대행
 - 공동출하, 공동계산을 추진하는 생산자단체는 등록시 구성원 등록 병행
 - ※ 시장별 등록제를 우선 추진하되, 통합관리방안 장기 검토
- 출하등록자 관리
 - 등록자 데이터베이스화 추진
 - 속박이 출하자 3진 아웃제 도입기반 구축
 - 산지유통인 등록과 통합하여 안정적인 출하관리 시스템 기반 구축
- 예약출하자 및 출하등록자 우대
 - 예약출하품, 도매시장의 개설자가 선정하는 우수출하주의 출하품 등은 우선경매 실시
 - 등록을 한 출하자에 대한 손실보전 사유 발생시 우선 실시
 - 등록된 출하자가 예약출하를 하는 경우 위탁수수료 차등 방안 강구
 - 등록된 출하자 또는 우수출하자에 대한 트럭단위 판매, 경매전 판매제 도입 검토

- 도매시장법인의 산지 선도자금 지원사업, 출하지도사업 등을 우선 실시

2) 출하자 등록의 내용

- 출하자 등록시 등록할 내용은 개인의 프라이버시를 침해하지 않으면서, 가능한 한 간단하게 등록하도록 유도하는 것이 좋을 것임.
- 구체적인 등록 내용을 살펴보면 다음과 같음.
 - 출하주체(출하자 및 출하처) : 도매시장법인(공판장)에 농산물을 출하하는 주체명 기재
 - 생산자(농민), 생산자단체(단위조합명, 영농조합명, 작목반명등), 산지유통인, 포장센터, 종합유통센터, 수입업자, 기타 등
 - 생산자의 성명, 주민등록번호, 현주소, 생산지명, 주요생산 품목 및 품종, 전화번호, FAX번호, 개인휴대 전화번호, E-mail주소, 송금처 등을 들 수 있음.
 - 작목반의 경우에는 대표자뿐만 아니라 작목반원의 성명과 주민등록번호도 함께 제출.
 - 출하약정일자(시기), 계약출하물량, 주 출하품목 등

3) 등급표시 검사

가) 출하품검사반 구성

- 대 상 : 전국 공영도매시장
- 운영주체 : 관리사무소(관리공사) 또는 품질관리원
- 추진근거

- 농안법 : 제71조, 제74조
- 대상품목 : 도매시장별 여건에 따라 단계적으로 실시
 - 1단계 : 과실류 전품목
 - 2단계 : 포장채소류
 - 3단계 : 전품목
- 검사내용
 - 속박이 : 포장출하 상품의 윗단에는 상급품을, 아랫단에는 하급품 또는 변질된 상품을 포장하여 출하
 - 배추, 무 등 차상경매 품목의 경우 품질확인이 가능한 곳은 정상적인 상품을 적재하고, 품질확인이 불가능한 곳에는 하급의 상품을 적재출하
 - 수량, 중량미달 등 포장박스 외부표시사항과 내용물을 상이하게 포장출하
 - 수량, 중량오기 또는 허위표시
- 검사반 : 시장별로 3~4명을 1조로 하여 여건에 따라 편성
 - 도매시장법인 품목별 경매사 1명
 - 중도매인조합에서 선정한 중도매인 대표 1명
 - 관리사무소(관리공사) 및 품질관리원 직원 1명
- 운영방법
 - 근무일시 : 매일 운영(휴업일 제외) 또는 격일
 - 근무시간 : 도매시장별로 품목별 반입 및 경매시간과 연계하여 조정
 - 근무자선정 : 도매시장법인 및 중도매인조합에서는 매월말 5일전까지 익월 근무자 명단을 관리사무소(관리공사)에 제출
 - 근무자는 별지 제1호서식의 표찰 부착

- 검사대상 : 시기별 주요반입품목중 무작위 선정후 추출검사 실시
 - 불량출하품 발견시 해당출하자 전체물량의 20% 조사실시
- 불량출하품 판정 : 불량출하품 판정기준 및 계절상황, 품목의 특성 등을 고려하여 검사반에서 합의 판정
- 운영상황관리 : 운영대장 기록관리
 - 거증자료 확보를 위한 사진촬영

○ 적발기준

- 중량미달, 속박이, 부패변질품이 있는 경우 출하자에게 주의 조치후 경매 하되, 다음기준에 해당할 때는 적발조치
 - 중량미달 : 표시중량의 2/100 이상 미달시(포장재 무게 제외)
 - 속박이 : 상단과 하단, 겉과 속의 농산물이 상당한 차이가 있는 것
 - 부패변질품 : 부패변질품이 3%이상 포함시(품목의 특성을 고려 개설자가 5%까지 조정가능)
- 거래단위 허위표시 : 포장재에 표시개수와 실제개수가 상이한 경우
- 중량 및 수량 미표시 : 중량 또는 수량을 기입하지 않은 경우

○ 적발자 조치

- 개설자는 출하품검사반, 출하품분쟁조정반 및 출하품심의위원회의 결정에 따라 출하자에 단계별 조치를 실시

나) 출하품 분쟁조정반 구성 운영

- 운영주체 : 도매시장법인(각 도매시장법인별로 운영)
- 운영방법
 - 심의신청 : 속박이 등을 이유로 중도매인이 이의 제기시 경매사에 의한

출하주의 미합의로 조정이 불가할 경우 중도매인은 경매사 의견확인을 받아 도매시장법인에 서면으로 조정 요구

- 조정반 소집 : 도매시장법인은 현장에서 즉시 「출하품분쟁 조정반」을 소집하여 불량 출하 여부 판정

○ 출하품분쟁 조정 심사 제외대상

- 경매 참여자가 해당상품의 숙박이, 부패·변질 여부를 사전 확인후 낙찰받은 경우 → 출하품검사반에서 불량 출하물 판정품
- 경매 종료후 중도매인이 낙찰받은 물품중 경미한 품질 하자에 이의가 있어 소속경매사와 출하주간 협의·조정된 경우

○ 구 성 : 총 4명

- 도매시장법인 : 해당품목 담당이사 또는 부장 1명
- 관리사무소(공사) 및 품질관리원 : 직원 1명
- 중도매인 : 본인 또는 대리인(경매 참여자) 1명
- 출 하 자 : 본인 또는 대리인(운전기사, 주재하주) 1명
- 불량 출하품 판정
 - 불량 출하품 판정기준 및 당일의 거래동향, 품목의 특성 등을 고려하여 출하품분쟁 조정반 합의 판정

○ 운영상황 관리

- 출하품분쟁 조정반 운영대장 기록관리
- 신청서 및 심의의결서 판매원표, 사진 등 거증자료 확보

○ 운영상황 보고

- 도매시장법인은 출하품분쟁 조정 심의 의결서 및 판매원표 정정분 사본

및 조치결과를 익일까지 관리사무소(관리공사)에 제출

다) 출하품심의 위원회 운영

- 운영주체 : 관리사무소(관리공사)

- 구 성 : 총 4명
 - 관리사무소 : 소장(위원장) 1명
 - 도매시장법인 : 해당법인 담당 이사 1명
 - 중도매인 대표 : 해당품목류 중도매인 조합장 1명
 - 국립농산물품질관리원 : 각도매시장 상주 직원 1명

※ 검사의 내실화 및 업무효율성을 고려 출하품분쟁조정반과 통합운영 가능

- 운영방법
 - 소집시기 : 출하품검사반 및 출하품분쟁 조정반에서 동일 출하자가 3회 이상 불량 출하품 판정시 최종 판정일 3일 이내에 출하품심의위원회 위원장이 소집
 - ※ 위원장 유고시에는 관리사무소 운영과장이 업무를 대행함
 - 심의사항 : 출하자에 대한 제재조치 의결회의록 관리
 - 의결방법 : 출석위원 2/3이상 찬성으로 의결
 - 의결결과 : 불량 출하자 조치기준에 의거 조치

라) 운영체계



구 분	출하품검사반	출하품분쟁조정반	출하품심의위원회
운영주체	개설자 또는 품질관리원	도매시장법인	개 설 자
구 성	<3~5명> ○도매시장법인 경매사 ○중도매인대표 ○관리사무소 또는 품질관리원 등	<3~5명> ○도매시장법인 관계자 ○당해 중도매인 ○당해출하자 또는 대리인 ○관리사무소 또는 품질 관리원 등	<3~5명> ○도매시장법인 이사 ○중도매인조합대표 ○품질관리원 관계자 ○관리사무소소장 등
결정시기	○경매전	○경매후	○경매후
역 할	○경매전 출하농산물 샘플 검사	○경매후 관계자 이의 제기시 해당농산물 검사	○누적출하자 등에 조치내용 결정
검사분야	○속박이 ○중량·수량 미달 및 표시여부	좌 등	○누적위반내용 확인 - 사진, 비디오 등
조 치	○개설자 조치 -1단계 : 주의/경고	○개설자에 조치 요구 -1단계 : 주의/경고	○개설자 조치 - 2단계, 3단계 조치 (당해 또는 전국 도매시장 출하금지)

다. 관련기관의 역할

1) 관리공사(관리사무소)

- 출하주에 대한 등록 홍보 및 접수
- 출하물량 파악 및 예측을 통해 출하물량 수급 조절

- 각 법인과외 협조를 통해 출하자 관리 및 통제
- 출하자 등록제 시행을 위한 행정적 지원
 - 도매시장법인(상인)과 생산자간의 분쟁 조정
 - 출하자 등록제 위반자에 대한 행정적 조치의 시행

2) 도매시장법인

- 등록된 출하자에 대한 체계적이고 지속적인 관리의 유지
- 등록된 출하자에 대한 인센티브 제공
- 신선농산물 및 저장기간이 짧은 상품의 보호를 위한 저온 저장 시설의 활용
- 산지출하교육 및 지도
 - 표준화, 등급화, 규격화에 대한 교육 및 지도 강화
 - 유통정보의 공개 및 제공
 - 산지서비스 향상을 통한 지속적인 고객관리
 - 고품질 농산물의 생산을 위한 품질지도
 - 급격한 유통환경에 대비 농민의 경영마인드를 제고시킬 수 있는 유통 교육 실시

3) 생산자

- 급격한 유통환경 변화와 농산물 시장개방이라는 현실하에서 경쟁력을 확보하기 위한 적극적인 노력이 필요
 - 경영자마인드의 도입을 통한 적극적인 마케팅전략 구사

- 고품질 저가격의 상품 생산
- 시장정보의 공유를 위한 적극적인 노력
- 표준화, 등급화, 규격화를 통한 상품성 제고 노력
- 출하자 등록을 위한 자발적이고 적극적인 협조
- 출하등록자 의무의 성실한 이행
- 불량 상품 출하의 자발적인 근절

라. 불량출하자에 대한 단계별 조치내용

○ 불량출하자에 대한 조치사항

<단 계>	<조 치>	<결 정>	<조치내용>
1단계 (1~2차 적발)	주의/경고	출하품검사반 또는 출하품분쟁조정반	○ 본인 통보 ○ 불량내용 표시후 후순위경매
↓			
2단계 (3차)	당해도매시장 출하금지 (1~3개월) <3진아웃제 적용>	출하품심의위원회	○ 본인통보 및 게시판 공고 ○ 불량내용 표시후 후순위 경매 또는 반송 ○ 산지유통인은 등록취소 예고
↓			
3단계 (4차)	전국도매시장 출하금지 (1~3개월)	출하품심의위원회	○ 본인통보 및 게시판 등 대의공포 ○ 전국도매시장에 명단 통보 ○ 산지유통인 등록 취소

※ 적발차수 적용은 1차 적발후 1년간 불량 출하회수를 적용함.

- 불량 출하품 적발시 출하자에게 연락하여 상품 반송 또는 불량내용을 박스에 표기한 후 후순위 경매를 선택토록 조치.

○ 불량농산물 조치기준

- 경매전 적발된 불량농산물 출하품(출하품검사반)

불량출하 유형별	불량품 판정기준	조치기준
중량미달	표시중량의 2/100이상 미달시 (포장재 무게 제외)	○ 중량미달 표시후 후순위 경매 ○ 무작위로 선정한 10%이상의 등급별 견본 품중 50%이상이 미달될 때 전체물량이 미 달되는 것으로 경매 또는 반송
과수(수량) 허위표시	포장재 표시 개수와 실제 개수가 상이한 경우 예) 사과 또는 배가 10개 단위로 경매되는 점을 이용하여 51개를 50개 로 표기한 경우	○ 과수 허위표시후 후순위 경매 ○ 무작위로 선정한 10%이상의 등급별 견본 품중 50%이상이 과수 허위일때 전체물량 이 허위표시인 것으로 경매 또는 반송
속박이 (고르기)	상단과 하단, 겉과 속의 농산물이 상당한 차이가 있는 농산물	○ 속박이 표시후 후순위 경매 ○ 무작위로 선정한 10%이상의 등급별 견본 품중 50%이상이 속박이로 판정될 때 후순 위 경매 또는 반송
부패 변질품	3%이상 혼합시	○ 부패·변질내용 표시후 후순위 경매 ○ 출하물량의 10%이상 발견시 전체물량이 부패·변질품 인 것으로 경매 또는 반송
중량 및 수량 미표시	중량 또는 수량을 표기 하지 않은 경우	○ 후순위 경매 또는 반송

- 경매후 적발된 불량 농산물 출하품(출하품분쟁조정반)

불량출하 유형별	불량 품 판정기준	조치 기준
중량미달	표시중량 미달	○미달중량의 2배를 감량 정산
과수(수량) 허위표시	표시개수 허위표시	○개수단위로 거래되는 과일 - 단위별 가격차이의 2배를 감량정산 ○오이, 호박 등의 과채류 - 표시개수 경락가격과 실제 개수 경락가격 차이의 2배를 감량정산
속박이	○상단과 하단, 겉과 속의 농산물이 상당한 차이가 있는 농산물	○속박이 정도에 따라 경매사, 중도매인 합의 및 출하자 동의를 받아 재경매 또는 가격조정
부패 변질품	3%이상 혼합시	○부패, 변질품 혼합정도에 따라 경매사, 중도매인 합의 및 출하자 동의를 받아 재경매 또는 가격조정

4. 출하자 등록제의 효과

○ 출하예상물량의 파악 및 출하예상물량의 수급조절이 어느 정도 가능해짐에 따라 급격한 농산물가격의 급격한 폭등과 폭락을 인위적으로 조절할 수 있는 기반이 조성됨.

- 출하자들이 농산물을 도매시장에 출하하기 1일 전에 전화 또는 FAX를 이용해서 출하 예정 물량정보를 제공하면, 제공된 정보를 종합 집계하여 총 출하 예정 물량정보를 만들고, 이 정보를 출하자들에게 전파하여 출하자들이 예정 물량의 많고 적음을 보고 출하 의사를 합리적으로 결정하게 함으로써, 적정 출하량을 유도, 가격 안정을 도모할 수 있음.

- 특히 EDI시스템이 시행되거나 활성화되면, 실시간으로 정보교환 및 분석, 판단이 이루어져 보다 신속하게 출하물량을 조절할 수 있을 것임.
- 우수출하자 및 출하등록자의 품질 상승으로 인한 효율적 출하와 판매로 농가의 수익 증대를 기대할 수 있음.
- 도매시장의 물량 처리능력 향상으로 포화상태에 이른 도매시장의 시설부족 문제를 완화시킬 수 있음.
 - 상·하차, 상품 진열, 출하농산물의 상품성 향상으로 상품판단이 용이하여 신속한 경매처리가 가능함.
- 생산농가의 유통에 대한 인식제고 및 진정한 의미에서의 공동출하를 위한 생산자협동을 촉진시킬 수 있음.
 - 등록된 출하주가 기본적 의무를 이행하기 위해서는 영세생산자의 조직화된 공동선별·공동계산 출하가 필수적임.
- 대량의 신선농산물을 유통시킬 수 있어 물류의 효율성 증대 촉진.
 - 포장·규격화로 생력화된 조작이 가능하고, 별도의 확인 절차 없이 신용거래가 가능하므로 신선한 농산물의 대량거래를 가능케 하는 현실적인 조건이 조성됨.

5. 출하자 등록제의 문제점

- 생산자, 영농조합법인 등의 경영마인드 부족
 - 현재와 같이 급격하게 변화하고 있는 유통현실에 산지가 어떻게 대응해

- 야 하는 지에 대한 비전이 결여되어 있음.
 - 고품질 저가격 실현으로 경쟁력 확보 방안 강구.
 - 대상인 및 대소비자 신뢰성 구축을 위한 이미지 제고 등 구체적 노력이 결여되어 있음.
- 출하자 등록제에 대한 생산조직 및 개별농가의 자발적 유도를 위한 현실적이고 경제적인 유인책이 미비
- 산지유통인의 경우 등록에 대한 거부반응이 있음(사례 조사 결과)
 - 실적 상승으로 인한 세금 부과(주로 무, 배추)
 - 세금을 부과하기 위한 시책이라는 일부의 오해
- 저장성이 있는 일부 품목을 제외하고는 신선도 유지 문제로 인하여 출하물량 파악이 현실적으로 곤란(채소류, 엽채류, 여름과실의 일부 등)
- 대규모 산지 미비로 실질적 물량조절의 어려움
- 외국의 사례를 살펴보면 대체로 출하자 등록제 또는 출하자 신고제를 실시하고 있으나 그 실시조건은 우리와 상이함.
 - 미국의 경우에는 산지가 대규모화되어 있어 출하물량의 조절이나 유통조절명령이 상대적으로 쉽게 이루어질 수 있는 현실적인 조건이 성숙되어 있음.
 - 일본, 대만, 프랑스 등의 경우에는 산지규모화가 진척되고 있지만 상대적으로 협소한 규모화수준을 농협 중심의 활발한 공동사업을 바탕으로 한 산지조직화를 통하여 극복하고 있음.
 - 이에 비해 우리나라의 경우에는 산지의 규모화수준도 아직은 상대적으로 미미한 수준이고, 특히 농협의 경제적 사업의 참여 정도가 매우 부족하여 산지의 조직화를 통한 규모화의 잇점을 제대로 실시하지 못하고 있다

는 한계가 있음.

- 생산자단체간(예 : 작목반) 이해관계에 따른 구성원들의 잦은 이동 등은 출하자 등록제를 현실적으로 어렵게 하는 요소임.
 - 생산자들의 잦은 조직간 이동은 출하상품의 품질을 저하시킬 수 있고, 예상된 공급물량의 파악을 곤란하게 해 출하자 등록제의 원활한 실시를 어렵게 만드는 요인이 될 수 있음.
- 포장·규격화, 등급화 수준이 낮아 도매시장 내에서 상품 거래시 상인과 농민간에 분쟁이 발생할 소지가 큼.
 - 선진국의 농산물 출하는 표준화·규격화·등급화를 바탕으로 출하가 이루어지고 있고, 이에 대한 철저한 지도와 검사의 강화가 이루어지고 있음.
 - 이에 비해 우리나라의 경우에는 여전히 숙박이등의 불량품이 포함된 상품의 출하, 비규격화된 농산물의 출하, 각 생산조직 또는 농가별로 자의적으로 이루어진 등급표시 등 도매시장 단계에서 발생한 많은 문제를 내포하고 있어 상인과 농민간에 분쟁이 발생할 소지가 매우 많다는 문제점이 있음.
- 도매시장 출하시 여러 법인과 동시에 거래하는 경우가 현재에는 일반적인 현상이기 때문에 이로 인해 출하자 등록제의 취지가 무색해질 수 있음.
 - 동급의 동일한 규격의 동일한 상품을 여러 법인에 분산 출하하는 경우, 법人间 경쟁을 유도할 수 있으나 가격 및 등급 등에서 차이가 발생하여 법인(상인)과 농민간에 분쟁이 발생할 소지가 있음.
- 출하예상물량이 과잉공급 조짐을 보일 때 다른 시장 또는 지방시장으로의 출하유도등 출하조절지도는 현실적으로 어느 정도 가능성을 보일 수 있으나 출하자가 굳이 출하시에는 이에 대한 실질적인 제재 방안이 없음.

6. 출하자 등록제에 대한 정책제언

- 출하자 등록제는 우리의 현실적인 여건의 미비를 고려할 때 단기간 내에 정책추진상의 목적을 달성하거나 원활한 시행을 기대할 수 있는 성격의 것은 아니라고 판단됨. 따라서 장·단기로 나누어 추진계획을 수립하고, 단계별로 실행계획을 수립해 나가야 할 것임.
 - 생산자 및 생산자단체의 경영자 의식이 여전히 부족
 - 생산자단체의 핵심이라고 할 수 있는 농협의 경제사업분야의 역할 미비
 - 표준화, 등급화, 규격화 수준이 여전히 미흡
 - 물량조절이 상대적으로 용이한 대규모 생산자보다는 여전히 대부분이 영세한 소생산자들을 중심으로 출하가 이루어지고 있음.
 - 산지와 도매시장간 정보전달 및 정보의 공유 수준이 낮거나 원활한 교류가 이루어지지 못하고 있다는 점 등
- 단기적인 추진계획 및 실행계획은 현실적인 여건의 미미를 고려하여 반드시 생산자 및 생산자단체의 자발적인 참여를 유도하는 방향에서 시행해야 할 것이며, 불량출하자 등 정책 기준을 위반하는 출하자에 대한 구체적인 규제는 단기적인 사업 시행의 성과분석을 바탕으로 하여 현실적인 대안을 제시하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.
- 산지의 정보화 추진
 - 현재는 산지의 정보 공유가 매우 취약한 실정이어서 시장의 정보를 공개하여 제공한다 하더라도 이것을 이용할 수 있는 여건 조성이 미약함.
 - 또한 현재 산지의 정보는 각 법인별로 파악하는 것에 그치고 있어 산지의 정보를 전체적으로 파악하는 데에는 한계가 있을 수밖에 없음.

- 따라서 농협이 이것을 대행하든지 농수산물유통공사 또는 농림수산물정보센터가 업무를 대행할 수도 있을 것임. 이 경우 농협이나 농수산물유통공사 또는 농림수산물정보센터가 증권시장과 같이 정보를 가공시킬 수 있는 능력을 가질 수 있도록 하여야 할 것임.
- 거대 규모로 재 출범한 농협의 경제사업 강화
 - 미국과 같이 거대한 규모로 산지에서 출하되는 경우에는 출하자 등록제에 의한 출하물량의 조절 및 통제가 상대적으로 용이함.
 - 그러나 산지가 규모화 되지 못해 영세한 경우에는 산지의 생산자단체를 중심으로 한 조직화를 통해 이러한 문제를 극복해 나갈 수 있을 것임.
 - 그러한 의미에서 우리나라의 경우에는 전국적으로 가장 조직이 잘 된 생산자단체로는 농협이 있으며, 농협이 이러한 역할을 얼마만큼 수행해 나갈 수 있느냐가 출하자 등록제 성패의 관건이 된다고 볼 수 있음.
 - 따라서 농협이 지역에서 실질적인 의미에서의 조직화와 공동사업을 원활히 진행시켜 나갈 수 있는 여건을 조성하는 것이 무엇보다도 시급한 문제일 것으로 보임.
- 출하자 등록제 실시의 구체적 대상은 생산자단체를 중심으로 하는 것이 출하자 등록제의 시행을 효율적으로 할 수 있게 만들 것으로 보임.
 - 생산자단체간에 생산자(조합원)들의 이동이 있다고 하여, 생산자별로 등록을 하게 한다면, 오히려 출하시의 물류비용 등의 추가적 발생이라는 현실적인 문제점을 해결해 나갈 수 없을 뿐만 아니라, 정확한 물량을 사전에 파악하는데 어려움이 있어 현실적인 실시효과를 감소시킬 수밖에 없을 것으로 보임.
 - 생산단체간의 회원 이동은 지속적인 고품질 상품의 출하와 이를 통한 상

품 또는 브랜드의 신뢰성 제고 및 유지라는 측면에서 각 생산자단체가 자발적으로 규제를 할 수 있도록 유인해 나가야 할 것임.

- 생산자단체별 등록은 회원들이 단체간 자주 옮겨 다닌다는 문제점은 있으나, 영세한 생산자들이 개별적으로 등록한다면 우리나라 현실상 수급 조절은 더욱 어려워질 수밖에 없을 것이며, 등록대상기관에서 관리하기도 매우 어려워질 것임.

○ 출하자 등록 대상 기관은 관리공사 또는 관리사무소로 하는 것이 바람직할 것으로 보임.

- 서울 가락동도매시장의 경우 현재 각 법인별로 고정적인 거래를 지속적으로 유지하고 있는 출하자 수는 약 2,500여명 정도이며, 이중 이중거래자를 빼면 약 1,400여명 정도임.

- 출하자 또는 생산자단체가 각 법인에 대해 중복출하하고 있는 것이 현실이므로, 만약 각 법인별로 출하자 등록제가 이루어진다면 이를 시장별, 지역별로 파악하고 조정할 수 있는 능력이 없음. 따라서 출하자 등록 및 예고물량 파악 및 수급조절은 관리공사 또는 관리사무소로 일원화시키는 것이 효율적일 것임.

- 출하자 등록은 관리공사(관리사무소)에 출하자가 직접 할 수도 있지만, 법인과 생산자간의 거래관계에서 출하자에 대한 지속적인 관리의 주체는 법인이기 때문에 법인을 경유하여(등록 업무의 대행) 등록을 한다면 시간과 업무를 절약할 뿐만 아니라 등록제의 효과도 높일 수 있을 것임.

○ 출하등록자에 대한 관리는 각 법인별로 고객관리 차원에서 이루어지는 것이 바람직할 것임.

- 출하처별 동향 분석

- 월별, 연별, 지역별, 품목별 동향
 - 매월 기준 실적 비교 : 전년대비, 각사대비, 누계대비
 - 출하자 스스로가 분석력을 가질 수 있도록 상품판매 후 즉시 자료 및 정보 제공
 - 타사시세, 물량, 품목, 동향 전달
 - 산지 개발 촉진
 - 작목선택, 포장·규격화, 상품성 향상 촉진
 - 계약출하시 출하장려금, 출하촉진자금 지급
 - 기념품, 홍보물 제공, 부대서비스 제공
 - 업무 전산화 노력
- 등록기관인 관리공사(관리사무소)와 출하자관리 주체인 법인간의 원활한 정보전달 및 공유체계는 업무의 전산화작업에 의해 현실적으로 어느 정도는 가능할 것이라고 생각되며, 향후 EDI시스템이 본격적으로 시행되거나 또는 활성화되면 이러한 문제는 큰 문제없이 해결될 수 있을 것이라 생각됨.
- 장기적으로는 도매시장에 출하하는 물량을 출하등록자를 중심으로 제한할 필요성이 있음.
- 전국의 농산물 유통의 핵심이라고 할 수 있는 가락동 도매시장의 경우 향후 등록자의 상품만 거래하는 방향으로 출하를 제한해 나가도록 출하 지도를 강화해야 할 것으로 보임.
 - 중앙도매시장 또는 지방도매시장으로의 출하등록자 및 출하자는 출하시, 각 거래 시장 또는 법인으로부터 경제적 유인책을 반대급부로 제시함으로써 자발적인 참여를 유도해 나갈 수 있을 것임.
 - 도매시장의 출입자격을 출하등록자를 중심으로 제한한다면 출하자 등록

제를 효율적으로 시행하는데 보다 효과적일 것으로 생각됨.

- 현재 우리나라 도매시장의 경우에는 생산자부터 소비자까지 어느 누구든지 아무런 제약 없이 출입하고 있으며, 이로 인해 도매시장거래 문란화 원인의 하나가 되고 있음.
 - 선진국과 같이 출하등록자를 중심으로 도매시장의 출입자격을 제한한다면 출하자 등록제의 필요성이 자연적으로 증가할 것이며, 출하를 하기 위해서는 자연스럽게 자발적으로 출하자 등록을 하게 될 것으로 보임.
- 출하약정을 어기고 타시장에 출하한다든지 출하약정의무를 제대로 이행하지 않을 경우에 대비해 출하품 처리 순서 지연, 출하등록 취소 및 취소 후 일정 기간이 경과한 후에 재등록 가능, 출하정지, 무신고 출하시 벌금 부과, 도매시장 출입제한 등의 제재방안이 필요함.

Ⅵ. EDI시스템과 출하체제 발전방안

1. 농산물 EDI(전자문서교환)시스템의 필요성

- 농산물은 복잡한 유통경로로 인해 많은 시간과 비용을 소모하게 하는 대표적인 산물의 하나임.
 - 이러한 역기능적인 폐단을 막기 위해 물류정보시스템을 확립하여 표준화를 한다면 많은 시간과 비용을 절약할 수 있을 것임.
- 물류정보는 물류시스템과 정보시스템을 유기적으로 결합시킨 시스템으로 물류의 제반 관리활동을 지원하는 시스템으로 정의될 수 있으며 물류관리의 주요 단계별 요인인 포장, 하역, 보관 및 운송 등 각 기능을 연결시켜 물류기능을 효율적으로 수행 할 수 있도록 해주는 핵심적인 역할을 함.
 - 오늘날 물류정보의 활동을 가능하게 한 것은 컴퓨터와 통신의 결합에 의한 정보망의 발달로 전 유통과정의 물류정보 흐름이 즉시 수집·전파되는 등 각 물류단계별 기능을 신속하게 지원할 수 있기 때문임.
- 수많은 상품에 대한 납품 또는 운송처리에서 발생하는 수천, 수만건의 데이터는 자동화된 물류정보의 수집 및 활용을 필요로 하며, 이는 물류관련 해당업체간의 공통된 관리체계에서 비롯되는 공유정보의 활용으로부터 효율화될 수 있음.

- 이의 가장 핵심적인 요소로서 운송상품의 단위포장을 명확하게 식별할 수 있어야 하고 이러한 식별코드는 기계적으로 자동 판독되어야 하는 것임.
 - 따라서 유통경로에 있는 업체들은 독자적인 식별코드와 전산처리 운용체계를 탈피하여 공통적으로 공유하거나 이용할 수 있는 정보시스템 구축이 요구됨.
 - 또한 시간, 비용 및 인력이 소요되던 서류업무를 전자문서교환을 통해 해결할 수 있음.
 - 모든 관련업체나 기관의 전산망이 구축되고 거래표준(상품코드, 서식 등)의 확립을 통하여 EDI가 본격적으로 가동되면 획기적인 물류의 효율화를 기할 수 있게 될 것임.
- 업체들은 자신의 시스템이 상호연결의 공통점으로서 부문경계를 초월하는 네트워크 체인을 형성하게 되리라는 것을 이해하여야 하며 각각의 기업은 유통경로에서 직면하는 상황에 따라 공급자인 동시에 소비자(고객)임.
- 따라서 공통표준의 채택과 운용은 전체사업 개선에서 중요한 부분을 차지하게 됨.
- 농산물 EDI의 필요성을 요약하면 다음과 같음.
- 첫째, 농산물의 유통량 증대에 따른 인적 및 물적 그리고 관련서류 이동량 증가로 인한 과도한 경비지출과 업무처리시간의 단축 등이 요구됨에 따라 제 필요성이 있다 할 수 있음.
 - 둘째, 서류 없는 간편한 업무처리 및 자료의 중복입력을 없앴으로서 오류의 가능성을 최소화하여 전체적인 처리시간을 줄일 수 있음. 이는 전자적 문서교환 및 내부업무처리 자동화를 통한 물류의 효율성을 증진시킬 수 있을 것임.

- 셋째, 종합정보제공 서비스 및 통계처리시스템을 구축함으로써 한번의 입력으로 종합정보 자료 제공기반의 확립에 제 필요성이 있음.
- 넷째, 전자화를 통한 정보교환 및 거래비용(상호작용비용) 절감으로 농산물 국가경쟁력 강화 촉진을 이룩하는데 필요성이 있다고 할 수 있음.

2. EDI시스템 구축을 위한 전제조건

- 정보통신망의 발전으로 인해 지역간 거리와 시간차 개념이 없어짐으로써, 어느 지역이든 폐쇄성을 벗어나 적극적인 개선노력 없이는 지역의 발전을 기대할 수 없다는 점에서 지역정보화의 중요성은 더욱 커지고 있음.
 - 특히 정보화의 관점에서 지역농업문제에는 다양한 문제가 포함되어 있음.
 - 예를 들어 경영과 생산, 유통 등 소프트웨어 개발에 있어서 범용성을 지향하면 특정 지역에는 지역실정에 맞지 않아 사용될 수 없고, 또한 특정 지역에 지향하여 만들어지면 타지역에서는 사용되지 못함으로써 범용성과 지역성의 문제를 극복해야 함.
 - 이로써 정보화의 추진에 있어서 지역 농업과 관련된 자연적 환경, 경제적 입지, 기술적인 지역조건 뿐만 아니라 사회적인 조건, 이를테면 지역사회의 관습, 고유의 제도 등도 고려되어 진행되어야 한다는 것을 의미함.
 - 이에 따라 지역특성에 맞는 기술, 통계, 생활정보 등은 물론이며, 지역자원의 효율적인 활용 및 생산성 향상을 원활히 도모하기 위해서는 이것을 지원하는 지역농업관리시스템의 구축이 전제되어야 할 것임.
- 효율적인 정보시스템의 구축을 위해서는 생산자와 소비자가 주체적으로 정보의 수발신을 행할 수 있도록 전국적 퍼스널 컴퓨터 통신망을 농가단위까

지 확장하거나 일본이나 대만처럼 특정지역 내에서 효과적으로 정보교환이 가능한 소규모 지역농업정보센터의 도입이 필요함.

- 그리고 정보시스템의 운영주체는 지방정부의 주체들이 추진해 나가야 하며 중앙정부는 종합적이고 체계적인 여건조성 지원이 전제되어야 함.
- 하지만 지역마다 지역 고유의 시스템 구축에만 몰두하면 지역간이나 전국적인 분야별 정보시스템의 연계에 장애가 발생할 수 있으므로 중앙에서는 이러한 문제해결에 대비해야 함.
- 이러한 정보시스템의 구축에 있어서 사전 검토되어야 할 사항은 누가 어떠한 경로로 누구에게 어떠한 미디어를 사용하는가 하는 미디어 선정의 문제 등과 같은 과제를 처리해야 하는 조건이 전제되어야 함.

○ 위의 설명과 같은 농업정보시스템 체계의 구축을 위하여 유의해야 할 전제 조건을 요약하면 다음과 같음.

- 첫째, 각 지역단계에 있어서 네트워크의 구성은 우선 전국 규모의 농업정보시스템의 하부구조가 설정된 이후, 이러한 기본구조를 바탕으로 각 지역에 합당한 지역농업정보시스템을 추가 개발하는 방식이 고려되어야 함.
- 둘째, 지역농업정보를 생성하는 수집체계를 표준화된 원칙에 따라 정비하여야 하며, 계층별로 다양한 의사결정지원을 위하여 축적된 정보를 지역내에서 자유로이 이용할 수 있도록 지역인(농민, 농업관련 단체 및 기관 등)의 공유재산으로서 축적하는 체계가 되어야 함.
- 셋째, 지역농업정보의 수집 및 효율적 이용을 도모하기 위한 조정협력체계의 확립이 요청됨. 이를 위해 지역관련기관의 역할분담, 협력 및 합의 형성을 담당할 조정기관 설치가 필요함.
- 넷째, 중앙집중식에서 지방분권식으로의 전환, 이를테면 전체적인 통제보다는 개별적인 자율을 지향함으로써 정부가 정보를 분석하고 의사결정을

내려 정책결정을 하는 대신에 농어민 스스로가 수집된 정보를 토대로 스스로 의사결정을 해나가도록 유도함.

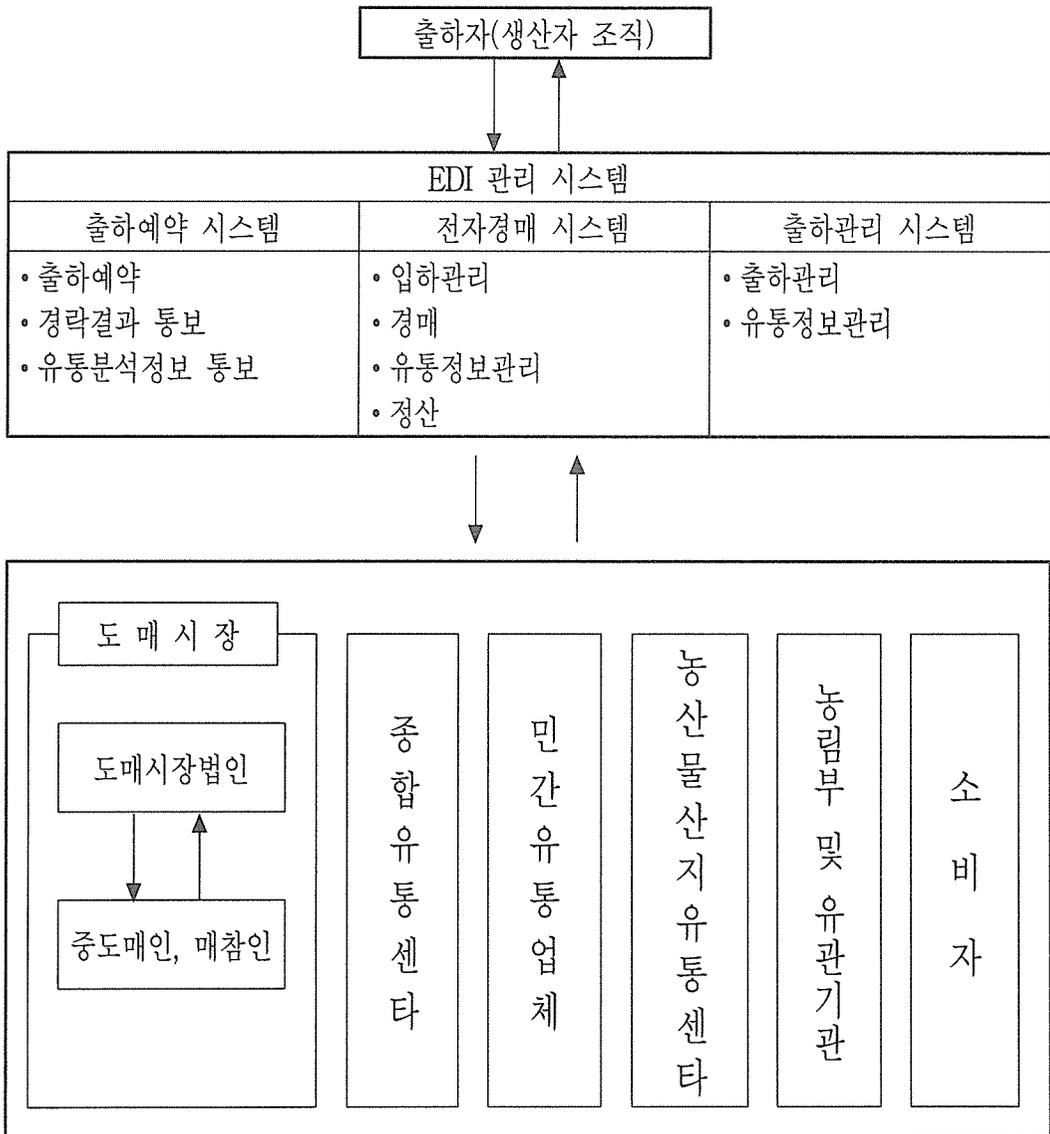
- 다섯째, 지역농업정보화 촉진을 위한 제반 환경의 조성을 위하여 농촌지역의 정보화 마인드 확산을 위한 홍보·계몽사업을 지속적으로 추진하고 다양한 시범사업을 추진해야 함.

○ 그리고 지역농업정보화 구조에서 가장 중요한 요소인 데이터베이스 구축시 고려해야 할 사항으로는 다음과 같음.

- 첫째, 지역 데이터베이스와 중앙 데이터베이스의 통합이용을 위한 분산 데이터베이스 관리시스템과 초보자도 조작 가능한 데이터베이스의 정의 방법의 확보.
- 둘째, 의사결정지원정보를 생성하기 위하여 원시정보의 가공, 편집, 축적 등이 용이하며 정보검색을 효율적으로 하기 위한 표준설정.
- 셋째, 온라인 데이터 베이스와 대형화 검색을 위한 사용자 인터페이스 개발.
- 넷째, 경영진단과 같은 정보시스템의 보급에 따라서 생산자의 소득과 같은 개인 정보가 제3자에게 누설되지 않도록 생산자 프라이버시 보호 등을 들 수 있음.

3. EDI시스템의 모형설정

가. EDI시스템의 흐름도



<그림 W-1> EDI시스템 체계도

나. EDI 표준전자문서 제정

- 농산물 관련 유통주체들이 공동으로 사용할 수 있는 통일된 표준문서 및 표준코드를 관련주체들 참여하에 개발이 되도록 함.
 - EDI시스템이 도입되지 않은 유통사업장은 EDI시스템 전까지 표준거래서식을 사용할 수 있도록 모든 산지 유통체계가 공동으로 사용하고 이해하기에 용이한 통일된 서식으로 설계함.
 - EDI 표준전자문서는 각 유통사업장별로 현실에 맞게 사용될 수 있도록 산지에서는 소비지에 필요한 정보를, 소비지에서는 산지에서 필요한 정보를 표준항목으로 선정함.

- EDI 표준전자문서는 UN/EDIFACT 및 KEDIFACT기준 표준화 절차를 따르고 EDI 표준전자문서 기본항목인 거래처코드는 기관별, 사업장 성격별로 분류하여 사업장 구분의 명확성과 코드관리의 효율성을 제고하도록 하고 농수산물 표준코드(1998년, 농림부 제정)의 품목, 등급을 사용하도록 설계하여 코드이용의 활용성을 증대시킴.

다. EDI 표준거래서식

- 서식 사용자들의 편리성과 업무처리의 효율성을 제공하고, 전자상거래 실시의 기초분야인 EDI 표준양식 개발의 기본자료를 제공하기 위하여 유통사업장간 거래에 필수적 서식인 송품장, 낙찰명세서, 정산서 3종에 대한 거래서식의 표준을 제정하고 있음.
 - 송품장 : 생산자가 출하하는 농산물의 내용을 담은 서식으로 도매시장에서는 법인과 관련된 서식으로 경매 및 정산 등의 기초자료가 됨.

- 낙찰명세서 : 도매시장 법인 등이 중도매인에게 농산물의 경락내용 등을 기재하여 제공하는 서식으로 중도매인의 판매가격 산출자료로 활용됨.
- 정산서 : 도매시장법인 등이 거래은행에게 출하자의 판매대금을 정산하여 줄 것을 의뢰하고 거래은행으로부터 출금이 되었다는 통지를 받은 후 출하자에게 위탁농산물의 거래내역 등에 관한 명세(판매내역 및 공제내용)를 알려주는 서식.

<표 W-1> 송 품 장

송 품 장

① 년 월 일

수 신		② 귀하									
출 하 자 명		③				등록번호 ¹⁾		④			
⑤적재출하 내역 및 수량		파렛트 출하				플라스틱 상자 출하					
		() 매				() 박스					
⑥주 소		(-)				(FAX No :)					
⑦전화번호		자택		사무실		긴급연락시					
⑧생산자	⑨출하품 내역				⑩표준규격 출하여부	⑪등급별 수량					
	품 목	품 종	단 량	포장재 ²⁾		⑪-1					
	⑨-1	⑨-2	⑨-3	⑨-4	⑪-2						
산 지	⑫			합 계							
운 송 ⑬ 내 역	운 송 비	일 금		원정	판매대금 ⑭ 송 금 처	금융기관명					
	차량번호					계좌번호					
	기사명					예금주					

※ 1) 등록번호 : 농산물 표준거래처코드를 기준으로 기재.
 2) 포장재 : 골판지상자, 그물망, 마대, 플라스틱상자, 산물출하, 기타 중에서 해당사항 기재.

1. 송 품 장

- ① 년 월 일 : 농산물 출하를 위하여 작성한 송품장 발행 일자 기재.
- ② 수 신 : 농산물 판매를 위탁할 도매시장법인(공판장)명 기재.
- ③ 출하자명 : 도매시장법인(공판장)에 농산물을 출하하는 주체명 기재.
- 농협이 공동출하 하는 경우는 농협 명칭, 개인출하인 경우는 개인명, 영농조합법인인 경우는 영농조합법인명 등을 기재.
- ④ 등록번호 : 농산물 표준거래처 코드를 기준으로 기재.
- 유통공사, 농협, 도매법인, 공판장, 물류센터 등은 기관코드를 기재하고 사업자등록번호를 보유한 개인, 법인, 업체 등은 사업자등록번호를 기재하고, 사업자등록번호가 없는 그외는 주민등록번호를 기재.
- ⑤ 적재출하 내역 및 수량
- 파렛트 및 플라스틱 상자 적재출하시 해당란에 수량 (매, 박스) 표시.
- ⑥~⑦ 주소, 전화번호, FAX번호 : 출하자의 주소, 전화번호, FAX번호 기재.
- ⑧ 생산자 : 생산자단체 등이 공동출하 하여 공동정산시는 단체명을, 개별정산인 경우는 각 회원(공동출하를 의뢰한 생산자)명을 기재하고, 개별 출하자는 기재 생략.
- ⑨ 출하품 내역 : 출하되는 농산물의 품목, 품종, 거래단량 및 포장재 재질을 기재.
 - ⑨-1 품목 : 출하 농산물의 품명 기재.
 - ⑨-2 품종 : 출하 농산물 품목별 품종을 구분하여 기재.
 - ⑨-3 단량 : 출하 농산물 낱개 포장의 중량(예 : 10kg, 15kg)등을 기재.
 - ⑨-4 포장재 : 골판지상자, 그물망, 마대, 플라스틱상자, 산물출하, 기타 중 해당 사항 기재.
- ⑩ 표준규격 출하여부 : “농산물 표준출하규격(국립농산물품질관리원 고시)”의 표준규격 출하여부를 ○, ×로 표시.
- ⑪ 등급별 수량 : 출하 농산물의 등급 구분과 각 등급별 단량의 출하개수 기재.
 - ⑪-1 : 출하농산물 품목의 등급 기재란

- 크기구분만 기재시 : 특대·대·중·소
- 품질구분만 기재시 : 특·상·보통
- 크기 및 품질 동시 기재시 : 특대·특중 등

⑪-2 : 등급별 출하개수 기재란(예 : 5개, 10개 등)

⑫ 산지 : 도매시장(공판장) 등에 출하할 농산물이 생산된 지역명 기재.

⑬ 운송내역 : 출하자가 농산물 운반을 위해 지정한 차량의 운송비, 차량번호, 기사명 기재.

⑭ 판매대금 송금처 : 출하자가 농산물 판매대금을 온라인구좌로 받고자 할 경우 수취인의 구좌개설 은행명, 계좌번호, 예금주명 기재.

※ ⑨, ⑪ 항목은 농수산물 표준코드(농림부 : '98.12 제정)를 기준으로 기재.

<표 Ⅵ-2> 낙찰명세서

낙찰명세서

Page : ①

② 년 월 일

중도매인(매참인) 번호		③		상 호		④		성 명		⑤	
판매원표 번호	생산자	품 목	단 량	등 급	수 량	경락단가	금 액				
⑥	⑦	⑧	⑧	⑧	⑧	⑨	⑩				
⑪ 합 계						-					
⑫ 판 매 내 역						⑬ 정 산 내 역					
구 분	경 매	정가·수의매	수 입	입 찰	합 계	전일미수금	⑬-1				
금 일						금일판매	⑬-2				
월누계						금일입금액	⑬-3				
공지사항	⑭					미수잔액	⑬-4				
							⑬-5				

⑮ 낙찰법인 주식회사명

2. 낙찰명세서

- ① Page : 낙찰명세서 발행번호 기재.
 - ② 년 월 일 : 낙찰명세서를 작성한 일자 표기.
 - ③ 중도매인(매참인) 번호 : 중도매인, 매참인에게 부여된 고유번호 기재.
 - ④~⑤ 상호, 성명 : 중도매인(매참인)의 상호 및 성명 기재.
 - ⑥ 판매원표 번호 : 법인이 농산물을 판매시 부여한 판매원표 번호기재.
 - ⑦ 생산자 : 생산자단체 등이 공동출하 하여 공동정산시는 출하자명을, 개별 정산인 경우는 각 회원(공동출하를 의뢰한 생산자)명을 기재하고, 개별 출하자는 개인 성명 기재.
 - ⑧ 품목, 단량, 등급, 수량 : 낙찰된 농산물의 각 항목에 해당되는 내용 기재.
 - ⑨ 경락단가 : 경매를 통해 중도매인에게 낙찰된 개별 품목별 농산물 판매 금액 기재.
 - ⑩ 금액 : 수량 × 경락단가
 - ⑪ 합계 : 수량 및 금액을 모두 합한 누계액.
 - ⑫ 판매내역 : 법인이 중도매인(매참인)에게 판매한 형태별 내역 기재.
 - ⑬ 정산내역 : 낙찰된 농산물의 대금정산 거래내역 기재.
 - ⑬-1 전일미수금 : 전일까지 외상으로 계상된 금액의 누계.
 - ⑬-2 금일판매 : 금일 중도매인이 농산물을 구입한 구입총액.
 - ⑬-3 금일입금액 : 금일 중도매인이 농산물을 구입하고 법인에게 지불한 물품대금 총액.
 - ⑬-4 미수잔액 : 법인이 거래 중도매인으로부터 금일현재 받아야할 물품대금 총액.
 - ⑬-5 : 신규항목 발생시 사용을 위한 공란.
 - ⑭ 공지사항 : 법인이 중도매인에게 보증금 잔액, 기타 공지사항을 기재하기 위한 란.
 - ⑮ 낙찰법인 주식회사명 : 도매법인(공판장)의 상호명 표시 란.
- ※ ⑧ 항목은 농수산물 표준코드(농림부 : '98.12 제정)를 기준으로 기재.

<표 VI-3> 정 산 서

정 산 서

① 년 월 일

출하자명		②							
주 소		③					판매원표 번호	④	
경매 번호	⑥ 판 매 내 역								
	생산자	품 목	품 종	단 량	포장재	등 급	수 량	단 가	판매금액
⑤									⑦
⑧ 소 계								-	(a)
⑨공제내역	상장수수료	운임선급금	하역·선별비	쓰레기 유발부담금	포장재 지원금	기타		공제액계	
						⑨-1		(b)	
⑩송금내역	은행명			계좌번호			예금주명	⑪차감잔액	
								(a-b)	

⑫ 정산법인명

3. 정산서

① 년 월 일 : 정산서 발행일자 표시.

② 출하자명 : 도매시장법인(공판장)에 농산물을 출하한 주체명 기재.

- 농협을 통한 공동출하인 경우 농협 명칭, 개인출하인 경우는 개인명, 영농조합법인인 경우는 영농조합법인명 등.

③ 주 소 : 출하자 주소 표시.

④ 판매원표 번호 : 출하품 판매내역을 구분하기 위한 일련 번호.

⑤ 판매원표에 연결되는 경매번호.

⑥ 판매내역 : 출하된 농산물의 판매된 내용을 항목별로 기재.

- 품목, 품종, 단량(kg), 포장재, 등급, 수량, 단가 기재.

⑦ 판매금액 : 판매수량 × 단가

⑧ 소 계 : 판매내역의 수량 및 금액 합계.

- ⑨ 공제내역 : 농산물 판매를 위해 발생한 상장수수료, 운임선급금, 하역·선별비, 쓰레기유발부담금 등의 비용을 공제한 내역과 포장재지원금내역 기재.
- ⑨-1 : 기타항목
- ⑩ 송금내역 : 법인(공판장)등 이 농산물 판매대금을 출하자의 온라인구좌로 입금시킨 경우 송금할 은행명, 계좌번호, 예금주명 기재.
- ⑪ 차감잔액(a-b) : 판매금액에서 공제내역계를 계산하고 남은 잔액.
- ⑫ 정산법인명 : 정산법인 상호명 표시 란.
- ※ ⑥ 항목은 농수산물 표준코드(농림부 : '98.12 제정)를 기준으로 기재.

4. EDI시스템의 기대효과

- EDI를 사용시에 이용자들은 표준화된 전자문서를 사용함으로써 생성되는 이점과 정보 통신을 활용해 전자적으로 문서를 교환함으로써 발생하는 이점 등의 기대효과가 있음.
- 먼저 표준화된 전자문서 사용에 따른 기대효과는 다음과 같음.
 - 데이터 입력 횟수의 감소, 데이터 오류의 감소.
 - 데이터의 자동 비교 및 오류 검출, 업무능률의 향상.
 - 데이터 입력 인원의 감소.
 - 온라인 데이터베이스 유지, 데이터의 관리 및 보관이 용이.
 - 신속한 경영관리 자료 생성.
 - 거래상대방과의 관계 증진 및 신뢰성 유지.
 - 원가 절감, 국가경쟁력 강화.

- 다음으로 전자적인 문서통신에 따른 기대효과는 다음과 같음.
 - 데이터의 신속한 교환.
 - 우편이나 운송서비스의 불필요.
 - 여러 거래자들에 대한 업무의 통일화 및 단순화.
 - 생산주기의 단축, 적정 재고량의 감소.
 - 고객에 대한 신속한 대응으로 서비스 향상 및 판매증가.
 - 경쟁사에 대한 비교우위.
 - 원가절감.

- 이러한 EDI의 이점을 농업부문에 이용했을 때의 기대효과는 다음과 같음.
 - 적절한 정책 수립 및 정확한 유통정보 제공으로 농산물의 흐름을 쉽게 파악하여 유통 및 수급조절이 가능함.
 - 이는 예상수확량, 재고량 파악 등을 통한 효과적인 수입정책 수립이 가능하고 출하조절, 재고량 파악, 가격안정 등 유통정책 수립에 기여할 수 있음.
 - 그리고 생산농가 소비자 등의 유통주체들에게 정확한 유통정보를 제공할 수 있을 뿐 아니라 작목선택, 예상수확량 등 각종 생산계획 수립에 기여하는 효과가 있음.
 - 시간 및 비용 절감, 이는 재입력의 생략으로 인한 오류 방지 및 비용 절감이라는 순기능이 기대되며 그 밖의 서류전달시간의 단축, 입력 및 처리시간의 단축, 정보수집 및 상업거래비용의 절감 및 업무추진 비용 절감과 업무.
 - 처리를 위한 거래업체 방문을 지양할 수 있다는 효과가 있음.
 - EDI 도입에 따른 업무처리 개선을 수행하여 업무처리절차를 개선할 수 있음. 이는 직원별 개인 생산성 향상 및 보다 정확한 정보관리가 가능해짐.

- 국외자원에 대한 저렴하고 신속한 정보수집으로 국외자원의 용이한 활용이 가능해 짐. 이는 국외기관과의 업무처리에 소요되는 시간 및 비용절감을 기할 수 있음.
- 유관 EDI망과의 연계를 통한 정보의 공동활용을 촉진할 수 있음. 이는 세무, 무역, 금융 등 관련 EDI망과의 연계 및 관련업체간의 정보의 공동활용이 가능하게 됨.
- EDI시스템 도입의 경제적 효과를 기대할 수 있음. 이는 업체 내·외의 효율성 제고를 통해 비용절감 효과를 기할 수 있음.
- 특히 앞에서 살펴본 기대효과를 바탕으로 부락내 공동작업의 합의 형성이 가능함으로써 지역 농작업의 공동관리와 각종 생육진단 시스템에 근거한 기술정보에 의하여 재배관리에 요하는 노동시간의 단축과 품질관리의 향상에 기여하며, 작물의 피해방지나 수자원 공동관리, 농업기계시설의 공동이용 등의 지역자원의 유용한 활용효과를 가짐.
- 그리고 최적생산 및 출하계획정보의 활용에 따라 생산코스트의 절감은 성과가 그 자체로 생산자에게 환원될 뿐만 아니라 경쟁상대의 산지 및 시황정보는 시장경쟁력을 강화하게 됨.
- 또한 영농정보 시스템을 이용함으로써 농가의 의견 등이 축적되어 제공 정보에 반영되므로 각종 농업시책, 농작업의 수위탁 등 지역농업 운영에 관한 합의 형성과 지역의 일체감, 주민의 참여의식을 고양하는 커뮤니케이션 형성의 효과를 가짐.
- 마지막으로 다양한 분야에서 지역의 특성을 가미한 정보활동을 하게 됨에 따라 지역의 진흥 뿐만 아니라 생산자의 기술수준 향상과 고도의 생산성 향상을 가져와 국제적인 경쟁우위를 확보하는 효과도 기대할 수 있음.

5. EDI시스템의 지원방안

- EDI시스템의 효율적인 운영을 위해서는 기반의 구축부터 운영에 관한 소프트웨어적인 측면의 강화 등 많은 부분에서의 지원이 필요함.
 - 특히 EDI시스템을 운영하기 위한 인프라 구축은 무엇보다 중요하다고 하겠음.
- EDI체계의 효율적인 구축을 위해서 구축비용이 적고 효과가 큰 부분부터 단계적으로 개발하고 법적인 문제가 적은 업무부터 단계적으로 EDI화 하는 것이 효율적인 방법이라 할 수 있을 것임.

가. 기반시설 지원

- EDI는 전자적인 성질을 이용하여 정보를 주고받음으로서 시간과 비용을 절약할 수 있는 시스템임. 그렇다면 무엇보다 그러한 정보를 용이하게 전달할 수 있는 체계의 구축이 중요할 것임.
- 그러기 위해 먼저 정보전달라인에 관한 지원이 필요할 것임.
 - 이는 곧 통신망의 구축임.
 - 국내외 표준규칙을 수용한 개방시스템(OSI)을 구축하고 회선의 안정성 및 신뢰성을 확보하는 것이 무엇보다 중요한 지원시책이라 할 수 있음.
 - 그리고 통신망의 구축시 구조를 단순화하여 운용 및 관리 그리고 확장에 용이하도록 하는 것이 효율적인 지원책중 하나일 것임.
- 기반시설의 지원에 관해 살펴보면 다음과 같음.
 - 통신망 구축방향.
 - 국내외 표준규격을 수용하여 개방시스템을 구축.

- 특정사업자에 종속된 시스템은 지양.
- 통신회선 및 통신시스템의 안정성 및 신뢰성 확보.
- 통신망 구조를 단순화하여 망 운용, 관리 및 확장이 용이하도록 함.
- 기존의 공중통신망(기간통신사업자) 또는 VAN망(일반망사업자) 등의 물리적 망을 최대한 활용.
- 농산물 물류 EDI의 참여를 유도하기 위해 다양하고 용이한 망 접근 방법을 사용자에게 제공.
- 문서당 전송비용을 최소화하도록 설계하여 장기적 운용비용과 사용자 부담을 최소화함.

나. 통신망 구성방향

- 중앙집중방식의 농림수산 EDI/EC지원센터 설치.
 - EDI 중계센터(Clearing Center)로서의 역할.
 - EDI문서중계, 보관 및 인증.
 - 소규모기관을 위한 변환 대행 서비스.
- 물류업체의 EDI 자체 물류망 구성 지양.
 - 초고속국가정보통신망, 공중데이터통신망(PSDN), 공중전화통신망(PST N) 등을 이용한 논리적 EDI구성.
 - 정부EDI/EC지원센터는 초고속통신망을 물류업체는 초고속통신망, PSTN 또는 PSDN을 사용.
 - 업체는 기존 VAN(또는 인터넷망)을 이용하여 문서교환 수행.
- 다양한 통신망과의 연동.
 - 무역망, 보험망, 은행망, 관세망 및 민간 VAN 등과의 연계.
- 인터넷을 통한 EDI 문서교환 수용으로 문서 전송비용 절감.

다. 보안시스템 구축

- EDI 보안은 관리적, 물리적, 기술적 보안 모두를 고려해서 지원.
- 관리적 보안을 위해 물류EDI 관리기관은 EDI 시스템 전체에 대한 보안정책을 수립하여 보안지침서를 작성하고 위험분석 등을 수행.
- 시스템 접근통제 등의 물리적 보안은 송수신자 시스템 및 EDI 통신망부문에 있어서 각자 수행하는 것을 원칙으로 하나, EDI보안시스템에서 제공되는 보안서비스를 적절히 이용하여 이에 대한 대책방안도 강구해야함.
- 농산물 물류EDI는 다양한 통신망을 통해 접근 가능해야 하므로 EDIF-ACT에서 End-to-End방식의 보안서비스를 원칙으로 하고 송수신 시스템에 EDI보안 게이트웨이를 둠.
- 농산물 물류 EDI에서 고려할 위협요소는 물리적 결함 또는 제3자에 의한 고의적·불법적 메시지 변경, 메시지 유실 및 재전송, 메시지 누설, 위장, 메시지의 송수신 부인 등으로 정의하고, 이에 대비하기 위해 메시지 순서 무결성과 메시지 내용 무결성, 메시지 발신처 인증, 발신 부인 봉쇄 및 수신 부인봉쇄, 메시지 기밀성, 키관리 등의 보안서비스를 뒷받침하여야 효율적인 방안을 강구할 수 있음.

라. 보안시스템의 단계적 구축방안

- 기술적 보안
 - 인터넷 EDI 보안 구축 단계는 현재 널리 이용되고 있는 PGP와 PEM의 장점을 살려 보안 S/W를 개발하고 EDI보안의 필요성 및 효과, 문제점을 검토하는 등 보안 시스템의 시범적 도입이 강구되어야 함.

- 시범적인 인터넷 EDI보안시스템 도입경험을 바탕으로 한 농산물 물류 EDI환경에 적합한 보안시스템 개발이 지원되어야 함.

○ 관리적·물리적 보안

- 보안정책을 수립하고 이에 따른 보안관리 지침서 작성.

마. 목표 시스템

○ 정부 EDI/EC지원센터 또는 VAN에서는 유통업체에 표준 데이터베이스를 다운로드하여 사용할 수 있도록 지원해야 함.

○ 자체 변환 S/W를 구축하여 메시지를 변환하거나 자체 변환 S/W가 없을 경우 정부EDI/EC지원센터 또는 VAN업체의 변환서비스도 이용할 수 있도록 지원해야 함.

○ 정부 EDI/EC지원센터에서는 표준 데이터베이스 시스템 구축 및 변환시스템의 대행서비스 및 호스트급의 중계서버 설치로 여러 통신망을 지원할 수 있어야 함.

- 그리고 앞서서도 강조한 보안서비스의 기능 강화 및 중계서비스의 지원을 강화하도록 해야함.

- 특히 중계서비스 기능의 강화는 전자문서교환 및 망간연동을 통하여 농산물 유통업체간의 전자문서 교환을 지원하고 전자문서 교환시 필요한 Yellow Page서비스도 제공하여야 함.

- 그리고 BBS를 통한 품목, 가격정보 등의 부가적 정보를 제공하여 활발한 기능을 발휘할 수 있도록 해야 할 것임.

○ 앞서서 기술된 EDI체계의 구축과 함께 지역정보시스템이 구축되면 이미

각 기관별로 구축된 바 있거나 확장 구축중인 분야별 정보시스템은 유사한 데이터베이스들을 통합하여 시스템간 연계가 이루어져야 함.

- 이로써 지역농업시스템의 지역별 분산 네트워크시스템을 전국적으로 일관된 정보 네트워크시스템으로 통합하여 어떠한 이용자도 어떤 장소의 기관에 있는 자료와 응용프로그램을 신속하게 이용할 수 있도록 하는 것이 최종 목표임.

- 그러한 점을 염두에 두고 농업정보의 이용극대화를 위한 활성화방안에 관한 지원책에는 어떠한 것이 있는지 살펴보도록 하겠음.

- 농업정보이용의 활성화를 위한 농업정보에 대한 요구의 특성은 생산·경영으로부터 출하·판매까지 다양한 국면에 있으므로 제각기 필요한 정보의 내용이 다르고 구하려는 서비스도 다양함. 그리고 다양한 작목과 함께 지역이나 자연환경의 영향을 받기 쉬우므로 필요한 정보에도 지역성과 계절성이 있으며 지역내에서도 선진 농가로부터 겸업농가까지 다양하고 농민에서부터 농업정책분석가까지 요구하는 정보의 질에도 차이가 있음.

- 그러므로 이에 대응할 수 있는 정보시스템의 구축방안이 지원되어야 할 것임.

- 특히 EDI시스템으로 인한 물류정보체계의 구축에는 정보제공이 더욱 용이하게 제공되어야 하는 지원방안이 필수적이라 할 수 있음.

- 정보의 이용에는 크게 2단계의 작업이 있음.

- 첫째, 방대한 정보 중에서 이용자가 필요한 정보를 선택하고 획득하는 단계이며,

- 둘째, 획득한 정보를 이용하여 문제를 해결하는 의사결정단계임.

- 이러한 정보의 제공에 있어서 가공여부에 따라 단순한 편집정보는 관련기관이나 행정기관의 전형적인 일상업무의 결과로 산출된 정보로 시계열 또는 횡단자료의 형태로 제공하는 것이 바람직함. 예를 들면 도

매시장 정산자료의 경우 지역별, 집하장별, 개인별 등의 대비 일람표로서 제공하는 경우임.

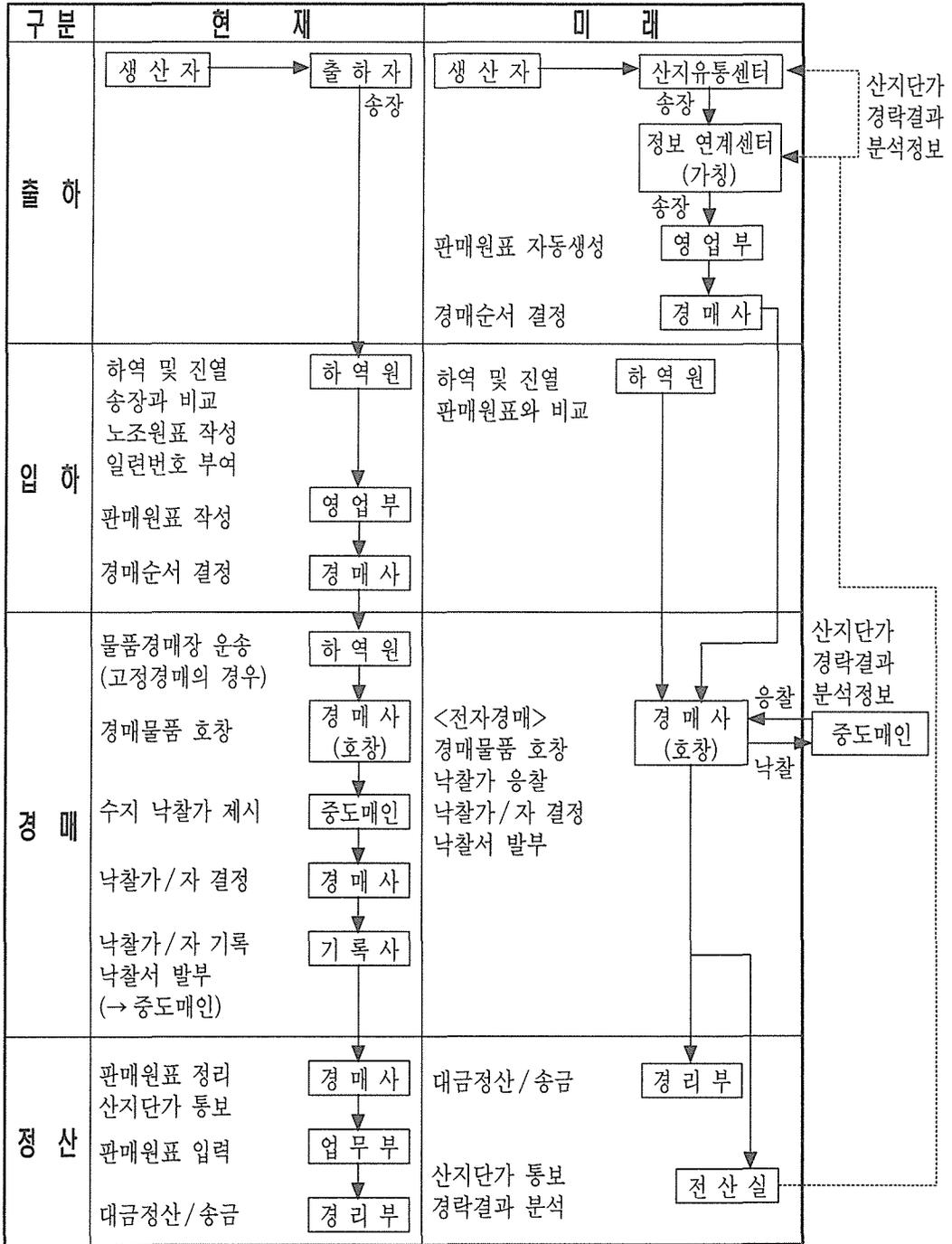
- 1차가공 편집자료는 원자료를 단순히 기계적인 연산처리에 의해 가공하여 이용하는 경우로서 농업정보의 활용패턴에 따라 가공하여 제공하게 됨. 예를 들면 매매정보, 출하정보, 농가소득 및 개별 경영자료의 지역 평균치 등의 사례로 들 수 있음.
- 여기서 이용되지 않은 정보 특히 영농기술정보에 대한 비활용사례는 분명한 정보전달 수단이 없거나 필요한 정보입수의 어려움이 현실적인 문제가 되는 경우가 많은데 이는 기존자료의 수집조사체계의 조정이 선결되어야 함.
- 그리고 제공되는 정보는 다양한 형태로 정보의 질과 신뢰성이 보장될 수 있어야 함. 특히 제공시간이 실시간을 지향하여야 가치있는 정보로서 최종적으로 정보수요자에게 높은 부가가치를 줄 수 있음.

6. EDI시스템과 도매시장 유통정보화¹⁾

가. 전체 정보구성도

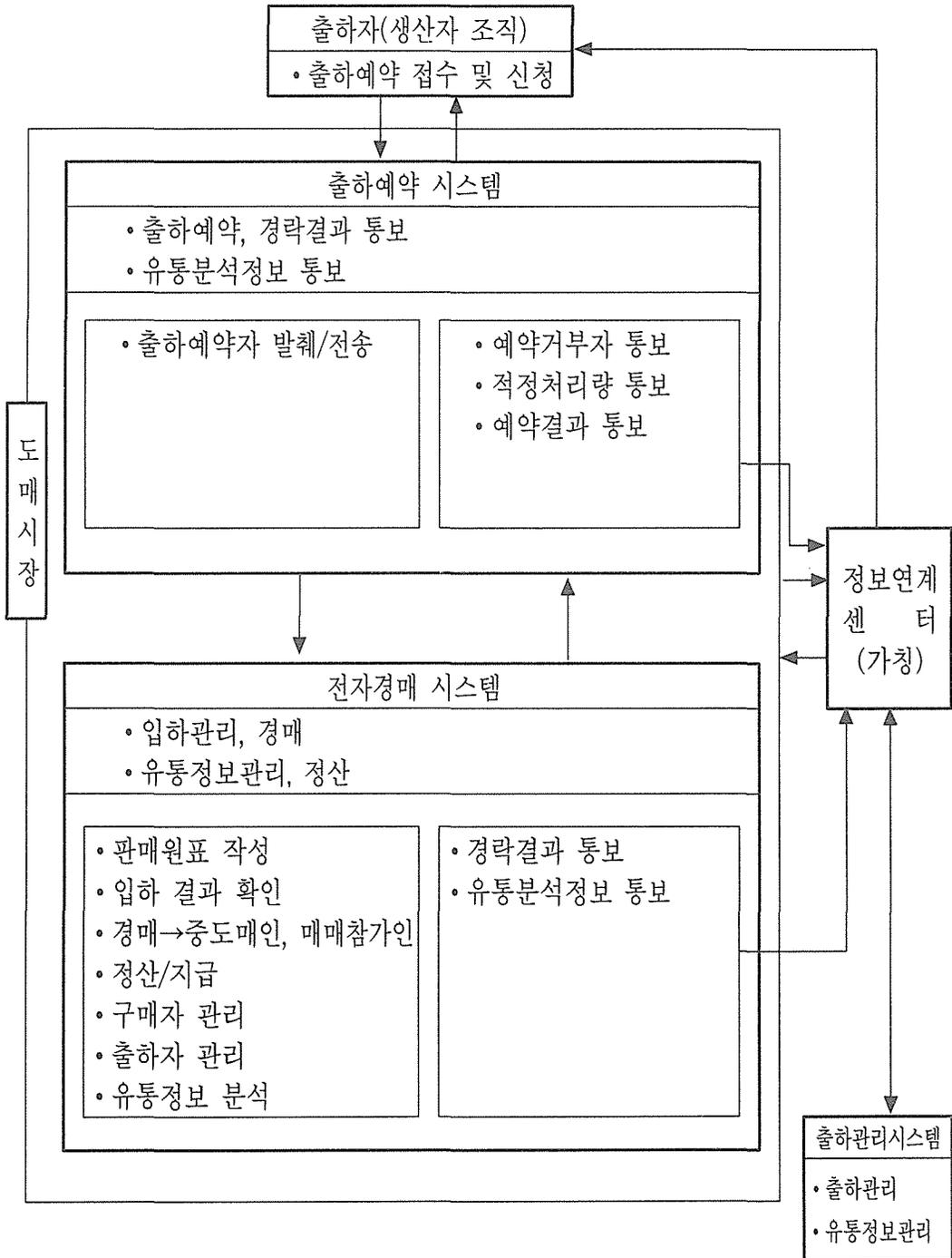
- 위한 방안으로는 크게 출하예약시스템과 전자식경매시스템으로 나눌 수 있음.
 - 출하예약시스템은 출하관리 역할을 담당하고, 전자식경매시스템은 입하관리, 유통정보관리, 경매, 정산의 역할을 담당함.

1) 정찬길 외, 「도매시장의 정보화 방안」, 『식품유통연구』 제16권 제2호, 한국식품유통학회, 1999.8.



자료 : 정찬길외, 「도매시장의 정보화 방안」, 『식품유통연구』 제16권 제2호, 한국식품유통학회, 1999.8. p.29로부터 재작성.

<그림 Ⅵ-2> 도매시장 유통정보화를 위한 정보구성도



<그림 VI-3> 출하예약체계도

나. 출하예약시스템

1) 업무흐름

- 출하예약시스템은 출하관리시스템을 통하여 유통정보를 분석하고 출하예약이 접수되면 이들 자료를 가지고 예약거부자, 적정처리량, 예약결과 등을 통보한 후 출하예약이 승인된 출하자에 대한 정보를 전자식경매시스템으로 전송하여 입하자료로 활용하는 업무흐름임.

2) 기 능

- 출하예약시스템의 기능은 크게 출하예약, 경락결과통보, 유통정보통보로 분류할 수 있음.
 - 출하예약단계에서는 도매시장법인별 일일 적정처리예상량 정보를 전자식 경매시스템으로부터 전송 받아 정보연계센터(가칭)로 전송하여 출하자 출하시 출하조정 요청자료로서 활용(적정처리량 통보), 출하예약 신청을 하고서도 출하를 하지 않은 자, 기타 불량거래자에 대한 정보를 정보연계센터에 통보하여 출하에 불이익 부여(예약미준수자 통보), 송장 EDI문서 접수(출하예약), 출하예약자의 불량거래자 여부 등의 검증(출하예약자 검증), 출하예약이 승인된 출하자에 대한 정보를 “전자식 경매시스템”으로 전송하여 입하자료로 활용(출하예약자 발취/전송) 등의 기능을 담당함.
 - 경락결과통보단계는 경락결과 및 정산결과를 전자식 경매시스템으로부터 전송받아 정보연계센터(가칭)를 통해 각 출하자(농산물 산지유통센터)에게 통보하는 기능을 가지고 있음.
 - 유통분석정보통보단계는 도매시장 경락정보, 시황정보 등 도매시장 유통정보를 전자식 경매시스템으로부터 전송받아 정보연계센터(가칭)를 통해 출하자(농산물 산지유통센터) 및 시장에 전송하는 기능을 담당하고 있음.

- EDI 표준대상서식은 송장, 정산서, 지급지시서, 출금통지서, 세금계산서, “농산물산지유통센터”와 교환하는 유통정보가 필요함.

〈표 Ⅵ-4〉 출하예약시스템의 분류별 기능

대분류	중분류	기능
출하예약	적정처리량 통보	• 도매법인별 일일 적정처리예상량 정보를 “전자식 경매시스템”으로부터 전송받아 정보연계센터(가칭)로 전송하여 출하자 출하시 출하조정 요청자료로서 활용.
	예약미준수자 통보	• 출하예약 신청을 하고서도 출하를 하지 않은 자, 기타 불량거래자에 대한 정보를 “정보연계센터(가칭)”에 통보하여 출하에 불이익 부여.
	출하예약	• 송장 EDI문서 접수.
	출하예약자 검증	• 출하예약자의 불량거래자 여부 등의 검증.
	예약결과	• 출하예약 결과(출하일시, 출하처등) 통보.
	출하예약자 발취/전송	• 출하예약이 승인된 출하자에 대한 정보(송장)를 “전자식 경매시스템”으로 전송하여 입하 자료로 활용토록 함.
경락결과 통보	• 경락결과 및 정산결과를 “전자식 경매시스템”으로부터 전송 받아 “정보연계센터(가칭)”를 통해 각 출하자(농산물 산지유통센터)에게 통보.	
유통분석 정보통보	• 도매시장 경락정보, 시황정보 등 유통정보를 “전자식 경매시스템”으로부터 전송 받아 “정보연계센터(가칭)”를 통해 출하자(농산물 산지유통센터) 및 시장에 전송.	

자료 : 앞의 논문, p.33.

다. 전자식경매시스템

1) 업무흐름

- 전자식 경매시스템은 출하예약시스템으로부터 통보된 정보를 기초로 판매 전표를 작성하고 입하결과를 확인한 후 전자식경매를 통하여 낙찰자 결정 및 낙찰서를 발급하고 경매결과에 따라 정산한 후 유통정보를 분석하는 업무흐름임.

2) 기 능

- 전자식 경매시스템의 기능은 입하관리, 경매, 정산, 유통정보관리로 크게 4개로 분류할 수 있음.
 - 입하관리는 출하예약 결과를 기초로 입하내역 등록 및 판매원표 작성(판매원표 작성), 경매순서 결정, 입하내역 확인 및 조정, 경매순서 조정(입하결과 확인)의 기능을 담당하고 있음.
 - 경매는 전자식경매를 실시하고 낙찰자 결정 및 낙찰서 지급 등의 기능을 담당하고 있음.
 - 정산은 경매결과에 따라 정산 및 지급, 종합계산서 및 정산서지급, 경매결과 출하예약시스템에 전송 등의 기능을 담당하고 있음.
 - 유통정보관리는 중도매인 및 매매참가자관리·중도매인 및 매매참가자 한도액관리·중도매인 및 매매참가자 구매패턴 관리·거래불량자관리(구매자관리), 출하자 일반현황관리·출하자패턴관리·불량거래자 관리(출하자관리), 일일시황관리·일일 거래동향분석관리·산지별/품목별/출하주별 입하/경매결과 내역관리·타법인/타시장 입하정보 및 거래정보관리(유통정보분석) 등의 기능을 담당하고 있음.

<표 Ⅵ-5> 전자식 경매시스템의 분류별 기능

대분류	중분류	기 능
입하관리	판매원표 작성	• 출하예약 결과를 기초로 입하내역 등록 및 판매원표 작성
	입하결과 확인	• 경매순서 결정 • 입하내역 확인 및 조정, 경매순서 조정
경매	경매	• 전자식경매 실시 호창 • 중도매인 응찰기로 응찰금액 수신 • 낙찰금액 및 낙찰자 결정 • 낙찰자 결정 및 낙찰서 발급
정산	정산/지급	• 경매결과 정산 및 지급 • 종합계산서 및 정산서 발급 • 경매결과 “출하예약시스템”에 전송
유통정보 관리	구매자관리	• 중도매인 및 매매참가자관리 • 중도매인 및 매매참가자 한도액관리 • 중도매인 및 매매참가자 구매패턴 관리 • 거래불량자관리 등
	출하자관리	• 출하자 일반현황관리 • 출하자패턴관리 • 불량거래자 관리
	유통정보분석	• 일일시황관리 • 일일경락정보관리 • 일일 거래동향분석관리 • 산지별/품목별/출하주별 입하/경매결과 내역관리 • 타법인/타시장 입하정보 및 거래정보관리

자료 : 앞의 논문, p.35.

라. 대상 도매법인 선정

- 거래규모가 커 정보화의 가시적 효과가 큰 가락시장의 도매법인들과 지방 도매시장의 법인중 우수한 업체들을 대상으로 평가를 실시하여 선정함.

- 평가기준은 산지로부터의 물량집하(집하활동 실적, 출하장려금 운영실적, 기타 출하자에 대한 서비스 제공 등), 공정거래(상장경매율, 유통정보 제공, 판매원표 정정실태 등), 경매불신 해소 및 효율화(규격출하 유도, 기타 경매불신해소 노력 등), 하역업무 효율화 노력(하역자동화, 쓰레기 감량 등), 업무 개선 및 효율화를 위한 전산화 등을 기준으로 함.
- 이를 위해 농림부의 “2000 농산물 도매시장 평가결과”를 기초로 농림부와 협의하여 추진대상법인을 선정함.

마. 우선추진 대상품목 선정

- 단계적으로 전자식 경매로 전환하기 위해 등급화 및 규격화가 어느 정도 이루어져 있고, 거래물량이 많은 과실류를 우선 실시하고 점차 대상품목을 확대함.

바. 업무분석 및 표준업무시스템 개발

- 선정된 도매법인들을 대상으로 정보화 현황 및 업무조사를 실시하고, 전자식 경매에 필요한 응찰방식(상향식 또는 하향식)을 결정함.
- 전자문서 표준협의체를 구성.
 - 현재 각 유통주체별로 각각 작성하여 사용하고 있는 송장, 정산서 등에 대한 전자문서 표준안 작업을 위해 농림부를 중심으로 한 표준협의체를 구성하여야 함.
 - 그리고 목표시스템 표준모델을 도출함.

7. EDI시스템과 농산물 출하관리

- 적절한 정책 수립 및 정확한 유통정보 제공.
 - 농산물의 흐름을 쉽게 파악할 수 있어 유통 및 수급조절 가능.
 - 예상수확량, 재고량 파악 등을 통한 효과적인 수입정책 수립 가능 등.
 - 출하조절, 재고량 파악, 가격안정 등 유통정책 수립에 기여.
 - 생산농가, 소비자 등 유통주체들에게 정확한 유통정보 제공 가능.
 - 작목선택, 예상수확량 등 각종 생산계획 수립에 기여.
- EDI시스템은 도매시장법인 및 농협등 각 유통주체들에게 있어서도 업무적으로 필요성을 매우 크게 느끼고 있음.
 - 재입력 생략으로 인한 오류 방지 및 비용절감.
 - 서류전달시간 및 입력/처리 시간 감소와 정보수집 및 상업거래비용 절감.
 - 업무추진 비용 절감 및 업무처리를 위한 거래업체 방문 지양.
 - 업무처리절차 개선.
 - EDI도입에 따른 업무처리 개선 수행.
 - 직원별 개인 생산성 향상 및 보다 정확한 정보관리 가능.
 - 업체 내·외의 효율성 제고를 통한 비용절감 효과.
- EDI시스템이 정착되면 거래의 투명성 확보로 과거와 같은 불공정거래는 거의 사라질 것으로 보임.
- 농업정보화는 단계적인 목표를 가지고 순차적으로 실시.
 - 1단계 기본 정보화 → 2단계 전자경매 도입 실시 → 3단계 정보화 실시.
 - 현재 추진되고 있는 정보화의 실체는 시장내 EDI시스템 데이터베이스화

에 대한 개념파악이 부족하여, 정보화를 시행하기 위한 기반 구축이라는 측면보다는 지나치게 전자경매만을 목표로 하고 있는 듯한 인상을 실무자에게 주고 있음.

- 그러나 전자경매의 도입 및 실시는 1단계 기본 정보화를 기초로 하여, 3단계인 정보화의 전면적인 실시로 가기 위한 중간단계라는 측면에서 시장내 유통주체들의 인식전환과 홍보가 필요함.

- 농협, 도매시장관리공사, 도매시장법인, 생산자간 EDI시스템 적용시 통일된 규정을 적용하기 위한 비정기적 협의위원회 설치의 필요성.
 - 급격히 변화하는 시장내의 거래 내용을 정보화에 반영하기 위해서는 새로운 내용의 추가가 필요할 때마다 시급히 반영되어야 할 것임.
 - 품목, 품종 등 거래여건의 변화에 따른 각 유통 주체간의 공통된 기준을 마련하기 위해서는 다양한 논의가 현실적으로 반영될 필요가 있음.

가. 현실적인 문제점

- EDI에 대한 인지도가 전반적으로 낮아 사업활성화가 부진.
 - 문서업무에 대한 기존관행 고수 및 종이문서 선호의식 등이 계속 상존.
 - EDI 도입으로 인한 업무의 편의성 및 유용성보다는 비용에 대한 부담, 개발전문가의 부족 등이 더 커 도입이 지연되고 있음.
- 물류업체간 자료 및 정보교환·공유를 통해 물류의 흐름을 종합적으로 조절할수 있는 정보망의 부재.
- 농협의 경제사업수행능력의 미비.
 - 지역농협의 정보화 수준 미비.

- 지역농협의 경제사업 수행능력 부족.
 - 현재의 단위조합 공동사업의 경우에는 대부분 수송작업의 단순대행에 불과한 실정임.
- 지역농협의 생산자 또는 생산자단체에 대한 신뢰도 미약.
- 농림부문의 정보환경 조성이 전반적으로 매우 미약한 상태임.
 - 정보화 기반시설의 빈약, 정보화사업자들의 부족 및 EDI 개발 등의 경험 부족.
 - 농협, 작목반등 산지의 정보화 기반 구축 미비.
 - 생산자 및 농수산물 유통관련 업체의 정보마인드 부족.
- 산지와 도매시장을 연결하는 통신망 개발.
 - 산지 생산자단체(농협 등)와 도매시장을 연결하는 통신망의 개발.
 - 유통주체간의 통일된 기준 제정 필요.
- 표준화된 기준 서식의 제정에도 불구하고 사용상의 어려움으로 사용하지 않고 있음.
 - 도매시장법인간에도 서식상 항목의 차이가 존재하고 있음.
 - 도매시장법인별, 농협별 코드 및 서식, 항목의 차이 존재.
 - 현재는 농림부와 각 도매시장법인이 구체적인 항목을 연계해서 사용하고 있음.
- 정보 활용을 위한 S/W, PC 등의 보급이 낮고, 전산담당자 업무처리 미숙 및 생산자의 노령화로 PC 조작이 어려움.
 - PC 보급률 : 포장센터 77.8%, 저온저장시설 50.8%, 도매시장 76.8%, 생산 농가 24.2%.

- 선별, 포장, 등급화의 미비 또는 상품변질의 경우 경매시 가격조정문제로 리얼 타임 송신의 어려움이 있음.

나. 실시방안

- 산지농협이 주체가 되는 산지정보화 추진.
 - 산지정보화를 촉진하기 위한 산지농협의 적극적인 노력과 산지 정보 수집, 생산자와의 정보 공유 및 공급 능력 제고.
 - 농협정보망을 통한 산지정보수집은 현실적으로 가장 접근하기 쉬운 방법일 것이라고 생각됨.
 - 농협을 통한 계통출하가 증가하기 때문에 현실에 맞는 농업관측을 하기 위해서는 농협과 생산자단체가 연계하여 작성하는 것이 바람직할 것임.
 - 실질적인 공동출하의 개념으로 생산에서부터 정산까지 농협의 적극적인 개입이 필요.
- 산지 농산물 수집을 위한 데이터 프로그램 개발 및 산지보급.
 - 정산, 작황, 재배면적, 품목 등.
- 도매시장과 생산자간 통신망 구축.
 - 인터넷을 통한 도매시장과 생산자간의 통신망은 기반시설의 미비로 원활한 이용이 현실적으로 용이하지 않음.
- 코드번호(법인별, 농협별, 품목별), 문서서식(송품장, 낙찰명세서, 정산서)등의 통일된 규정이 필요함.
- EDI시스템 구축에 따른 기반 정비 사업을 중심으로 한 도매시장법인에 대

한 평가 및 인센티브 제공.

- 정보화를 위한 기본시설이 제대로 준비되고 있는지를 점검하고 점수화하여 평가점수에 반영하도록 함.

○ 각 도매시장법인별 홈페이지 활용의 활성화.

- 현재에는 생산농가의 PC보급율이 24.2%로 낮은 편이나 점차 농가의 PC 보급이 증가하고 있는 추세이므로 PC를 이용하여 각 도매시장법인의 홈페이지에서 다양한 정보를 이용 또는 활용할 수 있음.

○ 증권회사와 같이 다양하고 수많은 자료를 가공할 수 있는 능력이 부족하여 생산된 자료를 제대로 이용하지 못하는 경우가 많음.

- 농협이나 농수산물유통공사, 농림수산정보센터의 활용 및 도매시장 자료 가공능력의 배양.

○ EDI 시스템이 전면적으로 도입되어 활성화되기 위해서는 농산물의 표준화, 등급화, 포장화 등 단시간내에 충족되기 어려운 전제조건이 많이 있음. 따라서 EDI시스템을 도입하여 현실적으로 업무의 효율화, 신속화를 추구하기 위한 실시가능한 방안을 우선적으로 선택하여 시행하는 것이 좋을 것임 (예 : 산지출하단계에서 출하신고용 개인단말기를 통한 물량 및 등급 신고).

빈 면

Ⅶ. 선진국의 도매시장 출하관리 실태

1. 일 본

가. 청과물의 출하실태

- 일본의 청과물 유통체계는 시장유통과 시장외유통으로 나누어짐. 시장유통은 도매시장을 경유하는 형태이고, 시장외유통은 도매시장을 경유하지 않는 유통체계임. 대체로 도매시장 유통비중이 80%정도임. 그 이유는 신선농산물 수요가 많고 생산규모가 영세하여 수집, 분산을 위해 도매시장이 필요함.

도매시장 경유과정은 생산자 → 출하단체(농협) → 도매시장(도매회사) → 소매업자 → 소비자 경로와 수입업자 → 도매시장(도매회사) → 소매업자 → 소비자의 경로임.

- 그 외의 시장외유통은 생산자 → 소비자 경로로서 노천시장, 차량행상, 택배, 생산자 → 출하단체(농협) → 가공업자, 생산자 → 출하단체(농협) → 소매업자 → 소비자로서 농협이 계약에 의해 생산자로부터 수집하여 수퍼 등 대량소매업자에 판매, 생산자 → 출하단체(농협) → 집배센터 → 소매업자 → 소비자로서 집배센터는 전농이 운영. 그리고 수입업자 → 소매업자 → 소비자의 경로가 있음.

산지유통은 집출하단체(농협), 집출하업자 그리고 산지집하시장에 의해 이루어지고 있으나 산지집출하단체의 출하비율이 60~70%를 차지하여 산지 출하가 주도적인 역할을 수행함. 집출하단체는 생산자로부터 판매위탁을 받아 출하하는 종합농협, 전문농협, 영농조합법인을 말함.

- 전농집배센터를 통한 농산물경유물량은 증가하였으나 최근 감소경향임. 그 이유는 초기에 집배센터에서 소분포장품 유통, 예약상대거래 등으로 늘어났으나 최근에는 도매시장에서도 소분포장, 예약상대거래 기능을 하고 있으며 도매시장간 경쟁이 치열하여 물량유치에 힘을 쓰기 때문임.

나. 청과물 유통체계의 재편

- 80년대 중반이후 청과물 유통은 크게 변화되고 있음. 특히 도매시장기능이 현저하게 변화되고 있으며 도매시장 유통량 감소와 경유율의 저하, 거래방법이 변화되고 있음.
- 85년 이후 수입 청과물의 증가, 국내생산의 감소와 농협 합병에 의한 출하단위의 대형화로 출하시장수의 축소, 소매상 구조 재편에 의한 수퍼 등의 대량 소매 기관이 크게 확산, 가정구입량 감소와 외식소비 증가에 따라 업무수요의 확대와 정보시스템화의 급격한 발전.

1) 도매시장변화

- 일본의 청과물 도매시장은 98년 현재 중앙도매시장이 56개시에 72개소, 지방도매시장 804개소, 기타 소도매시장이 257개소가 있으나 점차 지방도매시장이 중앙도매시장으로 합병되고 중앙도매시장도 합병을 통해 규모화되

고 있음.

- 도매시장 유통의 후퇴와 다양한 유통채널인 시장외유통이 성행하고 수입청과물 증가. 유통채널의 다원화로 채널간 경쟁치열, 특히 기존의 수집, 중계, 분산과정이 변화되고 있음.
- 도매시장간, 도매업자간 거래물량, 거래금액의 차이가 심해져서 대규모 거점시장, 대규모 도매업자에 집중되고 있음. 대규모 산지에서 거점시장에 출하를 집중화함으로써 거점시장에서 중소도매시장으로 전송량이 늘어나고 있음. 거래방식도 위탁, 경매방식이 약화되고 예약상대거래가 확산되고 도매시장 유통담당자인 도매업자, 중도매업자의 경영이 악화되고 있음.
- 중앙도매시장 청과물 집하권이 광역화되고 분산권도 확대되어 산지와 소비지 관리가 광역화됨.
- 도매시장의 기능변화가 일어나고 있음. 국내생산의 감소와 산지의 대규모화, 원거리화로 대규모산지의 출하품목수는 축소되고 출하규모는 대형화되어 출하자의 가격요구요청과 출하처의 집약화를 강화하고 있음.

2) 소매·소비의 변화와 도매시장 기능변화

- 도매시장이 수퍼판매를 확대하기 위해 판매기능을 강화하고 있음. 특히 수퍼판매를 위해 중앙 도매시장의 중도매업자, 지방도매시장의 도매업자가 포장, 배송 등을 통해 서비스 기능을 강화하고 있음. 중도매업자의 영업영역 다각화와 유통의 일관된 시스템화를 위해 산지집하, 직수입, 포장·가공·배송 기능을 위한 관련 계열회사도 설립.

- 중앙도매시장의 분산권 확대로 개설구역을 초과하는 영업확대를 하고 있으며 이를 위해 거래면에서 수퍼판매를 위한 선취나 예약상대거래가 증가하고 있음.

3) 도매시장의 산지 집하구조의 변화

- 중앙도매시장의 시장점유율은 비슷하나 도매업자의 시장점유율은 특정법인에 집중하는 현상이 나타남.
- 산지구성을 보면 야채, 과일 모두 근교지역에서 공급되는 비율이 줄어들고 소비지로부터 먼 거리에 있는 산지로부터 원격지 공급이 늘어나고 있음. 이는 도로교통망의 정비, 수송기술, 상품선도유지기술이 발달되기 때문임. 또한 수입량이 늘어나고 있음.
- 도매시장의 도매업자별 출하자 구성을 보면 출하단체 출하량이 70%이상이고 부류별로는 과일이 야채에 비해 높음.
- 도매업자의 집하방법은 위탁이 85%이상이고, 수의집하가 15% 내외임. 도매업자가 출하단체로부터 위탁집하가 늘어남에 따라 출하자의 희망가격 요구 등의 형태가 늘어남. 특히 산지규모가 농협이 합병 등으로 커짐에 따라 출하단체의 희망가격 요구사항은 늘어나고 있으며 이러한 현상은 도매업자를 압박하는 요인이 되고 있음.
- 최근에는 도매업자들이 순회수집비율이 높고 집하권도 광역화되고 있음.
- 지방도매시장의 집하구조도 변화되고 있음. 지방도매시장의 확충과 그에 따른 시장통폐합으로 도매회사의 감소와 이에 따른 출하량이 감소되고 있음.

따라서 중앙도매시장으로부터 전송(轉送)비율이 늘어남. 특히 연약 야채류는 광역유통에 특화되고 있음. 지방유통의 새로운 형태로 그 지방 생산자나 생산자 그룹으로부터 직접집하, 그 고장 농협공판에 의한 계통집하, 전업농가와 고정적 계약체결 또는 그와 같은 농가를 육성조직화 하고 있음.

- 산지마케팅 전개를 위한 계통농협의 공동판매활동이 확산 정착되고 있음. 50년대부터 농협공판 3원칙 즉 무조건위탁, 평균판매, 공동계산을 기본전략으로 전국적인 규모로 집하는 일원화하고 판매는 다원화하는 목표를 추진. 생산은 농가가 하고 판매는 농협이 하는 기능분화가 정립되고 있음. 주산지를 중심으로 출하 농산물의 안정적인 공급단가를 실현하고 안정적인 출하를 위해 출하신고제를 시행하고 있음. 예컨대 진택농협은 시장에 안정적인 공급을 위해 생산자와 미리 출하량을 결정하고 출하시에 생산자로 하여금 그 수량을 신고하게 함. 무신고 출하시 생산자는 벌금을 납부해야함.

다. 도매시장의 과제

- 96년 3월에 확정된 제6차 도매시장정비기본방침(1996~2005)에서는 도매시장의 적정한 배치와 시장시설의 정비, 거래방식의 개선, 정보화시대의 적용, 수입품의 증가와 다양화에 적극적 대처, 시장관계자의 경영 근대화, 합리화를 추진한다는 것이 주안점으로 되어 있음.
- 앞으로도 도매시장은 청과물 유통의 기간적인 유통단계로서 중요한 과제를 해결한다는 것임. 즉 ① 국민에 대한 신선식료품의 안전한 공급, ② 대규모 산지나 중소규모산지, 모든 생산자에게 안정적인 출하처 제공, ③ 중소규모의 소매업자나 대량 중도매인에게 도매시장거래에 공평한 참여, ④ 국내생

산, 수입과 소매, 소비를 연결하는 정보제공기능과 거래정보의 공개, ⑤ 도매시장이 공개적인 도시하부구조로서 주민공간으로서의 역할 추구.

라. 청과물 출하관리

- 일본의 청과물 출하관리는 농정기본방향에 맞는 기본전략으로 추진되었음. 기본적으로는 고농를 생산자단체 조직의 지원육성과 기술보급 강화, 농촌 사회의 협동운동 조장으로 추진되었음. 청과물 수급조절과 가격정책은 농림수산성 주도하에 농협이 생산, 판매계획을 수립 조정하였음.
- 시장출하는 농협계통출하에 대한 우선권 특혜인정으로 계통출하비율을 제고시켜 간접적으로 개별출하를 감소시켰음. 과실 채소류의 수급안정계획을 실시하여 수급조정을 실시함. 전국농협협회의의 야채출하 조정사업은 출하협회를 통해 철저하게 추진되었음.
- 일본의 청과물 유통과정은 계획생산출하체제의 구축과 도매시장제도의 발달, 소비자 유통의 근대화를 추구한 점이다. 특히 생산출하 협회의의 운영, 가격정책과 연결. 농협 임의조합 등 출하단체를 통한 계통출하가 특징임.
 - 거래제도면에서 가공식품의 표준화, 신선식품의 규격화가 철저하며 자체 품질검사나 위생검사가 정착되었고 산지집하장, 시장시설, 예냉시설 등 유통시설이 현대화됨.
- 유통정보효율화를 위해 유통정보센터에 종합시스템으로 처리되며 출하조합과 정보이용자협회를 통해 정보수요자에게 유료분산. 공동출하 촉진방법으로서 지정품목에 대한 가격보전 대상으로서 공동출하분에 한정하고 있음.
 - 집출하장, 예냉시설, 저온저장고, 시설보조사용은 단체경유분에 한정하고

유리한 판매도 보장함. 즉 단체출하자에 인센티브를 줌.

- 농협은 생산계획을 품목별, 면적, 수확량, 출하시기를 결정하고 판매계획도 시기별 출하량, 출하지역 등을 결정한다. 농협은 품목별 부회를 조직하여 품종과 규격을 통일하여 집배송센터에 수집출 함으로 생산, 판매의 일관체계가 가능.

- 이러한 과정에서 농협의 구체적 역할은 실천적임. 예컨대 군마현의 양배추, 상치의 경우 ①1월에 농가로부터 출하조합을(20~100평 단위) 통해 식부계획을 수립함, ②3월에 1차 출하계획, 5월에 2차 출하계획수립, ③ 매일의 출하계획은 농협이 각 출하조합을 통해 농가로부터 출하 2일전에 신청을 받아 전일에 조정 확정하여 배차계획을 세워 농가에 통보, ④ 각 시장에의 출하계획도 사전에 결정함, ⑤6월 하순에 생산자 대회개최, 생산출하계획을 확정발표. 생산자 여론청취, 지도방법시달, 거래상사와 시장대표 초청, 의견을 청취하고 협조를 요청함, ⑥7-10월까지 본격출하. 집하소와 검사장소, 출하시장에 출하함. 공동출하시 저품질이 출하될 가능성이 있으므로 10명 단위의 반으로 분할 출하하게 하여 상호견제와 경쟁으로 품질향상을 유도, ⑦7-11일 후 판매대금 정산.

- 지정도매인의 거래촉진제도로서 출하를 촉진하고 있음. 출하액의 평균 1.0%, 최고 1.7% 범위내에서 출하장려금을 지급하고 출하자의 신청에 의해 전년도 취급고의 30% 이내에서 2개월간 무이자로 출하전도금을 대출하고 출하자의 신청에 의해 9개월 이내의 기간에 6/1000의 이율로 대출금을 대출.

마. 표준출하규격

- 가공식품은 「농림물자의 규격화 및 품질표시의 적절화에 관한 법률(통칭 JAS법)」에 의해, 실시되고 채소류의 출하규격은 「야채의 표준규격 설정사업 실시요령」에 의해 기준설정, 현별로 규격화하고 출하단체가 이에 따라 선별, 포장하여 시장에 출하함. 포도, 딸기 등 취급하기 어려운 품목은 간이선별 포장형태로 농가에서 실시하고 출하단체의 자체검사를 거침.
- 정부의 농업구조개선사업에 의해 유통근대화를 위한 선별, 포장, 저장, 예냉, 보냉, 가공시설과 냉동·냉장 컨테이너, 수송차량 등이 대대적으로 산지에 보급되었음.
- 대도시 소비지 집배센터에서 소비자에게 바로 판매할 수 있게 선별, 소포장하여 배송하는 시설과 수송차량 및 저장, 가공시설이 종합적으로 갖추어져 있음.
- 채소의 표준규격사업은 규격의 표준화를 촉진하여 거래의 간소화와 유통경비 절감을 위해 철저하게 시행하고 있음. 표준규격사업은 기본적으로는 기준설정에 의해 실시하되 현별로 규격화하고 출하단체가 이에 따름. 채소류 표준규격은 품위, 대소, 중량, 포장기준에 따라 실시하고 있음.
 - 표준규격정책의 특징은 품위등급설정 격차를 간소화하고, 대소기준을 표시하는 계급구분도 가능한 한 적게 하고 중량, 포장의 종류와 포장하는 방법은 통일하고 있으며 표준규격보급은 교육지도를 실시하고 있으며 규격은 현별로 제정, 보급하고 있음.
- 채소의 표준규격 내용은 출하단계에서 품위, 크기, 중량, 포장기준을 설정함. 품위기준은 품종고유의 형상, 색택, 결구상태, 부패, 변질, 선도 등을 기

준하고 크기기준은 종류별로 1개의 크기 또는 중량을 기준으로 2L, L, M, S로 구분함. 중량기준은 포장단위의 중량으로 표시함.

- 최근 생산, 유통과정에 판매전략상의 문제로 채소단지에서 표준규격보다 세분화하는 경향도 있으나 농촌노동력부족과 선별작업비 부담 증가 등으로 채소 표준규격을 간소화하고 있으며 표준규격도 개정되고 있음.

- JAS 규격제도에 의해 JAS마크를 부착한 유통상품에 대해서는 철저한 감시체제를 유지하고 있으며 JAS보급을 촉진하기 위해 PR, 영화, 비디오테입 작성 대여 등 보급촉진을 하고 있다. 채소규격은 간소화되고 있으며 유통관계자 및 소비자의 이해와 협조를 위해 규격간소화 필요성과 효과 등에 대한 적정화 추진사업을 실시하고 있음.

2. 대 만

가. 청과물 출하체계

- 대만의 청과물 유통은 크게 시장유통과 시장외유통으로 대별됨. 시장유통은 생산자가 직접출하 또는 공동출하하거나 수집상에 의해 수집된 농산물은 대만 과채중앙도매시장을 거쳐 소비지도매시장, 공공소매시장 상인, 대량수요자를 통해 소매상, 슈퍼마켓, 특약점을 거쳐 소비자에게 유통됨. 시장외유통은 생산자가 산지시장 또는 대만 과채중앙도매시장 직판코너나 노점, 이동판매점 등 산지직거래 형태로 유통됨.
- 유통과정에 공동출하 계통출하체계가 발달됨. 계약생산(파인애플, 감귤, 양파, 누에고치 등 농공상 계약에 의한 수매가격제도)은 전량 생산자단체의 집하장에 계통출하, 기타는 산지직판, 소비지도매시장에 공동출하 또는 직

출하함.

- 지방정부, 소비지도매시장에 공동출하 또는 공동출자로 소비지 도매시장이 개설운영됨. 청과물, 수산물, 축산물은 도매시장을 통한 경매원칙으로 강제상장됨.

- 유통참여기관은 생산자, 생산자조합(청과운소합작사, 농회), 정부기관(대만성식량국, 대만성전매국, 대만제당공사), 산지수집상, 도매상, 창고, 수송업자, 포장가공업자, 중개상, 소매상이 참여하고 있음. 농회와 청과운소합작사는 계통출하 기능이 강화됨.

나. 출하관리

- 과채도매시장은 청과물의 수급조절, 가격형성, 유통단계축소, 유통비용절감을 목적으로 대북시에 개설되어 있으며 도매상제로 운영되고 있음. 업무면에서 과채수집, 계획출하를 통해 농민의 계획생산을 유도하며 산지선별, 포장 및 생산지도(농회, 합작사 합동)를 하고 있음.
- 도매시장 경매절차는 출하, 하치, 경매, 낙찰 후 처리, 하치장관리 형태로 이루어짐.
 - 출하단계에서 출하자 등록을 하고 있음. 농민단체, 수집상, 도매상, 생산지 증명자가 출하자 등록을 하며 매월 정부, 농회 대표가 모여 수요에 대응한 출하예정량을 추정하고 등록출하자에게 15일분을 통보함. 초과경우는 처리순서를 지연하고 미달시는 경고, 출하정지, 자격취소를 함. 단 경기에는 보증가격제시, 계약출하, 선도금 지급을 하여 공급물량을 확보함, 폭풍 등을 대비하여 저온저장을 실시하고 부족시 긴급출하를 독려함.
 - 선별, 포장방법은 1977년에 규격을 제정하여 산지에서 이에 따라 선별

포장하여 출하함. 위반시에는 처리순서 지연 및 경고, 출하정지, 자격취소, 우수자 표창, 종이상자 사용비율 90% 이상 허용.

- 하차과정은 화물도착 후 정문의 계량소를 통과하면 등록하고 일련번호를 부여받고 중량계측 및 품목확인, 등급별 표찰지급 받고 출하명세표 4매를 작성하여 제출(출하자 번호, 품목 번호, 중량 등급, 규격, 수량 등)하면 하차장소에 배정함. 하차인부를 매하차장에 배치하여 하차, 적치, 배열정리케한 다음 검사원이 하차필증발급후 공차출장이 가능함. 공동출하는 자체하역이 가능함. 경매전에 출하물량을 확인하며 선별포장 불량시 재포장 등으로 경매시간 절약과 거래분쟁 예방을 함.

- 농민이 생산한 농산물은 도매시장에 상장하거나 소매상에게 농민단체가 공동방식으로 출하하게 함. 공동출하시 우대조치는 도매시장에서 우선 상장시키고 공동판매 성적이 우수한 농민은 시상함. 공동출하용 집하장 소요부지는 농업용지로 간주하고 가옥세 등 세제감면함. 또한 인지세 영업세도 면제됨.

다. 표준출하규격

- 대만의 청과물 표준출하규격시책의 특징은 현실에 맞는 잠정규격을 제정하여 단계적으로 추진되고 있음. 규격제정은 지방정부, 농협, 시장공사가 합동으로 제정 시행하고 1차로 시장공사직원이 점검 확인하고 정부감독관이 지도 감독함.
- 출하규격 위반품은 시장공시기준에 따라 재선별, 개별포장을 실시하여 경매순서를 지연시키거나 상장거부 또는 시장에서 분급포장하고 비용을 징수함.

- 간이선별은 농가단위로 실시하며 공동계통 출하분은 농회나 합작사 직원이 순회하여 1차검사 및 지도함. 포장용기는 대나무 상자, 나무상자, 종이, 골판지상자가 혼용되고 있으며 플라스틱, 스티로폼 포장용기가 널리 보급됨.

포장용기에 출하자 번호, 품명, 품종번호, 산지, 등급, 대소, 중량, 포장일자 표시를 의무화하고 있음.

- 도매시장에 출하되는 물품은 각종 청과물의 특성에 따라 전국적인 분급포장의 통일을 규정하여 1980년에 「주요채소분급포장간요규격」을 4개 기관이 합동으로 제정하여 규격집을 발간하였음. 그러나 이 규격집을 전반적으로 시행하기 전에 분급표준을 조금씩 시행하여 보편화하고 있음.
- 각 도매시장에 출하되는 물품은 선택검사를 거쳐 공평한 거래를 할 수 있게 하고 있으며, 각 도매시장은 분급포장지도위원회를 조직하여 농민단체와 협의하여 윤번제로 산지에 홍보하여 농민들의 분급포장개발을 지도함.
- 전국농협에 집산표준작업 및 집산장설립장려를 위촉하여 각공동수송기구가 같은 규격하에서 일치된 작업을 하게 한다. 특히 대량의 청과는 같은 장소에서 취급하여 공동집산, 분급통일, 포장의 통일과 아울러 표시부호를 적게 하여 경매속도를 촉진시켜 판매가격을 올리게 함.
- 모자상포장방식을 시행하여 공급인, 농민단체, 산지농민으로부터 청과를 적당한 소매상의 수요에 따른 소포장으로 고치어 대포장내에 소포장을 넣어 소비지 도매시장으로 운송하여 거래함으로써 물품정리, 골라내기, 손실 등이 없이 슈퍼마켓 또는 소매상에 보내 손해를 적게 하고 가격차를 줄여 판매가격을 높임.

- 주요채소분급 포장간요규격 개요를 보면,
 - 본 간이규격은 대북시 정부, 대만성정부 농림청, 대만성 농회, 대만구과 채운소복무유한공사의 잠정규격으로 실시되고 있으며,
 - 거래품목별로 품질등급과 대소표준 분급으로 적용.
 - 포장시 지정된 합격용기를 사용하여야 하며,
 - 용기마다 필수적으로 표식을 해야 함.
 - 표지상 등급 대소란에는 「특급대」, 「특급중」, 「특급소」, 「우급대」, 「우급중」, 「우급소」로 표시함.
 - 등급품은 홍색표시, 우급품은 녹색표시, 양급품은 백색표시.
 - 본 규격표시란 중 대소표준란에는 「이상」은 10cm이상 이하는 10cm이하임.

- 분급포장간요규격내용
 - 품질등급 : 형태, 색채, 표피광활, 열흔 병충해 등에 따라 특급, 우급, 양급 등으로 구분함.
 - 대소표준 : 중량 또는 크기에 따라 대·중·소 또는 대소로 구분하되 구분하지 않는 품목도 있음.
 - 크기에 의한 구분품목 : 당근, 파, 마늘, 양배추, 배추, 푸른배추, 겨자 잎, 부추꽃, 피클오이, 수세미, 편포, 가지, 토마토, 후추
 - 중량에 의한 구분품목 : 둥근양배추, 콜리플라워, 감자
 - 대소표준이 구분되지 않는 품목 : 교백순, 결구배추, 셀러리, 오이, 겨울 오이, 고과(苦瓜), 완두, 강남콩, 죽순
 - 포장규격 : 용기의 종류(대나무상자, 나무상자, 종이상자)에 따라 분류하며 용량, 형태, 편호에 따라 용기규격을 표시하고 있음.
 - 포장방법 및 처리요령 : 품목별로 완충물 쌓는 방법 등을 표시하고 있음.

3. 프랑스

가. 청과물 출하체계

- 프랑스 농산물유통체계는 시장단계별로 산지단계, 도매단계, 소매단계가 있음. 산지단계는 대규모 생산자, 협동조합, 대규모 산지수집, 분산상이 있음. 도매단계는 대규모 민간유통업체의 중앙구매소(물류센터), 도매시장(도매상)이 있고, 소매단계는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 소규모중간연쇄점, 식료품전문점, 시골 정기시장 등이 있음.
- 산지에서 협동조합이나 생산자 단체는 개인법인형태이며 설립시 법적규제를 받고있음. 산지에서 대규모 수집·분산상은 생산자로부터 상품을 수집하여 등급·규격화를 통해 대규모유통업체의 물류센터나 중앙구매소, 도매시장으로 분산시키는 기능을 함. 산지협동조합과 대규모 수집·분산상은 유통시설을 보유하면서 표준규격화 등 상품화와 분산기능을 수행함. 협동조합의 산지기능은 증가하고 있으며 대규모 산지시설보유조합은 도매시장이나 물류센터에 출하하고 있음.
- 도매단계의 대규모 중앙구매소(물류센터)는 유통업체가 소유하거나 물류센터의 기능을 수행함. 그러나 청과물은 저장·창고기능이 제한되어 이들 중앙구매소의 지시에 의해 산지협동조합이나 대규모생산자로부터 수퍼나 하이퍼로 바로 이어지는 경우가 증가되고 있음. 도매시장의 도매상은 도매기능을 하며 중간도매상·소매상·대규모소매점포에 중계하는 기능을 함.
- 소매단계의 유통경로는 수퍼나 하이퍼마켓 → 소비자, 도매시장(도매상) → 중간도매상 → 소매상 → 소비자의 경로가 있음. 현재 시장점유율은 대규모

민간유통업체의 하이퍼마켓 시장점유율이 증가하는 추세임.

나. 출하관리

- 대표적인 공영도매시장인 파리의 RUNGIS도매시장은 대표적인 도매시장이며, 관리운영공사인 SEMMARIS는 개설자인 파리정부의 지도 감독하에 시장시설의 유지관리, 판매활동 조성 및 촉진, 시장정비역할을 담당하고 있음. 공영도매시장의 기능은 점차 감소되고 있으나 도심지 소규모 소매상이나 전문점을 대상으로 영업하고 있음.
- 파리의 RUNGIS 도매시장은 96년 현재 약1,700여명(1,200개의 업체, 500여명의 개인참여자)의 시장참여자가 있음. 시장참여자는 690여개의 도매업체(회사), 510개의 서비스업체, 410여명의 생산자, 50여명이 계절상인임. 410여명의 생산자들은 시장관리 공사와의 계약에 의해 그들의 생산품을 직접 가져와서 소매자나 구매자에게 판매하고 있으며 시설사용료는 상인에 비해 낮은 수준임.
- 시장에 반입된 상품이 등급이나 품질에 대한 반입자와 상인간의 분쟁이 있을 경우 분쟁을 조정하는 감정사에 의해 조정됨. RUNGIS도매시장에는 100여명의 감정사가 있으며 이들은 특별한 자격이 없고 오랜기간 상활동에 종사한 경험이 있는 사람중에 조합에서 선임함.
 - 반입된 상품에 대해 반입자와 상인간에 분쟁이 있을 경우 개인의 경우는 반입자와 도매상의 합의로, 조합이나 생산자 단체의 경우 감정사가 조정함.
 - 시장에서 거래된 상품의 위생검사는 자체검사와 병행하여 정부에서 파견된 위생검사관이 하고 있으나 대체로 시장참여자의 자체검사로 조절되고

있음. 등급화와 규격화는 EU의 기준에 따라 대부분 산지유통시설을 보유한 대규모 생산자. 협동조합, 개인수집·분산상에 의해 이루어져서 도매시장으로 반입됨.

- 프랑스에서는 10농가 중 9개 농가가 각종 협동조합에 가입하고 있으며 전국에 3,000여개가 있음. 협동조합의 활동형태는 수확, 가공, 판매, 비축, 이용, 서비스(토양검사, 기타 서비스)등 다양한 형태임. 협동조합의 판매활동은 농산물판매선의 결정, 상품화계획 등임. 수집활동과 수집된 농산물을 표준규격화·등급화를 통해 상품화를 촉진시킴.

다. 표준출하규격

- EEC의 농산물표준화제도는 불란서가 EEC제국 중에서도 가장 역사가 깊은 나라이다. 이 나라는 독자적인 표준화제도를 도입하여 실시해 왔으나 국제간의 교역확대와 EEC제국내의 표준규격이 제정됨에 따라 이를 받아들여 기존의 국내제도와 병행하여 운용하고 있음. 현재 프랑스의 농산물표준화제도는 EU, OECD, FAO 등 다양한 국제표준을 적용하고 있으면서 국내표준을 설정 병용하고 있음.
 - 1926년에 설립된 프랑스 표준화협회는 모든 제품과 원재료의 표준규격을 설정하여 150여종의 농업원자재를 포함하여 500여종 이상에 달하는 농산물규격을 설정해 두고 있음. 이 협회는 기존 국내표준을 국제표준에 적합하도록 개정하고 국제표준의 적용을 국내유통에 지장을 초래하지 않도록 보완하여 각종 농산물의 규격을 설정했음.
 - 오늘날 프랑스의 표준화제도는 국제간 거래가 많기 때문에 청과물은 주로 OECD의 규준을 따르고 있으며 육류는 EU의 공동규준에 따르고 있음.

- 등급화시책의 특징은 ① 품질과 규격에 관한 기준이 생산유통과정에 철저히 시행됨, ② 청과물의 위생검사는 정부가, 품질검사는 농협 등 민간단체가 실시함, ③ 품질표준은 기본사항은 EU규정으로 정하고 각국별로 정하는 시행 기준에 따라 실시함, ④ 불합격품은 도매시장상장을 금지하여 품질규격 등을 이행하지 않을 때엔 통제한다. 도매시장상장 이전에 생산자조합 또는 민간상사가 자체검사 함, ⑤ 선별, 포장, 수송은 철저히 규제하며 조합 또는 개인이 자동선별함. 포장시설이 산지시장 또는 농가에 설치되어 출하전에 품질규격 기준에 의하여 출하자가 미리 선별하거나 출하후 시장내에서 선별 포장함, ⑥ 포장용기의 재질은 나무상자, 플라스틱, 스티로폼, 종이상자, 나이론 綱, 袋 등을 사용하며 포장용기의 활용을 위해 회수품을 높이고 있음. 즉 용기대금을 구매자가 예탁하고 사용후 용기반납시 사용료를 공제하고 잔액을 공제함.

라. 청과물 표준화의 내용

- OECD에서는 사과, 배를 비롯하여 각종 청과물의 거래규준이 재정되고 있으며 프랑스도 이에 준함. EU내의 거래에는 OECD규준을 따르게 하고 있음. 이들이 규정하고 있는 거래상품의 품질조건은 다음과 같음.
 - 흠이 없고 완전하며 신선하고 탄력이 있을 것
 - 깨끗할 것
 - 표피에는 비정상적인 습기가 없을 것
 - 이상한 냄새가 나지 않을 것
 - 수송 및 유통에 적합할 만큼 충분히 숙성되어 있을 것
- 청과물의 품질규준은 OECD에서는 Extra, I, II 등 3등급으로 분류하고 프랑스에서는 Extra, I, II, III 등 4등급으로 분류하고 있음.

4. 미 국

가. 청과물유통체계

- 미국의 식품유통은 대량거래·유통경로의 단순화, 유통정보의 발달로 유통 효율성이 높다. 청과물유통은 산지포장센터, 도매회사, 슈퍼마켓체인의 물류센터, 슈퍼마켓이 주요 유통경로이며, 소비지 슈퍼마켓의 대형화·조직화되면서 표준화된 대량거래와 산지직거래가 활성화되었음.
 - 청과물유통경로는 출하지시장·도매시장·소비시장의 단계를 거침. 시장 거래는 출하지시장 → 도매시장 또는 도매회사·수퍼체인본부 및 물류회사 → 식품소매점, 또는 식품서비스업 → 소비자의 경로를 거침. 직거래시장은 농민시장·노변시장 등 다양한 형태가 있음.
- 산지유통은 출하지시장 입주자인 포장업자, 생산자겸 포장업자, 생산자 협동조합, 산지집하업자, 중개상, 대규모 슈퍼체인점 및 도매회사 출장소가 있음. 산지유통단계에서는 공동출하가 일반적이며, 물류표준화가 이루어짐. 산지포장센터는 청과물의 집하, 세척 등의 물적기능과 단골거래처의 확보 등 판매기능을 수행함.
- 도매시장 입주업체는 도매법인·위탁판매상·중도매업자·서비스업자·식재납품업자·대리점 등이 있으며 도매회사가 발달되어 있음. 슈퍼체인 및 도매회사들은 전국에 물류센터를 건립하여 산지포장센터와 거래하거나 자체수퍼나 외식업체에 공급하고 있음.
- 소매유통의 특징은 체인스토아, 편의점, 슈퍼마켓 등으로 대형화·체인화되어 있음.

- 생산자 협동조직은 소비자가 어떤 농산물을 원하는가를 가공업자를 통해 파악하고 시장교섭력을 높이기 위해 자율적으로 조직·운영되고 있으며 정부의 개입은 없음. 생산자 조합은 시장관측활동 및 시장정보제공·물량조절·생산물의 표준규격화 등을 실시함. 특히 판매협정과 유통명령제를 통해서 시장안정과 수급조절을 통한 시장교섭력을 높이고 있음.
 - 공동출하나 판매의 경우 농민과 조합간에 합의 또는 계약을 통해 법률적 효력을 갖게 하고 있음. 특히 각종시장정보제공, 경제분석, 농산물검사, 회계서비스, 용자활동 정보제공 등 조합원 서비스를 극대화하고 있음.

나. 출하관리

- 미 농무성 농산물유통국은 시장규제를 하는 신선농산물법, 연방종자법, 식물다양성보호법, 농산물고정거래법을 관리·집행하면서 공정거래를 유도하고 있음.
- 유통명령과 판매협정은 생산자의 수취가격을 높이고 소득을 증진시켜 시장교섭력을 높이기 위한 것으로 실효를 보고 있음. 판매협정은 특정조합을 통해 생산물을 공동출하하는 생산자의 의무와 이 생산을 수용하는 조합의 의무에 관한 자발적인 계약임. 판매협정 체결로 조합은 사전에 공급을 예측하고 확인할 수 있으므로 가격안정과 농가수익을 증대할 수 있음. 판매협정은 조합측은 조합원 탈퇴 방지, 효율적인 조합운명을 통해 조합원 이익보장, 자금관리 용이, 재정의 건전성유지, 출하물량을 조합이 파악할 수 있어 선물계약을 가능하게 할 수 있음. 생산자측은 조합이 생산물을 효율적으로 판매해서 조합원 수익증대, 전문가에 의한 운영으로 유통개선과 판로보장이 가능함.

- 도매시장 시장정보시스템은 채소·과일류 100종류에 대한 거래가격과 수급량을 시장뉴스보고서로 공표하고 이용자에게 공개되고 있음.
- 도매시장의 등급과 검사방법은 철저히 지켜지고 있으며 등급은 거의 농무성 통일규격으로 행해지고 있음. 검사는 표본검사이고 해당농산물이 시장에 도착하면 하역전에 1%를 표본으로 무작위 추출함. 검사항목은 라벨 표시와 내용물을 대조, 개수와 중량, 병해의 진행속도, 과육의 습도를 검사하고 검사결과는 보고서로 작성함.
- 농민시장은 직거래시장으로 1976년에 제정된 농산물 직거래법에 의해 이루어지고 있음. 직거래형태는 노변가판점, P·Y·O거래 등이 있음.
- 산지유통은 거의 대부분이 산지집하장을 통해 거래됨.
 - 산지집하장은 청과물의 집하, 세척, 선별, 등급화, 포장, 예냉, 저장 등 종합기능을 수행함. 청과물은 모든 산지에서 표준화되고 장거리 수송이 가능하게 예냉 및 냉장컨테이너에 의해 저온 유통이 가능함. 산지 집하장은 대부분 개인기업이며 일부는 협동조합에 의해 운영됨. 산지집하장은 도매시장내 도매상이나 대형소매기구가 운영하는 집배센터와 직접거래 함.

다. 청과물유통체계의 특성

- 미국의 청과물 유통과정은 복잡하지 않고 단순하며 효율적인 체계를 형성하고 있음. 그 이유는 다음과 같음.
 - 첫째, 미국의 농가는 생산규모가 크고 품목별로 전문화되어 있으며 주요 산지에 집중되어 있음. 따라서 생산자가 시장교섭력을 높일 수 있음.
 - 둘째, 집하장에서 규격포장화를 비롯한 산지유통기능이 완벽하게 이루어짐.
 - 셋째, 유통경로면에서 도매시장 경유율이 낮고 슈퍼체인이 운영하는 집

배센터와 산지집하장과의 직거래가 많음.

- 넷째, 원격지 거래자간에는 상품을 확인하지 않고도 거래하는 통명거래를 하기 때문에 물류와 유통체계를 단축하고 있음. 통명거래가 가능한 것은 생산자의 영농규모가 크고, 산지에서 상품이 규격화되고 유통과정이 저온유통체계화 되어 있고 전국권 시장정보체계와 통신망이 확립되어 있으며 신용거래가 제도적으로 확립되어 있기 때문임.

○ 농산물 신용거래가 확립된 것은 제도적 장치가 되어 있음.

- 첫째, 농산물 검사제도가 철저함. 농산물 검사는 농무성검사관이 하는 농산물상태나 등급검사와 보건교육성소속 검사관이 하는 위생검사가 있음. 농무성은 도매시장과 산지집하장에 검사관을 파견하여 출하상품의 등급검사를 하며, 상품판매자는 거래의 안전을 위해 검사를 받으며 검사는 유료임.
- 둘째, 송장제도가 잘 되어 있음. 송장은 산지에서 출하농산물이 소비지까지 거래과정을 추정할 수 있는 서류로서 1장의 원본과 3장의 사본으로 되어 있고 일련의 고유번호가 있음. 송장에는 매도인과 매수인의 인적사항, 품목별·등급별중량, 단가, 가액 등이 기재되어 있음. 이 제도는 도매상에 대한 수수료와 과세부과, 신용평가 자료로 이용되며 허위 기재시는 당국으로부터 영업정지를 당함.
- 셋째, 신용평가서의 발행이다. 신용평가서는 미국전역의 산지집하장, 중개상, 도매상 등 청과물 취급업자와 트럭운송업자의 상호, 회사형태, 주소, 전화번호, 상품처리 능력, 주요취급품목, 신용정도를 기재한 안내서로서 Blue Book과 Red Book 두 종류가 있으며, 매년 2회 발행함.
 - Blue Book은 민간기업인 생산물 기록회사가 발행한 신용평가서이며, 또 다른 회사가 발행한 것이 Red Book임. 회사가 제출한 신고자료에 의해 객관적 검증을 거친 신용조사임.

라. 표준출하규격

- 농산물표준화시책의 특징은 다음과 같음.
 - 농산물에 대한 연방정부의 표준은 위탁표준, 허가표준 및 임시표준이 있다. 다수의 주가 연방정부의 계획으로 채택된 표준을 사용하여 식품의 등급을 실시하는데 협력하고 있음.
 - 농무성의 농산물유통국은 주정부와의 협력 하에 대부분의 농산물과 식품에 대해 임의등급 규격화를 제공하고 일정액의 수수료를 징수한다. 채소류는 85개 품목의 연방정부 등급이 설정되어 시행됨.
 - 미농무성은 농산물 등급규격이 보다 현실에 부합될 수 있도록 전문가들로 하여금 현행 등급·규격화제도를 계속적으로 검토하도록 조치를 취하고 있어 현실에 맞게 수정하게 하고 있다. 이에 따라 약 400개 품목 중 7%정도가 매년 수정되고 있음.

VIII. 도매시장 출하관리의 정책과제와 개선방향

1. 출하자 등록제의 효율적인 운영방안

가. 요약

- 도매시장기구의 경우, 출하자 등록제를 찬성한다는 응답자가 60% 이상이며, 불량출하자에 대한 제재방법도 80% 이상이 찬성하고 있음.
- 우수출하조직의 경우, 전체의 55%가 출하자 등록제를 찬성했고, 불량출하자 제재방안에 대해서도 52%가 찬성하고 있음.
- 농안법상 전국공영도매시장을 대상으로 도매시장의 개설자는 농수산물의 거래질서의 확립과 수급안정을 위하여 당해 도매시장에 농수산물을 출하하는 생산자 및 생산자단체 등을 등록하게 할 수 있음.
- 출하등록자의 관리를 위해 등록자의 데이터베이스화를 추진하고, 산지유통인 등록과 통합하여 안정적인 출하관리 시스템 기반을 구축.
- 예약출하자 및 출하등록자에게는 다음과 같은 우대조치를 취함. ① 예약출하품, 도매시장의 개설자가 선정하는 우수출하주의 출하품 등은 우선경매 실시, ② 등록을 한 출하자에 대한 손실보전 사유 발생시 우선 실시, ③ 등

록한 출하주가 예약출하를 하는 경우 위탁수수료 차등 방안 강구, ④ 등록된 출하자 또는 우수출하자에 대한 트럭단위 판매, 경매전 판매제 도입 검토, ⑤ 도매시장법인의 산지 선도자금 지원사업, 출하지도사업 등을 우선 실시 등임.

- 일본의 청과물출하는 도매시장 출하비율이 80% 정도이고, 농협 등 집출하 단체의 산지출하비율이 70% 정도로 공동출하를 주도하고 있으며, 청과물 출하는 계통출하에 대한 우선권 특혜인정으로 계통출하비율이 높고, 조합을 통한 출하신고제를 시행하고 있음.
- 대만의 청과물 출하관리는 출하단계에서 출하자 등록을 하고 있으며, 표준 출하규격이 엄격하게 지켜지며 위반품은 제재를 가함.
- 프랑스의 청과물 출하관리는 협동조합이 발달되어 있어 출하단계에서 표준 규격출하와 품질검사를 자체적으로 실시하고 있으며, 시장에 반입된 상품에 분쟁이 있으면 분쟁조정자인 감정사에 의해 조정됨.
- 미국의 청과물 유통체계는 유통명령제와 판매협정을 통해 시장교섭력을 높이고 있으며, 거래상품에 대한 시장규제를 통해 공정거래 유도, 농산물 신용거래가 확립된 제도적 장치로 철저한 검사제도와 송장제도 그리고 신용평가서의 발행이 실시됨.

나. 정책과제

- 출하자 등록제는 찬성하는 비율이 높고, 불량출하자에 대한 제재방안도 과반수 이상이 찬성하였으나 현재로선 어렵다는 비율도 높아서 실제 시행상

에는 단계적 조치가 필요함.

- 공동출하 성공요인도 정부의 정책지원에 의존하는 비율이 높음.

- 장차 예약상대거래와 전자상거래 활성화를 요구하고 있으나 시설과 상기능면에 취약함. 산지출하관리는 제약되고 있으며, 출하자 등록제를 원하고 있으나 표준규격출하미흡, 관련기관의 역할 분담 등 전제조건이 미비되어 있음.
- 생산자, 영농조합법인 등의 경영마인드가 부족하여 현재와 같이 급격하게 변화하고 있는 유통현실에 산지가 어떻게 대응해야 하는지에 대한 비전이 결여되어 있음.
- 출하자 등록제에 대한 생산조직 및 개별농가의 자발적 유도를 위한 현실적이고 경제적인 유인책이 미비함.
- 대규모 산지 미비로 실질적 물량조절의 어려움이 있음. 우리나라의 경우, 산지의 규모화수준도 아직은 상대적으로 미미한 수준이고, 특히 농협의 경제적 사업의 참여 정도가 매우 부족하여 산지의 조직화를 통한 규모화의 잇점을 제대로 실시하지 못하고 있다는 한계가 있음.
- 포장·규격화, 등급화 수준이 낮아 도매시장 내에서 상품 거래시 상인과 농민간에 분쟁이 발생할 소지가 큼. 우리나라의 경우 여전히 속박이등의 불량품이 포함된 상품의 출하, 비규격화된 농산물의 출하, 각 생산조직 또는 농가별로 자의적으로 이루어진 등급표시 등 도매시장 단계에서 발생한 많은 문제를 내포하고 있어 상인과 농민간에 분쟁이 발생할 소지가 매우 많다는 문제점이 있음.
- 출하예상물량이 과잉공급 조짐을 보일 때 다른 시장 또는 지방시장으로의

출하유도등 출하조절지도는 현실적으로 어느 정도 가능성을 보일 수 있으나 출하자가 굳이 출하시에는 이에 대한 실질적인 제재 방안이 없음

다. 개선방향

- 출하자 등록제는 찬성하고 있으나, 그 전제로 표준출하규격의 일반화, 공동 출하 비율이 높고 정보체계가 일반화될 때 실시하는 것이 실현성이 높음.
- 전국 공영도매시장건설이 완공되는 시점을 목표로 공영도매시장 출하상품은 표준규격화된 상품으로 제한하며, 출하자 등록제도 이 시점을 기준으로 실시하여 불량출하자에 대한 제재를 강화하는 시책예고제가 바람직함.
- 도매시장 기능이 서울을 중심으로 거래집중도가 높기 때문에 서울에 반입되었다가 다시 지방시장으로 전송되는 물량이 많아 사회적 물류비용이 증가되고 있음. 따라서 지방거점도시인 부산, 광주, 대구, 대전, 마산 중심의 지방도매시장권의 활성화로 지역중심의 수급조절과 가격안정이 바람직함. 지방도시 출하자가 지방시장에 출하하여 지방시장권이 활성화되도록 시책개발이 바람직함.
- 출하자 등록제는 우리의 현실적인 여건의 미비를 고려할 때 단기간 내에 정책추진상의 목적을 달성하거나 원활한 시행을 기대할 수 있는 성격의 것은 아니라고 판단됨. 따라서 장·단기로 나누어 추진계획을 수립하고, 단계별로 실행계획을 수립해 나가야 할 것임.
- 단기적인 추진계획 및 실행계획은 현실적인 여건의 미미를 고려하여 반드시 생산자 및 생산자단체의 자발적인 참여를 유도하는 방향에서 시행해야 할 것이며, 불량출하자 등 정책 기준을 위반하는 출하자에 대한 구체적인

규제는 단기적인 사업 시행의 성과분석을 바탕으로 하여 현실적인 대안을 제시하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.

- 거대 규모로 재 출범한 농협의 경제사업을 강화해야 할 것임. 우리나라의 경우 전국적으로 가장 조직이 잘 된 생산자단체로는 농협이 있으며, 농협이 산지에서의 역할을 얼마만큼 잘 수행해 나갈 수 있느냐가 출하자 등록제 성패의 관건이 된다고 볼 수 있음. 따라서 농협이 지역에서 실질적인 의미에서의 조직화와 공동사업을 원활히 진행시켜 나갈 수 있는 여건을 조성하는 것이 무엇보다도 시급한 문제일 것으로 보임.
- 출하자 등록제 실시의 구체적 대상은 생산자단체를 중심으로 하는 것이 출하자 등록제의 시행을 효율적으로 할 수 있게 만들 것으로 보임. 또한 출하자 등록 대상 기관은 관리공사 또는 관리사무소로 하는 것이 바람직할 것으로 보이며, 출하등록자에 대한 관리는 각 법인별로 고객관리 차원에서 이루어지는 것이 바람직할 것임.
- 향후 출하등록제의 본격적인 시행에 있어서는 출하약정을 어기고 타시장에 출하한다든지 출하약정의무를 제대로 이행하지 않을 경우에 대비해 출하품 처리 순서 지연, 출하등록 취소 및 취소 후 일정 기간이 경과한 후에 재등록 가능, 출하정지, 무신고 출하시 벌금 부과, 도매시장 출입제한 등의 제재방안이 필요함.

2. EDI시스템과 출하체계의 발전방안

가. 요약

- EDI시스템은 도매시장법인 및 농협등 각 유통주체들에게 있어서도 업무적으로 필요성을 매우 크게 느끼고 있음.
 - 재입력 생략으로 인한 오류 방지 및 비용절감.
 - 서류전달시간 및 입력/처리 시간 감소와 정보수집 및 상업거래비용 절감.
 - 업무추진 비용 절감 및 업무처리를 위한 거래업체 방문 지양.
 - 업무처리절차 개선.
 - EDI도입에 따른 업무처리 개선 수행.
 - 직원별 개인 생산성 향상 및 보다 정확한 정보관리 가능.
 - 업체 내·외의 효율성 제고를 통한 비용절감 효과.
- EDI시스템이 정착되면 거래의 투명성 확보로 과거와 같은 불공정거래는 거의 사라질 것으로 보임.
- 농업정보화는 단계적인 목표를 가지고 순차적으로 실시.
 - 1단계 기본 정보화 → 2단계 전자경매 도입 실시 → 3단계 정보화 실시.
 - 현재 추진되고 있는 정보화의 실체는 시장내 EDI시스템 데이터베이스화에 대한 개념파악이 부족하여, 정보화를 시행하기 위한 기반 구축이라는 측면보다는 지나치게 전자경매만을 목표로 하고 있는 듯한 인상을 실무자에게 주고 있음.
 - 그러나 전자경매의 도입 및 실시는 1단계 기본 정보화를 기초로 하여, 3단계인 정보화의 전면적인 실시로 가기 위한 중간단계라는 측면에서 시장내 유통주체들의 인식전환과 홍보가 필요함.

- 농협, 도매시장관리공사, 도매시장법인, 생산자간 EDI시스템 적용시 통일된 규정을 적용하기 위한 비정기적 협의위원회 설치의 필요성.
 - 급격히 변화하는 시장내의 거래 내용을 정보화에 반영하기 위해서는 새로운 내용의 추가가 필요할 때마다 시급히 반영되어야 할 것임.
 - 품목, 품종 등 거래여건의 변화에 따른 각 유통 주체간의 공통된 기준을 마련하기 위해서는 다양한 논의가 현실적으로 반영될 필요가 있음.

나. 정책과제

- 농림부문의 정보환경 조성이 전반적으로 매우 미약한 상태임.
 - 정보화 기반시설의 빈약, 정보화사업자들의 부족 및 EDI 개발 등의 경험부족.
 - 농협, 작목반 등 산지의 정보화 기반 구축 미비.
 - 생산자 및 농수산물 유통관련 업체의 정보마인드 부족.
- 농협의 경제사업수행능력의 제고라는 측면에서 산지의 정보화에 대한 농협의 역할이 증가되어야 할 것임. 따라서 지역농협의 정보화 수준 및 경제사업 수행능력의 제고, 지역농협의 생산자 또는 생산자단체에 대한 신뢰도 증가를 도모할 필요가 있음.
- 산지와 도매시장을 연결하는 통신망 개발.
 - 산지 생산자단체(농협 등)와 도매시장을 연결하는 통신망의 개발.
 - 유통주체간의 통일된 기준 제정 필요.
- 표준화된 기준 서식의 제정에도 불구하고 사용상의 어려움으로 사용하지 않고 있음.
 - 도매시장법인간에도 서식상 항목의 차이가 존재하고 있음.
 - 도매시장법인별, 농협별 코드 및 서식, 항목의 차이 존재.
 - 현재는 농림부와 각 도매시장법인이 구체적인 항목을 연계해서 사용하고 있음.

- 정보 활용을 위한 S/W, PC 등의 보급이 낮고, 전산담당자 업무처리 미숙 및 생산자의 노령화로 PC 조작이 어려움.
 - PC 보급률 : 포장센터 77.8%, 저온저장시설 50.8%, 도매시장 76.8%, 생산 농가 24.2%.
- 판매, 정산 등의 업무를 원활히 수행하기 위한 소프트웨어의 개발을 서두를 필요가 있음.
- 선별, 포장, 등급화의 미비 또는 상품변질의 경우 경매시 가격조정문제로 리얼 타임 송신의 어려움이 있음.

다. 개선방향

- 산지농협이 주체가 되는 산지정보화 추진.
 - 산지정보화를 촉진하기 위한 산지농협의 적극적인 노력과 산지 정보 수집, 생산자와의 정보 공유 및 공급 능력 제고.
 - 농협정보망을 통한 산지정보수집은 현실적으로 가장 접근하기 쉬운 방법일 것이라고 생각됨.
 - 농협을 통한 계통출하가 증가하기 때문에 현실에 맞는 농업관측을 하기 위해서는 농협과 생산자단체가 연계하여 작성하는 것이 바람직할 것임.
 - 실질적인 공동출하의 개념으로 생산에서부터 정산까지 농협의 적극적인 개입이 필요.
- 산지 농산물 수집을 위한 데이터 프로그램 개발 및 산지보급.
 - 정산, 작황, 재배면적, 품목 등.
- 도매시장과 생산자간 통신망 구축.

- 인터넷을 통한 도매시장과 생산지간의 통신망은 기반시설의 미비로 원활한 이용이 현실적으로 용이하지 않음.
- 코드번호(도매시장법인별, 농협별, 품목별), 문서서식(송품장, 낙찰명세서, 정산서)등의 통일된 규정이 필요함.
- EDI시스템 구축에 따른 기반 정비 사업을 중심으로 한 도매시장법인에 대한 평가 및 인센티브 제공.
 - 정보화를 위한 기본시설이 제대로 준비되고 있는지를 점검하고 점수화하여 평가점수에 반영하도록 함.
- 각 도매시장법인별 홈페이지 활용의 활성화.
 - 현재에는 생산농가의 PC보급율이 24.2%로 낮은 편이나 점차 농가의 PC 보급이 증가하고 있는 추세이므로 PC를 이용하여 각 법인의 홈페이지에서 다양한 정보를 이용 또는 활용할 수 있음.
- 증권회사와 같이 다양하고 수많은 자료를 가공할 수 있는 능력이 부족하여 생산된 자료를 제대로 이용하지 못하는 경우가 많음.
 - 농협이나 농수산물유통공사, 농림수산정보센터의 활용 및 도매시장 자료 가공능력의 배양.
- EDI 시스템이 전면적으로 도입되어 활성화되기 위해서는 농산물의 표준화, 등급화, 포장화 등 단시간내에 충족되기 어려운 전제조건이 많이 있음. 따라서 EDI시스템을 도입하여 현실적으로 업무의 효율화, 신속화를 추구하기 위한 실사가능한 방안을 우선적으로 선택하여 시행하는 것이 좋을 것임 (예 : 산지출하단계에서 출하신고용 개인단말기를 통한 물량 및 등급 신고).

빈 면

참 고 문 헌

- 강정혁, 「농업정보화 추진을 위한 지역정보시스템의 구축방안」, 『농촌경제』, 한국농촌경제연구원, 제18권 제2호, 1995.
- _____, 「농산물 수배송 및 물류정보 시스템의 효율적인 구축방안」, 『농업정책연구』 제24권 1호, 한국농업정책학회, 1997.12.
- _____, 「농촌지역정보의 수요파악과 효율적인 지역정보화 방안」, 『농업정책연구』 제23권 2호, 한국농업정책학회, 1996.12.
- 권원달, 『유통환경변화와 농수산물도매시장』, 한국농수산물도매시장법인협회, 1998.
- 농림부, 『농산물 산지유통 EDI표준전자문서』, 1999.12.
- _____, 『도매시장운영혁신 주요과제 추진계획』, 2000.10.
- 농수산물유통공사, 『외국의 청과물유통과 도매시장제도』, 1998.
- _____, 『농산물 종합물류정보망 구축을 위한 공사 참여방안』, 농협중앙회, 『공동계산제, 이렇게 하면 성공한다』
- _____, 「일본, 청과물유통 변화와 농협 대응」, 『농협조사월보』, 1996.9.
- 성배영 외, 『주요 청과물의 시장유통체계 개선방향』, 한국농촌경제연구원, 1992.
- 오치주 외, 「농업정보체계의 현황과 통합화방안」, 『농촌경제』, 한국농촌경제연구원, 제18권 제2호, 1995.

이장호 외, 「농업관측 의사결정지원시스템의 구축방안」, 『농촌경제』, 한국농촌경제연구원, 제18권 제2호, 1995.

정찬길 외, 「도매시장의 정보화 방안」, 『식품유통연구』 제16권 제2호, 한국식품유통학회, 1999. 8.

한국농수산물도매시장법인협회, 『채소유통의 실태와 판매대책』, 1997.10.

한국농촌경제연구원, 『21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책 연구』, 1997.

한국농축수산물유통연구원, 『유통재편과 도매시장』, 1998.

한국전산원, 『정보화를 통한 농산물유통업무 개선방안』, 1998.12.

한원식 외, 「농업·농촌정보화를 위한 정보통신기술의 이용방안」, 『농촌경제』, 한국농촌경제연구원, 제18권 제2호, 1995.

5. 소매·소비의 변화에 대한 도매시장의 기능변화는 어떻게 이루어져야 한다고 생각하십니까?

- ① 대형소매유통업체에 대한 판매 강화
- ② 수퍼판매를 위한 중도매인의 포장·배송기능의 강화를 통한 대응
- ③ 거래면에서 예약상대거래의 활성화
- ④ 중도매인의 산지집하·직수입·포장·가공·배송등 영업영역의 다원화
- ⑤ 기 타()

6. 도매시장 기능변화의 특징은?

- ① 중앙도매시장의 분산권 확대
- ② 경매거래의 약화
- ③ 도매시장법인, 중도매인의 서비스 부담 증대 (배달, 포장)
- ④ 도매시장법인, 중도매인 기능의 유동화(流動化)
- ⑤ 기 타()

7. 도매시장 거래방법의 특징은?

- ① 경매의 감소
- ② 예약상대거래 증가 (대량산지, 수입농산물)
- ③ 선취·전송·잔품의 증가
- ④ 상대거래 증가
- ⑤ 상장 예외품목 증가

8. 경매거래의 변화 양상은?

- ① 증가하고 있다 ② 감소하고 있다 ③ 변동이 없다 ④ 기 타()

9. 향후 거래방법의 개정 과제는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 예약상대거래의 활성화 ② 경매거래 방식의 유지
- ③ 전자상거래의 활성화 ④ 기 타()

10. 도매시장의 정비 방향은?

- ① 도매시장의 적절한 배치와 시장 시설의 정비
- ② 거래방식개선
- ③ 정보화시대 적응
- ④ 수입품증가와 다양화에 적극 대처
- ⑤ 시장관계자의 경영근대화 합리화 추진
- ⑥ 기 타()

11. 우수출하조직은 어떠한 형태로 관리하고 있습니까?

- ① 조직관리 ② 자금지원 ③ 상품성제고 ④ 품질관리 ⑤ 기 타()

12. 출하자 등록제에 대한 의견

- ① 찬성한다 ② 반대한다 ③ 현행대로 ④ 기 타()

13. 불량출하자 제재 방법에 대한 의견

- ① 찬성한다 ② 반대한다 ③ 현행대로 ④ 기 타()

14. 상품개발과 산지육성을 위한 방안은?

- ① 브랜드상품 개발
- ② 안전농산물 개발
- ③ 물류합리화
- ④ 표준규격품 출하

15. 산지마케팅 기능 강화 방안은?

- ① 상품성 제고
- ② 품질개선
- ③ 상품구색
- ④ 전속출하 산지육성
- ⑤ 출하지도
- ⑥ 기 타()

16. 농협의 산지출하방식에 대한 의견

17. 정부의 시장기구 출하관리 시책에 대한 의견?

<부록 2> 산지출하조직 출하실태조사표

I. 사업소 개황

1. 사업소 개황

① 생산자 ② 작목반 ③ 단위조합 ④ 영농조합법인 ⑤ 기타()

2. 귀사업소의 주요 취급품목과 판매액 구성

	품목명	취급비중	출하시기
판매액 1위			
판매액 2위			
판매액 3위			
판매액 4위			
판매액 5위			
기 타			
합 계		100%	

II. 출하실태

1. 귀사업소의 주요 품목별 출하처별 출하비중

(물량비중이 높은 순으로 상위 5위까지 기록해 주십시오)

출하처		품목명				
도매시장	개별출하					
	공동출하					
공 판 장	개별출하					
	공동출하					
산지유통인	개별출하					
	공동출하					
종 합 유통센터	개별출하					
	공동출하					
소매업체	할인점·백화점					
	대형수퍼					
	기타 소매점					
기타직 거래	직 판 장					
	소비자단체					
	기 타					
기 타						
합 계		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2. 귀사업소의 최근 출하형태 변화에 대해 품목별로 해당되는 곳 모두에 ○표 해 주십시오.(상위 5위까지)

경 향					
대형소매업체와의 직거래가 증대하고 있다					
산지유통인에 대한 출하가 증대하고 있다					
도매시장 직출하가 증대하고 있다					
공판장 출하가 증대하고 있다					
농협 종합유통센터 출하가 증대하고 있다					
가공업체용 상품의 출하가 증대하고 있다					
외식용 상품의 출하가 증대하고 있다					
대도시시장으로의 출하가 증대하고 있다					
지방도시시장으로의 출하가 증대하고 있다					

※ 대형소매업체는 대형수퍼, 할인점, 백화점을 말함.

3. 출하차별 장·단점

① 도매시장 거래의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

장 점 : _____

단 점 : _____

② 공판장 거래의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

장 점 : _____

단 점 : _____

③ 산지유통인 거래의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

장 점 : _____

단 점 : _____

④ 농협 종합유통센터 거래의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

장 점 : _____

단 점 : _____

⑤ 대형소매유통업체 거래의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

장 점 : _____

단 점 : _____

Ⅲ. 출하조직과 출하방식

1. 귀사업소의 출하방식은?

① 개별 ② 공동(공동선별, 공동수송, 공동계산) ③ 기 타()

2. 귀사업소의 출하권은?

① 시장유통(도매시장법인, 공판장) ② 시장의 유통(종합유통센터, 직거래)
③ 대형소매유통업체 ④ 기 타()

10. 공동선별방식은?

- ① 선과장 ② 농가선별 ③ 집하장 집하 ④ 개별선과 ⑤기 타()

11. 공동출하시 선별은 어떻게 이루어지고 있습니까?

- ① 상근검사원에 의해 ② 농협직원에게 의해 ③ 출하조합의 임원에
④ 고용인원에 의해 ⑤ 자체선과에 의해 ⑥기 타()

12. 산지출하조직의 도매시장법인 출하형태는?

- ① 1개 도매시장법인에 계속출하 ② 도매시장법인, 공판장 번갈아 출하
③ 유사시장 ④ 종합유통센터
⑤기 타()

13. 우수 출하조직의 조직과 운영은?

- ① 필요하다(방법 :)
② 필요하지 않다(이유 :)

14. 출하자 등록제에 대한 의견

- ① 찬성한다 ② 반대한다
③ 현행대호가 좋다 ④ 찬성하지만 현재로선 어렵다

15. 불량 출하자 제재 방안에 대한 의견

- ① 찬성한다 ② 반대한다
③ 현행대호가 좋다 ④ 찬성하지만 현재로선 어렵다

16. 도매시장법인의 출하조직 지원 형태는?

- ① 찬성한다 ② 반대한다
③ 현행대호가 좋다 ④ 찬성하지만 현재로선 어렵다

17. 정부의 산지출하정책에 대한 견해
